

第23回競争政策研究センター国際シンポジウム

「ダークパターン～人を欺くウェブデザインに対し競争政策が果たす役割～」

日本におけるダークパターンをめぐる法規制と 民間の自主的取組みの現状

森・濱田松本法律事務所事務所 外国法共同事業
弁護士 岡田 淳

2025/3/14

MORI HAMADA

Profile



パートナー弁護士

岡田 淳

Atsushi Okada

第二東京弁護士会所属

米国ニューヨーク州弁護士会所属

Direct 03-5220-1821

Mail atsushi.okada@morihamada.com

MORI HAMADA

主要な取扱分野

データ/プライバシー、知的財産権、TMT (Tech, Media, Telecom)、Fintech、ライフサイエンス、製造物責任、AI/自動運転/ドローン、テクノロジー分野における紛争・M&Aなど

主要な著作・論文

- 個人情報保護法(商事法務、2024):**第24回ほんづくり大賞優秀賞**を受賞
- AI事業者ガイドライン(第1.0版)(別冊、2024)
- テクノロジー×著作権 理解を深めるキーワード(コピライト、2024)
- プラットフォームビジネスの法務[第2版](商事法務、2022)
- 特許侵害訴訟[第2版](中央経済社、2021)
- ヘルステックの法務 Q&A[第2版](商事法務、2022)
- ダークパターンに関する一考察(上・下)(NBL、2023)
- AI・IoT・ビッグデータの法務最前線(中央経済社、2019)
- 実務担当者のための欧州データコンプライアンス
～ GDPRからeプライバシー規則まで(別冊NBL、2019)
- M&A法体系[第2版](有斐閣、2022)
- ドローン・ビジネスと法規制[第2版](清文社、2022)
- 自動運転・MaaSビジネスの法務[第2版](中央経済社、2023)
- 資本業務提携ハンドブック(商事法務、2020)
- AI・データの利用に関する契約ガイドラインと解説 (別冊NBL、2018)

経歴

東京大学法学部卒業(2001年)、ハーバード大学ロースクール修了(2007年)
Weil, Gotshal & Manges法律事務所(シリコンバレーオフィス)で執務
(2007年～2008年)

主な活動

- 2010年 立教大学 法学部 講師(特許法、商標法)
- 2011年 青山学院大学 経営学研究科 客員教授(著作権法)
- 2015年 日本弁理士会 特定侵害訴訟代理業務研修講師(不競法)
- 2017年 経済産業省 AI・データ契約ガイドライン検討会 委員
- 2019年 内閣府 スマートシティ分野アーキテクチャ検討会議委員
- 2019年 一般社団法人日本DPO協会 顧問
- 2019年 東京大学 未来ビジョン研究センター 客員研究員
- 2022年 特許庁 工業所有権審議会 試験委員
- 2023年 自由民主党 AIの進化と実装に関するPT WG 委員
- 2023年 内閣府 AI戦略会議 委員
- 2023年 内閣府 AI時代の知的財産権検討会 委員
- 2023年 経済産業省 AI事業者ガイドライン WG 委員
- 2024年 一般社団法人AIガバナンス協会 有識者委員
- 2024年 一般社団法人ダークパターン対策協会 理事
- 2024年 日本ディープラーニング協会 法と技術の検討委員会 委員
- 2024年 東京都 AI戦略会議 委員
- 2024年 デジタル行財政改革会議 データ利活用制度・システム検討会 委員

主な受賞歴

- Chambers Asia-Pacific (TMT, IP), Chambers Global (IP) で高評価
- Legal 500 Asia Pacific (TMT, IP) で高評価
- 日本経済新聞の企業法務・弁護士調査で高評価
- ALB Asia Super 50 TMT Lawyers 2025に選出
- IAM Patent 1000 / IAM Global Leadersに選出
- World Trademark Review 1000に選出
- Asia IP Top 50 IP Experts of Japanに選出
- Best Lawyers in Japan, Who's Who Legalで高評価
- 週刊東洋経済の弁護士ランキングで高評価

ダークパターン: 日本国内における法規制

／ ダークパターンに適用され得る既存の法律

ダークパターンを**正面から横断的・包括的に規制した法律はまだ無い**ものの、現行法の下でも一定の範囲において適用可能な規制は存在する：

- ① 一般性・抽象性の高い規制
- ② 適用場面が個別・具体的に限定された規制

一般・抽象的規制

- 競争政策に関する法制：
 - ▶ **独占禁止法**
(優越的地位の濫用、欺瞞的顧客誘引など)
- 消費者保護に関する法制：
 - ▶ **消費者契約法**
(不実告知、不利益事実の不告知など)
- 個人情報保護に関する法制：
 - ▶ **個人情報保護法**
(不適正利用、不正取得など)

