

「日本初」「世界初」「業界初」

# “初”表示の 規制動向と実務

景品表示法・自主規制・海外法制を、  
一次情報から読み解く

対象期間 2025年 - 2026年9月

帝国ナンバーワンリサーチ組合

帝国ナンバーワンリサーチ合同会社



## このレポートの要点

「日本初」「世界初」「業界初」。新しさを一語で伝えられるこの表現は、プレスリリースでも広告でも日常的に使われています。けれども2025年10月、イベント告知の「広島初」という表示に、景品表示法に基づく措置命令が出されました。“初”は、勢いで書ける言葉ではなくなっています。

### このレポートについて

2026年9月20日時点の公表情報に基づく。本文中の小さな数字は、巻末「出典一覧」の番号を示す。

本レポートは、“初”表示をめぐる法規制・自主規制・海外法制の現在地を、公表されている一次情報にあたって整理したものです。広告・広報・法務のご担当者が、表示を出す前の確認に使えることを目指しました。

### 要点 1

## “初”に専用の規制はない。だが、景品表示法の射程にある

“初”表示を名指しする規制はないが、最上級表示の一類型として、優良誤認（5条1号）・有利誤認（5条2号）の枠組みで判断される。消費者庁の「No.1表示に関する実態調査報告書」（2024年9月）の考え方が実務上の物差しとなり、2025年10月15日には「広島初」という表示に措置命令が出た。

### 要点 2

## 執行は「命令」に「確約」が加わった。問われているのは広告主自身の確認

改正法の施行（2024年10月）後、消費者庁の措置命令は2023年度の44件から2025年度の13件へ減り、確約計画の認定が8件に増えた。件数は減っても、当局・配信プラットフォーム・広告審査機関がそろって問題にしているのは、根拠を他人任せにする姿勢である。

### 要点 3

## 根拠ある“初”の条件は、定義の限定・網羅的な調査・記録

「ない」ことの証明は原理的に不完全で、先行例が1件見つければ覆る。地理・カテゴリー・時点を先に限定し、調べた範囲と方法を記録しておくことが防御線になる。薬機法・医療広告・不動産のように“初”や最上級表現そのものが制限される領域があり、海外でも“first”は実証の対象である。

## 目次

|   |                      |    |
|---|----------------------|----|
| 1 | “初”表示の法的位置づけ         | 4  |
| 2 | 事例研究 「広島初」への措置命令     | 6  |
| 3 | 改正景品表示法後の執行          | 7  |
| 4 | 「世界初」と“ないこと”の証明      | 9  |
| 5 | 自主規制と業界別ルール          | 11 |
| 6 | 海外の規制——“first”も実証の対象 | 12 |
| 7 | 市場で起きていること           | 14 |
| 8 | “初”と書く前に——実務の確認事項    | 15 |
|   | このレポートの確度と留保／出典一覧    | 17 |
|   | 帝国ナンバーワンリサーチ組合について   | 19 |

## “初”表示をめぐる主な動き

|             |   |                                            |
|-------------|---|--------------------------------------------|
| 2008年6月13日  | ● | 公正取引委員会「No.1表示に関する実態調査報告書」を公表              |
| 2022年6月16日  | ● | PR TIMESが最上級表現の基準を新設。客観的根拠の併記を必須に          |
| 2024年9月26日  | ● | 消費者庁「No.1表示に関する実態調査報告書」を公表                 |
| 2024年10月1日  | ● | 改正景品表示法が施行（確約手続、課徴金の加算、直罰）                 |
| 2025年1月16日  | ○ | 米FTCが「世界初のロボット弁護士」を掲げた事業者への最終命令を承認         |
| 2025年2月26日  | ● | 景品表示法で初めての確約計画を認定                          |
| 2025年9月19日  | ● | 「No.1」表示（優良誤認の疑い）を含む事案で確約計画を認定             |
| 2025年10月15日 | ● | イベント告知の「広島初」表示に措置命令                        |
| 2025年12月10日 | ● | PR TIMES審査レポート2025。「最上級表現の根拠不足」が審査連絡の最多理由に |
| 2026年5月15日  | ● | 改正景品表示法15条2項（弁明機会付与の通知のインターネット公示）が施行       |
| 2026年7月23日  | ● | JAROが2025年度の苦情受付を公表。12,589件で過去最多           |
| 2026年9月27日  | ○ | EU指令2024/825（環境主張等の新ルール）の適用開始              |

●

行政・法令

●

自主規制・民間

○

海外

## 1

## “初”表示の法的位置づけ

“初”表示を直接の対象とする規制はない。それでも措置命令は出る。まず、どの条文が、どのような理屈で“初”に及ぶのかを確認する。

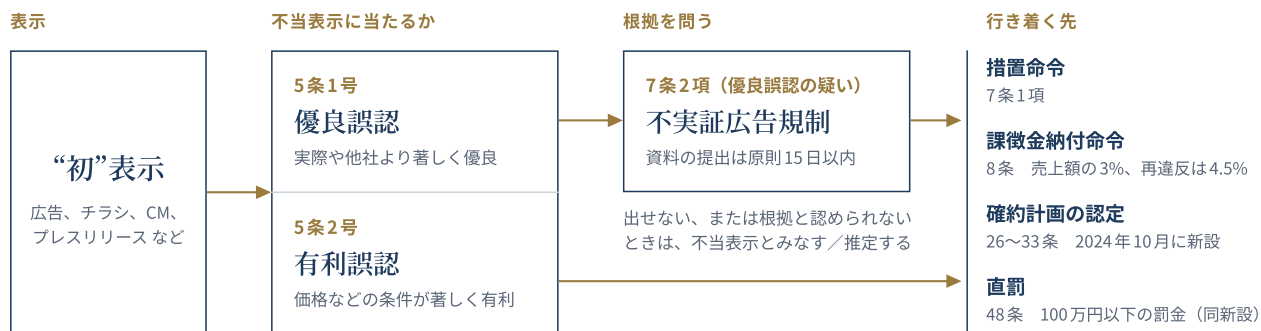


図1 “初”表示に及ぶ景品表示法の枠組み。不実証広告規制（7条2項）は、優良誤認の疑いがある場合の仕組みである。景品表示法<sup>2</sup>と改正法の概要<sup>10</sup>をもとに当組合作成。

