

2026年2月衆議院選挙における SNS調査報告：生成AIコンテン ツの拡散と偽情報の調査結果

GMOブランドセキュリティ株式会社、株式会社NABLAS 共同調査

調査・AI分析： **GMO** BRAND SECURITY

AI分析・技術協力：  NABLAS

2026年2月



Index

- エグゼクティブ・サマリー
- 第1章 はじめに：なぜ衆議院選挙と偽情報なのか
- 第2章 調査の全体像：何を、どこまで観測したのか
- 第3章 技術的アプローチ：情報の出所をどう見ようとしたか
- 第4章 分析から見えた現実と限界
- 第5章 提言：AI生成コンテンツの時代に、偽情報問題にどう向き合うべきか
- 第6章 おわりに
- 付録A：調査指標および定量的観測結果

第1章 はじめに：
なぜ衆議院選挙と偽情報なのか

第2章 調査の全体像：
何を、どこまで観測したのか

第3章 技術的アプローチ：
情報の出所をどう見ようとしたか

第4章 分析から見えた現実と限界

第5章 提言：
AI生成コンテンツの時代に、
偽情報問題にどう向き合うべきか

第6章 おわりに

付録A：
調査指標および定量的観測結果

エグゼクティブ・サマリー

2026年2月に行われた衆議院選挙は、日本社会にとって民主主義の根幹に関わる重要な局面であったと同時に、SNSを中心とした情報環境の変化が、選挙プロセスにどのような影響を与えているのかが、これまで以上に問われる機会でもあった。

近年、SNSは政治情報の主要な流通経路の一つとなり、投稿、画像、動画が短時間で広範囲に拡散される状況が常態化している。こうした環境下では、事実に基づかない情報や、文脈を欠いた情報、さらには生成AIを用いて作成されたコンテンツが、必ずしも悪意を伴わずに拡散されるケースも少なくない。生成AIの利用そのものが直ちに偽情報を意味するわけではない一方で、有権者にとっては情報の真偽や出所を見分けることが従来以上に困難になっており、「何が事実なのか分からない」という不信感が広がるリスクが指摘されている。

本白書は、こうした問題意識のもと、2026年2月衆議院選挙という具体的な社会的文脈において、SNS上に流通する情報の実態を、実データに基づいて観測・分析することを目的として実施したものである。当社は偽情報対策を専門とする企業ではないが、ブランドセキュリティの分野において長年取り組んできた「情報の出所」や「真正性」の観点から、本調査に取り組んだ。

調査では、X、Facebook、TikTokといった主要SNSを対象に、衆議院選挙に関連する投稿、画像、動画を大規模に収集した。収集した約351万8661件のデータに対しては、画像・動画に含まれる可視透かしやEXIF等のメタデータの検出、ならびにAIを用いたコンテンツ分析を実施した。AI分析については、協力会社である株式会社NABLASと連携し、生成AIの利用可能性や視覚的・文脈的な特徴の抽出を試みている。

その結果、情報の収集や量的な把握、一定の技術的特徴の抽出は可能である一方で、情報の出所や意図、真偽を即時かつ高精度に判断することには、現時点では多くの制約が存在することが明らかとなった。特に、SNS事業者による再エンコード処理により、画像・動画に付随するメタデータが失われている実態は、情報の真正性を検証するうえで大きな制約となっている。また、生成AIの利用有無のみをもって偽情報を判定することは適切ではなく、投稿文脈や拡散のされ方を含めた分析が不可欠であることも確認された。

本白書が示すのは、偽情報の正誤を断定する結論ではない。むしろ、選挙という現実の情報空間において、現行の技術や制度で「何が可能で、何が困難であるのか」という境界線を可視化することに主眼を置いている。偽情報問題は、技術、制度、社会のいずれか一つで解決できる課題ではなく、それぞれが役割を分担し、相互に補完し合うことが不可欠である。

本白書が、政策立案者、プラットフォーム事業者、報道機関、企業、そして市民社会にとって、今後の議論を進めるための現実的な出発点となることを期待したい。

第1章 はじめに：なぜ衆議院選挙と偽情報なのか

2026年2月衆議院選挙という社会的文脈

2026年2月に行われた衆議院選挙は、日本社会にとって、民主主義の根幹に 関わる重要な意思決定の場であったと同時に、情報環境の変化が選挙プロセスに与える影響が、これまで以上に顕在化する局面でもあった。

近年、SNSをはじめとするデジタルプラットフォームは、政治情報の主要な流通経路の一つとなり、有権者が政策や候補者に関する情報へアクセスする手段を大きく変化させてきた。一方で、これらのプラットフォーム上では、事実に基づかない情報や、文脈を欠いた情報、さらには生成AIの進展によって作成された画像・動画・テキストが、短時間で広範囲に拡散する状況が生まれている。

こうした情報環境の変化は、必ずしも悪意ある行為のみによって引き起こされるものではない。善意や支持表明の延長として拡散された情報が、結果として誤解を生み、社会的分断や混乱を助長する可能性も指摘されている。また、生成AIを用いたコンテンツの利用そのものが、直ちに偽情報を意味するわけではなく、従来の「真／偽」という二分法では捉えきれない情報が増加している点も、現在の大きな特徴である。

選挙期間中は、情報の量と拡散速度が平時とは比較にならないほど高まり、真偽の確認や出所の検証が追いつかないまま、情報が消費・共有される傾向が強まる。そのため、どのような情報が、どのような形で流通しているのかを、実データに基づいて把握することは、健全な民主主義を考えるうえで重要な課題となっている。

一方で、偽情報問題への対応は、表現の自由や匿名性といった民主社会の基本原則とも密接に関係しており、単純な規制や技術的対処のみで解決できるものではない。過度な抑制は正当な言論活動を萎縮させるおそれがある一方、何ら手当てを行わないことも、社会的影響の拡大を招きかねない。

本白書は、こうした複雑な状況を前提としたうえで、2026年2月の衆議院選挙という具体的な社会的文脈の中で、SNS上に流通する情報の実態を観測し、技術的に何が可能であり、何が困難であるのかを整理・共有することを目的とするものである。

第1章 はじめに：
なぜ衆議院選挙と偽情報なのか

第2章 調査の全体像：
何を、どこまで観測したのか

第3章 技術的アプローチ：
情報の出所をどう見ようとしたか

第4章 分析から見た現実と限界

第5章 提言：
AI生成コンテンツの時代に、
偽情報問題にどう向き合うべきか

第6章 おわりに

付録A：
調査指標および定量的観測結果

偽情報・生成AIコンテンツが民主主義に与える影響

民主主義は、市民が十分な情報に基づいて意思決定を行うことを前提として成立している。選挙においても、有権者が候補者や政策について多様な情報に接し、それらを比較・検討したうえで投票行動を選択することが求められる。しかし近年の情報環境の変化は、この前提そのものに影響を及ぼしつつある。

SNSを通じて流通する情報は、即時性と拡散力に優れる一方で、その出所や正確性が十分に検証されないまま共有される傾向がある。特に、断片的な事実や誤解を招く表現、文脈を欠いた情報は、意図せずして特定の印象を強化し、冷静な判断を妨げる可能性がある。これらは必ずしも明確な虚偽であるとは限らず、「誤情報」として社会に影響を与える点に特徴がある。

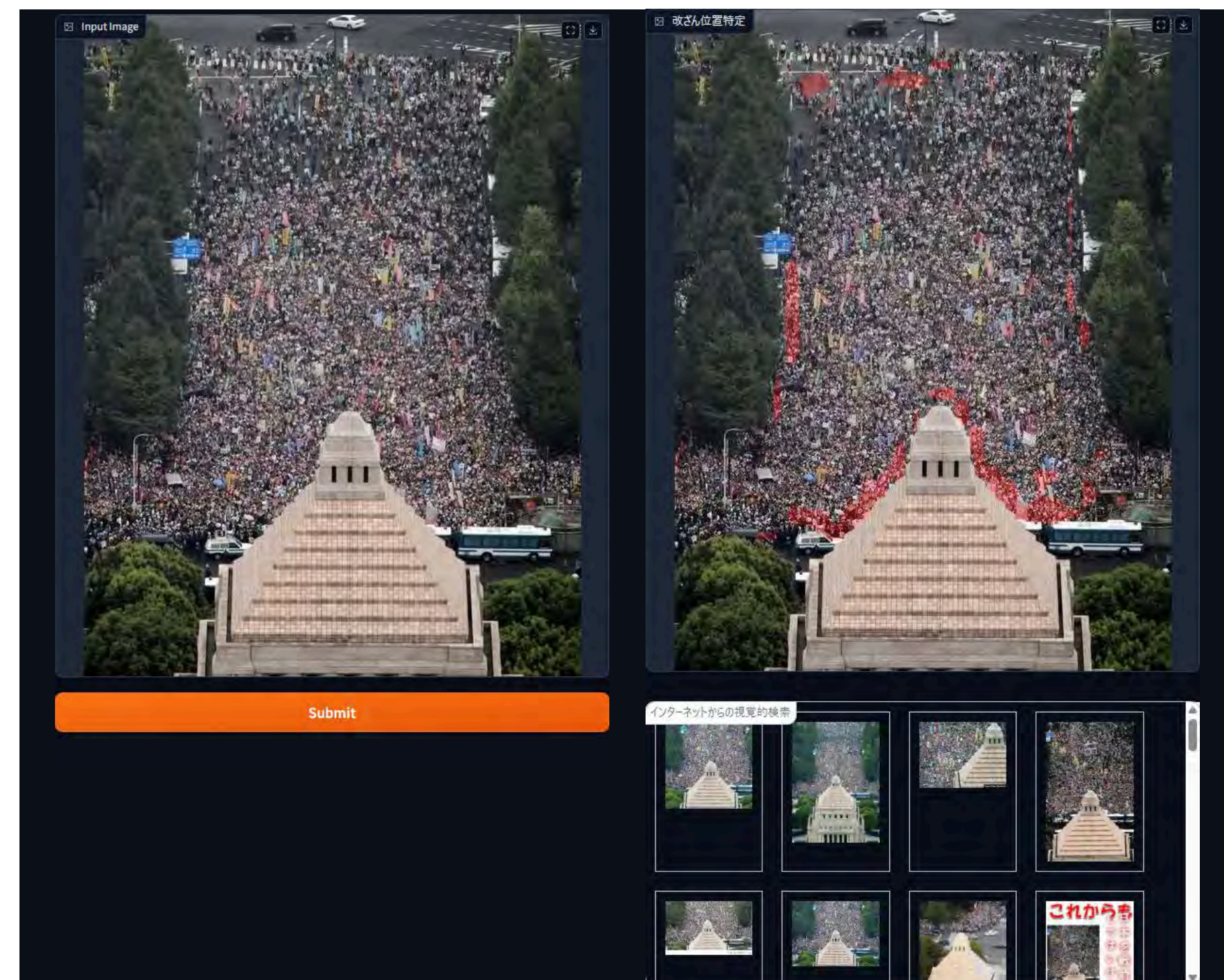
さらに、生成AI技術の進展により、画像・動画・音声・テキストといった多様な形式のコンテンツが、専門的な知識を持たない個人であっても容易に作成できるようになった。こうした技術は、創作や表現の幅を広げる一方で、実在する人物や出来事をあたかも事実であるかのように見せるコンテンツを生み出す可能性も内包している。

