

日本における「プライバシー・パラドックス」の実態とその要因 —オンラインアンケート調査結果を中心に—

The real situation behind “Privacy Paradox” in Japan and its factors

- Based on online survey results -

金 秀那
Suna Kim

中央大学大学院文学研究科 社会情報学専攻博士後期課程
Chuo University Graduated school Of Socio-Infomatics

Abstract This study conducted an online survey about the relevance of privacy awareness and actual efforts to protect privacy. Also, this study may provide hints about activities that aims to promote privacy protection and uplift privacy awareness among the people by looking for factors that influence privacy paradox.

キーワード プライバシー・パラドックス プライバシー意識 プライバシー保護関連行動

1. はじめに

1.1 研究の背景

ソーシャル・ネットワークサービス（以下 SNS と称する）などでの利用者本人による個人情報開示に因するプライバシー侵害などにより、プライバシー保護への関心が高まっている。SNS はそのサービスの特性から、個人に関するプライベートな情報の開示や流通が頻繁に行われているため、利用者もプライバシー不安も多く抱えている。しかし、その不安とは別に人々は引き続きプライバシー情報を開示し続けており、しばしば社会問題となっている。このように、プライバシーに対して不安を抱えていながら、それに合致した態度をあまりとらないことを「プライバシー・パラドックス」という。

本研究では、日本のプライバシー・パラドックスの実態とその関連要因について検討することにした。

1.2 先行研究とリサーチクエスト

欧米圏の先行研究においては、人に対する「信頼」が個人情報公開に肯定的影響を与えること(1)や、プライバシー・リスクは認知していても楽観主義バイアスが働く人ほどプライバシー保護関連行動はあまりとらないという結果がいくつも報告されている(2)(3)(4)。日本においては、このような観点で行われた研究は少なく、関連研究として田畑(5)と三上(6)の研究をあげることができる。ただし、両者ともプライバシー意識とプライバシー保護関連行動には関連があるという、プライバシー・パラドックスの仮説とは反対の結果が報告されている。ただ、彼らも課題として言及しているように、それを日本社会全体に適用させるには限界がある。なぜなら、第一にその理由としてまず、両方とも大学生を調査対象に限定しているためであり、より幅広い年齢層を対象にし、調査を行う必要がある。

さらに、プライバシー意識を尋ねる質問の言葉が

ネガティブなニュアンスを持っていることである。

たとえば、田畑の研究では、プライバシー意識を測定する項目として「自分のプライバシーに注意して生活している」、「多少は注意して生活している」、「あまり注意していない」のように、回答者の主観的判断に基づき、意識の高低を導出している。また、三上の研究では、回答者が持つプライバシー・個人情報に対する不安感から、プライバシー意識を捉えている。「気を付けている」や「不安感」といった言葉からみられるネガティブなニュアンスが、後からの行動を答える際に影響を及ぼしている可能性も考えられる。

以上を踏まえ、本研究では、日本社会におけるプライバシー・パラドックスの実態を再確認することに当たって、より幅広い年齢層を対象に、中立的な口調を使い、プライバシー意識を捉えるように取り組む。加えて、回答者の個人属性・心理的属性などを尋ね、プライバシー・パラドックスの原因である「プライバシー保護関連行動の低調」に影響を与える要因を考察する。また、多様な年齢層を調査対象にしていることから、SNS 利用率が年代によって大きく異なると思われるため、プライバシー保護関連行動においては、SNS の利用・公開設定などに加え、セキュリティ対策行動も視野に入れてプライバシー意識との関連性を検討する。

本研究のリサーチクエストをまとめると以下となる。

RQ1. プライバシー・パラドックス仮説の検定：プライバシー意識とプライバシー関連行動—SNS 上における情報開示行動・セキュリティ対策行動—の関連の有無

RQ2. プライバシー関連行動に影響を与える諸要因—個人属性・心理特性—の検討

2. 調査方法

2.1 調査概要

本研究は、2016年7月12～14日にかけて実施したウェブモニタ調査によるものである。対象者は、18歳～69歳の男女であり、インターネット調査会社の全国モニタから、2015年の国勢調査に基づき、回収数1200を目標として、性別・年齢を人口比に応じて割り付けた。有効回答数は1240（男性619人、女性621人、平均年齢45.04歳）である。

