

SNS情報の信用度に関する調査

ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」と共同調査

SNSの情報を「信用する」人は全体の約半数となり、若年層において割合が高い
～ 若年層ほどSNS情報のファクトチェック実施率が高く、10代では約8割～

共通ポイントサービス「Ponta（ポンタ）」を運営する株式会社ロイヤリティ マーケティング（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：長谷川 剛、以下「LMJ」）は、10～60代のSNS利用者を対象に調査した「SNS情報の信用度に関する調査」（実施期間：2024年11月29日～12月4日）の結果をご報告いたします。本調査は、TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」（毎週日曜 6:00～6:30 放送）との共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」として実施しました。

【調査結果】

・ TOPICS①

情報の信用度が高いメディアは、1位「テレビ」（43.5%）、2位「新聞（一般紙）」（36.7%）。「SNS」は13.1%だった

・ TOPICS②

SNSの情報を「信用する」が全体のおよそ半数。若年層において信用する割合が高い

・ TOPICS③

年齢層が若くなるほどSNSで見た情報のファクトチェック実施率が高く、10代では約8割を占める

・ TOPICS④

SNSのデマ情報は「スルーする」が全体の83.8%。20代では「通報する」が約2割となり、他の年代よりも高い

・ TOPICS⑤

SNSのアルゴリズムによる最適化を20代のおよそ半数が「知っている」に対し、高年層では約2割に留まる

【調査結果詳細】

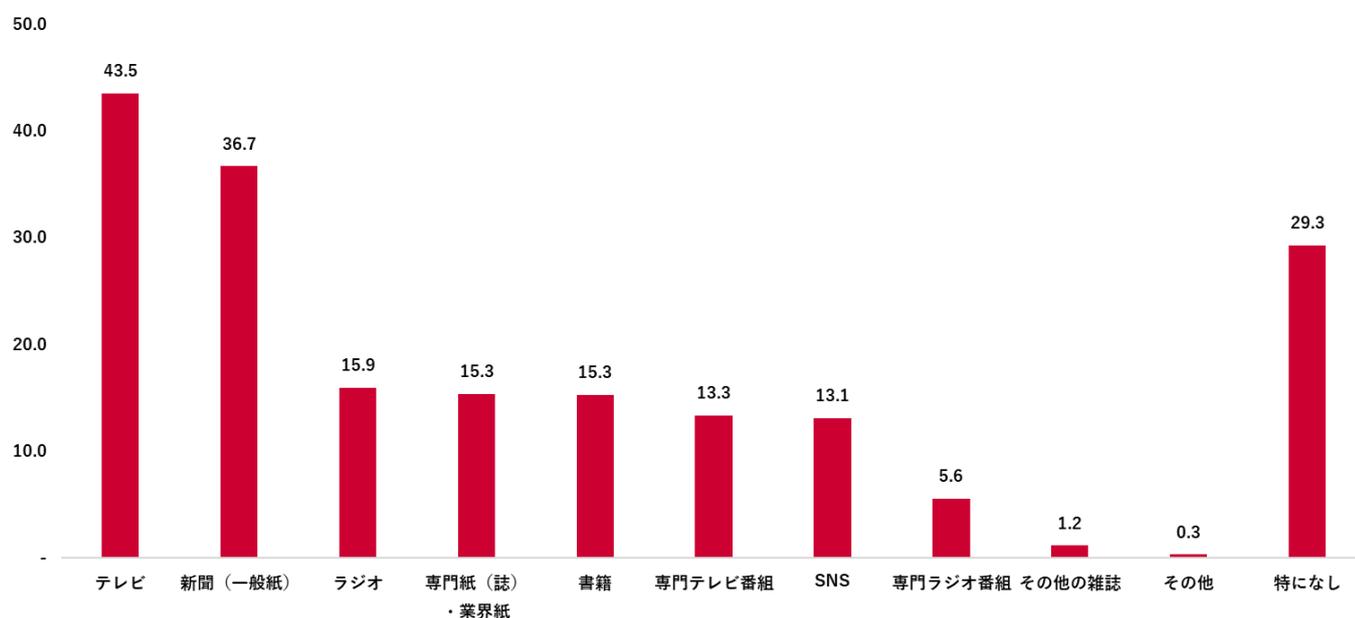
■TOPICS①

情報の信用度が高いメディアは、1位「テレビ」(43.5%)、2位「新聞(一般紙)」(36.7%)。「SNS」は13.1%だった

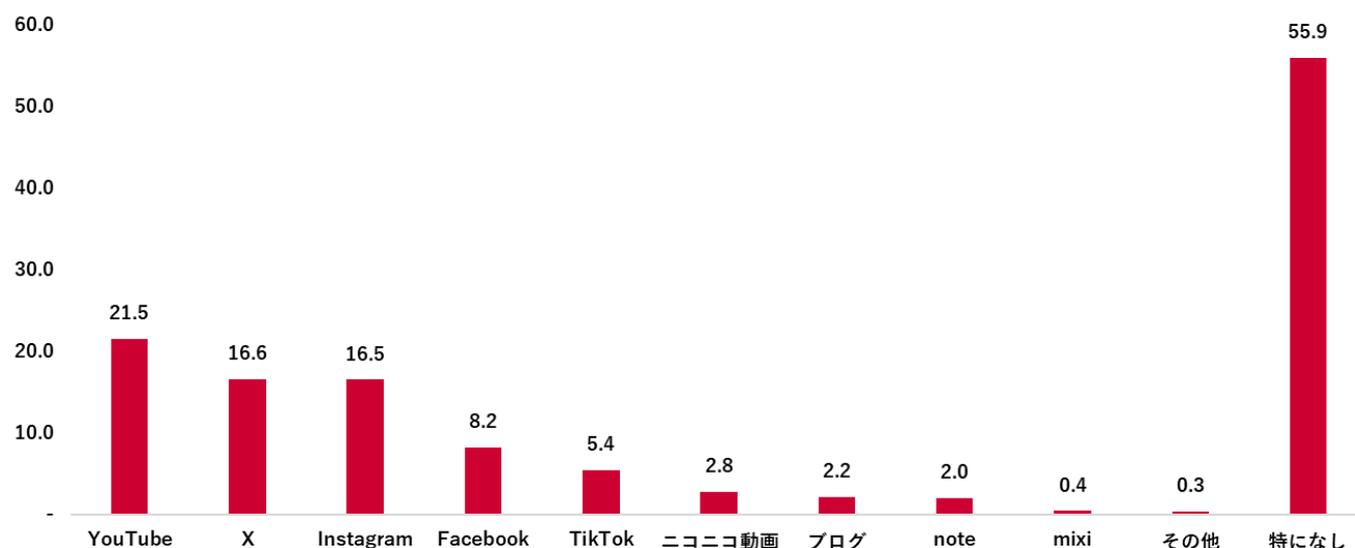
情報の信用度が高いと思うメディアは、1位「テレビ」(43.5%)、2位「新聞(一般紙)」(36.7%)となり、3位と比べて20ポイント以上高かった。「SNS」は13.1%だった。

情報の信用度が高いと思うSNSを伺ったところ、「YouTube」「X」「Instagram」がそれぞれ約2割で上位だったが、「特になし」が6割近くを占めた。

▼情報の信用度が高いと思うメディア ※複数回答 (n=1,200)(%)



▼情報の信用度が高いと思うSNS ※複数回答 (n=1,200)(%)



