

第9回
メディアに関する全国世論調査
(2016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」69.8点、2位「新聞」68.6点、3位「民放テレビ」59.1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？ 3
 《「情報が分かりやすい」「情報源として欠かせない」「社会的影響力がある」》
3. 各メディアの信頼感の変化は？ 4
 《この1年間で新聞の信頼感が「低くなった」が6.9%》
4. 各メディアの印象は？ 5
 《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」、手軽な「インターネット」》

《報道の自由とプライバシー保護》

5. 報道の自由についてどう思う？ 7
 《「報道の自由は常に保障されるべきだ」が83%》
6. 「報道の自由」と「プライバシーの保護」のどちらに重点が置かれているか？ 9
 《「報道の自由」61%、「プライバシーの保護」36%》
7. プライバシー保護に関するメディアの印象は？ 10
 《「気を配っている」はNHK テレビ67%、新聞55%》

《憲法改正問題に関する報道》

8. 憲法改正問題に関心がある？ 12
 《「関心がある」71%と昨年度より4ポイント減も依然高く》
9. 憲法改正問題に関する情報を入手しているメディアは？ 13
 《「民放テレビ」60%、「新聞」「NHK テレビ」共に56%》
10. 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいメディアは？ 14
 《「民放テレビ」45%、「新聞」43%、「NHK テレビ」38%》
11. 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道は？ 15
 《新聞は「現行憲法の解説」「政党の意見の違い」についての報道を》

《2016年7月の参院選報道》

12. どの候補者・政党に投票するかを決めたのはいつ？ 16
 《「選挙期間の後半」32%、「投票日当日」23%、若い世代ほど「当日」が多い》
13. 選挙前に当落予想を報道することについてどう思う？ 17
 《「報道として当然」33%、「選挙結果に影響を与えるので問題」34%》
14. 選挙前の当落予想や情勢報道を参考にするか？ 18
 《「参考にする」25%、「参考にしない」74%》
15. 各メディアの参院選に関する報道の印象は？ 19
 《新聞は「投票の参考になった」で1位。民放テレビが好印象》

《新聞への意見》

16. 新聞についてどう思う？ 21
 《情報の「多様性」「正確性」「責任感」に高い評価》
17. 新聞の政治に対する態度についてどう思う？ 23
 《「不正を追及」に38%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》
18. 新聞の政治的立場についてどう思う？ 25
 《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》
19. 新聞の記事の満足度は？ 26
 《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》
20. 新聞全般の満足度は？ 28
 《満足している人は52%、不満な人は8%。高年齢層で満足度が高い》

《生活の中の新聞》

21. 新聞を読んでいる人は？ 29
 《「読んでいる」は朝刊70%、夕刊24%。朝夕刊の閲読率は減少の一途》
22. この1年間で新聞を読む回数や時間に変化は？ 31
 《「変わらない」が80%、「減った」が16%》
23. 新聞を読む時間は？ 32
 《平均時間は27分で前回から微減。若い世代ほど短い》
24. 新聞を読む場所は？ 33
 《新聞を読むのは朝刊、夕刊共に自宅が中心》
25. 新聞を読む理由は？ 34
 《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」》
26. よく読む新聞記事は？ 35
 《近な記事が人気。1位「社会記事」、2位「地元記事」》
27. 新聞を読まない理由は？ 36
 《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」(75%)》
28. 戸別配達をどう思う？ 37
 《日本独特の戸別配達制度、「続けてほしい」70%。2012年より減少続く》
29. 夕刊の発行をどう思う？ 38
 《「続けてほしい」は17%、「なくてもよい」が37%》
30. 月ぎめ新聞の購読状況は？ 39
 《73%が購読、購読率は減少傾向が続く》
31. 新聞の購読料をどう思う？ 41
 《「高い」とする人が47%、「妥当」とする人が51%》
32. 通信社の役割を知っている？ 42
 《「役割を知っている」人の割合は2012年度以降、5割前後で推移》

33. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？ 43

《1位「ロイター通信」(69%)、2位「共同通信社」(68%)》

《新聞のこれからとインターネット》

34. インターネットのニュースをどの程度見る？ 44

《「インターネットニュースを毎日見る」20~50代では半数超。

毎日閲覧は40~50代で前回より10ポイント以上の増加》

35. よく見るインターネットニュースの記事は？ 45

《1位「スポーツ・芸能に関する記事」(77%)、2位「社会記事」(56%)》

36. インターネットニュースを見るサイトは？ 46

《ポータルサイトが90%、新聞社の公式サイトは21%》

37. インターネットニュースを見る時に使用する機器は？ 47

《スマートフォン・携帯電話が77%、パソコンは46%》

38. 将来の新聞の役割についてどう思う？ 48

《新聞の役割減少派47%、役割持続派36%。

役割減少派が役割持続派を上回る動きが加速》

39. 電子新聞の利用意向は？ 50

《利用希望は伸びず。「利用してみたい」は11%と昨年度から変化なく》

40. 単独購読料2,000円の場合、電子新聞の購読意向は？ 51

《「購読したい」5%、「購読したいと思わない」53%》

41. 電子新聞に魅力を感じる点は？ 52

《「読む時間と場所を選ばない」が42%》

(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」69.8点、2位「新聞」68.6点、3位「民放テレビ」59.1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69.8点、次いで「新聞」が68.6点、「民放テレビ」が59.1点となっている。
- ・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）、第6回調査（2013年9月、標本数5,000、以下、「2013年度調査」と言う）、第7回調査（2014年9月、標本数5,000、以下、「2014年度調査」と言う）、第8回調査（2015年9月、標本数5,000、以下、「2015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、2013年度72.5点、2014年度71.1点、2015年度70.2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、同70.7点、同69.2点、同69.4点）で、順位に変化はなかった。
- ・全てのメディアの信頼度得点が昨年から低下したが、「民放テレビ」（1.9点の低下）と「ラジオ」（2.1点の低下）の低下がやや大きい。また、「NHKテレビ」「新聞」「民放テレビ」「ラジオ」は、2008年度調査開始以来最低の信頼度得点となった。
- ・性別、年代別に見ても、「NHKテレビ」、「新聞」が全てのカテゴリーで上位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。

図1-1 各メディアの信頼度

(n=3,308)

