

AIガバナンス関連施策の最新動向

商務情報政策局情報経済課
情報政策企画調整官
永野 志保

本日のアジェンダ

AIのガバナンス

- AI事業者ガイドライン
- AIの利用・開発に関する契約チェックリスト

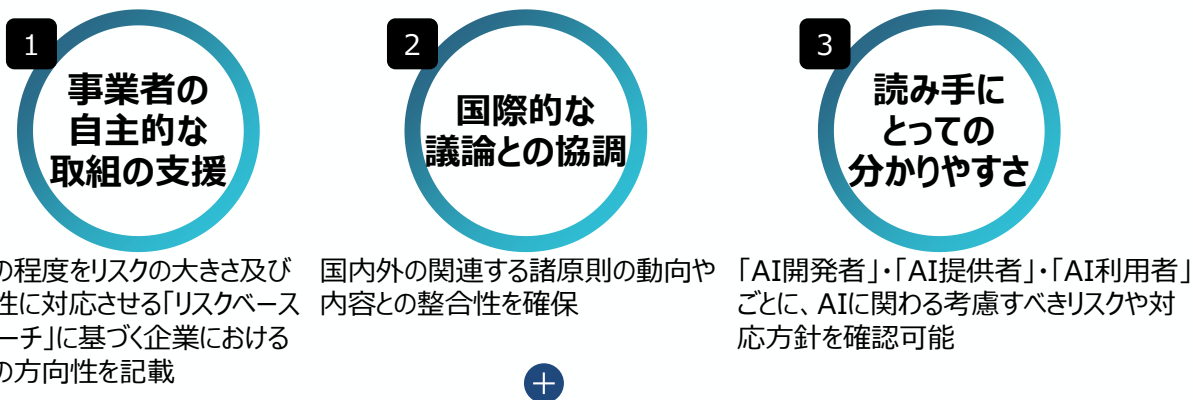
プライバシーデータのガバナンス

- プライバシーガバナンスガイドブック

AI事業者ガイドラインとは

AIに関係する者が、国際的な動向及びステークホルダーの懸念を踏まえたAIのリスクを正しく認識し、必要となる対策をライフサイクル全体で自主的に実行できるように後押しし、イノベーションの促進及びライフサイクルにわたるリスクの緩和を両立する枠組みを関係者と連携しながら積極的に共創していくことを目指す目的で策定。

考え方



プロセス



年1-2回程度
更新版を策定
(頻度は定めておらず非公表)

AI事業者ガイドラインの概要

- 「AIに関する暫定的な論点整理」（2023年5月、AI戦略会議）を踏まえ、総務省及び経済産業省において検討を行い、2024年4月に「**AI事業者ガイドライン（第1.0版）**」を策定・公表（第8回AI戦略会議に報告した上で、同日、公表）。最新の動向等を踏まえ、その後も引き続き更新中（**2025年3月に第1.1版に更新**）。
- 既存のガイドラインを統合・アップデートするとともに、広島AIプロセスの成果を含む国際的な動向等を反映。**共通の指針**を示しつつ、**AI開発者、提供者、利用者ごとに取り組むべき事項**を整理。
- 本ガイドラインを活用し、事業者が**適切なAIガバナンスを構築**する等、**自主的に取り組む**ことが重要。

AI開発者・提供者・利用者の共通の指針

- 各主体は、法の支配、人権、民主主義、多様性、公平公正な社会を尊重するようAIシステム・サービスを開発・提供・利用し、**関連法令及びAIに係る個別分野の既存法令等を遵守**
- 各主体が取り組むべき**10個の指針**（①人間中心、②安全性、③公平性、④プライバシー保護、⑤セキュリティ確保、⑥透明性、⑦アカウントビリティ、⑧教育・リテラシー、⑨公正競争確保、⑩イノベーション）を記載
- 高度なAIシステムに関係する事業者は、**広島AIプロセス国際指針**を遵守 等

AI開発者に関する事項

- **安全に利用可能なAIの使い方**について明確な方針・ガイダンスを設定
- **適切なデータで学習**し、個人情報、知的財産権やバイアス等に配慮
- 開発するAIについて、適切に関連するステークホルダーに**情報提供**
- **イノベーションの機会創造**への貢献に期待等

