

インターネット上の違法・有害情報に関する 流通実態アンケート調査

MRI 三菱総合研究所

2022/12/16

デジタル・イノベーション本部

目次

1. 調査概要	2
2. インターネット上のサービスの利用状況について	6
①各サービスの閲覧経験・書き込み経験・閲覧頻度(過去1年間) ②利用規約の確認状況	
3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について	8
①違法・有害情報に関する投稿の目撃経験・投稿を目撃したサービス ②粘着を目的とした投稿の目撃頻度/炎上事案の目撃経験/炎上事案における返信・再投稿経験 ③違法・有害情報に関する投稿の被害経験 ④違法・有害情報に関する投稿の被害を受けたサービス ⑤不適切な投稿を繰り返しされた経験/炎上事案の被害経験 ⑥安心・安全機能の利用状況 ⑦削除請求をする権利についての認知度 ⑧プロバイダ責任制限法の改正についての認知度	
4. 相談窓口及び違反報告・申告の利用状況について	16
①相談窓口の認知度 ②各相談窓口の認知度 ③違反申告・報告の認知度/違反申告・報告方法、連絡先の見つけやすさ/申告フォームの適切さ ④申請フォームの文章記入欄/申請フォームへの証拠添付 ⑤受領連絡の有無/違反申告・報告時のサービス提供事業者による対応有無 ⑥違反申告・報告への対応日数 ⑦違反申告・報告への対応の早さ ⑧違反申告・報告への対応がされなかった理由の通知有無/違反申告・報告への対応がされなかった理由の納得度	
5. 削除申請・依頼に対する考え方について	24
①自身が削除申請する場合・される場合/支援を行う第三者機関が存在する場合 ②強制力を持った依頼が可能な第三者機関が存在する場合/強制力を持たない依頼が可能な第三者機関が存在する場合	
6. サービス提供事業者による対応状況について	26
①対応をされたサービス ②対応についての通知・説明の有無と納得度 ③意見表明機会の有無と満足度 ④案内時の言語	

1. 調査概要

調査概要

- 調査実施期間: 2022年10月31日(月)～11月1日(火)
- 調査方法: インターネットアンケート調査
- 調査対象・回答者数・回答割り付け: 3つの調査群を設定して調査を実施

調査群	調査対象	回答者数	回答割り付け
調査群①	日本国内の15歳～99歳までの男女(特段の条件なし)	2,000名	・住民基本台帳人口(2022年1月1日付)の性別・年齢階級別人口×通信利用動向調査(令和3年度)のインターネット利用率により、インターネット利用人口を算出 ・回収総数2,000人とし、算出したインターネット利用人口の構成比に基づいて、性別・年代別の割付を実施
調査群②	日本国内の15歳～99歳までの男女のうち、SNSなどのインターネットのサービス上で、 <u>サービス提供事業者へ違反申告や報告をしたことがある人</u>	508名(※)	・割り付け無し
調査群③	日本国内の15歳～99歳までの男女のうち、SNSなどのインターネットのサービスを利用するなかで、 <u>サービス提供事業者から投稿の削除などの対応をされたことがある人</u>	442名(※)	・割り付け無し

※ 特定の設問に対して有意な回答数を確保するため、①とは別に400名以上の回答を回収

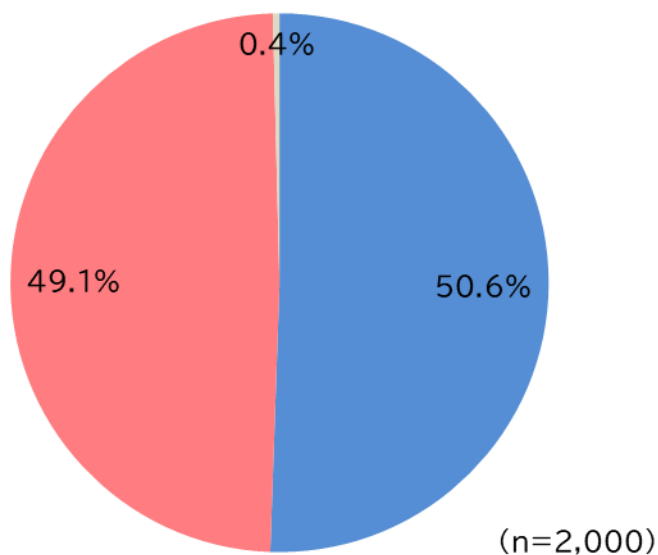
* 次頁以降にて結果を示しているが、四捨五入の影響で合計が100%にならないグラフ・コメントや、個々の要素の和と合計の数値が小数点以下で一致しないグラフ・コメントがある。

<回答にあたっての説明(アンケートの冒頭にて、回答者に表示)>

近年、SNSの急速な普及拡大により誹謗中傷等の違法・有害情報が注目を集めています。違法な情報や他人を傷つけるような情報の流通を防ぐため、SNS事業者などにおいて様々な取組が行われているところですが、例えば、違法・有害情報相談センターに年間約6,000件を超えるインターネット上の違法・有害情報にかかる相談が寄せられるなど、依然としてそれらの情報の流通が認められるところです。

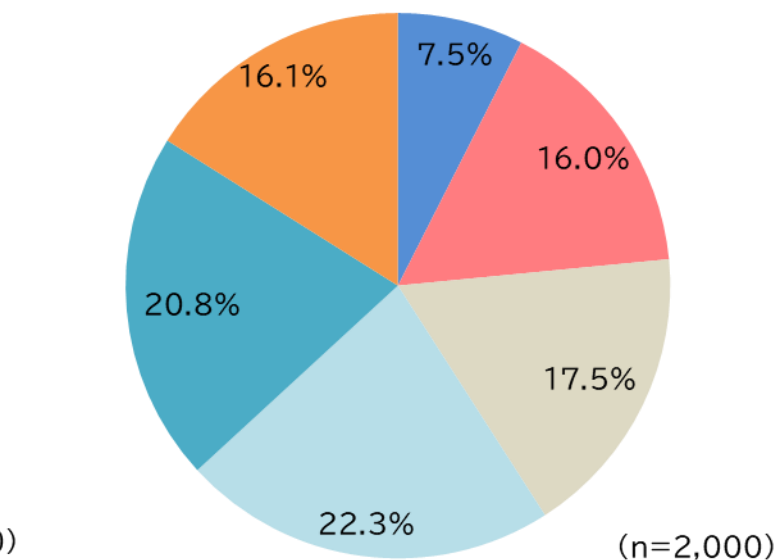
回答者の基本属性(調査群①)

性別



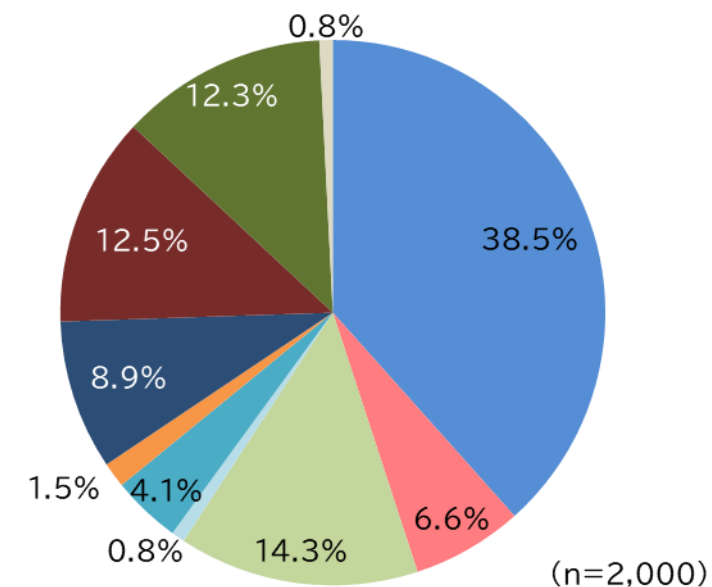
■ 男性 ■ 女性 ■ その他

年代



■ 15～19歳 ■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代以上

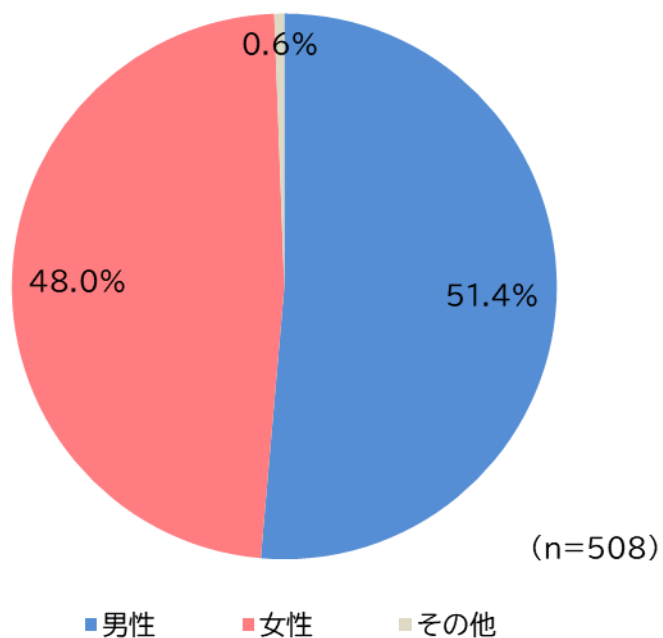
職業



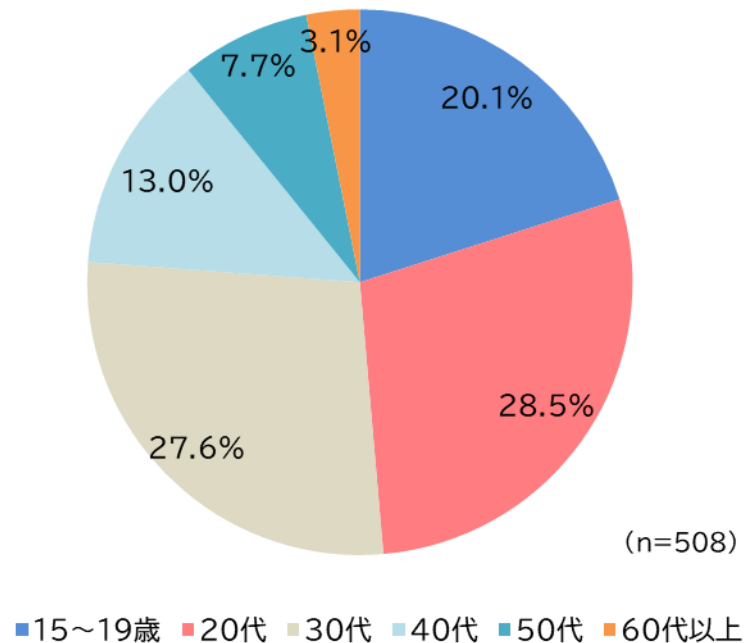
■ 正社員 ■ パート・アルバイト ■ 派遣社員・契約社員 ■ 役員 ■ 自由業 ■ 専業主婦(主夫) ■ 学生 ■ 無職 ■ 自営業・個人経営の事業主 ■ その他

回答者の基本属性(調査群②)

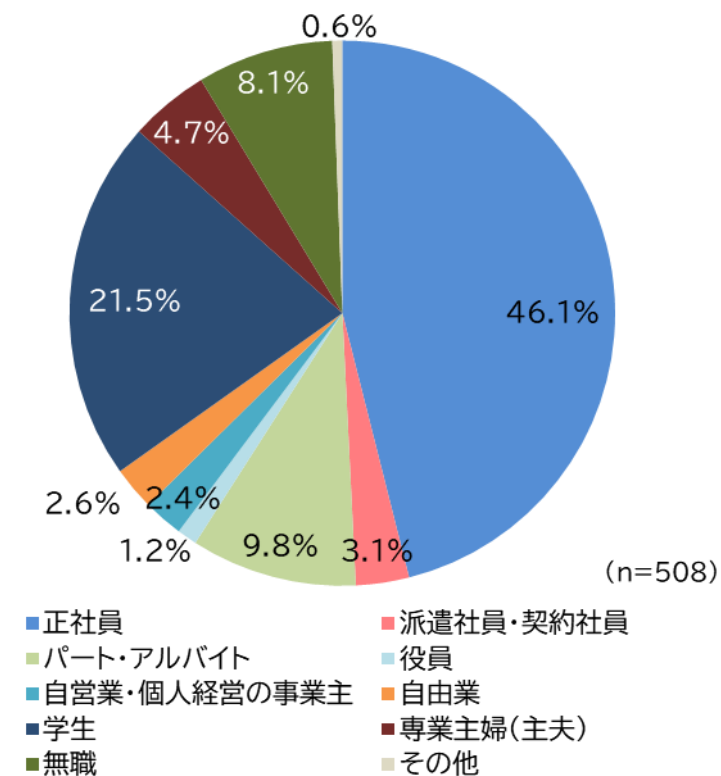
性別



年代



職業

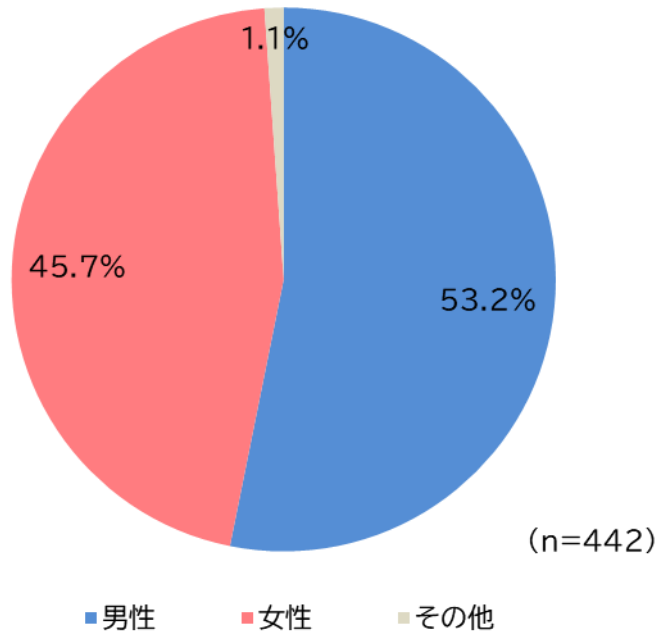


1. 調査概要

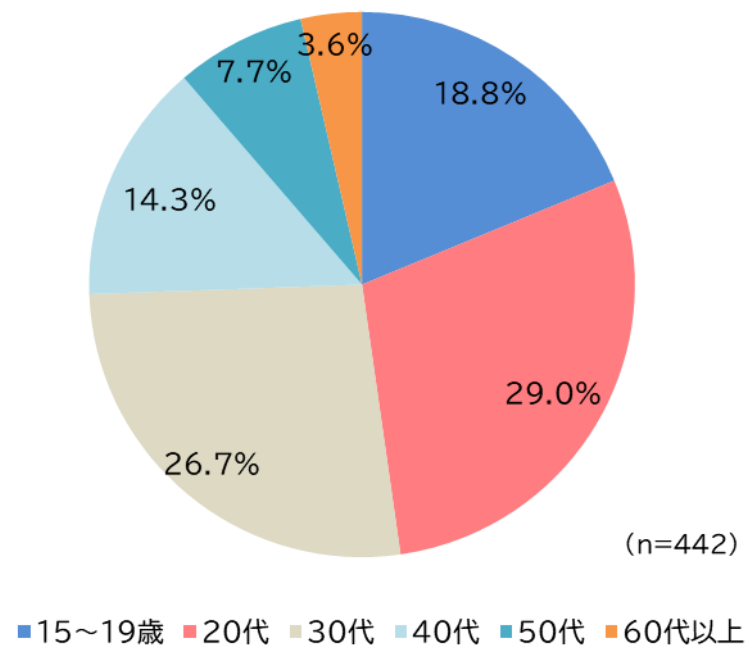
調査群③

回答者の基本属性(調査群③)

