

消費者のデジタル化への対応に関する検討会

第3回 AI ワーキンググループ

令和2年4月27日（月）

(事務局)

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 3 回 AI ワーキンググループ」を開催いたします。委員の皆様におかれましては、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、今回から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、ウェブ会議方式にて開催しており、また会議の様子は YouTube にてライブ配信を行っております。

今回は、「AI と消費者に関する諸論点」というタイトルで南委員にご説明をいただき、事務局より、ハンドブック各論についての説明をした後、ハンドブックについて約 1 時間程度の討議ができればと考えております。その後、第 2 回消費者意識調査につきましてご説明の後、ご意見をお伺いいたします。

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)

皆様、このような状況の中、Web 会議の形でご参加いただきましてありがとうございます。

思えば、つい 1、2 カ月前まで、これからの社会、特に人口が少なくなっていく社会の中で AI がどういう役割を果たし得るかということを考えてきたわけですが、今、人口が減ったわけではありませんが、人の接触が急に減った中で、果たして、広く実用化された AI が今、利用できればこの生活がどう変わるのだろうということを現実を考えるような状況にもなってきています。例えば、少し前にトイレットペーパー等の買い占めの問題もありましたけれども、ああいうことは AI があれば合理的に割り当てができたのか、それとも、むしろフラッシュ・クラッシュと同じように買い占めパニックを AI が増幅させるというようなことが起こったのかとか、そんなことも考えさせられる日々です。

そんな状況の中で、消費者にとっての AI の役割を考えていくこの会議の意義はますます大きくなっていると思われます。新年度になりましたが、どうぞよろしくお願い申し上げます。

(事務局)

小塚座長、ありがとうございました。

では、事前にお送りしている資料の確認をさせていただきます。まず、議事次第があり、そのほかに資料 1 としてワーキンググループの参加者一覧、資料 2 で AI と消費者に関する諸論点、資料 3 で事務局資料のハンドブック各論と第 2 回消費者意識調査の概要の案について記載しているパワーポイントがあります。また、参考資料として、同じく事務局の第 2 回 AI ワーキンググループの議論整理です。

(小塚座長)

では、本日はまず第 1 の議題として、南先生からプレゼンをいただきます。大変充実した「AI と消費者に関する諸論点」という資料をご用意いただいています。それでは南先生、概ね 15 分ぐらいを目処にお話しいただけますでしょうか。よろしくお願いいたします。

(南委員)

承知いたしました。

皆さん、こんにちは。弁護士の南知果です。よろしくお願いします。私からは、AI と消費者に関する諸論点と題してプレゼンをさせていただきます。

私からは、議論のために、AI を利用したサービスによって消費者に生じるトラブルに関する仮想事例を用いて、消費者として留意すべき事項はどのようなことか、消費者に対して伝えていくべきメッセージの素案となるような事項についてお話しできればと思っています。

今回のプレゼンでは、重要だと思われる論点を 3 点取り上げさせていただきました。1 点目は、AI と消費者の安全に関する論点です。例えばロボット掃除機の自動運転によって火災が発生したり家財が壊れたり等、消費者の安全がおびやかされるような場面を想定してお話しします。2 点目は、AI と消費者の自己決定に関する論点です。ここでは、AI が商品のレコメンドをしてくれるような場合に、消費者がニーズに合わない商品の提案を受け入れてしまったような場面、AI が消費者の意思決定に介入するような場面を想定してお話しします。3 点目は、AI と消費者のプライバシーに関する論点です。家庭内で使用されるスマートスピーカーを題材に、スマートスピーカーの誤認識によって家庭内の会話を取得してしまったような場合などを用いて、お話しさせていただきます。

第 1 は、AI と消費者の安全に関する論点です。ロボット掃除機を例に挙げて問題の所

在を考えてみます。

ロボット掃除機の特徴は、障害物に当たることや内蔵カメラで部屋の構造や自分の位置を把握して自動で掃除を行ってくれることです。そこで想定されるトラブルとしては、ロボット掃除機の自動運転によって火災が発生してしまったり家財が壊れてしまうようなことが考えられます。このような場合に消費者はどのような法的救済を受けることができるのでしょうか。

次のページ（P4）です。まず、第 1 に考えられるのは、製造物責任法に基づいて製造業者であるメーカーに対して損害賠償請求を追及することです。製造物責任法というのは、製造物の欠陥によって被害が生じた場合の製造業者の責任について定めた法律です。製造業者はその引き渡した製造物の欠陥によって他人の生命、身体、又は財産を侵害したときには、これによって生じた損害を賠償する責任を負います。

このように、製造物責任法では製造者の過失を問わずに責任が認められる無過失責任が導入されています。ここで言う欠陥というのは、製造物が通常有すべき安全性を欠いていることを言うとして、一般的に、設計上の欠陥、製造上の欠陥、指示・警告上の欠陥の 3 類型に分類されています。

ここで、ロボット掃除機において通常有すべき安全性とは何かということが論点になるわけですが、製造業者がテストを事前に行って安全性を確認したかであったり、AI の安全性の限界について利用者に警告していたかという観点から判断されることになるかと思っています。ですので、ロボット掃除機が何らかの異常な動作をして事故が発生したような場合には、通常有すべき安全性を欠いているとして欠陥の存在が認められる可能性はあるかと考えられます。

また、こちらのパワーポイントには書いていないのですが、AI 特有の問題点として、出荷時に欠陥はなかったけれども、AI が学習した結果として欠陥が生じるといった可能性があります。ここは今後さまざまに議論がなされるところかと思いますが、製造業者であるメーカーが学習後の AI の不具合についてどこまで予見しなければならないかといったことが問題になるかと思っています。現状の段階では、製造業者としては安全性が担保できる範囲の製品を製造していただく必要があるということになるのかと思っています。

では、次のページ（P5）です。また、民法に基づく救済も考えられます。ここでは、債務不履行責任や不法行為責任を追及していくことは考えられますが、これはもちろん、その製品の売り主なり製造業者に何らかの債務不履行と言われる行為や不法行為・過失が

認められるような場合に限って損害賠償が認められるということになります。

以上を踏まえて、ロボット掃除機のような物理的な動作のある AI 製品を利用する場合に消費者として留意すべき事項について考えてみます。1 点目は、AI を利用した製品によって消費者に求められる動作監視の程度が異なるということです。自動運転の車を例に挙げて考えてみますと、レベル 2 と言われるような、システムが運転支援をしてくれるレベルですと人が常時監視することが求められますが、ロボット掃除機については原則として監視はしなくてもいいということになると思います。また、自動運転の車についてはレベル 3 といわれるような、基本的にはシステムが操作を行ってくれるようなものですと、ドライバーは緊急時のみ対応すればよいということになります。

このように消費者に求められる動作監視の程度は製品によって異なるので、自分が何をしなければいけないのかということを消費者としてはきちんと認識していただく必要があるかと思います。

また、ロボットについては自己がコントロールしていない場所、見えていない場所でももしかしたら危険が発生する可能性があるということを指摘できます。そのため、製品の機能や使用方法、使用環境については取扱説明書などできちんと確認をして認識をしておく必要性が高いということが指摘できるかと思います。

第 2 に、ロボアドバイザーを例にして AI と消費者の自己決定に関する論点を取り上げます。ロボアドバイザーには、どういった投資商品がユーザーに最適かをアドバイスする投資助言型というものと、一定の方針に従って運用まで行ってくれる投資一任型があるとされていますが、ここでは、ユーザーの入力した情報をもとに、ユーザーに合った商品をレコメンドする投資助言型を取り上げます。

こういったロボアドバイザーのメリットとしては、事業者が AI を用いてビッグデータを解析し、個々の消費者に適した商品を推測してレコメンドしてくれるため、消費者にとっては有益な情報提供となり、商品選択が容易になるという点が挙げられます。

では、消費者の自己決定権とはいったい何かについて少しお話しします。自己決定権というのは、憲法上何か明文の規定があるわけではないのですが、憲法上、個人の自律的な意思決定は個人の尊重として重視されると考えられています。この自己決定権を契約法の世界に持ってきますと、自らを拘束できるのは自らの意思のみであるとの自己決定原理から、契約当事者は契約を締結するか否か、また、契約の内容をどのように定めるかについて自らの意思で自由に決定することができるという契約自由の原則が導かれます。

ロボアドバイザーなどの AI が Recommend してくれるようなものは、消費者の意思決定にある意味一部介入する側面があると考えられるかと思います。ですので、消費者の自己決定権との関係では少々緊張関係のようなものが生じる場面があるかと考えられます。例えば、ニーズに合わない商品の提案を AI から受けて契約してしまったり、個々の商品のリスク等を理解しないままロボアドバイザーの提案に基づいて契約を締結してしまうという事態が発生することが考えられます。

次のページ (P9) です。では、AI の Recommend によって消費者が意図しない商品を購入する契約を締結してしまった場合に、消費者はいかなる法的救済を受けることができるかという点を少し考えてみます。

まず考えられるのは、消費者契約法に基づいて消費者契約の申込み又は承諾の意思表示の取り消しが可能かという論点です。消費者契約法というものは、事業者が消費者契約の締結について勧誘をするに際し、消費者に対して不実告知と言われるような重要事実について事実と異なることを告げたり、将来における変動が不確実な事項について断定的な判断を提供したり、消費者の不利益となるような事実を故意又は重大な過失によって告げなかったりしたような場合に消費者が誤認をしてしまって、それによって消費者契約の申込み又は承諾の意思表示をしたような場合には取り消すことができると定められています。もっとも、こうした要件を満たさなければもちろん取り消しはできませんので常に取り消すことができるというわけではありません。

また、次に民法に基づく救済が可能かという点についてですが、考えられる方法としては、錯誤に陥ったとして取り消しをする可能性があります。ただ、消費者が法律行為の基礎とした事情についての認識が真実ではないという錯誤に陥っていて、その錯誤が重要なものであるようなときには取り消しが可能とされておりますので、AI による Recommend が明らかに誤っていたような場合には取り消しの可能性も考えられるかと思います。ただ、AI による Recommend があった場合でも、最終的な契約締結の意思決定が消費者によってなされている以上は取り消しを認めることはなかなかハードルは高いと考えられます。

