

国内外における偽・誤情報に関する意識調査

－令和4年度 国内外における偽・情報に関する意識調査より－

2023.5.25

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

目次

1. 調査概要	5
1.1 調査の概要	5
1.2 調査結果のポイント	6
2. 調査結果	10
(1) 用語の認知度	10
(2-1) 情報の真偽を見分ける自信	11
(3) メディアごとの偽情報・誤情報を見かける頻度	13
(4-1) 偽情報・誤情報に接することの多い情報源	14
(5) 偽情報・誤情報対策に取り組むべき主体	16
(6-1) 新型コロナウイルスやそのワクチンに関して特に信用できる情報源やメディア・サービス	17
(7) 新型コロナウイルスやそのワクチン、ウクライナ情勢、気候変動に関して得た情報	19
(8-1) 新型コロナウイルスやそのワクチン、ウクライナ情勢、気候変動に関する誤情報を見たときの印象・行動	20
(9) 情報共有・拡散の理由	22
(10) 「信じなかった」理由	23
(11) 情報の真偽を確かめた経験の有無	24
(12) 情報の真偽を確かめた方法	25
(13-1) 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	26
(14-1) 偽・誤情報対策講座等への参加	31
(15-1) SNSアカウントの真偽判定	33

1. 調査概要

1.1 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：

- ・ソーシャルメディアの利用者を対象とする。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機能・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、直近1ヶ月間で1日数分以上ネットサービス利用している人
- ・年齢（10,20,30,40,50,60代）と性別（男性,女性）の、6属性×2属性で回収設計を行った。
 - ※10代は15歳以上。
 - ※令和3年実施の「国内外における偽情報に関する意識調査」に対応させた。
- ・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：日本における性年代別の割付（目標回収数）】

	10代	20代	30代	40代	50代	60代	計
男性	166	166	167	167	167	167	1,000
女性	166	166	167	167	167	167	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：1,000件

調査方法：

ウェブアンケート調査

調査台帳：

アンケート調査会社が保有する調査モニタ（会員台帳）

設問数：

約40問（スクリーニング設問＋本設問）

留意事項：

- ・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2023年3月調査と表記した。また、昨年度の調査は2022年2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。

1. 調査概要

1.2 調査結果のポイント (1/4)

□ 情報やニュースに関する情報流通について、調査結果のポイントをまとめた。

項目		内容
用語の認知度 【偽情報～おすすめ・レコメンデーションまで】	日本のみ (P10)	<ul style="list-style-type: none">「知っている」の上位3位までをみると、「誤情報」(92.8%)、「偽情報」(91.2%)、「ディープフェイク」(61.4%)であった。逆に低くなった下位3位(知らないが高くなった用語)についてみると、「アテンションエコノミー」(16.4%)、「エコチンバー」(18.0%)、「フィルターバブル」(21.7%)であった。
情報の真偽を見分ける自信 【インターネットやメディアで流れる情報全般】	日本(性別年代別比較) (P11)	<ul style="list-style-type: none">「女性」は「自信がない」(42.4%)が高い。「男性」は、「自信がある」(36.6%)が高い。なお、2022年2月調査と同じ傾向を示した。年代別には「自信がない」が高くなった年代の方が多くなった(30代～60代)。
情報の真偽を見分ける自信 【インターネットやメディアで流れる情報全般～気候変動に関する情報】	日本のみ (P12)	<ul style="list-style-type: none">「インターネットやメディアで流れる情報全般」においては、「自信がない」が(34.8%)となり、「自信がある」(28.5%)より高い。「新型コロナウイルスやそのワクチンに関する情報」の場合は、「自信がある」(32.0%)、「自信がない」(30.5%)と差が小さくなった。「ウクライナ情勢に関する情報」については「自信がない」が(41.5%)と「インターネットやメディアで流れる情報全般」よりも高くなった。
メディアごとの偽・誤情報を見かける頻度 【インターネット上のメディア(SNSやブログなど)】	国際比較 (P13)	<ul style="list-style-type: none">「週1回以上」に着目すると、インターネット上のメディア(SNSやブログなど)は、日本は約4割台であり、その他の対象国(約5～6割台)と比べて低くなった。なお、2022年2月調査では日本は約3割台、その他の対象国(約4～5割台)であった。日本では見かける割合が高くなった。
偽・誤情報に接することの多い情報源	国際比較 (P14-15)	<ul style="list-style-type: none">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)」(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%)が高くなった。今年度調査及び、2022年2月調査とも、多くの国において偽・誤情報だと思っ情報を見かけたメディアとして「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」が挙げられた。しかし、この2期間の回答割合を比較すると低下していることもわかる。なお、2022年2月調査と比較すると、2位と3位のメディアが「テレビ」、「ポータルサイトやソーシャルメディアによるニュース配信」から、「ニュース系アプリ・サイト」、「動画投稿・共有サービス」へと変わった。

1. 調査概要

1.2 調査結果のポイント (2/4)

項目		内容
偽情報・誤情報対策に取り組むべき主体	国際比較 (P16)	<ul style="list-style-type: none">諸外国についてみる。日本を含め、フランス、韓国では「政府機関」が最も高くなった。アメリカとイギリスは「SNSを提供する事業者」となった。日本における上位5つまでをみると「政府機関」(49.8%)、「ニュース系アプリ・サイトを提供する事業者」(38.7%)、「マスメディア(テレビ・ラジオ・新聞・雑誌)、ジャーナリスト」(37.3%)、「SNSを提供する事業者」(35.9%)、「検索サービスを提供する事業者」(30.8%)であった。なお、2022年2月調査では「報道機関、放送局、ジャーナリスト」(48.2%)、「政府機関」(42.2%)、「個人(信用性の低い情報を拡散しないなど、自分自身のリテラシー向上)」(42.8%)、「ソーシャルメディアサービスを提供している事業者」(34.1%)、「インターネット検索サービス事業者」(25.6%)が高くなった。「ニュース系アプリ・サイトを提供する事業者」が2番目となった。
新型コロナウイルスやそのワクチンに関して特に信用できる情報源やメディア・サービス	国際比較 (P17)	<ul style="list-style-type: none">新型コロナウイルスやそのワクチンに関する情報に関して信頼できる情報源をあげてもらった。日本における上位3つをみると、「自国の政府機関による情報発信」(41.0%)、「世界保健機関(WHO)や専門機関、病院による情報発信」(27.7%)、「公共放送局による情報発信 ※国営放送含む」(23.7%)であった。アメリカ、イギリス、フランス、韓国において「世界保健機関(WHO)や専門機関、病院による情報発信」が最も高くなった。なお、2022年2月調査では、イギリス、フランス、韓国では「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信」が最も高くなった。アメリカでは「世界保健機関(WHO)や専門機関のウェブサイトや情報発信」が、ドイツでは「公共放送局(テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど)」が最も高くなった。日本を除き対象国において信頼できる情報源として「世界保健機関(WHO)や専門機関、病院による情報発信」が最も高くなった。
	日本(性別年代別比較) (P18)	<ul style="list-style-type: none">「女性」、「男性」とも、「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信」となった(41.0%,40.9%)。年代別にみると、すべての年代において「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信」、なお、40代では「該当するものはない」(29.0%)が2番目に高くなった。
新型コロナウイルスやそのワクチン、ウクライナ情勢、気候変動に関して得た情報【直近1ヶ月程度】	国際比較 (P19)	<ul style="list-style-type: none">全対象国において「上記について見たり聞いたりしたことはない」が最も高くなった。なお、日本は5割であるが、他国は2~3割となっており、日本の割合が高い。各国で2番目となった情報についてみる。アメリカでは「新型コロナウイルスのワクチンを接種した人が変異株に感染すると重症化しやすい」、イギリスと韓国では「新型コロナウイルスはただの風邪である」、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」であった。日本で2番目に高くなった「新型コロナウイルスはただの風邪である」は、2022年2月は20.1%、2023年3月は24.4%と2期で変化がなかった。

1. 調査概要

1.2 調査結果のポイント (3/4)

項目		内容
新型コロナウイルスやそのワクチン、ウクライナ情勢、気候変動に関する誤情報を見たときの印象・行動	日本のみ (P20)	<ul style="list-style-type: none">日本において、「正しい情報だと思った」の回答が高くなった上位3つをみると「天然ガス生産によって生成されるメタンガスは、石油やガスの燃焼に伴うCO2よりも気候への影響が大きい」(n=143、45.5%)、「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」(n=163、42.9%)、「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」(n=137、32.8%)であった。「正しい情報だと思った」の上位の3つは、気候変動に関連する情報であった。日本でこれらの情報を目にした人は数%台にとどまっていたが、もし目にする機会が多くなると影響が出る可能性がある。
上記のうち「天然ガス生産によって生成されるメタンガスは、石油やガスの燃焼に伴うCO2よりも気候への影響が大きい」	日本(性別年代別比較) (P21)	<ul style="list-style-type: none">男性が女性よりも「正しい情報だと思った」割合が高くなった(9.0ポイント差)。年代でみると、高くなった順に「20代」(60.0%)、「30代」(54.5%)、「10代」(46.4%)、「60代」(40.7%)、「40代」(35.3%)、「50代」(26.3%)であった。最も高い「20代」と最も低い「50代」との差は33.7ポイントとなった。
情報共有・拡散の理由	国際比較 (P22)	<ul style="list-style-type: none">2期で比較すると、日本において「情報の真偽に関わらず、その情報が興味深かったから」(34.6%)が1番目となった。なお、2022年2月調査では4番目(26.3%)と順位が上がった。諸外国をみると、アメリカでは「その情報が正しいものだと思い、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから」、イギリスと韓国では「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」、フランスでは「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」となった。
「信じなかった」理由	国際比較 (P23)	<ul style="list-style-type: none">日本における上位3つは、「常識に照らして正しい情報ではないと思った」(76.2%)、「自国の政府機関による情報で知っていた」(15.2%)、「国連や世界保健機関(WHO)などの国際機関、専門機関による情報で知っていた」(12.4%)であった。諸外国をみると、アメリカ、イギリス、フランス、韓国では「常識に照らして正しい情報ではないと思った」が最も高かった。2022年2月調査と同様の結果となった。さらに、2番目に高くなった項目をみると、アメリカと韓国では「ファクトチェック結果を見て知っていた」、イギリスでは「国連や世界保健機関(WHO)などの国際機関、専門機関による情報で知っていた」(28.9%)、フランスでは「自国の政府機関による情報で知っていた」(17.3%)であった。
情報の真偽を確かめた経験の有無	国際比較 (P24)	<ul style="list-style-type: none">日本における上位3つは、「半々くらい」(31.1%)が最も高い。2期で比較すると「半々くらい」調べたとの回答割合が高くなった。情報の真偽を「調べる」のは、調査対象国のうち欧米は約3~5割台、アジアでは約2割台となった。

1. 調査概要

1.2 調査結果のポイント (4/4)