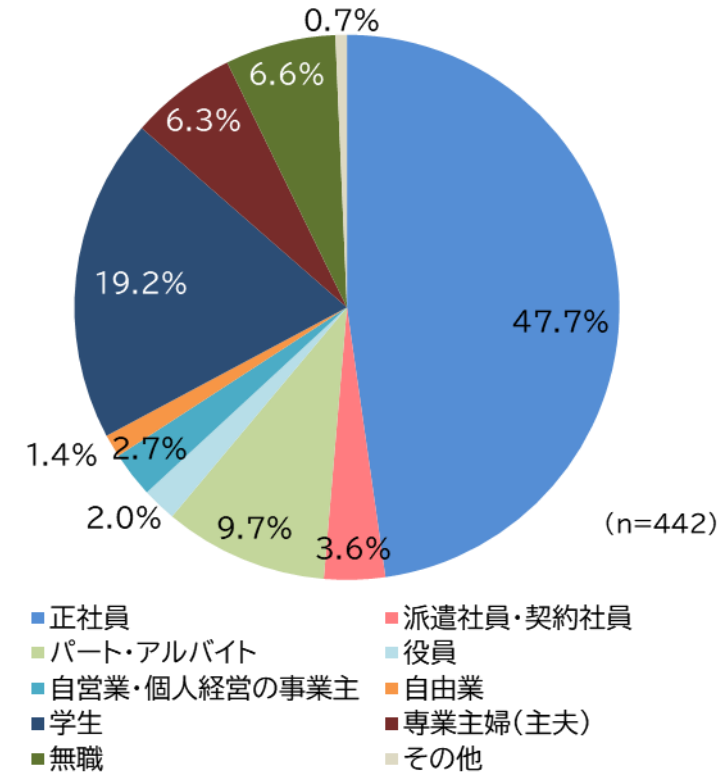
性別



年代



職業



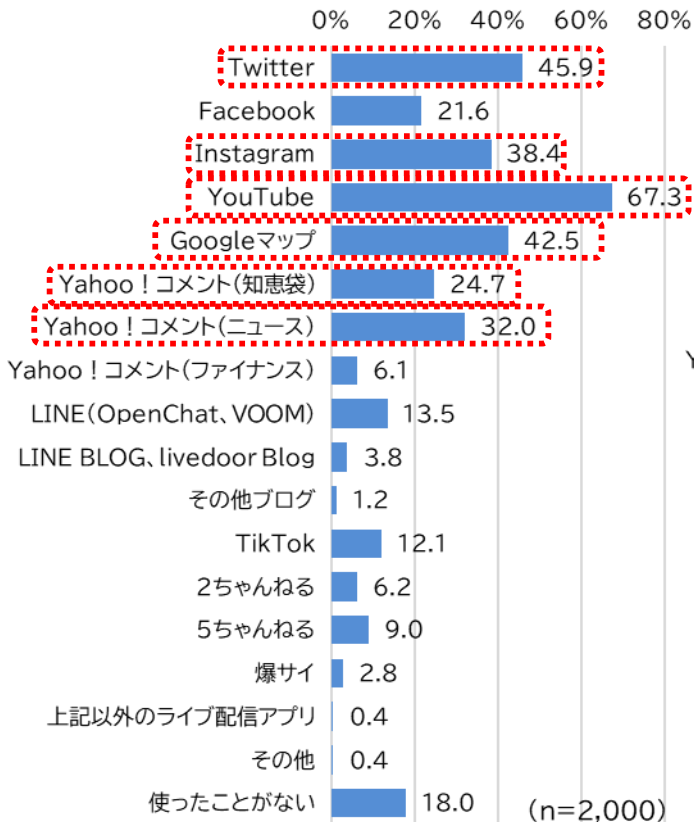
2. インターネット上のサービスの利用状況について

①各サービスの閲覧経験・書き込み経験・閲覧頻度(過去1年間)

- 過去1年間の閲覧経験は、YouTube、Twitter、Googleマップ、Instagram、Yahoo!コメントなどが多い。【複数回答】
- 過去1年間の書き込み経験は、Twitter、Instagram、YouTubeなどが多い。【複数回答】
- Twitter、Instagram、YouTube、LINE (OpenChat、VOOM)、TikTokといったサービスは閲覧頻度が高い傾向にある。

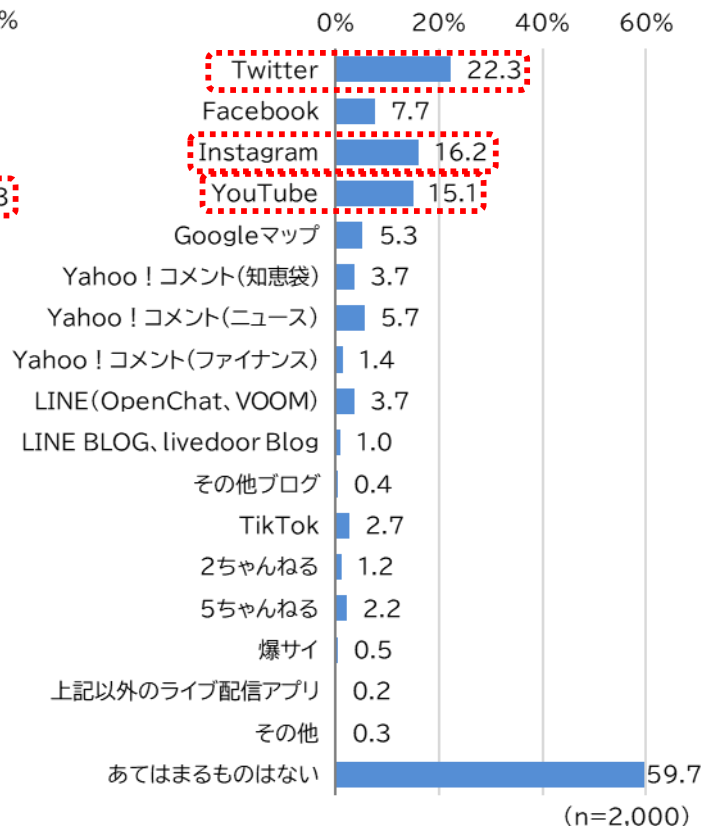
閲覧経験

Q あなたが過去1年間に利用(閲覧)したことがあるSNSなどのインターネット上のサービスを教えてください。(MA)



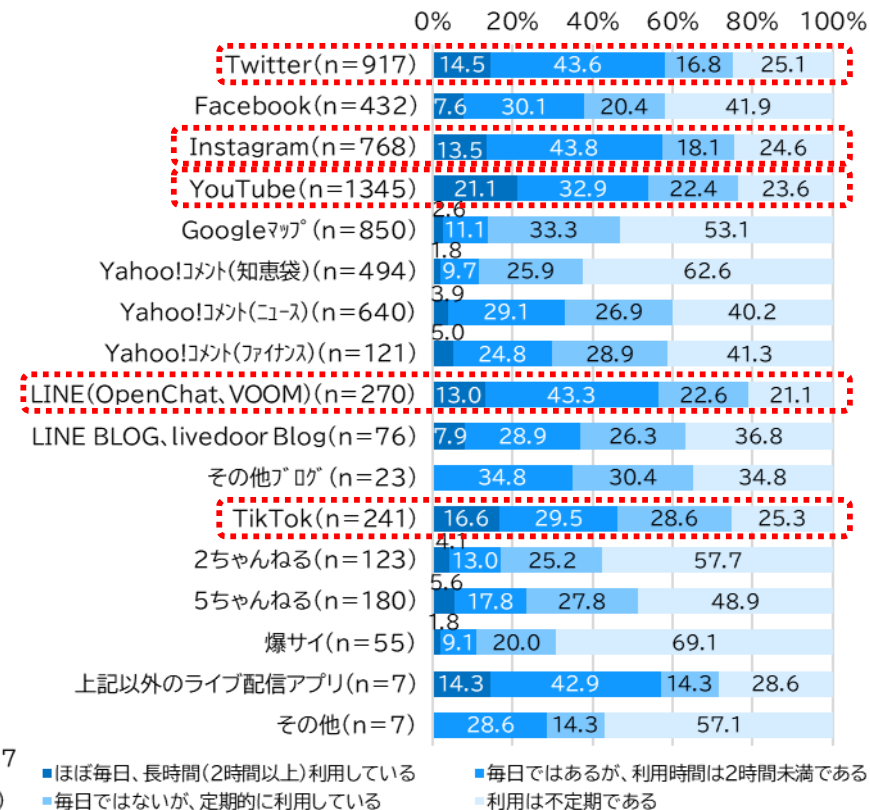
書き込み経験

Q あなたが過去1年間に利用(書き込み)したことがあるSNSなどのインターネット上のサービスを教えてください。(MA)



閲覧頻度

Q あなたは、プライベートでどれくらいの時間、日常的に各サービスを利用(閲覧)していますか。前問(注:利用経験)で「利用(閲覧)したことがある」と回答した各サービスごとに、お答えください。(SA)



2. インターネット上のサービスの利用状況について

調査群①

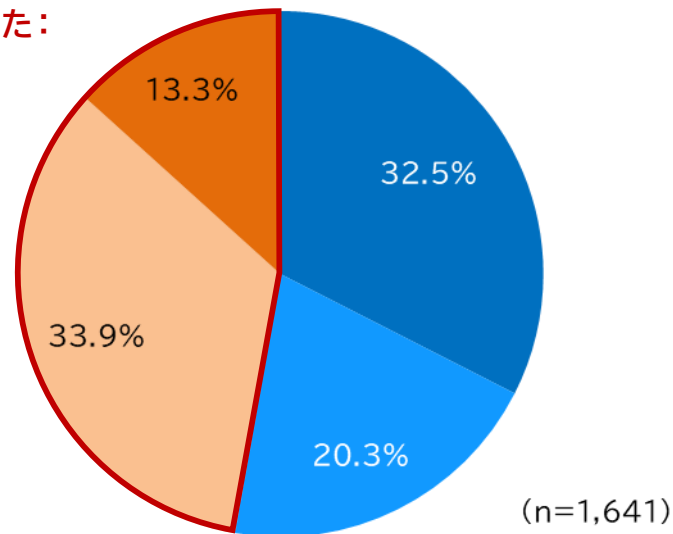
②利用規約の確認状況

- 「利用規約に目を通さずに利用している」、「知らなかった」という人が半数弱(47.2%)を占める。

利用規約の確認状況

Q あなたはSNSなどのインターネット上のサービスの利用を開始する際、そのサービスの利用規約(ポリシー)をきちんと確認してから利用開始していますか。(SA)

目を通さずに利用 + 知らなかった：
47.2%



- 利用規約(ポリシー)に目を通し、理解したうえで利用している
- 利用規約(ポリシー)に目を通しているが、理解せず利用している
- 利用規約(ポリシー)に目を通さず、利用している
- 利用規約(ポリシー)があるということを知らなかった

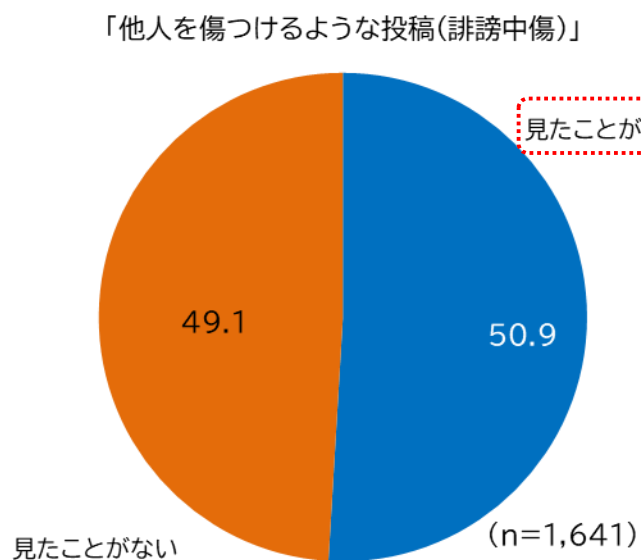
3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

①違法・有害情報に関する投稿の目撃経験・投稿を目撃したサービス

- 「他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)」について、約半数(50.9%)が目撃している。
- 投稿を目撃したサービスは、Twitterが最も多く、Yahoo!コメント(ニュース)、YouTubeがこれに続く。【複数回答】
- サービス利用者(閲覧者)の多さ(P.6)と誹謗中傷の投稿の目撃経験には関連がみられる。

誹謗中傷等に関する投稿の目撃経験

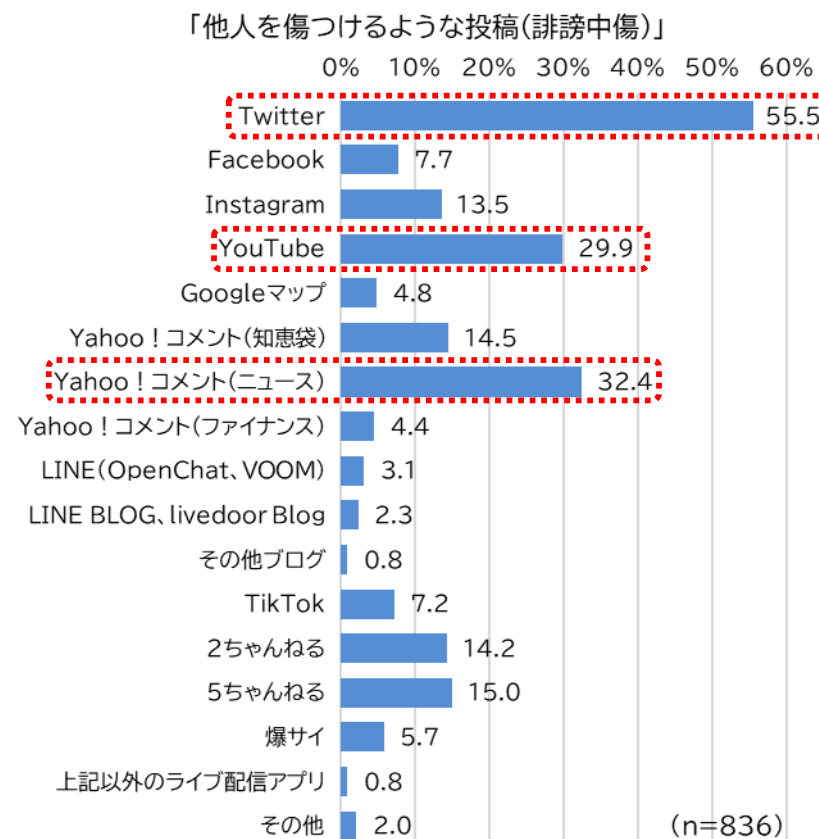
Q あなたはインターネット上で次のような投稿を**見たこと**がありますか。それぞれ「見たことがある」又は「見たことがない」のいずれかでお答えください。(SA)
(自分が対象となった場合を除きます。)



※ 過去1年間にいずれかのSNSなどのサービスを利用したと答えた回答者を抽出して集計

目撃した際のサービス

Q 前問で「見たことがある」と回答した投稿について、どのサービスで見ましたか。(MA)



