

【LINE】世代間のニュースサービス利用に関する意識調査を実施

2016.03.10 LINE

若年層でコミュニケーションと融合したニュース取得スタイルが顕在化

LINE株式会社（本社：東京都渋谷区、代表取締役社長：出澤 剛）は、全国の13～69歳のスマートフォン（iPhone/Android）を所有するユーザー1,682名に対し、ニュースサービスの利用に関する意識調査を実施いたしましたので、その結果をお知らせいたします。

昨今、ポータルサイトやソーシャルメディア、ニュースサービスなど情報摂取チャネルは多様化しており、チャネルごとに情報・ニュースの提供の仕方や受け取られ方に大きな違いがあります。また、年代や利用シーンによって、利用される媒体やニュースサービスに違いが表れてきました。LINEは、このような状況で年代ごとのニュースサービス閲覧動向にどのような違いがあるのか調査しました。

■調査結果概要

・ニュース閲覧時に利用する媒体／デバイスを聞いたところ、スマートフォン（全体：84％）とテレビ（全体：61％）との回答が多く、年代間の差も少ない。一方、パソコンと新聞は年代が若くなるほど利用率が下がる傾向が見られることから、ニュースを閲覧する媒体／デバイスとしてスマートフォンとテレビが主役となっていると考えられる。

・スマートフォンで利用するニュースサービスは、全年代合計でYahoo! *1が49％と最も多く、以下LINE*2が23％、LINE以外のSNSが15％と続く。LINEを含むSNSやまとめ系サービスは年代が若いほど利用率が高くなる傾向が見られる。

*1 Yahoo!とはYahoo! ブランドでの日本のニュースサービスの足しあげ（以下同様）

*2 LINEとは、LINE・LINENEWSでのニュース利用の足しあげ（以下同様）

・スマホネイティブ世代と呼ばれる10代では、スマートフォンで利用するニュースサービスにおいてLINE（33％）とLINE以外のSNS（27％）がYahoo!（30％）と肩を並べ、コミュニケーションの一部としてニュースを閲覧するスタイルが顕在化している。