2.2 主な変数の概要

本研究で用いる主要な変数は以下の通りである。性別、年齢、最終学歴、年収、日頃に付き合っている知人の数など回答者の基本的属性に加え、以下の変数を分析で用いる。

(1) プライバシー意識

佐藤・太幡(7)のインターネット版プライバシー尺度 (Multi-dimensional Privacy Scale for Internet users; 以下 MPS-I) を参考に、プライバシー意識を測定した。この MPS-I は、プライバシー項目を並べ、それについて回答者がネット上の不特定多数に知られたくない程度を選択するように尋ねることで、「注意」・「不安」といったネガティブな印象を与えることを避けることができる。本研究では、MPS-I の 26 項目の中から、ネット上に公開されるとほとんどの人が抵抗を感じると考えられる項目（暗証番号など）を除外し、SNS のプロフィールや書き込み作成に関わる 9 項目（自分の予定、性別、通学先・勤務先、人脈・交友関係、電話番号、自分の顔写真・映像、氏名、メール・アドレス、生年月日）および、「位置情報」を加えた 10 項目でプライバシー意識を測定した。これら 10 項目それぞれについて、ネット上の不特定多数の人に対してどのくらい知られてよいと感じるかを 4 件法で回答するように尋ねた。その結果は表 1 に示す。

結果を見ると、性別以外の項目については、回答者の 9 割以上が、3. どちらかというところ知られたくない・4. 知られたくないと答えていた。本研究においては、10 項目すべてを単純加算し、「プライバシー意識得点」として用いた (Cronbach の $\alpha = .899$)。

(2) プライバシー保護関連行動

プライバシー保護のための行動を回答者がどの程度意識しているかを測るため、本研究では、次の 6 項目を用いた。「他人の写真」、「自分の情報」、「コンテンツ公開設定」（以上 SNS 上の情報開示行動）、「セキュリティソフトの更新」、「スマートフォン・携帯電話のパスワード設定」、「利用しているサイトのログインパスワードの定期的変更」

（以上セキュリティ対策行動）である。これらについて、「わからない」を含む 5 件法で回答を求めた。その結果を表 2 に示す。SNS 上の情報開示行動に関連する項目の中で「友人の断りなく、一緒に写った写真を自分の SNS で公開する」、「自分の実名や顔写真などを SNS をプロフィールに公開する」項目に

ついては各々回答者の 89.5%、83.3%の回答者が「4. したことがない」と答えており、友人や本人の情報公開の経験が少ない傾向がみられた。一方、「SNS に投稿するコンテンツの公開をカスタマイズしている」という項目においては、79.6%の回答者が「4. したことがない」と答えており、多くの利用者が公開設定をカスタマイズしていないことがうかがわれる。ただし、本研究の調査対象者の中には、SNS を利用していない対象者も含まれていることに留意する必要がある。

一方、セキュリティ対策行動と関連する項目においては、「セキュリティソフト更新」はする方（1. よくする、2. ときどきする）としない方（3. あまりしていない、4. したことがない）という答えが半々であり、「スマートフォン・携帯電話のパスワード設定」、「パスワードの定期的変更」の項目についてはしない方が各々 58.5%、76.2%で過半数以上を占めている。セキュリティ対策行動においては回答者の多数があまり行っていないという傾向がみられた。

(表 1) プライバシー意識の回答結果 (N=1240)

