

# ソーシャルメディアの日常利用とその死後の扱いについて — 日米仏比較調査より —

折田明子<sup>1</sup> 湯浅壘道<sup>2</sup>

**概要:** グローバルに利用されているソーシャルメディアやメッセージングサービスについて、その一部は利用者の死後のデータの扱いを明記している。サービスの利用者はどのように考えているのか、サービスの利用頻度や目的と、自分の死後そのデータをどのように扱いたいかの意向について日本・米国・フランスの比較調査を実施した。その結果、FB と Instagram については、日本は削除が大半を占めた一方で、米国では「追悼モード」での保存が多数を占めた。また、Twitter については、日本では情報収集が利用目的であり、死後も大半は削除を希望しているが、米国・フランスでは日常的なコミュニケーション手段として使われており、削除を希望する割合も少ないなど、国による違いが見えた。

**キーワード:** ソーシャルメディア, 死後, プライバシー, 国際比較

## Social Media during Life and after Death - Comparison survey in Japan, France and the United States

AKIKO ORITA<sup>†1</sup> HARUMICHI YUASA<sup>†2</sup>

**Abstract:** How to treat online accounts after death has become an urgent issue. Some social network services (SNSs) offer an antemortem option to decide the treatment of postmortem accounts. Retained profiles allow a form of continued communication with the deceased, and they support grieving among the bereaved. However, the privacy of the deceased with respect to their online accounts is not protected by comprehensive laws or terms of service. Intentions of deceased and bereaved are not always similar so that it is necessary to develop guidelines for the treatment of postmortem accounts. We conducted an online survey in Japan, the United States, and France to examine intention of user themselves about how they wished their SNS accounts to be handled after death or not. As results, we found significant differences in the desired handling of accounts according to country of residence, purpose of use, and partially to screen name usage.

**Keywords:** Social Media, Post-Mortem, Privacy, Comparison Survey

### 1. はじめに

個人用デバイスによるインターネット利用が普及するにつれ、個人が死亡したときにはデバイスおよびデータが残されることとなった。近年は、デジタル遺品やデジタル終活という言葉が一般にも見聞きすることができる。インターネット上において、特に他者とのコミュニケーションや交流を目的としたソーシャル・ネットワーキング・サービス (SNS) では、本人のプロフィールの他、他者とのつながりであるソーシャルグラフや、日々の投稿やシェアといったアクティビティがデータとして残される。

利用者の死後、そのアカウントをどのように扱うかについては、2019 年現在において全てのサービスで規定されている訳ではないものの、グローバルに展開されている米国発のサービスでは、本人が生前に決めたり遺族が本人の死後に決められるよう定められている[1]。例えば、Facebook および Instagram では、故人のものであることを明示し一部機能

を制限した上でアカウントをアーカイブとして残す「追悼モード」(Memorial Mode) を提供している。一方、Twitter は、遺族の申し出により故人のアカウントを削除することができる。

故人のデジタル情報を残すか削除するかといった扱いについては、故人および遺族のプライバシーという観点、遺族らによる追悼という観点、そして歴史的資料という観点がある上[2]、それを誰が決定するかに係る包括的な法制度はなく、国や地域によって運用が異なっている状況にある[3]。利用者の立場においても、本人の価値観やサービス利用状況によって、アカウントの扱いは異なる可能性がある。具体的には、実生活上の人間関係を反映させた利用なのか、あるいは実生活上とは異なるアイデンティティを前面に出した利用なのかによって、死後のアカウントに対して何らかの操作を行うのか否か、残すのか、消すのかといった判断の違いが考えられる。本稿では、オンラインのアイデンティティとプライバシー、死後のプライバシーに関する関連研究を

1 関東学院大学  
Kanto Gakuin University  
2 情報セキュリティ大学院大学  
Institute of Information Security

振り返った上で、グローバルに展開されている SNS サービスの利用状況と死後のアカウント扱いの意向の関連について、日本、米国、フランスの 3 カ国において実施したオンラインアンケート調査の結果について報告する。

