

JIPDECセミナー 講演資料03

「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。

ダークパターン今後の日本の規制動向 (企業活動に関する規制)

一般財団法人 日本情報経済社会推進協会 客員研究員 寺田眞治

2024,10.8

- 所属 一般財団法人日本情報経済社会推進協会 客員研究員
一般社団法人モバイルコンテンツフォーラム 常務理事
一般社団法人融合研究所 上席研究員
- 委員等 総務省 利用者情報に関するWG
経済産業省/総務省 データ流通促進WG
消費者庁 インターネット消費者取引連絡会
- その他 一般社団法人安心ネットづくり促進協議会 監事
一般社団法人データ社会推進協会 認定審査委員会 諮問委員
デジタル政策フォーラム
株式会社東芝 顧問コンサル



2021年11月号
【特集】デジタル広告の法的問題

◇アドフラウドから見るデジタル広告の課題
寺田眞治

個人データ戦略活用
ステップで分かる
**改正
個人情報
保護法**
実務ガイドブック
寺田眞治 著

2022年4月施行
改正個人情報保護法対応
個人データの戦略活用と保護
信頼を得る企業だけが優位に立つ
「プライバシーガバナンス」の実務書
日経BP

神戸新聞、オムロンのハウスエージェンシーにおける企画職を経て、インターネットのコンテンツ、メディア、マーケティング分野での起業、経営戦略、海外事業、M&A 等に従事するとともに、業界団体の役員を歴任。総務省、経済産業省、消費者庁などの通信政策、国際競争、青少年保護、個人情報保護等に関する委員やオブザーバーを務め、関連する書籍の執筆や専門誌への寄稿多数。

ダークパターンの議論の領域拡大

ダークパターンの従来の考え方

消費者取引（物品購入、サービス契約等）における欺瞞的な行為の規制（消費者保護）



個別事案ごとの規制強化 + デジタル社会に対応した新たな規制の考え方

ダークパターンに関する新たな視点

独占禁止法の観点

事業者と利用者間の情報不均衡
(事業者による優越的地位の濫用)



独占禁止法の対象拡大

デジタルプラットフォームによる利用者情報の取得、利用に関して優越的地位の濫用を規制する議論

個人情報保護法の観点

個人情報の適正な取得
第三者提供における同意等



通知・公表、同意、開示等の適正化

個人情報保護法が複雑化する中で本人に対する欺瞞的な行為が行われな
いようにするための法の運用の議論

電気通信事業法の観点

利用者情報の適正な取扱い
不適正な利用の禁止等



グローバルスタンダードへの適応

グローバル化する電気通信における安心・安全の確保を目的とした世界基準に対応する施策の議論

個人情報保護法

第二十条 個人情報取扱事業者は、**偽りその他不正の手段**により個人情報を取得してはならない。

第十七条（第1項） 個人情報取扱事業者は、個人情報を取り扱うに当たっては、その利用の目的（以下「利用目的」という。）を**できる限り特定しなければならない**。

個人情報を取得するにあたっては、利用目的を「できる限り特定して」通知または公表したうえで、適正に（「偽りその他不正の手段」ではなく）取得することが義務付けられている。



- ・自らの個人情報がどのように取り扱われることとなるか、**利用目的から合理的に予測・想定**できるようにするための要求事項やプラクティスについて議論されている。
- ・「偽りその他不正の手段」について範囲が極めて広く、**「容易に」**本人が理解できるか、合理的に予測・想定できるかの基準や、通知・公表の方法等について議論されている。

ガイドライン（通則編） 2-16 「本人の同意」

「本人の同意を得（る）」とは、本人の承諾する旨の意思表示を当該個人情報取扱事業者が認識することをいい、事業の性質及び個人情報の取扱状況に応じ、**本人が同意に係る判断を行うために必要と考えられる合理的かつ適切な方法**によらなければならない。

「本人の同意」は、利用目的の変更（当初設定した範囲を超える場合）、要配慮個人情報の取得、個人データの第三者提供、個人関連情報の第三者提供、（提供先が個人データとして取得する場合）において必要とされる。



- ・ **「本人が同意に係る判断を行うために必要と考えられる合理的かつ適切な方法」**であるための要求事項やプラクティスが議論されている。
- ・ **同意の撤回**についても、「容易に（簡便に）」可能であるかが議論されている。

