

## ＜2013年 振り返りアンケート調査＞

### 2013年、最も印象に残ったネット炎上ニュースは？

- 1位「メニューの誤表示問題」
- 2位「市長の風俗業活用に関する発言」
- 3位「アイスクースに入って遊んだ写真を投稿」

### 利用しているSNSの上位は？

- 1位：facebook、2位：LINE、3位：twitter

(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、2013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2013年12月24日～25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行い、500人から有効回答を得ました。

## ＜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：facebook(35.3%)、2位：LINE(26.4%)、3位：twitter(17.2%)、4位：mixi(6.1%)など  
SNSを利用していないと答えた人も34.8%いた。

### 2013年に起こったネット炎上で知っている炎上、印象に残った炎上

知っている炎上の1位は「アイスクースに入って遊んだ写真を投稿」(45.6%)、2位は「店内で客が全裸写真を撮影で炎上」(42.4%)。一方、印象に残った炎上の1位は「メニューの誤表示問題」(15.6%)、2位は「市長の風俗業活用に関する発言」(12.5%)となった。

### 企業がらみの炎上

印象に残った炎上の上位5件のうち、3件が企業がらみ(複数ホテルや百貨店、コンビニ、飲食チェーン)の炎上となっている。特に、「従業員の不適切な投稿が発端となる炎上」が増加した。

### 自社のネット炎上対策について

ネット炎上など、自社のリスク対応について「大変満足している」「満足している」と答えた人は全体の60.2%で、残り39.8%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」(18.4%)「研修実施」(11.6%)など、いずれも20%未満で、67.2%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：2013年12月24日(火)～2013年12月25日(水)
- 調査対象：全国20歳以上の男女の正社員
- 有効回答数：500サンプル

全体	500人	100.0%	全体	500人	100.0%
20歳～29歳	100人	20.0%	男性	375人	75.0%
30歳～39歳	100人	20.0%	女性	125人	25.0%
40歳～49歳	100人	20.0%			
50歳～59歳	100人	20.0%			
60歳～69歳	92人	18.4%			
70歳～79歳	8人	1.6%			

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)

	全体	500人	100.0%
1 twitter		154	30.8%
2 facebook		200	40.0%
3 mixi		86	17.2%
4 LINE		163	32.6%
5 GREE		37	7.4%
6 モバゲー		40	8.0%
7 ブログサービス		37	7.4%
8 Tumblr		5	1.0%
9 Google+		37	7.4%
10 2ch		49	9.8%
11 その他のSNS		9	1.8%
12 上記の中で閲覧しているサービスはない		174	34.8%

20代から50代までをみると、SNSを閲覧している人は、若者ほど多い傾向が見られた。ただし、全てのメディアにおいて、60代以上の閲覧者率が50代を上回る結果となった。

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)

	全体	326人	100.0%
1 twitter		56	17.2%
2 facebook		115	35.3%
3 mixi		20	6.1%
4 LINE		86	26.4%
5 GREE		6	1.8%
6 モバゲー		6	1.8%
7 ブログサービス		15	4.6%
8 Tumblr		0	0.0%
9 Google+		5	1.5%
10 2ch		14	4.3%
11 その他のSNS		3	0.9%

年代別にみると、twitterとLINEを最も利用している人は、若者に多く見られた。一方で、facebookを最も利用している人の割合は、年齢が上がるほど増加する結果となった。

③: 2013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)

	全体	500人	100.0%
1	市長H、風俗業活用に関する発言(2013年5月頃)	191	38.2%
2	旅行会社H、客を海外に置きざり(2013年6月頃)	71	14.2%
3	大学生、テーマパークで迷惑行為(2013年8月頃)	210	42.0%
4	飲食チェーン前会長、選挙問題(2013年7月頃)	70	14.0%
5	看護学生、臓器画像投稿(2013年5月頃)	51	10.2%
6	週刊誌B、人権侵害問題(2013年7月頃)	80	16.0%
7	化粧品会社K、美白化粧品問題(2013年9月頃)	200	40.0%
8	コンビニL、アイスクース画像投稿(2013年6月頃)	228	45.6%
9	K市、いじめ隠蔽疑惑(2013年7月頃)	108	21.6%
10	飲食チェーンO、客が全裸写真撮影(2013年9月頃)	212	42.4%
11	宅配ピザチェーンP、不衛生画像(2013年9月頃)	57	11.4%
12	芸能人M、息子が窃盗未遂で逮捕(2013年9月頃)	165	33.0%
13	空港売店、客の個人情報公開(2013年9月頃)	111	22.2%
14	官僚G、匿名ブログで暴言投稿(2013年9月頃)	118	23.6%
15	衣料品店S、店員の土下座画像(2013年10月頃)	169	33.8%
16	飲食店G、不適切画像で倒産(2013年10月頃)	119	23.8%
17	ホテル等で、メニュー誤表示(2013年10月頃)	201	40.2%
18	国会議員Y、天皇に直訴(2013年11月頃)	193	38.6%
19	回転寿司S、客の不衛生画像(2013年11月頃)	62	12.4%
20	飲食店W、食べ残しを使い回し(2013年11月頃)	119	23.8%
21	上記の中で知っている事案はない	141	28.2%