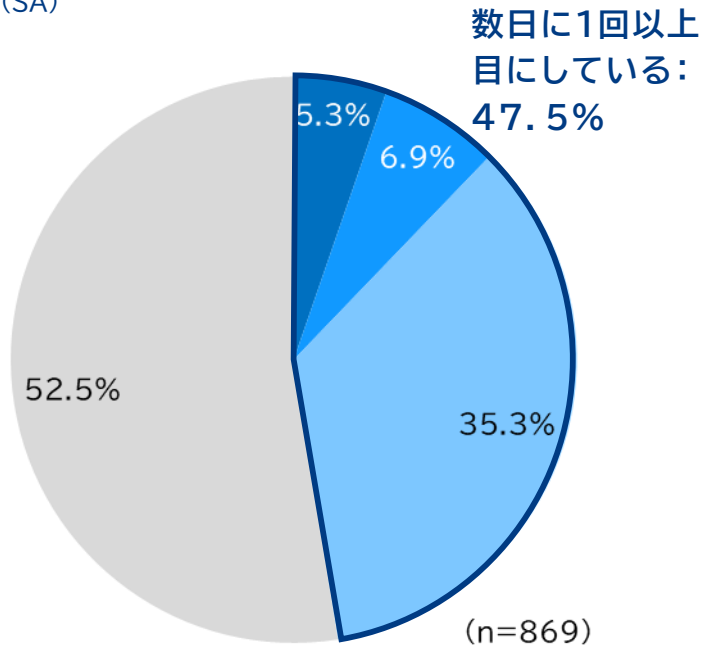
3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

②粘着を目的とした投稿の目撃頻度/炎上事案の目撃経験 炎上事案における返信・再投稿経験

- 他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)について、粘着を目的とした投稿を数日に一回以上目に見ている人は、半数弱(47.5%)であった。
- 炎上事案を数日に一回以上目に見ている人は、2割強(22.2%)であった。
- 炎上事案に対して、コメントの返信、再投稿などをしたことがある人は、1割弱(8.4%)であった。

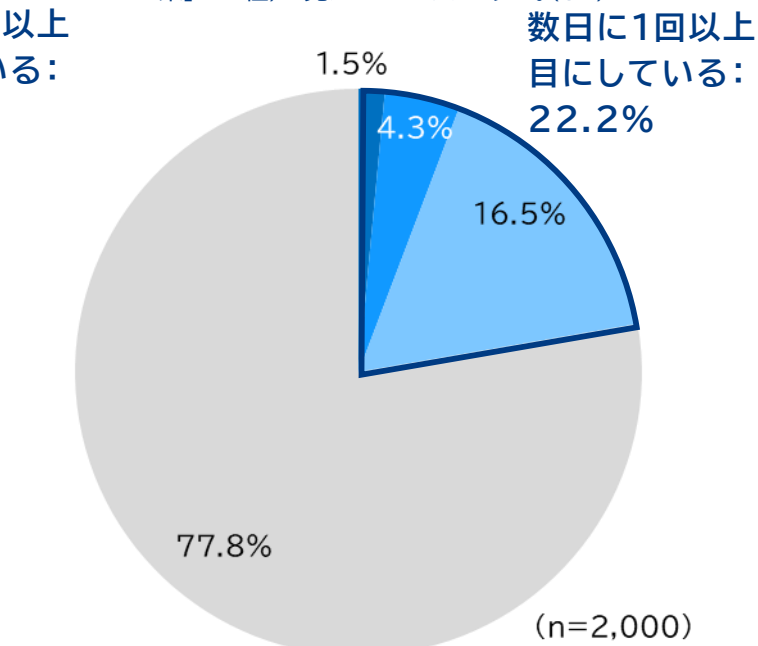
粘着を目的とした投稿の目撃頻度 ※他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)

Q 特定の人物に粘着する目的のアカウントなどが複数回にわたって繰り返し投稿をしているのを見たことがありますか。(SA)



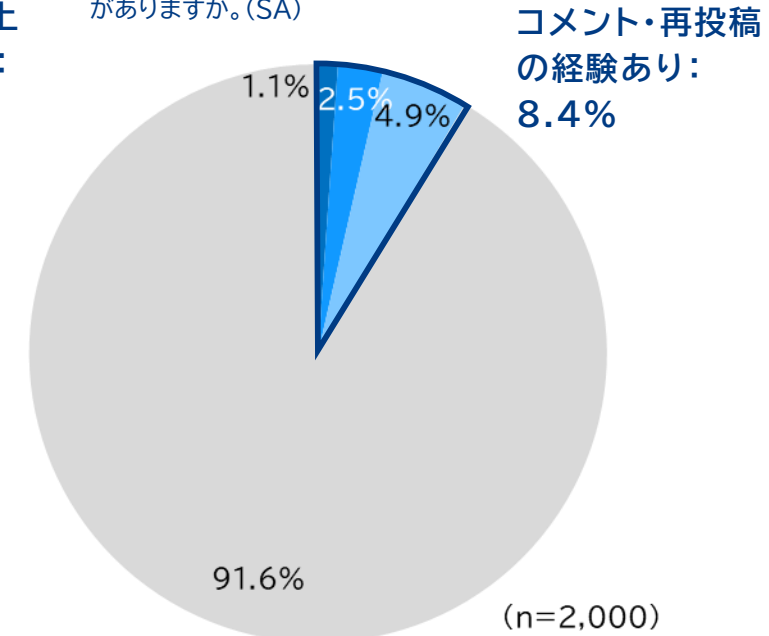
炎上事案の目撃経験

Q あなたは、特定の人物を誹謗中傷するような投稿が複数回繰り返されている状況(いわゆる「炎上事案」の一種)を見たことがありますか。(SA)



炎上事案における返信・再投稿経験

Q あなたは、特定の人物を誹謗中傷するような投稿が複数回繰り返されている状況(いわゆる「炎上事案」の一種)で、コメントの返信、再投稿などをしたことがありますか。(SA)



3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

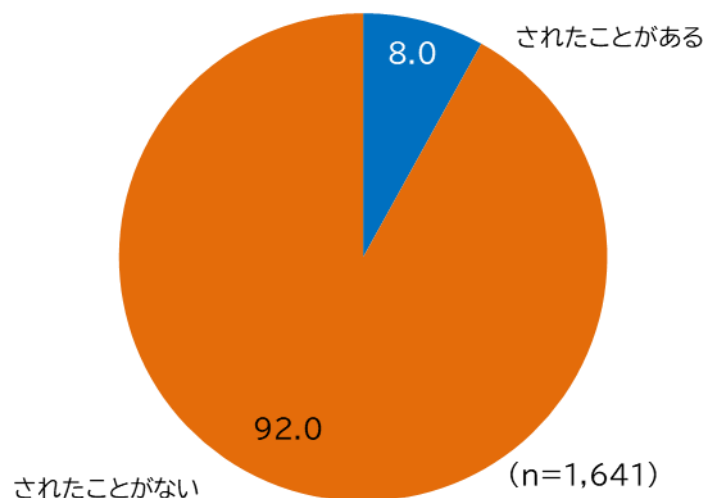
③違法・有害情報に関する投稿の被害経験

- 過去1年間にSNS等を利用した人の1割弱(8.0%)が「他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)」の被害に遭っている。
- 「誹謗中傷」の被害経験を年代別にみると20代(12.5%)と30代(12.2%)で多く、40代が1割弱でこれに次いでいる。10代(6.3%)、50代(5.1%)、60代以上(2.2%)は相対的に少なかった。

違法・有害情報に関する投稿の被害経験

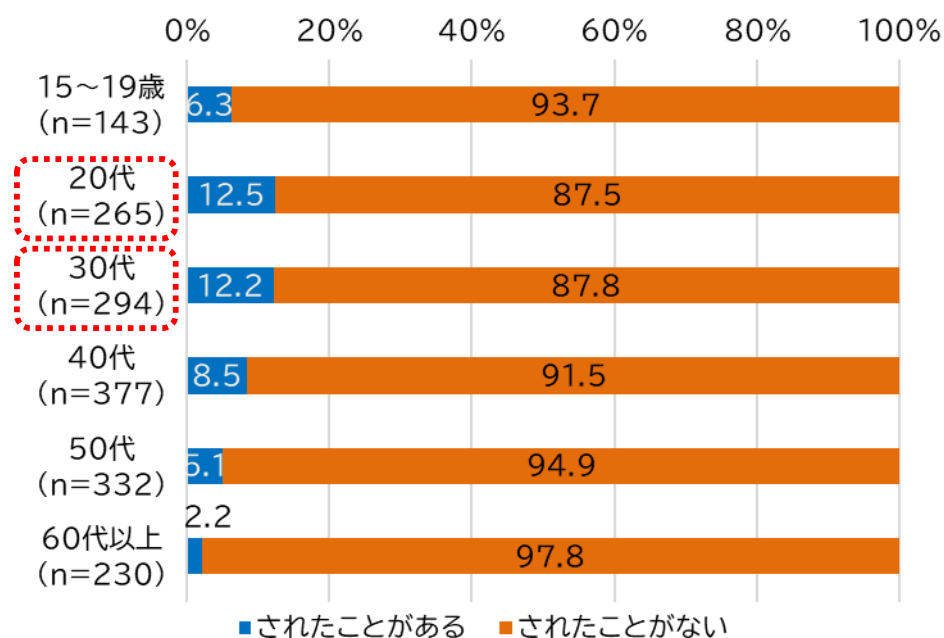
Q あなたはインターネット上で次のような投稿をされたことがありますか。以下の投稿について、「されたことがある」又は「されたことがない」のいずれかでお答えください。(SA)

「他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)」



※ 過去1年間にいずれかのSNSなどのサービスを利用したと答えた回答者を抽出して集計

「他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)」・年代別



3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

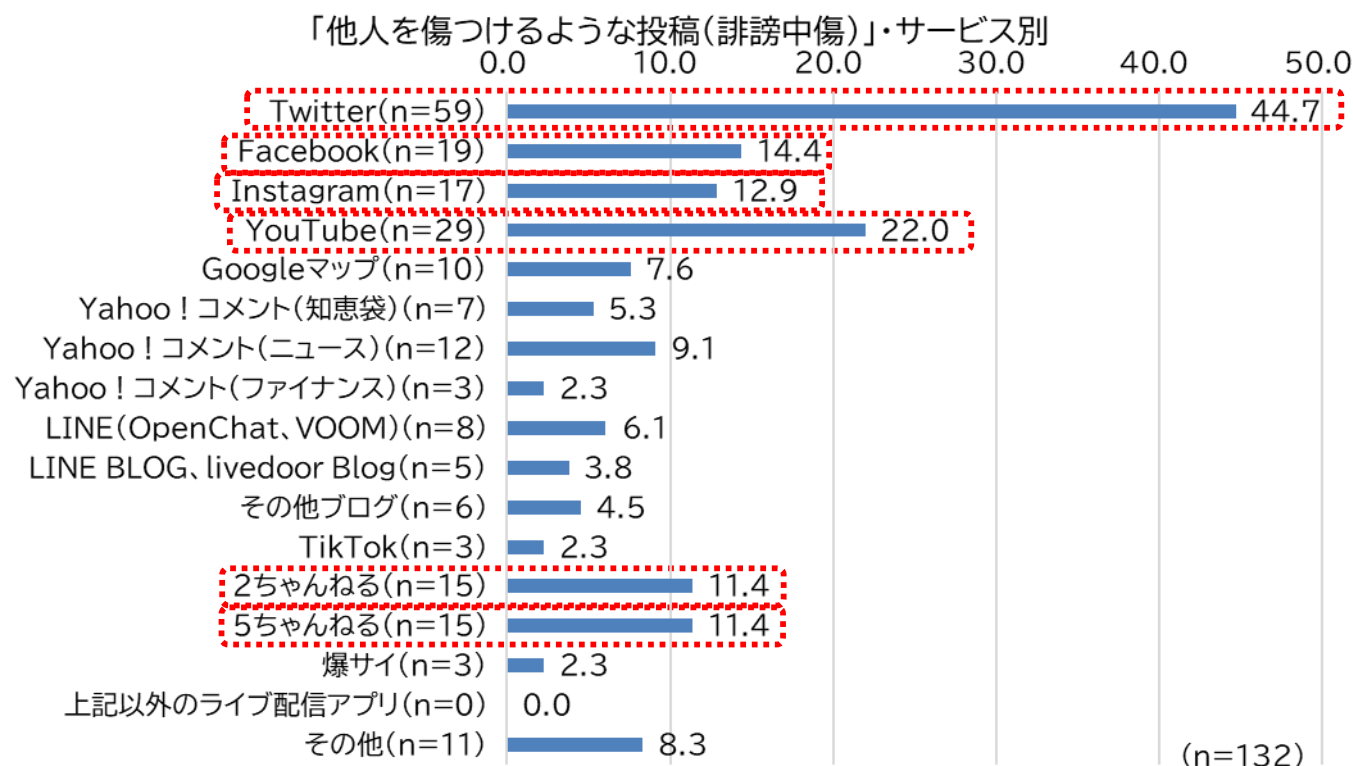
④違法・有害情報に関する投稿の被害を受けたサービス

- 誹謗中傷の投稿をされたことがあるサービスは、Twitterが最も多く、以下、YouTube、Facebook、Instagram、2ちゃんねる、5ちゃんねるがこれに続く。【複数回答】
- サービス利用者(閲覧者)の多さ(P.6)と誹謗中傷の投稿の被害経験には関連がみられる*。

* 回答者数の観点から、集計結果の解釈には留意が必要である

違法・有害情報に関する投稿の被害を受けたサービス

Q 前問(P.10)で「されたことがある」と回答した投稿について、どのサービスで投稿をされましたか。(MA)



※ 過去1年間にいずれかのSNSなどのサービスを利用したと答えた回答者を抽出して集計

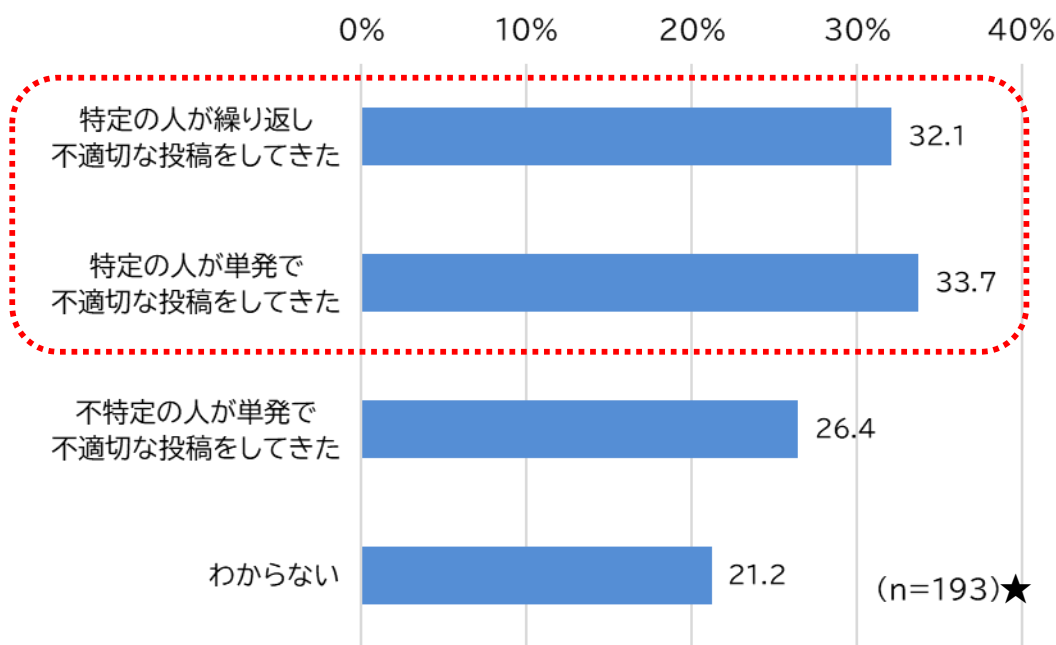
3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