## 1-1

## 専用の規制はなく、「最上級表示」として判断される

日本初・世界初・業界初・国内初・地域初といった“初”表示は、景品表示法上の独立した類型ではない。「No.1」「最高」「唯一」と同じく、競争事業者との比較で自社の優位を示す最上級表示の一種として、優良誤認表示（5条1号）または有利誤認表示（5条2号）の枠組みで判断される<sup>1・2</sup>。

消費者庁は優良誤認の例として、「この技術を用いた商品は日本で当社のものだけ」と表示していたが、実際には競争事業者も同じ技術を用いた商品を販売していた、という場면을挙げている<sup>1</sup>。“日本初”や“唯一”を名乗る表示は、もともと典型例として想定されているわけである。

## 1-2

## 根拠を問う仕組み——不実証広告規制

## 合理的な根拠の二要件

①資料が客観的に実証された内容であること（試験・調査の結果、または専門家等の見解・学術文献）。②表示された内容と、実証された内容が適切に対応していること<sup>3</sup>。

表示の裏付けを問う中心的な道具が、不実証広告規制（7条2項）である。消費者庁長官は、優良誤認に当たるかを判断するため必要があるとき、期間を定めて、表示の裏付けとなる合理的な根拠を示す資料の提出を求めることができる。提出期限は原則として15日後。資料を出せない場合、または出した資料が合理的な根拠と認められない場合、その表示は、措置命令との関係では不当表示とみなされ（7条2項）、課徴金納付命令との関係では不当表示と推定される（8条3項）<sup>2・3</sup>。

もっとも、“初”には効果・性能の表示と違う性質がある。反例が1件あれば偽と確定する、という点だ。当局は資料の提出を求めるまでもなく、先行例という客観的事実から直接に優良誤認を認定できる。第2章の事案はその実例である。

## 1-3

## No.1表示の報告書は、“初”の物差しにもなる

消費者庁は2024年9月26日、「No.1表示に関する実態調査報告書」を公表した<sup>4</sup>。2008年の公正取引委員会の報告書<sup>5</sup>の考え方を引き継ぎつつ、「顧客満足度No.1」のような主観的評価によるNo.1表示と、「医師の○%が推奨」のような高評価%表示について考え方を示したものだ。背景には、2023年度の措置命令44件のうち13件がNo.1表示に関するものだったという事情がある<sup>4・11</sup>。

報告書は、主観的評価によるNo.1表示の根拠となる調査について、少なくとも次の4点を満たす必要があるとする<sup>4</sup>。

- 1 比較する商品・サービスが適切に選定されていること
- 2 調査対象者が適切に選定されていること
- 3 調査が公平な方法で実施されていること
- 4 表示内容と調査結果が適切に対応していること

報告書は“初”表示を直接の対象にはしていない。しかし「競争事業者と比べて自社が唯一・第一である」と示す機能は同じであり、実務では、客観的で網羅的な比較と、対象範囲の明瞭な表示という報告書の骨格が、そのまま“初”の物差しになる。

注記についての指摘も重要である。報告書は、「サイトイメージ調査」「本ブランドの利用有無は聴取していません」といった注記があっても、表示内容と調査結果が対応していないことに変わりはないとした<sup>4</sup>。小さな注記で表示全体の印象を修正することはできない。この考え方は、“初”に添える限定条件の書き方（第7章）にも通じる。

## 1-4

## 報告書が描いた「調査会社任せ」の構図

報告書は、不当なNo.1表示が生まれる要因にも踏み込んでいる。ヒアリングした広告主15社のうち、調査の具体的な中身——回答者に何を尋ねたのか、比較対象にどの企業が選ばれたのか——を把握していたのは1社だけだった。担当者が「調査のことは聞いても分からない」「他社も同じ調査会社を使っている」「調査会社が適法だと言っている」といった理由で、内容を確認できないまま問題ないと結論づけていた実態も示されている<sup>4</sup>。

報告書の公表当日、消費者庁長官は会見で、法的な責任はあくまで広告主にあると述べ、根拠を自ら確認するよう求めた<sup>6</sup>。「初」表示でも構図は変わらない。第三者の報告書や証明書があっても、その中身を自分の言葉で説明できなければ、広告主の根拠にはならない。

## 2

## 事例研究 「広島初」への措置命令

2025年10月、イベント告知の「広島初」という表示に措置命令が出た。「初」表示が正面から問われた事案として、公表資料から事実関係と示唆を整理する。

### 事案の概要

出典：消費者庁・公正取引委員会の公表資料<sup>7・8</sup>

|       |                                                       |
|-------|-------------------------------------------------------|
| 処分日   | 2025年（令和7年）10月15日                                     |
| 処分    | 措置命令（景品表示法7条1項）。違反条項は5条1号（優良誤認）                       |
| 名宛人   | 株式会社テレビ新広島（イベントの主催者）                                  |
| 調査    | 消費者庁、公正取引委員会（近畿中国四国事務所中国支所）                           |
| 対象    | ラーメンイベント「ひろしまラーメンスタジアム2024」（2024年11月15～17日、22～24日に開催） |
| 表示    | 新聞折込チラシ、会場配布チラシ、テレビCMで、一部の出店店舗について「広島初」等と表示           |
| 実際    | 当該店舗は、過去に広島県内で開かれた同種・類似のイベントに出店した経歴があり、県内初出店ではなかった    |
| 命令の内容 | ①一般消費者への周知徹底 ②再発防止策の実施と役員・従業員への周知徹底 ③同様の表示の禁止         |

