

子どもの権利に根ざした
メディアガイドライン策定のための
調査プロジェクト



2025年度報告書

一般社団法人Everybeing



目次

はじめに.....	2
第1章 調査の背景と目的.....	3
1.1 社会的背景.....	3
1.2 昨年度(2024年度)の調査結果.....	5
1.3 今年度の調査手法とガイドライン策定の方法.....	6
第2章 調査結果.....	7
2.1 LINEを活用した全国アンケート.....	7
2.2 機縁法によるWEBアンケート.....	16
第3章 連続勉強会.....	23
3.1 連続勉強会の目的と実施概要.....	23
3.2 実施内容と成果.....	24
3.2.1 第1回「子どもの権利とメディアの役割」.....	24
3.2.2 第2回「子どもの声を聴くーこどもおとなダイアログ」.....	26
3.2.3 第3回「実践から学ぶー子どもの権利に根ざしたメディア制作・発信とは」.....	28
3.2.4 第4回「これからのメディア実践と対話からの気づき」.....	30
第4章 ガイドラインに必要な要素・問い.....	32
第5章 来年度に向けて.....	35
5.1 本事業の総括（共同代表 小澤いぶき）.....	35
5.2 来年度の計画.....	36
参考資料・コラム「グッドプラクティス事例紹介」.....	37

はじめに

近年、インターネットやSNSの普及により、子どもたちが触れるメディア環境は急速に多様化しており、子どものメンタルヘルスやウェルビーイングに及ぼす影響は拡大している。

特に、デジタル環境を中心としたメディア環境が子どもに及ぼす影響については、国際的にも重要な課題として認識されており、経済協力開発機構（OECD）では2021年5月に「デジタル環境における子どもに関する理事会勧告」が採択された。これを受け、各国においても、子どもを取り巻くデジタル環境の在り方を見直す取り組みが進められている。

デジタル技術は、子どもたちの学びや表現の可能性を大きく広げる一方で、過度な情報接触や特定の価値観や情報に偏ったコンテンツへの接触、SNS上でのトラブルなど、ウェルビーイングを損なうリスクを高めている。子どもにとってデジタル環境はすでに日常生活の一部でもある。そのため、情報へのアクセスの多様化を保障しながら、どのようにデジタル環境と付き合っていくかを子どもとともに考えていく必要がある。

このような社会的背景を踏まえ、本プロジェクトは、子どもにとってどのようなメディアのあり方がウェルビーイングに寄与し、子どもの権利に根ざしたものであるのかを検討し、子どもの声を大切にしながら子どもとともに社会へ実装していくことを目的とする。

そのために、子どもの権利の視点からメディアのあり方を整理・検討し、子ども自身およびメディア関係者との対話を通じて、情報発信における指針を明確にするとともに、子どものウェルビーイングを支える情報発信のガイドラインを作成することを目指す。

本事業で作成したレポートおよびガイドラインは、子どもの権利の普及や、子どもの権利に資する報道・情報発信の促進に活用されることを想定している。さらに、これらの情報に触れた市民一人ひとりが、子どもの権利を尊重し保障する行動へとつなげていくことを通じて、すべての子どもの権利が保障された社会の実現に寄与することを目指す。

本企画は、一般社団法人Everybeingが主体となり実施する「子どもの権利に根ざした情報発信ガイドラインに向けた調査プロジェクト」の一環であり、2024年度より日本財団の助成を受けて実施している。また、本プロジェクトには認定NPO法人PIECESが協力団体として参画する。

第1章 調査の背景と目的

1.1 社会的背景

2022年にこども基本法ができ、子どもたちの声を聴くことの重要性が少しずつ広まりつつあるが、子どもの権利に関する理解や実践は社会全体に十分に浸透しているとは言えず、子どもたちの声を社会や発信の中でどのように反映していくかが重要な課題となっている。

子どもの権利とは、1989年に国連総会において採択された「子どもの権利条約（児童の権利に関する条約）」に基づき、すべての子どもに保障される基本的人権を指す。その一般原則には、「差別の禁止」「子どもの最善の利益」「生命・生存および発達の権利」「意見の尊重」という4つの柱がある。これらは、子どもが基本的人権を持つ一人の人として尊重されながら生活し、成長できる社会を築くための基本理念である。

「子どもの権利条約」の制定を契機として、国際的に子ども観の転換が進み、従来の子どもの主に保護や支援の対象として捉える「子どものウェルフェア（福祉）」から、子どもを一人の権利主体として捉え、その生き方や生活の質全体に着目する「子どものウェルビーイング」という概念へと関心の重心が移行してきた。

子どものウェルビーイングは、子どもの権利条約に基づき、「子どもの権利の実現およびすべての子どもがその能力、潜在能力やスキルを生かせる機会の達成」と定義されている。（参考文献：「子どもウェルビーイング指標に関する国際的動向」竹沢純子）

同時に、子どものウェルビーイングは、子ども自身の身体的・心理的な状態にとどまらず、周囲の人々との関係性や社会的なつながりの中で、尊厳が尊重され、心地よく過ごしている状態を含む多面的な概念として捉えられている。

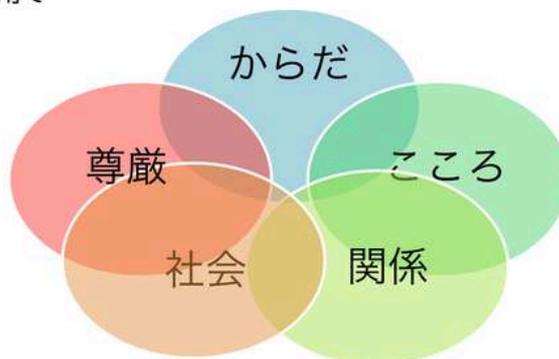
世界保健機関（WHO）の健康概念においても、健康は身体的・精神的・社会的側面から捉えられており、近年では文脈に応じてスピリチュアリティの側面を含めて議論されることもある。

私たちは、子どものウェルビーイングは固定的な状態ではなく、環境との相互作用の中で揺らぎながら形成されるものと考えている。

子どものウェルビーイング

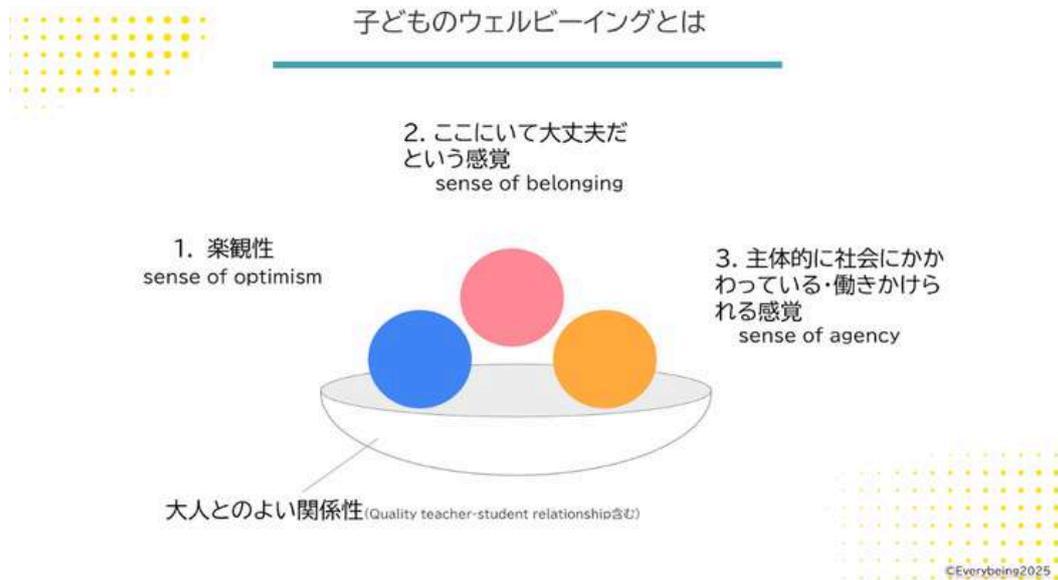
揺らぐものであり、環境との相互作用で変化していく揺らぎのプロセス

子どものBeingが、からだも、こころも、まわりとの関わりの中でも社会的にも、尊厳としてもちょうどよく満たされ心地よい状態であること



国際的な調査や研究においても、子どものウェルビーイングを構成する重要な要素として、将来への希望という意味での「楽観性」、安心していられる居場所があると感じられる「ここにおいて大丈夫だという感覚」、そして自分の声が聞かれ社会に影響を与えていると感じられる「主体的に社会にかかわっている・はたらきかけられる感覚」などが示されている。これらはいずれも、子どもと大人との良好な関係性を基盤として成り立つ要素であるとされている。

(参考文献：PISA 2015 Results (Volume III): Students' Well-Being、PISA 2018 Results (Volume III): What School Life Means for Students' Lives、OECD Future of Education and Skills 2030、Report Card 16: Worlds of Influence - Understanding what shapes child well-being in rich countries (2020))



子どもは家庭や地域、社会制度や文化など周囲の環境の影響を受けやすい存在であり、その中でメディアやデジタル環境は、社会環境や文化に広く影響を及ぼす要素として、子どものウェルビーイングを考える上で重要な位置を占めている。

そのため、2019年以降、国連子どもの権利委員会を中心に、「デジタル環境」や「気候変動」が子どもの権利に及ぼす影響について、国際的な指針の策定と議論が進められてきた。

特にデジタル環境は、子どものウェルビーイングに広範かつ強い影響を及ぼすとされている。オンライン上では、いじめや性的搾取、誤情報、個人情報漏洩といったリスクが存在し、睡眠への悪影響や、過度な利用による不安・抑うつ・自殺関連行動の増加、情報格差や各種バイアスの助長といった問題も指摘されている。

一方で、社会参加や創作活動の機会が拡大し、学校に行きづらい子どもにとってのつながりや居場所の提供、新たな職業・学びの可能性の創出、孤立の軽減につながるという肯定的側面も認められている。

広告やテレビ、雑誌といったオールドメディアもまた、過剰な消費を促すことによる健康被害を生む可能性や、ジェンダー、外見に関する固定観念を強化するなど、多様性を阻害する影響を持ちうる。

こうした背景から、各国でメディアやデジタル環境に関するガイドラインを策定する際には、子どもの権利条約を基盤とし、専門家や多様な関係者に加え、子ども・若者自身が参加する共同的なルール形成のプロセスが重視されている。

現在、SNSや動画配信、オンライン広告などの技術発展により、子どもを取り巻くメディア環境は急速に変化しており、子どもの心理的・社会的発達への影響は一層大きくなっている。デジタル時代における子どもの権利保障とウェルビーイングのあり方を、今こそ検討する必要がある。

1.2 昨年度（2024年度）の調査結果

本プロジェクトの初期段階として、18歳までの子どもを対象にインタビュー調査を実施し、子どもたちがどのようなメディアに接し、どのような影響を受けているのかについて、子どもの声から実態を把握することを目的とした。

調査は、2024年10月から2025年2月にかけて実施し、小学校2年生から高校3年生までの子ども65名を対象に、対面またはオンラインの形式で行った。主な質問内容は、子どもたちが何をメディアと捉えているか、メディアをどのように利用しているか、利用する理由、メディアから受けている影響、そしてメディアに対してどのような期待や要望を持っているか、という点である。

この調査からは、以下のようなことがわかった。

① メディア利用の基本的な実態

子どもたちは主にスマートフォン等を通じたデジタル環境にアクセスしてメディアを利用していることが明らかになった。メディアへのアクセスは、媒体の違いよりもコンテンツの内容を重視して選択される傾向が強く、デジタル環境が子どもの日常生活の中に深く組み込まれている実態が示された。

② メディアから受ける心理的影響

メディア上での誹謗中傷や対立的な言説、見たくない内容の報道によって、気分や心の状態に影響を受けた経験を語る子どもが複数存在した。また、情報の偏りや事実関係が不明確な報道・広告に対する違和感も示されており、メディアが子どもの感情や安心感に影響を及ぼしていることがうかがえる。

③ 「推し」を通じた影響と価値観形成

多くの子どもが、自身の「推し」とする人物やコンテンツから、楽しさや安心感、価値観形成への影響を受けていることが確認された。一方で、推しが勧める商品や理想化された外見、価値観などを通じて、本人が気づかぬうちに影響を受けている可能性も示唆された。

※本報告書において「推し」とは、子どもが強い関心や愛着を寄せ、継続的に応援・注目している人物、キャラクター、コンテンツ等を指す。

④ メディアとの関わり方における主体性と受動性

コンテンツを自ら選択し、意図的にメディアと関わっている子どもがいる一方で、リコメンド機能などにより、無意識のうちに視聴を続けてしまうといった受動的な利用状況も多く見られた。子どものメディア利用は、個人の意思とメディア環境の影響が重なり合って形成されている。

⑤ メディアのあり方に対する批判的認識と期待

子どもたちは、情報の偏りや誹謗中傷、固定化された表現に対して疑問や違和感を抱くとともに、より良いメディアのあり方を求める声を語っていた。これらの結果から、子どもがメディアの受け手にとどまらず、そのあり方を問い直す主体であることが示された。

1.3 今年度の調査手法とガイドライン策定の方法

本事業では、子どものメディア利用の実態や意識を把握するため、量的調査および補足的なWEBアンケート調査を実施した。これらの調査結果を分析したうえで、子どもおよびメディア関係者が参加する連続勉強会を通して対話を行い、子どもの権利の視点からメディアのあり方を検討するとともに、ガイドライン策定に必要な視点や要素を整理した。

