
SNSに関するアンケート結果

2016年12月19日

調査概要

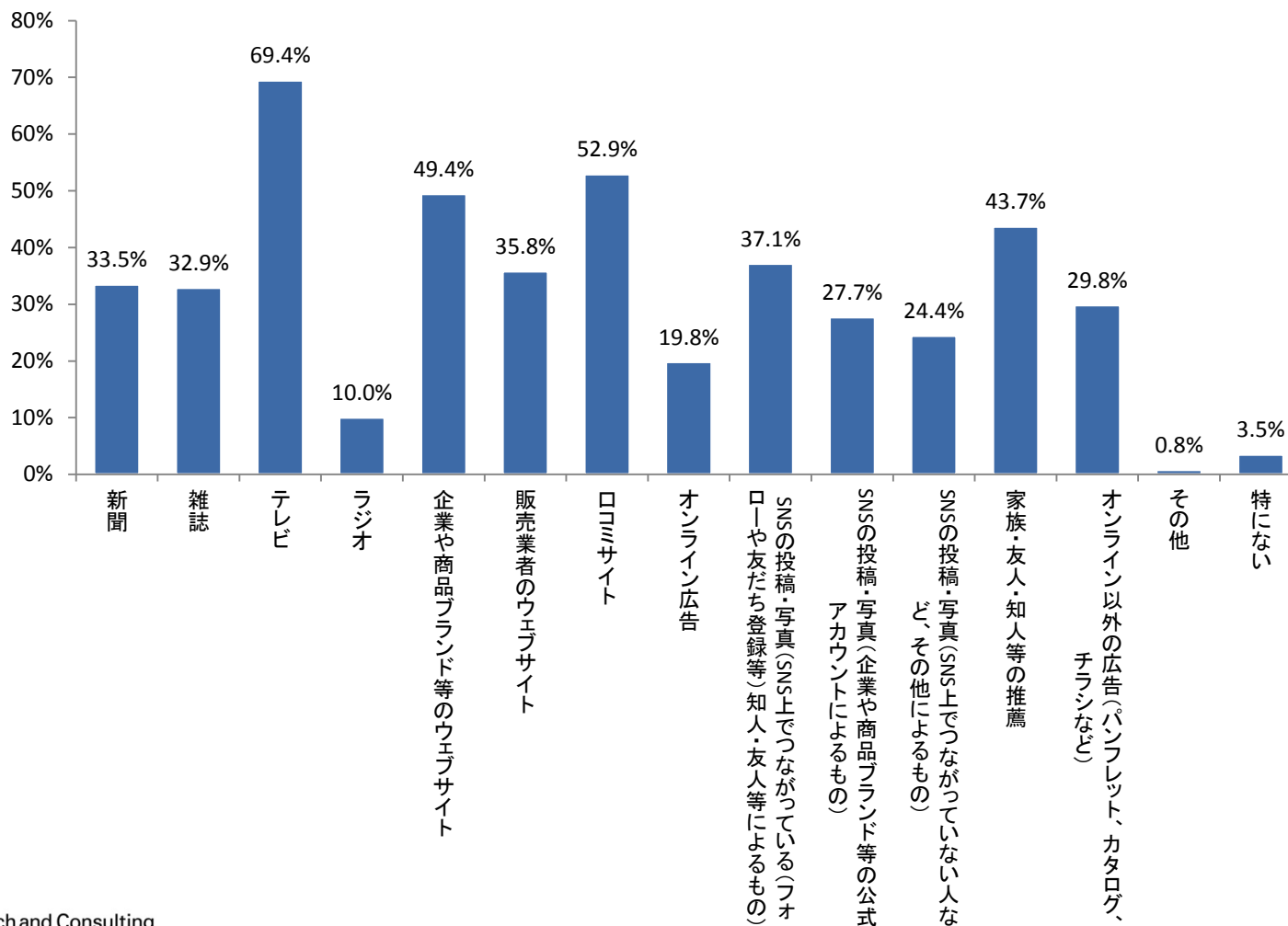
SNSに関するアンケート調査 調査概要

調査期間	2016年11月24日(木)～25日(金)
調査方法	Webアンケート
調査対象	20歳以上のインターネット利用者 【スクリーニング調査】一般消費者 【本調査】過去3ヶ月間にSNSの投稿又は閲覧をしたもの
割付条件	性別(男性・女性)×年代(20代、30代、40代、50代、60歳以上)で均等に割付
有効回答数	【スクリーニング調査】3,530人 【本調査】520人
調査項目	SNSの利用状況 <ul style="list-style-type: none">・利用時の端末、アクセス頻度、SNSを初めて利用した時期、利用目的・SNSに関連したサービスの利用状況・実名登録状況、投稿・プロフィール情報の公開範囲の設定・確認状況 SNSでの取引状況 <ul style="list-style-type: none">・SNSに表示された広告の閲覧等の実施状況、広告をきっかけとした商品・サービスの購入状況・SNSの公式アカウントとのつながりの状況、公式アカウントの投稿をきっかけとした商品・サービスの購入状況 SNSでの取引に関連するトラブル等の状況 <ul style="list-style-type: none">・SNSに表示された広告等をきっかけとした取引、関連サービスでの有料取引、その他の取引に関連したトラブル等

商品・サービス購入時に参考とする情報源

商品・サービス購入時に参考とする情報源

■ Q1 商品やサービスを購入するときに、あなたが参考にする情報源として有効なのはどのようなものですか。
(複数回答)(n=520)

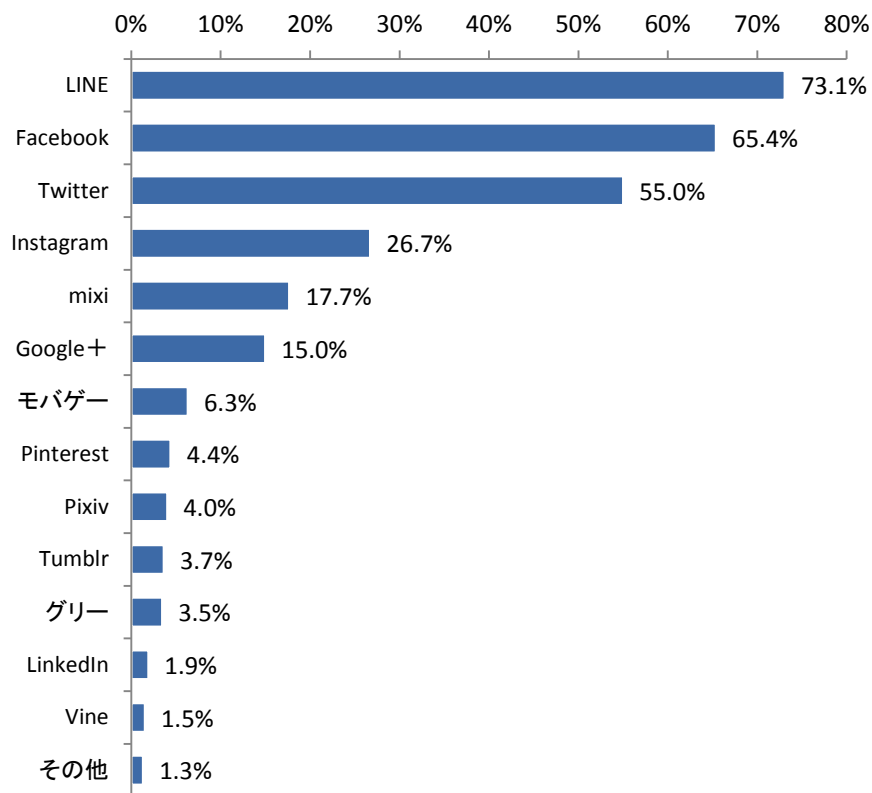


SNSの利用状況

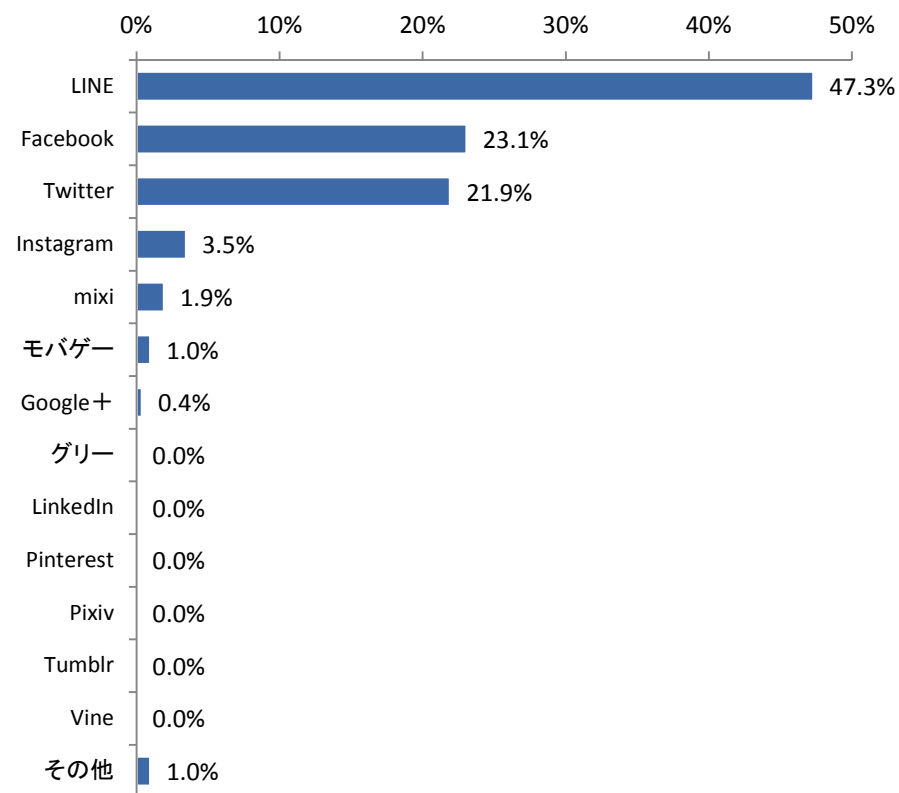
利用しているSNS

- Q2 あなたが現在利用しているSNSを全てお選びください。また、その内、最もよく利用しているSNSをお選びください。
(n=520)

現在利用しているSNS(複数回答)(n=520)



