



弁護士法人 瓜生・糸賀法律事務所

URYU & ITOGA <https://uryuitoga.com>

東京事務所 〒107-6036 東京都港区赤坂 1 丁目 12 番 32 号

アーク森ビル 36 階

TOKYO OFFICE Ark Mori Bldg. 36F 12-32, Akasaka 1-chome

Minato-ku, Tokyo 107-6036, JAPAN

TEL: 03-5575-8400 FAX: 03-5575-0800

ベトナムの改正広告法の概要

1. はじめに
2. 改正点の概要
3. 終わりに

弁護士 萩原 亮太

弁護士(ベトナム資格) グエン・ティ・ホアイ・イエン

1. はじめに

ベトナム国会は、2025 年 6 月 16 日に、現行広告法¹のいくつかの規定を修正補充する法律(以下「改正法」といい、改正法による改正後の広告法を「改正広告法」といいます。)を可決し²、改正法は、2026 年 1 月 1 日から施行されることとなっています(改正法第 3 条第 1 項)³。改正点は多岐にわたるところ、本稿では、紙面の許す限り、改正広告法の概要を簡単に上げます。

¹ Law No. 16/2012/QH13(Law No. 35/2018/QH14, Law No. 42/2024/QH15, Law No. 47/2024/QH15 により修正補充)

² <https://baochinhphu.vn/quoc-hoi-thong-gua-luat-sua-doi-bo-sung-mot-so-dieu-cua-luat-quang-cao-102250616103118928.htm>
<https://xaydungchinhhsach.chinhphu.vn/thong-gua-luat-sua-doi-bo-sung-mot-so-dieu-cua-luat-quang-cao-119250616105602881.htm>

³ なお、例外として、組織、個人が、広告板、横断幕上の広告製品通知又は広告実施者グループの通知を実施したが、本法の施行日時点で広告に関する国家管理機関の意見を取得していない場合には、これについては、現行広告法の規定に従って実施することとされています(改正法第 3 条第 2 項)。

当事務所は、本書において法的助言を提供するものではありません。個別の案件については案件ごとの具体的な状況に応じ、弁護士その他の専門家にご相談いただきますようお願い申し上げます。

本書に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所または当事務所のクライアントの見解ではありません。

©URYU & ITOGA 2025

なお、広告については、本稿で取り上げる広告法のほか、刑法⁴等⁵にも一定の規制があるため、広告を行うに当たっては、これらの規制の確認も必要となり得る点ご注意ください。

2. 改正点の概要

(1) 定義内容の修正補充

現行広告法に比して、改正法では以下の定義が修正補充されています。

このうち、ベトナムでは、オンラインプラットフォーム(TikTok 等)でのインフルエンサー等による製品等の広告が多くなされている実情を踏まえ、「広告」の定義は、インフルエンサー等の人を使用することも含まれる内容に変更され、「広告発行者」や「広告製品伝達者」の定義についても同様の観点からの修正がなされたと考えられます。

なお、「ベトナムにおける越境広告サービス提供活動」については、現行広告法及び改正広告法の何れについてもこの用語を用いた規定は見当たりません。この点、現行広告法では、越境広告サービス経営については現行広告法ではごく簡単な規定を置き⁶、下位法令(広告法のいくつかの条項の施行の詳細を規定する議定⁷(以下「Decree 181」といいます。))で、具体的な内容が規定されてきたことを踏まえると、おそらくこれについても下位法令で具体的な規定を置くことを予定しているようにも思われ、今後の動向には引き続き注視するのが望ましいと思われます。

現行広告法	改正法
1. 広告とは、営利目的の製品、物品若しくはサービス、非営利目的の製品若しくはサービス、紹介された製品、物品若しくはサービスを経営する組織、個人(時事を除く)、社会政策、又は個人情報を公衆に紹介するために、手段を用いることをいう。	1. 広告とは、製品、物品若しくはサービス、又は製品、物品、若しくはサービスを生産・経営する組織、個人に関し、広告接受者に紹介する目的で、人、手段を使用することをいう。
4. 広告促進とは、広告サービス契約の締結の機会を探索及び推進する活動をいう。	4. 広告促進とは、広告契約の締結機会を探索及び推進する活動をいう。
6. 広告サービス経営者とは、広告者との広告サービス提供契約に従って広告の過程の一、いくつか又は全ての段階を実施する組織、個人をいう。	6. 広告サービス経営者とは、広告契約に従って広告の過程の一、いくつか又は全ての段階を実施する組織、個人をいう。
7. 広告発行者とは、自身の管理責任に属する広告手段を使用し、公衆に広告製品を紹介する組織、個人をいい、雑誌機関、出版社、電子情報サイトの所有者、文化又はプログラムの主催者及びその他広告手段を使用する組織、個人を含む。	7. 広告発行者とは、広告製品を紹介することを目的として、自身の管理責任に属する、広告製品の伝達者、広告手段(以下、「広告者・手段」と総称する)を使用する組織、個人をいい、雑誌機関、出版社、電子情報サイトの所有者、文化・スポーツのプログラムの主

⁴ Law No. 100/2015/QH13(Law No. 12/2017/QH14 により修正補充)

