



Information-technology
Promotion
Agency, Japan

2020年度
情報セキュリティの倫理と脅威に対する意識調査
－【倫理編】報告書－

2021年3月

独立行政法人 情報処理推進機構

1. 調査概要	2
2. 調査方法および回答者条件・属性	4
3. 調査結果(抜粋)および考察	8
3-0. 質問項目	9
3-1. インターネットや情報に関する倫理教育の受講経験	11
3-2. SNS等で拡散したことがある情報・内容(1)	13
3-3. SNS等で拡散したことがある情報・内容(2)リスクある内容	14
3-4. SNS等で拡散する理由(モチベーション)	15
3-5. SNS等での拡散時の心がけ	16
3-6. SNS等でのネガティブな投稿経験	18
3-7. SNS等でネガティブな投稿をした理由	19
3-8. SNS等でのネガティブな投稿後の感情	21
3-9. SNS等でのネガティブな投稿後に発生したこと	22
3-10. 自分の個人情報やプライベートな情報の公開経験	23
3-11. 自分の個人情報やプライベートな情報の公開に対する考え	24
3-12. 自分の個人情報やプライベートな情報を公開しない理由	25
3-13. SNSで顔が判別できる写真や動画の共有範囲	26
3-14. SNS等で知り合った人と1対1で会った回数	27
3-15. SNS等で知り合った人と1対1で会ったきっかけのツール	29
3-16. 実際に会うことになった理由・きっかけ	31
3-17. 実際に会った結果、発生したこと	32

1. 調査概要

目的	SNSの投稿、拡散における、利用者の考え方、経験の現状を把握
背景	SNSは情報の収集、発信、共有は社会インフラの役割を果たしている。しかし、匿名性が悪用され、誹謗中傷や、SNSを通じて知り合った相手とのトラブルが発生するなど社会問題化している
変遷	2013年度から脅威調査と並行して実施
手法	ウェブアンケート
期間	2020年12月2日(水)~12月7日(月)
実施	株式会社アスマーク

2.調査方法および回答者条件・属性

2-1.調査方法および回答者条件・属性

1. サンプル数	5,000人
2. 回収数算出	IPAの「情報セキュリティに対する意識調査」(2017年度～2019年度実施分の平均値)を基に、インターネット投稿経験者における性別・年代別割合でアンケート回収数(n数)を算出(次ページ表参照)
3. 事前調査	調査実施会社において依頼可能な全国の回答者に「投稿経験の有無」を質問
4. 回答者条件	投稿経験者
5. 割り付け	得られた回答データのうち、回答者条件に合致し、かつ不備のないものを性別・年代毎にグループ分けし、次ページ表の割り付けとなるようにランダム抽出

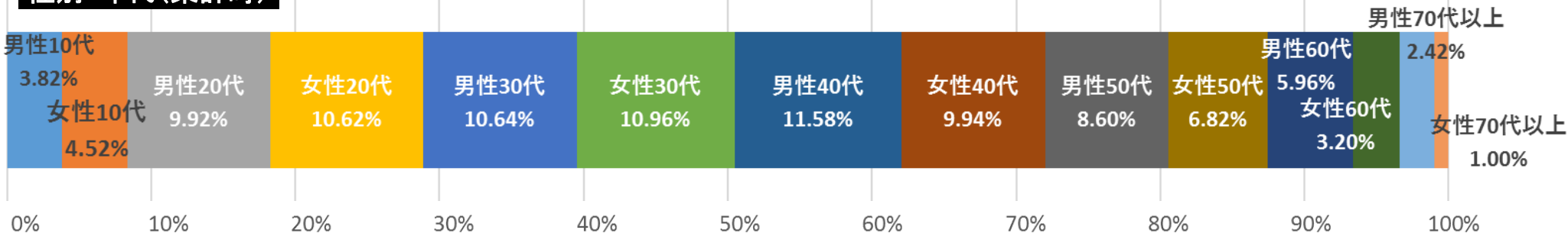
2-2.調査方法および回答者条件

性別・年代別割合でサンプルを回収するための割り付け

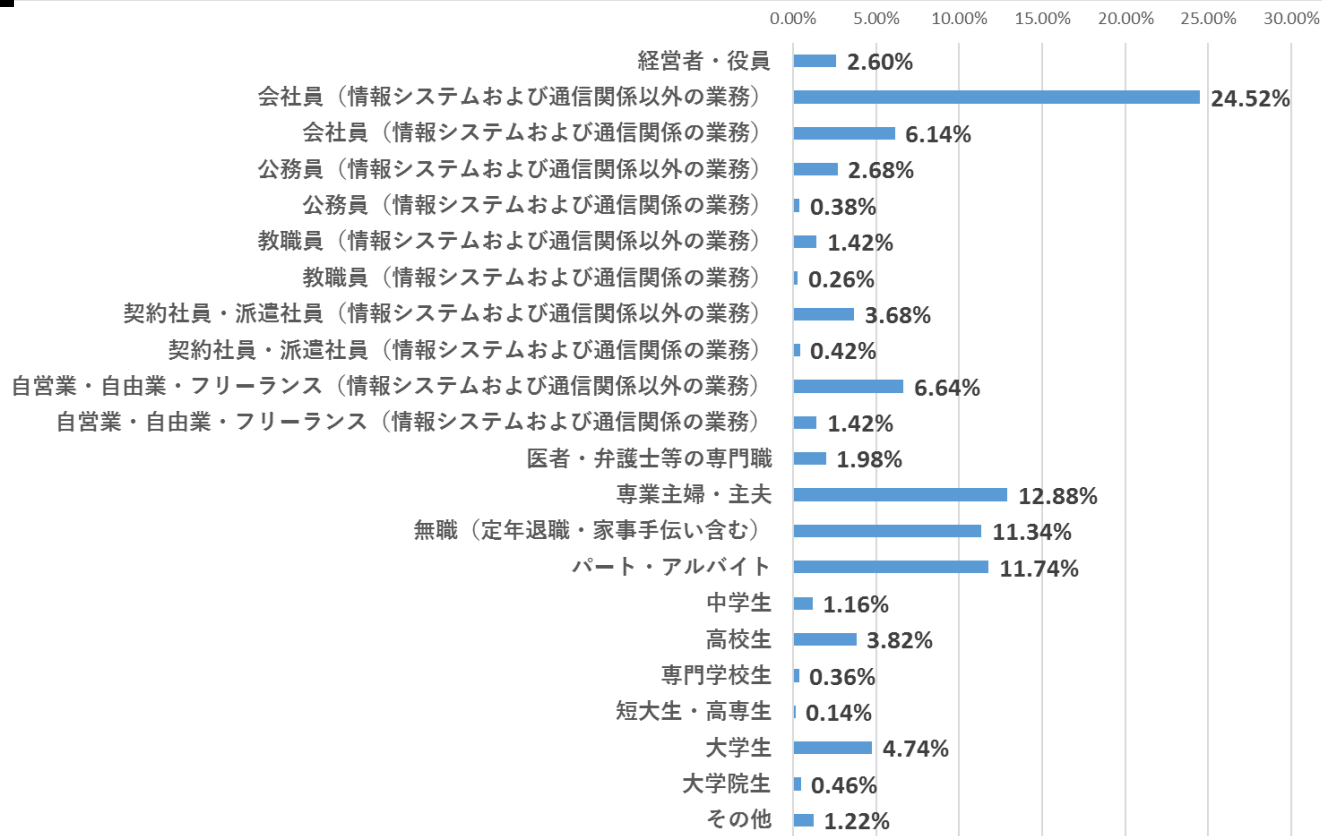
年代別	男性		女性		合計	
	n 数	%	n 数	%	n 数	%
13-14歳	29	0.58	29	0.58	58	1.16
15-19歳	162	3.24	197	3.94	359	7.18
20-29歳	496	9.92	531	10.62	1,027	20.54
30-39歳	532	10.64	548	10.96	1,080	21.60
40-49歳	579	11.58	497	9.94	1,076	21.52
50-59歳	430	8.60	341	6.82	771	15.42
60-69歳	298	5.98	160	3.20	458	9.16
70歳以上	121	2.42	50	1.00	171	3.42
合計	2,647	52.94	2,353	47.06	5,000	100.0

2-3.回答者属性

性別・年代(集計時) (n=5,000) 前ページの表の13-14歳と15-19歳を合算して「10代」として集計。



職業 (n=5,000) 事前調査より、本調査回答者の職業の集計結果は以下の通り。



3.調査結果(抜粋)および考察

調査結果の見方

- nは回答者数を表している。
- 回答率(%)は小数第2位を四捨五入し、小数第1位までを表示している。このため、合計は必ずしも100%とはならない場合がある。
- 設問の回答には、単一回答と複数回答がある。複数回答の設問は、回答率(%)の合計が100%を超える場合がある。
- nが30未満の数値は参考値とする(nの数値背景をグレーで表示)。

3-0.質問項目

	質問内容	形式	選択肢
Q1	倫理教育の受講経験	択一	4
Q2	SNS等で拡散したことのある情報・内容(1)	複数選択	8
Q3	拡散したことのある情報・内容(2) リスクある内容	〃	13
Q4	拡散する理由(モチベーション)	〃	17
Q5	拡散時の留意点	マトリクス択一	7×4
Q6	自身のネガティブな投稿経験	複数選択	11
Q7	自身のネガティブ投稿経験の理由	〃	14
Q8	自身のネガティブ投稿後の感情	〃	10
Q9	自身のネガティブ投稿後に発生したこと	〃	10
Q10	自身のネガティブ投稿の公開範囲	択一	5
Q11	自身のプライベートや個人の情報公開経験	マトリクス択一	17×3
Q12	プライベートや個人情報を公開した理由	複数選択	10
Q13	プライベートや個人情報を公開しない理由	〃	10
Q14	家族や友人などの許可を得ず投稿、公開、タグ付けしたことのある情報	〃	7

3-0.質問項目

	質問内容	形式	選択肢
Q15	家族や友人などの許可を得ず投稿、公開、タグ付けした理由	〃	9
Q16	家族や友人などの許可を得ず投稿、公開、タグ付けしない(しなかった)理由	〃	9
Q17	自分の個人・プライベート情報を許可なく投稿、公開・タグ付けされた経験	〃	7
Q18	許可なく自分の個人・プライベート情報を公開されたことに対する気持ち	〃	10
Q19	SNSでの写真・動画の共有範囲	マトリクス複数選択	4×7
Q20	動画、ソフトウェア、楽曲などのコピーや公開などに対する意識	マトリクス択一	16×6
Q21	SNS等で知り合った人と1対1で会った経験の回数	択一	4
Q22	1対1で会うきっかけになったSNS等のツール	複数選択	5
Q23	1対1で合うことになった理由	〃	8
Q24	1対1で実際に会った結果発生したこと	〃	7

全ての設問の集計結果は別紙を参照
 ・「倫理調査.pdf」
 ・「性年代軸_倫理調査.pdf」
 ・「職業軸_倫理調査.pdf」

■ 本報告書には未掲載

- 10代の受講機会は62.1%と過半数
- 生徒・学生には倫理教育の機会が提供される環境が整備されつつあることがうかがえる
- 一方、成人、社会人の受講機会の創出が課題

■ 1年以内に受けたことがある ■ 1年以上前であれば受けたことがある ■ 受けたことはない ■ 覚えていない

		n	n (%)				
全体		5,000	11.5	13.8	67.8	6.8	
性別	男性	2,647	13.4	14.2	66.4	6.0	
	女性	2,353	9.4	13.4	69.4	7.8	
年代別	10代	417	32.4		29.7	26.6	11.3
	20代	1,027	13.3	23.7	51.1	11.9	
	30代	1,080	11.5	11.1	71.0	6.4	
	40代	1,076	8.5	8.5	78.3	4.8	
	50代	771	7.4	6.7	81.6	4.3	
	60代	458	5.7	9.8	81.0	3.5	
	70代以上	171	2.9	9.4	86.0	1.8	

