

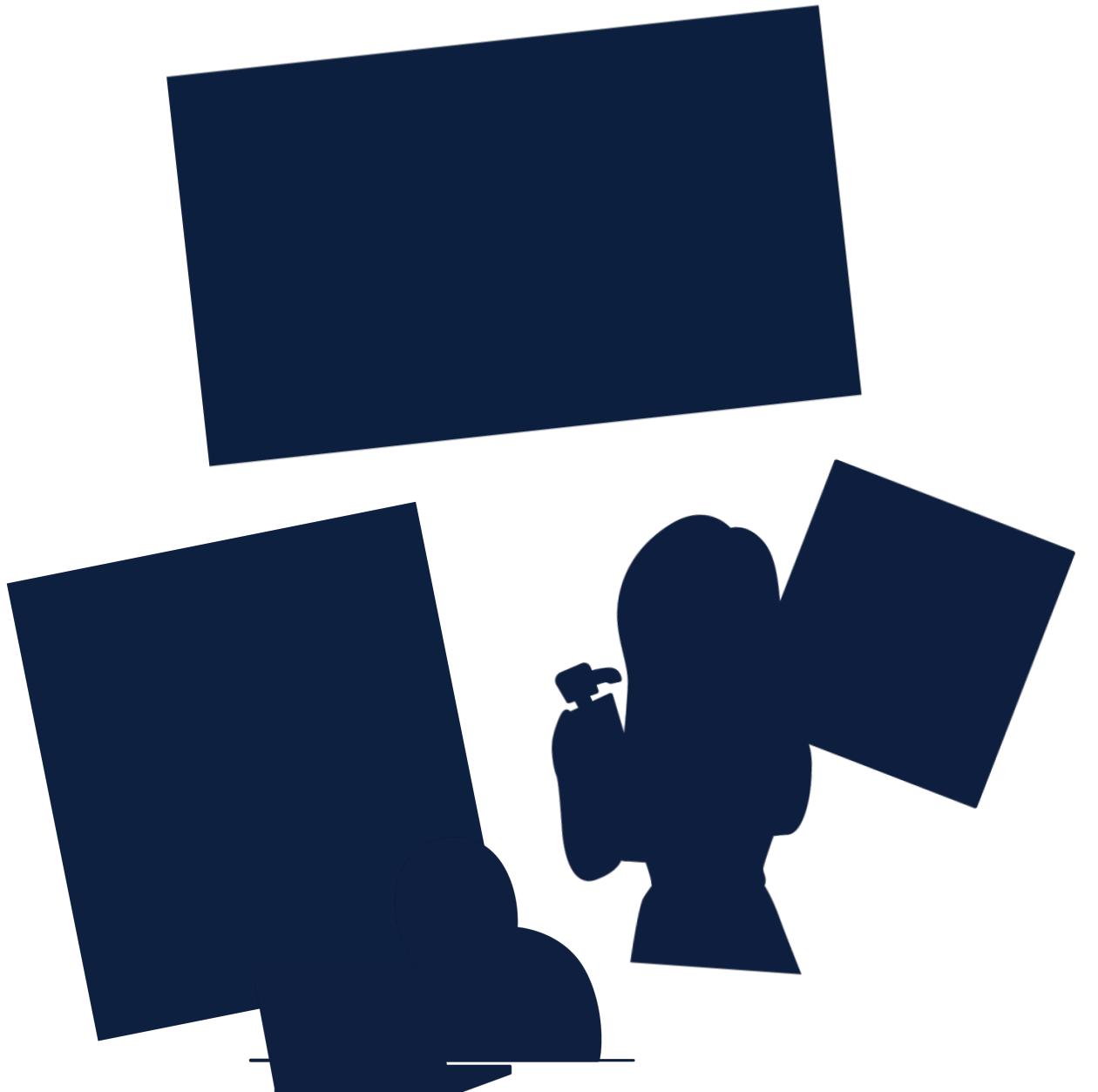
インターネットとの向き合い方

はじめての
アテンション・
エコノミー

第1版



…この講座で学ぶこと…



世の中は



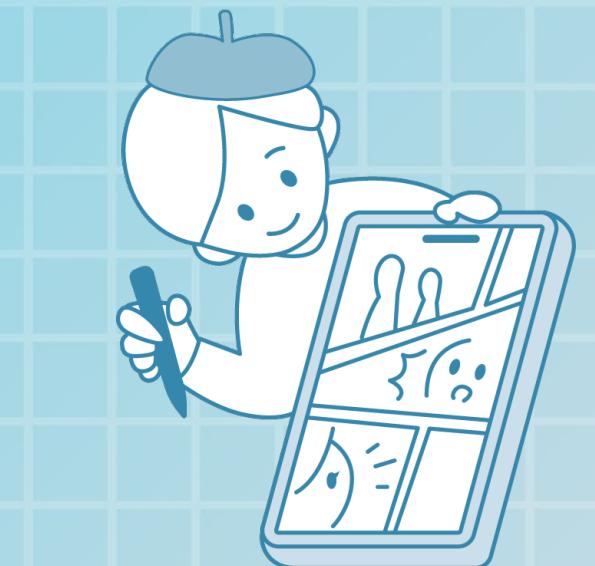
人たちであふれている

目次

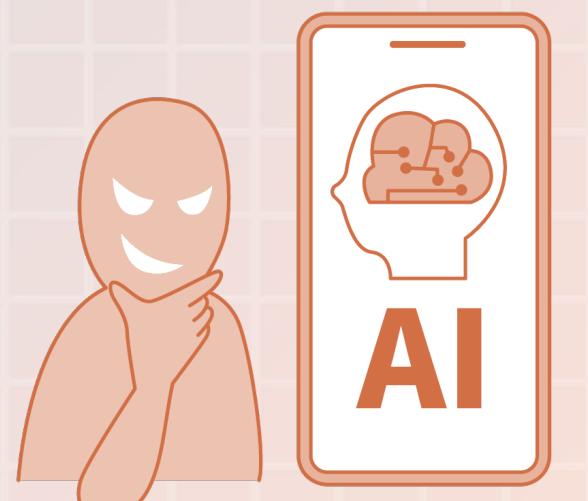
01 アテンション・エコノミーとは？

02 理解度テスト

03 私たちはどうすればよいのか？



!!



!!



目次

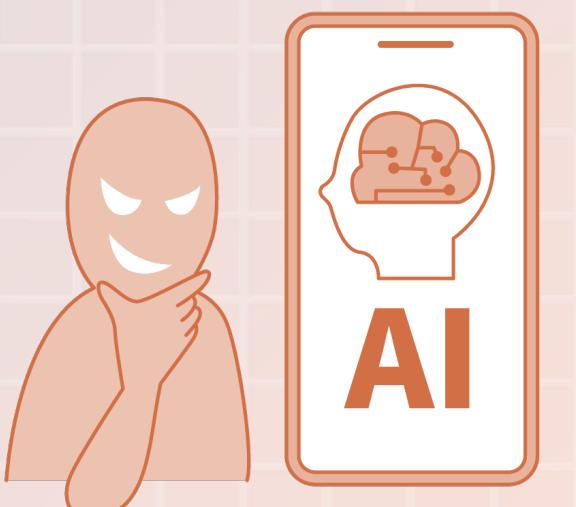
01 アテンション・エコノミーとは？

02 理解度テスト

03 私たちはどうすればよいのか？



!!



!!





