

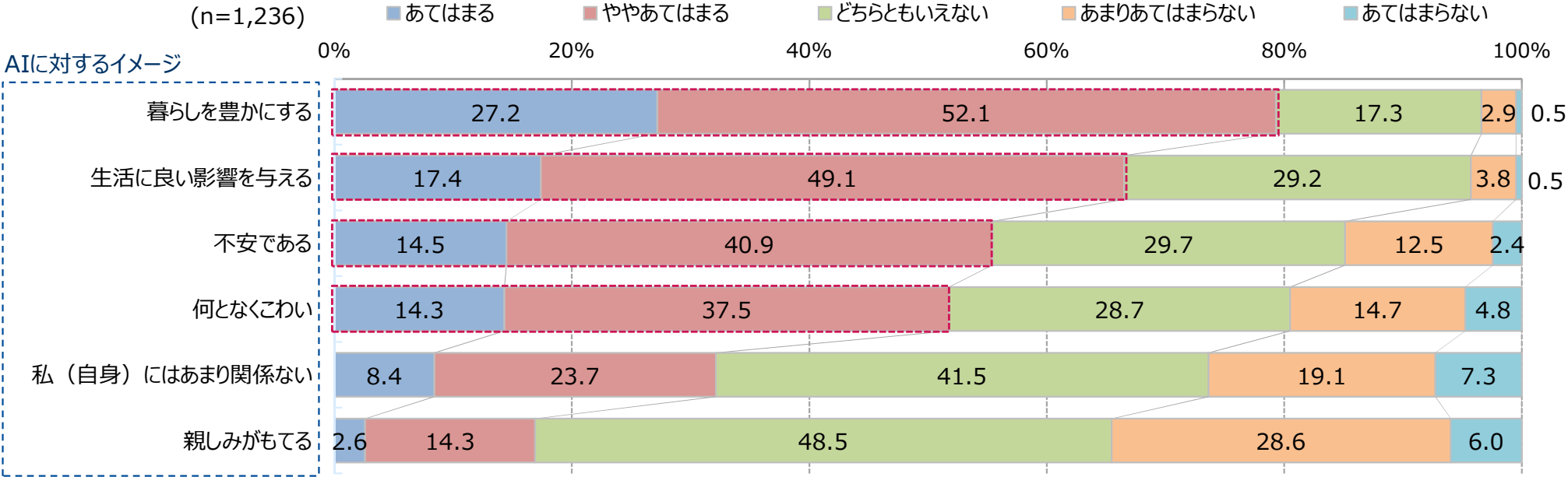
第 1 回消費者意識調査結果（AIに対するイメージについて）

AI（人工知能）に対して「暮らしを豊かにする」「生活に良い影響を与える」というポジティブなイメージをもつ人が多い。また、半数近くの回答者は「不安」「何となくこわい」というネガティブなイメージを持っている。

👉 AIに対するイメージに関し、ポジティブ・ネガティブの両面から消費者に提供する情報を検討する。

Q1. 「AI(人工知能)」のイメージについて、当てはまるものをそれぞれ選んでください。

[1つ、必須]



第1回消費者意識調査結果（AIに対するイメージについて）

AI（人工知能）の意味を知っているか否かに関わらず、「不安」「何となく怖い」というネガティブなイメージを持っている消費者が一定程度存在する。

- 👉 消費者のネガティブなイメージを払しょくする必要。
また、AIの理解の程度とネガティブイメージの関係を今後の調査・検討にて明確にすることが望まれる。

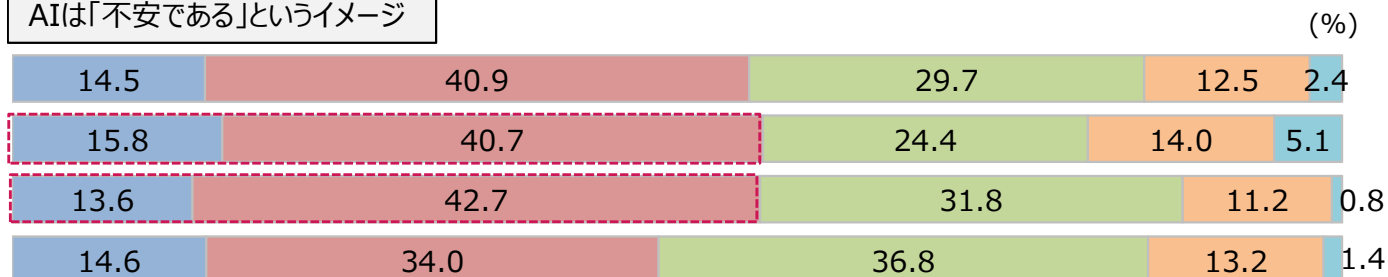
スクリーニングQ1. 「AI」という言葉を知っていますか？*

	n=
全体	(1,236)
AIという言葉を知っていて、意味を理解している	(450)
AIという言葉を知っていて、何となく意味も知っている	(642)
AIという言葉聞いたことはあるが、意味は知らない	(144)

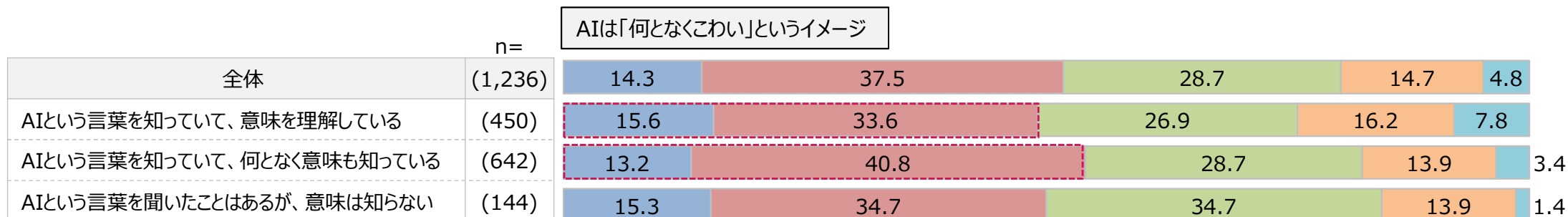
Q1. 「AI(人工知能)」のイメージについて、当てはまるものをそれぞれ選んでください。

■ あてはまる ■ ややあてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

AIは「不安である」というイメージ



AIは「何となくこわい」というイメージ



* スクリーニングQ1で「知らない」を選択した回答者は本調査の対象から除外しているため、上記集計表には記載していない

第1回消費者意識調査結果（AIに対するイメージについて）

ほとんどの消費者がAIは「多くの情報を持っている」と考えている。

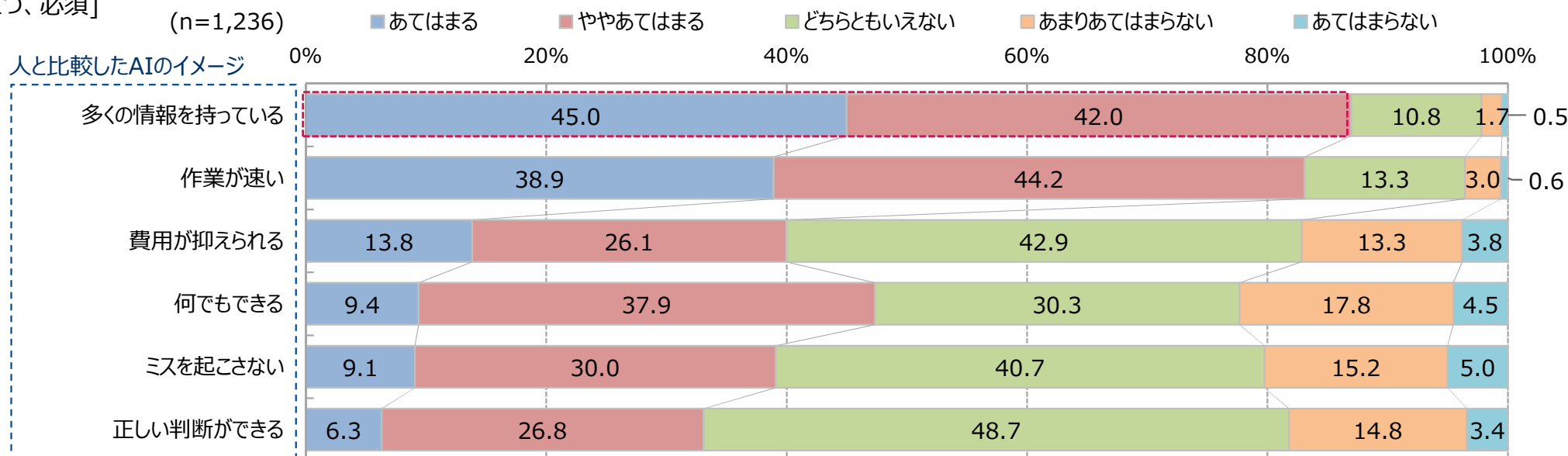
- AIは必ずしも多くの情報を持っているわけではない（例：予め情報を保有しておらず、消費者からの情報提供が必要となるケースがある）ことから、消費者に対し正しい情報を伝える必要。

AIは「何でもできる」「ミスを起こさない」と考える消費者が一定程度存在する。

- AIは万能ではないことから、消費者の過大な期待（イメージ）を解消するためAIに関する正しい情報を伝えることが必要。

Q3. 「AI(人工知能)」と人を比較した場合の、AI(人工知能)のイメージについて、当てはまるものをそれぞれ選んでください。

[1つ、必須]



第1回消費者意識調査結果（AIに対するイメージについて）

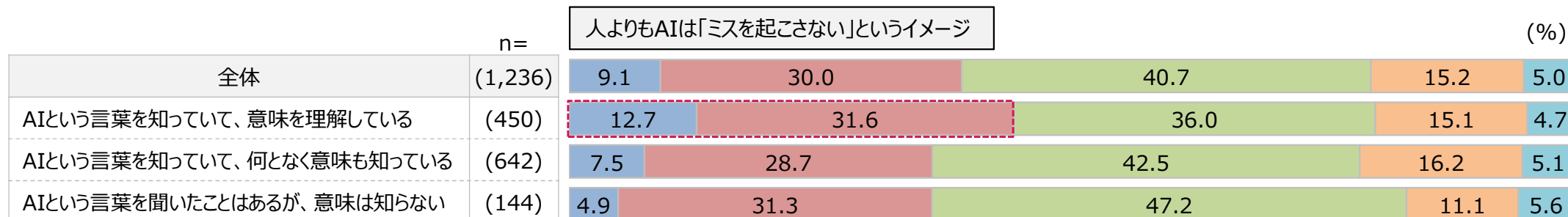
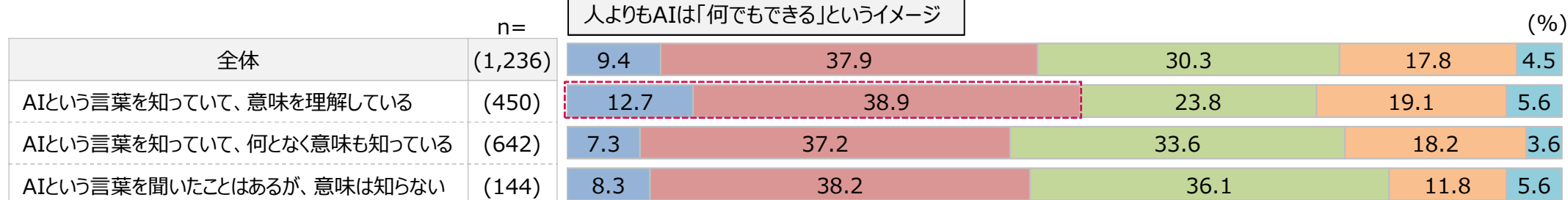
AIの意味を理解しているか否かに関わらず、「何でもできる」「ミスを起こさない」という過大な期待（イメージ）を持っている。

- 👉 AIに対する過大なイメージを解消するため、AIに関する正しい情報を伝えることが必要。
また、「AIを理解している」と回答している人が本当に理解しているのか、確認が必要。