⑤不適切な投稿を繰り返しされた経験/炎上事案の被害経験

- 不適切な投稿を繰り返しされた経験としては、特定の人による「単発」又は「繰り返し」の投稿が相対的に多い。【複数回答】
- 違法・有害情報に関する投稿をされたことがある人のうち、半数強(53.4%)は炎上事案の被害に遭っている。

不適切な投稿を繰り返しされた経験

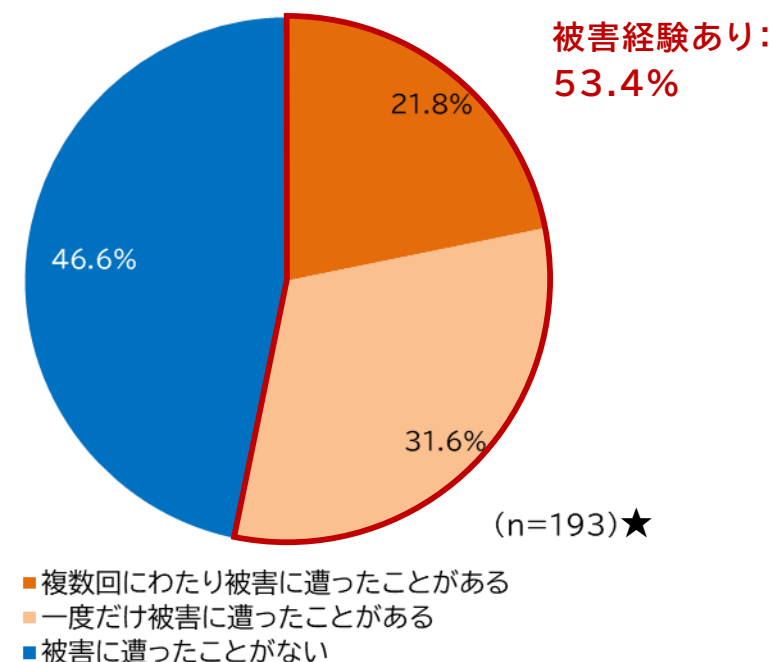
Q 不適切な投稿をしてくる相手は特定の人でしたか。また、特定の人から繰り返し不適切な投稿をされることはありましたか。(MA)



★違法・有害情報に関する投稿を「されたことがある」という人が本設問の対象となっている（全回答者の9.7%に相当）

炎上事案の被害経験

Q あなたは、特定の人物を誹謗中傷するような投稿が複数回繰り返されている状況（いわゆる「炎上事案」の一種）の被害に遭ったことがありますか。(SA)



★違法・有害情報に関する投稿を「されたことがある」という人が本設問の対象となっている（全回答者の9.7%に相当）

3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

⑥安心・安全機能の利用状況

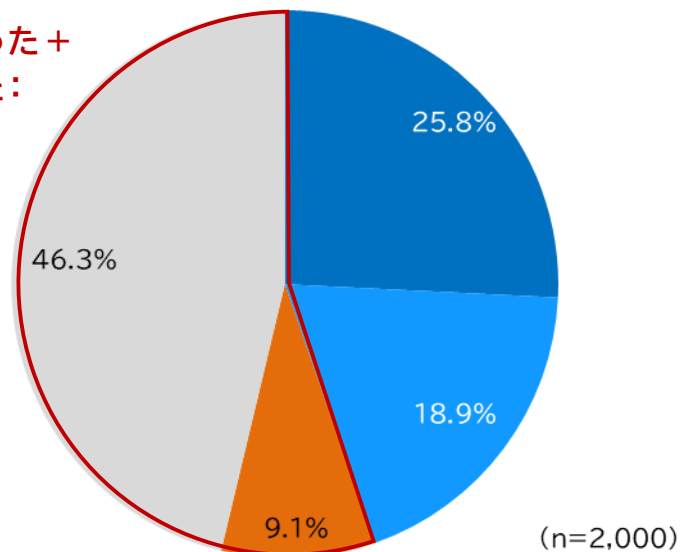
- ミュートやブロックなどの安心・安全機能について、「機能を利用したかったが、利用方法が分からなかった」、「機能があることを知らなかった」という人が半数以上(55.4%)いる。
- 他方、被害経験のある人では、45.1%が「機能を理解した上で利用している」と回答している。

安心・安全機能の利用状況

Q あなたはSNSなどのインターネットのサービスを安心安全に利用することができるようにするために、各サービスが実装している機能(例えば、ミュートやブロック、コメント非表示など)を利用していますか。(SA)

【全回答者】

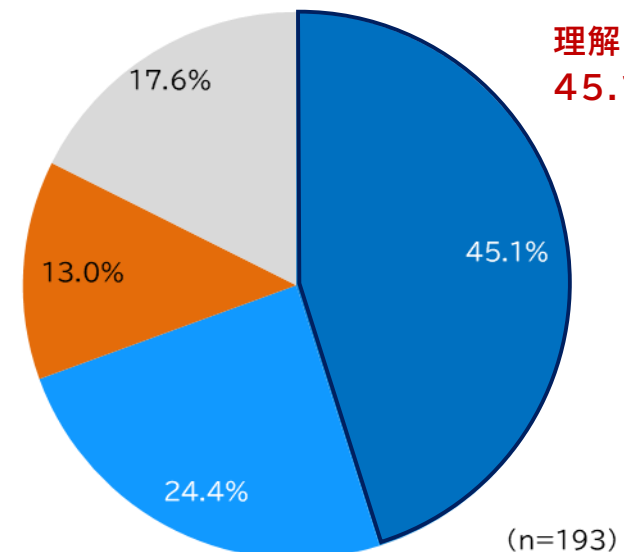
分からなかった＋
知らなかった：
55.4%



- それらの機能を理解したうえで、利用している
- それらの機能を理解したうえで、利用していない
- それらの機能を利用したかったが、利用方法が分からなかった
- それらの機能があるということを知らなかった

【被害経験のある人のみ】

理解して利用：
45.1%



- それらの機能を理解したうえで、利用している
- それらの機能を理解したうえで、利用していない
- それらの機能を利用したかったが、利用方法が分からなかった
- それらの機能があるということを知らなかった

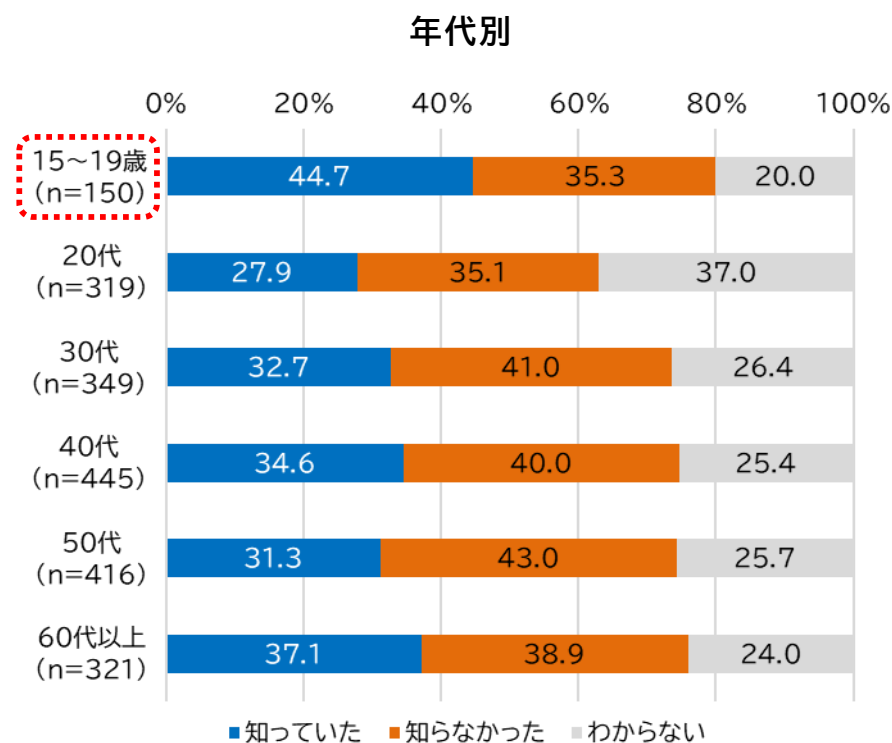
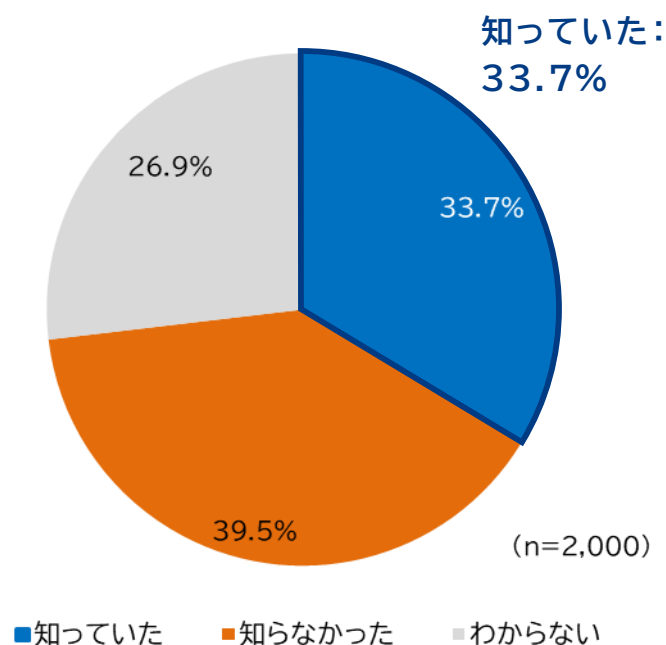
3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

⑦削除請求をする権利についての認知度

- インターネットのサービス上での不適切な投稿について、削除請求する権利があることを知っている人は3割強であった。
- 年代別にみると10代(44.7%)が相対的に多く、20代(27.9%)、50代(31.3%)が相対的に少なかった。

削除請求をする権利についての認知度

Q あなたは、SNSなどのインターネットのサービス上での不適切な投稿について、削除を請求する権利が、裁判所の判断の積み重ねによって被害者に認められていることを知っていますか。(SA)



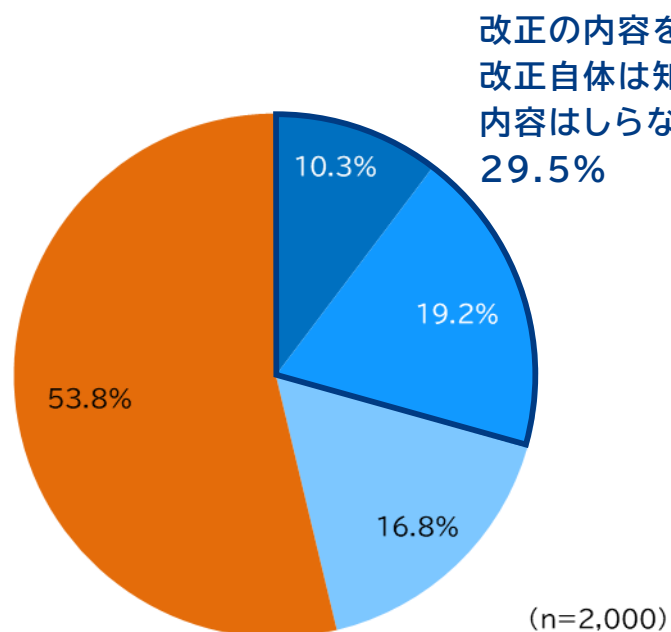
3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

⑧プロバイダ責任制限法の改正についての認知度

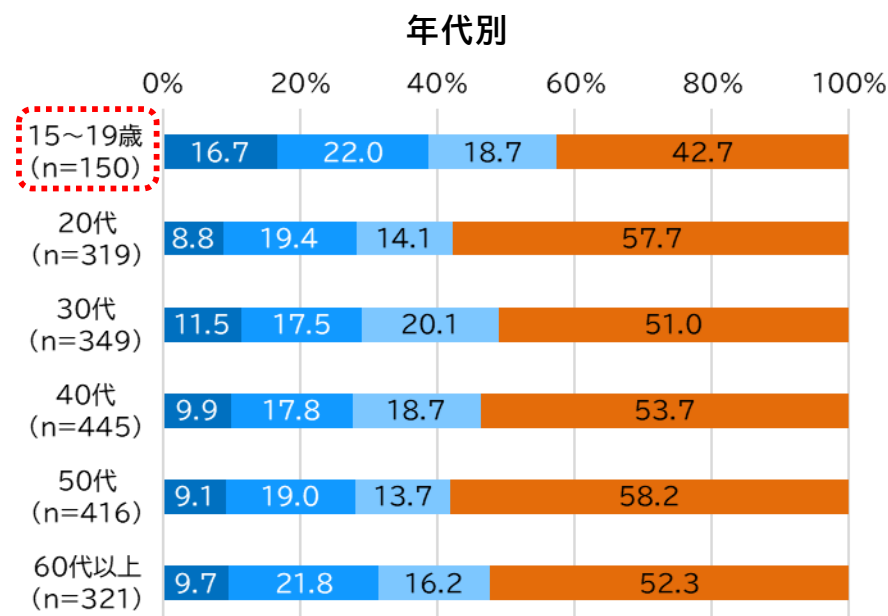
- プロバイダ責任制限法の改正について認知している人は、3割弱(29.5%)であった。
- 年代別にみると、「制度改正の内容について知っている」+「改正自体は知っているが内容は知らない」という人は、10代(38.7%)で最も多かった。

プロバイダ責任制限法の改正についての認知度

Q あなたは、SNSなどのインターネットのサービス上で不適切な投稿をされたときに、誰が投稿したかを特定する制度（プロバイダ責任制限法）が2022年10月に改正されたのを知っていますか。(SA)



- 制度改正の内容について知っている
- 制度改正されたことは知っているが、内容については知らない
- 制度については知っているが、改正されたことは知らなかった
- 制度自体知らない



- 制度改正の内容について知っている
- 制度改正されたことは知っているが、内容については知らない
- 制度については知っているが、改正されたことは知らなかった
- 制度自体知らない

4. 相談窓口及び違反報告・申告の利用状況について

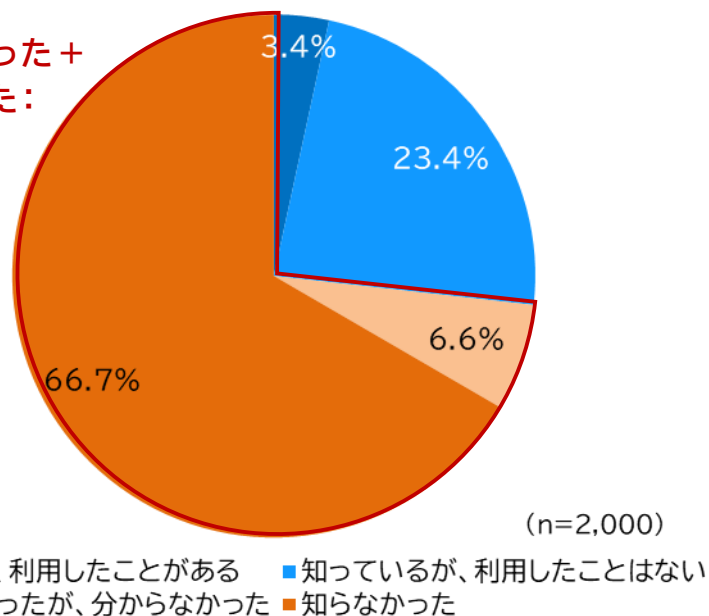
①相談窓口の認知度

- 相談窓口について、「利用しなかったが、分からなかった」・「知らなかった」という人が4分の3弱(73.3%)を占めている。また、「知っており、利用したことがある」人は少数(3.4%)であった。
- 年代別にみると、相談窓口の利用経験がある人は、10代(8.0%)で最も多かった。

