

「フェイクニュース」に関するアンケート (過去調査比較を踏まえて)

調査結果

株式会社野村総合研究所

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-2

大手町フィナンシャルシティ グランキューブ

2021年 4 月12日



調査概要

調査結果：

1. スクリーニング

【2021年3月調査の回答者属性等】

○物事の考え方、フェイクニュース遭遇状況等

【2020年2月調査と2021年3月調査の比較】

○フェイクニュースに関係する用語の認知度

○フェイクニュースに対するリテラシー

○フェイクニュースへの接触状況

○フェイクニュースに取り組むべき主体

2. 本調査

【2021年3月の回答者属性等】

○物事の考え方、インフォデミック対策の認知度等

【2020年6月調査と2021年3月調査の比較】

○新型コロナウイルス関連情報への接触状況

○新型コロナウイルス・米国大統領選関連のフェイクニュースへの接触状況

○新型コロナウイルス関連のフェイクニュースへの接触状況

○新型コロナウイルス関連のフェイクニュースに対するリテラシー

○新型コロナウイルス関連のフェイクニュースの共有・拡散状況

○新型コロナウイルス関連のフェイクニュースの真偽確認

○新型コロナウイルス関連のフェイクニュースに対する意見

【新型コロナウイルス関連のフェイクニュースと米国大統領選関連のフェイクニュースの比較】

○共有・拡散状況、リテラシー、真偽確認、接触状況、注意喚起等

調査概要

アンケート目的

新型コロナウイルスの影響により、インターネットサービスの更なる普及が進んでいるとされる我が国において、フェイクニュースへの接触状況や情報の真偽を見分けるリテラシー等を把握することを目的に、調査を実施

以下の現状を調査

- －インターネットサービスの利用状況
- －フェイクニュース関係用語認知度
- －フェイクニュースへの接触状況
- －フェイクニュースに対するリテラシー
- －その他フェイクニュース関連事項
- －個別・具体事例に関する状況

アンケート概要

期間

設計：2021年3月上旬

実査：2021年3月18日（木）～ 3月22日（月）

対象

スクリーニング調査：

日本在住の15歳以上（男・女）N=4,200

本調査：

日本在住の15-69歳（男・女）N=2,000

概要

インターネットサービス全般に関わる質問：

- －インターネットサービスの利用状況

フェイクニュースに関する質問：

- －フェイクニュースに関係する用語の認知度
- －フェイクニュースへの接触状況
- －フェイクニュースに対するリテラシー
- －新型コロナウイルス・米国大統領選に関するフェイクニュース深掘り
- －その他

インターネットサービスの利用有無、利用頻度・時間を抽出条件として設定

全体回答者

スクリーニング調査(N=4,200)

本調査(N=2,000)



F3：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知らせください。

除外：

「1.電子メールの送受信」のみ選択

または

「11.特に使ったことがあるものはない」を選択

F5：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。

F6：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場合を除きます。

除外：

F5：「6.週1日」未満を選択

または

F6：「1.ほとんど利用していない」・「8.わからない」を選択

調査概要：調査の前提（サンプル定義）

標本数について、スクリーニング調査をN=4,200、本調査をN=2,000に設定。
また、過去に実施した20年2月・6月調査と比較可能なサンプル構成を作成

スクリーニング調査(N=4,200)



本調査(N=2,000)



2020年6月調査の過去資料についてはウェイトバックを実施しているが、今回の調査においては、過去調査との比較の数値を示す際にも、

ともにウェイトバックを実施していない為、過去資料の数値と一致しない

21年3月
調査
基本情報

■【属性情報】

回答者の直近1か月でのフェイクニュース接触率は75%。[p 1 1]

保守またはリベラルのいずれかの考えを持つ人は、フェイクニュース接触回数が多い。[p 1 1]

情報を見分ける自信がある層の方が、フェイクニュース接触回数が多い傾向。自信がない層は、フェイクニュースと気づかずに情報を受け取っている可能性がある。[p 1 2]

■【フェイクニュースへの接触状況】

・直近1か月の間で3割程度がフェイクニュースに週1回以上接触。インターネット媒体における接触率がより高い。

[p 1 6]

・メディア形態に関わらず全般的にフェイクニュース接触機会は減少している（ネット：5% 非ネット：4%）。[p 1 6]

■【ジャンルごとのフェイクニュースへの接触状況】

・直近1か月の間で、フェイクニュース接触率が高いジャンルは、新型コロナウイルス及びスポーツ・芸能系関連。[p 1 7]

・その他のジャンルを除き、ジャンル別の接触率は減少している（2-14%）。[p 1 7]

■【フェイクニュースに接することが多いと思う情報源】

・直近1か月の間で、SNSが最もフェイクニュースに接することが多いメディアであり、回答者の半数程度を占める。[p 1 8]

・各種メディアについて、フェイクニュースに接することが多い、と回答する人は減少している。特に、SNSや動画投稿・共有サイト、キュレーションメディアでは大幅に減少している（SNS：15%、動画：13%、キュレーション：10%）。[p 1 8]

20年2月
調査との
比較

21年3月
調査
基本情報

■【属性情報】

直近1ヶ月の間での新型コロナウイルス関連のフェイクニュース接触した層は半数、拡散経験層は3割弱程度。[p 2 1]

■【新型コロナウイルス関連情報への接触状況】

- ・直近1ヶ月の間で、1日あたり2回以上新型コロナウイルス関連情報やニュースを見聞きした層は7割程度。[p 2 2]
- ・新型コロナウイルス関連情報への接触頻度は全体的に減少している（1日あたり2回以上接触層にて19%減）。[p 2 2]

■【新型コロナウイルス情報に関わる情報源やメディア・サービス】

- ・相対的な傾向として、放送メディアは利用度・信頼度が共に高く、政府の情報は利用度はそれほど高くないが信頼度は高く、ニュース系アプリ・サイトは利用度は高いが信頼度がそれほど高くない。[p 2 3]
- ・過去調査との比較では、ニュース系アプリ・サイトでの情報受容や利用意向が減少しており（Yahoo!ニュース：11%、LINE NEWS：16%）、政府の情報・放送メディア・ニュース系アプリ・サイトのいずれも信頼度が減少している（政府：4%、NHK・民間放送：7%、Yahoo!ニュース：9%、LINE NEWS：7%）。[p 2 3]

20年6月
調査との
比較中心

■【新型コロナウイルス・米国大統領選挙関連のフェイクニュースへの接触状況】（新型コロナウイルス・米国大統領選挙に関連する18個の具体的な「間違った情報や誤解を招く情報」を設定し、個別に聴取を実施）

- ・新型コロナウイルスに関する個別的なフェイクニュースの中には、4割程度の回答者が見聞いたものがある。[p 3 0]
- ・全ての個別の事例において、直近1か月程度の接触率がこれまでの接触率と比較して大幅に減少している。[p 3 0]
- ・「間違った情報や誤解を招く情報」の影響力を接触・誤認の観点で評価すると、衝動的な情報の接触率が高い。また、健康関係のコロナ予防、海外ヘイト関係、大統領選関係がいずれも誤認されやすい可能性。[p 3 2]
- ・中国関連の新型コロナウイルス情報が比較的広範に拡散する傾向。[p 3 4]
- ・新型コロナ関連のフェイクニュースに対する接触状況に関して、過去調査との大きな変化は見られなかった。[p 3 4]

■【新型コロナウイルスに関するフェイクニュースを共有・拡散した経験】

- ・信じた情報や真偽不明情報を共有・拡散しなかった層が6割を占める。しかし、知人に会話等で共有・拡散した層は2割程度存在。[p 3 6]
- ・共有・拡散した層全体は減少傾向（5%）特に、知人に会話等で共有・拡散した層が減少（6%）。[p 3 6]

調査結果サマリ：重要事項（3/3）

■【新型コロナウイルス関連のフェイクニュースを共有・拡散した理由】

・共有・拡散の理由で他人に役立つ情報だと思ったこと・情報の興味深さ・他人への注意喚起を挙げる層が多い。

[p 3 7]

・真偽不明情報だが他人に役立つ情報だと思ったこと（10%）・他人への注意喚起（9%）を理由として共有・拡散する層が増加[p 3 7]

■【新型コロナウイルス関連のフェイクニュースを信じなかった理由】

新型コロナウイルス関連のフェイクニュースを信じなかった理由として、常識・テレビ放送局の報道を挙げる層が多い。[p 3 9]

■【新型コロナウイルスに関する間違った情報や誤解を招く情報を見聞きしたサービスやメディア（あたかも真実又は真偽不明の情報として書かれていた場合）】

・Twitter、YouTubeの利用者は、当該サービスにおいて、あたかも真実又は真偽不明として書かれた情報を見かけることが多い。[p 4 3]

・真偽不明として書かれた情報を見かける層は各主要メディア毎に減少傾向にあるが、YouTubeは増加。[p 4 3]

■【新型コロナウイルスに関する間違った情報や誤解を招く情報を見聞きしたサービスやメディア（「真実ではない」「誤解を招く」「フェイクニュース・デマである」と注意喚起されていた場合）】

・Twitter、民間放送の利用者は、当該サービスにおいて、注意喚起を見かけることが多い。[p 4 4]

・主要なサービス・メディアにおいて、全般的に注意喚起を見かける層が減少傾向にある。[p 4 4]

■【新型コロナウイルスや米国大統領選挙に関する情報流通に関する意見】

・約半数が正しい情報の判断の難しさやファクトチェックの必要性に同意。また、SNS事業者の対応が十分ではないという意見が多い。[p 4 7]

・新型コロナウイルス関連の正しい情報の取得方法が分からない層や新型コロナウイルス関連の情報をより収集したい層、新型コロナウイルスに対して自身がすべきことが分からない層が減少している。[p 4 8]

・SNS事業者は新型コロナウイルス関連の情報流通で適切な対応を行っている・SNS事業者は間違った情報がユーザーに対して表示されないような工夫を行っている・政府は国民に対して正しい情報を届けるための工夫を適切に行っているという意見に対して同意しない層が減少している。[p 4 9]

■【新型コロナウイルス関連のフェイクニュースに関するインフォデミック対策の認知度】

「新型コロナウイルス関連の各PFインフォデミック対策の認知度」は全体的に低く、1割程度。[p 5 0]

調査結果（スクリーニング調査）

調査特徴：

フェイクニュースに関連する全般的な質問項目に加えて、関連用語認知や個別・具体的な「間違った情報や誤解を招く情報」についても聴取を実施した。

フェイクニュース定義

フェイクニュース：

「定まった定義はないが、何らかの利益を得ることや意図的に騙すことを目的としたいわゆる「偽情報」や、単に誤った情報である「誤情報」や「デマ」などを広く指すもの」

(2021年3月調査定義
F7における説明文)

調査全体として、「フェイクニュース」に関する質問については、上記の説明をもとに回答者の主観により「フェイクニュース」と思う事柄についての回答結果

ただし、Q7～Q16については、
+ 新型コロナウイルス
+ 米国大統領選挙
に関連する個別具体事例を前提とした回答結果

調査特徴

調査全体

フェイクニュースに関連する以下の現状について調査

- － インターネットサービスの利用状況
- － フェイクニュースへの接触状況
- － フェイクニュースに対するリテラシー
- － その他フェイクニュース関連事項

F7

フェイクニュース関連用語に対する認知について調査

- － フェイクニュース
- － ディープフェイク
- － ファクトチェック

Q7
～
Q16

新型コロナウイルス及び米国大統領選挙に関連する個別具体事例

18個の「間違った情報や誤解を招く情報」について調査

以下例：

- － “新型コロナウイルスは熱に弱く、お湯を飲むと予防に効果がある”
- － “お茶・紅茶を飲むと新型コロナウイルス予防に効果がある”
- － “ “そもそも新型コロナウイルスは存在しない”
- － “新型コロナウイルスはただの風邪である”
- － “郵便投票で機械的に製造されたバイデン票が発見された”
- － “アメリカ大統領選の投票率、ネバダ州など複数の激戦週で投票率が100%を超えた” 他

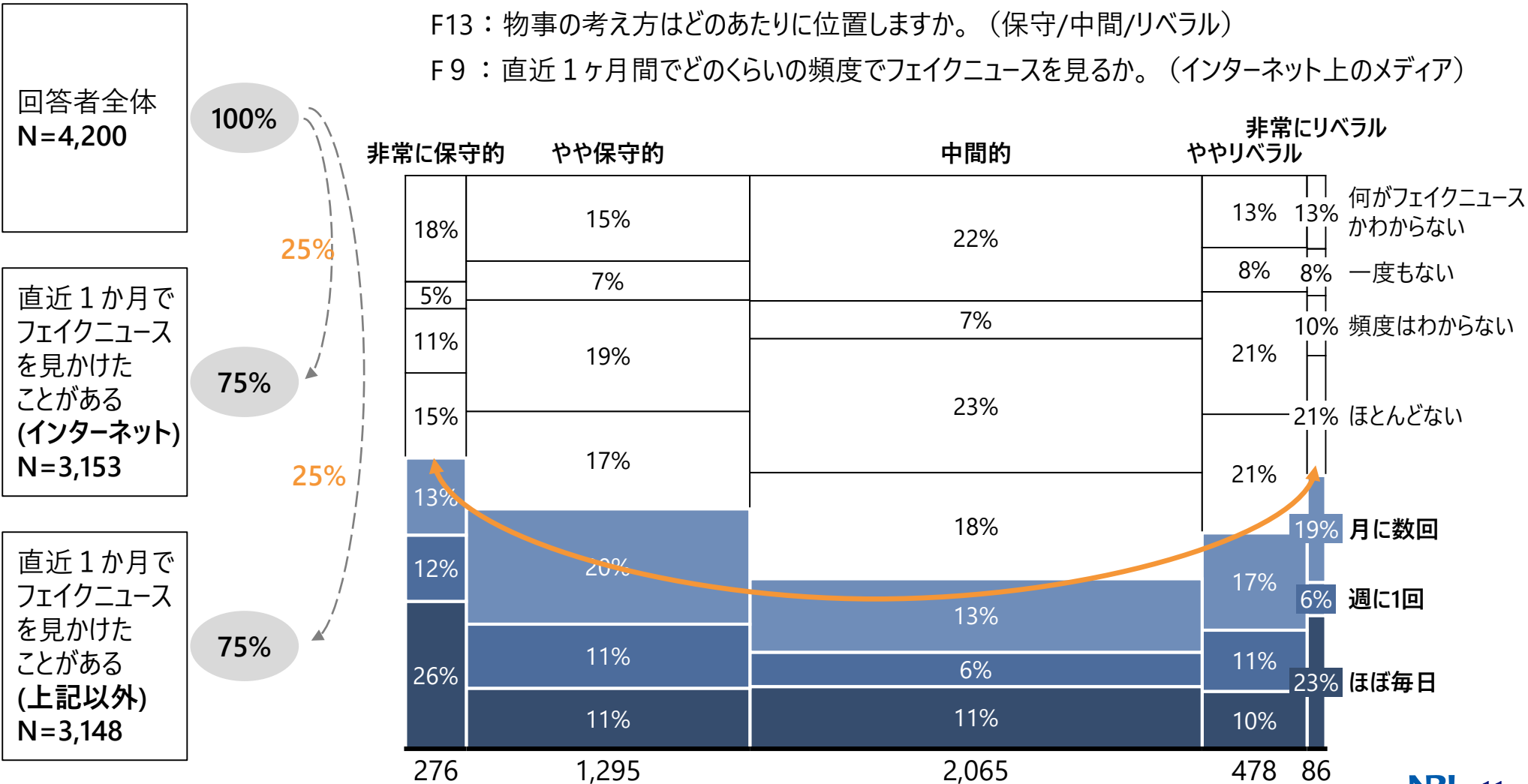
調査結果：スクリーニングおよび回答者の概要

回答者の直近 1 か月でのフェイクニュース接触率は75%。
保守またはリベラルのいずれかの考えを持つ人は、フェイクニュース接触回数が多い。

スクリーニング(N=4,200)

物事の考え方×フェイクニュース接触回数 (N = 4,200)

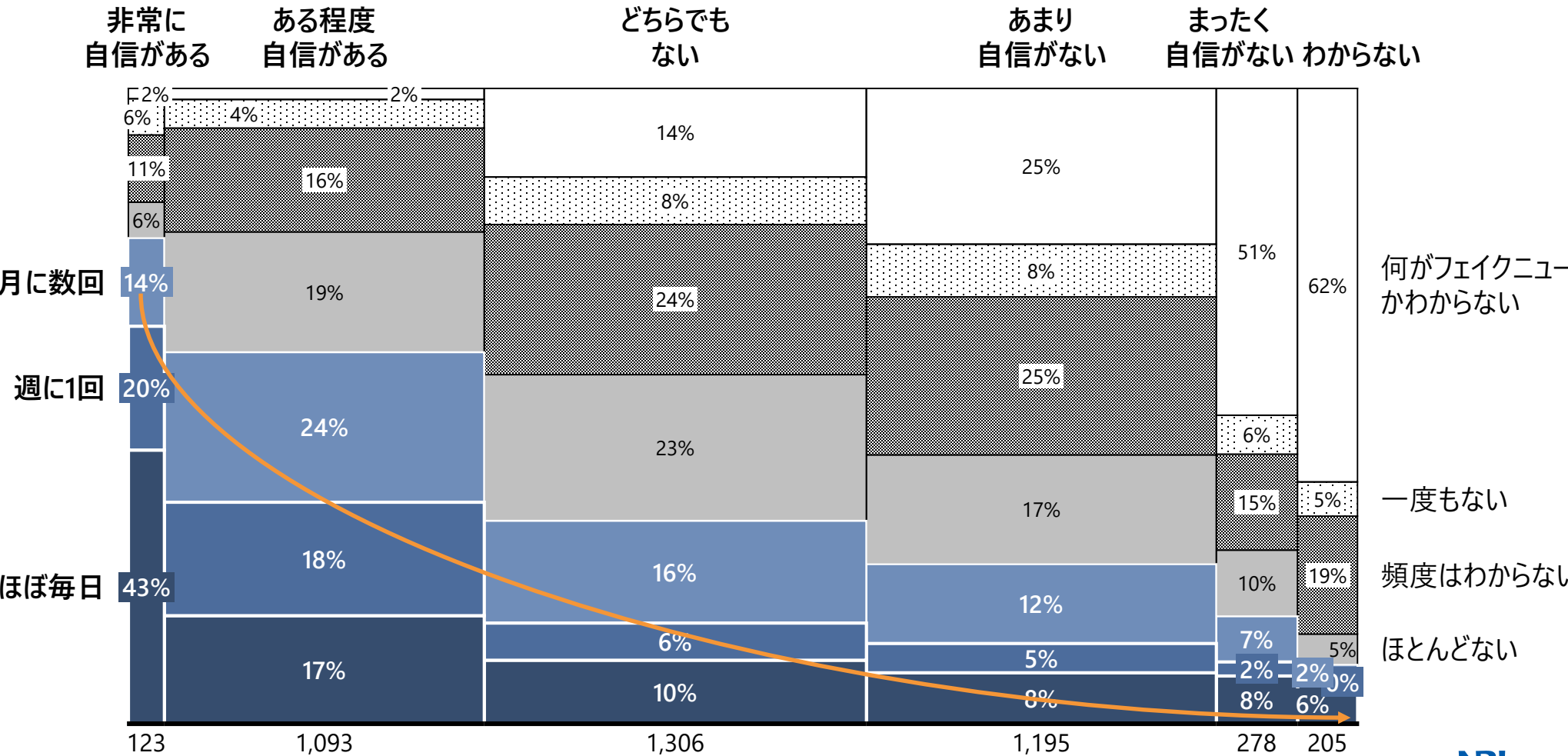
F13：物事の考え方はどのあたりに位置しますか。（保守/中間/リベラル）
F9：直近 1 ヶ月間でどのくらいの頻度でフェイクニュースを見るか。（インターネット上のメディア）



調査結果：情報の真偽を見分ける自信とフェイクニュースへの接触状況の関係

情報を見分ける自信がある層の方が、フェイクニュース接触回数が多い傾向。
自信がない層は、フェイクニュースと気づかずに情報を受け取っている可能性がある。

F 8：あなたは、情報の真偽を見分ける自信はありますか。それぞれあてはまるものをお知らせください。（インターネット上のメディア）
F 9：直近の1ヶ月の間で、あなたは次のメディアの中でどのくらいの頻度でフェイクニュースを見かけますか。（インターネット上のメディア）
（N=4,200）

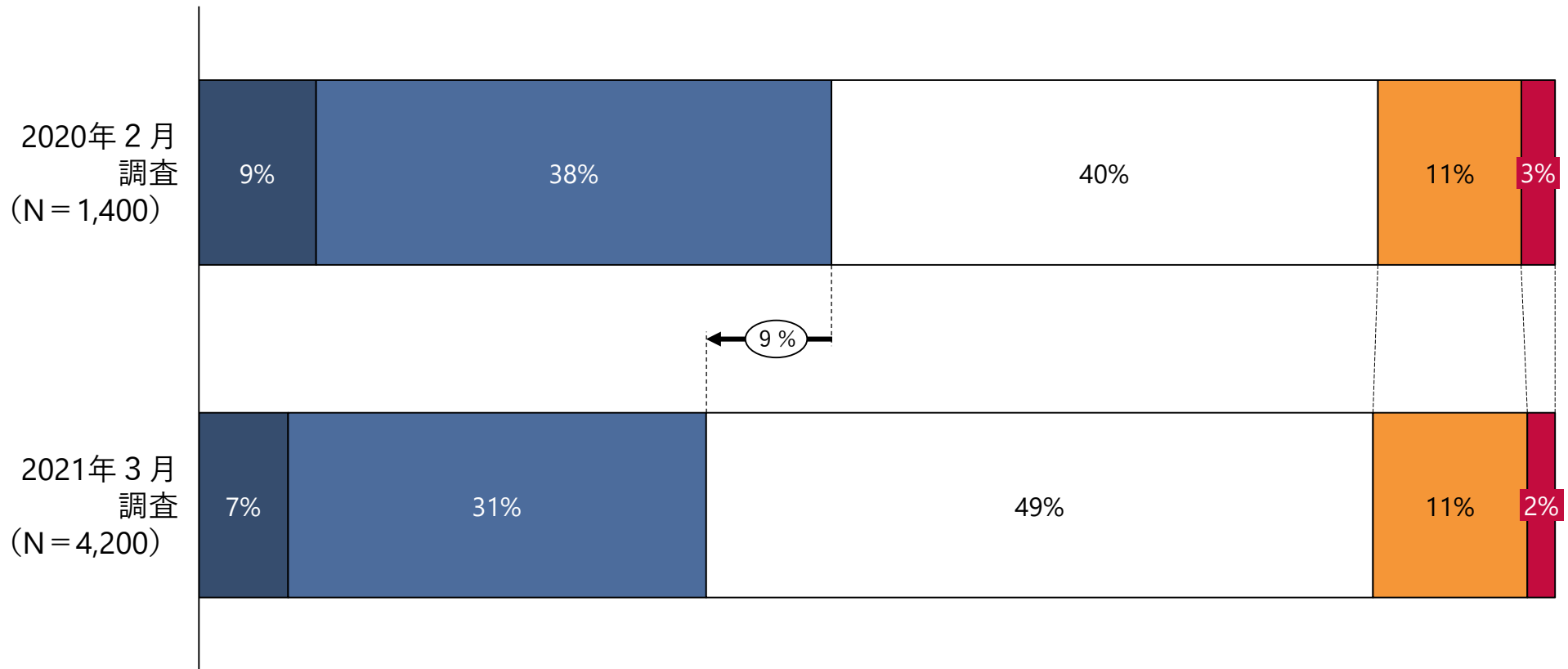


調査結果：物事の考え方

- ・ 現状、中間的な物事の考え方をする層を半数が占める。残りの4割程度が保守層。リベラル層は1割程度
- ・ 過去調査との比較では、保守層が減少する（9%）一方、中間層が増加。リベラル層は変化はない。