「見てもらえる」こと自体に価値が生まれる
=アテンション・エコノミー

【アテンション・エコノミー】

情報過多の社会においては、供給される情報量に比して、我々が支払えるアテンションないし消費時間が希少となるため、それらが経済的価値を持って市場（アテンション・マーケット）で流通するようになる。こうした経済モデルは、一般に「アテンション・エコノミー」と呼ばれる。出典：総務省 令和5年版情報通信白書（p.30）<https://www.soumu.go.jp/johotsusintoeki/whitepaper/ja/r05/pdf/n230000.pdf>

動画サイトで

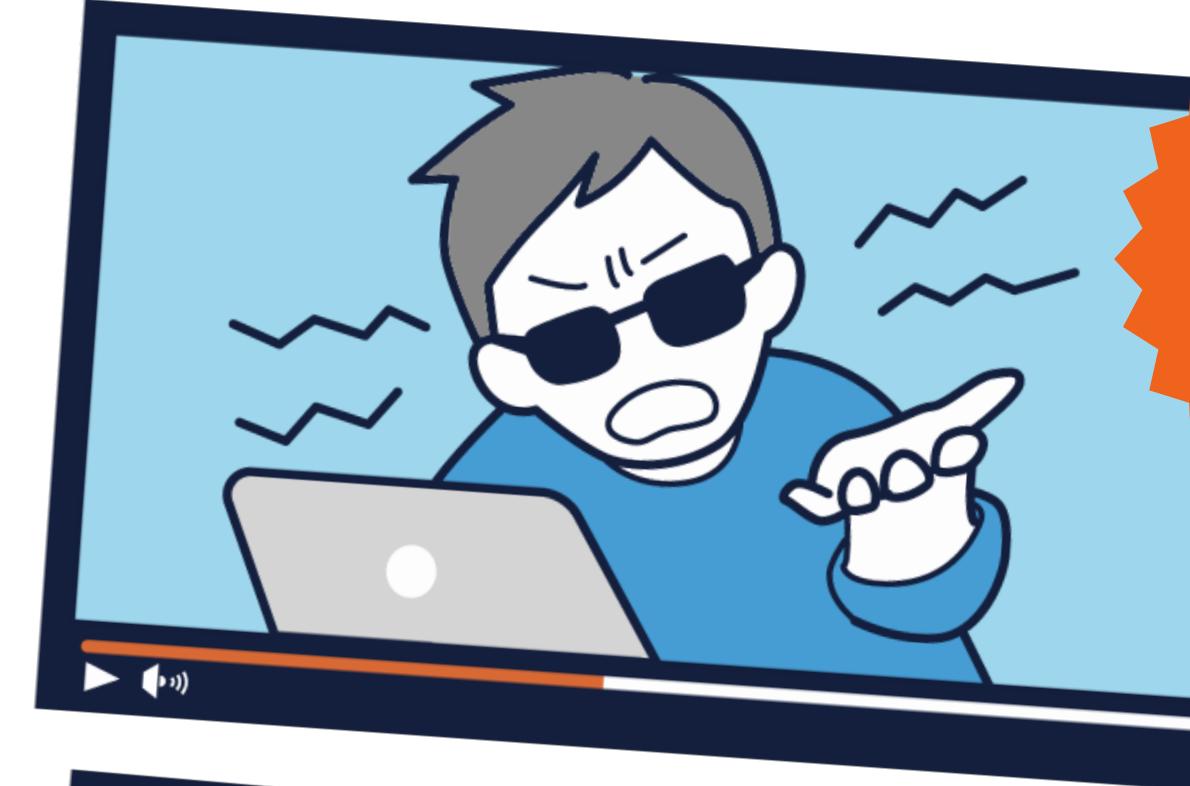
めいわく
**迷惑系
動画**



たいほ
**私人逮捕
系動画**



ばくろ
**暴露系
動画**



**例の件、
眞実を
お話しします!**

**サムネイル
詐欺**



＼ネットニュースなどで／



★ タレントの「変わり果てた姿」にネット衝撃！
「絶句した」「ショック」「びっくり」

★ あの有名女優！
SNSでファンに向けて、たった4文字で投稿

★ 友人に送迎を頼んだらガソリン代を請求された
ひどいと思いませんか？



このような「見出し」も
アテンション・エコノミー の一種

＼ しんらい 信頼できるのは A と B、どっち？ ／

A



私はとても
しんらい
信頼される人間です

B



この人はとても
しんらい
信頼できる方です



SNSで話題!!



