

電子メディア社会における情報遺漏のリスク認知に関する社会心理学的研究 (2)*

——ホームページに個人情報載せることに対するリスク認知の検討——

池 内 裕 美**
 藤 原 武 弘***
 高 田 茂 樹****

問 題

10年前にはほとんど耳にしなかった用語であるインターネットが我々に身近になったのは、つい最近のことである。そして、現在ますます多面的に発展している世界でもある。一口にインターネットといっても実際は多くのサービスを含んでおり、その中で我々が最も利用しているものは、E-mail (電子メールサービス) と WWW (ホームページサービス) と言い切っても過言ではない。そして、我々はこれらのサービスを利用して、情報の交換を行っているのである。これらの新しい情報交換手段の特徴は、“On Demand” だということである。つまり必要なときにメールのやり取りができ、必要なときにホームページにアクセスでき、情報を検索・閲覧することができるということである。

また今急激に普及し続けている WWW の最大の特徴は、文字だけでなく、画像、音声などの情報が同時に発信できることにある。つまり、マルチメディア情報発信ができ、より多くの情報をビジュアル的に伝え、見ることができるのである。最近では、企業や公共機関等がそのような特徴に注目し、ホームページを新しい広告・広報手段として利用し始めているばかりでなく、一般の人々までも個人ホームページを開設し、様々な情報を発信している。しかしインターネットを利用した情報発信というものは、世界中から閲覧できるため、知らない間に見ず知らずの人に自分自身のプ

ライバシーが知られていく、すなわち個人情報が遺漏していくという危険性を伴っているのである。またそればかりでなく、悪用される恐れをも秘めているのである。

このように多大な危険性がありながらも急激に普及しつつある個人ホームページであるが、人々はこの危険性に関してどのように認識しているのであろうか。一体、どのような意識に基づいて、個人ホームページを閲覧し、さらには情報発信しているのであろうか。なお個人ホームページに関しては、社会心理学の領域で若干の研究例がみられる。例えば横田 (1997) は、ホームページ上においてどのような自己紹介がなされているのかを内容分析しており、山下 (1997) は、個人ホームページを開く目的・意義等を中心に検討している。しかしながらインターネット自体が非常に新しい分野であるため、いずれの研究も未だ探索的な調査段階にあり、また「危険性」という次元からは全く検討がなされていない。そこで本研究では、「情報遺漏のリスク認知」について、個人ホームページに焦点を当てて検討していく。より具体的には、どのような個人情報なら提供しても良いと思っているのか、またどのような個人情報を載せることに対してリスクを認知しているのか検討していきたいと思う。

方 法

調査対象者…関西学院大学学部生274名

このうち男性は91名 (33.2%)、女性

*キーワード：個人ホームページ、リスク認知、情報遺漏

**関西学院大学大学院社会学研究科博士課程後期課程

***関西学院大学社会学部教授

****関西学院大学情報処理研究センター助手

は183名(66.8%)である。
また年齢幅は19歳~36歳に渡っていた。

調査方法…質問紙調査

調査時期…1997年5月

調査項目…本調査票の質問項目は、主に次の4つの部分から構成されている(付録参照)。

I. ホームページに対する意識および実態調査

具体的な質問項目は、「ホームページという言葉を知っているか」、「仕組みについてどの程度知っているか」、「どの程度関心があるか」、「アクセス経験の有無」、「プロバイダーとの契約の有無」、「個人ホームページ開設の有無」、「開設意思の有無」といった内容である。(調査票における質問1~6に対応)

II. 個人ホームページにおける情報開示の意向

もし自分自身で個人ホームページを開設するならば、どのような個人情報を載せる意思があるかどうかを問う質問項目。なおここでは、予備的な調査として100件近い個人ホームページにアクセスした結果、一般的によく目にした個人情報14項目(「名前」「性別」等)を抽出し、その各々に対してどの程度まで載せてもよいと思うかを3段階(「載せてもよい」「一部なら載せてもよい」「載せたくない」)で評定させた。(質問7に対応)

