

1-2

普及するSNSの実態

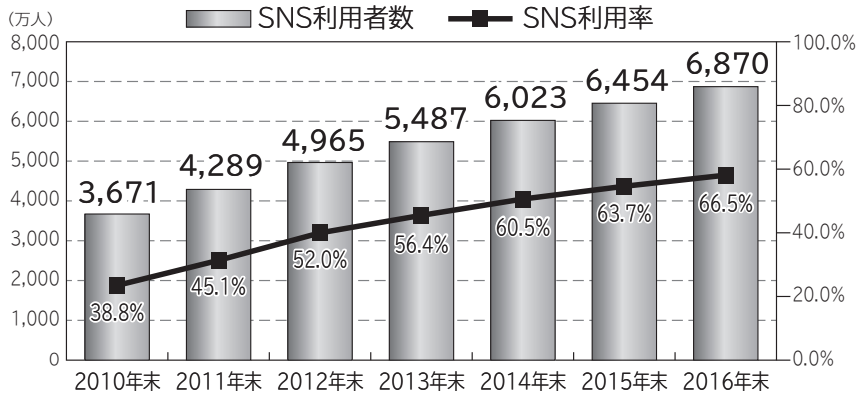
1 SNSの利用状況

SNSユーザー数の推移と予想

株式会社ICT総研のレポート「2014年 SNS利用動向に関する調査」によると、2014年末にはSNS利用者は6,023万人となり、利用率は60%を超える見込みです。2014年の年間純増者数は536万人で、1ヶ月平均45万人のユーザーが増加していることとなります。

このまま普及が進めば、2016年末には利用者数が6,870万人、インターネットユーザー全体に占める利用率は66.5%に達すると予測しています。

日本におけるSNS利用者



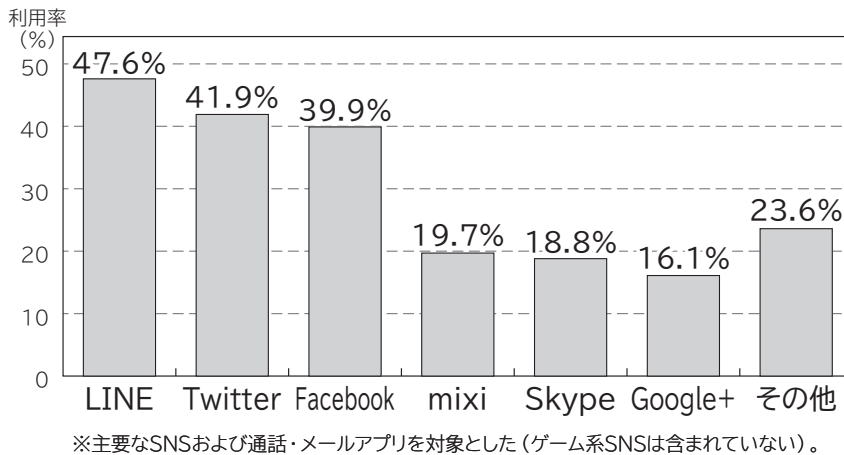
※SNS利用率はネット利用人口に対するSNS利用者の割合。
(2013年末のネット利用人口は9,736万人)

出典：2014年度 SNS利用動向に関する調査：レポート | ICT総研

よく利用されているSNSは？

また、同レポートでは、もっとも利用率の高いSNSはLINEで47.6%、次いでTwitterが41.9%、Facebookが39.9%、mixiが19.7%となっています。日本では、特にLINEの利用率が高く、インターネット利用者全体の半数に迫る勢いで急増しています。

主なSNS利用率



出典：2014年度 SNS利用動向に関する調査：レポート | ICT総研

column

Skype

Skypeはインスタントメッセージ (IM)、音声通話、ビデオ通話などの機能を持ち、主にインターネットを介してリアルタイムでコミュニケーションを取るために用いられます。

スマートフォンやパソコン、ゲーム機などさまざまなデバイスから利用が可能で、Skypeユーザー同士の通話が無料であることから、電話やテレビ会議システムの代替手段として広く普及しています。

※Skypeは情報の拡散や共有といった特徴が乏しいことから、本書ではSNSの範疇に含めていません。

2-1 リスクの種類

1 SNSの特性から生じるリスク

前章ではSNSの概要を、主にメリット面にスポットを当てて説明してきました。しかし光が当たれば影ができるように、何事にもメリットがあればそれに伴うリスクが生じます。前章であげたSNSの特性とそれがもたらすリスクについて検討してみます。

