

新未来ビジョン・フォーラム第4回情報交換会（要旨）

日 時：令和5年9月11日（月）9:00～10:00

場 所：ハイブリッド開催（オンライン及び新未来創造戦略本部（徳島）会場）

議 事：

1. 開会
2. 高橋フェローによる発表
3. 意見交換
4. 閉会

まず高橋フェローから、近年における行動経済学の知見を応用したナッジ活用の進展・メリット等と共に、スラッジやダークパターンがもたらす弊害等についての発表があった。その後の意見交換の内容は概ね以下のとおりであった。

- ・スラッジやダークパターンの悪用が進むと、消費者が自覚的・合理的に意思決定できなくなるおそれがあり、そこから生じる問題について注視していく必要があり得るのではないか等の意見があった。
- ・更に技術が進むと、人の思考や意識を外部からスキャンすることも可能となりえ、騙す側の思考が筒抜けとなり、人を騙すことが困難になるといったことも考えられるようになるのではないか等の意見があった。
- ・社会情勢の変化や技術の進展に消費者を円滑に適応させていく行動変容のために行動経済学やナッジを有効に活用していくことが考えられるようになるのではないか等の意見があった。
- ・将来更にAIが発達し、AIが意思決定に関与するようになり、AIの薦めで購入した商品・サービスに問題があった場合に、その責任主体は消費者、AIの製作者又は商品・サービス提供者のいずれなのかといった問題が生じ得るのではないか等の意見があった。
- ・消費行動は何に基づいてなされるべきかという前提を考えると、それは個人の幸福追求や心が満たされているか否かではないか。個人の幸福の追求をベースに消費行動を自分自身で決めるといような社会が健全な社会だと思われ、企業の行動や消費行動についても、それは幸福に寄与しているのかと考えることが消費者保護にもつながるのではないか等の意見があった。
- ・技術の進展は消費生活にプラスに働く面が大きい一方で、悪用の恐れもあるなか、過剰な消費者保護を避けるためにも、消費者リテラシー及び消費者コミュニケーションの2点は非常に重要になってくるのではないか等の意見があった。
- ・消費における意思決定の主語を定義することができなくなっていくという状況においては、「自律的な意思決定に基づいた消費」のみを良い消費と捉えること自体が難しくなるため、幸福消費の結果得られる幸福や心の満足、いわゆるウェルビーイングの提供・享受を新たな消費の定義や指標として捉えると、消費者保護の考え方もすっきりと整理できるのではないか等の意見があった。

（以上）