### 2-1

### 何が問題とされたか

チラシやCMには、出店する店舗の紹介とともに「広島初」の文字が添えられていた。消費者庁は、これを「その店舗が広島県内に初めて出店するかのように示す表示」と捉え、実際には過去に県内のイベントへの出店歴があったことから、イベントの内容について実際のものよりも著しく優良であると示すものと認定した<sup>7</sup>。

### 7条2項と課徴金

公表された措置命令書の「法令の適用」は5条1号のみで、不实証広告規制を適用した旨の記載はない。課徴金納付命令も、2026年7月末までの消費者庁公表分には見当たらない<sup>7・11</sup>。

報道などによれば、“初出店”の表示を理由とする措置命令は全国で初めてとされる<sup>9</sup>。ただし当組合は過去の措置命令を全件確認したわけではないため、本レポートではこの位置づけを報道に基づく情報として扱う。

## この事案が示す三つのこと

### “初”の範囲は、受け手の読み方で決まる

仮に表示する側が「常設店舗としては初めて」のつもりであっても、表示が「県内初出店」と読める以上、催事や期間限定の出店も先行例になる。裏付けの調査は、常設の有無にとどまらず、イベント、期間限定、すでに終了した事例まで広げる必要がある。

### 責任を負うのは、表示の内容を決めた者

命令を受けたのは出店した店舗ではなく、チラシとCMの表示内容を自ら決定していた主催者だった<sup>7</sup>。景品表示法では、表示内容の決定に関与した事業者が表示の主体となり、措置命令に故意・過失は要件とされない。出店者、メーカー、代理店、調査会社。他者から受け取った情報をそのまま載せても、責任は載せた側に残る。

### 短期間・地域限定の表示でも対象になる

開催は計6日間、表示は「広島」という一地域に関するものだった。「県内初」「地域初」「当店初」といった小さな“初”にも、同じ物差しが当てられる。

# 3

## 改正景品表示法後の執行

2024年10月の改正法施行から2年。措置命令の件数は大きく減り、代わって確約計画の認定が増えた。ただし、これを「規制が緩んだ」と読むのは早い。

### 3-1

### 改正法のポイント

令和5年改正法（令和5年法律第29号）は、大部分が2024年10月1日に施行された<sup>10</sup>。

- ― **確約手続（26～33条）** 違反の疑いのある表示をした事業者が是正措置計画を申請し、認定を受ければ、その行為について措置命令・課徴金納付命令を受けない。

- － **課徴金の見直し（8条）** 売上額を推計できる規定を整備。過去10年以内に課徴金納付命令を受けた事業者の再違反は、算定率が1.5倍（3%から4.5%）になる。
- － **直罰（48条）** 優良誤認・有利誤認表示に対し、措置命令を経ずに100万円以下の罰金を科すことができる。

2026年5月15日には、弁明の機会の付与の通知をインターネットで公示できるようにする改正（15条2項）も施行された<sup>12</sup>。

## 3-2

## 件数で見る執行の変化



図2 消費者庁による法的措置の件数（年度別、措置時点の件数）。消費者庁「景品表示法に基づく法的措置件数の推移」（令和8年7月31日現在）<sup>11</sup>をもとに作成。確約手続は2024年10月に導入。

措置命令は2年で3分の1以下になった。一方で確約計画の認定は、制度初年度の1件から2025年度は8件に増えている。2026年度は7月末時点で措置命令が4件、確約計画の認定と課徴金納付命令はまだない<sup>11</sup>。

課徴金納付命令は10件と、減っていない。2025年度には、利用経験を確認しないまま行ったイメージ調査を根拠とする「No.1」表示に対して、1億7,262万円の納付を命じた事案（2026年3月）も含まれる<sup>11</sup>。件数の減少は、違反に対する評価が甘くなったことを意味しない。景品表示法に詳しい弁護士は、確約手続の運用が安定すれば、調査や法的措置の件数が再び増える可能性を指摘している<sup>12</sup>。

## 3-3

## 確約計画の中身

これまでに認定された確約計画は、おおむね、①同様の行為を行わない旨の機関決定、②一般消費者への周知徹底、③再発防止措置、④購入者等への一部返金、⑤履

### 確約でも公表される

認定は違反の認定ではないが、事業者名と違反被疑行為の概要は公表される<sup>13</sup>。

行状況の報告、で構成されている。このうち①～③は不可欠と解説されている<sup>12・13</sup>。

2025年9月19日には、冷凍宅配食の「ランキングNo.1」等の表示が客観的な調査に基づいていなかった疑いのある事案で、確約計画が認定された。計画には購入者への一部返金が含まれる<sup>14</sup>。“初”表示に疑義が生じた場合も、同じ出口が選択肢になり得る。ただし、公表と返金を伴う点で、負担は小さくない。

## 3-4

## 2025年度の傾向

2025年度の事案を類型別に見ると、期間限定表示や二重価格表示といった有利誤認が多く、とくに美容・エステ分野のクーポン表示に処分が集中した<sup>11・12</sup>。優良誤認では、不実証広告規制を適用した措置命令（2025年8月、同年12月）と、第2章の「広島初」が並ぶ<sup>11</sup>。

# 4

## 「世界初」と“ないこと”の証明

“初”を名乗るとは、「自分より先に誰もいない」と言うことである。存在しないことの証明は、どこまで行っても完全にはならない。では、実務は何を根拠にするのか。

### 4-1

### 「ない」ことは、調べた範囲でしか語れない

#### 免責にはならない

「証明できないのだから責任は問われない」ことにはならない。民事訴訟の通説（法律要件分類説）でも、消極的事実であるというだけでは立証責任は動かない。

「世界初」の証明は、消極的事実の証明——いわゆる悪魔の証明——に近い。他に存在しないことを論理的に立証し切る方法はなく、先行例が1件見つければ表示は覆る。しかも不実証広告規制の下では、根拠を示す責任は事業者の側にある。

