

消費者のデジタル化への対応に関する検討会 AIワーキンググループ 報告書概要

検討経過

開催年度	回数	開催日	議題
令和元年度	第1回	1月31日(金)	- 消費者とAIをめぐる状況について - 今後の検討事項及び検討の進め方 - その他
	第2回	3月16日(月)	AIに関する基礎的リテラシーの整理(総論)
令和2年度	第3回	4月27日(月)	AIに関する基礎的リテラシーの整理(各論)
	第4回	5月25日(月)	- ハンドブック素案について - その他
	第5回	6月15日(月)	- ハンドブックについて - 報告書素案について - ハンドブックの周知方法について
	第6回	7月6日(月)	報告書について

消費者のデジタル化への対応に関する検討会

AIワーキンググループ

委員名簿

(敬称略、氏名五十音順)

	氏 名	所 属
	市浦 茂	株式会社ViAR&E 代表取締役
	今林 広樹	EAGLYS株式会社 代表取締役社長
	入谷 浩之	SOMPO未来研究所株式会社 主任研究員
○	小塚 莊一郎	学習院大学 法学部 教授
	坂田 一拓	日本電気株式会社 AI・アナリティクス事業部 事業部長代理
	高木 幸一	総務省 情報通信政策研究所調査研究部 主任研究官(第5回まで) 株式会社KDDI総合研究所 フューチャーデザイン2部門シニアアナリスト(第6回)
	西野 茂生	LINE株式会社 グループ渉外室 室長
	増田 悦子	公益社団法人全国消費生活相談員協会 理事長
	南 知果	法律事務所ZeLo・外国法共同事業 弁護士
	山本 和彦	一橋大学大学院 法学研究科 教授

○印：座長

AIをめぐる政策動向

年月	文書	概要
2019年3月	「人間中心のAI社会原則」	• 社会が遵守すべき原則について記載。 • 開発者や事業者が、それぞれにおけるAIの開発利用原則の策定を期待する旨の記載。
2019年8月	総務省AIネットワーク社会推進会議「AI利活用ガイドライン」	• 「人間中心のAI社会原則」に記載された、「各事業者における開発・利用原則」を策定する際の解説書として策定されたもの。 • 消費者的利用者に参考としてもらうためのメッセージも記載されている。

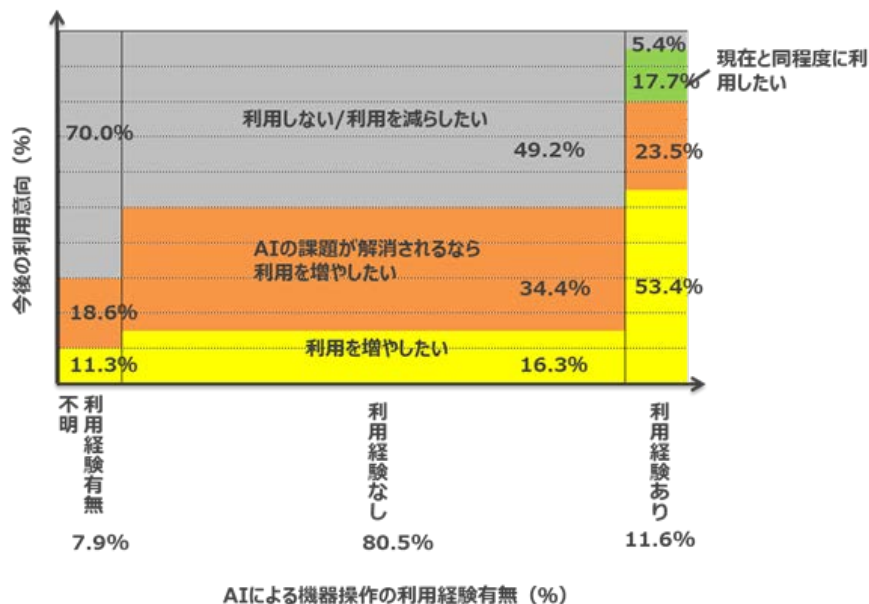


一部、AI利活用時の留意事項の記載が見受けられるものの、消費者が、具体的な行動に結びつけることができる情報として整理されている情報は多くない。

AIと消費者の関係

特段の対応をとらない場合、AIを使いこなす消費者と、使わない消費者の二極化の懸念がある。

- AI製品・サービスを利用する消費者は、1～3割程度に留まる。
- 利用経験のある消費者は、今後の利用を増加させる意向の割合が高く、利用経験のない消費者は今後も利用しないという割合が高い。



