

※当資料は、米国時間 2021 年 1 月 27 日に米国で発表された参考資料の抄訳です。

マカフィー、コロナ禍の消費者のセキュリティマインドセットを調査
身近なテクノロジーの変化が個人情報の安全に関する最新動向を浮き彫りに
～消費者のデジタルファーストの考え方に影響を及ぼす買い物習慣と利便性の追求～

ニュースハイライト:

- かつて対面で行われていた人々の暮らしや日常生活の活動が、オンラインの代替手段に置き換わる状態が続いている
- 米国人の 3 人に 2 人がサイバー脅威に懸念を示す一方で、3 人に 1 人はサイバー攻撃を防御する自信がないと感じている
- 米国人の 77% が利便性を理由に、2020 年、オンライン活動に変化があったことを認めている

デバイスからクラウドまでを保護するサイバーセキュリティ企業である米国マカフィー (McAfee Corp、本社：米国カリフォルニア州、Nasdaq：MCFE) は、「2021 Consumer Security Mindset Report (消費者のセキュリティマインドセットに関するレポート:2021 年)」を発表しました。本調査により、米国の消費者は世界的なパンデミックによってもたらされた、オンラインバンキング (61%)、ソーシャルエンゲージメント (56%)、パーソナルショッピング (52%) などを筆頭としたデジタルファーストの生活様式を今後も続けていくと考えていることが明らかになりました。オンライン活動が活発になるにつれ、サイバー脅威にさらされる可能性は高くなります。注目すべきは、米国人の 3 人に 2 人 (66%) が今日のサイバー脅威を懸念している中、回答者の 3 人に 1 人 (29%) は、サイバー攻撃を防御する自信がないことを認めている点です。

消費者が新しいデジタルの世界に順応して利用するにつれ、サイバー犯罪者はそれに気付き、悪用しようとし、さまざまなオンラインアプリやサービスを利用する時間が長くなればなるほど、(サードパーティの侵害などの) 潜在的なリスクや (フィッシング攻撃や詐欺などの) 脅威にさらされる可能性が高くなります。マカフィーの調査によると、米国の回答者の 71% が金融取引に関するデータを盗まれることを最も懸念しており、68% が誕生日や住所などの個人情報ハッキングされる可能性を憂慮しています。これは消費者にとってサイバー脅威が大きな懸念事項であるということを明確に示しています。

マカフィーのコンシューマー ビジネス担当エグゼクティブ バイス プレジデントのテリー・ヒックス (Terry Hicks) は、次のように述べています。「自分自身を守る第一歩は、オンラインでの安全を保ち、デジタルウェルネスを維持するための方法はたくさんあるということを確認することです。問題が起こってから解決するより、問題を未然に防ぐ方が良いのです。私たちはインストールするアプリからクリックする Web サイト、開封するメールに至るまで、安全なネット習慣を意識して身に付けることができます。考え方や行動を意識して変えることは、私たちが最も大切にしているもの、つまりプライバシーやアイデンティティを保護し、安心して過ごすために必要不可欠なのです」。

消費者のデジタルファーストの考え方に影響を及ぼす買い物習慣

消費者の買い物習慣から、これからのデジタルファーストの暮らしを伺い知ることができます。回答者の70%は、2020年に1台以上のコネクテッドデバイスを購入したと回答しており、さらに3人に1人は3台ものコネクテッドデバイスを購入しています。しかし、セキュリティソフトを購入して対策を行ったのは50%に過ぎず、セキュリティソフトが最新の状態かどうかを実際に確認しているのはわずか4人に1人でした。

消費者にとってオンラインで情報を共有することは習慣になりつつありますが、複数の連絡先を求められるサービスを利用することには大きな危険性があります。McAfeeのレポートによると、回答者の77%が2020年にテキストメッセージや電子メールの通知機能(47%)、ログイン状態の維持あるいはユーザーの認証情報を記憶するオプション(27%)、決済を迅速にするためにクレジットカード情報を保存して自動入力する機能(24%)といった利便性を追求した機能を使い始めたと回答しています。

米国の消費者は必要なセキュリティ対策を常に行っていないことに加えて、ハッカーが自分のデータを欲しがる理由についてあまり考えたことがないことを認めています。特に、回答者の半数以上(51%)は、オンライン上に保存され、利用可能なデータにどれだけの価値があるかについて一度も考えたことがないことが判明しました。ハッカーは金銭目的のために常に他人を搾取する方法を模索しています。また、個人情報には価値があり、かなりの金額で転売することができます。一方で、消費者の10人のうち9人近くは、そのデータが通貨として取引されるのであれば積極的に保護すると回答しています。

消費者が自分自身と大切な人を守る方法として、以下を推奨します。

- **多要素認証の使用:** デジタルユーザーの信頼性を二重チェックし、セキュリティ機能を追加して個人情報やその他情報を保護
- **オンラインサービスの利用や接続には細心の注意を払う:** パブリック Wi-Fi に接続して決済を行う必要がある場合は、[マカフィー® セーフコネクト](#)などの仮想プライベートネットワーク (VPN) を利用し、オンラインでの安全性を確保
- **セキュリティ対策を強化:** インターネットを閲覧する際は、悪意あるリンクをクリックした場合でも、マルウェアやフィッシングサイトをブロックする[マカフィー® ウェブアドバイザー](#)のようなツールを使用

マカフィーレポート「2021 Consumer Security Mindset Report (消費者のセキュリティマインドセットに関するレポート:2021年)」の調査方法:

本調査はマカフィーが MSI-ACI に委託し、2020年12月11日～23日に、米国在住の18歳以上の成人1,000名以上を対象として、オンラインを通じて行われました。

マカフィーについて

マカフィー (Nasdaq: MCFE) は、個人向けパーソナルセキュリティのリーダーです。マカフィーのコンシューマーソリューションは、デバイスだけでなく人々の保護にも重点を置いています。オンラインの世界でのユーザーニーズに常に適応し、家族やコミュニティを適切なタイミングで適切なセキュリティで保護する統合型の直感的なソリューションでユーザーが安全に暮らせるように支援します。詳細については、

<https://www.mcafee.com/> をご覧ください。

*マカフィーが提供する機能や効果はシステム構成によって異なり、ハードウェア、ソフトウェアやサービスの有効化が必要な場合があります。

*McAfee、マカフィー、McAfee のロゴは、米国およびその他の国における米国法人 McAfee, LLC またはその関連会社の商標又は登録商標です。

*その他の会社名、製品名やブランドは、該当各社の商標又は登録商標です。

<本情報のお問い合わせ>

マカフィー株式会社 (<https://www.mcafee.com/ja-jp/>)

広報担当 戸田

Tel: 070-2680-0731

hiromi_toda@mcafee.com