タレントにこっそり
商品を宣伝してもらう…



ステルスマーケティング

第三者を介した情報は信じられやすい
という「心理効果」を利用した手法。
日本では2023年10月からステマを禁止 (※)

※「不当景品類及び不当表示防止法（景品表示法）」

情報発信が収益になる仕組み



SNSや動画サイトが **「投稿の収益化の仕組み」** を提供。

情報を発信することで、個人でも収益を得られるように。

- 不確かな情報
- ウソ
- 間違まちが
きょくたんい
- 極端な考え方



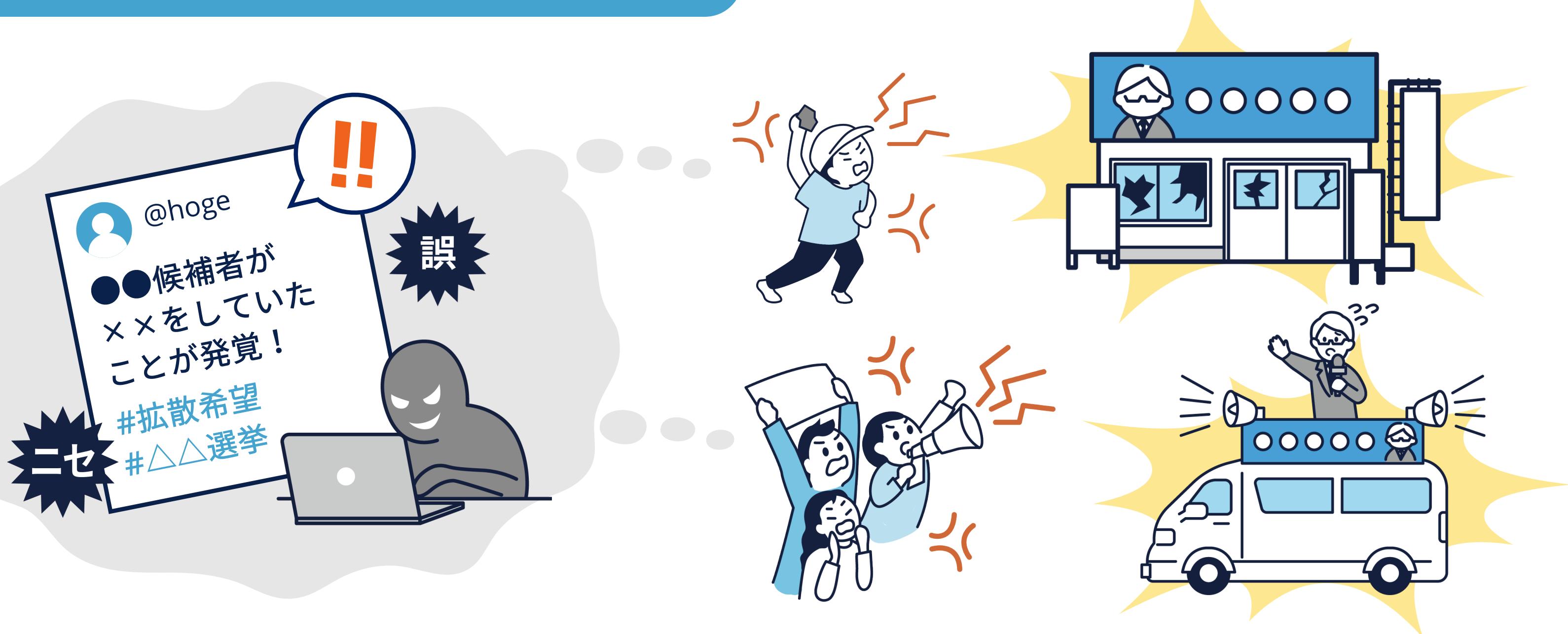
だれ 誰でも簡単に情報発信ができる

不確かな情報、ウソ、間違まちがいも
発信できる

世の中が不確かな情報であふれたら
すべてを疑わなければならぬ
むだ 無駄なコスト が発生。

社会全体に不信感 が広がり、
マイナスの影響を与える深刻な問題に。

選挙に
関する情報



例えば選挙において「実はその情報は間違っていた」と^{まちが}
