第5回　ダークパターン・ホットライン報告レポート

期間：2026年8月1日～2026年10月31日

2026年11月26日

一般社団法人ダークパターン対策協会

©一般社団法人ダークパターン対策協会

目次

1. はじめに
2. サマリ
3. 統計
    - 回答者属性
    - 被害金額
    - 場面
    - 被害種類
    - ダークパターン類型
4. 総評
5. 事例紹介

©一般社団法人ダークパターン対策協会

はじめに

©一般社団法人ダークパターン対策協会

はじめに

「消費者の生の声」を収集しインターネットの安心と信頼を守るべく、被害と構造を明らかにし最新の手口等消費者に対しての注意喚起と事業者に対して何が消費者に嫌われるのかを公表することで、「消費者被害の削減」と「より良い消費者と事業者の信頼関係構築」に寄与することを目的としています。

● 調査背景

近年、デジタル市場の拡大に伴い、消費者にとって不利な選択を誘導する仕組みである「ダークパターン」が増加しています。各種オンラインサービスの利用場面にて、トラブルや不満の声が多く聞かれるようになりましたが、その被害実態を継続的に収集・分析したデータは、世の中に存在しませんでした。そのため、ダークパターン対策を推進するにあたり、「消費者の生の声」を収集・分析する機能として、ダークパターン・ホットラインを開設しております。

● 調査の目的

本調査は、ダークパターン被害の実態を消費者の視点から把握し、以下の点を明らかにすることを目的とします：

・被害の類型と組み合わせパターンの特定

・サービス種別ごとの被害傾向把握

・金銭被害の実態把握

過去のホットラインレポートをご覧になりたい方は以下リンクからDLできます。

DLはこちら

● 調査概要

対象期間：	2026年8月1日～2026年10月31日
調査方法：	オンラインアンケート
対象者：	一般消費者
対象数　：	有効回答数 N=129　（全回答数 133　無効回答数 4） 各回の有効回答率 第1回 96.3%｜第2回 100.0%｜第3回 93.1% 第4回 97.4%｜第5回 97.0% ※有効回答数を全回答数で除して算出
調査項目：	被害内容、被害金額、被害種別等

©一般社団法人ダークパターン対策協会

サマリ

©一般社団法人ダークパターン対策協会

サマリ

第5回は、申込時の条件表示の問題に加え、解約先を見つけて手続きを終えるまでの負担が、複数のサービスで目立ちました。

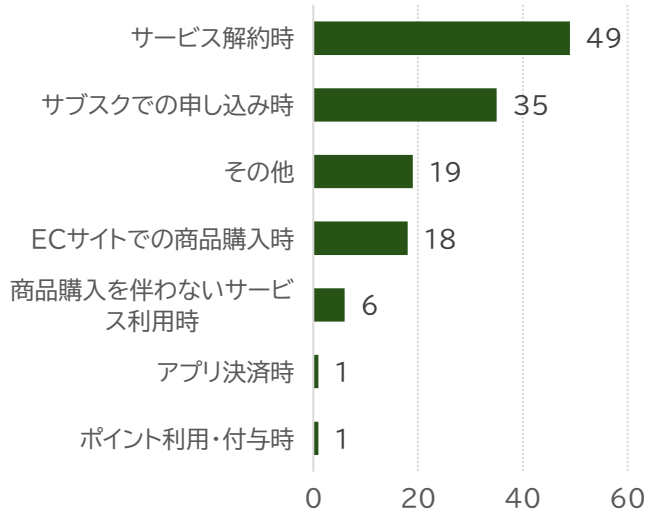
第5回調査（対象期間：8月1日～10月31日、N=129）では、有効通報が第4回の112件を上回りました。前回は特定の動画配信サービスに65件（58.0%）が集中した一方、今回は企業・サービス名を名寄せした集計で、最多でも9件（7.0%）でした。**前回のような一つのサービスへの集中はみられず、通報はより幅広いサービスに分散**しています。

利用場面では「サービス解約時」が前回の19件から49件（38.0%）に増え、最多でした。類型の組み合わせでは、「解約オプションの非表示・目立たなくさせる」と「申込手続きと解約手続きの不均衡」が14件で最多でした。**解約の入口を見つけにくいだけでなく、見つけた後も申込時より手続きに手間がかかる**という、二段階の負担がみられます。被害の種類でも、全通報を通じて「時間を浪費した」が98件（76.0%）で最多でした。一方、「サブスクでの申し込み時」も35件（27.1%）あり、単品購入のつもりで進めたところ、無料体験が付帯し、その後に年額一括の課金につながったとの通報がありました。今回は解約時の問題が目立ちましたが、**申込前に継続課金の有無や支払条件を把握できることと、契約後に解約先を見つけ、手続きを完了できることの双方**が、引き続き課題です。