III. 個人ホームページにおける情報遺漏に対するリスク認知

IIで用いた個人情報14項目に対して実際に自分のホームページに載せるならば、どの程度、危険性を感じるかを問う質問項目。各項目に対して、

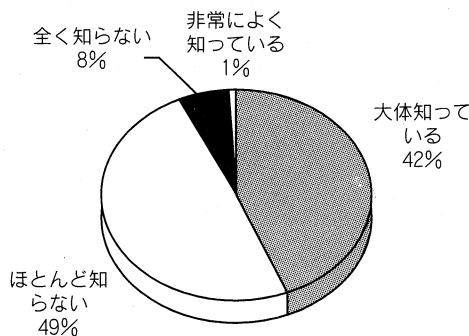


Fig. 1 ホームページの仕組みに対する認知度

「全く危険性を感じない→1」~「非常に危険性を感じる→5」の5段階で評定させた。(質問8に対応)

IV. デモグラフィック要因

「性別」「年齢」に関して質問している。

結果と考察

1. ホームページに対する意識および実態調査

まずホームページという言葉を知ったことがあるか否かを尋ねたところ、調査対象者274名中「ない」と答えた人は2名だけであり、ほとんど全員の人が耳にしていることが分かった。ところが仕組みに関しては、「ほとんど知らない」「全く知らない」と回答した人が全体の約6割弱を占め、やや「ホームページ」という言葉だけが一人歩きしている傾向が示された(Fig.1参照)。またホームページに対する関心の程度については、「非常に関心がある」「まあ関心がある」と回答した人が全体の約7割を占めており、関心の高さが伺える(Fig.2参照)。

次に実際にインターネットを利用してホームページにアクセスしたことがあるか否かを尋ねたところ、「ある」が168名、「ない」が106名であり、全体の約6割の人が既に自分でホームページを見たことがあるという結果が示された。また「ある」と回答した人のみに、普段どの程度の頻度でアクセスするかを尋ねたところ、週に数回以上アクセスする人は全体の2割程度に過ぎず、ほとんどの人が週に1回以下のライトユーザーであった(Fig.3参照)。

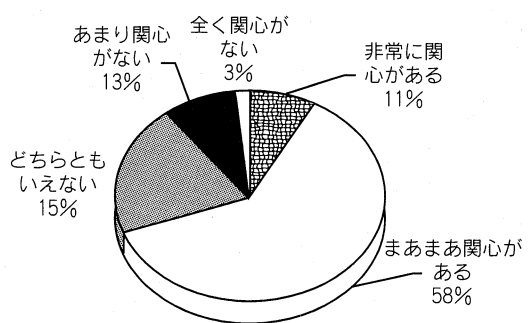


Fig. 2 ホームページに対する関心度

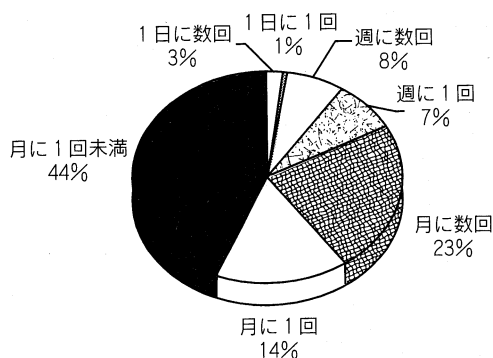


Fig. 3 ホームページにアクセスする頻度

ところで一つ留意しておかなければならないことは、今回の調査対象者は大学生であるため、大学のパソコンで自由にインターネットを利用する機会が与えられている。つまり一般の人々から比べて、はるかにホームページへのアクセス経験率は高くなっていることが推測できる。そこでアクセス経験が「ある」と答えた人が、自宅からもインターネットに接続しているかどうかを調べるために、プロバイダーとの契約の有無について尋ねた。その結果、実際にプロバイダーと契約を結んでいる人は168名中17名であり、「アクセス経験のある人」全体の約1割にすぎなかった。したがってプロバイダーと個人契約を結んでいる積極的なインターネットユーザーは、サンプル全体のわずか3.6%であり、ほとんどの人が学校のパソコン

