

令和3年度

国内外における偽情報に関する意識調査

－ 報告書 －

(概要資料)

2022.3.31

みずほリサーチ&テクノロジーズ株式会社
経営・ITコンサルティング部

1. 調査概要	2
1.1 調査結果のポイント	2
1.2 調査の概要	7
2. 調査結果	8
(1-1) 用語の認知度	8
(2-1) 情報の真偽を見分ける自信	15
(3-1) メディアごとのフェイクニュースを見かける頻度	20
(4-1) 見たことのあるフェイクニュースのジャンル	24
(5) フェイクニュースに接することの多い情報源	26
(6-1) フェイクニュース対策に取り組むべき主体	27
(7) 新型コロナウイルスに関する情報やニュースを見たり聞いたりした方法	29
(8-1) 情報の出所・情報源	30
(9-1) 特に信用できる情報源やメディア・サービス	32
(10-1) 新型コロナウイルスの情報から引き起こされた行動	34
(11-1) 新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関して得た情報	36
(12) 新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関する誤情報を見たときの印象・行動	38
(13) 情報の共有・拡散の方法	39
(14) 情報共有・拡散の理由	40
(15) 情報の真偽を確かめた経験の有無	41
(16) 情報の真偽を確かめた方法	42
(17) 真実または真偽不明の情報として記載されていた媒体	43
(18) 情報の真偽について注意喚起を併記していた媒体	44
(19-1) 新型コロナウイルスに関する情報についての意見	45
(20) SNSプラットフォームからの情報真偽の警告や通知	52

1. 調査概要

1.1 調査結果のポイント（1/5）

□ 情報やニュースに関する情報流通について、調査結果のポイントをまとめた。

項目		内容
用語の認知度	国際比較	<ul style="list-style-type: none">フェイクニュースを「知っている」のは、全対象国において約9～10割台となった。ディープフェイクは、対象国中、日本が最も低かった。日本（58.2%）は、最も高い韓国（91.5%）と33.3ポイント差となった。ファクトチェックは、対象国中、日本が最も低かった。日本（46.5%）は、最も高い韓国（96.6%）と50.1ポイント差となった。
	日本（性別年代別比較）	<ul style="list-style-type: none">フェイクニュース、ディープフェイク、ファクトチェック各用語の認知状況について、「内容や意味を具体的に知っている」に着目すると、性別では「男性」が「女性」より高く、年代では「10代」が「60代」よりも高くなった。
	日本（時系列比較）	<ul style="list-style-type: none">フェイクニュース、ディープフェイク、ファクトチェックの各用語とも認知度が上昇している。
情報の真偽を見分ける自信 【インターネットやメディアで流れる情報全般】	国際比較	<ul style="list-style-type: none">最も「自信がある」のは、ドイツ（80.0%）、最も低いのは日本（28.8%）となった。
	日本（性別年代別比較）	<ul style="list-style-type: none">年代別にみると、20～60代は「自信がない」が「自信がある」を上回った。10代のみ「自信がある」が「自信がない」を上回った。
情報の真偽を見分ける自信 【新型コロナウイルス関連の情報】	国際比較	<ul style="list-style-type: none">最も「自信がある」のは、ドイツ（73.5%）、最も低いのは日本（30.9%）となった。
	日本（性別年代別比較）	<ul style="list-style-type: none">年代別にみると、20～40代は「自信がない」が「自信がある」を上回った。10代、50代、60代は「自信がある」が「自信がない」を上回った。

1. 調査概要

1.1 調査結果のポイント (2/5)

項目		内容
メディアごとのフェイクニュースを見かける頻度	国際比較	<ul style="list-style-type: none"> 「週1回以上」に着目すると、インターネット上のメディア（SNSやブログなど）は、日本（約3割台）は、日本以外の対象国（約4～5割台）と比べて低くなった。 インターネット以外のメディア（テレビや新聞など）は、日本、イギリス、ドイツは約2～3割台であり、アメリカ、フランス、韓国（約4～5割台）と比べて低くなった。 まとめサイト（例：2ちゃんねる・5ちゃんねるまとめブログ、●●速報など）は日本のみで調査。「週1回以上」は約4割。
	日本（時系列比較）	<ul style="list-style-type: none"> 「週1回以上」という回答について、2022年3月調査と2021年3月調査と比較した。 「インターネット上のメディア（SNSやブログなど）」は10.1ポイント増、「インターネット以外のメディア（テレビや新聞など）」は6.9ポイント増。
見たことのあるフェイクニュースのジャンル	国際比較	<ul style="list-style-type: none"> 日本の上位3つは「新型コロナウイルスに関すること」（54.7%）、「スポーツ・芸能・文化に関すること」（39.4%）、「社会・事件に関すること」（21.3%）であった。 日本が諸外国よりも高くなったのは「スポーツ・芸能・文化に関すること」であり、日本（39.4%）は2位の韓国（27.6%）よりも11.8ポイント高くなった。逆に日本が諸外国と比較して低く、差が大きかったのは「国内政治に関すること」で日本は対象国中最下位（17.6%）であり、最も高い韓国（62.3%）よりも44.7ポイント低くなった。次いで、「環境問題（気候変動）に関すること」は日本（11.5%）が最下位であり、最も高いアメリカ及びドイツ（それぞれ34.4%）よりも22.9ポイント低くなった。
	日本（時系列比較）	<ul style="list-style-type: none"> 「新型コロナウイルスに関すること」は、2021年3月調査の37.0%から、2022年2月調査では54.7%となり、17.7ポイント増となった。
フェイクニュースに接することの多い情報源	国際比較	<ul style="list-style-type: none"> 日本の上位3つは「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」（58.5%）、「テレビ」（26.7%）、「ポータルサイトやソーシャルメディアによるニュース配信」（25.0%）であった。 日本が諸外国よりも高くなったのは「まとめサイト」であり、日本（24.3%）は2番目の「韓国」（11.8%）よりも10ポイント以上高くなった。逆に諸外国と比較して日本のみが大幅に低くなった選択肢※として、「新聞」、「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」、「メッセージングサービス」、「友人や家族からの情報」、「SNS上の有名人やインフルエンサー」をフェイクニュースの情報源と回答する割合が低かった。 ※日本が諸外国で最下位で、かつ2番目に低い対象国よりも5ポイント以上差のあった選択肢に着目した。
フェイクニュース対策に取り組むべき主体	国際比較	<ul style="list-style-type: none"> 最も高くなったのは、日本、アメリカ、イギリス、フランスでは「報道機関、放送局、ジャーナリスト」。ドイツは「ソーシャルメディアサービスを提供している事業者」。韓国は「政府機関」となった。
	日本（時系列比較）	<ul style="list-style-type: none"> 上昇傾向を示した項目に着目すると、「報道機関、放送局、ジャーナリスト」（2020年2月37.0%、2021年3月40.0%、2022年2月48.2%）、「個人（信用性の低い情報を拡散しないなど、自分自身のリテラシー向上）」（2020年2月32.0%、2021年3月34.0%、2022年2月42.8%）であった。

1. 調査概要

1.1 調査結果のポイント (3/5)

項目		内容
新型コロナウイルスに関する情報やニュースを見たり聞いたりした方法	国際比較	<ul style="list-style-type: none">日本は「民間放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」、諸外国は「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」が最も高くなった。SNSやマスメディア上でのインフルエンサー・有名人や、知らない人の意見からコロナウイルス等の情報を取得した経験に着目すると、日本と韓国は、その他の対象国と比較して回答割合が低い（10%以下）。アメリカ、ドイツでは約1~2割であった。日本や韓国は、対象国と比べて「世界保健機関（WHO）や専門機関のウェブサイトや情報発信」を見ていない（日本8.8%、韓国13.6%）。
	情報の出所・情報源	<ul style="list-style-type: none">日本は「民間放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」、アメリカ、イギリス、フランス、韓国では「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信」、ドイツでは「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」が最も高くなった。日本は、他の対象国と比較して「世界保健機関（WHO）や専門機関のウェブサイトや情報発信」の回答割合が低い（日本16.5%、他の対象国2~3割）。知人や知人以外が投稿した意見や、拡散した情報をどの程度情報源としているかに着目すると、日本は対象国と比較して全般的に回答割合が低い（5~6%台）。アメリカでは約2~3割となっている。ドイツでは、意見の方が拡散された情報よりも高くなった。
特に信用できる情報源やメディア・サービス	国際比較	<ul style="list-style-type: none">日本、イギリス、フランス、韓国では「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信」、アメリカでは「世界保健機関（WHO）や専門機関のウェブサイトや情報発信」が、ドイツでは「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」が最も高くなった。日本は、諸外国と異なり、「民間放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」が「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」と同じ程度に高い。
	日本（性別年代別比較）	<ul style="list-style-type: none">10代~40代において「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信」、50代、60代において「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」が高くなった。
新型コロナウイルスの情報から引き起こされた行動	国際比較	<ul style="list-style-type: none">すべての国において、「マスクを着用するようになった」が最も高くなった。このうち、韓国（86.2%）、日本（86.1%）が特に高い回答割合となった。
	日本（時系列比較）	<ul style="list-style-type: none">2020年6月調査と2022年2月調査を比較すると減少した自身の行動は多い。このうち、最も減少幅が大きかったのは、「外出を控えるようになった」（21.8ポイント減）であった。

1. 調査概要

1.1 調査結果のポイント (4/5)

項目		内容
新型コロナウイルス やコロナウイルスワ クチンに関して得た情 報 【これまでに見たり 聞いたりしたことが ある情報】	国際比較	<ul style="list-style-type: none">「フェイクニュースを見た」（全体から「上記について見たり聞いたりしたことはない」の回答を除いた割合）をみると、日本は約6割、対象国は7~8割であった。最も高くなったのは、日本では「上記について見たり聞いたりしたことはない」、イギリス、フランス、ドイツ、韓国は「新型コロナウイルスはただの風邪である」、アメリカは「ビタミンDは新型コロナウイルス予防に効果がある」となった。
	日本（性別年 代別比較）	<ul style="list-style-type: none">20代、40~60代において「上記について見たり聞いたりしたことはない」、10代、30代において「新型コロナウイルスはただの風邪である」が最も高くなった。
新型コロナウイルス やコロナウイルスワ クチンに関する誤情 報を見たときの印 象・行動	国際比較	<ul style="list-style-type: none">日本において、「正しい情報だと思った」の回答が高くなった上位3つをみると、「ビタミンDは新型コロナウイルス予防に効果がある」（43.6%）、「こまめに水を飲むと新型コロナウイルス予防に効果がある」（37.4%）、「納豆を食べると新型コロナウイルス予防に効果がある」（29.0%）であった。全対象国に共通した意見として、「お茶・紅茶、水、納豆、ビタミンDなどの飲食物を摂取すると新型コロナ予防に効果がある」が、「正しい情報だと思った」の割合が高くなった。
情報の共有・拡散 の方法	国際比較	<ul style="list-style-type: none">日本は諸外国と比べて「正しい情報だと思った・情報を信じたため、共有・拡散した」と回答した人が少ない。日本は回答者が4.75%（95/2,000名）であり、他国は15.5~26.0%であった。全ての対象国において、身近な人等に対して、直接会ったり、メッセージアプリを通じて情報共有する方法が高くなった。
情報共有・拡散の 理由	国際比較	<ul style="list-style-type: none">韓国以外の対象国においては、「真偽がわからなくても他の人にとって役に立つ」という理由で情報共有・拡散した人が最も多くなった。韓国では「その時点では、その情報が正しいものだ」と信じ、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから」が最も高くなった。
情報の真偽を確か めた経験の有無	国際比較	<ul style="list-style-type: none">情報の真偽を「調べる」のは、調査対象国のうち欧米は約4~5割台、アジアでは約3割となった。
情報の真偽を確か めた方法	国際比較	<ul style="list-style-type: none">日本、フランス、韓国では「自国の政府機関」が最も高くなった。アメリカ、イギリス、ドイツでは「世界保健機関（WHO）や専門機関による情報を確認した」が最も高くなった。

1. 調査概要

1.1 調査結果のポイント (5/5)

項目		内容
真実または真偽不明の情報として記載されていた媒体	国際比較	<ul style="list-style-type: none">日本では「Twitter」、アメリカ、イギリス、ドイツでは「Facebook」、フランスでは「自国の政府機関」、韓国では「YouTube」が最も高くなった。
情報の真偽について注意喚起を併記していた媒体	国際比較	<ul style="list-style-type: none">日本では「民間放送局」、アメリカ、イギリス、フランス、韓国では「自国の政府機関」、ドイツでは「Facebook」が最も高くなった。
新型コロナウイルスに関する情報についての意見	国際比較	<ul style="list-style-type: none">「思う」（強くそう思う+ある程度そう思う）に着目する。日本において、上位3つをみると、「新型コロナウイルスについて、何が正しいのか、何が間違っているのかを判断するのは難しい」（59.4%）、「新型コロナウイルスに関するファクトチェックがもっと積極的に行われることが必要だ」（53.7%）、「SNS事業者は新型コロナウイルスに関するファクトチェック結果をユーザに対して届けることが必要だ」（51.6%）であった。全対象国に共通した意見として、「新型コロナウイルスに関するファクトチェックがもっと積極的に行われることが必要だ」、「SNS事業者は新型コロナウイルスに関するファクトチェック結果をユーザに対して届けることが必要だ」について、「思う」の割合が上位3位までに入った。
	日本（時系列比較）	<ul style="list-style-type: none">2020年6月調査と2022年2月調査を比較して「思う」の増減割合が高い回答に着目する。増加したのは、「SNS事業者が新型コロナウイルスに関する間違った情報や誤解を招く情報に対してどのような対応を行っているのかわからない」（10.0ポイント増）、「テレビ放送局は、新型コロナウイルスについて正しい情報を報道している」（5.1ポイント増）であった。減少したのは、「新型コロナウイルスに関する情報をもっと収集したい」（11.2ポイント減）となった。
SNSプラットフォームからの情報真偽の警告や通知	国際比較	<ul style="list-style-type: none">日本、イギリス、ドイツは「目にしたことがない」がアメリカ、フランス、韓国よりも高くなった。

1. 調査概要

1.2 調査の概要

- 我が国と諸外国における偽情報に関する意識調査では、ウェブアンケートによって、日常の情報入手手段やフェイクニュースの接触経験等の実態を把握することを目的とした。

対象：	<ul style="list-style-type: none">・普段インターネットを1週間に1回以上かつ1日数分以上利用している人を対象とした。 ※電子メールのみの利用者は対象外とした。・年齢（10※、20、30、40、50、60代以上）と性別（男性、女性）の、6属性×2属性で回収設計した。 ※10代は15歳以上。・地域バランス：各国全地域を対象とする。ランダムサンプリングをおこなった。 <p style="text-align: center;"></p> <p style="text-align: center;">【例：日本における性年代別の割付数】</p> <table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"><thead><tr><th></th><th>10代</th><th>20代</th><th>30代</th><th>40代</th><th>50代</th><th>60代</th><th>計</th></tr></thead><tbody><tr><th>男性</th><td>166</td><td>166</td><td>167</td><td>167</td><td>167</td><td>167</td><td>1,000</td></tr><tr><th>女性</th><td>166</td><td>166</td><td>167</td><td>167</td><td>167</td><td>167</td><td>1,000</td></tr></tbody></table> <p style="text-align: right;">※諸外国での1,000件回収の場合は、各セルは左表の半分。</p>		10代	20代	30代	40代	50代	60代	計	男性	166	166	167	167	167	167	1,000	女性	166	166	167	167	167	167	1,000
	10代	20代	30代	40代	50代	60代	計																		
男性	166	166	167	167	167	167	1,000																		
女性	166	166	167	167	167	167	1,000																		
サンプルサイズ：	日本：2,000件 アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、韓国：1,000件																								
調査方法：	ウェブアンケート調査																								
調査台帳：	アンケート調査会社が保有する調査モニター（会員台帳）																								
設問数：	約40問（スクリーニング設問＋本設問）																								

2. 調査結果

国際比較

調査結果 (1-1) 用語の認知度

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか

フェイクニュース(定まった定義はないが、何らかの利益を得ることや意図的に騙すことを目的としたいわゆる「偽情報」や、単に誤った情報である「誤情報」や「デマ」などを広く指すもの)

- 日本における上位3つをみると「なんとなく内容や意味を知っている」(43.0%)、「内容や意味を具体的に知っている」(38.7%)、「言葉は聞いたことがある」(13.0%)が高くなった。
- 「知っている」(内容や意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目する。日本を含めた諸外国について高くなった順にみる。イギリス(98.5%)、韓国(98.3%)、ドイツ(98.1%)、フランス(97.6%)、アメリカ(96.5%)、日本(94.7%)となった。**全対象国において約9割台となった。**

	全体	内容や意味を具体的に知っている	なんとなく内容や意味を知っている	言葉は聞いたことがある	知らない	知っている
日本	(2000)	38.7	43.0	13.0	5.4	94.7
アメリカ	(1000)	49.7	33.8	13.0	3.5	96.5
イギリス	(1000)	45.0	41.2	12.3	1.5	98.5
フランス	(1000)	55.4	34.1	8.1	2.4	97.6
ドイツ	(1000)	58.5	32.7	6.9	1.9	98.1
韓国	(1000)	43.3	47.4	7.6	1.7	98.3

2. 調査結果

国際比較

調査結果 (1-2) 用語の認知度

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか

ディープフェイク(AI技術や機械学習の技術を悪用して作り出された偽の映像)

- 日本における上位3つをみると「知らない」(41.9%)、「なんとなく内容や意味を知っている」(25.9%)、「言葉は聞いたことがある」(17.0%)が高かった。
- 「知っている」(内容を意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目し、日本を含めた諸外国について高かった順にみると、韓国(91.5%)、ドイツ(83.5%)、フランス(79.2%)、アメリカ(78.0%)、イギリス(73.9%)、日本(58.2%)となった。**日本が対象国中最も低かった。日本(58.2%)は、最も高い韓国(91.5%)と33.3ポイント差となった。**

	全体	内容を意味を具体的に知っている	なんとなく内容や意味を知っている	言葉は聞いたことがある	知らない	知っている
日本	(2000)	15.3	25.9	17.0	41.9	58.2
アメリカ	(1000)	27.9	29.3	20.8	22.0	78.0
イギリス	(1000)	21.5	26.5	25.9	26.1	73.9
フランス	(1000)	24.2	29.8	25.2	20.8	79.2
ドイツ	(1000)	25.0	36.2	22.3	16.5	83.5
韓国	(1000)	32.7	41.2	17.6	8.5	91.5

2. 調査結果

国際比較

調査結果 (1-3) 用語の認知度

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか

ファクトチェック(偽情報に対抗するために、情報の真偽を検証する活動のこと)

- 日本における上位3つをみると「知らない」(53.6%)、「なんとなく内容や意味を知っている」(18.4%)、「言葉は聞いたことがある」(18.0%)が高かった。
- 「知っている」(内容を意味を具体的に知っている+なんとなく内容や意味を知っている+言葉は聞いたことがある)に着目し、日本と諸外国について高い順にみると、韓国(96.6%)、アメリカ(95.2%)、イギリス(89.5%)、ドイツ(78.7%)、フランス(70.8%)、日本(46.5%)となった。**日本が対象国中最も低かった。日本(46.5%)は、最も高い韓国(96.6%)と50.1ポイント差となった。**

