消費者のデジタル化への対応に関する検討会（第8回）

令和2年7月17日（金）

(内藤課長)

第 8 回消費者のデジタル化への対応に関する検討会を開催致します。委員の皆様には、ご多忙のところご出席賜り誠にありがとうございます。

本日は、全ての委員がご出席です。また、本日は Web 会議方式にて開催します。会議の様子はライブ配信を行います。質疑応答、自由討議のやり方ですが、最初に五十音順で出席の委員からのご意見を伺います。一巡した後は自由にご発言をいただく形で進めさせていただければと存じます。

本日 1 つ目の議題、「AI ワーキンググループ報告書について」に関して、AI ワーキンググループ座長の小塚荘一郎学習院大学法学部教授にご参画いただいています。小塚先生、どうぞよろしく願いいたします。

それでは、ここからの進行は山本座長にお願いします。

(山本座長)

本日もよろしく願いします。議事に入る前に配付資料の確認を事務局からお願いします。

(内藤課長)

配付資料は議事次第の下部に記載のとおりです。資料 1 は AI ワーキンググループ報告書の概要です。資料 2 は AI ワーキンググループ報告書の本体です。資料 3 は 2 つに分かれています。資料 3-1 が AI 利活用ハンドブックのパンフレット版、資料 3-2 がハンドブックの全体版です。資料 4 は、本検討会報告書（案）の概要です。資料 5 は、本検討会報告書（案）本体です。以上が本日の資料でございます。

(山本座長)

ありがとうございました。

それでは早速、議事を進めてまいります。本日最初の議題は、AI ワーキンググループ報告書についてです。本検討会では、日常生活における消費者と AI の関わり、消費者に身近な AI の利便性とリスクとを検討する検討会のもとに AI ワーキンググループを設置し、検討をお願いしてまいりました。AI ワーキンググループにおいては 1 月以降 6 回の会合を重ねてご検討をいただきこの度、報告書が取りまとめられたということです。

本日は、この報告書について、AI ワーキンググループの座長をお務めいただいた小塚先生においでいただいておりますので、ご報告をいただきたいと思います。

それでは、小塚先生、よろしく願いいたします。

(小塚 AI ワーキンググループ座長)

学習院大学の小塚です。山本先生からお話がありましたとおり、AI ワーキンググループの座長を仰せつかり、この度、取りまとめが済みましたのでご報告します。

お手元の資料 1 をご覧いただきながらワーキンググループ報告書の概要をお話しします。

資料 2 ページです。このとおり、1 月 31 日から 6 回、会合を開催しました。4 月の第 3 回会合以降はリモート会合で進めました。

3 ページ、ワーキンググループにはここに書かれているような皆さんにご参画いただき、AI の分野、消費者問題の分野にご知見の深い方ばかりでした。

4 ページ、国の AI をめぐる政策動向全体の中で、当検討会の AI ワーキンググループがどのような位置付けであるかを確認させていただきたいと思います。国の政策としては、「人間中心の AI 社会原則」を掲げ、そのような文書を昨年 3 月に取りまとめられています。これは、いわば日本社会と AI についての一番の大原則ですが、その社会原則のもとにさまざまな開発原則、利用原則等を作られることが想定されていて、そのうち、AI 利活用に関して総務省には AI ネットワーク社会推進会議が置かれ、その中で、消費者による利用も含めた利活用について記述があります。

私も、この社会推進会議にも参加させていただいているのですが、その中でも、AI の利用とはどういうことかがいろいろ議論になり、第一義的にいろいろな原則を踏まえて行動を取らなければいけないのは、AI を利用してサービスなどを提供する事業者、ビジネス的な利用者であるという考え方に基づいてこの利活用ガイドラインは書かれています。したがって、消費者的な利用者は、位置付けはされているのですが、利活用の際に何らかの行動規範を求めるといようなことをしない、という考え方で書かれました。

AI ネットワーク社会推進会議も少し前に「報告書 2020」を取りまとめましたが、それに対するパブリックコメントの中で、消費者の問題はどのように扱われているのかといったご意見もあり、それに対しては、その問題は消費者庁で対応しているというような回答がなされたと承知しています。まさに当ワーキンググループはその部分を担ったという理

解です。

5 ページです。それでは、そもそも消費者的な意味での利用者、つまり、消費者にとって AI がどういう意味を持っているかです。

まず、ワーキンググループでアンケート調査を実施しましたが、そうすると、AI を利用している、さらに言えば、かなり使いこなしている消費者が一定数いる反面で、AI の使用に非常に躊躇している、使う意欲が強い消費者もかなりいるということで、二極化の状況が見られるわけです。

そこで、ワーキンググループにおいて座長としての私から申し上げたのは、確かに AI を利用して何か身体的、金銭的な不利益を被るというのももちろん AI に関する消費者問題ですが、同時に、消費者が、AI がもたらすような利便性、あるいは可能性を享受できないこと、これも 1 つの消費者問題ではないか、そういう意味で消費者が AI を賢く使いこなしていけるような環境を整えていくことが消費者政策として必要であろう、ワーキンググループとしてはそのような認識に達して、今回の報告書を取りまとめました。

その中で、ここに 2 つ取り出して書いていますが、1 つは、やはり消費者向けに分かりやすい説明が必要です。一例を申しますと、いわゆる AI スピーカーは、動かすために呼びかけをしますが、これを、専門家の方はウェイクワードと言います。ところが、消費者向けの説明にウェイクワードと書くと、まずそれは何であるか、カタカナの言葉で分からないことを言わないでほしい、と。これは、AI 開発、あるいは AI を使った商品開発をしておられる方々と消費者の間には相当意識の差があるわけです。

今回の報告書に、AI 利活用ハンドブックといったものを添付して取りまとめています。その中で、ウェイクワードと書いて分からないで、本当ならば、「オッケー〇〇（企業名・商品名等）」とか言うと、「AI スピーカーを使うときのあれだ」と多くの方がお分かりになるのですが、今度は「〇〇（企業名等・商品名等）」までいってしまうとこれは商品名が出てきますので、消費者庁の文書には書けません。それで、消費者向けのハンドブックでは「オッケー（ウェイクワード）、テレビをつけて」などとして、その上でウェイクワードとはどういうものかを説明しています。こうすることで、消費者に対して分かりやすい説明を心がけなければいけないということです。

もう 1 つ、消費者アンケートの中で、セキュリティやデータについて非常に懸念がある、それが AI の利用を抑制してしまっているところもあると感じています。これはもちろん個人情報保護法等の問題もありますが、AI と消費者のコミュニケーションの中で解