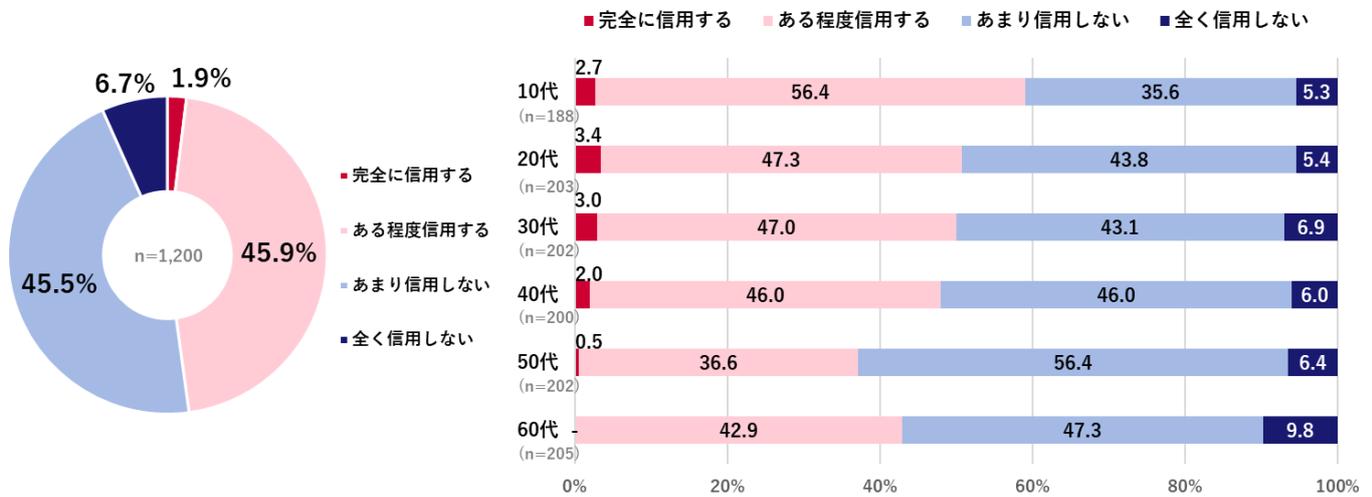
■TOPICS②

SNSの情報を「信用する」が全体のおよそ半数。若年層において信用する割合が高い

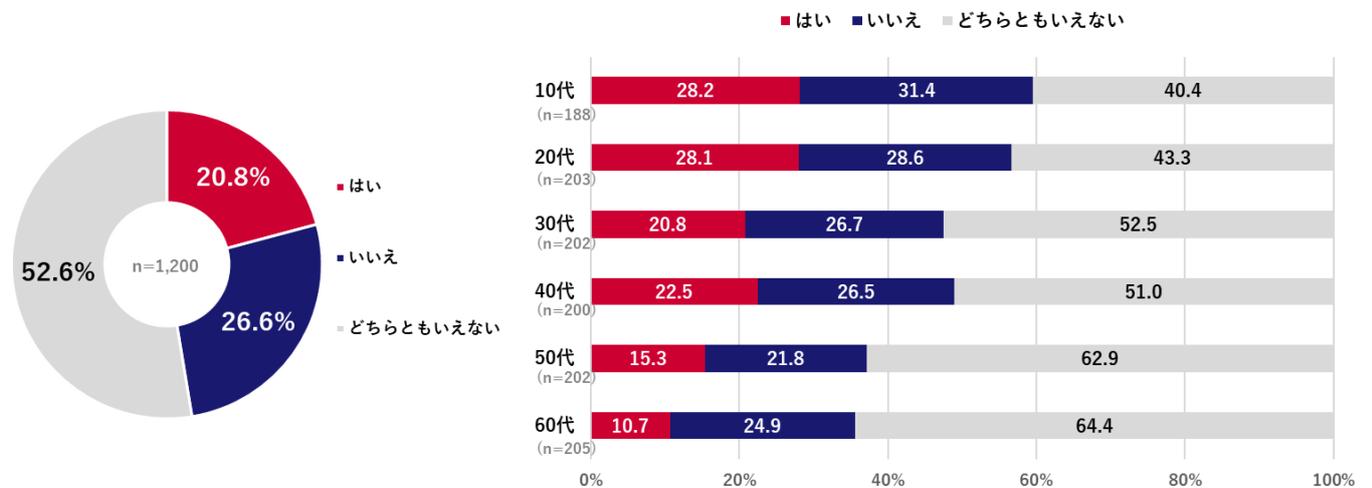
SNSで発信される情報を「完全に信用する」(1.9%)、「ある程度信用する」(45.9%)を合わせると、全体のおよそ半数が「信用する」と回答した。年代別で見ると、若年層において信用する割合が高く、10代では約6割となった。

また、SNSは信用できる情報収集手段だと思うか伺ったところ、全ての年代で「どちらともいえない」が最も高く、次いで「いいえ」となった。10代と20代では約3割が「はい」と回答し、他の年代よりも割合が高かった。