から利用していることが分かった。さらにプロバイダーと契約を結んでいる人17名に自分自身のホームページを開設しているか否か尋ねたところ、1名のみが個人ホームページを有していた。この結果より、大学からホームページに自由にアクセスできる学生にとって、まだまだホームページサービスは「見る」もの、つまり情報を受信する手段としてしか利用されておらず、自らホームページを作成するという情報発信の手段としては利用されていないことが伺える。また最近でこそホームページ作成用のアプリケーションソフトが開発されているものの、やはりHTMLといったホームページ作成用の言語についてある程度の知識が必要とされることや、デザイン的なセンスが必要とされること、また作成にあたり時間や労力もかかることなどから、学生の間にホームページの作成が身近なものになっていないのではないかとと思われる。

2. 個人ホームページにおける情報開示の意向

実際にどの程度まで、個人ホームページ上で情報を開示する意向があるかどうか調べるために、自分で個人ホームページを作成するにあたり、どのような個人情報なら載せてもよいと思うか尋ねてみた。なおここで取り上げた個人情報とは、次の14項目である。名前、性別、住所、電話番号（自宅）、PHS・携帯電話の番号、職業、会社名・学校名、生年月日、年齢、血液型、メールアドレス、

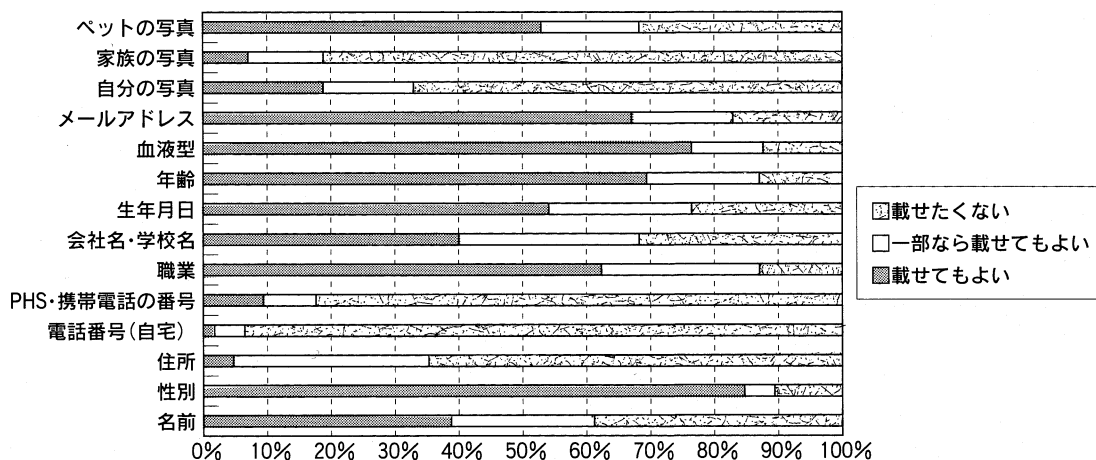


Fig. 4 各項目をホームページに載せてもよいと思う人の割合

自分の写真、家族の写真、ペットの写真。また各項目について「1. 載せてもよい」「2. 一部なら載せてもよい」「3. 載せたくない」の3段階で評定してもらった。その結果はFig.4に示しており、半数以上の方が「載せてもよい」としている項目は、性別、職業、生年月日、年齢、血液型、メールアドレス、ペットの写真であった。特に性別と血液型に関しては、8割近くの方が載せてもよいと回答していた。それに対し、半数以上の方が「載せたくない」と回答している項目は、住所、電話番号(自宅)、携帯電話・PHSの番号、自分の写真、家族の写真であり、特に自宅の電話番号に関しては、9割以上にのぼっていた。また名前に関しては、「載せてもよい」「載せたくない」それぞれ約4割ずつであり、いずれかに分かれる傾向にあることが示された。これらの結果から、単に同じ個人情報といっても、その中にはホームページ上で「開示して良いもの」と「開示したくないもの」の2つに分かれているであろうことが推察できる。

そこでこのことを確かめるために、これらの14項目に対して、因子分析(主因子法)を行った。その結果、固有値の順次変化並びに因子の解釈可能性から、2因子が抽出された。なおバリマックス回転後の因子負荷量はTable 1に示す通りである。

