

**<2014年 振り返りアンケート調査>  
最も印象に残ったネット炎上ニュースは？  
1位「古書店、万引犯の顔写真を公開」  
2位「インスタント食品への虫混入」  
3位「来店客がコンビニ店員を土下座させる」**

**自社のWebメディアリスクを低減する取り組みに満足しているか？  
WEBリスク対策を実施している割合に大きな変化は  
見られなかったが、自社のWEBリスク低減に対する取り組みについて  
不安に思う割合が増加している**

(社)ニューメディアリスク協会(理事長:中村伊知哉、所在地:東京都港区赤坂3-13-3)では、2014年に起こった主なネット炎上、ならびに自社のWebリスク対応策などについて調査を実施。調査期間は2014年12月22日～24日。全国20歳以上の男女にWebアンケート方式により調査を実施、500人から有効回答を得た。

**<主な調査結果>**

**最も利用しているソーシャル・ネットワーキング・サービス(以下 SNS)**

1位:LINE(20.4%)、2位:facebook(19.2%)、3位:twitter(11.0%)、4位:2ch(4.0%)  
LINEの割合が大幅に増加し、前年1位のfacebookを追い越した。  
また、2chの割合も前年より増加している。

**最も印象に残ったネット炎上**

1位:古書店、万引犯の顔写真を公開(11.8%)、2位:インスタント食品への虫混入(10.2%)、  
3位:来店客がコンビニ店員を土下座させる(9.8%)、となった。  
また、今年のネット炎上の傾向として、「従業員の暴言や情報漏洩」(44.0%)や  
「商品や従業員への批判」(26.8%)が発端となる炎上が多い印象、との回答が得られた。

**自社のネット炎上対策について**

自社のネット炎上対策に「大変満足している・満足している」と答えた人は全体の35.8%で、  
残り64.2%は「不安である・大変不安である」と回答。  
具体的な取り組みについては「社内向けガイドライン作成」(17.8%)「研修実施」(10.1%)など、  
いずれも20%未満で、56.2%が「何も取り組みは行っていない」と回答。

<調査概要>

- 調査方法：(株)ネオマーケティングのアンケート専門サイト「アイリサーチ」でのWebアンケート方式
- 調査期間：2014年12月22日(月)～2014年12月24日(水)
- 調査対象：全国20歳以上の男女の会社員
- 有効回答数：500サンプル

項目	回答数	割合
20歳～29歳	35人	7.0%
30歳～39歳	97人	19.4%
40歳～49歳	184人	36.8%
50歳～59歳	148人	29.6%
60歳以上	36人	7.2%

項目	回答数	割合
男性	412人	82.4%
女性	88人	17.6%

① あなたが閲覧しているサービスをお答えください。(複数回答)

項目	2014	2013
2 facebook	38.0%	40.0%
4 LINE	32.4%	32.6%
1 twitter	31.8%	30.8%
10 2ch	16.0%	9.8%
3 mixi	13.6%	17.2%
9 Google+	10.0%	7.4%
6 モバゲー	8.4%	8.0%
5 GREE	7.8%	7.4%
7 ブログサービス	7.6%	7.4%
8 Tumblr	3.0%	1.0%
11 その他のSNS	2.4%	1.8%
12 利用していない	58.0%	57.0%

facebook(38.0%)が最も多く、次いでLINE(32.4%)、twitter(31.8%)となっている。  
前年と比較し、Facebook、mixiが減少した一方、Tumblr、Google+、2chなどに増加が見られた。

②:①のうち、最も利用しているサービスをお答えください。(単一回答)

項目	2014	2013
4 LINE	20.4%	17.2%
2 facebook	19.2%	23.0%
1 twitter	11.0%	11.2%
10 2ch	4.0%	2.8%
3 mixi	2.8%	4.0%
7 ブログサービス	1.8%	3.0%
9 Google+	1.0%	1.0%
5 GREE	0.8%	1.2%
11 その他のSNS	0.6%	0.6%
6 モバゲー	0.4%	1.2%
8 Tumblr	0.2%	0.0%
12 利用していない	37.8%	34.8%

LINE(20.4%)が最も多く、次いでfacebook(19.2%)、twitter(11.0%)となっている。  
前年と比較し、Facebook、mixiが減少した一方、LINEが大幅に増加して1位となった。

③: 2014年に起こった主なネット炎上について、あなたが知っている炎上事案は。(複数回答)