決されるべき問題であるとワーキンググループでは認識しました。

6 ページです。そこで、まず AI が消費者の生活にどのようなメリット、利便性をもたらすのだろうかということを確認するところから始めたわけです。そのときに、次のスライドにも関わることですが、AI が「こうしたほうがいいであろう」といわば判定をすることと消費者のニーズがずれることがあります。例えば、健康支援アプリのような場合です。これは次のスライドに出てきますが、AI は例えば体脂肪率 20%でいいのではないかとアドバイスを出してきます。しかし、使っている消費者は体脂肪率を 10%にしたい、AI が正しいアドバイスをしてくれない。ここは、おそらくそのような場合は AI の判定のほう医学的にはおそらく健全で、消費者の希望のほう少し行き過ぎている面もあるのだと思いますが、しかし、そのようなことで消費者が AI に対して不満や不信を持つといったことをどのようにコミュニケーションの中で解きほぐしていくかといった問題が認識されたところでした。

同じようなことで、より深刻な問題は、スライド 6 ページの一番下に出てきます。AI が例えば融資の審査をするような場合ですが、これは、AI を使うことで、今まで借入れが困難だった消費者が借入れ可能になる。アメリカなどで最近よく言われているのは、やはり有色人種は借入れなどを受けるときに不利になりやすい。それが、人間ではなく、AI の判定になることでその可能性が広がる。アメリカなどの文脈ではそういうことも分かるのですが、他方で、消費者にとって借入れの可能性を広げることが本当の意味で消費者利益かというような問題も同時にあるわけです。特に、例えば、通常の状態を前提として AI が判定をして借入れ可としたら、突然に今回のように感染症が広がるという中で状況が大きく変わる、そのようなこともありますので、何が消費者利益かということについての判断が難しいことも踏まえつつ議論を進めました。

7 ページです。ワーキンググループで、どのような問題が消費者リスクかを議論したときに、1 つは、既にお話ししたように AI の判断と消費者の意図との乖離、もう 1 つは、データの取得です。AI は基本的にデータを学習しながら発達するというか、賢くなっていくわけですが、消費者はそれを無限定に使われることには非常に躊躇があります。ここも、コミュニケーションの問題と言えばそうですし、説明の問題と言えばそうです。

とりわけ、データ社会の中ではデータ連携ということが出てきますので、消費者はある一事業者に対してデータを渡したという認識でも、実はその背後で複数、あるいは多数の事業者がデータを渡っている、そのようなこともきちんと説明をしないと消費者にとって

は非常に不信のもとになるということです。

それから、8 ページですが、ワーキンググループの中で法律の専門家の先生もおられましたので、AI が消費者に対して被害、損害をもたらしたときの法律的な問題についても整理していただきました。

もちろん、製造物責任法も消費者契約法もそれぞれ非常に重要な法律ですが、同時に、それはやはり一義的には問題が起こってしまった場合の救済の制度です。消費者の利益を考えれば、問題が起きないほうがいいということで、それでは消費者のところで損害が起きない、問題が起きないようにするために、いわば未然に防止するためには何が必要か、そのために必要な説明、あるいは場合によっては消費者として取るべき行動、そのようなことはぜひ消費者に対して伝えていきたいと考えたわけです。

9 ページです。以上のような認識に基づき、消費者向けのハンドブックがあるといいのではないかとということで今回、ワーキンググループ報告書の添付資料の形ですが「AI 利活用ハンドブック」を作り、そこには、先ほど申しました「AI をかしこく使いこなすために」という言葉をその副題として入れています。

ワーキンググループの中で非常に議論になったのは、このハンドブックはどのような消費者を対象にして作られているのかです。単純に考えると、全く AI についてその知識がない、あるいは、使った経験がないという消費者に対して、こういうことに注意して使えば便利ですよ、ということ伝えるのが、AI から得られる利便性を消費者が享受するという本来の目的に照らして非常に重要なことであろうと思われま

しかし同時に、ある程度 AI について分かっているつもり

の消費者が実は、いろいろなところに落とし穴があったり、専門的・技術的な理解には至っていなかったりというようなことで不満を抱き、場合によっては損害を被り、そして AI に対する不信感を持つということがあり得ます。こういうことも認識し、ターゲットを 2 つに分けて、ハンドブックも 2 つバージョンがあったほうがいいのかと、要点のみを抽出したパンフレット版と、そのパンフレット版の内容ももちろん書かれていますが、より詳しい説明などを盛り込んだ全体版の 2 点を作りました。

作ったハンドブックをぜひ消費者行政の中で活用していただきたく、どのように利用していくことがよいか、スライドの 10 ページです。直接的には、もちろんこれは消費者の皆様に見ていただきたい。若年層、中高年層それぞれに、あるいは、AI に関心のある消費者、それぞれのターゲットに応じて、その周知の仕方はいろいろあるかと思

同時に、消費者に直接伝えるだけではなくて、消費者をサポートする方々、例えば消費生活相談員、学校教育で消費者教育を担う学校の先生方、こういう方々にも、あるいは、そういう方々にこそ、このハンドブックをお読みいただき、そしていわば、AI の世界、技術の世界と消費者問題の世界をつなぐ架け橋になっていただく、そういう使い方をしていただくのが実は有効な消費者の理解を深める方策ではないかと考えておりますので、ぜひご検討いただければと思います。

スライドの最後、11 ページです。このハンドブックは、消費者のいわば AI リテラシーの向上ということなのですが、もちろんこの裏側には、あるいは、どちらが裏、どちらが表というのは変な言い方ですが、これと一体として、事業者の側の責任という問題があります。法的な責任の有無とは別に、事業者の社会的、あるいは、まさに AI 開発原則、利活用原則などといった意味での責任、アカウントビリティの取り方といったものもあり、そのような、事業者の積極的な取組もワーキンググループとしては期待しておりますし、また、ワーキンググループに参加しておられた事業者に属する委員の皆様からは非常に前向きなご発言をいただきまして、座長としては大変心強く思った次第です。以上です。

(山本座長)

小塚先生、どうもありがとうございました。

ただ今いただいたご説明について、ご質問やご意見等もあろうかと思いますが、この点については次の議題である、本検討会の報告書（案）とまとめてお伺いすることができればと思います。

そこで、次の議題に移りたいと思います。消費者のデジタル化への対応に関する検討会報告書（案）についてです。

本検討会は昨年 12 月 17 日に第 1 回会合を開催して以来、本日を含めて 8 回にわたって新しいデジタル機器・デジタルサービスが社会に普及し消費生活に影響・変化を及ぼしていることに関して消費者がどのように向き合うべきかについて議論を重ねてきました。本日は、これまでの検討を踏まえて、事務局において報告書（案）を用意していただきましたので、これについて事務局からご説明していただいた後、先ほどの AI ワーキンググループの報告書と一括して質疑応答、意見交換を行いたいと思います。