Q3. 「AI(人工知能)」と人を比較した場合の、AI(人工知能)のイメージについて、当てはまるものをそれぞれ選んでください。

■ あてはまる ■ ややあてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

スクリーニングQ1. 「AI」という言葉を知っていますか？



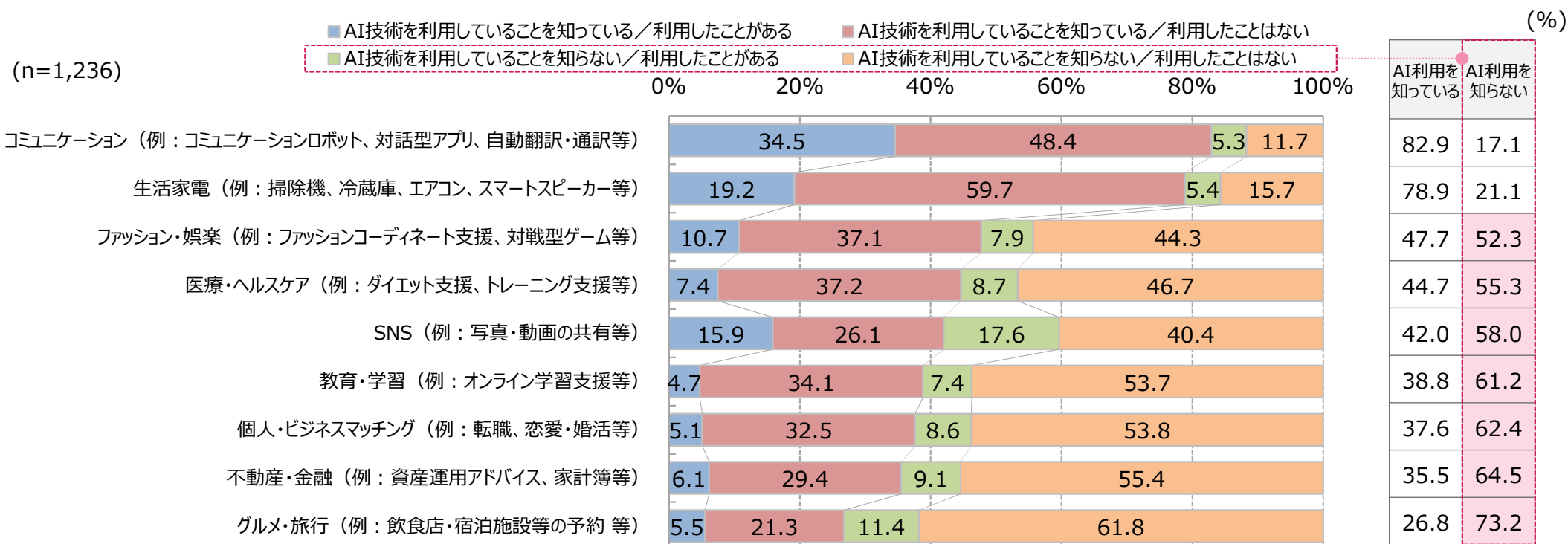
第1回消費者意識調査結果（AIに対するイメージについて）

「コミュニケーション」「生活家電」についてほとんどの消費者がAI技術を利用されていると認識しているが、その他のAI技術を利用している製品・サービスについては、半数以上の消費者が認識していない。

👉 様々な製品・サービスにAI技術が利用されていることを消費者に発信することが必要。

Q5. 以下の製品・サービスにAI(人工知能)技術を利用しているものがある事をご存知ですか？また、これら製品・サービスを利用したことがありますか？

[各1つ、必須]



第1回消費者意識調査結果（AIに対する期待について）

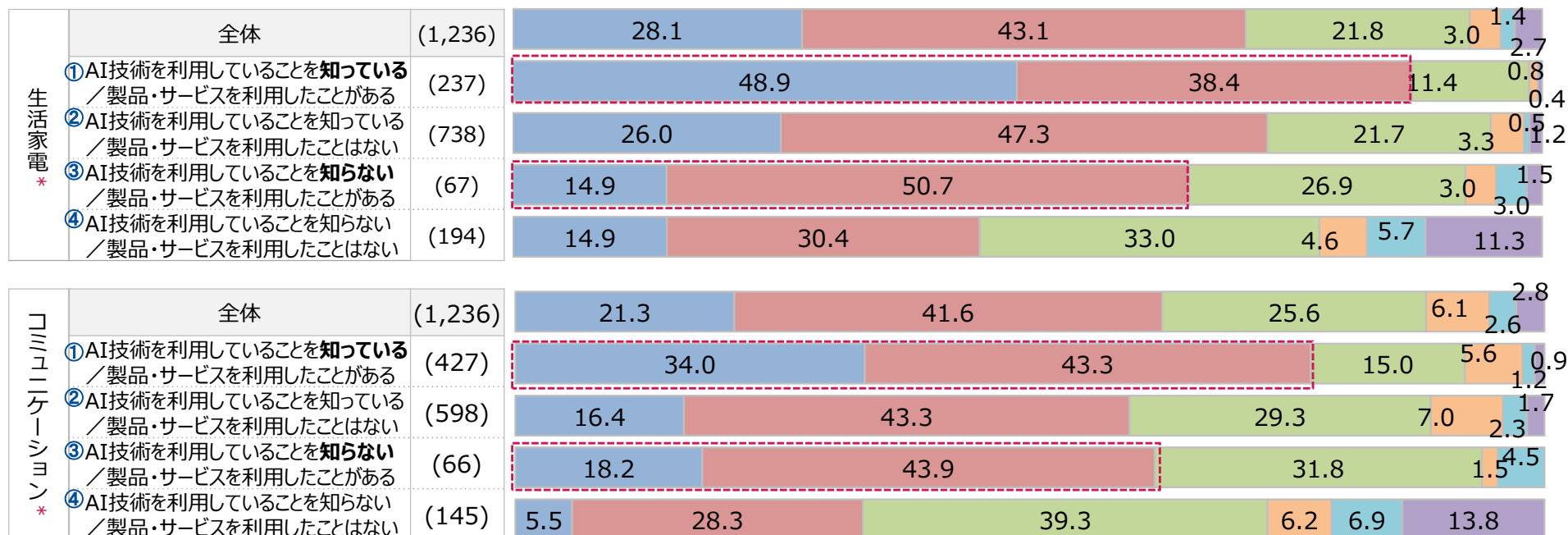
各製品・サービスがAI技術を利用していることを「知っている」と回答した人は、「知らない」と回答した人よりAIへの期待が大きい（各グラフ①と③または②と④の比較）。

👉 様々な製品・サービスにおいてAI技術が利用されていることを消費者に伝える。

Q5. 以下の製品・サービスにAI(人工知能)技術を利用しているものがある事をご存知ですか？また、これら製品・サービスを利用したことがありますか？

Q7. 以下の製品・サービスに利用されている「AI(人工知能)」について期待と不安どちらが大きいですか？

■ 期待が大きい ■ どちらかといえば期待が大きい ■ どちらでもない
■ どちらかといえば不安が大きい ■ 不安が大きい ■ わからない



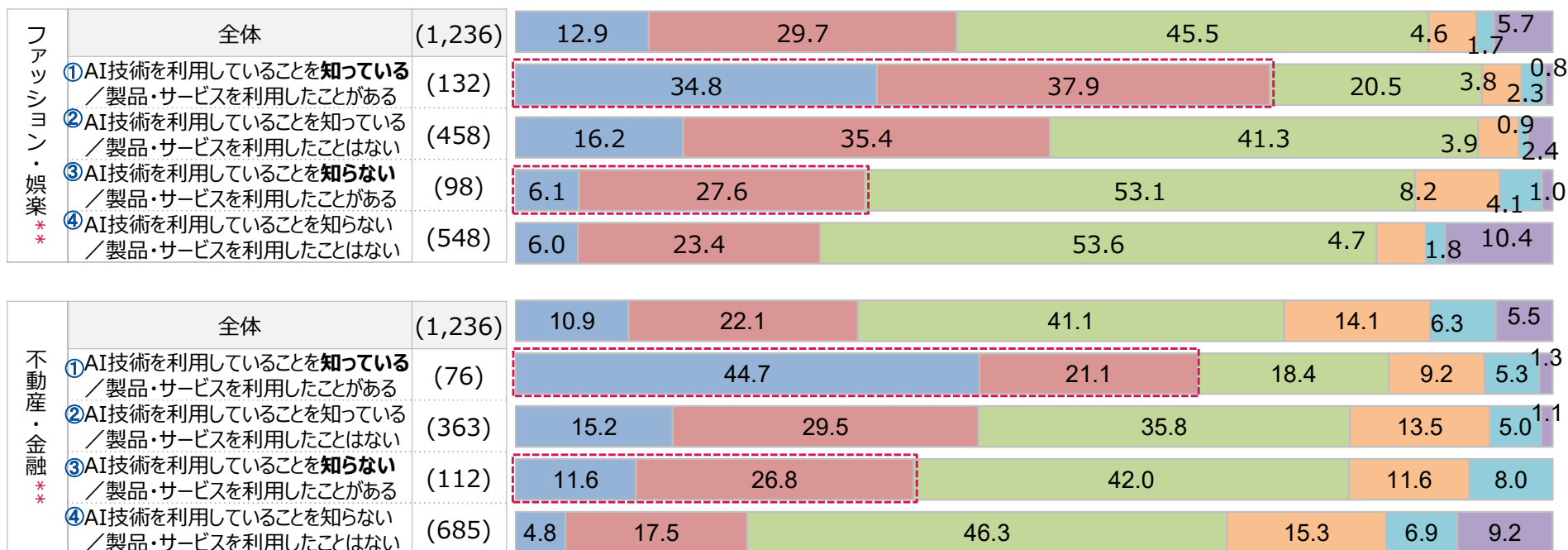
第1回消費者意識調査結果（AIに対する期待について）

※前ページ続き

Q5. 以下の製品・サービスにAI(人工知能)技術を利用しているものがある事をご存知ですか？また、これら製品・サービスを利用したことがありますか？

Q7. 以下の製品・サービスに利用されている「AI(人工知能)」について期待と不安どちらが大きいですか？

■ 期待が大きい ■ どちらかといえば期待が大きい ■ どちらでもない
■ どちらかといえば不安が大きい ■ 不安が大きい ■ わからない (%)



第1回消費者意識調査結果（AIに対する期待について）

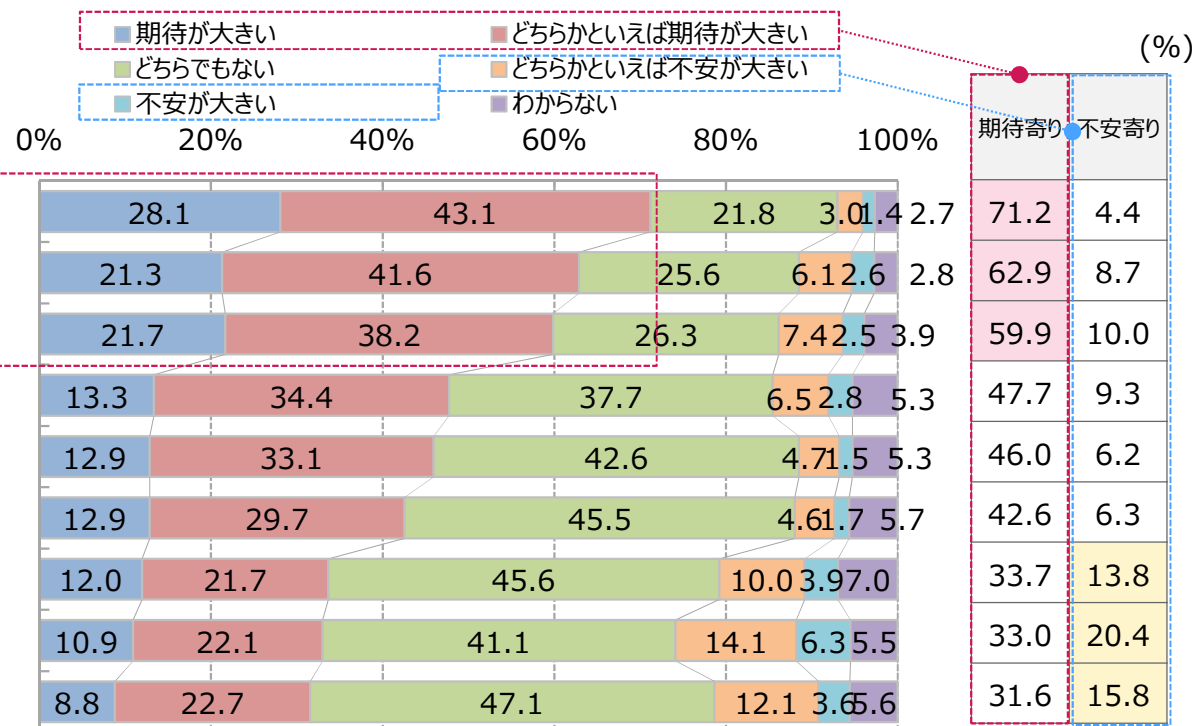
「生活家電」「コミュニケーション」「医療・ヘルスケア」に関する製品・サービスにおけるAIについては、期待が大きい傾向にある。