■ 社会人の受講機会は所属組織によって大きく変動

■ 1年以内に受けたことがある ■ 1年以上前であれば受けたことがある ■ 受けたことはない ■ 覚えていない

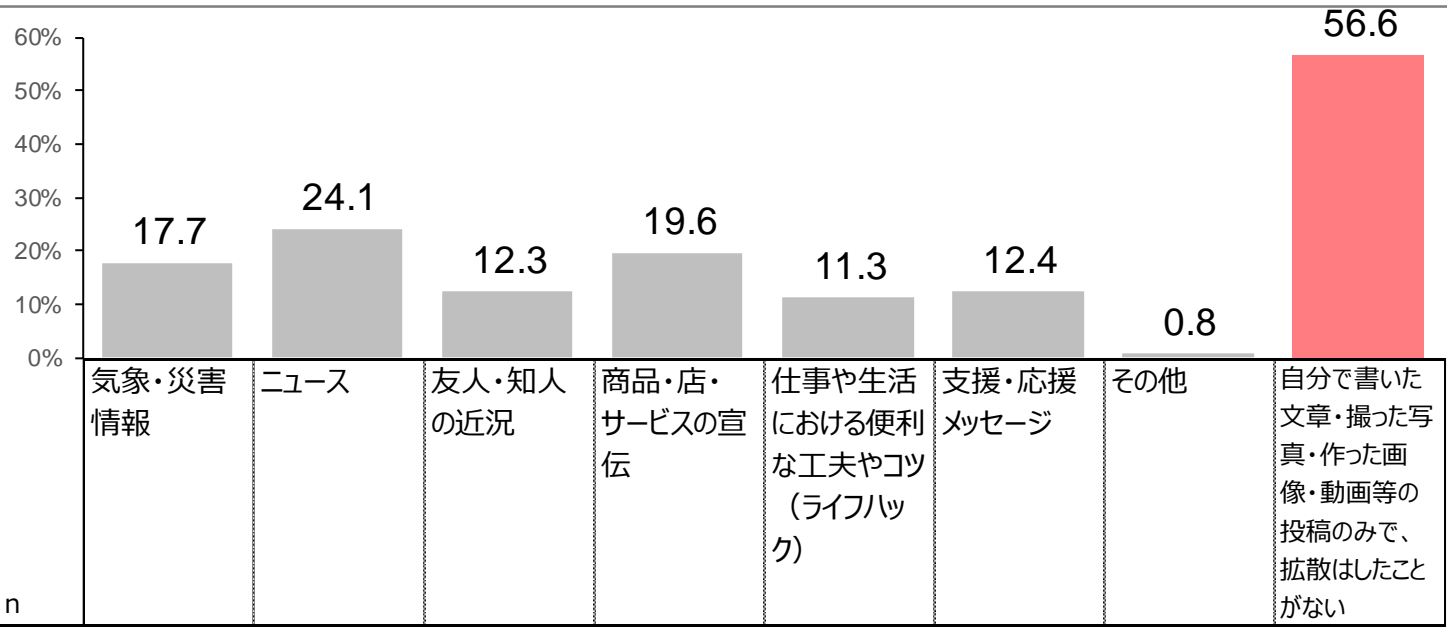
	n	n (%)			
全体	5,000	11.5	13.8	67.8	6.8
経営者・役員	130	8.5	10.8	76.2	4.6
会社員(A)	1,226	13.1	13.0	68.4	5.5
会社員(B)	307	23.1	21.8	48.2	6.8
公務員(A)	134	22.4	14.9	56.0	6.7
公務員(B)	19	42.1	31.6	21.1	5.3
教職員(A)	71	15.5	19.7	60.6	4.2
教職員(B)	13	46.2	15.4	38.5	
契約・派遣社員(A)	184	10.3	13.0	66.8	9.8
契約・派遣社員(B)	21	14.3	19.0	52.4	14.3
自営業・自由業・フリーランス(A)	332	4.5	8.4	80.7	6.3
自営業・自由業・フリーランス(B)	71	4.2	9.9	78.9	7.0
医者・弁護士などの専門職	99	9.1	15.2	75.8	

A: 情報システム・通信関係以外の業務
B: 情報システム・通信関係の業務

職業別は一部抜粋
全属性は「職業別_倫理調査を参照」

3-2. SNS等で拡散したことのある情報・内容(1) Q.2

- 回答者の過半(56.6%)で拡散経験は無し
- 拡散経験が最多なのは10代 62.4%、次いで20代56.3%
- 世代が上昇するほど、拡散経験は低い

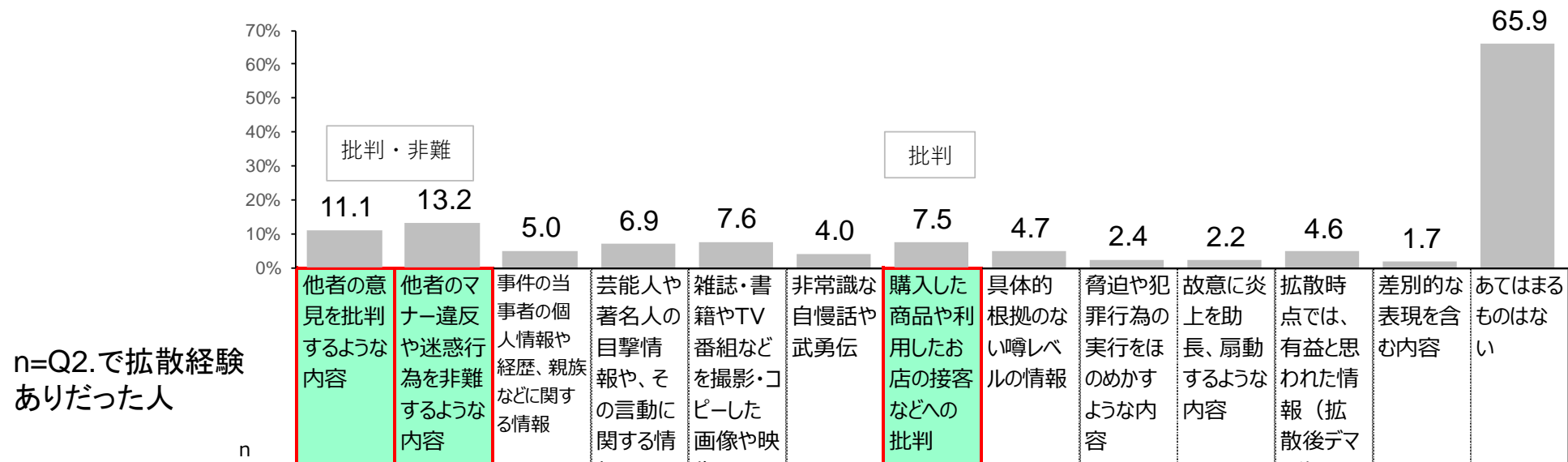


		n	気象・災害情報	ニュース	友人・知人の近況	商品・店・サービスの宣伝	仕事や生活における便利な工夫やコツ(ライフハック)	支援・応援メッセージ	その他	自分で書いた文章・撮った写真・作った画像・動画等の投稿のみで、拡散はしたことがない
全体		5,000	17.7	24.1	12.3	19.6	11.3	12.4	0.8	56.6
性別	男性	2,647	20.6	28.7	13.9	18.9	11.7	12.8	0.8	53.6
	女性	2,353	14.4	18.9	10.4	20.4	10.8	11.9	0.9	60.0
年代別	10代	417	19.7	29.0	22.8	24.2	14.9	14.6	1.2	37.6
	20代	1,027	23.3	31.2	19.0	24.6	15.7	11.8	1.1	43.7
	30代	1,080	22.2	26.7	12.8	22.5	13.6	13.0	0.6	52.7
	40代	1,076	16.6	23.3	7.9	19.3	8.6	12.3	0.5	62.1
	50代	771	12.5	17.5	6.7	16.0	8.8	12.5	0.9	68.5
	60代	458	7.9	14.2	7.0	8.7	4.4	10.3	1.5	72.9
	70代以上	171	7.6	13.5	9.4	6.4	9.4	12.3	0.6	73.1

62.40%
56.30%

3-3.SNS等で拡散したことのある情報・内容(2)リスクある内容Q.3

- 当てはまる内容の拡散経験があるのは、34.1%
- 拡散経験の中では、批判・非難の内容が多いのはSNSという媒体(セルフログ、エモーショナルメディア)特性によるものか

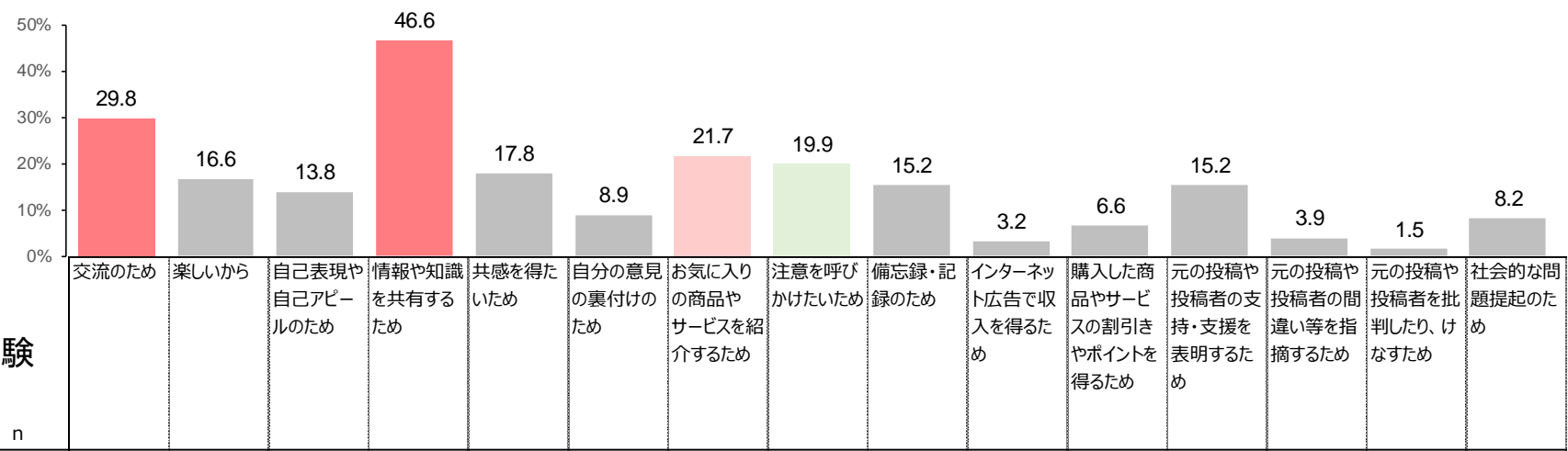


n=Q2.で拡散経験ありだった人

		n	他者の意見を批判するよう内容	他者のマナー違反や迷惑行為を非難するよう内容	事件の当事者の個人情報や経歴、親族などに関する情報	芸能人や著名人の目撃情報や、その言動に関する情報	雑誌・書籍やTV番組などを撮影・コピーした画像や映像	非常識な自慢話や武勇伝	購入した商品や利用したお店の接客などへの批判	具体的根拠のない噂レベルの情報	脅迫や犯罪行為の実行をほめかすような内容	故意に炎上を助長、扇動するような内容	拡散時点では、有益と思われた情報(拡散後デメリット)	差別的な表現を含む内容	あてはまるものはない
全体		2,170	11.1	13.2	5.0	6.9	7.6	4.0	7.5	4.7	2.4	2.2	4.6	1.7	65.9
性別	男性	1,229	15.2	16.8	6.8	8.0	8.1	5.8	9.0	6.4	3.4	2.8	5.8	2.5	58.8
	女性	941	5.7	8.5	2.7	5.5	7.0	1.7	5.5	2.3	1.2	1.4	3.0	0.5	75.2
年代別	10代	260	9.2	13.5	6.2	8.8	12.3	6.9	8.8	5.4	3.1	3.1	3.5	2.3	60.4
	20代	578	13.0	14.0	7.4	9.7	11.2	4.7	8.1	6.1	3.3	2.8	4.3	2.1	59.7
	30代	511	11.4	14.7	5.9	7.2	5.7	4.3	7.8	4.7	2.7	2.9	4.5	2.2	66.5
	40代	408	12.0	12.0	3.4	5.9	6.1	3.7	8.1	4.4	2.0	1.7	5.6	1.0	67.9
	50代	243	11.5	13.2	0.8	2.1	4.9	1.2	6.2	3.3	0.4	0.4	4.1	0.4	72.0
	60代	124	4.0	8.1	1.6	2.4	0.8	1.6	2.4	1.6	0.8	-	4.0	0.8	83.1
	70代以上	46	4.3	8.7	2.2	4.3	4.3	-	4.3	-	4.3	-	8.7	2.2	73.9

