

消費者のデジタル化への対応に関する検討会

第5回 AI ワーキンググループ

令和2年6月15日（月）

(事務局)

「消費者のデジタル化への対応に関する検討会第 5 回 AI ワーキンググループ」を開催いたします。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。本日は今林委員が 30 分ほど遅れての参加となります。また、前回に引き続き、コロナウイルスの感染症拡大に伴う対応ということでウェブ会議方式での開催をさせていただいております、YouTube にてライブ配信を行っております。

本日ですが、前回のワーキンググループを受けたハンドブックの修正についてご確認いただくほか、第 2 回消費者アンケート調査結果のまとめの追加報告、ワーキンググループ骨子(案)のご確認、ハンドブックの広報・周知策についての討議を予定しております。

では、まず、事前にお送りさせていただい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 2-1 として、リーフレット案。資料 2-2 として、ハンドブック案。資料 3 として、第 2 回消費者アンケート結果について。資料 4 として、ワーキンググループ報告書骨子(案)。資料 5 として、ハンドブックの広報・周知策について。参考資料として、第 4 回 AI ワーキンググループの議論整理となっております。不足のある方はございませんか。

また、ご意見がある場合につきましては挙手いただく、あるいはご意見がある旨をご発言いただく等をお願いできればと存じます。

では早速ではございますけれども、資料 2-1、2-2 に基づきまして、リーフレット案とハンドブック案について事務局のほうから説明をさせていただきたいと思っております。

まず、資料 2-1 をご覧ください。お手元資料、資料 2-1 と 2-2 があると思いますが、事前に確認をいただいたファイルではリーフレット案と、リーフレット案から QR コードで飛びますユースケース版のところとしてお送りをさせていただいておりましたが、本日はリーフレットと、リーフレットとユースケースを 1 冊にまとめたハンドブックというところの全体版という 2 種類をご用意させていただいております。既に委員の皆さまからはコメントをいただいておりますが、木曜の午後以降いただいているものが反映できていないものもごございます旨、ご了承ください。

では、まずリーフレット案のほうから、前回からの変更点を中心にご説明をさせていただきます。リーフレット案の 1 ページ目、2 ページ目です。こちら特段変更はございませんが、左側の絵のところ、あと表紙もですが、絵についてはイラストレーターに発注できればと思っておりますので、もう少し整理をしていければと思っております。

3 と 4 ページ目の「AI とは」というところになります。こちらについても内容は大きく変わりませんが、なるべく字を少なくということで簡潔な表現に変えていることと、説明と図を対応できるような形に説明を付けているということです。

5・6 ページ目も字を減らしたというところですが、大きな変更はございません。

7・8 ページ目のところでいきますと、こちらでも文字量を減らしていますが、少し大きめの変更としては、下のところに、注意だけを述べるのではなく AI を育てるという観点を追加するというところで、「AI は良いデータをたくさん与えるとその分かしくくなります」という文言を追加しています。

最後が「困ったときの相談先」というところですが。

そのあとに「利便性記載案」で 1・2・3 というものを掲載しています。これは何かと言いますと、今リーフレット案をご覧いただきました内容ですと、AI についての一般的事項と留意事項という形にとどまってしまっている感があるというようなコメントをいただいております、リーフレットなので、もう少し AI について関心を持ってもらうようなフックになるような表現があったほうがいいのではないかと、利便性についてももう少し記載したほうがいいのではないかとのご意見もございまして、では利便性をどう表現していいかといったところで、利便性の記載案を三つほど挙げさせていただいております。

利便性記載案の一つ目としては、先ほどご覧いただきました 1 ページ目、2 ページ目に、具体的に、どんな AI を使って、どんな効果が期待できるのかをオレンジのところ表現をさせていただくという形の追記となっています。

利便性記載案-2 として、表形式で、どんなサービスにどんな利便性があるかという説明を示しているものになります。

利便性記載案-3 は、やや解説的ですが、AI の利便性が、これまでのシステムとどう違うのか、それによって具体的に利便性としてどんなものがあるのかというところを箇条書きで示しているものになります。

こちらについては、のちほど、皆さまからの利便性についての記載のイメージ等々について、よろしければご意見をいただければと思います。

ハンドブック案の全体版の資料 2-2 にまいります。何が変わったかというところの大きなポイントとして、まず一つ目、表紙のところで「基本編」と「利用サービス別のチェックポイント編」とございまして、前は「留意事項」というような記載をさせていただいたのですが、もう少し親しみやすい表現として「チェックポイント」という記載に変え

させていただいています。

ハンドブックについても大々的な変更というところではありませんが、変更点のご説明をさせていただきます。9 ページ目、10 ページ目のところ、スマートスピーカーについては、右側の「スマートスピーカーの仕組み」というところで、説明のところを対応させるような表記にさせていただいています。ほかの事例についても以下同様です。あとはウエイワードの説明を少し分かりやすくするとか、図のところを少しシンプルにして分かりやすくするとかといった加工をしています。

11 ページ目、12 ページ目のところでは、説明についてチェックポイントのような、箇条書きのような形のほうが分かりやすいという話がありましたので、表現をそのように変えさせていただいています。

次、スマート家電についても大きな変更点はありませんが、15 ページ目、16 ページ目のところ、特に「AI が想定と異なる動きをする原因と原因の確認方法」の文字量がかなり多かったので、なるべく単純に説明できるような形にというところで修正を加えています。

健康相談サービスについても全体的に文字量を減らしていますが、ここはそれほど大きな修正はないかと思います。

AI 融資審査サービスのほうにまいります。こちらについては、23 ページ目、24 ページ目のところで、トラブル事例といいますか、クエスチョンで書いているところを少し集約しまして、もう一つバイアスがかかっているような設問があったのですが、そちらは透明性に関わるところのクエスチョンに集約させていただき、設問を少し減らしています。

コラムとして書いてあるところは少し表現を変えさせていただくかもしれませんが、ここも少し説明が長かったので、「トラブル防止協力要請」といったところで短い文章に変えさせていただいています。

困ったときの連絡先については、「AI に係る製品・サービスの補償について」が前回保留でしたので、「製品・サービスの説明書の動作保証等内容を見て、連絡先とともに、確認しておきましょう」を記載しています。

データ管理のところなども文字量を減らしたというところで、内容としての変更はないかと思います。

最後の「おわりに」で、前の「おわりに」は、もう少し固い、「注意しましょう」という注意喚起のような文言になっていましたが、消費者へのメッセージといったところで、

もう少し消費者にとって読んでもらいやすいようなメッセージに変えさせていただいているのが、今回の変更点です。

以上がリーフレットとハンドブックについての説明です。今ご説明をさせていただきましたハンドブック・リーフレット案について、ご意見がある方はお願いできればと思います。特にリーフレットの利便性の記載案について何かご意見があればいただければと思いますが、いかがでしょうか。

(増田委員)

すごく読みやすくなってよかったと思っております。ありがとうございます。先週末に私のほうからメールでもお伝えしておりますけれども、それはこれからご検討いただくかと思っております。あらためて3点ほど、ハンドブックのほうについてお伝えしたいと思います。

健康サービスのところの、この冊子からいうと19ページになるかと思っておりますが、19ページの上のほうの●の二つ目のところ、「アドバイスを受け入れるか自分で判断し、アドバイスを受け入れた場合は、その効果によって、アドバイスを受け入れるのをやめましょう」は、一読すると少し意味が分かりにくいかと思っております。その下のほうのことを理解している人が読んだらすぐ分かると思うのですが、初めて読む方にとっては、この一文が分かりにくいかなと思っておりますので、提案としては、「アドバイスを受け入れて実行してみて、おかしいと思うことがあったら、アドバイスの受け入れを中止しましょう」とか「検討しなおしましょう」というようにされたらどうかと思っております。