また、ロボアドバイザーを提供している会社に対して不法行為に基づく損害賠償請求が可能かという点ですが、これも消費者の自由な意思決定が侵害され、何か損害が発生したと言えるようなケースでなければ実際に請求が認められることは難しいかと考えられます。

次のページ (P10) です。これに対して、消費者として留意すべき事項として考えられることです。1 点目は、人間には自動化バイアスというものがあるということです。

これは、コンピューター等による自動化された判断を誤信してしまう認知的傾向を言います。そのため、消費者側の AI リテラシーを向上していく、すなわち、サービスの限界について正しく理解し適切な分析がなされているかなどを確認していただくことが非常に重要です。また、主体的な情報収集の必要性も挙げられるかと思います。これは、従来のネット販売などでは一定の情報収集や分析を自分で行わなければそもそも購入することが難しかったところ、AI が Recommend してくれた商品であれば必ずしもリテラシーが十分に高くなかったり、情報収集に受動的な消費者であっても商品を選びやすくなっていることが指摘できるためです。

また、AI による Recommend の場合は、人間との対面販売ほどの情報提供や説明は期待できないため、自ら主体的に情報収集を行う必要が高いことは消費者としてはよく理解していただく必要があるかと考えられます。

次 (P11) をお願いします。最後に取り上げるのは AI と消費者のプライバシーに関する論点です。ここでは、スマートスピーカーを例に取り上げます。スマートスピーカーは内蔵マイクで音声を認識し、音声指示によって情報の検索や家電、アプリの操作等の日常生活のアシストを行うものです。スマートスピーカーは音声データを収集して、一定の発話についてクラウド上で解析を行います。スマートスピーカーを利用することで、消費者は情報検索や家電操作を簡単に行うことができるというメリットがあります。

一方で、スマートスピーカーが自己に対する発話があったと誤認識して会話などを取得して第三者に送信してしまうというようなトラブルも想定できるところです。プライバシー権は非常に多義的な概念で、裁判例においては、私生活をみだりに公開されないという法的保障ないし権利だと定義されているものもあります。ただ、インターネットが発達した現在では、大組織や公権力などが個人に関する情報を収集保管することこそが保護されるべき個人の秘密にとって脅威となるのではないかという認識から、むしろ自己に関する情報を主体的にコントロールする権利としてプライバシーの考え方を積極的に捉える考え方が有力になっています。

トラブルに対する消費者の救済としては、もちろん企業が個人情報のようなものを不正に取得していたような場合には個人情報保護法に基づく利用停止であったり、場合によっては不法行為に基づく損害賠償請求なども考えられるところではありますが、そうではないような、不正取得ではないような場合には現行法の下では基本的には消費者側で自分でコントロールしていただくことが大変重要になるかと考えられます。

プライバシーに関する論点について、消費者としてはデータ収集やセキュリティに関する知識を得ていただくのが重要です。そもそもスマートスピーカーを例にすると、インターネットに接続されており、音声の認識や、その解釈を行う機構の主要部分は事業者側に存在していることを認識し、また、スマートスピーカーがどのように音声データを取得しているのかなどを利用規約や取扱説明書等で確認する、取得された音声データを削除する方法を理解する、不必要な機能はオフにしておくなどの対策を自ら行って自己に関する情報を主体的にコントロールする必要があることをよく理解する必要があるかと考えられます。

駆け足になりましたが、私からのプレゼンは以上になります。

(小塚座長)

南先生、ありがとうございました。委員の皆様方、いろいろ啓発されてご発言、ご意見などあるかもしれませんが、このあとで事務局にお作りいただいた資料にまたハンドブックの素材となる事例が出てまいります。南先生にお話しいただいた事例と重なる部分がありますので、そちらをお聞きした上でまとめてご意見を承りたいと思います。

引き続き事務局から資料 3 に基づくご説明をいただけますでしょうか。事務局、よろしくをお願いします。

(事務局)

それではまず、資料 3 の 4 ページをお開きください。今回は、AI について、消費者の利便性とリスク整理ということで考えておりますが、4 ページは全体的な AI 利活用による利便性といったところを絵にしております。ただ、こちらは総論に関わる部分ですのでざっと示してはおりますが、また次回、あるいは第 1 回、第 2 回で議論されているところだと思いますので、今回詳細説明は割愛します。

続いて、消費者の利便性とリスク整理（個別分野）が本日のテーマでございます。本日、討議のあと、サービス提供事業者へのヒアリングなどを行い、次回相談も含めてもう一度討議したいと思います。本日どんなケースを扱い、何を伝えるべきかの方針について決められればと思っております。

では、6 ページをお開きください。掲載するユースケースの検討で、どのようにユースケースを選ぼうかといったときに、前回消費者アンケートで取っていただいた各種 AI を

活用したサービスについて、前回は業種別に切っておりますが、今回はそのサービスが実際どのような AI 機能を活用しているのかといったところで再度、分類をさせていただきました。なぜ AI の機能によってということですが、おそらく AI は業種別の特性があるとは思いますが、AI が実際に果たす機能によって消費者が注意すべき事項も変わるだろうということで機能別に分類をした次第です。

整理した機能を右のほうに並べています。前回のアンケートで含まれていなかったもので機能に加えているのが「審査」でございます。審査を加えたのは、公平性が AI に関しての問題として取り上げられることがあるのですが、現状挙げられている機能では若干公平性に関わる議論が分かりにくいということで機能として付け加えています。

7 ページが、今申し上げた機能のところをマッピングしておりまして、横軸が、まず大きく一番右のところが物理的動作があるもの。左の 2 つのグループが物理的動作がないものとなり、物理的動作がないものの中ではよりシビアな影響、これはある程度感覚的なところがあるのですが、シビアな影響があるのか、比較的軽微な影響なのかといったところで 2 つに分けております。

縦軸は AI による自律的動作、あるいは判断があるのか否か。下半分は人による動作、判断のサポートする AI であるというようなところで分類しています。

今回ケースとして取り上げるものですが、消費者への注意喚起ということがありますので、それと挙げられる事例が無数ではないことを考えると、右寄りの赤の枠で囲ったところ、物理的動作があるものと、物理的動作がないものについてはよりシビアな影響のあるものの中から選んだほうがいいということで考えております。

次のページ (P8) です。では、具体的にどのようなユースケースにしようかということですが、先ほどの赤枠でくくったものについて、まず音声認識、コミュニケーションについては、スマートスピーカー、先ほど南先生からご紹介いただいた事例とも重なるところです。自動機器動作についてはスマート家電、レコメンド・アドバイスについては、南先生ではロボアドバイザーの事例でしたが、より身体への影響等があることもあるので、健康支援を挙げています。さらに、前回の消費者アンケートではコミュニケーション、生活家電、医療・ヘルスケアといったところでの利用者が多かったと思いますので、この辺を選定しております。

あと、もう 1 つ、今回加えた審査では、融資審査を事例として取り上げています。

自動取引・自動予約については、今回特に取り上げてはいないのですが、理由としては、

利用者がそれほど多くはないのではないかといったところと、今まで述べた 4 つの分類に加えて何か追加的に述べるべき観点が明確ではないことから今回は記載をしております。このあたりについても、後ほどまたご意見をいただければと思います。

あと、事例の選び方については、主な利用者層が、ハンドブックが特定の年代だけに偏ってしまうといけないうところと、若年層から中年層、高年層まで含めて何かしら自分に関わるものを見つけていただけるような形にできるといいなというところで選んでいる側面がございます。

9 ページからが具体的なケース別のご説明になります。各ユースケースについてですが、構成は、まずサービスの仕組み、AI にどのような入力されてどんな情報をもとにどんな判断をしてどんな出力をするかといったところが 1 つ。もう 1 つが消費者の利便性といったことを、まずはサービス概要として述べる予定です。

スマートスピーカーについても、左のところで、音声認識をして AI スピーカーの中でリクエストの内容の処理をして外部サービスと接続したりして返答の音声化をして戻します、というような機能が説明されていて、右のところでは消費者の利便性として、話しかけるだけで家電のスイッチをつけてくれたり必要な情報を教えてくれたり、話し相手になってくれたりするというところで、いわば、右側の消費者の利便性というところが消費者から見えているところ、左側の仕組みのところは、消費者からは見えていないけれども実はこんな仕組みですというところを説明する内容になっています。

次に 10 ページです。では、具体的にこのサービスでどんな問題があり、どんな対応策があるのかといったところを記載しております。問題のところは、なるべくネットなどの口コミですとか、そういったところから実際にあるような問題について抽出をしているところと

音声認識に関わる場所では、話しかけたのに反応してくれないとか、ほかの人の声でも反応してしまうというようなところがあり、それについては AI スピーカーの向きとか本人認証の機能について確認するというような対応策を記載しております。そのほかに、指示したことに対応してくれないというようなところが、おそらくは今のワーキングでも話題に出ていたと思いますが、人間が設定した範囲の仕事に限定されるといったところを理解してもらう必要があるだろうというところで、対応策に記載しています。

あと、指示していないのに勝手に動作してしまいました、と。会話を録音して、それをメールで知り合いに送ってしまったというようなケースについて、使わない時間について

は電源をオフにしたりとか、接続するサービスを限定することで防止することができるというようなことを記載しています。

あと、指示したのとは異なる情報が提示されてしまうというケースです。こちらについても、AI スピーカーは、機械的に接続して情報提供するわけですが、そのサイトが信頼に足るかどうかなどまでは精査できているわけではありませんというような、万能ではない AI といったところを説明することを考えています。メインメッセージとしては、上に書いてある赤枠のところですか。「AI ができることは人間が設定した範囲の仕事に限定され、音声認識が機能するための制約もあります。誤作動やプライバシーのリスクについても留意し、電源 ON/OFF や、連結サービスの範囲を決めましょう」ということになります。