重要なのは、生成AIを用いたコンテンツの存在そのものが、直ちに偽情報や不正行為を意味するわけではないという点である。しかし、受け手にとっては、従来以上に情報の真偽や出所を見分けることが困難になっており、その結果、「何が事実なのか分からない」という不信感が社会全体に広がるリスクが指摘されている。

このような状況が進行すると、有権者が特定の情報を信じるか否か以前に、政治的情報全般に対する信頼そのものが低下し、健全な議論や熟議が成立しにくくなる可能性がある。また、感情を強く刺激する情報が優先的に拡散される環境下では、冷静な政策論争よりも、対立や分断を助長する言説が可視化されやすくなる。

民主主義における課題は、単に「偽情報を排除すること」にとどまらない。情報の出所や文脈が見えにくくなることによって、信頼の基盤そのものが揺らぐ点にこそ、本質的な問題が存在する。こうした課題に対しては、規制や技術的対策のみならず、情報を発信する側、受け取る側、そして情報環境を支えるプラットフォームそれぞれの役割を再考する必要がある。

本白書は、こうした民主主義への影響を背景に、選挙という現実の情報空間において、偽情報や生成AIコンテンツがどのように流通し、どのような課題が生じているのかを、実データに基づいて整理することを試みるものである。



第1章 はじめに：
なぜ衆議院選挙と偽情報なのか

第2章 調査の全体像：
何を、どこまで観測したのか

第3章 技術的アプローチ：
情報の出所をどう見ようとしたか

第4章 分析から見えた現実と限界

第5章 提言：
AI生成コンテンツの時代に、
偽情報問題にどう向き合うべきか

第6章 おわりに

付録A：
調査指標および定量的観測結果

ブランドセキュリティの観点からの取り組み

当社は、いわゆる「偽情報対策」を専門とする企業ではない。主たる事業領域は、企業や組織が築き上げてきたブランドを、なりすましや不正利用、誤認を招く行為から守ること、すなわちブランドセキュリティである。

ブランドセキュリティの分野において重要視されてきたのは、「その情報や表現は、誰が発信したものなのか」「正当な出所に基づくものなのか」「受け手に誤解を与えるおそれはないか」といった、情報の出所や真正性に関する問いである。これらは、フィッシング対策、なりすまし対策、公式情報の識別といった文脈で、長年にわたり技術的・運用的に扱われてきた課題でもある。

近年の偽情報・誤情報問題は、扱う対象や社会的影響の規模こそ異なるものの、その本質には共通点がある。すなわち、情報の発信元が分かりにくくなり、真偽や文脈の判断が困難になることで、受け手の信頼判断が揺らぐという点である。この構造は、ブランドのなりすましや誤認を防ぐという課題と、本質的に地続きの関係にある。

特にSNS上では、投稿や画像、動画が瞬時に再共有される過程で、元の出所や文脈が失われやすい。ブランドの世界では、公式であることを示すマークや認証の欠如が誤認を招くように、選挙や社会的議論においても、情報の出所が見えない状態は、意図せぬ混乱や不信を生み出す要因となり得る。

当社が本調査に取り組んだ理由は、偽情報を判定・排除することそのものではなく、ブランドセキュリティの分野で培ってきた技術や知見を用いて、情報の出所や真正性がどの程度可視化できるのか、また、どの段階で限界に突き当たるのかを検証する点にある。

本白書は、偽情報対策の「万能な解決策」を提示するものではない。むしろ、ブランドセキュリティ企業の立場から、選挙という社会的に重要な文脈において、情報の出所や真正性を巡る課題を観測・整理し、今後の技術的・制度的議論に資する材料を提供することを目的としている。

本白書の位置づけと独自性

近年、日本国内においても、偽情報・誤情報問題に関する調査報告書や研究レポートが複数公表されている。これらは、国民意識調査や制度的対応の整理、ファクトチェックの重要性の提示など、社会的課題を俯瞰的に捉えるうえで重要な役割を果たしてきた。

一方で、既存の報告書の多くは、アンケート調査や文献整理を中心とした分析であり、SNS上に実際に流通している投稿・画像・動画といった一次データを、大規模かつ横断的に観測・解析した事例は限定的であった。

本白書は、こうした既存研究の蓄積を踏まえつつも、アプローチを異にする。すなわち、2026年2月の衆議院選挙という社会的影響が極めて大きく、かつ短期間に情報が集中・拡散するイベントを対象とし、X、Facebook、TikTokといった主要SNS上の関連投稿、画像、動画を大規模に収集・分析した点に特徴がある。

本調査では、ブランドセキュリティ分野で培ってきた技術を応用し、画像・動画に含まれる可視透かしやEXIF等のメタデータの検出、ならびにAIを用いたコンテンツ解析を実施した。また、生成AIの利用有無のみをもって偽情報と断定するのではなく、文脈を含めた分析の必要性や、その技術的限界についても検討を行った。

その結果、情報の収集自体は一定程度可能である一方で、SNS事業者による再エンコード処理によってメタデータが失われている実態や、AIによる偽情報判定が現時点では高い信頼性を持ち得ないことなど、**技術的・制度的な「詰まりどころ」**が明らかになった。

本白書は、既存の偽情報関連白書が主に位置してきた「社会・制度整理」や「意識調査」中心の領域とは異なり、実データの観測と技術的検証を軸に、特定の社会的イベントを対象として分析を行う領域に位置づけられる。

なお、本白書は、個別の情報やコンテンツについて真偽を断定することを目的とするものではない。むしろ、選挙という現実の情報環境において、現行の技術や制度で何が可能で、何が困難であるのかを可視化し、共有することを主眼としている。

偽情報問題は、社会的影響の大きさに対して、制度的・技術的対応が十分に追いついていない分野である。本白書が、今後の政策議論、技術開発、報道機関やプラットフォーム事業者の取り組みにおいて、現実的な議論の出発点となることを期待したい。

第2章 調査の全体像：何を、どこまで観測したのか

本章では、本白書における調査の対象、方法、および分析の範囲について概説する。本調査は、偽情報や生成AIコンテンツの正誤を断定することを目的としたものではなく、2026年2月衆議院選挙という社会的イベントを取り巻く情報環境を、実データに基づいて観測・整理することを主眼としている。

2.1 調査の目的と基本方針

本調査の目的は、選挙期間においてSNS上で流通する情報の実態を把握し、情報の出所や真正性に関して、技術的に何が可能であり、何が困難であるのかを明らかにする点にある。そのため、特定の投稿やコンテンツを評価・断罪するのではなく、あくまで全体的な傾向や構造に着目した。

また、本調査は当社としても、これまでに例のない広範囲な情報収集・分析を伴う取り組みであり、技術的検証の側面を強く持つ試行的な調査でもある。そのため、分析結果については一定の前提条件や制約が存在することを、あらかじめ明示しておく。

2.2 調査対象とデータ収集の概要

調査対象としたプラットフォームは、国内において利用者数が多く、政治的情報の流通においても影響力を持つ以下のSNSである。

- X
- Facebook
- TikTok

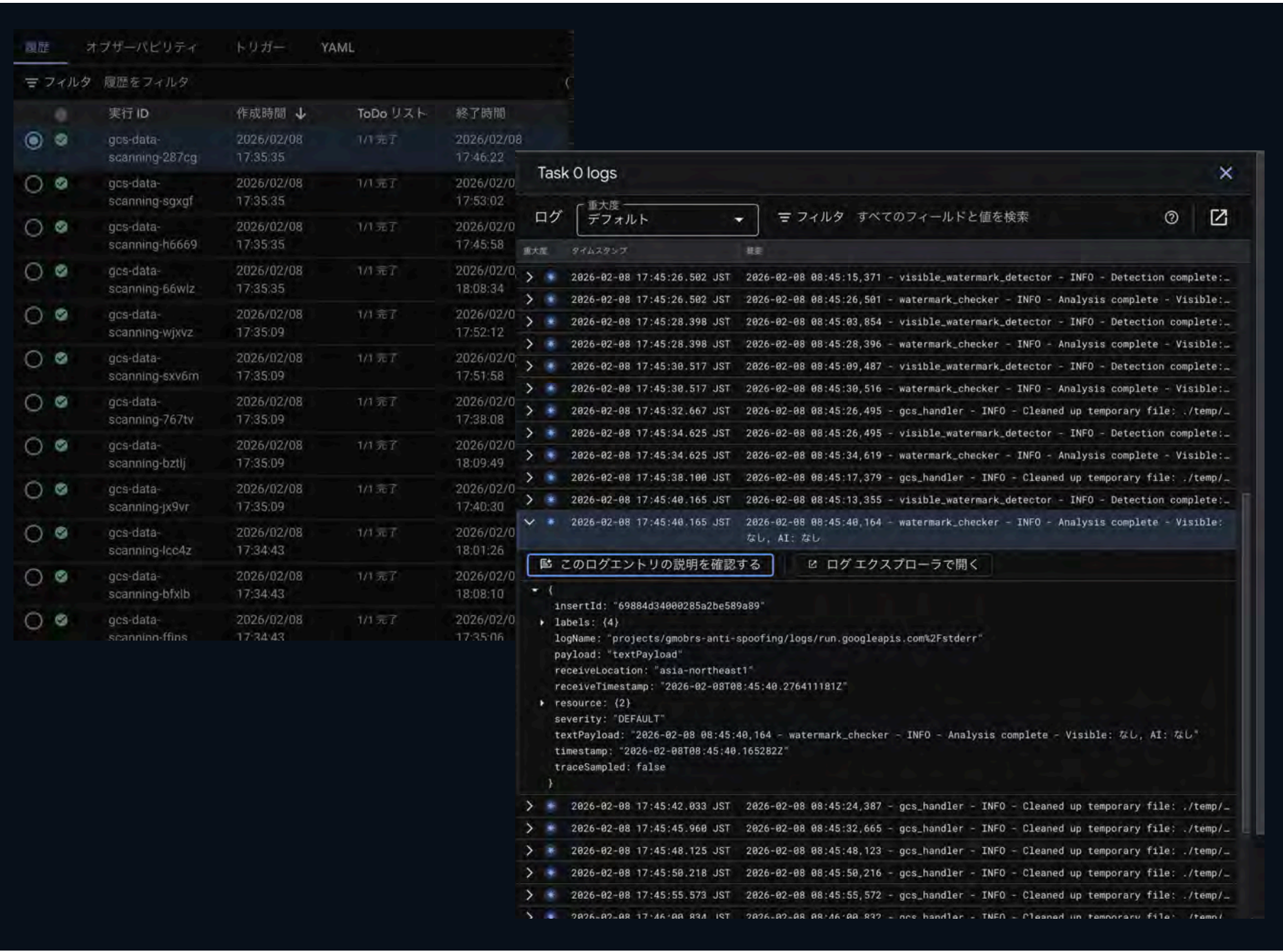
これらのプラットフォーム上において、衆議院選挙に関連するキーワードを基に、投稿、画像、動画を含むコンテンツを大規模に収集した。収集対象は、テキスト投稿に限らず、画像単体の投稿や動画コンテンツ、これらを組み合わせた形式も含んでいる。