3-4. SNS等で拡散する理由(モチベーション) Q.4

- 「情報共有」が最多。30代以降では「情報共有」が半数を占める
- 交流を目的にしているのは10代が最多
- 「お気に入りの商品やサービスを紹介する」を選ぶのは、女性が男性より10P高く、3割弱(27.1%)

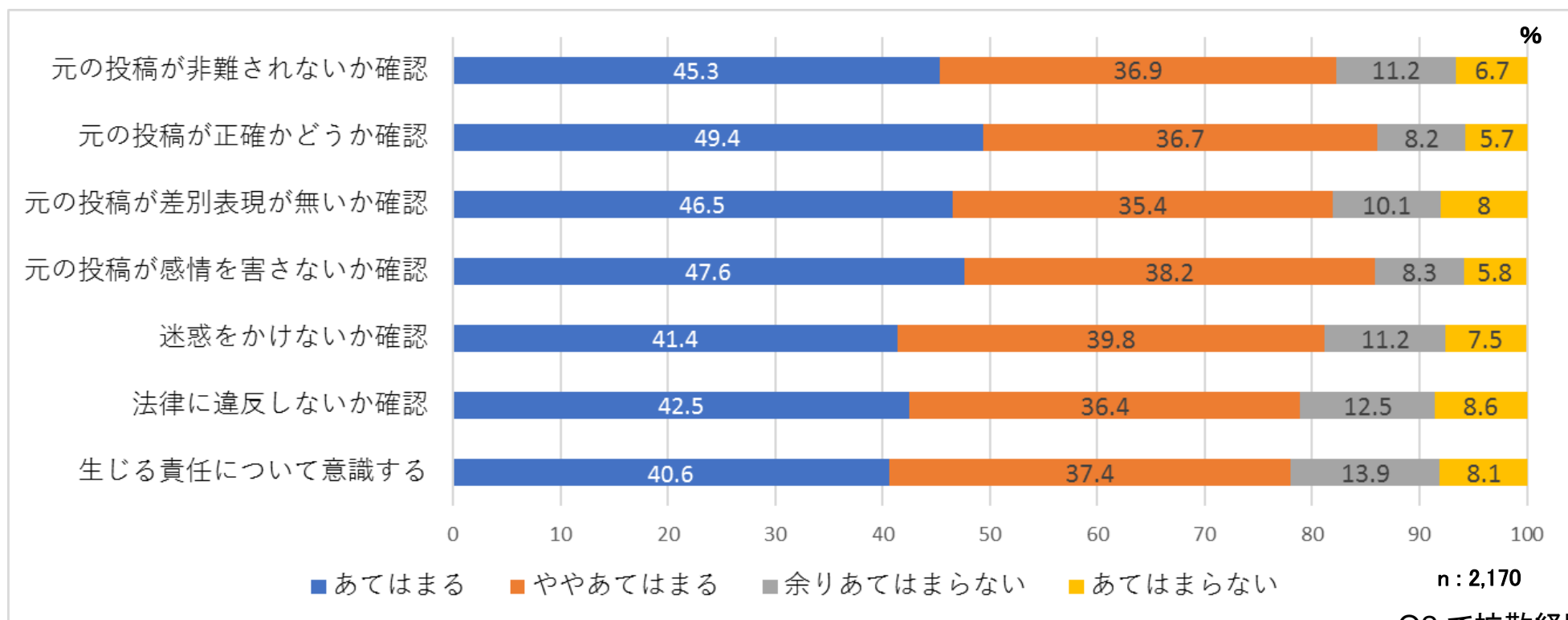


n=Q2.で拡散経験ありだった人

		n	交流のため	楽しいから	自己表現や自己アピールのため	情報や知識を共有するため	共感を得たいため	自分の意見の裏付けのため	お気に入りの商品やサービスを紹介するため	注意を呼びかけたいため	備忘録・記録のため	インターネット広告で収入を得るため	購入した商品やサービスの割引きやポイントを得るため	元の投稿や投稿者の支持・支援を表明するため	元の投稿や投稿者の間違い等を指摘するため	元の投稿や投稿者を批判したり、けなすため	社会的な問題提起のため
全体		2,170	29.8	16.6	13.8	46.6	17.8	8.9	21.7	19.9	15.2	3.2	6.6	15.2	3.9	1.5	8.2
性別	男性	1,229	32.3	16.8	16.4	44.5	18.8	10.3	17.6	22.3	13.7	3.8	5.9	13.8	5.4	2.2	9.8
	女性	941	26.6	16.5	10.3	49.3	16.6	7.0	27.1	16.7	17.1	2.4	7.5	16.9	2.0	0.5	6.2
年代別	10代	260	41.5	27.7	19.6	38.8	20.8	5.8	20.8	11.2	13.5	3.1	5.0	14.2	2.7	2.3	0.8
	20代	578	32.5	22.0	17.5	43.9	18.9	11.1	23.0	17.0	15.7	5.0	6.7	12.5	3.5	1.2	5.7
	30代	511	26.4	16.0	13.1	48.1	18.6	9.6	21.1	18.2	17.4	3.1	7.8	13.7	5.5	2.2	9.0
	40代	408	25.7	11.8	10.0	47.5	14.7	8.8	24.3	25.7	18.6	2.9	7.4	16.2	4.4	1.5	8.3
	50代	243	28.4	9.5	11.9	52.7	17.3	7.0	19.8	25.9	10.3	1.6	6.2	18.5	2.5	0.8	16.9
	60代	124	23.4	6.5	5.6	49.2	14.5	6.5	16.9	25.0	6.5	0.8	4.8	22.6	3.2	-	9.7
	70代以上	46	28.3	2.2	6.5	58.7	19.6	8.7	17.4	26.1	10.9	-	2.2	23.9	4.3	-	21.7

3-5-1.SNS等での拡散時の心がけ Q.5(1)

- 何れの選択肢も4割強が「あてはまる」と回答
- 「ややあてはまる」を含めると約8割が拡散時について注意を払っている



n=Q2.で拡散経験ありだった人

3-5-2.SNS等での拡散時の心がけ「迷惑をかけないか確認する」Q.5(2)

- 10代、20代男性の割合が低い(赤枠)
- 当てはまると回答した男性の割合は総じて低い(青枠)

n=Q2.で拡散経験ありだった人

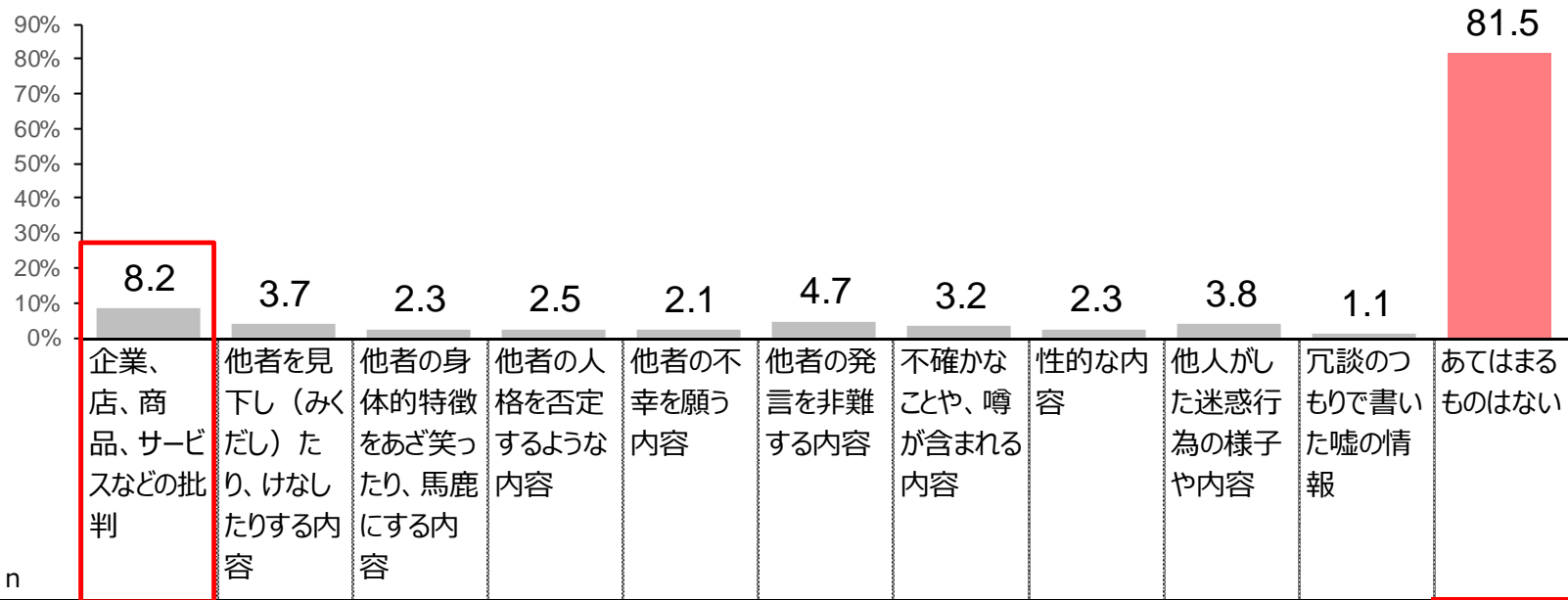
■ あてはまる ■ ややあてはまる ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない (「考えた事がない」を含む)

		n	n (%)			
全	体	2,170	41.4	39.8	11.2	7.5
性	男	1,229	38.7	41.3	13.1	6.8
	女	941	45.0	37.8	8.8	8.4
性 年 代 別	男性10代	116	33.6	41.4	16.4	8.6
	女性10代	144	43.1	39.6	9.0	8.3
	男性20代	306	28.4	44.1	18.3	9.2
	女性20代	272	36.0	43.8	12.5	7.7
	男性30代	283	38.9	41.7	12.4	7.1
	女性30代	228	43.4	39.9	7.9	8.8
	男性40代	245	39.6	42.9	11.4	6.1
	女性40代	163	50.9	34.4	7.4	7.4
	男性50代	162	46.3	40.1	9.3	4.3
	女性50代	81	63.0	22.2	2.5	12.3
	男性60代	87	56.3	34.5	6.9	2.3
	女性60代	37	54.1	27.0	10.8	8.1