情報公開に関するリスク

Facebookのように実名登録型のSNSでは、プロフィールなどでユーザーの情報を公開できます。この情報はつながりを作っていくためには必要なものですが、情報公開の範囲をうまくコントロールしないと、意図していない人に情報が伝わってしまいます。

人間関係の表現に関するリスク

「〇〇さんと一緒に飲んでます」「□□さんとは大学のサークルが一緒でした」などの投稿をする際には、その相手の了承が必要です。相手にとってはその関係性を知られたくない場合もありますし、それによって意図していない範囲に情報が伝わってしまうこともあります。

これは人と組織の関係性についても同様のことが言えるでしょう。

つながりがもたらす信頼に関するリスク

SNSでつながっている相手にはつい警戒心を緩めてしまいます。その投稿内容を善意に受け取り、事の真偽や善悪への批判性が薄れてしまいます。

しかし、SNSユーザーすべての発言が善意に基づくものではなく、また、初めから悪意を持ってSNSを利用する者も入り込んでいます。特に顔見知りでない人の投稿内容には注意を払ってください。

2 リスクが発生する場

企業がSNSを利用する際に発生するリスクは大きく分けて3種類あります。

社員がSNSを利用する際のリスク

- 誤った情報、他人への誹謗中傷、倫理に反した言動、法に抵触する行為などを投稿することで炎上する
- プライベートな情報が流出してしまう
- ネットストーカーに付きまとわれる
- 社内でのソーシャルハラスメントやソーシャル疲れに悩まされる
- スпамアプリなどマルウェアによってアカウント情報が盗まれる

企業がSNSを運用する際のリスク

企業の公式アカウントや公式ページを運用している際に発生するリスクを指します。

- 誤った情報・不正確な情報を投稿してしまう
- 非公式な情報や会社の見解と異なる意見を投稿してしまう
- ハッカーによる不正アクセスや情報の改ざん・盗用がなされる

企業に関してのクチコミが発生する際のリスク

企業への苦情・批判がその企業の公式アカウントに寄せられるのではなく、外部のSNSや口コミサイトで激しく行われることです。企業側がこの現象に気づかないでいると炎上がどんどん拡散していきます。

- 勘違い・思い込み・ねつ造された投稿が行われる
- 第三者によって誤った情報が拡散される
- 批判や中傷的な発言が放置されているので、企業のブランドイメージが低下する

Facebookで公開範囲を確認しよう

Facebookのプロフィール

Facebookのプロフィールでは非常に細かくユーザーのパーソナルデータを設定することができます。

サービス開始当初と比べると、かなり設定可能な項目数が増えており、中にはセンシティブな情報も含まれます。本来は取扱いに慎重にならなければならないセンシティブ情報も、Facebookの初期設定は「公開」になっています。

もう一度、自分のプロフィールを確認して、公開範囲の確認と再設定を行ってください。

◇プロフィール 公開リスト

| 項目 | 公開範囲 | |
|------------|-------------------------------|-------------------------------|
| 職歴と学歴 | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム | |
| 仕事上のスキル | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム | |
| 住んだことがある場所 | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム | |
| 連絡先と基本データ | 携帯電話 | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |
| | 住所 | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |
| | メール | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |
| | 他の電話番号 | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |
| | 別のアカウント | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |
| | ウェブサイト | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |

| 項目 | | 公開範囲 |
|----------------|---------|-------------------------------|
| 連絡先と 基本データ | 性別 | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |
| | 誕生日 | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |
| | 誕生年 | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |
| | 性別 | ○タイムラインで表示する ○しない |
| | 血液型 | |
| | 言語 | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |
| | 恋愛対象 | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |
| | 宗教・信仰 | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |
| | 政治観 | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |
| 家族と交際 ステータス | 交際ステータス | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |
| | 家族 | ○公開 ○友達 ○友達の友達 ○自分のみ ○カスタム |

※上記項目および公開範囲は2015年5月現在のものです

Word

「センシティブ情報(センシティブデータ)」

「機微情報」とも呼ばれ、それが知られることによって、本人が社会的に不当な扱いや差別などを受ける可能性がある情報。宗教、出身地、政治的信条、医療履歴、恋愛対象などがある。