なお、SNS上の情報は、投稿後に削除・非公開化される場合や、アルゴリズムによる表示制御が行われる場合がある。そのため、本調査で収集したデータは、特定の時点における情報環境を切り取ったものであり、全ての情報を完全に網羅するものではない。

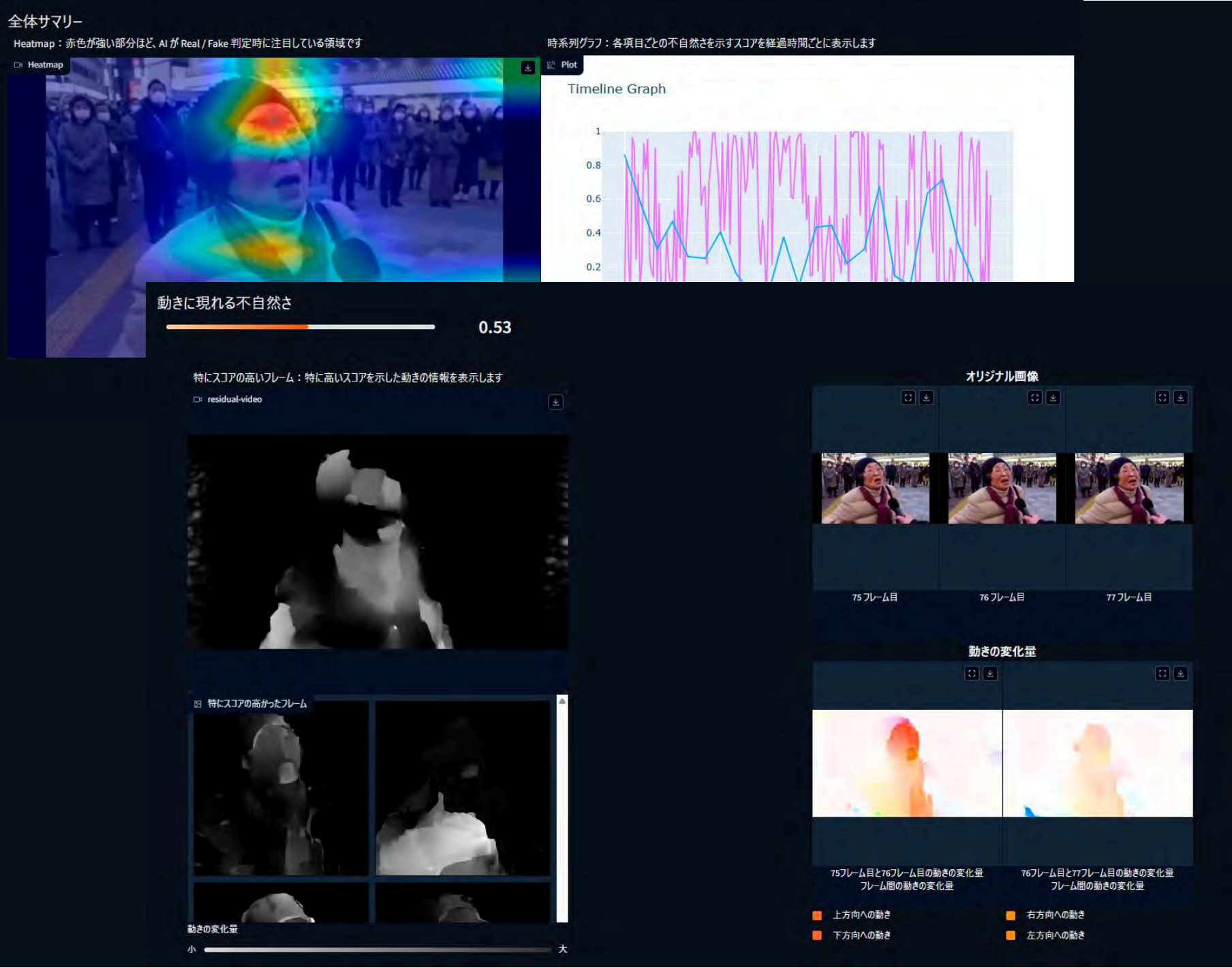
2.3 収集データに対する技術的分析

収集したコンテンツに対しては、主に以下の二つの観点から分析を行った。

第一に、画像および動画データについて、可視透かしやEXIF等のメタデータの検出を試みた。これらの情報は、本来であればコンテンツの作成環境や出所を示す手がかりとなり得るものであり、ブランドセキュリティ分野においても、真正性確認の重要な要素として扱われてきた。



第二に、画像・動画・投稿内容について、AIを用いた分析を実施した。本分析は、協力会社であるNABLASと連携し、生成AIの利用可能性や、既存コンテンツとの類似性、文脈的な不整合などを機械的に検出することを目的としている。



ただし、生成AIの利用有無のみをもって、当該コンテンツを偽情報と判断することは適切ではない。そのため、本調査におけるAI分析は、あくまで補助的な指標として位置づけている。

2.4 分析範囲と限界

本調査を通じて、選挙関連コンテンツの量的把握や、一定の技術的特徴を捉えることは可能であった。一方で、情報の真偽や意図を高い精度で即時に判断することについては、現行の技術および制度の下では困難であることも明らかとなった。

特に、SNS事業者による再エンコード処理によって、画像や動画に付随するメタデータが失われるケースが多く確認されており、情報の出所を遡るうえで大きな制約となっている。また、投稿文脈や拡散経路を含めた包括的な分析については、後追いで検証にならざるを得ない状況が存在する。

これらの点を踏まえ、本白書では、調査結果を断定的に示すのではなく、技術的・制度的な現状を整理し、今後の議論に資する材料として提示することを重視している。

第3章 技術的アプローチ：情報の出所をどう見ようとしたか

本章では、第2章で述べた調査対象データに対して実施した技術的分析の内容と、そこから得られた主な知見について整理する。分析は、主に「情報の出所や作成背景をどの程度把握できるか」という観点から行った。

3.1 画像・動画に対する可視透かしの検出

収集した画像および動画データ351万8661点に対し、まず可視透かしの有無を機械的に検出した。可視透かしは、作成者や配信元が意図的に付与するものであり、コンテンツの出所や正当性を示す手がかりとなり得る。

分析の結果、想定以上に多くの画像・動画において、何らかの可視透かしが確認された。これらの透かしは、メディア、制作会社、配信プラットフォーム、あるいは個人の識別情報を示すものなど、形式や目的は多様であった。

一方で、可視透かしが存在する場合であっても、それが必ずしも公式情報や信頼性を保証するものではないことも明らかとなった。透かしの意味や付与意図を判断するには、別途文脈や発信主体の確認が必要であり、透かしの検出のみで情報の正当性を評価することは困難である。

3.2 EXIF等メタデータの検出とその限界

次に、画像・動画に付随するEXIF等のメタデータの検出を試みた。これらのメタデータには、撮影日時、撮影機器、編集履歴など、コンテンツの作成背景を推定するための情報が含まれる場合がある。

しかし、分析の過程で明らかになったのは、SNS上に流通する多くの画像・動画において、こうしたメタデータが保持されていない、あるいは大幅に削除・書き換えられているという実態である。これは、投稿時や配信時にSNS事業者側で行われる再エンコード処理の影響によるものと考えられる。