では、最初に事務局から資料の説明をお願いします。

(内藤課長)

資料 4、資料 5 をお手元にご用意ください。主に資料 4 を用いてご説明します。

資料 4 の表紙の次は「報告書の構成」となっています。4 章立てで構成されています。なお、3 の (1) のデジタルプラットフォームについては前回の会合でご了承いただいたプラットフォーム利用者向けのガイドブック、これは 7 月 1 日に公表していますが、これを報告書本体の別添 1 としているところです。

それから、4 の AI その他の新たなデジタル技術への対応については、本日は重複するのでつけておりませんが、先ほど小塚先生からご発表いただいた AI ワーキンググループの報告書及び AI 利活用ハンドブックを別添 2 として添付する予定です。

それでは内容についてご説明します。2 ページをご覧ください。第 1 章は、デジタル化によって消費生活が変化していることにふれています。新しいデジタル機器・サービスの普及により消費者の生活に変化が生じていますが、「新しい生活様式」を実践する中でデジタル化が加速するとしています。デジタル時代において消費者がデジタル社会特有の弱い弱性を抱えるという課題が顕在化しており、全ての消費者が向き合う必要がある、としています。

3 ページは、個々のデジタルサービスについて、どのような課題・トラブルがあるのかを一覧にしたものです。詳細な説明は省略します。

4 ページ以降では、消費者はデジタル化に対応するための知識をどのように身に付ければいいのかを論じています。まず、学校における消費者教育の取組として、ライフステージに応じて体系的に進める。高校・大学生については、成年年齢引き下げを踏まえ、実践的な消費者教育が重要です。教員の支援になるような補助教材の提供についての提言がなされているところです。

5 ページは、社会・地域における取組です。社会人・高齢者に対する消費者教育も不可欠であり、効果的な教材の共有、多様な関係者や場がつながる機会を確保すべきとしています。なお、報告書本体には書いておりますが、今後の具体的な取組については消費者教育推進会議等の場で検討を継続すべきとしているところです。

6 ページです。報告書では、消費者教育とは別に、消費者への普及啓発についても検討したところです。デジタル化により消費者の情報入手手段が多様化しており、これに対応して行政側も普及啓発の取組を工夫・強化することが必要であるとして、消費者の特性に合わせて効率的・効果的に情報を届ける訴求効果の高い手法を採用し、戦略的に展開すべ

きとしています。PR プラットフォームの活用であるとか、SNS、ブログサービスなどの発信メディアの多様化といったことが提言されてお、知識の確実な普及を図るためにオンラインを想定した教材の開発も必要であるとしています。

7 ページからは、具体的にどんな知識を身に付ければいいのかを個別のサービスごとに論じています。

まず、デジタルプラットフォームについては、利用規約等を消費者が十分確認していないという現状があります。消費者はプラットフォーム企業のブランドや対応を信用して取引に入っているのではないかと、といったことを指摘しております。

それへの向き合い方について、デジタルプラットフォームを利用する際の留意事項を確認するほか、一般的な注意事項をしっかりと認識してプラットフォームを利用していただきたく、「プラットフォームを介した取引の利用者向けガイドライン」を作成し、公表したところです。今後は、このガイドブックを啓発資料や消費生活相談等の教本として活用するほか、パンフレット等を作成し、内容も適時見直すとしているところです。

9 ページは SNS の関係です。相談件数はこの 5 年間で 2.5 倍に増加していて、特に、SNS 上の広告をきっかけとしたトラブルに注意が必要としております。今般、根拠のない情報が SNS で拡散したのではないかとという指摘もありました。

これに対する向き合い方ですが、業界での自主的な取組を進めるとともに、消費者側でも注意事項をしっかりと認識して SNS を賢く利用していただきたいということです。事業者団体において課題解決のための検討の枠組みを作るほか、正確な情報発信について官民で連携して対応を実施すべきとしています。

11 ページはオンラインゲームの関係です。ゲームについては近年、特に未成年者の高額課金に関する相談が増加しているところです。また、今後はゲーム依存に関する相談も増加する可能性があります。

そこで 12 ページで消費者の向き合い方を示しています。こちらも SNS と同様、業界における自主的な取組も重要ですが、例えば、ゲーム障害については、消費生活相談の現場での適切な対応を促すための相談員向けのマニュアルの整備、そして、関係者が連携して消費者に対する普及啓発を強化する、こうしたことについての提言がなされています。

13 ページはキャッシュレスについてです。現状ですが、クレジットカード以外にも、例えば電子マネー、ギフト券、あるいはキャリア決済のように、支払手段が多様化しています。さらに、こうした手法が 1 回の支払いに対して重層的に使われるようになってい

て、そうした中で、決済代行業者の存在が無視できないものになっているところです。そういう複雑な様相のもとで仮にトラブルが発生した場合に、消費生活相談の現場の対応が困難になっています。

こうした状況を踏まえた向き合い方ですが、まず、キャッシュレスに関する消費者の知識が十分でないことも踏まえて、決済に関連する人たち全てが適正な取引のために一定の役割を果たすよう、制度整備も含めた環境整備が必要としています。消費者は、決済手段は自分が理解できるものにする、セキュリティ対策をしっかりとすること、そして、毎月の支払額をしっかりと確認するといったような対応をすること等を指摘しています。行政に対しては、キャッシュレス決済に関わる者の実態や役割の現状を調査した上で啓発資料の作成や情報提供を行うことを提言しています。

最後に 15 ページをお開きください。AI その他の新たなデジタル技術への対応についてです。先ほど小塚先生からご説明いただきましたが、AI ワーキンググループにおきましては、消費生活への AI の本格普及期に当たり、身近な AI の利便性とリスク等について検討を行い、今回、「AI 利活用ハンドブック」が作成されたところです。

AI 以外にもデジタル技術のさらなる進化に伴い新しいデジタル機器・サービスが普及してくることが予想されています。こうしたものについては、消費者はデジタル機器・サービスに関する仕組みについて最低限のことを理解した上で、これらを自らの生活に取り入れることの利便性とリスク、この両方を公平・客観的に評価をし、自らの責任のもとで賢く利用することが望まれるとしています。

デジタル時代においては非常に複雑なシステムや多種多様なデータ・情報が流れています。こうしたものの処理を全て自分でやるということではなく、委ねられるような別の存在を用意する。事業者サイドではこういう「trust」の確保に向けた技術開発が進んでいるところですが、一方で、消費者側でも、任せっきりにするのではなく、自らもそれを確保するために行動することが望ましいとしています。事業者等とのリスクコミュニケーションに加え、デジタルに関する消費者問題を専門にした民間団体による活動などが望ましいと指摘されています。

