

NRC サステナ通信

発行:株式会社日本リサーチセンター 営業企画3部

ディープフェイクポルノから子どもを守る！

貧困の中で暮らす子どもの健やかな成長と自立を目指し活動続けるチャイルド・ファンド・ジャパン。日本のNGOの草分けとして創設され、今年は50周年を迎えます。

今回は、同団体の事務局長・武田勝彦さんに、今問題となっている性的ディープフェイクや児童ポルノについて話を聞きました。

今の法制度では子どもを救えない？！

NRC 卒業アルバムやSNSのなどの写真を使って、実在する人の顔と生成AIで作りに出した裸の画像を合成するポルノ画像が増えているようです。日本ではどのような対策をしているのでしょうか？

武田さん(以下敬称略) 合成された写真の人物が実在しようがしまいが、いわゆる「CSAM(Child Sexual Abuse Material/シーサム:児童性的虐待コンテンツ)」は全て違法だというのが多くの国の認識です。ところが、日本はそうではなく、現行の児童ポルノ禁止法では、実在する児童を描写したもののみが対象となっています。

今は、生成AIによって誰でも簡単に何でも作れるようになり、実在する子どもとそっくりの画像を作ることもできますし、ファインチューニングをしてより自分が欲しいものに加工することもできてしまう。実在する人物なのかどうか判断もできない状況です。これまでの法令や制度では限界があります。

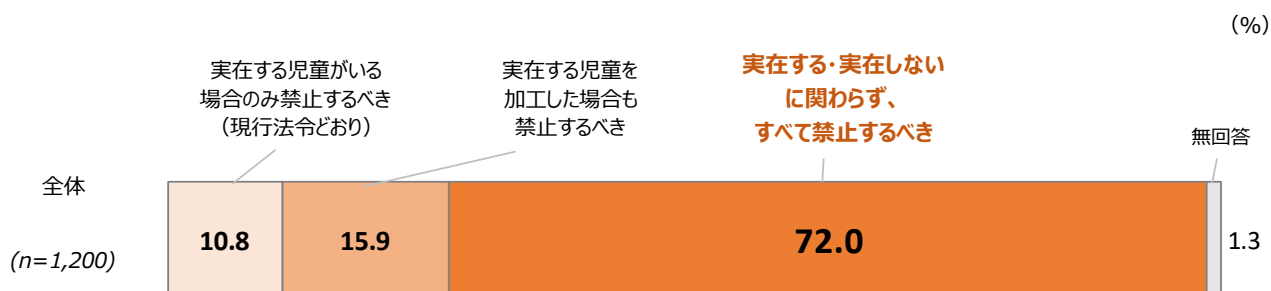


NRC 法改正などの検討は進んでいるのでしょうか？

武田 今までも議論はされていますが、表現の自由を理由として、空想の世界を尊重したい人たちが一定数います。クリエイティブな部分を侵害してしまうのではないかと。ただ、私たちとしては、実在する児童に限らず規制の対象を広げる必要があると考えています。今の法律では子どもを救うことはできません。

NRC チャイルド・ファンド・ジャパンさんからのご依頼で実施した「『生成AIと子どもの人権侵害』に関する国民意識調査*」の結果では、生成AIによるCSAMの法令規制については「実在する・しないに関わらずすべて禁止すべき」(72.0%)の声が多くあります。

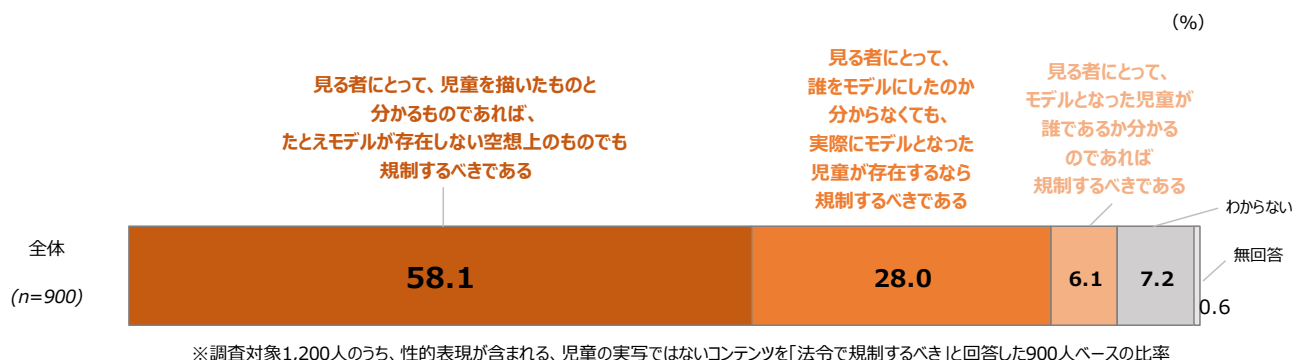
● 児童の性的表現の含まれるコンテンツ（画像、動画、音声等の素材）を法令で規制することについての意見 (2025年1～2月調査)