それからもう1点、「適切なアドバイスをしてくれませんか」というQ1の点ですが、その答えとして①のところで、プログラミングされた「最適な状態」が利用者の「思い」と異なる場合。この「思い」が、ちょっとイメージがつかないのではないかとも思っておりますので、例えば「AIによる最適なアドバイスが、利用者が思う最適なアドバイスと違うことがあります」「異なるケースがあります」などです。この「思い」ですが、期待というか、自分が想定していることということだと思っておりますので、その辺をご検討いただけたらと思っております。

最後に、国民生活センターのコラムの点ですが、すでにお伝えしましたがけれども、24ページ目、コラムの上から5行目、「少額な商品を後払い決済で購入したら、実はその契約が継続取引になっていて」というと、後払い決済の問題と継続取引の問題が混在しま

すので、継続取引自体が問題であるということではありませんし、後払い決済自体が問題ではないということではあるのですが、継続取引を特段取り上げることによって、これが悪いかのように受け取られることもあるかと思いますので、できましたら「複数回数の契約によって支払総額が高額になってしまう」あるいは「複数の事業者にいくつもの商品を購入することによって高額になってしまう」というような表現が分かりやすいのではないかと思います。以上です。

(事務局)

ありがとうございました。いただいた点、了解いたしました。反映が間に合わずに恐縮でございますが、いただいた内容で反映をさせていただく予定ですので、また修正ができましたら、修正したものをお送りさせていただければと思います。

そのほかいかがでしょうか。先ほども触れましたが、今、利便性をどう表現すべきか、といったところが、どのような形がよいかなと思っておりまして、案を三つ作成させていただいてはみたのですが、この中のどれがいいかということもありますし、あるいはもっと別のこんな表現、あるいはこういったことを書いたほうがいいではないかというようなアイデアがございましたら、ぜひいただくと非常にありがたく思いますが、いかがでしょうか。

(増田委員)

利便性は、私は分かりやすくいいと思います。「暮らしを支える AI」と「社会を支える AI」と分類を変えて表示していただいていることと、具体的に利便性記載案-2 のほうで書いていただいているので、ここまでは分かりやすくいいかなと思います。最後の利便性記載案-3 のところが、これは全体として必要な部分だとは思いますが、細かいところで若干工夫していただくともっと分かりやすくなるのかなと思いますので、これを出すこと自体は賛成しています。

例えば「これまでのシステムでは…」で、「耳が 2 つで、三角で、目が正面を向いて、大きくて…」は何をイメージしているのかというのが、書いてあると分かるのかなと思います。その辺りのところの細かいところを修正いただけたら、この内容としてはいいかと思います。賛成しています。以上です。

(事務局)

ありがとうございます。一応、事務局のほうで作成をさせていただいた感じとしては、1と2と3と全部書くと、また重複感もあるのかなと思っていて、いずれかのみなのか、どれか二つなのか分かりませんが、全部は必要ないのかなと思ったりはしているのですが、その辺りも含めていかがでしょうか。

(市浦委員)

ViAR&E の市浦です。利便性の記載案に関して非常にうまくまとめていただきまして、ありがとうございました。この三つは非常に分かりやすくなっているかなと思います。

まず1番目の利便性記載案-1で全体像が見えますので、私は、これは残すべきだと思っています。2番目の利便性記載案-2は、ほぼ1枚目の見開きのほうで網羅できているのではないかなと思いますので、私としては、大きなページ1枚、利便性記載案-1と利便性記載案-3を、先ほど増田様もコメントされていましたが、もうちょっと分かりやすく少し直していただければ。私は1と3が入っていれば十分ではないかと思っています。以上でございます。

(事務局)

ありがとうございます。高木委員、お願いできますでしょうか。

(高木委員)

利便性記載案-1は非常によくまとまっているのではないかなと思っています。それに対し、例えば、「家事を楽にする」と書かれているところがあったのですが、どんなふうに楽になるのかとか、もう少し掘り下げて書いていただけるといいかなと思っており、そのために、利便性記載案-2をもう少し掘り下げて、「家事はこんな感じで楽になるよ」等の記載を(利便性記載案-1の)次のページに記載いただけるとなおのこと分かりやすくなるのではないかなと思っています。以上です。

(事務局)

ありがとうございます。いろいろ意見も分かれるところかなと思いますので、いろいろな方のご意見をお伺いできると非常にありがたく思いますが、いかがでしょうか。

(増田委員)

欲張ってはできないということかもしれないので、そうしますと、高木委員がおっしゃったようなところにまず賛成することと、それからあと利便性記載案-3 も私も必要だと思うのですが、利便性記載案-3 の下の枠のほうは前のものと重複しているのではないかというところもありますので、AI の利便性をもう少し簡単にコンパクトにして入れるか、あるいは 2 だけにするかというような感じかなという気はしたのですが、ほかの先生方にもお伺いしたいと思います。以上です。

(事務局)

ありがとうございます。ほかの方、いかがでしょう。

(西野委員)

LINE の西野です。私も、枚数の制約がなければ 1、2、3 全て入れていただくのがいいのではないかとってはいるのですが、確認ですが、利便性記載案-1 が採用になった場合は、現行案の 2 ページのところ丸々これに置き換わるイメージという理解でよろしいですか。

(事務局)

そうですね。そのように想定をしています。

(西野委員)

もし利便性記載案の 2、案の 3 が採用になった場合は、挿入箇所はどの辺りをイメージされていますか。

(事務局)

利便性記載案-2 と 3 の場合は 1・2 ページのあとに半ページという形で追加をする形かなと思っていて、その場合ページのレイアウトを少しまた考えなくてはいけないのですが、そのような形を想定しています。

(西野委員)

最後にページの枚数の制約とかがあれば教えていただきたいのですが、案-1 が 2 ページの差し替えで済むということであれば、案-1 の採用に関してはページの枚数の制約はないということだと思いますので、案-2、案-3 を追加で挿入すること、ページを増やすことができるのかというところは、何か制約とかあるのですか。

(事務局)

厳密に何ページでなければということではないので、特に全部を入れるのだと多すぎますとか、そこまでの制約ではないです。なので、若干、1、2、3 と作ったときに、どれかの案かなということで作成をさせていただいたので、先ほどからご指摘をいただいているように、全部入れてしまうと今度重複感があるので調整しなくてはいけないところもあるかと思いますが、もし 1 から 3 まで全てのほうがということであれば 1 から 3 というか、追加になるのはこの 2 ページ分、2 と 3 のところをページ追加という形も可能かとは思っています。

(西野委員)

ありがとうございます。挿入箇所によって前後のページとの記載の重複の兼ね合いとか、それぞれのページの修正が入るとするのはそのほうが良いとは思いますが、できるだけまとめていただいた要素は最終的には採用いただいたほうが良いかなと、個人的には思っているところです。

(事務局)

ありがとうございました。では、ハンドブックとリーフレット案については、今いただきました案 5 件を踏まえまして、今回修正を反映しきれなかった部分の反映をいたしまして、また共有をさせていただき、追加のご意見等をお願いさせていただくかと思いますが、よろしく願いいたします。

では、次の議題として、第 2 回消費者アンケート結果について、前回速報としてご報告をさせていただきましたけれども、今回はまとめということで説明をさせていただきます。そのあと引き続きまして、ワーキンググループの報告書の骨子、構成案について説明をさせていただきます。そのあと討議をさせていただければと思っております。

では、進行を小塚先生のほうにお願いいたします。

(小塚座長)

学習院大学の小塚です。議題の 3、第 2 回消費者アンケート結果報告ということで、これにつきましては、前回、報告のみをしていただいて、分析がまだなく、それから議論もできていないということですので、そこからということです。それでは、報告をよろしくをお願いします。

(事務局)

ありがとうございます。それでは資料 3 に基づきまして、ご説明をさせていただきます。資料 3 の 3 ページ目、ちょっと文字が多いですが、ご覧ください。調査結果概要ということで、前回にご報告させていただきましたアンケートの結果と、あとは自由記述欄の記載を含めまして、まとめをさせていただきます。