⁵ なお、商法(Law No. 36/2005/QH11(Law No. 05/2017/QH14、Law No. 44/2019/QH14 により修正補充))第4章第2目には商業広告に関する規定がありますが(第102条ないし第116条)、この第4章第2目は改正法により廃止されることになっています(改正法第2条第2項)。

⁶ 具体的には、「ベトナムで広告収益を発生させる越境広告サービス経営をする外国の組織、個人の電子情報サイト上の広告は、本法の規定及び関連法令のその他規定を遵守しなければならない」(現行広告法第23条第3項)としたうえで、「政府は、本条第3項の詳細を規定する」(同第4項)とのみ規定する形となっていました。

⁷ Decree No. 181/2013/ND-CP(Decree No. 54/2017/ND-CP、Decree No. 123/2018/ND-CP、Decree No. 11/2019/ND-CP、Decree No. 70/2021/ND-CP、Decree No. 98/2021/ND-CP により修正補充)

当事務所は、本書において法的助言を提供するものではありません。個別の案件については案件ごとの具体的な状況に応じ、弁護士その他の専門家にご相談いただきますようお願い申し上げます。

©URYU & ITOGA 2025

	催者及びその他広告者・手段を使用する組織、個人を含む。
8. 広告製品伝達者とは、広告製品を直接公衆に提供する者、又は着用、吊り下げ、貼り付け、接着、塗装その他これに類する方法により、広告製品を表現する者をいう。	8. 広告製品伝達者とは、インターネットを通じて製品、物品、サービスを直接広告、推奨、確認する者、又は着用、吊り下げ、貼り付け、接着、塗装、営利目的での使用その他政府の規定に従った形式で直接広告する者をいう。
9. 広告接受者とは、広告手段を通じて広告製品からの情報を接受する者をいう。	9. 広告接受者とは、広告者・手段を通じて広告製品からの情報を接受する者をいう。
なし	14. ベトナムにおける越境広告サービス提供活動とは、外国における組織、個人が、インターネットを通じて、ベトナムにおける利用者に対し広告サービスを提供するために、ベトナム領土外に設置されたサービス提供設備システムを使用することをいう。
なし	15. 広告物とは、広告情報を伝達する目的で設計、設置、又は使用される物をいう。

(2) 広告製品伝達者の権利義務の規定の追加

改正法では、広告製品伝達者の権利義務の規定が追加されました(改正法第1条第9項、改正広告法第15a条)。具体的には、以下のとおりであり、特にインフルエンサーに該当する広告製品伝達者に対しては、従来に比して重い義務が課されている点には留意が必要と思われます。

➤ 広告製品伝達者の権利 (a) 広告者から、広告される組織、個人、製品、物品及びサービス並びに広告条件に関する資料に関し、忠実、十分及び正確な情報の提供を受ける権利 (b) 法令の規定に従ったその他権利 ➤ 広告製品伝達者の義務 (a) 広告実施時に、製品、物品、サービスの性能、品質に関する情報提供に関し、消費者権利保護に関する法令の規定及び関連する法令のその他規定を遵守すること;税に関する法令の規定に従って広告サービスからの収益が生じた場合には、税に関する義務を履行すること (b) 権限を有する国家機関の要求がある場合には、広告内容に関連する資料を提供すること (c) 広告内容が、本法第19条⁸の規定に従った要求を確保しない場合に、法令上の責任を負うこと (d) 法令の規定に従ったその他義務を履行すること (e) オンライン上での広告製品伝達者は、上記(a)ないし(b)の義務及び本法第23条(注:インターネット上での広告に関する規定)の関連する規定を実施すること ➤ 広告製品伝達者が、消費者権利保護法令の規定に従ったインフルエンサー(=政府の規定	
---	--

⁸ 現行広告法第19条(改正法での改正はなし)は以下のように規定しています。

第19条 広告内容に対する要求

1. 広告内容は、忠実、正確、明確で、生産・経営者及び広告接受者に対し、損害を生じさせないことを確保しなければならない。

2. 政府は、特別な製品、物品、サービスの広告内容に対する要求に関し規定する。

当事務所は、本書において法的助言を提供するものではありません。個別の案件については案件ごとの具体的な状況に応じ、弁護士その他の専門家にご相談いただきますようお願い申し上げます。

⁹に従った具体的な領域・分野・業種における専門家、威信を有する者、社会で注目されている者(消費者権利保護法(Law No. 19/2023/QH15)第3条第9号))である場合には、上記義務のほか、以下の義務を負う

- (a) 広告者の信頼度に関し確認すること; 広告製品、物品、サービスに関する資料を検査すること; 製品、物品、サービスに関し使用したことがない、又は明確に理解していない場合には、製品、物品、サービスに関し紹介してはならないこと
- (b) 広告の直前及び広告活動実施中に関し通知すること