## 2. 関連研究

### 2.1 SNS 利用におけるプライバシー

SNS 等のオンラインコミュニケーションにおいては、身体的な特徴や実生活上の立場を隠すことができるため、現在の自分(now selves)と理想の自分(possible selves)を組み合わせることで自己を表現することができ、対面と比較してより「理想の自分」を作り上げることができるという[4]。匿名あるいは仮名でサービスを利用することによって、個人情報やプライバシーを保護することがある一方、実生活上の社会的な関係性をオンラインにも反映させる使い方もある[5]。ただし、いったん自分の情報を公開してしまうと、本人がコントロールしきれない状況になることが指摘されている[6]。オンラインのサービス利用者は、自らのプライバシーへの影響やそのリスクとメリットを考え、どの情報を公開するか否かを設定することができるものの、現実的にはそのような判断はされていないことが、Preibusch らや Knijnenburg らの実証研究から明らかにされている。フォームにオートコンプリートされた個人情報について、その都度公開の可否を判断して敢えて削除することはなく、利用者の意図以上に情報を公開してしまうのである[7][8]。さらに、オンラインと実生活双方の知人とつながりあう SNS 利用においては、プライバシーリスクよりも情報を公開する利便性の方が重視される傾向があるという[9]。

このように、SNS の利用においては、自己像を作るために公開する情報をコントロールできるものの、現実にはオンラインと実生活双方に関連する情報が多く公開されている可能性がある。

### 2.2 死後のプライバシー

SNS をはじめ、オンラインのサービスの利用者が死亡した際、その故人の情報やプライバシーはどのように扱われているのか。Harbinja は死後のプライバシー (postmortem privacy) を「死後も自分の評価と尊厳を守りコントロールする権利」と定義する[10][11]。一方、故人は既に自然人ではないためプライバシー権をはじめとする人権の対象ではないという見方もある。実際、EU 一般データ保護規則(GDPR)では、死後のデータの扱いについては定めておらず、英国やスウェーデンをはじめとする各国では故人の権利を除外している[3]。一方、死後のデータの扱いを権利として明文化している国もある。たとえばフランスの Digital Bill では、デジタルな死 (digital death) に対して「オンラインに公開された自分の情報に対して、死後自分の意思を表明し保証する権利」を定めている[12]。

死後のプライバシーを保護するもう一つのアプローチと

しては、「デジタル資産」としての扱いがある。米国では 1984 年にテネシー州法において死後 10 年間の権利相続が認められたことに続き、著名人が亡くなる度に各州でパブリシティ権の整備が行われてきた[13]。2015 年には Revised Uniform Fiduciary Access to Digital Assets Act(revised UFADAA)が発表された。これは死後のデジタル資産へのコントロールを定めたもので、例えばサービス提供者が本人や遺族の許可無しにアカウントを削除されることがなくなるというものである。米国ではオレゴン州が 2016 年 3 月に最初に採用し、2017 年 1 月から発効されたほか、2016 年の時点で 16 の州で採用された[14]。

### 2.3 デジタル追悼

死後のデータの扱いにおいて、故人本人のプライバシーや削除意向とは対照的なものとして、残された遺族や友人たちによる追悼がある。残された人の死の受容について、1980 年代までは、フロイトの“grief work”モデルを根拠として遺族は故人との分離を目標としていたが、1980 年代後半以降は故人との絆を継続する“Continuing Bond Theory”(継続する絆理論)がより適応的であるとして採用されるようになった[15]。オンラインでもこの傾向は見られており、1990 年代に故人の思い出をまとめたウェブサイトのゲストブックに、友人達がコメントを寄せる現象や[16]、2000 年代に入ってから音楽系 SNS の MySpace に故人の思い出を共有するコメント、自分達の近況を報告するコメント、故人との絆を保とうとするコメントが書き込まれている現象[17]がみられている。「追悼モード」の設定を持つ Facebook における追悼コメントの研究では、故人の死後には投稿されるコメントが急増し、故人との絆を継続させている様子が見られている[18]。

