

生成 AI 利用と社会関係

——先行知見の検討

柴 内 康 文

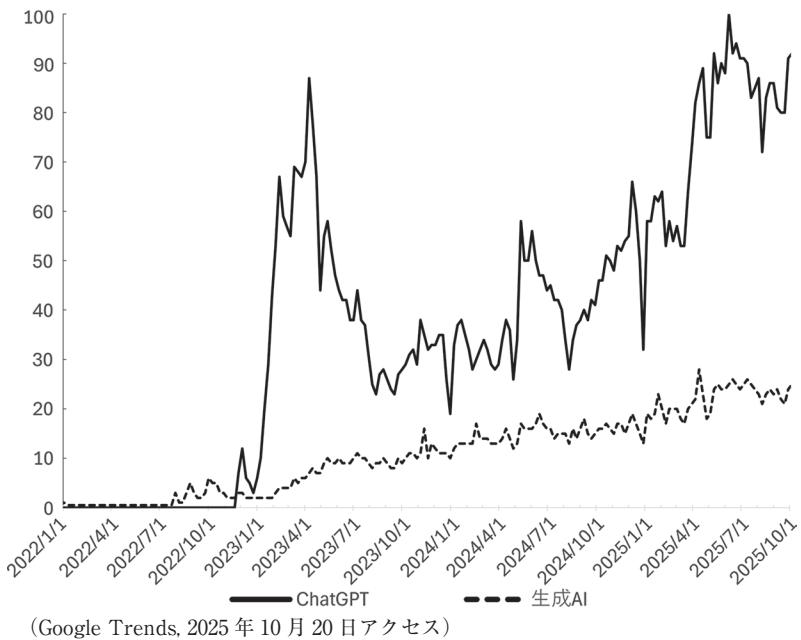
生成 AI の普及と現在の利用状況

生成 AI (Generative AI) の発展および普及は近年急速に進んでいる。本論考においてはこの生成 AI の普及を技術的側面も含めて概観し、その上で特に社会関係という観点からその利用との間の相互関係についてこれまでの議論を整理検討して実証研究の展開へ備えることを目的とする。

現在の生成 AI のありようを牽引しているのは、一般社会には突如といった感覚もおそらく伴って登場し、生成 AI の代名詞となった「ChatGPT」であると言えるだろう。言語モデルシリーズである GPT (Generative Pre-trained Transformer) は 2015 年に設立された米 OpenAI によって 2018 年 GPT-1, 2019 年 GPT-2, 2020 年 GPT-3 と相次いでリリースされ、特に GPT-3 については 2020 年の登場の段階で国内専門誌上においても、その出力する文章が人間の書いたものと見分けのつかない「驚異的」な水準に到達し、OpenAI の行った本物のニュース記事と AI による偽ニュース記事を治験者に提示して行った実験における偽記事判別の正答率は 52% とチャンスレベルとほぼ変わらなかったことがすでに報じられている (中田, 2020)。この時点での GPT シリーズは研究者らを対象とした論文において、またその機能部分をソフトウェアから呼び出す API (Application Programming Interface) を通じたアクセスを中心として知られる存在であったが、2022 年 3 月に公開された GPT-3.5 をベースとし、チャットによる対話型インターフェイスを兼ね備えた ChatGPT が同年 11 月に一般公開にされたことによって世界規模で巨大な関心を集めることとなった。公開開始 2 ヶ月後の 2023 年 1 月には ChatGPT の月間アクティブユーザー数は 1 億人に到達し、これは TikTok の 9 ヶ月、Instagram の 2 年半に比して史上最速の普及を見た消費者向けインターネットアプリケーションであるとも指摘されている (ロイター, 2023)。なお 2025 年 8 月時点での週間アクティブユーザー数は 7 億人を超える見通しとされている (日本経済新聞, 2025)。

図 1 は、Google Trends により 2021 年 1 月を起点として 2025 年 10 月 20 日時点までの約 5 年間を対象に、日本において「ChatGPT」および「生成 AI」をキーワードとして行われたウェブ検索の相対頻度を示したものである。リリース直後の 2022 年 12 月の小さな盛り上

