

センター からの

2026
春号

岡山県消費生活センター

〒700-0807 岡山市北区南方2丁目13-1
きらめきプラザ5階
TEL 086 (226) 1019 (2026.3月発行)

Contents

- 消費生活に関するご相談は
- 第2回ネット通販に潜む「ダークパターン」に注意！
- 消費生活トピックス
・あなたの「意見」を事業者に伝えたいときは
- 令和8年度消費生活講座

消費生活に関するご相談は

●岡山県消費生活センター相談ダイヤル

岡山 …… **086 (226) 0999** 火曜日～日曜日 9:00～16:30
津山分室 …… **0868 (23) 1247** 月曜日～金曜日 9:00～12:00・13:00～16:30

●消費者ホットライン **局番なし 188** (身近な消費生活相談窓口につながります。「188泣き寝入り」で覚えてください。)

●岡山県消費生活センター ホームページ

<https://www.pref.okayama.jp/site/syohi/>

X (旧Twitter) アカウントID @SyohiOkayamaken



●消費のアドバイス等 山陽新聞・さりお(生活情報紙)・おかやまコープ機関誌 随時掲載

第2回 ネット通販に潜む「ダークパターン」に注意！

みなさんは「ダークパターン」という言葉をご存じですか。この言葉は、スマートフォンのアプリやインターネット通販などの操作画面で、消費者を騙したり、勘違いをさせるようなデザインに対して名付けられた名称です。

「ダークパターン」はインターネット通販などの画面に巧妙に潜み、消費者を意図的な誤解や不利な条件に誘導し、高い金額の支払いや不必要な個人情報の提供を促してきます。

このような手口に騙されないために、まずはダークパターンの具体的な事例を知ることが大切です。

ダークパターンとは、スマートフォンのアプリやECサイトなどの操作画面で消費者を欺き、勘違いさせて不利な決定に誘導する手法で、以下の7つのパターンがあります。

- ①行為の強制：特定の機能にアクセスさせるために、何かを強制的に行わせる
- ②インターフェース干渉：情報を切り出すことで、文章やデザインなど視覚効果を使って誘導する
- ③執拗な繰り返し：企業にとって都合のよい行為を行うように繰り返し要請する
- ④妨害：ある行為をあきらめさせる意図でやり取りを必要以上に困難にする
- ⑤こっそり：消費者の意思決定に関する情報を隠したり、同意のないものをこっそり紛れ込ませる
- ⑥社会的証明：他の消費者の行動を知らせて、人気があるように見せかける
- ⑦緊急性：実際又は虚偽の時間的・量的制限で商品を購入するようにプレッシャーをかける

前回の「センターからのお便り2025冬号」ではダークパターンの具体的な事例1～3を紹介しました。今回は引き続き事例4～7を紹介します。

【センターからのお便り2025冬号】掲載の事例1～3はこちらから➡



事例4 妨害

商品の購入や会員登録等の手続きに比べて解約や退会の難易度が高い、一番高い価格が優先的に表示され価格の比較を妨害するなど。

商品等の購入や会員登録等、事業者への申込みの手の難易度と、解約・退会の難易度が釣り合わないもの

【例】

- Ⓐ 解約をしようとするすると解約のデメリットを表示させ、消費者を引き留めようとする。
- Ⓑ 解約前に他のプラン等の選択肢を紹介し、消費者を引き留めようとする。
- Ⓒ 多数の画面を遷移したり、何度もスクロールをしたりしないと最終的な解約ボタンまで行きつかず、手順が煩雑である。

事例5 こっそり

費用が表示されているものの目立たなく記載されていたり、規約を確認しないと分からなくなっていたり、最終的に支払うべき金額が分かりづらい。

費用が複数の形式で表示されるなど不明瞭になっている、又は契約締結プロセスの終盤で明らかにされるもの

【例】

- Ⓐ 税込み価格か、税抜き価格か、画面によって価格の表示が異なるため、支払価格が一見して分かりにくい。
- Ⓑ それまで案内のなかった送料・手数料が最終確認画面で初めて表示される。

Ⓐ-3

Ⓑ

事例6 社会的証明

商品の購入数など他の消費者の行動を示したり、高評価レビューのみ紹介したり、「NO.1」など根拠のない調査結果に基づく満足度を掲載するなど、消費者の判断を誤らせる恐れがあるもの。

商品等の売上や性能に関するランキング1位の表示や、高い満足度の表示があるもの



【例】

「シミに期待できる美容液No.1」と記載しつつ、ただし書として「ブランドのイメージ調査による」という表示をしており、実際の使用感ではなく、イメージ調査に基づく結果である。そして、そのただし書は、「三冠達成」の強調表示に比べて文字が小さく目立たない。