実務で取り得るのは、「この範囲を、この方法で、この時点まで調べたが、先行例は確認されなかった」という調査のプロセスそのものを記録し、それを合理的な根拠として示すことである。示すべき対象は、「存在しないこと」から「十分に調べたこと」へ移る。

### 4-2

### 先に決める、三つの限定

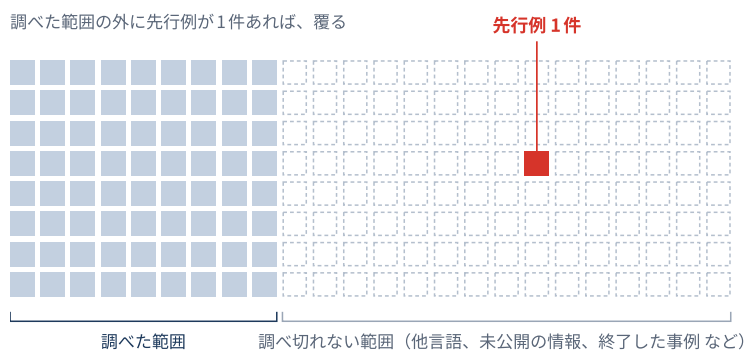
調べ切れる範囲に収めるには、“初”の定義を先に限定するしかない。

- ― **地理** 世界か、日本か、県内か。範囲が広いほど、言語とデータベースの壁が高くなる。
- ― **カテゴリー** 何についての“初”か。製品分野、技術要素、提供形態、対象顧客。
- ― **時点** いつの時点までを調べたのか。

限定は、調査の前に確定させる。結果を見てから範囲を狭める“後付け”は、消費者庁の報告書が問題にした恣意的な比較対象の選定<sup>4</sup>と同じ構造になる。

### 無限定の「世界初」

調べた範囲の外に先行例が1件あれば、覆る



### 限定した“初”

定義した範囲を調べ切り、記録する

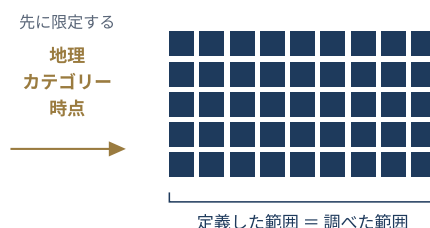


図3 無限定の「世界初」と、限定した“初”の違い（概念図）。ひとつのマスを、先行例があり得る場所ひとつと見立てている。当組合作成。

## 4-3

## 限定は、表示の上でも守る

### 主な情報源

特許文献、学術文献、新聞・雑誌の記事データベース、プレスリリース、業界紙、各国の製品情報やEC、専門家へのヒアリング。いずれも、検索式・対象データベース・検索日・除外理由を記録に残す。

調査で裏付けた範囲と、広告で名乗る範囲は一致していなければならない。「家庭用〇〇として日本初」と確認したものを、見出しやバナーで「日本初の〇〇」と縮めれば、裏付けのない表示になる。短い媒体ほど、限定語は落ちやすい。

難易度は、世界初が日本初より格段に高い。海外の特許・学術文献・報道・製品情報まで調べる必要があり、それでも調べ切れない領域が残るからである。

### 書き方の例（当組合作成）

× 世界初の〇〇

限定がなく、調べ切れない

○ 家庭用〇〇として日本初<sup>※</sup>

地理とカテゴリーを見出しに残す

※ 2026年9月時点、当社調べ。国内で販売された家庭用〇〇を対象に、特許文献・記事データベース・ECサイトを調査（記録は別途保管）。

## 5

## 自主規制と業界別ルール

法律より手前で、“初”表示を止める仕組みが働いている。プレスリリースの配信基準、広告審査機関、そして業界ごとの公正競争規約や広告基準である。

## 5-1

## 調査リリースの鮮度

調査結果を発表するリリースには、調査期間の終了から原則6か月以内というルールもある<sup>15</sup>。

## PR TIMES——根拠の併記がなければ配信できない

PR TIMESは2022年6月16日から、「日本初」「最安値」などの最上級表現について、客観的根拠の併記を必須としている。認められる根拠は、試験・調査による客観的結果か、専門家・専門機関の見解または学術文献。自社調べの場合は、その旨と調査年月、調査範囲（どの範囲での最上級か）の記載が求められる<sup>15・16</sup>。

同社の審査レポートによれば、2025年1～10月に配信された38万2,296件のうち3,414件（0.9%）が審査連絡の対象となり、理由の最多は「最上級表現の根拠不足」の31.2%だった。夏季には、熱中症対策グッズや季節限定の商品で「全国初」「業界初」をうたう発信が増えたという<sup>16</sup>。

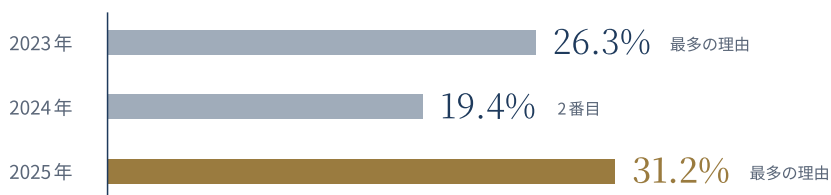


図4 PR TIMESの審査連絡（指摘）に占める「最上級表現の根拠不足」の割合。各年1～10月の配信分。同社の審査レポート2023～2025<sup>16</sup>をもとに作成。

ただし、審査を通ることと、景品表示法上適法であることは別の話である。配信基準が確かめるのは根拠が「書かれているか」であり、その根拠が実体として十分かどうかは、発信する企業が責任を負う。

## 5-2

## JARO——広告への視線は厳しくなっている

日本広告審査機構（JARO）が2025年度に受け付けた苦情は12,589件。前年度から49%増え、設立以来の最多となった。媒体別では、インターネットが初めて全体の6割（60.9%）を占めた<sup>17</sup>。増加の中心は不快な広告表現への苦情であり、No.1や“初”の表示が急増したという統計ではない点には注意したい。それでも、審議を経て発信された「見解」20件（嚴重警告9件、警告11件）のうち17件がインターネット関連であり<sup>17</sup>、ネット上の表示に向けられる目が厳しくなっていることは確かである。

