

緊急事態宣言期間中における「LINE」利用動向に関するレポートを発表

2020.06.29 ALL

コミュニケーションツールとしてだけでなく、生活を支えるインフラとしての価値を拡大
ユーザー利用では、グループ/ビデオコミュニケーションや情報収集としての利用が飛躍的に増加
さらに、企業とユーザーを直接つなぐ情報発信ツールとして、LINE公式アカウント新規開設数も増加

LINE株式会社（本社：東京都新宿区、代表取締役社長：出澤 剛）は、同社が運営するコミュニケーションアプリ「LINE」において、緊急事態宣言期間中における利用動向に関する最新のレポートを公開いたしましたので、お知らせいたします。

・LINEの利用動向レポート（前回調査：2020/4/7発表）：<https://linecorp.com/ja/pr/news/ja/2020/3174>

今回の利用動向レポートでは、緊急事態宣言期間中の「LINE」利用ユーザーのコミュニケーションにおける最新の利用動向の変化と、対面での対応が困難となった緊急事態宣言期間中における情報発信の手段として、企業や店舗、学校などの新規開設数が大きく増加した「LINE公式アカウント」や、デジタルチラシサービス「LINEチラシ」など、法人向けサービスにおける利用動向についても、新たに公開いたしました。

「LINE」が、コアバリューとしている友だちや家族などの親しい人とのコミュニケーションをより活性化するだけにとどまらず、情報収集や情報検索のツールとして活用され、さらに法人においても、企業・店舗等とユーザーが直接つながり、コミュニケーションできる手段として積極的に利用されたことがうかがえる結果となりました。

詳細は以下をご覧ください。

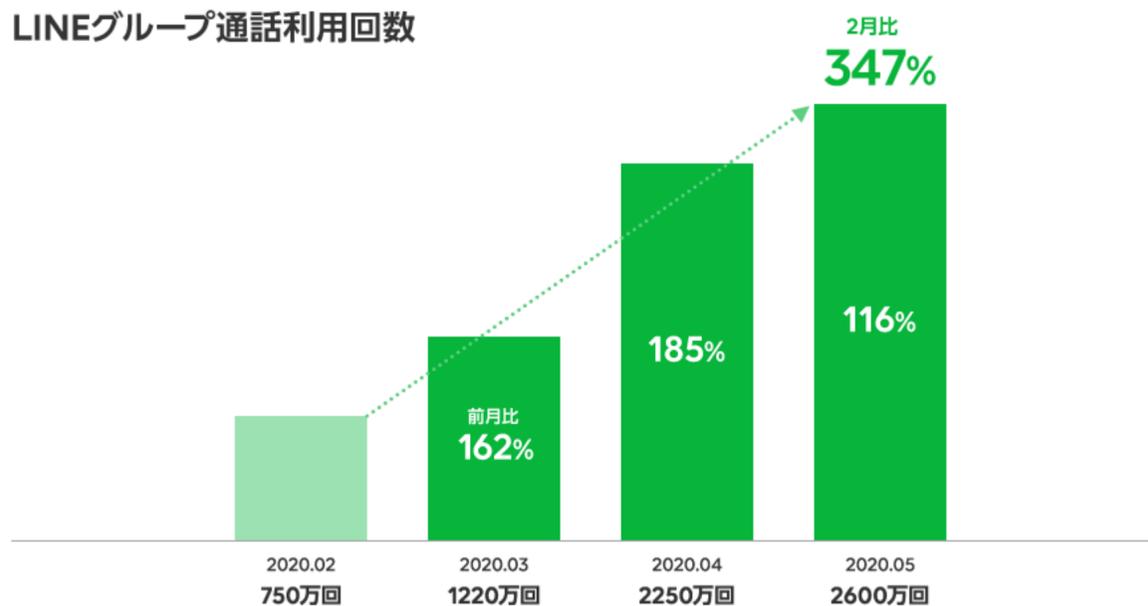
■全世代においてグループコミュニケーションとビデオコミュニケーションが浸透する時代へ