判明したときには、投票も開票も終わっているかも...
民主主義の根幹を揺るがす深刻な問題に。



ウソの救助要請を投稿して拡散する「災害デマ」。
災害デマにより **本当に助けるべき人達を救助できなくなる可能性** も。

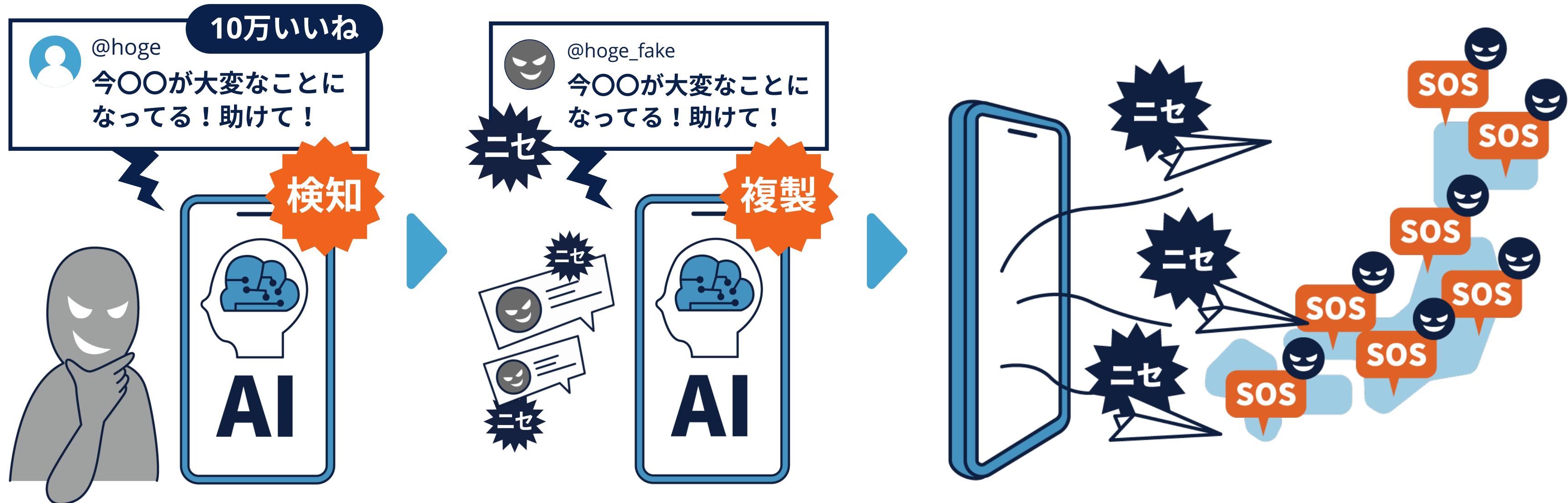
災害に
関する情報



もし**不確かな情報が拡散**し、それを信じてしまうと、
後に病気に悩まされるような**深刻なケースにも**
繋がりかねない。

いりょう
医療に
関する情報

アテンション・エコノミーがもたらすリスク



本当に助けて欲しい人の **救助要請** が拡散している様子をAIが検知。
「今こういう投稿をすると拡散するのか」とAIが判断し、
似たような投稿を大量に行うことも可能。

情報を
見てもうことの
価値が向上



だれ
誰でも
利益を得られる
仕組みが出現

激しい競争の結果

情報の質が低下



SNSで話題!!

