

ダークパターンに対する米英の規制動向及び日本の現況

独禁/通商・経済安全保障ニュースレター

2023年10月12日号

執筆者:

角田 龍哉

t.tsunoda@nishimura.com

小川 慶

k.ogawa@nishimura.com

上野 太資

t.ueno@nishimura.com

原田 実侑

miy.harada@nishimura.com

目次

- I 米国の動向
- II 英国の動向
- III 日本の動向
 - 1. 既存の規制
 - 2. 規制の検討状況
 - 3. 今後の展望

「ダークパターン」とは、消費者が意識せずに自らに不利な選択をするよう誘導するオンラインのデザイン設計等を指し、近年、海外では巨額の制裁金を課された事例も現れた。また、日本でも、多くの消費者がダークパターンを経験しており、規制が追いついていないといった指摘が見られる¹²。本稿では、ダークパターンに関する米英における最近の規制動向を紹介し、日本の現状の規制動向を検討する。

I 米国の動向

米連邦取引委員会（FTC）は、ダークパターンに関して、2022年9月、“Bringing Dark Patterns to Light”³と題するレポート（以下「米国FTCレポート」という。）を公表しており、FTC法⁴に基づく執行も複数行っている。

米国FTCレポートは、ダークパターンを「ユーザーを欺き、又は、操って、他の方法ではユーザーが選択しないようなユーザーに害を及ぼす可能性のある選択をさせるデザインの慣行」と指し、その欺瞞的な性質のため、消費者が欺かれ、又は、操られていることに気付かない場合があるとの執行上の課題にも言及している。また、米国FTCレポートは、ダークパターンの代表例として以下の4つのパターンを挙げ、

¹ 2021年3月26日付日本経済新聞

² 2023年9月20日付日本経済新聞
<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGD0859R0Y1A100C2000000/>

³ <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2022/09/ftc-report-shows-rise-sophisticated-dark-patterns-designed-trick-trap-consumers>

⁴ <https://www.ftc.gov/legal-library/browse/statutes/federal-trade-commission-act>

消費者への影響を詳述し、過去の執行事例についても分析している。

ダークパターンの代表例	概要
誤信を誘発するデザイン	虚偽の主張や誤解を招くような印象を与えるデザインの使用 例) 中立的な比較サイトと称する広告、実際には期限のないタイムリミットの表示
重要情報の表示を隠す又は遅らせるデザイン	購入プロセスの途中まで重要な情報を隠す等のデザイン 例) 利用規約内に商品の重要な制約を隠す行為、ドリップ・プライシング（購入の最終段階になって追加料金を初めて表示すること）
不正請求(unauthorized charges) に誘導するデザイン	消費者が意図しない商品・サービスの代金を支払わせる行為 例) 子供向けゲームアプリにおいて端末の所有者である保護者の承認なく課金を可能にする仕様、サブスクリプションの無料試用オファー
プライバシーに関する選択を分かりづらくするデザイン	消費者の実際のプライバシーに対する意向から乖離した結果とさせる行為 例) 企業側がより多くの情報を収集できる選択肢を強調し、消費者が情報を制限できる選択肢を目立たない色とする

FTC 法は、ダークパターンについて明示的に規定しているわけではないものの、同法 5(a)条が、「商業活動における又はそれに影響を与える、不公正又は欺瞞的な行為又は慣行」を禁止している。実際に FTC は、以下のとおり、同条を根拠としてダークパターンに関する FTC 法の執行を行っている⁵。