項目		内容
情報の真偽を確かめた方法	国際比較 (P25)	<ul style="list-style-type: none">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」(40.6%)、「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」(26.1%)、「自国の政府機関(首相官邸/大統領府、関係省庁、地方政府など)による情報を確認した」(24.8%)となった。日本を含め、アメリカ、イギリス、フランス、韓国では「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。
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	国際比較 (P26-P30)	<ul style="list-style-type: none">「思う」(強く思う+ある程度思う)に着目する。日本における上位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」(70.1%)、「政府は、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、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」(62.4%)、「偽情報・誤情報対策として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」(61.8%)であった。対象国に共通した意見として、「政府は、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、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」において、「思う」の割合が上位3位までに入った。
偽・誤情報対策講座等への参加	国際比較 (P31)	<ul style="list-style-type: none">諸外国をみると、日本を含め、イギリス、フランス、韓国では「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。アメリカでは「ファクトチェックの体験学習(講座等で受講するもの)」(38.2%)が最も高かった。
	日本(性別年代別比較) (P32)	<ul style="list-style-type: none">10~30代は「学校・職場での授業や研修の実施」が最も高くなった(47.6%、37.7%、35.3%)。40~60代は「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」(36.5%、38.6%、49.1%)であった。「学校・職場での授業や研修の実施」が年齢が上がるにつれて回答割合が低下した。「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」は年齢が上がるに従い、回答割合も上がった。3番目に高くなった「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)」は性別・年代によらず選択され、2~3割台であった。
SNSアカウントの真偽判定を行ったポイント	日本(アカウントの真偽判断別) (P33-34)	<ul style="list-style-type: none">SNSをもした架空のアカウント(画像)を表示し、アカウントが本物か、偽物と思うか回答してもらった。「いいえ」と答えた人は「プロフィールの記載詳細」(57.5%)、「フォロワー数」(44.3%)、「外部リンク(gh.Ed8sj442B.vw)」(44.0%)となった。「プロフィールの詳細」は「いいえ」の人が最も高くなったが、「はい」と答えた人では6番目(9項目中)となった。

2. 調査結果

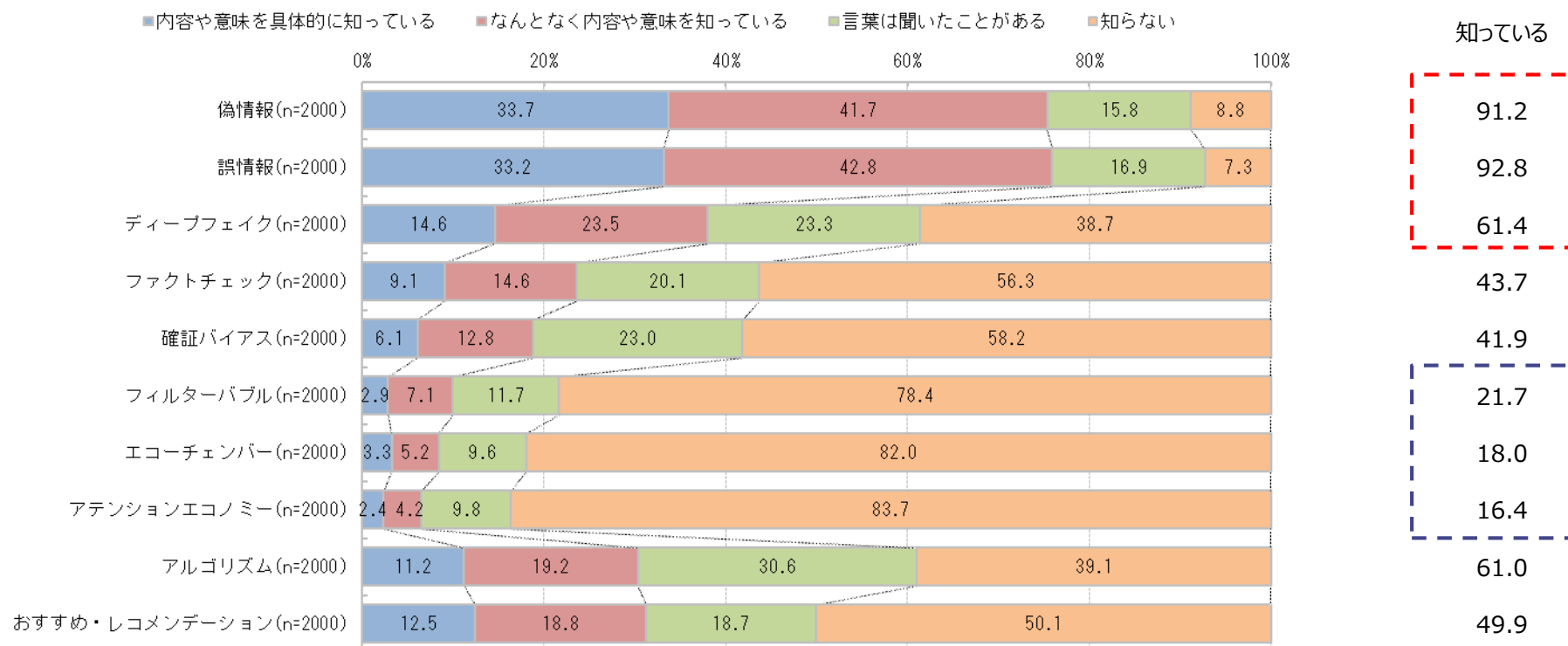
日本のみ

(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。

偽情報～おすすめ・レコメンデーションまで（10種類）

- 各用語の認知状況を日本を対象に再掲した。
- 「知っている」の上位3位までをみると、「誤情報」（92.8%）、「偽情報」（91.2%）、「ディープフェイク」（61.4%）であった。
- 逆に低くなった下位3位（知らないが高くなった用語）についてみると、「アテンションエコノミー」（16.4%）、「エコーチェンバー」（18.0%）、「フィルターバブル」（21.7%）であった。



2. 調査結果

日本（性別年代別比較）

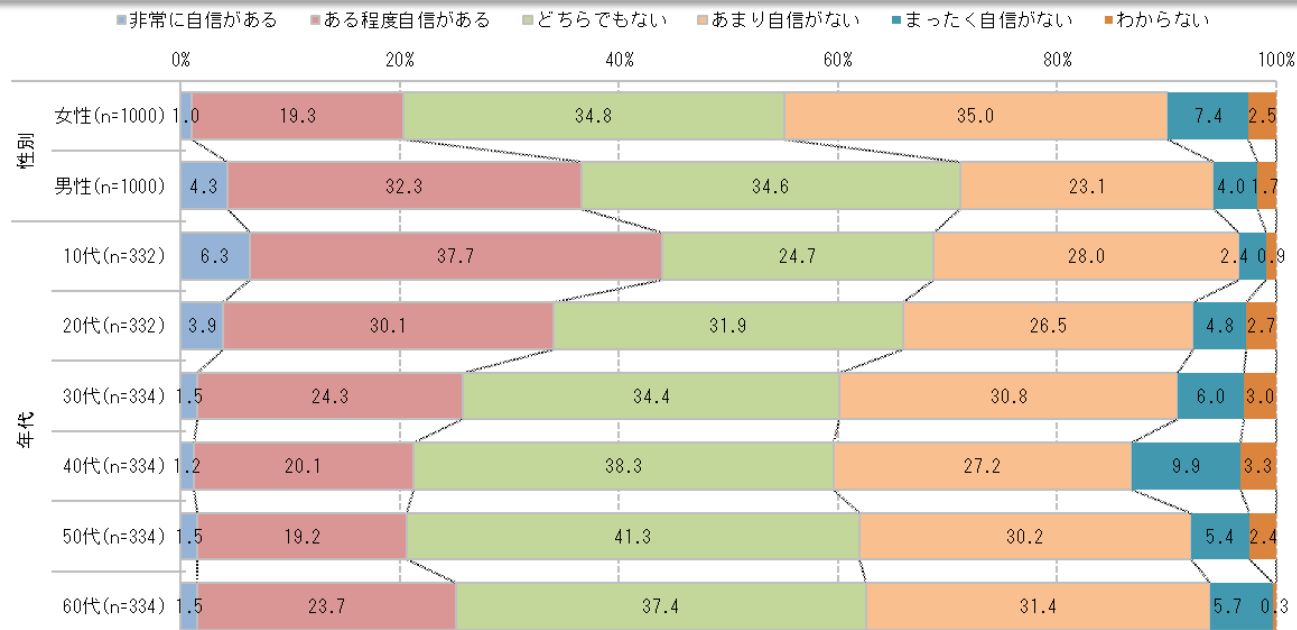
(2-1) 情報の真偽を見分ける自信

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。

インターネットやメディアで流れる情報全般

□ 日本において性別、年代ごとに「自信がある」（非常に自信がある+ある程度自信がある）、「自信がない」（あまり自信がない+まったく自信がない）の比較を行った。

- 「女性」は「自信がない」（42.4%）が高い。「男性」は、「自信がある」（36.6%）が高い。なお、2022年2月調査では「女性」は「自信がない」（41.2%）、「男性」は、「自信がある」（35.4%）が高くなり、**同じ傾向を示した。**
- 年代別にみると、「自信がない」が「自信がある」よりも高くなった年代の方が多くなった。「**自信がない**」の方が高くなったのは、「**30代～60代**」であった。それぞれ36.8%、37.1%、35.6%、37.1%であった。**なお20代は自信あり、なし、どちらでもないが程度**の状況である。**10代においては、「自信がある」（44.0%）が最も高くなった。**
- **2022年2月調査でも「自信がない」が「自信がある」よりも高くなった年代の方が多くなった。「自信がない」の方が高くなったのは、「30代～60代」であった。それぞれ31.9%、38.0%、35.9%、31.2%、37.1%であった。「10代」においては、「自信がある」（42.5%）が最も高くなった。**



性別	自信がある	自信がない
女性	20.3	42.4
男性	36.6	27.1
10代	44.0	30.4
20代	34.0	31.3
30代	25.7	36.8
40代	21.3	37.1
50代	20.7	35.6
60代	25.1	37.1

