

第6回
メディアに関する全国世論調査
(2013年)

公益財団法人 新聞通信調査会

目 次

《各メディアの印象・信頼度》

1. 各メディアの情報の信頼度は？…………… 1
 《1位「NHK テレビ」72.5点、2位「新聞」70.7点、3位「ラジオ」60.6点》
2. 各メディアにつけた信頼度得点に影響が大きかったのは？…………… 2
 《「情報源として欠かせない」「情報が分かりやすい」「社会的影響力がある」》
3. 各メディアの信頼感の変化は？…………… 3
 《どのメディアも「変わらない」が大半。新聞の信頼感が高くなった理由は「情報が正確」、
 低くなった理由は「特定の勢力に偏った報道」》
4. 各メディアの印象は？…………… 4
 《情報源として欠かせない「新聞」、信頼の「NHK テレビ」、面白い「民放テレビ」》

《2013年7月の参院選報道とネット選挙解禁》

5. 選挙前に当落予想を報道することについてどう思う？…………… 6
 《「新聞報道として当然」31%、「選挙結果に影響を与えるので問題」37%》
6. どの候補者・政党に投票するかを決めたのはいつ？…………… 7
 《「選挙期間の後半」31%、「投票日当日」27%、若い世代ほど「当日」が多い》
7. 各メディアの参院選に関する報道の印象は？…………… 8
 《新聞は「投票の参考になった」「情報が分かりやすかった」で1位》
8. 選挙情報を見たインターネットのサイトやSNSは？…………… 10
 《「ネットの選挙情報は見なかった」66%、
 「政党・候補者のウェブサイト」を見た7%》
9. インターネット選挙運動解禁の感想は？…………… 12
 《「若者が選挙に関心」25%、「ネットできない人は不利」23%》
10. ネット選挙解禁後に新聞に期待することは？…………… 14
 《「公正・中立な立場」54%、「分かりやすく報道」43%》

《憲法改正問題に関する報道》

11. 憲法改正問題に関心がある？…………… 15
 《「関心がある」7割、男性や40～60代の関心が高い》
12. 憲法改正問題に関する情報を入手しているメディアは？…………… 16
 《「新聞」が58%で1位、「NHKテレビ」が54%で2位》
13. 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいメディアは？…………… 17
 《「新聞」が49%で1位、「民放テレビ」が46%で2位》
14. 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道は？…………… 18
 《新聞には「現行憲法の詳しい解説」「政党の意見の違い」を期待》

《新聞への意見》

15. 新聞についてどう思う？…………… 19
 《情報の「多様性」「正確性」「責任感」に高い評価》
16. 新聞の政治に対する態度についてどう思う？…………… 21
 《「不正を追及」に4割が肯定。
 「政治家について全て報道している」には変わらず厳しい評価》
17. 新聞の政治的立場についてどう思う？…………… 23
 《欧米のように政治色を出すことに否定的なのは昨年度と変わらず》
18. 新聞の記事の満足度は？…………… 24
 《ラ・テ欄、地元記事、社会記事など、身近な記事の満足度が高い》
19. 新聞全般の満足度は？…………… 26
 《満足している人は56%、不満な人は7%。高年齢層で満足度が高い》

《生活の中の新聞》

20. 新聞を読んでいる人は？…………… 27
 《「読んでいる」は朝刊79%、夕刊29%。朝夕刊共に閲読率は前年並み》
21. この1年間で新聞を読む回数や時間に変化は？…………… 29
 《「変わらない」が80%、「減った」が14%》
22. 新聞を読む時間は？…………… 30
 《平均時間は27分で昨年度と変わらず。若い世代ほど短い》
23. 新聞を読む場所は？…………… 31
 《新聞を読むのは朝刊、夕刊共に自宅が中心》
24. 新聞を読む理由は？…………… 32
 《新聞を読むことは生活の一部。
 1位「習慣になっている」、2位「世間の動きが分かる」》
25. よく読む新聞記事は？…………… 33
 《身近な記事が人気。1位「社会記事」、2位「地元記事」、3位「ラ・テ欄」》
26. 新聞を読まない理由は？…………… 34
 《1位は「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」(67%)、
 2位「新聞を取っていない」(40%)》
27. 戸別配達をどう思う？…………… 35
 《日本独特の戸別配達制度、「続けてほしい」76%。前回より減少》
28. 夕刊の発行をどう思う？…………… 36
 《「続けてほしい」は前回から横ばいの20%》
29. 月ぎめ新聞の購読状況は？…………… 37
 《81%が購読、購読率は前年並み》
30. 新聞の購読料をどう思う？…………… 39
 《「高い」とする人は50%。若い世代で負担感が大きい》

31. 通信社の役割を知っている？…………… 40
 《「役割を知っている」人の割合は前年に続き 50%超》
32. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？…………… 41
 《1位「共同通信社」(71%)、2位「ロイター通信」(70%)で順位変わらず》
- 《新聞のこれからとインターネット》**
33. インターネットのニュースをどの程度見る？…………… 42
 **《「インターネットニュースを毎日見る」20代・30代では半数前後。
 インターネットニュースの閲覧は前回調査より30~50代で増加》**
34. よく見るインターネットニュースの記事は？…………… 43
 《1位「スポーツ・芸能に関する記事」(71%)、2位「社会記事」(56%)》
35. インターネットニュースを見るサイトは？…………… 44
 《ポータルサイトが89%、新聞社の公式サイトは23%》
36. 将来の新聞の役割についてどう思う？…………… 45
 《「新聞の役割が少なくなってくる」が若い世代では優勢》
37. 電子新聞の利用意向は？…………… 46
 《認知率は大幅に伸びたが、利用希望は伸びず》

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

《各メディアの印象・信頼度》

1. 各メディアの情報の信頼度は？（*）

－ 1位「NHKテレビ」72.5点、2位「新聞」70.7点、3位「ラジオ」60.6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点として点数をつけてもらったところ、平均点が最も高かったのは「NHKテレビ」で72.5点、次いで「新聞」が70.7点、「ラジオ」が60.6点となっている。
- 性別、年代別に見ても、「NHKテレビ」、「新聞」が全ての категорияで上位2位を占めており、幅広く厚い信頼を得ていることが分かる。
- 第1回調査（2008年12月、標本数3,000、以下、「2008年度調査」と言う）、第2回調査（2009年10月、標本数5,000、以下、「2009年度調査」と言う）、第3回調査（2010年9月、標本数5,000、以下、「2010年度調査」と言う）、第4回調査（2011年9月、標本数5,000、以下、「2011年度調査」と言う）、第5回調査（2012年9月、標本数5,000、以下、「2012年度調査」と言う）でも、1位「NHKテレビ」（2008年度74.0点、2009年度73.5点、2010年度73.5点、2011年度74.3点、2012年度70.1点）、2位「新聞」（同72.0点、同70.9点、同72.0点、同72.0点、同68.9点）で、順位に変化はなかったものの、過去最低となった昨年度から今年にかけてNHKテレビが2.4点、新聞が1.8点の上昇となった。

図1-1 各メディアの信頼度

(n=3,297)

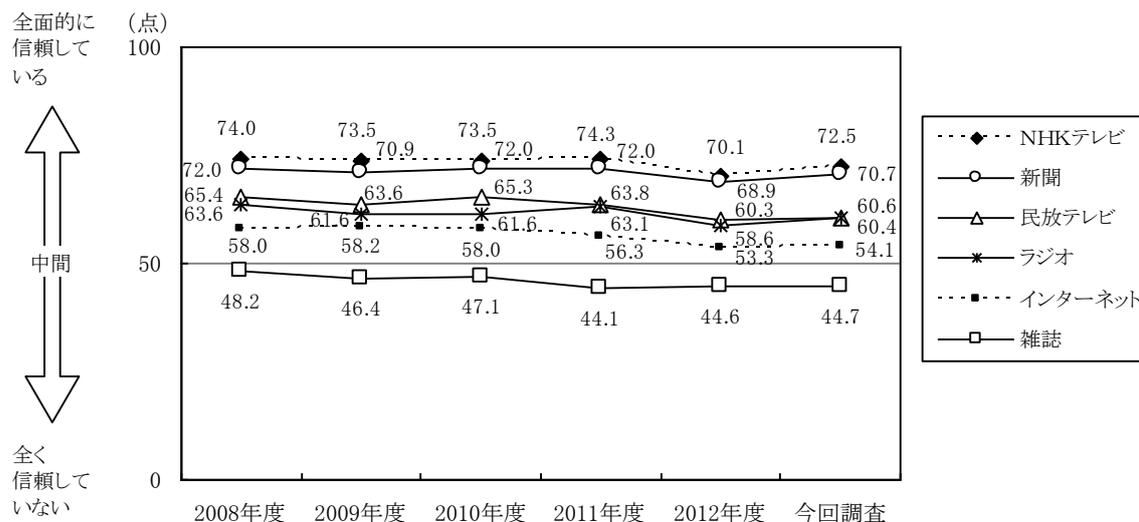


表1-1 各メディアの信頼度（性・年代別）

(n=3,297) (点)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
総数	NHKテレビ 72.5	新聞 70.7	ラジオ 60.6	民放テレビ 60.4	インターネット 54.1	雑誌 44.7
男性	NHKテレビ 71.7	新聞 69.6	ラジオ 60.0	民放テレビ 59.2	インターネット 53.6	雑誌 43.9
女性	NHKテレビ 73.1	新聞 71.5	民放テレビ 61.5	ラジオ 61.0	インターネット 54.6	雑誌 45.5
18-19歳	NHKテレビ 74.6	新聞 68.4	民放テレビ 63.4	ラジオ 58.4	インターネット 58.4	雑誌 45.5
20代	NHKテレビ 68.3	新聞 67.1	民放テレビ 58.0	ラジオ 55.7	インターネット 53.9	雑誌 44.4
30代	NHKテレビ 69.5	新聞 68.9	民放テレビ 59.2	ラジオ 59.0	インターネット 55.9	雑誌 47.3
40代	NHKテレビ 70.2	新聞 70.1	民放テレビ 60.0	ラジオ 59.1	インターネット 55.2	雑誌 45.0
50代	NHKテレビ 72.8	新聞 70.4	ラジオ 61.4	民放テレビ 60.6	インターネット 55.9	雑誌 43.4
60代	NHKテレビ 74.9	新聞 72.6	ラジオ 63.2	民放テレビ 61.4	インターネット 51.8	雑誌 44.0
70代以上	NHKテレビ 75.5	新聞 72.6	ラジオ 62.7	民放テレビ 61.5	インターネット 50.9	雑誌 44.4

2. 各メディアにつけた信頼度得点に影響が大きかったのは？

— 「情報源として欠かせない」「情報が分かりやすい」「社会的影響力がある」 —

- ・各メディアの信頼度得点をつける際に最も影響の大きい要因を聞いたところ、「情報源として欠かせない」が18.9%で最も多く、次いで、「情報が分かりやすい」が16.7%、「社会的影響力がある」が15.3%となっている。また、「何となく」と回答した人の割合は6.6%となっている。
- ・年代別に見ると、「情報源として欠かせない」は、60代までは年代が上がるほど割合が高くなり、50代・60代では最も影響の大きい要因となっている。一方、「何となく」と回答した人の割合は年代が下がるほど割合が高くなっている。「情報が分かりやすい」は、全ての年代で10%以上の割合となっているが、70代以上で22.7%と他の年代より高くなっている。「社会的影響力がある」は、全ての年代で10%以上の割合となっている。

図2-1 各メディアの信頼度得点をつけた要因

(n=3,297)

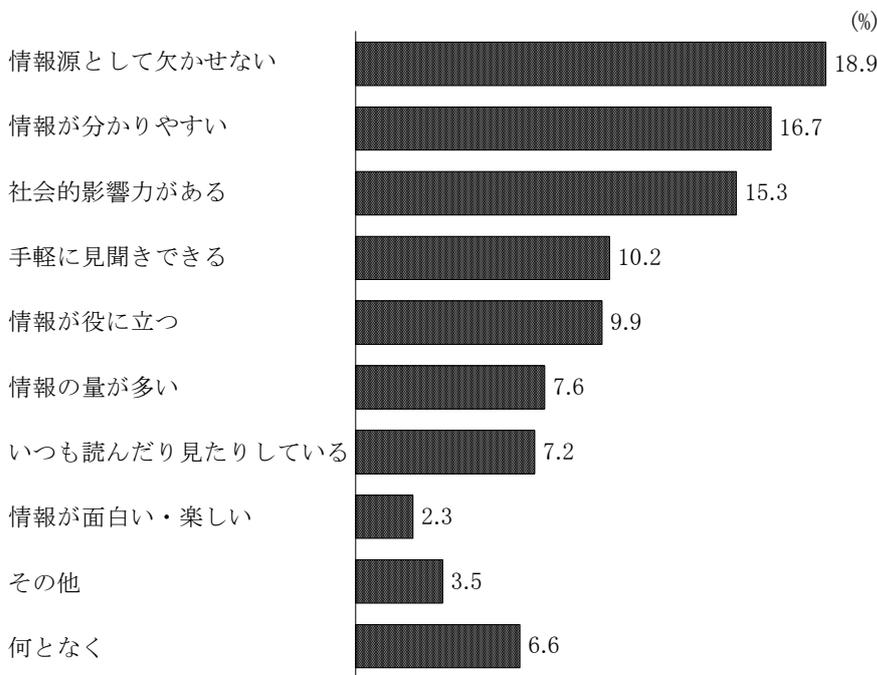
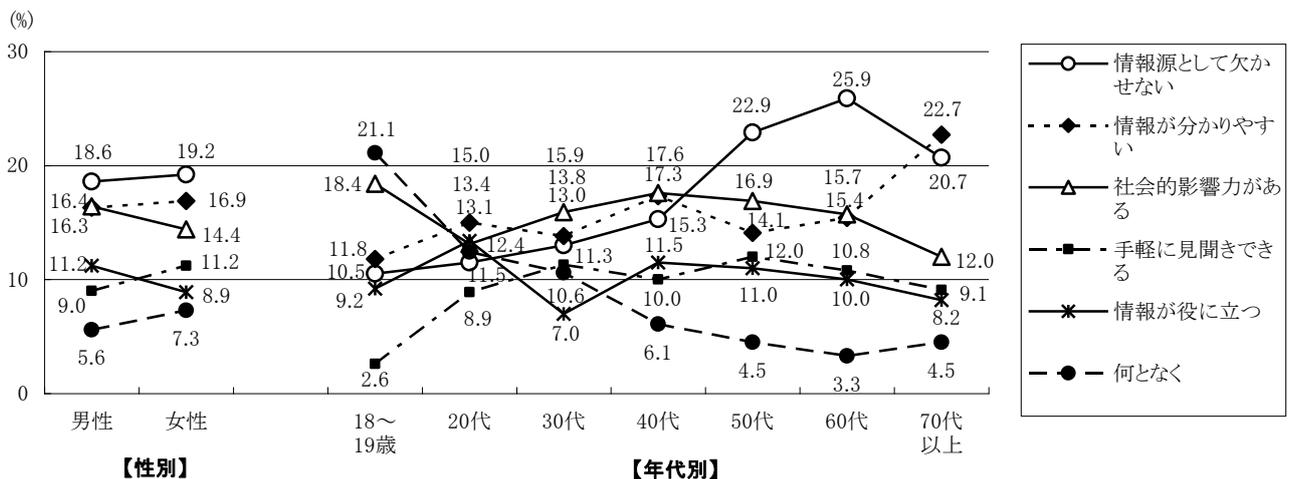


図2-2 各メディアの信頼度得点をつけた要因（性・年代別）

(n=3,297)



3. 各メディアの信頼感の変化は？

— どのメディアも「変わらない」が大半。新聞の信頼感が高くなった理由は「情報が正確」、低くなった理由は「特定の勢力に偏った報道」 —

- ・この1年間で各メディアの信頼感が変化したか尋ねたところ、全てのメディアで「変わらない」と回答した人が70%以上を占めた。「高くなった」は「インターネット」が7.6%と最も多く「新聞」4.8%、「NHKテレビ」4.7%となっている。一方、「低くなった」は「雑誌」が16.3%と最も多く、「民放テレビ」13.4%、「インターネット」11.7%となっている。
- ・新聞の信頼感が「高くなった」と答えた人にその理由を聞いたところ、「情報が正確だから」30.6%、「根拠に基づいた情報を報道しているから」25.5%、「公正・中立な立場で報道しているから」24.2%となった。
- ・新聞の信頼感が「低くなった」と答えた人にその理由を聞いたところ、「特定の勢力に偏った報道をしているから」33.3%、「政府や財界の主張通りに報道するだけだから」21.5%、「報道する側のモラルが低下したから」17.7%という結果になった。

図3-1 各メディアの信頼感の変化

(n=3,297)

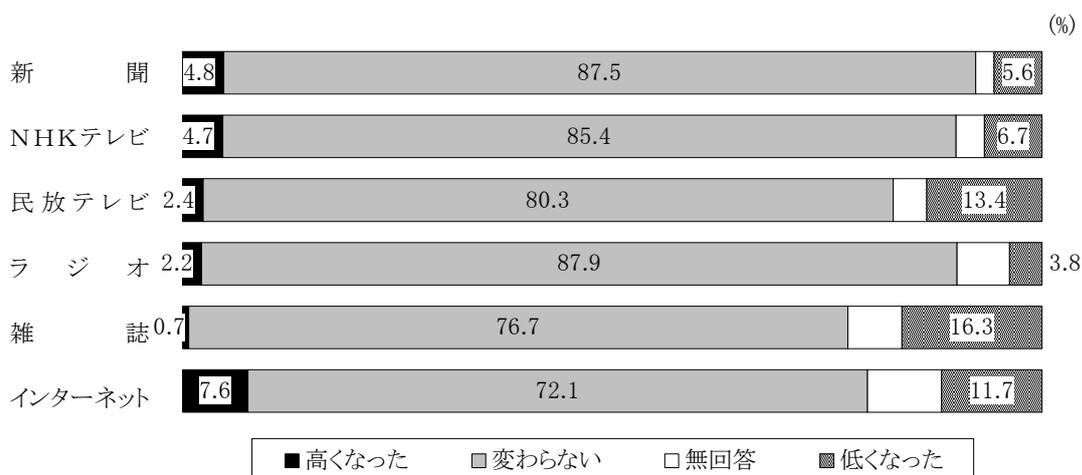


図3-2 新聞の信頼感が高くなった理由

(n=157)

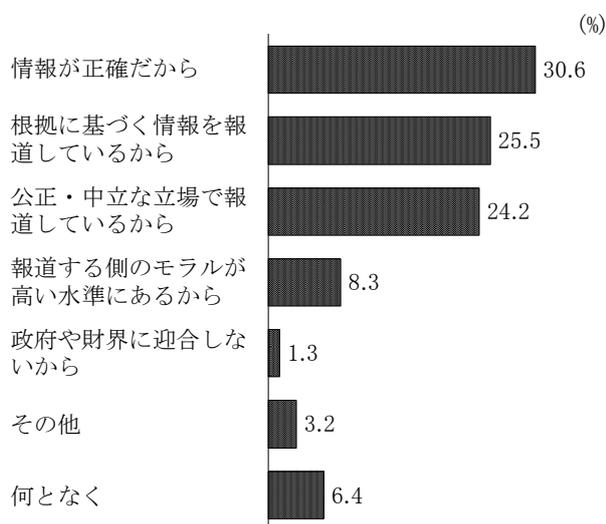
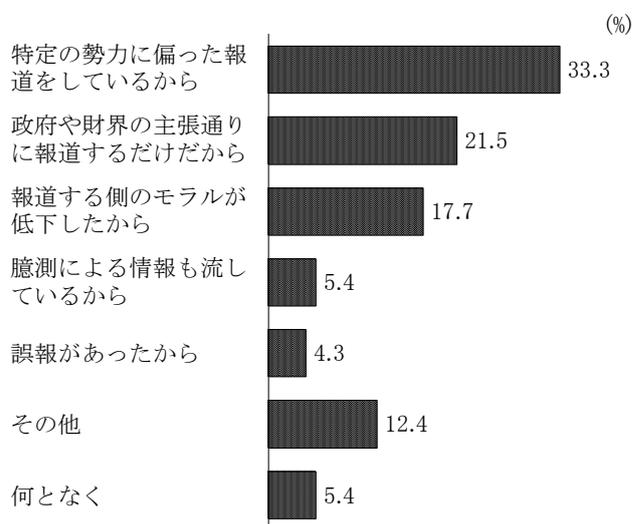


図3-3 新聞の信頼感が低くなった理由

(n=186)



4. 各メディアの印象は？（＊）

－ 情報源として欠かせない「新聞」、信頼の「NHK テレビ」、面白い「民放テレビ」 －

- ・各メディアの印象を聞いたところ、「情報源として欠かせない」メディアとして新聞を挙げた人が 54.6%、「情報が役に立つ」メディアとして新聞を挙げた人が 54.4%、「情報の量が多い」メディアとして新聞を挙げた人が 43.8%とそれぞれ1位となっている。
- ・「情報が信頼できる」「社会的影響力がある」「情報が分かりやすい」ではNHKテレビが、「情報が面白い・楽しい」「手軽に見聞きできる」では民放テレビが1位となった。
- ・昨年度調査と比較すると、新聞は「情報が役に立つ」「情報の量が多い」「情報が信頼できる」「情報が分かりやすい」の割合が、NHKテレビは「情報が信頼できる」「情報が分かりやすい」の割合が昨年より上昇している。民放テレビは「情報源として欠かせない」「情報が役に立つ」「情報の量が多い」「情報が信頼できる」「情報が分かりやすい」「手軽に見聞きできる」の割合が下がっている。一方、インターネットは、「情報が信頼できる」以外の項目全てで昨年より割合が上昇し、「情報の量が多い」「情報が面白い・楽しい」は2位、「手軽に見聞きできる」は3位となっている。
- ・年代別に見ると、「情報源として欠かせない」は、新聞では60代までは年代が上がるほど、インターネットでは20代以上で年代が下がるほど挙げる人の割合が高くなり、20～40代ではインターネットが1位であったが、50代以上では新聞が逆転して1位になっている。「情報が信頼できる」は、NHKテレビと新聞では40代以上で6割以上と他の年代より高くなっているが、民放テレビでは年代差はあまり見られず、インターネットは20代から年代が上がるにつれ減少してくる。「手軽に見聞きできる」は、新聞とNHKテレビでは年代が上がるると多く挙げられる傾向にあるが、民放テレビでは年代差は小さく、インターネットは20代でピークになり、年代が上がるにつれ顕著に減少してくる。

表4-1 各メディアの印象

(複数回答、n=3,297)

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
情報源として欠かせない	新聞 54.6 (56.0)	NHKテレビ 46.0 (49.9)	民放テレビ 40.0 (42.7)	インターネット 38.1 (29.5)	ラジオ 13.6 (11.9)	雑誌 6.0 (5.2)
情報が役に立つ	新聞 54.4 (51.9)	NHKテレビ 44.3 (49.4)	民放テレビ 37.2 (40.2)	インターネット 36.7 (25.2)	ラジオ 13.8 (10.9)	雑誌 10.8 (6.6)
情報の量が多い	新聞 43.8 (39.9)	インターネット 39.4 (29.9)	民放テレビ 31.8 (36.9)	NHKテレビ 25.2 (33.0)	雑誌 5.7 (4.4)	ラジオ 4.9 (4.0)
情報が信頼できる	NHKテレビ 65.8 (58.3)	新聞 60.9 (56.1)	民放テレビ 22.2 (27.0)	ラジオ 13.2 (11.4)	インターネット 12.3 (13.5)	雑誌 2.2 (2.8)
社会的影響力がある	NHKテレビ 59.6 (60.2)	新聞 56.4 (57.4)	民放テレビ 49.4 (49.1)	インターネット 34.3 (28.1)	ラジオ 10.5 (8.3)	雑誌 9.0 (5.9)
情報が分かりやすい	NHKテレビ 49.5 (45.8)	民放テレビ 43.8 (49.6)	新聞 41.4 (38.9)	インターネット 22.6 (18.2)	ラジオ 10.3 (7.9)	雑誌 5.5 (4.8)
情報が面白い・楽しい	民放テレビ 61.9 (60.8)	インターネット 35.1 (27.6)	雑誌 21.2 (14.2)	NHKテレビ 19.9 (19.8)	新聞 18.3 (19.7)	ラジオ 13.0 (9.8)
手軽に見聞きできる	民放テレビ 52.1 (54.2)	新聞 46.6 (48.1)	インターネット 45.2 (37.9)	NHKテレビ 38.7 (40.4)	ラジオ 17.2 (14.1)	雑誌 11.2 (7.1)

注：（ ）内は昨年度調査の数値

図4-1 「情報源として欠かせない」とした人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=3,297）

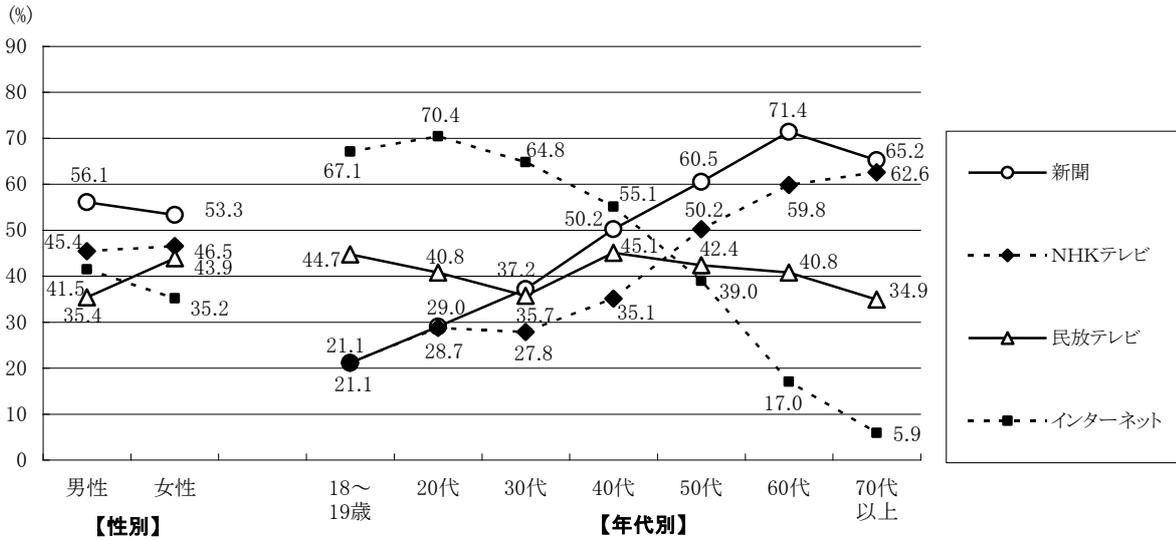


図4-2 「情報が信頼できる」とした人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=3,297）

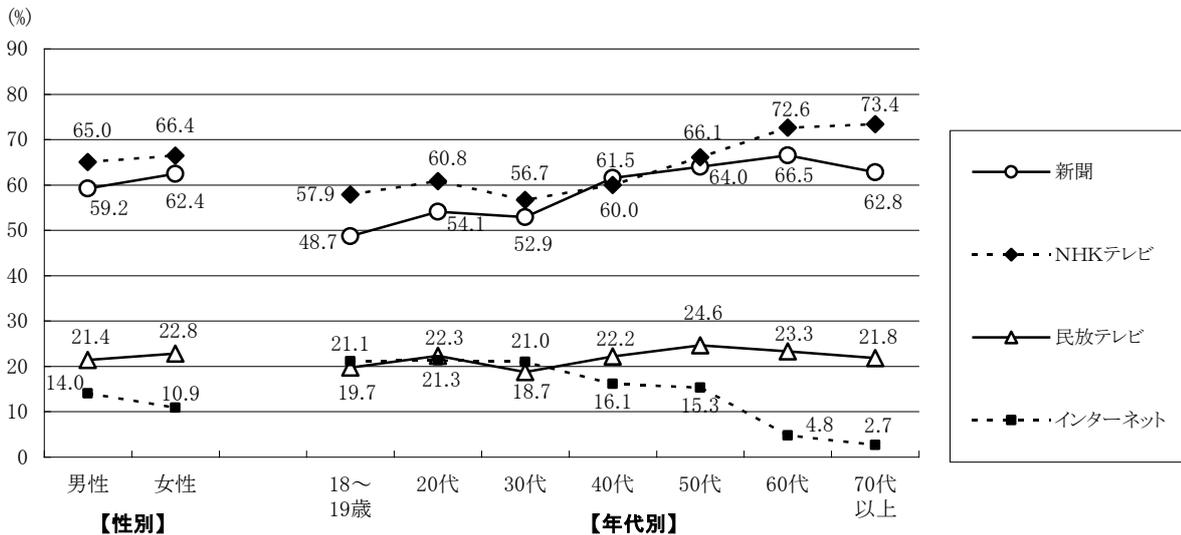
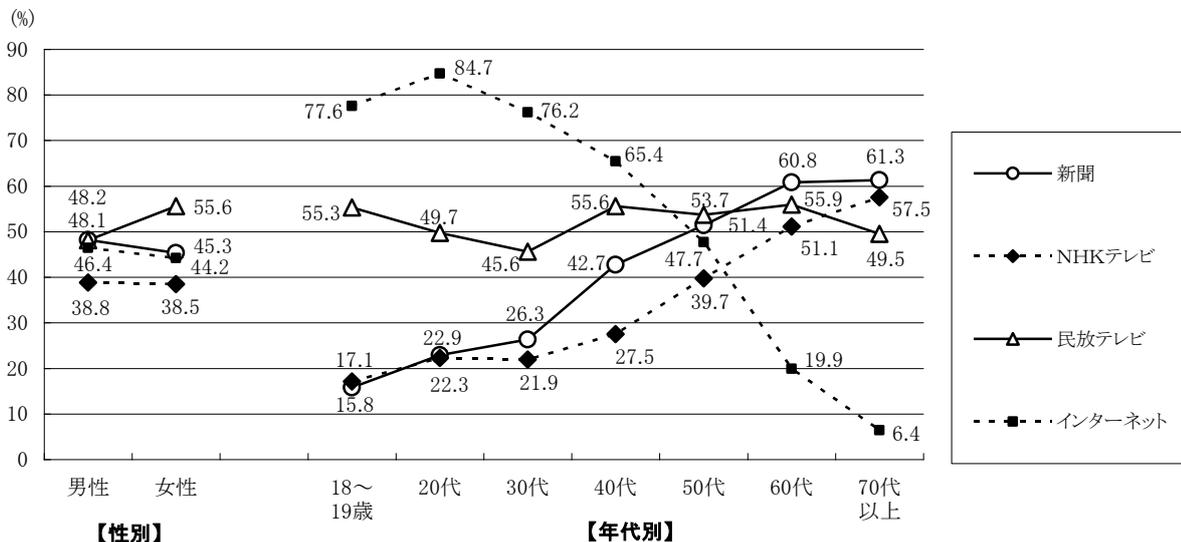