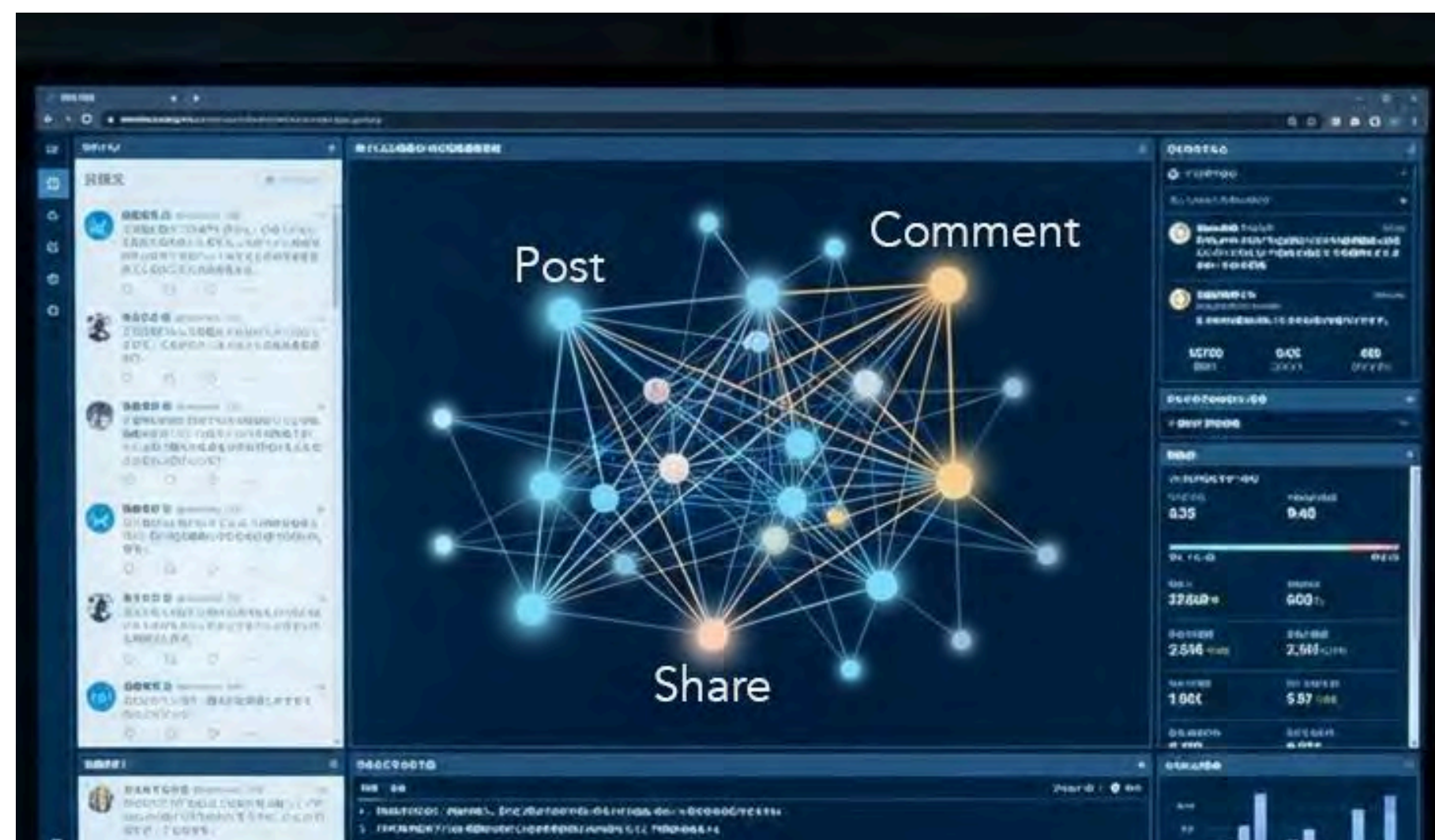
本来、メタデータは情報の出所や真正性を確認するうえで有効な手段となり得るが、現行のSNS環境においては、その前提が成立していないケースが多い。結果として、メタデータに基づく出所確認は、限定的な補助情報にとどまらざるを得ない状況にある。

3.3 AIを用いたコンテンツ分析の試み

収集した投稿、画像、動画については、協力会社であるNABLASと連携し、AIを用いた分析を実施した。本分析では、生成AIの利用可能性、既存コンテンツとの類似性、視覚的・言語的な不整合などを機械的に検出することを試みている。

分析の過程で明らかになったのは、生成AIが利用されている可能性を示す兆候を検出すること自体は可能である一方で、それをもって当該コンテンツを偽情報と断定することは適切ではないという点である。生成AIは、正当な表現手段や補助ツールとしても広く利用されており、利用の有無と情報の真偽は必ずしも一致しない。

また、画像・動画単体の分析では判断が難しいケースが多く、投稿文やコメント、拡散のされ方といった文脈情報を含めた解析が不可欠であることも確認された。これらの文脈解析については、現時点では人手による確認や、後追いで分析が必要となる場面が多い。



3.4 分析を通じて見えた構造的課題

以上の分析を通じて、技術的に把握可能な情報と、現時点では把握が困難な領域の境界が浮き彫りになった。すなわち、コンテンツの量的把握や、一定の技術的特徴の抽出は可能である一方で、情報の出所や意図、真偽を即時かつ高精度に判断することは難しい。

特に、SNS上での急速な拡散や、再編集・再共有の過程において、出所情報や文脈が失われやすい構造は、ブランドのなりすまし対策においても共通する課題である。この構造的課題は、個別の技術改良のみで解決できるものではなく、プラットフォーム設計や社会的な合意形成と密接に関係している。

本章で示した分析結果は、偽情報対策の限界を示すものではなく、むしろ現実の情報環境において、技術がどこまで機能し、どこで壁に突き当たるのかを示すものである。次章では、これらの知見を踏まえ、制度的・社会的な観点からの課題整理を行う。

第4章 分析から見た現実と限界

4.1 情報の「収集」は可能だが、「理解」は容易ではない

本調査において、SNS上に流通する選挙関連コンテンツを広範囲に収集し、量的な把握を行うこと自体は可能であった。投稿数の増減や、特定の話題が集中的に可視化されるタイミングなど、情報の流通量や表層的な動向については、一定の観測が可能である。

一方で、収集された情報がどのような意図で作成され、どの程度の影響を与えているのかを理解することは、容易ではない。特に、画像や動画、短文投稿といった形式の情報は、文脈が欠落した状態で消費されやすく、単体の分析だけでは意味付けが困難である。

この点は、情報量の増大と分析能力の向上が必ずしも理解の深化につながらないことを示しており、現在の情報環境における大きな特徴の一つといえる。

4.2 メタデータ消失がもたらす出所不明性

画像・動画に付随するEXIF等のメタデータは、本来であれば情報の出所や作成背景を推定するうえで有効な手がかりとなる。しかし、本調査においては、SNS上に流通する多くのコンテンツで、これらのメタデータが保持されていない実態が確認された。

SNS事業者による再エンコード処理や仕様変更は、利便性や安全性の観点から行われている側面もあるが、その結果として、情報の出所を遡るための技術的手段が失われている。これにより、後から検証しようとした際に、客観的な根拠を得ることが難しくなるケースが少なくない。

この構造は、偽情報対策に限らず、情報の真正性を確認するあらゆる取り組みに共通する制約となっている。

The image shows a dark-themed form with various input fields for document metadata. The fields are arranged in two columns. The left column includes: 'Date Created:' with a placeholder 'YYYY/MM/DD HH:MM:SS', 'City:', 'State/Province:', 'Country:', 'Credit Line:', 'Source:', and 'Headline:'. The right column includes: 'Document Title:', 'Author:' (with a note 'Semicolons or commas can be used to separate multiple'), 'Author Title:', 'Description:', 'Rating:' (with five star icons), and 'Description Writer:'. Each field is represented by a light gray rectangular box.

4.3 AIによる判定の限界と「後追い分析」の現実

AIを用いた分析は、大量のコンテンツを効率的に処理するうえで有効な手段である。しかし、本調査を通じて、AIによる分析結果を即時かつ高い信頼度で判断材料とすることには、現時点では限界があることが明らかになった。

生成AIの利用可能性を示す兆候が検出された場合であっても、それが直ちに偽情報を意味するわけではなく、最終的な判断には人間による文脈理解や追加情報の確認が必要となる。結果として、分析は事後的、すなわち「後追い」にならざるを得ない場面が多い。

この後追い性は、技術の未成熟さだけでなく、拡散速度が極めて速いSNS環境そのものに起因する構造的な課題でもある。

4.4 技術だけでは埋められない制度・運用上の課題

偽情報や生成AIコンテンツをめぐる問題は、技術的な検出や分析の精度向上だけで解決できるものではない。表現の自由や匿名性といった民主社会の基本原則との関係を考慮する必要がある、単純な規制強化や一律の制限は、新たな問題を生む可能性もある。

また、政府が一元的に情報の真偽を判断することには、慎重な議論が求められる。一方で、民間企業や報道機関、研究機関、市民社会がどのように役割分担を行うかについては、十分な合意形成がなされているとは言い難い。

本調査で明らかになったのは、技術・制度・運用のいずれか一つが欠けても、情報の真正性を巡る課題に対応することは困難であるという点である。

4.5 本章のまとめ

以上の分析から、現在の情報環境においては、コンテンツの収集や一定の技術的解析は可能であるものの、情報の出所や意図、影響を即時に把握することには多くの制約が存在することが確認された。

これらの限界は、特定の主体や技術の不足によるものではなく、SNSを中心とした情報流通構造そのものに起因する側面が大きい。本章で整理した現実と課題を踏まえ、次章では、技術・制度・社会それぞれの立場から、今後検討すべき対応や提言について論じる。

第5章 提言：偽情報問題にどう向き合うべきか

本章では、第2章から第4章までの調査および分析を踏まえ、偽情報および生成AIコンテンツを巡る課題に対して、今後検討されるべき対応の方向性について提言を行う。これらの提言は、特定の主体に責任を集中させるものではなく、SNS事業者、制度設計者、企業・報道機関、そして情報を受け取る個人・市民それぞれが担う役割を整理することを目的としている。

5.1 SNS事業者求められる対応

本調査において、画像や動画に付随するEXIF等のメタデータが、SNS事業者側の再エンコード処理によって失われている実態が確認された。これらのメタデータは、情報の出所や作成背景を推定するための重要な手がかりであり、真正性の確認という観点からは、本来保持されることが望ましい。

すべてのメタデータをそのまま公開することが難しい場合であっても、検証可能な形で保持・参照できる仕組みや、将来的な検証に資する設計について、検討の余地があると考えられる。

また、選挙期間中など社会的影響が大きい局面においては、急激な拡散を抑制する仕組みや、情報の出所に関する注意喚起を促す設計など、アルゴリズム面での工夫も重要な論点となる。

5.2 制度的観点における留意点

偽情報問題への対応は、表現の自由や匿名性といった民主社会の基本原則と密接に関係しており、制度設計においては慎重な検討が不可欠である。過度な規制は、正当な言論活動や市民参加を萎縮させる可能性がある一方、何ら手当てを行わないことも、社会的混乱を助長しかねない。

重要なのは、完全な排除や一律の制限を目指すのではなく、透明性の確保や説明責任の強化といった観点から、段階的かつ柔軟な制度設計を検討することである。一定の匿名性を残しつつ、影響力の大きい情報発信に対しては、より高い説明可能性が求められるという考え方も、一つの方向性となり得る。

5.3 個人・市民への啓発の重要性

情報環境の健全性は、技術や制度のみで維持できるものではなく、情報を受け取り、拡散する個人・市民の行動に大きく依存している。本調査で確認されたように、感情を強く刺激する投稿や、拡散を促す表現は、真偽の確認が行われないまま共有されやすい傾向がある。