- FTC は、2022 年 12 月、エピックゲームズ社に対して、同社がダークパターンを用いて保護者の関与なしに子供に課金させたとして、約 2 億 4500 万ドルの課徴金の支払を命じた⁶。FTC は、一貫性のない分かりにくいボタン構成によりゲームのローディング画面やアイテムのプレビュー中に課金される仕様であったこと、保護者の操作や同意なしに子供がボタンを押すだけで課金される仕様だったこと等を主張している。
- FTC は、2023 年 6 月、アマゾン社がダークパターンを用いて、消費者の同意なしにアマゾンプライムに登録させる一方、プライムの定期利用契約を解約することについては故意に困難にしているとして、FTC 法及びオンライン購入者信頼回復法 (Restore Online Shoppers' Confidence Act) への違反を理由に、恒久的な差止め命令、民事罰、金銭的救済等を求めて同社を提訴した⁷。FTC の訴状においては、アマゾンにて商品を購入すると複数回アマゾンプライムへの加入を勧められ、また、加入せずに商品を購入する方法を見つけることが困難であったこと、解約の際には複数の手順を踏む必要があり、消費者にとって困難であったこと等が主張されている。また、FTC は、同社の幹部 3 名について、上記不正行為を認識しながら改善措置を採らなかったとして、当該訴訟の被告として指名したとのことである⁸。

⁵ なお、米国では、2023 年 1 月から施行されたカリフォルニア州プライバシー権法(CPRA)1798.185.(a)(20)(C)(iii)条や、the California Age-Appropriate Design Code Act 1798.99.31.(b)など、ダークパターンの禁止を明記する法律・法案もある。
https://leginfo.ca.gov/faces/codes_displayText.xhtml?division=3.&part=4.&lawCode=CIV&title=1.81.5
https://leginfo.ca.gov/faces/billTextClient.xhtml?bill_id=202120220AB2273

⁶ なお、児童オンラインプライバシー保護法 (the Children's Online Privacy Protection Act, COPPA) にも違反したとして、同時に 2 億 7500 万ドルの課徴金が課されている。
<https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2022/12/fortnite-video-game-maker-epic-games-pay-more-half-billion-dollars-over-ftc-allegations>

⁷ <https://www.ftc.gov/news-events/news/press-releases/2023/06/ftc-takes-action-against-amazon-enrolling-consumers-amazon-prime-without-consent-sabotaging-their>

⁸ *FTC Names Three Amazon Executives in Suit Over Prime*, the Wall Street Journal
<https://www.wsj.com/politics/policy/ftc-updates-amazon-suit-over-prime-enrollment-naming-executives-88eb08d>

なお、ダークパターンに対象を限定した法律ではないものの、2022年12月にINFORM Consumers Actが成立し、2023年6月に施行された⁹。INFORM Consumers Actは、オンライン取引の透明性を高め、違法品目の販売等を防止すべく、「オンラインマーケットプレイス」に対して販売者に関する情報の収集、確認及び開示を義務づける法律として提案から速やかに成立に至っており、注目に値する¹⁰。

II 英国の動向

2023年8月9日、個人情報保護監督機関（ICO）及び競争市場庁（CMA）による共同のポジションペーパーが公表された¹¹。英国では、近時、CMAによるフェイクレビュー対策が耳目を集めたように¹²、消費者保護のためのオンライン取引環境の整備に注力する動きが見られ、本ポジションペーパーの公表もまた、こうした潮流の一つとなっている。本ポジションペーパーは、デジタル市場における「オンラインの選択アーキテクチャ」（Online Choice Architecture: OCA）¹³が、オンラインでの利用者の意思決定や行動を形成する上で重要な役割を果たしていることを踏まえ、実際にデザインされるアーキテクチャがどのような場合に関連する法令に違反し得るのかについて¹⁴、その典型例とともに説明をしている。

潜在的に有害な「オンラインの選択アーキテクチャ」の慣行として本ポジションペーパーが掲げる典型例は、以下のとおりである。

⁹ the Integrity, Notification, and Fairness in Online Retail Marketplaces for Consumers Act
<https://www.ftc.gov/business-guidance/resources/INFORMAct>

¹⁰ 日本においても、取引デジタルプラットフォームを利用する消費者の利益の保護に関する法律3条が、取引デジタルプラットフォーム提供者に対して、販売業者に情報提供を求める努力義務を課しており、類似した規定が見受けられる。また、同法6条に基づき、取引デジタルプラットフォーム官民協議会が設置され、同法の運用状況、事業者の取り組み等について議論されている。
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/meeting_materials/review_meeting_003/