駆け足で恐縮ですが、事務局からは以上です。

(山本座長)

ありがとうございました。

それでは、これまでの報告につき、質疑応答、意見交換を行っていきます。先ほど、小塚先生からご報告のあった AI ワーキンググループの報告書、そして、今しがた事務局からご説明のあった本検討会の報告書（案）、これらについては事前に委員の皆様方にお送りし内容をご確認いただいている、皆様の意見については概ね反映しているという報告を事務局より受けております。

そこで本日は、委員の皆様からお一人 3～4 分程度、もう少し長くても結構ですが、それぐらいで両報告書への感想、これまでの振り返り、あるいは、今後の消費者庁や消費者行政に期待すること等についてご意見を賜ればと考えております。

（川添委員）

これまでの、特に AI ワーキンググループのご議論とご検討の成果については今回、案を拝見しました。非常に対策がきちんとした、しっかりとした内容になっていましたので、本当にご苦労があったらと思うています。報告書については、これまでの議論を全て踏まえてある程度きちんとした案になっていると私も理解していますし、ここまで来たか、という気がしています。

今回のこの検討会のアプローチは消費者に対する意識の普及啓発とそのサポートというような視点、事業者規制は別のところでももちろんご議論いただいているということです。その視点から申し上げますと、こうした情報提供が非常に重要であることは言うまでもないところで、しかもそれをある程度分かりやすいハンドブックやガイドのような形で成果物を作ることができたことはこの検討会の大きな成果だろうと思います。特に AI 技術は、私が見ても海の物とも山の物とも分からないような存在ですから、実際、現実には AI がどういうもの、現在の社会でどのように活用されていて、どういうトラブル事例が予想され、それに対してどう注意していけばいいのかがポイントで分かりやすくまとめられている資料は、おそらく消費者向けのものはなかったものですから、非常に価値のある成果物だと思っています。

AI に関して申し上げますと、AI を活用する事業者がその技術をどのように使うかという説明を、これは別に消費者に限らず、事業者もそうですが、利用者全員に対して、全てきちんと説明していく、しかもそれは嘘なく誠実に説明し、しかもさらにそれを誠実に活用することが大前提になるだろうと感じたところです。その前提が崩れてしまうと、AI そのもの、そうした AI を使う事業者、あるいはそのサービスに対する法規制ということ

につながってしまいかねない。つまり、そこの信頼をどうやって勝ち取るのかがこれからの課題だろうと感じるところです。

本体の報告書についても、これはさまざまな観点からたぶんほかの委員の先生方からもご意見があろうかと思えますので、私はポイントだけと思っていますが、いわゆるオンラインゲームのトラブルを中心にして、弁護士として紛争解決という視点から見た場合に、現在のデジタルプラットフォームにおける消費者問題は、やはり救済手続きです。被害をどうやって救済するか、あるいは、トラブルをどうやって解決するかということに対しての制度的な担保が非常に弱いことが一番気になっているところです。もちろんこの報告書でそこを中心に書くべきだという意見ではありませんが、やはりこうした報告書にまとまるにつれ、今後はそうしたトラブル解決、被害救済といったことについてどのように行政として取り組む必要があるかについての検討が必要だろうと考えられます。

これについても、AI で申し上げたとおり、事業者側が誠実に消費者取引として向き合っていたことが非常に重要だろうと思っています。以前は、あまり重視されてこなかったところなのかもしれませんが、今後は特に、利用者である消費者に対して、どのように事業者が誠実であるべきかが真正面から問われることになるだろうと思うし、そうすべき、そうした社会になるべきで、紛争はなるべく未然に防ぐという制度設計が必要になってくるだろうと思いますし、そうあるべきで、業界のそうした自主的な取組が積極的に評価されるべきだろうと考えるところでもあります。

そうした観点からすると、その下地という意味で今回のようなパンフレットや報告書、分かりやすい資料は重要です。それから、第 1 回でさまざまな議論がありました。いわゆる振り込め詐欺の被害でテレビ局がコーナーを作って毎日のように振り込め詐欺の注意喚起をしている、それは非常に効果的ではないかといった話がありましたが、今後どうやって消費者との関係でこういった議論の成果を注意喚起したり情報提供したりしていくのかについてまた今後も議論が深められていくべきだろうと考えています。

(山本座長)

ありがとうございました。続いて、坂倉委員、お願いします。

(坂倉委員)

では、私から意見と感想をお話しします。

まず、今回の検討会の報告書についてですが、これまでのわれわれの議論がよくまとめられていると思いますし、私の申し上げた意見も概ね反映いただいておりますので、私はこれで特に異論はございません。また、AI ワーキンググループの報告書についても大変よくまとめていただいたと思います。「AI 利活用ハンドブック」もビジュアル性に富んで読みやすいですし、基本編とポイント編とに分けていただいているところも素晴らしいと思いますので、私もこちらで異論はありません。

その上で、今後の期待として3点意見をお話しします。

1 点目は、この報告書を今後どう生かしていくかが大切かと思います。具体的には、この報告書の中で今後の課題として挙げられている点、例えば、消費者教育についてライフステージに応じて体系的に進めるべきだとか、あるいは、伝え方の工夫をすることなどがありますが、これを今後、しかるべき部署や組織で検討していただくことが必要だと思います。また、今回の成果物と言えらると思いますが、「デジタルプラットフォームを介した取引の利用者向けガイドブック」、さらには「AI 利活用ガイドブック」、これらを有効に活用していくことを期待したいと思います。

2 番目に、今後の見直しやアップデートが大切だと思います。今後もこのデジタル化は進展が進みますし、それに伴って消費生活や消費者問題の変化が速いスピードで進むと思いますので、引き続きこの分野での調査研究、定期的な検討、さらには、今回作成いただいたガイドブックを環境変化に合わせて継続的に見直し、改訂、アップデート、こういったことをしていくことが必要だと思います。

3 番目に、今後も消費者、事業者双方の意見をぜひよく聞いていただきたいということです。今後のさらなるデジタル化の推進によって、消費者も事業者も変化への対応が必要になってくると思います。安全・安心な消費社会を作るのが一番だということはもちろんだと思いますが、一方、事業者側も、確かに悪質な事業者もおりますが、大半は善良な事業者ですから、ぜひ今後とも、消費者、事業者双方の意見をよく聞いていただいて両者がwin-winになることを目指していただきたいと思います。

最後に、この検討会を通じての感想ですが、昨今の事情で、消費や働き方、教育など、日常のデジタル化が加速度的に、そして不可逆的に進展したと思いますので、そういった意味で、この検討会でこういった議論ができ、こういった報告書が発表されることは、ある意味でも非常に良かったと言えるかと思います。