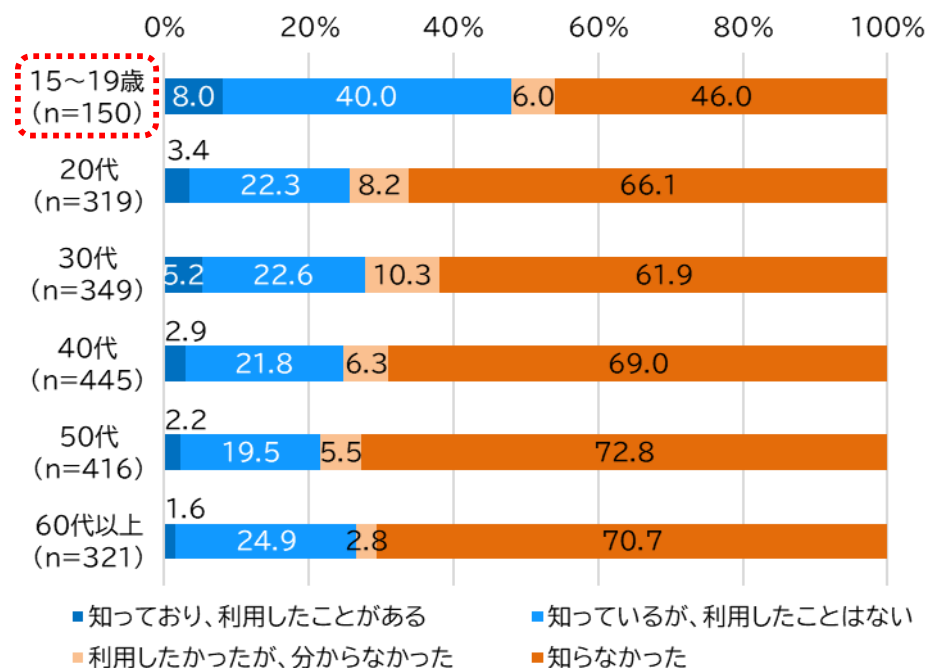
相談窓口の認知度

Q あなたは、SNSなどのインターネットのサービス上で不適切な投稿をされたときに、相談できる窓口があることを知っていますか。(SA)

分からなかった +
知らなかった:
73.3%



年代別



4. 相談窓口及び違反報告・申告の利用状況について

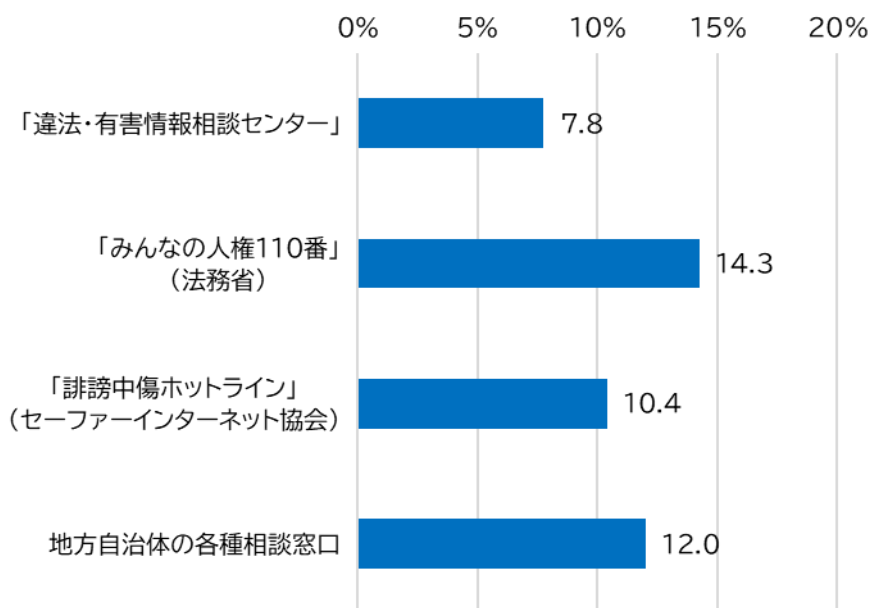
②各相談窓口の認知度

- 具体的な相談窓口についての認知度はいずれもあまり高くないが、「みんなの人権110番」、「地方自治体の各種相談窓口」が相対的に高かった。（相談窓口の存在を知っている人では、この2つは半数程度が知っている。）
- 年代別にみると、いずれの年代においても「みんなの人権110番」の認知度が高かった。「地方自治体の各種相談窓口」については、10代で最も高く、それ以外では年代が上がるにつれて認知度が高くなる傾向にある。

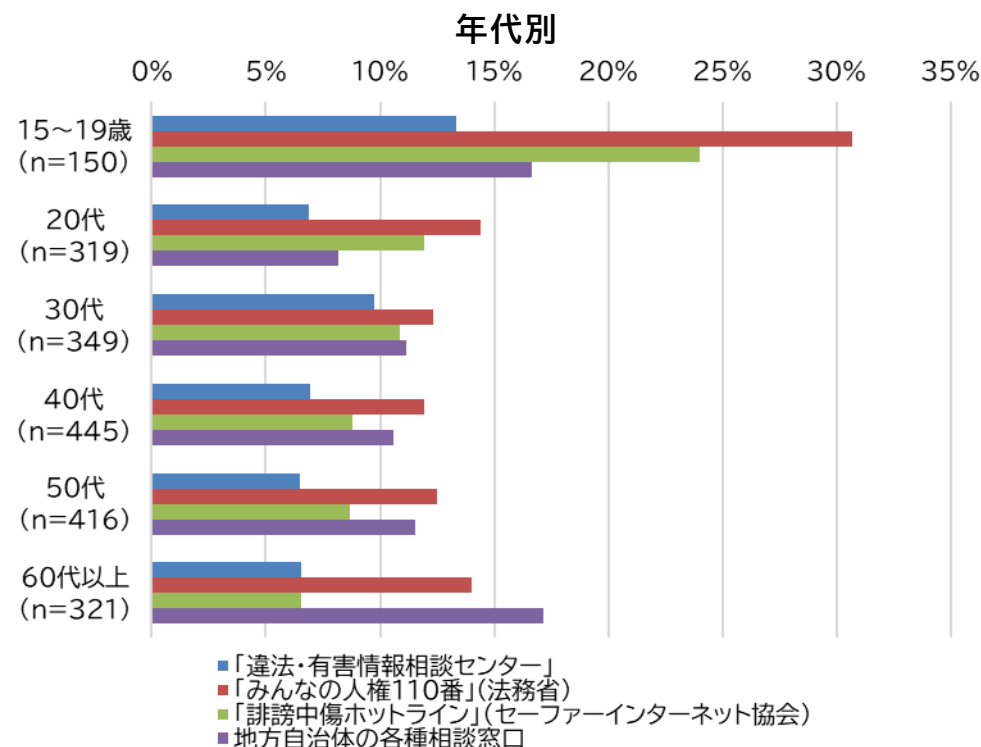
各相談窓口の認知度

Q あなたは、以下の相談窓口について知っていますか。以下のそれぞれの相談窓口について、「知っている」又は「知らない」のいずれかでお答えください。なお、1～4以外で知っている相談窓口がある場合は5で「知っている」を選択の上、具体的な窓口名を教えてください。（SA）※「その他」については具体的な窓口の名称を記載

※ 原設問は、相談窓口の存在を知っていると答えた回答者を対象としていたが、「分らなかった」「知らなかった」回答者は具体的な窓口も知らないと仮定して、全回答者における認知度を算出。



* 上記以外に、Googleや楽天の相談サイト、インターネット上の相談窓口、警察が各1件ずつ挙げられた。



4. 相談窓口及び違反報告・申告の利用状況について

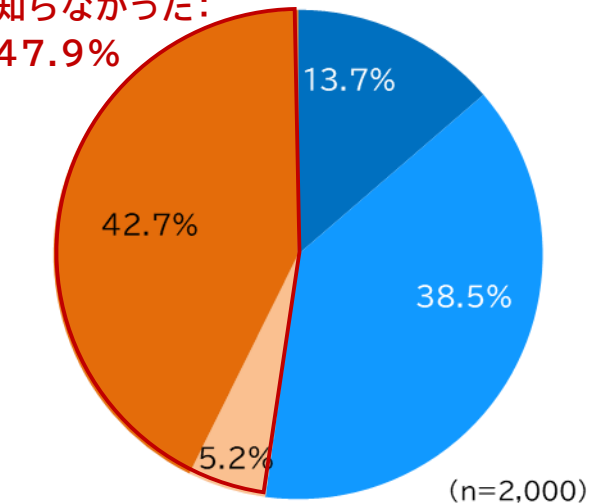
③違反申告・報告の認知度/違反申告・報告方法、連絡先の見つけやすさ
申告フォームの適切さ

- 違反申告や報告について、「わからなかった」・「知らなかった」という人が半数弱(47.9%)であった。
- 違反申告・報告方法、連絡先の見つけやすさについて、「簡単だった」・「やや簡単だった」という人が65%を占めている。
- 申告フォームについて、「完全に当てはまる項目があった」・「完全に当てはまる項目がなかったので、近しい内容を選んだ」という人は半数強(56.1%)であった。

違反申告・報告に関する認知度

Q あなたは、SNSなどのインターネットのサービス上で不適切な情報が投稿されていることを見つけた場合に、そのサービス提供事業者に違反申告や報告をすることができることを知っていますか。(SA)

わからなかった+
知らなかった:
47.9%

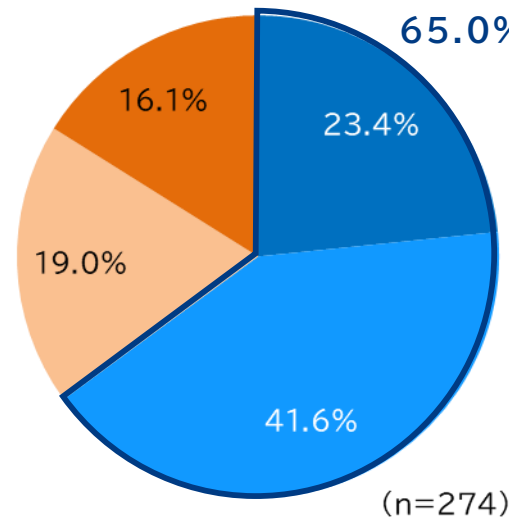


- 知っており、利用したことがある
- 知っているが、利用したことはない
- 利用したかったが、申告や報告の方法がわからなかった
- 知らなかった

違反申告・報告方法、
連絡先の見つけやすさ

Q 違反申告や報告について、申請や報告の方法や連絡先を見つけるのは簡単でしたか(SA)

簡単だった+
やや簡単だった:
65.0%

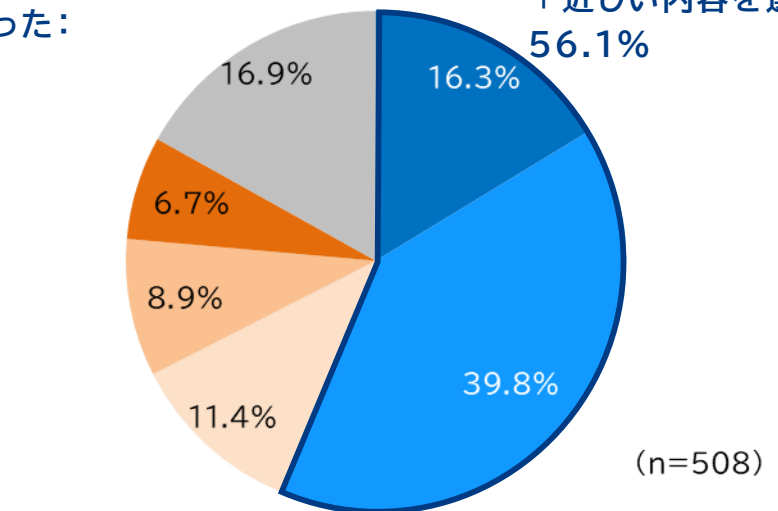


- 簡単だった
- やや簡単だった
- やや難しかった
- 難しかった

申告フォームの適切さ

Q 違反申告や報告について、申請フォームに設けられた申告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(SA)

完全に当てはまる項目あり
+ 近しい内容を選んだ:
56.1%



- 完全に当てはまる項目があった
- 完全に当てはまる項目がなかったので、近しい内容を選んだ
- 申告理由に近い選択肢もなかったので、適当に選んだ
- フォームに選択肢が設けられておらず、自由記入だった
- 適切な選択肢がないので選べなかった(その結果、申請自体できなかった)
- 理由の選択肢・欄がなかった

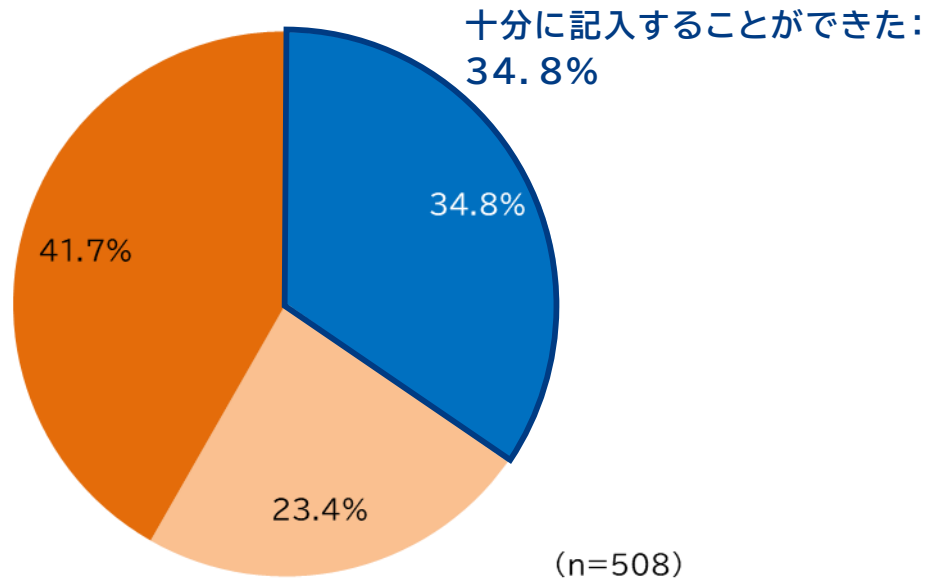
4. 相談窓口及び違反報告・申告の利用状況について

④申請フォームの文章記入欄/申請フォームへの証拠添付

- 申請フォームの文章記入欄に、「主張を十分に記入することができた」という人は3分の1強(34.8%)であった。
- 申請フォームに証拠(不適切な投稿のスクリーンショットなど)を添付することができた人は、3割弱(28.7%)であった。

