



## JIPDECセミナー 講演資料

# 「ダークパターンとは何か？ 今後の規制動向と企業リスク」

本資料は、2024年10月8日（火）開催、JIPDECセミナーで配布した資料です。セミナーお申込み者様限定での配布となりますので、WEB、SNS等への掲載、転載はご遠慮ください。

2024.10.8

# デジタル時代における 消費者保護： ダークパターンと適正取引

カライスコス アントニオス

龍谷大学法学部教授

[karaikos@gmail.com](mailto:karaikos@gmail.com)

2024年10月8日(火)

# 簡単な自己紹介

- アテネ大学法学部卒業、アテネ大学大学院法学研究科修士課程修了(修士(法学))
- 元アテネ弁護士会所属弁護士
- 早稲田大学大学院法学研究科修了(博士(法学))
- INTI国際大学(マレーシア)客員研究員
- マラヤ大学(マレーシア)法学部客員教授、タマサート大学(タイ)法学部客員准教授、スオール・オルソラ・ベニンカーサ大学(イタリア)法学部客員准教授、ホーチミン市法科大学(ベトナム)非常勤講師等を務めてきている
- 一般社団法人ダークパターン対策協会理事、日本消費者法学会理事、特定非営利活動法人消費者支援機構関西理事、総務省情報通信法学研究会構成員、消費者庁新未来創造戦略本部「新未来ビジョン・フォーラム」構成員、徳島県持続可能な社会を目指した国際連携ネットワーク(TIS)構成員、国民生活センター調査研究誌「国民生活研究」外部編集委員 等

# 簡単な自己紹介

▪ Fellow of the European Law Institute (Austria), Member of the Scientific Board of Mediterranea International Centre for Human Rights Research (Italy); the Scientific Committee of the European Journal of Privacy Law and Technology (Italy); the International Editorial Committee of the Journal of Liberty and International Affairs (Republic of North Macedonia); and the Editorial Board of the Journal of Law, Market and Innovation (Italy) etc.

## 主な書籍:

- ⇒ 『ストウディア消費者法』(有斐閣、2022年)[共著]
- ⇒ 『不公正な取引方法と私法理論—EU法との比較法的考察』(法律文化社、2020年)[単著]
- ⇒ 『これからの消費者法—社会と未来をつなぐ消費者教育』(第2版、法律文化社、2023年)[共著]
- ⇒ Outline and New Developments of Japanese Inheritance Law (Adam Marszarek, 2021)[共著]

# 講演の流れ

**I** ダークパターンとは？

**II** 日本における  
ダークパターンの規制状況

**III** 若干のまとめ

# I ダークパターンとは？

# そもそも、ダークパターンとは？

- 統一的な定義はない

⇒ OECD「ダーク・コマーシャル・パターン」  
(OECDデジタルエコノミー文書2022年10月  
No. 336)〔消費者庁による仮訳あり〕における定義  
は、次のようなもの……………**see next page**

# OECDによる定義

「ダーク・コマーシャル・パターンとは、消費者の自主性、意思決定又は選択を覆す又は損なうデジタル選択アーキテクチャの要素を、特にオンライン・ユーザー・インターフェースにおいて、利用するビジネス・プラクティスのことである。これらは、しばしば消費者を欺き、強制し、又は操作し、様々な方法で直接的又は間接的に消費者被害を引き起こす可能性があるが、多くの場合、そうした被害を計測することは困難又は不可能であろう。」

[[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_research/international\\_affairs/assets/consumer\\_research\\_cms\\_209\\_230327\\_01.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/international_affairs/assets/consumer_research_cms_209_230327_01.pdf)]



