

2021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】－

2022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	28
3-16. 実際に会うことになった理由・きっかけ	30
3-17. 実際に会った結果、発生したこと	31

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	2021年12月14日(火)~2022年1月4日(火)
実 施	株式会社ネオマーケティング

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～2020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

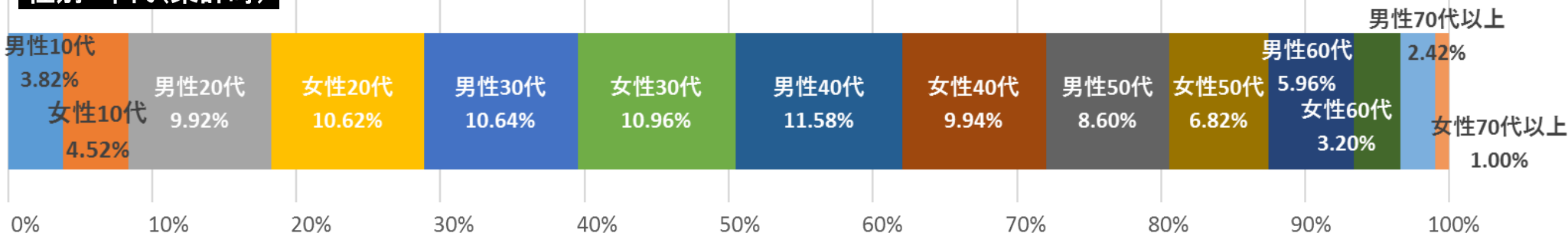
2-2.調査方法および回答者条件

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	1.15
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	21.61
40-49歳	579	11.58	497	9.93	1,076	21.52
50-59歳	430	8.60	341	6.82	771	15.43
60-69歳	298	5.97	160	3.20	458	9.16
70歳以上	121	2.41	50	1.01	171	3.41
合 計	2,647	52.94	2,353	47.06	5,000	100.0

2-3.回答者属性

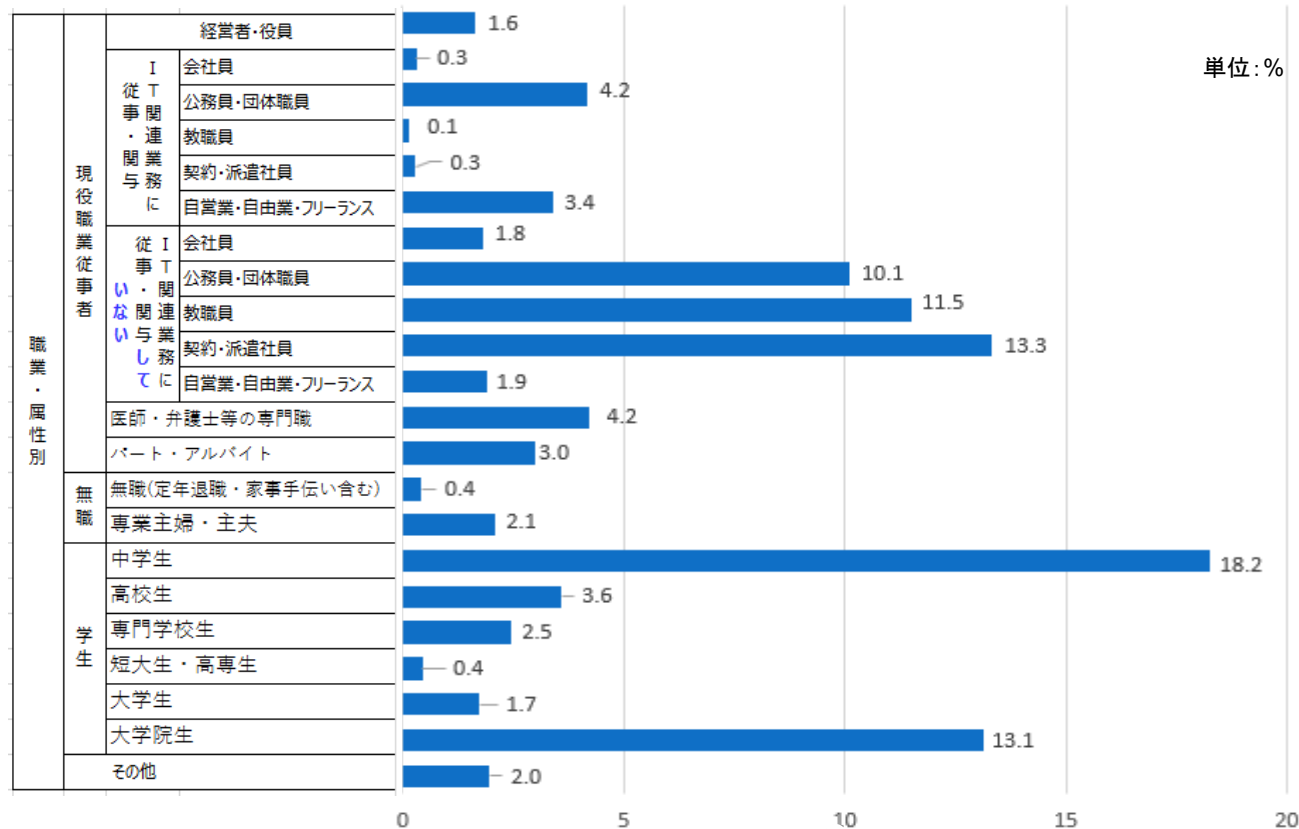
性別・年代(集計時) (n=5,000) 前ページの表の13-14歳と15-19歳を合算して「10代」として集計。



職業

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

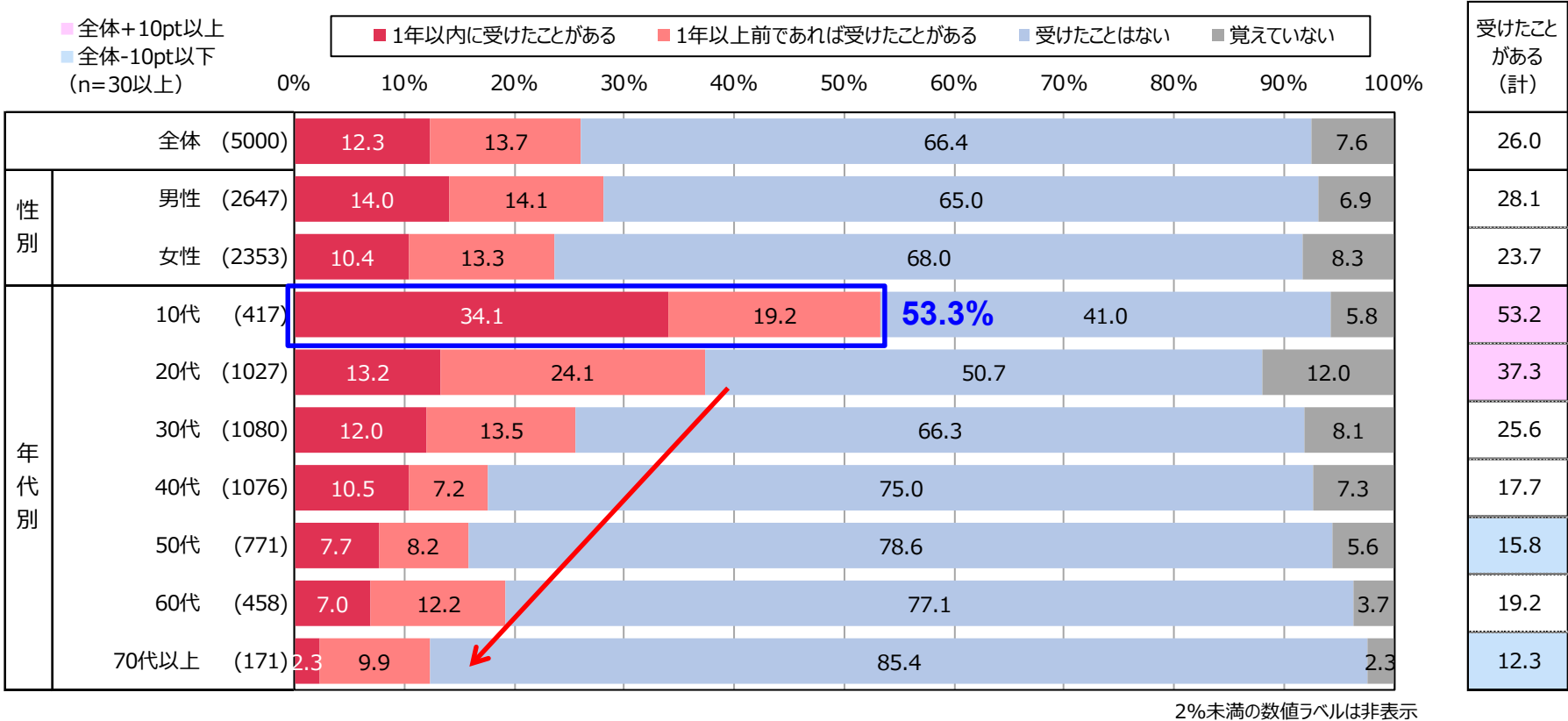
	質問内容	形式	選択肢
Q1	倫理教育の受講経験	択一	4
Q2	SNS等で拡散したことのある情報・内容(1)	複数選択	8
Q3	拡散したことのある情報・内容(2) リスクある内容	//	13
Q4	拡散する理由(モチベーション)	//	17
Q5	拡散時の留意点	マトリクス択一	7×4
Q6	自身のネガティブな投稿経験	複数選択	11
Q7	自身のネガティブ投稿経験の理由	//	14
Q8	自身のネガティブ投稿後の感情	//	10
Q9	自身のネガティブ投稿後に発生したこと	//	10
Q10	自身のネガティブ投稿の公開範囲	択一	5
Q11	自身のプライベートや個人の情報の公開経験	マト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