▼SNSで発信される情報をどの程度信用するか | 全体/年代別



▼SNSは信用できる情報収集手段だと思うか | 全体/年代別



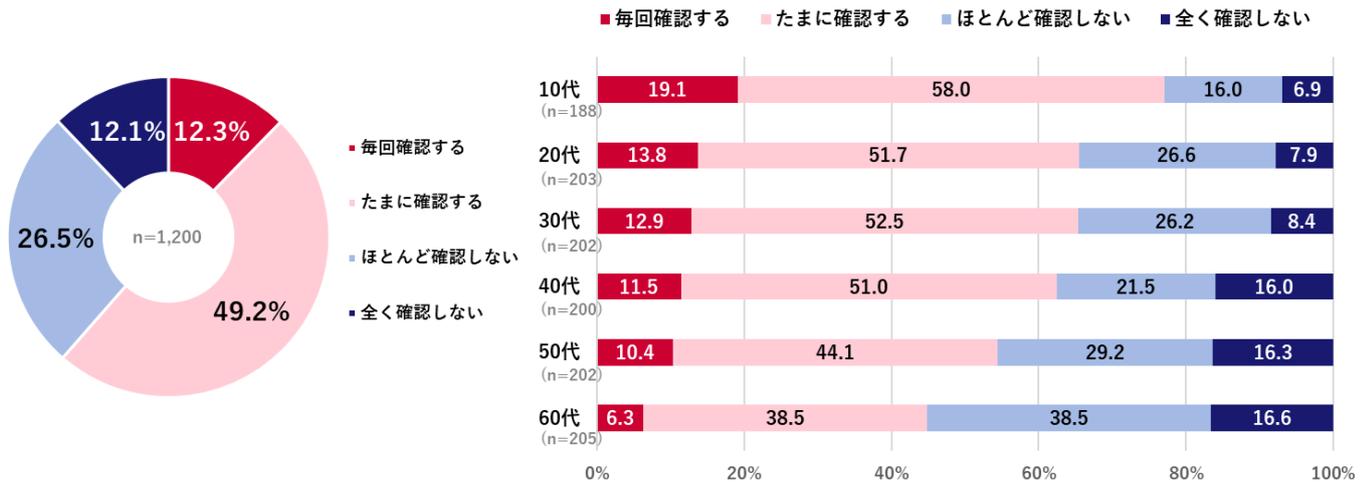
■TOPICS③

年齢層が若くなるほど SNS で見た情報のファクトチェック実施率が高く、10代では約8割を占める

SNS で見た情報を、自分なりに事実確認（ファクトチェック）するか伺ったところ、「毎回確認する」（12.3%）、「たまに確認する」（49.2%）を合わせると全体の61.5%だった。

