

SOLEIL

弁護士法人丸の内ソレイユ法律事務所

2023.2

NewsLetter

Vol.21

最新事例から学ぶ
No.1表示の注意点

今月号のテーマは「No.1表示の注意点」についてです。

2023年1月12日付で、消費者庁から株式会社バンザンに対し「景品表示法に基づく措置命令」が出されました。

今回の指摘の1つが、「利用者満足度No.1」等のいわゆる「No.1表示」に対して優良誤認表示が認められる、というものでした。問題のアンケートは別の調査会社の実施していることが注釈から分かりますが、どこに問題があったのでしょうか。福永弁護士が解説いたしました。

表紙写真：丸の内ビルディング 35階 展望エリアからの眺め

～今月のテーマ～

No.1 表示の注意点



弁護士法人丸の内ソレイユ法律事務所
弁護士 福永 敬亮

Executive Summary

1. はじめに
2. 適切な No.1 表示の要件
3. バンザンの事例について
4. まとめ

1 はじめに

広告表現において「同業他社の製品より優れていることを強調したい!」と考えた場合、「No.1」「第1位」「日本一」といった表現は、魅力的な表現ですよね。

実際にその商品を使用したことがない消費者にとつては、売上高ランキング、人気ランキング、満足度ランキングというのとは、商品を選択するうえで細かい情報を収集する手間が省けるため、分かりやすい指標になります。

その反面、実際にはNo.1ではないのにNo.1と表示されていたら、消費者にとつては、本当に優れた商品を選択する機会を奪われてしまうことになります。

今回は、適切にNo.1表示をするための注意点について、解説していききたいと思います。

2 適切なNo.1表示の要件

No.1表示が合理的な根拠に基づかない場合には、景品表示法上の優良誤認表示に該当することになります。今年の1月にも、オンライン個別学習指導を運営する家庭教師の「バンザン」が、自社ウェブサイトに「オンライン家庭教師で利用者満足度No.1に選ばれました!」、「第1

位オンライン家庭教師 利用者満足度」、「第1位オンライン家庭教師 口コミ人気度」と表示していたところ、この表示には合理的根拠がなく、景品表示法上の優良誤認表示に当たるとして、消費者庁から、一般消費者等への周知徹底や再発防止策を命じられる措置命令を受けました。



では、こういった場合に、No.1表示が合理的根拠に基づくものと認められるのでしょうか。これについて、公正取引委員会の「No.1表示に関する実態調査報告書」では、①No.1表示の内容が客観的な調査に基づいていること、②調査結果を正確かつ適正に引用していることの両方を満たす必要があるとされています。

①の「客観的な調査」に関しては、(i)当該調査が関連する学術界又は産業界において一般的に認められた方法又は関連分野の専門家多数が認める方法によって実施されていること、(ii)社会通念上及び経験則上妥当と認められる方法で実施されていることが必要であるとされています。そのため、例えば調査対象者を自社に有利になるように恣意的に選定するとか、調査対象者数が極めて少ないとか、そもそも自社に不利な結果になりような質問項目を設定しているとか、そのような、結果の客観性に疑問が生じるような調査方法は、合理的根拠として認められないということになります。

また、②の「調査結果を正確かつ適切に引用」に関しては、直近の調査結果に基づいて表示するとともに、No.1表示の対象となる商品等の範囲、地理的範囲、調査期間・時点、調査方法、調査の出典等についても、当該調査の実態に即して明瞭に表示する必要があるとされています。

簡単に言うと、広告でNo.1表示をする場合は、最新の調査結果に基づいて、その調査内容の詳細も消費者が分かるようにきちんと表示しなさい、ということになります。



3 バンザンの事例について

では、バンザンの事例では、何が問題だったのでしょうか。

バンザンのホームページにあったNo.1表示の裏付けとなる調査については、他の事業者が提供する同種役務の利用の有無を確認することなく実施したものであることや、バンザンが委託した事業者に登録している会員全員を対象に、設定した回答数に到達するまで実施したものであることから、客観的に調査方法で調査したものでなかった、とされています。

すなわち、実際にはオンライン家庭教師など利用したことがない人に対して調査を実施したいいわゆるイメージ調査であるにもかかわらず、その結果をもって、あたかもオンライン家庭教師を利用していた人が回答したかのように、「利用者満足度No.1に選ばれました」、「口コミ人気度第1位」などと表示していたということになります。

バンザンの事例では、いわゆる調査会社を利用して実施した調査結果を広告の根拠としていたのですが、調査会社が実施したものであるとしても、それだけでは客観的な調査に基づくものとはいえないことに注意が必要です。

消費者庁報道資料(別紙1)



4 まとめ

特にEC市場が拡大し、ウェブ広告が主流となっている昨今では、実際に商品やサンプルを手にとって購入するか否かを吟味するのではなく、口コミや評判、ランキングといったものの参考に商品を選択する消費者も増えていることと思います。そのような消費者に対しては、No.1表示は非常に分かりやすい訴求になります。その分、合理的根拠に基づいて調査したものでなければ、優良誤認表示になるリスクが高い表現になります。

こうしたことを踏まえて、今一度自社広告の表示について見直してみるとよいでしょう。

執筆者紹介

弁護士 福永 敬亮

【学歴】

神奈川県立上郷高等学校 卒業
青山学院大学法学部法学科 卒業
早稲田大学大学院法務研究科 中退

【職歴】

平成 25 年 神奈川県庁 入庁
令和 元年 丸の内ソレイユ法律事務所 入所

平成 25 年 4 月、神奈川県庁へ入庁。神奈川県庁にて環境行政や税務行政に従事した後、弁護士となり、令和元年より弁護士法人丸の内ソレイユ法律事務所入所、現在に至る。

ヘルス&ビューティーチームとして、広告表現セミナー講師や広告審査を数多く担当。顧問弁護士を務める企業に対するリーガルサービスを行っている。

丸の内情報

丸の内ビルディング 35 階 展望エリア

入場料：無料

【35 階 レストランフロア営業時間】

平日・土曜日 11:00 ~ 23:00
日曜・祝日 11:00 ~ 22:00



丸ビルの展望台と言えば、東京駅を一望できる5階のテラスが有名ですが、高級レストランフロアの35階にもあることはご存知でしょうか。

35階・36階レストランフロアへは専用のエレベーターで上り、35階にある展望エリアには無料で入ることができます。

窓からはお台場や東京タワー、国会議事堂や皇居を見渡すことができます。

広告審査サービス

スポット広告審査 A4 1枚 11,000円



広告審査内容

リスク度、修正案、修正理由

リスク度は4段階で表現

☆、★、★★、★★★

星が多くなるほどリスク高

作業優先、1枚当たりの審査費用がお安くなる「顧問プラン」もご用意しております。

チラシ1枚からスポットでご依頼頂けますのでお気軽にお問い合わせください。

おすすめスポットプラン

スタートアップ支援プラン 330,000円～

美容健康分野新規事業立ち上げの際のリーガルサポートプランです。新規ECサイト開設に必須の広告審査や法律文書作成、取扱商品への法的アドバイスを弁護士が行います。

広告審査内製化支援プラン 330,000円～

弁護士が貴社商品の広告審査マニュアル(NG表現集)を作成し、広告審査の内製化を目指すプランです。マニュアル完成後は社内セミナーを行い知識の定着まで行います。

無料相談のご案内

美容健康広告審査、利用規約、最終購入確認画面のチェック等、その他企業法務に関するご相談は初回30分無料でご相談を承っております。