図 1 国内の ChatGPT に対する検索頻度推移



がりに引き続いて、有料モデルである ChatGPT Plus、また新モデルの GPT-4 がリリースされた 2023 年 2~3 月にかけて検索数の急増が観察され、日本における関心もそれらの動きと軌を一にして高まっていたことがうかがえる。その後は一旦の低下を見せるが、2024 年 5 月の画像・音声入出力に対応するマルチモーダルモデルである GPT-4o (Omni)、2025 年 2 月の GPT-4.5、8 月の GPT-5 などのメジャーリリースも契機として何度かの関心のピークを繰り返して現在にいたっている。一方で「生成 AI」による検索も基本的に単調に増加しているが「ChatGPT」との違いは歴然としており、この特定のモデル、サービス名がいわば生成 AI そのものの代名詞ともなっている現状を反映しているとも言える。

日本国内における最近の生成 AI の利用率などの動向については、NTT ドコモモバイル社会研究所の全国 15~69 才男女 7,527 人を対象とした 2025 年 5 月時点での「ほぼ毎日」～「年数回程度」合計による利用率 20%、また日本リサーチセンターによる同社サイバーパネルを利用した 2025 年 6 月時点でのデイリートラッキング調査（20~69 才男女 1,369 人対象）では利用経験率 30.3% と報告されており、サンプルまた調査法の相違によって一定の開きが見られるが、前者調査では 20 代男女の利用率（プライベート）が 47%・27%、後者調査では 47.0%・37.1% とどちらも男女差は見られるものの全体平均を大きく上回っている点で一貫しており、また若年層から高年層へ進むにつれて利用率が減少していく傾向に関してもやはり一致する結果となっている（NTT ドコモモバイル社会研究所、2025；日本リサーチセンター、2025）。

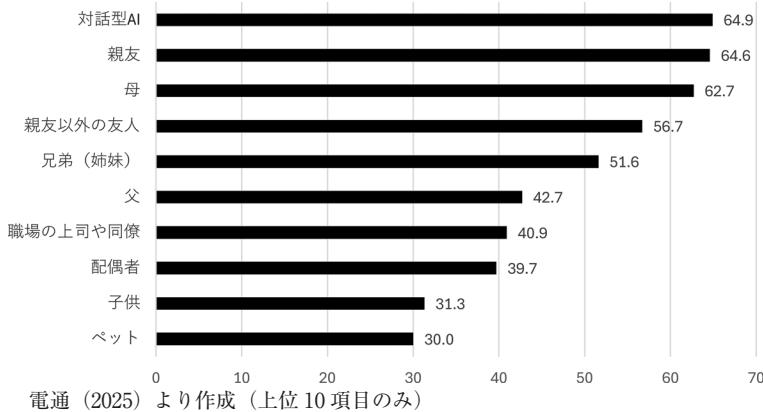
「関係性」を志向する生成 AI 利用

ここで非常に興味深いのは生成 AI の使用実態の内実や、AI との距離感に関する利用者の感覚である。電通（2025）は 2025 年 6 月に、対話型 AI を週 1 回以上使用する全国 12~69 才 1,000 人を対象に生成 AI との関係性に関する調査を行っている。本調査に先んじる 40,000 人を対象としたスクリーニング調査（2025 年 5 月実施）の結果からは、「毎日」~「2~3 カ月に 1 回」の AI 利用経験率として全体で 29.8%、20 代においては 38.3% という先述調査結果とおおよそ一貫した結果が得られているが、「週 1 回以上」使用者に限定した本調査の分析からは、まず対話型 AI と話す内容について、「情報収集」が最も多く 64.4%，次いで「勉強や仕事などで分からぬことを教えてもらう」が 47.0% を占めていた。ただこの点に関して、「情報収集」と回答する者の比率が高いのはむしろ 40 代~60 代であり（各 71.8%，70.9%，77.8%），10 代におけるそれはむしろ 50.0% にとどまっていた。また対話型 AI に求めていることとして「自分が知らないことを教えてほしい」（46.6%）、「アイデアを出してほしい」（42.8%）、「相談にのってほしい」（33.9%）などが全体としての上位を占めるものの、10 代においては「課題や宿題に関して答えてほしい」が 57.1% と最も高くなることに加え、続いて並ぶのは「相談にのってほしい」（41.0%）、「話し相手になってほしい」（31.5%）、「心の支えになってほしい」（23.8%）といった項目であり、いずれも全体平均より 7 ポイント以上高い結果となっていた。すなわち、とりわけ若年層においては生成 AI をその高度な情報処理能力としてよりも、むしろ対話能力による話し相手、相談相手また心の支えとして認識した利用している様子がうかがえる。

