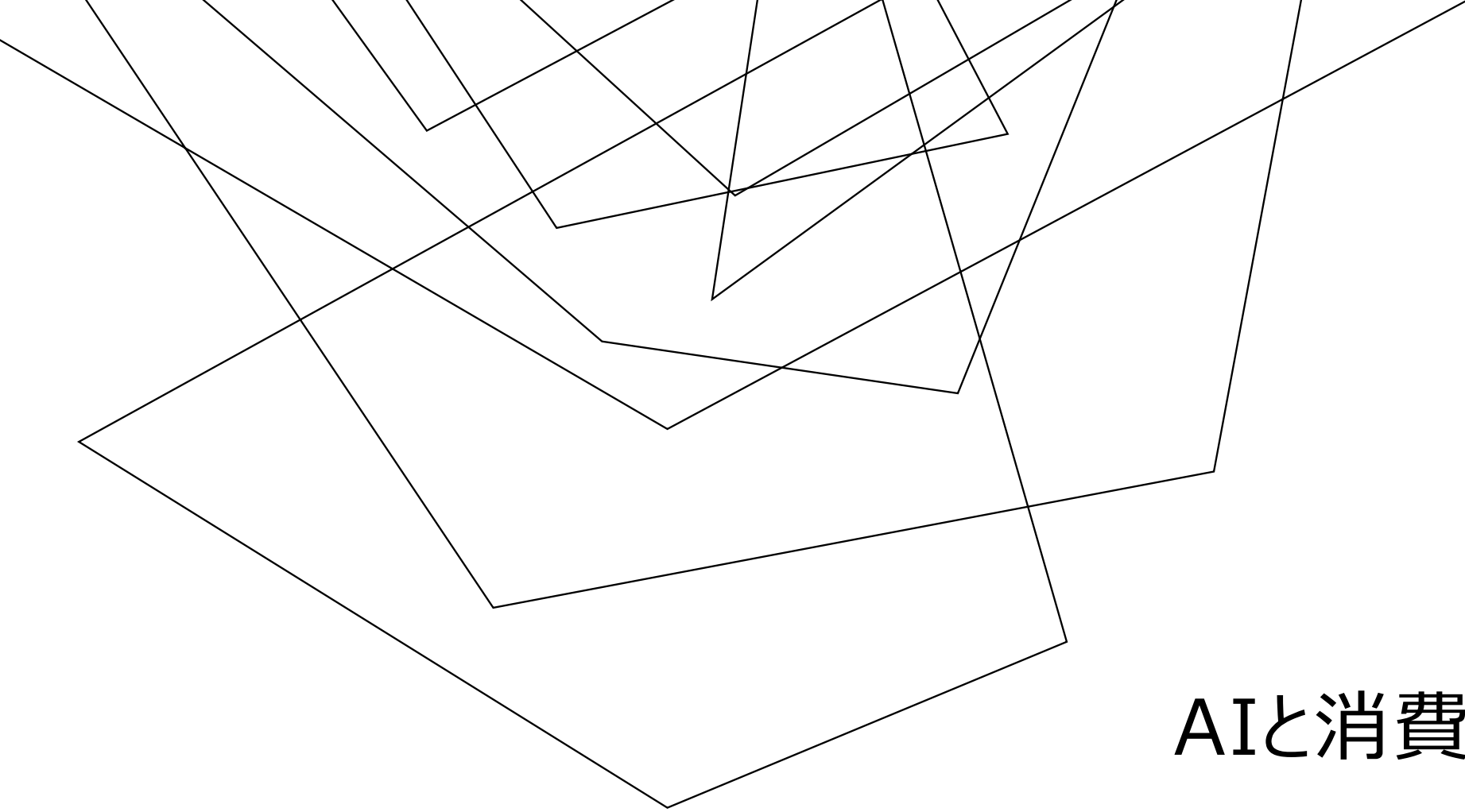


Abstract geometric lines in the top left corner.

