



Information-technology
Promotion
Agency, Japan

2022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】－

2023年2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)	14
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	15
3-4. SNS等で拡散する理由(モチベーション)	16
3-5. SNS等での拡散時の心がけ	17
3-6. SNS等でのネガティブな投稿経験	19
3-7. SNS等でネガティブな投稿をした理由	21
3-8. SNS等でのネガティブな投稿後の感情	23
3-9. SNS等でのネガティブな投稿後に発生したこと	24
3-10. 自分の個人情報やプライベートな情報の公開経験	25
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	26
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	27
3-13. SNSで顔が判別できる写真や動画の共有範囲	28
3-14. SNS等で知り合った人と1対1で会った回数	29
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	30
3-16. 実際に会うことになった理由・きっかけ	32
3-17. 実際に会った結果、発生したこと	33

1.調査概要

目 的	SNSの投稿、拡散における利用者の考え方、経験についての定点観測、歴年比較
背 景	SNSは情報の収集、発信、共有など、多様なアプリと共に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ため、利用者の意識を把握する。
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	2022年11月30日(水)~2022年12月6日(火)
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

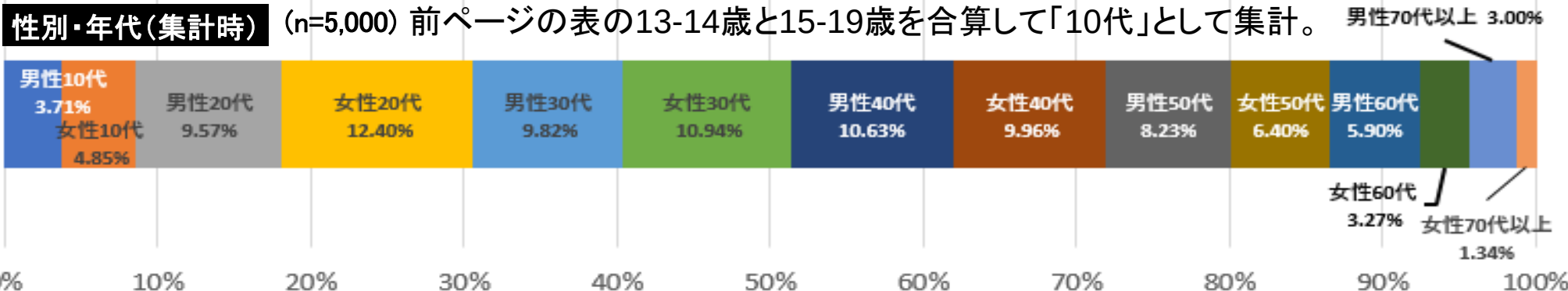
1. サンプル数	5,000人
2. 回収数算出	IPAの「情報セキュリティの倫理に対する意識調査」(2017年度～2021年度実施分の平均値)を基に、インターネット投稿経験者における性別・年代別割合でアンケート回収数(n数)を算出(次ページ表参照)
3. 事前調査	調査実施会社において依頼可能な全国の回答者に「投稿経験の有無」を質問
4. 回答者条件	投稿経験者
5. 割り付け	得られた回答データのうち、回答者条件に合致し、かつ不備のないものを性別・年代毎にグループ分けし、次ページ表の割り付けとなるようにランダム抽出

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	33	0.67	37	0.75	70	1.41
15-19歳	152	3.04	205	4.10	357	7.15
20-29歳	478	9.57	620	12.40	1,098	21.96
30-39歳	491	9.82	547	10.94	1,038	20.76
40-49歳	532	10.63	498	9.96	1,030	20.59
50-59歳	411	8.23	320	6.40	731	14.62
60-69歳	295	5.90	164	3.27	459	9.17
70歳以上	150	3.00	67	1.34	217	4.34
合 計	2,542	50.84	2,458	49.16	5,000	100.0

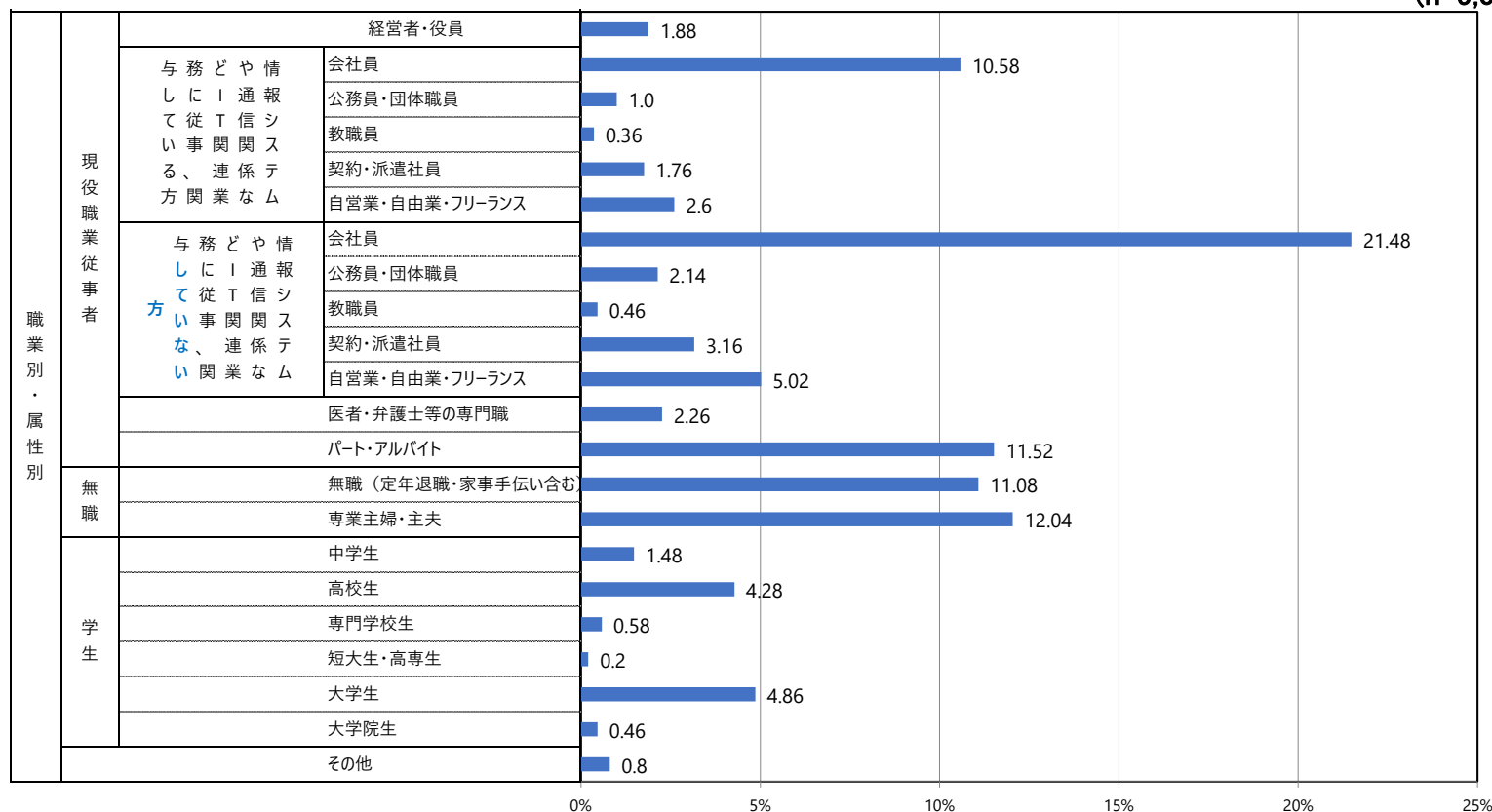
2-3.回答者属性



職業

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。

(n=5,000)



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等で拡散したことがある情報・内容(1)	複数選択	8
Q3	SNS等で拡散したことがある情報・内容(2) リスクある内容	〃	13
Q4	SNS等で拡散する理由(モチベーション)	〃	17
Q5	SNS等での拡散時の心がけ	マトリクス択一	7×4
Q6	SNS等での自身のネガティブな投稿経験	複数選択	11
Q7	SNS等での自身のネガティブな投稿経験の理由	〃	14
Q8	SNS等での自身のネガティブな投稿後の感情	〃	10
Q9	SNS等での自身のネガティブ投稿後に発生したこと	〃	10
Q10	SNS等での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の公開経験	マトリクス択一	17×3
Q12	プライベートや個人の情報の公開に対する考え	複数選択	10
Q13	プライベートや個人の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、タグ付けしたことがある情報	〃	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	複数選択	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
Q19SQ	SNSでの写真・動画の共有時の抵抗感	〃	4×5
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
Q25	自身の投稿やSNSに関して受けた経験	複数選択	5