一つ目ですが、AI のサービスの利用状況について、だいたいいずれのサービスも 1～2 割程度が利用をしているというところだったかと思います。機器操作、音声認識・コミュニケーションに関わるところがやや高いという結果でしたけれども、いずれのサービスでも 1 割程度は自分が利用したサービスが AI を活用しているか分かっていないという消費者がございます。

この部分を自由記述のところと合わせて見ていきますと、自由記述では、いろいろなサービスが AI を語っていると。AI と呼べないようなものも AI を広告的に使っているものもあると。一方で、AI を使っているも AI を使っていると説明していない場合もあるので、そもそもどこで AI を利用しているかが分からない、AI に係る基準を設けて、AI を利用している場合はその旨明示してほしいという消費者からの意見がございました。

二つ目ですが、AI を利用する際の懸念点としてですが、これも前回もご説明をさせていただいたとおり、データの提供そのものよりもセキュリティ面の不安とか、データの目的外利用について課題と考える回答者が多くございました。一方で、今後 AI サービスの利用を増加する意向の消費者といったところの回答を見ていきますと、何も条件なく増加しますと答えている消費者は、いずれのサービスでも 1～2 割程度。ただ、先ほどの課題が解決されるならば利用を増加させたいと、いずれのサービスでもだいたい 3 割程度の方が回答をしておりますので、今後 AI の利活用、消費者における利用というものを促進

しようとしていく場合には、セキュリティ面やデータの目的外利用についての消費者の不安を解消していく必要があるだろうということが見えてまいりました。

三つ目のポツにまいります。こちらの取扱説明書を読んで利用したかどうかといったところですが、説明書を読んで利用した消費者がだいたい 5 割程度というところで、説明書を読んでいる消費者の場合は、より AI に対する信頼が高く、AI の利用を増加させようという意向の人の比率が高いという傾向になっています。なので、取扱説明書を読んで理解を深めていただくことが重要だろうと。

取扱説明書を読んでいる方ですが、年代が上がるほど比率としては低くなっていきまして、この辺りの課題解消といいますか、分かりやすく表示をしていくことも必要になっていくのかなと思っています。

次のポツですが、今度は個人情報保護方針についてです。こちらについて常に必ず確認して読んでいる消費者は 1 割程度ということで、そのほか気になるときだけ確認するか、閲覧しても長くて難しいので理解していないというような方々が多くなっています。

この結果と自由記述のところを見ていきますと、自由記述のほうを見ますと、契約時や契約後に消費者側が、どんな情報を持っているのですかというようなことを企業側に聞いたときに、こういった情報をわれわれは持っているということを示してほしいとか、データを消してくれといったら必ず消してほしいとか、そういったことを求めるような声がありました。

ですので、消費者がサービスの利用の都度、全て読んで理解することは結構難しいのかなと。長くて難しいというような回答も多くございましたので、その都度、どんな情報がいつどこに自分のデータがあって、それを自分でなおかつ消すことができるような状態が、今、消費者からは求められているというようなことが見えてまいりました。

次のポツです。ここは自由記述の回答のところ、純粹に自由記述ですが、AI の分析による判断基準について透明性を確保してほしいとか、分析データや分析対象について明示をしてほしい。AI に恣意性が入っている場合があるだろうと。ですので、恣意性を排除する。あるいは恣意的か否かを消費者側が判別できないので、そのこと自体への懸念というものが示されましたということです。ですので、AI の判断根拠、恣意性の有無も含めて透明性が求められているというところになっています。

下から二つ目のポツです。こちらについては、AI については、少しレベル感が違うかもしれないけれども、そもそも分かりやすい説明をしてほしい、消費者教育をしてほし

いという意見がございました。特に高齢者や障害者が AI サービスから取り残されてしまうのではないかというような懸念の声が聞かれまして、コンピューター用語とか分かりにくい、あまり親しみのない人にも、わかりやすいような説明をしてほしいというご意見がございました。

また、自由記述のところでは、どのサービス事業者が信頼に至るかが分からないというところがあって、前回のワーキンググループでも Trust が複雑性を縮減しているというご意見、コメントもありましたが、やはり自分で判断するのが難しいというようなところで、第三者による AI の認定のような、信頼性に関わるような評価というものを求めるような意見がございました。

その他は、AI の責任についての法整備、域外適用の問題、人間中心の AI というようなコメントなどがございました。

詳細について、自由記述については 45 ページに飛びまして、今申し上げたところの自由記述部分だけを切り取ったところが 45 ページのところです。先ほどのところでは触れませんでしたけれども、自由記述そのものの記載としては、AI の性能向上やサービス開発への期待という意見もかなり多くございまして、もっと頑張って性能向上を図って、文字認識とか、そういったところの精度を上げてほしいといったような声も多くございました。

二つ目が、先ほどのような形で、分かりやすい説明。デメリットやリスクもちゃんと説明してほしい、消費者のリテラシーを向上してほしい、トラブル事例や悪用事例について紹介してほしいという意見がありました。

個人情報のところは、先ほど申し上げたような情報の削除、情報提供を前提としたサービス提供を禁止する、あるいはサービスに直接必要ないような情報まで提供を求められるというところも制限をしてほしいといったような具体的な要求事項が自由記述のところにごございました。

あとは個人情報には該当しないけれども、ビッグデータがあれば個人を特定できてしまうという状況もあるというところへの問題意識もありましたし、情報漏洩の場合の補償や責任についての制度設計もしてほしい、セキュリティについてのガイドライン基準や罰則規定を設けてほしいという意見がありました。

46 ページのデータ管理にまいります。データ管理とか、こちらの認定、罰則、あるいは事業者がデータを集めたときにポリシーに反していないかというところを監視するよう

な機関を設けてほしいという意見がありました。

二つ目のところは、先ほど申し上げたような、AI の基準を設けて AI を利用している場合の明示。あとは AI の信頼性を判定する仕組みが欲しいという話、透明性の話、安全性、責任、公平性の確保。

人と AI の関係というところでは、AI は人を補完するものであるので、全てを AI 任せにしないこと。使いたくない人まで強制されないようにしてほしい、人を補完するという意味で、AI で代替していくような分野についても、何でもかんでも AI でという形にはならないでほしいというような形で、やや慎重な意見も挙がっておりました。

あとは先ほどの域外適用と申し上げたところで、プラットフォーマーなどを中心に海外事業者に対しても国内事業者と同様に法適用できるような環境を整備してほしいという意見がございました。というのがアンケート結果の追加のご報告でございます。

(小塚座長)

ありがとうございます。いろいろご議論いただきたいこともあるかと思いますが、もう一つこのワーキンググループとして報告書を取りまとめなければいけません。これは成果としてのハンドブック、リーフレットとは別に消費者庁に対する報告書を作らなければいけませんので、その骨子案をご用意いただいております。それでは、ご説明をお願いします。

(事務局)

では、資料 4 のところで、ワーキンググループの報告書の骨子案ということで、Word のほうで示させていただいております。まだ中身については入れておりませんので、そもそも構成としてどうやって構成していきましょうかといったところについて、本日は目線合わせができればと思っております。

目次のところでご覧いただければと思いますが、まずは AI と消費者問題についての視点ということで、そもそも今 AI について消費者の問題とはどんなことなのか、そういった問題を受けて、このワーキンググループではどんなことをミッションにするのかといったようなところ。第 1 回のところで座長からのご挨拶でもいただきましたけれども、そういった内容について前書きとして触れさせていただければと思っております。

そのあとにワーキンググループの設置趣旨・背景を記載します。

そのあとⅢとして、消費者が備えるべき AI に係る知識。タイトルについて修正したほ

うがいいかもしれませんが、一般論として AI を取り巻く動向と、消費者がその中でどんなことを備えるべきかといったような、基本的な議論について整理をしていければと思っています。

ですので、一つ目としましては政策動向、二つ目が AI について、そもそも AI とはどんなもので、どんな特徴なのか。次に、そうした AI と消費者の関係はどんなものなのか。利便性としてどんなものがあり、課題としてどんなものがあるのか。そしてまたさらに、AI サービスについて現状の法的救済とはどうなのか。