【グループ通話の利用は外出自粛前と以降で約350%増加】

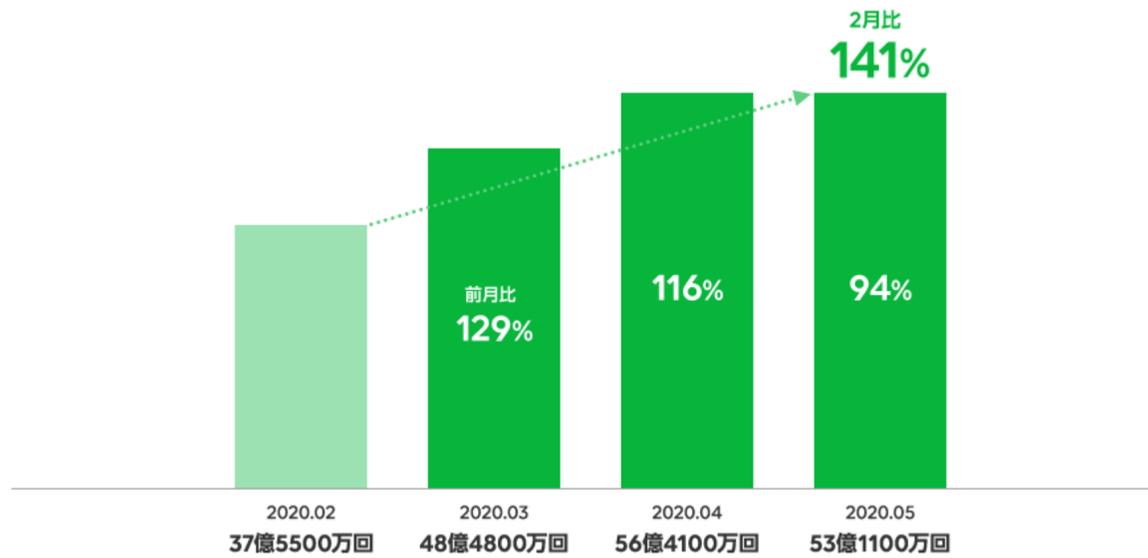
学校が臨時休校となり、外出自粛が求められた2020年3月以降は、「LINE」でのグループコミュニケーションが非常に活発になりました。3月以降、月を追うごとにグループ通話の利用回数は増加し、外出自粛が求められる前の2月と緊急事態宣言発令以降の5月の利用回数を比較すると全体で347%増加しました。特に、30代(2月：5月対比、418%増加)、20代(377%増加)、40代(361%増加)での利用が急増しました。

また、グループにおけるテキスト+スタンプ+画像の送信数も増加。緊急事態宣言が発令された4月は過去最大となる56億4100万回ものテキスト、スタンプ、画像がグループコミュニケーションで使用され、2月と5月対比では全体で141%増加し、中でも10代(2月：5月対比、187%増加)、50代以上(123%増加)、20代(122%増加)の利用が増えました。