# より簡単に言うと？

## 【カライスコス仮案】

消費者に**誤認**や**困惑**を生じさせ、それがなければしなかつたであろう行為を消費者にさせるために用いられる技術や技法

# ダークパターンの主な種類

## ① 強制

- ユーザー登録の強制
- 必要のない個人情報の開示の強制 等

## ② インターフェース干渉

- 事業者により利便な選択肢を事前選択
- 事業者により利便な選択肢を視覚的に強調 等

# ダークパターンの主な種類

## ③ 執拗な繰返し(ナギング)

- 通知や位置情報の取得などについて、事業者  
に都合の良い設定などを繰り返し要求

## ④ 妨害

- 解約などの行為やプライバシーに配慮した設定  
への変更などを、分かりにくくしたり、難しくしたりな  
どして妨害

# ダークパターンの主な種類

## ⑤ こっそり(スニーキング)

- 取引の最後に非オプション料金を合計価格に追加する、トライアル期間後に自動的に定期購入を継続する 等

## ⑥ 社会的証明

- ほかの消費者の行動などについて、虚偽のまたは不正確な通知や表示を行う 等

# ダークパターンの主な種類

## ⑦ 緊急性

- 虚偽の時間的制限や量的制限を表示すること 等

※ ダークパターンの分類は、理解を深める上では非常に重要

⇒ しかし！規制あるいは企業対応の場面になると・・・？

# 結局、何がいけないのか？

## 【カライスコス仮案】

- 消費者に**誤認**や**困惑**を生じさせること
- +
- それがなければしなかつたであろう行為を消費者にさせること

# 日本での主な事例

- チケット転売の仲介サイト
  - ⇒ 虚偽のカウントダウンタイマーを表示するなどした
    - ※ 消費者庁による消費者への注意喚起  
(2019年)
- 詐欺的な定期購入商法によるトラブル

## Ⅱ 日本における ダークパターンの規制状況



# ダークパターンの法規制は？

- 消費者保護法

- ⇒ 消費者契約法、景品表示法、特定商取引法、取引  
DPF消費者保護法〔カライスコス講演〕

- 個人情報保護法

- ⇒ 個人情報保護法、電気通信事業法  
〔寺田様の講演を参照〕

- 競争法

- ⇒ 独占禁止法、特定DPF取引透明化法  
〔寺田様の講演を参照〕

Cf. EUやアメリカでは？〔呂先生の講演を参照〕

# 消費者契約法

- **消費者の利益を一方的に害する契約条項の無効(10条)**

⇒ 「消費者の不作为をもって当該消費者が新たな消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたものとみなす条項」を例示

- **事業者の努力義務(3条1項4号)**

⇒ 「消費者の求めに応じて、消費者契約により定められた当該消費者が有する解除権の行使に関して必要な情報を提供すること」も対象

# 景品表示法

- **優良誤認、有利誤認、指定告示(5条)**
  - ⇒ 一般消費者による自主的かつ合理的な選択  
の阻害
- **事業者が講じるべき表示の管理上の措置**  
(26条1項)
  - ⇒ 特に、アフィリエイト広告関連のもの

# 特定商取引法

- 通信販売における最終確認画面での表示義務  
(12条の6第1項)

⇒ 最終確認画面における、人を誤認させる表示の禁止(同条2項)

# 取引DPF消費者保護法

- 取引DPF提供者は、販売業者等による**商品等の販売条件等の表示**に関しその取引DPFを利用する消費者から苦情の申出を受けた場合において、事情の調査その他の表示の適正を確保するために必要な措置を講じなければならない(3条1項2号など)
- 内閣総理大臣は、取引DPFにより提供される場における**商品等の販売条件等の表示が一定の要件に該当する場合**において、取引DPFを利用する消費者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、取引DPF提供者に対し、販売業者等による商品等の販売等に係る取引DPFの利用の停止その他の必要な措置をとることを要請できる(4条1項)

# Ⅲ 若干のまとめ

# 事業者求められるスタンス

- ① 事業(取引)の**社会通念**に照らして再考する
- ② 縦割りの組織となっていないのかを再確認する  
⇒ ダークパターン対策のための横の連携を作る
- ③ 表示等について、合理的な**透明性**を確保する  
⇒ その際、長期的な視点が重要！
- ④ 適切な対策ができていることを、**マーケティング戦略**に取り込む！

# 日本における立法上の見通し

- EUやアメリカのような、分野横断的かつ包括的な規制が望ましい
  - ⇒ 日本国内からの指摘として、たとえば、日本弁護士連合会「公正な消費者取引を確保するために分野横断的に適用される行政ルールの整備を求める意見書」(2022年2月18日)を参照
- 消費者委員会「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」で検討がされている
  - ⇒ 各種の新たな動きがそこから導かれることが予想されるが、分野横断的かつ包括的な立法が生まれることは困難？
    - ※ 一種の共同規制としての、認定制度



