

消費者のデジタル化への対応に関する検討会 第2回 AI ワーキンググループ 議事録

- ・ 日時：2020年3月16日（月）15:00～17:00
- ・ 会場：中央合同庁舎第4号館12階共用1203会議室
- ・ 出席者（◎は座長、敬称略、氏名五十音順）
 - 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
 - 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

■ 議事録

開会

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2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、ご出席をたまわりましてありがとうございます。西野委員がまだお越しになっておりませんが、少し遅れるというお知らせを頂いておりますので始めさせていただきたいと思います。

今回もはじめに事務局より資料のご説明を行いまして、具体的な議論に入りましたら、座長の進行で進めさせていただければと考えております。開催に先だちまして座長より一言ごあいさつを頂戴できればと思います。

よろしく願いいたします。

座長挨拶

小塚座長：皆さん、こんにちは。座らせていただいて、失礼いたします。

予期せぬ事態で、新型コロナウイルスによる感染が拡大しているという状況の中ですが、事務局がいろいろご尽力になりまして、この会議の準備も粛々と進行したと理解しております。そういうことで本日はこの間進みました作業について伺いまして、私ども委員で忌憚なく議論をして、そして次年度に続けたいというふうに思っておりますので、どうぞよろしく願いいたします。

今後のスケジュールと資料確認

事務局：ありがとうございます。

では、資料の確認に入らせていただく前に、今年の 7 月までという比較的短い期間で成果物であるハンドブックの作成を進めたく考えておりますので、皆さまにそのスケジュール感をお知らせしたく、簡単にご説明をさせていただきたいと思っております。

クリップ留めをされております資料の一番上にごございます、「実施スケジュール（案）」と記載されている資料をご覧くださいませでしょうか。このワーキンググループは今年の 7 月まで全 6 回開催することを予定しております。来年度は 4 月から 7 月まで毎月 1 回開催する予定としておりまして、計 4 回の開催を予定しております。皆さま、お忙しいところ恐縮ですが、ご参加をお願いしたく考えております。

本日の第 2 回で「ハンドブック取りまとめ方針」および「総論部分の内容」についてご議論いただくことを予定しております。また、来年度のワーキンググループでは、第 3 回に各論部分の内容についてご議論いただきまして、第 4 回では、2 回、3 回で検討した内容を踏まえ、ハンドブックの素案の検討を行いたいと考えております。第 5 回では、ワーキンググループとしての提言等を含め、議論の内容を取りまとめた報告書案の議論を予定しております。そして第 6 回、最終回ではハンドブックの最終的な取りまとめをお願いしたく考えております。その上で 7 月中に報告書とハンドブックを公表する予定としております。以上が今後のワーキンググループの実施スケジュールとなりますので、ご承知おきいただければと思います。

続きまして、お手元の資料の確認をお願いできればと思います。先ほどの資料から下の資料を順にご覧いただければと思います。まず上に A4 縦の議事次第、続きまして資料 1 が A4 横の座席表、続いて資料 2 が消費者意識調査結果という中綴じのものでございます。資料 3 が外部有識者ヒアリング結果ということで A4 縦のもの。資料 4 が今林委員ご提出の資料でございます「消費者が知っておくべき AI システムの基礎」、こちらについてはのちほど今林委員からプレゼンテーションを頂く予定としております。資料 5 が A4 縦サイズの「ハンドブック取りまとめの方向性について」という資料でございます。その下にイヌの写真が付いております、のちほどご説明させていただきます。最後に参考資料としまして、第 1 回ワーキンググループの議論の整理をした結果の資料を添付しております。もし、不足ですとか落丁がございましたら、随時で結構でございますのでお知らせいただければと思います。

消費者意識調査結果報告

事務局：では、資料の具体的な説明に入らせていただきたいと思います。

まず、第 1 回ワーキンググループのあとに、消費者の意識調査を行いましたので、その結果をご覧くださいませ。資料 2 をご覧ください。

この調査は、消費者の AI に関するイメージや日常生活における AI の利用実態に関する基礎的な情報を収集しまして、AI が消費者にもたらすメリットと懸念点等の整理に活用する目的で実施したものでございます。調査を実施した結果、「AI に対するイメージ」ですとか「AI に対する期待や不安」について傾向が見えてまいりましたのでご報告させていただきます。

まず、AI に対するイメージでございますが、1 ページ開いていただいた Q1 の結果を見ていただきますと、消費者は AI に対して「暮らしを豊かにする」などポジティブなイメージを持っている一方で、「不安である」「何となくこわい」などといったネガティブなイメージも持っていました。このようなネガティブなイメージは、AI の意味を知っているか否かにかかわらず、消費者が持っているものでございました。

また、3 ページをご覧ください。人と比較した場合のイメージでは、AI は「多くの情報を持っている」というイメージや「何でもできる」などといった過大なイメージも持っていることが分かりました。以上のことから、消費者に対するアプローチとしては不安の解消だけでなく、AI の利便性を伝えるなど両面からの対応が必要と考えられます。また、消費者が持っている具体的な AI に対するイメージと、実際の AI には乖離があることから、その乖離を埋めていくことが重要とも考えられます。

続いて、「AI に対する期待と不安」については、AI を利用した製品・サービスごとに調査しております。5 ページ、Q5 の結果にございまして、消費者はそもそもさまざまな製品・サービスに AI が利用されている現状を把握していませんが、特筆すべき点としては 8 ページの Q7 の結果や、12 ページの Q11 の結果から、「生活家電」については現時点でも期待が高く、今後の利用可能性という意味でも期待が高いことが分かりました。また、AI に対する不安についてですが、こちらは 9 ページの Q7 の結果や、10 ページの Q8 の結果からも分かりますとおり、消費者はほとんどの製品・サービスにおいて「セキュリティ」「情報の人為的操作」「プライバシーの侵害」など、自己の情報の取り扱いについての不安を感じている一方で、製品・サービスによって感じる不安や発生しているトラブルに違いも見られるということが分かりました。

以上のことから、AI に対する期待については、AI を利用した「生活家電」に関する製品・サービスについて期待が高い理由ですとか、製品・サービスに期待することをさらに検討していく必要があると考えております。また、不安については「情報」に関する不安について丁寧に検討し、それを伝えていく必要がある一方で、各製品・サービスごとの不安についても傾向を探っていく必要があるものと考えております。

なお、11 ページの Q9 では、どの製品・サービスにおいても、消費者が利用規約等を確認している割合が少ない、当初の想定どおりというところもありますが、少ないということが分かりました。利用規約等を読んでもらうためにどうすればよいかだけでなく、事業者から与えられる特に重要な情報を消費者がどうすれば確実に受け取ることができるか、そういった点についても検討・対策が今後の課題になると考えられます。以上が消費者意識調査の

概要となります。

有識者ヒアリングについて

事務局：続けて、有識者ヒアリングの内容をご説明させていただきます。資料3をご覧ください。今回ヒアリングを実施した有識者はお一方で、東京大学未来ビジョン研究センターの江間先生という方にお話を伺いました。江間先生のご専門は科学技術社会論でございまして、人工知能やロボットなどの情報技術と社会との関係について研究をされている方でございます。本ワーキンググループのテーマが消費者のAIリテラシー向上というものでございますので、情報技術と社会との関わりについて研究されている先生に消費者教育の現状ですとか、どのような観点・内容を消費者に伝えることが必要かということをお伺いしたいと考えまして、お時間を頂いたところでございます。

資料ではお伺いした内容を、内容に応じて分類して掲載しておりますのでご確認ください。まず1つ目が、消費者教育の現状でございます。現状としてはAI製品・サービスがまだ消費者に普及していないため、研究・議論はほとんど進んでいないのではないかとということでした。また、2ページ目の一番上の項目ですが、AIに特化した話ではございませんが、10年ほど前にITリテラシーの教育に関する調査という観点で、カナダと日本の結果を比較したことがあったという面白いお話を伺いました。カナダでは自分の情報を守るために匿名で利用したり、ある程度その情報を提供してもよいと教科書に記載されている一方で、日本では情報を出すか、出さないかの1、0であり、教科書にうそを書いてもよいと書けない日本人の特徴が出ているというお話を伺いました。

続いて2点目はAIの問題についてです。2つ目の項目、AI技術を利用した製品・サービスはインフラの一部になっている場合があり、AIを利用しないという選択肢を選ぶことが難しくなっている場合があるかもしれないというお話を伺いました。ただ、この点につきましては、本ワーキンググループでは消費者が直接利用する製品・サービスを対象を限定するというお話をしておりましたので、あまり問題になることはないかもしれません。また、その他の項目はAIという切り口よりもIT製品・サービス全般のお話となっておりますが、3つ目の項目、最近ではどんなサービスでも、例えばFacebookのIDでログインできるなど、さまざまなサービスを1つのアカウントで利用している場合があり、捨てアドレスを使うとか、ダミー情報を入れるといった利用者の対応が難しくなっているかもしれないというお話もございました。

3番目の項目は消費者がAIを利用する際の留意事項や、消費者に提供する情報についてでございます。1つ目の項目は、危険だから使わないというものではなく、理解した上で使う、正しく恐れることが重要ですとか、AIが一度収集した情報を削除することが難しいこと。例えば、検索などでは誹謗中傷などに関する苦情があった場合に、その情報の表示順位を下げているだけであり、根本的な情報は依然残っている可能性があること、こういったことを知らないことによるリスクがあるため、一義的には説明したほうが良いと考えられる

こと。また、情報を提供したら取り消せない可能性があります、それが利益になって返ってくる、情報の提供と利便性の向上はトレードオフであることなど消費者に伝える必要があるというお話でございました。また、3 ページ目の上から 6 つ目の項目で、AI 製品・サービスには開発者やサービス提供者などさまざまな関係者がいるため、何かあった場合に誰に伝えるべきかを明確にし、消費者が声を上げられる環境を用意する必要があるというお話でございました。

最後に 4 点目、ハンドブック作成にあたっての留意点としましては、最後のページの一番上でございます、個別のケーススタディのシナリオは作成者の世界観が表れてしまうため、さまざまな視点で出していくことが重要とのご意見を頂きました。また、入力する情報は個人や友人だけで情報共有されるのではなく、背後にデータセンターがあり、企業が情報を収集・分析していることを知ってもらうことが需要であること。また最後には、消費者が入力した情報により学習させたものは、回りまわって消費者自身の責任になるなどといったことをお伺いいたしました。有識者ヒアリングの結果については以上でございます。