個人情報保護法改正の動向：委員会規則とガイドライン

改正個人情報保護法は平成7年度（2025年）の通常国会で審議され成立する予定
一部を除いて2年以内の施行となるのが通例

法律は概念的、一般的な規律を網羅したもの
施行までの間に具体的な内容が詰められる

前頁までの内容のほとんどの具体的な規律内容は**委員会規則、ガイドライン**で示されることとなる
ただし、線引きの難しい内容が多いため、プラクティス（事例）提示となるものが多いことが予想される
（推奨もしくは問題のないとされるプラクティス、違法もしくは問題あるとされるプラクティスの併記）

事業者は、プラクティスに鑑みて、リスクを検討し、対応することが求められることになる

電気通信事業法におけるダークパターン禁止の根拠と議論 - 1

利用者の識別に係る情報、利用者の通信サービス上の行動履歴に関する情報、利用者の状態に関する情報等、**端末の利用者の情報と結びついた形で生成、利用又は蓄積されている情報**（電話帳等の第三者に関する情報を含む。）の総称。個人情報保護法における個人情報や、電気通信事業法における特定利用者情報を含む。

適用除外の範囲見直し

電気通信事業法で規制することが出来る範囲を拡大

利用者の利益に及ぼす影響が大きいもの
(特定利用者情報)

大手プラットフォームに対する規制

義務化：透明性確保とアカウントリテリの強化

情報取扱規程の届出
情報取扱方針の公表
毎年自己評価し規定と方針を更新
特定利用者情報統括管理者の選任と届出

電気通信事業ガバナンス検討会
特定利用者情報の適正な取扱いに関するWG
(総務省総合通信基盤局電気通信事業部事業政策課)

利用者の利益に及ぼす影響が少なくないもの

利用者情報の外部送信に対する規制

義務化：通知または公表、同意、オプトアウトのいずれか

- ①利用者の影響に及ぼす影響が少なくない電気通信役務
- ②**利用者に通知し又は容易に知りうる状態に置く際に満たすべき要件**
- ③利用者に通知し又は容易に知りうる状態に置くべき事項
- ④**オプトアウト措置の際に利用者が容易に知りうる状態に置く事項**
- ⑤利用者が電気通信役務を利用する際に送信をすることが必要な情報

プラットフォームサービスに関する研究会
プラットフォームサービスに係る利用者情報の取扱いに関するWG
(総務省総合通信基盤局電気通信事業部消費者行政第二課)

電気通信事業法におけるダークパターン禁止の根拠と議論 - 2

電気通信事業法 (情報送信指令通信に係る通知等) 第二十七条の十二 ※外部送信規律

(概要) 電気通信事業を営む者は、利用者の端末に外部送信を指示するプログラムを送る際は、あらかじめ、送信される**利用者に関する情報の内容等を通知・公表 (利用者が容易に知り得る状態に置く)**等しなければならない。

電気通信事業における個人情報等の保護に関するガイドライン 解説 通知又は容易に知り得る状態に置く方法 (第51条第2項～第4項関係)

(概要)

● 共通事項

- ・ 日本語で記載、専門用語を避け、平易な表現を用いる
- ・ 操作を行うことなく、文字が適切な大きさで表示される
- ・ 利用者が通知・公表すべき事項について、容易に確認できるようにする

● 通知

- ・ 通知すべき事項又は当該事項を表示したウェブページやアプリケーションの所在に関する情報 (URL等) を即時に (ポップアップ等により) 表示する
- ・ 上記と同等以上に利用者が容易に認識できるように表示する

● 容易に知り得る状態

- ・ 情報送信指令通信を行うウェブページ又は当該ウェブページから容易に到達できるウェブページにおいて表示する
- ・ 情報送信指令通信を行うアプリケーションを利用する際に最初に表示される画面又は当該画面から容易に到達できる画面において公表すべき事項を表示する
- ・ 上記と同等以上に利用者が容易に到達できるように表示する

より具体化し、
ベストプラクティスを検討
↓
SPSIの策定

電気通信事業における個人情報等の保護に関するガイドライン 解説

プライバシーポリシー（既設）

利用者が個人データ等の取扱いを理解した上で自らの判断により選択の機会を行使することができるよう、プライバシーポリシーを分かりやすく示す（※1～※3）ことが望ましいことを記載。