ダークパターン類型組み合わせ　※マトリクス分析は全期間データ（N=377）を用いています。

行	事前選択	こっそりカートへ	アカウントや個人情報の削除を困難、不可能にする	データが削除されない	偽の階層構造	隠された情報	隠れたコスト	隠れた定期購入	解約オプションの非表示、目立たなくさせる	申込手続きと解約手続きの不均衡	開示の強制	同意の強制	ひっかけの質問	嘘の口コミ	価格比較困難	誤解を招く価格表示	恥の植え付け	釣り餌と交換	偽装広告	カウントダウンタイマー	執拗な繰り返し	アクティビティメッセージ	在庫わずか
事前選択		6	1	1	1	13	3	10	1	2						3							
こっそりカートへ	6				5	15	7	7								5							
アカウントや個人情報の削除を困難、不可能にする	1			6			1		3	2													
データが削除されない	1		6							1													
偽の階層構造	1	5				9	5	5							1	7							
隠された情報	13	15			9		14	24	3		1	5	6	2	28	35	1	2		2	1	1	1
隠れたコスト	3	7	1		5	14		8								6							
隠れた定期購入	10	7			5	24	8		1	1		1			1	4			1				
解約オプションの非表示、目立たなくさせる	1		3			3		1		31											2		
申込手続きと解約手続きの不均衡	2		2	1				1	31									1					
開示の強制						1						1									1		
同意の強制						5		1			1												
ひっかけの質問						6								2	4	6				1			
嘘の口コミ						2							2		3	3	1			2		1	1
価格比較困難					1	28		1					4	3		17	2	1	1	4		1	1
誤解を招く価格表示	3	5			7	35	6	4					6	3	17		1			2		1	1
恥の植え付け						1								1	2	1				2		1	1
釣り餌と交換						2				1					1								
偽装広告								1							1								
カウントダウンタイマー						2							1	2	4	2	2					1	1
執拗な繰り返し						1			2			1											
アクティビティメッセージ						1								1	1	1	1			1			1
在庫わずか						1								1	1	1	1			1		1	

場面別 ダークパターン通報件数



©一般社団法人ダークパターン対策協会

統計

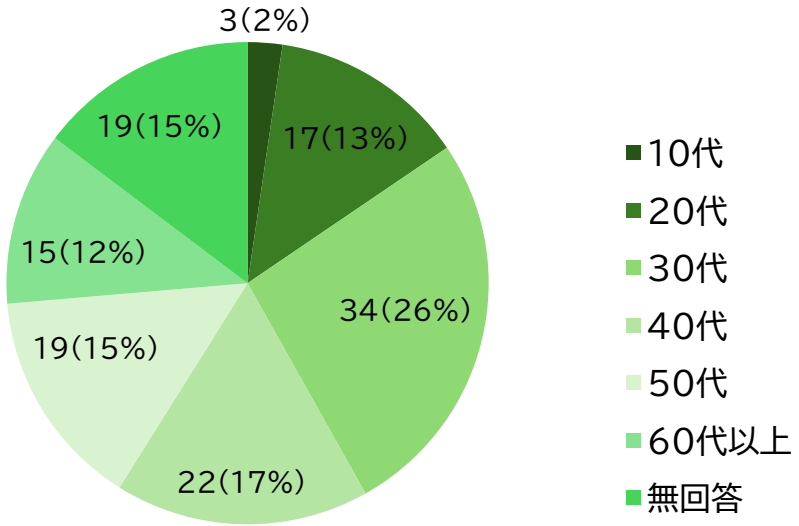
©一般社団法人ダークパターン対策協会

回答者属性

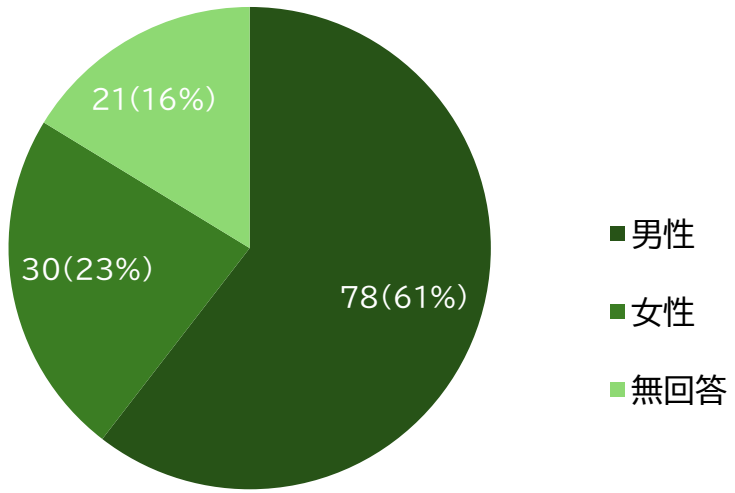
年齢は30代が34件（26.4%）で最も多く、40代22件（17.1%）、50代19件（14.7%）、20代17件（13.2%）が続きました。30～50代で全体の58.1%を占め、前回の60.7%と同様に過半数でした。一方、**60代以上は前回の3件から15件（11.6%）に増え**、今回も10代から60代以上まで幅広い年代から通報が寄せられました。

性別は男性78件（60.5%）、女性30件（23.3%）、無回答21件（16.3%）でした。前回比では男性の件数がほぼ同じ一方、女性は19件から30件に増えました。年齢・性別は任意回答であり、**構成の変化は寄せられた通報の内訳を示すもので、属性別の被害の起こりやすさを示すものではありません。**

年齢別(N=129)



性別(N=129)



©一般社団法人ダークパターン対策協会

被害金額統計 – 継続型（サブスクリプション型）被害

金額集計対象となった継続型の通報は45件、総額は1,361,306円でした。前回の74件・1,632,982円を下回り、**中央値は26,000円から9,790円に低下した一方、平均は22,067円から30,251円に上昇**しました。最大60万円の申告が総額の44.1%を占め、この1件を除いた平均は17,302円となります。平均の上昇は、典型的な被害額が上がったことを示すものではありません。

金額帯では1万円未満が23件（51.1%）で、2万1,000円台にも6件がみられました。通報には、無料体験後に年額が一括で課金されるケースや、1回限りの利用のつもりが月額契約となり、引き落としが長期間続いたケースがありました。**年額が一度に請求される場合と、少額でも気づかないまま積み上がる場合があり**、申込時の価格に加え、次回の請求額や更新時期を認識できる表示が重要です。