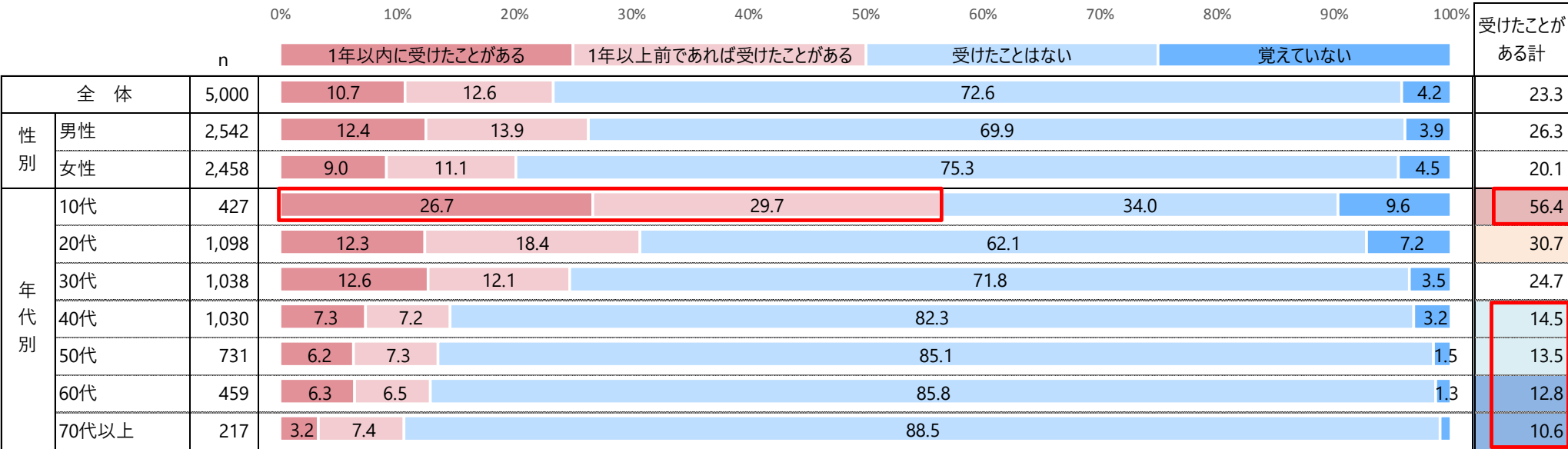
本年度 新規設定

本年度 新規設定

3-1-1.インターネットや情報に関する倫理教育の受講経験 Q.1

<性別・年代別>

- 10代の受講経験が56.4%と過半数で最多。
- 40代以降の受講経験は10%台



■・・・全体比10pt以上 ■・・・全体比5pt以上 ■・・・全体比5pt以下 ■・・・全体比10pt以下

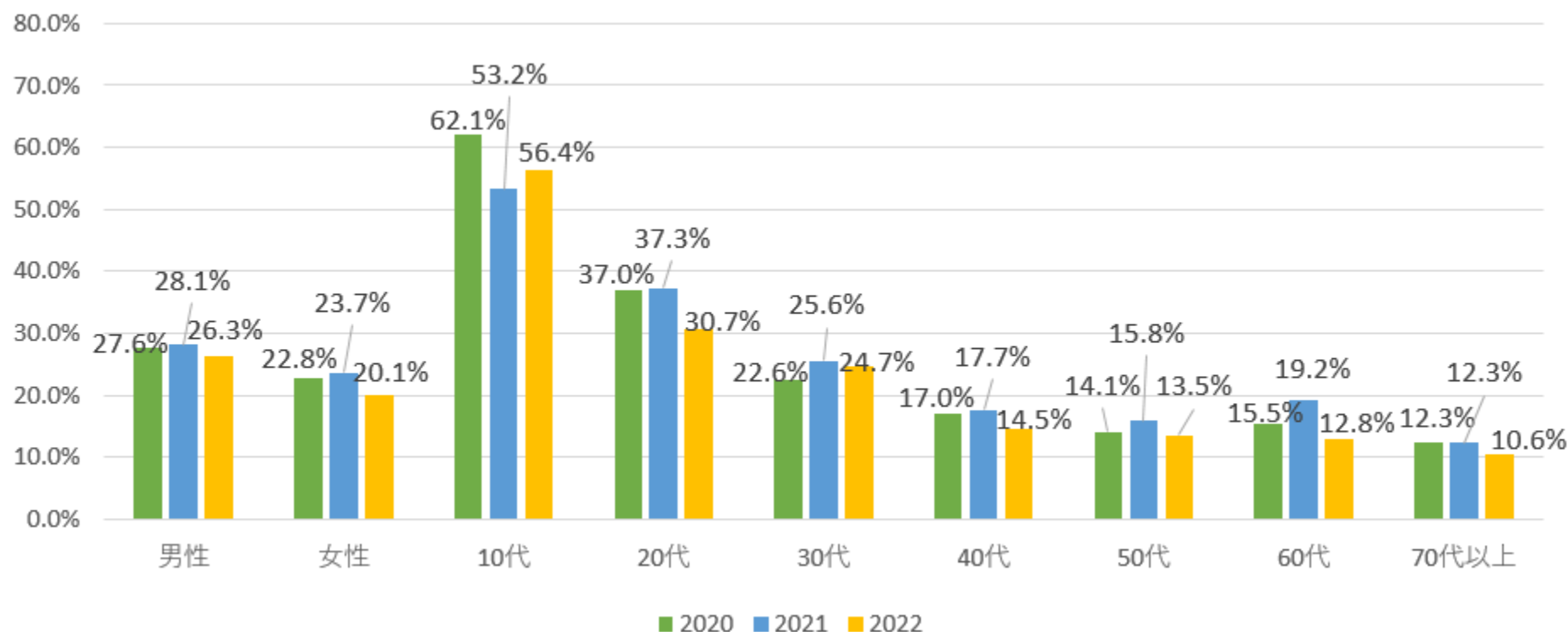
1%未満の数値ラベルは非表示

※nが30未満の時は参考値

3-1-2.インターネットや情報に関する倫理教育の受講経験 Q.1 【経年変化】

<性別・年代別>

- 女性より男性の割合が若干高い
- 10代が最多、次いで20代の受講割合が高い



※調査対象(モニター)は毎年異なる

3-1-3.インターネットや情報に関する倫理教育の受講経験 Q.1

<職業・属性別>

- 経営者・役員の受講経験が20%に満たない
- 契約・派遣社員はIT関連業務への従事の有無によらず、20%程度
- パート・アルバイト、無職、専業主婦・主夫の受講経験が低い。



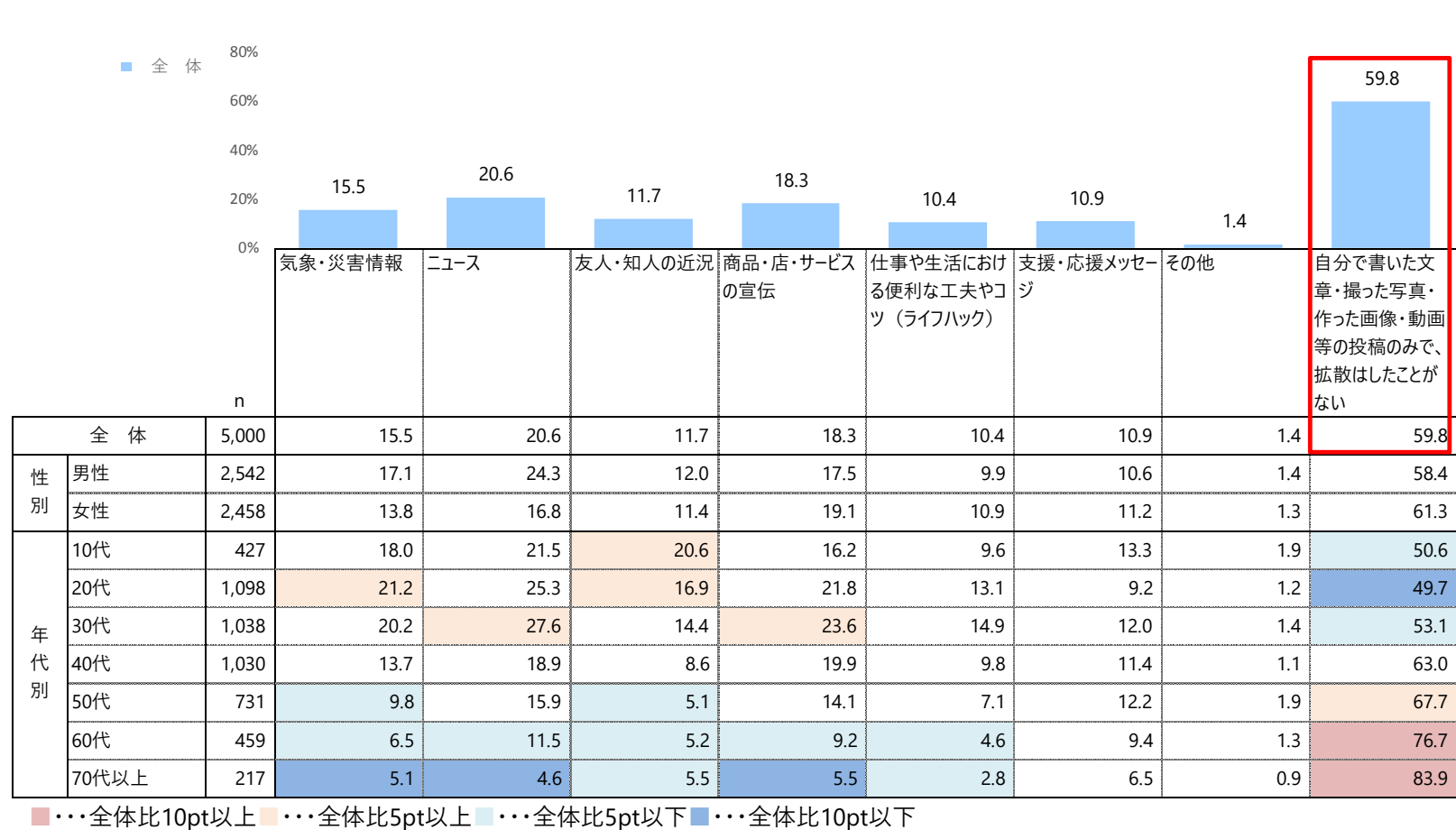
■ …全体比10pt以上 ■ …全体比5pt以上 ■ …全体比5pt以下 ■ …全体比10pt以下