武田 今年の3月に提出した超党派ママパパ議員連盟への提言書にも、この調査結果を盛り込みました。客観的なデータをもとに議論を進めていくためにも、まず世論はどうかを確認することが必要だと考えました。

2023年7～8月にも「児童ポルノに関する国民意識調査*」を行いました。今回とは少し質問の仕方は違いましたが、この時と比べると、子どもの権利を害するような画像は、実在する・しないに関わらず規制をかけるべきだという声が多くなっているように感じました。

● 性的表現が含まれる、児童の実写ではないコンテンツの規制についての意見（2023年7～8月調査）



日本は人権に対する考えが足りない？

武田 また、海外で問題視されているのはいわゆる「エロ広告」です。海外から来た人がまずびっくりしますね。エロ広告が日常で流れてくるのは日本くらいですから。これは非常に恥ずかしいことなんですけれども、特にSNSは無法地帯なのでこうした広告が流れてきて、それを子どもが目にすることもあります。

NRC そもそも子どもの人権というものが、日本ではあまり議論されてこなかったことも、児童ポルノ対策の遅れに影響しているのでしょうか。

武田 日本で「こども基本法」が施行されたのは2023年の4月です。「子どもの権利条約」が批准されてから30年たって、ようやく基本法ができました。「子どもの権利」というものに対して非常に優先順位の低い国であることは、他国とずいぶん違います。

ただ一歩ずつでも前には進んでいて、今国会で可決されたAI法案では、ディープフェイクポルノの対策強化を政府に求める付帯決議が採択されました。人権を害する事案に関しても強化していく必要があるということは盛り込めそうです。

こういう流れを作るためにも、エビデンスとなる世論調査は重要です。それがしっかりとあるからメディアも取り上げてくれますし、国会での議論にも活用されます。ある意味、一つの証拠になるということだと思います。

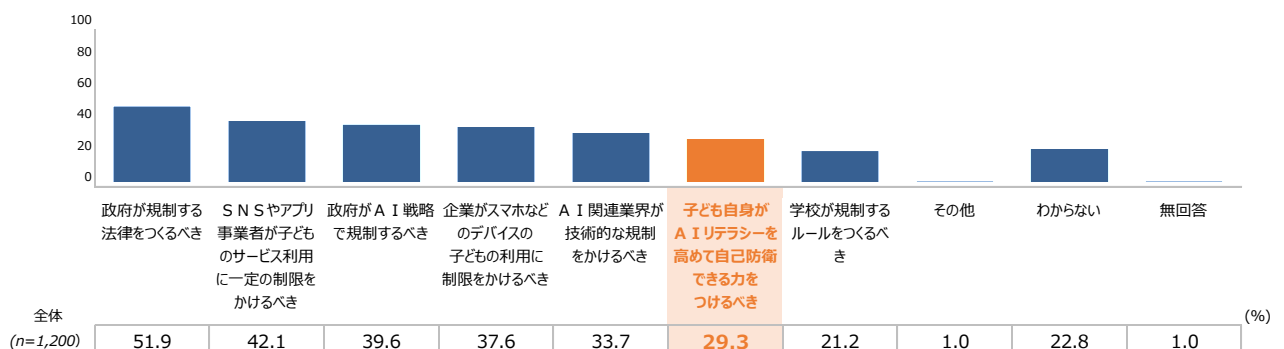


SNS規制の是非

NRC 世論調査では、政府やプラットフォーム、AI関連企業などに規制を期待する声が多く見られます。また、「子ども自身がAIリテラシーを高めて自己防衛できる力をつけるべき」(29.3%)という意見もあります。

武田 AIリテラシーをつけるというのもすごく大事で、本来は子どもたちが自分たちで守れる形が理想だと思います。オーストラリアのSNS禁止の話もありますが、子どもたち自身が自らを守っていくという姿勢が大事で、それがないと大人も子どもを守ることはできません。例えばディープフェイクポルノの問題は子ども対子どもの中で起こるケースもあって、それを減らすためにも年齢に応じた正しい情報と判断力の育成が大事です。特に日本の性教育については改善していく必要があるでしょう。MetaやTikTokなどプラットフォームはAIリテラシーを向上させるために業界団体と連携した取り組みを始めています。