LINEグループ通話利用回数



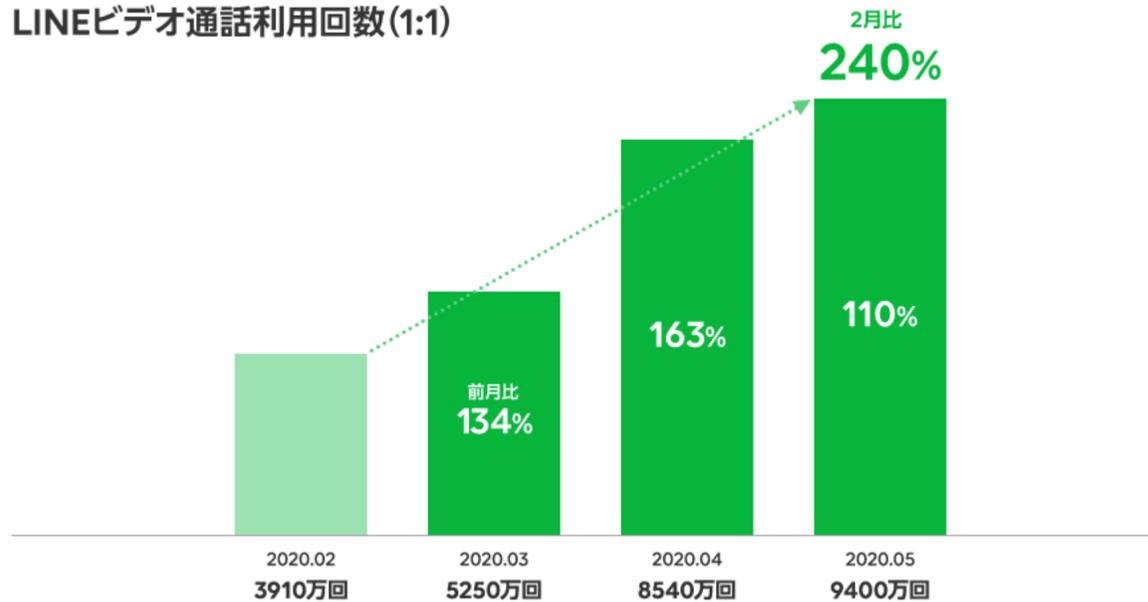
LINEグループトーク テキスト・スタンプ・画像総送信数



【ビデオ通話の利用は外出自粛前と以降で240%増加】

3月以降、ビデオ通話の利用回数は増加傾向にあり、2月と5月を比較すると、10代（282%増加）、40代（261%増加）、50代以上（247%増加）はじめ全世代で利用が拡大し、全体で240%も利用回数が増加しました。5月のビデオ通話の利用回数は1億回に迫る数字となっており、ビデオコミュニケーションの需要が非常に高い傾向にあります。

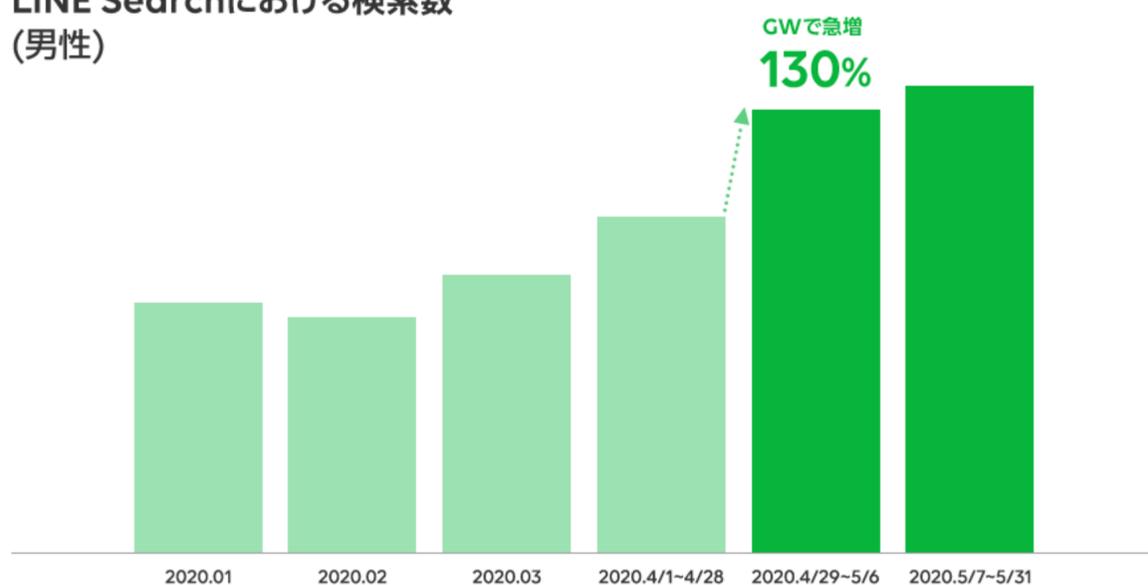
LINEビデオ通話利用回数(1:1)