こうした状況に対しては、「すぐに拡散しない」「一度立ち止まって考える」といった基本的な行動を促す教育・啓発が引き続き重要である。これは、情報を疑う姿勢を過度に強調するものではなく、情報との健全な距離感を身につけるための取り組みとして位置づけられるべきである。

5.4 企業・報道機関・著名人の役割

企業や報道機関、ジャーナリスト、社会的影響力を持つ著名人は、情報環境において特に大きな影響力を持つ存在である。こうした主体が、自らの発信に対して責任ある姿勢を示すことは、社会全体の信頼形成に寄与する。

具体的には、公式アカウントであることを明確に示す仕組みの活用や、公式バッジの取得・運用を積極的に行うことが考えられる。公式であることが可視化され、「公式バッジ＝一定程度信頼できる」という社会的コンセンサスが形成されることは、ブランドセキュリティの観点からも重要である。

また、報道機関やジャーナリストが、匿名の個人と同一の振る舞いで情報を発信することについては、社会的役割の観点から再考の余地がある。立場や責任の違いを踏まえた発信のあり方が、改めて問われている。

5.5 技術と社会の持続的な関係構築に向けて

偽情報や生成AIコンテンツの問題に対しては、「AIにはAIで対応する」という発想も一定の合理性を持つ。監視や分析に関する技術的发展は不可欠であり、今後も継続的な研究開発が求められる。

一方で、偽情報問題を政府が一元的に判断・管理することには慎重であるべきであり、報道機関や学術機関、市民社会との協力が不可欠である。特に、ファクトチェックセンターなど中立性の高い機関への支援や資金提供は、社会全体の情報健全性を高めるための重要な要素となる。

ブランドオーナーがブランド保護のために投資を行ってきたのと同様に、社会全体として、情報の信頼性を支える基盤への継続的な支援を検討していく必要がある。

5.6 本章のまとめ

本章で示した提言は、偽情報問題に対する即効性のある解決策を示すものではない。しかし、技術・制度・社会のいずれか一つに過度な期待を寄せるのではなく、それぞれが役割を分担し、相互に補完し合うことの重要性を示している。本白書が、選挙という重要な社会的局面において、現実的かつ建設的な議論を進めるための一助となることを期待したい。

第6章 おわりに

— 追いついていない現実と、前に進むために —

本白書では、2026年2月の衆議院選挙という社会的に重要な局面を対象に、SNS上で流通する情報の実態について、実データに基づく観測と技術的分析を行ってきた。偽情報や生成AIコンテンツを巡る問題は、近年急速に注目を集めている一方で、その実態や構造については、必ずしも十分に共有されているとは言い難い。

本調査を通じて明らかになったのは、情報の収集や一定の技術的解析は可能である一方で、情報の出所や意図、影響を即時かつ高精度に把握することには、多くの制約が存在するという現実である。特に、SNS上での再エンコード処理によるメタデータの消失や、生成AIコンテンツの判定を巡る技術的限界は、現行の情報環境が抱える構造的な課題を象徴している。

こうした課題は、特定の技術や主体の不足によるものではなく、情報の流通速度と拡散力が飛躍的に高まった現代の情報環境そのものに起因している。制度的な対応や技術開発が進められているものの、その進展は、社会的影響の大きさに対して必ずしも十分とは言えない状況にある。

一方で、偽情報問題への対応は、表現の自由や匿名性といった民主社会の基本原則と不可分であり、単純な規制や一元的な判断によって解決できるものではない。技術、制度、社会それぞれの立場が相互に補完し合いながら、現実的な解を模索していく必要がある。

当社は、偽情報対策を専門とする立場ではないが、ブランドセキュリティの分野において、長年「情報の出所」や「真正性」を扱ってきた。本白書は、その知見を社会的課題に応用し、選挙という具体的な文脈の中で、何が見え、何が見えなかったのかを率直に記録したものである。

本白書で示した内容は、最終的な結論ではなく、あくまで現時点での観測結果に過ぎない。しかし、こうした実証的な記録を積み重ねていくことが、今後の政策議論、技術開発、報道や市民社会における取り組みを前進させるための基盤になると考えている。

偽情報や生成AIコンテンツを巡る課題は、今後も形を変えながら続いていくであろう。本白書が、その都度立ち止まり、現実を冷静に見つめ直すための一つの参考資料として活用されることを期待したい。

付録A：調査指標および定量的観測結果

本付録に示す数値およびグラフは、選挙期間中のSNS上の情報環境を定量的に「評価」するものではなく、本白書で示した構造的課題を補足するための観測指標である。

調査概要

期間：2026年1月27日 ～ 2月7日

対象SNS：X・TikTok・Facebook (Meta)

対象キーワード：選挙関連 1,391件（政党・候補者名等）

手法：第51回衆議院議員総選挙（衆院選2026）期間に、キーワード検索による投稿・画像・動画データ 351万8661点の可視透かし付与状況の確認、その他調査分析をAIを活用し行った。本データには拡散（引用・リポストなど）を含む。

※本付録に示す数値およびグラフは、選挙期間中の主要3SNS上の情報環境を定量的に「評価」するものではなく、本白書で示した構造的課題を補足するための観測指標である。

結果

- ・ 今回の調査では衆議院選挙期間中に目立ったAIフェイク動画・画像の投稿の増加は検知されなかった。
- ・ しかし生成AI動画・画像の付与率は、公示日から最大で1.46倍まで増加した。またX、Facebook（Meta）では、AI生成動画・画像を含む投稿が拡散されやすい。
- ・ 現状の技術では、AIフェイク動画・画像を正確に第三者が見分けることは困難であることが、改めて調査で判明した。
- ・ 現状の最も正確な見分け方は「可視透かし」の有無での判断であり、この見分け方は人の目と生成AIにより識別可能。

第1章 はじめに：
なぜ衆議院選挙と偽情報なのか

第2章 調査の全体像：
何を、どこまで観測したのか

第3章 技術的アプローチ：
情報の出所をどう見ようとしたか

第4章 分析から見た現実と限界

第5章 提言：
AI生成コンテンツの時代に、
偽情報問題にどう向き合うべきか

第6章 おわりに

付録A：
調査指標および定量的観測結果

可視透かし付与状況 集計レポート（時系列データ）

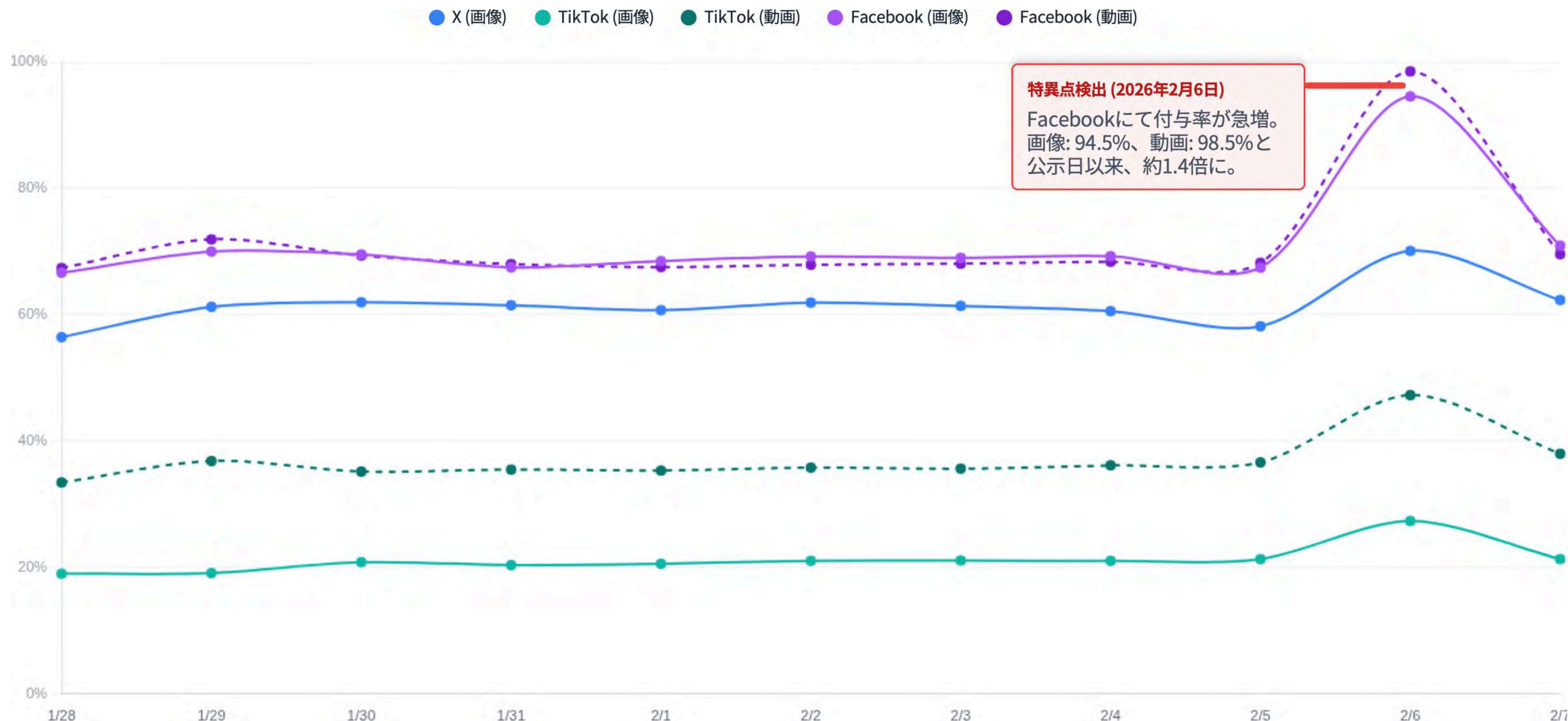
集計期間：2026年1月28日 — 2月7日
※ 全件数・付与数は実数値で表記。付与率は小数点第2位まで表示。