次（P11）がスマート家電です。資料の構成は同じくサービスの仕組み、どのようなデータがインプットされ、どのようなアウトプットがあるか、あと消費者の利便性といったところを記載しています。こちらは一般的な内容かなと思います。後ほど、もしもう少しこの辺を書いたほうがということがあればいただければと思いますが、説明は割愛します。12 ページ、13 ページのところでもまた課題と対応策について書いておりますので、そちらをご覧くださいだと思います。

まず、メインメッセージからいきますと、スマート家電については、先ほど南先生からも少しご指摘がありましたが、消費者が実際に在宅中のほか、外出中でも物理的に動作してしまうことがあること、また、AI やセンサー等の精度は 100%ではないことを理解いただく。メーカー側でももちろん安全性に配慮した仕様としていることが多く、取扱説明書にも利用方法等が記載されているところですが、その内容を十分に理解をして消費者自身も安全な利用に努めることが必要であるというようなメッセージにしております。

課題・不安のところでは、AI が想定外の動きをしてしまうことについて、先ほど、南委員からもご指摘のあったとおり、利用状況の学習を購入後も継続的に行うというような特性がございますので、学習するデータによっては性能が高くも低くもなるといったところを少し理解いただきながら過信し過ぎずに消費者自身も安全に留意をして利用するようにしましょうと、また、正しい使い方をするようにしましょうというところです。

あとは具体的な事例として、エアコンに関しては例えば不在時に、ペットのためにエアコンをつけておきたかったのに止まってしまったことについて、危険を検知した場合とか誤作動で停止してしまう場合がありますということですか、不必要なときに運転してしまうとか、必要以上に暑い・寒い設定になるということについても誤作動が発生すること

と。あとは、誤作動ではなく、避けるべき環境について利用者が理解をせずに、例えば人数制限があるのにそれを超えた人数が室内にいるというような場合には温度が高めだったり低めだったりになる場合がありますというようなことを書いております。

掃除機についても、先ほどの例と重なりますが、家財を壊してしまうような場合。こちらについては、事業者様の取扱説明書を読んでいくとかなり丁寧に説明がしてありますので、まずは使用前に片付けておくべきもの、床面から取り除くべきもの、あるいは通れない場所などについては理解した上で使いましょうというような形にしております。解決できない場合には、購入店舗やサポートセンター等に問い合わせましょう、ということにしております。

ユースケースの 3 つ目がレコメンドの提供です。サービスの仕組みについては細かくは割愛しますが、インプットデータについて、例えば健康支援サービスであればダイエットデータとかヘルスケアデータ、ほかの方々のデータも収集して、それらとインプットデータを合わせてアドバイス内容を作成し、会話内容を作成していくということになってきます。消費者側では複雑な計算をしなくてもいいし、毎回の食事のカロリー計算なども自動でやってくれるというようなところもあり、非常に簡単に健康管理ができるといったサービスになっています。

課題と対応策については 15 ページです。やはり、AI については高い精度を示すことができるものの 100%の精度ではないというところがあり、自分がアドバイス内容を受け入れるかについては、アドバイス内容とそれによる効果を見極めながら自分で判断することが大事です、というメッセージを考えています。これに直接関係する課題・不安としては、一番上の「期待した効果が出ません」というところになっていて、今のような内容を記載しております。

2 つ目から先は直接的には今のメッセージとは少し違うのですが、健康相談サービスといった割とチャットボットのようなものを使っているケースが多いので、レコメンドというよりはややコミュニケーションに寄ったような課題となっていますが、チャットボットの中で誘導的な会話で自分の情報を聞き出されてしまう不安などの場合については、提供データの活用についての規約の確認であるとか、情報の提供をしないでログアウトするなどの対応について記載をしております。

あとは、AI キャラクターと話しすぎてしまうというような話であるとか、会話の中で広告に誘導される場合があるというような不安もあるようですので、その点についてはそ

れぞれ広告に誘導される場合もありますよというようなことを説明することになっています。

そのほかは当たりすぎて気持ちが悪いというような話もあるのですが、そのあたりは今回は特に記載しておりません。

最後のユースケースとして審査を挙げております。こちらについては、従来も融資審査としていろいろなデータを活用しているわけですが、それを AI によって分析をすることで、より多様なデータを使いつつ、また、即時の審査結果が出せるというようなサービスになっていて、最近、融資審査の場面で使われることが増えているものです。消費者の利便性としては、伝統的な融資審査による審査が必ずしも自分のライフスタイルに合っていないような場合ですとか、あとは、審査にやたらと時間がかかるというようなところへの不満に対してスピーディーに対応ができることと、違った観点での分析で審査が受けられるというようなメリットがございます。

17 ページに、AI による融資審査サービスの課題と対応策について記載しています。こちらについての課題は、先ほど申し上げたような公平性の課題があるわけですが、少し補足説明が必要というところで、一番上の点線でくくっています。「公平性」のリスクが存在する場合として、融資審査に使用する学習データによって、あるいはデータの学習によっては、特定のグループについて、その個人の返済能力に係らず、審査を否決してしまう可能性があるというような場合に公平性のリスクが存在する。なので、例えば、その金融機関が意識していなくても、過去のデータの偏在等から、AI が特定の職種、性別、出身地等に属する場合に低く評価するような分析をしてしまう可能性もありますということ。その場合、個人の能力によらず、審査が否決されてしまい、特定グループに属するがゆえにそのグループの人たちが借入を行いにくくなってしまうリスクもある、というようなこととなります。

なので、メインメッセージとしては今申し上げた形で、データにバイアスがかかってしまっている場合等には、審査結果にもそのバイアスが反映されてしまい、特定のグループが融資を受けにくくなってしまうリスクがある。ただ、おそらく現時点では代替となるサービスがあったり、最終的な判断に人が介在しているケースが多いと思うので、実際のリスクとしてはそれほど顕在化はしていないのかもしれないのですが、そうしたリスクが発生する可能性があるということを理解して、消費者に利用していただくことが大事だと思っています。

具体的な課題・不安としては、どんな審査がなされているか分からない、あるいは、延滞等の問題があるわけでもないのにサービス利用を拒否されましたというようなケースを挙げています。対応策として、先ほど申し上げたような代替手段があるサービスの場合、あるいは最終判断が人が介在して判断している場合というようなものをケース別に挙げております。あとは、共通事項として AI を利活用する企業には公平性に留意をして AI を取り扱うことが期待されているということがありますので、そういった企業の AI の利活用に関わる原則、方針等を策定しているか否か、その内容について確認してみましょう、といったことに触れています。

あとは、コラム的に入れていくことを予定していますが、新興サービスにおける課題と国民生活センターにおける対応例を書いています。融資審査サービスの中でも、後払い決済サービスに関わる課題を記載しています。後払い決済は、融資としてはなかなか認識されないのかもしれませんが、一時的な立替払いということで、与信審査に関わってきます。その場合に AI を活用している事業者さんが多いということになります。こちらの問題は直接 AI ではないのですが、新しく AI を利活用してできるようになってきたサービスについて発生している問題として記載しており、実は今までのクレジットカード等と極めて似ている問題なのですが、極めて短期間の後払いの立替サービスということで、既存の割販法であるとか資金決済法のような法律の保護が受けられないというところでいろいろな消費者トラブルが起こっているということです。

これに対しては、国民生活センターによるトラブル防止策への協力要請をしています、新しいサービスについては既存の法律の保護がないかもしれないという点に注意して慎重にサービスを利用するようにしましょうといったことを記載しております。

最後に、ユースケース別の消費者に求められることのまとめを 20 ページに記載しております。分類と消費者に求められることは先ほど申し上げたことと同じです。右側のサービス例のところに、今回挙げたサービス以外にも、同じような分類に属するサービスについては同様の注意点を、留意をもってサービス利用していただくのかなということでサービス例を挙げています。

あと、共通的な留意事項として 21 ページ、AI とデータ収集のところでプライバシー情報の設定について記載しています。AI を利活用したサービスにおける共通的な課題として、「プライバシー」の問題が挙げられること、個人で可能なプライバシーの設定等の情報管理を行う対応が考えられるということをお伝えしつつ、ただし、AI の利便性を享受

するためには、その AI が十分に良質なデータを分析できる必要があるため、何でもかんでも全てのデータを非開示とするばかりではなくて、事業者の管理体制等も確認しながら、その事業者が信頼できるかを見極めて必要に応じて開示とするか、あるいは非開示とするか決定していきましょうといったことをメッセージとできればと思っております。

青杵のところは、今のようなことを少し説明として加えております。下のプライバシーに係る課題のところ、利用サービス以外のインターネット上の行動履歴まで収集されるのはいやだとか、自分のデータを分析しないでほしいというところについて、プライバシーに係る対応策として、ログオフするとか、あるいはプライバシー設定ができる場合があるというようなことをご説明しております。

あとは、次の 22 ページにまいりまして、事業者における取組みについては既に皆様ご存じのとおり、内閣府の統合イノベーション戦略推進会議で「人間中心の AI 社会原則」が定められたり、各企業における AI 開発利用原則が定められることへの期待が示されていたり、あるいは、AI ネットワーク社会推進会議では「AI 利活用ガイドライン」が記載され、AI 利活用に際して守るべき原則とその実装における措置が記載されているところであるということで、AI による利活用企業ではこうした文書を参考として AI 利活用の原則の制定が進められつつあるところなので、消費者はこうした企業のポリシーを見ていくことで企業がどのような配慮を行い、AI を扱っているかを把握することができることをお伝えできればと思っています。

最後に、困ったときの問い合わせ先として、購入店舗や対象製品のメーカー、サービス提供企業への問い合わせをしましょう。それでも解決ができない場合には消費者ホットライン「188（いやや!）」に相談しましょうというご案内をして、ただ、その問い合わせの際の留意点として、いわゆるプラットフォーマーというような企業の場合について、消費者から見ると購入サイトの運営企業あるいはアプリの提供企業ではなくてスマホの OS 提供企業などが責任者なのではないかと思いがちだけれども、最終的な取引相手が誰なのか、小売店舗なのかアプリ提供企業なのかといったところを踏まえて問い合わせをしましょうというところを記載しております。

