

災害に関する情報を SNS で発信・拡散した経験のある人の特性

—情報に関する意思の回答傾向を基に分析—

○水野一成¹・近藤勢津子¹・吉良文夫¹

¹株式会社 NTT ドコモ モバイル社会研究所

1. はじめに

災害情報の取得方法の中で、SNS を最も重視する人の割合は、若年層中心に拡大している。しかし、佐藤らによると災害時に SNS から困った情報を受け取った経験のある被災者は 3 割に達している。困った情報とは、事実ではない情報（デマを含む）や、不安を煽るような情報、また情報が多すぎ必要な情報が判断しづらくなった等である。またインターネット上では自分の好みあった情報ばかりに囲まれる「フィルターバブル」を指摘されるなど、「情報との向き合い方」が問われることが増えている。

本研究では、保高の「情報に関する意思」の尺度使い、SNS を利用し災害情報を発信・拡散した経験がある者の特性を明らかにすることを目的とする。

2. 調査概要

実査時期：2024 年 1 月

調査方法：インターネット調査 サンプル数：10,335

調査エリア及び対象：全国 15-79 歳

割付：（住民基本台帳に基づく）年代・性・都道府県

3. 分析結果

1. 災害情報を SNS で発信・拡散した経験がある人

本稿では災害時に情報を発信・拡散する SNS は「X」「Instagram」「YouTube」「Facebook」とした。なお、知人への情報提供（ダイレクトメッセージ）は除いている。調査の結果、図 1 の通り 13.9% の人が災害に関する情報を SNS で発信・拡散した経験があると回答した。年代別に見ると若年層ほど経験した割合が高くなり、青年（15-24 歳）では 24.1% と高い。また発信・拡散した経験がある人の全体に占める、年代別割合は壮年（25-44 歳）最も多い。

2. 情報に関する意思 因子・クラスタ分析

「情報に関する意思」は、10 問 4 件法で調査を行った（各設問は表 1 を参照）。その結果を基に因子分析を行い、3 因子「探求」「承認」「限度」を抽出した。

この 3 因子を基に、クラスタ分析を実施し、4 つ「探求限定型（承認欲求）」「探求広範囲型」「非探求限定型（非承認欲求）」「非探求広範囲型」に分けた。各クラスタの

属性を見ると、表 2 の通り、若年層は「探求限定型（承認欲求）」が多く、年代が上がると「探求広範囲型」「非探求限定型（非承認欲求）」の割合が増える。また、「非探求限定型（非承認欲求）」は女性の割合が多い。

3. 発信・拡散した経験と情報に関する意思クラスタ

クラスタごとに、災害に関する情報を SNS で発信・拡散した経験がある割合を算出すると、「探求限定型（承認欲求）」が 43.3%、「非探求広範囲型」は 33.5% で、この 2 つのクラスタで全体の 8 割弱を占める。また、この 2 つのクラスタは因子「探求」「限定」の得点では、反対の結果であり、発信・拡散した経験がある人は、「情報に関する意思」では異なる傾向を持った人の集合であった。

（表 3）

4. 考察

ここからは各クラスタの特性を 3 つの視点で分析しながら、特に発信・拡散する割合が多い「青年・壮年」「探求限定型（承認欲求）・非探求広範囲型」を中心に特性の考察をおこなう。

1 つ目は災害時の情報取得手段である。在宅時に地震が発生したことを想定し、最も重視する方法を回答してもらった。その結果、災害情報を SNS で発信・拡散した経験がある人は、無い人と比較し、SNS を最も重視する割合が高いが 32% に留まった。また、発信・拡散の経験がある人の中では「探求限定型（承認欲求）」が最も SNS を重視する割合が高いが 37% である。このことから、経験者が極端に SNS を重視している訳ではない（図 2）。

