

【ネット詐欺意識調査】

ネット詐欺、令和 vs 平成 vs 昭和で浮き彫りとなった「過信」の罠
手口の認知は高いが「正しい対策の理解」はわずか2割！
7割が「自分は見分けられる」と回答するも、検証では2人に1人が確証持てず

AIとITサービスを通じて人と社会を“みまもる”BBSS株式会社（本社：東京都港区、代表取締役社長：本多晋弥、以下BBSS）は、全国15～59歳の男女を対象に、ネット詐欺に関する認知度や理解度、実際の判断力、年代別の傾向について調査しました。

SMSやメール、SNSなどを起点としたネット詐欺が深刻化する中、本調査ではインターネット利用の背景が異なる3つの世代を「令和（10代）」「平成（20-30代）」「昭和（40-50代）」と定義し、それぞれの意識と実態を比較しました。その結果、全世代を通じてネット詐欺の言葉自体の認知率は7～8割超と高い水準にあるものの、具体的な対策まで理解している層はわずか2割台に留まっているという深刻なギャップが明らかになりました。

特に注目すべきは、デジタルネイティブである令和世代（10代）のリテラシーと被害実態の相関です。令和世代は「手口の仕組み」への理解度が全世代で最も高く、自身の判断力にも強い自信を持っていますが、実態検証では約2人に1人が詐欺の可能性を確認できず、10代男性の被害経験は全年齢平均の約3倍に達しています。

「手口を知っている」という自信が、かえって警戒心を緩める「過信の罠」となっていないか。本リリースでは、心理的な追い込みに弱い令和世代（10代）や、孤立して解決を図る平成世代（20-30代）など、世代ごとに異なる「心の隙」と、日常のインターネット利用に潜む巧妙な詐欺の実態について報告します。

■調査概要

調査名：ネット詐欺に関する意識調査 2026

実施主体：BBSS株式会社

調査実施時期：2025年12月26日（木）～12月27日（金）

調査対象：以下条件にて対象者を抽出

- 1) 全国15～59歳の男女
- 2) メールやSNSなどのコミュニケーションツールを週に1日程度以上利用している
- 3) インターネット上での行動を週に1日程度以上行っている

調査委託先：株式会社マクロミル

調査方法：インターネットリサーチ

有効回答数：618サンプル

※15-19歳、20-30代、40-50代の各世代均等割付

■調査サマリー

TOPIC①：認知率は8割超も、対策の理解は「わずか2割」の大きなギャップ。手口の理解は令和世代（10代）が全世代1位に

TOPIC②：根拠のない「見分けられる自信」がリスクに。検証では約2人に1人が確証持てず、昭和世代に及ばない令和世代の警戒心

TOPIC③：令和世代（10代）男性の被害は全体平均の約3倍。遭遇者の4人に1人が被害に

TOPIC④：心理的に追い込まれる令和世代、自力で解決しようと諦める平成世代

TOPIC⑤：情報源の「マスメディア離れ」。令和世代（10代）のSNS利用は全体平均の約7倍

TOPIC①：認知率は8割超も、対策の理解は「わずか2割」の大きなギャップ。手口の理解は令和世代（10代）が全世代1位に

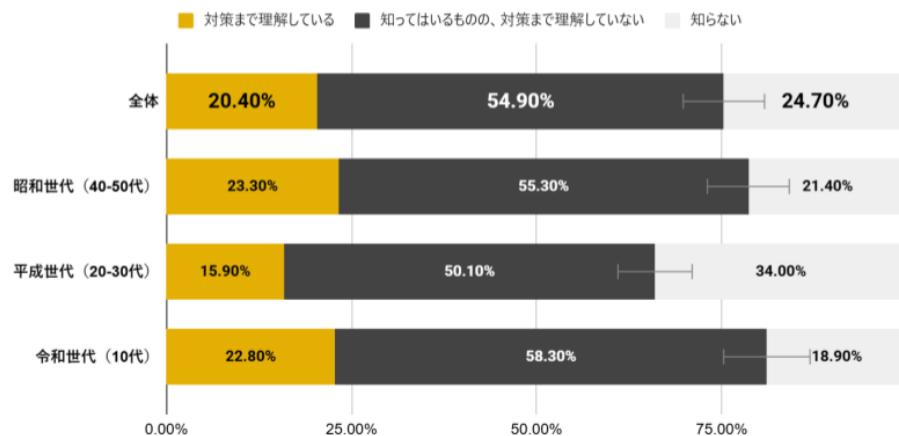
ネット詐欺という言葉自体は広く浸透しており、全体で「フィッシング」の認知率は85.0%、「偽サイト」は82.0%、「スミッシング※1」は75.2%といずれも高い水準にあります。しかし、その実態は「言葉を知っている」という段階に留まっており、「手口や手法に加え、対策まで理解している」と回答した人は、いずれのネット詐欺においてもわずか20.4%～23.5%に過ぎません。

