

報道関係者各位

2025年4月30日
スマートニュース株式会社

有料メディアの厳選記事が読めるサブスクリプションサービス「SmartNews+」 いよいよWebブラウザ版の提供を開始！

「有料ニュース購読の意識調査」では、若年層が牽引するニュースサブスク需要が明らかに

SmartNews+ Webブラウザ版
URL: <https://plus.smartnews.com/>

世界中の良質な情報を必要な人に送り届けることをミッションとするスマートニュース株式会社(所在地:東京都渋谷区、代表取締役社長 CEO: 浜本階生)は4月30日、2023年12月のサービス開始以来、大変ご好評をいただいている「SmartNews+」のWebブラウザ版の提供を開始しました。さらに、ビジネス・時事や趣味・生活の分野で新たに7つの提携メディアを追加し、有料メディアから厳選した記事を提供するサブスクリプションサービス「SmartNews+」の利便性を、さらに高めてまいります。



SmartNews+ Webブラウザ版 提供開始！

新規メディアも続々追加！

SmartNews+ Webブラウザ版提供開始、職場や自宅のPCでも快適なニュース購読体験を実現
「SmartNews+」は、ニュースアプリ「SmartNews」内で提供しているサブスクリプションサービスで、経済・ビジネスカテゴリを中心に、50以上の有料メディアから厳選した記事を配信しています。2023年12月のサービス開始以来、提携メディアの拡充やプロダクトの改善を重ね、購読者数は順調に増加しています。

このたび「SmartNews+」はWebブラウザ版の提供を開始し、スマートフォンに加えてPCからも質の高い記事を閲覧できる環境を整えました。アプリ版と同様に、50以上の有料メディアから厳選された

記事を購読できるようになり、ユーザーは仕事や趣味に関する良質な有料記事を職場や自宅のPCでも快適に読むことができます。これにより、サービスの利便性がさらに向上します。

また、サービス開始以来高まり続ける「SmartNews+」へのニーズに応えるため、新たに7つの提携メディアを追加。合計で58のメディアから厳選された記事が購読可能となり、より多様な関心やライフスタイルに対応したラインアップへと進化します。

新規提携メディア(合計7メディア)

- ビジネス・時事(2メディア)
 - 東洋経済オンライン
 - 集英社オンライン
- テクノロジー(1メディア)
 - MIT Technology Review
- 趣味・生活(4メディア)
 - Myゴルフダイジェスト
 - ALBA Net(ゴルフ総合サイト)
 - WEB歴史街道
 - nobico(のびこ・子育て情報メディア)

Webブラウザ版開始を記念し、期間限定で購読料割引の申し込みキャンペーンを実施

また、「SmartNews+」のWebブラウザ版のリリースを記念し、期間限定で購読料割引キャンペーンを実施します。2025年5月9日12:00(正午)までにお申し込みいただいた方へ、月額購読料を通常の1,480円から980円に割引します。なお初めて購読される方は初月無料となります。

「SmartNews+」では、経済・ビジネス系メディアに加えて、趣味や生活など幅広いカテゴリの充実を図ることで、今後も閲読体験の向上とコンテンツのさらなる拡充に取り組めます。

* * *

スマートニュース、「有料ニュース購読に関する意識調査」を実施

このたびの「SmartNews+」のWebブラウザ版の提供開始に伴い、スマートニュースでは、オンラインでニュースを閲覧している一般のユーザー1,000名(有料ニュース購読者500名/非購読者500名)を対象に、「有料ニュース購読に関する意識調査」を実施し、そのデータを発表しました。

「有料ニュース購読に関する意識調査」結果の主なポイント

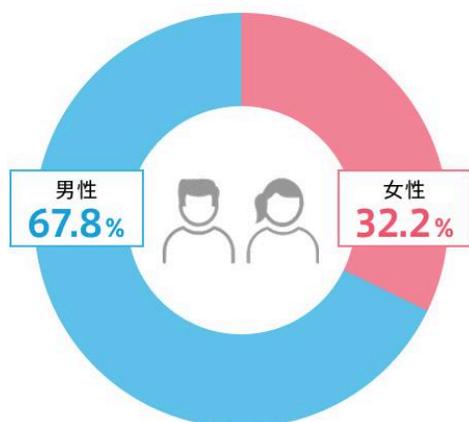
- 有料購読者の半数以上を、20代・30代が占めており、若年層ほど有料購読に積極的