■調査概要

・調査名：世代間のニュースサービス利用に関する意識調査

・調査手法：スマートフォンアンケート（スマートアンサーモニター）

・調査対象者：全国13～69歳男女のスマートフォンユーザー（1,682サンプル）

・調査期間：2016年2月26日～2016年2月29日

※スマートフォンユーザーの性別×年代別人口構成比に合わせてウェイトバック集計を実施

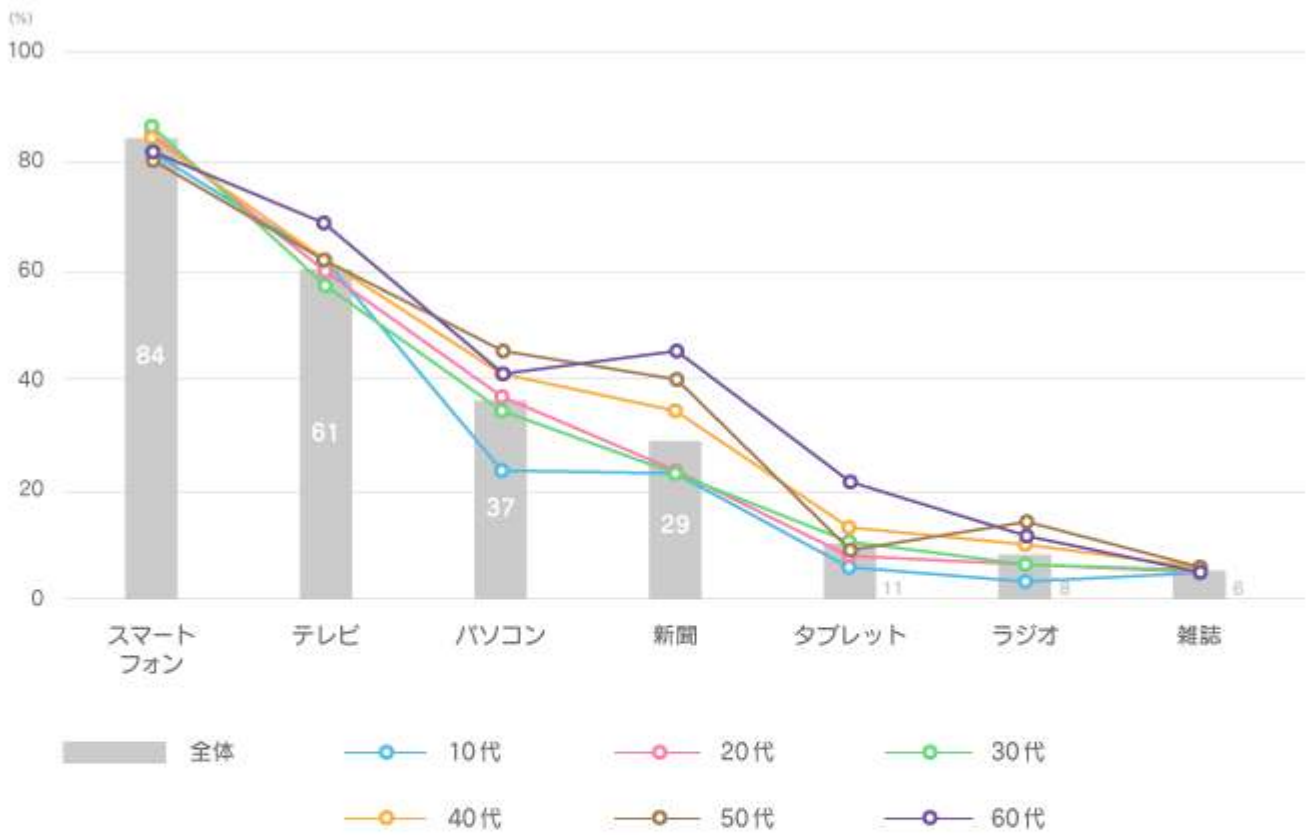
《引用・転載時のクレジット表記のお願い》

本リリースの引用・転載時には、当社クレジット（例：LINE調べ）を明記いただけますようお願い申し上げます。

▼ ニュース閲覧時、主に利用する媒体／デバイス

スマートフォンとテレビは、すべての年代で利用率が高く、全体平均（スマートフォン：84％、テレビ：61％）との各年代の利用率に大きな差が見られないことから、この2つのデバイスが、現在のニュース閲覧媒体／デバイスの主役となっていると言える。一方、パソコンと新聞は、年代が若くなるほど利用率が下がる傾向が見られ、年代間で大きく差が開いている。