私も、この検討会を通じていろいろな委員の先生方のご意見やスピーカーの話を聞いて

非常に勉強になりましたし、有意義な時間だったと思います。

(山本座長)

ありがとうございました。続いて、坂本委員、お願いします。

(坂本委員)

問題が具体的に示されたよい報告書になったのではないかと思います。AI についても、さまざまな資料をご提示いただいて、また、本日もご説明いただきましたので、大変理解が進みました。最初の委員会が始まった当初はすごく漠然としていて、どんなふうにとまるのかという不安がありました。今、頭がクリアになったという感想です。

デジタル化は本当に大きな波で、消費者がどう対応するかは本当に大きな問題だと思いますが、大きな問題でも細分化、ブレークダウンして考えていくことがやはり対処のためにとっても重要だと思います。

そしてまた、方向性をしっかり持つことも非常に大事だと思いますので、その両面がちゃんと今回の取りまとめでできたのではないかと感じています。方向性を踏まえた上でそれぞれの技術やサービスに応じた議論が示されて今後、具体策が考えやすい状況が作られたのではないかと考えています。

消費者教育についても具体的な提言を掲載していただけて大変ありがたく思います。関係者の方にはご調整いただきましてありがとうございました。

今後の課題は 2 点あると考えています。もう坂倉委員にほとんど言われてしまって、同じような内容ですが、1 点目は、高等学校を中心に現場で実際に教育を取り入れていくということです。報告書が公表されましたら私も関係のある学会のメーリングリストなどに流したいと思います。消費者教育や家庭科教育の関係者にこの内容を知ってもらって、多くの関係者と協力しながら具体的な教育内容を考えたり教材づくりに取り組んでいきたいと思っています。

デジタルの教材を充実させるのは重要だと思っていますが、パンフレットを PDF で載せていただくだけでもかなり有効だと最近感じているところです。高校生の様子を見ると意外と調べ学習やディベートの課題が増えているようで、例として電気自動車について賛成・反対に分かれてディベートをするということで、「『電気自動車』だけで検索しても出てこなくて、これに『国土交通省』を付けるといい資料が出てくるんだ」といった

ことを言いながら調べていました。省庁の資料はやはり情報がちゃんとしていることを分かってそういうものを活用しているそうですから、パンフレットを載せて、資料の検索ワードを充実させておいていただけるといいのかなと最近感じたところです。

もう 1 点は、高校生の消費者教育と同じですが、一般の方向けの普及啓発です。本当に消費者庁の消費者研究にいろいろ携わらせていただいています、いい結果を出すだけでなく、それを知ってもらうことが本当に重要で、消費者庁の仕事の半分は普及啓発ではないかと感じているところです。一般向けに分かりやすい資料というか、高校生向けに分かるものを作るつもりで作成すると全世代に分かりやすい普及啓発ができるのではないかと思います。

どんどんデジタル資料を、パワーポイントなり動画なり、分かりやすいツールを作成していただくのがいいかなと思います。そして、本当にどんどん変わっていくので、時間をかけて完成版を作るというよりは、サッと使って適宜直していくといった姿勢が大切かなと思います。省庁では中途半端なものを出すのはなかなか難しいかもしれないですが、どんどん変えていくことは、坂倉委員からもご指摘があったように私も大事だろうと思っています。

(山本座長)

ありがとうございました。続いて、立石委員、お願いします。

(立石委員)

立派な報告書をお作りいただきましてありがとうございます。私も概ね、これでいいのではないかと思います、何点か。

1 点は、先ほどの AI のほうの報告を聞いていて、もう少し消費者側からプロアクティブに逆に AI を使うという、どこかのアプリにもありましたが、利用規約か何かを判断してといったものがあったのですが、あれは AI なのか単なるプログラムなのか何かそういうものを明確に書いておいてもいいだろうと思いました。いろいろな意味で、この報告書はおそらく影響力が出てくると思いますので、書いておいていただければ、変なことをしようとしている人に対する警告にもなるでしょうし、今回のこの感染症の件で Code for Japan とか、いろいろ出ていますので、何かそういうものとの連携なども考えられるのではないかと思います。

それと、先ほど坂倉先生がおっしゃっていましたが、アップデートの話です。評価基準にしる評価方法にしる、今後 AI が出てくることで、AI に限らずですが、どんどん変わっていくことがあると思いますので、ぜひともこういうものはアップデートしていただければと思います。

私がコメントさせていただいたものも、だいたい書いていただきました。若干気になるのがオンラインゲームのところですか。そろそろペアレンタルコントロールは限界が来ているかなと。通信などあまり理解されないところで県の条例ができたり、いろいろ物議を醸していますから、そろそろかなと思います。

それと、AI というわけではないのですが、特にこの辺は新手の、必ずしも悪いわけではないですが、いろいろ新しい方法でかいくぐるものは出てきますので、対症療法ではそろそろ限界が来ているかなと思います。もう少し抜本的に対策できるものを考えないと難しいのではないかと思います。

そういう意味で、ちょっと細かくは見ていないのですが、報告書の 44 ページに海外企業の話が出ていますが、ここなどは、例の広告もそうですが、お金が回らなければ下手な広告も出てこないし、こういうものはできなくなるので、金融関係との連携も書いておいてもいいのかなと思います。具体的にどうするかは私もノーアイデアなのですが、お金が回らなければ全てが止まりますので、そういうこともありかなと思います。

以上です。どうもありがとうございました。

(山本座長)

ありがとうございました。続いて、中村座長代理、お願いします。

(中村座長代理)

報告書全体についてコメントします。

全体を通じて、自立した消費者を念頭に置いていて、消費者の責任と教育を重視しつつ、官民連携で施策を打つという的確なトーンでまとめられたと考えています。その対応策も、消費者の教育と普及啓発の二本柱としたのも適切だと思います。

教育面では情報教育を民間や、文科省、総務省との連携のもとで進めることが大事だと。普及啓発は、従来型の手法に増して Web や SNS などの活用に重点を置く、このあたりもとてもシャープにまとめていただいたと思います。

個別サービスでは、例えばeスポーツについては注意すべき点だけではなく、教育上の利点などの有用性も指摘していて、安全安心という観点だけではなく、デジタルを使いこなすことで消費者が豊かになるという視点も置かれているのがいいなと思います。ただ、AIのように今後ますます進化をしていって、その影響が大きくなっていく技術については、これは消費者の自己責任に委ねられない面もあり、今後注意すべきだ、注視すべきだという点も拾ってもらっています。