1%未満の数値ラベルは非表示

※nが30未満の時は参考値

3-2. SNS等で拡散したことのある情報・内容(1) Q.2

- 拡散経験があるのは40.2%
- 拡散する情報として「ニュース」「商品・店・サービスの宣伝」「気象・災害情報」の順で多い

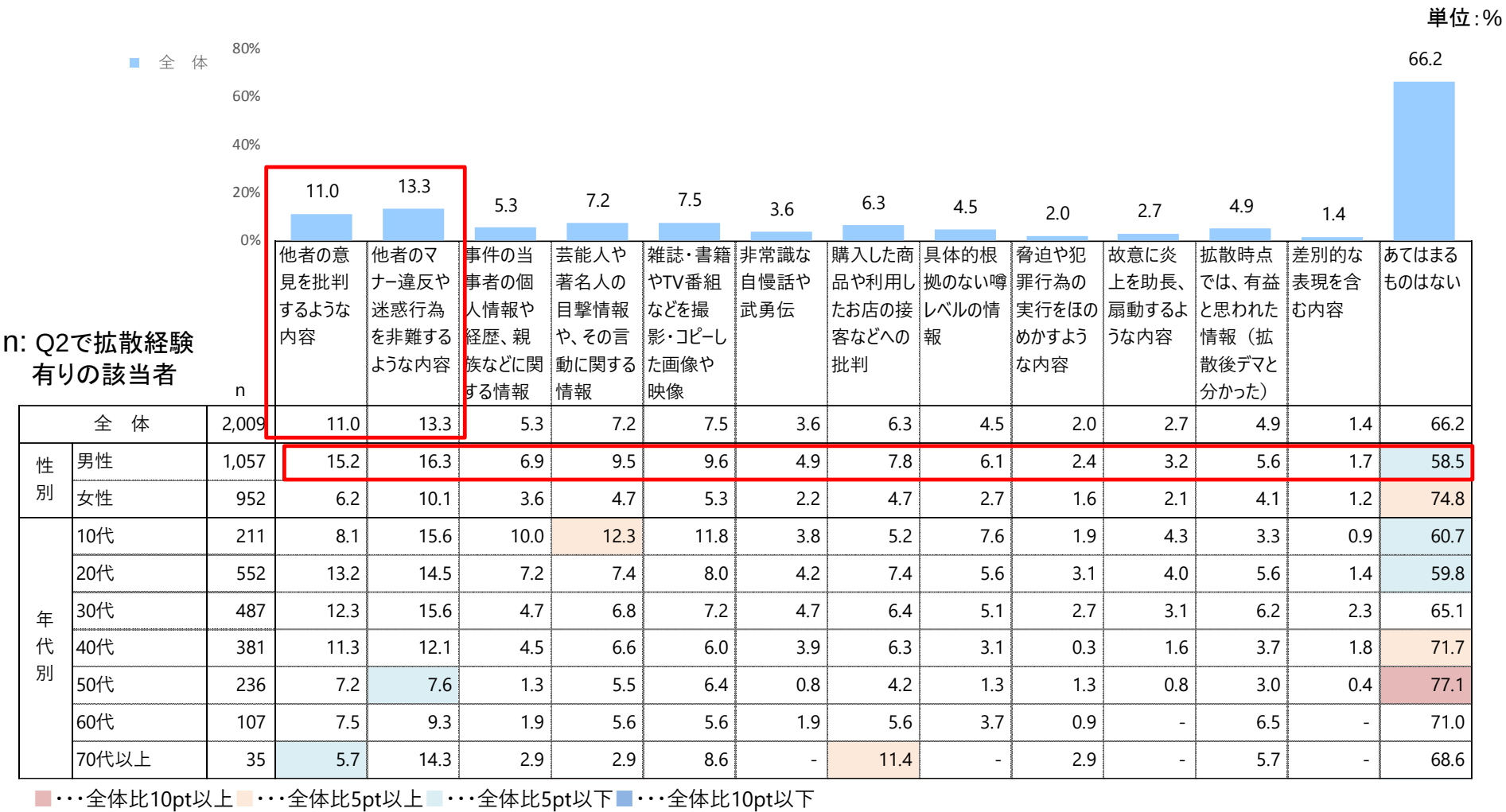


※nが30未満の時は参考値

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

倫理編

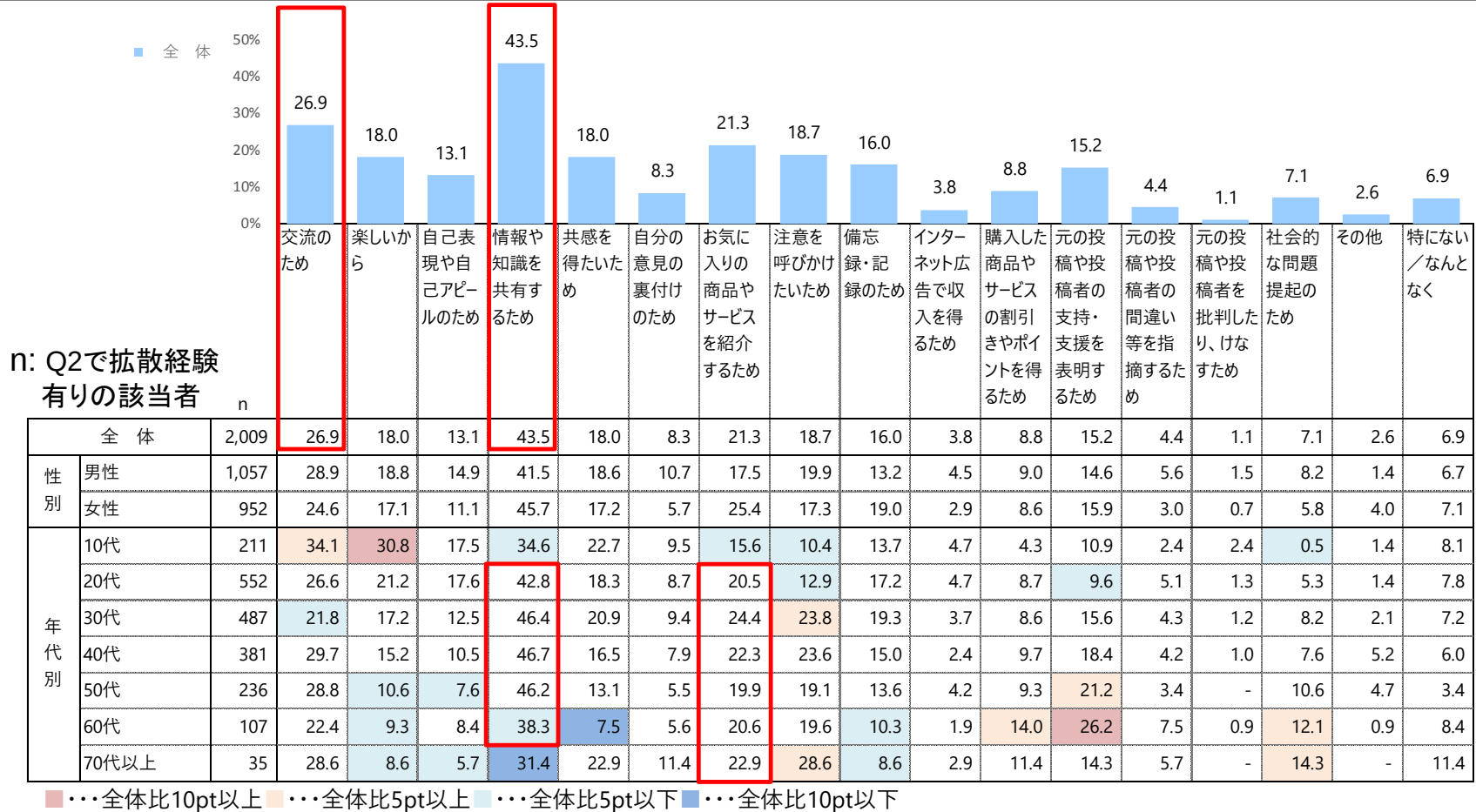
- 「他社のマナー違反や迷惑行為を非難するような内容」が最も多く13.3%
- 次いで「他社の意見を批判するような内容」11.0%
- 全ての項目において「女性」に比べ「男性」の拡散割合が高い。



※nが30未満の時は参考値

3-4. SNS等で拡散する理由(モチベーション) Q.4

- 「情報や知識を共有するため」が最多で43.5%、次いで「交流のため」が26.9%。
- 年代別に見ると「情報や知識を共有するため」では10代よりも20代～60代の割合が高い。
- 「お気に入りの商品やサービスを紹介するため」では20代～70代での年代間差はない。

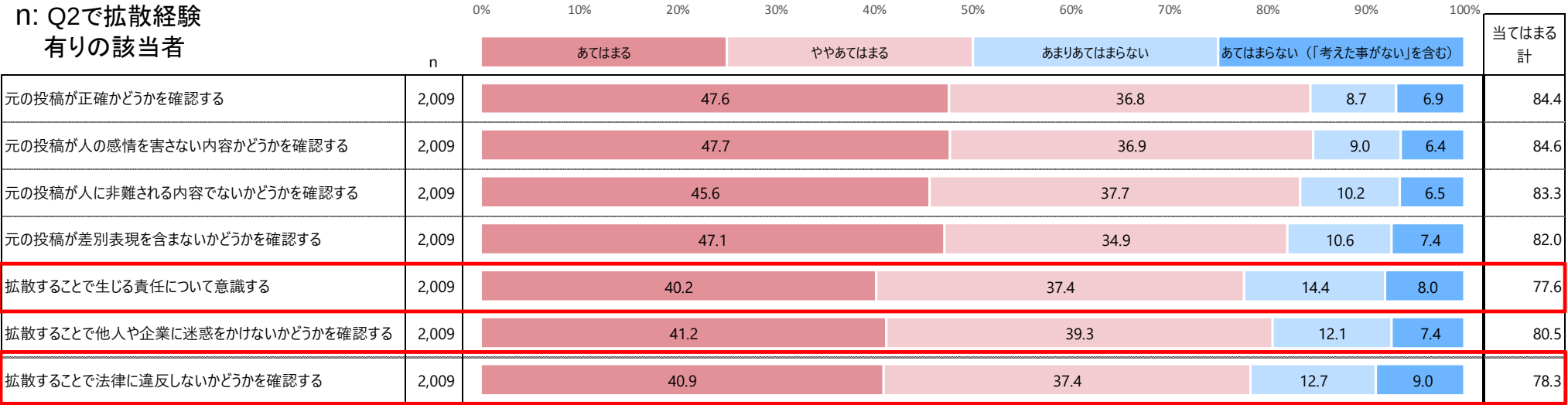


※nが30未満の時は参考値

3-5-1.SNS等での拡散時の心がけ Q.5

- 「拡散することで生じる責任について意識する」割合が77.6%と最も低い。
- 次いで「拡散することで法律に違反しないかどうかを確認する」割合が78.3%。

n: Q2で拡散経験
有りの該当者



※nが30未満の時は参考値

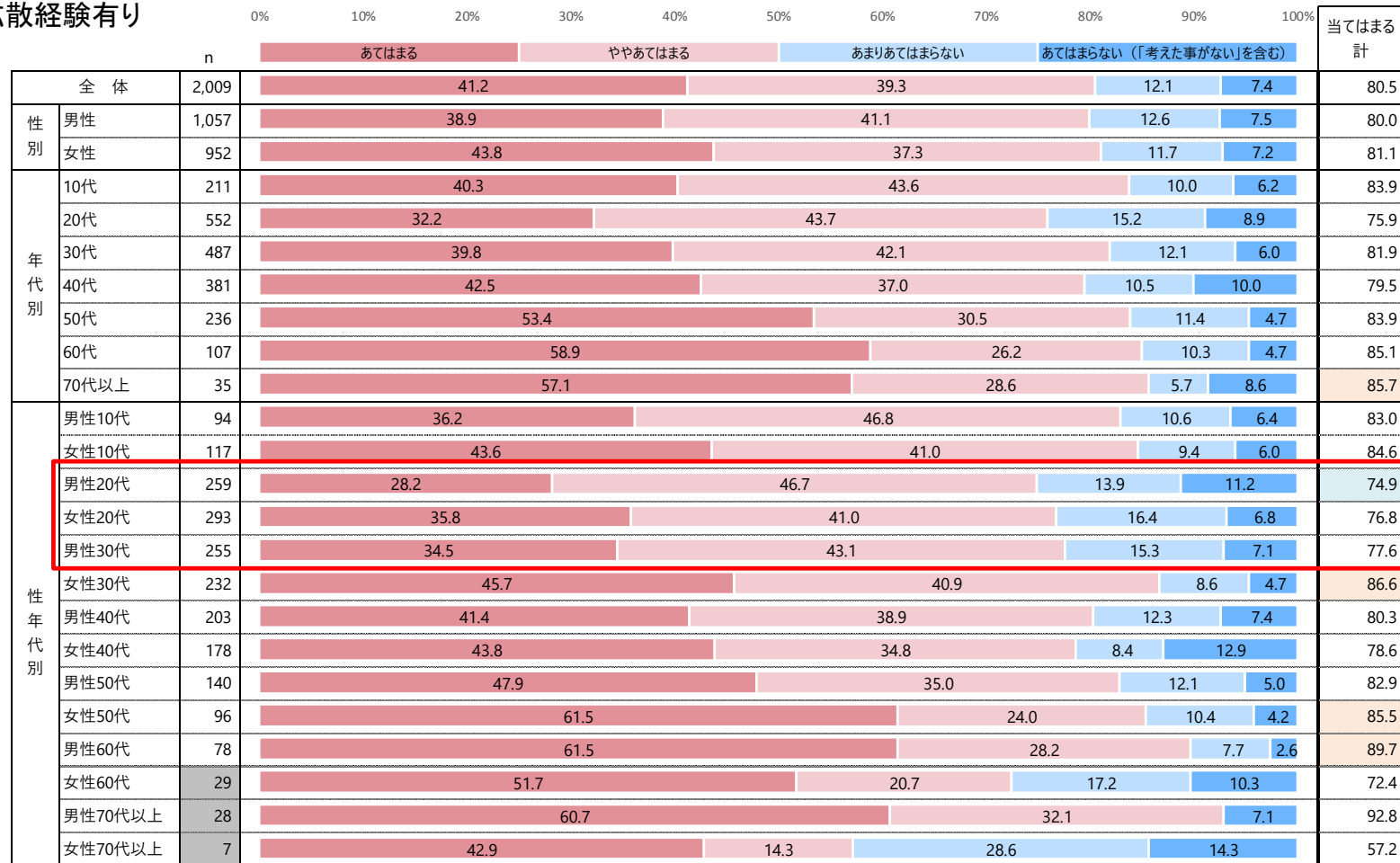
1%未満の数値ラベルは非表示

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

<性別・年代別>

- いずれの世代においても7割以上で「迷惑を掛けないか」を確認している。
- その中で、割合が最も低いのは20代男性で74.9%。次いで20代女性76.8%、30代男性77.6%。