ニュース閲覧時、使用する媒体／デバイス （複数回答）



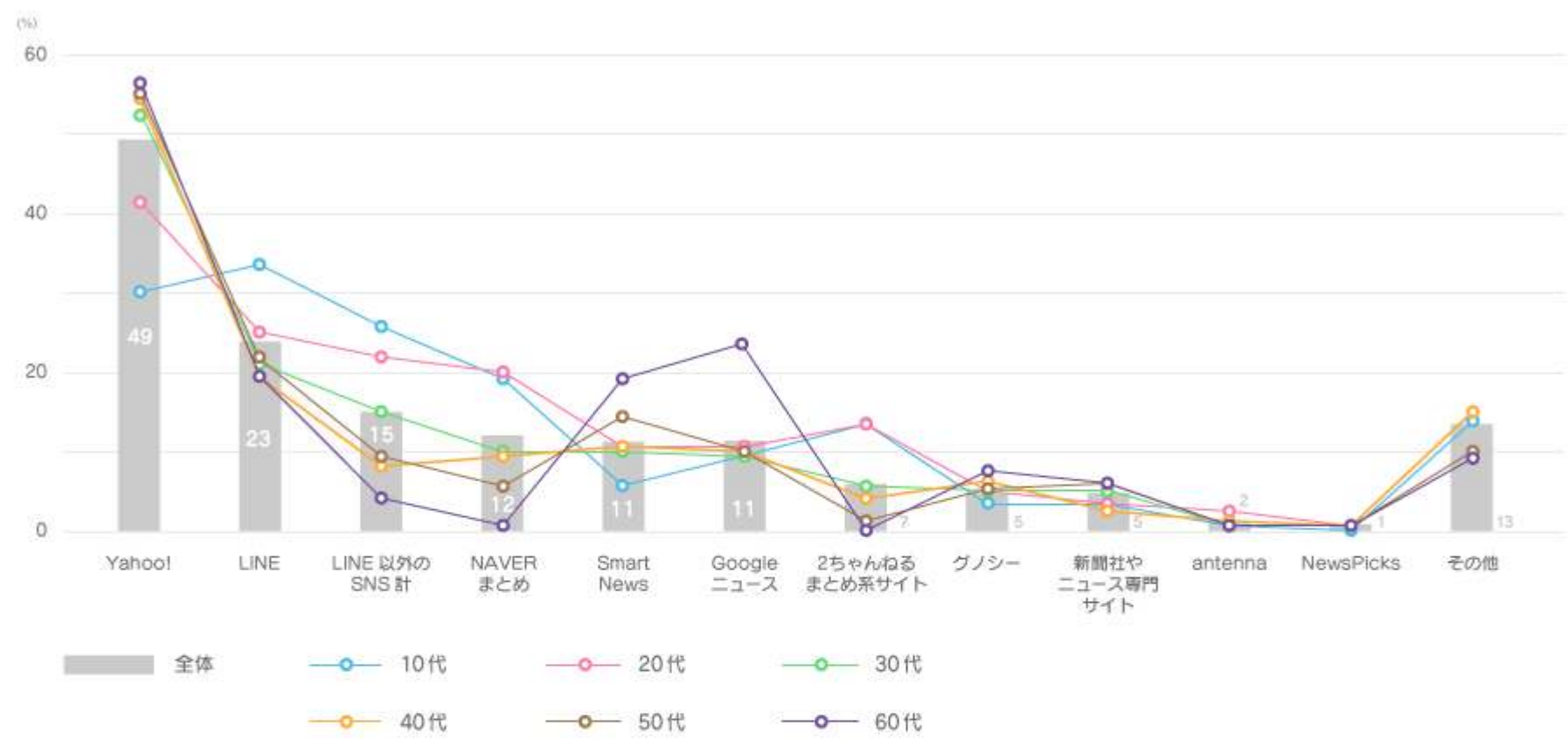
	スマートフォン	テレビ	パソコン	新聞	タブレット	ラジオ	雑誌
全体	84	61	37	29	11	8	6
10代	81	62	23	22	7	4	5
20代	85	60	38	23	9	7	5
30代	87	58	34	22	11	7	6
40代	83	62	41	34	13	10	7
50代	80	62	46	40	9	14	7
60代	81	69	41	47	22	12	5

▼スマートフォンで利用するニュースサービス

スマートフォンで利用されているニュースサービスは全体でYahoo!が49%と最も高く、LINEが23%と続いた。年代により使用するサービスの傾向が異なり、20代以下はLINEをはじめとしたSNSとまとめ系サイトの利用率が高く、年代が高くなるにつれてYahoo!やSmartNewsの利用率が高まる傾向が見られる。

特に、スマホネイティブ世代と呼ばれ、インターネット上の様々な情報やサービスの取得をスマホだけで完結させることが多いと言われている10代においては、LINEやその他のSNSの利用率がYahoo!と肩を並べている。ニュース閲覧チャネルとして、コミュニケーションサービスと情報ポータルサービスが同列に並ぶという新たな情報取得のスタイルが顕在化している状況が見て取れる。

スマートフォンで使用するニュースサービス



	Yahoo!	LINE	LINE以外のSNS計	NAVERまとめ	SmartNews	Googleニュース	2ちゃんねるまとめ系サイト	グノシー	新聞社やニュース専門サイト	antenna	NewsPicks	その他
全体	49	23	15	12	11	11	7	5	5	2	1	13
10代	30	33	27	19	6	9	13	4	4	1	0	14
20代	42	25	22	20	11	11	13	5	4	3	1	15
30代	52	21	15	10	10	9	6	5	5	1	1	14
40代	54	19	8	9	11	10	4	7	3	2	1	14
50代	55	22	9	6	14	10	2	6	7	1	1	10
60代	57	19	4	1	19	23	0	8	7	1	1	9

