

## WEBからの情報収集の仕方、44.1%が「変化した」 まとめサイト休止事件後、検索表示位置より サイト運営者の信頼性が見られるように

リビング新聞グループのシンクタンクである株式会社リビングくらしHOW研究所(所在地:東京千代田区、代表取締役社長 和田直樹)では、昨年起きたネット記事の信ぴょう性が疑われ、まとめサイトの多くが休止した事件を経て女性たちのWEBメディアへの向き合い方に変化があったか、調査を実施しました。主な結果は下記の通りです。(リビングくらしHOW研究所 ウェブサイトはこちら⇒ <http://www.kurashihow.co.jp>)

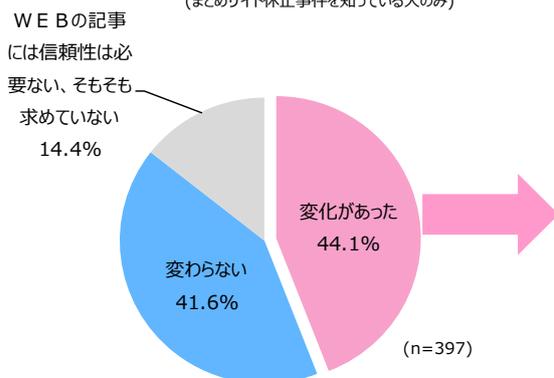
### ■「検索上位に表示されるからといってむやみに信用しない」 77.7%

全国1131人の女性のうち、まとめサイト休止事件を知っていたのは35.1%。事件を知っていた人のうち、WEBからの情報収集の仕方が変わったという人は44.1%と半数近くでした。

具体的にどのように変わったかは、「検索結果の上位に表示されているからといって、むやみに信用しないようにしようと思った」人が77.7%、「医療情報などの重い情報は、専門サイトから得るようにしたいと思った」人が50.3%。「信頼できるサイトを選ぶ」「掲載元のサイトを確認する」も3割を超え、サイト自体の信頼性を見るように意識が変化し始めた様子が見てとれます。

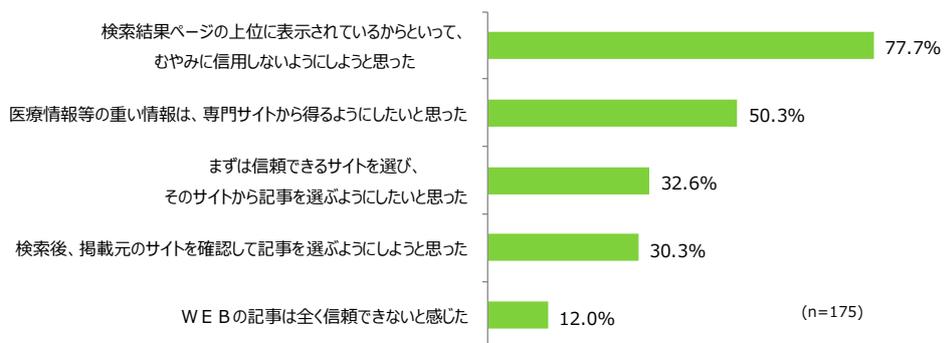
#### Q. WEBからの情報収集の仕方は変わった?

(まとめサイト休止事件を知っている人のみ)



#### Q. 情報収集の仕方は具体的にどう変わった? (複数回答)

(情報収集の仕方が変わった人のみ)