性年代別は一部抜粋 全属性は「性年代別_倫理調査を参照」

3-6.SNS等でのネガティブな投稿経験 Q.6

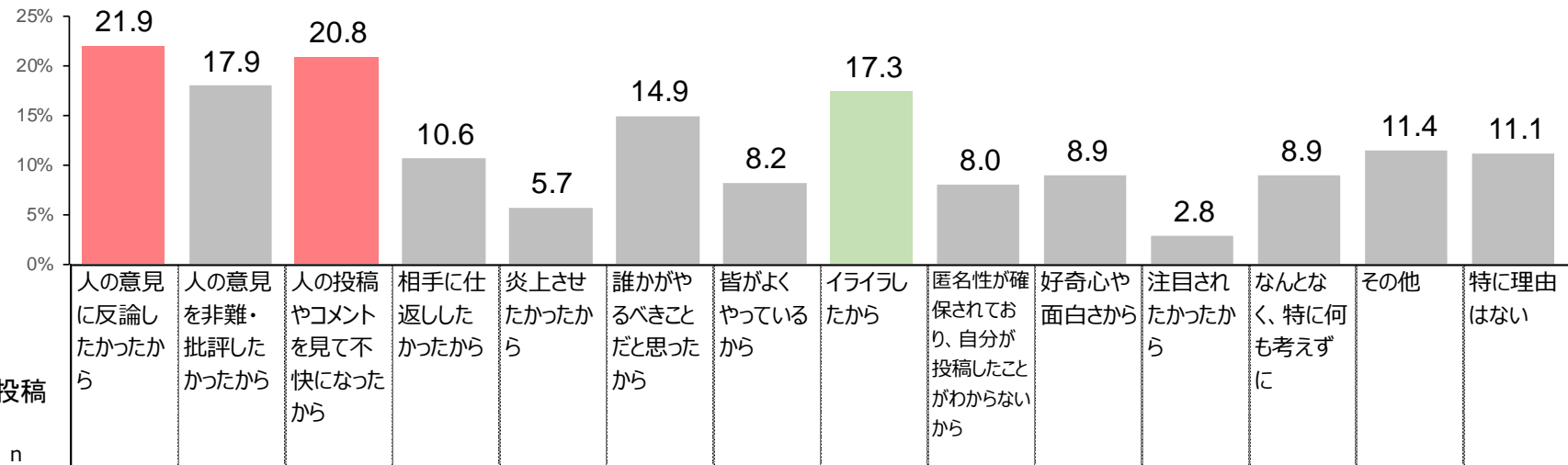
- ネガティブな投稿経験があるのは、18.5%
- 「企業、店、商品、サービスなどの批判」が最も多く8.2%



		n	企業、店、商品、サービスなどの批判	他者を見下し(みくだし)たり、けなしたりする内容	他者の身体的特徴をあざ笑ったり、馬鹿にする内容	他者の人格を否定するような内容	他者の不幸を願う内容	他者の発言を非難する内容	不確かなことや、噂が含まれる内容	性的な内容	他人がした迷惑行為の様子や内容	冗談のつもりで書いた嘘の情報	あてはまるものはない
全体		5,000	8.2	3.7	2.3	2.5	2.1	4.7	3.2	2.3	3.8	1.1	81.5
性別	男性	2,647	10.8	5.1	3.4	3.7	2.8	6.3	4.0	3.1	4.3	1.7	76.2
	女性	2,353	5.2	2.1	1.2	1.1	1.3	2.9	2.3	1.4	3.3	0.5	87.4
年代別	10代	417	7.9	5.8	3.6	4.1	3.4	4.8	6.2	4.6	3.6	1.9	76.0
	20代	1,027	8.5	6.9	4.6	4.8	4.9	6.0	5.2	4.4	5.1	1.9	73.5
	30代	1,080	10.5	3.9	2.7	2.9	1.9	5.7	3.5	2.4	5.0	1.0	79.6
	40代	1,076	8.3	2.6	1.7	1.6	1.3	5.4	2.9	1.6	3.5	0.9	82.8
	50代	771	6.5	1.6	0.8	1.2	0.6	2.7	1.3	0.6	3.0	0.4	88.2
	60代	458	6.6	1.5	0.4	0.7	0.2	2.0	0.2	0.4	1.3	0.9	90.4
	70代以上	171	4.7	-	-	-	-	1.8	1.2	0.6	1.2	0.6	91.8

3-7-1.SNS等でネガティブな投稿をした理由 Q.7(1)

- 「反論」「非難・批評」「不快になった」という理由では、男性の割合が高い
- 「イライラした」という理由では女性の割合が高い

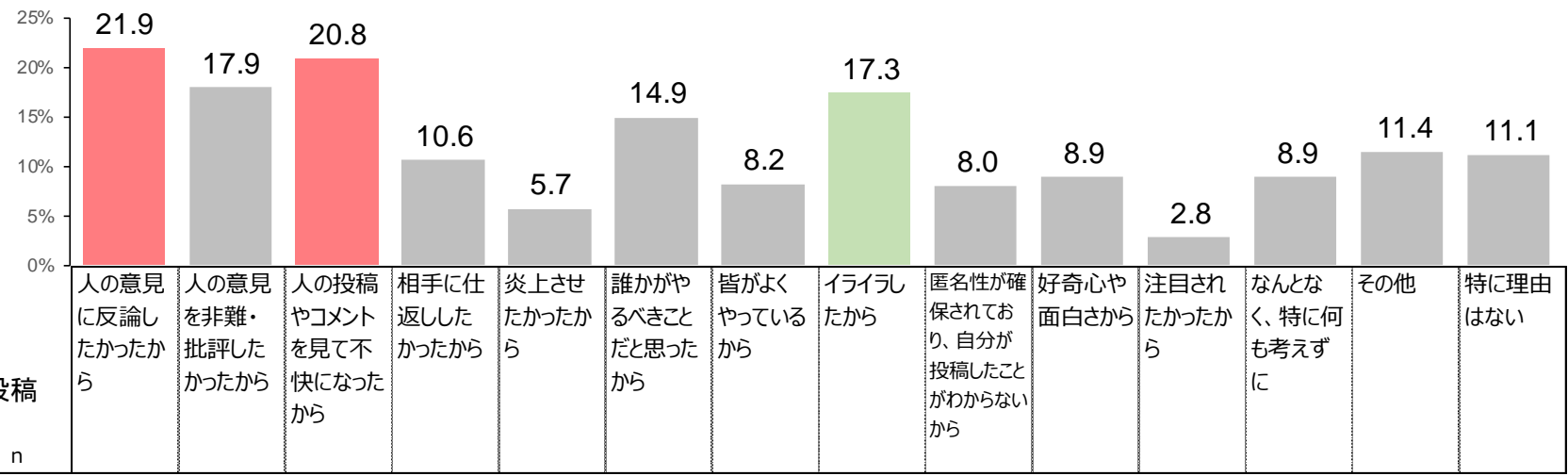


n=ネガティブな投稿経験ありの人
Q6の18.5% n

		全体	21.9	17.9	20.8	10.6	5.7	14.9	8.2	17.3	8.0	8.9	2.8	8.9	11.4	11.1
性別	男性	629	25.1	21.1	21.9	11.0	7.0	16.7	8.7	13.8	8.1	9.7	3.3	9.7	9.2	10.7
	女性	297	15.2	11.1	18.5	9.8	3.0	11.1	7.1	24.6	7.7	7.1	1.7	7.1	16.2	12.1
年代別	10代	100	15.0	23.0	17.0	15.0	8.0	13.0	14.0	19.0	14.0	18.0	2.0	10.0	2.0	12.0
	20代	272	19.5	19.1	22.8	11.4	9.9	16.5	9.2	23.9	9.2	9.2	2.6	9.9	7.0	9.6
	30代	220	25.5	15.9	22.3	11.4	5.0	14.5	8.2	20.0	9.1	7.7	3.6	10.0	7.7	10.9
	40代	185	27.0	20.5	20.0	9.7	3.2	12.4	8.6	12.4	7.6	6.5	3.2	6.5	14.1	11.4
	50代	91	23.1	12.1	17.6	8.8	-	13.2	2.2	8.8	-	8.8	3.3	9.9	25.3	11.0
	60代	44	13.6	11.4	22.7	2.3	2.3	22.7	-	2.3	-	4.5	-	-	31.8	20.5
	70代以上	14	14.3	14.3	14.3	-	-	21.4	7.1	-	7.1	-	-	-	14.3	35.7

3-7-2.SNS等でネガティブな投稿をした理由 Q.7(2)

- 「反論しなかった」という理由では、30代、40代、50代の男性の割合が女性に比べ、倍程度高い
- 「イライラした」という理由では20代から50代にかけて、女性の方が男性より顕著に高い

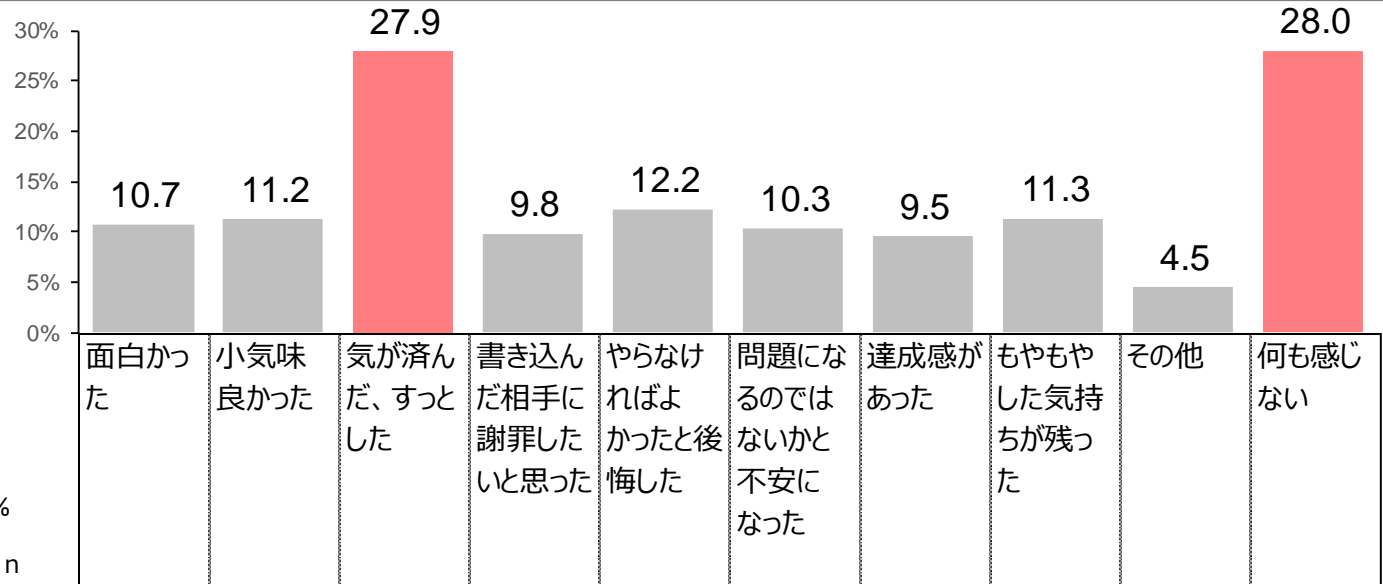


n=ネガティブな投稿経験ありの人
Q6の18.5% n

性別	世代	人数	人の意見に反論しなかったから	人の意見を非難・批評しなかったから	人の投稿やコメントを見て不快になったから	相手に仕返したかったから	炎上させたかったから	誰かがやるべきことだと思ったから	皆がよくやっているから	イライラしたから	匿名性が確保されており、自分が投稿したことがわからないから	好奇心や面白さから	注目されなかったから	なんとなく、特に何も考えずに	その他	特に理由はない	
性別別	男性10代	61	16.4	26.2	18.0	18.0	11.5	16.4	19.7	18.0	14.8	21.3	1.6	11.5	-	4.9	
	女性10代	39	12.8	17.9	15.4	10.3	2.6	7.7	5.1	20.5	12.8	12.8	2.6	7.7	5.1	23.1	
	男性20代	167	21.0	23.4	24.0	7.8	13.8	19.8	7.8	20.4	8.4	10.8	3.6	10.8	4.2	10.8	
	女性20代	105	17.1	12.4	21.0	17.1	3.8	11.4	11.4	29.5	10.5	6.7	1.0	8.6	11.4	7.6	
	男性30代	154	29.2	20.1	23.4	14.9	6.5	16.2	9.7	16.2	10.4	9.7	3.9	11.0	5.2	9.7	
	女性30代	66	16.7	6.1	19.7	3.0	1.5	10.6	4.5	28.8	6.1	3.0	3.0	7.6	13.6	13.6	
	男性40代	141	31.2	24.8	20.6	10.6	2.8	14.2	9.2	8.5	8.5	5.7	3.5	6.4	12.8	10.6	
	女性40代	44	13.6	6.8	18.2	6.8	4.5	6.8	6.8	25.0	4.5	9.1	2.3	6.8	18.2	13.6	
	男性50代	61	27.9	14.8	19.7	9.8	-	13.1	3.3	6.6	-	9.8	4.9	13.1	18.0	13.1	
	女性50代	30	13.3	6.7	13.3	6.7	-	13.3	-	13.3	-	6.7	-	3.3	40.0	6.7	
	男性60代	34	17.6	8.8	23.5	2.9	-	20.6	-	2.9	-	2.9	-	-	29.4	20.6	
	女性60代	10	-	20.0	20.0	-	10.0	30.0	-	-	-	10.0	-	-	40.0	20.0	
	男性70代以上	11	9.1	-	18.2	-	-	18.2	-	-	-	-	-	-	18.2	36.4	9.1
	女性70代以上	3	33.3	66.7	-	-	-	33.3	33.3	-	33.3	-	-	-	33.3	-	