長くなりましたが、以上がハンドブックの各論についての事務局からの案でございます。

(小塚座長)

ありがとうございました。非常によく総論を受け止めていただきまして、大変ありがた

かったと思います。

さて、ここからハンドブックの原案として今お示しいただきました事務局資料とそれぞれ関連するところで南先生にお話しいただきました内容について、ご意見及びご発言をいただきたいと思います。

順次進めたいと思いますので、最初にスマートスピーカーの事例。事務局資料ではここはスマートスピーカーの論点の中の、人間と同じように言葉を聞いて判断しているように見えるけれども、あくまでも設定された範囲の反応処理をしているだけなんですよ、ということを中心に書いていただいている、南先生にはむしろプライバシーとの関係でご説明をいただいたところがございます。

この事例につきましては、委員の先生方、いかがお考えでしょうか。こういう項目をもっと盛り込んでほしいとか、この記述はいらないのではないかとか、あるいは法律的にどうなのですかという南先生へのご質問とか、何でもお寄せいただけましたらと思います。いかがですか。

入谷さん、お願いします。

(入谷委員)

南先生、そして事務局の皆様、分かりやすい資料の作成、ご説明、ありがとうございます。

今ほど、小塚先生からお話がありましたスマートスピーカーのところ、事務局にご作成いただきました資料 8 ページで、質問と気づきが 1 点ずつございます。ユースケースは機能や注意すべき事象によってこの例を取り上げていただいている、かつ、情報をお伝える消費者の層を想定して年齢別で網羅性を持たせるためにこの事例を挙げて整理していただいているものと認識しました。スマートスピーカーの事例は、非常に有用な事例であろうと思っております。

さて質問ですが、主な利用者層の若年、中年、高年層のそれぞれがどのあたりの年代を想定しているのかが素朴な疑問としてあります。スマートスピーカー、スマート家電といについて、主な利用者層がそれぞれ中年層、中～高年層とあります。家電の価格にもよるのかもしれませんが比較的新しいものを取り入れる感度が高いというか、興味をお持ちの方は若年層にも相応にいらっしゃるのかなと思われ、利用者各層で想定する年代を教えてください。

もう 1 つの気付きの点ですが、スマートスピーカーについてはスマート家電と連動しているようなものもあり、今後も拡大するのではないかと考えられます。スマートスピーカー発で物理的に作動するものが出てくることを踏まえたと、ユースケースがきれいな壁で分かれるというよりも、それぞれが連動する認識もあるかと思います。

(小塚座長)

若年層、中年層、高年層の分けについて事務局からご回答いただけますでしょうか。

(事務局)

ご指摘のとおり、若年層といったときにどこまでなのか、中年層がどこからなのかという話があると思いますが、今回、高校生から中高年層、アクティブシニアといったところが対象だろうと思っており、若年と書いているのは高校生ぐらいから大学生とか、そのあたりを含んだ若年を想定しております。中年層は、本当は若年と呼ぶべきなのかもしれないのですが、自分で所得を得て何かしら購入をできるぐらいの層が多いのかなというところで、20 代を含め、社会人になりたての方、なって少したったぐらいの方々から、新しいものに興味があるような世代ぐらいを想定しております。

なので、書き方としてこの 3 つの分け方だとうかがうことはありますが、中年と書きながらかなり若い層も想定をしているというところがございます。

先ほど、お話しいただいたスマートスピーカーとスマート家電についてはご指摘のとおりで、今回説明をややシンプルにするために分けていますが、スマートスピーカーで家電操作といったところで分けがそれほど明確ではないこともご指摘のとおりかと思います。

(小塚座長)

増田理事長からご発言があるようです。よろしくお願いします。

(増田委員)

8 ページの自動取引・自動予約に関しては、結構若年層も利用します。最近、自動で投資をするとか、オンラインで行うといったことが大学生の間でも行われており、悪質商法にアプローチされてからの契約ということもありますけれども、投資自体が若年層に広がっているという状況がありますので、範囲をそのようにしていただけたらいいのかなと思

いました。

(小塚座長)

そのほかの委員の皆様方からいかがでしょうか。とりわけスマートスピーカーの事例、今、全体のマッピングのところから議論になっていますが、マッピングからスマートスピーカーのあたりにかけて、ご意見等がありますか。いかがでしょうか。

今までご発言のない委員の皆様方から何かご指摘等がありますか。

今林さんからご発言があります。どうぞお願いします。

(今林委員)

ご説明ありがとうございました。スマートスピーカーについてですが、具体的な活用のユースケースによってリスクなどが見えてくる可能性もあると思いました。スマートスピーカーで決済をするときに、本当はその人ではないのにその人に代わって、例えば「トイレトペーパーをあしたまでに購入してください」という Ask を投げたときに、認証がうまくいかなければ決済権限者と関わりなく、そのものが購入されてしまうというリスクがあります。スマート家電の冷蔵庫と紐付いていたら同じように卵が届く可能性もあり、自分の知らないところで勝手に買われてしまうケースが発生してきます。

家庭の中で似たような名前の呼びかけ方、Apple だったら Siri ですが、少しばかり言葉の中に「シリ」が入るようなことを言ってしまうと勝手に反応してしまい、知らぬ間に会話が送信されるということもあります。何かユースケースやシナリオに合わせて、いろいろとリスクは分かりやすく具体化できるところもあるのかなと思いました。

(小塚座長)

これは、事務局資料ではほかの人の声で反応するという、ある種誤作動のケースを念頭に置いて書いていますが、もう少し悪意の場合とか、これが単なる反応ということではなくて取引に結びついてしまう、そういう場合があるというご指摘ですね。

これについては事務局では何かお考えはありますか。

(事務局)

今ご指摘いただいた 1 つ目の動作のお話は、「動作指示」と書いてあるところの真ん

中、「指示していないのに勝手に動作してしまいました」というところで、例としては、カッコ書きで単純に「（会話をメール送信する等）」ということなのですが、こちらが想定しているケースとしてはやはり認証がうまくいかずにほかの第三者が認証されてしまっ
て何か動作をしてしまうことがあるということを想定しています。

こちらがおそらく今の見え方だと、「会話をメール送信する等」だけのシンプルな書き方になっているので、もう少しご指摘をいただいたような形でまた何か、トイレットペーパーを買ってしまうとか、何か決済をしてしまうとかいったような具体的な内容に落とせるといいのかなということでした。

あと、先ほどの、ほかの人の声でも認証ができてしまうというのは、Siri の Wake word の問題もあるかもしれませんが、他の人の声でも反応してしまうかもしれないというところに関わる話だろうと思いますので、もう少しこのあたりも「Wake word に近いような発言をしてしまった場合」とか、記載をもう少し具体化できればと思いました。ありがとうございます。

（小塚座長）

ほかの人が購入、取引をしてしまうというのは法律的な問題もありそうなので南先生のご意見を伺おうと思ったのですが、その前に高木さんの手が挙がっています。では、高木さんを先で、そのあとに南先生、お願いします。高木さん、どうぞ。

（高木委員）

南先生、そして事務局の皆様、非常に頭の整理になりました。本当にありがとうございました。

私は、今の今林さんの指摘から、分析というか、おそろくなのですが、ここで対象となっている AI を含んだ機器を全て人に置き換えて考えられるのではないかと考えています。過去はこういったことを全て人に対して行っていた。先ほどの審査の例もそうですし、相手が人だったのがたまたま機械、AI になったというだけなので、相手が人の場合だったときと比較してどう違うのかということを際立たせて書くとより分かりやすくなるのではないかという印象を持ちました。

特に法律的な視点がどうなるか、私は非常に興味があるので聞きたいところです。機械になったからこそこういう問題が生じるのだとか、そういったところに触れていただける

とすごく分かりやすくなるのではないかなと思います。以上です。

(小塚座長)

それは非常に貴重なご提言だと思います。

事務局に受け止めていただくことにして、南先生、よろしいでしょうか。本来、決済権を持っていない人が音声で AI スピーカーを作動させてしまって発注が入った、この契約の有効性とか帰属はどうなるかというあたりいかがですか。

(南委員)

この点についても私のプレゼンの中で取り上げるべきか迷って、落としてしまったのですが、そこは経済産業省さんから、電子商取引に関する準則が出されていて、私も同じ考えではあるのですが、基本的に AI スピーカーが音声を誤認識して発注者が実際には注文をしていないというような場合には契約は成立していないということで考えるのがいいかと思っております。

今回、ハンドブックの中にどう取り上げるかですが、そういう AI スピーカーが音声を間違えて認識してしまって電子商取引が発生してしまうことは消費者にとっては大きなリスクになり得る事象だと思いますので、そういったことを具体例として盛り込むことは賛成です。

(小塚座長)

そうすると、消費者は確かに、あの人の声で間違って注文されてしまった、困ったな、と思うかもしれませんが、それが実は有効な取引になっていないとはなかなか思わないかもしれないので、そのあたりはハンドブックでちょっと触れていただいて、経産省のガイドラインがあるので一応その考え方あたりを一言書いていただく、そんな感じでしょうか。南先生、それでよさそうでしょうか。

(南委員)

私からは異存ないです。

(小塚座長)

事務局、それでは対応できますか。

(事務局)

はい、そのように対応させていただきます。ありがとうございます。

(小塚座長)

別に詳しく法律のことを書く必要はなく、ただ、有効なのか無効なのかとか、そういうことは一応ガイドしておいたほうがいいのかと思います。

では、入谷さんがおっしゃるように、その境目が必ずしも明確でないということもありますので、少しスマート家電のほうに議論を移していきたいと思います。事務局がこれを分けた趣旨は、スマート家電になるとより物理的な、人の体に影響するような損害が起こる可能性もあるということであったかと思います。それはまた南先生が最初の事例で製造物責任とか、その他の民事法等の責任をご説明いただいたところです。

これについて、ハンドブックの内容について、あるいは南先生のプレゼンについてご質問あるいはご提案等ありますか。いかがでしょうか。

市浦さん、お願いします。

(市浦委員)