(1) LINEを活用した全国アンケート調査

調査会社によるLINEアンケート配信を活用し、18歳以下約2,500名を対象とした量的調査を実施した。調査では、メディアの利用時間や利用目的、アクセスに用いるデバイス、利用時の感情、生活満足度、自己効力感、メディアにおけるバイアス認知など、子どものメディア利用とウェルビーイングの関係を多面的に把握する項目を設定した。

(2) 機縁法によるWEBアンケート

LINEに登録していない子どもやデバイスを持っていない子ども、LINEを活用していない年代の子どもにも調査対象を広げるため、子どもに関するNPOや施設、児童館等を通じて、18歳以下の子ども数十名を対象としたWEBアンケート調査を実施した。調査項目は(1)の全国アンケートと同様に設定し、メディア利用の実態や利用時の感情、生活満足度、自己効力感、メディアにおけるバイアス認知などについて把握した。

(3) 連続勉強会

調査結果を踏まえ、子どもおよびメディア関係者が参加する連続勉強会を全4回開催した。勉強会では、子どもの権利の視点からメディアのあり方について対話を行うとともに、調査結果の共有や、子どものウェルビーイングを踏まえた情報発信のグッドプラクティス事例の学習を通して、ガイドライン策定に必要な視点や要素を整理した。

第2章 調査結果

2.1 LINEを活用した全国アンケート調査

(1)調査目的

子どもたちのメディア利用の実態と課題を明らかにし、子どもの権利に根ざした情報発信に向けた活動に活かしていく。

(2)調査手法

- 調査手法：調査会社によるLINEアンケート配信
- 調査対象者：18歳以下2,500人
- 調査期間：2025年8月9日～8月11日

性別	男性	1216
	女性	1216
	未回答	68
年代別	中学生世代（13～15歳）	543
	高校生世代（15～18歳）	1644
	学生（高校生は除く）を含む18歳	313

居住地	北海道地方	東北地方	関東地方	中部地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州・ 沖縄地方
	82	165	935	453	439	129	77	220

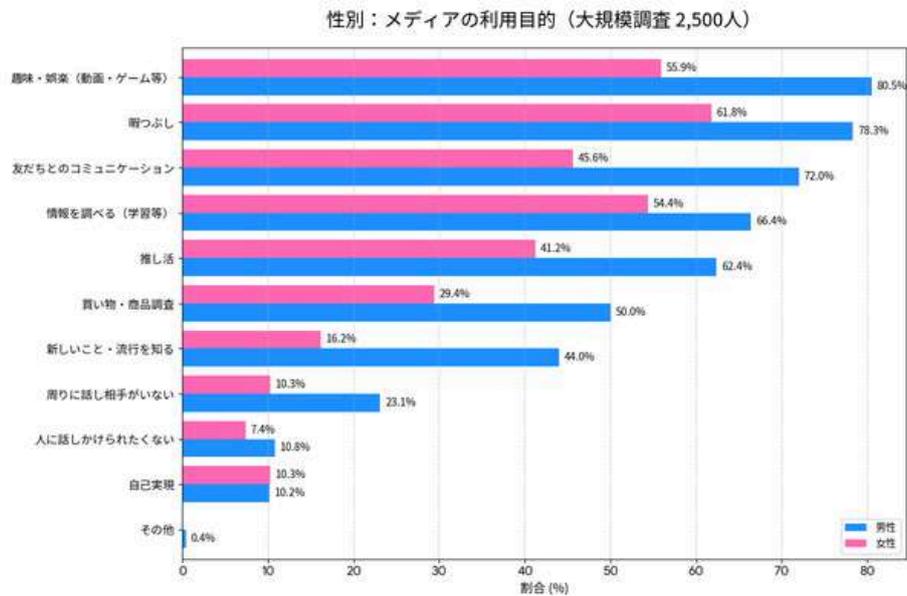
2500人のうち、中学生世代は21.7%、大学生・専門学生は12.5%、最も多かったのは高校生世代の65.8%であった。

自分が女性であると答えた子どもと男性であると答えた子どもの割合は一緒だったが、自分の性自認を答えたくないと教えてくれた子どももいた。

2500人の居住地は北海道から沖縄まで多岐にわたっていたが、最も多かったのは、東京都で12.7%、その次が神奈川県8.8%と首都圏が多い傾向があった。

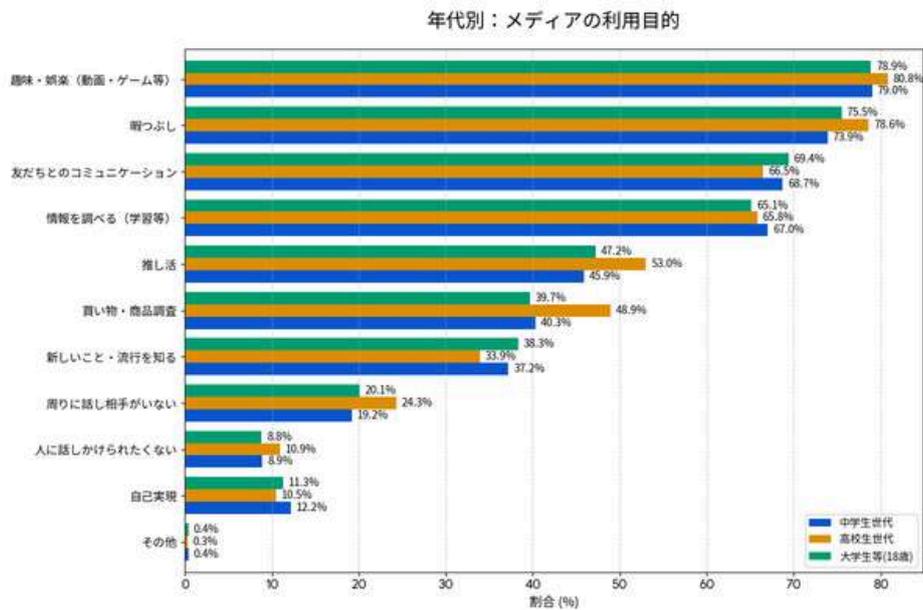
(3) 調査結果

① 性別：メディアの利用目的



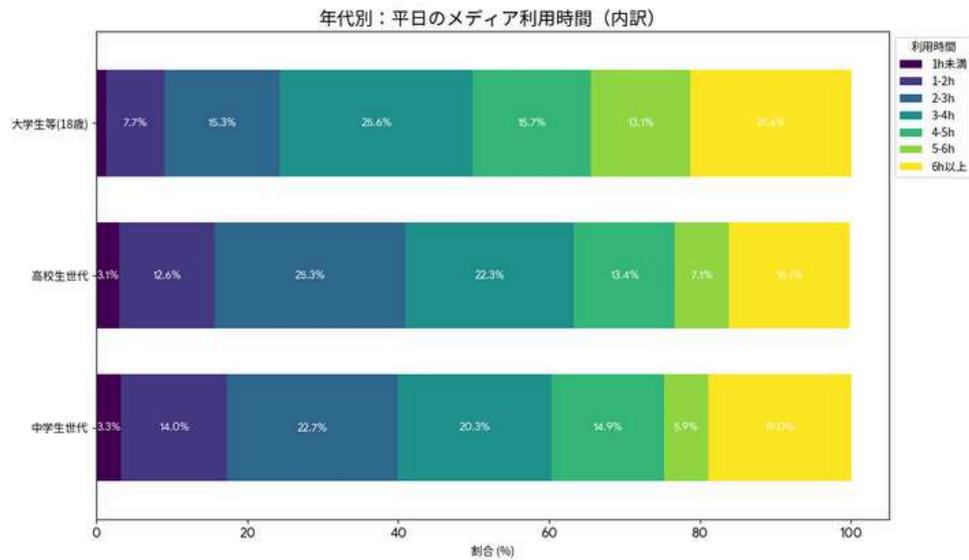
- 男性は「趣味・娯楽（80%）」「暇つぶし（78%）」「情報収集（66%）」が高く、実益やコンテンツそのものを楽しむ傾向が強い。
- 女性は「暇つぶし（62%）」や「推し活（41%）」が上位にきている。

② 年代別：メディアの利用目的

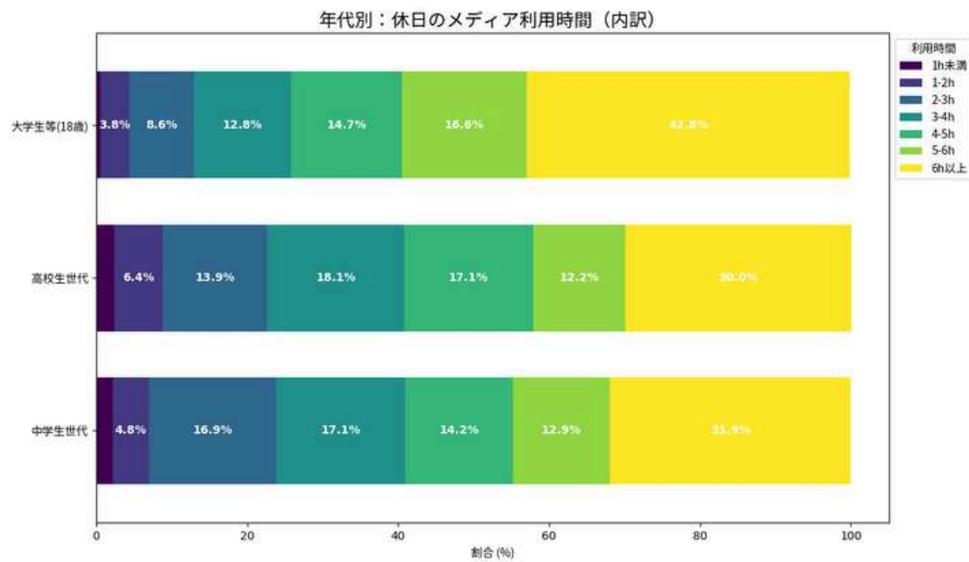


- 特に高校生世代において「趣味・娯楽（81%）」「暇つぶし（79%）」がピークに達している。
- 他の項目と異なり、高校生世代（49%）が他の世代（40%）よりも高く、流行の商品などをメディアで調べている様子が伺える。

③年代別：平日のメディア利用時間／年代別：休日のメディア利用時間

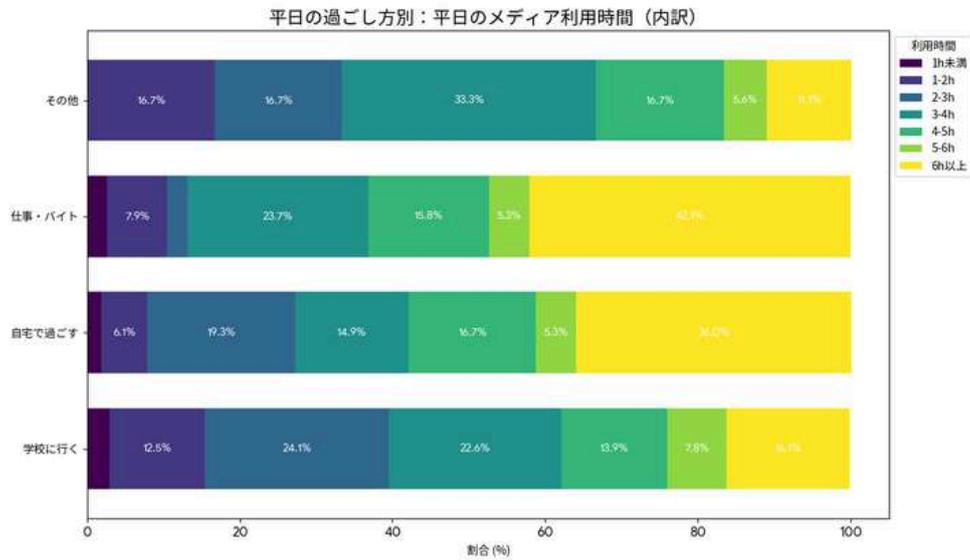


・年代が上がるにつれて「6時間以上」の長時間利用者の割合が増える傾向にある

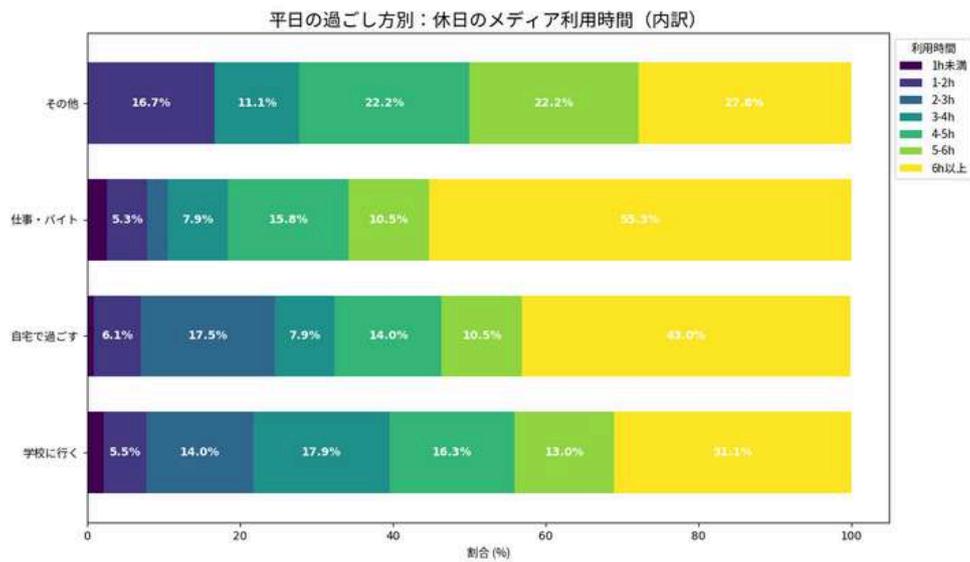


- 平日と比較すると、休日はいずれの属性でもメディアの利用時間が大きく伸びる。平日では「3～4時間」がボリュームゾーンだが、休日になると「6時間以上」が最大のボリュームゾーンにシフトする属性が多く見られる。

