

報道関係者各位

2014年4月10日

株式会社リビジェン

## 読者にとっての記事と広告の境目とは？ 記事広告についての意識・実態調査

ニュースアプリの認知度・利用率は「LINE NEWS」がともに首位

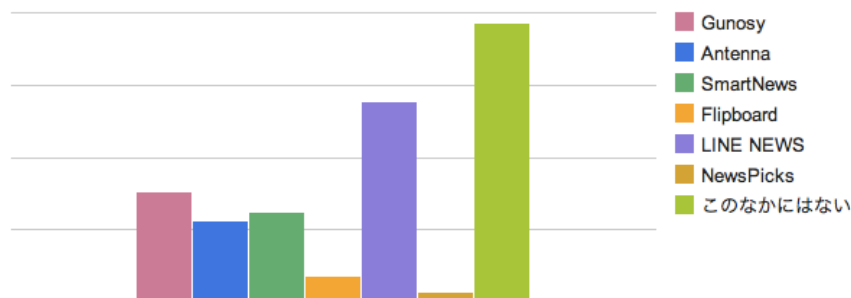
記事広告からの商品購入経験率 約6%

スマートフォンを活用したマーケティングリサーチ事業を展開する株式会社リビジェン（URL：<http://www.livigen.co.jp>、本社：東京都港区、代表取締役：孫 尚均）は、アンケートアプリ「スマモニ」を利用している全国の10代～30代の一般男女500人を対象に、「記事広告」についての調査を実施しました。

### 【調査結果】

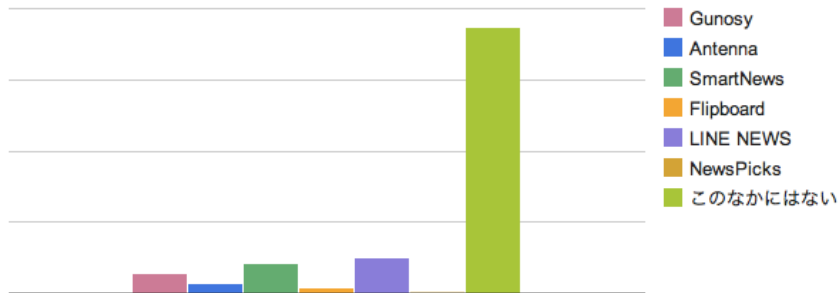
- ◆ 知っているニュースアプリについて質問したところ、「Gunosy」は18.4%、「Antenna」は13.6%、「SmartNews」は15%、「Flipboard」は4.4%、「LINE NEWS」は33.4%、「NewsPicks」は1.8%、「このなかにはない」は46.2%となりました。

以下のうち、あなたが知っているアプリを全て選んでください。



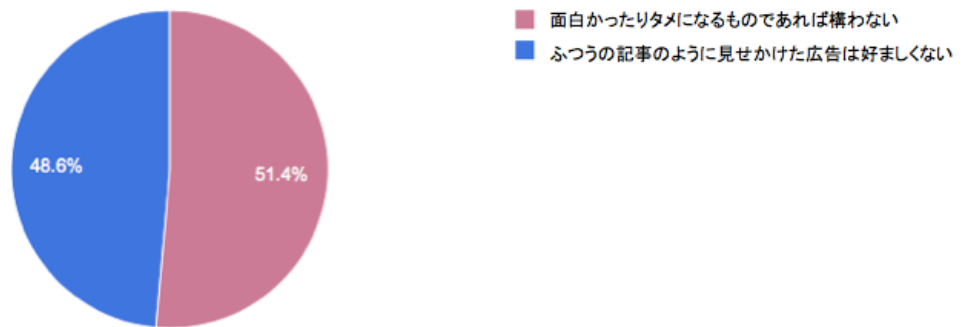
- ◆ 利用しているニュースアプリについて質問したところ、「Gunosy」は5.8%、「Antenna」は3%、「SmartNews」は8.4%、「Flipboard」は1.6%、「LINE NEWS」は10%、「NewsPicks」は0.4%、「このなかにはない」は74.8%となりました。

以下のうち、あなたが利用しているアプリを全て選んでください。



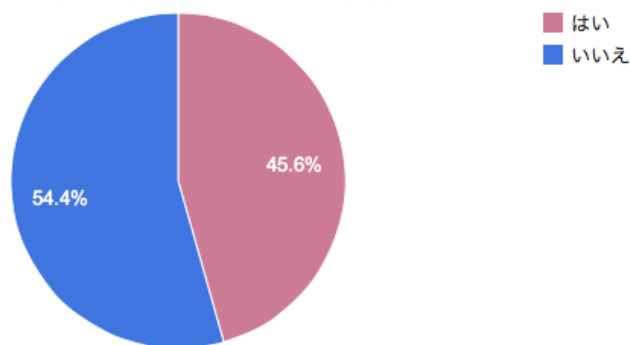
- ◆ 記事風の広告（編集記事ではない記事広告・PR記事）について、自身の考えに近いものを選んでくださいと質問したところ、「面白かったりタメになるものであれば構わない」は51.4%、「ふつうの記事のように見せかけた広告は好ましくない」は48.6%となりました。