図4-3 「手軽に見聞きできる」とした人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=3,297）



《2013年7月の参院選報道とネット選挙解禁》

5. 選挙前に当落予想を報道することについてどう思う？

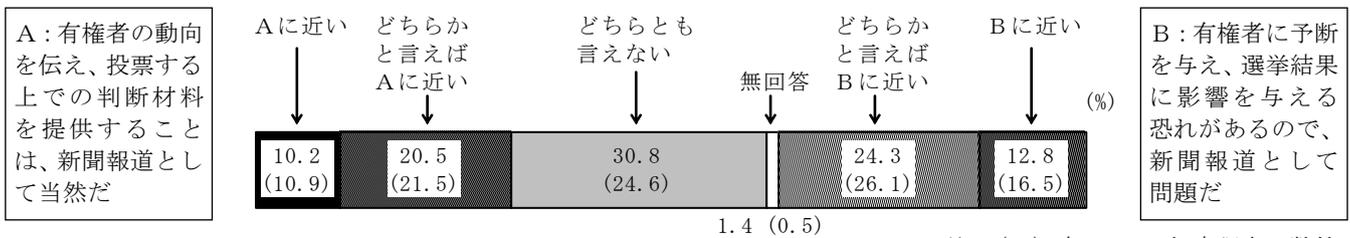
— 「新聞報道として当然」31%、「選挙結果に影響を与えるので問題」37% —

- ・新聞が選挙前に当落予想を報道することについて、「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30.8%で「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37.0%であり、意見が分かれる結果となった。今回調査では2009年度調査(当然派32.4%、問題派42.6%)に比べ、問題派が5.6ポイント減少した。
- ・性別に見ると、女性(34.0)より男性(40.6%)の方が問題派が多い。年代別に見ると、問題派が50代で42.2%、60代で41.4%と多くなっている。
- ・2013年7月21日の参議院選挙で投票する候補者・政党を決めた時期別に見ると、「公示日以前(7月4日より前)」と答えた層で問題派が43.5%と多くなっており、普段から支持する政党・政治家が決まっている人々の間で、当落報道を問題視する傾向が見られた。

※当然派：「Aに近い」+「どちらかと言えばAに近い」
問題派：「どちらかと言えばBに近い」+「Bに近い」

図5-1 選挙前の当落予想報道についての意見

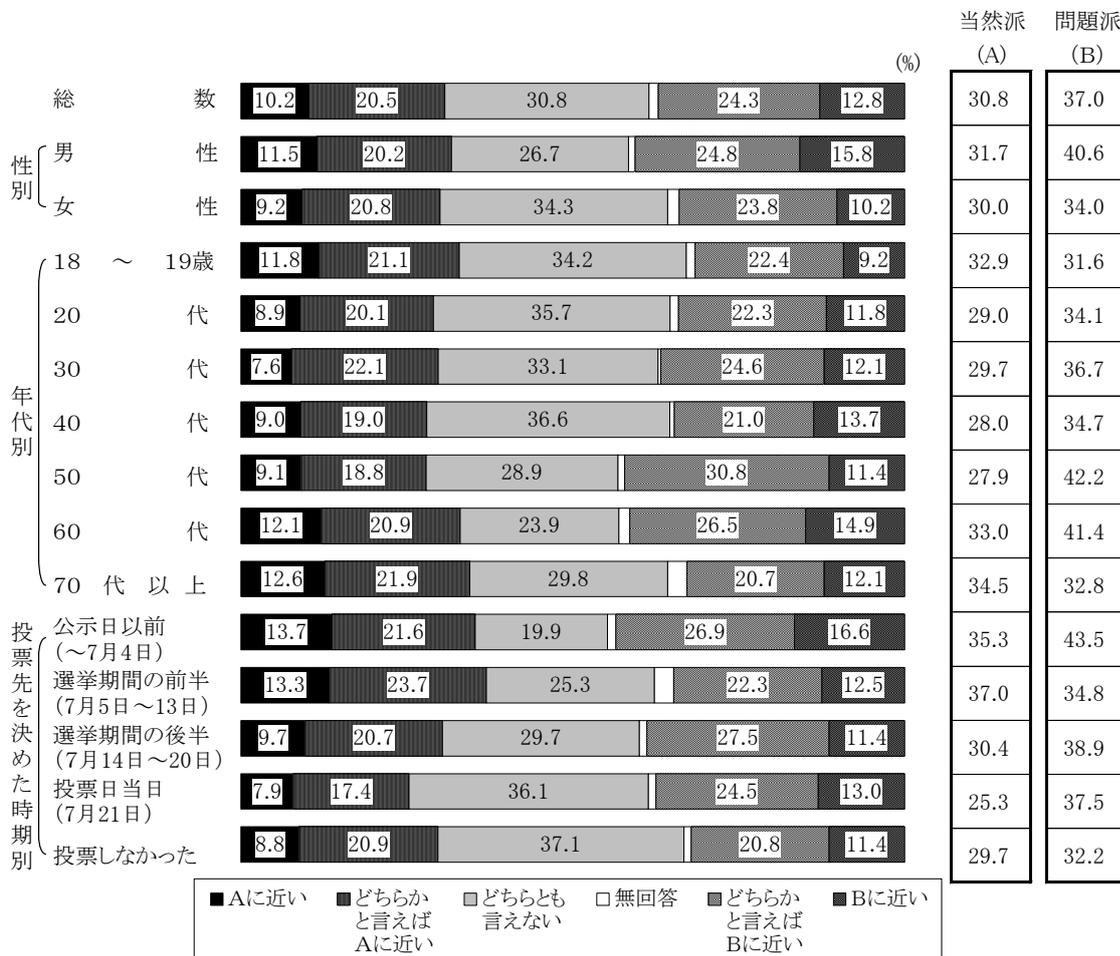
(n=3,297)



注：()内は2009年度調査の数値

図5-2 選挙前の当落予想報道についての意見(性・年代・投票決定時期別)

(n=3,297)



6. どの候補者・政党に投票するかを決めたのはいつ？

－ 「選挙期間の後半」31%、「投票日当日」27%、若い世代ほど「当日」が多い －

- ・2013年7月21日の参議院選挙で実際に投票したか（期日前投票も含む）質問したところ、「投票した」が70.9%、「しなかった」が28.6%となった。
- ・「投票した」と答えた人に、どの候補者に投票するか、どの政党に投票するかを決めたのはいつか聞いたところ、多かった順に、「選挙期間の後半（7月14日～20日）」が31.3%、「投票日当日（7月21日）」が26.6%、「公示日以前（～7月4日）」が26.0%、「選挙期間の前半（7月5日～13日）」が16.1%となった。
- ・年代別に見ると、若い世代ほど「投票日当日」と答えた人の割合が高く、20代で45.1%、30代で43.0%に上った。一方、60代と70歳以上では、3割以上が「公示日以前」（32.5%、31.6%）と答えており、年代が若いほど、投票する候補者・政治家を決めるのが遅い傾向が顕著である。

図6-1 2013年7月の参院選で投票したか

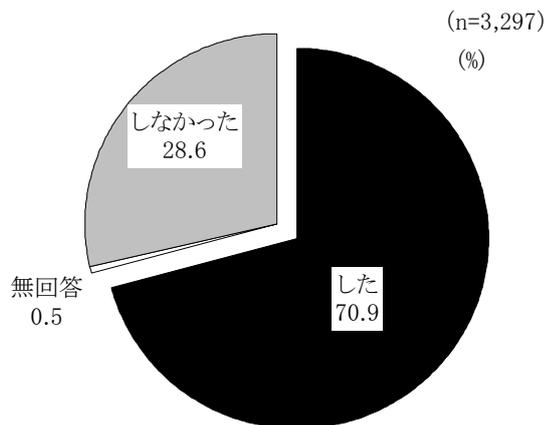


図6-2 投票する政治家・政党を決めた時期

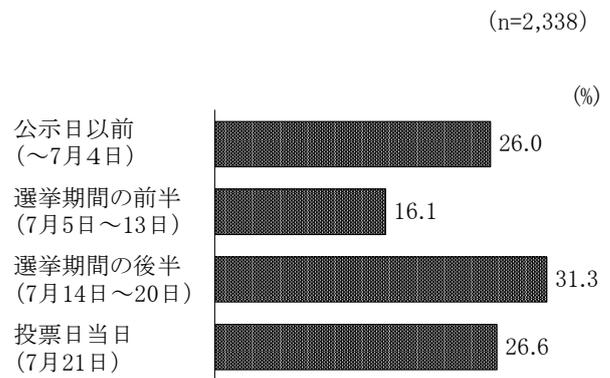
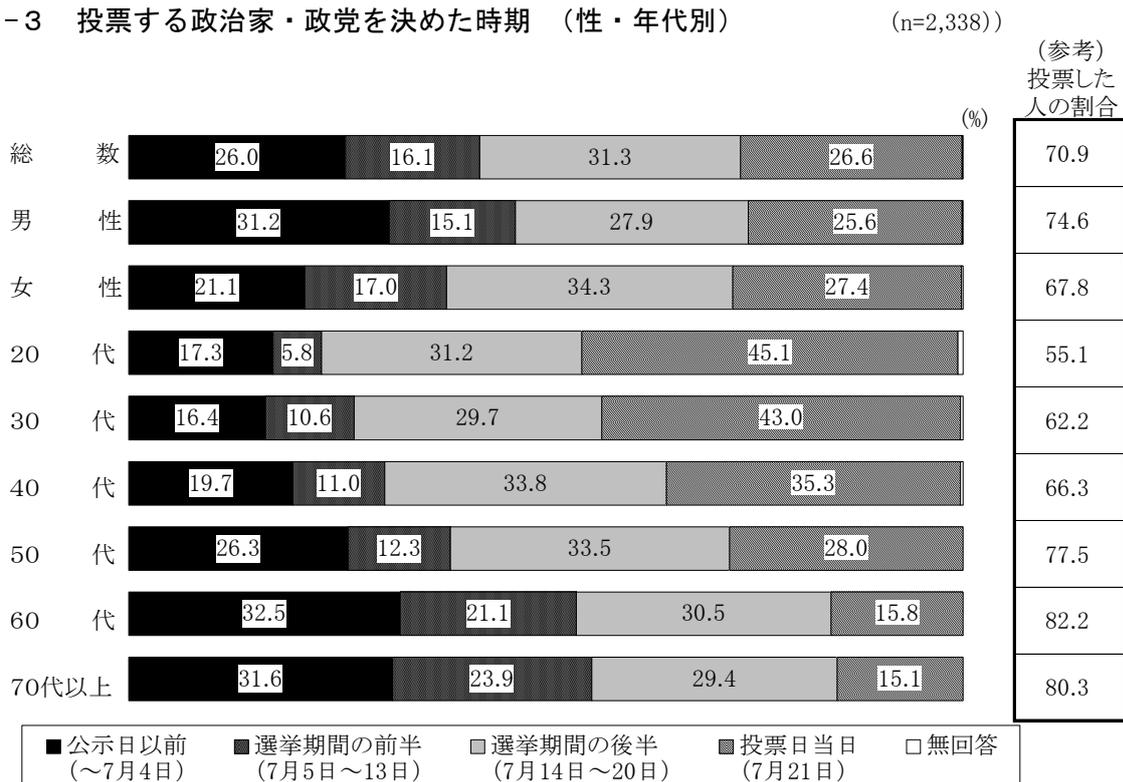


図6-3 投票する政治家・政党を決めた時期（性・年代別）



7. 各メディアの参院選に関する報道の印象は？

－ 新聞は「投票の参考になった」「情報が分かりやすかった」で1位 －

- ・7月の参議院選挙に関する報道について、各メディアの印象を聞いたところ、新聞が「投票する候補者や政党を決める際に、参考になった」で54.6%、「選挙の争点や政党・候補者についての情報が分かりやすかった」で47.5%と1位になった。
- ・NHKテレビは「公正・中立な報道がされていた」で62.1%、「他のメディアの情報より信頼していた」で52.0%、「選挙の争点や政党・候補者についての情報が正確だった」で50.5%と1位となり、新聞は投票の参考になる分かりやすい報道が、NHKテレビは公正・中立で正確な報道が評価される結果となった。
- ・年代別に見ると「投票する候補者や政党を決める際に、参考になった」は新聞が30代以上で1位になっており、40代以上では2位のNHKテレビと10%以上の差があった。「選挙の争点や政党・候補者についての情報が分かりやすかった」は、20代と30代では民放テレビが1位、新聞が3位であったが、40～60代では新聞が1位になっており、年代が上がるほど新聞が分かりやすいとする傾向が見られた。「公正・中立な報道がされていた」については、年代が上がるほど新聞とNHKテレビの割合が増えインターネットの割合が減る傾向が見られたが、順位は全年代で同じで、NHKテレビが1位、新聞が2位、以下、民放テレビ、インターネットの順となっていた。

表7-1 参院選に関する報道について各メディアの印象 (複数回答、n=3,297)

	1位	2位	3位	4位	5位
投票する候補者や政党を決める際に、参考になった	新聞 54.6	NHKテレビ 41.2	民放テレビ 25.7	インターネット 11.6	雑誌 1.4
選挙の争点や政党・候補者についての情報が分かりやすかった	新聞 47.5	NHKテレビ 45.9	民放テレビ 33.3	インターネット 9.6	雑誌 1.3
公正・中立な報道がされていた	NHKテレビ 62.1	新聞 49.8	民放テレビ 24.0	インターネット 7.2	雑誌 1.4
他のメディアの情報より信頼していた	NHKテレビ 52.0	新聞 48.5	民放テレビ 16.6	インターネット 7.1	雑誌 0.8
選挙の争点や政党・候補者についての情報が正確だった	NHKテレビ 50.5	新聞 49.2	民放テレビ 22.1	インターネット 6.9	雑誌 1.0

図7-1 「投票する候補者や政党を決める際に、参考になった」とした人の割合
(性・年代別)

(複数回答、n=3,297)

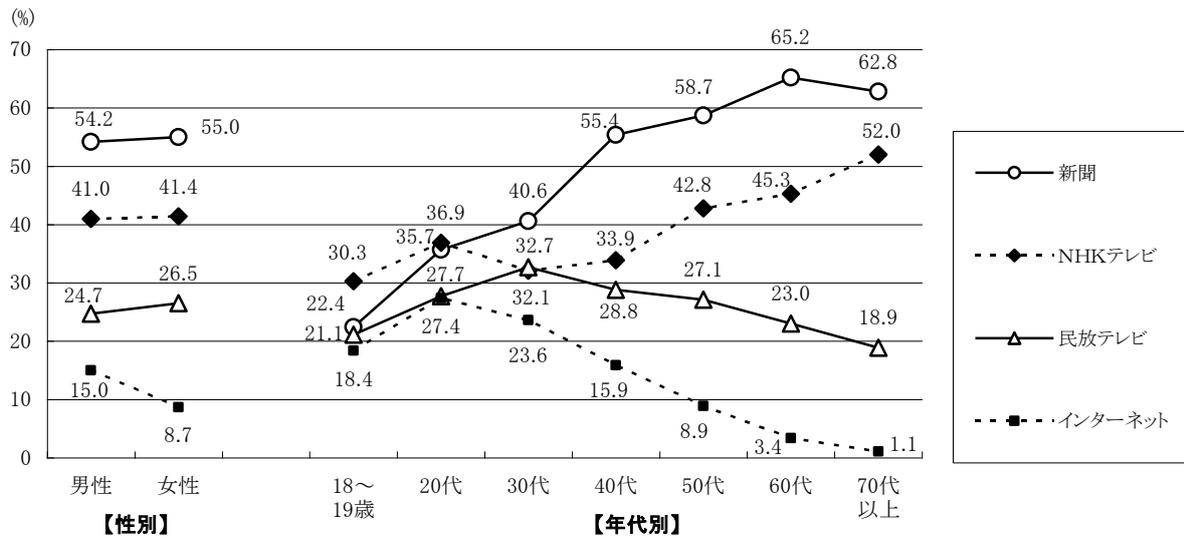


図7-2 「選挙の争点や政党・候補者についての情報が分かりやすかった」とした人の割合
(性・年代別)

(複数回答、n=3,297)

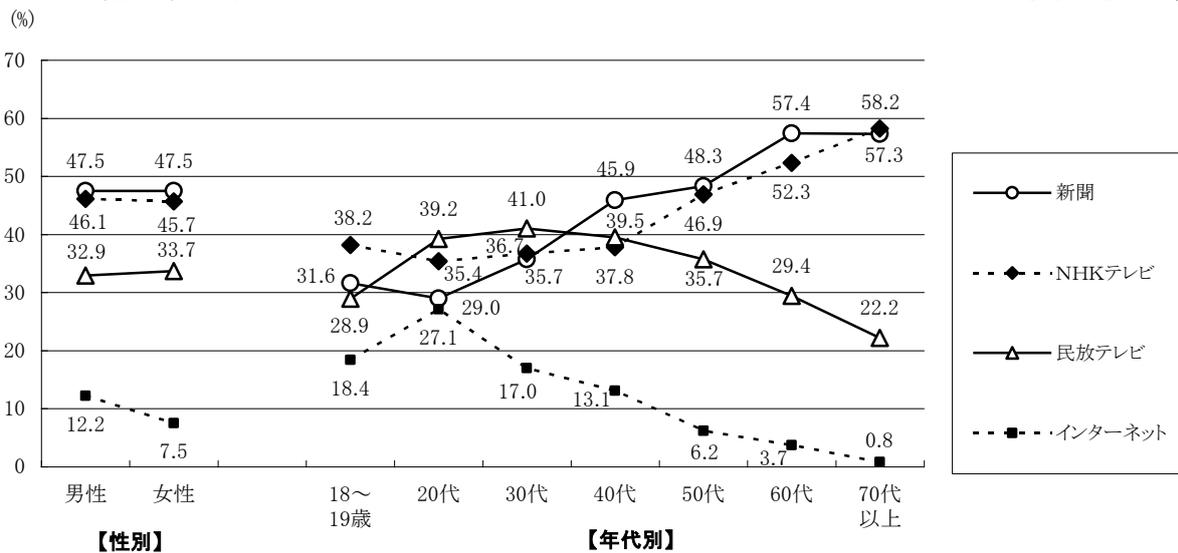
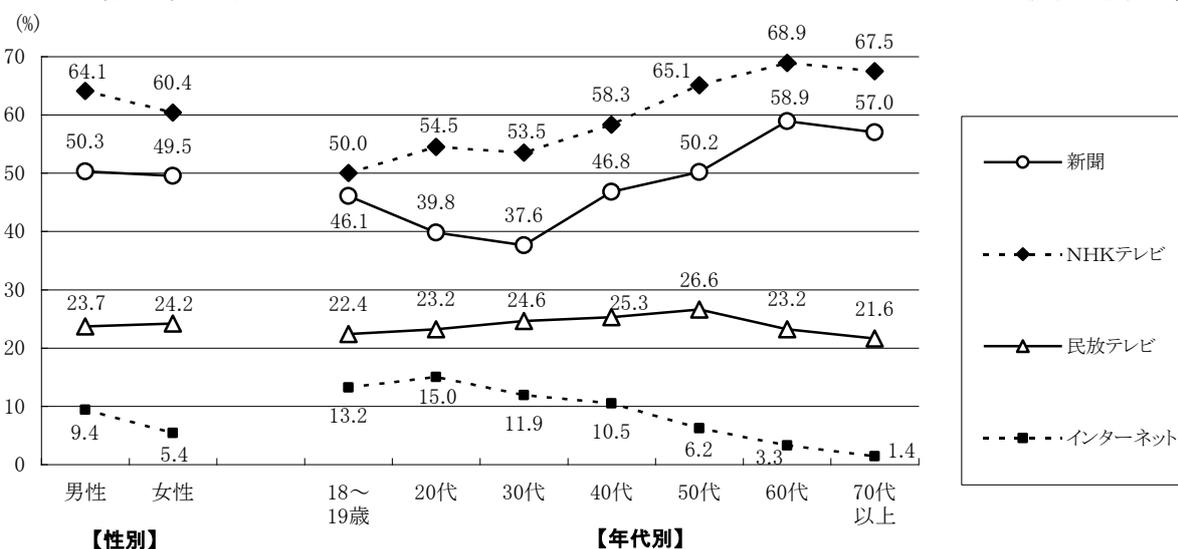


図7-3 「公正・中立な報道がされていた」とした人の割合
(性・年代別)

(複数回答、n=3,297)



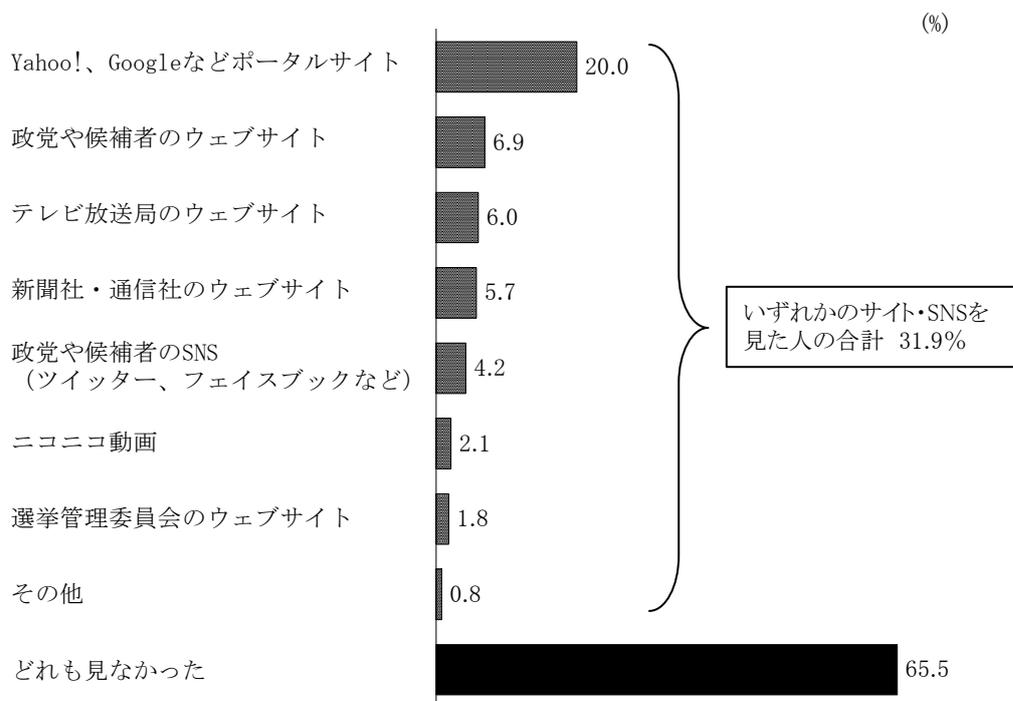
8. 選挙情報を見たインターネットのサイトやSNSは？

－ 「ネットの選挙情報は見なかった」 66%、

「政党・候補者のウェブサイト」を見た7% －

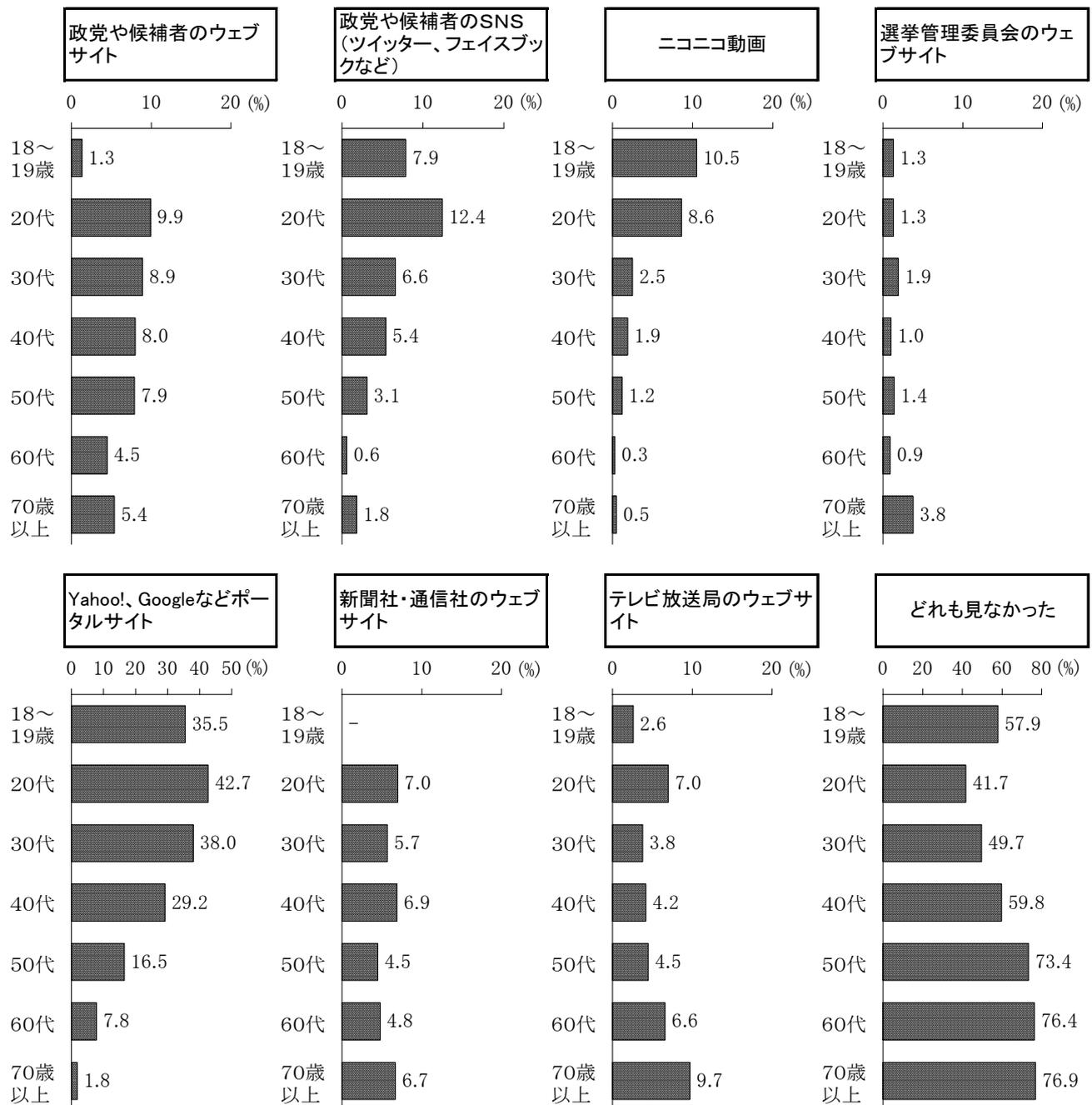
- ・ 7月の参議院選挙から解禁されたインターネット選挙運動について、選挙情報をインターネットのサイトやSNSで見たか質問したところ、「どれも見なかった」と答えた人が65.5%に上った。
- ・ 各インターネットのサイトやSNSのうち、選挙情報を見た人が多かった順に、「Yahoo!、Googleなどポータルサイト」が20.0%、「政党や候補者のウェブサイト」6.9%、「テレビ放送局のウェブサイト」6.0%、「新聞社・通信社のウェブサイト」5.7%、「政党や候補者のSNS（ツイッター、フェイスブックなど）」4.2%、「ニコニコ動画」2.1%、「選挙管理委員会のウェブサイト」1.8%という結果になった。

図8-1 7月の参議院選挙で選挙情報を見たインターネットサイト・SNS (複数回答、n=3,297)



