

2013年9月6日

株式会社電通パブリックリレーションズ

電通 PR がインターネット上の「情報流通構造調査」の結果を発表 情報拡散経験者の4人に1人が「まとめサイト」の情報を拡散

株式会社電通パブリックリレーションズ(代表取締役社長執行役員：近見竹彦、本社：東京都中央区、以下電通 PR)は、本年3月に、インターネットの情報流通構造を把握するため、東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、大阪府、京都府、兵庫県、奈良県の15歳以上69歳以下の男女600人で、インターネット上で情報拡散をしたことがある人を対象に、インターネット上の情報拡散について調査をしました。本調査では特に「まとめサイト」の影響力を把握するため、「まとめサイト」の情報がどの程度信頼され、拡散されているのかに着目し、調査いたしました。

まとめサイトとは、事件・話題などをはじめとする、特定の事象について情報を収集・編集するウェブサイトのことです。代表的なものに「NAVERまとめ」「2ちゃんねるまとめ(ブログ)」「まとめwiki」などがあります。まとめサイトはインターネット、そしてソーシャルメディアの急速な普及に伴う情報量の爆発的な増加により、知りたい情報を探すのが大変になったことで、情報がまとまっているウェブサイトのニーズが高まり、誕生したといわれています。

本調査において、どのようなインターネット上の情報を拡散(SNSなどのシェア機能を利用して拡散)するかという問いに対し、「友人のつぶやき、ブログ、SNSでの投稿」を選択したのは全体の60.8%、新聞社などのメディアが運営する「ニュースサイト」の情報は57.8%、Yahoo!やlivedoorなどの「ポータルサイト」の情報は53.7%、NAVERなどの「まとめサイト」の情報を選択したのは27.8%となりました。(複数回答)

拡散時に信用する情報ソースとしては「新聞社サイト」が38.0%、「Yahoo!」が34.8%、「ブログ」が30.3%、「2ちゃんねるまとめサイト」が22.2%、「NAVERまとめ」が20.0%という結果になりました。

どのような情報を拡散するかという問いに対しては、「事件・事故」(55.2%)、「日常生活の話題」(51.0%)、「笑えるネタ」(50.2%)が上位を占めました。

またインターネット上で知ったニュース・情報をオフラインの口コミで他の人に伝えたことがある人は93.2%。オフラインで他の人からインターネット上のニュース・情報を知らされたことがある人は91.9%という結果になり、双方向の拡散が広く行われていることが分かりました。

さらに、ニュースや情報に接触した後、その情報についてさらに検索する行動は、「インターネット」が97.8%、「テレビ」が94.2%、「新聞」は80.1%となり、「インターネット」が最も情報収

集に使われ易いメディアであることがわかりました。

本調査を実施した電通 PR デジタルコミュニケーション室シニアコンサルタントの細川一成は「今回の調査では、インターネット上の情報流通構造において、まとめサイトが信頼性、口コミ波及力の強さの両面において存在感を持つことが確認されました。まとめサイトの存在感は今後も強まる傾向にあります。スマートデバイスと呼ばれるスマートフォンやタブレット端末、キュレーションアプリ（注）の普及がこの傾向を後押しするポイントになります」と述べています。

<注> キュレーションアプリとは、SmartNews、Antenna、Gunosy などのアプリケーションで、ウェブ上に点在するニュースなどの情報について、ソーシャルデータなどを参照し、その重要度をスコア化し、「まとめ」で提供するものです。

調査結果の図表はこちらをご覧ください。

⇒ http://www.dentsu-pr.co.jp/wp-content/themes/dpr_themes/release/20130906_data.pdf

<お願い>

本調査内容を転載・引用する場合、転載者・引用者の責任で行うとともに、弊社の調査結果である旨を明示してください。

<電通 PR が行った過去の情報流通構造に関する調査>

電通 PR では 2009 年から毎年、情報流通構造に関する調査を行ってまいりました。過去の調査概要は以下の通りです。

2009 年情報流通構造調査（ウェブ上のニュース情報構造の基礎となる調査）

どのニュース提供社がどのポータルサイトにニュース記事を配信しているのかを把握する調査を実施しました。

2010 年情報流通構造調査（モバイル分野に着手）

前年度調査のニュース提供社にモバイル分野のニュース提供社を追加。モバイルについても情報流通構造の調査を開始しました。

2011 年情報流通構造調査（流通構造に加え、流通しているコンテンツについても調査）

ニュース提供社、ポータルサイトそれぞれの編集者へのヒアリングを実施し、前年度までの「どのニュース提供社への企業情報提供がターゲットへのリーチに有効か」という視点に加え、「どういった切り口であれ

ば情報が効果的に流通していくか」という視点を加えた定性調査を行いました。

2012年情報流通構造調査（ソーシャルメディアでの情報拡散状況とマスメディアの報道の関連性調査）
特定のトピック（東京マラソン）にフォーカスし、この話題がソーシャルメディアでどのように拡散したかについて調査を行いました。これにより、テレビなどでの報道とソーシャルメディアでの拡散の関連性を明らかにしました。

株式会社電通パブリックリレーションズについて

電通 PR は、1961年の創立以来、クライアントとステークホルダーの良好な関係を生み出す戦略パートナーとして、国内外の企業・政府・団体のコミュニケーションをサポートしてきました。ソーシャルメディア、デジタル・マーケティングなどで高い専門性を備えたコンサルタントを含む、総勢228名の社員が、マーケティング・コミュニケーションおよびコーポレート・コミュニケーションの領域で、戦略提案から専門的なソリューションまで、フルラインでご提供いたします。

詳細は当社のウェブサイトをご覧ください。

電通 PR ウェブサイト <http://www.dentsu-pr.co.jp>

電通 PR デジタルマイクロサイト <http://www.dentsuprdigital.com>

【本調査に関する問い合わせ先】

株式会社 電通パブリックリレーションズ 細川・和田

Tel:03-5565-8429

【本リリースに関する問い合わせ先】

株式会社 電通パブリックリレーションズ 人事総務部

Tel:03-5565-2740 Fax:03-5565-8658

〒104-0045 東京都中央区築地 5-6-4 浜離宮三井ビルディング