そうした 1 から 4 までのことを含めハンドブックのほうで取りまとめの方向性としてどのように取りまとめるべきで、消費者が身につけるべきことはいったい何なのかというところを記載していければと思っています。消費者が身につけるべきことについては、AI の機能について、収集するデータについて、消費者に実際に伝えるべきメッセージというところで、前回議論いただいたようなポイントも含め記載をしていければと思っています。

大きなIVのところですが、ハンドブックの検討ということになります。一般論から何を消費者に伝えていくべきなのかといったことをまとめ、IVのところではハンドブックにどういった構成で、どんな内容にしていくかという具体的な記載内容について書いていければと思っています。

最初に、構成と内容についてといったところで、ターゲット層と構成について。2 で総論に盛り込むべき内容。これは第 1 回、第 2 回の議論を中心にというところになります。3 番目に各論に盛り込むべき内容として、事例の選定、トラブル事例。あとは対応策の記載について、特にワーキンググループの中で議論していただいたような、先ほども少し出ていましたが、想定どおりに動かないといった場合にいろいろなパターンがあるよねとか、そういったところの記載をしていければと思っています。

あとは、V. 周知施策で、本日のちほど討議をしていただくような内容について掲載をさせていただき、VIの提言内容で、消費者が求める取り組みや、その他提言内容をまとめていければと思っています。

本日はこういった流れでよろしいか、あるいは今こうした構成にしている中で足りない議論があるのかなのか、あるいは議論したけれども漏れている事項がないのかどうかといったようなことについて、ご意見をいただければと思っています。

あともう 1 点申し遅れましたけれども、消費者ハンドブックの出来上がったものにつ

いては、この骨子案の中に盛り込むというよりは別冊という形で添付資料として付ける予定ですので、ハンドブック記載内容は全部この中に盛り込むというよりは、論点になったところを中心に整理をしていければと思っております。以上でございます。

(小塚座長)

ありがとうございました。というわけで、先ほどご案内いただきましたアンケートの結果も、この報告書の中に取り込まれていくということになりますので、両方をまとめてご議論をいただきたいと思えます。

アンケートのほうでも報告書骨子(案)のほうでも結構ですが、ご質問あるいはご意見のある方いらっしゃいますか。あらためて、アンケートおよび報告書骨子(案)についてご発言のある方は、どうぞ挙手で申し出てください。よろしく願いいたします。

(南委員)

南です。取りまとめ、ありがとうございます。全体としては、これまでの議論をカバーするような目次になっているかと思えます。最後の点で、提言内容というところがあるのですが、これはイメージとしてはワーキンググループとしての提言なのか、それともアンケートから消費者の方から挙がってきたものをただ羅列するだけなのかというと、どちらの内容になりますでしょうか。

(小塚座長)

その点はいかがですか。

(事務局)

こちらはのちほど消費者庁様とも調整をさせていただければと思えますけれども、今時点で書けることとしましては、消費者アンケート等からこういったことが求められているので、こういった施策が必要だろうというような記載なのかなと思っております。あとは、それ以上のところは少し調整をさせていただくかなと思えますが、逆にその辺りについてご意見があればいただければと思えます。

(南委員)

WG ということであれば、もう少し議論が必要かなと思ったというところと、アンケート結果を拝見すると、多岐にわたるいろいろなご意見があるので、そこからどうピックアップするのかなというところが若干気になりました。

(小塚座長)

確かにこのハンドブックを作る過程でいろいろなご議論もいただきましたので、その中に出てきたご発言などであれば盛り込んでいくことは可能だと思いますが、更地でこれから議論すると結構大変ですね。アンケート結果とか、これまでのワーキンググループの中の作業で挙がってきたことを提言としてまとめていただく、そんな感じですかね。それでよろしいですか。

(増田委員)

アンケート結果を読ませていただくと非常に腑に落ちる内容だと思ひまして、それを踏まえて提言につなげていただくということについては賛成いたします。この提言というのが目次からはちょっと読めなかったのですが、後ろのほうを見ますと、事業者の取り組みに関する要望、政策・法制度に関する要望、それから消費者というように、3者、消費者、事業者、行政がすべきことというものが出てくるのだらうと思ひますので、それが目次のほうにも出していただくといいのかなと思ひます。

消費者のすべきこと、理解することはすごくたくさんあるかと思ひます。取扱説明書や利用規約などを読まないという傾向はもちろんあるのですが、ただ、読まないにしても、ちょっと気になったときに確認できる措置をとっておくとか、確認できる窓口を設置するとか、AI を使っているか、使っていないか。使っているのはどういうところで使っているのかを明確にしていきたいと思ひます。

取扱説明書を読みなさいと言っても読みませんので、AI を利用しているので、「今までの掃除機とは違うから、この部分だけは読んでください」というような特記事項を書くとか、やはり事業者側の具体的な方法はいくつも考えられるかと思ひますので、そういうことが事業者にもきちんと理解していただけるように、分かるような報告書になってほしいと思ひます。以上です。

(小塚座長)

ありがとうございました。市浦さん、手を挙げておられますか。

(市浦委員)

1点、市浦のほうからコメントをさせていただければと思います。調査結果を拝見してちょっと気になった点として、セキュリティ面の不安が5割あるということ。今回ワーキンググループの中では、このテーマに関しては取り上げることが難しいということだと思ったので論議ができなかったと思うのですが、これはたぶん非常に重要な問題で、セキュリティやデータ利用目的について不安の解消がAI促進につながると調査結果の中にもまとめていただいています。今回の提言の中に、こういう内容についても今後は議論する場を別途していく必要があるというような内容をぜひ入れていただければと思った点が私のコメントです。以上です。

(小塚座長)

分かりました。ありがとうございます。アンケート結果から浮かび上がったことという意味では書けると思いますので、それではそういう形で取り上げる方向でお願いします。

(坂田委員)

坂田です。取りまとめ、ありがとうございました。アンケート結果について、さまざまな情報をうまくまとめていただいたと思っております。

1点、気になったところがあります。9ページ目の質問2、「AIに対する理解」についての記載です。ここでは、各項目に正誤が書かれています。具体的には、例えば「言語を認識することができる」は正しいのに対し、「言葉の意味を理解することができる」は誤りである、とされています。

しかし、この正誤は、「言葉の意味を理解すること」とは何か、ということの捉え方によって、正でもあり誤でもありという面があるように思います。例えば、音声アシスタントが時間を尋ねられて時刻を答えたことを、「AIが言葉の意味を理解している」と捉える人もいるし、そうでない人もいます。そのため、これらの問いはAIの能力への認識を問うているというよりも、成し遂げられていることの解釈を問うている面があるのかと思います。従い、ここで各項目について正誤を示すのは、ちょっといきすぎではないかと思

ました。

(小塚座長)

ありがとうございました。このスライド自体は報告書のどこかに入るのですか。

(事務局)

直接的に全部のアンケート結果を入れるわけではないので、これ自体を入れるということではございません。特に全体の中のエッセンスだけを入れさせていただく予定ではありません。

(小塚座長)

分かりました。それでは報告書に入れるという意味ではあまり気を使わなくてもよくて、ただ、この資料自体はたぶん会議資料として公開されますので、公開前にこの表現ぶりは考えることにしてください。

(事務局)

はい。ありがとうございます。

(小塚座長)

ご指摘ありがとうございました。そのほかご発言などいかがでしょうか。

(今林委員)

今林です。ご報告をまとめていただきありがとうございます。消費者アンケート結果について勉強になりました。細かいところですが、資料 3 の 45 ページ、個人情報を含むデータの管理の強化に関する意見にデータを集めることに対する不安となっているところ、個人情報の枠に書いてある個人を特定できてしまう問題というところに、違和感があつてのコメントになります。

例えば、データを集めることは、今の時代においては、ユーザーを知ること、顧客を知ることなので、これを制御する方向に走ってはいけないなど。それは結果的に AI が普及されない社会になってしまうので、データを集めることに関しては正しいこと、顧客を知