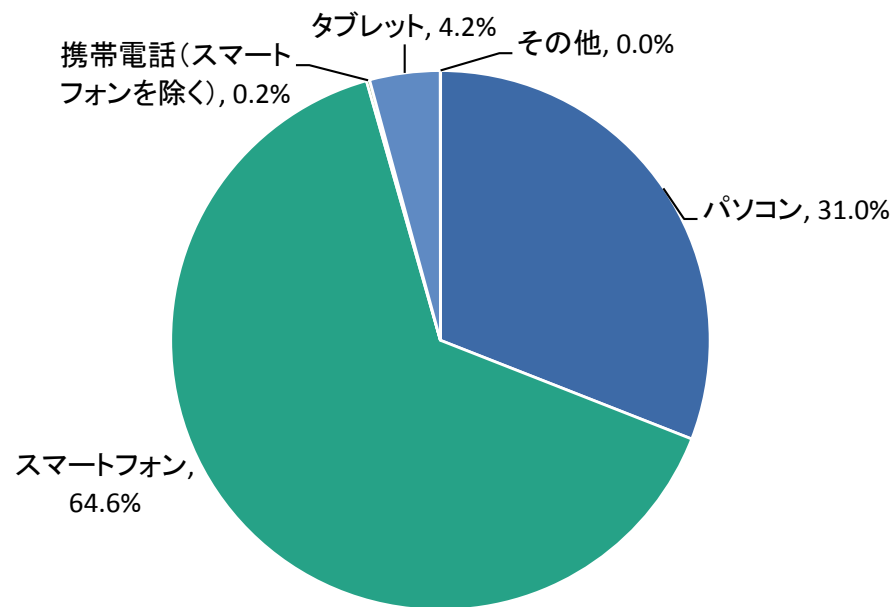
最もよく利用しているSNS(n=520)



(注) 選択肢には、厳密にはSNSではないものの、一般的にSNSとして認識されていると思われるサービスを含む。

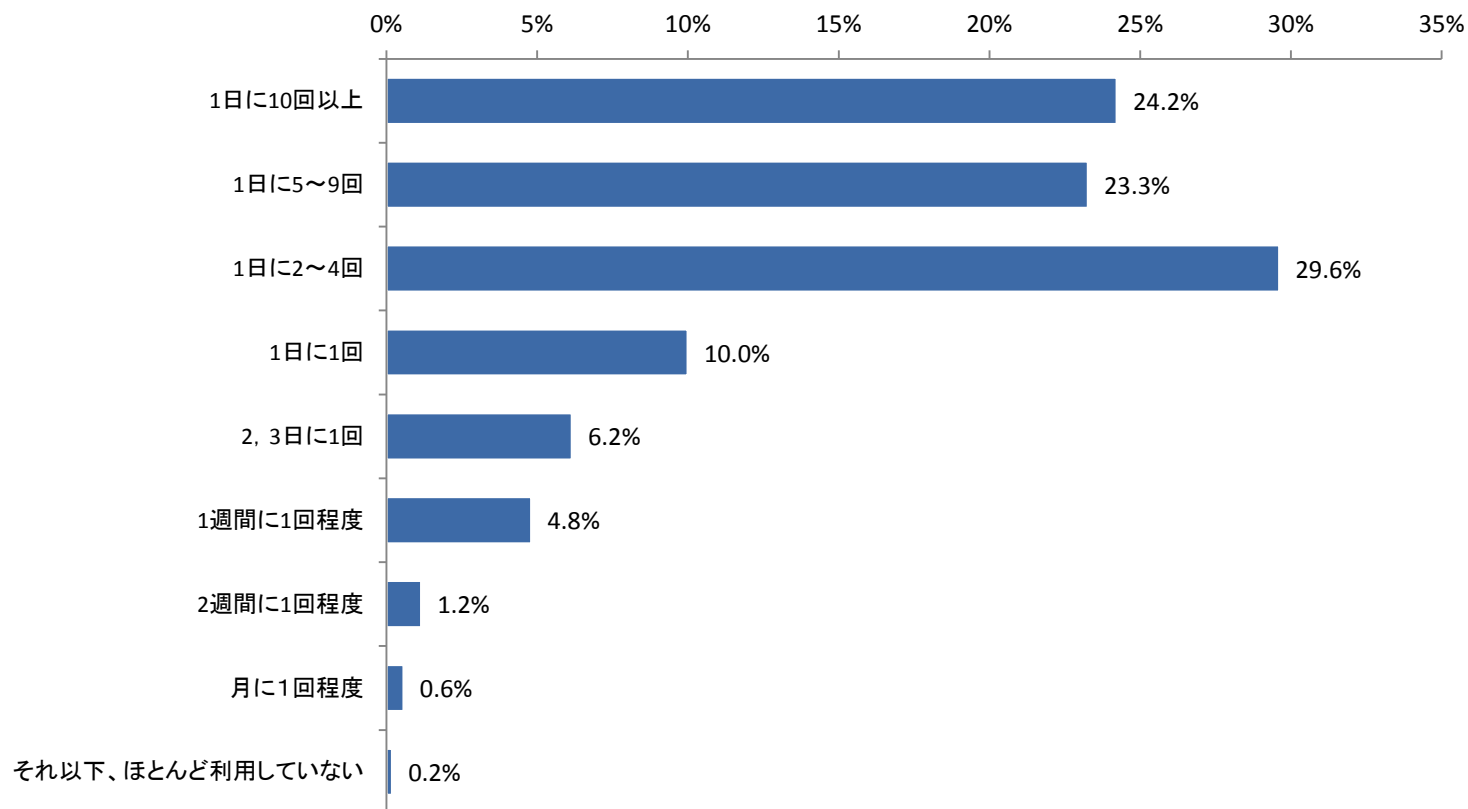
SNS利用時に主に使用する端末

■ Q3 SNSは主にどの端末を使って利用していますか。(n=520)



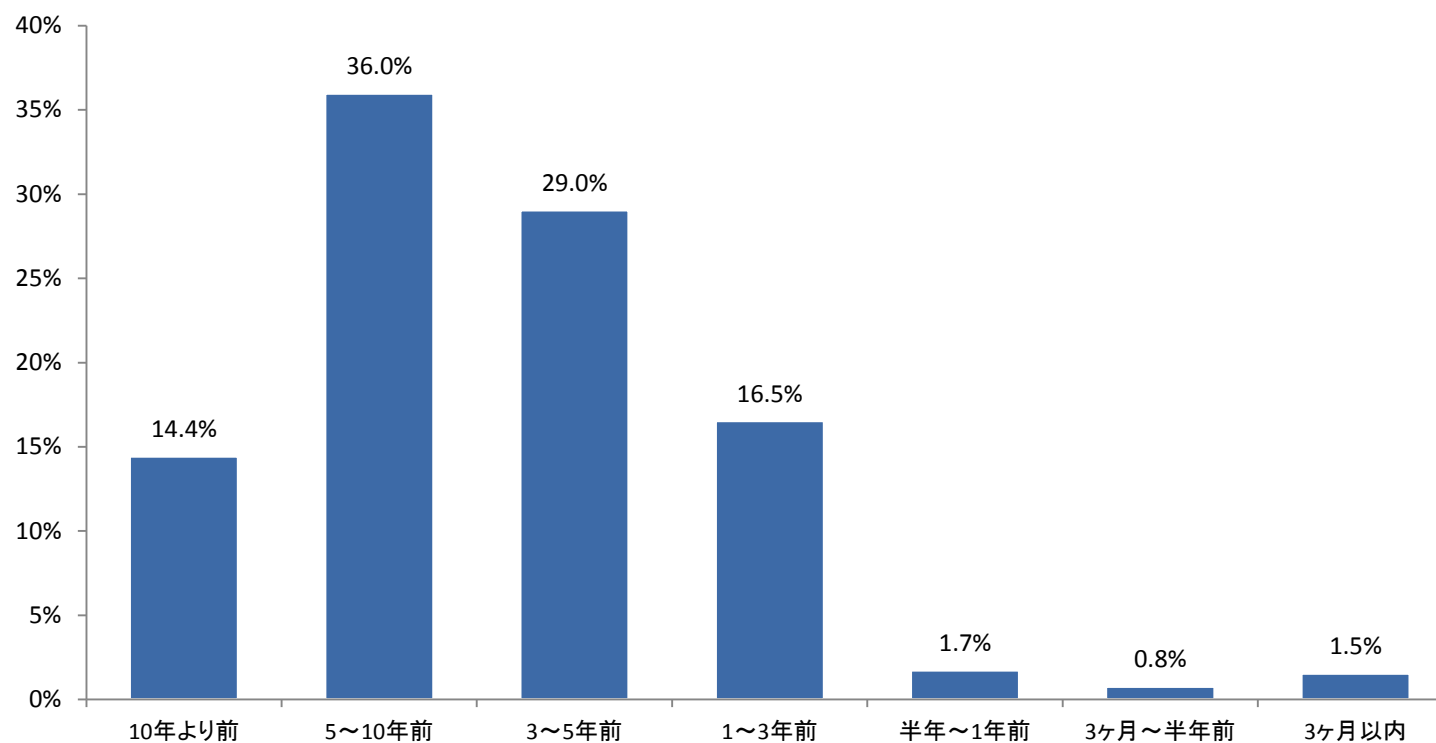
SNSのサイトやアプリへのアクセス頻度

■ Q4 あなたはSNSのサイトやアプリにどのくらいの頻度でアクセスしていますか。(n=520)



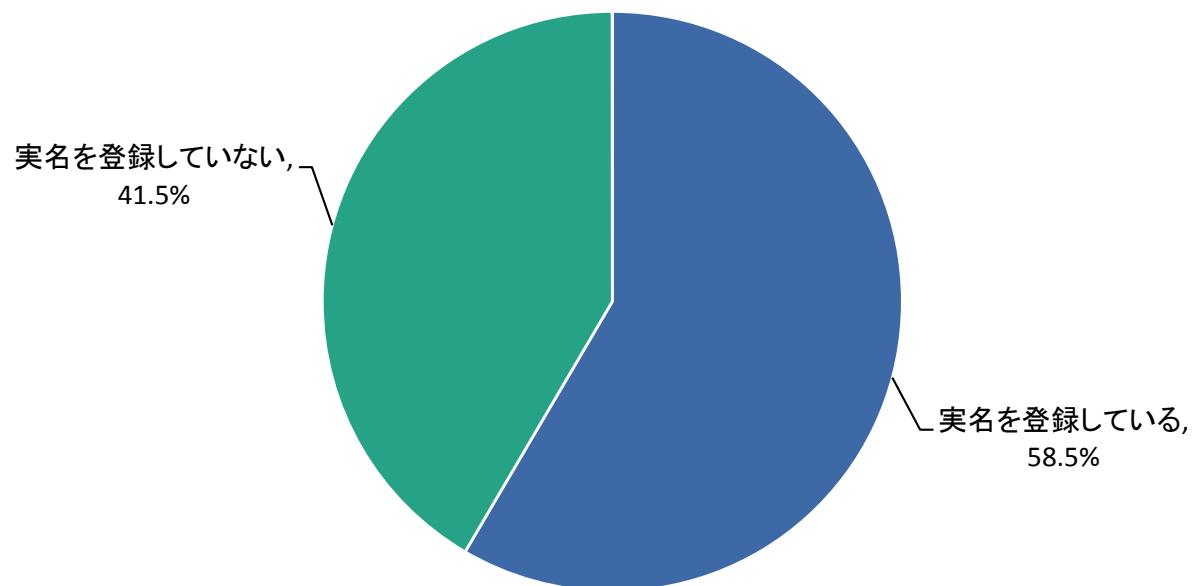
SNSの利用開始時期

■ Q5 SNSを初めて利用したのは、どのくらい前ですか。現在利用していないSNSも含めてご回答ください。(n=520)