(引用) 消費者アンケート(AIによる機器操作の利用経験と今後の利用意向)

必要な対応

消費者向けのわかりやすい説明

- 「技術的に詳しくない層にもわかりやすく説明してほしい」、「難しいカタカナ文字の説明は分からない」という消費者の声。

セキュリティやデータの目的外利用への懸念の払しょく

- AIを利用する上での課題は「データを提供すること」そのものよりも「セキュリティ」や「データが目的外に利用されてしまうこと」と考える消費者が多い。

ワーキンググループにおける議論

①AIの利便性とリスク

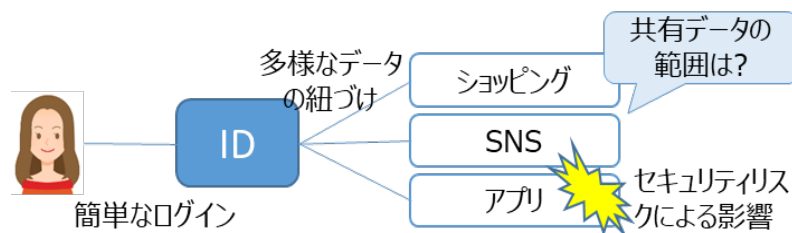
想定される利活用	想定される便益	想定されるリスク
人の在・不在、居場所に応じたエアコンの運転や温度・湿度の自動調整	- 快適な空間で生活可能に。 - 電力消費の削減やピークカット/ピークシフトが実現。	在宅・不在や生活習慣等に関する情報が明らかになりプライバシーが侵害されるおそれ。[プライバシー]
子供や高齢者などの見守り支援	- 安心して外出可能に。 - 就労・地域活動等への参加が容易に。	ロボットの想定外の動作により、子供等が怪我をしたり、家具が壊れるおそれ。[安全]
執事ロボットによるおすすめの新商品の紹介、テレビ番組のレコメンド等	- 手が離せない状況などにおいてニュース等の検索が容易に。 - 見たいテレビ番組を視聴可能。	生活者の趣味・趣向を誤って判断し、必要な情報・関心の高い情報を提供できないおそれ。[正当性・公平性、セキュリティ]
スマートスピーカーによる家電操作、買物	自ら家電やインターネット検索等を行わず、話しかけるだけで家電の操作や買物が可能となる。	- 音声の誤認識により家電を誤操作するおそれ。[安全] - ウェイクワードと誤認識して日常の会話が収集されてしまうおそれ。[プライバシー] - 音声の誤認識によって、頼んでいない商品を購入してしまうおそれ。[誤認識、連携]
生活者の帰宅時間の予測に応じた空調の自動調整や家事の自動化	- より快適な空間で生活可能に。 - 家事の負担を軽減可能に。	- 料理ロボットや掃除ロボットやペットロボットなど異なるロボット間の連携・調整が十分でなく、ロボット同士が衝突したり、破損するおそれ。[連携、安全] - 家事をAIに依存しすぎると、災害発生等でAIが利用できなくなった場合、生活が困難になるおそれ。[役割分担、連携]
健康支援アプリによる食生活の管理と提案	細かなカロリー計算等を自分で行うことなく、健康維持のためのアドバイスや食事の提案等を受けられる。	アドバイスや食事の提案が必ずしも個人の体質・アレルギーや健康状態全てを考慮できず、不適切な提案をしてしまうおそれ[カスタマイズの制約]
AIによる融資審査	借入れをする際、AIによる審査方法により、より多面的な審査を受けることが可能となる。	- 従来借入れが困難だった消費者も借入れが可能となる一方で、過重債務に陥るおそれ[自身による判断] - 審査の根拠が不明な場合、どう改善すれば審査を通過するかわからない[透明性]

ワーキンググループにおける議論

②リスクが生じる要因

データ取得に係る問題

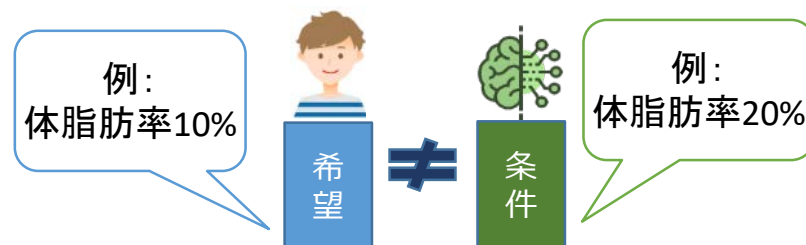
- ID連携等の場合、データ連携先のデータ活用方法が、事業者と異なる場合があり、個人情報保護方針等の確認の必要性。