	知られてよい	どちらかというところ知られてよい	どちらかというところ知られたくない	知られたくない
自分の予定	32(2.6%)	70(5.6%)	237(19.1%)	901(72.7%)
性別	289(23.3%)	316(25.5%)	225(18.1%)	410(33.1%)
通学先・勤務先	39(3.1%)	72(5.8%)	215(17.3%)	914(73.7%)
人脈・交友関係	32(2.6%)	83(6.7%)	274(22.1%)	851(68.6%)
電話番号	14(1.1%)	17(1.4%)	118(9.5%)	1091(88.0%)
自分の顔写真・映像	24(1.9%)	48(3.9%)	172(13.9%)	996(80.3%)
氏名	32(2.7%)	76(6.1%)	170(13.7%)	960(77.4%)
メールアドレス	17(1.4%)	41(3.3%)	177(14.3%)	1005(81.0%)
位置情報・移動経路	12(1.0%)	24(1.9%)	137(11.0%)	1067(86.0%)
生年月日	63(5.1%)	125(10.1%)	205(16.5%)	847(68.3%)

(表 2) プライバシー保護関連行動の回答結果 (N=1240)

	よくする	ときどきする	あまりしていない	したことがない	わからない
友人に断りなく、一緒に写った写真を自分の SNS で公開する。	11(0.9%)	33(2.7%)	82(6.9%)	1036(88.4%)	15(1.2%)
自分の実名や顔写真などを SNS のプロフィールに公開する。	31(2.5%)	65(5.2%)	108(8.7%)	1020(82.3%)	16(1.3%)
SNS に投稿するコンテンツの公開をカスタマイズしている。	82(6.6%)	70(5.6%)	90(7.3%)	944(76.1%)	54(4.4%)
セキュリティソフトを更新している。	356(28.7%)	292(23.5%)	153(12.3%)	362(29.2%)	77(6.2%)
スマートフォンや携帯電話にパスワードをかけている。	399(32.2%)	102(8.2%)	181(14.6%)	513(41.4%)	45(3.6%)
利用しているサイトのパスワードを定期的に変更している。	70(5.6%)	218(17.6%)	523(42.2%)	400(32.3%)	29(2.3%)

(3) 他人による情報公開経験

2015 年独立行政法人情報処理推進機構（以下 IPA）が実施した「情報セキュリティの倫理に対する意識調査(8)」によると、他人に個人情報やプライベートな情報をインターネットに公開されたと答えた人は約 20.7%であった。その内容として、「自分とわかる動画・写真」、「氏名、所属、年齢など自分に関わる情報」、「行った場所、食事など自分の行動に関する情報」などがあげられた。これを基に

5項目を作成し、当てはまるものをすべて選ぶように尋ねた。経験があるという回答は「近況」12.9%、「写真」12.3%、「話したこと」7.7%、「個人情報」3.1%、「特になし」78.8%だった。

(4) ニュース接触度

リスク認知や対策を促す要因として、ニュース接触に関する研究は多数みられる(9)(10)。本研究では、ニュース接触が多いほど、プライバシー情報の開示や流出による被害についての情報が得られ、プライバシー保護関連行動に影響を及ぼしているのではないかと考えた。その仮説を検証するため、テレビ・新聞・ネット・ラジオにおけるニュース接触の頻度をそれぞれ尋ねた。

(5) SNS利用とその頻度

本研究ではまず SNS の利用状況について、「LINE」、「Twitter」、「Facebook」、「2ちゃんねる」、「Instagram」、「はてなブックマーク」、「自分のブログ」、「ニュースサイトのコメント欄」、「その他のネット掲示板」に加え、「この中に利用しているものはない」という選択肢の中から複数回答を求めた。