AI提供者に関する事項

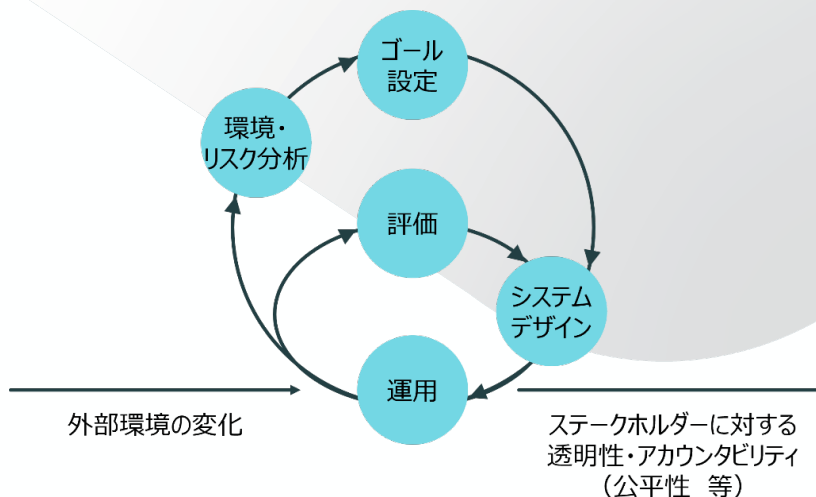
- AI開発者が設定した範囲でAIを活用し、AIシステム・サービスの**利用上の留意点**を正しく定める
- AIシステム・サービスやデータに含まれる**バイアスやプライバシー侵害等への配慮**、脆弱性への対策を実施
- 提供するAIシステム・サービスについて、適切に関連するステークホルダーに**情報提供** 等

AI利用者に関する事項

- AI提供者が定めた利用上の留意点を遵守して、**AI提供者が設計において想定した範囲内**でAIシステム・サービスを利用
- 入出力データやプロンプトに含まれる**バイアスやプライバシー侵害等への配慮**
- 利用状況や障害情報等を、可能な範囲で関連するステークホルダーに説明 等

AIガバナンスの構築

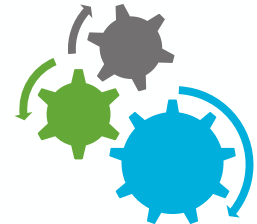
- (1) 対象となるAIがもたらす便益/リスク、開発・運用に関する社会的受容、「外部環境の変化」、AI習熟度等を踏まえ、「**環境・リスク分析**」を実施。
- (2) これを踏まえ、開発・提供・利用する場合には、AIガバナンスに関するポリシーの策定等を通じて「**AIガバナンス・ゴールの設定**」を検討。
- (3) AIガバナンス・ゴールを達成するための「**AIマネジメントシステムの設計**」を行った上で、これを「**運用**」。
- (4) リスクアセスメント等をはじめとして、AIマネジメントシステムが有効に機能しているかを継続的にモニタリングし、「**評価**」及び継続的改善を実施。
- (5) AIシステム・サービスの運用開始後も、規制等の社会的制度の変更等の「外部環境の変化」を踏まえ、再び「**環境・リスク分析**」を実施し、必要に応じて**ゴールを見直す**。



バリューチェーンにおけるAIガバナンスの留意点

1. バリューチェーン/リスクチェーンの観点で主体間の連携を確保する。

- 複数主体にまたがる論点の例：AIリスク把握、品質の向上、各AIシステム・サービスが相互に繋がることによる新たな価値の創出、AI利用者又は業務外利用者のリテラシー向上等
- 主体間で整理が必要になりうる点の例：学習及び利用に用いるデータ・生成されたAIモデルに関する権利関係の契約等



2. データの流通をはじめとしたリスクチェーンの明確化、並びに開発・提供・利用の各段階に適したリスク管理及びAIガバナンス体制の構築を実施する。

※ AI開発からサービス実施にわたるバリューチェーン/リスクチェーンが複数国にまたがるのが想定される場合、データの自由な流通（Data Free Flow with Trust、以下、「DFFT」という）の確保のための適切なAIガバナンスに係る国際社会の検討状況の把握及びそれを踏まえた相互運用性の確保（「標準」及び「枠組み間の相互運用性」の二側面）



AIの利用・開発に関する契約チェックリスト

- AI・データ契約ガイドライン公表後における市場環境の変化を踏まえ、当事者間の適切な利益及びリスクの分配を目指し、ひいてはAIの利活用を促すことを目的として、我が国の事業者が使いやすい形式のチェックリストを策定。