2. 調査結果

日本のみ

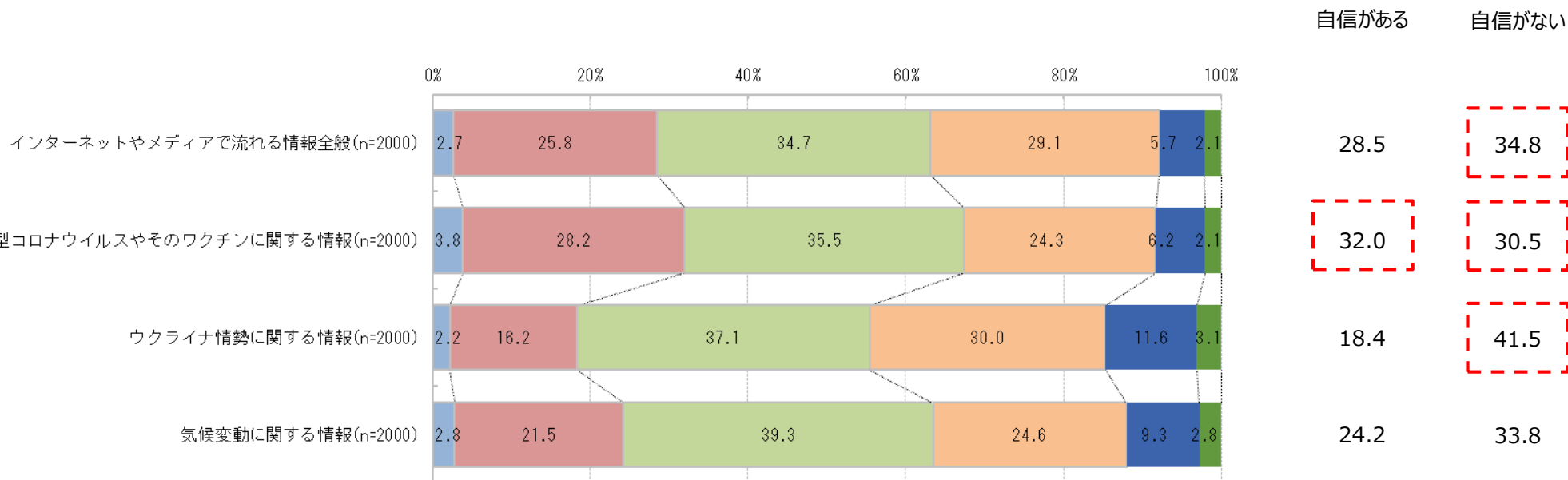
(2-2) 情報の真偽を見分ける自信

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。

インターネットやメディアで流れる情報全般～気候変動に関する情報の比較

- 様々な分野の情報を見分ける自信について、日本を対象に再掲した。
- 「インターネットやメディアで流れる情報全般」においては、「自信がない」が（34.8%）となった。
- 具体的な情報に絞ると、以下のとおりであった。「新型コロナウイルスやそのワクチンに関する情報」の場合は、「自信がある」（32.0%）、「自信がない」（30.5%）と差が小さくなった。「ウクライナ情勢に関する情報」においては「自信がない」が（41.5%）と「インターネットやメディアで流れる情報全般」よりも高くなった。

■非常に自信がある ■ある程度自信がある ■どちらでもない ■あまり自信がない ■まったく自信がない ■わからない



2. 調査結果

国際比較

(3) メディアごとの偽情報・誤情報を見かける頻度

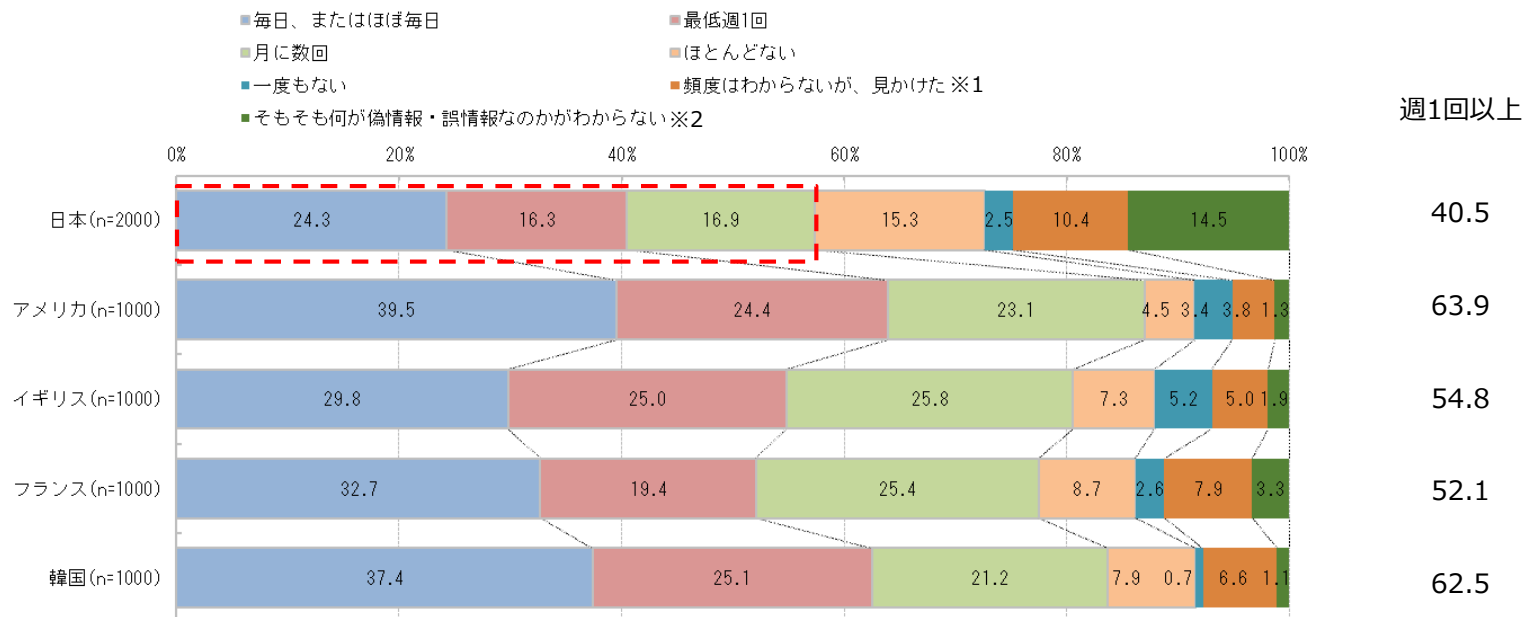
直近の1ヶ月の間で、あなた自身が偽情報・誤情報※だと思っ情報に次に示すメディアの中でどの程度見かけますか。※※

※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。

※※昨年度までは「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。」としていた。

インターネット上のメディア (SNSやブログなど)

- 日本における上位3つは、「毎日、またはほぼ毎日」(24.3%)、「月に数回」(16.9%)、「最低週1回」(16.3%)であった。
- 諸外国についてみる。すべての国において、「毎日、またはほぼ毎日」が最も高くなった。2～3割台となった。
- 「週1回以上」(毎日、またはほぼ毎日+最低週1回)に着目すると、日本は約4割台であり、その他の対象国(約5～6割台)と比べて低くなった。なお、2022年2月調査では日本は約3割台、その他の対象国(約4～5割台)であった。



2. 調査結果

国際比較

(4-1) 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ことがある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。

※※昨年までは「直近の1ヶ月の間でフェイクニュース※を見かけたことがある方に伺います。直近の1ヶ月の間で、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。」としていた。

- 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)」(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%)が高くなった。なお、2022年2月調査では「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」(58.5%)、「テレビ」(26.7%)、「ポータルサイトやソーシャルメディアによるニュース配信」(25.0%)が高くなった。2位と3位のメディアが「ニュース系アプリ・サイト」、「動画投稿・共有サービス」へと変わった。
- 諸外国についてみる。日本を含め、アメリカ、イギリス、フランスでは「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」(61.0%)が高くなった。なお、韓国においては2022年2月調査では「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」が最も高かった。
- 2022年2月調査での結果を示す。アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、韓国では「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。次いで、韓国を除く全ての対象国において「テレビ」が高くなった。

	全体	公共放送 (テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど)※ 国営放送含む	民間放送 (テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど)	新聞(紙面・ウェブなど)	雑誌	書籍	オンラインニュース組織※のウェブ/アプリ	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	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※	Podcast※	まとめサイト※	家族や友人、同僚などの、会話・電話などでの直接のやり取り	家族や友人、同僚などの、メッセージングサービス※上でのやり取り	その他 具体的には:【 】	特になし
日本	(1712)	12.7	16.2	8.0	4.6	2.6	7.7	28.4	13.0	41.4	25.3	1.2	21.3	13.1	13.9	0.5	11.0
アメリカ	(970)	31.1	28.2	19.5	12.4	9.2	28.5	33.2	17.2	61.4	42.7	14.1	17.1	22.7	30.6	0.2	4.3
イギリス	(955)	23.7	14.3	25.3	8.6	5.7	19.5	27.4	14.6	61.3	29.6	10.1	11.6	15.4	22.8	0.5	5.7
フランス	(961)	28.9	25.3	21.0	13.6	8.9	16.6	27.1	15.0	59.5	38.3	9.7	11.9	22.4	28.4	0.1	4.2
韓国	(985)	16.8	16.8	13.9	2.9	2.9	18.2	34.5	12.7	49.3	61.0	4.8	14.8	17.7	25.4	0.1	1.7
















(4-2) 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ことがある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。

※※昨年までは「直近の1ヶ月の間でフェイクニュース※を見かけたことがある方に伺います。直近の1ヶ月の間で、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。」としていた。

- 今年度調査及び、2022年2月調査とも、多くの国において偽・誤情報だと思う情報を見かけたメディアとして「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」が挙げられた。
- しかし、この二期間の回答割合を比較すると低下していることもわかる。

	2023年3月調査	2022年2月調査	今回一前回
日本	 41.4	 58.5	 -17.1
アメリカ	 61.4	 77.4	 -16.0
イギリス	 61.3	 75.9	 -14.6
フランス	 59.5	 71.6	 -12.1
韓国	 49.3	 69.4	 -20.1

2. 調査結果

国際比較

(5) 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。

※※昨年度までは「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。」としていた。

- 日本における上位5つは「政府機関」(49.8%)、「ニュース系アプリ・サイトを提供する事業者」(38.7%)、「マスメディア(テレビ・ラジオ・新聞・雑誌)、ジャーナリスト」(37.3%)、「SNSを提供する事業者」(35.9%)、「検索サービスを提供する事業者」(30.8%)であった。なお、2022年2月調査では「報道機関、放送局、ジャーナリスト」(48.2%)、「政府機関」(42.2%)、「個人(信用性の低い情報を拡散しないなど、自分自身のリテラシー向上)」(42.8%)、「ソーシャルメディアサービスを提供している事業者」(34.1%)、「インターネット検索サービス事業者」(25.6%)が高くなった。「ニュース系アプリ・サイトを提供する事業者」が2番目となった。
- なお、日本は、対象国と比較して「わからない・誰でもよい」(13.7%)の割合が高い。前回と同様。
- 諸外国についてみる。日本を含め、フランス、韓国では「政府機関」が最も高くなった。アメリカとイギリスは「SNSを提供する事業者」となった。