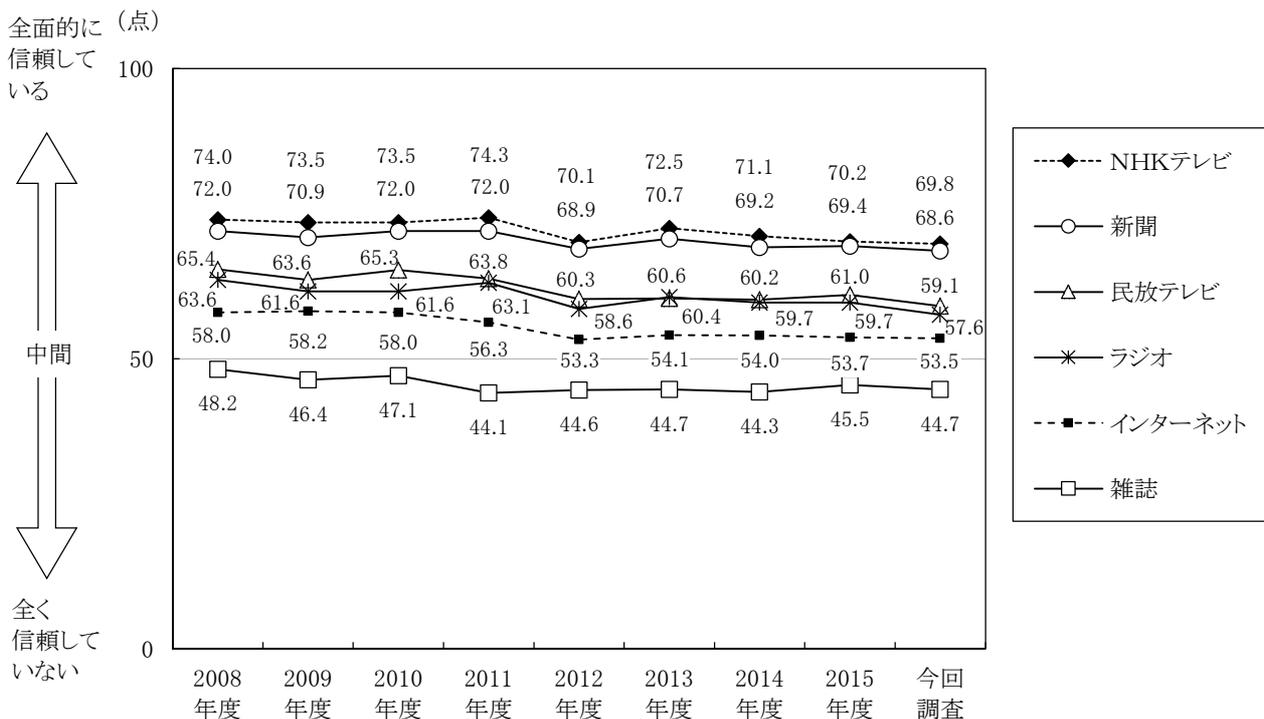


表 1-1 各メディアの信頼度（性・年代別）

(n=3,308)

(点)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総 数	NHKテレビ 69.8	新聞 68.6	民放テレビ 59.1	ラジオ 57.6	インターネット 53.5	雑誌 44.7
男 性	NHKテレビ 69.3	新聞 68.0	民放テレビ 57.7	ラジオ 57.6	インターネット 52.4	雑誌 44.0
女 性	NHKテレビ 70.2	新聞 69.2	民放テレビ 60.4	ラジオ 57.6	インターネット 54.5	雑誌 45.3
18-19歳	NHKテレビ 70.8	新聞 70.2	民放テレビ 58.8	ラジオ 55.8	インターネット 52.6	雑誌 44.5
20 代	NHKテレビ 65.6	新聞 63.6	民放テレビ 55.7	ラジオ 53.4	インターネット 50.7	雑誌 44.7
30 代	NHKテレビ 66.0	新聞 65.1	民放テレビ 57.4	インターネット 55.6	ラジオ 55.1	雑誌 46.3
40 代	NHKテレビ 69.7	新聞 69.4	民放テレビ 59.3	ラジオ 56.9	インターネット 53.5	雑誌 46.1
50 代	NHKテレビ 69.5	新聞 69.0	民放テレビ 59.6	ラジオ 58.0	インターネット 54.3	雑誌 43.2
60 代	NHKテレビ 71.6	新聞 70.6	民放テレビ 61.5	ラジオ 60.0	インターネット 54.3	雑誌 44.1
70代以上	NHKテレビ 72.2	新聞 70.1	ラジオ 59.5	民放テレビ 58.8	インターネット 51.5	雑誌 44.0

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？（*）

— 「情報が分かりやすい」「情報源として欠かせない」「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、「情報が分かりやすい」が18.7%で最も多く、次いで、「情報源として欠かせない」が16.5%、「社会的影響力がある」が14.5%となった。また、「何となく」と回答した人の割合は6.8%となった。
- ・年代別に見ると、「情報源として欠かせない」は、年代が上がるほど多くなる傾向があり、60代以上では最も影響の大きい要因となった。一方、「何となく」と回答した人の割合は年代が低い層で多く挙げられた。「情報が分かりやすい」「社会的影響力がある」は全ての年代で1割以上となった。

図2-1 各メディアの信頼度得点をつけた要因

(n=3,308)