	全体	内容を意味を具体的に知っている	なんとなく内容や意味を知っている	言葉は聞いたことがある	知らない	知っている
日本	(2000)	10.2	18.4	18.0	53.6	46.5
アメリカ	(1000)	53.0	28.9	13.3	4.8	95.2
イギリス	(1000)	34.9	35.7	18.9	10.5	89.5
フランス	(1000)	22.1	22.1	26.6	29.2	70.8
ドイツ	(1000)	26.0	32.0	20.7	21.3	78.7
韓国	(1000)	44.6	40.6	11.4	3.4	96.6

2. 調査結果

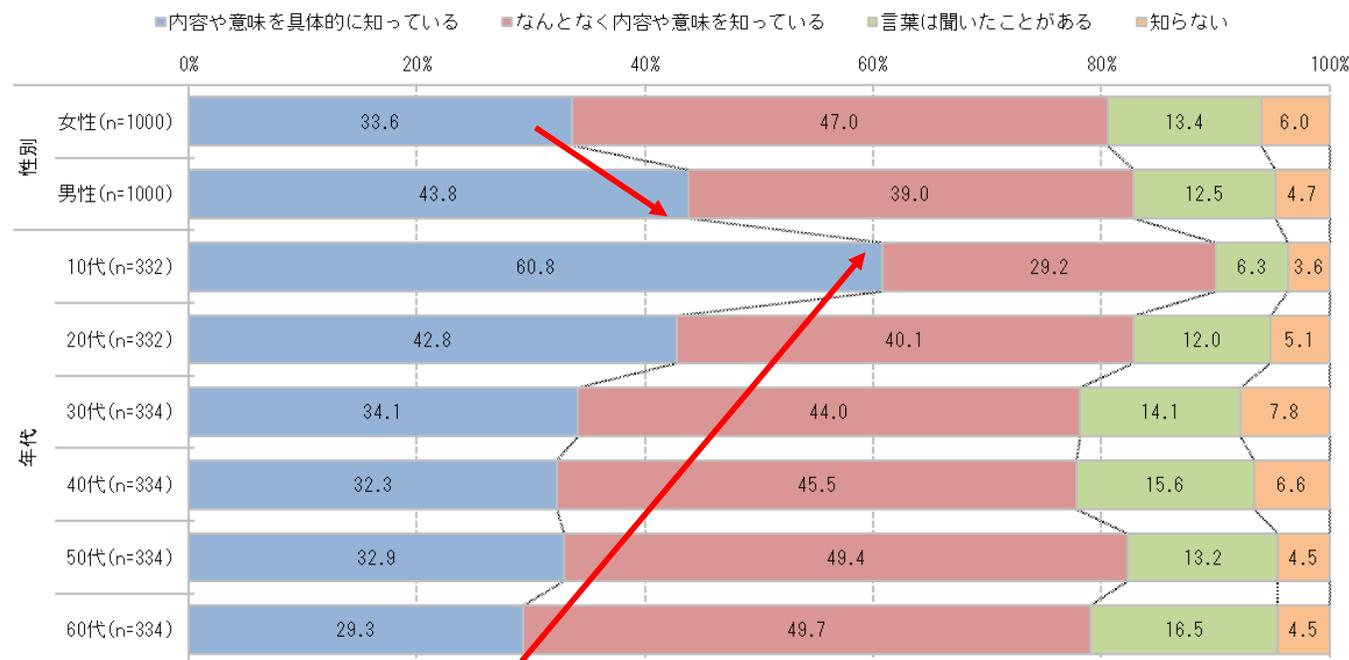
日本（性別年代別比較）

調査結果（1-4）用語の認知度

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか

フェイクニュース(定まった定義はないが、何らかの利益を得ることや意図的に騙すことを目的としたいわゆる「偽情報」や、単に誤った情報である「誤情報」や「デマ」などを広く指すもの)

- 日本について、性別・年代別でみる。「知っている」（内容や意味を具体的に知っている + なんとなく内容や意味を知っている + 言葉は聞いたことがある）に着目する。
- 性別では、「女性」（94.0%）、「男性」（95.3%）となった。年代別では、最も高かったのは「10代」（96.3%）、逆に最も低かったのは「30代」（92.2%）となった。
- フェイクニュースの用語の認知状況について、「内容や意味を具体的に知っている」に着目すると、性別では「男性」が「女性」より高く（10.2ポイント高）、年代別では「10代」が「60代」よりも高くなった（31.5ポイント高）。
- 3つの用語（フェイクニュース・ディープフェイク・ファクトチェック）の認知状況について、「内容や意味を具体的に知っている」に着目すると、性別では「男性」が「女性」より高く、年代では「10代」が「60代」よりも高くなった。

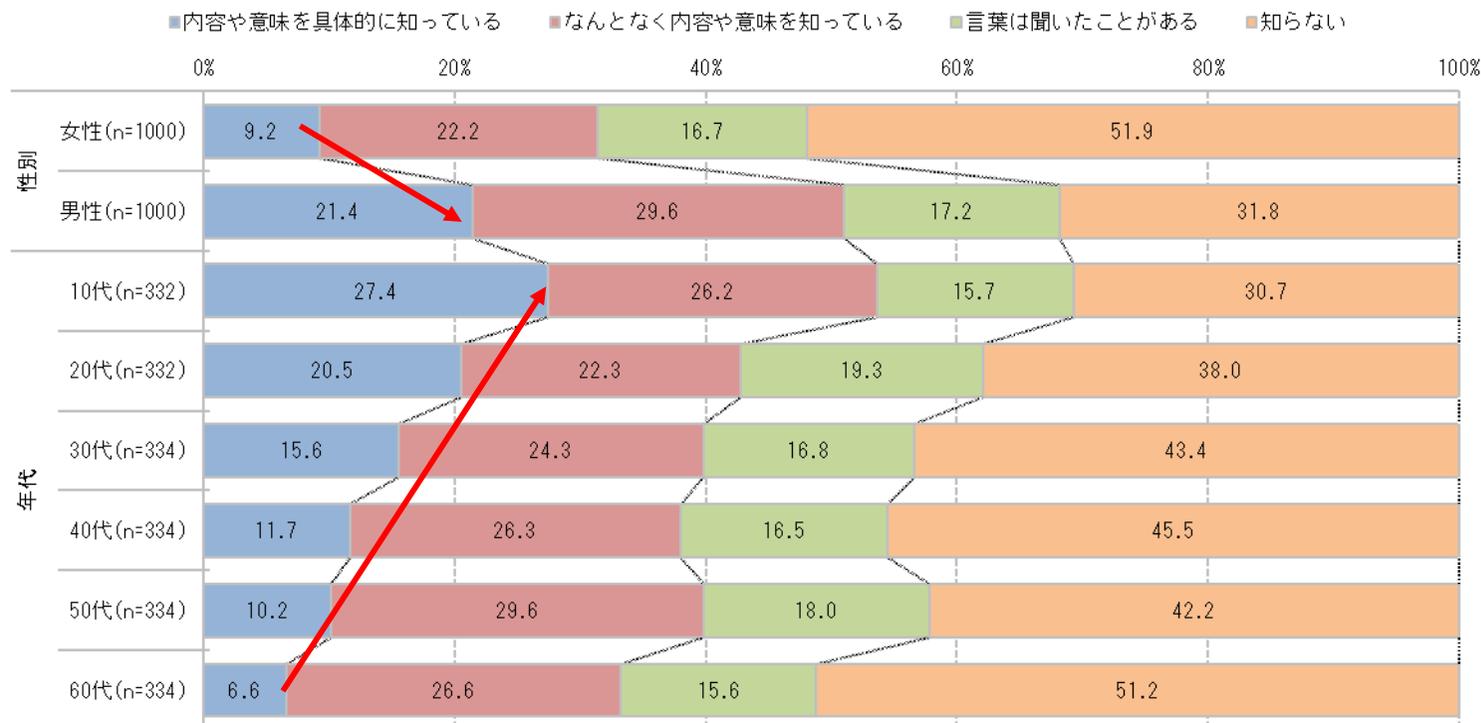


調査結果（1-5）用語の認知度

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか

ディープフェイク(AI技術や機械学習の技術を悪用して作り出された偽の映像)

- 日本について、性別・年代別でみる。「知っている」（内容や意味を具体的に知っている + なんとなく内容や意味を知っている + 言葉は聞いたことがある）に着目する。
- 性別では、「女性」（48.1%）、「男性」（68.2%）となった。年代別では、最も高かったのは、「10代」（69.3%）で、逆に最も低かったのは「60代」（48.8%）となった。
- ディープフェイクの用語の認知状況について、「内容や意味を具体的に知っている」に着目すると、性別では「男性」が「女性」より高く（12.2ポイント高）、年代別では「10代」が「60代」よりも高くなった（20.8ポイント高）。



2. 調査結果

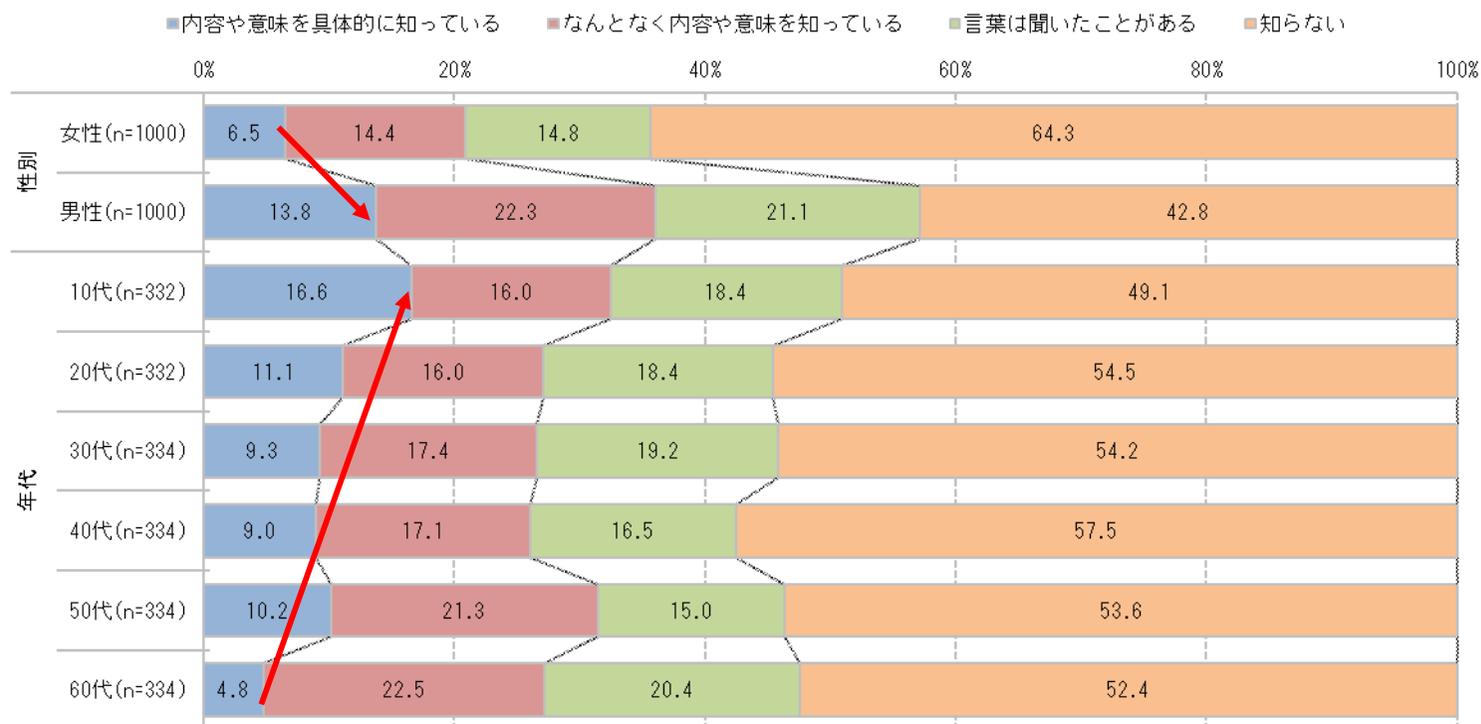
日本（性別年代別比較）

調査結果（1-6）用語の認知度

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか

ファクトチェック(偽情報に対抗するために、情報の真偽を検証する活動のこと)

- 日本について、性別・年代別でみる。「知っている」（内容や意味を具体的に知っている＋なんとなく内容や意味を知っている＋言葉は聞いたことがある）に着目する。
- 性別では、「女性」（35.7%）、「男性」（57.2%）となった。年代別では、最も高かったのは、「10代」（51.0%）で、逆に最も低かったのは「40代」（42.5%）となった。
- ファクトチェックの用語の認知状況について、「内容や意味を具体的に知っている」に着目すると、性別では「男性」が「女性」より高く（7.3ポイント高）、年代別では「10代」が「60代」よりも高かった（11.8ポイント高）。



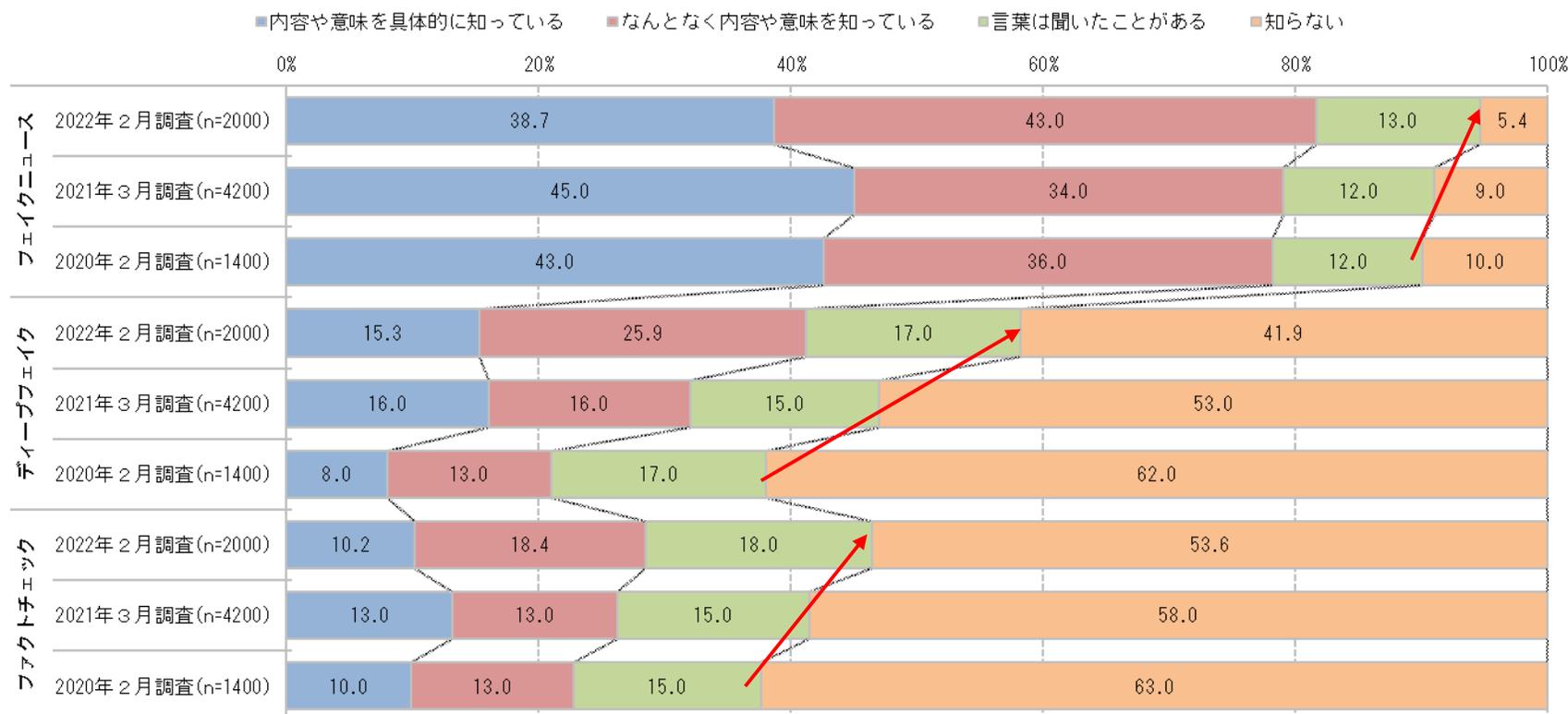
2. 調査結果

日本（時系列比較）

調査結果（1-7）用語の認知度

あなたは次の用語について、どの程度知っていますか

- 「知っている」（内容や意味を具体的に知っている + なんとなく内容や意味を知っている + 言葉は聞いたことがある）に着目する。
- それぞれ、「フェイクニュース」（94.7%）、「ディープフェイク」（58.2%）、「ファクトチェック」（46.6%）となった。**各用語とも認知度が上昇している。**



フェイクニュース	定まった定義はないが、何らかの利益を得ることや意図的に騙すことを目的としたいわゆる「偽情報」や、単に誤った情報である「誤情報」や「デマ」などを広く指すもの
ディープフェイク	AI技術や機械学習の技術を悪用して作り出された偽の映像
ファクトチェック	偽情報に対抗するために、情報の真偽を検証する活動のこと

2. 調査結果

国際比較

調査結果 (2-1) 情報の真偽を見分ける自信

あなたは、情報の真偽を見分ける自信はありますか。それぞれあてはまるものをお知らせください。

インターネットやメディアで流れる情報全般

- 日本における上位3つをみると「どちらでもない」(35.6%)、「あまり自信がない」(27.8%)、「ある程度自信がある」(26.0%)が高くなった。
- 日本を含めた対象国についてみる。「**自信がある**」(非常に自信がある+ある程度自信がある)に着目する。ドイツ(80.0%)、フランス(74.5%)、イギリス(74.2%)、アメリカ(71.6%)、韓国(47.0%)、日本(28.8%)となった。**日本が対象国中最も低くなった。**

	全体	非常に自信がある	ある程度自信がある	どちらでもない	あまり自信がない	まったく自信がない	わからない
日本	(2000)	2.8	26.0	35.6	27.8	5.8	2.1
アメリカ	(1000)	26.3	45.3	16.6	6.5	3.4	1.9
イギリス	(1000)	14.8	59.4	18.6	4.9	1.6	0.7
フランス	(1000)	16.1	58.4	16.5	6.3	1.9	0.8
ドイツ	(1000)	17.9	62.1	12.4	5.5	1.0	1.1
韓国	(1000)	5.9	41.1	33.3	16.7	1.4	1.6

