消費者啓発参考情報「くらしの110番」トラブル情報

通販サイトやアプリに潜むダークパターンに注意

【事例１】
　ＳＮＳのサプリメント１回限りお試しの広告から販売サイトへ移ると「特別価格終了まで、あと〇分」の表示が目に入り、焦って注文した。２回目が届いて定期購入と分かり、解約を申し出ると「定期契約であることと、解約条件はサイトに書いてある」と高額な解約料を請求された。改めて注文画面を見ると、ページの下部に極めて小さな文字で書いてあった。
【事例２】
　ＳＮＳでお試し２千円の洗顔料の広告を見て、販売サイトで注文フォームに入力していると「更にお得なプラン」とポップアップが出現した。美顔器プレゼントとあったので、そのプランで注文した。単に美顔器がもらえるだけと思ったら、洗顔料を７回受け取る条件の定期購入の契約だった。解約を申し出ると美顔器の代金２万円を請求された。

　ダークパターンは、一般的に、消費者が気付かない間に不利な判断・意思決定をしてしまうよう誘導する仕組みのウェブデザインなどを指すとされています。

　日本ではダークパターン自体を直接規制する法律はなく、トラブルが起きた場合、特定商取引法や景品表示法、個人情報保護法などの法令に該当する範囲で対応するといった状況です。

　事例の他にも、事業者に有利な選択肢に最初からチェックが入っている表示、実際より安く見せる虚偽の価格表示、無料期間後に自動で有料契約になる仕組み、会員登録しないと商品を閲覧できないと思わせるなどのパターンがあります。

　消費者の認識がないまま誘導するのが特徴です。注意しましょう。

【消費者へのアドバイス】

1. ダークパターンは普段何気なく見るウェブ広告や利用する通販サイト、アプリにも潜んでいる可能性があると意識し、落ち着いて利用するようにしましょう。
2. ネットショッピングする際は、契約・解約条件や販売業者の情報を十分確認し、広告や最終確認画面をスクリーンショット等で保存するようにしましょう。

困った時は、お近くの消費生活センター等にご相談ください。
消費生活センターへのお電話は、消費者ホットライン「188」へおかけください。
（くらしの110番　2025 年12月）