n: Q2で拡散経験有りの
の該当者



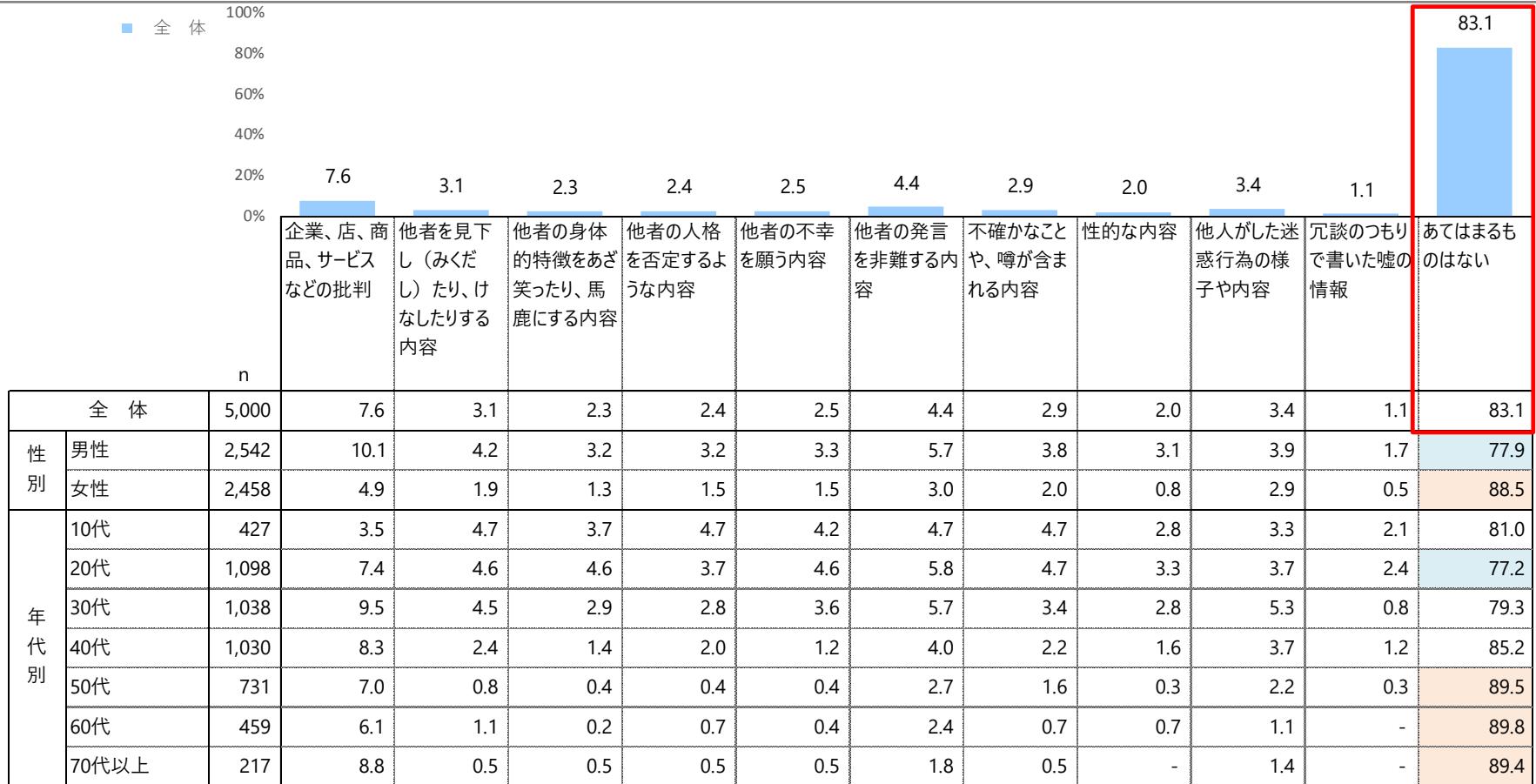
■ …全体比10pt以上 ■ …全体比5pt以上 ■ …全体比5pt以下 ■ …全体比10pt以下

1%未満の数値ラベルは非表示

※nが30未満の時は参考値

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の割合は16.9%
 - 「企業、店、商品、サービスなどの批判」が最多で7.6%
 - 「他者の発言を非難する内容」「他社を見下したり、けなしたりする内容」「他人がした迷惑行為の様子や内容」が続く。これらの傾向は過去3年間と同様。
- 単位：%



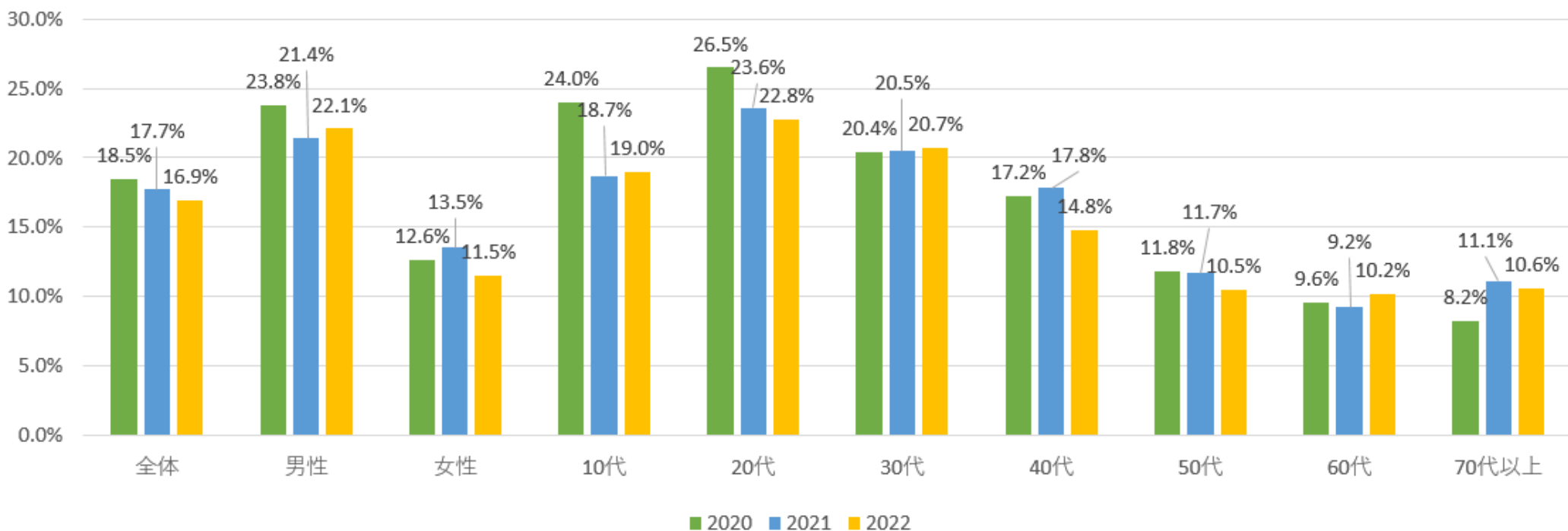
■・・・全体比10pt以上 ■・・・全体比5pt以上 ■・・・全体比5pt以下 ■・・・全体比10pt以下

※nが30未満の時は参考値

3-6.SNS等でのネガティブな投稿経験 Q.6 【経年変化】

- 「全体」ではネガティブな投稿経験割合が減っている。
- 「女性」より「男性」の投稿経験が高い傾向にある。
- 20代、40代、50代で割合が減少、30代、60代、70代では横ばい。

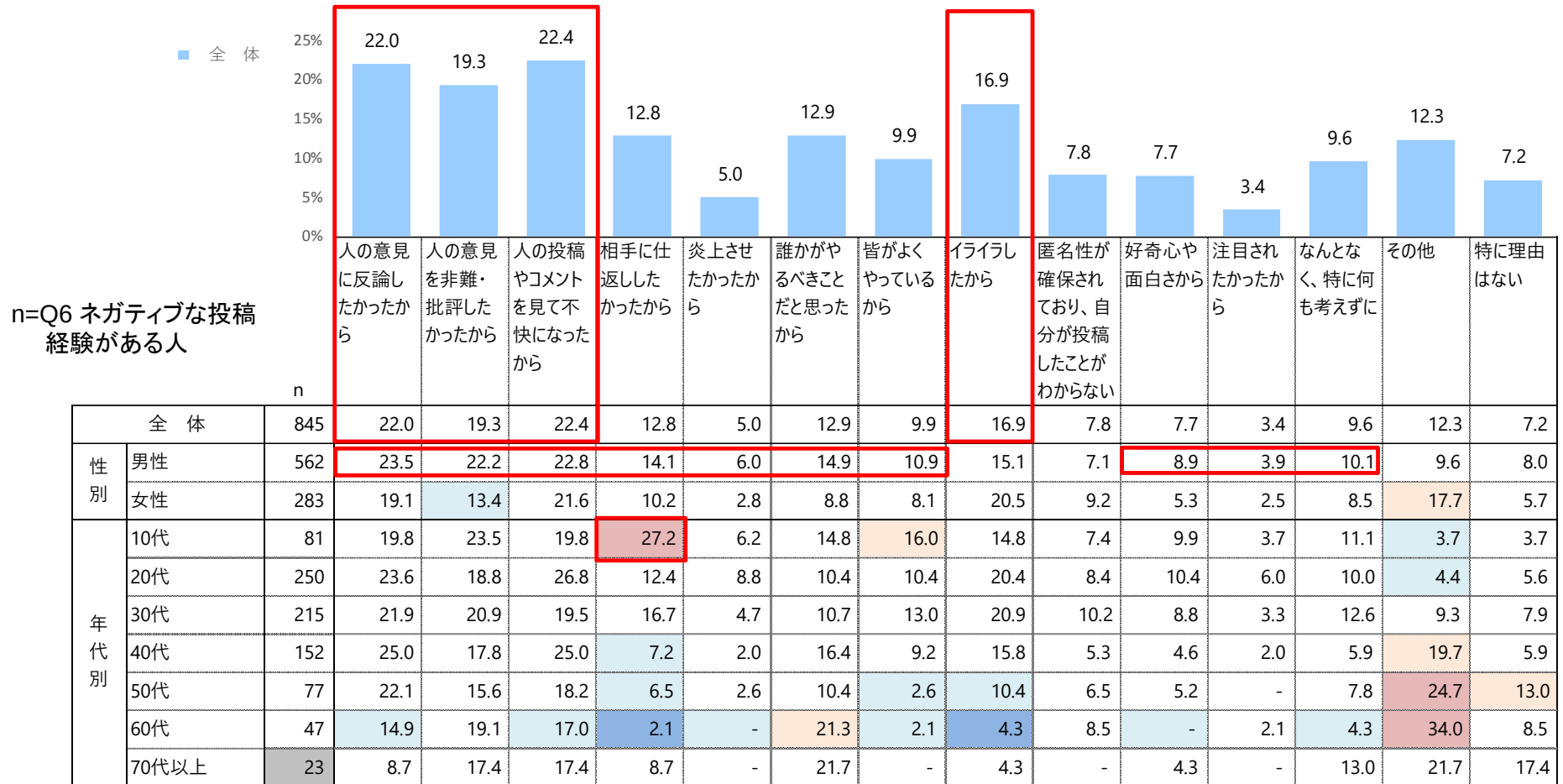
単位：%



3-7-1.SNS等でネガティブな投稿をした理由 Q.7

- 「人の意見に反論」「人の意見を非難・批評」「人の投稿やコメントを見て不快になった」「イライラした」がトップ4。2020年度調査以降、この傾向に変わりはない。
- ほぼ全ての投稿理由において「女性」に比べ「男性」の割合が高い。
- 「相手に仕返ししたかった」では10代の割合が27.2%と突出して高い。