ただいまご説明いたしました消費者意識調査、有識者ヒアリングの内容については、このあとご説明いたしますハンドブックの構成ですとか内容にフィードバックさせていただいております。

質疑応答

小塚座長：それでは、ここで私がマイクを使わせていただきまして。議論はあとでハンドブックの方向性というところでまとめて行うことにいたしますが、事務局がご報告くださいました消費者意識調査、それから有識者ヒアリング、これについての確認が必要な点についてだけ承りたいと思います。疑問に思われた点、あるいは確認をしたいというふうにお考えの点がありましたら、ご発言いただけますでしょうか。どなたからでも結構です。

坂田さん、お願いします。

坂田委員：2 点、確認させていただきたいところがあります。1 点目が 4 ページ目です。この質問では、人と比較した場合のイメージを問うています。そして、「人よりも AI は「何でもできる」というイメージを持っている人が多い」、あるいは「人よりも AI は「ミスを起こさない」というイメージを持っている人が多い」という結果から、「人は過大な期待を持っている」という結論を出されているのですが、この間に飛躍があるのではないのかと思いました。これは、「人間と比較して AI のほうがいい」と考えることが、過度な期待を持っていることになるということでしょうか。

もう 1 点は 8 ページ目の製品・サービスの比較のところです。幾つかの製品・サービスの領域において、AI について不安より期待が大きい傾向があるのは生活家電、コミュニケーション、医療・ヘルスケア。逆に期待より不安が大きいのは SNS、不動産・金融、個人・ビジネスマッチングとなっています。この結果は、AI の有無に関わらない各領域に対する

期待や不安が先にあって、それに引っ張られた結果になってしまっている可能性があると思いました。そのため、この結果だけをもって AI の各領域への期待の大小について結論付けていいのかなというのが疑問に思いました。この 2 点についてお願いします。

事務局：はい、ありがとうございます。まず 1 つ目、3 ページの「何でもできる」「ミスを起こさない」については、おっしゃるとおり設問としては人と比較したという設定になっております。その意味で「ミスを起こさない」というのは確実に人と比較しているのかなという気はいたします。一方で「何でもできる」というと、今のところ何でもできる AI っていうのはないのではないかという認識を持っておりまして、その意味で事務局としては、消費者の方が過大な認識を持ってらっしゃるのかなと考えたところでございます。

もう一つの Q7 のお話はおっしゃるとおりかもしれません。そもそもこれらのサービスに AI が搭載されているということ消費者自身はあまり認識していないという別の設問の結果もございますので、その観点はもしかしたらあるかもしれません。一方で、設問としては AI について期待・不安、どちらが大きいかという聞き方をしておりますので、事務局が考える結論というのももちろん考えられますので、これらについてはどういう理由なのかというのを今後、第 2 回の意識調査もでございますので詳しく確認していったら、ハンドブックにどのように反映していくかというのを検討したいと考えております。

坂田委員：1 点目に関しては、事務局としては、「AI は人と比較して「何でもできる」というイメージを持っていること自体が過大な認識を持っていることになる、と考えられるわけですね。

1 つ気になったのは、この下の P.4 の結果を見ると、自己認識としてですけれども、AI という言葉を知っている人ほど、そのような傾向が強いように見えます。つまり、「AI のことをよく知っている人ほど、AI に過大な期待を持っている」という結論になってしまうので、本当にその解釈で良いのかなというのは気になりました。

後者の 2 点目については、もし第 2 回の調査をされるのであれば、AI が無い状態での各領域への期待と不安と、AI を加えた場合の期待と不安を問うて、それらを比較することによって、ある程度、客観性を保って、AI への期待を測ることができるのではないかなと思います。

事務局：生活家電はもう既に一般の消費者には普及しているところだとは思いますが、そういう意味では AI というところに特化した回答を頂いているのかなと考えておりましたが、おっしゃるとおり、他のいわゆるアプリケーション的な項目については切り分けて設問を設けることは可能かと思っておりますので、そのように確認しておきたいと思っております。追加で頂いたコメント、4 ページの結果をご覧くださいとおっしゃるとおりでございます、
「AI を理解している」という回答をしている人が「何でもできる」「ミスを起こさない」と

いうところにより多く回答しているところで、その回答者が回答をしている、AIを知っていて意味を理解しているという言葉の意味が現状では正確には分からないというところなので、何をどう理解して分かっていると言っているのか、そういったところも追加で確認していったほうがよいかと考えるというふうになります。

小塚座長：坂田さん、よろしいでしょうか。

設問を作った時は、汎用（はんよう）AIのことを聞きたかったのですよね。汎用AIというものが現実にある、あるいはすぐ実現すると考えているかどうかという趣旨の質問なのですが、そういう趣旨として伝わったかどうかという問題はあるかもしれませんね。

ついでに申し上げますと、坂田さんご指摘の8ページの問題は、データバイアスの話ですね、ご指摘になったのは、回答のところに、製品に対する親近性というバイアスが掛かっているのではないかという問題なので、回答の理由を聞くという形で掘り下げるのがいいかどうかも含めて、今後の課題にしていきます。その他、この段階で確認しておきたいという点はありますでしょうか。

はい、南先生、お願いします。

南委員：江間先生のヒアリング結果についてなんですけれども、2ページ目の所でカナダの教科書で、自分の情報を守るためにはいろいろダミー情報を提供したり、匿名の利用というの也被えられるということが記載されているんですけど、これはかなり消費者側のリテラシーが高くないとできないことなのかなと感ぜまして。これは10年ほど前の調査だということなので、もし江間先生から現在の状況であったり、消費者が自己の情報をコントロールする手法として、日本においてどうあるべきか、どういうことが考えられるのかという点について、もしお話があれば教えていただけますでしょうか。

小塚座長：何かこれに関連して。江間先生がおっしゃっていたことはありますか。

事務局：主なことは資料に書かせていただいております、今ご質問いただいたようなところは伺いできていないというのが現状でございます。実際にこのお話ができた時も、「最近のものは調べてないけど、昔、調べたことでこういうことがあったよ」という形でお話しいただいたところなので、最近の情報をあまり網羅的に収集して、研究してるところでは、もしかしたらないのかもしれない。

南委員：分かりました。

小塚座長：はい、ありがとうございます。

その他、何かご質問、ご疑問の点等がありますでしょうか。よろしいですか。

それでは少し前に進ませていただきまして、次の議題ということでもう一遍事務局で進行をお願いいたします。

今林委員プレゼンテーション

事務局：それではここで「消費者が知っておくべき AI 技術の基礎」としまして、資料 4 について今林委員からプレゼンをお願いしたいと思います。

今林委員：EAGLYS の今林です。このような機会を頂きまして、誠にありがとうございます。私自身、初めてなので少し緊張しておりますが、貢献できればと思います。皆さまの前でお話するのも誠に僭越ながら、私なりに考えていることをこの資料の中に記載いたしましたので、この場をお借りして発表させていただきます。

それでは「消費者が知っておくべき AI システムの基礎」というタイトルで書かせていただいております。内容の前提については最初の 1 ページ開いていただいたところで「はじめに」という形で記載しています。消費者に最終的にどういうメッセージを届けるかということに関しては、皆さまと一緒に議論をしたほうがよりいいのではないかとということで、その前段となる、そもそも AI システムって何なんだろうというものを、この委員の皆さまの中で認識を合わせることが重要だと思ひまして、終始少し堅めの文面になっておりますが、認識合わせ目的の資料と認識いただければ幸いです。

それでは目次を見ていただきまして、大きくまとめた内容の流れです。まず「AI」という言葉の整理をしまして、その後既存システムと AI 搭載システムとの違い。比較対象としては分かりやすいのかなと思ひましてこの視点を入れております。そして、AI システムの動作。どういうものなのかを最終的には消費者に知っていただくことによって、AI が漠然なキーワードから、あくまでシステムの一つなんだというところに落ちてくるのかなと思ひ、その動作の認識合わせが必要だと思ひております。また 4 点目、AI システムの利便性とリスク。リスクだけを述べるのではなくて利便性と一緒に併せてリスクもお話ししていくということが重要かなと思ひております。

それではまず 1 つ目です。「AI」という言葉の整理、3 枚のスライドにわたって書いております。少し読み上げさせていただきます。まず、言いたい事、IT もしくは ICT っていう言葉もあったかと思ひますけども、この IT っていう言葉にもなかなか定義がないなと思ひております。AI も同様に定義することが非常に難しい言葉だなと、そこは類似だと思ひわけです。定義を追求するのではなくて、その都度、議論対象である AI の目的とか、要件とか、機能、前提条件を整理して、明確にしていくことが重要と考えております。ICT の定義として、アメリカ情報工学協会という、今は他の会社に統合されている協会ではあるんですけども、当初 ICT が出た頃に、(この翻訳の所を見ていただければ)、コンピューターをベースにした情報システム、特にアプリケーションソフトウェア、コンピューターのハードウェアなどの研究、デザイン、開発、インプリ、サポートもしくはマネジメントというよう

に、結構大きなテーマで定義されています。今思ってみれば当たり前のような、抜け漏れない形で書かれていて、ばくっとしているかなと思うんですね。同様に AI というものも定義しようとしてしまえば、ほとんど一緒なのではないかと思うわけです。なので、定義そのものにはそれほど価値がないんじゃないかなと思っており、このようなメッセージを 1 枚目に書いております。

それでは 2 枚目にいきます。現在活用される「AI」というものが実際どういうものなのかというもので、産業界において、もしくはアカデミアにおいて、実質的には「機械学習」のことを示しています。この機械学習というものは技術テーマの一つとしてキーワードによく上がってきますが、その名のとおり、機械に学習させるというもので、それをもって AI 技術だとよくいわれています。消費者向けには過度な不安にならないように、あくまで人間の設計に基づく動作範囲なんだよ、ということを最終的には伝えることが重要なかなと思っておりまして。要は「AI」という言葉を聞いた時に、勝手に人の思想、設計思想を越えて動作するものであっては怖いというのが一般的に誰もが思うことだと思いますので、あくまで機械学習という理論の体系の中で動いているもの。この機械学習という言葉（消費者向けのメッセージに）入れるかどうかはまた置いといて、あくまで理論の体系の中で動いていること、つまりシステムに落とされているので、そのシステムの設計に応じて、基づいて動くものなんだということをしっかり説明することが方針としては重要なかなと思っております。