ここで注目すべきは、世代によって「ネット詐欺をどこまで深く知っているか」の解像度が大きく異なる点です。スミッシング、フィッシング、偽サイトのすべてにおいて、「手口や手法を理解している（対策まで知っている層+手口のみ知っている層の合計）」と回答した割合は令和世代（10代）が全世代で最も高く、スミッシングでは54.4%（全体：45.5%）、フィッシングでは60.2%（全体：53.6%）にのぼります。中でも令和世代の男性は、スミッシングの手口理解が56.4%、フィッシングでは67.5%と突出して高い数値となり、どう対策するかまでは至らずとも、どういう仕組みで騙されるかはよく知っているという結果になりました。

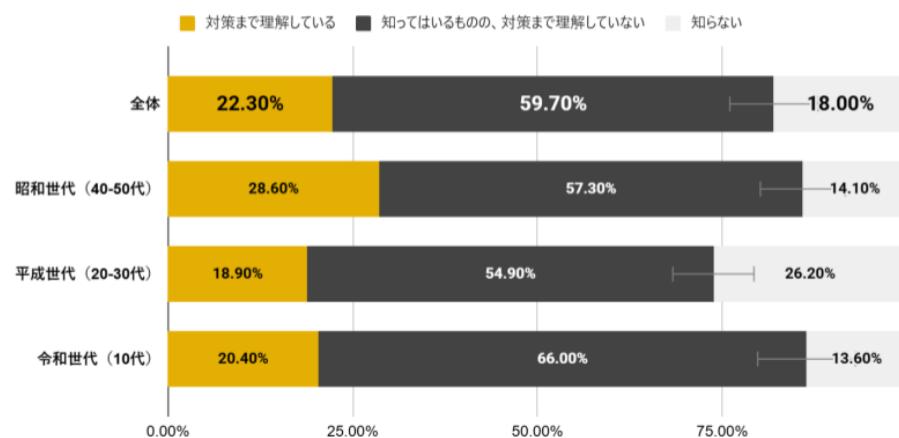
一方で、平成世代（20-30代）は、他の年代と比較しても言葉自体の認知率が約10ポイント以上低く（スミッシング認知率：平成世代66.0%に対し、令和世代81.1%、昭和世代78.6%）、全世代の中で最も手口を知らないリスクが高いことが判明しました。しかし、最も手口に詳しいはずの令和世代であっても、具体的な対策まで網羅できている割合は全世代共通で低く、「手口は知っているが、守り方を知らない」という無防備な状態が、全世代共通の課題として浮き彫りとなっています。

※1 スミッシングとは「SMS（ショートメッセージサービス）」と「フィッシング」を組み合わせた造語。スマートフォンの電話番号宛てに届くSMSを利用して偽サイトへ誘導し、個人情報やクレジットカード番号などを盗み取る詐欺手法を指す。