X (画像)				TikTok (画像)				TikTok (動画)				Facebook (画像)				Facebook (動画)			
平均 61.1%				平均 21.2%				平均 36.6%				平均 71.0%				平均 71.3%			
最大 70.1%				最大 27.4%				最大 47.3%				最大 94.5%				最大 98.5%			
日付	X (画像)			TikTok (画像)			TikTok (動画)			Facebook (画像)			Facebook (動画)						
	全件	付与	率(%)	全件	付与	率(%)	全件	付与	率(%)	全件	付与	率(%)	全件	付与	率(%)				
1/28	50,619	28,581	56.46	16,892	3,215	19.03	15,602	5,219	33.45	71,880	47,900	66.64	13,950	9,401	67.39				
1/29	53,112	32,512	61.21	17,463	3,341	19.13	16,141	5,951	36.87	76,092	53,273	70.01	14,729	10,595	71.93				
1/30	44,052	27,296	61.96	157,743	32,873	20.84	154,267	54,287	35.19	75,929	52,797	69.53	14,954	10,371	69.35				
1/31	58,002	35,659	61.48	136,099	27,770	20.40	134,134	47,625	35.51	78,527	52,981	67.47	15,341	10,433	68.01				
2/1	57,980	35,196	60.70	122,648	25,242	20.58	120,668	42,654	35.35	78,589	53,829	68.49	14,782	9,982	67.53				
2/2	56,672	35,090	61.92	108,837	22,923	21.06	107,152	38,368	35.81	77,207	53,408	69.18	14,794	10,044	67.89				
2/3	56,868	34,901	61.37	120,089	25,354	21.11	118,262	42,131	35.63	76,393	52,708	69.00	14,096	9,596	68.08				
2/4	60,783	36,799	60.54	123,979	26,089	21.04	122,043	44,122	36.15	76,746	53,154	69.26	14,140	9,667	68.37				
2/5	34,411	20,021	58.18	83,952	17,918	21.34	81,420	29,846	36.66	54,373	36,670	67.44	11,326	7,726	68.21				
2/6	50,913	35,693	70.11	78,014	21,344	27.36	76,713	36,265	47.27	51,323	48,515	94.53	9,132	8,992	98.47				
2/7	68,487	42,690	62.33	33,897	7,231	21.33	32,643	12,399	37.98	78,508	55,669	70.91	15,293	10,640	69.57				

可視透かし付与率レポート（時系列推移）

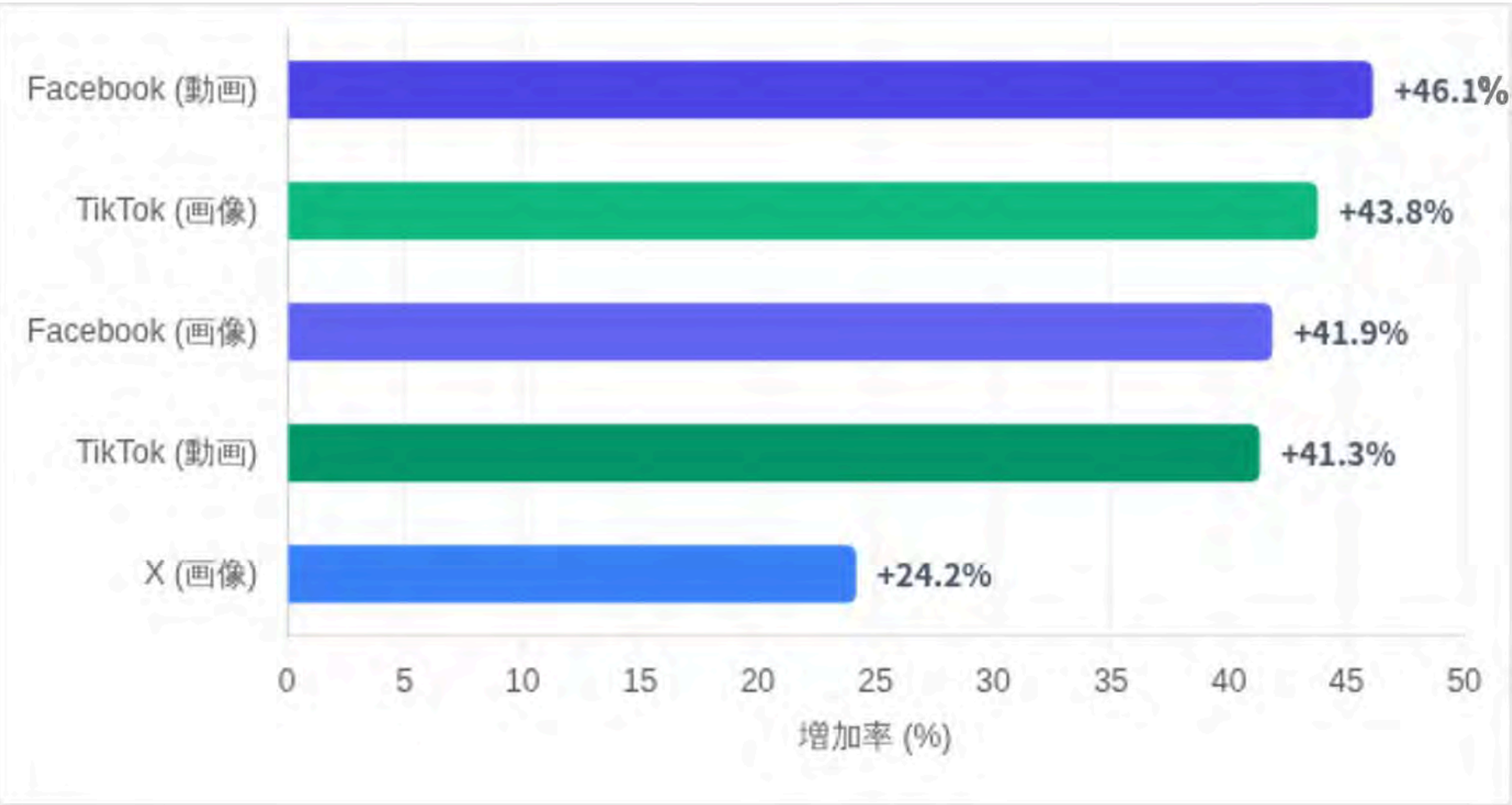
可視透かし付与率レポート（時系列推移）

集計期間：2026年1月28日 — 2月7日



付与率の最大伸長（プラットフォーム別）

集計期間：2026年1月28日 — 2月7日



分析ロジック

期間内（1/28-2/7）の任意の2点間（開始日→終了日）において、相対増
加率 が最大となる区間を算出。

瞬間的な急上昇や、期間を通した着実な増加など、各プラットフォームの
「増加率」が最も増えたタイミングを特定。

詳細分析データ（区間・数値）

※ 増加率(%) = (終了時付与率 - 開始時付与率) ÷ 開始時付与率 × 100

※ 倍率 = 終了時付与率 ÷ 開始時付与率

媒体・形式	最大区間	開始値(%)	終了値(%)	増加率(%)	倍率
Facebook（動画）	2/5 → 2/6	68.21	98.47	+46.1	1.461
Facebook（画像）	2/5 → 2/6	67.44	94.53	+40.2	1.402
TikTok（動画）	1/28 → 2/6	33.45	47.27	+41.3	1.413
TikTok（画像）	1/28 → 2/6	19.03	27.36	+43.8	1.438
X（画像）	1/28 → 2/6	56.46	70.11	+24.2	1.242