※継続型被害：同一サービスにおいて、月額・年額・自動更新・リボ払い等により継続的に金銭負担が発生した事例を集計。例）月額○円の動画配信・サブスク・オンラインサービス、年会費が毎年引き落とされていたケース等
※継続型に該当する通報のうち、金額記載がない・不明である事例、将来的な金銭被害の可能性にとどまる事例、ポイント未付与等の経済的不利益は、金額統計の算出対象から除外しています。
※通報者の申告額等に基づき、請求・支払いを本文で確認できない事例も一部含んでいます。

45件
通報件数

¥1,361,306
被害総金額

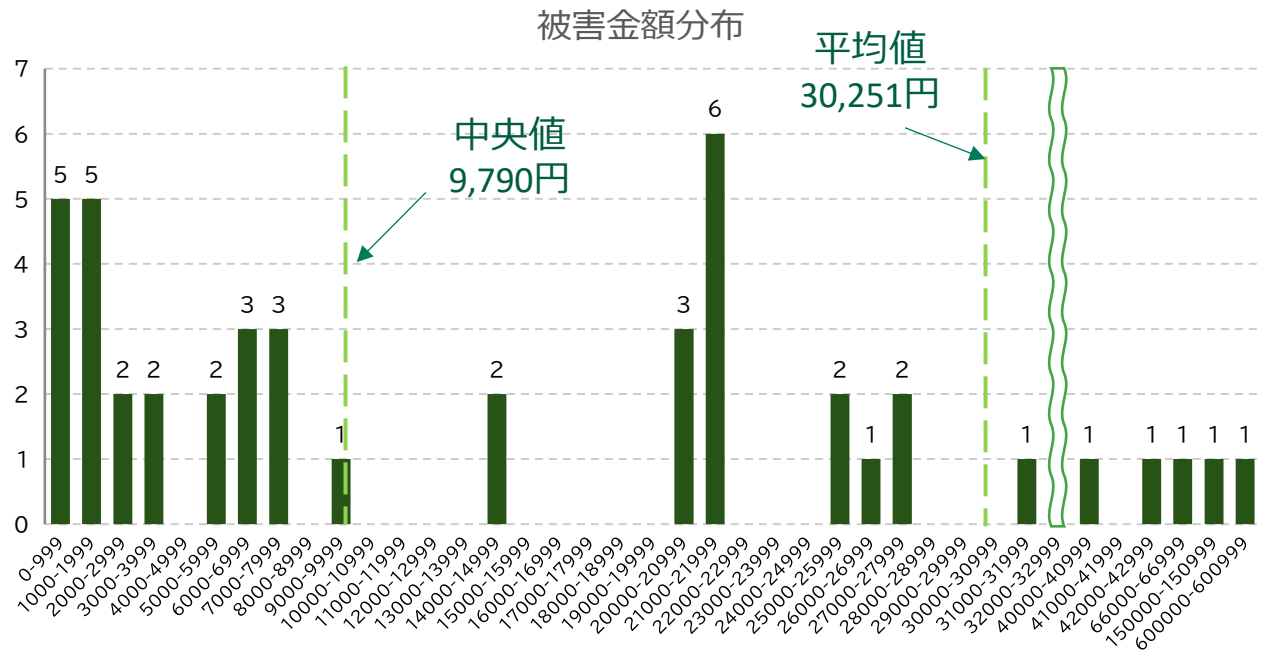
¥600,000
最大被害金額

¥600
最小被害金額

¥30,251
平均被害金額

¥9,790
中央値（被害金額）

※平均・中央値等の統計値は、明らかに期間不明な長期契約や返金済み事例を除外して算出しています。



※一部の0件の金額帯を省略しています ※43千円以上は通報があった帯のみ表示。

©一般社団法人ダークパターン対策協会

被害金額統計 – 単発型被害

金額集計対象となった単発型の通報は8件、総額は69,110円でした。前回の10件・84,597円を下回った一方、**中央値は1,985円から4,975円に上昇**しました。平均は8,639円、最小は500円、最大は30,000円でした。前回は10件中8件が2,000円以下でしたが、今回は8件中3件で、前回よりも金額帯が分かれています。各回とも件数が少ないため、中央値の変化は参考値として捉える必要があります。
今回の通報には、注文の最終段階でサービス料が表示されたケースや、サイト上で見た価格と最終的な決済額が異なり、カード明細で気づいたケースがありました。
最終的な支払額とその内訳を、決済前の判断に間に合う段階で確認できるかが共通の論点です。

※単発型被害：1回の購入・1回の請求で完結する金銭負担を集計。
例）チケットの誤購入による差額、1回限りのキャンセル料・初診料・講座購入、単発のEC注文、単発のサービス料金 等
※通報者の申告額等に基づき、請求・支払いを本文で確認できない事例も一部含んでいます。