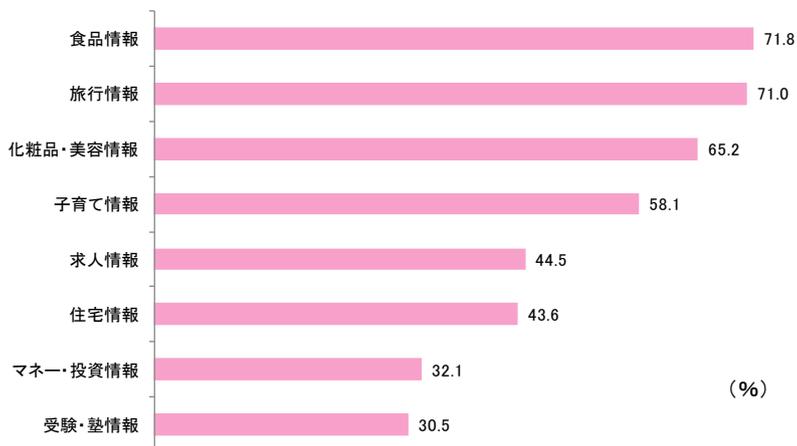
〈調査概要〉リビング新聞、シティリビング読者へのWEBアンケート  
2016年12月14日～18日実施  
集計数1131、平均年齢42.4歳

## ■専門性の高いジャンルでWEB情報を参考しているのは3割程度

そもそもWEBの情報をどれくらい参考しているかは、情報のジャンルによってかなり差があります。食品、化粧品、旅行、子育てといった同じ女性の経験者の声を知りたい種類のものは参考にする人が多く、マネーや住宅、教育といった専門性の高いジャンルで参考にすると答えた人は3割程度。

十分参考にする・まあ参考にすると答えた人に、参考にできるかどうかの判断基準を聞いたところ、どのジャンルでも「記事内容の質の高さ」が1位に。「その道の専門家が書いている」や「書いている人の名前やプロフィールがわかる」も重要な判断要素のよう。マネー・投資情報は「その道の専門家が書いている」、受験・塾情報は「書いている人の名前やプロフィールがわかる」、旅行情報は「引用でないオリジナルの写真や文章を使っている」、求人情報は「WEBサイト自体の知名度」「WEBサイトの運営会社の知名度」の割合が高く、重視されています。

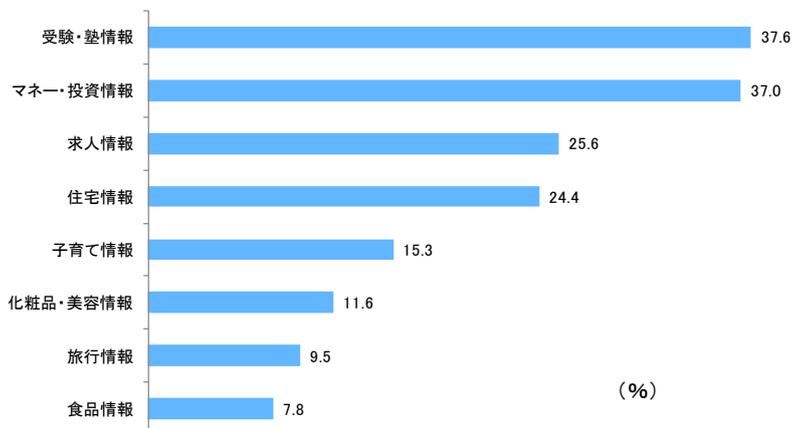
### 【「十分参考にする」+「まあ参考にする」の割合が高い順】



このほか、WEBからの医療・健康情報の情報収集の仕方、判断基準なども調査。詳細レポートはリビングくらしHOW研究所ホームページで公開しています。

<http://www.kurashihow.co.jp/markets/8777/>

### 【「あまり参考にしない」+「ほとんど参考にしない」の割合が高い順】



リビングくらしHOW研究所は女性の意識と行動を分析・研究する、リビング新聞グループのマーケティングカンパニーです。あらゆる消費の中心に存在する女性生活者と、より深く、効果的なコミュニケーションを実現するための情報を発信しています。  
ウェブサイト<http://www.kurashihow.co.jp>

## ■本リリースに関するお問い合わせ先

株式会社リビングくらしHOW研究所 担当:西

TEL: 03-5216-9420 FAX:03-5216-9430 E-mail:info@kurashihow.co.jp