

消費者のデジタル化への対応に関する検討会

第4回 AI ワーキンググループ

令和2年5月25日（月）

(事務局)

それでは、定刻となりましたので、消費者のデジタル化への対応に関する検討会第 4 回 AI ワーキンググループを開催します。委員の皆さまにおかれましては、ご多忙のところご出席を賜り、誠にありがとうございます。また、前回に引き続き、新型コロナウイルス感染症拡大に伴う緊急事態宣言を受けまして、ウェブ会議方式の開催であり、また会議の様子は YouTube にてライブ配信を行っています。

今回はゲストスピーカーとして、日本ディープラーニング協会（JDLA）公共政策委員会委員、PHP 総研、大阪大学社会技術共創研究センター招へい教員である工藤郁子様より、「AI サービスと利用者視点でのチェックポイントおよび対話ツールの開発」、日本ディープラーニング協会公共政策委員会委員、渥美坂井法律事務所・外国法共同事業、落合弁護士より、「AI についての被害救済について」のご講演をいただいたあと、事務局よりハンドブック案についての説明を申し上げます。

その後、ゲストスピーカーへの質疑応答とハンドブックに関わる討議をまとめて実施いたします。討議については、落合様が 1 時 45 分、工藤様が 2 時の退室となりますので、お二人への質疑応答の時間をはじめに設けたいと思います。

開催に先立ち、まずは座長より一言、ご挨拶を頂戴できればと思います。小塚座長、よろしく願いいたします。

(小塚座長)

小塚です。皆さま、お忙しい中お集まりいただきまして、ありがとうございます。また、ゲストの両先生には、会合のためにお越しいいただきありがとうございます。

構成員の皆さんにはコメントいただいていると思いますが、ハンドブックがいよいよ完成に近づいております。忌憚のないご意見を頂戴しまして、立派な成果物としての配布ができればと思います。

それから事務局から、ユースケースの留意事項とは別に、AI を使うときに不便ではない、分かりやすいメッセージを考えられないかというご要望をいただいております。これについてもご討議いただければと思います。よろしく願いいたします。

それでは、事務局から資料の確認をしてください。

(事務局)

では、事前にお送りした資料の確認をさせていただきます。資料 1 として参加者名簿、資料 2 で工藤様ご提供資料として「AI サービスと利用者視点でのチェックポイントおよび対話ツールの開発」、資料 3 で落合様ご提供資料として「AI についての被害救済について」、資料 4 で事務局資料として、第 5 回検討会における AI ワーキンググループに関するコメント・ハンドブック案。参考資料 1 として、第 2 回消費者アンケート結果速報、参考資料 2 で第 3 回 AI ワーキンググループの議論整理となっています。

よろしくお願いいたします。

(小塚座長)

それでは、本日の議題ということで、まず、ゲストでお越しいただきました工藤先生、落合先生からプレゼンをいただきましたらと思います。最初に工藤先生、よろしくお願いいたします。

(工藤スピーカー)

「AI サービスと利用者視点でのチェックポイントおよび対話ツールの開発」ということで、お手元の資料でご覧いただければと思います。

簡単に自己紹介ですが、先ほど冒頭でたくさん肩書をご紹介いただいたのですが、本日はディープラーニング協会のディープラーニング協会というところで作った対話ツールのご紹介と、あと大阪大学で発表している利用者視点でのチェックポイントの話をしたく、参上いたしました。

最初に、利用者視点のチェックポイントのお話から入りたいと思います。スライドで言うと、お手元の資料だと 4 ページ目ぐらいを確認いただければと思います。

先般、接触確認アプリというのが、日本でも諸外国においても開発が始まりまして、本当は 5 月中をめどでローンチを目指していたのですが、少し延びていて 6 月ぐらいで日本でも公開される予定となっています。

それに対して、日本とか政府が開発しているのですが、利用者、ユーザーからすると、この接触確認アプリを、新型コロナウイルス対策アプリをダウンロードしようかな、どうしようかなというときに、多分すごく迷われると思うのですね。それはプライバシーへの懸念ですとか、本当に有効なのかとか、どういうデータを取られるのか、いろいろなところから悩みが生じると思いますので、どういうところに注意したら意思決定ができるかと

いう、意思決定支援のために 10 個の視点をまとめてみました。

6 ページまで飛んでいただければと思います。これが 10 個の視点です。結構いろいろな視点が書いてあって、まず目的を確認しましょうとか、どんなデータが使われているのでしょうかというようなことが書いてあります。

次のページ、例えば視点の 1 番目、何のためのアプリかを確認しようというところでは、もう少しブレイクダウンするとこういったことが書かれています。結構細かく書いてあって、目的がきちんと明示されているのですか、その目的が例えば、人による接触確認を補完するものなのか、それとも機械、技術によって、それを全部代替してしまうものなのかといったことが書かれていて、そういうことを意思決定しやすいようになっています。あと、中央サーバー型か個別の端末で分散所有するのかなどということが書いてあります。

ただ、こういったことを、もちろん網羅的に把握して意思決定するのが本当は理想的ですが、多くのユーザーの方、消費者の方にとっては、いちいち確認するのはすごく大変だと思うので、裏技というか、面倒くさい人はこうしようというのを 1 点だけ用意しました。それが 8 ページのスライドです。

10 個の視点を全部考えるのはしんどいという人もいるので、そういうときは最低限信用できそうな組織とか信頼できそうな専門家の判断に託すのもひとつの対応ですということ、最後にルール 10 点の視点を述べたあとに推奨として出しました。

これを見ると、リテラシーアップなどに取り組もうとしているのに、なぜこんなことを言うてしまうのだろうというところもあるかと思うのですが、なぜこんなことを言いだしたかを次のスライドで紹介できればと思います。

信用とか信頼というのは、複雑性の縮減という機能とかメリットがあると社会学などでも言われているところです。つまり、自分で判断できるようなことが視野に入ってくることが日常生活で多くなってくる中で、全部に対応していくと、対応しきれなくなってしまう。なので、その複雑性をキュッと縮めるということが必要になってくる。

なので、その気になれば本当はいつでも再検討できるという建前が実は重要で、実際にただやってしまうと、縮減というメリットを手放さざるをえず、負担を負ってしまう。なので、安易に権威に従わないで、全部自分で確認しようというアドバイスはすごくもったもですが、でも、日常生活を生活していると、しばしば的外れというか、役に立たないというのはそのせいなので、このポイントだけは注視しましょう、このポイントだけは見

ていまいしょうという焦点を絞る。あまり多くを言いすぎないという余地を残しておくというのも、現実を考えると必要かなと思ひまして、最後の信頼できる人か、信頼に値する組織か、あるいは専門家のチェックが入っているかみたいな部分だけは見まいしょうということを行っているのはそのためです。

10 ページの、いいのかどうかというところですが、これは現実的にやらざるを得ないと考えています。なぜかと言うと、IoT 社会において、モノのインターネット化が進むと、通知と同意というモデルが実質上破たんしていくことになるからです。全部のデバイスから通知がきて、全部同意していくというのは、デバイスが増えれば増えるほど無理になります。

この点に関しては、包括的にはどういう方向性がいいですかという聞き方をして、そのあとは例えば AI のエージェントに任せるとか、代理の人にさせる、情報銀行の機関にらせていくというのが、おそらく現実的なモデルですし、そもそも論から考えると、プライバシーの通知と合意というモデルは、人がよりよく生きるためとか不利益を防止するための手段的な位置づけとして提唱されていたことを考えると、別の手段によって個人情報の不当な取扱いを防げたりとか、あるいはよりよく生きられるのであれば、それはそれで構わないのではないかと考えております。

11 ページ。実は私もユーザーリテラシーアップというよりは、もともと事業者向けにこういった信頼性の構築というか、同意と通知の代わりにどうやってうまく社会と対話できるのだろうということを考えるのが仕事で、先ほどご覧いただいた接触確認アプリの 10 の視点に関しても、事業者の人がプロファイリングサービスを作るにあたって、必要な法的・社会的責任を果たすためのチェックリスト 19 項目を既に事業者向けに作っていたので、その裏表の関係で、ユーザー向けだとかいうところに気をつければいいのかなというのをパパッと作れたところがあります。

なので、ユーザーのリテラシーアップと事業者向けの社会的責任を果たしていくことは裏表の関係にあるのではないかと思ひまして、そういった点において、参加されている構成員の方々、現在でお作りになった AI の利用原則、開発原則というのも、おそらくそういった趣旨で、開発原則だけでなくて利用原則も、利活用原則が作られ、ガイドラインに落とし込まれている。そのように理解しています。

12 ページは参考までですが、先ほどご紹介したプロファイリングのほう、事業者向けのチェックリストはご覧の先生方と一緒に作りました。緑字の人がメインで起案をして、

研究会のメンバー全員に諮って、フィードバック、コメントとかもいただきながら練り上げたということです。見る人が見れば分かると思うのですが、結構豪華なメンバーをそろえて、結構いいものができたと思っています。

13 ページは参考までですが、プロファイリングに関するチェックリストはこういった形になっています。これは事業者向けなので、サービス開発の工程などに合わせて区分して、さらに考慮したほうがいい優先度を星印でつけています。これに対応するような形の10点のユーザー向けのチェックリストは、先ほど紹介したとおりです。

なので、トンネルを両側から掘る必要があると私は考えていまして、ユーザーのリテラシーアップだけではなくて、事業者側としてできることを詰めていくのも、両面での作成が必要だと思っているので、こちらご覧いただいているように、プロファイリングチェックリストを作っただけではなくて、きちんと事業者に作ってもらうためのアウトリーチ活動を現在やっています。

例えば、一般社団法人ピープルアナリティクス&HR テクノロジー協会には事前にヒアリングなどのご協力をいただいたので、先ほどのポイントリストはジェネラルな一般的な外郭的内容だったので、それを **HR** とか人事データのドメインに落とすとどうなるのかを組織内でご検討いただき、有識者としてわれわれのタスクフォースから人を派遣し、どうやって作っていけばいいのか、図面に落とすとどうなるのかを見てもらったりとか、経団連に行ったりとか、シェアリングエコノミー協会の意見、検討する内閣官房の会合で取り上げていただいたり、そういった後方支援をしていっています。

