

【プレス添付資料】

# No.1表示規制の最新動向と 消費者庁新基準への対応

～ 2024年9月公表「No.1表示に関する実態調査報告書」の解説 ～

2026年1月1日

帝国ナンバーワンリサーチ組合

本資料は報道関係者様向けの参考資料です

# 目 次

1. エグゼクティブサマリー
2. 消費者庁「No.1表示に関する実態調査報告書」の概要
3. 景品表示法におけるNo.1表示規制
4. 2024年10月施行 改正景品表示法のポイント
5. 消費者庁が定める「合理的根拠」の4要件
6. 主な違反事例と課徴金
7. 適法なNo.1調査のチェックリスト
8. 帝国ナンバーワンリサーチ組合のサービス概要

# 1. エグゼクティブサマリー

2024年9月26日、消費者庁は「No.1表示に関する実態調査報告書」を公表し、No.1表示に対する規制基準を明確化しました。本報告書は、「顧客満足度No.1」などの主観的評価に基づく表示について、従来の「イメージ調査」による根拠では景品表示法上の「合理的な根拠」として認められないことを明示しています。

## 【主要ファクト】

- 2023年度の措置命令44件中、No.1表示関連が13件（約30%）
- 2024年2～3月の集中摘発で約2週間に12社が措置命令
- 消費者の約6割が「顧客満足度No.1」を実利用者調査と認識
- 2024年10月施行の改正景表法で直罰規定（100万円以下の罰金）新設
- 10年以内の再違反で課徴金1.5倍（売上の4.5%）に加算

調査会社に委託した場合でも、広告主が法的責任を負うことが明確化されており、企業は自らの責任で調査の「合理的根拠」を検証する必要があります。

## 2. 消費者庁「No.1表示に関する実態調査報告書」の概要

【公表日】2024年9月26日

### 【作成背景】

近年、合理的な根拠に基づかない不適切なNo.1表示が社会的に蔓延しているという危機感から、消費者庁は2024年3月より実態調査を開始。事業者・調査会社へのヒアリング、消費者への意識調査、実際のNo.1表示広告のサンプル調査を実施し、本報告書を取りまとめました。

### 【報告書の主な内容】

項目	内容
対象となる表示	「顧客満足度No.1」「口コミ人気No.1」等の主観的評価によるNo.1表示 「医師の〇%が推奨」等の高評価%表示
消費者の認識	約6割が「実際の利用者に調査をしている」と認識 「満足度」「人気」表示では5割超が実利用者調査と認識
問題視される調査	イメージ調査（商品未利用者へのサイト印象調査） 恣意的な競合選定、誘導的な質問設計
明確化された基準	合理的根拠の4要件を明示 打消し表示では誤認を排除できないことを明言

### 3. 景品表示法におけるNo.1表示規制

No.1表示そのものは直ちに違法ではありませんが、「合理的な根拠に基づかず事実と異なる場合」は景品表示法第5条の不当表示に該当します。

#### 【違反類型】

違反類型	定義	No.1表示における具体例
優良誤認表示 (第5条第1号)	商品・サービスの内容が実際よりも著しく優良であると示す表示	「顧客満足度No.1」と謳っているが、実際はイメージ調査であり品質の優位性を示すものではない場合
有利誤認表示 (第5条第2号)	取引条件が実際よりも著しく有利であると示す表示	「業界最安値No.1」と謳っているが、比較対象を恣意的に限定し、より安価な競合が存在する場合

#### 【違反時の制裁】

制裁の種類	内容
措置命令	違反事実の公表、再発防止策の策定・実施命令
課徴金納付命令	対象期間の売上額の3%（10年以内再違反は4.5%）
直罰規定（2024年10月～）	故意の優良・有利誤認表示に100万円以下の罰金
レピュテーションリスク	消費者庁Webサイトでの公表、報道による信用毀損

## 4. 2024年10月施行 改正景品表示法のポイント

2024年10月1日に施行された改正景品表示法により、違反行為に対する抑止力が大幅に強化されました。

改正項目	内容	No.1表示への影響
直罰規定の新設	故意の優良・有利誤認表示に100万円以下の罰金	悪質なNo.1表示は刑事罰の対象に。措置命令を経ずに即時罰則適用可能
課徴金加算規定	10年以内再違反で課徴金1.5倍（売上の3%→4.5%）	繰り返し違反への抑止力強化
売上額推計規定	売上データ未整理でも推計で課徴金算定可能	課徴金逃れが困難に
確約手続の導入	是正措置計画認定で措置命令・課徴金回避可能	迅速な是正により処分回避の可能性
適格消費者団体への開示要請	表示の裏付け資料の開示を要請可能（努力義務）	第三者による監視強化

**重要：**直罰規定の対象は広告主だけでなく、広告代理店やアフィリエイターも含まれます。

## 5. 消費者庁が定める「合理的根拠」の4要件

消費者庁報告書では、主観的評価によるNo.1表示が合理的根拠と認められるための4つの要件を明示しています。これらは推奨事項ではなく、すべてを満たさなければ違法となる可能性が高い「必須要件」です。

