

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

2024年11月21日

モビリティ・通信事業本部

デジタルコンテンツ・データ戦略グループ

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違法・有害情報に関する投稿の被害経験・投稿されたサービス ③違法・有害情報に関する投稿の被害を受けた際の対処方法(想定)/違法・有害情報に関する投稿の被害を受けた際の対処方法とその理由 ④安心・安全機能の利用状況 ⑤令和3年改正プロバイダ責任制限法の施行についての認知度	
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. サービス事業者に求められる対応・体制について	25
①「〇〇より長い期間不対応であった場合に許容できない人の割合」 ②サービス事業者による体制整備の在り方	
6. サービス提供事業者による対応状況について	27
①サービス提供事業者による対応 ②対応をされたサービス ③対応についての通知・説明の有無と納得度 ④意見表明機会の有無と満足度 ⑤案内時の言語 ⑥対応についての通知・説明の在り方	

1. 調査概要

調査概要

- 調査実施期間: 2024年10月16日(水)～10月21日(月)
- 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	<ul style="list-style-type: none"> ・住民基本台帳人口(2024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5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>	3,425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>	3,230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3,200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)>

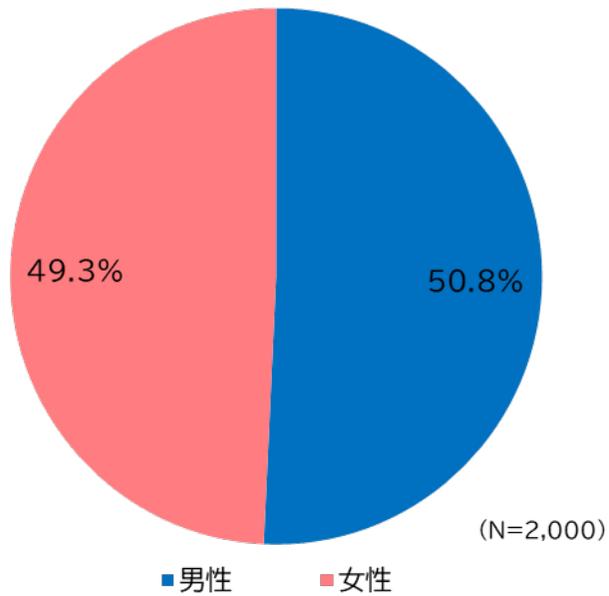
近年、SNSの急速な普及拡大により誹謗中傷等の違法・有害情報が注目を集めています。違法な情報や他人を傷つけるような情報の流通を防ぐため、SNS事業者などにおいて様々な取組が行われているところですが、例えば、違法・有害情報相談センターに年間約6,000件のインターネット上の違法・有害情報にかかる相談が寄せられるなど、依然としてそれらの情報の流通が認められるところ です。

1. 調査概要

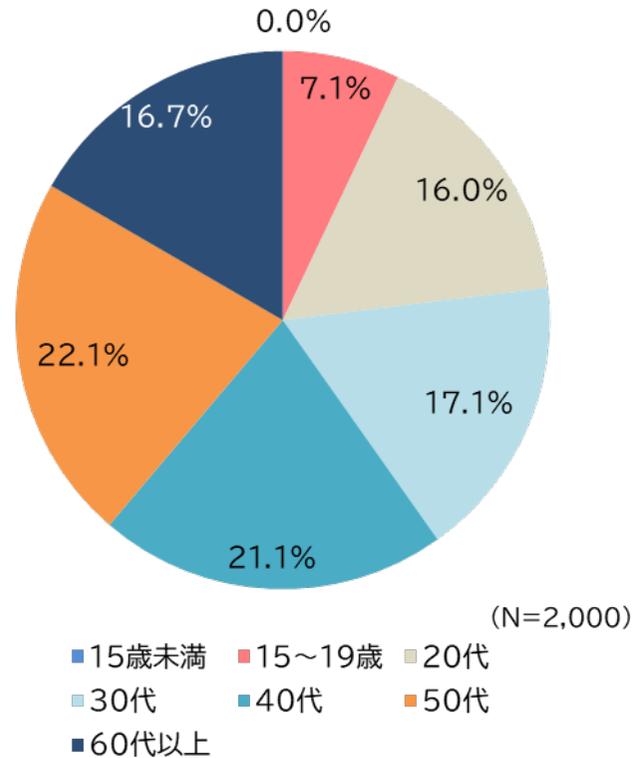
回答者の基本属性(調査群①)

調査対象：日本国内の15歳～99歳までの男女(特段の条件なし)

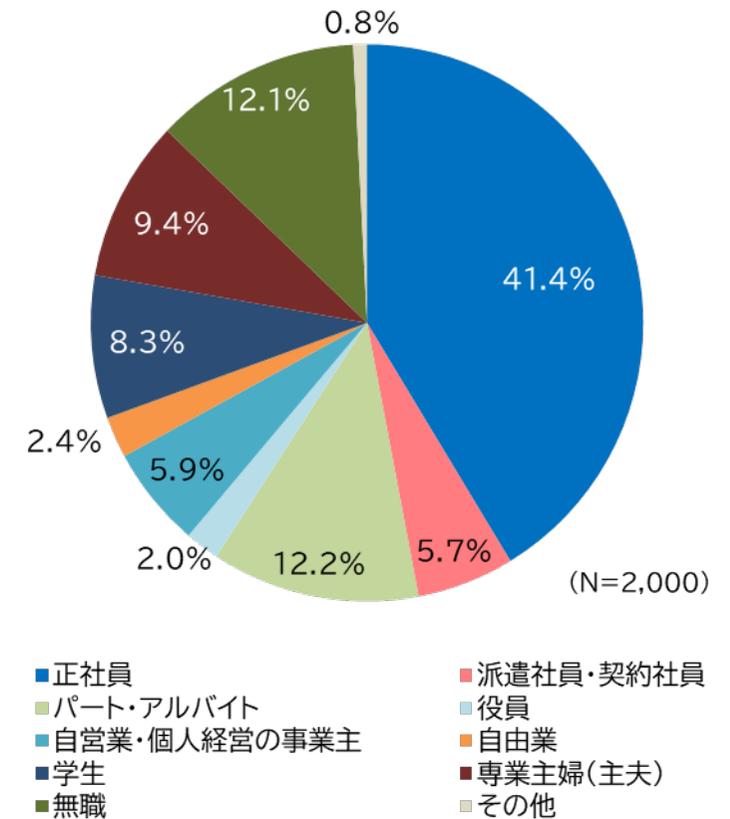
性別



年代



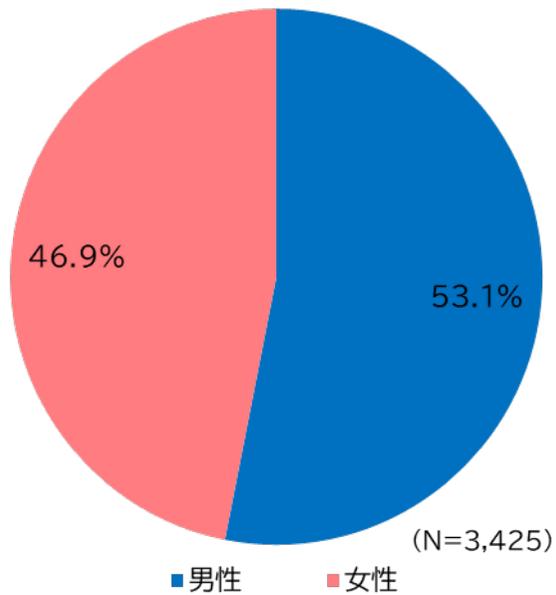
職業



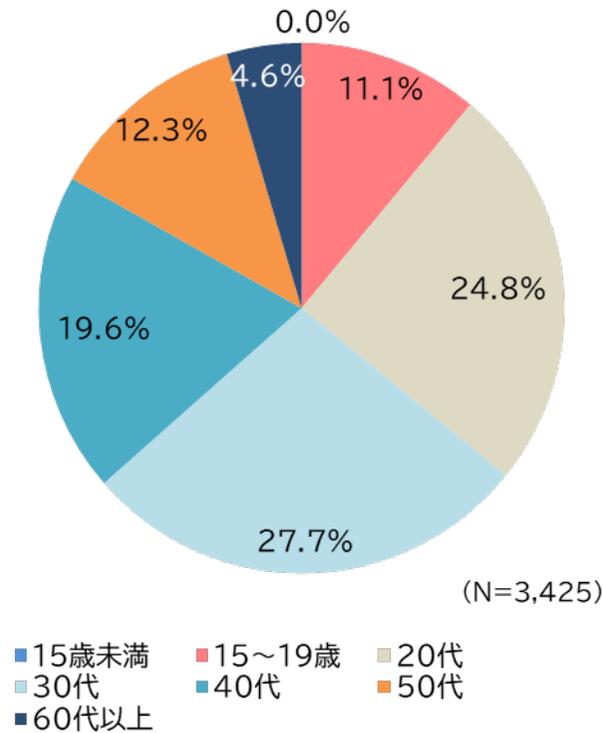
回答者の基本属性(調査群②)

調査対象：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、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

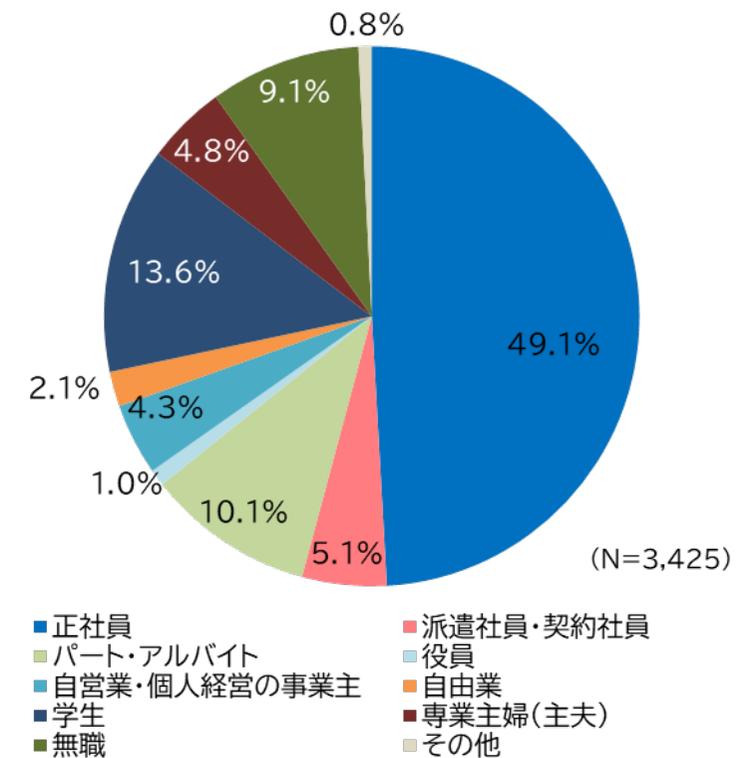
性別



年代



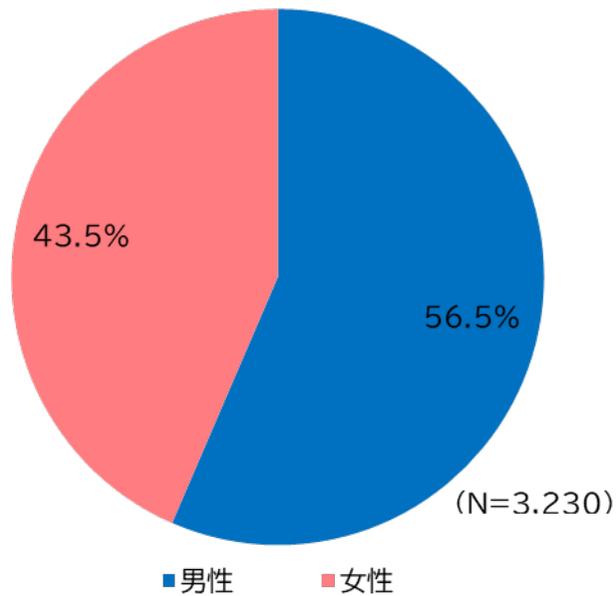
職業



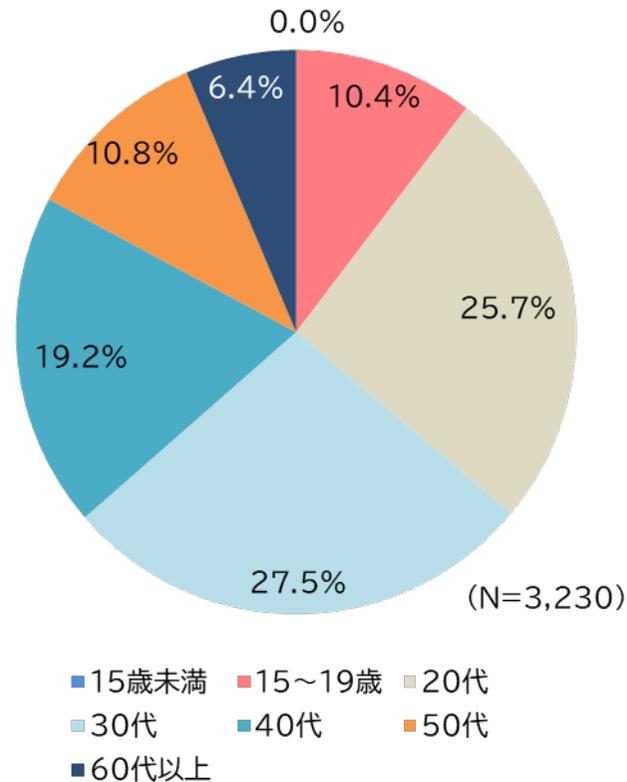
回答者の基本属性(調査群③)