なので、ユーザーリテラシーのアップのほうも最初の一致する形で進めていただければと思っています。

15 ページ。そして、事務局から事前に、消費者の方が AI のサービスを使うにあたって、最低限おさえておくべきことをもしご示唆いただけたらすごく助かりますと言われたので、無理やり考えてみました。いろいろ考えてみたところ、たぶん個別の知識、サービスの知識を上げていくというよりも、商品や AI との向き合い方のアップデートを目指すイメージがよりよいのではないかとということで、3点を挙げさせていただきました。

あとは、AI に過剰な期待がかかっていたりとか、大きな夢を描いているので、そうではないんだよということを伝えるということ。2 番目は一番私が主張したいところで、**Trust** の部分です。全部のことをチェックしたりとか、全部のサービスの概要を把握するのは結構難しいかもしれないのだけれど、信じて大丈夫そうかとか、もしものとき、ど

う責任を取ってくれそうかというようなことを確認する態度を身につけてほしい。

これの背景には、AI のネットワーク化とかデータ流通構造の多層化があるので、インターフェースで出ている事業者のサービスを買ったところで、買い切りで終わりでなかったりする。AI でつながっていたりとか、インターフェースが取得されたデータが転々と流通したりすることもあるという特徴から、従来型のプロダクトとは少し違う向き合い方をしなければいけないということです。

あともう 1 点指摘したいのは、C2C 領域の拡大で、AI がサービスを作るのは、大きい企業だけではなくて、スタートアップ、中小事業者のみならず、個人のプログラマーの方が開発をして提供していくのも今後は考えられるので、そういったところからすると Trust として大丈夫かどうか確認したりとか、場合によっては保険に入っておくことによってカバーされることで安心したりする。そういう立て付けが必要なのかなと思っています。

3 番目は Assessment で、たまに見直しましょうということです。これも、AI とか基本の ICT を活用したサービスで、データの蓄積によって出力が変わったりとか、途中でアルゴリズムも大幅にアップデートされたりすることによって、ベネフィットとプライバシーのリスクの変化が起きるので、定期的に見直しましょうというところが今後出ますので、この 3 点ぐらい最低限、おさえておくべきことなのではないかと思料しています。

以上が、利用者視点でどういうことを、気をつけなければいけないかというお話でした。

では、対話ツールの話をします。今度は JDLA の活動についてお話しします。

炎上体験型 RPG というのを作りました。これは、RPG のカードゲームのようなものです。論点ごとに交渉して、ポイント制で勝つというゲームです。

19 ページ。なぜこういうものを作ったかという、チェックリストやガイドラインのハンドブックを作るだけだと、関係者とか、まず作った人と問題意識を共有しないと形骸化して、さらには思考停止を招くおそれがあるというので、問題意識を疑似的に体験してもらおうという有効な手法としてシリアス・ゲームに注目して、実際に開発を試みました。

もう 1 点言えることは、AI のサービスのあるべき姿は誰も、開発者側もどういうものなのかがあるべき姿なのか分かっていない、答えのない問いであるということから、いろいろな人に参加してもらって、情報を共有したり望ましい解決策は何かを一緒に議論するほうが、よりよいサービスになるだろう。そういう前提もあります。

この対話ツールを開発するときに気をつけたことは、20 ページの三つです。エビデンススペースのフレームを与えること。前提となる社会学習の知識とか最新のトレンドとか、こういうところで過去に企業が炎上したというようなことを、エビデンスで対話のフレームを与える。もう 1 点は、情報を一方的に伝えるだけではなくて、こういう情報がありますよと共有し、対話をしていくための前提としての情報共有であるということ。3 点目は、大切なのは一緒に発見したり提案するためなので、プラットフォームになることを目指すという、対話のためのツールとして使う。この 3 点に気をつけて開発しました。

私からは以上です。ありがとうございました。

(小塚座長)

どうもありがとうございました。引き続きまして、落合先生、プレゼンをいただけますでしょうか。

(落合スピーカー)

はい、分かりました。お願いいたします。

工藤先生と同じく、ディープラーニング協会の公共政策委員会の委員をしております、弁護士の落合と申します。

私は法的責任の関係について話をするようにということで、簡単にご説明して、のちにお気づきの点等があればご質問いただければと思います。

今回、AI に関する消費者被害ということで、どういうことが考えられるかですが、製品やサービスに用いられる人工知能が、利用者の想定しないような推論等で動作を行って、他の利用者に対して損害が生じる場合があると思っています。

まず法的責任について、一般論としては、欧州では法人格の議論が一瞬出ていたこともありますが、基本的には人が別にありまして、基本的には AI 自体に責任が帰属するものではないことになっています。

AI に限らずですが、情報サービスに関する中に AI が組み込まれていることが多いと思いますが、これは AI に限らずではありますが、事業モデルが複雑であったり、寄与しているものが多いということで、原因究明はなかなか難しい場合がある。

法的責任に関して、AI による特殊性ということで、そもそも法的な概念が十分に責任関係を捉えられているかということがあるのかなと思いますし、また、AI における判断

が外部から検証しにくいことがありますので、こういった点が責任にどう影響してくるかということがある。

そのほかにサイバーセキュリティや差別防止、人の尊厳の保護であったりという新しい、新しくないものもかなり多いのですが、どちらかというと AI になってまたもう一回クローズアップされてくるような問題も含めて、新たな義務設定のような考え方があるのかどうかということがあると思います。

一つあるのは、一律に消費者保護をするのができるかということ、さまざまな留意点があります。3 ページは総務省の AI ネットワーク推進会議でいろいろ議論したものの一部ですが、留意点がいくつかある中で、どれかの留意点をクリアしようとほかの留意点がクリアしにくくなるということが出てきます。ですので、一律的にこれをやれと全分野に共通して言うのはなかなか難しいという側面がある。

AI の消費者被害において、考慮されるべきこととして何があるかですが、誰にも被害回復をされないということが回避されているか。これは民事責任だけではなくて、欧州でもよく言われて、あとでご紹介しますが保険者の、保険等での社会的な損失分担を含めて整理をされているかということがある。

また、一つ先ほど透明性などの話も簡単にしましたが、事故調査であったり、紛争解決にあたって、本当にうまくいままでの枠組みだけで解決できることを考えていく必要もありますし、民事責任だけではなくて業法において、しっかり監督をしていくことも事業の内容によっては出てくるのだらうと思います。

4 ページの AI の被害の類型については、不法行為責任と契約責任、両方の場合がありますが、特に不法行為責任が問題になる場合としては特にメーカー、開発者側に責任を求める場合であったり、もしくは製品の保有者が第三者に損害を与えた場合。関係する主体の整理などは、AI ネットワーク社会推進会議の中でも何度か議論されていたので、こういったいろいろな関係者がいることも、念頭に置いていただくといいのかなと思います。

続いて、欧州で被害救済についてどう考えているかということですが、一つあるのは、やはり法的な概念が、いままでのものでは十分に AI による被害を捉えきれていない可能性があるのではないかというのが、6 ページ表一番上の「製品の定義の見直し」であったり、「自律性を踏まえた検討」といったあたりに出てきますし、一番下の厳格責任の適用について、法制度についてどう考えるのかというような話も出てくることがあります。

もう一つ重要なのは、立証を本当に消費者ができるか。法的要件としてできるとしても、ここが余計難しくなってくる部分があるのかなと思います。先ほども少し述べましたが、サイバーセキュリティについては特に義務を重く課すべき場合もあるのではないかな。こういう話もあります。

あとは、一番下の重要なポイントとして、自動車の保険については、欧州も日本も保険の仕組みは入っていますが、こういったものを AI の中で応用していくのは、一ついい議論なのではないかというのは、欧州の民事責任の議論でもされているところでもあると思っています。

一つ、製造物責任について見ますと、開発側からの回収可能性ですとか立証責任の転換、こういった可能性があります。一応、立証責任は転換しているとしても、AI だとまだ難しいかもしれないことがあるかもしれませんので、こういった点を踏まえてどう考えていくかがある。

保険についてですが、保険に何が適するかという話で言うと、損害が大きく高頻度にかかるようなものは、そもそも保険でカバーするというより単純に避けるべきものだとということになりますし、損害と頻度が小さいもの、これは別に普通に賠償すればいいだけでしようということです。領域というものがあると思います。

あとは、実際には料率との関係で、事業者にとって、ちょうど賠償させるほうがいいのか、それとも保険にしたほうがいいのか。これはそれぞれあるのだろう。

実務的な今後の対応の方向としては、リスクに関する契約関係。これは、サービス提供者からサービスを直接受けている場合もありますので、そういう場合については契約関係の整備ということもありますし、仮に事業者側の責任も考えていくのであれば留意点を整理していくことも必要でしょうし、ロボットのような場合だったり、モノに組み込まれている場合は、こういう解決もあろうかと思っています。

あとは、最終的には法的な基盤の整備も、将来的には可能性はあるかもしれない。自動走行においても、レベル 3 までは大きくいじるという話はしていないので、法的にいじるのはもう少し先のような気もしますが、こういう視点もあるだろうと。

あとは、業法等の義務づけのあり方も非常に重要ですが、一般的な留意点は、もう既に総務省の会議もありますし、内閣府等でも検討されていますので、もう既にやられている、整理はされています。ただ、先ほど申し上げたトレードオフの関係がありますので、各業法、各事業によって、どれを特に守っていくべきかを入れていくことが重要だろう。

最後に、保険の利用も一つ組み合わせて、必ずしも民事責任を追及できなくても保険で一律に被害賠償がされた上で、あとで事業者間の求償関係を示すというのであれば、やはり消費者との関係で民事責任について議論する必要は、もしかするとないかもしれない。こういうこともあるかもしれないということがあると思います。

