

# 令和5年度 国内外における偽・誤情報に関する意識調査 結果紹介

みずほリサーチ&テクノロジーズ  
デジタルコンサルティング部

2024年5月9日

ともに挑む。ともに実る。

**MIZUHO**



**(Blank page)**

---

# 目次

<b>1. 調査概要</b>	p.4	<b>2.6 インターネット上の諸課題への対応(どのように誰が対応するべきか)</b>	p.36
1.1 調査結果のポイント	p.5	(1)インターネット空間を流れる情報についての意見や考え方	p.36
1.2 調査の概要	p.9	(2)偽・誤情報の申請の手続等	p.37
<b>2. 調査結果</b>	p.11	(3)ファクトチェック団体の支援	p.38
2.1 ネット利用特性	p.12	(4)偽情報や誤情報の削除等による制限措置に関する原則	p.39
回答者属性① 普段のインターネット・サービスの利用頻度	p.12	(5)偽情報・誤情報対策に取り組むべき主体	p.40
回答者属性② インターネット・サービスの平均利用時間	p.13	(6)政府等の偽情報に対する姿勢	p.41
回答者属性③ インターネット・サービスでの投稿頻度	p.14	<b>3. 参考資料</b>	p.43
2.2 偽・誤情報に関連する用語の認知状況	p.15	(1)アンケート質問項目	p.44
2.3 偽・誤情報への接触状況・対応	p.16	(2)用語の認知度	p.49
(1)メディアごとの偽情報・誤情報を見かける頻度	p.16	(3) Pew Research Center「the American Trends Panel (ATP)」	p.63
(2)見たことのある偽情報・誤情報のジャンル	p.18		
(3)偽情報・誤情報に接することの多い情報源	p.19		
(4)見たり聞いたりしたことがある情報	p.20		
(5)誤情報を見たときの印象・行動	p.22		
(6)情報の共有・拡散の理由	p.23		
(7)情報の真偽を確かめた経験の有無	p.25		
(8)情報の真偽を確かめた方法	p.26		
2.4 ニュースの見出しの真偽判別	p.27		
2.5 偽・誤情報を見分けるための講座参加機会	p.31		
(1)偽・誤情報対策講座等への参加	p.32		
(2)メディア情報リテラシーを向上させる機会の提供者	p.33		
(3)偽情報・誤情報を見分けて拡散しない能力を身につけるための機会	p.34		

**(Blank page)**

---

---

## 1. 調査概要

---

# 1. 調査概要

## 1.1 調査結果のポイント(1/4)

- 調査結果のポイントをまとめた。

項目	ページ	内容
1. ネット利用特性	国際比較 (p12、p13)	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本のネットの利用頻度は、「ほぼ毎日」が9割と他国と比較して突出。</li> <li>ただし、一日当たりの利用時間は、「30分～3時間程度」が、他国と比較して厚い。</li> <li>日本は、毎日、比較的短い時間のネット利用が多い。この傾向は昨年度も同じ。</li> </ul>
	国際比較 (p14)	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本は投稿頻度は高くない。日本とフランスでは、他国と比べて「今まで投稿はない」、「今後も投稿しない」と回答する人が特に多い。</li> <li>一方、韓国では「1日10回以上」が他国と比較して特に多い。</li> </ul>
2. 偽・誤情報に関連する用語の認知状況	日本のみ (p15)	<ul style="list-style-type: none"> <li>「知っている」(内容や意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。</li> <li>日本は、「偽情報」、「誤情報」、「ディープフェイク」までは6～9割台で、他国の認知度と大きな差はない。</li> <li>一方、日本は、「フィルターバブル」、「エコーチェンバー」、「アテンションエコノミー」、「コンテンツモデレーション」については1～2割台で、他国と比較して認知度が特に低い。</li> <li>また、「アルゴリズム」、「レコメンデーション」、「ファクトチェック」は日本は4～5割台、他国8～9割台であった。なお「ファクトチェック」はフランスも5割台。</li> <li>日本は、偽情報、誤情報、ディープフェイク以外のインターネット上の情報流通の仕組みに関する知識が不足している状況の可能性もある。この傾向は昨年度も同じ。</li> </ul>
3. 偽・誤情報への接触状況・対応(見たジャンル・情報源、拡散理由、調べた経緯・方法)	国際比較 (p16)	<ul style="list-style-type: none"> <li>「週1回以上」に着目した。</li> <li>「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」が最も高い(除く韓国)。日本は4割台であり、その他の対象国(5～6割台)より低くなった(昨年度と同様)。</li> <li>「新聞社やテレビ局のニュースサイト」、「ニュース系アプリ・サイト」は日本とイギリスは3割台で他国より低い。アメリカ、韓国は「動画投稿・共有サービス」が6割台となった。</li> </ul>
	日本(性別年代別比較) (p17)	<ul style="list-style-type: none"> <li>「週1回以上」に着目すると、日本では60代を除き各年代で「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」が3～5割台であった。60代は「まとめサイト」が4割台であった。</li> </ul>
	国際比較 (p18)	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本では「スポーツ・芸能・文化に関すること」、「能登半島地震に関すること」、「新型コロナウイルスやそのワクチンに関すること」の順で高くなった。</li> </ul>
(次ページに続く)	国際比較 (p19)	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本では「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」、「動画投稿・共有サービス」、「ニュース系アプリ・サイト」の順で高くなった。昨年調査とは2番目と3番目のメディアが入れ替わった。</li> <li>他国でも「SNS」が最も高くなった(韓国は「動画投稿・共有サービス」)。</li> </ul>

# 1. 調査概要

## 1.1 調査結果のポイント(2/4)

項目	ページ	内容	
3. 偽・誤情報への接触状況・対応(見たジャンル・情報源、拡散理由、調べた経験・方法)	国際比較 (p20)	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本で最も高くなったのは、「上記について見たり聞いたりしたことはない」(45.8%)。この結果から、例示した15個事例のうち、最低1つを見た人は54.2%となる。</li> <li>以降、「2024年1月1日の日本の能登半島の地震で窃盗集団が集まっている」(26.5%)、「2024年1月1日の日本の能登半島の地震は人工的に引き起こされた」(19.3%)となった。</li> <li>他国において最も高くなった事例をみると、フランスで「電気自動車のバッテリーは再利用やリサイクルができないため、環境を汚染する」、韓国で「排水の放出により日本の魚介類が汚染され、安全に食べることができなくなる」、アメリカ、イギリス、オーストラリアについては「上記について見たり聞いたりしたことはない」となった(3割台)。なお、フランスと韓国では2割台であった。日本が他国よりも高い。</li> </ul>	
	日本(性別年代別比較) (p21)	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本では、すべての性別・年代において「上記について見たり聞いたりしたことはない」が最も高く、3~5割台。</li> <li>なお、昨年度は4~5割台であった。</li> </ul>	
	(上記情報について)情報共有・拡散の理由	国際比較 (p23)	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の上位3つは「特に意味は無い」(28.4%)、「その情報の真偽がわからなかったが、その情報が間違っている・誤解を招く情報である可能性があることを他の人に注意喚起をしようと思ったから」(24.4%)、「その情報が正しいものだと信じ、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから」(22.8%)。</li> <li>日本で共有・拡散した人の理由で一番高くなったのは「特に意味は無い」28.4%(昨年度は14.6%)。他国は1割未満~1割。</li> <li>他国では、他者に役立つと思ったから等が多い。</li> </ul>
		日本(性別年代別比較) (p24)	<ul style="list-style-type: none"> <li>サンプルサイズが少ないため参考値とする。</li> <li>「特に意味は無い」の回答が高くなったのは、「女性」33.3%と、「40代~70代」となった。「70代」が52%と最も高い。</li> </ul>
	情報の真偽を確かめた経験の有無	国際比較 (p25)	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報の真偽を「調べる」に着目すると、日本は、情報の真偽を確かめた経験がある人が2割と他国と比べて少ない。韓国も2割。調査対象国では欧米が上位となり(2~5割)、日本と韓国のアジア系は低い結果。</li> </ul>
	情報の真偽を確かめた方法	国際比較 (p26)	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本の上位3つは、「情報の発信者が信頼できる組織や人物なのかを確認した」(35.6%)、「検索サービスを利用して検索し、その情報について他にどのような意見や反応があるか調べた」(19.9%)、「1次ソースを調べた」(19.8%)。</li> <li>日本を含め、すべての国において「情報の発信者が信頼できる組織や人物なのかを確認した」が2~3割となり、最も高かった。</li> </ul>

# 1. 調査概要

## 1.1 調査結果のポイント(3/4)

項目	ページ	内容	
4. ニュースの見出しの真偽判別	国際比較 (p27、p28)	<ul style="list-style-type: none"> <li>英ケンブリッジ大学の開発したニュース見出しの真偽を判別するテスト(MIST;誤情報感受性試験)。1問正解を1点、20点満点として回答者の得点を分類(低(0点~6点)、中(7点~13点)、高(14点~20点))。</li> <li>日本の「高」の割合は28.0%、「中」は70.5%、「低」は1.5%となった。</li> <li>調査対象国の「高」(14点~20点)を比較すると、高くなった順にオーストラリア(42.5%)、イギリス(39.8%)、アメリカ(34.8%)、日本(28.0%)、フランス(24.5%)、韓国(20.4%)となった。</li> </ul>	
	日本(性別年代別比較)(p29)	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本で年代別に「高(14点~20点)」に着目すると、年齢が高くなるに従って高くなった。特に「70代」では約5割。</li> </ul>	
	【追加分析】 ニュース見出しの真偽判別×【偽情報】の用語認知度別	国際比較 (p30)	<ul style="list-style-type: none"> <li>MISTの得点「低」「中」「高」と、偽・誤情報に関連する用語の認知状況との関連に着目した。各国で理解度が高くなった「偽情報」を対象とした。</li> <li>各国の大まかな傾向として「偽情報」の用語を「内容や意味を具体的に知っている」方が「知らない」より、MISTの得点が「高」くなる人が多くなった。</li> </ul>
5. 偽・誤情報を見分けるための講座参加機会(参加経験、参加したい教育内容、提供主体)	国際比較 (p31)	<ul style="list-style-type: none"> <li>教育・研修機会を受けたことが「ある」に着目すると、日本と韓国は1割未満となり、欧米各国は1~2割台。日本は、欧米と比べ、参加経験がある人が少ない(アジア系は低い結果)。</li> </ul>	
	日本(性別年代別比較)(p32)	<ul style="list-style-type: none"> <li>10代のみ25.7%と高く、他の年代は1割以下の結果。</li> </ul>	
	メディア情報リテラシーを向上させる機会の提供者	国際比較 (p33)	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本は、「デジタルプラットフォーム事業者」(47.6%)、「政府」(47.4%)、「マスメディア」(45.6%)に集中。日本は他国と比べると「マスメディア」の割合が高い。</li> </ul>
	能力を身につけるための機会	国際比較 (p34)	<ul style="list-style-type: none"> <li>日本では「学校・職場での授業や研修の実施」が最も高く、次いで「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」、「偽情報・誤情報対策を学べるネットの動画配信の視聴」となった。</li> <li>他国で最も高くなったのは、アメリカは「ファクトチェックの体験学習」、イギリス、フランス、オーストラリアは「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」、韓国では「偽情報・誤情報対策を学べるネットの動画配信の視聴」となった。</li> </ul>
	日本(性別年代別比較)(p35)	<ul style="list-style-type: none"> <li>最も高くなった学習機会に着目する。性別では、女性は「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」、男性は「学校・職場での授業や研修の実施」であった。年代別には、10~40代では「学校・職場での授業や研修の実施」、50代以降では「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」が最も高かった。</li> </ul>	



# 1. 調査概要

## 1.1 調査結果のポイント(4/4)

項目	ページ	内容
6. インターネット上の諸課題への対応(どのように誰が対応すべきか)	インターネット空間を流れる情報についての意見や考え方 (p36)	日本のみ (p36) <ul style="list-style-type: none"> <li>「思う」(強くそう思う+ある程度そう思う)に着目する。</li> <li>高くなった3つをみると、「インターネット上で自身が受け取る情報のうち、何が正しいのか、何が間違っているのかを判断するのは難しい」(77.0%)、「インターネット上の偽情報や誤情報がユーザに対して表示されないための工夫(モデレーション)の仕組みについて、その必要性を感じる」(63.8%)、「SNSや動画共有サイトなどで表示されるコンテンツは自分の趣味嗜好に近いなど自身に最適化されていると感じる」(63.1%)であった。</li> <li>日本で2番目の「モデレーションの仕組みが必要」は、イギリス、韓国、オーストラリアでも3番目。</li> <li>逆に日本で「思わない」が最も高くなったのは「デジタルプラットフォーム事業者は、偽情報や誤情報がユーザに対して表示されないための工夫を適切に行っている」。アメリカ、イギリス、フランス、韓国、オーストラリアでも同様の結果。</li> </ul>
	自身の投稿が削除等の制限をされた経験 (p37)	国際比較 (p37) <ul style="list-style-type: none"> <li>日本で削除経験が「ある」のは5.7%と、他国より相当低い結果。</li> <li>アメリカで最も高く37.7%、フランスの23.5%。イギリスの22.2%、韓国12.1%</li> </ul>
	ファクトチェック団体を支援すべき主体 (p38)	国際比較 (p38) <ul style="list-style-type: none"> <li>日本では「政府機関」、「デジタルプラットフォーム事業者」、同率で「マスメディア」と「非政府組織やNPOなどの民間団体」の順で高くなった。</li> <li>すべての国で「政府機関」の回答が最も高くなった。なお、日本は4割、他国では2~3割台であった。</li> </ul>
	制限措置に関する原則 (p39)	国際比較 (p39) <ul style="list-style-type: none"> <li>政府がプラットフォーム事業者に対しモデレーションを要求する際の原則を聞いた。</li> <li>日本では「法的根拠」、「正当な目的」、「透明性」の順で高くなった。</li> <li>他国では「透明性」が最も高く5~6割台となり、日本の4割台よりも高い。</li> </ul>
	偽情報・誤情報対策に取り組むべき主体 (p40)	国際比較 (p40) <ul style="list-style-type: none"> <li>すべての国で最も高くなったのは「政府機関」。日本は順位及び割合とも昨年度と同様(5割)。</li> <li>日本、イギリス、フランス、オーストラリアでは「政府機関」に次いで「SNSを提供する事業者」、「ニュースサイトを運営する新聞社やテレビ局」となった。</li> <li>なお、日本は、他国と比較して「わからない・誰でもよい」(14.7%)が高い(昨年度と同様)。</li> </ul>
	政府に望む偽情報への対応姿勢 (p41)	国際比較 (p41) <ul style="list-style-type: none"> <li>日本では、「人々が情報を自由に公開したり、アクセスすることを制限しても、オンライン上の虚偽情報を制限する措置を講じるべき」(41.1%)。他国でも同様。</li> <li>一方、日本は他国と比べると「よくわからない」(30.5%)が他国より高い結果(他国は1割台)。</li> </ul>
	デジタルプラットフォーム事業者に望む偽情報への対応姿勢 (p42)	国際比較 (p42) <ul style="list-style-type: none"> <li>日本では、「人々が情報を自由に公開したり、アクセスすることを制限しても、オンライン上の虚偽情報を制限する措置を講じるべき」(43.9%)となった。</li> <li>他国でも同様であるが、5割~6割台。</li> <li>一方、日本は他国と比べると「よくわからない」(30.1%)が他国より高い結果(他国は1割台)。</li> </ul>

# 1. 調査概要

## 1.2 調査の概要

- 本調査の背景と目的は以下のとおり。

### <背景>

- SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）等のプラットフォームサービスの利用が一般化する一方で、プラットフォーム上では、偽・誤情報（※1）の拡散、フィルターバブル（※2）やエコーチェンバー（※3）による情報の偏在化等の課題が深刻化している。
- 偽・誤情報が拡散することは、利用者が多様な情報をもとに物事を正確に理解し適切な判断を下すことを困難にし、利用者が安心・信頼してデジタルサービスを利用することができなくなる危険性がある。
- こうした偽・誤情報の拡散等によるリスクに対応するため、政策の企画・立案に取り組む必要がある。  
（※1）偽情報（何らかの意図性を持った虚偽の情報）及び誤情報（単なる誤った情報）  
（※2）フィルターバブルとは、SNSのアルゴリズムにより、自身の考え方や価値観に近い情報ばかりに包まれる状態を指す。  
（※3）エコーチェンバーとは、SNSで自分と似た興味関心を持つユーザが集まる場で、自分が発信した意見に似た意見が返ってくる状態を指す。

### <目的>

- 本調査は、偽・誤情報について、過年度の意識調査と比較しつつ、定点調査として広く国民に対して意識調査を実施した。
- また、諸外国との比較分析を通じて、我が国におけるSNS利用の実態や特徴を把握し、偽・誤情報対策のための政策の効果的な企画・立案に資することを目的として実施した。

# 1. 調査概要

## 1.2 調査の概要

- 我が国と諸外国における偽情報に関する意識調査では、ウェブアンケートによって、日常の情報入手手段やフェイクニュースの接触経験等の実態を把握することを目的とした。

- 対象:
- 具体的には以下の条件をすべて満たす回答者を本調査の対象とした。  
※「あなたが過去1年間に利用したインターネットのサービスは何ですか」の設問において、電子メール以外を選択かつ、「あなたは普段、インターネットのサービスをどれくらい利用していますか」の設問において、ネットサービスを週に1日以上利用を選択かつ、「直近の1ヶ月の間で、あなたは1日の間にインターネットのサービスを平均してどれくらいの時間利用していますか」の設問において、ほとんど利用していない以外を選択
  - 年齢(10代,20代,30代,40代,50代,60代,70代)と性別(女性,男性)の、7属性×2属性で回収設計を行った。  
※10代は15歳以上。
  - 地域バランス:各国全地域を対象とする。ランダムサンプリングをおこなう。

【例：日本における性別年代別の割付（目標回収数）】

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	計
男性	142	143	143	143	143	143	143	1,000
女性	142	143	143	143	143	143	143	1,000

※ 諸外国での1,000件回収の場合は、各セルは左表の半分。

- サンプルサイズ: 日本:2,000件 米国、英国、フランス、韓国、豪州:1,000件
- 調査方法: ウェブアンケート調査
- 調査期間: 2024年1月～3月
- 設問数: 約40問
- 留意事項:
- 韓国の男女70代の回収が不足したため、男女60代を増やして回収を行った。
  - 過去との変化を測るために一部の設問においては、過去の偽・誤情報の調査結果との時系列分析を行った。本年度の調査は2024年3月調査と表記した。また、昨年度の調査は2023年3月調査とした。
  - 四捨五入の関係で表やグラフの小数点以下を足しあげてもコメントと一致しない場合がある。

---

## 2.調査結果

---

## 2.調査結果 2.1 ネット利用特性 回答者属性①

<国際比較>

### 普段のインターネット・サービスの利用頻度

あなたは普段、インターネットのサービスをどれくらい利用していますか。※学業や仕事で利用している場合を除きます。

- 日頃のインターネットの利用頻度(※学業や仕事で利用している時間は除く)は以下の通り。
- 「ほぼ毎日」利用している人の割合は、高い順に、日本(90.8%)、韓国(81.2%)、オーストラリア(71.2%)、イギリス(70.5%)、アメリカ(65.8%)、フランス(60.2%)であった。
- 基本的な傾向は、日本と韓国などアジアの国で、「ほぼ毎日」利用している人の割合は高く、フランスをはじめ、アメリカ、イギリス、オーストラリアなど欧米の国では割合は低い。この傾向は昨年度と同じである。

	全体	ほぼ毎日	週4~5日	週2~3日	週1日	半月に1~2回	月1回	それ以下
日本	(2000)	90.8	5.6	2.9	0.8	0.0	0.0	0.0
アメリカ	(1000)	65.8	14.9	13.4	5.9	0.0	0.0	0.0
イギリス	(1000)	70.5	12.8	12.2	4.5	0.0	0.0	0.0
フランス	(1000)	60.2	14.3	17.5	8.0	0.0	0.0	0.0
韓国	(1000)	81.2	7.4	8.4	3.0	0.0	0.0	0.0
オーストラリア	(1000)	71.2	11.8	12.4	4.6	0.0	0.0	0.0

## 2.調査結果 2.1 ネット利用特性 回答者属性②

<国際比較>

### インターネット・サービスの平均利用時間

直近の1ヶ月の間で、あなたは1日の間にインターネットのサービスを平均してどれくらいの時間利用していますか。  
※学業や仕事で利用している時間は除きます。

- 1日当たりのインターネット利用時間(※学業や仕事で利用している時間は除く)は以下の通り。
- 日本は、「1時間～2時間程度」(23.8%)が最も高くなった。昨年度と同じ利用時間の選択肢の回答が多かった。
- 他方で、日本以外の諸外国(フランスを除く)においては、「4時間以上」が最も高い(24.5～32.3%)。
- フランスにおいては、「30分以下」(18.3%)、「30分～1時間程度」(24.0%)と比較的利用時間が少ない人の割合が多い。

	全体	ほとん ど利用 してい ない	30分以 下	30分～ 1時間 程度	1時間 ～2時 間程度	2時間 ～3時 間程度	3時間 ～4時 間程度	4時間 以上	わから ない
日本	(2000)	0.0	6.5	18.2	23.8	20.3	11.2	20.2	0.0
アメリカ	(1000)	0.0	8.5	16.7	17.4	13.3	11.8	32.3	0.0
イギリス	(1000)	0.0	5.9	17.4	22.2	14.4	12.7	27.4	0.0
フランス	(1000)	0.0	18.3	24.0	21.7	13.3	6.5	16.2	0.0
韓国	(1000)	0.0	3.6	13.0	22.4	19.5	14.9	26.6	0.0
オーストラリア	(1000)	0.0	9.6	19.7	21.3	16.1	8.8	24.5	0.0

## 2.調査結果 2.1 ネット利用特性 回答者属性③

<国際比較>

### インターネット・サービスでの投稿頻度

あなたは普段、インターネットのサービスの利用において、動画・画像・文字(チャット含む)をどれくらいの頻度で投稿(引用やリポスト等含む)していますか。

- 動画・画像・文字(チャット含む)の投稿(引用やリポスト等含む)頻度は以下の通り。
- 日本は、「これまで投稿したことがない(今後投稿する可能性はある)」(14.2%)、「今後も投稿しない」(21.7%)の割合が高く、あわせて35.9%に達する。同様の傾向はフランスにもみられた。なお、諸外国(フランスを除く)においては、「これまで投稿したことがない(今後投稿する可能性はある)」、「今後も投稿しない」の回答割合は相対的に低い。
- 逆に、韓国については「1日に30回より多い」「1日30回程度」「1日10回程度」の回答割合が、日本を含む他国と比較して特に多い。それぞれ10.5%、7.9%、17.6%となる。