④平日の過ごし方別：平日のメディア利用時間／休日のメディア利用時間

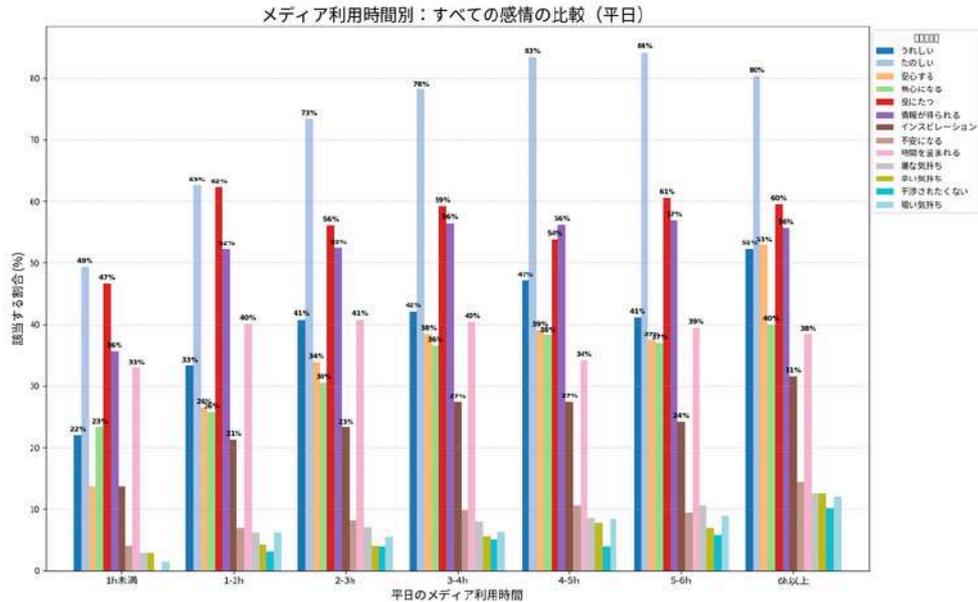


- 「自宅で過ごす」層や「仕事・バイト」をしている層は、学校に通っている層と比較して「6時間以上」のメディア利用率が顕著に高い（36%～42%）

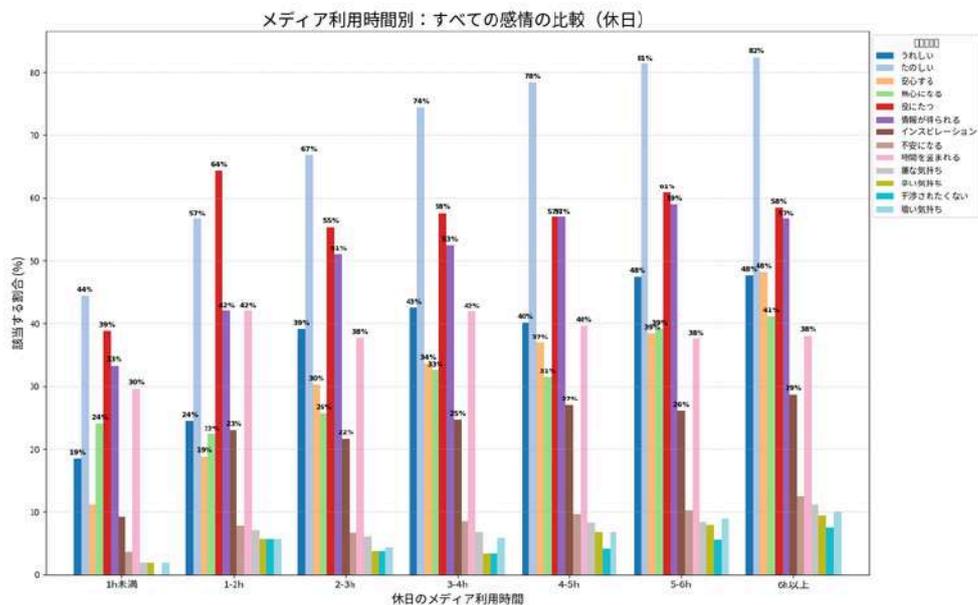


- 全体的に、休日の方が6時間以上メディアを利用する割合が平日に比べ高くなるが、特に「学校に行く」層は、平日に比べ、休日に6時間以上利用する割合が大幅に増加する点が特徴的である。

⑤メディアの利用時間別：感情の比較（平日／休日）



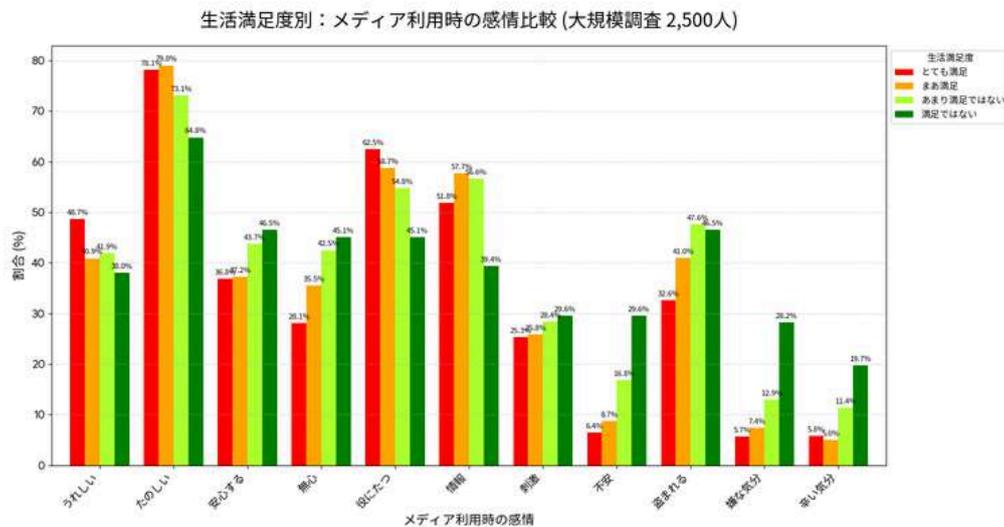
- どの時間帯でも「たのしい」と「役にたつ」が高い割合を占めているが、4～5時間利用を境に「たのしい」が80%台で高止まりする一方、「安心する」や「うれしい」は6時間以上の層でさらに伸びる。
- 利用時間が長い層であるほど、不安、嫌な、辛い、暗い気持ちといった感情を感じやすい傾向がある。特に「6時間以上」では、それまで目立たなかった「干渉されたくない」「暗い気持ち」なども10%を超えている。
- 「情報が得られる」「役にたつ」といった実利的な感情は、1～2時間程度の短時間利用者でも非常に高い（約6割）のに対し、「無心になる」などの没入的な感情は時間が長くなるほど高まっていく傾向がある。



- 「たのしい、面白い」という感情は、2時間以上の層で一気に60%台後半と高く、6時間以上の層では82%に達する。休日は平日以上に「純粋な娯楽」としてメディアを楽しんでいる可能性があり、その反面メディアからの影響に気づきにくい可能性もある。

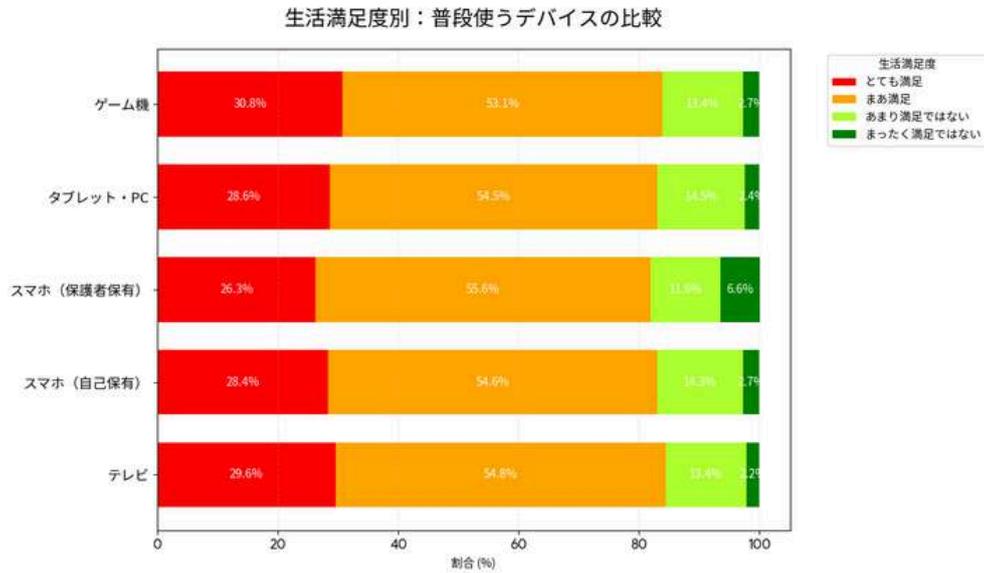
- 「安心する」という感情と時間との相関関係は、平日よりも休日の方が時間との相関が高い傾向がある。6時間以上メディアを利用する層では、「安心する」と感じる割合が約48%と高く、休日にメディアを利用して過ごすことが、若年層にとってどのような背景から安心につながるのかを今後詳しく聴いていく必要がある。安心するという傾向だけ見てメディア利用が長いほど良いと考えることは危険でもあり、例えば、現実から離れる時間が多いことで安心を感じたり、誰かと繋がっていないと不安であるからメディアを利用して安心を感じようとしている可能性もある。一方で、メディアが居場所やなんらかの創造の場として機能しており、それによる安心を感じている可能性もあり、何によって安心が生まれているのかにより、今後の環境へのアプローチが異なる。
- 「役にたつ」「情報が得られる」という感情は、休日でも1時間未満の短時間層から40~60%台と高く、利用時間の長短に関わらず「何かしらの価値を得ている」と実感しながら使っていることがわかる。
- 「不安になる」「辛い気持ち」と感じる割合は、平日同様に6時間以上の長時間層でわずかに上昇しているが、全体としては「たのしい」「安心する」と感じる割合が高く、休日の長時間利用は「満足感」に支えられている側面が強い。

⑦デバイスと生活満足度



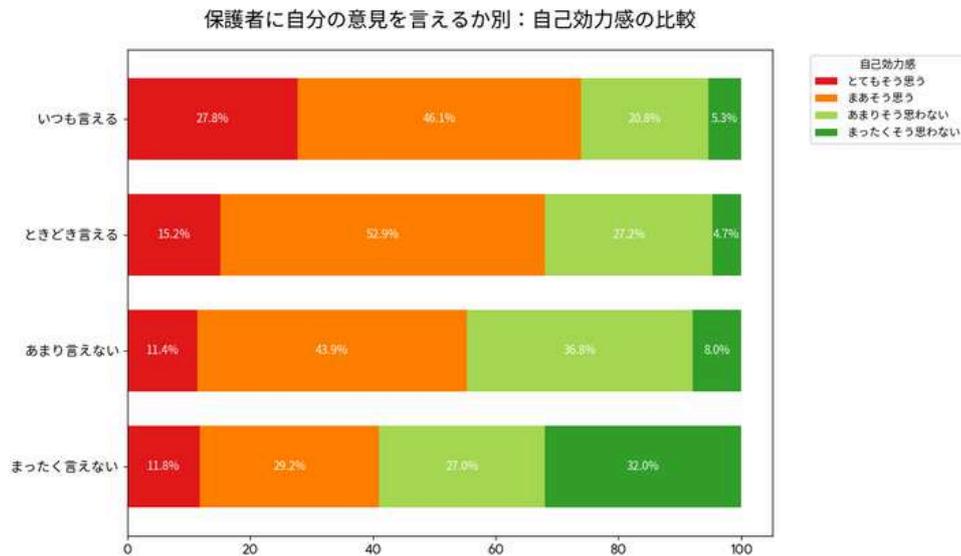
- 生活満足度が低い層（あまり満足ではない・まったく満足ではない）ほど、「安心する」や「無心になる」の数値が高い。特に「まったく満足ではない」層では、安心感（46.5%）や無心（45.1%）が、「役にたつ（45.1%）」と同等以上の数値となっており、現実の生活における満足度の低さを、メディアの利用や没入によって和らげている可能性が示唆される。
- 「不安」「嫌な気分」「辛い気分」といった感情は、生活満足度が下がるにつれて急激に上昇している。特に「まったく満足ではない」層では、不安（29.6%）や嫌な気分（28.2%）を感じる割合が、「とても満足」層の約5倍と高く、生活の状況や状態がメディアからの情報の受け止め方に影響している可能性が示唆される