## 5-3

## 業界別ルール——“初”そのものが制限される領域

| 領域                 | 根拠となるルール                             | “初”・最上級表現の扱い                                                                    |
|--------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 不動産広告              | 不動産の表示に関する公正競争規約 18条2項 <sup>18</sup> | 「日本一」「日本初」「業界一」「当社だけ」「他に類を見ない」等は、表示内容を裏付ける合理的な根拠資料を現に有している場合を除き、使用できない。         |
| 医薬品・医薬部外品・化粧品・医療機器 | 医薬品等適正広告基準 第4の3(6) <sup>19</sup>     | 効能効果・安全性について、最大級の表現やこれに類する表現はできない。「世界初の○○効果」のように効能と結びつく“初”は、この基準との関係を検討する必要がある。 |
| 医療機関の広告            | 医療広告ガイドライン（比較優良広告の禁止） <sup>20</sup>  | 「日本一」「No.1」「最高」等の最上級表現は、客観的な事実であっても広告できない。他院より優れている旨の訴求と受け取られる“初”にも、同じ問題が生じる。   |
| 健康食品・美容            | 景品表示法7条2項 ほか                         | 不実証広告規制が適用されやすい領域。効果・性能と結びつく“初”は、効果そのものの根拠も同時に問われる。                             |

これらの領域では、「根拠があれば名乗れる」とは限らない。表示の可否そのものを、先に確認する必要がある。

## 6

## 海外の規制——“first”も実証の対象

“World's first”の根拠は、法域ごとに問われる。主要4法域を整理する。

| 法域 | 根拠                           | 要点                                                                    | 直近の動き                                                             |
|----|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| 米国 | FTC法5条、広告実証の法理 <sup>21</sup> | 客観的な主張には、表示の前に合理的な根拠を持つていなければならない。                                    | AI関連の誇大表示を一斉に取り上げる「Operation AI Comply」（2024年9月～）                 |
| 英国 | CAP Code 3.7 <sup>22</sup>   | 消費者が客観的と受け取る主張には、表示の前に文書による証拠を保持する。優位性の主張は、広告主の意図ではなく受け手の理解に沿って評価される。 | 広告基準機構（ASA）が裁定と助言を随時公表                                            |
| EU | 指令(EU)2024/825 <sup>23</sup> | 「環境にやさしい」等の一般的な環境主張は、卓越した環境性能を実証できなければ禁止。認証制度等に基づかないサステナビリティラベルも禁止。   | 2026年9月27日から適用。国内法化の遅れに対し、欧州委員会は同年5月、20加盟国への違反手続を開始 <sup>24</sup> |

| 法域 | 根拠                                                       | 要点                                                 | 直近の動き                                          |
|----|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|------------------------------------------------|
| 中国 | 広告法9条3号・57条 <sup>25</sup> 、<br>広告絶対化用語執法指南 <sup>26</sup> | 「国家級」「最高級」「最佳」等の絶対化用語を禁止。<br>違反には20万元以上100万元以下の罰金。 | 2023年の執法指南が、時間・地域を<br>限定した客観的事実の表現を適用除<br>外と整理 |

## 6-1

## 米国——「世界初のロボット弁護士」

DoNotPay社は、自社のAIサービスを「世界初のロボット弁護士」とうたっていた。FTCは2024年9月に同社への措置を公表し、2025年1月16日、委員5対0で最終命令を承認した（公表は2月11日）。命令は、19万3,000ドルの金銭的救済、2021～2023年の購読者への通知、そして十分な証拠なしに「人間の弁護士と同等に機能する」とうたうことの禁止を内容とする<sup>21</sup>。

FTCが問題にしたのは、“first”の真偽ではない。同社が、AIの出力が人間の弁護士の水準に達しているかを検証しておらず、性能の主張に裏付けがなかった点である<sup>21</sup>。“世界初”という強い言葉は、それに見合う性能を暗に約束する。問われるのは、その約束の根拠だ。

## 6-2

## EU——環境をめぐる“初”は二重に問われる

2024年2月28日に採択された指令2024/825は、不公正取引方法指令と消費者権利指令を改正し、グリーンウォッシュへの対策を強める。加盟国は2026年3月27日までに国内法化し、同年9月27日から適用する<sup>23</sup>。「世界初のカーボンニュートラル〇〇」のような表示は、“初”の根拠に加えて、環境主張そのものの実証も求められることになる。なお、より包括的だったグリーンクレーム指令案については、2025年6月に欧州委員会が撤回の意向を示したと伝えられ、その後の扱いは資料によって説明が分かれている。

## 6-3

## 中国——“首个”は条件付きで使える

広告法9条3号は絶対化用語を禁じ、違反には高額な罰金が科される<sup>25</sup>。一方、2023年の「広告絶対化用語執法指南」は、時間・地域などの条件を限定したうえで、時間的・空間的な順序に関する客観的事実（“首个”＝初の、に当たる表現）や販売量等の事実を述べる場合には、絶対化用語の規定を適用しないと整理した（6条6号）。ただし、広告主が真実性を証明できなければ、広告法により処分される（7条）<sup>26</sup>。限定と証明。構造は日本と変わらない。

越境して“初”を名乗るなら、法域ごとに、その国の消費者の受け取り方と、その国の言語で書かれた先行例を前提に、裏付けを用意する必要がある。

## 7

## 市場で起きていること

“初”がとくに多用されるのは、新しさそのものが商品価値になる領域である。そこで何が起きているかを、確認できる範囲で見ておく。

## 7-1

### “世界初”が集まる領域

AI・SaaS、ヘルステック、D2C、美容機器。技術の新しさを短い言葉で伝えたい領域ほど、“世界初”“日本初”は多用される。とくに生成AI関連のサービスでは「世界初」をうたう発表が相次ぎ、第三者が検証しにくいことが専門家から指摘されている。ただし、これは傾向についての指摘であり、本レポートは個別の事案を評価するものではない。

