

No. 1 表示に関する実態調査について(概要)

平成20年6月13日

公正取引委員会

1 調査の目的

広告等の表示物において、「No. 1」、「第1位」、「トップ」、「日本一」などと強調する表示(いわゆる「No. 1 表示」)について、その具体的根拠が記載されていない、分かりにくいとの指摘があることなどから、消費者モニターを活用してNo. 1 表示に関する実態調査を行い、景品表示法上の考え方を整理。

2 No. 1 表示についての景品表示法上の考え方

商品等の内容の優良性や取引条件の有利性を表すNo. 1 表示が合理的な根拠に基づかず、事実と異なる場合には、景品表示法上問題となる。

3 望ましい表示

(1)商品等の範囲に関する表示

○ No. 1 表示の根拠となる調査結果に即して、一般消費者が理解することができるようにNo. 1 表示の対象となる商品等の範囲を明りょうに表示すること。

(明りょうでない表示例)

- ・「お客様満足度 ○○部門 No. 1」(注:○○は化粧品の種類、表示物は化粧品の通信販売に用いられているもの)(実際には、化粧品全体の○○部門における調査結果ではなく、通信販売される化粧品の○○部門における調査結果であった。)
- ・「○○健康食品シェアNo. 1」(注:○○は特定の栄養成分等)(一般消費者にとって、○○健康商品の範囲を理解することは困難なものであった。)

(2)地理的範囲に関する表示

○ No. 1 表示の根拠となる調査結果に即して、調査対象となった地域を、都道府県、市町村等の行政区画に基づいて明りょうに表示すること。

(明りょうでない表示例)

- ・「施術件数実績地域No. 1」
- ・「地域No. 1の合格実績」

(3)調査期間・時点に関する表示

○ No. 1 表示は、直近の調査結果に基づいて表示するとともに、No. 1 表示の根拠となる調査の対象となった期間・時点を明りょうに表示すること。

(明りょうでない表示例)

- ・「○○販売数日本1位『△△雑誌』□年□月号より」(注:○○は商品の種類)
- ・「オール電化住宅施工棟数 5年連続○○県下No. 1」

(4)No. 1 表示の根拠となる調査の出典に関する表示

○ No. 1 表示の根拠となる調査の出典を具体的かつ明りょうに表示すること。

- ◇ 例えば、ある調査会社が行った調査結果に基づくNo. 1表示の場合には、調査会社名及び調査の名称を表示すること。
- ◇ 調査の出典とともにその調査方法や調査結果について、表示物にホームページアドレスを記載するなどして、一般消費者が確認できるようにすることも一つの方法
- ◇ 第三者が調査した既存のランク付け等を根拠にNo. 1表示を行う場合には、当該調査が客観的に実証された根拠に基づくものかどうかを確認すること。

問い合わせ先 公正取引委員会事務総局経済取引局取引部消費者取引課
電話 03-3581-3375(直通)

ホームページ <http://www.jftc.go.jp/>