各位

2026年10月29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】

サイバー攻撃の陰で、消費者が最も不信感を抱くのは「内部不正」！

～情報漏えい事案の頻発を受け、全国の消費者500名に緊急アンケート実施～

「安全なデジタル社会をつくり、日本を前進させ続ける。」をミッションに掲げる、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、昨今頻発する企業からの情報漏えいが消費者の意識や購買行動へどう影響するのかを明らかにするべく、全国の消費者を対象に独自調査を実施いたしました。

◆　◆　◆

■調査の背景

2026年9月より、著名企業やインフラ・サービス事業者から大規模な情報漏えい・不正アクセス事案が相次いで公表され、連日報道が続く社会問題となっています。一方で、情報漏えいが発生した際に企業が受ける信頼失墜や不買運動といったリスクの側面は十分に可視化されているとは言えません。

こうした社会背景を受け、エルテスでは全国の消費者500名を対象に意識調査を実施し、企業の情報漏えいが及ぼす購買行動の変化や消費者意識の実態を調査・分析いたしました。

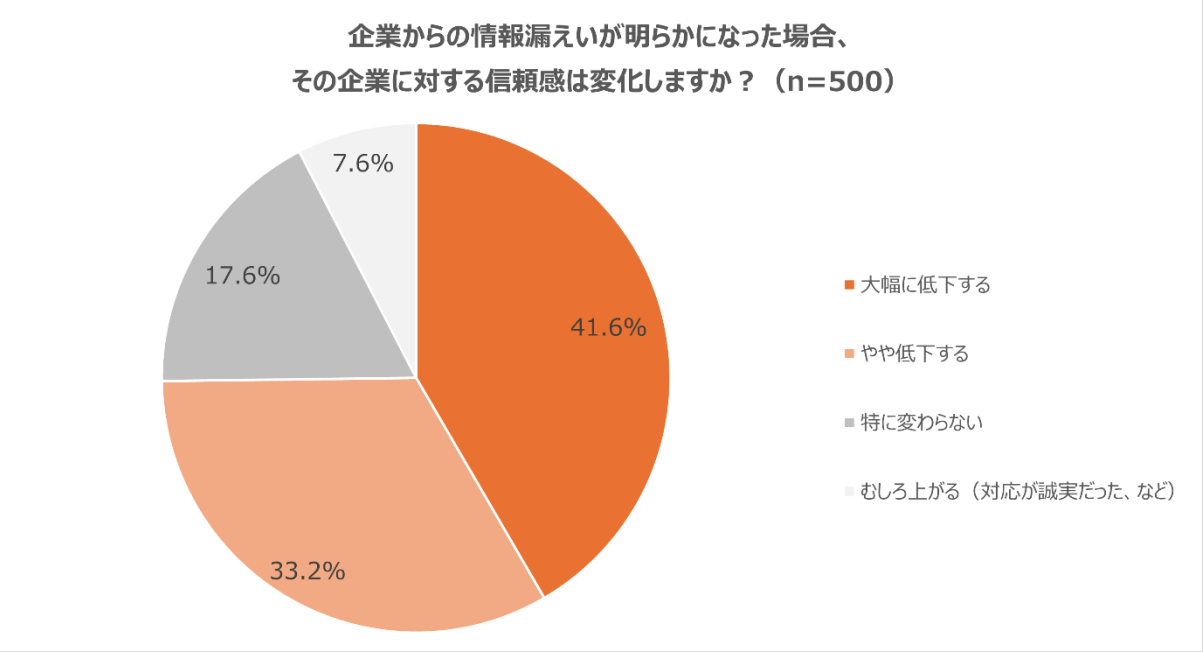
■トピックス

1.情報漏えい発覚で7割が「不買・退会」へ！企業の初期対応が消費者の不信感を決定づける

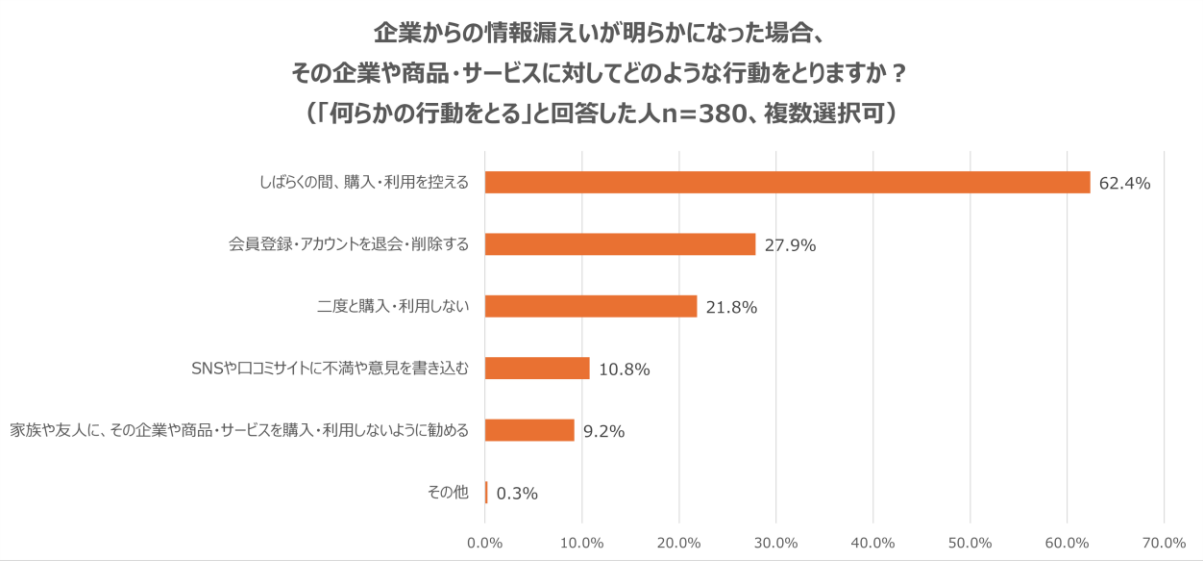
2.個人レベルでの防衛意識は非常に高いにもかかわらず、6割以上が実害や不都合を経験

3.「情報漏えい」の原因イメージ第1位は【サイバー攻撃】、しかし最も許せないのは【内部不正】

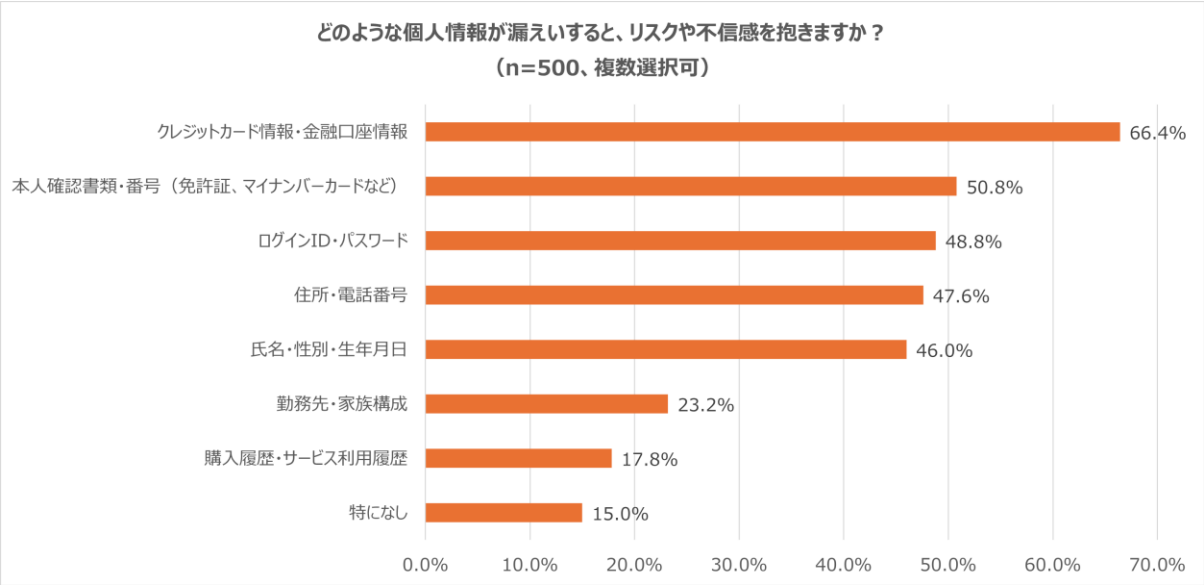
1.情報漏えい発覚で7割が「不買・退会」へ！企業の初期対応が消費者の不信感を決定づける



