

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（第3回資料）

AIと消費者に関する諸論点

法律事務所ZeLo・外国法共同事業
弁護士 南 知果

目次

1. AIと消費者の安全に関する論点

(参考事例) ロボット掃除機

2. AIと消費者の自己決定に関する論点

(参考事例) ロボアドバイザー

3. AIと消費者のプライバシーに関する論点

(参考事例) スマートスピーカー

1. AIと消費者の安全に関する論点 【1/4】

(1) 問題の所在～ロボット掃除機を例に

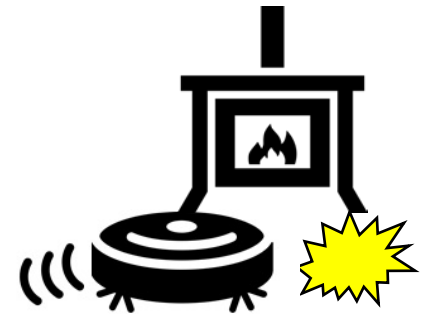
■ ロボット掃除機の特徴・メリット

- 障害物に当たることや内蔵カメラで部屋の構造、自己位置を把握し、自動で掃除を行う

■ 想定されるトラブル

- ロボット掃除機の自動運転によって火災が発生してしまった／家財が壊れてしまった

→消費者はいかなる法的救済を受けることができるか？



1. AIと消費者の安全に関する論点【2/4】

(2) 消費者の救済

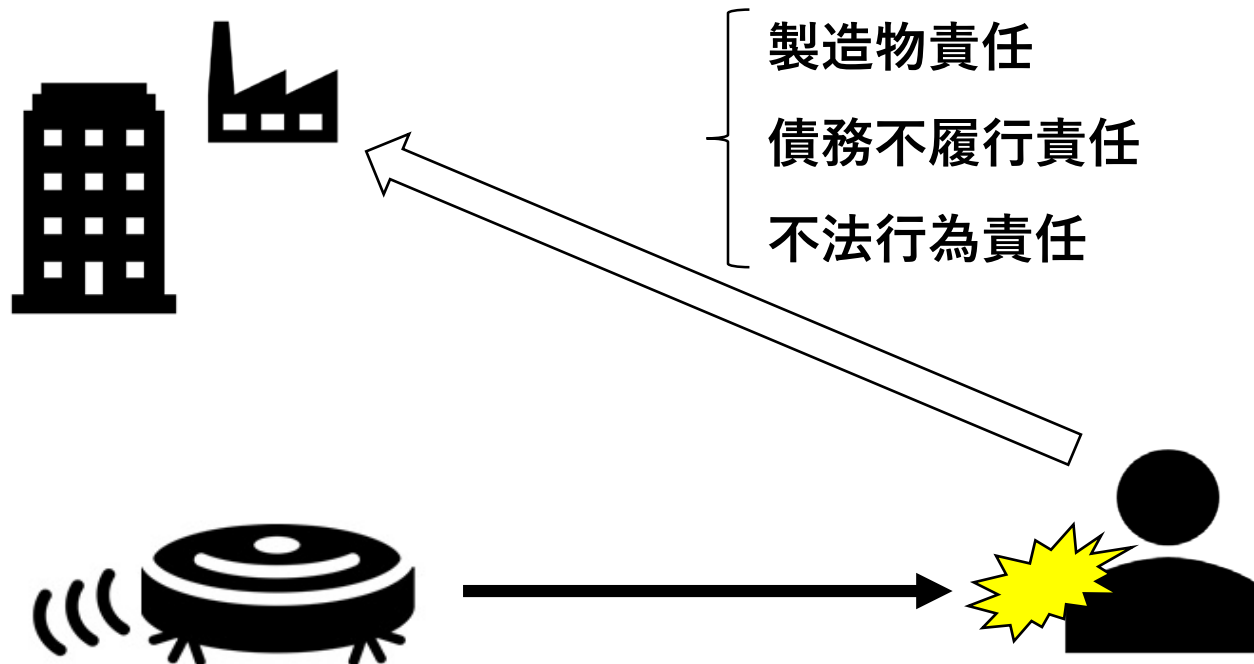
■ 製造物責任法に基づく救済

- 製造業者等は、その引き渡した製造物の「欠陥」により他人の生命、身体又は財産を侵害したときは、これによって生じた損害を賠償する責任を負う（製造物責任法3条）
- 「欠陥」とは、製造物が「**通常有すべき安全性**」を欠いていること（製造物責任法2条2項）
 - ①**設計上の欠陥**：製造物の設計そのものの欠陥
 - ②**製造上の欠陥**：製造工程において設計と異なった製造物が製造されたことによる欠陥
 - ③**指示・警告上の欠陥**：適切な指示・警告が伴わないことによる欠陥

