

SNS 利用におけるリスク認知が不十分なユーザーの調査

王 建一, 駒崎 幸之, 関口 大介

(アドバイス教員 古川 宏)

1 序論

1.1 背景

SNS(Social Networking Service/Site) とは、社会的なネットワークをインターネット上で構築するための Web サービスである。代表的なものとしては世界最大級のユーザ数を誇る Facebook や単純な機能で幅広いユーザ層をもつ Twitter、国内では最大規模の mixi などがある。SNS の基本的なサービスとしてはユーザプロフィールの登録、画像やコメントの投稿、友人や自分と似ているユーザの検索などがあり、それに加えてそれぞれ独自のサービスを展開しているものが多い。SNS の使用目的は友人同士の近況報告や交際範囲の拡大、企業の宣伝など様々であり、また災害時には避難場所や鉄道運行情報などの情報共有の場としても活躍し、現在では災害時専用のサービス [1] も展開されている。また、近年ではスマートフォンの普及により、PC からだけでなく携帯電話からでも参加できる SNS が多く、普段 PC を使用しない人でも簡単に参加できるため、利用者数は増加の一途をたどっている [2]。しかし一方で、誰でも気軽に情報が発信できるというそのサービス形態から、SNS がきっかけとなって発生するトラブルも多く報告されている [3]。

1.2 目的

SNS 上で発生する主なトラブルの原因の 1 つは、SNS のシステムの脆弱性だけではなく、利用時の危険性に対する認知が不十分なユーザの行動によるものであると考えられる。トラブルを減らすためにはまずユーザごとに問題に対する知識と、行動に対する危険性の認識を調査する必要がある。しかし SNS はユーザごとに利用目的が異なることから、各々の意識は異なると考えられる。従って本研究では、SNS の使用頻度や使用目的やトラブルに対する知識の有無、また、国籍による違いによってユーザを分類し、それぞれのグループに対してアンケートをと

ることで、そのトラブルに対する知識と、リスクのある行動に対する意識を調査する。その後、グループごとの比較を行い、知識を与えることで大きく影響を受けるグループを明らかにすることを目的とする。これらを調査することで、どのようなユーザに対して注意を呼びかければよいのか、または知識を与えるだけで十分かどうかなど、SNS 上のトラブルを減らすための対策を考察するための一助とする。

本論文では 2 章で調査方法について、3 章で調査結果について述べ、最後に 4 章で本研究の結論と今後の課題を述べる。

2 調査方法

本調査では、(1) SNS 上で発生するトラブルのサーベイ、(2) 知識の有無による行動の変化に対する仮説の決定、(3) アンケート項目の検討、(4) アンケートの実施、という順序で調査を行った

2.1 トラブルの事例と分類

総務省によるインターネットトラブル事例集 [3] をもとに SNS 上で発生したトラブルを調査し、主なトラブル例を大きく 4 つの問題に分類した。以下に分類結果とそのトラブル事例を示す。

1. 情報の価値の認識：いかなる個人情報であってもトラブルを引き起こす危険がある。
 - 現在地公開サービスによって得た情報を悪用した空き巣が発生した。
 - 多額の現金が写った写真の投稿により、自宅が強盗の被害にあった。
 - 携帯で撮影した写真に位置情報がついているのを知らずに住所も同時に一般公開してしまった。
2. 詐欺・だまし：アカウントを乗っ取られる、マルウェアに感染する等の危険がある。
 - 友人を装って SNS のダイレクトメール