ご清聴いただき  
誠にありがとうございます

[karaiskos@ymail.ne.jp](mailto:karaiskos@ymail.ne.jp)

# デジタル時代における 消費者保護： ダークパターンと適正取引

カライスコス アントニオス

龍谷大学法学部教授

[karaiskos@ymail.ne.jp](mailto:karaiskos@ymail.ne.jp)

2024年10月8日(火)

# 簡単な自己紹介

- アテネ大学法学部卒業、アテネ大学大学院法学研究科修士課程修了(修士(法学))
- 元アテネ弁護士会所属弁護士
- 早稲田大学大学院法学研究科修了(博士(法学))
- INTI国際大学(マレーシア)客員研究員
- マラヤ大学(マレーシア)法学部客員教授、タマサート大学(タイ)法学部客員准教授、スオール・オルソラ・ベニンカーサ大学(イタリア)法学部客員准教授、ホーチミン市法科大学(ベトナム)非常勤講師等を務めてきている
- 一般社団法人ダークパターン対策協会理事、日本消費者法学会理事、特定非営利活動法人消費者支援機構関西理事、総務省情報通信法学研究会構成員、消費者庁新未来創造戦略本部「新未来ビジョン・フォーラム」構成員、徳島県持続可能な社会を目指した国際連携ネットワーク(TIS)構成員、国民生活センター調査研究誌「国民生活研究」外部編集委員 等

# 簡単な自己紹介

▪ Fellow of the European Law Institute (Austria), Member of the Scientific Board of Mediterranea International Centre for Human Rights Research (Italy); the Scientific Committee of the European Journal of Privacy Law and Technology (Italy); the International Editorial Committee of the Journal of Liberty and International Affairs (Republic of North Macedonia); and the Editorial Board of the Journal of Law, Market and Innovation (Italy) etc.

## 主な書籍:

- ⇒ 『ストウディア消費者法』(有斐閣、2022年)[共著]
- ⇒ 『不公正な取引方法と私法理論—EU法との比較法的考察』(法律文化社、2020年)[単著]
- ⇒ 『これからの消費者法—社会と未来をつなぐ消費者教育』(第2版、法律文化社、2023年)[共著]
- ⇒ Outline and New Developments of Japanese Inheritance Law (Adam Marszarek, 2021)[共著]

# 講演の流れ

**I** ダークパターンとは？

**II** 日本における  
ダークパターンの規制状況

**III** 若干のまとめ

# I ダークパターンとは？

# そもそも、ダークパターンとは？

- 統一的な定義はない

⇒ OECD「ダーク・コマーシャル・パターン」  
(OECDデジタルエコノミー文書2022年10月  
No. 336)〔消費者庁による仮訳あり〕における定義  
は、次のようなもの……………**see next page**

# OECDによる定義

「ダーク・コマーシャル・パターンとは、消費者の自主性、意思決定又は選択を覆す又は損なうデジタル選択アーキテクチャの要素を、特にオンライン・ユーザー・インターフェースにおいて、利用するビジネス・プラクティスのことである。これらは、しばしば消費者を欺き、強制し、又は操作し、様々な方法で直接的又は間接的に消費者被害を引き起こす可能性があるが、多くの場合、そうした被害を計測することは困難又は不可能であろう。」

[[https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_research/international\\_affairs/assets/consumer\\_research\\_cms\\_209\\_230327\\_01.pdf](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/international_affairs/assets/consumer_research_cms_209_230327_01.pdf)]