第1因子には、順に年齢、血液型、職業、性別、生年月日、メールアドレス、会社名・学校名、ペットの写真的8項目が、他方第2因子には、順に家族の写真、電話番号(自宅)、自分の写真、PHS・携帯電話の番号、住所、名前の6項目がそれぞれ高い負荷を示していた。前述の結果と照合すると、第1因子は「載せてもよい個人情報因子」、第2因子は「載せたくない個人情報因子」と、それぞれ命名できる。第1因子、すなわち「載せてもよい個人情報」を吟味すると、いずれもそれだけでは、個人を特定できないであろう項目が含まれている。つまりこれらの項目は、同一属性(例えば「男性」「A型」など)に多数の人々が存在しているため、個人を特定するのに余り有効とされない項目であるといえる。それに対し第2因子、すなわち「載せたくない個人情報」に含まれている項目は、それだけである程度、個人が特定

Table 1 「載せてもよい程度」による因子分析結果
(バリマックス回転後の因子負荷量)

項目	因子I	因子II	h^2
年齢	.85	.07	.73
血液型	.84	.03	.70
職業	.77	.07	.60
性別	.77	.05	.59
生年月日	.75	.23	.62
メールアドレス	.65	.19	.46
会社名・学校名	.62	.27	.46
ペットの写真	.52	.29	.35
家族の写真	.08	.78	.62
電話番号(自宅)	-.02	.75	.57
自分の写真	.27	.72	.59
PHS・携帯電話の番号	.05	.61	.37
住所	.24	.59	.40
名前	.43	.53	.46
固有値	5.40	2.13	7.53
寄与率(%)	38.55	15.19	

できる可能性を持っている項目であると思われる。

つまり個人ホームページに積極的に載せてもよいとされる個人情報は、非常に匿名性の高い当たり障りのないものが主であり、個人が特定される情報ほど、載せることに懐疑的となっているといえる。これは、やはり誰が見ているか分からないという不安感と、個人情報が悪用された場合の被害の程度に対する認識、すなわち「個人情報の遺漏に対するリスク認知」が大きく関係しているのではないかと考察される。なお後者に関しては、次項で検討されている。

次に情報開示の意向について、男女により違いがあるか否かを確かめるために、平均値の差の検定(t 検定)を行った。その結果、平均値の差が有意となった項目は、名前、PHS・携帯電話の番号、職業、自分の写真、家族の写真であり、職業以外の4項目では女性の得点が高くなっていた(Table 2参照)。つまり職業に関しては男性の方が、名前、PHS・携帯電話、自分の写真に関しては女性の方が、それぞれ載せることに対して消極的であるという結果が示された。

またホームページへのアクセス経験の有無により違いがあるか否かについても、 t 検定を用いて同様に検討してみたところ、すべての項目におい

Table 2 各個人情報における「載せてもよい程度」の平均値及び差の検定結果(性別)

項目	男性	女性	t値	項目	男性	女性	t値
名前	1.85	2.09	2.06*	生年月日	1.61	1.73	1.10
性別	1.32	1.24	.93	年齢	1.43	1.46	.27
住所	2.56	2.63	.84	血液型	1.41	1.34	.75
電話番号(自宅)	2.86	2.93	1.31	メールアドレス	1.50	1.50	.02
PHS・携帯電話	2.60	2.79	2.13*	自分の写真	2.10	2.68	5.33***
職業	1.65	1.45	2.11*	家族の写真	2.58	2.83	3.04**
会社名・学校名	1.84	1.95	.99	ペットの写真	1.85	1.75	.87

*: p<.05, **: p<.01, ***: p<.001

て有意な結果は見出されなかった。前述したように本調査は大学生を対象としているため、学校のパソコンを用いて簡単にインターネットを利用することができる。そこで今度は、ホームページのアクセス経験が全くない、いわば非利用者群(104名)と、プロバイダーと契約を結んでいる、いわば自宅でもインターネットを利用している積極的な利用者群(15名)との間に、違いがあるか否かを検討してみた。その結果、平均値の差が有意となった項目は「名前」のみであり、また非利用者群の方が載せることに対して否定的であった(利用者群： $m=1.60$ ，非利用者群： $m=2.12$ ， $t(117)=2.13$ ， $p<.05$)。これらの結果より、個人ホームページ上での情報開示の意向に関しては、ホームページやインターネットの経験の有無とは、ほとんど関係がないと結論づけられるであろう。

