

第2回
メディアに関する全国世論調査
(2009年)

公益財団法人 新聞通信調査会

目 次

メディアの信頼感・イメージ

1. 各メディアの印象は？ 1
新聞、NHK テレビは「情報が信頼でき、社会的にも影響力がある」
2. 各メディアの情報の信頼度は？ 3
1位「NHK テレビ」73.5点、2位「新聞」70.9点、3位「民放テレビ」63.6点
3. 各組織、団体の信頼感は？ 4
政治への不信感が強いことが見て取れる
4. 新聞各社の「保守-革新」イメージは？ 6
読売新聞は保守的イメージ、朝日新聞は革新的イメージ
5. 信頼している新聞の記事は？ 7
「景気の予測」に対する信頼感は薄い
6. 「新聞広告」「折込広告」は信頼している？ 9
「新聞広告」「折込広告」ともに信頼感は不足
7. 新聞広告は役立つ？ 10
新聞広告に対する評価は厳しい
8. インターネットのニュースをどの程度見る？ 11
30代以下では朝刊の閲読率を上回る
9. 新聞社のウェブサイトを見る？ 12
見ている人は4人に1人の割合
10. 通信社の役割を知っている？ 13
若い人で「役割を知っている人」は少ない
11. 見たり聞いたことがある通信社は？ 14
1位「共同通信社」(72.3%)、2位「ロイター通信」(70.4%)

トピックス（新聞と政治）

12. 新聞の政治に対する態度についてどう思う？ 15
「政治家についてすべて報道している」には厳しい評価
13. 新聞の政治的立場についてどう思う？ 17
欧米のように政治色を出すことには否定的
14. 選挙前の当落予想報道についてどう思う？ 18
当落予想報道には否定的な意見が多い
15. 選挙結果を新聞で読む？ 19
選挙結果はやはり、「新聞で」がやや多い
16. どちらの候補者に投票する？ 「優勢と報道された人」？「劣勢と報道された人」？ .. 20
報道による投票行動への影響は小さい
17. 選挙の時、どの情報を参考に投票する？ 21
選挙の情報は「新聞記事」がトップ

新聞全般

18．新聞を読んでいる人は？	22
昨年比べ、夕刊離れが進む	
19．新聞を読む時間は？	23
平均時間は27分	
20．新聞を読む理由は？	24
新聞を読むことは生活の一部	
21．新聞の記事の満足度は？	25
「地元記事」に比較的多い不満層	
22．新聞を読まない理由は？	27
他のメディアとの競合が大きい	
23．大きな事件・事故のニュースの入手先は？	28
テレビ、新聞が中心	
24．戸別配達をどう思う？	29
日本独特の戸別配達制度に高い評価	
25．夕刊の発行をどう思う？	30
若い世代で夕刊離れが大きい	
26．新聞の購読料をどう思う？	31
若い世代で負担感が大きい	
27．新聞についてどう思う？	32
情報の「多様性」「正確性」「責任感」に高い評価	
28．新聞の凶悪犯罪報道のあり方についてどう思う？	34
凶悪犯罪報道に対して慎重な意見が多い	
29．裁判員制度における報道の規制についてどう思う？	35
裁判員制度においても特別視しない見方が多い	
30．電子新聞の周知と魅力は？	36
「知っているし、利用してみたい」人は6.6%	
31．月ぎめ新聞の購読状況は？	37
9割近くが購読	
32．購読している新聞の満足度は？	38
満足している人は7割	
33．将来の新聞の役割についてどう思う？	39
「将来も役割を果たす」が多い	

(注) 本文の見出しに(＊)があるのは昨年調査と同一質問であることを示している

メディアの信頼感・イメージ

1. 各メディアの印象は？

- 新聞、NHK テレビは「情報が信頼でき、社会的にも影響力がある」 -

- ・各メディアの印象については、新聞とNHKテレビでは「情報が信頼できる」(62.1%、71.1%)、民放テレビ、雑誌では「情報が面白い・楽しい」(70.1%、22.4%)、ラジオ、インターネットでは「手軽に見聞きできる」(17.3%、35.6%)が最も多い。
- ・総じて、新聞とNHKテレビはともに「情報が信頼でき、社会的にも影響力がある」という印象が強い。それに対して民放テレビは「面白い情報を、手軽に見ることができる」という印象が強くなっている。インターネットは、「手軽に情報を入手できると同時に、情報源として欠かせない」という印象を持たれているといえる。
- ・年代別に見ると、「信頼できる」は新聞とNHKテレビでは年代が上がるほどが多くなる傾向にある。民放テレビでは年代差は小さく、インターネットは年代が高くなるにつれ減少してくる。「面白い、楽しい」は民放テレビではいずれの年代でも6割～7割(61.7%～73.8%)を占め年代差は小さい。インターネットは20歳以下の56.3%から70歳以上の1.4%まで年代差はきわめて大きい。新聞とNHKテレビは年代が上がるにつれ増加する傾向がみられる。「手軽に見聞きできる」も「面白い、楽しい」と同様の傾向が見られ、インターネットでは18～19歳67.6%、20代74.6%と1位を占めるが、70代以上では3.0%と少ない。民放テレビでは年代差は小さく、新聞とNHKテレビは年代が上がるにつれ増加する傾向がみられる。

表1-1 各メディアの印象(上位5項目)

(複数回答、n=3,490)

(%)

	新聞		NHKテレビ		民放テレビ		ラジオ		雑誌		インターネット(パソコン・携帯電話)	
	印象	割合	印象	割合								
1位	情報が信頼できる	62.1	情報が信頼できる	71.1	情報が面白い・楽しい	70.1	手軽に見聞きできる	17.3	情報が面白い・楽しい	22.4	手軽に見聞きできる	35.6
2位	社会的影響力がある	59.4	社会的影響力がある	60.5	手軽に見聞きできる	62.1	情報が信頼できる	13.7	情報が役に立つ	12.0	情報源として欠かせない	29.0
3位	情報源として欠かせない	57.8	情報がわかりやすい	48.2	社会的影響力がある	60.0	情報が面白い・楽しい	12.4	手軽に見聞きできる	11.5	情報が役に立つ	28.9
4位	情報が役に立つ	54.8	情報源として欠かせない	47.7	情報がわかりやすい	55.6	情報源として欠かせない	12.1	社会的影響力がある	10.0	情報の量が多い	27.2
5位	手軽に見聞きできる	51.5	情報が役に立つ	44.3	情報源として欠かせない	50.4	情報が役に立つ	11.7	情報源として欠かせない	7.6	社会的影響力がある	26.2

図 1 - 1 「信頼できる」とした人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=3,490）

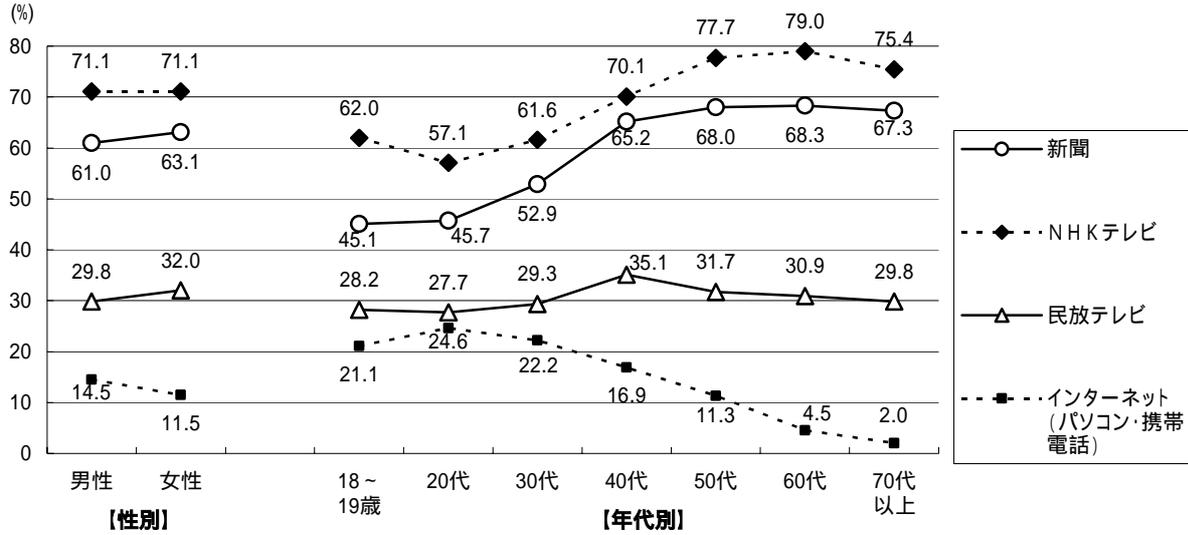


図 1 - 2 「面白い・楽しい」とした人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=3,490）

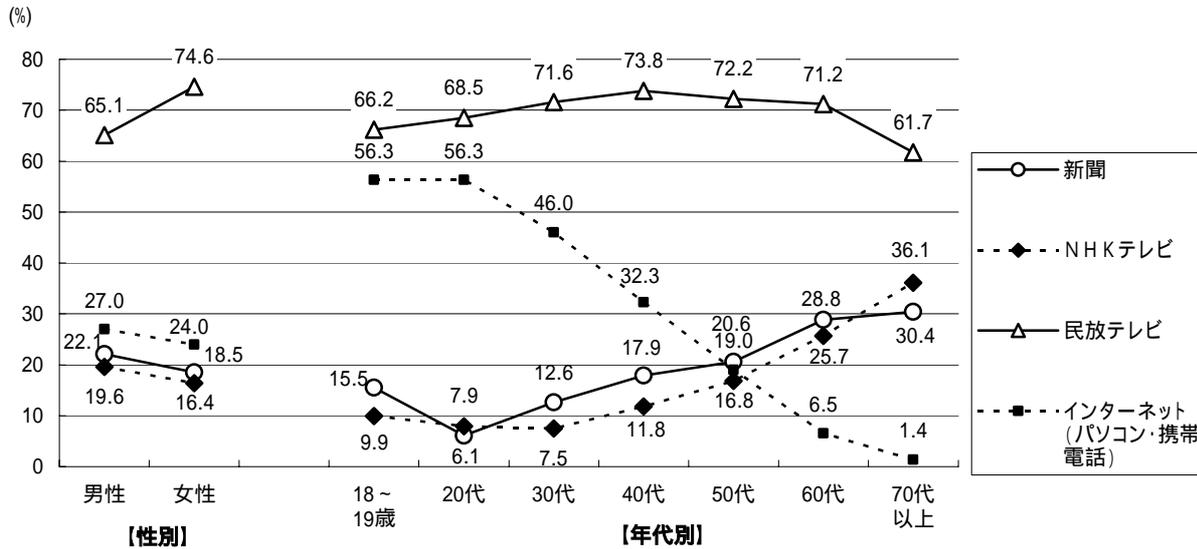
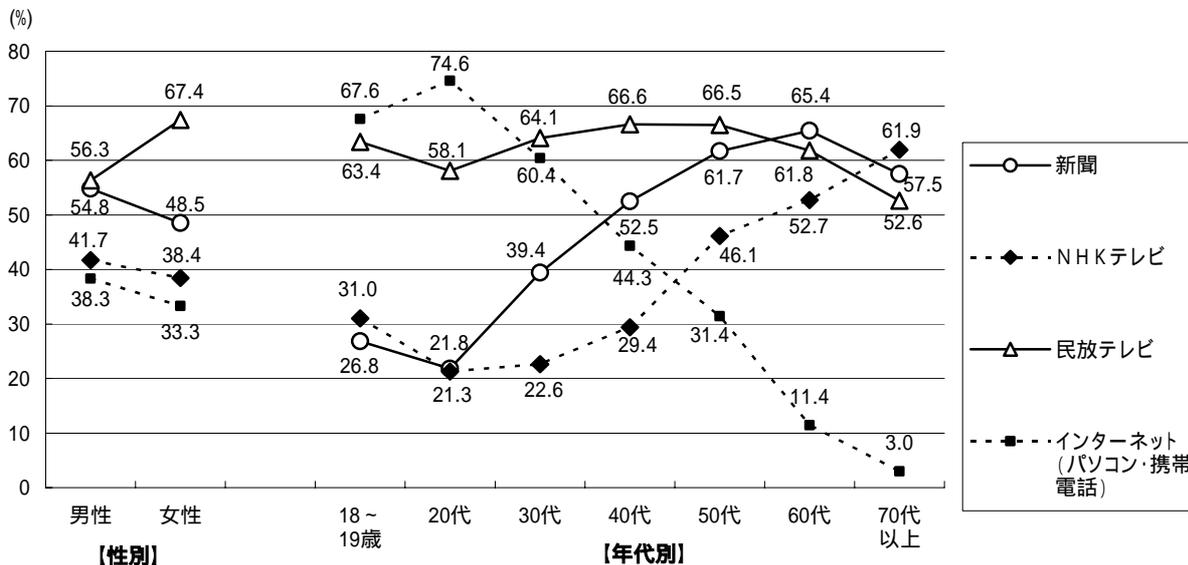


図 1 - 3 「手軽に見聞きできる」とした人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=3,490）

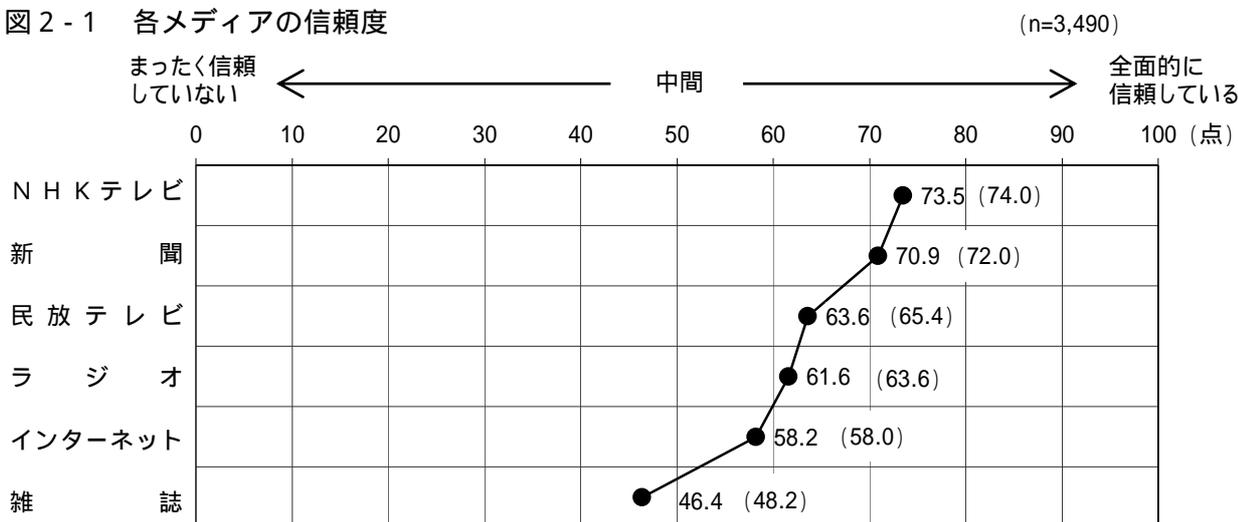


2. 各メディアの情報の信頼度は？（*）

1位「NHK テレビ」73.5点
 2位「新聞」70.9点
 3位「民放テレビ」63.6点

- ・各メディアの情報をどの程度信頼しているかを、全面的に信頼している場合は100点、全く信頼していない場合は0点、普通の場合は50点として点数化したところ、平均点が最も高かったのは「NHK テレビ」で73.5点、次いで「新聞」が70.9点、「民放テレビ」が63.6点となっている。
- ・性別、年代別に見ても、「NHK テレビ」、「新聞」が上位2位を占めており、幅広く高い信頼を得ていることがわかる。また、3位には50～60代を除き「民放テレビ」、50～60代では「ラジオ」があげられている。
- ・昨年実施した第1回調査（2008年12月、標本数3,000、以下、「昨年調査」と言う）でも、1位「NHK」（74.0点）、2位「新聞」（72.0点）、3位「民放テレビ」（65.4点）で、順位に変化はなかった。

図2-1 各メディアの信頼度



注：()内は昨年調査の数値

表2-1 各メディアの信頼度（性・年代別）

(n=3,490) (点)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
総数	NHKテレビ 73.5	新聞 70.9	民放テレビ 63.6	ラジオ 61.6	インターネット 58.2	雑誌 46.4
男性	NHKテレビ 73.2	新聞 70.4	民放テレビ 61.8	ラジオ 61.1	インターネット 57.4	雑誌 45.4
女性	NHKテレビ 73.7	新聞 71.4	民放テレビ 65.2	ラジオ 62.1	インターネット 58.9	雑誌 47.2
18-19歳	NHKテレビ 70.9	新聞 67.3	民放テレビ 67.3	インターネット 61.8	ラジオ 56.9	雑誌 48.4
20代	NHKテレビ 66.6	新聞 65.9	民放テレビ 61.4	インターネット 61.1	ラジオ 57.2	雑誌 48.7
30代	NHKテレビ 71.0	新聞 68.1	民放テレビ 62.6	インターネット 59.4	ラジオ 58.1	雑誌 47.1
40代	NHKテレビ 73.3	新聞 72.1	民放テレビ 65.5	ラジオ 62.1	インターネット 60.3	雑誌 46.8
50代	NHKテレビ 74.4	新聞 71.3	ラジオ 62.7	民放テレビ 62.6	インターネット 57.4	雑誌 43.9
60代	NHKテレビ 76.8	新聞 73.6	ラジオ 64.6	民放テレビ 64.2	インターネット 57.0	雑誌 46.7
70代以上	NHKテレビ 76.5	新聞 72.9	民放テレビ 64.2	ラジオ 63.8	インターネット 51.6	雑誌 45.5

3. 各組織、団体の信頼度は？

- 1位「病院」、2位「裁判所」、3位「報道機関」 -

- 一方、政治への不信感が強いことも見て取れる -

・さまざまな組織や団体に対して信頼感を比較したところ、「病院」の信頼感が71.4%で最も高く、次いで、「裁判所」(68.0%)、「報道機関」(66.0%)、「警察」(51.3%)の順で続き、いずれも半数を超えている。一方、「国会」「中央官庁」「政党」の信頼感は2割前後(25.4%、22.8%、18.3%)と低く、不信感が6～7割(66.4%、62.1%、71.8%)に達しており、政治への不信感が強いことが見て取れる。

・年代別に見ると、「病院」はどの年代においても2位以内に入っている。「報道機関」は、年代が上がるほど多くなり、60代では1位、50代と70代以上では2位にランクされている。「国会」「中央官庁」「政党」はどの年代においても5位以下に低迷している。

信頼層：「非常に信頼感を持っている」+「やや信頼感を持っている」

不信層：「あまり信頼感を持っていない」+「まったく信頼感を持っていない」

図3-1 各組織、団体の信頼度

(n=3,490)

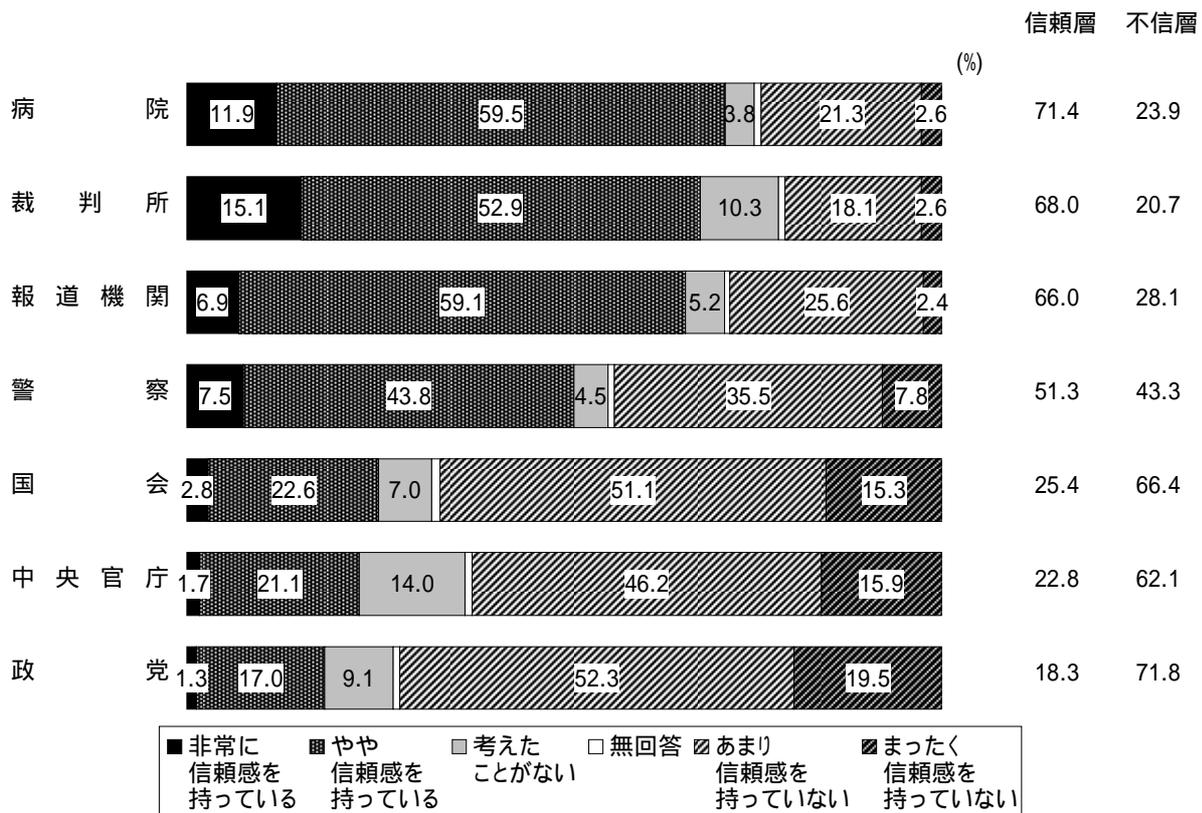


表 3 - 1 各組織、団体の信頼度（性・年代別）

(n=3,490)

(%)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位	7 位
総 数	病院 71.4	裁判所 68.0	報道機関 66.0	警察 51.3	国会 25.4	中央官庁 22.8	政党 18.3
男 性	病院 70.6	裁判所 68.3	報道機関 68.0	警察 50.8	国会 26.2	中央官庁 21.0	政党 18.6
女 性	病院 72.2	裁判所 67.7	報道機関 64.3	警察 51.7	国会 24.8	中央官庁 24.5	政党 18.0
18-19歳	病院 60.6	裁判所 56.3	報道機関 46.5	警察 43.7	中央官庁 18.3	国会 15.5	政党 9.9
20 代	病院 64.0	裁判所 60.9	報道機関 46.2	警察 35.3	中央官庁 16.8	国会 16.2	政党 12.2
30 代	病院 67.3	裁判所 66.1	報道機関 52.6	警察 43.0	国会 20.4	中央官庁 19.2	政党 11.9
40 代	裁判所 75.5	病院 72.1	報道機関 66.4	警察 56.1	国会 24.7	中央官庁 22.5	政党 14.9
50 代	病院 73.6	報道機関 72.2	裁判所 68.8	警察 55.0	国会 21.5	中央官庁 21.3	政党 16.1
60 代	報道機関 76.4	病院 73.7	裁判所 69.1	警察 54.8	国会 30.6	中央官庁 24.8	政党 23.5
70代以上	病院 76.6	報道機関 76.4	裁判所 65.9	警察 58.9	国会 38.3	中央官庁 31.9	政党 31.0