単位：％



■ ……全体比10pt以上 ■ ……全体比5pt以上 ■ ……全体比5pt以下 ■ ……全体比10pt以下

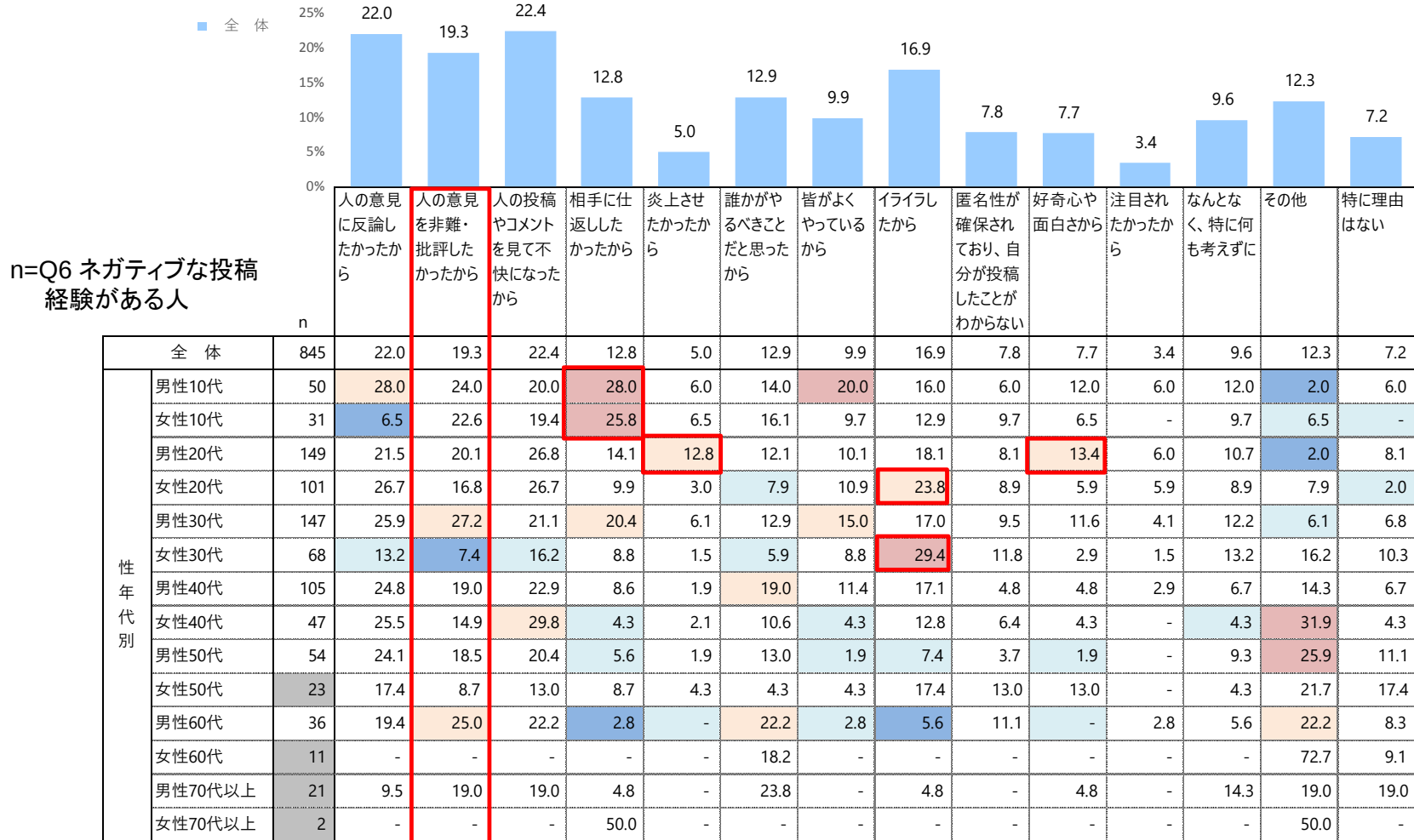
※nが30未満の時は参考値

3-7-2.SNS等でネガティブな投稿をした理由 Q.7

<性別・年代別>

- 「人の意見を非難・批評したかった」の割合は全世代で「女性」よりも「男性」が高い。
- 「相手に仕返ししたかった」の割合は10代が平均の2倍以上と高い。
- 「炎上させたかった」の割合は20代男性の割合が平均の2倍以上と高い。

単位：％



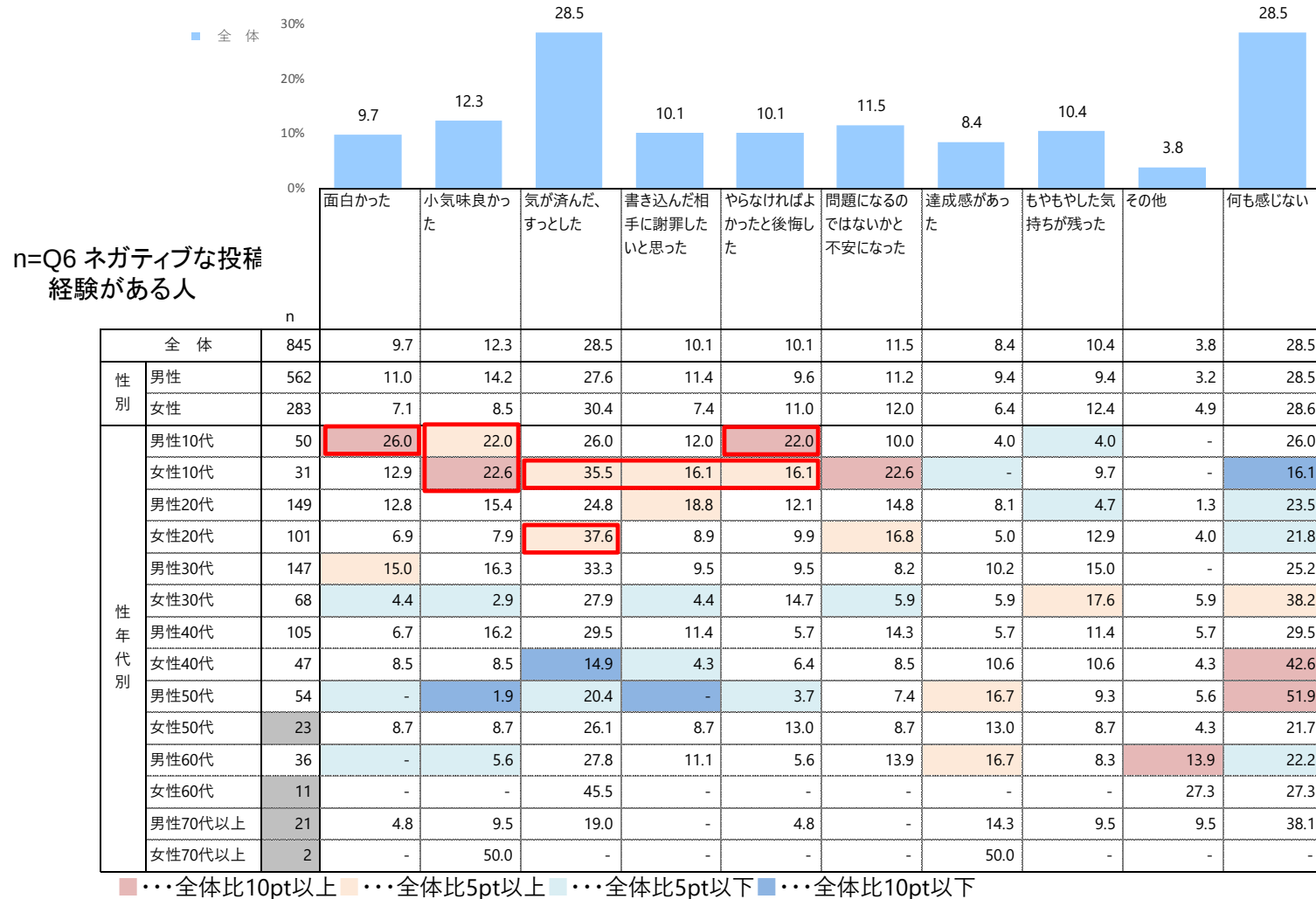
■ …全体比10pt以上
 ■ …全体比5pt以上
 ■ …全体比5pt以下
 ■ …全体比10pt以下

※nが30未満の時は参考値

3-8.SNS等でのネガティブな投稿後の感情 Q.8

- 「面白かった」は10代男性、「小気味良かった」は10代の男女、の割合が高い。
- 「気が済んだ」の割合が高いのは10代および20代の女性
- 「後悔した」割合は10代男性が平均の2倍以上、10代女性も他世代より高く、平均の約1.5倍。

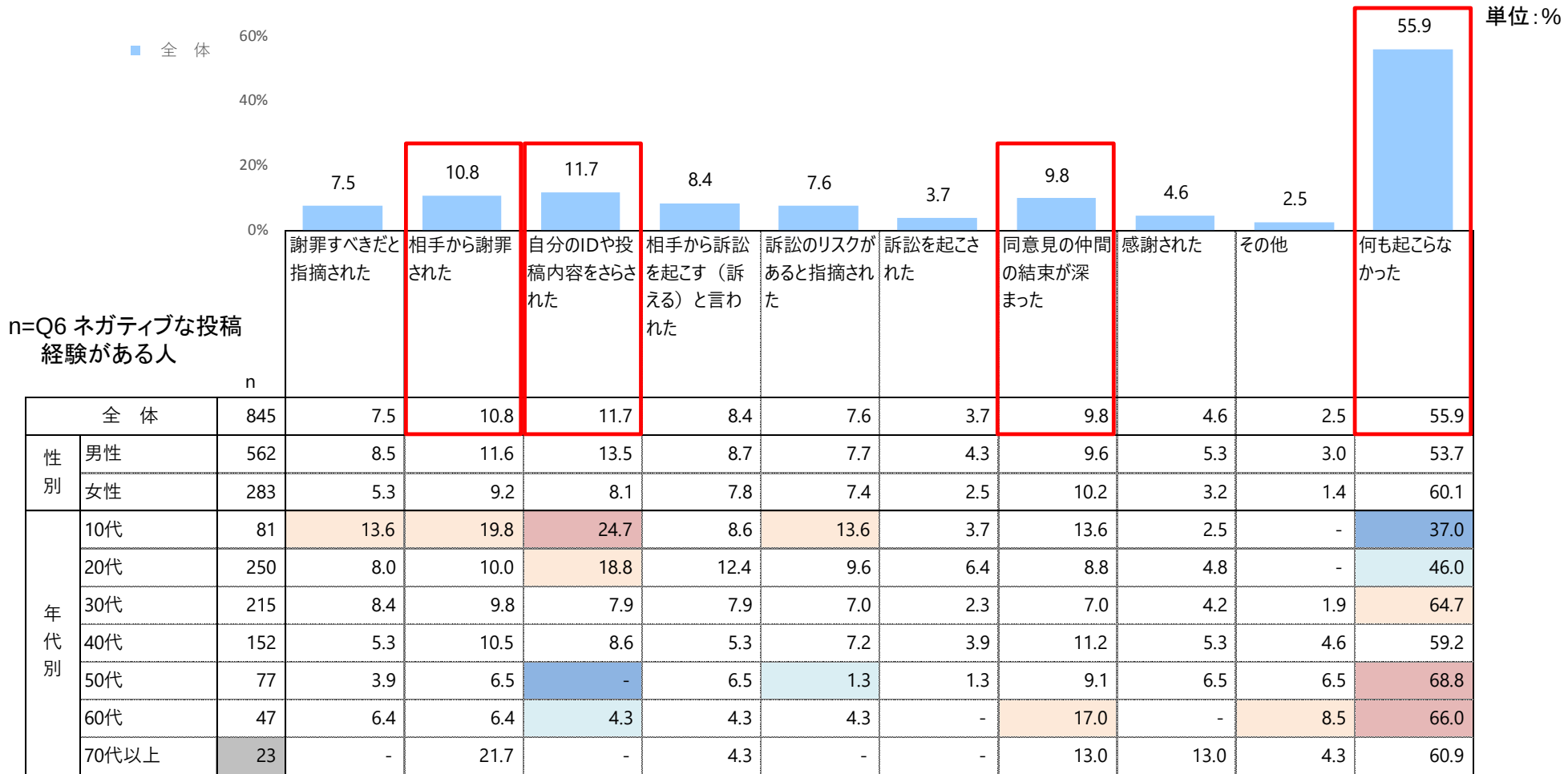
単位：％



※nが30未満の時は参考値

3-9.SNS等でのネガティブな投稿後に発生したこと Q.9

- 「何も起こらなかった」割合は55.9%。
- 「自分のIDや投稿内容をさらされた」割合が最も多く、11.7%。
- 「相手から謝罪された」が10.8%、「同意見の仲間の結束が深まった」が9.8%と続く。