調査対象：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、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

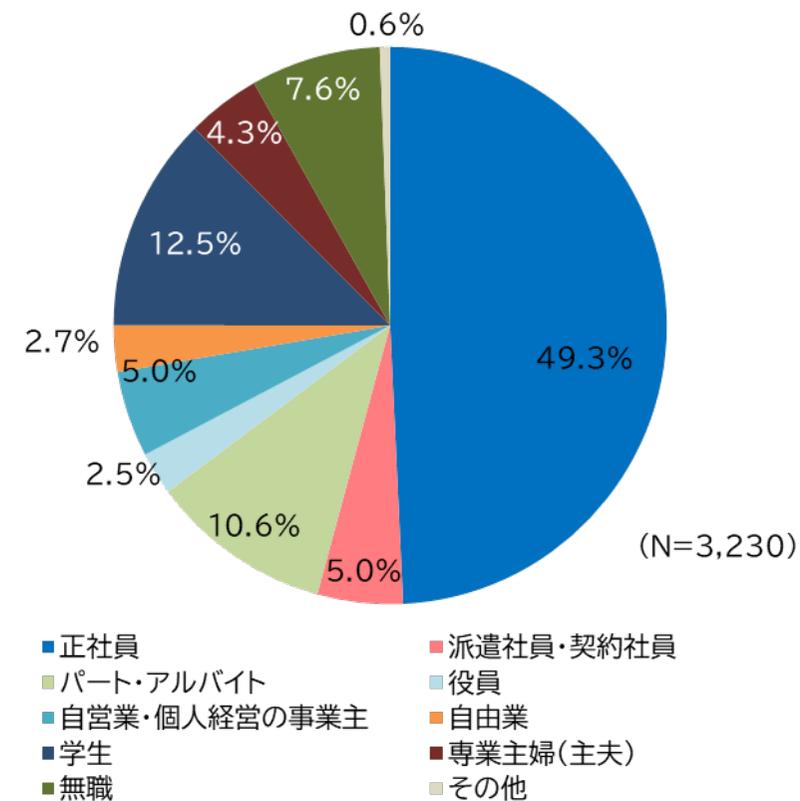
性別



年代



職業



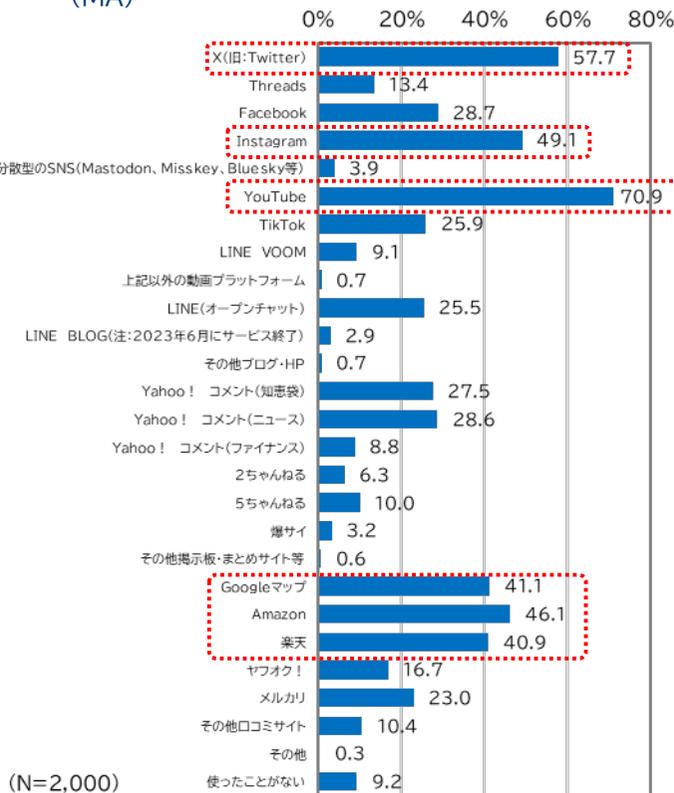
2. インターネット上のサービスの利用状況について

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)

- 利用(閲覧)経験: YouTube、X、Instagram、Amazon、Googleマップ、楽天などが多い。【複数回答】
- 利用(書き込み)経験: X、Instagram、YouTube、Facebookなどが多い。【複数回答】
- 利用(閲覧)頻度: X、YouTube、TikTok、Instagram、Threadsで閲覧頻度が高い(半数以上が毎日閲覧)。

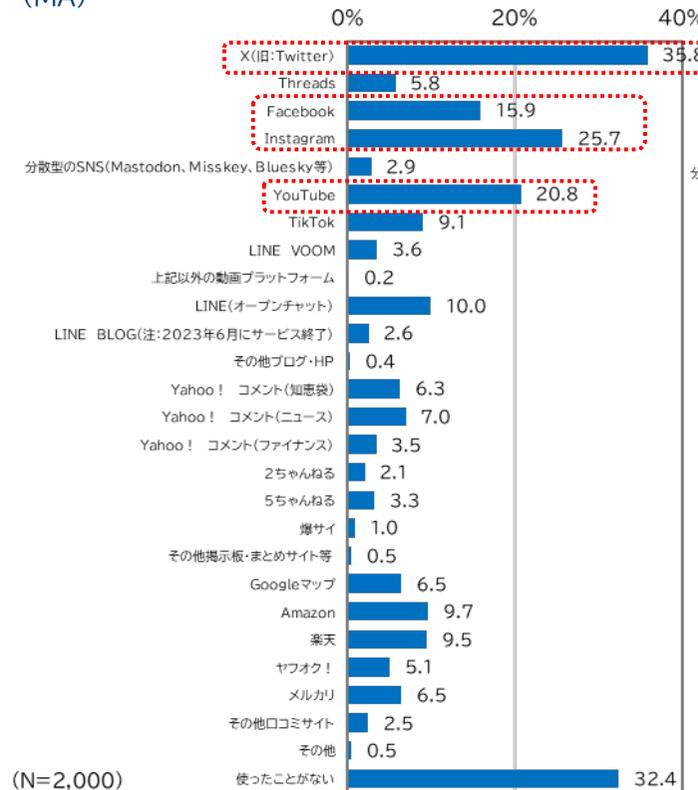
利用(閲覧)経験

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)



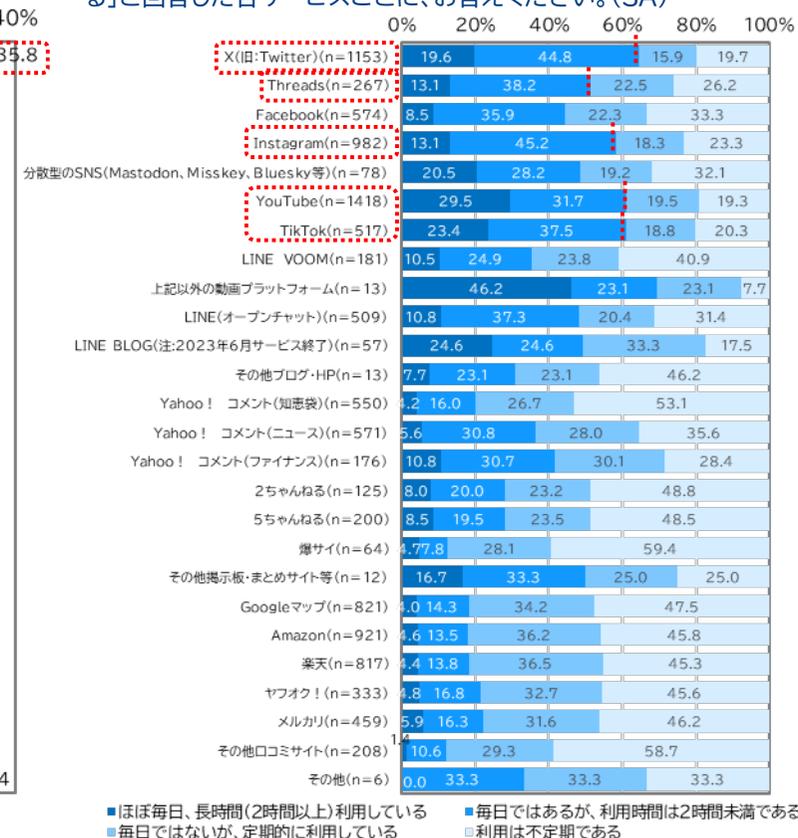
利用(書き込み)経験

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)



利用(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。(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)



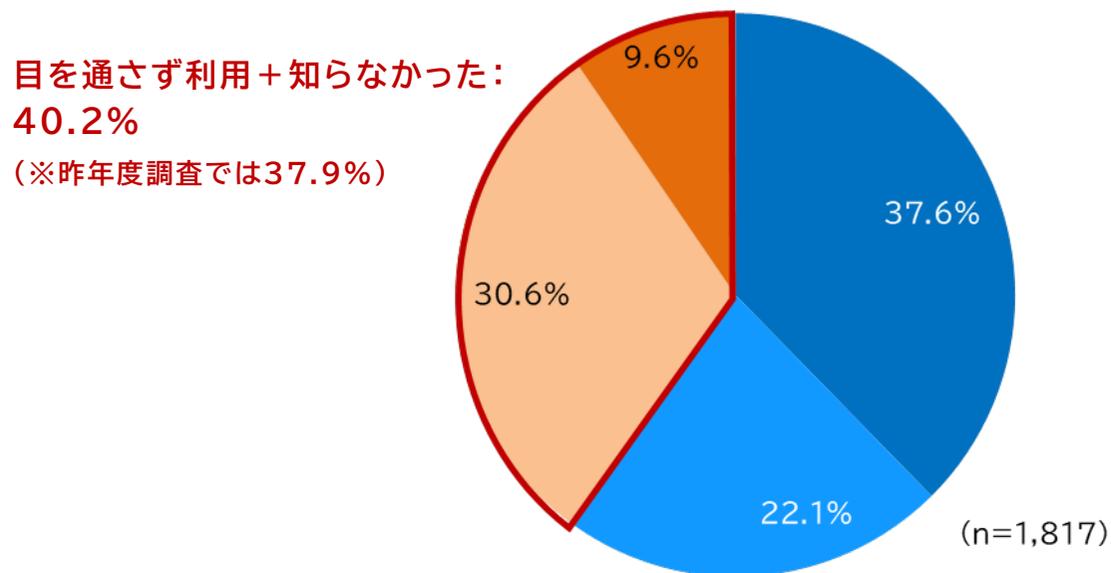
2. インターネット上のサービスの利用状況について

②利用規約の確認状況

- 「利用規約に目を通さず、利用している」、「利用規約があることを知らなかった」という人が4割程度(40.2%)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)



- 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

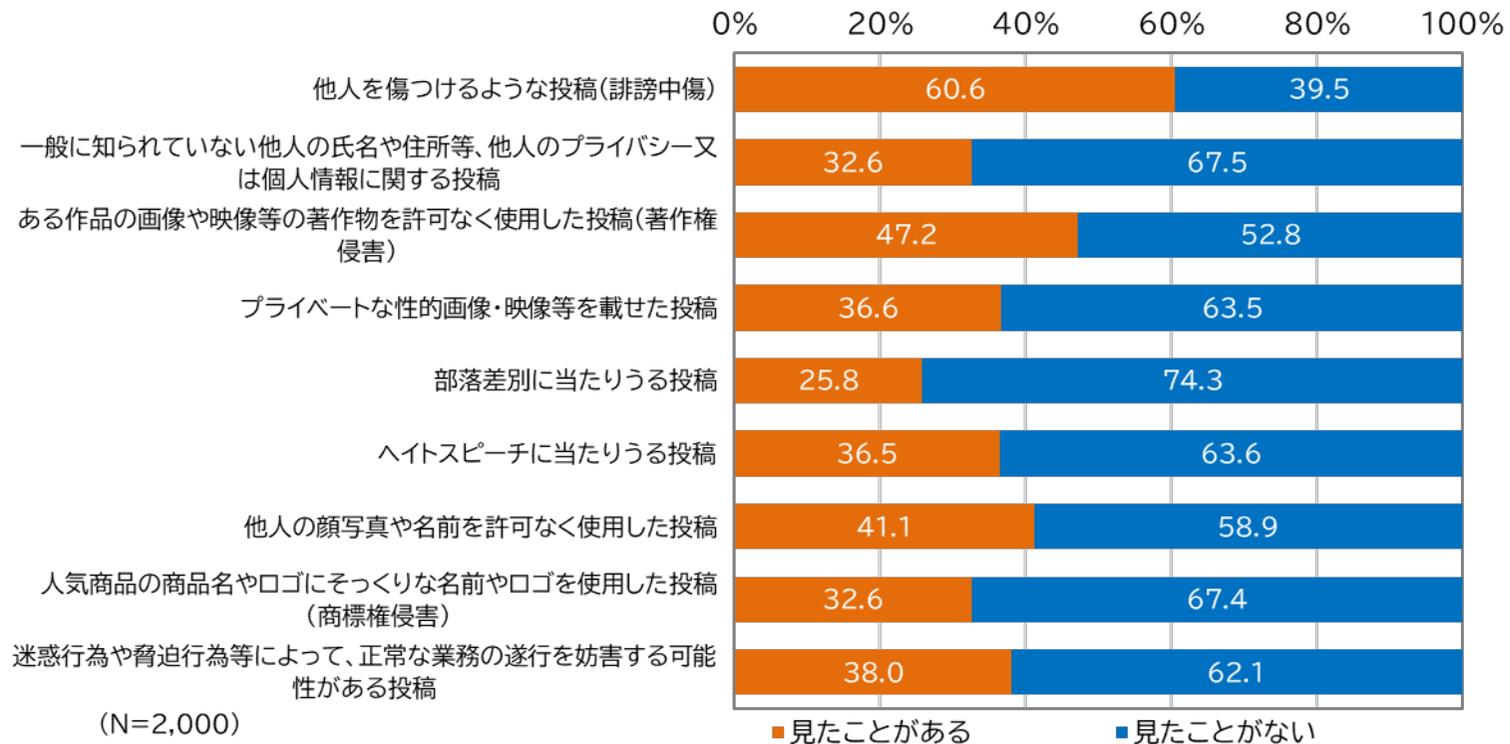
3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