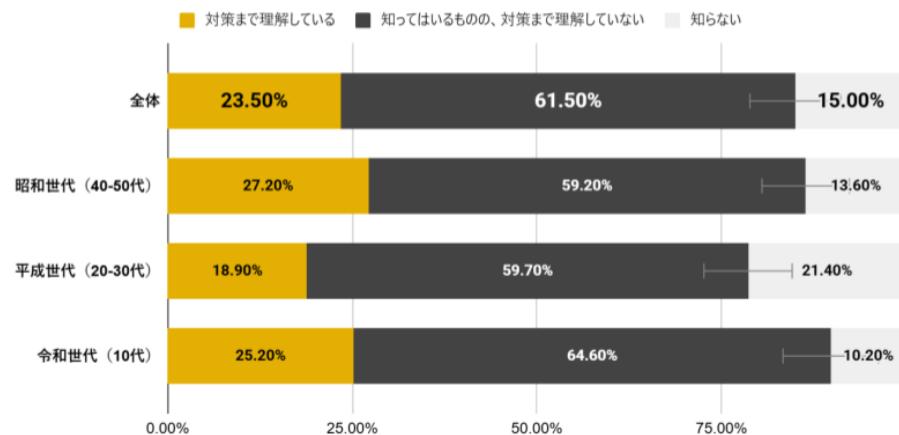
Q. あなたは、インターネットを利用した以下のような詐欺について、どの程度ご存じですか。 (単一回答)
【SMSを起点としたURL誘導型の詐欺（スミッシング）】



Q. あなたは、インターネットを利用した以下のような詐欺について、どの程度ご存じですか。 (単一回答)
【偽のECサイトを利用した通販詐欺（偽サイト）】



Q. あなたは、インターネットを利用した以下のような詐欺について、どの程度ご存じですか。 (単一回答)
【偽の決済画面によるカード情報詐取の詐欺（フィッシング）】



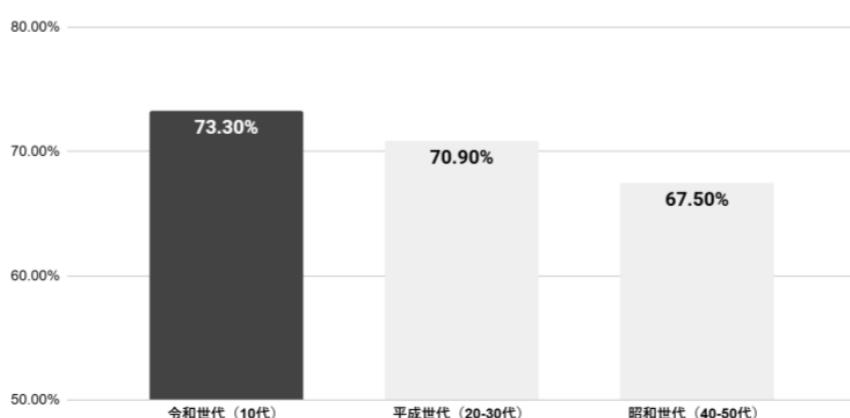
■TOPIC②：根拠のない「見分けられる自信」がリスクに。検証では約2人に1人が確証持てず、昭和世代に及ばない令和世代の警戒心

不審なメッセージや偽サイトを「自分で見分けられると思う」と答えた人は、全体で70.6%に達しました。世代別にみると、令和世代（10代）が73.3%と全世代で最も高く、次いで平成世代（20-30代）が70.9%、昭和世代（40-50代）が67.5%と、若年層ほど自分の判断力に自信を持っている傾向が伺えます。

しかし、検証用の偽画面を用いたテストでは、その自信を裏切る実態が明らかになりました。偽の通販サイトを提示した検証（問題B）では、「正規の可能性が高い（23.3%）」または「判断できない（38.3%）」と回答した人が合わせて61.6%にのぼり、6割以上が詐欺の可能性を確信できないという結果になりました。また、別の偽サイト（問題C）でも、半数以上の56.3%が「詐欺の可能性が高い」「判断できない」と確証を持てず、約2人に1人が詐欺の可能性を見落とすか、回答を決めきれずにいます。

さらに注目すべきは、自信の高さと実際の警戒心の「ねじれ」です。例えば、不在通知を装ったスミッシングの検証では、「詐欺の可能性が高い」と判断した割合は令和世代（10代）で50.0%に対し、平成世代（20-30代）は60.2%、昭和世代（40-50代）は68.4%に達しています。令和よりも平成、平成よりも昭和の順で疑いを持つ傾向があり、全世代で最も自信を持っていた令和世代が、検証上では最も詐欺メールを「正規のメッセージ」として受け入れてしまう傾向が強くなっています。デジタルネイティブゆえの『見慣れている』という感覚が、かえって警戒心を下げている可能性があるのかも知れません。