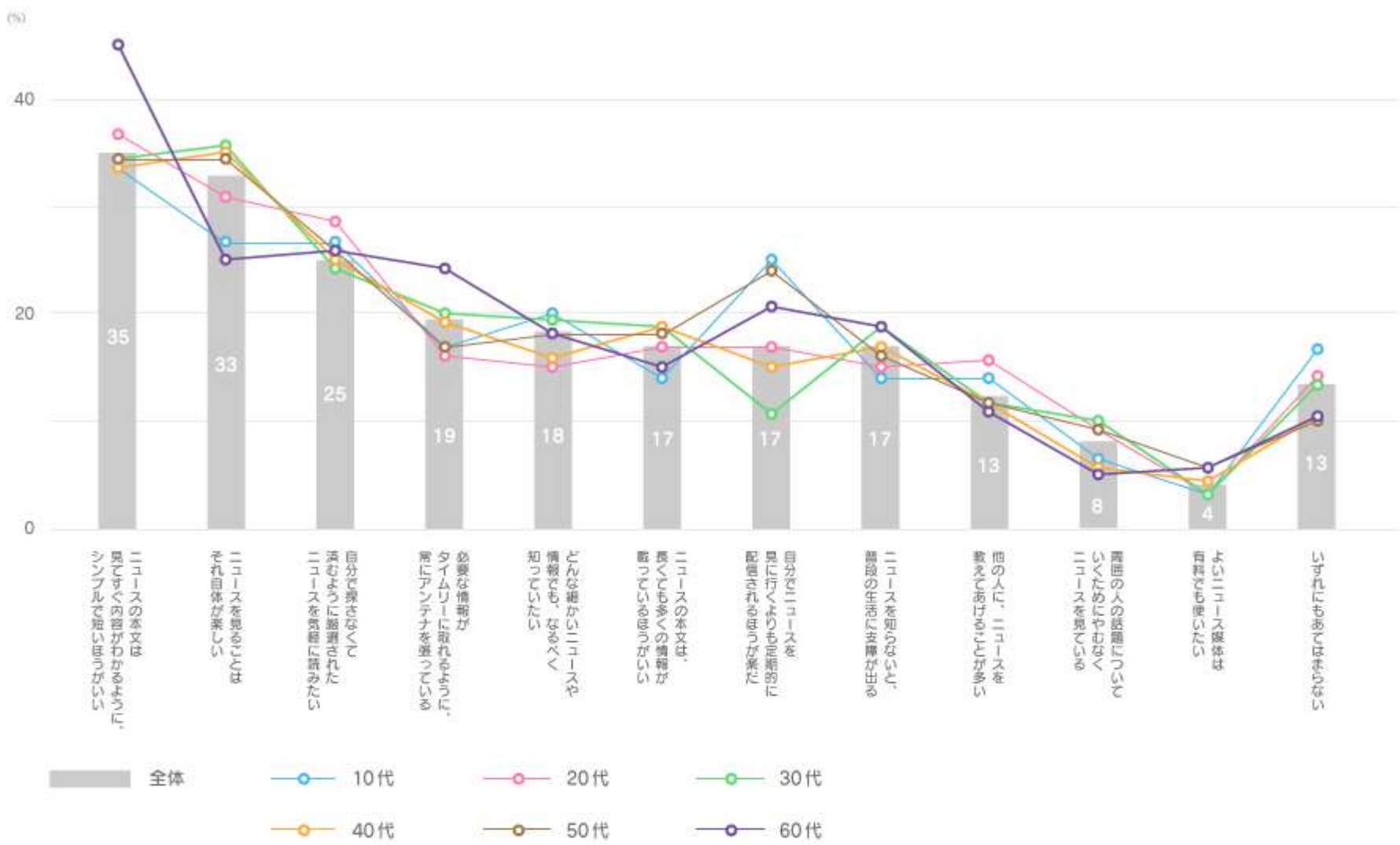
本調査では、スマートフォンで使用するニュースサービスとしてLINEが10代で1位、20～50代では2位となった。

	10代	20代	30代	40代	50代	60代
1位	LINE 33%	Yahoo! 42%	Yahoo! 52%	Yahoo! 64%	Yahoo! 55%	Yahoo! 57%
2位	Yahoo! 30%	LINE 25%	LINE 21%	LINE 19%	LINE 22%	Google News 23%
3位	SNS(除LINE) 27%	SNS(除LINE) 22%	SNS(除LINE) 15%	SmartNews 11%	SmartNews 14%	SmartNews 19%

▼ニュースに対する考え方

ニュースに対する考えを聞いたところ、全年代に共通する傾向として、ニュースを見ること自体を楽しんでいる（33%）、一方、シンプルで短いニュース本文が好まれ（35%）、厳選されたニュースを読みたい（25%）など、効率的にニュースを閲覧したいと考えられていることがわかった。

