



お買い物時の

スマホの表示画面に気をつけて！

スマホ上でのオンライン取引などで用いられる一部の手法は、消費者の合理的な意思決定を阻害することがあります。ウェブサイトやアプリの「ダーク・コマーシャル・パターン^{*}」はその手法の一つであり、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ウェブデザインで、消費者を誘導します。ダーク・コマーシャル・パターンの存在や手法を知り、スマホを安全に便利に使う方法を一緒に学びましょう！

※以下ではダークパターンと呼称します



事例 ①

音楽配信サービスの「〇〇曲が聴き放題」という文字とともに「無料体験」のボタンが目立つように表示されていた。一方で、無料期間の後に自動で有料会員になることは明示されていなかった上、会費が小さい文字で表示されており、ふと無料体験のボタンを押してしまったようだ。知らないうちに有料会員に移行し、気付いたときには会費を何万円も支払っていた。



サブスク^{*}は多くの場合、無料期間内に解約しなければ自動で有料サービスに移行し、契約中は利用しなくても料金が発生します。解約しないと契約が自動更新されるケースも多くあります。

「聴き放題」や「無料」など、魅力を過度に強調している広告には十分注意し、無料期間内で試す場合も、カレンダーに記録しておくなど、無料期間終了日を忘れないようにしましょう。

※サブスク（サブスクリプション）……定められた料金を定期的に支払うことで、一定期間商品やサービスを利用できる仕組み



特定商取引法改正

令和4年6月1日から、サブスクの申し込みをする最終確認画面においても、取引における基本的な事項として、無料期間終了後に有料サービスに移行する時期や、その際に支払う料金などの契約内容、解約方法

などを明確に表示することなどが義務付けられました。

サブスクを申し込む際には、最終確認画面でサービス内容や解約方法などをしっかり確認しましょう。

事例 ②

ドライブレコーダーを買おうと思いネットで検索していたところ、安値で販売しているサイトを見つけた。「残りわずか」と表示されていたため急いで注文し、代金を振り込んだ。しかし、2週間経っても商品が届かず、メールを送っても返信がない。



「残りわずか」という情報があっても惑わされず、購入前に取引条件や解約条件、事業者の所在地や電話番号などを慎重に確認して購入しましょう。

販売業者と連絡が取れない場合、銀行で振り込んだ代金を返してもらうことは難しい状況です。

悪質な通販サイトのトラブルに遭った場合は、消費生活センターや最寄りの警察署に相談し、振込先の銀行に口座凍結を申し出ましょう。



クーリング・オフできないの？

ネット通販には契約を無条件で解除できる「クーリング・オフ」制度がありません。事業者によっては、いったん契約すると簡単に解約できない場合もありますので、申し込みの段階で契約内容や解約方法などが

確認できなかったり、納得できない点があったりするときは、契約の申し込みを見合わせましょう。

トラブルに遭わないために！チェックリストで必要な項目を確認しましょう

ダークパターンを回避するためのチェックリスト

- ☐ **ダークパターンを知る** → 詳しくは裏面で！
存在やその手法を正しく認識しておくことで、誘導されそうな表示を見ても焦らず冷静な判断ができます。
- ☐ **個人情報の取り扱いを安易に許可しない**
サイトやアプリを使う前に「個人情報の取り扱い」をよく読みましょう。定期的にプライバシー設定も見直しましょう。
- ☐ **取引や契約するサイトの評判を確認する**
消費者のレビューで悪い評判が多い場合には注意しましょう。
- ☐ **最終確認画面で取引内容や解約条件を確認する**
最終確認画面の画像をスクリーンショットなどで保存し、契約条件を証拠として残しましょう。保存していないとウェブサイトの場合、注文後に条件などが変更され、契約した当時の条件が確認できなくなる恐れがあります。

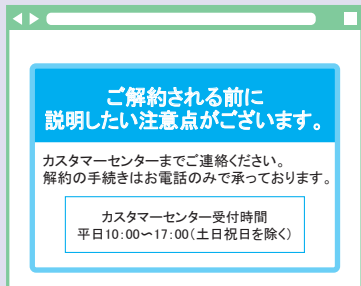
ダークパターンをもっと知ましょう！

ダークパターンにはさまざまな種類があります。ネットショッピングや定期購入で見られる以下のような表示画面*は全てダークパターンです。

※消費者庁 令和6年度消費生活白書P66より

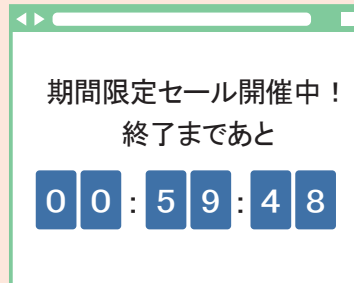
妨害

契約の登録は簡単でも、解約を困難にしたり、プライバシー設定の変更を困難にしたりする行為です。解約に時間がかかるため消費者の解約する意思を阻害する可能性があります。