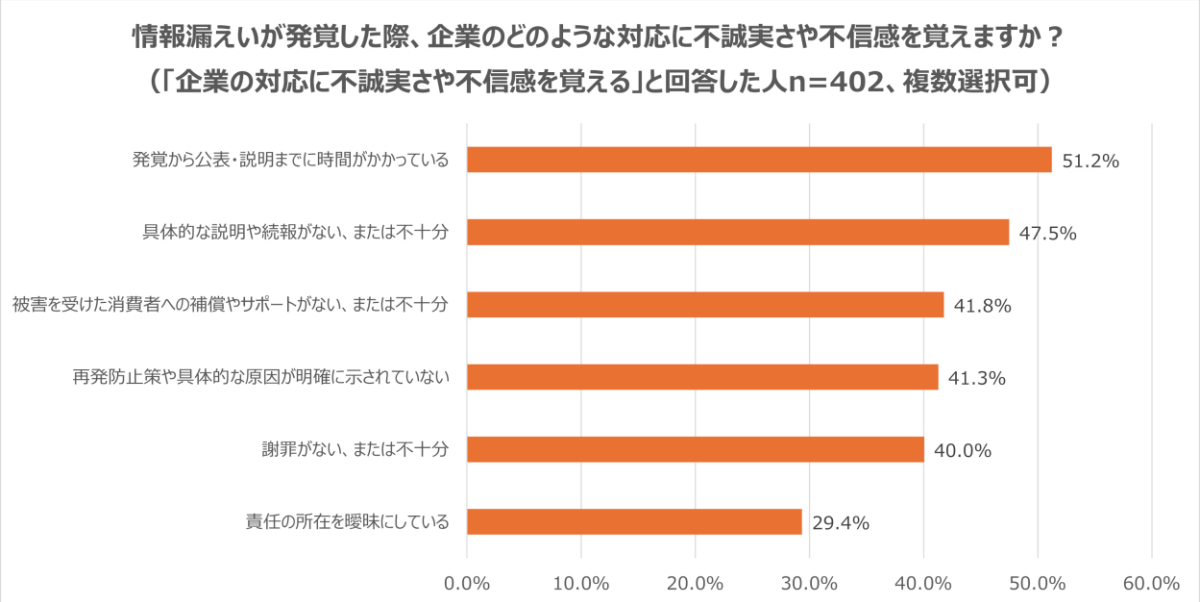
企業の情報漏えいが明らかになった場合の、企業に対する信頼感の変化を問う質問では、「大幅に低下する」「やや低下する」と回答した人が合計で74.8%（500人中374人）にのぼりました。



情報漏えいが明らかになった際、その企業や商品・サービスに対して行動をとるかどうかを問う質問では、全体の76.0%（500人中380人）が何らかの行動をとると回答しました。
具体的な行動としては、「しばらくの間、購入・利用を控える」が62.4%で最多となり、次いで「会員登録・アカウントを退会・削除する」が27.9%、「二度と購入・利用しない」が21.8%となっています。