簡単ですが、以上です。

(小塚座長)

ありがとうございました。両先生からいろいろな指摘をいただきまして、ここで意見交換をしたいところですが、先に事務局からハンドブック案の内容もご説明いただいて、それでまとめて議論をしたいと思います。

では事務局、よろしくお願いします。

(事務局)

それでは資料 4 に沿って、事務局からの報告をします。まずスライド 3 ページ、第 5 回消費者のデジタル化への対応検討会、AI ワーキンググループのこれまでの検討に係る意見概要をご覧ください。AI ワーキンググループの第 2 回までの活動報告について、第 5 回の検討会において、各委員会、委員からの主な意見をまとめています。

まず、類型化を図るべきではないか。あるいはライフステージ別の説明をすべきではないかという意見。あるいは消費者の権利保護という観点でまとめたらどうか。ゼロリスクはないので、リスクコミュニケーションという観点で記載すべき。万能ではない AI をいかに使っていくかという説明。慎重さを求める記載ぶりがよい。あるいは、ネガティブな面だけではなく、プラス面も記載すべきだという意見がありました。

あとは、実際にこれを共有していく場面としては、ネットで学べる形式がよいとか、あるいはアクティブシニアへの周知、方策が課題であるというご意見。あとは事業者側に、今後の課題として、事業者に分かりやすく説明させる必要がある。あるいは情報収集アプリを作成した会社、情報収集した事業者が信頼に足るものか不安に感じるということなので、どのように情報収集されるか、事業者からの明確な説明が必要であるというようなご意見がありました。

ライフステージ別については、今回は 1 冊作成するので、今後対応するか否かになるうかとは思いますが、それ以外のコメントについては、なるべく反映するように、今回ハ

ンドブック案を作成しています。

では、ハンドブック案をスライド 4 ページ以降で説明します。先ほど、座長からも説明をいただきましたが、本日お示しするハンドブック案は、これまでの消費者庁の啓発資料と比較すると、やや分量が多くなっているように思われますので、個々の記載ぶりに関わるご意見もあろうかと思いますが、本日は主に全体のボリュームとしていかがか、あるいはボリュームが多いとするならば、どこを削減すべきか。また、なにか最初に共通的な注意喚起のような、文言のようなものを設けられないかというようなこと。この三つの事項について、討議をいただければと思っています。

では、ハンドブック案の内容の説明に移ります。ハンドブックについては、総論と各論に分けて構成するという事で、ハンドブックの中では AI の概要と AI を賢く使うための心構えの二つの章に分けて構成しています。

まず、総論からです。ハンドブックの 3・4 ページをご覧ください。はじめに、既に私たちの身の回りではさまざまな AI を活用されているんだよということをイラストで示しています。暮らしを支える AI として、消費者が購入し、利用するサービスのほか、社会を支える AI として、意識していないかもしれないけれども、直接間接に AI の恩恵を受けていることを示しています。

次に 5・6 ページです。AI とはという説明については、既に第 1 回、2 回で討議をいただいた内容を記載しています。あと、AI とはという内容からだと何ができるようになったか分かりにくいと思うので、AI によって何ができるようになったのかについて、補足をしています。

次に 7・8 ページです。AI にできること・できないことを示してしまして、ここについても既に議論いただいた内容となっています。あと、AI の限界と制約については、第 3 回前の議論も含め、整理をしています。万能ではないこと、精度が 100%ではないこと。成果が目的によって異なること。データの量、品質により、AI の品質が変わることを挙げています。

あと、AI が提供する利便性については、前に述べた、AI によって可能になったことが具体的にどんなサービスとして提供されているかをあらためて分類して、類型として示しています。

第 2 章からが前回ご議論いただいた各論に入ります。10 ページに黄色で示している相談事項については、冒頭で述べた最初に共通的な注意喚起の文言のようなものを設けられ

ないかということについて記載をしているものです。

なので、これから説明する個々のケースとは別に、例えば五つ程度、消費者が覚えられる程度の項目で、シンプルに注意を払ってもらうような形にできないか。あるいは、そうする場合にはどのようなメッセージがよいかについて、のちほどご相談できればと思っています。

個別事例の記載については 11・12 ページで、詳細の説明は前回と重複する部分も多くなるので割愛しますが、変更点について説明していきたいと思います。

サービス概要、利便性、仕組みについて最初に述べていますが、サービス、利便性の説明において、左ページにあるとおり、これまでの利用と AI ソリューションを利用した場合の比較で説明する形に今回から変更しています。

13・14 ページに移って、スマートスピーカーの留意事項に関わる変更としては、ショッピングサイトでモノを勝手に購入してしまった場合の事例を追記しているのと、接続したサービスによって、リスクが広がるという旨を右下に追記をしています。

次にスマート家電のサービスについて、サービス概要については、スマートスピーカーと同様の表現に修正をしています。

17・18 ページにおいては、前回議論となった、AI が期待とは異なる動きをする場合について、そもそも消費者の期待とプログラミングで設定された期待が異なることなどを、ケースを分けて説明するように修正をしています。

次に健康相談サービス。サービス概要のところは、ほかのユースケースと同様の修正です。21・22 ページにおいては、自動化バイアスについて追記をしました。

次の事例、融資審査サービスもサービスの説明については同様で、留意事項については、過重債務のリスクについて、最初に説明するという事で追記をしていますが、あまり否定的な表現になりすぎないように、「お金を借りることができたのはなぜか」という表現にしています。

27 ページは後払いについてコラムで掲載するという点。28・29 ページは、既に前回も説明した内容を、表記を変えているだけです。

30 ページは困ったときの連絡先ですが、以前は最後に掲載していましたが、消費者にとって優先度が高い情報という観点で、少し前のほうに持ってきています。補償について少し記載していますが、掲載できそうな事項については本日の落合先生からの説明も含めて検討していきたいと思っています。

32 ページからは共通的な問題として、AI とプライバシーについて、検討会でのコメントも踏まえ、知る権利、知らされる権利、知った上で選ぶ権利に分けて記載しています。

33・34 ページはデータ管理について。データ連携の話と前回も掲載していた Q&A の内容。その他、信頼できる事業者についての記載をしています。信頼できる事業者については、方針を測定している事業者としか、現状記載していないのですが、それでよいのかについても観点はあろうかと思いますので、ご意見があれば、のちほどお伺いできればと思います。

以上が事務局からの説明です。

(小塚座長)

ありがとうございました。ハンドブックを完成しなければいけないということを頭に置きつつ、まずは今日、工藤先生、落合先生からお話をいただきましたので、両先生のプレゼンへの質問をお受けしたいと思います。

質問のある方はいらっしゃいますでしょうか。テーマ的に言うと、落合先生のプレゼンは前回の南先生のプレゼントとも重なっていると思いますが、南先生、何かありますか。

(南委員)

基本的に内容はすごく分かりやすくて異存ないところですが、どちらかというと工藤先生にお伺いしたいことがあるのですけれども、それでも大丈夫でしょうか。

(小塚座長)

分かりました。先ほど、事務局から資料の説明がありましたように、落合先生に民事責任のことなどをまたご相談させていただくことがあるかもしれませんが、どうぞよろしくお願いいたします。

(落合スピーカー)

はい、承知しました。またよろしくお願いいたします。

(小塚座長)

本日はどうもありがとうございました。

(落合スピーカー)

どうもありがとうございました。ここで退席させていただきます。

(小塚座長)

それでは、工藤先生へのご質問ということで、南先生からお申し出がありましたので、どうぞ。

(南委員)

よろしいでしょうか。ありがとうございます。プレゼンをありがとうございました。弁護士の南です。

接触確認アプリのところで、ユーザーとしてはすべてのことに対応していくのはなかなか難しいので、専門家に判断を託すというのも一つの選択肢だということがあったのですが、いま事務局からのハンドブックを見ていただいて、かなりボリュームな感じになっているかと思うのですが、接触確認アプリのときの議論などを踏まえて、なにを消費者に対して一番伝えておくべきなのかなというところを、工藤先生の観点から少し教えていただければと思いました。

(工藤スピーカー)

ご質問ありがとうございます。おっしゃるとおり、すごく難しい問題だと思っております、理由は二つあります。

1 点は、接触確認アプリの場合は、もう接触確認アプリと絞れていて、もちろん仕様がどうなるかはまだあまり公開されていないが、目的とかである程度絞れている。他方で、このハンドブックに関しては AI サービス全般となっていて、**broad** なので絞りにくいから書きにくい。消費者にとってこれだけは覚えておいてほしいということが書きにくいという欠点があると思います。

2 点目は、**broad** というところに関連するのですが、**broad** なので、AI サービスの従来型のマスコダクト製品との違いみたいなところと対比して考えていく。あるいは AI の特徴を捉えた上で考えていく必要があるのですが、AI って何というそもそもの議論が、おそらくここでもされていたりだと思うので、そのフアジーさがあって難しいという、

この2点があると思います。

その難しさを踏まえた上でコメントをすると、先ほども若干ご紹介しましたが、たぶんポイントを絞って最低限おさえておくべきことを3点とか5点とかに絞るということ。あともう1点は、スタンスのアップデートを目指すという方向性がないのではないかなと思っていますので、ここは **Scope** と **Trust** と **Assessment** という3点に絞ったものを私からは提案しましたが、もちろん、いろいろなご意見があると思いますのでご参照までという形です。

以上です。よろしいでしょうか。

(南委員)

ありがとうございます。

(小塚座長)

それでは、工藤先生にそのほかの方からのご質問がありましたら挙手でお知らせください。

(高木委員)

工藤先生、ありがとうございました。個人的には **Trust** の部分の考え方は非常に素晴らしいというか、やはりそうしていかないといけないのではないかなという思いで聞いていました。