目次

01

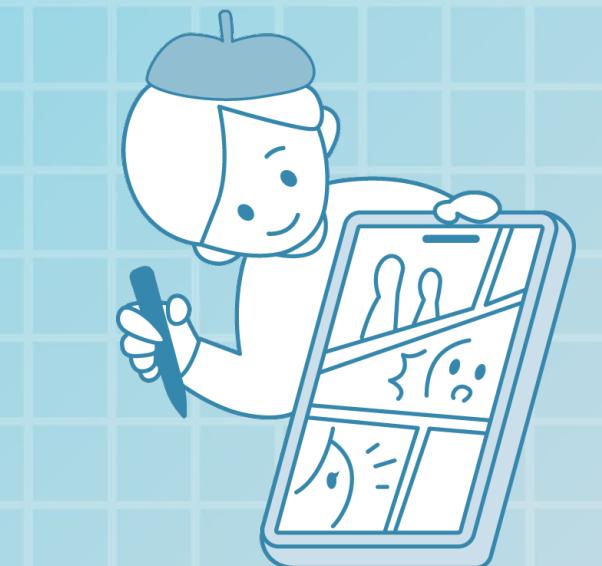
アテンション・エコノミーとは？

02

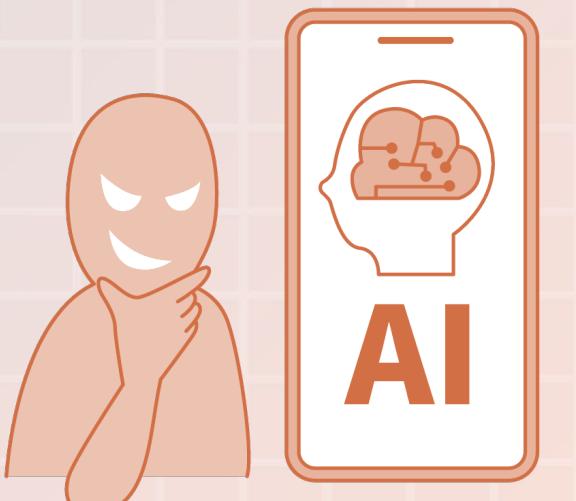
理解度テスト

03

私たちはどうすればよいのか？



!!



!!



問題

1

情報が飛び交う現代社会では、

情報が **?** されること自体に

価値が生まれており、それは

アテンション・エコノミー と呼ばれている。

情報を見せたい人達による

? の争奪戦が起きてきている状況だ。

問題1
答え

情報が飛び交う現代社会では、
情報が **注目** されること自体に
価値が生まれており、それは
アテンション・エコノミー と呼ばれている。
情報を見せたい人達による
注目 の争奪戦が起きてきている状況だ。

問題
2

だれ
誰もが自由に情報を発信できる

ようになり、そこから **?** を
得ることも可能になった結果、

? を優先し

見てもらえさえすればOK、という
問題のある情報発信も増えている。

問題2 答え



だれ
誰もが自由に情報を発信できる

ようになり、そこから **利益** を

得ることも可能になった結果、

利益 を優先し

見てもらえさえすればOK、という

問題のある情報発信も増えている。

目次

01

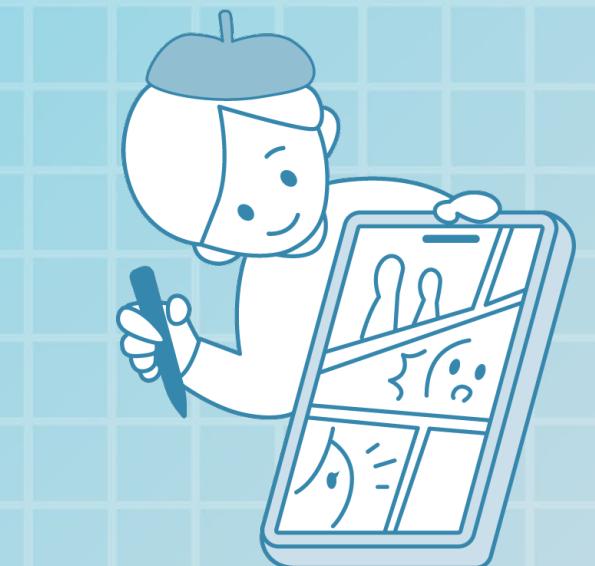
アテンション・エコノミーとは？

02

理解度テスト

03

私たちはどうすればよいのか？



!!



!!