👉 今後、これら製品・サービスの期待が高い理由、またこれらの製品・サービスに期待することを確認することが望まれる。

Q7. 以下の製品・サービスに利用されている「AI(人工知能)」について期待と不安どちらが大きいですか？

[各1つ、必須]

(n=1,236)



第1回消費者意識調査結果（AIに対する不安について）

「セキュリティ（個人情報の漏洩）」や「AIから得られる情報が（事業者によって）人為的に操作されてしまう」「プライバシーの侵害」に不安を感じていると回答している。

👉 AIを利用する際の利用者情報の取扱いについて消費者に伝える必要。

上記以外のすべての項目について、不安であると感じている人がいる。

👉 各製品・サービスごとに消費者が感じる不安に応じて消費者に伝えるべき内容を整理する必要。

Q8. 以下の製品・サービスに利用されている「AI(人工知能)」について、不安に感じるものがあれば、あてはまるものをそれぞれ選んでください。

[Q7で「どちらかといえば不安が大きい」「不安が大きい」を選択、いくつでも（複数選択）、必須]

(n)

	全体(n)	AIから得られる情報が（事業者によって）人為的に操作されてしまう	セキュリティ（個人情報の漏洩）	プライバシーの侵害	過度に個人情報や製品・サービスへ提供してしまう	生命・身体・財産への危害	AIによる不当な判断・差別	他のサービス・製品への個人情報の流用	AIから得られる情報の信頼性	AIによる自身の意思決定・感情が操作されてしまう	想定外の動作が発生してしまう	製品・サービスに利用されているAI技術の中身（仕組み）	その他
生活家電	54	20	24	22	11	9	9	9	7	7	18	5	1
コミュニケーション	108	55	59	39	23	11	42	14	17	33	36	8	1
医療・ヘルスケア	123	37	44	38	26	47	41	14	24	17	47	17	1
個人・ビジネスマッチング	195	100	107	83	51	26	58	29	48	49	36	20	1
不動産・金融	252	126	153	113	78	45	48	47	60	29	57	24	2
教育・学習	115	36	38	37	25	15	28	16	24	19	24	7	5
グルメ・旅行	77	23	29	24	20	6	16	7	13	7	10	4	0
ファッション・娯楽	78	23	20	26	19	8	12	10	8	11	12	7	2
SNS	171	72	112	107	66	18	40	43	28	34	28	14	0

Q7で各製品・サービスについて「どちらかといえば不安が大きい」「不安が大きい」を選択した回答者数

- 各製品・サービスの中で、不安に感じると選択した件数が最も多いもの
- 各製品・サービスの中で、不安に感じると選択した件数が2番目に多いもの
- 各製品・サービスの中で、不安に感じると選択した件数が3番目に多いもの

第1回消費者意識調査結果（AIに対する不安について）

利用者の多くはトラブルを経験していないが、アンケートの項目に掲載した全ての製品・サービスにおいて、様々なトラブルが発生している。また、「コミュニケーション」において「誤った情報が提供された」トラブルが比較的多いように、製品・サービスによって発生数の多いトラブルが異なっている。

👉 **トラブルを回避するために消費者が持つべき情報を伝える必要。**
今後のトラブルを注視しながら、頻出トラブルを製品・サービスごとに整理する必要。

Q10. 以下のAI(人工知能)技術を利用している製品・サービスを利用したなかで、トラブル経験はありますか？

[Q5で「利用したことがある」を選択、いくつでも（「ない」の選択時は1つ）、必須]

(n)

	全体(n)	個人情報の漏洩	身体の負傷、 財物の損傷	損失が発生した	誤った情報が 提供された	他サービスへの 勧誘	その他	ない
生活家電	304	7	8	6	7	4	3	271
コミュニケーション	493	14	14	14	40	9	2	413
医療・ヘルスケア	199	6	4	5	9	2	1	176
個人・ビジネスマッチング	169	10	3	5	9	6	0	142
不動産・金融	188	9	6	5	4	4	0	165
教育・学習	150	7	4	8	8	4	0	125
グルメ・旅行	209	6	5	4	5	5	0	185
ファッション・娯楽	230	5	5	5	6	7	0	208
SNS	414	21	8	9	17	24	3	347

各製品・サービスの中で、トラブル経験があると選択した件数が最も多いもの

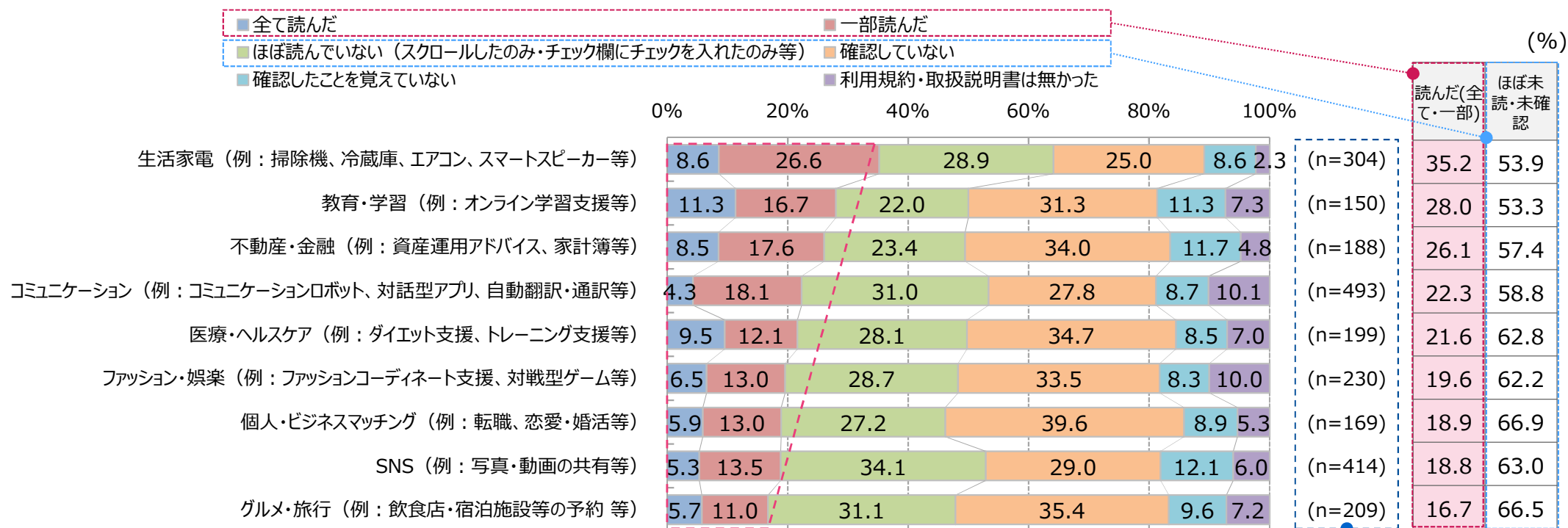
第1回消費者意識調査結果（AIに対する不安について）

全般的に利用規約や取扱説明書を確認している割合が低い。

- 👉 消費者が利用規約や取扱説明書を読んでもらうためにどうすればよいかを検討することが必要。
事業者から与えられる特に重要な情報をどう確実に受け取ることができるかについての対策が必要。

Q9. 以下のAI(人工知能)技術を利用している製品・サービスを利用するにあたって、利用規約・取扱説明書は確認しましたか？確認した方はどれくらい読んだのかも含めてお答えください。（※各項目の製品で複数利用したことがある方は直近の利用についてお答えください。）

[Q5で「利用したことがある」を選択、いくつでも、必須]



Q5で各製品・サービスについて「利用したことがある」を選択した回答者数

第1回消費者意識調査結果（AIに対する期待について）

「生活家電」に関する製品・サービスについては、約半数の消費者が今後「利用してみたい」と答えている。

👉 「生活家電」を利用してみたい理由について検討する必要。

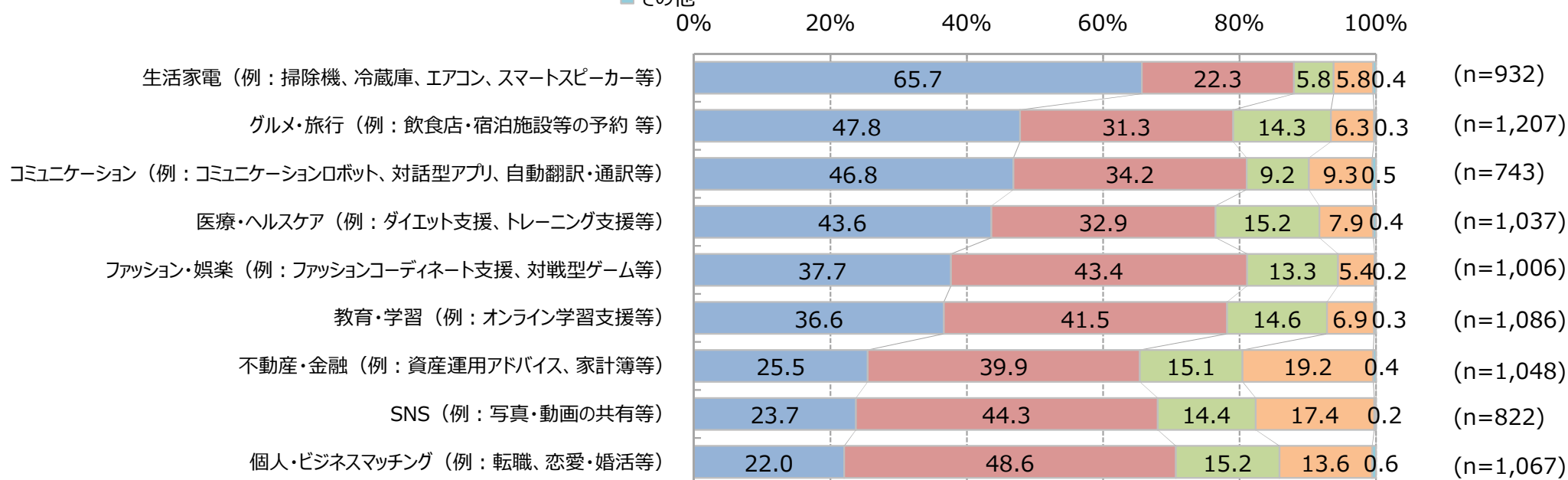
ほとんどのAI技術を利用している製品・サービスについて、半数以上の消費者が今後「利用してみたくない」と答えており、「必要な製品・サービスではない」と考える消費者も多い。

👉 AIを利用した製品・サービスの利便性を伝える等、どうすればAI技術を利用している製品・サービスの利用が進むのか検討する必要。

Q11. 以下のAI(人工知能)技術を利用している製品・サービスを今後利用してみたいですか？利用してみたくない方は、利用してみたくない理由も含めてお答えください。

[Q5で「利用したことがない」を選択、1つ、必須]