るということだと思います。よってサービスが提供できるので、顧客も便利になるということなので、（データを集める事へ不安という意味を）踏み間違っはいけないと思います。

あと一つ、ビッグデータ化によって個人を特定できてしまう問題のところですが、これも個人を特定できてしまうことが問題ではなくて、個人を特定できてしまうことによって、その個人が、例えば企業の内部の人に、私の情報が知られてしまうなどのいわゆるプライバシー侵害になること、それを他者にデータ連携するといったところに対して、個人情報漏洩となるところ、に対する問題だと思います。個人を特定できてしまうことは、ある意味逆を返せば、その個人に対してパーソナライズされた経験、体験を提供できるので、これはいいことだと思います。

そのため、特定できてしまうことを問題とするよりも、特定できてしまったものを扱う人の業務プロセスの問題なのか、目視をしてしまうところに対する問題が実際はあるのかと。その気持ち悪さから個人データ提供がはばかれるのかなと思っています。ここの「特定できてしまう問題」と言うと、言葉が先行してしまうのかなと思うので、それによる実際の課題に対してどう対処するかという方向に議論される方向になればいいかと思っています。表現も、それを意図したことはないと思うのですが、重要なのかなと思っています。コメントになります。以上です。

（小塚座長）

ありがとうございました。非常にデリケートな問題ですが、せっかくですので、構成員の皆さま方、今の点について何かご発言などございますか。

一方では、確かにデータを集めていくからこそ、個人の選好といいますか、好みに合わせたサービス・商品が提供できるという面はある。しかし、ここで言われていますように、個人情報ではないというデータを集めることによって、実は個人情報を集めているのと同じことが起こってしまうけれども、法律的にはそれは網から漏れてしまう。日本の個人情報保護法では、いわゆるプロファイリング自体は規制されていないと理解していますので、そういうことになるというご指摘だと思いますが。いかがでしょうか、ほかの皆さま方から何か今の点についてご意見がありますか。

(増田委員)

今おっしゃっていただいたとおりだと思います。ビッグデータのマッチングすることによって個人が特定できるということを消費者は心配しているのではなくて、個人を特定できたあとに、それを第三者が利用するとか、社内の管理がずさんで社員がほかの形で利用するとか、そういうことがあってはならないということをお願いのだろうと思います。

ですので、例えばこの情報を取り扱う人が特定の人であってほしいとか、誰でもが見られるような状況に置かないとか、もちろん社外とか関係しないところには出さないとかというのは当たり前ですが、誰でもが見られないような状況というものをちゃんとしていますよというようなメッセージが伝わるのが安心につながるだろうと思います。以上です。

(小塚座長)

ありがとうございました。そういうことだとすると、今林さんのご指摘と同じことで、要するに個人情報としての扱いが、実質的にはそれと同じであるにもかかわらず行われないうことの問題ということですね。ビッグデータ化によって個人情報に相当する情報が事業者に収集されてしまうことの問題だと思いますが、そのようなことでよろしいでしょうか。では、そのように修正しておいてください。お願いします。

そのほかいかがでしょうか。アンケート結果についても、報告書骨子(案)についても、どの点からでもご指摘をいただけましたらと思います。

(入谷委員)

入谷でございます。よろしいでしょうか。アンケートの調査結果概要や 46 ページを見ますと、人間中心の AI 社会原則で掲げられている原則と大きな枠組みでは同じような内容について、それぞれの消費者の方が意見を出されているように思います。

こちらのアンケートの目的が、もともとは消費者に対して AI をよりうまく使っていたくために実態調査をして、実効性のある啓発ができるハンドブックをご提供していこうというところで実施したものですので、まずワーキンググループの報告・提言の中身はそのところが中心になるのではないかと考えます。アンケートの中で、AI 社会原則に掲げられているような点についてもこういう意見があって、今後、事業者も含め社会が AI をうまく使っていくために考えていくべき材料として、アンケート結果からこういうことが発見されたというところまでが本ワーキンググループのとりまとめとなるように考えられ、こ

ういう制度があるべきとか、こういうルール化をすべきというところはなかなか書き難いのではないのでしょうか。以上です。

(小塚座長)

貴重なご指摘をありがとうございます。消費者庁の所管の部分については制度的なこともいろいろ書けるのですが、それを超える部分については今のよう形で、アンケートから窺われる、それでいて結局 AI の利用を社会に広めていくために必要なこととしてまとめるということで。事務局も大丈夫ですね。

(事務局)

はい。

(小塚座長)

ありがとうございます。そのほかいかがでしょうか。報告書の作り方については、今お示しいただいた骨子でよろしいでしょうか。お聞きしたところではⅢの消費者が備えるべき AI に係る知識という部分が本体というか、このボリュームが厚くなりそうですが、この整理の仕方も含めて、このような形でよろしいでしょうか。ぜひご意見をいただけましたらと思います。

先ほど事務局から、このタイトルがこれでいいかというようなことをおっしゃっていたのですね。どういうことを考えているのですか。

(事務局)

Ⅲは「消費者が備えるべき AI に係る知識」と書いているのですが、この中身が実は消費者が備えるべき内容と AI を取り巻く動向についても書いてしまっているので、タイトルが AI に係る知識というだけなのかなというところがありまして、ここはちょっと修正が必要かなとは問題意識を持っております。

(小塚座長)

ここに、むしろいろいろなことが書いてあるのですよね。この辺りもぜひお知恵をいただきたいのですが、いかがでしょうか。どなたか、Ⅲはこういうタイトルにしたらいいの

ではないかとか、一つではなくて分けたほうがいいのではないかとか、いろいろな考え方があり得るかと思いますが、いかがでしょうか。確かに、ここに書いてあることは、消費者が備えるべき知識ではないですね。

(事務局)

まとめとして最後に入れてくるのはそうなのですが、それまでの外郭というか背景的なところから含めて定義を含めて記載をしているので、もう少し。かといって動向だけでもないのかなと思いはしているところがございます。

(小塚座長)

委員の皆さま方にプレゼンいただいた内容もここに入っておりますので、ぜひ、プレゼンをしてくださった先生方、これはこういう感じで受け止めてもらうといいのではないかなというようなご提言はありますでしょうか。

(増田委員)

タイトルですが、おっしゃられていたとおり、AI をめぐる動向というものが半分占めていますので、それを入れたらどうかと思います。AI をめぐる動向と消費者が備えるべき必要な知識みたいな形でタイトルを作られたらどうかと思うのですが。もしくは二つに分けるかですね。以上です。

(小塚座長)

ありがとうございます。動向のことは確かにⅢの 1. で書いてあって、その次のⅢの 2、Ⅲの 3 あたりは確かに消費者が備えるべき知識ですよね。ただそのあとに、さらに利便性と課題とか、法的救済とか、こういう話まで入ってきているのですね。その辺りをたぶん事務局はお悩みなのですが、増田さんの印象としては、法律の話などは南先生が話してくださった内容も書かれていますが、それも含めて消費者が知っておくべき知識ということでもいいかなという感じですか。

(増田委員)

この法的救済の部分については、消費生活相談員としては必須だと思っています。何か

トラブルがあったときの基本的な考え方になりますので、これを踏まえた助言が必要になるかと思えますから、消費者も理解してもらいたい部分だと思えます。ですので、これは入れていただきたいのと、むしろこれはⅢを二つに分けるというのもいいのかなという気はします。以上です。

(小塚座長)

ありがとうございます。Ⅲが盛りだくさんすぎるのではないかなという気もしますが、この辺りで、プレゼンいただいた南委員や高木委員はいかがですか。動向の話と AI に関して。

(高木委員)

高木ですが、よろしいですか。私は 1 から 4 までと 5 から 6 で分ければいいかなと思って読んでいて、5 から 6 がもともとの、要は取りまとめの方向性と実際に取りまとめの内容ということで消費者が身につけるべきことについてということで、そこを消費者が身につけるべきことについてという話で、そこよりも前の部分は前提・背景情報になってくるのではないかと思っておりました。