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[1/2]

- 違法・有害情報に関する投稿の目撃経験としては、「他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)」が最も多く60.6%となっている。以下、「ある作品の画像や映像等の著作物を許可なく使用した投稿(著作権侵害)」(47.2%)、「他人の顔写真や名前を許可なく使用した投稿」(41.1%)、「迷惑行為や脅迫行為等によって、正常な業務の遂行を妨害する可能性がある投稿」(38.0%)が続いている。

違法・有害情報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。)



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[2/2]

- 違法・有害情報に関する投稿を目撃したサービスは、投稿の種類によらずX(旧:Twitter)が最も多く、次いでYouTubeが多い。また、投稿の種類により異なるが、Yahoo!コメント(ニュース)、Instagram、Facebook、5ちゃんねる、2ちゃんねる、TikTokなども挙げられた。【複数回答】

目撃した際のサービス

Q 「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)

違法・有害情報	目撃したサービス(※10%以上のもの)
1. 他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)	X(旧:Twitter)(66.0%)、YouTube(27.7%)、Yahoo!コメント(ニュース)(16.7%)、Instagram(14.6%)、Yahoo!コメント(知恵袋)(13.4%)、5ちゃんねる(12.3%)、TikTok(11.4%)、2ちゃんねる(10.9%)、Facebook(10.6%)
2. 一般に知られていない他人の氏名や住所等、他人のプライバシー又は個人情報に関する投稿	X(旧:Twitter)(60.4%)、YouTube(16.7%)、Facebook(13.4%)、Instagram(13.1%)、5ちゃんねる(11.1%)、2ちゃんねる(10.3%)
3. ある作品の画像や映像等の著作物を許可なく使用した投稿(著作権侵害)	X(旧:Twitter)(59.7%)、YouTube(28.3%)、Instagram(14.6%)、Facebook(11.2%)
4. プライベートな性的画像・映像等を載せた投稿	X(旧:Twitter)(63.6%)、YouTube(17.0%)、Instagram(13.0%)、Facebook(10.7%)
5. 部落差別に当たりうる投稿	X(旧:Twitter)(55.3%)、YouTube(20.6%)、Instagram(11.7%)、Facebook(11.7%)、5ちゃんねる(10.3%)
6. ヘイトスピーチに当たりうる投稿	X(旧:Twitter)(60.6%)、YouTube(19.5%)、Yahoo!コメント(ニュース)(11.2%)、5ちゃんねる(10.4%)、Facebook(10.0%)
7. 他人の顔写真や名前を許可なく使用した投稿	X(旧:Twitter)(56.9%)、YouTube(21.9%)、Instagram(14.7%)、Facebook(13.3%)
8. 人気商品の商品名やロゴにそっくりな名前やロゴを使用した投稿(商標権侵害)	X(旧:Twitter)(55.7%)、YouTube(18.4%)、Instagram(14.0%)、Facebook(13.3%)
9. 迷惑行為や脅迫行為等によって、正常な業務の遂行を妨害する可能性がある投稿	X(旧:Twitter)(59.6%)、YouTube(19.6%)、Instagram(11.1%)

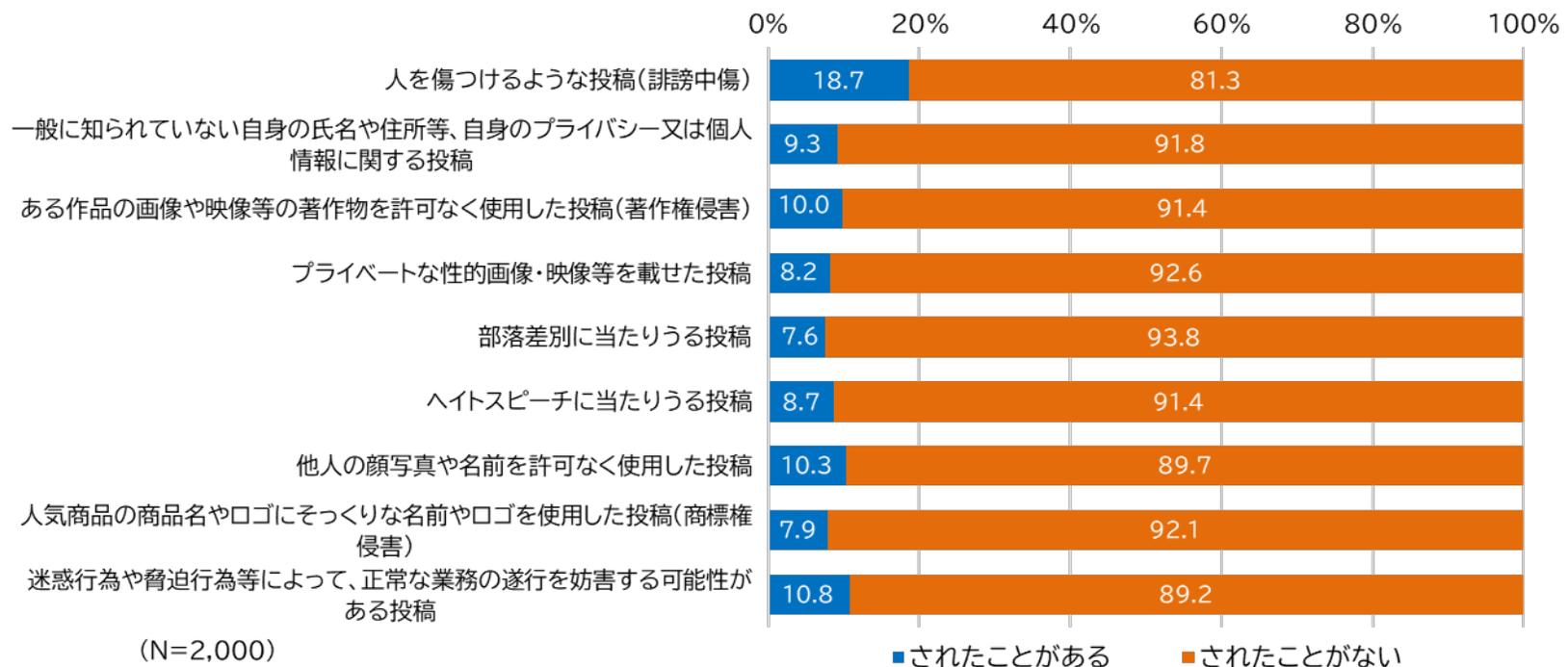
3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

②違法・有害情報に関する投稿の被害経験・投稿されたサービス[1/2]

- 「他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)」が最も多く、2割弱(18.7%)が被害に遭っている。以下、「迷惑行為や脅迫行為等によって、正常な業務の遂行を妨害する可能性がある投稿」(10.8%)、「他人の顔写真や名前を許可なく使用した投稿」(10.3%)、「ある作品の画像や映像等の著作物を許可なく使用した投稿(著作権侵害)」(10.0%)と続く。
- 誹謗中傷以外の投稿についてみると、被害経験では目撃経験よりもバラツキが小さい。

違法・有害情報の被害経験

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)



3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

②違法・有害情報に関する投稿の被害経験・投稿されたサービス[2/2]

- 違法・有害情報に関する投稿をされたことがあるサービスは、投稿の種類によらずX(旧:Twitter)が最も多いが、それ以降は投稿の種類により順序は異なるものの、Facebook、Instagram、YouTubeが多い。また、投稿の種類によってはThreadsやその他口コミサイトも挙げられた。【複数回答】

投稿されたサービス

Q 「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)

違法・有害情報	投稿されたサービス(※10%以上のもの)
1. 他人を傷つけるような投稿(誹謗中傷)	X(旧:Twitter)(52.9%)、YouTube(13.4%)、Facebook(12.3%)
2. 一般に知られていない他人の氏名や住所等、他人のプライバシー又は個人情報に関する投稿	X(旧:Twitter)(41.4%)、Facebook(19.9%)、YouTube(12.9%)、Instagram(12.4%)、その他口コミサイト(12.4%)
3. ある作品の画像や映像等の著作物を許可なく使用した投稿(著作権侵害)	X(旧:Twitter)(48.5%)、Threads(17.5%)、Facebook(16.0%)、Instagram(16.0%)、YouTube(13.5%)
4. プライベートな性的画像・映像等を載せた投稿	X(旧:Twitter)(46.3%)、Facebook(18.9%)、Instagram(17.1%)、Threads(15.2%)、YouTube(11.6%)
5. 部落差別に当たりうる投稿	X(旧:Twitter)(42.8%)、Facebook(19.1%)、Threads(18.4%)、Instagram(15.1%)、YouTube(12.5%)
6. ヘイトスピーチに当たりうる投稿	X(旧:Twitter)(42.2%)、Facebook(16.8%)、Instagram(16.8%)、YouTube(15.6%)、その他口コミサイト(12.1%)
7. 他人の顔写真や名前を許可なく使用した投稿	X(旧:Twitter)(42.2%)、Facebook(19.9%)、Instagram(15.0%)、Threads(13.1%)、YouTube(12.1%)
8. 人気商品の商品名やロゴにそっくりな名前やロゴを使用した投稿(商標権侵害)	X(旧:Twitter)(43.7%)、Threads(14.6%)、Facebook(13.3%)、YouTube(12.0%)、Instagram(11.4%)
9. 迷惑行為や脅迫行為等によって、正常な業務の遂行を妨害する可能性がある投稿	X(旧:Twitter)(41.7%)、Instagram(16.7%)、Facebook(13.0%)、Threads(12.0%)、YouTube(12.0%)

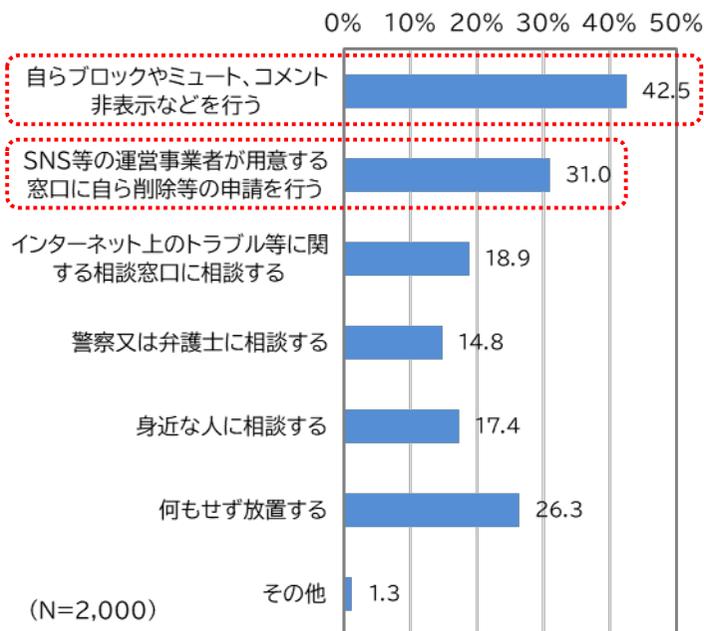
3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

③違法・有害情報に関する投稿の被害を受けた際の対処方法(想定)/
違法・有害情報に関する投稿の被害を受けた際の対処方法とその理由

- 対処方法として、「自らブロックやミュート、コメント非表示などを行う」を想定する人が最も多く、42.5%であった。次いで、「SNS等の運営事業者が用意する窓口に自ら削除等の申請を行う」が多く、31.0%だった。【複数回答】
- 実際の対処方法としては、「自らブロックやミュート、コメント非表示などを行う」が最も多く36.7%であった。また、想定する対処方法と実際の対象方法とで、同様の分散傾向を示した。【複数回答】
- 対処方法の選択理由としては、「無料で出来る手段だから」が最も多く、37.1%であった【複数回答】

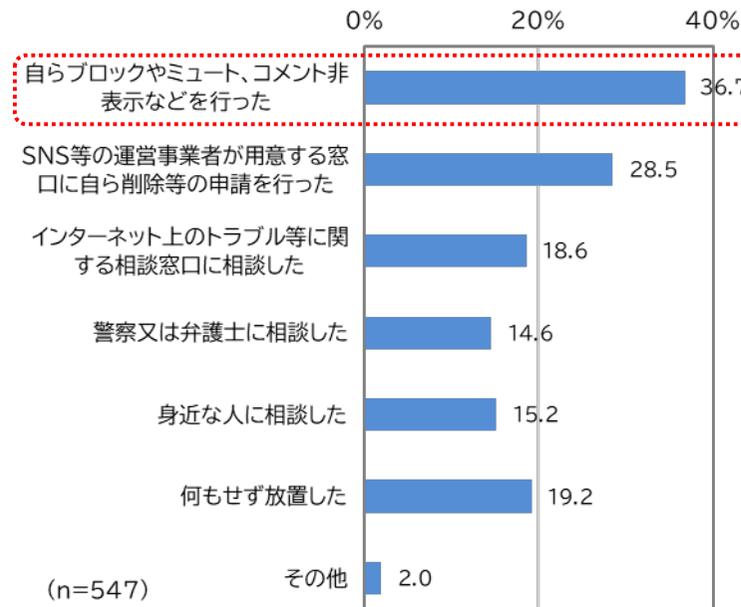
被害時の対処方法(想定)