	全体	政府機関	マスメディア(テレビ・ラジオ・新聞・雑誌)、ジャーナリスト	オンラインニュース組織※	ニュース系アプリ・サイト※を提供する事業者	SNS※を提供する事業者	メッセージングサービス※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	Podcast※を提供する事業者	検索サービス※を提供する事業者	個人(信用性の低い情報を拡散しないなど、自分自身のリテラシー向上)	大学などの研究機関および研究者	非政府組織やNPOなどの民間団体	その他の具体的には:【 】	該当するものはない	わからない・誰でもよい
日本	(2000)	49.8	37.3	20.1	38.7	35.9	24.3	29.4	10.4	30.8	29.9	11.8	11.8	0.7	2.8	13.7
アメリカ	(1000)	35.1	42.8	33.9	40.5	48.1	33.5	43.6	26.5	36.0	36.7	22.4	17.0	0.9	2.8	5.1
イギリス	(1000)	49.5	44.2	34.3	40.6	49.8	36.6	41.7	28.8	36.4	34.6	16.6	15.2	0.6	1.7	5.3
フランス	(1000)	52.3	42.9	30.0	34.2	43.2	33.9	39.9	19.1	35.2	28.0	17.5	18.1	0.1	1.5	4.1
韓国	(1000)	61.4	26.8	24.4	40.6	38.2	27.0	43.5	13.1	36.9	20.1	11.1	12.9	0.4	0.7	2.4

2. 調査結果

国際比較

(6-1) 新型コロナウイルスやそのワクチンに関して特に信用できる情報源やメディア・サービス

あなたにとって、新型コロナウイルスやそのワクチンに関する情報について、特に信用できる情報源をすべてお知らせください。※

※昨年度までは「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。」としていた。

- 新型コロナウイルスやそのワクチンに関する情報に関して信頼できる情報源をあげてもらった。
- 日本における上位3つをみると、「自国の政府機関による情報発信」（41.0%）、「世界保健機関（WHO）や専門機関、病院による情報発信」（27.7%）、「公共放送局による情報発信 ※国営放送含む」（23.7%）であった。2022年2月調査では「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信」（38.0%）、「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」（35.7%）、「民間放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」（31.5%）であった。2期を比較すると「世界保健機関（WHO）や専門機関、病院による情報発信」の順位が上がった。※なお昨年度までは選択肢には専門機関のみで病院は含まれていなかった。
- 諸外国についてみる。アメリカ、イギリス、フランス、韓国において「世界保健機関（WHO）や専門機関、病院による情報発信」が最も高くなった。なお、2022年2月調査では、イギリス、フランス、韓国では「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信」が最も高くなった。アメリカでは「世界保健機関（WHO）や専門機関のウェブサイトや情報発信」が、ドイツでは「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」が最も高くなった。日本を除き対象国において信頼できる情報源として「世界保健機関（WHO）や専門機関、病院による情報発信」が最も高くなった。
- 日本は「該当するものはない」が約2割となり、諸外国の約1割よりも若干高い傾向を示した。2022年2月調査と同様の結果。

	全体	自国の政府機関（首相官邸/大統領府、関係省庁、地方政府など）による情報発信	世界保健機関（WHO）や専門機関、病院による情報発信	公共放送局による情報発信 ※国営放送含む	民間放送局による情報発信	新聞社による情報発信	オンラインニュース組織 ※のウェブサイト/アプリ	SNS※上で、あなたの知り合いが投稿した意見	SNS※上で、あなたの知り合いが拡散（シェア・リツイート）した情報	SNS※上で、有名人・インフルエンサーが投稿した意見	SNS※上で、有名人・インフルエンサーが拡散（シェア・リツイート）した情報
日本 (2000)		41.0	27.7	23.7	21.2	14.4	1.9	2.4	1.9	2.1	2.0
アメリカ (1000)		35.3	43.8	21.6	15.8	14.0	8.4	8.3	8.2	8.1	8.0
イギリス (1000)		41.3	55.1	23.1	11.8	10.4	4.5	4.6	4.0	4.7	4.2
フランス (1000)		37.4	47.2	22.2	11.5	21.5	8.5	6.8	6.8	5.0	7.6
韓国 (1000)		47.7	52.7	34.9	12.7	13.8	3.7	3.4	3.6	4.6	2.8

	全体	SNS※上で、あなたが知らない人が投稿した意見	SNS※上で、あなたが知らない人が拡散（シェア・リツイート）した情報	ニュース系アプリ・サイト ※	動画投稿・共有サービス ※	Podcast ※	まとめサイト ※	家族や友人、同僚などから、会話・電話などで直接聞いた情報	家族や友人、同僚などから、メッセージングサービス※で聞いた情報	その他 具体的に：【 】	該当するものはない
日本 (2000)		2.7	2.3	10.4	3.2	0.7	1.8	7.8	4.8	0.9	23.2
アメリカ (1000)		8.3	7.9	16.4	10.3	6.5	9.2	12.2	14.4	3.4	15.4
イギリス (1000)		6.0	5.9	7.9	7.1	3.0	4.8	10.0	8.5	3.2	12.1
フランス (1000)		5.6	7.3	8.3	7.8	3.9	5.8	7.8	8.8	1.2	14.2
韓国 (1000)		4.1	3.3	16.9	7.5	1.6	4.2	4.7	5.9	0.3	6.3

2. 調査結果

日本（性別年代別比較）

（6-2）新型コロナウイルスやそのワクチンに関して特に信用できる情報源やメディア・サービス

あなたにとって、新型コロナウイルスやそのワクチンに関する情報について、特に信用できる情報源をすべてお知らせください。※

※昨年度までは「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。」としていた。

□ 性別、年代ごとに最も高くなった項目に着目する。

- 「女性」、「男性」とも、「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信）」となった（41.0%、40.9%）。
- 年代別にみると、すべての年代において「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信）」、なお、40代では「該当するものはない」（29.0%）が2番目に高くなった。
- 2022年2月調査においては「女性」、「男性」とも、「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信）」となった（38.4 %、37.6%）。また、年代別にみると、10代～40代において「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信）」、50代、60代において「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」が高くなった。

	全体	自国の政府機関 (首相官邸/大統領府、関係省庁、地方政府など)による情報発信	世界保健機関 (WHO)や専門機関、病院による情報発信	公共放送局による情報発信 ※国営放送含む	民間放送局による情報発信	新聞社による情報発信	オンラインニュース組織※のウェブサイト/アプリ	SNS※上で、あなたの知合いが投稿した意見	SNS※上で、あなたの知合いが拡散（シェア・リツイート）した情報	SNS※上で、有名人・インフルエンサーが投稿した意見	SNS※上で、有名人・インフルエンサーが拡散（シェア・リツイート）した情報
女性	(1000)	41.0	30.7	22.0	19.9	12.2	1.4	1.5	1.0	1.4	1.0
男性	(1000)	40.9	24.6	25.3	22.4	16.5	2.4	3.3	2.8	2.8	3.0
10代	(332)	44.0	38.6	23.2	18.4	12.7	2.4	2.4	1.5	2.4	2.1
20代	(332)	39.8	31.0	16.3	19.0	8.4	2.7	4.2	3.9	4.5	4.2
30代	(334)	40.4	32.0	19.8	16.2	9.3	2.4	3.3	2.7	2.4	2.4
40代	(334)	36.2	20.4	21.0	21.9	11.7	0.9	2.7	1.5	1.2	1.8
50代	(334)	40.4	20.7	26.0	26.3	17.4	1.2	1.2	1.2	1.2	0.9
60代	(334)	44.9	23.4	35.6	25.1	26.6	1.8	0.6	0.6	0.9	0.6

	全体	SNS※上で、あなたが知らない人が投稿した意見	SNS※上で、あなたが知らない人が拡散（シェア・リツイート）した情報	ニュース系アプリ・サイト※	動画投稿・共有サービス※	Podcast※	まとめサイト※	家族や友人、同僚などから、会話・電話などで直接聞いた情報	家族や友人、同僚などから、メッセージングサービス※で聞いた情報	その他具体的に：【 】	該当するものはない
女性	(1000)	2.6	2.3	9.2	1.3	0.4	0.6	8.6	4.5	1.2	23.5
男性	(1000)	2.7	2.2	11.6	5.1	1.0	2.9	6.9	5.1	0.6	22.8
10代	(332)	3.0	3.6	8.4	3.3	0.0	1.8	8.1	6.3	0.0	20.5
20代	(332)	4.8	4.5	10.5	6.0	2.7	3.9	8.4	9.3	0.0	22.9
30代	(334)	2.7	1.5	9.6	3.0	0.6	2.4	10.8	6.3	0.3	25.1
40代	(334)	1.8	1.2	9.0	2.7	0.6	1.2	7.2	1.2	0.9	29.0
50代	(334)	1.5	1.2	12.9	1.8	0.3	0.9	6.9	3.9	1.8	21.6
60代	(334)	2.1	1.5	12.0	2.4	0.0	0.3	5.1	1.8	2.4	19.8

2. 調査結果

国際比較

(7) 新型コロナウイルスやそのワクチン、ウクライナ情勢、気候変動に関して得た情報

新型コロナウイルスやそのワクチン、ウクライナ情勢、気候変動に関して、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情報をすべてお知らせください。※
※昨年度までは「新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関して、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。」と
していた。

- 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」（50.2%）、「新型コロナウイルスはただの風邪である」（24.4%）、「新型コロナウイルスのワクチンは不妊にする可能性がある」（12.0%）であった。なお、2022年2月調査では「上記について見たり聞いたりしたことはない」（64.5%）、「新型コロナウイルスはただの風邪である」（20.1%）、「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」（5.7%）であった。日本で2番目に高くなった「新型コロナウイルスはただの風邪である」は2022年2月には20.1%、今回（2023年3月）は24.4%となり、2期で変化がなかった。
- 全対象国において「上記について見たり聞いたりしたことはない」が最も高くなった。なお、日本は5割であるが、他国は2～3割となっており、日本の割合が高い。
- 各国で2番目となった情報についてみる。アメリカでは「新型コロナウイルスのワクチンを接種した人が変異株に感染すると重症化しやすい（抗体依存性感染増強（ADE）になりやすい）」、イギリスと韓国では「新型コロナウイルスはただの風邪である」、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」であった。

	全体	新型コロナウイルスはただの風邪である	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5Gテクノロジーによって活性化される	新型コロナウイルスのワクチンを接種した人が変異株に感染すると重症化しやすい（抗体依存性感染増強（ADE）になりやすい）	新型コロナウイルスのワクチンはヒトのDNAを変化させる	新型コロナウイルスのワクチンは、追跡可能なマイクロチップを人間に埋め込む計画を後押しする	新型コロナウイルスのワクチンは不妊にする可能性がある	新型コロナウイルスのワクチンには動物性の成分が含まれている	新型コロナウイルスのワクチンは動物実験に合格しなかった
日本	(2000)	24.4	6.8	4.2	11.3	10.0	7.5	12.0	3.2	4.0
アメリカ	(1000)	17.4	15.4	10.1	24.3	18.3	18.9	20.6	10.6	11.2
イギリス	(1000)	19.8	15.1	12.1	17.3	12.5	15.1	11.8	8.2	8.6
フランス	(1000)	19.6	11.9	10.6	17.7	18.0	15.6	19.1	7.5	8.3
韓国	(1000)	25.7	5.9	4.8	14.3	14.3	12.1	10.6	5.3	6.4