⑧保護者に意見が言えるか別：自己効力感の比較



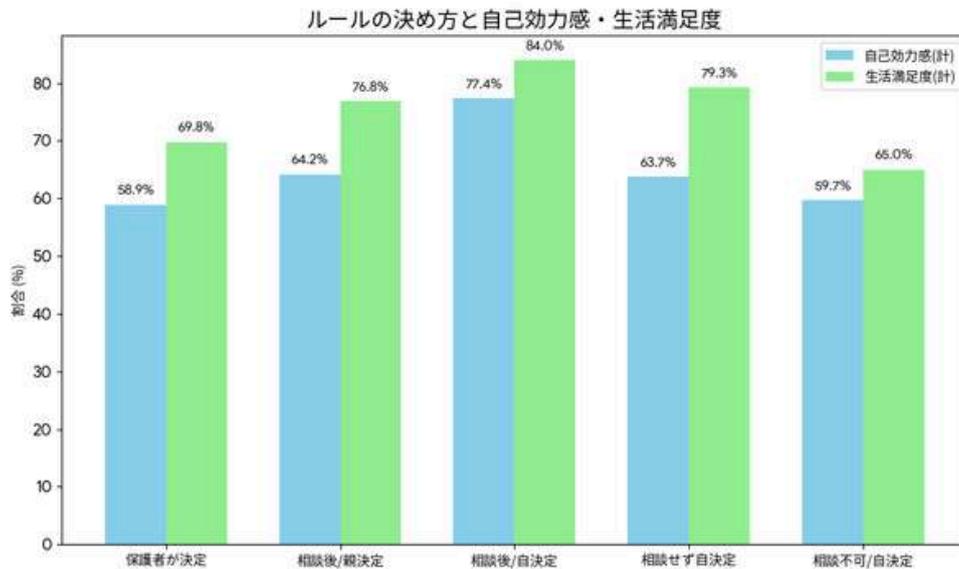
- 保護者に「いつも意見を言える」と答えた層では、自分の力で環境を「良くできると思う（計）」が73.9%に達している。
- 保護者に「まったく意見を言えない」層では、「良くできると思う（計）」は41.0%にとどまり、逆に「良くできると思わない（計）」が59.0%と過半数を超えている。
- 「いつも言える」層と「まったく言えない」層を比較すると、「とてもそう思う（強い自信）」の割合には約2.4倍の開き（27.8% - 11.8%）がある。家庭内で十分に自分の意見を表現できているという実感が、外の社会や環境をより良くできるという自信（社会に対する自己効力感）と強く相関していることが示唆される。

⑨保護者に意見が言えるかと生活満足度



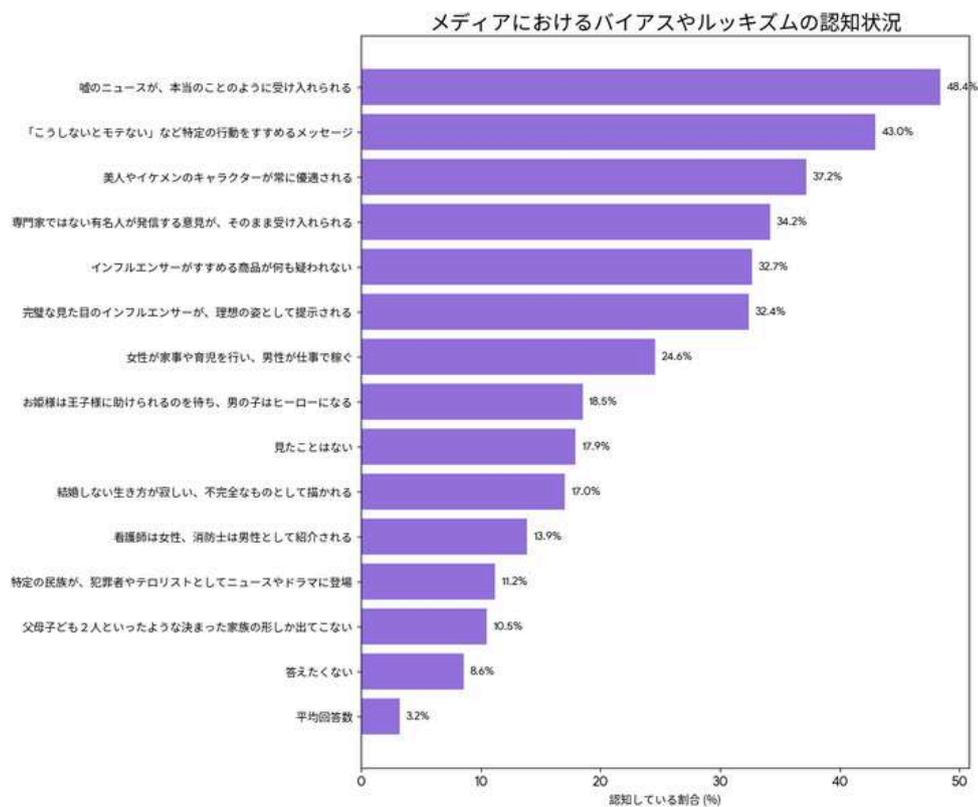
- 保護者に「いつも意見を言える」層では、生活満足度の合計（満足・計）が85.9%と非常に高い数値を示している。
- 保護者に「まったく意見を言えない」層では、満足度が52.8%まで低下し、「満足ではない（計）」が33.1%となっている。これは「いつも言える」層の不満率（10.1%）の約3倍以上である。
- 「いつも言える」層では35.5%が「とても満足」と回答しているのに対し、「まったく言えない」層では15.2%にとどまる。家庭内での心理的安全性（自分の意見を表明できること）が、若年層の生活全体の満足度と強く相関している可能性が示唆される。

⑩ ルールの決め方と自己効力感・生活満足度



- 「保護者とよく話し合って、お互いに納得して自分で決めている」層が、自己効力感（77.4%）・生活満足度（84.0%）ともに全グループの中で最も高い。
- 相談が難しい層や、一方的に決まっている層では数値が低下しており、養育環境におけるの関係性やコミュニケーションの質が子どものウェルビーイングに影響していることが示されている。

⑪ メディアにおけるバイアスやルッキズムの認知状況



- フェイクニュース（48.4%）や行動の強制（モテ意識など 43.0%）、ルッキズム（優遇される 37.2% / 理想の提示 32.4%）など、多くの項目で3~4割以上の子どもがバイアスを自覚している。

⑫自由記載欄

2項目において自由記載の質問を設けた。ここからは自由記載による意見を抜粋して掲載する。

Q.メディアにおけるバイアスに気づいた時、何か考えたことや感じたことがあれば教えてください。

- 「自分が見ている情報だけが真実だと信じないようにすることの重要性を感じる」（男性・高校生世代）
- 「当たり前だと思っていることも疑わなければならないと考えました」（女性・高校生世代）
- 「メディア側が情報を操作していると感じる。不公平だと思う」（回答しない・高校生世代）
- 「ニュースで報道されていないことをYouTuberが言っていた。政府は隠し事が多いなと思った」（男性・中学生世代）
- 「SNSはとりあえず言葉が強い。インフルエンサーが紹介していても、実は良くない商品で炎上していることもある」（女性・高校生世代）
- 「偏見はどこかで他人を傷つけているから、とても良くないことだと思う」（女性・中学生世代）
- 「わからない」（女性・高校生世代）
- 「なんか、もやもやした」（女性・高校生世代）
- 「どうせ運営に報告しても対応してくれないんだろうなと考えた」（男性・高校生世代）
- 「再生回数やいいねの数などに囚われている」（男性・高校生世代）
- 中学生世代、高校生世代ともに「特になし」という回答も多く見られた

Q.メディアで色々な人の考え方を知ることによって、あなたの考えが変わることが「よくある」「ときどきある」と回答した人に質問です。それは、どんな時に変わりますか？

- 「物事を多角的に見なければいけないなど、違う視点を知れた時」（男性・中学生世代）
- 「自分が悩んでいたことと同じ悩みを、インフルエンサーも抱えていたと知って共感した時」（女性・高校生世代）
- 「SNSの動画に対して、他の人がどう考えているのかコメント欄を見た時」（女性・高校生世代）
- 「好きなアイドルのラジオを聞いて、その考えに触れた時」（男性・高校生世代）
- 「他の立場からも物事を見てみて、自分の意見をもう一度考え直す時」（男性・中学生世代）
- 「信頼できる機関のデータなど、説得力のある根拠を見つけた時」（男性・大学生/社会人等 18歳）
- 「流されやすい性格なので見たものの意見になる」（男性・高校生世代）
- 多数派の意見に流される（女性・18歳）
- 多くの人が肯定する意見を目にした時（男性・高校生世代）
- 「精神的に不安な時」（女性・中学生世代）
- 「勉強の仕方について」（女性・高校生世代）
- 「あまりにも自分と反対の意見を持つ人が多い時。流石に自分の考えを疑いたくなる。」（女性・高校生世代）
- 「よく理解できなかった時や、自分の考えに自信が持てない時」（女性・高校生世代）
- 中学生世代、高校生世代ともに「なし」という回答も多く見られた

2.2 機縁法によるWEBアンケート

(1)調査目的

LINEに登録していない子どもやデバイスを持っていない子ども、LINEを活用していない年代の子どもへのアプローチも必要であると考え、子どもに関するNPOや施設、児童館等を通してWEBによるアンケート調査を行った。

(2)調査手法

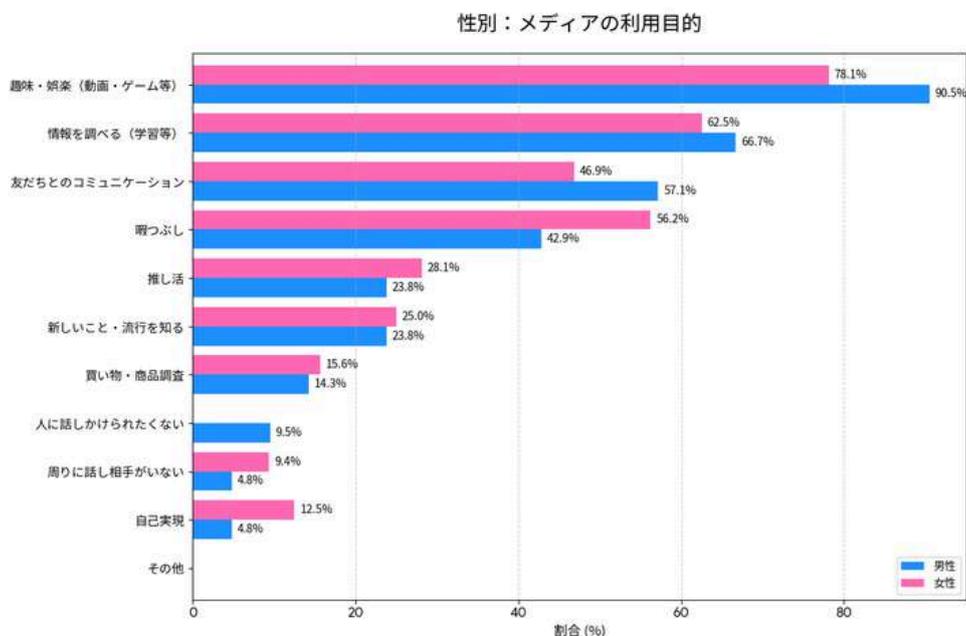
- 調査手法：EverybeingによるWEBアンケート
- 調査対象者：18歳以下 57人
- 調査期間：2025年8月13日～10月15日

性別	男性	21
	女性	32
	未回答	4
年代別	未就学児	2
	小学生世代（6～12歳）	25
	中学生世代（13～15歳）	18
	高校生世代（15～18歳）	12

