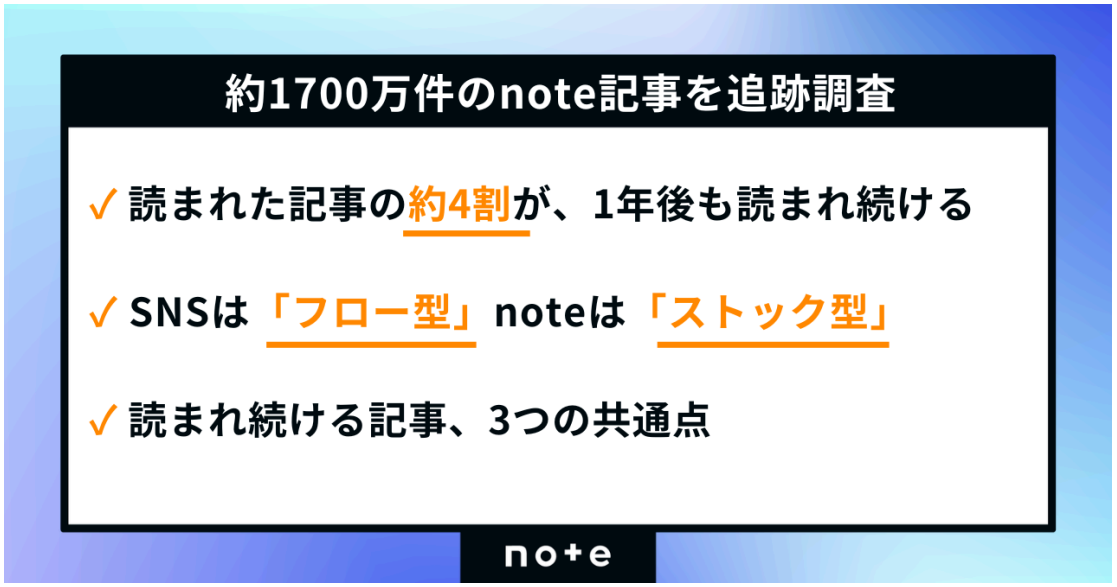
note株式会社
2026年3月10日

note、約1,700万件のnote記事を追跡
── 1年後も読まれ続ける記事の特徴を初公開 ──



noteは、2024年に投稿された約1,700万件の記事を対象に、公開後の閲覧状況を追跡した調査結果を公開しました。

フロー型のSNSでは、多くの投稿が24時間後には新規の閲覧をほとんど得られなくなるとの海外調査（※1）があります。一方、noteに投稿された記事について、公開後に1回以上読まれた記事を追跡したところ、その約40%が1年後も読まれ続けていることがわかりました。noteの記事は、一過性で消費されるものではなく、時間とともに新しい読者が積み重なっていく資産です。長く読まれている記事への流入は半数以上が検索エンジン経由であり、ゲーム、デザイン、IT、キャリア・ビジネス、フードなど、ジャンルを問わず幅広いカテゴリの記事が時間を超えて読まれ続けています。

【調査結果のポイント】
● noteで読まれた記事の約40%は、1年後も読まれている
●SNSの投稿が数時間で読まれなくなる「フロー型」なのに対し、noteの記事は「ストック型」として長く読み続けられる
● 1年後も読まれ続けている記事の流入経路は、検索エンジン経由が64%、note内回遊が16%、ダイレクトが14%、SNS経由が3%

調査の背景

検索をせずに、AIとの対話だけで意思決定をする人が増えています。AIが参照できるのは、誰かが書き、公開した情報です。自分の考えや経験を書いて残しておくことの価値は、これまで以上に大きくなっています。

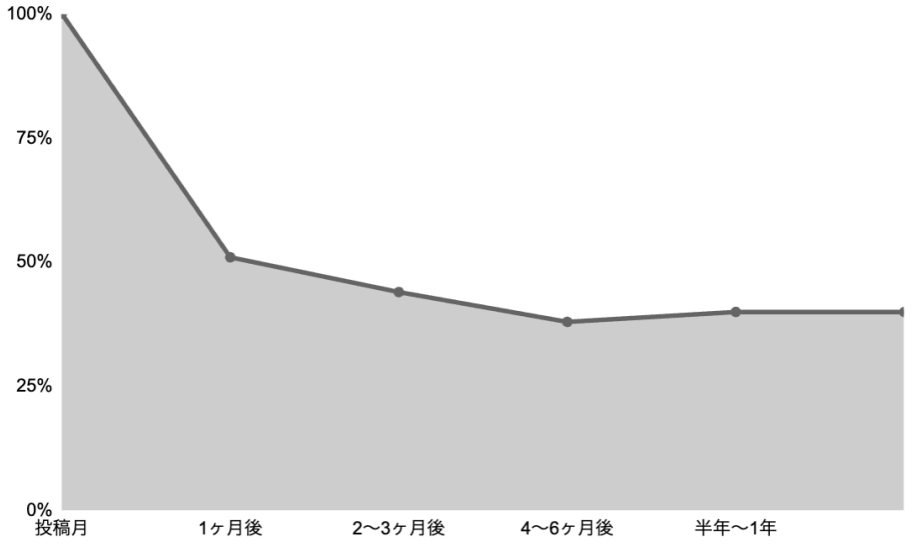
発信の重要性が増す一方で、その手段もかつてないほど広がりました。発信には時間も労力もかかります。だからこそ、コンテンツがきちんと届き、読まれ続ける場所かどうかは、重要な選択になります。フロー型のSNSでは、投稿の寿命は短くなる一方だと言われています。海外の学術調査によると、約95%の投稿が24時間後には新規の閲覧をほとんど得られなくなるとの報告もあります（※1）。では、noteに投稿された記事はどうなのか。

