

各位

2026年5月12日

株式会社エルテス

(証券コード：3967 東証グロース)

【実態調査】BeReal.等で相次ぐSNSでの情報漏洩はなぜ起きるのか?!

～20代の9割超が「限定公開」、一方で仕事・職場に関する投稿経験者は6割超、公私の境界線消失が生む新たなリスク～

「安全なデジタル社会をつくり、日本を前進させ続ける。」をミッションと掲げる、株式会社エルテス（本社：東京都千代田区、代表取締役：菅原貴弘、証券コード：3967、以下「エルテス」）は、従業員のBeReal.などを起点に相次ぐSNS投稿による社内情報の漏洩事象を受けて、会社員や公務員等のビジネスパーソン300名を対象に「SNSの利用状況や、炎上や情報漏洩リスクに対する危機意識の調査」を実施いたしました。



■調査の背景

2026年4月上旬から、複数の企業で新入社員をはじめとした従業員によるSNSを通じた企業内部の情報漏洩が相次いで発生しています。一部の事案は、SNS上で批判が相次ぎ、企業レピュテーションや株価の低下、経営陣の謝罪にまで発展しており、企業におけるデジタルリスクがかつてないほどに高まっています。

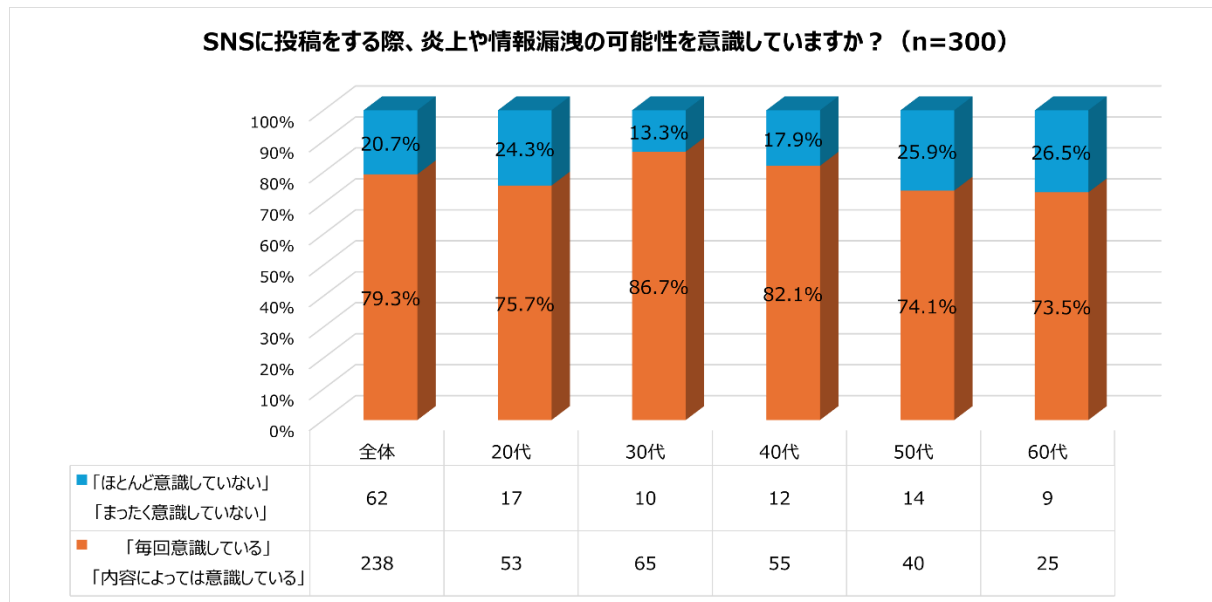
こうした問題を受け、SNSでの炎上や情報漏洩などのデジタルリスク対策を支援するエルテスは、企業・団体に所属するビジネスパーソンのSNS利用状況を把握するためアンケートを実施いたしました。

3月30日付リリース「[【実態調査】ビジネスパーソンの4割超が仕事・職場の情報のSNS投稿経験あり](#)」では、ビジネスパーソン300名のうち、43.3%（130名）が仕事・職場に関する情報を投稿した経験があると発表しました。今回は更に、SNS利用の世代別の特徴や、投稿の心理を分析しています。