※居住地情報はなし

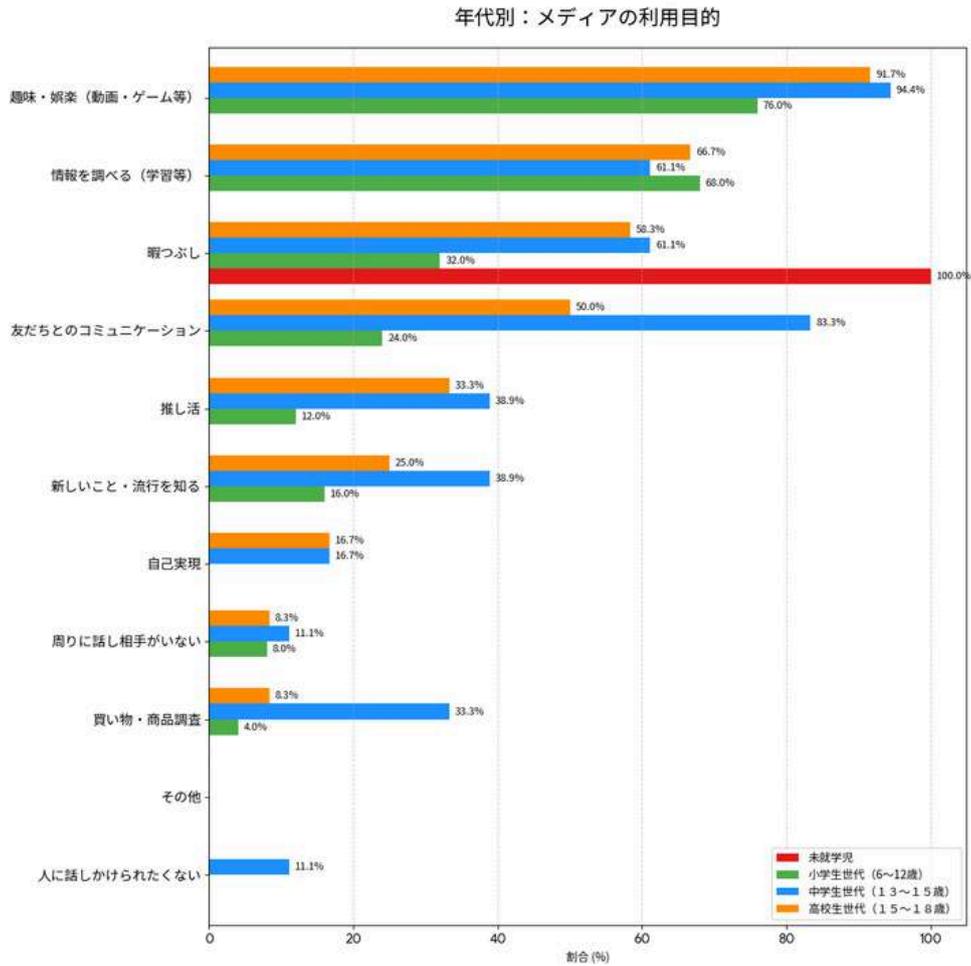
(3)調査結果

①性別：メディアの利用目的



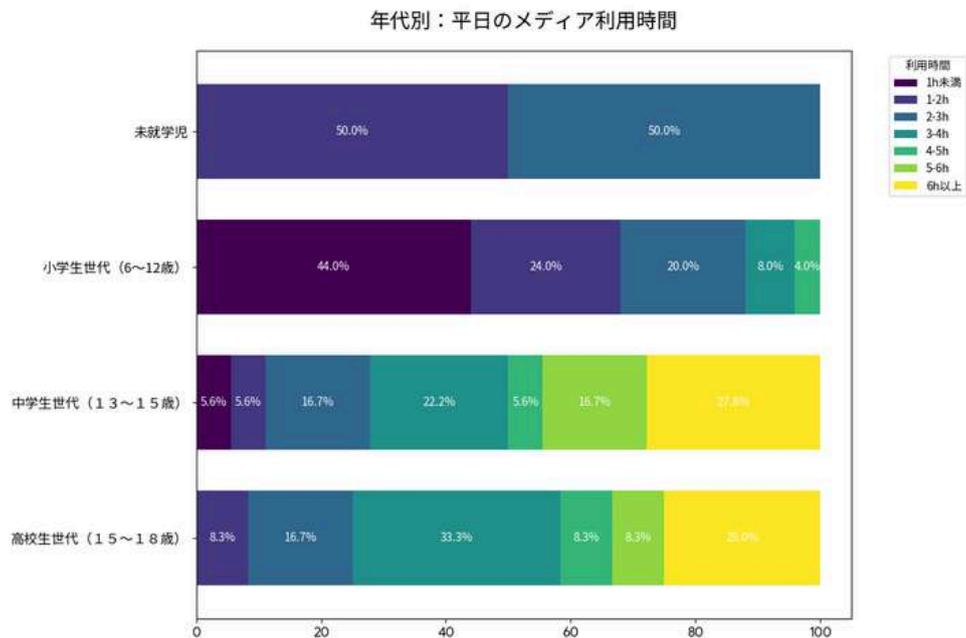
- 男性は「趣味・娯楽」「情報収集」といった実用・コンテンツ消費が9割近くに達している一方、女性も「趣味・娯楽」は高いものの、「暇つぶし (56.2%)」や「推し活 (28.1%)」など、時間消費や特定の対象への応援といった側面が男性より目立つ結果となっている。
- 数値は小さいながらも、女性の方が「自己実現」のためにメディアを使っている割合が高い (12.5%)。

②年代別：メディアの利用目的

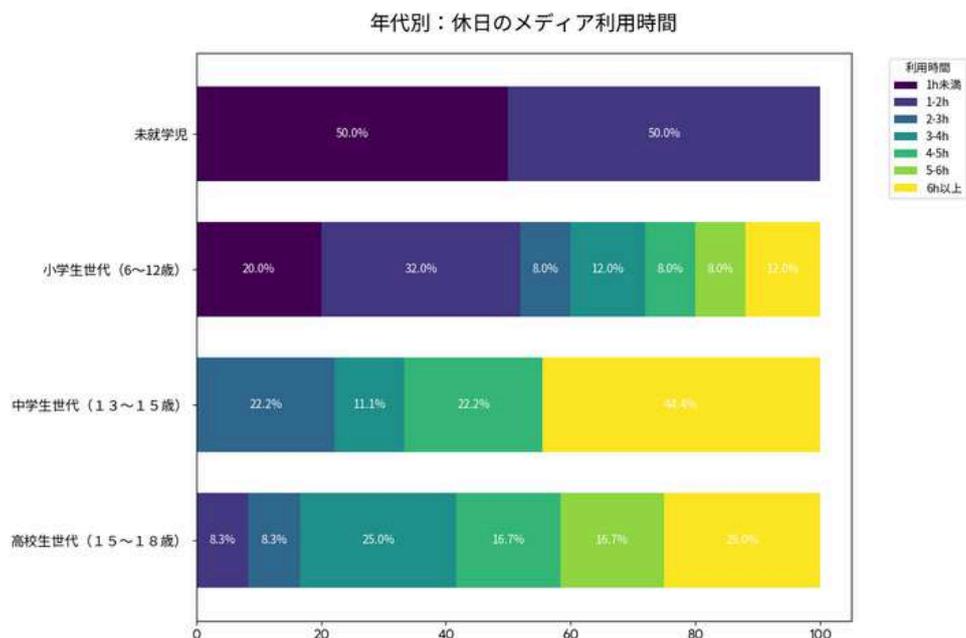


- 各年代で「趣味・娯楽」や「暇つぶし」が高い傾向にあるが、中学生世代では「友だちとのコミュニケーション」が83.3%と突出しており、高校生世代では「趣味・娯楽」が91.7%に達するなど、年代ごとの優先順位が鮮明になっている。

③年代別：平日のメディア利用時間／年代別：平日のメディア利用時間

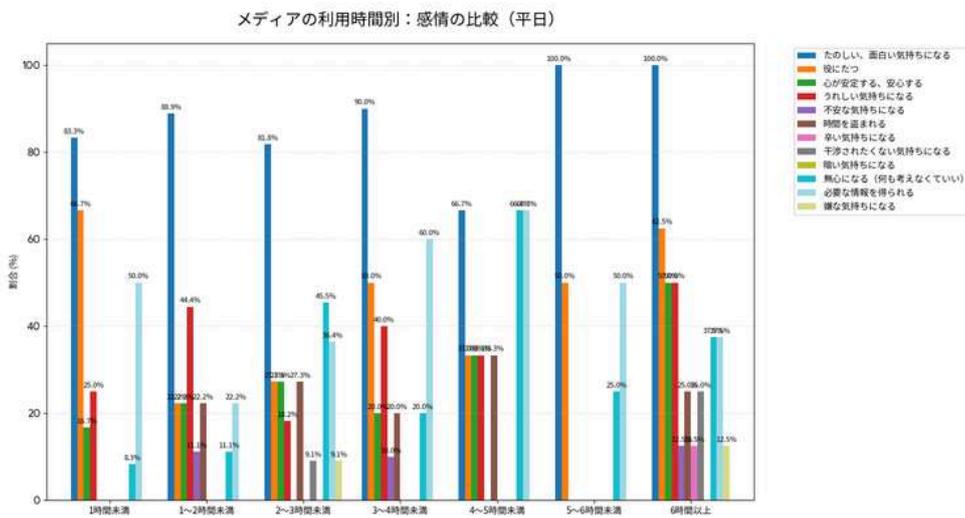


- 中学生世代では「6時間以上（27.8%）」が最も多いのに対し、高校生世代は「3～4時間（33.3%）」がボリュームゾーンとなっており、日々の生活リズムの違いが数値に表れている。

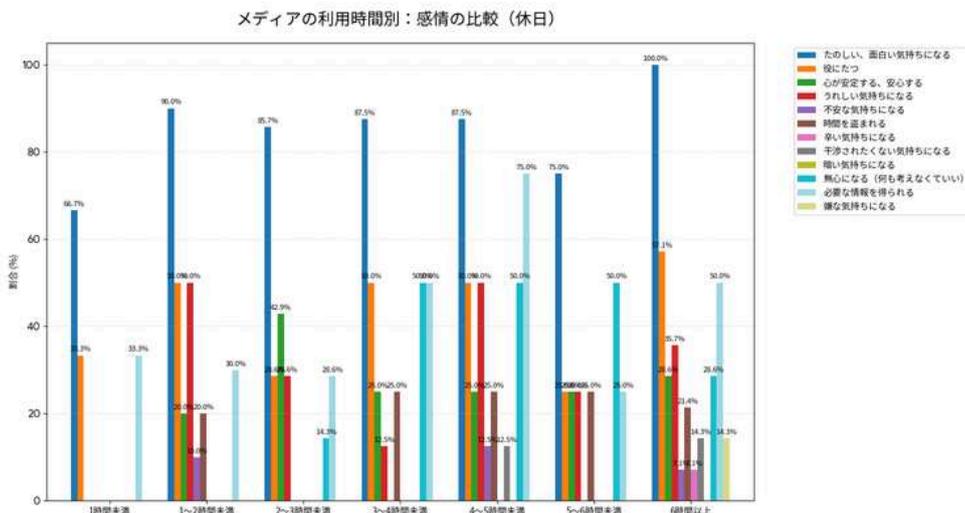


- 中学生世代では「6時間以上（44.4%）」が最大のボリュームゾーンとなっており、平日よりもメディアを利用する時間が大幅に増えている。
- 高校生世代も「6時間以上」が25.0%と多いが、「2～3時間（25.0%）」や「3～4時間（16.7%）」など、メディア利用以外の時間も取っている様子も伺える。

④メディアの利用時間別：感情の比較（平日／休日）

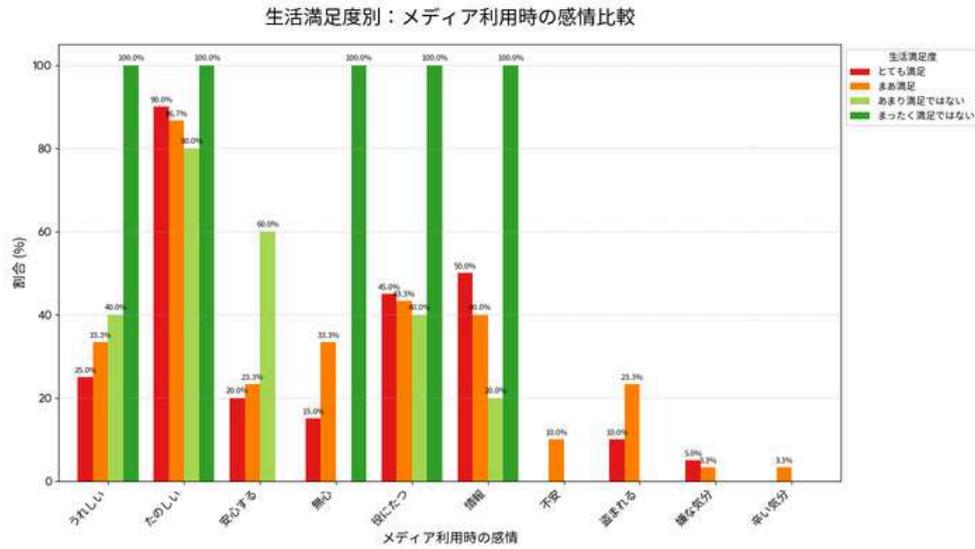


- 全体的に、休日の方が6時間以上メディアを利用する割合が平日に比べ高くなるが、特に「学校に行く」層は、平日に比べ、休日に6時間以上利用する割合が大幅に増加する点が特徴的である。



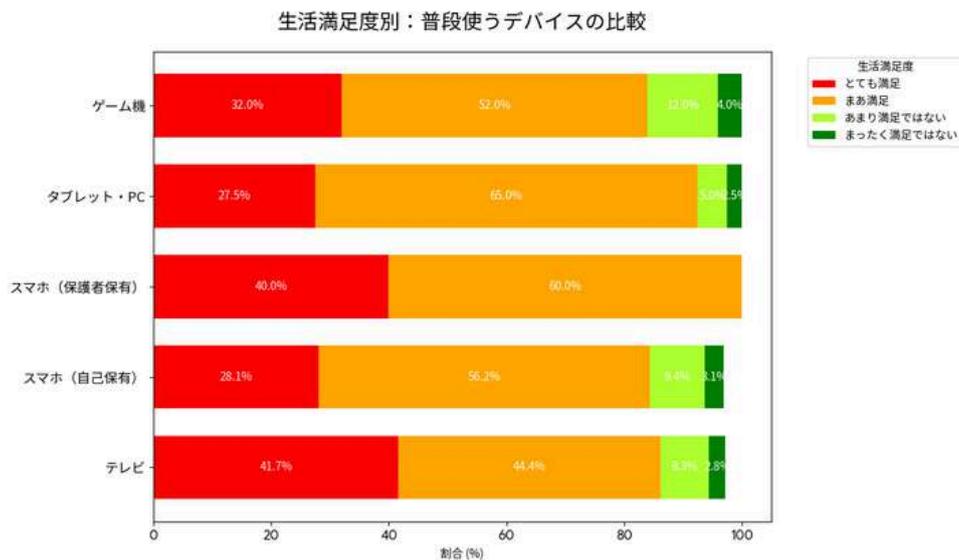
- 利用時間の長短に関わらず、「たのしい、面白い」が最も高い割合を占めている。特に長時間利用（6時間以上）層では、平日・休日ともに100%に近い回答率となっており、娯楽としてのメディア利用が際立っている。
- 平日では、3~4時間以上の利用で「無心になる（45~67%）」が高くなる傾向がある。
- 休日では、2~3時間利用で「心が安定する、安心する（43%）」が高い傾向がある。
- 6時間以上の長時間利用層において、平日・休日ともに「時間を盗まれる」「嫌な気持ちになる」「辛い気持ちになる」といった回答が10~20%程度現れ始めており、楽しさと表裏一体で「止められないことによる負担」が生じている可能性が示唆される。

