

## 新聞とネットが「ベースメディア」の人は ネットショッピングに積極的？

この調査では、「世の中に不可欠なメディア＝ベースメディア」という視点から、新聞・テレビ・ラジオ・雑誌・インターネットなど各メディアについて、「なくてはならない」（10点）～「なくても困らない」（0点）の11段階で評価を尋ねています。回答者が「10点」を付けたメディアを、その人にとっての「ベースメディア」と定義しました。

ここではまず、ベースメディアからみるメディアリテラシーについて見ていきます。表5は、「情報に対する意識・態度」をベースメディア別に集計したものです。

「インターネットのみ」をベースメディアとする人の90.8%が「インターネットの情報は必ずしも正しいとは限らないと思う」と回答しています。「新聞・ネット」「新聞・テレビ・ネット」「テレビ・ネット」をベースメディアとする層も、同様の認識を持っている人が比較的多いことが分かります。

「1つの情報を複数の情報源で確認する」「必要な情報は自分から探す」「情報を取捨選択するのが得意だ」と答えた人の割合が高いのも、ベースメディアに「インターネット」を含む層の特徴です。

つまり、インターネットが「なくてはならない」と思っている人ほど、インターネットの情報が必ずしも正しくないことを認識しており、だからこそ、情報を自分から探し、複数の情報源で確認し、取捨選択しているのでしょう。

一方、「情報を利用するときには、その背景を考えるようにしている」と答えた人は、「新聞のみ」をベースメディア

とする人で79.2%、「新聞・ネット」では75.0%、「新聞・テレビ・ネット」と「ネットのみ」では74.9%に上ります。

インターネットが欠かせない人は「広く」、新聞が欠かせない人は「深く」情報を得ようとしていると考えられます。

また、「新聞・ネット」をベースメディアとする層の77.8%が「有益な情報を得るには、それなりのコストや労力がかかるものだ」と答えており、他のグループより高いスコアを示しています。「便利だが玉石混濁<sup>ごんたう</sup>」のネットの特徴も、「情報が正確で深い」新聞の良さも知っているこの層は、有益な情報を得るには手間もコストもかかることを認識しているでしょう。

次に、少し視点を変えて、インターネットを使った消費行動について、ベースメディア別の特徴を見てみましょう（表6）。当然のことながら、ベースメディアに「インターネット」を挙げている人は全般的に利用が活発です。

ここで「新聞・ネット」をベースメディアとする層に着目すると、「企業のホームページを見る」（75.0%）、「ネットショッピングをする」（75.0%）、「インターネット上の懸賞・プレゼントキャンペーンに応募する」（32.1%）の3項目で、他のどのグループよりも高いスコアを示しています。この層は、新聞で得た情報を参考にしつつ、インターネットをうまく使いこなしているでしょう。新聞からインターネットに誘導する仕掛けが、うまく機能する可能性を示唆していると言えます。（西日本新聞社 布勢 健泰）

表5 ベースメディア別「情報に関する意識・態度」

ベースメディア	新聞のみ (n=159)	新聞・テレビ (n=731)	新聞・ネット (n=36)	新聞・テレビ・ネット (n=403)	テレビのみ (n=553)	テレビ・ネット (n=387)	ネットのみ (n=207)	ベースメディアなし (n=1,134)
インターネットの情報は必ずしも正しいとは限らないと思う	66.0	56.0	77.8	69.7	64.9	86.6	90.8	69.8
1つの情報を複数の情報源で確認する	64.2	59.8	77.8	69.2	54.6	68.7	79.2	60.5
必要な情報は自分から探す	79.9	74.7	83.3	86.1	73.2	91.7	93.2	72.4
情報の取捨選択をするのが得意だ	34.0	24.5	33.3	32.5	18.6	35.4	48.8	26.5
情報を利用するときには、その背景を考えるようにしている	79.2	68.7	75.0	74.9	55.2	64.9	74.9	63.6
有益な情報を得るには、それなりのコストや労力がかかるものだ	62.3	59.4	77.8	61.0	48.8	59.4	73.9	55.9

※スコアは「あてはまる」と「まああてはまる」の合計

表6 ベースメディア別インターネット利用動向

ベースメディア	新聞のみ (n=79)	新聞・テレビ (n=343)	新聞・ネット (n=28)	新聞・テレビ・ネット (n=305)	テレビのみ (n=358)	テレビ・ネット (n=369)	ネットのみ (n=198)	ベースメディアなし (n=828)
企業のホームページを見る	54.4	54.8	75.0	58.0	48.6	59.9	64.1	62.7
クチコミサイト、比較サイトを見る	48.1	48.7	71.4	63.3	52.8	63.4	73.2	61.1
ネットショッピングをする	40.5	41.7	75.0	56.7	54.2	67.8	69.7	60.4
ネットオークションに参加する	10.1	10.2	32.1	17.4	15.1	21.7	34.3	21.7
インターネット上の懸賞・プレゼントキャンペーンに応募する	26.6	25.1	32.1	25.9	29.1	26.6	29.3	29.7
インターネット上での金融商品の取引を利用する	12.7	10.8	14.3	11.8	9.2	13.0	21.7	14.7

※スコアは、頻度に関わらず「利用している」と答えた人の割合