¹¹ Harmful design in digital markets: How Online Choice Architecture practices can undermine consumer choice and control over personal information (A joint position paper by the Information Commissioner's Office and the Competition and Markets Authority) (本稿では「本ポジションペーパー」という。)
https://www.drcf.org.uk/__data/assets/pdf_file/0024/266226/Harmful-Design-in-Digital-Markets-ICO-CMA-joint-position-paper.pdf

¹² Fake and misleading online reviews trading (Competition and Markets Authority)
<https://www.gov.uk/cma-cases/fake-and-misleading-online-reviews;>
Online reviews (Competition and Markets Authority)
<https://www.gov.uk/cma-cases/online-reviews>

¹³ 本ポジションペーパーは、企業がウェブサイトやその他のオンラインサービスで利用者に対し情報や選択肢を提示する在り方を指して「オンラインの選択アーキテクチャ」と定義する。

¹⁴ ここでいう法令は、データ保護法、消費者保護法及び競争法を指しているが、具体的な規制の名称について、ICOが所管するものはAnnex 1、CMAが所管するものはAnnex 2をそれぞれ参照されたい。

潜在的に有害な OCA の慣行例	概 要
有害なナッジとスラッジ / "harmful nudges and sludge"	特定のオプションを選択する際の手続を煩雑にし、又は選択後の負担を過大に設定するもの 例) 個人データの利用を同意する場合の手続を一段階で済ませる一方、個人データの利用を拒否する場合の手続を二、三段階設定する
羞恥心の植え付け / "confirmshaming"	利用者に対し、特定の操作を行わないことに対し罪悪感や羞恥心を覚えさせるもの 例) 割引と引き換えにメールアドレスの入力を求める場合において、入力拒否を躊躇させるために、「お金の無駄遣いになりますが、よろしいですか？」等の文言をボタンに設定する
偏ったフレーミング / "biased framing"	特定のオプションを、利用者にとってより魅力的なものであるかのように提示し（ポジティブフレーミング）、又は利用者にとって否定的な結果を招くおそれのあるものであるかのように提示するもの（ネガティブフレーミング） 例) 検索履歴を利用することの同意を求める場合において、そうした履歴の利用がサービスや広告表示のために有益であることを殊更に強調する
バンドルされた同意 / "bundled consent"	複数の異なる事項に対し（同意事項を不明瞭化して）、一括で同意を求めるもの 例) 複数のサービス・利用目的で企業が個人データを利用することにつき、単一のボタンで同意を求める
デフォルト設定 / "default settings"	初期状態で特定のオプションを設定し、かつオプションの変更にかかる負担を過大に設定するもの 例) SNS のデフォルト設定として、投稿したコンテンツの公開範囲が無制限となるよう設定し、当該設定の変更のために、ウェブサイト内で複数段階の遷移を強いる

上記のような慣行については、本ポジションペーパーが公表される以前からも CMA 等による取締りが行われてきたところ、本ポジションペーパーでは、ICO 及び CMA がダークパターンに対する問題意識を共有していることが改めて明確化された。また、本ポジションペーパーは、「オンラインの選択アーキテクチャ」を提供する企業自身のほか、UX デザイナー、インフォメーションアーキテクトなど広く民間のステークホルダーに対し、関連するワークショップ等の参加を呼びかけており、官民共同でグッドプラクティスを確立していく方針を窺わせている。

III 日本の動向

1. 既存の規制

日本では、現在のところ、ダークパターンを正面から包括的に規制する法令は見当たらない。もっとも、ダークパターンと呼ばれる問題に対処できる可能性がある主要な規制として、以下のものが考えられる。