4 . 新聞各社の「保守-革新」イメージは？

- 読売新聞は保守的イメージ、朝日新聞は革新的イメージ -

- ・新聞各社の「保守-革新」イメージについてどう感じているかを、「普通」とする場合を5点、革新度が強いほど0点に近づき「革新的」とする場合を0点、保守度が強いほど10点に近づき「保守的」とする場合を10点として点数化したところ、保守的イメージが強かったのは「読売新聞」(5.6点) 次いで、「産経新聞」(5.3点)の順。一方、「革新的」イメージが強かったのは「朝日新聞」(4.4点)「毎日新聞」(5.0点)の順である。「日本経済新聞」はその中間(5.2点)に位置する。
- ・年代別に見ると、「読売新聞」は18～19歳を除き最も保守的イメージが強い。18～19歳は「産経新聞」「日本経済新聞」「毎日新聞」の方が保守的イメージが強い。他方、「朝日新聞」はいずれの年代でも、革新的というイメージが最も強く、この傾向は年代が上がるほど強まっている。

図4-1 新聞社のイメージ

(n=3,490)

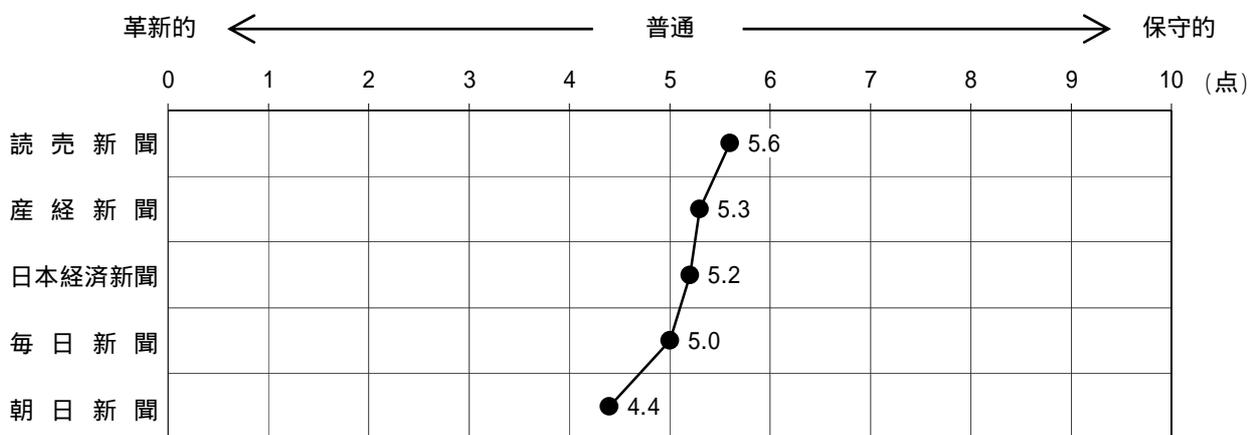
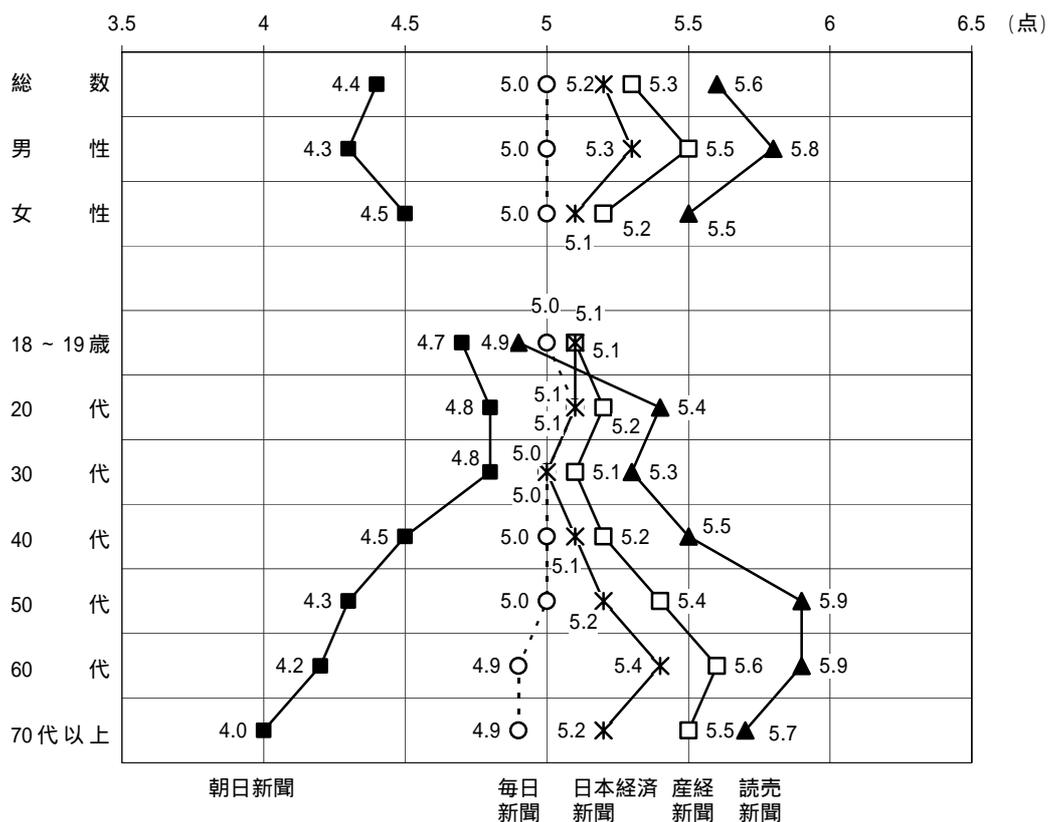


図4-2 新聞社のイメージ (5点を中心に目盛を拡大)

(n=3,490)



5 . 信頼している新聞の記事は？

- 「景気の前測」に対する信頼感は薄い -
- 「安全性の記事」「天気予報」の信頼感が高い

- ・新聞の報道や掲載された記事について、全面的に信頼している場合は10点、全く信頼をしていない場合は1点として点数化したところ、平均点が高かったのは、「天気予報」「食品・インフルエンザなど安全性」でともに6.9点となっている。一方、「景気の前測」は、唯一5点台(5.7点)で最も低い。また、6~10点を信頼している層、1~5点を信頼していない層に分けてみても、「景気の前測」だけは信頼している層が47.8%と半数を下回り、信頼していない層(51.1%)の方が多く、「景気の前測」記事に対する信頼感は薄いと言える。
- ・年代別に見ると、「天気予報」は年代が上がるにつれ信頼感が高まり、60代以上では7点を超えている。「安全性」は年代差は小さく、「景気の前測」は若い世代で信頼感が薄くなっている。

図5-1 信頼している新聞の記事

(n=3,490)

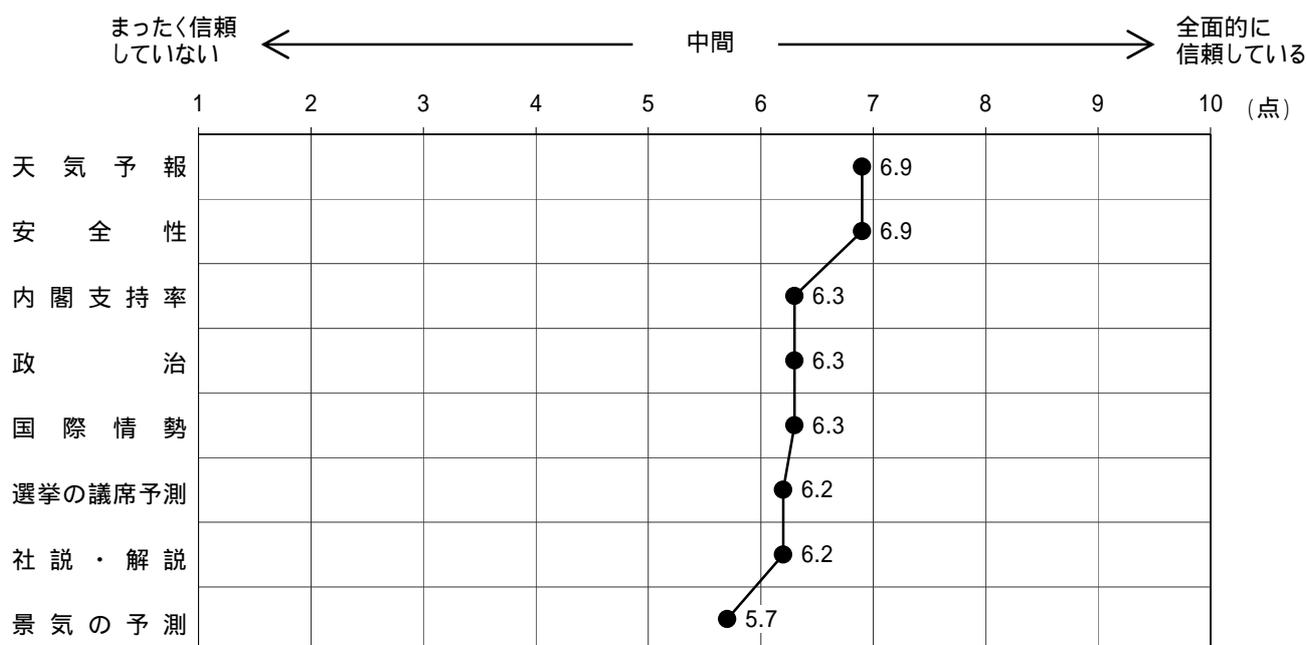
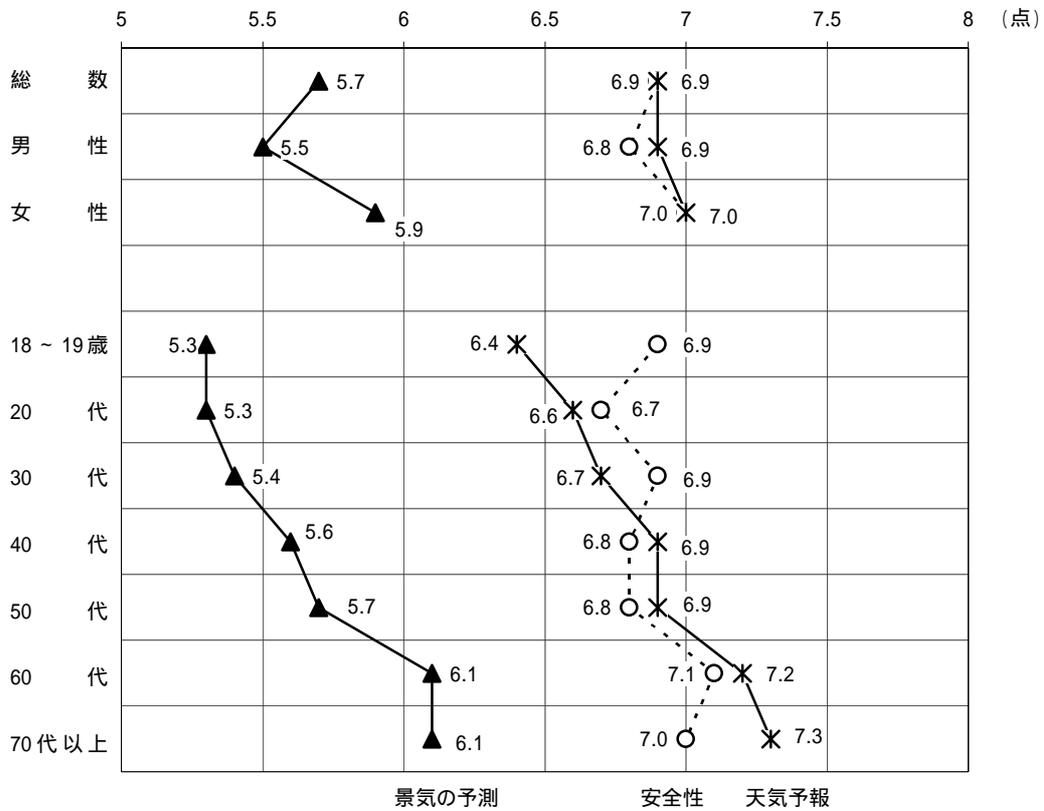


図 5 - 2 信頼している新聞の記事：安全性、天気予報、景気の前測（性・年代別）

（5点から8点に目盛を拡大）

(n=3,490)



6. 「新聞広告」「折込広告」は信頼している？

- 「新聞広告」「折込広告」ともに信頼感は不足 -

- ・新聞広告、折込広告について、全面的に信頼している場合は10点、全く信頼をしていない場合は1点として点数化したところ、「新聞広告」は5.7点、「折込広告」は5.6点となっている。また、6～10点を信頼している層、1～5点を信頼していない層に分けてみると、「信頼している」層は「新聞広告」45.2%、「折込広告」43.0%とともに半数を下回っており、信頼感は不足していると言える。
- ・年代別に見ると、30代以下では、「折込広告」の方が「新聞広告」より信頼感は高いが、50代以上では、「新聞広告」の方が信頼感が高くなっている。

図6-1 信頼している広告

(n=3,490)

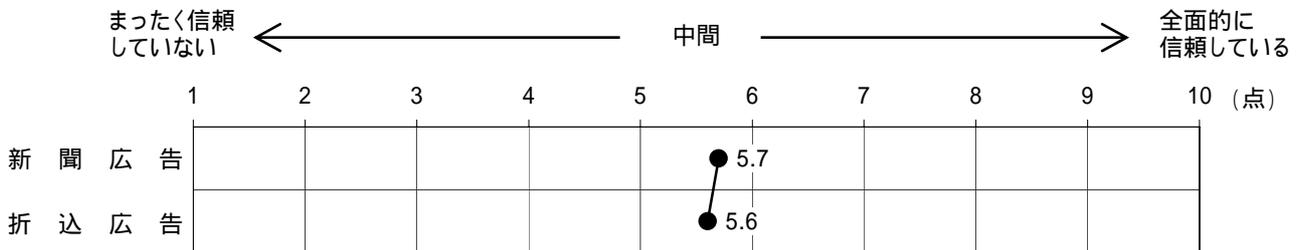
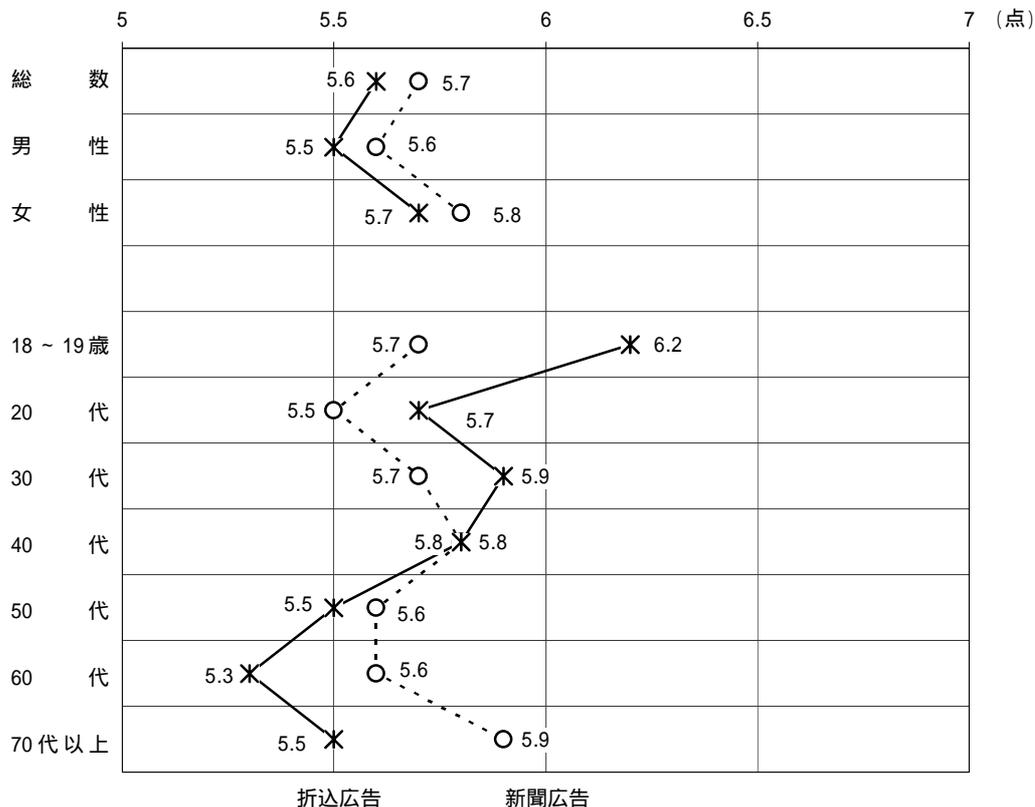


図6-2 信頼している広告（性・年代別）

（5点から7点に目盛を拡大）

(n=3,490)



7 . 新聞広告は役立つ？

- 新聞広告に対する評価は厳しい -
『役立つ』46.5%、『役立たない』53.0%

- ・新聞広告が生活に「非常に役立っている」は3.4%、「まあ役立っている」は43.1%であり、両者を合わせた『役立つ』とする人は46.5%となっている。一方、『役立たない』とする人は、53.0%であり、新聞広告に対する評価は厳しいといえる。
- ・年代別に見ると、新聞広告が『役立つ』とする人は40代で52.2%と唯一、『役立たない』を上回っている。18～19歳では『役立つ』と『役立たない』が拮抗し、その他の年代では『役立たない』の方が多くなっている。

『役立つ』:「役立つ(計)」=「非常に役立っている」+「まあ役立っている」

『役立たない』:「役立たない(計)」=「あまり役立っていない」+「ほとんど役立っていない」

図7-1 新聞広告は役に立っているか

(n=3,490)

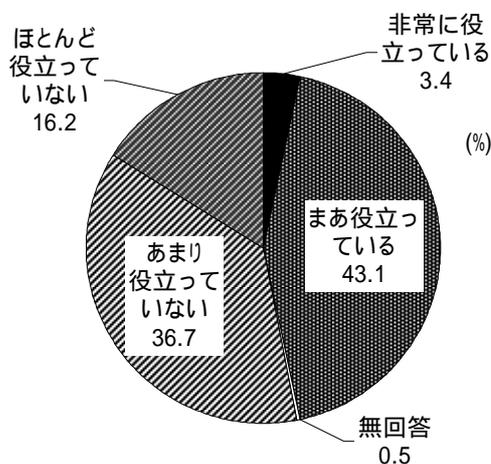
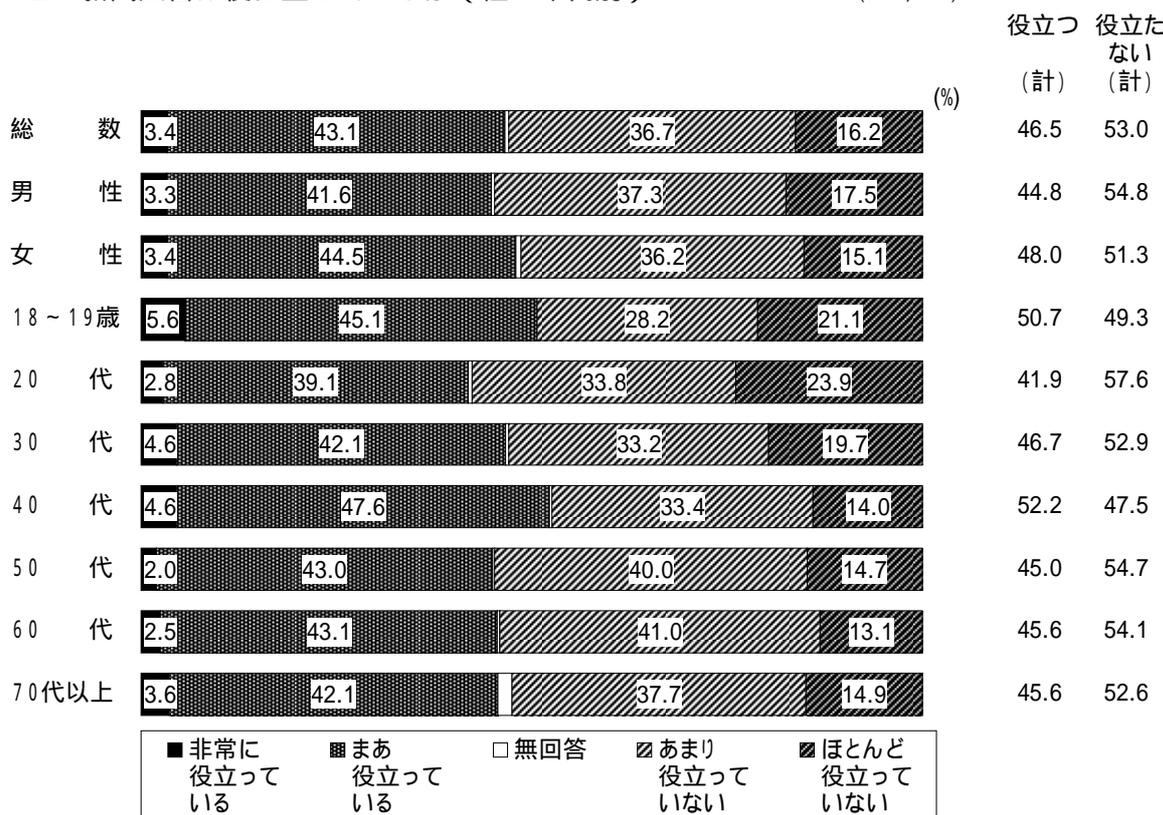


図7-2 新聞広告は役に立っているか(性・年代別)

(n=3,490)



8 . インターネットのニュースをどの程度見る？

- 30代以下では朝刊の閲読率を上回る -
見る人は56.5%

- ・インターネットのニュースを閲覧している人は56.5%と半数を超えている。内訳を見ると、「ほぼ毎日」見ている人(28.8%)が3割に届く割合になっている。
- ・年代別に見ると、インターネットのニュースを閲覧している人は若年層に多く、特に30代以下では8割(84.0~92.6%)を超えている。さらに、「ほぼ毎日」読んでいる人は20代では6割(58.6%)に迫る。

図8-1 インターネットニュースの閲覧状況 (n=3,490)

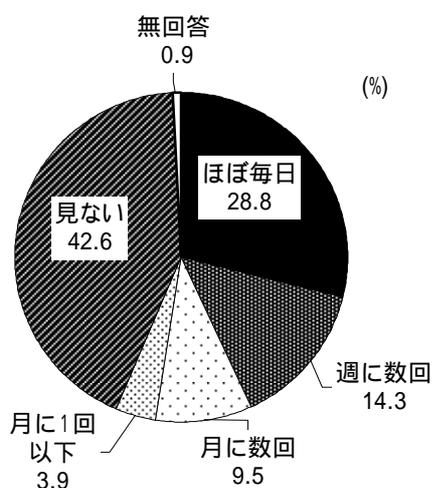
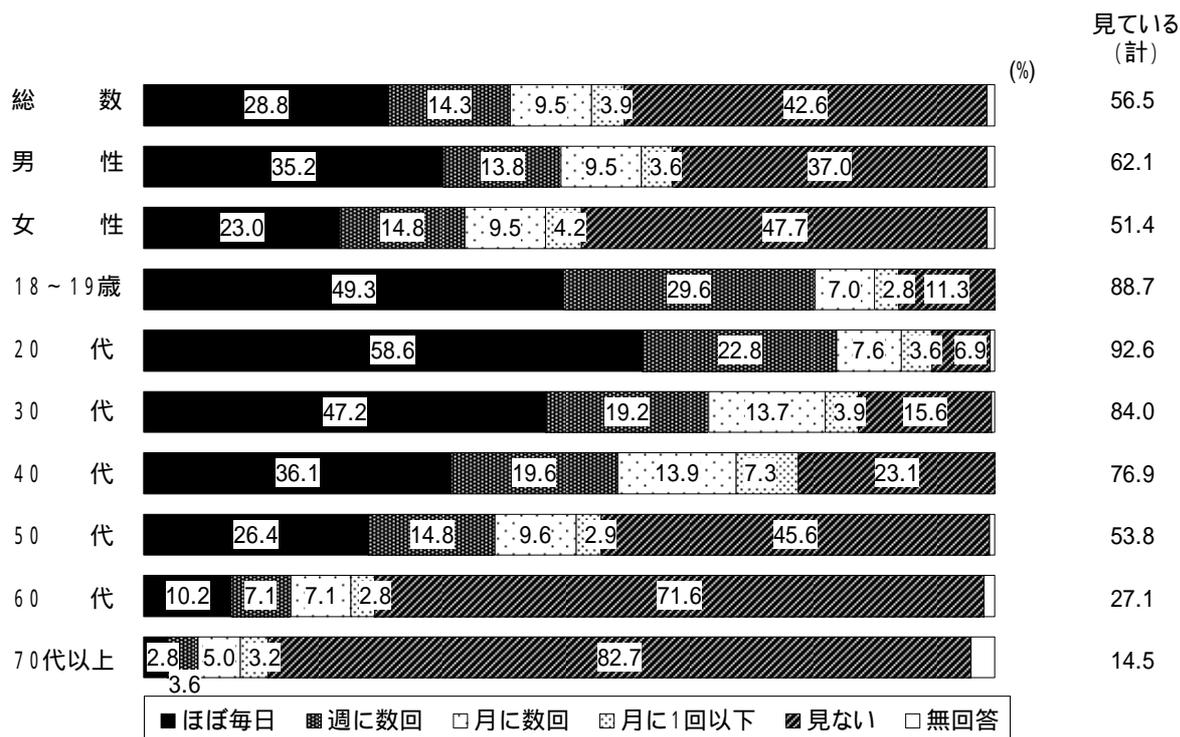


