

報道関係各位

2024年4月10日
株式会社クロス・マーケティング

「ダークパターン」の認知は2割にとどまる 「広告を押す気はなかったのに押ししてしまった」は3割

－ダークパターンに関する調査（2024年）－

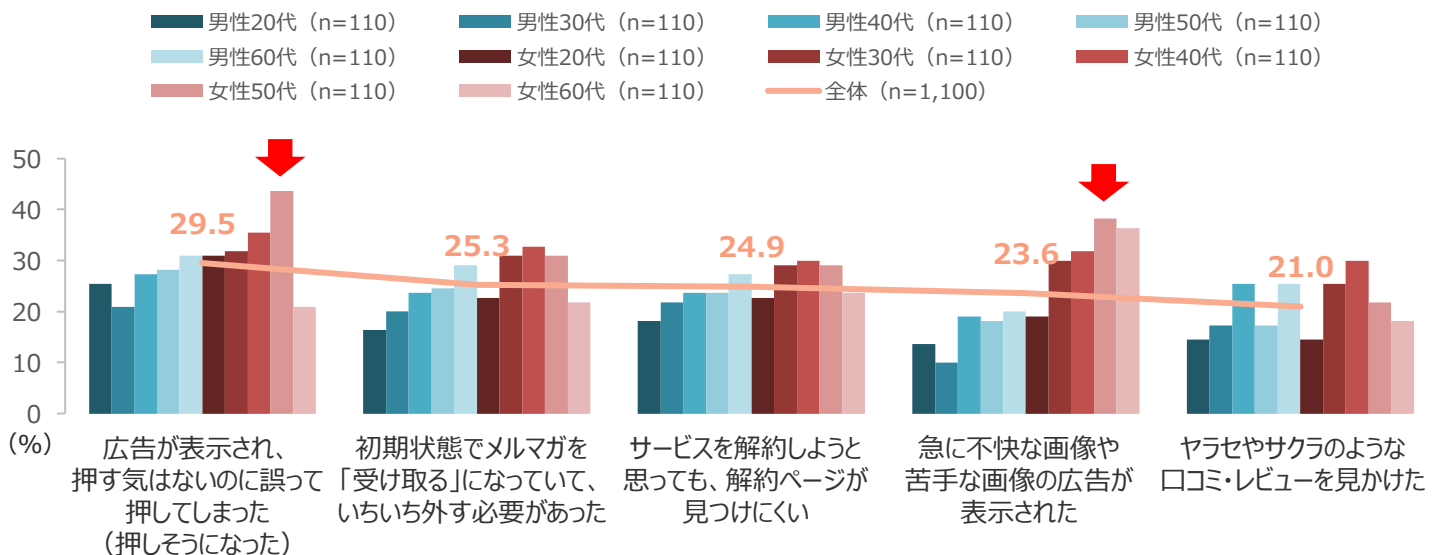
株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：五十嵐 幹）は、全国20歳～69歳の男女を対象に「ダークパターンに関する調査（2024年）」を実施しました。「ダークパターン」とは、アプリやウェブサイトの表示やデザインを利用し、消費者にとって不利な決定や意図していなかった選択に誘導する手法のことです。普段インターネットを使っていて、選ぶつもりがなかったメニューを選んでしまったり、意図していなかった契約をしそうになったりした方もいるのではないのでしょうか。今回は、「ダークパターン」についての実態や意識を分析しました。

◆調査結果の続きはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240410darkpattern/>

■調査結果

- ✓ **アプリ・ウェブサイトの利用時に感じる不快な事象を20個呈示した中で、最も多かったのは「広告が表示され、押す気はないのに誤って押ししてしまった（押しそうになった）」**ことで、約3割の人が経験。
女性50代において特に高く、「急に不快な画像や苦手な画像の広告が表示された」経験も他の年代より高い。〈図1〉
- ✓ **ダークパターンのアプリ・ウェブサイトに接触したときの気持ちは、「時間の無駄」や「腹が立つ・いらいらする」と感じる人が4割程度。約3人に1人は「もうその会社のサービスは使いたくないと思う」と回答しており、サイトを運営する企業・サービスのイメージダウンや離反も招いている様子。**〈図2〉
- ✓ **信頼できるアプリ・ウェブサイトとしては「企業の公式が運営しているもの」が最も高いものの、23.0%で、4割の人は「信頼できるアプリやウェブサイトはない」と回答。**
普段アプリやウェブサイトを利用する中で、不利益・不快なことなどへのストレスを感じている人は一定数いると考えられる。〈図3〉
- ✓ **「ダークパターン」という言葉の認知率は22.5%。意味まで知っている人は5.7%にとどまる。**
20代で意味まで知っている人の割合が最も高いものの、年代による大きな認知率の差はみられない。「ダークパターン」は、まだ世間一般には浸透していない状況だと考えられる。〈図4〉