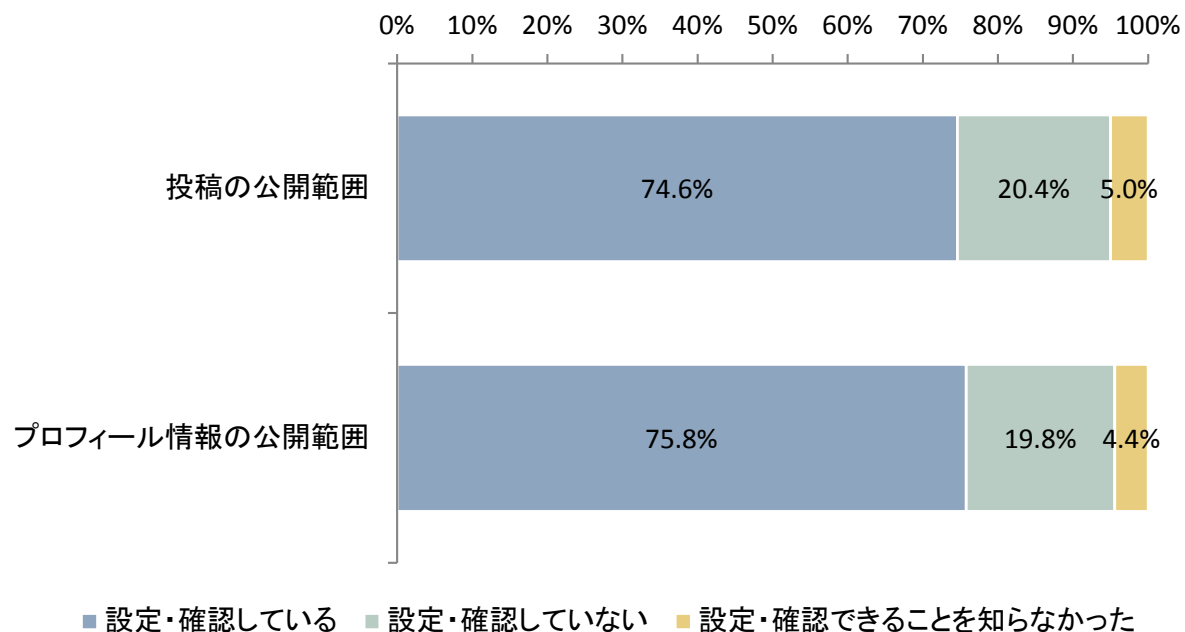
SNSでの実名登録状況

- Q6 現在利用しているSNSでは実名を登録していますか。複数のSNSを利用している場合には、最もよく利用しているSNSでの状況をお答え下さい。(n=520)



SNSでの自身の投稿、プロフィール情報の公開範囲の設定・確認状況

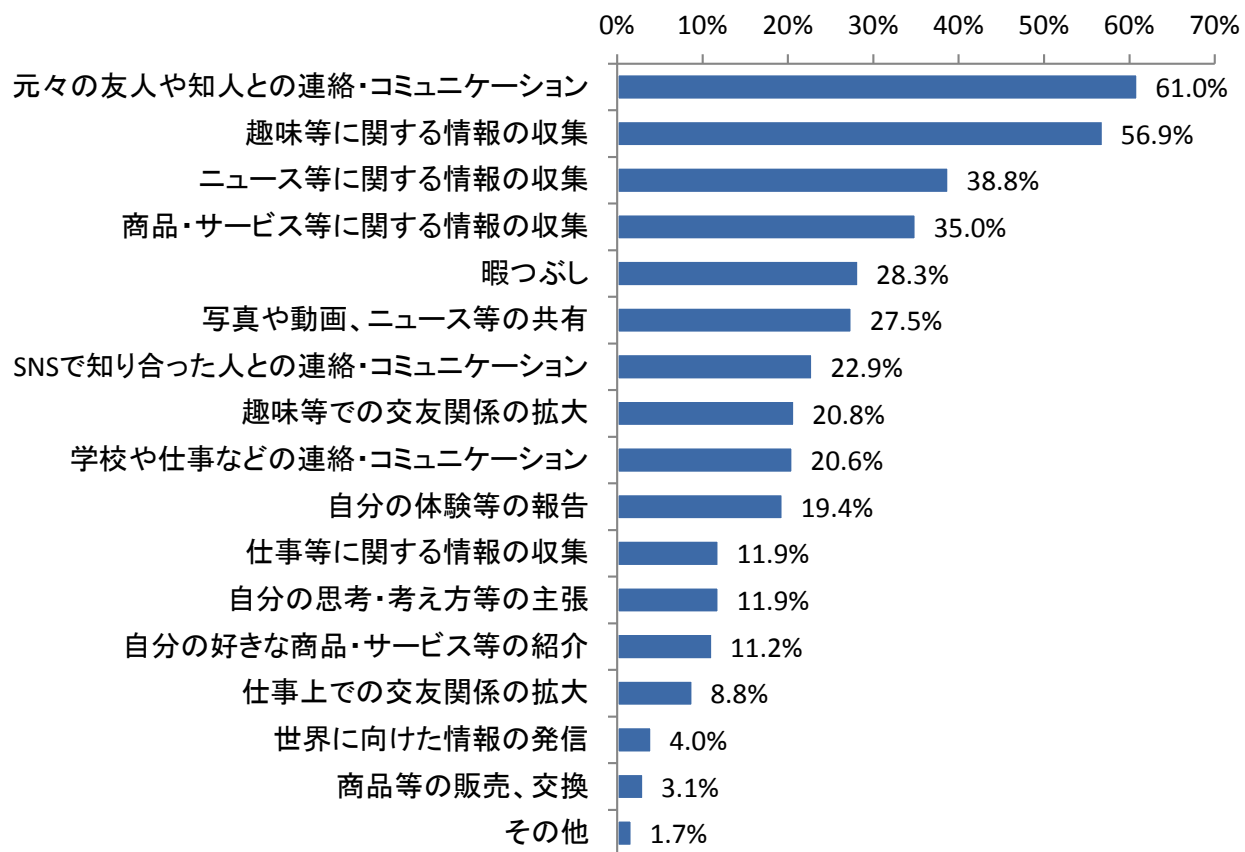
- Q7 SNSにおいて、ご自身の投稿やご自身が登録したプロフィール情報を公開する範囲を設定・確認していますか。複数のSNSを利用している場合には、最もよく利用しているSNSでの設定・確認状況をお答え下さい。(n=520)



(注)アンケート調査では、「SNSによって設定できる内容は異なりますが、投稿やプロフィール情報(氏名、誕生日、学歴、職歴等)を公開する範囲として、例えば『全ての利用者』『友だち』『自分のみ』などに設定することができます」と説明している。

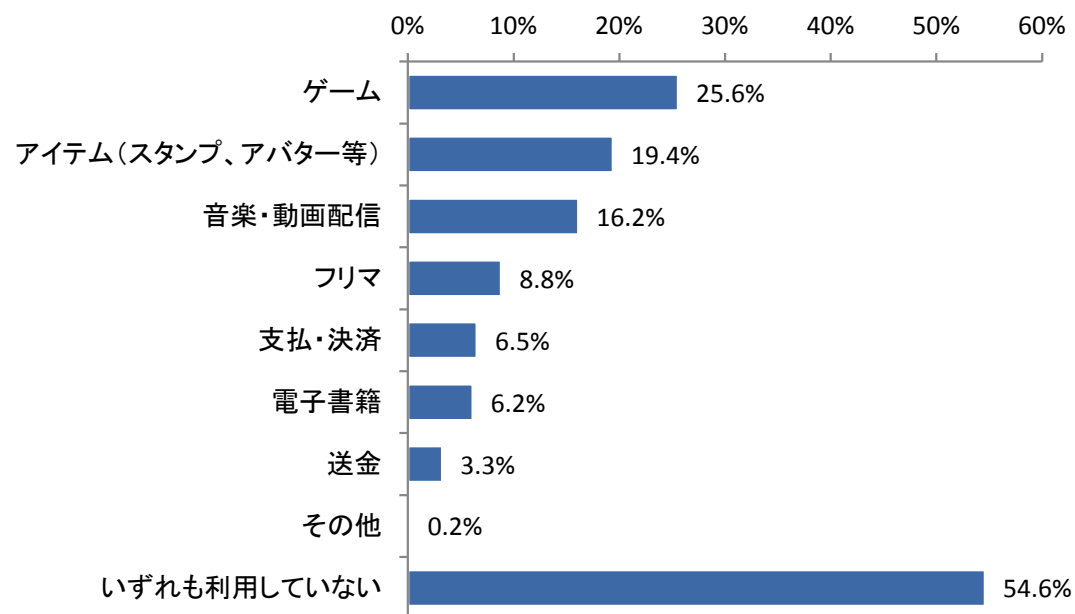
SNSを利用する理由

■ Q8 あなたがSNSを利用する理由としてあてはまるもの全てをお選びください。(複数回答)(n=520)