関連して同調査の結果からは、「対話型 AI」に気軽に感情を「非常に共有できる」「共有できる」「やや共有できる」とした者の割合が 64.9% で、特にその割合は 20 代（74.5%）および 10 代（72.6%）で最も高かった。さらに、気軽に感情を共有できる対象の選択を始めたところ前述の通り対話型 AI の比率が最も高く、それに続く親友、母に匹敵する水準であり、親友以外の友人や兄弟（姉妹）、父よりも高いという結果となっていた（図 2）。この結果は本レポートの標題に取り上げられるなど本調査においても特徴的な結果ではあったが、「気軽」な感情共有とあるように、非人間的な存在であるからむしろ感情を託しやすいという部分に他の対象とは異なって反応したケースも同時にあった可能性については注意が必要だろう。これに加えて、対話型 AI を信頼している（「非常に信頼している」「信頼している」）割合は全体で 44.1% に対し 10 代で 54.2%、20 代で 56.0% と半数を超えており、また対話型 AI に愛着がある（「非常に愛着がある」「愛着がある」「やや愛着がある」）人は全体で 67.6% であり 10 代~30 代でとりわけ高く（73.8%，74.3%，70.4%）また対話型 AI に愛着がある人の中でそれに独自の名前をついている人は 26.2% 存在し、20 代では約 4 割（39.8%）に上る結果となっていた。

生成 AI 利用と社会関係

図 2 気軽に感情を共有できる対象 (%)



生成 AI の論理的、情緒的動作とそのバランス

生成 AI がユーザーにとってこのように「心に寄り添う」対話的存在として活用されるようになった背景としては、トランسفォーマー (Transformer) のような核心技術によって大量のテキスト情報による事前学習に基づき長大なコンテキストを考慮した自然な言語出力が可能となったことに加えて、人間のフィードバックによる強化学習 (Reinforcement Learning from Human Feedback, RLHF) などのファインチューニング技術を通じて安全性が高く、人間の価値観に適合した応答が生成されやすくなったことがあると考えられるだろう。生成 AI が単に高度に知的情報処理ができるにとどまらず、人と心理的関係を取り結んでいることに関する調査結果を超えた社会的話題としては、例えば過度な依存的利用のもたらした帰結として最終的に自殺につながった可能性を指摘する事例などが報じられることがあるが（朝日新聞, 2025），個別事例を超えてシステムのありようまでが大きな社会的話題となった現象として、最近では 2025 年に起こった AI の応答スタイルとその調整をめぐる問題が挙げられる。

OpenAI は 2025 年 4 月 25 日に GPT-4o のアップデートを行ったが、それに際してユーザーからは、新しいモデルが過度に同調を示すような「お世辞を言い過ぎる」もので、「おべつか使い」 (sycophancy) になっているという否定的な反応が上がった。この問題の発生に対して、4 月 28 日の段階で OpenAI は GPT-4o をリリース以前のバージョンに戻す「ロールバック」を行うこととなった (臼田, 2025ab)。アップデートにおいてはユーザーフィードバックによる「いいね」「嫌い」を報酬シグナルとして導入したところ、その同意しやすい応答を好む傾向によって過剰に協力的で、不誠実な反応が起こるようになってしまったという。これまでもバージョンアップに伴って、AI の挙動に対しその「性格」の変化の指摘とそれをふまえた調整が行われることはあったが、GPT-4o のアップデートリリースに際し