Q 誹謗中傷等を含む権利侵害の投稿を受けた際、どのような対処を行うことを想定していますか。当てはまるものをすべて選んでお答えください。(MA)



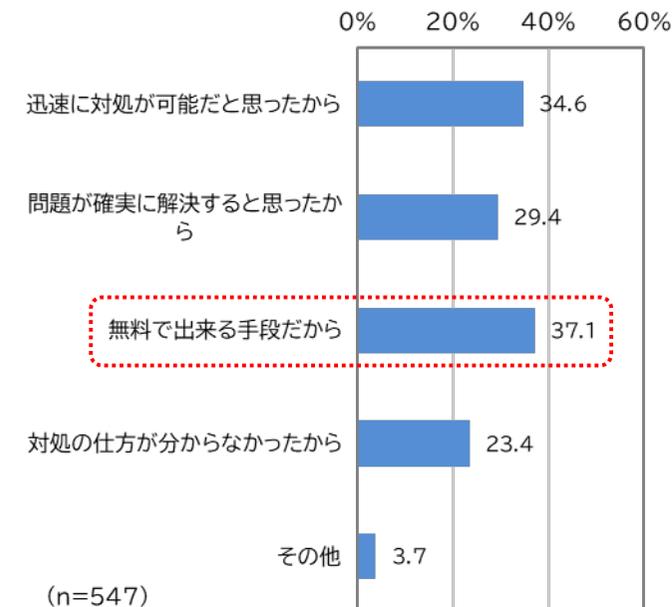
被害時の対処方法

Q 誹謗中傷等を含む権利侵害の投稿を受けた際、実際に、あなたはどのように対処しましたか。当てはまるものをすべて選んでお答えください。(MA)



対処方法の選択理由

Q その理由はなぜですか。当てはまるものをすべて選んでお答えください。(MA)



3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

④安心・安全機能の利用状況

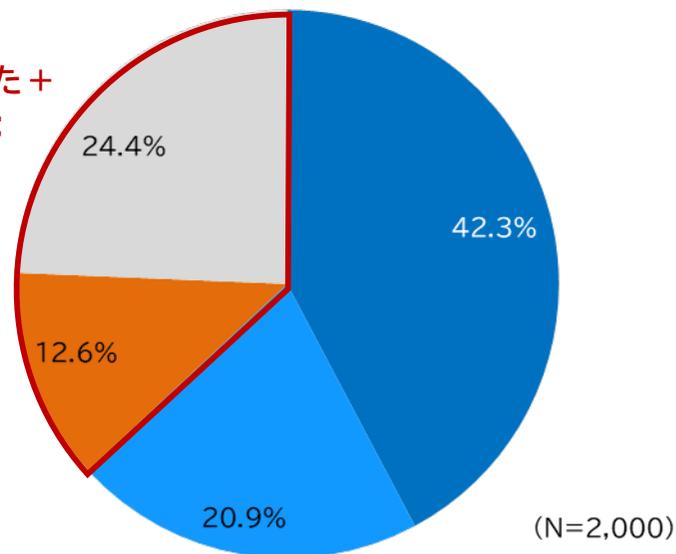
- 全回答者でみると、ミュートやブロックなどの安心・安全機能について、「機能を利用したかったが、利用方法が分からなかった」、「機能があることを知らなかった」という人は37.0%だった。
- 他方、被害経験のある人では、44.8%が「機能を理解した上で利用している」と回答している。

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】

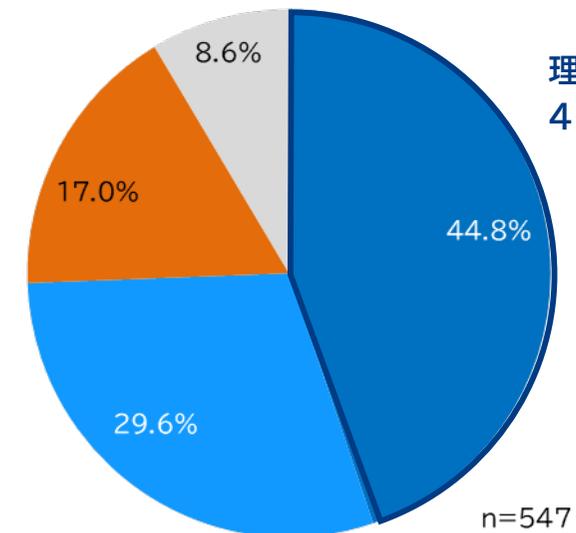
分からなかった+
知らなかった:
37.0%
(※昨年度調査
では35.3%)



- 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:
44.8%
(※昨年度調査
では53.9%)



- 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

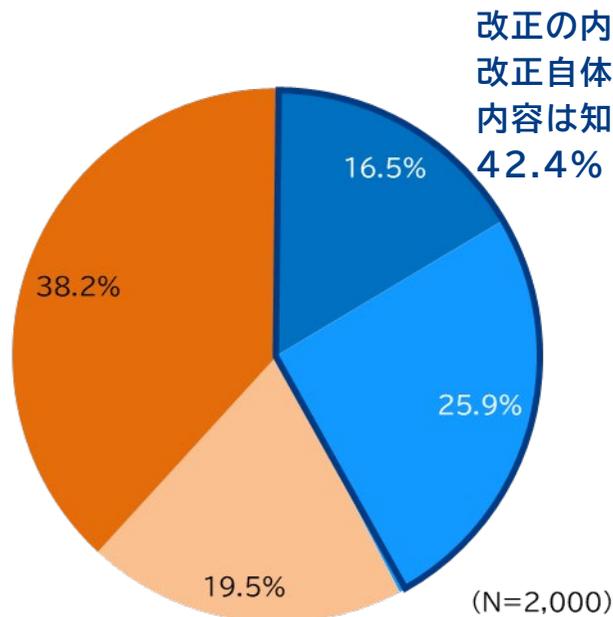
3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

⑤令和3年改正プロバイダ責任制限法の施行についての認知度[1/2]

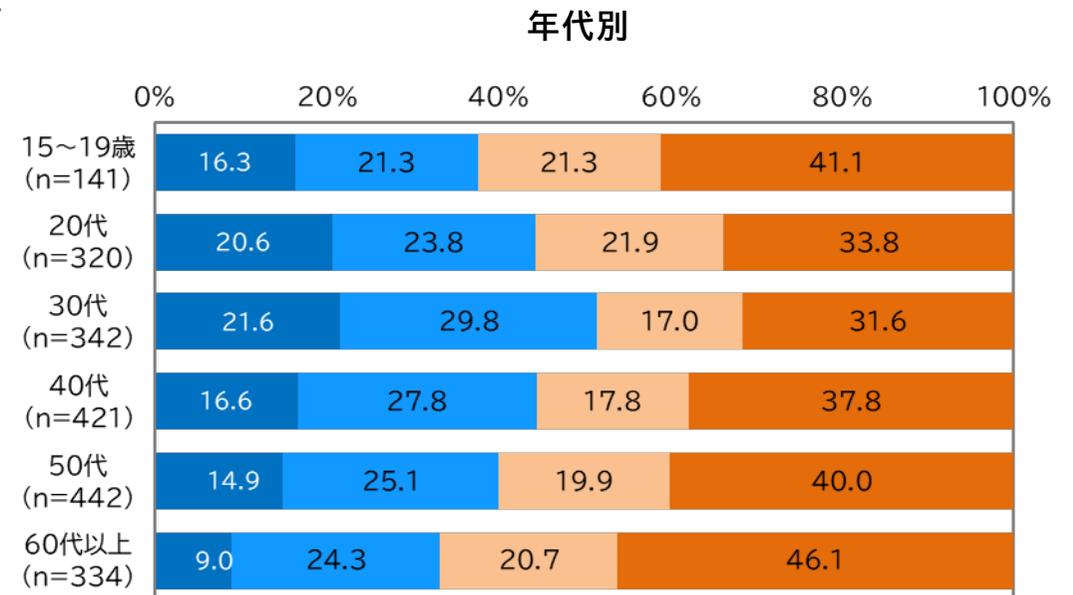
- 令和3年改正プロバイダ責任制限法の施行について、「制度改革の内容について知っている」と「改正自体は知っているが内容は知らない」という人は、42.4%であった。（※調査群②では58.0%、調査群③では49.9%。）
- 年代別にみると、30代(51.4%)が最も高く、次いで20代、40代(いずれも44.4%)が多かった。

令和3年改正プロバイダ責任制限法の施行についての認知度

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月に施行されたのを知っていますか。(SA)



- 制度改革の内容について知っている
- 制度改革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



- 制度改革の内容について知っている
- 制度改革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

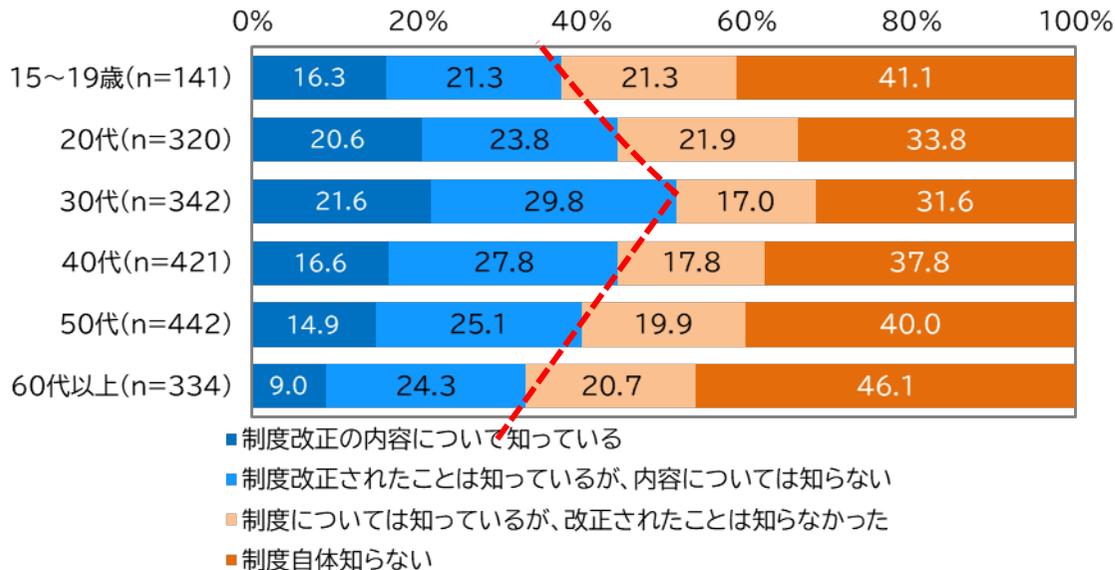
3. 違法・有害情報に関する投稿の流通状況について

⑤令和3年改正プロバイダ責任制限法の施行についての認知度[2/2]

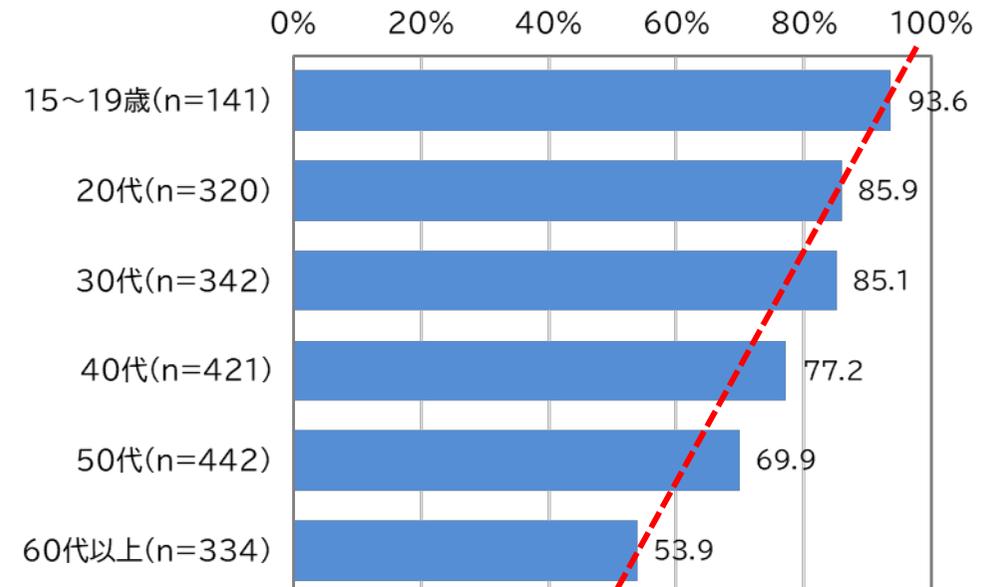
- 令和3年改正プロバイダ責任制限法施行の認知度とSNS利用(閲覧)経験をそれぞれ年代別にみると、10代～30代では、利用(閲覧)経験は10代が最も高いが、認知度は30代が高かった。30代以上では年代とともに利用(閲覧)経験も認知度も下がる傾向を示した。
- 若年層でみると、10代、20代はSNS利用経験に比して令和3年改正プロバイダ責任制限法の施行についての認知度が低いといえる。

令和3年改正プロバイダ責任制限法の施行についての認知度
(年代別)【再掲】

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月に施行されたのを知っていますか。(SA)

SNSの利用(閲覧)経験
(年代別)

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)



★問1において、いずれかの種類のSNS(X(旧:Twitter)、Threads、Facebook、Instagram、分散型のSNS(Mastodon、Misskey等))を「利用(閲覧)したことがある」人を抽出。

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[1/2]

- 相談窓口について、「利用しなかったが、どこにあるか分からなかった」「知らなかった」という人が62.5%を占めている。他方、「知っており、利用したことがある」人は8.0%であった。
- 相談窓口の利用経験を年代別にみると、20代(15.0%)が最も多かった。