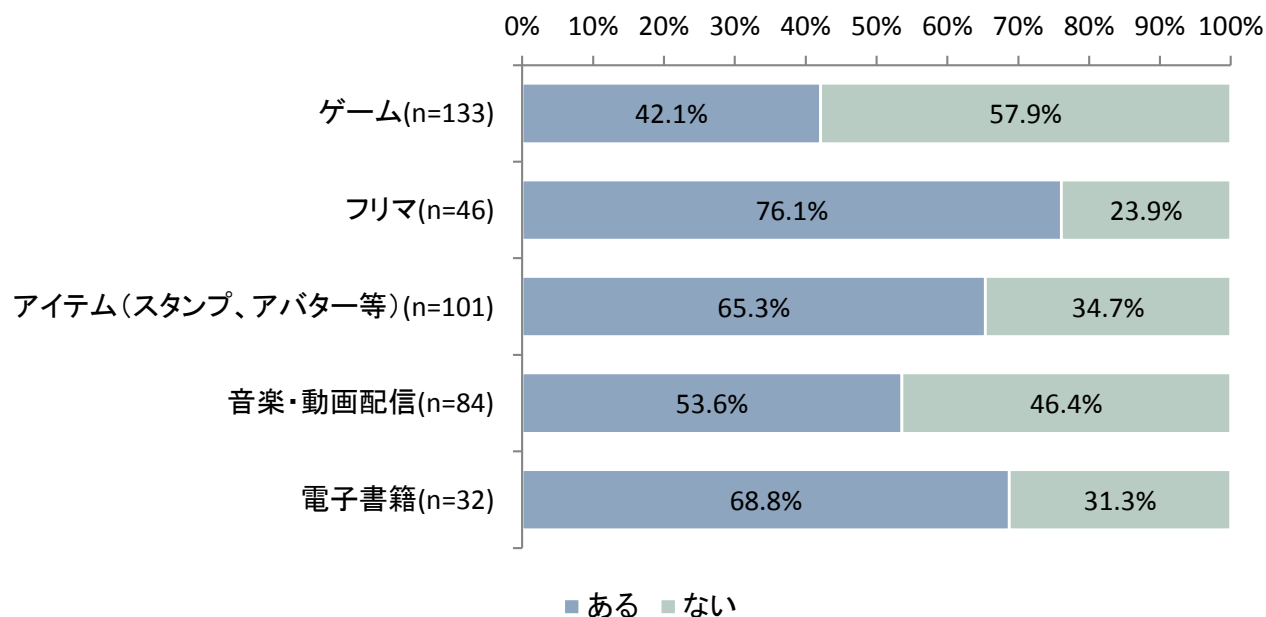
SNSの関連サービスの利用状況

- Q9 あなたは、次のようなSNSに関連したサービス(SNSのアカウントを有するユーザーが利用できるサービス)を利用していますか。利用しているもの全てをお選びください。(複数回答)(n=520)



SNSに関連したサービスでの有料取引の利用状況

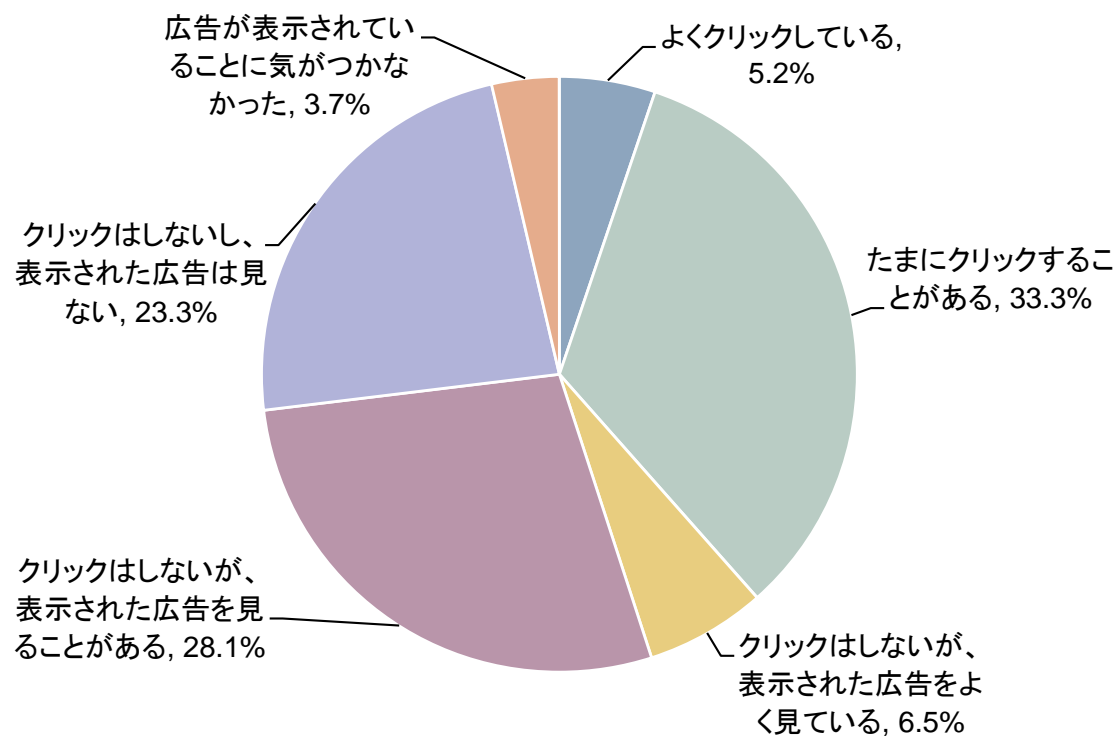
- Q10 Q9で回答したSNSに関連したサービスで、有料の取引(商品やサービスの購入・販売、利用料の支払等)をしたことがありますか。



SNSでの取引状況

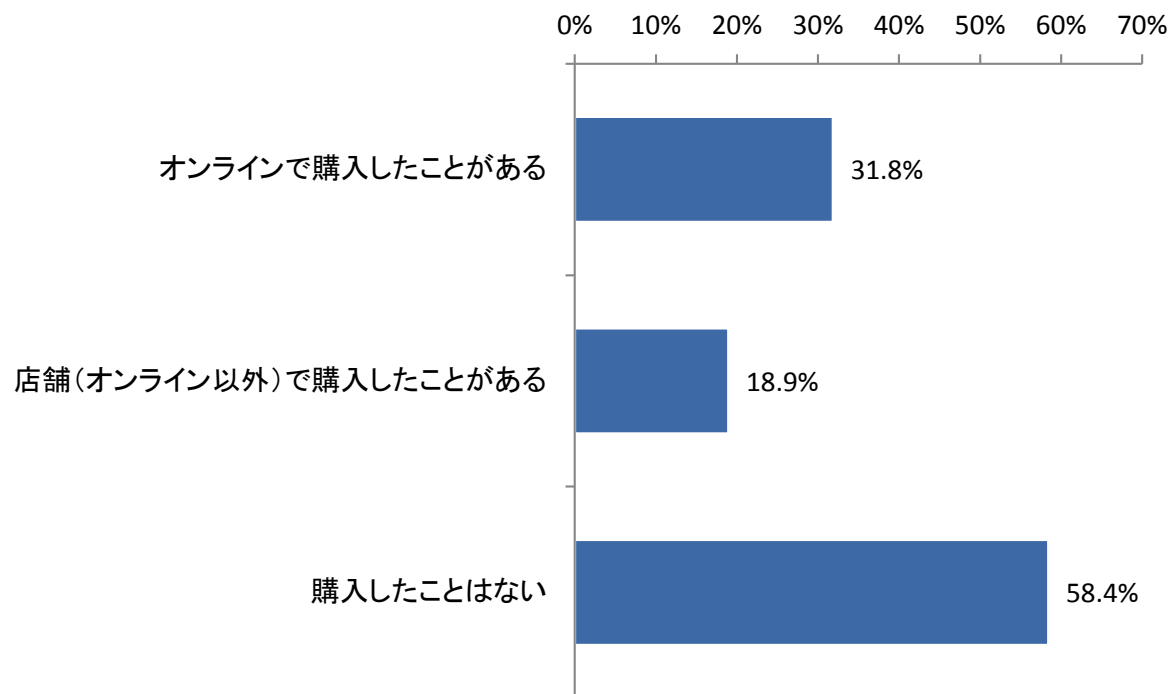
SNSに表示された広告の閲覧等の実施状況

- Q11 あなたは、SNSに表示された広告を見たり、クリック(タップ)したりしていますか。最も近いもの1つをお選びください。
(n=520)



SNSに表示された広告をきっかけとした商品・サービスの購入状況

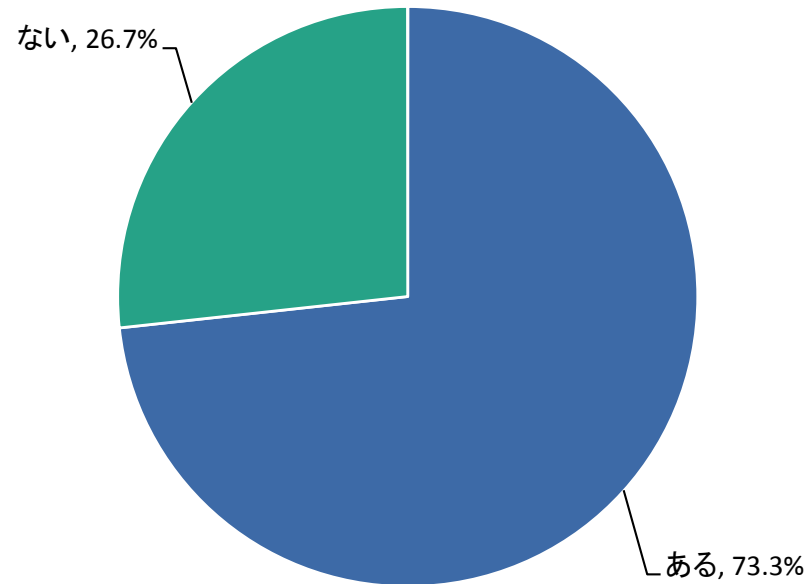
■ Q12 SNSに表示された広告をきっかけにして、商品やサービスを購入したことがありますか。(複数回答)(n=380)