スタートアップにとって、根拠の弱い“世界初”は、当局より先に、メディア・投資家・SNSから問われるリスクでもある。第5章で触れたPR TIMESのデータ——夏の商戦期に「全国初」「業界初」の根拠不足が増える<sup>16</sup>——は、商機と“初”が結びつきやすいことを示している。

## 7-2

### 条件付きの“初”と、注記の限界

「国内初」「地域初」「〇〇において初」といった条件付きの表示では、その条件が一般消費者に明瞭に伝わるかが焦点になる。大きな「日本初」の横に小さな注記で条件を添える、という設計は危うい。No.1表示の報告書は、不明瞭な注記では表示と根拠の対応関係を補えないとしている<sup>4</sup>。2025年9月に確約計画が認定された通信サービスの事案でも、キャンペーン期間の表示に添えた「※継続実施する場合あり」という注記では、期間限定という印象を打ち消せないと評価されたとみられている<sup>12</sup>。

## 7-3

### 「特許」と“初”を混ぜない

「特許取得」「特許出願中」は、“初”と一緒に使われやすい。しかし特許の存在は、製品の優良性も、市場で最初であることも、直接には意味しない。出願中であるにすぎないものを取得済みであるかのように見せれば、それ自体が別の誤認を生む。特許という事実と、“初”の根拠は、分けて示すべきである。

## 7-4

## 調査を外部に頼むとき

## この項について

依頼時の確認点は、公表資料の引用ではなく当組合の見解である。

“初”の調査や証明をうたうサービスは、複数の事業者が提供している。特許文献・学術文献・記事データベースなどのデスクリサーチと、第三者としての報告書の発行を組み合わせるのが一般的な形である。第1章で見たとおり、外部に委託しても表示の責任は広告主に残る。依頼の際は、少なくとも次の点を確認めたい。

- “初”の定義（地理・カテゴリー・時点）を、調査の前に文書で確定するか
- 調査範囲、検索式、データベース、検索日が、報告書に記録されるか
- 先行例が見つかったとき、「成立しない」という結論がそのまま報告されるか
- 広告上の表現（限定条件の書き方）まで、確認の対象になるか
- 報告書を、当局や媒体の審査にそのまま提出できるか

## 8

## “初”と書く前に——実務の確認事項

ここまでの内容を、表示を出す前の手順に落とし込む。定義が決まらなければ調査はできず、調査が終わらなければ表現は決められない。

## 8-1

## 八つの確認

## 1

## 定義する

何についての“初”かを一文で書く。地理・カテゴリー・時点を調査の前に確定し、後から狭めない。

## 2

## 読まれ方を確かめる

一般消費者がその表示をどう受け取るかを基準にする。「広島初」は「県内初出店」と読まれた。

## 3

## 自分で裏を取る

出店者、メーカー、代理店、調査会社。他者から受け取った情報も、表示する者の責任で確認する。

## 4

## 網羅的に調べる

特許、学術文献、記事データベース、プレスリリース、EC、海外情報。催事・期間限定・終了済みの事例も対象にする。

## 5

## 先行例が1件でもあれば、成立しない

その定義での“初”は名乗れない。範囲を定義し直すか、表示を見送る。

## 6

## 限定を表示に残す

見出し、バナー、SNSの短縮版でも限定語を落とさない。条件は小さな注記ではなく、本文で示す。

## 7

## 記録を残す

調査範囲、検索式、データベース、検索日、除外理由。求められてから15日で提出できる形にしておく。

## 8

## 鮮度を管理する

調査時点を明示し、掲載が続くあいだは定期的に確かめ直す。後から先行例が判明したときの取り下げ手順も決めておく。

## 8-2

## 立ち止まるべき六つの類型

| 類型                                    | なぜ危ういか                                              | どうするか                                        |
|---------------------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| 無限定の「世界初」                             | 地理にもカテゴリーにも限定がなければ、調べ切ることができない。後日の先行例1件で覆る。         | 限定できないなら、名乗らない。                              |
| <b>効能効果と結びつく“初”</b><br>医薬品・医療機器・化粧品など | 医薬品等適正広告基準は、効能効果・安全性についての最大級表現を認めない <sup>19</sup> 。 | 「世界初の〇〇効果」型は避ける。成分や製法の新規性をいう場合も、薬事の専門家に確認する。 |
| 不動産広告の“初”                             | 表示規約が「日本初」「業界一」等を名指しで制限している <sup>18</sup> 。         | 合理的な根拠資料を現に持っていることが前提。媒体や公正取引協議会にも確認する。      |
| イメージ調査で演出する“初”・No.1                   | 消費者庁の報告書が明確に問題視した手法。注記を添えても評価は変わらない <sup>4</sup> 。  | 使わない。                                        |
| 「特許出願中」の転用                            | 出願は、性能も、市場で最初であることも保証しない。                           | 特許の事実と“初”の根拠を、分けて示す。                         |
| 古い調査に基づく“初”                           | 調査時点と表示時点が離れるほど、後発の先行例や市場の変化で、表示が実態とずれていく。          | 調査時点を明記し、再確認の周期を決める。                         |

## 8-3

## 判断の分岐点

|                            |                            |
|----------------------------|----------------------------|
| 限定（地理・カテゴリー・時点）を、表示に書き込めない | ▶ “初”は使わない                 |
| 薬機法・医療広告・不動産規約の制限領域にあたる    | ▶ 専門家の意見を得るまで出さない          |
| 網羅的な調査で、先行例が1件でも確認された      | ▶ その定義では不成立。再定義するか、見送る     |
| “初”表示への措置命令が、今後も積み重なる      | ▶ 社内基準（調査範囲・記録・表現）を一段引き上げる |