	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	天然ガス生産によって生成されるメタンガスは、石油やガスの燃焼に伴うCO2よりも気候への影響が大きい	上記について見たり聞いたりしたことはない
日本	(2000)	5.4	4.0	4.9	6.6	5.4	6.9	5.5	8.2	7.2	50.2
アメリカ	(1000)	11.5	18.1	12.4	13.4	23.7	23.0	24.2	21.7	14.4	25.5
イギリス	(1000)	15.6	11.8	9.3	12.5	17.9	16.3	15.1	17.4	11.9	33.2
フランス	(1000)	17.4	14.8	10.5	18.0	12.3	17.5	13.2	32.1	14.6	22.8
韓国	(1000)	4.5	7.3	4.8	7.2	7.6	9.8	14.7	13.0	16.3	32.2

2. 調査結果

国際比較

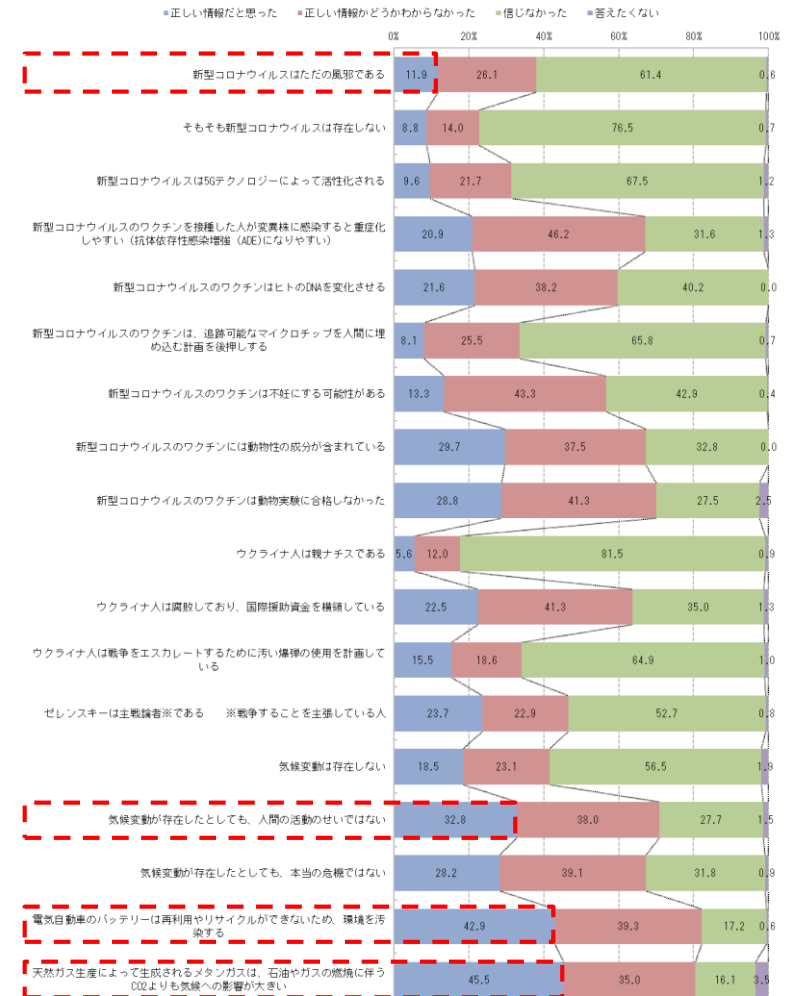
(8-1) 新型コロナウイルスやそのワクチン、ウクライナ情勢、気候変動に関する誤情報を見たときの印象・行動

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お伺いします。先程の設問で見たり聞いたりしたことがあると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。※

※昨年までは「前問で、新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関する間違っただけの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コロナウイルスワクチンに関する間違っただけの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。」としていた。

日本

- ❑ 「正しい情報だと思った」（正しい情報だと思った・情報を信じた + 正しい情報だと思った・情報を信じたため、知人へ共有、または不特定多数の人へ拡散した）に着目する。
- ❑ 上位3つは、「天然ガス生産によって生成されるメタンガスは、石油やガスの燃焼に伴うCO2よりも気候への影響が大きい」(n=143、45.5%)、「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」(n=163、42.9%)、「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」(n=137、32.8%)であった。
- ❑ なお、目にしたことが多い情報の中で、日本で2番目に高くなった「新型コロナウイルスはただの風邪である」は、487名のうち、正しい情報だと思ったのは、11.9%にとどまっている。
- ❑ 調査結果（7）新型コロナウイルスやそのワクチン、ウクライナ情勢、気候変動に関して得た情報の「正しい情報だと思った」の上位の3つは「気候変動に関連する情報」であった。日本でこれらの情報を目にした人は数%台にとどまっていたが、もし目にすることが多くなると影響が出る可能性がある。「天然ガス生産によって生成されるメタンガスは、石油やガスの燃焼に伴うCO2よりも気候への影響が大きい」(7.2%)、「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」(8.2%)、「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」(6.9%)。



2. 調査結果

日本（性別年代別比較）

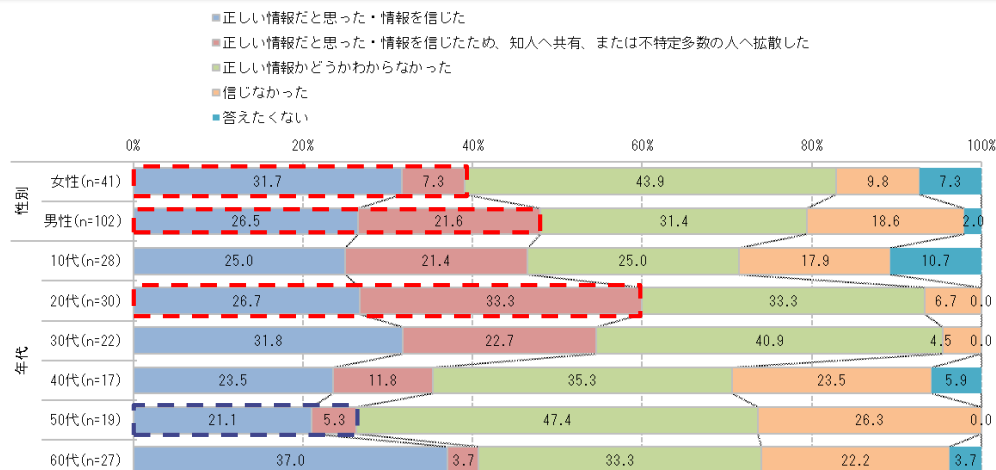
（8-2）新型コロナウイルスやそのワクチン、ウクライナ情勢、気候変動に関する誤情報を見たときの印象・行動

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お伺いします。先程の設問で見たり聞いたりしたことがあると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。※

※昨年までは「前問で、新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチン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コロナウイルスワクチン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。」としていた。

「天然ガス生産によって生成されるメタンガスは、石油やガスの燃焼に伴うCO2よりも気候への影響が大きい」

- サンプルサイズが少ないため、参考値として示す。
- 「正しい情報だと思った」（正しい情報だと思った・情報を信じた + 正しい情報だと思った・情報を信じたため、知人へ共有、または不特定多数の人へ拡散した）に着目する。
- 日本における、上位3つをみると、「天然ガス生産によって生成されるメタンガスは、石油やガスの燃焼に伴うCO2よりも気候への影響が大きい」（n=143、45.5%）、「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」（n=163、42.9%）、「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」（n=137、32.8%）であった。以降では、これらについて性別、年代別に「正しい情報だと思った」をみる。
- 「天然ガス生産によって生成されるメタンガスは、石油やガスの燃焼に伴うCO2よりも気候への影響が大きい」（n=143、45.5%）について、性別、年代別に「正しい情報だと思った」をみる。
- 性別では、「女性」（39.0%）、「男性」（48.0%）となった。男性が女性よりも「正しい情報だと思った」割合が高くなった（9.0ポイント差）。
- 年代でみると、高くなった順に「20代」（60.0%）、「30代」（54.5%）、「10代」（46.4%）、「60代」（40.7%）、「40代」（35.3%）、「50代」（26.3%）であった。最も高い「20代」と最も低い「50代」との差は33.7ポイントとなった。



(9) 情報共有・拡散の理由

先程の設問で「正しい情報だと思った・情報を信じたため、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。※

※昨年度までは「正しい情報だと思った・情報を信じたため、共有・拡散した」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。」としていた。

	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、人に注目してもらえたから	特に意味は無い	その他具体的に：【 】
日本	(130)	33.8	28.5	32.3	34.6	16.2	7.7	14.6	0.8
アメリカ	(264)	43.2	34.8	39.4	39.8	31.4	26.1	4.2	0.4
イギリス	(192)	37.5	38.0	33.3	32.8	25.5	17.7	4.7	0.5
フランス	(233)	34.8	41.6	42.9	22.3	31.3	12.0	4.7	0.0
韓国	(168)	33.3	37.5	31.0	20.8	17.3	9.5	7.7	0.6

- 日本における上位3つは、「情報の真偽に関わらず、その情報が興味深かったから」（34.6%）、「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」（33.8%）、「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」（32.3%）であった。2022年2月調査では「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」（36.8%）、「その時点では、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」（32.6%）、「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」（31.6%）であった。
- 2期を比較すると、日本において「情報の真偽に関わらず、その情報が興味深かったから」（34.6%）が1番目となった。2022年2月調査では4番目（26.3%）であった。
- 諸外国をみると、アメリカでは「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」、イギリスと韓国では「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」、フランスでは「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」となった。

2. 調査結果

国際比較

(10) 「信じなかった」理由

先程の設問で「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。

- 日本における上位3つは、「常識に照らして正しい情報ではないと思った」(76.2%)、「自国の政府機関による情報で知っていた」(15.2%)、「国連や世界保健機関(WHO)などの国際機関、専門機関による情報で知っていた」(12.4%)であった。
- なお、2022年2月調査では、「常識に照らして正しい情報ではないと思った」(71.7%)、「テレビ放送局の報道で知っていた」(20.1%)、「自国の政府機関による情報で知っていた」(17.5%)であった。
- 諸外国をみると、アメリカ、イギリス、フランス、韓国では「常識に照らして正しい情報ではないと思った」が最も高かった。2022年2月調査と同様の結果となった。さらに、2番目に高くなった項目をみると、アメリカと韓国では「ファクトチェック※結果を見て知っていた」、イギリスでは「国連や世界保健機関(WHO)などの国際機関、専門機関による情報で知っていた」(28.9%)、フランスでは「自国の政府機関による情報で知っていた」(17.3%)であった。なお、2022年2月調査では、アメリカ、フランス、ドイツでは「世界保健機関(WHO)や専門機関による情報で知っていた」が高かった。イギリス、韓国では「自国の政府機関による情報で知っていた」が高かった。