3. 個人ホームページにおける情報遺漏のリスク認知

次に前項で考察された「個人情報の遺漏に対するリスク認知」を検討するために、同じく個人情報14項目について、もし自分のホームページに載せるとするならば、どの程度危険性を感じるか尋ねてみた。なおここでは、各項目それぞれについて「1. 全く危険性を感じない」から「5. 非常に危険性を感じる」までの5段階で評定してもらった。その結果はFig. 5に示すとおり、「全く危険性を感じない」あるいは「余り危険性を感じない」に5割以上の方が回答している項目は、性別、生年月日、年齢、血液型、メールアドレス、ペットの写真であった。それに対し、「やや危険性を感じる」あるいは「非常に危険性を感じる」に5割以上の方が回答している項目は、名前、住所、電話

番号(自宅)、PHS・携帯電話の番号、自分の写真、家族の写真であった。

この結果を前項の結果と照合してみると、概ねホームページに載せたくないとされている項目のリスク認知は高く、載せてもよいとされている項目のリスク認知は低くなっていることが分かる。つまりホームページに掲載される個人情報は、その情報を載せることにより生じるであろうリスクの大きさに対する認知と非常に大きな関係性を持っているとえるであろう。

また次に、リスク認知という点から各個人情報項目間の関係性を検討するために、これら14項目に対して因子分析(主因子法)を行った。その結果、固有値の順次変化並びに因子の解釈可能性から、3因子が抽出された。なおバリマックス回転後の因子負荷量はTable 3に示す通りである。第1因子には、順に年齢、職業、生年月日、血液型、会社名・学校名、性別の6項目が、第2因子には、順に自分の写真、家族の写真、名前、ペットの写真、メールアドレスの5項目が、第3因子には、順に電話番号(自宅)、PHS・携帯電話、住所の3項目がそれぞれ高い負荷を示していた。各因子に含まれる項目を吟味すると、第1因子は「匿名性の高い個人情報因子」、第2因子は「写真による個人情報因子」、第3因子は「個人が特定化されやすい情報因子」と、それぞれ命名できる。そこで各因子ごとに、リスク認知の平均値を算出したところ、第1因子が2.34、第2因子が3.40、第3因子が4.62となった。この結果から、やはり個人が特定化されやすい個人情報を載せることは、非常に危険であると認知されているのが分かる。

次にこのようなリスク認知が、男女により違いがあるか否かを確かめるために、平均値の差の検

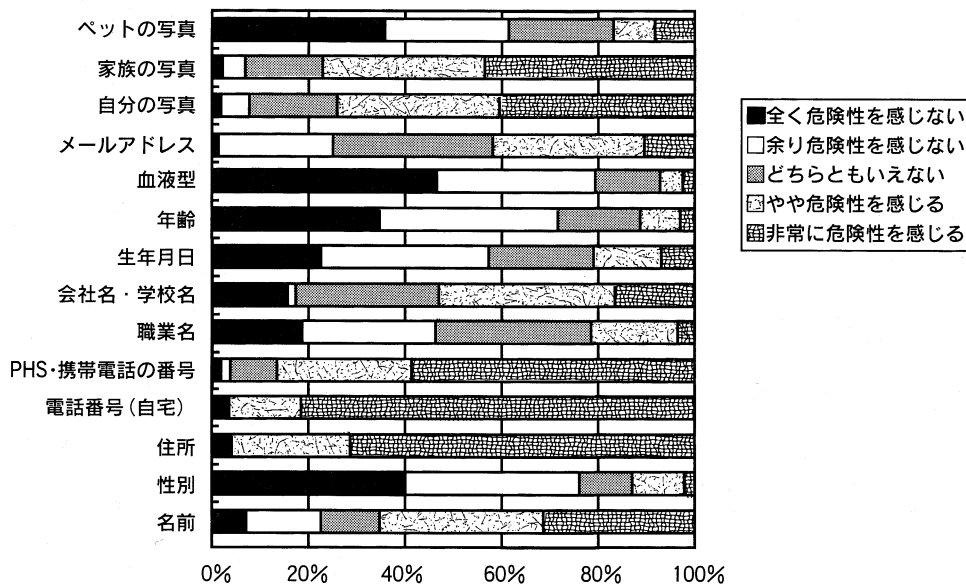


Fig. 5 各項目をホームページに載せることに対するリスク認知の程度

Table 3 「危険性を感じる程度」による因子分析結果
(バリマックス回転後の因子負荷量)