申請フォームの文章記入欄

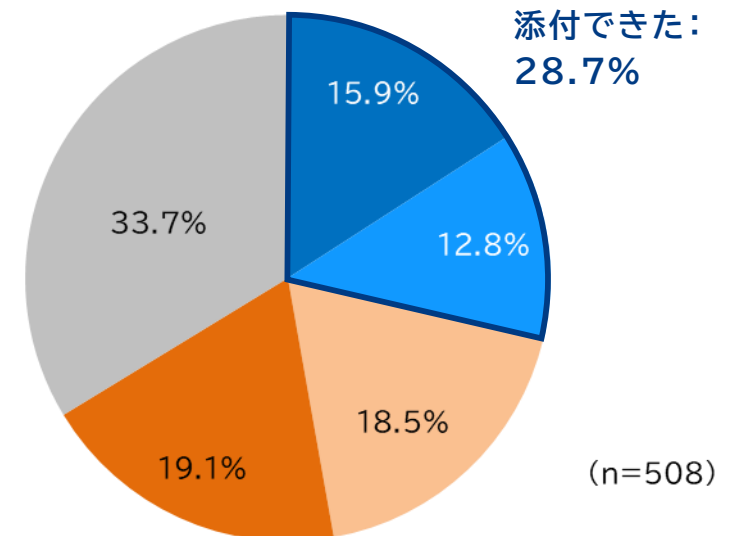
Q 違反申告や報告について、申請フォームに設けられた文章記入欄は十分でしたか(SA)



- 主張を十分に記入することができた
- 文字数制限等があり、主張を十分に記入することができなかった
- 文章記入欄がなかった

申請フォームへの証拠添付

Q 違反申告や報告について、申請フォームに証拠(不適切な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(SA))



- 証拠を添付することができ、添付もしやすかった
- 証拠を添付することができたが、ファイル形式の制限等があり、やりづらかった
- 証拠を添付することができなかった
- 証拠の添付をしたいと思わなかった
- 覚えていない

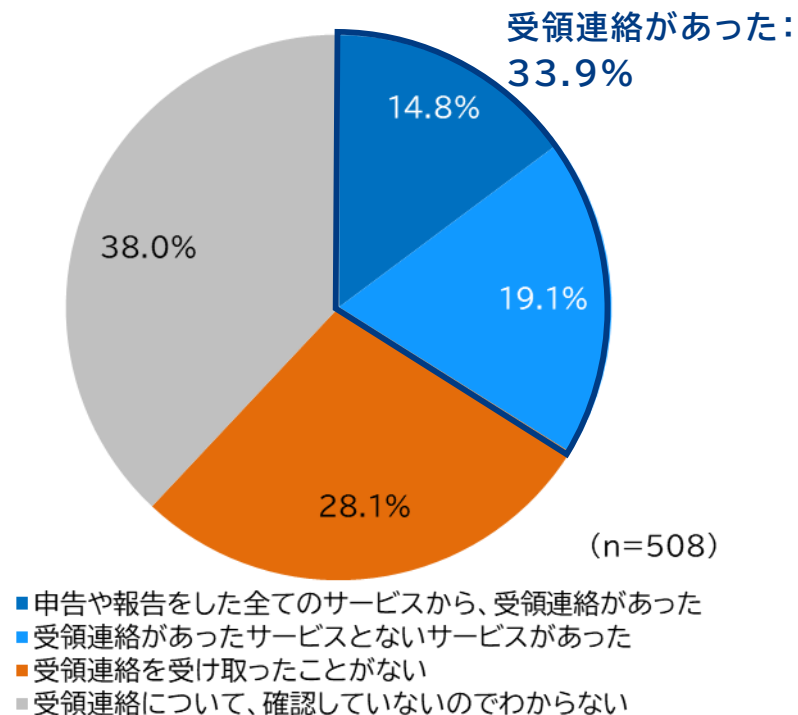
4. 相談窓口及び違反報告・申告の利用状況について

⑤受領連絡の有無/違反申告・報告時のサービス提供事業者による対応有無

- 違反申告や報告をした後に、サービス提供事業者から受領連絡を受けた人は、3分の1程度(33.9%)であった。
- 違反申告や報告をした場合に、サービス提供事業者が対応(投稿の削除、アカウント削除等)を行ったという人は、4分の1強(26.2%)であった。

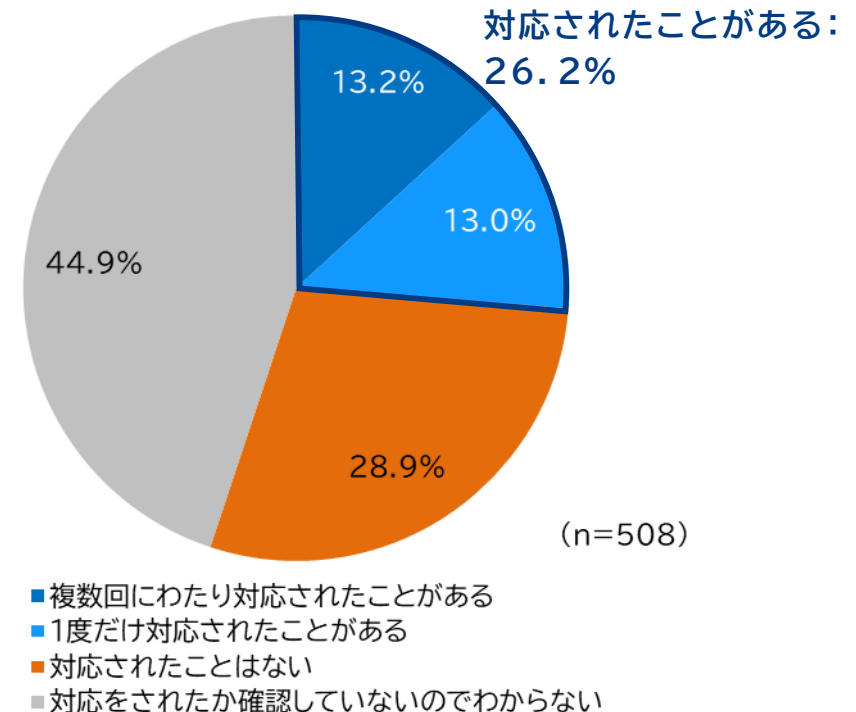
受領連絡の有無

Q 違反申告や報告をした後に、サービス提供事業者から受領の連絡はありましたか。(SA)



違反申告・報告時のサービス提供事業者による対応有無

Q 違反申告や報告をした場合に、サービス提供事業者により対応(投稿の削除、アカウント削除等)されたことがありますか。(SA)



4. 相談窓口及び違反報告・申告の利用状況について

調査群②

⑥違反申告・報告への対応日数

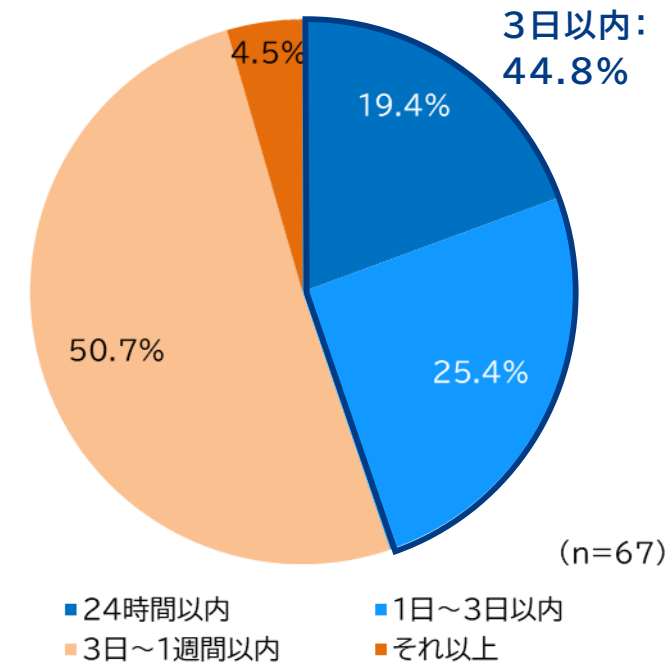
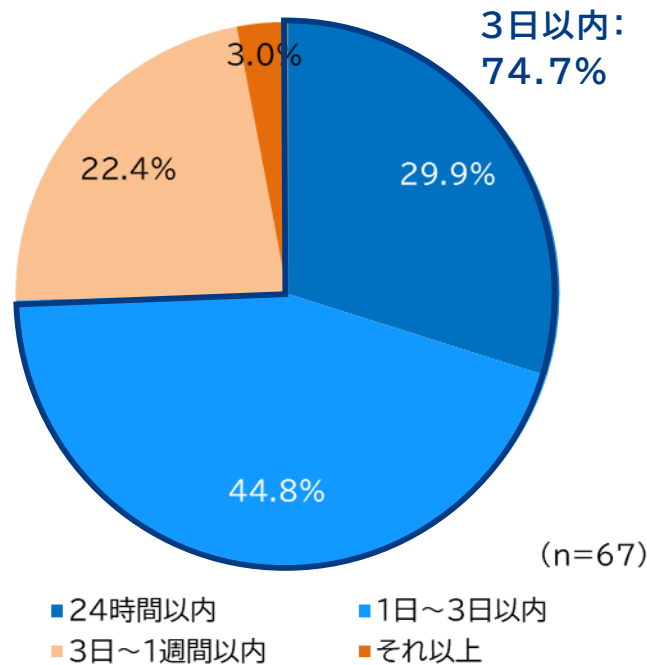
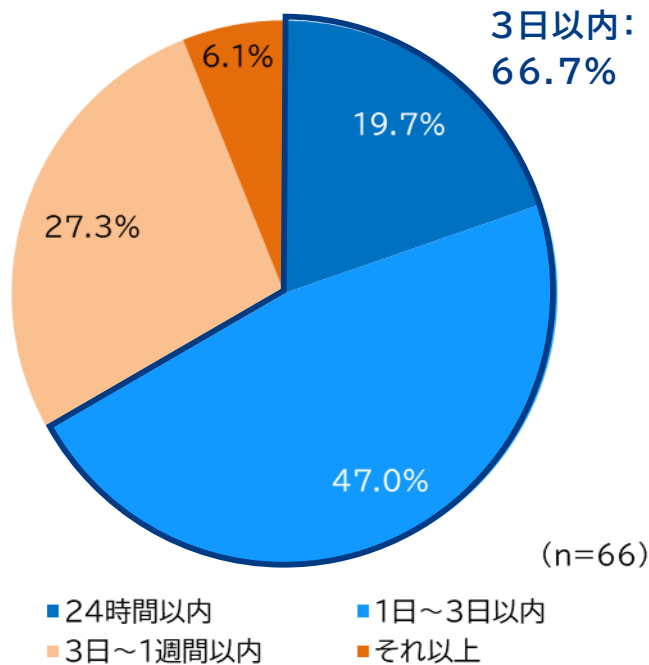
- 違反申告・報告への対応までの日数は、対応回数によらず3分の2程度の人が「3日以内」であった。
- 複数回の申告・報告をしたことがある人では、対応までの最短日数が「3日以内」であったと回答する人が4分の3程度（74.7%）、最長日数が「3日以内」であったと回答する人が半数弱（44.8%）であった。

違反申告・報告への対応日数
※一度だけ対応されたことがある

違反申告・報告への対応日数
※複数回対応されたことがある・最短日数

違反申告・報告への対応日数
※複数回対応されたことがある・最長日数

Q 違反申告や報告への対応(投稿の削除、アカウント削除等)まで何日程度でしたか。また、複数回の申告や報告をしたことがある方は、最長日数と最短日数をお答えください。(SA)



* 回答者数の観点から、集計結果の解釈には留意が必要である

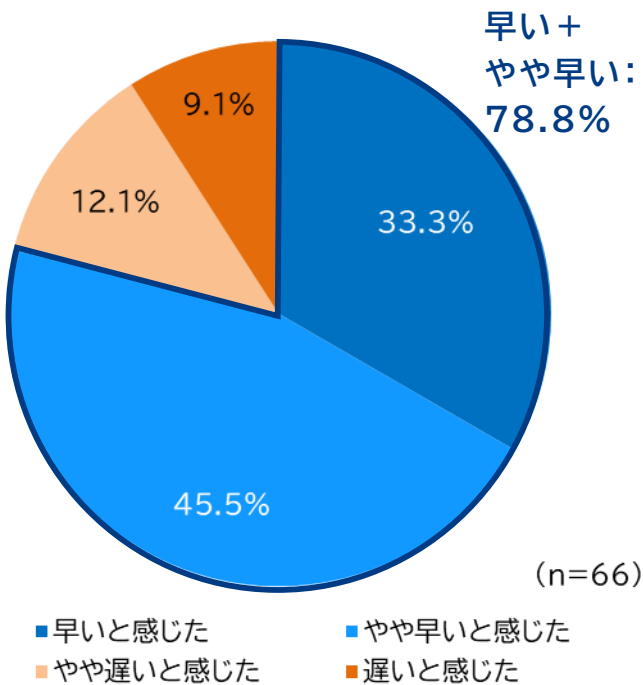
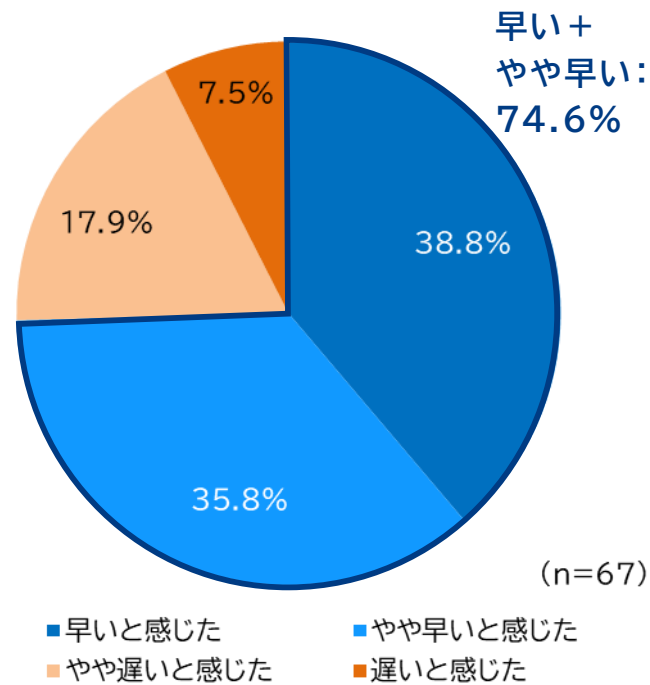
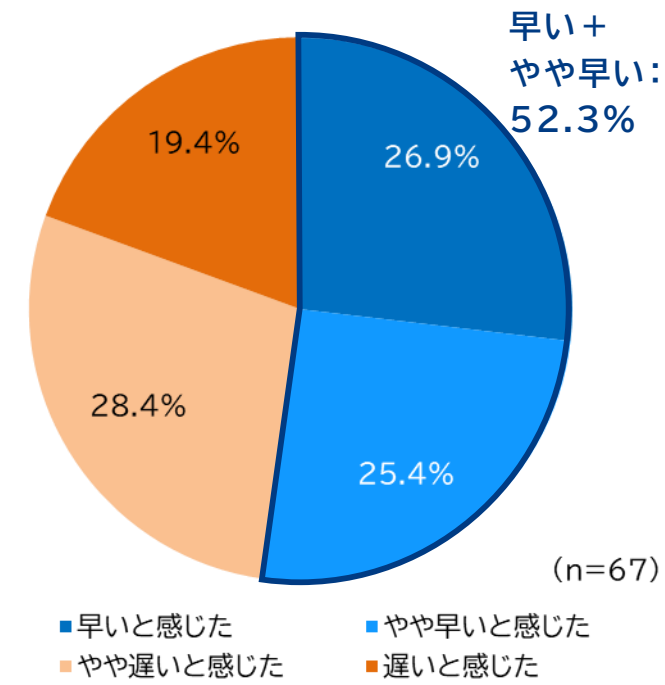
* 回答者数の観点から、集計結果の解釈には留意が必要である