F13：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）

■ 非常に保守的 ■ やや保守的 □ 中間的 ■ ややリベラル ■ 非常にリベラル



調査結果：フェイクニュースに関する用語の認知度

- ・ 関連用語の内容を知っている層はフェイクニュースで8割、ディープフェイク・ファクトチェックで3割程度。
- ・ 用語全般に対する認知度は全般的に増加傾向。ディープフェイクを内容を具体的に知っている層が倍増（8％）。

F7：あなたは次の用語について、知っていますか。

フェイクニュース

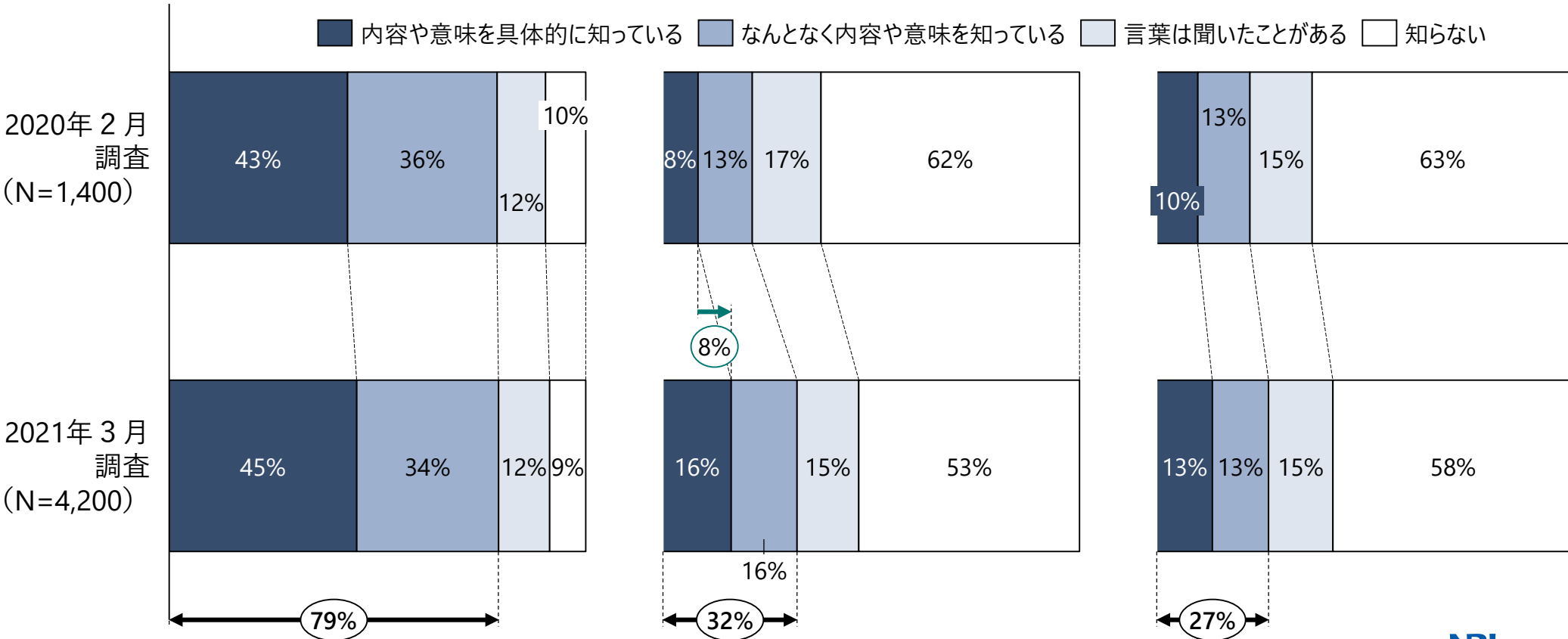
定まった定義はないが、何らかの利益を得ることや意図的に騙すことを目的としたいわゆる「偽情報」や、単に誤った情報である「誤情報」や「デマ」などを広く指すもの

ディープフェイク

AI技術や機械学習の技術を悪用して作り出された偽の映像

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

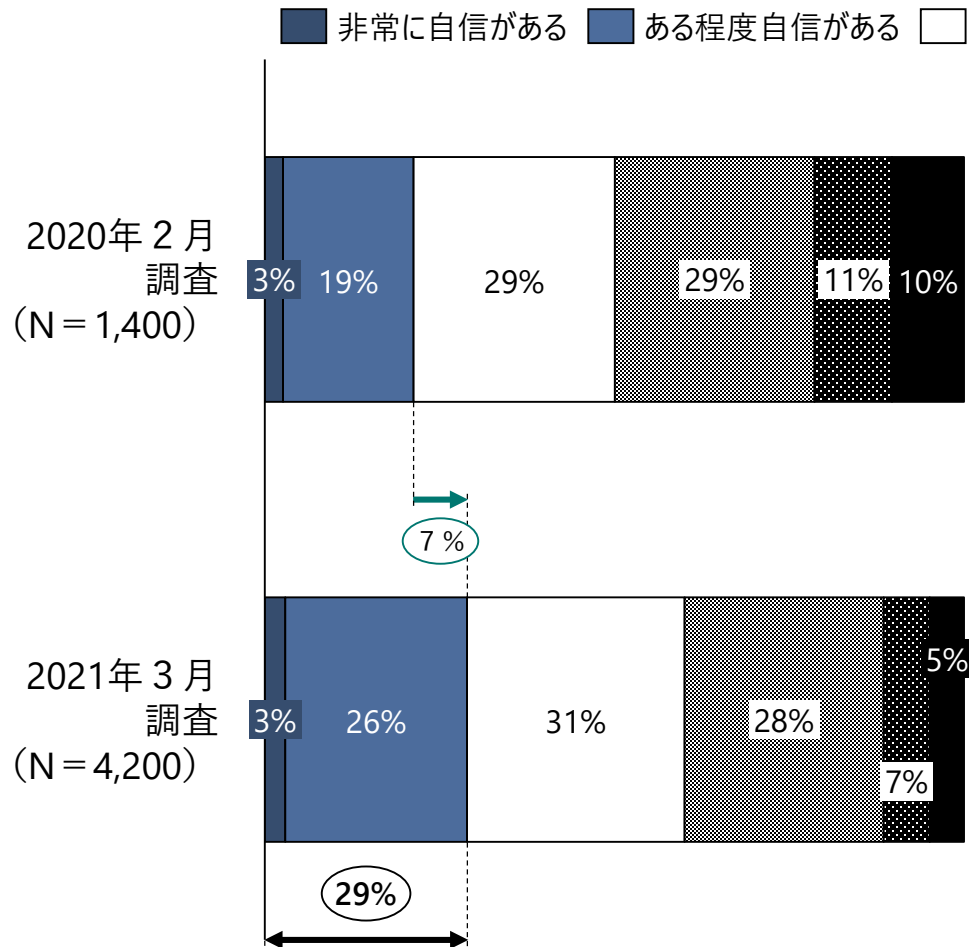


調査結果：フェイクニュースに対するリテラシー

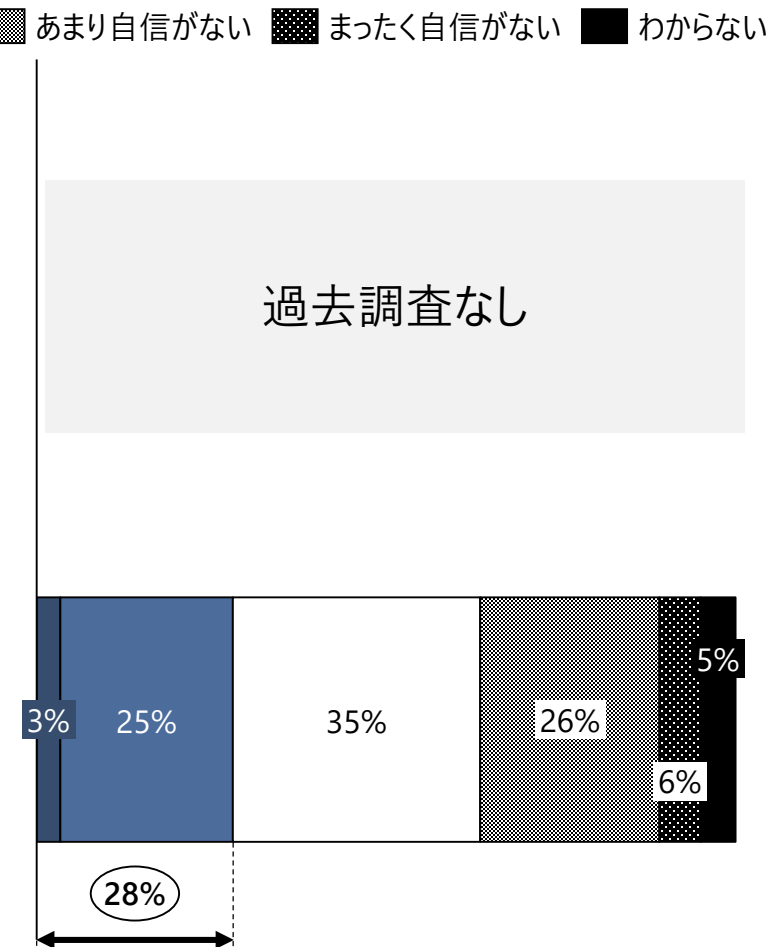
- ・ 現状、3 割程度が情報の真偽を見分ける自信があると回答。
- ・ インターネットやメディアで流れる情報全般の真偽を見分ける自信があると回答した人が増加している（8 %）。

F 8 : あなたは、情報の真偽を見分ける自信はありますか。

インターネットやメディアで流れる情報全般



新型コロナウイルス関連の情報



調査結果：フェイクニュースへの接触状況

- ・ 直近 1 か月の間で 3 割程度がフェイクニュースに週 1 回以上接触。インターネット媒体における接触率がより高い。
- ・ メディア形態に関わらず、全般的にフェイクニュース接触機会は減少している（ネット：5% 非ネット：4%）。

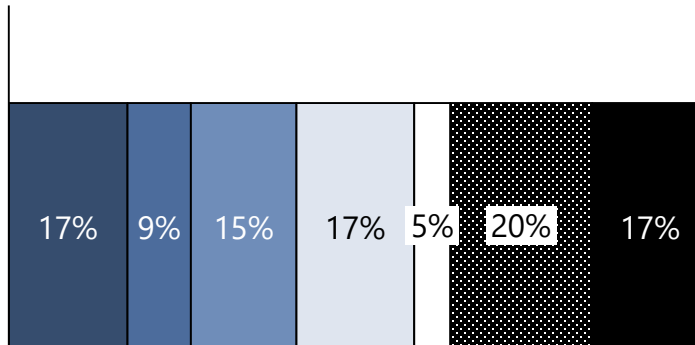
F9：直近の1ヶ月の間に、あなたは次のメディアの中でどのくらいの頻度でフェイクニュースを見かけますか。

インターネット上のメディア（SNSやブログなど）

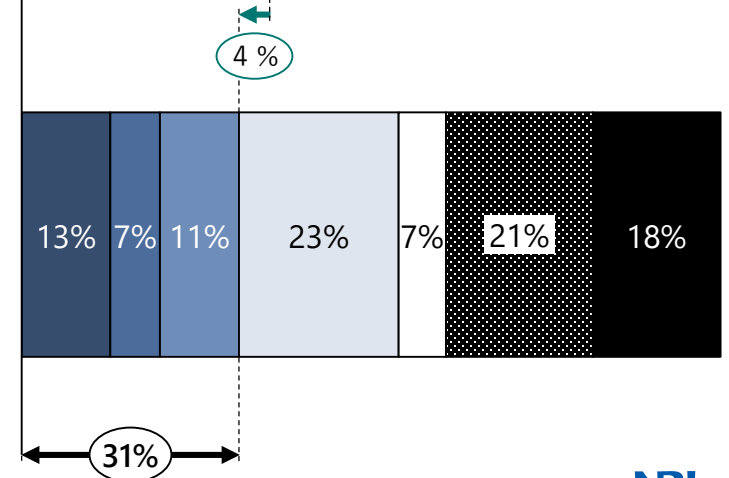
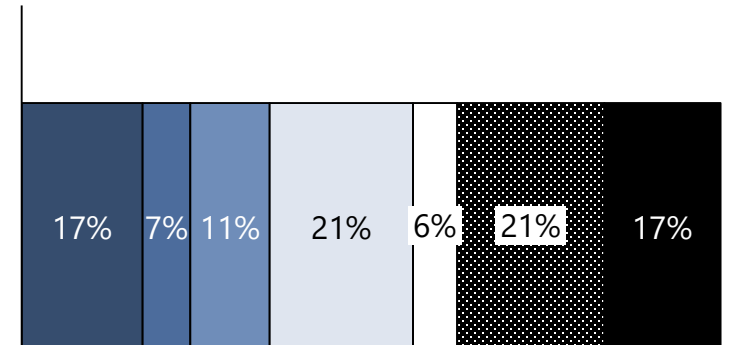
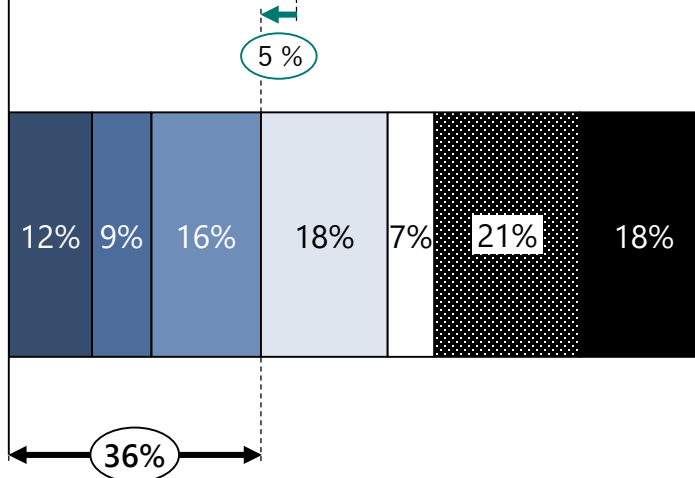
インターネット以外のメディア（テレビや新聞など）

■ 毎日、またはほぼ毎日 ■ 月に数回 □ 一度も見たことがない ■ そもそも何がフェイクニュースなのかがわからない
 ■ 最低週に1回 ■ ほとんどない ■ 頻度はわからない

2020年2月
調査
(N = 1,400)



2021年3月
調査
(N = 4,200)



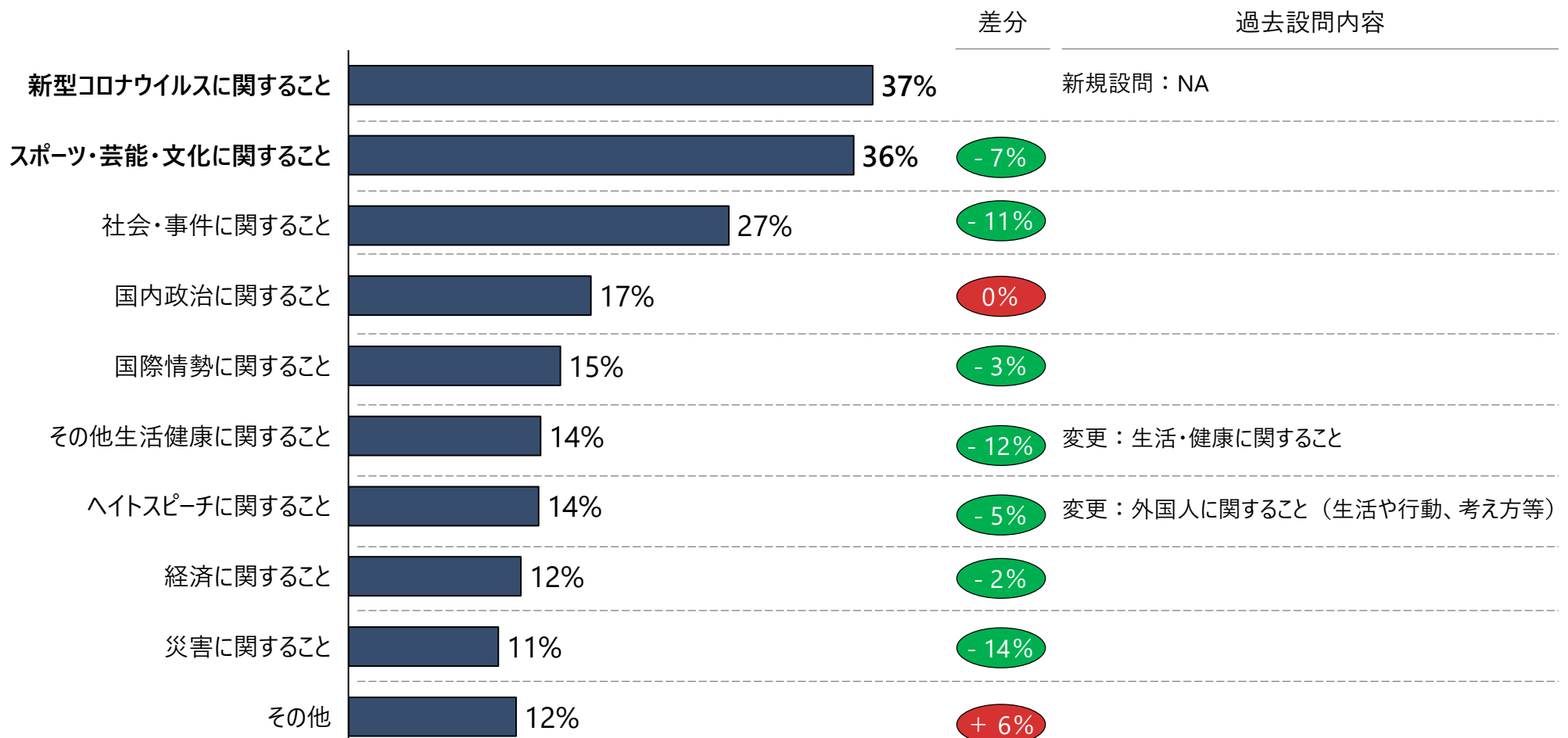
調査結果：ジャンルごとのフェイクニュースへの接触状況

- ・ 直近 1 か月の間で、フェイクニュース接触率が高いジャンルは、新型コロナウイルス及びスポーツ・芸能系関連。
- ・ その他のジャンルを除き、ジャンル別の接触率は減少している*（2-14%）。

F10：直近の1ヶ月の間にフェイクニュースを見かけたことがある方に伺います。直近の1ヶ月の間に、あなたはどのようなジャンルのフェイクニュースをみたことがありますか。

2021年3月調査（N=3,993）

2020年2月比較参考*（N=1,341）



過去調査に対して、新規設問を挿入、設問文を一部変更している為、比較は参考値

調査結果：フェイクニュースに接することが多いと思う情報源

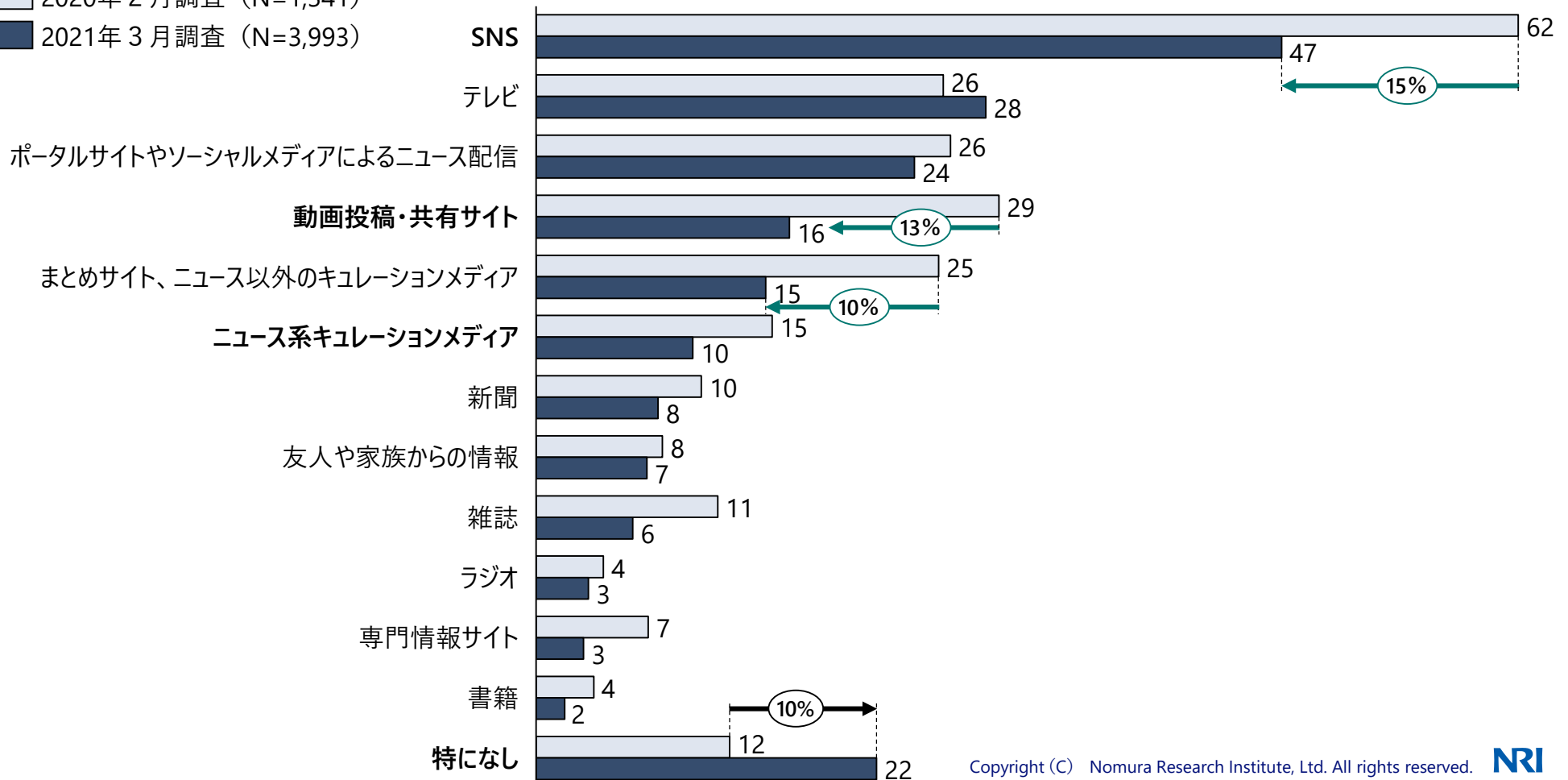
- 直近 1 か月の間で、SNSが最もフェイクニュースに接することが多いメディアであり、回答者の半数程度を占める。
- 各種メディアについて、フェイクニュースに接することが多い、と回答する人は減少している。特に、SNSや動画投稿・共有サイト、キュレーションメディアでは大幅に減少している（SNS：15%、動画：13%、キュレーション：10%）。

F11：直近の1ヶ月の間にフェイクニュースを見かけたことがある方に伺います。

直近の1ヶ月の間に、フェイクニュースに接することが多いと思う情報源をあげてください。あてはまるものをすべてお選びください。(%)

2020年2月調査 (N=1,341)

2021年3月調査 (N=3,993)