契約実務の変化

2022年頃より、基盤モデルに代表される生成AI技術を用いたサービスが急速に普及

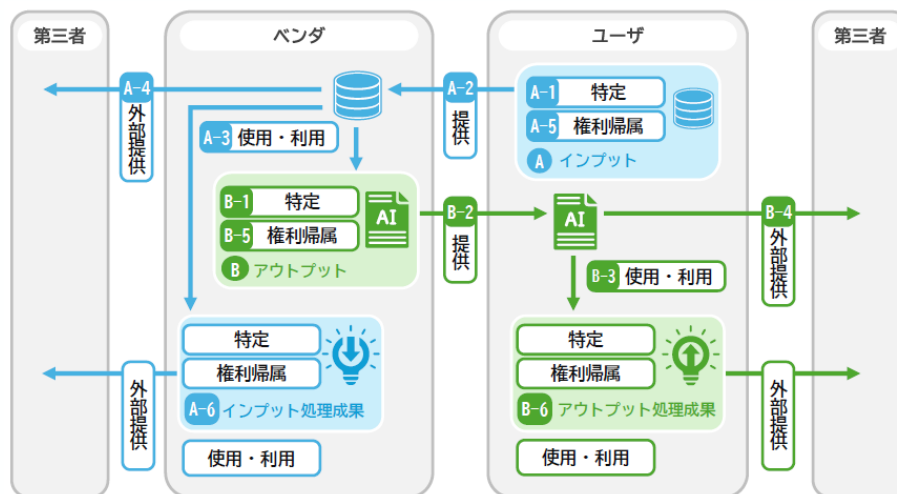
- AIモデルの開発だけでなく、その利活用の局面における契約の重要性の高まり

特に事業活動においてAI技術を用いたサービスの利活用を検討する事業者が増加

- ① 法的なリスクを十分に検討できていない可能性
- ② 保護されるべきデータについて想定外の不利益を被る可能性

懸念されるリスクの増大

AIサービスにおける下記の情報処理の流れを踏まえ、
① ユーザからのインプットと
② ベンダからのアウトプットのそれぞれについて、
各6項目の考慮事項をチェックリスト化

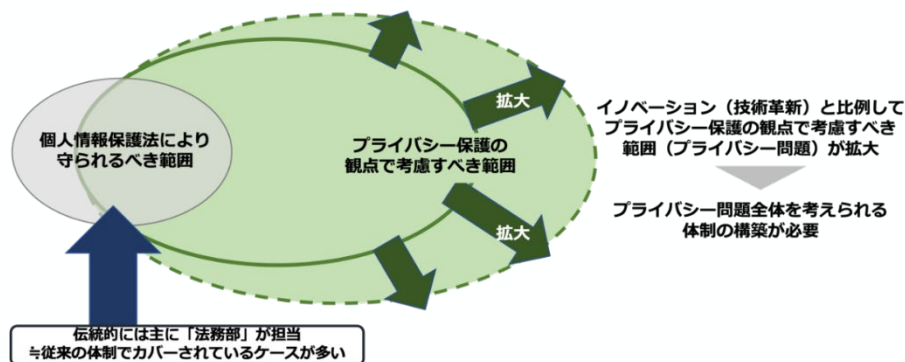


プライバシーガバナンスについて

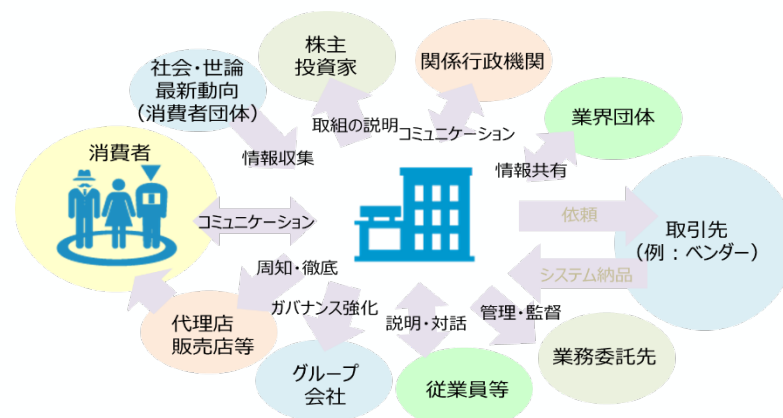
- 昨今ビジネスモデルの変革や技術革新が著しく、イノベーションの中心的役割を担うDX企業は、イノベーションから生じる様々なリスクの低減を、自ら図っていかなければならない。
- プライバシーに関する問題について、個人情報保護法を遵守しているか否か（コンプライアンス）の点を中心に検討されることが多かった。しかし法令を遵守していても、本人への差別、不利益、不安を与えるとの点から、批判を避けられない上、企業の存続に関わるような問題として顕在化するケースも見られる。
- 企業は、プライバシーに関する問題について能動的に対応し、消費者やステークホルダーに対して、積極的に説明責任を果たし、社会からの信頼を獲得することが必要である。経営者は、プライバシー問題の向き合い方について、経営戦略として捉えることで、企業価値向上につながるといえる。