今回、工藤先生からは、特にプロファイリングの視点で、AI もしくは AI が含まれているシステムを信頼できるか否かについて、人や団体等が **OK** と言っているかどうかで見極めていく、信頼できるかを判断するというお話をいただいたと思っています。

そのうえで、ですが、事務局を務めさせていただいている AI ネットワーク社会推進会議においても、AI がさまざまな判断をしていく、AI が自律的に判断をしていく中で、人間が関与すべきか否かというような議論をさせていただいています。

そういった人間の関与の観点においても、工藤先生がおっしゃったような **Trust**、つまり、AI を自分が信頼する人や団体が信用して使っているから信用して使っていいのだ等、先ほどご発表いただいたような考え方を使えるかについてご意見いただければと思います。

(工藤スピーカー)

ご質問ありがとうございます。回答から言うと、使えると私は思っています。信頼というのは、先ほど紹介したとおり、複雑性を縮減するためのシンボルとか機能なので、その複雑性を縮減するための一つのアプローチとして、たぶん人とか専門性に対して代用することによって使っていくということは考えられると思います。ただそれは、二通りとか 3 パターンぐらい、専門性とか人と言っても、その対象というのはあったほうがいいと思っています。

あとは、その専門家なり専門機関なりの能力を信じるというか、そこに **Trust** を置くことです。その場合、ドクターであれば医師免許を持っているとか、司法試験に受かって、すごく勉強しているとか、そういう能力自体を信じる。

2 番目は、たとえその人なりその機関の能力は信じられないとしても、仕組みとして信じるというパターンもあると思います。ドクターであれば医師免許をはく奪されるとか、弁護士さんであれば懲戒処分を受けかねないとか、そういう仕組みがあるから、この人は、あるいはこの機関は裏切ったり変なことはしないだろうという、そういう信頼の仕方もあると思います。

なので、おっしゃるとおり、人を信頼する、あるいは機関を、専門家を信頼するという方向性があると思うので、その 2 段構えで信じるということを考えると、うまく整理できるのではないかと理解しております。

以上で答えになっているでしょうか。

(高木委員)

はい。ありがとうございます。

(工藤スピーカー)

ありがとうございます。

(小塚座長)

そのほか、ご質問はありますでしょうか。工藤先生へのご質問。

もしないようでしたら、私のほうで座長の権限を乱用して一つお伺いしたいのですが、

この消費者庁の議論をしていますと、一方では AI 固有の問題というものを取り上げて、そこを議論したい。しかし、消費者が引っかかるところは AI 固有の問題には限らないのですね。そのあたりについて、まさに消費者と事業者の間のコミュニケーションを考えたときに、どこに力点を置いてコミュニケーションしていったらいいのだろうか。これが AI の特徴なのです、分かってくださいということが大事なのか。AI も含めた商品サービスの、要するに消費者にとっての良さとか問題点をコミュニケーションしていくことなのか。そのあたりについて、なにかご見識がありますでしょうか。

(工藤スピーカー)

ご質問をありがとうございます。特に見識はないのですがコメントをしたいと思います。

これは消費者の方向けのハンドブックというか、消費者の方向けの啓発活動と理解していますので、消費者の方にとって有意義なものである必要があると思います。

そうすると、おっしゃるとおり、消費者にとっては、AI のサービスを受けているという認識はあっても、ではどういうデータを使っているとか、AI と言っても複雑なフットプリントを使っているわけではないことは、消費者の目から見るとたいして関係はないと思います。

もちろん議論をしていく上で、あるいは視点をまとめていく上では、その両者を区別した上で整理していくことが望ましいと思うのですが、アウトプットをする際には、ぐちゃっと混ぜて、消費者にとって分かりやすいという視点で作ったほうがいいと思います。

と言いますのも、私と大阪大学の岸本先生と一緒に作りました接触確認アプリに関して、まさにその点が議論になりました。これはたぶん接触確認アプリの固有の問題ではなくて、どちらかと言うとどうやって感染者対策をしていくのかという、わりと一般的な課題だよねとか、人々が新型コロナウイルスに対するリテラシーをアップしなければいけないとか、そういう端的な課題でもあるよねということはあったのですが、それを分けて書いてもあまり意思決定の役に立たないということがあったので、混ぜて書いているというところがあります。

ただ、議論していく上では両者はなるべく分けて考えた上で、最終的な成果物としてはぐちゃっと混ぜてという感じです。

以上です。

(小塚座長)

構成員の皆さま方、いかがでしょうか。あるいは、事務局から何か工藤先生にお伺いしたことはありますか。

(事務局)

Trust に関わる場所ですが、まさにハンドブックの中でも、信頼できる事業者かどうかを確認しようみたいな話は載せていけるといいなと思いつつ、ただ、なにを以て信頼できそうかを、いま現在でどう説明すればいいのかが結構難しいと思っております。「見極めよう」はいいのだけれども、何をどう見極めるのかという質問がきそうだと悩んでいます。それについてなにかご意見があれば、いただけると非常に助かりますが、いかがでしょうか。

(工藤スピーカー)

すごく難しい問題だと私も思います。個人的な経験に引きつけて回答しますと、接触確認アプリを結局ダウンロードしたほうがいいのか、これは信じられるのかと聞かれたときに、それはその人の価値判断次第ですねというところがあったので、その視点で、意思決定の最終判断は選んだ方それぞれで判断してくださいと投げている感じもあるので、信頼できる事業者かどうかとか、信頼できる提供者かどうかをこちら側、ハンドブックを書く方が定義するのは難しいですし、それこそ問題にも発展しかねないところだと思うので、難しい問題だと思います。

それは難しい問題である、一定の回答はすぐには出せないということを踏まえた上で、他方で、おっしゃるとおり、ちゃんと指針を出していますかという視点とか、何度かはたぶんメルクマールのものは推奨とか提案として出せるとは思います。

その中の一つは指針を出しているかどうかということですが、2 番目というか、もう一つ考えるとよいかなと感じているのは、結局信じられるかどうかは、リスクが現実が発生したときにどうなるかを予期したうえで意思決定をしましょうと。端的に言うと、裏切られたときにどうなるかというところを想像した上で、できそうなベネフィットをもらえれば、たぶん信じてもいいということになるはずなので。そうすると、その事業者団体とか営業元自体が信じられなくても、先ほど落合先生がご紹介くださったように、保険とかでカバーしてくれるのであれば、お金の問題で済むのであれば使ってもいいかなと思うと思

うのですね。

なので、最初意思決定の段階として、使うかどうかというのと、使ったあとになにか起きたあとに、ちゃんとカバーをしてくれるかという視点。この二つで定義されるとよいのではないかと感じています。ただ、整理は難しいと思います。

以上です。

(事務局)

ありがとうございました。

(小塚座長)

今林先生からご質問があるようです。

(今林委員)

若干かぶってしまうことがあるので、Trust のところで。

(小塚座長)

観点が違うというのもあるでしょうから、どうぞ発言なさってください。

(今林委員)

まさに Trust のところは議論対象として今後重要なことと思っており、個人的に工藤先生がおっしゃったところで大変恐縮ながら賛同しています。一方で、世の中にはゼロトラストという流れもあって、技術的に多くのリスクポイントをチェックすることによって Trust しようという流れの方向だと思っています。

要は、当然ながら優先順位を定めてですが、チェックリストをある程度用意しておいて、これを満たせれば Trust できるね、仮に事業者が誰であっても、どんなデータの扱いをしていたとしても、そのチェックリストを満たしている限りは Trust できるという考え方もあるのかなと思っています。そういった意味合いでは、ハンドブックに載せるというところを目標に定めると、どういったチェックリストを設けるのかというところが、アウトプットイメージに一番近いのかなと思ったのですね。

その中で、この資料には AI のネットワーク化や多層化、アルゴリズムの説明性という

ことを書かれているのですが、前提としてこういったリストを、例えばこれだけはこのトップ 3 を挙げるとしたら、何を消費者に確認してもらいたいのかなというところのご意見があったら、ぜひお伺いしたいと思ったのですが、いかがでしょうか。

(工藤スピーカー)

ゼロトラストの方向性も、もちろんあると承知しておりますし、そのゼロトラストのチェックリストの精度を上げるために、事業者側向けのプロファイリングのチェックリストを作った側面もあります。なので、おそらくこういった意味合いでは、そのチェックリストをたくさん作ってもいいのですが、作ってそれをチェックするのはすごくコストがかかると思うのです。しかも、各消費者がやる必要は、もしかしたら必ずしもなくて、誰かが代表してやってくれたりとか、あるいは事業者の努力なり、アドボカシー団体、NGO がやれば、その NGO を信じるという形もたぶんできるというのが私の報告というか、提案の基本的な方向性です。

それを踏まえた上で、なので、チェックリストをたくさん作るのは理由の一つだと思っていたので、それを誰がやるかは、また別のフローになるのではないかなというのが最初の問題で、2 番目の質問として、消費者向けとしては何が言えるのですかというところは、先ほど紹介した 3 点に分かれていて、まずは何ができるか、できないかによって、自分のエクスペクトが一応コントロールするというか、どういうことをしてくれそうなのかというようなベネフィットと、生じるリスクを考えた上で、使ってもいいかどうか。そのときに、もし失敗したり裏切られてしまったときに、どうなってしまうかという帰結までイメージはしてみるということ。それと、そのイメージが合っているかどうか、あるいは先方なり、アルゴリズムなりがどれぐらいというのを、使っている間も考えるみたいなのところの 3 点ぐらいにまとめられるのではないかなと思っていますが、ここはもちろんご議論があるところだと思いますし、この中で、たぶんあまりきっちり概念が分かれていないと思うので、皆さんで整理をしていただければと思います。

以上でお答えになっているでしょうか。

(今林委員)

ありがとうございます。

(小塚座長)

そろそろ工藤先生、お時間ではないかと思いますが、皆さん、よろしいですか。工藤先生、本当にお忙しい中、きょうはどうもありがとうございました。

(工藤スピーカー)

ありがとうございました。失礼いたします。

(小塚座長)