⑤生活満足度別：メディア利用時の感情比較



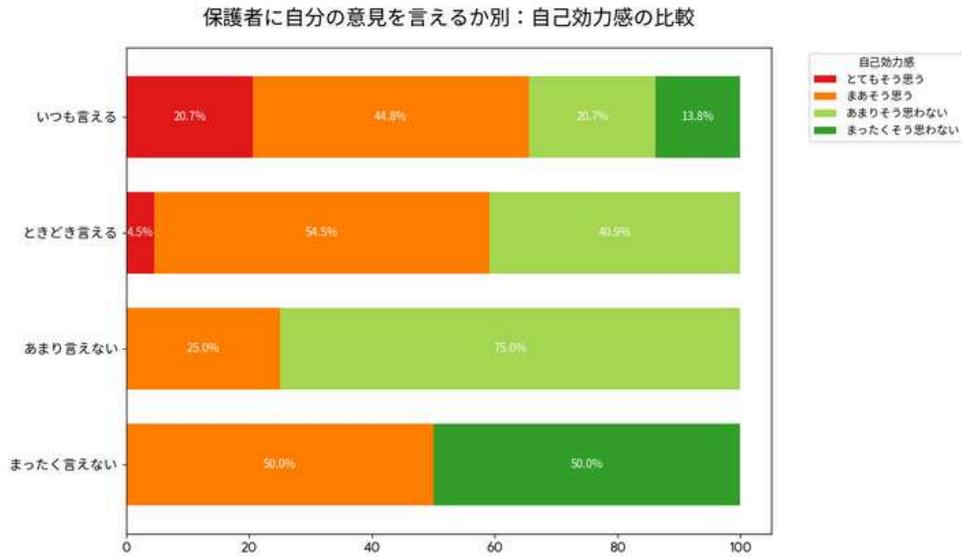
- 「とても満足」層では「たのしい（90.0%）」や「情報（50.0%）」といった肯定的な感覚や情報としての客観視する視点を持っている傾向がある一方で、生活満足度が低い層では「安心する（60.0%）」や「無心（33.3%～100.0%）」といった、居場所的な役割を果たしている可能性や、自分のコントロールを超えた利用の可能性が示唆された。

⑥デバイスと生活満足度



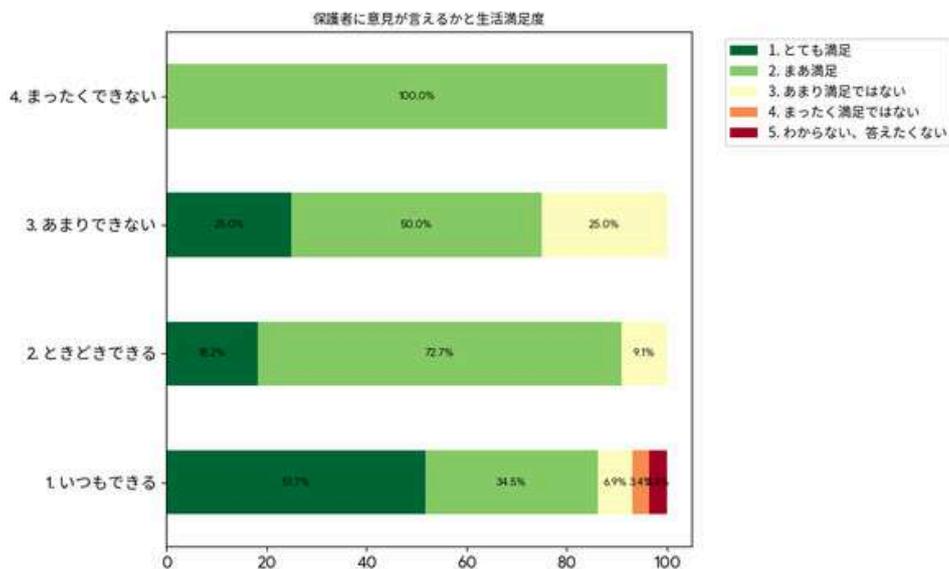
- スマホ（保護者保有）層は全員が「とても満足」または「まあ満足」と回答している。
- テレビは「とても満足（41.7%）」の割合が他のデバイス層に比べて高く、満足度が高い層ほどテレビを日常的に利用している傾向がある。

⑦保護者に意見が言えるかと自己効力感



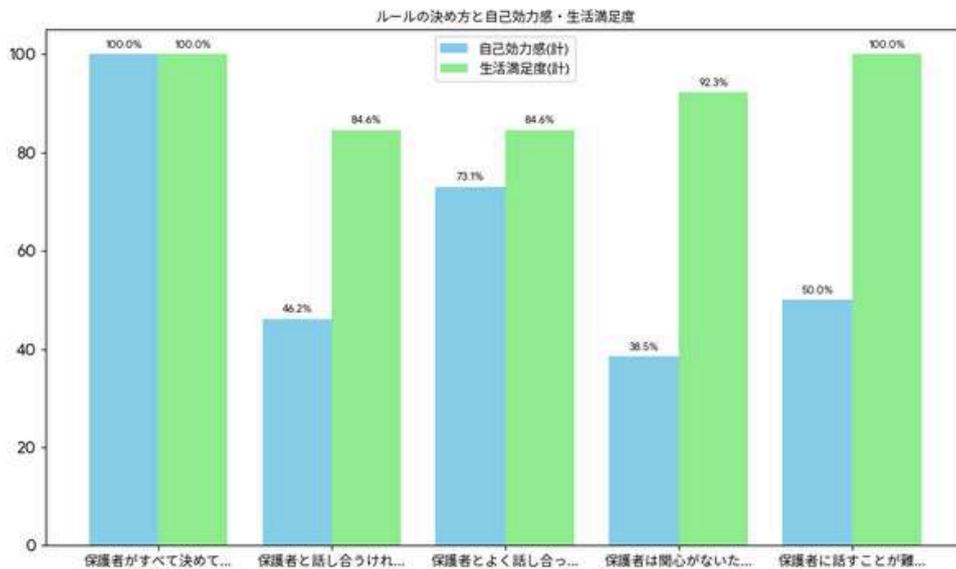
- 保護者に対して「いつも言える」と回答した層ほど、「とてもそう思う」の割合が高く、自己効力感が強い傾向が示されている。これは子どものウェルビーイングに関する他の調査とも一致する所見である。

⑧保護者に意見が言えるかと生活満足度



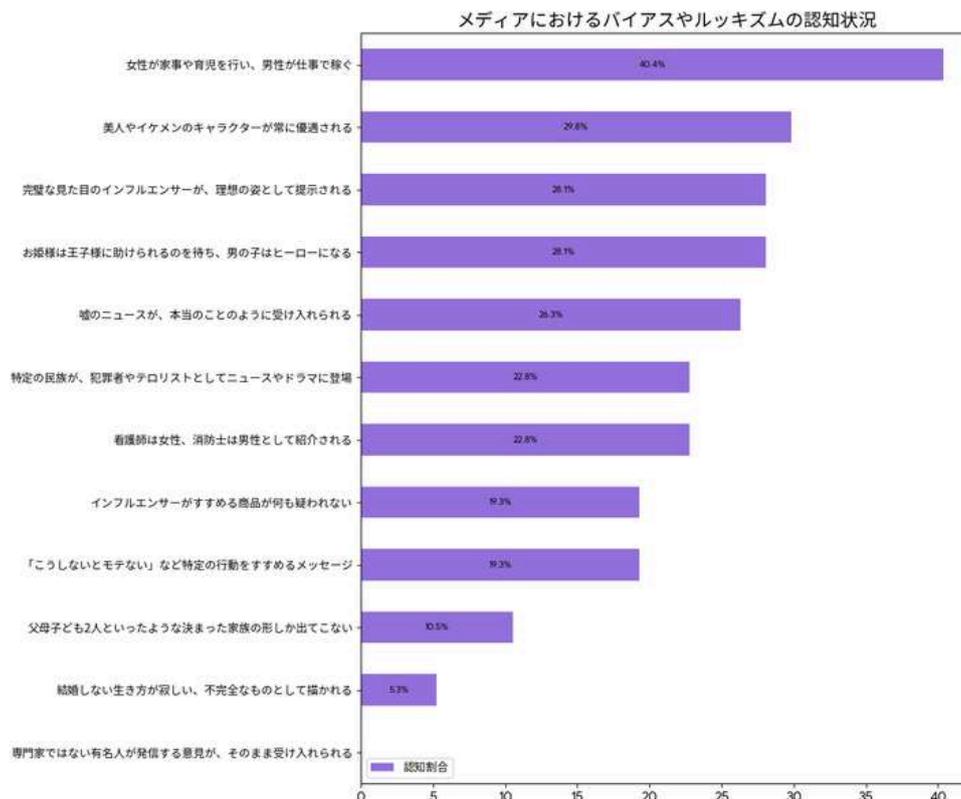
- 意見を言える層の満足度は計85%を超える。養育環境で十分意見が言えて聴かれるかどうかは生活満足度に直接影響する。

⑨ ルールの決め方と自己効力感・生活満足度



- 「納得して自分で決めている」層の満足度が84%超と最も高く、納得感のあるルール作りがウェルビーイングに寄与している。

⑩ メディアにおけるバイアスやルッキズムの認知状況



- ジェンダー役割（40.4%）や、美人の優遇（29.8%）など、子どもたちが具体的にどのバイアスを強く感じているかが数値で示されている。

第3章 連続勉強会

3.1 連続勉強会の目的と実施概要

(1) 目的と実施概要

メディアに関わる大人の参加者同士の対話、子ども同士の対話、さらに子どもを含めた参加者全員による対話を通じて、子どもの権利に根ざしたメディアのあり方を探求するとともに、今後の情報発信の指針となるエッセンスを抽出することを目的として、対面で全4回の勉強会を実施した。

大人は新聞・テレビなどの報道関係者、NPOや研究機関の関係者、広告・PR・デザイン業界や行政関係者など、多様な立場の参加者が19名が参加した。子どもの参加者は、小学生から高校生までの7名であった。

(2) 実施にあたっての工夫と配慮

本勉強会は、メディアのルールや指針を大人のみで定めるのではなく、当事者である子どもたちを策定のプロセスそのものに招き、共に考える場を目的としている。

一般に、こうした指針づくりは大人中心で進められがちであるが、本勉強会では、子ども自身の声を直接聴く機会を設けること自体を子どもの権利を尊重する実践と位置づけ、子どもたちが「自分たちの声によって社会のルールが形づくられていく」という実感を持つと同時に、メディア関係者がその声を一方的に評価するのではなく、対等な立場で受け止め合う相互的な対話の場を目指した。

そのため、子どもと大人が対等かつ安全に対話を深められるよう、主に二つの工夫を行った。

① 子ども・大人それぞれの意見表明を保障する対話設計

子どもと大人が同席するセッションに先立ち、それぞれが分かれて話す時間を設けた。子どもは大人の視線や専門用語を気にすることなく率直な意見を出し合い、大人はメディアの現場における現実的な課題や葛藤を共有することができた。このプロセスにより、その後の全体対話において、互いの立場や前提を踏まえた、より深い議論が可能となった。

② 尊厳と安全を確保する対話ルールの共有

各回の開始時に、参加者全員で「対話において大切にしたいこと」および「子どもと共に過ごす際の心得」を確認した。

「対話において大切にしたいこと」については、子どもも大人も一人の参加者としてフラットに、自分のペースで安心して意見を交わせる環境を整えるため、「うまく話せなくてもよい」「迷いや沈黙があってもよい」「言いたくないことは無理に話さなくてよい」といった、沈黙や揺らぎを肯定するルールを明示した。

「子どもと共に過ごす際の心得」については、子どもの尊厳と心理的・身体的安全を最優先とする行動指針を共有し、本人が希望する呼び方を尊重すること、閉鎖的な空間で一对一にならない環境を整えること、自身の思い込みを押し付けず相手の言葉をそのまま受け取ることなどを共通認識とした。

これらのルールや姿勢を全員で確認し合うプロセスそのものが、お互いへの関心と尊重を育むための大切なステップとなった。

第3章 連続勉強会

3.2 実施内容と成果

3.2.1 第1回「子どもの権利とメディアの役割—なぜ今、子どもの権利なのか」

(1)目的

子どもの権利の基本的な考え方を知るとともに、日本の社会やメディアが子どもを取り巻く環境の中で抱える課題について理解を深めること。

(2)概要

Everybeingの小澤いぶきより、「子どもの権利条約」の概要と国際的な潮流を確認したうえで、日本における子どもの権利を取り巻く現状や課題を共有した。あわせて、メディアが子どもに与える影響について、学びや表現の可能性を広げる肯定的側面と、誹謗中傷や過度な情報接触といった否定的側面の双方から整理した。

さらに、OECDやUNICEFなどの国際機関が示している指針や勧告を紹介し、子どもの権利の視点からメディアの役割やあり方を捉え直す必要性について共有した。

その後、参加者はグループに分かれ、子どもとメディアをめぐって日常的に感じていることや、それぞれの仕事や活動において直面している課題意識について意見交換を行った。



(3)対話内容

参加者からは、子どもとメディアのあり方について、以下のような意見が出された。

① 子どもとメディアの主体性・双方向性

子どもはメディアを受動的に消費している存在ではなく、報道や表現に対して自ら考え、意見を持ちながら接していると感じる事が多い。特に、SNSが社会参加や政治意識の形成に与える影響は大きく、大人側の情報発信のあり方について、これまで以上に慎重な配慮が求められる。今後は、一方的に伝えるのではなく、子どもの声を受け取り、応答する双方向的な関係性を前提としたメディアのあり方が重要になると考えられる。

② ジェンダー、ルッキズムと多様性の表現

ジェンダーバイアスやルッキズム（外見に基づく差別的な価値観）の価値観が依然としてメディア上に強く存在し、子どもの価値観形成に影響しているとの認識が共有された。子ども自身が、性別役割や表現の偏りを敏感に感じ取っている様子が見られることから、固定的な価値観に偏らない、多様な生き方やあり方を示すメディアの役割が重要であると考えられる。

