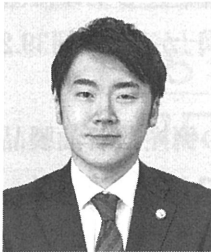


知って得する!

# 法律コラム



弁護士 佐々木康之郎

## 安易な表示は禁物! No.1 表示

弁護士法人よつば総合法律事務所

全国6拠点(千葉・柏・船橋・東京・大阪・名古屋)、弁護士20名以上が在籍している法律事務所。経営法務全般。特に、人事労務問題、契約書等のリーガルチェック、紛争対応(債権回収・株主間紛争・その他企業様の各種訴訟)が主な取扱業務。

千葉県内の企業様を中心に450社強の企業様と顧問契約を締結(2024年11月1日時点)。

お問い合わせは、お電話(043-306-1110)かメール(info@yotsubasougou.com)にて。



こちらから企業法務サイトがご覧になります。

### 1 No.1 表示とは

「売上No.1」、「顧客満足度1位」といった広告は、自社製品やサービスを訴求する上で効果的な表示であり、消費者にとっても重要な判断材料の一つになります。しかし、事実と異なる表示は、不当表示として景品表示法違反となる可能性があります。今回は、こうした「No.1表示」を行う上で注意すべきポイントを解説します。

### 2 No.1 表示を行う上での2つのポイント

#### (1) 客観的な調査に基づくこと

No.1表示を行うには、その根拠となる調査を実施する必要があります。調査は、社会通念上及び経験則上妥当と認められる方法(無作為に抽出した相当数のサンプルを選ぶなど)で行わなければなりません。

有力な競合他社を選択肢から排除したアンケートは妥当な調査とはいえません。調査対象が少なすぎる場合や自社に有利なように調査項目を設定している場合、自社が1位になるまで調査を繰り返した場合なども不適切な調査といえるでしょう。

#### (2) 調査結果を正確かつ適正に引用すること

調査結果は正確かつ適正に引用しなければなりません。適切な引用ができていないかは、商品やサービスの範囲、地理的範囲、調査期間・時点、調査の出典表示等の事情を踏まえて判断されます。

##### ア 商品・サービスの範囲

中高年向け美容液の売上調査結果を理由に、単に「美容液売上No.1」と表示することは、調査結果を適切に引用しているとはいえません。保湿力が1位だったにすぎないにもかかわらず、「総合1位」と謳うようなケースも同様です。

##### イ 地理的範囲

千葉県柏市内でしか調査をしていないにもかかわらず、「千葉県No.1」と表示することは事実と異なる表示です。調査対象となった都道府県や市町村等は明瞭に表示する必要があります。

##### ウ 調査期間・時点

10年前に実施した調査で1位であったもの

の、現在も1位であるかのような表示をすることは問題です。また、「〇年連続1位」とだけ表示され、調査期間が不明瞭なものも不当表示となるおそれがあります。

#### エ 調査の出典表示

自社調査であるにもかかわらず、権威ある第三者機関による調査であるかのような表示することはできません。出典は、具体的かつ明瞭に表示しなければならず、調査会社による調査であれば調査会社名・調査名称を、雑誌に掲載された調査結果であれば雑誌名・発行年月日・調査名称・調査期間を記載することが望ましいといえます。

### 3 「お客様満足度」は要注意

No.1表示の中でも特に注意すべきは「お客様満足度」、「知人に紹介したいサービス」などの表示です。これらはあくまで主観的評価に基づくものであり、売上などの客観的な指標があるわけではありません。

しかしながら、近時、複数のウェブサイトのリンクを示し、商品やサービスのイメージを尋ねた結果をもって「満足度No.1」と表示する事例(イメージ調査とも呼ばれます)が増えており、それに伴い摘発事例も増加しています。主観的評価をもとに順位付けをすることは本来困難ですが、最低限、サービスを利用したことのある顧客への調査を行うことが不可欠といえます。

### 4 さいごに

消費者庁は、令和6年9月26日付で「No.1表示に関する実態調査報告書」を発表し、事業者が行うNo.1表示に目を光らせています。同報告書によれば、調査会社に言われるがまま表示を行い、実際の調査内容を十分に確認していない企業が多いことが指摘されています。

不適切なNo.1表示は、消費者庁による指導、措置命令、課徴金納付命令の対象となり得ます。直近では約1億円の課徴金が課された例もあります。また、違反事例として公開されれば、顧客や取引先に対するレピュテーションリスクにもつながります。

顧客の信頼を得るために行ったNo.1表示が自社の評判を落とすことにならないよう、この機会に適切な表示がされているか見直しをされてはいかがでしょうか。