- ・年代別に見ると、「政党や候補者のウェブサイト」は相対的に年代差が小さく、20代から50代で8～10%となっていた。「政党や候補者のSNS（ツイッター、フェイスブックなど）」と「ニコニコ動画」は20代で見たとする割合が高く、20代の8人に1人は政党や候補者のSNSを見たことになる。
- ・「Yahoo!、Googleなどポータルサイト」も年代差が見られ、年代が若いほど割合が高く、20代と30代では約4割がポータルサイトで選挙情報を見ていた。「新聞社・通信社のウェブサイト」と「テレビ放送局のウェブサイト」は年代が若いほど多いという傾向は見られず、「テレビ放送局のウェブサイト」はむしろ70代以上で9.7%と最も多かった。
- ・「どれも見なかった」の割合は、年代が上がるほど多くなっていたが、20代でも41.7%、30代でも49.7%はネットで選挙情報は見なかったと回答した。

図8-2 7月の参議院選挙で選挙情報を見たインターネットサイト・SNS（年代別）（n=3,297）



9. インターネット選挙運動解禁の感想は？

－ 「若者が選挙に関心」 25%、「ネットできない人は不利」 23% －

- ・インターネット選挙運動が解禁されたことへの感想を尋ねたところ、「若者が選挙に関心を持つようになった」という肯定的な感想が 25.4%、「インターネットができない人には不利になると思った」という否定的な感想が 23.4%となり、「政党や候補者がインターネットに振り回されていると感じた」も 17.4%となった。
- ・その他の感想としては、「選挙公報や政見放送、従来の新聞やテレビの報道で十分だと思った」が 16.0%、「デマやなりすましなど、不安に思うことが多かった」が 13.4%、「政党や候補者の主張や意見が今までよりよく分かった」が 7.6%、「政党や候補者がより身近に感じられた」が 6.0%、「従来のマスコミ情報からは得られない有益な情報が多かった」が 4.9%、「家族や友人と選挙について話す機会が増えた」が 3.7%、「政党や候補者と双方向のやりとりができることに意義を感じた」が 3.3%という結果になった。
- ・肯定的な感想について年代別に見ると、「若者が選挙に関心を持つようになった」については、選挙権の無い 18-19 歳を除けば、年代が若いほど挙げる割合が多かった。その他の肯定的な感想についても、「関心を持つようになった」ほど挙げる人は多くないものの、似た傾向が見られた。
- ・否定的な感想について年代別に見ると、「インターネットができない人には不利になると思った」は 40 代から 60 代で多く、「選挙公報や政見放送、従来の新聞やテレビの報道で十分だと思った」は 20 代から 60 代にかけて年代が上がるほど多かった。「政党や候補者がインターネットに振り回されていると感じた」と「デマやなりすましなど、不安に思うことが多かった」については、18-19 歳で多く 70 代以上で少なかった点を除けば、年代と比例関係は見られなかった。

図 9-1 インターネット選挙運動への感想

(複数回答、n=3,297)

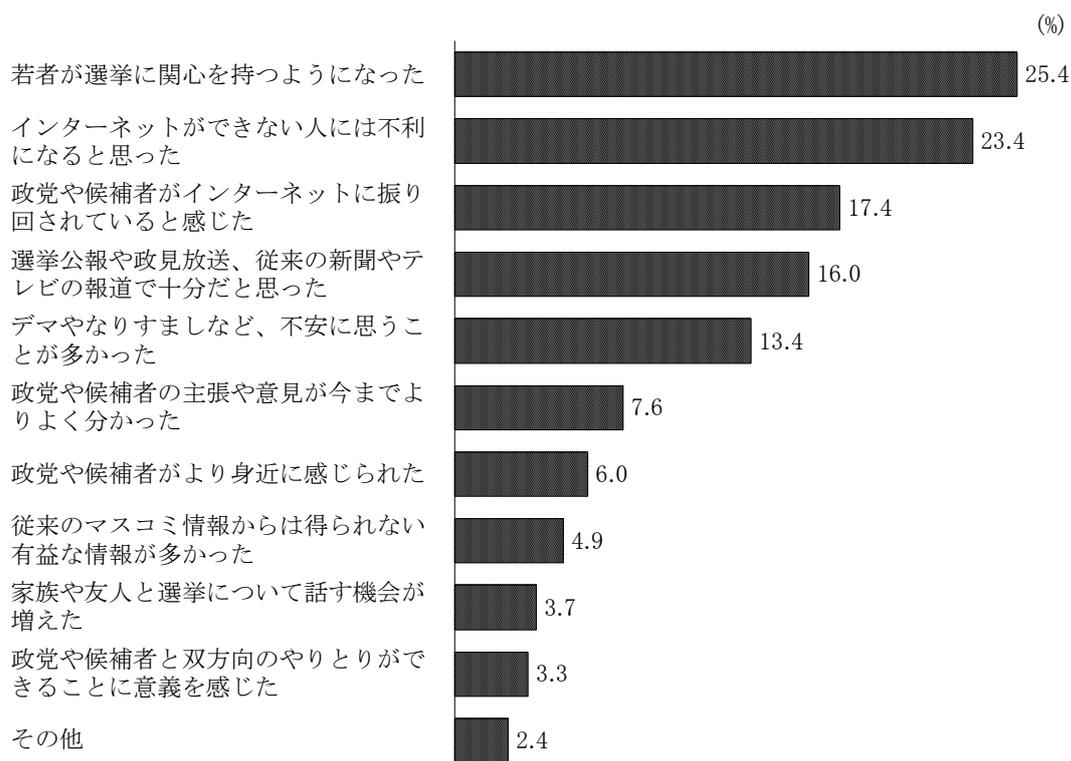


図9-2 インターネット選挙運動への肯定的な感想（性・年代別）

（複数回答、n=3,297）

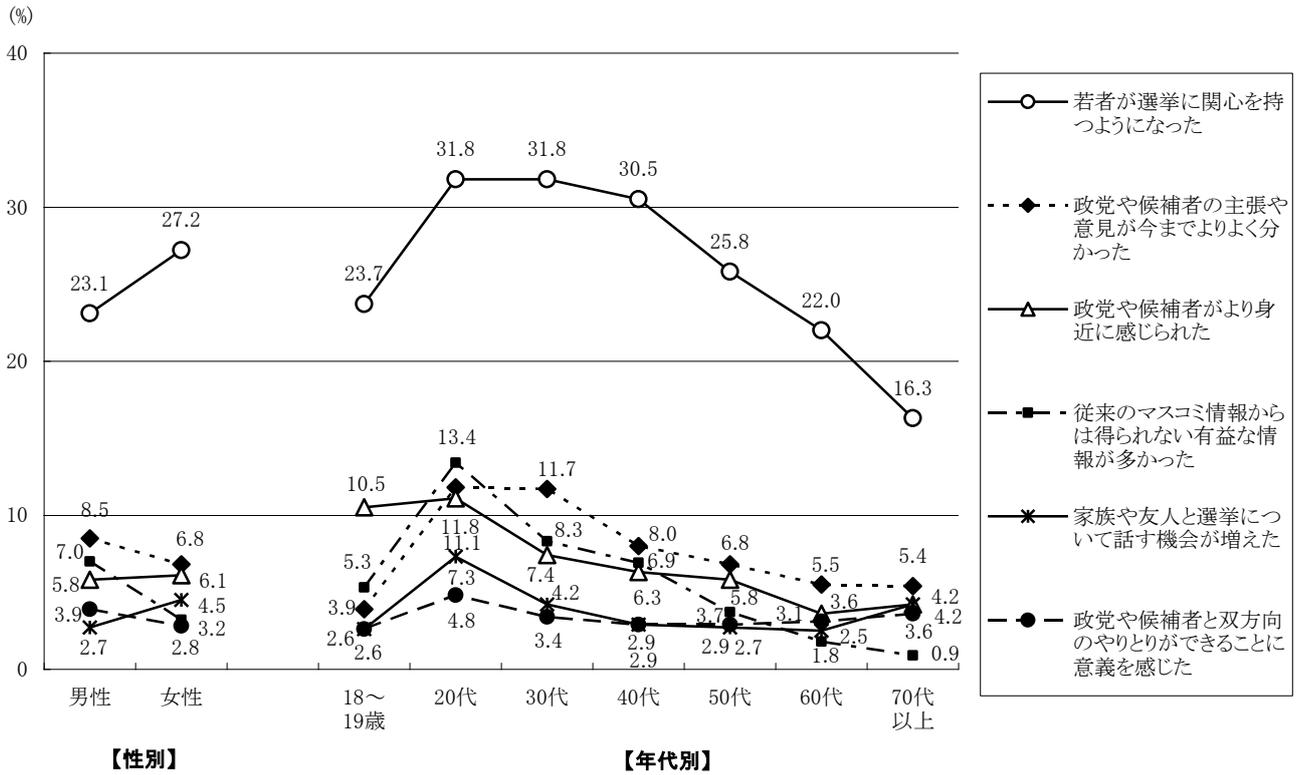
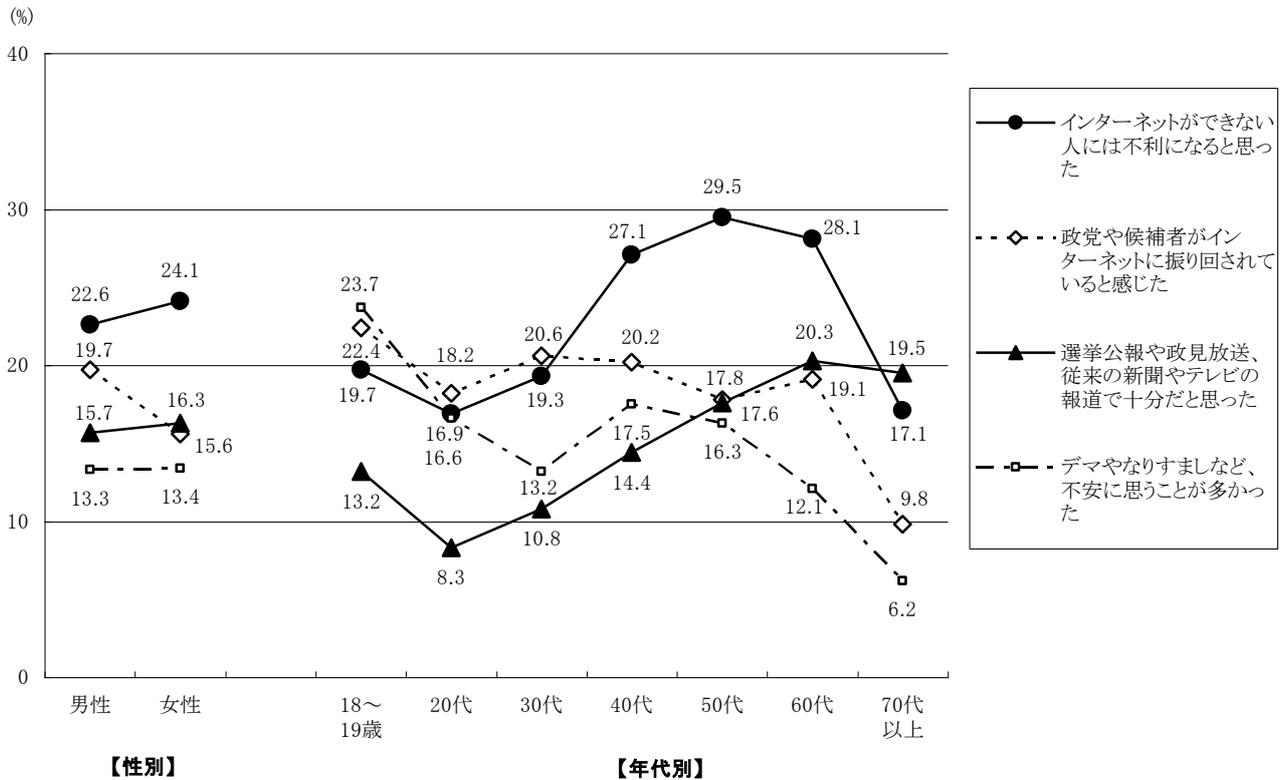


図9-3 インターネット選挙運動への否定的な感想（性・年代別）

（複数回答、n=3,297）



10. ネット選挙解禁後に新聞に期待することは？

— 「公正・中立な立場」54%、「分かりやすく報道」43% —

- ・インターネット選挙運動解禁に伴い政党や候補者の主張や意見を直接知る機会が広がった中で、新聞報道に期待することについて質問したところ、多かった順に「政党や候補者に対して公正・中立な立場を保つ」54.2%、「選挙の争点や政党、候補者について分かりやすく報道する」43.0%、「各政党の公約実行性を評価分析する」24.7%、「さまざまな立場の専門家の意見を掲載する」22.3%、「報道するテーマを絞って深く掘り下げる」12.5%、「新聞各社が支持する政党の立場を分かりやすく説明する」8.9%、「記者の意見や主張を前面に出す」3.7%という結果になった。
- ・年代別に見ると、全ての年代で「公正・中立な立場を保つ」が1位、「分かりやすく報道する」が2位であった。「公約実行性を評価分析する」は50代と60代で多く、「専門家の意見を掲載する」は60代と70代以上で若干少なかった。「新聞各社が支持する政党の立場を分かりやすく説明する」は、70代以上でのみ、12.3%と1割を超えた。

図 10-1 インターネット選挙運動解禁に伴い新聞報道に望むこと

(複数回答、n=3,297)
(%)

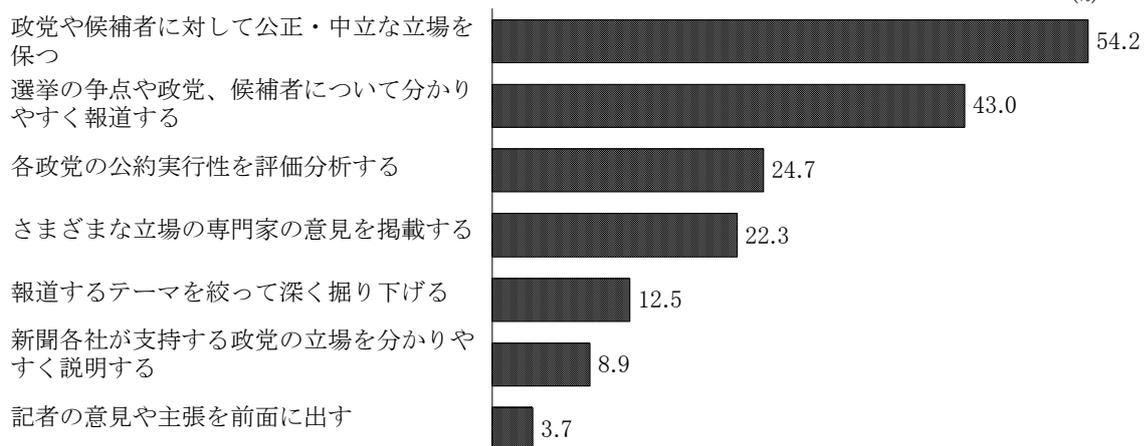
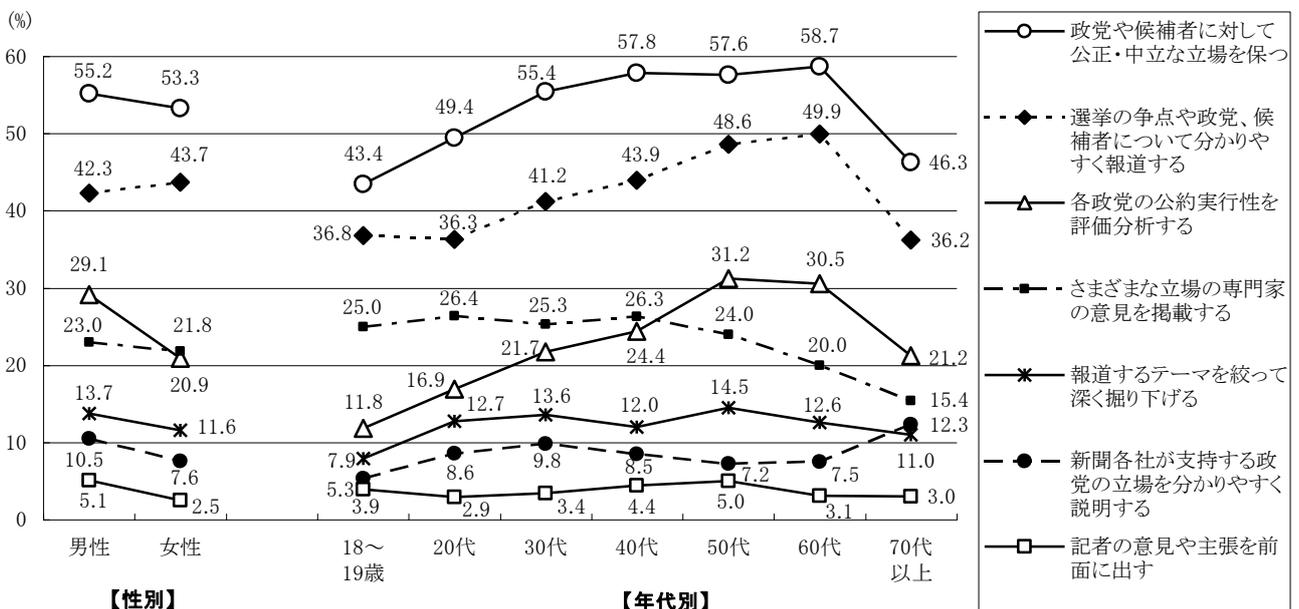


図 10-2 インターネット選挙運動解禁に伴い新聞報道に望むこと (性・年代別) (複数回答、n=3,297)



《憲法改正問題に関する報道》

11. 憲法改正問題に関心がある？

－ 「関心がある」 7 割、男性や 40～60 代の関心が高い －

- ・憲法改正問題に関心があるか質問したところ、「関心がある」と答えた人が 69.7%（「非常に関心がある」 21.9%と「やや関心がある」 47.8%の計）、「関心がない」と答えた人が 29.8%（「あまり関心がない」 24.1%と「全く関心がない」 5.6%の計）となった。
- ・性別に見ると、「関心がある」と答えた人の割合は、女性が 64.4%に対し男性が 75.9%と、男性の方が 11.5 ポイント高かった。年代別に見ると、最も関心が高かったのが 60 代で「関心がある（計）」が 75.9%、続いて 50 代で 74.4%、40 代で 72.5%という結果になった。

図 11-1 憲法改正問題への関心 (n=3,297)

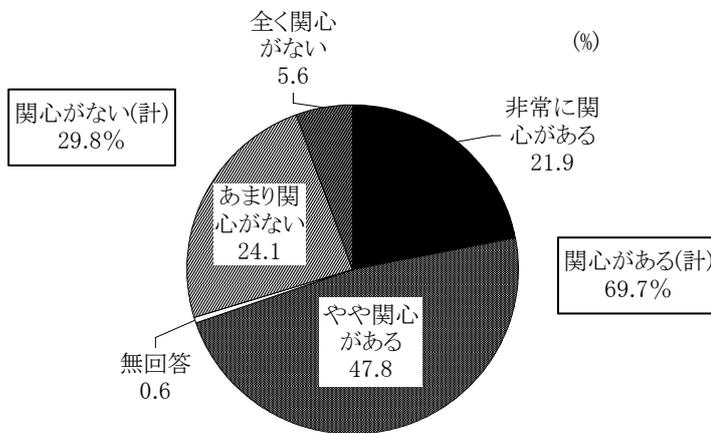
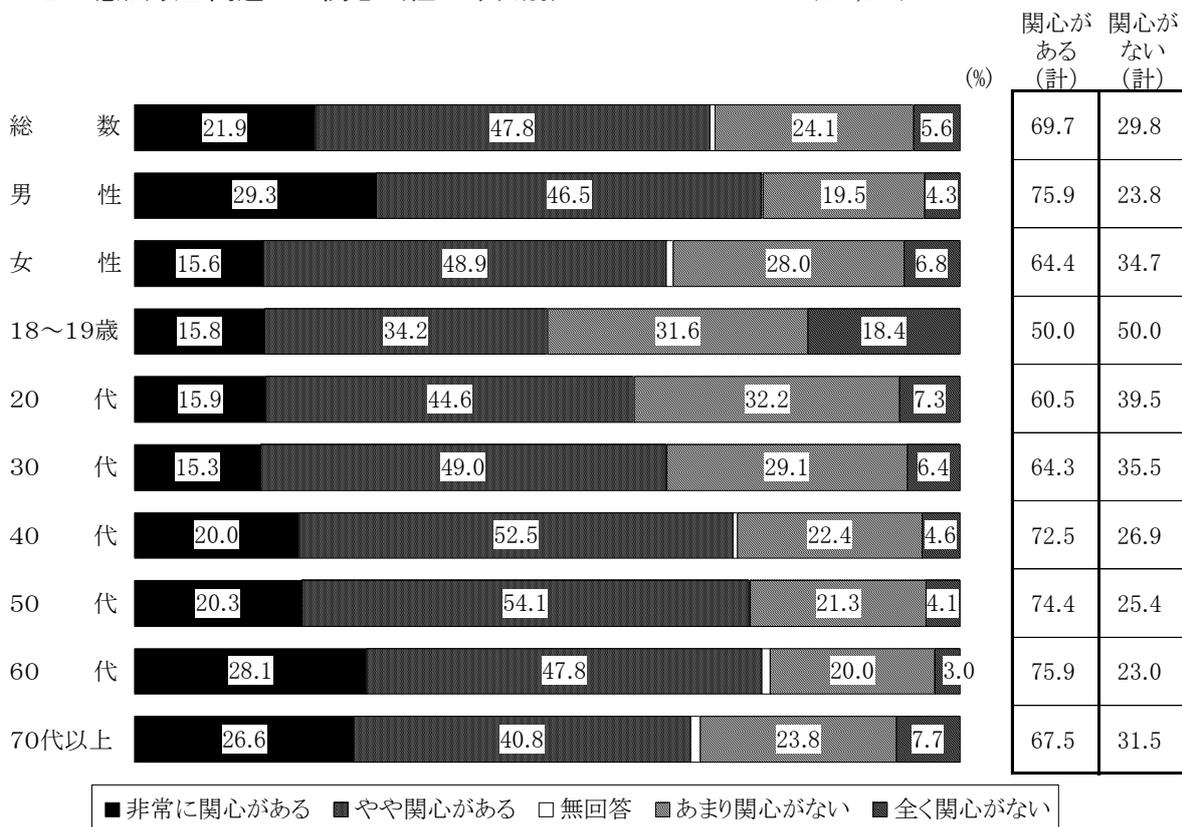


図 11-2 憲法改正問題への関心（性・年代別） (n=3,297)



12. 憲法改正問題に関する情報を入手しているメディアは？

－ 「新聞」が58%で1位、「NHKテレビ」が54%で2位 －

- ・憲法改正問題に関する情報をどのメディアから入手しているか質問したところ、「新聞」を挙げた人が58.3%と最も多く、以下、「NHKテレビ」が54.1%、「民放テレビ」が52.6%、「インターネット」が21.2%という結果になった。
- ・年代別に見ると、40代以下と50代以上では順位が大きく異なっており、50代以上では新聞が1位でNHKテレビが2位だが、40代以下では民放テレビが1位となっている。30代で新聞を挙げる人は38.9%、20代は32.5%、18-19歳は21.1%となり、20代と18-19歳ではインターネット(41.7%、31.6%)を下回った。

図 12-1 憲法改正問題に関する情報を入手しているメディア

(複数回答、n=3,297)

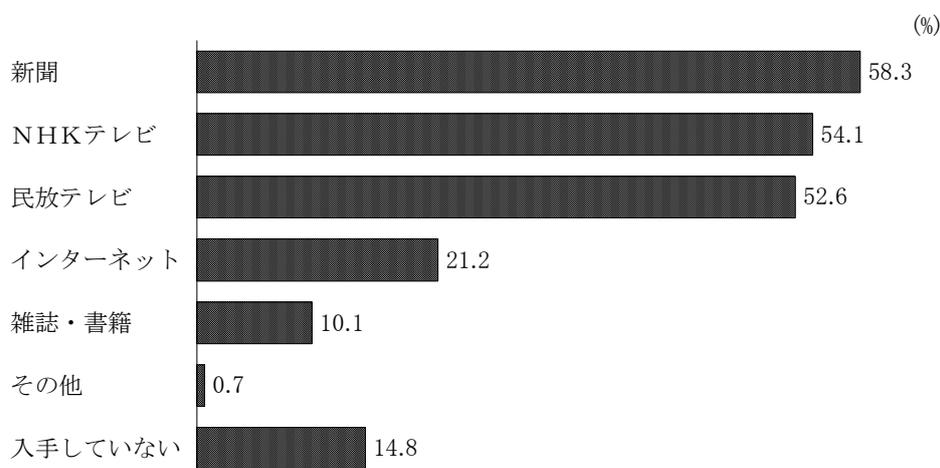


表 12-1 憲法改正問題に関する情報を入手しているメディア (性・年代別)

(複数回答、n=3,297)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総数	新聞 58.3	NHKテレビ 54.1	民放テレビ 52.6	インターネット 21.2	入手していない 14.8	雑誌・書籍 10.1
男性	新聞 63.5	NHKテレビ 56.6	民放テレビ 51.3	インターネット 28.2	雑誌・書籍 12.2	入手していない 11.4
女性	新聞 54.0	民放テレビ 53.6	NHKテレビ 52.1	入手していない 17.7	インターネット 15.2	雑誌・書籍 8.3
18-19歳	民放テレビ 43.4	入手していない 34.2	インターネット 31.6	NHKテレビ 30.3	新聞 21.1	雑誌・書籍 6.6
20代	民放テレビ 43.9	インターネット 41.7	NHKテレビ 33.1	新聞 32.5	入手していない 25.8	雑誌・書籍 6.1
30代	民放テレビ 51.8	新聞 38.9	インターネット 38.0	NHKテレビ 34.2	入手していない 22.3	雑誌・書籍 5.9
40代	民放テレビ 59.7	新聞 55.3	NHKテレビ 48.0	インターネット 33.2	入手していない 10.8	雑誌・書籍 9.7
50代	新聞 62.8	NHKテレビ 58.3	民放テレビ 57.9	インターネット 20.9	雑誌・書籍 12.6	入手していない 10.5
60代	新聞 74.9	NHKテレビ 69.8	民放テレビ 56.2	雑誌・書籍 13.3	入手していない 8.8	インターネット 7.2
70代以上	新聞 71.3	NHKテレビ 67.5	民放テレビ 44.0	入手していない 15.0	雑誌・書籍 10.4	インターネット 1.8

13. 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいメディアは？

－ 「新聞」が49%で1位、「民放テレビ」が46%で2位 －

- ・ 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいと思うメディアを挙げてもらったところ、「新聞」が49.3%と最も多く、以下、「民放テレビ」が45.7%、「NHKテレビ」が45.5%、「インターネット」が15.7%という結果になった。
- ・ 性別に見ると、男性では新聞・NHKテレビ・民放テレビの順だったが、女性は民放テレビが1位であった。年代別にみると、情報入手メディアと同様、40代以下と50代以上では順位が大きく異なり、50代以上では新聞・NHKテレビ・民放テレビの順だが、40代以下では民放テレビが1位となっていた。また、インターネットを挙げる割合も年代差が大きく、60代以上では5%以下だが、30代以下では30%以上となっていた。

図 13-1 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいと思うメディア (複数回答、n=2,795)

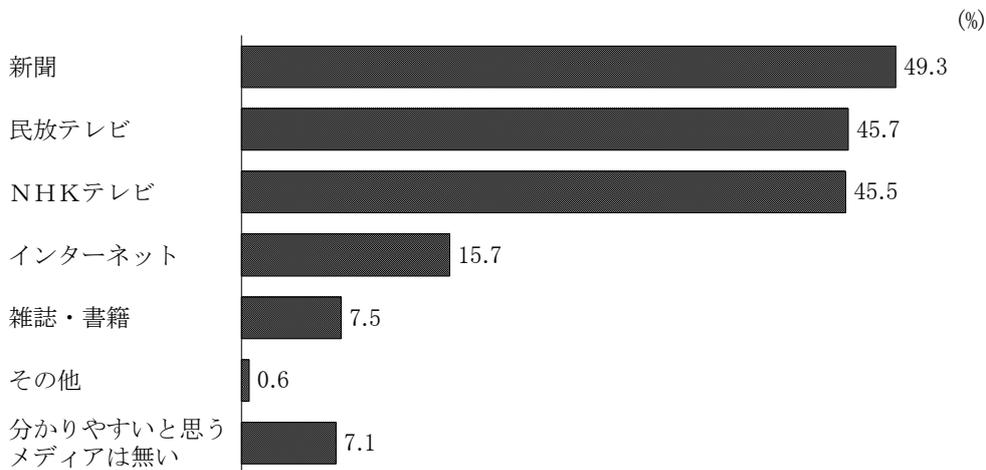


表 13-1 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいと思うメディア (性・年代別) (複数回答、n=2,795)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
総数	新聞 49.3	民放テレビ 45.7	NHKテレビ 45.5	インターネット 15.7	雑誌・書籍 7.5
男性	新聞 51.7	NHKテレビ 46.2	民放テレビ 42.4	インターネット 20.7	雑誌・書籍 8.9
女性	民放テレビ 48.6	新聞 47.2	NHKテレビ 44.8	インターネット 11.2	雑誌・書籍 6.3
18-19歳	民放テレビ 40.0	NHKテレビ 34.0	インターネット 34.0	新聞 18.0	雑誌・書籍 6.0
20代	民放テレビ 40.8	インターネット 38.2	NHKテレビ 30.5	新聞 24.9	雑誌・書籍 6.0
30代	民放テレビ 49.5	インターネット 34.7	新聞 30.6	NHKテレビ 25.4	雑誌・書籍 4.9
40代	民放テレビ 52.7	新聞 40.6	NHKテレビ 35.5	インターネット 23.1	雑誌・書籍 6.9
50代	新聞 47.4	NHKテレビ 46.3	民放テレビ 45.0	インターネット 11.3	雑誌・書籍 8.2
60代	新聞 64.5	NHKテレビ 55.4	民放テレビ 46.1	雑誌・書籍 10.3	インターネット 4.5
70代以上	新聞 68.0	NHKテレビ 63.9	民放テレビ 39.1	雑誌・書籍 7.2	インターネット 1.1

