

【スマートフォンでのニュース閲覧に関する意識実態調査：10~50代男女520名アンケート】

**スマートフォン利用行動 1位は「ニュースを見る」こと**  
**ニュースジャンル 1位「芸能・エンタメ」、見る時間 1位「昼休み」**  
**スマホで見るニュースの信ぴょう性は「テレビ・新聞・雑誌と同じ」とユーザの半数が回答**

**まとめ系ニュースサイトがスマートフォンで利用するニュースサイトの上位入り**

1位「Yahoo!ニュース」、2位「Google ニュース」、  
3位「2ちゃんねるまとめニュース」、4位「NAVER まとめ」

**約4人に1人はスマホで見るニュースで紹介された商品の購入経験あり**

PR事業を手がける株式会社ベクトル(所在地:東京都港区 代表取締役社長:西江肇司、東証マザーズ上場:証券コード6058)の子会社である株式会社PR TIMES(代表取締役:山口拓己)は、利用拡大が進むスマートフォンの利用実態を把握することを目的に、10~50代男女520名のスマートフォンユーザに対してインターネット調査を実施しました。

今回の調査では、スマートフォンユーザの利用意識実態として、①スマートフォンの利用行動、②スマートフォンでニュース検索・閲覧するタイミングやニュースジャンル、③スマートフォンで閲覧するニュースに対する意識(ニュースを閲覧するメディアによる意識の違いなど)について確認しました。さらに、スマートフォンを通じての商品購入経験などについても調査いたしました。

### 【調査結果トピックス】

- ① **スマートフォンユーザのスマホ利用行動、1位は「ニュース検索・閲覧」(73.0%)**
  - 2位「行き先・店舗検索」(54.2%)、3位「ゲーム」(51.5%)、4位「SNS」(44.6%)
- ② **検索・閲覧するニュースジャンル 1位「芸能・エンタメ」(71.3%)、見る時間 1位「昼休み」(56.5%)**
  - 検索・閲覧するニュースジャンル 2位は「社会」(70.8%)、3位「政治」(66.1%)
  - 検索・閲覧時間 2位は「帰宅後にくつろいでいる時」(52.6%)、3位「朝の通勤・通学時間」(50.8%)
- ③ **まとめ系ニュースサイトが利用しているニュースサイト/アプリケーションにおいて上位入り**  
**1位「Yahoo!ニュース」(83.2%)、2位「Google ニュース」(31.1%)、3位「2ちゃんねるまとめニュース」(17.1%)、4位「NAVER まとめ」(12.1%)**
  - ニュース閲覧をする方法は、「Push通知」ではなく、「自分でブラウザやアプリを開く」(95.3%)がもっとも多い
- ④ **5割強のスマートフォンユーザはスマホで閲覧するニュースの信ぴょう性は「テレビ・新聞・雑誌と同じ」と回答**
- ⑤ **スマートフォンユーザの約4人に1人は閲覧したニュースで紹介された商品の購入経験あり**
  - 約半数は企業サイトや公式SNSで実施しているキャンペーンに応募経験あり

#### 【スマートフォン利用実態調査】

調査対象:10~50代男女520名(各年代性別52名ずつ)