(小塚座長)

ありがとうございます。二つに大きく分けられるのではないかという今のご指摘ですが、確かにそんな感じもしますね。これについて、ほかの委員の皆さま方から何かございますか。南委員や今林委員がプレゼンして下さったことが今の分け方という前半に入ってきていますけれども、いかがですか。

(南委員)

4. の法的救済というところは、私のプレゼンでいうとロボット掃除機を例にした物理的に何か安全に被害が生じるような場合についてのところだと思うので、ここの点については、こういった記載でいいかなと思っております。

(小塚座長)

ありがとうございます。今林委員にお話しいただいた点はその前に入るのですね。AI

の利便性の課題のところに入るという感じですね。この辺りについて、今林さん、このまとめ方、それから整理の仕方としても、背景事情のようなまとめ方でよろしいですか。

(今林委員)

現状の文章のもので問題はないかと思ってあらためて読んでいたのですが、現状、問題ないと思っています。思いつき次第またお話しさせていただきます。

(小塚座長)

ありがとうございました。そうしますと、Ⅲを大きく二つに分けて、前半は何でしょうか。消費者政策にとっての AI という感じですかね。消費者政策という文脈で見たときに AI というものをどう位置付ける。もちろんその中には AI とは何かということも含めて入ってくる。

この 5 と 6 の辺りが AI について消費者が身につけるべきこと。大きくいうと、そんな感じですかね。そして消費者が身につけるべきことを受けて次にハンドブックを検討しましたと、こういう流れですかね。もし皆さまにそれでお認めいただけるようでしたら、そのような形に少し分けなおしていただきますけれども、いかがでしょうか。

(増田委員)

賛成します。

(小塚座長)

ありがとうございます。ほかの皆さまもよろしいですか。何人かうなずいてくださっている方もいらっしゃるのでは、それでは、そういう形で整理をしてください。お願いします。

そのほか、このアンケート、骨子案を通してご意見のある方いらっしゃいますか。特に骨子案はこれを基にしてあと 1 カ月で事務局に報告書を書いていただいて、次回いきなりそれが出てきますので、今のうちに大きなご指摘があれば、ぜひおっしゃってください。おおむねよろしいですか。ありがとうございます。

それでは次に進ませてもらいたいと思います。次は、本日の議事で言いますと、⑥ハンドブックの広報・周知策についてということです。これも実は報告書の最後のほうに入ってくることでありますが、まず事務局からご説明をいただきたいと思います。よろしく

お願いします。

(事務局)

それでは、資料 5 に沿って説明をさせていただきます。ハンドブックの広報・周知策についてですが、資料 5 の 1-2 ページ、消費者教育に係る主な普及方法ということで、一般的にとられている方法について列挙させていただいています。今時点で、どの方法でなければとか、どの方法を確実にやろうというところの決めはありませんので、こちらをご参照いただきながら、のちほど皆さまのご意見をいただければと思っています。

基本的には、いろいろな自治体様や省庁様でやられている啓発としては、主に対象者別にツールをどれにするか、伝達媒体をどれにするかというような検討をされているところかなと思います。啓発対象としても消費者そのもの直接ということもありますし、教員、高齢者を見守る方、相談員といったところも対象になってくるということかと思っています。

具体的に、こういったことではあるのですが、例として実際にどんな取り組みがなされているのかというところを東京都様の例を参照として事例を掲載させていただいているのが 3 ページ目以降です。東京都様では情報提供・被害防止、消費者教育事業、活動支援・協働といったところの活動に分けてそれぞれ取り組みをされているところではあります。

主には今回関連するところとしては、消費者教育事業といったところが中心にはなるのかなと思っていますけれども、この中で特にセグメント別のアプローチを 1-4 以降に記載しています。

まずは東京都様の場合の若者の消費者被害の防止の取り組みですが、若者向けの場合には、若者がわりと多く集まるようなイベント、大学などの新入生向けガイダンスなどで普及啓発をしていく。今の時期ですとイベントがどうかということもございますけれども、そういった取り組みがあるというところではあります。あとは企業の新入社員向けの研修などがあります。あと、1-4 ページの右下のところに書いてありますが、SNS、ツイッターやフェイスブックなどを活用した情報発信も若者向けには効果的ではないかということで取り組みをされているようです。

次の 1-5 ページが高齢者向けの消費者被害の防止策を記載しています。こちらについては高齢者直接というもののほかに、見守る方、ホームヘルパーの方、ケアマネージャーの方、あとは高齢者の方々が集まるサロン、浴場、介護施設などで取り組みをしていくとい

ったところ。あとは、やや特徴的なこととしては、生活協同組合様などと連携した取り組みも見受けられます。

1-6 ページに、宅配業者と連携した注意喚起情報を記載しています。高齢者向けなので、どこかに集まってもらうことも難しいということもありますし、確実に見ってもらうといったところをどう実現していくかを考えたときに、東京都様の場合はいくつか連携されている事業者がありまして、リーフレットも直接声を掛けながら配布をするというような取り組みもされているようです。紙媒体が中心になっているところが高齢者の特徴です。

1-7 ページが子供の安全の確保の取り組みです。この場合は家族連れがよく集まる場所、例えば東京消防庁の防災館や東京都の消費生活総合センターなどを活用したり、商品見本市のような場を活用したりといったようなことをしている。あとは都内の保育園や幼稚園等に配布するとか、そういった形の連携をしながら周知を図っているということです。

次の 1-8 ページ以降が消費者団体における消費者教育の取り組みのところを一覧でまとめています。一般消費者向けのものもございますし、団体の構成員向け、あるいは見守りをされる方々向けへの対応もございまして、方法としても最初に整理をしたような SNS を活用する方法もあります。出前講座やラジオで放映する、シンポジウム・セミナーをする、メルマガみたいなもので情報発信するなど、さまざまな方法がとられているところです。

本日は、今回のターゲット層、アンケート結果など、もともと AI は既に使っているもののあまり十分な知識がない消費者といったところで、こういったアプローチがいいのか、すべきなのかといったところのご意見を皆さまからいただければと思っております。

(小塚座長)

ありがとうございました。それでは、ハンドブック、リーフレットをどういう形でこれから使っていくかということについて、ぜひご自由にご意見をいただければと思います。今の資料 5 は一つの議論の参考ということですね。

(事務局)

そうですね。

(小塚座長)

ということですので、これも踏まえてご意見をいただければと思います。いかがでしょうか。それぞれのお立場から、ぜひご意見を頂戴できればと思います。

(増田委員)

基本的なところですが、この周知活動をするにあたっての予算というか実施主体というか、この辺のところをまずお伺いしたいと思います。印刷するのであれば費用も掛かりますし、それを自治体に任せるのか、消費者庁が出すのか、また講師などはどこが実施して、その費用をどうするのかとか、その辺のところをまず教えていただければ。

(小塚座長)

ありがとうございます。これは消費者庁に伺ってよろしいですか。お願いします。

(内藤課長)

特に予算の制約は設けないと言うと誤解を与えそうなのですが、いただいた提言を踏まえて可能な範囲でしっかりやっていきたいと思っています。無制限にイベントをやるとか啓発資料を配るとことはさすがに難しいと思うのですが、そこは重点的にというか戦略的にというのでしょうか、提言内容を踏まえてしっかり取り組んでいきたいと思っています。

(西野委員)

関連してお伺いしたいのですが、これまで消費者庁さんのほうでもいろいろなハンドブックやパンフレットを作られてきていると思いますが、その周知はどんな形で行われていて、効果がどうだったかというところをぜひ共有いただけると議論が進むのではないかと思います。ご説明をお願いしますか。

(小塚座長)

お願いしますか。

(内藤課長)