14. 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道は？

— 新聞には「現行憲法の詳しい解説」「政党の意見の違い」を期待 —

- ・ 今後、国会で憲法改正問題が議論されていく中で新聞に期待する報道を尋ねたところ、多い順に「現行の憲法について詳しく解説してほしい」56.6%、「政党の意見の違いがよく分かるような報道をしてほしい」46.9%となり、「国民世論を形成する中心的な役割を果たすような報道をしてほしい」は21.0%、「憲法改正の賛否については、新聞社の立場を明確にしてほしい」は10.9%に留まり、新聞に求められているのは、憲法改正賛否のオピニオンリーダーとしての役割よりも、国民が自ら憲法改正問題を考えるための材料となる、中立的で詳細な情報であることが分かった。
- ・ 性別に見ると、「現行の憲法についての詳しい解説」は女性の方が挙げる割合が5.3ポイント多かった。年代別に見ると、全ての年代で「現行の憲法についての詳しい解説」が1位、「政党の意見の違い」が2位となっており、「国民世論を形成」が30代以下で少ない点と「立場を明確にしてほしい」が60代以上で他の年代よりは多い点を除けば、年代差は余り見られない。

図 14-1 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道 (n=3,297) (%)

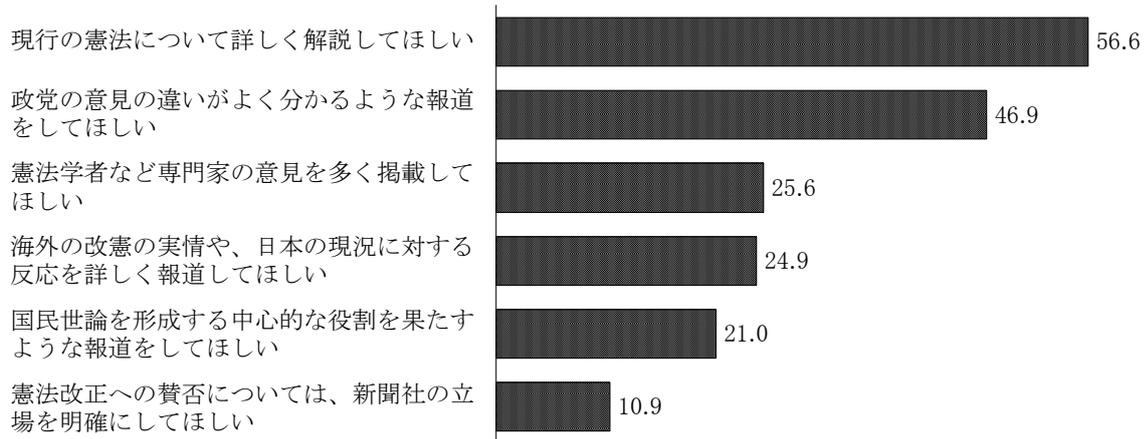
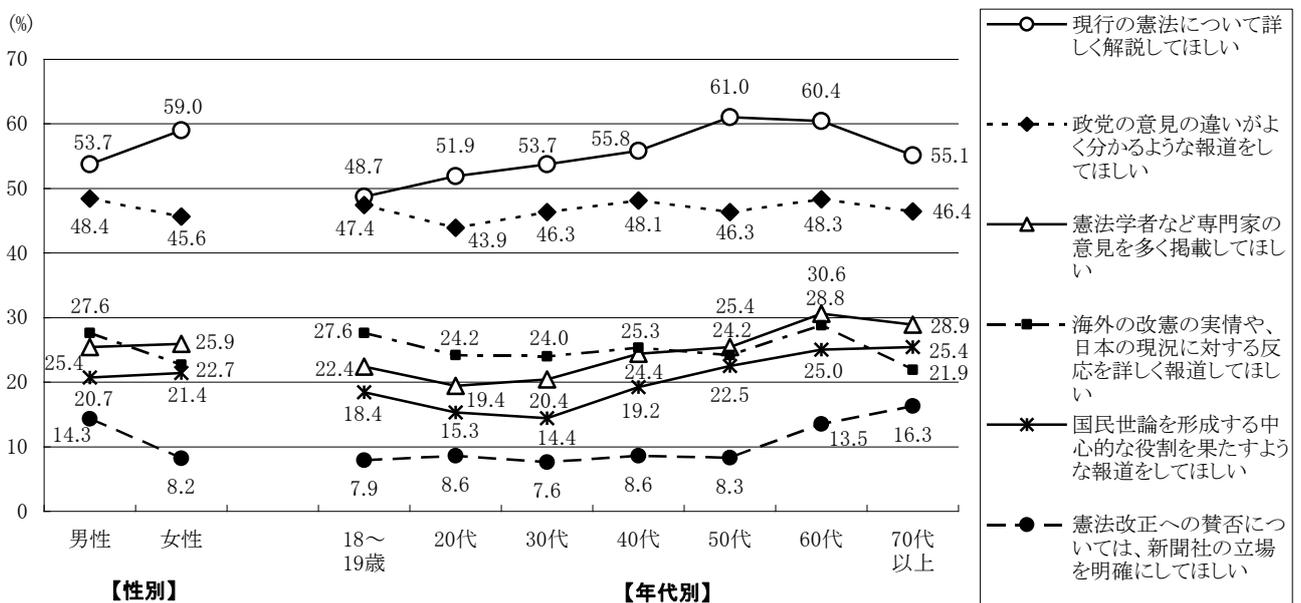


図 14-2 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道 (性・年代別) (n=3,297)



《新聞への意見》

15. 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72%

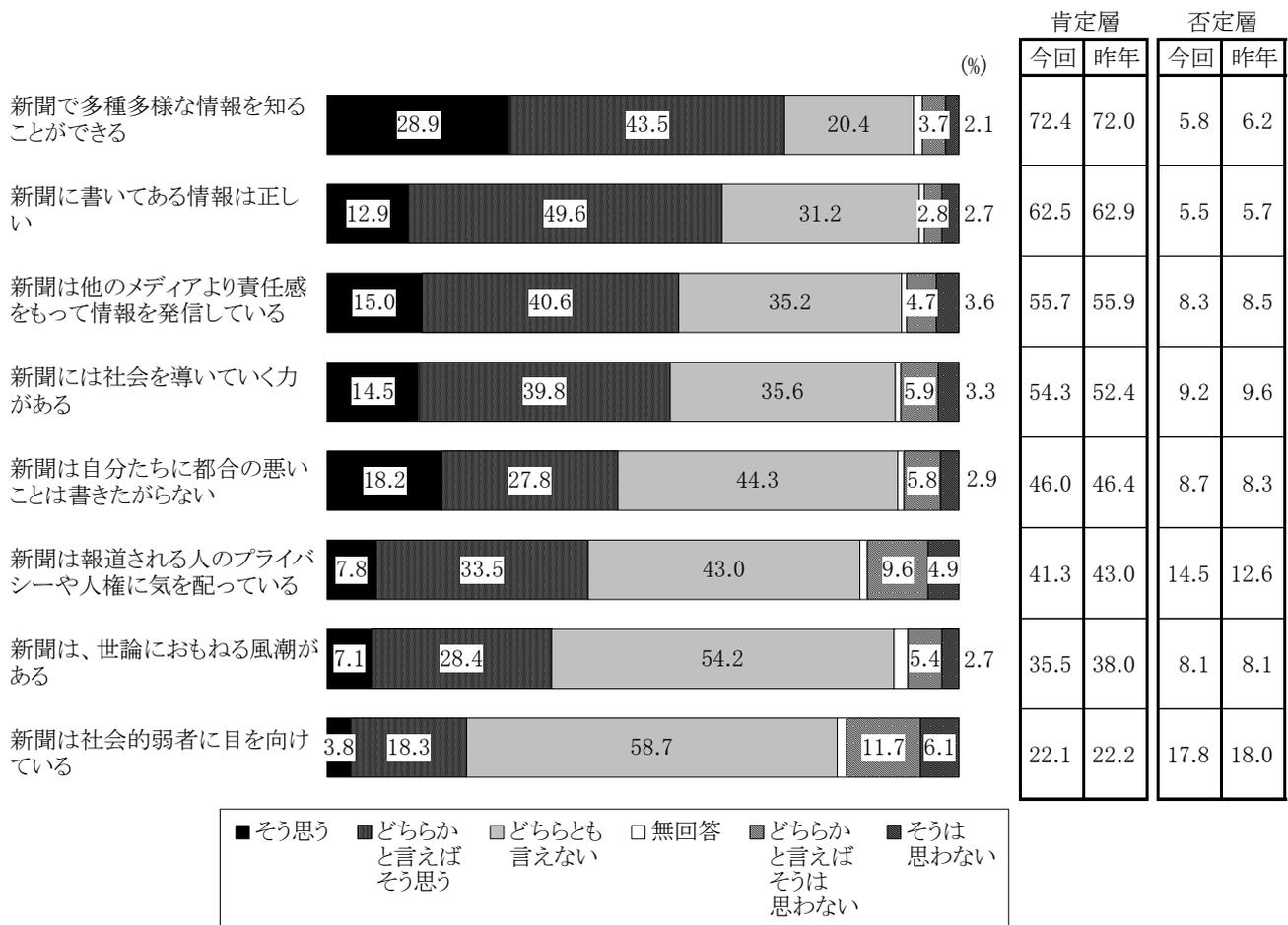
- ・新聞についての印象や意見について、肯定層の占める割合を比較すると、「新聞で多種多様な情報を知ることができる」（72.4%）が最も多く、次いで、「新聞に書いてある情報は正しい」（62.5%）、「新聞は他のメディアより責任感をもって情報を発信している」（55.7%）、「新聞には社会を導いていく力がある」（54.3%）の順に多くなっており、新聞が発信している情報に対しての評価は高い。
- ・他方、「新聞は報道される人のプライバシーや人権に気を配っている」と「新聞は社会的弱者に目を向けている」で、否定層がそれぞれ14.5%、17.8%となり、新聞の報道倫理に対しては比較的厳しい目が向けられている。
- ・昨年度調査と比較すると、最も増減の大きかったのは、「新聞は、世論におもねる風潮がある」の肯定層の2.5ポイント減であり、全体に変動はほとんど見られない。

※肯定層：「そう思う」＋「どちらかと言えばそう思う」

否定層：「どちらかと言えばそうは思わない」＋「そうは思わない」

図 15-1 新聞についての印象や意見

(n=3,297)



- ・「新聞で多種多様な情報を知ることができる」の肯定層は、30代以下で6割台、40代以上で7割台となっている。幅広い情報を得られる媒体という点が、世代を問わず評価されていることが分かる。
- ・「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、20代から年代が上がるほど増加し、60代以上で6割台となっている。
- ・「新聞は社会的弱者に目を向けている」の否定層は、20代・30代で2割台となり、肯定層を上回っている。40代以上では肯定層が否定層を上回るが、肯定層の割合は、最も多い70代以上でも3割に届かない。

図 15-2 「新聞で多種多様な情報を知ることができる」(性・年代別)

(n=3,297)

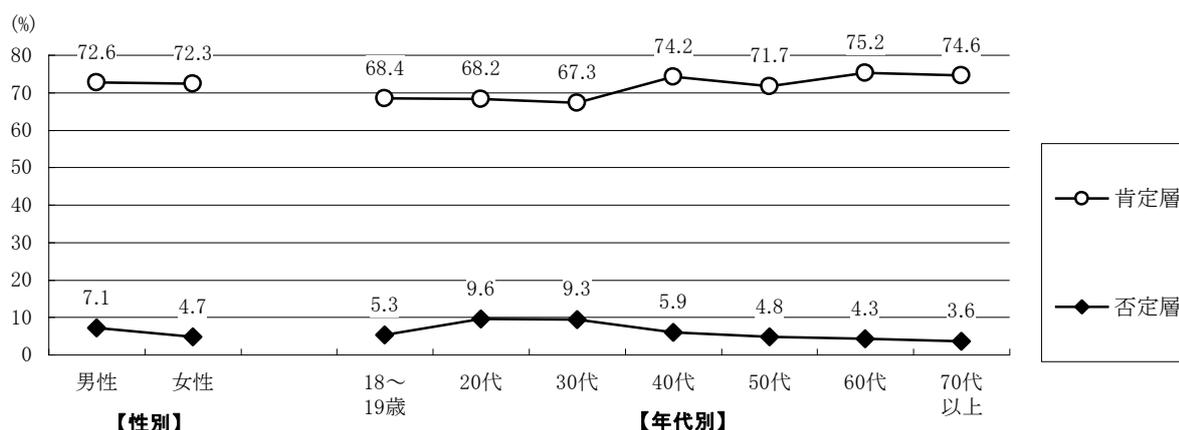


図 15-3 「新聞は他のメディアより責任感をもって情報を発信している」(性・年代別)

(n=3,297)

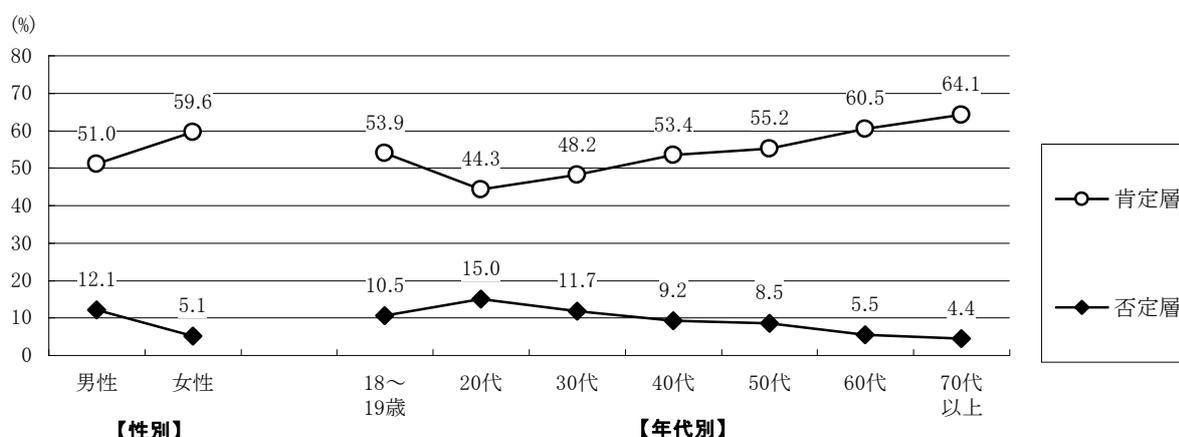
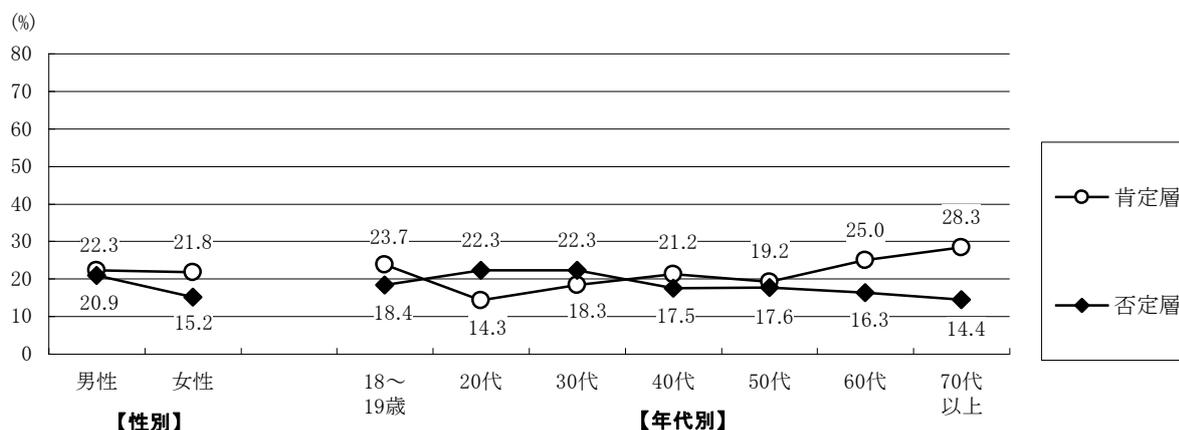


図 15-4 「新聞は社会的弱者に目を向けている」(性・年代別)

(n=3,297)



16. 新聞の政治に対する態度についてどう思う？（＊）

－ 「不正を追及」に4割が肯定。

「政治家について全て報道している」には変わらず厳しい評価

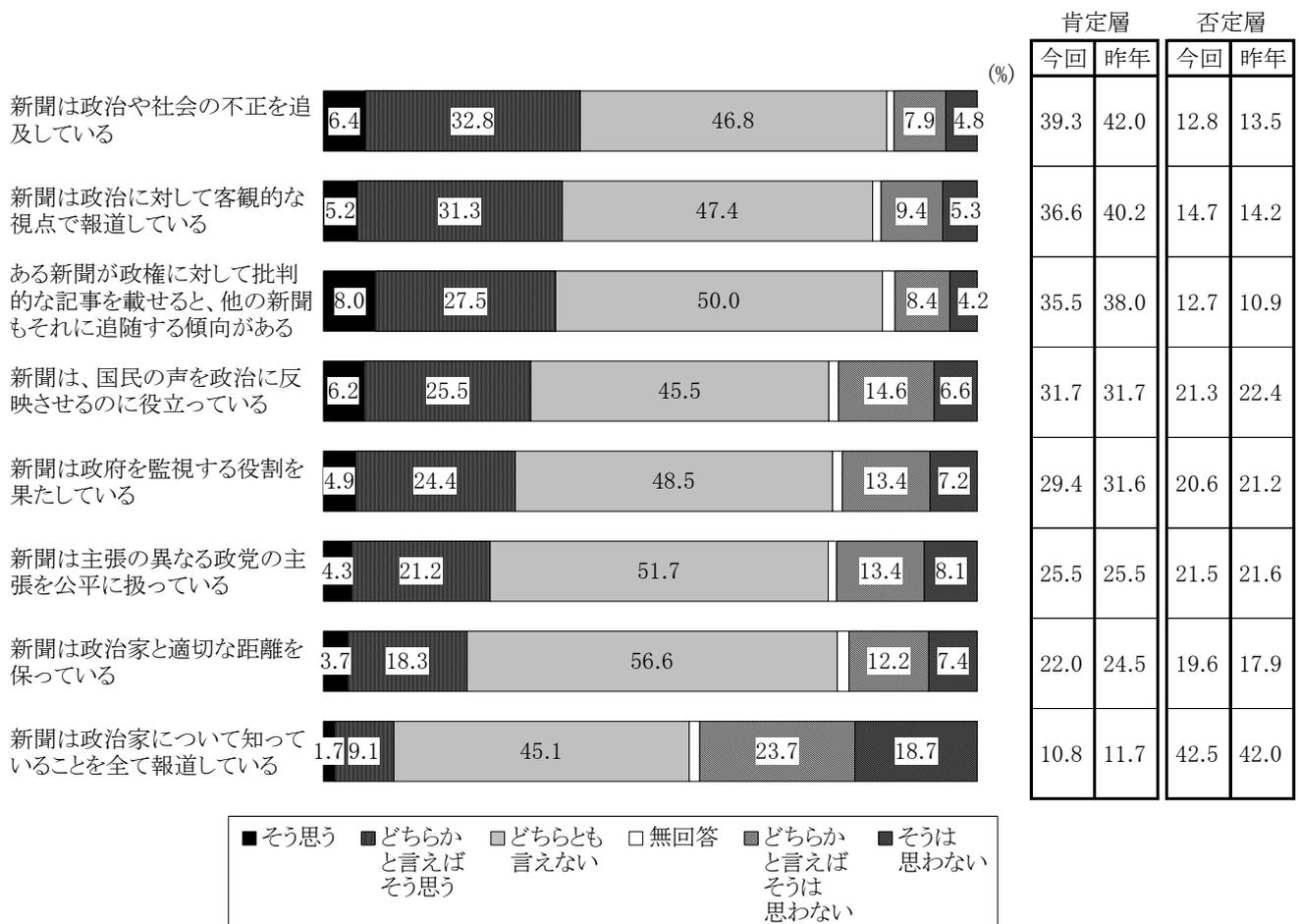
- ・新聞と政治の関係についての意見に関して、肯定層の占める割合を比較したところ、「新聞は政治や社会の不正を追及している」（39.3％）が最も多く、次いで、「新聞は政治に対して客観的な視点で報道している」（36.6％）、「ある新聞が政権に対して批判的な記事を書くと、他の新聞もそれに追随する傾向がある」（35.5％）が多くなっている。
- ・新聞と政治家の関わりに関する項目については評価が低い傾向にある。「新聞は政治家について知っていることを全て報道している」の否定層が42.5％に上り、「新聞は政治家と適切な距離を保っている」の肯定層が22.0％に留まるなど評価が厳しい。
- ・昨年度調査と比較すると、「新聞は政治に対して客観的な視点で報道している」の肯定層が3.6ポイント、「新聞は政治や社会の不正を追及している」の肯定層が2.7ポイント、「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」「新聞は政治家と適切な距離を保っている」の肯定層がそれぞれ2.5ポイント、「新聞は政府を監視する役割を果たしている」の肯定層が2.2ポイント、減少している。

※肯定層：「そう思う」＋「どちらかと言えばそう思う」

否定層：「どちらかと言えばそうは思わない」＋「そうは思わない」

図 16-1 新聞と政治についての意見

(n=3,297)



- ・「新聞は政治や社会の不正を追及している」の肯定層は、20代(27.1%)で最も少なく、30代以降、年代が上がるにつれて多くなっている。一方、否定層は年代の上昇と共に少なくなり、肯定層と否定層との差も年代の上昇に伴い大きく開いていく。
- ・「新聞は政府を監視する役割を果たしている」は、20代で否定層が多く、肯定層を11.8ポイント上回っている。30代以上では年代が上がるほど肯定層の割合が高くなり、否定層との差が大きくなっていく。
- ・「新聞は主張の異なる政党の主張を公平に扱う」は、20代・30代で否定層が肯定層を上回るが、50代以上では年代が上がるほど肯定層の割合が高くなり、否定層との差が大きくなっていく。また、女性よりも男性で否定層が9.3ポイント多い。

図 16-2 新聞は政治や社会の不正を追及している (性・年代別) (n=3,297)

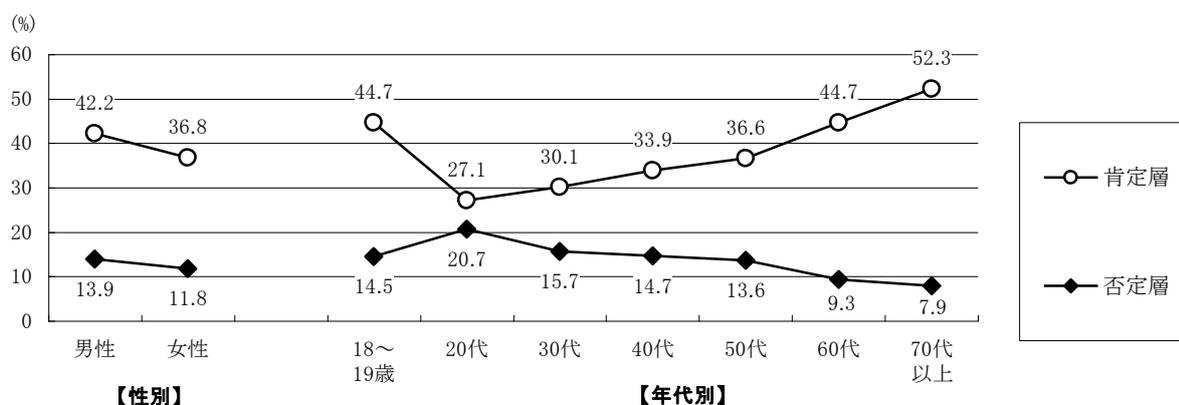


図 16-3 新聞は政府を監視する役割を果たしている (性・年代別) (n=3,297)

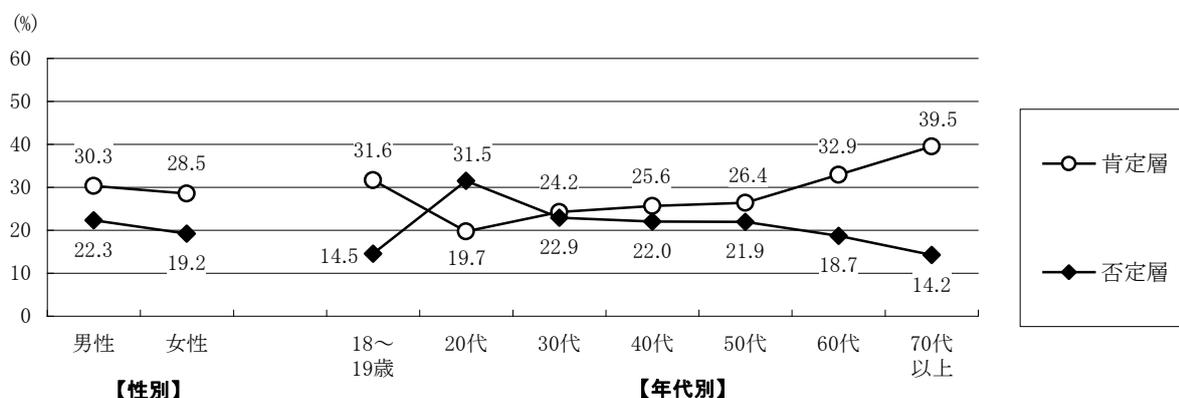
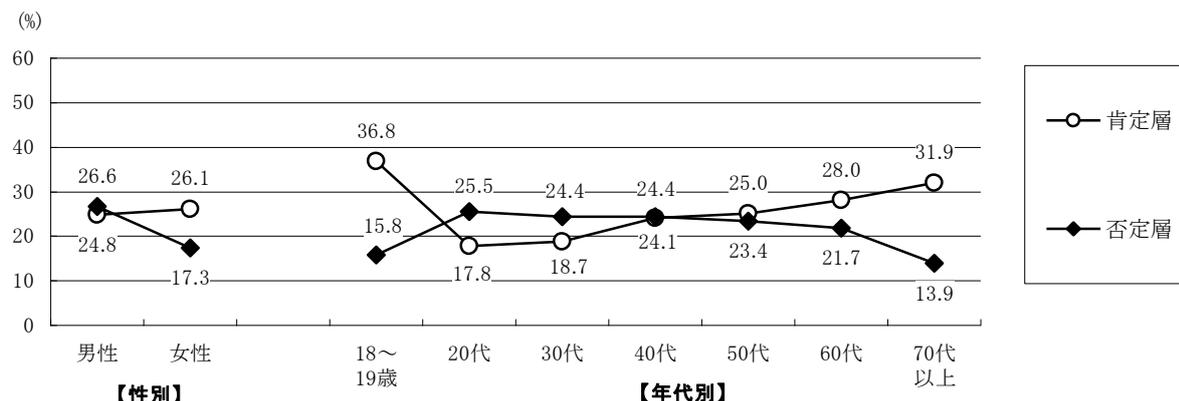


図 16-4 新聞は主張の異なる政党の主張を公平に扱う (性・年代別) (n=3,297)



17. 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否定的なのは昨年度と変わらず —
 「独自色」は14%、「不偏不党」は67%

- ・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14.1%で、「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が66.8%と多く、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ていた。この結果は昨年度と同様である。
- ・年代別に見ると、不偏不党派は最も少ない70代以上でも58.7%と過半数を占め、いずれの年代(59.2～71.7%)でも、独自色派(12.4～17.1%)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分かる。
- ・昨年度調査と比較すると、不偏不党派優位の傾向は変わらないが、20代以下では不偏不党派が3ポイント以上増加し、30代では2.8ポイント減少している。

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

図17-1 新聞の政治的立場についての意見 (n=3,297)

