

＝アンケート・めやすばこ《No.1表示について》の結果がまとまりました＝
 イメージ調査による「No.1表示」も多いため、注釈を良く読むようにしましょう。

実際に商品やサービスを利用したかどうかは問わない「イメージ調査」による、「満足度1位」「口コミ評価1位」などの「No.1表示」が問題となっています。

2023年度のアンケートでは、イメージ調査に関する注意喚起もかねて一般消費者を対象として実施し、紙の調査用紙およびインターネットフォームにより599枚の回答がありました。



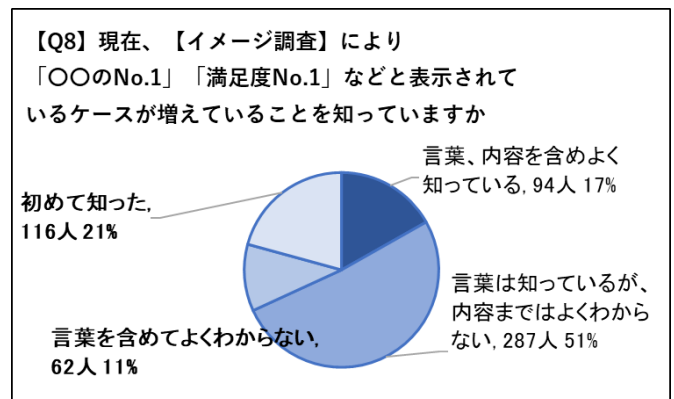
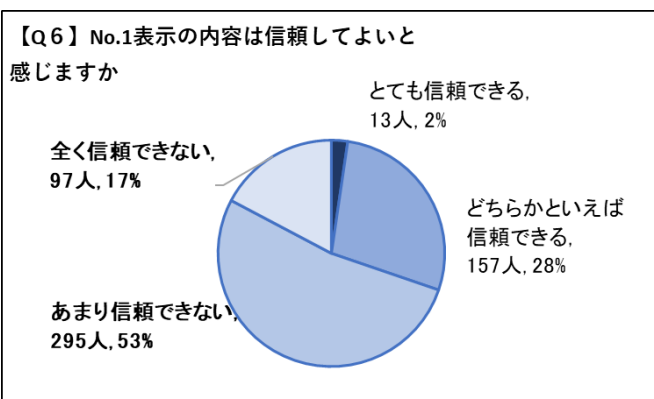
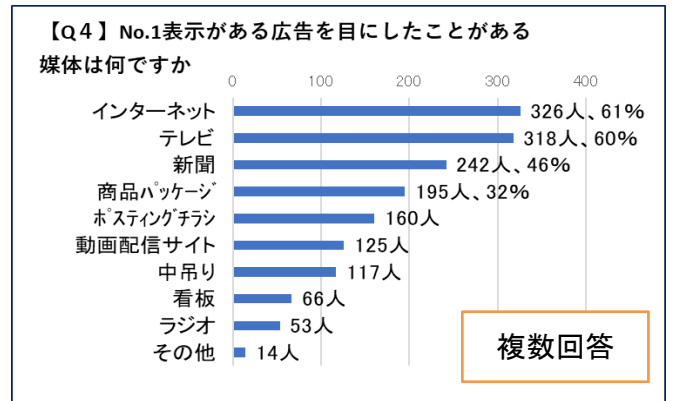
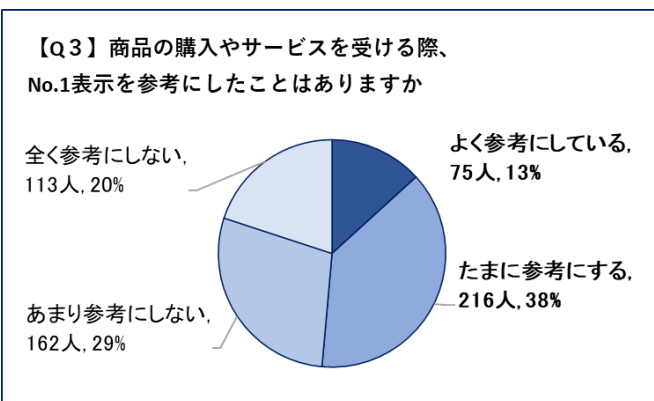
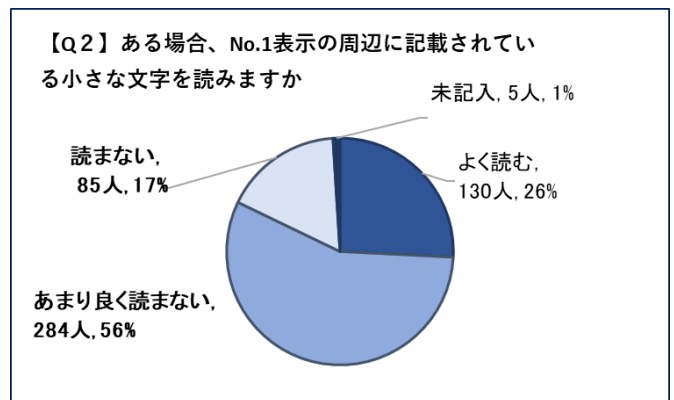
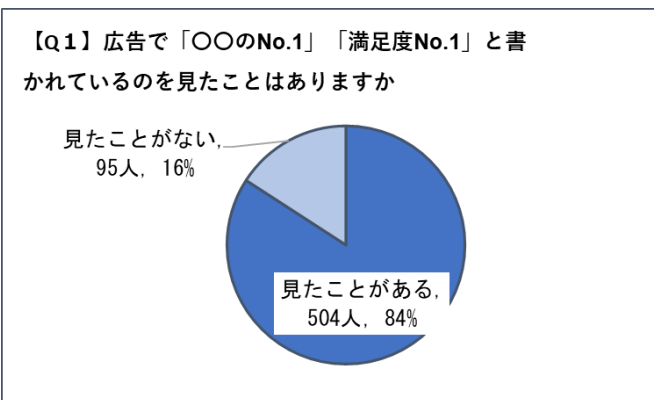
まとめ全文はこちら：http://saitamahigainakusukai.or.jp/topics/230407_01.html