このように、故人のデータを残しておくことは、残された人の悲しみの受容や追悼のプロセスにおいて重要なことであり、自分が遺族であれば故人の SNS 等のデータは残したいと希望する一方、自分が故人であれば SNS 等のデータは削除したいという意向がみられる調査結果もある[2]。生存する遺族らの意向を優先するか、既に死亡した故人本人の意向を優先するかは制度設計の上でも課題になり得るであろう。

## 3. 3 カ国比較調査

### 3.1 調査設計と概要

日常的な SNS サービスの利用状況と、死後のアカウントの扱いの意向にはどのような関連があるか。また、グローバルなサービスであっても、国や地域によってその傾向は異なるのか。これらを明らかにするため、日本を含めた 3 カ国比較調査を実施した。比較対象として、死後のプライバシーを人権と位置づけている国としてフランス、デジタル資産やパブリシティ権の問題として位置づけている国としてアメ

リカを選定した。調査は2019年1月にマクロミル社のオンライングローバルパネルを利用し、それぞれの国において日本語・英語・フランス語で実施した。Facebook, Instagram, Twitter のいずれかを利用している人を対象とし、20代から70代までの年齢および性別で30名ずつのセル割付をした上で各国12セル360名ずつ、合計1080名の回答を得た。

調査では、設問では、サービスの利用目的および利用時の名前を聞いた上で、自らの死後にアカウントをどう扱いたいかの意向を聞いた。続いて自分が遺族や友人の立場だった場合の意向や、報道でのSNS利用に対する意向を併せて聞いているが、本稿では日常的なサービス利用と利用時の名前、死後のアカウントの扱いの箇所を取り上げる。各項目において、回答者全体での分析および各国ごとの分析を行った。

### 3.2 結果

#### 3.2.1 全体の傾向

サービスごとの死後のアカウントの扱い意向の結果を図1に示す。Facebook および Instagram は、生前または死後に設定できる「追悼アカウント」を選択肢に含めた。いずれのサービスにおいても、日本ではアカウントを削除する意向であるという回答が他の国よりも高いポイントとなり、クロス分析の結果有意差が認められた( $p < 0.01$ )。

#### 3.2.2 利用頻度との関連

次に、サービス利用頻度との関連を見る。クロス集計の結果、全体では全てのサービスにおいて有意差が認められた( $p < 0.01$ ) (図2 図3 図4)。国別の結果をみたところ、日本では、Facebook のみ有意差がみられた( $p < 0.01$ ) (図5)。米国およびフランスでは全てのサービスにおいて、利用頻度と死後のアカウント扱いの意向について有意差は見られなかった。