それでは、先ほど事務局からご案内いただいたハンドブック案について、議論をしたいと思います。

一応、事務局からは 3 点、議論をしてほしいということで要請が出ていまして、一つはハンドブック案のボリュームがこれでよいか。二つ目として、ボリュームを仮に抑えるとしたら、どこを削除するか。それから三つ目に、細かな記述とは別に、消費者に伝えるシンプルなメッセージを挙げられないか。そういうことです。

裏話的なことも含めて申し上げてしまいますと、実は先週段階で、事務局はもっと詳細な資料をお作りになっていたのですね。非常に時間も労力もかけて、充実したものを作っていたのですが、このハンドブックをどう展開するかということを考えたときに、いろいろなところで皆さんに気軽に持っていつていただく。AI に関するものを紙で配るのはどうかという話もあるかもしれませんが、それはともかくとして、どこかで手に取れるようなものとしたときに、あまり大部なものだと趣旨と違うのではないか。あるいは仮に持って帰られても、そのまま読まずにどこかに放置されてしまっは意味がないのではないかということも一方では気になりだしたわけです。

以前この会合に参考資料として出していただいた、消費者庁がこれまで作ってきた資料などを見ると、数枚で、10 ページ内外でできているようなものでしたので、そういうイメージと比べて、今回のものはどうでしょうか。問題が問題だから仕方がないと見るのか、やはり消費者向けには、そういう手軽なものの方がいいのではないかとお考えになるか、忌憚のないところをお聞かせください。

そして、もし小さくすると、そこにどのようなメッセージを入れて、どこの部分は落とすのか。さらに言えば、落としたものをどうするかというようなこともあるのだと思うのですね。「続きはウェブで」ではないですが、QR コードなどで引っ張って、消費者庁の

ウェブサイトに接続するようなこともあるかもしれませんが、そのあたりも含めて、私はいま現在、こうすべきという方向があるわけではありませんので、忌憚のないご発言をいただきましたらと思います。

どなたからでもご発言いただきたいと思いますのですが、いかがでしょうか。

(増田委員)

たくさんのリーフレットなどを作っている立場から、感想をお伝えしたいと思います。

まず、ボリュームを多くすることについては、私は問題がないと思います。事の性質上、やはり新しい問題ですので、それを情報提供する意味ではボリュームが多くなってもいいと思うのですが、問題は中身の言葉の使い方とかだと思います。私ぐらいのレベルがパッと見て分かるものがよろしいかと思っています。

きょうここですべてをお伝えする時間がないので、時間をかけて、言葉一つ一つ感想をお伝えしたいと思っていますので、まずは全体の感想をお伝えします。

言葉が難しかったり、統一されていなかったり、片仮名文字が多かったりするものから、そのへんをご検討いただきたいということと、メリット・デメリットを色で統一させるとか、一つのテーマは見開きのページで完結させるとか、そういう基本的なところをやっていただきたいと思います。説明も何度も同じことが出てくるところがありますので、そういうものを削除すると、だいぶすっきりするのではないかと思います。

それと、中身について私は特に問題はなく、むしろ、素晴らしく書かれていて、普通、私たちではとても作れないものだと思って感心しています。1点、しつこくお伝えしている融資サービスのところですが、そこについては、これは消費者庁が作る冊子であって、産業育成省庁ではないので、いわゆる融資されないことのリスクという表現は、非常に違和感があります。融資されない場合は、こういうことがありますよという、そういうメッセージは重要だとは思いますが、それをリスクと表現することについては違和感がありますので、ぜひお考えいただきたいと思います。よろしくお願いいたします。

以上です。

(小塚座長)

いま、最後にご指摘になったのは、ハンドブック案の 26 ページですかね。「データバ

イアスによる融資否決のリスク」という言葉が出てきますが、このあたりだと思います。

もちろん個別にこの言葉、この言葉というのは、別途事務局にお伝えいただきたいのですが、これが気になりましたという一つか二つ、例というか、代表的なところがありますでしょうか。

(増田委員)

はい。例えば 13 ページで、指示したことに対応してくれないときはという質問に対しての答えが書いてあるのですが、これは全部をよく読まないと分からないのです。例えば、スマートスピーカーにつながっている先の機器の動作しない場合、つながっていますかとか、繋がっている機器の故障やスマートスピーカーそのものの故障もありますよと。それから、プログラムされた範囲でないこともありますよと。その四つが問題だと思うのですね。それを箇条書きで書いていただければいいことだろうと思います。

それから 14 ページの右下の表の中に、これは接続サービスによってできることとリスクの広がりイメージしようということですが、この中で青い四角の中に言語化処理、リクエスト内容の処理、返答内容作成と書いてある。この部分は必要でしょうか。この四角枠の中で伝える目的を考えると、中身についてここまでのことは知る必要がないのではないかと思います。

そういうことが全ページにあると思います。以上です。

(小塚座長)

夜中までありがとうございました。事務局は、いまのは例ということで、もう一度細かくいろいろご意見を伺ってください。非常に貴重なご指摘だと思います。

ほかの委員の方からも、どうぞ忌憚のないご意見をいただけますでしょうか。分厚すぎるとか、あるいはこれでも逆に減らしすぎだとか。いかがでございましょうか。

どなたからでもどうぞ。忌憚のないところをお願いいたします

(市浦委員)

ViAR&E の市浦ですが、よろしいですか。

事務局の皆さま、本当にたくさんまとめていただいて、ありがとうございました。私もいろいろコメントをさせていただいて、こんなふうにしたらどうかというのを書かせては

いただいたのですが、やはりページが多くなってしまったかなというのが正直思ったところですが、仕組みを説明したい気持ちも、僕もエンジニアリングの人間なので非常に分かるのですが、やはり消費者の方々はそのまでリテラシーはたぶん高くなくて、先ほど増田さんもおっしゃいましたが、本当に言葉を選んで、先ほどの項目も箇条書きにするとか、文字数を減らしたほうがいいかなというのが正直なコメントです。

すみません。シンプルですが、以上です。

(小塚座長)

市浦さんのお考えは、ちょっと減らして抑えたほうがよいのではないかとということだそうです。

そのほかの皆さん、いかがでしょうか。

(南委員)

事務局の皆さん、ありがとうございます。

私も最初に見たときに、結構難しいなという印象を持ちまして。よく読みこまないと、理解できないような内容になっているので、もう少し全体的に簡単というか、頭に入りやすい言葉づかいと形式のほうがいいかと思っています。

ハンドブック以外にもこのワーキンググループの成果物的なものは、レポートのようなものも作成される予定でしたでしょうか。

(小塚座長)

私の理解が間違っていたら、事務局で訂正してください。私の理解は、報告書はもちろん作られるのですが、それは発注元である消費者庁に対して提出するもので、消費者庁でそれを公開することがあれば、それはそれで公開されますが、いわゆる消費者向けに広く普及するものではないということだと思います。

ですから、消費者庁のウェブサイトには載るかもしれませんが、あちこちで置いて、手に取れるようなものにはならないと思います。事務局、それでよろしかったですね。

(事務局)

そうですね。消費者にご覧いただくものとしてはこのハンドブック、あとはこのワーキ

ンググループとしての報告書を、次回素案ということで、まだ途中の段階になりますが案をお示しさせていただいて、それとまた別に受託調査の報告という形になろうかなと思います。

(南委員)

分かりました。ありがとうございます。

どこを減らすかという意味では結構難しいとは思いますが、例えば 28・29 ページの事例別留意事項のまとめなどは、前のページに書いたことの繰り返しになっているのであれば、取ってしまってもいいかなと思ったりはしました。

感想めいたコメントになりますが、以上です。

(小塚座長)

そういうことで少し短くできるのではないかとのご提案をいただいております。

そのほかの委員の皆さまは、どんなふうにお感じでしょうか。

(坂田委員)

内容としていろいろなことを詳しく書いて頂いているのですが、感じたこととして、以前の会議でも議論になったと思うのですが、このハンドブックの想定しているターゲットに、複数の対象層が混ざっているような印象を受けました。

例えば、7・8 ページの場合、このページの結論は「AI は万能ではない」ということなのですが、このことを理解されていない層の方にとっては、このページに記載されている解説内容は難易度が高いように感じました。

従いまして、解説内容をターゲット層に合わせた形とすることにより、記述を絞ることができるかと思いました。

(小塚座長)

それはシンプルなメッセージというところで、むしろこの AI は万能ではありませんとか、そういうようなことを出していくということも考えられるかもしれませんが、そうすると、いまだたくさん書いてあることはどうしようということにもなるわけですね。

坂田さん、なにかご提案はありますか。

(坂田委員)

はい、このページの上段の解説を理解するレベルの層に対するメッセージを出すとなると、「AI は万能ではありません」よりも、もう少し深いメッセージが適切な気がします。

逆に、「AI は万能ではない」というメッセージを伝えるためであれば、上の記述はもう少しシンプルにできるのではないかなと思います。記述内容の立ち位置・ターゲット層を明確にすることにより、方針が立ちやすくなるのかと感じました。

(小塚座長)

皆さま、いまの点も含めて、あるいはその他の観点でもいかがお感じでしょうか。

(入谷委員)

SOMPO 未来研究所の入谷でございます。

私は、この資料をお送りいただきまして、確かに消費者が読むにはボリュームが大きいのではないかという第一印象だったのですが、一方でどこをどう圧縮するといいいのだろうかというところで、考えが進まなかったというのが実状です。

確かに事例のボリュームは大きいのですが、読んでみると非常に重要な情報であって、なかなか削り難しという印象です。

こちらのハンドブックが、どのような媒体で提供されるかにもよるのですが、例えば現状の内容を整理した 30 ページぐらいのボリュームの成果物が一つ。もう一つは、サマリー版といいますか 10 ページぐらいに抑えた、第 1 章の内容と具体的にどういうところに注意してどう使うのがいい使い方なの後段の章を 2、3 ページでまとめたものを作成する。PDF で提供するのであれば二つ提供するのも可能なかなと思った次第です。以上です。