個別・具体的規制

- **特定商取引法**：
 - ▶ 広告の表示事項
 - ▶ 最終確認画面での表示義務、誤認表示の禁止
- **景品表示法**：
 - ▶ 不当表示の禁止
- **電気通信事業法**：
 - ▶ 契約前の提供条件の説明
 - ▶ 外部送信規律

／ 近時の法改正による対応

特定の類型の行為について、近時の法改正等により**個別規制が強化**され、執行事例も徐々に蓄積一般法との関係でも、今後の改正に向けた議論を含め、ダークパターンが一つのテーマに

(例) 消費者法: 消費者制度のパラダイムシフトに関する専門調査会

個人情報法: いわゆる3年ごと見直しの検討の充実に向けた視点

2022.6～ サブスクの規制強化

特定商取引法に基づく表示義務として、

- 提供するサービスの期間、回数等:
 - ▶ 無期限や自動更新の場合、その旨も
- サービス料金:
 - ▶ 支払時期・方法。有料プランへの切替時期など
- キャンセル・解約に関する事項:
 - ▶ 解約の方法・条件。解約の申出期限、違約金が発生する場合にはその内容など

2023.10～ ステマの規制強化

景品表示法に基づく誤認表示の禁止として、

- 一般消費者が事業者の表示であることを判別することが困難な表示を、不当表示として規制
 - ▶ 広告であることを分かりやすく表示する必要

/ 日本におけるダークパターン規制の今後あるべき姿は？

ダークパターン手法は変化が目まぐるしく、個別規制では柔軟・迅速に対応し難いというデメリットも

➡ **一般性・抽象性の高い規律をいかに実効的に活用するか**、は重要な課題の一つ

① **新たな横断的規制**を導入するアプローチ

② **既存の一般法**をダークパターンの文脈でもより積極的に活用するアプローチ

日本での問題状況に適した、効果的な規律や執行はどうあるべきか？

- 違法と適法の境目が曖昧であり、グラデーションのある概念であることの難しさ
- はっきり嘘はつかないが、心理学的効果を利用して顧客の意識を誘導することをどう捉えるか

● 事業者の予測可能性の担保

- ▶ 包括的で抽象的な文言の下では、禁止される行為か否かの線引きが不明確
 - 一方で、事業者の活動を過度に萎縮させることへの懸念
 - 他方で、逆に当局としても執行し難く、事業者への抑止力として機能しないおそれも
- ▶ **GL等を通じた予見可能性の確保が、これまで以上に求められる**
 - 過去の問題事例もふまえつつ、基準や考え方をまとめて世の中に広く共有する
 - ダークパターンの分野横断的な性質に鑑み、複数の当局間での連携も重要に

● 適切な制裁メカニズム(欧米と日本の対比)

/ 他方で、法律だけで全て解決することには限界も・・・

● なぜ事業者はダークパターンを用いてしまうのか？

- ▶ どこまで突き詰めても、やはり**違法と適法の境目は曖昧**な部分がある
- ▶ 一見すると個々のUIの問題のように見えるが、本質的には**組織としての思想・ガバナンス**の問題
 - 縦割りの組織、横連携の不足
 - 短期的なビジネス視点の支配、長期的な視点の欠如
- ▶ **消費者への認識**が浸透していない＝ダークパターンを用いない誠実な企業が十分に評価されていない

● 国・民間の様々なレイヤーでのアプローチが相互補完的に機能することが必要に

- ▶ **国によるソフト・ロー的なアプローチ:**
 - 例) 総務省によるスマートフォン プライバシー セキュリティ イニシアティブ
- ▶ **民間による自主的な取組み:**
 - 優良なインターフェースや組織体制を認定する(ポジティブなインセンティブ ↔ 違法な事業者を取り締まる法律との棲み分け)
 - 消費者等への啓発、リテラシーの向上

ダークパターン：民間での自主的取組みの現状

一般社団法人ダークパターン対策協会の取組み

消費者が正しい判断を行えるようにする一つの目安として、中立な第三者の立場から誠実なWebサイトを審査・認定し、改ざんできないロゴマークを付与する仕組みを提供するとともに、消費者の方々にダークパターンに関する注意喚起やロゴマークの普及啓発活動を行う。