その下にサポートインフォメーションとして、AI の 2 つの設計視点があると整理しております。1 つは X.人間の知能で処理することを機械にさせようとする視点と、もう一つは Y.人間の知能そのものを持つ機械を作ろうとする視点。一般的に AI っていういわれた時にロボットなんかを思い浮かべたり、全知な能を思い浮かべたりすることはあると思いますが、それは大体 Y の視点かなと思っております。あくまで X の視点が現行、つくられているものであり、企業も経済合理性を追求すると、結局、X を追求していくことになるだろうと思うので、それをもって人間の設計に従う動作範囲であるということだと考えております。

それでは次のページにいきます。その機械学習というものですけども、大きく 2 つの機能要件から成り立っていると認識しております。一つは学習、もう一つは推論という 2 つの視点です。学習というものは、左側に絵と例を書いておりますけども、ある出力要件に応じて必要なデータ、それが時にはテキストだったり、動画だったり、音声だったり、様々なデータですけども、そういったものを学習すること。もう一つはそこで学習されたもの、学習をさせた内部の「重み」という表現をしますが、重みを通じて計算されて出てきたアウトプット（出力）は常に学習させた目的（の出力範囲）と等しいというもので、推論はあくまで学習した重みを使って出力するというものです。

難しいのでここに例を書いておりますが、左側の学習時のイメージとしては、例えば目的として、直後に見るであろう商品をレコメンドしたい。ある商品のレコメンド、それまでユーザーが見た履歴から、次に何を見るだろうを予測したい時に、この商品があくまで学習データ

なので、もちろんながら既知、過去の情報、データセットがあります。一方でインプットは購買履歴だったり、直前に読んだ記事だったり、個人データだったり。これは挙げればいろんなものがありますが、例えばこのようなデータ、どういう個人が、どういうものを直前読んでいて、実際にどういうものをこれまで買っていたのかという購買履歴、これを相関を取って学習させる。この3つのインプットと直後に見た商品との対応関係をAIの中の重み、WeightのWを得るわけです。それを得た後が右側の推論(図)で、実際にインプットも出力も(左側の学習図と)同じ構造になっています。アウトプットに関しては推論段階においては、学習させたのはこれまでの過去のデータ、つまり未来のものを推論する時はもちろんその(推論対象の)データは得られてないので、買うべき商品をレコメンドするのは、あくまでこれから先のものを推論している状態です。推論時に使うのが同じインプットであるXと、内部で学習させた重みW、この2つを掛け合わせてアウトプットを得るわけです。あくまでAIというものは機械学習のことを現状示していて、機械学習というシステムは学習と推論という2つのものから成り立っていて、あくまで人間が設計したようにインプットもアウトプットも決まりきったものが出てくる。これ以上の範囲の稼働はしないように設計されている、ということが言いたいことになります。

ここまですぐAIシステムの言葉の整理ということでしたけれども、このAIシステムと既存システムとの違いというものを示したのが、次のページになります。既存システムとAI搭載システムというものを(それぞれ)左、右に並べております。既存システムのイメージとしては、真ん中の所、AI(脳)の所が機械の絵に変わっていると思いますけども、あくまでロジックで処理するということが大きく違います。例えば、土曜日にビールの記事を見た男性には、ビールの新商品の広告を出すというふうにロジックを組んでいたとすると、その機械(今までのシステム)は、そのように処理します。過去の記事とか購買履歴を見てみると、土曜日にビールがよく買い物かごに入っていた。そうすると、この人はきっとビールが好きなんだろうということ(をシステムにロジック処理を入れること)で、単純にシステムとしては新しいビール、新商品の広告をその広告枠に出すというようなイメージです。このように、決まりきったようにロジックで処理するっていうものが今までの既存システムです。出力を見てみると、常にそこは決定的、つまり同じ結果を出力するようになっています。ビールの新商品を出すという決定的なものになっています。

ここでAIが搭載されたシステム、右のほうを見てみると、このロジックで処理した計算機に対して、AIのソフトウェアが搭載されているイメージで、機械学習で処理というふうに書いていますけども。例としては、土曜日にオムツの記事を見た男性にはビールの広告を出す。一見全く関係ないようなオムツとビールの関係なんですけど、買い物かご、これまでの購買履歴を見た時に、土曜日にこの人はよくオムツを入れていて、同じタイミングでビールも買い物かごに入れていたり、土曜日にオムツを入れて、日曜日にビールを入れていたっていう過去の購買履歴と、その前に例えば記事でビールを見てたり、オムツの商品を見ていたりすると、きっとこの人はオムツとビールの間に関係性があるんだなと。もっと言うと、

例えば個人データを活用して、この人がおそらくファミリーのお父さんで、お母さんからオムツを買いに行くついでにビールも買ってこいと言われて買ってくる、ということを実際にはアクションしていると思うんですけど、データとしてはそのオムツとビールがペアになって買い物かごに入っているという現象になっています。こういう現象から AI、機械学習のシステムは相関関係を学習して、過去にオムツの商品をこの人が見ていたから、ビールも出してみようというので、広告商品でなぜかビールが出てくるということも、AI だとあり得ます。言いたいことは、このように相関関係を連続的に学習して行って、新しい商品を出していく。このビールのあとには、もしかしたら歯磨きかもしれない。アウトプットが確率的に変わっていくということで、既存システムと AI が搭載されたシステムの違いというものを例で示すと、このようになるかなというふうに思います。

次のページ、雑談までにコラムという形で 2 ページにわたって書いています。これは今申し上げた内容を補足記載しただけなので、興味あればお手元を見てく程度の情報ではありますが、せっかくなのでこちら読ませていただきます。まず、コラムの 1 個目ですが、「要件定義によるシステム設計」では、「人間の知能そのものを持つ機械」という意味での人工知能は実現し得ないんじゃないかと私自身は思っています。先ほど X と Y、人間がまさに人間の脳そのものを機械に実装しようとする視点と、人間から達成したいことを機械に何らかさせようとする視点で全然違うよという話です。どちらかというとな後者のほうが、今、産業界もしくはアカデミアでも実装されているっていうお話はしました。もう一つのほう、人間の知能そのものを機械に持たせようという視点を実現しようすると、要件定義によるシステム設計という既存のワークフロー、民間（のシステム開発）でやられているような、目的を定めてそのシステムを設計するためにはこういうようなアルゴリズムにして、こういうようなデータを集めてきて、というやり方をしている限りにおいては作れないんじゃないかということをお願いしている内容です。

ここを一応ビデオに撮っているので読み上げます。コンピューターは演算方法、アルゴリズムのことですね、を与えることで、いかなる論理演算も実現するというものである、というのは一般的なコンピューターの性質です。計算機は、人間が演算方法を詳細に与えない限り、動作を開始しない機械です。なので、演算方法の要件を定義し、設計するのは人間ですので、知能が定義できない以上は「人間の知能そのものを持つ機械」というものは実現できないと、そういう意味では人工知能は実現できない、なぜなら要件定義ができないからですね。「人間の知能で処理することを機械にさせようとする視点」で考える範囲においては、これは現在、今やられていることですが、人間が機械にやらせたいこと、自動化したいことを要件定義することができて、それを達成する最小限の設計を実装することになります。これは経済合理性のために無駄な機能はもちろん作ることなく、要件を達成するためにシステムが組まれるので、最小限の設計で実装することになります。動作の範囲はあくまで目的出力の範囲、これを越えると異常なシステムの動作になってしまうので、そういうシステムは運用できませんので、基本的には目的出力の範囲は絞られています、要件定義に定まった

とおりで。そのため、それを得る計算のみに内部の処理も定められるので、目的出力はいつも決まったものになる。決して AI が勝手に判断して、こういう動作をしてやろうとか、そういったことを判断できるような設計にそもそもなっていないことを申し上げたいということです。最後の段落、「目的・要件を定義して、演算方法を設計すること」、つまり解く問題を設定して解決方法を設定するという今までのシステム開発のフローを考えると、人間が行うという前提においては「どんな処理も AI が行うことになる、つまり例えば仕事も全て機械に奪われる」ということは起こり得ないということで、つまり安心していいものだという事を申し上げたいことを、ここにつつらと書いております。

(本スライド) 最後のメッセージですが、消費者は使用検討している AI システムについて「メーカーを含む提供企業がどういった出力要件を約束しているのか」ということを知っている限りにおいては、過度に心配する必要はないかなと思います。裏を返せば、メーカーを含む企業から、どういったアウトプットをする AI システムなのかというのを常に認識して購買をすることってというのが非常に重要なことだと思っております。そのシステムを活用する過程で出力されるデータが、システム外の目的で活用される場合を認識し、必要に応じてその活用方法を把握するように努めるってことを書いていますが、これは AI システムで取得されるデータの扱いのことをいってしまっていて、その AI システムだけじゃなくて、集められたデータをもって企業内で他のサービスと連携するとか、どこかの企業を仮にある企業が買収した時に、その会社と連携するようになってきたら、また活用方法も異なってくるかもしれません。活用されようとしている範囲というものは基本的にはポリシーに書かれていたりしますので、そういったものをちゃんと認識する、読む、確認するというものはアクションナブルなところにつながってくるのかなと思います。

次のページです。これはあくまで AI というシステムも自動化の歴史の延長上でしかない、今までのコンピューターの延長上でしかないもので、過度に恐れる必要はないということと違う視点で言いたいだけの資料です。これまでもロボットが生まれた時に、ロボット、産業用機械が生まれた時に、それによって人の労働が奪われるんじゃないとか、同じような議論があったかと思いますが、全く同じことが起こっているだけだということ。「ロボット工学三原則」でも、人間に対して安全を守ろう、人間の命令にちゃんと従おうということを書いていましたし、同じように AI システムについても実際に今、「人間中心の AI 社会原則」といって発表されてもいますし、過度に心配する必要はない。産業機械の例でいうと、こういうことなのかなと思っております。あくまで自動化をして作業からの開放をするので、人にとってはいいもの、ということをお願いいたします。

それでは 3 節になります。「現 AI システムの動作」について触れていまして、2 ページにわたって解説をしています。1 つは、アルゴリズムとデータとに区別して AI 活用のリスクを検討する必要があると考えております。理由は、シンプルに AI システム、機械学習システムはアルゴリズムだけではなくてデータからも、この 2 つのコンビネーションで成り立つので、この 2 つのリスクの観点が大きき切り口としてはあると思っております。データの取得

の仕方・センサー、どういう形でデータが取られているのかという視点と、アルゴリズムの中でどういう処理がされているのかという視点、この 2 つがあります。そのアウトプットとして、どういう出力要件なのかということがあるかと思えます。