自信がある	自信がない
28.8	33.5
71.6	9.9
74.2	6.5
74.5	8.2
80.0	6.5
47.0	18.1

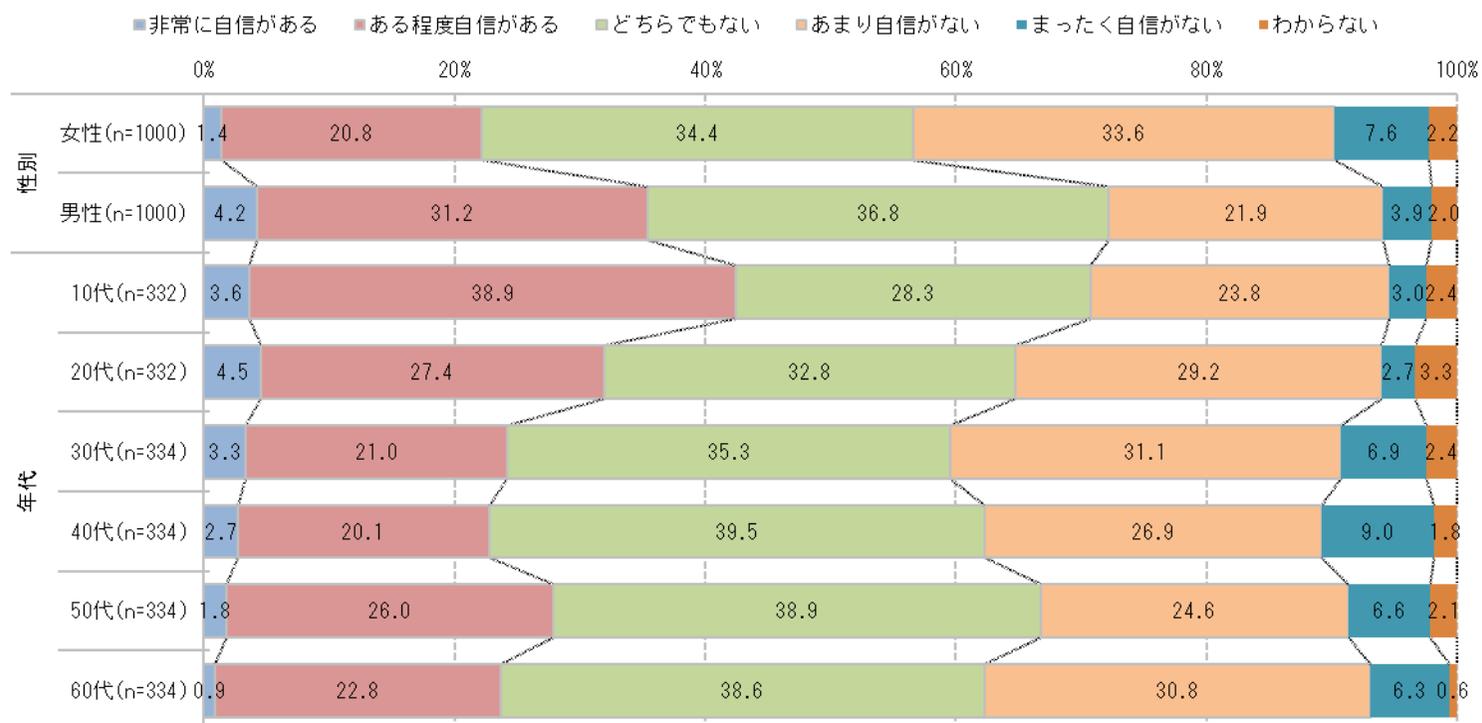
調査結果（2-2）情報の真偽を見分ける自信

あなたは、情報の真偽を見分ける自信はありますか。それぞれあてはまるものをお知らせください。

インターネットやメディアで流れる情報全般

□ 日本において性別、年代ごとに「自信がある」（非常に自信がある+ある程度自信がある）、「自信がない」（あまり自信がない+まったく自信がない）の比較を行った。

- ・ 「女性」は「自信がない」（41.2%）が高い。「男性」は、「自信がある」（35.4%）が高い。
- ・ 年代別にみると、「自信がない」が「自信がある」よりも高くなった年代の方が多くなった。「自信がない」の方が高くなったのは、「20代～60代」であった。それぞれ31.9%、38.0%、35.9%、31.2%、37.1%であった。「10代」においては、「自信がある」（42.5%）が最も高くなった。



2. 調査結果

国際比較

調査結果 (2-3) 情報の真偽を見分ける自信

あなたは、情報の真偽を見分ける自信はありますか。それぞれあてはまるものをお知らせください。

新型コロナウイルス関連の情報

- 日本における上位3つをみると「どちらでもない」(36.6%)、「ある程度自信がある」(26.8%)、「あまり自信がない」(25.0%)が高くなった。
- 日本を含めた対象国について、「**自信がある**」(非常に自信がある+ある程度自信がある)に着目する。ドイツ(73.5%)、イギリス(73.3%)、アメリカ(69.6%)、フランス(66.4%)、韓国(52.6%)、日本(30.9%)となった。**日本が対象国中最も低くなった。**

	全体	非常に自信がある	ある程度自信がある	どちらでもない	あまり自信がない	まったく自信がない	わからない
日本	(2000)	4.1	26.8	36.6	25.0	5.3	2.3
アメリカ	(1000)	29.9	39.7	16.3	7.5	4.5	2.1
イギリス	(1000)	23.4	49.9	16.0	6.0	3.4	1.3
フランス	(1000)	19.7	46.7	21.7	7.1	2.3	2.5
ドイツ	(1000)	24.3	49.2	14.8	8.7	1.9	1.1
韓国	(1000)	8.4	44.2	29.5	14.6	2.2	1.1

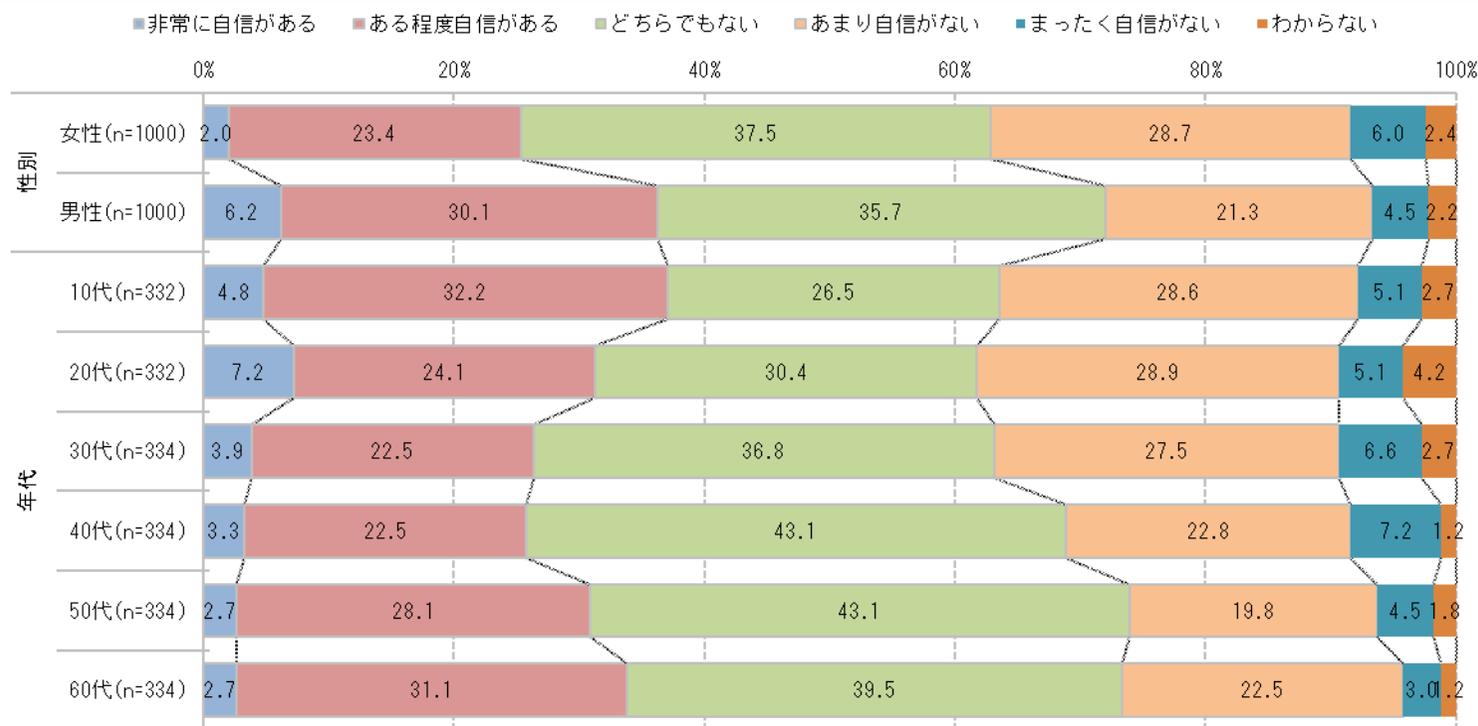
自信がある	自信がない
30.9	30.3
69.6	12.0
73.3	9.4
66.4	9.4
73.5	10.6
52.6	16.8

調査結果（2-4）情報の真偽を見分ける自信

あなたは、情報の真偽を見分ける自信はありますか。それぞれあてはまるものをお知らせください。

新型コロナウイルス関連の情報

- 日本において性別、年代ごとに「自信がある」（非常に自信がある+ある程度自信がある）、「自信がない」（あまり自信がない+まったく自信がない）の比較を行った。
 - ・ 「女性」は「自信がない」（34.7%）が高い。「男性」は、「自信がある」（36.3%）と高い。
 - ・ 年代別にみると、「20～40代」では、「自信がない」が「自信がある」を上回った。「自信がない」が高くなったのは、「30代」（34.1%）、「20代」（34.0%）「40代」（29.9%）であった。「自信がある」が高くなったのは「10代」（37.0%）、「60代」（33.8%）、「50代」（30.8%）であった。



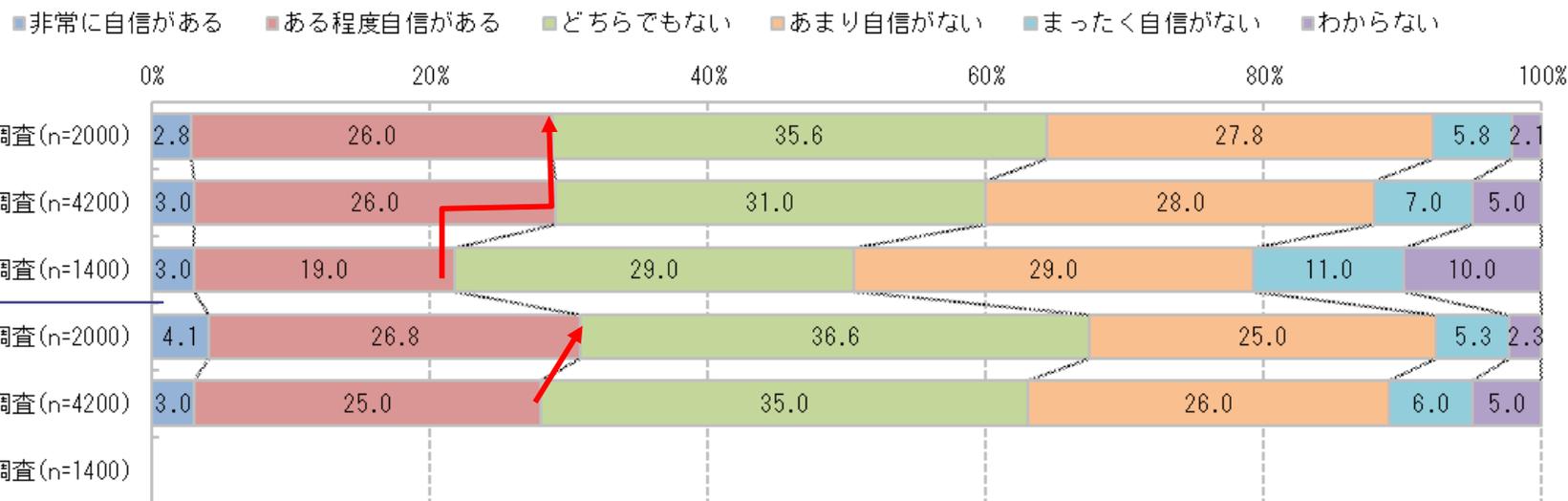
2. 調査結果

日本（時系列比較）

調査結果（2-5）情報の真偽を見分ける自信

あなたは、情報の真偽を見分ける自信はありますか。それぞれあてはまるものをお知らせください。

- 「自信がある」（非常に自信がある+ある程度自信がある）に着目する。
- 「インターネットやメディアで流れる情報全般」は28.8%であった。2021年度3月調査では29.0%であった。
- 「新型コロナウイルス関連の情報」は30.9%であった。2021年度3月調査では28.0%であった。
- 「インターネットやメディアで流れる情報全般」及び、「新型コロナウイルス関連の情報」に対して「自信がある」のは約3割となった。2021年度3月調査と比較してほとんど変化はなかった。



2. 調査結果

国際比較

調査結果 (3-1) メディアごとのフェイクニュースを見かける頻度

直近の1ヶ月の間で、あなたは次のメディアの中でどのくらいの頻度でフェイクニュース※を見かけますか。

※ここでは、虚偽又は誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

インターネット上のメディア (SNSやブログなど)

- 日本における上位3つは、「頻度はわからない」(20.2%)、「毎日、またはほぼ毎日」(19.1%)、「ほとんどない」(18.6%)であった。
- 諸外国についてみる。イギリス、フランス、ドイツでは「月に数回」が最も高くなった。アメリカ及び韓国では「毎日、またはほぼ毎日」(アメリカ: 33.2%、韓国: 31.2%)が高くなった。
- 日本は、その他の対象国と比べて「ほとんどない」、「頻度はわからない」の回答割合が高い。
- 「週1回以上」(毎日、またはほぼ毎日 + 最低週1回)に注目すると、日本は約3割台であり、その他の対象国(約4~5割台)と比べて低くなった。

	全体	毎日、またはほぼ毎日	最低週1回	月に数回	ほとんどない	一度も見なかったことがない	頻度はわからない	そもそも何がフェイクニュースなのかわからない	週1回以上
日本	(2000)	19.1	12.0	16.6	18.6	2.9	20.2	10.7	31.1
アメリカ	(1000)	33.2	24.8	27.6	5.5	3.0	5.1	0.8	58.0
イギリス	(1000)	21.3	27.2	29.1	8.3	4.9	8.7	0.5	48.5
フランス	(1000)	22.9	25.0	28.5	10.7	3.7	5.8	3.4	47.9
ドイツ	(1000)	25.9	18.2	26.5	14.0	7.8	7.1	0.5	44.1
韓国	(1000)	31.2	22.0	22.7	11.8	1.8	7.1	3.4	53.2

2. 調査結果

国際比較

調査結果 (3-2) メディアごとのフェイクニュースを見かける頻度

直近の1ヶ月の間で、あなたは次のメディアの中でどのくらいの頻度でフェイクニュース※を見かけますか。

※ここでは、虚偽又は誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

インターネット以外のメディア (テレビや新聞など)

- 日本における上位3つは、「ほとんどない」(25.1%)、「頻度はわからない」(21.7%)、「毎日、またはほぼ毎日」(18.2%)であった。
- 諸外国についてみると、アメリカ、イギリス、フランスでは「月に数回」が最も高くなった。ドイツでは「ほとんどない」(23.7%)、韓国では「毎日、またはほぼ毎日」(28.0%)が高くなった。
- 日本は、その他の対象国と比べて「ほとんどない」、「頻度はわからない」の回答割合が高い。インターネット上のメディア (SNSやブログなど) と同様の傾向。
- 「週1回以上」(毎日、またはほぼ毎日 + 最低週1回) に着目すると、日本、イギリス、フランス、ドイツは約2~3割台であり、アメリカ、韓国の約4割台と比べて低くなった。

	全体	毎日、またはほぼ毎日	最低週1回	月に数回	ほとんどない	一度も見なかったことがない	頻度はわからない	そもそも何がフェイクニュースなのかわからない	週1回以上
日本	(2000)	18.2	8.7	11.2	25.1	3.4	21.7	11.9	26.8
アメリカ	(1000)	25.2	18.2	27.0	15.3	6.5	6.7	1.1	43.4
イギリス	(1000)	13.9	15.1	30.1	18.8	10.0	11.4	0.7	29.0
フランス	(1000)	18.8	17.6	24.9	20.2	4.9	8.8	4.8	36.4
ドイツ	(1000)	19.4	14.6	18.0	23.7	14.8	8.8	0.7	34.0
韓国	(1000)	28.0	19.5	19.5	15.9	3.0	9.6	4.5	47.5

2. 調査結果

日本のみ

調査結果 (3-3) メディアごとのフェイクニュースを見かける頻度

直近の1ヶ月の間で、あなたは次のメディアの中でどのくらいの頻度でフェイクニュース※を見かけますか。

※ここでは、虚偽又は誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

まとめサイト (例: 2ちゃんねる・5ちゃんねるまとめブログ、●●速報など)

- 日本における上位3つは、「頻度はわからない」(22.2%)、「月に数回」(21.7%)、「毎日、またはほぼ毎日」「最低週1回」(いずれも19.5%)であった。
- 「週1回以上」(毎日、またはほぼ毎日+最低週1回)に着目する。日本では約4割となった。

	全体	毎日、またはほぼ毎日	最低週1回	月に数回	ほとんどない	一度も見なかったことがない	頻度はわからない	そもそも何がフェイクニュースなのかがわからない	週1回以上
日本	(580)	19.5	19.5	21.7	10.7	1.4	22.2	5.0	39.0

※まとめサイト：掲示板の書き込みやネット上の発言を、ある特定のテーマや切り口でまとめ、編集・共有・公開するものを指します。

2. 調査結果

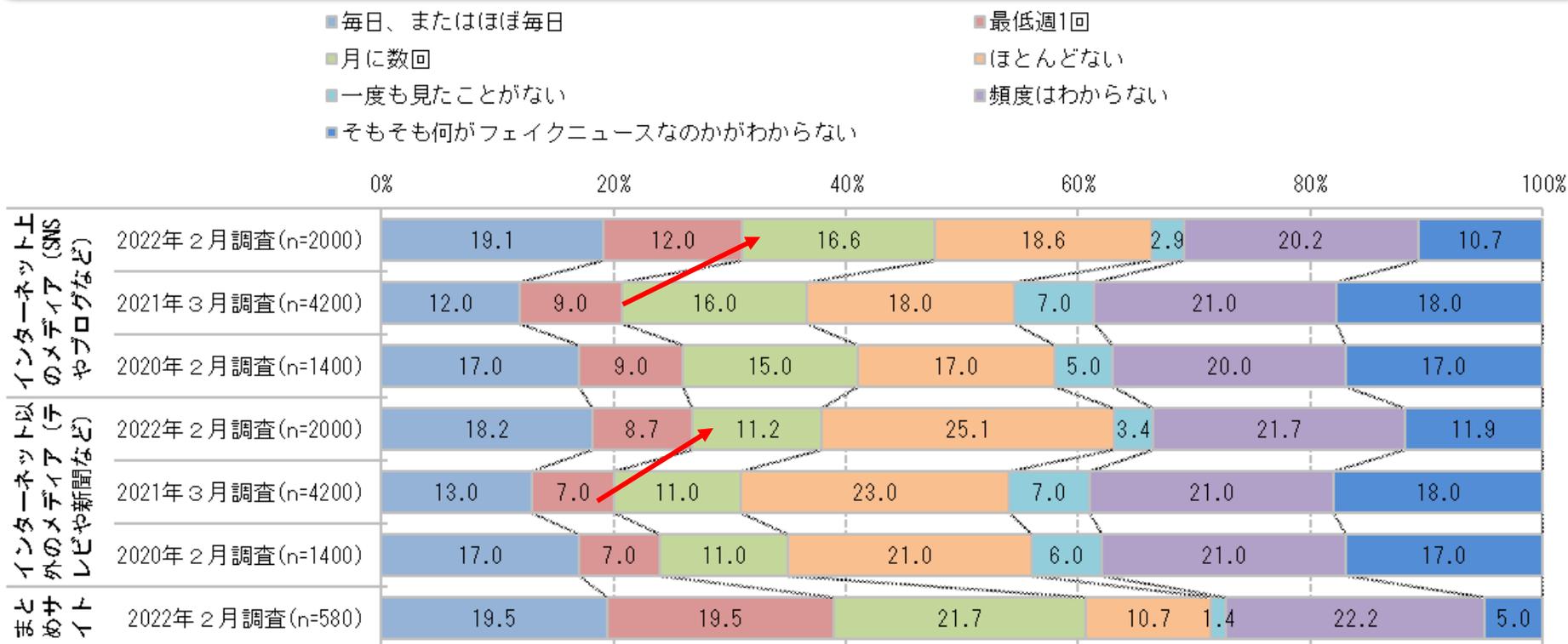
日本（時系列比較）

調査結果（3-4）メディアごとのフェイクニュースを見かける頻度

直近の1ヶ月の間で、あなたは次のメディアの中でどのくらいの頻度でフェイクニュース※を見かけますか。

※ここでは、虚偽又は誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

- 「週1回以上」（毎日、またはほぼ毎日+最低週1回）に着目する。
- 「インターネット上のメディア（SNSやブログなど）」（31.1%）、「インターネット以外のメディア（テレビや新聞など）」（26.9%）、「まとめサイト」（39.0%）となった。
- 2022年2月調査と2021年3月調査と比較すると「インターネット上のメディア（SNSやブログなど）」は10.1ポイント増となり、「インターネット以外のメディア（テレビや新聞など）」は6.9ポイント増となった。