図8-2 インターネットニュースの閲覧状況(性・年代別) (n=3,490)



9 . 新聞社のウェブサイトを見る？（*）

- 見ている人は4人に1人の割合 -
見ている人は27.0%

- ・新聞社のウェブサイトを見ている人は27.0%で、4人に1人の割合である。閲覧の方法は「自宅のパソコンで見る」(57.6%)が半数を超える。「職場や学校などのパソコンで見る」「携帯電話などで見る」はともに3割程度(32.4%、31.1%)となっており、リアルタイムで情報を得る方法として利用されていそうだ。
- ・年代別に見ると、40代以下では4割前後(35.2~41.2%)の人が新聞社のウェブサイトを見ている。最も多いのは30代の41.2%である。
- ・昨年調査と比較しても、新聞社のウェブサイトを見ている人の割合はほとんど変わらない(昨年28.5%)

図9-1 新聞社のウェブサイトの閲覧状況

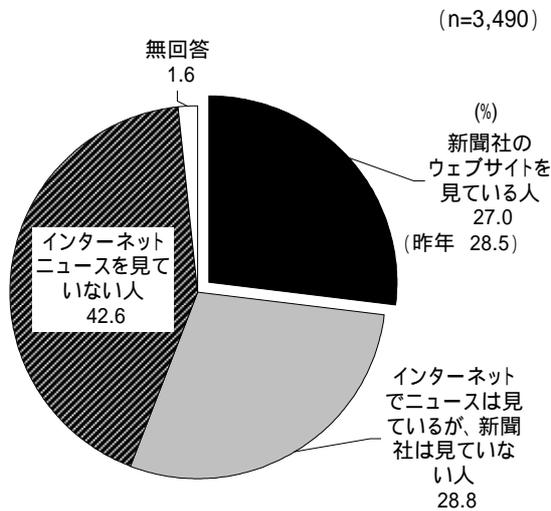


図9-2 閲覧方法

(複数回答、n=941)

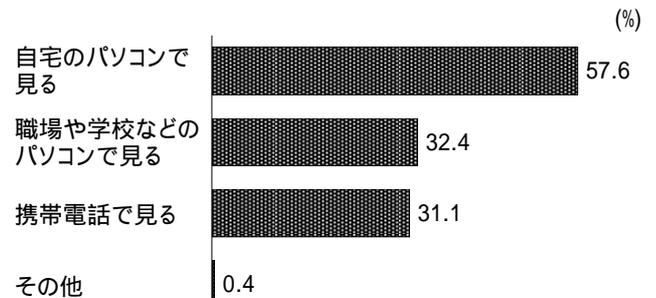
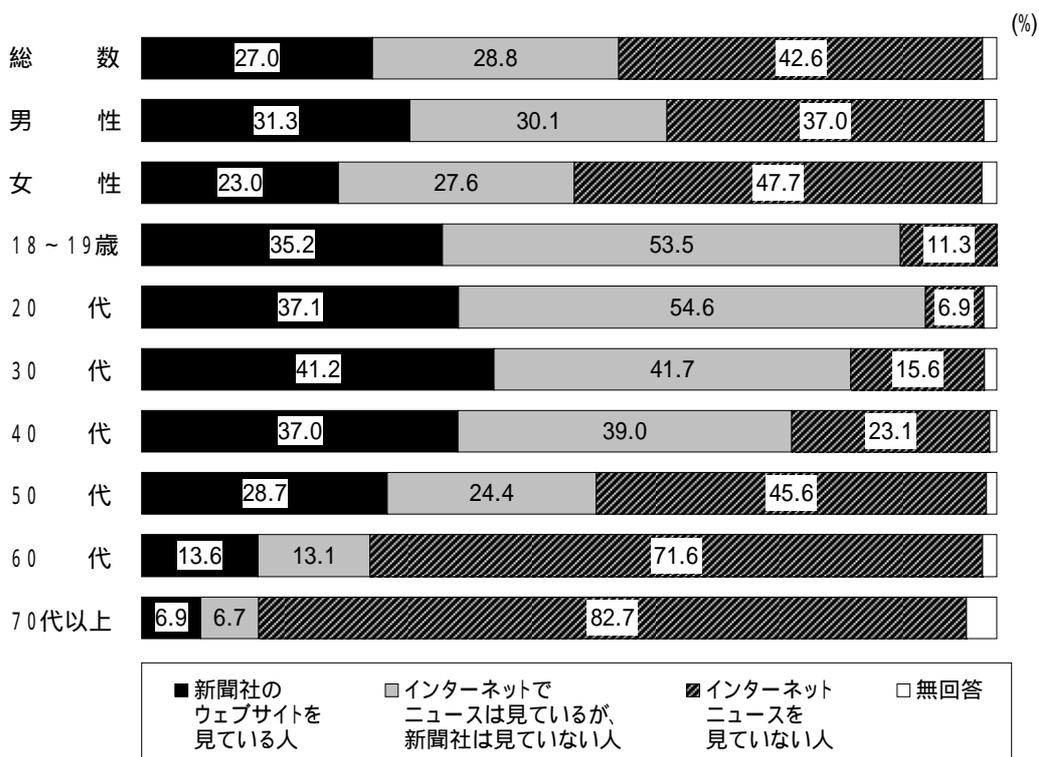


図9-3 新聞社のウェブサイトの閲覧状況（性・年代別）

(n=3,490)



10. 通信社の役割を知っている？（*）

- 若い人で「役割を知っている人」は少ない -
「知っている」45.0%、「知らない」54.4%

- ・通信社が新聞社や放送局などにニュースを配信していることを「知っている」は 45.0%、「知らない」は 54.4%である。
- ・性別で見ると、「知っている」は、女性（37.6%）よりも男性（53.2%）に多い。
- ・年代別に見ると、若い年代では通信社の役割を知っている人は少なく、18～19 歳では 11.3%、20 代では 27.9%である。40 代以上では 4～5 割（46.8%～53.1%）が知っており、中高年層で認知度が高まることわかる。
- ・昨年調査と比較しても、「知っている」人の割合は変わらない(昨年 45.2%)。

図 10-1 通信社の役割の認知

(n=3,490)

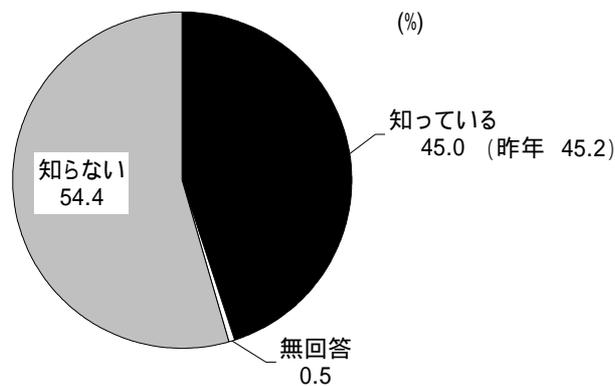
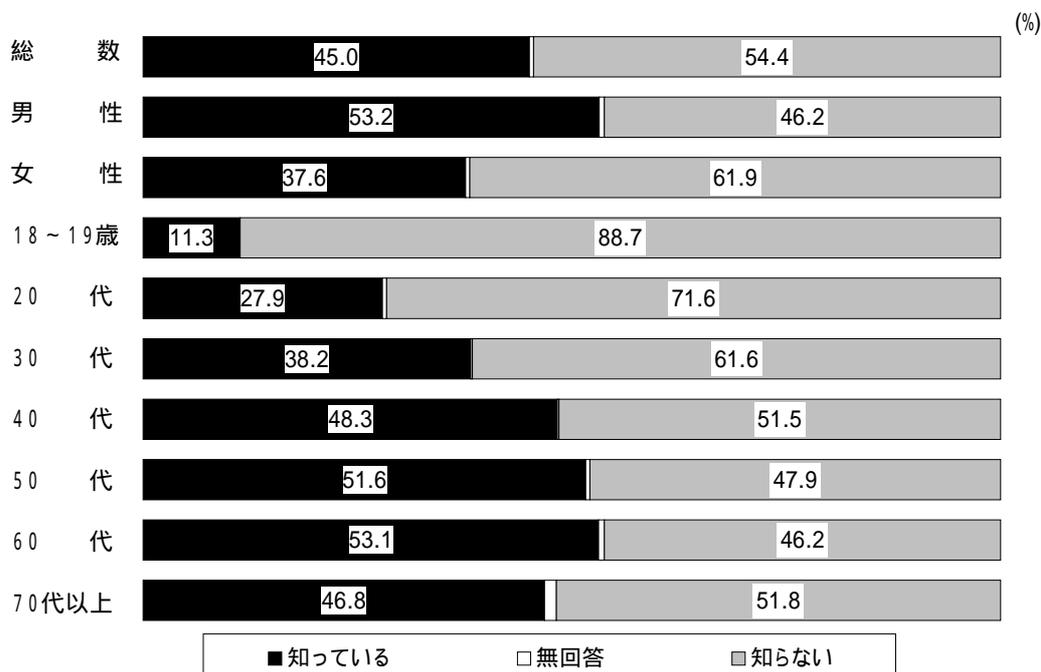


図 10-2 通信社の役割の認知（性・年代別）

(n=3,490)



11. 見たり聞いたことがある通信社は？（*）

1位「共同通信社」(72.3%)

2位「ロイター通信」(70.4%)

- ・見たり聞いたことがある通信社の名前をひとつでもあげた人は82.4%である。最も知名度が高いのは「共同通信社」で72.3%の人があげている。次いで「ロイター通信」が70.4%、「AP通信」が54.9%、「新華社」が41.7%、「時事通信社」が41.4%となっている。
- ・年代別に見ると、40代以上では「共同通信社」の知名度が最も高いが、30代以下では「ロイター通信」が最も高い。
- ・昨年調査と比較しても、順位は変わらず、比率もほとんど動いていない。

図 11-1 知っている通信社の有無 (n=3,490)

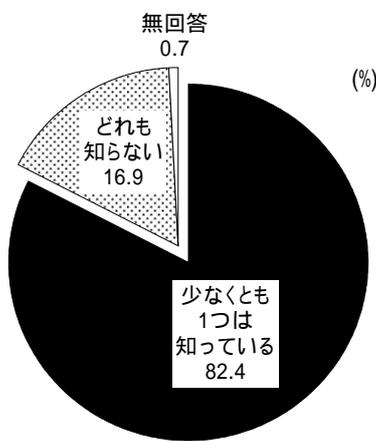
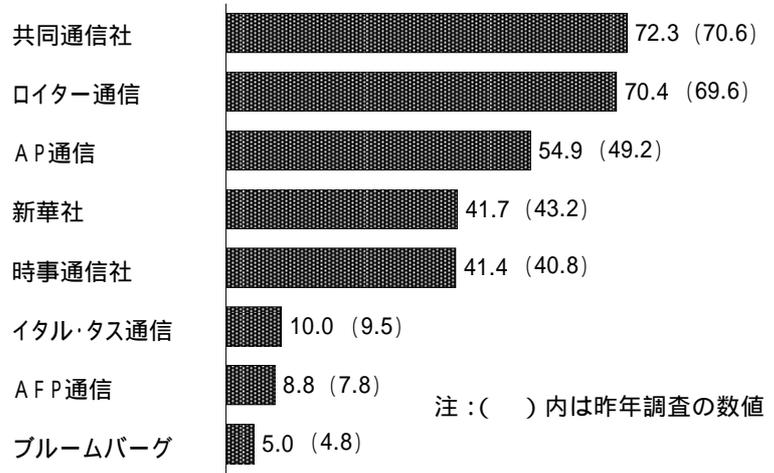


図 11-2 知っている通信社 (複数回答、n=3,490) (%)



注：()内は昨年調査の数値

表 11-1 知っている通信社 (性・年代別)

複数回答、n=3,490 (%)

	1位	2位	3位	4位	5位
総数	共同通信社 72.3	ロイター通信 70.4	AP通信 54.9	新華社 41.7	時事通信社 41.4
男性	共同通信社 77.7	ロイター通信 73.3	AP通信 59.2	新華社 50.7	時事通信社 50.5
女性	ロイター通信 67.9	共同通信社 67.4	AP通信 51.0	新華社 33.5	時事通信社 33.2
18-19歳	ロイター通信 52.1	共同通信社 40.8	AP通信 39.4	時事通信社 23.9	新華社 14.1
20代	ロイター通信 68.0	共同通信社 58.1	AP通信 54.6	時事通信社 34.5	新華社 22.3
30代	ロイター通信 74.6	共同通信社 70.7	AP通信 61.5	時事通信社 37.8	新華社 32.3
40代	共同通信社 78.9	ロイター通信 77.4	AP通信 64.0	時事通信社 41.9	新華社 41.2
50代	共同通信社 79.6	ロイター通信 76.8	AP通信 58.6	新華社 51.0	時事通信社 42.3
60代	共同通信社 78.7	ロイター通信 73.4	新華社 55.4	AP通信 53.1	時事通信社 48.8
70代以上	共同通信社 63.1	ロイター通信 49.6	時事通信社 41.1	新華社 40.3	AP通信 36.9

トピックス（新聞と政治）

12．新聞の政治に対する態度についてどう思う？

「政治家についてすべて報道している」には厳しい評価
 「不正を追及」「批判記事に追随」に4割が肯定

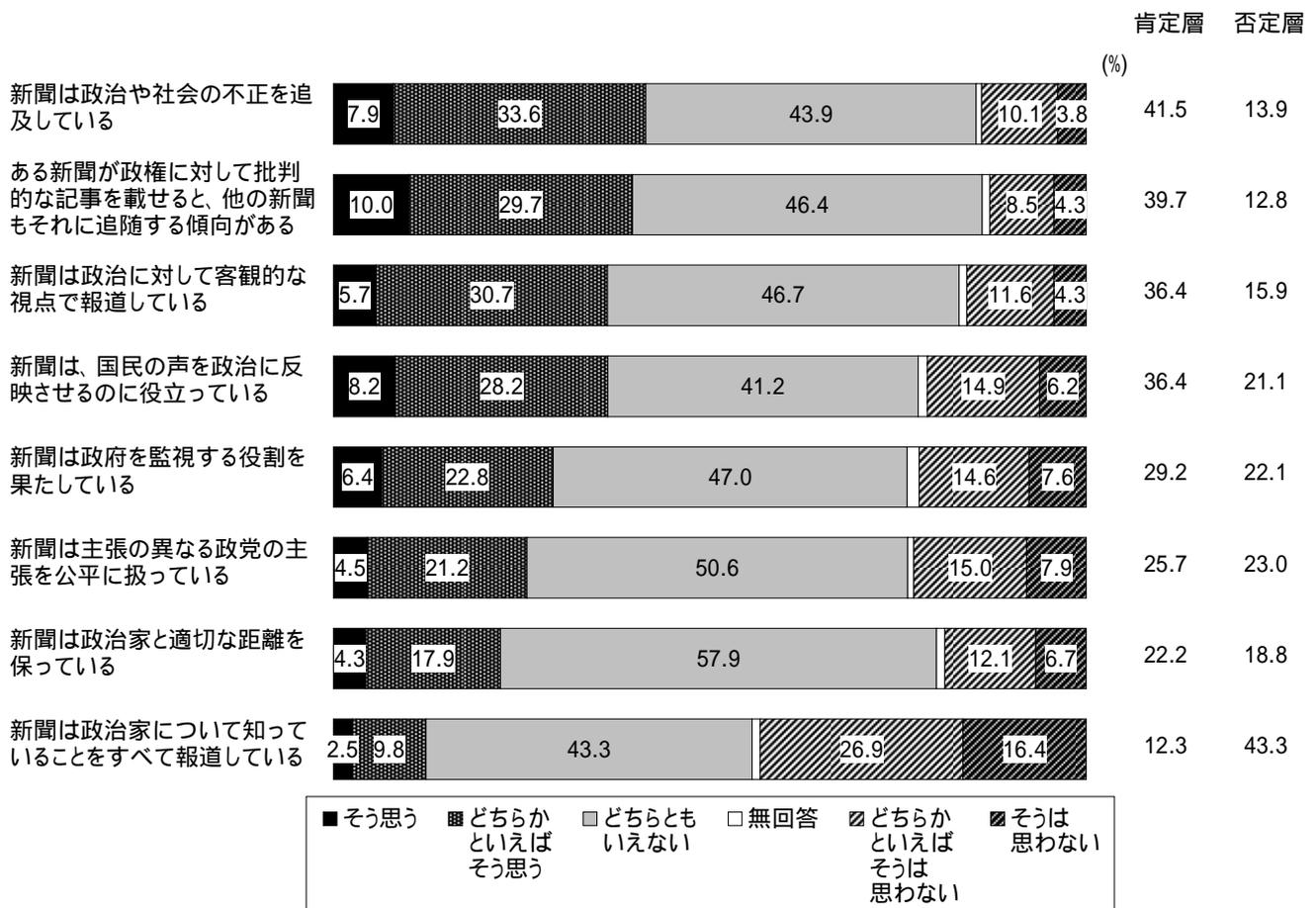
- ・新聞と政治の関係についての意見の肯定層を比較したところ、「新聞は政治や社会の不正を追及している」(41.5%)が最も多く、次いで「ある新聞が政権に対して批判的な記事を書くと、他の新聞もそれに追随する傾向がある」(39.7%)、「新聞は政治に対して客観的な視点で報道している」「新聞は、国民の声を政治に反映させるのに役立っている」(各36.4%)が多い。
- ・一方、新聞と政治家の関わりに関する項目については評価が低い傾向にある。特に「新聞は政治家について知っていることをすべて報道している」は、肯定層が12.3%であるのに対し、否定層が43.3%と、評価が厳しい。

肯定層：「そう思う」+「どちらかといえばそう思う」

否定層：「どちらかといえばそうは思わない」+「そうは思わない」

図 12-1 新聞と政治についての意見

(n=3,490)



- ・「新聞は政治や社会の不正を追及している」は、年代が上がるほど肯定層が多い傾向にある。20～30代では3割程度であるが、70代以上では55.4%と半数を超え、否定層を50ポイント近く上回る。
- ・「ある新聞の批判的記事に他の新聞も追隨する傾向がある」は、どの年代でも肯定層が3～4割と年代差は小さく、また、いずれも否定層を20～30ポイント上回っている。
- ・「新聞は、政治家について知っていることをすべて報道している」は、20代から50代にかけては肯定層は5割前後（46.1～52.3%）を占めているが、18～19歳（36.6%）と70代以上（29.6%）では3割前後と少なくなっている。

図 12-2 新聞は政治や社会の不正を追及している（性・年代別）

(n=3,490)

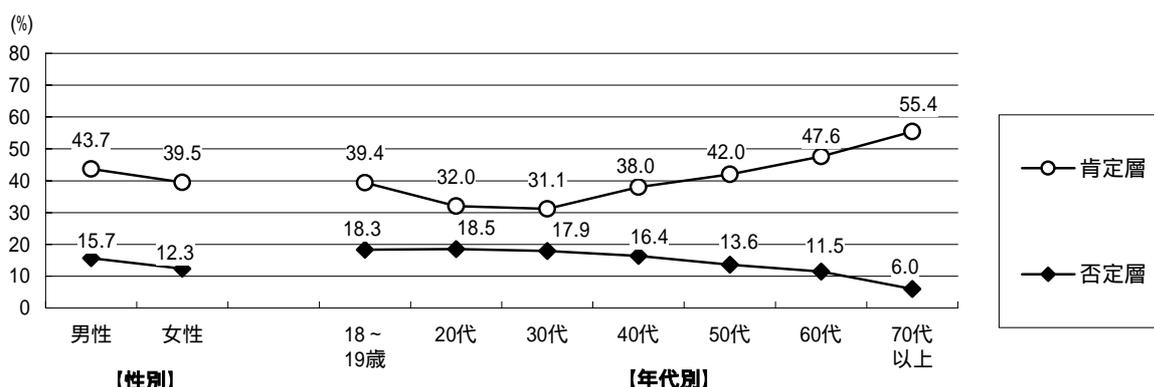


図 12-3 ある新聞の批判的記事に他の新聞も追隨する傾向がある（性・年代別）

(n=3,490)

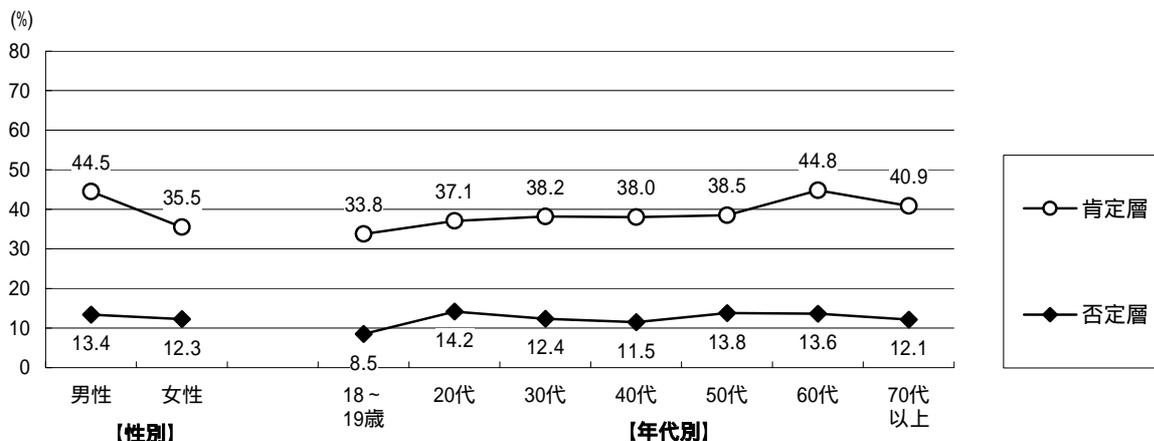
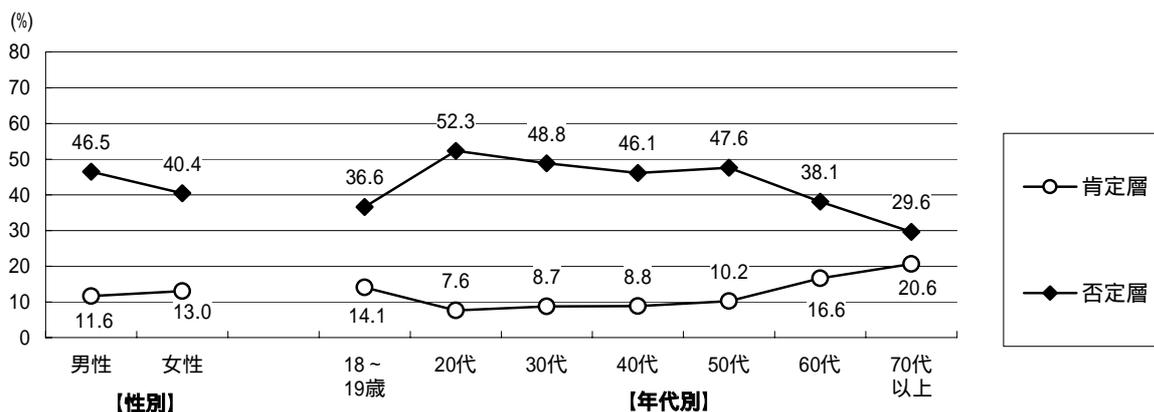