(注)集計対象は、SNSに表示された広告を見たことがある者、又はクリック(タップ)したことがある者

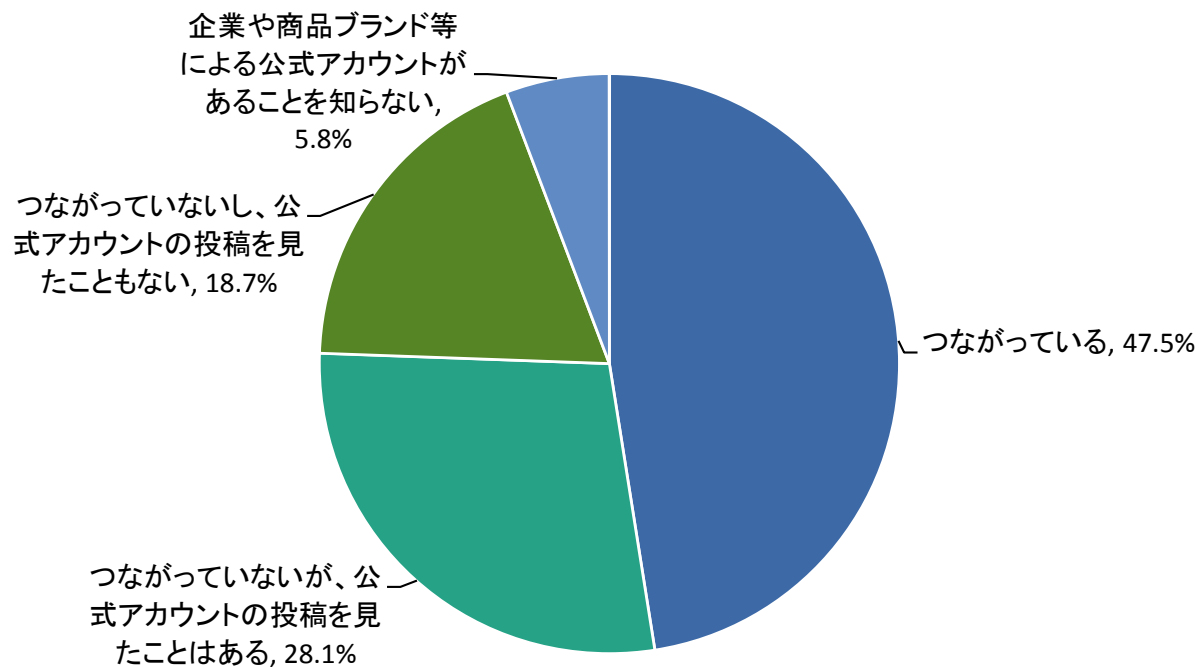
SNSに表示された広告を誤ってクリック(タップ)した経験

- Q13 SNSに表示された広告をクリック(タップ)するつもりがなかったのに、誤ってクリック(タップ)してしまったことがありますか。(n=520)



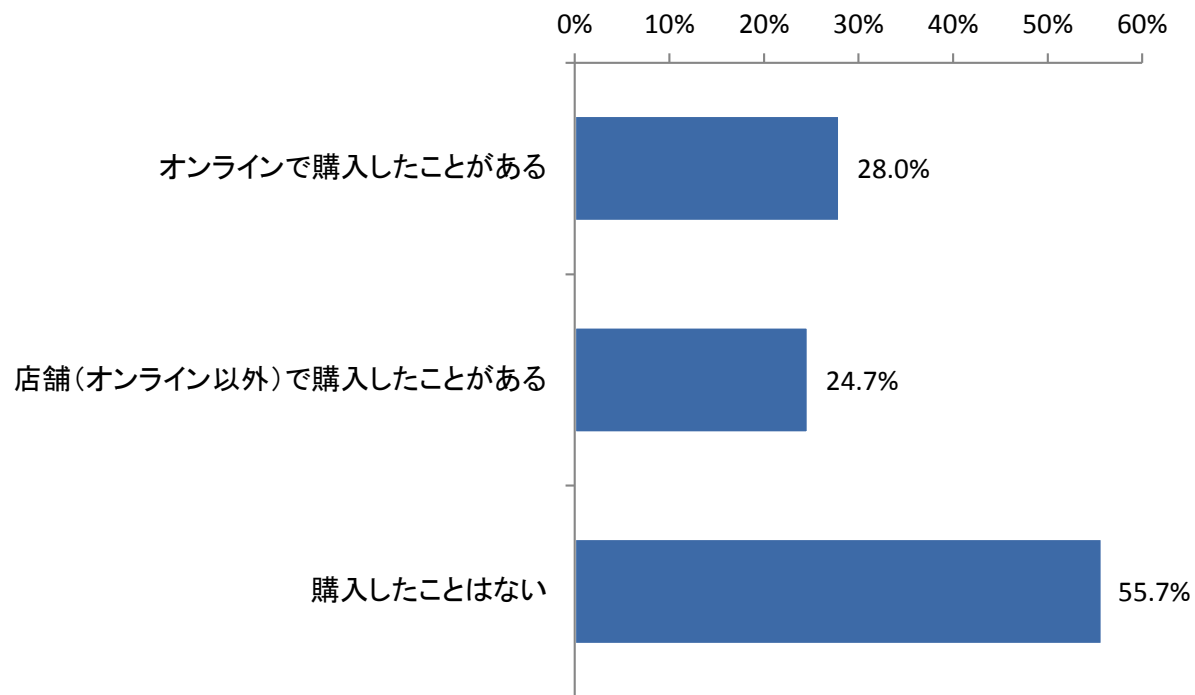
SNSの公式アカウントとのつながり、投稿閲覧等の実施状況

- Q14 あなたは、企業や商品ブランド等によるSNSの公式アカウントとつながっていますか（フォローや友だち登録など）。
(n=520)



SNSの公式アカウントの投稿をきっかけとした商品・サービスの購入状況

- Q15 企業や商品ブランド等によるSNSの公式アカウントの投稿をきっかけとして、その企業や商品ブランド等の商品やサービスを購入したことがありますか。(複数回答)(n=393)