私たちはどうすればよいのか

見せたい人たちがいて、
見せたい理由がある

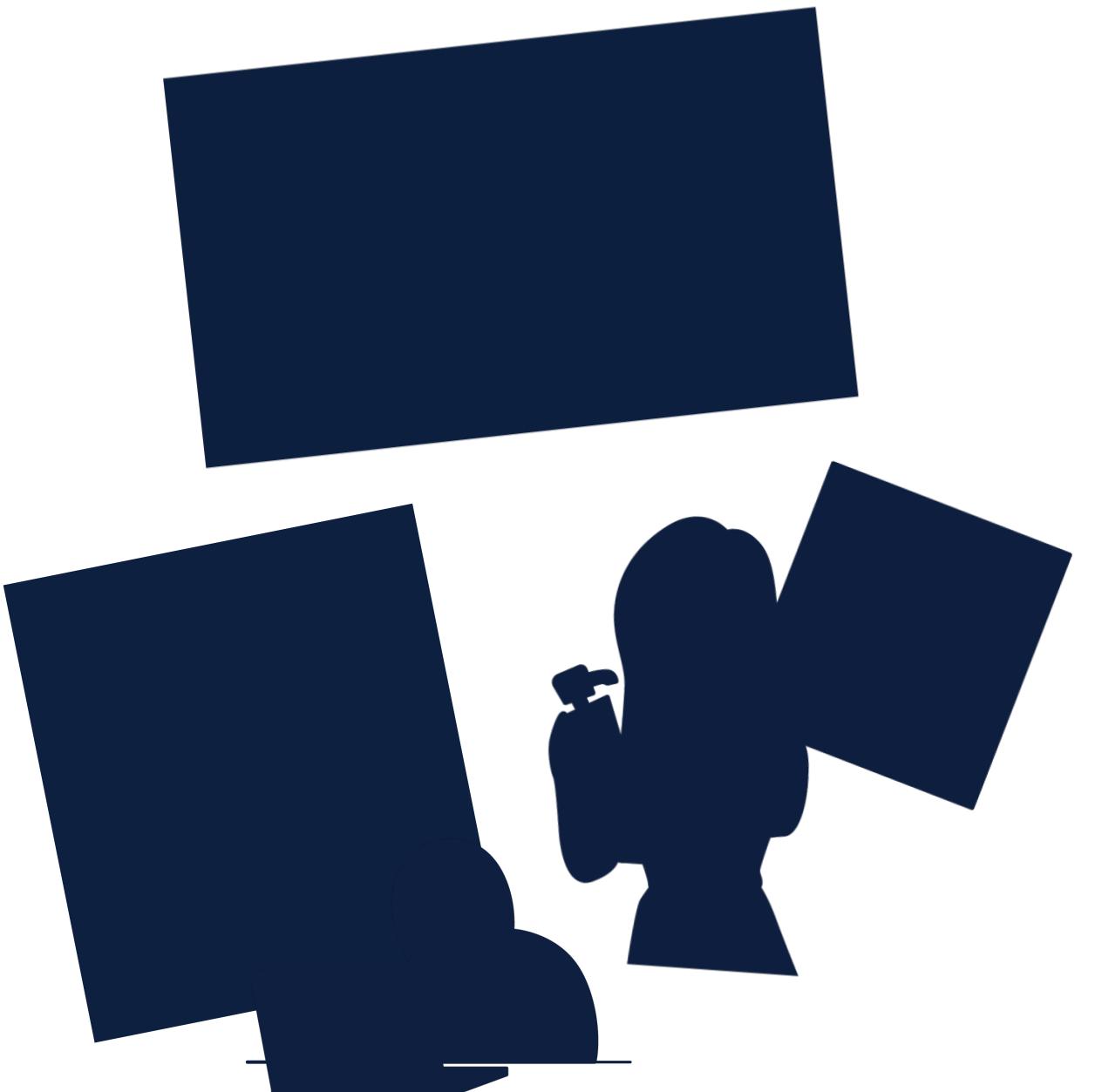


だから

SNSで話題!!