	全体	常識に照らして正しい情報ではないと思った	自国の政府機関(首相官邸/大統領府、関係省庁、地方政府など)による情報で知っていた	国連や世界保健機関(WHO)などの国際機関、専門機関による情報で知っていた	公共放送局による報道で知っていた ※国営放送含む	民間放送局による報道で知っていた	新聞社の報道で知っていた	オンラインニュース組織※による報道で知っていた	ニュース系アプリ・サイト※の情報で知っていた
日本	(508)	76.2	15.2	12.4	12.0	11.2	8.7	4.7	9.1
アメリカ	(350)	61.7	28.3	29.7	15.7	11.4	10.9	13.7	17.7
イギリス	(381)	69.0	23.1	28.9	19.2	8.7	10.8	8.1	9.7
フランス	(392)	64.3	17.3	15.1	14.3	10.2	11.0	8.9	9.7
韓国	(320)	75.0	15.0	15.3	13.8	6.9	6.6	3.1	14.7

	全体	SNS※の情報で知っていた	動画投稿・共有サービス※の情報で知っていた	Podcast※の情報で知っていた	その他のインターネット上の情報で知っていた	家族・友人・同僚などから聞いて知っていた	ファクトチェック※結果を見て知っていた	SNS※上の投稿に対して付けられていた警告ラベルにより知っていた	その他 具体的に：【 】	覚えていない
日本	(508)	7.9	3.0	0.6	5.1	5.1	8.1	2.6	3.3	7.1
アメリカ	(350)	8.3	8.6	5.4	16.6	9.7	30.6	11.7	2.9	1.1
イギリス	(381)	7.6	5.5	3.4	13.9	7.6	17.8	6.3	1.0	1.3
フランス	(392)	8.2	5.9	2.3	11.7	10.2	11.5	7.1	1.8	4.3
韓国	(320)	5.6	6.9	1.9	6.9	5.0	18.4	5.9	1.6	1.9

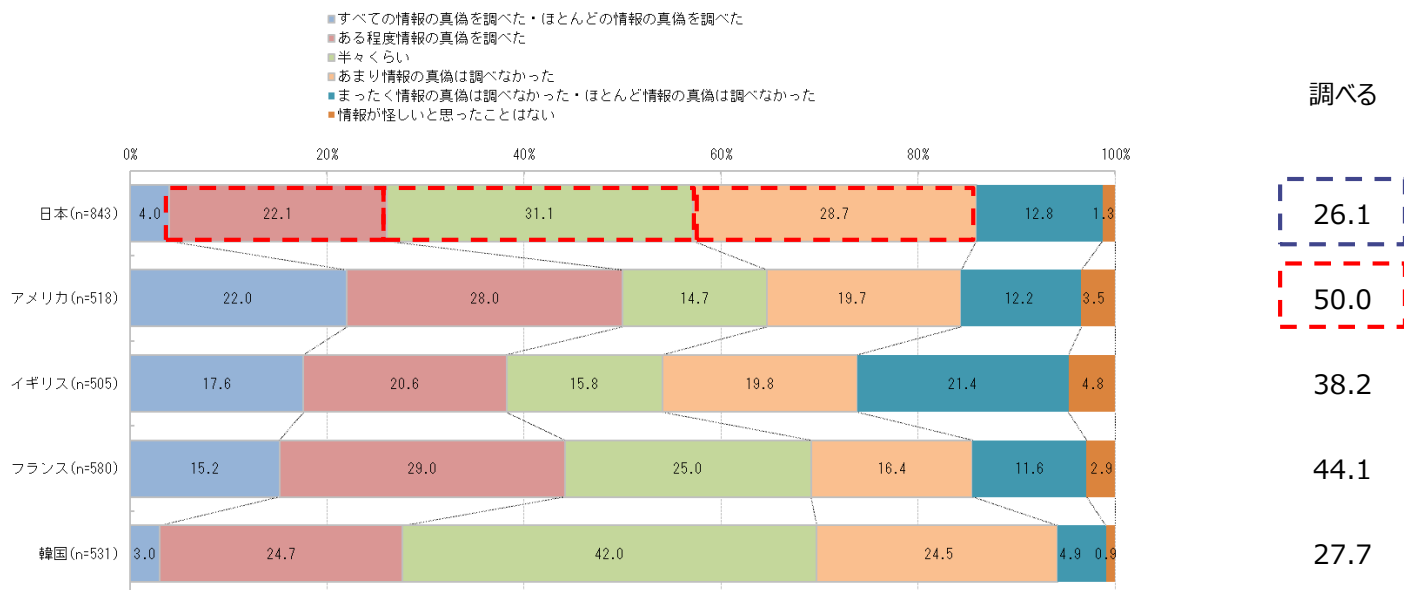
2. 調査結果

国際比較

(11) 情報の真偽を確かめた経験の有無

先程「正しい情報かどうかわからなかった」又は「信じなかった」と答えた情報を見かけたと答えた方に伺います。「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、「半々くらい」(31.1%)、「あまり情報の真偽は調べなかった」(28.7%)、「ある程度情報の真偽を調べた」(22.1%)であった。なお、2022年2月調査では「あまり情報の真偽は調べなかった」(29.1%)、「半々くらい」(25.4%)、「ある程度情報の真偽を調べた」(24.0%)であった。2期で比較すると「半々くらい」調べたとの回答割合が高くなった。
- 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(50.0%) フランス(44.1%)、イギリス(38.2%)、韓国(27.7%)、日本(26.1%)となった。なお、2022年2月においては、高かった順にドイツ(54.7%)、アメリカ(49.9%) フランス(47.8%)、イギリス(43.4%)、日本(28.5%)、韓国(28.1%)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は約3~5割台、アジアでは約2割台となった。



※1「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

2. 調査結果

国際比較

(12) 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」（40.6%）、「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」（26.1%）、「自国の政府機関（首相官邸/大統領府、関係省庁、地方政府など）による情報を確認した」（24.8%）となった。なお、2022年2月調査では「自国の政府機関による情報を確認した」（35.0%）、「検索サービス（例：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」（34.6%）、「テレビ放送局による報道を確認した」（32.2%）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。

	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（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	自国の政府機関（首相官邸/大統領府、関係省庁、地方政府など）による情報を確認した	国連や世界保健機関（WHO）などの国際機関、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 ※国営放送含む	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	オンラインニュース組織※による報道を確認した	ニュース系アプリ・サイト※の記事を確認した	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	動画投稿・共有サービス※で検索した	Podcast※の情報を確認した	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	ファクトチェック※の結果を確認した	書籍で調べた	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いるか、その内容を確認した	その他 具体的に：【
日本	(832)	40.6	26.1	24.8	17.2	10.0	10.0	6.9	4.1	14.7	11.3	5.8	0.6	21.3	4.3	3.0	9.1	4.3	4.0	3.7
アメリカ	(500)	44.4	42.6	25.4	28.4	7.4	6.8	9.2	9.4	12.4	10.0	11.2	5.6	18.4	17.0	5.4	11.0	10.2	10.4	3.8
イギリス	(481)	39.3	35.6	23.3	26.0	7.7	5.2	9.1	4.8	8.1	7.5	6.4	4.0	13.9	11.9	4.8	12.3	9.1	8.3	7.9
フランス	(563)	40.3	26.3	24.5	20.4	9.2	5.3	14.0	8.9	9.4	8.9	6.9	2.5	17.2	11.0	5.3	10.8	7.1	7.5	3.6
韓国	(526)	31.7	19.6	27.8	24.5	18.6	5.5	10.1	6.3	21.1	9.1	11.6	1.9	25.7	15.0	2.7	8.0	7.6	5.7	1.9

2. 調査結果

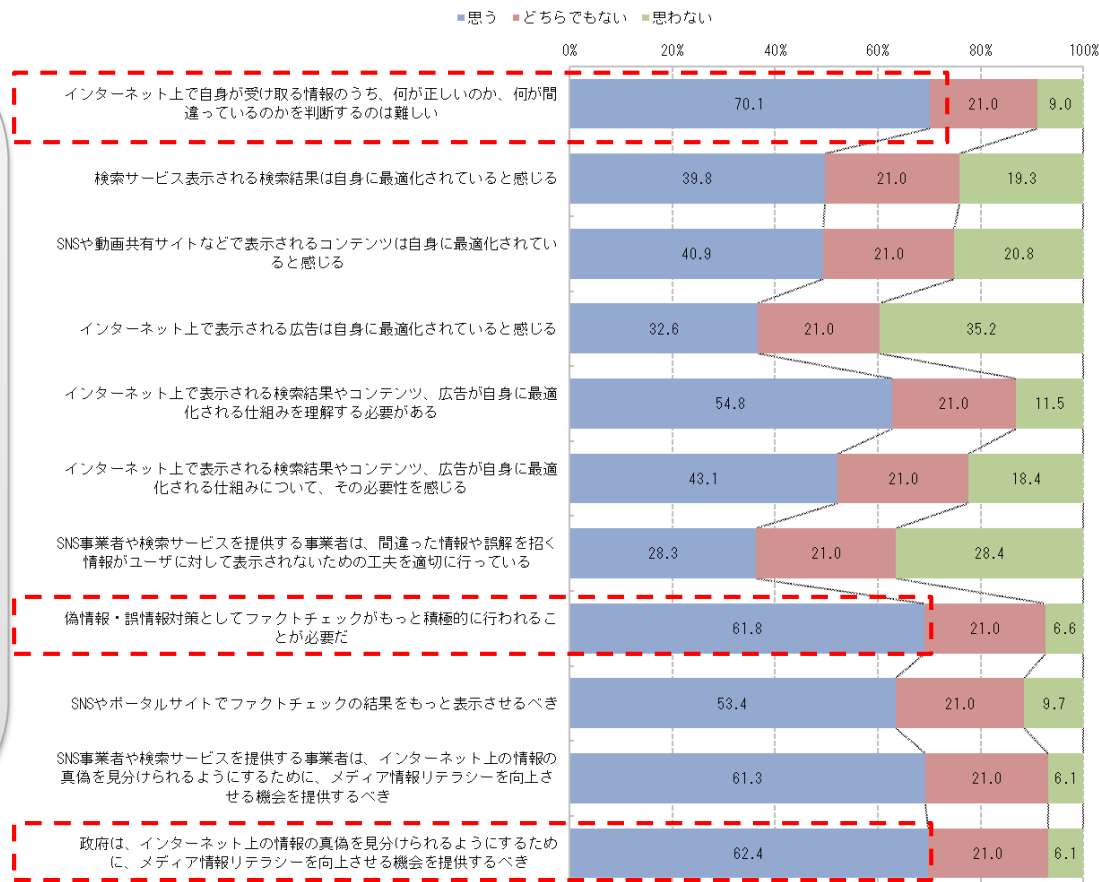
国際比較

(13-1) 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

次の意見について、あなたはどのように思いますか。

日本

- インターネット空間で取り組むべきことについて聞いた。
- 各国において、「思う」（強くそう思う+ある程度そう思う）に着目する。
- 日本における上位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」（70.1%）、「政府は、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、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」（62.4%）、「偽情報・誤情報対策として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」（61.8%）であった。
- 対象国に共通した意見として、「政府は、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、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」において、「思う」の割合が上位3位までに入った。