* 回答者数の観点から、集計結果の解釈には留意が必要である

4. 相談窓口及び違反報告・申告の利用状況について

⑦違反申告・報告への対応の早さ

- 違反申告・報告への対応の早さについて、対応回数によらず8割弱の人が「早い」・「やや早い」と感じている。
- 複数回の申告・報告をしたことがある人では、対応までの最短日数を「早い」・「やや早い」と感じた人は4分の3程度（74.6%）、最長日数を「早い」・「やや早い」と感じた人は半数強（52.3%）であった。

違反申告・報告への対応の早さ
※一度だけ対応されたことがある違反申告・報告への対応の早さ
※複数回対応されたことがある・最短日数違反申告・報告への対応の早さ
※複数回対応されたことがある・最長日数

Q対応は早いと感じましたか。また、複数回の申告や報告をしたことがある方は、最長日数のときに受けた印象と最短日数のときに受けた印象について、それぞれお答えください。(SA)

* 回答者数の観点から、集計結果の解釈には留意が必要である

* 回答者数の観点から、集計結果の解釈には留意が必要である

* 回答者数の観点から、集計結果の解釈には留意が必要である

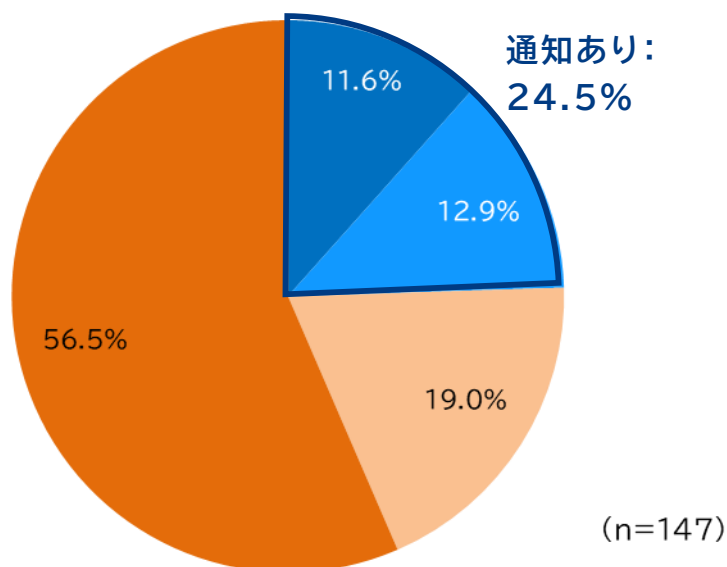
4. 相談窓口及び違反報告・申告の利用状況について

⑧違反申告・報告への対応がされなかった理由の通知有無/
違反申告・報告への対応がされなかった理由の納得度

- 違反申告や報告への対応がなされなかった場合に、「理由の通知があった」という人は4分の1弱(24.5%)であった。
- 通知された理由について、「納得できた」という人は6割弱(58.8%)であった。

違反申告・報告への対応がされなかった
理由の通知有無

Q 違反申告や報告への対応(投稿の削除、アカウント削除等)がなされなかった場合、理由の通知はありましたか。(SA)

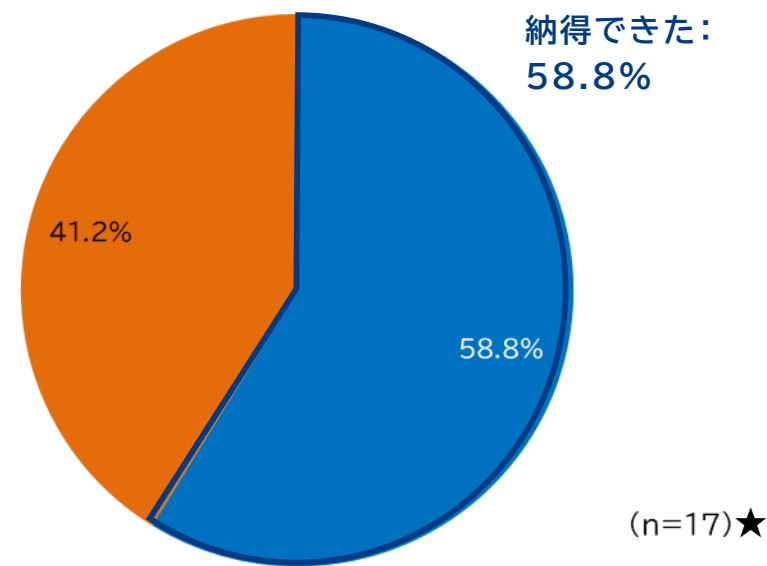


- 理由の通知があり、個別の投稿内容を踏まえた理由が記載されていた
- 理由の通知があったが、個別の投稿内容を踏まえた理由は記載されていなかった
- 理由の通知はなく、対応しない旨の結果のみ通知があった
- 何も通知がなかった

* 回答者数の観点から、集計結果の解釈には留意が必要である

違反申告・報告への対応がされなかった
理由の納得度

Q 違反申告や報告への対応(投稿の削除、アカウント削除等)がなされなかった理由の通知について、納得できる理由でしたか。(SA)



- 納得できた
- 納得できなかった

★問28において、違反申告・報告への対応がされなかった場合における理由通知が「あった(個別の投稿の内容を踏まえた理由の記載は問わない)」という人が本設問の対象となっている

* 回答者数の観点から、集計結果の解釈には留意が必要である

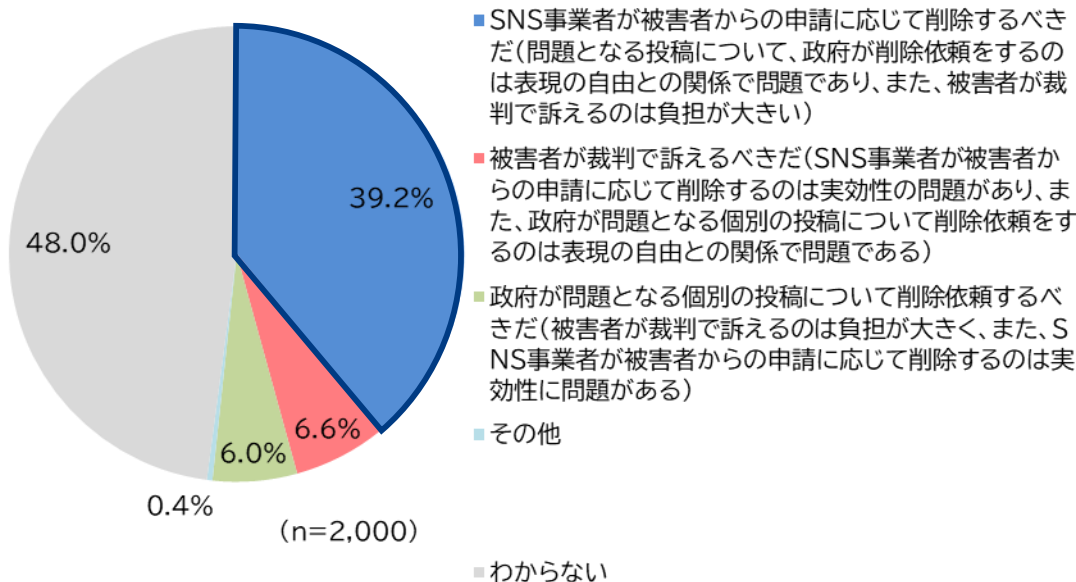
5. 削除申請・依頼に対する考え方について

①自身が削除申請する場合・される場合/支援を行う第三者機関が存在する場合

- 自身が削除申請する場合・される場合には、「わからない(48.0%)」という回答を除くと、「SNS事業者が被害者からの申請に応じて削除するべきだ」と考える人が最も多く、全体の4割程度(39.2%)であった。
- 支援を行う第三者機関が存在する場合、「わからない(49.9%)」という回答を除くと、いずれの回答もほぼ同程度であった。

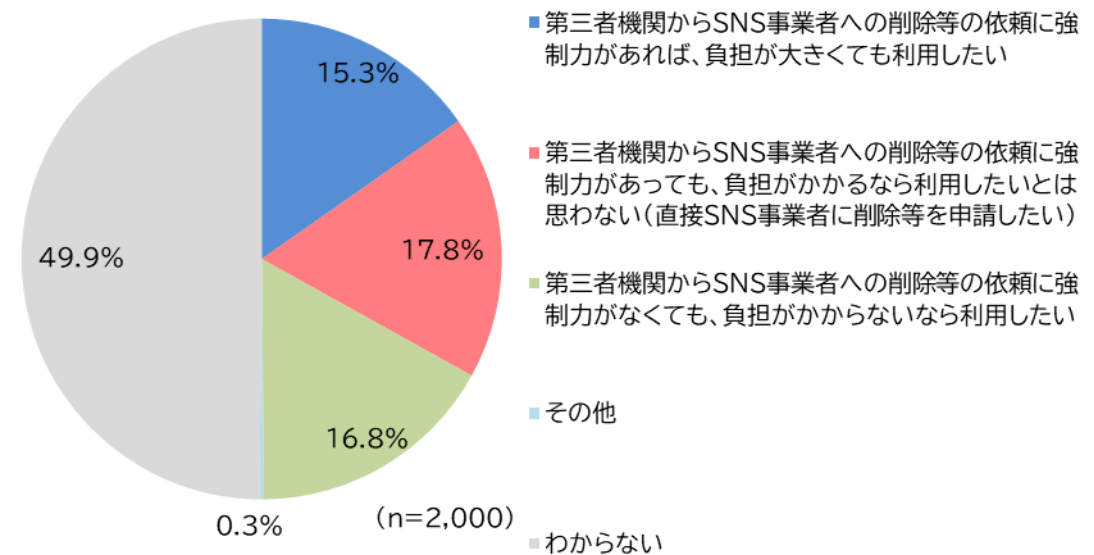
削除申請・依頼に対する考え方 ※自身が削除申請する場合・される場合

Q 不適切な投稿について削除等を行う仕組みについてどのようにするのがよいと考えますか。あなたが削除申請をする場面と、あなたの投稿が削除申請される場面の両方を考えた上で、あなたの考えに最も近いものを選んでください。(SA)



削除申請・依頼に対する考え方 ※支援を行う第三者機関が存在する場合

Q 不適切な投稿の削除等を依頼する場合に、あなたを支援してくれる第三者機関が存在するとします。あなたが削除申請をする場面を考えた上で、あなたの考えに最も近いものを選んでください。(SA)



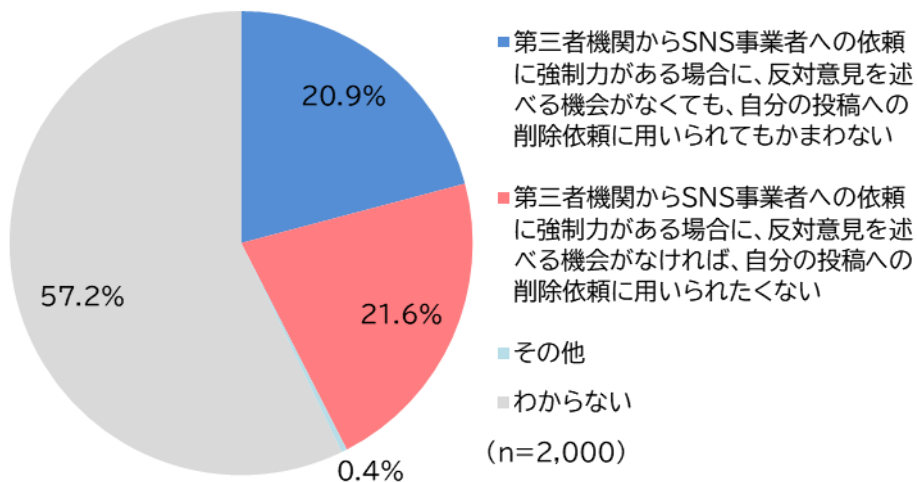
5. 削除申請・依頼に対する考え方について

②強制力を持った依頼が可能な第三者機関が存在する場合/
強制力を持たない依頼が可能な第三者機関が存在する場合

- 強制力を持った依頼が可能な第三者機関が存在する場合には、「わからない(57.2%)」という回答を除くと、反対意見を述べる機会の有無による削除依頼に対する考え方の差異は見られなかった。
- 強制力を持たない依頼が可能な第三者機関が存在する場合「わからない(56.9%)」という回答を除くと、反対意見を述べる機会の有無による削除依頼に対する考え方の差異は見られなかった。
- すなわち、削除依頼に対して反対意見を述べる機会の要否について、第三者機関の依頼が強制力を持つか否かによる違いは見られなかった。

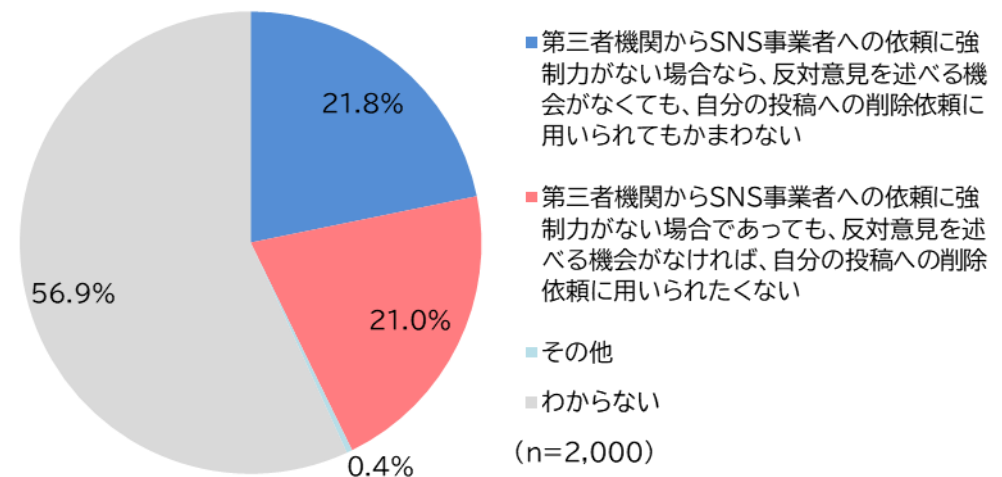
削除申請・依頼に対する考え方
※強制力を持った依頼が可能な
第三者機関が存在する場合

Q 不適切な投稿の削除等について、SNS事業者に対して強制力をもった依頼をすることができる第三者機関が存在するとします。あなたの投稿が削除される場面考えた上で、あなたの考えに最も近いものを選んでください。(SA)



削除申請・依頼に対する考え方
※強制力を持たない依頼が可能な
第三者機関が存在する場合

Q 不適切な投稿の削除等について、SNS事業者に対して強制力をもたない依頼をすることができる第三者機関が存在するとします。あなたの投稿が削除される場面考えた上で、あなたの考えに最も近いものを選んでください。(SA)