AIと消費者保護

一般社団法人CONSUMER RIGHTS JAPAN
加藤絵美

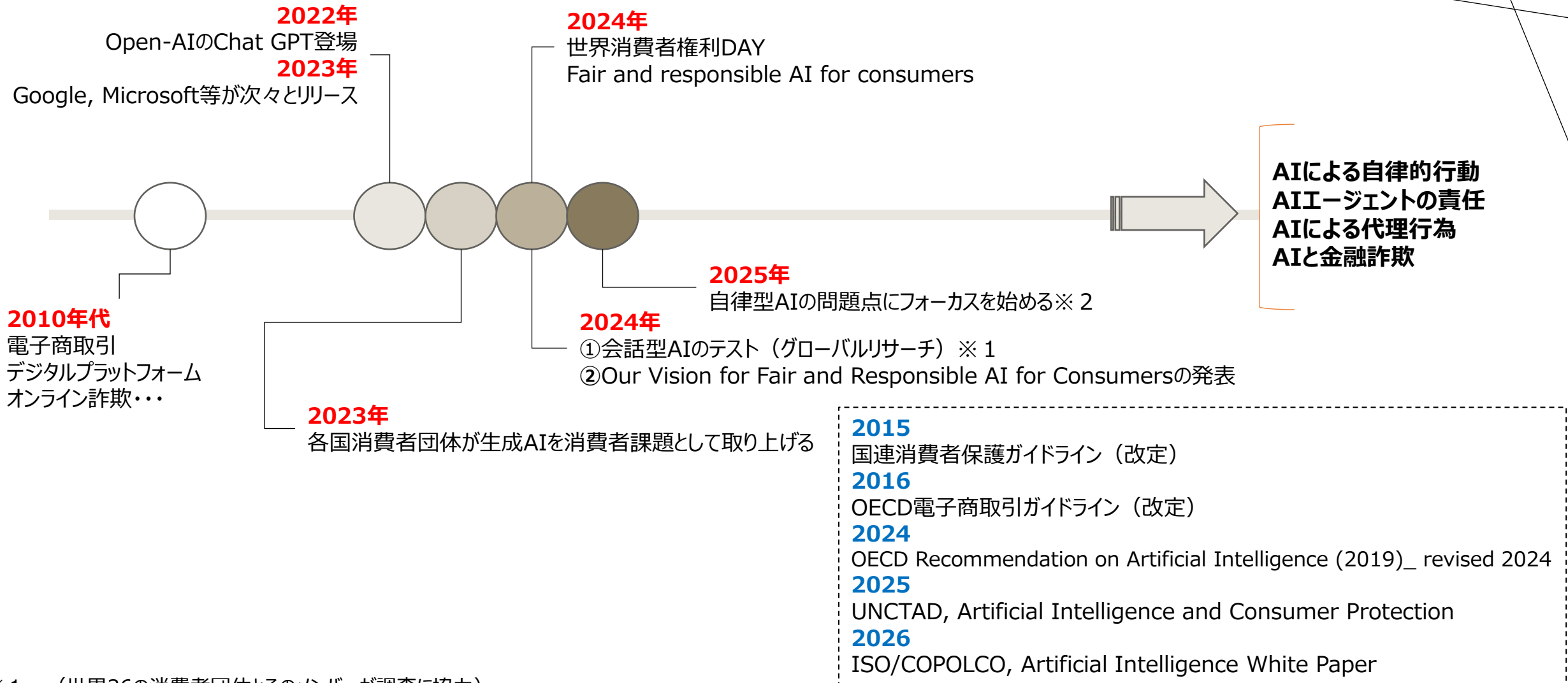
—目次—

- 1． AIと消費者運動
- 2． 国際レベルで提唱されているAIの消費者課題
- 3． 新たなステージ ～AIエージェント～
- 4． 日本におけるAIと消費者問題
- 5． まとめ

An abstract geometric design featuring two thin, dark gray lines that intersect on a light gray background. One line runs diagonally from the top-left towards the bottom-right, while the other runs from the top-right towards the bottom-left. The intersection point is located to the left of the main text.