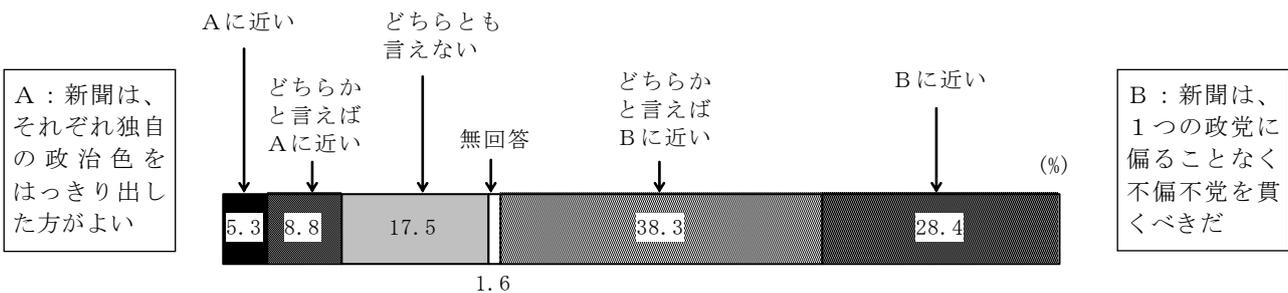
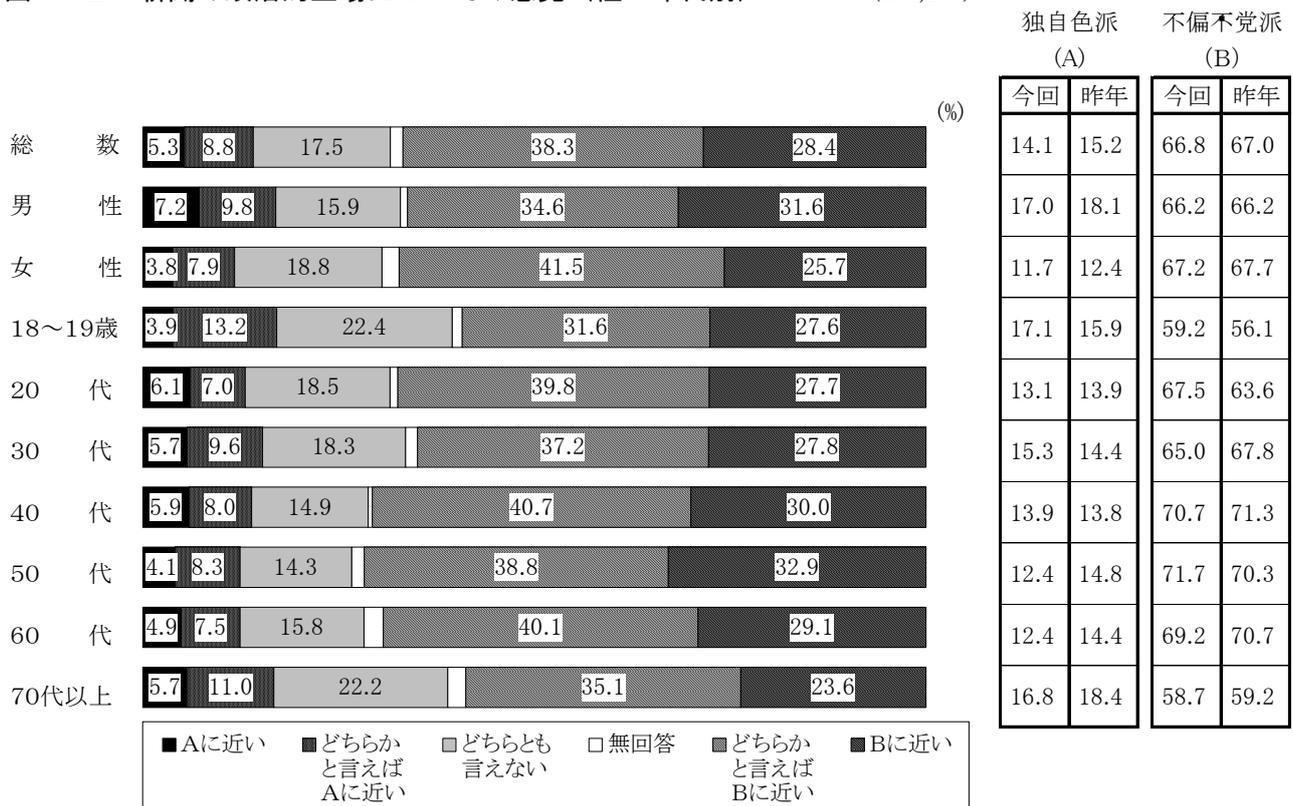


図17-2 新聞の政治的立場についての意見（性・年代別） (n=3,297)



18. 新聞の記事の満足度は？（＊）

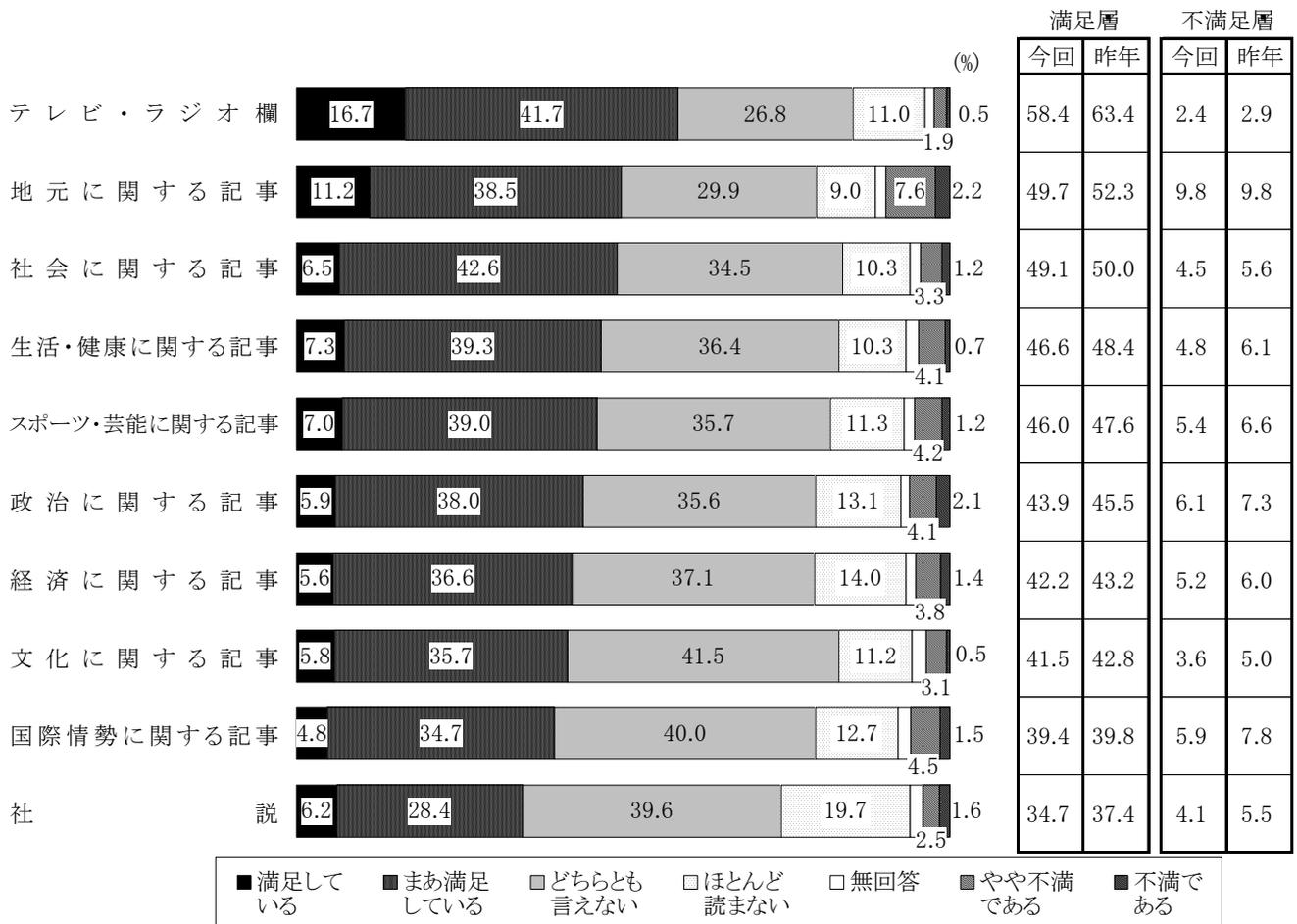
－ ラ・テ欄、地元記事、社会記事など、身近な記事の満足度が高い －

- ・新聞の各記事について満足層の占める割合を比較すると、「テレビ・ラジオ欄」が58.4%と6割弱を占め、テレビ・ラジオなど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分かる。次いで「地元に関する記事」（49.7%）、「社会に関する記事」（49.1%）、「生活・健康に関する記事」（46.6%）、「スポーツ・芸能に関する記事」（46.0%）で満足層が5割弱と、生活に密着した身近な記事の満足度が高かった。
- ・「社説」「国際情勢に関する記事」の満足層は4割弱（34.7%、39.4%）と少ないが、不満層も1割（4.1%、5.9%）を下回っており、「どちらとも言えない」や「ほとんど読まない」が多く、満足度が低いことがうかがえる。
- ・昨年度調査との比較では、全項目について満足層の割合が減少しており、特に「テレビ・ラジオ欄」が5.0ポイント減、「社説」が2.7ポイント減、「地元に関する記事」が2.6ポイント減となっている。

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

図 18-1 新聞の記事の満足度

(n=3,297)



- ・「テレビ・ラジオ欄」は、男女、全ての年代で最も満足度が高くなっている。「地元に関する記事」は60代以上、「社会に関する記事」は40代と60代以上で満足層が5割を超えている。また、「地元に関する記事」は女性の満足度が男性より5.8ポイント高く、「社会に関する記事」は男性の満足度が女性より3.9ポイント高い。
- ・「政治に関する記事」「経済に関する記事」「国際情勢に関する記事」は、女性よりも男性の満足度が高くなっている。年代別に見ると、満足度は、最も少ない20代から40代にかけて増加し、50代で減少するが、60代は再度増加している。

図 18-2 テレビ・ラジオ欄、地元、社会に関する記事に満足している人の割合

(性・年代別)

(n=3,297)

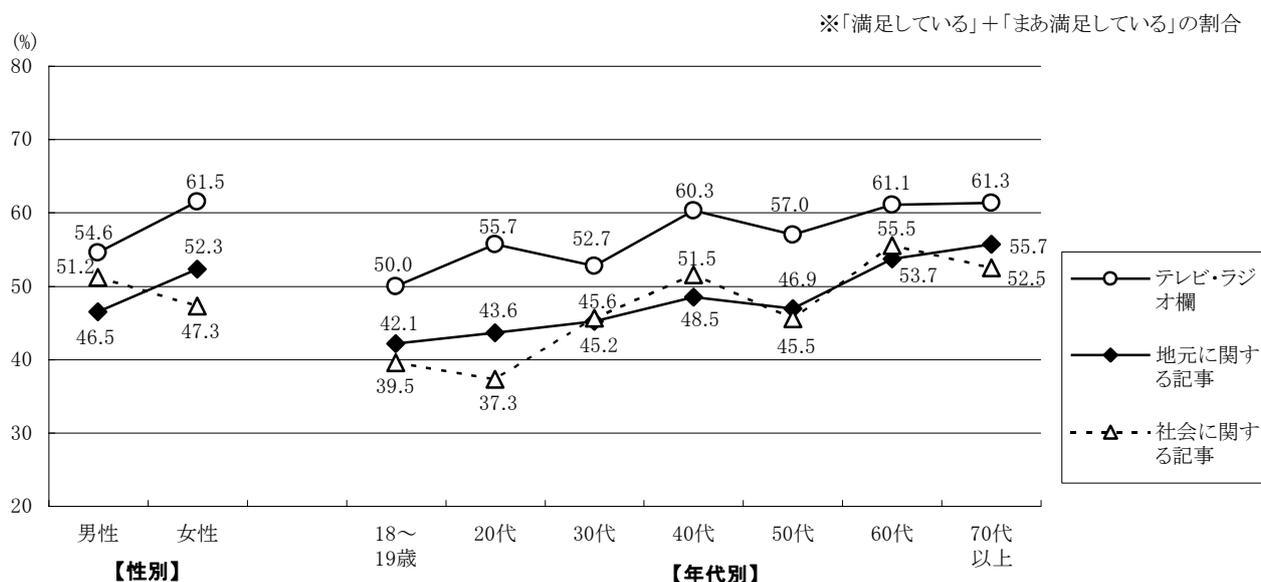
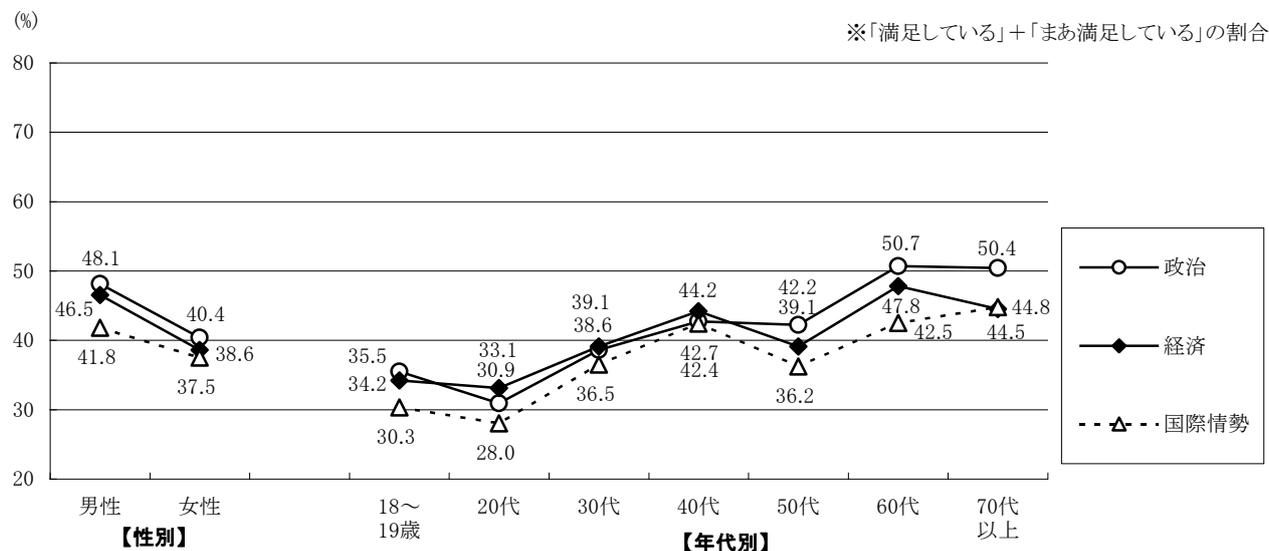


図 18-3 政治、経済、国際情勢に関する記事に満足している人の割合

(性・年代別)

(n=3,297)



19. 新聞全般の満足度は？（＊）

－ 満足している人は56%、不満な人は7%。高年齢層で満足度が高い －

- ・新聞全般について、「満足している」は13.2%、「やや満足である」は42.9%であり、この2つを合わせた満足層は56.1%を占める。「やや不満である」と「不満である」を合わせた不満層は7.1%と少数である。
- ・年代別に見ると、満足層は30代以下で半数を下回っている。40代・50代では満足層が5割台、60代以上では6割台となっている。一方、不満層は20代（10.2%）で最も多いが、他の年代では1割未満となり、圧倒的に満足層の方が多くなっている。

※満足層：「満足している」＋「やや満足である」
 不満層：「やや不満である」＋「不満である」

図 19-1 新聞全般の満足度

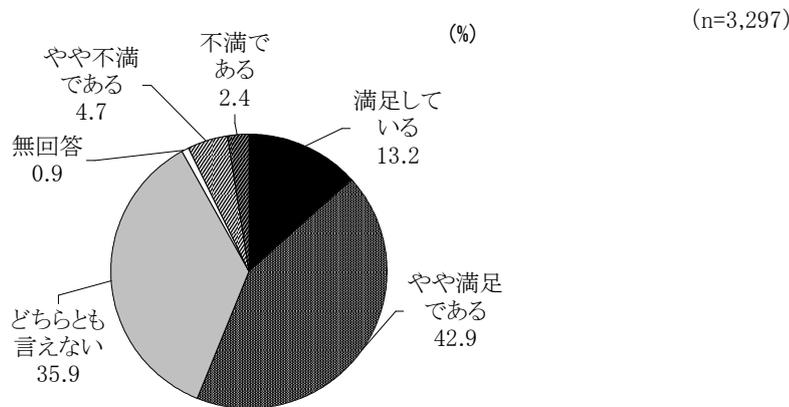
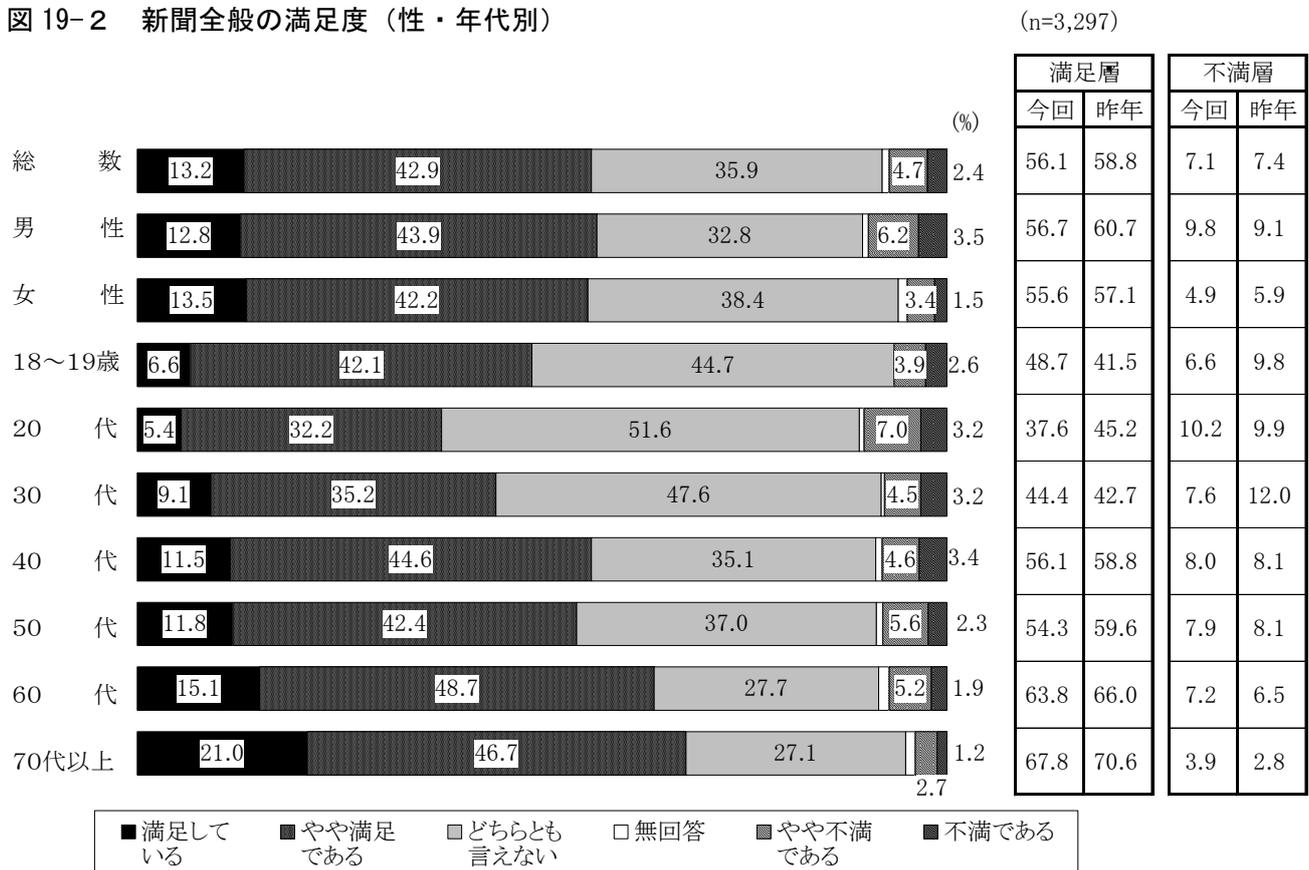


図 19-2 新聞全般の満足度（性・年代別）



《生活の中の新聞》

20. 新聞を読んでいる人は？（*）

— 「読んでいる」は朝刊79%、夕刊29%。朝夕刊共に閲読率は前年並み —

- ・朝刊を読んでいる人は79.3%を占めている。内訳を見ると、「毎日」読んでいる人（57.6%）が過半数を占めている。「毎日」読んでいる人は18-19歳で6.6%に留まるが、年代が上がるほど増加し、40代（56.4%）で5割、60代以上（75.6%、78.8%）で7割を超える。
- ・昨年度調査と比較すると、朝刊を読んでいる人は20代で3.9ポイント、30代で2.2ポイントの増加となっているが、他の年代の増減は小さい。また、「毎日」読んでいる人については、昨年10ポイント増加した18-19歳で15.4ポイントの減少となった。一方、40代では3.7ポイントの増加となっている。

図 20-1 新聞（朝刊）の閲読頻度

(n=3,297)

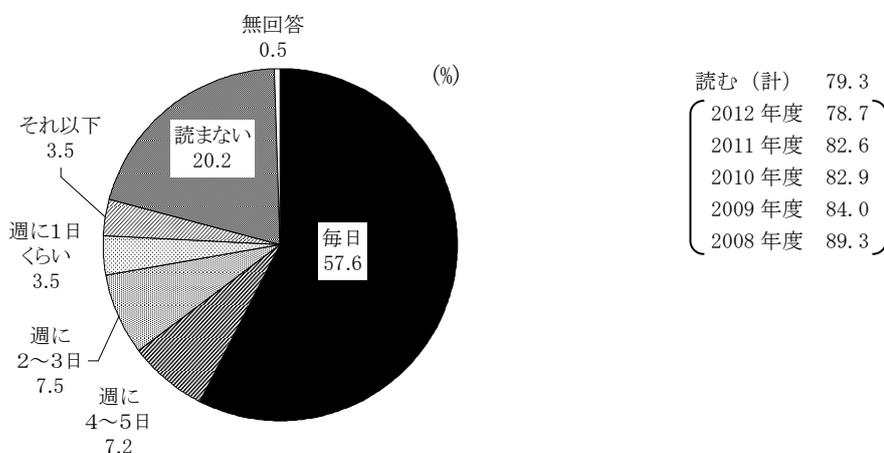


図 20-2 新聞（朝刊）の閲読頻度（読む（計））
（性・年代別）

(n=3,297)

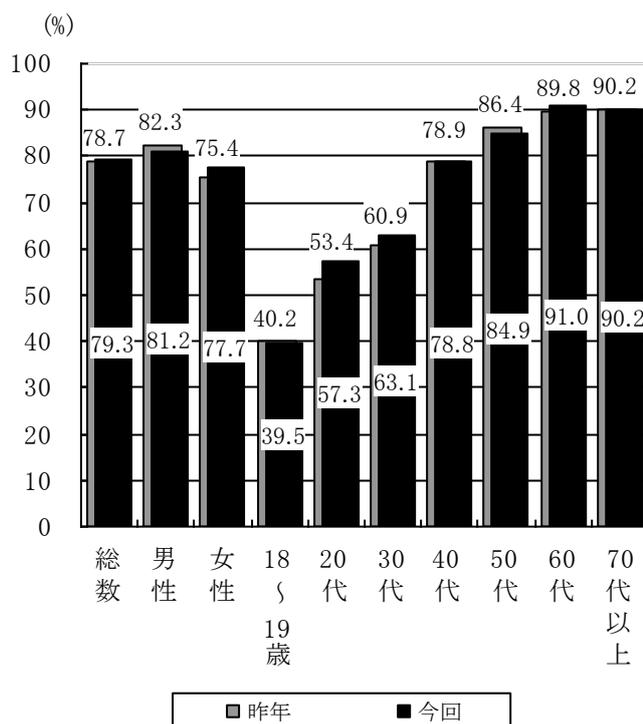
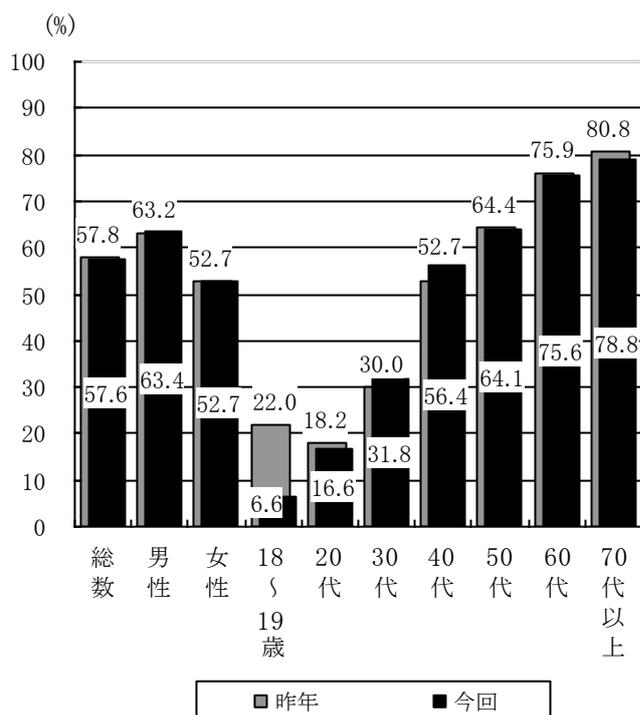


図 20-3 新聞（朝刊）の閲読頻度（毎日）
（性・年代別）

(n=3,297)



- ・夕刊を読む人は29.2%で、調査開始以来、減少傾向が続いていたが、今回は前回調査から横ばいであった。そのうち「毎日」読んでいる人は18.0%に留まっている。
- ・夕刊を読む人は、20～30代で3ポイント前後、昨年度よりも減少しているが、40代(3.9ポイント)、60代(2.0ポイント)、70代以上(3.1ポイント)で昨年度よりも増加している。

図 20-4 新聞（夕刊）の閲読頻度

(n=3,297)

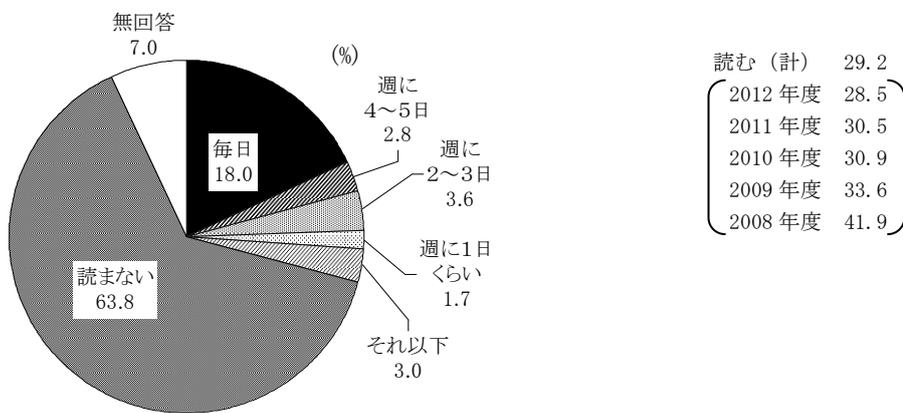


図 20-5 新聞（夕刊）の閲読頻度（読む（計））
（性・年代別）

(n=3,297)

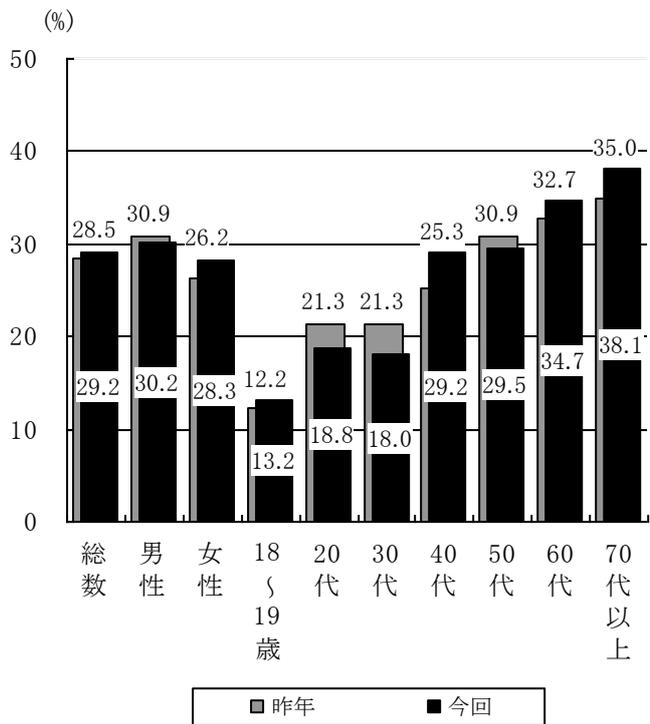
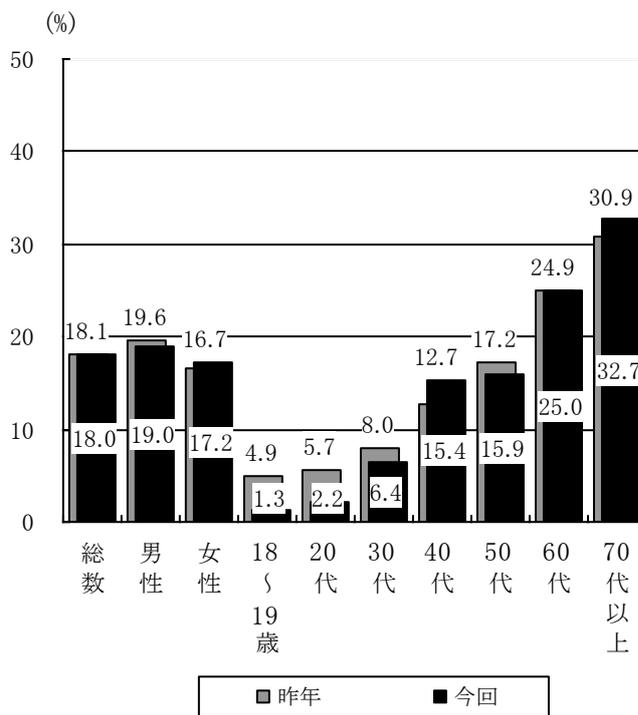