- 有料購読で重視する点は、「質の高い記事が読める」(45.0%)がトップ、「どのデバイスでも最適な表示で読める」(38.6%)が次点で、質の高いコンテンツと共に快適な読読体験を重視
- 有料購読後の変化は、「趣味や学びへの関心が強まった」(34.0%)が最多で、次いで「記事や本を読む量が増えた」(33.8%)と、学びと情報摂取への意欲が高まっている

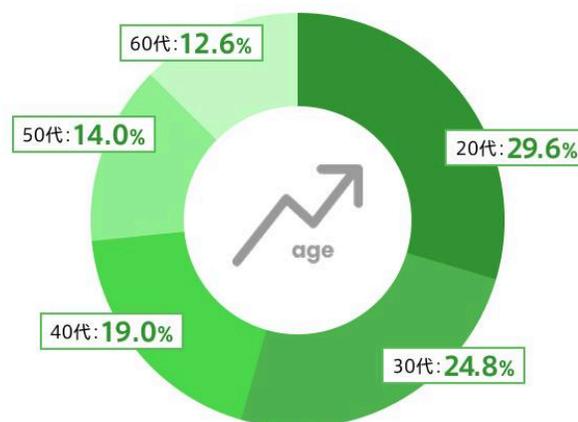
このほかにも、有料購読者が求める情報や、有料ニュースの非購読者が有料購読を検討する際に重視するポイントなど、有料購読者・非購読者それぞれの意識や価値観については、以下をご覧ください。

- 有料購読者の男女比は、男性が67.8%であることに対して、女性が32.2%。年代別では、20代(29.6%)と30代(24.8%)で全体の半数以上を占めており、若年層ほど有料ニュースの購読に積極的であることがわかりました。

有料購読者 (N=500):男女構成



有料購読者 (N=500):年代構成



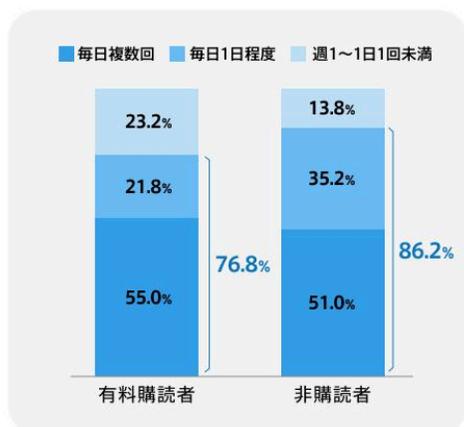
「有料ニュース購読に関する意識調査」(2025年3月、スマートニュース)

SmartNews+

- 記事の読読頻度について、「毎日1回以上」の割合は、有料購読者で76.8%、非購読者で86.2%となっています。有料購読者は、1回の読読における充実度を重視し、効率的に情報収集していると考えられます。読読チャンネルでは、ニュースアプリ(73.6%)に加え、ニュースサイト(58.8%)やポータルサイト(51.0%)を半数以上が利用しており、複数のチャンネルを組み合わせて、状況に応じてスマートに使い分けている様子が見えます。

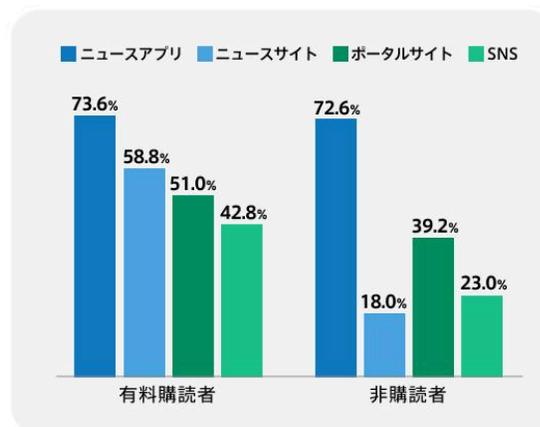
オンラインニュースの閲読頻度(SA)