※対象者は「スマートフォンをプライベートで使用している人」に限定

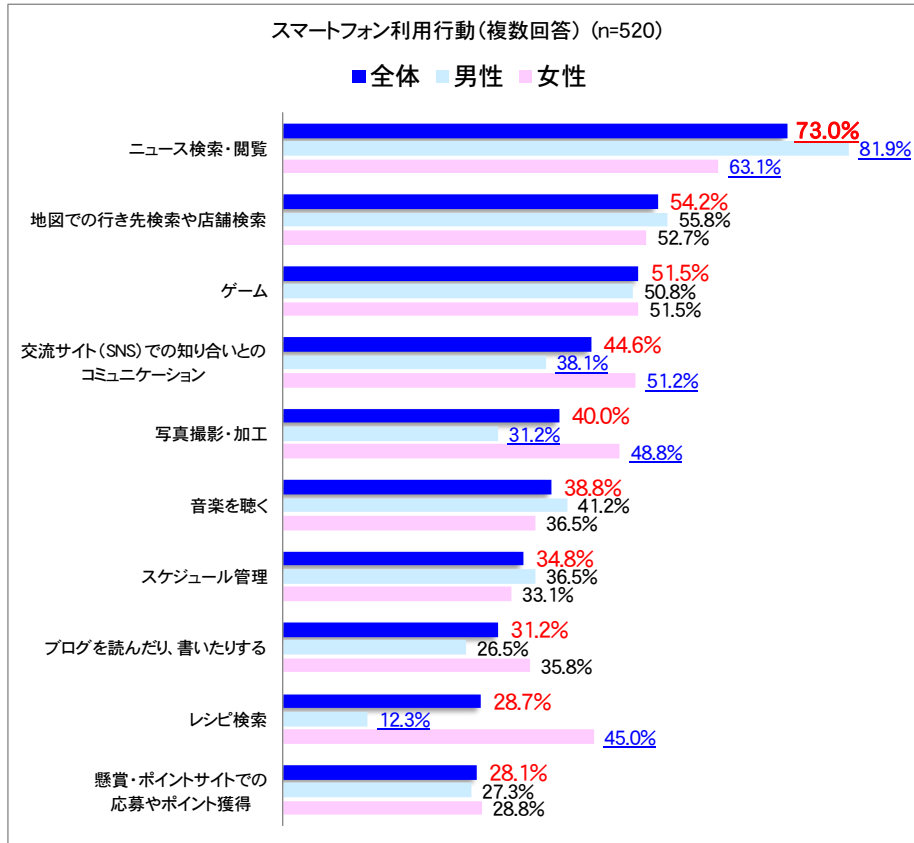
実施期間:2013年3月25日~26日

実施方法:インターネットを利用したアンケート調査

① スマートフォンユーザのスマホ利用行動、1位は「ニュース検索・閲覧」(73.0%)

スマートフォンユーザのスマートフォン利用行動を聞いたところ、1位「ニュース検索・閲覧」(73.0%)、2位「行き先・店舗検索」(54.2%)、3位「ゲーム」(51.5%)であることが分かりました。

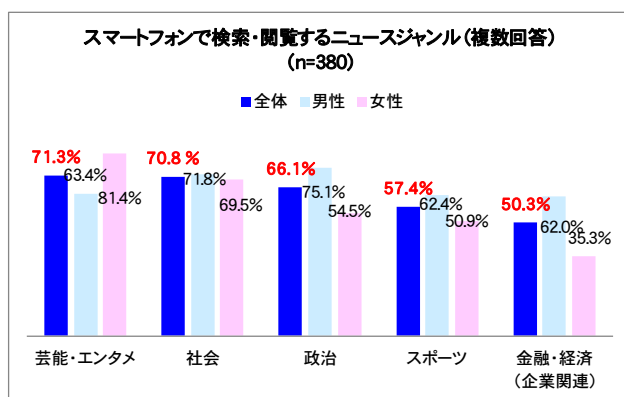
また、男女別でスマートフォン利用行動について見てみると、1位の「ニュース検索・閲覧」においては、男性が18ポイント高い結果となりますが、4位「SNSでのコミュニケーション」、5位「写真撮影・加工」、9位「レシピ検索」においては、女性の方がそれぞれ13ポイント、17ポイント、32ポイント高い結果となり、性別によるスマートフォン利用行動の違いがあることがわかりました。



② 検索・閲覧するニュースジャンル 1位「芸能・エンタメ」(71.3%)、見る時間 1位「昼休み」(56.5%)

スマートフォンで「ニュース検索・閲覧」をしていると回答した380名に対して、検索・閲覧するニュースジャンルを複数回答で聞いたところ、1位「芸能・エンタメ」(71.3%)、2位「社会」(70.8%)、3位「政治」(66.1%)という結果となりました。