消費者庁政策課です。今回資料の 5 に書いてあるようなことは、現在消費者庁でも実施をしているところです。イベントを使った普及啓発。チラシの配布については宅配事業者をお願いするというのがございましたけれども、おとし架空請求の事案が急増した際には、宅配事業者、宅食の事業者をお願いして配ってもらったりしておりました。

普及啓発のことは親会のほうでも議論はしているところですが、単発的であまり戦略的にはできていないという指摘をいただいております。今回、資料 5 のほうで東京都の例をご説明していただいたところですが、東京都ではプロフェッショナルを雇って戦略的に、PR 会社をお願いして実施しているところは消費者庁の取り組みと違っております。そういったところをもう少し戦略的にやればいいのかという指摘をいただいております。これについては親会で、同じタイミングで報告書取りまとめの作業をしているところですので、そういう戦略的な広報のあり方についての取りまとめも予定しているところがございます。

(小塚座長)

ありがとうございました。西野委員、増田委員、ご質問、ご疑問は、解消しましたでしょうか。

(増田委員)

はい、分かりました。ありがとうございます。ついでのよろしいでしょうか。まず、ハンドブックというよりはリーフレットのほうの印刷物が一般消費者の方の手元に届くといいなと思うのと、ただそれを渡すだけだとたぶん読まないし、理解も十分ではないと思いますので、例えば渡すのと同時に講座を実施するというケースが一番いいとは思いますが、今このような時代ですので、講座もオンラインでのコンテンツを作って、それを自治体のほうで流しながら一般の県民に見てもらおうとか、何かそんなルートがいいと思います。

私どもはたくさんの講座を実施していますが、東京都から年 300 件の講座を受託していたり、各自治体から 10 件ぐらいずつ受けたり、あと私どもの実施事業で無料の講座を 200 件ぐらいやっていますので、そういう中で、冊子とかコンテンツをいただければ、私どもの無料の講座で全国で展開ができます。それは私どもだけではなく他の消費者団体も可能かと思えます。一般の講座ですと講師養成が必要になってくるのですが、コ

ンテンツがあれば、それに基づいて可能かなとも思います。一案ですけれども、以上です。

(小塚座長)

大変前向きなご提案をいただきまして、ありがとうございます。その他の皆さま方からもどうぞ自由に、前広にご意見、ご提案をいただきましたらと思います。いかがでしょうか。

(西野委員)

消費者庁さんの説明は、いまひとつ私は理解できなかったのですが、今回メディアとして用意されるのは、データのファイルと紙の媒体がメインになるんですかね。それぞれどういうターゲット層というか、取りまとめた内容を届けたいのかというところをもう少しクリアにした上で、そのユーザー層に届ける、リーチするために、どういうアプローチでやっていったらいいのかということクリアにしていったほうがいいような気がするのです。

例えば本当に AI の知識がなくて、AI 絡みのトラブルに巻き込まれないような人たちは、どうなのでしょう。全般的に IT リテラシーがそんなに高くない人たちが多いような気がしますし、そういう人たちに「オンラインの消費者庁さんのウェブサイトにもパンフレットが出ていますから、それを見てください」と言っても、たぶん見られない人たちだと思うのです。そういう人たちに今回の取りまとめ内容を届けたいということであれば、その人たちにどうやってアプローチするのが有効なのかという議論をしていかないといけないと思いますし、その辺りをもう少ししっかりと整理した上で議論をしていったほうがいいかなと。

(小塚座長)

ありがとうございました。パンフレット・リーフレットのターゲットという意味では、まずお作りいただいている事務局で、どのようなタイプの人をターゲットとして念頭に置いて今作っているかという辺りはいかがですか。これは何度も議論になっているのですよね。

(事務局)

今まではわりと話題に上がってきたのは、ミドルとか高齢者層が中心なのかなと思っておりまして、その中で IT リテラシーが必ずしも高くないといえますか、AI のことをそれほどよく分かっていない方々中心ということで想定をしまして、そういう意味では、事務局側の想定としては、オンラインでどうこうというのがあまり得意ではない方々なので、もしかしたら紙媒体あるいは、リアルで何らかの講座とかということが可能な状態になれば、そういった形がいいのかなという印象は受けております。

(小塚座長)

消費者庁の取り組みということで先ほどいろいろなことをやっていますとおっしゃったのですが、消費者庁が一般的に政策を展開されるときに、取引について非常に知識のない人がターゲットのこともあると思いますが、そうではない、例えばある程度興味があって使ってしまうけれども本当の専門的な知識がない人とか、いろいろなターゲットがあり得るわけでしょうか。

(内藤課長)

ターゲットは当然いろいろでございますので、例えば高校生に対しては、「社会への扉」を以前ご紹介したかもしれないのですが、今回のリーフレットレベルのものを、主として高校の家庭科で授業をして、学生の方に勉強していただくというやり方をしております。

先ほど架空請求の関係で宅食と申し上げましたが、お年寄りなどが架空請求でだまされやすいというようなことがございますので、そういうお年寄りのご家庭にリーチできるという意味で宅食事業者の方にチラシの配布をお願いしており、ターゲットに応じて手法、ツールを変えて取り組みをしているところです。

(小塚座長)

ありがとうございます。いかがでしょうか。今回のリーフレットとハンドブック本体ともややレベル感が違いますし、アンケートを見ていまして、全く AI のことは分かりませんという人よりは、むしろ興味はあるけれども実はよく分かっていないという消費者が危険なのではないかという印象もありますし、そういう意味で、どの辺りのターゲットに

どういうリーチをしていったらいいかという問題は確かにあろうかと思いますが、むしろ皆さま方から、きょうのところはとりあえずアイデアといいますか、自由にご発言をいただいて、こんな感じだとか、こういう人だったらこういうリーチの仕方があるとか、いかがでしょうか。いただいたご意見を、あとはこちらで相談していただいて、できないことはあると思うので、それは次回までに整理させていただくとして、とりあえず今日は皆さまから自由にご意見をいただけますでしょうか。

(入谷委員)

高校生対象で、若年層のところが私としてはイメージがしやすかったのですが、啓発、勉強という形で見せてしまうと、QRコードを読み取ってわざわざ勉強しようかというところで、そこにハードルが一つあるのかなと考えています。QRコードでコンテンツに飛ぶのであれば、例えばゲーム形式にして、自らの理解度を確認しながら理解が少し違っていたところも確認できるような、そういうゲーム的な要素を入れることも考えられるのではないかと思います。以上です。

(小塚座長)

ありがとうございました。そのほかいかがでしょうか。

(市浦委員)

私の個人的な考え方かもしれないですが、ちょっとご意見というかアイデアです。私は山形大学のほうにいまして研究をしているのですが、実際、ITリテラシーを考えた場合に、私は農学部におりまして、非常に高くないということがあります。実際、私は研究でAIを使っていろいろなシステムを作っていますが、現状、入っている学生を見ると、やはり全くリテラシーは高くなくて、それを一つ一つ説明をしながらITリテラシーを高めるということをやっているのですが、地方大学のいいところは、地方の一般の方々向けにも公開講座みたいなことをやっていますので、現に私もAI勉強会みたいなものを無料でやったりとか、そういったことをやったりして、非常に好評というか、皆さん説明を聞くと非常に分かっていただけるということがあります。

今回の流れで、かなうかどうか分かりませんが、特に地方大学はフレキシブルにそういう一般の方々向けの講座もできますので、コンテンツをいただければ、私のほうで

講師をするなりして、皆さんにどういう反応があったかということを実際にフィードバックさせていただいて、今回のリーフレットプラス説明を加えることによって、このぐらいのリテラシーなり知識が高まったということが少し具体的に見えるような事例ができれば、ご協力できればとは思っています。以上です。

(小塚座長)

これも非常に前向きのご提案をいただきまして、ありがとうございます。そのほかいかがでしょうか。

(増田委員)

複数の自治体から、こういう時代なのでオンラインの一般消費者に対する講座を行いたいという相談を受けています。その中で、どういう企画をするかというところから打ち合わせを今しているところです。高齢者だけではないです。オンラインでやれば今まで高齢者しか集まらなかったような講座が夜でも見られるということで若い方も見る可能性もあるということで、さまざまなテーマで企画をすることもできるのかなとも思っています。