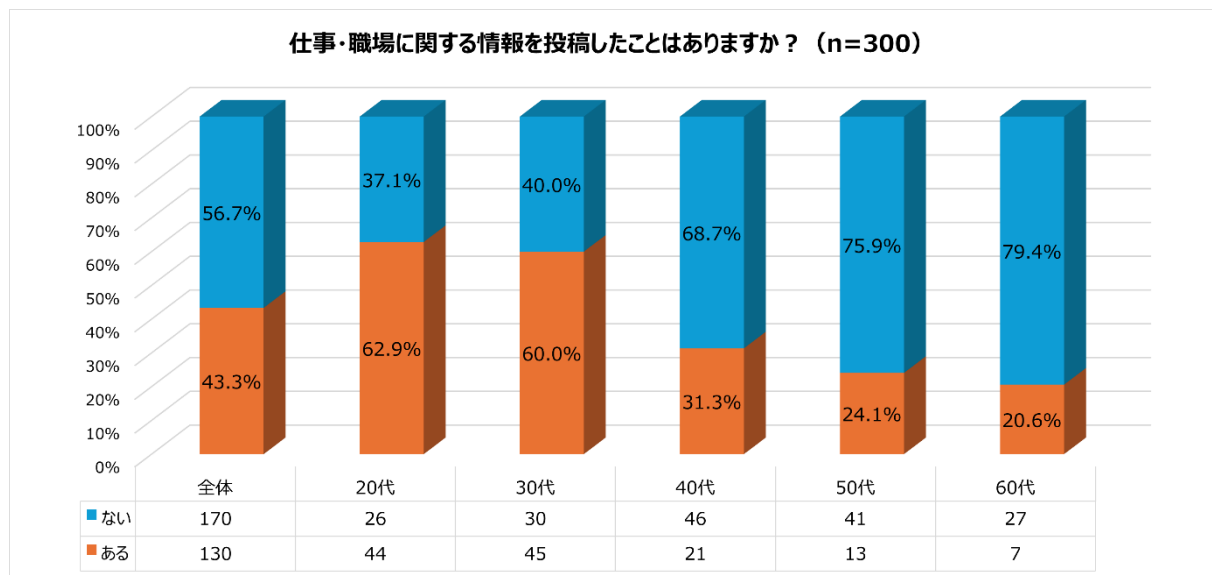
■トピックス

1. 仕事・職場に関する情報の投稿経験は20代が最多
2. 世代間で逆転する公開範囲の意識、若者世代の9割がクローズド利用

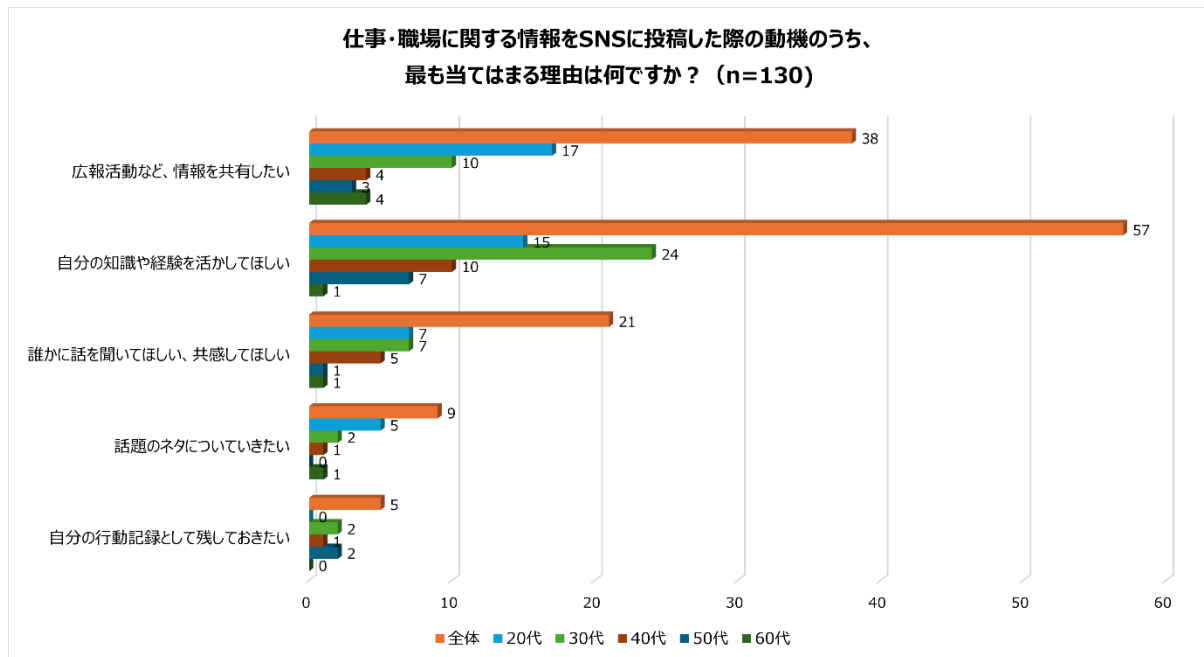
1. 仕事・職場に関する情報の投稿経験は20代が最多



SNSに投稿をする際に、炎上や情報漏洩の可能性を意識しているかを問う質問では、どの世代も「意識している」と回答した人が7割を超える結果となりました。一方で、約2割、5人に1人が意識していないという実態も見えてきました。