※1) 分かりやすい表示の工夫

- (例) ・ 階層構造（要点を複数の短い項目にまとめ各項目を選択すると詳細な内容を見られる構造）
- ・ アイコン・イラスト・動画等の視覚的ツール
 - ・ 利用者が認識しやすいようにジャストインタイムの通知を行う
 - ・ 要点を分かりやすく解説した簡略版やユーザーガイドを併せて作成すること等

※2) 利用者が自ら内容を理解し選択する上で有用な工夫

- (例) ・ 利用者が認識しやすいようにポップアップによる同意取得を行うこと
- ・ ダッシュボードや個人データ等の取得・利用の停止の機会の提供
 - ・ Consent RecordやCMP等、利用者が同意内容を後から一覧性をもって把握できる仕組みの提供

※3) 当該電気通信事業者の利用者の状況を踏まえ分かりやすい通知・公表及び同意取得の提供を検討する観点から、必要に応じて、ユーザーテスト実施、アドバイザリーボードや諮問委員会等の設置、ステークホルダーとの対話が有用であることを記載

ダークパターンとなるのを避けるためのプラクティス

↑
企業のプライバシーガバナンスガイドブック、ISO/IEC 29184（JIS X 9252）の反映

利用者情報に関するワーキンググループ報告書（案） 2024年9月30日バージョン

原則として欺瞞的な方法による利用者情報の取扱いが行われないことが望ましい旨記載することとした。

※EDPBによる分類、事例なども提示

スマートフォンプライバシーセキュリティ イニシアティブ（案） 2024年9月30日バージョン

定義：⑬ ダークパターン

サービスの利用者を欺いたり操作したりするような方法又は利用者が情報を得た上で自由に決定を行う能力を実質的に歪めたり損なったりする方法で、ユーザインタフェースを設計・構成・運営すること。

基本原則の透明性の確保、利用者関与の機会の確保において「容易に」認識、理解できることと記載。個人情報保護法と同等の適正な手段による取得の確保が求めている。

具体的な取り組みとして、プライバシーポリシーの作成、プライバシーポリシーの運用等（通知・公表又は同意取得の方法、利用者関与の方法）において、ベストプラクティスを提示

