

帝国ナンバーワンリサーチ組合 | 市場調査レポート

「No.1表示AI診断」は 未開拓の市場空白である

2026年国内市場調査レポート

景品表示法No.1表示コンプライアンス × AI自動診断
——国内全プレイヤー網羅調査——

帝国ナンバーワンリサーチ合同会社

2026年2月18日

<https://teikoku-no1.jp>

エグゼクティブサマリー

「No.1表示」に特化したAI診断・自動判定サービスは、2026年2月時点で日本国内に一切存在しない。このカテゴリは明確なブルーオーシャンである。

本レポートは、5つの調査軸（①一般Web検索、②No.1調査会社、③リーガルテック・SaaS、④広告審査AIツール、⑤プレスリリース配信）を網羅的に調査し、No.1表示の景品表示法上の適法性をAIが自動診断するサービスの有無を検証したものである。

景品表示法の広告チェックAIは10社以上が提供しているが、いずれも「広告表現全般」の優良誤認・有利誤認を検知するものであり、No.1表示に固有の論点——調査方法の客観性、比較対象の適切性、調査対象者の選定、表示と調査結果の対応関係——をAIが自動判定するサービスは確認されなかった。

調査結果①：広告コンプライアンスAI 10社超を調査 → No.1表示特化機能は全社ゼロ

調査結果②：No.1調査会社 主要6社を調査 → AI診断サービスの提供なし

調査結果③：PR TIMES等4大配信サービスで14クエリ検索 → 該当リリース件数ゼロ

調査結果④：消費者庁・JMRA等の業界団体 → デジタルチェックツール未提供

1.

既存の景表法AIツールはNo.1表示を「特化対象」としていない

日本国内で稼働中の広告コンプライアンスAIツールを網羅的に調査した結果、景品表示法に対応するツールは複数存在するが、いずれも薬機法チェックを起点として開発され、景表法対応はその拡張として位置づけられている。

サービス名	提供企業	景表法対応	No.1特化
Ad-IS（アドイス）	池田・染谷法律事務所	◎ 景表法主軸	✗
広告チェックAI	Archaic	○ 対応あり	✗
TRUSQUETTA	トラスクエタ	○ NGワード検知	✗
RiskMill	Crew / サイバー・バズ	○ ステマ・優良誤認	✗
AI広告審査チェック	丸の内ソレイユ	○ 対応あり	✗
KIBIT広告審査	FRONTEO	○ オーダーメイド	✗
景表法チェックカー	Allganize	○ LLMベース	✗
機械良文	DCアーキテクト	△ 薬機法主軸	✗

※ 2026年2月時点の公開情報に基づく。各社の非公開機能は含まれない。

このうちAd-ISは景品表示法を主軸に据えた唯一のAIチェックツールであり、消費者庁出身の弁護士チーム（池田毅弁護士・染谷隆明弁護士）が開発に関与している。過去の措置命令事例をベースにAIが不当表示のチェックポイントを指摘する仕組みのため、No.1表示関連の措置命令パターンもカバーし得る。しかし、Ad-ISもNo.1表示に「特化」した診断機能を前面に打ち出しておらず、あくまで景表法全般の広告表現チェックという位置づけである。

Archaic社の「広告チェックAI」は累計400社超が導入する市場最大規模のツールだが、薬機法・景表法・食品表示法等の広告表現全般を対象としており、ツール自体にNo.1表示特化の判定ロジックは確認できなかった。

2. No.1調査会社はいずれもAI診断サービスを持たない

日本のNo.1調査市場を構成する主要6社を個別調査した結果、いずれの企業もAIを使ったNo.1表示の事前リスク診断サービスを提供していないことが確認された。

■ JMRO（日本マーケティングリサーチ機構）

7,000件超のNo.1調査実績を持つ業界最大手。品質管理は弁護士・有識者による第三者委員会と調査ガイドライン委員会による人的チェックに依拠。AI活用の記述なし。