3-8.SNS等でのネガティブな投稿後の感情 Q.8

- 後悔より、納得、達成感が高い
- 20代—40代の女性で「気が済んだ、すっとした」の割合が平均より10P超高い



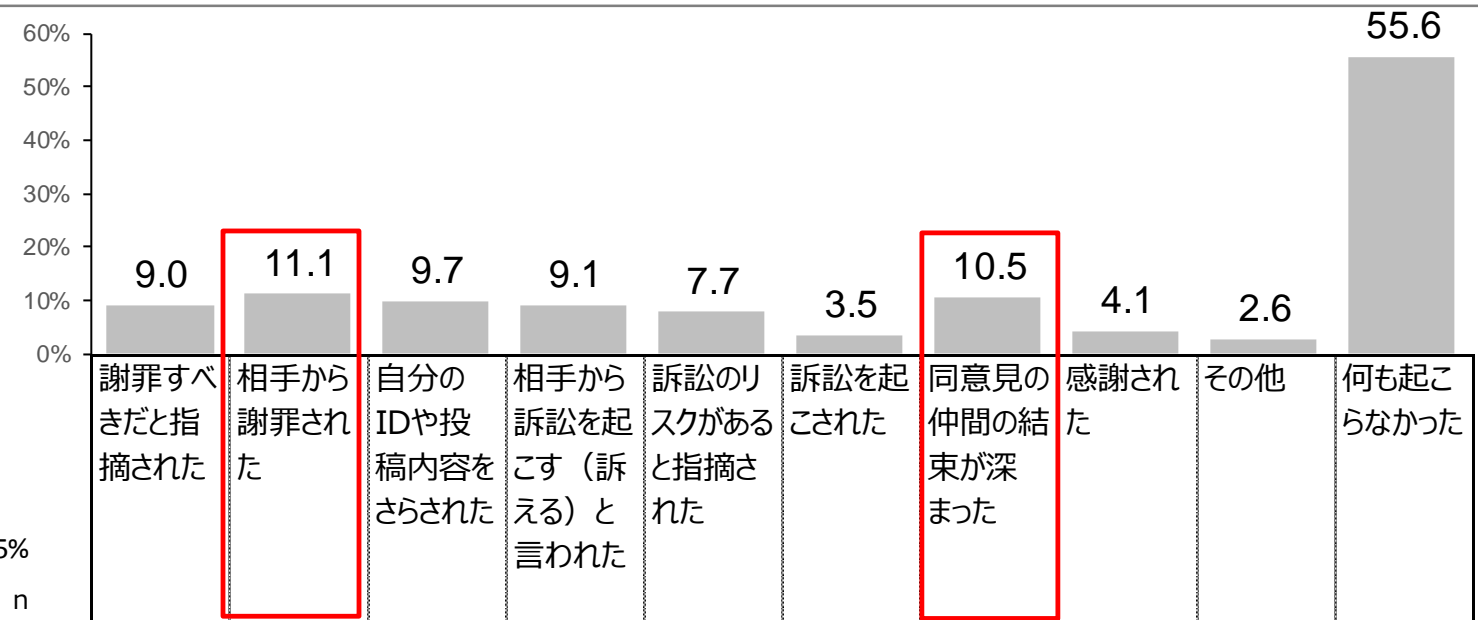
母数：Q6 5,000 x 18.5%
(ネガティブな投稿経験のある人) n

全体		926	10.7	11.2	27.9	9.8	12.2	10.3	9.5	11.3	4.5	28.0
性別	男性	629	12.9	12.1	25.4	11.8	12.4	11.8	11.1	12.1	4.5	25.9
	女性	297	6.1	9.4	33.0	5.7	11.8	7.1	6.1	9.8	4.7	32.3
性年代別	男性10代	61	18.0	13.1	27.9	24.6	19.7	19.7	14.8	6.6	-	14.8
	女性10代	39	10.3	2.6	25.6	12.8	20.5	7.7	5.1	5.1	2.6	38.5
	男性20代	167	17.4	16.2	32.3	20.4	13.8	12.6	6.6	8.4	1.8	21.0
	女性20代	105	9.5	14.3	38.1	9.5	12.4	7.6	4.8	5.7	1.9	28.6
	男性30代	154	14.9	13.0	26.6	9.1	14.3	9.7	9.7	13.0	2.6	27.3
	女性30代	66	4.5	7.6	34.8	1.5	10.6	7.6	4.5	12.1	3.0	36.4
	男性40代	141	9.9	10.6	19.1	5.0	9.2	10.6	14.9	16.3	5.0	31.2
	女性40代	44	2.3	11.4	38.6	2.3	4.5	2.3	9.1	13.6	6.8	29.5
	男性50代	61	4.9	9.8	23.0	6.6	9.8	11.5	11.5	14.8	11.5	31.1
	女性50代	30	-	3.3	13.3	-	13.3	10.0	6.7	16.7	10.0	40.0
	男性60代	34	2.9	-	14.7	-	5.9	8.8	11.8	17.6	14.7	32.4
	女性60代	10	-	10.0	30.0	-	-	10.0	20.0	10.0	10.0	20.0

性年代別は一部抜粋 全属性は「性年代別_倫理調査を参照」

3-9.SNS等でのネガティブな投稿後に発生したこと Q.9

- 本年初めて調査した項目
- 半数は「何も起こらなかった」
- 「謝罪された」11.1%、「同意見の仲間の結束が深まった」10.5% (赤枠)

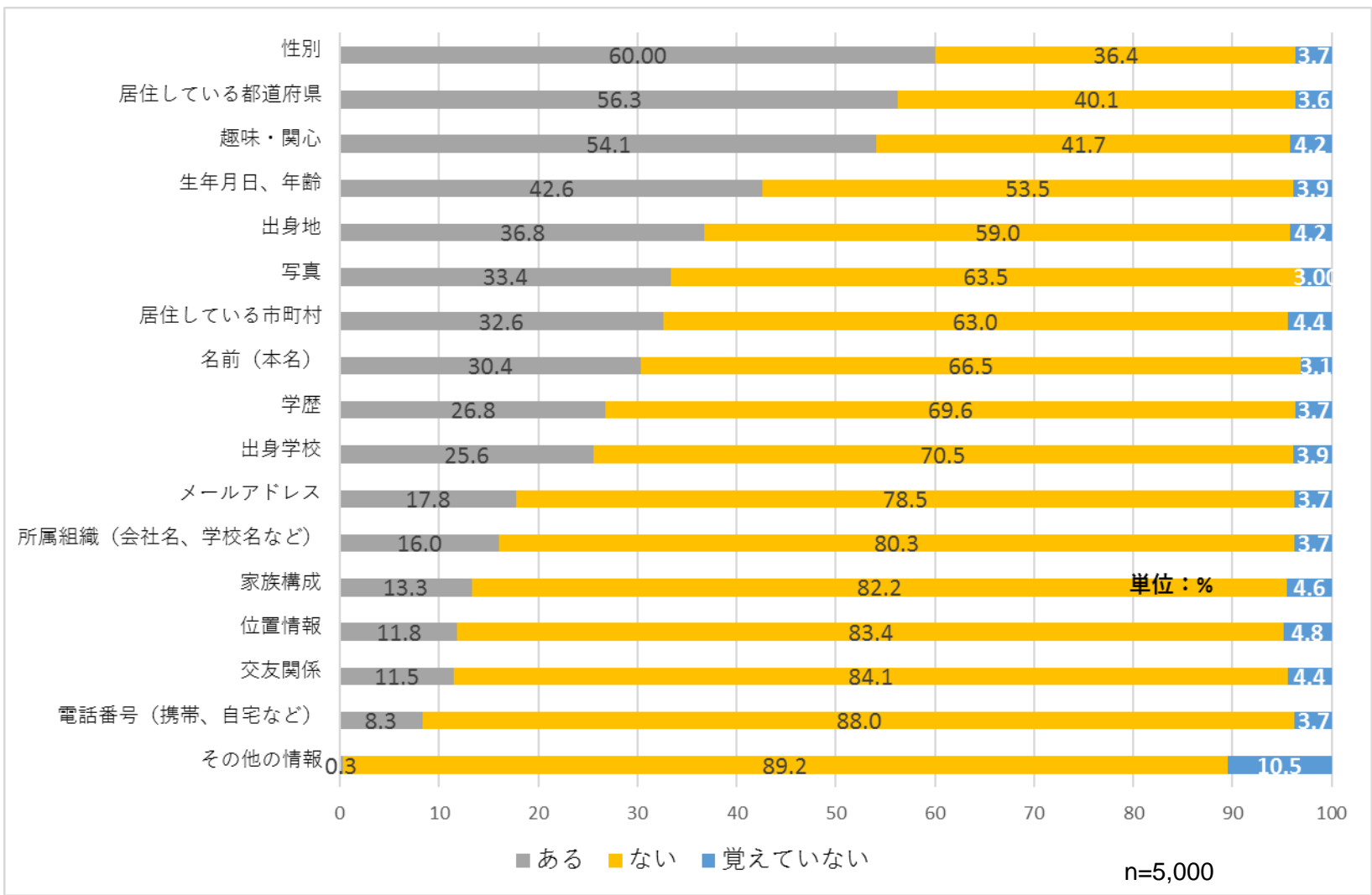


母数：Q6 5,000 x 18.5%
(ネガティブな投稿経験のある人) n

		全体	謝罪すべきだと指摘された	相手から謝罪された	自分のIDや投稿内容をさらされた	相手から訴訟を起こす(訴える)と言われた	訴訟のリスクがある(と指摘された)	訴訟を起こされた	同意見の仲間の結束が深まった	感謝された	その他	何も起こらなかった
全体		926	9.0	11.1	9.7	9.1	7.7	3.5	10.5	4.1	2.6	55.6
性別	男性	629	10.5	11.8	11.3	9.9	8.9	3.3	10.0	4.3	2.4	53.6
	女性	297	5.7	9.8	6.4	7.4	5.1	3.7	11.4	3.7	3.0	59.9
年代別	10代	100	18.0	13.0	16.0	9.0	9.0	9.0	12.0	1.0	2.0	46.0
	20代	272	12.1	10.7	14.7	12.9	15.8	3.7	9.2	2.9	2.2	44.5
	30代	220	8.6	13.2	8.2	12.3	4.5	3.6	12.7	2.7	0.9	56.8
	40代	185	5.4	7.6	5.4	5.9	2.2	1.1	8.6	4.9	2.7	70.8
	50代	91	3.3	6.6	4.4	2.2	5.5	2.2	11.0	6.6	6.6	67.0
	60代	44	-	20.5	4.5	-	-	2.3	9.1	11.4	4.5	56.8
	70代以上	14	-	21.4	-	-	-	-	14.3	21.4	7.1	42.9