	全体	1日に30回より多い	1日30回程度	1日10回程度	1日5回程度	1日1回程度	3日に1回程度	1週間に1回程度	2週間に1回程度	1ヶ月に1回程度	1ヶ月に1回より少ない	これまで投稿したことがない(今後投稿する可能性はある)	今後も投稿しない	これまで投稿したことがない + 今後も投稿しない
日本	(2000)	4.7	3.8	8.8	10.5	8.5	4.2	4.6	2.9	4.1	12.4	14.2	21.7	35.9
アメリカ	(1000)	5.2	4.6	8.6	14.0	15.4	12.5	8.1	4.1	5.5	10.5	5.5	6.0	11.5
イギリス	(1000)	2.9	2.6	8.2	12.8	14.8	9.7	7.8	6.2	6.2	13.7	6.9	8.2	15.1
フランス	(1000)	2.7	2.4	7.5	12.1	13.4	7.2	9.1	4.2	5.2	13.4	10.8	12.0	22.8
韓国	(1000)	10.5	7.9	17.6	17.2	12.6	5.5	6.5	2.9	4.6	5.2	4.9	4.6	9.5
オーストラリア	(1000)	3.1	2.8	6.0	10.7	12.9	9.2	9.2	5.9	7.3	16.4	7.6	8.9	16.5

## 2.調査結果 2.2 偽・誤情報に関連する用語の認知状況

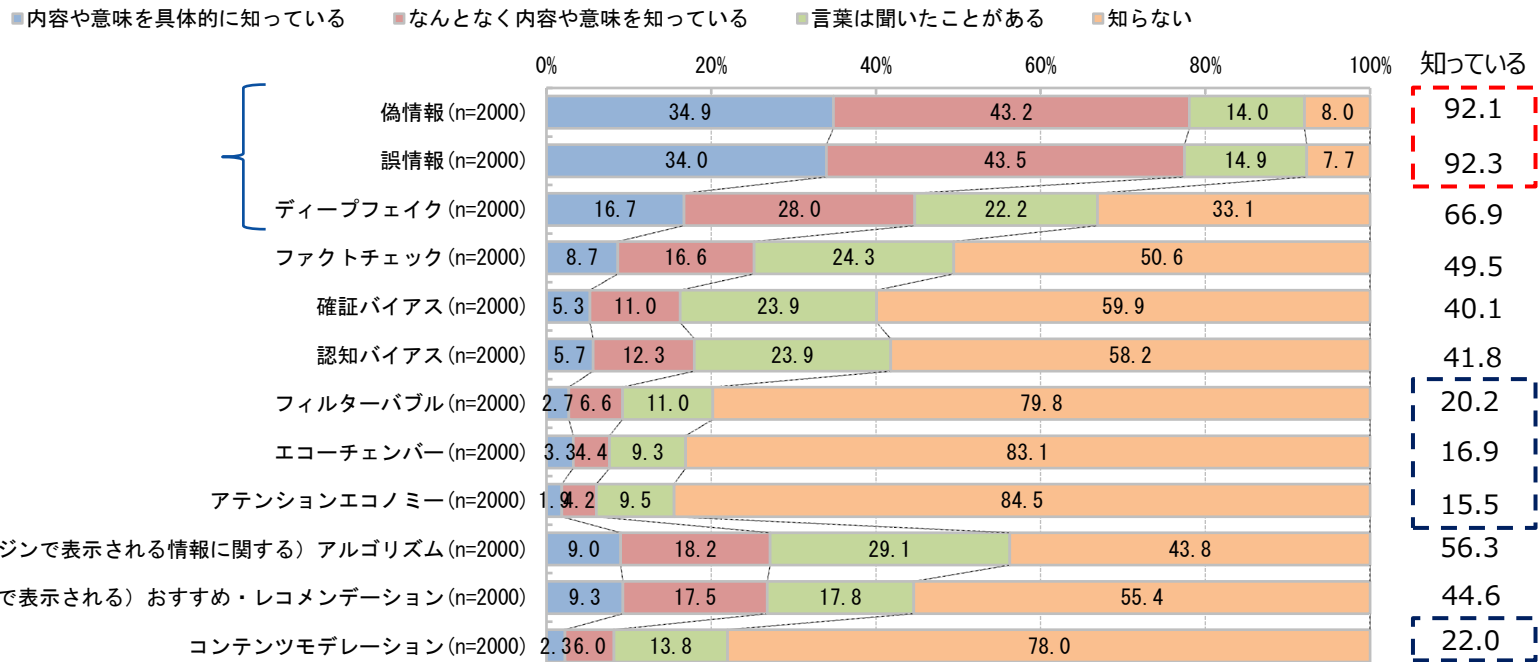
### (1)用語の認知度

<日本>

#### 【日本】用語別の認知度

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 日本を対象として、偽情報からコンテンツモデレーションまでの12の用語全体について、「知っている」(内容や意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。
- 「偽情報」、「誤情報」については9割台となっており認知度が高い。一方、「フィルターバブル」、「エコーチェンバー」、「アテンションエコノミー」、「コンテンツモデレーション」については1~2割台と認知度が低い。「ファクトチェック」、「確証バイアス」、「認知バイアス」、「アルゴリズム」、「レコメンデーション」は4~6割の認知度であった。



※「認知バイアス」、「コンテンツモデレーション」は2024年3月調査から新たに加えた



## 2.調査結果 2.3 偽・誤情報への接触状況・対応(見たジャンル・情報源、拡散理由、調べた経験・方法)

### (1)メディアごとの偽情報・誤情報を見かける頻度

<国際比較>

#### 検索サービス、動画投稿・共有サービス等において、偽・誤情報を週1回以上見かけた割合

直近の1ヶ月の間で、あなた自身が偽情報・誤情報※だと思える情報を、次に示すオンラインメディアの中でどの程度見かけましたか。  
※ここでは、虚偽、または、誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

- 各メディアにおいて、偽・誤情報を「週1回以上」(毎日、またはほぼ毎日+最低週1回)見かけた割合でまとめた。
- 日本で高くなった順に、「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」(48.0%)、「動画投稿・共有サービス」(38.7%)、「検索サービス」(36.0%)であった。
- 日本を含めた対象国についてみる。韓国を除いたすべての国において、「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」が最も高く、4~6割台となった。アメリカ、韓国では、「動画投稿・共有サービス」も6割台となった。

【週1回以上】	検索サービス	ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)	新聞社やテレビ局のニュースサイト	ニュース系アプリ・サイト	まとめサイト	動画投稿・共有サービス
日本	36.0	48.0	29.3	33.6	31.5	38.7
アメリカ	47.1	69.2	49.6	51.2	59.1	62.7
イギリス	31.6	62.8	31.2	34.2	51.9	50.4
フランス	40.1	58.2	41.5	43.0	47.3	46.3
韓国	49.9	60.4	40.2	46.9	49.0	62.2
オーストラリア	39.6	66.2	39.4	41.6	49.4	54.7

注:各国のn値はメディアごとに異なる。

## 2.調査結果 2.3 偽・誤情報への接触状況・対応(見たジャンル・情報源、拡散理由、調べた経験・方法)

### (1)メディアごとの偽情報・誤情報を見かける頻度

<日本(性別年代別比較)>

#### 検索サービス、動画投稿・共有サービス等において、偽・誤情報を週1回以上見かけた割合

直近の1ヶ月の間で、あなた自身が偽情報・誤情報※だと思える情報を、次に示すオンラインメディアの中でどの程度見かけましたか。  
※ここでは、虚偽、または、誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

- 日本の性別、年代別に各メディアにおいて、偽・誤情報を「週1回以上」(毎日、またはほぼ毎日+最低週1回)見かけた割合でまとめた。
- 「女性」「男性」で高くなった順に「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」、「動画投稿・共有サービス」、「検索サービス」であった。
- 年代別にみると、10代~30代では高くなった順に、「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」、「動画投稿・共有サービス」、「検索サービス」(男女と同じ順番)、  
40代は、「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」、「ニュース系アプリ・サイト」、「動画投稿・共有サービス」、  
50代は、「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」、「検索サービス」、「まとめサイト」、  
60代は、「まとめサイト」、「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」、「検索サービス」、  
70代は、「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」、「検索サービス」、「ニュース系アプリ・サイト」であった。  
年代別に最も高くなったメディア・サービスは、60代を除き「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」となり3~5割台であった。60代は「まとめサイト」が4割台であった。

【週1回以上】	検索サービス	ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)	新聞社やテレビ局のニュースサイト	ニュース系アプリ・サイト	まとめサイト	動画投稿・共有サービス
女性	31.3	45.1	27.2	27.6	22.4	32.6
男性	40.6	51.1	30.8	39.2	38.7	44.3
10代	36.5	54.8	29.0	33.6	31.3	43.8
20代	43.3	59.0	36.6	42.4	34.1	48.1
30代	38.7	47.7	30.4	37.1	30.0	39.1
40代	37.4	45.9	38.0	40.7	27.5	39.9
50代	35.5	44.0	30.0	30.8	34.6	34.2
60代	36.1	36.1	27.6	32.2	42.2	35.1
70代	25.1	31.5	19.0	22.4	11.1	21.7

注:性別・年代のn値はメディアごとに異なる。

## 2.調査結果 2.3 偽・誤情報への接触状況・対応(見たジャンル・情報源、拡散理由、調べた経験・方法)

### (2)見たことのある偽情報・誤情報のジャンル

<国際比較>

#### 見たことのある偽情報・誤情報のジャンル

直近の1ヶ月の間で、あなた自身が偽情報・誤情報※だと思っ情報を見かけたと回答した方に伺います。  
 あなたが見かけた偽情報・誤情報だと思っ情報は、どのジャンルに該当しますか。あてはまるものをすべてお選びください。  
 ※ここでは、虚偽、または、誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

- 日本における上位3つをみると「スポーツ・芸能・文化に関すること」(32.4%)、「能登半島地震に関すること」(28.7%)、「新型コロナウイルスやそのワクチンに関すること」(25.9%)が高くなった。
- なお、2023年3月調査では「新型コロナウイルスに関すること」(38.7%)、「スポーツ・芸能・文化に関すること」(31.7%)、「社会・事件に関すること」(27.7%)であり、本調査実施直前に発生した能登半島地震に関することが上位に入った。
- 諸外国についてみると、イギリスとオーストラリアでは「新型コロナウイルスやそのワクチンに関すること」(それぞれ38.2%、41.3%)が最も高くなった。アメリカでは「経済に関すること」(43.1%)、フランスでは「ウクライナ情勢に関すること」(35.7%)、韓国では「国内政治に関すること」(59.3%)が最も高くなった。  
 なお、「新型コロナウイルスやそのワクチンに関すること」は、日本、韓国は2割、アメリカ、イギリス、フランス、オーストラリアでは3~4割。アジアよりも欧米が高い結果。

	全体	新型コロナ ウイルス やその ワクチン に関する こと	その他 生活健 康に関 すること	スポー ツ・芸 能・文 化に関 すること	教育・ 子育て に関する こと	社会・ 事件に 関する こと	国内政 治に関 すること	能登半 島地震 に関する こと	その他 災害に 関する こと	ウクライ ナ情勢 に関する こと	ハマス・ イスラ エル情勢 に関する こと	その他 国際情 勢に関 すること	特定の 人種・ 民族・ 集団に 関する こと	LGBTQ (性的 少数 者)に関 すること	環境問 題(気 候変 動)に関 すること	経済に 関する こと	上記1 ~15に 限らな い新聞 社やテ レビ局 のロゴ の悪用 や似た ロゴに よる*	その他【 】
日本	(1661)	25.9	13.5	32.4	8.4	21.8	19.4	28.7	8.4	12.8	8.9	8.1	9.6	7.7	9.2	16.2	9.6	3.7
アメリカ	(936)	42.0	17.8	19.4	17.5	31.2	34.1	5.9	12.7	25.3	32.3	19.6	22.0	26.1	31.1	43.1	9.7	2.9
イギリス	(910)	38.2	18.0	17.9	11.6	28.8	23.7	4.2	12.6	27.6	34.2	14.2	13.1	14.7	24.6	29.2	6.9	3.3
フランス	(891)	32.7	18.5	16.2	13.6	23.8	32.8	5.8	15.9	35.7	33.4	21.2	15.6	11.2	31.9	34.5	8.8	2.5
韓国	(919)	22.7	23.4	21.9	12.0	41.6	59.3	3.7	7.6	16.1	14.9	16.1	19.6	11.4	16.3	32.1	6.1	1.1
オーストラリア	(930)	41.3	22.0	18.9	12.2	29.1	30.5	3.9	12.5	25.8	33.9	21.1	18.0	19.6	35.1	32.5	9.1	3.2

## 2.調査結果 2.3 偽・誤情報への接触状況・対応(見たジャンル・情報源、拡散理由、調べた経験・方法)

### (3)偽情報・誤情報に接することの多い情報源

<国際比較>

#### 偽情報・誤情報に接することの多い情報源

直近の1ヶ月の間で、あなた自身が偽情報・誤情報※だと思える情報を見かけたと回答した方に伺います。

直近の1ヶ月の間で、あなた自身が偽情報・誤情報だと思える情報は、どのメディア・サービス等で多く見かけましたか。あてはまるものをすべてお選びください。 ※ここでは、虚偽、または、誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

- 日本における上位3つをみると「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」(45.0%)、「動画投稿・共有サービス」(25.2%)、「ニュース系アプリ・サイト」(17.0%)が高くなった。なお、2023年3月調査では「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」(41.4%)、「ニュース系アプリ・サイト」(28.4%)、「動画投稿・共有サービス」(25.3%)が高かった。2位と3位のメディアが入れ替わる結果となった。
- 諸外国についてみる。韓国を除く他の対象国では「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」が最も高くなった。韓国では「動画投稿・共有サービス」(62.6%)が高くなった。なお、韓国においては2023年3月調査でも「動画投稿・共有サービス」が最も高かった。

	全体	公共放送	民間放送	新聞	雑誌、書籍	検索サービス	ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)	ニュース系アプリ・サイト	ニュース系アプリ・サイトのコメント欄	まとめサイト	動画投稿・共有サービス	オンラインゲーム	Podcast	家族や友人、同僚などとの、会話・電話などでの直接のやり取り	家族や友人、同僚などとの、メッセージングサービス	その他	特になし
日本	(1661)	6.9	8.6	4.5	4.2	14.0	45.0	17.0	8.4	14.5	25.2	1.7	0.6	7.6	10.0	0.3	16.1
アメリカ	(936)	26.3	19.9	15.5	11.2	23.6	61.6	29.4	17.0	17.0	36.5	10.9	14.9	18.3	25.4	0.6	5.2
イギリス	(910)	17.3	11.0	18.2	7.0	15.4	58.7	22.5	12.0	10.8	27.7	6.5	10.9	12.9	20.0	0.5	8.2
フランス	(891)	20.8	16.4	18.0	9.5	20.9	57.1	22.1	11.8	10.1	25.8	12.0	11.0	18.1	23.6	0.2	5.8
韓国	(919)	17.5	16.2	12.7	2.7	23.5	47.3	23.5	10.6	13.3	62.6	4.2	4.7	12.9	23.7	0.1	3.2
オーストラリア	(930)	21.2	20.8	18.2	8.4	21.5	61.0	25.1	14.5	11.5	31.7	7.4	10.3	16.0	19.4	0.5	7.5

## 2.調査結果 2.3 偽・誤情報への接触状況・対応(見たジャンル・情報源、拡散理由、調べた経験・方法)

### (4)見たり聞いたりしたことがある情報

<国際比較>

#### 見たり聞いたりしたことがある情報

直近の1ヶ月の間で、ウクライナ情勢、気候変動、イスラエル・ハマス戦争、ALPS処理水、能登半島地震に関して、見たり聞いたりしたことがある情報をすべてお知らせください。

- 日本における上位3つは、「上記について見たり聞いたりしたことはない」(45.8%)、「2024年1月1日の日本の能登半島の地震で窃盗集団が集まっている」(26.5%)、「2024年1月1日の日本の能登半島の地震は人工的に引き起こされた」(19.3%)であった。
- 諸外国についてみる。アメリカ、イギリス、オーストラリアについては「上記について見たり聞いたりしたことはない」が最も高くなった。なお、日本は4割台であるが、これら3か国では3割台となっており、日本が高い。
- 他方、フランスでは「電気自動車のバッテリーは再利用やリサイクルができないため、環境を汚染する」が最も高くなった。また、韓国では「排水の放出により日本の魚介類が汚染され、安全に食べることができなくなる」が最も高くなった。

	全体	ウクライナ人は親ナチスである	ウクライナ人は腐敗しており、国際援助資金を横領している	ウクライナ人は戦争をエスカレートするために汚い爆弾の使用を計画している	ゼレンスキーは主戦論者である	気候変動は存在しない	気候変動が存在したとしても、人間の活動のせいではない	気候変動が存在したとしても、本当の危機ではない	電気自動車のバッテリーは再利用やリサイクルができないため、環境を汚染する	ウクライナはハマスに西側諸国から支援された武器を売った	イスラエルは、ハマスの攻撃によって殺された子供の死を示す映像的に演出	IAEAの安全報告書には欠陥がある	IAEAは日本の処理水の放出に関連する計画を支持していない	排水の放出により日本の魚介類が汚染され、安全に食べることができなくなる	2024年1月1日の日本の能登半島の地震で窃盗集団が集まっている	2024年1月1日の日本の能登半島の地震は人工的に引き起こされた	上記について見たり聞いたりしたことはない
日本	(2000)	4.5	4.9	3.8	7.4	6.4	5.9	5.4	8.2	4.9	8.0	3.4	4.1	16.7	26.5	19.3	45.8
アメリカ	(1000)	13.3	17.2	12.8	12.8	17.9	24.2	21.5	18.6	16.1	20.8	7.7	8.4	14.5	10.8	10.7	30.1
イギリス	(1000)	13.7	12.0	10.1	10.9	18.3	19.9	19.5	25.0	10.8	20.3	6.2	7.2	12.8	6.5	6.6	33.0
フランス	(1000)	16.1	18.7	10.9	15.1	14.7	18.1	16.5	29.5	12.0	22.6	8.7	6.1	16.9	9.5	9.1	26.7
韓国	(1000)	5.1	12.2	5.5	9.5	6.8	8.1	13.2	15.5	10.2	24.5	19.7	14.0	37.6	5.0	4.5	25.8
オーストラリア	(1000)	12.7	15.2	11.5	10.8	19.6	21.9	22.2	20.3	11.6	21.7	6.5	7.7	12.0	8.6	7.9	36.5

マイクロソフトが2024年4月に公表した調査レポート「East Asia threat actors employ unique methods」によると、処理水に関して日本政府を批判する投稿が中国から韓国の複数のソーシャルメディアやウェブサイト上に掲載されたとある。

## 2.調査結果 2.3 偽・誤情報への接触状況・対応(見たジャンル・情報源、拡散理由、調べた経験・方法)

### (4)見たり聞いたりしたことがある情報

<日本(性別年代別比較)>

#### 見たり聞いたりしたことがある情報

直近の1ヶ月の間で、ウクライナ情勢、気候変動、イスラエル・ハマス戦争、ALPS処理水、能登半島地震に関して、見たり聞いたりしたことがある情報をすべてお知らせください。

- 日本を対象として、性別、年代ごとに最も高くなった項目に着目する。すべての性別・年代において「上記について見たり聞いたりしたことはない」が最も高く、3~5割台となった。以降、2番目の項目についてみる。
- 「女性」、「男性」ともに「2024年1月1日の日本の能登半島の地震で窃盗集団が集まっている」であった。
- 年代別には、10代・20代で「2024年1月1日の日本の能登半島の地震は人工的に引き起こされた」、「30代~70代」では「2024年1月1日の日本の能登半島の地震で窃盗集団が集まっている」となった。

	全体	ウクライナ人は親ナチスである	ウクライナ人は腐敗しており、国際援助資金を横領している	ウクライナ人は戦争をエスカレートするために汚い爆弾の使用を計画している	ゼレンスキーは主戦論者※である ※戦争することを主張している人	気候変動は存在しない	気候変動が存在したとしても、人間の活動のせいではない	気候変動が存在したとしても、本当の危機ではない	電気自動車のバッテリーは再利用やリサイクルができないため、環境を汚染する	ウクライナはハマスに西側諸国から支援された武器を売った	イスラエルは、ハマスの攻撃によって殺された子供の死を示す映像を意図的に演出した	IAEAの安全報告書には欠陥がある	IAEAは日本の処理水の放出に関連する計画を支持していない	排水の放出により日本の魚介類が汚染され、安全に食べることがなくなる	2024年1月1日の日本の能登半島の地震で窃盗集団が集まっている	2024年1月1日の日本の能登半島の地震は人工的に引き起こされた	上記について見たり聞いたりしたことはない
女性	(1000)	2.8	2.9	3.0	6.4	5.0	4.5	3.4	4.1	3.6	6.9	1.9	2.9	13.9	27.0	19.2	49.7
男性	(1000)	6.1	6.8	4.5	8.4	7.7	7.2	7.4	12.2	6.1	9.1	4.9	5.3	19.4	26.0	19.4	41.8
10代	(284)	5.3	3.5	3.5	8.8	5.3	7.4	7.4	8.1	8.1	7.0	3.5	4.9	19.7	20.8	32.4	38.0
20代	(286)	4.2	4.5	4.2	7.3	8.7	6.6	7.3	8.4	5.9	9.4	5.2	5.6	19.2	28.7	33.9	39.5
30代	(286)	4.2	4.5	4.9	8.4	5.6	3.8	2.4	9.4	6.3	6.3	3.5	5.9	17.5	25.5	23.1	46.5
40代	(286)	2.8	2.1	3.8	5.6	5.9	3.8	5.9	3.8	1.7	5.6	3.1	3.1	12.6	23.4	16.8	51.4
50代	(286)	2.8	4.9	1.0	5.2	5.2	6.6	4.5	7.3	3.5	8.4	2.1	3.1	13.6	29.4	12.9	52.8
60代	(286)	5.2	5.6	3.5	8.0	6.6	6.6	4.2	8.7	3.8	10.5	1.4	2.1	15.4	28.3	8.4	49.3
70代	(286)	6.6	8.7	5.2	8.4	7.0	5.9	5.9	11.2	4.5	8.7	4.9	3.8	18.5	29.4	7.7	42.7

(5)誤情報を見たときの印象・行動(参考値)