■ ショッパーズアイ

クロス・マーケティンググループ子会社。人的コンサルティングによるNo.1検証リサーチを提供するのみ。

■ ESP総研（現・未来トレンド研究機構）

専門調査員によるフィールドリサーチが中心。AI活用の形跡なし。

■ 東京商工リサーチ

130年超の信用調査実績に基づくNo.1調査を提供。AI診断機能は未実装。

■ 日本トレンドリサーチ（NEXER運営）

2024年1月にNo.1調査サービス自体を終了。

■ GMOリサーチ & AI

2024年7月にJMRA認定のNo.1検証リサーチを開始。社名に「AI」を含むが、No.1表示の適法性AI診断は未提供。

各社に共通するのは、No.1表示のコンプライアンスは弁護士や有識者による「人的判断」に委ねられており、AIによる自動化は未着手という現状である。

3. なぜ「No.1表示AI診断」は存在しないのか

この市場空白には構造的な理由がある。No.1表示の適法性判断が、既存のAI広告チェックツールの技術アーキテクチャとは本質的に異なる性質を持つためだ。

消費者庁が2024年9月に公表した「No.1表示に関する実態調査報告書」は、主観的評価に基づくNo.1表示の合理的根拠として4要件を明示した。

要件①	比較する商品等の適切な選定
要件②	調査対象者の適切な選定
要件③	調査の公平な実施方法
要件④	表示内容と調査結果の適切な対応

既存のAIツールは広告の「テキスト表現」をNGワード検知やLLMで分析する仕組みであり、広告文面の背後にある「調査設計の妥当性」まで自動判定する能力を持たない。No.1表示の違法性は表現そのものよりも、その根拠となる調査の質に大きく依存する。この「裏取り」の必要性が、テキスト解析AIだけでは対応困難なボトルネックとなっている。

規制執行の急激な強化

指標	数値	出典
2023年度 No.1表示関連措置命令	13件（前年度2件）	消費者庁
2024年2～3月 集中措置命令	2週間で12社	消費者庁
改正景表法 直罰規定	100万円以下の罰金	2024年10月施行
課徴金加算制度	売上額3%→4.5%	2024年10月施行
2024年度 課徴金総額	約19億2,696万円	消費者庁
コンプライアンス違反倒産	388件（過去最多）	帝国データバンク

需要は確実に高まっているが、技術的なハードルの高さがサービス開発を阻んでいる。

4. プレスリリース・公的機関にも該当サービスの記録はゼロ

PR TIMES、@press、DreamNews、ValuePressの4大プレスリリース配信サービスを14種類の検索クエリで網羅的に調査した結果、「No.1表示AI診断」に該当するサービスリリースは一件も存在しなかった。「No.1表示 AI」で検出されるのは消費者意識調査（マクロミル、GMOリサーチ＆AI）の調査結果リリースのみであり、診断ツールのリリースではない。

消費者庁・公正取引委員会もNo.1表示に関するAI診断ツールやセルフチェックツールを一切提供していない。提供されているのは2024年9月の実態調査報告書（PDF）と、2008年の公正取引委員会報告書のみである。

業界団体ではJMRA（日本マーケティング・リサーチ協会）が最も積極的にNo.1表示問題に取り組み、調査データ開示ガイドラインや提言を公表しているが、デジタルチェックツールの開発には至っていない。JADMA、JIAA、JAROもガイドライン・セミナーによる啓発にとどまる。

5. 結論

調査の結果を総合すると、以下の3点が明確になった。

第一：「No.1表示に特化したAI診断サービス」というカテゴリは日本市場に存在しない。

10社以上の広告コンプライアンスAIツール、6社以上のNo.1調査会社、主要リーガルテック企業、業界団体、消費者庁—いずれもこのカテゴリのサービスを提供していない。プレスリリース配信サービスにもリリース記録はない。

第二：既存の景表法AIツールはNo.1表示の問題を部分的にカバーし得るが、「No.1表示特化」とは質的に異なるサービスである。

No.1表示固有の判断要素（調査設計の妥当性評価）には対応できておらず、広告テキスト解析の範囲を超えていない。

第三：No.1表示に対する規制強化は、この領域におけるAI診断ツールへの潜在需要が高いことを示唆している。

技術的には広告テキスト分析だけでなく調査設計の妥当性評価まで踏み込む必要があるため開発障壁は高いが、それゆえに先行者利益が大きい市場空白といえる。

帝国ナンバーワンリサーチ組合が提供開始する「No.1セルフAI診断」は、日本市場において初のサービスカテゴリ創出となる。

本レポートについて

本レポートは、帝国ナンバーワンリサーチ合同会社が2026年2月に実施した独自調査に基づくものです。調査対象は公開情報に限定されており、各社の非公開機能やベータ版サービスは含まれません。本レポートの内容は情報提供を目的としたものであり、法的助言を構成するものではありません。

帝国ナンバーワンリサーチ合同会社

代表：岩城 雄介

〒150-0002 東京都渋谷区渋谷2-19-15 宮益坂ビルディング

HP : <https://teikoku-no1.jp> | メール : info@teikoku-no1.jp

公式LINE : <https://lin.ee/zLFweyj>