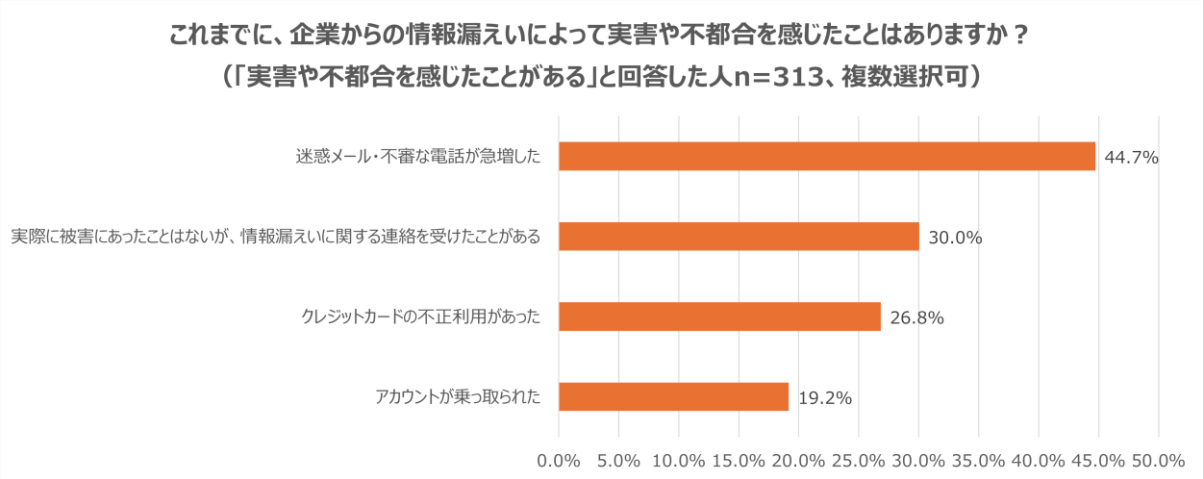


具体的に、どのような個人情報が漏えいするとリスクや不信感を抱くるかを問う質問では、「クレジットカード情報・金融口座情報」が66.4%で最多となりました。

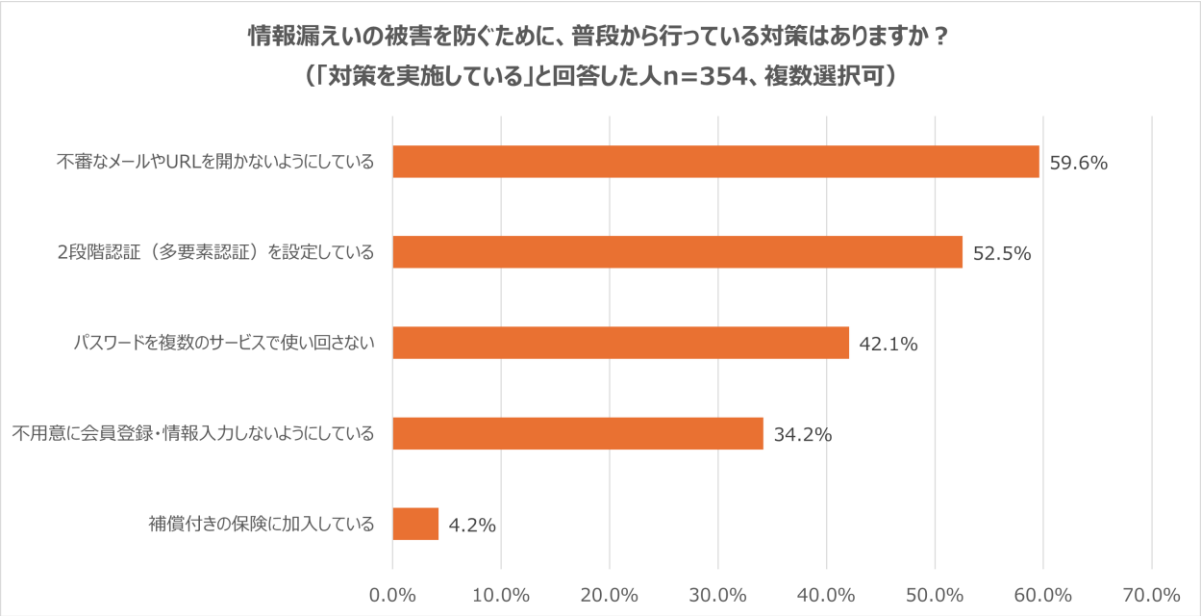


情報漏えいが発覚した際、企業の対応によって不誠実さや不信感を覚えるかを問う質問では、全体の80.4%（500人中402人）が「はい」と回答しました。
具体的な理由としては「発覚から公表・説明までに時間がかかっている」が51.2%で最多となり、次いで「具体的な説明や続報がない、または不十分」が47.5%、「被害を受けた消費者への補償やサポートがない、または不十分」が41.8%となっています。