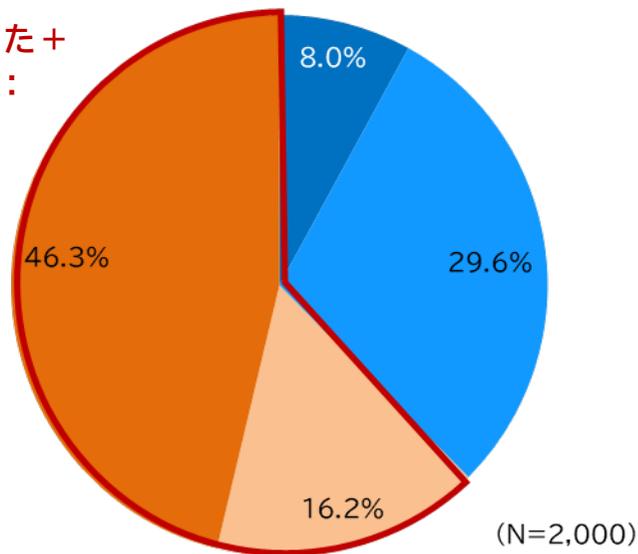
相談窓口の認知度

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:

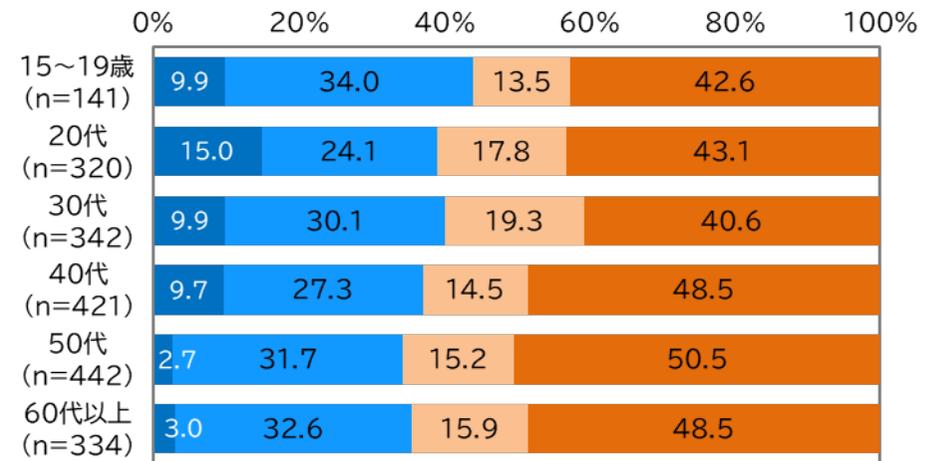
62.5%

(※昨年度調査
では56.2%)



- 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
- 利用しなかったが、どこにあるか分からなかった
- 知らなかった

年代別



- 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
- 利用しなかったが、どこにあるか分からなかった
- 知らなかった

4. 相談窓口及び違反報告・申告の利用状況について

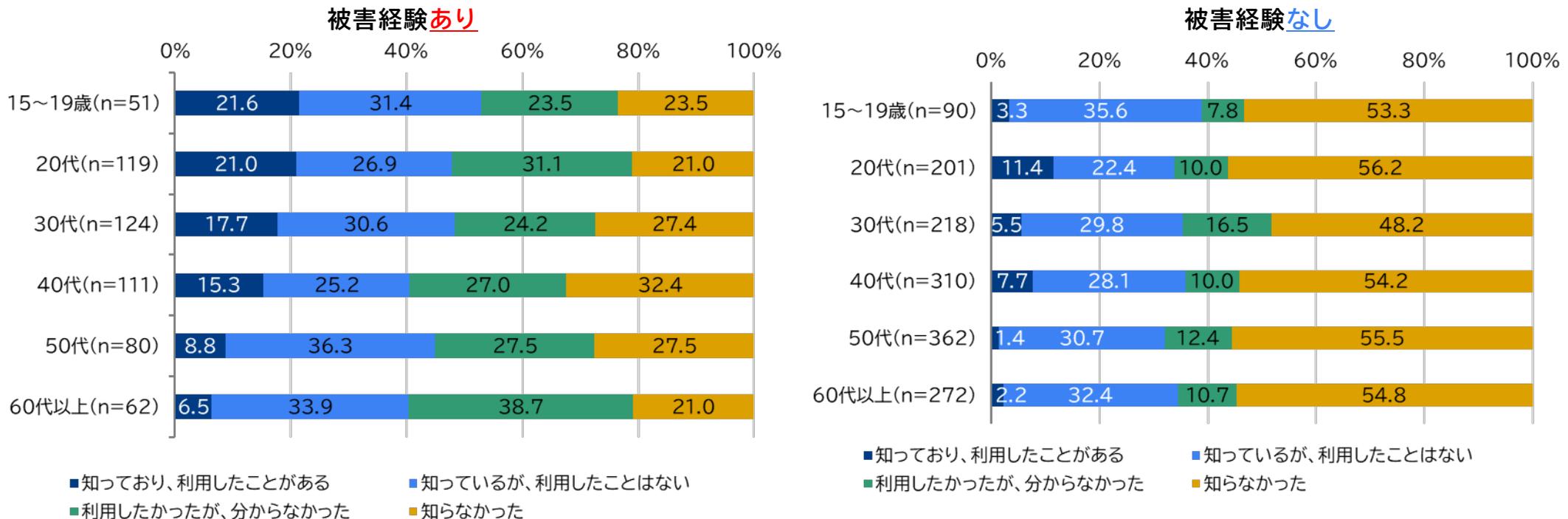
①相談窓口の認知度[2/2]

- 相談窓口の利用率について、被害経験の有無で分けてみると、各年代とも被害経験のある方が相談窓口利用率が約1.8倍～6.5倍高い結果となった。

相談窓口の認知度×違法・有害情報に関する投稿の被害経験

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)

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)



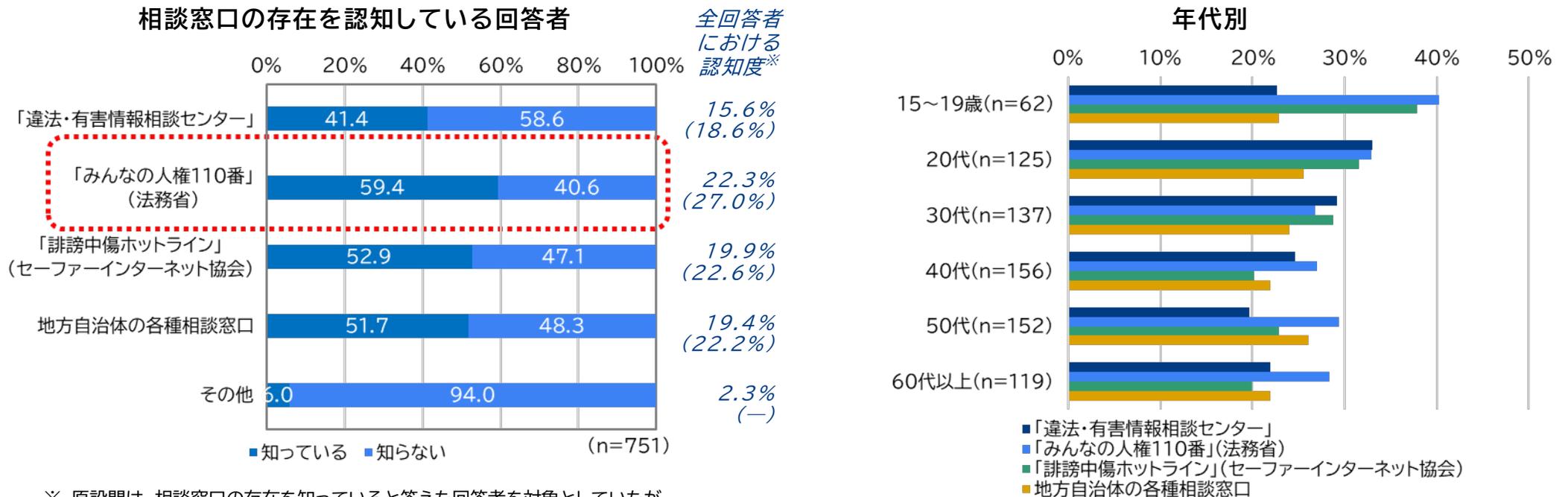
4. 相談窓口及び違反報告・申告の利用状況について

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について尋ねたところ、「みんなの人権110番」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、6割程度が知っている。)
- 年代別にみると、20代・30代では「違法・有害情報相談センター」が僅差ではあるが最も高く、他の年代では「みんなの人権110番」が最も高いという結果になった。「誹謗中傷ホットライン」も10代～30代では高い認知度を示し、年代によってやや異なる傾向を示した。

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、前問での「分からなかった」「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。()内は昨年度の結果。

4. 相談窓口及び違反報告・申告の利用状況について

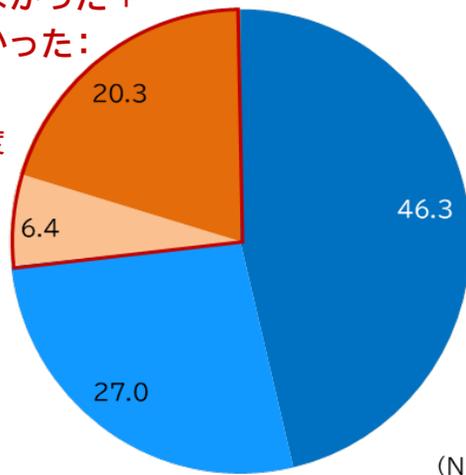
③違反申告・報告の認知度/違反申告・報告方法、連絡先の見つけやすさ/
申告フォームの適切さ

- 違反申告や報告について、「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」という人が26.7%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、「難しかった」「やや難しかった」という人が37.6%であった。
- 申告フォームについて、「申告理由に近い選択肢もなかったなので、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)」という人は32.9%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:
26.7%
(※昨年度調査では29.1%)



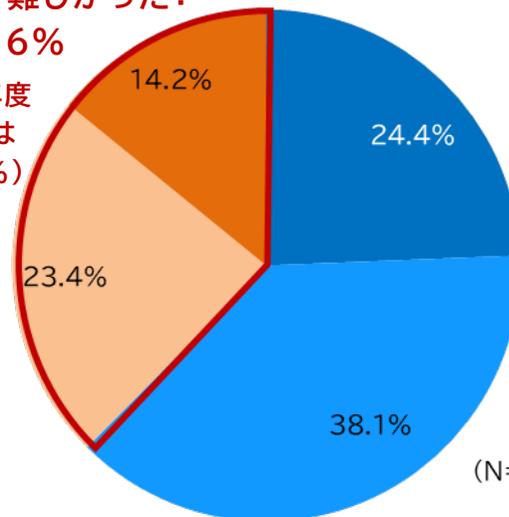
- 知っており、利用したことがある
- 知っているが、利用したことはない
- 利用したかったが、申告や報告の方法がわからなかった
- 知らなかった

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)

難しかった+
やや難しかった:
37.6%
(※昨年度調査では33.6%)

(※昨年度調査では33.6%)



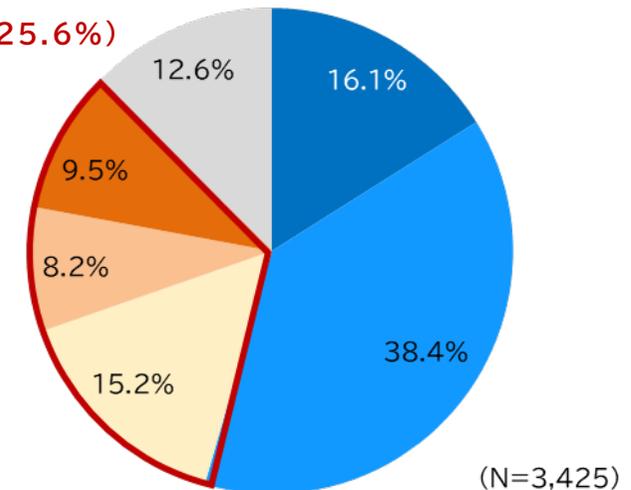
- 簡単だった
- やや簡単だった
- やや難しかった
- 難しかった

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)

申告理由に近い選択肢もなかったなので、適当に選んだ+
フォームに選択肢がなく、自由記入だった+
適切な選択肢がなく選べなかった:32.9%
(※昨年度調査では25.6%)

(※昨年度調査では25.6%)



- 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なので、近い内容を選んだ
- 申告理由に近い選択肢もなかったなので、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
- 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

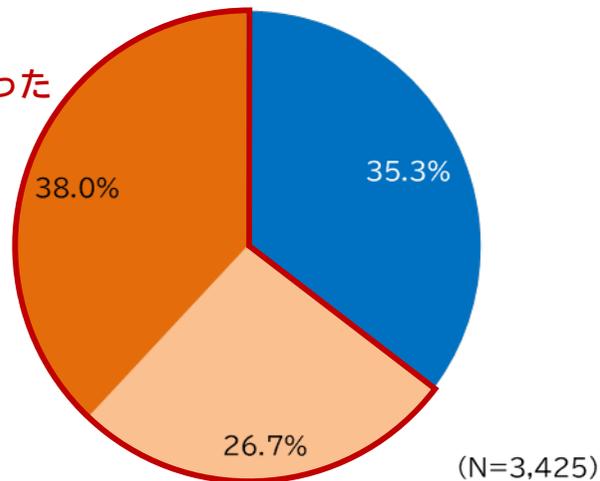
④申請フォームの文章記入欄/申請フォームへの証拠添付

- 申請フォームの文章記入欄について、「文字数制限等があり、主張を十分に記入できなかった」・「文章記入欄がなかった」という人は64.7%であった。
- 申請フォームへの証拠(不適切な投稿のスクリーンショットなど)添付について、「添付することができたがやりづらかった」・「添付することができなかった」という人は39.0%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)