8件
通報件数

¥69,110
被害総金額

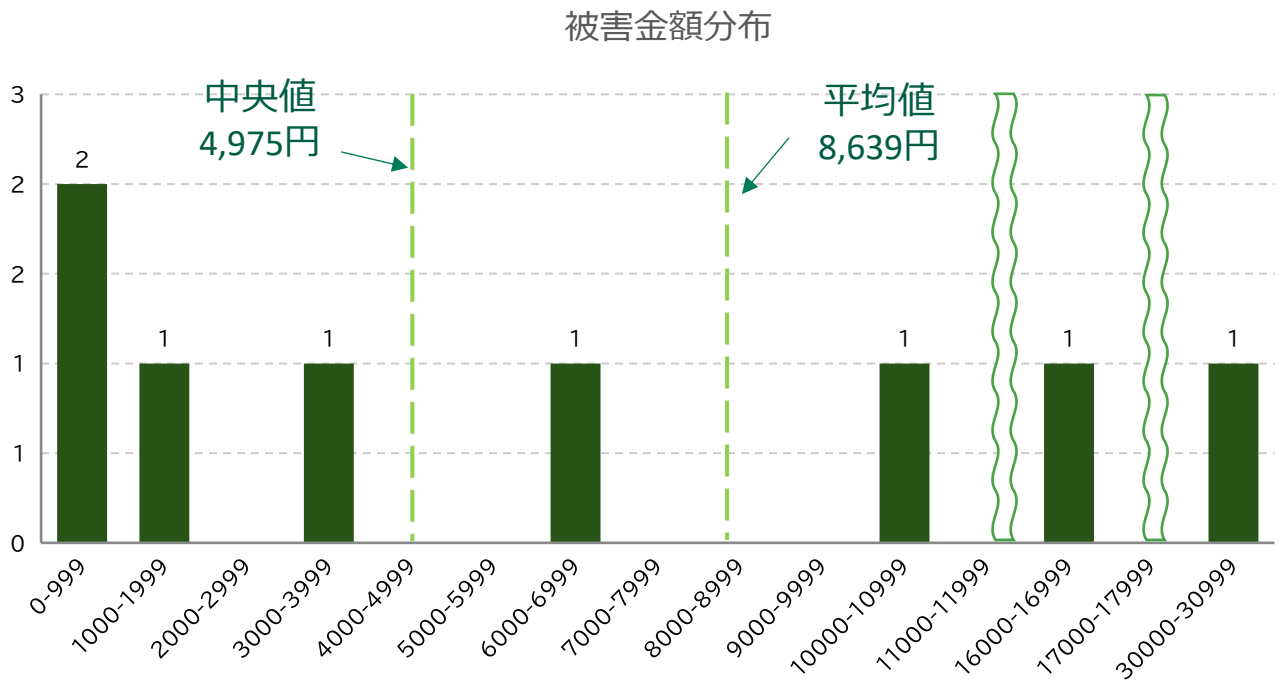
¥30,000
最大被害金額

¥500
最小被害金額

¥8,639
平均被害金額

¥4,975
中央値（被害金額）

※平均・中央値等の統計値は、返金済み事例を除外して算出しています。



※一部の0件の金額帯を省略しています

©一般社団法人ダークパターン対策協会

一部通報のご紹介

第4回は特定の動画配信サービスの契約・料金表示に関する通報が集中しましたが、今回は、サービスの種類が異なる通報から、**申込時に認識しにくかった条件が、請求や解約の段階で初めて分かった事例**と、問い合わせ先にたどり着きにくかった事例を取り上げます。

SNS収益化講習サービスでは、申込を見送ると次の選考機会がないと案内され、全額返金の詳しい条件を把握できないまま契約したとの通報がありました。申告額は60万円でした。一方、オンラインの専門家相談では、1回限りの利用のつもりが月額契約となり、約5,000円の引き落としが続いていたとの通報がありました。月額と期間から算出した集計額は約15万円です。**高額な契約をその場で判断するケースと、月々の請求に気づかず負担が積み上がるケースでは、問題が表面化する時点が異なると考えられます。**

また、複数のサービスを一度に申し込めても、課金を止めるには個別に解約が必要との指摘や、電話・メールが案内されていても、遷移先では定型のチャット案内から先に進めなかったとの通報がありました。後者は、通報だけで意図的な妨害かどうかを判断できませんが、案内された窓口が実際に使えるかを点検する手がかりになります。

これらの事例から、**申込時には支払条件や返金条件を、契約後には何をすれば請求が止まるのかを、利用者が判断できる状態にすること**が重要です。表示の有無だけでなく、必要な情報や手続きに、必要なときにたどり着けるかを確認する必要があります。

通報された内容（一部要約）

① 全額返金の条件が分かりにくかった6か月契約（申告額60万円）
SNS運用スクールの勧誘で「全額返金」と案内され、返金事例も紹介された。一方、半年で120件の投稿が必要で、投稿には講師の許可も要るなど、返金条件を満たせるか契約前に判断できるだけの説明はなかったとの通報。
※協会が確認した公式サイトの案内・FAQの範囲では、返金保証の適用条件を確認できませんでした。

② 1回の相談のつもりが、月々の課金に（申告額15万円）
専門家に一度だけ相談するつもりで申し込んだが、解約するまで月約5,000円の引き落としが継続。約2年半後に気づいて解約したとの通報。

③ 一括で申し込んだサービスを、別々に解約
セット契約の一方を解約しても、もう一方が通常プランに移行し、課金されるおそれがあるため、両方で別々に解約する必要があったとの通報。

④ 定型チャットから担当者にたどり着けない
問い合わせ方法としてチャット・電話・メールが案内されていたが、いずれもチャット画面に移り、定型文の表示から担当者につながる方法が分からなかったとの通報。