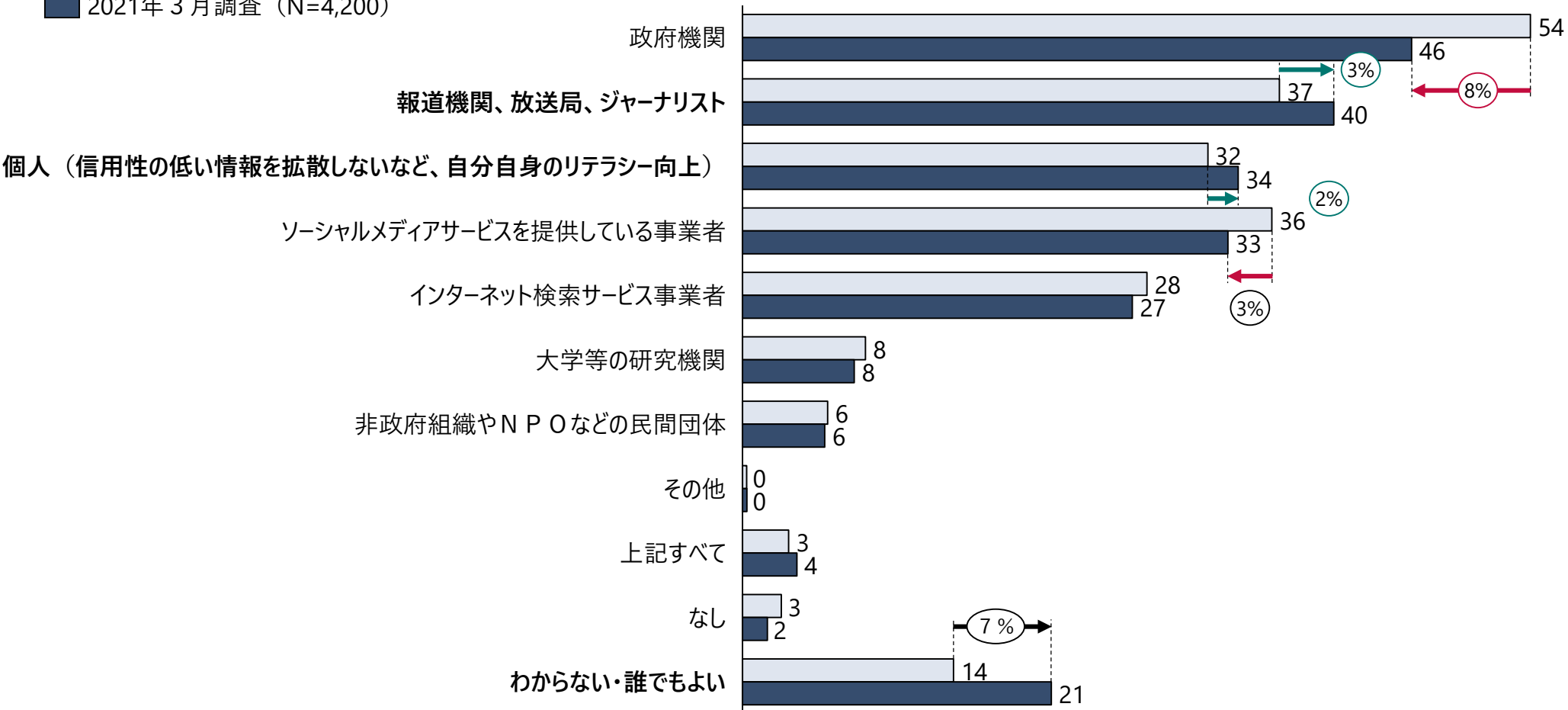
調査結果：フェイクニュース対策に取り組むべき主体

- 政府機関がフェイクニュース対策に取り組むべきであるとする回答者が半数程度を占める。
- フェイクニュース対策に取り組むべき主体として報道機関等や個人を挙げる層が増加（2 - 3 %）している一方、政府機関や事業者が対策に取り組むべきだとする層は減少している（政府機関：8 %、SNS事業者：3 %）。

F12：あなたは、誰がフェイクニュース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。（%）

2020年2月調査（N=1,400）

2021年3月調査（N=4,200）

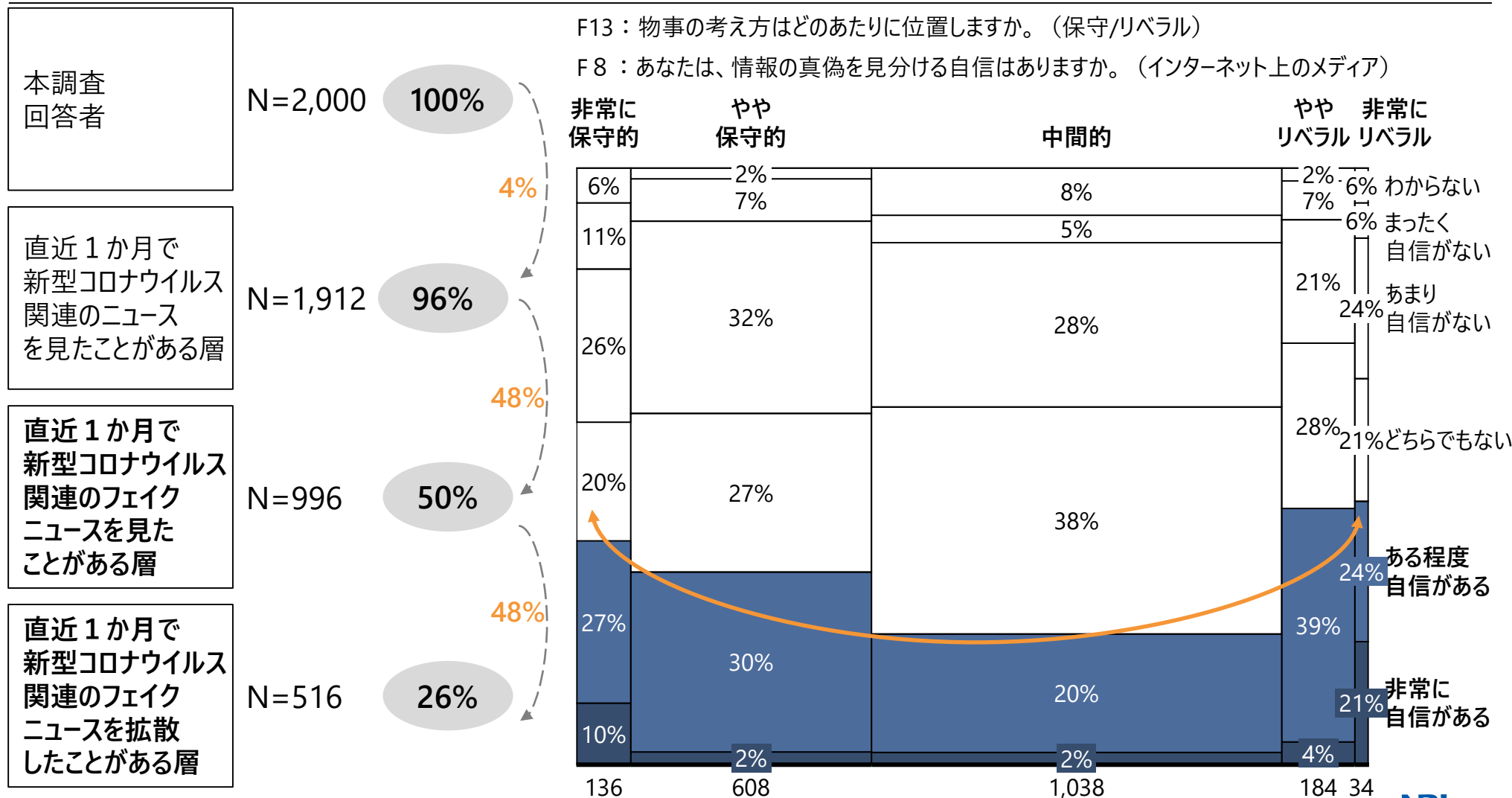


調査結果（本調査）

調査結果：スクリーニングおよび回答者の概要

直近1ヶ月の間の新型コロナウイルス関連のフェイクニュース接触した層は半数、拡散経験層は3割弱程度。
保守・リベラル層は、情報の真偽を見分ける自信があると回答する傾向にある。

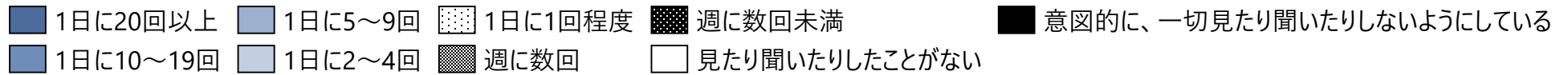
本調査(N=2,000)



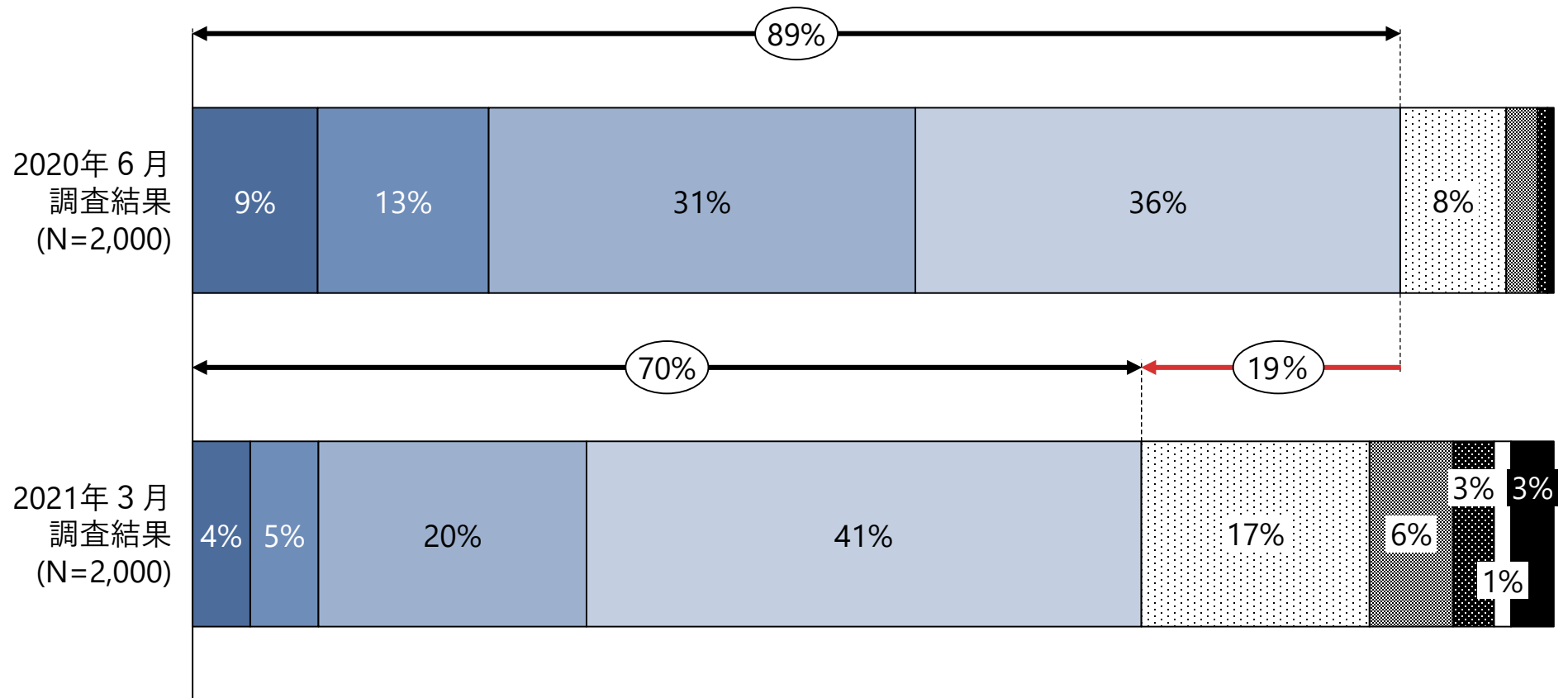
調査結果：新型コロナウイルスの情報やニュースへの接触度

- ・ 直近 1 ヶ月の間で、1 日あたり 2 回以上新型コロナウイルス関連情報やニュースを見聞きした層は 7 割程度。
- ・ 新型コロナウイルス関連情報への接触頻度は全体的に減少している（1 日あたり 2 回以上接触層にて 19%）。

Q1：直近の 1 ヶ月の間で、新型コロナウイルスに関する情報やニュースを見たり聞いたりした頻度は、平均してどれくらいですか。



直近 1 か月の間で、1 日あたり 2 回以上新型コロナウイルスに関する情報やニュースに接触



調査結果：新型コロナウイルス情報に関わる情報源やメディア・サービス（Q2・4・5）

- 相対的な傾向として、放送メディアは利用度・信頼度が共に高く、政府の情報は利用度はそれほど高くないが信頼度は高く、ニュース系アプリ・サイトは利用度は高いが信頼度がそれほど高くない。
- 過去調査との比較では、ニュース系アプリ・サイトでの情報受容や利用意向が減少しており（Yahoo!ニュース：11%、LINE NEWS：16%）、政府の情報・放送メディア・ニュース系アプリ・サイトのいずれも信頼度が減少している（政府：4%、NHK・民間放送：7%、Yahoo!ニュース：9%、LINE NEWS：7%）。

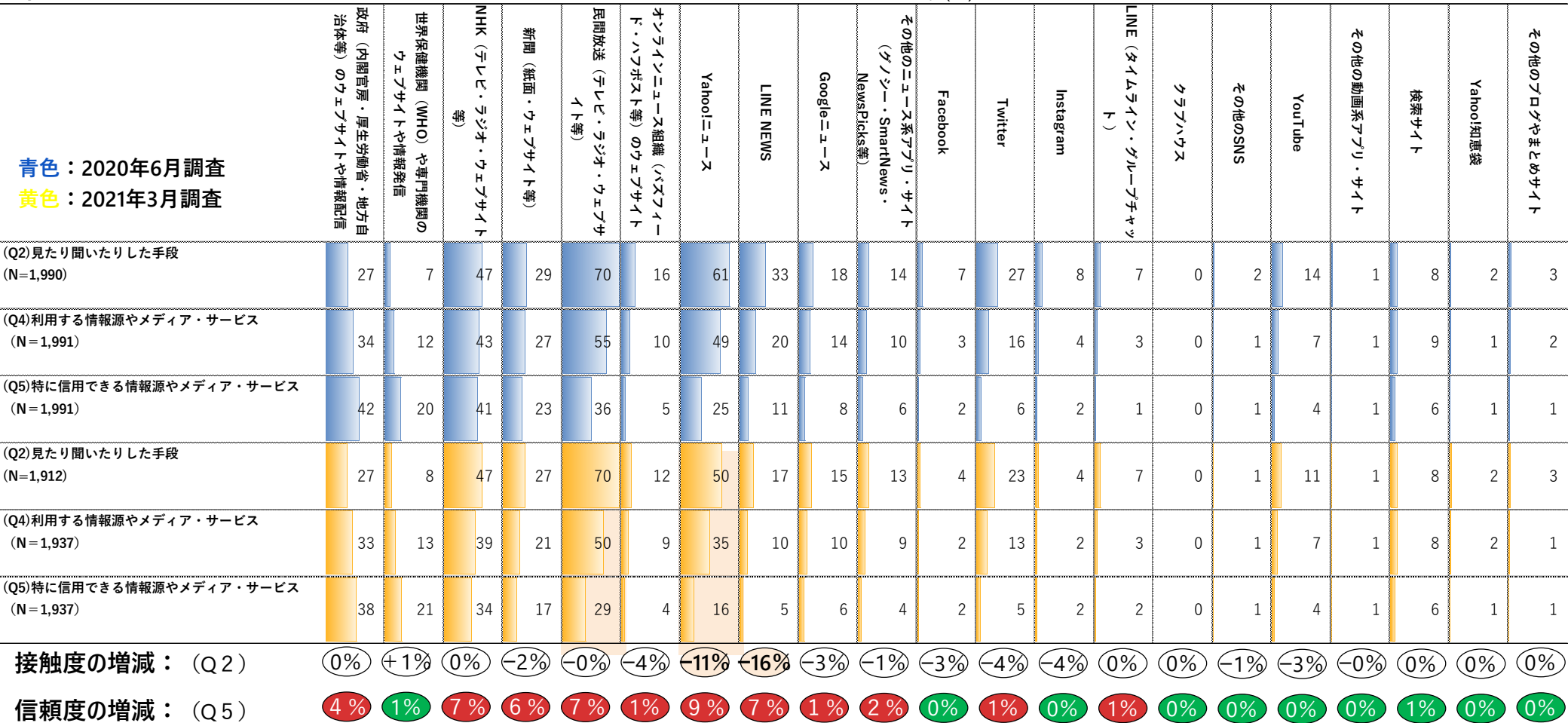
Q2：直近の1ヶ月の間で、どのような方法で新型コロナウイルスに関する情報を見たり聞いたりしましたか。（%）

Q4：あなたにとって新型コロナウイルスに関して情報を知りたいと思った際に利用する情報源やメディア・サービスはどれですか。（%）

Q5：あなたにとって新型コロナウイルスに関する情報について、特に信用できる情報源やメディア・サービスをすべてお知らせください。（%）

青色：2020年6月調査

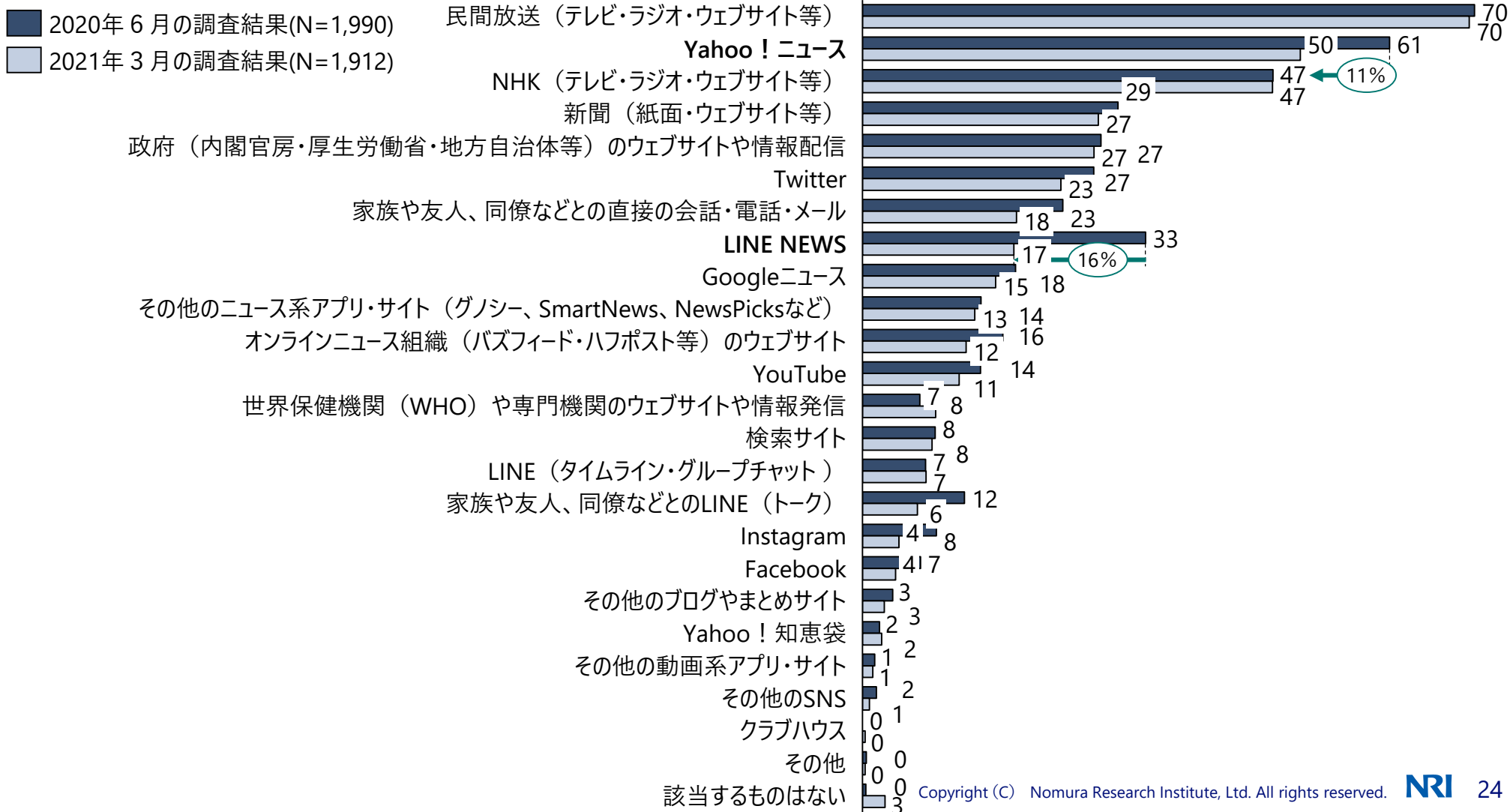
黄色：2021年3月調査



調査結果：新型コロナウイルスの情報やニュースを見聞きした情報媒体（参考）

- ・ 直近 1 か月の間で、民間放送・Yahoo!ニュース・NHKにて新型コロナウイルス関連情報に接触した層が多い。
- ・ Yahoo!ニュース・LINE NEWSにて新型コロナウイルス関連情報に接触した層が大幅に減少している（Yahoo!ニュース：11%、LINE NEWS：16%）。

Q 2：直近の 1 ヶ月の間で、どのような方法で新型コロナウイルスに関する情報を見たり聞いたりしましたか。（%）



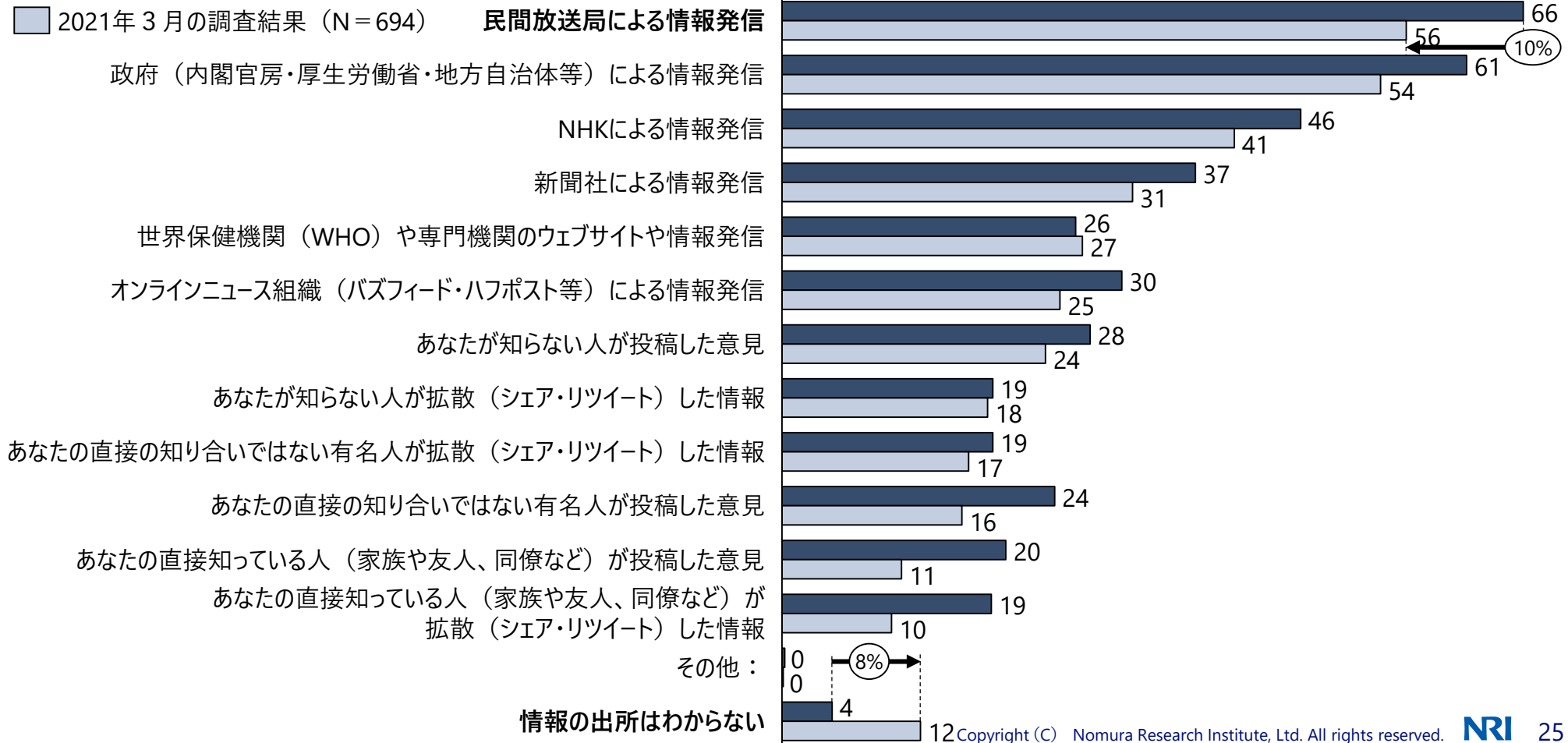
調査結果：SNS等で見聞きした新型コロナウイルスの情報の出所・情報源（参考）

- ・ 直近 1 か月間で、SNSで見聞きした新型コロナウイルスの情報の出所・情報源としては、民間放送局・政府・NHKをメディア等の情報発信とする回答が多い。
- ・ 情報の出所・情報源に関する記載を見聞きしたと回答した層が全体的に減少。特に民間放送局を挙げる層が大幅に減少している（10%）。