■ 利用してみたい
■ 製品・サービスの内容・仕組みがわからない
■ その他
■ 必要な製品・サービスではない
■ セキュリティに不安がある



第1回消費者意識調査結果（AIに対する期待について）

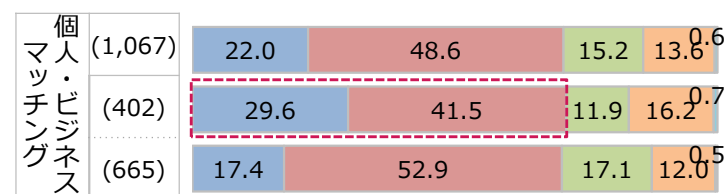
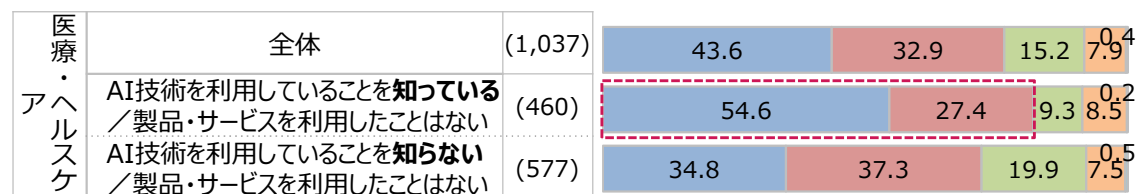
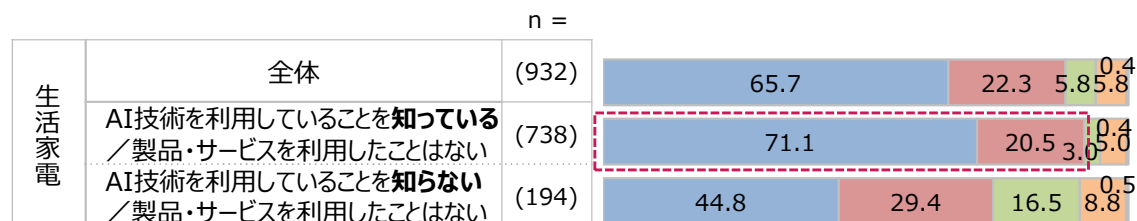
全ての製品・サービスにおいて、各製品・サービスがAI技術を利用していること知っている人は、今後利用したいと考えている割合が高い。

👉 各製品・サービスがAI技術を利用していることを消費者に周知する。

Q5. 以下の製品・サービスにAI(人工知能)技術を利用しているものがある事をご存知ですか？また、これら製品・サービスを利用したことがありますか？

Q11. 以下のAI(人工知能)技術を利用している製品・サービスを今後利用してみたいですか？利用してみたくない方は、利用してみたくない理由も含めてお答えください。

[Q5で「利用したことがない」を選択、1つ、必須]



第1回消費者意識調査結果（AIに対する期待について）

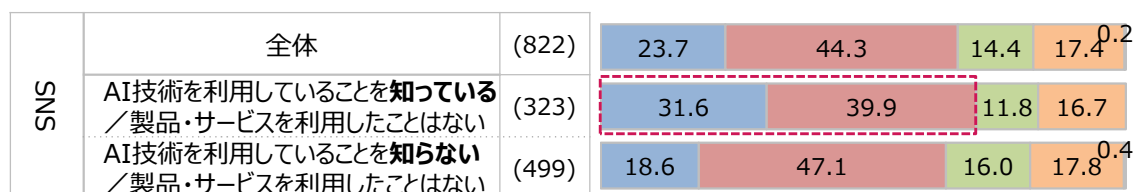
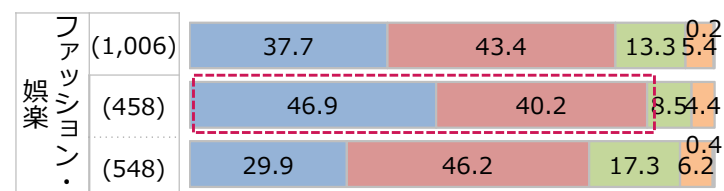
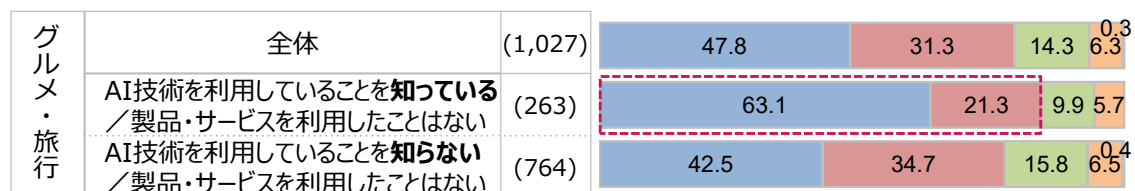
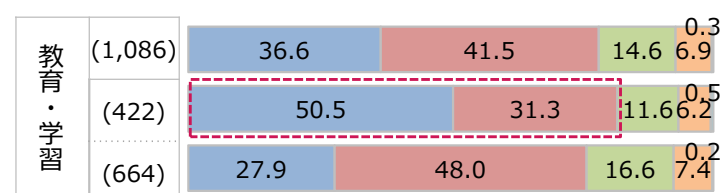
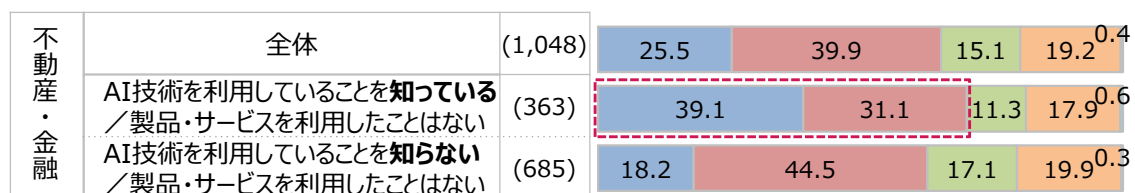
※前ページ続き

Q5. 以下の製品・サービスにAI(人工知能)技術を利用しているものがある事をご存知ですか？また、これら製品・サービスを利用したことがありますか？

Q11. 以下のAI(人工知能)技術を利用している製品・サービスを今後利用してみたいですか？利用してみたくない方は、利用してみたくない理由も含めてお答えください。

[Q5で「利用したことがない」を選択、1つ、必須]

n =



第1回消費者意識調査結果（AIに対する不安について）

AIについて不安を持つ回答数の多い製品・サービス（不動産・金融、SNS、個人・ビジネスマッチング）は、利用してみたいと考える人の割合が少ない。

- 👉 消費者の不安を解消するための情報を提供することが望まれる。
一方で、利用している人の考え（不安があるかどうか等）を確認することが望まれる。

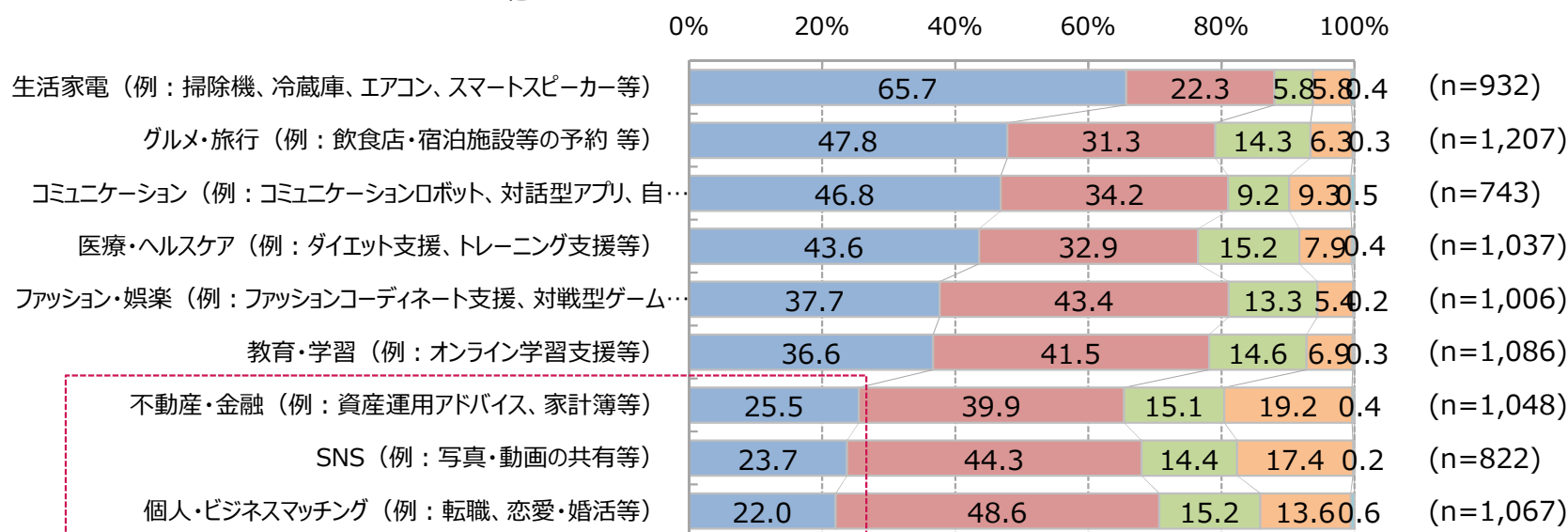
Q7. 以下の製品・サービスに利用されている「AI」について期待と不安どちらが大きいのですか？

不安寄り (n)
48
57
75
102
58
100
219
119
168

Q11. 以下のAI(人工知能)技術を利用している製品・サービスを今後利用してみたいですか？利用してみたくない方は、利用してみたくない理由も含めてお答えください。

[Q5で「利用したことがない」を選択、1つ、必須]

- 利用してみたい
- 製品・サービスの内容・仕組みがわからない
- 必要な製品・サービスではない
- セキュリティに不安がある
- その他



Q7で各製品・サービスについて「どちらかといえば不安が大きい」「不安が大きい」を選択した回答者数 (※製品・サービスの利用経験者を除く)

第1回消費者意識調査結果（まとめ）

設問	調査結果	調査結果に基づく対策の方向性
□ AIに対するイメージについて		
Q1(P.1)	AIに対してポジティブなイメージをもつ人が多いが、半数近くの回答者はネガティブなイメージを持っている。	AIに対するイメージ（ポジティブ・ネガティブ）から消費者に提供する情報を検討する。
SQ1×Q1(P.2)	AIの意味を知っているか否かに関わらずネガティブイメージを持っている。	- 消費者のネガティブなイメージを払しょくする。 - AI理解度とネガティブイメージの関係を調査する。
Q3(P.3)	- AIは「多くの情報を持っている」というイメージをもつ人が多い。 - AIは「何でもできる」「ミスを起こさない」というイメージをもつ人もいる。	- 適切な情報の提供の仕方や製品・サービスの利用の仕方に関する情報を消費者に提供する。 - 過大な期待を解消するため正しい情報を伝える。
SQ1×Q3(P.4)	AIの意味を知っているか否かに関わらず過大な期待を持っている。	- 過大な期待を解消するため正しい情報を伝える。 - AIに関する理解度を確認していく。
Q5(P.5)	コミュニケーション、生活家電を除いた製品・サービスにAI技術が利用されていることを、半数近くの回答者は知らない。	様々な製品・サービスにAI技術が利用されていることを消費者に伝える。
□ AIに対する期待について		
Q5×Q7(P.6-7)	AI技術を利用していることを知っているとは回答した人は、AIへの期待が大きい。	様々な製品・サービスにAI技術が利用されていることを消費者に伝える。
Q7(P.8)	日常生活で利用されている製品・サービスは、AIへの期待が大きい。	期待が大きい理由、期待することを確認していく。
Q11(P.12)	生活家電以外は利用意向が全体の半数以下。	- 利用したい理由等を消費者に確認する。 - 利用促進方法について検討する。
Q5×Q11(P.13-14)	AI技術を利用していることを知っているとは回答した人は、今後利用したいと考えている割合が高い。	様々な製品・サービスにAI技術が利用されていることを消費者に伝える。

第1回消費者意識調査結果（まとめ）

設問	調査結果	調査結果に基づく対策の方向性
□ AIに対する不安について		
Q8(P.9)	『情報の取扱い』に不安を持つ人が多い。 - 全ての項目に不安を感じている人がある。	- 利用者情報の取扱いについて消費者に提供する。 - 消費者の不安に応じて消費者に伝えるべき内容を整理する。
Q10(P.10)	件数は少ないが、様々なトラブルが発生している。	- トラブルを回避するために消費者が持つべき情報を消費者に伝える。 - 頻出トラブルを製品・サービス毎に整理する。
Q9(P.11)	全般的に利用規約や取扱説明書を確認している割合が低い。	- 読んでもらうためにどうすればよいかを検討する。 - 特に重要な情報の確実な受け取り方について検討する。
Q7とQ11(P.15)	AIについて不安を持つ製品・サービスは、利用してみたいと考える割合が少ない。	- 不安を解消するための情報を消費者に提供する。 - 利用している人の考えを確認する

第1回消費者意識調査結果まとめ（実施概要、単純集計結果）

第1回消費者意識調査実施概要

● スクリーニング調査実施概要

サンプル数	全国10代～60代の男女 39,051名（性別、年代で均等割付を実施）
調査期間	令和2年2月13日～2月17日*
スクリーニング方法	スクリーニングQ1で「人工知能という言葉を知らない」、スクリーニングQ2で「AIを利用した製品・サービスの開発に従事している」と回答した回答者を本調査実施対象から除外した。