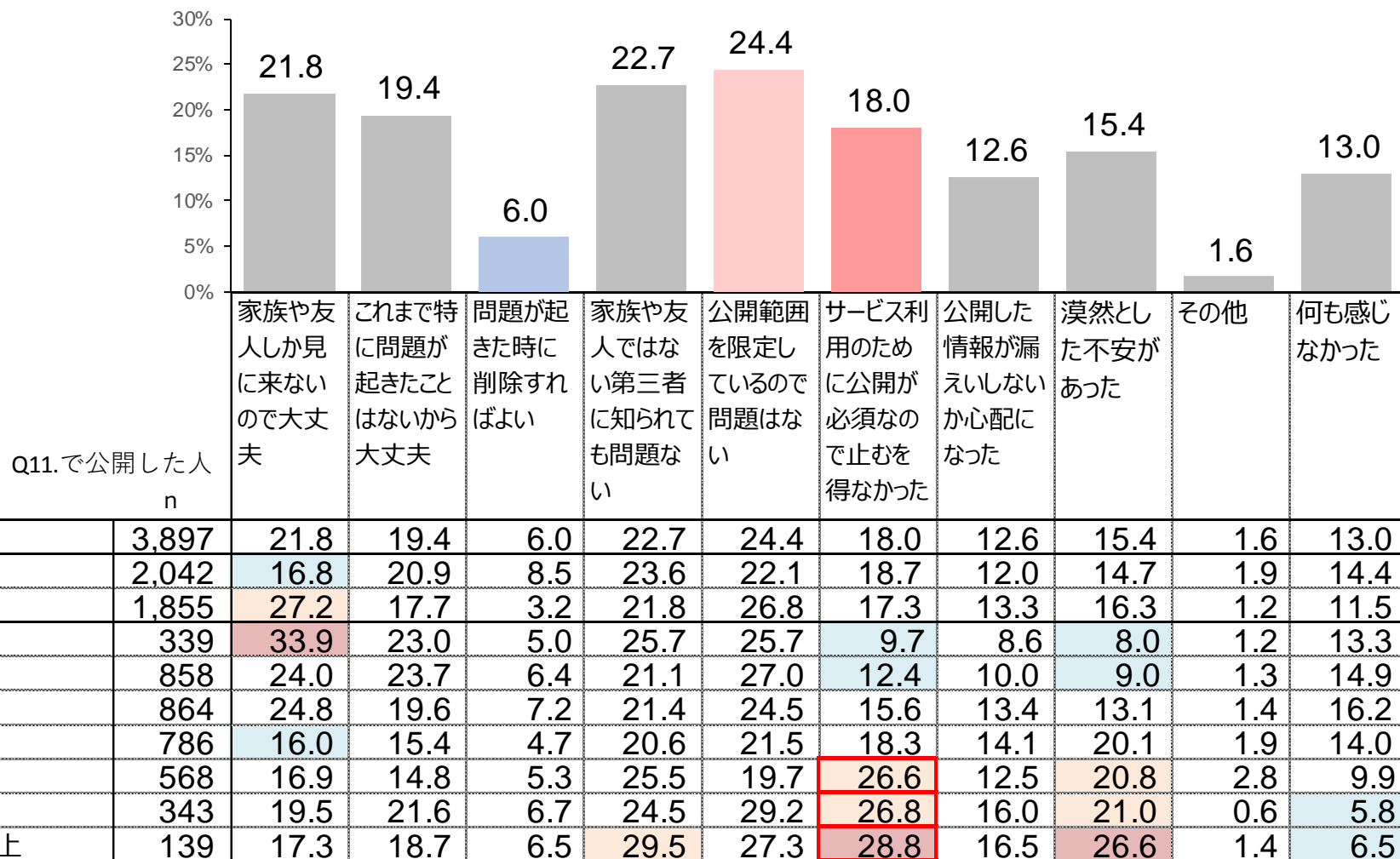
3-10.自分の個人情報やプライベートな情報の公開経験 Q.11

■「性別」「居住している都道府県」「趣味・関心」がトップ3で、過半が公開経験あり



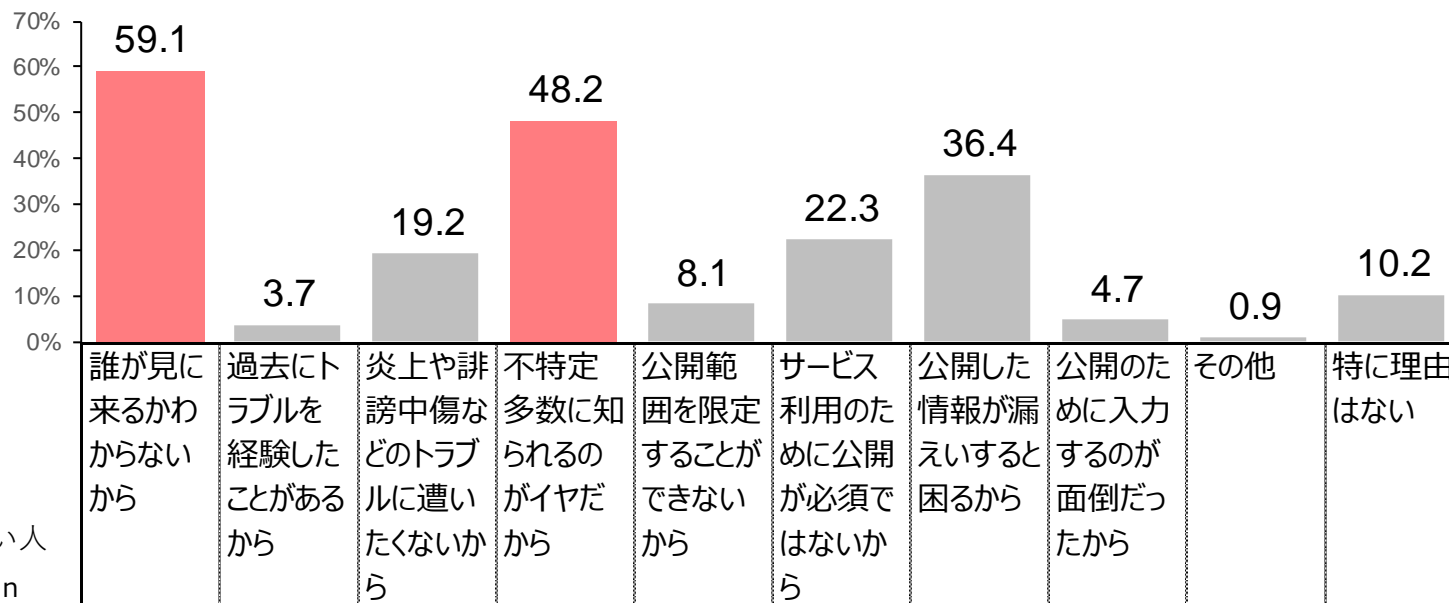
3-11.自分の個人情報やプライベートな情報の公開に対する考えQ.12

- 「問題が起きた時に削除すればよい」を選ぶ割合が低い
- 50代以上で「サービス利用のために公開がやむを得なかった」の割合が他世代より顕著に高い



3-12.自分の個人情報やプライベートな情報を公開しない理由Q.13

■「誰が見に来るかわからないから」「不特定多数に知られるのがイヤだから」が2トップ

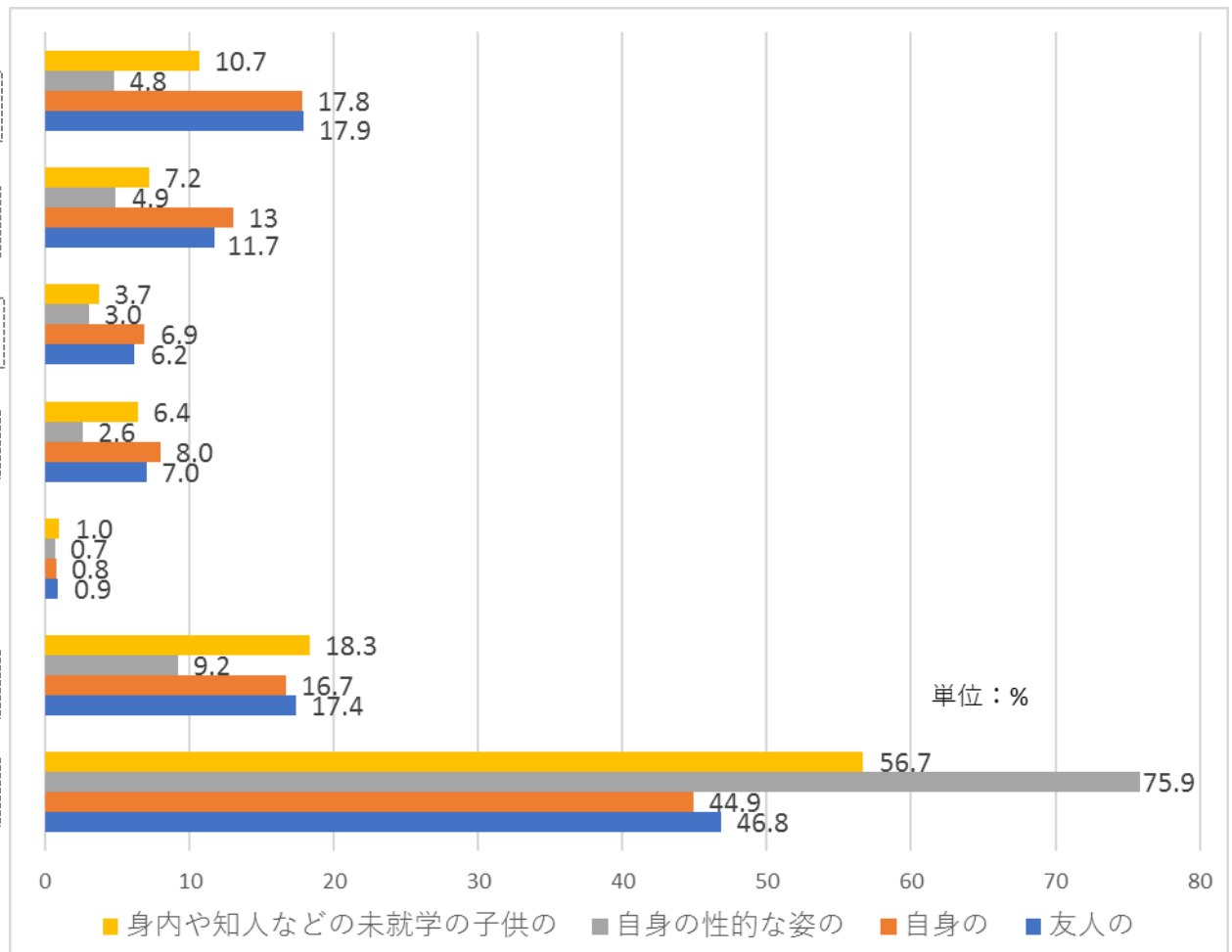


		n	誰が見に来るかわからないから	過去にトラブルを経験したから	炎上や誹謗中傷などのトラブルに遭いたくないから	不特定多数に知られるのがイヤだから	公開範囲を限定できないから	サービス利用のために公開が必須ではないから	公開した情報が漏れいすと困るから	公開のために入力するのが面倒だったから	その他	特に理由はない
全体		4,860	59.1	3.7	19.2	48.2	8.1	22.3	36.4	4.7	0.9	10.2
性別	男性	2,547	54.4	4.2	19.6	43.9	9.1	21.8	32.2	5.1	1.2	12.2
	女性	2,313	64.3	3.1	18.7	52.9	7.0	22.9	40.9	4.2	0.6	8.1
年代別	10代	403	55.1	4.2	19.4	46.7	7.4	14.4	31.8	4.0	0.7	11.9
	20代	998	57.6	6.1	19.7	46.4	8.7	19.2	30.9	5.4	0.5	11.2
	30代	1,049	60.2	4.0	18.7	47.0	6.1	21.4	37.8	6.6	0.7	10.2
	40代	1,052	64.0	3.1	20.3	50.5	7.3	21.5	39.0	4.1	1.0	10.2
	50代	748	61.2	2.4	18.3	47.7	8.0	26.3	39.6	3.3	0.9	7.2
	60代	444	53.2	1.6	17.1	51.1	10.6	28.4	38.1	4.1	1.6	9.9
	70代以上	166	46.4	1.2	19.9	49.4	16.9	36.7	36.1	1.8	3.6	15.7