©一般社団法人ダークパターン対策協会

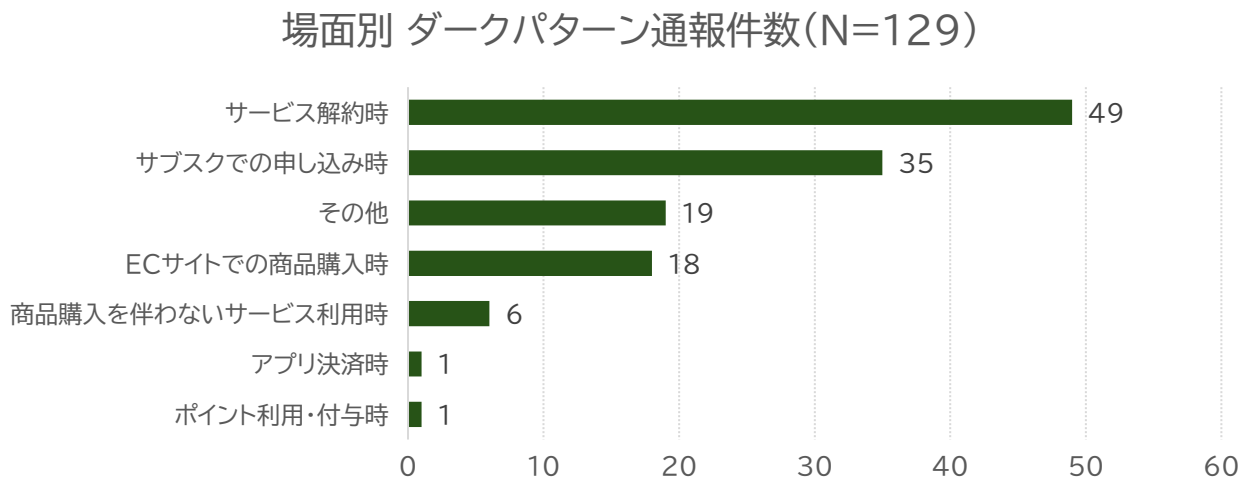
場面

本調査（N=129）を利用場面別に分類した結果、「サービス解約時」が49件（38.0%）と最多となり、「サブスクでの申し込み時」35件（27.1%）が続きました。第1～3回はいずれも解約時が最多でしたが、第4回は特定の動画配信サービスへの通報が集中し、申込時が76件（67.9%）を占めました。**今回は解約時が再び最多となり、前回の19件（17.0%）を件数・構成比ともに上回りました。**

一方、「ECサイトでの商品購入時」も前回の5件（4.5%）から18件（14.0%）に増えました。解約時には窓口が見つからない、申込とは異なる手順を求められるといった指摘がみられ、商品購入時には、用途選択によって別契約が加わる、追加料金が決済間際に表示されるといった通報がありました。**解約のしにくさに加え、購入の途中で契約内容や支払額が変わることを把握しにくい問題**も確認されています。なお、各回の通報先の構成は異なり、市場全体の発生率の変化を示すものではありません。

● ポイント解説（一部抜粋）

・サービス解約時（38.0%：49件）：解約画面への到達が難しい、登録と解約で必要な手続きが異なるなど、離脱に手間を要するという通報がありました。
・サブスクでの申し込み時（27.1%：35件）：無料体験や初回料金を見て申し込んだ後に、自動更新・定期購入・最低購入回数に気付く事例がみられました。
・ECサイトでの商品購入時（14.0%：18件）：商品やドメインの購入に付随する追加契約など、当初想定した購入内容や支払額との違いに気づきにくい事例がみられました。
・商品購入を伴わないサービス利用時（4.7%：6件）：予約のキャンセルに別の端末での操作が必要になる、ログイン後の画面で別サービスへの登録があらかじめ選択されているといった通報がありました。



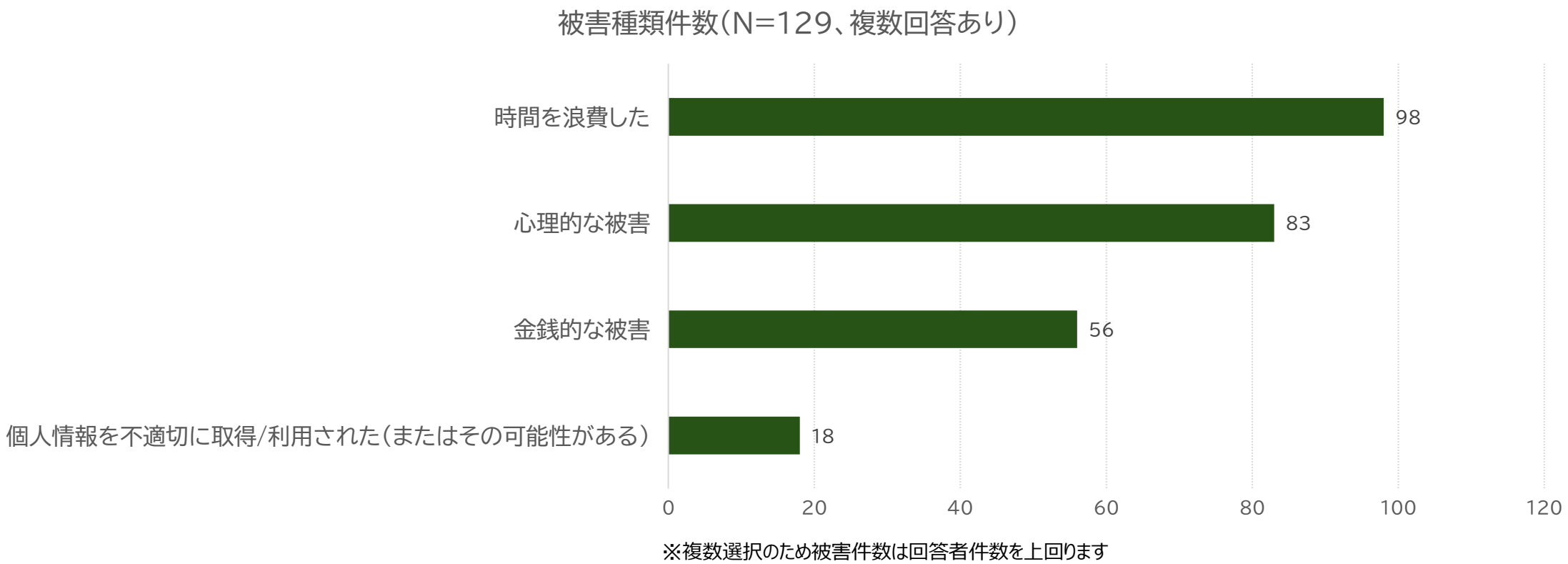
※場面区分の簡易定義
・サブスクでのお申込み時：月額課金・定期便・会員制サービス等の初回申込フロー
・サービス解約時：サブスク・会員サービスの解約／退会／自動更新停止手続き
・商品購入を伴わないサービス利用時（予約等）：飲食店・施設・イベント等の予約、非物販サービスの申込み
・ECサイトでの商品購入時：オンラインストアでの商品購入フロー（カート投入～決済）
・その他：上記に該当しない動画広告の×ボタン、クッキーバナー、メール広告のしつこさ等、「サービスの申込・解約・購入とは少し離れたUI／コミュニケーション」の場面
・ポイント利用・付与時：共通ポイント・ECポイントの利用条件／付与条件の提示場面
・アプリ決済時：スマホアプリ内の課金・サブスク登録等決済場面