規 制 対 象	法 令	規 制 内 容
誤認惹起行為	景品表示法	優良誤認・有利誤認表示の禁止（5条1号・2号）
	特定商取引法	通信販売での、誇大広告の禁止（12条）、最終確認画面における誤認表示の禁止（12条の6第2項）、契約の解除を妨害する不実告知の禁止（13条の2）
	独占禁止法	欺罔的顧客誘引の禁止（2条9項6号八、一般指定8項）
	不正競争防止法	周知表示混同惹起行為・誤認惹起行為の禁止（2条1号、20号）
	消費者契約法	不実告知・断定的判断の提供により締結した契約の取消し（4条1項）
	刑法	詐欺罪（246条）
	個人情報保護法	偽りによる個人情報の取得の禁止（20条）
困惑惹起行為	消費者契約法	経験不足による一定の不安をあおる告知、経験不足による好意の感情の誤信に乗じた破綻の告知、加齢又は心身の故障における判断力の低下による不安をあおる告知・靈感等による知見を用いた告知、契約前の義務実施・

		契約前活動の損失補償請求により、締結した契約の取消し（4条3項5-10号）
過量契約	消費者契約法	事業者が過量な内容の消費者契約を知っていた場合において、その勧誘により締結した契約の取消し（4条4項）
優越的地位の濫用	独占禁止法	優越的地位の濫用の禁止（2条9項5号）
情報開示	消費者契約法	利益告知の際の不利益事実の不告知により締結した契約の取消し（4条2項）
	特定商取引法	通信販売での、広告における一定の情報の表示義務（11条）、最終確認画面における一定の情報の表示義務（12条の6第1項）
	取引 DPF 消費者保護法	取引デジタルプラットフォームを利用する消費者は、プラットフォーム事業者に対して、消費者が損害賠償請求等を行う場合に必要範囲で店舗の情報の開示を請求できる権利を有する（5条）
顧客の意に反する契約の誘因行為	特定商取引法	顧客が電子計算機の操作に際し申込内容を容易に確認・訂正できるようにしていないことの禁止（14条、施行規則42条）
消費者の事後的な契約解除権	特定商取引法	通信販売では、原則として、消費者は商品受領日から8日を経過するまでは、返品できる。但し、事業者は返品不可の特約を定めることができ、一定の表示によりこの特約を明記した場合には、この限りでない。（15条の3）
不正な手段による個人情報の取得	個人情報保護法	不正な手段による個人情報の取得の禁止（20条）
消費者に不利な契約内容	消費者契約法	事業者の損害賠償の責任を免除する一定の条項、事業者の債務不履行により生じた消費者の解除権を放棄させる条項、消費者が支払う損害賠償の額を予定する一定の条項、任意法規に比して消費者の利益を一方的に害し信義誠実の原則に反する条項の無効（8-10条）

こうした規制は、例えば、消費者庁の調査でインターネットでの予約や購入において「実際に予約や購入等につながったり、困ったりしたもの」として多く回答があった事例¹⁵や、米英で取り上げられたダークパターンの例に対しても（一部）対応できる可能性がある¹⁶。

<米国>

ダークパターンの代表例	国内規制の適用可能性
誤信を誘発するデザイン	誤認惹起行為を規律する規制に違反する可能性がある。
重要情報の表示を隠す又は遅らせるデザイン	特定商取引法に基づく表示義務や顧客の意に反する契約の誘因行為の禁止に違反する可能性がある。
不正請求(unauthorized charges)に誘導するデザイン	デザインの内容次第であるが、契約内容が容易に確認・訂正できない場合には、特定商取引法に基づく表示義務や顧客の意に反する契約の誘因行為の禁止に違反する可能性がある。
プライバシーに関する選択を分かりづらくするデザイン	個人情報保護法に違反する可能性がある。
エピックゲームズ社の事案	特定商取引法に基づく表示義務や顧客の意に反する契約の誘因行為の禁止に違反する可能性がある。
アマゾン社の事案	バンドリングとして独占禁止法の抱き合わせ販売の禁止（2条9項、一般指定第10項）に、特定商取引法に基づく表示義務や顧客の意に反する契約の誘因行為の禁止に違反する可能性がある。

¹⁵ 令和4年度消費者意識基本調査結果について（消費者庁）
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_research/research_report/survey_002/assets/consumer_research_cms201_230613_11.pdf