3-13. SNSで顔が判別できる写真や動画の共有範囲 Q.19

■ SNSで共有するために写真や動画を撮影したことがない、と回答する割合が多い

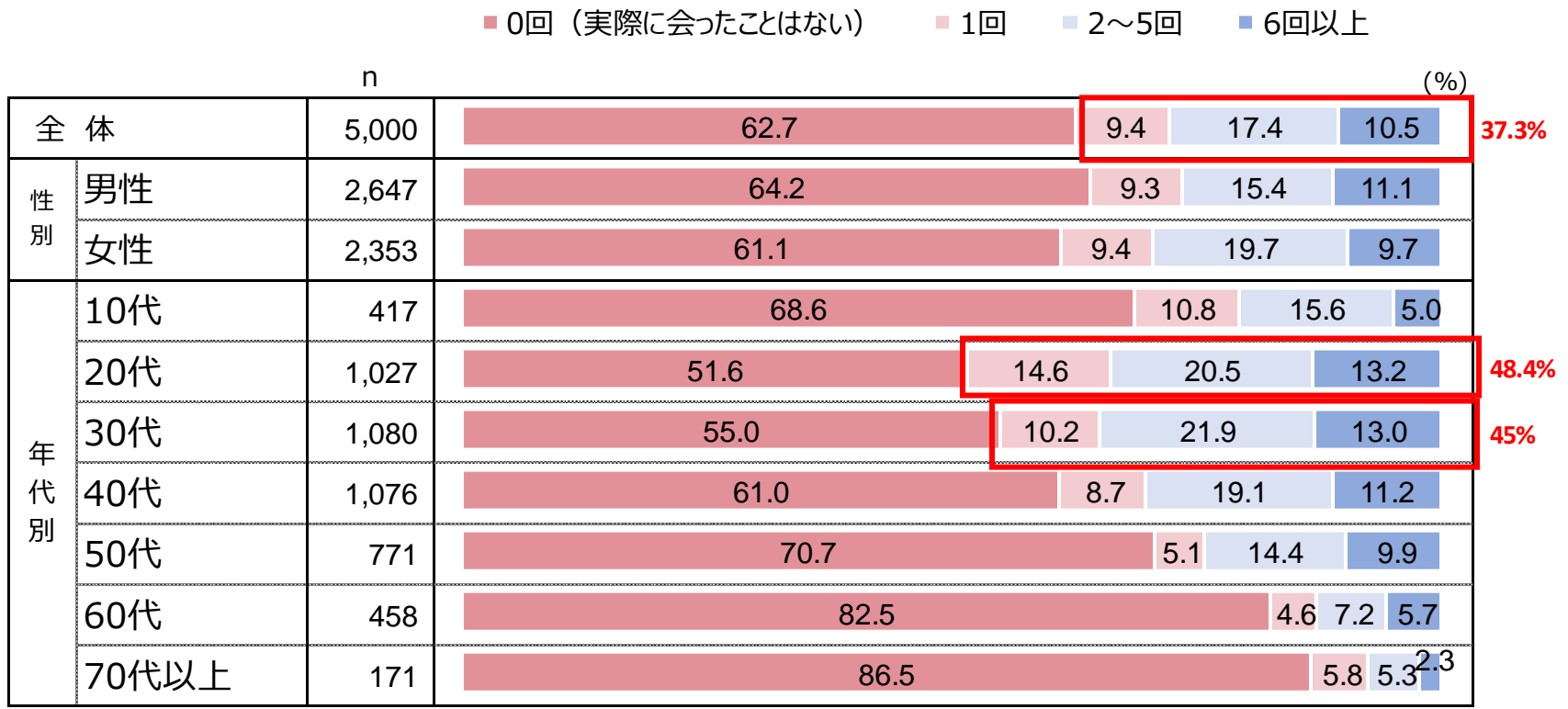
- 現実でも面識のある友人・知人
- SNS上だけの友人・知人
- 不特定多数(誰でも)
- 恋人など非常に近い相手
- 相手・範囲の設定方法が不明
- 共有せず、自分で持っておく
- 撮影したことが無い



n=5,000

3-14-1. SNS等で知り合った人と1対1で会った回数 Q.21(1)

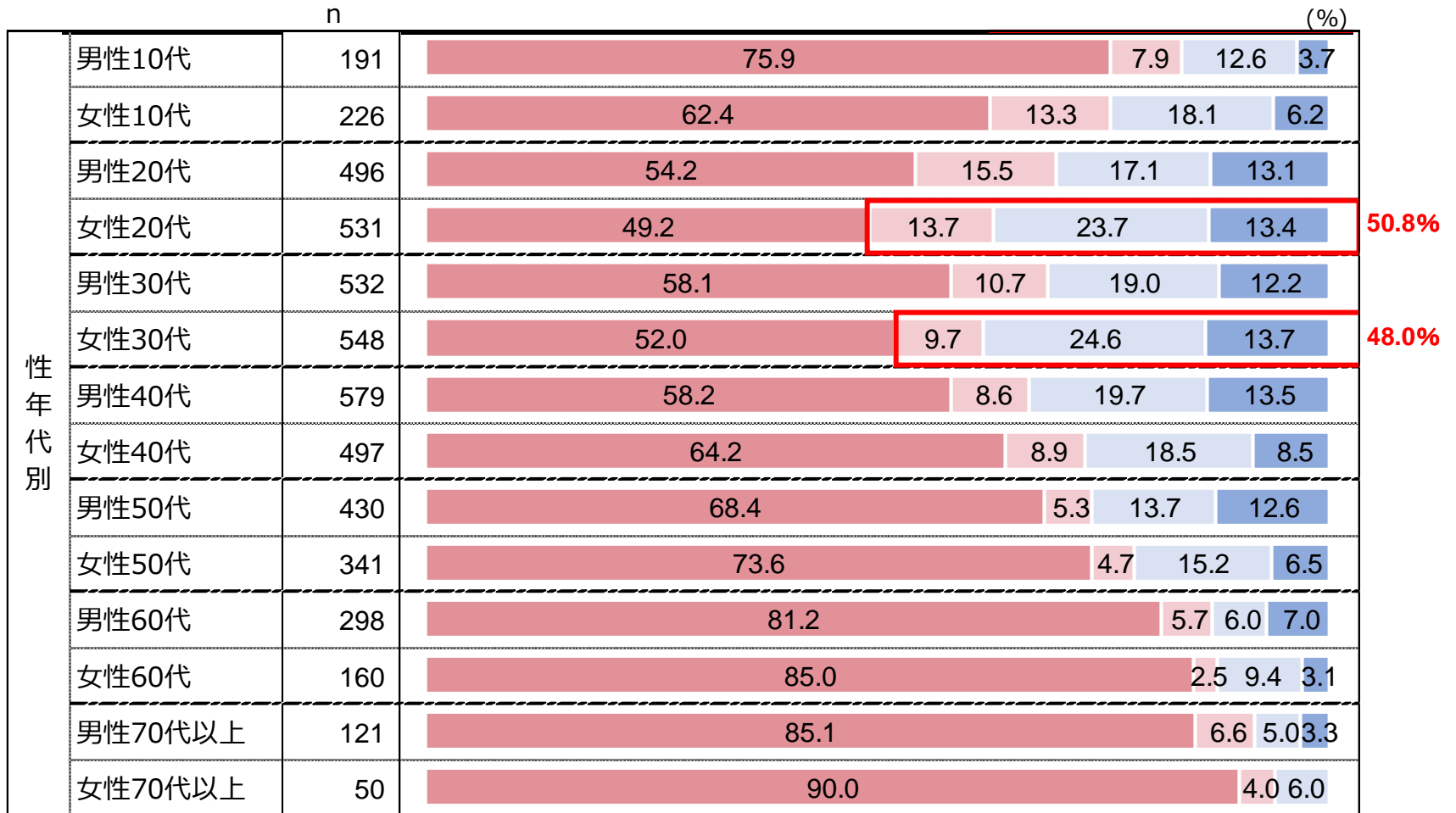
■ 全体平均は、37.3%だが、20代、30代では約半数がSNS等で知り合った人と1対1で会ったことがある



3-14-2. SNS等で知り合った人と1対1で会った回数 Q.21(2)

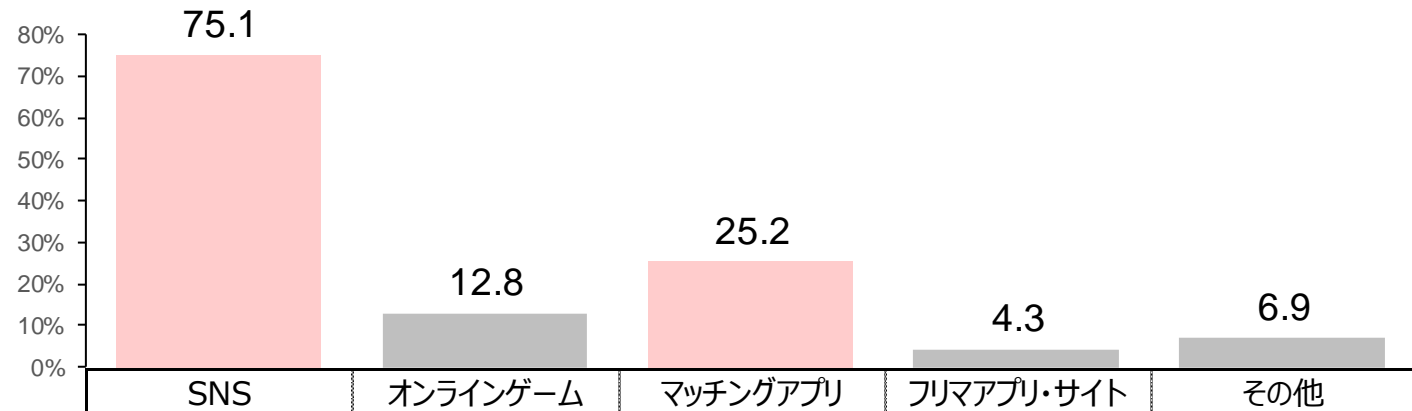
■ SNS等で知り合った人と1対1で会ったことがある20代、30代は半数に上る

■ 0回（実際に会ったことはない） ■ 1回 ■ 2～5回 ■ 6回以上



3-15-1. SNS等で知り合った人と1対1で会ったきっかけのツールQ.22(1)