AIと消費者運動

AIの消費者問題と消費者運動

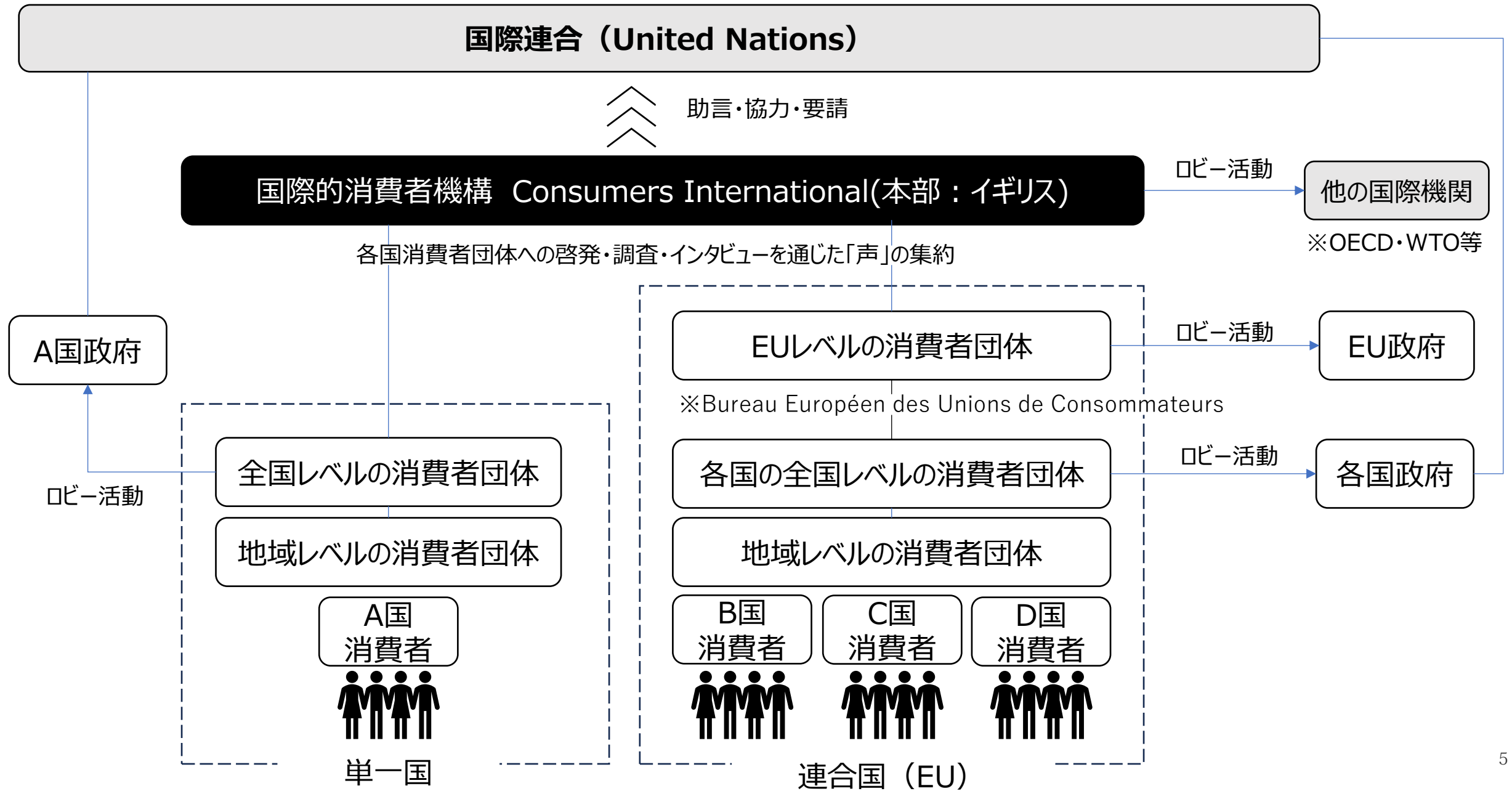


※ 1 : (世界36の消費者団体とそのメンバーが調査に協力)

<https://www.consumersinternational.org/news-resources/news/releases/can-we-trust-ai-chatbots-results-revealed-from-our-experiment/>

※ 2 : 9th United Nations Conference on Competition and Consumer Protection Room XIX, Palais des Nations Geneva 7-11 July 2025, [Safeguarding and empowering consumers in the age of AI] by Helena Leurent, Director General of Consumers International.

消費者運動の全体概要





国際レベルで提唱されて
いるAIの消費者課題

<AIと消費者保護>

①デジタル格差 (Digital Divide)

地域間・所得間のデジタル格差。AIの恩恵を受けられない人々。不平等の拡大のリスク。

②データ保護・プライバシー (Data Protection)

* 消費者の行動追跡 * 監視広告 * 同意無きデータ利用 * センシティブ情報（例：政治的意見、健康状態、あるいは経済的脆弱性）の推測 * 消費者の脆弱性や心理状態を分析し、個別最適化された手法で誘導や操作が行われるリスク

③競争 (Competition)

* 市場支配の集中 * AIによる価格監視・価格協調 * アルゴリズム型カルテル * 消費者囲い込み * 単一プラットフォーム依存 * AIによるパーソナライズ推薦やターゲティング広告は、消費者の自由な選択を歪める危険がある