- センサー等のデータ収集ポイントから情報漏洩してしまうリスクがあることを認識して、どこからどのような情報が収集されているか確認する必要性。

AIの結果と消費者の意図との乖離

- AIの精度が100%ではないことによる場合
- AIの分析が正しくても、AIが良いとする結果と、消費者が良いと考える結果が異なる場合



ただし、「データ」がAIを活用したサービスの基礎であることや、
消費者のデータが「AIを育てる」という観点も必要

ワーキンググループにおける議論

③法的論点を踏まえた課題

想定ケース	法的救済の可能性	消費者における未然防止策
AIと消費者の安全に関する論点 AIを搭載した製品により、家財が壊れてしまった場合等	製造物責任法や民法に基づく損害賠償の可能性を検討する。	• どの程度動作監視を行う必要があるか、消費者から見えていない場所での動作によるリスクについて取扱説明書等で確認する必要がある。
AIと消費者の自己決定に関する論点 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き契約締結した場合等	消費者契約法第4条に基づく取消しや、民法第95条の錯誤取消し等の主張を検討する	• 人間には自動化バイアスがあることや、自ら主体的に情報収集を行う必要性を認識する必要がある。
AIと消費者のプライバシーに関する論点 スマートスピーカーが会話等を取得して第三者に送信してしまう場合等	個人情報の保護に関する法律に基づく利用停止や民法上の不法行為に基づく損害賠償請求の可能性を検討する。	• AIを利用した製品によるデータ収集や利用に当たってのセキュリティ対策への理解を深める必要がある。

ワーキンググループにおける議論

④消費者が身に付けるべき知識・ハンドブック作成

身に付ける べき知識

- 技術的な知識は必ずしも必要なく、AIに何ができて何ができないかという知識をつけることが重要。
- 利便性とリスクの両面のバランスを取った説明が必要。
- AIを利活用した製品・サービスの発展に伴い、消費者が身に付けるべき知識も改訂しながら継続的な啓発を行うことが重要。

ハンドブック の作成



【基本編】

AIの仕組み

特性と制約

AIを活用したサービスの類型等の整理

【利用サービス別のチェックポイント編】

製品・サービス類型別の仕組みや注意点

困ったときの問い合わせ先

データ管理における留意点

要点を抽出した
「パンフレット版」も作成

ワーキンググループにおける議論

⑤ハンドブックを活用した啓発の在り方

消費者向け啓発

対象者	周知方法
若年層	・ ウェブサイトへのハンドブック掲載 ・ SNSによる情報発信 ・ 大学の入学式、オリエンテーション、生協でのQRコード配布等 ・ 楽しみながら学ぶことができるよう、クイズや動画等のコンテンツや、スマホで読みやすくレイアウト変更したコンテンツ等の検討
中高年層	・ 地方公共団体を介したハンドブック(リーフレット版)の配布(自治体窓口や図書館等) ・ 市民講座の開催 ・ 大学の公開講座(住民向けの教育) ・ 各世帯への郵送(単発的な取組に終わらないよう、また、きちんと読んでもらえるような工夫が必要)
AI利活用製品・サービスに関心のある消費者	・ 事業者・事業者団体を經由した周知 ・ オンライン広告(キーワード検索や関連商品を閲覧する消費者への広告)

消費者をサポートする人々への周知

消費生活相談員、学校教員、見守りサポーター等への説明会開催

継続的なハンドブックの更新と、必要に応じて世代別のツール作成等に取り組むことが望ましい。

その他

事業者の取組みと両面からの取組み

消費者のリテラシー向上と事業者の社会的責任は表裏一体の関係にあり、両面からの取組が必要である。

消費者のリテラシー向上を図るとともに、事業者側でも、例えば以下のような取組がなされることが望ましい。

- 消費者からのデータの取得、活用の状況について明示する
- 過去のデータを消去できる仕組みや、AIの判断根拠の説明など、消費者の納得や安心が得られる取組を行う
- 問題が生じたときに誰に何を申し出るべきか、消費者にとってわかりやすい説明、利用規約や取扱説明書のわかりやすい説明を行う