報告の最後に、放送分野のBPOを引き合いにしてデジタルに関する消費者問題に対して専門的に取り組む民間団体が組成されることが望ましい、と書いてあります。これが、次の政策テーマになるのだろう、楽しみにしようというところで、お疲れさまでした。以上です。

(山本座長)

ありがとうございました。続いて、丹羽委員、お願いします。

(丹羽委員)

お疲れさまでございました。先ほど、やっていただきましたAIワーキンググループの資料も非常に読み応えがありましたし、また、消費者のデジタル化への対応に関するまとめもお疲れさまでした。

皆様の意見が非常にまとまったいい形の報告書になったと思っております。

感想として言うと、やはり消費者に対していろいろなトラブルがあったときに、「188」ではないですが、なるべく的確な、スピーディーな対応が必要だと改めて思いました。また、アップデート、そして、繰り返し啓蒙することが非常に重要ではないかと思えます。

先ほど内藤課長からも出ましたが、trustの確保に新しい救済機構が民間でもあったほうがいいのではないかという話もありましたが、そういったものも含めて作られることでより生活が豊かになればと思っています。

(山本座長)

ありがとうございました。それでは森光委員お願いいたします。

(森光委員)

皆さんがとてもよいことを書いてくださってこの成果物になっているのだなということで、本当に感謝申し上げます。

まず、この報告書及びハンドブックに関しては大変よいものができて、うれしく思っていますし、ありがとうございます、と申し上げます。

これを見た限りで真っ先に思ったのはもちろん、坂本委員などが入っていらしたおかげで教育の充実の面が間違いなくされていて、ただ、第 7 回の議事録を見ていると、その中間、30 歳、40 歳の方はどう教育されるのかというのは確かに難しいところだとは思いますが。

こういう委員会や検討会をやると必ず、どう世の中に波及していくのかというのが難しいことになるかと思いますが、一番大事なのはやはり見てもらえるのかどうかがとても大きいです。このパンフレット及び全体を含むハンドブックがまず、先ほど坂本委員などが出したように、表に上がってくると、それをもとにしてきっと皆さん、もしかしたらほかの方たちがもっと、分かりやすいと言うと変ですが、例えばライフステージに合ったようなテキストと言われるものが出現してくるだろう。それがもしかしたら教育とか、社会人向けの教育の場で利用されたらうれしいと思っています。

その意味でいくと、正直言いますとこのハンドブック等はとてもよくできている反面、先ほど中村座長代理からもありましたが、今回のこの報告書の向かっている先は、真っ当にちゃんと自立している方に対して、生活を営んでいる方に対して言っている。はまり込んでいる方への正しい救済といったことに関しては、これから考えなければならないということだと思います。

私自身の振り返りですが、第 1 回のお話したと思いますが、消費計画検討会、ワーキンググループがあったときに、5 年先も見通せない時代なので、ましてやこういう AI の分野は 5 年先に備えるなんて無理ではないか、そんな感じの意見を少し、全くもって、初っ端からいきなり反対向きの意見を言ったわけですが、この報告書やハンドブックを見た限りでは、まずは備えることの大切さ、その方たちが教育されていってまた歳を取っていくことが重要、すなわち、スマホもそうですが、そういったことが使いこなせる世代が上がって行って、それと同時に、教育という名のもとに、そういうことに備える一種のスキルを持つことが重要であることは、この結果からよく分かった気がします。

大事なものは、振り返りから、さらに消費者庁への期待というか、責務ということで、あ

りがたいことに省庁連携を含んでそれはやはり総括的にやっていかないと消費者庁を含んだり、もしかすると財務局を含んだ中でこういうことが進んでいく、と。中村座長代理がおっしゃったことで私もそう思うのは、たぶん対処しながら終わるものと、もうそうではなくて、もしかしたらテコ入れをしないと済まないことが起きている事態もある。前回出られなかったのは残念ですが、SNS で 1 人の方が亡くなったのは大きなニュースであり、韓国でもそういうことに対して、アドレスを付けようといった動きがあるのは、まさにこういうことを発案して議題化できるのは消費者庁であり、そういうところが大きく出さなければいけない。

私自身もすごく思うのは、こういうものを世に出しましたという文書は専門家が読んでもくれますが、一般や、例えば業界体も読んでくれないし、目もくれない状態が多い中で、ハンドブックやパンフレットが、優等生型ではない、ドキッとするような、そういうものがドーンと出てくると意外と、変な話ですが、好評のうちに、「あれ、見たよ」「面白かったね」ということになる。そうすると、消費者庁のあるべき、もしかすると介入という 1 つの面と、もう 1 つは、understand at a glance、または notice at a glance、パッと一見するだけで理解できたり、「注意しなければ」ということを起こせるような、アップデートにもなるわけですが、そういった中で、大きな介入ではない。私が一番好きなのは本当は、順調な経済の発展の中に AI がどんどん使われていく中で、でも危ないところはきちんと楔を打つような、そういうときに消費者庁が一番大きな役割をしたいと思いますので、その面で、何か事件が起きないと何もできないではなく、「田舎の信号機」と私はよく呼ぶのですが、交通事故が起きて初めてその交差点に信号機ができるというのがこれまでの時代である。それに対して消費者庁の役割は、ここは事故が起きるかもしれないということへの警告や楔、分かりやすい何かを作り出して発信する、そういうことをぜひ期待したいと思っています。よろしくお願いします。

意見は以上です。

(山本座長)

ありがとうございました。それでは、増田委員、お願いします。

(増田委員)

報告書やハンドブックは、大変よくできたと思っております。ありがとうございました。

デジタルに向き合う消費者は、どう対応すべきかが課題であったかと思います。当初は、事業者による情報提供や体制整備、行政による支援が先決ではないかと考えておりました。それは今も変わらないのですが、消費者に理解してもらいたいことや、そのための方策を具体的に明らかにしていただいたことは大変有意義なことだと思います。

この報告書を読むと、デジタルを知ることは、デジタルだけではなく、社会全体を知ることだと改めて認識しました。このような社会情勢になり、今、デジタルの必要性を、消費者はものすごく実感していると思いますので、このタイミングで情報発信をすることはとても効果的だと考えております。消費者は、デジタルプラットフォームなどの企業努力とか、さまざまなリスクを知るべきだと思います。それを理解した上で、安全安心に使うためにはどうしたらいいのかという姿勢が求められていると思います。

私たちの立場からすると、商品の故障といった相談をいただいたときにも AI という視点も必要ですのでそういう課題をしっかりと認識していきたいと思っています。

今回、消費者向け AI の資料は、小塚 AI ワーキンググループ座長に大変ご苦労いただきましたが、先ほど川添委員がおっしゃっていたとおり、これが初めてではないかと思えます。この活用の仕方についてはぜひ、行政からご支援いただきたいと思います。