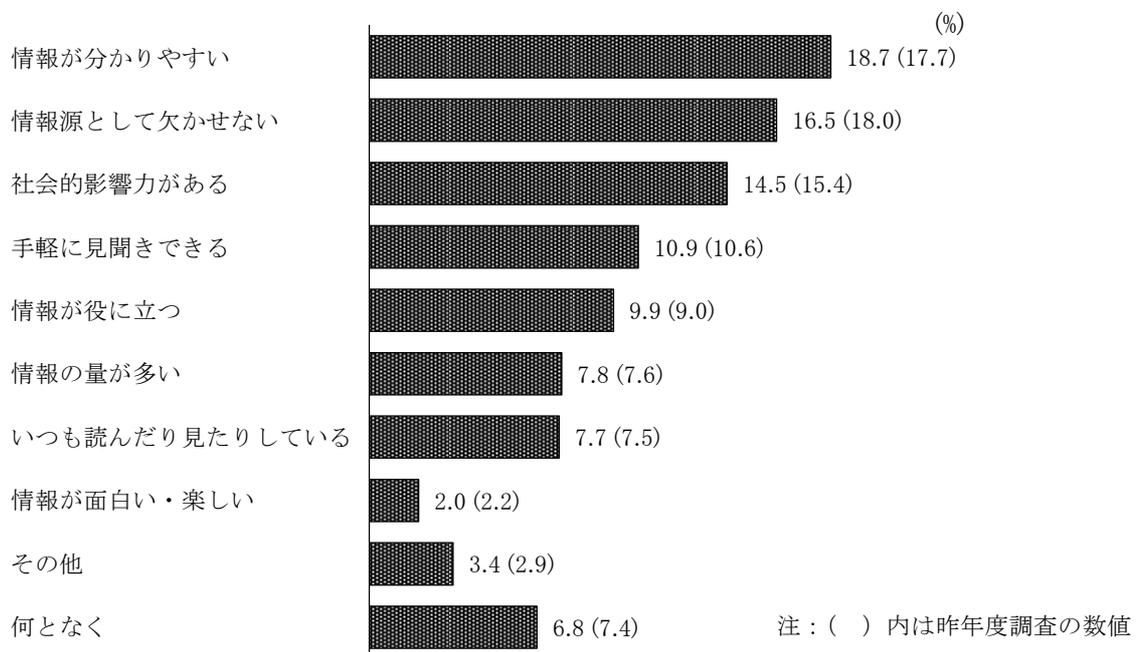
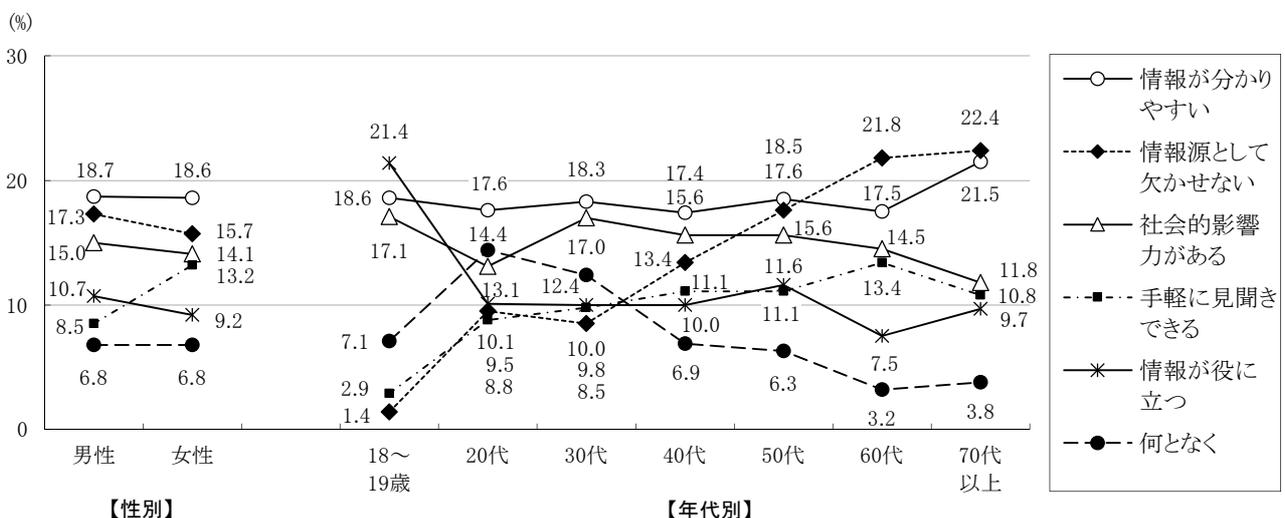


図2-2 各メディアの信頼度得点をつけた要因（性・年代別）

(n=3,308)



3. 各メディアの信頼感の変化は？（＊）

－ この1年間で新聞の信頼感が「低くなった」が6.9% －

- 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8.7%と最も多く「NHKテレビ」4.9%、「新聞」4.3%となった。一方、「低くなった」は「雑誌」が14.5%と最も多く、「民放テレビ」12.8%、「インターネット」10.3%、「NHKテレビ」9.8%、「新聞」6.9%となった。「新聞」の信頼感が「低くなった」と回答した人の割合は昨年度2.3ポイント減少したが、今回調査ではさらに1.0ポイント減少した。
- 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」38.7%（前回調査35.4%）、「公正・中立な立場で報道しているから」23.9%（前回調査28.5%）、「根拠に基づく情報を報道しているから」14.1%（前回調査17.7%）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」29.7%（前回調査29.9%）、「報道する側のモラルが低下したから」20.1%（前回調査15.5%）となった。