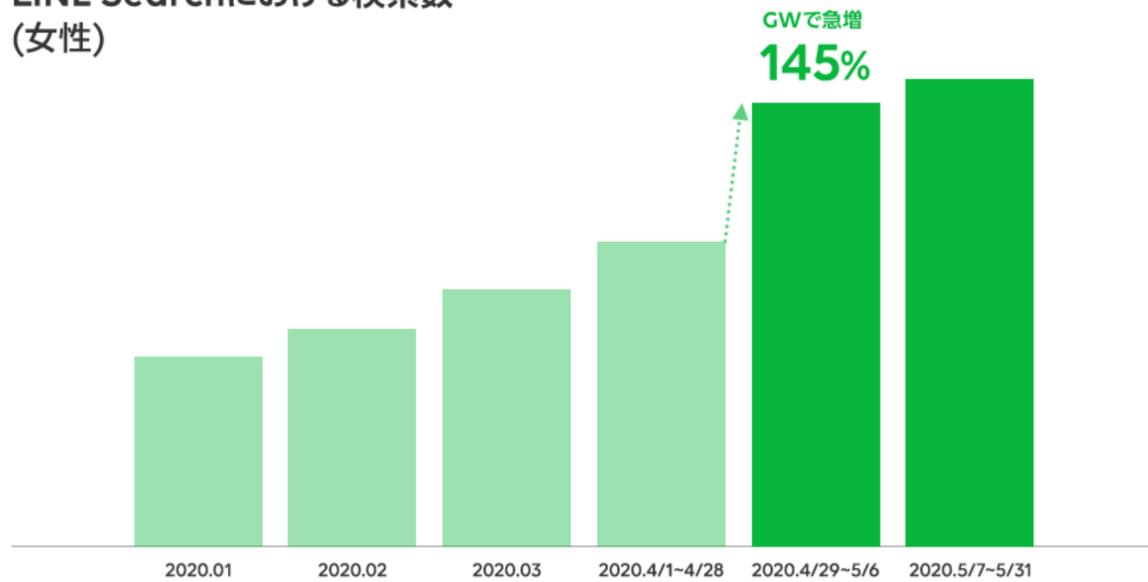
■ 「LINE NEWS」や「LINE Search」の利用が急増、「LINE」上での積極的な情報収集が盛んに

各地で外出自粛の措置がとられた3月末以降、すべての年代で「LINE NEWS」の利用が急増し、4月末時点での月間アクティブユーザー数は7,500万人、PV数は165億超と、共に過去最高の数値となり、5月以降も引き続き高い水準で利用されております。また、「LINE」上でニュースや関連アカウントなどの情報を検索できる「LINE Search」の利用も4月以降大幅に増加しており、特に女性においては、ゴールデンウィーク期間（4月29日～5月6日）における検索数が4月1日～28日の期間と比べ145%に、男性においても130%となりました。緊急事態宣言下において、「LINE」をコミュニケーションツールとしてだけでなく、情報収集を行うツールとしても積極的にご利用いただいたことがうかがえます。

LINE Searchにおける検索数 (男性)



LINE Searchにおける検索数 (女性)