または下記二次元コード



「アンケート・めやすばこ」とは…消費者の皆様への周知啓発・注意喚起および 消費者被害の把握を目的として実施しています。前身の「埼玉・商品被害をなくす連絡会」が1996年より開始し、継続して毎年テーマを変えて行っています。

【まとめ（概要）】



アンケートから見えてきたこと

- No.1表示の近くにある小さな文字を「あまり読まない」「読まない」との回答が約7割だったにもかかわらず、商品の購入やサービスを受ける際に「よく参考にしている」「たまに参考にする」との回答が半数を占めている。なおかつ、No.1表示の内容は「とても信頼できる」「どちらかといえば信頼できる」との回答が約3割であった。
- 「イメージ調査によるNo.1表示」が社会問題化されているが、No.1表示に惹きつけられる消費者がいかに多いかという結果だと思われる。
- No.1表示がある広告として、商品パッケージとの回答が3割強あった。商品パッケージも「広告」とみなされることから、注視していく必要がある。
- No.1表示の内容について、約3割の消費者が「信頼できる」と回答していることを重く受け止め、広告内容の規制や掲載基準の強化が必要。
- No.1表示を参考にし、商品を購入したりサービスを受けたりした結果「書いてある効果などないと感じた」との回答が71人あったが、景品表示法上の「優良誤認」にあたる広告が含まれている可能性がある。

「イメージ調査」によりNo.1などと謳われているケースが増えていることについて、8割以上の方がイメージ調査についてよく知らないにも関わらず、半数以上の消費者が商品の購入やサービスを受ける際にNo.1表示を参考にしていると答えています。言葉や内容についてよくわからないまま、広告の内容を信用して購入や契約につなげるケースが一定程度あることを示しています。

No.1表示が、業界や法律で一定のルールの下に数値化されているものではない現状、受け手の消費者にNo.1表示の意味が誤認なく伝わる必要があります。No.1表示周辺に記載されている小さな文字などの広告の詳細をよく読むことで、そのNo.1表示が「公正な調査によるもの」か「イメージ調査などによるもの」かの判断につなげることができると思われることから、その部分の文字が小さくて読めない、目に入らないというのはあってはなりません。法規制や事業者の自主的な改善に期待するとともに、消費者に対しても更なる啓発が必要であると考えます。

消費者の皆様へ 気を付けていただきたいこと

身の回りのあふれる「今だけお得！」「満足度1位！」などのたくさんの広告。でも鵜呑みにしてはいけません。No.1表示や価格の近くにある小さな文字をきちんと読み、公正な調査によるものかどうか、お得な価格には条件がないか等、よく理解した上で購入するようにしてください。

広告のNo.1表示には、公正な調査（実績調査のように実際に売り上げから導き出す数値や、購入した消費者を対象としたアンケート結果）によるものと、**実際に購入したかどうかを条件にしない、イメージ調査によるものが混在しています。**イメージ調査で導かれたNo.1表示には「使ったことがない人の回答」も含まれており、それにも関わらず「満足度1位」などと表示されていることがあります。

- 実際に購入した消費者から得るアンケート調査に関しても、商品申込みの段階で「口コミをUPすることを予め約束する」ことで割引などを行う販売手法もあります。口コミ数だけを単純に評価することはできません。
- 私たち消費者は、何かを選ぶ際「No.1表示」に引きずられてしまう傾向にあり、そのことが事業者の狙い目であることを意識しなければいけません。