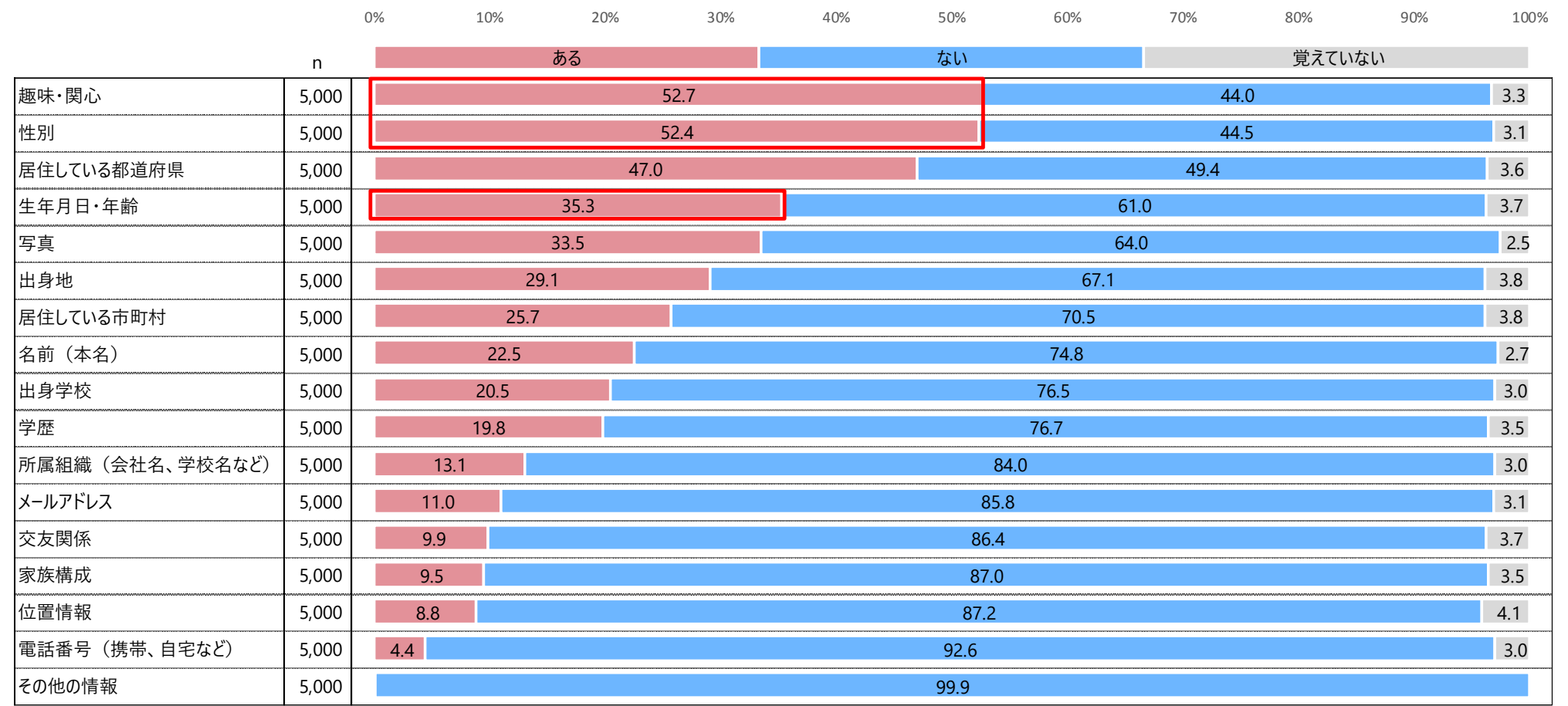


■ …全体比10pt以上 ■ …全体比5pt以上 ■ …全体比5pt以下 ■ …全体比10pt以下

※nが30未満の時は参考値

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

- 「趣味・関心」「性別」がほぼ同割合で最も多く、52%超。
- 「生年月日・年齢」を公開する割合は35.3%で4番目に割合が高い。

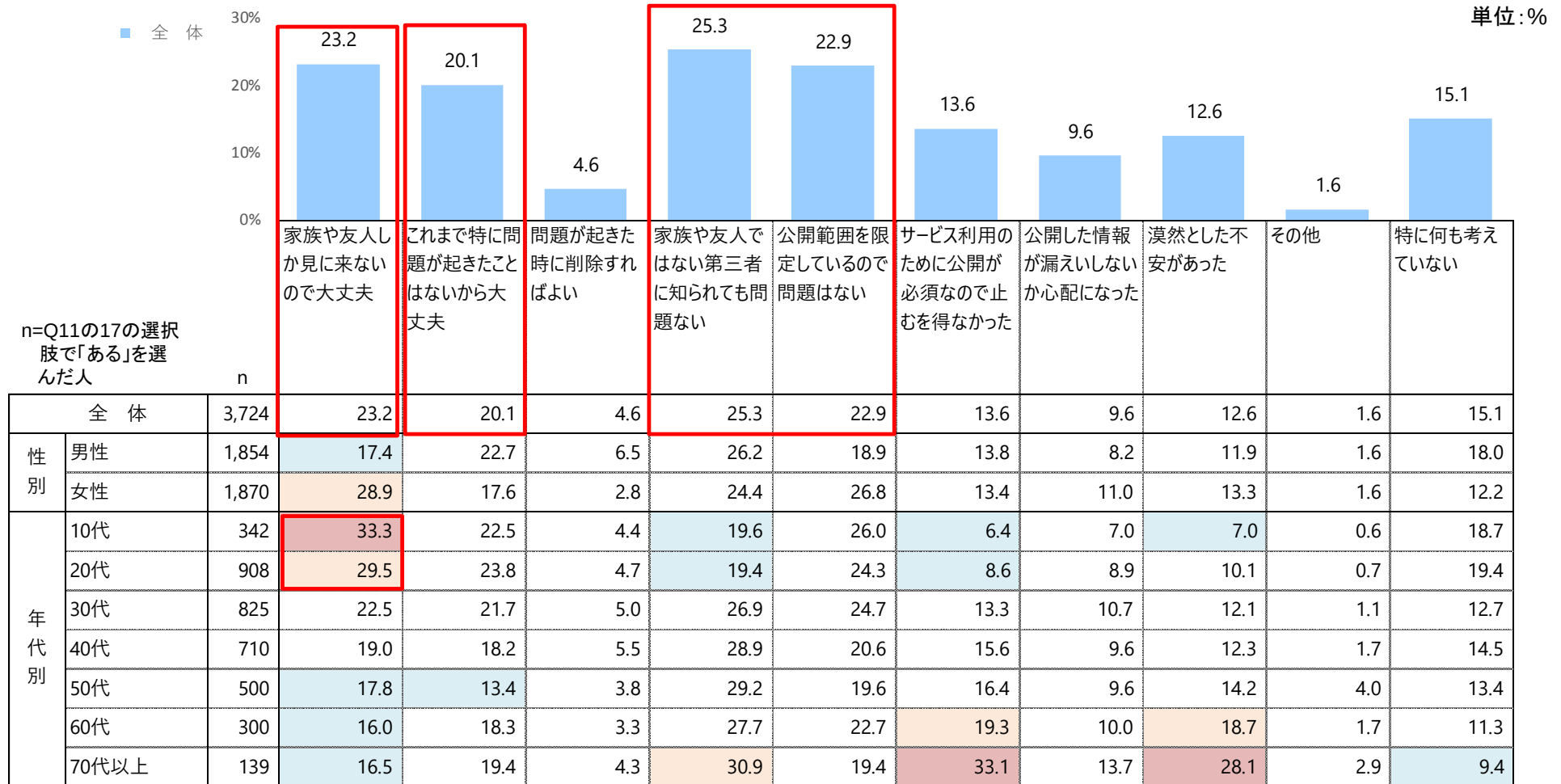


※nが30未満の時は参考値

1%未満の数値ラベルは非表示

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

- 割合が高いのは“不特定多数に知られても問題ない”“閲覧者が限られる”“今まで問題なかった”に大別される。
- 「家族や友人しか見に来ないので大丈夫」の回答割合が平均より高いのは10代、20代

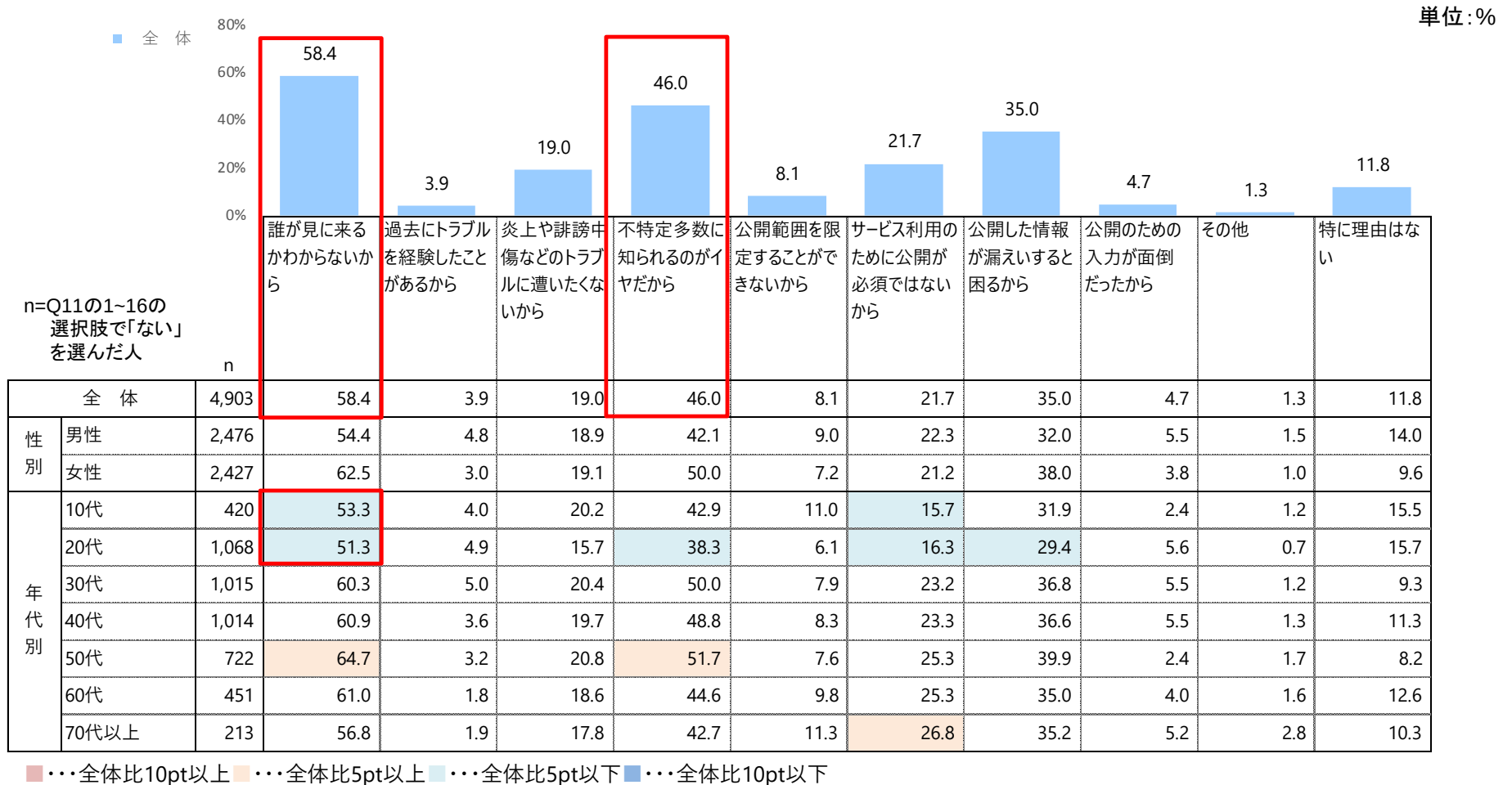


■・・・全体比10pt以上 ■・・・全体比5pt以上 ■・・・全体比5pt以下 ■・・・全体比10pt以下

※nが30未満の時は参考値

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」が最多で58.4%
- 「不特定多数に知らせるのがいや」が対で46%
- 10代、20代で「誰が見に来るかわからない」の割合はが平均より5%以上低い