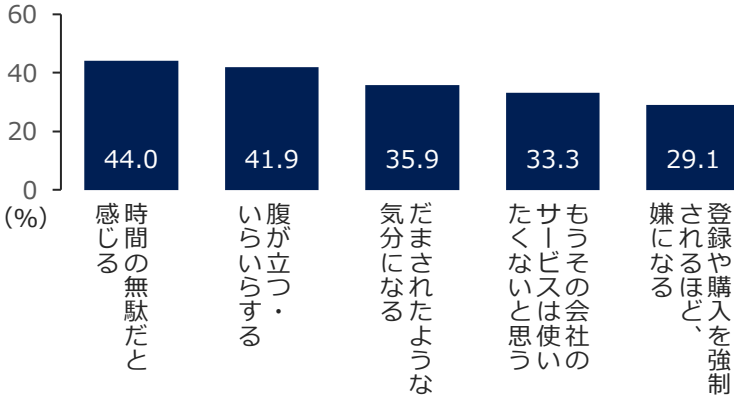
〈図1〉 普段アプリ・ウェブサイトを見ていて経験したことがあるもの（複数回答）※上位5項目を抜粋



<図2> 意図と異なる選択へ誘導するようなアプリ・ウェブサイトを利用したときの気持ち

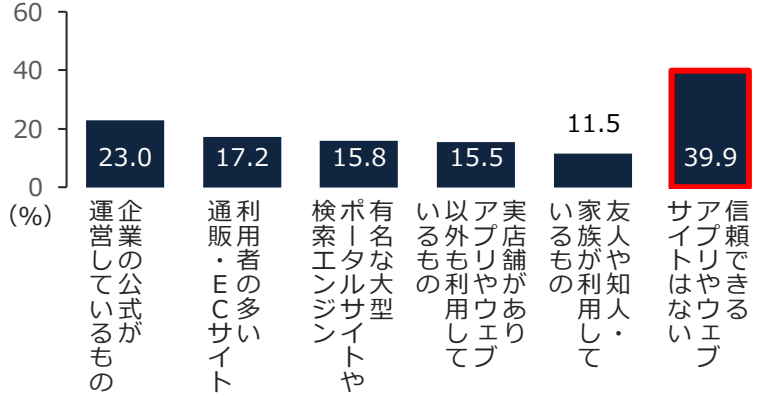
(複数回答：n=763) ※上位5項目を抜粋

(意図と異なる選択へ誘導するアプリ・ウェブサイトを利用したことがある人ベース)

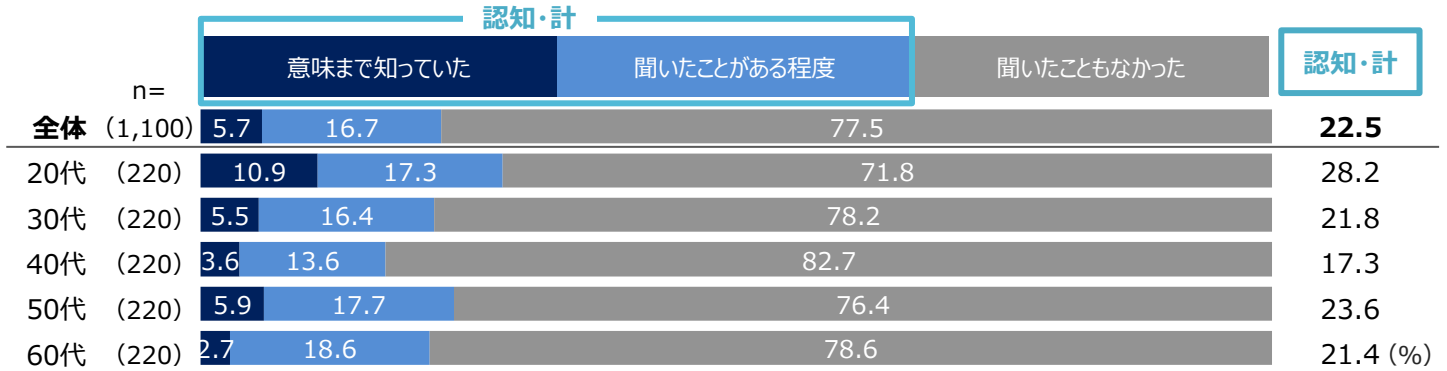


<図3> 不利益・不快になることがないと信頼できるアプリ・ウェブサイト

(複数回答：n=1,100) ※上位5項目を抜粋



<図4> ダークパターンの認知 (単一回答)



■調査項目

- 属性設問
- 普段アプリ・ウェブサイトを見ていて経験したことがあるもの
- その事象を経験したときの気持ち
- 不利益・不快になることがないと信頼できるアプリ・ウェブサイト
- ダークパターンの認知

◆クロス集計表のダウンロードはこちらへ ⇒ <https://www.cross-m.co.jp/report/life/20240410darkpattern/>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ (クロス・マーケティング セルフ型アンケートツール「QiQUMO」使用)
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20～69歳の男女
 調査期間 : 2024年4月5日 (金) ～ 6日 (土)
 有効回答数 : 本調査1,100サンプル

※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルティング

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

「引用・転載時のクレジット表記のお願い」

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。

<例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」