

正

し

さ

調

MINONI

査

2

0

2

5

はじめに

私たちQOは1965年に創業し、
60年間リサーチを通じて
正しい情報を探し届けてきました。

世の中のニーズは？評価される製品は？
表現は伝わっている？ブランドはどう見られている？
と問いを立てながら、
まだ見ぬ真実を探究してきた誇りがあります。

ただ、信じられる「正しさ」が移ろい、
昨今は「正しさ」そのものが
揺らぐ時代になってしまったように感じます。
ここから、現代の「正しさ」を
紐解く取り組みをはじめました。



時代とともに移ろう「正しさ」の変遷

1950年代～

正しさを
受け取る時代

みんなで共通の
正しさを受け取る

マスメディア



2000年ごろ～

正しさを
見つけにいく時代

それぞれが正しさを
探して選ぶ

インターネット



2008年ごろ～

正しさを
発信する時代

それぞれが持つ正しさを
自ら発信する

SNS



2020年ごろ～

正しさを
つくる時代

正しさそのものも
作り出す

デジタルイゼーション



2022年ごろ～

正しさを
あきらめる時代

正しさをあきらめる

AI



調査概要

調査対象者	一般セル 全国の男女15-79歳:2,000人	ブーストセル メディア関係者、議員活動経験者、ビジネスリーダー、科学者、教育関係者、NPO関係者を各100人以上
回答者数	2,895人	
割付方法	一般セルは令和2年国勢調査のエリアおよび性年代の人口動態に基づいて割付し、世の中の縮図を再現。ブーストセルは、一般セルとは別でエリアおよび性年代のコントロールなく回収し分析。	
調査方法 / 期間	インターネットリサーチ / 2025年4月28日(月)～30日(水)	
調査企画 / 委託先	QO株式会社 / 株式会社マクロミル	
調査内容	情報リテラシーおよび情報態度 情報に対して求めること、情報収集実態および重視していること 信頼している「情報源」および「情報発信・提供主体」	

現代は正しさを あきらめる時代 である

生成AIによって文章も画像も自由に生成できる時代。
選挙のたびに拡散されるフェイクニュースや
日々摂取する情報量の増加。

なにが正しいのかを見極めることが難しくなっていく中で、
正しさをあきらめてしまう傾向が見えてきました。

PART 1

正しいかどうか気にかけることは重要だが、難しい。

「情報が正しいかどうかを気に掛けることが重要」「リテラシーを高めることが重要」と見極める力の重要性を認識しているものの「情報リテラシーがあるほう」「偽情報や誤情報に騙されない自信」の回答は少なく、理想と実態に差がある。

「情報が正しいかどうかを気に掛けることが重要」と思う

85.0%

「リテラシーを高めることが重要」と思う

72.6%

「情報リテラシーがあるほう」と思う

43.3%

「偽情報や誤情報に騙されない自信」がある

30.7%

正しさへ慎重な態度が必要と考える一方、正しさへのあきらめも。

「以前よりも、情報が正しいかどうかを慎重に判断するようになった」「自分がどんなに確信を持っている考えでも、間違っている可能性があるかもしれないと考えることがある」と慎重だが、半数以上が「情報量が多すぎて、いちいち検証してられない」と回答。

慎重な態度 $\xrightarrow{\text{一方で}}$ 検証してられない... $\xrightarrow{\hspace{1cm}}$ あきらめに

「以前よりも、情報が正しいかどうかを慎重に判断するようになった」

65.6%

65.6%

「自分がどんなに確信を持っている考えでも、間違っている可能性があるかもしれないと考えることがある」

「情報量が多すぎて、いちいち検証してられない」

57.8%

34.3%

「自分が正しいと思っている考えが、本当に正しいかどうか検証しようと思うことはあまりない」

「情報が正しいかどうかを見極めることをあきらめることがある」

33.6%

リテラシーがあると 自覚している人ほど、 難しさを認識している。

リテラシーがあると自覚している人、ないと自覚している人で情報の判断意識を見てみると、「あると自覚している人」の方が情報の正しさに慎重に。正しさを汲み取ることがどんどん難しくなっている。