有料購読者 (N=500) / 非購読者 (N=500)



オンラインニュースの閲読チャンネル(MA)

有料購読者 (N=500) / 非購読者 (N=500)



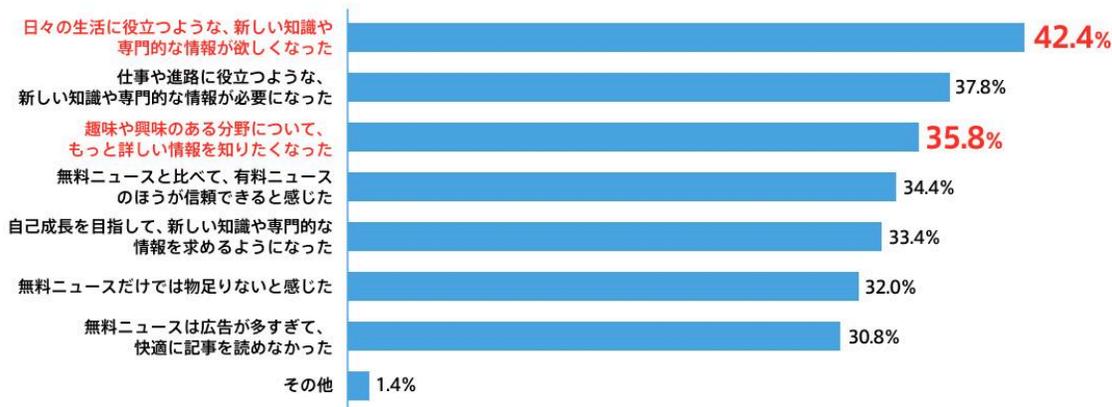
「有料ニュース購読に関する意識調査」(2025年3月、スマートニュース)

SmartNews+

- 有料購読者が有料ニュースを購読しようと思った理由として、最も多かったのは「日々の生活に役立つ情報が欲しい」で42.4%でした。これに続き、「仕事や進路に役立つ情報が必要になった」が37.8%となりました。さらに、「趣味や興味のある分野をもっと詳しく知りたい」が35.8%となっています。有料購読者は、仕事に直結する実務的な情報だけでなく、生活に役立つ実用的な情報や、趣味を豊かにする多様な知識を求めていることがうかがえます。

有料ニュースを購読しようと思った理由(MA)

有料購読者 (N=500)



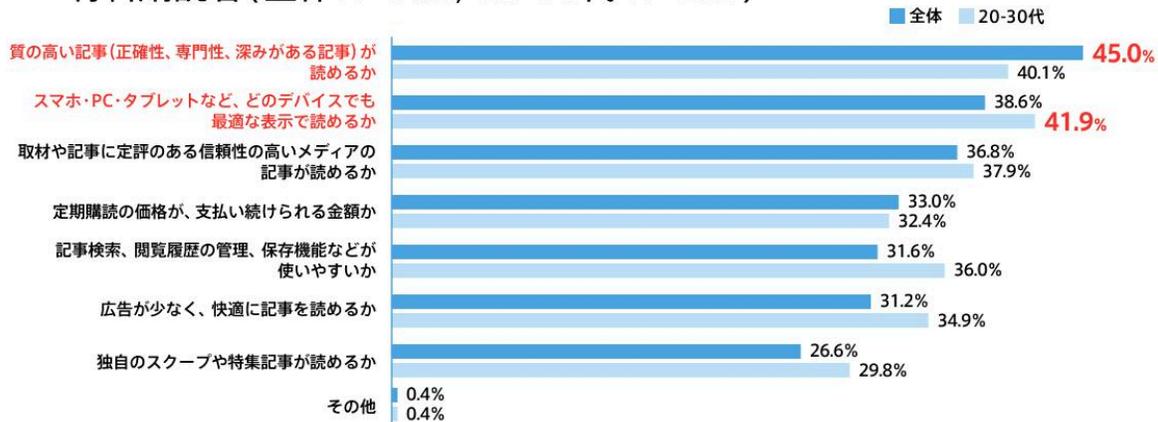
「有料ニュース購読に関する意識調査」(2025年3月、スマートニュース)