¹⁶ なお、ダークパターン自体が規制されていない場合でも、結果として契約が締結された場合には、その内容次第で消費者契約法が適用され、消費者に一方向的に不利な内容が無効となる可能性がある。

<英国>

潜在的に有害な OCA の慣行例	国内規制の適用可能性
有害なナッジとスラッジ / “harmful nudges and sludge”	契約内容が容易に確認・訂正できない場合には、特定商取引法に基づく表示義務や契約の誘因行為の禁止に違反する可能性がある。
羞恥心の植え付け / “confirmshaming”	一定の困惑惹起行為に該当すれば、消費者契約法に基づく取消しの可能性がある。
偏ったフレーミング / “biased framing”	誤認惹起又は不利益事実の不告知の要素がある場合には、これらの規制に違反する可能性がある。
バンドルされた同意 / “bundled consent”	独占禁止法の抱き合わせ販売の禁止（2条9項、一般指定第10項）に違反する可能性がある。
デフォルト設定 / “default settings”	デフォルト設定が容易に確認・訂正できない場合には、特定商取引法に基づく表示義務や顧客の意に反する契約の誘因行為の禁止に違反する可能性がある。

<日本>

「実際に予約や購入等につながったり、困ったりしたもの」として回答が多くあった事例	国内規制の適用可能性
「残りわずかの」等、売り切れ間近の表現	事実と異なっている場合には、誤認惹起行為を規律する規制に違反する可能性がある一方、誤認対象が「取引条件」ではないとして誤認惹起行為規制の適用が容易でない可能性がある。
「●人が閲覧中」や「●人が購入済み」等、他人の動向の表示	事実と異なっている場合には、誤認惹起行為を規律する規制に違反する可能性がある一方、誤認対象が「取引条件」ではないとして誤認惹起行為規制の適用が容易でない可能性がある。
割引等の特典の有効期限をカウントダウンで表示するタイマー	事実と異なっている場合には、誤認惹起行為を規律する規制に違反する可能性がある一方、誤認対象が「取引条件」ではないとして誤認惹起行為規制の適用が容易でない可能性がある。
解約までの手順やページが分かりにくい	特定商取引法に基づく表示義務や顧客の意に反する契約の誘因行為の禁止に違反する可能性がある。
メールマガジンやセール情報の初期設定が「購読」や「通知」になっていた	デフォルト設定が容易に確認・訂正できない場合には、特定電子メール法・特定商取引法に違反する可能性がある。

この他にも、特定商取引法の令和3年改正において、通信販売の詐欺的なサブスクリプションに対しては、最終確認画面における一定の情報の表示義務等が導入された。サブスクリプションサービスに関する最終確認画面に表示が義務づけられる内容には、提供するサービスの期間・回数等に関する事項、提供するサービスの料金に関する事項、キャンセル・解約に関する事項¹⁷等がある¹⁸。さらに、ステルスマーケティングは、本年10月1日から明示的に禁止されるようになり¹⁹、今後は改正景品表示法の施行も控えている。

¹⁷ サブスクリプションサービスをオンライン契約により提供されている事業者様へのお知らせ 法改正への対応について（消費者庁）
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_transaction/specified_commercial_transactions/assets/consumer_transaction_cms202_220601_05.pdf

¹⁸ 加えて、本年6月1日から施行された消費者契約法の改正により、消費者が解除権の行使に関する情報の提供を求めた場合には、事業者には解除権の行使に関する情報提供を行う努力義務が課せられることとなった。これは、消費者が解除しようとする段階で解約について関心を抱く事例が多いことを踏まえた改正である。

¹⁹ ステルスマーケティングを規制する景品表示法の告示及び運用基準の策定（2023年4月3日号）
https://www.nishimura.com/ja/knowledge/newsletters/corporate_230403

2. 規制の検討状況

2022年1月に公表された景品表示法検討会の報告書²⁰は、ダークパターンに対して、現行法で規制が及ばないものもあり得るため規制を必要とする意見があったとしつつ、国際的に検討が進められており、定義も確定していないため、国際的な議論状況等を引き続き注視していくと指摘した。