2. 調査結果

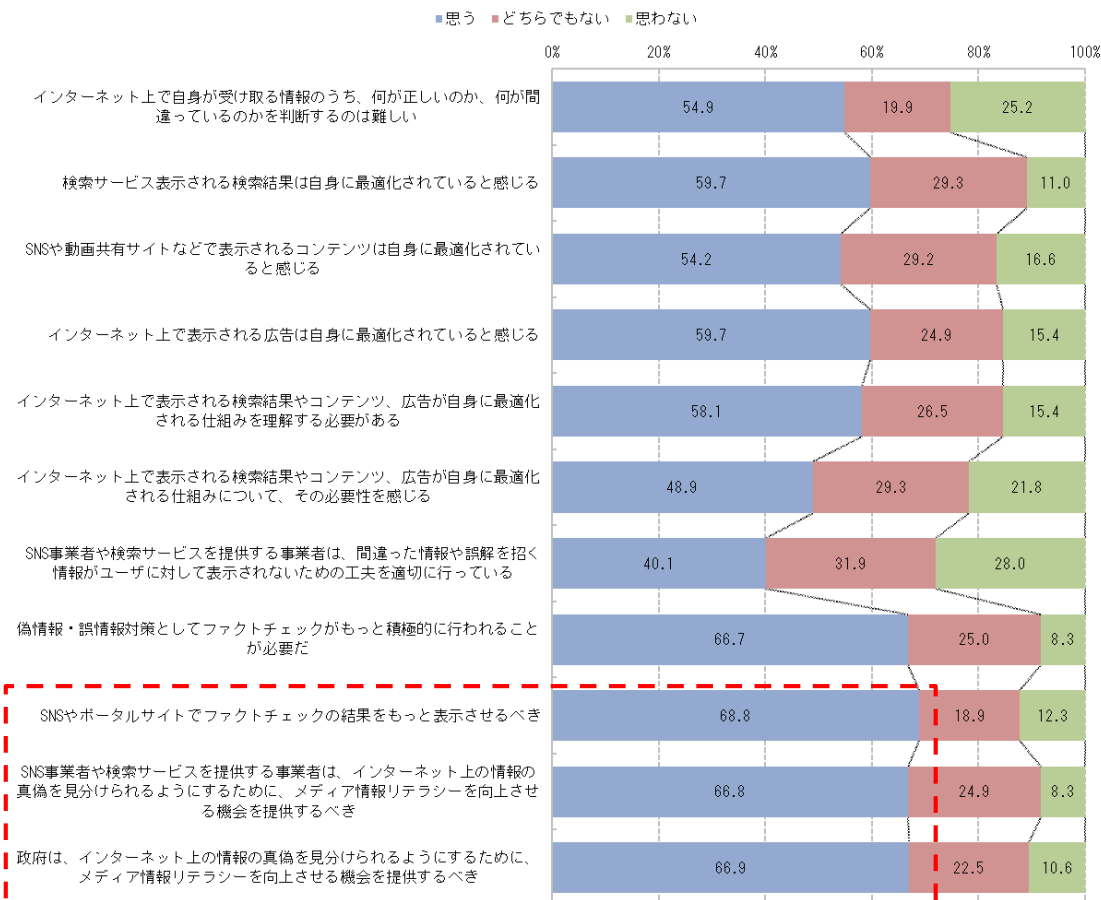
国際比較

(13-2) 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

次の意見について、あなたはどのように思いますか。

アメリカ

- アメリカにおける上位3つは、「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」（68.8%）、「政府は、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、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」（66.9%）、「SNS事業者や検索サービスを提供する事業者は、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、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」（66.8%）であった。



2. 調査結果

国際比較

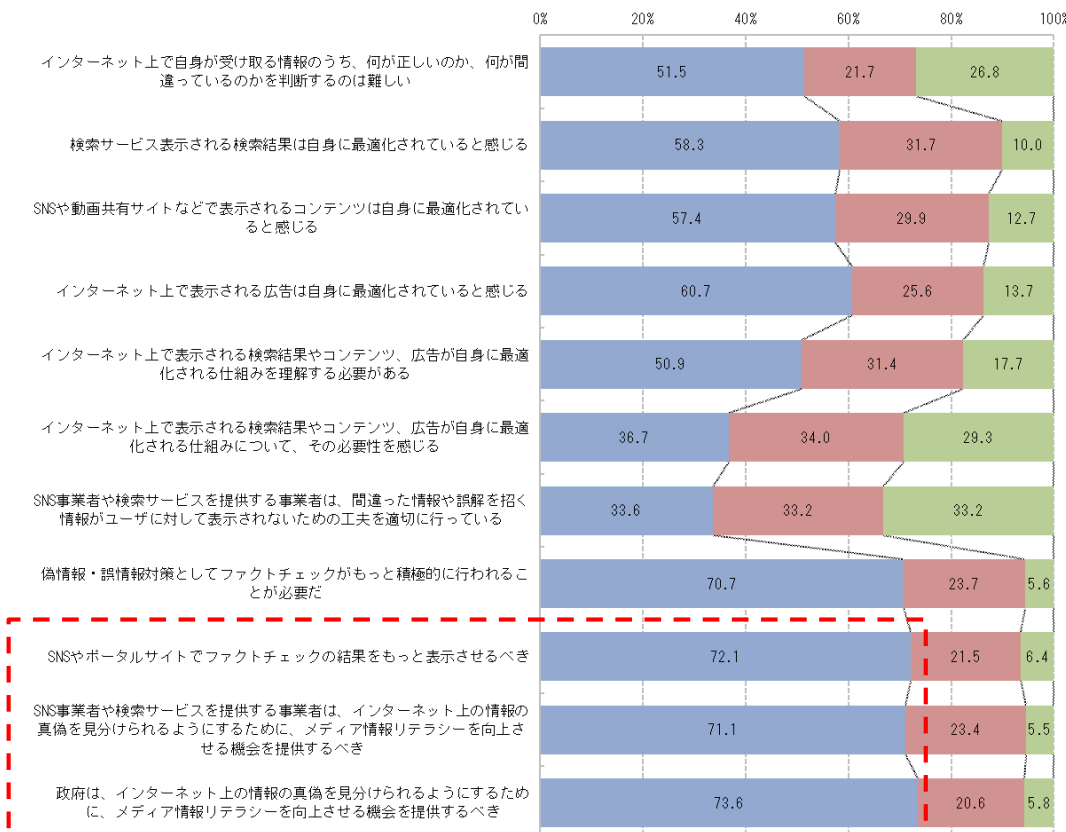
(13-3) インターネット空間を流れる情報についての意見や考え方

次の意見について、あなたはごどう思いますか。

イギリス

- イギリスにおける上位3つは、「政府は、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、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」（73.6%）、「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」（72.1%）、「SNS事業者や検索サービスを提供する事業者は、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、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」（71.1%）であった。

■ 思う ■ どちらでもない ■ 思わない



2. 調査結果

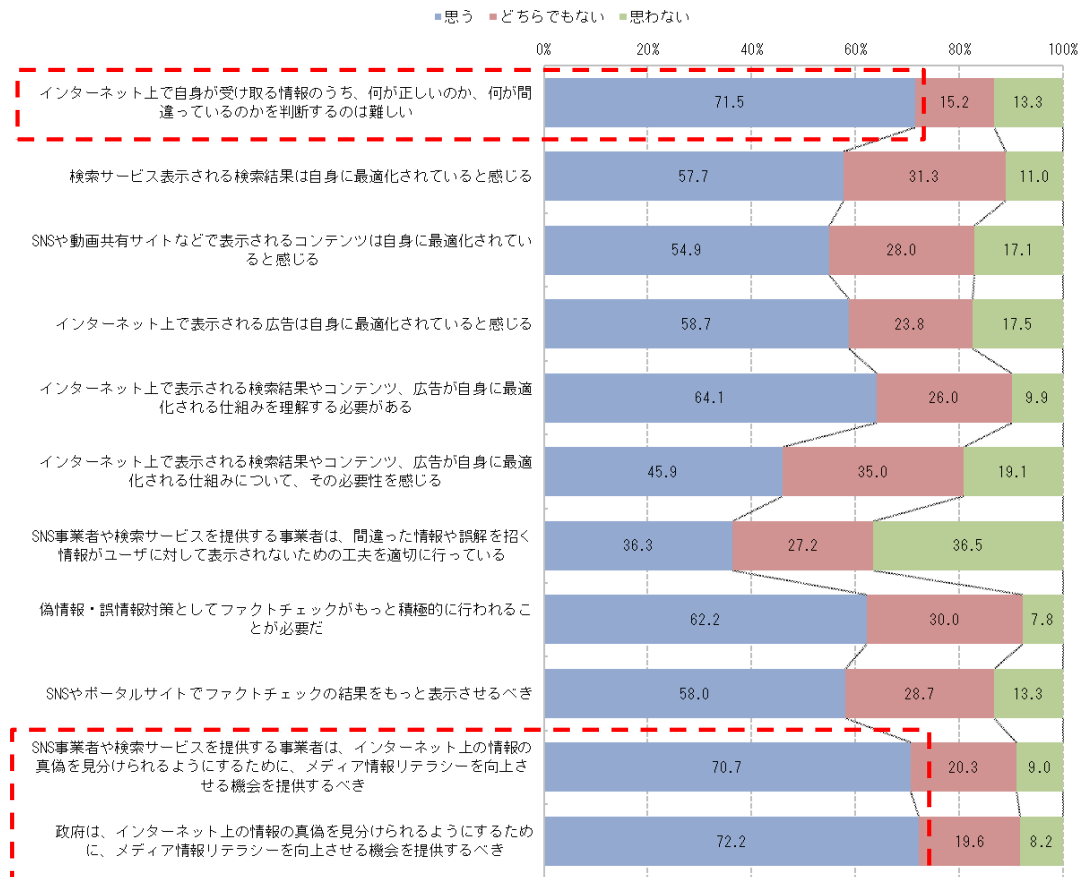
国際比較

(13-4) 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

次の意見について、あなたはごどう思いますか。

フランス

- フランスにおける上位3つは、「政府は、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、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」(72.2%)、「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」(71.5%)、「SNS事業者や検索サービスを提供する事業者は、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、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」(70.7%)であった。