記事風の広告（編集記事ではない記事広告・PR記事）について、あなたの考えに近いものを選んでください。



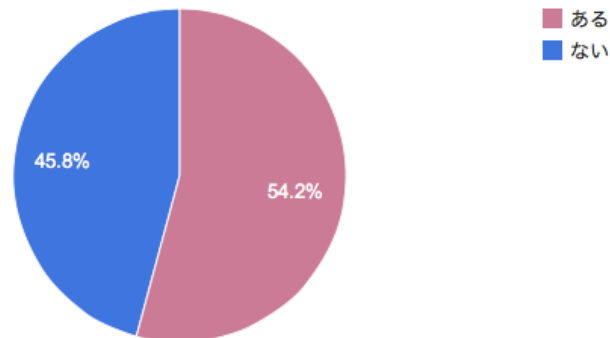
- ◆ 記事風の広告かどうかの判別をしながら記事を読んでいるかどうか質問したところ、「判別しながら読んでいる」は45.6%、「判別しながら読んでいない」は54.4%となりました。

あなたは記事風の広告（編集記事ではない記事広告・PR記事）かどうかの判別をしながら読んでいますか？



- ◆ ニュースや記事を読んでいくなかで、それが広告だと気づいたときに不快に思ったことがあるか質問したところ、「ある」は54.2%、「ない」は45.8%となりました。

ニュースや記事を読んでいくなかで、それが広告だと気づいたときに不快に思ったことはありますか？

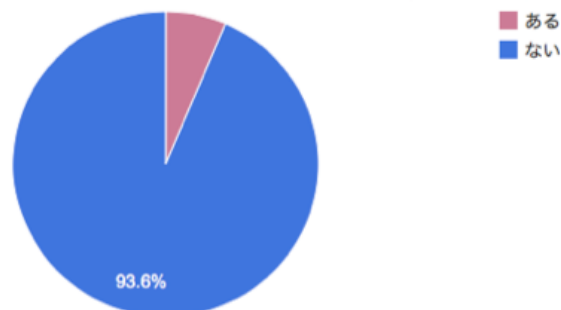


- ◆ 前述の質問で「ある」と答えた方へ、なぜそのように思われたか質問したところ、以下の回答が挙げられました。（一部紹介）

- ・「騙された気分になるから（21歳・女性・大学生）」
- ・「広告目的の記事であれば、内容にあまり信憑性が持てず、読んだ時間が無駄になったと感じるから（39歳・女性・会社員）」
- ・「広告なら騙そうとせずに普通に広告をすればいいと思うから（18歳・男性・高校生）」
- ・「せっかく興味をもったのに裏切られた気持ちになるから（24歳・女性・会社員）」
- ・「アフィリエイト収入目的でアクセス数を稼ごうとしているのが見え見えだから（34歳・男性・会社員）」

- ◆ 記事風の広告を読んで、紹介されていた広告商品を購入したことがあるか質問したところ、「購入したことがある」は6.4%、「購入したことはない」は93.6%となりました。

記事風の広告（メディアによる編集記事ではない記事広告・PR記事）を読んで、紹介されていた広告商品を購入したことはありますか？



- ◆ 「購入したことがある」と回答した方へ、どのような商品を購入したことがあるか質問したところ、以下の回答が挙げられました。（一部紹介）

- ・「ダイエット食品など（17歳・女性・高校生）」
- ・「ダイエットサプリ（27歳・女性・会社員）」
- ・「スキンケアのお試しセット（33歳・女性・会社員）」
- ・「当時流行っていた商品（34歳・男性・会社員）」
- ・「家電（28歳・男性・会社員）」

#### 【調査概要】

調査手法：スマホリサーチ（スマートフォンを使用したインターネット調査）

調査対象：全国の10代～30代の一般男女（アンケートアプリ「スマモニ」会員）

有効回答数：500サンプル

調査期間：2014年4月9日

調査地域：全国

実施期間：株式会社リビジェン

#### 【アンケートアプリ「スマモニ」について】

アンケートに答えてポイントを貯めて、Amazonギフト券やiTunesカード、Pexなどのポイントと交換できるアプリです。

対応OS：Android、iOS

Android：<https://play.google.com/store/apps/details?id=goldrgom.smartsurvey>

iOS：<https://itunes.apple.com/jp/app/sumamoni-o-xiao-qiani-jiagianketo/id639589803?mt=8>

※文中に記載されている会社名、商品名は各社の商標、または、登録商標です。

#### 【株式会社リビジェンについて】

株式会社リビジェン（URL：<http://www.livigen.co.jp>、本社：東京都港区、代表取締役：孫 尚均）

は、スマートフォンを活用したマーケティングリサーチ事業を展開しています。セルフ型アンケートサ

ービス「スマートサーベイ」や、動画挿入やランディングページへの誘導が可能なスマートフォン広告「プロモーションアンケート」を提供しています。

**【本件に関するお問い合わせ先】**

本リリースに関するお問い合わせや取材、資料提供をご希望の方は下記までご連絡ください。

担当：株式会社リビジェン 広報担当 室谷（むろや）

Email：[info@livigen.co.jp](mailto:info@livigen.co.jp) TEL：03-6804-5190