データに関しては、こういったデータが取得されているのかというものがポリシーの中に記載されているかもしれませんし、例えば設計書、説明書の中にもあるかもしれません。アルゴリズムに関しては、こういった目的を達成しようとしているアルゴリズムなのか。演算過程はなかなかオープンにしづらいところも、例えば企業からするとあるかとは思いますが、こういった基礎に基づいて設計しているのか、どういう出力なのか、その時にこういったデータの相関を取って、あなたのデータを解析してるのかっていうものを言える範囲で企業としてはアピールすると、消費者にとっても納得性が高く、安心できるものになってくるのかなと思うので、アルゴリズムは、そういった入力データの演算方法と出力のところになってくるのかなと思っております。

次のページになります (2-2)。アルゴリズムとデータに区別して、AI 活用のリスクを検討というところ、今のお話を絵にしたものです。まず左側、データを取得されるところで、インターフェースになる例えばスマホや監視カメラのような目にあたるもの、音声を録音しているようなところが仮にあったとすると、そういったセンサーから、あなたが知らぬうちにデータが取られているかもしれないという視点です。これは個人情報データベースとしてデータが蓄積されており、それを適宜、企業が AI システムの構築に使うわけです。もちろん内部にはそれを設計する人がいるので、あくまでその人によってこの AI はコントロールされているということ。重要なのはこの企業の設計者の思想、この企業がどういう AI を作ろうとしているのかという、企業の倫理性だったり、そういったところに関わってくるので、それは一般的にはオープンになってくるかと思えます。どういうデータをどういうふうに学習させるのかという、先ほど申し上げていた設計思想に関しては、オープンになった情報から取得することができるのかなと思えます。基本的にはこの設計者が動作や出力要件を設計しているので、そこをいかに消費者としては取得できるかという支店があると考えます。

最後の節、次のページになります。「AI システムの利便性とリスク」ということで、利便性面とリスク面ということで 2 枚に分けて書いております。まず、利便性面に関しては、挙げるといろんなアプリケーションがあるので、ちょうどハンドブックのほうでも、後半のほうで個別具体的に話をするっていうことで、そこに併せて利便性も記載するといいのかなと思えます。ここには想定する範囲内で箇条書きしておりますが、例えば、迅速な情報収集や見逃しがちな情報の発見が可能になる、検索のアップデートです。例えば、人間のように柔軟かつ迅速なチャットサービスを受けられる。夜の間になにか故障して、サポート窓口で電話しても営業時間外ですとなかなかサービスを受けられないことってあるかと思えます。でも、それは消費者が購買した商品なので、しっかりそういったものはサポートを受けたいということはあるかと思えます。AI が自動化してくれることによってサポートを受けられるよう

になれば、それは豊かにつながるだろう、という例です。その他にもいろいろ書いていますけども、利便性としては享受すべきものがたくさんあるのかなと思います。AI の判断を鵜呑みにしなければ、AI は判断の良きサポーターになるし、AI の出力は状況に応じて柔軟な出力をしてくれますし、生活の中の面倒くさい作業を自動化してくれると、こういうメリットがあるわけですけども。

一方、次のページ、リスク面としては、データ／アルゴリズムのそれぞれの視点に分けて、リスクと対策という形で思い付く限り、概要レベルで記載しています。全部読み上げると時間もあるので、一部。例えば、データに関してのリスク面でいうと、利用規約を無理やり承諾させようとするホームページやサービス、cookie 利用への同意を強要するサービスが時々見られるなど、ユーザー視点で思うことがあります。それをクリックしないと、内部のデータが見られない、記事が見られないということがあります。そういったものに関しては、このデータをもしかしたら使おうとしているのかなと、より懸念として上がってくるかなと思います。そういったことを認識することが重要です。無理やり何か強要しようとしているものに関しては、もしかしたらデータ活用を前提に考えているかもしれない。それは良くも悪くもあるかもしれませんが、そういったことをまず認識するっていうことはデータのリスクっていうところにあるかと。

また、アルゴリズムのリスクに関しては、例えば 1 点目、よくある話ですけども、AI はあなたの好みに合わせて提案するため、例えば化粧品の話であれば、チークばかりを探していたら化粧品に偏ってレコメンドをするようなシステムに成りあがってしまう。それがいいのか、悪いのか、個人のユーザーによって考え方はありますけども、本来は他の化粧品じゃない他の生活用品などをレコメンドしてほしいかもしれません。そういった、使えば使うほど企業的设计によっては偏った学習をしてしまう AI システムになるので、適宜注意しながら活用するという、アンテナを立てるっていうのが重要なかなと思っております。そういった視点で、まとめております。

最後に、ここまで 1 節から 4 節まで申し上げたところで、あくまでアイデアベースですけども方針まとめております。ハンドブックの最初の概要として AI システム概要について記載する。あとは AI の良さ、もしくは AI のリスクに関してオーバービューで記載できる範囲、一般的な内容をまとめていくという方針になるかと考えております。例えば、AI システム概要においては、AI の学習・推論機能、既存システムとの違い、AI システムの動作において、ハンドブックにイラスト含め分かりやすい形で記載する。AI の良さに関してはあくまで生活を豊かにしてくれる、サポートをしてくれる機能なんだよということをしっかり伝えた上で、ただ一方でリスクもある。3 点目ですけども、データ、個人情報を取られるリスクがあること、アルゴリズムにおいては、データがどのように学習されて、推論（出力結果）を得られるか分からないので、その設計をオープンになる範囲でしっかり見て、そのリスクをしっかり認識するように努めること。そういった点を記載していくことが重要なかなと思っております。以上、簡単にはなりますけども、今林から発表させていただきます

きました。ありがとうございました。

ハンドブック取りまとめの方向性等について

事務局：ありがとうございました。

ただいまご説明いただいた内容に関して、ご質問やご意見などございましたら、このあとの議論のお時間にいただければと思います。

続いて、こちら事務局のほうから、資料の説明を進めさせていただきたいと思います。

では、具体的に本ワーキンググループの成果物でございますハンドブックを、どのようなものにしていくかについて、事務局案をご覧ください、ご議論をお願いしたいと思います。資料5をご覧ください。

まず1ページ、2ページ目については第1回ワーキンググループの議論を踏まえ、ハンドブック策定にあたっての方向性をまとめたものになります。まず、本ワーキンググループの目的、ハンドブックの目的としまして、消費者のAI利活用にあたっての基礎的リテラシー向上を図るという点については、前回皆さまにご承諾いただけたかと思えます。AIを適切に利用することにより、消費者がより幸せに生きることができることを目指すべきであり、AIが利用されるためにはAIに対する信頼の醸成が必要であろうと。その信頼のためには消費者もAIに対する基礎的リテラシーを持ち、事業者・消費者間のギャップを埋めていくことが必要といったご意見を頂戴いたしました。(2)はハンドブックの構成についてでございます。AI全体として言えることもある一方、個別事例を通じてしか伝わらないこともあるというご意見を踏まえまして、総論と、具体的ケーススタディを掲載した各論で構成することを考えております。また(3)については、技術の進化に伴い、発信する内容について新しくしていくことが必要というご指摘も頂戴しておりましたので、ハンドブックについても適宜更新していくということを検討したいと思います。

ページをめくっていただきまして(4)、消費者に伝える際には表現方法ですとか、言葉選びに留意する必要があるということ。また、消費者問題で危険性をあおるだけではないとか、工学的に正しい説明だから消費者が納得するとは限らない、などのご意見を頂戴しました。具体的な表現も含め、ハンドブックによる消費者への情報発信について、今後しっかり検討していきたいと思えます。ハンドブック策定にあたっては以上のような方向性で進めていきたいと考えております。

続けて3ページ目からは、ハンドブックの内容にあたる消費者が知っておくべき基礎的リテラシーの中身について検討していきたいと思えます。まず、消費者に提供すべき情報として、第1回ワーキンググループで頂戴した意見、消費者意識調査の結果、有識者ヒアリングで得られたご意見の中から、消費者に必要な基礎的リテラシーの内容、項目に関連したものを抽出して3ページ以降に記載しております。

第1回ワーキンググループでのご意見からの主なポイントとしましては、1点目、AIに依存せずにアシスト的な位置付けで捉えるなど、AIを賢く使うためのメッセージを記載す

るとか、2点目、AIの特性として、その仕組みやデータの収集方法等を考え、伝える必要があるのではないか。また3点目、AIには不得意なことがある、100%正しい結果になるわけではないという、AIの限界についても言及する必要があるというご意見を頂戴いたしました。

また、意識調査の結果における「消費者のAIに対するイメージ」ですとか「不安」に関する傾向から、ハンドブックの総論において「消費者へのアプローチ方法は利便性と不安の両面から言及をする必要」があることや「AIの特性や得意・不得意について消費者に伝える必要」があるということが分かりました。「消費者のAIに対するイメージ」「AIに対する期待」や「不安」等に関して見える傾向から、ハンドブックの各論において「そもそもAIを利用した製品・サービスはどのような場面で使われているか」ということ、「各製品・サービスごとの利便性や不安を整理して、それに対する対応策」を示すこと、また各論で言及すべき製品・サービスや不安の種類傾向を追加で調査・検討する必要があることが分かりました。なお、有識者ヒアリングでのご意見については、先ほどご紹介させていただいておりますので、そこから抜粋したものを6ページに記述しておりますので、ご覧いただければと思います。

これらを踏まえまして、ハンドブックの具体的な構成、記載事項を検討した結果が7ページ以降でございます。今回のワーキンググループでは、ハンドブックの大枠である構成と、総論の内容までご議論いただきまして、もちろん一字一句ではないですが、掲載する内容ですとか、レベル観を確定させたく考えております。実際にハンドブックに掲載する内容として具体的にどういう文章にするかなどといった点については、次回以降検討できればと思っております。本日は各委員のお手元にハンドブックのイメージとなる冊子を2冊配布しております。「シェアリングエコノミー」というものと「社会の扉」というものがございます。ハンドブック完成の参考としてご覧いただければと思います。あくまでイメージです。