10月中旬頃にパブリックコメントにかけられ、年内に公表される予定

今後、法制度化（電気通信事業法の改正）およびガイドラインへの反映についても検討される可能性

参考：SPSIにおいて参考にしているダークパターンの分類

- EDPBのソーシャルメディアにおける欺瞞的デザインパターンのGDPRガイドラインでは、「ダークパターン」を6カテゴリ・16パターンに分類している*1。

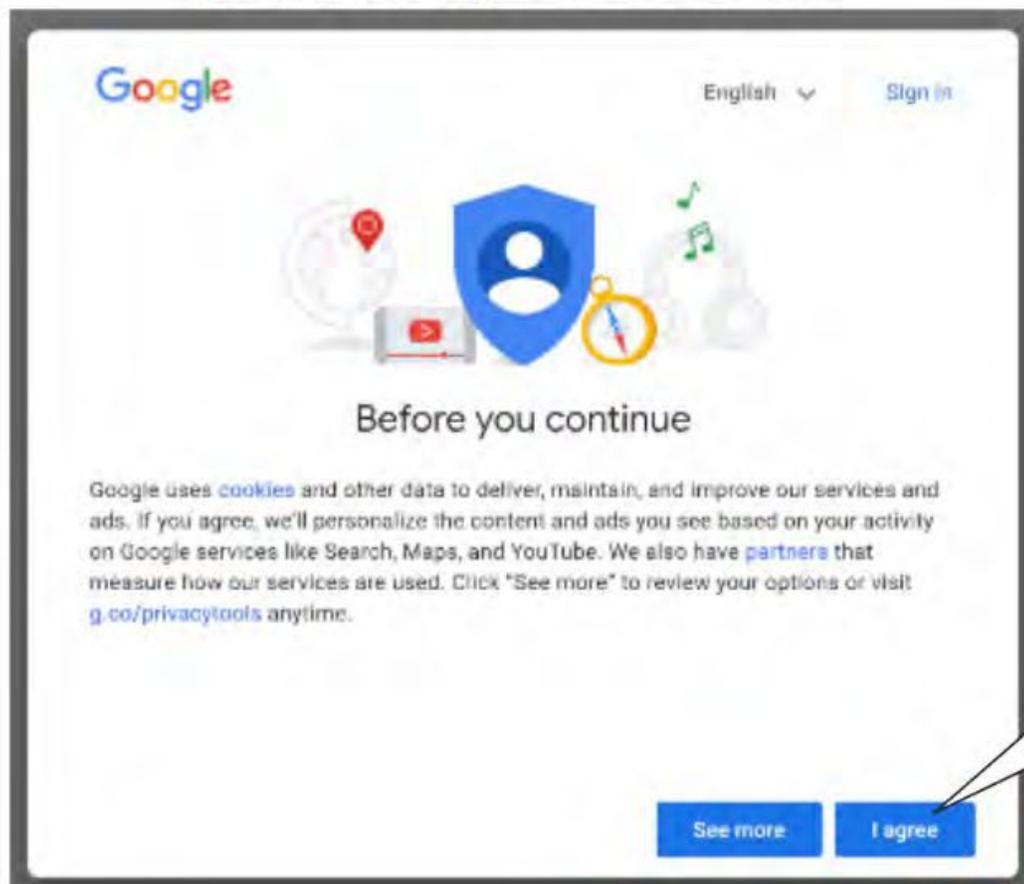
カテゴリ	パターン
1. 過剰負荷(Overloading) ユーザーを大量の要求、情報、オプション、可能性に埋没させ、それ以上進むことを阻止し、特定のデータ慣行を維持または受け入れさせる。	1.1. 絶え間ない指示(Continuous prompting)
	1.2. プライバシー迷路(Privacy Maze)
	1.3. 多過ぎる選択肢(Too many options)
2. 省略(Skipping) ユーザがデータ保護の全部または一部の側面を忘れてたり考えなかつたりするようなインターフェースやユーザジャーニーを設計する。	2.1. 欺瞞的な居心地よさ(Deceptive snugness)
	2.2. あっちを見て(Look over there)
3. 煽り(Stirring) 感情に訴えかけたり、視覚的な刺激を与えたりすることで、ユーザの選択に影響を与える。	3.1. 感情的舵取り(Emotional Steering)
	3.2. 簡素な見た目に隠す(Hidden in plain sight)
4. 妨害(Obstructing) ユーザが情報を入手したりデータを管理したりする行為を困難または不可能にすることによって、そのプロセスを妨げたり阻止したりする。	4.1. 行き止まり(Dead end)
	4.2. 必要以上(Longer than necessary)
	4.3. 誤解を招く行為(Misleading action)
5. 気まぐれ(Fickle) インターフェースのデザインが不安定で一貫性がないため、処理の内容を把握し、データに関する選択を適切に行い、さまざまなコントロールがどこにあるのかを見つけることが難しい。	5.1. 階層性の欠如(Lacking hierarchy)
	5.2. 非文脈化(Decontextualising)
	5.3. 一貫性のないインターフェース(Inconsistent interface)
	5.4. 言語の不連続性(Language discontinuity)
6. 暗闇に残される(Left in the dark) データ保護に関連する情報やコントロールを隠したり、データがどのように処理され、どのようなコントロールが可能なのかユーザにわからないままにするようにインターフェースが設計されている。	6.1. 矛盾する情報(Conflicting information)
	6.2. あいまいな表現や情報(Ambiguous wording or information)

*1 EDPB, "Guidelines 03/2022 on Deceptive design patterns in social media platform interfaces: how to recognise and avoid them Version 2.0"

参考：SPSIにおいて例示されたダークパターン

ダークパターンとなっていることが疑われる事例としては、例えば、利用者情報の同意取得画面において同意ボタンのみが表示され、拒否ボタンが表示されない又は発見しにくい位置に表示されている例や、利用者に対し、利用者情報の取得に同意することによるメリットのみを強調した説明を行っている例が挙げられる。

問題となったGoogle同意取得ダイアログ



問題点

- ①同意ボタンはあるが、**拒否ボタンがない**
- ②拒否ボタンが「See More」のクリック先にあることが記載されていない
- ③拒否ボタンが発見しにくい（長文の英語説明の一番下にある）