第1章 はじめに：
なぜ衆議院選挙と偽情報なのか

第2章 調査の全体像：
何を、どこまで観測したのか

第3章 技術的アプローチ：
情報の出所をどう見ようとしたか

第4章 分析から見た現実と限界

第5章 提言：
AI生成コンテンツの時代に、
偽情報問題にどう向き合うべきか

第6章 おわりに

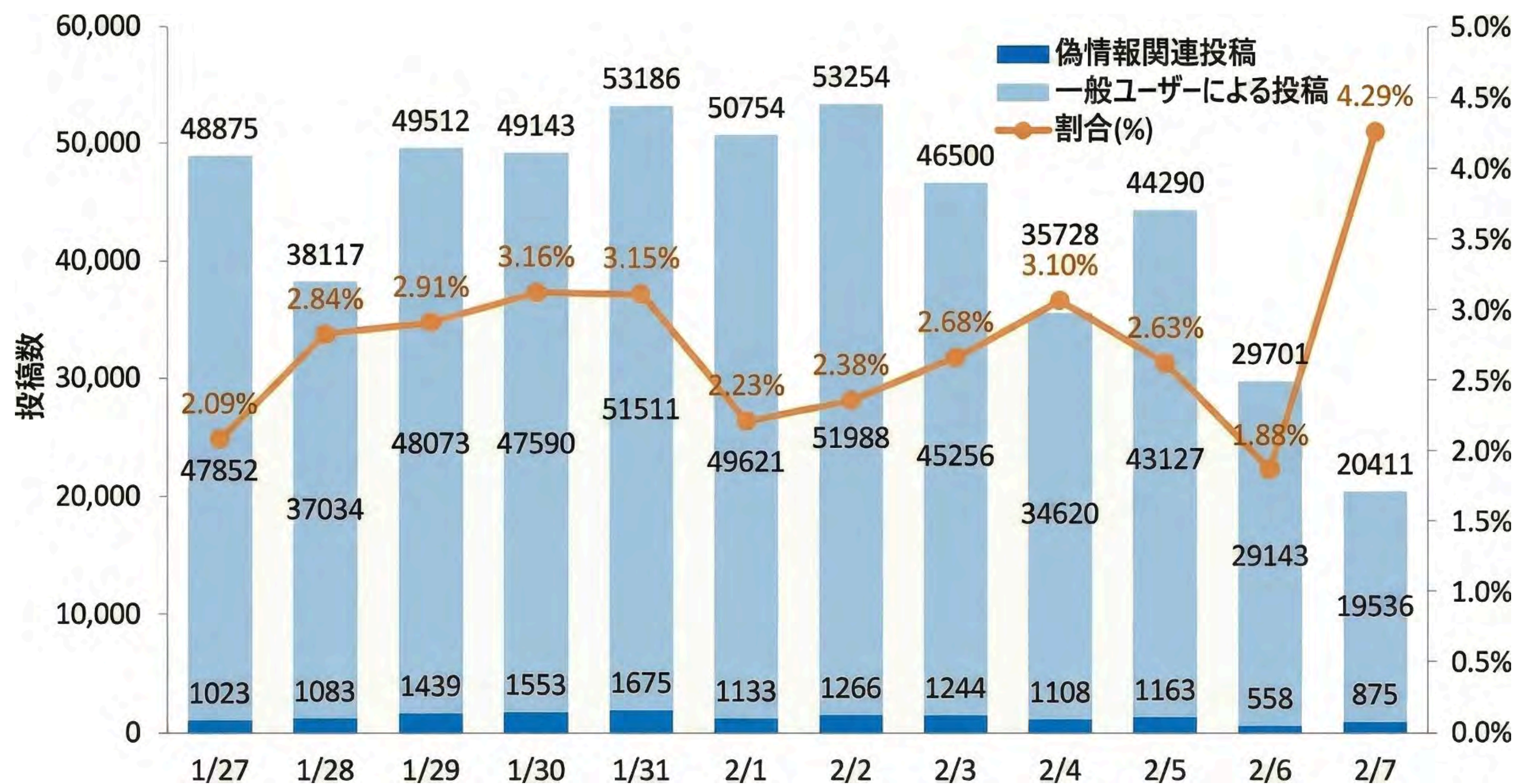
付録A：
調査指標および定量的観測結果

偽情報関連投稿

集計期間：2026年1月27日 — 2月7日

「偽情報」「フェイク」の文言（テキスト）を含む選挙関連投稿の数・割合

選挙関連投稿（政党名・候補者名等のキーワードを含む）で、かつ文中に「偽情報」や「フェイク」の文言を含む投稿の出現頻度を調査。全体数に対する割合を集計した。



第1章 はじめに：
なぜ衆議院選挙と偽情報なのか

第2章 調査の全体像：
何を、どこまで観測したのか

第3章 技術的アプローチ：
情報の出所をどう見ようとしたか

第4章 分析から見た現実と限界

第5章 提言：
AI生成コンテンツの時代に、
偽情報問題にどう向き合うべきか

第6章 おわりに

付録A：
調査指標および定量的観測結果

政党名・関連キーワード別 投稿数推移

集計期間：2026年1月27日 — 2月7日

政党名や関連キーワード別の、画像・動画を含む比率の推移

政党・関連キーワード別に比率を集計したところ、心の党、一番星、核融合党、日本大和党、安楽死制度を考える会、無所属、日本保守党などが、画像・動画を含む投稿が多い。



第1章 はじめに：
なぜ衆議院選挙と偽情報なのか

第2章 調査の全体像：
何を、どこまで観測したのか

第3章 技術的アプローチ：
情報の出所をどう見ようとしたか

第4章 分析から見た現実と限界

第5章 提言：
AI生成コンテンツの時代に、
偽情報問題にどう向き合うべきか

第6章 おわりに

付録A：
調査指標および定量的観測結果

AIによるフェイク判定結果

IMAGEVIDEO-2023VIDEO-2025AUDIOFACT-CHECKWATERMARK

モデルバージョンを選択

v2023v2024

☒ マルチモーダルLLMで説明する（偽画像の場合のみ有効）
☒ インターネット検索を有効にする
☐ 地理的位置特定を有効にする

File2d68b3b9b5161774b6c909f5936bcb17.jpg80.4 KB

Input Image

Submit

AI生成判定

real95%fake5%

改ざん判定

✓ 改ざんの可能性が高い

☐ 改ざんの疑いあり