今実施されている消費者教育は、この報告書にもあるとおり、現在の消費者を取り巻く消費者トラブルを網羅したものですので、この報告書を踏まえた消費者教育をすることが今後必要なことになるのだらうと思っています。そうした意味では、事業者も、商品とかサービスを提供する際にこのハンドブックやリーフレットを活用した取扱説明書だとか、プラスした資料として商品などに添付して発信していただくなども大変効果的なのではないかと思えます。

最後に、消費者が留意することが明らかになったということは、事業者が表記すべきこと、情報発信すべきことが同時に明らかになったということだと思います。それが、私たちが安全安心にデジタルに向き合う、そういうことのための消費者支援になりますので、皆様からのご支援を期待したいと思っております。

(山本座長)

ありがとうございました。

これで一通り委員の皆様からご発言をいただいたかと思います。何人かの委員から AI ワーキンググループの報告書についても言及がありました。AI ワーキンググループの小

塚座長から、もしそのようなコメントについてのご感想や、より一般的に今後の消費者行政に期待することでも結構ですので、何かコメントをいただけますでしょうか。

(小塚 AI ワーキンググループ座長)

委員の先生方から AI ワーキンググループの活動についてもコメントをいただきまして、ありがとうございます。

何よりも今回、ワーキンググループの報告書や、とりわけハンドブックが、「こんなものでは駄目だ」という駄目出しがなかったことでまずはホッとしているところです。

立石委員から、もう少し消費者側からプロアクティブに関わっていくことも考えられなかったのかというご意見もいただきました。それは、私としても感じないわけではなく、ある意味で、坂本先生が言われたとおり、このハンドブック自体は基本的には PDF のような資料です。ただ、少し工夫はしてあります。それは、パンフレット版のほうに、これは例えば AI 家電などを売っていただく量販店等に平積みで置いていただくようなことを想定していますが、そこに QR コードを付けてあって、これを読み取ると全体版に飛ぶという、これは今はまだ紙の上でしかないですが、そのように消費者庁に Web サイトを作っていたけると認識しています。そんなことで、本当に初歩的なデジタル技術を生かしながらというところもあります。

さらに言うと、ワーキングの中では、これを例えばソーシャルメディアなどに展開していくことも考えられないかといったことも議論したところでして、そのあたりはハンドブックの活用法ということで消費者庁で受け止めてくださいと、ワーキングでもお願いしたところです。

それから、川添委員や、ワーキングにもご参画いただいた増田委員から、事業者、消費者が知るべきことが明らかになったということで、事業者の側の説明、川添委員からは特に「誠実な説明」というお話がありました。やはり AI になると、消費者とのコミュニケーションの取り方が非常に重要になってくると思います。よく言われることですが、例えば、AI で運行される完全自動走行車、まだ実現は先かもしれませんが、それが人をはねてしまったときに、それについて「AI はポテトチップスの袋と子どもの見分けがつかないので、子どもが飛び出してきたのを袋だと思ってはねてしまいました」と説明をする。これは技術的には正しい説明かもしれませんが、それが消費者に対する正しいコミュニケーションかと言うとそうではない、これは有名な話です。そういうことで、社会の中で

AI が使われていくことについてのコミュニケーションのあり方を事業者にも考えていた
だきたいですし、それはまたある意味で言うと消費者政策そのものの課題でもあるだろう
と感じております。

AI の登場は、私は結構、取引の世界における大きな変革ではないかと思っています。
モノの世界は形があるので直感的に分かる、ですから、もちろん損害を生じて消費者被害
ということもありますが、それは例えば製造物責任のような形で対処ができる。それがサー
ビスになると目に見えない。目に見えないので消費者契約の形に落とし、消費者契約法
で対処している。AI になると、そもそもそこにどのように人間の判断・行動が関わって
くるかということ自体が非常に見えにくくなるということで、大きな変革ではないかと思
っています。

そういう中で、これはワーキングの作業というよりも報告書全体についておっしゃった
のだと思いますが、中村座長代理が、今回の議論は自立した消費者があくまでも前提なの
だ、と。確かに行政の支援とか事業者の責任とかいろいろあるかもしれませんが、基本的
には自立した消費者が前提だとおっしゃっていただき、それはまさに、少なくとも日本が
進めていく AI 開発・利用の道であろう、なぜならば、日本が目指す姿は「人間中心の
AI」である。AI が社会を動かすのではなくて、あくまでも人間の生活が豊かに快適にな
るために AI が利用されるという社会である。そのような大きな視座の中でこういう新し
い問題について消費者生活が進んでいくのは非常にありがたいことだと思いますし、そこ
に今回関わらせていただいたのは本当によい機会であったと感謝しています。どうもあり
がとうございました。

(山本座長)

ありがとうございました。

これで全員の方々からコメント、ご意見をいただいたかと思います。さらに追加的なご
発言があれば承りたいと思います。

<追加発言なし>

それでは、皆様、本日も活発なご意見を賜りありがとうございました。委員の皆様のこ
こまでのご発言で、先ほどの本検討の報告書（案）についていくつか、若干中身に関わる
コメントをいただいたように思いますが、全体的には大きな特段の異論は出されなかった
ものと承知しました。

そこで、この検討会の取りまとめとしては今後、いただきましたコメントを踏まえ若干の表現の修正等があり、それに基づいて検討会報告書として公表させていただくこととし、今後のそのような微修正、公表等、取扱いについては、恐縮ですが座長の私にご一任をいただければと思いますが、ご了承いただけますでしょうか。よろしいですか。

<委員からの同意>

はい、ありがとうございます。それでは今後、公表に向けて事務局と手続きを進めさせていただければと思います。事務局においては、公表に向けた状況について適宜委員の皆様にご報告をいただくようお願いします。

それでは、検討会の最後に私からもこれまでの議論を受け、若干のコメントと御礼を申し上げます。

この検討会は、デジタルという観点から問題を網羅的に捉え、それへの消費者の対応という観点で論じた、おそらくは最初の試みであると思います。その点では既に画期的なものであったかと思われれます。それに加えて、この現下の状況、新しい生活様式と言われるような中で、この、e コマースをはじめとしたデジタルの分野が特に重要性を持つようになってきている、これは検討会を始めるに当たってももちろん想定していたことではなかったわけですが、そういう意味でも誠に時宜を得たものになったと思っています。