生成AIによる子どものCSAM問題への対応についての考え（2025年1～2月調査）



「言わないけど感じている声」をどう可視化するか

NRC 今後こういった取り組みを考えていますか？

武田 学生とプロジェクトを進める中で気がついたのですが、エロ広告に対して「気持ち悪い」という意見が女性の中では圧倒的に多いんです。広告が出てきたとき、「またこんな広告が出てきた」と友達に言うとか、それすら言えないとか、「これが普通だから慣れちゃった」とか反応はさまざま。でも、これは異常な状況なんです。だから、その「気持ち悪い」という声をどうにか可視化できないかと考えています。エロ広告を守る人たちの声よりも、気持ち悪いという声の方が多いはずなんです。でもその声をどうやったら引き出せて拡声できるのか。それがうまくいけば、この国は変わると思うんですよね。

～NRCのつばやき～

武田さんのお話から、「なんとなく違和感を持っていること」「誰かに言えずにいること」を調査データで客観的に把握することは、世論に影響を与えて社会をよりよい方向に変えていく大きな原動力になりえるということに、改めて気づかされました。

一人ひとりの声をアンケートで集めて、「それは本当に普通のこと？」と考えてもらえるような調査データを世の中に提供できるように、リサーチャーも常にアンテナを張り、「多様な視点から社会を見る目」を鍛えていくことが大切だと痛感しました。



お話をうかがった方



特定非営利活動法人
チャイルド・ファンド・ジャパン
事務局長
武田 勝彦 さん

ChildFund 50th
Japan

チャイルド・ファンド・ジャパン の活動について

チャイルド・ファンド・ジャパンでは、アジアを中心に、貧しい生活を強いられている子どもたちの支援を積極的に推進しています。ぜひホームページもご覧ください！

➡ <https://www.childfund.or.jp/>



注目！

当社では、SDGsの推進支援プログラムを展開しております。
みなさまの社内・組織内での推進に課題をお持ちでしたら、
ぜひ一度、ご相談ください！

SDGsに関するリサーチ

社会課題への取り組みを切り口に
生活者、ユーザー、従業員の三者の視点から
コーポレートブランドの評価を把握。

NRCのリサーチ設計・分析力により、
社会課題解決を通じた企業価値の向上を支援します。

1

生活者視点

変化する世界や社会と
生活行動レベルで把握

消費行動の変化を把握

一般生活者に
アプローチ可能な
全国訪問留置調査

2

ユーザー視点

商品カテゴリーと
競合間レベルで把握

自社のブランディング

ユーザーに
フォーカスした
インターネット調査

3

従業員視点

企業レベルと従業員・
リクルートレベルで把握

エンゲージメント・リクルートへの影響

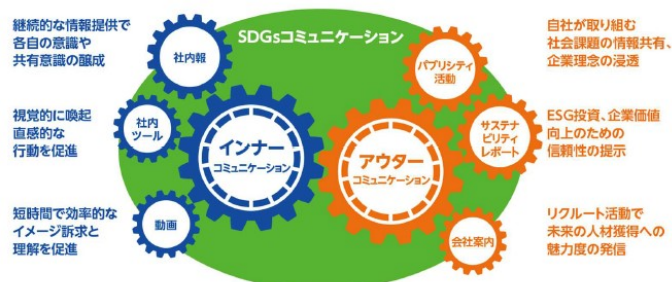
社内リソースを
活用した
従業員向け調査

実績豊富な各種リサーチ手法から、多様なデータ収集と分析が可能

SDGsに関する制作・編集

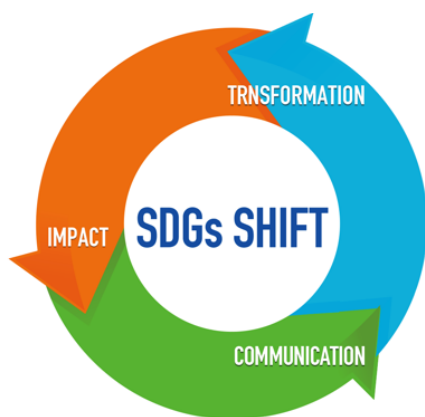
社会課題をテーマにした
さまざまなコミュニケーションツールを、
社内・社外向けのダイアログ(対話)のために制作。

NRCの制作・編集力で、内・外の両面から
ブランディングを支援します。



多彩な協力会社と連携し、ワンストップでのサービス提供が可能

NRC SDGs SHIFT PROGRAM



株式会社日本リサーチセンター

〒104-0033 東京都中央区新川1-17-25
KDX東茅場町三洋ビル 3F

お問い合わせ窓口: nrc_sdgs@nrc.co.jp
営業企画3部 井嶋(イジマ)・上田(ウエダ)

URL: <https://www.nrc.co.jp>