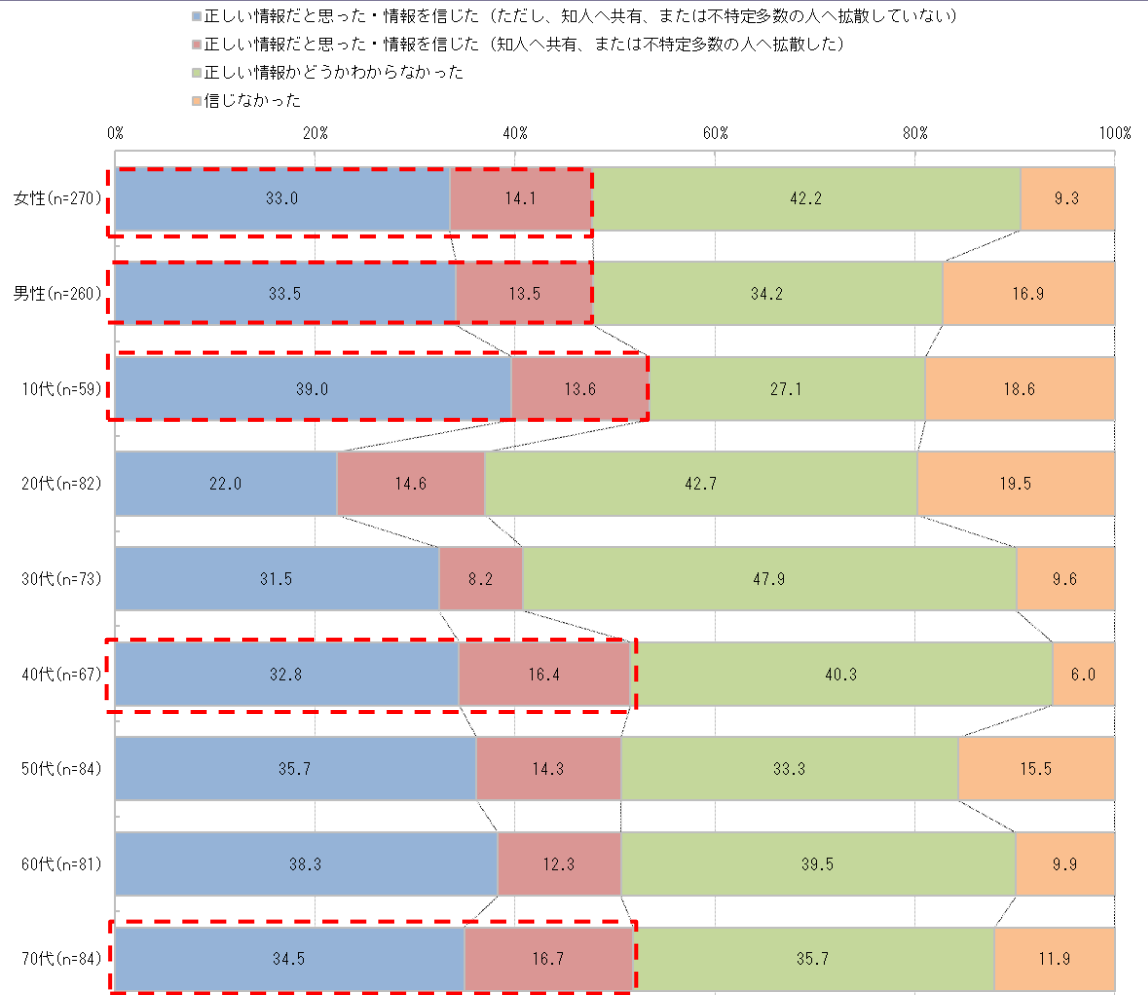
<日本(性別年代別比較)>

日本における印象・行動

2024年1月1日の日本の能登半島の地震で窃盗集団が集まっている

先程の設問で示した情報を見たり聞いたりしたことがあると回答した方に伺います。  
先程の設問で回答した情報について、その情報を初めて見たり聞いたりしたときにどのように思いましたか。

- 日本を対象に、特に「正しい情報だと思った・情報を信じた(ただし、知人へ共有、または不特定多数の人へ拡散していない)」+「正しい情報だと思った・情報を信じた(知人へ共有、または不特定多数の人へ拡散した)」の回答が最も多かった、「2024年1月1日の日本の能登半島の地震で窃盗集団が集まっている」について着目する。
- なお、サンプルサイズが少ないため、参考値として示す。
- 性別では、「女性」(47.1%)、「男性」(47.0%)となった。
- 年代で見ると、上位3つは「10代」(52.6%)、「70代」(51.2%)、「40代」(49.2%)であった。



(6)情報の共有・拡散の理由

<国際比較>

情報の共有・拡散の理由

先程の設問で、「正しい情報だと思った・情報を信じた(知人へ共有、または不特定多数の人へ拡散した)」と回答した方に伺います。あなたはなぜその情報を共有・拡散しましたか。あてはまるものをすべてお知らせください。

- 日本における上位3つは、「特に意味は無い」(28.4%)、「その情報の真偽がわからなかったが、その情報が間違っている・誤解を招く情報である可能性があることを他の人に注意喚起をしようと思ったから」(24.4%)、「その情報が正しいものだと信じ、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから」(22.8%)であった。
- 諸外国をみると、アメリカとイギリスでは「その情報が正しいものだと信じ、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから」が最も多かった。
- フランスと韓国では「その情報の真偽がわからなかったが、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから」が最も多かった。
- オーストラリアでは「その情報の真偽がわからなかったが、その情報が間違っている・誤解を招く情報である可能性があることを他の人に注意喚起をしようと思ったから」が最も多かった。

全体	その情報が正しいものだと信じ、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから	その情報の真偽がわからなかったが、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから	その情報の真偽がわからなかったが、その情報が間違っている・誤解を招く情報である可能性があること	情報の真偽に関わらず、その情報が興味深かったから	情報の真偽に関わらず、流行っている話題だったから	情報の真偽に関わらず、人に注目してもらえと思ったから	特に意味は無い	その他
日本 (197)	22.8	19.8	24.4	19.8	11.2	9.1	28.4	3.6
アメリカ (315)	41.0	33.3	33.7	36.2	30.8	16.5	2.2	0.0
イギリス (237)	40.5	30.0	31.2	31.2	27.0	13.5	4.2	1.3
フランス (301)	34.9	36.9	33.2	24.3	20.6	12.6	7.0	1.3
韓国 (254)	26.4	34.3	24.4	22.4	16.9	7.5	10.6	1.2
オーストラリア (214)	35.0	35.5	37.4	32.2	23.4	15.0	3.3	1.4



## 2.調査結果 2.3 偽・誤情報への接触状況・対応(見たジャンル・情報源、拡散理由、調べた経験・方法)

### (6)情報の共有・拡散の理由(参考値)

<日本(性別年代別比較)>

#### 情報の共有・拡散の理由

先程の設問で、「正しい情報だと思った・情報を信じた(知人へ共有、または不特定多数の人へ拡散した)」と回答した方に伺います。あなたはなぜその情報を共有・拡散しましたか。あてはまるものをすべてお知らせください。

- 日本を対象に、性別、年代ごとに、最も高くなった項目に着目する。なお、男性以外はサンプルサイズが少ないため参考値として示した。
- 「女性」では「特に意味は無い」(33.3%)、「男性」では「その情報の真偽がわからなかったが、その情報が間違っている・誤解を招く情報である可能性があることを他の人に注意喚起をしようと思ったから」(29.3%)となった。
- 年代別では、10代は「その情報が正しいものだと信じ、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから」が、20代は「その情報が正しいものだと信じ、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから」と「その情報の真偽がわからなかったが、その情報が間違っている・誤解を招く情報である可能性があることを他の人に注意喚起をしようと思ったから」が同率で最も回答が多かった。

- 30代は「その情報の真偽がわからなかったが、その情報が間違っている・誤解を招く情報である可能性があることを他の人に注意喚起をしようと思ったから」が最も多くなった。
- 40代以上では「特に意味は無い」が最も多くなった。

	全体	その情報が正しいものだと信じ、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから	その情報の真偽がわからなかったが、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから	その情報の真偽がわからなかったが、その情報が間違っている・誤解を招く情報である可能性があることを他の人に注意喚起をしようと思ったから	情報の真偽に関わらず、その情報が興味深かったから	情報の真偽に関わらず、流行っている話題だったから	情報の真偽に関わらず、人に注目してもらったから	特に意味は無い	その他
女性	(81)	17.3	13.6	17.3	21.0	9.9	8.6	33.3	6.2
男性	(116)	26.7	24.1	29.3	19.0	12.1	9.5	25.0	1.7
10代	(36)	38.9	16.7	25.0	22.2	16.7	13.9	19.4	2.8
20代	(46)	34.8	17.4	34.8	19.6	19.6	10.9	17.4	4.3
30代	(29)	24.1	20.7	34.5	24.1	10.3	17.2	17.2	3.4
40代	(23)	8.7	30.4	26.1	8.7	8.7	4.3	34.8	0.0
50代	(26)	3.8	26.9	7.7	23.1	7.7	3.8	38.5	3.8
60代	(12)	16.7	16.7	25.0	8.3	0.0	0.0	41.7	0.0
70代	(25)	12.0	12.0	8.0	24.0	0.0	4.0	52.0	8.0

## 2.調査結果 2.3 偽・誤情報への接触状況・対応(見たジャンル・情報源、拡散理由、調べた経験・方法)

### (7)情報の真偽を確かめた経験の有無

<国際比較>

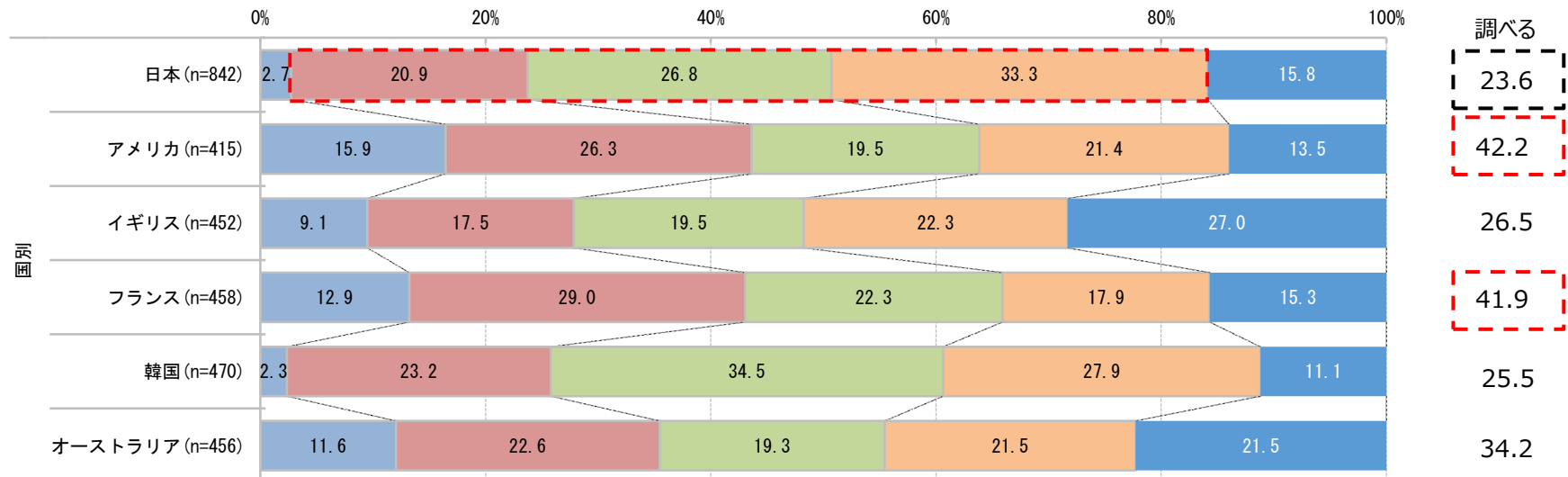
#### 情報の真偽を確かめた経験の有無

先程の設問で「正しい情報かどうかわからなかった」又は「信じなかった」と回答した方に伺います。

「正しいかどうかわからない情報」、「信じないような情報」を見かけて、その情報が怪しいと思った場合、情報の真偽を確かめたことはありますか。

- 日本における上位3つは、「あまり情報の真偽は調べなかった」(33.3%)、「半々くらい」(26.8%)、「ある程度情報の真偽を調べた」(20.9%)であった。なお、昨年度は「半々くらい」(31.1%)が最も高かった。
- 日本と諸外国における、情報の真偽を「調べる」(すべての情報の真偽を調べた・ほとんどの情報の真偽を調べた+ある程度情報の真偽を調べた)に着目する。高かった順にアメリカ(42.2%)、フランス(41.9%)、オーストラリア(34.2%)、イギリス(26.5%)、韓国(25.5%)、日本(23.6%)となった。情報の真偽を「調べる」のは、調査対象国のうち欧米が上位となり、アジアは下位となった。このうち、英国は「調べる」が26.5%となり、2023年3月調査の38.2%より低下した。

- すべての情報の真偽を調べた・ほとんどの情報の真偽を調べた
- ある程度情報の真偽を調べた
- 半々くらい
- あまり情報の真偽は調べなかった
- まったく情報の真偽は調べなかった・ほとんど情報の真偽は調べなかった



## 2.調査結果 2.3 偽・誤情報への接触状況・対応(見たジャンル・情報源、拡散理由、調べた経験・方法)

### (8)情報の真偽を確かめた方法

<国際比較>

#### 情報の真偽を確かめた方法

先程の設問で「正しい情報かどうかわからなかった」、「信じなかった」と回答した方に伺います。

「正しいかどうかわからない情報」、「信じないような情報」を見かけて、その情報が怪しいと思って真偽を調べた場合、情報の真偽をどのようにして確かめましたか。あてはまるものをすべてお知らせください。

- 日本における上位3つは、「情報の発信者が信頼できる組織や人物なのかを確認した」(35.6%)、「検索サービスを利用して検索し、その情報について他にどのような意見や反応があるか調べた」(19.9%)、「1次ソースを調べた」(19.8%)。
- なお、2023年3月調査では「情報の発信者が信頼できる組織や人物なのかを確認した」(40.6%)、「1次ソースを調べた」(26.1%)、「自国の政府機関による情報を確認した」(24.8%)であった。
- 諸外国をみると、日本を含め、アメリカ、イギリス、フランス、韓国、オーストラリアでは「情報の発信者が信頼できる組織や人物なのかを確認した」が最も高かった(すべての国で2~3割)。

	全体	情報の発信者が信頼できる組織や人物なのかを確認した	1次ソースを調べた	政府機関による情報を確認した	地方自治体による情報を確認した	専門機関による情報を確認した	公共放送局による報道を確認した	民間放送局による報道を確認した	新聞社による報道を確認した	雑誌、書籍で調べた	検索サービスを利用して検索し、その情報について他にどのような意見や反応があるか調べた	SNS内で検索して、その情報について他にどのような意見や反応があるか調べた	まとめサイトで調べた	ニュース系アプリ・サイトの記事を確認した	動画投稿・共有サービスで検索した	ファクトチェックの結果を確認した	オンラインゲームの情報を確認した	Podcastの情報を確認した	家族や友人、同僚などに、会話・電話などで直接聞いた	家族や友人、同僚などに、メッセージングサービスで聞いた	SNS上の投稿に対して警告ラベルが付けられており、その内容を確認した	その他
日本	(838)	35.6	19.8	19.5	6.9	9.8	19.0	15.6	11.2	1.7	19.9	11.7	3.6	13.4	5.7	2.5	0.1	0.1	7.0	2.1	6.0	4.3
アメリカ	(401)	37.2	36.2	18.7	13.2	14.7	9.5	7.0	12.7	5.0	16.0	13.2	10.2	13.7	6.5	14.2	1.2	3.5	13.5	12.5	11.7	3.7
イギリス	(431)	26.7	25.1	17.2	6.5	11.1	10.7	7.7	14.8	3.2	13.0	7.7	4.4	7.7	5.3	8.8	1.9	2.1	13.2	8.8	6.7	9.0
フランス	(446)	28.9	23.8	22.9	7.2	12.6	8.3	6.5	16.1	5.6	12.1	9.4	6.5	9.6	6.7	8.5	1.6	3.4	8.5	7.0	7.2	6.3
韓国	(465)	26.9	17.4	15.5	3.2	15.1	17.2	7.5	14.0	1.9	22.6	10.1	3.2	18.9	11.0	9.7	1.1	2.2	5.4	5.4	6.5	2.6
オーストラリア	(440)	35.0	34.8	17.5	11.1	17.0	8.0	8.6	12.7	2.7	16.6	7.5	4.8	8.9	6.1	10.9	1.4	2.3	13.2	8.2	8.0	9.5

## 2.調査結果 2.4 ニュースの見出しの真偽判別

### ニュース見出しの真偽判別

#### ニュース見出しの真偽判別

以下の20個のニュースの見出しを読んで、正しいか、間違いかを選んでください。

- ケンブリッジ大学社会意思決定研究所では、「Misinformation Susceptibility Test (MIST;誤情報感受性試験)」として、提示されるニュース見出しに対して true または false を選択する20問のアンケートを作成している。
- 本調査では、上記設問を採用し回答者に、「正しい」もしくは「間違い」の回答を求めた。以下に、20問の設問文とその真偽を示す。

- 各設問について、1問正解した場合を1点と換算し、合計20点満点で回答者を分類。

- 回答者の得点を下記で3段階に分類し集計。

□ 低:0点～6点

□ 中:7点～13点

□ 高:14点～20点

- 以降に、その回答の国別比較結果、日本の性・年代別の比較結果を示す。

- 追加分析として、偽・誤情報を見分ける自信別の得点も示す。

No.	20個のニュースの見出し	正誤
1	政府当局者はスキャンダルを隠すために株価を操作した	×
2	ハイアットは、ホテルのバスルームから小さなボトルを撤去する	○
3	政府当局が気象を違法に操作して壊滅的な嵐を引き起こした	×
4	特定のワクチンには危険な化学物質や毒素が含まれている	×
5	米国の合法マリファナへの支持は過去1年間で安定	○
6	新たな研究:目の色と知能の明確な関連	×
7	欧州内外ともにEUに対する態度はおおむね好意的	○
8	政府は人々が遺伝子工学技術をもっと受け入れられるようにするため、国民の認識を操作している	×
9	政府は電波と食料供給を通じて故意に病気を広めている	×
10	国際関係の専門家と米国民が同意:アメリカは世界的にそれほど尊敬されていない	○
11	人口動態の変化を反映して、2000年以降、米国の109の郡で非白人が過半数を占めるようになった	○
12	左翼過激主義はテロよりも世界に「より大きな被害」をもたらしていると国連の報告書が指摘	×
13	トランプ氏の行動について共和党の見解が分かれる一方、民主党は概ね批判的	○
14	エボラウイルス「米国の核兵器実験が原因」、新たな研究で判明	×
15	世界の3人に1人は非政府組織を信用していない	○
16	企業メディアは軍産複合体によって支配されている:大手石油会社がメディアを所有し、自らの議題をコントロールしている	×
17	モロッコ国王、貧困と不平等と闘う委員長を任命	○
18	新しい研究:左翼はより高い給料を得るために嘘をつく可能性が高い	×
19	地球温暖化の年齢差:最も心配しているのは若いアメリカ人	○
20	科学研究への連邦支出に関して民主党は共和党よりも支持的	○

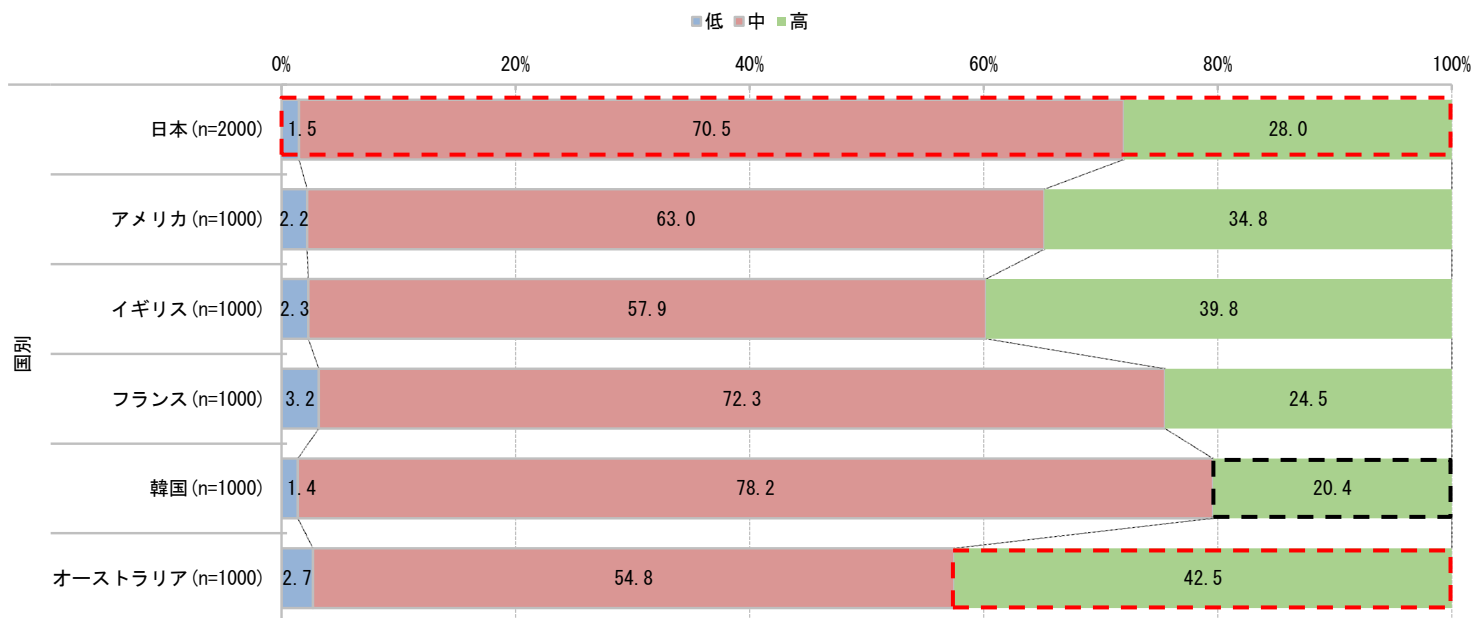
## 2.調査結果 2.4 ニュースの見出しの真偽判別 ニュース見出しの真偽判別

<国際比較>

### ニュース見出しの真偽判別

以下の20個のニュースの見出しを読んで、正しいか、間違いかを選んでください。

- 各設問について、1問正解した場合を1点と換算し、合計20点満点で回答者を分類。回答者の得点を低(0点~6点)、中(7点~13点)、高(14点~20点)で分類。
- 国別の低・中・高の割合に着目する。
- 日本の「高」(14点~20点)の割合は28.0%、「中」(7点~13点)は70.5%、「低」(0点~6点)は1.5%となった。
- 諸外国の「高」(14点~20点)の割合を比較すると、最も割合が高かったのはオーストラリア(42.5%)である。続いて、イギリス(39.8%)、アメリカ(34.8%)、日本(28.0%)、フランス(24.5%)、韓国(20.4%)となった。