(小塚座長)

二つバージョンを作ることが可能かという、そういうご発言でした。このあたりは、消費者庁としては、そういう形もあり得ると考えられますか。

(内藤課長)

消費者政策課長の内藤です。お世話になっております。

ハンドブックに対して、2 バージョンどちらがいいのかというのは、私からは何とも申し上げにくいのですが、親会でも同じような議論はありまして、デジタルプラットフォームの利用者向けのガイドブックを作成することになっているのですが、これについては同じように長い、大部であるというご指摘をいただいていた。それについては、ガイドブックを作成後、別途、もう少しリテラシーの高くない人向けに簡単なリーフレットを作ることを検討しています。

それは、分厚いものとは別に、事後的にリーフレットの的なものを作るという整理をさせていただこうと思っております。そういったようなことも一つ参考にしながら、ご議論いただければと思います。以上です。

(小塚座長)

そうすると、むしろ本体はやや詳細なもので、リーフレットという簡単なものをあとから作るというイメージですね。一つ提案をいただきました。

いままでのところを整理しますと、増田理事長は、丁寧に読んでくださったからかもしれませんが、全体として重要な情報ではないかということで。そのあとご発言いただいた何人かの方は、若干やはりボリューム的には多い、あるいはターゲットという観点から、少なくとも全体を一つとして出すのはそぐわないのではないかという方向感かと思います。そのほかの皆さま方はいかがでしょうか。

(山本委員)

私もいままでの皆さんの議論に基本的には賛成と言いますか、一般の消費者をターゲットとしたときには、増田さんでも難しいということであれば、たぶん 99%の人にとっては理解が困難なものなのではないかという感じがします。私もきのう、両親などを思い浮かべて、こんなの分かるだろうかと思うと、ちょっとやはり難しいと。中身の量も多いと思います。

他方で、中身の情報は大変有益な情報であると思ひまして、特に消費生活アドバイザーとか相談員の方々など向けには、非常に素晴らしい内容になっているのではないかなという感じがしますものですから、先ほど内藤課長のお話もありましたが、親会のほうのまとめ方とも整合性を持たせながら、どちらがどうということではありませんが、例えばこれ

をハンドブックとしてはこういう形にして、あとそれを翻訳するという言い方がいいかわかりませんが、そういう、より簡単なリーフレットのものを、まさに一般消費者向けのものを別途作る。逆でもいいかもしれませんが、こういうような形で取りまとめられるといいかと思いました。

親会の議論の中でも、この資料で言う、11 ページ以下ぐらいですかね、具体的なスマートスピーカーというか、スマート家電とか、最初の AI の一般論も重要だけれども、具体的にこういうふうに使われていて、具体的にこういう問題が起こって、その場合には具体的にどうすればいいのか、どう考えればいいのかというところがやはり非常に重要であると、親会の委員の意見としても出ていたかと思いますので、細かな仕組みまでどの程度必要かという問題はあるかもしれませんが、こういう具体的などころも生かす形でまとめていただければいいかと思います。意見です。

(小塚座長)

山本先生から非常に重要なご示唆、ご提案をいただきました。具体的な記述のところを落とすべきではなくて、そういう意味で言うと、せっかく整理したこの情報を、むしろハンドブック本体にして、親会でお使いになっている方式をお借りするとすれば、その入門版と言いますか、簡易なものをリーフレットとして作る。そういうことはあり得るだろうと。

そういう方向でだいたい皆さま、よろしいでしょうか。

(異議なし)

ありがとうございます。おおむねその方向でご支持をいただいているようです。

そうしますと次に、そういう意味では、ハンドブックの分量をそれほど削る必要はないかもしれませんが、リーフレットとして取り出すような、特に重要な、あるいは特に伝えたい部分というのはどの部分かを少し整理していきたいと思います。

それから、そこのところで、先ほど坂田さんからお話があったのですが、この取り出した部分と本体とは、ターゲットが同じなのか違うのか。本体は、いわばある程度、使い慣れた人向けで、リーフレットは本当に初心者向けなのか。それとも同じレベルであって、詳しい情報とその要約ということなのか。そのあたりでもご意見を伺いたいと思います。

いかがでしょうか、どなたからでも。二つのことを申しましたが、どの部分を取り出してメッセージにすべきかと、ターゲット層という面で違いがあるのか、ないのかということと、どちらからでも結構です。どなたかご発言があるでしょうか。

(増田委員)

おのずとターゲット層は変わってしまうと思います。先ほど、山本先生がおっしゃったとおり、私たち消費生活相談員自身も、まだ理解も及んでいないところがありますので、そういう意味で言うと、消費者と接することの多い消費生活相談員、アドバイザー、消費者団体など活動している人、それから教師など、教育に携わっている方々などは、やはりこちらのほうを見ていただきたいと思いますし、リーフレットを端緒として、こちらのほうにもう少し知りたいなという方を引きつけていくことになろうかと思いますので、おのずと変わっていくだろうと思います。

ですので、消費者教育であったり、学校教育、あるいは社会人への教育、新入社員教育とか、そういう場でリーフレットが手渡され、そしてこちらに誘導していく形になるのではないかと思います。以上です。

(小塚座長)

非常に明快なご発言でしたが、そのほかの委員の先生方はいかがでしょうか。どなたかお考えがありますか。

(南委員)

もしハンドブックと、もう少し易しいバージョンを分けるとすると、すべての事例において、これまでと AI を使ったときにどう違うかという点と、仕組みが詳細に書かれているとは思いますが、仕組みであったり使うとどう便利になっているのかというところよりも、何かトラブルがあったときにどう対応すればいいのかというほうが、消費者向けに伝えるメッセージとしては、分かりやすいは分かりやすいのかなと思っております。

ただ、リテラシーを高めるという意味では違いとか仕組みというのも大事だとは思いますが、リーフレットの目的をどこに置くかによって、どこを取り出して記載するかは変わってくると思いました。

(小塚座長)

そのあたりがおそらく、事務局が定義した第 3 の問題点といいますか、消費者にシンブルなメッセージを伝えるとしたら、それはどういうものかというあたりにも関わってくるのかと思います。

この点については、それでは皆様いかがでございましょうか。具体的に、初歩的な、あるいは AI にあまり詳しくない消費者に、とりあえず伝えなければいけないことはどのようなことがあるとお感じでしょうか。

先ほどは、工藤先生とのやりとりの関係で、今林さんがご質問になっていましたが、今林さんご自身は、あの問題については実はどうお考えだったのでしょうか。

(今林委員)

先ほどに対するコメントとして、いまは文章の形になっているものを、チェックリストのような分かりやすい形に変えて、チェックをクリアしていたら、これは信頼できる、安心して使ってもらえるという方向になるのかなと思っています。

先ほどの増田委員のご発言を踏まえて、現状のハンドブックも絞り込んで分かりやすいメッセージに変えれば、消費者向きにはなると思うのです。確かに現状のものだとターゲットは必然的に異なってくると思うのですが、消費者向けのわかりやすいチェックリストに変えれば問題なく、現状もより具体的に知りたい消費者向けのパンフレットには変わるものだと思います。そのため、ターゲットとしては重複してくる。より具体的に見たい消費者向けになってくるのかなと思います。

一方、今回の当初の目的から考えると、そもそもですが、危機感を持ってもらうという言葉が正しいか分からないのですが、まず知るきっかけ、AI システムに触れるきっかけとして、そもそもフックをかけて知ってもらう。フックをかけるという意味合いで言うと、例えば現状のものの最後のページのほうで異常検知に使われる、といった内容があると思いますが、そういった言葉は最初の（フックをかける）段階では必要ないのかなと思ったりしていて、絞り込んだサマリー版のような形で資料には落とし込めるのではないかなとは思っています。

そういう意味で、もし二つ作るということなのだったら、消費者にとって、より現状のハンドブックを見たいと思う、そこにつながるような、最初のフックになるような形を一枚設ける。、それをもって、より興味を持つ人は現状のものをみてもらうという形になる

のかなと思っています。完全にまったく違うターゲットにというのは、そもそも今回の趣旨から外れてしまうかと思えますし、しっかりとした具体的な内容ではあると思うので、興味を持つ人は勉強としてこれを見にくることはあるのかなと思っています。

(小塚座長)

確かに、詳しい消費者と詳しくない消費者を分けるという意味ではないのかもしれませんがね。むしろ、それこそ前半でキーワードになったことで言うと、もう **Trust** で処理してしまいたい。あまり詳しく知りたくもないので **Trust** で処理してしまいたいという消費者と、そこをきちんと中身まで知って、それで自分の行動を考えたいという消費者。きちんと考えたい消費者は本体を読むという構造かもしれません。

そのほかの皆さま方、このサマリー版と本体との関係、あるいはそのサマリー版に出すべき内容について、何かご提案、あるいはご発言はあるでしょうか。どなたか発言ありますか。

(増田委員)

サマリー版には、やはりいま現在、もう身の回りに **AI** があって、知らずに使っているケースもあるということと、それから **AI** は万能ではありませんよということと、そして気をつけなければいけないことが含まれる必要があるのではないかな。

ここで言うと、事例別留意事項のまとめという部分になるのだと思うのですが、種類別のリスクというか、気をつけなければいけないことを列挙していただくのがいいと思います。以上です。

(小塚座長)

非常に簡潔にまとめていただきました。3点ありましたけれども、**AI** はもう身の回りにあるということ、万能ではないということ、それから、共通留意事項。

そのほかの皆さま方から何かあるでしょうか。あるいは、きょうの前半でお話しになった落合先生のプレゼンにも関係しますが、一般の製品との違いのようなところもあるのかもしれない。それが、データで左右されるとか、仕組みの詳しい話をまた出してくるとリーフレットでなくなってしまうかもしれませんが、メーカーの工場を出た段階で完成品になっているのではなくて、消費者の手元で育っていく、成長していくという。そのあた