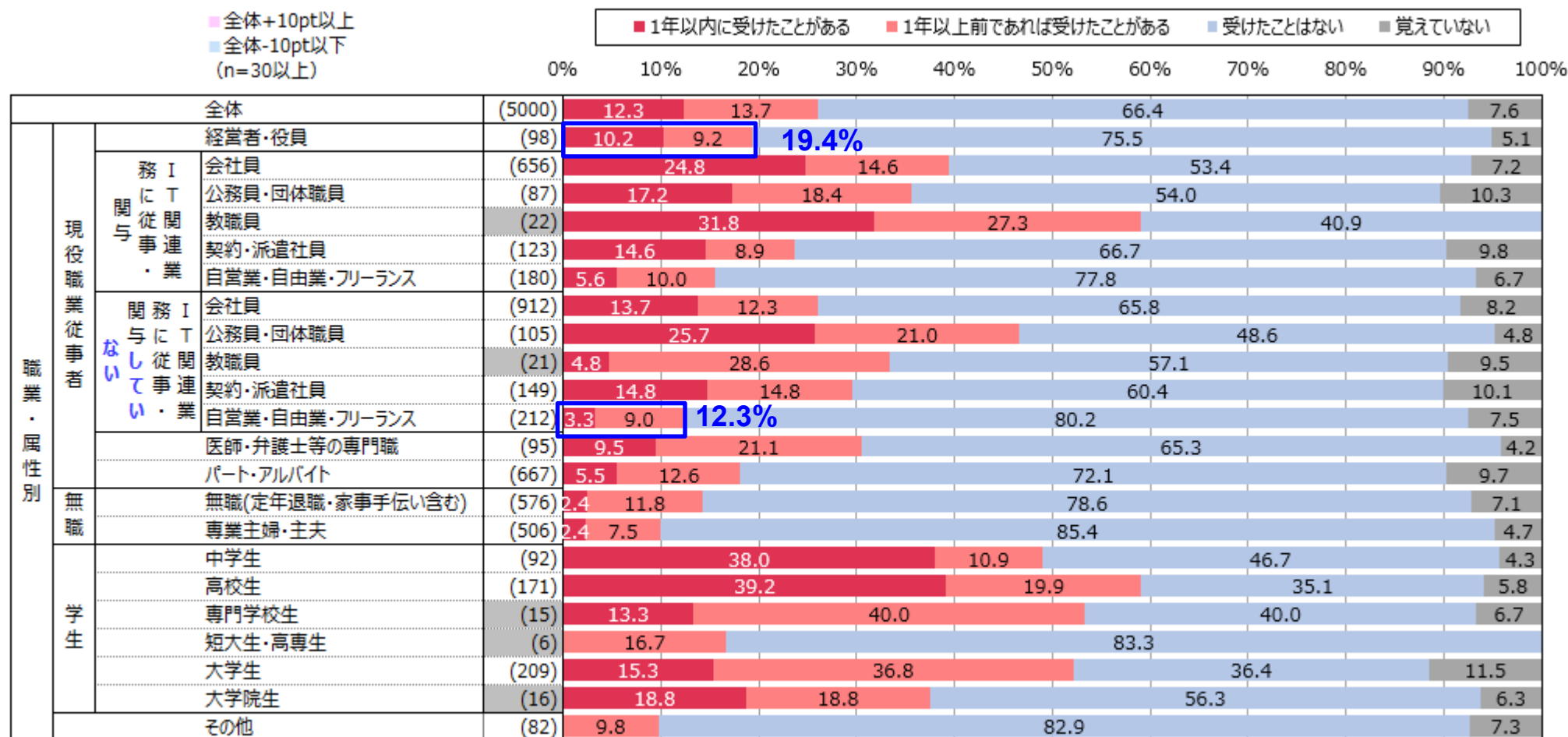
3-1-1.インターネットや情報に関する倫理教育の受講経験 Q.1

- 10代が53.3%と最多。例年同傾向。但し昨年の受講経験62.1%から約10ポイント減少(青枠)。
- 年代が上がるごとに受講経験が減少するという傾向も例年通り。



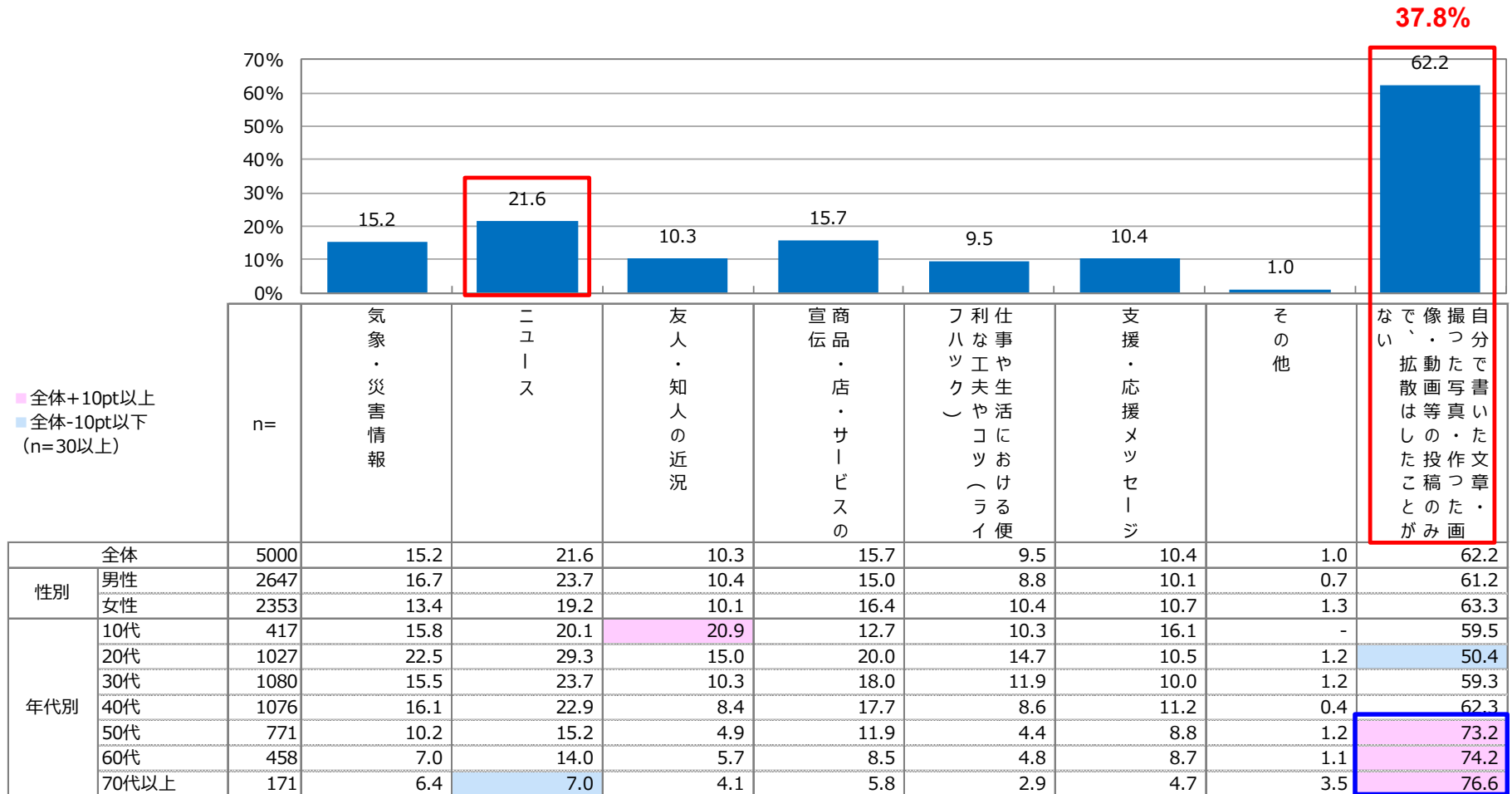
3-1-2.インターネットや情報に関する倫理教育の受講経験 Q.1

- 「経営者・役員」の受講経験が全体平均よりも低く、2割程度(例年の傾向)。
- 「自営業・自由業・フリーランス」の受講経験が12.3%と低い。
- 組織に所属していないと教育機会を得るのが難しいことがうかがえる。



3-2. SNS等で拡散したことのある情報・内容(1) Q.2

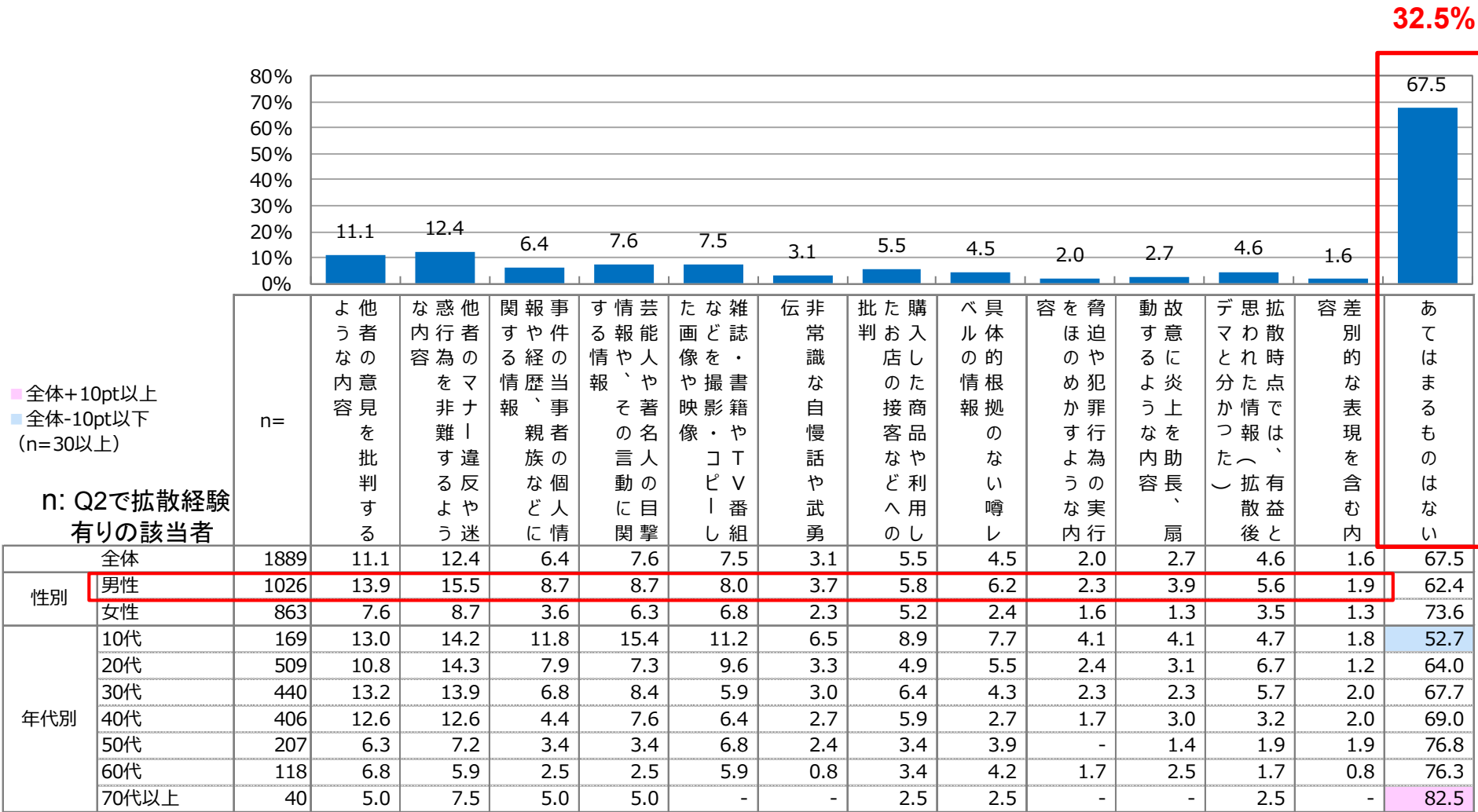
- 拡散経験がある割合は37.8%。50代以降では7割以上が拡散の経験がない(青枠)。
- 「ニュース」の拡散経験が21.6%と最多。
- 拡散経験の多い順(「ニュース」⇒「商品・店・サービスの宣伝」⇒「気象・火災情報⇒支援・応援メッセージ」⇒「友人・知人の近況」⇒「ライフハック」)は2020年調査と同じ。