2.個人レベルでの防衛意識は非常に高いにもかかわらず、6割以上が実害や不都合を経験

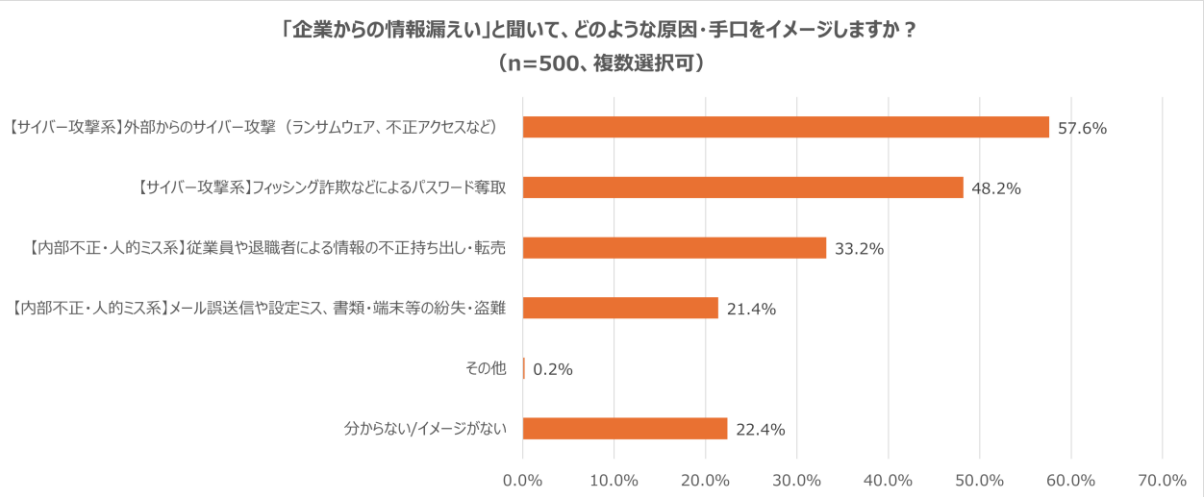


これまでに企業からの情報漏えいによって実害や不都合を感じたことがあるかという質問では、全体の62.6%（500人中313人）が何らかの影響を被っているという実態が明らかになりました。
内訳としては、「迷惑メール・不審な電話が急増した」が44.7%で最多となっています。