NDD認定制度の構築・運用をはじめとした ダークパターン撲滅に向けた取組みをおこなう一般社団法人

事業内容	体制														
<ol style="list-style-type: none"> NDD認定制度の構築・運用 認定制度の審査員向け教育、試験 認定制度の審査機関の認定 オンラインロゴマーク付与システムの構築・運用 会員向けダークパターン対策教育、セミナーの実施 会員の意見収集および法改正に向けた政府への提言 ダークパターン対策を行う他団体との交流・意見交換 ダークパターン対策ツール・サービスの認定 その他当法人の目的を達成するために必要とする事業 	<table border="1"> <tr> <td>代表理事</td> <td>小川 晋平 (株式会社インターネットイニシアティブ ビジネスリスクコンサルティング本部長 一般社団法人日本DPO協会理事)</td> </tr> <tr> <td>理事</td> <td>岡田 淳 (森・濱田松本法律事務所 パートナー弁護士)</td> </tr> <tr> <td>理事</td> <td>カライスコス アントニオス (龍谷大学 法学部 教授)</td> </tr> <tr> <td>理事</td> <td>長谷川 敦士 (株式会社コンセント 代表取締役 武蔵野美術大学 造形構想学部 教授 NPO法人人間中心設計推進機構 副理事長)</td> </tr> <tr> <td>理事</td> <td>増田 悦子 (公益社団法人全国消費生活相談員協会 理事長)</td> </tr> <tr> <td>監事</td> <td>芝崎 章太郎 (合同会社デジタルワークサポート 代表)</td> </tr> <tr> <td>顧問</td> <td>赤石 浩一 (東京海上ホールディングス顧問 元デジタル庁デジタル審議官)</td> </tr> </table>	代表理事	小川 晋平 (株式会社インターネットイニシアティブ ビジネスリスクコンサルティング本部長 一般社団法人日本DPO協会理事)	理事	岡田 淳 (森・濱田松本法律事務所 パートナー弁護士)	理事	カライスコス アントニオス (龍谷大学 法学部 教授)	理事	長谷川 敦士 (株式会社コンセント 代表取締役 武蔵野美術大学 造形構想学部 教授 NPO法人人間中心設計推進機構 副理事長)	理事	増田 悦子 (公益社団法人全国消費生活相談員協会 理事長)	監事	芝崎 章太郎 (合同会社デジタルワークサポート 代表)	顧問	赤石 浩一 (東京海上ホールディングス顧問 元デジタル庁デジタル審議官)
代表理事	小川 晋平 (株式会社インターネットイニシアティブ ビジネスリスクコンサルティング本部長 一般社団法人日本DPO協会理事)														
理事	岡田 淳 (森・濱田松本法律事務所 パートナー弁護士)														
理事	カライスコス アントニオス (龍谷大学 法学部 教授)														
理事	長谷川 敦士 (株式会社コンセント 代表取締役 武蔵野美術大学 造形構想学部 教授 NPO法人人間中心設計推進機構 副理事長)														
理事	増田 悦子 (公益社団法人全国消費生活相談員協会 理事長)														
監事	芝崎 章太郎 (合同会社デジタルワークサポート 代表)														
顧問	赤石 浩一 (東京海上ホールディングス顧問 元デジタル庁デジタル審議官)														

