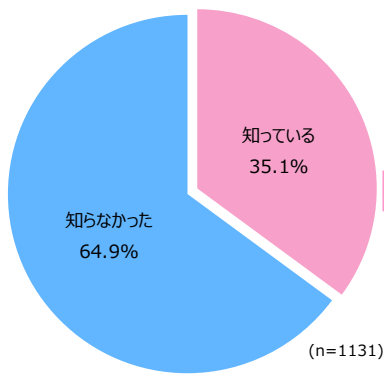


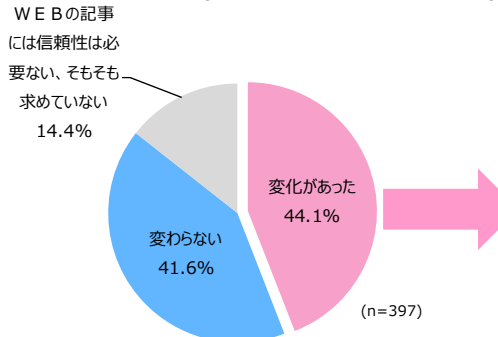
01 Woman's Trend

まとめサイト休止事件でWEBでの情報収集の仕方、半数近くが「変化した」 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

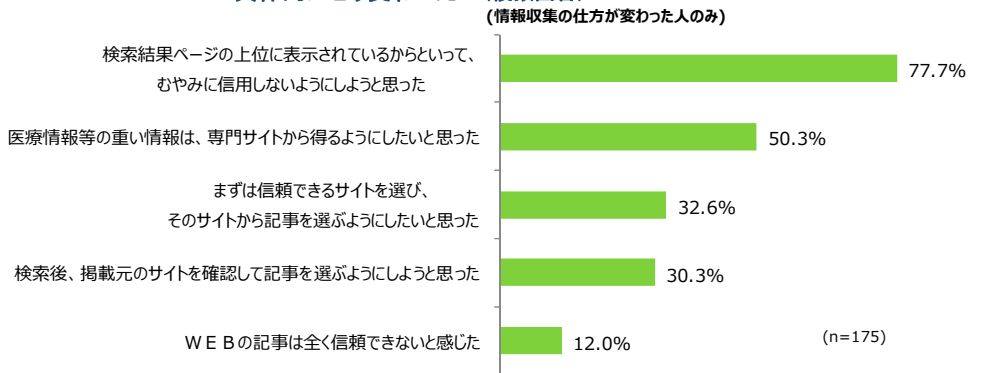
Q. DeNAに始まるキュレーションメディア事件を知ってる？



Q. WEBでの情報収集の仕方は変わった？
(キュレーションメディア事件を知ってる人のみ)



Q. 具体的にどう変わった？ (複数回答)



インターネットメディアの中でキュレーションサイトが勢いづいてきたなか、記事の信頼性や著作権意識等メディアとしての自覚の低さが問題となり、DeNAが10のまとめサイトを休止する事件が起こった。検索順位や記事量産体制の構図はDeNAに限ったことではなく、リクルートやサイバーエージェントも一部を非公開にしたり波紋は広がっている。

この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、緊急アンケートを取ってみた。

全国1131人の女性のうちDeNAの事件を知っていたのは35%。「MERY」のような人気サイトまで休止したわりに知らない人が多い。日常的によく見ていたまとめサイトも聞いたが、最も多い「MERY」で16%。特になが64%と圧倒的で、おそらくどのサイトを見ているという認識自体が低いのではないかと。