noteは、この問いにデータで応えるために、約1,700万件の記事を対象に、公開後どれくらいの期間、どれくらいの記事が読まれ続けているかを追跡しました。あわせて、メディアや企業でコンテンツ戦略に携わる方にも、ストック型コンテンツの設計を考えるひとつの参考にしていただければ幸いです。

主な調査結果

読まれた記事の約40%は、1年後も読まれている

対象期間内に1回以上閲覧された記事を追跡したところ、閲覧状況は以下のように推移します。



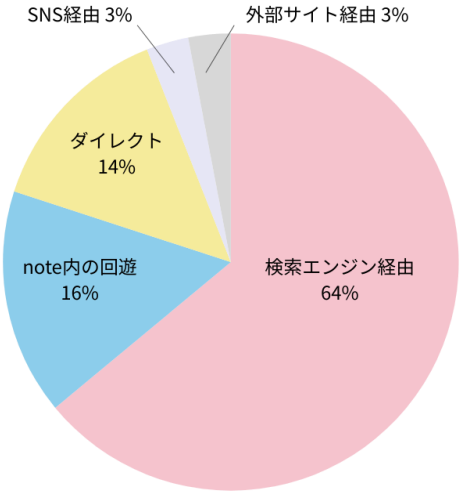
公開から1ヶ月で読まれる記事の数は一旦減りますが、その後は安定し、約40%が1年後も読まれ続ける、いわゆるロングテール型の曲線を示しています。フロー型のSNS投稿が24時間以内に大半の閲覧を終えるのに対し、noteの記事は公開から時間が経っても一定の読者に届き続ける、ストック型の特性を持っています。

この傾向は特定のジャンルに限りません。カテゴリ別に見ると、上位20カテゴリでは50%以上の記事が1年後も読まれていました。代表的なカテゴリの例を挙げると、次のとおりです。

- デザイン：74%
- ゲーム ：73%
- IT・ガジェット ：67%
- フード／旅行・おでかけ：66%
- キャリア・ビジネス：63%
- コラム・エッセイ ：58%

長く読まれている記事の流入経路

公開から1年以上が経過した記事への流入経路を分析した結果、以下の構成比でした。



流入の64%は検索エンジン経由です。フォロワーに限らず、記事をまだ知らない新しい読者が、公開から何年経っても検索を通じてたどり着き続けています。

また、note内の回遊も16%を占めています。noteは2026年2月にレコメンドエンジンを全面刷新し、記事一つひとつの内容をAIが深く理解したうえで、それを必要としている読者へ届ける仕組みに進化しました。note内で新たな読者と出会う機会は、今後さらに広がっていきます。

noteとヴァリューズ株式会社の共同調査（※2）によると、2025年9月時点でGoogleの検索セッションの63.5%がゼロクリック（検索してもサイトに訪れない）に達しています。検索からAIへの移行が進むなかでも、noteへのAI経由の流入は検索流入から予測される期待値の約4倍。そのうち約4割が、公開から半年以上経った記事でした。検索にもAIにも見つかり続けるnoteの記事は、クリエイターにとって長期的な資産になっています。

長く読まれる記事に見られる3つの特徴

クリエイターのみなさんの記事とあわせてご紹介します。

1：書き手自身の経験や専門性に根ざした「一次情報」である

ひとつめは、書いた人の実体験や専門知識がベースになっていることです。他のサイトの情報をまとめたものではなく、その人にしか書けない内容が、時間を超えて読者に選ばれ続けています。

図書館司書が教える、賞が取れる読書感想文の書き方｜月曜図書室
https://note.com/_monday_library/n/n95fbdb96ab5b

図書館の現場で毎年、子どもたちの読書感想文の相談に乗っている司書が、その経験をもとに書いた実践的なガイドです。毎年夏になると「読書感想文 書き方」で検索され、親子に届き続けています。季節が巡るたびに新しい読者に読まれる、一次情報の力を体現した記事です。

３０年間作り続けてやっと辿り着いた最後のカルボナーラレシピ。｜今井真実 / 料理家
https://note.com/imaimami/n/n65a5f3e00b0a