協会設立時メディア向け発表会

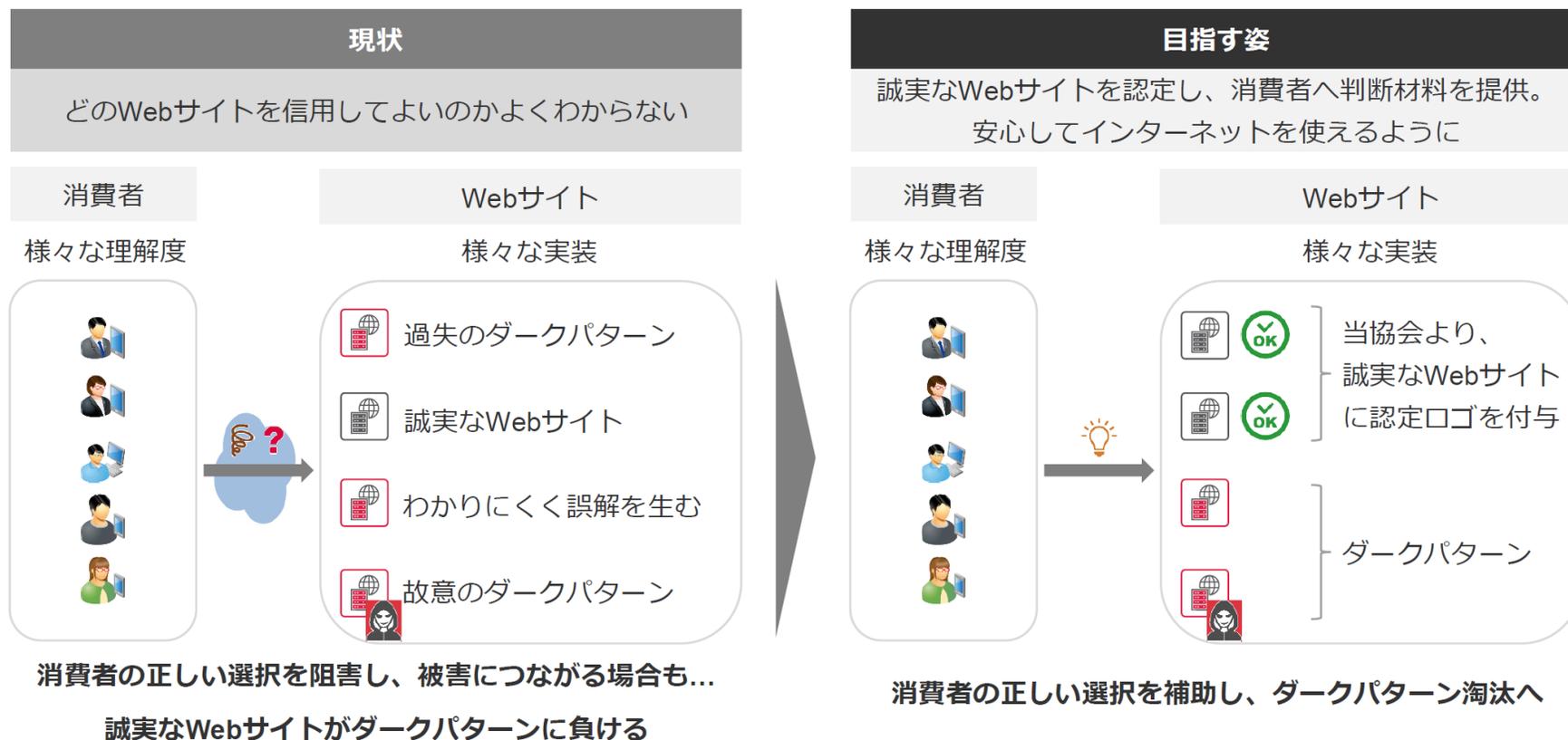


2024年10月2日 11:00~12:30@恵比寿ガーデンルーム

/ NDD認定制度 (Non-Deceptive Design Accreditation)

誠実なWebサイトを審査・認定することで該当サイトが消費者に信頼され、他方でダークパターンを用いるWebサイトは消費者から信頼されなくなり、安心してインターネットを使える世界を目指した制度

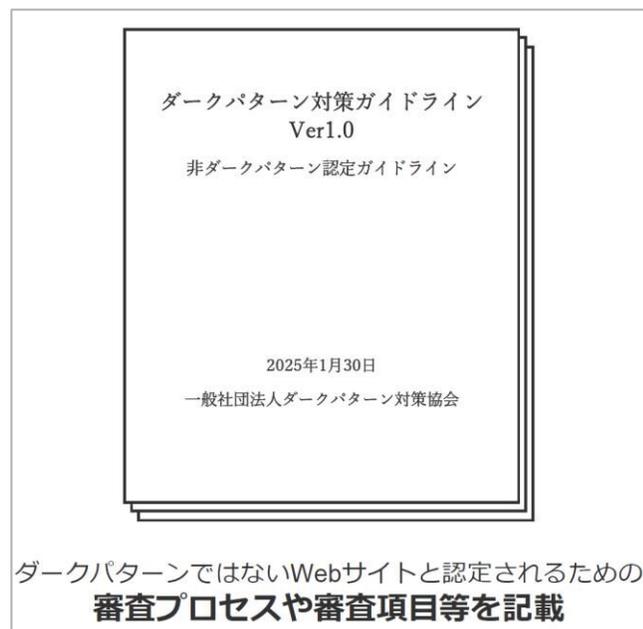
→ 2025年7月からの本格運用開始を予定



ダークパターン対策ガイドラインver1.0の公開と意見公募

NDD認定制度の運用開始に向け、**2025年1月にガイドラインを策定**

- NDD認定制度の審査対象項目を示すと共に、誠実な事業者に求められる非ダークパターン実装や組織的対策を解説
- 有識者と一般企業のほか、オブザーバー(消費者庁、総務省、個人情報保護委員会、経済産業省の政府関係者)に参加いただいた分科会での議論を経て策定
- 3月5日まで意見公募を実施