Q. あなたは、インターネットを利用した際に、不審なメッセージや偽サイトを自分で見分けられる
(インターネットを利用した詐欺に引っかかるない) と思いますか。 (単一回答)
うち、見分けられる自信があると答えた人の割合
(自分で見分けられると思う層+ある程度見分けられると思う層の合計)



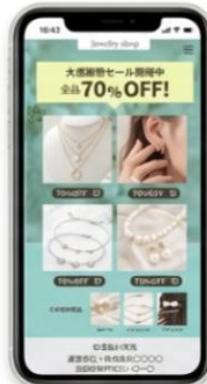
Q. あなたがスマートフォンでインターネットを利用している際に、以下のような通販サイトの画面を目にしたとします。以下の通販サイトを目にした場合、あなたは詐欺もしくは正規のサイトどちらの可能性が高いと考えますか。（単一回答）

※以下は調査用に作成した架空のサイト画面で、実際の企業・サービスとは一切関係ありません。

うち、詐欺の可能性が高いと思うと答えた人の割合



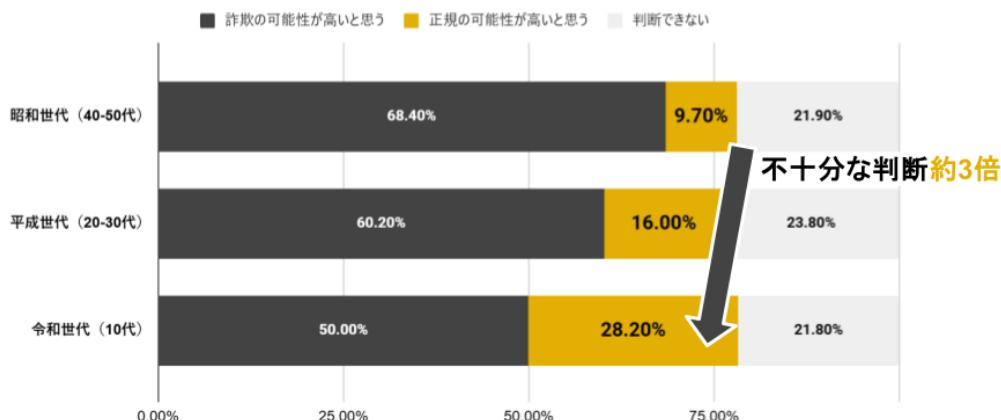
全世代正答率：
38.3%



全世代正答率：
43.7%

Q. あなたのスマートフォンに、以下のSMSが届いたとします。以下のメッセージが送られてきた場合、あなたは詐欺もしくは正規のメッセージどちらの可能性が高いと考えますか。（単一回答）
※以下は調査用に作成した架空のメッセージ内容で、実際の企業・サービスとは一切関係ありません。

【お知らせ】お荷物をお届けしましたが不在のため持ち帰りました。再配達の手続きはこちら <https://~>



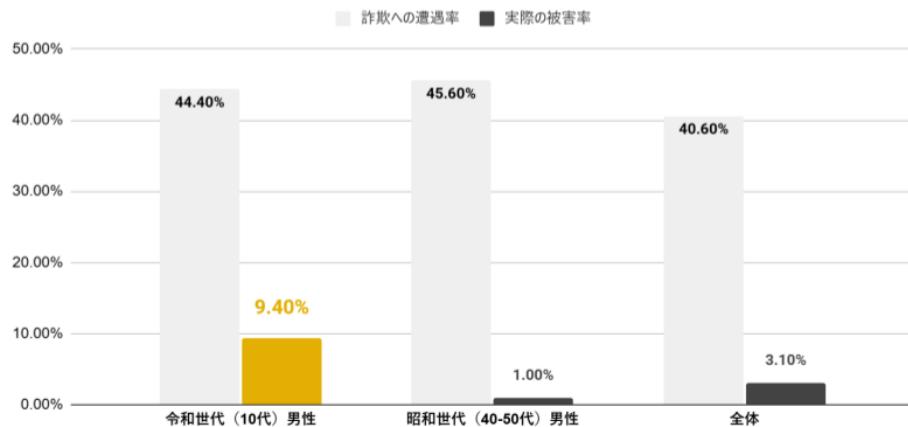
■TOPIC③：令和世代（10代）男性の被害は全体平均の約3倍。遭遇者の4人に1人が被害に