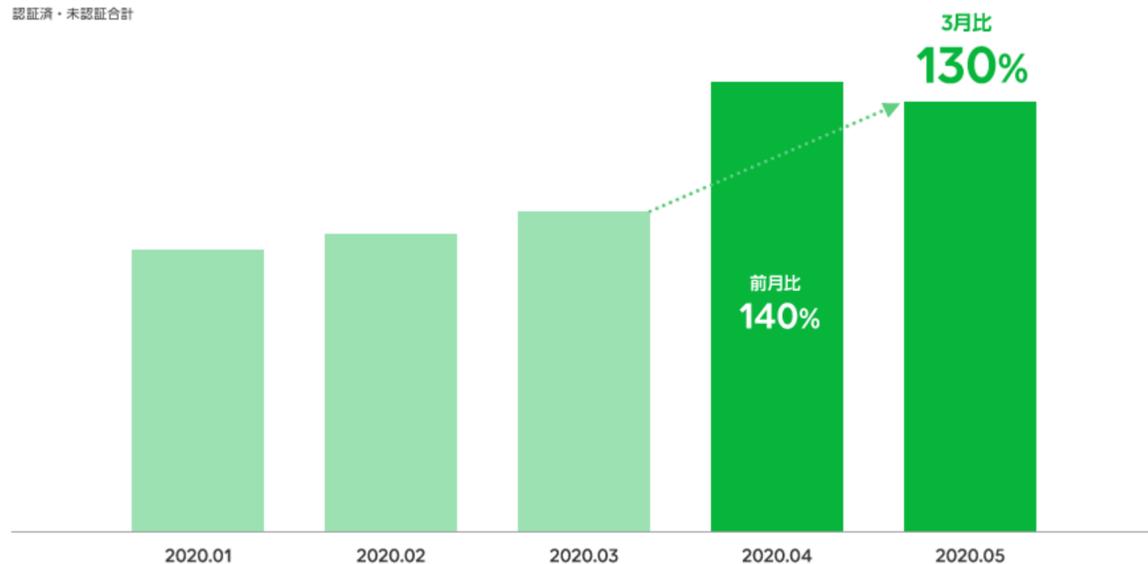
■ 「LINE」の法人向けサービスが、社会的な距離を保つことが求められる状況下で、企業・店舗とユーザーが直接つながることのできる手段として価値を発揮
【「LINE公式アカウント」の開設数が増加。特に教育、飲食、美容、学校、医療機関、スポーツ施設等で利用拡大】

緊急事態宣言が出された4月以降、「LINE公式アカウント」のオンラインでの新規開設数^{*}が大幅に増加しました。4月においては前月比で140%、5月においてはゴールデンウィークの祝日期間によって前月よりは減少したものの、3月比では130%増加しています。また、業種別のアカウント開設数では「教育・習い事」「飲食店・レストラン」「美容・サロン」「保育・学校」「医療機関・診療所」「スポーツ施設・教室」といった業種での増加率が特に大きく、4月においては前月比で130~240%、5月においても3月比で120~160%増加しました。これらの業種は、対面での接客や会話を伴うことから営業継続にあたって大きな影響を受けたと考えられ、顧客や生徒、患者とのコミュニケーション手段として「LINE公式アカウント」利用のニーズが高まったことがうかがえます。