項目	因子I	因子II	因子III	h^2
年齢	.87	.14	.03	.78
職業	.80	.09	.19	.68
生年月日	.77	.24	.12	.67
血液型	.76	.25	-.10	.64
会社名・学校名	.69	.15	.30	.58
性別	.54	.34	-.04	.40
自分の写真	.15	.85	.20	.79
家族の写真	.14	.83	.29	.80
名前	.28	.68	.19	.58
ペットの写真	.27	.58	-.13	.42
メールアドレス	.39	.40	.15	.33
電話番号(自宅)	.02	.15	.88	.80
PHS・携帯電話の番号	.17	.01	.76	.61
住所	.07	.44	.69	.67
固有値	5.42	2.03	1.31	8.76
寄与率(%)	38.73	14.46	9.38	

定を行った。その結果、平均値の差が有意となった項目は、名前、性別、住所、電話番号(自宅)、PHS・携帯電話の番号、自分の写真、家族の写真の7項目であり (Table 4 参照)、また全てにおいて女性の得点が高くなっていた。したがって男性に比べて女性の方が、個人ホームページにこのような個人情報を載せることに対して、明らかに危

険を感じているといえるであろう。

さらにホームページへのアクセス経験の有無により違いがあるか否かについて、同様に検討してみたところ、すべての項目において有意な結果は見出されなかった。そこでホームページへのアクセス経験が全くない群 (104名) と、プロバイダーと契約を結んでいる積極的な利用者群 (15名) と

Table 4 各個人情報における「危険を感じる程度」の平均値及び差の検定結果(性別)

項目	男性	女性	t値	項目	男性	女性	t値
名前	3.24	3.87	4.00***	生年月日	2.42	2.51	.59
性別	1.67	2.14	3.56***	年齢	2.00	2.14	1.01
住所	4.45	4.76	3.26***	血液型	1.79	1.83	.27
電話番号(自宅)	4.66	4.83	2.01*	メールアドレス	2.85	2.99	.97
PHS・携帯電話	4.24	4.50	2.18*	自分の写真	3.67	4.19	3.76***
職業	2.52	2.62	.75	家族の写真	3.81	4.25	3.08***
会社名・学校名	2.90	3.17	1.65	ペットの写真	2.14	2.31	1.08

*: p<.05, **: p<.01, ***: p<.001

の間に、違いがあるか否かを検討してみた。その結果、やはりすべての項目において有意な結果は見出されなかった。

これらの結果より、ホームページに個人情報を載せることに対するリスク認知に関しては、ホームページやインターネットの利用経験の有無とはほとんど関係がなく、むしろ男女による違いが非常に強く関係しているといえるであろう。

まとめと課題

以上、本研究では「情報遺漏のリスク認知」について、最近急激に普及しつつある個人ホームページに焦点を当てて検討を行った。ここで主な結果について再度言及すると、まずホームページという言葉の認知度やホームページ自体についての関心度は非常に高いものの、仕組みについてはあまり知られていないという現状が示された。またおよそ6割の人が、ホームページへのアクセス経験があるものの、プロバイダーと契約を結んでいる人は、サンプル全体の3.6%にすぎなかった。したがって本調査の対象者が大学生ということから、ほとんどが大学でのみインターネットを利用していることが伺える。さらに個人ホームページの所有者はわずか1名であり、情報の受信・発信の両方が行えるインターネットではあるが、未だその主たる利用目的が受信のみに止まっているといえる。またホームページに載せてもよいとされている個人情報は、「年齢」「血液型」「職業」といった匿名性の高いものが主であり、これらの項目においては概ね情報遺漏に対するリスク認知が低かった。それに対し、「住所」「電話番号」「自分の写真」といった個人を特定するのに有効