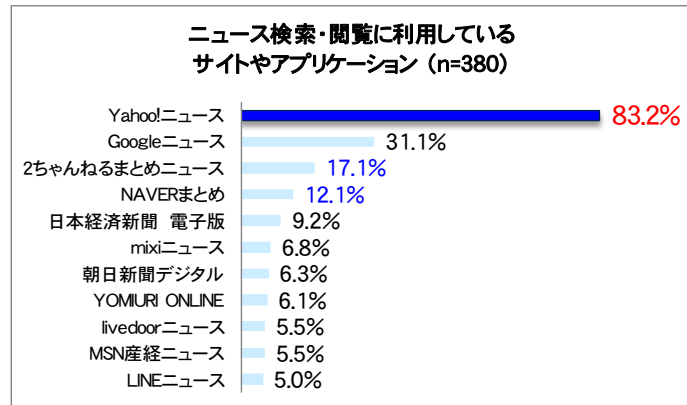
なお、検索・閲覧するニュースジャンルを性別で比べると、「芸能・エンタメ」は女性の方が18ポイント高く、「政治」と「金融・経済(企業関連)」は、男性の方がそれぞれ20ポイント、26ポイント高い結果となり、性別により興味・関心のあるニュースジャンルに違いがあることがわかりました。



また、ニュースを検索・閲覧する時間としては、1位「昼休み」(56.5%)、2位「帰宅後のくつろぎ時間」(52.6%)、3位「朝の通勤・通学の電車やバスの中」(50.8%)という結果となりました。なお、同じ移動中にはありますが、「帰宅時の電車やバスの中」でニュースを見ると回答したのは、36.5%にとどまり、朝の通勤・通学時にニュース検索・閲覧をし、情報収集する傾向が高いことがわかりました。

③ **まとめ系ニュースサイトが利用しているニュースサイト／アプリケーションにおいて上位入り**  
 1位「Yahoo!ニュース」(83.2%)、2位「Google ニュース」(31.1%)、  
 3位「2ちゃんねるまとめニュース」(17.1%)、4位「NAVER まとめ」(12.1%)

ニュース検索・閲覧をしていると回答した 380 名に、利用するニュースサイト／アプリケーションを複数回答で聞いたところ、1 位は「Yahoo!ニュース」(83.2%)、次いで、「Google ニュース」(31.1%)、3 位「2ちゃんねるまとめニュース」(17.1%)、4 位「NAVER まとめ」(12.1%)となり、まとめ系ニュースサイトが上位に入りました。



なお、ニュースを見る方法(きっかけ)は、「自分でブラウザやアプリケーションを開く」が 95.3%と最も多く、次いで、2 位「Twitter や Facebook など友人などが紹介しているニュースを見る」が 24.5%となっています。

また、「新着ニュース」が届くと通知されるように「プッシュ通知」をしている人は、17.9%となりました。

● **10～20 代はソーシャル系ニュースサイトを好み、50 代は新聞系ニュースサイトの利用が高い傾向**

「Yahoo!ニュース」が広く利用されている結果となりましたが、年代性別で見ると、「Yahoo!ニュース」以外にも、好まれて利用されているサイトやアプリケーションがあることがわかります。

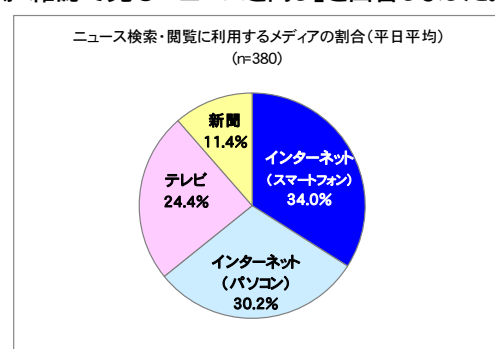
「NAVERまとめ」は、10代女性においては34.6%が利用していると回答(全体では12.1%)、全体と比較すると、22.5ポイントも高い結果となりました。また、「2ちゃんねるまとめニュース」は、20代男性においては33.3%が利用(全体では17.1%)、全体と比較すると、16.2ポイント高い結果となりました。さらに、「mixiニュース」は、20代女性においては22.2%が利用していると回答(全体では6.8%)。全体と比較した場合、15.4ポイント高い結果となりました。

なお、「日本経済新聞 電子版」は、50代男性において25.6%が利用していると回答(全体では9.2%)。全体と比べると、16.4ポイント高い結果となっています。

④ **5 割はスマートフォンで見るニュースの信ぴょう性は「テレビ・新聞・雑誌と同じ」と回答**

スマートフォンで「ニュースを検索・閲覧する」と回答した 380 名に、スマートフォンで見るニュースの信頼性に関して聞いたところ、半数以上の51.6%が「テレビ・新聞・雑誌で見るニュースと同じ」と回答しました。