「以前よりも、情報が正しいかどうかを
慎重に判断するようになった」

リテラシーがあると自覚している人の場合

43.3%

リテラシーがないと自覚している人の場合

30.7%

情報を信頼して失敗した経験は6割にのぼる。

情報を信頼して失敗した経験は6割にのぼり、その内訳はTV番組のやらせ、おとり記事、偏向報道、虚偽の口コミ、切り抜き動画など様々。

「情報を信頼して失敗したことがある。」

59.3%

経験談

- 25.5% 事実を扱っていると思っていたTV番組がやらせだった
- 24.7% 興味のあるタイトルのネット記事をクリックしたら、まったく別の内容だった
- 23.2% 中立だと思っていたニュース番組の情報が、偏向報道だった
- 21.9% 口コミを信用したが、実際は口コミとは乖離する内容だった
- 20.4% 意図的に一部だけ切り取られた動画や記事を見て、偽情報・誤情報を信じてしまった
- 19.0% 信用していた企業の不正や不祥事が明らかになった

情報を信頼して失敗した経験談

生活に直結した内容ではないが、ネットの噂話程度のサイトで、ある有名人のスキャンダルを間に受けて友人たちに話してしまい、後日事実無根だったことが判明したと知り、友人たちの信頼を失ったと感じた。直接何か言われた訳ではないが、全くのデマをあたかも本当のように話した自分に嫌気がさし、自己嫌悪に落ちた。

山口県 女性40代 NPO関係者

TikTok だかInstagram だかに頻繁に上がっていた財務省解体デモ。最初の内は義憤に燃えたが、次第に「ホンマかいな、フェイクとちゃうか」と思えるようになった。デモ自体は実際に有ったのだろうが、参加者はSNSで盛られていた程多くはなかったのではないかな。

兵庫県 男性60代 無職

YouTubeまたはYahooニュースどちらかのコメント欄の、「近年では就活で採用予定の学生の実家に企業が挨拶に伺う」との書き込みを信じて、ChatGPTに話したら、デマまたはジョークだと判明した。面接担当経験のある主人にもその話をしたら、あり得ないと言われた。他所で話す前に気付けてよかった。

福岡県 女性50代 専業主婦

アメリカの債券安について、農林中金がアメリカ国債を大量売却したことが原因であるという説がXやYouTubeを始め多くのSNSで流布されていた。それを信じてしまい、その説を自分のXでポストしたり、意見を述べたりしてしまった。後に農林中金はその説を否定したことで、その説がデマであることが露見した。

福岡県 男性30代 公務員

とある政治家の話。テレビ、YouTube共に批判態勢だった為完全にだまされた。しかし一部でち上げ等、未だ不明な点も多々ある為どれが正しかったのか、まだわからない状態だが、その政治家の県民に対する姿勢は信頼性が高い。仕事ができる人は少なからず内部ではかなり厳しいこともある。それをパワハラと思う人も居る。そういうことなんだと理解した。

北海道 女性30代 パート・アルバイト

フィルターバブルを はじめ、自身が触れる 情報の偏りへの 理解はある。

生活者はただ、正しさをあきらめているのではなく、
SNSのフィルターバブルの中で
偏った情報に触れている自覚もある。
自分と価値観の似ている人同士での情報交換には
「批判」が存在しないため、偏りはどんどん加速する。
情報の正誤の食い違いは親しい人間関係にも
影響を与え始め、情報リテラシーの格差がさらなる分断を生んでいく。

PART 2

フィルターバブルの意識はある。

「ネット上では、自分の関心や信じたい内容に偏った情報に触れていると感じる」
「SNSでは、自分と価値観の似ている人が集まるため、自分の意見が支持され、増幅していく実感がある」が半数近く。フィルターバブルの中にいるという自覚は多くの人を持っている。