図 20-6 新聞（夕刊）の閲読頻度（毎日）
（性・年代別）

(n=3,297)



21. この1年間で新聞を読む回数や時間に変化は？

— 「変わらない」が80%、「減った」が14% —

- ・ 1年間で新聞を読む回数や時間に変化があったかについては、「変わらない」が79.6%と大半を占める。「増えた」は5.9%、「減った」は14.1%である。
- ・ 性別に見ると、「増えた」は男女差がない（男性5.3%、女性6.4%）が、「減った」は女性（16.2%）の方が男性（11.7%）より4.5ポイント多い。
- ・ 年代別に見ると、「増えた」は、最も多い20代でも（8.6%）1割に満たない。一方、「減った」は全ての年代で1割を超え、特に30代（20.6%）で2割を超えている。

図 21-1 1年間で新聞を読む回数や時間の変化 (n=3,297)

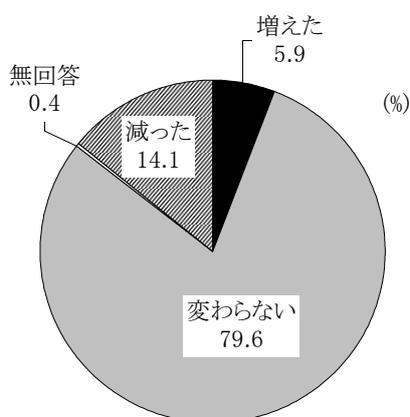
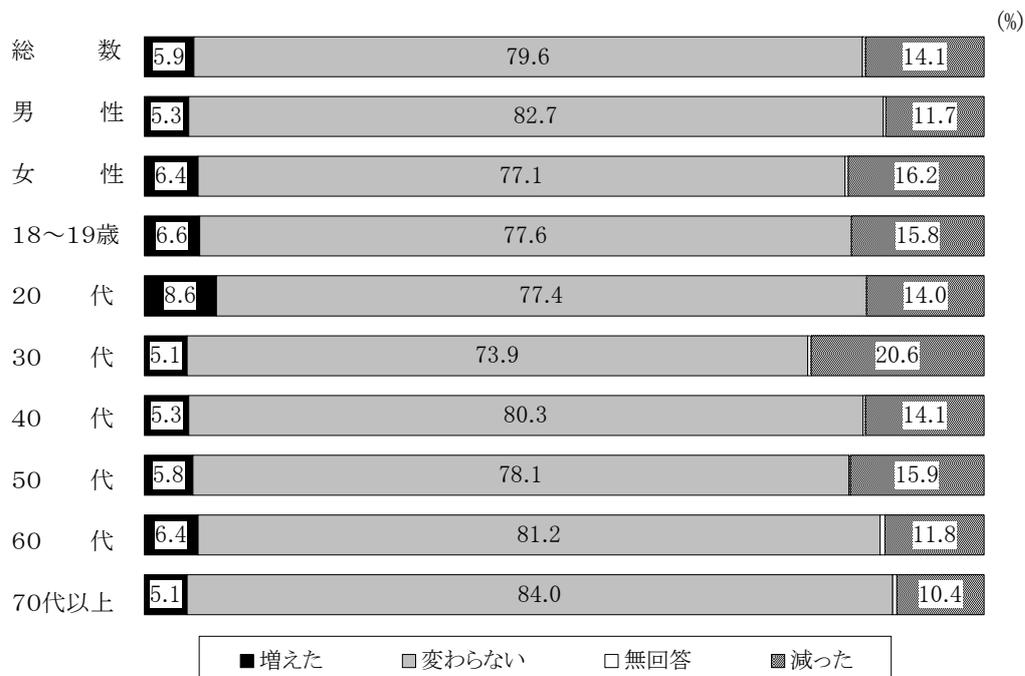


図 21-2 1年間で新聞を読む回数や時間の変化 (n=3,297)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の79.7%)

22. 新聞を読む時間は？ (*)

— 平均時間は27分で昨年度と変わらず。若い世代ほど短い —

- ・新聞を読む時間は、1日平均で26.8分で、昨年度(26.9分)と変わらない。
- ・年代別に見ると、平均時間は60代以上では30分(31.6分、38.1分)を超えているが、30代では17.7分と10分台に減少し、20代13.5分、18-19歳11.3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。
- ・昨年度調査と比較すると、平均時間の増減が最も大きいのは18-19歳で、1.6分の増加となっているが、他の年代はいずれも1分以内の増減となっている。

図 22-1 新聞を読んでいる人 (n=3,297)

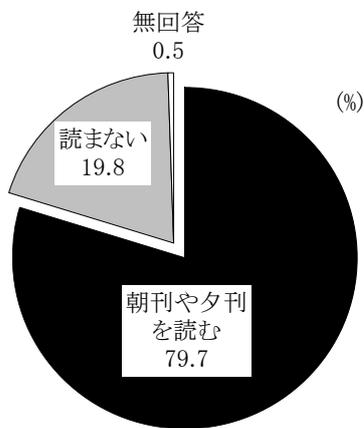


図 22-2 新聞の1日の閲読時間 (n=2,627)

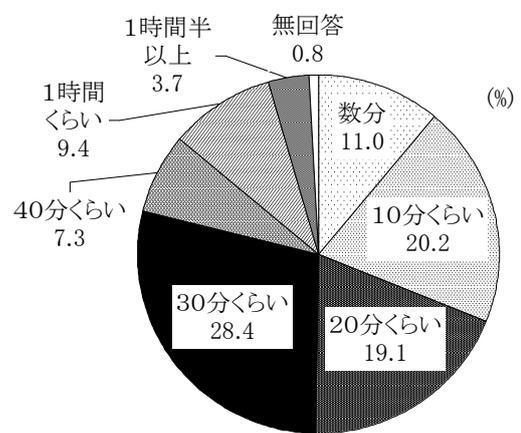
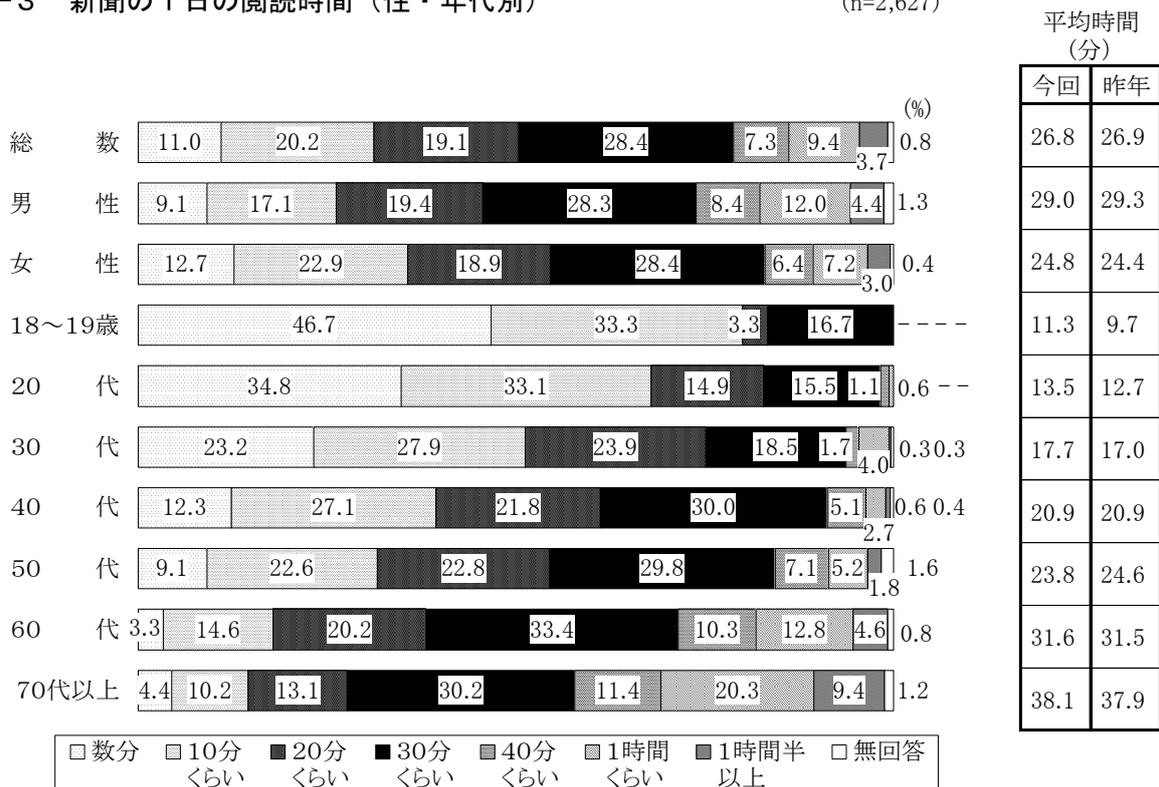


図 22-3 新聞の1日の閲読時間 (性・年代別) (n=2,627)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の 79.7%)

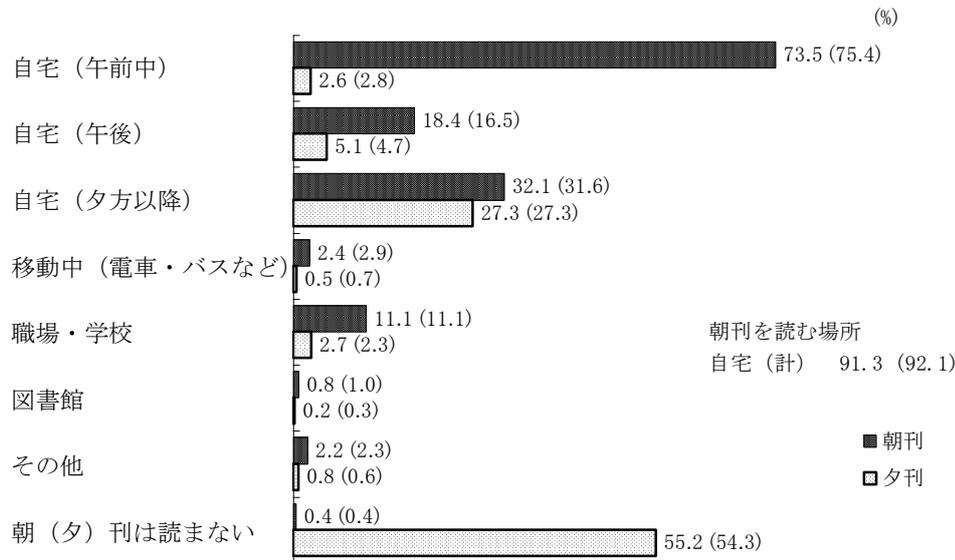
23. 新聞を読む場所は？ (*)

— 新聞を読むのは朝刊、夕刊共に自宅が中心 —

- ・新聞を読む場所としては、朝刊は「自宅（午前中）」(73.5%) を挙げる人が7割を超え、圧倒的に多い。次いで、「自宅（夕方以降）」(32.1%)、「自宅（午後）」(18.4%)、「職場・学校」(11.1%) が続き、全ての時間帯を合わせると「自宅」を挙げた人は91.3%に上る。夕刊も「自宅（夕方以降）」が27.3%で最も多くなっている。
- ・朝刊について年代別に見ると、「自宅（午前中）」は18-19歳で最も少なく、年代が上がるほど増加し、60代以上では8割(85.1%、88.9%)を超える。「自宅（夕方以降）」は18-19歳で半数(50.0%)、20代(40.3%)で4割、30代から50代で3割台後半(35.5~37.7%)と年代が上がるほど減少している。「職場・学校」は20代から50代で1割台後半(15.8~18.7%)となっている。

図 23-1 新聞を読む場所

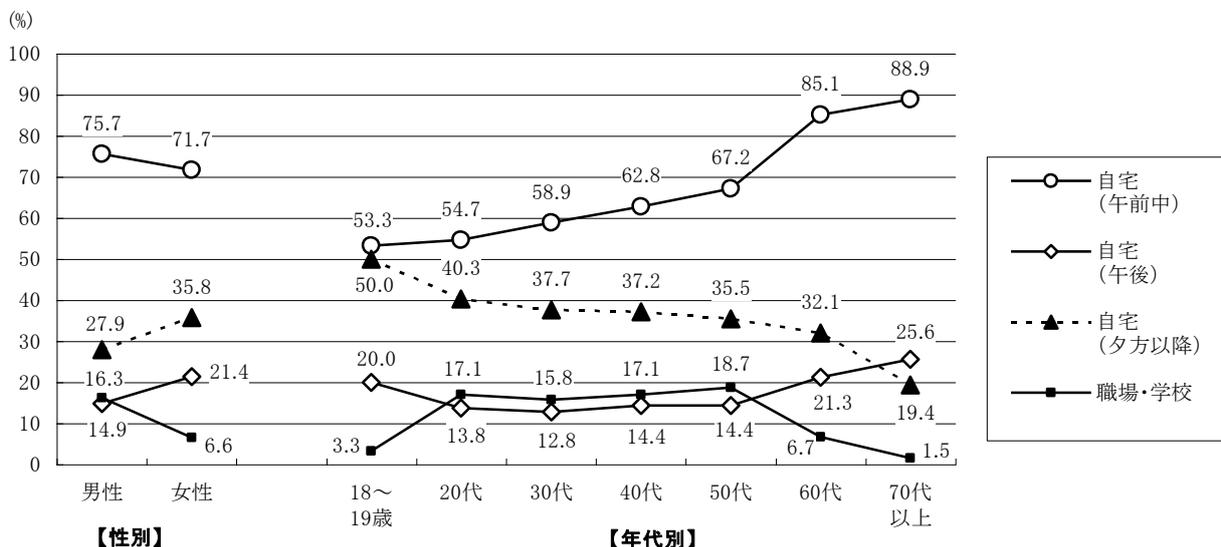
(複数回答、n=2,627)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 23-2 新聞（朝刊）を読む場所（性・年代別）

(複数回答、n=2,627)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の 79.7%)

24. 新聞を読む理由は？ (*)

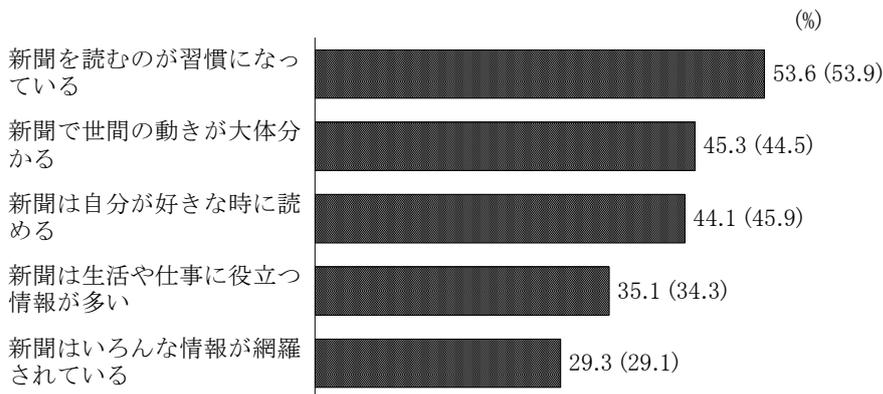
— 新聞を読むことは生活の一部。 —

1位「習慣になっている」、2位「世間の動きが分かる」 —

- ・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」(53.6%)を挙げる人が半数強と最も多く、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大体分かる」(45.3%)、「新聞は自分が好きな時に読める」(44.1%)を挙げる人が多い。
- ・年代別に見ると、「新聞を読むのが習慣になっている」は18-19歳(3.3%)で最も少なく、年代が上がるほど増加し、40代以上では最大の理由となっている。一方、30代以下では「新聞は自分が好きな時に読める」「新聞で世間の動きが大体分かる」の方が「新聞を読むのが習慣になっている」より多く挙げられている。

図 24-1 新聞を読む理由

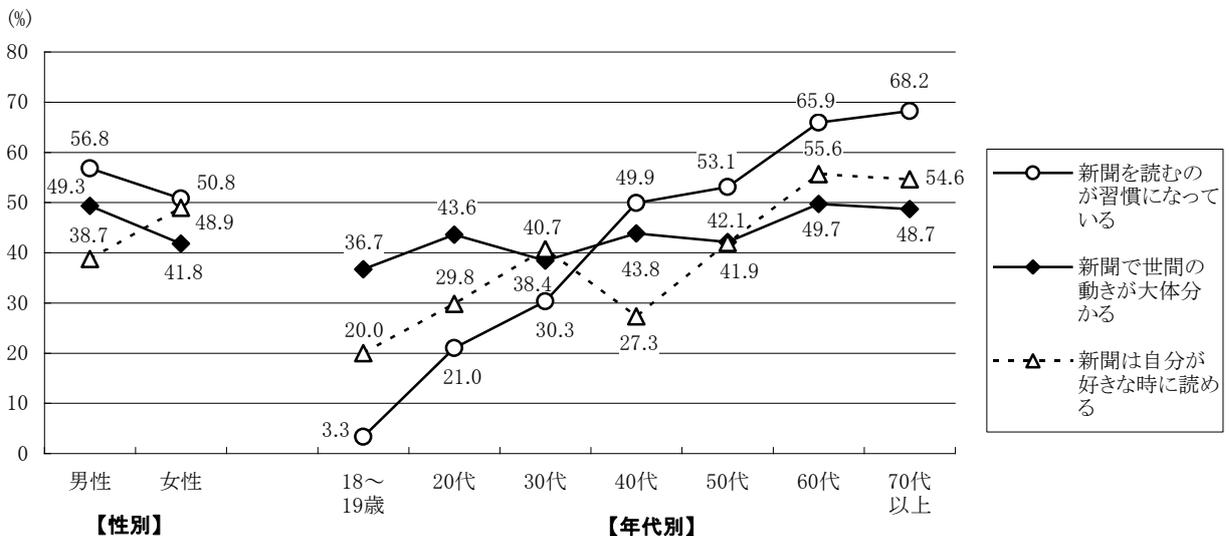
(複数回答、n=2,627)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 24-2 新聞を読む理由 (性・年代別)

(複数回答、n=2,627)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の 79.7%)

25. よく読む新聞記事は？（＊）

－ 身近な記事が人気。1位「社会記事」、2位「地元記事」、3位「ラ・テ欄」 －

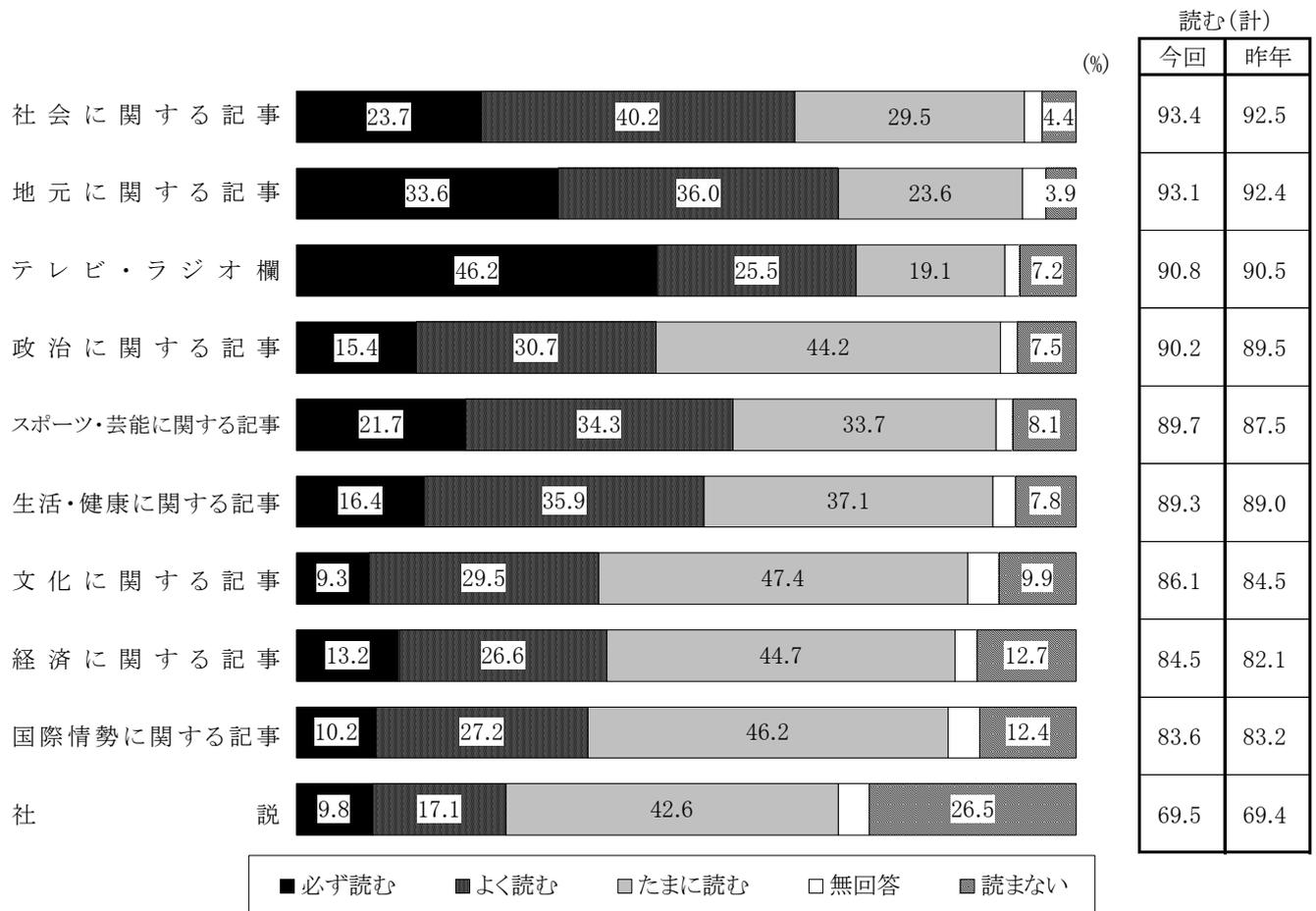
・よく読む新聞の記事については、「必ず読む」「よく読む」「たまに読む」を合わせた『読む(計)』は「社会に関する記事」(93.4%)と「地元に関する記事」(93.1%)が多く、次いで「テレビ・ラジオ欄」(90.8%)、「政治に関する記事」(90.2%)が9割強となっており、生活に密着した身近な記事がよく読まれていた。

・一方、「社説」は、『読む(計)』が7割(69.5%)に留まり、「読まない」が26.5%と最も多くなっている。

※『読む(計)』＝「必ず読む」＋「よく読む」＋「たまに読む」

図 25-1 新聞でよく読む記事

(n=2,627)



(朝刊や夕刊を「読まない」と答えた人に) (全体の 19.8%)

26. 新聞を読まない理由は？ (*)

- 1位は「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」(67%)、
2位「新聞を取っていないから」(40%)

- 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」(66.7%)を挙げる人が7割近くで、最も多い。次いで、「新聞を取っていないから」(40.2%)、「新聞は高いから(お金が掛かるから)」(28.5%)の順になっている。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」が70代以上を除き、最も大きな理由となっているが、特に20代から40代では7割を超える。70代以上では「新聞を取っていないから」が最大の理由となっている。また、「新聞は高いから(お金が掛かるから)」は、50代(50.0%)で半数に上り最も多く、30代以上の年代では4割台となっている。
- 昨年度調査と比較すると、余り変化は見られない。

図 26-1 新聞を読まない人 (n=3,297)

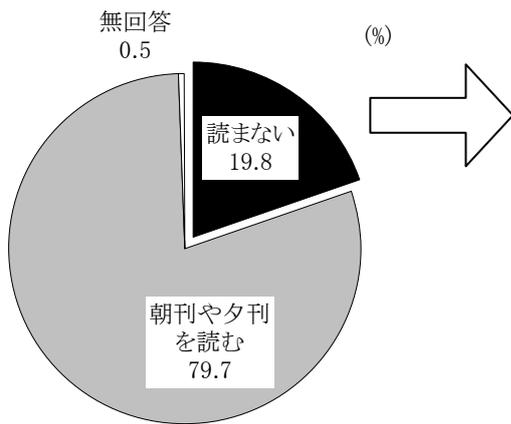
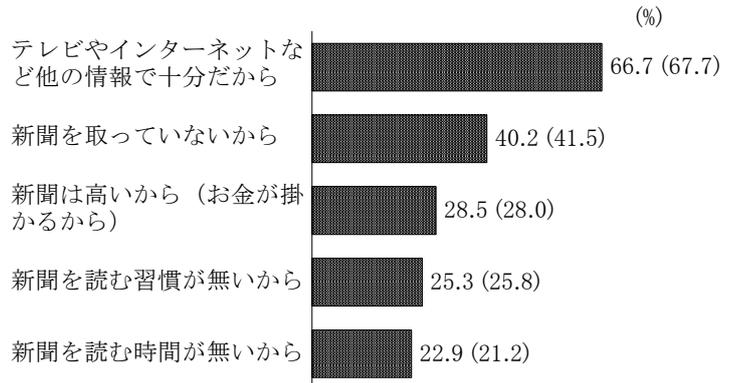


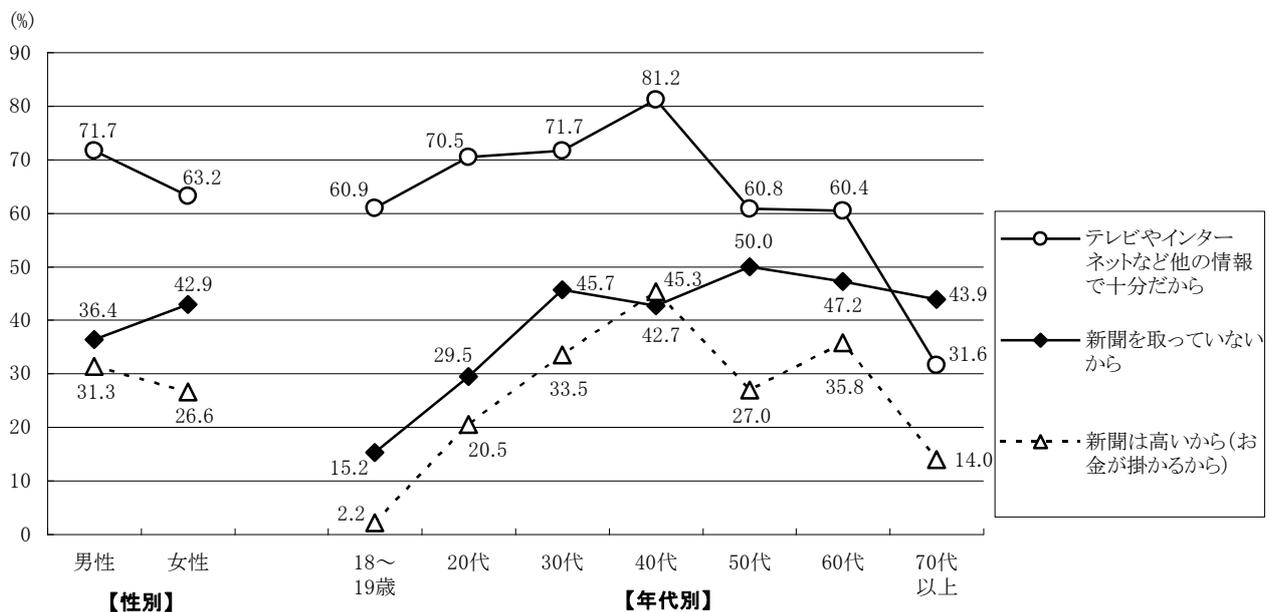
図 26-2 新聞を読まない理由 (複数回答、n=652)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 26-3 新聞を読まない理由(性・年代別)

(複数回答、n=652)



27. 戸別配達をどう思う？（＊）

－ 日本独特の戸別配達制度、「続けてほしい」76%。前回より減少 －

- ・戸別配達については、「ぜひ続けてほしい」は54.4%、「できれば続けてほしい」は21.8%であり、両者をあわせた『続けてほしい(計)』は76.2%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へのニーズは高い。
- ・年代別に見ると、『続けてほしい(計)』は20代(51.9%)で最も少なく、30代以降、年代が高いほど多くなり、60代以上では9割近く(88.0%、88.4%)に達する。
- ・過去の調査と比較すると、『続けてほしい(計)』の割合は、2009年度以降は80%前後で推移していたが、今回調査では2012年度調査から3.9ポイント減少している。年代別に見ると、2012年度調査から今回にかけて全年代で減少し、60代以下の年代では年代が下がるほど減少幅が大きくなっている。

※『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 27-1 戸別配達の存続

(n=3,297)