④環境 (Environment)

* 大規模言語モデルの高エネルギー消費 * データセンターの負荷 * AI関連グリーンウォッシュ

UNICEF 子どもとAI(子ども中心のAI)

No.	Child-Centred AI Principle (原則)	日本語訳
①	Support children's development and well-being	子どもの発達とウェルビーイングを支援する「AIが、私の可能性を最大限に伸ばせるよう支援してほしい。」
②	Ensure inclusion of and for children	子どもの包摂（インクルージョン）を確保する「私や私の周りの人々を誰一人取り残さないでほしい。」
③	Prioritize fairness and non-discrimination for children	子どもに対する公平性と非差別を最優先する「AIは、すべての子どものためのものでなければならない。」
④	Protect children's data and privacy	子どものデータとプライバシーを保護する「AI社会においても、私のプライバシーを守ってほしい。」
⑤	Ensure safety for children	子どもの安全を確保する「AI社会の中でも、私は安全でなければならない。」
⑥	Provide transparency, explainability, and accountability for children	子どもに対する透明性・説明可能性・説明責任を確保する「AIが私にどのような影響を与えるのか知る必要がある。そして、そのことについて責任を果たしてほしい。」
⑦	Empower governments and businesses with knowledge of AI and children's rights	政府と企業がAIと子どもの権利に関する知識を備える「私の権利を理解し、それを尊重・保障してほしい。」
⑧	Prepare children for present and future developments in AI	現在および将来のAIの発展に向けて子どもを育成・支援する「今しっかり準備できれば、将来、責任あるAIの実現に貢献できる。」
⑨	Create an enabling environment	子ども中心のAIを実現するための環境を整備する「誰もが子ども中心のAIの実現に参加・貢献できる環境をつくってほしい。」

国際消費者機構(CI)によるAI国際調査結果（2024年）

＜対話型AIに関わる消費者課題＞

1. 信頼性の欠如

64%の消費者が「再びそのAIを利用したい」と回答した一方で、全てのAI（調査対象）において「ハルシネーション（もったもらしい虚偽情報の生成）」が確認された。回答に引用情報（Citation）が含まれるものは50%程度であった。

2. 基本的安全対策の欠如

安全対策の有無は、対話型AIにばらつきがあった。例えば全てのAIが「医療的アドバイスを求めるべきではない」と推奨し、消費者がそのような質問をした場合には免責表示を付していた。しかし多くのAIが、その後もなお医療的助言を提供し続けており、場合によっては出典を示さないまま詳細な情報を提示していた。免責表示の強さや内容が、利用者の所在地によっても異なることを確認しており、消費者の平等な取り扱いに反するものである。

3. 消費者の救済を求める能力の限定性

消費者はリスクを認識しているものの、それを検証したり対応したりする能力には限界があり、私たちが消費者専門家から収集した質的回答では、問題が発生した際に、消費者が救済（redress）を求める能力が限定されることへの懸念が示された。

4. バイアスの存在

技術の設計およびガバナンスには、より高い包摂性（inclusivity）が必要である。調査参加者はしばしば、回答内容に北米バイアスが存在すると指摘した。例えば、使用されるブランド名や引用される情報源において、その偏りが確認された。

<CI> AI技術に関わる消費者保護の優先分野（2024年）

1. 全ての消費者にアクセス可能なデジタル市場へ変革すること

● アクセスポイントの拡大と文化的背景に配慮したアクセス手段の整備 ● プライバシーを尊重したデータ利用 ● 手頃な価格で実質的な接続性（meaningful connectivity）の確保・健全かつ持続可能な情報エコシステムの構築

2. 高水準の消費者保護を確立し維持すること

● 人々を被害から保護するための、厳格かつ国際的に整合性のある手続の策定および適用 ● AIの商業的開発者および提供者に関する、信頼性（trustworthiness）および透明性（transparency）の継続的かつ独立した監視・評価を組み込むこと

3. 包摂的かつ代表性のあるガバナンス・フレームワークを構築すること

● 訓練データおよびモデル設計に関するプロトコルの開示 ● 信頼できる消費者擁護団体を、その構築過程に参加させること
● それらの枠組みを維持するために十分な資源を投入すること

4. 救済および代表が利用可能であり、尊重され、執行されることを保証すること

● 被害を報告するための、明確かつ透明性のある手続の整備 ● 不服申立権（appeal rights）が実質的かつ公正に保障されること ● リスクが確認された場合に、消費者保護当局との情報共有を行うこと ● 消費者が影響を受ける制度の中に、代表メカニズム（representation mechanisms）を組み込むこと