「SNSの情報は偏っているので注意が必要だと思う」

75.0%

「ネット上では、自分の関心や信じたい内容に偏った情報に触れていると感じる」

54.0%

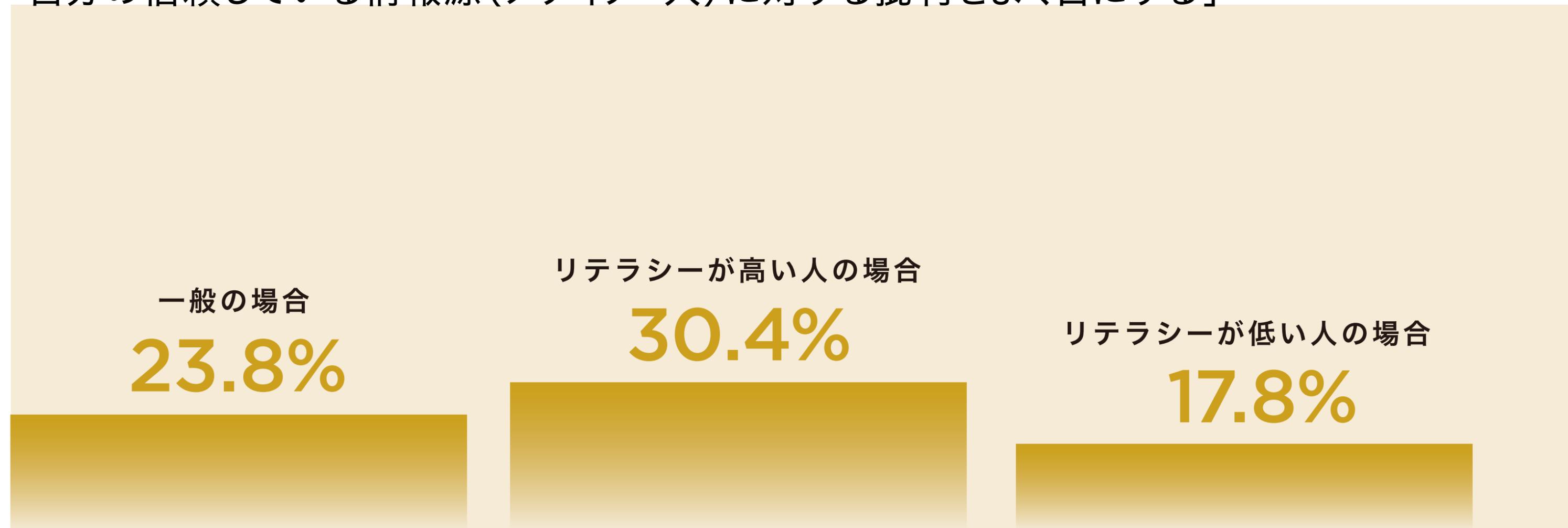
「SNSでは、自分と価値観の似ている人が集まるため、自分の意見が支持され、増幅していく実感がある」