Q3：前問で、直近の1ヶ月の間に、SNSや検索エンジンなどで新型コロナウイルスに関する情報を見たり聞いたりした方にお伺いします。それらの情報の出所・情報源としてあてはまるものをすべてお知らせください。（%）

■ 2020年6月の調査結果（N=848）

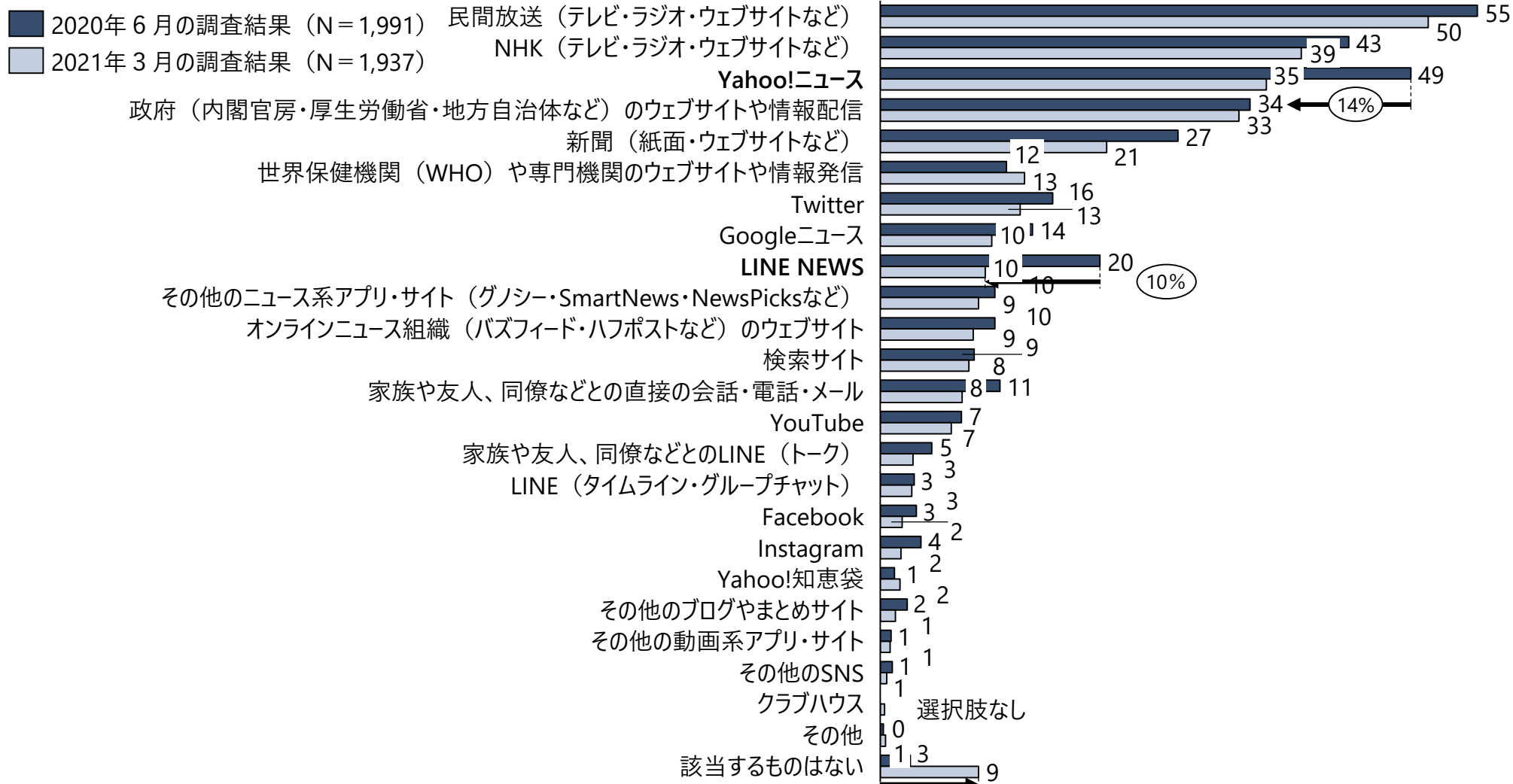
□ 2021年3月の調査結果（N=694）



調査結果：新型コロナウイルスの情報を知る際に利用する情報源やメディア・サービス（参考）

- ・ 新型コロナウイルス関連情報を入手するメディア・サービスとして民間放送・NHK・Yahoo!ニュースを挙げる層が多い。
- ・ 各種メディア・サービスの利用意向は全体的に減少。特に、Yahoo!ニュース・LINE NEWSで大幅に減少している（Yahoo!ニュース：14%、LINE：10%）。

Q4：あなたにとって、新型コロナウイルスに関して情報を知りたいと思った際に利用する情報源やメディア・サービスはどれですか。（%）



調査結果：信頼できる新型コロナウイルスの情報の情報源やメディア・サービス（参考）

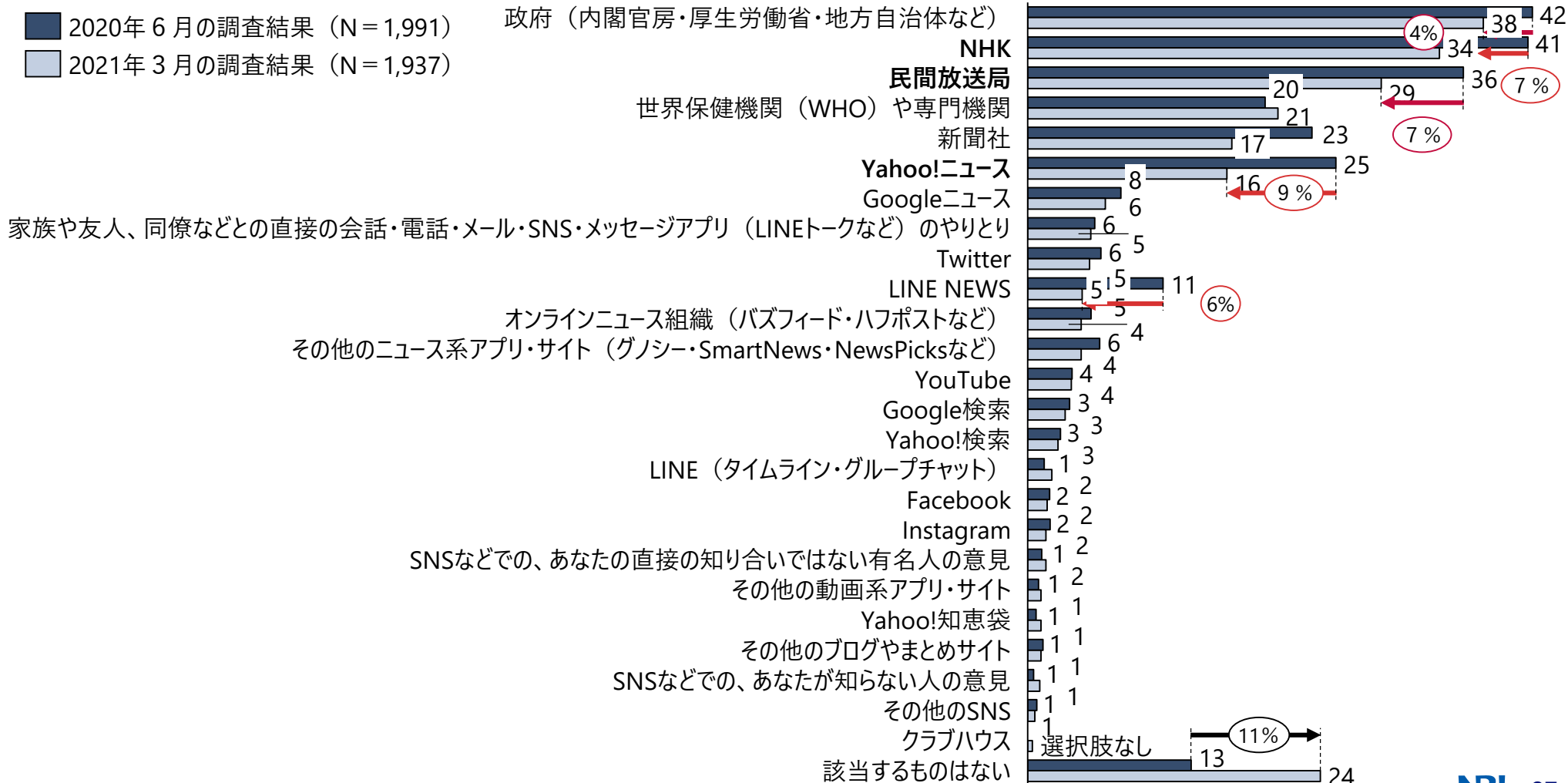
- 新型コロナウイルス関連で信頼できる情報源やメディア・サービスとして、政府・NHK・民間放送局を挙げる層が多い。

個別のメディア・サービスを信頼する層が全体的に減少。特に、政府・NHK・民間放送局・ニュース系アプリサイトで減少（政府：4%、NHK：7%、民間放送局：7%、ニュース系アプリサイト：9%）。
Q5 あなたにとって、新型コロナウイルスに関する情報について、以下の情報源やメディア・サービスをどれほど信用していますか。特に信用できる情報源やメディア・サービスをすべてお知らせください。（%）

■ 2020年6月の調査結果（N=1,991）

政府（内閣官房・厚生労働省・地方自治体など）

■ 2021年3月の調査結果（N=1,937）



|過去調査に対して、新規選択肢を挿入、一部変更している為、比較は参考値

調査結果：新型コロナウイルスの情報を見聞きしてとった行動

- ・ 新型コロナウイルス関連情報を見聞きした後に、マスク着用・3密回避・手洗い・外出自粛を実施する層が多い。
- ・ 情報の見聞き後に行動が変化した層が全体的に減少。特に3密回避・外出自粛・換気を実施する層が大幅減少（3密回避：12%、外出自粛：19%、換気：18%）。

Q 6：新型コロナウイルスに関する情報を見たり聞いたりしたことにより、あなたはどのような行動をとりましたか。(%)

■ 2020年6月の調査結果（N=1,991）

□ 2021年3月の調査結果（N=1,912）

マスクを着用するようになった

3つの密（密閉空間・密集場所・密接場面）を避けるようになった

手洗いをよく行うようになった

外出を控えるようになった

他人との距離をとるにした（ソーシャルディスタンスを心がけるようになった）

定期的に換気をするようになった

トイレットペーパーやティッシュペーパーを余分に購入した

納豆をよく食べるようになった

食料品を余分に購入した

紅茶やお茶をよく飲むようになった

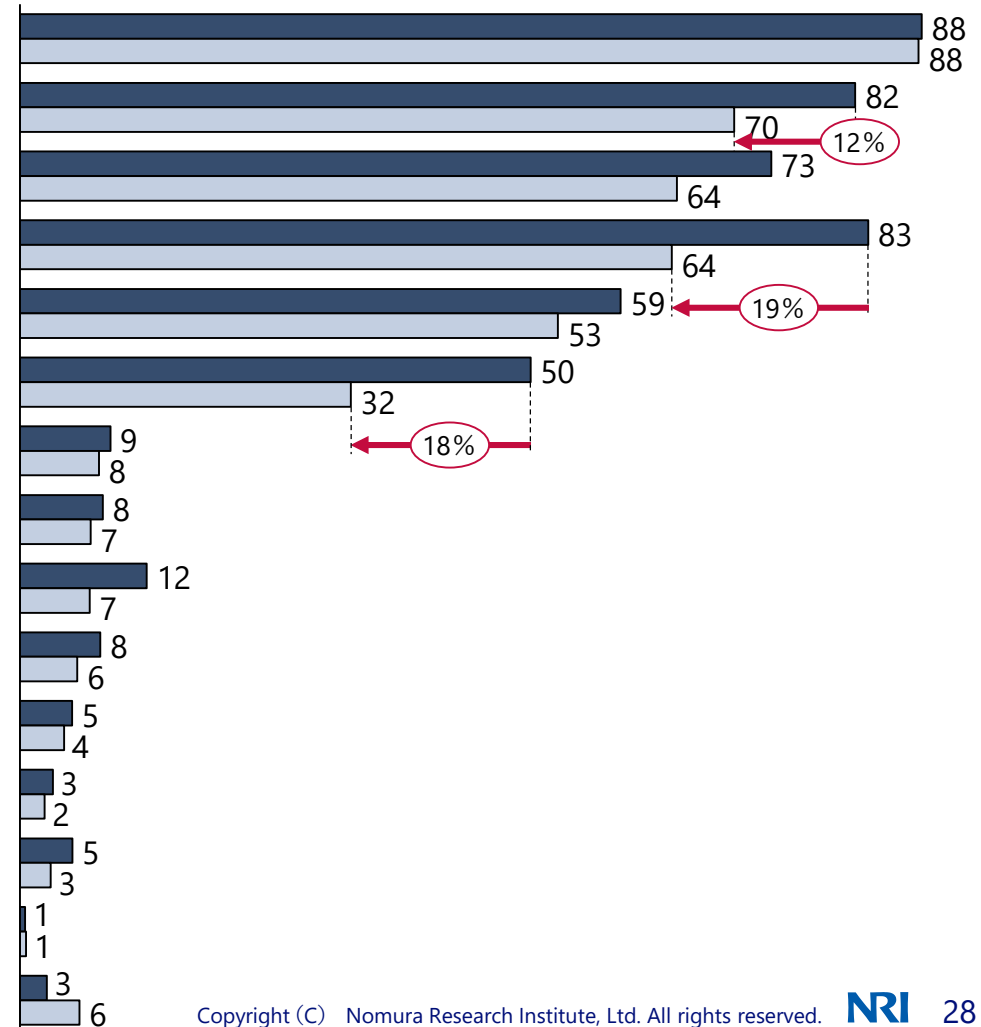
お湯をよく飲むようになった

ニンニクをよく食べるようになった

上記以外に「新型コロナウイルス予防効果がある」という情報を見て、その行動をとった

その他

当てはまるものはない



フェイクニュース取り扱いジャンルと事例

Q7～Q16については、新型コロナウイルス・米国大統領選挙に関連する18個の具体的な「間違った情報や誤解を招く情報」を設定し、個別に聴取を実施。

ジャンル	間違った情報や誤解を招く情報	ファクトチェック (日付)	2020年 6月対応
新型コロナウイルス 関連	“新型コロナウイルスは熱に弱く、お湯を飲むと予防に効果がある”	20.04.28時点で、 メディアやファクト チェック機関により ファクトチェック済み	既出
	“お茶・紅茶を飲むと新型コロナウイルス予防に効果がある”		
	“こまめに水を飲むと新型コロナウイルス予防に効果がある”		
	“納豆を食べると新型コロナウイルス予防に効果がある”		
	“ニンニクを食べると新型コロナウイルス予防に効果がある”		
	“ビタミンDは新型コロナウイルス予防に効果がある”		
	“花こう岩などの石はウイルスの分解に即効性がある”		
	“漂白剤を飲むとコロナウイルス予防に効果がある”		
	“新型コロナウイルスは5Gテクノロジーによって活性化される”		
	“トイレットペーパーは中国産が多いため、新型コロナウイルスの影響でトイレットペーパーが不足する”		
	“新型コロナウイルスについて、中国が「日本肺炎」という呼称を広めようとしている”		
	“新型コロナウイルスは、中国の研究所で作成された生物兵器である”		
米国大統領 選挙関連	“死体を燃やした時に発生する二酸化硫黄（亜硫酸ガス）の濃度が武漢周辺で大量に検出された”	ファクトチェックは受 けていないが誤り である可能性が高い	新規
	“そもそも新型コロナウイルスは存在しない”		
	“新型コロナウイルスはただの風邪である”		
	“郵便投票で機械的に製造されたバイデン票が発見された”		
	“アメリカ大統領選の投票率、ネバダ州など複数の激戦週で投票率が100%を超えた”	誤り (20.11.18)	
	“バラク・オバマ元米大統領が11月28日にスパイ容疑で逮捕された”	誤り (20.12.02)	

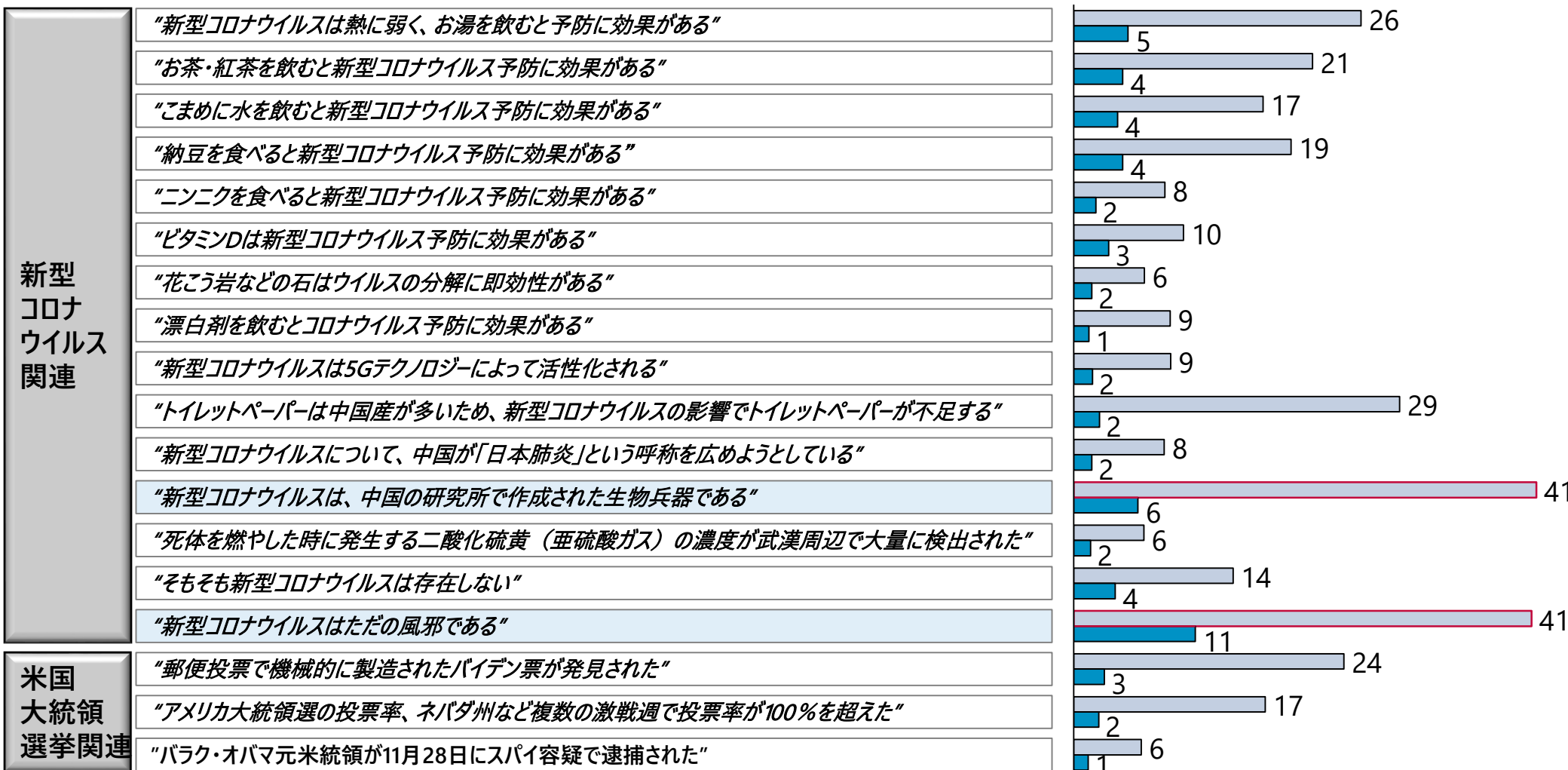
調査結果：新型コロナウイルス・米国大統領選挙関連のフェイクニュースへの接触状況

新型コロナウイルスに関する個別的なフェイクニュースの中には、4 割程度の回答者が見聞きしたものがある。
全ての個別の事例において、直近 1 か月程度の接触率がこれまでの接触率と比較して大幅に減少している。

Q 7：新型コロナウイルスや米国大統領選に関して、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。

また、直近 1 ヶ月程度において、見たり聞いたりしたことがあるものをすべてお知らせください。（％）

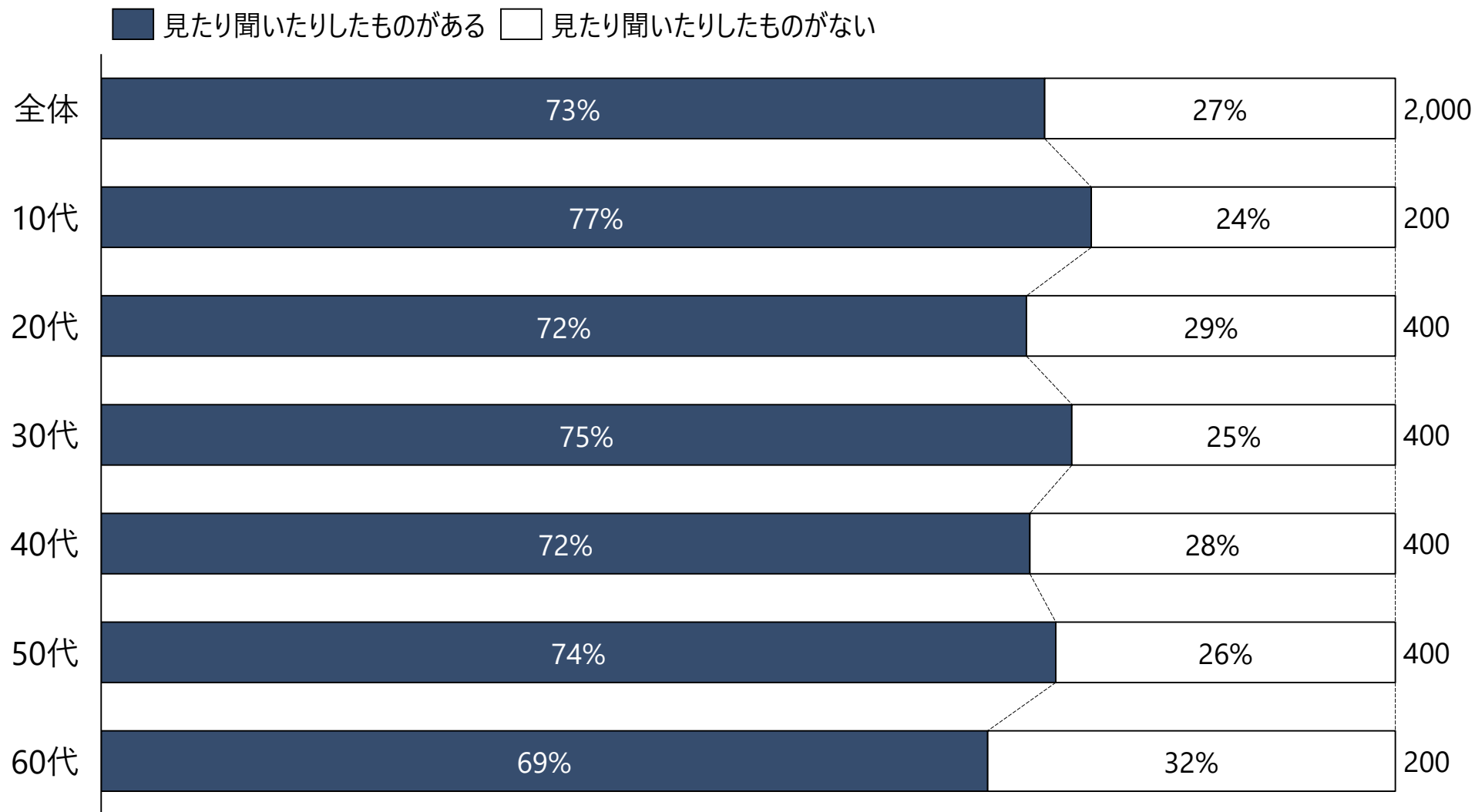
■ これまで ■ 直近1ヶ月程度



調査結果：新型コロナウイルス・米国大統領選挙関連のフェイクニュースへの接触状況 世代別 （参考）

間違った情報や誤解を招く情報への接触状況 について、前頁に掲載した個別情報について、
1 つでも見たり聞いたりしたと答えた人の割合は、どの世代においても 7 割程度で推移。