# このレポートの確度と留保

2026年9月20日時点の公表情報に基づく。確度を三つに分けて示す。

## 一次情報で確認した事項

テレビ新広島に対する措置命令の内容  
消費者庁の法的措置件数（令和8年7月31日現在）  
No.1表示に関する実態調査報告書、長官会見  
改正景品表示法の内容と施行日  
PR TIMESの基準と審査レポート（2023～2025）  
JAROの2025年度苦情統計  
不動産表示規約、医薬品等適正広告基準、医療広告ガイドライン  
FTCの最終命令、CAP Code 3.7、EU指令2024/825、中国広告法（邦訳）と執法指南

## 二次情報に依拠した事項

“初出店”表示への措置命令が全国初であるという位置づけ（報道、専門メディア）  
確約手続の運用に関する評価と見通し、2026年5月施行の改正、注記の効力に関する確約事案の評価（弁護士による解説）  
EU加盟国の国内法化の遅れと違反手続（法律事務所による解説）  
グリーンクレーム指令案の状況

## 確認できなかった事項

テレビ新広島の事案における7条2項の適用の有無と課徴金（公表資料に記載がないことを確認したにとどまる）  
生成AI分野における「世界初」濫用の、国内での具体的事例（傾向の指摘にとどめた）  
2026年に入ってから、“初”表示に特化したガイドラインや検討会の動き（確認されなかった）

本レポートは一般的な情報提供を目的としており、個別の表示についての法的助言ではありません。具体的な表示の適否は、弁護士等の専門家にご相談ください。法令・基準・各社の規約は改正されることがあります。

## 出典一覧

|   |                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|---|----------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | 消費者庁「表示規制の概要」                                      | <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/representation_regulation">https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/representation_regulation</a>                                                                                                                                                              |
| 2 | 不当景品類及び不当表示防止法（e-Gov法令検索）                          | <a href="https://laws.e-gov.go.jp/law/337AC0000000134">https://laws.e-gov.go.jp/law/337AC0000000134</a>                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 3 | 消費者庁「不実証広告規制」                                      | <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/representation_regulation/misleading_representation/not_demonstrated_ad">https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/representation_regulation/misleading_representation/not_demonstrated_ad</a>                                                                  |
| 4 | 消費者庁「No.1表示に関する実態調査報告書」（2024年9月26日）                | <a href="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</a><br>公表ページ <a href="https://www.caa.go.jp/notice/entry/039459/">https://www.caa.go.jp/notice/entry/039459/</a> |
| 5 | 公正取引委員会「No.1表示に関する実態調査報告書」（2008年6月13日）             | <a href="https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/cyosa/cyosa-hyoji/h20/08061302.html">https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/cyosa/cyosa-hyoji/h20/08061302.html</a>                                                                                                                                                                                          |
| 6 | 消費者庁「新井消費者庁長官記者会見要旨（2024年9月26日）」                   | <a href="https://www.caa.go.jp/notice/statement/arai/039582.html">https://www.caa.go.jp/notice/statement/arai/039582.html</a>                                                                                                                                                                                                                                        |
| 7 | 消費者庁「株式会社テレビ新広島に対する景品表示法に基づく措置命令について」（2025年10月15日） | <a href="https://www.caa.go.jp/notice/entry/043867/">https://www.caa.go.jp/notice/entry/043867/</a><br>命令書 <a href="https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_251015_11.pdf">https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms210_251015_11.pdf</a>                                                                                             |