40.9%

自分が信頼する情報源に対する「批判」に触れている人が少ない。

リテラシーが低い人ほど、情報源への「批判」に触れていない。全体でみても4人に1人ほどしか批判に触れておらず、フィルターバブル内にいることが伺える。

「自分の信頼している情報源（メディア・人）に対する批判をよく目にする」



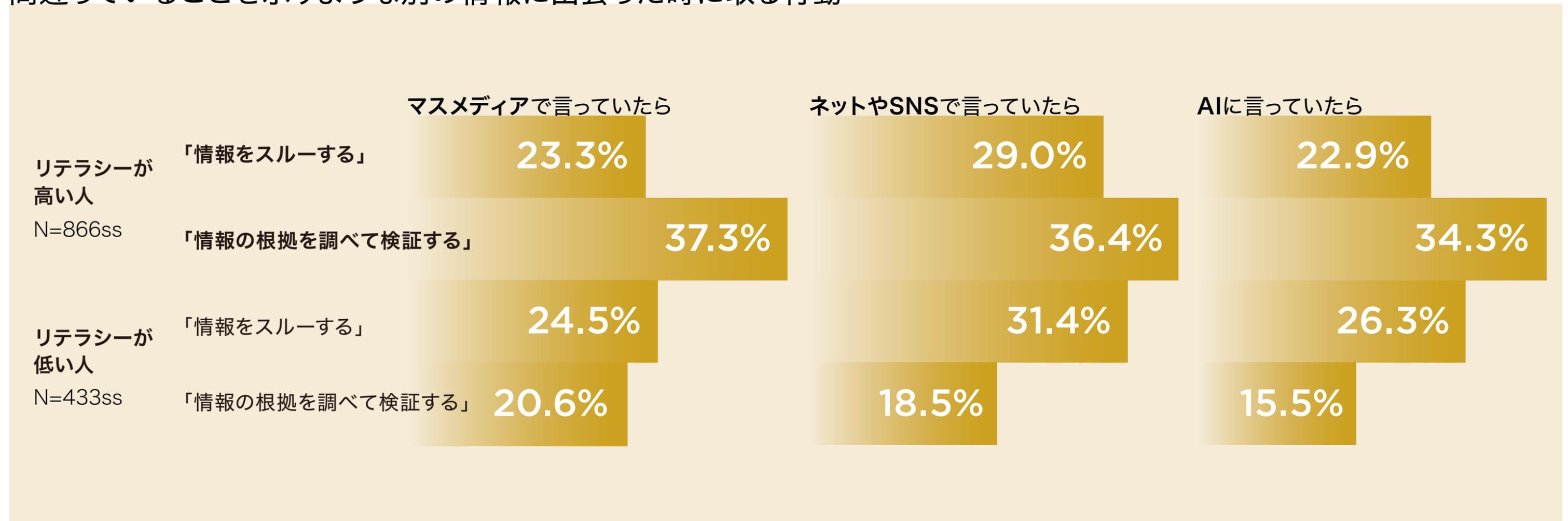
ベース：全国 15-79 歳 男女 2,000ss

誤っているとされる情報に出会った時の態度は媒体で異なる。

リテラシーが低い人ほど、自分が正しいと思っていた情報が「間違っていることを示す情報」に出会った時にスルーする傾向にある。

リテラシーが高い人ほど、間違いが示されたら「根拠を調べて検証する」という行動をとる傾向にある。

自分が正しいと思っていた情報について、間違っていることを示すような別の情報に出会った時に取る行動



正しさの認識は、人間環境にも影響。 分断につながることも。

「正しいと思っている情報の違いによって、人間関係に影響が出ることがある」という人が半数近く。正しさの認識が少なからず「分断」にもつながっている。

「家族や友人・知人と、情報の正誤について意見が分かれることは珍しくない」

42.9%

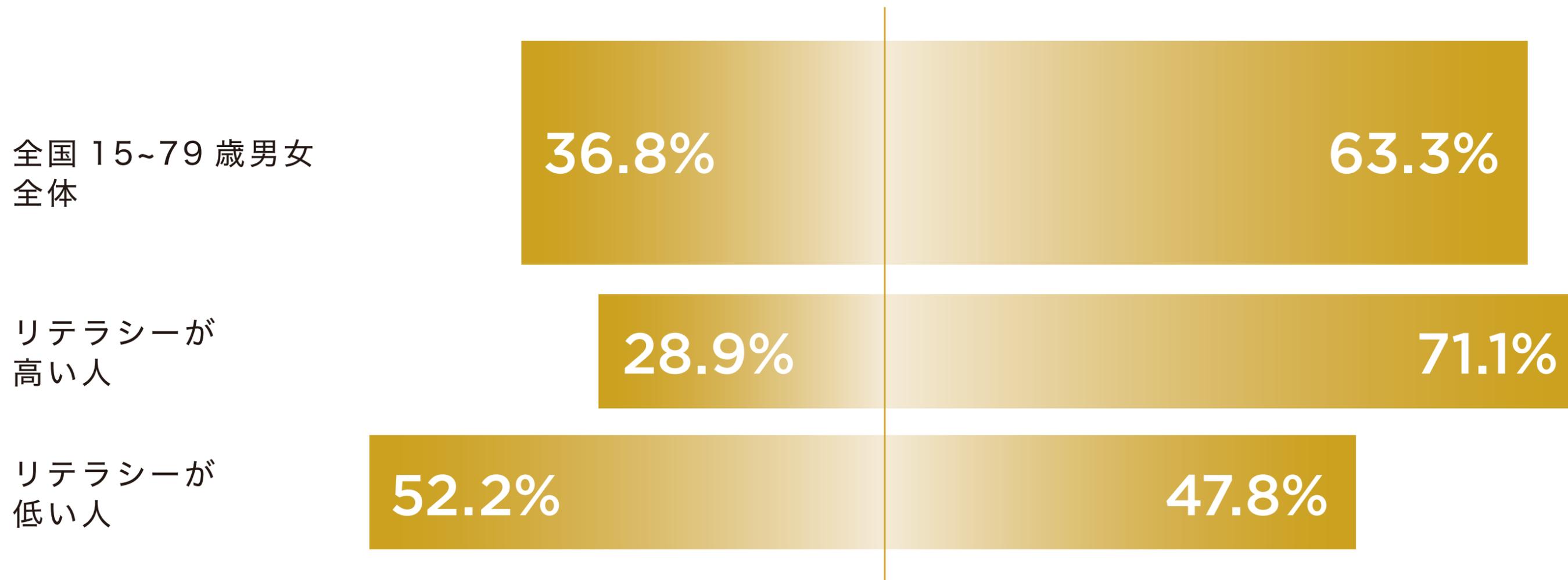
「正しいと思っている情報の違いによって、人間関係に影響が出ることがある」

44.9%

リテラシーの差で生まれる 「情報収集疲れ」。

新しい情報を収集することが楽しい人は
全体で6割を超えるが、リテラシーが低い
人では半数を下回る。

「楽しい」 ←—— 新しい情報を収集することは ——→ 「疲れる」

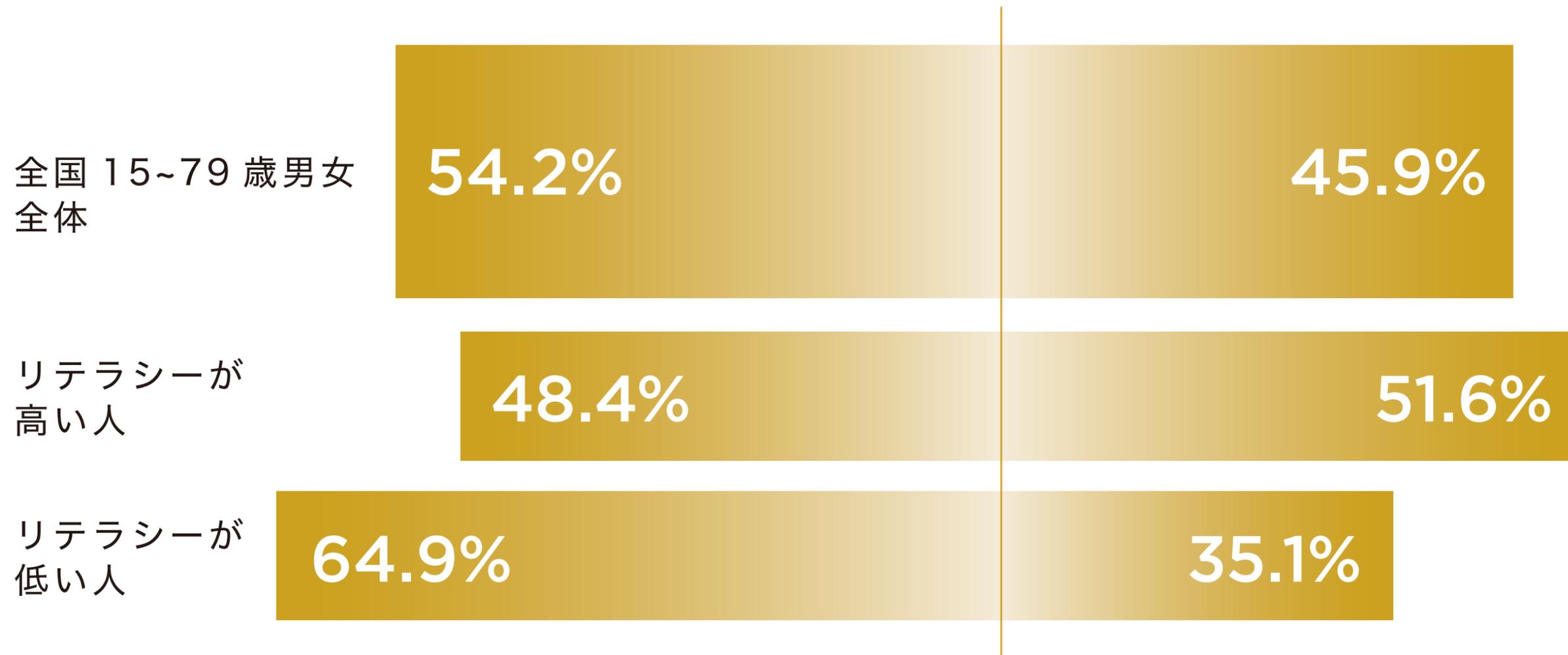


ベース：全国 15-79 歳 男女 2,000ss

リテラシーの差で生まれる 「AI活用への態度」。

リテラシーが高い人は半数以上がAI活用を積極的に進めるべきと考える一方で、全体では45%、リテラシーが低い人では35%と少数派となった。