それでは資料に戻っていただきまして、7ページの上はハンドブックの構成でございます。繰り返しになりますが、第1回ワーキンググループの議論を踏まえ、ハンドブックでは総論と各論で構成することとし、総論ではハンドブックの狙いや消費者へのメッセージ、AIとはそもそもどういうものか、AIの特性を説明することとしています。また、その特性を踏まえ、消費者がAIを利活用するにあたっての心構えについて記載することを考えております。後段の各論では、AI製品・サービスを例として挙げながら、総論で書かれたことをより具体的に分かりやすく伝えることを想定しております。身近な製品・サービスとしてどのようなものがあるかを示した上で、ケーススタディとして具体的な製品・サービスなどを取り上げまして、AIがもたらす利便性やより活用するため、また問題を発生させないための具体的方策を記載するのがよいのではないかと考えているところでございます。

7ページの下からは具体的な記載事項の案でございます。まず総論の初めはハンドブックの狙いでございます。背景としてはAIの開発が進み、知らないうちに利便性を享受してい

ること、AI の利用に不安がある消費者がいることを記載し、これを受けて消費者が AI 製品・サービスについて理解し、これを賢く利用できることを目的として記載することを考えております。また、消費者へのメッセージとして、このハンドブックが、消費者が知っておくべき「AI の基礎の基礎」についてまとめたものであること、このハンドブックを利用してより豊かな生活を送ってほしいといったことをまとめて記載することを考えております。

続けて、基礎的なリテラシーとして、AI の特性について 5 つ項目を解説したいと考えております。

①、コンピューターシステムであり、自ら能動的に行動できるものではないということ。AI、人工知能というと人間に代わるロボットのようなものを想定されることもありますが、そもそも AI とはコンピューターであるということ、基本的なことを伝えることを考えております。

2 点目は、AI は大量のデータを持ち、学習すること。AI に対して、データを取られるといったマイナスのイメージを持っている方もいらっしゃいますが、そもそも AI にとっては情報というのが非常に重要なものであり、それがなければ成り立たないという基本的なことを知ってもらうという趣旨でございます。

3 点目は、AI にはデータを収集するセンサー部分と、考える脳の部分があること。センサー部分としてはカメラですとか、マイク、ボタンなどがあるということをお示ししたいと思います。

4 つ目は、AI とデバイス・製品は異なるものであり、データが保存・使用されるのは消費者が使っているデバイスのみではなく、脳の部分であること。3 つ目と 4 つ目は AI の仕組みについて消費者に知ってもらいたい事項を挙げております。

最後は、AI は完璧ではなく間違いもあるということ。例えばですが、机上に配布しておりますチワワとマフィンの写真、こちらですが、確かに一見すると両者の違いが分かりづらいものがございます。ただ、人であれば総合的に判断して、チワワかマフィンかを誤らないと思われるところ、AI による画像認識ではこれらを誤って認識してしまう可能性があることを説明したのがこちらの例でございます。こういった事例ですとか写真、イラストなどを用いてご説明をしたいと考えております。

続けて AI の特性から分かる AI の得意なこと・不得意なことを記載しております。まず、得意なこととしてはルール・ゴールが明確な作業でございます。ゲームの類はルールが明確であり、大の得意であります。また、2 番、大量のデータを集めて処理する作業。例えば顔認識ですとか、製造ラインでの異常検出なども得意といえると思います。一方で不得意なこと、できないこととしては創造的な作業、新しいことへの対応でございます。基本は過去のデータに基づいて考えるため、過去のデータに基づかない創造的な作業ですとか、新しいことへの対応は難しいと考えます。2 番目が言葉の意味や意図の解釈でございます。文章を扱う AI 製品・サービスは多いですが、AI は文脈を理解しているわけではないということです。3 つ目が個別の事例への対応でございます。AI のアルゴリズム作成には大量のデータ

が必要であるため、特定の個人のための AI というのは実現が困難と考えられます。

こういった内容を踏まえまして、消費者が AI を利用するにあたり、どのような心構えを持っておくべきかという点をまとめております。項目は 5 つございます。

1 つ目は AI と向き合う際の基本的な方針であり、今後 AI 技術が進化していても変わらないことといえるかと思いますが、AI は人間をアシストするものであるということ、AI に依存するのではなく道具として使用すること、まずは消費者にそのような意識を持ってもらうことが必要であるかと思えます。

2 つ目は必ずしも期待どおりに動くわけではないということ。期待ばかりが大きすぎて、消費者の不満につながってしまうことがないよう、開発者の意図と消費者の期待がずれている恐れがあり、消費者が満足できない可能性もあることを理解することが重要と考えます。

3 番は学習したデータで結果が変わるということ。同じアプリを使っている、学習したデータで出力が異なる場合が考えられます。

4 番はデータ提供にはメリット・デメリットがあること。データを提供することで AI サービスのメリットを享受することができますが、提供したデータが意図しない使われ方をするなどのリスクやデメリットを伴うということを認識すべきこと。3 と 4 については、AI にとってデータ・情報が不可欠であるという特性を理解した上で、消費者に留意してほしい事項を書いております。

最後に、事業者からの情報は重要であり、確認が必要であること。これらについては事業者が発する情報について、消費者の感度を高めるために何が必要か、検討が必要と考えております。

以上が総論で、今回はここまでの構成、内容についてご議論をお願いしたいと考えておりますが、参考までにその先、各論についても現状で記載できるところを記載しておりますので、またのちほどご覧いただければと思います。こちらからの説明は以上でございます。

議論

小塚座長：ありがとうございました。それでは、ここからは私が引き取らせていただきますので、この「取りまとめの方向性について」という、資料を中心に議論をさせていただきます。

今、大きく 2 つのことを、ご説明いただいて。1 つは、資料 5 の 1 ページから 4 ページまでのところ。ハンドブックの方向性ということと、基本的に伝えたいメッセージの内容ということです。これにつきまして、まず委員の皆さまのご意見を頂戴しまして、そして本日中に固めたいと考えております。

それでは、どなたからでも結構ですので、このハンドブックの大きな構成、それから盛り込むべきメッセージの大枠について、ご意見をいただけますでしょうか。どなたからでも結構です。いかがでしょうか。高木さん、よろしくお願いします。

高木委員：先ほど今林委員のほうからご発表いただいた内容が、資料5に含まれているかという点が少し気になりました。例えばですが、今林委員の資料（資料4）の8ページ、9ページの「コラム」でご紹介いただいた内容は重要だと思っております。簡単に言うと、人間が決めたところまでしかAIは実現できないというイメージだと思うのですが、（確認ですが）そういった内容はここに含まれていますでしょうか。

消費者庁（堀内政策企画専門官）：本日、今林委員から頂いたものについては、基本的には反映されておりません。本日の資料については、あくまでも前回までの議論と、そこから事務局として調べた範囲ですとか、有識者ヒアリングの範囲で付け加えたものです。今回、頂いたところは、改めて次回以降付け加えたものをお出ししたいと思っております。

高木委員：ありがとうございます。

小塚座長：ありがとうございます。そうだとしますと、少なくともこの方向性とか大きなメッセージというところで、ここにこの内容をということは、今日中に決めていきたいと思えます。今林さんからご覧になって、「ここに書いてください」とおっしゃっていただくのがよいのではないですかね。お話しいただいた中で、この資料5には反映されていないと思われるようなところは、ありましたか。

今林委員：大枠としては、伝えていただいていることと、私がお伝えしたことと類似するところも多くあるなという印象を持っています。取り急ぎ、気付いた点です。私の資料では、6ページ、7ページ目の絵と例を含んだイメージのところです。先ほど、ビールとかオムツとか、その例が適切かどうかは置いておいて、このシステムの絵とアイコンのイメージ、および例をもって例示すれば、より伝わりやすくなるのかなと思っています。

文章で言うと、こちらの資料5「AIの特性」で、AIとは、基本的にコンピューターに相応するという説明については、例えば、（私の資料の）7ページ目の左の図に当たるのかと思ったりしまして。こういうところを対応付けていくと、一つ一つのこのメッセージが、もっと分かりやすい絵を含んだメッセージングになっていくのかなと思っています。それが、何かハンドブックの実際のイメージになるかと思いました。

小塚座長：ありがとうございました。高木さんに、コラムの部分、今林さんのご発表の8ページのところをご指摘いただいたのですが、これは、資料5の中で言うと、どの辺りに位置付けられそうですか。

高木委員：先ほど今林委員がおっしゃっていただいた箇所、すなわち、「AIは基本的にコンピューター」というところで、コンピューターで人間がつくっているものだから、それ以上

のことは起こらないと言うメッセージを追加していただければいいのではないかと考えておりました。

小塚座長：ありがとうございました。その他、いかがでしょうか。増田理事長、お願いします。

増田委員：5 ページの「ハンドブックのねらい」というところで、2 段落目の最後のほうに、「そのために AI の利用が進んでいないおそれがある」という記載がございますが、一般の方が AI を利用するとき、AI だから使うとか、AI だから使わないという線引きをしているかどうかというのは、私の認識にはないのですが。何となく怖いと考える人が一定程度いるっていうのは分かるのですが、使う使わないという判断につながるかということが、1 つ目の質問です。

もう 1 点、次のページ以降の、「AI の特性」の中に、この中に入れるべきことかどうかを教えていただきたいのですが、AI によって情報収集された情報に関するセキュリティーやプライバシー保護、その情報収集した相手方が信頼できるかどうかという点です。アプリを制作したところや、情報収集をする事業者が、信頼できるかどうか消費者からすると心配なところであるので。その辺を入れる必要がないのかという、2 点でございます。

小塚座長：ありがとうございます。これについては、まず事務局からお答えいただけますか。

事務局：まず 1 点目でございますが、おっしゃるとおりかもしれません。AI だから使う・使わないっていうところまで消費者が考えられる知識があるかっていうと、先ほどの意識調査の中でも、AI を使っていることを知っているか・知らないかで、「知らない」人も結構いらっしゃるといところで。自分が扱っているものが AI を使っているかどうかを、知らないということがあるかもしれないので、ここの表現を見直したいと思います。

もう 1 点。AI によって収集したデータのセキュリティーみたいなお話という理解でよろしいですか。

増田委員：はい。

事務局：この点は一部に、持っているのが、データセンターが考えるのが脳の部分ということを書いておりますが。事務局側として、疑問に思っているというか、皆さまのご意見を伺いたいのは、データの保存っていうことになると、もちろん AI に関連はしているんですけども、AI というより IT 全般のお話になってくるのかなっていう気もしております。その辺をどこまで含めて書く必要があるかというところを、専門家の皆さまのご意見を頂戴したいなと思っているところでございます。

小塚座長：それでは、今の点について、委員の皆さま方にもご意見をお伺いしたいと思います。問題提起は、私の理解としては2つありまして。1つは、収集した情報の取り扱い自体について、消費者は非常に不安に思っているの、それについて書くべきではないかという投げ掛けですね。