ViAR&Eの市浦です。

先ほど、南先生ほか事務局の皆様、ご説明ありがとうございました。

スマート家電について先ほど今林委員からもご説明いただいたかと思いますが、スマート家電はいろいろなシステムがつながっているということで、使う一般消費者の方々の仕様環境で違ってくると思いますが、AI システムを上手に使うには、どんなシステムがつながっていて、どんなことが起こり得るかを想定してもらい指示の仕方を意識してもらうような文面がどこかに入れてもらえるといいかと感じた次第です。

全体的にすごくまとまっていて良い資料かなと思っていますが、何かユーザーさんに考えてもらうような記述があると良いのではないかというのが私の意見です。以上です。

(小塚座長)

今の市浦さんのご発言、事務局では受け止められますか。私は、何か市浦さんが遠慮し

ておっしゃったような気がしました。もう少しここを具体的に、こういうことを書いたほうがいいとはっきり言っていた方がいいのではないかと思いましたが。

(市浦委員)

具体的には冷蔵庫やテレビなど、いろいろな機器がつながっているとすると、もちろんチャンネルを切り替えてくれと言っても違うチャンネルになってしまうこともあるかもしれないですし、どんなものがつながっていて、こんな誤動作があるのではないかという可能性もユーザーの方々に意識して使ってもらえれば齟齬がないでしょうし、逆に、間違ってもしょうがないなということを理解してもらい、このスマートシステムが達成できないものは補完して使ってもらうことができるのではないかという考えです。

(小塚座長)

そうすると、事務局の今の資料では、エアコンのスイッチ操作がうまくいかなかったという例を挙げておられますが、もう少し具体例を挙げた上で、こういう形で対応策を出すのは1つ、その中でエアコンという、例えばそのような書き方ということでしょうか。

(市浦委員)

いくつか事例が入っていればいいかなと思っていましたので、それで結構です。

(小塚座長)

事務局ではそれでできますか。限られた分量の中で書いていただくことになりますが、対応策はともかく、問題事例はいくつか挙げるという形で対応できるでしょうか。

(事務局)

はい、分かりました。少しトライして書き上げていきたいと思います。

(市浦委員)

よろしくをお願いします。

(小塚座長)

そのほか、このスマート家電の事例についてはいかがでしょうか。

坂田さん、よろしくお願いします。

(坂田委員)

先ほどの市浦委員のご発言にも関連しますが、この手の誤作動が起き得るケースにおいて、利用者は、誤作動が起きる可能性と共に、誤作動が起きた場合のワーストケースについても理解しておくべきだと思います。例えば、エアコンの例であれば、誤作動の結果、電気代の高騰など、利用者の想定以上の問題が起きることがあります。そのため、利用に当たってはワーストケースも含めて事前に把握しておく必要があります、といったことを対応策のところに示しておいていただくと良いかと思いました。

(小塚座長)

確かに温度が上がり過ぎて植物が枯れてしまうとかあるかもしれません。イメージ的には、先ほどの市浦さんのご提案と合わせて何か囲み的に、「こんなことがあつては困ります」のように、むしろサービスの仕組みのところに出てきて、対応策は先ほども申しましたが、その 1 例としてということで書く、そんな感じでしょうか。それでよろしいでしょうか。

(委員からの異議なし)

坂田さんが頷いてくださっています。事務局、そのように対応してください。よろしくをお願いします。

(事務局)

了解しました。

(小塚座長)

そのほか、いかがでしょう。

高木さん、よろしくお願いします。

(高木委員)

先ほどは人と比較してどうだということをお伝えしましたが、過去の事例というか、

AI ではなかった場合のときとの比較をしていくことがやはり分かりやすさという意味ではいいのかなと思っています。先ほど南先生がご講演されたときにも、特に AI の場合は、購入したあとにどんどんと学習をして変化していつてしまうだろう、そういったときに特に大きな問題が起こりやすくなるのではないかといったご指摘もいただいたりしました。

これはたぶん、過去の事例で言うと、購入した人が勝手にカスタマイズして何かが起こるとか、それをある意味、勝手に学習するというで、勝手にやってしまうということになるのだと思います。そういったことを何か文章に結びつけられないかなと思っていたということが1つです。

あと、前回第2回ワーキンググループのときにも申し上げましたが、こういう物理的なアウトプットがあるものに関しては、アウトプットをどのように見ていくのか、つまり、消費者の方々がこれはおかしいと思ったらそれを気付く仕組みがものすごく重要になってくるのではないかと考えていたので、何かそういったところが入れるといいかなと思って見ていました。以上です。

(小塚座長)

南先生がちょっとここは踏み込まないほうがいいかなと留められたところにむしろご関心が寄せられたようです。南先生から何かコメントはありますか。

(南委員)

私からは、責任の分担みたいな話の中では非常に難しい論点だと思っています。AI が学習した結果として欠陥なりトラブルが発生してしまう可能性があることについては、もちろん消費者への注意喚起という観点からは非常に重要ですので、何か注意喚起できればと思います。

(小塚座長)

ありがとうございます。

それでは、増田理事長、よろしくお願いします。

(増田委員)

AI ではなくても、普通の製品を使用した場合の消費者トラブル、消費者事故について

も、製品の欠陥だけではなくて必ず私どもは、その使用方法や使用環境について詳細に聞き取りをしないと助言ができません。それは AI であろうとなかろうと同じだと思いますし、消費者が注意すべきことは、やはり環境と取説に基づいた使用法は必ず必要なことであるという、そこについては重大なこととして、まずメッセージを強く打ち出していた必要があるかなと思います。

(小塚座長)

そういう意味では、消費者の使用法というものはもちろん適切な使用をすることが前提だけれども、その使用の仕方が、AI の入った器具はそうでない器具のときには考えていなかったところに気を遣わなければいけなくなる。例えば、思わぬことを学習してしまったり、自分は何も不正改造していないつもりなのに不正改造したのと同じことになってしまうとか、それから、南先生が自己のコントロールとおっしゃっていますが、今まであれば自分が部屋にいてそれでスイッチを入れるということなので、植物が枯れるほど室温が上がれば自分も暑くて仕方がないわけですが、自分がいないところで AI が判断をしてスイッチを入れてしまうと、人間が知覚しないような温度の上がり方をしてしまうとか、そういうことがあり得る。そういうことを、先ほどから多くの委員の方がおっしゃっていることは皆共通してくると思いますので、そのあたりをまとめて、事務局、少し説明という形で書き込んでいただけますでしょうか。よろしくお願いします。

今林さん、どうぞ。お願いします。

(今林委員)

これは AI の文脈から若干はずれるかもしれないので、可能ならご検討いただくための意見とさせていただきます。

スマートスピーカーが入ると同時に起こることとして、セキュリティの文脈からもリスクがあると思っています。対策としての結論から言うと、スイッチを定期的に切るとか、外出しているときには切って常に盗聴されない環境づくりをするとか、Zoom の件もそうかもしれないですが、定期的にアップデートを行うとか。セキュリティパッチがあるので、アップデートをしっかりとすることです。また、スマートスピーカー用に新しいアカウントを作り、匿名アカウントとして（スマート家電と）紐付けるようにして、全ての過去の履歴を ID で紐付けられて持っていられないようにするとか、ということが例えば対策で

あると思います。

また、これは AI の文脈と逆行しますが、データをあえて定期的に削除するとか。これはリスクとメリットをユーザーがどう考えるかですが、不必要なデータはそれこそ削除する、何を取られているかは利用規約に書かれているので確認する。というのが一般的にデータセキュリティ、アクセスポイントの観点から、スマートスピーカーが入ることによって消費者にとってはリスクになってくるのかもしれないと思っています。AI だからこそというわけではないかもしれないのですが、一可能性として考えました。

(小塚座長)

事務局ではこのご提案は受け止められますか。セキュリティの問題、アカウントの使い分けのような問題、そしてデータ履歴。過去のデータをむしろ自発的に削除するというかなり高等な方法まであり得るというご指摘でしたが、いかがでしょうか。

(事務局)

どこに書くかという問題は若干あるのかなと思いますが、ケース別のほうでもそのあたりに少し触れて、今は電源オン・オフぐらいを書いています、ご指摘いただいたようなことも少し触れます。いまの話は、後ろのほうのプライバシーの設定にむしろまとめて掲載したほうがいいのかと。ID 連携などの話も含め、定期的にデータを削除するとか、そのあたりも含め掲載していけるといいかなと思います。

(小塚座長)

後ろに共通的留意事項がありますので、そちらのほうで受け止めていただくというご提案だったと思います。

委員の皆様、今林さん、それでよろしいでしょうか。後ろのほうの共通的留意事項のところ、少しプライバシー以外にも膨らませて書いていただくということでもよろしいでしょうか。

(委員からの異議なし)

特にこの点についてご異存がないようですので、事務局ではそのように対応してください。よろしくお願いします。

では、ユースケース例の 3 がレコメンドの提供です。事務局資料では、健康相談の AI

アプリの例を取り上げていただいています。南先生のプレゼンでは投資アドバイザーで議論をしていただいたのに対応するものです。この部分について、ご質問やご指摘、ご意見、ご提案などありましたらお聞きしたいと思います。いかがですか。

増田理事長、お願いします。

(増田委員)

南先生には分かりやすくご説明していただきました。ありがとうございます。

投資のアドバイスに関してですが、これは例えば自動で全部やってしまうようなケースも最近はあるようなのですが、その場合に、いろいろな情報を自分から入力するわけなのですが、入力すること自体に適格性がないというか、投資の言葉を理解していない方たちが参入してくる可能性があるわけです。

そうしたときの表示であるとか丁寧な説明がされていない場合、間違った情報を入力することによって間違った、その人に合っていない商品の提供がある、そうしたような場合は、これは表示、広告ですので、消費者契約法が必ずしも使えるわけではありませぬので、場合によっては、今後は消費者契約法の改正などにもつなげなくてはいけないのではないかと思います。不十分な表示、広告が明らかである場合、事業者側の責任も発生するのではないかと思いますので、その辺のところを南先生にお伺いしたいと思います。消費者側からすればやはり、自動でできるとはいっても、最低限の投資リスクを理解できるような方が参加しないといけないという情報提供も必要かと。投資に関しては今、大変トラブルにつながる事が多くありますので、意見としてお伝えしたいと思います。以上です。