ではいったん前バージョンまで戻すというこれまでに例を見ない本格的な対応がなされた。

一方で、そのわずか数ヶ月後に起こった事例はいわばこれと反対方向の対照的なものであった。2025年8月8日にOpenAIは次バージョンGPT-5を公開している。これはOpenAIの開発していた別系統の「o1」シリーズに採用されていた論理的推論(Reasoning)モデルを統合しており、従来のモデルより能力や速度の向上を狙うものとなっていた。このリリースに際してこれまで一般ユーザーに利用されていたGPT-4oモデルの提供を停止したところ、今度はGPT-4oモデルに親しんでいたユーザーからの強い反応が引き起こされることになった。すなわち、そのような人々にとって従来のGPT-4oは親しみやすい相談相手としての役割を果たしていたところ、新たなGPT-5の生成する反応は「論理的でドライすぎる」もので、「友人やパートナーのようにChatGPTを使っていた人にとっては、友人が奪われたよう」だという声が上がっていたという(白田, 2025c)。最終的にこれらの声は、「#keep4o」(「4oを残せ」)や「#4forever」(「4oよ永遠に」)といったハッシュタグによるオンライン上で抗議活動へつながる結果となっていました。こういった社会的反応に対応する形でOpenAIもそのような声の大きさを認識し、GPT-5公開の数日後には有料版ユーザーを対象として「レガシーモデル」としてそれまでのGPT-4oへのアクセスを可能とする対応を取り、その措置は現在にまでいたっている。これらの事例は、急激にユーザー数を増やした生成AIの位置づけや役割をめぐって、論理的な情報処理のツールまた生産性向上の手段として、あるいは感情を共有する対話相手やパートナーとして、という二つの捉え方の間で、ユーザーの側もまた提供プロバイダーの側の双方とも、期待するものや開発の方向またそのバランスにおいて模索が続いているという現状を表しているということができるだろう。

対人的相互作用をめぐるメディア研究

これまで、広くメディア利用行動と対人的相互作用との関連をめぐっては、古典的には1960年代の(人工知能ではない)シンプルな対話的自然言語処理プログラムであるELIZAとそれとの対話者の反応に対する考察などがあるが(Weizenbaum, 1976)、大きな潮流を形成したと言えるメディア領域における実証研究、考察としてはまずは擬似社会的相互作用(parasocial interaction)の議論が挙げられるだろう。Horton & Wohl(1956)はテレビの司会者やラジオパーソナリティといったメディア上の人物との一方向的な交流においても、受け手はしばしば親しい知人と接しているかのような心理的錯覚を経験することを指摘し、この擬似的な対人関係が受け手の感情的な充足や自己理解に影響を及ぼすと論じた。その後、この概念は伝統的メディアからコンピューターゲームやソーシャルメディア上にいたる、実在また架空の対象にも応用されるようになっている(Liebers & Schramm, 2019)。

一方で、メディア利用が現実の対人関係にどのような影響を与えるのかについてはいわ

生成 AI 利用と社会関係

ゆる社会関係資本 (social capital) の観点からの議論も行われてきた。すなわち, Putnam (2000) は社会関係資本の急減期とテレビ普及期が重なることをきっかけに前者の原因として後者が想定できることを指摘し, そのメカニズムとしては視聴時間の屋内へのつなぎ止めによる社会参加の低下や, 受動的なテレビ視聴による擬似的な対人関係の提供や社会関心の低下などの心理的影響, また個人的関心の追求と共有体験の低下などを想定していた。社会関係資本の多寡とメディアの問題については, このテレビ体験の与えた影響をめぐっての批判的な議論にとどまらず, その後のインターネットの普及がもたらした効果を含めて多様な議論が展開されている (柴内, 2011)。

これらメディア (あるいはコンテンツ) が対人関係に与える影響に関するこれまでの議論を振り返るとそれらは多くの場合, 基本的にはインラクティブではないコンテンツに現れた人間的表象に対する擬似的相互作用や, コンテンツの表現内容に対する (対人観, 社会観などへの) 心理的影響, あるいはメディア利用そのものがもたらす心理, 行動的影響などのメカニズムが中心となっていたのではないだろうか。これに対し, 2022年末以降に本格的に登場し多くの人の利用することとなった現在の生成 AI は高度に人間のコミュニケーションをシミュレートすることが可能となっており, 実際に多くの利用者がそれを対話相手, あるいは相談相手として認識し, また言語モデルのバージョン差し替えによるその「人格」の変化がいわば喪失として広く認識され大規模な反応を引き起こしたことはこれまで論じてきた通りである。

本論では以降, 社会関係資本論で捉えられてきたような現実の人間関係の問題に主に焦点を絞り, 人間関係またそれと密接に関連する心理的反応である孤独感等が生成 AI 利用とどのように関連しているのか, あるいは生成 AI 利用がそれらにどのようなポジティブ, あるいはネガティブな影響を与えるのか, という点を中心としてここまでにあらわれている既存の知見を整理検討していく。