Q 7：新型コロナウイルスや米国大統領選に関して、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。



調査結果：新型コロナウイルス・米国大統領選関連のフェイクニュースへの接触状況

「間違った情報や誤解を招く情報」の影響力を接触・誤認の観点で評価。衝動的な情報の接触率が高い。（40%以上）また、健康関係のコロナ予防、海外ヘイト関係、大統領選関係がいずれも誤認されやすい可能性（20%以上）。

■：接触率が4割を超えた個別情報 ■：誤認率が2割を超えた個別情報

新型コロナウイルス
関連

米国
大統領
選挙関連

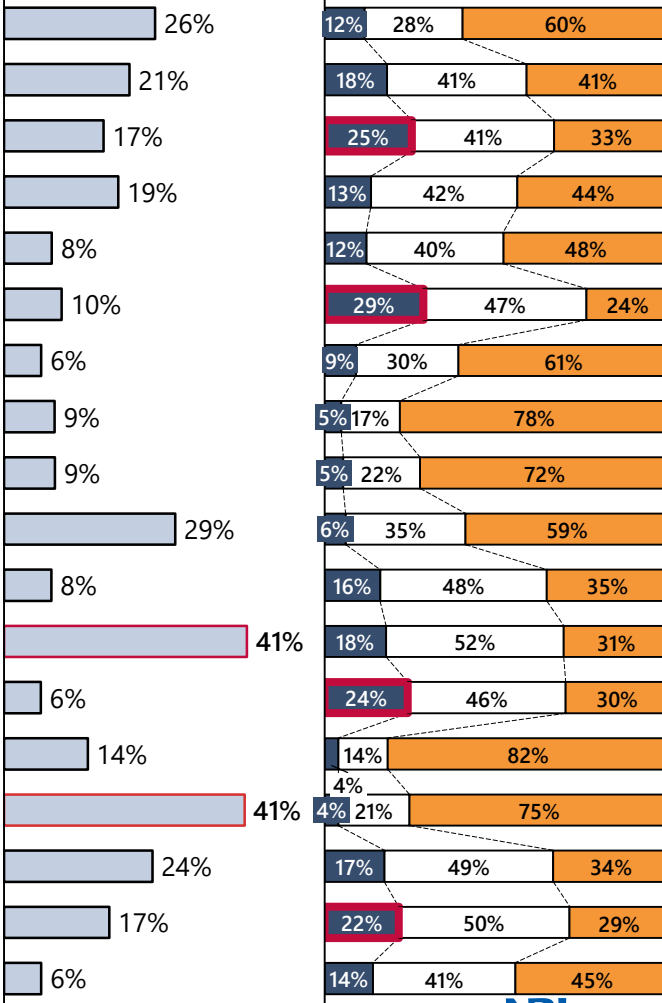
“新型コロナウイルスは熱に弱く、お湯を飲むと予防に効果がある”	
“お茶・紅茶を飲むと新型コロナウイルス予防に効果がある”	
“こまめに水を飲むと新型コロナウイルス予防に効果がある”	
“納豆を食べると新型コロナウイルス予防に効果がある”	
“ニンニクを食べると新型コロナウイルス予防に効果がある”	
“ビタミンDは新型コロナウイルス予防に効果がある”	
“花こう岩などの石はウイルスの分解に即効性がある”	
“漂白剤を飲むとコロナウイルス予防に効果がある”	
“新型コロナウイルスは5Gテクノロジーによって活性化される”	
“トイレットペーパーは中国産が多いため、新型コロナウイルスの影響でトイレットペーパーが不足する”	
“新型コロナウイルスについて、中国が「日本肺炎」という呼称を広めようとしている”	
“新型コロナウイルスは、中国の研究所で作成された生物兵器である”	
“死体を燃やした時に発生する二酸化硫黄（亜硫酸ガス）の濃度が武漢周辺で大量に検出された”	
“そもそも新型コロナウイルスは存在しない”	
“新型コロナウイルスはただの風邪である”	
“郵便投票で機械的に製造されたバイデン票が発見された”	
“アメリカ大統領選の投票率、ネバダ州など複数の激戦週で投票率が100%を超えた”	
“バラク・オバマ元米統領が11月28日にスパイ容疑で逮捕された”	

接触状況（Q7）

■ これまでに接触した

誤認状況（Q8）

■ 正しい情報だと思った・情報を信じた
■ 正しい情報かどうかわからなかった
■ 正しい情報ではないと思った

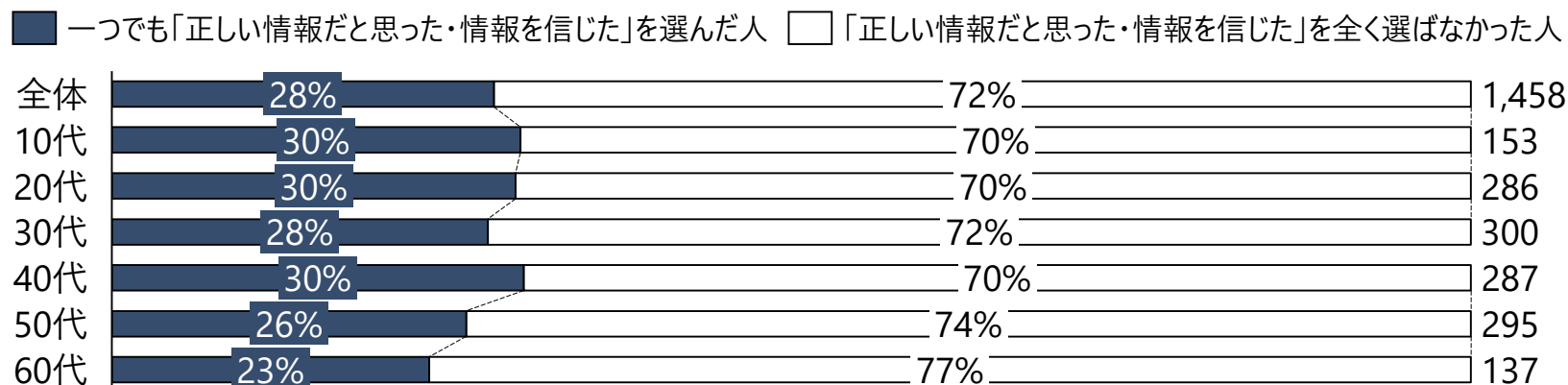


調査結果：新型コロナウイルス・米国大統領選関連のフェイクニュースへの接触状況 世代別 （参考）

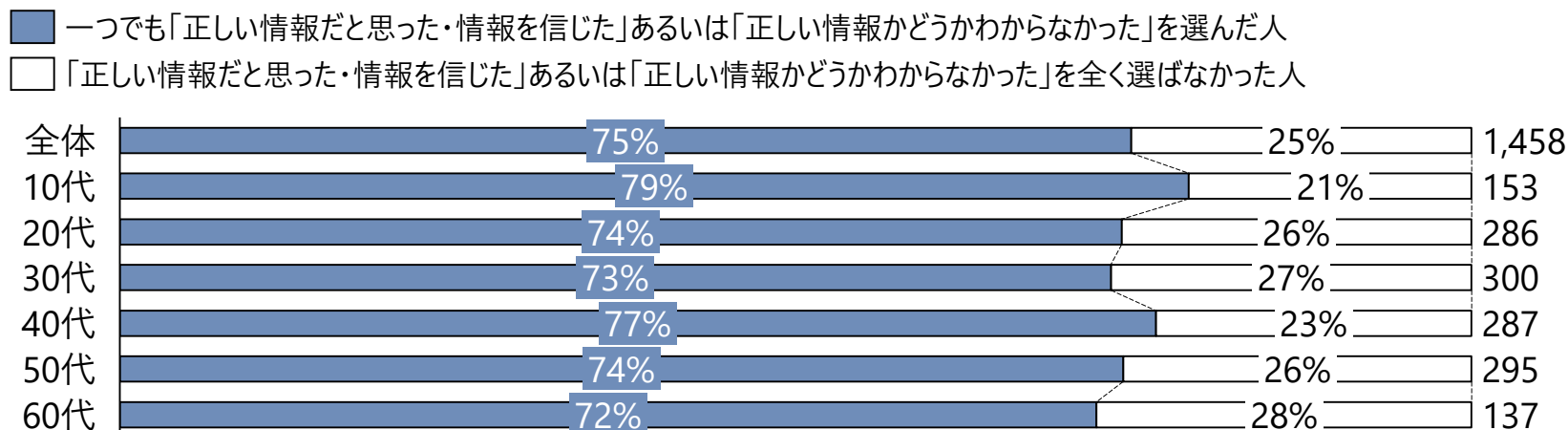
世代間に大幅な差分は見られないものの、若年層方が「正しい情報だと思った・情報を信じた」及び「正しい情報かどうかわからなかった」と回答した層が多い。

Q8：前問で、新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報（いわゆるフェイクニュース・デマ）を見たり聞いたりしたことがあると回答した方にお伺いします。前問で見たり聞いたりしたことがあると回答した新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報について、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。

「正しい情報だと思った・情報を信じた」層の比率



「正しい情報だと思った・情報を信じた」あるいは「正しい情報かどうかわからなかった」層の比率



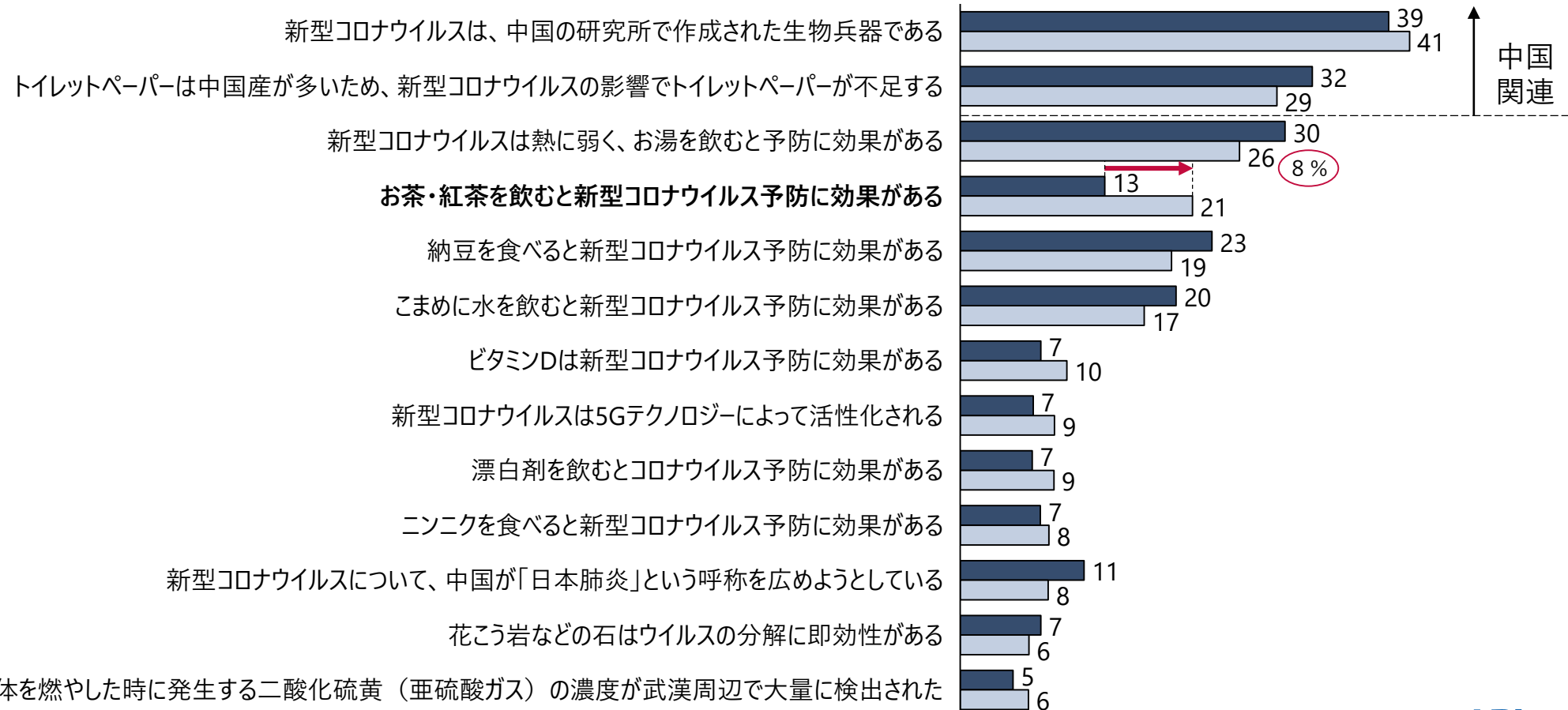
調査結果：新型コロナウイルス関連のフェイクニュースへの接触状況

- 中国関連の新型コロナウイルス情報が比較的広範に拡散する傾向。
- 新型コロナ関連のフェイクニュースに対する接触状況に関して、過去調査との大きな変化は見られなかった。例外的に「お茶・紅茶を飲むと新型コロナウイルス予防に効果がある」というフェイクニュースに接触した層は増加（8％）。

Q7：あなたは、新型コロナウイルスに関して、これまでの間、以下の情報を見たり聞いたりしましたか。
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。新型コロナウイルス関連。（％）

■ 2020年6月の調査結果（N＝1,991）

□ 2021年3月の調査結果（N＝1,912）



調査結果：新型コロナウイルス関連のフェイクニュースに対するリテラシー

- 新型コロナウイルスに関する全ての個別情報について「信じた」層が最も少ない。
- 「情報を信じた」及び「分からなかった」層に着目すると、健康関係は増加傾向・海外ヘイト関係は減少している。

Q8：新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報（いわゆるフェイクニュース・デマ）を見たり聞いたりしたことがある方にお伺いします。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。

新型コロナウイルス関連

上：2020年6月調査

下：2021年3月調査

新型コロナウイルスは熱に弱く、お湯を飲むと予防に効果がある(N=596)
(N=492)

お茶・紅茶を飲むと新型コロナウイルス予防に効果がある(N=265)
(N=409)

こまめに水を飲むと新型コロナウイルス予防に効果がある(N=396)
(N=324)

納豆を食べると新型コロナウイルス予防に効果がある(N=462)
(N=372)

ニンニクを食べると新型コロナウイルス予防に効果がある(N=147)
(N=156)

ビタミンDは新型コロナウイルス予防に効果がある(N=148)
(N=188)

花こう岩などの石はウイルスの分解に即効性がある(N=148)
(N=121)

漂白剤を飲むとコロナウイルス予防に効果がある(N=132)
(N=165)

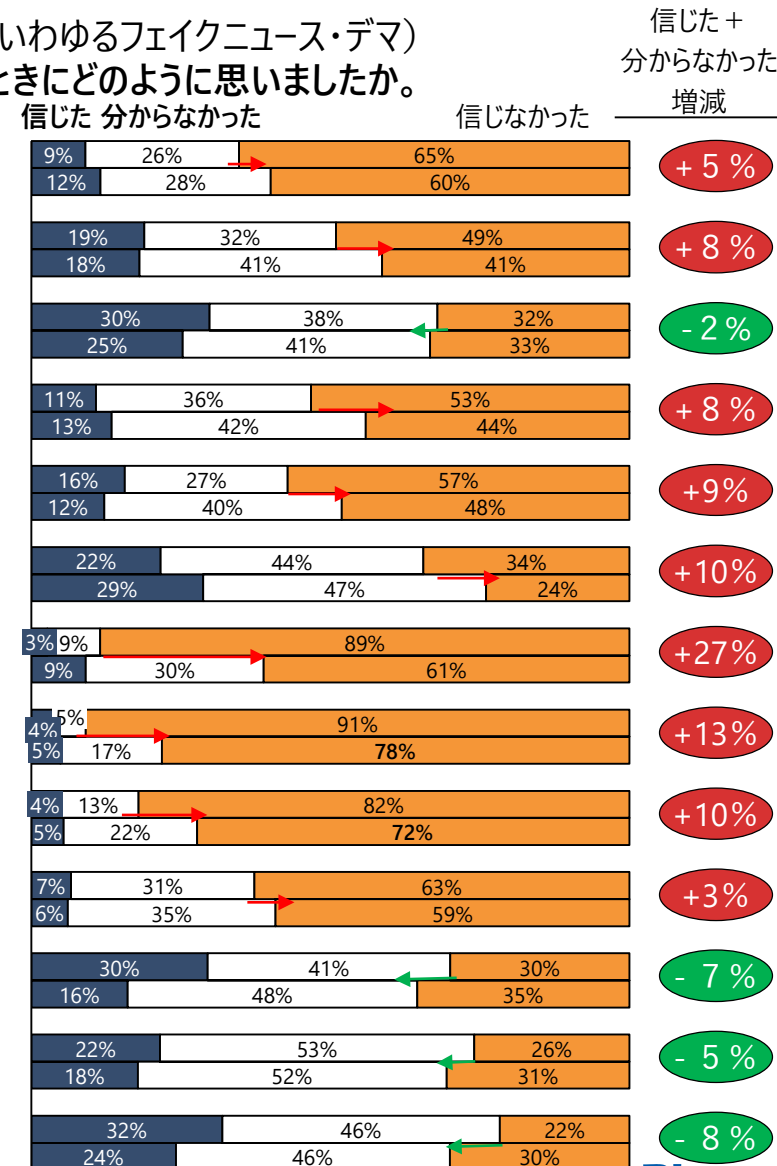
新型コロナウイルスは5Gテクノロジーによって活性化される(N=134)
(N=166)

トイレットペーパーは中国産が多いため、新型コロナウイルスの影響でトイレットペーパーが不足する(N=646)
(N=558)

新型コロナウイルスについて、中国が「日本肺炎」という呼称を広めようとしている(N=227)
(N=155)

新型コロナウイルスは、中国の研究所で作成された生物兵器である(N=786)
(N=792)

死体を燃やした時に発生する二酸化硫黄の濃度が武漢周辺で大量に検出された(N=97)
(N=120)



調査結果：新型コロナウイルスに関するフェイクニュースを共有・拡散した経験

- ・ 信じた情報や真偽不明情報を共有・拡散しなかった層が 6 割を占める。
しかし、知人に会話等で共有・拡散した層は 2 割程度存在。
- ・ 共有・拡散した全体層は減少傾向（5 %）。特に、知人に会話等で共有・拡散した層が減少（6 %）。

Q 9：前問で、新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報について「正しい情報だと思った・情報を信じた」または「正しい情報かどうかわからなかった」と回答した方にお伺いします。その情報を他の人と共有・拡散したことがありますか。あてはまるものをすべてお知らせください。新型コロナウイルス関連。(%)

■ 2020年6月の調査結果（N=1,117）

□ 2021年3月の調査結果（N=996）

家族や友人、同僚などに直接会って話した・電話で話した・メールした

家族や友人、同僚などにメッセージアプリ（LINEなど）で共有した

SNSで流れてきた情報を拡散（シェア・リツイート）した

SNSに投稿した

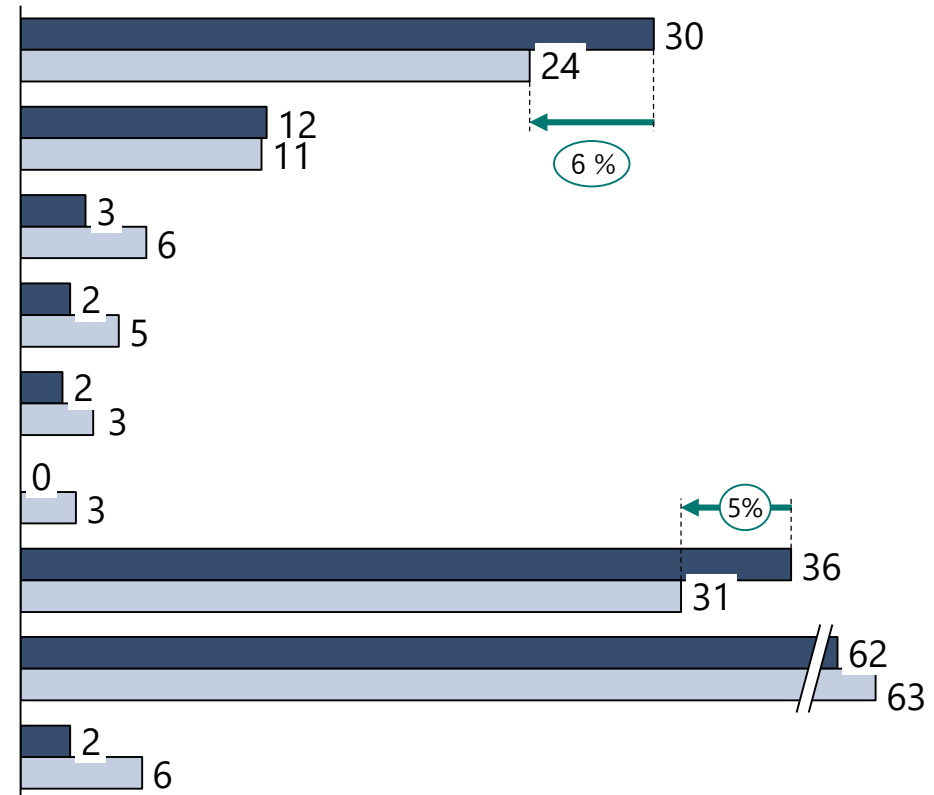
ブログなど、SNS以外のインターネット上に投稿した

その他の方法で拡散した

共有・拡散した（全体）

共有・拡散していない

わからない



調査結果：新型コロナウイルス関連のフェイクニュースを共有・拡散した理由

- 共有・拡散の理由では、他人に役立つ情報だと思ったこと・情報の興味深さ・他人への注意喚起を挙げる層が多い。

- 真偽不明情報だが他人に役立つ情報だと思ったこと（10%）・他人への注意喚起（9%）を理由として共有・拡散する層が増加。

Q10 前掲の新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報（いわゆるフェイクニュース・デマ）を共有・拡散したことがあると回答した方にお伺いします。あなたはなぜその情報を共有・拡散しましたか。理由としてあてはまるものをすべてお知らせください。新型コロナウイルス関連。（%）