(3) インターネット上の広告活動に関する規定

改正法では、インターネット上の広告活動には、電子新聞、電子情報ページ、ソーシャルネットワーク、オンラインアプリケーション、インターネット接続を有するデジタルプラットフォームが含まれるとしたうえで(改正法第1条第16項、改正広告法第23条第1項)、オンライン広告活動は、以下の規定を遵守する必要があるとしました(改正法第1条第16項、改正広告法第23条第2項)。特に、1点目、4点目、5点目により、いわゆるステルスマーケティングが規制される形となっている点留意が必要と思われます。

- 広告内容と広告ではない内容を区別するために、数字、文字、記号、画像、音声による明確な識別標識がなければならないこと
- 固定領域以外の広告の場合、広告接受者が、広告をオフにすること、違反広告内容をサービスプロバイダーに通知すること、不適切な広告内容の視聴を拒否することを可能とする性能及び容易に認識できるアイコンを有さなければならないこと
- 他の内容へのリンクを含む広告の場合、リンク先の内容は法令の規定を遵守しなければならないこと; 広告サービス経営者、広告発行者は、リンク先の内容を検査、監察する方法を有すること
- ソーシャルネットワークサービスを提供する組織、企業は、広告内容とその他内容を区別するための性能を利用者に提供しなければならないこと
- ソーシャルネットワークの利用者は、広告を実施するときに、広告又はスポンサーのある内容と、自身が提供するその他内容との区別標識を有さなければならないこと

また、インターネット上の広告活動に参加する組織、個人は、権限を有する国家機関の要求があったときから遅くとも24時間以内に、違反広告の阻止、削除を実施しなければならないとされ、要求を実施しない場合には、権限を有する国家機関は、広告に関する法令違反を阻止するための技術的措置を展開し、法令の規定に従った処理措置を実施する旨が規定されています(改正法第1条第16項、改正広告法第23条第7項)。

そのため、当該規制の適用を受ける組織、個人は、権限を有する国家機関の要求があったときから遅くとも24時間以内に、違反広告の阻止、削除を実施できるような体制や運用を構築等しておく必要があるといえる点も留意が必要と思われます。

そのほか、本稿では具体的な内容は省略いたしますが、インターネット上の広告活動に参加等する広告者、広告サービス経営者、広告発行者、広告製品伝達者には、更に追加で義務等が課されているため(改正法第1条第16項、改正広告法第23条第3項、第4項、第5項)、該当する場合にはそれらの義務等にも留意する必要があります。

なお、これらの規定の詳細は、下位法令で規定されることになっているため(改正法第1条第16項、改正広告法第23条第8項)、今後の動向には引き続き注視するのが望ましいと思われます。

⁹ 具体的には、Decree No. 55/2024/ND-CP 第2条第1号にインフルエンサーの該当基準が記載されています。

(4) 広告面積及び広告時間規制

現行広告法は、新聞及び雑誌での広告面積につき、広告専門新聞・雑誌を除き、新聞出版物 1 冊の総面積の 15%、又は雑誌出版物 1 冊の総面積の 20%を超過してはならないとしていました(現行広告法第 21 条第 1 項)。

これに対し、改正法は、新聞及び雑誌での広告面積につき、広告専門新聞・雑誌及び広告の増ページを除き、新聞出版物 1 冊の総面積の 30%、又は雑誌出版物 1 冊の総面積の 40%を超過してはならないとし(改正法第 1 条第 14 項、改正広告法第 21 条第 1 項)、広告面積の規制を緩和しました。

他方、テレビチャンネルでの広告時間については、改正法は、現行広告法での規制を維持しており、即ち、通常のテレビチャンネルの広告時間については、広告専用の番組チャンネルでの広告時間を除いて、当該番組チャンネルの 1 日の総放送時間の 10%を超過してはならない、有料テレビチャンネルの広告時間については、広告専用の番組チャンネルでの広告時間を除いて、当該番組チャンネルの 1 日の総放送時間の 5%を超過してはならないこととなっており(現行広告法第 22 条第 1 項、第 2 項、改正法第 1 条第 15 項第 a 号、改正広告法第 22 条第 1 項、第 2 項)、広告時間規制は緩和等されていない点ご注意ください。

3. 終わりに

上記のほか、一定の特別な製品、物品及びサービス(化粧品等)に適用される規制(現行広告法第 20 条第 4 項各号、改正法第 1 条第 13 項第 b 号、改正広告法第 20 条第 4 項各号)、その他の広告手段(印刷物、看板等)に応じた規制(現行広告法第 21 条ないし第 38 条、改正法第 1 条第 15 項第 b 号、第 16 項ないし第 24 項、改正広告法第 22 条ないし第 38 条)等についても改正法による改正がなされていることにはご注意ください。

また、広告法の規定内容については、下位法令(Decree 181、広告法及び Decree 181 のいくつかの条項の詳細を規定し実施を案内する通知¹⁰等)に具体的な内容が規定されているものもあり、今後、これらの下位法令の修正補充が行われるものと思われ、ベトナムで広告を行う場合には、これらの下位法令今後の動向についても引き続き注視するのが望ましいと思われます。

本ニュースレターに関するお問合わせは、下記までご連絡ください。

(<https://uryuitoga.com/form>)

以上

¹⁰ Circular No. 10/2013/TT-BVHTTDL(Circular No. 13/2023/TT-BVHTTDL により修正補充)