

執筆者:

E-mail✉ [角田 龍哉](mailto:ryuichi.ikeda@nishimura-asahi.com)

2023年2月27日、米国の連邦取引委員会(以下「米国 FTC」という。)は、“Keep your AI claims in check”と題するビジネスブログを投稿し、「AI」の利活用を謳ったマーケティングについて、(不公正又は欺瞞的な取引を規制する米国 FTC 法 5 条 a 項等の評価において)米国 FTC が着目するポイントを示したガイダンスを公表した<sup>1</sup>。OpenAI による GPT-4 の公表のほか<sup>2</sup>、大手デジタル企業の商品役務等への AI 搭載等が急速に展開されていく中で、このガイダンスは、(米国 FTC 自身が記載しているとおり真新しい考え方を示すものではないものの)法的に、(あるいは倫理的に、)AI を謳った商品役務についての適正な表示を検討する際の出発点として、参考になり得ると思われるので、以下に概要を紹介する。

## 1. 米国 FTC によるガイダンスの概要

米国 FTC は、「AI」は、様々な定義があり得る曖昧な概念であり、通常は予測、決定、推奨などのタスクを実行するための計算に使用する様々な技術的ツールやテクニックを指すものの、同時にマーケティング用語でもあると指摘する。そのうえで、AI を謳った商品の中には、そもそも広告されたとおりの性能が発揮されないものもあるというのが実情であり、市場関係者は、虚偽又は合理的な根拠のない製品の性能に関する表示は米国 FTC の執行にとっての基本業務(bread and butter)に属するものであることを認識する必要があると指摘する。

そのうえで、米国 FTC は、例えば以下のようなポイントに着目する可能性を指摘する。

- ① その AI 製品ができることを誇張していないか？あるいは、AI や自動化技術が現在有する能力を超えたことができる旨を表示していないか？  
例えば、その性能に関する表示が、科学的な裏付けがない、又は特定のタイプのユーザーや特定の条件下でのみ適用される場合、欺瞞的なものとなり得る。
- ② その AI 製品が、非 AI 製品(non-AI product)よりも何らかの形で優れている旨を確約していないか？  
広告主が、高い価格設定を正当化したり、労働者の意思決定に影響を与えたりするために、何らかの最新技術が自社の製品をより良いものにする旨を述べることは珍しくなく、そのような比較をした表示には十分な根拠が必要である。もしそのような根拠を得ることができないのであれば、そのような表示を行うことは控える必要がある。
- ③ 広告主自身は関連するリスクを認識しているか？  
広告主は、AI 製品を上市する前に、合理的に予見可能なリスクと影響について把握しておく必要がある。もし問題が発生した場合(失敗したり、偏った結果が出たりした場合等)、単純に技術を開発した第三者ベンダのせいにはできず、また、その技術が理解できず、又はどのようにテストするかを知らない「ブラックボックス」な技術だから、自分には責任がないとも言えない。
- ④ その商品役務は、実際に AI を使っているのか？  
自社の商品は AI を搭載しているという根拠のない主張は通用せず、調査においては、米国 FTC の技術者などがボンネットの中を覗いたり、他の資料を分析したりして、商品の内容が主張と一致しているかどうかを確認することができる。開発プロセスで AI ツールを使用したただけの場合は、製品に AI が搭載されている場合とは同じではないことにも、自社の商品について

<sup>1</sup> <https://www.ftc.gov/business-guidance/blog/2023/02/keep-your-ai-claims-check>

<sup>2</sup> <https://openai.com/research/gpt-4>

て AI 搭載と表示する前に留意する必要がある。

## 2. 日本への示唆

日本でも、消費者庁からは消費者側に「AI」の理解を促す資料が公表されていて<sup>3</sup>、欧中米などの海外動向を受けて AI に対する法規制を巡る検討も進んでいるが<sup>4</sup>、今後、AI の特性を踏まえた、事業者における適正な表示の確保に向けた広告・表示実務の積み重ねも期待される。

なお、米国 FTC は、2021 年 4 月にも事業者による AI の利用において真実性・公平性・衡平性を確保することを求めるブログを投稿しており<sup>5</sup>、今回のブログ投稿も当該 2021 年のブログ投稿を踏まえた内容となっているが、実務への反映には未知数の部分もある<sup>6</sup>。こうした動向は参考にしつつも、あくまでも日本の実情に合わせた実務の検討が求められるだろう。

当事務所では、クライアントの皆様のビジネスニーズに即応すべく、弁護士等が各分野で時宜に合ったトピックを解説したニュースレターを執筆し、随時発行しております。N&A ニュースレター購読をご希望の方は [N&A ニュースレター 配信申込・変更フォーム](#) よりお手続きをお願いいたします。

また、バックナンバーは[こちら](#)に掲載しておりますので、あわせてご覧ください。

本ニュースレターはリーガルアドバイスを目的とするものではなく、個別の案件については当該案件の個別の状況に応じ、日本法又は現地法弁護士の適切なアドバイスを求めているいただく必要があります。また、本稿に記載の見解は執筆担当者の個人的見解であり、当事務所又は当事務所のクライアントの見解ではありません。

西村あさひ法律事務所 広報室 [E-mail](#) 

<sup>3</sup> [https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer\\_policy/meeting\\_materials/review\\_meeting\\_004/ai\\_handbook.html](https://www.caa.go.jp/policies/policy/consumer_policy/meeting_materials/review_meeting_004/ai_handbook.html)

<sup>4</sup> 自民党「AI の進化と実装に関するプロジェクトチーム」(<https://www.jimin.jp/news/information/205160.html>)。

<sup>5</sup> <https://www.ftc.gov/business-guidance/blog/2021/04/aiming-truth-fairness-equity-your-companys-use-ai>

<sup>6</sup> 米国 FTC は、(必ずしも AI が利用される場合に限定されたものではないが、)大量の個人データを利用してマネタイズを行う「商業的監視」に対する規整の在り方といった様々なテーマでの提案も行っている。ただし、そうした動向を巡っては、米国 FTC が制定権限を持つ、解釈的な規則又は定義に関する規則のいずれが検討対象になっているのか(あるいは、そもそも何らかの規則を作ることが予定されているのか)や、(仮に制定されたとして)実際に裁判所で法規範性を持ち得るのかといった点を踏まえて、日本への影響や示唆を分析する必要があるだろう。