※まとめサイト：掲示板の書き込みやネット上の発言を、ある特定のテーマや切り口でまとめ、編集・共有・公開するものを指します。

2. 調査結果

国際比較

調査結果（4-1）見たことのあるフェイクニュースのジャンル

直近の1ヶ月の間でフェイクニュース※を見かけたことがある方に伺います。直近の1ヶ月の間で、あなたはどのようなジャンルのフェイクニュースをみたことがありますか。
※ここでは、虚偽又は誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

- 日本における上位3つをみると「新型コロナウイルスに関すること」（54.7%）、「スポーツ・芸能・文化に関すること」（39.4%）、「社会・事件に関すること」（21.3%）が高くなった。
- 諸外国についてみると、アメリカ、イギリス、フランス、ドイツでは「新型コロナウイルスに関すること」が最も高くなった。韓国では「国内政治に関すること」（62.3%）が最も高くなった。
- 日本が諸外国よりも高くなった選択肢に着目すると、「スポーツ・芸能・文化に関すること」は日本（39.4%）となり、2位の韓国（27.6%）よりも11.8ポイント高くなった。逆に日本が諸外国と比較して低くなった項目に着目すると、差が大きかったのは「国内政治に関すること」（17.6%）は対象国で最も低く、1番高い韓国（62.3%）よりも44.7ポイント低くなった。次いで、「環境問題（気候変動）に関すること」は日本（11.5%）であり、最も高いアメリカ、ドイツ（それぞれ34.4%）よりも22.9ポイント低くなった。

	全体	新型コロナ ウイルスに 関すること	その他生 活健康に 関すること	スポー ツ・芸 能・文化 に 関すること	社会・事 件に 関すること	国内政治 に 関すること	国際情勢 に 関すること	特定の人 種・民 族・集 団に 関すること	環境問題 （気候 変動）に 関すること	経済に 関すること	災害に 関すること	その他
日本	(1771)	54.7	20.7	39.4	21.3	17.6	14.2	16.3	11.5	12.3	9.7	4.5
アメリカ	(971)	69.6	29.4	24.7	37.8	42.3	31.5	31.2	34.4	41.8	14.7	2.6
イギリス	(965)	69.2	26.8	22.1	30.3	31.4	25.6	18.3	22.7	23.2	10.2	3.9
フランス	(947)	63.8	26.8	19.6	27.5	33.4	26.1	15.8	24.3	23.7	9.3	4.0
ドイツ	(937)	77.3	27.6	15.9	31.4	35.1	34.0	18.8	34.4	18.5	13.8	2.9
韓国	(960)	58.6	24.7	27.6	33.1	62.3	16.8	15.8	13.9	25.0	6.6	2.2

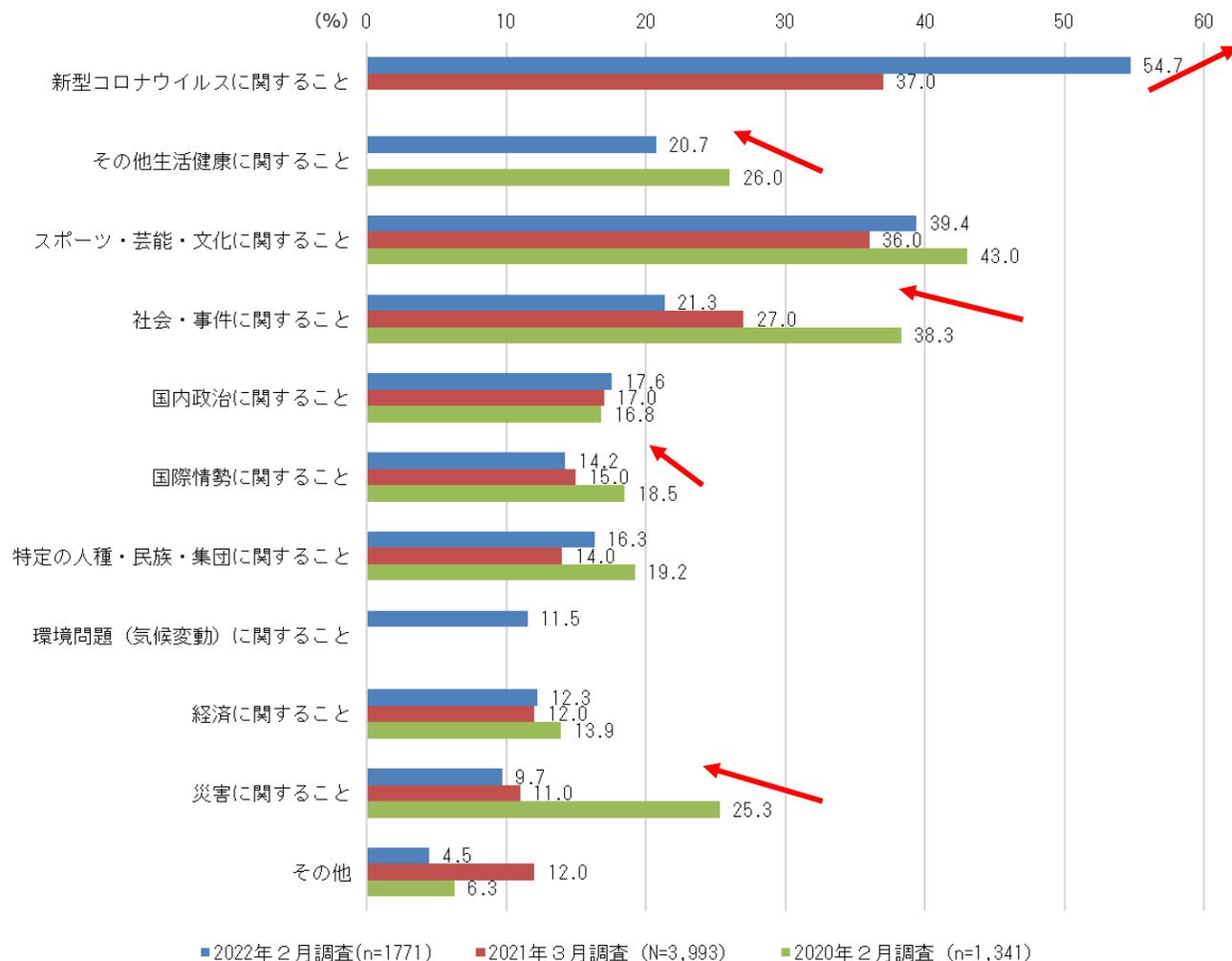
2. 調査結果

日本（時系列比較）

調査結果（4-2）見たことのあるフェイクニュースのジャンル

直近の1ヶ月の間でフェイクニュース※を見かけたことがある方に伺います。直近の1ヶ月の間で、あなたはどのようなジャンルのフェイクニュースをみたことがありますか。
※ここでは、虚偽又は誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

- 「新型コロナウイルスに関すること」は、2021年3月調査の37.0%から、2022年2月調査では54.7%となり、17.7ポイント増となった。
- 過去3回分の調査結果から、減少傾向を示したジャンルは「その他生活健康に関すること」、「社会・事件に関すること」、「国際情勢に関すること」、「災害に関すること」であった。



2. 調査結果

国際比較

調査結果 (5) フェイクニュースに接することの多い情報源

直近の1ヶ月の間でフェイクニュースを見かけたことがある方に伺います。直近の1ヶ月の間で、フェイクニュース※に接することが多いと思う情報源をあげてください。あてはまるものをすべてお選びください。

※ここでは、虚偽又は誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

- 日本における上位3つをみると「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」(58.5%)、「テレビ」(26.7%)、「ポータルサイトやソーシャルメディアによるニュース配信」(25.0%)が高くなった。
- 諸外国についてみる。アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、韓国では「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」が最も高くなった。次いで、韓国を除く全ての対象国において「テレビ」が高くなった。なお、テレビは日本、イギリス、韓国、ドイツは約2~3割台で、アメリカ、フランスの約4~5割台と差が生じている。
- 日本が諸外国よりも高くなった選択肢に着目する。「まとめサイト」は日本(24.3%)となり、2番目の韓国(11.8%)よりも10ポイント以上高くなった。逆に諸外国と比較して日本のみが大幅に低くなった選択肢※として、「新聞」、「ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)」、「メッセージングサービス」、「友人や家族からの情報」、「SNS上の有名人やインフルエンサー」をフェイクニュースの情報源と回答する割合が低かった。
※日本が諸外国で最下位で、かつ2番目に低い対象国よりも5ポイント以上差のあった選択肢に着目した。
- 韓国が諸外国よりも高い回答割合を示したものもあった。「動画投稿・共有サービス」は、韓国(51.1%)は、2番目に高いアメリカ(33.5%)よりも18ポイント高かった。また、「ポータルサイトやソーシャルメディアによるニュース配信記事へのコメント欄」は、韓国(38.0%)は、2番目のアメリカ(23.6%)よりも14ポイント高かった。

	全体	テレビ	ラジオ	新聞	雑誌	書籍	ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)	メッセージングサービス	ポータルサイトやソーシャルメディアによるニュース配信	ポータルサイトやソーシャルメディアによるニュース配信記事へのコメント欄	ニュース系キュレーションメディア	まとめサイト	ニュース系以外のキュレーションメディア	専門情報サイト	動画投稿・共有サービス	友人や家族からの情報	SNS上の有名人やインフルエンサー	マスメディア上の有名人の意見	特になし
日本	(1771)	26.7	3.3	6.8	5.8	2.0	58.5	11.8	25.0	20.7	8.9	24.3	1.8	4.2	20.6	6.9	9.0	6.5	9.1
アメリカ	(971)	51.3	18.7	18.3	11.7	6.3	77.4	23.0	26.3	23.6	12.8	10.8	5.5	10.8	33.5	19.9	20.4	18.3	3.9
イギリス	(965)	26.5	9.7	23.1	9.7	4.2	75.9	23.2	16.6	18.2	6.2	6.1	3.5	6.0	25.3	16.2	15.6	12.3	6.1
フランス	(947)	43.7	15.3	18.0	10.5	4.8	71.6	20.0	19.6	15.4	4.6	3.5	2.5	7.5	23.3	17.0	16.2	7.2	4.2
ドイツ	(937)	37.1	17.2	20.0	12.5	6.1	70.8	31.9	20.7	19.0	7.2	7.0	3.1	9.1	28.0	17.6	14.4	12.4	5.2
韓国	(960)	32.5	5.2	13.1	4.9	2.6	69.4	23.8	40.4	38.0	8.4	11.8	4.3	7.4	51.1	13.8	18.1	10.8	2.9

2. 調査結果

国際比較

調査結果（6-1）フェイクニュース対策に取り組むべき主体

あなたは、誰がフェイクニュースの対策に取り組むべきだと思いますか。あてはまるものをすべてお知らせください。

※フェイクニュースとは、虚偽又は誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

- 日本における上位3つをみると「報道機関、放送局、ジャーナリスト」（48.2%）、「政府機関」（42.2%）、「個人（信用性の低い情報を拡散しないなど、自分自身のリテラシー向上）」（42.8%）であった。さらにみると、「ソーシャルメディアサービスを提供している事業者」（34.1%）、「インターネット検索サービス事業者」（25.6%）が高かった。
- なお、日本は、対象国と比較して「わからない・誰でもよい」（12.5%）の割合が高い。
- 諸外国についてみる。アメリカ、イギリス、フランスでは「報道機関、放送局、ジャーナリスト」が最も高かった。ドイツでは「ソーシャルメディアサービスを提供している事業者」となり、韓国では「政府機関」となった。
- 日本及び韓国では「大学などの研究機関」、「非政府組織やNPOなどの民間団体」は回答割合が1割以下となったが、アメリカ、イギリス、フランス、ドイツでは約1～2割であった。

	全体	政府機関	報道機関、放送局、ジャーナリスト	個人（信用性の低い情報を拡散しないなど、自分自身のリテラシー向上）	ソーシャルメディアサービスを提供している事業者	インターネット検索サービス事業者	大学などの研究機関	非政府組織やNPOなどの民間団体	その他	上記すべて	なし	わからない・誰でもよい
日本	(2000)	42.2	48.2	42.8	34.1	25.6	7.7	8.9	0.5	2.7	2.1	12.5
アメリカ	(1000)	40.2	53.9	48.5	40.5	39.5	22.6	21.7	0.6	5.1	2.5	3.6
イギリス	(1000)	53.7	60.4	44.3	45.3	42.6	17.4	16.9	0.6	3.7	1.0	4.0
フランス	(1000)	46.3	51.3	41.3	48.4	31.1	12.3	14.0	0.5	1.6	1.8	3.8
ドイツ	(1000)	52.6	45.6	36.5	53.9	40.1	20.1	17.4	0.5	3.2	1.7	3.6
韓国	(1000)	61.6	61.1	25.2	36.8	27.6	8.5	10.7	0.2	3.2	1.3	2.7

2. 調査結果

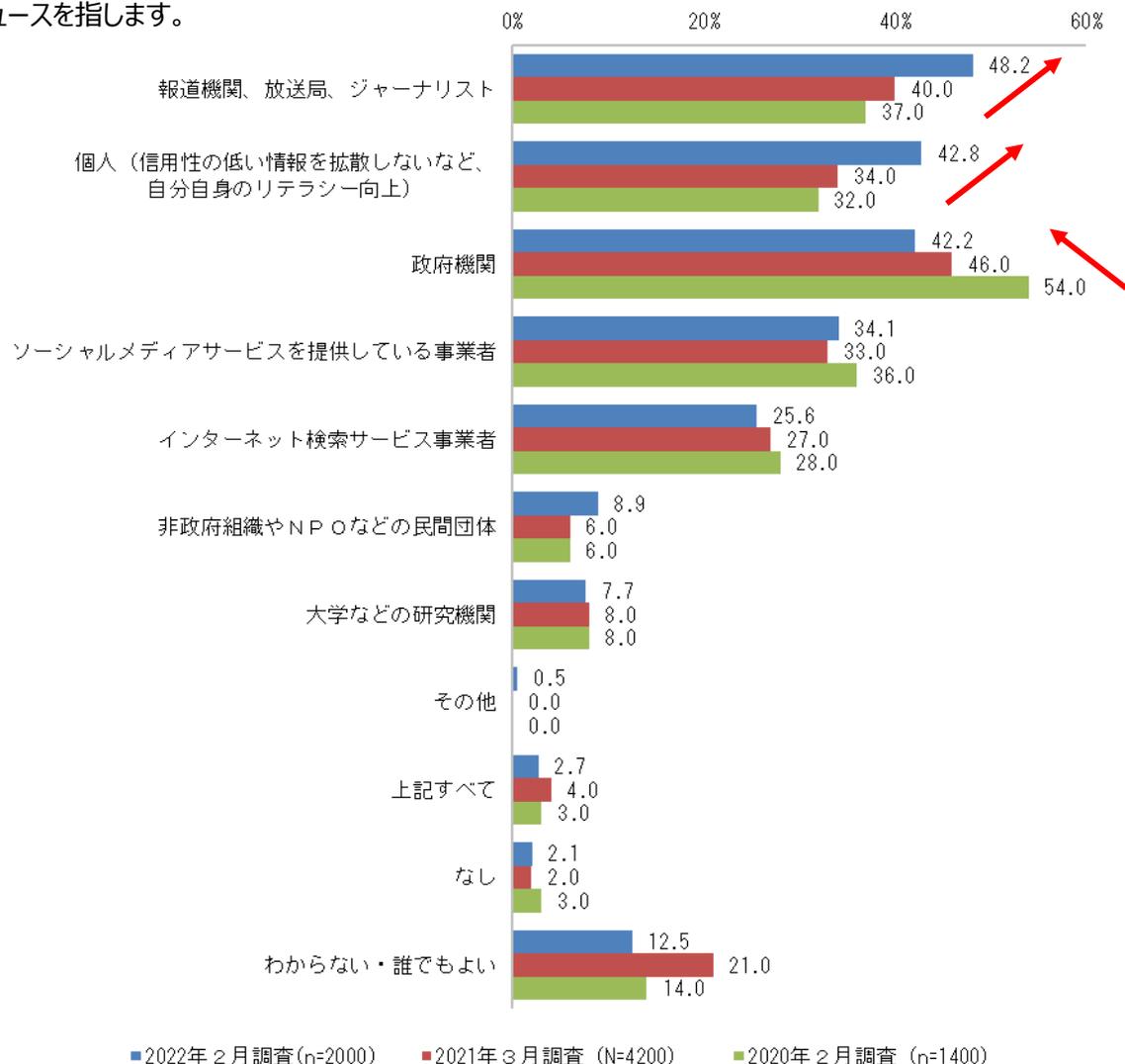
日本（時系列比較）

調査結果（6-2）フェイクニュース対策に取り組むべき主体

あなたは、誰がフェイクニュースの対策に取り組むべきだと思いますか。あてはまるものをすべてお知らせください。

※フェイクニュースとは、虚偽又は誤解を招くと考えられる情報/ニュースを指します。

- 過去調査と比較を行う。
- 上昇傾向を示した項目に着目すると、「報道機関、放送局、ジャーナリスト」（2020年2月37.0%、2021年3月40.0%、2022年2月48.2%）、「個人（信用性の低い情報を拡散しないなど、自分自身のリテラシー向上）」（2020年2月32.0%、2021年3月34.0%、2022年2月42.8%）であった。
- 逆に、下降傾向を示した項目に着目すると、「政府機関」（2020年2月54.0%、2021年3月46.0%、2022年2月42.2%）であった。



2. 調査結果

調査結果（7）新型コロナウイルスに関する情報やニュースを見たり聞いたりした方法

直近の1ヶ月の間で、どのような方法で新型コロナウイルスに関する情報を見たり聞いたりしましたか。

- 日本における上位3つをみると「民間放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」（57.7%）、「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」（53.4%）、「Yahoo! ニュース」（48.4%）であった。
- 諸外国についてみる。アメリカ、イギリス、フランス、ドイツ、韓国では「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」が最も高くなった。
- SNSやマスメディア上でのインフルエンサー・有名人や、知らない人の意見からコロナウイルス等の情報を取得した経験に着目する※。日本と韓国は、その他の対象国と比較して回答割合が低い（10%以下）。一方、アメリカ、ドイツでは約1~2割であった。
※選択肢「SNSなどでの、あなたの直接の知り合いではない有名人・インフルエンサーの意見」、「マスメディア上のあなたの直接の知り合いではない有名人の意見」、「SNSなどでの、あなたが知らない人の意見」
- 日本や韓国は、対象国と比べて「世界保健機関（WHO）や専門機関のウェブサイトや情報発信」を見ていない（それぞれ8.8%、13.6%）。