- SNSがダントツ。10代は9割弱がSNSを使用している。
- マッチングアプリを利用するのは30代、40代が最多で3割超

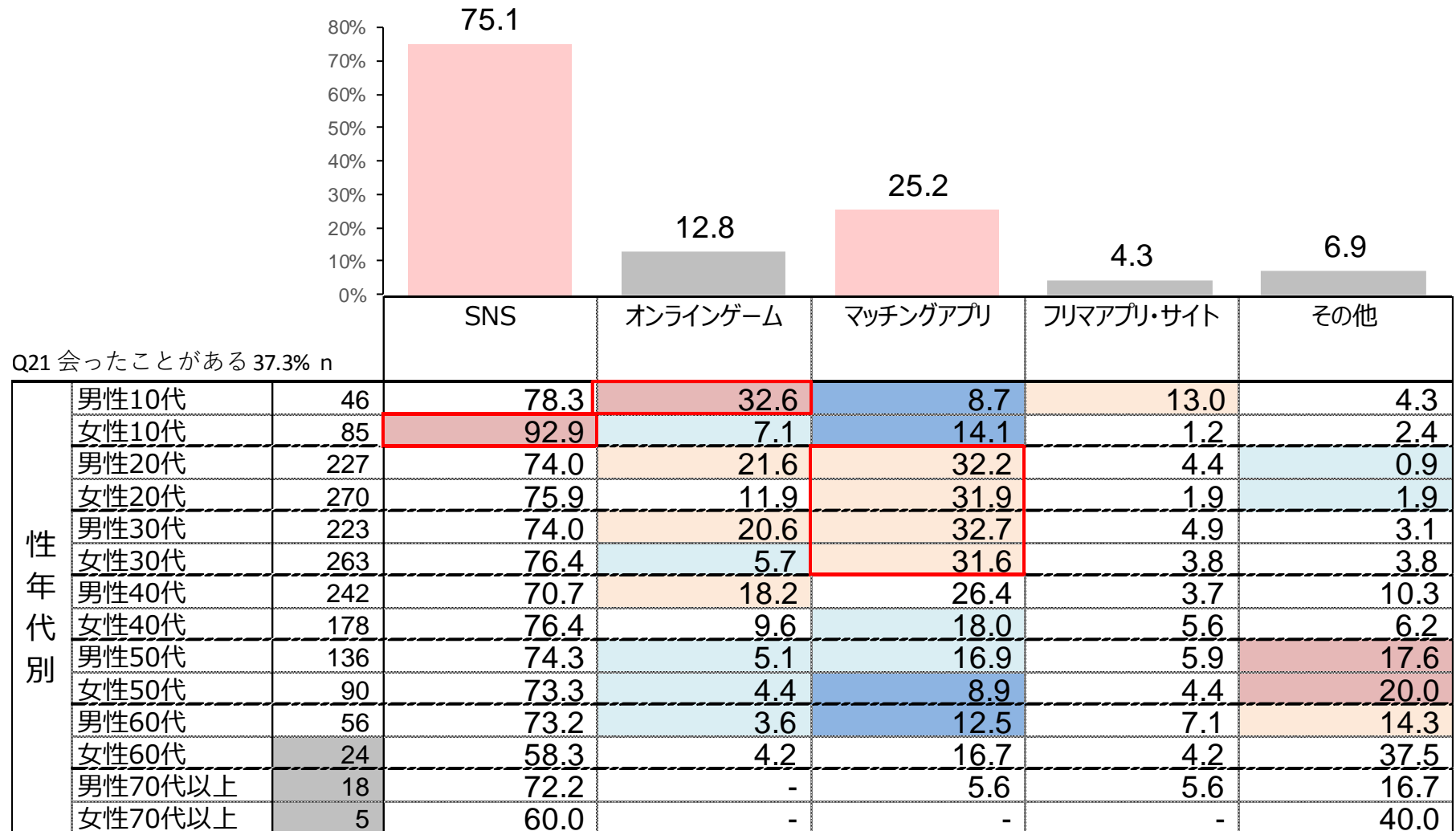


Q21 会ったことがある 37.3% n

		全体	SNS	オンラインゲーム	マッチングアプリ	フリマアプリ・サイト	その他
全体		1,863	75.1	12.8	25.2	4.3	6.9
性別	男性	948	73.3	17.2	25.8	5.2	7.5
	女性	915	76.9	8.2	24.6	3.4	6.2
年代別	10代	131	87.8	16.0	12.2	5.3	3.1
	20代	497	75.1	16.3	32.0	3.0	1.4
	30代	486	75.3	12.6	32.1	4.3	3.5
	40代	420	73.1	14.5	22.9	4.5	8.6
	50代	226	73.9	4.9	13.7	5.3	18.6
	60代	80	68.8	3.8	13.8	6.3	21.3
	70代以上	23	69.6	-	4.3	4.3	21.7

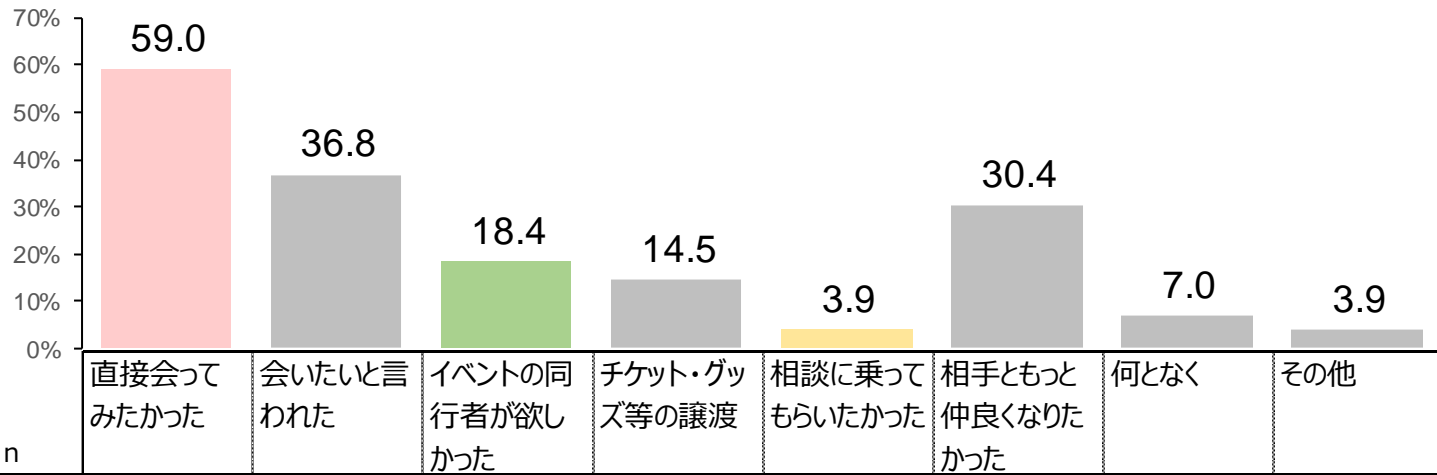
3-15-2. SNS等で知り合った人と1対1で会ったきっかけのツールQ.22(2)

- 最もSNSを利用する割合の高い10代の中でも、女性が際立っており、ほぼ100%がSNS
- オンラインゲームを活用するのは10代男性が筆頭で、3割超



3-16. 実際に会うことになった理由・きっかけ Q.23

- 「イベント同行者が欲しかった」を理由にあげる10代が多く、平均の約2倍で、イベント同行者をSNS等の出会いで得ていることがうかがえる
- 「相談に乗ってもらいたかった」を理由に挙げる10代男性が平均の約2倍で最多



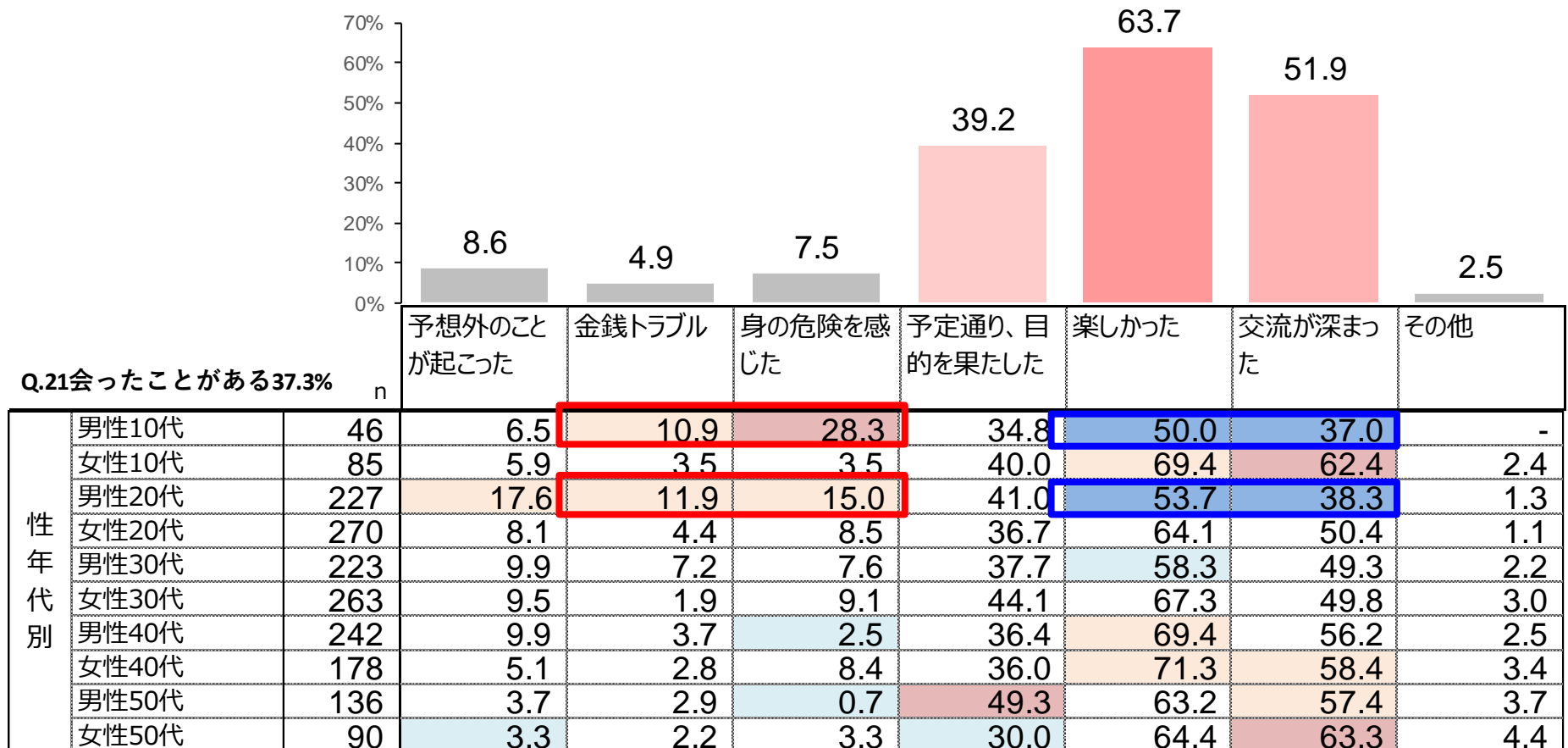
Q21 会ったことがある 37.3% n

		直接会って見たかった	会いたいと言われた	イベントの同行者が欲しかった	チケット・グッズ等の譲渡	相談に乗ってもらいたかった	相手ともっと仲良くなりたかった	何となく	その他	
全体	1,863	59.0	36.8	18.4	14.5	3.9	30.4	7.0	3.9	
性年代別	男性10代	46	52.2	23.9	34.8	21.7	10.9	17.4	10.9	2.2
	女性10代	85	54.1	34.1	34.1	16.5	3.5	29.4	8.2	5.9
	男性20代	227	52.0	30.8	16.7	13.2	7.5	26.9	9.7	1.8
	女性20代	270	52.6	37.0	26.3	24.4	2.6	30.7	3.0	4.4
	男性30代	223	64.1	37.2	20.2	10.3	3.6	28.3	7.2	1.3
	女性30代	263	64.6	41.8	18.3	21.7	4.6	37.6	5.3	3.4
	男性40代	242	69.4	36.8	10.7	8.3	2.9	31.0	9.5	2.5
	女性40代	178	51.7	37.6	14.0	16.3	5.1	33.7	7.9	3.4
	男性50代	136	64.7	39.7	11.0	5.9	2.2	32.4	6.6	7.4
	女性50代	90	55.6	41.1	16.7	10.0	1.1	28.9	3.3	7.8
	男性60代	56	64.3	33.9	10.7	5.4	-	25.0	12.5	5.4
	女性60代	24	54.2	41.7	16.7	4.2	-	20.8	4.2	4.2

性年代別は一部抜粋 全属性は「性年代別_倫理調査」を参照

3-17. 実際に会った結果、発生したこと Q.24

- 「楽しかった」「交流が深まった」「予定通り目的を果たした」とポジティブな結果がトップ3
- 「楽しかった」「交流が深まった」において 10代、20代の男性の割合が低い。
- この結果は「金銭トラブル」「身の危険を感じた」10代の割合が高いことと関係があると推測される



性年代別は一部抜粋 全属性は「性年代別_倫理調査」を参照