2 つ目は、発信・拡散した理由を見ると「非探求広範囲型」は「特に目的はない」割合が高く、36.6% であった。

（表 4）

3 つ目は、発信・拡散をする際の「ファクトチェック」である。「他の情報と比較」「情報の発信元の確認」「古い情報ではないかの確認」「一次情報を確かめる」について、その実施頻度を基に得点化（16 点満点）を行った。その結果、「若年層」「探求限定型（承認欲求）」が高く、「シニア層」「非探求広範囲型」は低い（表 5）。

なお、メディア接触頻度であるが、年代・メディア（テレビ・ラジオ・新聞・インターネット）関わらず、SNS

で災害情報を発信・拡散した経験のある人の接触頻度が長い。また「探求限定型（承認欲求）」は長く、「非探求広範囲型」は短い傾向である（表6）。

5.まとめ

SNSで災害情報を発信・拡散した経験がある人は、情報に関する意思の傾向が異なる「探求限定型（承認欲求）」「非探求広範囲型」が多く締めていた。また、普段のメディア利用頻度、災害時情報取得手段に、インターネット、SNSが特に多い訳ではなかった。また「非探求広範囲型」は発信・拡大目的が「特に理由はない」、またファクトチェックが「少ない」傾向が見られた。

今回の分析結果から、SNSの発信・拡散には個々の情報に関する意思が関与していることが示唆された。このため、今後SNSが災害時により有益な情報源となるためには、各人の情報に対する意思の多様性に着目したSNS活用時の注意事項の啓発が重要である。

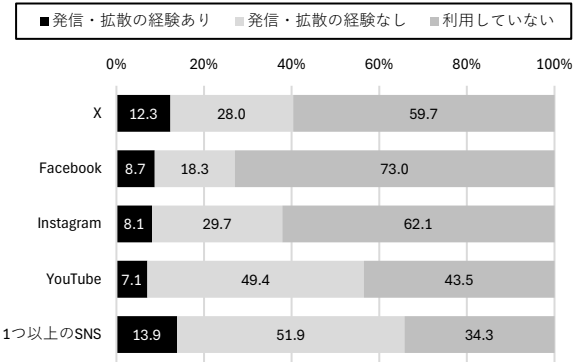


図1 災害情報のSNS発信・拡散の経験

表1 情報に関する意思 因子分析

	探求	承認	限定
情報はできるだけ深く知りたい	0.67	0.15	0.00
さまざまなメディアの情報を見比べるほうだ	0.61	0.16	-0.07
必要な情報を得るときは時間をかける	0.58	0.22	0.07
知りたいことについて、すぐ情報が得られないと気がすまない	0.50	0.29	0.11
正しい情報をより分ける自信がある	0.50	0.29	0.03
自分の考えや感じたことを多くの人に知ってもらいたい	0.23	0.68	0.03
必要な情報にはお金をかける	0.27	0.52	-0.05
マスコミ情報より、くちコミ情報のほうが信頼できる	0.20	0.40	0.20
自分が知りたいことだけ知っておけばいい	-0.04	0.04	0.70
自分にとっては、数は少なくとも決まった情報源があればいい	0.06	0.05	0.66
Cronbachのα係数	0.75	0.60	0.63

表2 情報に関する意思 クラスタ分析

	探求限定型 (承認欲求)	探求広範囲型	非探求限定型 (非承認欲求)	非探求広範囲型	全体
因子	探求	0.61	0.70	-0.48	-0.56
	承認	0.81	-0.22	-0.56	0.11
	限定	0.58	-0.69	0.60	-0.53
構成	回答者数(人)	2,275	2,278	2,951	2,851
	構成比(%)	22.0	22.0	28.5	27.5
年代	青年15-24(%)	38.3	16.4	16.8	28.5
	壮年25-44(%)	27.0	17.9	24.9	30.2
	中年45-64(%)	18.0	22.9	31.5	27.6
	高齢65-79(%)	13.9	28.1	34.1	23.9
性別	男性比(%)	50.6	53.2	41.1	52.4