年代別で見ると、年齢層が若くなるほどファクトチェックの実施率が高く、10代では約8割を占めるのに対し、60代では約4割に留まった。

▼SNS で見た情報を、自分なりに事実確認（ファクトチェック）するか | 全体/年代別



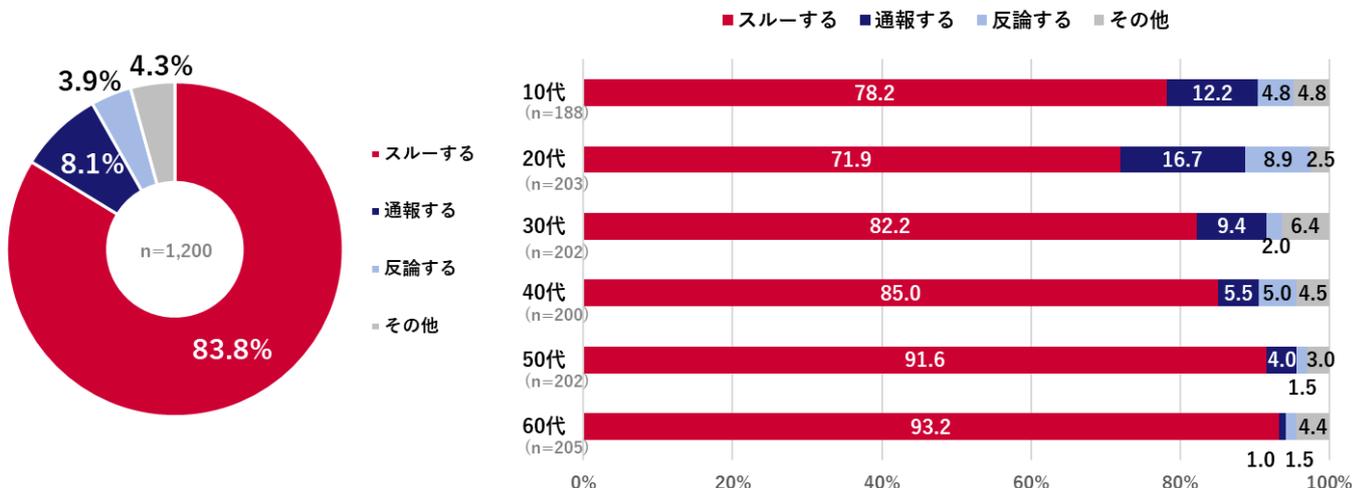
■TOPICS④

SNS のデマ情報は「スルーする」が全体の83.8%。20代では「通報する」が約2割となり、他の年代よりも高い

SNS で広まるデマ情報に対して、どのような行動を取るか伺ったところ、全体の83.8%が「スルーする」と回答し、「通報する」「反論する」は1割未満だった。

年代別で見ると、20代では「通報する」が約2割となり、他の年代よりも高かった。

▼SNS で広まるデマ情報に対して、どのような行動を取るか | 全体/年代別



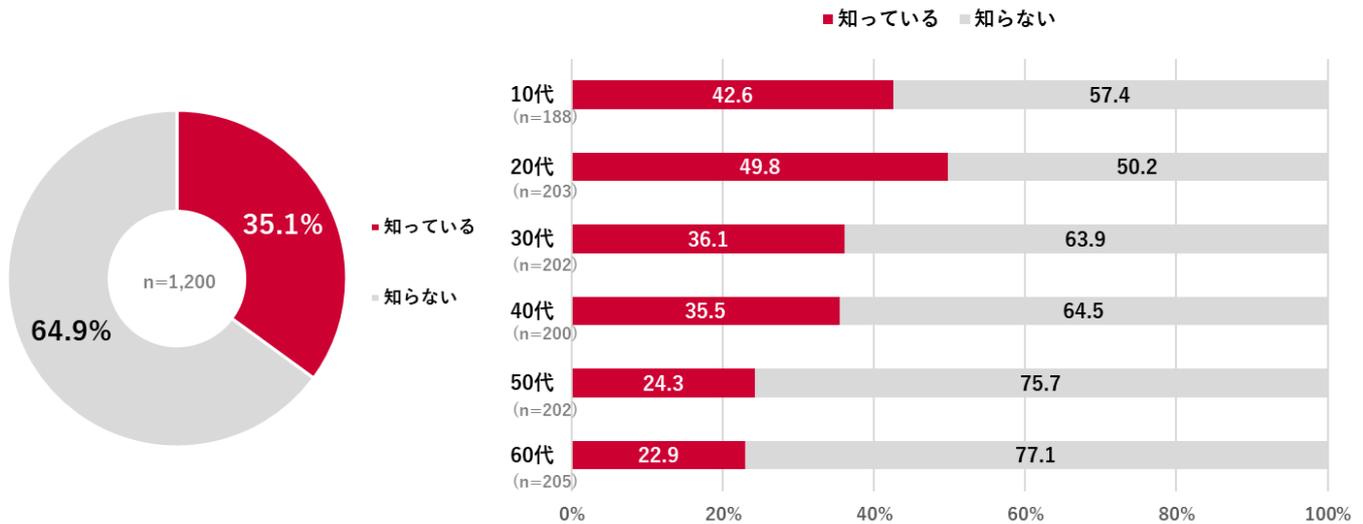
■TOPICS⑤

SNS のアルゴリズムによる最適化を 20 代のおよそ半数が「知っている」に対し、高年層では約 2 割に留まる

SNS のアルゴリズムがユーザーごとに表示内容を最適化していることを「知っている」が、全体の 35.1%となり、「知らない」が 64.9%を占めた。

年代別で見ると、10代で約 4 割、20代ではおよそ半数が「知っている」と回答したのに対し、50代と 60代では認知率が約 2 割だった。

▼SNS のアルゴリズムがユーザーごとに表示内容を最適化しているか | 全体/年代別



【ラジオ番組「馬淵・渡辺の#ビジトピ」パーソナリティのコメント】

・馬淵磨理子氏（経済アナリスト）

SNS のデマ情報は「スルーする」が全体の 83.8%との結果が出ているが、本当にスルーできているのかという視点も必要でしょう。デマ情報を区別することが難しいからだ。メディアや SNS を通じて、自分の好みに合う情報がおすすめにできてきて購買行動が促されるだけでなく、政治・投票行動にまで影響を与える時代になっている。情報を発信する側はファクトに基づいた発信を徹底しなければならない。受け取る側はその情報に歪みがないのか常にチェックすることで、自分の思考を守ることになる。

・渡辺広明氏（消費経済アナリスト）

今回のアンケートで驚愕したのは、ユーザー(個人)ごとに SNS の表示内容が最適化されていることを「知らない」が 64.9%もあり、特に 60 代は 77.1%、一番低い 20 代でも 50.2%と約半数にものぼる事だ。知らないと回答した人が、表示内容を世間一般の人気順だと考えているとすれば、実際の世間の流れを知らないまま、自分の価値観が世間と同一で正しいと考えるかもしれない。そういう人が増えると、共存的な社会生活を毀損する可能性も秘めていると思う。

また、テレビをはじめラジオ、新聞・雑誌・ネット記事など、オールターゲットで仕事をしている身としては、情報の信用度についてメディアごと・SNS ごとに聴取したアンケート結果に対して、なるほどと思うところが多かった。メディアは番組・媒体もしくは記者ごとでも、スキルや信頼度が大きく違うので正しいコンテンツを見分けるのが大変難しい時代となっている。これからの時代を生き抜くには、個人それぞれが情報リテラシーをあげていく事が必要不可欠となるのは間違いない。