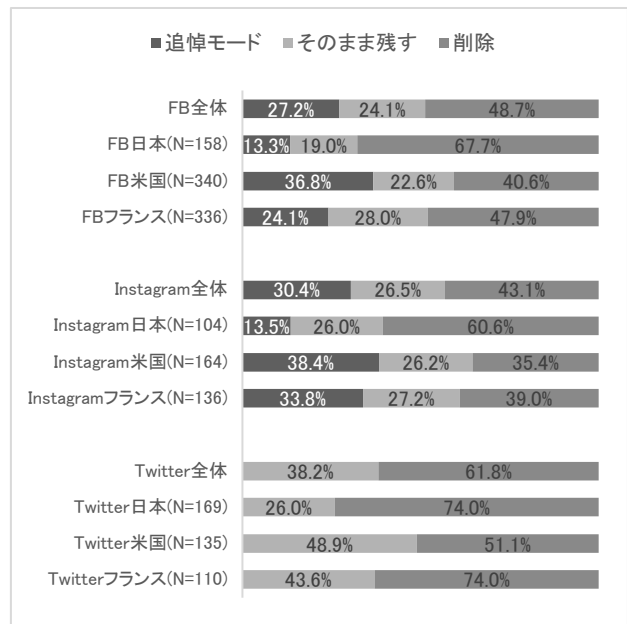


図1 死後のアカウント扱いの概要

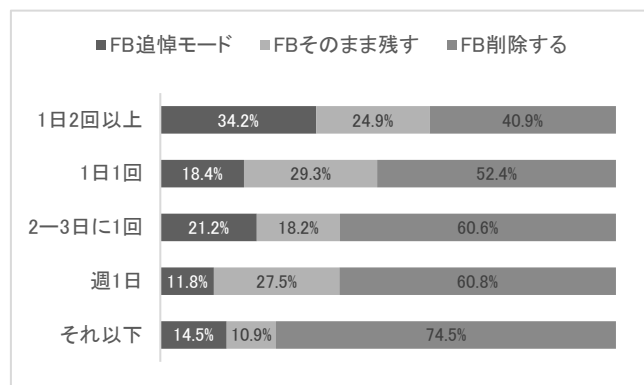


図2 全体：Facebook 利用頻度と死後アカウントの扱い

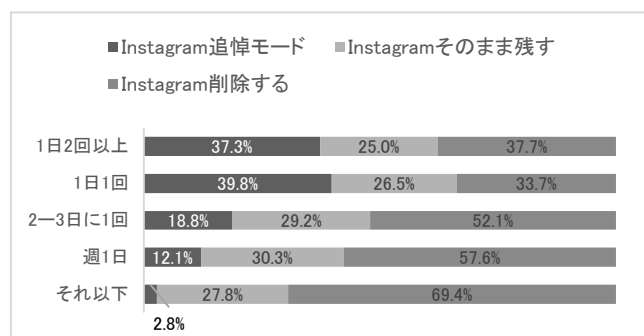


図3 全体：Instagram 利用頻度と死後アカウントの扱い

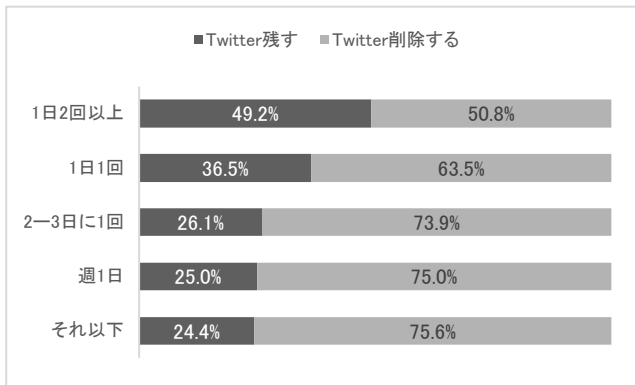


図 4 全体：Twitter 利用頻度と死後アカウントの扱い

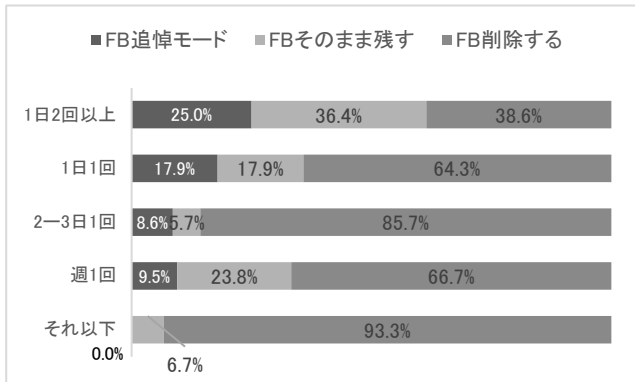


図 5 日本: Facebook 利用頻度と死後アカウントの扱い

### 3.2.3 利用目的との関連

サービスの利用目的として、「実生活上の知人とのコミュニケーション」「ネット上だけのコミュニケーション」「同じ興味・関心を持つ人を探す」「情報収集」「情報発信」「業務」「その他」を挙げ、死後のアカウント扱いの意向との関連について、一元配置分散分析を行った。

#### (1) Facebook

全体においては「同じ興味・関心を持つ人を探す」においてのみ、有意差( $p < 0.01$ )が見られ、追悼モードで残す(29.6%)そのまま残す(32.2%)削除する(38.2%)と、全体の結果と比べると、アカウントを残しておくことをより選択する傾向にあった。