1. はじめに
2. ダークパターンの問題認識
3. ガイドラインがカバーする範囲
4. バージョン計画
 - ・ 現行スコープと将来のバージョンアップ案
5. 非ダークパターンUI実装とUX設計
 - ・ ダークパターン関連画面の設計
 - ・ 規約関係
 - ・ 個人情報の取り扱い
 - ・ 商品・サービス契約
 - ・ 購入前確認画面
 - ・ クッキー許諾画面
 - ・ 画面と関係のないダークパターン
 - ・ 組織的対策

5章で構成

/ ガイドラインと審査対象の関係

基本方針: **ガイドライン**は幅広にする一方、**審査対象**はブレないものからスタート

- 審査対象 → 当初は、どの審査員が見ても判断がブレ難い部分から開始していく予定
- ガイドライン → 幅広に記載し、「**審査対象**」「**強く推奨**」「**推奨**」の3つに分類

NDD認定制度のガイドライン

1. はじめに
2. ダークパターンの問題認識
3. ガイドラインがカバーする範囲
4. バージョン計画
 - ・ 現行スコープと将来のバージョンアップ案
5. 非ダークパターンUI実装とUX設計

ダークパターン関連画面の設計

- ・ 規約関係
- ・ 個人情報の取り扱い
- ・ 商品・サービス契約
- ・ ✓ 購入前確認画面
- ・ ✓ クッキー許諾画面

- ・ 画面と関係のないダークパターン

- ・ ✓ 組織的対策

審査対象範囲 (ver1.0)

A. クッキーバナー

クッキーについて、透明性のある情報提供をおこない本人関与の機会を提供できているか？

B. 購入前の最終確認画面

購入前の最終確認画面において、各契約の重要事項をわかりやすく表示できているか？

C. 組織的対策

ダークパターン防止に向けて、部門間連携やレビュー体制、責任体制の構築ができているか？

開始当初の審査対象の選定方針

選定方針①

審査員により判断がぶれないこと

審査の公平性の観点から、**ver1.0**では**審査員によって判断がぶれない項目を審査対象とした**

- 「在庫があとわずか」「キャンペーンまもなく終了」といったダークパターンと分類されるデザインは消費者にとって有益な場合もあり、一概にダークパターンとは言えない。そのため、審査員によって判断が変わる恐れがある。
- 消費者心理を過度に事業者にもたらす方向へ誘導する度合いを定量的に計ることができる・どこからがダークパターンなのかの線引きを言語化できる等、一定の条件を満たした場合に審査対象に引き上げることを検討。
- 現状の被害が大きいことから、上記の研究を待つよりも速やかに制度を開始し、バージョンアップをしながら審査範囲を広げていく方が消費者被害軽減に有益と考えた。
- 審査員により判断がぶれないことを前提に、右の②の選定方針をとった。

選定方針②

大きな問題からつぶしていく

A. クッキーバナー

(個人情報詐取の入口対策)

- 3rd Party Cookieに代表される行動動態の外部送信後のプロファイリングを元に、詐欺広告の表示などで個人情報を詐取する入口に使われるため、適切な本人関与機会の提供が重要
- 不親切なオプトアウト設定をしたり、拒否しても情報を取得し続けている等、ダークパターンといえる事業者優位なバナー設定になっているケースが多く見られる

B. 購入前最終確認画面

(金銭的被害の出口対策)

- 金銭的被害の一番の原因が購入前最終確認画面での重要事項が正しく消費者に伝わっていないこと
- 特定商取引法でも規制されているが、事業者・消費者双方に分かりやすく伝えることが必要

