



消費者をエンパワーするデジタル技術に関する 専門調査会の設置の趣旨及び今後の進め方

令和6年4月
消費者委員会事務局

1 趣旨

- ・デジタル化の進展に伴い、生成 A I、メタバース等の新たなデジタル技術がサービスとして消費者に提供され始めている。これらのデジタル技術は、Society5.0（サイバー空間（仮想空間）とフィジカル空間（現実空間）を高度に融合させたシステムにより、経済発展と社会的課題の解決を両立する、人間中心の社会（Society））の実現に資するものであり、消費者にとっては、利便性が向上する等メリットも大きい。他方、デジタル技術の活用にあたっては、消費者にとっての新たなリスクを生じさせることがないように留意が必要となる。
- ・消費者法によって消費者の支援・保護を図ることが正当化される根拠として、消費者契約において「消費者・事業者間の情報の質・量、交渉力の格差」に加え、「消費者の脆弱性」※も正面から捉えていくべきとの指摘がなされている。

※『脆弱性』は、自然人が持つ限定合理性等や、状況的脆弱性として捉えられるもの、若年・高齢・貧困等による類型的・属性的脆弱性として捉えられるものなどその概念が多様である。加えて、今後、「一般的・平均的・合理的消費者」の概念が一層希薄化し、A Iの進展によって新たな脆弱性が想起されうることなども念頭に、脆弱性の概念の精緻化を図っていく必要がある。」（消費者庁「消費者法の現状を検証し将来の在り方を考える有識者懇談会における議論の整理」2頁（令和5年7月））

消費者契約の場面において、消費者を支援する方法として、デジタル技術を活用することが考えられるのではないか。

消費者委員会の下部組織として、専門調査会を設置し、消費者被害の現状を踏まえ、消費者契約の場面において、消費者を支援することに活用できるデジタル技術の現状と見通し、個々の消費者にパーソナライズするA Iの検討及び社会実装に向けた課題等を整理し、取りまとめる。

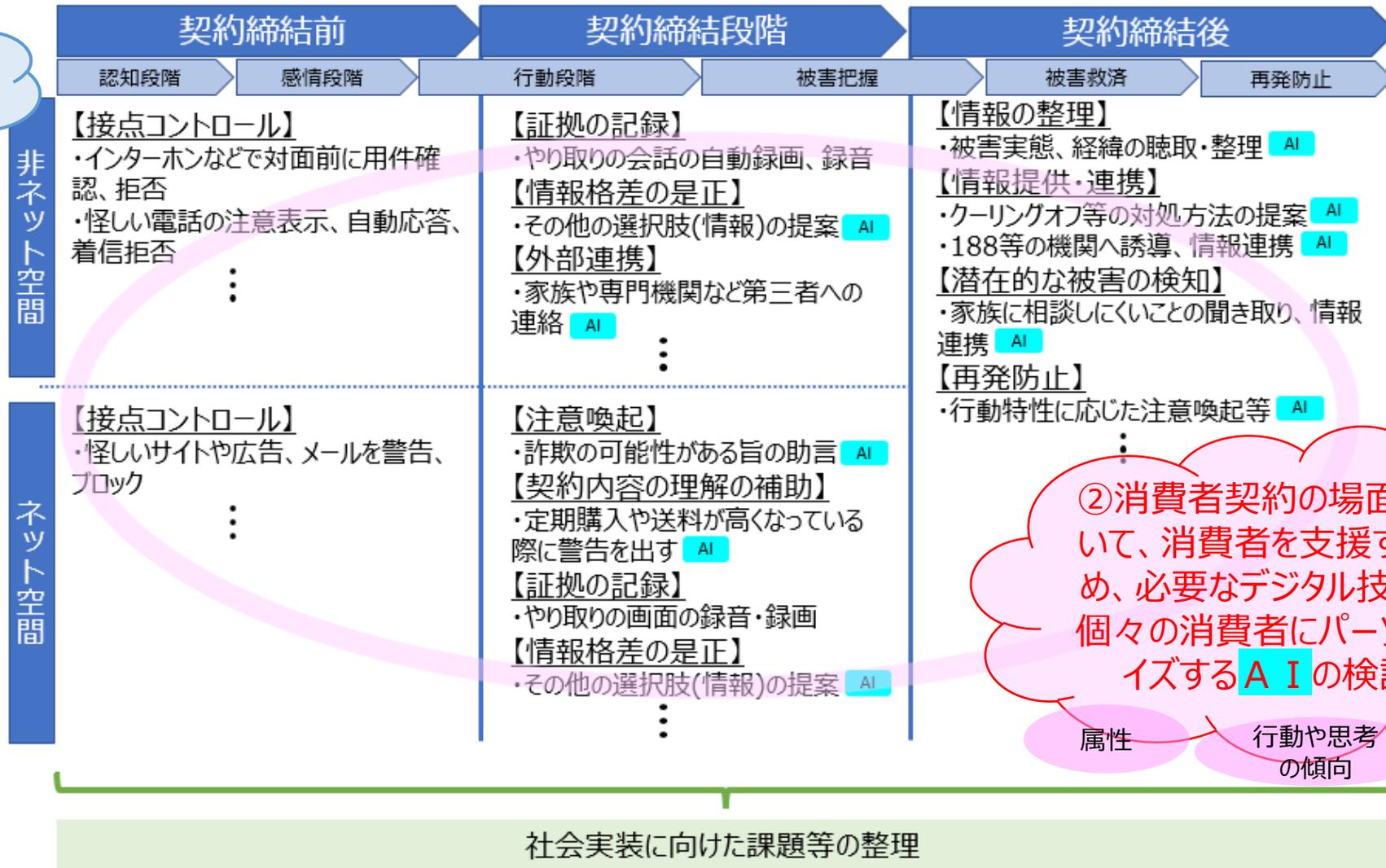
2 検討内容等（案）

| 日程 | 検討内容 |
|------------|---|
| 令和6年 4月 | ○趣旨説明 ○消費者被害の現状の把握 ・ 消費者被害の状況（件数、推移）、事例 ・ 消費者被害の行動経済学の観点からの分析 |
| 5月～7月 | ○消費者契約の場面において、消費者を支援することに活用できるデジタル技術の現状と見通し ・ 既存のデジタル技術の棚卸し ・ 今後のデジタル技術の見通し（開発中の技術、開発が考えられる技術） ・ 活用が望まれるデジタル技術 |
| 7月～9月 | ○個々の消費者にパーソナライズするA I の検討 ・ A I に与える情報（属性、行動や思考の傾向、認知機能の程度等） ・ 消費者契約の場面において、消費者を支援するためのA I の活用方法 |
| 9月～10月 | ○社会実装に向けた課題等の整理 ・ 留意すべき点（法的課題等） ・ 開発・サービス提供に取り組む企業のインセンティブとなる仕組み（認証制度、補助金等） ・ A I に必要とされる教師データ及び教師データの収集方法 |
| 10月～12月 | ○報告書（案）の検討、取りまとめ |
| 12月 | ○消費者委員会へ報告 |

3 検討の領域とデジタル技術の活用のイメージ

- ① 消費者契約の場面において、消費者を支援するデジタル技術にはどのようなものがあるか。
- ② 加えて、必要となるデジタル技術をパーソナライズするAIが提供することができれば、より消費者を効率的かつ容易に支援できるのではないか。

① デジタル技術の棚卸し



② 消費者契約の場面において、消費者を支援するため、必要なデジタル技術を個々の消費者にパーソナライズするAIの検討

属性

行動や思考の傾向

認知機能