SmartNews+

- 有料購読者が有料ニュースを購読する際に重視するポイントとして、全体では「質の高い記事が読めるか」が45.0%で最も高く、次いで「どのデバイスでも最適な表示で読めるか」が

38.6%という結果になりました。特に20～30代では、このデバイス対応が41.9%でトップとなり、「質の高い記事(正確性、専門性、深みがある記事)が読めるか(40.1%)」とほぼ同程度の割合を示しました。これらの結果から、若年層の有料購読者は、専門性や深みのあるコンテンツと同等、またはそれ以上に、多様なデバイスで快適に閲覧できる体験を重視していることがわかります。

有料ニュースの購読を検討した際に重視した点(MA) 有料購読者(全体N=500/20-30代 N=272)



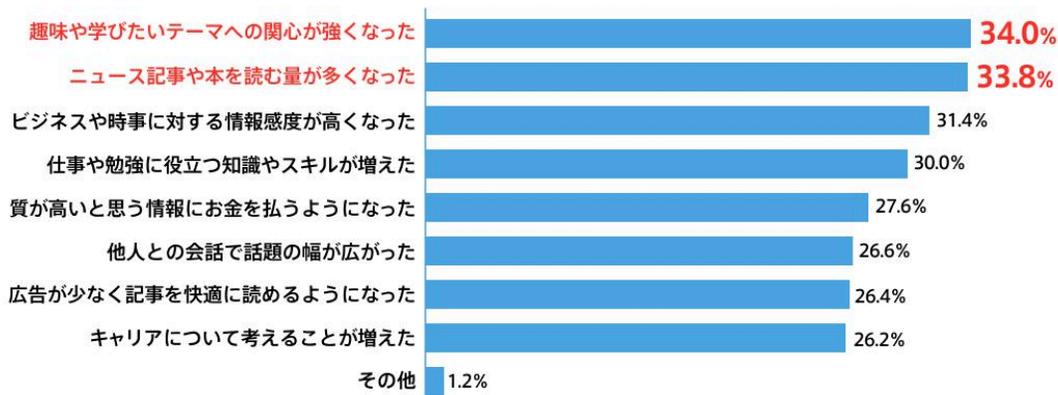
「有料ニュース購読に関する意識調査」(2025年3月、スマートニュース)

SmartNews+

- 有料購読者が購読後に実感した変化として、「趣味や学びたいテーマへの関心が強くなった」(34.0%)や「ニュース記事や本を読む量が多くなった」(33.8%)がいずれも高い割合を示しました。一方で、「ビジネスや時事に対する情報感度が高くなった」(31.4%)や「仕事や勉強に役立つ知識やスキルが増えた」(30.0%)といった実務面での変化も上位に挙がりました。これらの結果から、有料購読者は仕事のためだけでなく、幅広い知的好奇心や自己啓発意欲が高まり、日常生活や趣味の中でも積極的に学びを取り入れようとしている姿がうかがえます。
- 定性コメントでは、「様々な分野に興味を持ち、考え方が柔軟になった」「専門的な知識が仕事に役立った」「キャリアについて考える機会が増えた」「お客様との会話が盛り上がるようになった」といった声が寄せられました。これらのコメントから、有料購読をきっかけに、趣味や関心の幅が広がるだけでなく、実務やキャリア、人とのコミュニケーションなど、多面的にポジティブな変化が生まれていることがわかります。

有料ニュースを購読後の意識や行動の変化(MA)

有料購読者 (N=500)