1. AIと消費者の安全に関する論点【3/4】

■ 民法に基づく救済

- 製品の売主と消費者との間の契約に基づく債務不履行責任（民法415条）
- 不法行為責任（民法709条）



1. AIと消費者の安全に関する論点【4/4】

(3) 消費者として留意すべき事項

■ 消費者に求められる動作監視の程度

- 製品によって消費者に求められる動作監視の程度は異なる
常時監視／緊急時等に対応／原則なし

■ 使用環境

- 自己のコントロール下以外でも危険が発生する可能性
→製品の機能、使用方法、使用環境をきちんと認識する必要



2. AIと消費者の自己決定に関する論点【1/4】

(1) 問題の所在～ロボアドバイザー（投資）を例に

■ ロボアドバイザーの特徴

- **投資助言型**：こういった投資商品がユーザーに最適かをアドバイスする
 - **投資一任型**：一定の方針に従って運用まで行う
- ➡ここでは、ユーザーの入力した情報をもとに、ユーザーに合った商品をレコメンドする**投資助言型**を取り上げる

■ ロボアドバイザーのメリット

- 事業者がAIによりビッグデータを解析し、個々の消費者に適した商品を推測してレコメンドしてくれるため、消費者にとって商品選択が容易になる

2. AIと消費者の自己決定に関する論点【2/4】

■ 消費者の自己決定権

契約当事者は、契約を締結するか否か、契約の内容をどのように定めるかについて自らの意思で自由に決定することができる（**契約自由の原則**）

■ 想定されるトラブル

AIによるレコメンドは、**消費者の意思決定に介入する側面**がある

- ニーズに合わない商品の提案を受け、契約してしまった
（∵属性分析の誤り、商品選択の誤り等）
- 個々の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いて契約してしまった

2. AIと消費者の自己決定に関する論点 【3/4】

(2) 消費者の救済

AIのレコメンドによって消費者が意図しない商品を購入する契約を締結してしまった場合に、消費者はいかなる法的救済を受けることができるか？

■ 消費者契約法に基づく救済

- 消費者契約の申込み又はその承諾の意思表示の取消し（消費者契約法4条）が可能か？

→ 不当な勧誘があったといえるか？

（不実告知・断定的判断の提供・不利益事実の不告知）

■ 民法に基づく救済

- 錯誤取消し（民法95条）
- 不法行為に基づく損害賠償請求（民法709条）

2. AIと消費者の自己決定に関する論点 【4/4】

(3) 消費者として留意すべき事項

■ 「自動化バイアス」の存在

- コンピューター等による自動化された判断を誤信してしまう認知的傾向
→ サービスの限界についての正しい理解、適切な分析がなされているか
(属性分析は正しいか) 等の確認が重要 (= AIリテラシー向上)

■ 主体的な情報収集の必要性

- リテラシーが十分に高くない／情報収集に受動的な消費者であっても、商品を選ぶことが容易に
- 対面販売ほどの情報提供・説明は期待できない
→ 自ら主体的に情報収集を行う必要性が高い

3. AIと消費者のプライバシーに関する論点【1/3】

(1) 問題の所在～スマートスピーカーを例に

■ スマートスピーカーの特徴

- 内蔵マイクで音声を認識し、音声指示によって情報の検索や家電・アプリの操作等の日常生活のアシストを行う
- 音声データを収集し、一定の発話についてAIクラウド上で解析

■ スマートスピーカーのメリット

- 情報検索や家電操作等が容易であり、消費者にとっての利便性が高い



3. AIと消費者のプライバシーに関する論点【2/3】

■ プライバシー権

- 私生活をみだりに公開されないという法的保障ないし権利
(東京地判昭和39年9月28日下民集15巻9号2317頁)

■ 自己情報コントロール権

- 自己に関する情報を主体的にコントロールする権利

■ 想定されるトラブル

- スマートスピーカーが自己に対する発話があったと誤認識し、音声（会話等）を取得して第三者に送信してしまった

3. AIと消費者のプライバシーに関する論点【3/3】

(2) 消費者として留意すべき事項

■ データ収集・セキュリティ対策への理解

- スマートスピーカーはインターネットに接続されており、音声の認識やその解釈を行う機構の主要部分は事業者側に存在している
- スマートスピーカーが**どのように音声データを取得しているのか**を**利用規約・取扱説明書等**で確認
- 取得された**音声データを削除する方法**を理解する
- 不必要な機能はオフにしておく