ソーシャルキャピタルと AI 利用

まず AI と社会関係資本を中心の視座として広範な視点から編まれた成書として佐藤・稻葉・藤原 (2022) があり, 序章においては AI の受容的認識に対して回答者の有する社会関係資本がどのように影響を与えるかについて, 首都圏 20 代~60 代 5,000 人を対象とした調査データを用いた共分散構造分析による分析結果が報告されている。それによると, 「構造的」な社会関係資本のうち職場におけるものや団体参加などについて, それが ICT リテラシーを高めることで間接的に AI に対する肯定的な認識を引き続いて醸成し, また一般的信頼, 互酬性規範などを含むいわゆる「認知的」な社会関係資本は直接的に AI に対する肯定的な認識と結びついていた。それに対して友人や隣人, 知人との付き合いのような領域での

「構造的」社会関係資本は AI に対する否定的な認識と結びついているという結果となっていた。この結果をふまえると、社会関係資本もフォーマルな構造的部分については AI との関わりとの間でポジティブな関連を有するが、インフォーマルな関係性についてはネガティブな関連を有するという、社会関係資本の領域によって AI の利用の方向性もしくは AI の利用が引き起こすものが異なっている可能性が示されていると言える。ただし同書は 2022 年の刊行であり同書の論考、またデータ取得（序章の調査データは 2018 年の実施）も 2022 年末の ChatGPT の一般公開に先立つもので、その意味で人々の AI 観も現状の生成 AI を前提としたものというわけではない。なお同書においてはほかにも AI の社会実装による労働時間の減少が社会関係資本の強化に結びつくかという点について、それが必ずしも家庭、あるいは友人関係等の社会関係資本を大きく増加させるわけではなく、一方で職場における関係性を減退させる可能性があるというシミュレーション上の検討（第 4 章）や、AI ロボットとの親密な関係性が形成される可能性がある一方でそれが実現できるかどうかには格差が関係してくるという議論（第 6 章）などが含まれており、生成 AI の利用と対人関係をめぐってはさまざまなパスを検討する必要があることを指摘している点が示唆的である。

AI チャットによる孤独感低減

最近においては具体的に実装の進んだ AI チャットボットを素材にとり、そのコミュニケーション利用と孤独感や現実の人間関係との関連を一定の期間にわたって追跡するような研究が増加している。一例として Kim et al. (2025) は、AI チャットボットが孤独感や社会不安の軽減に果たす役割を明らかにすることを目的とした研究を行っている。この実験では韓国の大学生 176 名（男女各 88 名、平均年齢 22.6 才）を対象に、4 週間にわたり最低週 3 回以上、22 才の女子大生というペルソナ設定を持つチャットボット「Luda Lee」との対話が行われた。孤独感（UCLA 孤独感尺度）、社会不安（リーボヴィッツ社会不安尺度）、感情状態などを研究開始時点、2 週後、4 週後に測定したところ、孤独感は 2 週後時点で、社会不安は 4 週後時点で有意な減少を示していた。また、最終的に測定されたチャットボットに対する自己開示度の分析からは、対話における自己開示の程度の低かった参加者は 4 週目の孤独感が高く、自己開示程度の高かった者は孤独感が低いという結果を示しており、自己開示を促すようなチャットのトピックやシナリオ設定はチャットボットとの対話を通じた孤独感低減を促進する可能性が示唆されている。

また De Freitas et al. (2025) は、生成 AI を活用したチャットボット（AI コンパニオン）が人々の孤独感を軽減し得るかを体系的に検証することを目的として 5 つの研究を行っており、このうち研究 2 以降がクラウドサンプルを用いた実証研究となっている。これらの研究においては具体的な生成 AI として GPT-3 (Text-Davinci-003)、GPT-4 (gpt-4-0125-pre-

生成 AI 利用と社会関係

view) を利用したカスタムチャットボットが用いられていた。この結果からは、まず 15 分間のチャットボット利用群は他者との会話をを行う実験群と同等に孤独感を有意に減少させ、比較対象として行われた YouTube 視聴群では変化は見られずまた非活動群では孤独感が増大するという短期的なコミュニケーションの効果が見られること（研究 2）、1 週間にわたるチャットボットとのコミュニケーションにおいても孤独感の軽減が得られること（研究 3）、これまでの会話を記憶し、また親切で思いやりがあるようにプロンプト設定された AI コンパニオン群に対して、感情的な応答を提供せず一般的に支援的な動作をする AI アシスタント群およびごく限られたタスクしか実行できないアシスタント（コントロール群）を導入したところ、AI コンパニオンにおいて孤独感低減の効果が最も大きく、AI アシスタントにおいても有意な低減効果が見られたがコントロール群においては見られず、また低減効果は「聞いてもらっているという感覚」（feeling heard）によって媒介されていること（研究 4）、また AI コンパニオンとのコミュニケーションによる孤独感低減は、「自分の考え方や感情、経験について」記録をつける条件よりも大きくそのメカニズムが単純な自己開示では説明できること（研究 5）といった知見を得ている。