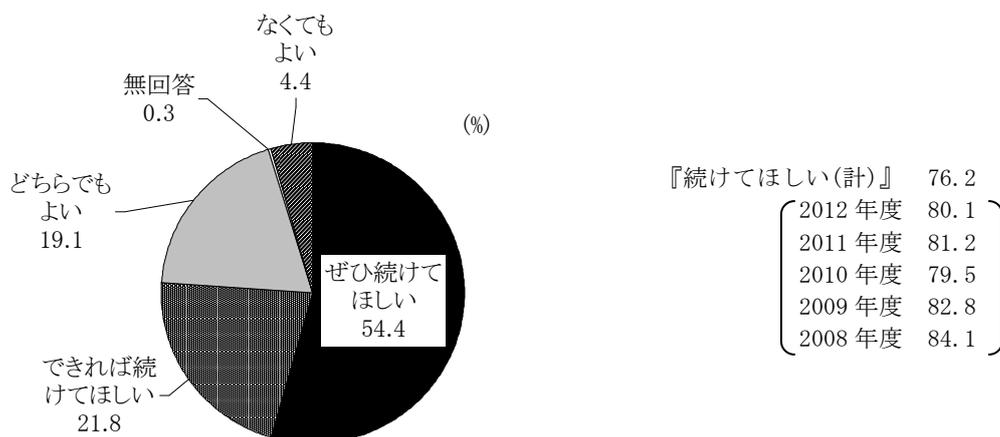
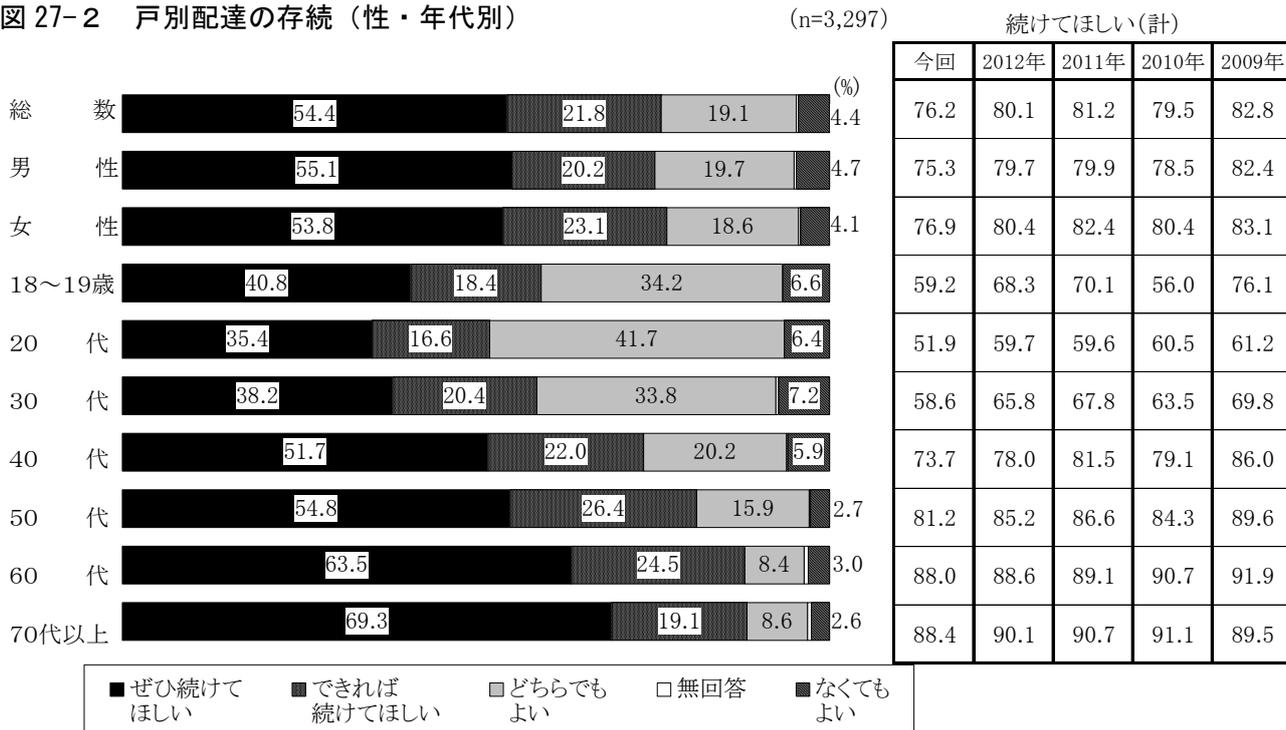


図 27-2 戸別配達の存続（性・年代別）

(n=3,297)



28. 夕刊の発行をどう思う？（*）

－ 「続けてほしい」は前回から横ばいの20% －

- ・夕刊の発行については、「ぜひ続けてほしい」は9.0%、「できれば続けてほしい」は11.0%であり、両者を合わせた『続けてほしい(計)』は20.0%である。一方、「なくてもよい」は33.0%である。夕刊の発行を続けてほしいという層は2割に留まり、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(26.8%)であっても4人に1人の割合となっている。50代以下では2割(13.4%~19.7%)を切っている。20代以上の年代では、夕刊はなくてもよいと考える人が多く、『続けてほしい(計)』の割合を上回る。
- ・過去の調査と比較すると、夕刊の発行への要望は、調査開始の2008年度は28.0%と3割近くであったが、2009年度以来、20%台前半で推移している。年代別に見ると、2012年度調査から今回にかけて減少が最も多いのは20代で、3.4ポイント減となっている。

※『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 28-1 夕刊発行の存続

(n=3,297)

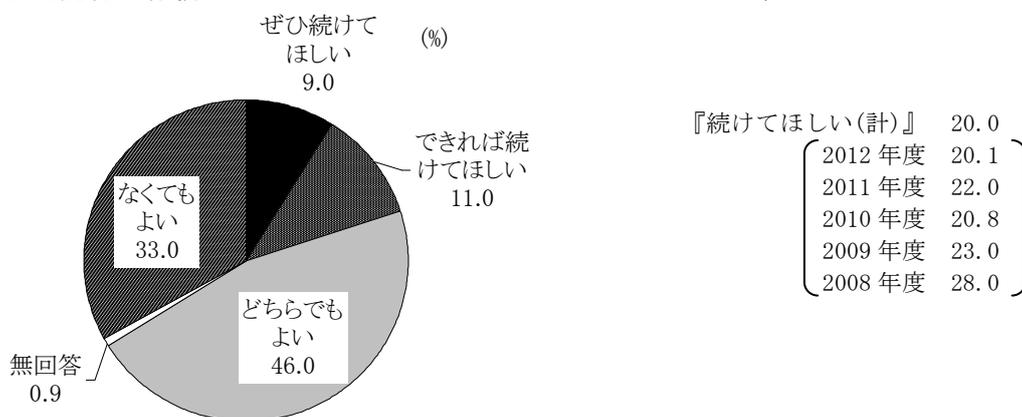
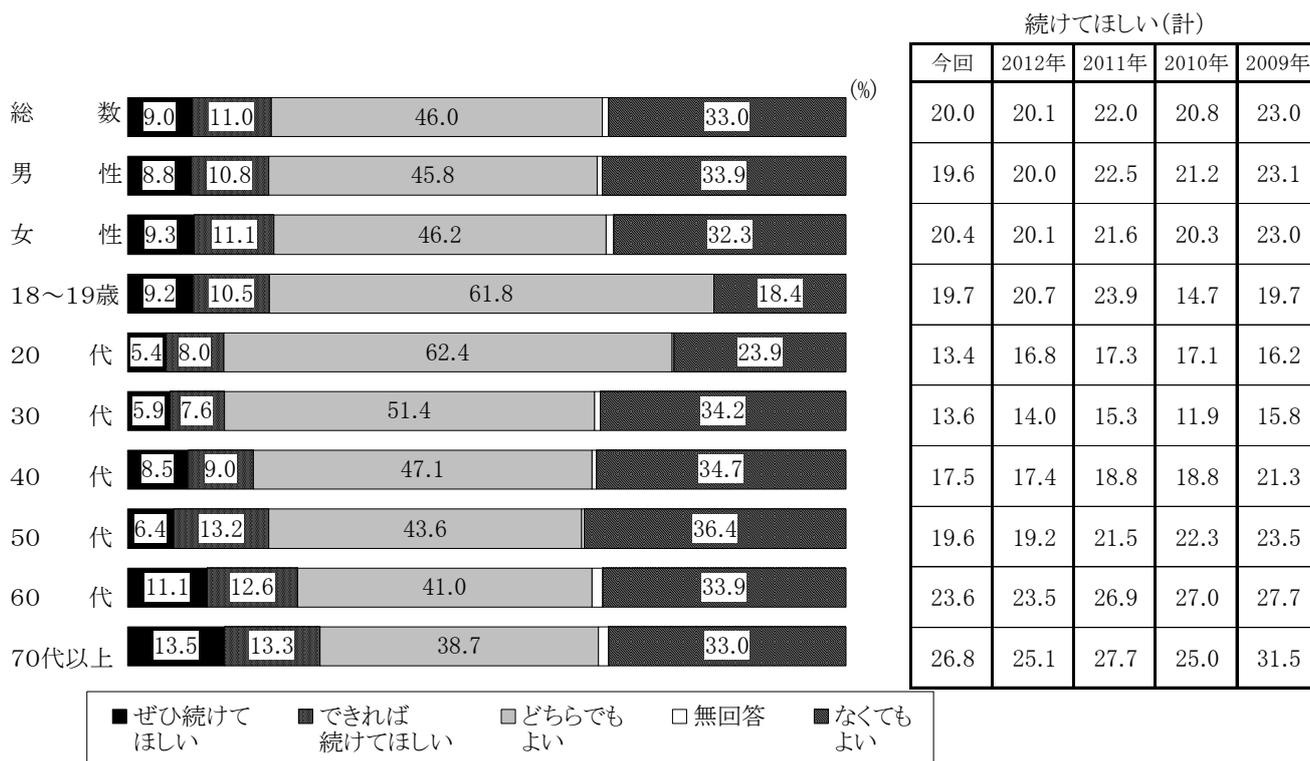


図 28-2 夕刊発行の存続

(n=3,297)



29. 月ぎめ新聞の購読状況は？（*）

— 81%が購読、購読率は前年並み —

- ・ 自宅で月ぎめで新聞を購読している人は 81.2%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 55.5%、「県紙・地方紙」を購読している人が 34.0%、「ブロック 3 紙」を購読している人が 15.0%となっている。また、全国紙を購読している人のうち、「2 紙以上」の購読は 4.7%と少なく、ほとんどが「1 紙のみ」（95.0%）の購読である。さらに、全国紙を購読している人のうち、「紙の新聞」が 98.0%、「電子新聞」が 0.3%、「両方」が 1.1%である。
- ・ 過去の調査と比較すると、月ぎめ新聞を購読している人は、調査開始の 2008 年度以降、ゆるやかな減少傾向にある。新聞の種類で見ると、2012 年度調査から今年度調査にかけては、全国紙、県紙・地方紙、ブロック 3 紙とも横ばいである。
- ・ 年代別で見ると、月ぎめ新聞を購読している人は、30 代で 6 割強（61.6%）と最も少なく、20 代で約 7 割（69.7%）、40 代で 8 割弱（77.1%）、50 代以上で 9 割前後（86.6～90.6%）となっている。
- ・ 年代別に昨年度調査と比較すると、月ぎめ新聞を購読している人は、18-19 歳で 14.7 ポイントの増加となっているが、他の年代は 1 ポイント前後の増減で大きな変化は見られない。

図 29-1 月ぎめでとっている新聞の有無 (n=3,297)

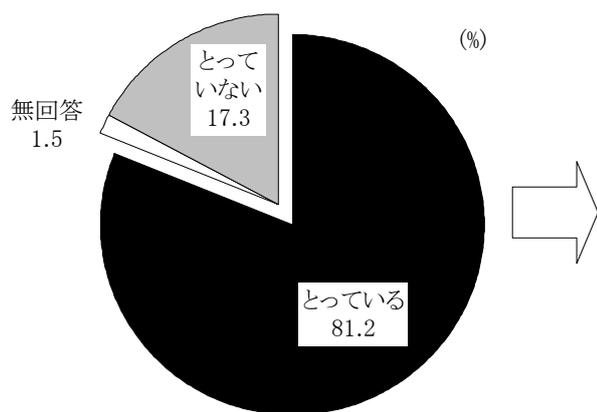


図 29-2 月ぎめでとっている新聞の種類 (複数回答、n=2,677)

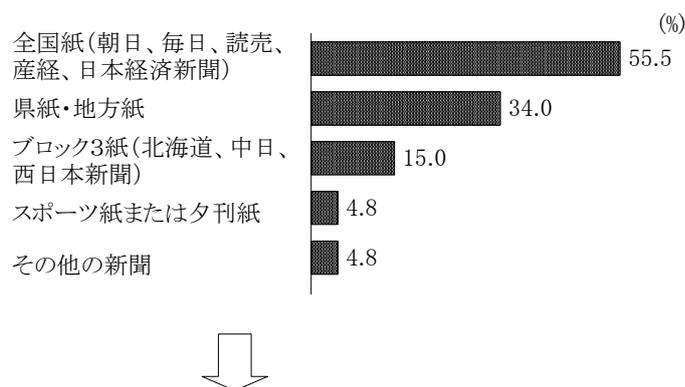


図 29-3 全国紙を何紙とっているか (n=1,487)



図 29-4 購読は紙の新聞か電子新聞か (n=1,487)

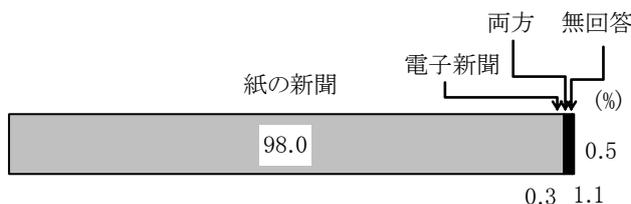


図 29-5 月ぎめでとっている新聞（時系列）

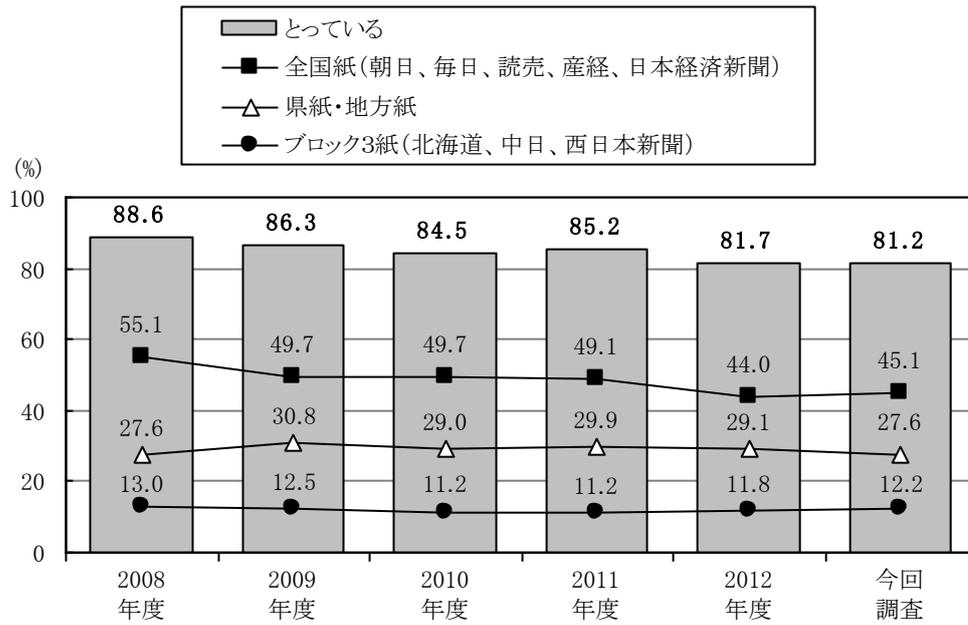
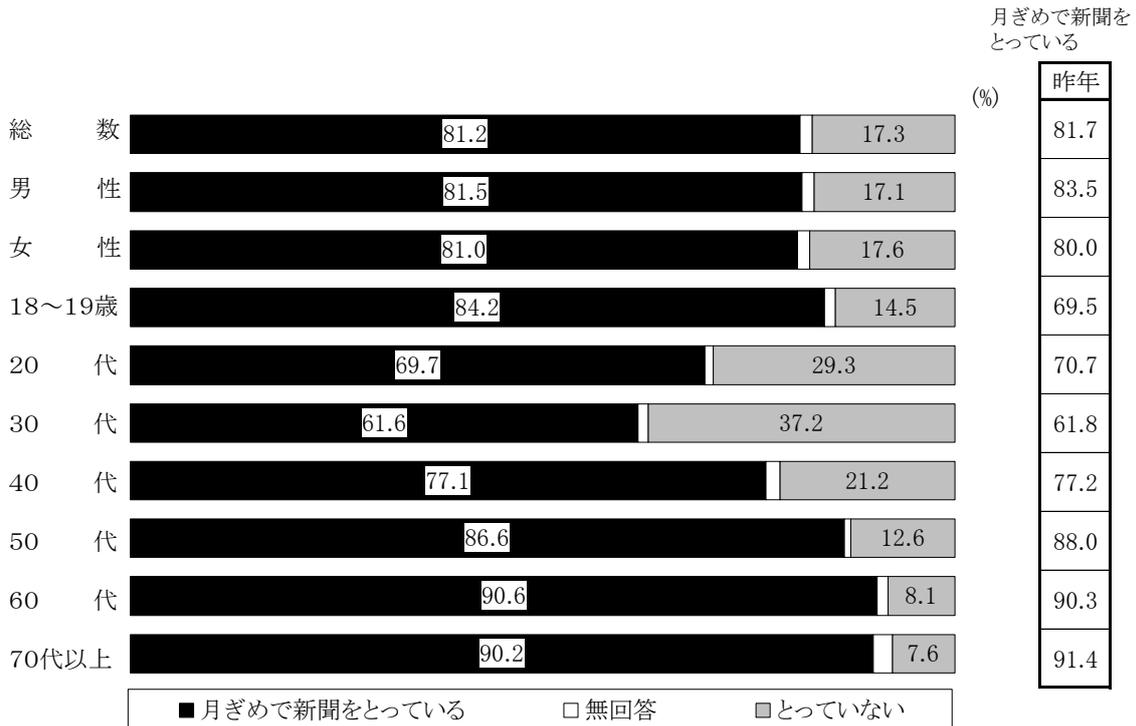


図 29-6 月ぎめでとっている新聞の有無（性・年代別）

(n=3,297)



30. 新聞の購読料をどう思う？（＊）

－ 「高い」とする人は50%。若い世代で負担感が大きい －

- ・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9.8%、「少し高い」は40.2%の回答であった。両者を合わせた『高い(計)』は50.0%となり、半数の人が購読料を負担に感じていることが分かる。「妥当である」は47.1%、「少し安い」と「かなり安い」を合わせた『安い(計)』は1.8%とごく少数に留まっている。
- ・年代別に見ると、『高い(計)』は20～50代では5割（51.4～59.6%）を超えている。一方、60代以上では、『高い(計)』（44.2%、38.4%）を押さえ、「妥当である」とする人が半数以上（52.8%、57.0%）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。
- ・過去の調査と比較すると、『高い(計)』の割合は、2009年度調査から減少傾向にある。

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

図 30-1 新聞の購読料

(n=3,297)

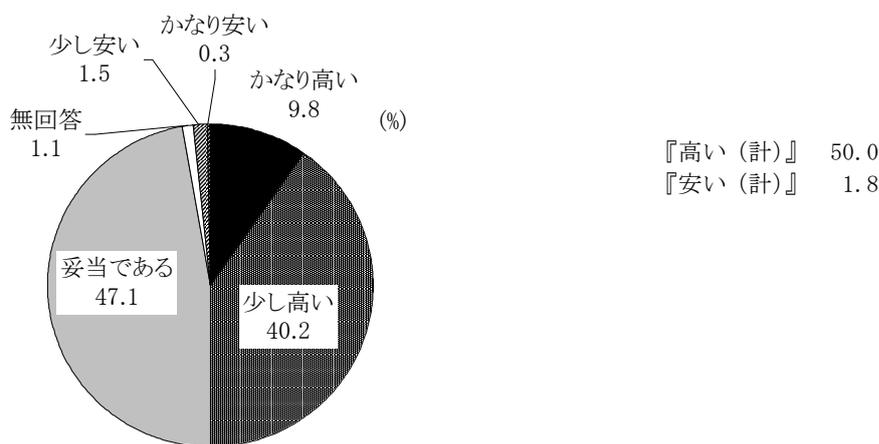
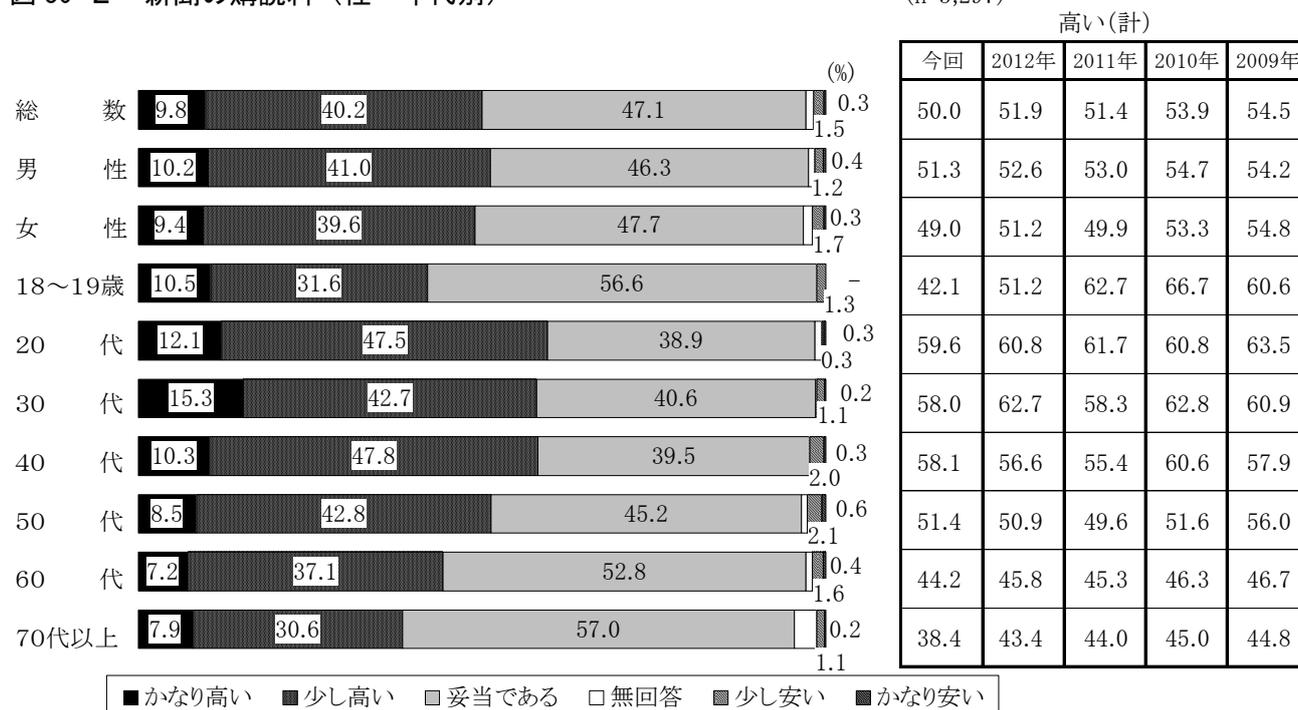


図 30-2 新聞の購読料（性・年代別）

(n=3,297)



31. 通信社の役割を知っている？（＊）

－ 「役割を知っている」人の割合は前年に続き50%超
 「知っている」52%、「知らない」47%

- ・通信社が新聞社や放送局、インターネットサイトなどにニュースを配信していることを「知っている」人は51.8%、「知らない」人は47.3%であった。
- ・性別で見ると、「知っている」人は、女性（44.4%）よりも男性（60.6%）に多い。
- ・年代別に見ると、通信社の役割を「知っている」人は、18-19歳では30.3%と少なく、年代が上がると共に増加し、50代・60代（58.9%、58.1%）で6割近くと多くなっている。
- ・過去の調査と比較すると、「知っている」人の割合は調査開始以来45%前後であったが、2012年度に初めて半数を超え、今回調査でも横ばいであった。年代別に昨年度調査と比較すると、「知っている」人の割合は18-19歳で6.3ポイント減、40代で3.6ポイント減となっている。一方、20代は3.4ポイント増、60代は3.9ポイント増となっている。

図 31-1 通信社の役割の認知

(n=3,297)

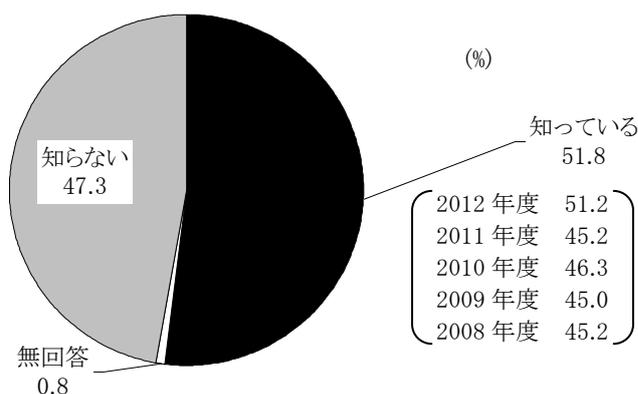
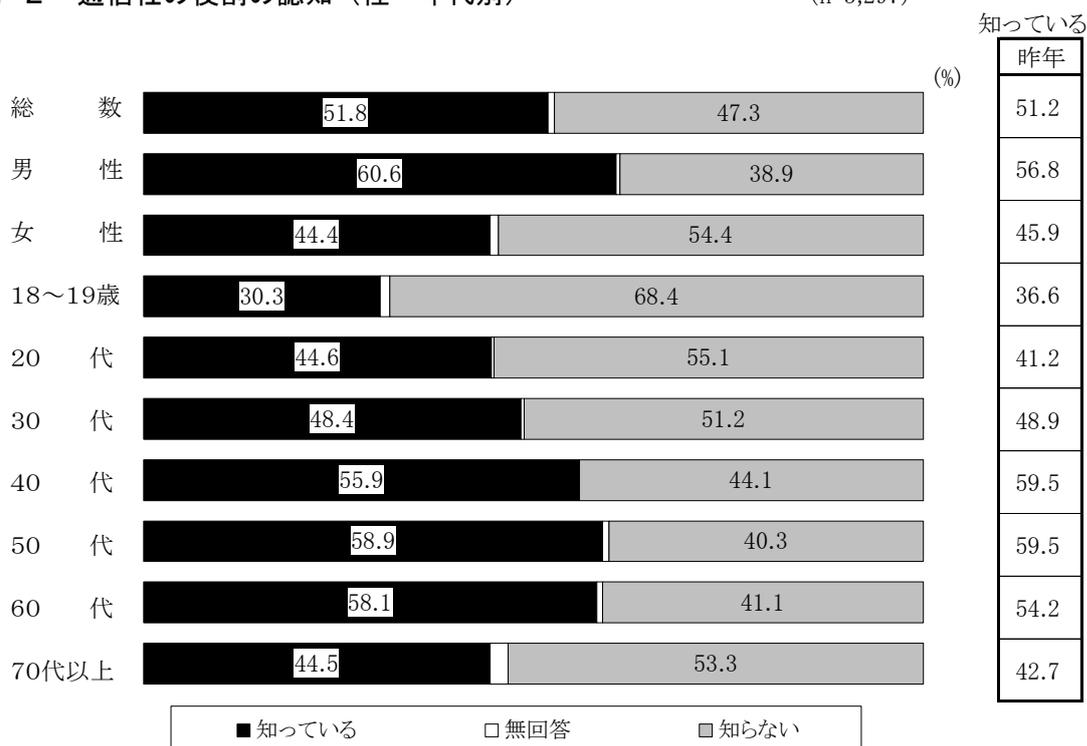


図 31-2 通信社の役割の認知（性・年代別）

(n=3,297)



32. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？（*）

－ 1位「共同通信社」（71%）、2位「ロイター通信」（70%）で順位変わらず －

- ・見たり聞いたりしたことがある通信社の名前をひとつでも挙げた人は81.9%である。最も知名度が高いのは「共同通信社」で70.5%の人が挙げている。次いで「ロイター通信」が70.2%、「AP通信」が50.5%、「時事通信社」が45.3%、「新華社」が41.7%となっている。
- ・年代別に見ると、60代以上では「共同通信社」の知名度が最も高いが、50代以下では「ロイター通信」が最も高い。
- ・過去の調査と比較すると、2012年度より「ロイター通信」が3.2ポイント、「新華社」が2.7ポイント、「AP通信」が2.5ポイント上昇するなど、ほとんどの通信社の認知度が上がっている。

図 32-1 知っている通信社の有無 (n=3,297)