を利用して、架空請求やコンピュータウイルスを拡散するための悪意のあるサイトへ誘導された。

- SNS の偽のログインフォームにアカウント情報を入力し、ログインパスワードを盗まれた。

3. モラル：モラルのない行動により、自身や他人に不利益が及ぶ危険がある。

- 著作権や肖像権のある画像を権利者に無断で公開した。
- ホテルの従業員が有名人の宿泊先を暴露した。
- 飲酒運転などの犯罪を自ら発信して炎上した。

4. 公開範囲の認識：公開指定した範囲外に情報が漏れる危険がある。

- 限定公開で発信された投稿を別のユーザーが共有・一般公開し、意図しない範囲に情報が漏れた。

2.2 アンケート調査

トラブルに対する知識と、リスクのある行動に対する意識を調査するためにアンケートを行った。このアンケートによって、問題が発生してしまう危険性のある行動をとる際に、ユーザーは知りつつリスクを受け入れているのか、そもそも危険性について知識がないのかを判定する。期間は 2012 年 7 月～2012 年 9 月、対象者は Facebook、Twitter、mixi、Google+ のいずれか 1 つ以上のサービスを使用している。18～31 歳の日本在住の日本人(118 名)と中国在住の中国人(96 名)の男女 214 名である。ただし、中国人に対するアンケートでは Facebook、Twitter の代わりに人人網、weibo をそれぞれ同等の SNS として扱った。アンケートの内容は、まず現状の SNS の使用方法を確認し、2.1 節で分類した 4 つの問題ごとに現在報告されている事例や今後起こる可能性のあるトラブルを認知しているかどうかを問う。続いてそのトラブル

に対する対策や具体的な事例などの情報を与え、深い知識があったかどうかを確認し、さらに今後の SNS の行動を質問した。情報を与えることで行動に変化が生じれば、現状の知識では不十分であると考えられる。アンケートの流れを図 1 に示す。

2.3 ユーザの分類

アンケートによって SNS の使用頻度や使用方法、

	グループ	内容
知識	A: 知識がない	トラブルを知らない人
	B: 知識がある	トラブルについての具体的な知識のある人
	C: 知識不足	一般的なトラブルについての知識はあるが、具体的な知識が十分でない人
使用頻度／使用目的	D: 発信型ヘビーユーザー	平均週4日以上SNSを使用していて、情報発信を目的とする人
	E: 収集型ヘビーユーザー	平均週4日以上SNSを使用していて、情報収集を目的とする人
	F: 発信型ライトユーザー	平均週4日以上SNSを使用しておらず、情報発信を目的とする人
	G: 収集型ライトユーザー	平均週4日以上SNSを使用しておらず、情報収集を目的とする人

トラブルに対する知識の有無を調査し、ユーザーの分類を行った。想定したグループを表 1 に示す。

表1 ユーザの分類

例えば、図 1 の質問(ii)と質問(ii')でともに Yes と回答したにも関わらず、質問(iii)において具体的な知識が十分でないことが明らかになったユーザーはグループ C とした。

また、日本人、中国人ごとに分けた上で同様の分類をし、国籍による比較も行う。

3 調査結果

本節では、分類した 4 つの問題別にアンケートの結果を示す。ここで、具体的な情報を与える前後で SNS 上の行動に関する回答に有意な差が生じるかマクニマー検定(両側検定、有意水準 5%)を用いて検証を行う [3]。

3.1 情報の価値

3.2 詐欺・だまし

この問題では、SNS 上で危険の伴う以下の 3 つの行動を行うかどうかを質問した。

- 質問2a: SNS のログインパスワードを公式サイトかどうか十分に確認せずに入力する
- 質問2b: 知らない人からのメッセージに載った URL を十分に確認せずにクリックする。
- 質問2c: 友人からのメッセージに載った URL を十分に確認せずにクリックする。

トラブルに対する具体的な情報を提示する前後において、それぞれの項目を行うと回答したユーザ全体の割合の変化を図 3 に示す。また、ユーザのグループ別に有意な変化が見られた項目を表 3 に示す。

図 3、表 3 の結果から、全体の傾向としてはすべての行動について有意に変化が生じ、割合は低くなるのがわかる。詐欺やだましに関する問題に関しては、ログインなどのシステムに関するような専門的な知識が必要とされるため、具体的な知識をもっており、さらにそのリスクを認識している人が少なかったためと考えられる。また、質問別にみると、友人からのメッセージに対するリスクのある行動(質問 2c) に対しては他 2 つの質問よりも変化率が低く、具体的な情報を与えた後でも約 20%の人が「その行動する」と答えており、多くの人がそのリスクを許容している結果となった。

ユーザグループごとの傾向を比較した場合、知識のある人(グループ B) が特に多くの項目で変化が生じている。予め知識を有する意識の高い人においても、改めて具体的な情報の提示を行う必要性がある。また、日本のライトユーザ(グループ F,G) において変化が見られなかったが割合みるとどれも他のグループと同様の減少傾向はみられるため、3.1 節に述べたものと同様の理由で有意な変化が見られなかったのだと思われる。