以上

【調査概要】

調査方法 : インターネット調査

調査期間 : 2024 年 11 月 29 日～12 月 4 日

パネル : 「Ponta リサーチ」会員

(Ponta 会員で「Ponta リサーチ」の会員登録をいただいている方)

調査対象 : 国内在住 10～60 代の SNS 利用者

有効回答数 : 1,200 名

※調査結果は小数点第 2 位を四捨五入しています

【引用・転載の際のクレジット表記のお願い】

調査結果引用・転載の際は、“「Ponta リサーチ」調べ”とクレジットを記載していただきますようお願い申し上げます。

■共同調査「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」について



2023年5月より TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」の提供スポンサーとして LM が参画しています。「馬淵・渡辺の#ビジトピ with Ponta リサーチ」は、世の中の最新ニュースからパーソナリティの経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が生活者に調査したいトピックについて、LM が「Ponta リサーチ」で聴取する調査です。調査結果を番組内で紹介する他、LM のマーケティング紹介サイトのコラムで紹介しています。

■TOKYO FM「馬淵・渡辺の#ビジトピ」について

パーソナリティをつとめる経済アナリスト 馬淵磨理子氏と消費経済アナリスト 渡辺広明氏が世の中の最新ニュースをそれぞれの視点で分かりやすく解説しています。ビジトピとは、“ビジネストピックス”の略！ 30分ながら聴きするだけで、資産運用の話から、マーケティング用語、最新ヒット商品まですぐあなたの役に立つビジトピが身につきます。

放送日時 : 日曜 6:00~6:30

出演者 : 馬淵磨理子 (経済アナリスト)、渡辺広明 (消費経済アナリスト)

番組 HP : <https://www.tfm.co.jp/biztopi/>

AuDee : <https://audee.jp/program/show/61907>

Twitter : https://twitter.com/biztopi_tfm

■関連 URL

株式会社ロイヤリティ マーケティング マーケティング詳細紹介サイト : <https://biz.loyalty.co.jp/>

公開レポート (自主調査結果を掲載) : <https://biz.loyalty.co.jp/report/>

公開データ : <https://biz.loyalty.co.jp/lp/publicdata/>

コラム : <https://biz.loyalty.co.jp/column/>

※報道関係者の方は、メディア関係者限定公開のお問い合わせ先

広報部にご連絡をお願い申し上げます。