©一般社団法人ダークパターン対策協会

被害種類

被害の種類では、**「時間を浪費した」が98件（76.0%）で最多**となり、「心理的な被害」83件（64.3%）、「金銭的な被害」56件（43.4%）が続きました。個人情報の不適切な取得・利用またはその可能性に関する申告は18件（14.0%）でした。第4回は金銭的な被害が81.3%で最多でしたが、今回は時間的な被害の割合が前回の58.0%から上昇しています。

「サービス解約時」の49件のうち42件で時間的な被害が申告され、全通報のうち70件では時間的・心理的な被害の両方が選ばれました。解約先を探し、別の窓口で手続きをやり直すといった事例からも、**金額に表れない負担が、問題に気づいてから解決に至るまでに積み重なる**ことがうかがえます。



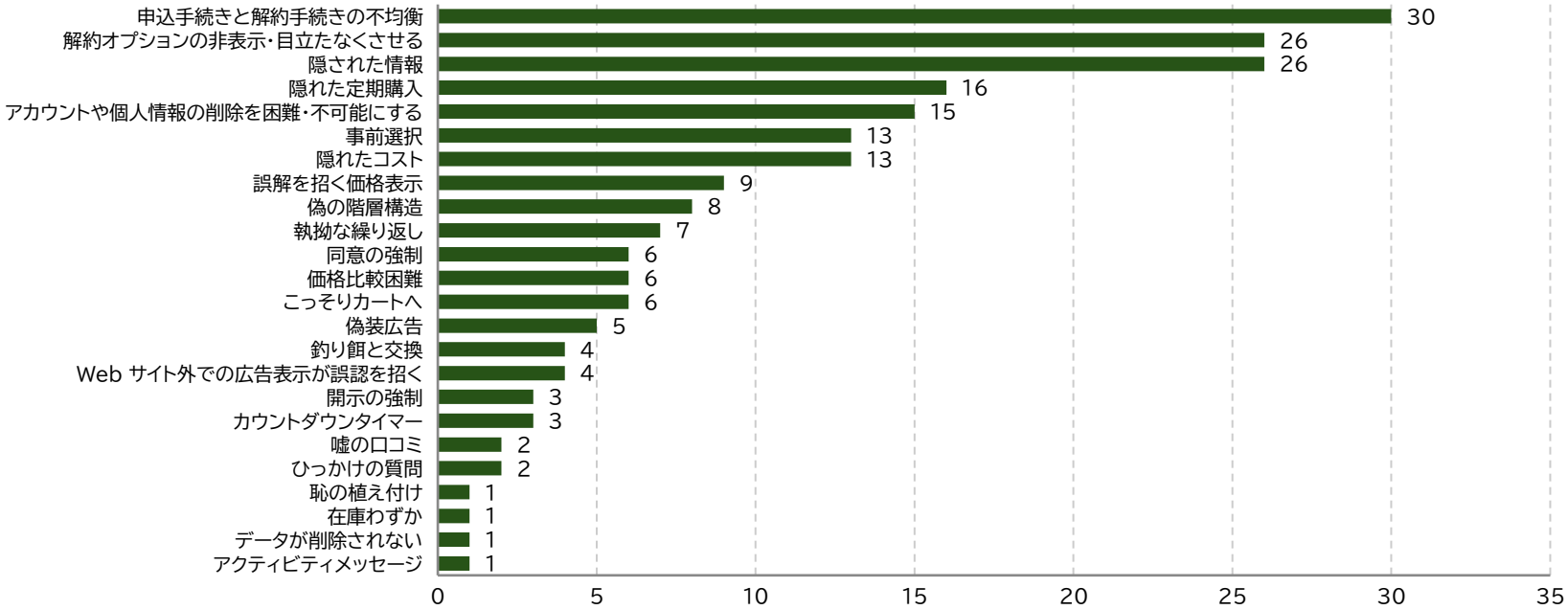
※複数選択のため被害件数は回答者件数を上回ります

©一般社団法人ダークパターン対策協会

ダークパターン類型 – 類型別の出現件数

第5回に確認された手法の延べ数は208件でした。最多は「申込手続きと解約手続きの不均衡」の30件（14.4%）で、「解約オプションの非表示・目立たなくさせる」と「隠された情報」が各26件（12.5%）、「隠れた定期購入」16件（7.7%）が続きました。
第4回は「隠された情報」66件を筆頭に、価格表示や価格比較に関する類型が上位を占めましたが、今回は「申込手続きと解約手続きの不均衡」が7件から30件に増え、解約時の手順や窓口に関する問題が上位となりました。**解約先が見つからない場合と、見つかっても申込時にはなかった手順を求められる場合では、点検すべき箇所が異なることに注意が必要です。**一方、「隠された情報」は今回も上位であり、更新後の料金や別契約の有無など、申込を判断するための情報が見つけやすいかは、引き続き課題です。

類型別の出現件数（N=129、複数回答あり）



※複数選択のため類型別の件数は回答者件数を上回ります
※協会類型定義に準じて分類 https://www.ndda.net/about-dark-pattern/

