参考資料

第2回AIワーキンググループの議論整理

2020年4月27日
NTTデータ経営研究所

ハンドブック全般：狙い・構成等

ハンドブックの狙い

- **消費者の基礎的リテラシーに関わる情報提供を行うこと。**
 - 「AIを賢く使う」ため、冒頭で、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ことを述べ、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のではないか。

ハンドブックの対象

- アクティブなユーザーであり、かつAIに係る基礎的知識が必ずしも十分ではない消費者。

ハンドブックの構成

- **総論・各論で構成する。**
 - ※技術の進歩や表現の仕方に注意する
- **AIを賢く使うためのメッセージ、AIの特性、AIの限界、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旨を記載する。**
 - 「AIの特性、限界」を伝えることに注力するよりも、消費者に有益な情報にしてはどうか
 - 「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、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/製品の動作として返ってくる、「出力部分のインターフェイス」に焦点を当ててはどうか。
 - 消費者にとって関心があるのは「インターフェース」、消費者と接する部分である。
 - ✓ 消費者と接する部分がどこで、どうなっており、その向こうにはコンピューターがある。コンピュータ部分は、基本的には今までの延長だが異なる部分もある。
- その他消費者向けの考慮事項
 - 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。
 - 一般の消費者、利用者目線で理解し易い内容にしたほうが良い

ハンドブック総論_記載内容

AIとは（AIの特性）

- 現在活用される「AI」とは、産業界・アカデミアにおいて、「機械学習」のことを示している。
 - 機械学習とは、機械に学習させるもので、消費者向けには、あくまで人間の設計に基づく動作範囲であることを伝えることが重要
 - 機械学習というシステムは学習と推論という2つ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
- 「AIとは？」の中でAIの特性を書くとしたら、「コンピューターであり、データを使うもの」という箇所を、もう少し丁寧に説明をしてはどうか。
 - 例えば、企業がどのように収集したデータを使い処理していくか、セキュリティー面への配慮、等を丁寧に説明すると安心を得られるのではないか。
 - 「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た方が良い。
 - 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を入れる

AIシステムの利便性とリスク

- 【利便性】：AIは判断の良きサポーターとなるし、状況に応じて柔軟な出力をしてくれるし、生活の中の面倒な作業を自動化してくれるというメリットがある。
- 【リスク】：利便性の一方で、リスクもある。データ、個人情報・プライバシーに係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、その設計について、開示可能な範囲で確認し、リスクをきちんと認識するように努めることが必要である。
- 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書き方をしてはどうか

消費者へのメッセージ

- どのようなアウトプットをするAIシステムかを常に認識して、メーカーを含む企業から購入することが重要
- 消費者にとっては、企業から、どういう基礎に基づいて設計し、どういう出力で、どのようなデータの相関によりデータ解析しているか等の説明があると、納得性が高く安心できるのではないかと。（消費者が、そうした企業側の説明や取組みについて確認することで、「賢くAIを使う」ことにつながるのではないかと※）
- 消費者が不安を感じている、収集された情報の取り扱い自体について記載すべき。
- ID連携を手掛かりにして、実はデータ・AIの世界は複数の企業がつながっているところもあるので、消費者としてもその点を十分頭に置いて使っていきたいというメッセージは出せる
 - ID連携は、ユーザーからも見える部分なので確かに分かりやすい。
- 消費者として自らの情報がどのように使われるのかを確認し、享受できるメリット、レ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に、情報発信することが大切ではないかと。

※消費者に対するメッセージとして、前回討議内容に事務局補記