また、国籍で比較した場合、情報を与える前後で有意な変化が生じたグループが異なっているが、各割合を見た場合は全体としても、グループごとでも情報を与える前後で日本人と同程度の割合となったため、この問題においては国籍による差があるとは言えない。

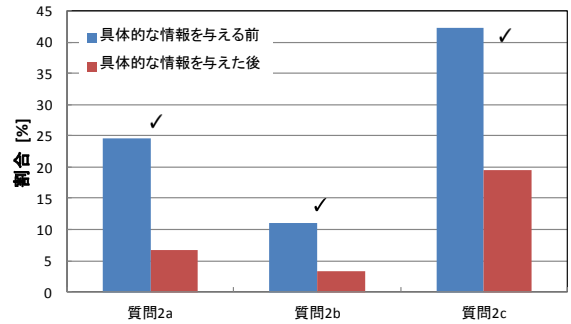


図 3 情報を与える前後における公開の変化 (詐欺・だまし)

表 3 有意な変化の生じた項目 (詐欺・だまし)

グループ	日本人			中国人		
	質問2a	質問2b	質問2c	質問2a	質問2b	質問2c
全体	変化	変化	変化	変化	変化	変化
A			変化		変化	変化
B	変化	変化	変化		変化	変化
C					変化	変化
D		変化	変化		変化	変化
E		変化	変化		変化	変化
F				変化	変化	変化
G						

3.3 モラル

この問題では SNS 上で問題となる可能性のある以下の 5 つの行動を行うかどうかを質問した。

- 質問3a: 他人の写っている写真を無断でアップロードする。
- 質問3b: 著作権が与えられている画像を無断で使用する。
- 質問3c: 知人、企業団体、製品などに対しての中傷や批判をする。
- 質問3d: 他人の個人的な情報を無断で公開する。(有名人が〇〇にいる、等)
- 質問3e: 情報元を確認せずに取得した情報を拡散する。

トラブルに対する具体的な情報を提示する前後において、それぞれの項目を行うと回答したユーザ全体の割合の変化を図 4 に示す。また、ユーザのグループ別に有意な変化が見られた項目を表 4 に示す。

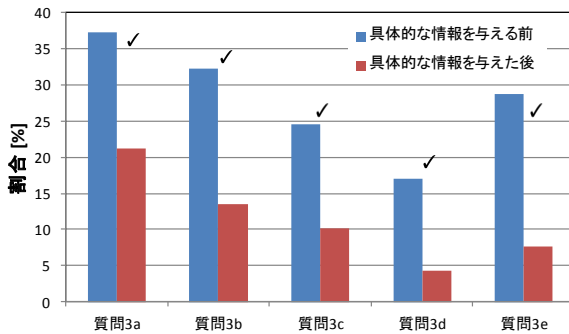


図4 情報を与える前後における公開の変化 (モラル)

表4 有意な変化の生じた項目 (モラル)

(a) 日本人

グループ (日本人)	質問3a	質問3b	質問3c	質問3d	質問3e
全体	変化	変化	変化	変化	変化
A		変化			変化
B	変化	変化	変化	変化	変化
C	変化				
D	変化	変化	変化	変化	変化
E		変化			変化
F					
G					

(b) 中国人

グループ (中国人)	質問3a	質問3b	質問3c	質問3d	質問3e
全体	変化	変化	変化	変化	変化
A	変化	変化	変化	変化	変化
B	変化	変化	変化	変化	変化
C	変化	変化		変化	変化
D	変化	変化	変化	変化	変化
E				変化	
F	変化	変化	変化	変化	変化
G				変化	

全体の傾向としては、すべての項目について有意に変化が生じ、割合は低くなる。従って、モラルに関する問題の多くで具体的な情報を与える必要がある。質問別にみると著作権や肖像権に関する行動(質問 3a, 3b)に対しては、情報を与えた後でも行動する割合が高いという結果となった。

また、国籍で比較した場合、情報を与える前では中国の方が日本よりも全体的な割合が高い傾向を示したが、情報を与えることによって日本人と同程度の割合となった。このことから、情報を与える前で生じている差は国籍によるモラルの意識の差ではな

く、現状のそれぞれの国での著作権の取り締まり状況や、トラブルの発生頻度の違いによる知識の差であると推測される。

3.4 公開範囲の意識

ここでは 発信したい情報を、SNS 上で特定のグループの外に漏らしたくない場合に、公開範囲を制限して情報を発信するか、そもそもそのような情報は公開しないかのどちらの行動をとるかを質問した。