● 本調査実施概要

サンプル数	全国10代～60代の男女 1,236名（性別、年代で均等割付を実施）
調査期間	令和2年2月14日～2月15日

Q1
「AI(人工知能)」のイメージについて、当てはまるものをそれぞれ選んでください。

暮らしを豊かにする

① あてはまる
② ややあてはまる
③ どちらともいえない
④ あまりあてはまらない
⑤ あてはまらない

生活に良い影響を与える

① あてはまる
② ややあてはまる
③ どちらともいえない
④ あまりあてはまらない
⑤ あてはまらない

WEBアンケート調査画面（一部抜粋）

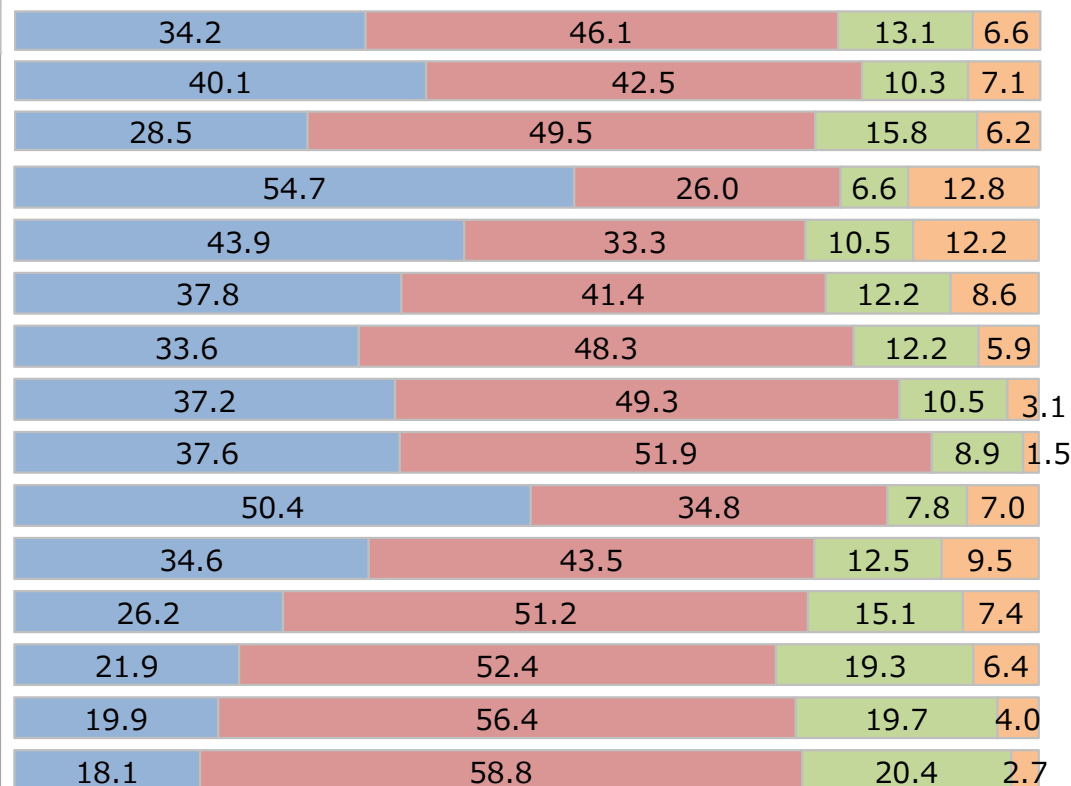
第1回消費者意識調査(スクリーニング調査結果)

スクリーニングQ1. 「AI(artificial intelligence、人工知能)」という言葉を知っていますか？

[1つ、必須]

		n=	意味を理解している	何となく意味を理解している	聞いたことはあるが、意味は知らない	知らない
全体		39,051	13,346	18,000	5,128	2,577
性別	男性	19,051	7,640	8,095	1,969	1,347
	女性	20,000	5,706	9,905	3,159	1,230
割付セル	男性/15-19才	2,384	1,303	620	157	304
	男性/20-29才	3,333	1,464	1,110	351	408
	男性/30-39才	3,333	1,259	1,381	407	286
	男性/40-49才	3,334	1,121	1,611	406	196
	男性/50-59才	3,334	1,239	1,642	351	102
	男性/60-69才	3,333	1,254	1,731	297	51
	女性/15-19才	3,333	1,680	1,161	259	233
	女性/20-29才	3,333	1,153	1,450	415	315
	女性/30-39才	3,333	874	1,708	504	247
	女性/40-49才	3,334	731	1,748	643	212
	女性/50-59才	3,334	664	1,879	657	134
	女性/60-69才	3,333	604	1,959	681	89

■ 知っている（意味を理解している）
■ 知っている（何となく意味も知っている）
■ 知っている（聞いたことはあるが、意味は知らない）
■ 知らない（全く聞いた事もなく、意味も知らない）

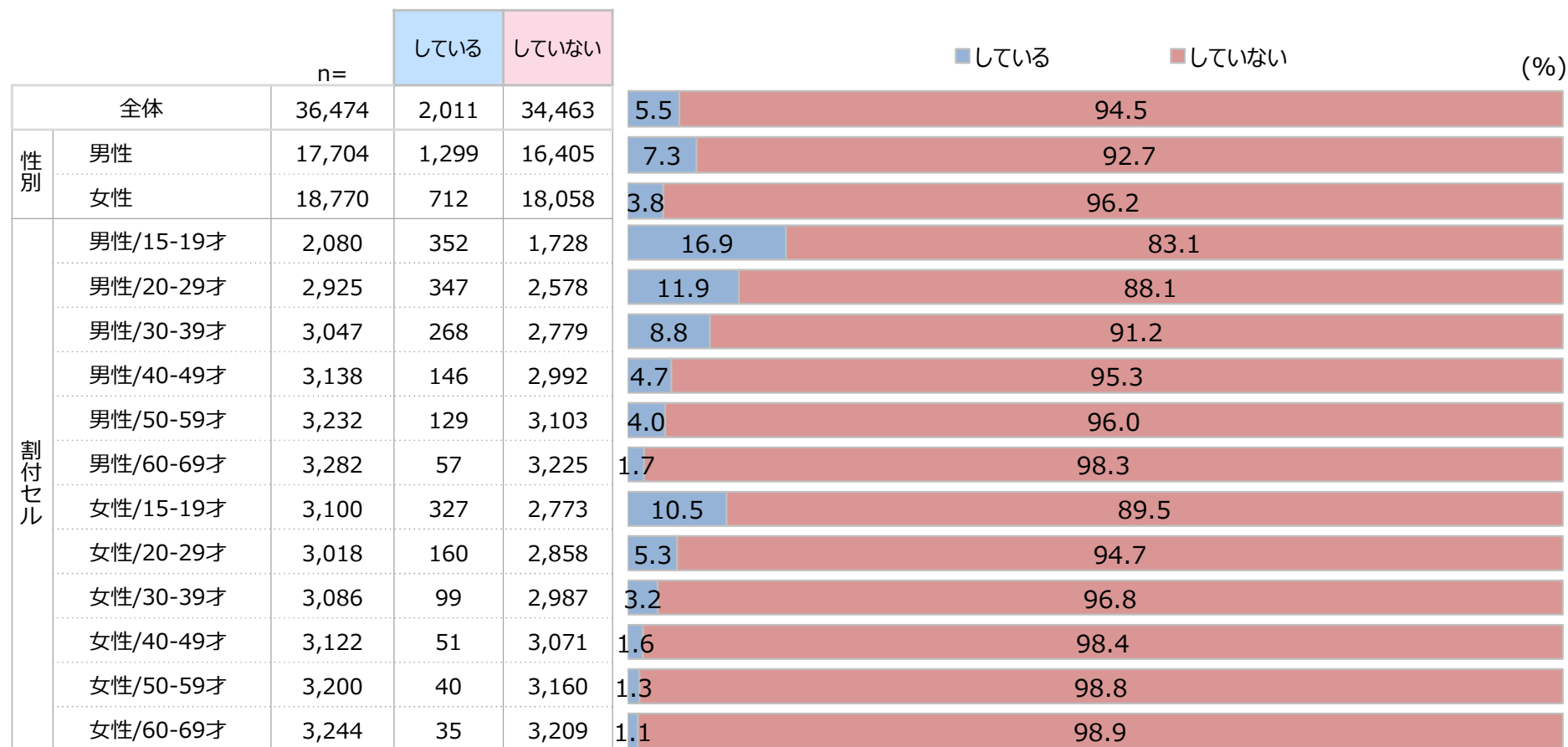


回答者の93.4(%)が「AI(人工知能)」という言葉聞いたことがあると回答している。その内、80.3(%)が「AIの意味を理解している」「AIの意味を何となく知っている」と回答している。

第1回消費者意識調査(スクリーニング調査結果)

スクリーニングQ2. あなたはAIを利用した製品・サービスの開発に従事していますか？

[1つ、必須]



回答者の5.5(%)が「AIを利用した製品・サービスの開発に従事している」と回答している。

第1回消費者意識調査(本調査結果・単純集計)

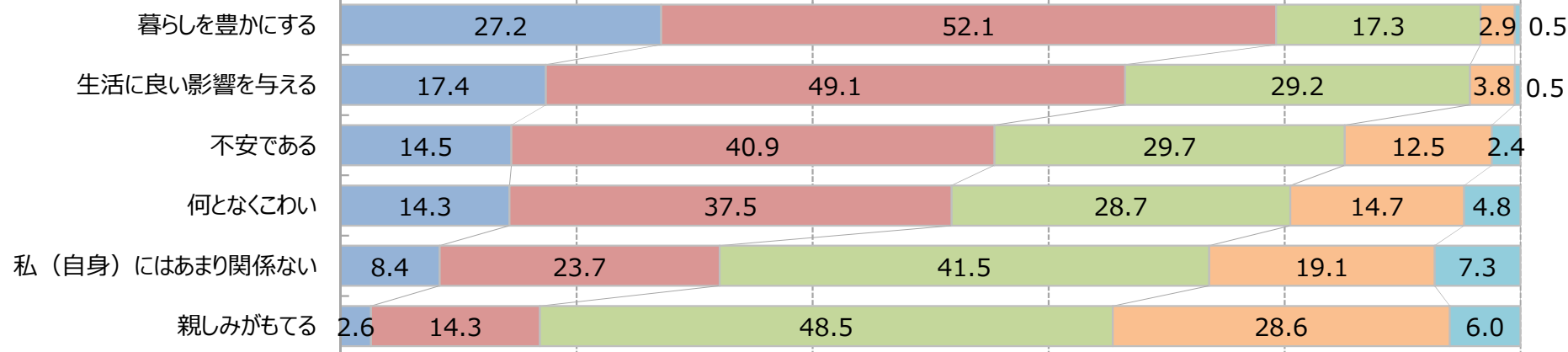
Q1. 「AI(人工知能)」のイメージについて、当てはまるものをそれぞれ選んでください。

[1つ、必須]

(n=1,236)

■ あてはまる ■ ややあてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

0% 20% 40% 60% 80% 100%



AIに対するイメージは「不安である」「何となくこわい」というネガティブなイメージよりも、「暮らしを豊かにする」「生活に良い影響を与える」というポジティブなイメージを持つ人の割合が高い。

Q2. 上記以外で「AI(人工知能)」のイメージについて、ご自由にご記入ください。

[自由記述、必須]