図 12-4 政治家について知っていることをすべて報道している（性・年代別）

(n=3,490)



13. 新聞の政治的立場についてどう思う？

- 欧米のように政治色を出すことには否定的 -
 「独自色」は 13.7%、「不偏不党」70.2%

- ・新聞の政治的立場について、「A：新聞は、それぞれ独自の政治色をはっきり出した方がよい」と考える独自色派は 13.7%、「B：新聞は、1つの政党に偏ることなく不偏不党を貫くべきだ」と考える不偏不党派は 70.2%と多く、日本では欧米のように新聞に政治色を出すことに否定的な意見が圧倒的多数を占める。
- ・年代別に見ると、不偏不党派はいずれの年代でも 5～7割(54.9～76.5%)を占め、独自色派(12.0～18.3%)を大きく上回っており、新聞は不偏不党であるべきとの意見が強いことがわかる。

独自色派：「Aに近い」+「どちらかといえばAに近い」
 不偏不党派：「どちらかといえばBに近い」+「Bに近い」

図 13-1 新聞の政治的立場についての意見 (n=3,490)

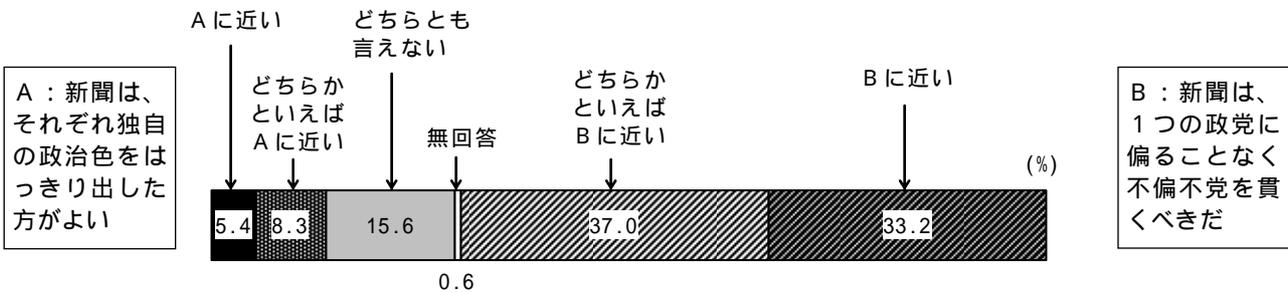
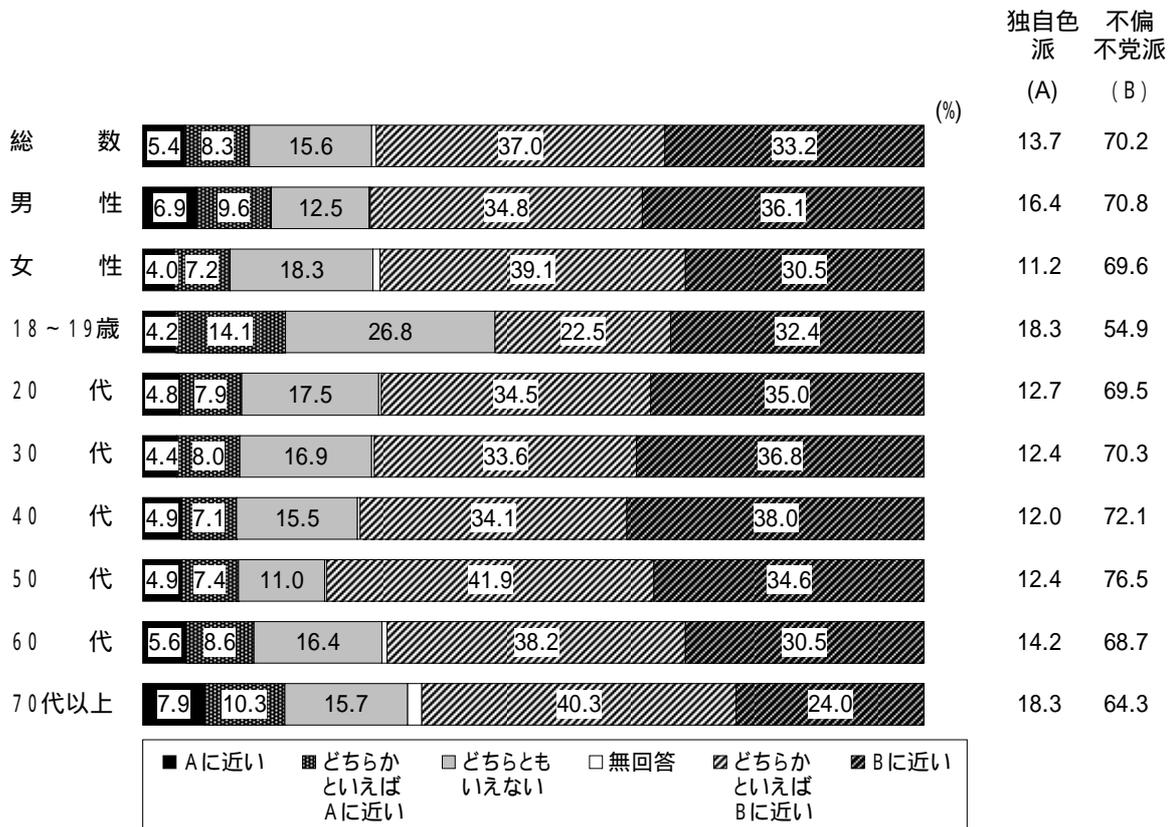


図 13-2 新聞の政治的立場についての意見（性・年代別） (n=3,490)



14. 選挙前の当落予想報道についてどう思う？

- 当落予想報道には否定的な意見が多い -

「新聞報道として当然」32.4%、「新聞報道として問題」42.6%

・選挙前の当落予想報道について、「A：有権者の動向を伝え、投票する上での判断材料を提供することは、新聞報道として当然だ」と考える当然派は 32.4%、「B：有権者に予断を与え、選挙結果に影響を与える恐れがあるので、新聞報道として問題だ」と考える問題派は 42.6%

・年代別に見ると、当然派は若年層に比べ高年層に多い傾向にあるが、すべての年代で、問題派が4割前後（38.3～45.9%）を占め、当然派を上回っており、当落予想報道に対して否定的な意見が多いことがいえる。

当然派：「Aに近い」+「どちらかといえばAに近い」

問題派：「どちらかといえばBに近い」+「Bに近い」

図 14-1 選挙前の当落予想報道についての意見 (n=3,490)

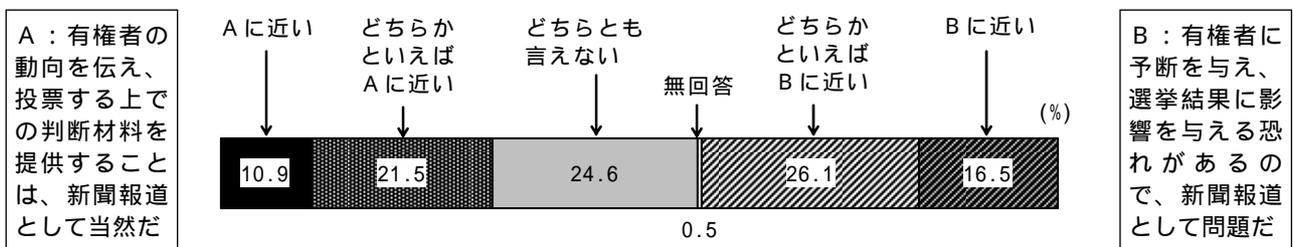
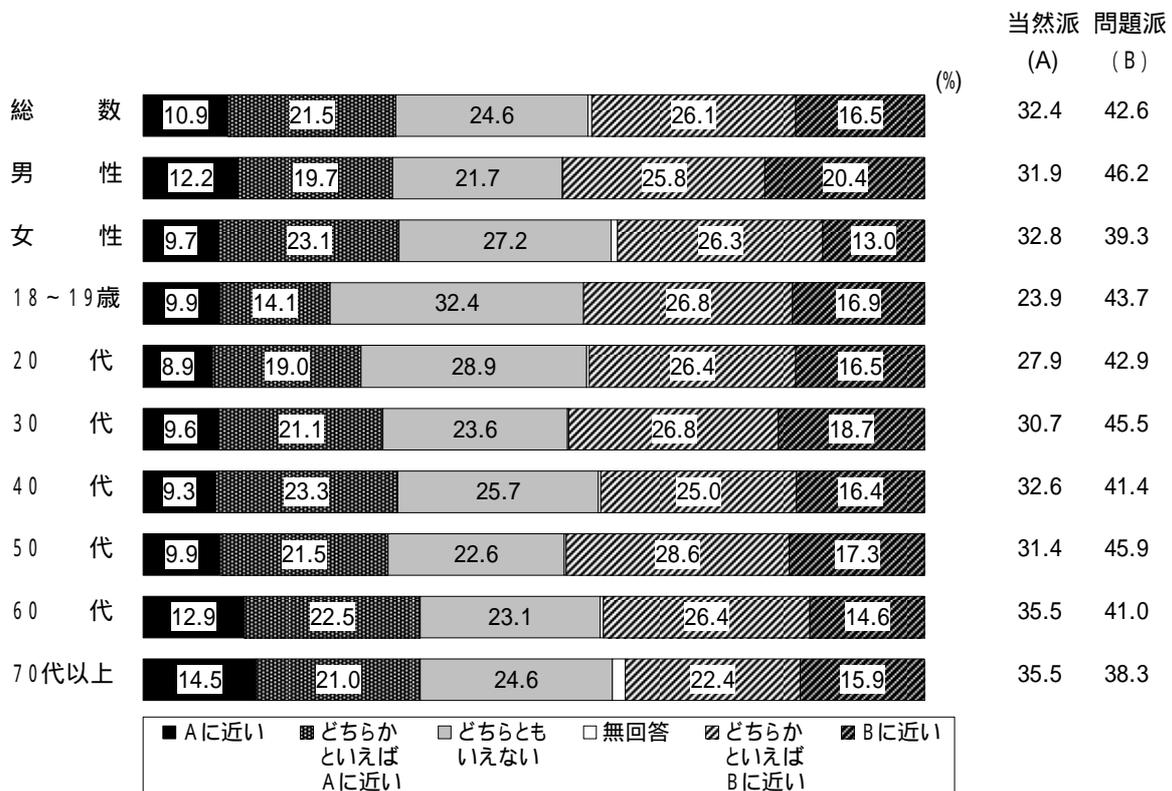


図 14-2 選挙前の当落予想報道についての意見（性・年代別） (n=3,490)



15. 選挙結果を新聞で読む？

- 選挙結果はやはり、「新聞で」がやや多い -
 「非新聞派」41.7%、「新聞派」45.6%

- ・選挙結果について、「A：選挙結果の報道は、テレビやインターネット等で早くわかるので、新聞はあまり読まない」と考える非新聞派は 41.7%、「B：選挙結果の報道は、テレビやインターネット等で早くわかって、新聞でじっくり読まないと気がすまない」と考える新聞派は 45.6%となっている。選挙結果はやはり「新聞で」と考えている人がやや多い。
- ・年代別に見ると、新聞派は年代が上がるほど増加する傾向にあり、60代以上では6割(61.8%、62.1%)を超える。また、60代以上では非新聞派を30ポイント以上上回っており、高年層ほど選挙結果を新聞で読む傾向が強いことがわかる。

非新聞派：「Aに近い」+「どちらかといえばAに近い」
 新聞派：「どちらかといえばBに近い」+「Bに近い」

図 15-1 選挙結果の報道についての意見 (n=3,490)

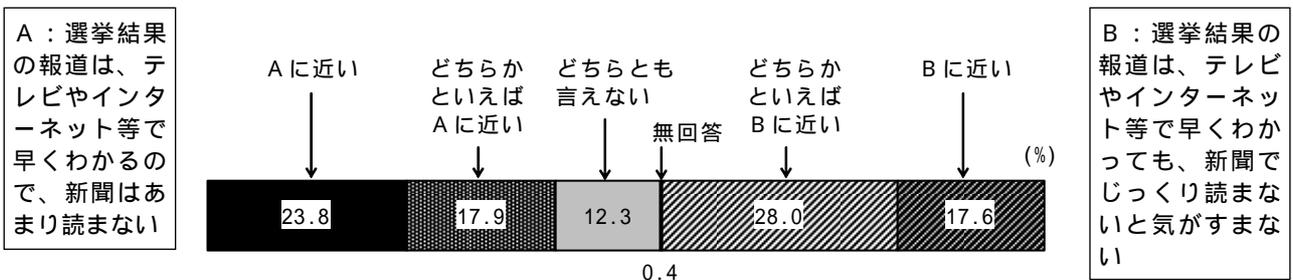
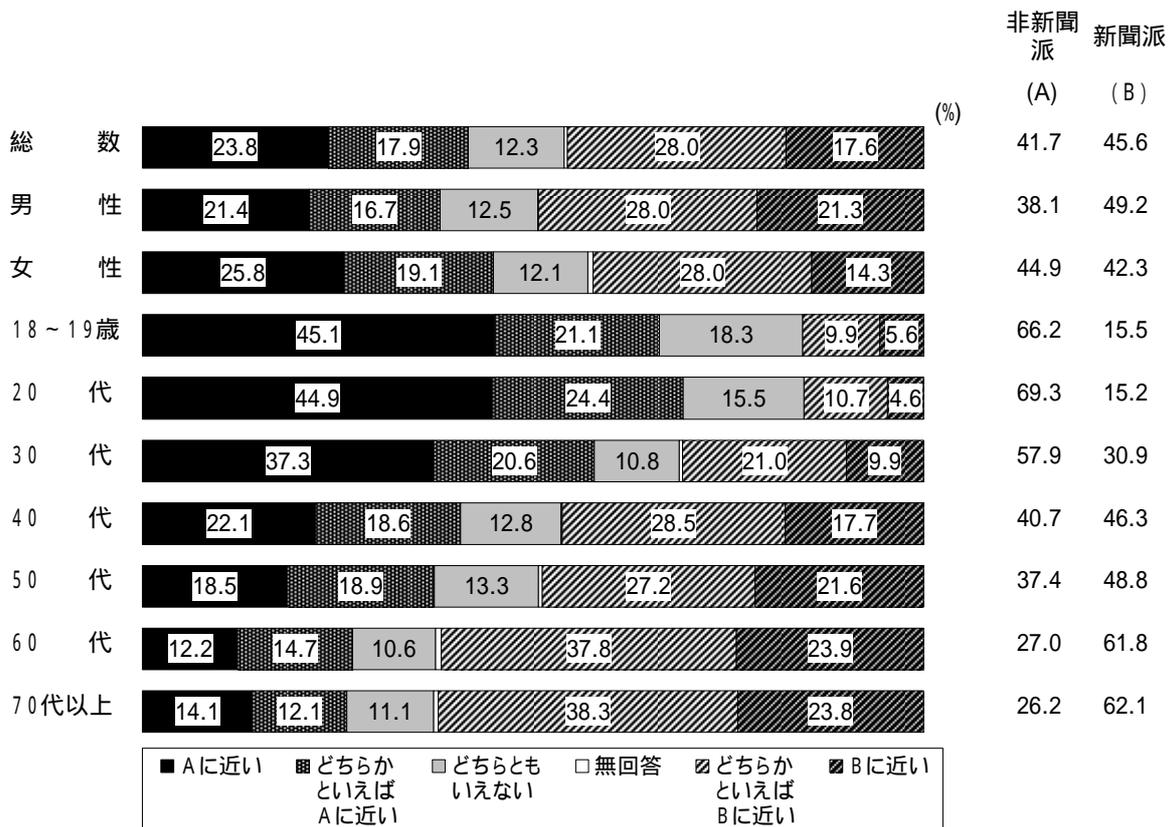


図 15-2 選挙結果の報道についての意見 (性・年代別) (n=3,490)



16. どちらの候補者に投票する？

「優勢と報道された人」？「劣勢と報道された人」？

- 報道による投票行動への影響は小さい -
「優勢派」19.4%、「劣勢派」22.9%

・投票してもよいと思う候補者が2人いた場合、「A：やや優勢だと報道された候補者に投票したいと思うだろう」と考える優勢派は19.4%、「B：やや劣勢だと報道された候補者に投票したいと思うだろう」と考える劣勢派は22.9%となっている。

・年代別に見ると、いずれの年代でも優勢派も劣勢派も2割前後となっており、報道による投票行動への影響はあまり見られないといえる。

1 この問いは、投票権を有する20歳以上の人へのみの質問である

2 優勢派：「Aに近い」+「どちらかといえばAに近い」

劣勢派：「どちらかといえばBに近い」+「Bに近い」

図 16-1 投票したいのは優勢の候補者か劣勢の候補者か

(n=3,419)

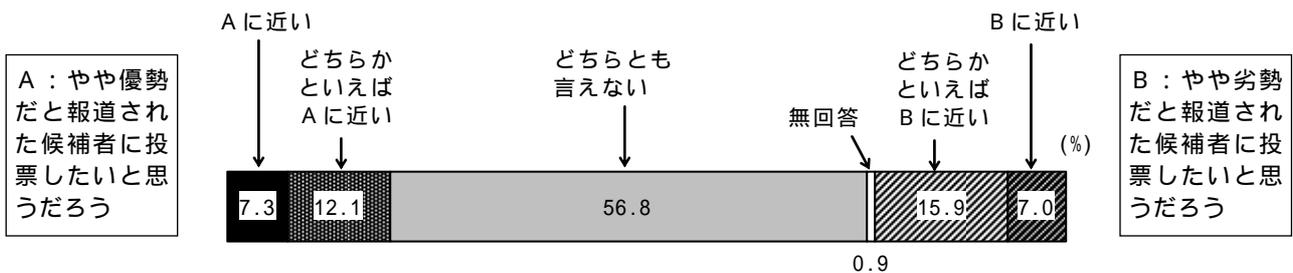
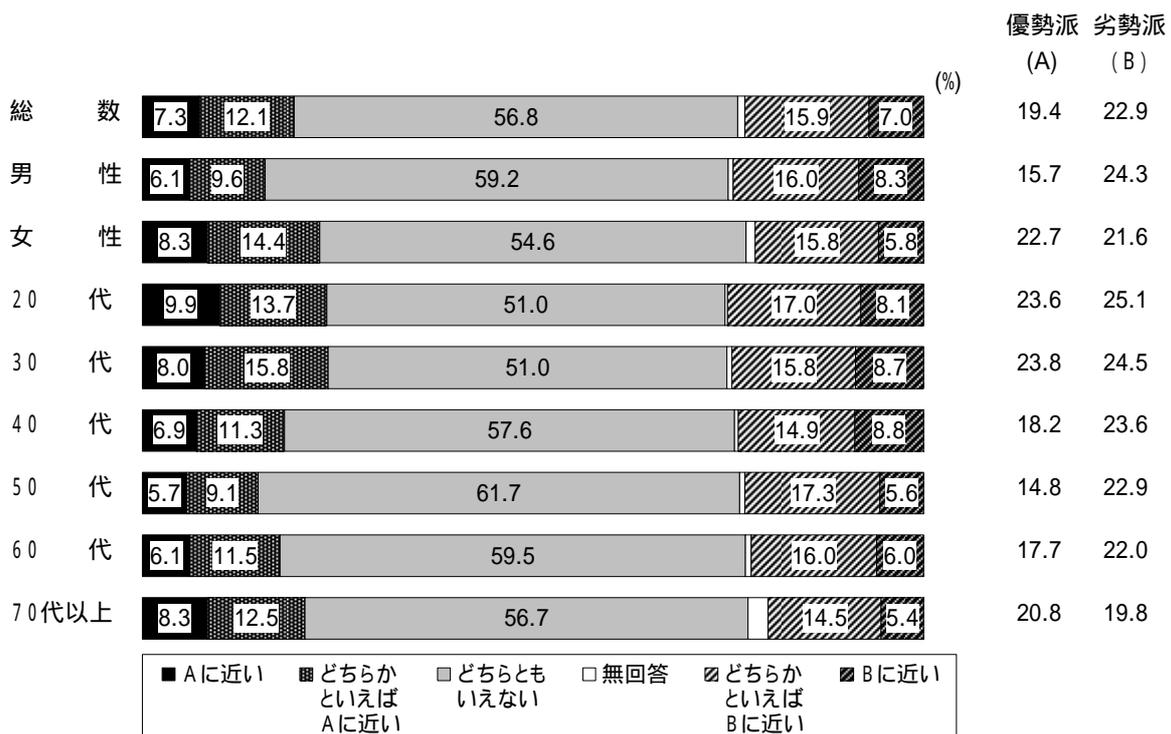


図 16-2 投票したいのは優勢の候補者か劣勢の候補者か（性・年代別）

(n=3,419)



17. 選挙の時、どの情報を参考に投票する？

- 選挙の情報は「新聞記事」がトップ -

「新聞記事」59.4%、「政見放送以外のテレビ」49.8%

- ・選挙の時、どの情報を参考に投票するかについて、「新聞記事」(59.4%)が最も多く、次いで「テレビ番組(政見放送以外)」(49.8%)、「政見放送」(32.8%)の順となっている。投票においては、新聞の情報が最もよく利用されていることがわかる。
- ・年代別に見ると、「新聞記事」は40代以上では6割を超え、1位を占め、とりわけ、60代で70.8%と多い。20~30代では、「テレビ番組(政見放送以外)」が5割を超え、1位となっている。20代では、「インターネット(ニュース記事)」が僅差ながら「新聞記事」を上回り、2位となっている。このほか、70代以上は、「政見放送」が5割弱で、2位となっている。参考にする情報は年代によってかなり異なり、若年層ではインターネットやテレビ番組、高年層では新聞記事やテレビ番組に加え、政見放送を参考にしていることがわかる。

この問いは、投票権を有する20歳以上の人へのみの質問である

図 17-1 選挙で投票する際に参考にする情報

(n=3,419)