その情報で誰が得をするのかを
常に意識する姿勢が重要！

…この講座で学ぶこと…



世の中は

?

人たちであふれている

…この講座で学ぶこと…



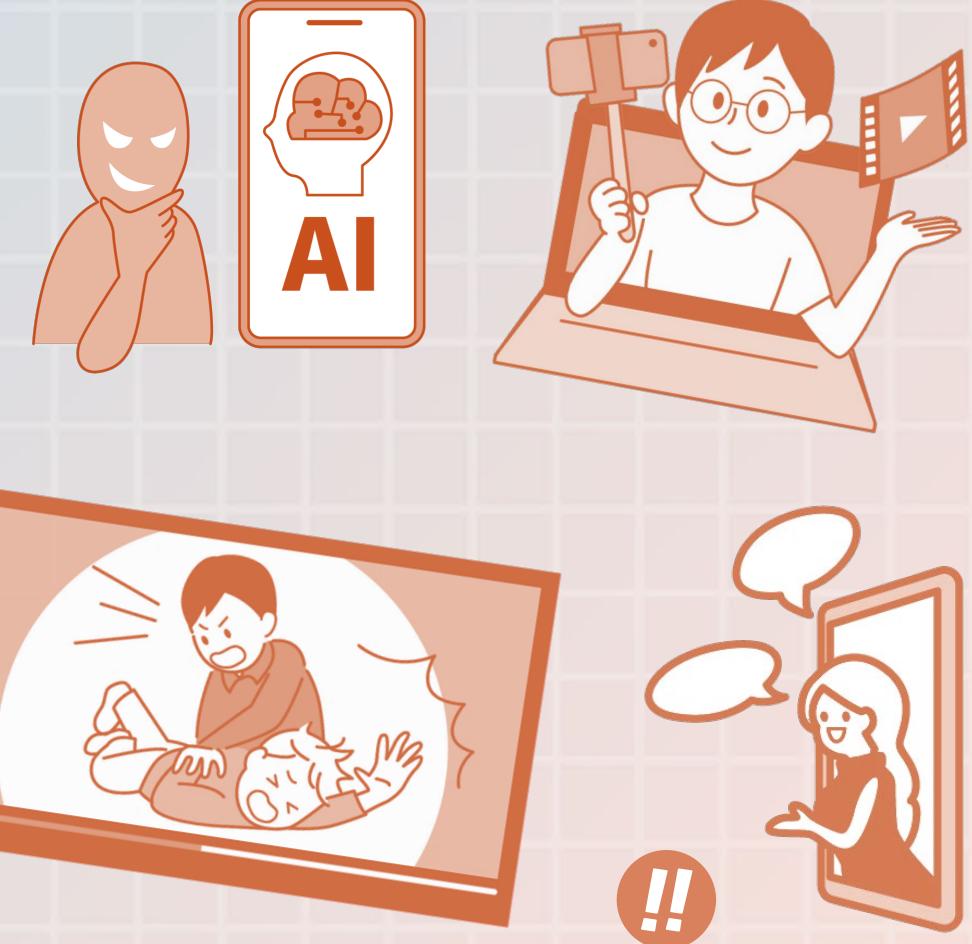
世の中は
情報を見てほしい
人たちであふれている

出典

- P5 「アテンション・エコノミー」
総務省 令和5年版情報通信白書 (p.30)
<https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/r05/pdf/n230000.pdf>

インターネットとの向き合い方

はじめての アテンション・ エコノミー



発行者 総務省 情報流通行政局 情報流通振興課 情報活用支援室 〒100-8926 東京都千代田区霞が関2-1-2

発行 国際大学グローバル・コミュニケーション・センター

制作 小木曾 健（国際大学グローバル・コミュニケーション・センター客員研究員）

監修 山口 真一（国際大学グローバル・コミュニケーション・センター准教授）

デザイン 渡部 玲花（ワタナベスライドデザイン）

伏見 まどか（Fushimi Design）

ナレーション 菊地 マリコ（STUDIO WAVE CONNECT）