主張を十分に記入できなかった
+ 記入欄がなかった:
64.7%
(※昨年度調査では59.7%)

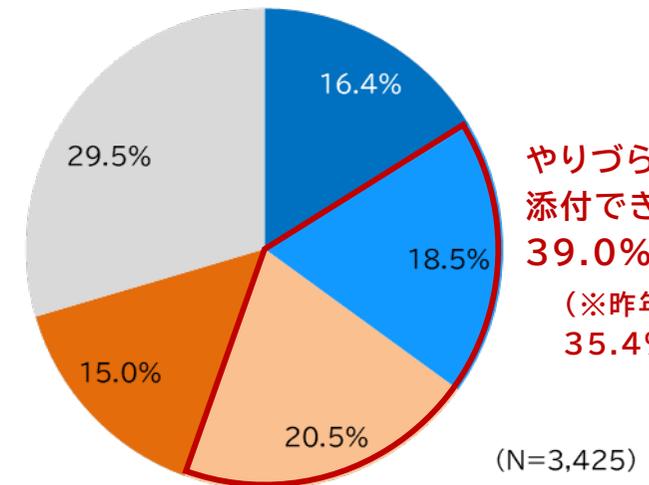


- 主張や説明を十分に記入することができた
- 文字数制限等があり、主張や説明を十分に記入することができなかった
- 文章記入欄がなかった

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)

やりづらかった+
添付できなかった:
39.0%
(※昨年度調査では
35.4%)



- 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、一部又は全部のサービスで受領連絡を受け取ったことがない人は、48.5%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)されたことがある人は、34.1%であった。

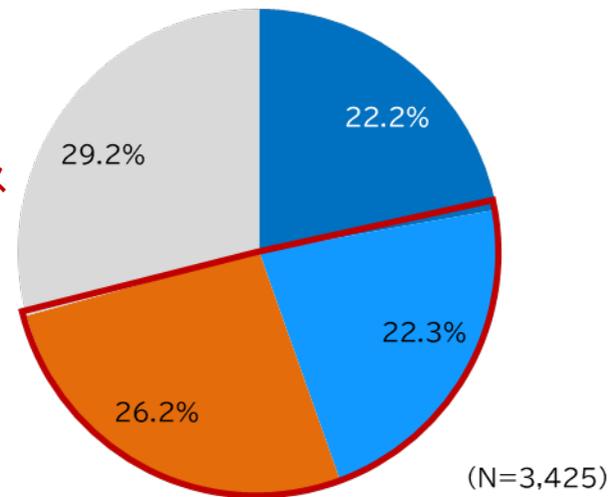
受領連絡の有無

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)

受領連絡があったサービス
とないサービスがあった
+ 受領連絡を受取った
ことがない:

48.5%

(※昨年度調査では46.0%)



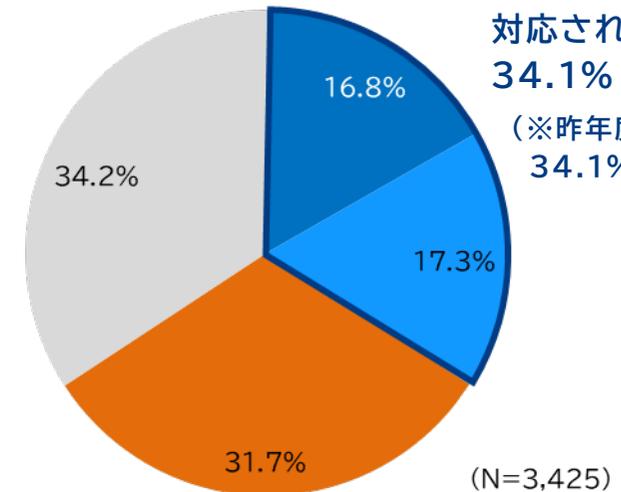
- 申告や報告をした全てのサービスから、受領連絡があった
- 受領連絡があったサービスとないサービスがあった
- 受領連絡を受け取ったことがない
- 受領連絡について、確認していないのでわからない

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)

対応されたことがある:
34.1%

(※昨年度調査では
34.1%)



- 複数回にわたり対応されたことがある
- 1度だけ対応されたことがある
- 対応されたことはない
- 対応をされたか確認していないのでわからない

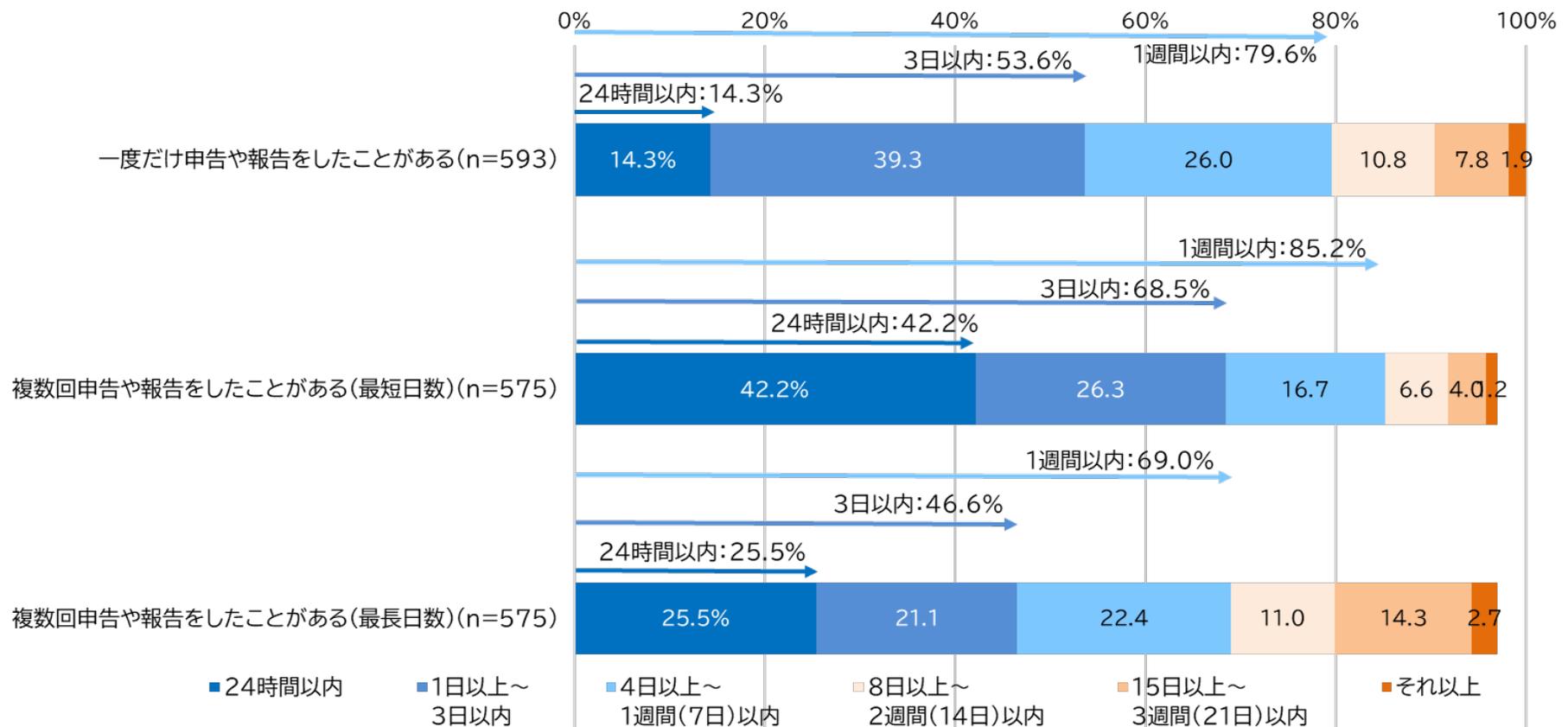
4. 相談窓口及び違反報告・申告の利用状況について

⑥違反申告・報告への対応日数

- 一度だけ申告・報告をしたことがある人:対応までの日数は「24時間以内」(14.3%)、「1週間以内」(79.6%)であった。
- 複数回の申告・報告をしたことがある人:対応までの最短日数は「24時間以内」(42.2%)、「1週間以内」(85.2%)であった。最長日数は、「24時間以内」(25.5%)、「1週間以内」(69.0%)であった。

違反申告・報告への対応日数

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)

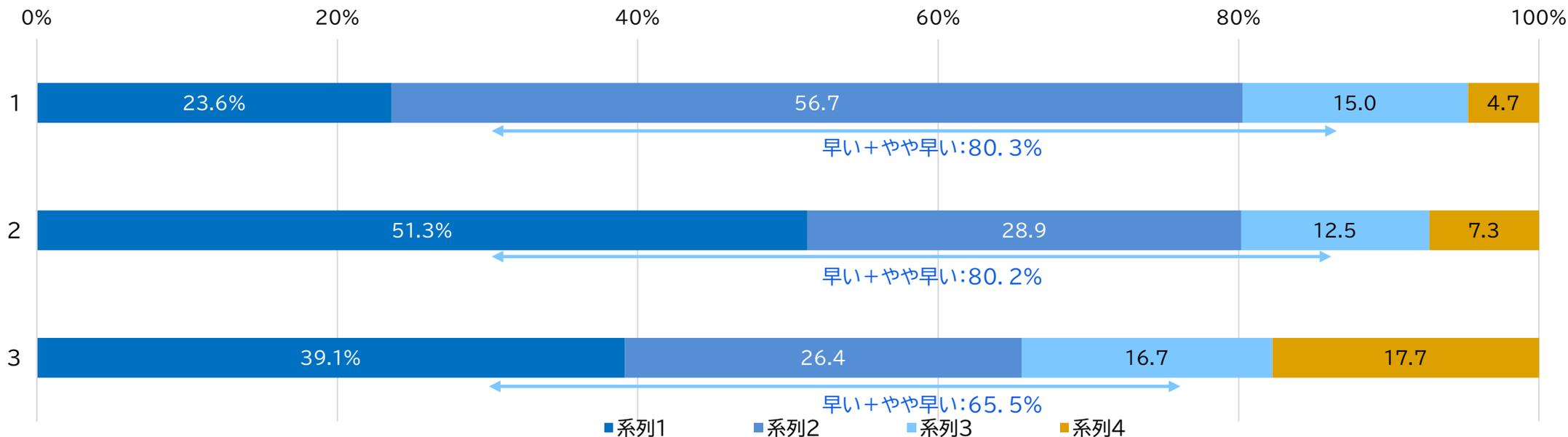


⑦違反申告・報告への対応の早さ

- 一度だけ申告・報告をしたことがある人では、対応までの日数を「早い」・「やや早い」と感じた人は80.3%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を「早い」・「やや早い」と感じた人は80.2%、最長日数を「早い」・「やや早い」と感じた人は65.5%であった。

違反申告・報告への対応の早さ

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)



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

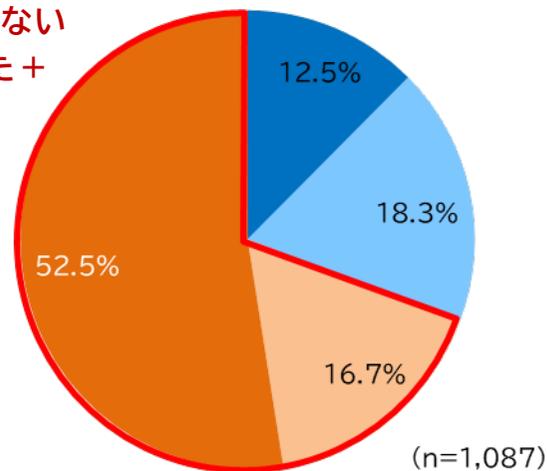
- 違反申告や報告への対応がなされなかった場合に、「理由の通知はなく、対応しない旨の結果のみ通知があった」・「何も通知がなかった」という人は69.2%であった。
- 通知された、個別の投稿内容を踏まえた理由について、「納得できた」という人は60.3%であった。

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：
69.2%

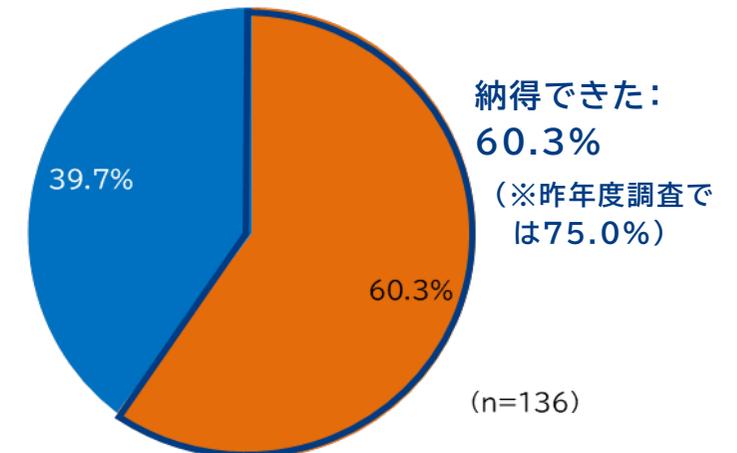
(※昨年度調査では71.3%)



- 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

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

納得できた：
60.3%
(※昨年度調査では75.0%)