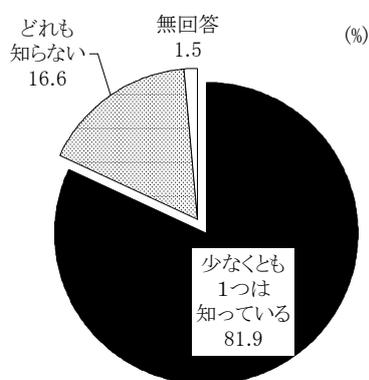
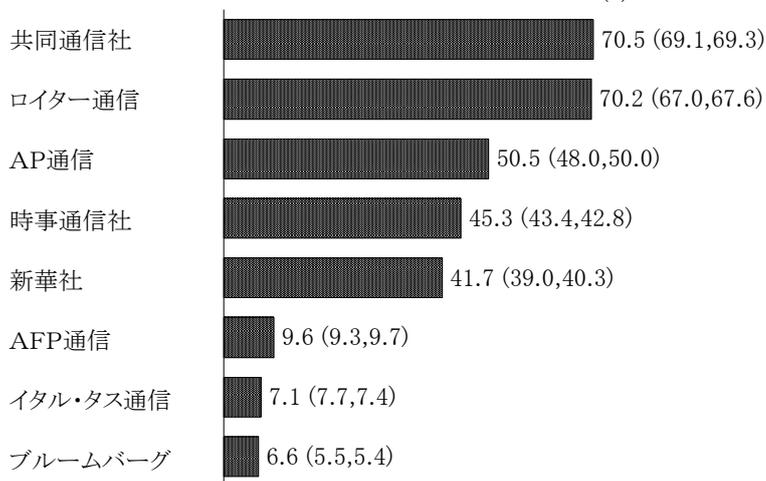


図 32-2 知っている通信社 (複数回答、n=3,297)



注：（ ）内は左から 2012 年度調査、2011 年度調査の数値

表 32-1 知っている通信社（性・年代別） (複数回答、n=3,297)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
総 数	共同通信社 70.5	ロイター通信 70.2	AP通信 50.5	時事通信社 45.3	新華社 41.7
男 性	共同通信社 77.6	ロイター通信 73.3	AP通信 57.2	時事通信社 53.6	新華社 50.3
女 性	ロイター通信 67.5	共同通信社 64.7	AP通信 44.9	時事通信社 38.2	新華社 34.5
18-19歳	ロイター通信 43.4	共同通信社 28.9	AP通信 26.3	時事通信社 15.8	新華社 7.9
20 代	ロイター通信 67.5	共同通信社 57.0	AP通信 48.4	時事通信社 34.1	新華社 25.8
30 代	ロイター通信 76.6	共同通信社 71.3	AP通信 61.8	時事通信社 47.6	新華社 34.6
40 代	ロイター通信 81.7	共同通信社 76.1	AP通信 62.9	時事通信社 50.2	新華社 40.7
50 代	ロイター通信 77.1	共同通信社 76.6	AP通信 55.4	新華社 49.0	時事通信社 47.9
60 代	共同通信社 77.3	ロイター通信 70.7	新華社 52.2	時事通信社 46.8	AP通信 46.3
70代以上	共同通信社 64.8	ロイター通信 53.6	時事通信社 44.3	新華社 42.7	AP通信 35.6

《新聞のこれからとインターネット》

33. インターネットのニュースをどの程度見る？（*）

－ 「インターネットニュースを毎日見る」20代・30代では半数前後。

インターネットニュースの閲覧は前回調査より30～50代で増加

- ・インターネットのニュースを閲覧している人は60.8%と半数を超えている。内訳を見ると、「毎日」見ている人（28.3%）が3割近くになっている。
- ・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40代以下では9割前後（87.3～93.9%）と、新聞朝刊の閲読率を上回った。また、インターネットのニュースを「毎日」見ている人は20代・30代では半数前後（49.7%～52.2%）に達している。
- ・前回調査と比較すると、インターネットのニュースを閲覧している人は30～50代で増加（4.4～9.0ポイント）している。

図 33-1 インターネットニュースの閲覧状況

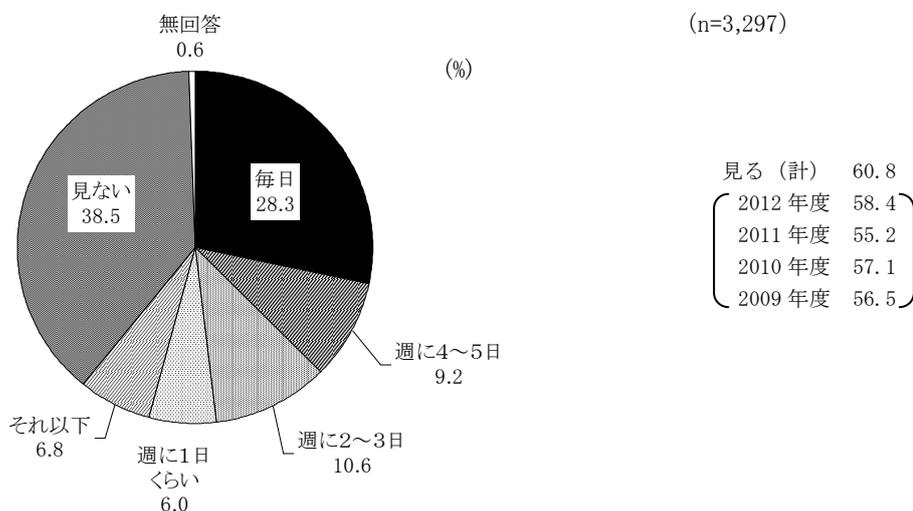


図 33-2 インターネットニュースの閲覧状況（見る（計））（性・年代別）（n=3,297）

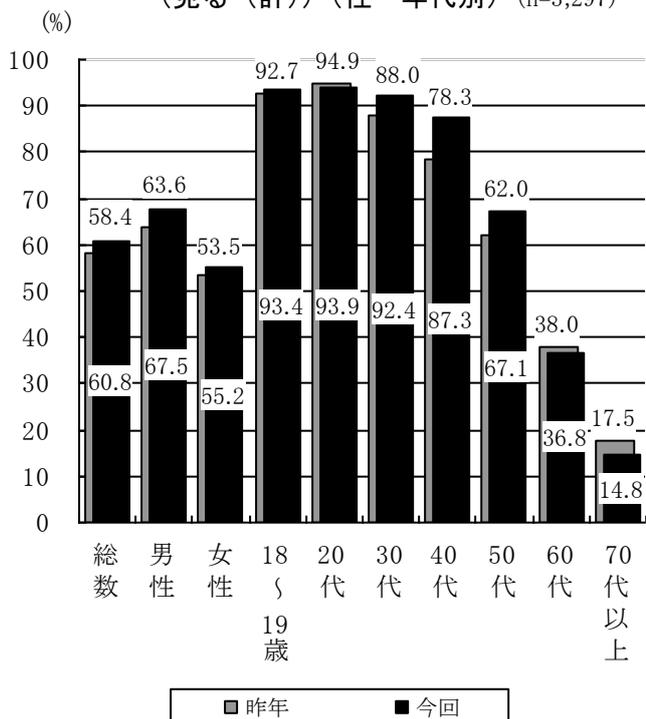
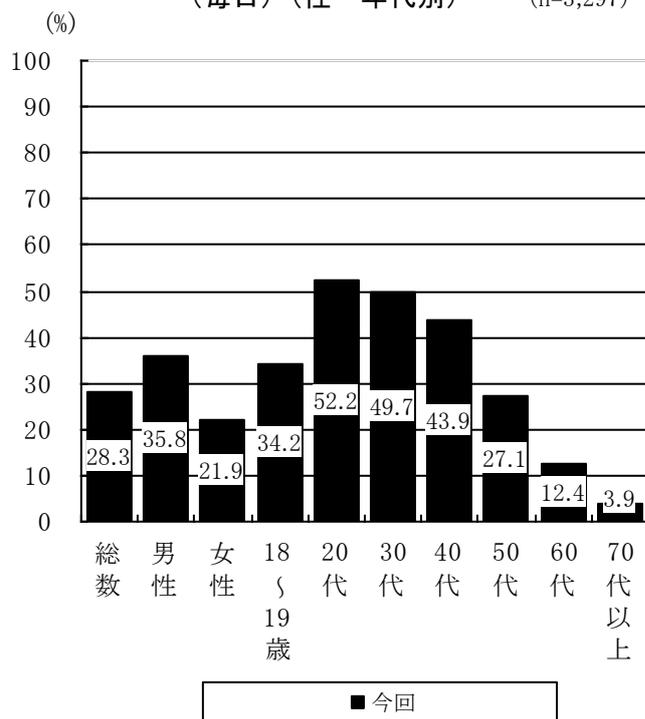


図 33-3 インターネットニュースの閲覧状況（毎日）（性・年代別）（n=3,297）



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 60.8%)

34. よく見るインターネットニュースの記事は？（＊）

- 1位「スポーツ・芸能に関する記事」(71%)、
- 2位「社会に関する記事」(56%) —

- ・よく見るインターネットニュースの記事としては、「スポーツ・芸能に関する記事」(71.4%)を挙げる人が約7割と最も多く、次いで、「社会に関する記事」(55.7%)を挙げる人が半数を超えている。
- ・性別に見ると、「経済に関する記事」「政治に関する記事」は男性の方が多く、「生活・健康に関する記事」は女性の方が多くなっている。
- ・年代別に見ると、「スポーツ・芸能に関する記事」は40代以下で7割台(74.6~79.3%)と多くなっている。
- ・昨年度調査と比較すると、「政治に関する記事」が6.9ポイント減となっているのをはじめ、「スポーツ・芸能に関する記事」を除く全ての記事で減少している。

図 34-1 インターネットニュースでよく読む記事 (複数回答、n=2,006)

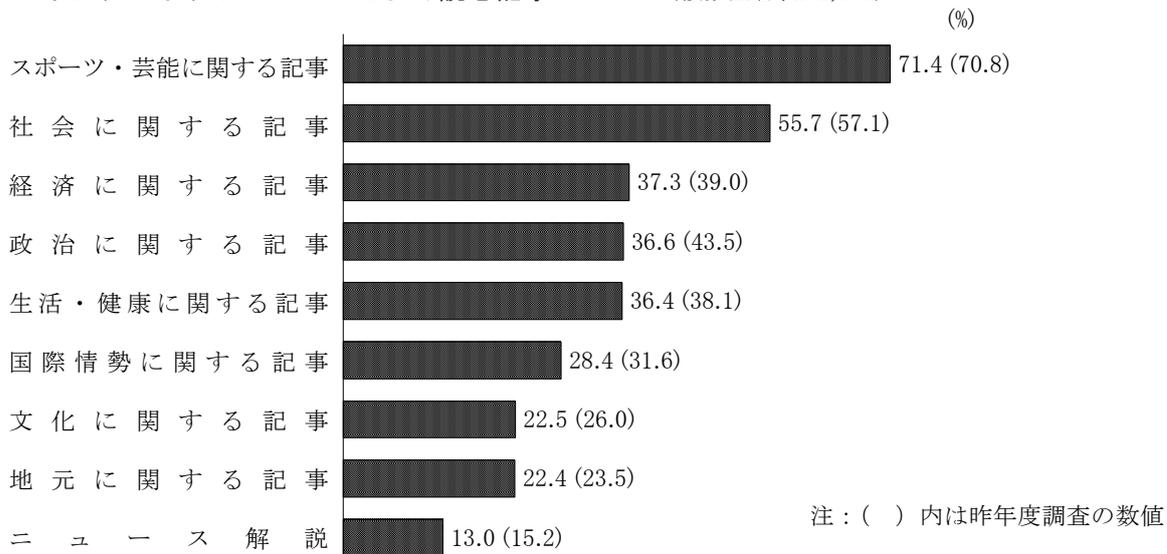
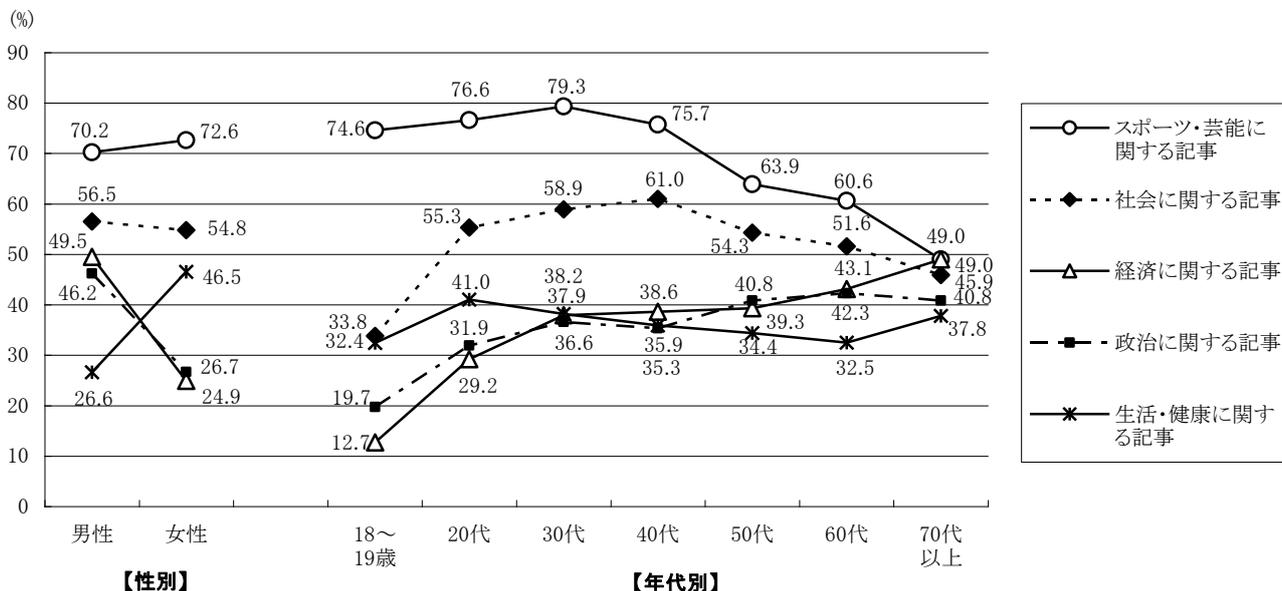


図 34-2 インターネットニュースでよく読む記事 (性・年代別) (複数回答、n=2,006)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 60.8%)

35. インターネットニュースを見るサイトは？ (*)

— ポータルサイトが 89%、新聞社の公式サイトは 23% —

- ・インターネットニュースを見るサイトを質問したところ、「ポータルサイト(Yahoo!、Google など)」(88.5%) が突出して最も多かった。「新聞社・通信社の公式サイト」(22.9%)、「テレビ放送局の公式サイト」(8.5%) は大きく水をあけられている。
- ・年代別に見ると、「ポータルサイト(Yahoo!、Google など)」はいずれの年代においても最も多く、40 代以下では 9 割台 (92.0~93.2%)、50 代以上では年代の上昇と共に少なくなるが、70 代以上でも 6 割 (67.3%) を超える。一方、「新聞社・通信社の公式サイト」「テレビ放送局の公式サイト」は年代が上がるほど概ね多くなる傾向が見られる。
- ・昨年度調査と比較すると、「ポータルサイト(Yahoo!、Google など)」が 3.9 ポイント増、「新聞社・通信社の公式サイト」が 3.3 ポイント減となっている。

図 35-1 インターネットニュースを見るサイト

(n=2,006)

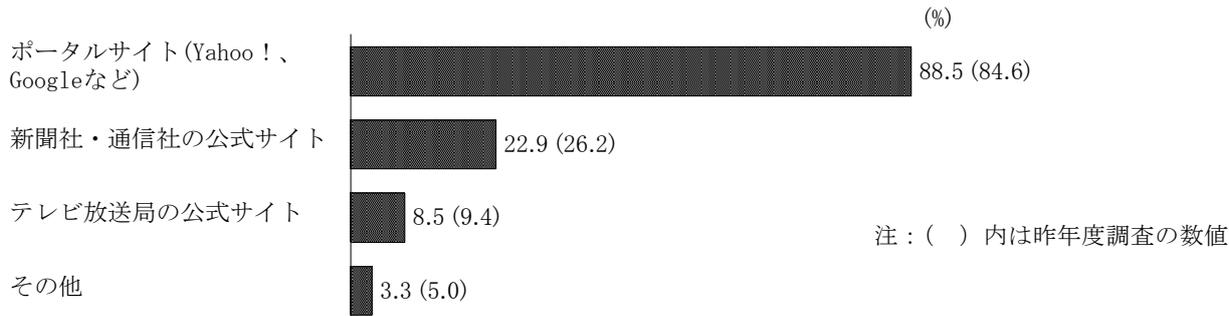
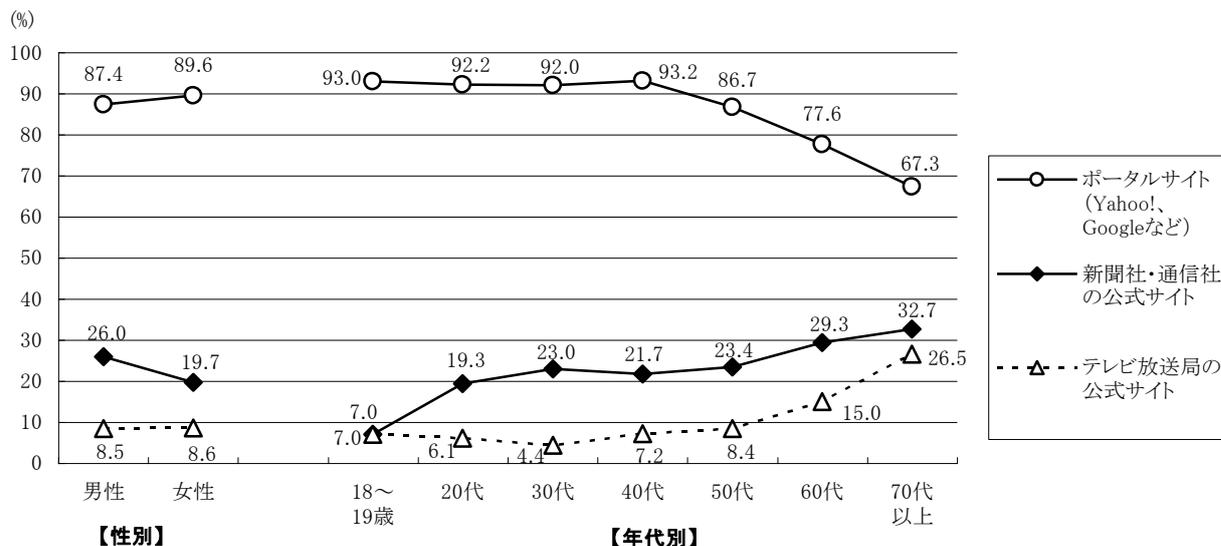


図 35-2 インターネットニュースを見るサイト (性・年代別)

(n=2,006)



36. 将来の新聞の役割についてどう思う？（*）

－ 「新聞の役割が少なくなってくる」が若い世代では優勢 －
新聞の役割減少派 40%、持続派 44%

- ・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 40.2%、「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 43.7%と、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 18-19 歳（23.7%）で最も少なく、年代が上がるほど多くなり、60 代以上では 5 割（55.9%、57.6%）を超える。一方、30 代以下では役割減少派が過半数（55.8~61.5%）と多く、持続派（23.7~31.0%）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分かる。
- ・昨年度調査と比較すると、役割減少派が 2.8 ポイント増、役割持続派が 1.5 ポイント減となっている。年代別に見ると、役割減少派は 18-19 歳と 40 代以上で増加（2.6~5.6 ポイント）している。一方、役割持続派は 20 代・30 代で増加（2.8~5.2 ポイント）している。

※役割減少派：「Aに近い」＋「どちらかと言えばAに近い」
 役割持続派：「どちらかと言えばBに近い」＋「Bに近い」

図 36-1 将来の新聞についての意見 (n=3,297)

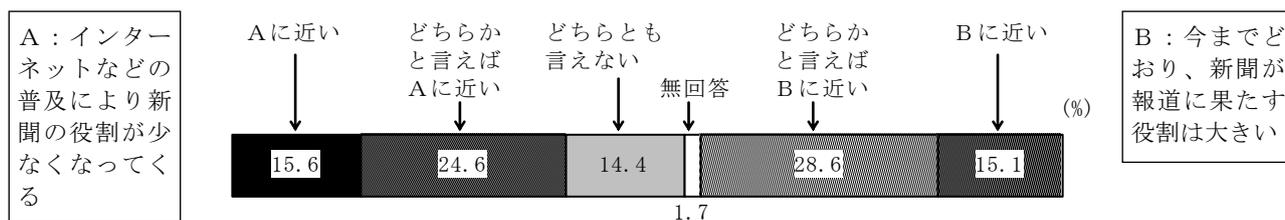
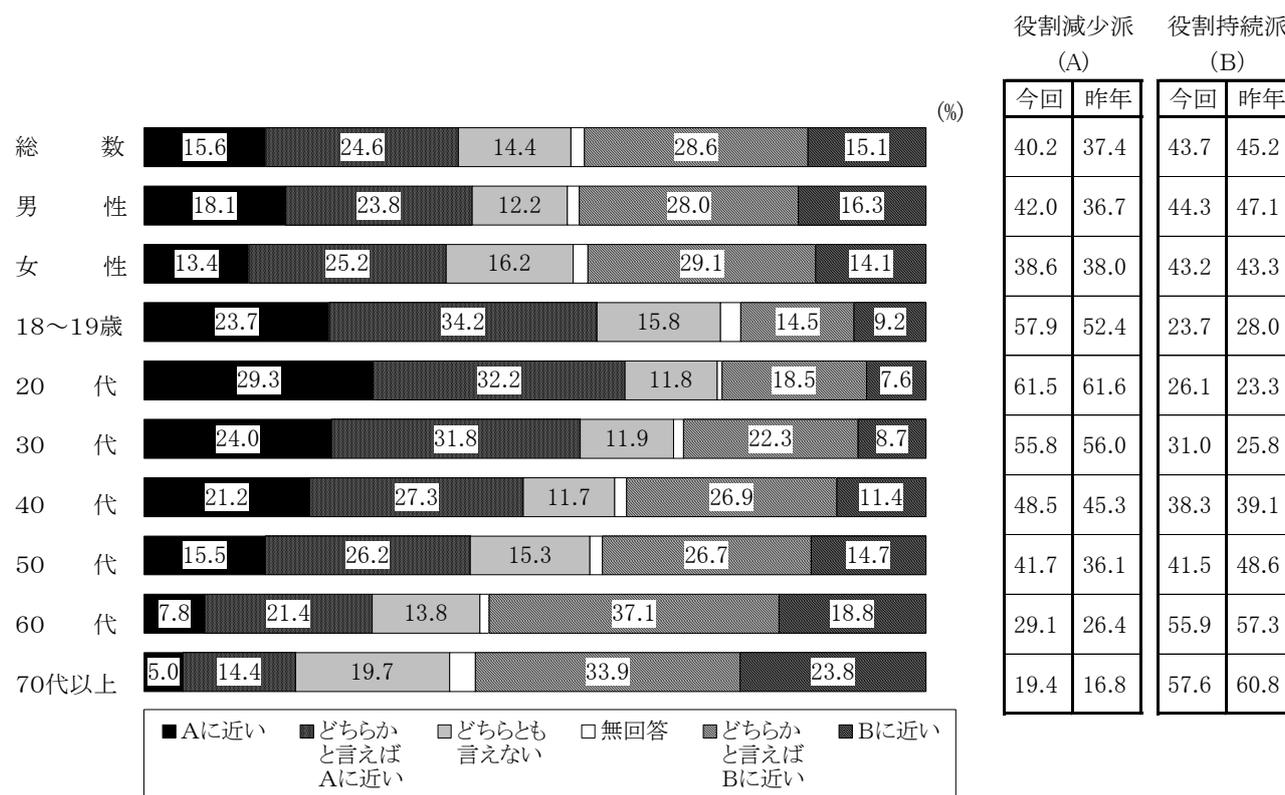


図 36-2 将来の新聞についての意見（性・年代別） (n=3,297)

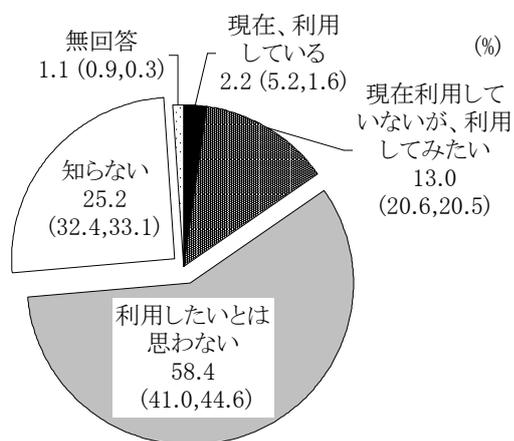


37. 電子新聞の利用意向は？（＊）

－ 認知率は大幅に伸びたが、利用希望は伸びず －

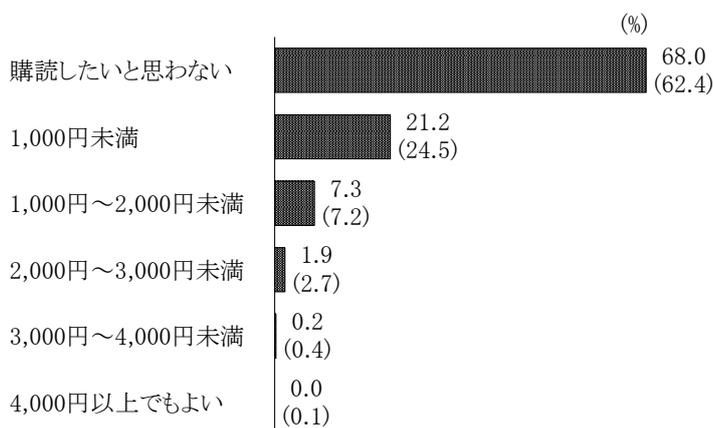
- ・ パソコンや携帯電話、タブレットなどで読むことができる電子新聞の認知率（「現在、利用している」2.2%と「現在利用していないが、利用してみたい」13.0%と「利用したいとは思わない」58.4%の合計）は73.7%と、昨年調査よりも7.0ポイント増加しており、電子新聞の認知率はこの1年で大幅に上昇した。しかし、今回調査から質問文を変更し、有料の電子新聞に限定して利用意向を聞いたところ、「現在、利用している」が2.2%、「現在利用していないが、利用してみたい」が13.0%とともに減少した。
- ・ 電子新聞の購読料としては「1,000円未満」が21.2%、次いで「1,000円～2,000円未満」が7.3%となっている。
- ・ 電子新聞の利用を年代別に見ると、利用している人の割合はいずれの年代でも5%に満たない。「現在利用していないが、利用してみたい」は20～50代で1割台後半（16.1～17.6%）となっている。

図 37-1 電子新聞の認知度と利用意向 (n=3,297)



注：（ ）内は左から 2012 年度調査、2011 年度調査の数値

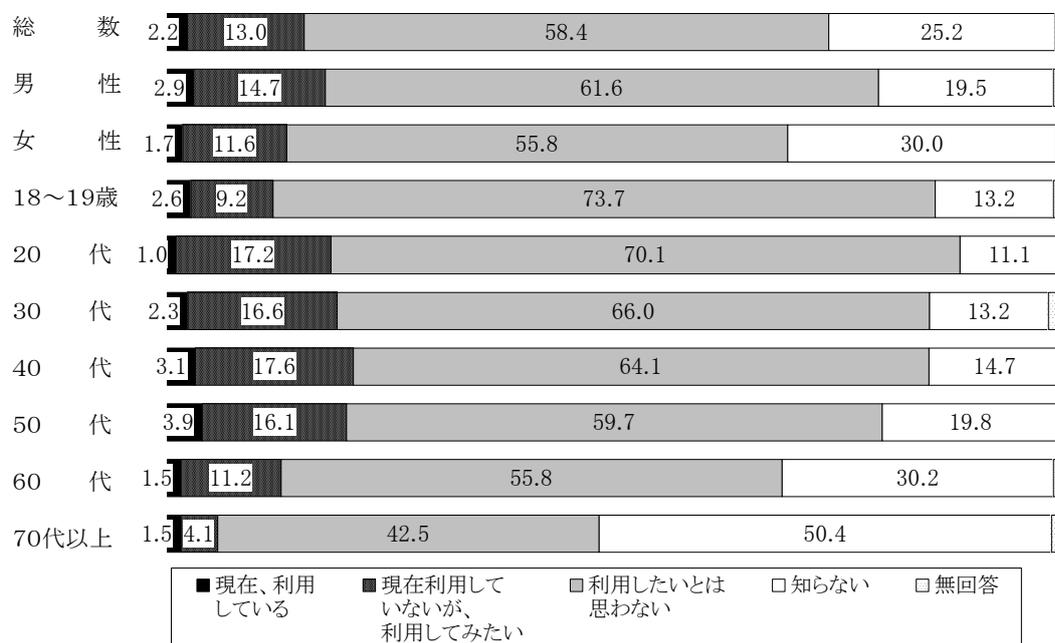
図 37-2 電子新聞の許容購読料 (n=3,297)



注：（ ）内は 2012 年度調査の数値

図 37-3 電子新聞の認知度と利用意向（性・年代別）

(n=3,297)
(%)



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 3,297（65.9%）

<性別>

総数	男性	女性
3,297	1,506	1,791
100.0%	45.7%	54.3%

●調査方法

専門調査員による訪問留置法

●実査時期

2013年9月

●調査委託機関

社団法人 中央調査社

<年代別>

18～ 19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70代 以上
76	314	471	590	516	669	661
2.3%	9.5%	14.3%	17.9%	15.7%	20.3%	20.0%

第6回 メディアに関する全国世論調査（2013年）

2013年11月発行

発行 公益財団法人 新聞通信調査会

東京都千代田区内幸町2-2-1

日本プレスセンタービル1階

電話 03-3593-1081