主なご意見*

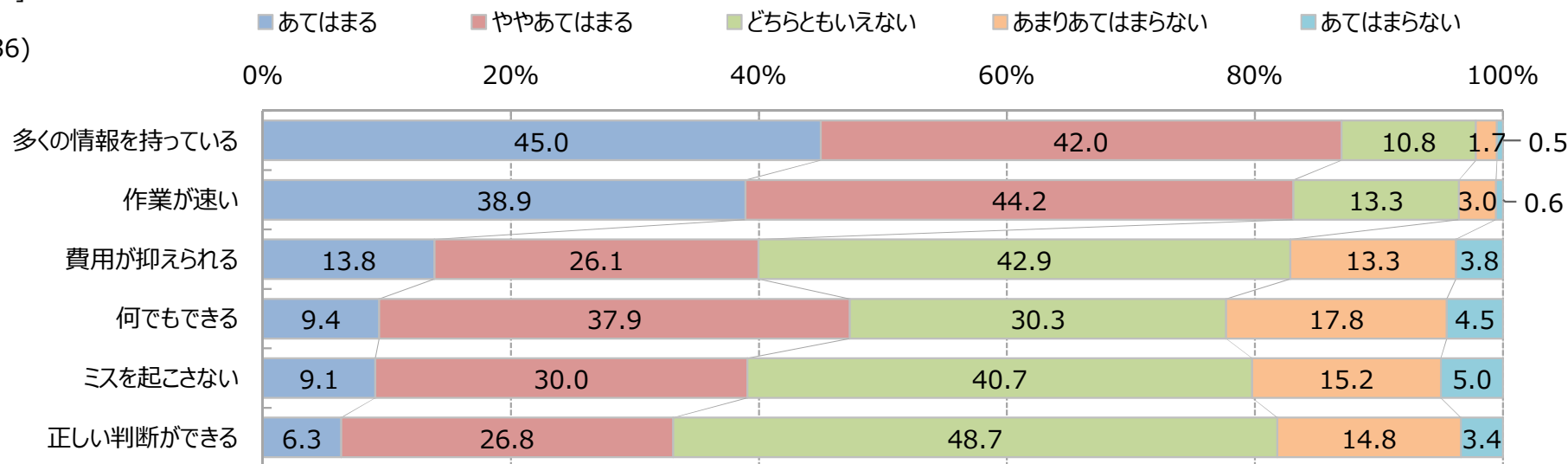
- 便利になる、楽になる
- 人間の仕事を奪う、人間の仕事が減る
- 単純な作業を代替する、効率化する
- 人間を超える
- AIの暴走・制御不能が怖い
- 映画（ターミネーター、A I・ロボットの支配）
- 使い方次第で良くも悪くもなる
- 賢い
- 感情を持たない
- 身近なもの、生活の一部 等

第1回消費者意識調査(本調査結果・単純集計)

Q3. 「AI(人工知能)」と人を比較した場合の、AI(人工知能)のイメージについて、当てはまるものをそれぞれ選んでください。

[1つ、必須]

(n=1,236)



AIと人を比較した場合、AIは人よりも「多くの情報を持っている」「作業が速い」というイメージを持つ人の割合が高い。

Q4. 上記以外で「AI(人工知能)」と人を比較した場合の、AI(人工知能)のイメージについて、ご自由にご記入ください。

[自由記述、必須]

主なご意見*

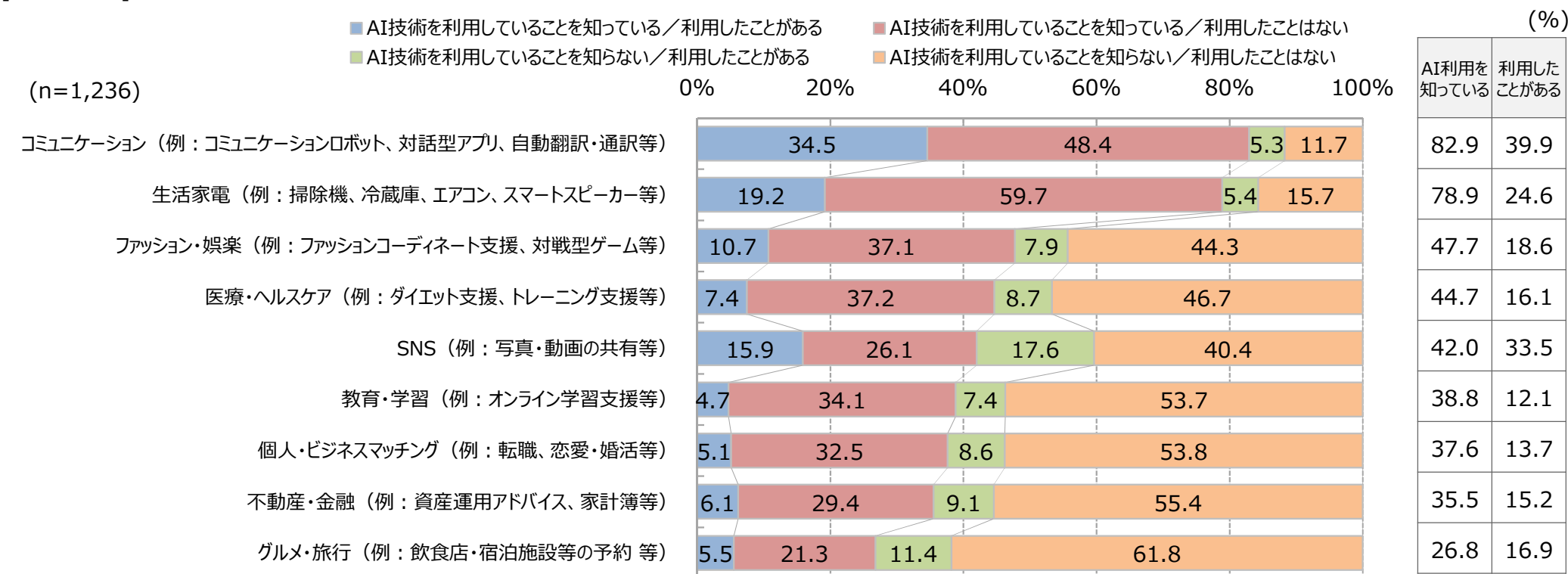
- ・ 作業効率が良い
- ・ 単純作業・反復作業に優れている
- ・ 正確な作業ができる、ミスが少ない
- ・ 感情がない、感情の左右されない
- ・ 処理速度が速い
- ・ 柔軟（臨機応変）な対応が苦手 等

第1回消費者意識調査(本調査結果・単純集計)

Q5. 以下の製品・サービスにAI(人工知能)技術を利用しているものがある事をご存知ですか？また、これら製品・サービスを利用したことがありますか？

[各1つ、必須]

※本設問は、各分野の製品・サービス全般についてお伺いするものであり、特定の製品・サービスについてお伺いするものではありません。(以下同様)



Q6. 上記以外で利用経験のあるAI技術が利用されている製品・サービスは何がありますか？

[自由記述、必須]

主なご意見*

- 自動車、自動運転
- 自動販売機
- スマートフォン
- 検索予測
- 公営競技予測
- エレベーター
- 介護・見守りサービス
- オンラインショッピング等

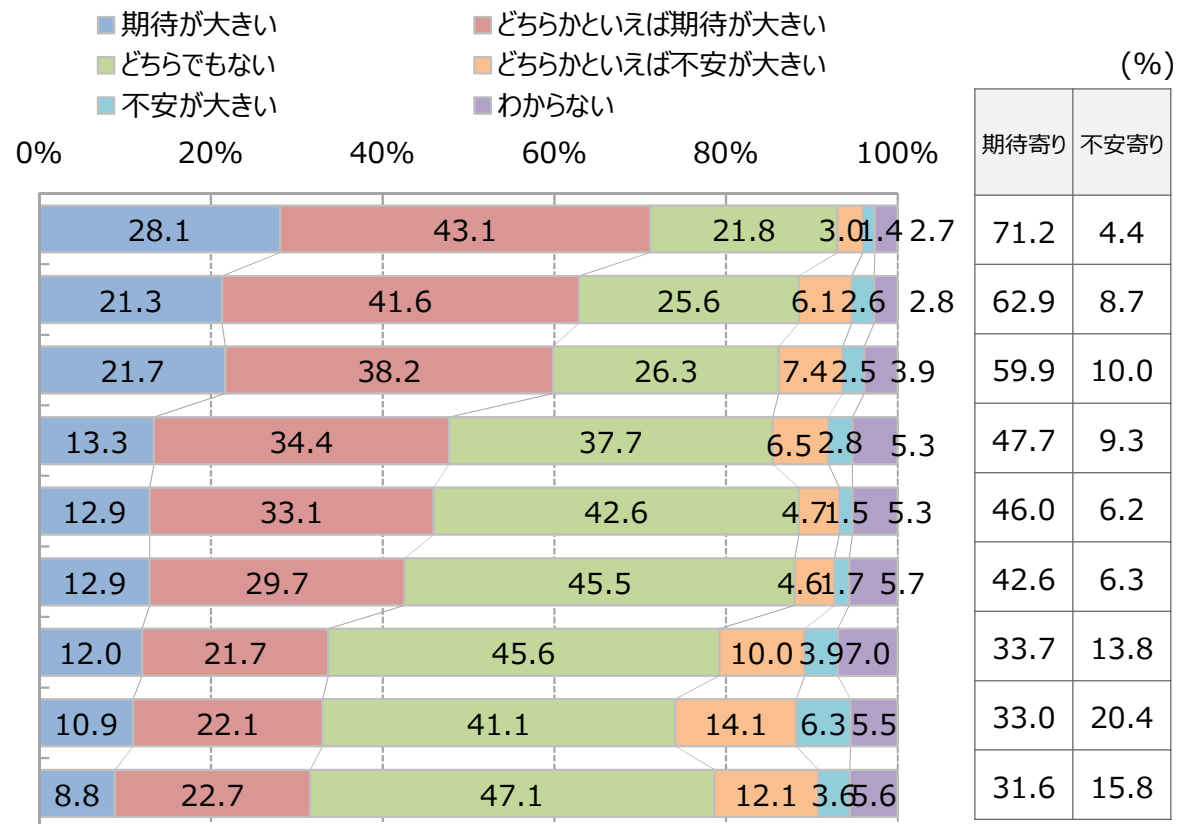
- AI技術を利用していることを知っていると回答したサービスは「コミュニケーション(82.9%)」、「生活家電(78.9%)」、「ファッション・娯楽(47.7%)」の順に高い。
- AI技術搭載の有無に関わらず利用経験は「コミュニケーション(39.9%)」、「SNS(33.5%)」、「生活家電(24.6%)」の順に高い。

第1回消費者意識調査(本調査結果・単純集計)

Q7. 以下の製品・サービスに利用されている「AI(人工知能)」について期待と不安どちらが大きいですか？

[各1つ、必須]

(n=1,236)

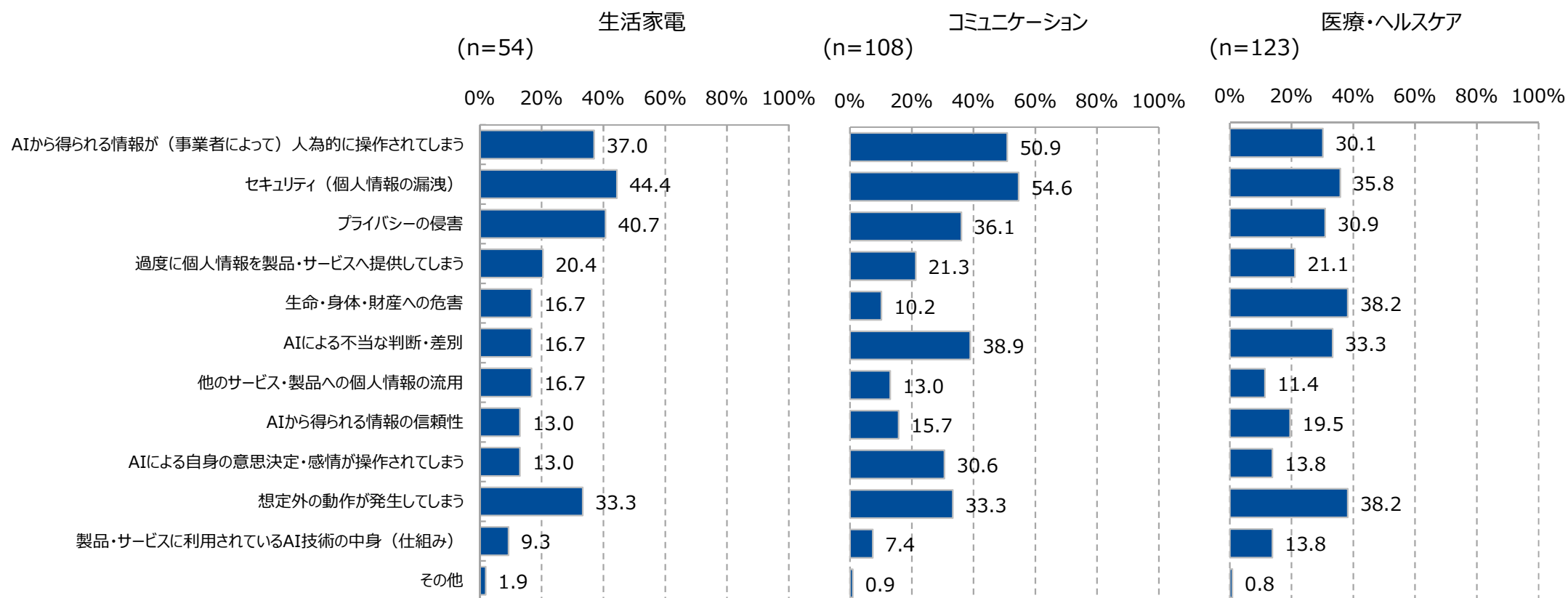


- 「期待が大きい」・「どちらかといえば期待が大きい」(期待寄り)と回答したサービスは「生活家電(71.2%)」、「コミュニケーション(62.9%)」、「医療・ヘルスケア(59.9%)」の順に高い。
- 「どちらかといえば不安が大きい」・「不安が大きい」(不安寄り)と回答したサービスは「不動産・金融(20.4%)」、「個人・ビジネスマッチング(15.8%)」、「SNS(13.8%)」の順に高い。

