



消費者を取り巻くAI技術の現状について

令和8年2月13日
消費者委員会事務局

1. 消費者が利用可能なAI技術
2. 消費者によるAI技術利用の実態
3. 米国における消費者を取り巻くAI技術の現状
—朝日新聞五十嵐大介編集委員よりご発表—

-
1. 消費者が利用可能なAI技術
 2. 消費者によるAI技術利用の実態
 3. 米国における消費者を取り巻くAI技術の現状
—朝日新聞五十嵐大介編集委員よりご発表—

消費者が利用可能なAI技術①

2020年頃



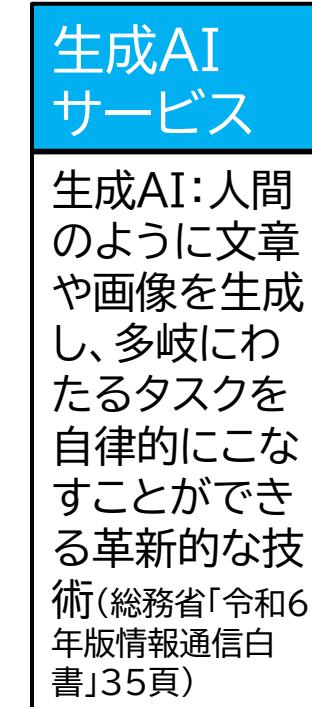
2022年頃



現在



※アバター：自分自身の「分身」として、ゲームやネット上に登場するキャラクターのこと



AIエージェント

自動的にタスクを決定(必要に応じてタスクを細分化)して処理を実行する機能をもつもの(総務省「令和7年版情報通信白書」12頁)

「フィジカルAI」など

引用:消費者庁「AI利活用ハンドブック」(2020年)1-2頁

消費者が利用可能なAI技術②

生成AI:「人間のように文章や画像を生成し、多岐にわたるタスクを自律的にこなすことができる革新的な技術」
(引用:総務省「令和6年度情報通信白書」35頁)

消費者が直接利用できる生成AIなどのAI技術

利用例:

- ・ 調査・分析
- ・ 対話による相談・生活サポート
- ・ 文章・画像・動画・音楽作成など



主に事業者が利用するAI技術

事業者が、消費者行動の予測・分析などに利用例:

- ・ 商品・サービスのレコメンド機能
- ・ 広告の「最適化」など

問題意識

- ・ 消費者の意思決定の材料の提供を行っていた段階から、意思決定を代替する段階になってきたといえるのではないか。
- ・ いかなる仕組みにより、生成物を人間が作成したものであるかのように消費者に認識させるのか。
- ・ 消費者の意思決定のプロセスに一定の影響を与えると考えられるのではないか。
- ・ 消費者の意思決定のプロセスに問題が生じているのであれば、対策が必要なのではないか。

他

-
1. 消費者が利用可能なAI技術
 2. 消費者によるAI技術利用の実態
 3. 米国における消費者を取り巻くAI技術の現状
—朝日新聞五十嵐大介編集委員よりご発表—

2. 消費者によるAI技術利用の実態

AI利用実態調査アンケート

趣旨

- ・消費者が生成AIをどの程度、またどのように利用しているかを調査。
- ・生成AI(特に対話型AI)の利用が消費者の日常生活に影響を与えていているか、また与えているとすればどのような影響を与えてているかを調査。

対象予定者

- ・国内の10代から70代以上の生成AI利用者

→第2回専門調査会で結果報告予定

-
1. 消費者が利用可能なAI技術
 2. 消費者によるAI技術利用の実態
 3. 米国における消費者を取り巻くAI技術の現状
—朝日新聞五十嵐大介編集委員よりご発表—