もう1つは、それを、結局はサービス提供者が取り扱っているとは限らない。第三者が取り扱っているかもしれない。これは、セキュリティーの話だけではないですね。例えば、AIに対する教師データの作成とか、そのプログラミングとか、そういうところもサービス提供者が自社で開発しているというケースはむしろ少ないわけです。そこには、第三者企業が入っている。その信頼性をどういうふうに担保しているのか、ここに消費者の不安の根源があるのではないかという問題提起だったと思います。

どちらの点についてでも結構ですけれども、どの程度このハンドブックの中で触れるべきかという点について、ご意見を頂けますでしょうか。どうぞお願いします、入谷さん。

入谷委員：今林委員、プレゼンを頂きましてありがとうございました。小塚先生から問題提起いただきましたプライバシーに関わる点につきまして、AIというキーワードの中でどのように消費者にメッセージを伝えるべきか、今林委員のプレゼンの中で、そういった伝え方が分かりやすいのではないかと感じたところがございましたので、コメントさせていただきます。

AIを利活用しているかどうかに関わらず、一般的に消費者には自らのプライバシーに関わる情報がどのように収集され、どのように使われるかわからないという不安があると思います。これに対し、AIという中では、教師データとしての利用や、複数の企業による共同利用、プロファイリングがどのように活用されているかなど、事例で説明することが考えられます。また、今林委員のご説明にありましたプロファイリングが必ずしもうまくいかなかったり、消費者の想定と異なり、思いもよらないパーソナライズ・インディビジュアルライズされたリコメンドが出されるような事例もわかりやすいと思います。

消費者として自らの情報がどのように使われるのか確認し、享受できるメリット、リコメンドやポイントなどに照らして情報提供・利用を判断できるよう、情報発信することが大切ではないかと思えます。以上でございます。

小塚座長：ありがとうございました。そうすると、データ収集、利用に関わることも盛り込んでいったほうが良いという感じですね、そうしますと。その他の皆さん、いかがですか。第三者企業が、いろんなプロセスのいろいろな場面に関わってくるという特徴があるように思われます。市浦さん、お願いします。

市浦委員：そうですね。一部の企業はユーザーの状況を記録し、レコメンドをサービスとし

で行っているかと思えます。恐らく、この問題はAIに関する問題だけではないと思えます。先ほどの議論にもあったかと思えますが、各企業が倫理観を持って、それから作業している第三者の方々含めて、きちんとそのセキュリティーを守って情報を扱う、また、持ち出せない、悪用させないということは、今の日本の社会ではかなり守られていると思えます。その前提を踏まえて、どういうふうに利活用をすべきかを考えていくことが良いのではと思えます。

気になっている点として、8ページに記載されている内容について、先ほど、今林委員のご発表の中でもありましたが、「事業者から提供される情報の重要」という中で、利用規約や取扱説明書の内容について、企業側から情報を得ようとする際に、必ず利用規約にOKしないと、先ほどの今林委員の説明のように情報を得られないなどのシステムがある中、一種、その企業がやりたいこと、目指すことを明確に消費者に伝えないといけないという、ルールを作った方がよいのではないかと思っています。現状、消費者は情報にアクセスするために暗黙的にOKを強制させられているような雰囲気があります。そういう意味では、先ほど消費者が入力している購買情報に関しても、場合によっては、過去のデータを消せるような仕組みを作るなども消費者を守るために必要ではと思えます。

今回は消費者の皆様に使っていただくためのガイドラインではありますが、消費者の方々自身が自己防衛をできるための仕組みということも、今後はやはり整備していけないとおもいます。消費者も自分でデータをコントロールできないと、怖くて活用しない方々いらっしゃると思えます。幅広く企業がユーザーの記録をしていくことなどの利点は、これからも運用の制限をしない前提で、購買履歴などを使いたい人と購買履歴を消したい人ためにユーザーが入力した過去入力したデータを消したり、レコメンドを追加したりできる仕組みを作っていくことが重要かと感じていました。

最後1点ですが、7ページの、「個別の事例への対応」ということで、この表現は、若干疑問がありまして。「AIアルゴリズム作成には大量かつ多様なデータが必要となるため、少量のデータによる特定の個人等のためにカスタマイズしたアルゴリズムの作成は容易ではない」との記載は、少ないデータでもAIを作ろうと思えば作れるわけなので、企業としてその作業コストが売り上げとの間でのコストが合わないために企業はやらないだけかとおもいます。このため、この表現は、技術的には実現できるということで、この表現はちょっと、柔らかくしたほうが良いのでは？と思いました。

小塚座長：ありがとうございました。南先生、どうぞ。

南委員：ありがとうございます。ハンドブックの取りまとめの方向性の、6ページ目の③のところなんですけれども。下から3行目のところから、「消費者は脳の部分にアクセスすることができないため、どのようなAIであるかは事業者が開示する情報を確認する必要があります」という記載があります。

脳の部分にアクセスできないとなるとちょっと不安になる、消費者から見ると「じゃあ、どうしたらいいのか」というのが、若干疑問かなというふうには感じまして。どのような AI であるかというのを確認するということなんですけど、一般的にそのアルゴリズムみたいなものを事業者が開示してはいないと思われまして。仮に開示されたとしても、消費者から見たらよく分からないと思うのですが。

ここで言う事業者が開示する情報というのは、結局その AI を使った製品の取扱説明書などを確認さえすれば、もうそれで安心してくださいねというメッセージなのか。ここの記載について、解を持っているわけではないんですが、見直したほうがいいかなと感じています。

小塚座長：ありがとうございました。ご指摘の表現について、事務局の意図はどういうことだったか、ちょっとご説明いただけますか。「どのような AI であるかは事業者が開示する情報を確認する必要がある」という部分は、消費者に何をせよと言っているのですか。

事務局：現状、その事業者さんが開示していない情報に当たってしまうかもしれませんが。先ほど入谷委員からもあったようなところで、どういう情報を収集して、それをどのように利用して、その結果としてどういうアウトプットが出てくるのかみたいなところを、事業者が開示も求めなきゃいけないとは思いますが。そういった情報を事業者が開示していれば、そういったところを確認してもらおうということでしょうか。

小塚座長：南先生、よろしいですか。

南委員：だとすると、現時点で事業者が開示してない情報は、消費者はそこは我慢するしかない、飲み込むしかないということでしょうか。

小塚座長：今林さん、お願いします。

今林委員：ここの展開の仕方について。スライドの中でも、AI システムがデータを取る部分と、アルゴリズムというように 2 つに分けて、メリ・デメを整理したところもあり、私の考え方としては、結論から言うと、センサー部分もしくはインターフェース、ユーザーが接する部分に常に気を付けろというメッセージです。

これが例えばウェブサービスサイトだったら、このポリシーを承諾するというボタンでずし、例えばスマートホームの中にあるスピーカーだったら、それそのものですよ。

そういうデータを収集するポイントが、あなたの個人情報を、もしかしたら漏えいするきっかけになっている可能性があるってことを認識した上で、それを ON にするのか OFF にするのかという行動につながってくると思います。そこをまず、「センサーの部分を確認せよ」というのが、言葉を選ばずに言うと一つのメッセージになるのかなと思っています。

あくまでこの①から④の前段として、AI システムとは何かというものを概要説明する絵があってもいいのかなと思っています。ここで、ユーザーが接するものって、こういうセンサー、スマホ、スマートスピーカーっていうのが身の回りにあるよねっていうことを、まずするような入り口がある。

その中で、この AI の特性のところ③として書くのであれば、先ほどのセンサーというものがデータを収集するポイントであるから、そこデータが収集されているかどうか。意図しないタイミングでマイクが ON になっていなかとか。そういったことが AI システムにあるんだと。データを収集することが AI には重要だから。

まとまりなくて申し訳ございません、③に、もし書くとするならば、AI にはデータが収集されることが必要である。その中に、データがないと AI というのは稼働しない、ゆえに、データを常に取られている可能性があるというふう考えたほうがいい。よって、サービスを利用する上では、そのセンサーなどのデータ取得ポイントが、自分が意図して取っているのか、もしくは意図しないものかというのを、常に担っていることは重要だというメッセージングに変わるのかと思っています。言葉はいろいろあると思いますが、このような内容が私が思っていることです。

小塚座長：ありがとうございます。どうぞ。

消費者庁（堀内政策企画専門官）：先ほど、増田委員から頂いたご質問、今の南先生からのご指摘も踏まえて、少し考えたところ、これでいいかというのはまたご意見を頂きたいのですが、アンケートの結果からも分かるように、皆さん、やはりデータをどう使われているかというセキュリティーの問題に不安があり、そこはしっかり手当てしていかなくちゃいけないところは本当にそのとおりだと思います。

この AI の特性、「AI とは？」の中で書くとしたら、最初の①とか②とかのところ、コンピューターであり、データを使うものというところを、もうちょっと丁寧に説明をさせていただいて、例えば、今日、今林委員から頂いた資料の 7 ページのところの、どういうふうに収集したデータ使って処理してというようなところを丁寧に説明させていただいた上で、こういったところでセキュリティーもちゃんと企業は考えているみたいなところも踏まえて、一連の流れをしっかりと説明することによって、もうちょっと安心していただけるのかなと思いました。

そういう書き方で工夫させていただくことによって、この AI の特性の基本のところ、もうちょっと今のご指摘を踏まえたものを入れられたらと思ったところですが、いかがでしょうか。

小塚座長：このようなご提案がありましたけれども、いかがでしょうか。どうぞご遠慮なく。増田理事長、お願いします。

増田委員：ぜひ、そういうふうにしていただきたいと思います。AIに限らず、その情報の取り扱いについては全般的に不安があるというのはそのとおりですけれども、全般的な不安なのかAIの不安なのかというところも分からないので、いろいろな場面でそういうことを情報提供するというのも必要だと思いますので、ここにも取り入れていただきたいと思います

それから、③に関しては私も、このカメラ、マイク、ボタンというものが、情報収集する一つのツールになると思いますので、セキュリティーやプライバシーの問題を感じたところなんですけど、この辺、全般的に、今林先生がお描きになったようなイラストを入れていただくと分かりやすいかなと思いました。

小塚座長：ありがとうございます。絵については、ぜひそのようにご検討いただくとしましょう。今、6ページの③の辺りにやや議論が集中していますけれども。他に、この点についてでも、あるいは別の点についてでも、ご意見・ご提案等がありますでしょうか。高木さん、どうぞ。