主要類型の内容

- **申込手続きと解約手続きの不均衡**
  申込に比べ、解約に追加の手順や別の連絡手段を要する
- **解約オプションの非表示**
  解約方法を表示しない、または見つけにくくする
- **隠された情報**
  重要な情報を視覚的に見えにくいように隠す
- **隠れた定期購入**
  単品購入に見せかけて定期購入に加入させる
- **アカウント・個人情報の削除妨害**
  アカウントや個人情報を容易に削除できない

©一般社団法人ダークパターン対策協会

ダークパターン類型 - 組み合わせ

● 類型の組み合わせの特徴

第5回では、異なる類型が2つ以上確認された通報は48件（37.2%）で、第4回の54件（48.2%）を下回りました。一方、同一通報内の異なる類型を2つずつ、順不同で数えると、組み合わせは145組で、前回の123組を上回りました。**複数類型を含む通報は減った一方、1件に多くの類型が重なる事例が、ペアの延べ件数を押し上げました。**

最も多かったのは「申込手続きと解約手続きの不均衡×解約オプションの非表示・目立たなくさせる」の14件でした。
前回は「隠された情報×誤解を招く価格表示」が23件で最多でしたが、今回は**解約先を見つけにくく、見つけても手続きに手間がかかるという、異なる段階の負担の重なり**が目立ちました。一方、「隠された情報×隠れたコスト」も9件あり、追加料金や継続課金の条件を申込前に把握しにくい組み合わせは引き続き確認されています。

2つの組み合わせ（上位抜粋）

類型1	類型2	ペア件数集計
申込・解約手続きの不均衡	解約オプションの非表示	14
隠された情報	隠れたコスト	9
誤解を招く価格表示	隠された情報	8
隠された情報	隠れた定期購入	8
価格比較困難	隠された情報	5
こっそりカートへ	隠された情報	5

● 3つ以上の類型が重なる複合パターン

異なる類型が3つ以上確認されたのは13件（10.1%）で、内訳は3類型5件、4類型2件、5類型4件、6類型1件、8類型1件でした。前回は3類型以上が25件（22.3%）でしたが、今回は件数が減る一方で、**1通報あたりの最多類型数は5から8になりました。**
13件の場面別内訳は、申込時が8件、ECでの商品購入時が5件でした。以下では、申込を急がせる説明、別契約の追加、支払額の分かりにくさ、定期便の購入条件と、重なり方の異なる事例を取り上げます。**複数の仕掛けが重なる事例は、特定のサービスに限られません。**

複数類型（3つ以上）が重なった「複合ダークパターン」の事例

事例① SNS運用支援サービス
8つの類型： アクティビティメッセージ／カウントダウンタイマー／価格比較困難／嘘の口コミ／在庫わずか／恥の植え付け／誤解を招く価格表示／隠された情報
コメント：今断ると次の機会がないと案内された一方、全額返金の詳しい条件は分からなかったとの通報。契約を急がせる説明と、判断に必要な情報の見えにくさが重なった事例です。

事例②ドメイン取得サービス
6つの類型： こっそりカートへ／偽の階層構造／誤解を招く価格表示／隠された情報／隠れたコスト／隠れた定期購入
コメント：ドメインの用途を選ぶと、申込内容にレンタルサーバーが含まれ、無料期間後の請求で別契約に気づいたとの通報。用途を選ぶ操作と、有料契約を追加する操作の区別が分かりにくい事例です。

事例③オンラインでの商品購入
5つの類型：こっそりカートへ／偽の階層構造／誤解を招く価格表示／隠された情報／隠れたコスト
コメント：サイトで見た金額は8,000円だったものの、最終的な支払額は約3万円で、カード明細を見るまで分からなかったとの通報。表示価格と決済額の差を購入前に把握しにくい事例です。

事例④食品の定期購入
4つの類型：隠された情報／誤解を招く価格表示／価格比較困難／ひっかけの質問
コメント：限定特典と初回価格が目立つ一方、3回の購入条件や途中でやめた場合の差額請求は小さな注記に記載されていたとの通報。初回価格だけでは、継続条件と途中解約時の負担を比較しにくい事例です。

©一般社団法人ダークパターン対策協会

ダークパターン類型 - 組み合わせ

ホットライン開始から第5回までの全期間データ（N=377）で、同一通報内の異なる類型を順不同で数えると、組み合わせは計368組でした。最多は「隠された情報×誤解を招く価格表示」の35件で、前回累計の27件から8件増えました。**「隠された情報×価格比較困難」は28件、「隠された情報×隠れた定期購入」は24件で、契約条件の見えにくさが、価格の比較や継続課金の認識のしづらさと重なる傾向**は、累計でも続いています。(※1)

一方、「解約オプションの非表示・目立たなくさせる×申込手続きと解約手続きの不均衡」は、前回累計17件に今回14件が加わり、31件で全期間の2番目に多い組み合わせとなりました。

（※2)**契約条件や価格を理解しにくい「入口」の問題と、解約先を探し、手続きを進める「出口」の問題が、いずれも累計の上位**にあります。利用者が申込前に内容を確かめられるか、契約後に自分で離脱を完了できるかを、それぞれの画面だけでなく、手続きの流れに沿って点検することが重要です。