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

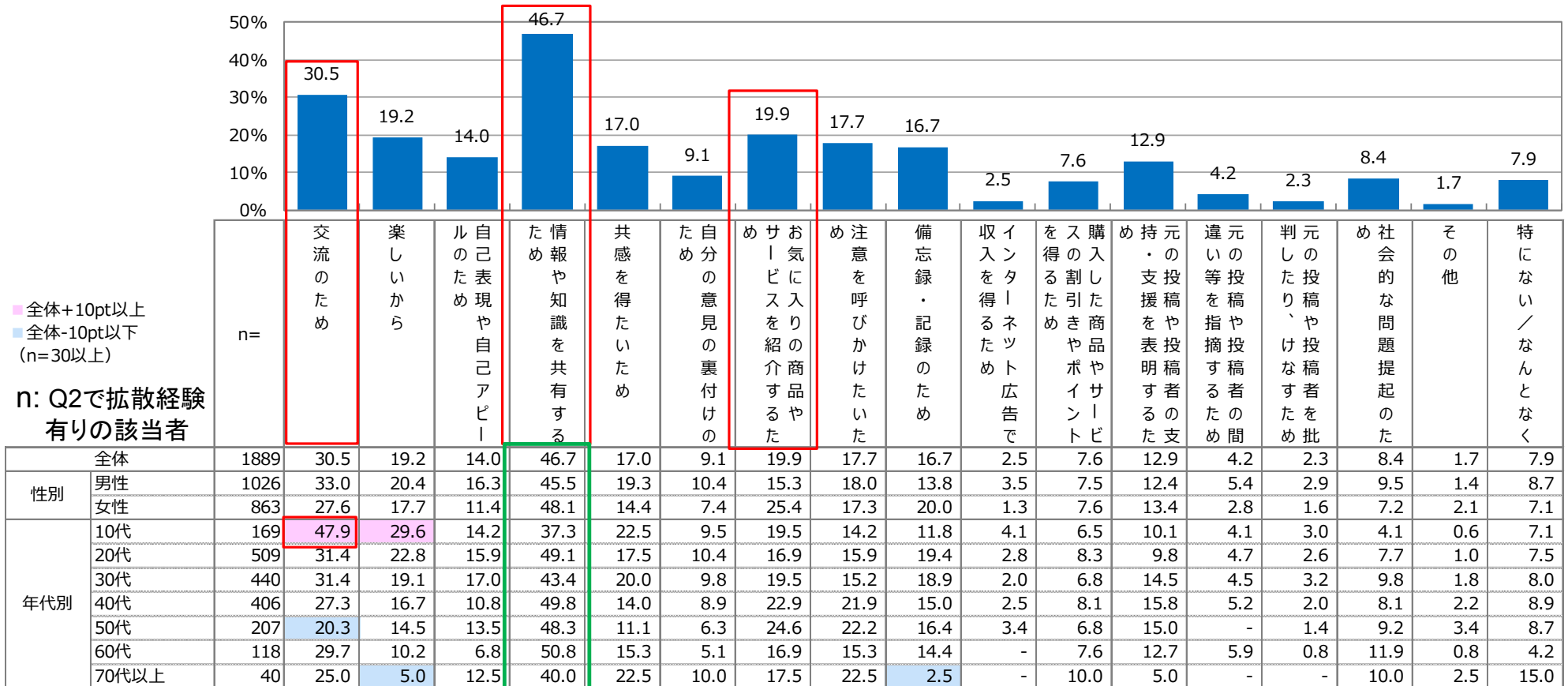
倫理編

- リスクのある内容を拡散したことがある割合は32.5%。
- 女性よりも男性の投稿割合が総じて高い(2020年調査も同様の傾向)。



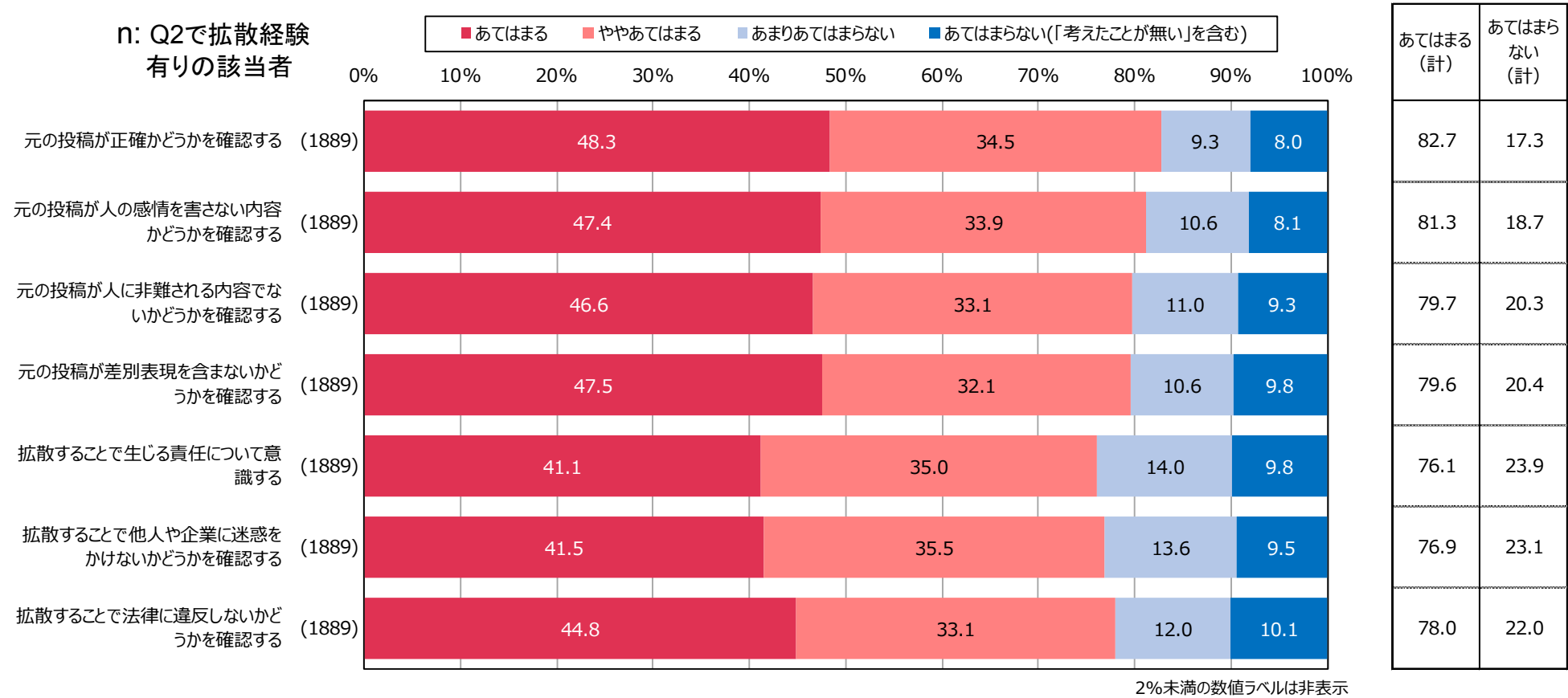
3-4. SNS等で拡散する理由(モチベーション) Q.4

- トップ3は「情報・知識の共有」「交流」「商品・サービスの紹介」で2020年調査と同傾向(赤枠)。
- 最多は「情報・知識の共有」で、SNS拡散の主たる目的であると考えられる。
- 「情報・知識の共有」は10代以外の世代で50%程度の割合があり、世代間差が少ない(緑枠)。
- 「交流」を選択した10代は47.9%と半数に迫る。



3-5-1.SNS等での拡散時の心がけ Q.5

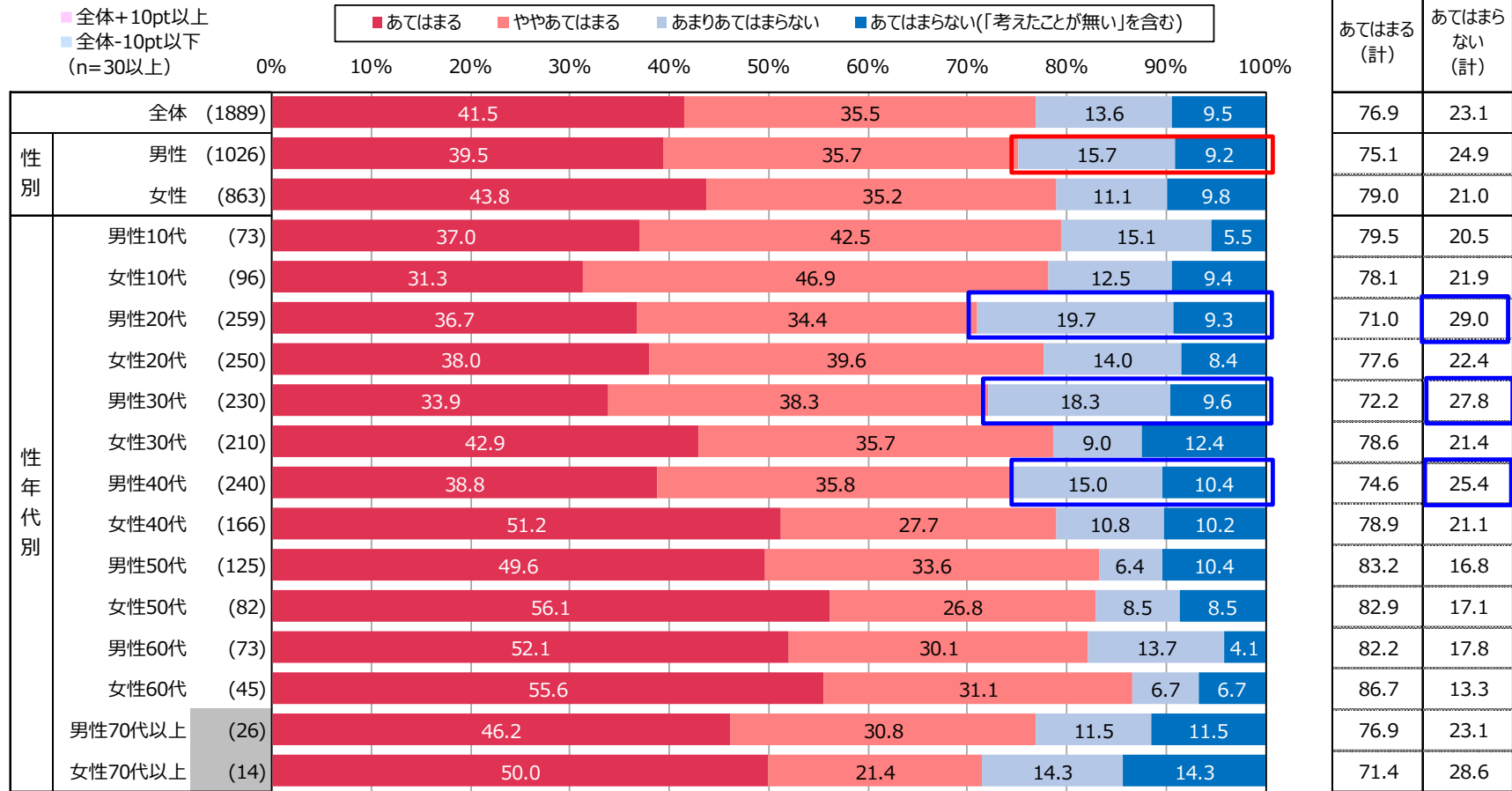
- いずれの選択肢も4割強が「あてはまる」と回答。
- 「ややあてはまる」を加えると約8割に。
- 2021年調査結果は2020年調査と同傾向。