■ 2020年6月の調査結果（N=404）

□ 2021年3月の調査結果（N=309）

その時点では、その情報が正しいものだ信じ、
他の人にとって役に立つ情報だと思ったから

その時点では、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

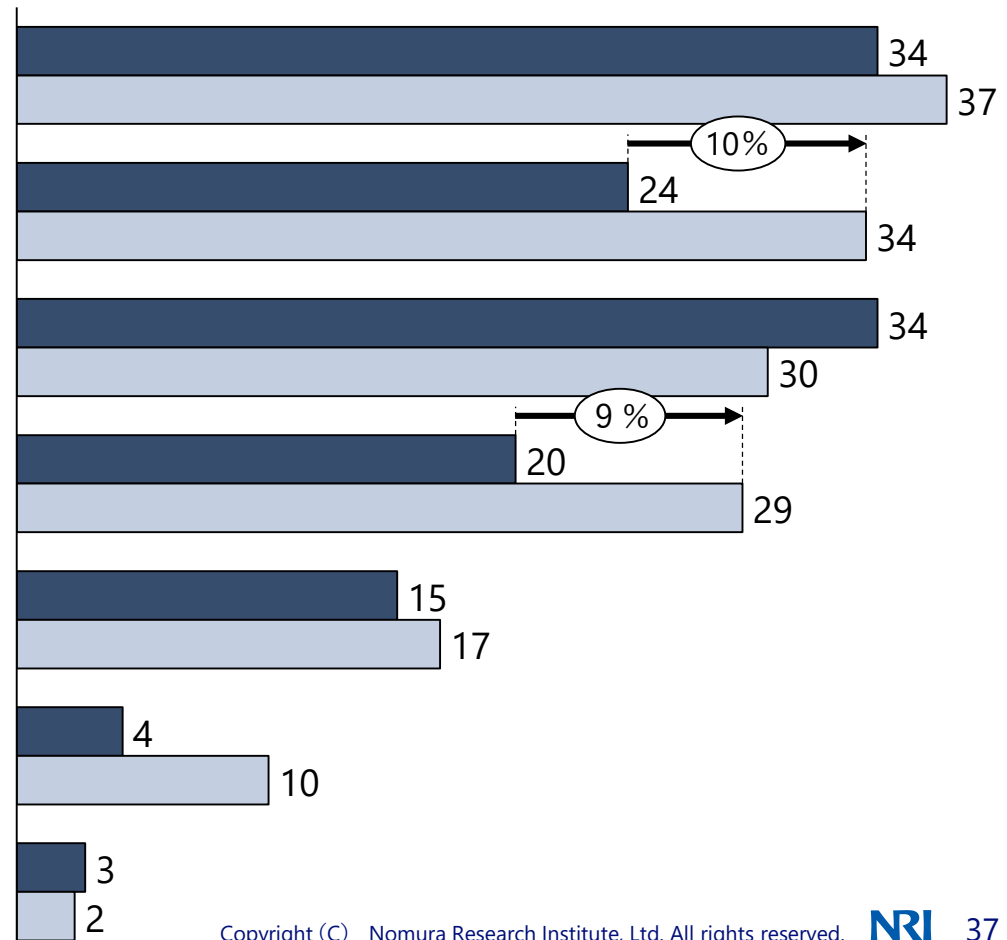
情報の真偽に関わらず、その情報が興味深かったから

その時点では、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

情報の真偽に関わらず、流行っている話題だったから

特に意味はない

その他

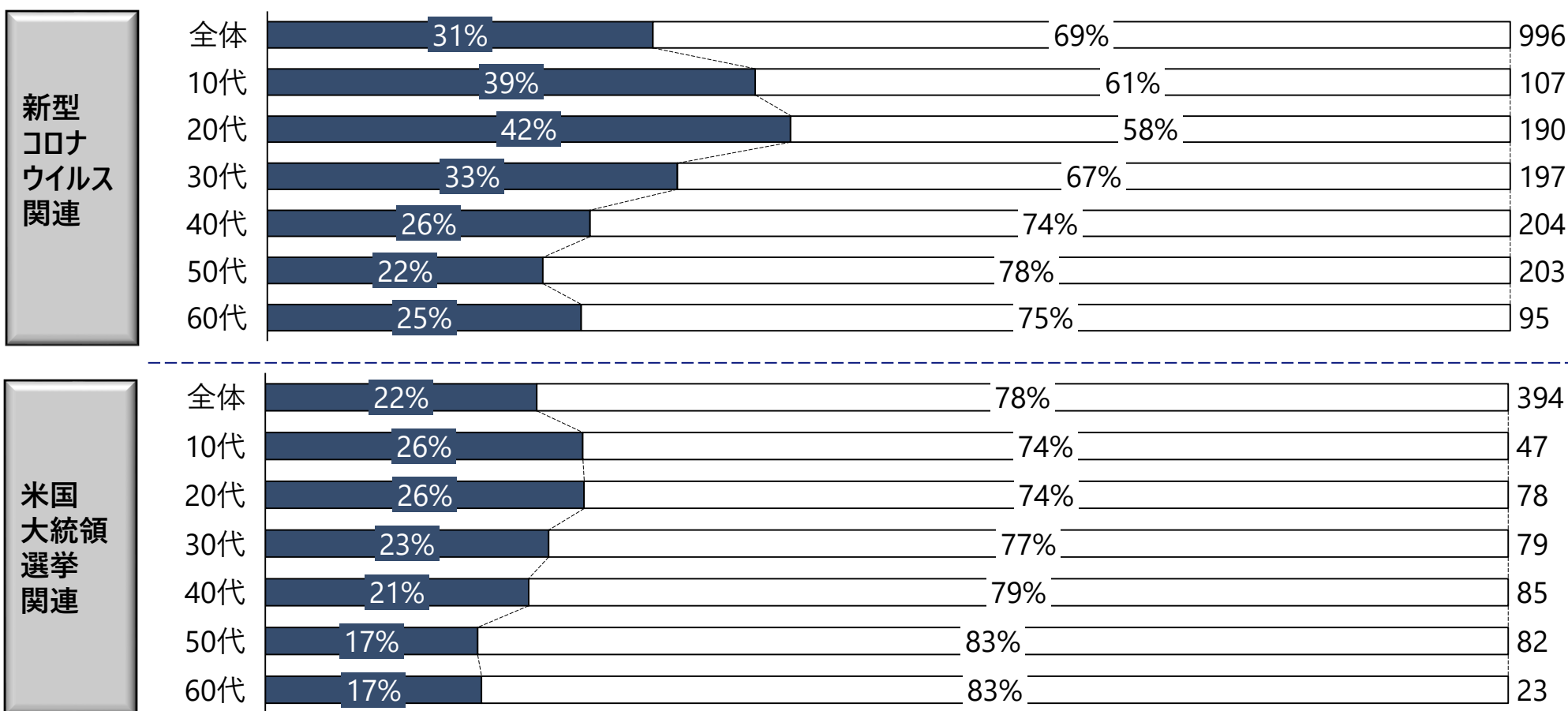


調査結果：フェイクニュースを共有・拡散した経験 世代別（参考）

新型コロナウイルスや米国大統領選のどちらの場合においても、若年層の方が間違った情報や誤解を招く情報をより共有・拡散している傾向にある。

Q9：前問で、新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報について「正しい情報だと思った・情報を信じた」または「正しい情報かどうかわからなかった」と回答した方にお伺いします。その情報を他の人と共有・拡散したことがありますか。あてはまるものをすべてお知らせください。

■ 拡散した □ 拡散していない・分からない

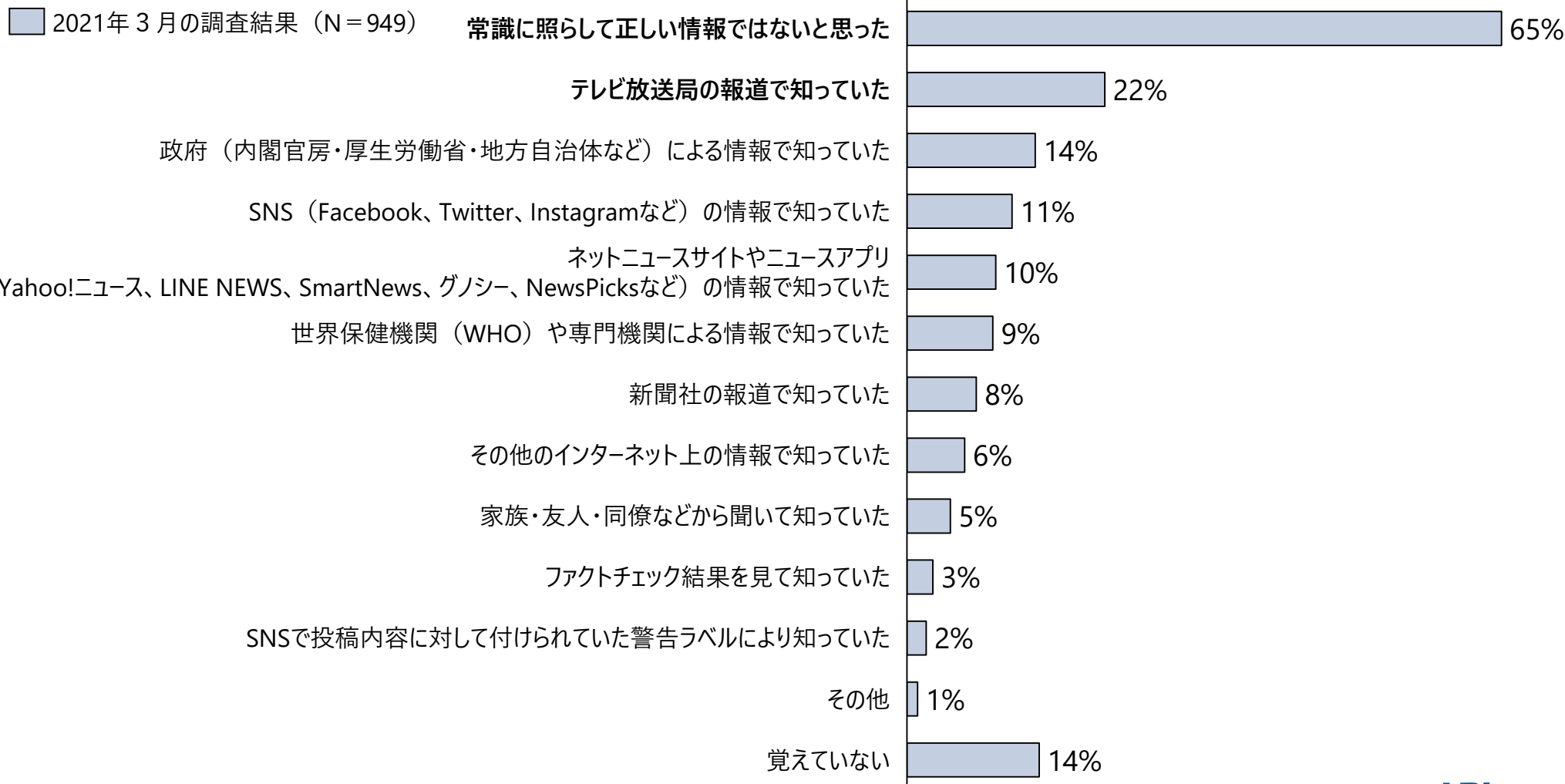


調査結果：新型コロナウイルス関連のフェイクニュースを信じなかった理由

新型コロナウイルス関連のフェイクニュースを信じなかった理由として、常識・テレビ放送局の報道を挙げる層が多い。

Q11（2021年3月調査で新設された設問）：先程「正しい情報ではないと思った・情報を信じなかった」と答えた情報について、その後、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。

新型コロナウイルス関連。(%)



調査結果：間違った情報や誤解を招く情報だと気づいたきっかけ

- ・ テレビ報道によって後からフェイクニュースに気づくことが最も多く、3 割程度。
- ・ （時間経過の影響もあるが） 具体的なきっかけを覚えていない層が増加している（14%）。

Q12：先程「正しいと思った・情報を信じた」または「正しい情報かどうかわからなかった」と答えた情報について、その後、あなたはどのようにしてそれが間違った情報や誤解を招く情報だと気づきましたか。あてはまるものをすべてお知らせください。

新型コロナウイルス関連。(%)

■ 2020年6月の調査結果 (N=1,117)

■ 2021年3月の調査結果 (N=996)

あとからテレビ放送局の報道で知った

このアンケートで初めて知った

あとから政府（内閣官房・厚生労働省・地方自治体など）による情報で知った

あとからネットニュースサイトやニュースアプリ
(Yahoo!ニュース、LINE NEWS、SmartNews、グノシー、NewsPicks など) の情報で知った

あとからSNS（Facebook、Twitter、Instagramなど）の情報で知った

あとからその他のインターネット上の情報で知った

あとから家族・友人・同僚などから教えてもらって知った

あとから新聞社の報道で知った

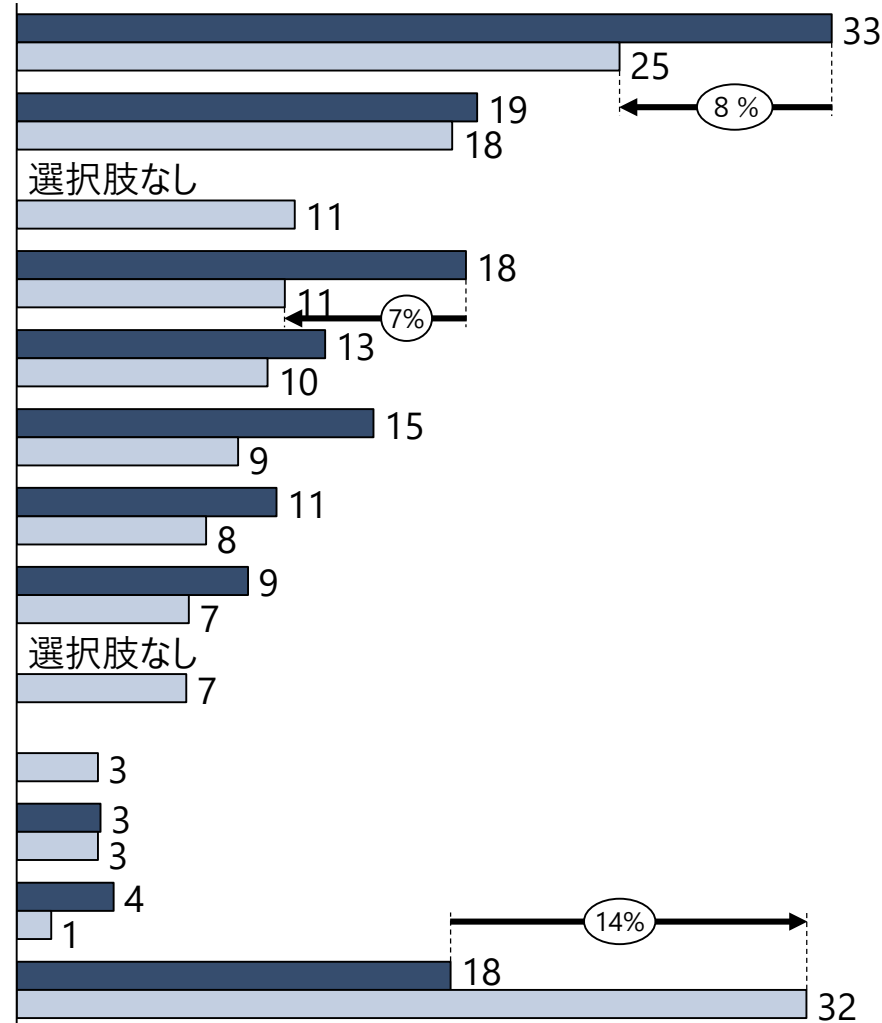
あとから世界保健機関（WHO）や専門機関による情報で知った

あとからSNSで投稿内容に対して付けられていた警告ラベルにより知った

あとからファクトチェック結果を見て知った

その他

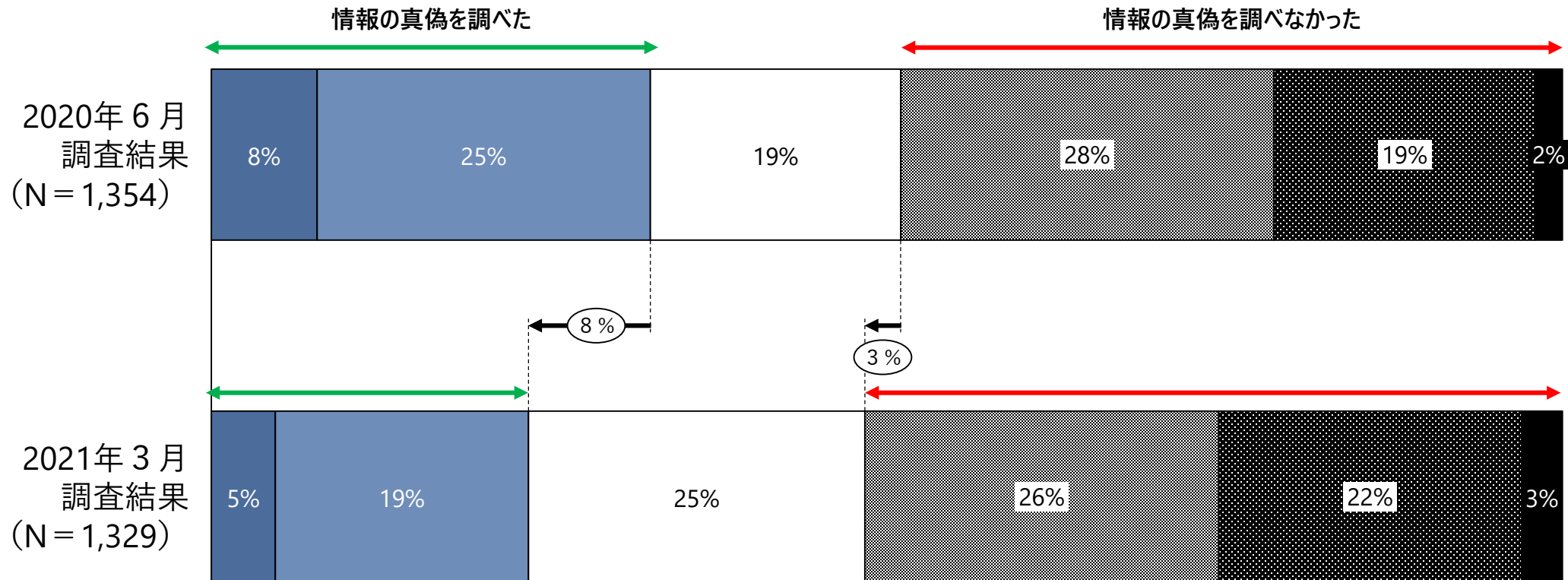
覚えていない



調査結果：新型コロナウイルスに関する情報の真偽確認経験

- ・ 真偽不明情報や信じない情報を見かけた際に、2 割程度が情報の真偽を調べ、約 5 割が調べなかった。
- ・ 情報の真偽を調べた層が減少している（8 %）一方で、情報の真偽を調べなかった層が増加している（3 %）。

Q13：先程「正しい情報かどうかわからなかった」又は「正しい情報ではないと思った・情報を信じなかった」と答えた情報を見かけて、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。新型コロナウイルス関連。



調査結果：新型コロナウイルスに関する情報の真偽確認方法

- 情報の真偽を調べる際に、テレビ放送局の報道・検索サービス・政府発信の情報を活用する層が多い。
- テレビ放送局の報道で真偽を調べる層が減少している（7％）一方で、検索サービスで真偽を調べる層が増加している（4％）。

Q14：新型コロナウイルスや米国大統領選に関する情報を見かけて、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。新型コロナウイルス関連。（％）

■ 2020年6月の調査結果（N＝802）

□ 2021年3月の調査結果（N＝991）

テレビ放送局による報道を確認した

検索サービス（Googleなど）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

政府（内閣官房・厚生労働省・地方自治体など）による情報を確認した

世界保健機関（WHO）や専門機関による情報を確認した

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

家族・知人・同僚などに聞いた

新聞社による報道を確認した

情報の発信者が信頼できる人物なのかを確認した

1次ソース（情報が引用・抜粋されている場合や伝聞の場合に、その情報が最初に投稿された際（オリジナルの情報）はどのように書かれているか）を調べた

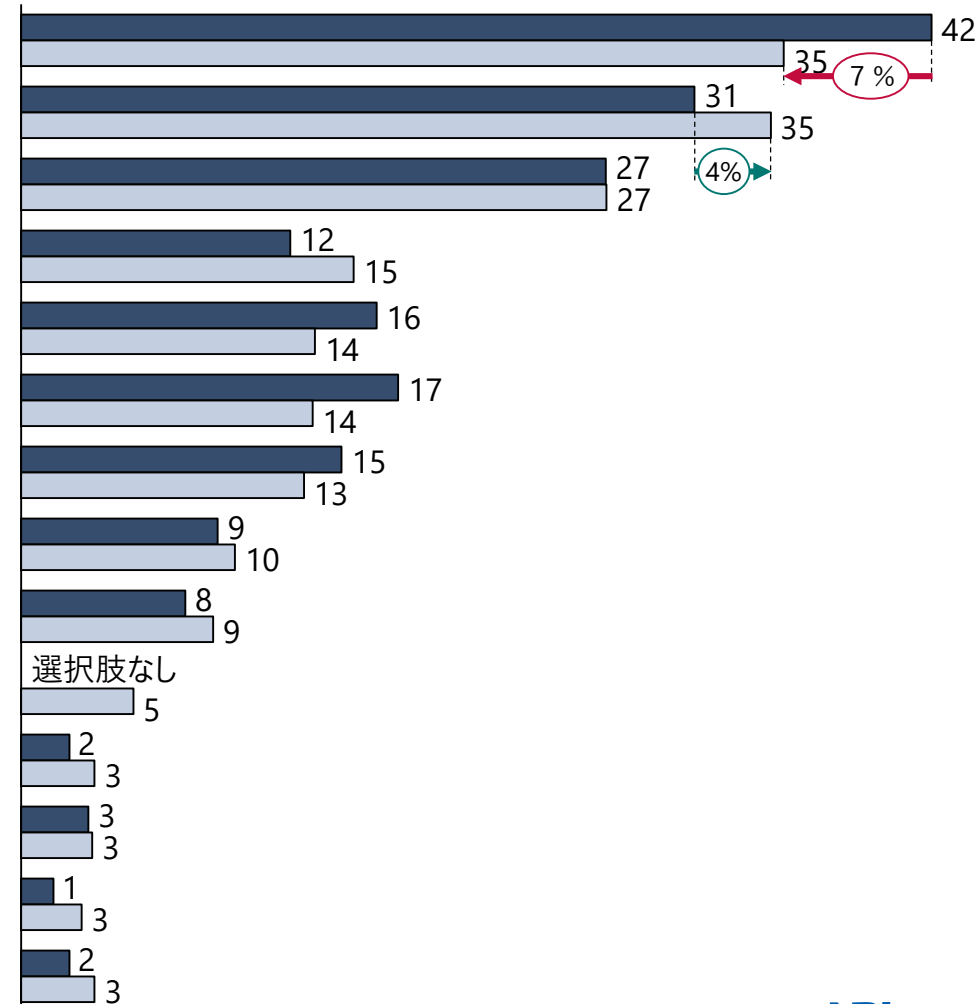
SNSで投稿内容に対して警告ラベルがつけられており、その内容を確認した

ファクトチェックの結果を確認した

書籍・新聞などで調べた

質問系ネットサービス（Yahoo!知恵袋など）で聞いた

その他



調査結果：新型コロナウイルスに関する間違った情報や誤解を招く情報を見聞きしたサービスやメディア (あたかも真実又は真偽不明の情報として書かれていた場合)