* 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. サービス事業者に求められる対応・体制について

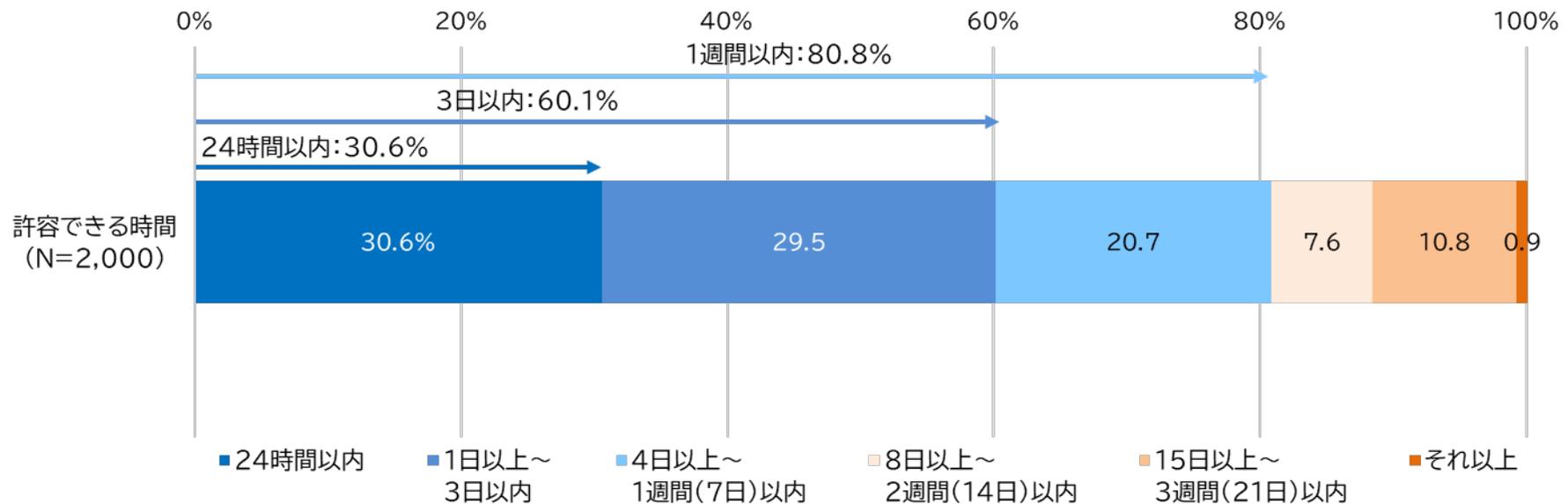
①「〇〇より長い期間不対応であった場合に許容できない人の割合」

- 深刻な誹謗中傷等を含む権利侵害(名誉毀損、プライバシー侵害、著作権侵害等)の被害に遭った場合に、事業者による対応(投稿の削除、アカウントの削除等)が行われるまでの期間として、1週間より長い期間では許容できないとする人が8割強(80.8%)であった。

〇〇より長い期間不対応であった場合に
許容できない人の割合

Q あなたが深刻な誹謗中傷等を含む権利侵害(名誉毀損、プライバシー侵害、著作権侵害等)の被害に遭った場合(※)に、事業者による対応(投稿の削除、アカウントの削除等)が行われるまでの期間は、何日までなら許容できますか。(SA)

※実際の被害経験がない場合には、被害を受けた場合を想像してお答えください。



(※昨年度調査では、「24時間以内」34.4%、「3日以内」65.9%、「1週間以内」83.1%、「2週間以内」90.0%であった。)

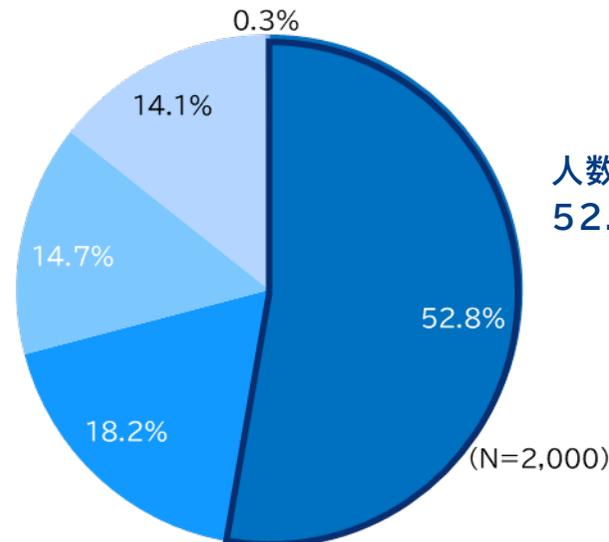
5. サービス事業者求められる対応・体制について

② サービス事業者による体制整備の在り方

- サービス事業者の体制整備について、「人数(サービスの規模に応じた人数)及び能力を有しているべきであると思う」と考える人は52.8%であった。

サービス事業者による体制整備の在り方

Q サービス事業者の体制整備(削除の対応をするスタッフの人数や素質など)の在り方についてどのようにするのがよいと考えますか。あなたが誹謗中傷等を含む権利侵害(名誉毀損、プライバシー侵害、著作権侵害等)の被害に遭った場合に、サービス事業者に申告して投稿の削除を求めた場面を考えてうえで、あなたの考えに最も近いものを選んでください。(SA)



人数及び能力を有しているべき：
52.8% (※昨年度調査では57.2%)

- 人数(サービスの規模に応じた人数)及び能力を有しているべきであると思う
- 人数(サービスの規模に応じた人数)を有しているべきだが、能力は低くても構わないと思う
- 能力を有しているべきだが、人数(サービスの規模に応じた人数)はなくても構わないと思う
- 人数(サービスの規模に応じた人数)及び能力は、いずれも不要だと思う
- その他

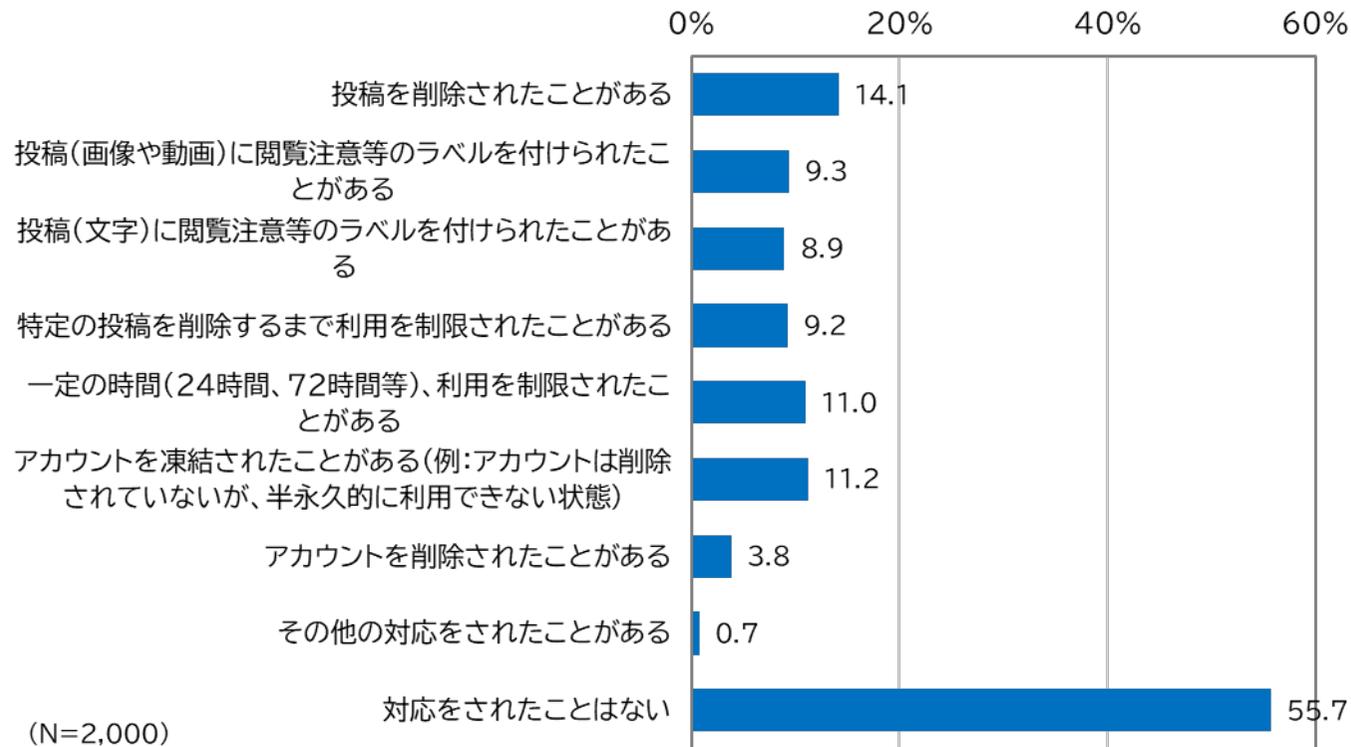
6. サービス提供事業者による対応状況について

① サービス提供事業者による対応

- 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をされたことがある人は4割程度(44.3%)であった。【複数回答】(※調査群③でも(比率は異なるが)同様の回答傾向がみられた。)

サービス提供事業者による対応

Q あなたがSNSなどのインターネットのサービスを利用するなかで、サービス提供事業者によって次のような対応をされたことがありますか。(MA)



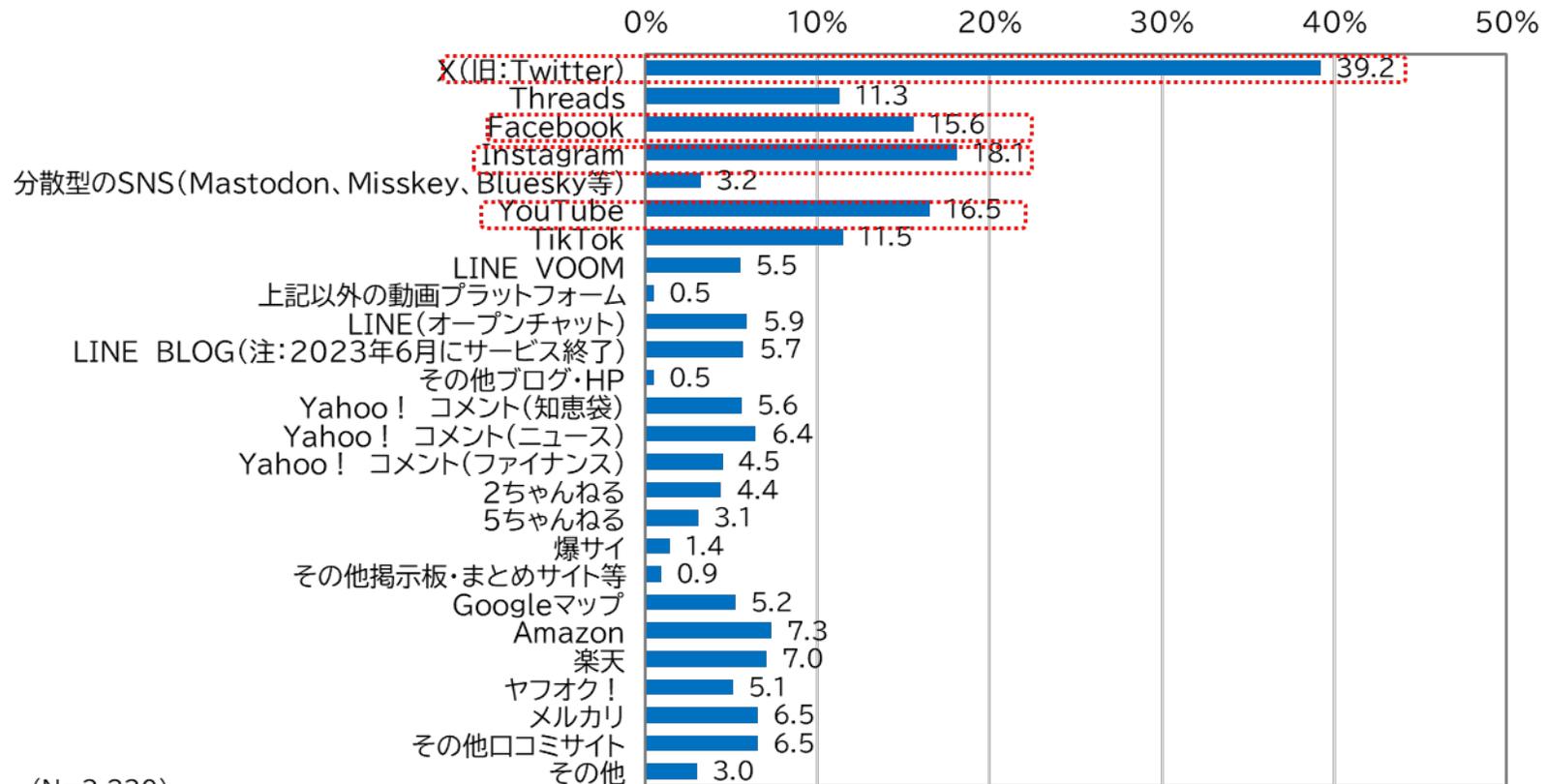
6. サービス提供事業者による対応状況について

②対応をされたサービス

- 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をされたサービスは、「X(旧:Twitter)(39.2%)」が最も多く、次いで「Instagram(18.1%)」や「YouTube(16.5%)」、「Facebook(15.6%)」が多い。
【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)



(N=3,230)