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

- 男性の方が「あてはまらない」と回答した割合が多い(赤枠)。
- 「あてはまらない」と回答した20代～40代の男性の割合が高い(青枠)。

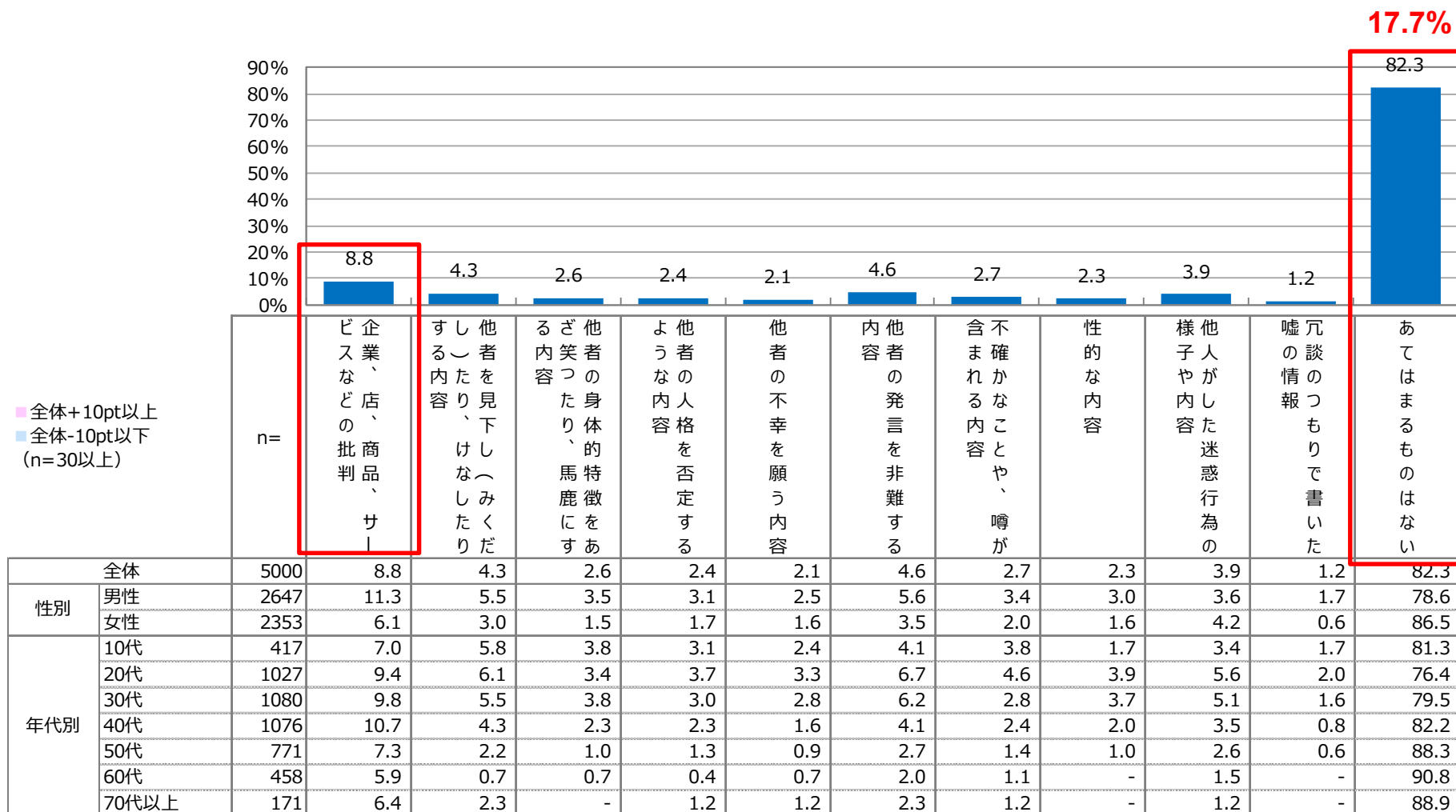
n: Q2で拡散経験有りの該当者



2%未満の数値ラベルは非表示

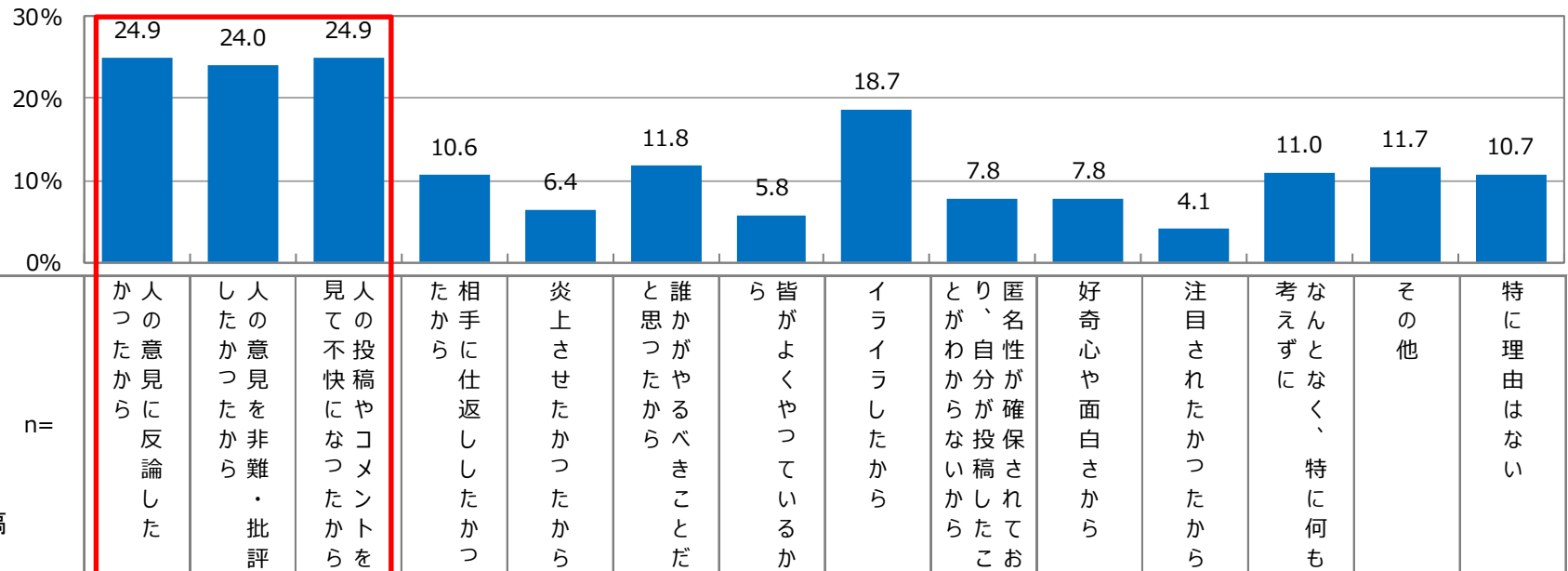
3-6.SNS等でのネガティブな投稿経験 Q.6

- ネガティブな投稿経験があるのは17.7%（2020年調査結果：18.5%）。
- 「企業・店・商品・サービスなどの批判」が最も多く 8.8%。



3-7-1.SNS等でネガティブな投稿をした理由 Q.7

- トップ3は「人の意見に反論」「人の意見を非難・批評」「不快になったから」で2020年調査と同傾向(赤枠)。
- 女性の方が「イライラした」の割合が高く、2020年調査と同傾向(緑枠)。
- 総じて男性の方が割合が高い(青枠)。



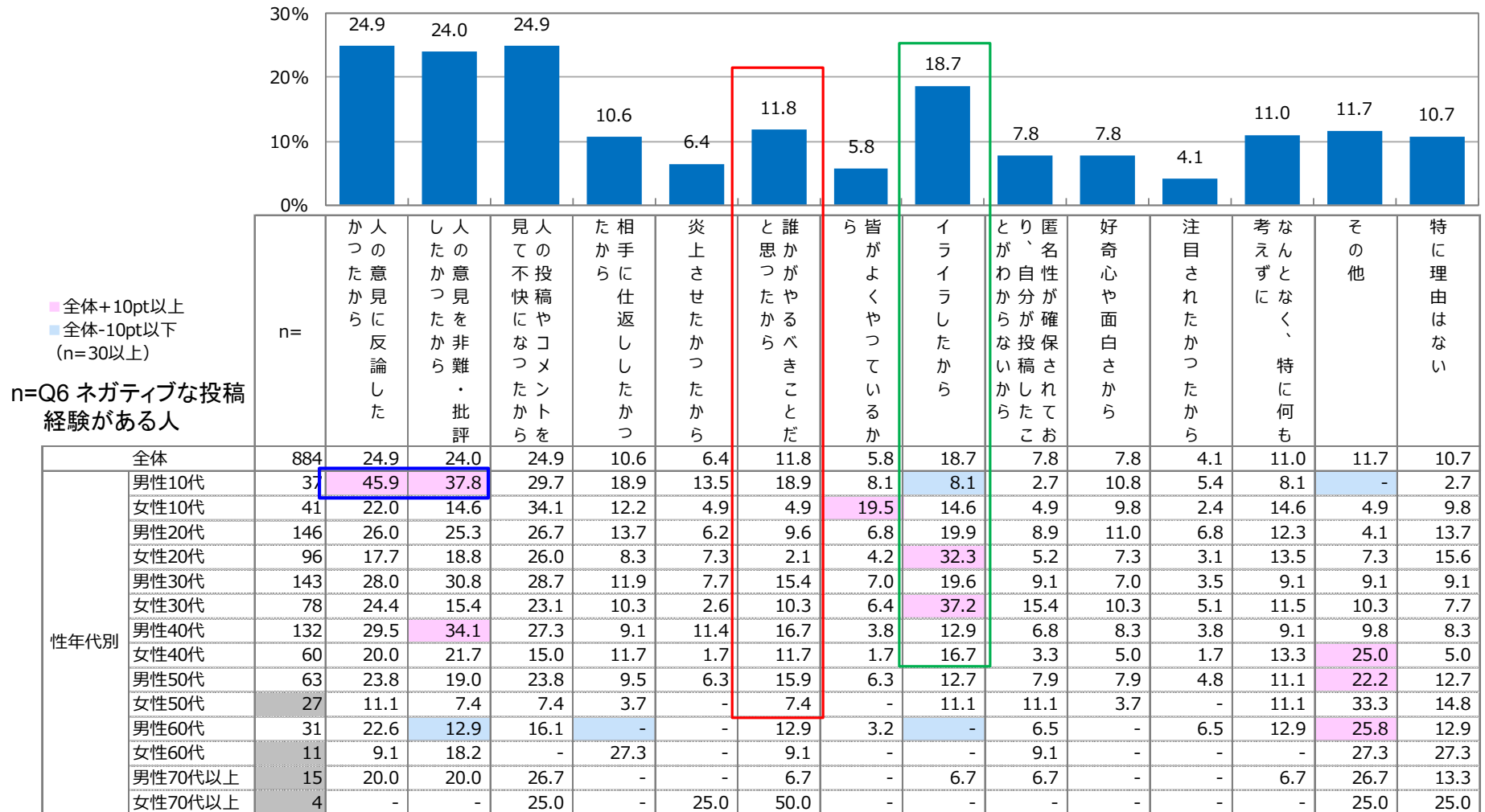
■ 全体+10pt以上
■ 全体-10pt以下
(n=30以上)

n=Q6 ネガティブな投稿
経験がある人

		n	か つ た か ら	人 の 意 見 に 反 論 し た	し た か つ た か ら	人 の 意 見 を 非 難 ・ 批 評	見 て の 不 快 に な コ ツ メ タ ン カ ラ	た 相 手 に 仕 返 し し た か つ	炎 上 さ せ た か つ た か ら	と 誰 か が や る ベ き こ と だ	ら 皆 が よ く や つ て い る か	イ ラ イ ラ し た か ら	と り 匿 名 性 が 確 保 さ れ て こ お	好 奇 心 や 面 白 さ か ら	注 目 さ れ た か つ た か ら	考 え ん と なく、 特に 何も	そ の 他	特 に 理 由 は ない
全体		884	24.9	24.0	24.9	10.6	6.4	11.8	5.8	18.7	7.8	7.8	4.1	11.0	11.7	10.7		
性別	男性	567	28.0	28.0	26.6	10.9	7.8	14.1	5.8	15.2	7.8	8.1	4.8	10.2	10.2	10.4		
	女性	317	19.2	16.7	21.8	10.1	4.1	7.6	5.7	24.9	7.9	7.3	2.8	12.3	14.2	11.4		
年代別	10代	78	33.3	25.6	32.1	15.4	9.0	11.5	14.1	11.5	3.8	10.3	3.8	11.5	2.6	6.4		
	20代	242	22.7	22.7	26.4	11.6	6.6	6.6	5.8	24.8	7.4	9.5	5.4	12.8	5.4	14.5		
	30代	221	26.7	25.3	26.7	11.3	5.9	13.6	6.8	25.8	11.3	8.1	4.1	10.0	9.5	8.6		
	40代	192	26.6	30.2	23.4	9.9	8.3	15.1	3.1	14.1	5.7	7.3	3.1	10.4	14.6	7.3		
	50代	90	20.0	15.6	18.9	7.8	4.4	13.3	4.4	12.2	8.9	6.7	3.3	11.1	25.6	13.3		
	60代	42	19.0	14.3	11.9	7.1	-	11.9	2.4	-	7.1	-	4.8	9.5	26.2	16.7		
	70代以上	19	15.8	15.8	26.3	-	5.3	15.8	-	5.3	5.3	-	-	5.3	26.3	15.8		