プライバシー保護の観点で考慮すべき範囲と体制構築の必要性

プライバシーの保護の観点で考慮すべき範囲は、消費者保護とプライバシー保護の重要性に基づいて、個人情報保護法上で守られるべき範囲に限定されず、取り扱う情報や技術、取り巻く環境によって変化することから、特段の配慮が必要となる。



ステークホルダーとのコミュニケーション



企業が社会からの信頼の獲得するためのプライバシーガバナンスの構築に向けて、
企業がまず取り組むべきことをプライバシーガイドブックとして取りまとめ、
2020年8月に初版を公表、2023年4月に1.3版として改訂

プライバシーガバナンスガイドブックの概要

【対象読者】 パーソナルデータを利活用した製品・サービスを提供し、消費者のプライバシーへの配慮を迫られることが想定される企業や、そのような企業と取引をしているベンダー企業等であって、

- ① **企業の経営陣または経営者へ提案できるポジションにいる管理職等**
- ② データの利活用や保護に係る事柄を総合的に管理する部門の責任者・担当者 など

経営者が取り組むべき3要件

要件1：プライバシーガバナンスに係る姿勢の明文化

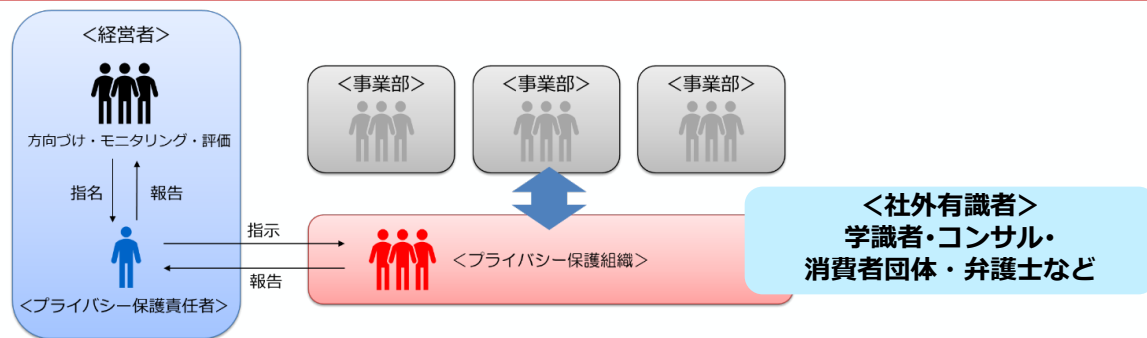
経営戦略上の重要課題として、プライバシーに係る基本的考え方や姿勢を明文化し、組織内外へ知らしめる。経営者には、明文化した内容に基づいた実施についてアカウンタビリティを確保することが求められる。

要件2：プライバシー保護責任者の指名

組織全体のプライバシーに関する取組の責任者を指名し、権限と責任の両方を与える。

要件3：プライバシーへの取組に対するリソースの投入

必要十分な経営資源（ヒト・モノ・カネ）を漸次投入し、体制の構築、人材の配置・育成・確保等を行う。



プライバシーガバナンスの重要項目

1. **体制の構築**（内部統制、プライバシー保護組織の設置、社外有識者との連携）
2. **運用ルール策定と周知**（運用を徹底するためのルールを策定、組織内への周知）
3. **企業内のプライバシーに係る文化の醸成**（個々の従業員がプライバシー意識を持つよう企業文化を醸成）
4. **消費者とのコミュニケーション**（組織の取組について普及・広報、消費者と継続的にコミュニケーション）
5. **その他のステークホルダーとのコミュニケーション**
（ビジネスパートナー、グループ企業等、投資家・株主、行政機関、業界団体、従業員等とのコミュニケーション）

企業価値の
向上・
ビジネス上の
優位性

社会からの
信頼獲得

消費者・
その他の
ステーク
ホルダー