選定方針③

組織的ガバナンスの重要性

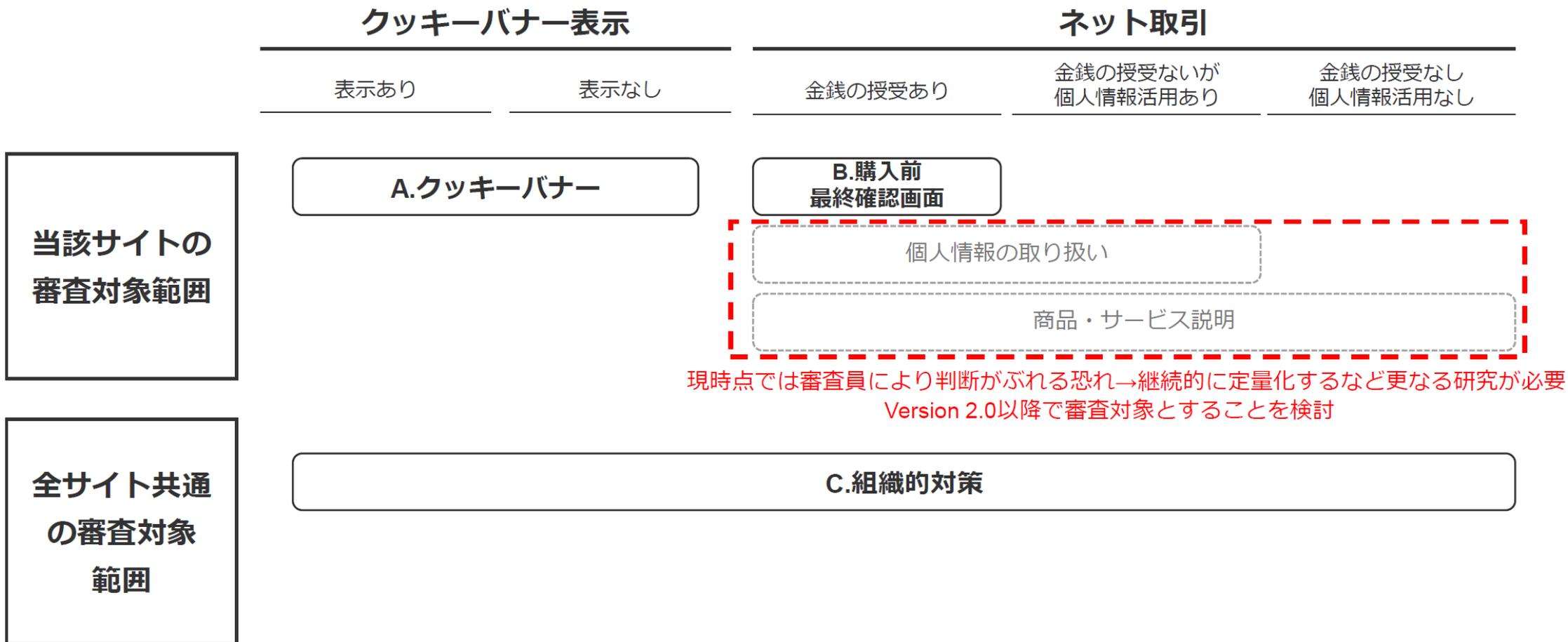
C. 組織的対策

現状の問題として、消費者団体からダークパターンが疑われるクレームが入っても、**真摯に対応しない/他人事と捉えている事業者が多数存在する。**

ダークパターンは消費者からの信頼を失うことであり、“**会社の問題**”として重く捉えてもらうことが必要。

「**そもそもダークパターンを生み出さない/発生しても自浄作用が働く**」といったダークパターン対応に向けた**組織的ガバナンス**がとれていることが重要。

審査の対象範囲(将来像)



審査プロセス(仮)

① 自己審査

- 自己審査チェックシートの記入
 - 審査規約・自己審査チェックシートをダウンロード
 - 自己審査を行い、審査結果をシートに記入。必要に応じて、是正
- 審査申し込み
 - 審査見積の申込み・チェックシートをアップロード
 - 提示された審査費用を確認し、正式申し込み・審査費用を支払う

① 審査 (一次・最終)

- 審査員による一次審査
 - 自己審査チェックシートの申告通りに、Webサイトが実装・運用されているかを確認
- (不合格の場合)
 - 企業審査局から問題のあった箇所へのアドバイスがもらえる
 - 再審査料を支払えば、何度でも審査を受けられる
- 企業審査局による最終審査
 - 疑義があるものについては、事業者には是正措置を求める
 - 2週間以内には是正されれば合格

③ 支払い・ロゴ実装

- 支払い
 - 審査結果通知を受領
 - 認定登録費用(年額)を支払う
- ロゴ実装
 - 認定ロゴを表示できるJavaScriptとロゴ利用規程を事業者へ通知

④ 更新

- 年次の更新審査案内に沿って更新
 - 登録有効期間は1年
 - 前回の登録から10か月を過ぎれば更新可能
 - Webサイトに変更がない場合、更新審査の申し込みをポータルサイトから行える予定