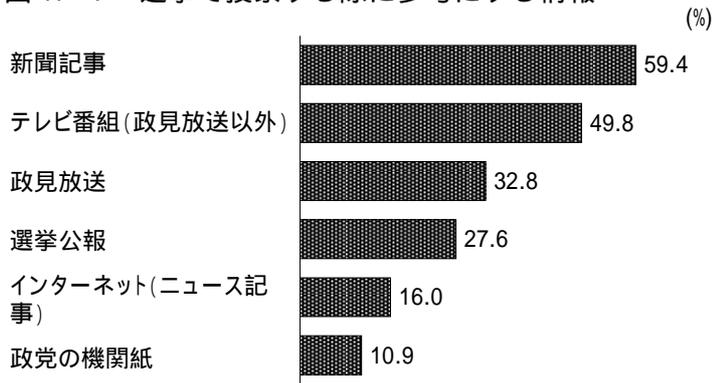
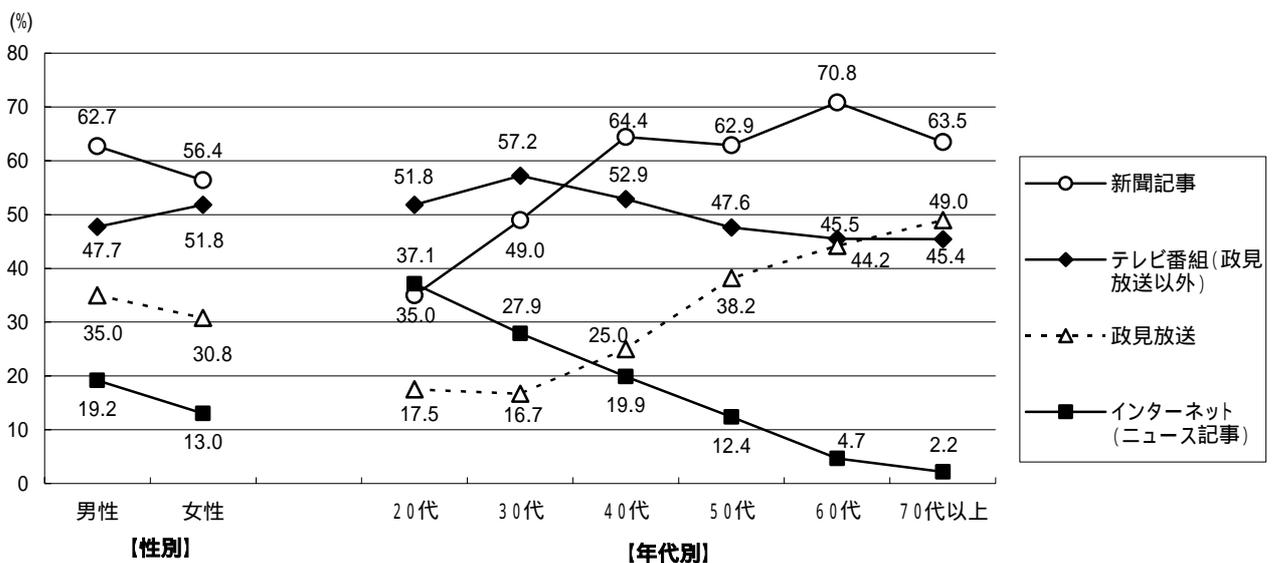


図 17-2 選挙で投票する際に参考にする情報(性・年代別)

(n=3,419)



新聞全般

18. 新聞を読んでいる人は？

- 夕刊を毎日読む人は4人に1人 -
朝刊...84.0%、夕刊...33.6%

- ・朝刊を読んでいる人は84.0%と8割を超え、朝刊が日常生活に浸透していることがわかる。内訳を見ると、「毎日またはほぼ毎日」読んでいる人(64.1%)が6割を超えている。「毎日またはほぼ毎日」読んでいる人は年代が上がるほど増加し、50代では7割台(75.4%)、60代以上では8割(82.2%、82.9%)を超えている。
- ・夕刊を読む人は33.6%で、そのうち「毎日またはほぼ毎日」読んでいる人は23.1%と4人に1人の割合にとどまっている。また、地域によっては夕刊を廃止していることもあり、夕刊を読んでいる人(56.6%)は半数を超えている。

図 18-1 新聞の読読頻度(朝刊) (n=3,490)

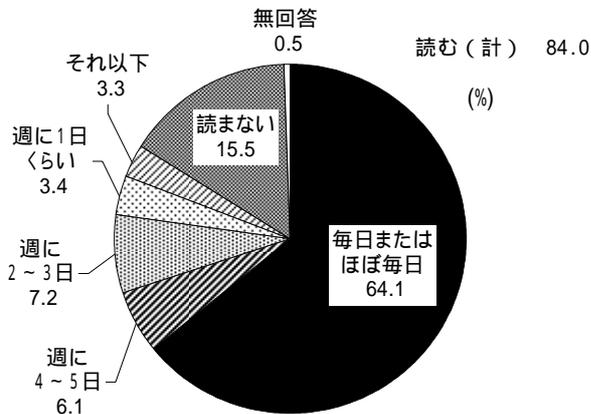


図 18-2 新聞の読読頻度(夕刊) (n=3,490)

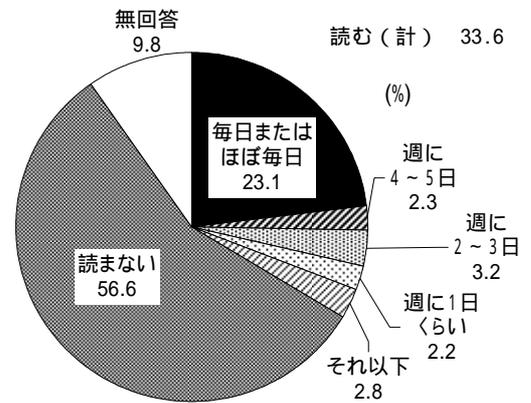


図 18-3 新聞の読読頻度(朝刊)(性・年代別) (n=3,490)

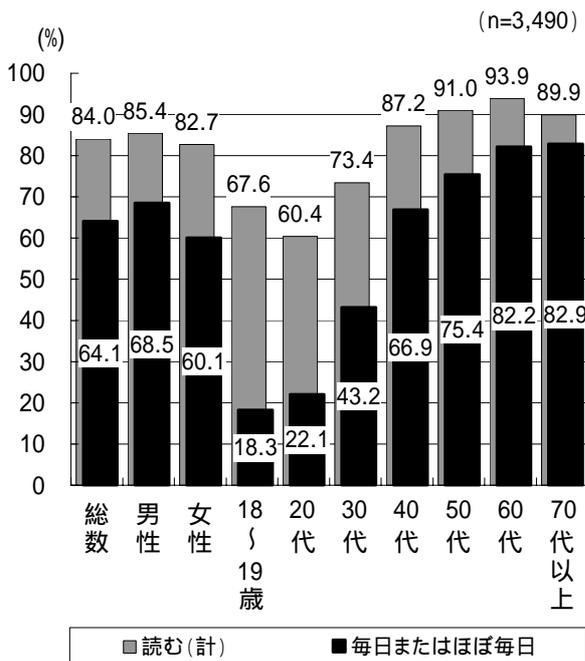
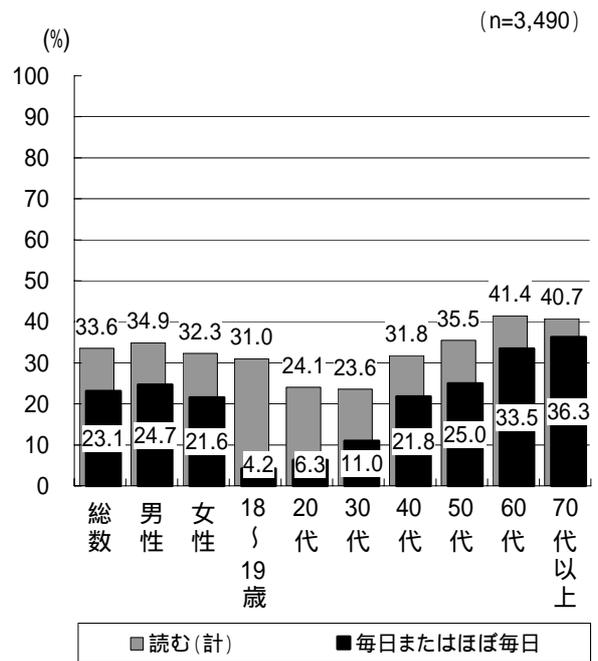


図 18-4 新聞の読読頻度(夕刊)(性・年代別) (n=3,490)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に)(全体の84.4%)

19. 新聞を読む時間は？

- 平均時間は若い世代ほど短い -
1日平均 27.2分

- ・新聞を読む時間は、1日平均で27.2分である。
- ・年代別に見ると、平均時間は60代以上では30分(35.0分、37.9分)を超えているが、30代では19.1分と10分台に減少し、20代15.3分、18~19歳10.5分と年代が下がるほど短くなっている。若い年代での新聞離れが見てとれる。

図 19-1 新聞を読んでいる人 (n=3,490)

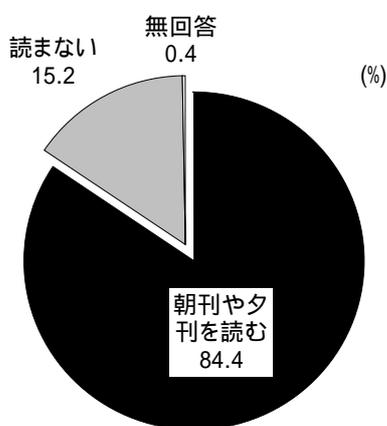


図 19-2 新聞の1日の閲読時間 (n=2,946)

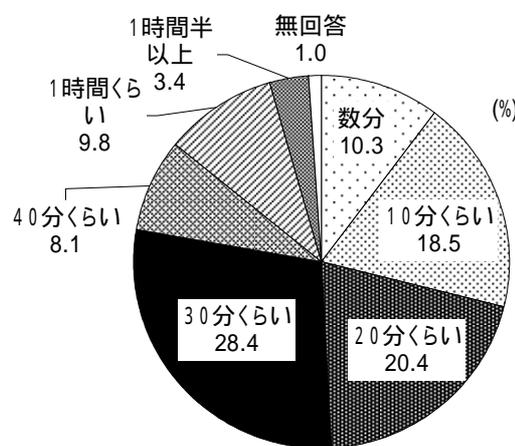
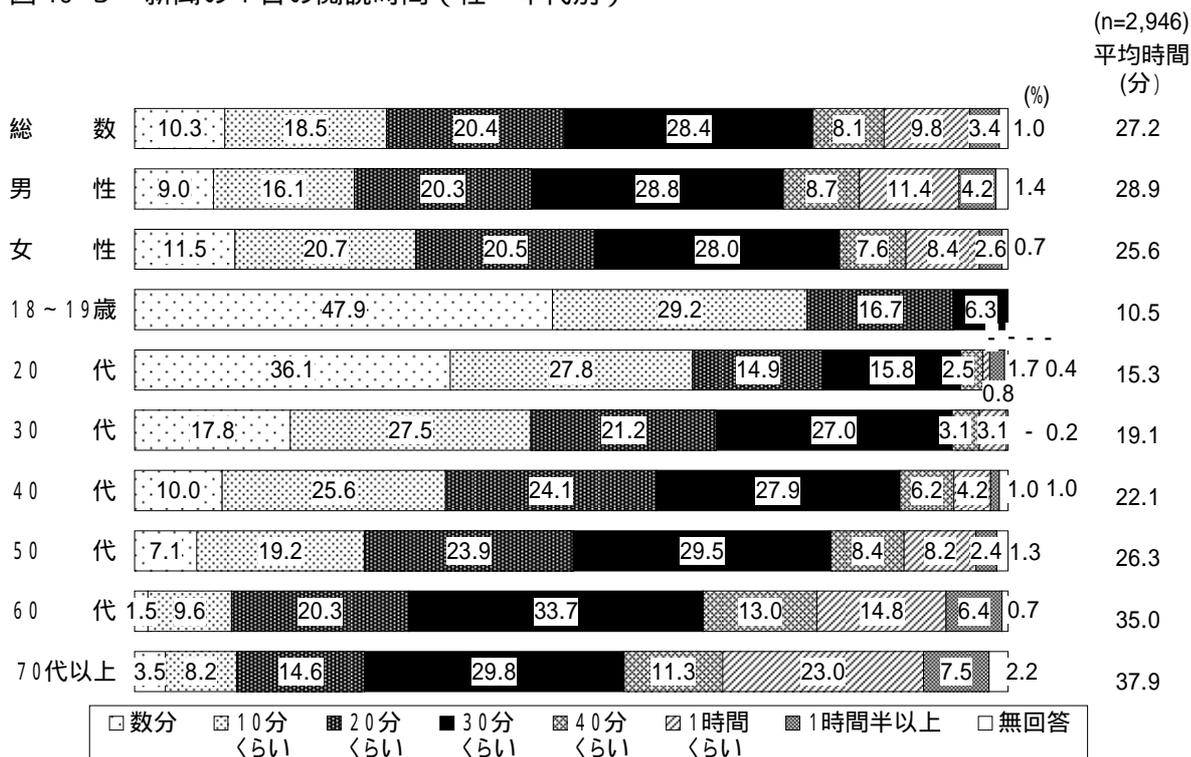


図 19-3 新聞の1日の閲読時間(性・年代別)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に)(全体の84.4%)

20. 新聞を読む理由は？

- 新聞を読むことは生活の一部 -

1位「習慣になっている」(51.6%)

2位「世間の動きがわかる」(47.8%)

・新聞を読む理由としては、「新聞を読むのが習慣になっている」(51.6%)をあげる人が半数を超え、最も多く、新聞を読むことが生活の一部となっていることがうかがえる。次いで、「新聞で世間の動きがだいたいわかる」(47.8%)、「新聞は自分が好きなときに読める」(45.6%)をあげる人が多い。

・年代別に見ると、「新聞を読むのが習慣になっている」は年代が上がるほど増加し、60代(66.6%)がピーク。一方、20代以下では2割(22.9%、21.2%)にとどまる。「新聞は自分が好きなときに読める」は20代以下では、新聞を読む理由として最も多くあげられており、新聞の手軽さが多様な生活スタイルをとる若い世代にとって、利点となっていることがうかがえる。

図 20-1 新聞を読む理由 (複数回答、n=2,946)

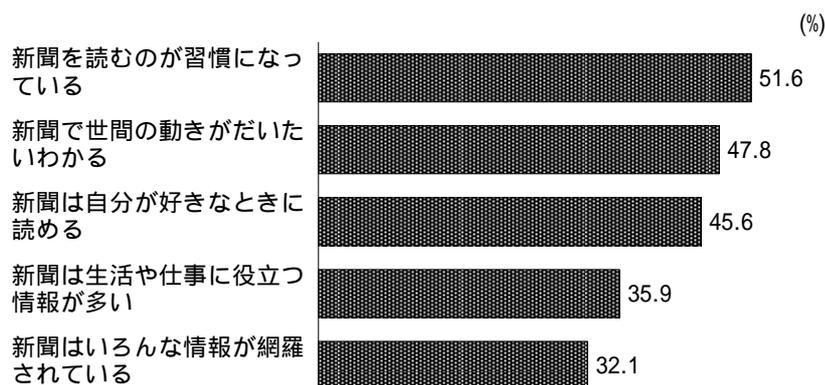
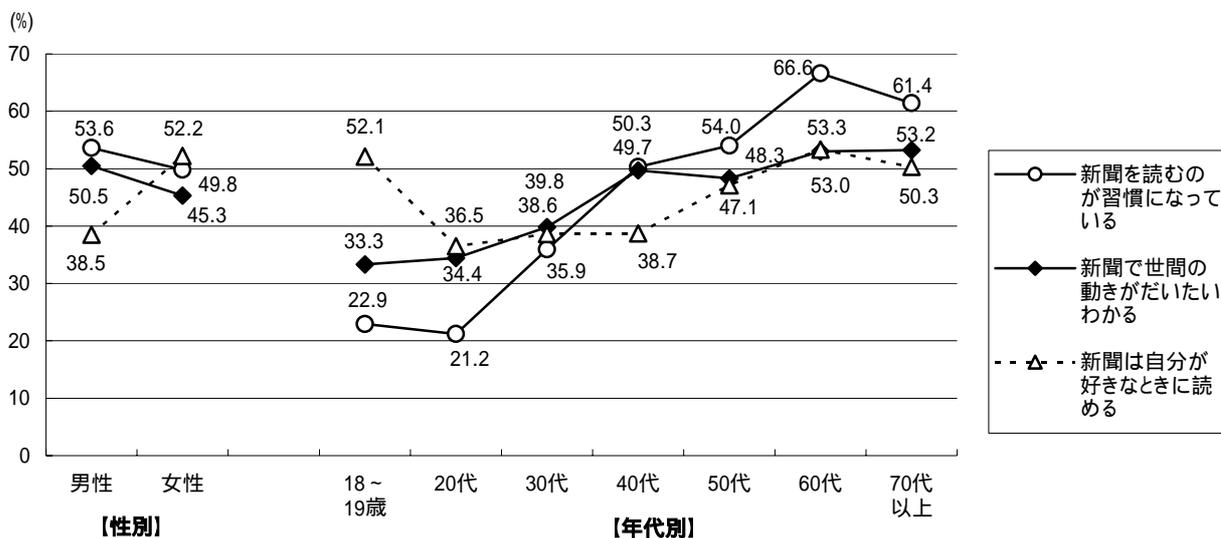


図 20-2 新聞を読む理由(性・年代別) (複数回答、n=2,946)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に)(全体の84.4%)

21. 新聞の記事の満足度は？

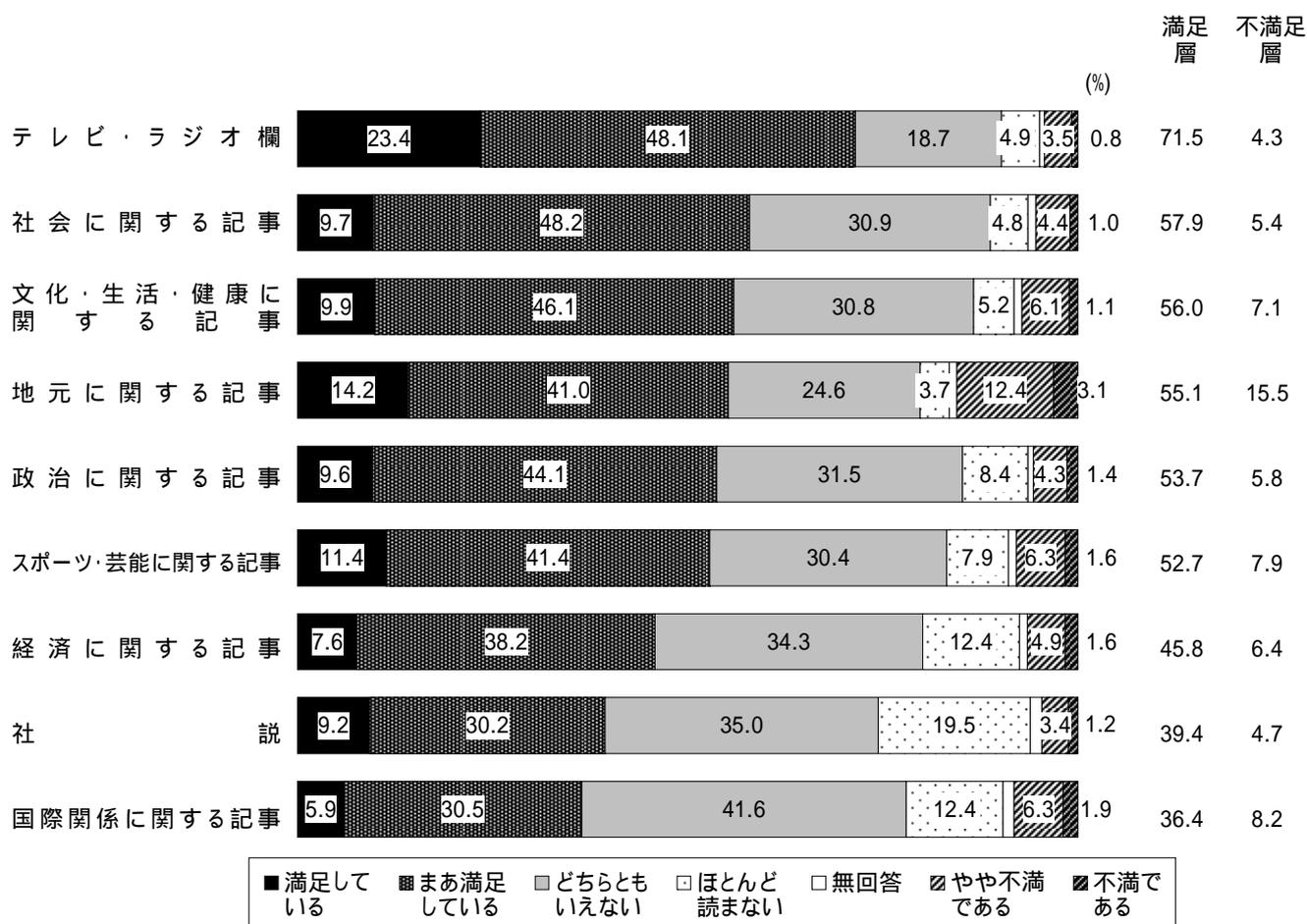
- 「地元記事」に比較的多い不満足層 -
- 1位「テレビ・ラジオ欄」(71.5%)
- 2位「社会に関する記事」(57.9%)

- ・新聞の記事について満足層を比較すると、「テレビ・ラジオ欄」が71.5%と7割を超え、テレビ・ラジオといった他のメディアへの窓口として新聞を利用する人が多いことがわかる。次いで「社会に関する記事」(57.9%)、「文化・生活・健康に関する記事」(56.0%)で満足層が多い。
- ・「社説」「国際関係に関する記事」の満足層は3割台(39.4%、36.4%)と少ないが、不満足層も1割(4.7%、8.2%)を下回っており、「どちらともいえない」や「ほとんど読まない」が多く、閲読度が低いことがうかがえる。一方、「地元に関する記事」は、満足層(55.1%)が半数を超えているが、不満足層が15.5%と最も多くなっている。

満足層:「満足している」+「まあ満足している」
不満足層:「やや不満である」+「不満である」

図 21-1 新聞の記事の満足度

(n=2,946)



- ・「テレビ・ラジオ欄」は、幅広い年代で満足層は多いが、とりわけ、18～19歳で81.3%と多い。「社会に関する記事」「文化・生活・健康に関する記事」は20代以下ではやや少ないが、30代以上では5～6割となっており、年代差は小さい。
- ・「地元に関する記事」の満足層は20代で39.0%と少ないのが目立つ。「社説」「国際関係に関する記事」は年代が上がるにつれ満足層は増える傾向が見られる。

図 21-2 テレビ・ラジオ欄、社会、文化・生活・健康に関する記事に満足している人の割合
(性・年代別) (n=2,946)

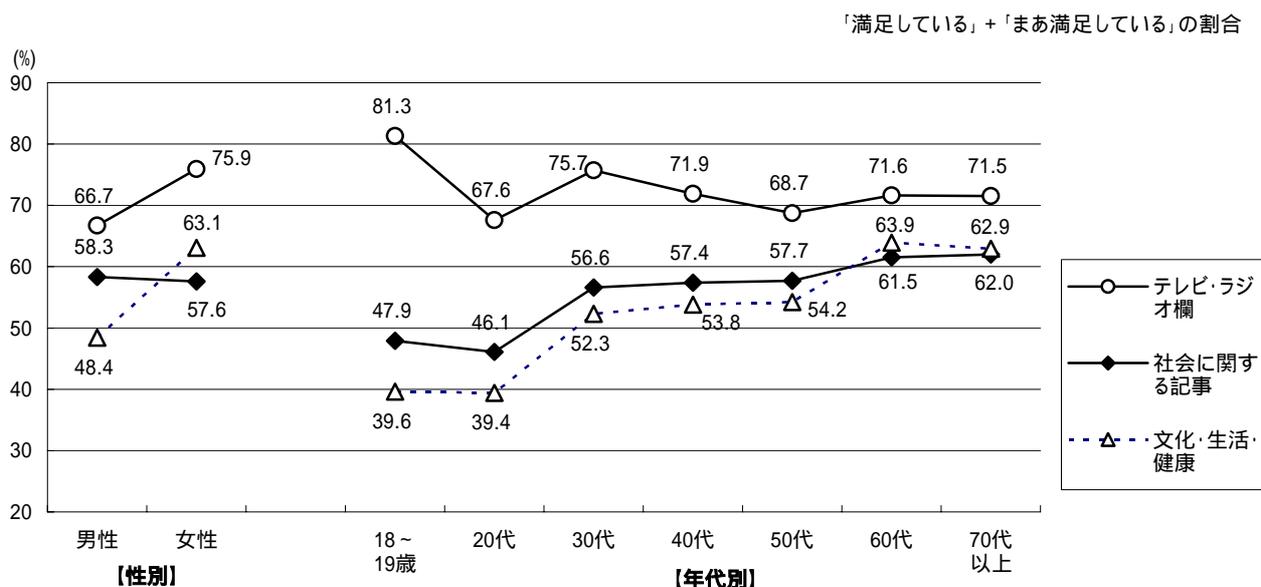
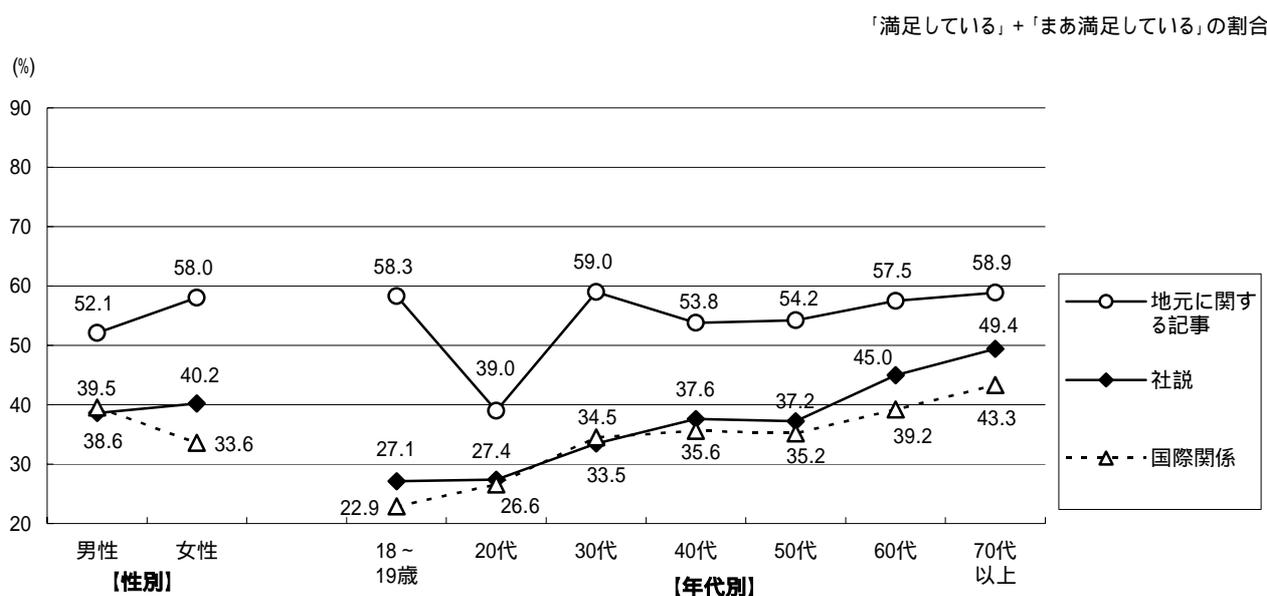