表3 災害情報の発信・拡散の経験（クラスタ別%）

	探求限定型 (承認欲求)	探求広範囲型	非探求限定型 (非承認欲求)	非探求広範囲型	全体
青年15-24	34.9	22.6	13.7	32.5	28.6
壮年25-44	33.5	16.7	6.8	21.3	20.2
中年45-64	21.1	7.5	3.5	13.6	10.4
高齢65-79	10.6	3.2	2.0	6.0	4.5
全年代	26.7	9.6	4.6	16.7	13.9

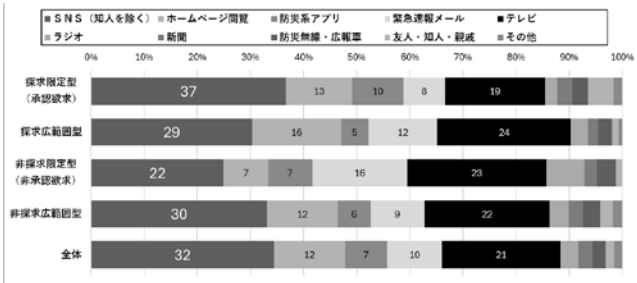


図2 災害時の情報取得手段

表4 災害情報のSNS発信・拡散の理由(%)

	探求限定型 (承認欲求)	探求広範囲型	非探求限定型 (非承認欲求)	非探求広範囲型	全体
多くの人に情報を伝えなかった	43.8	47.0	45.6	36.2	42.0
被災された方に情報を伝えなかった	45.5	43.8	29.4	34.7	40.2
自分の気持ちを他人に分かって欲しかった	35.6	23.3	18.4	17.7	26.2
自分をフォローしてくれる人を増やしたかった	18.6	10.0	10.3	17.7	16.2
その他	0.7	1.8	0.7	0.0	0.6
特に目的はない	20.6	23.7	36.0	36.6	27.8

表5 災害情報のSNS発信・拡散時のファクトチェック(点)

	探求限定型 (承認欲求)	探求広範囲型	非探求限定型 (非承認欲求)	非探求広範囲型	全体
青年15-24	7.7	6.9	6.3	5.7	6.9
壮年25-44	6.4	7.5	7.8	5.8	7.2
中年45-64	5.5	5.0	4.4	3.9	4.8
高齢65-79	5.6	4.9	4.3	4.7	4.9
全年代	6.6	6.2	5.6	5.1	6.1

表6 情報接触頻度(分/日)

	探求限定型 (承認欲求)	探求広範囲型	非探求限定型 (非承認欲求)	非探求広範囲型	全体
テレビ	青年15-24	138.2	112.0	92.1	116.6
	壮年25-44	148.7	132.3	130.4	135.8
	中年45-64	169.3	167.5	162.7	161.3
	高齢65-79	213.6	236.5	235.0	232.1
	全年代	162.6	176.4	171.3	166.8
インターネット	青年15-24	220.2	209.8	132.6	176.5
	壮年25-44	185.4	197.8	186.5	178.2
	中年45-64	165.8	161.3	144.6	148.6
	高齢65-79	143.6	155.2	137.1	137.1
	全年代	180.4	172.2	157.5	160.8

補注

- 1) NTTドコモ モバイル社会研究所ホームページ (<https://www.moba-ken.jp/whitepaper/wp24/img/wp24-6-25.png>, 2025.02.13 確認)
- 2) 佐藤翔輔、邑本俊亮、立木茂雄 (2022) 「2016年～2020年の災害事例にみる被災地内における災害時のSNSの利用実態」『自然災害学会JJSNDS41-2』, 107-120
- 3) 保高隆之 (2018) 「情報過多時代の人々のメディア選択 「情報とメディア利用 世論調査の結果から」『放送研究と調査 68巻 (2018-2019) 12号』, 20-45