ネット詐欺の被害経験について全体平均を見ると、スミッシング被害は3.1%、フィッシング被害は3.4%といずれも3%程度に留まっています。しかし、属性別で詳しく見ると、令和世代（10代）男性の被害割合が突出して高い実態が明らかになりました。

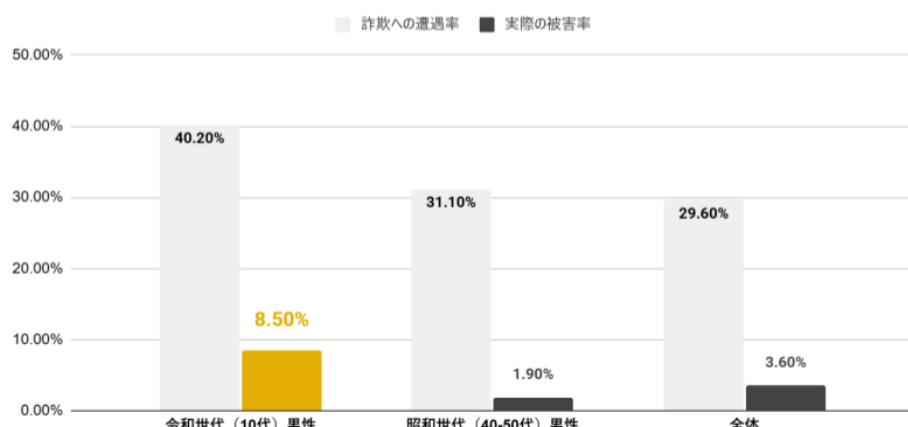
令和世代男性のスミッシング被害は9.4%、フィッシング被害は8.5%にのぼり、全体平均と比較して約3倍近い高水準となっています。また、被害の入り口となる詐欺行為への「遭遇経験」についても、令和世代男性は「偽サイト」で40.2%と他の層に比べて高く、日常的に詐欺の脅威にさらされていることが分かります。一方で、昭和世代（40-50代）男性の結果からは興味深い対比が見えてきました。昭和世代男性の「フィッシング」への遭遇経験は40.8%と全属性で最も高い数値を示していますが、実際の被害経験は1.0%に留まっています。これは、昭和世代が詐欺のメッセージや画面に接触（遭遇）する機会が多い中でも、慎重な判断によって実被害を回避している実態を示唆しています。

デジタルネイティブであり、手口の理解度も高いはずの令和世代男性が、遭遇率に見合わない高い割合で実際に被害に遭っているという結果は、知識があることと「騙されないこと」は別問題であることを物語っています。SNS やスマートフォンの利用時間が長く、詐欺に遭遇する機会が多い若年層こそ、こうした巧妙な手口に対して、改めて意識的な対策が必要な状況にあると言えそうです。

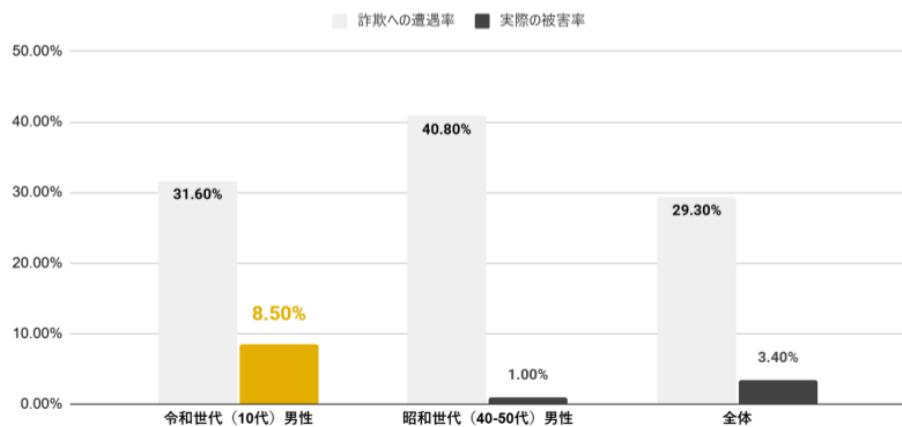
Q. それぞれの詐欺に対する概要や特徴に関する以下の説明を読んでお答えください。あなたご自身が、これまでに以下のインターネットを利用した詐欺被害に遭ったことがありますか。（単一回答）
うち、被害に遭ったことがある、および詐欺行為に遭遇したことがあると答えた人の割合
【SMSを起点としたURL誘導型の詐欺（スミッシング）】