* 弊社認定セールspartner経由で開設されたアカウントは含まれません

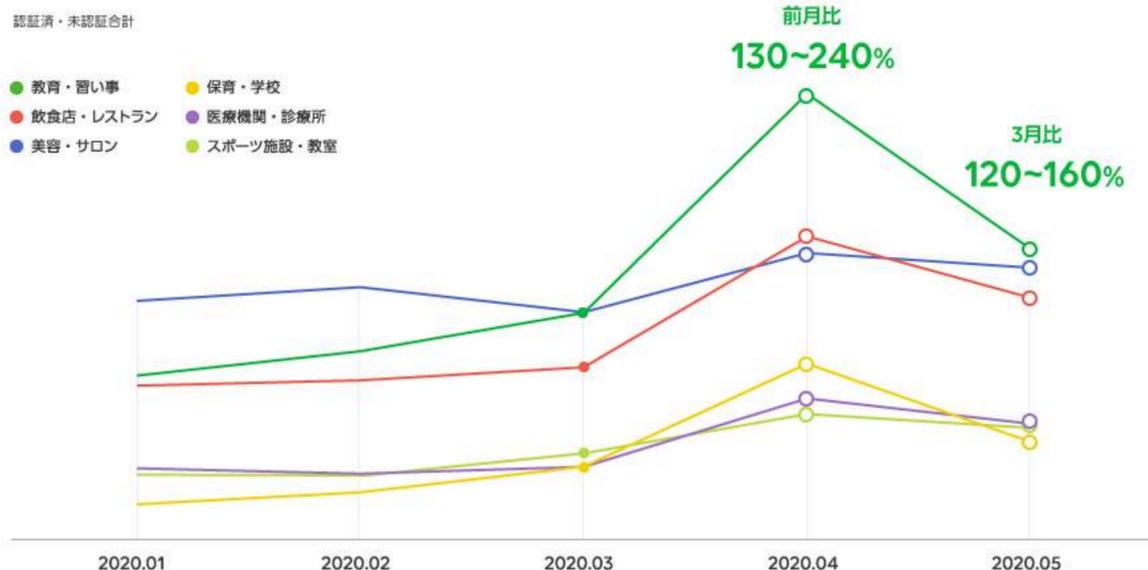
LINE公式アカウント新規開設数

認証済・未認証合計



LINE公式アカウント業種別新規開設数

認証済・未認証合計



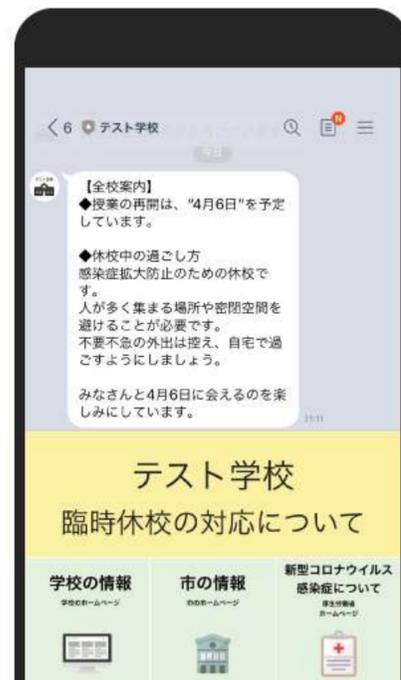
【休校中の学校でもコミュニケーション手段として「LINE公式アカウント」を活用】

3月には、新型コロナウイルスの感染拡大を受けて臨時休校となった学校でのコミュニケーション円滑化を支援するため、全国の小学校・中学校・高等学校・特別支援学校を対象に、LINE公式アカウントを無償で利用できる「学校プラン」を提供いたしました。本プランを利用することで、LINEを通じて学校から学生や保護者に対して必要な情報を一斉に

LINE公式アカウント「学校プラン」開設数

2020年3月～5月累計

250アカウント超



【「LINE」を通じた、お店からの情報発信・ユーザーの情報収集の動きが活発に】

4月には、緊急事態宣言を受けて営業時間の変更や休業等の対応を行う店舗、テイクアウトやデリバリーに対応する飲食店などが増加しました。またドラッグストアやスーパーなどにおいては、マスクや除菌・消毒関連用品、トイレトペーパーなどの慢性的な在庫の品薄により、来店客が店頭で求めている商品を購入できない状況が続きました。

そのような店舗、飲食店での対応を支援するため、店舗の「LINE公式アカウント」から1日2回まで無償でメッセージ配信が可能な「新型コロナ対応無料配信」機能を提供いたしました。その結果、機能提供開始から5月31日までの期間において、同機能を利用したアカウント数は累計で18,000アカウント超、配信されたメッセージは累計で2億5000万通超となりました。重要な情報を顧客に確実に届けたいというニーズの高まりと、その手段として多くのユーザーが日常的に利用する「LINE」を通じた情報発信が活発に行われたことがうかがえます。