第1回消費者意識調査(本調査結果・単純集計)

Q8. 以下の製品・サービスに利用されている「AI(人工知能)」について、不安に感じる事があれば、あてはまるものをそれぞれ選んでください。

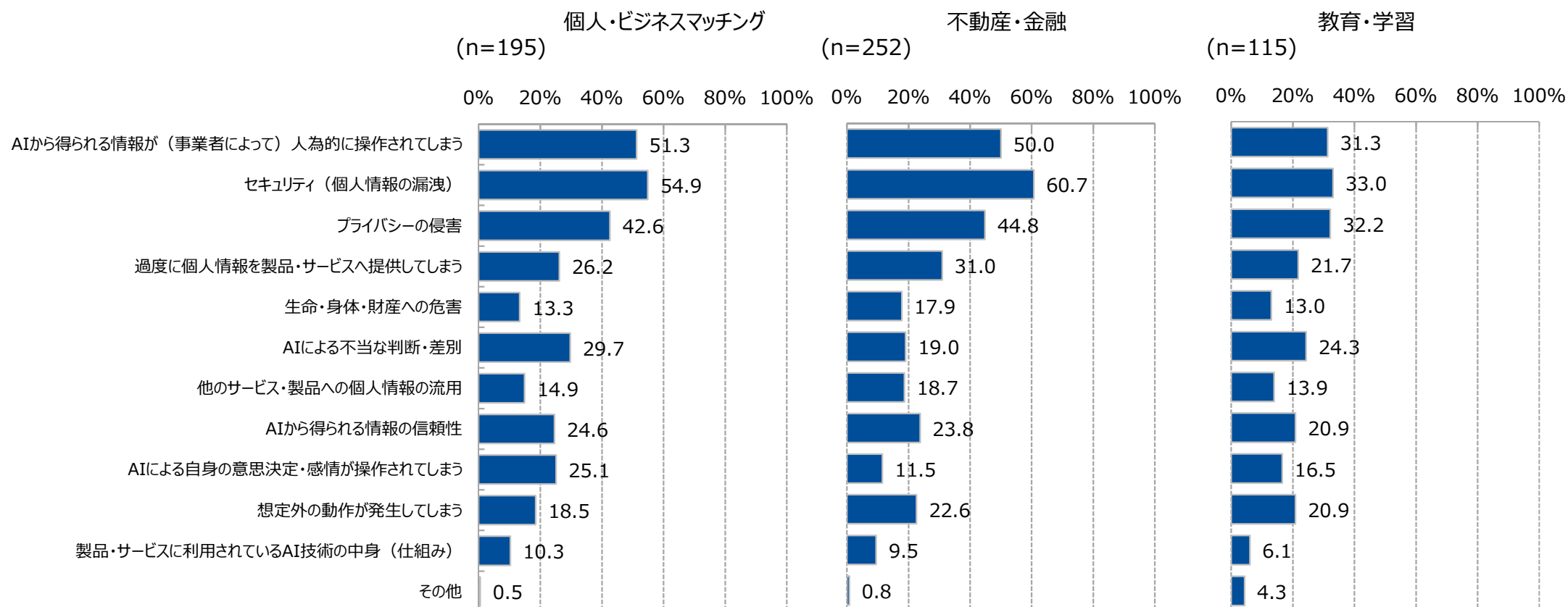
[Q7で「どちらかといえば不安が大きい」「不安が大きい」を選択、いくつでも、必須]



第1回消費者意識調査(本調査結果・単純集計)

Q8. 以下の製品・サービスに利用されている「AI(人工知能)」について、不安に感じる事があれば、あてはまるものをそれぞれ選んでください。

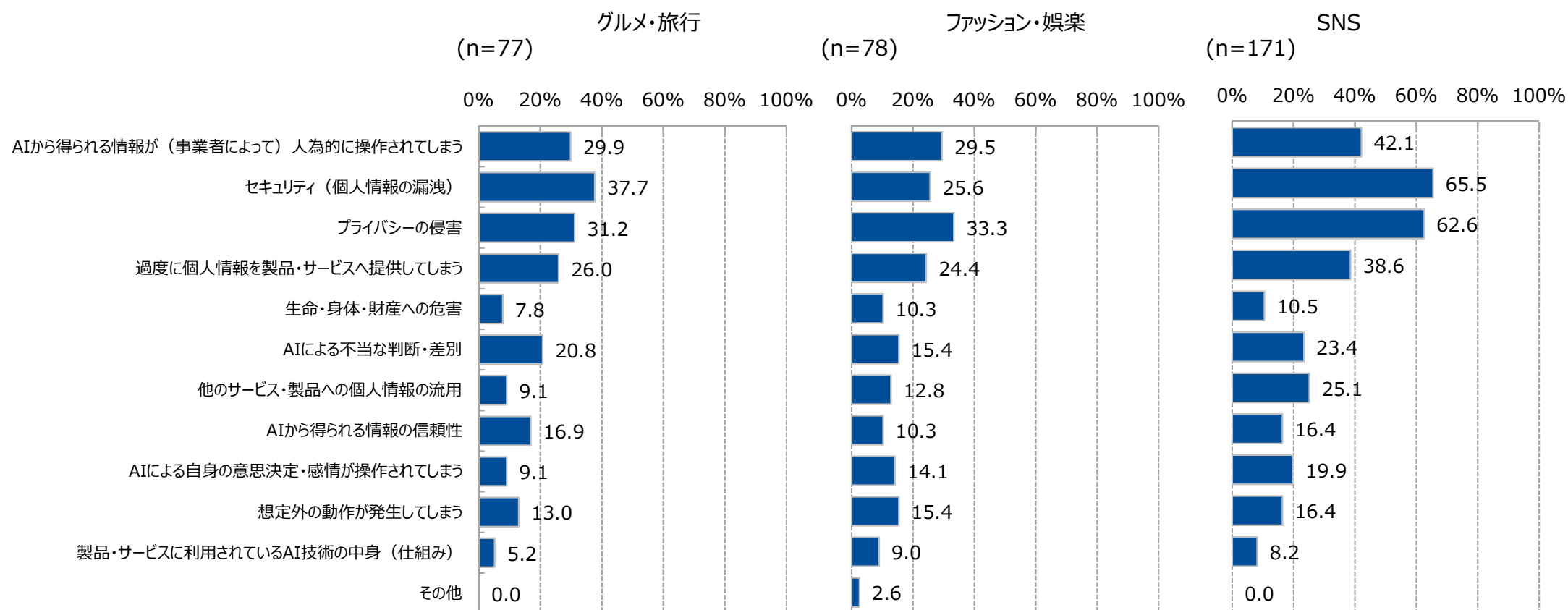
[Q7で「どちらかといえば不安が大きい」「不安が大きい」を選択、いくつでも、必須]



第1回消費者意識調査(本調査結果・単純集計)

Q8. 以下の製品・サービスに利用されている「AI(人工知能)」について、不安に感じる事があれば、あてはまるものをそれぞれ選んでください。

[Q7で「どちらかといえば不安が大きい」「不安が大きい」を選択、いくつでも、必須]



「医療・ヘルスケア」「ファッション・娯楽」を除き、「セキュリティ（個人情報の漏洩）」が不安に感じる事として多く選ばれている。

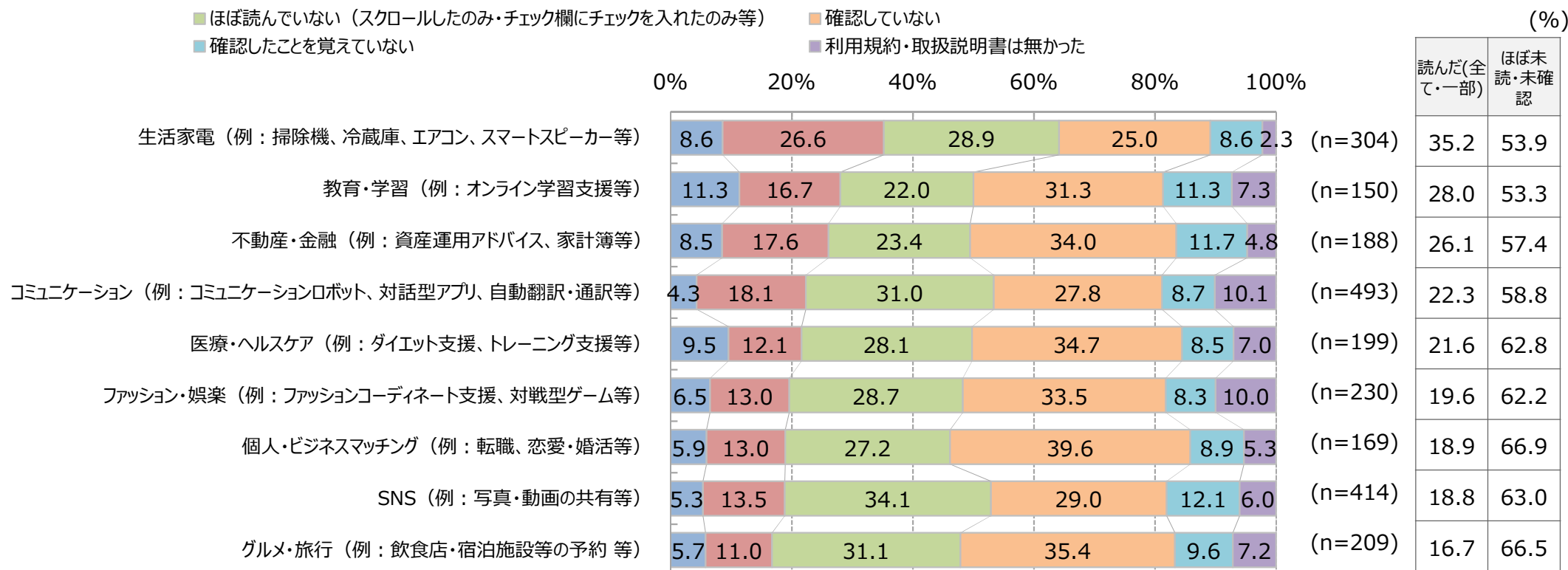
第1回消費者意識調査(本調査結果・単純集計)

Q9. 以下のAI(人工知能)技術を利用している製品・サービスを利用するにあたって、利用規約・取扱説明書は確認しましたか？確認した方はどれくらい読んだのかも含めてお答えください。（※各項目の製品で複数利用したことがある方は直近の利用についてお答えください。）

[Q5で「利用したことがある」を選択、いくつでも、必須]