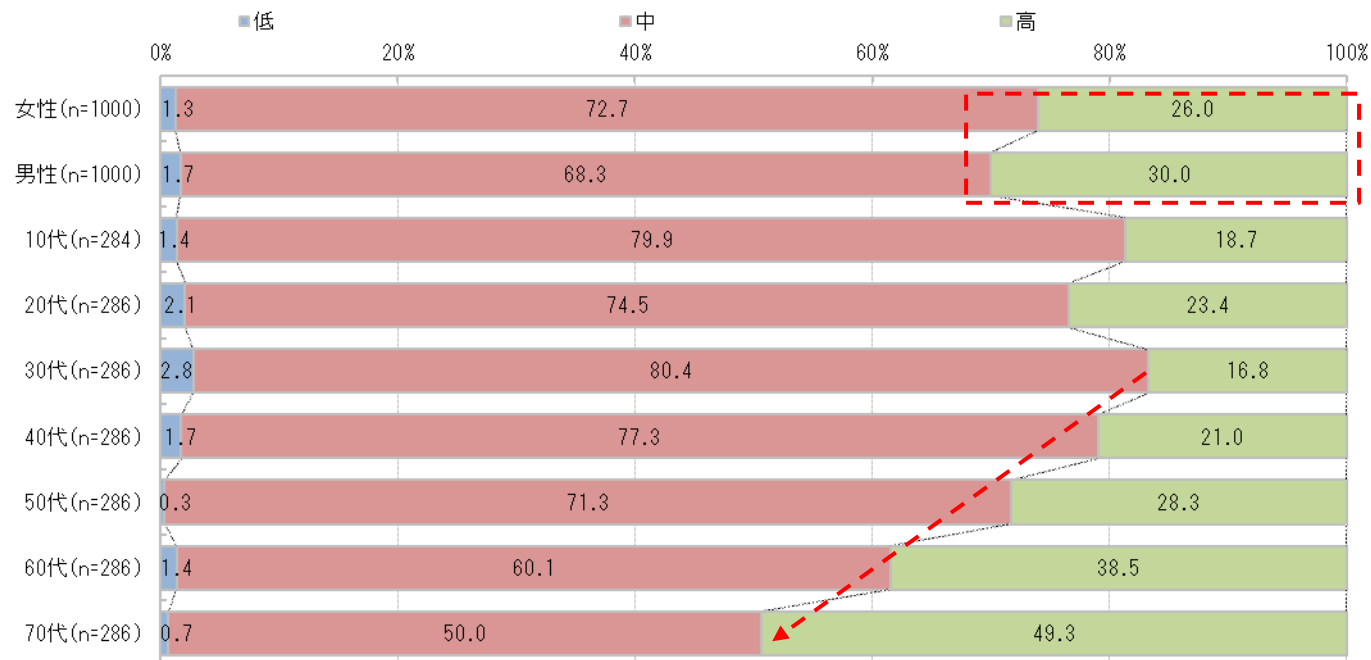
## 2.調査結果 2.4 ニュースの見出しの真偽判別 ニュース見出しの真偽判別

<日本(性別年代別比較)>

### ニュース見出しの真偽判別

以下の20個のニュースの見出しを読んで、正しいか、間違いかを選んでください。

- 各設問について、1問正解した場合を1点と換算し、合計20点満点で回答者を分類。回答者の得点を低(0点~6点)、中(7点~13点)、高(14点~20点)で分類。
- 日本を対象に、性・年代別に高の割合に着目する。
- 性別では、「女性」の割合は26.0%、「男性」は30.0%となった。
- 年代別に見ると、「10代」が18.7%、「20代」が23.4%、「30代」が16.8%となる。「30代」以降は年代が上がるにつれて高(14点~20点)の割合は高くなっていく結果となった。「70代」では約5割に達する。



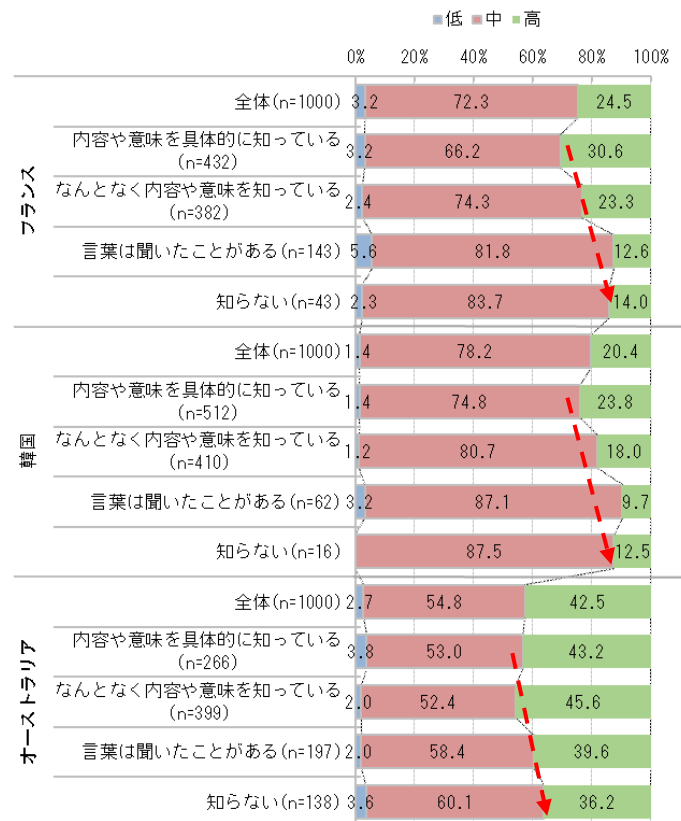
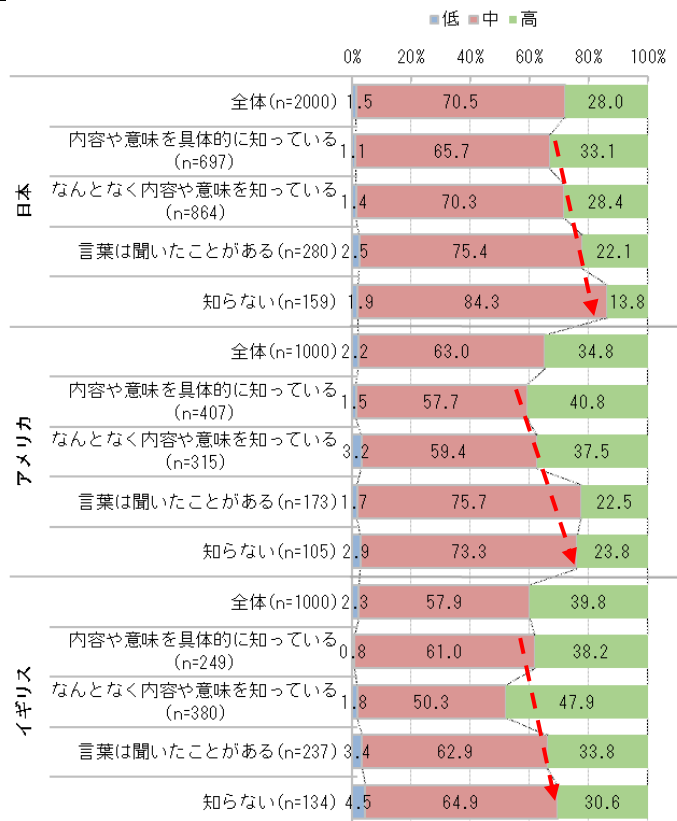
## 2.調査結果 2.4 ニュースの見出しの真偽判別 ニュース見出しの真偽判別

<国際比較(【偽情報】の用語認知度別)>

### 追加分析 「偽情報」の用語認知度とニュース見出しの真偽判別テスト

以下の20個のニュースの見出しを読んで、正しいか、間違いかを選んでください。

- MISTの得点「低」「中」「高」と、偽・誤情報に関連する用語の認知状況との関連に着目した。ここでは、各国で理解度が高くなった「偽情報」を対象とした。
- 各国の大まかな傾向として「偽情報」の用語を「内容や意味を具体的に知っている」方が「知らない」より、MISTの得点が「高」くなる人が多くなった。



## 2.調査結果 2.5 偽・誤情報を見分けるための講座参加機会(参加経験、参加したい教育内容、提供主体)

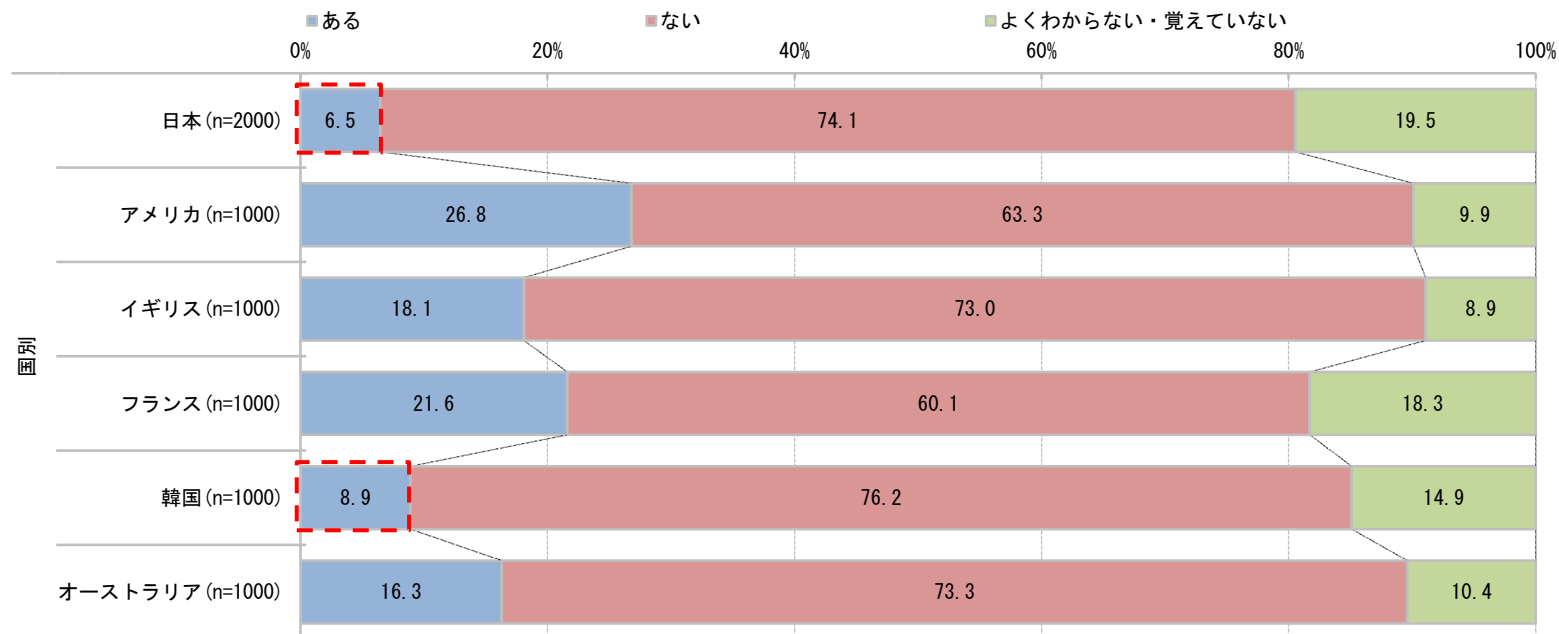
### (1)偽・誤情報対策講座等への参加

<国際比較>

#### 対策講座等への参加経験

あなたは、これまでに偽情報や「フェイクニュース」を見分けることができるようになるための教育・研修機会を受けたことがありますか。教師・講師による授業の他、セミナー聴講、自学習も含まれます。

- 教育・研修機会を受けたことが「ある」に着目する。
- 日本(6.5%)であった。それに対して諸外国では、アメリカ(26.8%)、イギリス(18.1%)、フランス(21.6%)、韓国(8.9%)、オーストラリア(16.3%)となった。日本、韓国のアジアで1割未満となり、欧米各国では1~2割台と差がみられた。
- なお、年齢別にみると、10代のみ25.7%と高く、他の年代は10%以下と低い結果(次頁参照)





## 2.調査結果 2.5 偽・誤情報を見分けるための講座参加機会(参加経験、参加したい教育内容、提供主体)

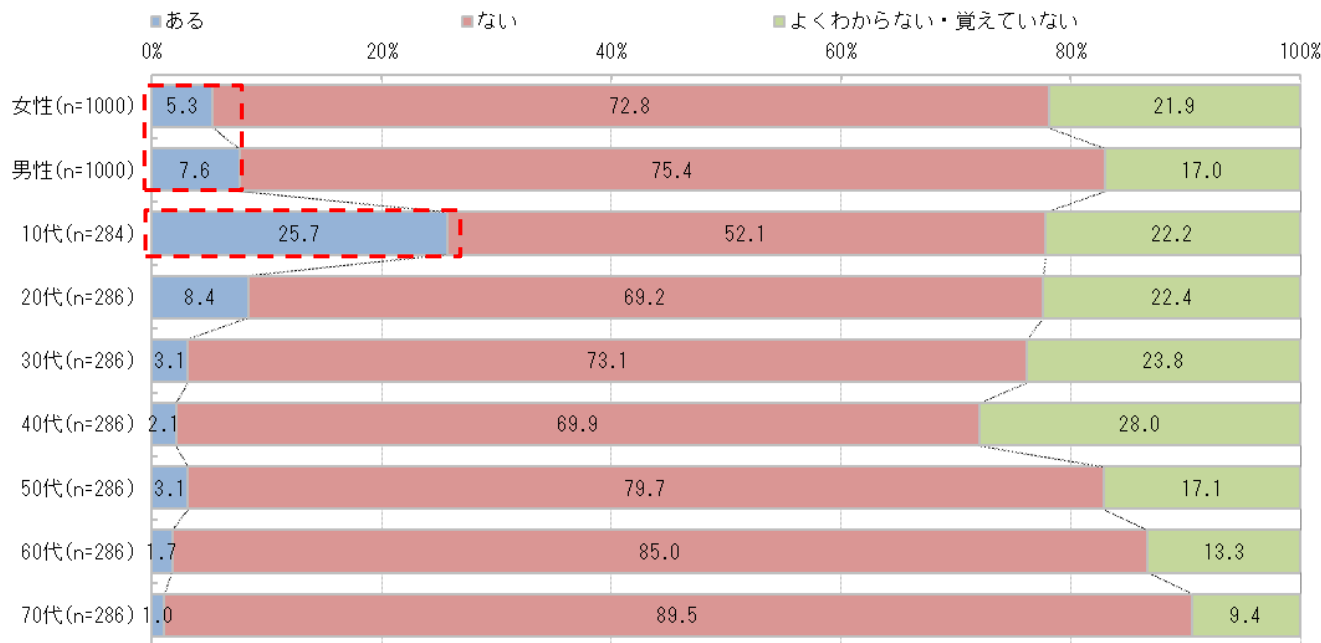
### (1)偽・誤情報対策講座等への参加

<日本(性別年代別比較)>

#### 対策講座等への参加経験

あなたは、これまでに偽情報や「フェイクニュース」を見分けることができるようになるための教育・研修機会を受けたことがありますか。教師・講師による授業の他、セミナー聴講、自学習も含まれます。

- 教育・研修機会を受けたことが「ある」に着目する。日本を対象として、性・年代別にみる。
- 性別では「女性」(5.3%)、「男性」(7.6%)と大きな違いは見られない。
- 年代別には、「10代」(25.7%)と特に高い結果となった。以降、「20代」(8.4%)、「30代」(3.1%)、「40代」(2.1%)、「50代」(3.1%)、「60代」(1.7%)、「70代」(1.0%)となった。



## 2.調査結果 2.5 偽・誤情報を見分けるための講座参加機会(参加経験、参加したい教育内容、提供主体)

### (2)メディア情報リテラシーを向上させる機会の提供者

<国際比較>

#### 機会の提供者

全員の方に伺います。インターネット上の情報の真偽を見分けられるようにするために、誰がメディア情報リテラシーを向上させる機会を提供すべきだと思いますか。あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも)

- 日本の上位3つをみると「デジタルプラットフォーム事業者」(47.6%)、「政府」(47.4%)、「マスメディア」(45.6%)であった。
- 諸外国の最も高い回答を見ると、アメリカとイギリスでは「デジタルプラットフォーム事業者」(46.0%、51.5%)となり、フランスとオーストラリアでは「政府」(50.9%、56.2%)、韓国では「マスメディア」(54.8%)となった。

	全体	政府	デジタルプラットフォーム事業者	マスメディア	市民団体	個人	その他
日本	(2000)	47.4	47.6	45.6	14.5	39.0	0.9
アメリカ	(1000)	39.0	46.0	38.2	23.5	39.1	1.2
イギリス	(1000)	47.2	51.5	39.1	19.1	34.1	1.0
フランス	(1000)	50.9	46.3	41.0	14.8	32.0	1.1
韓国	(1000)	53.9	49.3	54.8	26.4	24.2	0.1
オーストラリア	(1000)	56.2	51.2	39.5	20.0	40.9	0.7

## 2.調査結果 2.5 偽・誤情報を見分けるための講座参加機会(参加経験、参加したい教育内容、提供主体)

### (3)偽情報・誤情報を見分けて拡散しない能力を身につけるための機会

<国際比較>

#### 能力を身につけるための機会

あなたは、偽情報・誤情報※を見分けて拡散しない能力を身につけるために、どのような機会があれば参加してみたい・実践してみたいと思いますか。(いくつでも)

※ここでは、虚偽、または、誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

- 日本の上位3つをみると「学校・職場での授業や研修の実施」(35.6%)、「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」(35.5%)、「偽情報・誤情報対策を学べるネットの動画配信の視聴」(27.2%)であった。
- 諸外国の最も高い回答をみると、アメリカでは「ファクトチェックの体験学習」(35.2%)、イギリス、フランス、オーストラリアでは「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」(41.7%、41.1%、34.5%)、韓国では「偽情報・誤情報対策を学べるネットの動画配信の視聴」(40.5%)となった。

	全体	学校・職場での授業や研修の実施	学校・職場以外での講座への参加	ネット上の教材を活用した学習	書籍等を読むことによる学習	偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴	偽情報・誤情報対策を学べるネットの動画配信の視聴	学習を兼ねたゲームの体験	リテラシー能力診断テスト	ファクトチェックの体験学習	偽情報・誤情報を作成する体験学習	その他
日本	(2000)	35.6	14.7	18.1	16.0	35.5	27.2	17.8	24.2	17.1	13.8	2.3
アメリカ	(1000)	26.6	24.9	28.5	20.5	33.7	33.2	18.5	21.7	35.2	20.4	3.1
イギリス	(1000)	26.9	18.1	33.2	21.1	41.7	26.6	16.9	19.9	28.3	19.6	3.5
フランス	(1000)	29.1	17.7	21.7	13.6	41.1	27.7	19.3	25.4	18.1	15.7	1.9
韓国	(1000)	23.3	19.1	19.3	13.3	40.2	40.5	16.2	21.9	30.2	20.6	0.6
オーストラリア	(1000)	29.0	22.0	31.9	19.4	34.5	31.1	17.8	19.8	31.4	20.1	4.1

## 2.調査結果 2.5 偽・誤情報を見分けるための講座参加機会(参加経験、参加したい教育内容、提供主体)

### (3)偽情報・誤情報を見分けて拡散しない能力を身につけるための機会 <日本(性別年代別比較)>

#### 能力を身につけるための機会

あなたは、偽情報・誤情報※を見分けて拡散しない能力を身につけるために、どのような機会があれば参加してみたい・実践してみたいと思いますか。(いくつでも) ※ここでは、虚偽、または、誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

- 日本を対象として、性・年代別にみる。
- 性別で見ると、最も高い回答は、女性は「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」(36.2%)、男性は「学校・職場での授業や研修の実施」(35.3%)であった。
- 年代別には、10~40代では「学校・職場での授業や研修の実施」が最も高く、50代以降では「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」最も高かった。

	全体	学校・職場での授業や研修の実施	学校・職場以外の講座への参加(国・自治体・企業・NPO等による講演やイベント)	ネット上の教材を活用した学習(e-ラーニング)	書籍等を読むことによる学習	偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴	偽情報・誤情報対策を学べるネットの動画配信の視聴	学習を兼ねたゲームの体験	リテラシー能力診断テスト(ネット上で簡易に実施可能なもの)	ファクトチェックの体験学習(講座等で受講するもの)	偽情報・誤情報を作成する体験学習	その他
女性	(1000)	35.8	15.2	15.1	13.3	36.2	25.9	19.2	24.8	16.0	12.8	2.7
男性	(1000)	35.3	14.1	21.1	18.7	34.8	28.5	16.4	23.5	18.1	14.8	1.8
10代	(284)	52.1	13.7	20.8	13.0	26.1	22.2	32.4	34.5	16.9	14.4	0.4
20代	(286)	42.7	12.9	16.8	17.8	27.6	23.4	24.1	25.5	17.8	16.4	0.0
30代	(286)	35.0	13.3	17.5	12.2	28.0	25.2	21.7	28.0	19.2	15.0	3.1
40代	(286)	39.2	13.6	19.6	18.5	30.4	22.7	18.5	21.3	15.0	13.3	1.4
50代	(286)	33.2	11.5	15.0	13.3	38.8	28.7	11.9	21.0	13.6	9.8	4.2
60代	(286)	26.6	14.7	18.9	16.1	47.9	32.2	9.1	19.2	18.9	13.6	3.1
70代	(286)	20.3	22.7	18.2	21.0	49.7	36.0	7.0	19.6	17.8	14.0	3.5