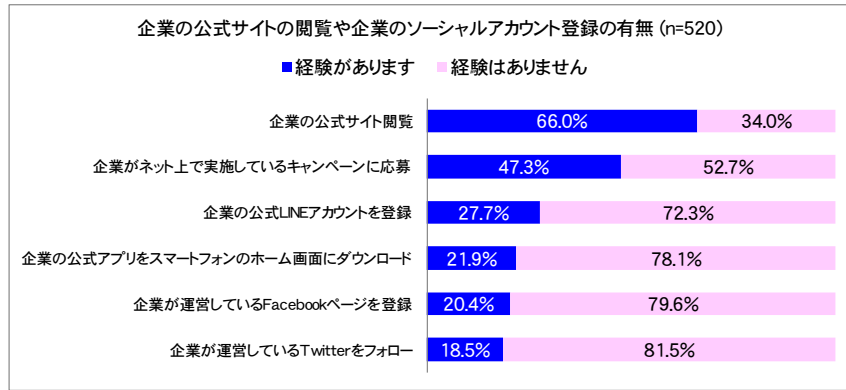
さらに、ニュースの検索・閲覧に利用するメディア(平日平均)について確認したところ、1 位「スマートフォン」(40.0%)、2 位「パソコン」(30.2%)、3 位「テレビ」(24.4%)となり、スマートフォンユーザにおいて、ニュースをインターネット経由(スマートフォン+パソコン)で見る割合は、7 割を超えていることがわかりました。



⑤ **スマートフォンユーザの約 4 人に 1 人は閲覧したニュースで紹介された商品の購入経験あり**

ニュースで紹介された商品やサービスの購入経験を聞いたところ、スマートフォンで「ニュースを検索・閲覧する」と回答した人の約 4 人に 1 人(22.6%)は購入した経験があると回答しました。

また、スマートフォンユーザーが、企業が運営するサイトの閲覧やFacebookなどのソーシャルメディア上の企業の公式アカウント登録などを通じた「企業との『つながり』」やキャンペーンへの参加経験など、企業との関わり方を確認したところ、企業の公式サイトを閲覧した事が



ある人は 66.0%、企業がインターネット上で実施したキャンペーンへ応募したことがある人は 47.3%、企業の公式 LINE アカウント登録は 27.7%いることがわかりました。

###

#### 【会社概要】

##### ■株式会社 PR TIMES 概要

会社名： 株式会社 PR TIMES  
設立： 2005 年 12 月

代表取締役： 山口 拓己

事業内容： ・プレスリリース配信サービス「PR TIMES」(<http://prtimes.jp/>)の運営  
・ブログマーケティングサービス「ブログタイムズ」(<http://blogtimes.jp/>)の運営  
・WEB クリップサービス(<http://webclipping.jp/>)の提供  
・モバイルメディア特化型 PR サービス「モバイル PR」の提供  
・Web 上でニュースを生み出す Web PR の企画・実行  
・ブログパーツ紹介サイト「ブログパーツドレッサー」(<http://www.blog-dresser.com/>)の運営  
・プレスリリース講座(<http://prtimes.jp/pressrelease/>)の運営  
・ポイントサイト「タメク」(<http://tametoku.com/>)の運営

URL：<http://prtimes.co.jp/>

##### ■株式会社ベクトル

商号： 株式会社ベクトル  
所在地： 東京都港区赤坂 4-15-1 赤坂ガーデンシティ 18F  
設立： 1993 年 3 月 30 日

代表取締役： 西江 肇司

資本金： 5 億 880 万円(2013 年 2 月末現在)

事業内容： マーケティング分野における戦略的 PR、ロコミに関するコミュニケーションマーケティング事業、映像制作業務・その他これらに付加する一切の事業

URL：<http://www.vectorinc.co.jp/>

本リリースをお送りさせて頂いている皆様の個人情報は、株式会社ベクトルの個人情報保護方針に基づいて、厳重に管理させて頂いております。今後、弊社からのニュースリリースの配信を希望されない方は、恐れ入りますが [privacy@vectorinc.co.jp](mailto:privacy@vectorinc.co.jp) までご連絡をお願い致します。