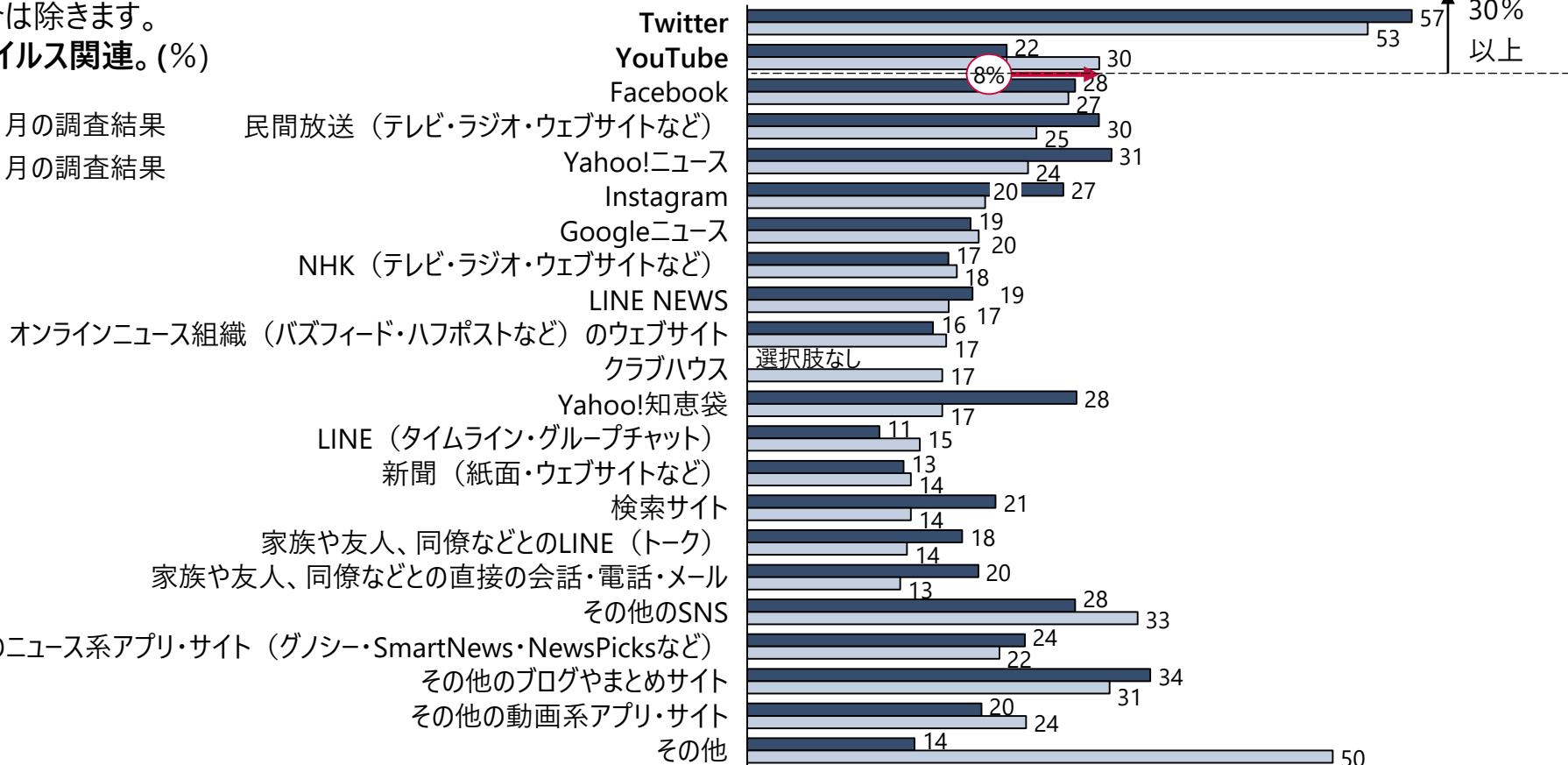
- Twitter、YouTubeの利用者は、当該サービスにおいて、あたかも真実又は真偽不明として書かれた情報を見かけることが多い。
- 真偽不明として書かれた情報を見かける層は各主要メディア毎に減少傾向にあるが、YouTubeは増加（8%）。

Q15：先程、新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報（いわゆるフェイクニュース・デマ）を見たり聞いたりしたことがあると回答した方にお伺いします。以下のサービスやメディア等で、あたかも真実または真偽不明の情報として書かれているのを見かけたことはありますか。※その情報が「真実ではない」「誤解を招く」「フェイクニュース・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。

新型コロナウイルス関連。(%)

■ 2020年6月の調査結果
■ 2021年3月の調査結果

民間放送（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）



*|Q2で選択した各サービス・メディア毎に、Q7でいずれかのフェイクニュースを見たことがある層を母数に設定。以下が母数（2020年6月、2021年3月）NHK（710,721）民間放送（1065,1024）新聞（434,408）オンラインニュース組織（252,200）Yahoo!ニュース（913,759）LINE NEWS（525,279）Googleニュース（278,253）その他のニュース系アプリ・サイト（215,209）Facebook（100,62）Twitter（437,385）Instagram（137,64）LINE（115,122）クラブハウス（na,6）その他のSNS（25,12）YouTube（221,173）その他の動画系アプリ・サイト（25,21）Yahoo!知恵袋（32,36）検索サイト（132,136）その他のブログやまとめサイト（61,42）家族や友人、同僚などとの直接の会話・電話・メール（380,291）家族や友人、同僚などとのLINE（196,110）その他（7,8）

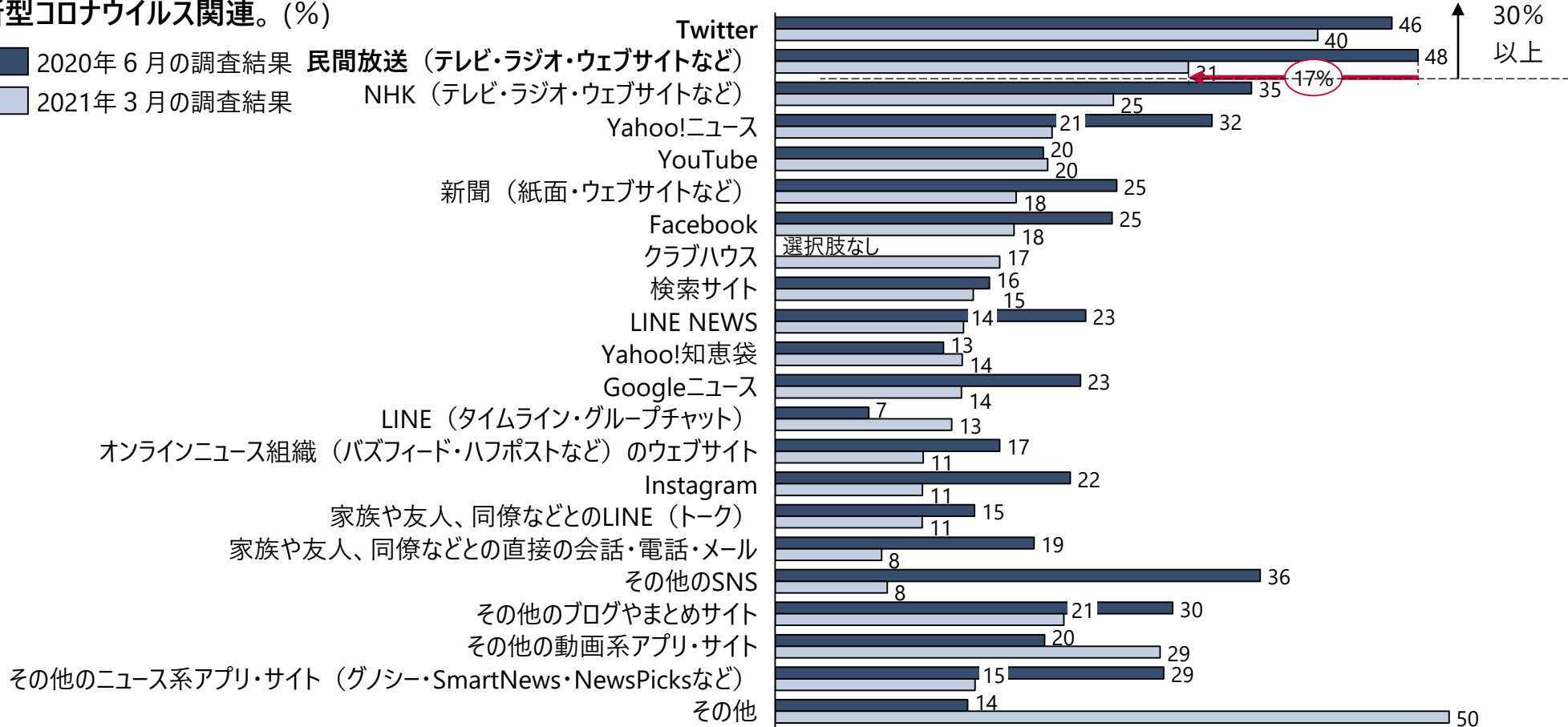
調査結果：新型コロナウイルスに関する間違った情報や誤解を招く情報を見聞きしたサービスやメディア
 （「真実ではない」「誤解を招く」「フェイクニュース・デマである」と注意喚起されていた場合）

- Twitter、民間放送の利用者は、当該サービスにおいて、注意喚起を見かけることが多い。
- 主要なサービス・メディアにおいて、全般的に注意喚起を見かける層が減少傾向にある（民放放送：17%）。

Q16：先程、新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報（いわゆるフェイクニュース・デマ）を見たり聞いたりしたことがあると回答した方にお伺いします。以下のサービスやメディア等で、その情報が「真実ではない」「誤解を招く」「フェイクニュース・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。

新型コロナウイルス関連。（%）

■ 2020年6月の調査結果
 □ 2021年3月の調査結果



*|Q2で選択した各サービス・メディア毎に、Q7でいずれかのフェイクニュースを見たことがある層を母数に設定。以下が母数（2020年6月、2021年3月）NHK（710,721）民間放送（1065,1024）新聞（434,408）オンラインニュース組織（252,200）Yahoo!ニュース（913,759）LINE NEWS（525,279）Googleニュース（278,253）その他のニュース系アプリ・サイト（215,209）Facebook（100,62）Twitter（437,385）Instagram（137,64）LINE（115,122）クラブハウス（na,6）その他のSNS（25,12）YouTube（221,173）その他の動画系アプリ・サイト（25,21）Yahoo!知恵袋（32,36）検索サイト（132,136）その他のブログやまとめサイト（61,42）家族や友人、同僚などとの直接の会話・電話・メール（380,291）家族や友人、同僚などとのLINE（196,110）その他（7,8）

調査結果：新型コロナウイルスに関する間違った情報や誤解を招く情報を見聞きしたサービスやメディア（参考）

各サービス・メディアについて、Q2・15・16を整理

Q2：直近の1ヶ月の間で、どのような方法で新型コロナウイルスに関する情報を見たり聞いたりしましたか。(%)

Q15：先程、新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報（いわゆるフェイクニュース・デマ）を見たり聞いたりしたことがあると回答した方にお伺いします。以下のサービスやメディア等で、あたかも真実または真偽不明の情報として書かれているのを見かけたことはありますか。※その情報が「真実ではない」「誤解を招く」「フェイクニュース・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。

Q16：先程、新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報（いわゆるフェイクニュース・デマ）を見たり聞いたりしたことがあると回答した方にお伺いします。以下のサービスやメディア等で、その情報が「真実ではない」「誤解を招く」「フェイクニュース・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。新型コロナウイルス関連

	NHK (テレビ・ラジオ・ウェブ サイト等)	民間放送(テレビ・ラジオ・ウェブ サイト等)	新聞(紙面・ウェブ サイト等)	オンライン ニュース組織(バズ フィード・ハ フポスト等)	Yahoo! ニュース	LINE NEWS	Google ニュース	その他の ニュースア プリ・サイ ト(グノ シー、Smart News、 News Picks など)	Facebook	Twitter	Instagram	LINE (タイム ライン・グ ループチャ ット)	クラブ ハウス	その他の SNS	YouTube	その他の 動画系ア プリ・サ イト	Yahoo! 知恵袋	検索サ イト	その他 のブログ やまとめ サイト	家族や 友人、同 僚などの 直接の会 話・電話 ・メール	家族や 友人、同 僚などの LINE(ト ーク)	その他
各サービス・メディア の利用者(Q2)：N	710	1065	434	252	913	525	278	215	100	437	137	115	NA	25	221	25	32	132	61	380	196	7
あたかも真実又は 真偽不明の情報(Q15)	17.2%	30.0%	13.4%	15.9%	31.1%	19.2%	19.1%	23.7%	28.0%	56.8%	27.0%	11.3%	NA	28.0%	22.2%	20.0%	28.1%	21.2%	34.4%	19.7%	18.4%	14.3%
注意喚起 (Q16)	35.4%	47.7%	25.3%	16.7%	32.4%	23.0%	22.7%	28.8%	25.0%	45.8%	21.9%	7.0%	NA	36.0%	19.9%	20.0%	12.5%	15.9%	29.5%	19.2%	14.8%	14.3%
各サービス・メディア の利用者(Q2)：N	721	1024	408	200	759	279	253	209	62	385	64	122	6	12	173	21	36	136	42	291	110	8
あたかも真実又は 真偽不明の情報(Q15)	17.9%	24.7%	14.0%	17.0%	24.0%	17.2%	19.8%	21.5%	27.4%	53.0%	20.3%	14.8%	16.7%	33.3%	30.1%	23.8%	16.7%	14.0%	31.0%	13.1%	13.6%	50.0%
注意喚起 (Q16)	25.1%	30.7%	17.9%	11.0%	20.6%	14.0%	13.8%	14.8%	17.7%	40.3%	10.9%	13.1%	16.7%	8.3%	20.2%	28.6%	13.9%	14.7%	21.4%	7.9%	10.9%	50.0%

|Q2で選択した各サービス・メディア毎に、Q7でいずれかのフェイクニュースを見たことがある層を母数に設定。

|過去調査に対して、新規選択肢を挿入、一部変更している為、比較は参考値

調査結果：新型コロナウイルスや米国大統領選挙に関する情報流通に関する意見

新型コロナウイルスや米国大統領選挙に関する対応状況についての聴取を実施。

新型コロナ 全般

新型コロナウイルスについて、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

新型コロナウイルスについて、どうすれば正しい情報が得られるのかわからない

新型コロナウイルスに関する情報をもっと収集したい

新型コロナウイルスに対して、自分が何をすべきかわからない

テレビ局 対応状況

テレビ放送局は、新型コロナウイルスの深刻さについて適切に報道している

テレビ放送局は、新型コロナウイルスについて正しい情報を報道している

新聞社 対応状況

新聞社は、新型コロナウイルスの深刻さについて適切に報道している

新聞社は、新型コロナウイルスについて正しい情報を報道している

ニュース サイト/アプリ 対応状況

ニュースポータルサイト・アプリ（Yahoo!ニュース・LINE NEWS・グノシー・SmartNewsなど）などのネットメディアは、新型コロナウイルスの深刻さについて適切に報道している

ニュースポータルサイト・アプリ（Yahoo!ニュース・LINE NEWS・グノシー・SmartNewsなど）などのネットメディアは、新型コロナウイルスについて正しい情報を報道している

SNS事業者 対応状況

SNS事業者は、新型コロナウイルスに関する情報流通について、全体的に適切な対応を行っている

SNS事業者は、新型コロナウイルスに関する信頼できる情報を目立つ場所に表示するなど、ユーザに対して正しい情報を届けるための工夫を適切に行っている

SNS事業者は、新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く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

SNS事業者が新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報に対してどのような対応を行っているのかわからない

新型コロナウイルスに関するファクトチェックがもっと積極的に行われることが必要だ

SNS事業者は新型コロナウイルスに関するファクトチェック結果をユーザに対して届けることが必要だ

政府対応状況

政府は、国民に対して正しい情報を届けるための工夫を適切に行っている

調査結果：新型コロナウイルスや米国大統領選挙に関する情報流通に関する意見
約半数が正しい情報の判断の難しさやファクトチェックの必要性に同意。
また、SNS事業者の対応が十分ではないという意見が多い。

Q17：次の意見について、あなたはどのように思いますか。 ■ 強く思う ■ ある程度思う □ 半々くらい ■ あまりそう思わない ■ まったくそう思わない

新型コロナウイルスについて、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

新型コロナウイルスに関するファクトチェックがもっと積極的に行われることが必要だ

SNS事業者は新型コロナウイルスに関するファクトチェック結果をユーザに対して届けることが必要だ

新型コロナウイルスに関する情報をもっと収集したい

新型コロナウイルスについて、どうすれば正しい情報が得られるのかわからない

テレビ放送局は、新型コロナウイルスについて正しい情報を報道している

新聞社は、新型コロナウイルスについて正しい情報を報道している

新聞社は、新型コロナウイルスの深刻さについて適切に報道している

テレビ放送局は、新型コロナウイルスの深刻さについて適切に報道している

SNS事業者が新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報に対してどのような対応を行っているのかわからない

政府は、国民に対して正しい情報を届けるための工夫を適切に行っている

新型コロナウイルスに対して、自分が何をすべきかわからない

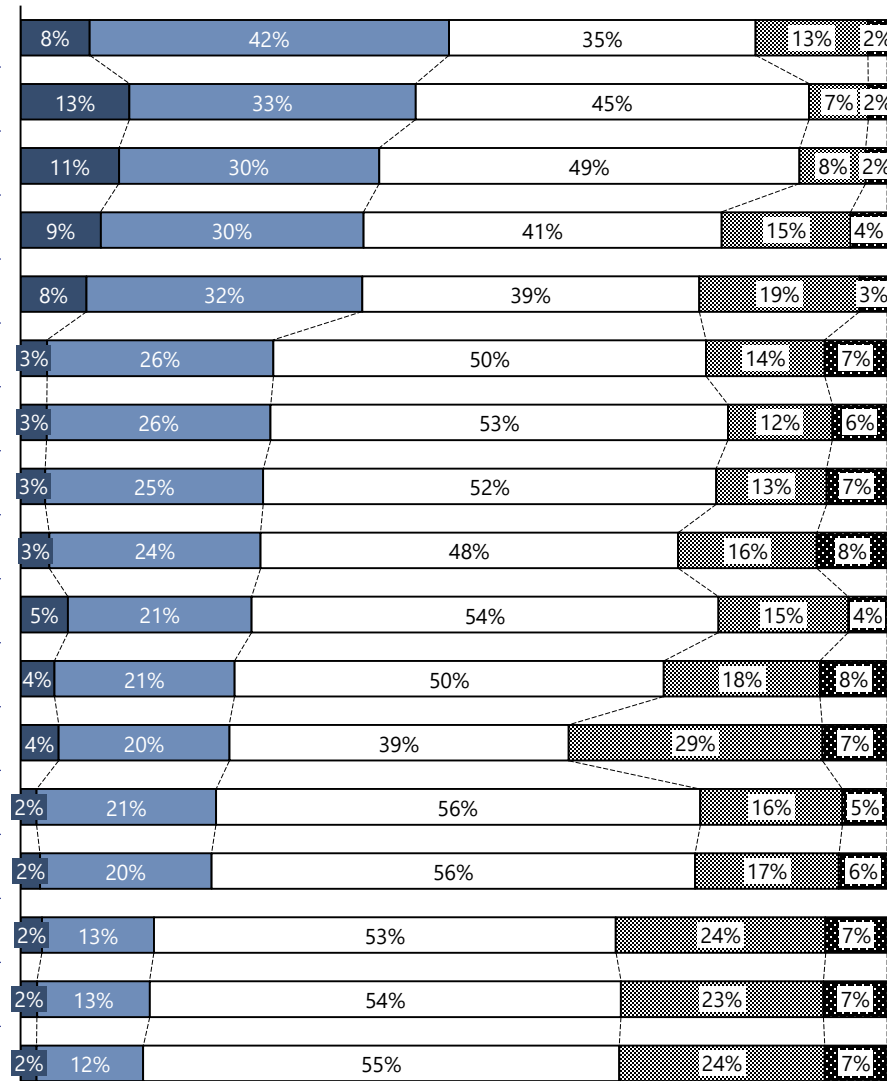
ニュースポータルサイト・アプリなどのネットメディアは、新型コロナウイルスについて正しい情報を報道している

ニュースポータルサイト・アプリなどのネットメディアは、新型コロナウイルスの深刻さについて適切に報道している

SNS事業者は、新型コロナウイルスに関する信頼できる情報を目立つ場所に表示するなど、ユーザに対して正しい情報を届けるための工夫を適切に行っている

SNS事業者は、新型コロナウイルスに関する情報流通について、全体的に適切な対応を行っている

SNS事業者は、新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く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



調査結果：新型コロナウイルスや米国大統領選挙に関する情報流通に関する意見

新型コロナウイルス関連の正しい情報の取得方法が分からない層や新型コロナウイルス関連の情報をより収集したい層、新型コロナウイルスに対して自身がすべきことが分からない層が減少している。

Q17：次の意見について、あなたはどのように思いますか（N = 2,000）

上の横棒：2020年6月の調査結果

下の横棒：2021年3月の調査結果

新型コロナウイルスについて、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

新型コロナウイルスについて、どうすれば正しい情報が得られるのかわからない

新型コロナウイルスに関する情報をもっと収集したい

新型コロナウイルスに対して、自分が何をすべきかわからない

テレビ放送局は、新型コロナウイルスの深刻さについて適切に報道している

テレビ放送局は、新型コロナウイルスについて正しい情報を報道している

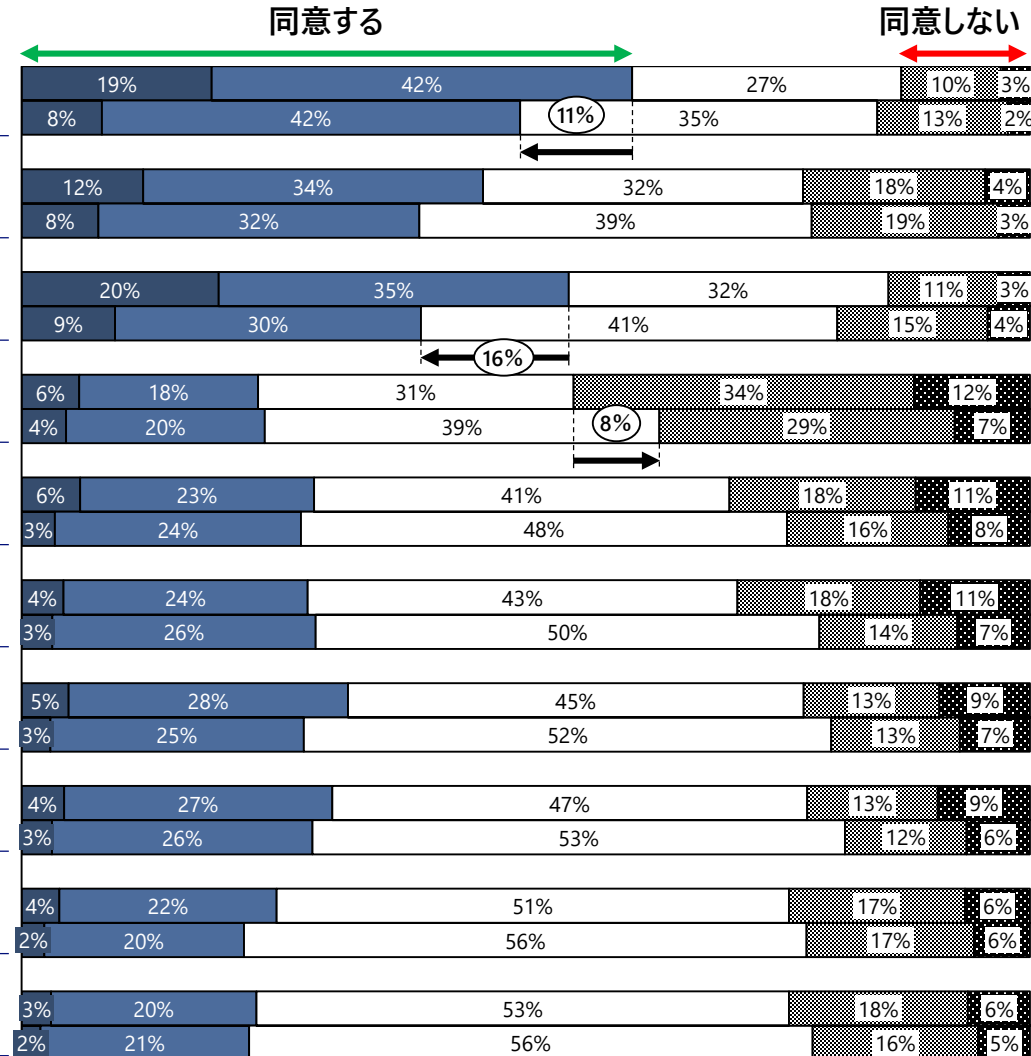
新聞社は、新型コロナウイルスの深刻さについて適切に報道している

新聞社は、新型コロナウイルスについて正しい情報を報道している

ニュースポータルサイト・アプリ（Yahoo!ニュース・LINE NEWS・グノシー・SmartNewsなど）などのネットメディアは、新型コロナウイルスの深刻さについて適切に報道している