りが一つ普通の製品と違いますよということも必要かもしれません。

(高木委員)

先ほど、増田理事長がおっしゃったことにかぶってしまうのですが、個人的には 28 ページ、29 ページに書いてある事例別留意事項は非常によくまとまっているというか、一番シンプルにまとまっているかなと。ただ、たぶん詰め込んで書いてあるから、よく読むのが大変なだけで、そこは先ほど、最初に増田理事長がおっしゃったように箇条書きに、これに気をつけましょうとか、例えばプライバシーの分析がされているのかを確認してからログインしましょうとか、そんな感じで簡単に書けばすごくシンプルになるのではないかなというのが一つです。

あと、親会でご議論いただいた内容だとか、この会議の 1 回目に内藤課長からもあったと思うのですが、やはりマイナス面だけでなく、プラス面も書くようにというところは、細かく見ていただくためのきっかけとするには非常に重要だと思っているので、どのように入れるのが一番いいかは分からないのですが何らかの形で入れたほうがいいのかなと思っています。

(小塚座長)

そもそも AI 製品や AI サービスを使うというところから始まるわけで、使わなければ消費者問題が起きないわけですから、そういう意味でどうすることが便利で使うのかとか、もっと言えば、それを便利だと思って使うとこういう問題がありますという記述も重要であらうと思います。

先ほど今林さんがきっかけと言いますか、詳しいところを読んでいただくきっかけになるようにとおっしゃったのですが、便利さも危険性も含めて、われわれの目の前でこういうことが起こりつつあります、これについて消費者の皆さんもちょっと考えてみましょうということがあったほうがよいのであろうかと思っています。

そのほかの委員の皆さま方からご発言はあるでしょうか。こういうことは盛り込むべきだとか、あるいはこういうニュアンス、こういう方向感を出すべきだというような提案がありましたら事務局が助かりますので、よろしくお願いします。

特に追加のご発言はありませんか。

それでは事務局のほうから、いままでの皆様のご発言でサマリー版は作れそうですか。

それとも、もう少しこのあたりをお聞きしたいというのがありますか。寺島さん、いかがですか。

(事務局)

だいたい趣旨としては理解をしていて、なんとなく案は作れるかなと思いつつ、あとはどのあたりの層をターゲットとした記載かという記載ぶりが混じっているところあたりは委員の方にはまた見ていただきながら、記載ぶりがここは少し細かすぎるとか、この観点だと易しすぎるとか、ご意見をいただきつつかと思います。案としては作れるかなというところです。

あと、1点確認をできればと思うのは、三つ目の論点として挙げさせていただいた消費者への分かりやすいメッセージをというところに関しては、いままでの議論を踏まえますと、パンフレットのところで言うと、先ほど挙げていただいた28・29ページあたりの事例別の留意事項のまとめをもう少しシンプルな、箇条書きぐらいのメッセージにして記載をするというところが、ケース別なのかなと思っています。それは、AI全般としてのメッセージはなく、ユースケース別のメッセージがあればよしとするのか。あるいは、別途何かAI全体についてのメッセージがあったほうがよいかというところは、1点確認を取っておきたいです。

(小塚座長)

座長として整理させていただきます。いままでの議論を理解したところでは、途中で増田理事長から、3点に分けて重要なメッセージということをおっしゃっていただいて、AIは既に消費者の身の回りにあるということ。AIは万能ではない。万能ではないというのは、いまハンドブック案の7ページ、8ページに書いてあるような、得意なこと、不得意なことがあるという意味で万能ではないという、もちろんそれもあるのですが、それを超えて、AIはバラ色でないと言いますか、いろいろな意味でのリスクを伴っているということをおっしゃったのではないかと思います。

そういうことと、そしてそれでは消費者としては、どういったことに気をつけたらいいかというようなことを3点にまとめていただいて、この3点目の気をつけたらいいことについて、事例別留意事項の28・29ページあたりがよくできているのではないかという議論になっていたと思います。

そして、第 1 点の AI は既に消費者の身の回りにあるという中で、メリットがあるということ。それから第 2 点の万能ではないという中で、AI にそれなりに消費者として注意しなければいけないという注意喚起のようなもの。これを含めていくというあたりが、またその後の議論の中で膨らんだところではないかと思います。

いま寺島さんからもう一つ、この事例別留意事項だけでよいかということですね。特にハンドブック案には共通事項のようなこともありましたし、連絡先のようなものもあったのですが、このあたりについて、リーフレットに入れるシンプルなメッセージとしては出さなくてよいのかという投げかけではないかと思いますが。このあたりはいかがでしょうか。

(増田委員)

このリーフレットは A4 二つ折りぐらいなのか、A5 なのかとか、サイズのイメージ的にはどうなのですか。私どもは A4 二つ折りぐらいをイメージしますが。

(小塚座長)

一例ですが、親会で議論をしているときのリーフレットはどんなものなのか、消費者庁か山本先生かからご教示いただけないでしょうか。

(内藤課長)

消費者政策課長の内藤です。まだそこまで具体的な分量などまでは議論は進んでいませんので、これからまさに考えるところですが、おおよそ増田理事長がイメージされているようなものが、標準的なリーフレットの分量とは思っています。答えになっていないように恐縮ですが、以上です。

(小塚座長)

前に、確か、席上配布をしていただいた『社会への扉』と『シェアリングエコノミー』はたしか 7、8 ページから 10 ページぐらいでしたよね。ですから、そのあたりまで。A4 四つ折りにすれば 4 ページですが、その倍ぐらいとか、そんなイメージではないかと思っています。

増田理事長、そのあたりでよろしいですか。

(増田委員)

はい。結構 8 ページはボリュームがあるので、A4 二つ折りでも、4 ページでもいいのかなとは思います。

(小塚座長)

分かりました。本体のハンドブックがあることを考えれば、確かにそうかもしれませんね。リーフレットとしては 4 ページでも十分かもしれません。

皆さま、先ほどの寺島さんからの投げかけについてはいかがですか。事例別留意事項のまとめだけで足りるでしょうか。あるいは、共通留意事項の中の、例えば ID 連携の話などが 33 ページに書いてあるわけですがそのあたりの話とか。消費者庁として、30 ページに書いてある、困ったときの連絡先というのも大事なこともかもしれませんが、このあたりの情報を入れていくべきかとか、いかがですか。

(今林委員)

これはあくまで私の個人的な意見で、参考までに聞いていただけたらと思うのですが、事例別留意事項をいくつか並べるよりも、一つ分かりやすい、一番身近な例に絞って、その中で発生する内容について、絵と一緒に説明してあげてというのが一番分かりやすいのではないかなと、実際にこのリストを見ていて思ったのですね。

文字ベースにで多く入れようとすると詰まってしまって、それこそ読みにくくなってしまいうイメージもありますし、まだ世の中に実体験としてあまりないような審査をする AI が仮に入ったときに、そこは受け取られ方が難しいかもしれません。

そのため一番分かりやすい、例えばスマート家電を一つ取り上げて、その中でプライバシーの問題などの事例の中にある課題をキーワードレベルで、絵でアノテーションするようなイメージで形にするのが良い印象があります。

また、そこまでの入りとして、増田委員がおっしゃったような最初の 2 点、AI の普及について、万能ではないというリスク部分について、を取り上げる流れに賛同しまして、その中でも、よりキャッチーにするために、例えばスマートスピーカーは実は 4 人に 1 人使っているのだよとか、そういう分かりやすい統計値を入れると（消費者が我が事とし

て) つかめる流れになるのではないかなと思っています。日本だとあまり普及していないので、なかなか実感値を持って読み始めてもらえないところもあるかもしれませんが、いい数値と併せて作成されたらと思いました。以上です。

(小塚座長)

きょうは、西野さんはご欠席ですか。そのあたりのデータのあたりは、西野さんに相談するといいかもしれません。

入谷委員からご発言の希望があるということです。よろしくお願いいたします。

(入谷委員)

共通留意事項に関しては、事例で分かりやすくひもといていく中では添えたほうがいい情報と考えます。リーフレット紙面の都合を踏まえますと、例えば、親会の成果物ですとか他の消費者向けの注意喚起にて、プライバシーに関わる情報の注意喚起があるようでしたら、そちらでカバーされているという見方もあると思いますので、その場合は、紙面をより AI にフォーカスした内容に使うものと考えます。以上です。

(小塚座長)

事務局、特に寺島さん、いまのようなことで、シンプルなメッセージとして取り出す作業はできそうでしょうか。

(事務局)

作成してみます。次回まで時間がそれほどはないのですが、間で皆さんに案ベースでご覧いただくような形にできればと思っています。

(増田委員)

例えばリーフレットに QR コードをつけるなどして、詳しいところにすぐ飛べるような工夫もいいと思います。以上です。

(小塚座長)

そうですね。せっかく作るのですから、ハンドブックの情報にリーフレットから飛べる

ような仕組みもあったほうがいいと思います。そのときに三十何ページを **PDF** にしてウェブサイトに掲載しておいてというのものもあるかもしれませんし、ほかにもいろいろな出し方があるような気もしますが、そのあたりも検討していただいて。

それでは、事務局には非常に充実した資料を作っていただいた上に、さらにお願いをするように申し訳ないのですが、きょうの皆さまのご発言を踏まえて、抽出したリーフレットの的なものをお作りいただいて、それからハンドブック本体についても、特に表現ぶりが非常に硬いという指摘をいただいていますので、増田理事長を通じて、消費者相談の現場の方のご意見などもよく吸い上げて、少し読みやすいものにしていただけたらと思います。

いろいろお願いして恐縮ですが、事務局で対応していただけますでしょうか。

(事務局)

はい、了解しました。

(小塚座長)

よろしくお願いいたします。ありがとうございます。

それでは、ハンドブックについて、一応、方向感が見えたというところで、まだ時間が若干ありますので、消費者意識調査の第 2 回をやっていたいただいていたのですね。あの結果の概要は出ているでしょうか。