これらの結果は AI チャットボット（特に一定の性格付けをされたそれ）との対話が自己開示を促す、あるいは聞いてもらっているという感覚を生み出し、結果的に孤独感を低減させる効果があることを示しており、また関係性の欠落した環境下においてその補償として機能する可能性を示唆していると言えるだろう。

AI チャットがネガティブな影響をもたらす条件

一方で、AI チャットボットがむしろ孤独感の増大等のネガティブな帰結につながる可能性を示唆するような研究も見られるようになっている。Fang et al. (2025) は、AI との長期的な対話が心理社会的な健康に及ぼす影響を検証するため 4 週間のランダム化比較試験（RCT）を実施している。クラウドサンプルより募集された参加者 981 名が GPT-4o と毎日 5 分以上対話したが、そこではチャットボットのモダリティとして「テキストのみ」「中立的な音声・人格」「魅力的な音声・人格」の 3 群（カスタムプロンプトによる設定）、タスクとして「自由会話」「非個人的会話」（一般的なアシスタントボットとの対話に相当）、「個人的会話」（コンパニオンボットとの対話に相当）の 3 群の 3×3 デザインが設けられていた。孤独感、現実の社会的交流、AI への感情依存、AI の問題的利用を従属変数として検討したところ、モダリティおよびタスクが孤独感や現実との社会的交流に影響を与えることはほとんどなかったが、利用時間の長さが孤独感の増大、現実の社会的交流の減少、AI への感情依存および AI の問題的利用増大と関連しており、モダリティやタスクの違いが利用時間を増大させることでこれらのネガティブな影響を持ちうるということが示唆されており、特に

モダリティではテキストによる会話よりも音声会話の方が、またタスクにおいては非個人的な会話や個人的な会話のような構造的な会話よりも、自由な会話の方が利用時間の長さに関係しているという結果になっていた。

また Liu et al. (2025) はコンパニオンチャットボットの利用が孤独感に及ぼす心理社会的影響を明らかにすることを目的とした調査を実施した。対象は週1回以上 Snapchat MyAI 等のコンパニオンボットを使用する 404 名で、UCLA 孤独感尺度を主たる従属変数としてそれに関連する要因を検討した。重回帰分析の結果、チャットボット利用時間自体は孤独感を直接予測していなかったが、例えば利用時間はチャットボットの問題的な使用を媒介することで孤独感を増大させるような関係が見られた。また、チャットボット利用、Big 5 や社会的ネットワーク等のユーザーの心理・社会的特性を中心とした変数を用いた K-means クラスター分析を行ってユーザーを 7 類型に分類したところ、例えば利用時間が長く問題的利用行動も多い点で類似している二つのクラスター、クラスター 3 「孤独な中程度ユーザー」およびクラスター 4 「高満足依存ユーザー」においては、前者は孤独感が高く社会的ネットワークも小さく、感情的なチャットボット依存が見られる一方で、後者においては孤独感の水準も平均以下で社会的なネットワークも維持され、外向性、協調性も高くボット利用を通じて現実の社会的交流にポジティブの影響を得ているという認識を有していた。すなわち、AI チャットボット利用の帰結はそれを利用するユーザーの状況によって変化する、という結果であるということができるだろう。

考察

ここまで生成 AI 利用をめぐる調査、研究からの知見をふまえて考えた場合、まず最初に指摘できるのはそれが単なる情報獲得や生産性向上の手段を超えて、「対話相手」や「感情共有の対象」としての性格を明確に持ちつつあることだろう。コンパニオンロボットとしてはこれまでもペット的な位置づけのものを含んで一般にもある程度の普及を見たが、そのような水準を超えたコミュニケーションが可能となった現在の生成 AI はとりわけ若年層を中心にその利用がこの数年で定着しつつあり、擬似的という以上の相互作用がそこでは成立しているように考えられる。