ただし書

事例7 緊急性

商品・サービスや割引の提供数量や期限のカウントダウンを表示し、消費者を急かし判断を誤らせる。

商品・サービスや割引の提供期限のカウントダウンや、間もなく終了する旨の表示であって、消費者を急かすものや虚偽の可能性のあるもの



【例】

Ⓐ 受付終了までの残り時間や商品の在庫、セール価格を確保しておく残り時間をカウントダウン方式で表示している。

Ⓑ 期間を具体的に示さず、期間限定である旨の表示をしている。

カウントダウン終了後や期間経過後でも価格が変わらない等、契約する上で特段の変化が見られない場合もある。

【消費者庁「ダークパターン事例イラスト集」より】

以上は「ダークパターン」の一例になります。
インターネット通販などで購入する際は、

- ① 注文確定前の最終確認画面をしっかりと確認しましょう。
(定期購入でないか、注文の数量や金額、解約条件の利用規約等)
- ② 最終確認画面をスクリーンショットで撮り、記録に残しましょう。

不安に思ったとき、トラブルにあった時は、お住まいの消費生活相談窓口にご相談しましょう。
消費者ホットライン (局番なし) 188 (身近な消費生活相談窓口につながります)

●消費生活トピックス●

あなたの「意見」を事業者に伝えたいときは

「買った商品が壊れていた」「商品の説明が分かりにくかった」そんなとき、あなたはどのような行動をしますか？「事業者に苦情や意見を言う」人も「面倒だから何も言わない」人もいるでしょう。近年、「カスタマーハラスメント（カスハラ）」といわれる消費者の言動が問題になっています。

●カスタマーハラスメント（カスハラ）とは

顧客等が事業者等に対して行うクレーム（要求）のうち、「要求を実現するための手段・態様が社会通念上不当で労働者の就業環境が害されるもの」を指します。

例えば、土下座の強要、同じクレームを長時間繰り返す、従業員の名前をネットでさらす行為などです。

正当な意見の申し出と異なり、カスハラ行為者には法的責任を問われる可能性があります。



●正当な意見を適切な方法で伝えよう

事業者に意見を伝えることをためらう人もいるかもしれませんが、自立した消費者*1として事業者に正当な意見を伝えることは重要です。消費者の社会通念上相当な範囲での意見は、事業者の業務改善や商品・サービスの改善・開発を促し、社会全体のメリットにつながります。そのためには、**消費者が事業者に対して正当な意見を伝える適切な方法を理解し、まずは冷静になって、あなたの今の状況や自分の気持ちを届けることが大切です。**もし、ヒートアップしそうになったら【**上手な意見の伝え方チェックリスト**】を思い出してください。

●困ったときは消費者ホットライン「(局番なし)188(いやや)」に相談

消費生活に関するトラブルで困ったときは、「(局番なし)188(いやや)」に相談しましょう。最寄りの消費生活センター等の窓口につながり、トラブルの解決方法の助言や事業者との交渉の手伝い、専門機関の紹介などを行っています。相談料は無料*2です。

*1 自立した消費者とは…自らの行動が社会に及ぼす影響を自覚して、公正で持続可能な社会の実現に積極的に寄与しようと行動する消費者

*2 「(局番なし)188(いやや)」への電話は、電気通信事業者の通話料金定額サービス等を契約していても、別途ナビダイヤル通話料金が発生します。

上手な意見の伝え方チェックリスト

- ひと呼吸、おこご**
感情的な言動にならないように、まずはひと呼吸おいて冷静に。気持ちを落ち着けましょう。
- 具体的に伝えよう**
何を、どのようにしてほしいのか、またその理由について、相手に分かるように具体的に伝えましょう。暴力や暴言は論外です。
- 相手の話を最後まで聞こう**
一方的に話をしていませんか。相手の言い分や理由を最後までしっかり聞いて、理解するようにしましょう。
- 相手（従業員等）の立場を理解しよう**
担当者によってはすぐに対応ができない場合もあるかもしれません。
- 相手に敬意をもって接しよう**
顧客も従業員も同じ「人間」です。行きすぎた言動によって傷ついてしまいます。お互いに敬意をもって、相手を思いやって、尊重し合うことが大切です。

【出典】独立行政法人国民生活センター「くらしの豆知識'26」

令和8年度 消費生活講座

消費者のみなさんに身近なテーマを取り上げて、日常生活に役立つ情報を提供します。

最近の消費トラブルを「知ること」で自分の大切なもの（お金・時間・家族など）を守りましょう！

回	日 時	テ ー マ ・ 講 師	場 所
1	令和8年 5月21日(木) 13:30~15:00	●会場とオンライン（Zoom）によるハイブリット形式での開催 私たちの消費行動とその落とし穴 ～安心して買い物できる社会を目指して～ 講師：龍谷大学法学部教授 カライスコス アントニオス 氏	(会場) きらめき プラザ4F 401会議室

【申込方法】

申し込み二次元コードを読み取っていただくか、岡山県消費生活センターに電話、FAXでお申し込みください。

※参加費無料。会場定員100名。来場には公共交通機関の利用にご協力ください。

TEL 086-226-1019

FAX 086-227-3715



申し込み二次元コード



詳しくはこちらから