■ 全て読んだ
■ ほぼ読んでいない（スクロールしたのみ・チェック欄にチェックを入れたのみ等）
■ 確認したことを覚えていない

■ 一部読んだ
■ 確認していない
■ 利用規約・取扱説明書はなかった

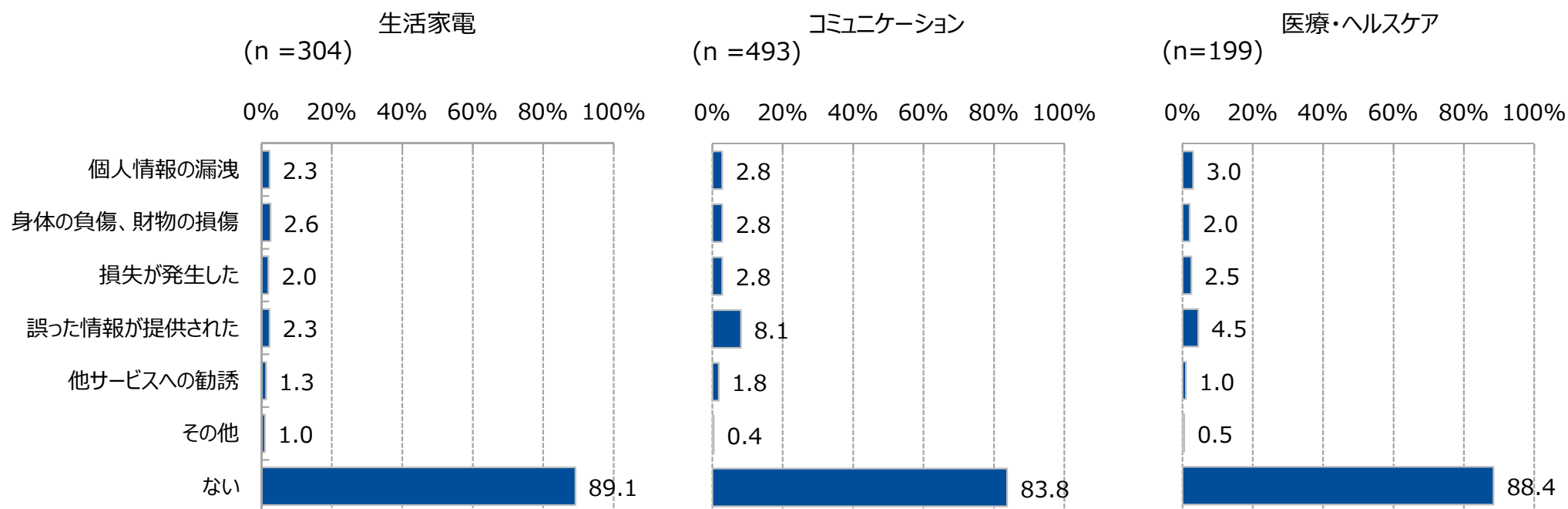


- ・ 利用規約・取説を「全て読んだ」・「一部読んだ」と回答したサービスは「生活家電（35.2%）」が最も高い。
- ・ 全製品・サービスにおいて、利用規約・取説を「ほぼ読んでいない」・「確認しない」と回答した割合が半数（50%）を上回っている。

第1回消費者意識調査(本調査結果・単純集計)

Q10. 以下のAI(人工知能)技術を利用している製品・サービスを利用したなかで、トラブル経験はありますか？

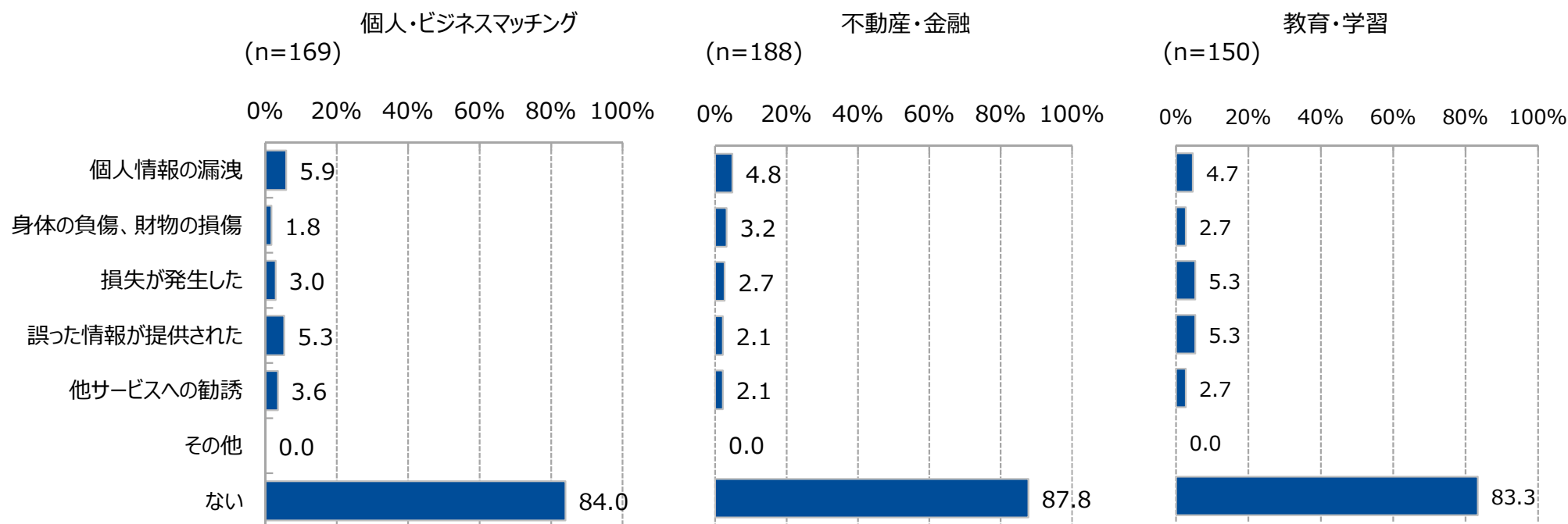
[Q5で「利用したことがある」を選択、いくつでも、必須]



第1回消費者意識調査(本調査結果・単純集計)

Q10. 以下のAI(人工知能)技術を利用している製品・サービスを利用したなかで、トラブル経験はありますか？

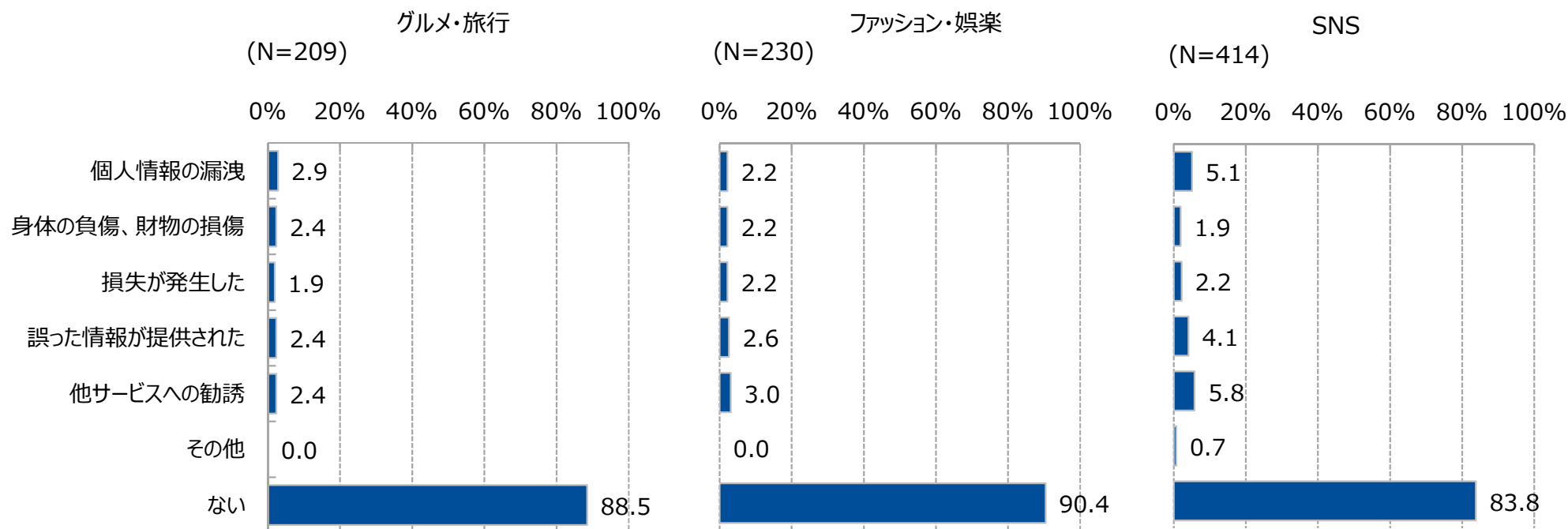
[Q5で「利用したことがある」を選択、いくつでも、必須]



第1回消費者意識調査(本調査結果・単純集計)

Q10. 以下のAI(人工知能)技術を利用している製品・サービスを利用したなかで、トラブル経験はありますか？

[Q5で「利用したことがある」を選択、いくつでも、必須]



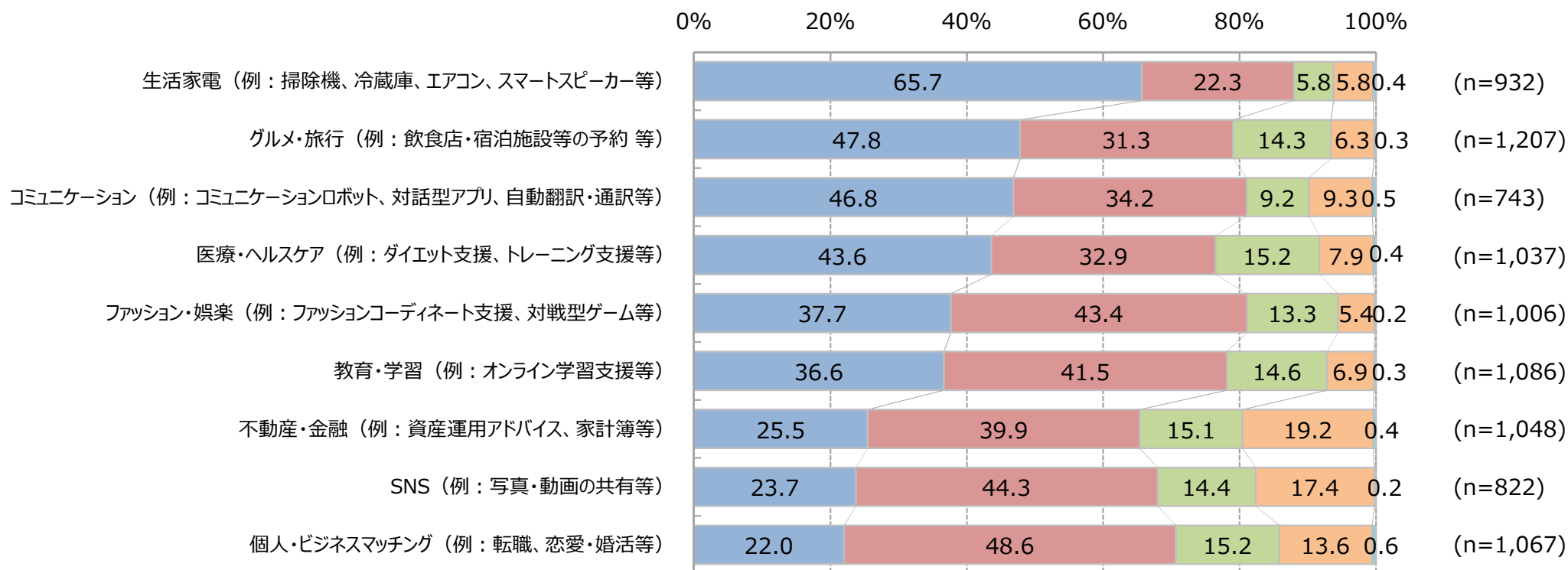
- 回答者の多くは、AI技術を利用している製品・サービスを利用したなかでのトラブル経験は「ない」と回答している。
- 何らかのトラブルを経験した割合は「教育・学習（20.7%）」が最も高い。

第1回消費者意識調査(本調査結果・単純集計)

Q11. 以下のAI(人工知能)技術を利用している製品・サービスを今後利用してみたいですか？利用してみたくない方は、利用してみたくない理由も含めてお答えください。

[Q5で「利用したことがない」を選択、1つ、必須]

■ 利用してみたい
■ 必要な製品・サービスではない
■ 製品・サービスの内容・仕組みがわからない
■ セキュリティに不安がある
■ その他



- ・「今後利用してみたい」と回答したサービスは「生活家電(65.7%)」、「グルメ・旅行(47.8%)」、「コミュニケーション(46.8%)」の順に高い。
- ・「セキュリティに不安がある」と回答したサービスは「不動産・金融(19.2%)」、「SNS(17.4%)」、「個人・ビジネスマッチング(13.6%)」の順に高い。