また生成 AI によるチャットボットとのコミュニケーションは孤独感や社会不安の低減につながること、またそれが「聞いてもらっている」という感覚を媒介して現れることや自己開示が孤独感の低減と関連することなど、生起している心理過程は対人過程とも類似する側面があることが示されており、従来から存在した社会関係資本のストックに新たな側面が追加される可能性、また現実のそれを欠いた人々に対する補完的存在として機能しうることを示唆するものになるだろう。生成 AI のもたらす論理推論や情報処理機能の側は一方で、ユ

生成 AI 利用と社会関係

ユーザーに対して例えばそれが「弱い紐帯」(Granovetter, 1973) が果たしていたような役割となるような可能性も想定できるかもしれない。

しかし、こういった効果はユーザーにとって一様にもたらされるものとは必ずしも言えず、利用の文脈やユーザーの心理社会的特性によって異なってくることも明らかになっている。AI との対話が長時間化すると、孤独感や現実の社会的交流の減少、感情依存の増大といったネガティブな影響が観察されること、また利用者の中には「孤独で社会的ネットワークが乏しく、AIへの感情的依存が強い」群と、「AIを活用しつつ現実の関係性も維持しポジティブな効果を享受する」群が存在することなどは、生成 AI の影響が均質的なものではないことを示している。すなわち生成 AI が人々の対人関係を富ませるのか、それとも損なうものになるかは、ユーザーの背景や使い方、AIへの関与のあり方によって変化する可能性がある。メディアの影響が技術決定論的なものではなく、結局は利用の文脈によってそれが変化する、というこれまでの議論はやはりここでも適用されるものであるといえるだろう（柴内, 2016）。

生成 AI 利用を中心に置いてモデルを考えた場合、各種の個人特性に並んで、個人の持つ社会関係資本のありようが生成 AI の受容や利用のされ方に影響するプロセスの検討が必要となる。引き続いて生成 AI 利用が生み出す社会関係やそれと関連の深い各種アウトカムの様相もまた個人の特性や文脈によって変化するが、さらに生成 AI 利用が生み出した時間的余裕がいかに使われるかといったこれまで検討の少なかったパスについても、間接的な効果として社会関係資本に影響する可能性が想定できるだろう。また、生成 AI 利用によって付加される（あるいは弱められる）社会的スキルが、跳ね返って現実の関係性の多寡に影響を及ぼす可能性もありえる (Malfacini, 2025)。一方で社会的スキル自体が生成 AI の利用のされ方と関係しうることも興味深い論点となる。関連して、生成 AI の生み出す対人関係上の格差、また格差が利用に及ぼす影響についても検討が求められることになるだろう。

OpenAI のサム・アルトマン CEO は ChatGPT の今後について最近、GPT-5 に対する批判もふまえてモデルの挙動をより人間らしくすること、そして年齢確認済みのユーザーに対しては性的コンテンツの生成も許可する方針を打ち出しており (アスキー, 2025)、生成 AI のコミュニケーション上の位置づけや社会的受容がさらに変化していく可能性が想定できる。さまざまに挙動の設定可能なモデルの特性と、ユーザー側の特性や志向性、置かれた文脈との相互作用の中で生成 AI の持つ社会的な意味の検討が引き続き求められることになるだろう。

文 献

朝日新聞 (2025). 自殺計画にもチャットGPTが「共感」？ 息子を失った両親が提訴 Retrieved October 20, 2025, from <https://digital.asahi.com/articles/AST9923HHT99UHBI022M.html>