# より簡単に言うと？

## 【カライスコス仮案】

消費者に**誤認**や**困惑**を生じさせ、それがなければしなかつたであろう行為を消費者にさせるために用いられる技術や技法

# ダークパターンの主な種類

## ① 強制

- ユーザー登録の強制
- 必要のない個人情報の開示の強制 等

## ② インターフェース干渉

- 事業者にも利な選択肢を事前選択
- 事業者にも利な選択肢を視覚的に強調 等

# ダークパターンの主な種類

## ③ 執拗な繰返し(ナギング)

- 通知や位置情報の取得などについて、事業者  
に都合の良い設定などを繰り返し要求

## ④ 妨害

- 解約などの行為やプライバシーに配慮した設定  
への変更などを、分かりにくくしたり、難しくしたりな  
どして妨害

# ダークパターンの主な種類

## ⑤ こっそり(スニーキング)

- 取引の最後に非オプション料金を合計価格に追加する、トライアル期間後に自動的に定期購入を継続する 等

## ⑥ 社会的証明

- ほかの消費者の行動などについて、虚偽のまたは不正確な通知や表示を行う 等

# ダークパターンの主な種類

## ⑦ 緊急性

- 虚偽の時間的制限や量的制限を表示すること 等

※ ダークパターンの分類は、理解を深める上では非常に重要

⇒ しかし！規制あるいは企業対応の場面になると・・・？

# 結局、何がいけないのか？

## 【カライスコス仮案】

- 消費者に**誤認**や**困惑**を生じさせること
- +
- それがなければしなかつたであろう行為を消費者にさせること

# 日本での主な事例

- チケット転売の仲介サイト
  - ⇒ 虚偽のカウントダウンタイマーを表示するなどした
    - ※ 消費者庁による消費者への注意喚起  
(2019年)
- 詐欺的な定期購入商法によるトラブル

## Ⅱ 日本における ダークパターンの規制状況



# ダークパターンの法規制は？

- 消費者保護法

⇒ 消費者契約法、景品表示法、特定商取引法、取引  
DPF消費者保護法〔カライスコス講演〕

- 個人情報保護法

⇒ 個人情報保護法、電気通信事業法

〔寺田様の講演を参照〕

- 競争法

⇒ 独占禁止法、特定DPF取引透明化法

〔寺田様の講演を参照〕

Cf. EUやアメリカでは？〔呂先生の講演を参照〕

# 消費者契約法

- **消費者の利益を一方的に害する契約条項の無効(10条)**

⇒ 「消費者の不作为をもって当該消費者が新たな消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示をしたものとみなす条項」を例示

- **事業者の努力義務(3条1項4号)**

⇒ 「消費者の求めに応じて、消費者契約により定められた当該消費者が有する解除権の行使に関して必要な情報を提供すること」も対象

# 景品表示法

- **優良誤認、有利誤認、指定告示(5条)**  
⇒ 一般消費者による自主的かつ合理的な選択  
の阻害
- **事業者が講じるべき表示の管理上の措置**  
(26条1項)  
⇒ 特に、アフィリエイト広告関連のもの

# 特定商取引法

- 通信販売における最終確認画面での表示義務  
(12条の6第1項)

⇒ 最終確認画面における、人を誤認させる表示の禁止(同条2項)

# 取引DPF消費者保護法

- 取引DPF提供者は、販売業者等による**商品等の販売条件等の表示**に関しその取引DPFを利用する消費者から苦情の申出を受けた場合において、事情の調査その他の表示の適正を確保するために必要な措置を講じなければならない(3条1項2号など)
- 内閣総理大臣は、取引DPFにより提供される場における**商品等の販売条件等の表示が一定の要件に該当する場合**において、取引DPFを利用する消費者の利益が害されるおそれがあると認めるときは、取引DPF提供者に対し、販売業者等による商品等の販売等に係る取引DPFの利用の停止その他の必要な措置をとることを要請できる(4条1項)

# Ⅲ 若干のまとめ

# 事業者求められるスタンス

- ① 事業(取引)の**社会通念**に照らして再考する
- ② 縦割りの組織となっていないのかを再確認する  
⇒ ダークパターン対策のための横の連携を作る
- ③ 表示等について、合理的な**透明性**を確保する  
⇒ その際、長期的な視点が重要！
- ④ 適切な対策ができていることを、**マーケティング戦略**に取り込む！

# 日本における立法上の見通し

- EUやアメリカのような、分野横断的かつ包括的な規制が望ましい
  - ⇒ 日本国内からの指摘として、たとえば、日本弁護士連合会「公正な消費者取引を確保するために分野横断的に適用される行政ルールの整備を求める意見書」(2022年2月18日)を参照
- 消費者委員会「消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会」で検討がされている
  - ⇒ 各種の新たな動きがそこから導かれることが予想されるが、分野横断的かつ包括的な立法が生まれることは困難？
    - ※ 一種の共同規制としての、認定制度



ご清聴いただき  
誠にありがとうございます

[karaiskos@gmail.ne.jp](mailto:karaiskos@gmail.ne.jp)