であると思われる情報は、載せることに対して否定的であり、また情報遺漏に対するリスク認知が相対的に高くなっていた。さらにこれらのリスク認知の程度は、男女によって異なっており、いずれの項目においても、女性の方がリスクを高く感じていることが明らかとなった。それに対し、インターネットやホームページへの利用経験の有無は、リスク認知とはほとんど無関係であることが示された。

しかしながら本調査の対象者は、大学で自由にホームページにアクセスできるという大学生であったため、ここで得られた結果は即座に一般化できないものと思われる。そこでこれらの結果を一般化するためには、より様々な人に幅広く調査を施す必要がある。また本調査では、実際にホームページによって個人情報を発信している人々の意識を問うことができなかった点も、問題点として挙げられるであろう。

そこで今後は、インターネットプロバイダーと契約をしており、また実際に個人ホームページを開設している人々を対象に同様の調査を行い、より現実的なデータを収集していくことが課題として残されている。これに関しては、E-mailを利用して調査依頼を行い、当方であらかじめ用意しているホームページ上の調査票にアクセスしてもらうという方法を用いて現在進行中であるが、今回はデータ収集が間に合わなかったため、また機会を改めて報告する予定である。

参考文献

- 横田 充, 1997, ホームページ上における「自己紹介」の特徴. 日本社会心理学会第38回大会発表論文集, 276-277.

山下清美, 1997, 個人ホームページを開くことは、開設者自身にとってどのような意味をもつか. 日本社会心理学会第38回大会発表論文集, 278-279.

橋本良明・森康俊・辻大介・柳澤花芽・福田充, 1996, 普及初期段階におけるインターネットのユーザー像と利用実態—プロバイダー個人加入者アンケート調査(1996.7)から—, 東京大学社会情報研究所調査研究紀要, 8, 86-195.

付記：本研究は、財団法人大川情報通信基金平成8年度研究助成によって行われた。

A social psychological study of the risk perception of
a leakage of information in a computer-mediated study (2)

—The investigation of the risk perception in disclosing
personal information on homepage—

ABSTRACT

The purpose of this study is to investigate the risk perception of a leakage of information, by focusing on the personal homepage. One hundred and eighty-three subjects were asked what kind of personal information was allowed to be disclosed and how they perceived the risk of disclosing themselves on a personal homepage. Personal information with low anonymity such as “address”, “telephone number” and etc. was considered the most risky. Also they were unwilling to disclose risky information on their personal homepage. Females perceived higher risk of disclosing personal information on their personal homepage than did males.

Key Words: personal homepage, risk perception, leakage of information

インターネットの個人ホームページに関するアンケート

この度は、大変ご多忙の中、当調査に参加していただき、誠にありがとうございます。本調査票は、社会心理学研究室でおこなっておりますインターネットに関する研究のために作成されたものであり、それ以外の目的で使用しないことを厳守いたします。

関西学院大学社会心理学研究室

はじめに

ホームページとはインターネットを利用した、文字だけでなく音声・画像・動画を取り入れた情報発信の手段です。インターネットは全世界に広がっているため、ホームページ上に掲載された情報は、世界中の人が自由に見ることができます。

◆以下の質問項目において、あなた自身に該当する番号に○をつけて下さい。（ただし特別に指示のない場合、○は1つ）

1.あなたは“ホームページ”という言葉を知っていますか。

- | | |
|-------------|-------------|
| 1) 聞いたことがある | 2) 聞いたことがない |
|-------------|-------------|

2.あなたは“ホームページの仕組み”についてどの程度知っていますか。

- | | |
|---------------|------------|
| 1) 非常によく知っている | 2) 大体知っている |
| 3) ほとんど知らない | 4) 全く知らない |

3.あなたはホームページに対してどの程度関心がありますか。

- | | | |
|-------------|------------|--------------|
| 1) 非常に関心がある | 2) まあ関心がある | 3) どちらともいえない |
| 4) あまり関心がない | 5) 全く関心がない | |

4.あなたは実際にインターネットを利用してホームページにアクセスしたことがありますか。

- | | |
|-------|-------|
| 1) ある | 2) ない |
|-------|-------|

質問7へ

5.どの程度の頻度でホームページにアクセスされますか。

- | | | | | |
|----------|----------|---------|---------|---------|
| 1) 1日に数回 | 2) 1日に1回 | 3) 週に数回 | 4) 週に1回 | 5) 月に数回 |
| 6) 月に1回 | 7) それ以下 | | | |