③ 「普通」「当たり前」を再生産する報道への懸念

報道が「標準的な人生像」や「普通」を無意識に再生産してしまう危険性が指摘された。単一の価値観を提示するのではなく、複数の視点を示し、受け手に考える余地を残す表現の必要性が共有された。

④ デジタル環境と情報の偏り

子どもはSNS中心の情報環境にあり、アルゴリズムによる情報の偏りや広告への過剰接触のリスクが懸念された。一律の規制ではなく、リテラシー教育や対話的なルールづくりが重要であるとの意見が出された。

⑤ 子どもの権利の認知と社会的課題

子どもの権利に対する大人の認知不足や文化的抵抗が依然として大きいことが確認された。家庭環境や経済状況による意見表明・意見尊重・子ども参加の格差が起こりうる可能性があり、社会の課題として検討する必要がある。子どもが意見を表明するしないにかかわらず、言語化しない子どもの「こえ」もあることに気付き、全ての子どもの権利が尊重されることが重要であることも話された。

3.2.2 第2回「子どもの声を聴くーこどもおとなダイアログ」

(1)目的

子どもたちが日常的に接しているメディア体験を直接聴き、その中にある課題と可能性を把握すること。

(2)概要

Everybeingのスタッフが対話のファシリテーターを担い、まず子ども同士による対話を行い、子どもたちが日常的に感じているメディアへの印象や利用実態について意見を交わした。あわせて、大人同士でも子どもとメディアの関係性をめぐって感じている課題について対話を行った。

続いて、子どもたちの対話内容を大人に共有したうえで、子どもと大人が同じ場で対話を行った。対話の中では、子どもたちから、どのような情報やコンテンツを求めているのか、メディアにどのような役割を期待しているのかが語られるとともに、メディアに関わる大人に対して大切にしてほしい姿勢や配慮についての意見が示され、大人は質問を重ねながら理解を深めた。

最後に、対話を通じて得られた気づきや発見を、子ども・大人それぞれの立場から全体で共有し、子どもの権利の視点に立ったメディアのあり方についてともに考えた。

(3)対話内容

対話を通じて、以下のような意見が出された。

①メディアの利用目的

子どもは、主にデジタル環境を通じて、以下のような目的でメディアを利用している。

- ・ アイドルやYouTuberなど、自身の「推し」に関するコンテンツの視聴
- ・ ゲーム実況やダンス動画など、興味・関心のある分野のコンテンツの視聴
- ・ 料理レシピや美容法などのハウツー動画を通じて、生活に役立つ情報を得ること
- ・ 著名人や経営者など、社会に影響力を持つ大人の考え方や生き方に触れること
- ・ SNSを通じて、流行や話題を把握すること
- ・ ニュース番組を通じて、社会的な出来事を把握すること
- ・ 友人との連絡や関係性を維持するためのコミュニケーション手段としてSNSを利用すること

一方で、「スマートフォンに時間を奪われるのが嫌だ」「現実の生活の方が楽しい」といった理由から、意識的にメディア利用を控えている子どもも見られた。



②メディアによる影響

②-1 ポジティブな影響

メディア利用を通じて、以下のような肯定的な影響が語られた。

- ・好きな対象の発信に触れることで、楽しさや癒し、安心感を得ている
- ・情報検索を通じて、新しい知識や気づきを得ている
- ・動画やSNSが興味関心を広げ、学びの入口となっている
- ・メディアによって他者の価値観や生き方に触れることで、将来を考えるきっかけになっている
- ・社会のニュースや文化をリアルタイムで把握できる
- ・オンライン上の関心が、対面での交流などオフラインの行動につながる場合がある

多くの発言において、メディアが「自分の世界を広げる存在」として機能している点が共通していた。

②-2 ネガティブな影響と課題

一方で、以下のようなネガティブな影響や課題も指摘された。

- ・SNS上で他者と比較することによる劣等感や自己評価の低下
- ・広告やアルゴリズムによるレコメンドによって、意図せず長時間利用してしまう状況
- ・ゲーム内広告など、利用を強制される仕組みへの違和感や不満
- ・コメント欄や切り抜き動画における誹謗中傷や印象操作への嫌悪感
- ・犯罪映像など、見たくないネガティブな情報が流れてくることによるストレス
- ・情報量の多さによって、何が正しいのか判断しづらい状況
- ・メディア上の人物に対する「人間らしさ」や「現実感」の欠如への違和感

③全体の傾向

対話を通じて、メディアは子どもにとって楽しさや学び、社会とのつながりをもたらす重要な存在である一方で、他者との比較、情報過多、見たくない情報への接触による心理的負担といったリスクも併せ持つことが確認された。とりわけ、アルゴリズムによる情報提示や過剰な情報接触は、本人の意図とは異なるかたちでネガティブな影響を及ぼす可能性があることが指摘された。

また、子どもたちは年齢が上がるにつれて利用目的を意識し、自身なりに使い方を調整しようとする姿勢が見られる傾向があった。子どもたちはメディアを単なる娯楽としてではなく、自分の生活を支えるツールや新しい世界を知る機会として捉えており、その存在は日常生活や価値観の形成に深く関わっている。

こうした状況を踏まえ、大人からは、メディアを使う目的や時間の使い方を子どもたちが言語化する機会の必要性に加え、ネガティブな影響から距離を取るための環境整備、メディアリテラシー教育、さらにフェイク動画やAI生成物を見分ける負担を軽減する認証・表示の必要性、情報の出どころや制作過程の可視化といった仕組みづくりが重要であるとの意見が示された。

3.2.3 第3回「実践から学ぶー子どもの権利に根ざしたメディア制作・発信とは」

(1)目的

現場で子どもの権利を意識しながらメディア発信を行っている実践者の経験を共有し、実装に向けた示唆を得る。

(2)内容

NHKで放映されている、5歳の主人公“みー”が日常のふとした疑問をきっかけに、こころやからだ、他者との関係性について探求していく冒険アニメーション番組『アイラブみー』について、株式会社NHKエデュケーションで本番組のチーフプロデューサーを務める藤江千紘氏に登壇いただき、制作の背景や子どもに向けた番組をつくるうえで大切にしていることについてお話いただいた。

また、朝日新聞東京本社社会部の島崎周氏には、「報道から考える人権」をテーマにご登壇いただき、性被害を受けた子どもや、子ども時代に性被害を受けた当事者らを取材する際に大切にしている配慮や、報道の現場で人権を守るために意識している点について語っていただいた。

(3)対話内容

参加者は、報道や制作の場で「子どもをどう扱うか」という具体的課題について議論した。「事前同意をどう取るか」「本人の意図をどこまで反映できるか」といった倫理的論点が共有され、「子どもの視点から見たストーリーテリング」を実践するための方法を模索した。

また、メディアのあり方を「一方的に伝えるメディア」から「ともにつくるメディア」への転換する必要性があるとの声があがった。

<コラム>

第3回の勉強会には、子どもの権利条約を研究している工学院大学教授の安部芳絵氏に参加いただき、コメントをいただいた。

「子どもの権利に根ざしたメディア制作・発信の意義と課題」安部芳絵（工学院大学教授）

権利を侵害されたとき、人は言葉を奪われる。藤江さんが番組を制作する中で当事者の方が「何か嫌だ。でも、何が嫌なのかうまく表現できない」と感じたこと、島崎さんが取材で出会った方が性被害のことになると話が止まってしまったエピソードは、まさにこのことを表している。だからこそ、権利を侵害された子どもたちの声を社会に届けていくことは重要である。

ところが、このことは容易ではない。権利を侵害された子ども、あるいはかつて子どもだった人が、そのときの気持ちをどうにかして言語化するとき、その言葉を最初に受けとめるメディア制作者もまた自分を迫られるような体験をする。どこまで聴き、伝えていいのか、この聴き方でよかったのかと葛藤する。それでもなお、しぼりだされた声を社会に届けていこうとするとき、よりどころとなるのが子どもの権利条約である。

子どもの権利条約でいう子どもの「意見」は、「Opinion」ではなく「Views」である。これは、言語化された子どもの言葉のみならず、子どもの視点、物事の捉え方、気持ちを含んでいる。つまり、うまく言葉にならないけれども、その子がその時に感じたこと、大人になったその人が子どもの時に感じたことを、いかにテレビや新聞を通して伝えていこうかが問われる。

その際、子どもの権利条約の中でも一般原則と呼ばれる4つに留意したい。一般原則とは、

- ・ 2条 差別の禁止
- ・ 3条 子どもの最善の利益
- ・ 6条 生命への権利、生存・発達の確保
- ・ 12条 子どもの意見の尊重

である。

これが全て守られた上で、番組が作られ、記事が報道されているかどうかという視点で検証することが求められる。そしてこの検証プロセスは、外部の機関が実施するというよりも、今日のこの場のように、メディア制作者自身が取材や制作のプロセスをふりかえり「子どもの権利の視点から見てどうだったのか」ということを話し合う場をつくることで、子どもの権利への解像度を上げていくことが肝要である。

3.2.4 第4回「これからのメディア実践と対話からの気づき」

(1)目的

これまでの学びを総括し、「子どもの尊厳を守るメディアの10の心得（仮）」の作成に向け、具体的な行動指針を検討し、今後のメディア実践に活かせる「ことば」を生み出すことを目指す。

(2)内容

子どもと大人が混じったグループに分かれ、参加者一人ひとりが「メディアが子どもの権利を守るために最も重要だと感じたこと」について意見を出し合った。

その際、Everybeingがこれまでの調査結果や勉強会での子どもたちの意見をもとに作成した、子どもたちのメディアに対する要望をまとめた「気持ちカード一覧—大切にしたいこと、大切にしてほしいこと—」を活用して対話を行った。

メディア×子どもの権利

気持ちカード一覧

—大切にしたいこと、大切にしてほしいこと—

<p>声を聴いてほしい</p> <p>大切にすること</p> <p>子どもの声を聴き、一緒につくる対話できる機会がある</p>	<p>急がない</p> <p>大切にすること</p> <p>自分のペースで聞かれる ゆっくり考えられる</p>	<p>本当のことを知りたい</p> <p>大切にすること</p> <p>正確な情報の提供 誠実な説明 作る過程をみせる</p>	<p>傷つけない</p> <p>大切にすること</p> <p>尊厳を大切にすること 子どもの権利の視点を持つ</p>
<p>自分で決めたい</p> <p>大切にすること</p> <p>子ども自身が選べる 対等な扱い</p>	<p>わかりやすく伝えてほしい</p> <p>大切にすること</p> <p>情報を理解しやすい形にする</p>	<p>安心したい</p> <p>大切にすること</p> <p>誹謗中傷がない 安全に使える</p>	<p>つながりたい</p> <p>大切にすること</p> <p>安全につながる 安心できるコミュニティ、居場所の役割を果たす</p>
<p>いろいろな視点を得たい</p> <p>大切にすること</p> <p>押し付けない 偏りのない情報 選択肢を増やす</p>	<p>わくわくしたい</p> <p>大切にすること</p> <p>様々な情報に触れられる 可能性を広げたり、挑戦できる</p>	<p>希望を感じたい</p> <p>大切にすること</p> <p>より良い社会につながる</p>	<p>その他</p> <p>※自由に書いてね</p>

カードを選んだ理由

ことばのアイデア



具体的には、カードの一覧を見ながら、自分がメディアと関わるうえで大切にしたいことや、メディアに大切にしてほしいことに当てはまる言葉が書かれたカードを選び、その理由を共有し合った。さらに、「子どもの尊厳を守るメディアの10の心得（仮）」に取り入れてほしい言葉のアイデアを出し合った。

(3)対話内容

参加者からは、子どもとメディアのあり方についていくつかの共通した視点が示された。

- AI生成コンテンツやフェイク動画の広がりにより、何が事実で何がそうでないのを見分けることが難しくなっているため、信頼できる情報を得たうえで自分自身で納得して判断できる情報環境がほしい
- 誹謗中傷や強い言葉による表現によって傷つくことがあるため、誰かを傷つけない形で安心して情報を受け取ることができる発信のあり方を大切にしてほしい
- 情報は多く存在するものの内容が難しく理解しにくいいため、専門的な表現に偏らず、誰にとっても分かりやすく丁寧に説明された情報を届けてほしい
- 大人の都合で決められた価値観や情報を一方的に押し付けるのではなく、子ども自身の声や感じ方も尊重される情報環境であってほしい
- ニュースによって不安ばかりが増えるのではなく、社会が良くなっていく可能性や自分も社会の変化に関わることができるという希望を感じられる情報を届けてほしい
- メディアが特定の価値観や立場に偏るのではなく、異なる意見や感情が共存でき、誰かの存在や声が否定されない多様で公平な情報環境であってほしい。



第4章 ガイドラインに必要な要素・問い

昨年度、今年度と実施した調査およびメディア関係者と子どもたちが対等な立場で語った対話会から、単なる理論の構築ではなく、現場で機能する生きた指針を目指したガイドラインに必要な要素を導き出した。

連続勉強会の第4回において、大人と子どもの参加者の対話の中から以下の言葉が共通して出された。

- みんなに寄り添う
- みんなの（子どもの）幸せにつながる
- 声が尊重される（集まる）
- 多様性がある（何色でもある）
- 希望を感じる・希望を生み出す

また、ガイドラインに必要な要素を抽出するとともに、それらが実践の中で満たされているかを考えるための問いを設定した。

①「事実の誠実な共有」と検証プロセスの可視化

子どもたちはフェイクニュースやAI生成コンテンツが溢れる中で、「事実とフェイクの見分けがつかないこと」を懸念しており、「何が本当の情報か」を知りたいという願いがあることが分かった。