	項目	回答数	割合
16	来店客がコンビニ店員を土下座させる	177	10.4%
20	インスタント食品への虫混入	167	9.8%
14	古書店、万引犯の顔写真を公開	160	9.4%
13	通信教育会社の顧客情報漏洩問題	135	7.9%
4	児童養護施設をテーマにしたテレビドラマ問題	132	7.7%
19	小4なりすましサイト	115	6.7%
2	引越し業社社員、芸能人の引越しをツイート	84	4.9%
15	しゃぶしゃぶチェーンの食品偽装問題	78	4.6%
10	番組公式ツイッター、アイドル傷害事件に軽口	73	4.3%
5	アイドルの Twitter 裏アカウントが流出	64	3.7%
9	牛丼チェーン店、twitter にてスト情報拡散	60	3.5%
11	飲食店員、無銭飲食客のツイートを拡散	57	3.3%
6	鉄道運転士、人身事故を facebook に投稿	43	2.5%
1	大学講師、生徒に嘆願書を書かせる	41	2.4%
8	元アルバイト、衣料品会社の違法行為を告白	32	1.9%
17	遭難者、救助されて「楽しかった」	29	1.7%
3	掲示板にてマンション構造の欠陥情報が漏洩	27	1.6%
12	インフラ会社、就活をテーマにした CM を打ち切りに	27	1.6%
7	大学教員、「プロ野球、優勝したら全員合格」	12	0.7%
18	家電メーカー公式ツイッターの不適切発言	10	0.6%
21	上記の中で知っている事案はない	186	10.9%

最も知られているネット炎上は「来店客がコンビニ店員を土下座させる」で10.4%、次いで「インスタント食品への虫混入」が9.8%、「古書店、万引犯の顔写真を公開」が9.4%となった。

④:③の中で一番印象に残った事案はどれですか。(単一回答)

項目	回答数	割合
14 古書店、万引犯の顔写真を公開	59	11.8%
20 インスタント食品への虫混入	51	10.2%
16 来店客がコンビニ店員を土下座させる	49	9.8%
13 通信教育会社の顧客情報漏洩問題	47	9.4%
4 児童養護施設をテーマにしたテレビドラマ問題	28	5.6%
1 大学講師、生徒に嘆願書を書かせる	14	2.8%
19 小4なりすましサイト	14	2.8%
5 アイドルの Twitter 裏アカウントが流出	11	2.2%
9 牛井チェーン店、twitter にてスト情報拡散	6	1.2%
10 番組公式ツイッター、アイドル傷害事件に軽口	6	1.2%
2 引越し業社社員、芸人の引越しをツイート	5	1.0%
11 飲食店員、無銭飲食客のツイートを拡散	5	1.0%
15 しゃぶしゃぶチェーンの食品偽装問題	5	1.0%
6 鉄道運転士、人身事故を facebook に投稿	4	0.8%
3 掲示板にてマンション構造の欠陥情報が漏洩	3	0.6%
17 遭難者、救助されて「楽しかった」	3	0.6%
8 元アルバイト、衣料品会社の違法行為を告白	2	0.4%
12 インフラ会社、就活をテーマにした CM を打ち切りに	1	0.2%
18 家電メーカー公式ツイッターの不適切発言	1	0.2%
7 大学教員、「プロ野球、優勝したら全員合格」	0	0.0%
21 上記の中で知っている事案はない	186	37.0%

最も印象に残った事例は「古書店、万引犯の顔写真を公開」で11.8%、次いで「インスタント食品への虫混入」が10.2%、「来店客がコンビニ店員を土下座させる」が9.8%となった。

⑤: 自社の Web メディアリスクを低減する取り組みに満足していますか。(単一回答)  
(自身や会社がネット炎上を起こすリスクを低減できていると思いますか。)

項目	2014	2013
1 大変満足している	4.0%	4.8%
2 満足している	31.8%	55.4%
3 不安である	52.6%	36.6%
4 大変不安である	11.6%	3.2%

リスク低減への取り組みについて、64.2%が「不安である」「大変不安である」と回答。前年の39.8%に比べて大幅に増加する結果となった。

⑥: 自社の Web メディアリスクを軽減する為に行われている取り組みはありますか。(複数回答)

項目	2014	2013
1 社内向けガイドラインが作成されている	17.8%	16.3%
3 研修を行っている	10.1%	10.3%
2 社外向けにポリシーを発表している(アカウントごとや、会社全体を含む)	9.8%	7.6%
4 社内報などで Web メディアリスクに関する情報が共有されている	5.9%	6.2%
5 その他	0.2%	0.0%
6 何も取り組みは行っていない	56.2%	59.6%