	全体	自国の政府機関のウェブサイトや情報発信	世界保健機関（WHO）や専門機関のウェブサイトや情報発信	公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）	民間放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）	新聞（紙面・ウェブサイトなど）	オンラインニュース組織のウェブサイト/アプリ	Yahoo! ニュース	LINE NEWS	Google News	Apple News	MSN	その他のニュース系アプリ/サイト	Facebook	Twitter	Instagram	LINE（タイムライン・グループチャット）
日本	(1954)	24.5	8.8	53.4	57.7	26.0	15.1	48.4	23.5	10.6	1.3	1.7	12.7	4.0	22.1	7.0	6.8
アメリカ	(967)	43.6	32.2	52.5	45.9	28.2	27.0	20.7	5.3	32.9	12.5	10.8	6.0	41.2	18.6	23.8	2.7
イギリス	(966)	49.1	27.1	61.6	45.0	41.5	25.6	8.2	4.6	22.8	9.8	5.3	3.8	38.6	20.5	21.8	1.9
フランス	(964)	37.9	28.4	52.8	39.8	36.4	18.0	9.5	3.4	31.7	4.8	4.3	3.7	38.4	16.7	19.6	3.0
ドイツ	(979)	42.9	31.9	67.4	47.3	40.3	24.7	5.4	3.0	30.3	6.3	3.8	9.0	31.7	11.6	25.8	2.1
韓国	(974)	43.6	13.6	58.0	35.9	18.5	15.8	1.8	1.3	12.7	1.7	3.3	29.5	17.2	10.0	19.5	1.0

	全体	WhatsAppグループ	その他のSNS	YouTube	その他の動画系アプリ・サイト（YouTube以外）	Yahoo! 知恵袋	Google検索	Yahoo! 検索	その他の検索サービス（Google検索や、Yahoo! 検索以外）	その他のブログやまとめサイト	家族や友人、同僚などとの直接の会話・電話・メール	家族や友人、同僚などとのメッセージサービス	SNSなどでの、あなたの直接の知り合いではない有名人・インフルエンサーの意見	マスメディア上での、あなたの直接の知り合いではない有名人の意見	SNSなどでの、あなたが知らない人の意見	その他	該当するものはない
日本	(1954)	0.4	1.6	12.0	1.2	2.7	9.6	7.7	2.5	2.3	21.5	8.7	4.5	4.0	3.5	0.7	1.6
アメリカ	(967)	5.4	14.7	29.4	5.0	2.5	24.0	8.5	6.1	4.1	23.5	17.0	15.0	13.2	13.7	0.4	0.9
イギリス	(966)	7.6	9.5	17.7	2.2	1.2	17.9	3.4	3.1	2.1	25.8	20.5	9.0	7.7	9.8	0.4	0.9
フランス	(964)	7.5	7.6	20.9	3.2	1.9	19.2	3.0	3.0	2.6	15.6	12.1	8.4	9.3	9.9	1.5	1.3
ドイツ	(979)	9.3	12.0	24.7	3.9	1.5	21.5	3.0	3.6	3.4	23.1	17.6	13.4	14.1	13.8	0.8	1.4
韓国	(974)	0.7	6.7	41.2	2.2	0.5	11.7	0.4	7.3	4.4	21.1	13.7	6.8	4.4	5.3	0.7	0.6

2. 調査結果

国際比較

調査結果（8-1）情報の出所・情報源

前問で、直近の1ヶ月の間で、SNSや検索エンジンなどで新型コロナウイルスに関する情報を見たり聞いたりした方にお伺いします。それらの情報の出所・情報源としてあてはまるものをすべてお知らせください。

- 日本における上位3つをみると「民間放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」（48.0%）、「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信」（37.8%）、「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」（36.3%）であった。
- 諸外国についてみる。アメリカ、イギリス、フランス、韓国では「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信」が最も高くなった。ドイツでは「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」が最も高くなった。
- 日本は、諸外国と比べて「民間放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」の回答割合が特に高い。逆に「世界保健機関（WHO）や専門機関のウェブサイトや情報発信」の回答割合が低い（日本16.5%）。
- 知人や知人以外が投稿した意見や、拡散した情報をどの程度情報源としているかに着目する※。日本は対象国と比較して全般的に回答割合が低い。アメリカでは約2~3割となっている。ドイツでは、意見の方が拡散された情報よりも高くなった。

※選択肢「あなたの直接知っている人（家族や友人、同僚など）が投稿した意見」、「あなたの直接知っている人（家族や友人、同僚など）が拡散（シェア・リツイート）した情報」、「あなたの直接の知り合いではない有名人・インフルエンサーが投稿した意見」、「あなたの直接の知り合いではない有名人・インフルエンサーが拡散（シェア・リツイート）した情報」、「あなたが知らない人が投稿した意見」、「あなたが知らない人が拡散（シェア・リツイート）した情報」

	全体	自国の政府機関のウェブサイトや情報配信	世界保健機関（WHO）や専門機関のウェブサイトや情報発信	公共放送局による情報発信	民間放送局による情報発信	新聞社による情報発信	オンラインニュース組織による情報発信	あなたの直接知っている人（家族や友人、同僚など）が投稿した意見	あなたの直接知っている人（家族や友人、同僚など）が拡散（シェア・リツイート）した情報	あなたの直接の知り合いではない有名人・インフルエンサーが投稿した意見	あなたの直接の知り合いではない有名人・インフルエンサーが拡散（シェア・リツイート）した情報	あなたが知らない人が投稿した意見	あなたが知らない人が拡散（シェア・リツイート）した情報	情報の出所はわからない	その他
日本	(1923)	37.8	16.5	36.3	48.0	23.0	14.9	8.4	5.8	7.2	5.8	11.5	6.6	17.3	0.4
アメリカ	(958)	44.3	32.7	36.2	31.0	22.7	27.6	26.3	25.6	23.7	22.8	24.9	16.2	7.8	0.5
イギリス	(957)	48.7	27.1	36.5	29.8	29.6	16.9	27.1	23.9	16.7	12.7	22.9	11.6	9.4	0.9
フランス	(951)	37.7	26.2	33.1	22.8	30.0	14.0	24.5	21.9	14.6	15.5	19.7	12.1	10.4	1.1
ドイツ	(965)	40.3	33.2	45.3	32.2	26.6	16.2	30.6	22.6	21.3	16.2	25.8	15.1	6.2	0.5
韓国	(968)	55.6	22.8	47.3	30.0	25.0	17.4	18.8	17.9	12.1	11.7	16.7	10.0	6.6	0.4

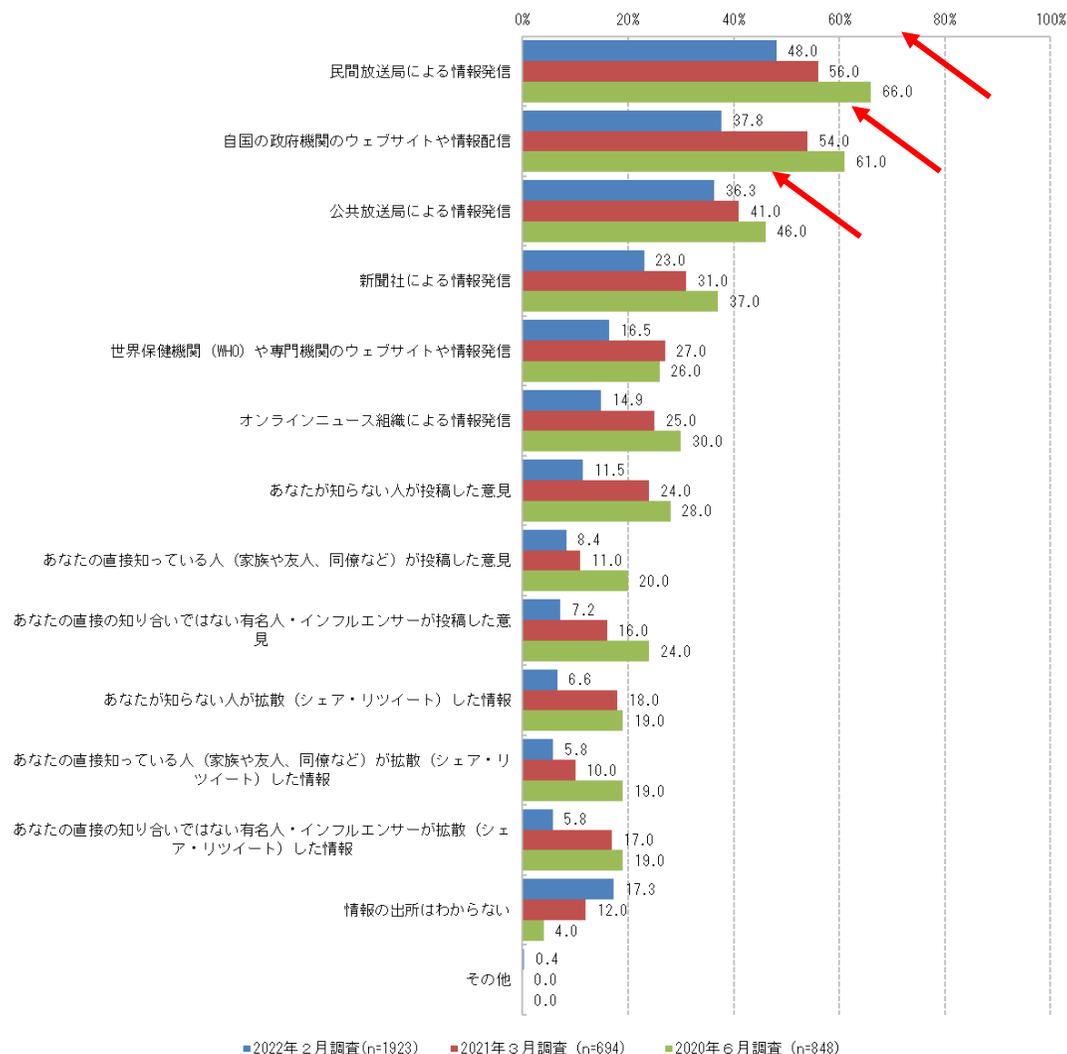
2. 調査結果

日本（時系列比較）

調査結果（8-2）情報の出所・情報源

前問で、直近の1ヶ月の間で、SNSや検索エンジンなどで新型コロナウイルスに関する情報を見たり聞いたりした方にお伺いします。それらの情報の出所・情報源としてあてはまるものをすべてお知らせください。

- 日本における上位3つの過去調査との回答傾向を比較したところ、3つとも回答割合が減少した。その他の情報源等も減少しているものが多く、一方で「情報の出所はわからない」とする回答が増加している。
- カッコ内の数値は、2020年6月調査の結果、2021年3月調査、2022年2月調査である。
 - ・ 「民間放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」（66.0%、56.0%、48.0%）であった。
 - ・ 「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信」（61.0%、54.0%、37.8%）であった。**2021年3月調査、2022年2月調査を比較すると16.2ポイント減少した。**
 - ・ 「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」（46.0%、41.0%、36.3%）であった。



2. 調査結果

国際比較

調査結果（9-1）特に信用できる情報源やメディア・サービス

あなたにとって新型コロナウイルスに関する情報について、特に信用できる情報源やメディア・サービスをすべてお知らせください。

- 日本における上位3つをみると、「**自国の政府機関のウェブサイトや情報配信**」（38.0%）、「**公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）**」（35.7%）、「**民間放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）**」（31.5%）であった。
- 諸外国についてみる。イギリス、フランス、韓国では「**自国の政府機関のウェブサイトや情報配信**」が最も高くなった。アメリカでは「**世界保健機関（WHO）や専門機関のウェブサイトや情報発信**」が、ドイツでは「**公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）**」が最も高くなった。
- 日本は、諸外国と異なり「**民間放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）**」が「**公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）**」と同程度に高い。比較対象国では、公共放送局に比べ、民間放送局の回答割合は約1～3割程度低い。
- 日本は「**該当するものはない**」が約2割となり、諸外国の約1割よりも若干高い傾向を示した。

	全体	自国の政府機関のウェブサイトや情報配信	世界保健機関（WHO）や専門機関のウェブサイトや情報発信	公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）	民間放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）	新聞（紙面・ウェブサイトなど）	オンラインニュース組織のウェブサイト／アプリ	Yahoo! ニュース	LINE NEWS	Google News	Apple News	MSN	その他のニュース系アプリ・サイト	Facebook	Twitter	Instagram	LINE（タイムライン・グループチャット）
日本	(2000)	38.0	22.2	35.7	31.5	18.5	4.2	13.3	4.8	3.5	1.0	0.8	3.4	0.6	3.9	1.3	1.0
アメリカ	(1000)	39.5	40.2	27.3	19.6	17.3	11.4	8.9	4.7	17.5	8.7	6.3	4.0	10.6	6.7	8.3	2.9
イギリス	(1000)	51.4	49.3	36.8	23.2	20.9	9.8	5.1	3.0	11.7	6.0	2.6	1.9	4.3	4.2	3.4	1.4
フランス	(1000)	42.2	39.9	32.5	20.8	22.5	8.7	4.4	3.0	12.4	4.1	2.3	2.4	6.3	4.7	4.3	2.4
ドイツ	(1000)	44.0	40.7	47.2	22.2	23.7	8.4	3.7	2.1	13.3	3.9	3.0	3.9	7.9	3.6	7.6	2.2
韓国	(1000)	62.3	39.1	45.2	19.9	15.4	4.9	1.3	0.8	9.3	1.3	1.1	11.1	3.7	2.0	4.7	0.9

	全体	WhatsAppグループ	その他のSNS	YouTube	その他の動画系アプリ・サイト（YouTube以外）	Yahoo! 知恵袋	Google検索	Yahoo! 検索	その他の検索サービス（Google検索や、Yahoo! 検索以外）	その他のブログやまとめサイト	家族や友人、同僚などとの直接的な会話・メール	家族や友人、同僚などとのメッセージングサービス	SNSなどでの、あなたの直接の知り合いではない有名人・インフルエンサーの意見	マスメディア上での、あなたの直接の知り合いではない有名人の意見	SNSなどでの、あなたが知らない人の意見	その他	該当するものはない
日本	(2000)	0.3	0.5	2.5	0.6	1.0	3.7	2.2	0.6	0.3	4.1	1.8	1.6	1.4	0.9	0.9	18.3
アメリカ	(1000)	3.9	4.1	9.8	2.8	2.3	10.5	4.3	3.3	2.3	8.2	9.2	3.6	4.1	1.2	2.2	13.2
イギリス	(1000)	2.7	1.6	5.2	1.6	0.7	6.0	1.9	1.6	0.5	6.0	5.3	3.0	2.1	2.0	1.3	9.5
フランス	(1000)	2.9	2.5	6.4	2.3	1.5	9.7	2.6	1.6	1.3	5.8	4.5	2.2	3.5	2.3	1.2	12.3
ドイツ	(1000)	3.4	3.1	7.1	1.8	0.9	7.6	0.5	2.6	1.6	8.4	4.3	2.9	3.0	3.2	1.3	12.1
韓国	(1000)	0.5	1.7	11.2	0.8	0.3	5.4	0.6	2.2	1.3	5.2	3.4	1.9	1.5	1.2	0.4	6.0

2. 調査結果

日本（性別年代別比較）

調査結果（9-2）特に信用できる情報源やメディア・サービス

あなたにとって新型コロナウイルスに関する情報について、特に信用できる情報源やメディア・サービスをすべてお知らせください。

- 性別、年代ごとに最も高くなった項目に着目する。
- 「女性」、「男性」とも、「**自国の政府機関のウェブサイトや情報配信**」となった（38.4%、37.6%）。
- 年代別にみると、**10代～40代において「自国の政府機関のウェブサイトや情報配信」、50代、60代において「公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）」が高くなった。**

	全体	自国の政府機関のウェブサイトや情報配信	世界保健機関（WHO）や専門機関のウェブサイトや情報配信	公共放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）	民間放送局（テレビ・ラジオ・ウェブサイトなど）	新聞（紙面・ウェブサイトなど）	オンラインニュース組織のウェブサイト／アプリ	Yahoo! ニュース	LINE NEWS	Google News	Apple News	MSN	その他のニュース系アプリ・サイト	Facebook	Twitter	Instagram	LINE（タイムライン・グループチャット）
女性	(1000)	38.4	24.5	36.6	32.3	18.7	3.1	10.9	5.4	2.6	0.4	0.5	2.3	0.6	3.4	1.2	0.7
男性	(1000)	37.6	19.9	34.7	30.6	18.3	5.3	15.7	4.2	4.3	1.5	1.0	4.5	0.5	4.4	1.4	1.2
10代	(332)	42.8	33.1	36.1	29.8	13.9	4.2	9.3	6.9	4.8	2.1	0.9	2.4	0.6	7.8	1.5	0.9
20代	(332)	36.4	25.6	26.5	22.0	10.8	7.2	10.8	8.7	1.5	2.7	0.6	3.6	0.3	4.5	2.1	1.2
30代	(334)	35.3	18.6	28.7	25.4	8.7	2.7	12.9	4.2	3.0	0.3	0.3	3.0	0.6	4.5	1.5	0.3
40代	(334)	35.3	18.9	30.5	32.6	19.8	3.9	16.5	3.3	3.0	0.6	0.9	3.0	0.9	3.6	0.9	0.9
50代	(334)	38.0	17.1	41.0	38.3	25.1	4.5	17.1	3.0	4.8	0.0	0.3	3.9	0.3	2.1	1.2	1.2
60代	(334)	40.1	20.1	50.9	40.4	32.6	2.7	13.2	2.7	3.6	0.0	1.5	4.5	0.6	0.9	0.6	1.2

	全体	WhatsAppグループ	その他のSNS	YouTube	その他の動画系アプリ・サイト（YouTube以外）	Yahoo! 知恵袋	Google 検索	Yahoo! 検索	その他の検索サービス（Google検索や、Yahoo! 検索以外）	その他のブログやまとめサイト	家族や友人、同僚などの直接の会話・電話・メール	家族や友人、同僚などとのメッセージングサービス	SNSなどでの、あなたの知り合いではない有名人・インフルエンサー	マスメディア上のあなたの知り合いではない有名人の意見	SNSなどでの、あなたが知らない人の意見	その他具体的に:	該当するものはない
女性	(1000)	0.3	0.2	1.1	0.5	0.9	3.3	2.1	0.6	0.4	5.4	1.7	1.3	1.2	1.1	0.8	18.2
男性	(1000)	0.2	0.7	3.9	0.6	1.0	4.1	2.3	0.6	0.1	2.7	1.8	1.8	1.5	0.7	0.9	18.4
10代	(332)	0.3	0.3	2.7	0.3	1.2	5.1	1.5	0.3	0.0	3.9	1.5	1.2	1.5	0.6	0.3	12.0
20代	(332)	0.3	1.2	1.8	1.2	0.9	3.6	1.2	0.6	0.0	2.4	2.1	1.5	2.4	0.3	0.9	22.0
30代	(334)	0.3	0.3	3.0	0.0	0.9	4.8	1.5	0.3	0.0	4.5	1.8	2.1	1.2	1.2	1.2	21.9
40代	(334)	0.3	0.6	2.7	0.6	0.6	2.7	3.0	0.9	0.6	3.0	1.5	1.8	1.8	1.8	1.5	22.8
50代	(334)	0.0	0.3	1.5	0.9	1.5	2.4	3.9	1.2	0.6	5.7	1.5	1.5	0.6	1.5	1.2	15.3
60代	(334)	0.3	0.0	3.3	0.3	0.6	3.6	2.1	0.3	0.3	4.8	2.1	1.2	0.6	0.0	0.0	15.9

