

## 広告中に最上級表現を使用する際の留意事項について

2024(令和6)年10月28日  
電気通信サービス向上推進協議会  
広告表示アドバイザー委員会

電気通信 4 団体会員事業者の皆様におかれましては平素より広告表示の適正化へご尽力いただきありがとうございます。

さて、いわゆる NO.1 表示（例：顧客満足度 NO.1）に関し景品表示法違反での措置命令が昨今複数事業者に対し発せられております。消費者庁では NO.1 表示の実態調査を今春開始し、9月26日に調査結果が公表されたところです。

【消費者庁調査結果】

[https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair\\_labeling/survey/assets/representation\\_cms216\\_240926\\_02.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/survey/assets/representation_cms216_240926_02.pdf)

「NO.1」など一般的に最上級表現と言われる表現には「最大」「最高」「最安」「業界初」「当社だけ」「トップ」をはじめ様々な表現がありますが、いずれも必然的に比較を伴うかたちとなり、最も優れていることを表すものとなります。

ご承知のとおり当委員会では四半期毎に電気通信事業者の広告をチェックしておりますが、最上級表現を用いている広告が電気通信関連の広告でも増加している印象があります。

最上級表現を広告に使用する際には表示や訴求内容が客観的な事実や調査に基づいていること、客観的な事実や調査結果を正確かつ適正に引用していることを十分に確認し、消費者へ誤認を与えぬよう引き続きご協力をお願いいたします。

なお、「電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドライン」第7条で最上級表現使用の際の留意点等を規定していますのでご参照ください。

【自主基準ガイドライン（第13版）】

[https://www.tspc.jp/vc-files/tspc/pdf/Criteria\\_for\\_advertise\\_ver13f2.pdf](https://www.tspc.jp/vc-files/tspc/pdf/Criteria_for_advertise_ver13f2.pdf)

以上