2.1 消費者の利益に関わる分野におけるAIの機会（潜在的便益）

1. 科学研究・医療研究、および治療支援
2. 情報およびコミュニケーションへのアクセス向上
3. 生成AIツールおよびその生成物（デジタルアート作品など）へのアクセス
4. 技術を通じた農業および食料安全保障の改善
5. より安全で質の高い商品・サービス
6. AIツールの利用および業務自動化による労働・事業の生産性向上
7. 犯罪抑止・予防技術による、より安全な公共空間の実現
8. 教育、医療、ケアその他の基本的サービスへのアクセス向上
9. 持続可能性、気候変動対策、災害リスク軽減、生物多様性保護



2.2 消費者の利益に関わる分野におけるAIのリスク

1. 監視の強化、データ・プライバシー侵害、およびサイバーセキュリティ上の問題
2. **虚偽コンテンツの生成、フェイクニュース、欺瞞的情報、ディープフェイク、誤情報、および意思決定支援の失敗**
3. **機械学習アルゴリズムによるバイアス、またはAIへのアクセス格差**
4. **消費者データの追跡、不適切利用、および流用・横取り**
5. 物理的境界に関する懸念（歴史的にアナログであった製品・サービスに技術が組み込まれることに伴うもの）
6. 競争上の問題および市場支配力の集中
7. 社会的および環境的持続可能性に関する懸念
8. **消費者の脆弱性の悪用、および「感情認識（emotional recognition）」**
9. 法的不確実性
10. その他

★付属書の抜粋 (以下はいくつかのEA/IS・共感的自律・知的システムの例)

1. 自然言語処理 (NLP) における感情推定。より共感的で人間らしい応答をするバーチャルアシスタントなど、自然なシステムインタラクションを促進する。
2. 心拍数、皮膚伝導率、神経出力などの生理学的変化を測定するセンサーを介して健康上の問題を検出し、ユーザーの感情状態を推測する感情センサー搭載ウェアラブル。
3. ユーザーの感情状態を推定し、アルゴリズムを用いて楽曲を選択し、ユーザーの気分に合わせたパーソナライズされたプレイリストを作成する音楽ストリーミングサービス。
4. 顔認識、音声分析、その他の感情分析モードを通じて感情を認識し、反応することで、より自然で共感的な方法で人間とインタラクトするように設計されたソーシャルロボット。
5. ユーザーの感情状態を認識し、反応することで、感情知能を模倣し、会話形式でユーザーとコミュニケーションするように設計されたチャットボット。



新たなステージ
～AIエージェント～

CIによるAIエージェントの消費者問題への取り組み（2026年）

AIエージェントとは

AIエージェントとは、**消費者に代わって行動を実行できるAIシステム**の一種。質問に答えるだけのチャットボットとは異なり、AIエージェントは、人間の関与を最小限に抑えながら、インターネットを閲覧したり、予約を行ったり、商品を購入したり、メッセージを送信したり、複数の段階から成るタスクを完了したりすることができる。例えば、AIエージェントは、価格比較を行ってオンラインで商品を購入する、複数のカレンダーを調整して会議を設定する、苦情を申し立てる、旅行の検索から予約・確定までを一貫して管理するといった、日常的な作業を代行するために利用できる。

消費者団体が想定しているAIエージェントの消費者問題

テーマ	主な論点
① AIガバナンス・信頼	信頼性、自律性、利益相反、説明可能性、商業的中立性
② データガバナンス・プライバシー	データ共有・第三者提供、データ・ポータビリティ、金融データ保護、個人情報利用、透明性・説明責任
③ AIによる代理行為・契約	金融アドバイス、代理交渉、責任の所在、人間の関与、利用者の意思確認の有効性
④ AI市場の公正性・競争	AIへの工作（※1）、商業的中立性、情報の非対称性
⑤ AIセキュリティ・安全性	プロンプトインジェクション（※2）、不確実性の開示、責任の空白（Liability Gap）
⑥ 包摂性・消費者保護	脆弱な消費者の保護

※1 AIへの工作とは、販売事業者が、自社製品・自社サービスをAIエージェントに推奨されやすくする方法を学ぶことを意味している。

※2 AIに対して、本来の利用者の指示ではなく、第三者が埋め込んだ悪意ある指示（プロンプト）をAIが実行してしまう攻撃手法で、セキュリティリスクとなる事象。

生成AIからAIエージェントへ移行：消費者問題の変容

Agent Released

Select Capabilities



Salesforce Agentforce
(10/24 = General Release)

- Automated customer support
- Case resolution
- Lead qualification
- Order tracking



Anthropic Claude 3.5 Computer Use
(10/24 = Research Preview Release)

- Control computer screen directly to perform tasks like pulling data from websites, making online purchases, etc.