最も知られているネット炎上は「コンビニL、アイスクース画像投稿」で45.6%、次いで「飲食チェーンO、客が全裸写真撮影」が42.4%、「大学生、テーマパークで迷惑行為」が42.0%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)

	全体	359人	100.0%
1	市長H、風俗業活用に関する発言(2013年5月頃)	45	12.5%
2	旅行会社H、客を海外に置きざり(2013年6月頃)	7	1.9%
3	大学生、テーマパークで迷惑行為(2013年8月頃)	23	6.4%
4	飲食チェーン前会長、選挙問題(2013年7月頃)	10	2.8%
5	看護学生、臓器画像投稿(2013年5月頃)	4	1.1%
6	週刊誌B、人権侵害問題(2013年7月頃)	2	0.6%
7	化粧品会社K、美白化粧品問題(2013年9月頃)	19	5.3%
8	コンビニL、アイスクース画像投稿(2013年6月頃)	44	12.3%
9	K市、いじめ隠蔽疑惑(2013年7月頃)	14	3.9%
10	飲食チェーンO、客が全裸写真撮影(2013年9月頃)	28	7.8%
11	宅配ピザチェーンP、不衛生画像(2013年9月頃)	1	0.3%
12	芸能人M、息子が窃盗未遂で逮捕(2013年9月頃)	26	7.2%
13	空港売店、客の個人情報公開(2013年9月頃)	2	0.6%
14	官僚G、匿名ブログで暴言投稿(2013年9月頃)	12	3.3%
15	衣料品店S、店員の土下座画像(2013年10月頃)	16	4.5%
16	飲食店G、不適切画像で倒産(2013年10月頃)	9	2.5%
17	ホテル等で、メニュー誤表示(2013年10月頃)	56	15.6%
18	国会議員Y、天皇に直訴(2013年11月頃)	33	9.2%
19	回転寿司S、客の不衛生画像(2013年11月頃)	1	0.3%
20	飲食店W、食べ残しを使い回し(2013年11月頃)	7	1.9%
21	上記の中で知っている事案はない	45	12.5%

最も印象に残った事例は「ホテル等で、メニュー誤表示」で、15.6%となった。本事案は、某ホテルでのメニューの誤表示が発端となり、他のホテルや百貨店で次々と同様の問題が明らかとなったもの。この問題は多数のマスメディアでも取り上げられ、「誤表示」という表現が物議を醸すこととなった。

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。)

	全体	500人	100.0%
1 大変満足している		24	4.8%
2 満足している		277	55.4%
3 不安である		183	36.6%
4 大変不安である		16	3.2%

リスク低減への取り組み満足度について、39.8%が「不安である」「大変不安である」と回答。前年の74.4%に比べて、不安を感じる人の割合は大きく減少する結果となった。

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)

	全体	500人	100.0%
1 社内向けガイドラインが作成されている		92	18.4%
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)		43	8.6%
3 研修を行っている		58	11.6%
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		35	7.0%
5 その他		0	0.0%
6 何も取り組みは行っていない		336	67.2%

Webメディアで起こりうるリスクを軽減するため、「社内向けガイドラインが作成されている」との回答が18.4%となり、前年の6.2%を大きく上回った。その他の取り組みを行っている割合も前年を上回り、一方で「何も取り組みは行っていない」との回答は67.2%で、前年を下回る結果となった。

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)

	全体	500人	100.0%
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		177	35.4%
2 役員の発言による炎上		19	3.8%
3 テレビや新聞の事件を発端とする炎上		39	7.8%
4 領土問題など社会的背景を発端とする炎上		16	3.2%
5 商品や従業員への批判を発端とする炎上		43	8.6%
6 その他		4	0.8%
7 特にない		202	40.4%

最も多いのは「アルバイトを含む従業員の暴言や情報漏洩による炎上」との回答で、35.4%となった。一方で、前年に37.2%で最も多かった「テレビや新聞の事件を発端とする炎上」との回答は7.8%で、大きく減少している。

## 2013年を振り返り/社会変化に対応したリスク対策を

2013年は、アルバイトや従業員の不用意な投稿を発端とする炎上が多数発生した。また、「メニュー誤表示問題」では、同様の問題が他の企業でも次々と明らかとなった。

このように、ひとつの炎上事件をきっかけとして、類似の事案が立て続けに発生する傾向が強まっている。社会変化に伴い、炎上のリスク要因も変化していき、今後は最新の動向に合わせた炎上対策が重要となってくるのではないだろうか。

**一部で発生した炎上が、業界内やその他の業界にまで波及し、類似事案が立て続けに発生する傾向に。**

※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:03-6809-2867、FAX:03-6809-2876