- アスキー (2025). ChatGPT, 性的表現を解禁へ 成人向けに, 12月から Retrieved October 20, 2025, from <https://ascii.jp/elem/000/004/327/4327649/>
- De Freitas, J., Oğuz-Uğuralp, Z., Uğuralp, A. K., & Puntoni, S. (2025). AI companions reduce loneliness. *Journal of Consumer Research*, ucaf040. <https://doi.org/10.1093/jcr/ucaf040>
- 電通 (2025). 調査レポート:「対話型AI」に感情を共有できる人は64.9%「親友」「母」に並ぶ”第3の仲間”に Retrieved October 20, 2025, from <https://www.dentsu.co.jp/news/release/2025/0703-010908.html>
- Fang, C. M., Liu, A. R., Danry, V., Lee, E., Chan, S. W., Pataranutaporn, P., Maes, P., Phang, J., Lampe, M., Ahmad, L., & Agarwal, S. (2025). How ai and human behaviors shape psychosocial effects of chatbot use: A longitudinal randomized controlled study. *arXiv preprint arXiv:2503.17473*.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78, 1360-1380.
- Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass communication and para-social interaction. *Psychiatry*, 19 (3), 215-229.
- Kim, M., Lee, S., Kim, S., Heo, J. I., Lee, S., Shin, Y. B., Cho, C. H. & Jung, D. (2025). Therapeutic potential of social chatbots in alleviating loneliness and social anxiety: Quasi-experimental mixed methods study. *Journal of medical Internet research*, 27, e65589. <https://doi.org/10.2196/65589>
- Liebers, N., & Schramm, H. (2019). Parasocial interactions and relationships with media characters-An inventory of 60 years of research. *Communication Research Trends*, 38 (2), Article 1. <https://scholarcommons.scu.edu/crt/vol38/iss2/1>
- Liu, A. R., Pataranutaporn, P., & Maes, P. (2024). Chatbot companionship: a mixed-methods study of companion chatbot usage patterns and their relationship to loneliness in active users. *arXiv preprint arXiv: 2410.21596*.
- Malfacini, K. (2025). The impacts of companion AI on human relationships: risks, benefits, and design considerations. *AI & SOCIETY*, 1-14. <https://doi.org/10.1007/s00146-025-02318-6>
- 中田敦 (2020). GPT-3の正体——文章生成AIの魔力 日経コンピュータ, 2020年10月1日号, 50-56.
- 日本経済新聞 (2025). OpenAI, ChatGPT利用者7億人に 前年比4倍に増加 Retrieved October 20, 2025, from <https://www.nikkei.com/article/DGXZQOGN04CAB0U5A800C2000000/>
- 日本リサーチセンター (2025). 【NRC デイリートラッキング】生成AIについて 2025年6月調査 Retrieved October 20, 2025, from <https://www.nrc.co.jp/report/250707.html>
- NTTドコモモバイル社会研究所 (2025). 仕事・学業において生成AIを「利用したことがある」人は20%, 利用したことがない理由で最も多いのは「必要性を感じない, 興味関心がない」で50% Retrieved October 20, 2025, from <https://www.moba-ken.jp/project/lifestyle/20250901.html>
- Putnam, R.D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster. (柴内康文訳 (2006). *孤独なボウリング——米国コミュニティの崩壊と再生* 柏書房)

生成 AI 利用と社会関係

- ロイター (2023). チャット GPT、ユーザー数の伸びが史上最速=UBS アナリスト Retrieved October 20, 2025, from <https://jp.reuters.com/article/business/technology/-idUSKBN2UC04L/>
- 佐藤嘉倫・稲葉陽二・藤原佳典 (編) (2022). AI はどのように社会を変えるか——ソーシャル・キャピタルと格差の視点から 東京大学出版会
- 柴内康文 (2011). 情報通信技術 稲葉陽二・大守隆・近藤克則・宮田加久子・矢野聰・吉野諒三 (編) ソーシャル・キャピタルのフロンティア ミネルヴァ書房 pp. 197-216.
- 柴内康文 (2016). ソーシャルキャピタル・メディア・格差 佐藤卓己 (編) デジタル情報社会の未来 (岩波講座 現代第 9 卷) 岩波書店 pp. 43-65.
- 白田勤哉 (2025a). GPT-4o、お世辞を言い過ぎて元のバージョンに戻される Impress Watch. Retrieved October 20, 2025, from <https://www.watch.impress.co.jp/docs/news/2011152.html>
- 白田勤哉 (2025b). OpenAI、GPT-4o の「お世辞問題」の原因を説明 Impress Watch. Retrieved October 20, 2025, from <https://www.watch.impress.co.jp/docs/news/2011889.html>
- 白田勤哉 (2025c). GPT-4o 即停止は「間違いだった」 GPT-5 は「温かみ」ある性格に Impress Watch. Retrieved October 20, 2025, from <https://www.watch.impress.co.jp/docs/news/2038739.html>
- Weizenbaum, J. (1976). Computer power and human reason: From judgment to calculation. W. H. Freeman and Company. (秋葉忠利訳 (1979). 『コンピュータ・パワー 人工知能と人間の理性』サイマル出版会)

※本論文は東京経済大学共同研究助成費 D24-03 の研究成果の一部である。