

# くらしの窓すぎなみ

編集・発行：杉並区立消費者センター  
杉並区天沼 3-19-16 ウェルファーム杉並 3 階  
tel.03-3398-3141

臨時 2026.3 NO.256  
令和 8 年 3 月 発行

知っていますか？

## ダークパターン

消費者を欺く！操作画面とは？

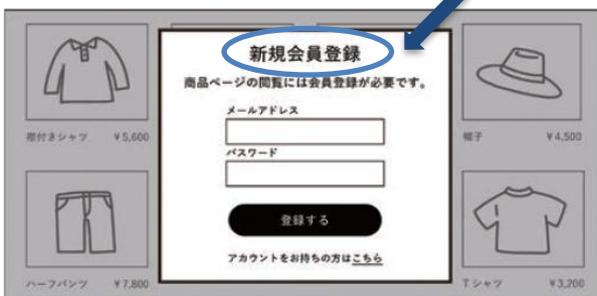
ダークパターンとは、一般的にネットで買い物をする時など、消費者が気付かない間に不利な判断・意思決定をしてしまうような誘導をする仕組みの「ウェブデザイン」などをさすといわれています。主に以下のような例があります。実際にネット上で見たことありませんか？この機会に知って、注意しましょう！

### ダークパターン 7つの分類 (こんな画面に注意)

#### 1. 行為の強制

特定の機能にアクセスさせるために、何かを強制的に行わせようとする。

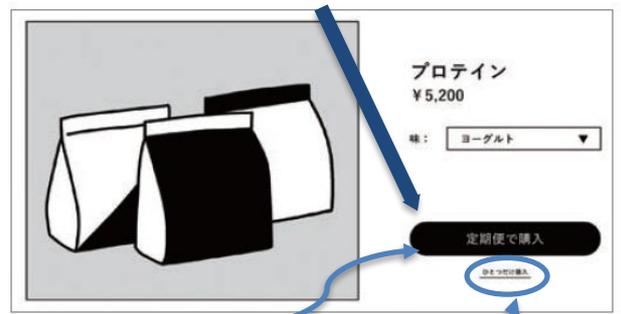
図1 「行為の強制」の例。商品を開覧したいだけなのに、会員登録を求められた



#### 2. インターフェース干渉

情報を切り出すことによって、企業にとって都合のよい行為の実行を促す。

図2 「インターフェース干渉」の例。ある選択肢が他の選択肢と比べて目立っている

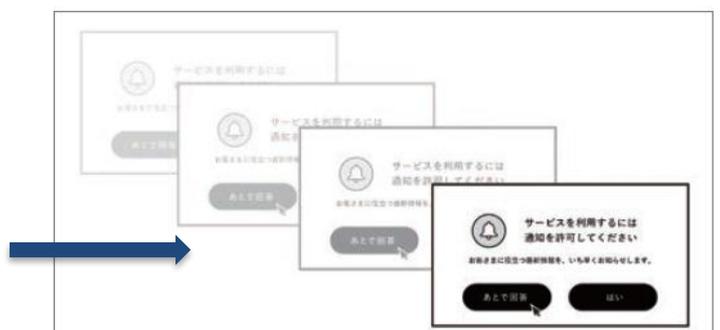


「定期便で購入」が強調 「ひとつだけ購入」が小さく記載

#### 3. 執拗な繰り返し

企業にとって都合のよい行為を行うように消費者に繰り返し要請する。

図3 「執拗な繰り返し」の例。「はい」「あとで回答する」のように、拒否する選択肢がないポップアップが何度も表示される



#### 4.妨害

ある行為をあきらめさせる意図で、タスクの流れややり取りを必要以上に困難にする。

図4 「妨害」の例。退会／解約に手間や時間がかかる



#### 5.こっそり

消費者の意思決定に関連する情報を隠したり、偽装したり、告知を遅らせようとする。

図5 「こっそり」の例。定期購入なのに1回だけの購入であるかのように表示されている

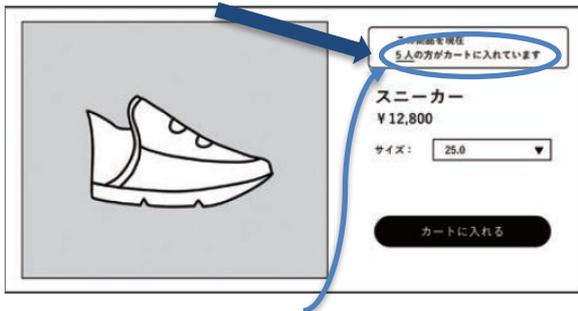


「定期購入」が小さく記載

#### 6.社会的証明

他の消費者の行動を知らせることによって意思決定に影響を与えようとする。

図6 「社会的証明」の例。他の消費者の行動に関する通知をする



「5人がカートに入れている」と通知

#### 7.緊急性

実際または虚偽の時間的・量的制限を与え、商品を購入するようにプレッシャーをかける。

図7 「緊急性」の例。割引期間の終了をカウントダウンタイマーによって表示する



### ダークパターンへの向き合い方～騙されないために

- ・「ダークパターンが存在することを知る」ことがスタートです。ダークパターンは巧妙に作ってあるので、存在を知らないと、自分が悪いと考えてしまいがちです。
- ・ダークパターンは前述のように、「人がついやってしまうこと」を利用しています。「一呼吸置く」ことが重要です。
- ・以上を心がけて騙されないように注意をし、インターネット上で商品を申し込む際は、**最終確認画面**で、商品の内容や取引条件、解約条件を確認しましょう。



<出典・引用>長谷川敦士氏「ダークパターンとは」(図1~7は当センターが一部加筆) web 版国民生活 NO.139 (2024年3月、国民生活センター)、消費者庁HP



# 杉並区立 消費者センター

## 相談専用 03-3398-3121

相談受付時間 午前9時～午後4時(土曜・日曜・祝日・12/29～1/3は休み)