6.あなたは現在、プロバイダーとインターネット接続契約をされていますか。

- 1) はい 2) いいえ

6-a.あなたは個人ホームページを開いておられますか。

質問7へ

質問7へ

- 1) はい 2) いいえ

6-b.あなたは、将来的にご自分の個人ホームページを開きたいと思われませんか。該当する番号を一つ選び、チェックをつけて下さい。

- 1) ぜひ開きたいと思う 2) 機会があれば開きたいと思う 3) 分からない
4) あまり開きたくない 5) 絶対に開きたくない

6-c.「4.あまり開きたくない」あるいは「5.絶対に開きたくない」とお答えいただいた方のみにお尋ねします。なぜ、そのように思われるのですか（複数回答可）。

- 1) 技術を習得する自信がないから 2) お金がかかるから
3) 個人情報を余り知られたくないから 4) 作成・管理する暇がないから
5) 作るのがめんどくさいから 6) その他

7.もしあなたご自分の個人ホームページを作成したならば、どのような個人情報なら載せてもよいと思われませんか。個々の項目に対して該当する番号に○をつけて下さい。

載せてもよい→1 一部なら載せてもよい→2 載せたくない→3

- | | | | | | |
|--------------|-------|-------------|----------|-------|-------------|
| ①名前 | | (1, 2, 3) | ⑧生年月日 | | (1, 2, 3) |
| ②性別 | | (1, 2, 3) | ⑨年齢 | | (1, 2, 3) |
| ③住所 | | (1, 2, 3) | ⑩血液型 | | (1, 2, 3) |
| ④電話番号(自宅) | | (1, 2, 3) | ⑪メールアドレス | | (1, 2, 3) |
| ⑤PHS・携帯電話の番号 | | (1, 2, 3) | ⑫自分の写真 | | (1, 2, 3) |
| ⑥職業 | | (1, 2, 3) | ⑬家族の写真 | | (1, 2, 3) |
| ⑦会社名・学校名 | | (1, 2, 3) | ⑭ペットの写真 | | (1, 2, 3) |

8.もしあなたが以下の項目をご自分のホームページに載せるとするならば、どの程度危険性を感じますか。(この場合の“危険性”とは、個人情報が見知らぬ人に知られ、悪用されるということに対する危険性です。)以下の5段階で該当する番号をご記入下さい。

全く危険性を感じない→1	余り危険性を感じない→2
どちらともいえない →3	やや危険性を感じる →4
非常に危険性を感じる→5	

- ①正しい名前を載せること (1, 2, 3, 4, 5)
- ②正しい性別を載せること (1, 2, 3, 4, 5)
- ③正しい住所を載せること (1, 2, 3, 4, 5)
- ④正しい電話番号(自宅)を載せること (1, 2, 3, 4, 5)
- ⑤正しいPHS・携帯電話の番号を載せること (1, 2, 3, 4, 5)
- ⑥正しい職業を載せること (1, 2, 3, 4, 5)
- ⑦正しい会社名・学校名を載せること (1, 2, 3, 4, 5)
- ⑧正しい生年月日を載せること (1, 2, 3, 4, 5)
- ⑨正しい年齢を載せること (1, 2, 3, 4, 5)
- ⑩正しい血液型を載せること (1, 2, 3, 4, 5)
- ⑪正しいメールアドレスを載せること (1, 2, 3, 4, 5)
- ⑫自分の写真を載せること (1, 2, 3, 4, 5)
- ⑬家族の写真を載せること (1, 2, 3, 4, 5)
- ⑭ペットの写真を載せること (1, 2, 3, 4, 5)

9.あなた自身についてお尋ねいたします。

1)性別

1. 男性	2. 女性
-------	-------

2)年齢 () 歳

3)学籍番号 ()

4)学部

1. 文	2. 経済	3. 社会	4. 法	5. 商
6. 理	7. 神	8. 総政		

質問は以上です。長時間ご協力ありがとうございました。