(小塚座長)

南先生、今、増田さんからご意見があったような、そもそも使ってはいけないような人がデータを入力して使ってしまうといった事例についてはどのように考えたらよろしいでしょうか。

(南委員)

そもそも、金融商品を使うのが難しいような方には基本的には使っていただかないようにするのが一番いいと思うのですが、消費者契約法で十分に手当ができていないような場合でも、金融商品の販売等に関する法律であったり、金融関係の法制のほうでも整理し

ていくことが可能かとは思いますが。

そこが今回のワーキンググループのスコープではないかと思うのですが、そのあたりはしっかり手当していく必要はあると思います。

(小塚座長)

増田理事長が言われるように、表示の問題は消費者契約法では対応できないわけですが、金融取引に関しては金販法があるので、そこである程度、勧誘行為がおさえられるということですね。最低限の適格性が担保できるということだと思います。

これは事務局の今の事例である健康相談のほうでも当然、同じような問題があり得るわけですが、書き方としてはこれでよろしいのでしょうか。事務局で今の増田理事長のご発言を伺ってこの事例を見直し、何か付け加えたほうがいいことはありますか。

(事務局)

冒頭でも増田委員からご指摘をいただきましたが、おそらくレコメンドというよりは自動取引のような、オンライン上で一任をしてしまって、本来やってはいけない人がその都度確認をするわけではなく、もうどんどん一定の指示の範囲内で投資をしてもらってしまうというようなサービスに入ってしまうということなので、ページ数の問題があるのかどうかとは思いますが、自動取引のところを同じレベル感で入れるのか、少しコラム的に入れるのか、ページ数の制限が大丈夫そうであればケースとして 1 つ加えたほうがいいのかということを考えて聞いておりました。

(小塚座長)

確かに、金融とか投資では南先生の分類でいう助言型ではなく一任型の場合に、その問題がより大きくなることは間違いだと思います。ただ、これは消費者庁、金融庁との所管問題等もあり、ハンドブックとしてどこまで踏み込むかという問題があります。ただ、増田理事長のご発言は結局のところアプリなどになるのかもしれませんが、その表示の仕方、ある種のインターフェースの作り方のところで、本来使う適性のない人が使ってしまうことがあるのではないかという問題提起でもあるわけで、そうすると非常に一般的な問題だと思います。

消費者に対するアドバイスとしていうと、それは「自分が本当にこのアプリを使ってよ

いかどうか確認しましょう」ぐらいのことになってしまうかもしれませんが、何かこの関係のことは少し事務局で次回までに考えてみていただけないでしょうか。

(事務局)

もしかしたらこの健康管理だと入れにくいかもしれませんが、どこかしらで表示あるいは利用可能な人かどうかといったところの判定みたいな話は入れたいと思います。

(小塚座長)

それでは、それは次回までの宿題としてください。

そのほかの皆さんからこの健康管理、レコメンドの事例についてご発言、ご指摘等がありますでしょうか。

高木さん、よろしくお願いします。

(高木委員)

南委員のご発表の 10 ページ、消費者として留意すべき事項、これは非常に重要だと思いました。「自動化バイアス」と書いてありますが、人間はやはり自分の都合のいい情報だけ取り上げたがるとか、自動化バイアス以外にもいろいろなバイアスが存在していると思っています。そういうものをはねのけてでも正しい情報を入手するリテラシーが非常に重要になってくると思います。この部分は、何らかの形でハンドブックに反映できたらいいなと思っています。

(小塚座長)

自動化バイアスというキーワードをいただきました。合わせて事務局の宿題としてよろしいでしょうか。

(事務局)

了解しました。

(小塚座長)

だんだん宿題をたくさん出すという、大学の先生のよくない癖が出てきましたが。

そのほかの委員の皆様からご発言等ありましたらお願いします。いかがでしょうか。

市浦さん、どうぞ、お願いします。

(市浦委員)

事務局にまとめていただいた 15 ページですが、「期待した効果が出ません」という課題・不安が書かれています。基本的には「100%保証できないことを理解して使ってください」という書き方になっているのですが、これは基本的には課題・不安などのネガティブなものが並んでいて、その対応策ということになっていると思うのですが、何となくハンドブックというのは、もう少し積極的に AI を使ってもらうほうに振ったほうがいいのではないかという思いもある中で、これはたぶん、高い精度を期待するということでは、ある程度の期間を使っていたかないとその効果が出ないのではないかと考えています。そういうものを、期間を消費者にももう一度、どのぐらい使ったのかということを見返すといったメッセージを入れた中で、こういう「期待した効果」が出ないといったものをもう一度考えてもらうというような流れにしてはどうかと思ったのですが、いかがでしょうか。

(小塚座長)

事務局としてのお考えはいかがですか。

(事務局)

確かにこちらは課題への対応策なのでかなりネガティブな印象を受けてしまう側面はあるかなと思いますので、いただいたご意見を参考にして修正していきたいと思います。

(市浦委員)

ありがとうございます。

(小塚座長)

ほかの委員の皆様方から今の点、こういうふうにするともう少しメッセージが変わるのではないかと、御提案はありますか。

特にすぐにはありませんでしょうか。

今林さん、お願いします。

(今林委員)

改めて精度の捉え方について認識を合わせると、大きく分けて 2 つのパターンがあるだろうと思っています。消費者が望む、これだったら確かにそうだよねという答えに正解パターンが 10 通りあるとして、その 10 通りの中で 3 個提案されたら、全部提案してほしい中のどれかだったから 100%なのです。一方、いわゆるセレンディピティなどと言われたりしますが、本来ユーザーが考えていないこの 10 以外に、これもいい、というのが 100 個あって、その中で 3 個当てられるのか、これは違う評価基準だと思います。

つまり、ユーザーが気付いている中で正しいと思う答えが返ってくる場合もあるし、ユーザーが気付いていないけれども「あ、それもそうかも」と思うレコメンドが返ってくるかもしれない、ということをもまず理解してもらった上で、例えば、最初はその人個人のデータがないのだから他者のデータも含めて 100 とか 1000 のデータがある中で学習された結果が返ってくるから、それはあなたにとっては新しい答えかもしれないということは認識しておいてもらうような文言を書いて、「とはいえ、もう少しあなたのデータが入ってくると、よりあなたが望んでいるものに近い答えが出てくるようになるかもしれません」というような説明の仕方になるのかなと思っています。その部分を分かりやすくくだけばポジティブな言葉に変わるのだろうと思いました。

(小塚座長)

これは結局、AI というのは適切なデータがインプットされなければ適切な回答が出てこない、サジェスションが出てこないことが前提で、そのように言うと、過度に期待しすぎないようにしましょうという、事務局がお作りになった資料はある意味では正しい言い方なのですが、単純に「AI は万能ではない」と言うよりも、「適切なデータを入力して初めて適切なソリューションになります」と。ただ適切なデータというのは、ユーザーがこれが適切だと思っているものをインプットしてこれが適切だというソリューションをもらっても、それでは AI を使う意味が何もありません。そういう意味で、「ユーザーがある程度時間をかけて自分の個人に特有の情報を入れることによって精度が上がります」など、何かそういう言い方をすると、先ほどから市浦さん、今林さんにご指摘いただいたようなことが反映できるのではないかと思います。

不正確な言い方になったかもしれませんが、今のようなまとめではあまり正しくないでしょうか。今林さん、これぐらいで大丈夫ですか。

(今林委員)

はい、大丈夫です。

もう 1 つ付け加えるとするなら、一言で言うと、ユーザーによって精度の捉え方は違うのかなと。欲しい 10 のうち 3 つ、これは 100%ですが、全体 100 の中でこの 10 に入らない 13 番目のものが来たときに、ユーザーにとってそのタイミングでは「あ、そうだ」と思うかもしれないし、そうではないかもしれないので、ユーザーにとっての精度やその捉え方は変わるのだと思います。ユーザーによって精度の尺度が違うという、そこをどう書くかです。

(事務局)

今いただいた意見、ありがとうございます。非常に参考になりまして、反映させていただきたいと思います。

1 点、少しだけ気になっているのが、仮に消費者が情報を蓄積して入力したとして、本当にそれで必ずしもよくなるのかというのが、若干、私もよく分かりません。データに起因する部分と全ての人の健康パターン。今回挙げているのが単純なファッションのレコメンドとかではなくて健康なので、健康の状態をきちんとした正確なデータを入力できたとして、必ず正確なものになるかは、まだクエスチョンなのかなと感じています。今いただいた精度の話、消費者が捉える精度にはいろいろあるという側面と、あと、それでもやはり 100%にはならない可能性があるというのは、健康管理の場合は少し必要かなと思っています。これが仮にもう少しファッションとかそういった、直接身体に関わらないようなものであれば個人の好みだとか、そういった話だけして終わりというものもあるのかなと思いますが、そのあたりはいかがでしょうか。

(小塚座長)

事務局から質問が投げられました。どなたかこれに対してご発言がある方はいらっしゃいますでしょうか。

高木さん、どうぞ、お願いします。

(高木委員)

課題という書き方をしているのが何となく自分の首を締めているのかなと。

これは第 1 回のときにも申し上げたことで、先ほどの話にもつながるのですが、前向きに使ってもらおうという意味でいくと、効果を最大化するためにはどうしたらいいのだろうというような言い方にするだけで対応策の書き方がポジになるのではないかなと。このようにやればプラスアルファができますよという言い方にしていだけで全然違っていくのではないか。

例えば、医療ならセカンドオピニオンはもう当たり前だと思うので、いろいろなパターンを出してもらってなど、いろいろな言い方ができると思います。何かそういう言い方ができるといいのではないかと思います。

(小塚座長)