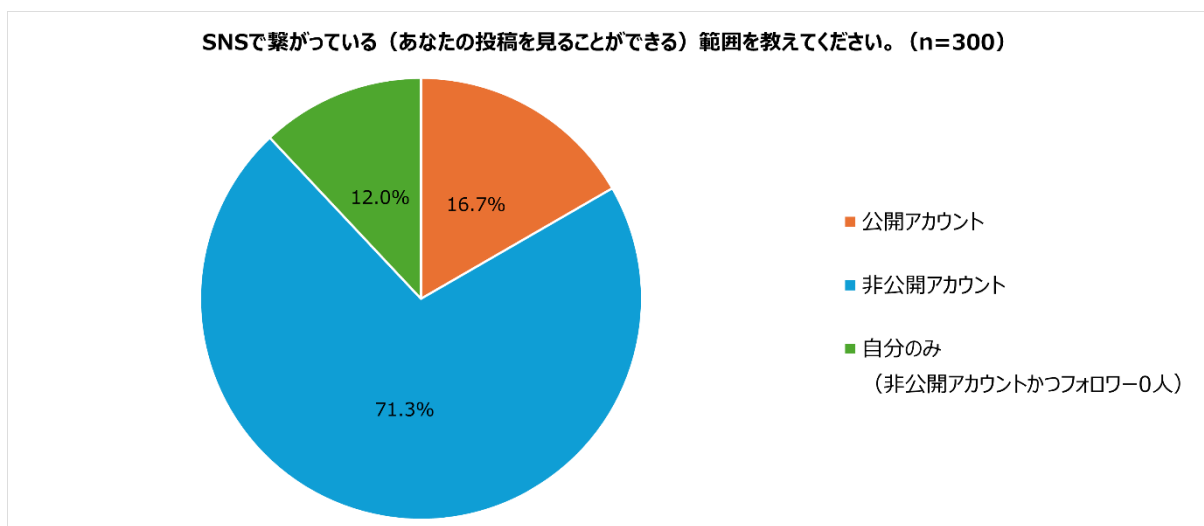
どの世代も最低限のSNS利用リテラシーはある一方で、SNSに仕事・職場に関する情報を投稿したことがあるかを問う質問では、43.3%（130名）が「経験がある」と回答しています。世代別に分析していくと、若い世代ほど投稿経験がある人の割合が高いという結果となり、20代では62.9%、30代では60.0%と回答し、半数以上を占めました。



仕事・職場に関する情報を投稿した経験があると回答した人に、該当の投稿をした動機を問いました。全世代合計の結果は、「自分の知識や経験を活かしてほしい」という回答が最多、次いで「広報活動など、情報を共有したい」となっています。

なお、20代は僅差で「広報活動など、情報を共有したい」が最多の回答となっていますが、「誰かに話を聞いてほしい、共感してほしい」、「話題のネタについていきたい」という動機を持つユーザーがいることも確認されました。