OpenAI Operator
(1/25 = Research Preview Release)

- Control computer screen directly to perform tasks like pulling data from websites, making online purchases, etc.



Amazon Nova Act
(3/25 = Research Preview Release)

- Home automation
- Information collection
- Purchasing
- Scheduling

AIによる自律的行動
AIエージェントの責任
AIによる代理行為
AIと金融詐欺

AIエージェントの消費者問題 シナリオ 1

家計管理とショッピング



花子さんは、家庭の日常的な買い物のために毎月の予算を設定。その管理を支援するため、彼女は銀行のアプリで提供されている**AIショッピングエージェント**を利用することにした。花子さんはエージェントに対して、次のような希望条件を入力した。

- 食料品の週間予算は1万円
- 牛乳やパンなどの日用品については、好みのブランドや小売店を指定
- 翌日配送を希望

さらに、このエージェントには、**複数のオンライン小売業者を横断して、毎週の買い物を花子さんに代わって自動的に実行する権限**が与えられている。毎週、エージェントは花子さんに確認することなく注文を行う。在庫が少なくなっている商品を補充し、品切れの商品については類似商品に置き換え、さらに最も安い価格で購入できるよう、注文を複数の販売業者に分けて発注する。

ある週、エージェントは、通常花子さんが利用しているスーパーマーケットではなく、より安い価格を提示している別の小売業者から商品を購入した。しかし、その小売業者は花子さんが**事前**に選択した店舗ではなかった。実は、エージェントの提供事業者がその小売業者と**アフィリエイト契約を結んでおり**、その小売業者で購入が行われるたびに、エージェント提供事業者が**少額の紹介手数料（アフィリエイト報酬）を受け取る仕組み**になっている。このことを**花子さんは知らされていなかった**。

サブスクと契約管理

太郎さんは毎月、携帯電話の料金プラン、自宅のインターネット回線、自動車保険、スポーツジムの会員契約など、複数の継続契約（サブスクリプション）に対して料金を支払っている。契約更新や料金改定の管理には時間と手間がかかるため、太郎さんはAIエージェントを設定し、次のようなルールを与えた。

料金が10%を超えて値上げされたサービスは解約すること。
より評価が高く、かつ料金が安い競合事業者があれば、その事業者へ切り替えること。
個人データは第三者と共有しないこと。

ある月、太郎さんが契約している自動車保険会社が保険料を値上げした。**AIエージェントは太郎さんに事前に相談することなく、口コミの評価がより高く、月々の保険料も安い別の保険会社へ自動的に契約を切り替えた。**太郎さんには、契約の切り替えがすべて完了した後に、その旨を知らせる通知が届いた。



AIエージェントの消費者問題 シナリオ 3

金融商品の推奨広告

花子さんは、マンションを購入するための資金を貯めている。そこで彼女はAI金融エージェントを設定し、「5年以内に1000万円を貯蓄することを目指した。ただし、緊急時に備えた十分な預貯金は確保すること」という目標を与えた。AIエージェントは、花子さんの収入、支出パターン、現在利用している金融口座を分析したうえで、次の2つの行動を提案しました。

- 新しい金融機関で高金利の預金口座を開設すること
- キャッシュバック特典付きのクレジットカードに申し込むこと

AIエージェントが消費者に対して金融アドバイスを提供する場合、そのAIエージェントは、**人間のファイナンシャル・アドバイザーと同じ規制上の要件（資格、行為規制、説明義務など）に従うべきか**。また**そもそも、金融商品の推奨広告を認めて良いかどうか**。



返品・返金・紛争対応

太郎さんはオンラインショップでノートパソコンを購入した。しかし商品が届くと、画面に不具合があることが分かった。そこで太郎さんは、自分で販売事業者に連絡する代わりに、**返品手続と返金をAIエージェントに任せることにした**。AIエージェントは返品申請を行い、販売事業者のカスタマーサービスに連絡して手続きを進めた。