きょう、こういう素材をいただきましたので、それを提案してもいいかなとも思います。もちろん県民には、このリーフレットを配布し、10分か15分程度のコンテンツになると思うのです。10分ぐらいでいいと思うのです。もし作っていただければ一番いいですけども、そうでなければ私どもで作るというようなことが一つ考えられます。

それとハンドブックに基づいた消費生活相談員に対する研修もぜひ企画していただくとと思います。出前講座が全国、自治体のほうで行われていますので、そのときに消費生活相談員が講師となります。要素だけでもいいと思うのです。丸々1時間しゃべるのではなくて、いくつかの要素の中で、こういうことがエッセンスとして入れればいいのかなと思いますので、そんなことも考えられるかなと思いました。以上です。

(小塚座長)

ありがとうございました。直接消費者向けとしてはオンラインの講座のコンテンツ、それからむしろ消費者に話をする相談員の方向けの研修講座のようなもの二つご提案をいただいたところです。どちらも非常に有効だろうと思いますけれども、そのほかいかがでしょうか。オンラインのコンテンツといたしますと、今日も確か YouTube 配信しているんです

よね。YouTubeに出すとか、別の役所でYouTubeに出した啓発ムービーが非常にバズったという例もあるようですので、そういうのもいいかもしれません。

ほかにご提案とかアイデアをお持ちの方いらっしゃいますか。

(今林委員)

いろいろと打ち手はあると思うのですが、予算も限られる中でというのが実際のところだと思います。例えばですが、先ほどの大学や高校の教員を介して伝える、そのリアクションをもって、実際どこが分かりやすかった、分かりにくかったかなど、サブグループごとにレスポンスを収集していくというスキームは今後のアップデートに非常に重要だと思うので、できるところはそういったことも良いかと思います。

例えば極端な例を出すと、全国一斉に郵送するというのもあると思うのですが、それを一気にやるのはレスポンス収集においては非効率的のため、東京都の世田谷区といったように物理的に限って、その地域の反応をみる。例えばこれを見たあとに、どういった実際の被害があるかとか、どういったスマートスピーカーを使っているかとか、ここに意見を寄せてくださいという形で、フィードバック率と実際のコメントというものを集めてみる。若者が多いのだったら渋谷とかに絞って出してみるなど地域を区切る。ABテストのような形でスモールスタートするというのはあるかと思います。

その他、最もレスポンスが取りやすいのはどこかと、誰が出来上がった本冊子に対して反応してくれるかで考えると、例えば今回アンケートに協力してくれた人。その方々に対して、これは皆さんの声になりましたよと案内する、その人たちに見てもらおう。それを何らかツイッター上で拡散してもらおう形を考えたりすると、最も反応がもらいやすいところから口コミのような形で広がっていくのかなと思います。

そういったまさにAIに興味があって、今回アンケートに答えた方は、それがフィードバックされるとうれしいと思いますので、目を通すと思いますので、コンバージョンが高そうなところからセグメンテーションを細かくして打ち手を実施するのがいいのかなと。

そのフィードバックをもって、今度はこの地域も同じような特性の人たちがいるから打ってみようという視点で考えていくと、データ収集しながら、アップデートしながら、一番予算的にも効率的に伝えていけるのではないかと思います。少し理想論もあるのですが、ステップのイメージとして。以上です。

(小塚座長)

ありがとうございました。確かにそうですね。まずセグメントを決めてフィードバックを見ながら。確かに AI の素材にはふさわしいアプローチですね。

そのほかいかがでしょうか。何かアイデア、思いつきなども。

(高木委員)

今回、消費者の方へのメッセージということで作っていただいているのですが、実は企業にとってもうれしい情報ではないかと私は思っています。企業としては、AI を賢く使ってもらうために消費者にこういうことを知ってほしいと考えるのではないかと。あとは、こういうことをやれば自分たちの商品を正しく使ってもらえるんだよと、そういったメッセージにもつながると思っています。

極論になるかもしれませんが、企業を通じて（今回作成する消費者向けメッセージを）注視してもらうのは一つの手なのではないかと。できるかどうか分からないのですが、自分たちの商品を正しく使ってもらうのは企業にとってはすごくありがたいことではないかと思われるので、そういった活動に資するものになるといいのではないかと思っています。

(小塚座長)

ありがとうございました。企業を通じてむしろ消費者にアプローチするというのは、確かに今までの消費者政策であまりないかもしれません。坂田委員はいかがですか。あり得ないことではないですか。

(坂田委員)

はい、一般の消費者様を対象に事業を行っているケースですと、そのような形もあり得るのではないかと思います。

(小塚座長)

ありがとうございます。そうすると業態次第であり得るという感じですかね。

西野委員、どうぞ。

(西野委員)

企業を通じての周知という意味では、たぶんこれまでも消費者庁さんが作られているガイドブックとかでもやられたケースがあると思うのです。内容にもよると思うのですが、一般的には業界団体とかを通じて普及啓発の協力を呼び掛けたりという取り組みをこれまでもされていると思いますので、そういう流れの中で今回もやっていくのはありだと思ふ。

(小塚座長)

ありがとうございます。それでは、内藤課長。

(内藤課長)

今西野委員がご指摘いただいたことについて、例えばシェアリングエコノミー、シェアエコの関係ですと、「シェアエコの歩き方」という今回のリーフレットののようなものを作成しています。これはシェアエコ協会様に監修をいただいて、消費者団体等以外にもシェアエコ協会様の方でもご活用いただいているという意味では、民間の企業様と協力連携して取り組んでいるというような事例でございます。

(小塚座長)

ありがとうございました。既に先例もあるということですね。西野さんにご発言いただいたついでに、先ほど私は YouTube というような言い方をしましたけれども、LINE の SNS などのツールで、例えばショートムービーをこの資料を使って作ったときにユーザーに見てもらおうというような、そういう仕掛けは何かありますか。メッセージのやりとりとか何かの間に入ってくるタイムラインとかですかね。

(西野委員)

LINE を通じてメッセージを送ったり動画を送ったりというのは当然機能としてはありますが、LINE を媒体として使うということでしたら、消費者庁さんとしての公式アカウントを LINE 上で開設していただいて、その上で、今回の AI のハンドブックだけではなくて消費者庁さん全般の施策についての周知を行っていくことがたぶん一番いいアプローチではないかと思ふ。

(小塚座長)

なるほど。ありがとうございます。それについても消費者庁から。

(内藤課長)

昨今のコロナの関係ですと、消費者庁のコロナ対応のLINE公式アカウントを設置しまして、プッシュ型の情報発信をやらせていただいております。だいたい今5万超の友だち登録がありまして、そういう意味では非常に有効な発信手段にはなっていると思います。

リッチメニューで情報発信するとなりますと今のリーフレットの分量では多すぎますので、いわゆるチラシサイズのイメージを作ってメッセージ発信するやり方があるのかなと思っています。現状コロナの関係ではそのような取り組みを行っているところです。

(小塚座長)

ありがとうございました。いろいろそういう実例があるということだと、選択肢もまた広がってきます。

そのほかに何かこういうアイデアがあるという方いらっしゃいますか。それでは、きょうはいろいろなご意見をいただいたということで、事務局と消費者庁のほうでよく調整していただいて、次回に皆さまに、またワーキンググループとしての考え方を固めていただくための原案、たたき台をお出しできればと思います。よろしく願いいたします。

それでは、以上で本日の議論は終了とさせていただきたいと思います。最後に次回の日程につきましてご案内いただきたいと思います。よろしく願いします。

(事務局)

本日はご議論いただきましてありがとうございました。次回ですが、7月6日月曜日の1時から3時の開催予定としております。開催方法につきましては、決定次第あらためてご連絡させていただきます。本日は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した。

(小塚座長)

皆さん、ありがとうございました。

— 了 —