Webメディアリスクを軽減する為の取り組みとして、「社内向けガイドラインが作成されている」との回答が17.8%で最も多く、次いで「研修実施」が10.1%、「社外向けにポリシーを発表している」が9.8%となった。前年と比較し、「社外向けガイドライン」「社内向けポリシー」が増加しているが、「何も取り組みは行っていない」との回答は56.2%で前年並みとなっている。

このことから、リスク対策を進めている企業と行わない企業の二極化が進んでいることがうかがえる。

⑦: 今年のネット炎上傾向としてどのような印象を受けましたか。(単一回答)

項目	2014	2013
1 アルバイトを含む従業員の暴言や情報漏洩による炎上	44.0%	59.4%
5 商品や従業員への批判を発端とする炎上	26.8%	14.4%
3 テレビや新聞の事件を発端とする炎上	14.0%	13.1%
2 役員の発言による炎上	6.4%	6.4%
4 領土問題など社会的背景を発端とする炎上	6.4%	5.4%
6 その他	2.4%	1.3%

今年のネット炎上の傾向として、「アルバイトを含む従業員の暴言や情報漏洩による炎上」が44.0%で最も多く、次いで「商品や従業員への批判を発端とする炎上」が26.8%となっている。

前年と比較し、「アルバイトを含む従業員の暴言や情報漏洩による炎上」は15.4%減少しており、一方で「商品や従業員への批判を発端とする炎上」は12.4%増加した。

このことから、アルバイトが主体となるバイトテロなどの事案への関心は落ち着いてきており、一方でより企業と関係の深い、商品や社員などへの関心が高まっていることがうかがえる。

### 炎上原因のシフトと企業対応の遅れ

2014年に入り、自社のWEBリスク対策に不安を抱く社員が大幅に増加した。その理由として次の二点が考えられる。第一に、炎上の発生原因がアルバイトの悪ふざけから、社員や企業の取り組みにシフトしつつあることだ。その結果、「自分もいつ炎上に巻き込まれるか分からない」という危機感が高まったと考えられる。第二に、WEBリスク対策を進める企業数に増加が見られないことだ。企業側の予防対応が後手に回り、実際に企業の取り組みが炎上に結びついてしまっている。今後は高まる危機感に応え、企業のWEBリスク対策も急速に進んでいくのではないだろうか。

※調査結果の詳細データは下記までお問い合わせ下さい。詳細データをお送りします。

#### <一般社団法人ニューメディアリスク協会概要>

所在地：東京都港区赤坂3-13-3 みすじ313ビル4階

設立：2012年1月18日(登記)

理事長：中村伊知哉

<プロフィール>

慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科 教授

1961年生まれ。京都大学経済学部卒。慶應義塾大学で博士号取得(政策・メディア)。郵政省を経て、1998年MITメディアラボ客員教授。2002年スタンフォード日本センター研究所長。2006年より慶應義塾大学教授。内閣官房知的財産戦略本部コンテンツ強化専門調査会会長、総務省情報通信審議会専門委員、文化審議会著作権分科会専門委員などの委員を務める。社団法人「融合研究所」代表理事、デジタルサイネージコンソーシアム理事長、デジタル教科書教材協議会事務局長、NPO「CANVAS」副理事長、ミクシィ社外取締役などを兼務。

- 事業目的：
- ・ネット上の新しいメディアの調査研究
  - ・新しいメディアの問題分析
  - ・利用上の注意点の啓蒙、伝達・ネット上の情報公開と風評被害についての事例研究
  - ・風評被害の防止と事後対策についての意見交換
  - ・ネット上の風評被害の損害と補償についての提言
  - ・会員間の情報交換、相互扶助ネットワークの構築

- 活動内容：
- ・定期セミナー、特別講師による勉強会の開催
  - ・各種研究部会における企画と進行
  - ・ニューメディアリスク協会Webサイトの運営
  - ・会報誌「メディアリスクトピックス」の発行
  - ・一般向けサービスの特別価格にてのご提供
  - ・ニューメディアリスクに関する書籍の発行
  - ・会員に対するリスク事例や対策に対する相談、専門家の斡旋



ニューメディアリスク協会  
理事長 中村 伊知哉

#### 本件に関するお問い合わせ先

(社)ニューメディアリスク協会 事務局 まで

〒107-0052 東京都港区赤坂3-13-3 みすじ313ビル4F

TEL:03-3586-1201、FAX:03-5114-6723