国別では、日本では「ネット上だけのコミュニケーション」( $N=34$ )において有意差( $p < 0.01$ )が見られ、追悼モードで残す(8.8%)そのまま残す(44.1%)削除する(47.1%)となり、アカウントに対して追悼モード設定や削除といった何らかの操作をする割合が低く、そのままにしておくという選択をした割合が高い結果となった。それに対し、フランスでは「実生活上の知人とのコミュニケーション」( $N=263$ )において有意差( $p < 0.01$ )が見られ、追悼モードで残す(24.0%)そのまま残す(24.0%)削除する(52.0%)となり、そのままにしておくよりも意図的に削除すると回答した割合が高い結果となった。米国では、いずれの利用目的においても有意差はみられなかった。

#### (2) Instagram

全体においても、また国別においても、利用目的による有意差はみられなかった。

#### (3) Twitter

全体においては「実生活上の知人とのコミュニケーション」「ネット上だけのコミュニケーション」「同じ興味・関心を持つ人を探す」「情報収集」「情報発信」において有意差( $p < 0.01$ )がみられた。

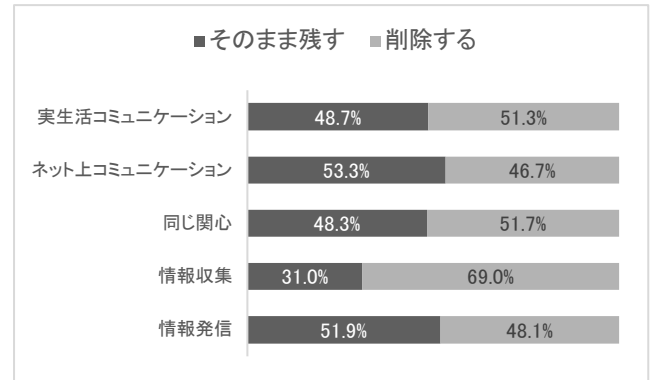


図 6 全体：Twitter 利用目的と死後アカウントの扱い

日本では「ネット上だけのコミュニケーション」( $N=46$ )ではそのまま残す(45.7%)削除する(54.3%)となり、「情報発信」( $N=31$ )ではそのまま残す(58.1%)削除する(41.9%)となり、いずれも全体的な傾向よりも有意に( $p < 0.01$ )「そのまま残す」を選んだ割合が高かった。

米国では、「同じ興味・関心を持つ人を探す」( $N=39$ )においてのみ有意差( $p < 0.01$ )がみられ、そのまま残す(66.7%)削除する(33.3%)と、残す傾向にあった。

フランスでは有意差はみられなかった。

### 3.2.4 利用時の名前との関連

サービス利用時の名前は、想定する交流相手や、自分のアカウントおよび投稿内容を誰に対して見せるのかという意図を反映すると考えられる。選択肢として「実名」「仕事上の名前・旧姓」「実生活のニックネーム」「ネットのニックネーム」「その他」を挙げた。死後のアカウント扱いの意向との関連について、クロス集計の結果、全体では全てのサービスにおいて有意差が認められた( $p < 0.01$ )。

国別の結果をみたところ、日本および米国では全てのサービスにおいて有意差が認められなかった。フランスにおいては、Instagramにて有意差がみられ( $p < 0.01$ )、