## 2.調査結果 2.6 インターネット上の諸課題への対応(どのように誰が対応すべきか)

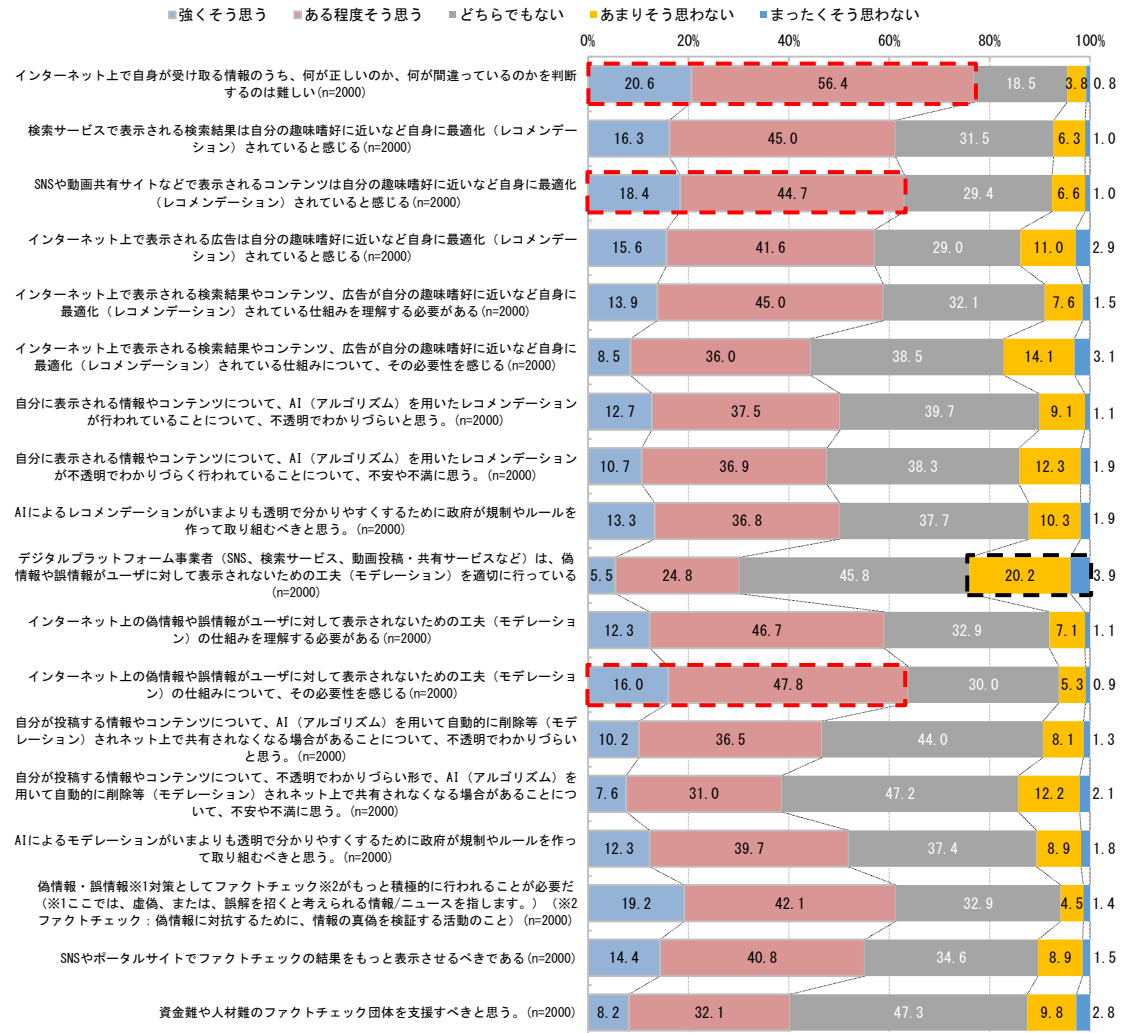
### (1)インターネット空間を流れる情報についての意見や考え方

<日本>

#### 日本における情報についての意見や考え方

次の意見について、あなたはどのように思いますか。

- 日本を対象に、「思う」(強くそう思う+ある程度そう思う)に着目する。
- 上位3つは、「インターネット上で自身が受け取る情報のうち、何が正しいのか、何が間違っているのかを判断するのは難しい」(77.0%)、「インターネット上の偽情報や誤情報がユーザに対して表示されないための工夫(モデレーション)の仕組みについて、その必要性を感じる」(63.8%)、「SNSや動画共有サイトなどで表示されるコンテンツは自分の趣味嗜好に近いなど自身に最適化(レコメンデーション)されていると感じる」(63.1%)であった。
- なお、「思わない」(あまりそう思わない+まったくそう思わない)について最も割合が高いのは、「デジタルプラットフォーム事業者(SNS、検索サービス、動画投稿・共有サービスなど)は、偽情報や誤情報がユーザに対して表示されないための工夫(モデレーション)を適切に行っている」(24.1%)であった。



## 2.調査結果 2.6 インターネット上の諸課題への対応(どのように誰が対応すべきか)

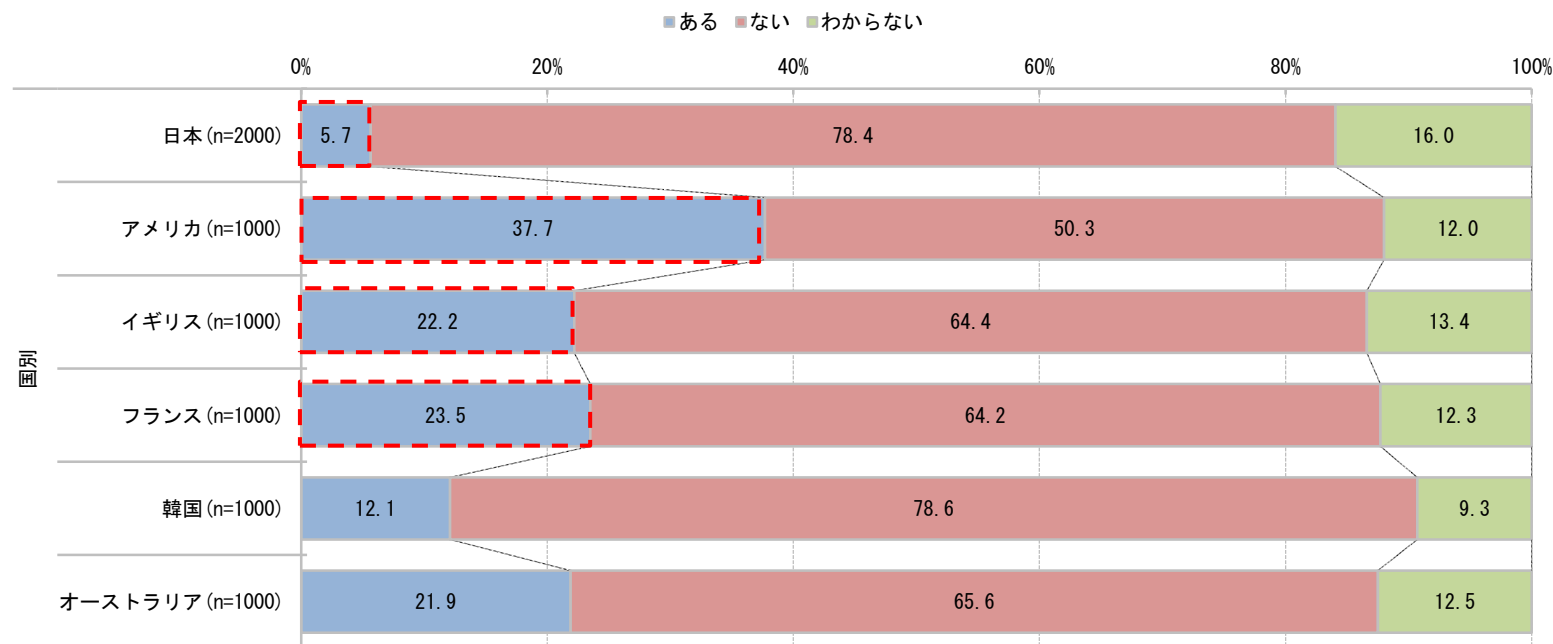
### (2)偽・誤情報の申請の手続等

<国際比較>

#### 自身の投稿が削除等の制限をされた経験

全員の方に伺います。偽・誤情報の申請の手続等について、あなたはどう思いますか。  
あなたはSNSなどに発信した投稿が削除等の制限をされた経験がありますか。

- 日本において、SNSなどに発信した投稿が削除等の制限をされた経験が「ある」との回答は、5.7%となった。
- 諸外国の「ある」との回答は、アメリカで最も高く37.7%、続いてフランスの23.5%。イギリスの22.2%に続く。日本以外の国で韓国が最も「ある」の割合は低いがそれでも12.1%であり、日本の割合の低さが目立つ。



## 2.調査結果 2.6 インターネット上の諸課題への対応(どのように誰が対応すべきか)

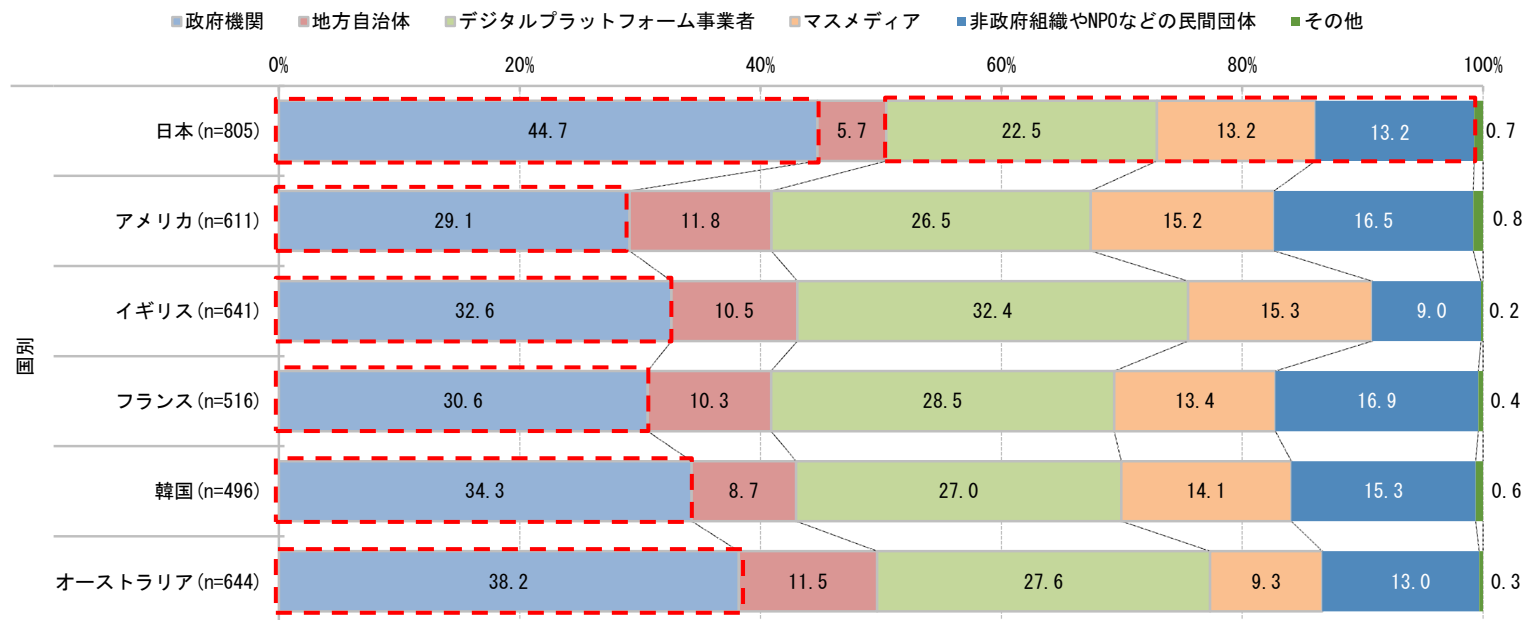
### (3)ファクトチェック団体の支援

<国際比較>

#### ファクトチェック団体を支援すべき主体

資金難や人材難のファクトチェック団体を支援すべきと思うの設問で「強くそう思う」、「ある程度そう思う」と回答した方に伺います。資金難や人材難のファクトチェック団体を、誰が支援すべきだと思いますか。

- 日本の上位3つをみると「政府機関」(44.7%)、「デジタルプラットフォーム事業者」(22.5%)、そして同率で「マスメディア」、「非政府組織やNPOなどの民間団体」(13.2%)であった。
- 諸外国をみると、すべての国で「政府機関」の回答が最も高くなった。なお、日本を除く各国の回答は2~3割台であった。



## 2.調査結果 2.6 インターネット上の諸課題への対応(どのように誰が対応すべきか)

### (4)偽情報や誤情報の削除等による制限措置に関する原則

<国際比較>

#### 制限措置に関する原則

政府が、デジタルプラットフォーム事業者(SNS、検索、動画投稿・共有など)に対して、そのオンラインサービス上の偽情報や誤情報を削除等により制限する措置(モデレーション)を要求するにあたって、どのような原則が必要であると思いますか。  
あてはまるものをすべてお選びください。(いくつでも)

- 日本の上位3つをみると「法的根拠」(51.4%)、「正当な目的」(51.1%)、「透明性」(44.2%)であった。
- 諸外国の最も高い回答は、日本を除くすべての対象国で「透明性」となった。特に、アメリカ、イギリス、韓国、オーストラリアでは5~6割台となり、日本の4割よりも高い。

	全体	法的根拠 (Legal basis)・・・政府による要求が法的枠組みに規定されていること	正当な目的 (Legitimate aims)・・・政府による要求が正当な目的に照らし、過剰ではない方法で、かつ、必要性、比例性、合理性等の基準に基づき実施されること	承認 (Approvals)・・・政府による要求について、その事前承認の要件(基準や手続等)が、政府による要求の結果として生じる表現の自由等への干渉の程度に見合う法的枠組	透明性 (Transparency)・・・政府による要求に関する法的枠組みが明確であり、公衆にとって容易にアクセス可能なものであること(一方、国家安全保障又は法執行の活動への	監督 (Oversight): 政府による要求が法的枠組みに基づいていであることを確認するために、効果的かつ公平な監督のためのメカニズムが存在すること	救済 (Redress)・・・政府による法的枠組みへの違反を特定し、改善するための効果的な司法的・非司法的救済について、投稿等した情報が削除等制限された個人に提供され	その他
日本	(2000)	51.4	51.1	26.8	44.2	29.5	29.6	1.8
アメリカ	(1000)	36.6	44.9	43.9	50.6	29.2	23.1	1.8
イギリス	(1000)	46.9	41.3	42.6	51.6	27.1	24.9	1.6
フランス	(1000)	43.7	35.8	29.7	44.3	26.3	28.1	1.2
韓国	(1000)	60.6	56.0	34.8	62.8	35.8	22.5	0.2
オーストラリア	(1000)	52.5	46.3	47.6	60.9	36.6	29.6	1.5



## 2.調査結果 2.6 インターネット上の諸課題への対応(どのように誰が対応するべきか)

### (5)偽情報・誤情報対策に取り組むべき主体

<国際比較>

#### 偽情報・誤情報対策に取り組むべき主体

あなたは、誰が偽情報・誤情報※の対策に取り組むべきだと思いますか。

あてはまるものをすべてお知らせください。 ※ここでは、虚偽、または、誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

- 日本における上位3つは「政府機関」(50.1%)、「SNSを提供する事業者」(33.9%)、「ニュースサイトを運営する新聞社やテレビ局」(31.0%)であった。なお、日本は、対象国と比較して「わからない・誰でもよい」(14.7%)の割合が高い。これは前回と同様。
- 諸外国についてみる。全対象国において最も高くなったのは「政府機関」。  
日本を含め、イギリス、フランス、オーストラリアでは「政府機関」、「SNSを提供する事業者」「ニュースサイトを運営する新聞社やテレビ局」の順で高かった。  
その他、アメリカでは3番目に「個人」が33.3%となった。また韓国では2番目に「公共放送」(38.1%)、3番目に「動画投稿・共有サービスを提供する事業者」(37.1%)となった。

	全体	政府機関	地方自治体	公共放送	民間放送	新聞	雑誌、書籍	検索サービスの提供事業者	ソーシャルネットワークワーキングサービス(SNS)の提供事業者	ニュースサイトを運営する新聞社やテレビ局	ニュース系アプリの提供事業者	ファクトチェック機関・関連組織	まとめサイトを提供する事業者	動画投稿・共有サービスを提供する事業者	オンラインゲームの提供事業者	Podcastを提供する事業者	非政府組織やNPOなどの民間団体	大学などの研究機関および研究者	個人	その他	該当するものはない	わからない・誰でもよい
日本 (2000)	50.1	22.4	26.8	24.2	19.6	9.1	25.0	33.9	31.0	27.8	18.9	18.2	26.5	5.8	6.1	9.4	6.7	26.3	0.6	3.2	14.7	
アメリカ (1000)	40.1	30.1	25.5	21.9	21.7	12.6	23.9	36.0	30.6	27.4	33.0	23.0	28.8	10.8	16.1	16.2	15.8	33.3	0.9	2.7	4.6	
イギリス (1000)	49.3	25.4	32.3	22.4	26.0	11.4	26.6	40.4	33.0	28.6	27.5	21.4	28.8	9.3	17.8	15.6	14.1	31.8	0.3	1.5	5.9	
フランス (1000)	46.8	16.2	21.9	18.2	19.8	10.2	20.9	35.3	30.5	22.0	18.5	15.9	23.1	6.0	11.7	17.8	11.1	24.7	0.4	2.1	4.7	
韓国 (1000)	56.3	20.2	38.1	22.6	20.9	4.6	25.6	30.3	33.3	28.0	27.3	21.5	37.1	5.3	8.3	13.2	10.0	19.1	0.5	1.0	2.5	
オーストラリア (1000)	53.0	28.2	36.0	29.9	29.3	12.9	30.8	40.1	36.2	29.6	32.2	23.8	32.8	12.7	20.8	18.2	18.2	35.8	1.0	1.7	6.3	

## 2.調査結果 2.6 インターネット上の諸課題への対応(どのように誰が対応すべきか)

### (6)政府等の偽情報に対する姿勢

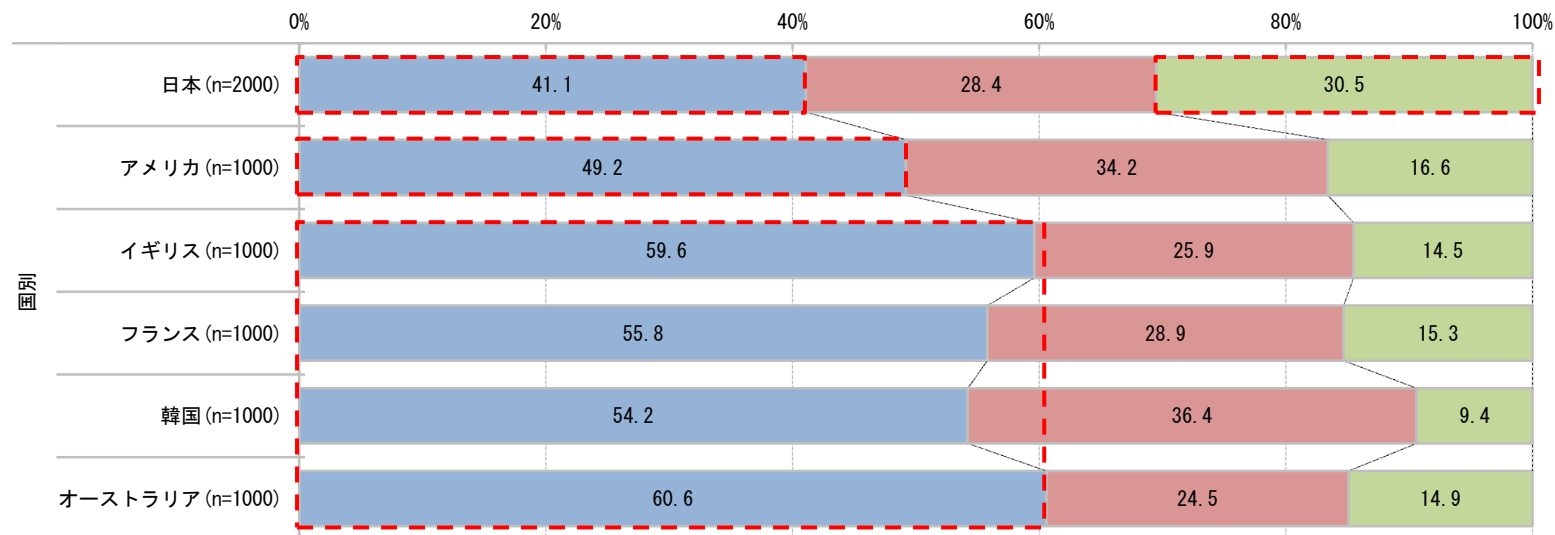
<国際比較>

#### 政府に望む偽情報への対応姿勢

あなたは、政府機関が、偽情報にどのような姿勢で対応してもらいたいと思いますか？

- 最も回答が多いものに着目する。日本では、「人々が情報を自由に公開したり、アクセスすることを制限しても、オンライン上の虚偽情報を制限する措置を講じるべき」(41.1%)となった。
- 諸外国でも最も回答が多いものは同じであり、割合の大きい順に、オーストラリア(60.6%)、イギリス(59.6%)、フランス(55.8%)、韓国(54.2%)、アメリカ(49.2%)となった。
- なお、上記回答割合が半数を下回ったのは、日本、アメリカのみであった。
- 一方、日本は「よくわからない」(30.5%)が他国より高い。他国は1割台が多い。

- 人々が情報を自由に公開したり、アクセスすることを制限しても、オンライン上の虚偽情報を制限する措置を講じるべき
- たとえ虚偽情報が公開されたとしても、人々の情報の公開やアクセスの自由は保護されるべき
- よくわからない



## 2.調査結果 2.6 インターネット上の諸課題への対応(どのように誰が対応すべきか)

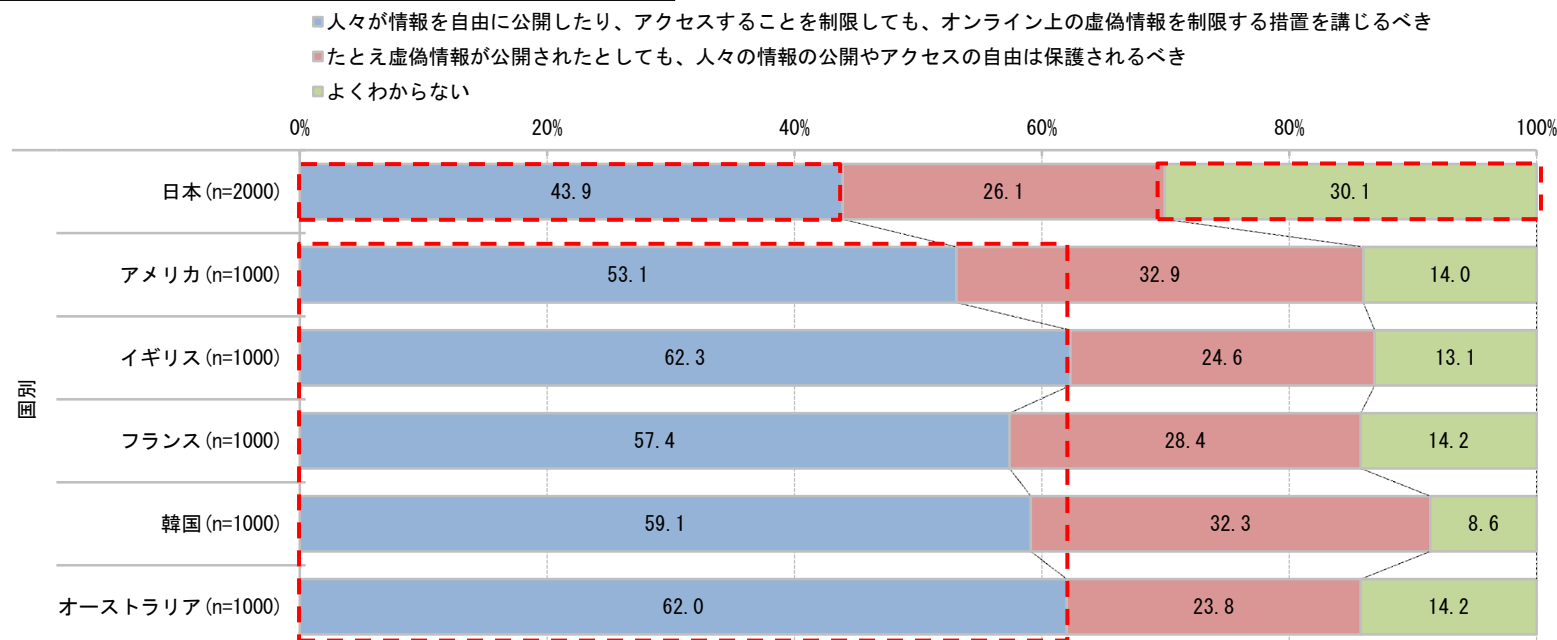
### (6)政府等の偽情報に対する姿勢

<国際比較>

#### デジタルプラットフォーム事業者に望む偽情報への対応姿勢

あなたは、デジタルプラットフォーム事業者(SNS、検索サービス、動画投稿・共有サービスなど)が、偽情報にどのような姿勢で対応してもらいたいと思いますか？

- 最も回答が多いものに着目する。日本では、「人々が情報を自由に公開したり、アクセスすることを制限しても、オンライン上の虚偽情報を制限する措置を講じるべき」(43.9%)となった。
- 諸外国でも最も回答が多いものは同じであり、割合の大きい順に、イギリス(62.3%)、オーストラリア(62.0%)、韓国(59.1%)、フランス(57.4%)、アメリカ(53.1%)となった。
- なお、上記回答割合が半数を下回ったのは、日本のみであった。
- 一方、日本は「よくわからない」(30.1%)が他国より高い。他国は1割が多い。