図 21-3 地元、社説、国際関係に関する記事に満足している人の割合
(性・年代別) (n=2,946)



(朝刊や夕刊を「読まない」と答えた人に)(全体の15.2%)

22. 新聞を読まない理由は？

- 他のメディアとの競合が大きい -
- 1位「他の情報で十分だから」(65.2%)
- 2位「新聞を取っていない」(39.5%)

・新聞を読まない理由としては、「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」(65.2%)をあげる人が6割を超え、最も多い。次いで、「新聞を取っていないから」(39.5%)と「新聞は高いから(お金がかかるから)」(30.5%)をあげる人がそれぞれ3割を超えている。新聞以外のメディアへの接触が新聞離れの大きな要因となっていることがうかがえる。

・年代別に見ると、「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」をあげる人は70代以上を除き6~7割(59.0~69.4%)を占め、最も大きな理由となっている。また、30代でのみ、これに次いで「新聞は高いから(お金がかかるから)」(42.9%)と金額面をあげる人が多くなっている。

図 22-1 新聞を読まない人 (n=3,490)

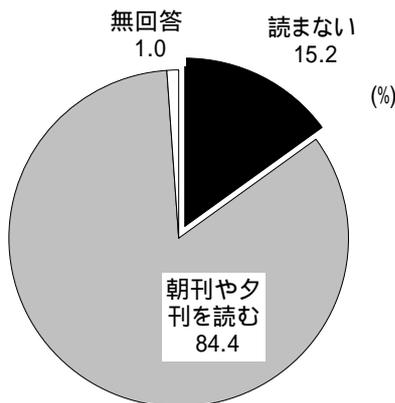


図 22-2 新聞を読まない理由 (複数回答、n=531)

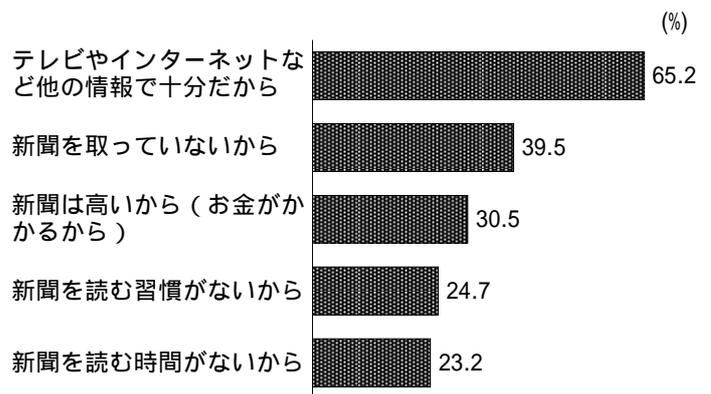
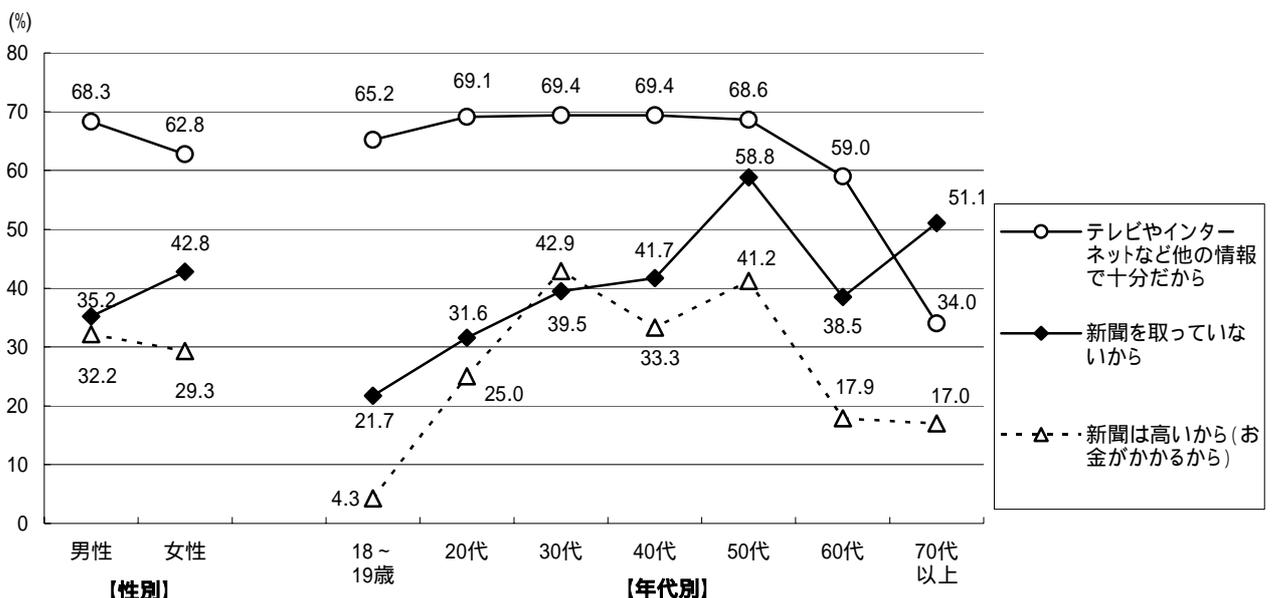


図 22-3 新聞を読まない理由(性・年代別)

(複数回答、n=531)



23. 大きな事件・事故のニュースの入手先は？（*）

- テレビ、新聞が中心 -
- 1位「民放テレビ」(73.2%)
- 2位「NHK テレビ」(66.1%)
- 3位「新聞」(64.5%)

- ・大きな事件・事故の発生や、政治・経済の大きなニュースの情報を得ている媒体については、「民放テレビ」(73.2%)をあげる人が最も多い。次いで「NHK テレビ」(66.1%)、「新聞」(64.5%)となっており、テレビ、新聞が中心であることがわかる。
- ・「民放テレビ」は40代以下では8割前後(76.6~81.6%)を占め、最も多い。50代では「民放テレビ」「NHK テレビ」「新聞」が僅差で並んでいる。「NHK テレビ」と「新聞」はともに年代が上がるほど増加する傾向にある。60代以上では7~8割であるのに対し、20代以下では3~4割と、年代による差が大きい。「インターネット(パソコン)」も年代差が大きい。20代(47.7%)をピークに、年代が上がるほど少なくなっており、70代以上では1割(3.8%)を大きく下回っている。
- ・昨年調査と比較すると、1位の「民放テレビ」は変わらないものの、「新聞」は比率を5ポイント下げ、「NHK テレビ」と順位は入れ替わっている。

図 23-1 大きな事件・事故のニュースの入手先 (複数回答、n=3,490)

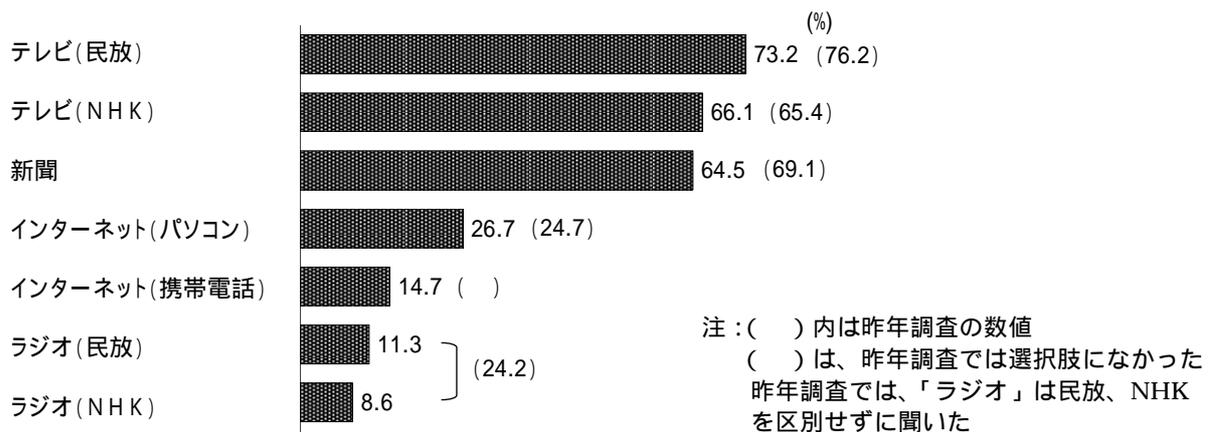
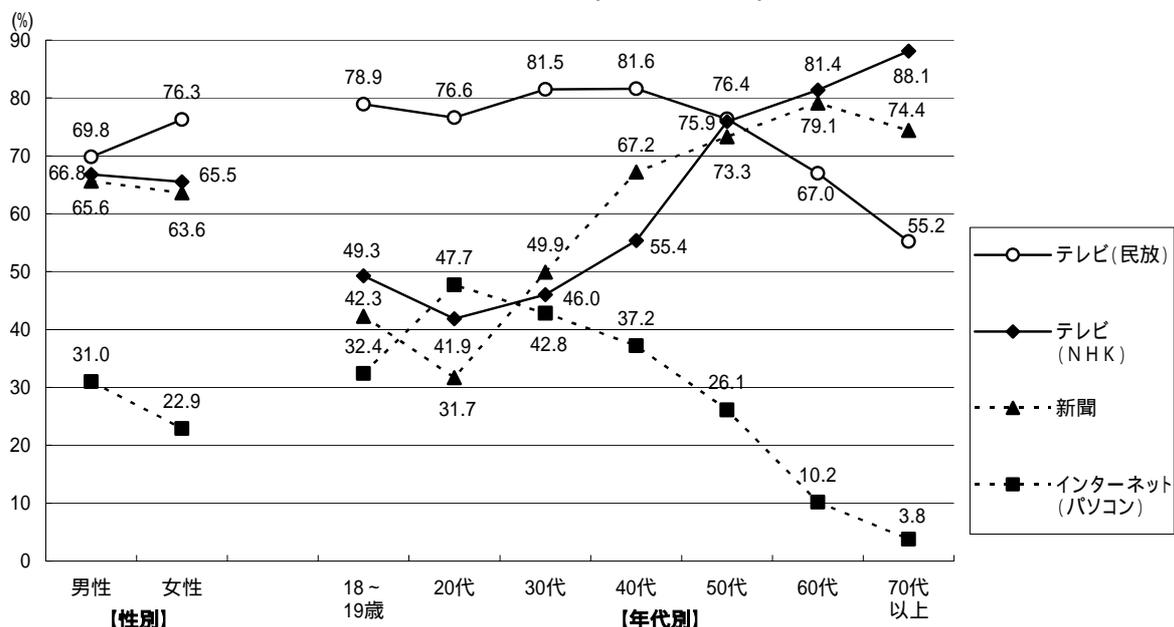


図 23-2 大きな事件・事故のニュースの入手先(性・年代別) (複数回答、n=3,490)



24. 戸別配達をどう思う？（*）

- 日本独特の戸別配達制度に高い評価 -
『続けてほしい』人は 82.8%

- ・戸別配達については、「ぜひ続けてほしい」は 65.0%、「できれば続けてほしい」は 17.8%であり、両者をあわせた『続けてほしい』人は 82.8%である。毎日決まった時間に自宅に直接新聞が届くという戸別配達のニーズはきわめて高いといえる。
- ・年代別に見ると、『続けてほしい』人は 40 代以上では 9 割前後（86.0～91.9%）に達している。また、30 代以下でも 6～7 割（61.2～76.1%）を占めており、戸別配達は幅広い年代から支持されている。
- ・昨年調査と比較しても、『続けてほしい』の割合はほとんど変わらなかった（昨年 84.1%）。

『続けてほしい』：「続けてほしい（計）」＝「ぜひ続けてほしい」＋「できれば続けてほしい」

図 24-1 戸別配達の存続

(n=3,490)

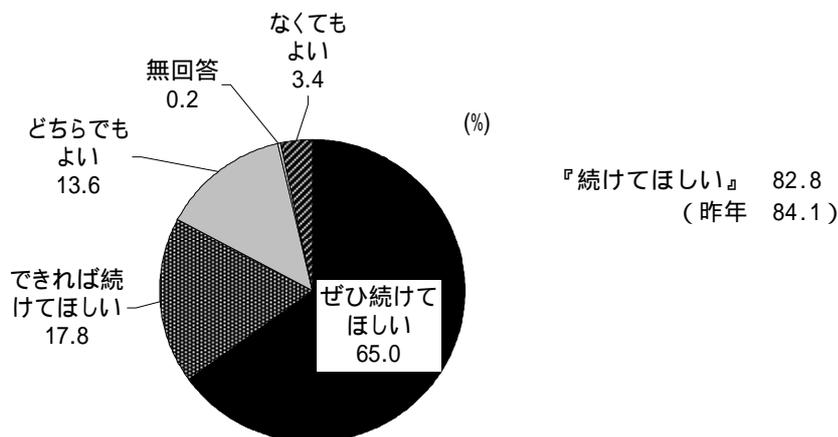
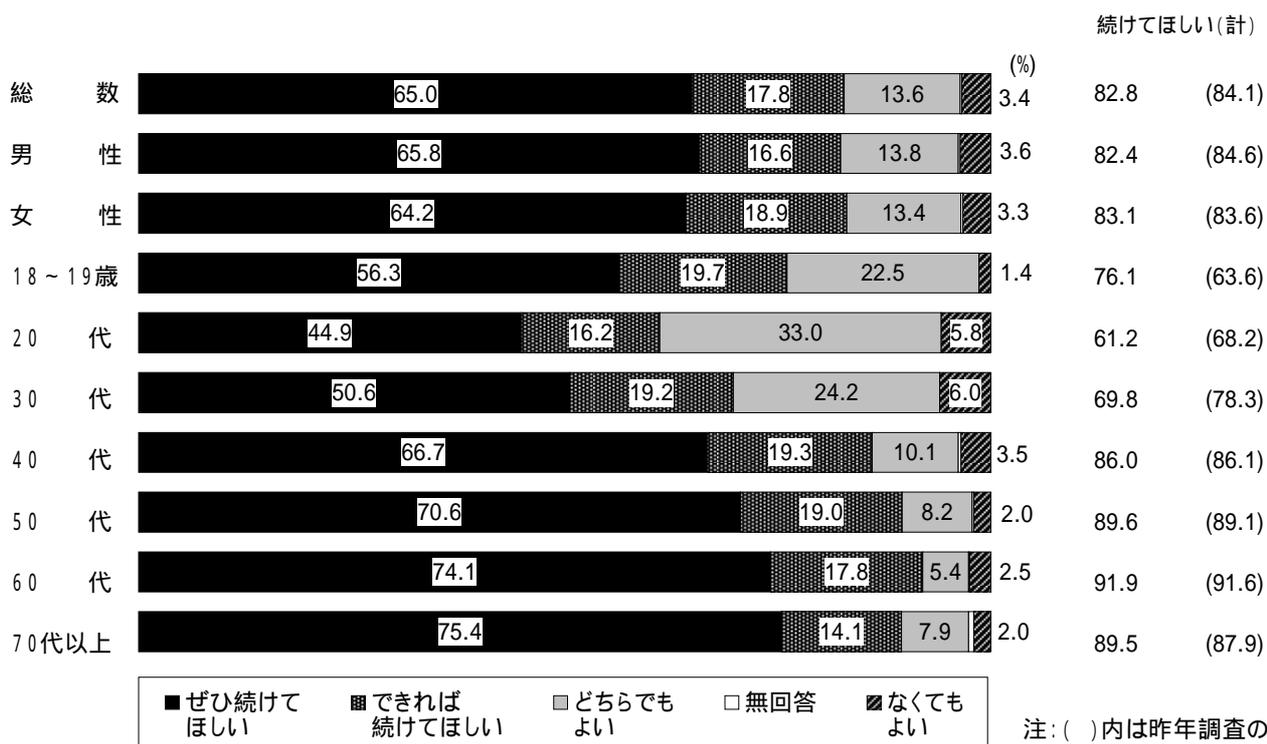


図 24-2 戸別配達の存続（性・年代別）

(n=3,490)



25. 夕刊の発行をどう思う？（*）

- 若い世代で夕刊離れが大きい -
『続けてほしい』人は23.0%

- ・夕刊の発行については、「ぜひ続けてほしい」は12.1%、「できれば続けてほしい」は10.9%であり、両者を合わせた『続けてほしい』人は23.0%である。一方、「なくてもよい」は35.6%である。夕刊の発行を続けてほしいという層は2割前半にとどまり、夕刊の発行への要望は強いとは言えない。
- ・年代別に見ると、夕刊の発行を続けてほしい人は、最も多い70代以上であっても3割程度(31.5%)である。30代以下では2割(15.8%～19.7%)を切っている。どの世代においても、夕刊はなくてもよいと考える人が多い傾向にあるが、特にインターネットなどの利用率が高い若い世代で夕刊離れが大きい。
- ・昨年調査と比較すると、『続けてほしい』の割合は、5ポイント減少しており、夕刊の発行への要望はさらに低下している。

『続けてほしい』:「続けてほしい(計)」=「ぜひ続けてほしい」+「できれば続けてほしい」

図 25-1 夕刊発行の存続

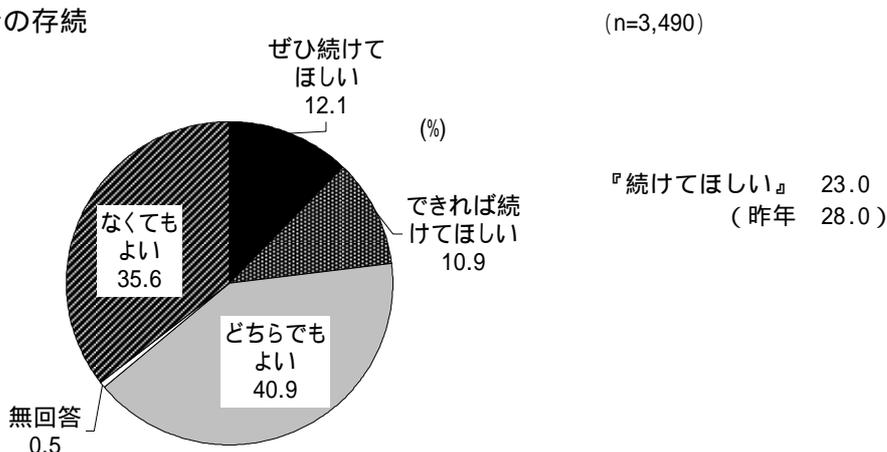
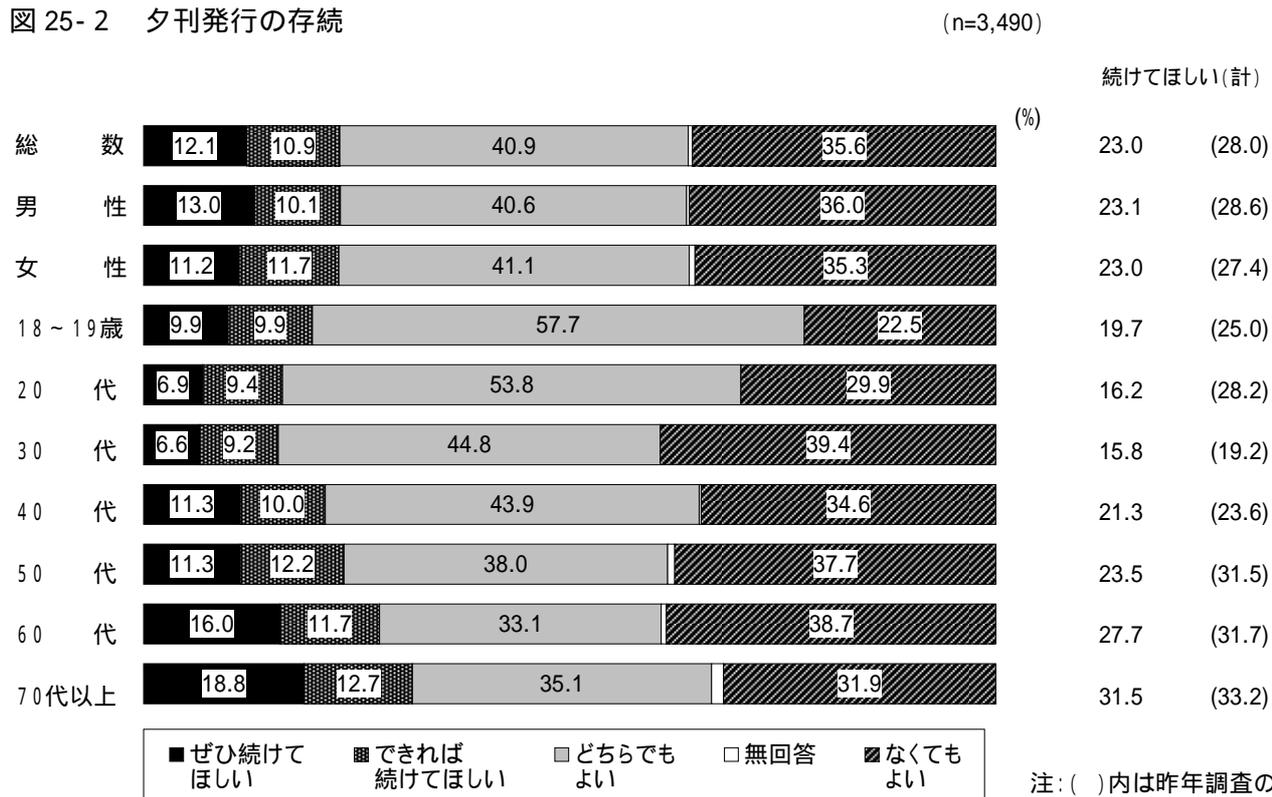


図 25-2 夕刊発行の存続



26. 新聞の購読料をどう思う? (*)