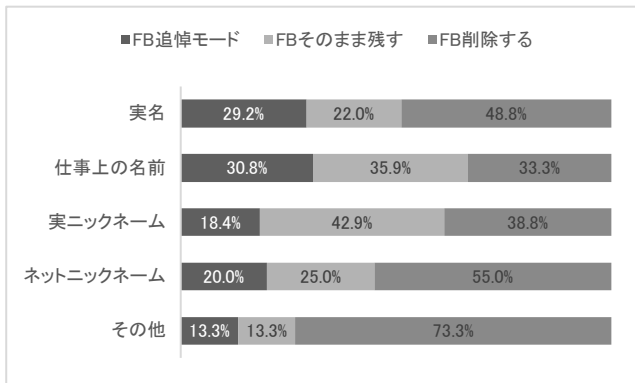


図 7 全体：Facebook 利用時名前と死後アカウントの扱い

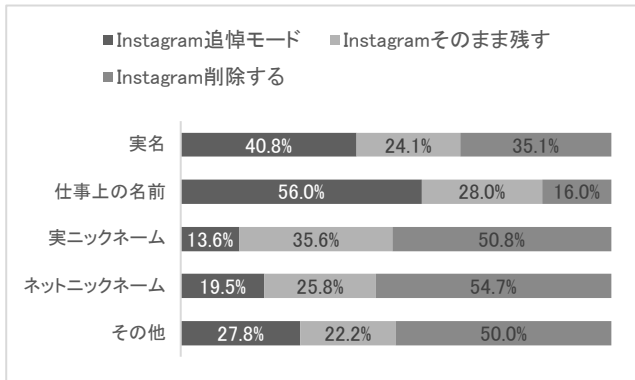


図 8 全体：Instagram 利用時名前と死後アカウントの扱い

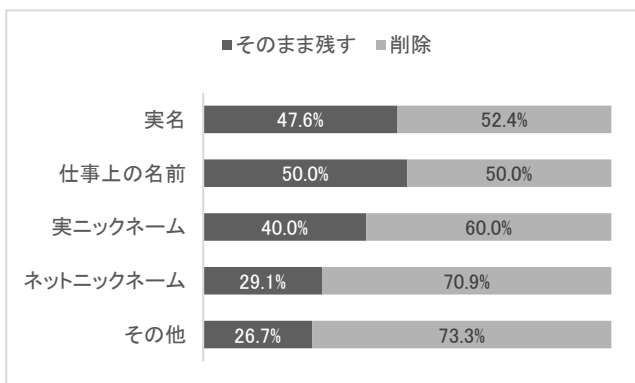


図 9 全体：Twitter 利用時名前と死後アカウントの扱い

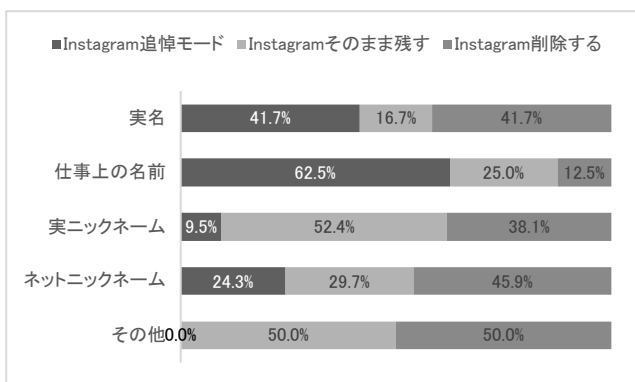


図 10 フランス：Instagram 利用時名前と死後アカウントの扱い

## 4. 考察

### 4.1 利用頻度との関係

回答者全体においては、すべてのサービスにおいて「1 日 2 回以上」と、日常的に高頻度にサービスを利用している回答者ほど、Facebook と Instagram では「追悼モード」という形で意図的に残す意向、Twitter であればそのまま残すという意向を占める割合が高い結果となった。ただし、国別に分析した結果では、頻度との間に有意差は殆ど見られなかったため、各国で顕著な傾向があるわけではないと言える。ただし、日本における Facebook 利用者のみ、利用頻度が高いほどアカウントを残すが、ただし「そのまま残す」割合が高いという傾向がみられた。

日常的に使っているサービスほど、削除よりも残す傾向、特に利用者の意思を反映させられる形が選ばれる傾向がややみられる結果となった。

### 4.2 利用目的との関係

「実生活上の知人とのコミュニケーション」という、実生活の人間関係につながる利用に関しては、フランスにおける Facebook 利用および全体における Twitter 利用に有意差がみられた。フランスにおける Facebook 利用では、「そのまま残す」がより少なくなった上、「削除する」が最も多い結果となった。それに対して、Twitter では全体の傾向と比較して、「そのまま残す」が 10 ポイント高い 48.7%となっていた。