さらに、「利用している」という回答のあった SNS について、「閲覧頻度」「書き込み頻度」を尋ねた。

「利用している」という言及が比較的多かったものは、LINE、Twitter、Facebook の3つである。この傾向は「平成 27 年版情報通信白書(11)」（総務省）と同様である。本研究の調査での利用率はそれぞれ、LINE は 49.5%、Twitter は 31.2%、Facebook は 30.6%であった。各サービスの閲覧頻度は、LINE では「一日数回～一日十数回以上」60%、「一日一回～週数回」31.4%、「週一回以下」8.3%、Twitter では 41.6%、40.3%、18.1%、Facebook では 34.6%、38.3%、27.2%であった。書き込み頻度は、LINE では「一日数回～一日十数回以上」35.6%、「一日一回～週数回」21.4%、「週一回以下～書き込まない」42.7%、Twitter では 20.4%、21.2%、58.4%、Facebook では 11.1%、20.3%、68.6%であった。

(6) 心理特性

① 一般的信頼性

Noverg et, al.(1)の研究では、調査回答者が「公開していない」と答えた個人情報について、多くの場合、実際には公開しており、その傾向に「信頼」がポジティブな影響を与えることを確認されている。この研究を踏まえて、「一般的信頼感」が高い人ほど、プライバシー保護関連行動を行っていないのではないかと考えた。それを確かめるため、本研究では、山岸(12)の一般的信頼尺度 6 項目から 3 項目（「ほとんどの人は信頼できる」、「たいていの人から信頼された場合、同じように相手を信頼する」、「ほとんどの人は正直である」）を選び、5 件法で回答を求めた。（Cronbach の $\alpha = .878$ ）

② 自己効力感

野村ら(13)の研究から自己効力感が高いほどインターネットにおける不安感が低いという結果が報告されており、それは、プライバシーに関する行動面にも影響を与えると推測される。そこで、本研究では成田ら(14)の自己効力感尺度 23 項目から 3 項目（「自分が立てた計画は、うまくできる自身がある」、「重要な目標を決めても、めったに成功しない」、「すぐにあきらめてしまう方である」）を選び、5 件法で尋ねた。（Cronbach の $\alpha = .648$ ）

③ 孤独感

SNS 利用者に限定したものではあるが、佐藤ら(15)の研究では、「コミュニケーションの基盤となる個人の属性情報の情報に対するプライバシー意識が低い人ほど、インターネット上での所属感獲得行為や自己表出行動を多く行い、他者とのコミュニケーションを積極的にとる」という結果が報告されている。この知見を踏まえると、インターネット上で友人・話し手を求める気持ちの強さとプライバシー意識との間に関連性がある可能性がある。さらに Saggaf ら(15)は、女性に対象を限定しているが、孤独を感じる人ほど、プロフィールに自分に関する情報を公開し、共通の趣味や関心を持つ誰かと連絡を取りやすくするようにしている傾向があるということを示している。そこで本研究は孤独感が強い人ほど SNS 上で友人を求め、そのことが自らのプライバシーを公開することへの抵抗を弱めるのではないかと考えた。この仮説を検証するため、本研究では、落合(16)の孤独感尺度から 5 項目を採用し（「私には、頼れる人たちがいる」、「私には、話し相手になってくれる人たちがいる」、「私は、孤立しているように思う」、「私の周囲には大勢いるが、本当に親しい人はいない」、「私のことを本当に理解してくれる人たちがいる」）、5 件法で尋ねた。（Cronbach の $\alpha = .831$ ）

3. 分析結果と考察

以上の変数を用いて、日本におけるプライバシー・パラドックスに関する仮説—プライバシー意識が高い人であっても、プライバシー保護関連行動をよくとるとは言えない—を検証する。プライバシー関連行動については前述のように、SNS 上情報開示行動と、セキュリティ対策行動を分けて分析を行う。

3.1 プライバシー保護関連行動とプライバシー意識の関係

(1) SNS 上の情報開示行動とプライバシー意識の関係

ソーシャルメディア利用者を対象に、ソーシャルメディア上の情報公開とプライバシー意識の関連について検討を行う。本研究ではそのうち、不特定多数に情報が公開されない LINE と、主に写真が投稿される Instagram を除き、Facebook と Twitter 利用者を「ソーシャルメディア利用者」とする。