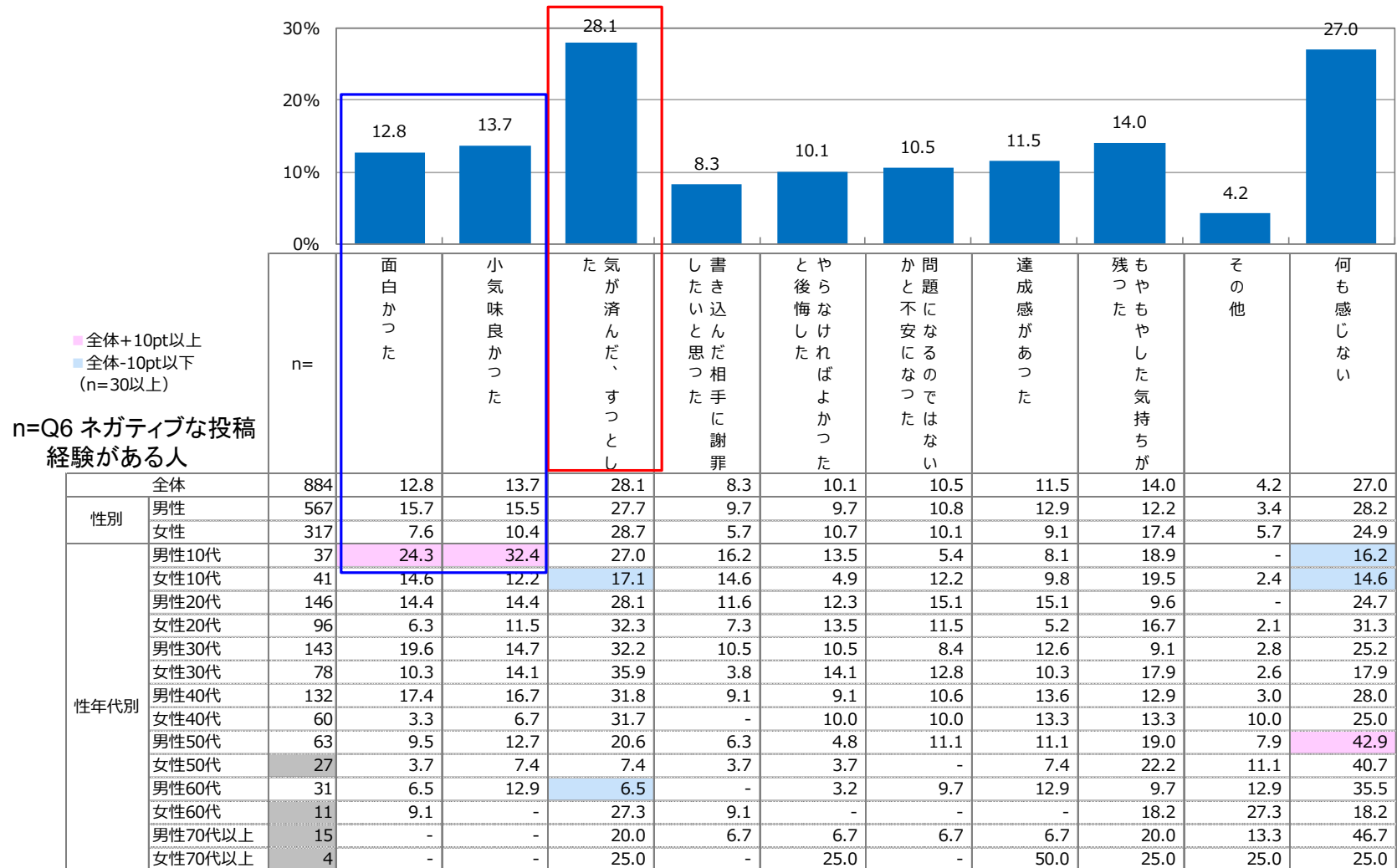
3-7-2.SNS等でネガティブな投稿をした理由 Q.7

- 女性より男性の方が「誰かがやるべきことだと思った」割合が多い(赤枠)。
- 「イライラした」は女性の方が割合が高く、20代、30代は10P以上の差がある(緑枠)。
- 「反論したかった」「非難・批評したかった」は10代男性の割合が最多(青枠)。



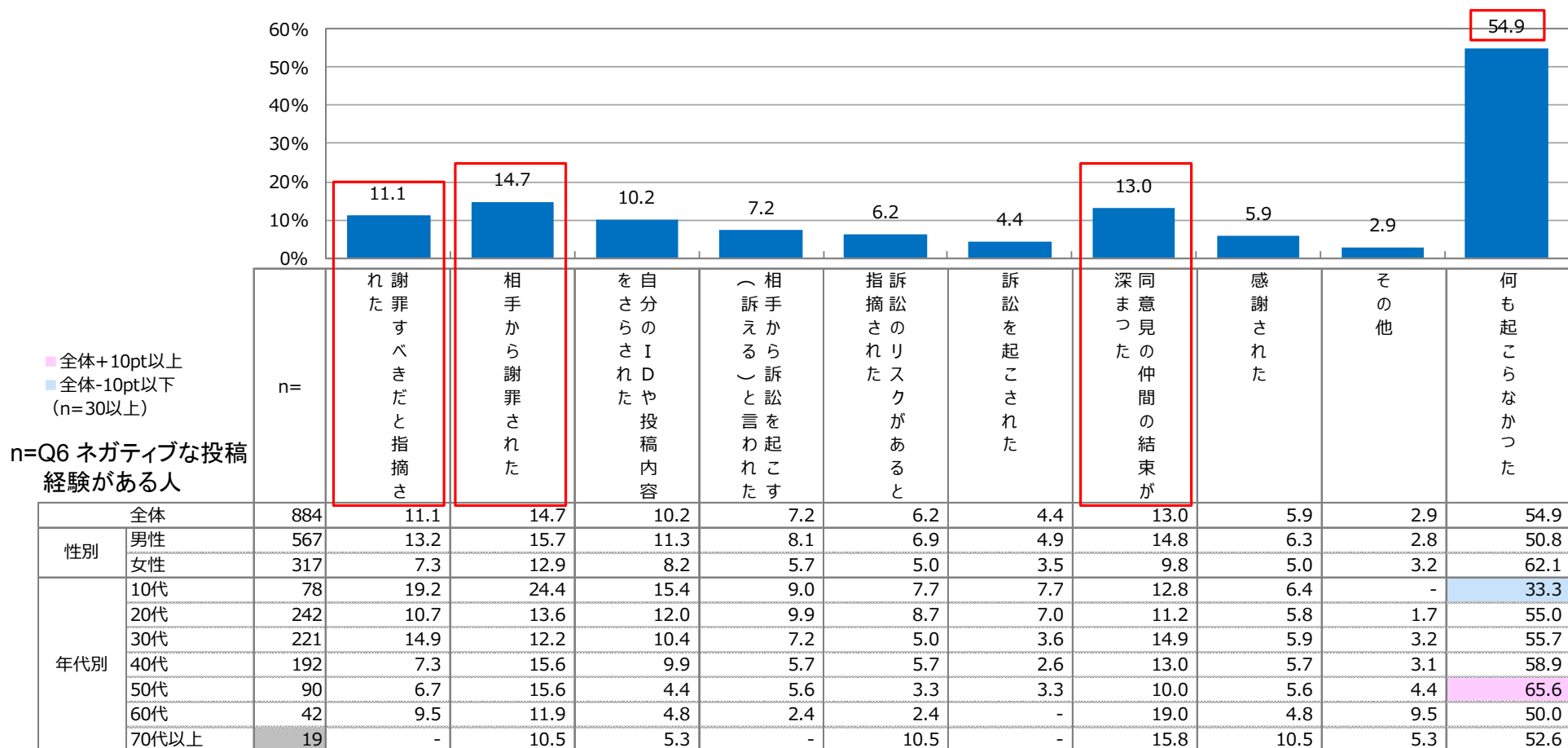
3-8.SNS等でのネガティブな投稿後の感情 Q.8

- 「気が済んだ」が28.1%と最多(2020年調査と同傾向)(赤枠)。
- 10代男性の「面白かった」「小気味良かった」の割合は他世代より突出して高い(青枠)。