調査結果（10-1）新型コロナウイルスの情報から引き起こされた行動

新型コロナウイルスに関する情報を見たり聞いたりしたことにより、あなたはどのような行動をとりましたか。

- 日本における上位3つは、「マスクを着用するようになった」（86.1%）、「3つの密（密閉空間・密集場所・密接場面）を避けるようになった」（67.6%）、「手洗いをよく行うようになった」（63.5%）であった。
- 日本を含めた対象国についてみると、すべての国において、「マスクを着用するようになった」が最も高くなった。このうち、韓国（86.2%）、日本（86.1%）が特に高い回答割合となった。

	全体	マスクを着用するようになった	外出を控えるようになった	3つの密（密閉空間・密集場所・密接場面）を避けるようになった	定期的に換気をするようになった	他人との距離をとるようになった（ソーシャルディスタンスを心がけるようになった）	手洗いをよく行うようになった	お湯をよく飲むようになった	紅茶やお茶をよく飲むようになった	納豆をよく食べるようになった	ニンニクをよく食べるようになった	1～10以外に「新型コロナウイルス予防効果がある」という情報を見て、その行動をとった	トイレトーパーやティッシュペーパーを余分に購入した	食料品を余分に購入した	その他	当てはまるものはない
日本	(1954)	86.1	61.2	67.6	36.4	50.4	63.5	6.4	8.8	5.9	2.3	0.0	6.4	9.2	1.5	5.0
アメリカ	(967)	59.3	33.9	41.2	19.1	40.7	48.7	10.8	9.9	5.3	6.1	0.9	14.1	13.5	1.1	16.2
イギリス	(966)	61.3	32.4	37.8	37.2	44.2	55.4	5.8	3.6	3.6	3.7	0.3	5.6	6.5	0.9	19.5
フランス	(964)	56.3	43.8	43.5	34.9	36.3	44.9	4.4	5.3	2.0	2.0	1.6	6.1	6.8	1.0	15.1
ドイツ	(979)	59.9	46.8	52.9	35.8	56.2	48.5	5.7	6.2	1.7	4.9	1.1	9.7	14.7	0.9	10.3
韓国	(974)	86.2	76.9	58.2	45.0	61.8	72.8	19.8	6.0	1.5	3.1	0.2	5.1	8.4	0.5	1.0

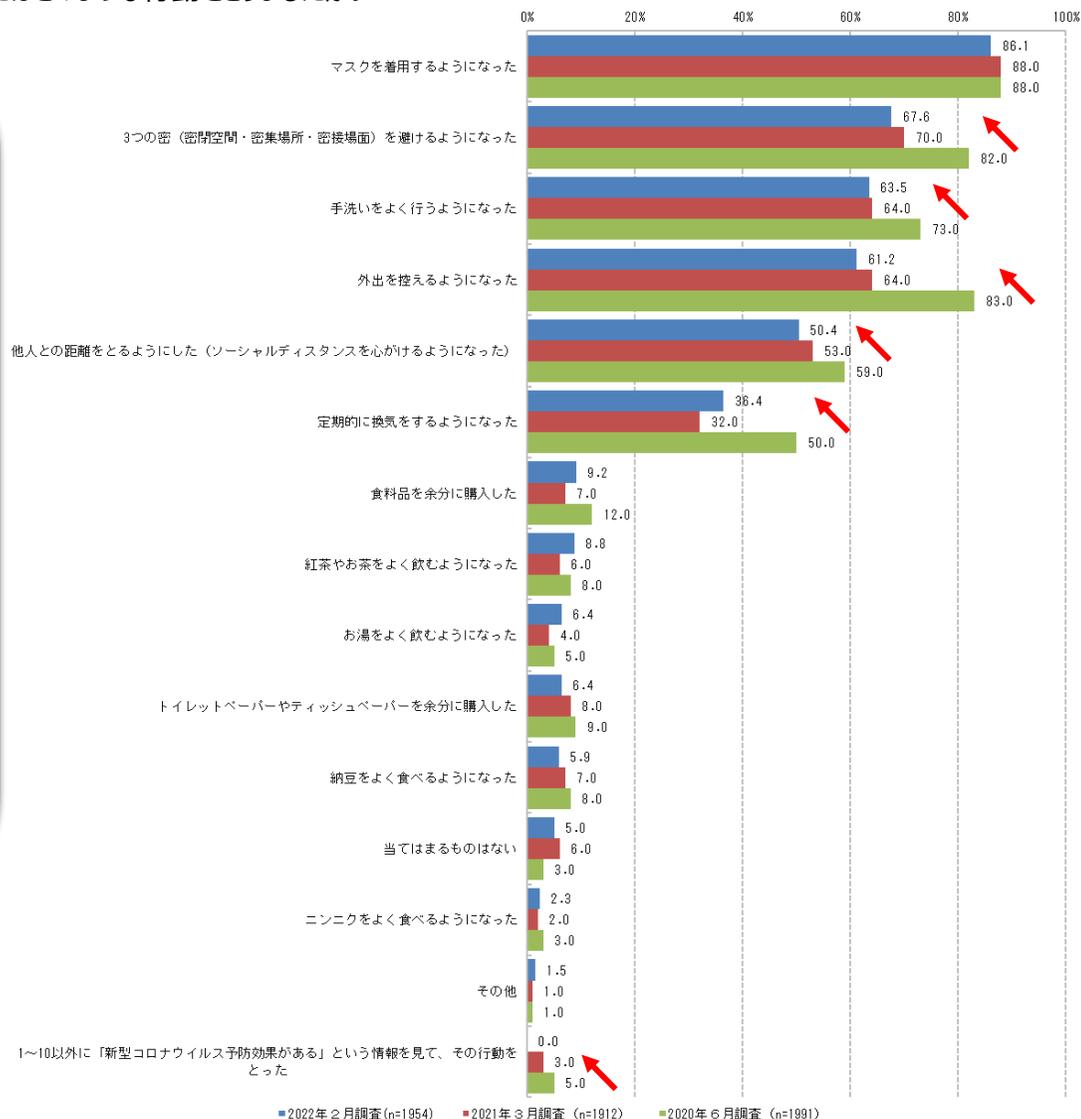
2. 調査結果

日本（時系列比較）

調査結果（10-2）新型コロナウイルスの情報から引き起こされた行動

新型コロナウイルスに関する情報を見たり聞いたりしたことにより、あなたはどのような行動をとりましたか。

- 自身の行動について、2020年6月調査と2022年2月調査を比較して増減割合が高いものに着目する。ここでは5ポイント以上の差が生じたものを示す。
- 増加した自身の行動はなかった。
- 減少した自身の行動は多い。このうち、最も減少幅が大きかったのは、「外出を控えるようになった」（21.8ポイント減）であった。
- 減少幅が大きかった順に示すと、下記の通り。
 - ・ 「外出を控えるようになった」（21.8ポイント減）、
 - ・ 「3つの密（密閉空間・密集場所・密接場面）を避けるようになった」（14.4ポイント減）、
 - ・ 「定期的に換気をするようになった」（13.6ポイント減）、
 - ・ 「手洗いをよく行うようになった」（9.5ポイント減）、
 - ・ 「他人との距離をとるにした（ソーシャルディスタンスを心がけるようになった）」（8.6ポイント減）、
 - ・ 「1～10以外に「新型コロナウイルス予防効果がある」という情報を見て、その行動をとった」（5.0ポイント減）



2. 調査結果

国際比較

調査結果（11-1）新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関して得た情報

新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関して、見たり聞いたりしたことがある情報をすべてお知らせください。また、直近1ヶ月程度において、見たり聞いたりしたことがあるものをすべてお知らせください。

これまでに見たり聞いたりしたことがある情報

- 日本における上位3つは、「上記について見たり聞いたりしたことはない」（38.2%）、「新型コロナウイルスはただの風邪である」（34.5%）、「コロナウイルスワクチンは不妊にする可能性がある」（23.5%）であった。
- 日本では「フェイクニュースを見た」（全体から「上記について見たり聞いたりしたことはない」の回答を除いた割合）は約6割であった。なお、日本以外の対象国は7~8割であった。
- 諸外国のうち、イギリス、フランス、ドイツ、韓国で最も高くなった「これまでに見たり聞いたりしたことがある情報」は「新型コロナウイルスはただの風邪である」であった。アメリカでは「ビタミンDは新型コロナウイルス予防に効果がある」が最も高くなった。

	全体	新型コロナ ウイルスは熱に 弱く、お湯を 飲むと予防に 効果がある	お茶・紅茶を 飲むと新冠 ウイルス予防 に効果がある	こまめに水を 飲むと新冠 ウイルス予防 に効果がある	納豆を食べると 新冠ウイルス 予防に効果 がある	ニンニクを食べ ると新冠ウ イルス予防 に効果がある	ビタミンDは新 型コロナウ イルス予防 に効果がある	花こう岩などの 石はウイル スの分解に 即効性がある	漂白剤を飲むと 新冠ウ イルス予防 に効果がある	新型コロナ ウイルスは5G テクノロジーに よって活 性化される	新型コロナ ウイルスはただ の風邪である	そもそも新冠 ウイルスは存在 しない	コロナウ イルスワクチ ンを接種した 人が変異株に感 染すると重症 化しやすい	コロナウ イルスワクチ ンはヒトの DNAを変化 させる	コロナウ イルスワクチ ンは、追跡 可能なマイ クロチップを 人間に埋め込 む計画を後押 しする	コロナウ イルスワクチ ンは不妊に する可能性 がある	コロナウ イルスワクチ ンには動物 性の成分が 含まれて いる	コロナウ イルスワクチ ンには動物 実験に合格 しなかった	上記につ いて見たり 聞いたり したことは ない
日本	(2000)	13.0	16.5	13.5	9.9	4.5	5.5	1.9	2.8	5.5	34.5	14.4	8.0	11.5	11.4	23.5	2.7	3.5	38.2
アメリカ	(1000)	19.6	14.8	20.3	9.5	10.4	28.2	5.8	11.1	12.2	24.9	22.9	15.8	21.3	25.3	22.9	9.1	7.7	22.0
イギリス	(1000)	12.6	11.7	13.3	5.6	8.8	26.4	2.5	17.9	25.5	33.4	30.7	12.0	21.3	26.7	24.9	12.5	9.5	26.3
フランス	(1000)	18.8	13.7	13.0	6.3	9.8	30.2	3.2	9.0	14.2	33.7	14.9	13.9	22.9	17.8	24.1	5.3	6.7	22.3
ドイツ	(1000)	11.6	9.1	10.3	6.2	9.3	22.0	3.6	8.6	10.7	36.2	31.9	15.9	30.0	24.2	30.9	7.4	7.6	25.9
韓国	(1000)	21.0	7.8	29.2	6.9	14.8	16.9	1.4	2.6	5.9	36.1	9.2	11.2	16.7	16.4	14.6	4.7	5.8	23.0

2. 調査結果

日本（性別年代別比較）

調査結果（11-2）新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関して得た情報

新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関して、見たり聞いたりしたことがある情報をすべてお知らせください。また、直近1ヶ月程度において、見たり聞いたりしたことがあるものをすべてお知らせください。

これまでに見たり聞いたりしたことがある情報

□ 性別、年代ごとに最も高くなった項目に着目する。

- 「女性」、「男性」とも、「上記について見たり聞いたりしたことはない」が最も高かった（36.7%、39.6%）。
- 年代別にみると、**20代、40～60代において「上記について見たり聞いたりしたことはない」、10代、30代において「新型コロナウイルスはただの風邪である」が最も高かった。**

	全体	新型コロナウイルスは熱に弱く、お湯を飲むと予防に効果がある	お茶・紅茶を飲むと新型コロナウイルス予防に効果がある	こまめに水を飲むと新型コロナウイルス予防に効果がある	納豆を食べると新型コロナウイルス予防に効果がある	ニンニクを食べると新型コロナウイルス予防に効果がある	ビタミンDは新型コロナウイルス予防に効果がある	花こう岩などの石はウイルスの分解に即効性がある	漂白剤を飲むとコロナウイルス予防に効果がある	新型コロナウイルスは5Gテクノロジーによって活性化される	新型コロナウイルスはただの風邪である	そもそも新型コロナウイルスは存在しない	コロナウイルスワクチンを接種した人が変異株に感染すると重症化しやすい	コロナウイルスワクチンはヒトのDNAを変化させる	コロナウイルスワクチンは、追跡可能なマイクロチップを人間に埋め込む計画を後押しする	コロナウイルスワクチンは不妊に可能性がある	コロナウイルスワクチンには動物性の成分が含まれている	コロナウイルスワクチンは動物実験に合格しなかった	上記について見たり聞いたりしたことはない
女性	(1000)	11.8	16.7	14.8	10.2	3.2	5.8	1.4	2.2	4.6	35.0	13.4	8.0	12.0	11.1	29.0	2.5	3.5	36.7
男性	(1000)	14.2	16.2	12.2	9.5	5.7	5.2	2.3	3.4	6.3	34.0	15.4	8.0	10.9	11.6	18.0	2.8	3.4	39.6
10代	(332)	16.3	18.1	17.5	7.8	4.8	5.7	3.6	2.4	6.6	38.3	16.0	8.1	10.8	11.4	29.5	3.0	4.5	28.6
20代	(332)	12.7	18.1	15.4	11.7	6.9	5.7	2.4	3.0	6.9	30.1	15.7	8.4	14.5	13.3	26.8	4.2	4.5	34.0
30代	(334)	16.8	18.3	17.7	14.7	6.3	6.9	1.5	4.2	8.4	38.0	16.8	9.0	15.3	12.6	25.1	3.6	4.5	34.7
40代	(334)	12.0	17.1	9.3	10.5	3.3	5.1	2.1	2.1	4.2	36.2	15.3	7.5	8.7	11.1	21.3	1.8	2.4	40.7
50代	(334)	8.7	13.5	11.7	7.5	2.4	4.8	1.2	3.3	3.6	33.5	12.0	9.0	9.3	8.7	20.4	1.8	1.8	44.3
60代	(334)	11.7	13.8	9.6	6.9	3.0	4.8	0.3	1.8	3.0	30.8	10.8	6.0	10.2	11.1	18.0	1.5	3.0	46.4

2. 調査結果

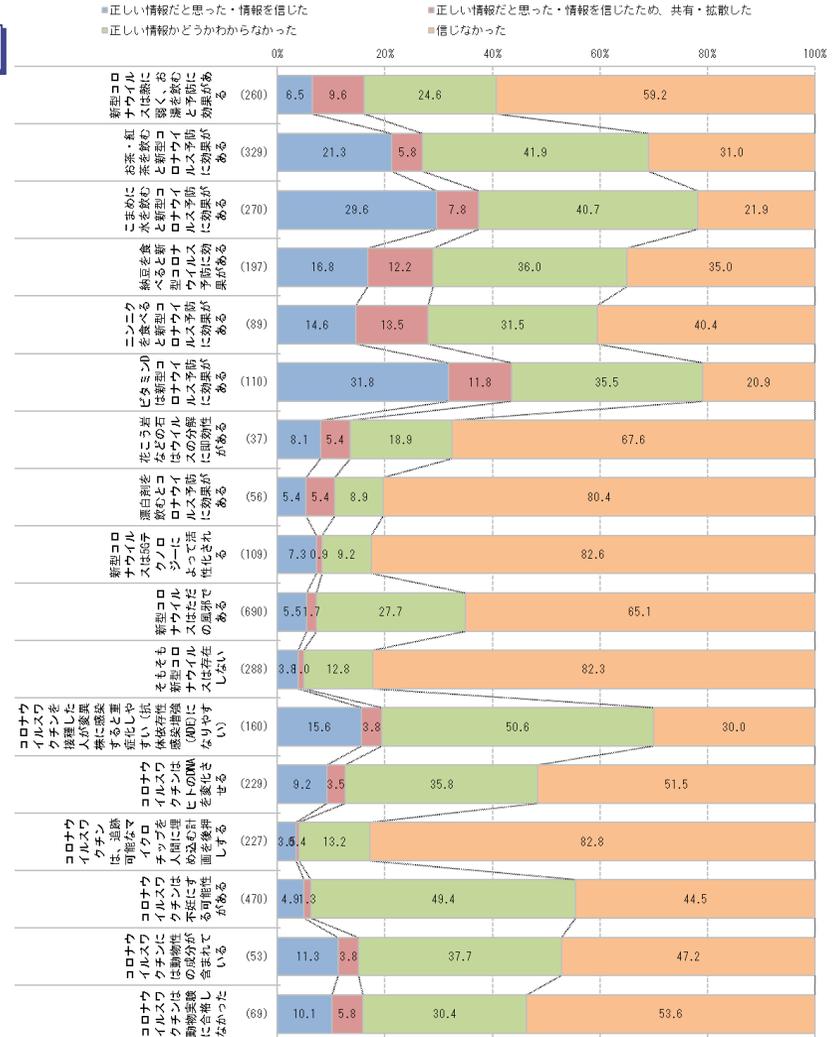
国際比較

調査結果（12）新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関する誤情報を見たときの印象・行動

先程の設問で、新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関する間違っ情報や誤解を招く情報（いわゆるフェイクニュース・デマ）を見たり聞いたりしたことがあると回答した方にお伺いします。先程の設問で見たり聞いたりしたことがあると回答した新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関する間違っ情報や誤解を招く情報について、その情報を初めて見たり聞いたりしたときにどのように思いましたか。

日本

- 「正しい情報だと思った」（正しい情報だと思った・情報を信じた + 正しい情報だと思った・情報を信じたため、共有・拡散した）に着目する。
- 上位3つは、「ビタミンDは新型コロナウイルス予防に効果がある」（43.6%）、「こまめに水を飲むと新型コロナウイルス予防に効果がある」（37.4%）、「納豆を食べると新型コロナウイルス予防に効果がある」（29.0%）であった。
- 全対象国に共通した意見として、「お茶・紅茶、水、納豆、ビタミンDなどの飲食物を取ると新型コロナ予防に効果がある」が、「正しい情報だと思った」の割合が高くなった。



2. 調査結果

国際比較

調査結果 (13) 情報の共有・拡散の方法

先程の設問で、新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関する間違っ情報や誤解を招く情報について「正しい情報だと思った・情報を信じたため、共有・拡散した」と回答した方にお伺いします。その情報をどのように他の人と共有・拡散したことがありますか。あてはまるものをすべてお知らせください。

- 日本における上位3つは、「家族や友人、同僚などに直接会って話した・電話で話した・メールした」（50.5%）、「家族や友人、同僚などにメッセージアプリで共有した」（40.0%）、「SNSに投稿した」（20.0%）であった。
- 日本は諸外国と比べて「正しい情報だと思った・情報を信じたため、共有・拡散した」と回答した人が少ない。日本は回答者が4.75%（95/2,000名）であり、他国は15.5～26.0%であった。
- 諸外国をみると、アメリカ、フランス、ドイツ、韓国では「家族や友人、同僚などに直接会って話した・電話で話した・メールした」が最も高かった。イギリスでは「家族や友人、同僚などにメッセージアプリで共有した」が最も高かった。
- 全ての対象国において、身近な人等に対して、直接会ったり、メッセージアプリを通じて情報共有する方法が高かった。