（表 3）SNS 利用者の SNS 上情報公開行動の回答分布

		Twitter利用者 (387名)		Facebook利用者 (379名)	
		N	%	N	%
友人の断りなく、写った写真を自分のSNSで公開	よくしている	9	2.3%	8	2.1%
	ときどきしている	13	3.4%	28	7.4%
	あまりしていない	42	10.9%	64	16.9%
	したことがない	318	82.2%	273	72.0%
	わからない	5	1.3%	6	1.6%
実名や顔写真をプロフィールに公開	よくしている	21	5.4%	28	7.5%
	ときどきしている	31	8.0%	54	14.2%
	あまりしていない	48	12.4%	72	19.0%
	したことがない	281	72.6%	220	58.0%
	わからない	6	1.6%	5	1.3%
公開設定をカスタマイズ	よくしている	55	14.2%	51	13.5%
	ときどきしている	45	11.6%	50	13.2%
	あまりしていない	48	12.4%	60	15.8%
	したことがない	214	55.3%	189	49.9%
	わからない	25	6.5%	29	7.7%

それぞれの利用者について、ソーシャルメディア上での情報公開行動の回答分布を示したのが表3である。なお、ここでは、各ソーシャルメディアの特性を考慮してFacebook利用者とTwitter利用者を分けて分析したが、この中には重複利用者212名も含まれることには留意する必要がある。そのほかのソーシャルメディアとも重複が存在しており、たとえばTwitter利用者で「写真を公開している」という回答は必ずしもTwitter上での公開とは限らない可能性がある(Facebook, Instagramなどで公開しているケースもありうる)。

友人の写真や自分の情報公開については、多くの人々が公開しないと答えている。その反面、情報公開設定のカスタマイズについては、Twitter利用者の55%、Facebook利用者の49.9%が「したことがない」と回答していた。おそらく、公開設定機能はデフォルトな状態で、掲載する内容に自ら注意して使っているか、最初から公開の範囲を決め、その後ずっとその設定を維持したまま使っているため、そのような回答が得られたのではないと思われる。さらに、回答者の中では対象のSNSアカウントは持っているものの、それを積極的に使っているのではないため、カスタマイズの必要性を感じておらず、行ったことがないと答えた人が大勢いる可能性も考えられる。

それでは、SNS上の情報開示行動とプライバシー意識の関係について調べる。Twitter利用者とFacebook利用者におけるSNS上情報開示行動各項目とプライバシー意識得点の順位相関係数を求めた結果を表4に示す。プライバシー意識得点と「友人の断りなく、一緒に写った写真を自分のSNSで公開する」、「自分の実名や顔写真などをSNSをプロフィールに公開する」との項目においては、Twitter, Facebook両方で正の相関がみられた。なお、これら2項目の間にも強い正の相関がみられた。このことは、プライバシー意識が高い人は友人や自分の情報を公開する行動をしないという関連を示している。この結果は、言い換えると、SNS上の情報開

示行動においては、プライバシーパラドックスの仮説が検証されなかったとも言える。

(表4) SNS上情報開示行動とプライバシー意識の相関 (Twitter利用者/Facebook利用者)

	友人の断りなく、写った写真をSNSで公開	実名や顔写真をプロフィールに公開
プライバシー意識得点	.313**/.304**	.317**/.424**
友人の断りなく、写った写真をSNSで公開		.510**/.536**

Spearmanの順位相関係数, Twitter利用者 N=382, 381; Facebook利用者 N=373, 374(各項目において「わからない」という回答は分析から除外), **は1%水準で有意(p<.01)

(2) セキュリティ対策行動とプライバシー意識の関係

次は、回答者全体を対象にし、ネット使用における情報セキュリティ対策行動とプライバシー意識の関係について検討する。セキュリティソフトやパスワードの定期的更新といったセキュリティ対策行動は、一見、「非特定多数の人に自分の情報を知られたくない」ために行うプライバシー保護関連行動とはあまり関係がないように思われるかもしれない。しかし、不正アクセスやウイルス感染などにより、パソコンや様々なホームページのアカウントから自分の情報が盗難されたり、不意に公開されたりする恐れが常に存在している。そのため、それを防ぐためのセキュリティ対策行動も、プライバシー保護関連行動の一種として捉えることができる。

