

事例研究～中国ビジネス法務

第72回 誤解を招きやすい
広告表現の取り締まりを強化北京市大地律師事務所 /
日本部パートナー弁護士法学博士 熊琳

新『広告法』が2015年9月1日に施行されてから間もなく1年になります。その『広告法』において特に注目されるのは、誤解を招きやすい表現を広告において使用してはならず、使用した場合には高額な行政罰が科される点です。施行以来、各地の工商行政管理機関で広告法関連行政の経験が蓄積され、広告の言語表現に対する取り締まりが強化され、既に一部の日系企業で当局の調査を受けるなどした事例も発生しています。今年9月1日には『インターネット広告管理暫定施行弁法』が施行されるに伴い、当局が今後広告表現に対する取り締まりをいっそう強化することが予測されます。

以上のような動向を踏まえて今回は、誤解を招きやすい表現の使用禁止とその違法リスクなどについて説明します。

◇広告法第9条違反で行政罰を受けた企業のケース

A社は商品Xを取り扱うメーカーである。A社では広告戦略として自社サイトやチラシ、eコマースサイトにおいて広告活動を展開している。その広告の内容は「最高級の使い心地」や「そんなときには、当社商品が最良の選択肢」などの表現を使用（第9条2項3号に違反）していたところ、所在地の工商行政管理機関から使用停止を命じられ、80万円の制裁金が科された。

新『広告法』では、第9条2項各号において、広告一般で禁止される内容が規定されています。その中には、「最高級」「国家級」「最良」など最上級を表す用語の使用（3号）、わいせつ・賭博・暴力などの内容の使用（8号）、民族・人種・宗教・男女を差別する内容の使用（9号）などの違反事項が列挙されています。

◇当局に自由裁量権があり、違法コストが高い

上記事例のA社広告は、新『広告法』第9条2項3号に所定の最上級を表す用語を使用しており、法令違反となります。同法第57条1項1号によると、第9条に違反する広告の広告主（企業）には、広告の使用停止と20万円から100万円の制裁金の支払いが命じられ、重大事件の場合、営業許可証が取り上げられることもあるとされています。

旧『広告法』においては、新法第9条2項で禁止される内容を使用した場合の処分は、広告費用の没収および広告費用の5倍までの制裁金徴収、重大事件でも広告業務の停止命令などで済んでいました。それだけに違法コストは、新法においていっそう高くなったと言えます。

その一方で、新『広告法』では誤解を招きやすい表現について、具体的には「国家級」「最高級」「最良」という三つの例を挙げるにとどめていますが、これとは別び「その他、法律、行政法規が禁止する内容」という項目が設けられ、実際には「全世界」「一級品」などの表現を使用した企業が調査対象とされたケースもあります。このように、新『広告法』の規定に極めて不明確な部分が残されており、取り締まりの違法認定において、当局が高い自由裁量権を持つ結果となっています。

◇自社サイトでの広告に特にご留意を

新『広告法』が施行されるまでは、広告をめぐる違法行為に対して取り締まりが活発に行われていたわけではなく、日系企業の中にはいまだに広告中の言語表現について特に注意を払っていない会社も少なくないように見受けられます。

また、新『広告法』の施行により取り締まりが強化されたにもかかわらず、多くの企業が当局の動向に十分関心を払っているとは言えないようです。一部の日系企業においては、当局による突然の調査に遭い、その対応に追われているのが現状です。

このため、日系企業の皆さまにおかれては、まずは自社広告の内容を見直し、早急にコンプライアンスのチェックを行って行政当局の調査や処分を受けるリスクを回避する姿勢をとることが大切です。対応が遅れ、調査を受けることになってしまった場合は、企業側にとって有利な判定、もしくは処分の減免を勝ち取ることを目標に、迅速かつ適切に対応することが極めて重要となるでしょう。