Q. それぞれの詐欺に対する概要や特徴に関する以下の説明を読んでお答えください。あなたご自身が、これまでに以下のインターネットを利用した詐欺被害に遭ったことがありますか。（単一回答）
うち、被害に遭ったことがある、および詐欺行為に遭遇したことがあると答えた人の割合
【偽のECサイトを利用した通販詐欺（偽サイト）】



Q. それぞれの詐欺に対する概要や特徴に関する以下の説明を読んでお答えください。あなたご自身が、これまでに以下のインターネットを利用した詐欺被害に遭ったことがありますか。（単一回答）
うち、被害に遭ったことがある、および詐欺行為に遭遇したことがあると答えた人の割合
【偽の決済画面によるカード情報詐取の詐欺（フィッシング）】



■TOPIC④：心理的に追い込まれる令和世代、自力で解決しようと諦める平成世代

ネット詐欺を「信用してしまう・気づきづらくなる状況」について調査したところ、世代ごとに異なる「心の隙」が浮き彫りとなりました。令和世代（10代）においては、「誰にも相談できない状況に関する内容だったとき（26.7%）」を挙げる割合が全世代で最も高く、全体平均（16.5%）を10ポイント以上も上回っています。一方、実際に被害に遭遇した際の意識では、平成世代（20-30代）の22.8%が「相談しない（自分で解決を試みる、もしくは諦める）」と回答。これは全世代で最も高い数値であり、令和世代が「周囲への相談を遮断される状況」に弱いのに対し、平成世代は被害を一人で抱え込みやすい実態が判明しました。

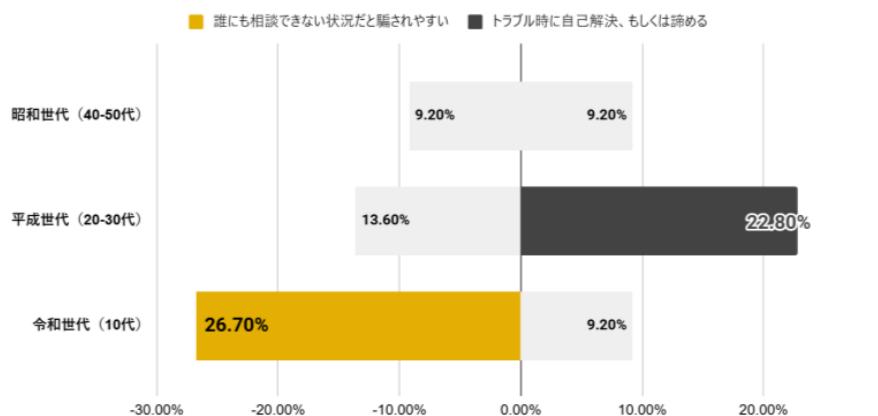
こうした結果の背景には、詐欺師が各世代の心理状況を巧妙に突いている実態があります。令和世代に対しては、親や先生に知られたくないような「秘密のトラブル」や「緊急の警告」を装い、心理的に追い込むことで“周囲に相談するという選択肢”を奪うよう仕向けてきます。また、平成世代に対しては「自分が騙されるはずがない」というプライドや、解決にかかる手間を考慮させることで、「相談するよりも、自分で対処するか諦めるほうが合理的だ」と思わせるような心理的バイアスが働いている可能性も考えられます。ネット詐欺には周囲への相談を遮断しようとする心理的アプローチが含まれていることもあるため、冷静に対応することが重要です。