- 若い世代で負担感が大きい -
『高い』とする人は54.5%

- ・新聞の1ヶ月の購読料(朝刊と夕刊のセットでおよそ4,000円)について、「かなり高い」は11.2%、「少し高い」は43.3%である。両者を合わせた『高い』とする人は54.5%となり、半数以上の人々が購読料を負担に感じていることがわかる。「妥当である」は43.4%、「少し安い」と「かなり安い」を合わせた『安い』とする人は1.5%とごく少数にとどまっている。
- ・年代別に見ると、『高い』とする人は30代以下では6割(60.6~63.5%)を超えている。一方、60代以上では、『高い』とする人(46.7%、44.8%)を押さえ、「妥当である」とする人が半数以上(50.9%、51.8%)を占め、新聞に金額相応の価値を置いていることがうかがえる。
- ・昨年調査と比較すると、『高い』とする人の割合は、5ポイント減少している。

『高い』:「高い(計)」=「かなり高い」+「少し高い」
『安い』:「安い(計)」=「少し安い」+「かなり安い」

図 26-1 新聞の購読料

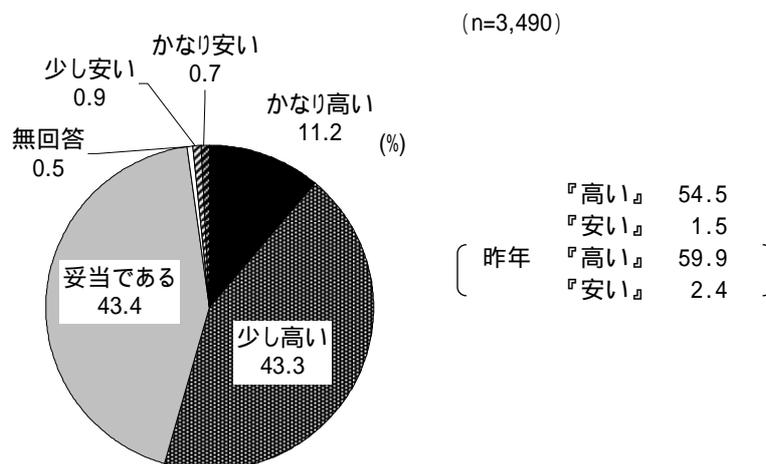
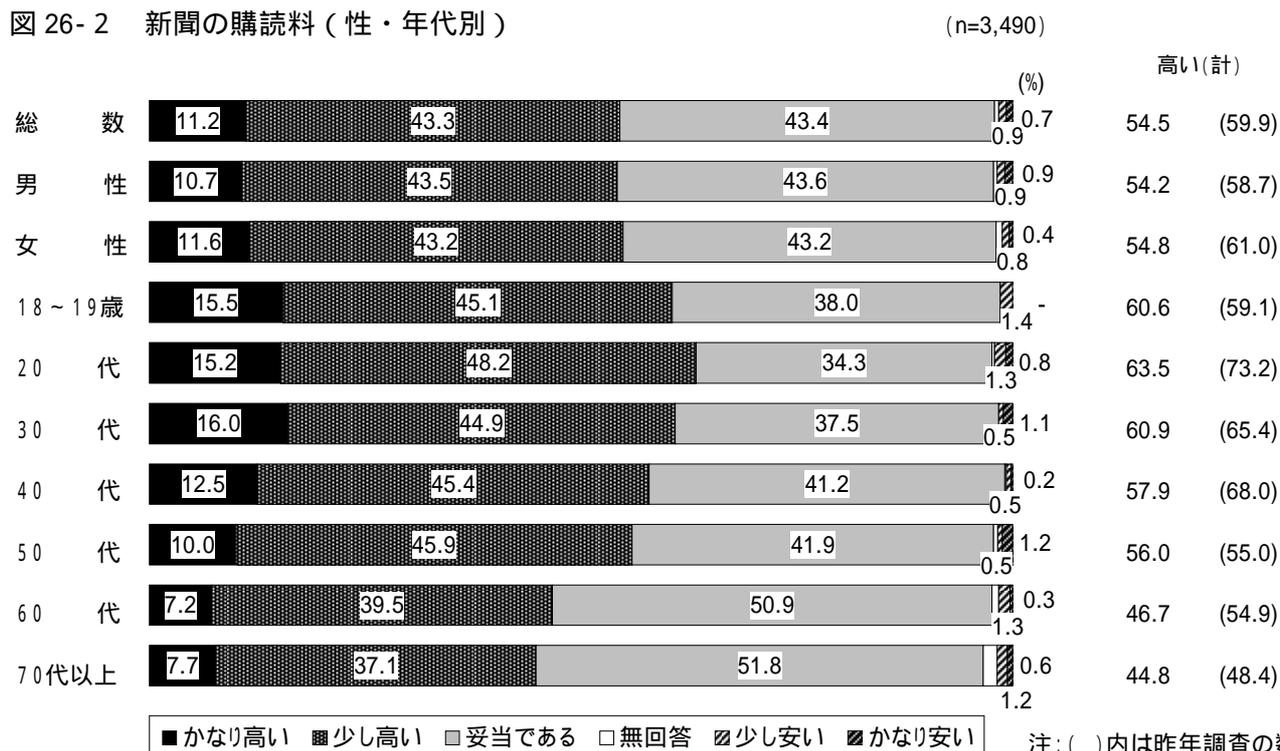


図 26-2 新聞の購読料(性・年代別)



27. 新聞についてどう思う？

- 情報の「多様性」「正確性」「責任感」に高い評価
- 「多種多様な情報を知ることができる」が68.7%

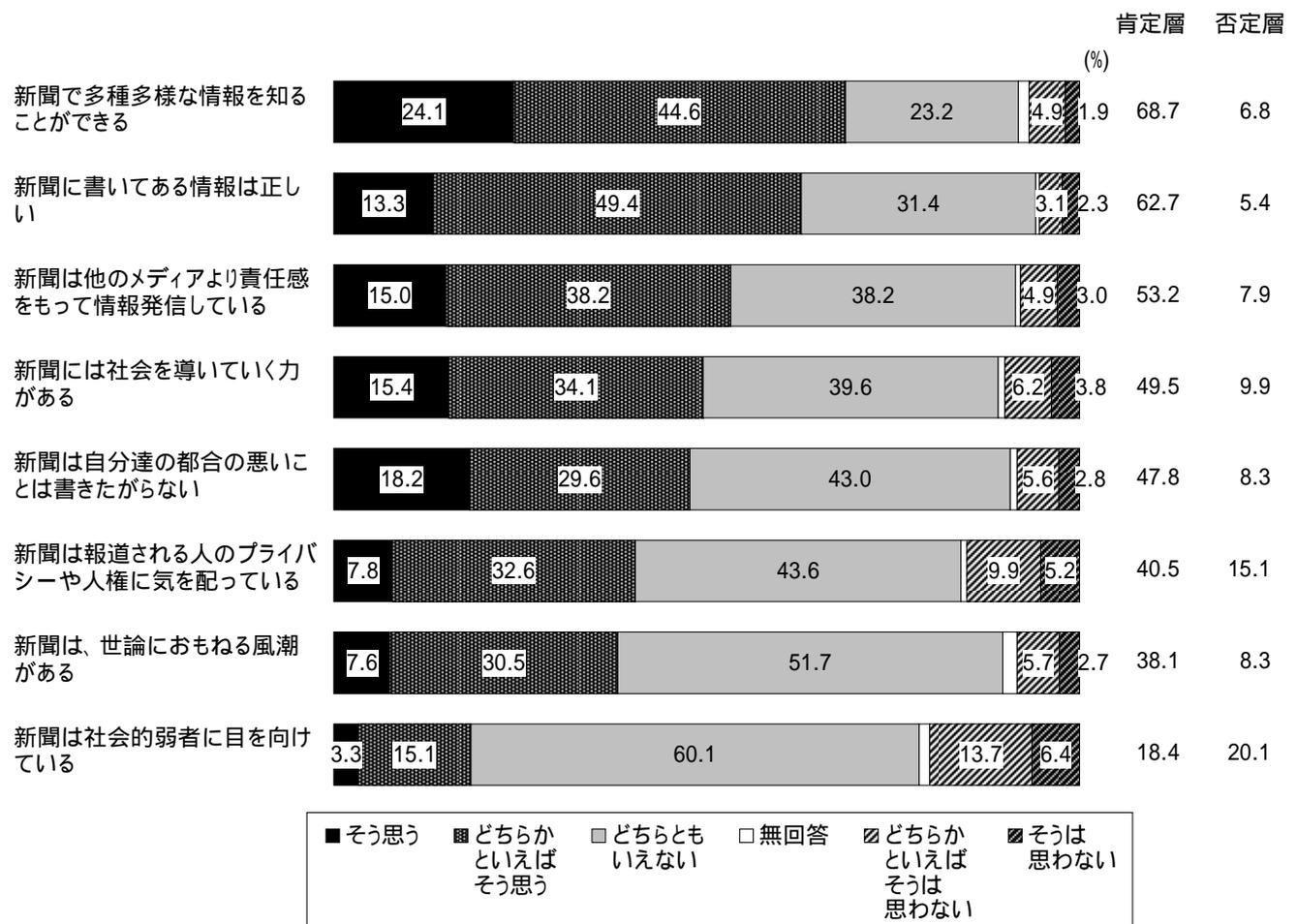
- ・新聞についての印象や意見に対する肯定層を比較すると、「新聞で多種多様な情報を知ることができる」(68.7%) が最も多く、次いで、「新聞に書いてある情報は正しい」(62.7%)、「新聞は他のメディアより責任感をもって情報発信している」(53.2%)、「新聞には社会を導いていく力がある」(49.5%)、「新聞は自分達の都合の悪いことは書きたがらない」(47.8%)の順に多い。
- ・他方「新聞は社会的弱者に目を向けている」については肯定層は2割弱(18.4%)にとどまり、否定層も2割(20.1%)見られ、厳しい評価といえる。

肯定層：「そう思う」+「どちらかといえばそう思う」

否定層：「どちらかといえばそうは思わない」+「そうは思わない」

図 27-1 新聞についての印象や意見

(n=3,490)



- ・「新聞で多種多様な情報を知ることができる」の肯定層はどの年代でも多く、18～19歳と50代以上で7割を超え、最も少ない20代でも5割後半となっている。どの世代においても、幅広い情報を得られる媒体という点が評価されていることがわかる。
- ・「新聞は他のメディアより責任感をもって情報発信している」の肯定層は、年代が上がるほど増加すると同時に年代差が大きく、18～19歳では40.8%であるが、70歳以上では63.7%と、20ポイント以上の開きがある。
- ・「新聞は社会的弱者に目を向けている」の否定層は、20代で3割弱と最も多い。また、50代以下では、否定層が肯定層を上回っている。

図 27-2 「新聞で多種多様な情報を知ることができる」(性・年代別) (n=3,490)

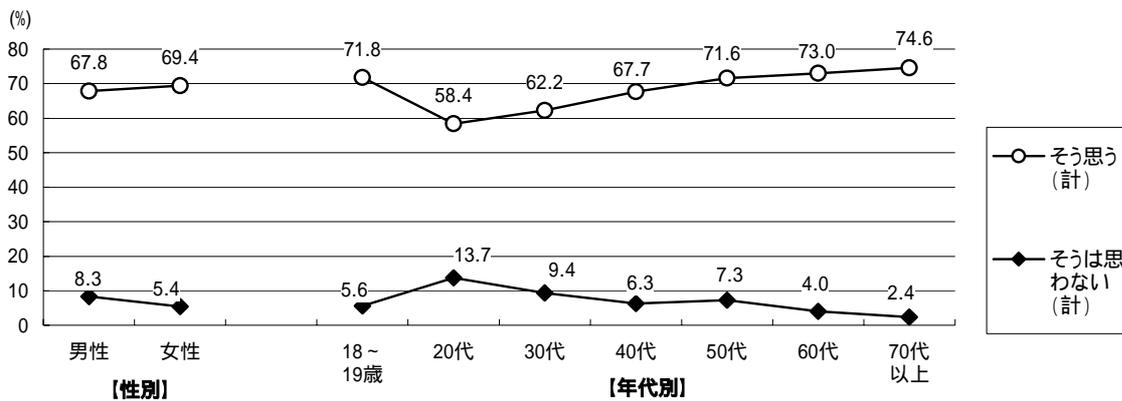


図 27-3 「新聞は他のメディアより責任感をもって情報発信している」(性・年代別) (n=3,490)

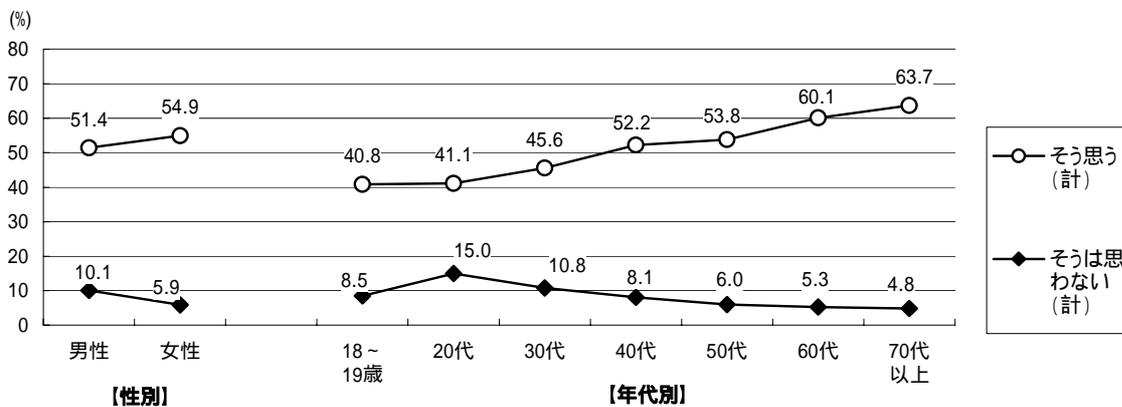
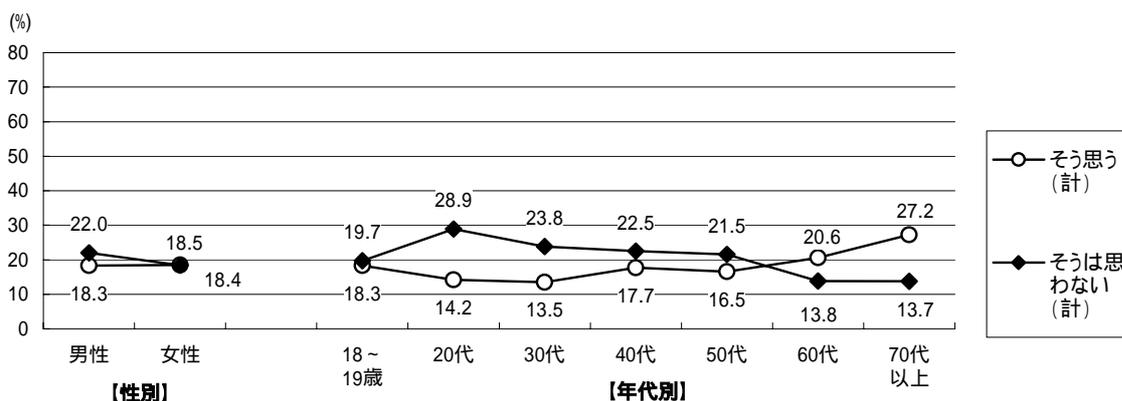


図 27-4 「新聞は社会的弱者に目を向けている」(性・年代別) (n=3,490)



28. 新聞の凶悪犯罪報道のあり方についてどう思う？

- 凶悪犯罪報道に対して慎重な意見が多い -
「詳細にすべきではない」が 49.5%

- ・新聞の凶悪犯罪報道のあり方について、「A：マネする人が出るので、手口などあまり詳細なことまで報道する必要はない」と考える慎重派が 49.5%と半数を占め、「B：凶悪犯罪は国民の生活を脅かすものだからできるだけ詳細に報道すべきだ」と考える詳細派は 31.6%となっている。
- ・年代別に見ると、慎重派は年代が上がるほど増える傾向が見られ、60 代以上では半数（55.6%、57.3%）を超える。また、18～19 歳を除くすべての年代で慎重派が詳細派を上回っており、凶悪犯罪報道に対して慎重な意見が多いことがわかる。

慎重派：「Aに近い」+「どちらかといえばAに近い」
詳細派：「どちらかといえばBに近い」+「Bに近い」

図 28-1 新聞の凶悪犯罪報道のあり方についての意見

(n=3,490)

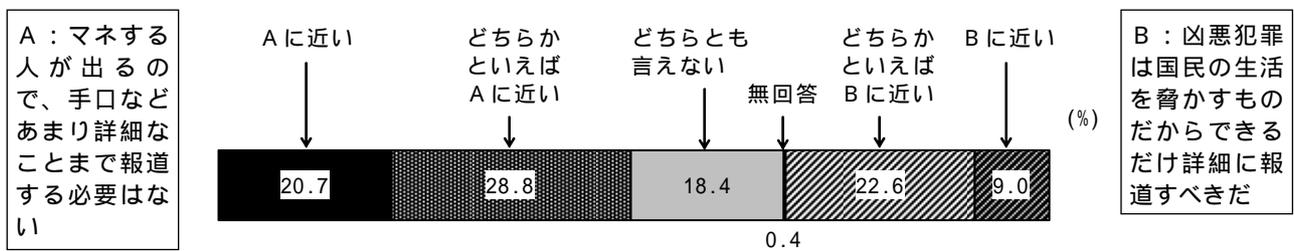
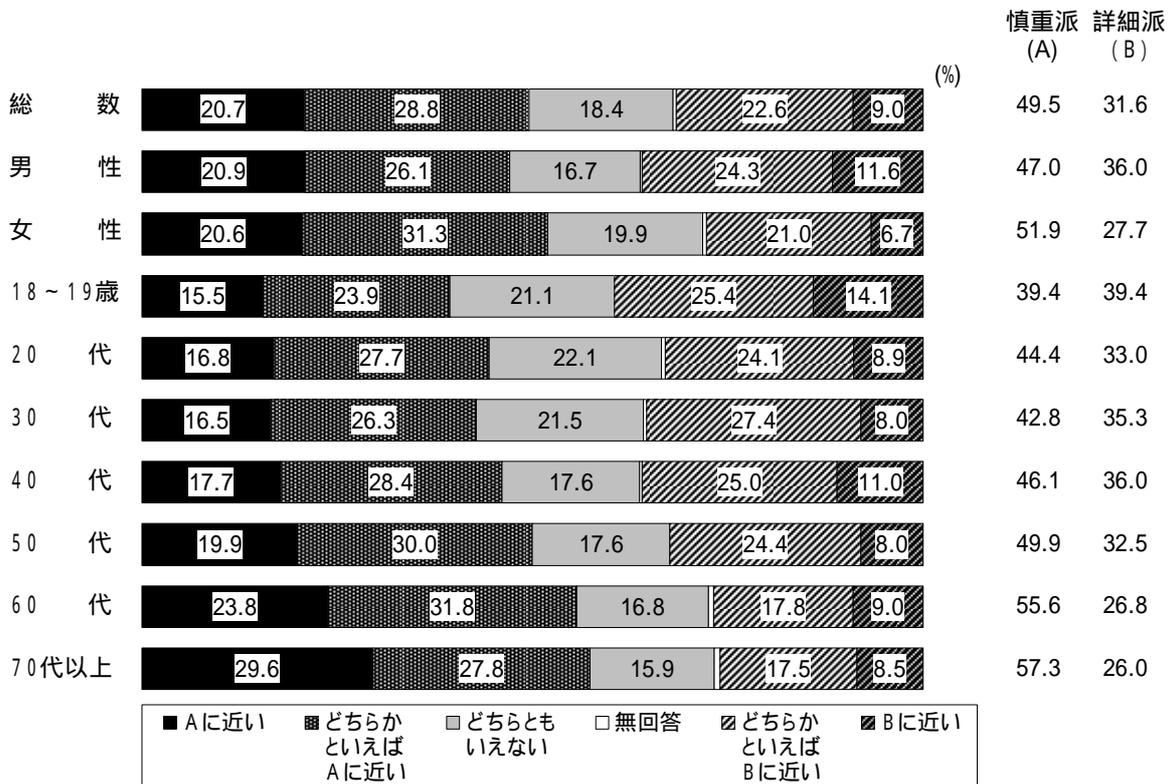


図 28-2 新聞の凶悪犯罪報道のあり方についての意見（性・年代別）

(n=3,490)



29. 裁判員制度における報道の規制についてどう思う？

- 裁判員制度においても特別視しない見方が多い -
「規制すべきでない」41.9%

- ・裁判員制度における報道の規制について、「A：司法についての専門的知識をもたない一般市民の裁判員は、事件の報道によって公正な判断ができなくなる恐れがあるので、事件に関する報道は規制すべきだ」と考える規制派は31.7%、「B：犯罪の状況や背景など事件のことを国民に知らせるのが、報道の使命であるので、裁判員制度の事件であっても報道は規制すべきではない」と考える非規制派は41.9%となっている。
- ・年代別に見ると、非規制派は40～50代で5割弱（47.3%、47.1%）と多く、規制派を19ポイント上回っている。非規制派は、20代以上のすべての年代で規制派を上回っており、裁判員制度における報道規制に対しては特別視しない見方が多い。

規制派：「Aに近い」+「どちらかといえばAに近い」
非規制派：「どちらかといえばBに近い」+「Bに近い」

図 29-1 裁判員制度における報道の規制についての意見

(n=3,490)

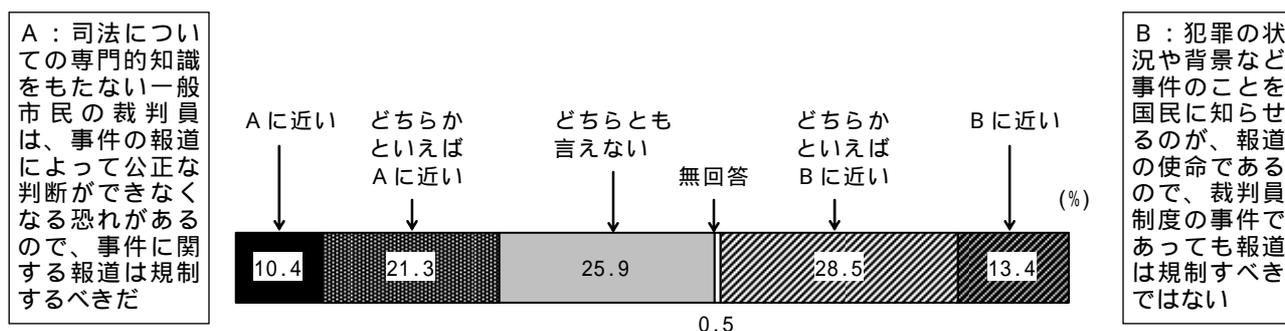
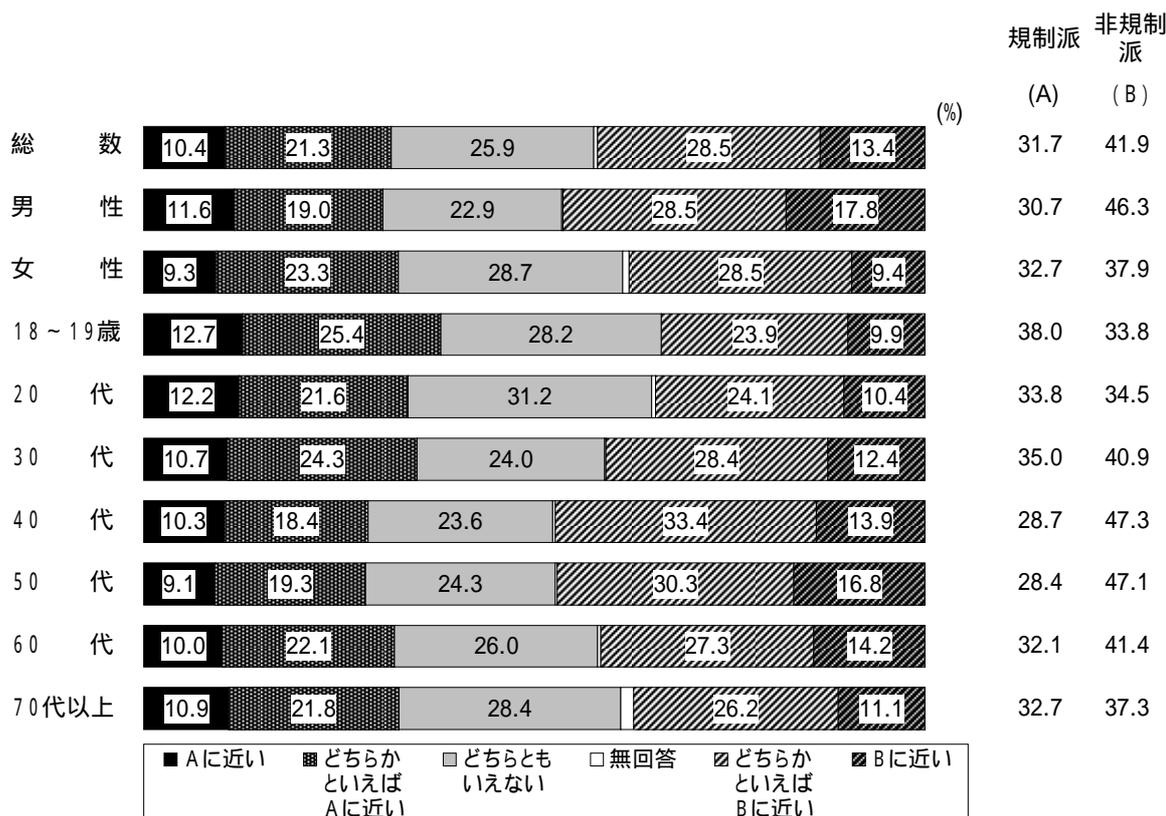