ニュースポータルサイト・アプリ（Yahoo!ニュース・LINE NEWS・グノシー・SmartNewsなど）などのネットメディアは、新型コロナウイルスについて正しい情報を報道している

■ 強くそう思う ■ ある程度そう思う □ 半々くらい ■ あまりそう思わない ■ まったくそう思わない



調査結果：新型コロナウイルスや米国大統領選挙に関する情報流通に関する意見

SNS事業者は新型コロナウイルス関連の情報流通で適切な対応を行っている・SNS事業者は間違った情報がユーザーに対して表示されないような工夫を行っている・政府は国民に対して正しい情報を届けるための工夫を適切に行っているという意見に対して同意しない層が減少している（7 - 9 %）。

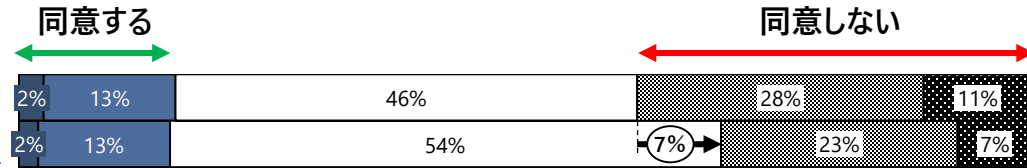
Q17（続き）：次の意見について、あなたはどのように思いますか（N = 2,000）

強く思う
 半々くらい
 まったくそう思わない
 ある程度思う
 あまりそう思わない

上の横棒：2020年6月の調査結果

下の横棒：2021年3月の調査結果

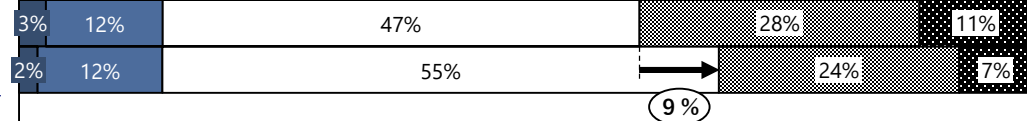
SNS事業者は、新型コロナウイルスに関する情報流通について、
全体的に適切な対応を行っている



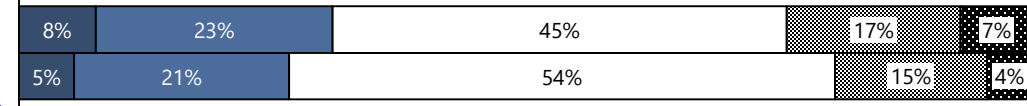
SNS事業者は、新型コロナウイルスに関する信頼できる情報を目立つ場所に表示するなど、
ユーザに対して正しい情報を届けるための工夫を適切に行っている



SNS事業者は、新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や
誤解を招く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



SNS事業者が新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情
報に対してどのような対応を行っているのかわからない



新型コロナウイルスに関するファクトチェックがもっと積極的に行われることが必要だ



SNS事業者は新型コロナウイルスに関するファクトチェック結果をユーザに対して届けることが
必要だ



政府は、国民に対して正しい情報を届けるための工夫を適切に行っている



調査結果：新型コロナウイルス関連のフェイクニュースに関するインフォデミック対策の認知度

「新型コロナウイルス関連の各PFインフォデミック対策の認知度」は全体的に低く、1割程度。

Q18：以下は、各PF事業者が新型コロナウイルス感染症に関するインフォデミック対策として行っている取り組みです。この取り組みの中で知っている取り組みをすべてお知らせください。（N=2,000）

Google検索において、新型コロナウイルス関連の主要なワードで検索した際、政府やWHOの信頼性の高いサイトへのリンクを表示

13%

Yahoo! JAPANにおいて、「新型コロナウイルス感染症まとめ」のページで、政府が発表する最新情報や症状・予防法、各メディアの報道、ファクトチェック機関のサイトを紹介

12%

Twitterにおいて、タイムラインの一番上に、新型コロナウイルスに関する信頼できる情報を表示

9%

Instagramにおいて、新型コロナウイルス関連の主要なワードで検索した際、厚生労働省のサイトで最新情報を確認するよう促すメッセージを表示

8%

LINEにおいて、自治体や省庁の公式アカウントが一覧できるサイトを開設

8%

YouTubeにおいて、トップページに新型コロナウイルスに関するニュース動画や政府サイトへのリンクを表示

8%

Facebookにおいて、ニュースフィードのトップに「新型コロナウイルス情報センター」を設置し、政府やWHOのサイトへのリンクや、その他の有益な記事等を表示

7%

Googleマップにおいて、政府の新型コロナウイルス関連サイトへのリンクを表示

7%

Yahoo!検索において、新型コロナウイルス関連の主要なワードで検索した際、政府が発信している情報・医師や医療機関監修の情報・大手報道機関によるニュース記事など、信頼性が高い情報を一覧して表示

7%

Twitterにおいて、新型コロナウイルス関連の主要なワードで検索した際、政府やWHOの信頼性の高いサイトへのリンクを表示

6%

Twitterにおいて、新型コロナウイルスに関連する、真偽に論議のある内容や誤解を生じる情報を含んだツイートについて、追加情報を表示するラベルと警告メッセージを表示

6%

YouTubeにおいて、「コロナウイルス」と検索した際に、政府の信頼性の高いサイトへのリンクを表示

5%

LINE NEWSにおいて、新型コロナウイルス関係の最新状況まとめサイトを設置し、ファクトチェック・イニシアティブによるファクトチェック結果へのリンクを表示

5%

Facebookにおいて、新型コロナウイルス関連の主要なワードで検索した際、厚生労働省のサイトで最新情報を確認するよう促すメッセージを表示

4%

この中で知っているものはない

59%

補足資料（新型コロナウイルスと米国大統領選挙比較）

調査結果：新型コロナウイルス関連のフェイクニュースと米国大統領選挙関連のフェイクニュース比較（共有・拡散状況）

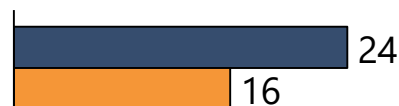
2021年3月時点で、米国大統領選挙関連のフェイクニュースが共有・拡散された割合は、新型コロナウイルス関連と比較して低い。

Q9：前問で新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報について「正しい情報だと思った・情報を信じた」または「正しい情報かどうかわからなかった」と回答した方にお伺いします。その情報を他の人と共有・拡散したことがありますか。（%）

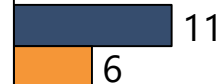
■ 新型コロナウイルス（N = 996）

■ 米国大統領選挙（N = 394）

家族や友人、同僚などに直接会って話した・電話で話した・メールした



家族や友人、同僚などにメッセージアプリ（LINEなど）で共有した



SNSで流れてきた情報を拡散（シェア・リツイート）した



SNSに投稿した



ブログなど、SNS以外のインターネット上に投稿した



その他の方法で拡散した



共有・拡散していない



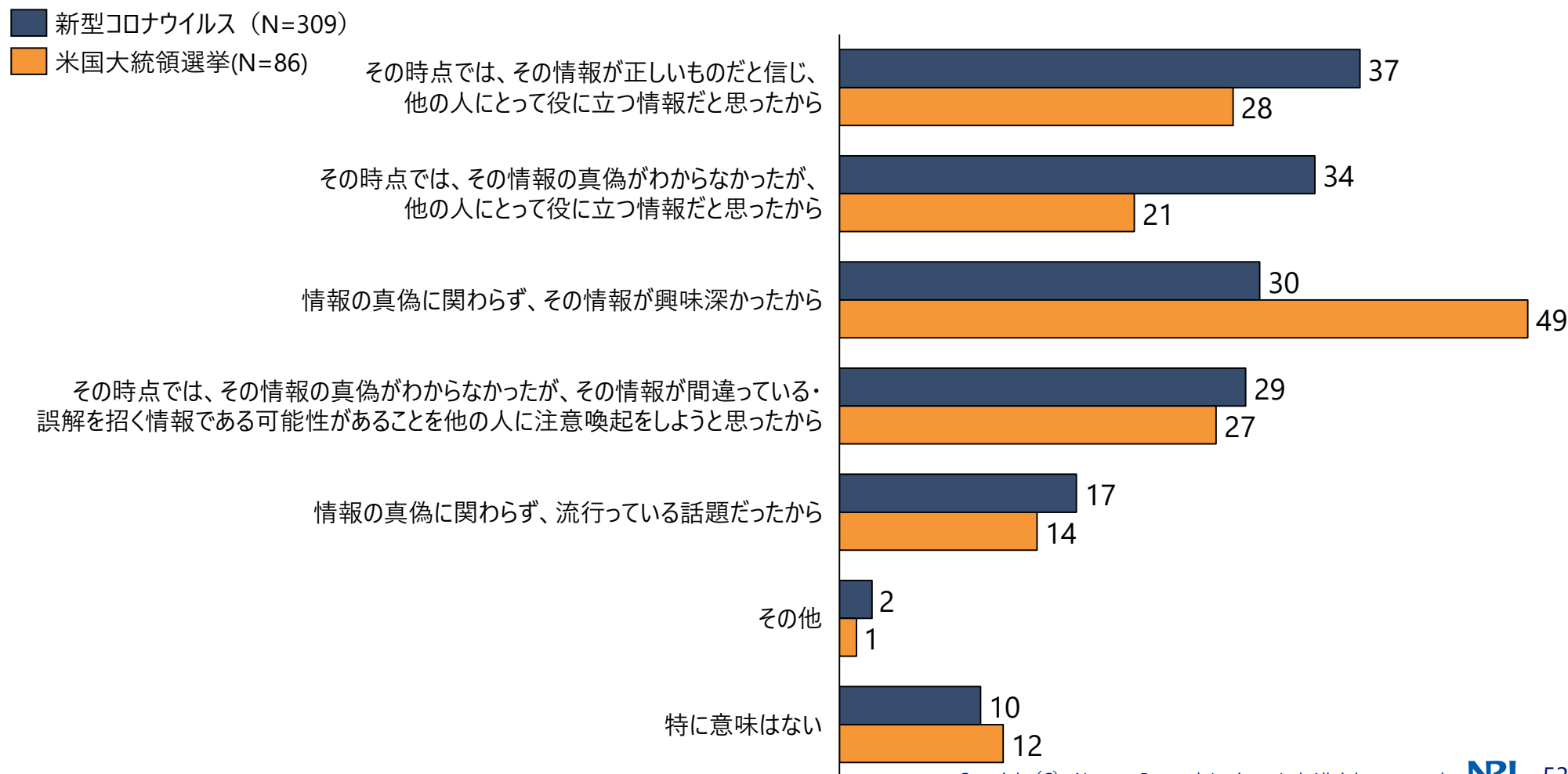
わからない



調査結果：新型コロナウイルス関連のフェイクニュースと米国大統領選挙関連のフェイクニュース比較（共有・拡散状況）

新型コロナウイルス関連については他人にとって役立つ・情報の興味深さ・注意喚起を理由に、
米国大統領選挙関連については情報の興味深さを理由に共有・拡散されている。

Q10：前問で、新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報（いわゆるフェイクニュース・デマ）を共有・拡散したことがあると回答した方にお伺いします。あなたはなぜその情報を共有・拡散しましたか。理由としてあてはまるものをすべてお知らせください。（%）



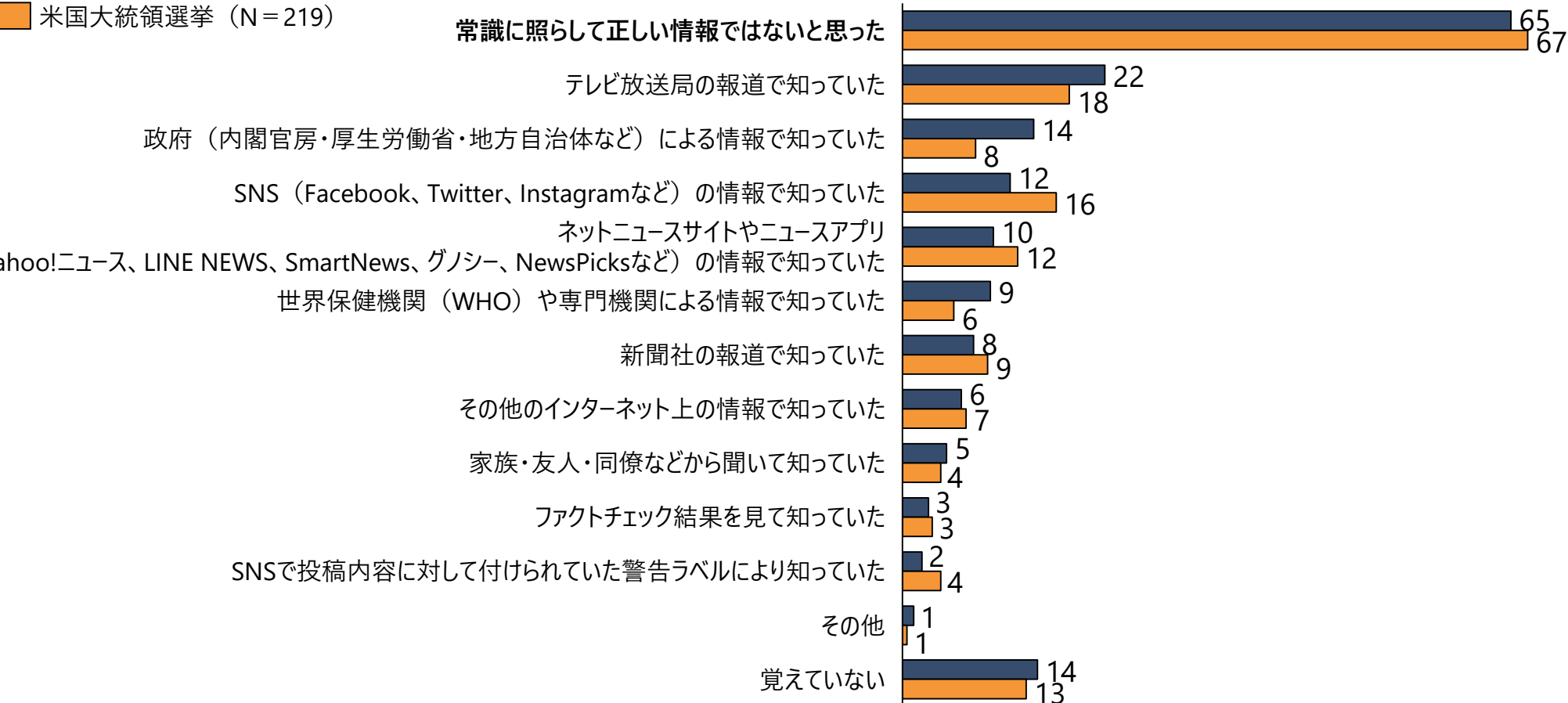
調査結果：新型コロナウイルス関連のフェイクニュースと米国大統領選挙関連のフェイクニュース比較（リテラシー）

新型コロナウイルス・米国大統領選挙関連の両ジャンルともに、フェイクニュースを信じなかった場合の判断根拠は概ね変わらない（常識やテレビ放送局の報道の割合が高い）。

Q11：先程、新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報（いわゆるフェイクニュース・デマ）について「正しい情報ではないと思った・情報を信じなかった」と回答した方にお伺いします。その後、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。（％）

■ 新型コロナウイルス（N=949）

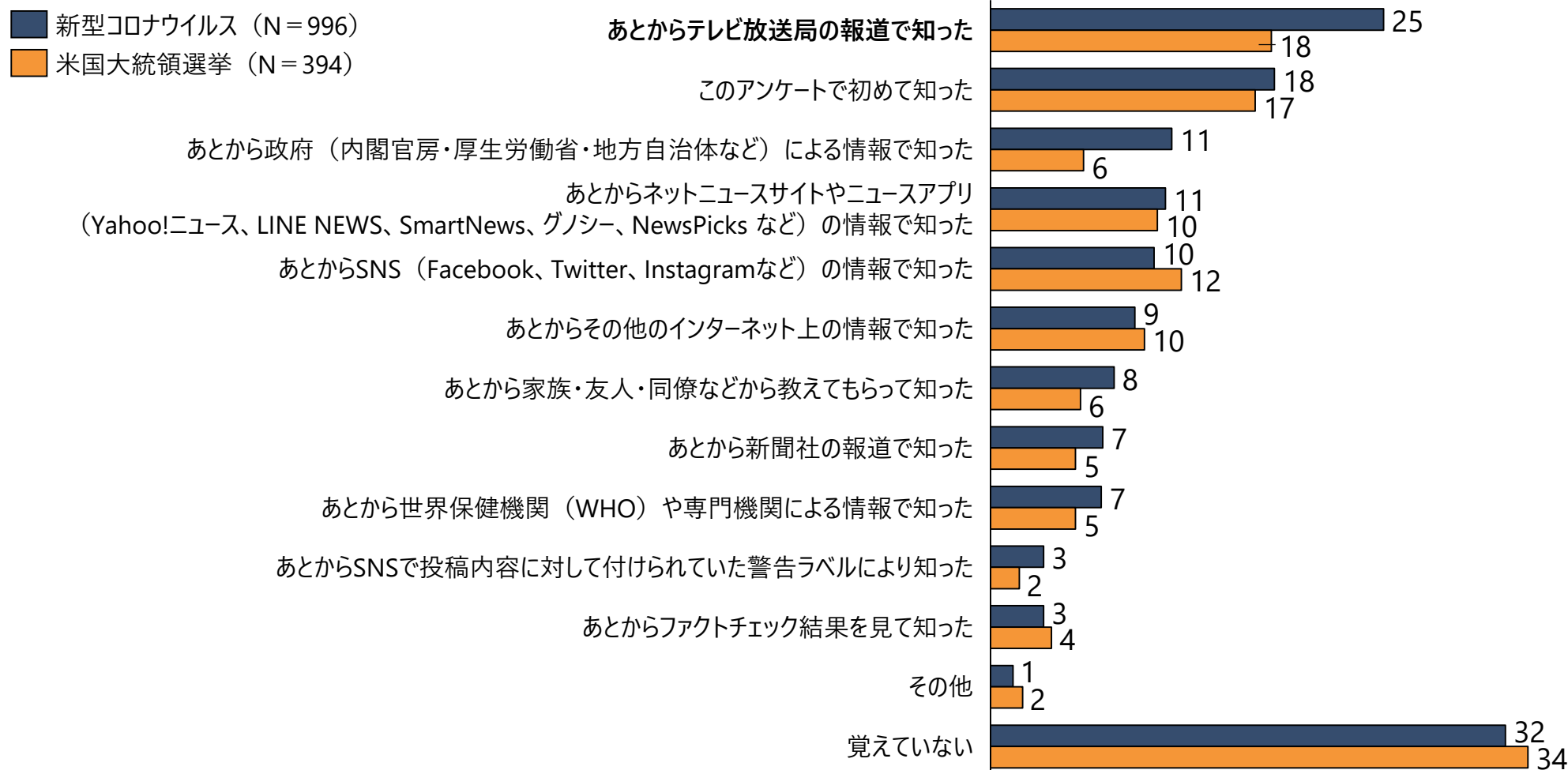
■ 米国大統領選挙（N=219）



調査結果：新型コロナウイルス関連のフェイクニュースと米国大統領選挙関連のフェイクニュース比較（真偽確認）

新型コロナウイルス・米国大統領選挙関連の両ジャンルともに、事後的にフェイクニュースだと気づくきっかけは概ね変わらない（テレビ放送局の報道がきっかけという回答が最も多い。両ジャンルを比較すると、米国大統領選挙関連の方がテレビ放送局の報道の割合が低い）。

Q12：先程「正しいと思った・情報を信じた」または「正しい情報かどうかわからなかった」と答えた情報について、その後、あなたはどのようにしてそれが間違った情報や誤解を招く情報だと気づきましたか。あてはまるものをすべてお知らせください。（%）

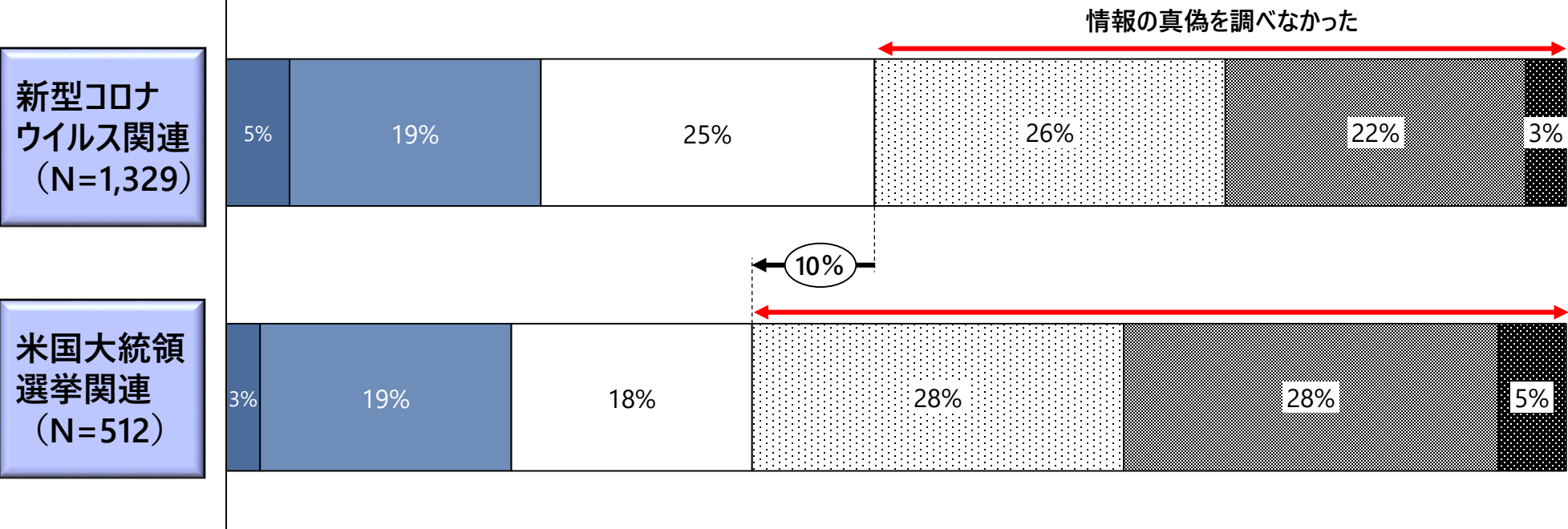


調査結果：新型コロナウイルス関連のフェイクニュースと米国大統領選挙関連のフェイクニュース比較（真偽確認）

新型コロナウイルス関連と比較して、米国大統領選挙に関するフェイクニュースの方が、情報の真偽が調べられていない傾向にある。

Q13：先程、新型コロナウイルスや米国大統領選に関する間違った情報や誤解を招く情報（いわゆるフェイクニュース・デマ）について「正しい情報かどうかわからなかった」または「正しい情報ではないと思った・情報を信じなかった」と回答した方にお伺いします。先程「正しい情報かどうかわからなかった」又は「正しい情報ではないと思った・情報を信じなかった」と答えた情報を見かけて、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。

- すべての情報の真偽を調べた・ほとんど情報の真偽を調べた
-
- あまり情報の真偽は調べなかった

ある程度情報の真偽を調べた半々くらい

調査結果：新型コロナウイルス関連のフェイクニュースと米国大統領選挙関連のフェイクニュース比較（真偽確認）

新型コロナウイルス・米国大統領選挙関連の両ジャンルともに、フェイクニュースの情報真偽を確認する方法は概ね変わらない。両ジャンルを比較すると、米国大統領選挙関連については、SNS内での検索・発信者の確認・1次ソースの確認で情報真偽を確認する割合が高い。

Q14：新型コロナウイルスや米国大統領選に関する情報を見かけて、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。（％）

■ 新型コロナウイルス（N = 991）

■ 米国大統領選挙（N = 343）