ニュースに対する考え



	ニュースの本文は、読んですぐ内容がわかるように、シンプルで短いほうがいい	ニュースを見ることはそれ自体が楽しい	自分で探さなくても、読むように厳選されたニュースを気軽に読みたい	必要な情報がタイムリーに取れるように、常にアンテナを置っている	どんな紙か、ニュースや情報もなるべく知っていたい	ニュースの本文は、長くても多くの情報が載っているほうがいい	自分でニュースを、見に行くよりも定期的に配信されるほうが楽だ	ニュースを知らない、周囲の生活は薄が出る	他の人に、ニュースを教えてあげることが多い	周囲の人の話題についていくために、やむなくニュースを見ている	よいニュース媒体は有料でも使いたい	いずれにもあてはまらない
全体	35	33	25	19	18	17	17	17	13	8	4	13
10代	33	27	27	17	20	14	25	14	14	7	3	17
20代	37	31	28	16	15	17	17	15	16	9	3	14
30代	34	36	24	20	19	18	11	18	12	10	3	13
40代	33	35	25	19	16	18	15	17	12	6	4	11
50代	34	34	26	17	18	18	24	16	12	8	6	10
60代	45	25	22	24	18	15	21	18	11	5	6	11

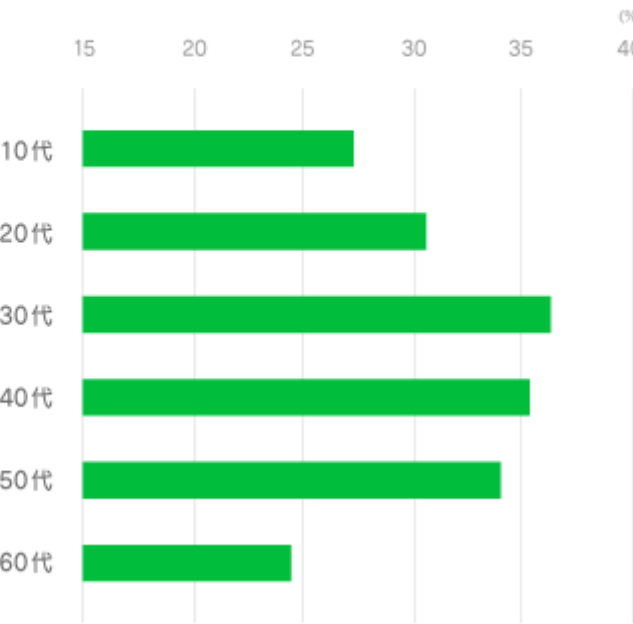
一方、ニュースに対する考えを年代ごとに比較すると、利用媒体／デバイス、利用サービスと同様、年代間に差が開く項目が見られた。特に差が大きいものは「ニュースを見ることと自体が楽しい」と「自分でニュースを見に行くより定期的に配信されるほうが楽だ」の2項目で、10代および60代と、30代を比較するといずれも10ポイント前後の開きが見られる。

30代、40代のミドル層は、自らに必要なニュースを積極的に探し、楽しみながら閲覧している一方、10代、60代は、それぞれ異なる手法を用いながらも興味のある分野に特化したニュースを効率よく閲覧していると推測される。

自分でニュースを見に行くよりも定期的に配信されるほうが楽だ



ニュースを見ることはそれ自体が楽しい



<世代ごとの傾向と今後の見解>

上記の調査結果から、ニュースに対して年代ごとに以下のような特徴があると考えられます。

- ・20代以下の若年層は、LINEを含むSNSやまとめ系サイトなどからニュースを取得している傾向が強く、インターネット上の多様な情報の中から、自身に関係性の高い情報・ニュースをコミュニケーションの一部として取得している
- ・30代、40代のミドル層は、仕事やプライベートで多忙な方が多く、スマートフォンやテレビ、パソコンなど多様なデバイスを使って必要なニュースを積極的に探し、取得する傾向が強い。
- ・50代以上の層は、新聞やテレビ、ポータル型ニュースサイトなど従来型のニュースサービスを数多く利用し、多様なニュースを閲覧している。

今後、スマートフォンに特化したサービスの広がりや、スマホネイティブ層が拡大していくにつれて、現在若年層で主流となっているコミュニケーション型のニュース取得スタイルが広がっていくものと推測されます。

LINEは、今後もスマートフォンに最適な情報・ニュースの提供方法を開発し、より便利で使いやすいサービスを提供することを目指してまいります。