(事務局)

では簡単に、最後、アンケート調査の結果概要について説明できればと思います。参考資料の 1 をお開きください。

2 ページのところで調査概要を記載しています。5 月 15 日から 20 日まで実施をしまして、4 万件の方からデータを収集し、スクリーニングテストで **AI** という言葉を聞いたこともないし、意味も知らないという人を外して、3 万 6972 件の回答を得ています。

「**AI** 利活用サービスを利用したことがありますか」というのが **Q1** で、それぞれ分類で、**AI** による機器操作、音声認識、取引契約、審査とあるのですが、**AI** による機器操作が 1 割ぐらいで、音声認識・コミュニケーションが、3 割ぐらい利用経験があり、取引契約や審査といったあたりになると、かなり少なく 6%とか 4%、レコメンドも 1 割弱になっています。いずれも年代が若いほうが、利用率が高い結果になっています。

Q2、スライド 8 ページです。「どのようなことができると思うか」については、ソリューションで実際に経験しているような機能については理解をされていますが、「100%の確率で分析結果を出すこと」というものが 1 割あったり、「新しい独創的な作品を作ること」も 1 割強あったりということ。あとは、やはり誤認識が多いなというのは、「言葉の意味を理解すること」について、5 割弱の方が「意味を理解できている」という結果が出ています。

期待する事項については、作業の効率化とか自動運転車、安全性確保、家事の軽減、情報収集になっていまして、娯楽やカスタマイズ化された情報提供への期待はやや低いということです。

次のページは、世代別、性別別となっています。

11 ページですが、「AI を活用したサービスを利用するうえで、課題・支障と感ずることとは何か」という問いに対してですが、データを提供すること自体についての課題も 3 割ぐらいあるのですが、それよりもどちらかというと、セキュリティ面であるとか、データを提供したあとに目的外に利用されてしまわないかというところに不安を感じていらっしゃる方が多いという結果が出ています。

「データを提供しないと」については、学習するデータの質や量などによって適切な結果を得られるか分からないとか、企業自体がどのような体制で開発管理しているか分からないというところとそれほど変わりなく、3 割前後の方が懸念を抱いていらっしゃるということです。

12 ページは世代別、性別別になりまして、少し飛ばさせていただきます。

13 ページで、「今後利用を増やしていきたいと思いますか」という質問です。こちらは利用経験のある方・ない方が混ざっているので、既に利用経験がある方が多いか否かによって若干返答がぶれるので、のちほどまたクロス集計をさせていただいて、利用経験の有無別も集計させていただきたいと思いますが、回答として多いのは、前問で挙げた「サービス利用における課題が解消されるなら利用を増やしたい」という方が 3 割ぐらいいらっしゃいます。これは先ほど 11 ページのところで述べた目的外利用であるとか、セキュリティ面に関する問題が解消されるなら、ということになるかと思います。

次の音声認識も同様で、やはり課題面が解消されるなら、という結果が続いています。ほかのソリューションも同様で、17 ページまで同様になります。

次にサービスの利用、AI による機器操作に関しての設問になります。「利用経験のあ

る方に、利用する前に取扱説明書を読んで使用方法とか利用可能な環境について理解して使用したか」についてですが、AI による機器操作に関しては、読んで理解しているという方が 5 割ぐらいいて、それなりに多いということですが、2 割ぐらいは読んだものの難しくて分からない、そもそも取扱説明書があることを知らなかったという方は 4%ぐらいになっています。

次が、どの程度、信頼しているかです。これについては、利用経験ある・ないともに、両方の方に聞いています。結果を見ますと、「AI は自分で操作するよりもより適切に」という方も 15%ぐらいいるのですが、「AI は自分と同程度に操作できるが、利用方法・環境等により運転停止や想定外の時に運転する可能性がある」ですとか、「自動的な運転は不安なので、自分で予約や ON/OFF の操作をしたい」という方、これらを合わせると 5 割強ということで、ある程度の信頼は置きつつも、一定の留意を払って利用している方が 5 割ぐらいということになっているかと思います。

実際に、では AI による機器操作で問題が起きたことがあるかどうかについてが、20 ページになります。5 割は問題が発生していませんが、5 割ぐらいは何らかの問題が発生していることになります。問題が発生したことについて、何らかの損害が発生しているかどうかについては、損害が発生している方は全体で 4 割ぐらいです。緑色のところと濃い水色のところになります。ただし、納得できない方については、6.3%ぐらいの方にとどまっています。

次が音声認識・コミュニケーションになります。こちらについては、「読んで理解して使用した方」が 3 割程度と、AI による機器操作よりは低くなっている。「読んだものの、難しくて分からなかった方」が、15%程度いらっしゃる。「取扱説明書があることを知らなかった方」も、15%弱いることになっています。

信頼性については、「自分でインターネット検索するよりも高い信頼を寄せている」方が 1 割程度で、「同程度の信頼（疑い）を寄せている」、あるいは「あまり信頼していない」方も 3 割程度いるというところで、必ずしもバラ色とは思ってはいないかもしれないのが音声認識・コミュニケーションのところ です。

利用経験のある方について、「音声認識が ON になっている間の会話が収集される可能性について、どの程度認識しているか」についてです。「ウェイクワードを発したとき以外の会話情報は収集されないと思うので気にしていない」という方が、だいたい 4 分の 1 程度。ただし、それ以外の方は、「他の会話も収集されるかもしれない」と認識を

していて、電源を OFF にしているか、「認識はしているけれども困るような会話はな
い」、あるいは「面倒なので ON のままにしている」か、となっています。

AI による審査に関しては、利用者は少なかったのですが、最初に「どのように AI が
活用されているか理解して使用したか」については、かなりの方が「理解して使用した」
傾向が見られます。

その中で「どのように感じますか」についてですが、「審査の根拠が分からないので不
安である」という答えが、審査に関しては一番多くありました。

27 ページにいきますが、レコメンド・アドバイス。こちらはいろいろなレコメンド・
アドバイスがあるので、最初にどのようなレコメンド・アドバイスを受けたことがあるか
を確認していきまして、ショッピングと健康分野でかなり高くなっていることになります。

28 ページは年代別、性別別になります。レコメンド・アドバイスに関して、「AI がど
う利用されているか」については、やはり 5 割ぐらいは理解して使用したが、3 割弱の方
はどう活用しているかについて、「理解しようとしたけれど、情報が見つからなかった」
という回答がありました。

信頼について、レコメンド・アドバイスについては「人より高い信頼をしている方」は
6%程度で、あまり高くありません。「情報収集として参考程度に利用している」方が最
も多いとなっています。

利用経験別のところを今まで述べていっていませんでしたが、信頼に関して言うと、どちらが
先かという問題はあるのですが、利用経験のある方のほうが、AI により高い信頼を寄せ
ている傾向が見受けられました。

Q10、31 ページに移ります。「サービスの利用にあたって、個人情報保護方針を確認
したことがあるか」については、「必ず読んでいる」方が 8%、「気になるときだけ確認
する」方が 4 割程度で、「閲覧したことはあるが、長く難しいので理解していない」と
いう方が 3 割程度となっています。年齢層が高くなるほど、読むのがなかなかおっくう
と言いますか、必ず読んでいる率などが下がっていくような傾向が見受けられます。

「サイトによってプライバシー設定ができ、個人情報の蓄積や広告表示のデータに基づ
くカスタマイズの有無などの設定」についての認識度は、4 分の 1 ぐらいの方が「プライ
バシー設定をしたことがある」。「プライバシー設定をできること自体を知っている人」
は 7 割ぐらいになっています。こちらも認識状況は年齢層が上がるほど少なくなってい
る傾向があります。

33 ページからが、実際にどんなトラブルがあったかを具体的に記載をしていただいているものを抜粋しています。スマートスピーカー・音声認識ですと、認識ができないこともありますし、例で挙げていた AI スピーカーに勝手に物品を発注されたことがあったり、呼び掛けていないのに勝手に起動して、文字が読み込まれたという事例も出ているようです。音声認識としては、チャットボットに関わるご意見もかなり多く、解決できるような回答がなかなか戻ってこないという意見も伺っています。

35 ページでは、お掃除ロボットに関して、観葉植物を引っ張り倒して壊れてしまったという苦情と言いますか、問題があったという意見があります。AI 審査に関しては、理由が分からないという話ですとか、よくよく確認したら、実はシステムの設定を間違えていたというケースが見られています。

36 ページの健康支援サービスで言うと、あまり信頼性が高くはないという結果がアンケートでは出ていましたが、実例としては、ダイエットサイトで管理をしていたが、実際には結果として 5kg 太ってしまったという話や、投資アドバイスではリスクが高いものを、投資をするときにはリスクは低いと言われていたけれども、実際には損失が出てしまったという話が挙げられました。

37 ページでは個人情報に関して、許諾条項がどこかにあるのだろうけれども、すべて情報収集されてしまっているのだろうという話や、クッキー・データの話などが出ています。

あとは、AI がおそろしい、例えば、ターミネーターの世界が現実味を帯びてきたという意見もあり、レベル感としては非常にさまざまと思っています。

(小塚座長)

ありがとうございました。これは速報版ということで、また次回に詳細版が出ますね。

(事務局)

そうですね。もう少し分析を加えたもので、提示をさせていただければと思っています。

(小塚座長)

委員の皆さまからのご質問、ご意見は、そのときに伺いたいと思います。

本日、もう時間が若干過ぎていますのでこのあたりとさせていただきます、今後の予

定について、事務局からお知らせください。

(事務局)

本日は活発なご議論をいただき、ありがとうございました。次回は 6 月 15 日月曜日、1 時から 3 時の予定としています。開催方法については、決定次第あらためて連絡をさせていただきます。本日はお忙しい中、ご参加いただきまして、ありがとうございました。

(小塚座長)

皆さま、どうもありがとうございました。座長からも御礼申し上げます。

—了—