☐ 改ざんの可能性が低い

AI検出ヒートマップ

改ざん位置特定

第1章 はじめに：
なぜ衆議院選挙と偽情報なのか

第2章 調査の全体像：
何を、どこまで観測したのか

第3章 技術的アプローチ：
情報の出所をどう見ようとしたか

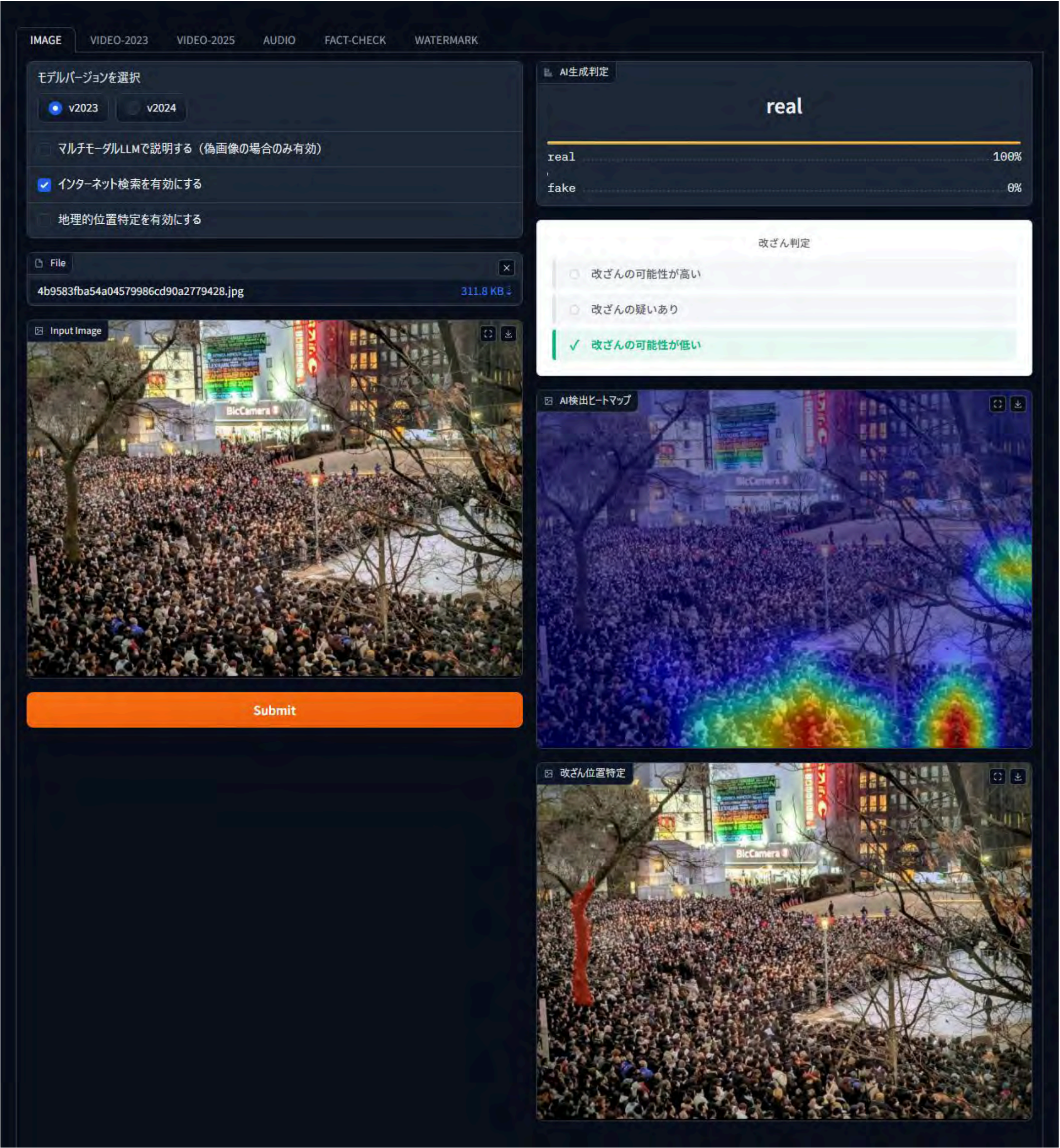
第4章 分析から見た現実と限界

第5章 提言：
AI生成コンテンツの時代に、
偽情報問題にどう向き合うべきか

第6章 おわりに

付録A：
調査指標および定量的観測結果

AIによるフェイク判定結果



第1章 はじめに：
なぜ衆議院選挙と偽情報なのか

第2章 調査の全体像：
何を、どこまで観測したのか

第3章 技術的アプローチ：
情報の出所をどう見ようとしたか

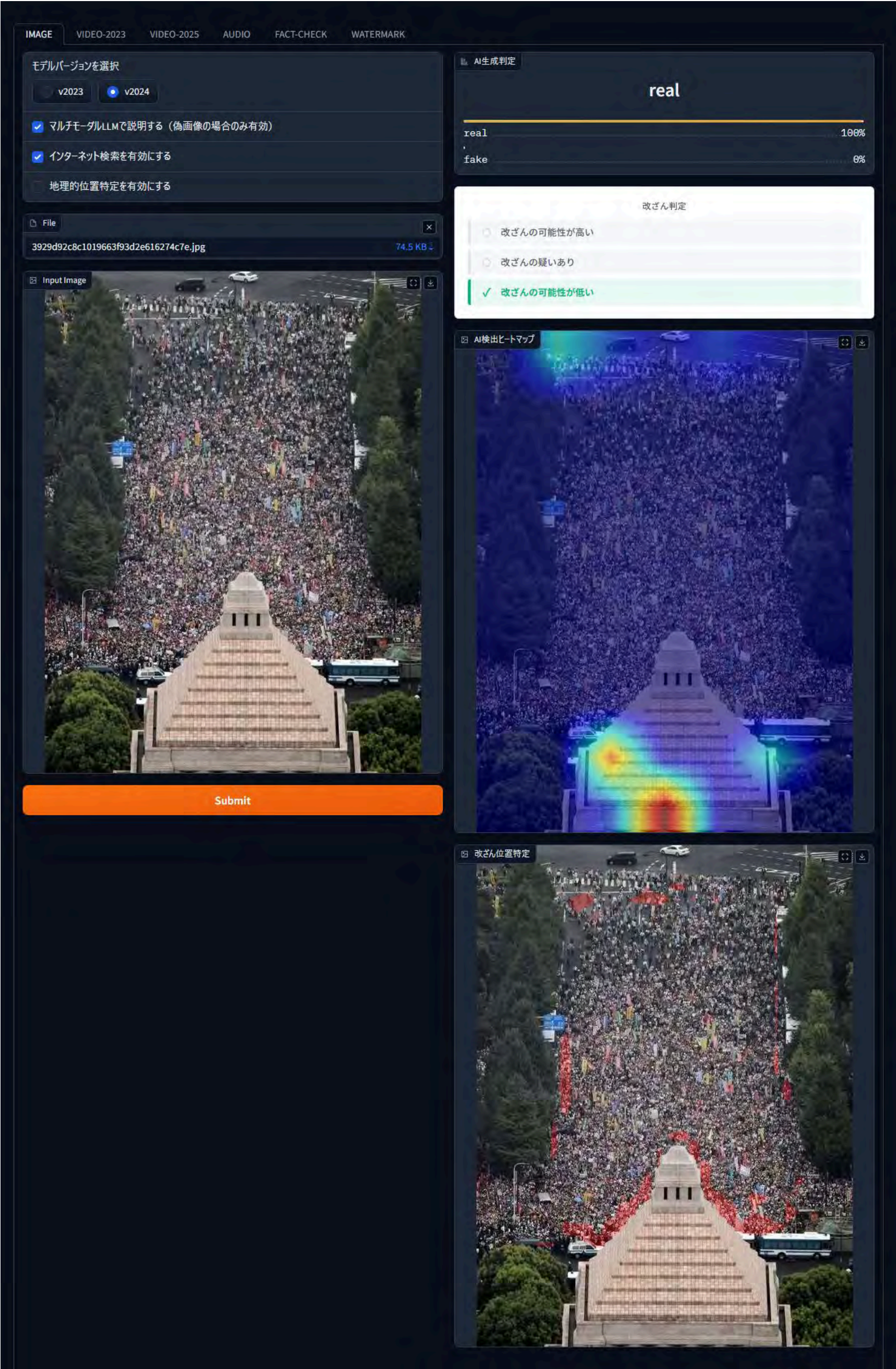
第4章 分析から見た現実と限界

第5章 提言：
AI生成コンテンツの時代に、
偽情報問題にどう向き合うべきか

第6章 おわりに

付録A：
調査指標および定量的観測結果

AIによるフェイク判定結果



第1章 はじめに：
なぜ衆議院選挙と偽情報なのか

第2章 調査の全体像：
何を、どこまで観測したのか

第3章 技術的アプローチ：
情報の出所をどう見ようとしたか

第4章 分析から見た現実と限界

第5章 提言：
AI生成コンテンツの時代に、
偽情報問題にどう向き合うべきか

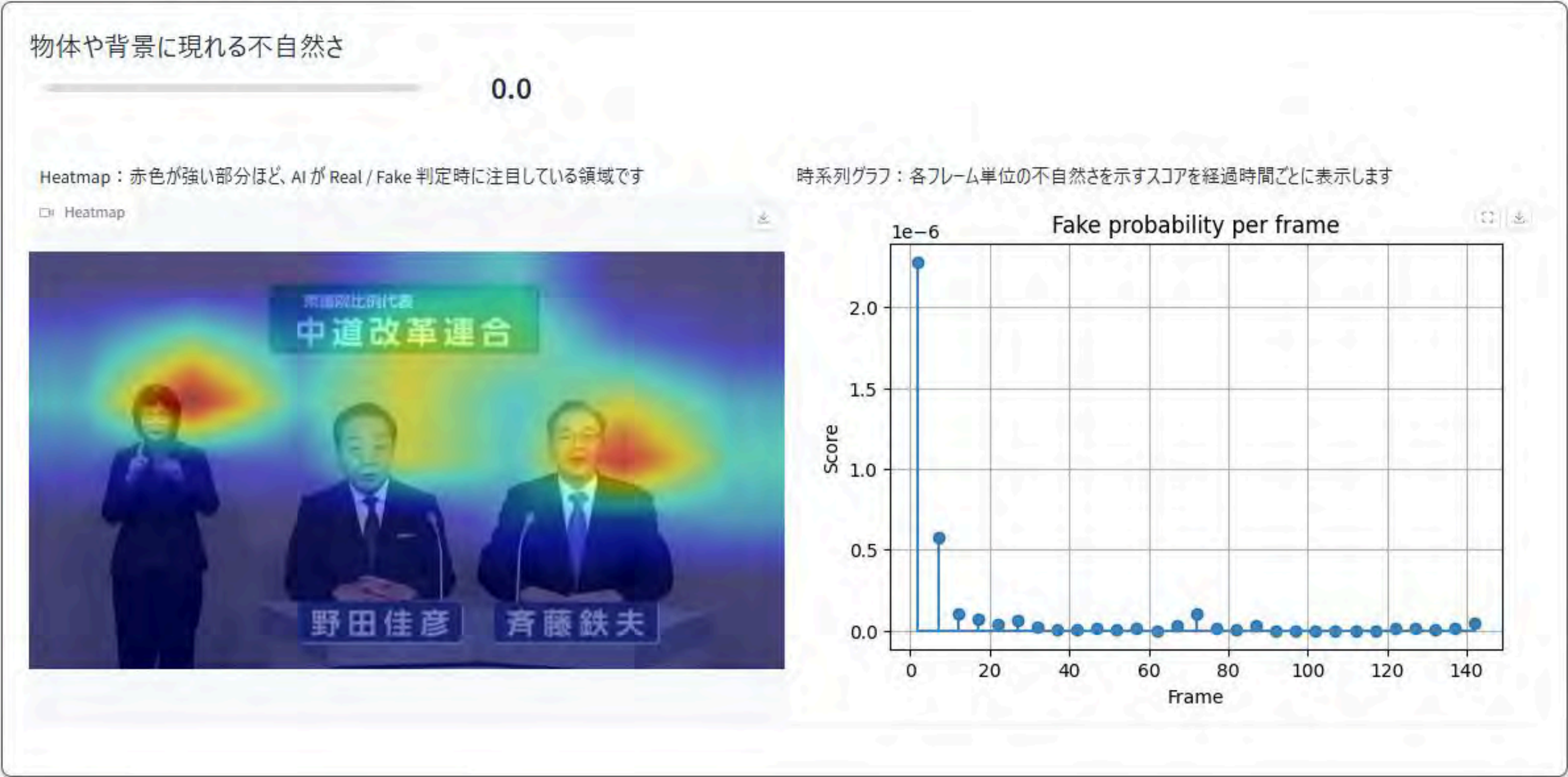
第6章 おわりに

付録A：
調査指標および定量的観測結果

AIによるフェイク判定結果



AIによるフェイク判定結果



第1章 はじめに：
なぜ衆議院選挙と偽情報なのか

第2章 調査の全体像：
何を、どこまで観測したのか

第3章 技術的アプローチ：
情報の出所をどう見ようとしたか

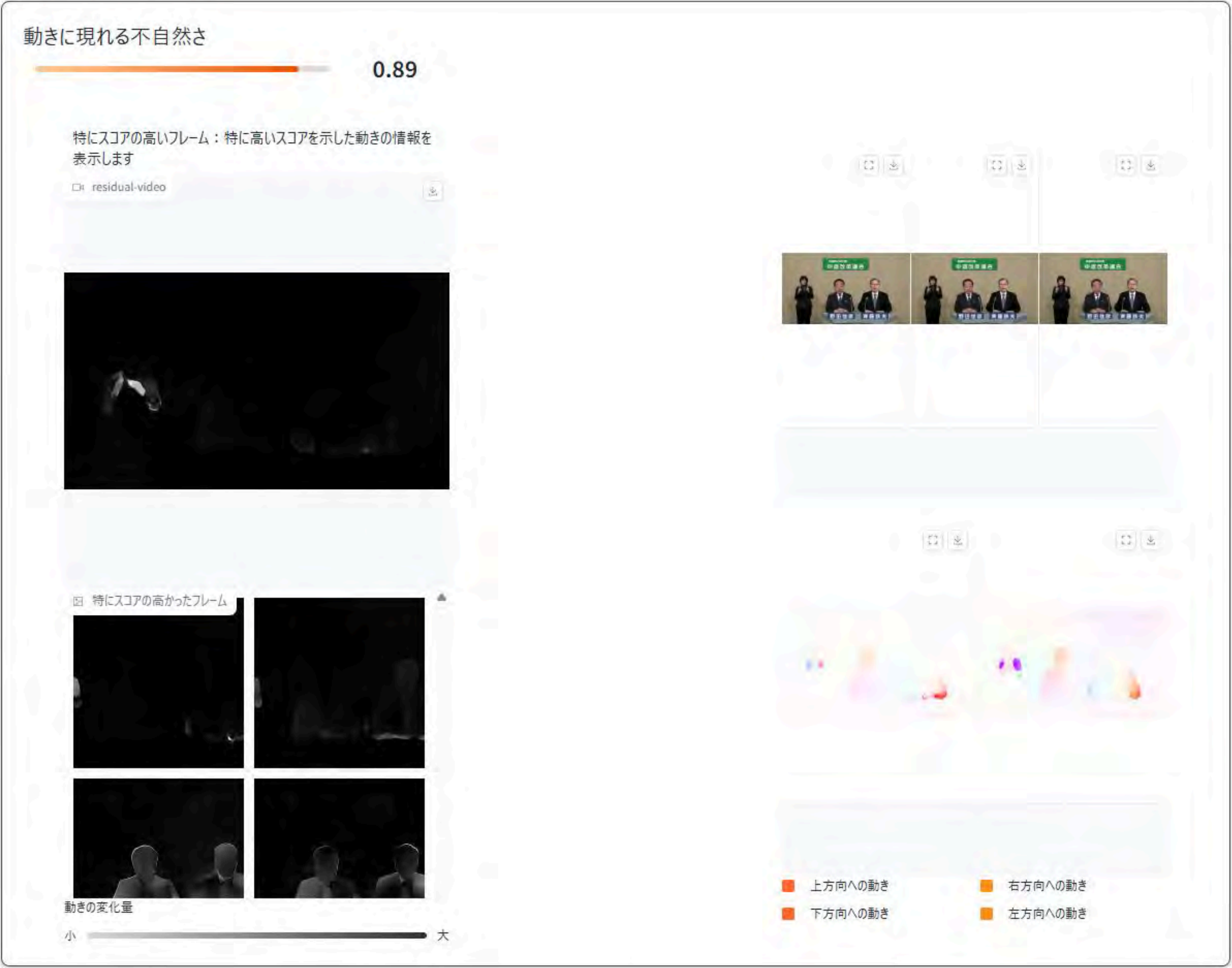
第4章 分析から見た現実と限界

第5章 提言：
AI生成コンテンツの時代に、
偽情報問題にどう向き合うべきか

第6章 おわりに

付録A：
調査指標および定量的観測結果

AIによるフェイク判定結果



第1章 はじめに：
なぜ衆議院選挙と偽情報なのか

第2章 調査の全体像：
何を、どこまで観測したのか

第3章 技術的アプローチ：
情報の出所をどう見ようとしたか

第4章 分析から見た現実と限界

第5章 提言：
AI生成コンテンツの時代に、
偽情報問題にどう向き合うべきか

第6章 おわりに

付録A：
調査指標および定量的観測結果

AIによるフェイク判定結果