「慎重」 ← 情報収集のためのAI活用は進めるべきだ → 「積極的」



ベース：全国 15-79 歳 男女 2,000ss

リテラシーの差で生まれる 「技術発展への期待」。

技術発展により世の中が良くなっていくかは全体では半数強が賛同し、リテラシーが高い人は6割になる一方で、リテラシーが低い人は4割強にとどまる。

「弊害が増えていくと思う」

← 技術発展により、世の中が今後... →

「どんどん良くなっていくと思う」

全国 15~79 歳男女
全体

53.7%

46.3%

リテラシーが
高い人

60.0%

40.0%

リテラシーが
低い人

42.7%

57.3%

ベース：全国 15-79 歳 男女 2,000ss

情報に求めることは 客観性よりも主観性

情報が中立であることよりも
わかりやすく納得できることが求められている。

客観的な正しさよりも
"自分にとっての"主観的な正しさを
生活者たちは信じるようになっている。

PART3

信頼に必要なことは、 中立性よりわかりやすさや納得感。

リテラシーが低い人ほど、情報源への「批判」に触れていない。全体でみても4人に1人ほどしか批判に触れておらず、フィルターバブル内にいることが伺える。

情報を得る際に重要なこと（「重要である」「どちらかといえば重要である」の合計）



情報源として信頼できるのは 「練られたもの」「公式なもの」 「ネット」「AI」など。

情報源として信頼できるものをランキングで並べるときちゃんとファクトチェックされていて、思考が「練られているもの」や「公式なもの」が上位に。

情報源としての信頼度

1. 検索エンジン (Google、Yahoo!、Bing など)	80.8%	11. 商品レビューサイト	54.8%	21. Web 広告	33.1%
2. 論文	76.1%	12. 口コミサイト	53.0%	22. X (旧 Twitter)	32.7%
3. 書籍	75.6%	13. 雑誌	51.7%	23. 一般人の SNS	31.7%