3. 参考資料にPew Research Center「the American Trends Panel (ATP)」が実施した調査結果を示した。

---

### 3.参考資料

---

### 3.参考資料

## (1)アンケート質問項目

- アンケート項目は以下のとおりである。

アンケート質問項目(1/5)

項目	質問文
回答者属性①：インターネットサービスの利用経験	あなたが過去1年間に利用したインターネットのサービスは何ですか。あてはまるものをすべてお選びください。
回答者属性②：世帯の年収	あなたの世帯の年収はおおよそいくらですか。※各種控除前の金額で、また、消費税/付加価値税は抜いてお考えください。
回答者属性③：普通のインターネット・サービスの利用頻度	あなたは普段、インターネットのサービスをどれくらい利用していますか。※学業や仕事で利用している場合を除きます。
回答者属性④：インターネット・サービスの平均利用時間	直近の1ヶ月の間で、あなたは1日の間にインターネットのサービスを平均してどれくらいの時間利用していますか。※学業や仕事で利用している時間は除きます。
回答者属性⑤：インターネット・サービスでの投稿頻度	あなたは普段、インターネットのサービスの利用において、動画・画像・文字（チャット含む）をどれくらいの頻度で投稿（引用やリポスト等含む）していますか。
(1)用語の認知度	あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。 [1] 偽情報、 [2] 誤情報、 [3] ディープフェイク、 [4] ファクトチェック、 [5] 確証バイアス、 [6] 認知バイアス、 [7] フィルターバブル、 [8] エコーチェンバー、 [9] アテンションエコノミー、 [10] （SNSや検索エンジンで表示される情報に関する）アルゴリズム [11] （SNSや検索エンジンで表示される）おすすめ・レコメンデーション [12] コンテンツモデレーション
(2)情報の真偽を見分ける自信	あなたは、インターネット上で流れる情報全般の真偽を見分ける自信はありますか。あてはまるものをお知らせください。
(3)メディアごとの偽情報・誤情報を見かける頻度	直近の1ヶ月の間で、あなた自身が偽情報・誤情報※だと思う情報を、次に示すオンラインメディアの中でどの程度見かけましたか。※ここでは、虚偽、または、誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。 [1] 検索サービス（例：Bing検索、Google検索、Yahoo!検索など）、 [2] ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)、 [3] 新聞社やテレビ局のニュースサイト、 [4] ニュース系アプリ・サイト、 [5] まとめサイト、 [6] 動画投稿・共有サービス
(4)見たことのある偽情報・誤情報のジャンル	直近の1ヶ月の間で、あなた自身が偽情報・誤情報※だと思う情報を見かけたと回答した方に伺います。あなたが見かけた偽情報・誤情報だと思う情報は、どのジャンルに該当しますか。あてはまるものをすべてお選びください。※ここでは、虚偽、または、誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。
(5)偽情報・誤情報に接することの多い情報源	直近の1ヶ月の間で、あなた自身が偽情報・誤情報※だと思う情報を見かけたと回答した方に伺います。直近の1ヶ月の間で、あなた自身が偽情報・誤情報だと思う情報は、どのメディア・サービス等で多く見かけましたか。あてはまるものをすべてお選びください。※ここでは、虚偽、または、誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

### 3.参考資料

## (1)アンケート質問項目

### アンケート質問項目(2/5)

項目	質問文
(6)偽情報・誤情報対策に取り組むべき主体	あなたは、誰が偽情報・誤情報※の対策に取り組むべきだと思いますか。あてはまるものをすべてお知らせください。 ※ここでは、虚偽、または、誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。
(7)物事の考え方の位置	あなたご自身の物事の考え方はどのあたりに位置しますか。(保守/中間/リベラル)
(8)時事情報(ニュース)を見たり聞いたりした頻度	あなたが普段、時事情報(ニュース)を見たり聞いたりする頻度は、平均してどれくらいですか。
(9-1)イスラエル・ハマスの情勢に関する情報を見たり聞いたりした情報源	直近の1ヶ月の間で、イスラエル・ハマスの情勢に関する情報を見たり聞いたりした情報源をすべてお知らせください。
(9-2)イスラエル・ハマスの情勢に関する情報を見たり聞いたりしたメディア・サービス	あなたがイスラエル・ハマスの情勢に関する情報を知りたいと思った際に利用するメディア・サービス等をすべてお知らせください。
(10)イスラエル・ハマスの情勢に関して特に信用できる情報源やメディア・サービス	あなたが、イスラエル・ハマスの情勢に関する情報について、信用できる情報源をすべてお知らせください。
(11)見たり聞いたりしたことがある情報	直近の1ヶ月の間で、ウクライナ情勢、気候変動、イスラエル・ハマス戦争、ALPS処理水、能登半島地震に関して、見たり聞いたりしたことがある情報をすべてお知らせください。
(12)偽・誤情報に起因する認識や考え方の変化	前問で示した情報を見たり聞いたりしたことがあると回答した方に伺います。 前問で回答した情報を見たり聞いたりしたことで、これらの問題について、あなたの認識や考え方が影響を受けて変わりましたか。
(13)誤情報を見たときの印象・行動	先程の設定で示した情報を見たり聞いたりしたことがあると回答した方に伺います。 先程の設定で回答した情報について、その情報を初めて見たり聞いたりしたときにどのように思いましたか。 [1] ウクライナ人は親ナチスである、 [2] ウクライナ人は腐敗しており、国際援助資金を横領している、 [3] ウクライナ人は戦争をエスカレートするために汚い爆弾の使用を計画している、 [4] ゼレンスキーは主戦論者※である ※戦争することを主張している人、 [5] 気候変動は存在しない、 [6] 気候変動が存在したとしても、人間の活動のせいではない、 [7] 気候変動が存在したとしても、本当の危機ではない、 [8] 電気自動車のバッテリーは再利用やリサイクルができないため、環境を汚染する、 [9] ウクライナはハマスに西側諸国から支援された武器を売った、 [10] イスラエルは、ハマスの攻撃によって殺された子供の死を示す映像を意図的に演出した、 [11] IAEAの安全報告書には欠陥がある、 [12] IAEAは日本の処理水の放出に関連する計画を支持していない、 [13] 排水の放出により日本の魚介類が汚染され、安全に食べることができなくなる、 [14] 2024年1月1日の日本の能登半島の地震で窃盗集団が集まっている、 [15] 2024年1月1日の日本の能登半島の地震は人工的に引き起こされた
(14)情報の共有・拡散の方法	先程の設定で、「正しい情報だと思った・情報を信じた(知人へ共有、または不特定多数の人へ拡散した)」と回答した方に伺います。 その情報をどのように他の人と共有・拡散しましたか。あてはまるものをすべてお知らせください。

### 3.参考資料

## (1)アンケート質問項目

### アンケート質問項目(3/5)

項目	質問文
(15)情報の共有・拡散の理由	先程の設問で、「正しい情報だと思った・情報を信じた（知人へ共有、または不特定多数の人へ拡散した）」と回答した方に伺います。 あなたはなぜその情報を共有・拡散しましたか。あてはまるものをすべてお知らせください。
(16)「信じなかった」理由	先程の設問で「信じなかった」と回答した方に伺います。 あなたはなぜそれが間違った情報や誤解を招く情報だと思いましたか。あてはまるものをすべてお知らせください。
(17)情報の真偽を確かめた経験の有無	先程の設問で「正しい情報がどうかかわからなかった」又は「信じなかった」と回答した方に伺います。 「正しいかどうかかわからない情報」、「信じないような情報」を見かけて、その情報が怪しいと思った場合、情報の真偽を確かめたことはありますか。
(18)情報の真偽を確かめた方法	先程の設問で「正しい情報がどうかかわからなかった」、「信じなかった」と回答した方に伺います。 「正しいかどうかかわからない情報」、「信じないような情報」を見かけて、その情報が怪しいと思って真偽を調べた場合、情報の真偽をどのようにして確かめましたか。あてはまるものをすべてお知らせください。
(19)真実または真偽不明の情報として記載されていた媒体	先程の設問で示した情報を見たり聞いたりしたことがあると回答した方に伺います。 先程の設問で回答した情報に接したメディア・サービス等をすべてお知らせください。※その情報が「真実ではない」「誤解を招く」「偽情報・デマである」といった注意喚起の形で見かけた場合は除きます。
(20)情報の真偽について注意喚起を併記していた媒体	先程の設問で示した情報を見たり聞いたりしたことがあると回答した方に伺います。 以下のサービスやメディアなどで、その情報が「真実ではない」「誤解を招く」「偽情報・デマである」というように注意喚起されているのを見かけたことはありますか。 あてはまるものをすべてお知らせください。
(21)ニュース見出しの真偽判別	以下の20個のニュースの見出しを読んで、正しいか、間違いかを選んでください。
(22)インターネット空間を流れる情報についての意見や考え方 (次ページに続く)	次の意見について、あなたはどう思いますか。 [1]インターネット上で自身が受け取る情報のうち、何が正しいのか、何が間違っているのかを判断するのは難しい [2]検索サービスで表示される検索結果は自分の趣味嗜好に近いなど自身に最適化（レコメンデーション）されていると感じる [3]SNSや動画共有サイトなどで表示されるコンテンツは自分の趣味嗜好に近いなど自身に最適化（レコメンデーション）されていると感じる [4]インターネット上で表示される広告は自分の趣味嗜好に近いなど自身に最適化（レコメンデーション）されていると感じる [5]インターネット上で表示される検索結果やコンテンツ、広告が自分の趣味嗜好に近いなど自身に最適化（レコメンデーション）されている仕組みを理解する必要がある [6]インターネット上で表示される検索結果やコンテンツ、広告が自分の趣味嗜好に近いなど自身に最適化（レコメンデーション）されている仕組みについて、その必要性を感じる [7]自分に表示される情報やコンテンツについて、AI（アルゴリズム）を用いたレコメンデーションが行われていることについて、不透明でわかりづらいと思う。 [8]自分に表示される情報やコンテンツについて、AI（アルゴリズム）を用いたレコメンデーションが不透明でわかりづらく行われていることについて、不安や不満に思う。

### 3.参考資料

## (1)アンケート質問項目

#### アンケート質問項目(4/5)

項目	質問文
(22)インターネット空間を流れる情報についての意見や考え方(つづき)	<p>次の意見について、あなたはどのように思いますか。</p> <p>[9]AIによるレコメンデーションがいまよりも透明で分かりやすくするために政府が規制やルールを作って取り組むべきと思う。</p> <p>[10]デジタルプラットフォーム事業者（SNS、検索サービス、動画投稿・共有サービスなど）は、偽情報や誤情報がユーザに対して表示されないための工夫（モデレーション）を適切に行っている</p> <p>[11]インターネット上の偽情報や誤情報がユーザに対して表示されないための工夫（モデレーション）の仕組みを理解する必要がある</p> <p>[12]インターネット上の偽情報や誤情報がユーザに対して表示されないための工夫（モデレーション）の仕組みについて、その必要性を感じる</p> <p>[13]自分が投稿する情報やコンテンツについて、AI（アルゴリズム）を用いて自動的に削除等（モデレーション）されネット上で共有されなくなる場合があることについて、不透明でわかりづらいと思う。</p> <p>[14]自分が投稿する情報やコンテンツについて、不透明でわかりづらい形で、AI（アルゴリズム）を用いて自動的に削除等（モデレーション）されネット上で共有されなくなる場合があることについて、不安や不満に思う。</p> <p>[15]AIによるモデレーションがいまよりも透明で分かりやすくするために政府が規制やルールを作って取り組むべきと思う。</p> <p>[16]偽情報・誤情報※1対策としてファクトチェック※2がもっと積極的に行われることが必要だ（※1ここでは、虚偽、または、誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。）（※2ファクトチェック：偽情報に対抗するために、情報の真偽を検証する活動のこと）</p> <p>[17]SNSやポータルサイトでファクトチェックの結果をもっと表示させるべきである</p> <p>[18]資金難や人材難のファクトチェック団体を支援すべきと思う。</p>
(23)ファクトチェック団体の支援	資金難や人材難のファクトチェック団体を支援すべきと思うの設問で「強くそう思う」、「ある程度そう思う」と回答した方に伺います。資金難や人材難のファクトチェック団体を、誰が支援すべきだと思いますか。
(24)メディア情報リテラシーを向上させる機会の提供者	全員の方に伺います。インターネット上の情報の真偽を見分けられるようにするために、誰がメディア情報リテラシーを向上させる機会を提供するべきだと思いますか。あてはまるものをすべてお選びください。（いくつでも）
(25)偽情報や誤情報の削除等による制限措置に関する原則	政府が、デジタルプラットフォーム事業者（SNS、検索、動画投稿・共有など）に対して、そのオンラインサービス上の偽情報や誤情報を削除等により制限する措置（モデレーション）を要求するにあたって、どのような原則が必要であると思いますか。あてはまるものをすべてお選びください。（いくつでも）
(26)偽・誤情報の申請の手続等	全員の方に伺います。偽・誤情報の申請の手続等について、あなたはどのように思いますか。 <ol style="list-style-type: none"><li>あなたはSNSなどに発信した投稿が削除等の制限をされた経験がありますか。</li><li>あなたはSNSなどに発信した投稿が削除された場合に、そのデジタルプラットフォーム事業者（SNS、検索サービス、動画投稿・共有サービスなど）にお問い合わせや苦情をすることができることを知っていますか。</li><li>お問い合わせや苦情について、その方法や連絡先を見つけるのは簡単でしたか。</li><li>お問い合わせや苦情について、申請フォームに設けられた理由の選択肢は適切でしたか。最も近いものを選んでください。</li><li>お問い合わせや苦情について、申請フォームに設けられた文章記入欄は十分でしたか。</li><li>お問い合わせや苦情について、申請フォームに証拠（削除された投稿のスクリーンショットなど）を添付することはできましたか。</li><li>お問い合わせや苦情への対応（投稿の復活、アカウントの復活等）がなされなかった場合、理由の通知はありましたか。</li><li>お問い合わせや苦情への対応（投稿の復活、アカウントの復活等）がなされなかった場合の通知について、納得できる理由でしたか。</li><li>お問い合わせや苦情をした後に、デジタルプラットフォーム事業者（SNS、検索サービス、動画投稿・共有サービスなど）から受領の連絡はありましたか。</li></ol>



### 3.参考資料

## (1)アンケート質問項目

#### アンケート質問項目(5/5)

項目	質問文
(27)偽・誤情報対策講座等への参加	あなたは、これまでに偽情報や「フェイクニュース」を見分けることができるようになるための教育・研修機会を受けたことがありますか。教師・講師による授業の他、セミナー聴講、自学習も含まれます。
(28)偽情報や誤情報の影響に関する考え	あなたは、以下の事項に対してどのように思いますか？ [1] 偽情報や「フェイクニュース」があなたの国の国民生活・経済または民主主義に与える影響について [2] 偽情報や誤情報がインターネット上で蔓延すると、それを学習する生成AI等のAIにより、ネット上に公開や共有される偽情報や誤情報が多くなり、さらにそれをAIが学習するなど、AIの品質など信頼性が下がることや、インターネットそのものの信頼性が下がるおそれがあることについて
(29)政府等の偽情報に対する姿勢	あなたは、政府機関や、デジタルプラットフォーム事業者（SNS、検索サービス、動画投稿・共有サービスなど）が、偽情報にどのような姿勢で対応してもらいたいと思いますか？ [1] 政府機関（首相官邸/大統領府、関係省庁） [2] デジタルプラットフォーム事業者（SNS、検索サービス、動画投稿・共有サービスなど）
(30)偽情報・誤情報を見分けて拡散しない能力を身につけるための機会	あなたは、偽情報・誤情報※を見分けて拡散しない能力を身につけるために、どのような機会があれば参加してみたい・実践してみたいと思いますか。（いくつでも） ※ここでは、虚偽、または、誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

### 3.参考資料

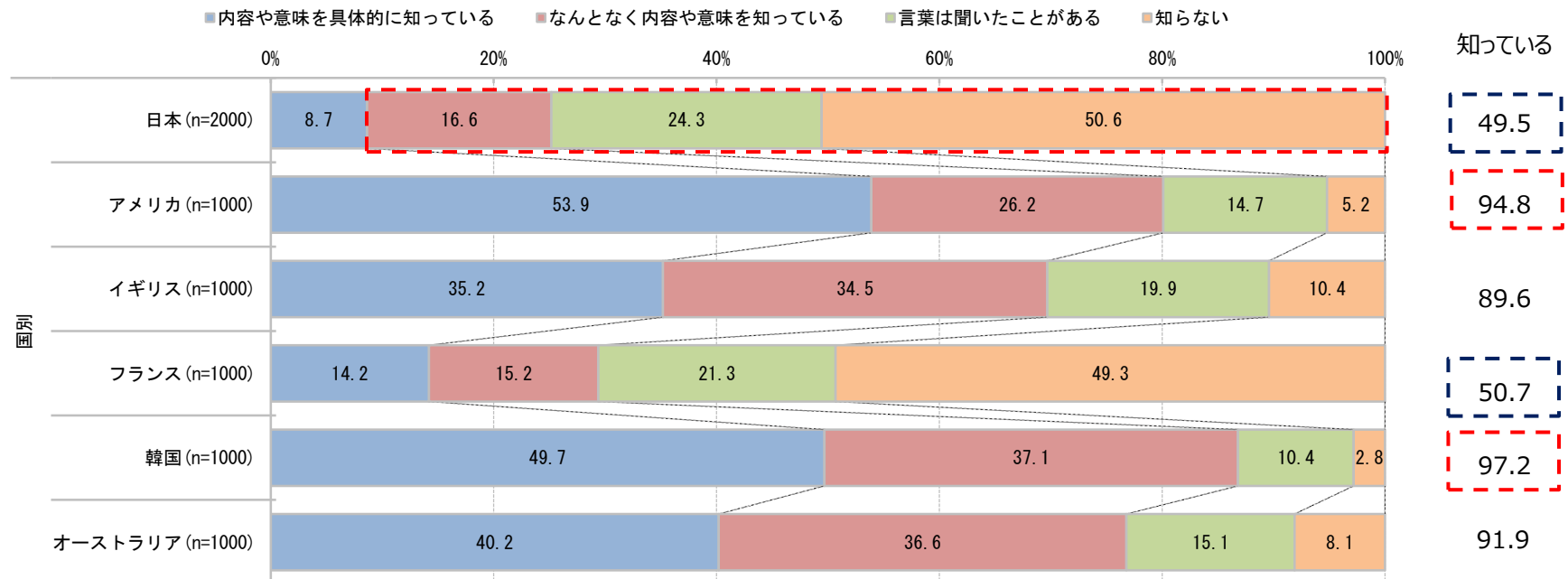
## (2)用語の認知度

<国際比較>

#### [4] ファクトチェック

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 「知っている」(内容を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。  
日本を含めた諸外国について高くなった順にみる。韓国(97.2%)、アメリカ(94.8%)、オーストラリア(91.9%)、イギリス(89.6%)、フランス(50.7%)、日本(49.5%)となった。韓国、アメリカ、オーストラリア、イギリスは8~9割台となり、日本とフランスは4~5割台となった。
- さらに、内容を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っているに絞り込む。韓国、アメリカ、オーストラリア、イギリスは6~8割台となり、日本とフランスは2割台となった。
- 日本における上位3つをみると「知らない」(50.6%)、「言葉は聞いたことがある」(24.3%)、「なんとなく内容や意味を知っている」(16.6%)が高くなった。



### 3.参考資料

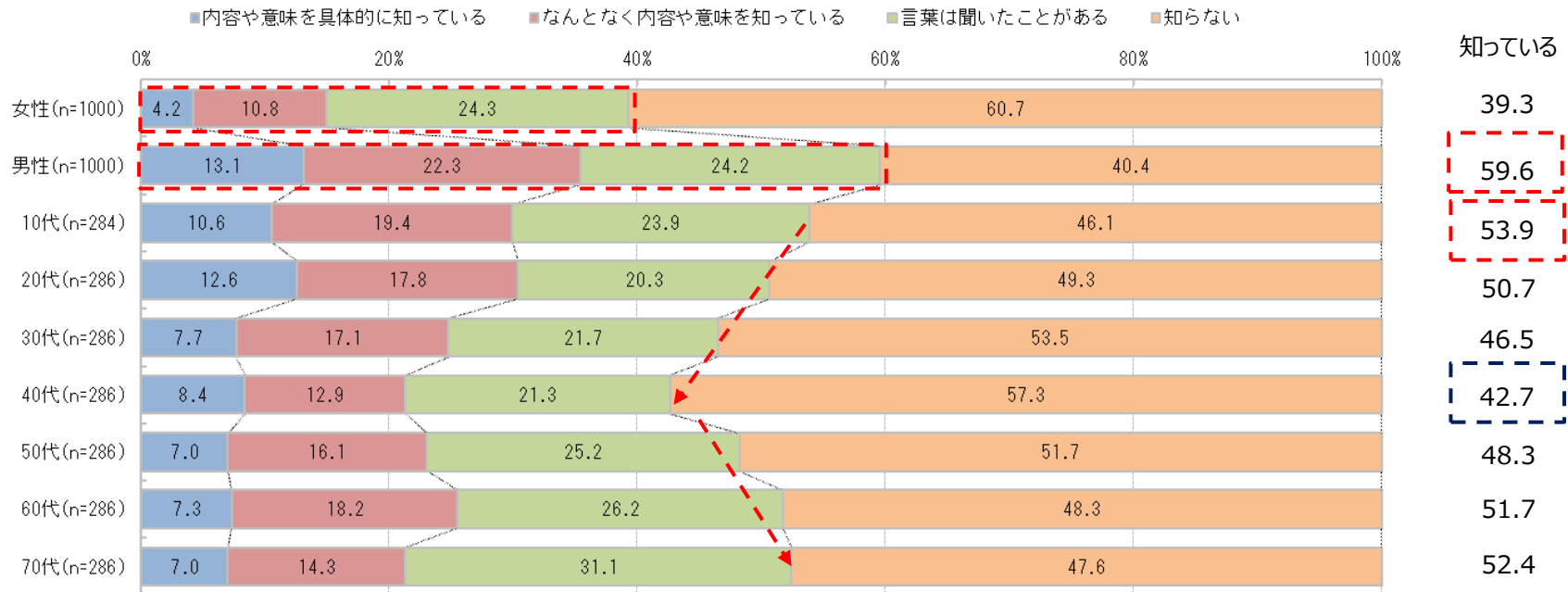
## (2)用語の認知度

<日本(性別年代別比較)>

#### [4] ファクトチェック

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 日本を対象として性・年代別に、「知っている」(内容や意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。
- 各性別、年代において「ファクトチェック」を知っているのは3~5割台の認知状況である。
- 性別にみると、女性(39.3%)、男性(59.6%)と男性が女性よりも20.3ポイント高い。年代別にみると、10代(53.9%)と最も高くなり、40代(42.7%)が最も低くなった。また、50代以降では割合は高くなり70代では52.4%となった。