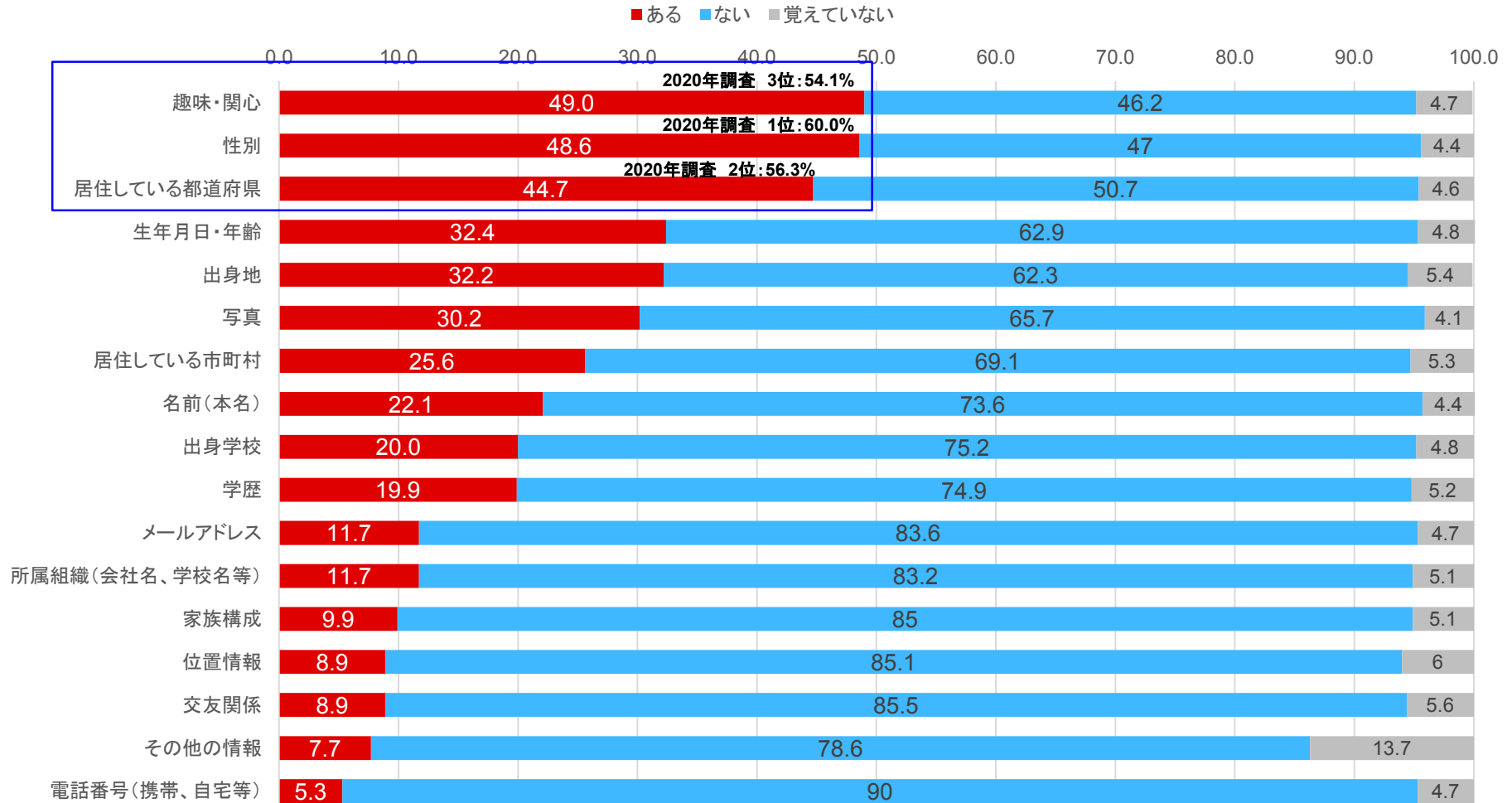
3-9.SNS等でのネガティブな投稿後に発生したこと Q.9

- トップ3は「相手から謝罪された」「同意見の仲間の結束が深まった」「謝罪すべきと指摘された」。
- 何も起こらなかったのは54.9%と半数強。



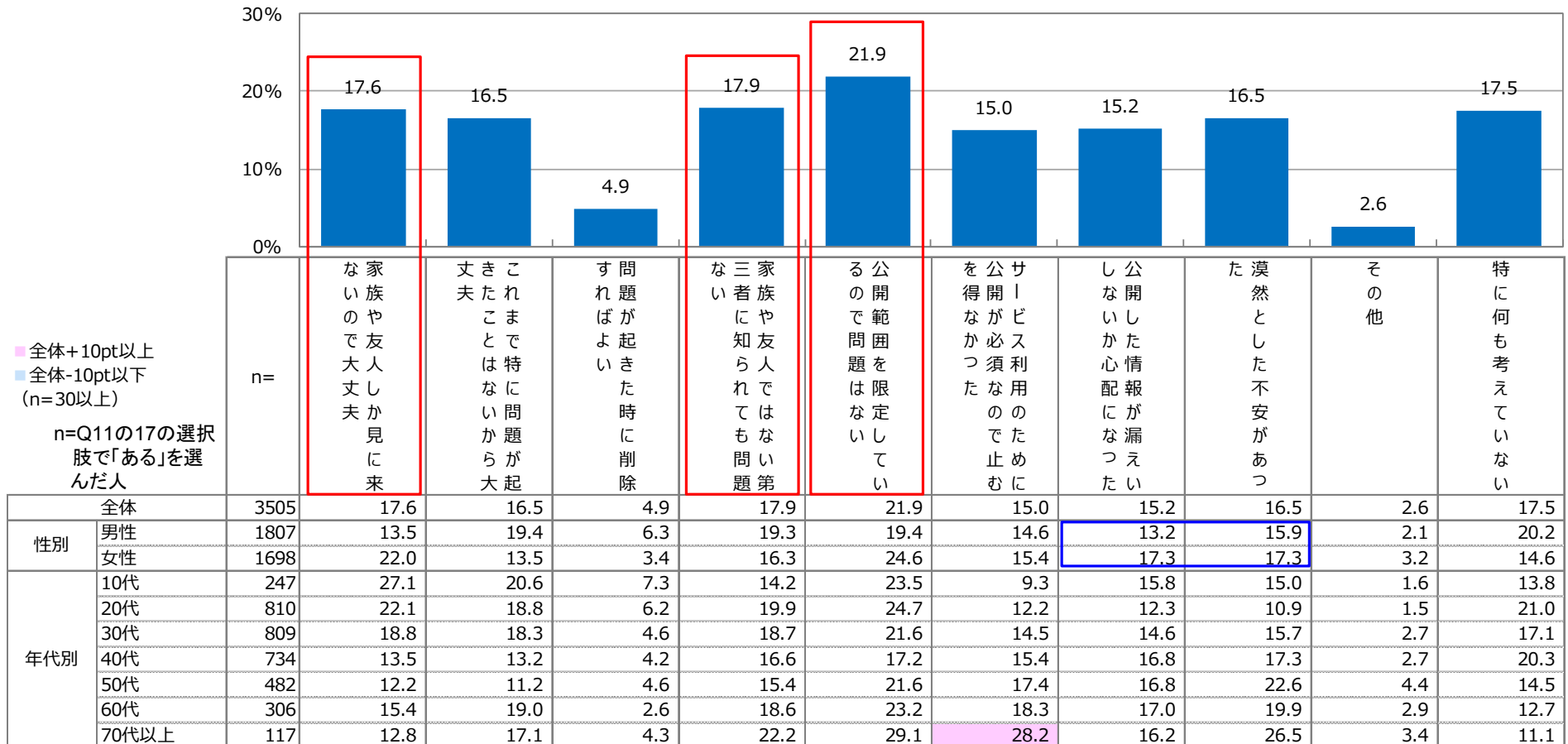
3-10.自分の個人情報やプライベートな情報の公開経験 Q.11

- 2020年調査結果とトップ3の順位が変動(青枠)。
- 「居住している都道府県」「性別」を公開したことがある割合が昨年比、約12ポイント減。
- 10代から30代を中心に女性の方が男性に比べ公開経験が高い (性別・年代軸_倫理調査.pdf 参照)。