4. 新聞	74.5%	14. 生成 AI (ChatGPT、Gemini など)	48.8%	24. Facebook	30.6%
5. 企業の HP	74.4%	15. YouTube	48.0%	25. インフルエンサーの SNS	28.7%
6. 行政機関や公的機関の HP	73.4%	16. LINE	44.1%	26. SNS・Web 以外の広告	28.3%
7. ラジオ	68.5%	17. ファクトチェック AI (Grok など)	42.9%	27. SNS 広告	27.3%
8. テレビ	65.5%	18. ラジオ以外の音声メディア (Podcast など)	41.1%	28. TikTok	22.9%
9. 専門家の SNS	65.1%	19. Instagram	36.2%	29. Threads	22.6%

人・団体として信頼できるのは 「身近」「専門性」「権威性」 という共通点。

情報源として信頼できる人・団体は家族が1位。次いで研究者や専門家など「専門性」「権威性」があるもの。インフルエンサーや有名人などへの信頼度は薄い。

情報の提供・発信主体としての信頼度

1. 家族	85.7%	9. 職場の人	66.7%	17. コメンテーター	40.9%
2. 研究者や科学者	80.6%	10. 地方公共団体	63.0%	18. 政党	34.3%
3. 専門家	80.4%	11. 報道機関	61.6%	19. 有名人・芸能人	34.2%
4. 友人・知人	79.4%	12. SNS の企業アカウント	58.3%	20. SNS の一般人	30.3%
5. 学術機関	73.4%	13. ジャーナリスト・記者	57.9%	21. SNS のインフルエンサー	29.6%
6. 大学教授	70.8%	14. NPO 団体	57.6%	22. YouTube のインフルエンサー	29.4%
7. 一般企業	70.5%	15. YouTube の企業アカウント	56.4%	23. YouTube の一般人	29.0%
8. 学校・教育機関の人	67.4%	16. 政府	44.5%		