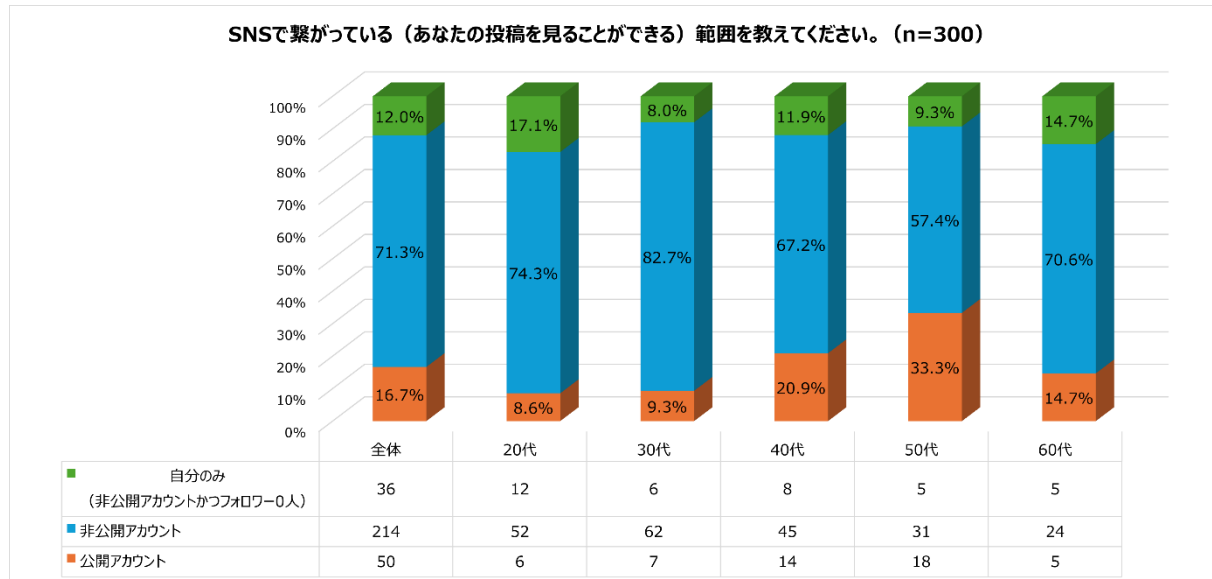
2.世代間で逆転する公開範囲の意識、若者世代の9割がクローズド利用



ここからは、若者世代（20代・30代）のSNSの使い方について分析していきます。

まず、全世代を対象に、SNSで繋がっている（投稿を見ることができる）範囲を問う質問では、「公開アカウント」が16.7%（50名）、「自分のみ（非公開アカウントかつフォロワー0人）」が12%（36名）、「非公開アカウント」が71.3%（214名）という結果となりました。

「非公開アカウント」のフォロワーの内訳は、「リアルな友人、知人」が最多、次いで「家族、親族」となっています。少数ではありますが、全世代に共通して「職場の上司、同僚、部下」や「取引先、顧客」などビジネスで接点を持つ人もフォロワーに含まれている実態が明らかになりました。



世代別の公開範囲をみると、20代はどの世代よりも「非公開アカウント」の利用率が高いことが分かります。「非公開アカウント」「自分のみ（非公開アカウントかつフォロワー0人）」を合わせた割合は91.4%に上り、非常に高い結果となりました。

なお、50代の「非公開アカウント」の利用率は合計66.7%となっており、20代とは対照的な結果となりました。

■総括

SNS投稿時の意識を問う質問では、世代を問わず炎上や情報漏洩の可能性は広く意識されていることが明らかになりました。その一方で、仕事・職場に関する情報を投稿した経験がある人は世代が若くなるほど多くなり、20代・30代では60%以上もの人が投稿した経験があると回答しています。

こうした投稿の動機として、「誰かに話を聞いてほしい、共感してほしい」、「話題のネタについていきたい」といったものを挙げるユーザーが一定数存在することも明らかになりました。

また、アカウントの公開範囲に関する質問では、ビジネスパーソンの約6人に1人がアカウントに公開範囲を設けず、インターネット上の誰もが情報を閲覧できる状態で利用していることが分かりました。世代別に公開範囲を分析すると、50代が「公開アカウント」の使用率が最も高く、20代が最も低い結果となっています。

20代の「非公開アカウント」の利用率は90%以上と、どの世代よりも高いにも関わらず内部情報漏洩が頻発する背景には、「公開範囲を限定しているから、仕事・職場に関する情報を公開しても大丈夫」という油断があると考えられます。一方で、その公開範囲には「職場の上司、同僚、部下」や「取引先、顧客」なども含まれており、公開範囲には多様なユーザーが含まれることが確認されました。こういったプライベートとビジネスの境界線が曖昧になった結果、関係性が希薄なフォロワーに対して、機密性の高い情報まで不用意に発信してしまうという、若年層特有の漏洩リスクの存在が想像されます。

新入社員のSNS利用研修などを実施する企業では、ビジネスとプライベートで境界線が消失しつつあるSNSとの向き合い方を、世代間の意識差を踏まえた上で、より具体的かつ実務に即した内容での提供が求められます。

■注意喚起コラムのご紹介

オウンドメディア「eltes insight」にて、BeReal.起点の情報漏洩・炎上事案に関するネット炎上注意喚起情報を発信しております。ぜひ御覧ください。

タイトル：「若者の流行」と経営層が軽視できないリスクへーBeReal.発の情報漏洩はなぜ起きるのか。事例・要因・対策を徹底解説

▶オウンドメディア「eltes insight」は[こちら](#)

■調査概要

名称：SNSの利用状況や、炎上や情報漏洩リスクに対する危機意識の調査

対象期間：2026年3月19日

対象：20～69歳の会社員(正社員・契約・派遣社員)、経営者・役員、公務員（教職員を除く）のうち、事前のスクリーニング調査にてSNS投稿頻度が「1日に複数回」「1日に1回程度」「週に数回程度」と回答した人

有効回答者数：300名

方法：インターネットリサーチ

※本調査を引用いただく場合は、「株式会社エルテス調べ（2026年5月）」とご記載ください。

※各グラフについては、収集データを元にエルテスが作成しています。

＜今後の見通し＞

本取り組みが業績に与える影響は軽微であります。来期以降の見通しについて大きく影響を与える場合は、速やかに開示してまいります。



[エルテスグループ関連サイト]

デジタルリスク対策サービス一覧：<https://eltes-solution.jp/>

採用情報：<https://eltes.co.jp/recruit>

公式オウンドメディア「エルテスの道」：<https://eltes.co.jp/ownedmedia>

公式X（旧Twitter）：https://x.com/eltes_irpr