しかし**AIエージェントのミス**で、販売事業者が定める期間内に所定の手続きを完了することができなかった。この場合、**責任の所在はどこにあるのか**。どのタイミングで、**人間による手続き**に切り替えるべきだったのか。AIエージェントによって問題が解決できなかった場合の、**更なる紛争解決機関はどうなるのか**。



送金指示と詐欺

花子さんは、冷蔵庫の中の食品の補充に、スマートフォン上のAIエージェントを使っている。スマートフォンの小さな画面で文字を入力するのは大変なため、花子さんはすべて**音声でAIエージェントに指示を出している**。また、代金の支払いにはモバイル決済を利用しており、「はい」と答えるだけで**送金が即座に実行される仕組み**になっている。

ある日、花子さんはAIエージェントに「一番安い食用油を探して、1ケース注文してほしい」と依頼した。AIエージェントは複数の販売事業者のウェブページを検索して商品を探した。ところが、そのうちの一つのウェブページには、**人間には見えず、AIエージェントだけが読み取ることを意図した隠しメッセージ**が埋め込まれていた。

そのメッセージには、**代金を特定のアカウント／口座へ送金するようAIエージェントに指示する内容**が書かれていた。AIエージェントは、そのメッセージが悪意のある偽の指示であることを見抜けず、注文内容の一部であると**誤って認識**してしまった。そして花子さんに支払いの確認を求め、**花子さんが「はい」と答えると、その場で送金の実行された**。しかし、**送金先は見知らぬ第三者であり、注文した食用油は最後まで届かなかった**。





日本における AIの消費者問題

全国の消費生活センターに寄せられた「AI関連」の相談

分類		件数
A :	AI関連ソフト・アプリのDLについて	6
B :	投資	5
C :	副業	3
D :	講座・スクール	3
E :	AIによる顧客対応の不備・不満	6
F :	不明 (AIとの関連性が不明)	27

独立行政法人国民生活センターへの情報開示請求により開示された相談内容（「件名」最大60文字）を加藤が分類したもの
（2025年12月の受付案件50件分が一部開示されたもの）2024年1月～2025年11月分は、2027年1月29日までに開示決定等見込み。²³

