

## <AIについて>

- AI等が実現するデジタル社会について、恐怖を強調するがゆえに、数多くのメリットを見逃して一部のデメリットばかりに目がいくことで、歩みを止めてしまうことになるなら大問題。
- AIとともに生きる中で、働き方改革を進めて趣味に生き楽しく過ごす、創造的な仕事ができるというメリットがあることも、あわせて伝えるべき。
- 消費者はAIに漠然とした不安を抱えており、AIを社会に生かすのであれば、それとのバランスをとらないといけない。
- そもそもAIとは何なのか、AIと共存する社会はどういうものかということ、まずは見せることが必要。
- AIはインフラの中に実装される技術であって、インフラは意識することなく利用できるのが理想であるから、消費者がAIというものをよく知りしっかり監視することには無理がある。AI技術を適切に運用するのは主に事業者側の問題。
- 消費者には、デジタル技術及び提供されるサービスに関する仕組みについての最低限の理解が必要ではないか。
- 技術的な知識を身につける必要はなく、その時点のAIに何ができて、何ができないのかということを知識として消費者に身につけさせる、消費者に知らせることが大事。
- 消費者向けのガイドラインは必要であるし、今後は想定外のAIがどんどん出現するので、ガイドラインもそれに合わせて改定して啓発していくことが大切。
- AIというのは本人に考えさせずに決めてくれる技術で、考える力を衰えさせる部分もあるので、それについて消費者がどのように向き合うか検討する必要がある。
- 消費者が自主的に商品を選択しなくなってしまう恐れがある。AIは万能ではないので、消費者の行動、商品の選択の自主性をどう確保していくかが大事。
- AIを活用するに当たっては、社会に生きる人々の行動データの取得が必要になることを認識すべき。
- AIの基礎になるIoTは非常に脆弱で暗号化などが十分ではないことに消費者は気をつけなければならない。
- いわゆる属性のような個人情報だけではなく、行動の部分も含めたデータが、それと認識しないうちにAIに蓄積されてしまうことに注意すべき。

## (参考)消費者のデジタル化への対応に関する検討会 委員等名簿

- ・ 山本 和彦 (座長) 一橋大学大学院法学研究科教授
  - ・ 中村 伊知哉 (座長代理) 慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授
  - ・ 川添 圭 弁護士
  - ・ 坂倉 忠夫 公益社団法人消費者関連専門家会議専務理事
  - ・ 坂本 有芳 鳴門教育大学大学院学校教育研究科准教授
  - ・ 立石 聡明 一般社団法人日本インターネットプロバイダー協会副会長兼専務理事
  - ・ 丹羽 多聞アンドリウ 株式会社BS-TBSメディア事業局エグゼクティブ局長
  - ・ 増田 悦子 公益社団法人全国消費生活相談員協会理事長
  - ・ 森光 康次郎 お茶の水女子大学大学院人間文化創成科学研究科教授
- (オブザーバー) 独立行政法人国民生活センター