プライバシー意識得点と各項目間の相関係数をまとめたのが表5である(詳細な回答分布については表2を参照されたい)。

セキュリティ対策行動の各項目において、「セキュリティソフトの更新」と「利用サイトのログインパスワードの定期的更新」項目はプライバシー意識得点との有意な相関はみられなかった。「スマートフォン・携帯電話のパスワード設定」項目については、弱い負の相関がみられる。なお、セキュリティ対策行動の項目間においては、すべて正の相関がみられた。

本節では、「プライバシー意識」とその「行動」の関連の有無を見ることで、「プライバシー意識の高低と実際対策行動を行うか否かには関連がない」というプライバシー・パラドックスの仮説の検証を行った。Twitter, Facebook利用者を対象にした、プライバシー意識とSNS上における他人や自分の情報公開行動の関連については、有意な相関がみられ、プライバシー・パラドックスとは反対の結果が示された。一方、ネット利用上のセキュリティ対策行動—セキュリティソフト更新や利用サイトにおけるパスワードの定期的更新—については、プライバシー意識の高さは関連がないという、プライバシー・パラドックス仮説を支持する結果が報告された。

(表5) セキュリティ対策行動とプライバシー意識の相関

	セキュリティソフト更新	スマートフォン・携帯電話にパスワード	パスワード定期更新
プライバシー意識得点	-.036	-.119**	-.041
セキュリティソフト更新		.324**	.495**
スマホにパスワード			.363**

Spearman の順位相関係数, N=1163, 1195, 1211(各項目において「わからない」という回答は分析から除外), **は1%水準で有意(p<.01)

3.2 プライバシー関連行動に影響を及ぼす諸要因

本節では、前節で行った分析に加え、回答者の個人属性・心理特性を取り入れて検討を行う。まず、「カスタマイズ」項目を除外した SNS 上の情報開示行動 2 項目とセキュリティ対策行動 3 項目をそれぞれ単純加算し、合計得点を作成した(各行動における項目間の Cronbach の α 係数は .694, .630 であり、ある程度内の一貫性が認められる)。本節では、ここで作成した「SNS 上の情報開示行動得点」と「セキュリティ対策行動得点」を従属変数、2.2 節で紹介した「プライバシー意識得点」、「他人による情報公開経験」、「ニュース接触度」、「一般的信頼感」3 項目の合計得点、「自己効力感」3 項目の合計得点、「孤独感」5 項目の合計得点、SNS 利用頻度(Twitter, Facebook の閲覧・書き込み頻度)に加え、「性別」、「年齢」、「最終学歴」、「世帯年収」などを独立変数とし、重回帰分析を行った。

まず、SNS 上の情報開示行動得点を従属変数とした重回帰分析で有意にみられた変数だけをまとめて、表 7 に示す。

(表7) 「従属変数: SNS 上情報開示行動得点」の重回帰分析結果

	B	標準誤差	t 値	有意確率
年齢	.028	.007	3.863	.000
プライバシー意識得点	.076	.015	4.925	.000
他人による情報公開経験合計	-.264	.095	-2.789	.006
Facebook 閲覧頻度	-.162	.087	-1.853	.066
N	1240			
R2乗	.439			
調整済みR2乗	.382			
F	7.767 (p<.001)			

SNS 上の情報開示行動を規定する要因としては、「年齢」、「プライバシー意識得点」、「他人による情報公開被害経験」、の3つであった。

年齢についてみると、高年齢であるほど、SNS における情報開示行動をしないという結果がみられた。プライバシー意識得点は、前節で相関がみられたよ

うに、重回帰分析でも、情報開示行動の抑制に影響を与えている。また、他人における情報公開被害経験が少ないほど、情報公開行動をとらないという結果は、むしろ、情報公開行動を普段しないため、被害経験が少なかったとも考えられる。なお、今回の調査では有意ではなかったが、有意傾向がみられる変数として「Facebook 閲覧頻度」があげられる。閲覧頻度が低いほど、SNS 上で情報開示行動をとらない傾向がみられた。