要件	具体的内容	違反となる例
①比較する商品等の適切な選定	市場における主要な競合商品・サービスを比較対象に含める	業界シェア上位3社を除外し、小規模な数社のみと比較
②調査対象者の適切な選定	実際に商品・サービスを利用した者から無作為抽出	未利用者にWebサイトを見せて「満足度」を聴取（イメージ調査）
③公平な調査方法の実施	回答誘導や結論ありきの調査設計を排除。統計的有意性の確保	自社を常に選択肢の最上位に固定 サンプル数n=10～20の極端に少ない調査
④表示内容と調査結果の適切な対応	調査結果の範囲を超えた表示や、調査内容と乖離した表示は不可	「デザインの満足度」で1位だったのに単に「満足度No.1」と表示

### 【イメージ調査が排除される理由】

消費者庁は、「サイトイメージ調査」「印象調査」などの打消し表示を付記していても、イメージ調査を根拠とする顧客満足度No.1表示は不当表示と判断されることを明言しています。「調査方法を打消し表示として記載しても、消費者の認識と乖離がある以上、誤認を排除できない」との立場が明確化されました。

## 6. 主な違反事例と課徴金

### 【2024年の主な措置命令事例】

事業者	処分日	違反内容	問題点
エクスコムグローバル (イモトのWiFi)	2024年3月1日	「お客様満足度No.1」 「海外旅行者が選ぶNo.1」等	サービス利用有無を確認しない イメージ調査が根拠
飯田グループHD ほか4社	2024年3月1日	「土地情報が豊富な注文 住宅会社No.1」等	Webサイトの印象を問う イメージ調査
エスイーライフ (蓄電池販売)	2024年3月5日	「口コミ人気No.1」 「アフターフォロー満足度No.1」等	恣意的な競合選定と イメージ調査
太陽光発電事業者 2社	2024年2月27日	各種No.1表示	同一調査会社による イメージ調査

### 【高額課徴金の事例】

事業者	課徴金額	概要
オンライン家庭教師事業者（2023年1月）	6,346万円	「カリキュラム充実度No.1」等の表示
富士通クライアントコンピューティング	1億1,753万円	PC性能に関する不当表示
メルセデス・ベンツ日本	4億9,488万円	認定中古車の保証に関する不当表示

注目点：2024年2～3月の集中摘発で措置命令を受けた11社中9社が、同一の調査会社（NEXER株式会社「日本トレンドリサーチ」）の調査を根拠としていました。調査会社に依頼しても広告主が法的責任を負うことが改めて示されています。



## 7. 適法なNo.1調査のチェックリスト

### 【広告に明記すべき事項】

記載項目	内容例
調査実施機関名	「株式会社〇〇調査」（第三者機関が望ましい）
調査方法	「インターネット調査」「郵送調査」等
調査時期	「2025年〇月実施」（直近1年以内が望ましい）
サンプル数	「n=500」（400名以上推奨）
調査対象者条件	「〇〇利用経験者」（実利用者であること）
対象商品・サービスの範囲	「〇〇カテゴリー」
地理的範囲	「全国」「関東エリア」等

### 【広告主が確認すべき事項】

- ☐ 調査対象者は商品・サービスの実際の利用者か
- ☐ 比較対象に市場の主要競合が含まれているか
- ☐ 2位との差に統計的有意差があるか
- ☐ 調査データは直近1年以内のものか
- ☐ 質問文は中立的で誘導的でないか
- ☐ 選択肢の並びは公平か（自社を最上位固定していないか）
- ☐ 調査会社からの「No.1保証」提案を鵜呑みにしていないか

### 【JMRA（日本マーケティング・リサーチ協会）の見解】

JMRAは、正規のランキング調査で明確な根拠のあるNo.1結果を出すには「少なくとも100万円単位の費用」が必要としています。数万人単位のスクリーニング調査、数百人単位の本調査、統計的有意差検証を含むためです。30～40万円程度の提示は不適切な調査の可能性があるとして警告しています。

## 8. 帝国ナンバーワンリサーチ組合のサービス概要

帝国ナンバーワンリサーチ組合は、消費者庁新基準に完全準拠した適法なNo.1調査を、マルチモーダルAI技術の活用により業界最安値水準で提供します。

項目	内容
サービス名	帝国No.1リサーチ・プロフェッショナル
価格	50万円～（業界最安値水準）
調査手法	実利用者への調査のみ実施（イメージ調査は完全排除）
サンプル数	400名以上推奨（統計的有意性を確保）
競合選定	売上シェア・認知度等の客観データに基づく選定
質問設計	中立的な質問文、公平な選択肢配置
統計処理	有意差検定を実施
成果物	調査レポート、合理的根拠資料、広告用ロゴデータ
納期	従来の約半分（AI活用による短縮）
実績	ココナラにて最高ランク「プラチナランク」受賞

### 【お問い合わせ先】

帝国ナンバーワンリサーチ組合

所在地：〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-19-15 宮益坂ビルディング

公式HP：<https://teikoku-no1.jp/>

お問い合わせ：<https://teikoku-no1.jp/contact>

X（旧Twitter）：@teikokunumber

本資料に関するお問い合わせは上記連絡先までお願いいたします。  
※本資料の内容は2026年1月1日時点の情報に基づいています。  
※「業界最安値」：同等の調査仕様における国内主要調査会社との比較において（自社調べ）