参考：SPSIにおいて例示されたダークパターン

プレポップアップ



iOS 14.7を使用しています

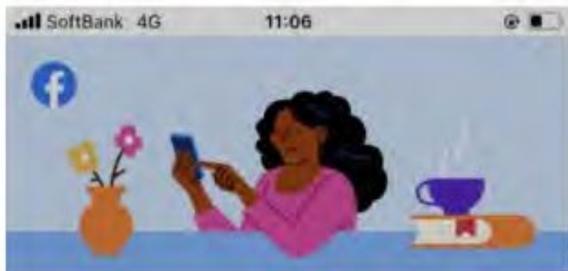
このバージョンのiOSでは、Facebookが広告の改善のためにこのデバイスでアクセスしたアプリやウェブサイトから受信したアクティビティを追跡する場合、あなたから許可を得る必要があります。このデバイス設定をオンにしない場合、Facebookによるこの情報の利用が制限されます。制限について詳しくはこちら。

これは、あなたのアクティビティについてのパートナーからのデータ利用を管理するFacebookの広告設定には影響しません。両方の設定をオンにすると、次のことが可能になります：

よりパーソナライズされた広告を表示します

次へ

ATTポップアップ



iOS 14.7を使用しています

“Facebook”が他社のAppやWebサイトを横断してあなたのアクティビティの追跡することを許可しますか？

これにより、Facebookでより優れた広告エクスペリエンスを提供できます。

Appにトラッキングしないように要求

許可

Facebookの広告設定には影響しません。両方の設定をオンにすると、次のことが可能になります：

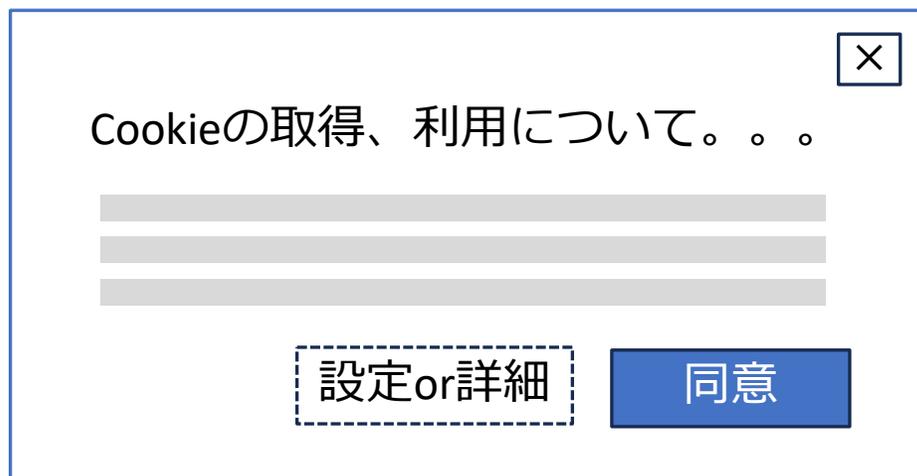
よりパーソナライズされた広告を表示します

次へ

当時、日経新聞が問題視したプレポップアップ



Cookieに関するダークパターンの代表例



よくあるcookie バナーの例

※プライバシーポリシー、Cookieポリシー等においてCookieの取得・利用が説明されていることを前提

拒否ボタンが無い

同意がデフォルト設定となっている

- 同意ボタンを強調している
- **利用者が望んでいない有害な誘導をしている**

× をクリックすればバナーが消える

- 同意をしていないからCookieは取得・利用されない？
- 実際にはCookieを取得・利用
- **利用者に誤認させている**

拒否ボタンの代わりに設定or詳細ボタン等がある

- 拒否するためには手間が必要
- **利用者の行動を足止めしている**

日本の法律では、通知・公表されていれば違法にならないとされているため、上記の場合でもただちに違法とされることはないが、グローバルでは一般的にダークパターンとされて違法となる。現在、議論されているダークパターン規制では「**欺瞞的な行為**」そのものについてであり、上記のような行為は好ましくないとされており、何らかの規制がされる可能性がある。

※個人情報と紐づいたCookieの第三者提供は同意が必要、提供先で個人データとなる場合には規制があることに注意

ダークパターンを避けるために最も重要なことは、適切な「通知・公表」と「同意の取得」

5.2 通知

- 5.2.1 一般
- 5.2.2 通知の提供義務
- 5.2.3 適切な表現
- 5.2.4 複数言語による通知
- 5.2.5 適切なタイミング
- 5.2.6 適切な表示場所
- 5.2.7 適切な形態
- 5.2.8 随時の参照
- 5.2.9 アクセシビリティ

