一定の有資格者や、専門家の主観的評価を訴求する高評価％表示の例としては、例えば、「医師の 90％が推奨する」といった、前記のような表示が挙げられる。

このような表示は、調査対象者である医師が、対象商品等の品質・内容（例えば、効果効能等）に関する客観的なデータを踏まえ、専門的な知見に基づく判断として「推奨」していることを示す表示と考えられる。

このことは、消費者の意識調査において、前記のような表示を見た際に、「G商品は、医師の知見により、専門的な根拠や裏付けがあると思う」と回答した者又は「G商品の品質・内容（例えば、効果効能等）に関する客観的なデータを元に、調査を行ったと思う」と回答した者がいずれも約５割に上ることからも裏付けられる。

したがって、前記のような表示を行いながら、実際に行われた調査が、例えば、次のようなものであった場合には、当該表示との関係で合理的な根拠があるとはいえず、景品表示法上問題となるおそれがある。

① 調査回答者が医師かどうかを自己申告により確認するだけで、医師であることを客観的に担保できていない場合

② 調査対象者である医師の専門分野（専門の診療科など）が、対象商品等を評価するに当たって必要な専門的知見と対応していない場合

③ 調査対象者である医師が、回答に際し、調査会社等から、対象商品等の品質・内容について合理的な根拠がない情報の提供を受けている場合（例えば、「△△試験の結果、この商品には○○の効果がある」、「この商品は安全性について○○の認定を受けている」等の情報が提供されているが、当該情報が事実と異なっていたり、効果等が客観的に実証されているとはいえない場合）