続いて、セキュリティ対策行動得点を従属変数とする重回帰分析を行った。有意な関係であると示された変数を表 8 にまとめる。

セキュリティ対策行動得点と有意な関係をしめした変数は、「Facebook 書き込み頻度」のみで有意な関係がみられた。Facebook の書き込み頻度が高い人ほど、セキュリティ対策行動をよくとると解釈される。Facebook の書き込み頻度とプライバシー意識得点について相関を出してみると、-.206 (p<.001) の弱い負の相関がみられた。Facebook で書き込み頻度が高い人は、プライバシー意識得点が低いという傾向がうかがえる。このことから、Facebook 書き込み頻度が人が、セキュリティ対策行動をよくとっていることは、プライバシー意識の高低と結びつき、予想される結果とは反対の結果がみられることから、プライバシー・パラドックスとみてもよいかもしれない。

(表8) 「従属変数: セキュリティ対策行動得点」の重回帰分析結果

	B	標準誤差	t 値	有意確率
性別	-.770	.399	-1.929	.055
プライバシー意識得点	.061	.032	1.932	.055
Twitter 書き込み頻度	-.292	.165	-1.768	.079
Facebook 書き込み頻度	.712	.181	3.937	.000
信頼感得点	-.115	.064	-1.792	.075
孤独感得点	-.092	.052	-1.777	.077
N	1240			
R2乗	.269			
調整済みR2乗	.191			
F	3.438 (p<.001)			

一方、有意傾向がみられる変数として「性別」、「プライバシー意識得点」、「Twitter 書き込み頻度」、「信頼感得点」、「孤独感得点」の5項目が示された。性別についてみると、男性であるほど、よく対策をとっている傾向がみられるが、これは仕事上の関係で、会社におけるセキュリティ対策も含まれているためだと考えられる。

「プライバシー意識得点」は、相関分析で有意な関係がみられなかったが、重回帰分析結果では意識得点が高い人ほどセキュリティ対策行動をよくとっているという傾向がみられた。「Twitter 書き込み頻度」についてはその頻度が少ない人ほどセキュリティ対策行動を行っている傾向であった。これらの結果自体はプライバシー・パラドックス仮説を支持

しない結果であるが、「Facebook 書き込み頻度」との結果と合わせてみると、分析結果から矛盾が生じていることから、プライバシー・パラドックスが存在していると言えるのではないかと。

また、一般的信頼感が低いほど、孤独感が低いほどセキュリティ対策行動をよくとると解釈できる。このことは、項目構成で述べた先行研究とも一部一致する結果である。

4. まとめ

SNS 上の情報開示行動については、プライバシー意識との関連性が強く、プライバシー・パラドックス仮説は支持されなかった。一方、セキュリティ対策行動においては、プライバシー意識との関連に矛盾する結果が同時にみられることから、プライバシー・パラドックス仮説を一部支持する結果が得られた。

他者との関係を築く場としてのソーシャル・メディアにおいて、人々はその利用における自分演出あるいは評判などを考えながら使用している。そのため SNS においては、プライバシー意識が自分や他人の情報情報開行動の制御に働くと思われる。一方、セキュリティ対策行動については、パスワード変更やセキュリティソフトウェア更新など、個人々で行う行動であるため、プライバシー意識のほか、信頼感や孤独感といった個人の心理特性やインターネットを使う環境(職場など)などがその実施に影響を与えているのではないかと考えられる。

本稿では、日本社会においてプライバシー・パラドックスは存在の検証を試みた。しかし、方法論上いくつかの課題が残っているため、必ずしも本調査で得られた結果が日本社会のプライバシー・パラドックス現状をすべて反映しているとは限らない。