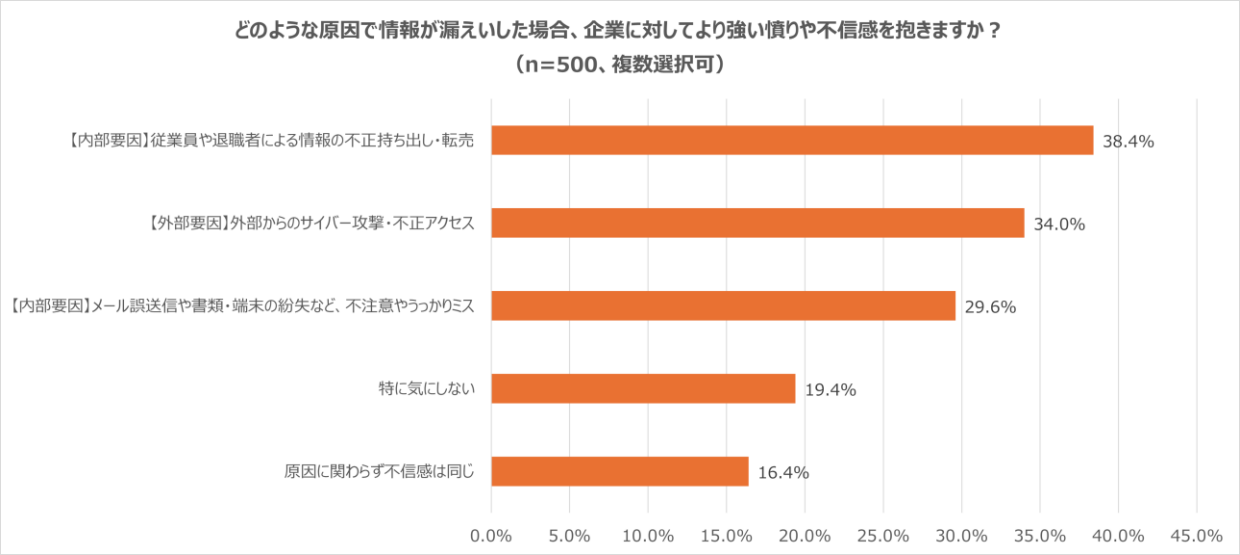


個人で行っている情報漏えい対策を聞いたところ、全体の70.8%（500人中354人）が普段から何らかの対策を実施していると回答しました。
具体的な対策としては、「不審なメールやURLを開かないようにしている」が59.6%で最多となっています。

3.「情報漏えい」の原因イメージ第1位は【サイバー攻撃】、しかし最も許せないのは【内部不正】



「企業からの情報漏えい」と聞いてイメージする原因・手口を問う質問では、「【サイバー攻撃】外部からのサイバー攻撃（ランサムウェア、不正アクセスなど）」が57.6%で最多となりました。



一方、企業に対してより強い憤りや不信感を抱く情報漏えいの原因を聞いたところ、最も多い回答は「【内部要因】従業員や退職者による情報の不正持ち出し・転売」（38.4%）という結果になりました。

■総括
今回の調査により、情報漏えいは企業に対する信頼感を低下させるだけでなく、不買やアカウントの退会・削除といった直接的な顧客離脱を招くという実態が明らかになりました。さらに、一部の消費者は「家族・友人への不買の推奨」や「SNS・口コミサイトへの不満の投稿」といった二次的な拡散行動にも及んでおり、個人的な被害が企業全体のネガティブな評判として拡散・定着する、重大なブランド毀損リスクが浮き彫りとなっています。
漏えいすると不信感を抱く情報としては、「クレジットカード情報・金融口座情報」が最多の回答となり、金銭被害に直結する決済・金融関連の情報に対して、消費者が極めて高い警戒感を抱いていることがうかがえます。
さらに、発覚後の企業対応においては、80.4%の消費者が企業の対応に不誠実さや不信感を抱くと回答しており、事案の発生そのもの以上に「隠蔽姿勢や後手に回る初期対応」が消費者の不信感を決定づけている実態が浮き彫りとなりました。

情報漏えいの被害や対策の実情としては、消費者の7割以上が日常的に自衛対策を行っているにもかかわらず、6割以上が情報漏えいによる実害や不都合を経験しているという現状が明らかになりました。個人レベルでの防衛意識は非常に高いものの、企業側の漏えいによって消費者が被害に巻き込まれるリスクに常に晒されていると言えます。

また、最近の事案の多さや報道などの影響か、「企業からの情報漏えい」と聞くと【サイバー攻撃】を原因として連想する消費者が多いということが明らかになりました。一方で、企業に対してより強い憤りや不信感を抱く原因としては【内部不正】が多く挙げられています。これは、消費者の心理として、「外部からのサイバー攻撃は不可抗力（企業も被害者）な側面がある」と捉えられやすい一方で、「内部不正は企業が自らの責任で当然防ぐべき過失」と捉えられていることが推察されます。企業にとっては、外部からのサイバー攻撃対策の強化にとどまらず、社内データのアクセス権限管理やPCログの監視、従業員教育といった「内部不正・人的ミス防止対策」を徹底することが顧客信頼を守る極めて重要な課題であると言えます。

■調査概要
名称：情報漏えいに関する意識調査
対象期間：2026年10月16日
対象：20歳～79歳のモニタリスト
有効回答者数：500人
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10月）」とご記載ください。
※各グラフについては、収集データをもと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