情報に求める要素は、 職業によって差が大きい。

職業によって情報に求める要素は異なる。教育関係者は中立性を求め、議員活動経験者やビジネスリーダーは「珍しさ」「新しさ」などを求めている。

議員活動経験者



ビジネスリーダー



教育関係者



科学者



AI時代の正しさ・ 調べ方

近年、急速に浸透を見せるAIは、
情報源として活用されるだけでなく、
かなりの信頼を得ていることも分かった。
分からないことがあったらまずAIで調べる
という人が増えている。
AI検索の時代となった。

PART4

AI 活用の浸透は僅かではあるが、 活用者の信頼は厚い。

生成AIを活用している人は8.8%とまだまだだが、活用者の9割は週に1度以上と高頻度に利用し、「信頼できる」と回答する人も9割近くにはのぼる。

「生成AIを
活用している」

8.8%

「AI利用頻度
週に1日以上」

92.0%

「AIは信頼できる」

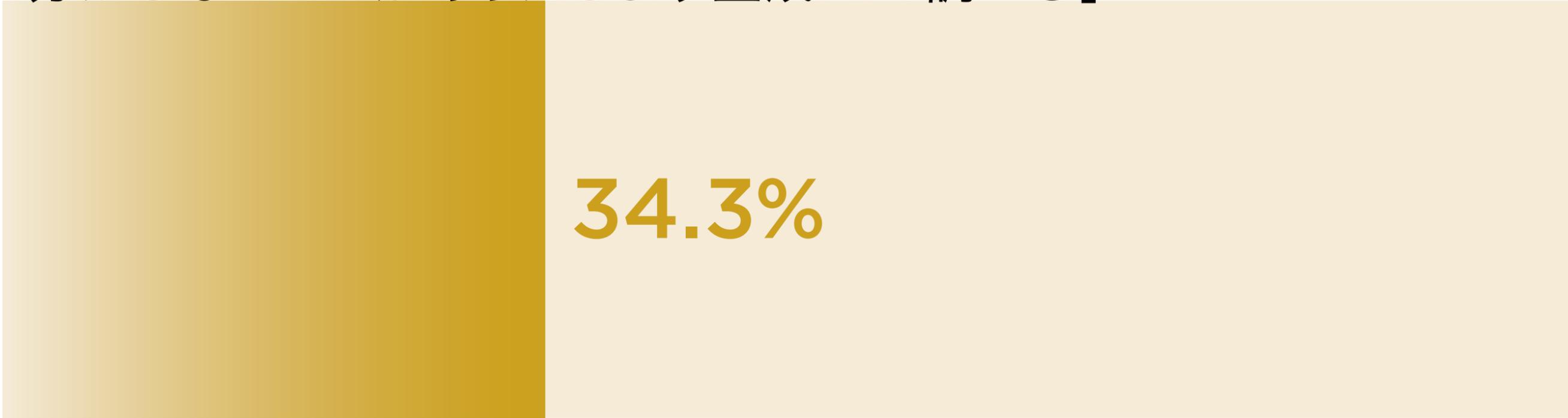
88.0%

AI 活用者は AI を使いこなしている。

AI活用者の3人に1人が「分からないことがあったらまず生成AIで調べる」と回答。情報源としてのAI活用が広がってきている。

生成AI利用者：

「分からないことがあったらまず生成AIで調べる」



34.3%

A horizontal bar chart with a dark gold segment on the left and a lighter gold segment on the right. The percentage '34.3%' is written in dark gold text within the lighter segment.

次の時代の正しさとは

正しさをあきらめる。

なんとなくそういう時代の空気は

あるのだろうと想定していたのですが、

改めて調査結果として明らかになると、

センセーショナルな言葉だと感じました。

SNSによるフィルターバブル、忙しさによる検証不足。

情報ソース不透明のAI検索で

正しさはどんどん客観的なものから主観的なものに。

調査に携わるものとして、

信じていたものの根底がゆらぐ時代のように感じます。

ただ、これは白黒はっきりついたというよりは

客観的な正しさも主観的な正しさも

どちらも選択できる状態になったともいえる。

次の時代の正しさは、わたしたち一人一人次第であり、

また、その”正しさを守る”責任が、

調査を手掛ける者に渡されたのだと思います。

Editor's Voice