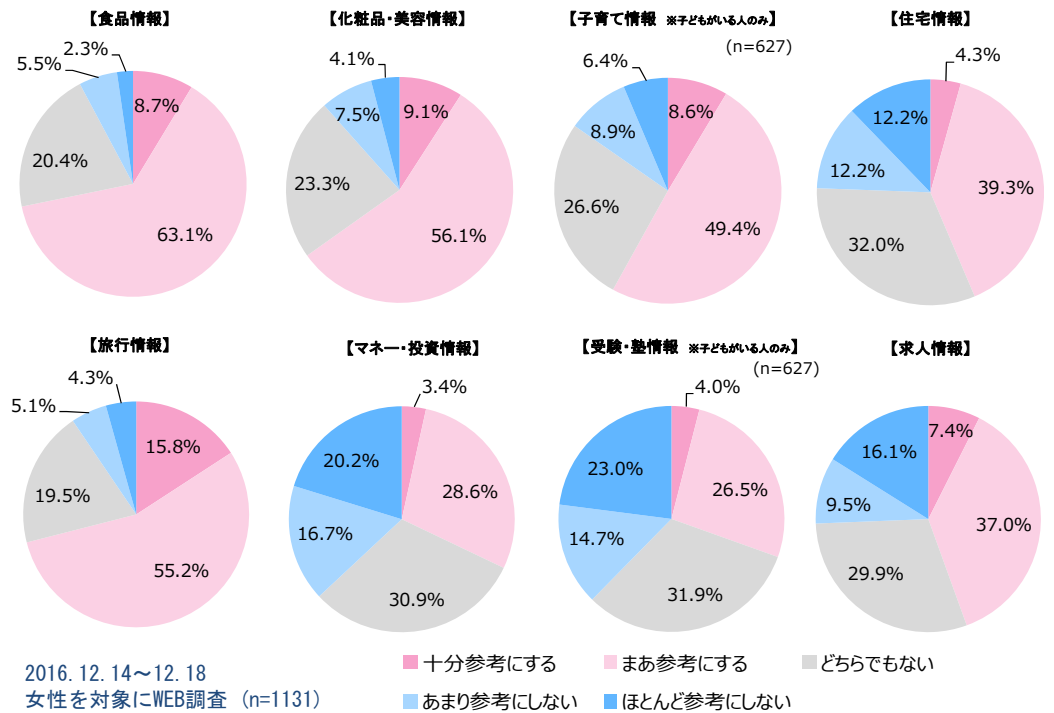
事件を知っていた人のうちWEBでの情報収

集の仕方が変わったという人が半数近く。検索表示が上位にあるからと信用しない、専門的情報は専門サイトで、信頼できるサイトかどうかを確認するといった、サイト自体の信頼性を見るように意識し始めた。

そもそもWEBの情報をどれくらい参考にしているかは、情報ジャンル別によりかなり異なる。食品、化粧品、旅行、子育てといった同じ女性の経験者の声が聴きたい類のものは参考にする人が多いが、マネーや住宅、教育といった専門性の高いジャンルは参考にする人は3割程度。

WEBでは誰でも情報発信できるだけに、信頼できる内容かどうかの判断材料の明示が今後ますます重視されるだろう。記事を書いた人が信頼できるか、サイト運営者が信頼できるか、結局は旧来メディアのように、情報内容に責任を持てる運営者に収斂されていくのではないかと。 (所長/植田奈保子)

Q. WEBの情報、どれくらい参考にしている？

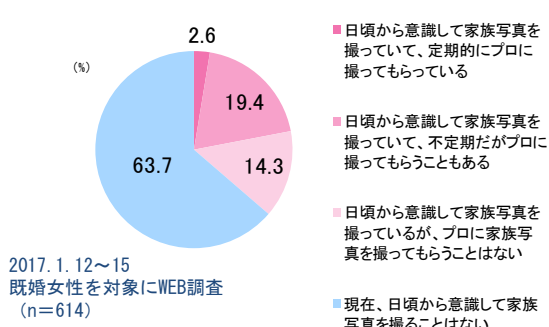


02 Woman's Data

【主婦のキモチ】 2割超が「家族写真をプロに頼むことあり」

全国の主婦614人のうち、日頃から家族写真を意識して撮っている人は36.3%。そのうちプロに撮ってもらうことがある人は135人(全体の22.0%)で、特に未就学児や小学生のいる家庭に多かった。カジュアルな撮影スタジオが増え、ハーブバスデーなど新たな撮影イベントが増えたのも要因か。満足度は概ね高いが、料金が、ポーズや表情が不自然、全員が気に入る写真がなかなかないといった声も。

【日頃から意識して家族写真を撮るか、プロに頼むことはあるか】

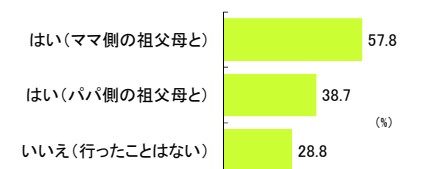


【園児ママのキモチ】

7割が3世代旅行・レジャーを経験

園児がいる家庭に、3世代旅行・レジャーについて聞いた。ママが気兼ねなく過ごせる「ママ側の祖父母」と行ったことがある人は57.8%と約6割。多少の気遣いが必要な「パパ側の祖父母」と行ったことがある人も38.7%。子どもと両親の両方が楽しめるプランを考えつつ、7割が3世代旅行・レジャーを楽しんでいる。

【子どもの祖父母と一緒に、旅行・レジャーに行ったことがありますか？】



2016. 7. 30~8. 14
全国のあんふあん読者、あんふあんぶらす読者、あんふあんWebユーザーを対象にWEB調査 (n=514)

03 Group Eyes

保育園媒体リニューアル！働くママの暮らしも子育ても「ぎゅってbyあんふあん」

私立幼稚園をステージとした「園児とママの情報誌あんふあん」の保育園版である「あんふあんぶらす」。創刊5周年を機にフルリニューアルする。働く母親を取り巻く社会環境が大きく変化し、彼女たちのライフスタイルも様変わりしている。また昨年来、保育園や保育士に対する関心も高まっており、国や行政の政策課題となっているのも周知の通り。その追い風を受け、「あんふあんぶらす」が今年6月号(5月16日配布)から題字、判形、内容はもちろん、都心のオフィスに勤務する働く母親にも配布チャネルを広げ、まったく新しいメディアとしてスタートする。



左は新表紙イメージ。媒体名には、仕事にける時間を「ぎゅって」して、家事も工夫して「ぎゅって」して、子どもを「ぎゅって」だっこする時間をたくさん作りたいという働くママの願いが込められている

- 通勤バッグに入りやすいようにコンパクトなB5変形サイズに
- 働くママ向け、スマホメインのサイトもオープン
- 大手企業勤務の働くママにも職域で配布

さらに「働くママが子どもとの時間を増やすのに役立つ情報」に特化した内容のWebメディアもスマホをメインに展開。

世の中の時機を捉えたこのフルリニューアルには、広告業界も注目しており、昨年末に行われた説明会には、大変多くの参加者が集まった。今後大いに期待してほしい。

(サンケイリビング新聞社CC室)