◆情報の正確性と裏付け

情報の速さとエンゲージメント（いいね数やシェア数など）、インプレッションが最優先事項となり、正確性、誠実さを欠いたまま情報を発信していないか。災害や事故、世界情勢の変化など速さが必要な情報もあるため一概には言えないが、現在の情報の精度や今後の情報発信の見通しまで含めて共有しているか。

◆プロセスの開示

情報がどのような目的のために、どのようなプロセスでどうやって調べられ、つくられ共有されたか。結論だけでなく、過程を共有しているか。情報の透明性を担保し、非対称性による不利益を減らしていくにはどうしたらいいか。

◆情報の多角性

一側面だけからの情報でなく、多様な視点を共有できているか。一方向性の情報提供でなく、対話的な双方性のコミュニケーションになっているか。

◆情報の影響の考慮

短期的にだけでなく中長期的に、情報がどのように子どもに影響を及ぼすかを考慮した情報発信になっているか。

問い： その情報は透明性を持ち、情報の非対称性によって子どもに不利益を与えない作りになっていますか？

②速だけを絶対的価値と捉えない複雑な社会と呼応した視点と受け手への配慮

情報の速報性が一つの価値とされる中、情報を丁寧に確認し、多角的に深く咀嚼することのジレンマが議論された。

◆情報の速さや量だけでなく、質を担保する

情報の質を担保するための仕組みや評価があるか。

◆子どものペースの尊重

子どもが自分のスピードで考え、調べ、咀嚼し、理解する時間、空間的な余白があるか。

問い：この情報は、子どもが立ち止まって考えるだけのスペース（時間、空間、機会や人との対話など）を保障していますか。子どもが情報に使われたり、情報を消費し続ける状態をつくっていませんか？

③安全な対話空間の保障

コンテンツそのものだけでなく、付随する「コメント欄」が差別や偏見につながったり、子どもの権利や尊厳を傷つけている現状がある。

◆誹謗中傷・差別からの保護

差別的コメントや容姿への攻撃、特定の容姿などの偏った評価が、子どもの安全や安心感を奪うリスクがある。そのことを認識しているか。

◆トラウマインフォームドであること（「傷つけない」発信の徹底）

基本的人権や尊厳を傷つけるような情報をつくったり発信していないか。情報を発信するまでのプロセスはトラウマインフォームドか。

問い：この情報は、子どもが立ち止まって考えるだけのスペース（時間、空間、機会や人との対話など）を保障していますか。子どもが情報に使われたり、情報を消費し続ける状態をつくっていませんか？

④子どもの権利の保障

「大人の都合」の押し付けを避け、子どもも権利の主体であり、対等なパートナーであるという視点の大切さが議論された。

◆情報発信までのプロセスへの参加・参画

情報がどんなプロセスを経てつくり、発信されているかについて子どもに共有し、対話する機会はあるか。

◆アジェンダ設定への参加・参画

「何をどう報じるか」という選択を子どもと一緒に考えられているか。

◆自己決定の尊重

多様な価値観に触れながら、自分自身がどうしたいか、何を选びたいかを考えたり、相談する余白や選択肢を保障しているか。

◆デジタル市民としての教育機会の保障

子ども自身が自分の発達に応じて、デジタル環境や情報について適切に知り、学べる機会が保障されているか。

問い：子どもを単なる「取材対象」や「消費者」として扱っていませんか？基本的人権を持つ権利主体であり、社会を共に作る「一人の人間」として敬意をもった視点を持っていますか？

⑤「希望」にも光をあてる役割

「自分は何もできない、無力である」「この先には希望が全くない、不安だ」「自分とは関係ない」と感じる状態から、「自分にもできることがある」「希望や可能性もある」「自分たちのことでもある」と感じるような情報になっているか。

◆当事者性の構築

たくさんの情報が飛び交う中、遠くの出来事を「自分にも関わることであり、できることがある」として感じられるような、接続の工夫があるか。

◆可能性へ言及し、希望につながる要素を示しているか

悪いニュースを伝えて終わりにするだけ、あるいはセンセーショナルに伝えて終わりにするだけではなく、すでにある知恵や工夫、それぞれができること、今動き出しているグッドプラクティスなどを共有し、どうすれば可能性が開けるか、良い状態が立ち上がるかを一緒に考える視点や姿勢があるか。

◆背景を丁寧に共有し、分断や差別を助長しない

起きていることやその背景をわかりやすい二項対立や構図に回収し、差別や憎しみ、攻撃が生まれやすい情報になっていないか。起きていることの複雑さや背景を丁寧に共有し、それぞれができることの可能性を考える余白やヒントがあるか。

問い：その情報は透明性を持ち、情報の非対称性によって子どもに不利益を与えない作りになっていますか？

第5章 来年度に向けて

5.1 本プロジェクトの総括（共同代表 小澤いぶき）

子どもたちへのインタビューとアンケート調査を経て、メディア環境が子どもの暮らしやウェルビーイングにもたらす影響が明らかになってきた。また、対話の中で特定の属性を持つ人々に向けられる差別的言動は、子どものメンタルヘルスに影響するだけでなく、子どものメディア選択にも影響を及ぼしていることが語られた。

自らのアイデンティティに関わる差別的、偏見的な情報を避ける傾向がみられ、その結果、ピア（自分と近い属性、経験を持つ立場の人）として認識できるインフルエンサーの発信に多く触れたり、ニュースについては必要な場合以外は見るのを控えたりするなど、情報選択に変化が生じている。

差別的で偏った情報発信の広がりにより、差別を受ける立場にある子どもは、自身のウェルビーイングへの影響を緩和するため、自分自身にとって肯定的な情報を選択する可能性がある。

これらは、自分と似た意見や価値観を繰り返し目にすることによって、特定の考えが強化・固定化されていく「エコチェンバー現象」や、インターネット上でアルゴリズムが個人の検索・閲覧履歴に基づき、好みや関心に沿う情報のみを優先的に表示することで、異なる視点や多様な情報に触れにくくなる「フィルターバブル現象」を強化する可能性も考えられる。

一方で、デジタル環境自体は、すでに子どもにとって居場所として機能していたり、自分の可能性を広げる役割を持っており、大人による一方的な規制はそれらの肯定的な影響を疎外する可能性もある。

メディア利用は子どもの生活に深く関わる重要な要素であるからこそ、どのように利用するかという決定のプロセスそのものが、子どものウェルビーイングに影響を与えることが明らかになってきている。そのため、子どもとともに、メディアに関するさまざまな事柄について、透明性のある情報をもとに考え、対話しながら決定していくことが求められる。

また、今回の調査や対話の場で共有された多くの意見に加え、私たちがまだ十分に聴くことができていない子どもたちの声や現状にも目を向け、それらを踏まえたプロセス設計を行っていく必要があると考えている。

来年度は、これまで聴いてきた子どもたちの声、そしてまだ出会っていない子どもたちの声、そして子どもが存在やまなざしを大切にしながら、子どもおよびメディアに深い造詣をもつ専門家と協働し、メディアに関わる人々が、子どもの権利を土台とした観点からどのように制作に携わるべきかについて、そのメディアの手引き（ガイドライン）の作成を通して考えを深め、明確化していく予定である。

子どもたち、そして手引き作成に関わる人々にとって、プロセスそのものがウェルビーイングであり、子どもの権利に資する実践となることを大切にしながら、取り組みを進めていきたい。

そして、すべての子どもの毎日が子どもの権利に根ざした日々となるよう、子どもとともにある日常を育んでいきたい。

5.2 来年度の計画

こども基本法の施行などを通じて、子どもの権利保障の動きは進んでいるが、子どもの権利や人権が日常的に保障される文化の醸成・定着には、いまだ課題が残されている。

インターネットやSNSの普及によるデジタル環境の拡大は、子どものメンタルヘルスやウェルビーイングに大きな影響を与えており、国際的にも懸念が示されている。他方で、情報アクセスの多様化は子どものウェルビーイングを阻害する可能性が指摘される一方、デジタル環境が子どもたちにとって新たな居場所となりうるなど、肯定的な影響も明らかになってきており、その両面が存在している。

実際に、昨年度および今年度を実施した調査では、メディアによる獲得情報の偏り、インターネット利用時間の制御の難しさ、特定の見方や思い込み（バイアス）などについての声も聴かれた一方で、デジタル環境が子どもにとって学びや社会と接続する選択肢を広げる手段となっていることや、居場所的な役割を果たしていることが確認された。

しかしながら、近年国内ではデジタル環境における規制の動きが促進されているものの、その議論は主としてリスクや制限の側面に焦点が当てられがちであり、子どもの権利保障、特に子どもの最善の利益の観点からの検討や、メンタルヘルスやウェルビーイングへの肯定的な影響を重視する議論のプロセスは十分とはいえない。

以上のことから、メディアが子どもに与える影響を否定・肯定の両面から捉え直し、大人および情報を発信するメディアや社会が変容していくための働きかけを行っていく必要がある。

また、メディア、企業広告、SNSなどの情報媒体が子どもの権利に資するあり方へと変化し、その実践を社会に広げ、子どものウェルビーイングの保障を促進していくことが求められる。

2024年度、2025年度の調査で見えてきた、日本の子どもたちの暮らしとメディアの関わりやメディアに関わる大人と子どもの対話から洗い出された要素をもとに、来年度は子どもの権利に資する情報発信が広く実現されるための手引きを作成することを目指す。同時に、子どもたちとともに、市民社会に対して子どもの権利に根ざした情報発信の重要性を共有し、対話を継続していく。

参考資料・コラム

子どもの権利およびウェルビーイングに資するメディア実践の具体例として、グッドプラクティス事例を紹介する。

(1)楽しみながら「お守り」を届ける実践：NHK Eテレ『アイラブミー』

NHK Eテレで放映している子ども向け番組『アイラブミー』は、5歳の主人公「ミー」が「じぶんを大切にする」ことをテーマに、心や体、他者との関わりを探求する教育アニメ番組である。

株式会社NHKエデュケーショナルで本番組のチーフプロデューサーを務める藤江千紘氏は、本番組は当初、性教育の必要性を出発点として企画されたが、専門家との対話を重ねる中で、性教育の根幹は「自分を知り、自分を大切にする」とあるという認識に至り、「包括的な人権教育」へと方向性を転換していったという。

番組では、「自分を大切にするとはいどういうことか」という問いを軸に、親しい関係においても境界線を守ることの重要性や、心の違和感を「心のアラーム」として受け止めることなど、子どもが自らを守るための視点が物語の中に丁寧に組み込まれている。

いわゆる“お説教的な表現”を避け、何度も見たくなる構成を重視することで、子どもが楽しみながら視聴する中で、ふとした瞬間に気づきを得られるようなメッセージデザインが徹底されている点が特徴である。また、多様な家族構成やジェンダーに配慮したキャラクター設定を行うことで、すべての子どもが「自分事」として受け止められる工夫がなされている。

(2)当事者取材にこだわる理由と取材の工夫：朝日新聞記者の取り組み

性暴力や虐待など、特に被害者への細やかな配慮が求められるテーマを扱う報道においては、記者一人ひとりが人権に根ざした報道倫理を強く意識する必要がある。

朝日新聞記者の島崎周氏は、子どもへの性暴力に関する取材を通じて、被害によって深いトラウマを負った当事者への取材に取り組んできた。「被害をなくすためには、加害をなくす視点が不可欠である」との認識のもと、問題の表層にとどまらず、加害が生まれる構造的な背景事情に迫る姿勢を重視して取材に取り組んでいる。

取材の過程においては、当事者に対して取材の目的を丁寧に説明し、「答えない権利」があることを明確に伝えている。また、客観的に見て当事者の心身の安全が脅かされるおそれがある場合には、たとえ本人が取材を希望したとしても中止や中断を提案するなど、当事者の意思を尊重しながらも、安全に進めることを目指している。

さらに、性被害の実態を伝える際には、「わいせつ行為」といった曖昧な表現にとどまるのではなく、議論を重ねながら被害内容の解像度を高めて記述することを意識している。これは、性暴力とは何であるかを伝え、社会全体の性暴力の問題への認識を高めていくために、メディアが果たすべき重要な役割であると位置づけている。

(3)制作プロセスに権利を組み込む試み：zow filmsとの映像制作

子どもの権利に配慮した情報発信を社会全体に広げていくためには、メディアの作り手自身の意識変容が不可欠である。本プロジェクトでは、その一環として映像制作会社zow filmsと連携し、大人と子どもが対話し、子どもの人権に配慮したメディアのガイドライン作成のための勉強会のプロセスを映像化する取り組みを行った。

これは、メディア関係者が「子どもの権利」を自らの実践として捉えるきっかけをつくることを目的としている。

制作にあたっては、映像の内容だけでなく、「作り方」そのものに子どもの権利を組み込むことを重視し、以下の点に留意した。

①説明と同意の徹底

子ども・大人を問わず、撮影の目的や映像の使用方法について丁寧に説明し、全員から同意を得るプロセスを徹底した。

②編集過程の共有と対話

制作側が一方向的に編集を行うのではなく、編集内容を参加者と共有し、意見を交わす機会を設けた。

③文脈の尊重

子どもの発言を大人の都合で解釈したり、センセーショナルに切り取ったりすることを避け、発言の背景や文脈を歪めない編集を心がけた。

「何を伝えるか」だけでなく、「どのように作るか」という制作プロセスそのものにおいて子どもの尊厳を尊重する姿勢こそが、子どもの権利に根ざした情報発信において最も重要である。



発行：2026年3月20日

実施主体：一般社団法人Everybeing

実施協力：認定NPO法人PIECES

編集：工藤瑞穂（NPO法人soar）

撮影：川島彩水

問い合わせ：info@everybeing.or.jp