「ネット上だけのコミュニケーション」という、実生活とは違う文脈や人間関係につながる利用に関しては、日本における Facebook 利用と Twitter 利用および全体における Twitter 利用に有意差がみられた。日本における Facebook 利用と Twitter の双方において、追悼モード設定や削除といった何らかの処理をせず「そのまま残す」という選択が、全体的な傾向よりも有意に多い結果となった。全体における Twitter 利用も同様であった。

「同じ興味・関心を持つ人を探す」では、全体における Facebook 利用と Twitter 利用、米国における Twitter 利用に有意差がみられた。全体における Facebook および米国における Twitter 利用では、アカウントを残す傾向にあったものの、全体としての Twitter では削除する傾向があった。

「情報収集」で有意差が見られたのは、全体における Twitter 利用のみであり、「削除する」と答えた割合が最も高かった。それに対し、「情報発信」では全体および日本における Twitter 利用で有意差があり、いずれも「そのまま残す」が多い結果となった。特に日本に関しては、全体 26.0%が「情報発信」では 58.1%と 2 倍以上の差があった。

なお、Instagram ではいずれにおいても有意差は見られていなかったが、これは写真共有サービスであるために利用目的に大きな差が出づらかった可能性が考えられる。

### 4.3 利用時の名前との関係

サービス利用時の名前は、全体では全てのサービスにおい

て有意差が見られる結果となった。どの名前を使うかという事は、サービス利用において自分のアカウントが誰に見つけられるのか、そして自分の投稿内容を誰に対して見せるのかという意図を反映していると考えられる。実名や仕事上の名前であれば、社会的・職業上の人間関係が想定されるであろうし、ネットのみのニックネームであれば、実生活上の人間関係と切り離したい意向がある可能性は高い。

Twitterの全体的な傾向では、実名および仕事上の名前という、実生活上のフォーマルな名前であれば「そのまま残す」が、ニックネームであれば削除を希望する割合が高くなっていった。Facebookもほぼ同様の傾向があり、追悼モードのように敢えて残すという割合は、実名および仕事上の名前において高かった。Instagramのみ異なる傾向があり、仕事上の名前では半数以上が追悼モードで残すことを希望しており、実名がそれに続いた。それに対してニックネームであれば半数以上が削除を希望していた。仕事上の名前であれば、Instagramの場合は本人および本人の作品やプロジェクトの広報手段としての利用が考えられる。その場合、個人のパーソナルな情報発信というよりは、仕事としての情報発信の位置づけになり得るであろう。国別にはフランスのInstagram利用にのみ有意差がみられたが、特にフランスにおいてこの傾向は顕著であった。

これらの結果から、利用目的以上に、誰に見せるのかを実質的にコントロールできる「利用時の名前」は、死後のアカウントの扱いと関連があり得ることが見えてきた。

## 5. おわりに

生存中のオンラインコミュニケーションにおいては、それぞれ違う文脈や関係性においてサービスを利用したり、利用時の名前の設定によって、誰に見られる・見せるのかをコントロールすることが可能である。実生活と近いアイデンティティによる利用であれば、死後残されたアカウントは他の相続等の手続きと同様に、相続人や家族が削除あるいは保存の手続きを行うことは不自然ではないものの、一方で実生活上とは違うアイデンティティを構成するといった使い方をした場合、死後もどうやってその文脈やアイデンティティを反映させるのかという問題が残る。例えば、家族には秘匿していたアカウントはどうするのか。本稿における調査でも、「そのまま残す」という選択肢は、誰かに処理を任せたくないという意味である可能性もある。故人本人のプライバシーと、遺族の追悼感情、そして誰が意思決定をするかを判断するにおいて、該当サービスの利用状況を考慮し、場合によっては相続人や家族とは無関係に、死後のデータの処理が執行される選択肢が必要かもしれない。