		事前選択	こっそりカートへ	アカウントや個人情報の削除を困難、不可能にする	データが削除されない	偽の階層構造	隠された情報	隠れたコスト	隠れた定期購入	解約オプションの非表示、目立たなくさせる	申込手続きと解約手続きの不均衡	開示の強制	同意の強制	ひっかけの質問	嘘の口コミ	価格比較困難	誤解を招く価格表示	恥の植え付け	釣り餌と交換	偽装広告	カウントダウンタイマー	執拗な繰り返し	アクティビティメッセージ	在庫わずか
選択肢コントロール型	事前選択		6	1	1	1	13	3	10	1	2						3							
	こっそりカートへ	6				5	15	7	7								5							
	アカウントや個人情報の削除を困難、不可能にする	1			6			1		3	2													
	データが削除されない	1		6							1													
	偽の階層構造	1	5				9	5	5							1	7							※1
	隠された情報	13	15			9		14	24	3		1	5	6	2	28	35	1	2		2	1	1	1
	隠れたコスト	3	7	1		5	14		8								6							
	隠れた定期購入	10	7			5	24	8		1	1		1			1	4			1				
	解約オプションの非表示、目立たなくさせる	1		3			3		1		31											2		
	申込手続きと解約手続きの不均衡	2		2	1				1	31	※2								1					
	開示の強制						1						1									1		
	同意の強制						5		1			1												
認知・印象操作型	ひっかけの質問						6								2	4	6				1			
	嘘の口コミ						2							2		3	3	1			2		1	1
	価格比較困難					1	28		1					4	3		17	2	1	1	4		1	1
	誤解を招く価格表示	3	5			7	35	6	4					6	3	17		1			2		1	1
	恥の植え付け						1								1	2	1				2		1	1
	釣り餌と交換						2				1					1								
	偽装広告								1							1								
プレッシャー付与型	カウントダウンタイマー						2							1	2	4	2	2					1	1
	執拗な繰り返し						1			2		1												
	アクティビティメッセージ						1								1	1	1	1			1			1
	在庫わずか						1								1	1	1	1			1		1	

今回も増加傾向

新規項目追加

※全期間データ（N=377）。同一通報内で同じ類型に該当する手法が複数あっても、マトリクスでは1類型として扱い、異なる類型同士の組み合わせを順不同で集計しています。

©一般社団法人ダークパターン対策協会

総評

本調査（第5回、N=129）は、2026年8月1日～10月31日に寄せられた通報に基づく参考値です。有効通報は第4回の112件を上回りましたが、前回は特定の動画配信サービスに65件（58.0%）が集中したのに対し、今回は最多の名寄せ先でも9件（7.0%）でした。**件数だけでなく、どのサービスや場面に通報が集まったかが回によって異なる**ため、増減をそのまま市場全体の変化と捉えることはできません。

利用場面では、前回は特定サービスの影響で申込時が67.9%を占めましたが、今回は「サービス解約時」が49件（38.0%）と、第1～3回と同様に最多となりました。「解約オプションの非表示・目立たなくさせる」と「申込手続きと解約手続きの不均衡」が重なる通報は14件ありました。解約画面にたどり着けないケースに加え、セットで申し込んだサービスを個別に解約する必要があるなど、**解約先を見つけた後にも手続き上の負担が残る**事例がみられます。解約時の49件のうち42件で時間的な被害が申告されており、請求額だけでは捉えられない負担にも目を向ける必要があります。
一方、申込時には、単品購入や無料体験から継続課金につながる事例や、用途の選択によって別の契約が申込内容に加わる事例が確認されました。異なる類型が2つ以上の通報は前回の54件から48件に減りましたが、最大8類型が重なった通報もありました。**料金や契約条件の見えにくさに、選択肢の見せ方や申込を急がせる案内が重なると、利用者が条件を確認し、比較する機会を失いやすくなります。**複合的な事例は特定サービスに限らず、定期購入やECでの商品購入などでもみられました。

金額集計対象は53件、申告額等の合計は1,430,416円で、前回の84件・1,717,579円を下回りました。継続型では中央値が26,000円から9,790円に下がった一方、平均は22,067円から30,251円に上昇しています。60万円の申告1件が継続型総額の約4割を占めており、平均の上昇だけでは、今回多くみられた金額帯を説明できません。年額を一括で請求される場合と、少額の月額料金が気づかないうちに積み上がる場合では、請求に気づく時点も異なります。

問い合わせ対応では、前回はチャットから解約手続きに進めないとの通報があり、今回は配送トラブルなどでも、定型の案内を繰り返され、担当者にたどり着けないとの指摘がありました。自動応答で解決しなかったことだけで、ダークパターンとは判断できませんが、**解約や問い合わせに必要な窓口が見つけにくく、自動応答で解決できない場合にも別の手段へ進めないなら、利用者の選択や手続きを妨げる設計になっていないか、確認が必要**です。AIチャットボットなど自動応答を用いるサービスでは、別の窓口や担当者につながる手段を利用者が見つけられるか、今後も注視すべき論点です。

制度面では、消費者庁が2026年9月に公表したデジタル取引・特定商取引法等検討会の中間取りまとめで、通信販売におけるダークパターンへの規律や、継続的契約の解約妨害に関する規律の検討が示されました。いずれも制度の具体化に向けた検討であり、今回の通報増減との因果関係を示すものではありませんが、事業者には、**申込前に価格・契約期間・更新条件を確認でき、契約後は解約先にたどり着き、手続きの完了と以後の請求の有無まで分かるか**を、一連の流れとして点検することが重要です。

©一般社団法人ダークパターン対策協会

一般社団法人ダークパターン対策協会

https://www.ndda.net/



チェックマークは“信頼できる状態“を約束するシンボル。

「信頼」「安定」を象徴するグリーンを組み合わせることで、

誰もが安心して使えるインターネット環境の証を表現しています。

このシンプルなロゴデザインには、目に見えないインターネットの

世界にこそ必要な消費者へ「見える安心」をお届けすることと、

ダークパターンへ対峙する企業としての責任ある姿勢が込められています。

©一般社団法人ダークパターン対策協会