これはたぶん、期待した効果という言葉の意味で、事務局が考えているのは AI のアドバイスに従ったら逆に体調が悪くなってしまったといったことを考えています。なので、それは AI の言うことだけを聞かずに、それは 100%ではありません、というようなことを言っているわけです。

他方で、先ほどから話題になっているのは、例えば、誰か痩せたいと思ってる人がいて、自分が痩せるためにと一生懸命 AI のレコメンドを使っている。だけど、AI の診断は、実はその人はあまり痩せないほうがいい、これ以上痩せたら痩せすぎだ。むしろ健康な状態はそこまで痩せないことだという場合です。そういう意味で言うと、この「期待した効果」というあたりを噛み砕いて、自分の期待が実は正しくないこともあれば、AI の限界で本当に効果が出ないこともあるし、個人に関するデータがまだ取れていない段階では平均的な人への効果でしかない場合もあるなど、何かそういう書き分けが必要なのかなという感じがします。

このあたりは事務局で、場合によってはご発言のありましたそれぞれの皆さんにアドバイスいただきながら、課題の一番上の箱のところは少し上手に書き直していただけますか。事務局、お願いできますか。

(事務局)

了解しました。いただいたアドバイスは了解しておりますので、少しパターンに分け

てそれぞれ記載したいと思います。

(小塚座長)

それでは恐縮ですが、とりわけ市浦さん、今林さん、高木さん、ご協力をよろしくお願いいたします。

それでは、もう 1 つユースケースがあります。これは融資審査サービスの事例で、融資審査の AI に多少バイアスがかかっていたというような場合についてということで、取り上げたほうがいいのかとして盛り込まれているものです。

これについてご発言、ご意見等ある方、いらっしゃいますでしょうか。

増田理事長、お願いします。

(増田委員)

この融資審査に関してですが、割販法の改正で今度、本人の収入であるとか支払い可能見込み額だとかではなくて、その事業者が持つたくさんの情報によって審査し融資をするというようにできるようになると思いますが、これはその点について私たちの立場からは反対をしておりました。

というのは、やはり平面的な情報になりがちではないかとか、例えば、今現在延滞がなくても常にいつ延滞になるか分からないような状態でギリギリたくさんの取引をしている、そのたくさんの取引をしているところだけを評価されて融資の与信が OK になるといったことも想定されます。ここでは融資ができないことについて不安とか課題とかというような捉え方になっているのですが、支払い可能見込み額能が確認できない、されていないケースもあり、それによって自分が支払えると思っけていても違っている場合もあるという、そういうメッセージもすごく重要ではないかと思っけています。その点をここでぜひ入れていただきたいと思っけています。

(小塚座長)

これはある意味では、利便性として書かれていることがそれほどバラ色ではないのではないかというご指摘ですね。そのあたりは確かに注意を喚起したほうがいいのかもかもしれません。

事務局としては、増田さんのご指摘の割販法の動向なども把握していましたか。

(事務局)

把握し、了解しております。追記します。

(小塚座長)

Fintech 関係の規制緩和要望が出てきたことですね。では、そのあたりも、この政策が
いいか悪いかというようなことではなくて、ただ、消費者としてはやはり注意が必要であ
ることは喚起しておいてもいいかと思いますので書き込んでみてください。

そのほか、ご意見、ご発言等、ございますでしょうか。

これはある意味で言う则有名な、アメリカなどでは人種差別につながるとかいう形でよ
く話題になる話ですが、AI が学習したもとのデータのバイアスのために社会的に適当と
思われないような判断をしてしまう、そういう場合の問題です。

引き続き増田さん、どうぞよろしくお願いします。

(増田委員)

就職とか結婚に影響するような審査については非常に注視すべきことだと思ってい
ます。例えば結婚情報サービス事業者を使うということであれば、そのセキュリティの
問題ということはあるのですが、全く関係ないところを使っただけでそちらのほうに情
報提供される可能性であるとか、情報の取り扱いについてよく規約を見るといような注
意喚起がやはり必要だと思います。

今、情報銀行という制度が動き始めていますが、そういう情報銀行では結婚や就職に関
係するところには情報提供しないという考え方のところもあります。そういうことを踏ま
えた注意喚起は非常に重要ではないかと思っています。

(小塚座長)

これは先ほどの ID 連携の問題とも関係しますので、非常に重要なところだと思います。

むしろ ID 連携のところで触れましょうか。触れられるかどうか、事務局で検討してく
ださい。情報銀行がそのポリシーで動いているというようなことであれば、これは書いて
も非常にいいことだと思いますので、そのあたり、検討していただけますでしょうか。

(事務局)

了解しました。ありがとうございます。

(小塚座長)

そのほか。入谷さん、どうぞお願いします。

(入谷委員)

先ほど、増田理事長からご発言がありました点と重複する部分がありますが、審査に関しては、バイアスを先に持ってくるよりも、AI を活用した融資により間口も広まり、手間も少なくお金が借りられるといった利便性が向上する面と、返済能力等に照らした注意喚起という面を持ってきたほうがよいように感じます。

バイアスの部分は、どちらかと言えば私ども事業者サイドの課題であり、機械学習をする場合には、ピックアップするデータの項目も含めて、慎重に対応する必要があるものと承知しております。消費者に対しては、そういった審査で「おや？」と思った場合には別の窓口に申し出をする、という情報を提供するのかなと考えます。

(小塚座長)

それは大丈夫ですか。事務局でそのように修正できますか。

(事務局)

利便性のところは最初に持ってくる予定ですので、そのまま述べて、課題のところを少し順番を入れ替え、公平性のところを後ろに持ってきて少し修正したいと思います。

(小塚座長)

利便性が陰の反面も持っているということで多少書いていただいて、そのあたり、公平性の問題もありますね、として現在の記述につなげる。そのようにお願いします。

そのほかこの事例について。坂田さん、どうぞお願いします。

(坂田委員)

19 ページのコラムのところです。この後払い決済サービスが重要な問題であるとは思いますが、この問題が本質的に AI と関わる問題なのかなということがちょっと気になる

りました。もし記載するのであれば、その部分を、丁寧に記載していただくのがよいだろうと思いました。

(小塚座長)

これについては事務局はどういうお考えでしたか。

(事務局)

こちらはまさにご相談したほうがいいかなと思っております。後払い決済サービス事業者さんが必ずしも AI サービス事業者さんではありません。ただ、AI の機能を使って審査を高速化して、今まで後払いできなかったような方でも貸し倒れ率が低いような形で与信をしていることがあり、そういった AI を活用した新しいサービスの事業者さんの例として挙げているわけです。確かに、必ずしも AI というわけではないので、このあたりは国民生活センターさんが少し対応してくださっていることもあり書いたものですが、ちょっと飛んでしまう感じは事務局としても迷いとしてございますので、記載する・しないについてご意見をいただければありがたいです。

(小塚座長)

増田理事長から手が挙がっています。どうぞお願いします。

(増田委員)

この後払いに関しては、消費生活センターで一番相談が多い決済方法です。インターネット通販の決済方法で 5 万円以下のものが大変多くあり、その場合、コンビニ決済が多いのですが、クレジットカードを持たない若年層に非常にこれが使われている状況があります。その事業者の判断で上限 5 万円まで使える。そうすると、いくつの事業者の 5 万円が重なると 15 万などになってしまい、未成年にしてみれば返済が非常に難しい。返済が滞ると、債権譲渡型が多くありますので、違う事業者からの督促がくるということがあります。

ですので、非常に消費者が混乱する状況があります。これは AI と直結するかどうかは別ですが、その事業者が AI の機能を使ってこの人に 5 万円まで融資する、与信するというのをしますので、項目として入れていただくと助かります。

(小塚座長)

あまり座長が自分の見解を言っではいけないと言いながらさっきからよく発言している気もしますが、むしろ、先ほど来いくつか出てきた AI による融資審査の陰の反面としてまとめて書いていただくといいのではないかと私は思います。

つまり、理屈を言えば AI を使うことによって今まで人が判断していたのと違う、よりきめの細かな、融資を受ける可能性が今までなかったような人にも融資を受けさせられるような判断ができる。前の会合で出た例で言いますと、おむつを買っていた人がビールを買うというような法則、人間ならば考えないような法則を AI が発見するのも、同じことが言える。

理屈はそうなのですが、そこにはいくつかの反面があって、AI の判断だけに頼っていると、今、増田理事長が挙げられた事例にあったような、複数の事業者の間でデータが共有されていない。共有されたらまた別の問題が発生するのですが、共有されていないために結果的に過剰与信になってしまうという問題であるとか、学習データのバイアスによって融資を受けられるべき人が受けられなくなるとか、あるいは、その時点のデータに基づけば融資適格であったかもしれないけれども、その後、思いがけない事態、例えば新型コロナウイルスが蔓延するなどといった事態の中でたちまち多重債務に陥るとか、そういうようなリスクを一方では伴っている。

理屈の上では確かにいい面があって、だからこそそういう融資の仕方、AI を使った審査の仕方を認めていきましょうという流れもあるのだけれども、それほど簡単ではない面もありますよというような、それこそコラムで、大きめのコラムで書いていただくといいのではないかと。そのように再構成できたらどうかと思うのですが、これは私の一提案にすぎませんので、委員の皆様方からそういう方向でよいかどうか、ご意見をいただけますでしょうか。

入谷さん、どうぞ。

(入谷委員)

私も小塚先生と同意見です。レコメンドにも関係するところで、今まで自分の目で探した商品以外の、自分に見合った商品の提案が積極的になされることによって、消費も刺激されたりすることも考えられるでしょうし、何でもほしいものを買ってしまうとそれだけお金がかかるわけですから、レコメンドにも関わる部分として、コラムでまとめていた

だくのが非常に読みやすいメッセージになるのではないかと思います。

(小塚座長)

それでは、そういう形で、事務局にせつかくコラムというアイデアを出していただいたので、それを利用させていただく形で、もう少し前に持ってくるとか、この融資審査の
ところの利便性の次あたりに出してくる形でお願いできればと思います。