高木委員：同じ箇所への指摘で申し訳ないですが、「入力」の部分と「考える」部分を中心に書いてあるのですが、実は、消費者から見える部分と言う意味で、入力に加えて、逆に出力が非常に重要だと思っています。

おそらく、消費者としては、思いどおり動かないっていうのが一番の不安要素なんじゃないか。「このAIは、こういうふうには動くはずだ」と思って、使われているはずなんです。それが想定どおりの結果が得られないというところが、やっぱり一番の不安要素ではないか。実際にアンケートの結果にも、想定外の動作が発生してしまう（ことを不安に感じている）と書かれている。

あと、やはり「出力」は消費者から見える部分の一つなので、そこはきちんと書いたほうがいいのではないかと。細かくて申し訳ございません。

小塚座長：ありがとうございました。もう少し、出力の適正さというようなこと、あるいは出力の適正さを確認しながら使うということがあったほうがいいのではないかとのご提案ですね。その他いかがでしょうか。どうぞ、入谷さん。

入谷委員：全体の構成と個別の事項について申し上げます。まず全体の構成について。消費者向けのハンドブックということで、記載にもあるとおり、AIを賢く使うという点に狙いがあると思います。増田委員からお話がありました、消費者はAIが入っているかどうかを意識しながら使っているわけではないということを踏まえ、冒頭において、AIによって今までなかったようなサービスが出てきたり、人の作業を代行したり、楽になる便利

な製品が出てきている、それらをうまく使うことによって、より豊かな生活が送れるようになるということを置き、実際にイメージしやすい具体的な製品、サービスを紹介するのがわかりやすいように思います。そういった今までない製品・サービスが出てくる中で、便益の一方で、どのように気を付けて使う必要があります、それはなぜですか、という流れに続く。それはなぜですか、というところで AI の特性に触れることとなります。今林委員からのご説明にありましたとおり、AI によって確率的に出力されるものは、必ずしも人が思いどおりものではないという説明、AI 超入門的な話を少し置くのかなと考えます。加えて、プライバシーに関して消費者が判断していくための情報が、ハンドブックに盛り込みたい要素なのかなと、私なりに考えていたところです。

個別の事項は、AI 超入門のところ です。ここが厚過ぎますと、一般の消費者とは少し距離が遠くなるのではないかと考えます。ここをコンパクトにポイントを絞ってご説明することが重要だと思います。素案を頂いているところに、さらに網羅性、正確性を期そうとすれば、どうしても消費者との距離感とトレードオフになります。これについては、どの層にどうお届けするかに応じ、目的相応にバランスを取っていくのかなと考えます。以上でございます。

小塚座長：ありがとうございます。今のご発言は、この資料 5 の原案は、少し説明が詳しく過ぎるのではないかとというご印象ですか。

入谷委員：企業で広く全社員が AI に関するリテラシーを向上する目的であれば、もっと勉強する必要があると思います。一方で、消費者向けに AI を賢く使う視点で考えますと、情報の取捨選択をしてコンパクトにする、バランスをとることが良いように思います。

小塚座長：ありがとうございます。今日、参考資料として頂きました、「競争社会の歩き方：シェアリングエコノミー」を見ましても、「シェアエコって何？」という部分は、せいぜい 3 ページでして、そのあとは使い方とか心構えの中に落とし込んで、補充的な説明があるということになっています。そういう意味で、レベル感を、少し調整していただいたほうがいいのではないかとのご意見でした。その他いかがでしょうか。坂田さん、お願いします。

坂田委員：関連したところですが、このガイドブックのターゲット層についてです。初回のお話では、AI のことをよく存じ上げている方は外しておいて、そうではない方々を対象に、ということだったと思いますが、その層の中にも濃淡があるのではないかと思います。

具体的には、AI の存在を意識して使いながら、「AI について不安だな、知りたいな」といったことを考えている層と、そもそも AI の存在を全く意識していなくて、知らないうちに利便性を享受している層。この層の違いによって、先ほどの超入門がどれぐらい役に立つかとか、読んでいただけるか、というところが変わってくるかと思えます。

今回の活動では、これらの層の全てを対象としたガイドブックになさろうとしているのでしょうか？

小塚座長：これは、消費者意識調査からも窺われる、消費者のバラつきの問題と関連します。これは事務局というよりも消費者庁のほうで、ターゲットをどこに置きたいとかがありますか。

消費者庁（内藤消費者政策課長）：もう少し知見が蓄積されてくれば恐らく色分けをして、高齢者からICTに詳しいいわゆるトップガン層より下の人などに分けられると思うのですが、現状ターゲットとしてイメージしている消費者というのは、全体の最大公約的な部分であります。濃淡のお話がありましたけれども、そうしたことも許容しながらできるだけ最大多数の人に分かりやすいものです。言うのは簡単ですが、作るのは大変だと思います。一応、気持ちとしてはその辺りを目指していければというふうに思っております。

小塚座長：ありがとうございました。なかなか大変かもしれませんね。その他、委員の先生方からご発言等は。増田理事長、お願いします。

増田委員：何度もすみません。ターゲットとしては、例えば、高校生や高校卒業程度からアクティブシニアの方くらいまででしょうか。アクティブシニアの方がインターネット関連で結構トラブルになっていますので。高齢者と言っても後期高齢者に対して情報提供というのは、現在は難しいところがあるので、そこまでのカバーは必要ないと思います。65歳、70歳ぐらいまでとか、ちょっとイメージとしてはそんな感じです。

小塚座長：AIを使った製品サービスを使う、利用する立場になりそうな人たちということですね。一応、そういう限定はあるのではないかとということです。ありがとうございます。その他いかがでしょう。西野さんは、ユーザーと一番近い立場にいらっしゃる企業のお立場としては、ご覧になってどのようなご意見でしょうか。

西野委員：ハンドブックの、先ほどのターゲットとしている利用者の方々はどうなのかっていう話があったと思うんですけど。まさにAIっていうものにあまり詳しくない人たち向けの、分かりやすい解説グッズということだと思いますので。記載内容は、皆さんのご意見にあるように、できるだけやっぱり分かりやすくシンプルなものにしていったほうがいいんじゃないかと、全般を通じての感想としてはそういうところです。

それと、AIの特性のところなんか議論に出来ましたけれど。その技術的な内容に、少し入り込み過ぎている部分もあるのかなと思って。本当に、一般の消費者、利用者目線でスッと頭に入ってくるような内容にしたほうがいいんじゃないのかなという、すみません、漠然

とした意見ですけど。私、目指している方向としては、やっぱりそういうところなのかなと思っ

小塚座長：ありがとうございました。その他、ご意見はありますか。少し整理させていただきますと、まず資料5の、最初に「方向性」についてお書きいただいています。消費者にとっての基礎的リテラシーに関して情報提供する。それから、総論・各論で構成する。それから、技術の進歩に注意する。そして、表現の仕方に注意するということです。基本的には、この4点の方向性についてご異論はなかったと思いますが、今の対象・ターゲットとの関係で、ある程度アクティブなユーザーになりそうな、しかし基礎知識は必ずしも持っていない、そういう消費者がターゲットとなる。

もちろん、それ以上に知識のある方も当然ターゲットの中に入ってはきますけれども、いま申しました、アクティブなユーザーであって、かつAIについての基礎的知識は、必ずしも十分にはないという消費者を対象にして作っていく。こういうことでよろしいでしょうか。ありがとうございます。それでは、方向性はそのようにご賛同いただいたということです。

次に、その内容の柱で、3ページから4ページのところで、「基礎的リテラシーとは」と書いてあります。AIを賢く使うためのメッセージ、それからAIの特性、AIの限界ということと、それから、総論の中では、利便性と不安の両面からの対応が必要ということ。特性、得意なこと、不得意なことを消費者に伝える必要。各論で、さらにまた少し具体的なことを書きます。それから、有識者ヒアリングからのインプットということで、AIのリスクについて、情報提供の内容について。こう書いてあります。

これについて、先ほど来ご意見が出ていますのは、AIの特性、限界ということ自体を頑張って伝えるというよりも、消費者に有益な情報にしてはどうかという、そういうご意見が多かったように伺いました。

消費者に有益な情報ということと言いますと、情報が消費者から収集されてシステムにインプットされるセンサー部分という話と、それから、システムの判断結果が消費者に対して出力されて、サービスとして、場合によっては製品の動作として返ってくるという、出力部分。このどちらも、結局インターフェースですね。このインターフェースというところに、ある程度焦点を合わせてはどうか。それとの関連で、実はその向こう側には、動いているシステムがあるのですと、そこは見えていないけれども。そういう説明のほうが良いのではないかというご意見が、比較的大勢であったように伺ったのですが。そんな理解でよろしいでしょうか。ちょっと私がまとめ過ぎていませんか。その辺り、ご意見が多かったので、「もう少しこの辺りを」というご発言がありましたら、ぜひここでおっしゃってください。

だいたいそんなことでよろしいでしょうか。ありがとうございます。それでは、基礎的リテラシーについてはそういうことで、若干方向を微修正していただいて、お認めいただいたと。こういうことにさせていただきたいと思います。

消費者庁（堀内政策企画専門官）：1点、確認させていただいてよろしいでしょうか。

小塚座長：どうぞ。

消費者庁（堀内政策企画専門官）：そうすると、AIの特性のところの記述についてのお話と
考えていたのですが、先ほどからご意見を頂いているとおり、基本的にはコンピューターな
のだけれども、いろいろ勝手なことをするというようなことがない、過度に恐れることはな
いというようなご意見を頂いたと思います。そういう観点から、基本的にはコンピューター
だということを説明した上で、やはりデータの扱い、セキュリティーなどに一番関心がある
というのを踏まえて、その入力から処理される過程、出力される過程というところを、一連
に見えるようなかたちにして。その中でデータのお話ですとか、センサーのお話ですとか、
そういうのも盛り込んで、大きく分けて2点から分かりやすく説明していくというような
方向で、もう一度検討させていただくというようなことでよろしいでしょうか。

小塚座長：今のようなことでよろしいでしょうか。大丈夫かな、かみ合っているかな。私が今
日の皆さんのご意見の中から感じたのは、確かにコンピューターなのです。コンピューター
自体は、もう何十年間消費者は知っているもので、急に化け物のようなものが出てくるわけ
ではないので恐れる、怖がる必要はない。それはそうなのですが、皆さんのご意見はどちら
かという、その部分には消費者はあまり関心がないのだと。要するに、消費者にとって関
心があるのはインターフェースのところ、消費者と接する部分。消費者と接する部分がどこ
で、どうなっているのか。その向こう側にあるのはコンピューターで、そこは基本的には今
までの延長なのだけれども、今までと違うところも実はあります。それは、今林さんが今日
お話くださったところです。