	全体	家族や友人、同僚などに直接会って話した・電話で話した・メールした	家族や友人、同僚などにメッセージアプリで共有した	SNSに投稿した	SNSで流れてきた情報を拡散（シェア・リツイート）した	ブログなど、SNS以外のインターネット上に投稿した	その他の方法で拡散した	共有・拡散していない	わからない
日本	(95)	50.5	40.0	20.0	18.9	14.7	10.5	12.6	1.1
アメリカ	(260)	47.3	44.6	28.5	31.2	26.9	14.6	5.8	1.2
イギリス	(161)	35.4	47.2	26.1	28.6	26.1	10.6	11.2	1.2
フランス	(219)	57.1	42.9	19.2	22.4	18.7	9.1	7.3	1.8
ドイツ	(194)	48.5	46.4	26.3	28.4	24.2	11.3	6.7	0.5
韓国	(155)	56.1	40.0	17.4	12.9	12.3	7.7	12.9	2.6

調査結果 (14) 情報共有・拡散の理由

先程の設問で「正しい情報だと思った・情報を信じたため、共有・拡散した」と回答した方にお伺いします。あなたはなぜその情報を共有・拡散しましたか。理由としてあてはまるものをすべてお知らせください。

- 日本における上位3つは、「その時点では、その情報の真偽がわからなかったが、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから」(36.8%)、「その時点では、その情報が正しいものだと信じ、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから」(32.6%)、「その時点では、その情報の真偽がわからなかったが、その情報が間違っている・誤解を招く情報である可能性があることを他の人に注意喚起をしようと思ったから」(31.6%)であった。
- 諸外国をみると、アメリカ、イギリス、フランス、ドイツでは「その時点では、その情報の真偽がわからなかったが、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから」が最も高くなった。韓国では「その時点では、その情報が正しいものだと信じ、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから」が最も高くなった。
- 韓国以外の対象国においては、「真偽がわからなくても他の人にとって役に立つ」という理由で情報共有・拡散した人が最も多くなった。

	全体	その時点では、その情報が正しいものだと信じ、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから	その時点では、その情報の真偽がわからなかったが、他の人にとって役に立つ情報だと思ったから	その時点では、その情報の真偽がわからなかったが、その情報が間違っている・誤解を招く情報である可能性があることを他の人に注意喚起をしようと思ったから	情報の真偽に関わらず、その情報が興味深かったから	情報の真偽に関わらず、流行っている話題だったから	特に意味は無い	その他
日本	(95)	32.6	36.8	31.6	26.3	11.6	8.4	0.0
アメリカ	(260)	41.2	45.0	39.2	34.2	20.0	5.8	0.4
イギリス	(161)	28.0	41.6	41.6	28.0	14.9	7.5	0.6
フランス	(219)	37.4	40.2	37.9	21.5	13.7	7.3	0.0
ドイツ	(194)	34.5	49.0	41.8	32.0	16.0	5.7	0.0
韓国	(155)	51.6	40.0	27.7	16.8	12.3	9.7	0.6

2. 調査結果

国際比較

調査結果 (15) 情報の真偽を確かめた経験の有無

先程「正しい情報かどうか分からなかった」又は「信じなかった」と答えた情報を見かけたか答えた方にお聞きます。その情報が怪しいと思った場合、情報の真偽を確かめたことはありますか。

- 日本における上位3つは、「あまり情報の真偽は調べなかった」(29.1%)、「半々くらい」(25.4%)、「ある程度情報の真偽を調べた」(24.0%)であった。
- 日本と諸外国における、情報の真偽を「調べる」(すべての情報の真偽を調べた・ほとんどの情報の真偽を調べた+ある程度情報の真偽を調べた)に着目する。
- 高かった順にドイツ(54.7%)、アメリカ(49.9%)、フランス(47.8%)、イギリス(43.4%)、日本(28.5%)、韓国(28.1%)となった。
- 情報の真偽を「調べる」のは、調査対象国のうち欧米は約4~5割台、アジアでは約3割となった。

	全体	すべての情報の真偽を調べた・ほとんどの情報の真偽を調べた	ある程度情報の真偽を調べた	半々くらい	あまり情報の真偽は調べなかった	まったく情報の真偽は調べなかった・ほとんど情報の真偽は調べなかった	情報が怪しいと思っことはない	調べる※1
日本	(1103)	4.4	24.0	25.4	29.1	14.6	2.4	28.5
アメリカ	(545)	28.3	21.7	16.3	10.8	16.5	6.4	49.9
イギリス	(606)	20.3	23.1	12.5	14.4	22.6	7.1	43.4
フランス	(607)	20.8	27.0	20.6	15.8	11.7	4.1	47.8
ドイツ	(570)	26.1	28.6	15.8	11.8	10.2	7.5	54.7
韓国	(595)	3.2	24.9	30.1	31.4	9.1	1.3	28.1

※1「調べる」：すべての情報の真偽を調べた・ほとんどの情報の真偽を調べた+ある程度情報の真偽を調べた

2. 調査結果

国際比較

調査結果（16）情報の真偽を確かめた方法

新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関する情報を見かけて、その情報が怪しいと思って真偽を調べた場合、情報の真偽をどのようにして確かめましたか。あてはまるものをすべてお知らせください。

- 日本における上位3つは、「**自国の政府機関による情報を確認した**」（35.0%）、「**検索サービス（例：Googleなど）を利用して検索し、その情報について他にどのような意見や反応があるか調べた**」（34.6%）、「**テレビ放送局による報道を確認した**」（32.2%）であった。
- 諸外国をみると、アメリカ、イギリス、ドイツでは「**世界保健機関（WHO）や専門機関による情報を確認した**」が最も高かった。フランス、韓国では「**自国の政府機関**」が最も高かった。

	全体	自国の政府機関による情報を確認した	世界保健機関（WHO）や専門機関による情報を確認した	テレビ放送局による報道を確認した	新聞社による報道を確認した	検索サービス（例：Googleなど）を利用して検索し、その情報について他にどのような意見や反応があるか調べた	SNS内で検索し、その情報について他にどのような意見や反応があるか調べた	情報の発信者が信頼できる組織や人物なのかを確認した	1次ソースを調べた	質問系ネットサービスで聞いた	ファクトチェック※の結果を確認した	書籍・新聞などで調べた	家族・知人・同僚などに聞いた	SNSで投稿内容に対して警告ラベルがつけられており、その内容を確認した	その他
日本	(1076)	35.0	21.0	32.2	12.7	34.6	16.7	12.4	8.0	2.2	3.8	5.1	15.5	2.8	4.2
アメリカ	(510)	42.7	47.6	17.3	13.7	33.1	12.0	18.0	16.5	4.7	14.5	5.5	14.5	4.3	6.9
イギリス	(563)	43.7	46.7	20.8	15.5	23.4	10.8	10.3	7.8	2.0	9.2	5.3	11.7	2.1	5.9
フランス	(582)	37.5	36.3	31.1	17.5	27.0	8.4	11.7	8.6	2.7	6.2	7.4	16.0	2.9	4.1
ドイツ	(527)	41.0	41.2	27.1	16.9	35.7	11.0	16.9	13.3	4.4	9.3	8.0	22.8	3.6	3.4
韓国	(587)	41.1	23.9	33.2	12.3	40.9	15.0	13.3	6.5	2.2	14.3	3.6	15.8	1.9	1.7

2. 調査結果

国際比較

調査結果（17）真実または真偽不明の情報として記載されていた媒体

先程、新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関する間違っただ情報や誤解を招く情報（いわゆるフェイクニュース・デマ）を見たり聞いたりしたことがあると回答した方にお伺いします。以下のサービスやメディアなどで、あたかも真実または真偽不明の情報として書かれているのを見かけたことはありますか。※その情報が「真実ではない」、「誤解を招く」、「フェイクニュース・デマである」といった注意喚起の形で見かけた場合は除きます。

- 日本における上位3つは、「Twitter」（29.7%）、「民間放送局」（21.0%）、「Yahoo！ニュース」（20.8%）であった。
- 諸外国をみると、アメリカ、イギリス、ドイツでは「Facebook」が最も高くなった。フランスでは「自国の政府機関」（28.1%）、韓国では「YouTube」（40.1%）が最も高かった。

	全体	自国の政府機関	世界保健機関 (WHO) や専門機関	公共放送局 ※国営放送局含む	民間放送局	新聞社	オンラインニュース組織	Yahoo！ニュース	LINE NEWS	Google News	Apple News	MSN	その他のニュース系アプリ・サイト	Facebook	Twitter
日本	(1237)	11.5	8.8	12.0	21.0	6.7	10.0	20.8	6.5	3.4	0.6	0.9	9.5	4.7	29.7
アメリカ	(780)	31.3	31.4	23.6	22.8	18.7	20.5	10.9	6.2	17.1	6.9	5.3	7.7	31.5	14.5
イギリス	(737)	22.8	22.9	17.2	14.4	16.0	15.3	6.0	3.3	9.1	3.7	1.6	3.7	33.5	16.6
フランス	(777)	28.1	21.9	22.8	15.6	23.6	14.2	6.7	3.7	16.9	4.0	3.6	3.9	26.1	12.7
ドイツ	(741)	20.9	21.7	22.0	17.0	14.7	11.9	5.4	4.7	17.0	4.3	3.2	6.5	28.3	12.0
韓国	(770)	17.0	10.6	14.7	16.9	13.2	17.7	2.7	1.4	6.0	1.7	2.2	21.0	21.6	13.6

	全体	Instagram	LINE（タイムライン・グループチャット）	WhatsAppグループ	その他のSNS	YouTube	その他の動画系アプリ・サイト（YouTube以外）	Yahoo！知恵袋	検索サイト	その他のブログやまとめサイト	家族や友人、同僚などとの直接の会話・電話・メール	家族や友人、同僚などとのメッセージアプリのやり取り	クラブハウス	その他
日本	(1237)	7.4	3.0	0.5	4.0	13.9	2.3	7.0	6.9	9.9	9.9	4.0	0.8	3.6
アメリカ	(780)	16.8	3.3	4.4	10.9	20.8	3.5	3.1	7.6	5.9	16.4	12.1	1.3	2.4
イギリス	(737)	14.9	2.2	5.7	9.5	12.6	3.1	1.1	6.9	3.0	13.2	11.4	0.7	2.8
フランス	(777)	15.2	2.4	5.1	7.3	12.0	2.1	0.9	8.1	3.7	10.3	11.7	1.0	1.0
ドイツ	(741)	20.8	2.7	7.2	9.9	20.4	4.3	2.2	5.4	4.0	14.2	11.3	0.5	2.2
韓国	(770)	19.9	1.6	1.2	9.7	40.1	3.8	0.6	8.3	7.4	12.2	9.1	0.4	1.3

2. 調査結果

国際比較

調査結果（18）情報の真偽について注意喚起を併記していた媒体

先程、新型コロナウイルスやコロナウイルスワクチンに関する間違った情報や誤解を招く情報（いわゆるフェイクニュース・デマ）を見たり聞いたりしたことがあると回答した方にお伺いします。以下のサービスやメディアなどで、その情報が「真実ではない」、「誤解を招く」、「フェイクニュース・デマである」というように注意喚起されているのを見かけたことはありますか。あてはまるものをすべてお知らせください。

- 日本における上位3つは、「民間放送局」（32.9%）、「自国の政府機関」（28.3%）、「公共放送局 ※国营放送局含む」（24.6%）であった。
- 諸外国をみると、アメリカ、イギリス、フランス、韓国では「自国の政府機関」が最も高かった。ドイツでは「Facebook」（22.1%）が最も高かった。

	全体	自国の政府機関	世界保健機関 (WHO) や専門機関	公共放送局 ※国营放送局含む	民間放送局	新聞社	オンラインニュース組織	Yahoo! ニュース	LINE NEWS	Google News	Apple News	MSN	その他のニュース系アプリ・サイト	Facebook	Twitter
日本	(1237)	28.3	14.2	24.6	32.9	9.1	6.1	16.1	4.1	3.4	0.7	0.5	3.8	2.6	18.5
アメリカ	(780)	32.3	30.8	25.4	21.9	17.6	18.3	10.9	4.6	16.9	9.0	6.4	7.3	29.1	15.4
イギリス	(737)	28.0	24.8	20.9	14.8	17.0	12.9	5.6	3.0	8.0	3.4	2.8	3.7	26.6	13.2
フランス	(777)	29.2	22.3	22.5	16.2	20.8	8.9	6.0	2.3	14.9	3.0	3.6	3.2	21.9	11.1
ドイツ	(741)	19.3	20.4	16.1	14.7	11.7	10.0	5.4	4.3	13.2	4.7	3.1	6.3	22.1	9.7
韓国	(770)	35.7	17.3	30.6	19.7	12.5	10.3	0.8	1.7	5.5	1.7	1.6	15.7	11.3	7.0

	全体	Instagram	LINE (タイムライン・グループチャット)	WhatsApp グループ	その他のSNS	YouTube	その他の動画系アプリ・サイト (YouTube以外)	Yahoo! 知恵袋	検索サイト	その他のブログやまとめサイト	家族や友人、同僚などの直接の会話・電話・メール	家族や友人、同僚などのメッセージアプリのやり取り	クラブハウス	その他
日本	(1237)	3.5	1.3	0.3	2.1	8.0	1.3	1.9	3.6	3.5	6.9	2.7	0.7	5.7
アメリカ	(780)	16.7	4.5	5.0	10.6	16.0	3.8	2.6	7.1	5.3	14.4	12.6	0.8	2.4
イギリス	(737)	11.8	2.0	3.7	7.3	10.0	2.3	1.8	5.4	2.4	10.7	9.9	1.2	3.4
フランス	(777)	13.1	3.0	3.3	6.4	11.7	2.7	1.4	7.5	2.7	8.6	10.9	1.2	2.7
ドイツ	(741)	17.7	2.0	4.5	6.5	13.2	3.0	1.8	3.4	2.7	8.6	7.8	1.3	7.3
韓国	(770)	11.7	0.5	0.6	4.3	25.5	2.2	0.6	6.1	3.0	9.1	6.9	0.4	2.1

2. 調査結果

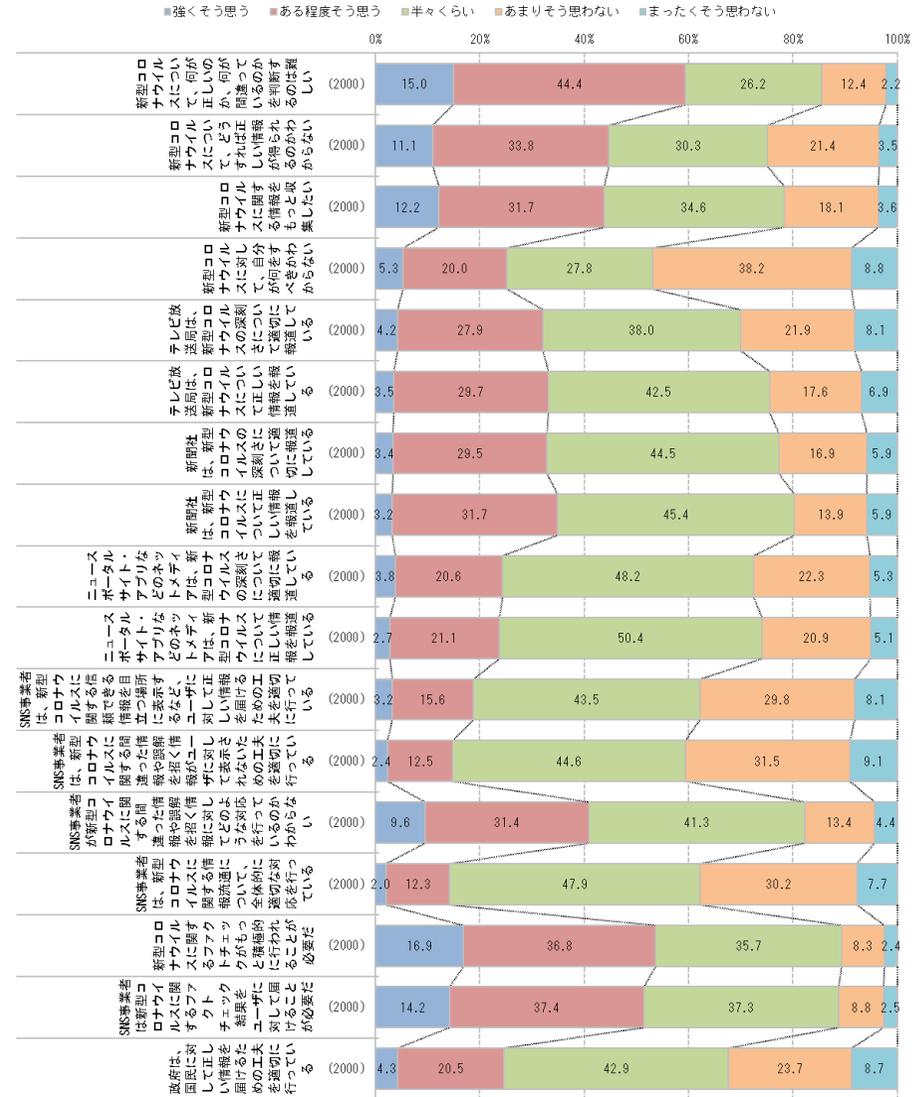
国際比較

調査結果（19-1）新型コロナウイルスに関する情報についての意見

次の意見について、あなたはごどう思いますか。

日本

- 各国において、「思う」（強く思う+ある程度思う）に着目する。
- 日本における上位3つは、「新型コロナウイルスについて、何が正しいのか、何が間違っているのかを判断するのは難しい」（59.4%）、「新型コロナウイルスに関するファクトチェックがもっと積極的に行われることが必要だ」（53.7%）、「SNS事業者は新型コロナウイルスに関するファクトチェック結果をユーザに対して届けることが必要だ」（51.6%）であった。
- 全対象国に共通した意見として、「**新型コロナウイルスに関するファクトチェックがもっと積極的に行われることが必要だ**」、「**SNS事業者は新型コロナウイルスに関するファクトチェック結果をユーザに対して届けることが必要だ**」において、「思う」の割合が上位3位までに入った。