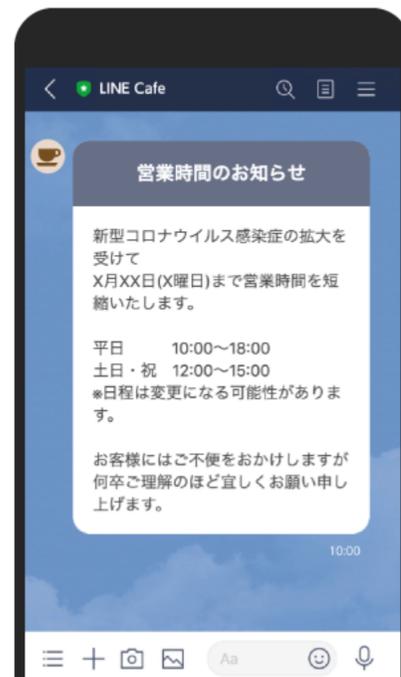
「新型コロナ対応無料配信」機能の利用実績

利用アカウント数累計

18,000超

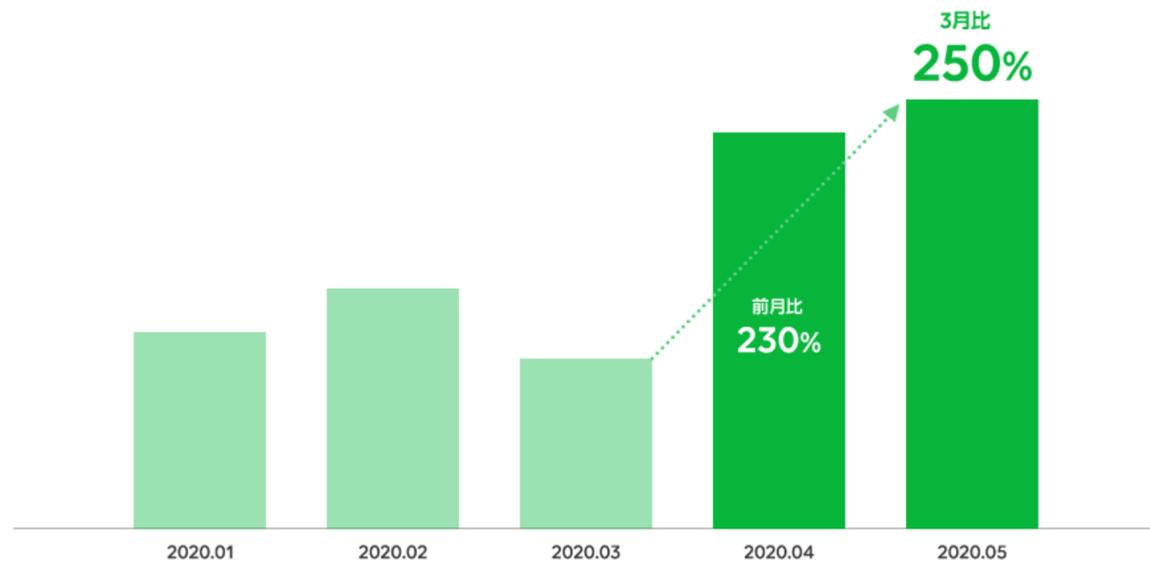
配信メッセージ通数累計

2億5000万超



さらに、「LINEチラシ」の店舗ページへのバナー掲載機能の無償提供も行いました。本機能を利用することで、LINEのウォレットタブからアクセスできる「チラシメディア」内の店舗ページへのバナー掲載が可能になり、需要の大きい商品の在庫・入荷状況や、店舗の営業時間変更などの情報発信に活用いただくことができるようになりました。「LINEチラシ」月間PV数は、4月において前月比で230%、5月においては3月比で250%に増加しました。外出を控えることが求められる状況の中で、自宅にいながら使い慣れた「LINE」を通じて普段利用しているお店の情報を収集することができるサービスとして、多くのユーザーにご利用いただいたと推測することができます。

LINEチラシ 月間PV数



今後も「LINE」は友だちや家族などの親しい人とのコミュニケーションをコアバリューとしながらも、個々に最適化されたコミュニケーションと情報の出会いを提供し、皆様の生活により密接な存在となることを目指します。

【ご参考】

新型コロナウイルス感染症に対する LINE Fukuokaと福岡市・福岡地所グループ・西日本鉄道・福岡銀行による共創の取り組み、利用状況のご報告

<https://linefukuoka.co.jp/ja/pr/news/2020/061611>