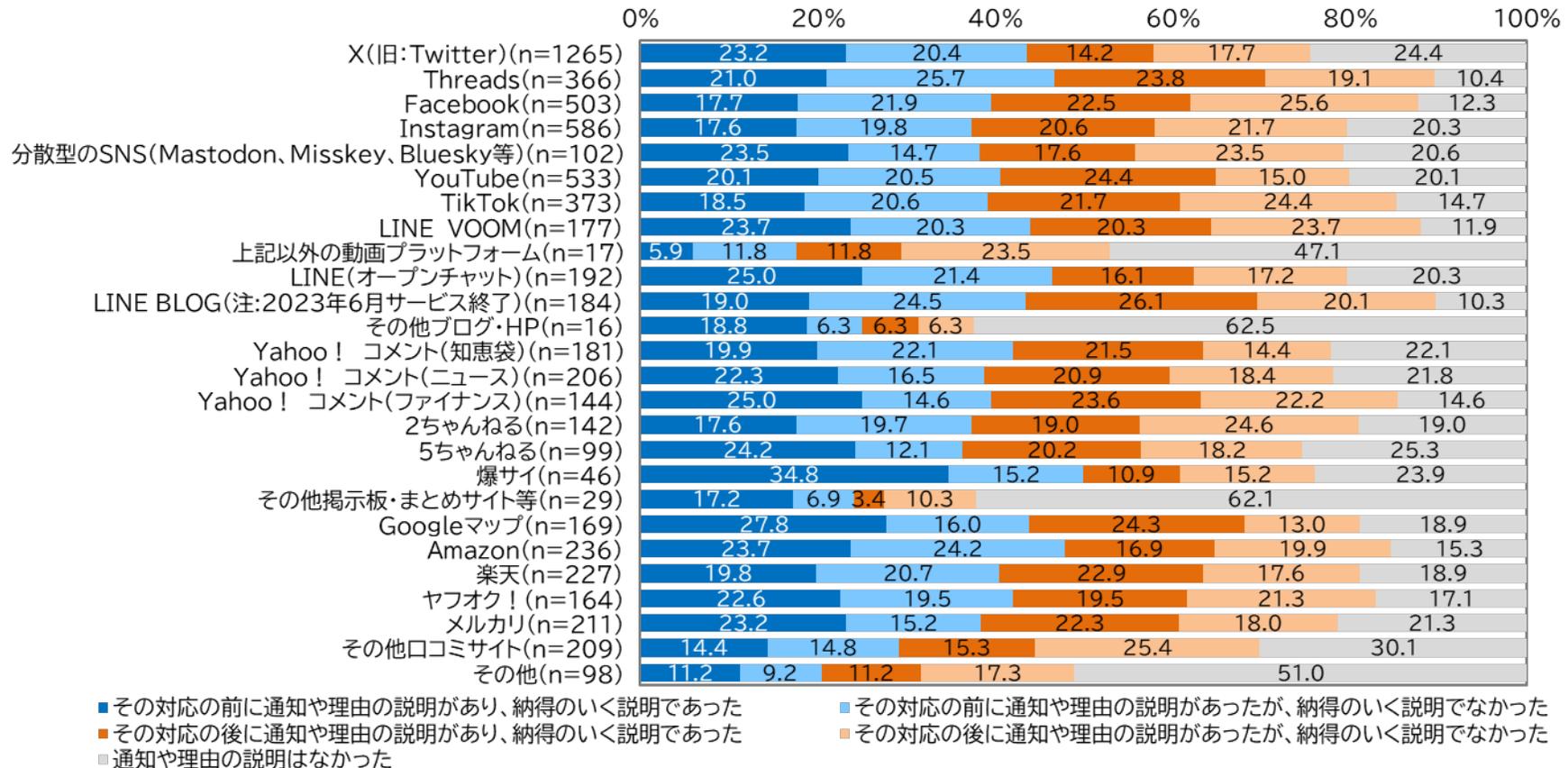
6. サービス提供事業者による対応状況について

③対応についての通知・説明の有無と納得度

- 多くのサービスにおいて、約1割～3割の回答者が、対応をされた際にサービス提供事業者から通知や理由の説明がなかったと回答した。

対応についての通知・説明の有無と納得度

Q 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)



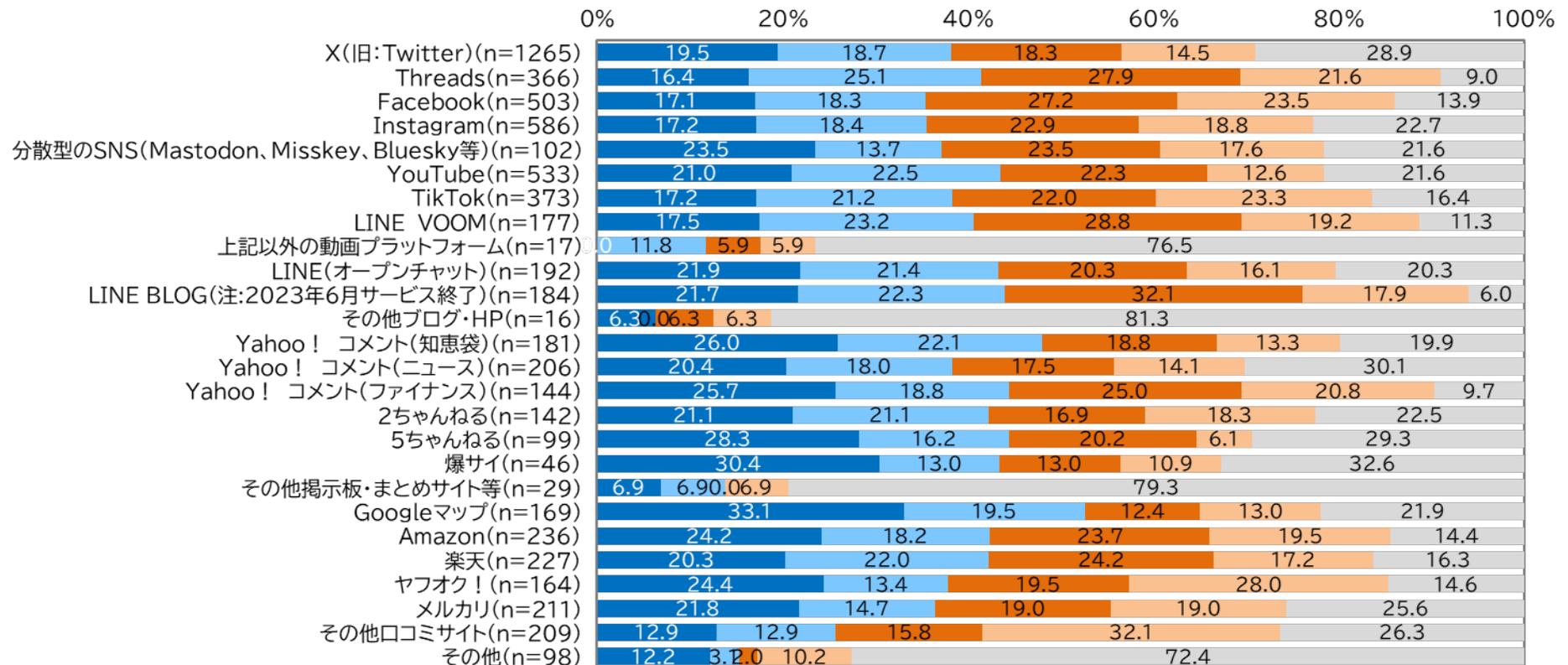
6. サービス提供事業者による対応状況について

④意見表明機会の有無と満足度

- 多くのサービスにおいて、約7割～8割強の回答者が、意見表明の機会があったと回答した。
- その後の対応についての満足度は、サービスによって差が大きかった。

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

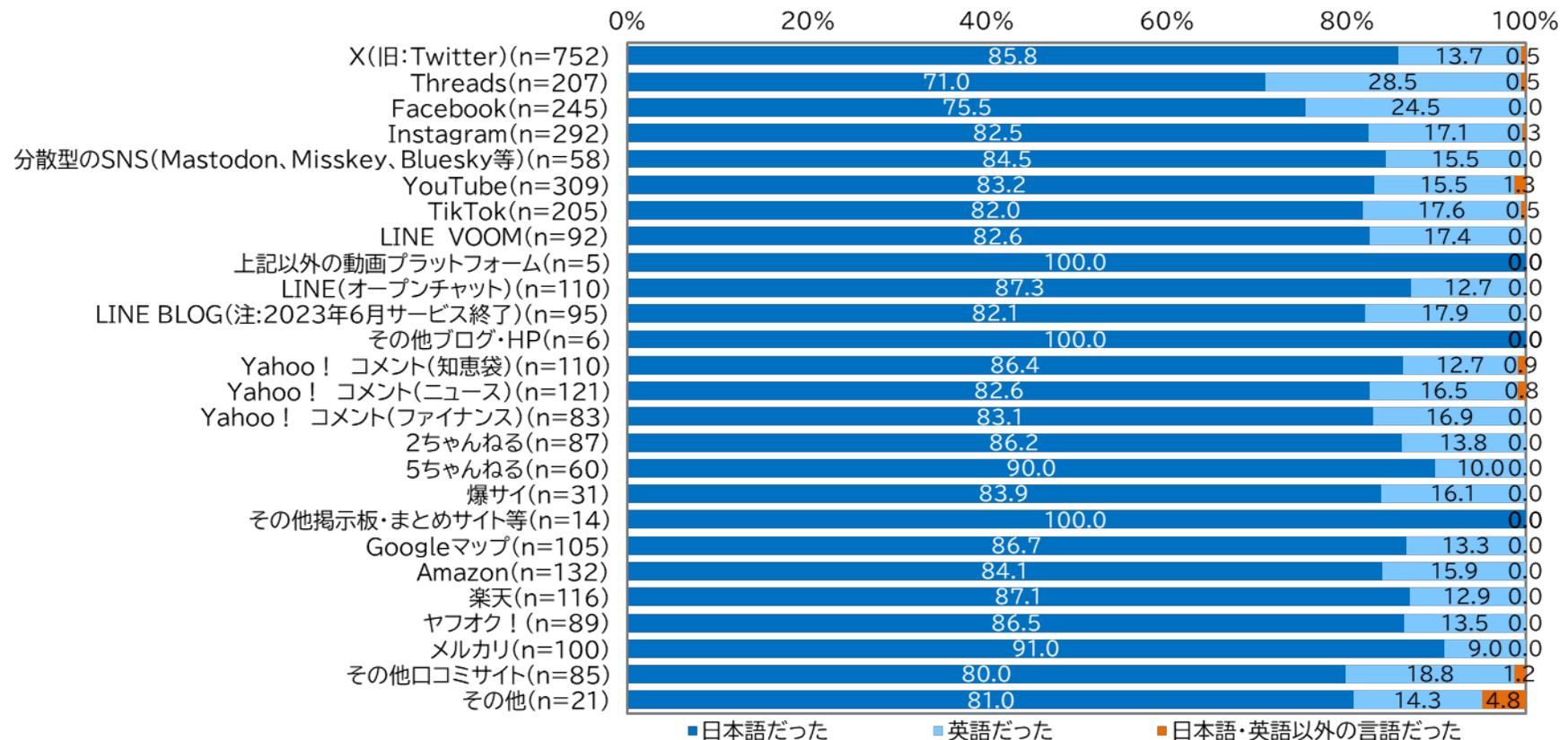
6. サービス提供事業者による対応状況について

⑤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について、ほとんどのサービスで、日本語だったという回答が7～9割を占めた。また、日本語以外の言語の場合にはほとんどが英語で行われていた。

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)



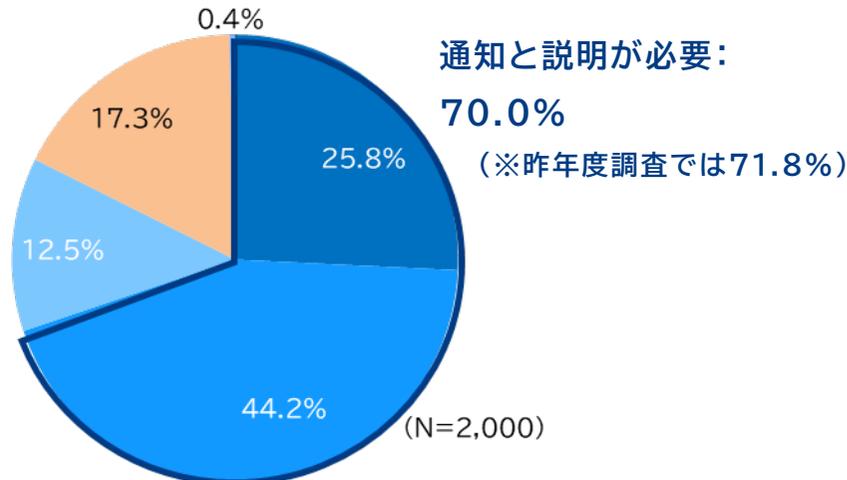
6. サービス提供事業者による対応状況について

⑥対応についての通知・説明の在り方

- サービス事業者からの対応時における通知や理由の説明について、70.0%の回答者は通知と理由の説明を求めている。
- 「通知は必要であるし、理由についても、担当者とは話し、納得がいくまで説明してほしい」と考える人は25.8%であった。
- 全体の8割以上(82.5%)の回答者は、少なくとも通知が必要であると考えている。

通知や理由の説明の在り方

Q サービス事業者からの対応時における通知や理由の説明の在り方についてどのようにするのがよいと考えますか。
あなたの投稿が削除される場面を考えうえで、あなたの考えに最も近いものを選んでください。(SA)



- 通知は必要であるし、理由についても、担当者とは話し、納得がいくまで説明してほしい
- 通知は必要であるし、理由についても一定の説明をしてほしい
- 通知は必要であるが、理由は説明してもらわなくても構わない
- 通知すら不要である
- その他

調査群①②③の比較

	調査群①	調査群②	調査群③
通知と理由の説明が必要	70.0%	76.8%	67.6%
納得いくまで説明してほしい	25.8%	29.7%	26.7%
少なくとも通知は必要	82.5%	88.0%	86.1%

未来を問い続け、変革を先駆ける

MRI 三菱総合研究所