**謝辞** 本研究は、科研費基盤C「ソーシャルメディアにおける死者のデータとプライバシーの再検討」(16K00468)および科研費基盤B「情報ネットワーク社会における『死』

の再定義」(19H04426)の研究成果の一部である。またアンケートにご協力いただいた方に感謝の意を表する。

## 参考文献

- [1] 折田明子. 死後のデータとプライバシー. 特集: 吊いと技術革新. 情報処理. 2018. 59(7)606 - 609(2018-6-15)
- [2] 折田明子・湯淺壘道. 死後のデータを残すか消すか?: 追悼とプライバシーに関する一考察. 2018. 情報処理学会研究報告 電子化知的財産・社会基盤 (EIP), 2018-EIP-81(9), 1-6
- [3] 湯淺壘道・折田明子. GDPR(一般データ保護規則)と死者の個人情報. 2018. 情報処理学会研究報告 電子化知的財産・社会基盤 (EIP), 2018-EIP-80(6), 1-6
- [4] Hu, C., Zhao, L., and Huang, J. 2014. "Exploring Online Identity Re-Construction in Social Network Communities: A Qualitative Study," PACIS 2014 Proceedings
- [5] Zhao, S., Grasmuck, S., and Martin, J. 2008. "Identity Construction on Facebook: Digital Empowerment in Anchored Relationships," *Computers in Human Behavior* (24:5), pp. 1816-1836.
- [6] Petronio, S., and Durham, W. T. 2015. Chapter 25. Communication Privacy Management Theory. *Engaging Theories in Interpersonal Communication*, (D. O. Braithwaite and P. Schrodt, eds.), SAGE Publications.
- [7] Preibusch, S., Krol, K., and Beresford, A. R. 2013. "The Privacy Economics of Voluntary Over-Disclosure in Web Forms," *The Economics of Information Security and Privacy*, pp. 183-209.
- [8] Knijnenburg, B. P., Kobsa, A., and Jin, H. 2013. "Counteracting the Negative Effect of Form Auto-Completion on the Privacy Calculus," in *Proceedings of ICIS 2013*, pp. 1-21.
- [9] Bauer, C. and Schiffinger, M. 2016. "Perceived Risks and Benefits of Online Self-Disclosure: Affected by Culture? A Meta-Analysis of Cultural Differences as Moderators of Privacy Calculus in Person-to-Crowd Settings," *Proceedings of ECIS 2016*
- [10] Edwards, L., and Harbinja, E. 2013. "Protecting Post-Mortem Privacy: Reconsidering the Privacy Interests of the Deceased in a Digital World," *Cardozo Arts & Entertainment Law Journal* (32), pp. 83-129.
- [11] Harbinja, E. 2017. "Post-Mortem Privacy 2.0: Theory, Law, and Technology," *International Review of Law, Computers and Technology* (31:1), Taylor & Francis, pp. 26-42.
- [12] Government of France, 2016. "The Digital Bill" January 26, 2016 <https://www.gouvernement.fr/en/the-digital-bill> (English Version)
- [13] 斉藤邦史. パブリシティ権の一身専属性. 2019年度春季情報通信学会大会
- [14] Legislative Fact Sheet- Fiduciary Access to Digital Assets Act, Revised (2015) [http://www.akleg.gov/basis/get\\_documents.asp?session=30&docid=16178](http://www.akleg.gov/basis/get_documents.asp?session=30&docid=16178) (閲覧 2019-08-27)
- [15] Klass, D., Silverman, P. R., and Nickman, S. L. 1996. *Continuing Bonds: New Understandings of Grief*. Philadelphia: Taylor & Francis
- [16] Roberts, P., & Vidal, L. 2000. "Perpetual care in cyberspace: A portrait of Web memorials," *OMEGA* (40:4), pp. 57-76.
- [17] Brubaker, J. R., and Hayes, G. R. 2011. "'We Will Never Forget You [Online]': An Empirical Investigation of Post-Mortem MySpace Comments," in *CSCW2011*, pp. 123-132.
- [18] Getty, E., Cobb, J., Gabeler, M., Nelson, C., Weng, E., and Hancock, J. T. 2011. "I Said Your Name in an Empty Room: Grieving and Continuing Bonds on Facebook," in *2011 Annual Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '11)*