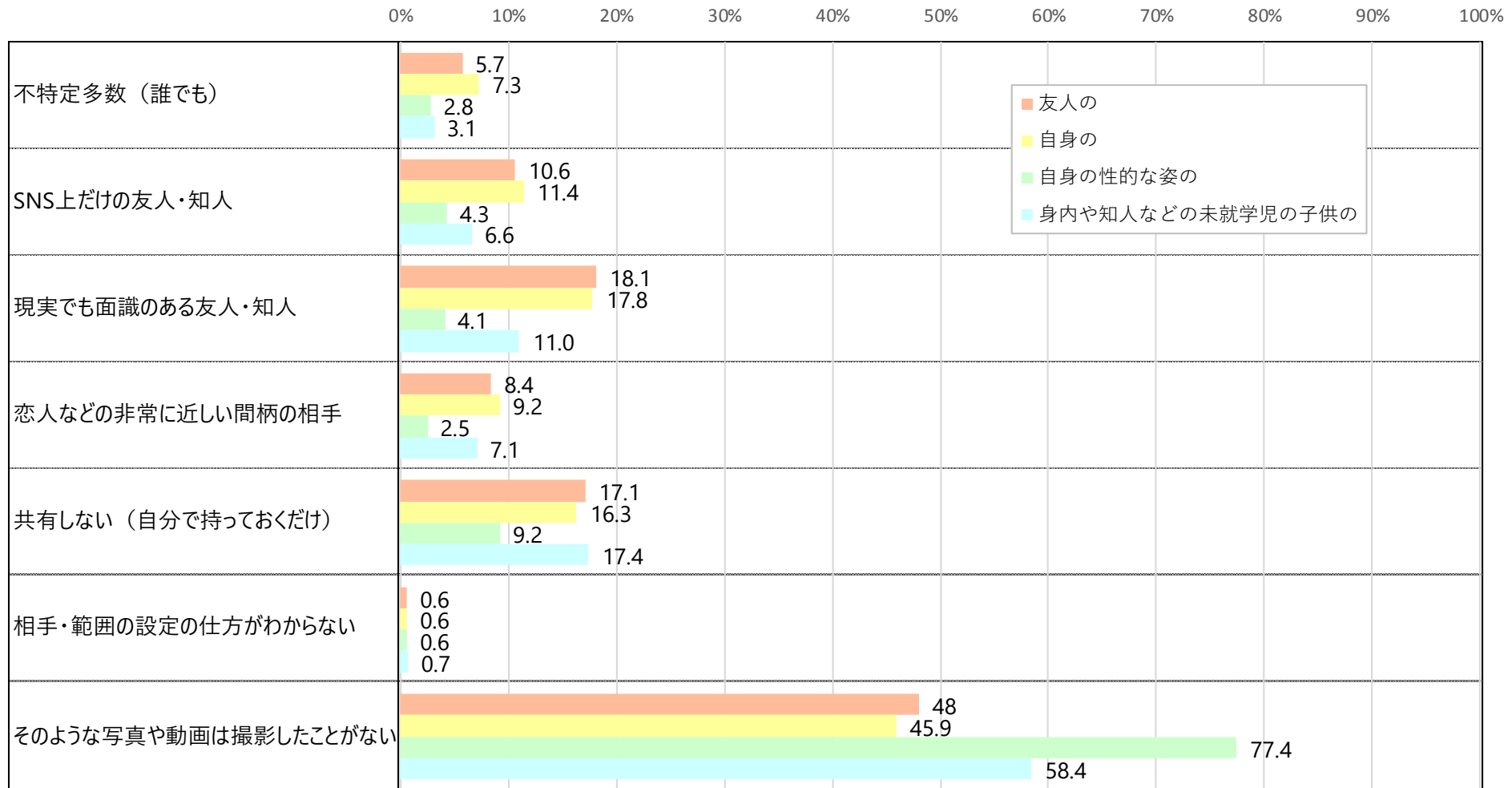


※nが30未満の時は参考値

3-13. SNSで顔が判別できる写真や動画の共有範囲 Q.19

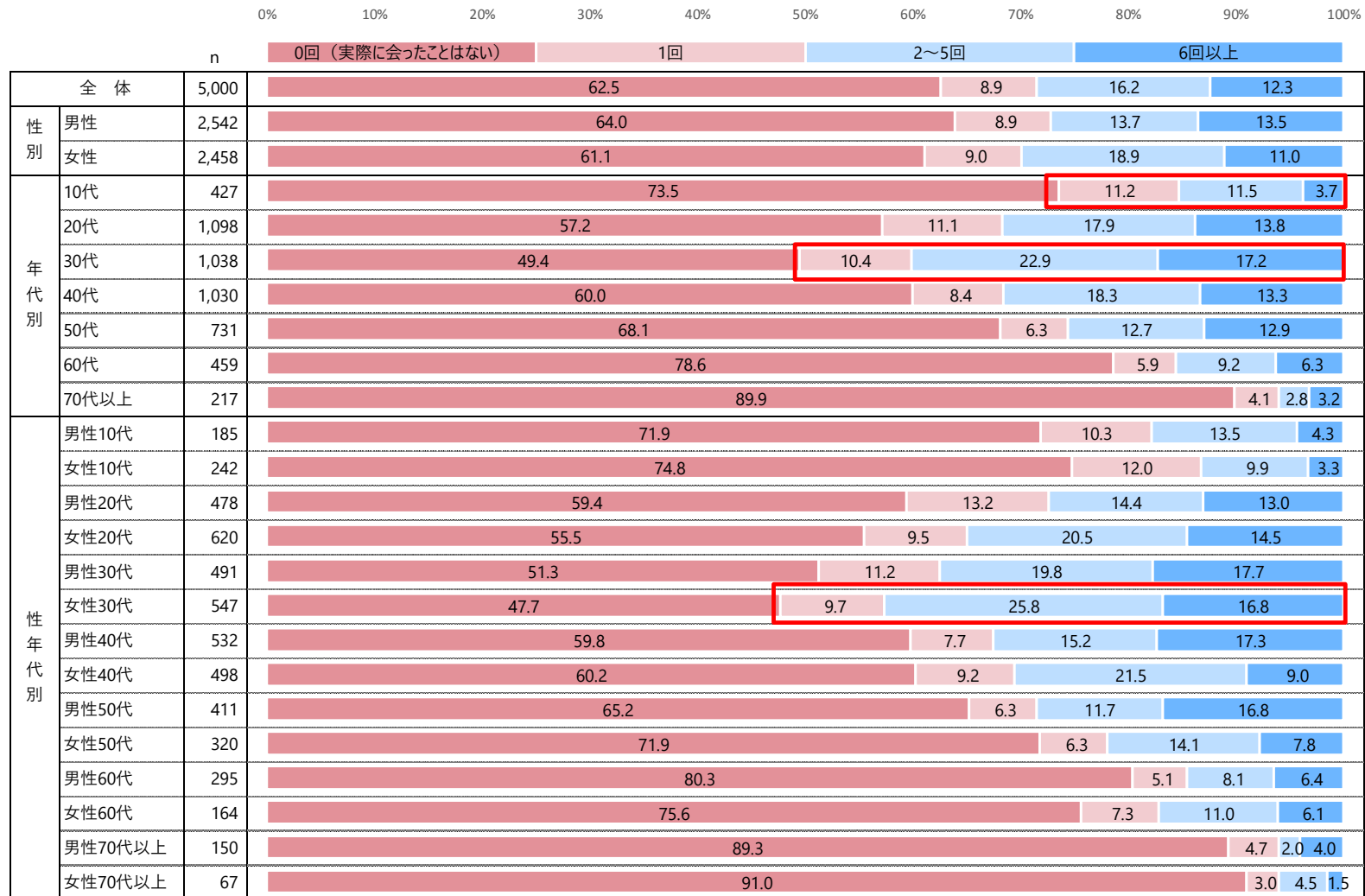
■ “顔が判別できる写真や動画”の共有範囲に関する調査結果は以下の通り

n:5,000



3-14. SNS等で知り合った人と1対1で会った回数 Q.21

- 年代別では30代が「1回以上会ったことがある」割合が最も高く、50.6%
- 性別・年代別では、30代女性が「1回以上会ったことがある」割合が最も高く52.3%
- 10代では「1回以上会ったことがある」割合は26.5%。