Q. あなたが、インターネットを利用した詐欺行為に遭遇した際、「信用してしまう」「詐欺だと気づきづらくなる」と思う状況として、あてはまるものをお選びください。

複数回答より最大GAP項目を抜粋、左

Q. あなたが、もしインターネットを利用した詐欺の被害に遭ってしまった場合、どこに相談をしようと思いますか。あてはまるものをお選びください。

複数回答より最大GAP項目を抜粋、右



■TOPIC⑤：ネット詐欺の情報源は世代で二極化。令和世代（10代）のSNS利用は全体平均の約7倍

ネット詐欺に関する情報の収集源について、全体では「テレビ・ラジオ番組／CM（38.5%）」が最も高い結果となりました。注意喚起や情報発信の中心はマスメディアですが、年代別で見ると情報の収集源の「二極化」が進んでいます。昭和世代（40-50代）が「テレビ・ラジオ（51.5%）」を主な情報源としているのに対し、令和世代（10代）は「TikTok（26.7%）」が全体平均（3.9%）の約7倍にのぼるほか、「YouTube（32.0%）」や「X（27.7%）」などのSNSを重視しています。デジタルネイティブ世代に対しては、従来のマスメディアを通じた注意喚起が届きにくくなっている現状が浮き彫りとなりました。

この情報源の二極化は、同時にネット詐欺との接触場所の違いも示唆しています。テレビや新聞で情報を得る昭和世代は、従来型のSMSやメールによる詐欺を警戒していますが、SNSを主な活動拠点とする10代や20代は、日常的に利用しているSNSの広告や投稿を通じて詐欺情報に接触するリスクが高まっています。一律の防犯情報が届きにくくなっている今、それぞれの世代が普段利用しているメディアの特性に合わせ、「自分たちが直面している具体的なリスク」について、意識的に情報をアップデートしていくことが求められています。

Q. あなたは、インターネットを利用した詐欺に関する情報をどこで収集・見聞きしていますか。
(複数回答)

	テレビ・ラジオ	インターネット検索	YouTube	X	Instagram	TikTok	家族や友人の話	情報を収集・見聞きすることはない
令和世代（10代）	31.10%	28.60%	32.00%	27.70%	21.80%	26.70%	28.20%	7.80%
平成世代（20-30代）	33.00%	28.20%	23.80%	26.70%	12.60%	10.20%	20.90%	21.40%
昭和世代（40-50代）	51.50%	44.70%	18.40%	10.70%	7.80%	3.90%	28.20%	10.70%

■まとめ

今回の調査により、ネット詐欺に対する認知は進んでいるものの、具体的な「守るための知識」や、いざという時の「判断力」には深刻なギャップがあることが浮き彫りになりました。特に注目すべきは、世代によって異なる「過信」と「心の隙」の実態です。令和世代（10代）は手口を熟知し自信も持っていますが、日常的な「見慣れ」や心理的な追い込みによって、全世代で最も高いネット詐欺被害率を記録しています。一方で、平成世代（20-30代）は認知不足と被害に遭っても一人で抱え込んでしまう孤立リスクを抱え、昭和世代（40-50代）は慎重さゆえに実被害を抑えているものの、直感に頼った防犯という不安定な側面を併せ持っています。

こうした「個人の知識や注意能力の限界」に対して、一つの解決策となるのが、BBSS のセキュリティサービス「みやブル」です。「みやブル」は、今回の検証で多くの人が判断に迷った精巧な偽サイトや、心理を突く巧妙なフィッシング・スミッシングを、AI を活用した高度なエンジンでリアルタイムに検知・警告します。

BBSS は、世代ごとに異なるデジタルリスクに寄り添い、「知っているつもり」や「過信」に左右されることなく、あらゆる人々がテクノロジーの力で守られる安心・安全な社会の実現に貢献してまいります。

■みやブルについて

「みやブル」は、BBSS 株式会社が開発・提供する、ネット詐欺対策に特化したセキュリティソフトです。「ブラックリスト検知」「ヒューリスティック検知」「AI 検知」の 3 つの検知方法からなる独自の検知エンジンを搭載し、フィッシング詐欺、ワンクリック詐欺、偽通販サイトなど、さまざまな詐欺サイトへのアクセスを自動でブロックします。

<https://miyabull.jp/>

<会社概要>

社名	: BBSS 株式会社
所在地	: 東京都港区海岸 1 丁目 7 番 1 号 WeWork 東京ポートシティ竹芝
代表者	: 代表取締役社長 兼 CEO 本多 晋弥
設立日	: 2006 年 1 月 17 日
株主	: SB C&S 株式会社 100%
事業内容	: コンシューマ向けソフトウェア、および IoT サービスの企画・開発・提供、法人向けライセンス販売
URL	: https://www.bbss.co.jp/