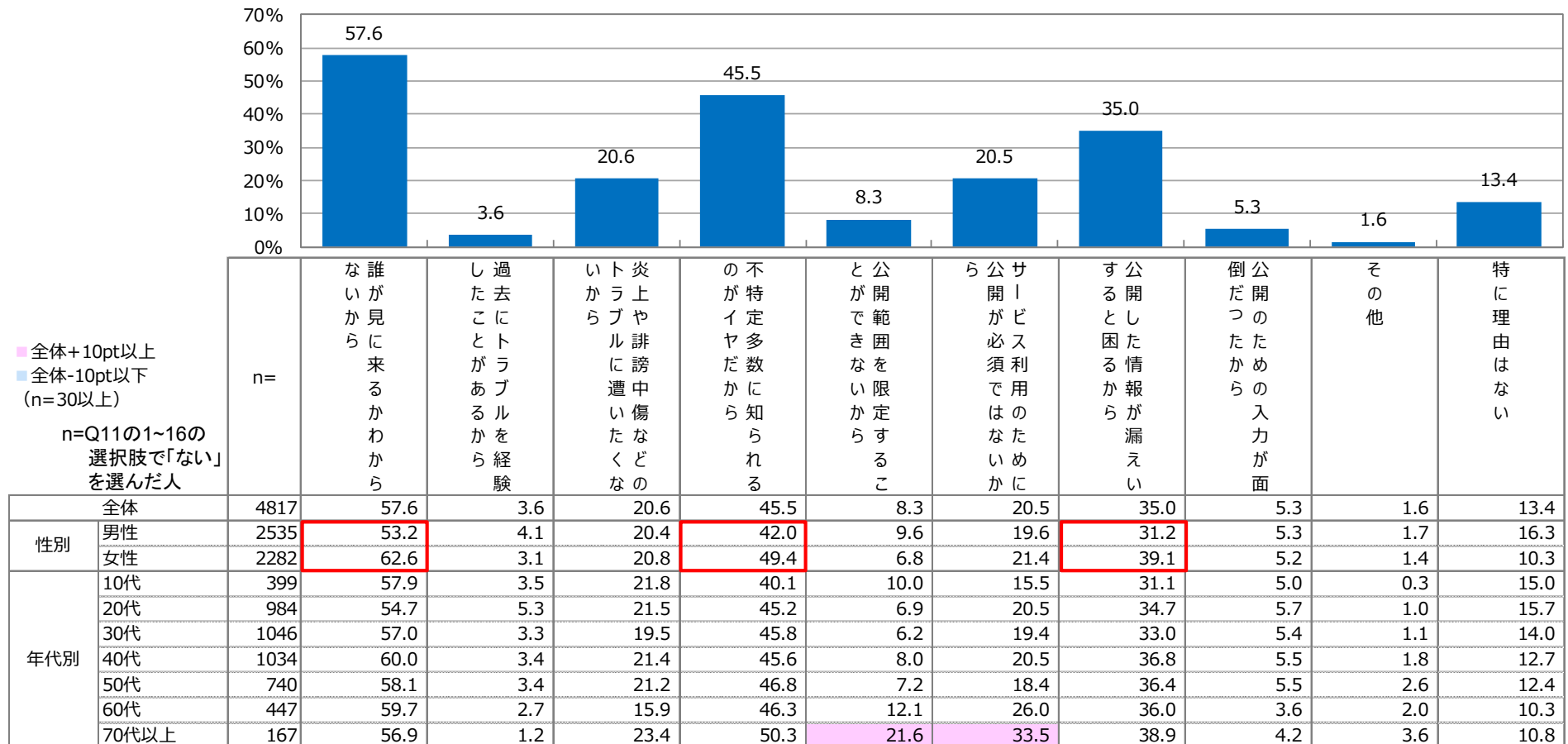
3-11.自分の個人情報やプライベートな情報の公開に対する考え Q.12

- “公開範囲を限定しているので問題ない”という趣旨の選択肢がトップ3(赤枠)。
- 公開に対する懸念・不安を認識する割合は女性がやや多い(青枠)。



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

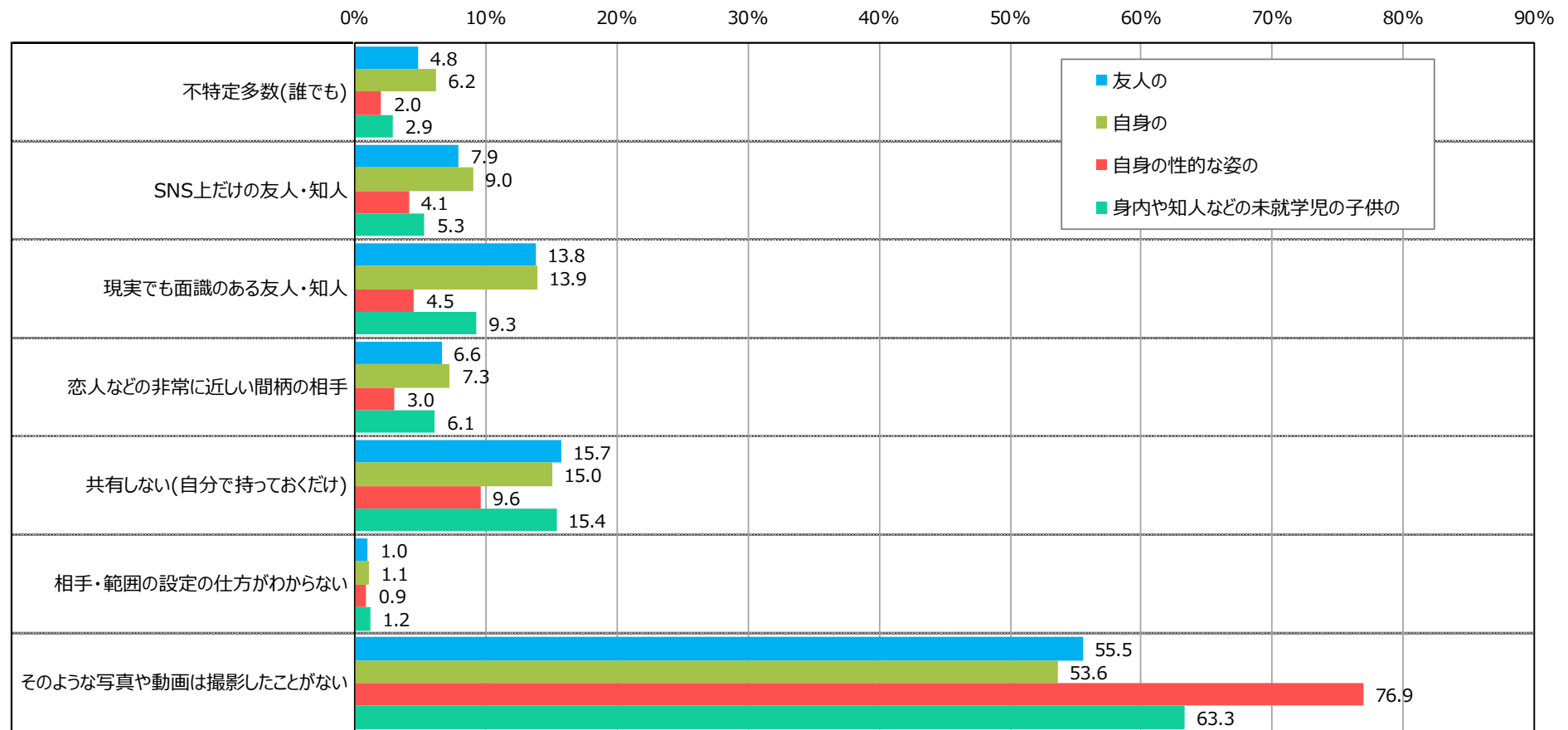
- トップ3は「誰が見に来るかわからないから」「不特定多数に知られるのが嫌だから」「公開した情報が漏えいすると困るから」。2020年調査と同じ結果。
- トップ3での女性の割合は男性よりも高いが、それ以外では性別、年代別の特徴的な差はみられない。



3-13. SNSで顔が判別できる写真や動画の共有範囲 Q.19

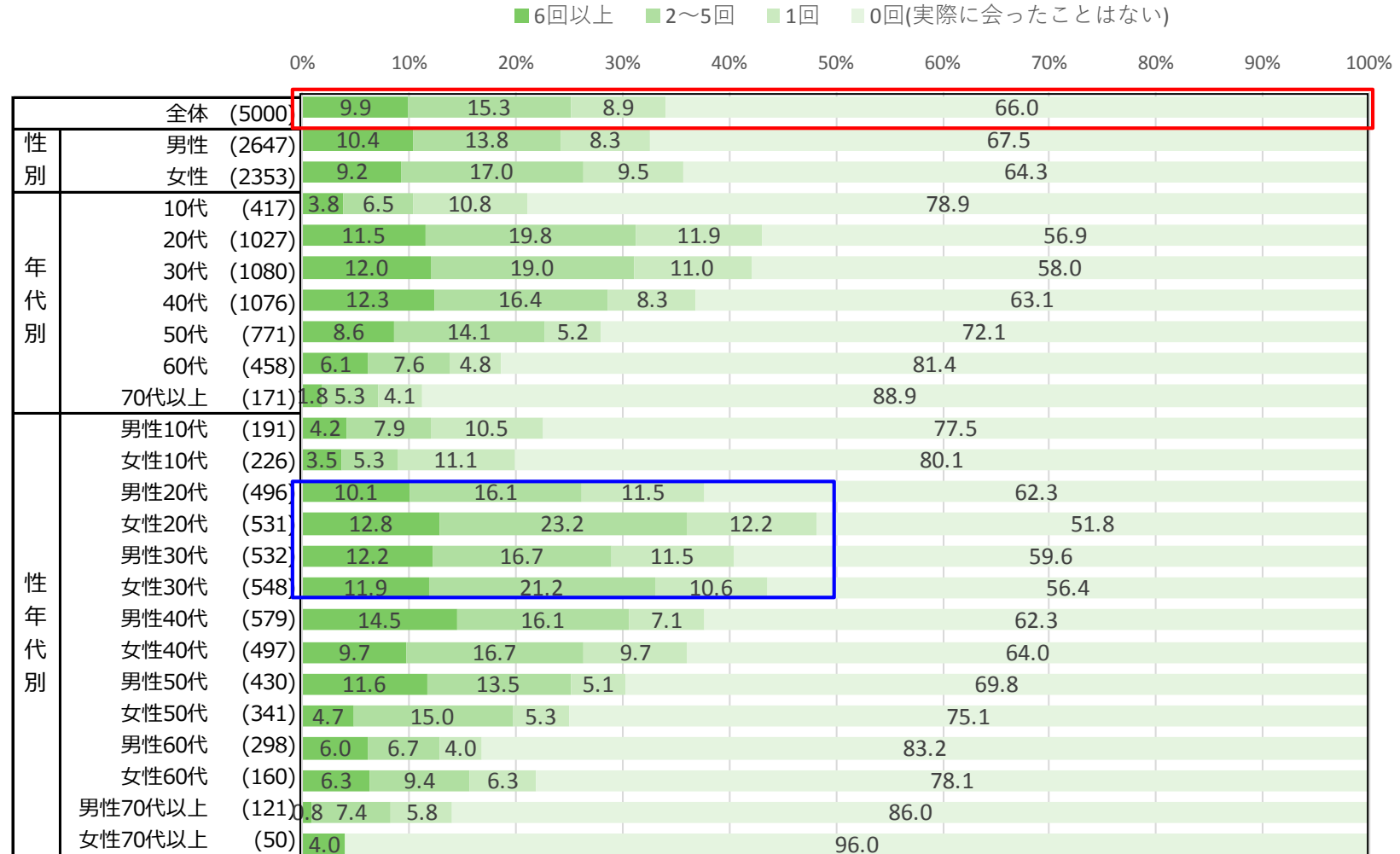
■ 「顔が判別できる写真や動画」をSNSで共有している割合は低い。

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

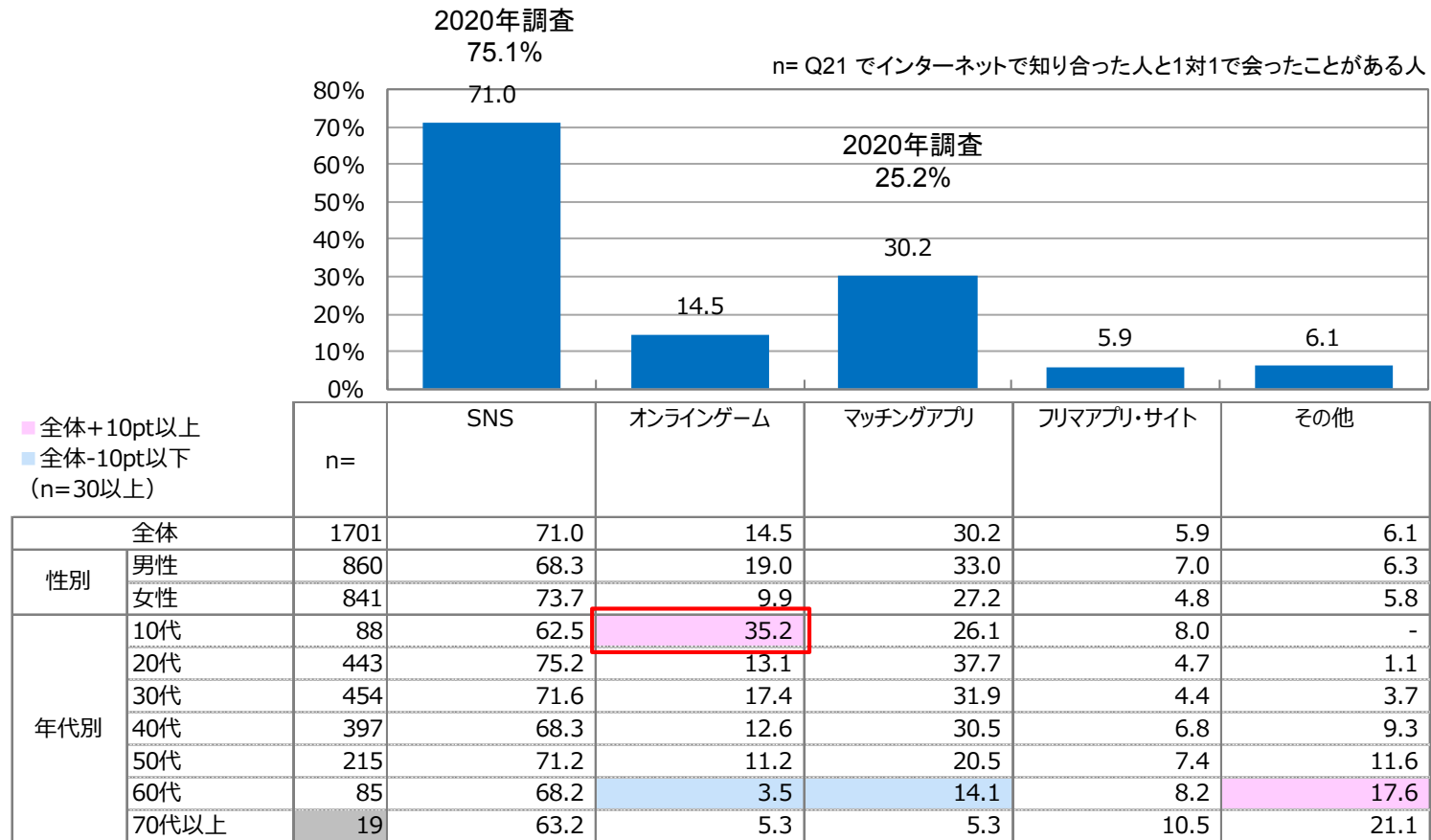
- 「会ったことはない」人が6-7割。その一方で、「6回以上」会ったことのある人が約1割いる(赤枠)。
- 20代、30代は「1回」以上会ったことのある割合が4-5割と高いが、「1回」の割合は1割強と全体平均と大きな差はない(青枠)。