他方で、検討会で取り上げたこのデジタルの問題は、方向的にはおそらくさまざまな局面にあって、さまざまな異なる問題の現れ方をしているものだというのが検討の中で明らかになってきたことと思います。既にかなり普及していろいろな問題が現に出てきている。例えば、デジタルプラットフォームの問題であるとか、あるいは、まさにこれからその利用が進んでいって、さまざまな問題が出てくるであろう、いわばその端緒にあるような問題、キャッシュレス取引等の問題がある。さらに現在ではまだ、まさにこれからの技術で、しかしこれからどういう問題が起こってくるかはなかなか見通せない中で、しかしやはり、非常に重要な技術になっていくことが明らかである問題、AI などに代表される問題、さまざまな問題領域があったかと思えます。

また、委員の間で、基本的には多くの問題について私はその方向性は一致をしていたように思うのですが、若干のニュアンスが異なるような問題もあったように思います。例えばオンラインゲームの問題です。そういうさまざまな問題について委員の皆様がさまざまな立場から、非常に建設的な議論をしていただき、結果としてこの段階で 1 つのコンセンサスを示すものとしてこの報告書をまとめることができたことは今後の消費者行政にお

いて大変大きな画期になるものではないかと思っています。

私としては、やはり重要だと思っているのは、これは既に何人もの委員が指摘になったことでありますが、このデジタルに関する消費者教育、普及啓発の問題です。学校や社会、地域、さらに消費者庁等が中心となって今後、この教育、普及啓発、もちろん文部科学省その他の官庁等とも協力をしながら進めていただければと思っています。

また、これもほとんどの委員が指摘されたことでありますが、この分野はまさに日進月歩ですから、今後その技術が進展していったら、その結果としてやはりさまざまな問題が起こってくるのが予想されます。現時点では想定できていないような問題が起こってくることも十分に予想される場所ですので、今後随時、適時適切にフォローアップを行っていただく、そして、ここでの成果物をさまざまな形でアップデートしていただくことが非常に重要なことだろうと思っていますので、ぜひ消費者庁にはその点をお願いしたいと思います。

この約 7 カ月間にわたり、そして途中からは非常に困難な状況があった中で継続して熱心なご議論をいただいてきた委員の皆様方、そして、さまざまな関係者と調整をしながらこの報告書の取りまとめに向けて尽力をいただいた事務局の皆様方に心より感謝申し上げて私の所感のコメントとさせていただきます。

それでは、本日の議題はここまでですが、この最後に当たり、伊藤明子消費者庁長官よりご挨拶をお願いできればと思います。

(伊藤消費者庁長官)

ありがとうございました。消費者庁長官の伊藤でございます。

消費者のデジタル化への対応に関する検討会の報告書の取りまとめに当たり、一言御礼と感想を申し上げたいと思います。

まず、山本座長をはじめ委員の皆様におかれましては、ご多忙のところ昨年 12 月の検討会設置以来、月 1 回という非常にたくさんのペース、とても速いペースで精力的にご議論いただきおまとめいただいたことに関して厚く御礼申し上げたいと思います。

また、小塚先生におかれましても大変いい取りまとめをしていただきまして本当にありがとうございます。

4 月以降の会合では新型コロナウイルス感染症拡大の影響でオンライン開催となり、さまざまなご不便や不都合もあったかと思いますが、ご容赦いただければと思います。

先ほどの山本座長の取りまとめに尽きるとは思いますが、当初、始めたときには消費者庁はちょうど昨年の9月で10周年で、その際、国際会議を開き、これがデジタル化と消費者のせい弱性ということを念頭に置いたものでした。デジタル化と消費者とを改めて大きな課題として捉えていかなければいけないということで、これはこの4月からの新しい消費者基本計画においても大きな課題と位置付けているところです。

そういう形で始まったわけですが、折しも、ご指摘いただいたとおり新型コロナウイルス感染症拡大ということで一挙に風景が変わったということだと思います。私ども、物価モニター調査というものをやっているのですが、そこで今月意識調査をしてみましたところ、この1、2カ月の間にオンラインショッピングを利用したことがあるモニターが8割とか、例えば、オンライン飲み会やお茶会も1割弱だったりと、20、30代に至っては2、3割ぐらいの方がオンラインの飲み会やお茶会をしていて、従来考えていなかったような使い方になっています。それから、従来では使っている人が限定されていたのが割とさまざまな年齢の人が一挙にお使いになるということで、まさにデジタル化が1つの社会インフラになってきていると思っています。そういう意味では、この会議の取りまとめはより重要になったものと思っております。

そうした中で、おそらくいろいろと事業者側にご努力いただいている点もありますし、行政側もいろいろ考えていかななくてはいけないことも当然あると思いますが、まず、今の段階で、ではどういうことに気を付けていかななくてはいけないかは、消費者側のほうも、先ほど消費者教育というお話もありましたが、考えなくてはいけない面がある、まず今の段階での議論を取りまとめいただいたということだと思います。

きょうの報告書では、消費者がデジタル機器やサービスを賢く利活用するために必要な留意事項、あるいは、行政や関係団体等が実施すべき取組について、おそらく消費者行政、何となく分かっていたような分かっていなかったようなところがある、十分手が届いていないところについて非常に分かりやすく包括的にお取りまとめいただいたと思っています。また、AI利活用ハンドブックやデジタルプラットフォームを介した取引の利用者向けガイドブックといった、直接消費者に伝わるような形での新しい啓発資料も整理していただきました。今後、消費者教育なり消費者向けの相談などのいろいろな現場でこれを参考にしていきながら進化させていただく必要があろうかと思っております。

本日をもって検討会、一区切りとはなりますが、先ほど座長からもいただきましたとおり、日進月歩の技術、それから、おそらくいろいろなビジネスモデルが出てくると思いま

す。今まで以上にいろいろな形のもが出てくる、このように思っていますので、その中において消費者がどう賢く向かい合っていくのか、あるいは、不適切な使い方をして騙されたりしないようにどうしたらいいかといったことについての議論はずっと続けていく必要があるのだらうと思っております。

引き続き、こういったデジタル社会においてより豊かな消費生活が実現するように、「こんなはずではなかった」なんてことを言う人がなくなるように、引き続き消費者庁としても取り組んでまいりたいと思っておりますので、委員各位におかれましては引き続きのご協力をお願いしたいと思います。

最後になりますが、改めまして座長として検討会の議論をお取りまとめいただいた山本座長や委員の皆様をはじめ、消費者のデジタル化への対応に関する検討会の開催に関わっていただいた全ての皆様方に改めて深く深く感謝申し上げます、私からのご挨拶とさせていただきます。

本当に、どうもありがとうございました。また引き続き、どうぞよろしく願いいたします。

(山本座長)

伊藤長官、どうもありがとうございました。

それでは、これをもちまして、消費者のデジタル化への対応に関する検討会を閉会としたいと存じます。

皆様、長期間にわたる検討にご参画いただき誠にありがとうございました。お疲れさまでした。

— 了 —