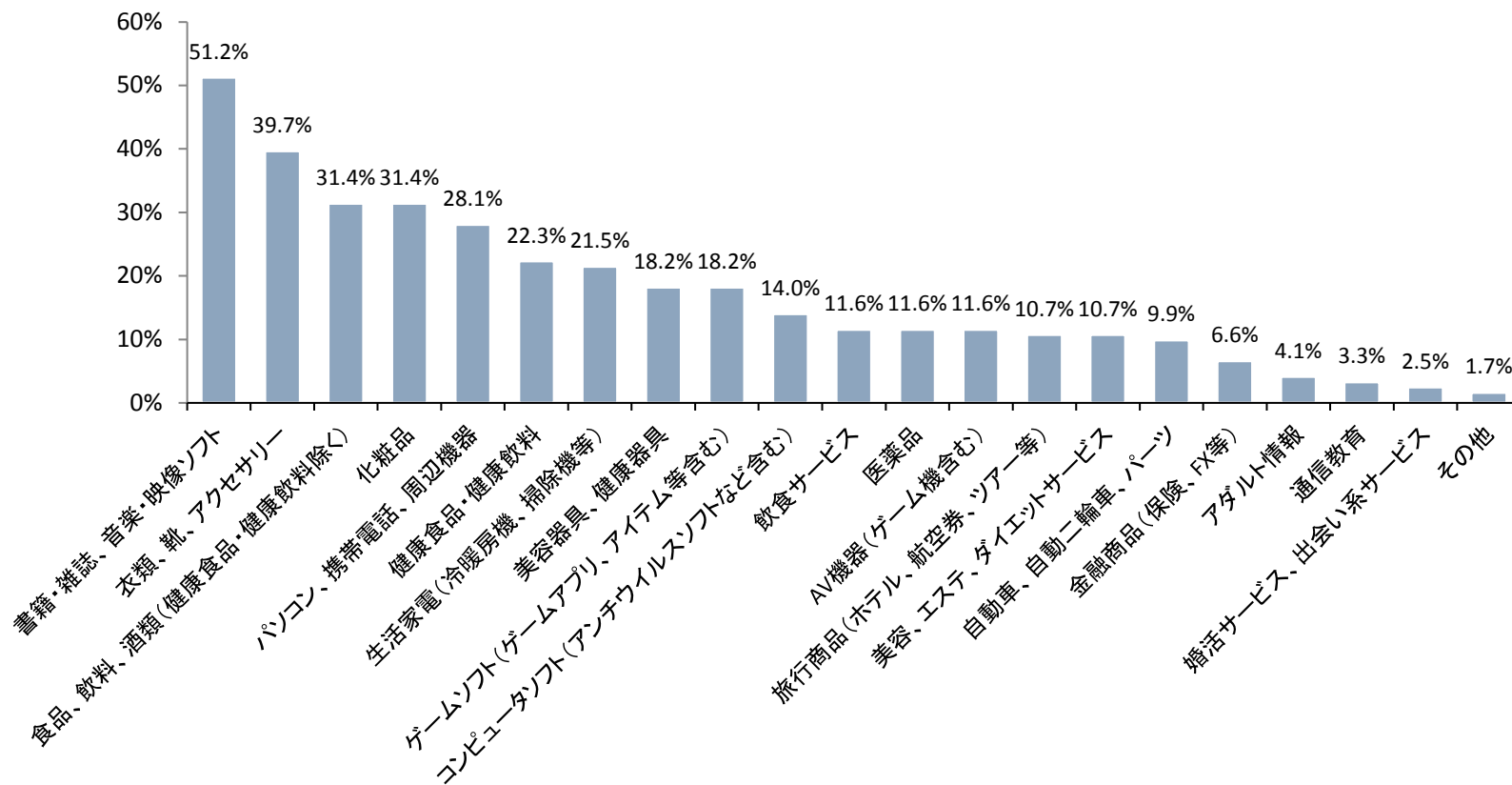


(注)集計対象は、SNSの公式アカウントとつながっている者、又は公式アカウントの投稿を見たことがある者

SNSに表示された広告をきっかけにオンラインで購入した商品・サービス

- Q16-1 SNSに表示された広告をきっかけとして、オンラインで購入したことがある商品やサービスとしてあてはまるもの全てをお選びください。

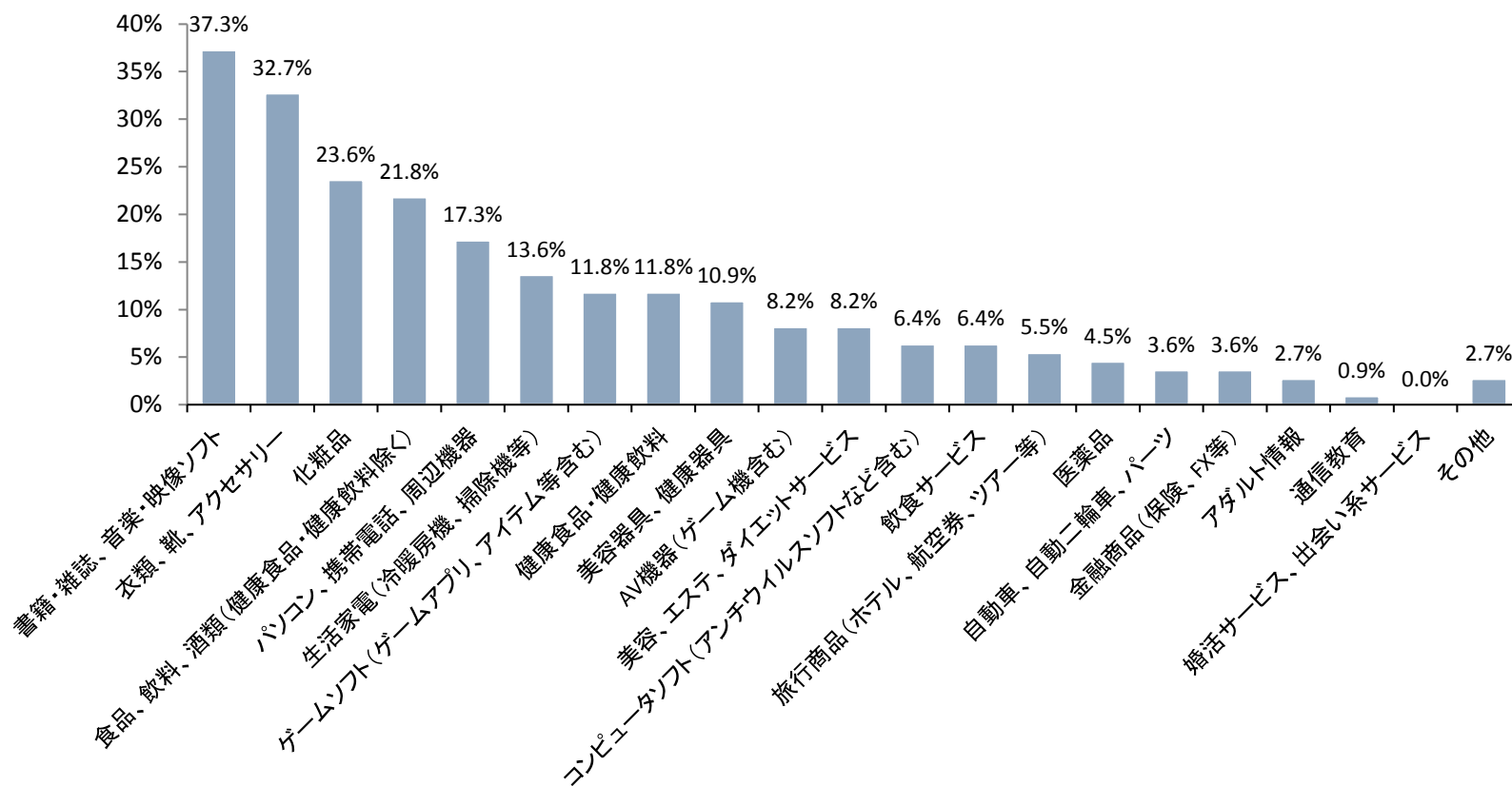
SNSに表示された広告をきっかけにオンラインで購入した商品やサービス(複数回答)(n=121)



SNSの公式アカウントの投稿をきっかけにオンラインで購入した商品・サービス

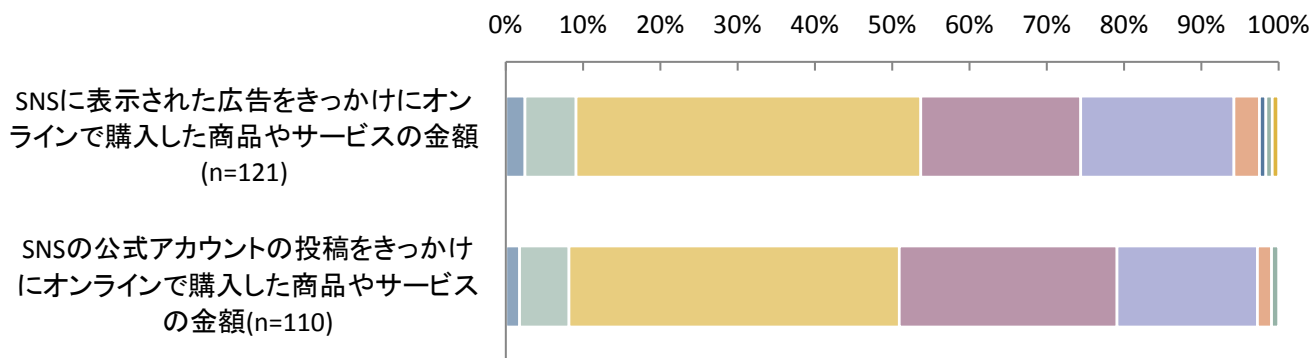
- Q16-2 企業や商品ブランド等によるSNSの公式アカウントの投稿をきっかけとして、オンラインで購入したことがある商品やサービスとしてあてはまるもの全てをお選びください。

SNSの公式アカウントの投稿をきっかけにオンラインで購入した商品やサービス(複数回答)(n=110)



広告、公式アカウントの投稿をきっかけにオンラインで購入した商品・サービスの金額

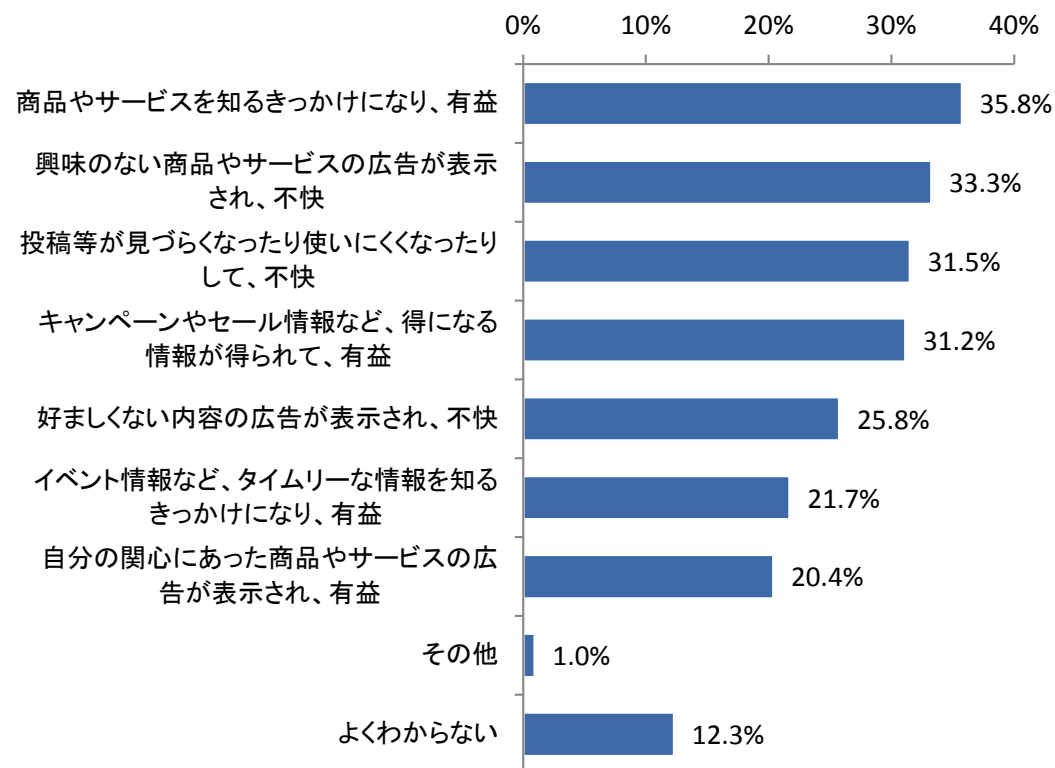
- Q17 「SNSに表示された広告」や、「企業や商品ブランド等によるSNSの公式アカウントの投稿」をきっかけとして、オンラインで購入したことがある商品やサービスの金額はどのくらいでしたか。複数の商品やサービスを購入したことがある場合は、最も金額が高い商品やサービスの金額をお答えください。



	SNSの公式アカウントの投稿をきっかけにオンラインで購入した商品やサービスの金額 (n=110)	SNSに表示された広告をきっかけにオンラインで購入した商品やサービスの金額 (n=121)
■ 500円未満	1.8%	2.5%
■ 500円～1千円未満	6.4%	6.6%
■ 1千円～5千円未満	42.7%	44.6%
■ 5千円～1万円未満	28.2%	20.7%
■ 1万円～5万円未満	18.2%	19.8%
■ 5万円～10万円未満	1.8%	3.3%
■ 10万円～50万円未満	0.0%	0.8%
■ 50万円～100万円未満	0.9%	0.8%
■ 100万円以上	0.0%	0.8%

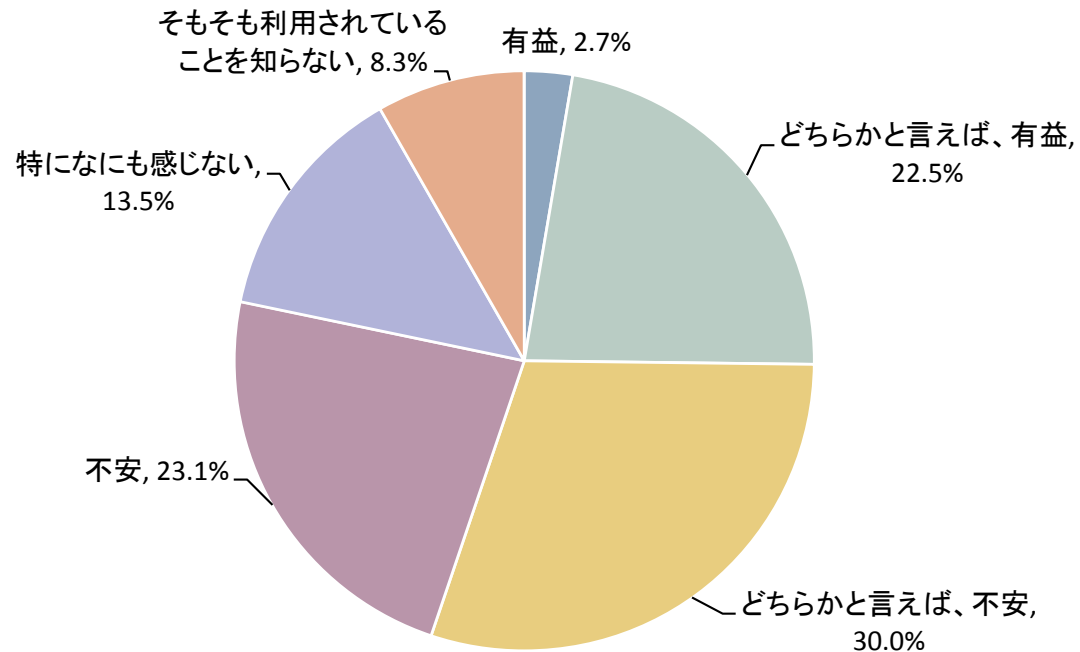
SNSに表示される広告に対する評価

■ Q18 SNSに表示される広告について、どのように感じていますか。(複数回答)(n=520)