※nが30未満の時は参考値

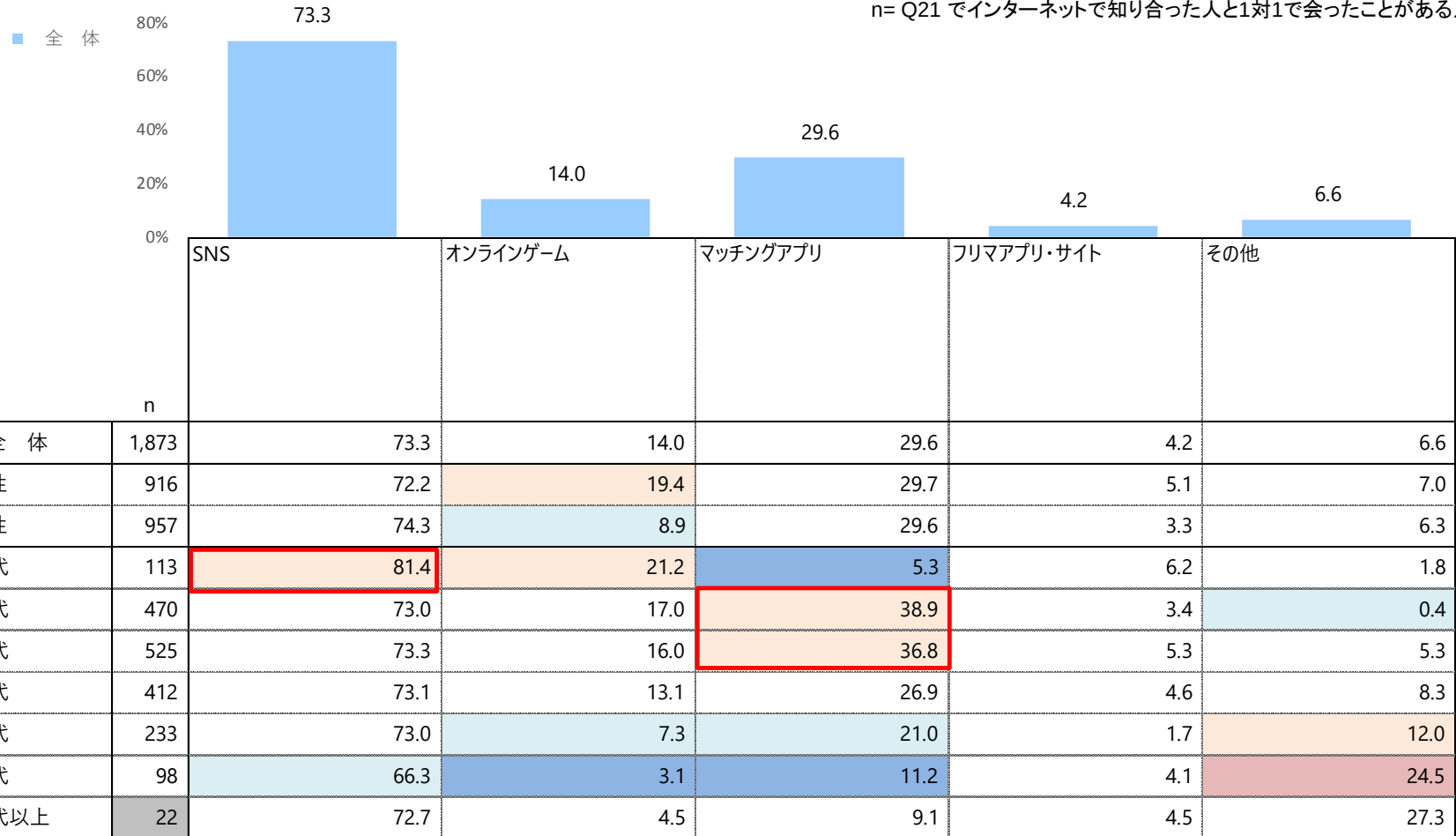
1%未満の数値ラベルは非表示

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

- ツールで最多はSNS。中でも10代の割合が81.4%と高い。
- 20代、30代は他の世代よりも、マッチングアプリの割合が高い。

単位：％

n= Q21 でインターネットで知り合った人と1対1で会ったことがある人



■ …全体比10pt以上
 ■ …全体比5pt以上
 ■ …全体比5pt以下
 ■ …全体比10pt以下

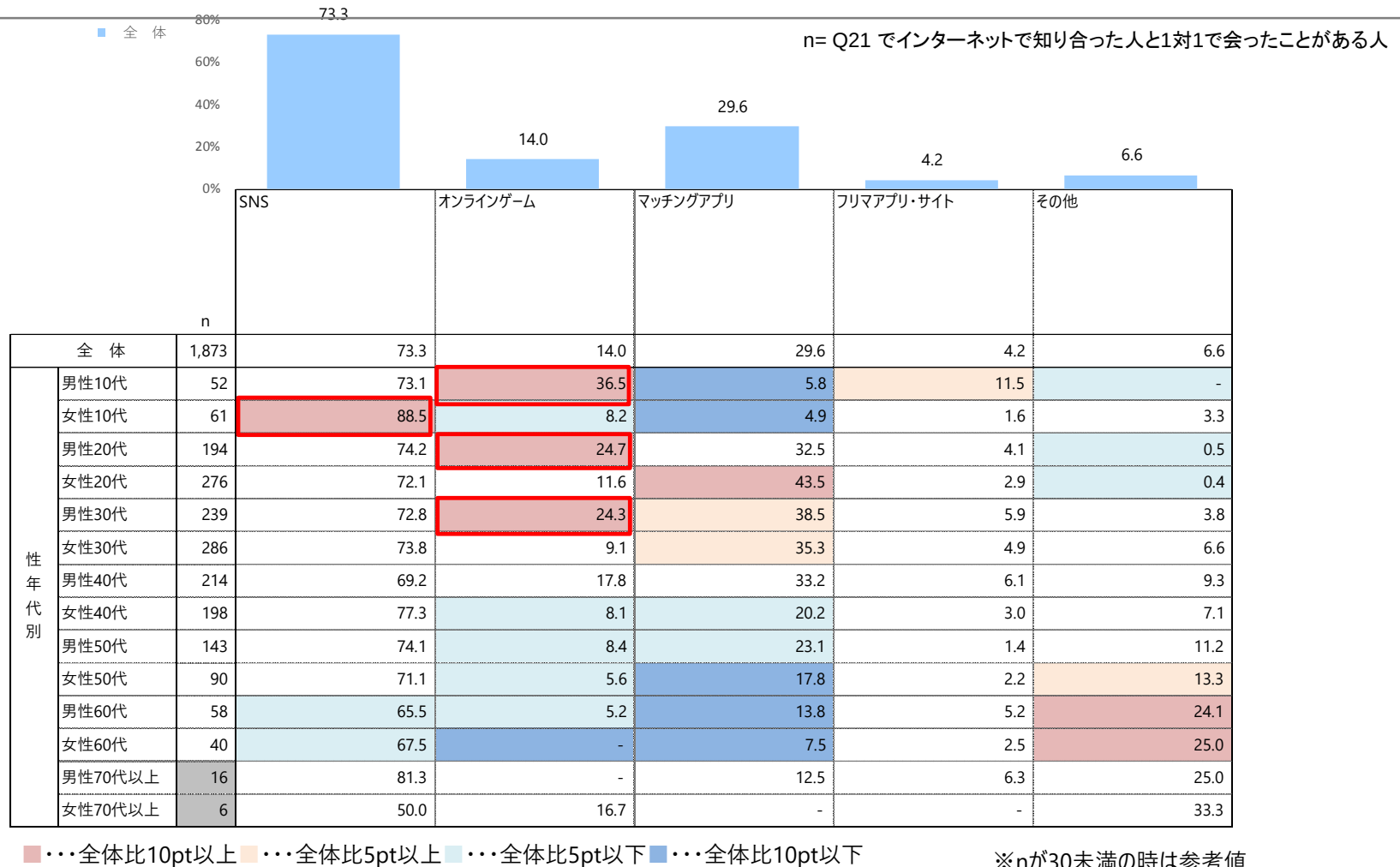
※nが30未満の時は参考値

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

<性別・年代別>

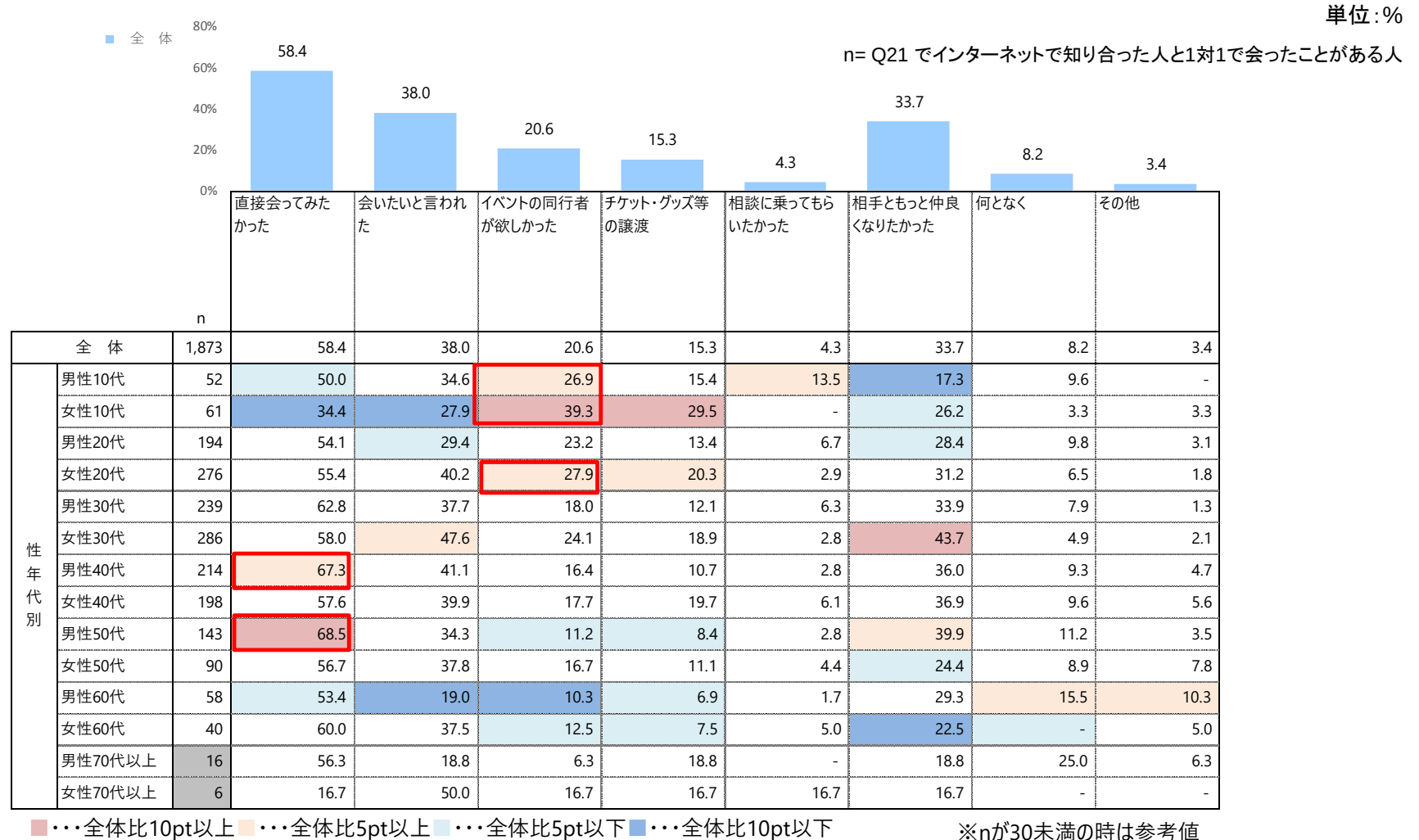
- SNSを使用して1対1で会った10代女性の割合が平均より10%以上高い。
- 10代男性ではオンラインゲームをきっかけに1対1であった割合が平均より2.5倍超高い。
- 20代、30代男性もオンラインゲームをきっかけとする割合が高い。

単位：%



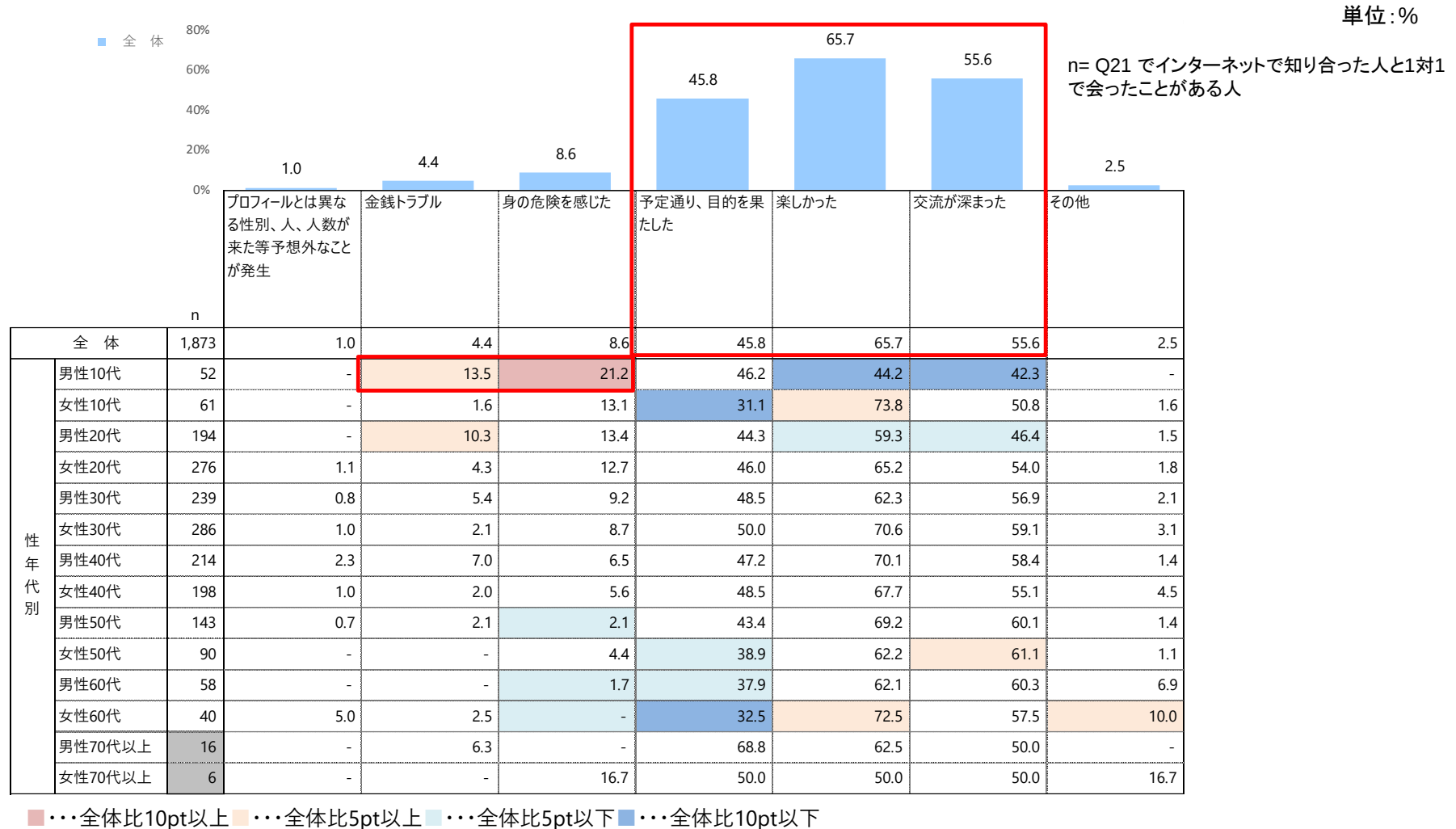
3-16. 実際に会うことになった理由・きっかけ Q.23

- 40代、50代男性の「直接会って見たかった」の割合が高い。
- 10代の男女、20代女性は「イベント同行者が欲しかった」の割合が高い。
- 10代男性の「相談に乗ってもらいたかった」の割合が平均の3倍以上高い。



3-17. 実際に会った結果、発生したこと Q.24

- 「楽しかった」が最も多く65.7%
- 「交流が深まった」55.6%、「予定通り、目的を果たした」45.8%と続く。
- 「身の危険を感じた」「金銭トラブル」に遭う10代男性の割合が高い。



※nが30未満の時は参考値