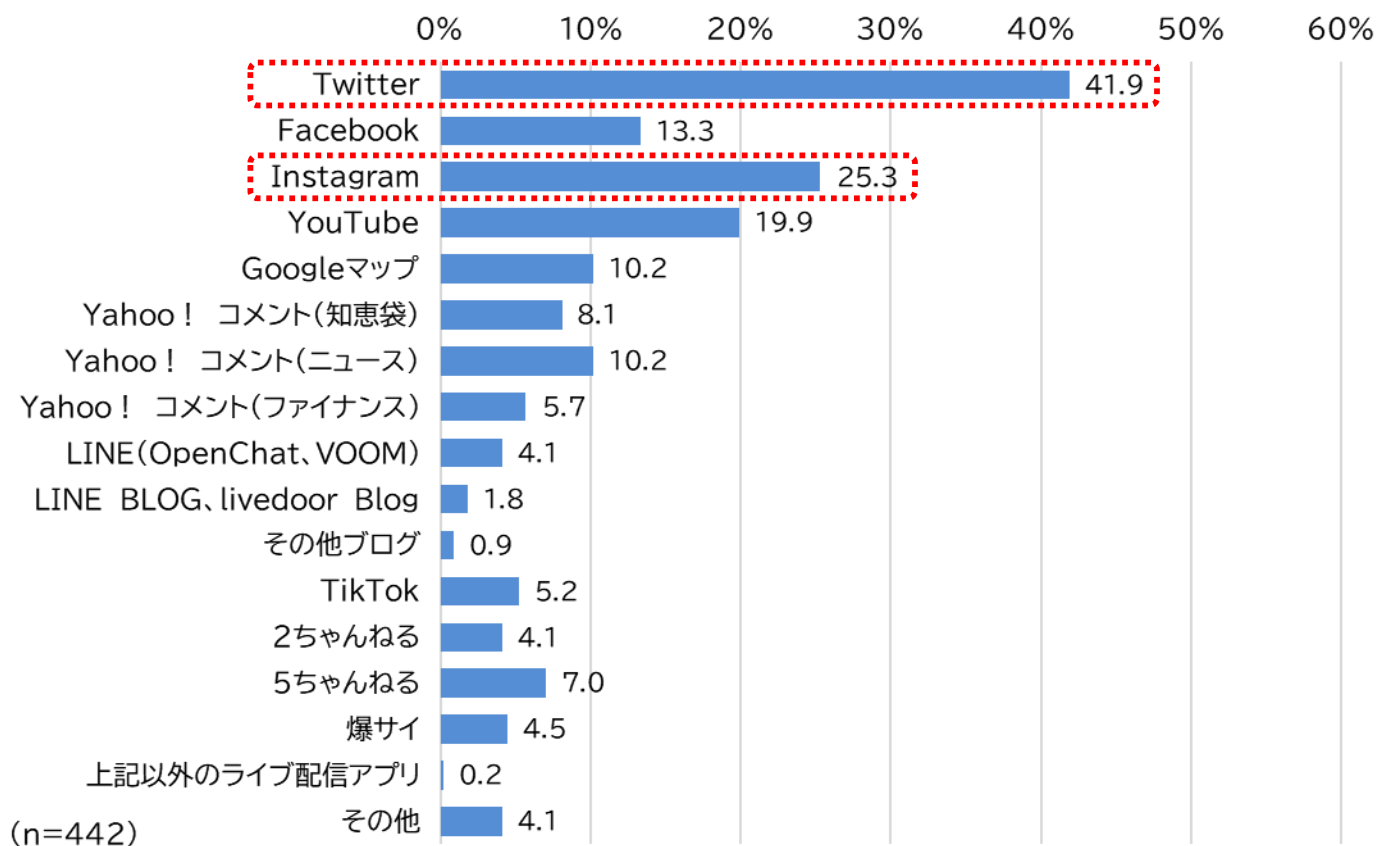
6. サービス提供事業者による対応状況について

①対応をされたサービス

- サービスを利用して、サービス提供事業者から投稿の削除等の対応を受けたのは、「Twitter(41.9%)」が最も多く、次いで「Instagram(25.3%)」だった。【複数回答】

対応をされたサービス

Q サービスを利用するなかで、サービス提供事業者から投稿の削除等の対応(投稿を削除、投稿への閲覧注意等のラベル付与、利用制限、アカウントの凍結)をされたのは、どのサービスでしたか。(MA)



6. サービス提供事業者による対応状況について

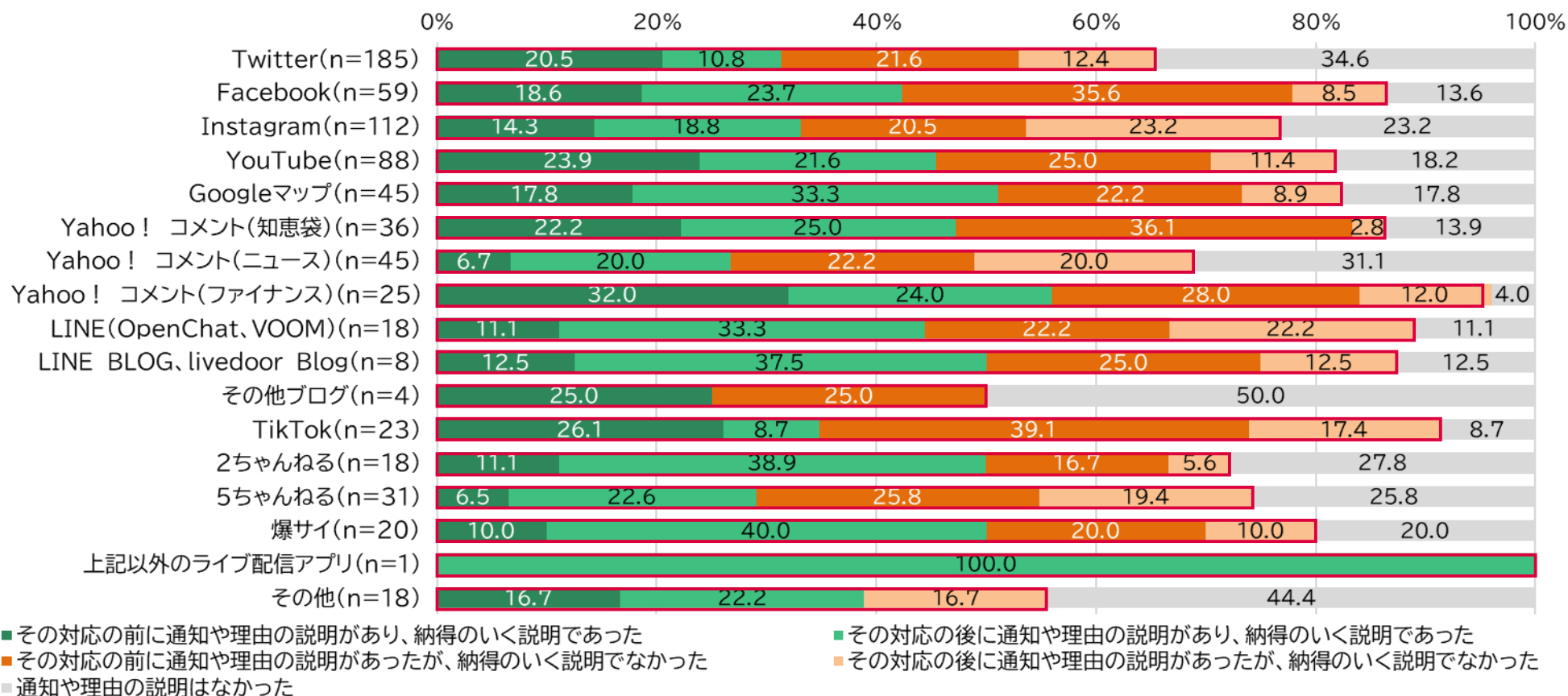
調査群③

②対応についての通知・説明の有無と納得度

- 対応をされた際に、サービス提供事業者から通知や説明があった人は、いずれのサービスにおいても半数以上であった。また、対応前に通知や理由の説明があった場合でも、納得している人は少ない傾向にあった。

対応についての通知・説明の有無と納得度

Q サービスを利用するなかで、サービス提供事業者から投稿の削除等の「対応されたことがある」と回答したサービスについて、サービス提供事業者からその対応について通知や理由の説明がありましたか。(SA)



6. サービス提供事業者による対応状況について

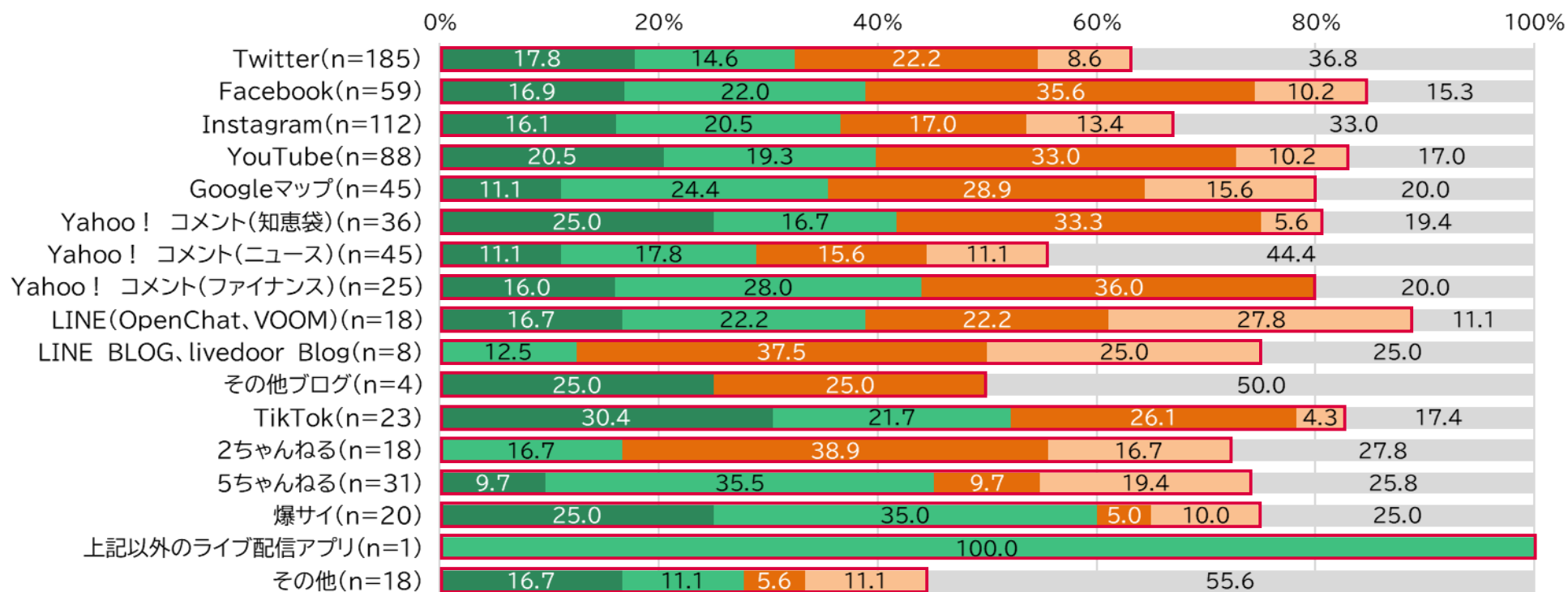
調査群③

③意見表明機会の有無と満足度

- 対応に対して意見表明の機会があった人は、多くのサービスにおいて半数以上であった。
- その後の対応についての満足度は、サービスによってバラつきがあった。

意見表明機会の有無と満足度

Q サービス提供事業者からの対応に対し、あなたの意見や反論を伝える機会(意見表明機会)を与えられましたか。(SA)



- 対応の通知にあわせて、意見表明機会についての案内があり、その後の対応は満足だった
- 対応の通知とは別に、意見表明機会についての案内があり、その後の対応は満足だった
- 対応の通知にあわせて、意見表明機会についての案内があったが、その後の対応は不満足だった
- 対応の通知とは別に、意見表明機会についての案内があったが、その後の対応は不満足だった
- 意見表明機会は与えられなかった

6. サービス提供事業者による対応状況について

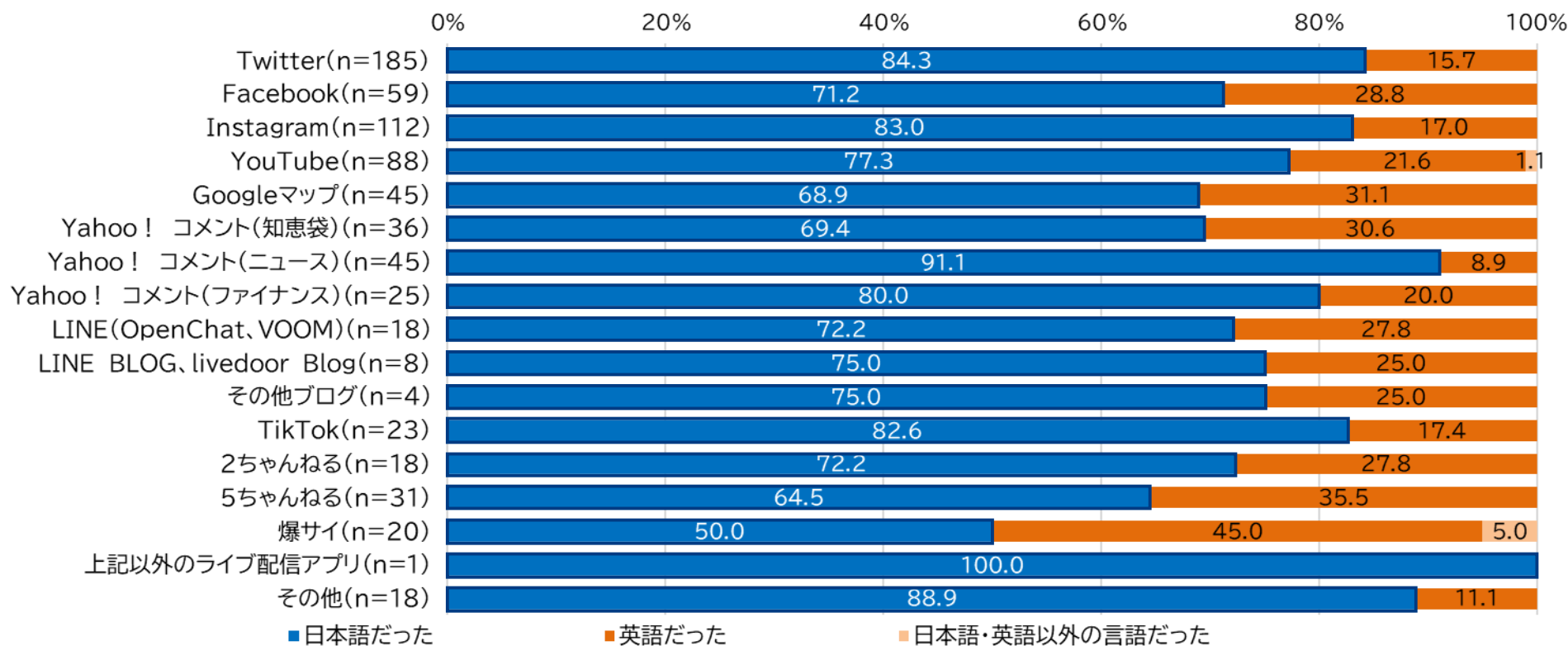
調査群③

④案内時の言語

- 対応に関する通知や意見表明機会についての案内は、日本語で行われるケースが多く、半数以上(サービスにより異なるが、半数～8割強)は日本語が用いられている。また、日本語以外の言語ではほとんどが英語で行われている。

案内時の言語

Q サービス提供事業者からの通知や意見表明機会についての案内は日本語で行われましたか。(SA)



未来を問い続け、変革を先駆ける

MRI 三菱総合研究所