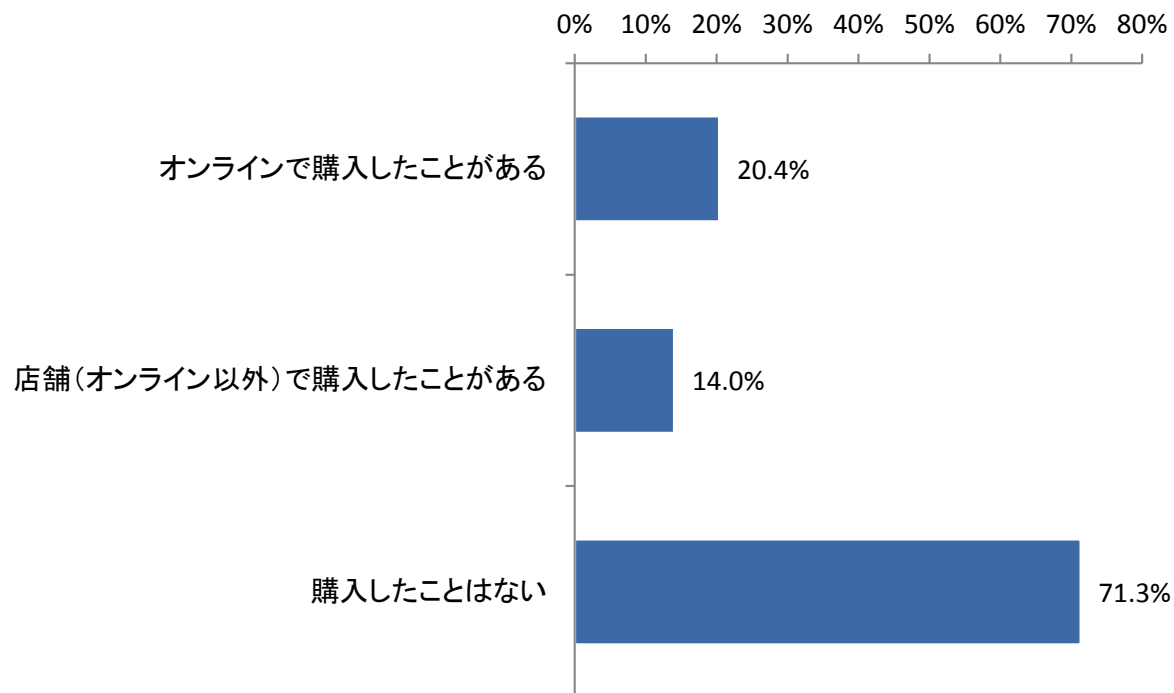
SNS上での「行動ターゲティング広告」に対する評価

- Q19 SNS上でのあなたの閲覧履歴や投稿履歴、位置情報等が、SNSに表示される広告の選定等のために利用されること（いわゆる「行動ターゲティング広告」）について、どのように感じていますか。（n=520）



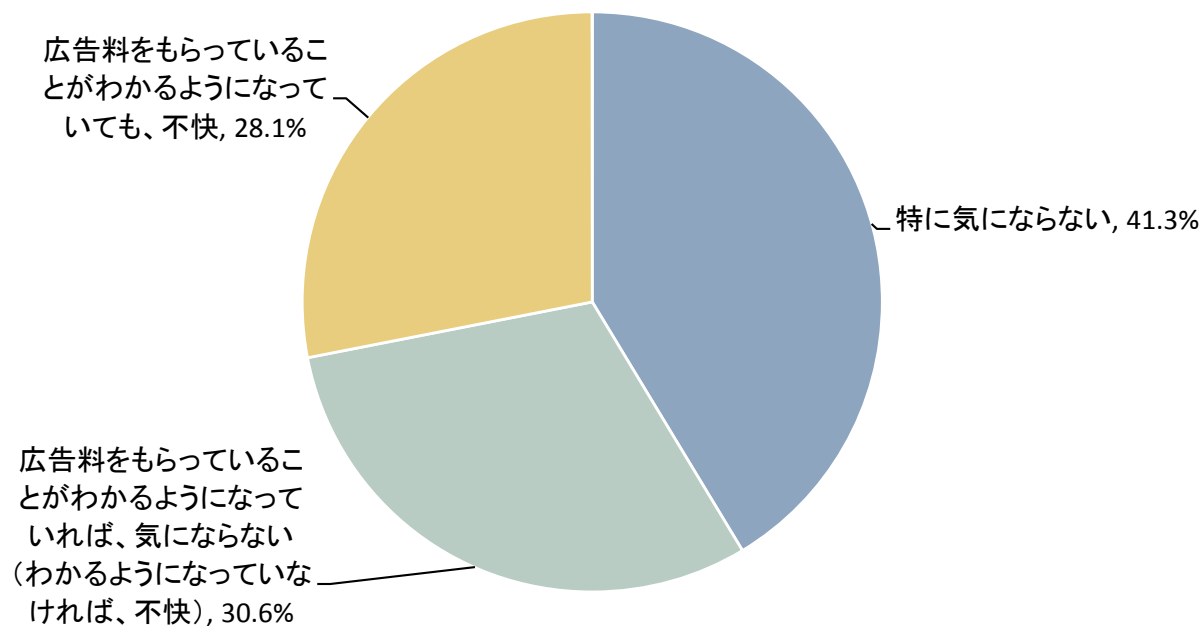
知人・友人等によるSNSの投稿や写真をきっかけとした商品・サービスの購入状況

- Q20 知人・友人等や有名人、よく閲覧している人によるSNSの投稿や写真をきっかけにして、商品やサービスを購入したことがありますか。(複数回答)(n=520)



販売者等から広告料をもらって、SNSに投稿等を掲載する行為に対する評価

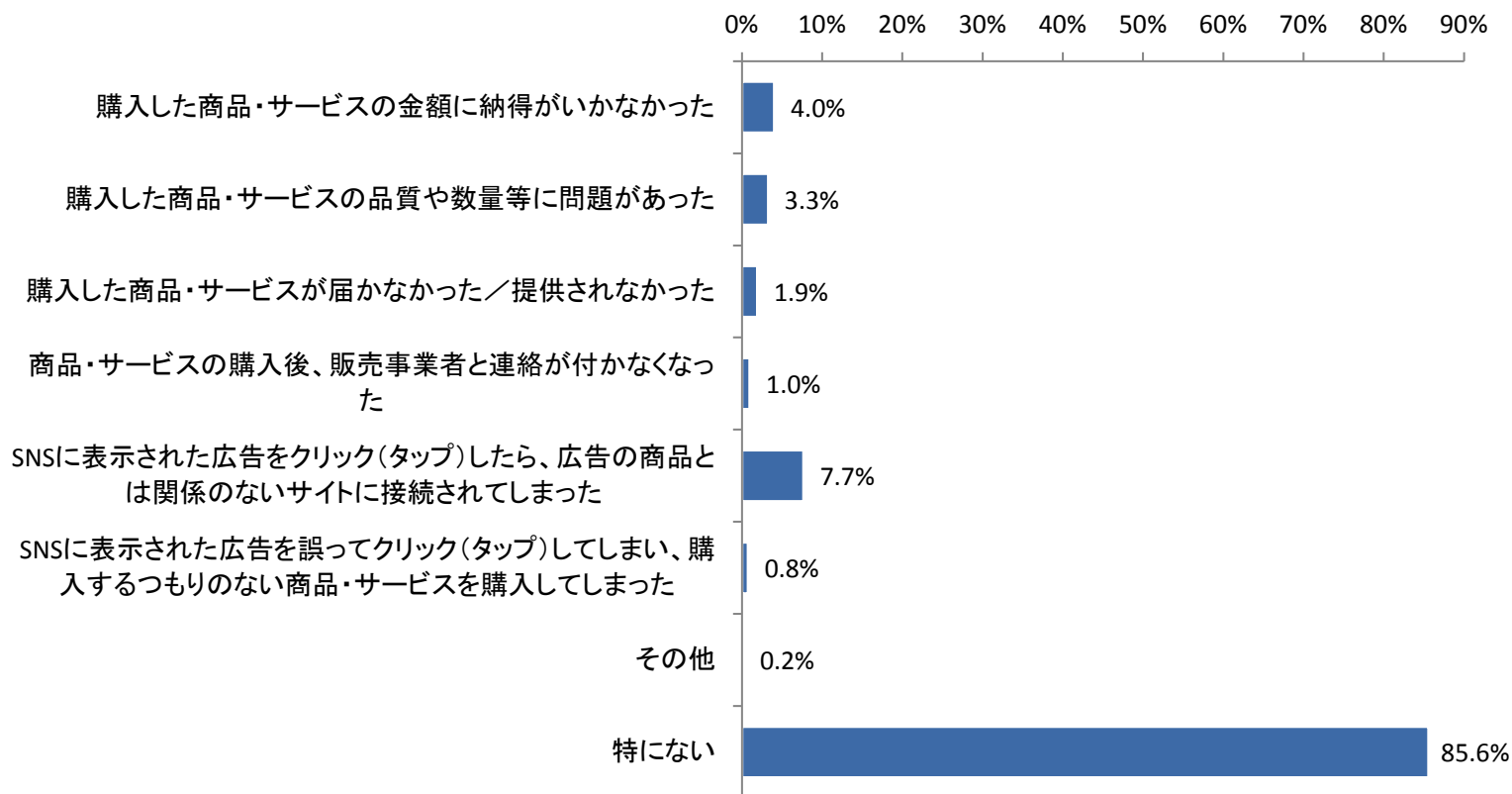
- Q21 商品やサービスの販売者等から広告料をもらって、SNSに投稿や写真を掲載する行為について、どのように感じますか。(n=520)