トラブルに対する具体的な情報を提示する前後において、ユーザ全体の割合の変化を図 5 に示す。また、ユーザのグループ別に有意な変化が見られた項目を表 5 に示す。アンケートでの具体的なトラブルの事例として情報が漏れる可能性を指摘したが、その情報を与えた後でも約 40%の人が「公開する」と回答しており、他の問題と比較すると高い割合となっている。

グループごとの傾向を比較した場合、グループごとに有意な変化が見られたものとそうでないものがあるが、割合の変化をみると全体の傾向は類似しているため、この項目に関してはグループごとの差があるとは言えない。また、中国でも日本と同様の傾向がみられる。

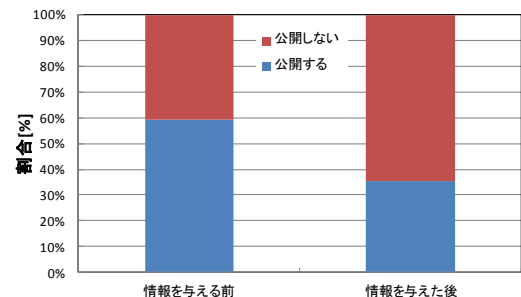


図5 情報を与える前後における公開の変化 (公開範囲)

表5 有意な変化の生じた項目 (公開範囲)

グループ	日本人	中国人
全体	変化	変化
A	変化	
B	変化	変化
C		
D	変化	
E		
F		変化
G		

4 結論

本調査では、SNS 上のユーザの行動によっておこるトラブルを対象として、そのトラブルに対する知識と、具体的な情報を与える前後での行動の変化をユーザの性質ごとに調査した。この調査によって、質問 2c の友人になりすましによるものや他人の写真の無断アップロードなどのユーザの危険意識が低いことによる問題や、現在地の情報公開によるトラブルなど単純に知識が不足している問題が明らかとなった。

また、全体の傾向としては、多くの問題に対して具体的な情報を与えることでそれに関わる行動を改善するという結果が得られた。すなわち、現状では SNS におけるトラブルの具体的な事例や対策方法に関する認識が足りず、本来許容できないリスクを晒しているといえる。

また、グループ分けでの検定結果と割合の比較により、以下の傾向が示された。

- 多くの問題に対して、知識のある人に対して、具体的なトラブル例情報の提示を行うことで行動が変化する。
- 多くの問題に対して、ヘビーユーザ、ライトユーザに関係なく、知識を与えることで有意な変化が生じる。

また、日本、中国の国籍でみた場合、本調査によって以下のようなことが明らかとなった。

- 情報を与える前後で行動が変化する項目は日本と中国では類似している
- 情報を与える前では日本より中国の方が危険性のある行動をする割合が高い場合が多くみられるが、情報を与えた後では日本と中国でほぼ同じ割合となる。つまり、情報を与える

前での日本と中国の割合の差は、国籍の違いによる性格の違いではなく、国ごとのトラブル発生頻度の差などによる知識の有無の差であると考えられる。

今回の調査では、グループ分けをした際の対象者の人数が少なくなってしまうグループ（日本人のグループ F,G や中国人のグループ E,G など）では、仮に情報を与える前後で実際に行動が変化する項目でも、検定によってそれを示せない場合があった。これらのグループに対して行動の変化を調査する場合は、アンケートの対象人数の増加や、対象者層の拡大などが必要である。

謝辞

アンケートにご協力くださった皆様、またグループワークをすすめるにあたって的確なご指導をくださった古川宏准教授に深く感謝いたします

参考文献

- [1] Twitter ブログ、ライフラインアカウント検索、http://blog.jp.twitter.com/2012/09/blog-post_18.html（最終確認 2012/09/21）
- [2] 総務省、情報通信白書、<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whiteteper/ja/h23/html/nc213120.html>（最終確認 2012/09/21）
- [3] 総務省、インターネットトラブル事例集、http://www.soumu.go.jp/main_sosiki/joho_tsusin/kyouiku_joho-ka/jireishu.html（最終確認 2012/09/21）
- [4] 森敏昭 吉田寿夫、心理学のためのデータ解析テクニカルブック、北大路書房、1990