まず、調査にあたって、回答者のプライバシー意識を尋ねる際に、ネガティブな印象を与えないように項目の作成に取り組んだが、もともなった MPS-I の 26 項目から 10 項目にかなりその項目を少なくしたことと、「性別」以外のすべての項目において、80%以上の回答者が「知られたくない」、「どちらかというところ知られたくない」に集中してしまったことにより、多岐的な回答が得られなく、一次的な分析にとどまっている。

また、プライバシー関連行動の項目においても、本研究にあげられている項目はその一部に過ぎなく、さらに多角面で検討を行う必要がある。したがって、今後の研究では、この課題に基づき、さらに改善された調査に取り組んでいきたい。

謝辞

本調査データは、中央大学特定課題研究費により実施された共同調査(責任者:安野智子教授)に基づくものです。調査に参加することを許可して下さい。安野先生に感謝を申し上げます。

参考文献

- (1)Noverg, P. A., D. N. Honre & D. A. Horne (2007): "The Privacy Paradox: Personal Information Disclosure Intentions versus Behaviors" *The Journal of Consumer Affairs* Vol.41, No.1, pp.100-126
- (2)Baek, Y. M., Kim, E. M., & Bae, Y. (2014): My privacy is okay, but theirs is endangered: Why comparative optimism matters in online privacy concerns. *Computers in Human Behavior*, 31, pp.48-56.
- (3)Campbell, J., Greenauer, N., Macaluso, K., & End, C. (2007): Unrealistic optimism in internet events. *Computers in Human Behavior*, 23(3), pp.1273-1284
- (4)Cho, H., Lee, J. S., & Chung, S. (2010): Optimistic bias about online privacy risks: Testing the moderating effects of perceived controllability and prior experience. *Computers in Human Behavior*, 26(5), pp. 987-995
- (5)田畑暁生(2014): 「関学生のプライバシー意識: 「プライバシー・パラドックス」は存在するか」, 『関西大学社会学部紀要』 (118), p 89-101
- (6)三上俊治(2015): 「SNS における自己開示とプライバシー・パラドックス」, 『東洋大学社会学部紀要』 (53-1), p 65-77
- (7)佐藤広英・太幡直也(2013): 「インターネット版プライバシー次元尺度の作成」, 『パーソナリティ研究』 (21), 312-315
- (8)独立行政法人除法処理推進機構(2015): 『2015 年度情報セキュリティの倫理に対する意識調査』 報告書(2016. 7. 31 最終アクセス)
<https://www.ipa.go.jp/files/000050001.pdf>
- (9)福田充(2010): 『リスク・コミュニケーションとメディア～社会調査論的アプローチ』, 北樹出版
- (10)山本明(2002): 「マスメディアがリスク認知に与える影響: 研究の意義と今後の課題」, 『見た社会学』 (7), pp71-74
- (11)総務省(2016): 『平成 27 年版情報通信白書』 (2016. 7. 31 最終アクセス)
<http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h27/pdf/index.html>
- (12)山岸俊夫(1988): 『信頼の構造』, 東京大学出版会
- (13)野村竜也, 西本琢也, 岩嶋浩樹(2011): 「インターネット不安の測定および関連要因としての自己効力感の検討」, 『情報処理学会研究報告コンピュータと教育 CE』 (11), pp1-6
- (14)成田健一, 下仲順子, 中里克治, 河合千恵子, 佐藤真一, 長田由紀子(1995): 「特性的自己効力感尺度の検討: 生涯発達の利用の可能性を探る」 『教育心理学研究』 43(3), 306-314
- (15)Sagaff, Y. AI., Nielsen(2014): Self-disclosure on Facebook among female users and its relationship to feelings of loneliness. *Computers in Human Behavior*, 36, pp.460-468
- (16)落合良行(1983): 「孤独感の類型判別尺度(LSO)の作成」, 『教育心理学研究』 (31), pp. 332-336