以上、ユースケースが4つあり、それから共通的事項として、1つはプライバシーの問題、もう1つは困ったときの問い合わせの問題で、ここでOSとアプリと、もっと言うと
端末メーカー、通信会社などは全部違うのですよといった話などを書いていただいています。
この共通事項、それから、それも含めた全体として取り上げる範囲がこれでよいか
ということについてご意見がありましたらご発言いただけますでしょうか。いかがでしょう。

増田理事長、お願いします。

(増田委員)

23 ページ、「困ったときの問い合わせ先」ですが、右側、契約の相手方を自身でしっ
かり確認して、その契約の相手方にきちんと問い合わせましょうという、これは正しい
のですが、実際にそれが分かりにくくなっているということがあります。

特に、プラットフォームが入りますと、そこと契約しているという認識がありますので、
まずは契約の相手方の表示の問題が非常に重要だということと、プラットフォームがある
意味、加盟店管理をしているわけですから、個別の事業者との話し合いがうまくいかない
ような場合、プラットフォームに相談するといったようなルートも示していただく必要が
あるだろうと思います。

(小塚座長)

プラットフォームの個別事業者に対する管理責任、これはこれでたぶん南先生にもう
一度何かプレゼンをお願いできるぐらいの大きなテーマです。確かに、そういう一面もあ
りますので、このあたりの書き方はちょっと注意が必要かもしれません。

そのほかの皆さんからいかがでしょうか。

よろしいですか。

(委員からの異議なし)

実はこの点を問題提起したのは私でして、私はむしろ逆のことを考えていました。つまり、消費者が先に OS 提供企業というかプラットフォームだけにサービス停止などの連絡をしてアプリの提供者に連絡をしないでいると、そちらがそのまま動いてしまうとか、そういうことがあり得るということを考えていたのでこういうことを書いていただきました。

その意味で、誰が契約相手であるかはしっかり認識しましょうというメッセージは消費者に対して必要だと思うのですが、同時に、プラットフォームとか OS 提供者の相談窓口も活用しましょう、と。そういう形で書けばたぶん適切なメッセージになると思います。

増田さん、そんな感じでよろしいでしょうか。

(増田委員)

それで結構です。

(小塚座長)

それではそのように対応していただき、全体の記述の厚み等も含めて、きょうご提案いただいたこの資料の方向性でよろしゅうございますでしょうか。

個別にいろいろ皆さんからご意見をいただいた点は事務局に **take note** していただきましたが、全体としてはこんな感じで進めてよいということでご承認をいただきましたでしょうか。

特にこの点が漏れているとか、これは逆に書きすぎているとか、そういうようなご指摘、ご発言はありますでしょうか。

西野さん、どうぞ、お願いします。

(西野委員)

全体的なところでコメントを何点かさせていただきます。

1 つは、AI のサービスを使った課題や注意事項を中心にきょうは議論がなされたと思いますが、ハンドブックの書きぶりとして、バランスよく書いていただきたいというのが事務局へのお願いです。課題にウエートが行きすぎるとバランスがよくないかなと思いますので、AI のサービスを利用する効果やメリット、そういったものもうまくバランスよくぜひ書いていただきたいです。

もう 1 点、これは議論の中でもあったのですが、AI の話なのか IT 系サービス全般の

話なのか、あるいはオンラインサービスの話なのか、その辺が混在した議論がどうしても少し生まれてきてしまう部分があるのかなと思っています。これも事務局でまとめたいた
だく際に、今回は AI がテーマになりますので、できるだけ AI にシフトを置いて作って
いただければということです。

全体的な印象としてその 2 点が気になりました。

もう 1 点、課題のところです。実際に発生した問題や何かトラブルになった事例みた
いなものがあるようでしたら、できればその事例の紹介などもハンドブックの中で。個社
名や個別のトラブルの事案は多少黒塗りにせざるを得ないかもしれませんが、こういう告
知勧誘広告があったとか、こういうミスリーディングな誘導の勧誘メールがあったとか、
そういうトラブルの事例を具体的な事例に基づいて記載したほうが理解がしやすいかと思
いますので、できるだけそういう事実ベースの課題や問題などを書くようにしていただい
たほうがいいかなと思いました。

(小塚座長)

第 1 点のご指摘は途中で高木さんからのご発言があった点と同じだと思います。AI を
賢く使っていくことが全体のテーマだということで、AI に対して恐怖心を煽るというこ
とではないということだと思います。そういう意味で言いますと、現在の事務局の書き方
だと、課題が少し細かすぎるところもあるという印象を西野さんはお持ちでしょうか。

(西野委員)

課題の細かさというか、どうしてもきょうは議論がその課題の書きぶり中心になっ
てしまったので、そのあたりのウエートが多くなりそうな印象を持ったということです。
書きぶりの細かさというより、全体のウエートのバランスの問題のほうが私としては気
になりました。

(小塚座長)

分かりました。そういう意味で言うと、例えばこういう課題があると言って付け加え
たときに、単に課題の数をどんどん増やしていくのではなくて、利便性との関係で適切
な量に収まるように取捨選択していくということですね。では、そのように対応してい
ただいて。

それから、具体的な事例は事務局も国民生活センターのデータなども参照していただいで作っておられると思いますが、他方で、西野さんなどがご存じの範囲で、事業者団体などでもそういう事例の蓄積や情報交換などをしていただけますか。

(西野委員)

オンラインとかインターネット全般はあると思いますが、AI に特化したものがあるかどうかは、確認してみないと分らないです。

(小塚座長)

分かりました。それでは、そのあたりも事務局と連絡を取っていただいて、場合によっては事務局からご相談をさせていただくということで、なるべく現実の事例に根ざした記述にできればと思います。

だいたい資料 3 についての議論は以上としてまとめさせていただいてよろしいでしょうか。

それでは、事務局は今日いただいたいろいろな指摘を踏まえてこれをハンドブックの原案に落とし込んでいってください。

事務局からこの第 2 回消費者意識調査のご提案をいただくということですので、恐縮ですが、今度はその説明をしていただけますでしょうか。事務局、お願いします。

(事務局)

それでは、今の資料 3 の 25 ページから消費者意識調査の概要を記載しております。

消費者意識調査は今回、Web アンケートに加えて、本来はより具体的な消費者の意見を確認するためにグループインタビューなど、Web アンケートだけではないヒアリングを考えていたのですが、コロナの影響もあり、グループインタビュー等については実施見合わせとして Web アンケートの実施を予定しております。

実施の目的、目標ですが、アンケート実施の目標は、消費者の AI に関する理解の状況、あるいは AI への期待と課題、利用意向、あとは利用している AI 利活用サービス、そのリスクについてどの程度認識・理解しているかを把握することを予定しております。第 1 回とかなり近いものになっていると思うのですが、26 ページで AI 活用サービスのところの分類を少し変えています。先ほど事例を分類したときの分けにしていいて、あとこれに

具体的なサービス事例を挙げた上で、利用したことがある、利用したことがない、活用しているか分からないということを回答していただく予定です。

あと、AI にどのようなことができるかと思っているかというところで、どの程度の理解があるか。あるいは、消費者による AI の期待と課題、利用意向として、28 ページの Q3、Q4 ですが、期待と課題について選択肢とその他の自由記述で答えていただきます。あと、29 ページでは、どんな AI 利活用サービスを利用していきたいと思っているかについて聞きます。

あとは、30 ページ以降はそれぞれ、利用したことがあるサービスについてお答えいただくということなので、全員に対してではなく、該当者だけの回答となっており、それぞれのサービスについてどの程度取扱説明書を読んで理解して使ったかというところ、あるいは実際に想定外の動作等の問題が起きたことがあるか、あとは具体的に何らかの損害が発生したのかということ。あるいは、発生したけれども、それは承知の上で利用しているのか、納得ができないものなのかといったあたりも把握できればと思っています。

音声認識も、音声認識の利用規約等に沿って利用したかとか、どの程度信頼しているか、自分で検索するのと同程度か、それより高いか低いかという話。会話情報の収集についてどの程度認識しているか。融資審査についても、どのように AI が活用されているか理解して利用したか、どのように感じるか。レコメンド・アドバイスについても、AI の活用についての理解、どの程度信頼しているかという話。

そして最後に、個人情報・プライバシーについてお伺いしますというところで個人情報保護方針を確認したことがあるか。プライバシー設定等についてそういった設定ができることを知っているか、あるいは設定をしたことがあるかを聞いていく予定にしています。

こちらについては、いろいろ今、ざっとご説明しましたが、お気付きの点等ございましたら事務局にメール等でご連絡をいただければと思っています。

(小塚座長)

お忙しい中恐縮ですが、委員の先生方にはもう一度これをじっくりお読みいただいて、修正点等を含めてご意見を事務局までお寄せいただければと思います。

いつぐらいまでにコメントが必要かも含めて、今後の進行を事務局からご説明いただけますでしょうか。

(事務局)

ただ今の消費者意識調査に関わるご意見についてですが、短い期間で恐縮ですが 5 月 1 日 5 時までに事務局にメールでご連絡をいただけますと幸いです。

あと、次回のワーキングについてのご連絡も合わせて申し上げます。次回は 5 月 25 日、月曜日の 1 時から 3 時の予定としております。本日と同様、Web ミーティングを予定しておりますが、詳細については決定し次第、改めてご連絡させていただきます。

以上です。

(小塚座長)

それを含めた、今後の進行予定表は資料 3 の 36 ページにあるということですね。

それでは、皆様、恐縮ですが、5 月 1 日の 17 時までにこのアンケート項目の内容、分量等々についてご意見をお寄せいただければと思います。

だいたいこれできょう議論すべきことは尽きていると思いますが、何か皆様のほうからありますでしょうか。あるいは、消費者庁から何かありましたらこの機会にご発言いただきたいと思います。

よろしいですか。

(委員からの異議なし)

それでは、第 3 回 AI ワーキンググループを終了とさせていただきたいと思います。皆様には遠隔から参加いただきましてありがとうございました。また、南先生、プレゼンテーションをいただきましてどうもありがとうございました。

以上で終了させていただきます。失礼します。

— 了 —