今までであれば、人間がコンピューターに、「ビールを買う人」は、「ビールを昨日探して
いた人」だと教えていたのが、データから「ビールを買う人」と、「オムツを探していた人」
が結び付きやすいらしいということ、機械が推論する。このようになるという点で、やや
違いが出てきているという話なのです。

そういう話を少し、場合によっては、それこそコラムなのかもしれませんが、そういうこ
とを、情報を入れつつ、メッセージとして、正面に出てくることは、消費者との、ユーザー
とのインターフェースで、ここでセンサーを通じて情報を取っています。結果は、こう出て
きます。出てくるときにはこういう特徴があります。そういう書き方がよいのではないかと、
そういうふうに向ったのです。これで合っていますかね。今おっしゃっていただいたことと。

消費者庁（堀内政策企画専門官）：今おっしゃっていただいたことが、確認をさせていただ
きたかったところですので、それでよろしければ、もう一度検討させていただきたいと思

ます。

小塚座長：ありがとうございます。それでは、これでよろしいですね。ありがとうございます。

それから、次に5ページ目から8ページ目までの「総論」の部分です。ここについて、幾つかご意見がありました。まず5ページ目の、最初の「背景及び目的」のところ、不安を持っている消費者が多いということ、利用が進むかどうかということと直接結び付くのかという、増田理事長のご指摘がありました。恐らく、それに対する一つの回答だと思えますが、入谷さんが言ってくださったのは、AIというのは新しいコンピューターであり、それが出てきたことによって、新しい商品やサービスが提供できるようになってきたという、そういう書き方をしてはどうかということだったと思います。

これについては、他の委員の方からご異論はなかったと思いますけれども、そういうことでよろしいでしょうか。

次に6ページ目に行きまして、基本的にはコンピューターとか、データとAIの学習部分、それからセンサー部分と脳の部分、この辺りについて、先ほど来議論になっているところで、出力という観点も含めて少し見直していただく。

途中で問題提起がありました点が、サービス提供者、これもユーザーから見たインターフェースに見えているサービス提供者以外の事業者の関与、あるいは関与の可能性というもの、どの程度書いたらいいかということです。ここは、結論は必ずしもはっきりしなかったのですけれども、これについては委員の皆さん、いかがお考えですか。そのような実態、あるいは第三者をどう管理しているかということについての企業の評判とか評価とか信用性とか、そういうことを本当は賢い消費者が選別していくといえますか、そういうことがあるといいなど、私は思っているのですけれども。どの程度書きますか、そういったことを。事務局は、書こうと思えば書けますか。

事務局：今のところ、あまり想定していなかった部分っていうのはありますが。事業者が提供する情報をちゃんと確認しましょう、みたいなことを今書いておりますし。そのときに、一ユーザーとして考えてみると、ユーザーから見えていない事業者を、やっぱり意識する場面があるのかなという気も、ちょっと気になりまして。

小塚座長：そうですね。むしろ意識しないからこそ、そういうことを指摘したほうがいいのではないかとご指摘だったのではないかと思います。それでは、ここについては事務局もまだ必ずしも準備がないということなので、少し検討していただくという、委員会としてはそういうまとめでよろしいでしょうか。今林さん、どうぞ。

今林委員：今林です。補足までです。SNSのIDとパスワード、新規登録して入るのは結構

大変なので、SNS の既存のアカウントを使ってログインするっていうサービスが最近出てきていると思うのです。ユーザーが意識するっていうたら、そのインターフェースなのかなと思っています。ID を活用してログインするといった機能をもって、その新規サービスと既存の使われているサービスとの ID が連携できることがあるので。

これは、もちろん便利なところもあると思うんですね。ある SNS を使っていたところに同一 ID によって決済ができるようになったりとか、そういうこともあるので。ここはユーザーにとっては便利である一方で、連携もしているんだという認識をもってもらうのは伝える言葉としてあるのかなと思っています。この機能は、裏側の分からない世界で動いているというより、どちらかというユーザーの承認によって連携するという物理的なインターフェイスになっているので、現実的に言葉にできるのかなと思っています。

小塚座長：ありがとうございます。ID 連携は、確かに分かりやすい、ユーザーからも見える部分なので、その辺りを一つ手掛かりにして、実はこのデータ、AI の世界は複数の企業がつながっているという、そういうこともあるので、消費者としてもそのことを十分頭に置いて使っていきましょう。そういうメッセージは出せるとして、具体的にどこまで書けるかは、「AI とは何か」の話にも似たようなところもありますので、今後検討していただくという、そのような方向で取りあえずはよろしいでしょうか。

分かりました。それでは、そういうことで、ID 連携というのは分かりやすい、入り口としてよいのではないかというご提案を頂きました。そのことをテイクノートしていただいて、少しこの AI データの利用についての複数企業の連携関係、あるいは協業関係について触れることを検討するということをお願いしたいと思います。

それから 7 ページの個別事例の対応のところ、一部に表現が適切ではないのではないかとご指摘がありました。それから、8 ページの一番最後のところの、利用規約や取扱説明書の確認というところについても、確認してどうするのかという問題もあるので、この辺りも少し、消費者に対するメッセージとして何を伝えるかという点は、もう少し考えてくださいというようなご意見もございました。

以上の総論部分の内容については、必ずしも今回でフィックスするということではないのですが、一応今申し上げたようなご意見があったということを踏まえて、しかし大枠は原案に、書いていただいたことで、これを否定するようなご議論はなかったと、こう理解してよろしいでしょうか。何か補足あるいは指摘し残したこと等ございますか。よろしいでしょうか。それでは、書いていただいた原案は、だいたいこの方向ということとした上で、漏れがあるとか、あるいは表現が適切ではないとか、そういうことはまた今後、ご意見を頂く機会もあろうかと思っています。ありがとうございました。

今日はハンドブックの方向性と、それからターゲットということで、レベル感については、一応確定をさせていただきました。総論については、大きな枠組み的なことは合意を見ました。ということで、細かいところはまだ検討の余地が残ったということにさせていただきます。

たいと思います。

今日は山本先生が出席しておられるのですが、山本先生、このワーキングの上に、消費者のデジタル化への対応に関する検討会があるわけです。検討会との関係で、このアウトプットは、このような感じのものでよろしいでしょうか。

山本委員：私の理解しているところでは、基本的にはこの AI の問題については、このワーキンググループのほうでご議論いただいて、最終的には親会議との取りまとめとの関係での調整というのは、若干はあり得るんだろうと思いますけれども。基本的には、こちらで消費者にとってもっと分かりやすいものをおまとめいただければ、それが成果になるということだと理解しております。

小塚座長：どうもありがとうございました。どうぞ、消費者庁、お願いします。

消費者庁（内藤消費者政策課長）：親会の事務局の立場から、少し補足をさせていただきます。今年度で AIWG の議論が一つの区切りになるということでもございますので、一度親会のほうに検討状況を中間的にご報告頂いてもいいかなと思ってはおりました。その辺りは山本座長とご相談をさせていただき、本日頂いたご意見を踏まえて総論部分がまとまるようであれば、4月以降一度、親会の場で機会を頂いてご説明をお願いできればと考えております。

小塚座長：ありがとうございました。

私の不手際で時間が超過しており申し訳ありません。それでは、今日決めたかったことは、以上です。今後、このあと各論をどうするかと、先ほどのご説明でも各論のところは省略されたので。各論をどうするかということも含めて、今後の展開について事務局からご説明いただけますでしょうか。

事務局：今後という意味では、冒頭ご説明したとおりでございます。今日の議論は総論でございましたけれども、その内容をいったん修正したものと、あと各論の整理ということで、第3回でご検討いただきたいと思いますと思っております。

そのあと、冒頭ご覧いただいた資料では、第4回のあとに消費者意識調査を実施するような順番になっておりますが、5月中に意識調査、第2回のをやるというスケジュールになっておりますので。実施自体は第3回と4回の間意識調査をして、可能であれば4回でその結果をご報告するみたいなかたちを取りたいと思っております。

具体的な情報収集・整理というところを3回まででして、第4回ではハンドブックの素案を検討したいと思っておりますので。この間でざっくりした案のご確認とか、ワーキンググループ以外の方でお願いする可能性もあるかなと、事務局としては考えておりますが。そ

ういったかたちで進めさせていただければと思っております。

消費者庁（堀内政策企画専門官）：少し補足をさせていただきたいのですが、今回は総論、次回は各論ということで、予定をしております。今日の時点で総論の方向性についてはご了承いただいたところですが、具体的に「こういう記述を入れたほうがいい」とか、今日の資料について修正がありましたら、またメールなどでご連絡いただければ、修正等をしたものを、また次の回に出させていただきますと思います。これについては、改めてメールでご連絡をさせていただければと思います。

その上で、総論に「こういうことを入れる」という確認を次回行った上で、各論については、今回も例を付けておりますけれども、このような各論の案というかたちで、内容をもう少し入れたものを次回お出しできればと思っております。これについても、例えば、「もっとこういうものを入れたらいい」とか、アウトライン等について何かご意見がございましたら、そちらについても併せてお送りいただければ、それを踏まえたものをまた次回以降議論の材料としてお出しできればと思っておりますので、引き続きどうぞよろしくお願いいたします。

小塚座長：ありがとうございます。総論・各論、双方について、ご意見を会議と会議の間にお寄せいただきたいと、こういうことです。よろしくお願いいたします。事務局から、続けてください。

事務連絡

事務局：今日は、活発なご議論いただきましてありがとうございます。次回、第3回になります。年度明けでございます。予定としましては4月27日月曜日、1時から3時ということで、ご予約をお聞きいただいているかと思っております。場所は、同じくここ中央合同庁舎第4号館の会議室番号が1214という場所になります。こちらが1203でございますので、また別のところになります。

ちなみに、第4回も同じ場所での開催を予定しておりますので、また事前に資料をお送りすると思っておりますし、開催案内をさせていただく際にご連絡したいと思います。別の会議室になるというところをご連絡いたします。事務局からは以上です。

小塚座長：ありがとうございます。それでは、以上で本日第2回のワーキンググループを、これで閉会したいと思います。皆さま、ありがとうございました。

(以上)