5.3 通知内容

- 5.3.1 一般
- 5.3.2 目的説明
- 5.3.3 目的説明の提示
- 5.3.4 PII管理者の識別
- 5.3.5 PIIの収集
- 5.3.6 収集手法
- 5.3.7 PII収集のタイミング及び場所
- 5.3.8 利用手法
- 5.3.9 PIIが保管される地理的位置及び法域
- 5.3.10 第三者提供
- 5.3.11 保持期間
- 5.3.12 PII主体による関与
- 5.3.13 問合せ及び苦情
- 5.3.14 同意の際の選択へのアクセスについての情報
- 5.3.15 処理の根拠
- 5.3.16 リスク

5.4 同意

- 5.4.1 一般
- 5.4.2 同意の適切性の識別
- 5.4.3 説明を受けて自由に与えられた同意
- 5.4.4 PII主体が使用しているアカウントについての情報提供
- 5.4.5 他の同意からの独立性
- 5.4.6 必須のPII項目と任意のPII項目に対する個別の同意
- 5.4.7 頻度
- 5.4.8 適時性

5.5 条件の変更

- 5.5.1 一般
- 5.5.2 通知の変更
- 5.5.3 同意の取り直し

附属書A（参考）

PC及びスマートフォンからPII主体の同意を得る場合のユーザーインターフェースの例

附属書B（参考）

同意領収書又は同意記録書の例（5.4.3の注記）

本規格に記載されている事項に準拠していれば、ダークパターンとなることはまず無いと考えられる

欺瞞的な顧客誘引の禁止（第2条9項6号八 一般指定8項、第19条）

自己の供給する商品・役務の内容や取引条件、その他これらの取引に関する事項について、実際のもの、または競争者のものよりも著しく優良、または有利であると**顧客に誤認させる**ことにより、競争者の顧客を自己と取引するように不当に誘引することを禁止

優越的地位の濫用の禁止（第2条9項5号、第19条）

「デジタル・プラットフォーム事業者と個人情報等を提供する消費者との取引における優越的地位の濫用に関する独占禁止法上の考え方」

消費者はデジタル・プラットフォーム事業者の取引の相手方であると考えて、消費者が不利益な取扱いを受けても、当該事業者の提供するサービスを利用するためにはこれを受け入れざるを得ないような場合に、その地位を利用した行為を優越的地位の濫用とする考え方

- ・ 利用目的を消費者に知らせずに個人情報を取得すること
- ・ 利用目的の達成に必要な範囲を超えて、消費者の意に反して個人情報を取得・利用すること
- ・ 個人データの安全管理のために必要かつ適切な措置を講じずに、個人情報を取得・利用すること
- ・ 自己の提供するサービスを継続して利用する消費者に対して、消費者がサービスを利用するための対価として提供している個人情報等とは別の個人情報や、その他の経済上の利益を提供させること

こういった行為につながる行為はダークパターンとされる可能性があり、規制の対象とされる

「デジタル・プラットフォーム事業者」とは、オンライン・ショッピング・モール、インターネット・オークション、オンライン・フリーマーケット、アプリケーション・マーケット、検索サービス、コンテンツ(映像、動画、音楽、電子書籍等)配信サービス、予約サービス、シェアリングエコノミー・プラットフォーム、ソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)、動画共有サービス、電子決済サービス等であって、情報通信技術やデータを活用して第三者にオンラインのサービスの「場」を提供し、そこに異なる複数の利用者層が存在する多面市場を形成し、いわゆる間接ネットワーク効果が働くという特徴を有する事業者をいう。

アフリエイト広告、ステルスマーケティングにおいて欺瞞的行為が多発
いずれにおいても**規制の対象は広告主**



問題が沈静化しないのは、プラットフォーム、パブリッシャー、広告事業者にも問題があるのではないか



景品表示法では対応できない（法の対象が広告主）
新法等の策定について留保されている **（広告主以外への規制強化の可能性）**

デジタル社会における消費者保護について抜本的な対策の検討が必要ではないか



消費者委員会で検討会実施中：**消費者法制度のパラダイムシフトに関する専門調査会**
※9月17日に中間整理案公表※

- ・ デジタル社会、特に**アテンションエコノミー**に対する問題意識が顕著
 - ・ ダークパターン、プロファイリング等も検討課題となっている



消費者を「生活者」と置き換え、デジタル社会における生活者に関わる情報取得も事業者との契約関係とみなすことで、従来の消費者保護に関する法制度を拡張？
（法改正、新法策定、共同規制等あらたな動きに繋がることが予想される）





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。