「小学2年生のとき、神戸のレストランで食べたカルボナーラの味が忘れられなくて」──。30年間つくり続けてたどり着いたレシピを、写真と詳細な手順とともに公開した記事です。レシピとしての実用性と、30年の物語が共存していることが、多くの読者を引きつけ続けています。

2：生活やイベントのたびに繰り返し検索される「普遍的な問い」に答えている

たとえば「コーヒーの美味しい淹れ方」はコーヒー豆を買うたびに検索され、「読書感想文の書き方」は毎年夏休みになると検索されます。長く読まれる記事の多くは、こうした「繰り返し発生する具体的な疑問や困りごと」への回答になっています。流入の64%が検索エンジン経由であるというデータと、整合する傾向です。

[完全版]バリスタが教えるドリップコーヒーの美味しい淹れ方｜川野優馬 / LIGHT UP COFFEE
https://note.com/yuma_lightup/n/ne5c8b77e6510

スペシャルティコーヒーの専門店を営むバリスタが、毎日実践している淹れ方を体系的にまとめた記事。用意する道具、基本レシピ、蒸らしのコツから抽出の理論まで、一杯のコーヒーをめぐる知識が一本の記事に凝縮されています。

3：ひとつのテーマを徹底的に深掘りしている

広く浅く触れる記事より、ひとつのテーマを深く掘り下げた記事のほうが、長く読まれる傾向にあります。実用的なハウツーでも独自の考察でも、書き手自身の体験や視点が織り込まれた記事には、単なる情報のまとめではなく「この人の記事だから読みたい」と思わせる力があります。そして、時間を超えて読者に届き続けています。

サイゼリヤの完全攻略マニュアル｜マッシ / エッセイスト・ライター
https://note.com/massi311283/n/ncd5b81360362

イタリア出身のマッシさんが、サイゼリヤのメニューを「イタリア流」でアレンジする方法を19品目にわたり紹介した記事。公開から約190万PVを記録し、今も読まれ続けています。「サイゼリヤに行くと、イタリアに帰った気分になる」という書き手ならではの視点が、記事に唯一無二の価値を与えています。

「頭の回転が速い」を科学する｜宮脇啓輔 / 株式会社unname
https://note.com/keisuke36/n/n8183d833e16f

「頭の回転が速い人」の正体とは何か。自身の観察と経験から「累積思考量が多い人」という仮説を立て、一つのテーマを深く掘り下げた記事です。創作大賞2024でビジネス部門に入選し、2025年には書籍『できる人が大事にしている 複利で伸びる仕事術』（ディスカヴァー社）として出版されました。

あなたが1年前に書いた記事は、今も誰かが読んでいます。noteは「書くことが資産になる場所」として、クリエイターの創作活動を支えていきます。

＜調査概要＞
調査対象　：2024年1月〜12月にnoteに投稿された全記事（約1,700万件）
調査手法　：コホート分析（同月投稿の記事群を追跡し、各期間の閲覧率を測定）
追跡対象　：対象期間内に1回以上閲覧された記事
追跡期間　：公開月 → 1〜2ヶ月後 → 3〜5ヶ月後 → 6〜11ヶ月後 → 12ヶ月後以降
判定方法　：各期間は独立に判定（途中で閲覧がゼロになっても、その後閲覧があれば「読まれている」と判定）

＜出典＞
※1：Pfeffer, J., Matter, D., & Sargsyan, A. (2023). The Half-Life of a Tweet. ICWSM.
https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/22228
※2：2025年10月30日発表　https://note.jp/n/n25805fb74add

note

noteはクリエイターが文章や画像、音声、動画を投稿して、ユーザーがそのコンテンツを楽しんで応援できるメディアプラットフォームです。だれもが創作を楽しんで続けられるよう、安心できる雰囲気や、多様性を大切にしています。個人も法人も混ざり合って、好きなものを見つけたり、おもしろい人に出会えたりするチャンスが広がっています。2014年4月にサービスを開始し、約6,956万件の作品が誕生。会員数は1,114万人（2025年11月末時点）に達しています。

●URL：https://note.com/
●iOSアプリ：https://itunes.apple.com/jp/app/note-noto/id906581110
●Androidアプリ：https://play.google.com/store/apps/details?id=mu.note

note株式会社

わたしたちは「だれもが創作をはじめ、続けられるようにする」をミッションに、表現と創作の仕組みづくりをしています。メディアプラットフォームnoteは、クリエイターのあらゆる創作活動を支援しています。クリエイターが思い思いのコンテンツを発表したり、メンバーシップでファンや仲間からの支援をうけたり、ストアでお店やブランドオーナーが商品を紹介したり、note proを活用して法人や団体が情報発信をしたりしています。

所在地：〒102-0083　東京都千代田区麹町6-6-2
設立日：2011年12月8日　代表取締役CEO：加藤貞顕　コーポレートサイト：https://note.jp

【本件に関するお問い合わせ先】
note株式会社　IRお問い合わせ窓口：https://ir.note.jp/inquiry