2. 調査結果

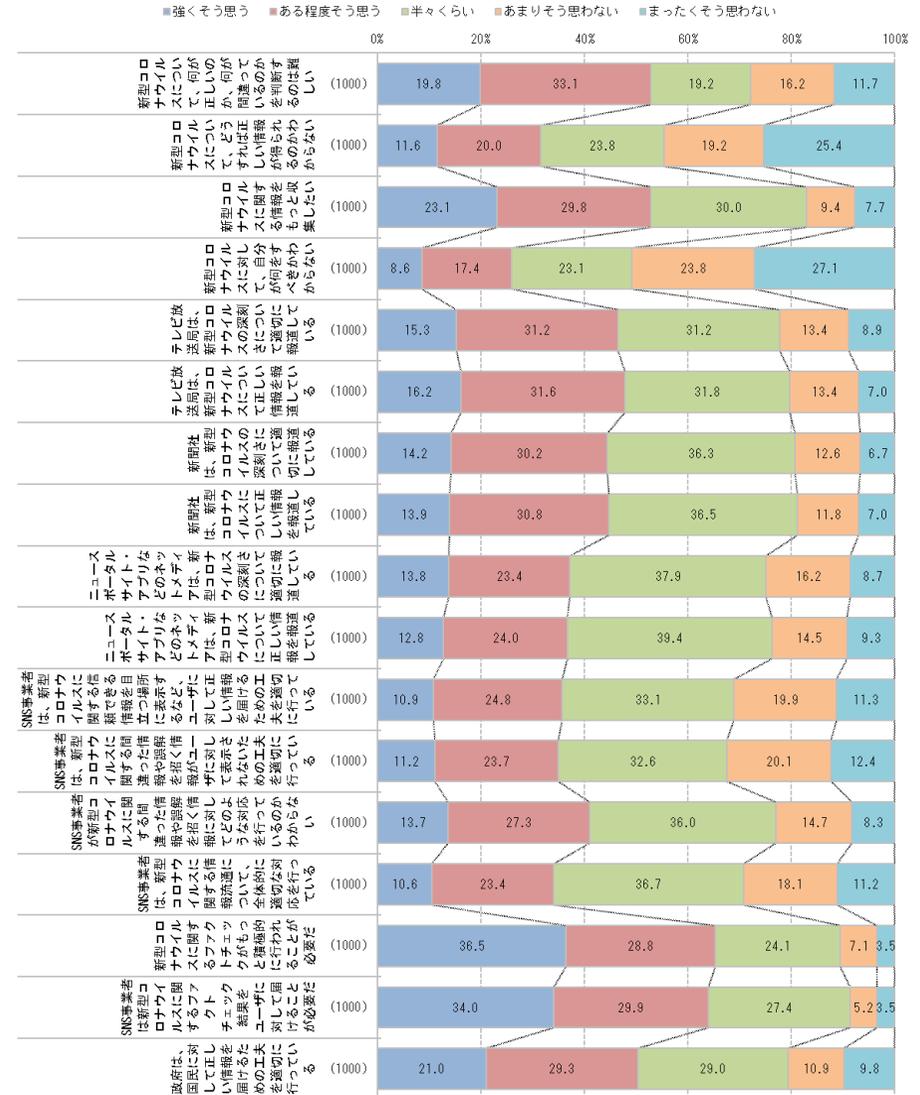
国際比較

調査結果（19-2）新型コロナウイルスに関する情報についての意見

次の意見について、あなたはごどう思いますか。

アメリカ

- アメリカにおける上位3つは、「新型コロナウイルスに関するファクトチェックがもっと積極的に行われることが必要だ」（65.3%）、「SNS事業者は新型コロナウイルスに関するファクトチェック結果をユーザに対して届けることが必要だ」（63.9%）、「新型コロナウイルスについて、何が正しいのか、何が間違っているのかを判断するのは難しい」（52.9%）、「新型コロナウイルスに関する情報をもっと収集したい」（52.9%）であった。



2. 調査結果

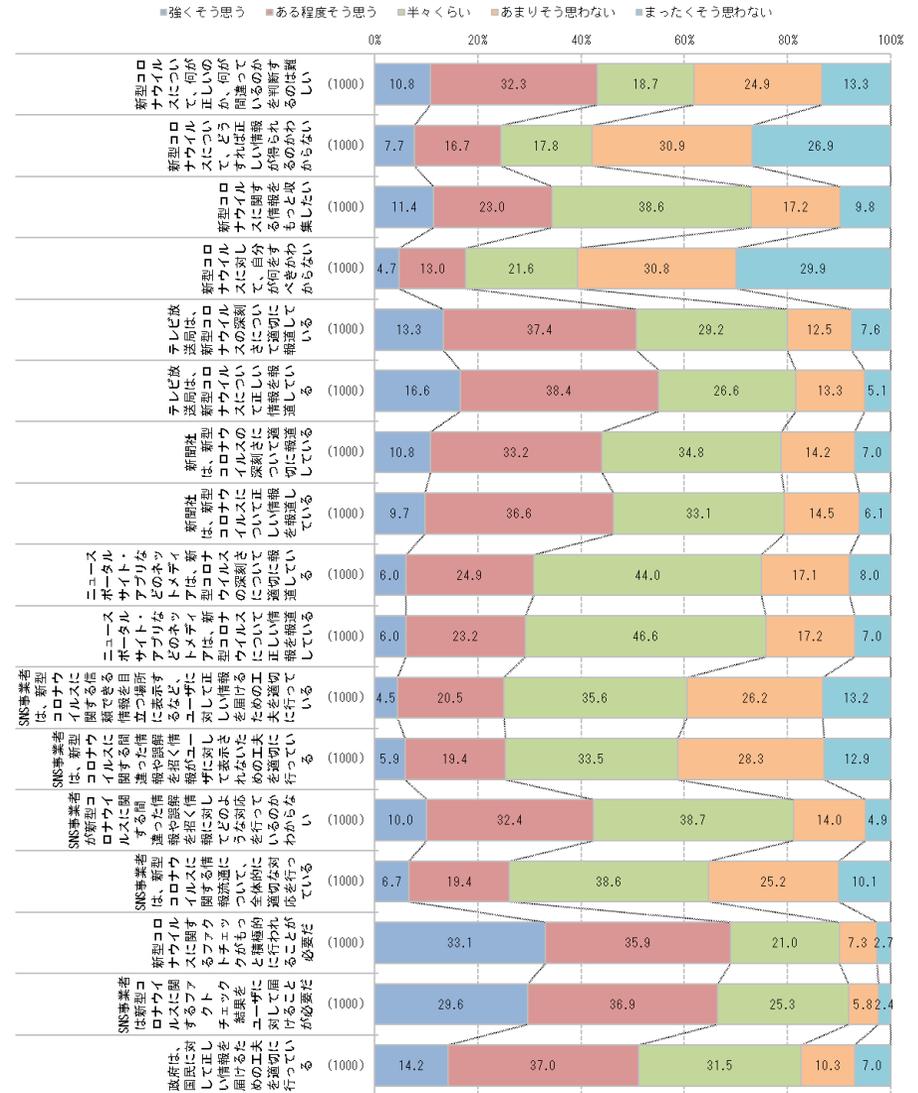
国際比較

調査結果（19-3）新型コロナウイルスに関する情報についての意見

次の意見について、あなたはごどう思いますか。

イギリス

- イギリスにおける上位3つは、「新型コロナウイルスに関するファクトチェックがもっと積極的に行われることが必要だ」（69.0%）、「SNS事業者は新型コロナウイルスに関するファクトチェック結果をユーザに対して届けることが必要だ」（66.5%）、「テレビ放送局は、新型コロナウイルスについて正しい情報を報道している」（55.0%）であった。



2. 調査結果

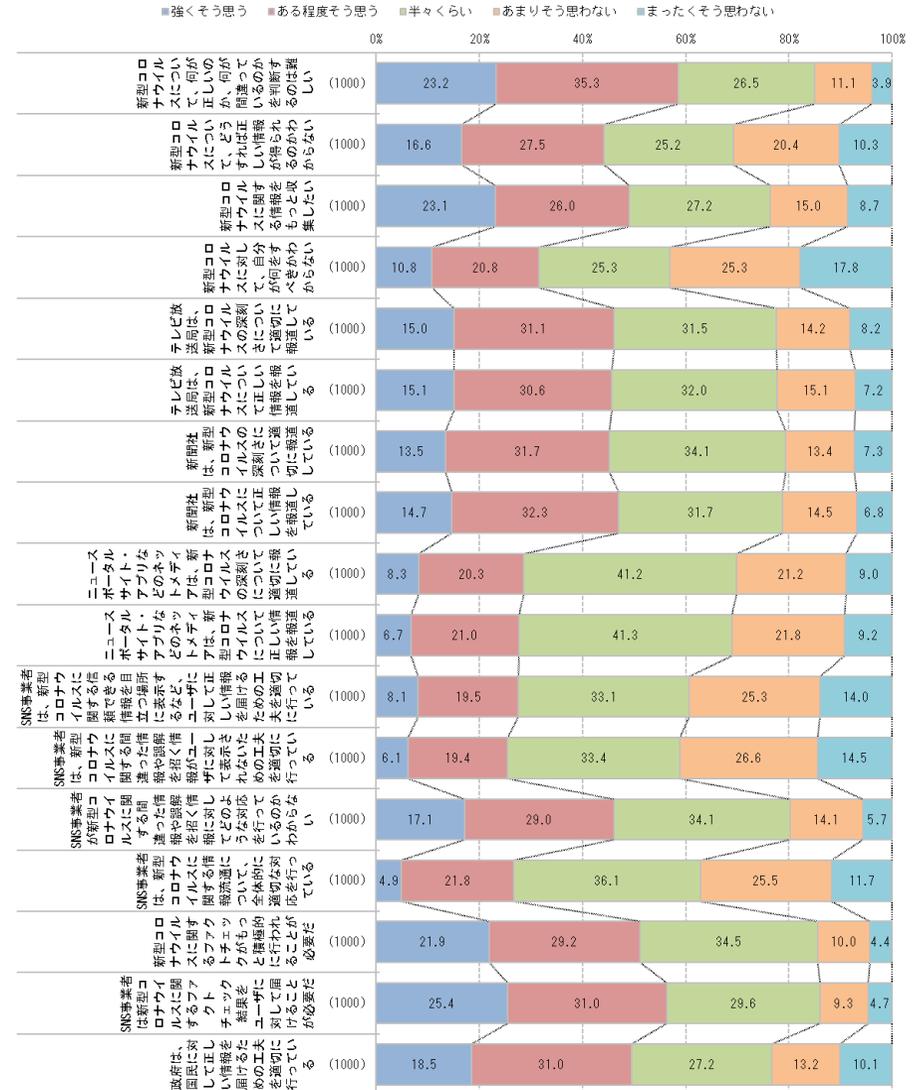
国際比較

調査結果（19-4）新型コロナウイルスに関する情報についての意見

次の意見について、あなたはごどう思いますか。

フランス

- フランスにおける上位3つは、「新型コロナウイルスについて、何が正しいのか、何が間違っているのかを判断するのは難しい」（58.5%）、「SNS事業者は新型コロナウイルスに関するファクトチェック結果をユーザに対して届けることが必要だ」（56.4%）、「新型コロナウイルスに関するファクトチェックがもっと積極的に行われることが必要だ」（51.1%）であった。



2. 調査結果

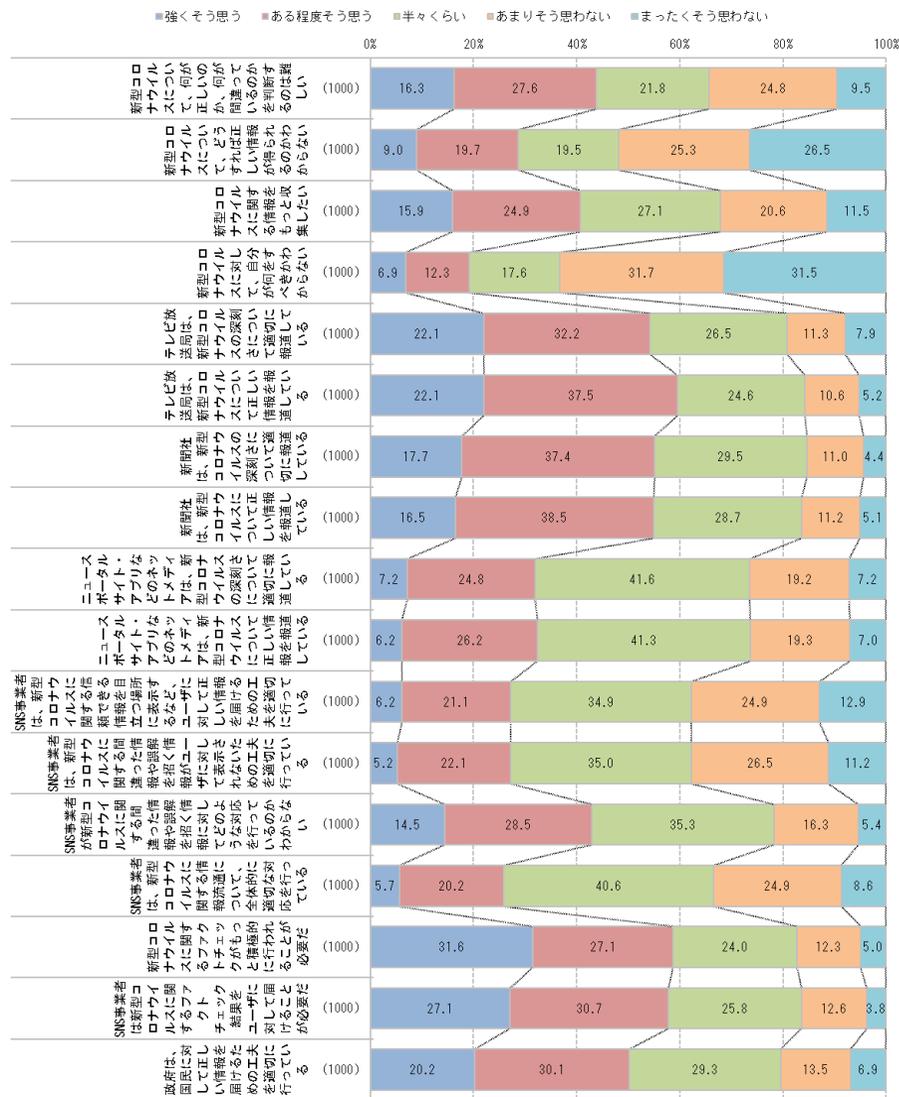
国際比較

調査結果（19-5）新型コロナウイルスに関する情報についての意見

次の意見について、あなたはごどう思いますか。

ドイツ

- ドイツにおける上位3つは、「テレビ放送局は、新型コロナウイルスについて正しい情報を報道している」（59.6%）、「新型コロナウイルスに関するファクトチェックがもっと積極的に行われることが必要だ」（58.7%）、「SNS事業者は新型コロナウイルスに関するファクトチェック結果をユーザに対して届けることが必要だ」（57.8%）であった。



2. 調査結果

国際比較

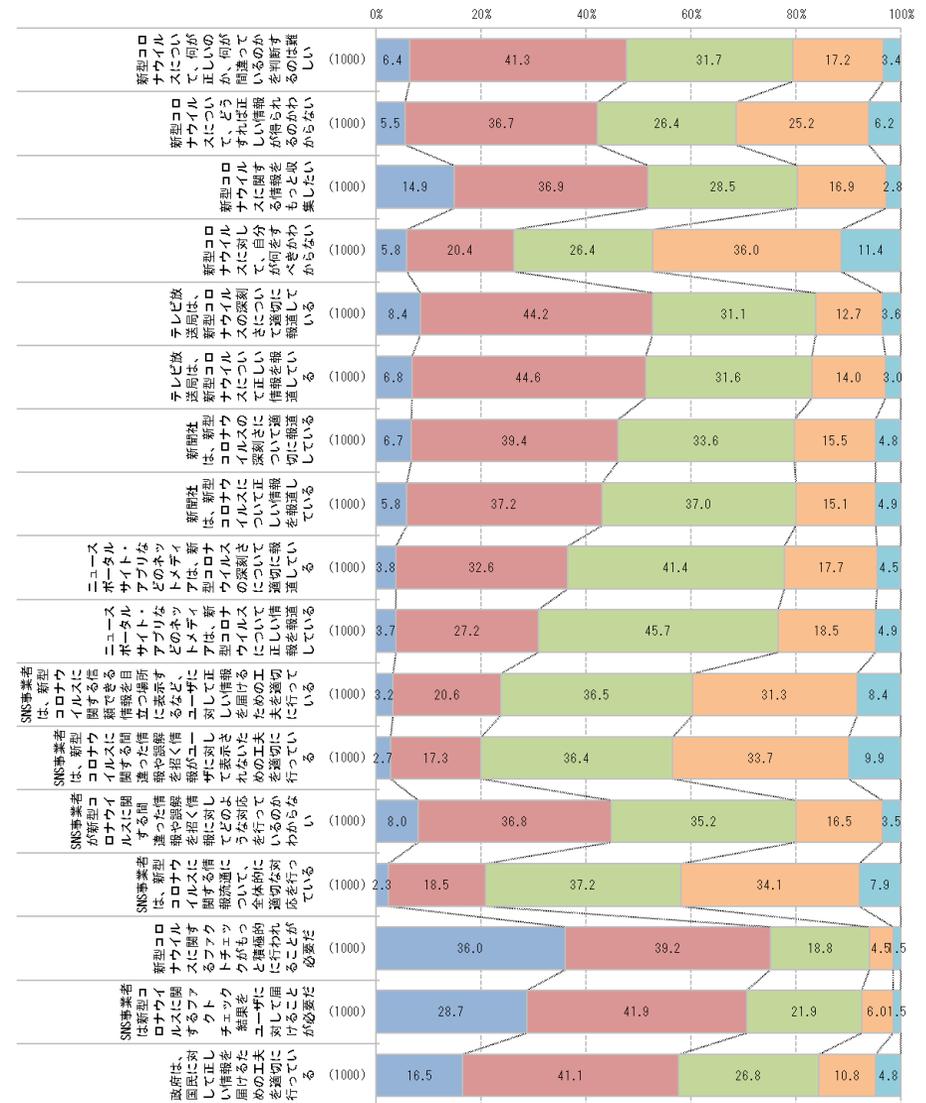
調査結果（19-6）新型コロナウイルスに関する情報についての意見

次の意見について、あなたはごどう思いますか。

韓国

- 韓国における上位3つは、「新型コロナウイルスに関するファクトチェックがもっと積極的に行われることが必要だ」（75.2%）、「SNS事業者は新型コロナウイルスに関するファクトチェック結果をユーザに対して届けることが必要だ」（70.6%）、「政府は、国民に対して正しい情報を届けるための工夫を適切に行っている」（57.6%）であった。

■強く思う ■ある程度思う ■半々くらい ■あまりそう思わない ■まったくそう思わない



2. 調査結果

日本（時系列比較）

調査結果（19-7）新型コロナウイルスに関する情報についての意見

次の意見について、あなたはごどう思いますか。

日本

- 2020年6月調査と2022年2月調査を比較して「思う」（強く思う+ある程度思う）の増減割合が高い回答に着目する。ここでは5ポイント以上の差が生じたものを示す。
- 増加したのは、下記の通り。
 - ・ 「SNS事業者が新型コロナウイルスに関する間違った情報や誤解を招く情報に対してどのような対応を行っているのかわからない」（10.0ポイント増）、
 - ・ 「テレビ放送局は、新型コロナウイルスについて正しい情報を報道している」（5.1ポイント増）であった。
- 減少したのは、下記の通り。
 - ・ 「新型コロナウイルスに関する情報をもっと収集したい」（11.2ポイント減）となった。

次頁に元データで作成したグラフを再掲した。



調査結果（20）SNSプラットフォームからの情報真偽の警告や通知

あなたが、SNSにアクセスした際に、SNSプラットフォームから、その情報が信頼できない/真実でない可能性があるという警告や通知が添付されたニュースや情報を目にするのがどのくらいありますか。

- 日本における上位3つは、「ほとんどない」（32.8%）、「ときどき」（31.4%）、「見たことはない」（26.5%）であった。
- なお、虚偽可能性があるとの警告や通知を「目にしたことがない人」（ほとんどない+見たことはない）に着目すると、日本（59.3%）、アメリカ（27.8%）、イギリス（44.1%）、フランス（32.4%）、ドイツ（44.1%）、韓国（39.8%）であった。**日本とイギリス、ドイツは「目にしたことがない」が約4～6割であり、約3～4割のアメリカ、フランス、韓国よりも高かった。**

	全体	使うたび	ほとんどの場合	ときどき	ほとんどない	見たことはない	目にしたことがない
日本	(2000)	2.3	7.1	31.4	32.8	26.5	59.3
アメリカ	(1000)	15.6	20.9	35.7	14.8	13.0	27.8
イギリス	(1000)	6.2	18.6	31.1	25.6	18.5	44.1
フランス	(1000)	7.2	20.3	40.1	20.0	12.4	32.4
ドイツ	(1000)	5.5	19.6	30.8	21.6	22.5	44.1
韓国	(1000)	4.5	15.4	40.3	29.8	10.0	39.8