### 3.参考資料

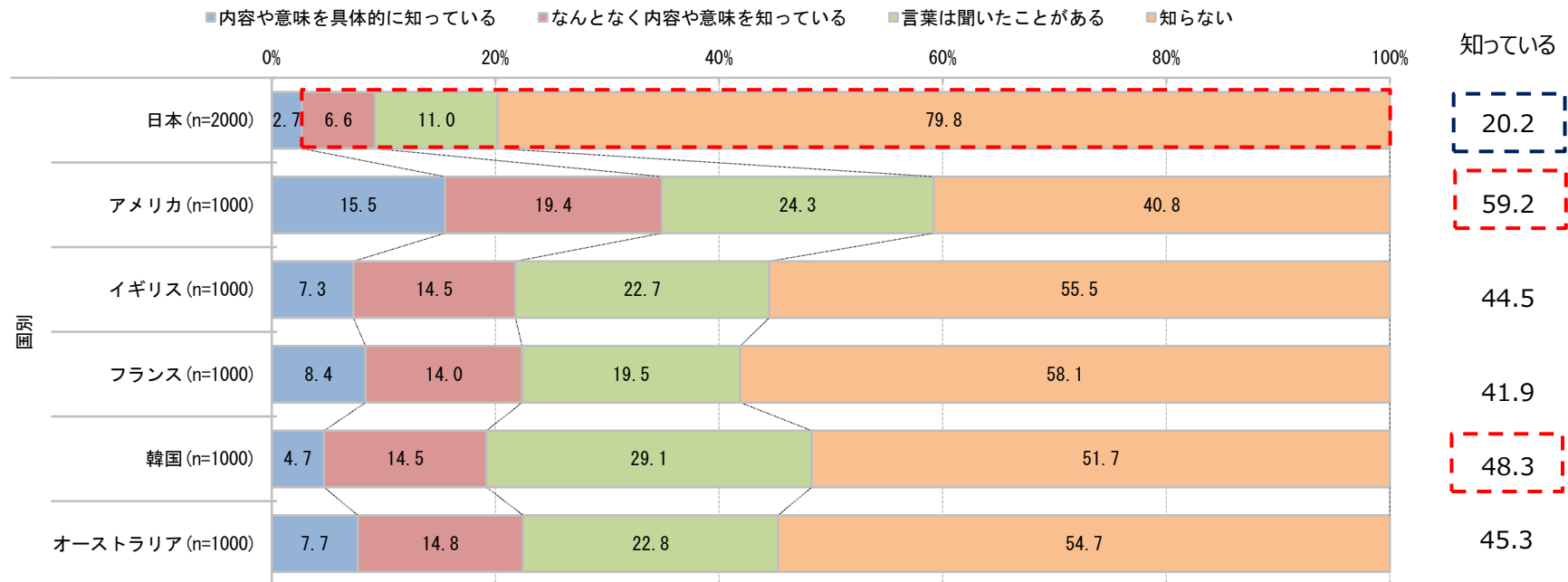
## (2)用語の認知度

<国際比較>

### [7] フィルターバブル

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 「知っている」(内容を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。日本を含めた諸外国について高くなった順にみる。アメリカ(59.2%)、韓国(48.3%)、オーストラリア(45.3%)、イギリス(44.5%)、フランス(41.9%)、日本(20.2%)となった。日本を除き、5カ国では4~5割台となった。日本は2割台と低い。
- 日本における上位3つをみると「知らない」(79.8%)、「言葉は聞いたことがある」(11.0%)、「なんとなく内容や意味を知っている」(6.6%)が高くなった。



### 3.参考資料

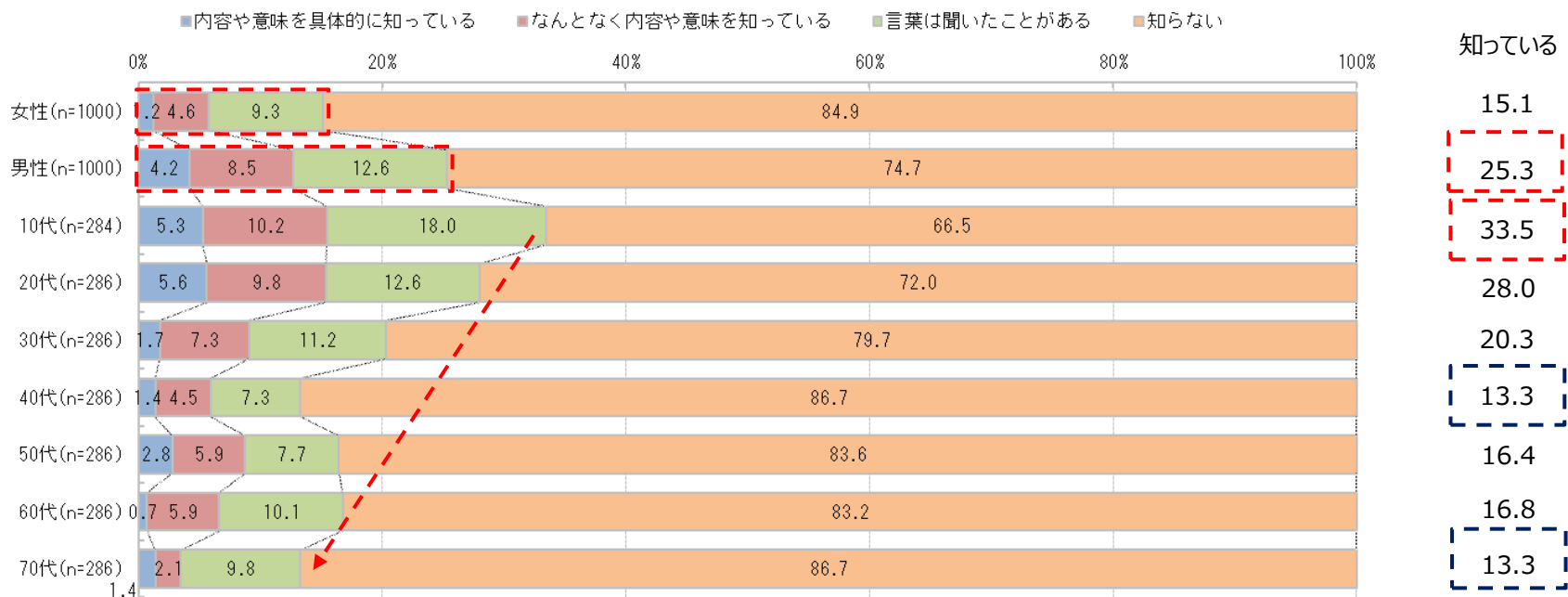
## (2)用語の認知度

<日本(性別年代別比較)>

### [7] フィルターバブル

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 日本を対象として性・年代別に、「知っている」(内容を意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。
- 各性別、年代において「フィルターバブル」を知っているのは1~3割台の認知状況と低くなった。
- 性別にみると、女性(15.1%)、男性(25.3%)と男性が女性よりも10.2ポイント高い。年代別にみると、10代(33.5%)が最も高くなり、40代(13.3%)、70代(13.3%)が最も低くなった。



### 3.参考資料

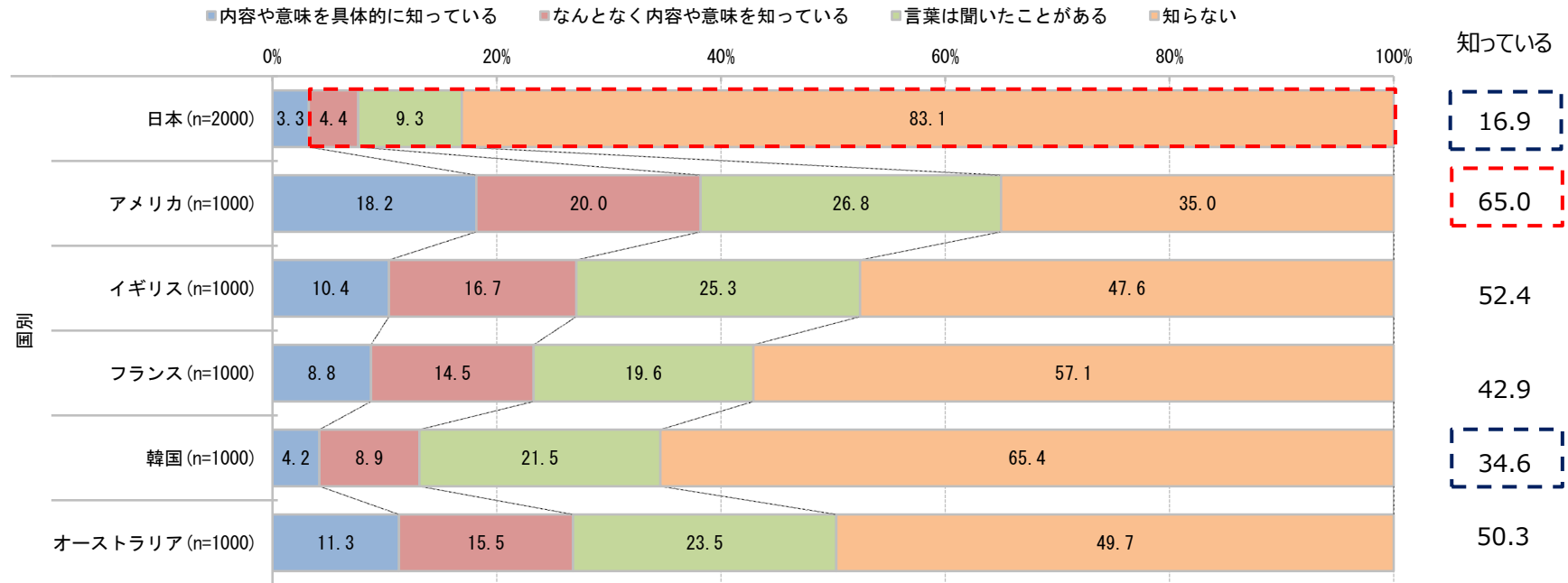
## (2)用語の認知度

<国際比較>

### [8] エコーチェンバー

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 「知っている」(内容を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。日本を含めた諸外国について高くなった順にみる。アメリカ(65.0%)、イギリス(52.4%)、オーストラリア(50.3%)、フランス(42.9%)、韓国(34.6%)、日本(16.9%)となった。日本を除き、5カ国では3~6割台となった。日本は1割台と低い。
- 日本における上位3つをみると「知らない」(83.1%)、「言葉は聞いたことがある」(9.3%)、「なんとなく内容や意味を知っている」(4.4%)が高くなった。



### 3.参考資料

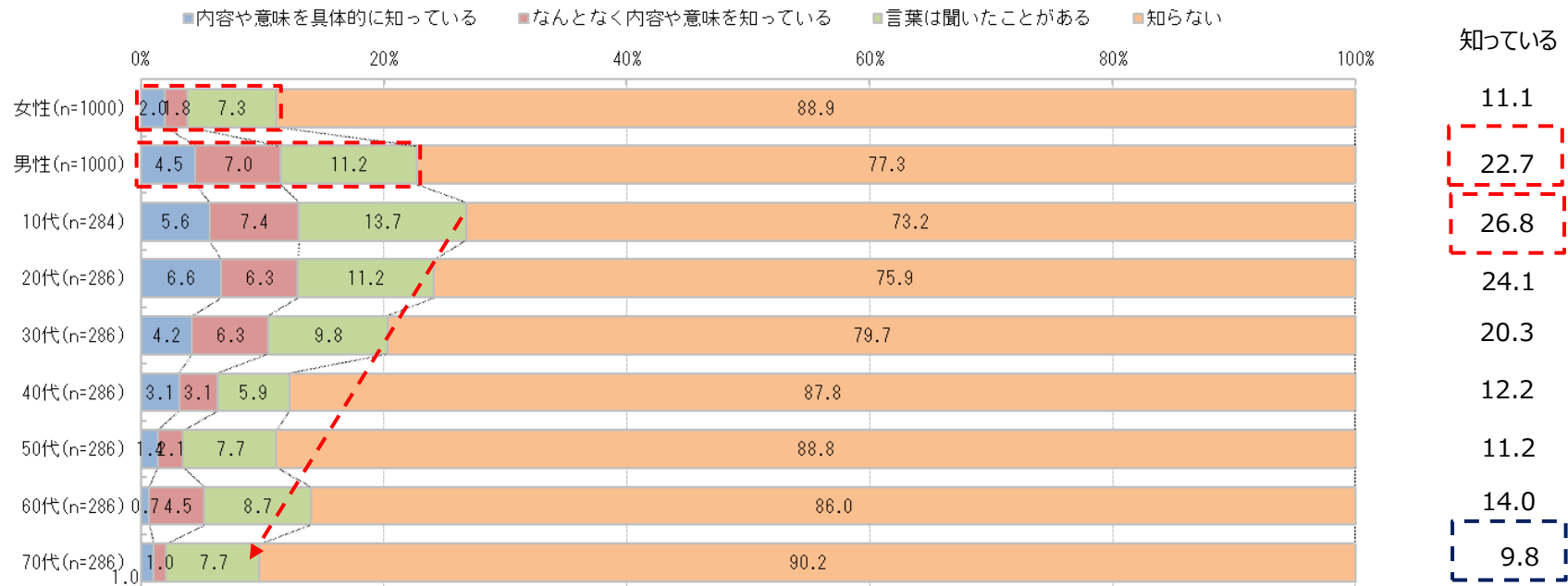
## (2)用語の認知度

<日本(性別年代別比較)>

### [8] エコーチェンバー

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 日本を対象として性・年代別に、「知っている」(内容や意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。
- 各性別、年代において「エコーチェンバー」を知っているのは9.8~26.8%の認知状況と低くなった。
- 性別にみると、女性(11.1%)、男性(22.7%)と男性が女性よりも11.6ポイント高い。年代別にみると、10代(26.8%)が最も高くなり、70代(9.8%)が最も低くなった。



### 3.参考資料

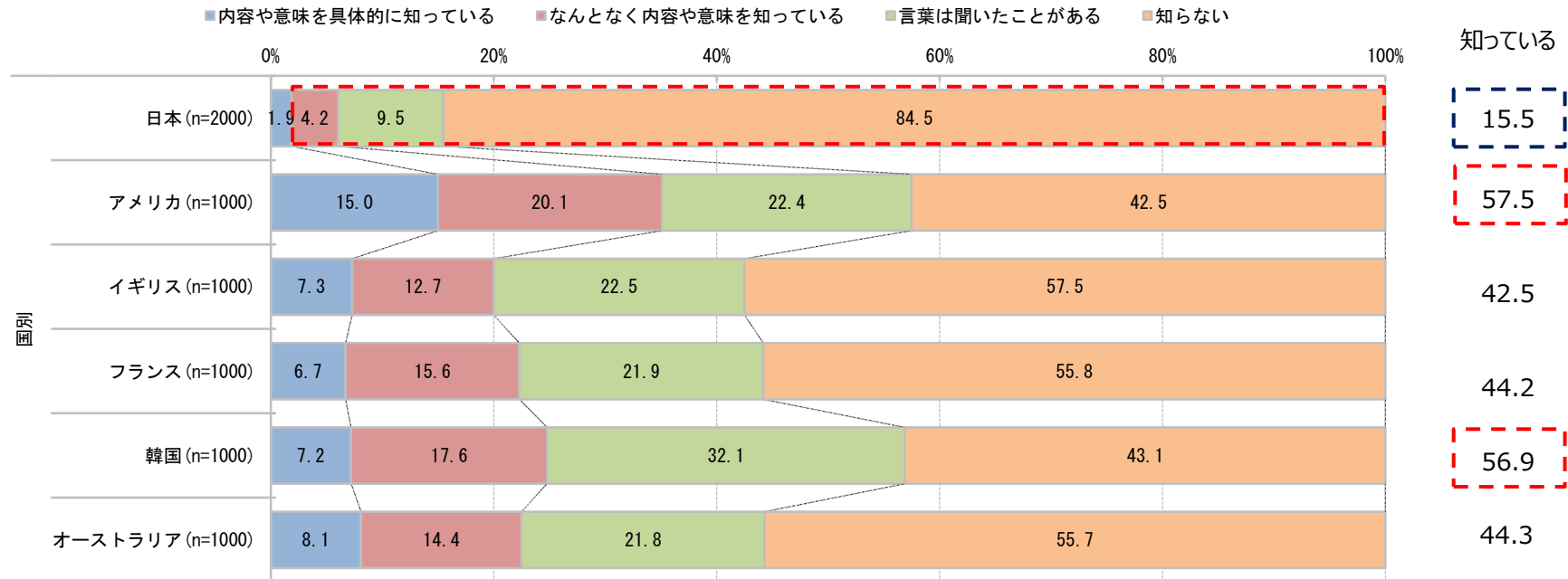
## (2)用語の認知度

<国際比較>

### [9] アテンションエコノミー

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 「知っている」(内容や意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。日本を含めた諸外国について高くなった順にみる。アメリカ(57.5%)、韓国(56.9%)、オーストラリア(44.3%)、フランス(44.2%)、イギリス(42.5%)、日本(15.5%)となった。日本を除き、5カ国では4~5割台となった。日本は1割台と低い。
- 日本における上位3つをみると「知らない」(84.5%)、「言葉は聞いたことがある」(9.5%)、「なんとなく内容や意味を知っている」(4.2%)が高くなった。





### 3.参考資料

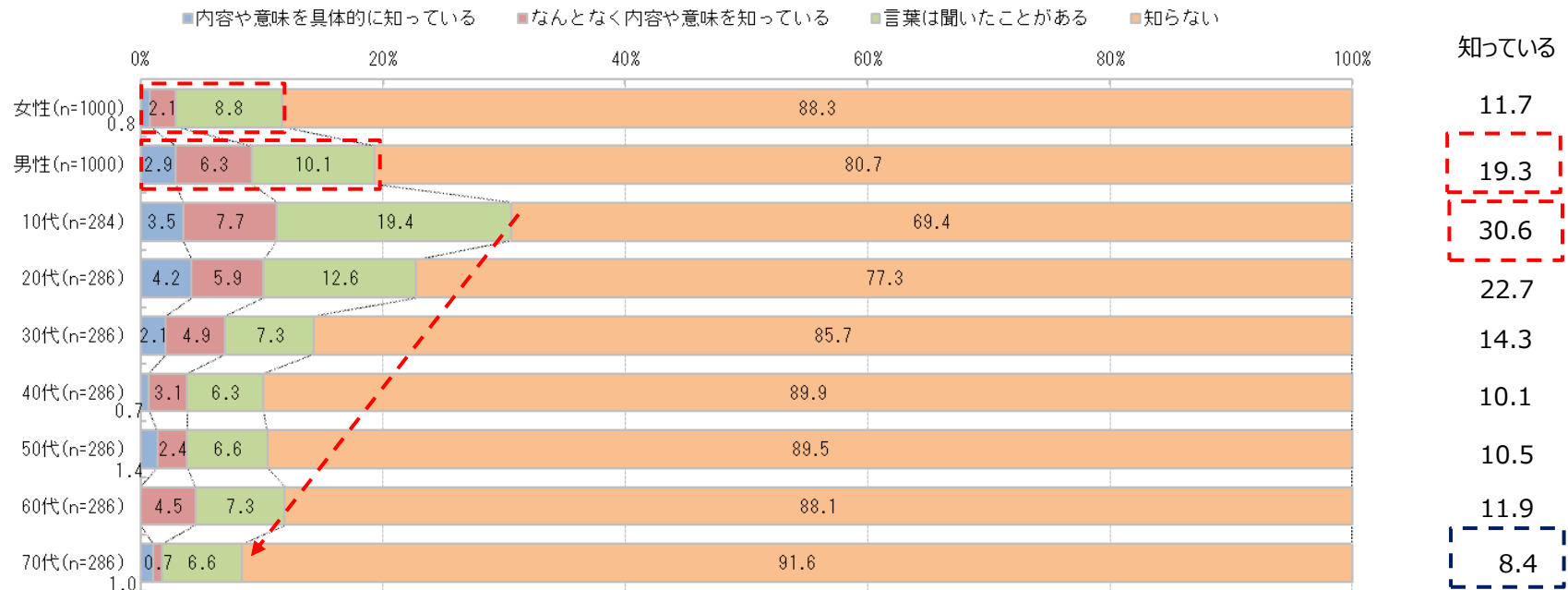
## (2)用語の認知度

<日本(性別年代別比較)>

### [9] アテンションエコノミー

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 日本を対象として性・年代別に、「知っている」(内容や意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。
- 各性別、年代において「アテンションエコノミー」を知っているのは1~3割台の認知状況と低くなった。
- 性別にみると、女性(11.7%)、男性(19.3%)と男性が女性よりも7.6ポイント高い。年代別にみると、10代(30.6%)が最も高くなり、70代(8.4%)が最も低くなった。