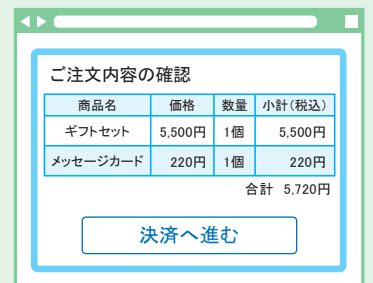
緊急性

セール終了のカウントダウンなどで希少性を強調する行為です。消費者を焦らせて冷静な判断をできなくさせます。



こっそり

買物かごに商品を勝手に追加したり、お試し期間後に自動的に定期購入に移行させたりなどの行為です。最終確認画面で取引内容をしっかり確認しましょう。



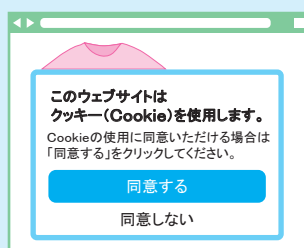
行為の強制

会員登録を強制したり、商品購入に不必要なはずの個人情報(例：年齢や性別など)の開示を強制したりする行為です。



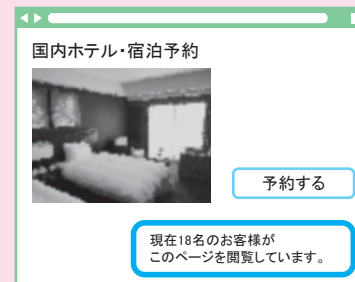
インターフェース干渉

業者にとって都合の良い選択肢が目立つ表示にしたり、重要な情報を見えにくくしたりする行為です。消費者にとって不本意な選択をさせる可能性があります。



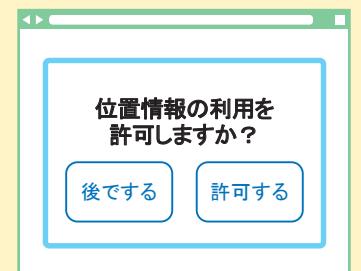
社会的証明

他の消費者の行動を通知し、誤解を招く表現や虚偽の情報を含んで表示する行為です。



しつよう 執拗な繰り返し

通知や位置情報の表示などを何度も要求する行為です。



消費生活にどんな影響があるの？

1 「経済的な損失」

ダークパターンは消費者が選択していない商品やサービスを買物かごにこっそり追加したり、商品の希少性を強調し、消費者にプレッシャーをかけて購入させたりします。結果、意図していた以上の支払いや、必要のない定期購入をする可能性が高まります。

2 「プライバシーの侵害」

ダークパターンは個人情報の開示をデフォルト設定にしたり、必要以上に要求したりします。消費者にとって望ましい範囲を超えて個人情報を提供することにつながる恐れがあります。

3 「心理的な被害」と「時間的な損失」

消費者に、通知や位置情報などを業者の都合の良い設定に変えるように繰り返し促すことや、登録は容易である一方で解約を困難にするなどの行為は、消費者にフラストレーションなどの感情的苦痛を与え、限られた時間を奪うことにつながる恐れがあります。

ダークパターンの存在や手法を正しく認識し、誘導されそうな画面表示を見たときは焦らず冷静に判断しましょう！

消費生活通信講座のご案内

「くらしに生かす消費生活通信講座」

もっとデジタルのトラブルについてわかるかも!?
クイズに挑戦してみましょう！

【実施期間】
令和7年3月31日(月)まで

市民限定！



問題ははこちらから

11月30日までに、最後まで問題を解いた人には
粗品をプレゼント📺

HP <https://logoform.jp/form/T3Py/735021>

城陽市消費生活センターのご案内

城陽市役所本庁舎2階 商工観光課内

<窓口相談時間> 平日 9:00～12:00
13:00～16:00

☎0774 (56) 4052 または
☎188 (最寄りの消費生活センターにつながります)

HP <https://www.city.joyo.kyoto.jp/0000001282.html>

広報じょうようの毎月15日号には、くらしの中で遭いやすいトラブルなどを取り上げた『くらしの110番』を掲載しています。ぜひご覧ください。



消費生活センター
ホームページ