2. 調査結果

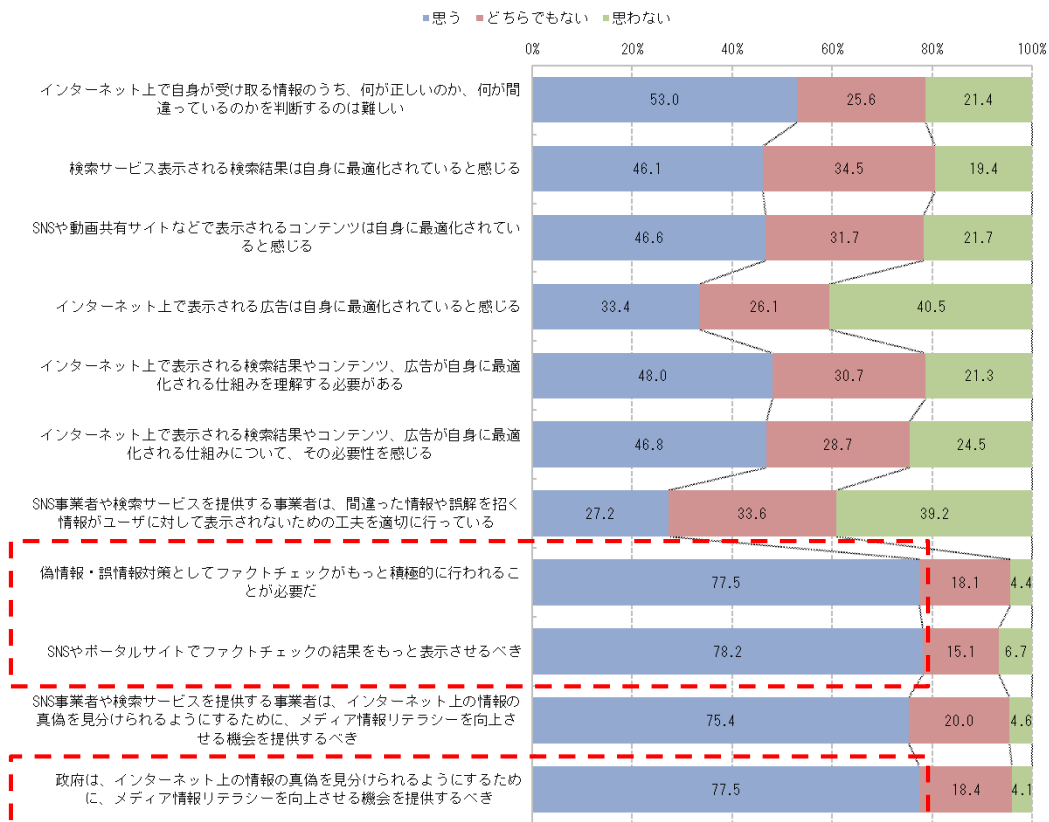
国際比較

(13-5) 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

次の意見について、あなたはごどう思いますか。

韓国

- 韓国における上位3つは、「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」(78.2%)、「偽情報・誤情報対策として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」(77.5%)、「政府は、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、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」(77.5%)であった。



2. 調査結果

国際比較

(14-1) 偽・誤情報対策講座等への参加

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。

- 偽・誤情報対策講座等への希望する参加方法を尋ねた。
- 日本における上位3つは、「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」（36.4%）、「学校・職場での授業や研修の実施」（31.3%）、「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）」（27.4%）であった。
- 諸外国をみると、日本を含め、イギリス、フランス、韓国では「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。アメリカでは「ファクトチェックの体験学習（講座等で受講するもの）」（38.2%）が最も高かった。

	全体	学校・職場での授業や研修の実施	学校・職場以外での講座への参加（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	その他具体的
日本	(2000)	31.3	13.7	15.6	17.5	36.4	23.1	19.6	27.4	16.0	16.2	3.3
アメリカ	(1000)	27.1	21.7	29.4	24.8	34.7	33.4	21.3	24.1	38.2	24.7	5.2
イギリス	(1000)	27.3	18.2	32.9	22.4	41.6	28.2	20.2	22.6	31.3	21.6	3.5
フランス	(1000)	30.5	17.6	22.2	20.2	45.6	31.4	24.3	26.5	22.9	17.8	2.1
韓国	(1000)	20.4	17.5	18.2	17.3	44.2	43.1	15.7	26.1	30.3	18.4	0.9

2. 調査結果

日本（性別年代別比較）

（14-2）偽・誤情報対策講座等への参加

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。

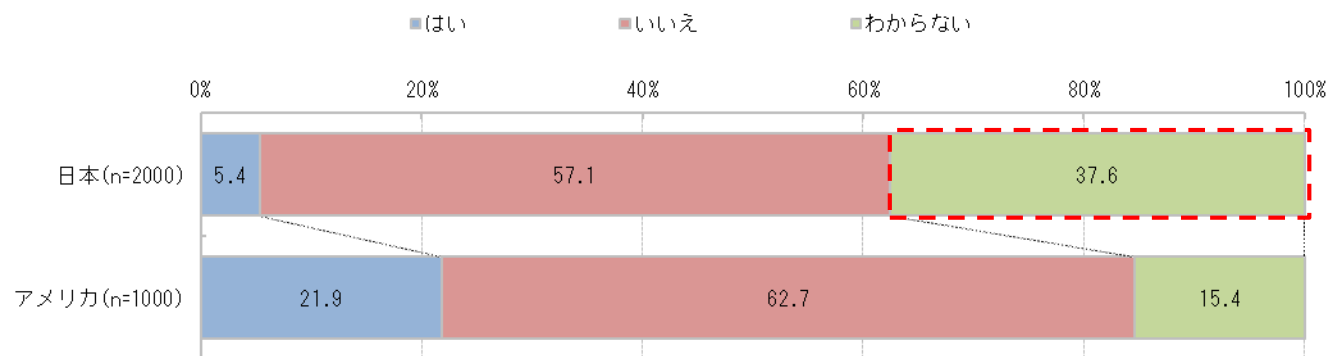
- 日本における上位3つは、「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」（36.4%）、「学校・職場での授業や研修の実施」（31.3%）、「リテラシー能力診断テスト（ネット上で簡易に実施可能なもの）」（27.4%）であった。
- ここでは、性別、年代ごとに最も高くなった項目に着目する。
- 男女とも、「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」が最も高くなった（40.7%、32.1%）となり、女性が男性よりも8.6ポイント高くなった。
- 年代別にみると、10～30代は「学校・職場での授業や研修の実施」が最も高くなった（47.6%、37.7%、35.3%）。40～60代は「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」（36.5%、38.6%、49.1%）であった。「学校・職場での授業や研修の実施」が年齢が上がるにつれて回答割合が低下した。「偽情報・誤情報対策を学べるテレビ番組の視聴」は年齢が上がるに従い、回答割合も上がった。
- 日本全体で3番目に高くなった「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）」は性別・年代によらず選択され、2～3割台であった。60代のみ18.0%と他の層よりも低くなった。

	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（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	その他具体的に：
女性	(1000)	33.2	13.0	14.1	15.1	40.7	19.9	19.8	26.5	14.4	13.9	3.7
男性	(1000)	29.4	14.4	17.0	19.8	32.1	26.2	19.3	28.3	17.6	18.5	2.9
10代	(332)	47.6	15.1	13.6	12.0	28.6	17.5	34.6	33.1	14.8	18.1	2.4
20代	(332)	37.7	16.3	19.9	16.0	30.7	22.3	22.6	29.8	19.0	21.1	1.2
30代	(334)	35.3	12.9	16.2	19.5	34.7	22.8	23.7	32.0	15.9	15.9	3.3
40代	(334)	25.7	8.7	12.3	17.4	36.5	20.7	15.9	25.4	15.0	13.5	4.8
50代	(334)	23.1	13.8	16.2	19.8	38.6	29.0	12.3	26.0	16.2	14.7	4.5
60代	(334)	18.6	15.6	15.3	20.1	49.1	26.0	8.4	18.0	15.3	14.1	3.6

(15-1) SNSアカウントの真偽判定

あなたはこのソーシャル・メディアのプロフィールは本物だと思いますか。SNSのプロフィール画像をみてお答えください。

- アンケートでは、**Instagramをもした架空のアカウント（画像）**を表示し、**アカウントが本物か、偽物と思うか**回答してもらった。
- 日本では、「はい(本物)」(5.4%)、「いいえ(偽物)」(57.1%)、「わからない」(37.6%)となった。
- 比較のため、米国をみると「はい(本物)」(21.9%)、「いいえ(偽物)」(62.7%)、「わからない」(15.4%)となった。**日本は「わからない」との回答が多かった。**



2. 調査結果

日本・アメリカ比較

(15-2) SNSアカウントの真偽判定を行ったポイント

前の設問について、あなたはプロフィールのどの部分を見て本物が偽物かを判断しましたか。あてはまるものをいくつでも選んでください。

アカウントの真偽判断別

- 提示したアカウントのプロフィールが本物かどうかをどこで判断したかを尋ねた。
- 日本において性年代別にみた。アカウントが正しい「はい」と思った人は、「アカウント名 (Lucy849392945) 」(44.9%)、「フォロワー数」(38.3%)、「プロフィール画像」(36.4%)、次に「いいえ」と答えた人は「プロフィールの記載詳細」(57.5%)、「フォロワー数」(44.3%)、「外部リンク (gh.Ed8sj442B.vw) 」(44.0%)となった。「プロフィールの詳細」は「いいえ」の人が最も高くなったが、「はい」と答えた人では6番目(9項目中)となった。
- 比較のためにおこなった米国では、「いいえ」の回答者も「プロフィールの記載詳細」が1番目となった。「アカウント名 (Lucy849392945) 」が2番目に高くなった。

	全体	アカウント名 (Lucy849392945)	プロフィール 画像	投稿数	フォロワー数	フォロワー数	プロフィール の記載詳細	外部リンク (gh.Ed8sj442B.vw)	投稿画像	その他 具体的に：【 】
日本	(2000)	22.3	17.1	12.5	36.9	29.0	44.0	33.0	16.3	5.7
はい	(107)	44.9	36.4	28.0	38.3	30.8	25.2	17.8	10.3	1.9
いいえ	(1142)	19.5	13.2	11.9	44.3	36.8	57.5	44.0	15.0	2.5
わからない	(751)	23.3	20.2	11.1	25.4	16.9	26.0	18.5	19.2	10.9
アメリカ	(1000)	44.7	33.4	33.3	42.7	35.9	51.5	36.4	28.7	3.1
はい	(219)	35.2	56.6	42.9	45.2	38.8	39.3	17.8	25.6	0.0
いいえ	(627)	50.7	24.9	30.5	42.4	37.3	59.0	46.4	29.7	2.7
わからない	(154)	33.8	35.1	31.2	40.3	26.0	38.3	22.1	29.2	9.1

本資料は、総務省「令和4年度 国内外における偽・情報に関する意識調査より」から再構成しました。

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 上席主任コンサルタント
中 志津馬（なか しづま）