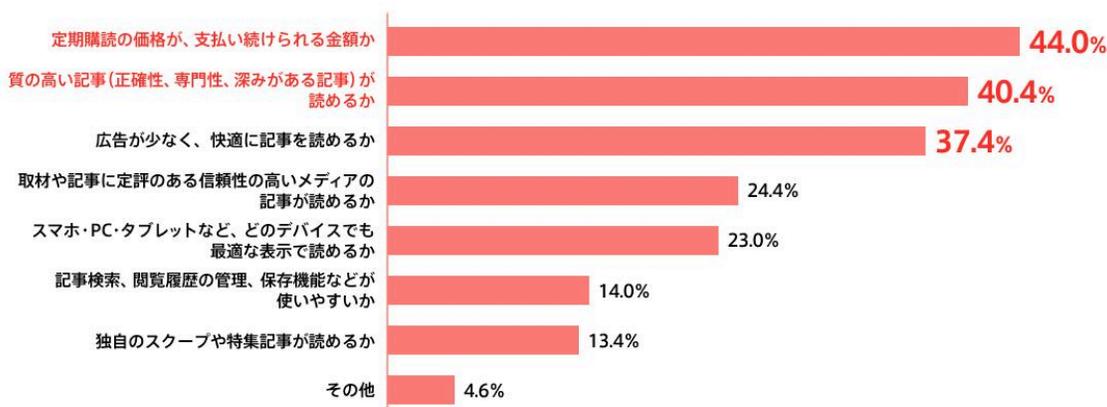
「有料ニュース購読に関する意識調査」(2025年3月、スマートニュース)

SmartNews+

- 非購読者が有料ニュースを購読する際に最も重視するポイントは、「定期購読の価格」(44.0%)でした。次いで、「質の高い記事」(40.4%)や「広告が少ない快適な閲読体験」(37.4%)が上位に挙がりました。また、「信頼性の高いメディアの記事が読めるか」(24.4%)や「どのデバイスでも最適な表示で読めるか」(23.0%)も一定のニーズがあることがわかりました。これらの結果から、非購読者は支払い続けやすい価格を重視しながら、深みや専門性のある記事をストレスなく読めることを期待しているといえます。

有料ニュースの購読を検討する際に重視したい点(MA)

非購読者 (N=500)



「有料ニュース購読に関する意識調査」(2025年3月、スマートニュース)

SmartNews+

【調査概要】「有料ニュース購読の意識調査」

- 調査期間
2025年3月21日(金)～3月24日(月)
- 調査対象者
全国の男女18～69歳で、スマートフォンを利用しており、週1回以上オンラインでニュース記事(テキストニュース)を閲覧しているユーザー

調査グループ

グループ①: 有料ニュース購読者

現在、ニュースアプリやオンラインニュースサービスのサブスクリプションを利用しているユーザー

グループ②: 有料ニュースを購読していないオンラインニュース購読者

現在、有料のニュースサブスクリプションを利用していないユーザー(過去の利用経験は問わない)

- 有効回答数
合計1,000サンプル(グループ①、②で各500サンプル)
- 調査方法
インターネット調査
- 調査実施
本調査は、当社の企画のもと、株式会社販売促進研究所の協力により実施しました

スマートニュース株式会社について

スマートニュース株式会社は2012年6月15日の設立以来、「世界中の良質な情報を必要な人に送り届ける」をミッションに掲げ、日本と米国でニュースアプリ「SmartNews(スマートニュース)」を開発、国内のニュースアプリとしては最大級のユーザー数を誇ります。2023年末からは初めてのサブスクリプションサービス「SmartNews+」を開始、子会社のスローニュースとともに、優れたジャーナリズムによって生まれた良質な報道や多様なコンテンツを一人でも多くの利用者に届けることに力を注いでいます。世界中の膨大な情報を日夜解析し続けるアルゴリズムと国内外の3,000媒体以上ものメディアパートナーとの強力な提携関係のもと、スマートデバイスに最適化された快適なインターフェースを通じて、良質な情報を一人でも多くの利用者に効果的に届けることで、これからも社会に貢献していく考えです。 <https://about.smartnews.com/ja/>