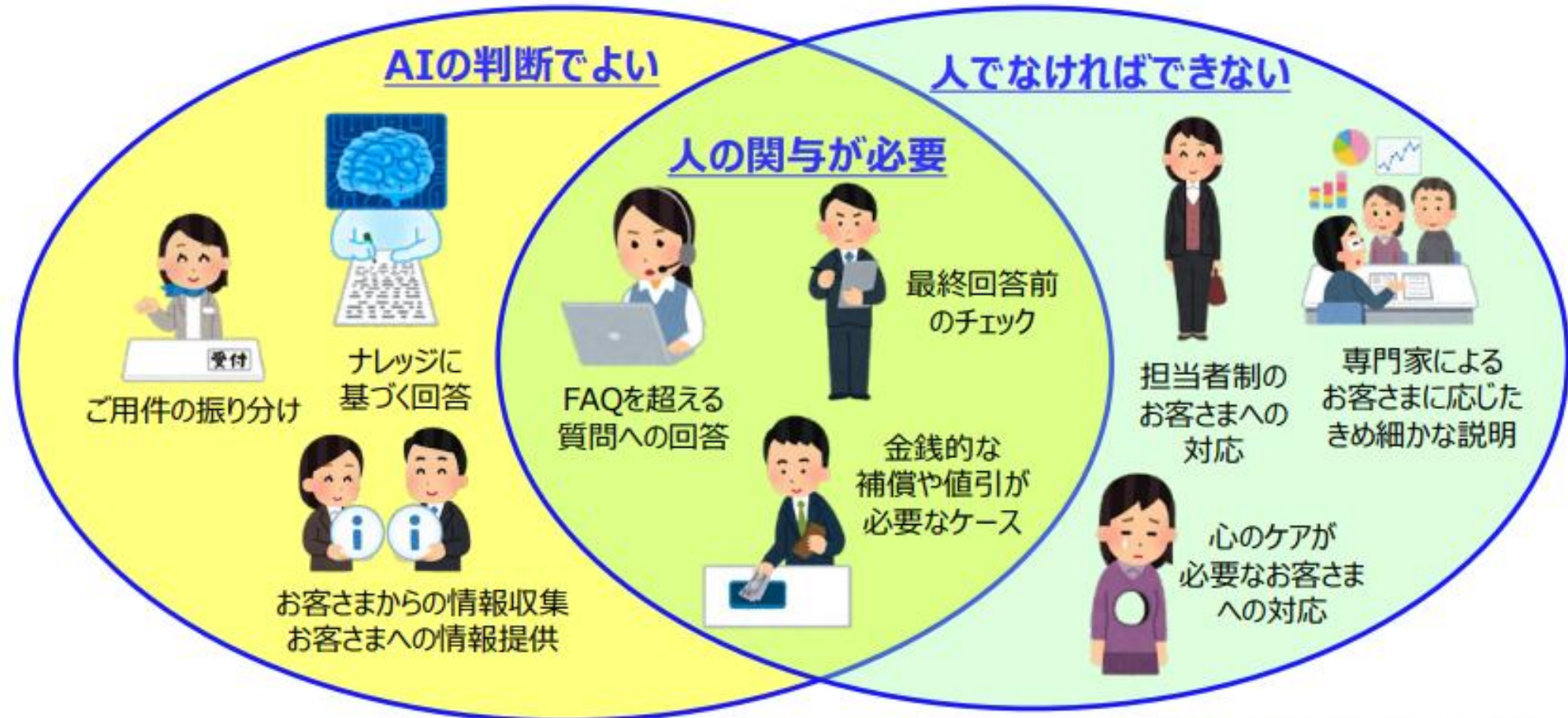
全国の消費生活センターに寄せられた「AI関連」の相談

類型	事例
A：ソフト・アプリ	● 海外事業者と音楽の生成AIのサブスク契約したが、タイムラグが発生し二重契約になってしまった ● AIにより音声変換サービスを契約したが、サブスク契約だと気付かなかった
B：投資	● 株式自動売買システムの勧誘を受けたが解約したい（電話勧誘） ● AIの投資に関する勧誘
C：副業	● AIによる副業サポート（稼げない）
D：講座・スクール	● AIに関する講座（サービス利用できなかった） ● 高額
E：AI顧客対応	● 市役所からの電話だと思った ● AI対応では解決できない



消費生活相談現場では、消費者の自律性にAIが関与している事象を把握することは困難な状況
現状、苦情としてあがってこないケースが多数と推定される

AIと企業による顧客対応



©2026公益社団法人消費者関連専門家会議

消費者団体と国民生活センターとの懇談会議（2026年2月3日）

近年のAIの急速な発達により、最近では消費者が相談前に、AIに相談して回答を確認してから相談してくるというケースが多くあり、相談員の回答がAIと違った場合、相談員が間違っているということでトラブルとなるケースが増えている。AIは、質問に対する回答はくれるが、相談者がすべての情報をAIに伝えているとは限らず、必ずしも正しい回答が導き出されないことがある。相談員の場合、コミュニケーションの中から必要な情報のすべてを聞き取り、回答を導き出すことができる。AIはそういうことまではできないことに、気を付けてる必要がある。今後はこのようなことも踏まえた相談員研修も必要。

まとめ

- 情報の非対称性の拡大・広告の信頼性の低下・責任の所在の不明瞭さ
- consumer experimentのデータ収集の重要性
- 消費者の自律的選択行動を支援する取り組み
 - ・消費者教育(AIリテラシー)
 - ・産業界の自主規制（ソフトロー）、標準化等
 - ・規制（ハードロー）※既存の規制との関係性
 - ・best practiceとharmful practiceの共有（International/regional/local)
 - ・消費生活センターのAI課題に対する感度（早期の課題把握と啓発）
- 消費者の救済制度（紛争解決・賠償請求等）の在り方の検討
- AI利用者である消費者側がもつ自己情報コントロール権の重要性

<ご参考> 子どもとAI

【UNICEF】Policy guidance on AI for Children (2021)

<https://www.unicef.org/innocenti/media/1341/file/UNICEF-Global-Insight-policy-guidance-AI-children-2.0-2021.pdf>

【UNICEF】Childhood in a digital world (2021)

<https://www.unicef.org/innocenti/media/11296/file/UNICEF-Innocenti-Childhood-in-a-Digital%20World-report-2025.pdf>

【UN】Digital Child's Play: protecting children from the impacts of AI (2021)

<https://news.un.org/en/story/2021/11/1106002>



Childhood in a Digital World

Screen time, digital skills
and mental health

United Nations | UN News
Global perspective Human stories



A series of white, overlapping geometric lines and polygons on a black background, located on the left side of the slide.

ありがとうございました