また、その後2023年7月に公表された有識者懇談会の資料²¹は、ダークパターンをデジタル技術の負の側面の典型例と捉えている一方で、同時に技術はこれを適切に構築することで安全・公正な取引を担保することにも寄与するとした。これを踏まえ、今後、消費者法による対処や規制が必要な場面を整理し、新たに構築していく必要があると指摘している。具体的には、技術の使い方に関する一定の規制、事業者が倫理的創造性に基づいて技術開発・実装を行うインセンティブ設計、サブスクリプション型契約のための規律、デジタルプラットフォームが提供する取引環境に対するガバナンスシステムやデジタルプラットフォームが自ら適切な規律を実践することができる仕組み等が挙げられている。

3. 今後の展望

ダークパターンが問題視されてきた社会的な背景として、2010年に、UXデザイナーであるHarry Brignull氏が、人を欺くサイトを集めた「Dark Patterns」（現在は「Deceptive Design」）を開設したことが挙げられる。ダークパターンは、行動経済学が発見・研究してきた自然人のバイアス等の限定合理性を応用し、消費者を事業者により有利な選択に誘導していると言われている。オンライン上のダークパターンは、実店舗におけるそれよりも危険度が高いとされており、その理由として、消費者のオンライン上での行動傾向（例えば、オンラインで買物をして情報を消費している際は情報処理能力が低下する傾向）等も指摘されている²²。

日本の既存の法規制を適用し得るダークパターンは少なくないが、実務上は、多種多様な事例に対し、既存の規制の適用の有無やリスクの判断が容易でないことも多く、消費者法等による対処や規制が必要な場面が十分に整理された状況にあるとは言い難いように思われる。こうして、規制の内容や執行上のリスクを明確に認識・評価しにくいとすれば、例えば、既に競合他社や業界全体でダークパターンに該当し得るものが利用されていた場合に、それに類する施策が導入・実施されてしまうことも否めない。今後、事業者自身による予測可能性や実効的なリスク評価を確保するために、日本の実態に即した調査研究の実施・公表や、複

²⁰ 報告書（景品表示法検討会）
https://www.caa.go.jp/policies/policy/representation/meeting_materials/review_meeting_004/assets/representation_cms212_230302_01.pdf

²¹ 消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会における議論の整理
https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_system/meeting_materials/review_meeting_004/assets/consumer_system_cms101_230724_01.pdf

²² DARK COMMERCIAL PATTERNS OECD DIGITAL ECONOMY PAPERS October 2022 No. 336 (OECD), p11-12
https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/dark-commercial-patterns_44f5e846-en;jsessionid=sNUF_5K9bK5HsgAXIRuKLPd78NUMM3_HhchBZGK.ip-10-240-5-4

数の関係行政機関による協調的な執行の検討、多面的な規律・仕組みの検討などの進展が期待される²³。

当事務所では、クライアントの皆様のビジネスニーズに即応すべく、弁護士等が各分野で時宜にかなったトピックを解説したニュースレターを執筆し、随時発行しております。N&A ニュースレター購読をご希望の方は [N&A ニュースレター 配信申込・変更フォーム](#) よりお手続きをお願いいたします。

また、バックナンバーは [こちら](#) に掲載しておりますので、あわせてご覧ください。

本ニュースレターはリーガルアドバイスを目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、日本法または現地法弁護士の適切なアドバイスを求めていただく必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所または当事務所のクライアントの見解ではありません。

西村あさひ法律事務所・外国法共同事業 広報室 newsletter@nishimura.com

²³ さらに、既存の規制が適用しきれない事例もあり得る中で、日々発生していくダークパターンに対処するためには、消費者側による認知の向上も重要と考えられる。そうした消費者側のエンパワメントを図る取組みの例として、「インターネット通販における表示内容と消費者の心理的特性等に関する調査」（消費者庁）参照。

https://www.caa.go.jp/policies/future/project/project_013/