SNSでの取引に関連するトラブル等の状況

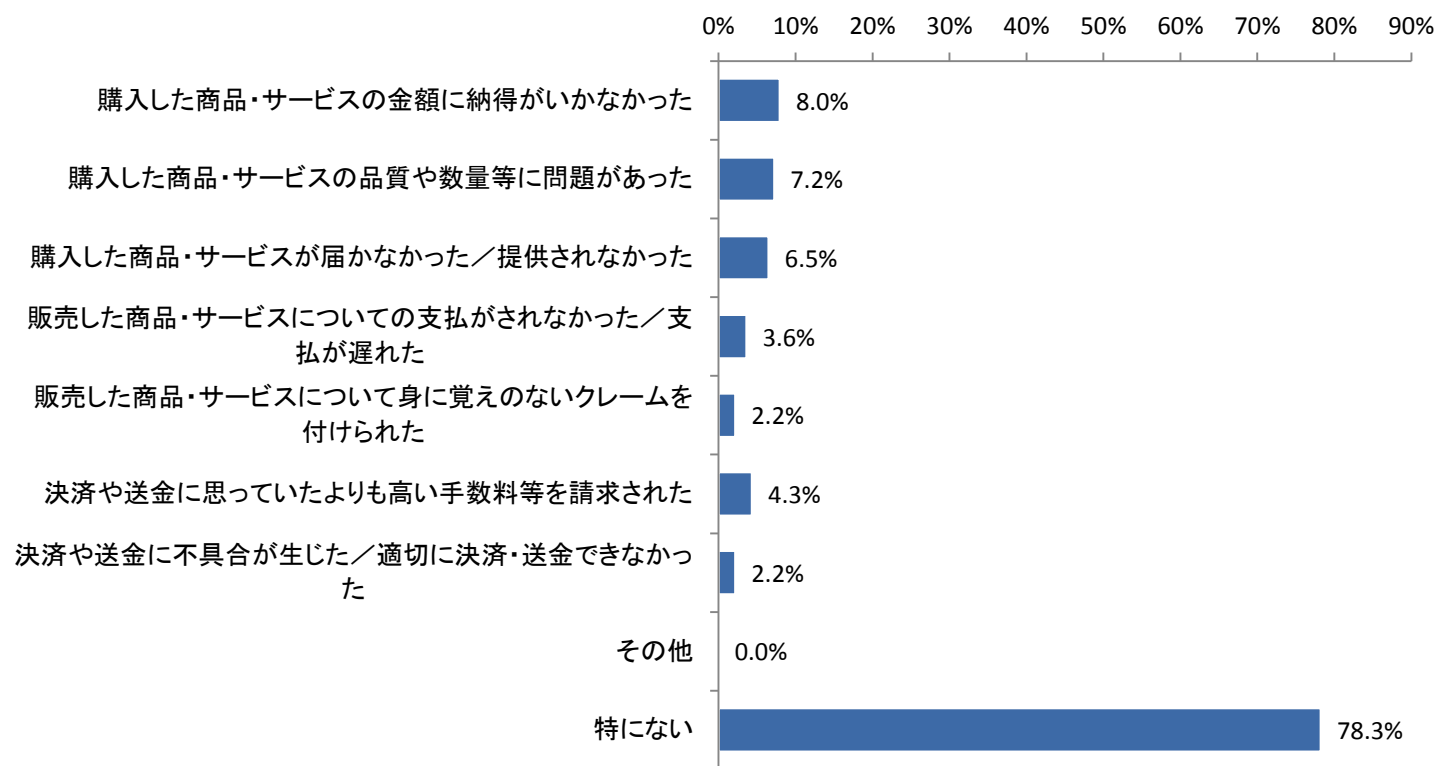
SNSに表示された広告をきっかけとした購入に関するトラブル等の状況

- Q22 SNSに表示された広告をきっかけにした商品やサービスの購入に関して、トラブルや困ったことを経験したことはありますか。(複数回答)(n=520)



SNSに関連したサービスでの有料取引、決済・送金等に関するトラブル等の状況

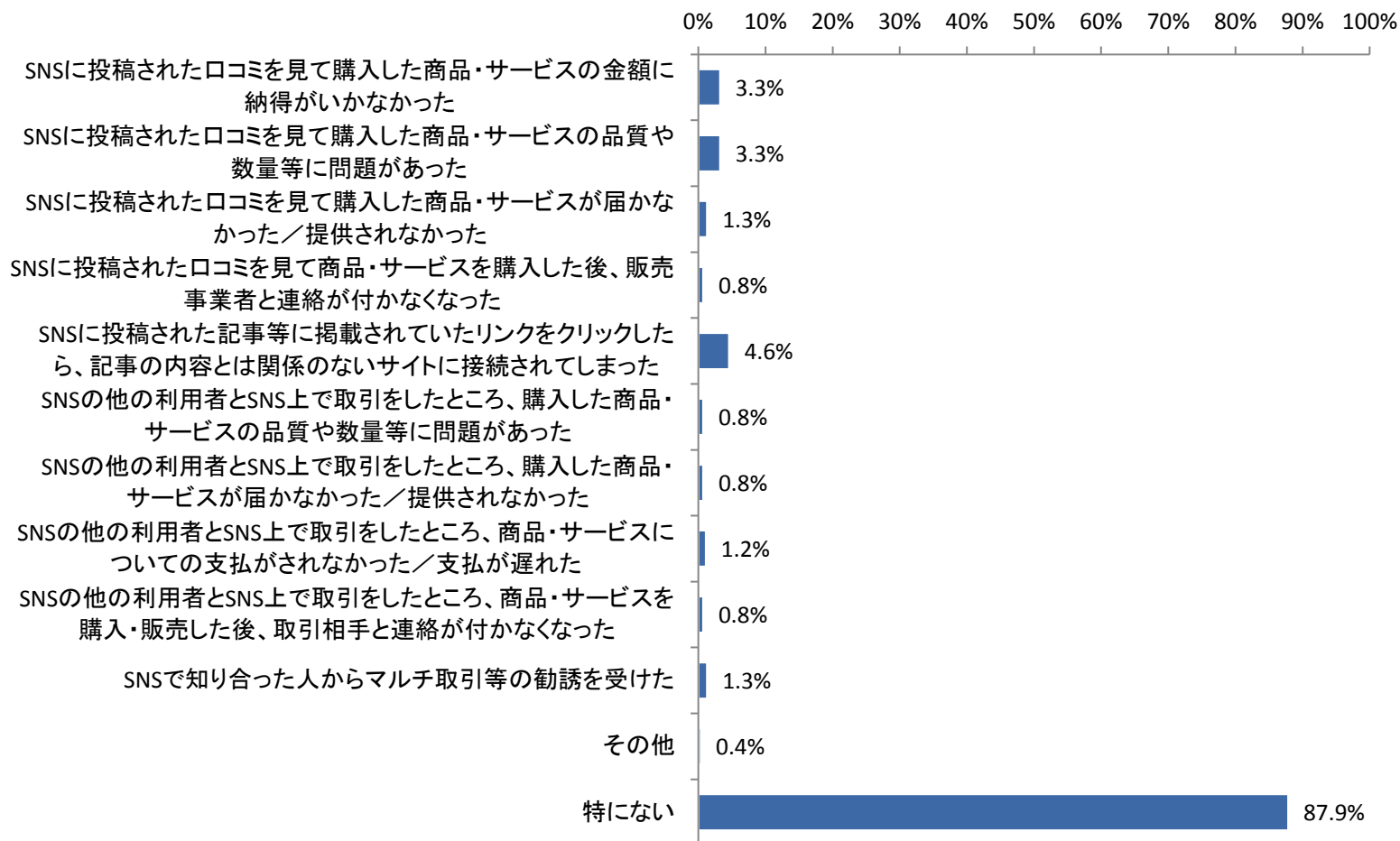
- Q23 SNSに関連したサービス(ゲーム、フリマ、アイテム、決済、送金等)で有料の取引や決済・送金等をしたときに、トラブルや困ったことを経験したことはありますか。(複数回答)(n=138)



(注)集計対象は、SNSに関連したサービスでの有料取引経験者及び決済・送金の利用経験者

SNSでの取引に関連したその他のトラブル等の状況

■ Q24 その他、SNSでの取引に関連してトラブルや困ったことを経験したことはありますか。(複数回答)(n=520)



SNS、SNS関連サービスを安心して利用できるようにするために望む取組み

SNS、SNS関連サービスを安心して利用できるようにするために望む取組み

- Q25-1 SNSや、SNSに関連したサービスを利用するときに「困っていること」や「安心して利用できるようにするために事業者で取り組むべきこと」などがございましたら、具体的にご記入ください。

【事業者に対する要望】

<広告に関する要望>

○広告であることの明示

- 広告とわかりやすいようにしてほしい。誤ってクリックしてしまったりするとウンザリする。
- 安全な広告かわからないので間違えて押してしまうことが不安。

○表示を認める広告範囲の自己決定

- 広告が必ず表示されるのであれば、自分に不要なものが再表示されないようにしてほしい。不要なものが何度もアップされると少し不快に感じる。

○広告・投稿等のパトロール、チェック体制

- 怪しい広告を排除するよう、日頃からチェック体制を強化して欲しい。
- 怪しいサイトが入り込めないようにチェック機能をきちんとしてほしい。

<個人情報・プライバシーの保護等に関する要望>

○個人情報等の把握・利用状況等の見える化

- 個人の情報が業者にどのように把握されているか、利用者からも視認できるようにして欲しい。
- サービスやプライバシーの利用範囲について、明確に周知することが必要だと感じる。

○プライバシー設定等の詳細化、明瞭化

- プライバシー設定をもっとわかりやすくしてほしい。
- 表示内容をもっと細かく設定出来るようにしてほしい。

○個人情報の管理の徹底

- 個人情報などの徹底した管理などしっかりと取り組みをして頂きたい。

SNS、SNS関連サービスを安心して利用できるようにするために望む取組み

- Q25-2 SNSや、SNSに関連したサービスを利用するときに「困っていること」や「安心して利用できるようにするために行政や業界団体等で取り組むべきこと」などがございましたら、具体的にご記入ください。

【行政・業界団体等への要望】

○消費者への普及啓発

- 子供達にわかるように、学校、行政や携帯電話会社で詳しく、教えてほしい。
- SNS利用にあたり、注意すべきことの周知。
- 紛らわしい広告の見分け方。信頼できる企業か確かめるポイント・調べ方。誤ってタップさせようとする悪質な広告の種類や回避方法。

○相談窓口

- 不安や不快な時にどうすればいいか、どこに相談すればいいかを事業者にも周知させて欲しい。
- 情報が悪用された場合の相談窓口を必ず表示する義務を負わせるようにする。

○事業者の信頼性評価、優良表示

- 悪質業者や長年トラブルなく継続してることのマークが欲しい。

○悪質な行為の取締

- AIを駆使して詐欺情報や詐欺に近い物を見つけて取り締まりを強化すればよいと思う。
- サイト上での広告は仕方ないが通常の投稿を装った広告は悪質。なんらかの抑止を考えて欲しい。
- おかしなサイトへ導くような行為は処罰してほしい。
- 誇大広告や、うっかりタップを誘発するような画面を取り締まってほしい。
- 過激なアダルトへの勧誘が過激な写真とかイラストで行われている。18歳未満も閲覧可能なようである。18禁広告には罰則を設けて、2度と広告出来ないようにすべき。
- SNSでの、個人売買は禁止にすべき。詐欺が多いし、少額なので警察に行っても相手にしてくれないことが多いと思う。