|    |                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 8  | 公正取引委員会「株式会社テレビ新広島に対する景品表示法に基づく措置命令について」（2025年10月15日）                                                                    | <a href="https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2025/oct/251015_chugoku_keihyou.html">https://www.jftc.go.jp/houdou/pressrelease/2025/oct/251015_chugoku_keihyou.html</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 9  | 薬事法広告研究所「『広島初』表記で措置命令」（報道の引用を含む）                                                                                         | <a href="https://www.89ji.com/news/55.html">https://www.89ji.com/news/55.html</a><br>ほか、広告表示の専門メディア compliance-ad.jp の解説記事                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| 10 | 消費者庁「改正景品表示法の概要」                                                                                                         | <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/movie_explanation/assets/representation_cms216_240917_02.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/movie_explanation/assets/representation_cms216_240917_02.pdf</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 11 | 消費者庁「景品表示法に基づく法的措置件数の推移及び措置事件の概要の公表（令和8年7月31日現在）」                                                                        | <a href="https://www.caa.go.jp/notice/entry/024740/">https://www.caa.go.jp/notice/entry/024740/</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 12 | 古川昌平「景品表示法に関する2025年1月～2026年3月の動向概観」Business & Law（2026年6月12日）                                                            | <a href="https://businessandlaw.jp/articles/a20260612-1/">https://businessandlaw.jp/articles/a20260612-1/</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 13 | 消費者庁「確約手続に関する運用基準」                                                                                                       | <a href="https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/guideline/assets/representation_cms216_240418_04.pdf">https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/fair_labeling/guideline/assets/representation_cms216_240418_04.pdf</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 14 | 消費者庁 確約計画の認定に関する公表資料（2025年9月19日）                                                                                         | <a href="https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_250919_02.pdf">https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_250919_02.pdf</a><br>初めての認定（2025年2月26日） <a href="https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms209_250226_01.pdf">https://www.caa.go.jp/notice/assets/representation_cms209_250226_01.pdf</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 15 | PR TIMES「コンテンツ基準」                                                                                                        | <a href="https://taylori.com/q/prtimes-contents-guideline">https://taylori.com/q/prtimes-contents-guideline</a><br>最上級表現に関する基準 <a href="https://taylori.com/q/prtimes-contents-guideline/detail/309988/">https://taylori.com/q/prtimes-contents-guideline/detail/309988/</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 16 | PR TIMES「審査レポート2025」（2025年12月10日）                                                                                        | <a href="https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001609.000000112.html">https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001609.000000112.html</a><br>同2024 <a href="https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001487.000000112.html">https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001487.000000112.html</a><br>同2023 <a href="https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001354.000000112.html">https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000001354.000000112.html</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 17 | 日本広告審査機構（JARO）「2025年度の苦情受付状況」（2026年7月23日）                                                                                | <a href="https://www.jaro.or.jp/news/20260723.html">https://www.jaro.or.jp/news/20260723.html</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 18 | 「不動産の表示に関する公正競争規約・同施行規則」（首都圏不動産公正取引協議会 掲載）                                                                               | <a href="https://www.sfkoutori.or.jp/webkanri/kanri/wp-content/uploads/2019/01/h_kiyaku.pdf">https://www.sfkoutori.or.jp/webkanri/kanri/wp-content/uploads/2019/01/h_kiyaku.pdf</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 19 | 厚生労働省「医薬品等適正広告基準の改正について」（平成29年9月29日 薬生発0929第4号）                                                                          | <a href="https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11120000-iyakushokuhinkyoku/0000179262.pdf">https://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11120000-iyakushokuhinkyoku/0000179262.pdf</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 20 | 厚生労働省「医療広告ガイドライン」                                                                                                        | <a href="https://www.mhlw.go.jp/content/10800000/000927804.pdf">https://www.mhlw.go.jp/content/10800000/000927804.pdf</a><br>医療広告規制のページ <a href="https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryoku/iryou/kokokukisei/index.html">https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/kenkou_iryoku/iryou/kokokukisei/index.html</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 21 | Federal Trade Commission, “FTC Finalizes Order with DoNotPay…”（2025年2月11日）                                               | <a href="https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2025/02/ftc-finalizes-order-donotpay-prohibits-deceptive-ai-lawyer-claims-imposes-monetary-relief-requires">https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2025/02/ftc-finalizes-order-donotpay-prohibits-deceptive-ai-lawyer-claims-imposes-monetary-relief-requires</a><br>事件ページ <a href="https://www.ftc.gov/legal-library/browse/cases-proceedings/donotpay">https://www.ftc.gov/legal-library/browse/cases-proceedings/donotpay</a><br>Operation AI Comply <a href="https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2024/09/ftc-announces-crackdown-deceptive-ai-claims-schemes">https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2024/09/ftc-announces-crackdown-deceptive-ai-claims-schemes</a> |
| 22 | ASA / CAP, CAP Code Section 3 “Misleading advertising”（Rule 3.7）                                                         | <a href="https://www.asa.org.uk/type/non_broadcast/code_section/03.html">https://www.asa.org.uk/type/non_broadcast/code_section/03.html</a><br>Advice online “Types of claims: Leading” <a href="https://www.asa.org.uk/advice-online/types-of-claims-leading.html">https://www.asa.org.uk/advice-online/types-of-claims-leading.html</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 23 | Directive (EU) 2024/825（EUR-Lex）                                                                                         | <a href="https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2024/825/oj">https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2024/825/oj</a><br>欧州委員会 FAQ <a href="https://commission.europa.eu/document/download/3c257883-bb2a-4dd9-a6dc-501d587bb34f_en?filename=faq-empowering-consumers-gtd.pdf">https://commission.europa.eu/document/download/3c257883-bb2a-4dd9-a6dc-501d587bb34f_en?filename=faq-empowering-consumers-gtd.pdf</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 24 | Latham & Watkins, “EU Empowering Consumers Directive: New Rules on Green Claims Apply From 27 September 2026”（2026年9月9日） | <a href="https://www.lw.com/en/insights/eu-empowering-consumers-directive-new-rules-on-green-claims-apply-from-27-september-2026">https://www.lw.com/en/insights/eu-empowering-consumers-directive-new-rules-on-green-claims-apply-from-27-september-2026</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 25 | 中華人民共和国広告法（JETRO 邦訳）                                                                                                     | <a href="https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20210429_1.pdf">https://www.jetro.go.jp/ext_images/world/asia/cn/ip/law/pdf/regulation/20210429_1.pdf</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 26 | 国家市场监督管理总局「广告绝对化用语执法指南」（2023年公告第6号）                                                                                      | <a href="https://www.samr.gov.cn/zw/zfxgk/fdzdgknr/ggigs/art/2023/art_64279265c896452f8f638f2de12b8003.html">https://www.samr.gov.cn/zw/zfxgk/fdzdgknr/ggigs/art/2023/art_64279265c896452f8f638f2de12b8003.html</a>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |

## 帝国ナンバーワンリサーチ組合について

帝国ナンバーワンリサーチ組合（帝国ナンバーワンリサーチ合同会社）は、「No.1」「日本初」「世界初」といった広告表示について、景品表示法を踏まえた調査の設計と実施を行っています。

「名乗れるようにする」のではなく、  
「名乗ってよいか」を確かめる。

表示を出す前の段階で、その表示が成立するかどうかを見極めます。成立しない場合には、そのようにお伝えします。このレポートで整理した考え方は、私たちが日々の調査で用いている物差しでもあります。

ご依頼の流れ

お見積りから納品まで



ご相談は、公式LINEから

<https://lin.ee/zLFweyJ>

|        |                                                                             |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------|
| メール    | <a href="mailto:info@teikoku-no1.jp">info@teikoku-no1.jp</a>                |
| ウェブサイト | <a href="https://teikoku-no1.jp">https://teikoku-no1.jp</a>                 |
| お問い合わせ | <a href="https://teikoku-no1.jp/contact">https://teikoku-no1.jp/contact</a> |



公式LINE

帝国ナンバーワンリサーチ組合

帝国ナンバーワンリサーチ合同会社

代表 岩城 雄介



「日本初」「世界初」「業界初」 “初”表示の規制動向と実務（2025年-2026年9月）

2026年9月発行 発行：帝国ナンバーワンリサーチ合同会社

本レポートを引用される際は、出典として発行者名とレポート名を明記してください。© 2026 帝国ナンバーワンリサーチ合同会社