図 29-2 裁判員制度における報道の規制についての意見（性・年代別）

(n=3,490)



30 . 電子新聞の周知と魅力は？

- 「知っているし、利用してみたい」人は6.6% -

- ・電子新聞を「知っているし、利用してみたい」とする人は6.6%、である。これに「知っているが、利用したいと思わない」の32.3%を加えた『知っている』人は38.9%となっている。また、電子新聞の魅力としてあげられているのは「過去記事の検索ができる」52.4%が最も多い。次いで「重要なニュースが随時更新されて配信される」が39.1%、「紙の新聞の配達よりも早い時間帯に読める」が31.5%、「読みたいテーマをあらかじめ指定できる」が30.7%となっている。
- ・年代別に見ると、電子新聞を知っている人は40代が最も多いが、「利用してみたい」とする人は40代以下では年代差なく、9%台となっている。

図 30- 1 電子新聞を知っているか (n=3,490)

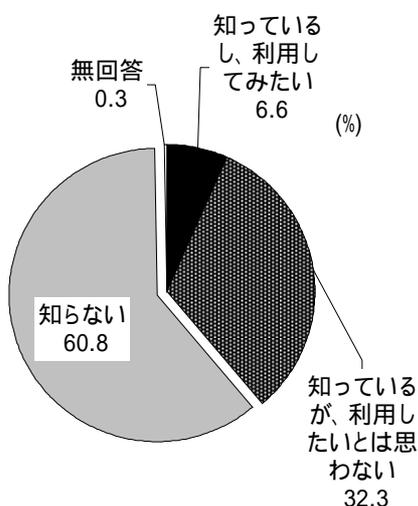


図 30- 2 電子新聞の魅力 (n=3,490)

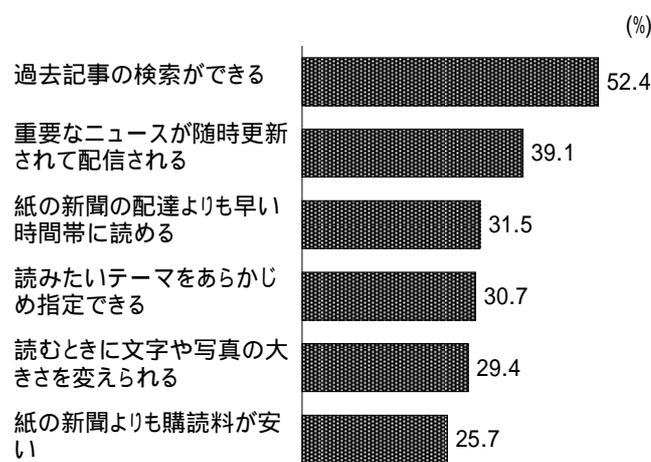
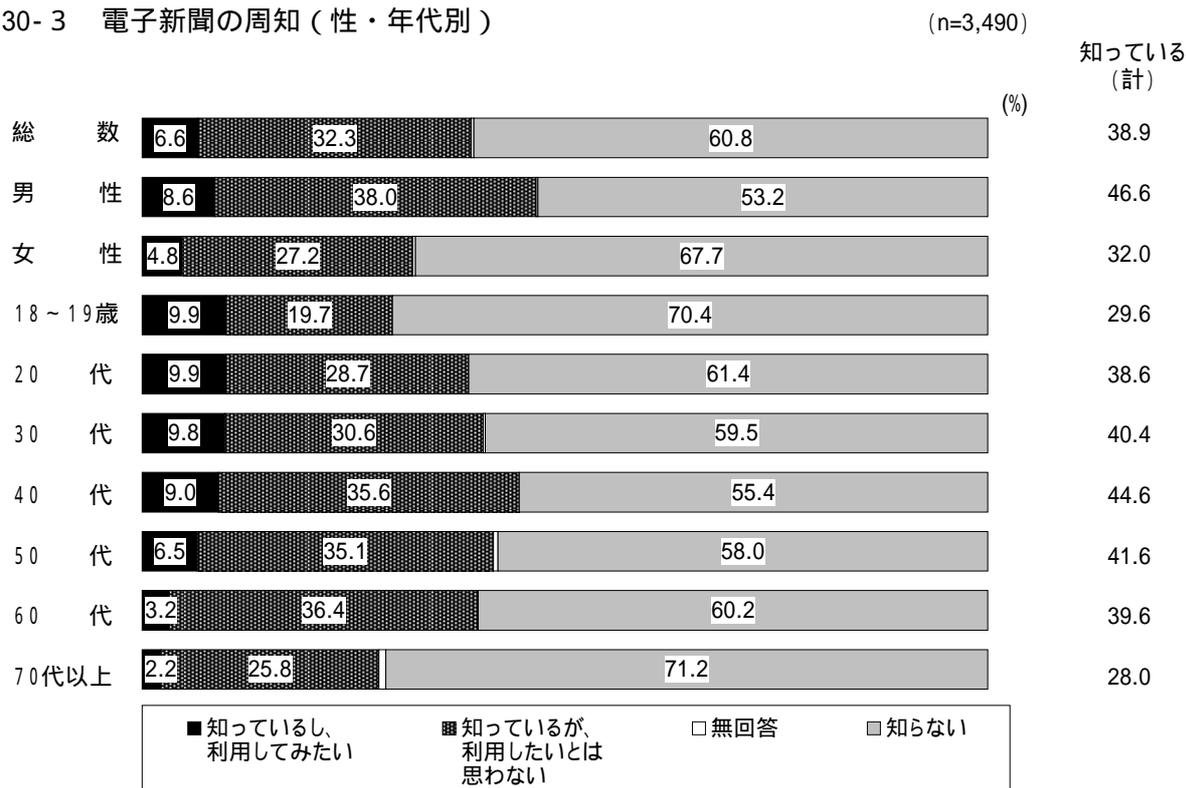


図 30- 3 電子新聞の周知 (性・年代別)



31 . 月ぎめ新聞の購読状況は？

9割近くが購読

- ・ 自宅で月ぎめで購読している人は 86.3%と 8割を超えている。新聞の種類を見ると、「全国紙」を購読している人が 57.5%、「県紙・地方紙」を購読している人が 35.7%、「ブロック紙」を購読している人が 14.5%となっている。
- ・ 年代別で見ると、月ぎめ新聞を購読している人は、20～30代では7割台（75.1%、71.3%）とやや少ないが、その他の年代では9割前後（87.0～94.9%）に達している。

図 31-1 月ぎめでとっている新聞の有無 (n=3,490)

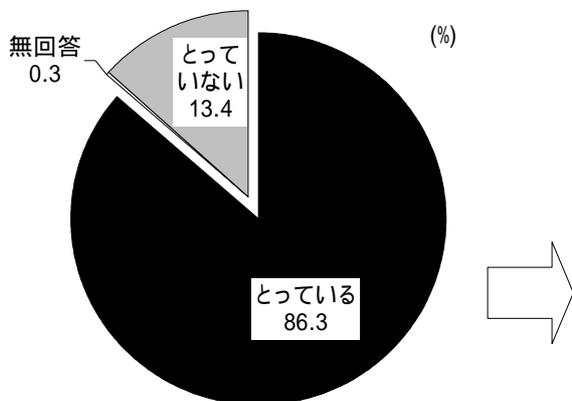


図 31-2 月ぎめでとっている新聞の種類 (複数回答、n=3,013)

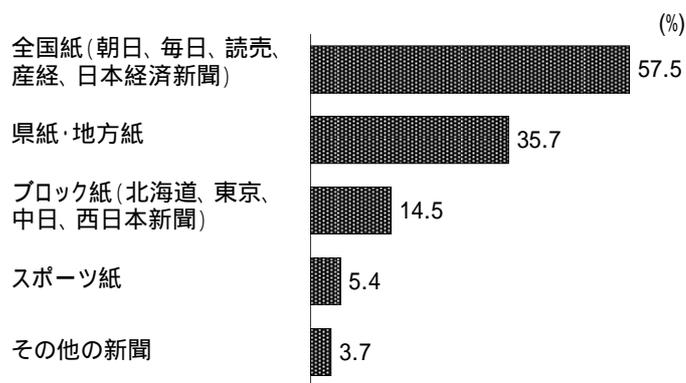
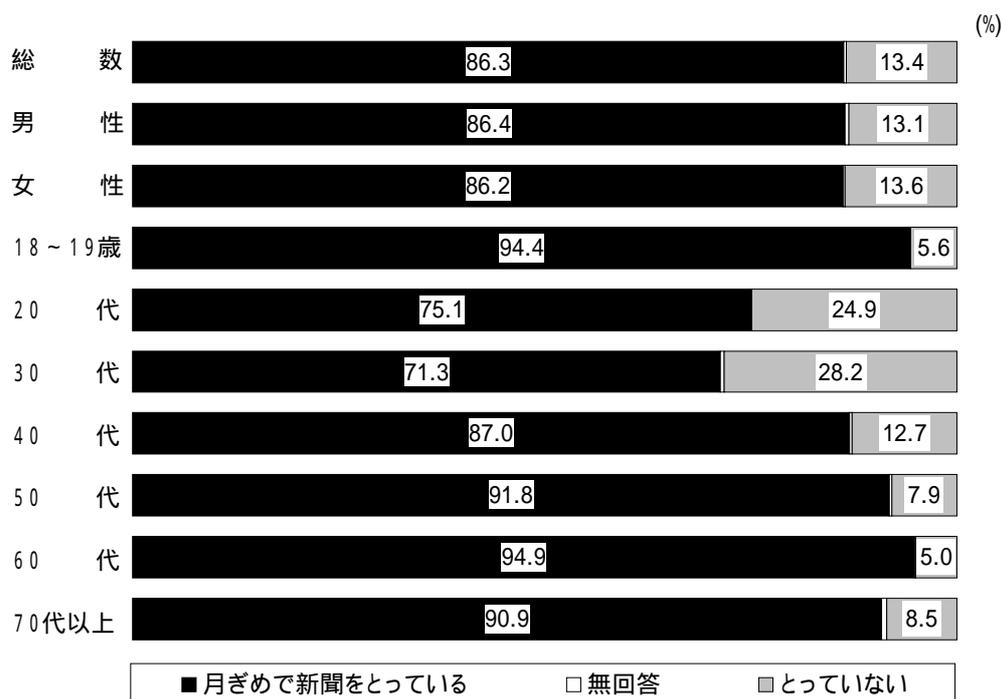


図 31-3 月ぎめでとっている新聞の有無(性・年代別) (n=3,490)



(新聞を購読している人に)(全体の86.3%)

32. 購読している新聞の満足度は？

満足している人は7割

- 購読している新聞について、「満足している」は21.2%、「やや満足している」は49.8%であり、この2つを合わせた『満足している』とする人は71.0%と7割を占める。「やや不満である」と「不満である」を合わせた『不満である』とする人は5.0%とごく少数である。
- 年代別に見ると、『満足している』とする人は高年層ほど多くなり、30代以下では6割前後(55.7~62.1%)であるのに対し、60代以上では8割近く(77.7%、79.9%)となっている。いずれの年代においても、不満に感じている人は1割以下(3.3~7.5%)で、購読している新聞の満足度は高いといえる。

図 32-1 購読している新聞の満足度

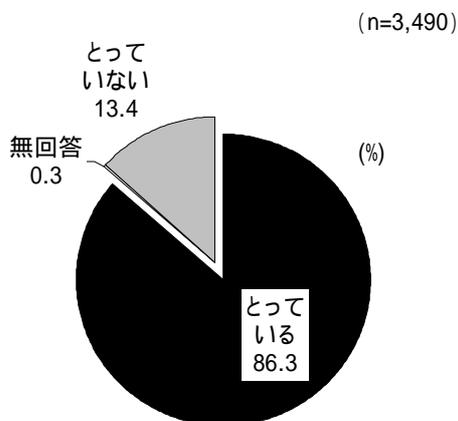


図 32-2 購読している新聞の満足度

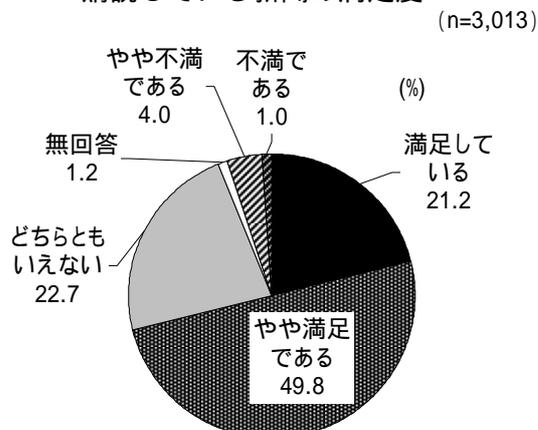
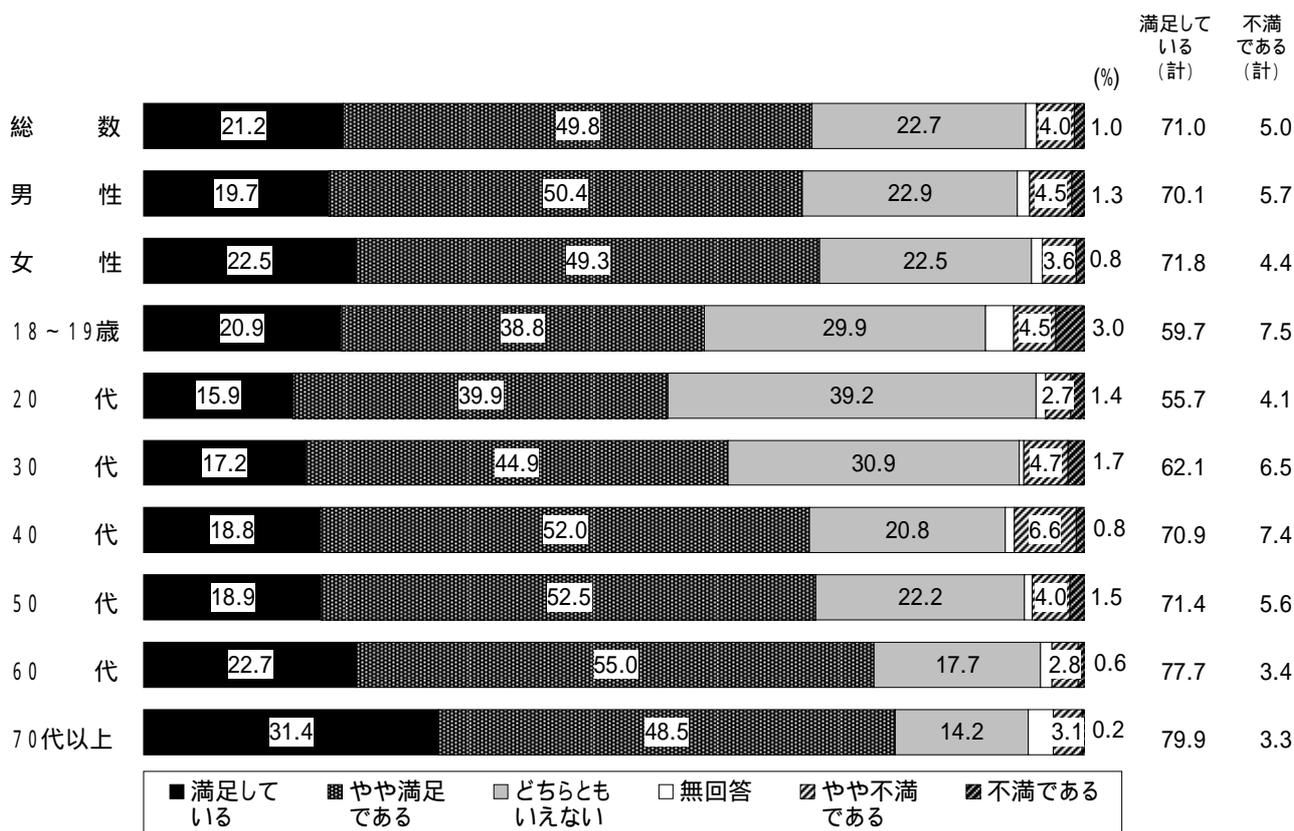


図 32-3 購読している新聞の満足度(性・年代別)

(n=3,013)



33. 将来の新聞の役割についてどう思う？

- 「将来も役割を果たす」が多い -
減少派 32.7%、持続派 49.3%

- ・将来の新聞について、「A：インターネットなどの普及により新聞の役割が少なくなってくる」と考える役割減少派は 32.7%、「B：今までどおり、新聞が報道に果たす役割は大きい」と考える役割持続派は 49.3%とほぼ半数を占め、役割持続派の方が多くなっている。
- ・年代別に見ると、役割持続派は年代が上がるほど多くなり、50代以上では6割前後(55.0~64.5%)を占める。一方、30代以下では役割減少派が5割前後(47.2~58.1%)と多く、持続派(19.7~35.5%)を上回っており、若い世代で将来、新聞がインターネットなどの影響を受けると見ている人が多いことがわかる。

役割減少派：「Aに近い」+「どちらかといえばAに近い」

役割持続派：「どちらかといえばBに近い」+「Bに近い」

図 33-1 将来の新聞についての意見

(n=3,490)

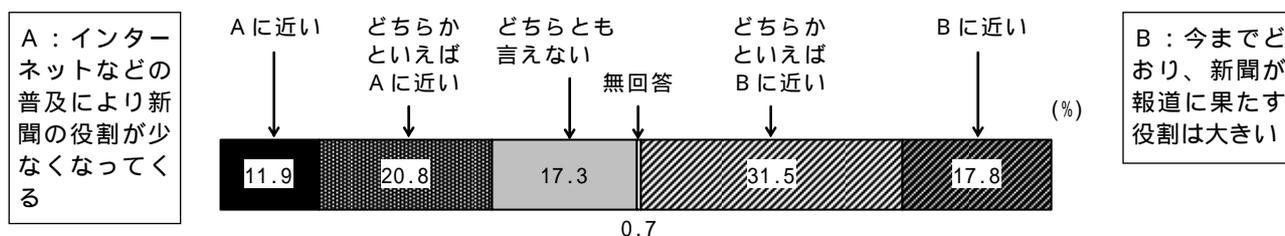
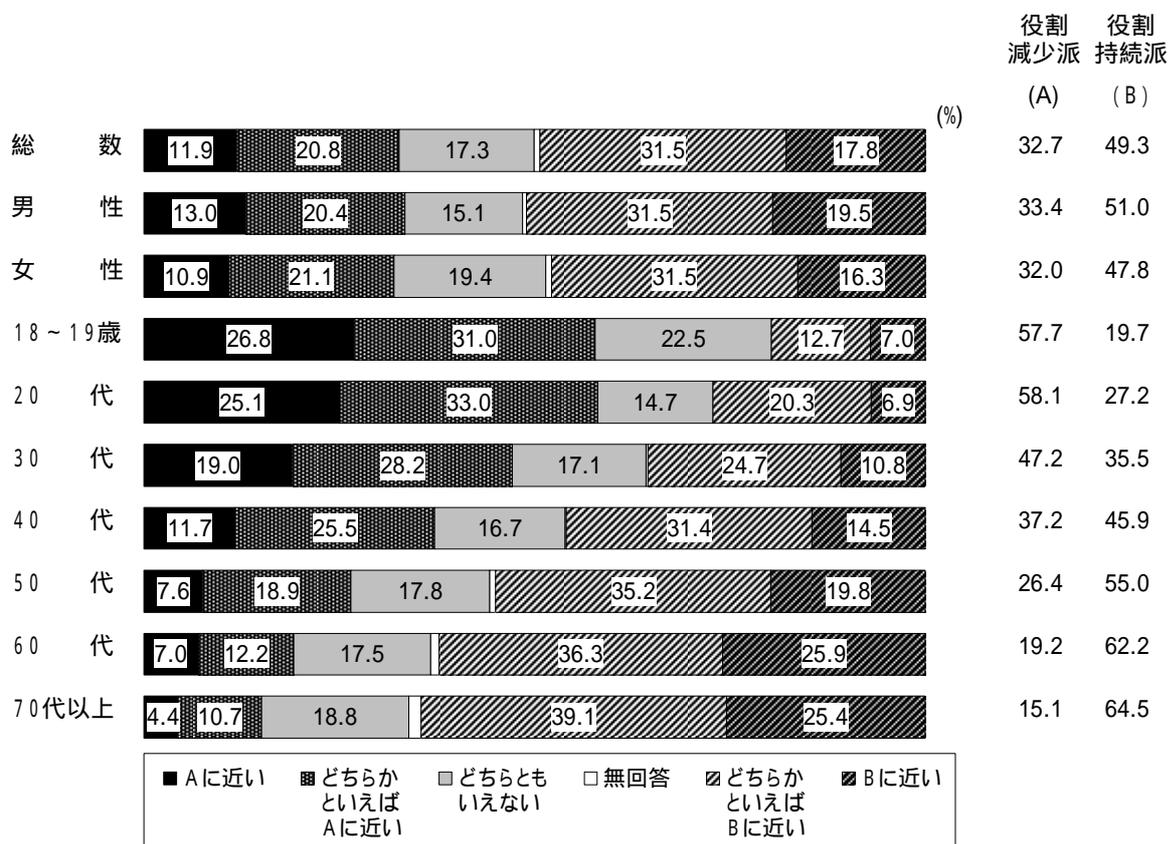


図 33-2 将来の新聞についての意見（性・年代別）

(n=3,490)



調査の概要

調査地域

全国

調査対象

18歳以上男女個人（5,000人）

サンプリング法

住民基本台帳からの層化二段無作為抽出法

回収サンプルの構成

回収数 3,490（69.8%）

調査方法

専門調査員による訪問留置法

実査時期

2009年9月

調査委託機関

社団法人 中央調査社

<性別>

総数	男性	女性
3,490	1,660	1,830
100.0%	47.6%	52.4%

<年代別>

18～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
71	394	563	592	647	719	504
2.0%	11.3%	16.1%	17.0%	18.5%	20.6%	14.4%

第2回 メディアに関する全国世論調査（2009年）

2010年1月発行

発行 公益財団法人 新聞通信調査会

東京都港区虎ノ門1丁目5番16号

電話 03-3593-1081