2%未満の数値ラベルは非表示

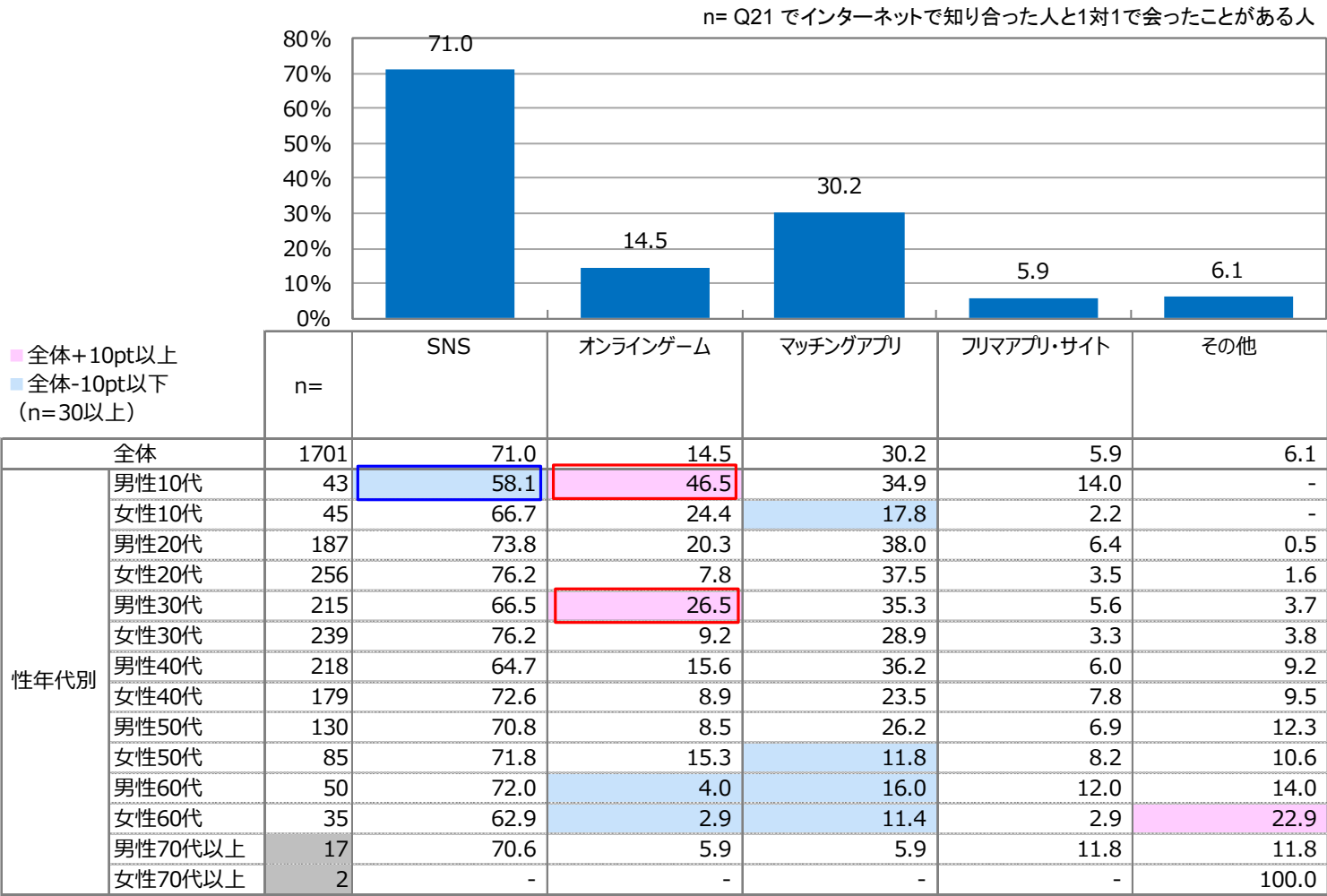
3-15-1. SNS等で知り合った人と1対1で会ったきっかけのツール Q.22

- 「オンラインゲーム」をきっかけに会った割合が10代で35%と他世代の倍以上（赤枠）。
- 2020年調査と比べると、「SNS」が約5ポイント（75.1%⇒71.0%）減り、「マッチングアプリ」が5ポイント（25.2%⇒30.2%）増加。



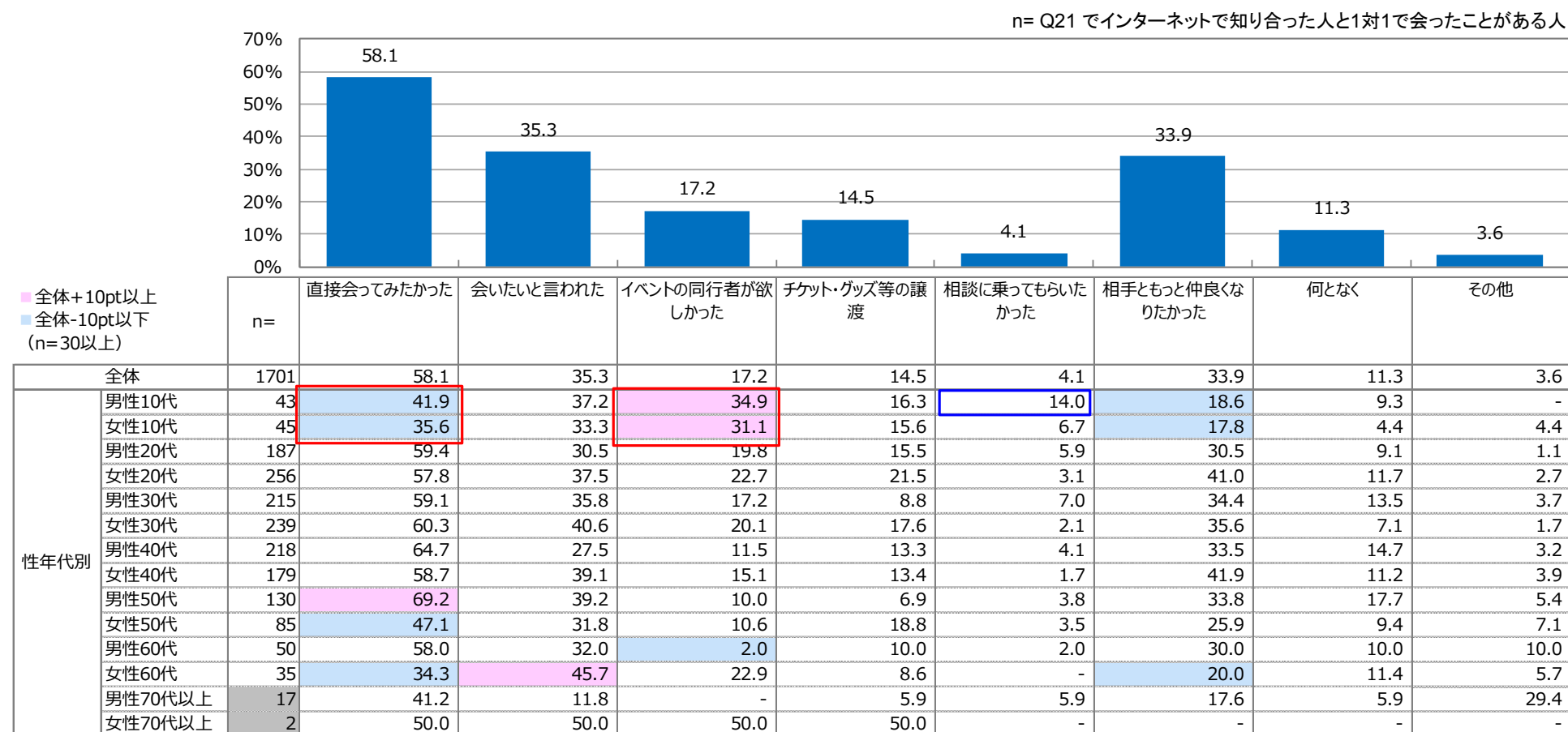
3-15-2. SNS等で知り合った人と1対1で会ったきっかけのツール Q.22

- 10代男性の「SNS」で知り合った割合は58.1%と他世代に比べ著しく低い(青枠)。
- きっかけが「オンラインゲーム」の割合が高いのは10代男性で46.5%と他世代と比べ突出して高く、次いで30代男性と、男性が高い傾向(赤枠)。



3-16. 実際に会うことになった理由・きっかけ Q.23

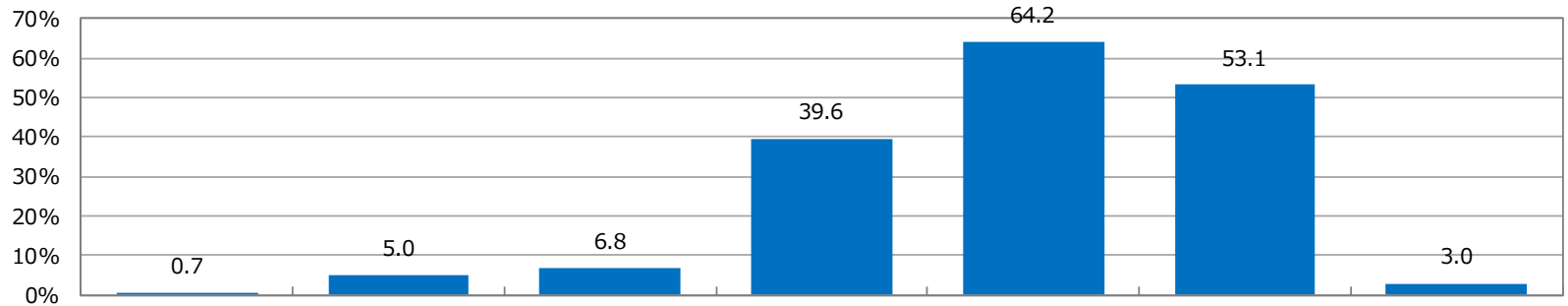
- 10代の実際に会うことになった理由は「直接会いたい」が他世代よりも10ポイント以上低く、「イベント同行者が欲しかった」が10ポイント以上高い(赤枠)。
- 10代男性の「相談に乗ってもらいたかった」の割合が他世代より高い。2020年調査と同様の傾向(青枠)。



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」と回答する割合が多い。
- 10代、20代の「金銭トラブル」が他世代と比べ10ポイント以上高い(赤枠)。
- 「身の危険を感じた」の割合も10代、20代が他世代に比べ高い(青枠)

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+10pt以上
■ 全体-10pt以下
(n=30以上)

	n=	プロフィールとは異なる性別、人、人数が来た等予想外なことが発生	金銭トラブル	身の危険を感じた	予定通り、目的を果たした	楽しかった	交流が深まった	その他
全体	1701	0.7	5.0	6.8	39.6	64.2	53.1	3.0
性年代別	男性10代	43	16.3	16.3	39.5	48.8	37.2	-
	女性10代	45	17.8	20.0	22.2	48.9	51.1	2.2
	男性20代	187	8.0	9.1	42.2	60.4	48.7	1.1
	女性20代	256	4.3	6.6	44.1	68.8	53.9	3.5
	男性30代	215	7.0	8.8	38.1	60.0	53.0	1.4
	女性30代	239	1.7	8.8	45.2	69.0	51.0	3.8
	男性40代	218	6.4	4.1	42.2	68.3	49.1	2.3
	女性40代	179	1.7	4.5	36.3	64.8	56.4	3.9
	男性50代	130	3.8	2.3	40.0	65.4	60.0	3.1
	女性50代	85	3.5	2.4	31.8	58.8	62.4	4.7
	男性60代	50	-	2.0	24.0	62.0	64.0	4.0
	女性60代	35	-	-	25.7	77.1	57.1	8.6
	男性70代以上	17	-	11.8	35.3	41.2	47.1	11.8
	女性70代以上	2	-	-	50.0	50.0	50.0	-