### 3.参考資料

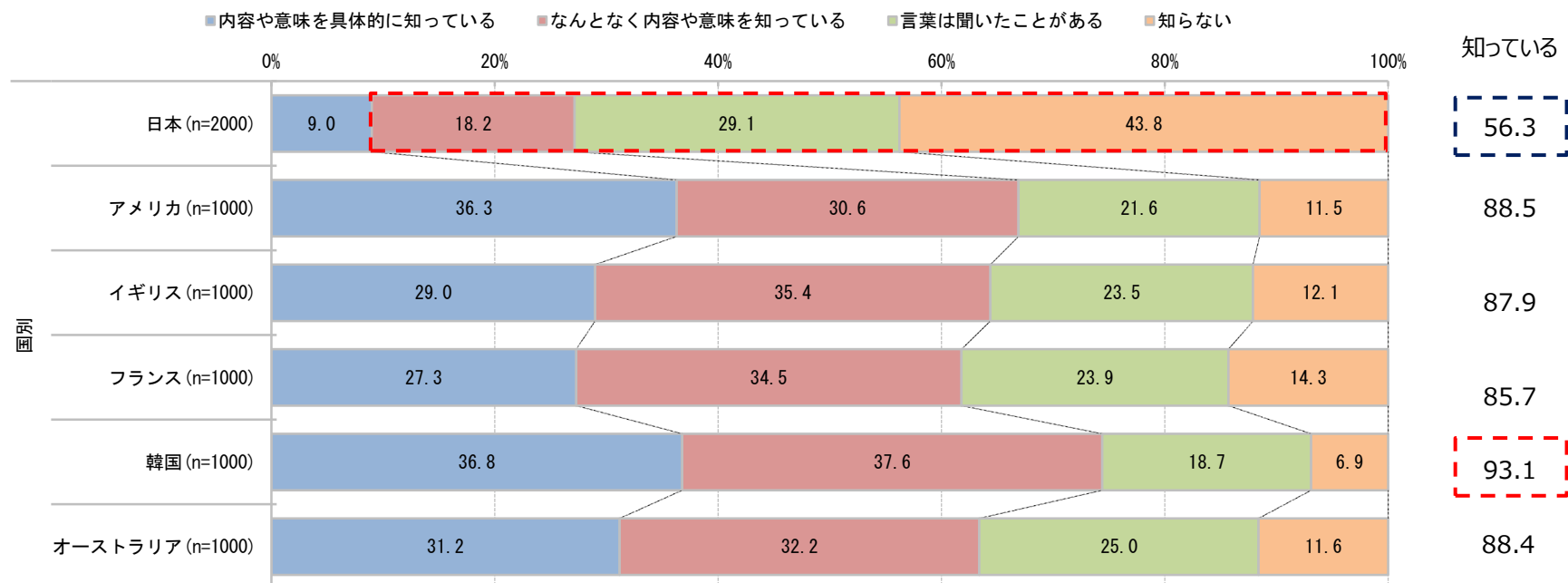
## (2)用語の認知度

<国際比較>

### [10] (SNSや検索エンジンで表示される情報に関する)アルゴリズム

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 「知っている」(内容を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。日本を含めた諸外国について高くなった順にみる。韓国(93.1%)、アメリカ(88.5%)、オーストラリア(88.4%)、イギリス(87.9%)、フランス(85.7%)、日本(56.3%)となった。日本は5割台で、他国では8~9割台となった。
- さらに内容や意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っているに絞り込む。日本は2割台で他国では6~7割台となった。
- 日本における上位3つをみると「知らない」(43.8%)、「言葉は聞いたことがある」(29.1%)、「なんとなく内容や意味を知っている」(18.2%)が高くなった。



### 3.参考資料

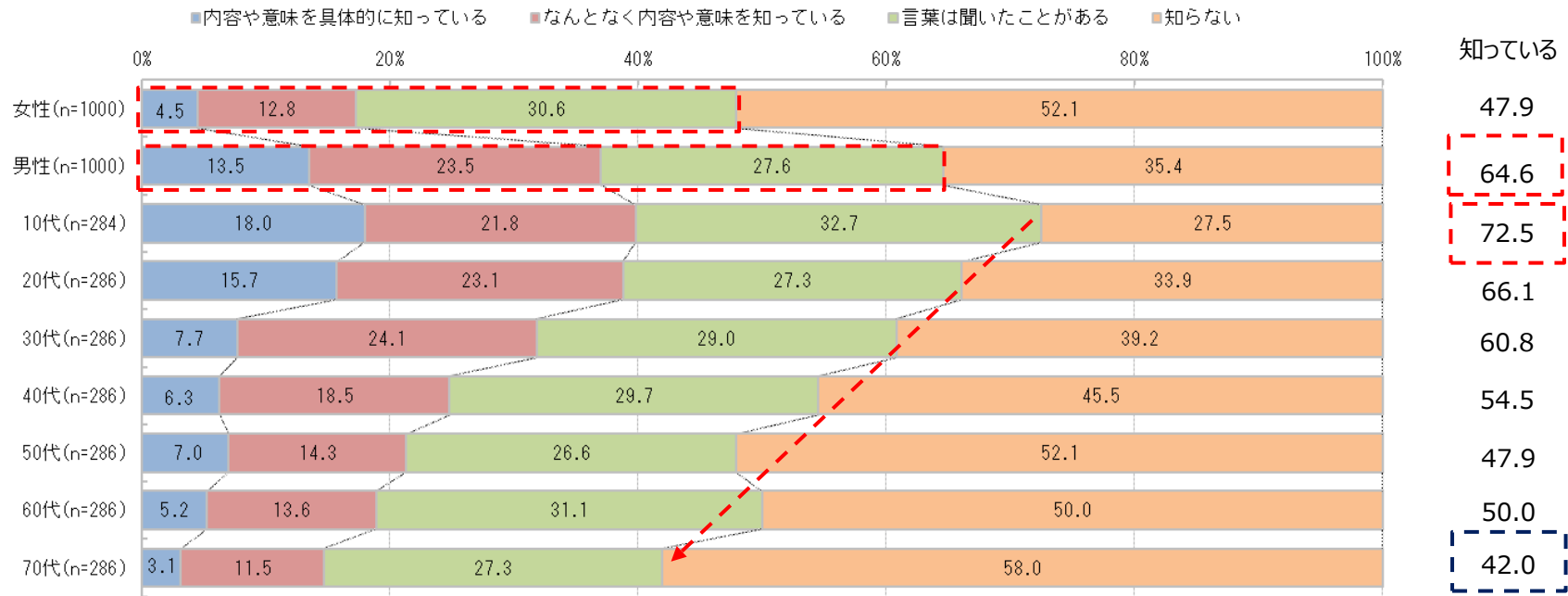
## (2)用語の認知度

<日本(性別年代別比較)>

### [10] (SNSや検索エンジンで表示される情報に関する)アルゴリズム

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 日本を対象として性・年代別に、「知っている」(内容や意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。
- 各性別、年代において「アルゴリズム」を知っているのは4~7割台となった。
- 性別にみると、女性(47.9%)、男性(64.6%)と男性が女性よりも16.7ポイント高い。年代別にみると、10代(72.5%)が最も高くなり、70代(42.0%)が最も低くなった。年齢が上がるにつれて認知度が低下した。



### 3.参考資料

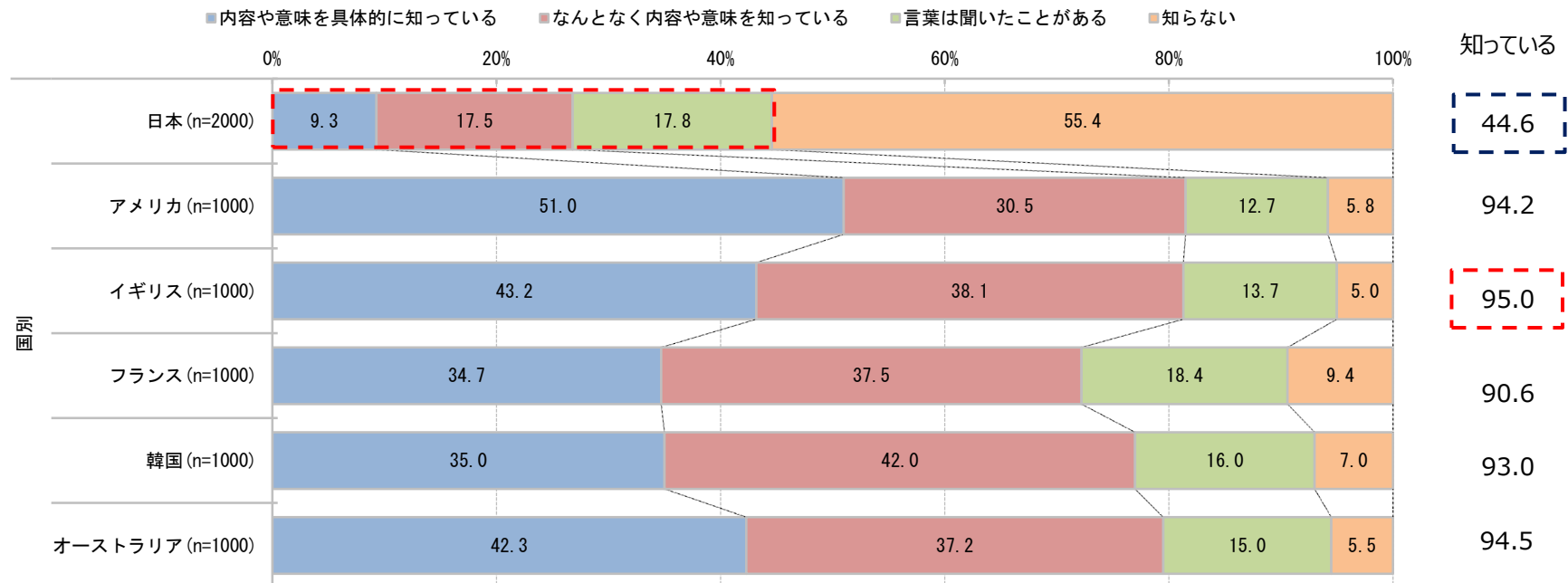
## (2)用語の認知度

<国際比較>

### [11] (SNSや検索エンジンで表示される)おすすめ・レコメンデーション

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 「知っている」(内容を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。  
日本を含めた諸外国について高くなった順にみる。イギリス(95.0%)、オーストラリア(94.5%)、アメリカ(94.2%)、韓国(93.0%)、フランス(90.6%)、日本(44.6%)となった。日本は4割台となった。他国では9割台となった。日本と5カ国との間の認知状況に差が生じた。
- さらに、内容を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っているに絞り込む。日本は2割台で他国では7~8割台となった。
- 日本における上位3つをみると「知らない」(55.4%)、「言葉は聞いたことがある」(17.8%)、「なんとなく内容や意味を知っている」(17.5%)が高くなった。



### 3.参考資料

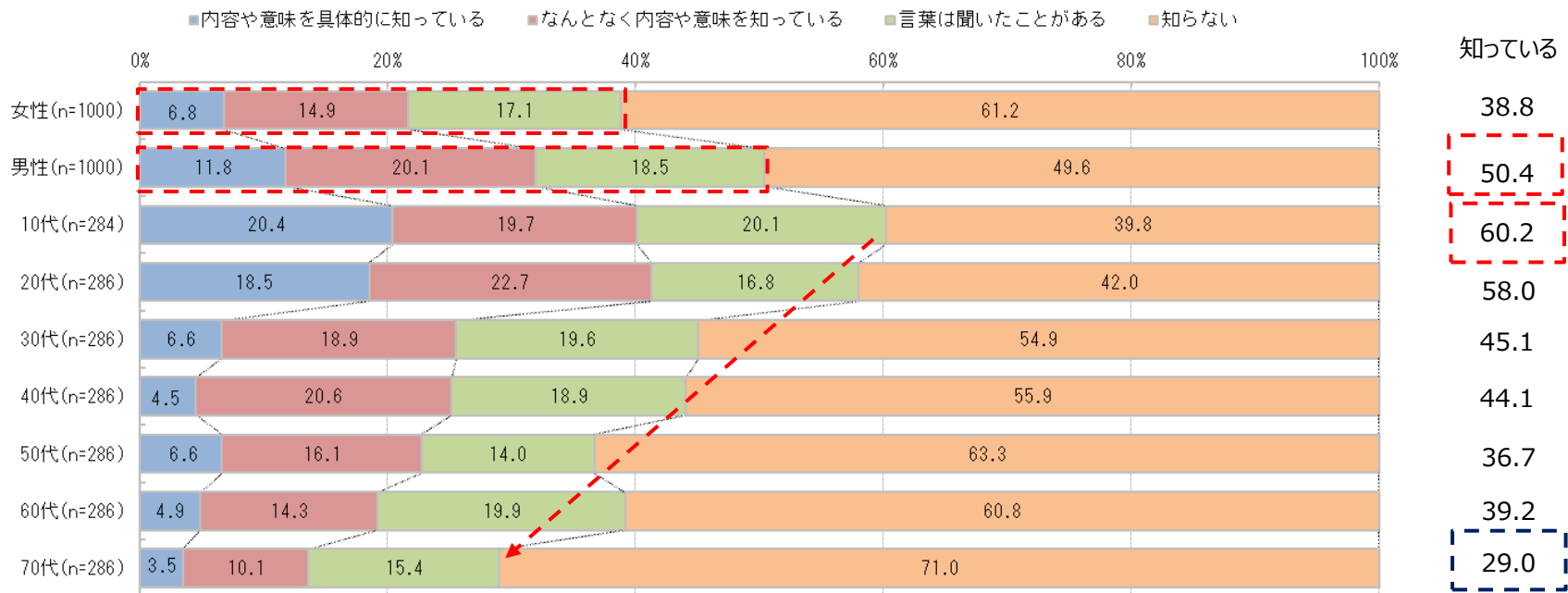
## (2)用語の認知度

<日本(性別年代別比較)>

### [11] (SNSや検索エンジンで表示される)おすすめ・レコメンデーション

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 日本を対象として性・年代別に、「知っている」(内容や意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。
- 各性別、年代において「おすすめ・レコメンデーション」を知っているのは2~6割台となった。
- 性別にみると、女性(38.8%)、男性(50.4%)と男性が女性よりも11.6ポイント高い。年代別にみると、10代(60.2%)が最も高くなり、70代(29.0%)が最も低くなった。年齢が上がるにつれて認知度が低下した。



### 3.参考資料

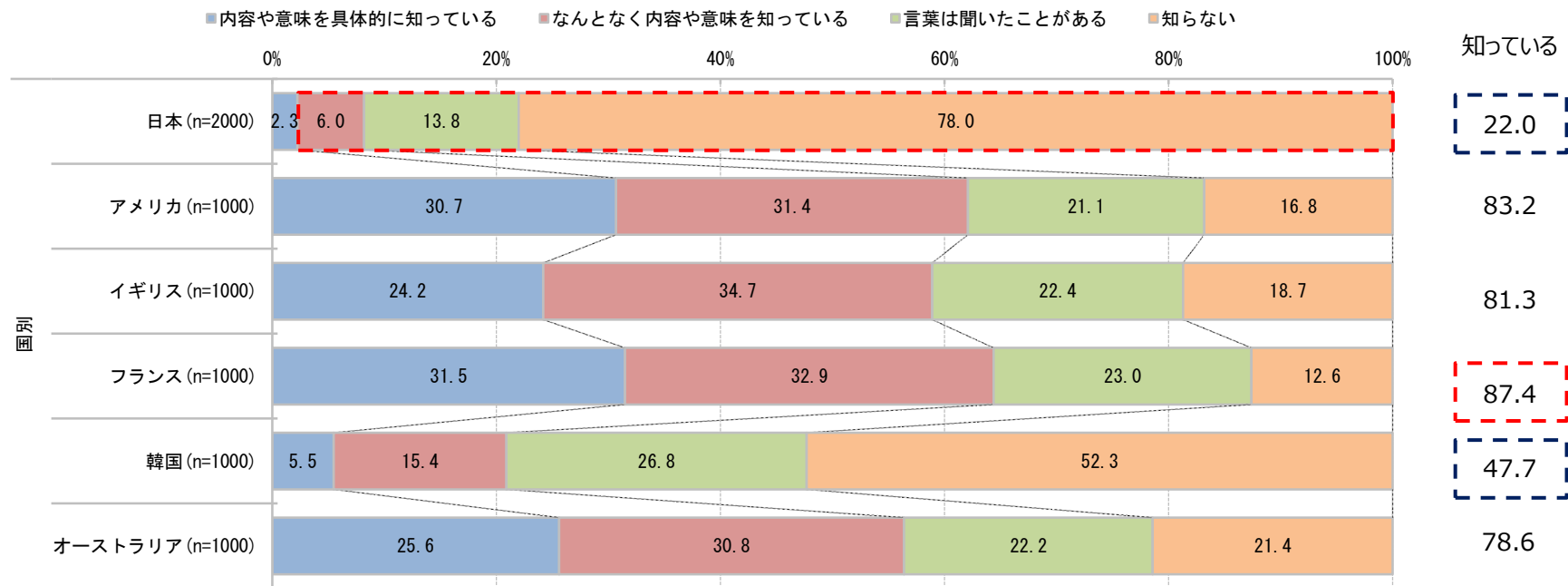
## (2)用語の認知度

<国際比較>

### [12] コンテンツモデレーション

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 「知っている」(内容を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。日本を含めた諸外国について高くなった順にみる。フランス(87.4%)、アメリカ(83.2%)、イギリス(81.3%)、オーストラリア(78.6%)、韓国(47.7%)、日本(22.0%)となった。日本、韓国を除き、4カ国では7~8割台となった。韓国は4割台、日本は2割台と低い。
- 日本における上位3つをみると「知らない」(78.0%)、「言葉は聞いたことがある」(13.8%)、「なんとなく内容や意味を知っている」(6.0%)が高くなった。



### 3.参考資料

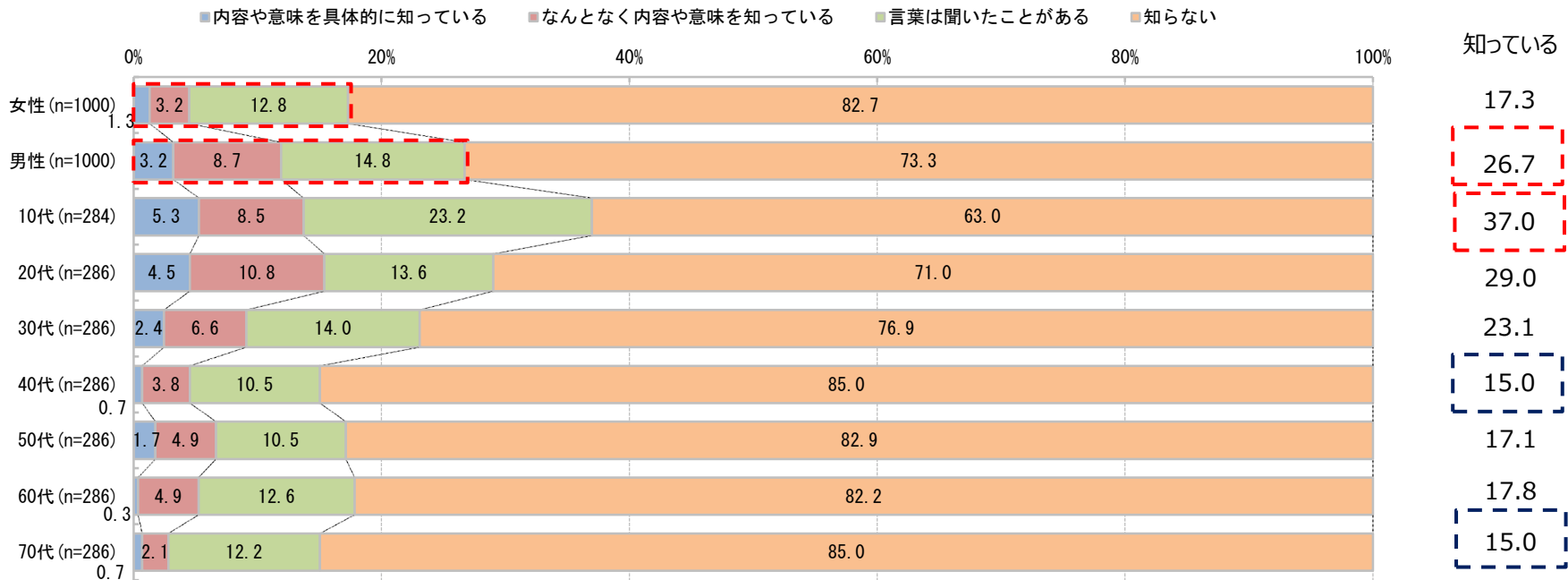
## (2)用語の認知度

<日本(性別年代別比較)>

### [12] コンテンツモデレーション

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか。

- 日本を対象として性・年代別に、「知っている」(内容を意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。
- 各性別、年代において「コンテンツモデレーション」を知っているのは1~3割台となった。
- 性別にみると、女性(17.3%)、男性(26.7%)と男性が女性よりも9.4ポイント高い。年代別にみると、10代(37.0%)が最も高くなり、40代・70代(15.0%)が最も低くなった。



### 3.参考資料

## (3) Pew Research Center「the American Trends Panel (ATP)」

- 虚偽情報や極端に暴力的なコンテンツをオンライン上で制限することに対する米国民の意識を調査した。
- 設問数は全6問。米国の18歳以上の成人5,115名を対象。調査時期は2023年6月5日～11日。
- 「米国政府が規制すべき」との意見は年々上昇し、2018年の39%から2023年には55%となった。一方、「情報の公開やアクセスの自由を支持する」回答割合は低下した(58%→42%)。
- また、「テクノロジー企業が虚偽情報をモデレートすべき」の意見も上昇し、2018年の56%から2023年には65%となった。一方、「情報の公開やアクセスの自由を支持する」回答割合は低下している(42%→32%)。
- 「50歳以上」と「18-49歳」を比較すると、政府がオンライン上の虚偽情報に対抗すべきは(58% vs. 52%)、また、テクノロジー企業が虚偽情報に対抗すべき(68% vs. 62%)となった。テクノロジー企業や政府がオンラインでの虚偽情報を制限することを支持すると答えた若年層の割合は、2018年以降大幅に増加した(それぞれ14ポイント、19ポイント)。

どちらがご自身の考えに近いですか？

※選択肢はシングルアンサー。

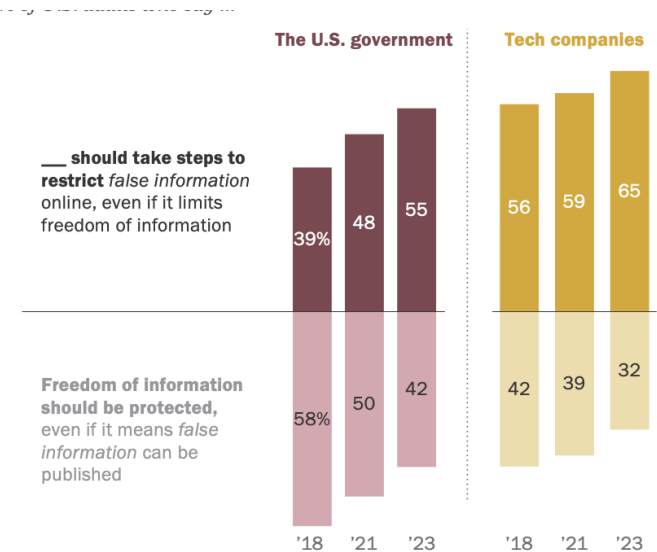
米国政府は、人々が情報を自由に公開したり、アクセスすることを制限しても、オンライン上の虚偽情報を制限する措置を講じるべきだ	1
たとえ虚偽情報が公開されたとしても、人々の情報の公開やアクセスの自由は保護されるべきだ	2
わからない	3

どちらがご自身の考えに近いですか？

※選択肢はシングルアンサー。

テクノロジー企業は、人々が情報を自由に公開したり、アクセスすることを制限しても、オンライン上の虚偽情報を制限する措置を講じるべきだ	1
たとえ虚偽情報が公開されたとしても、人々の情報の公開やアクセスの自由は保護されるべきだ	2
わからない	3

(出典) Pew Research Center「the American Trends Panel (ATP)」  
<https://www.pewresearch.org/our-methods/u-s-surveys/the-american-trends-panel/>



Note: Respondents who did not answer are not shown.  
 Source: Survey of U.S. adults conducted June 5-11, 2023.

PEW RESEARCH CENTER



---

本資料は、総務省「令和5年度国内外における偽・誤情報に関する意識調査」から再構成したものです。

**みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社**  
デジタルコンサルティング部 武井（たけい）、中（なか）