図3-1 各メディアの信頼感の変化

(n=3,308)

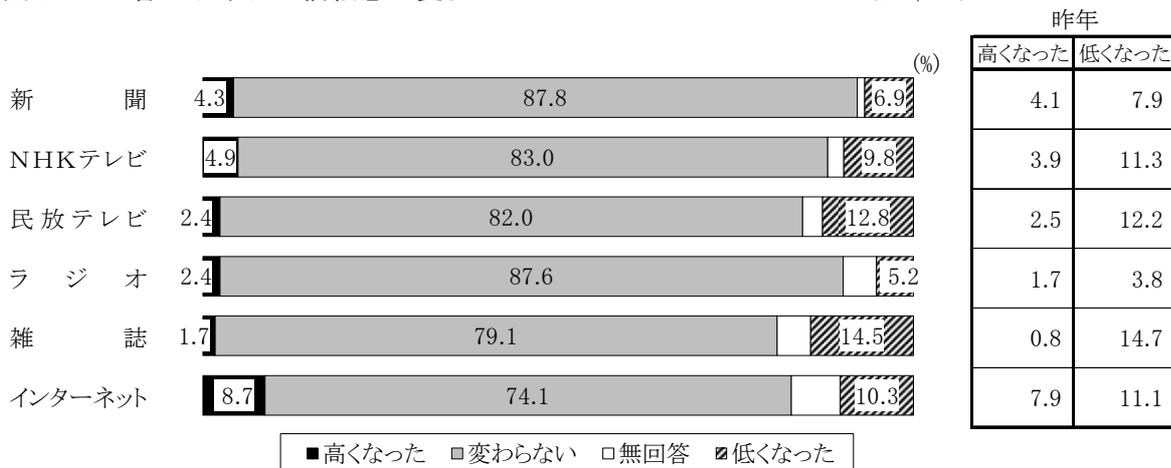


図3-2 新聞の信頼感が高くなった理由 (n=142)

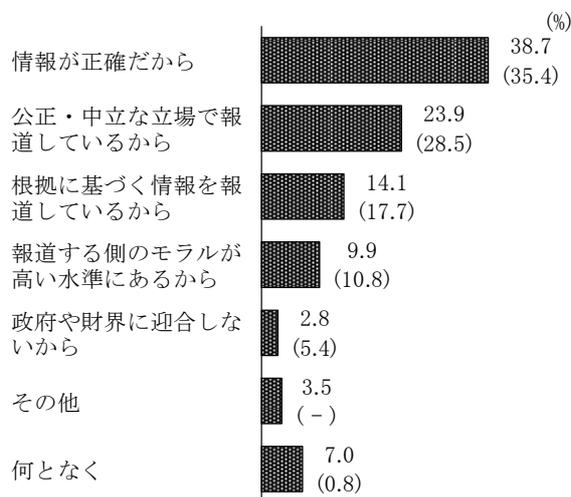
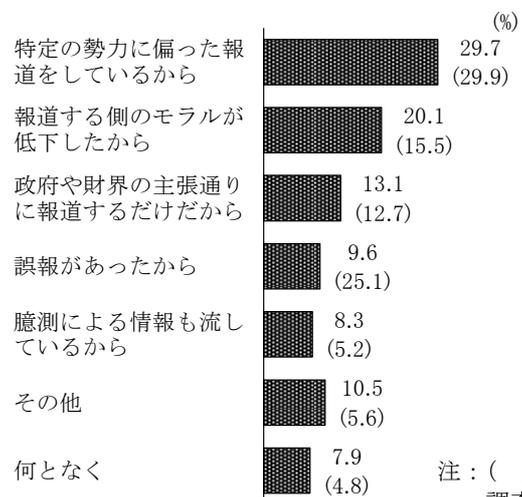


図3-3 新聞の信頼感が低くなった理由 (n=229)



注：()内は昨年度調査の数値

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」、 手軽な「インターネット」 －

- ・各メディアの印象を聞いたところ、「情報が役に立つ」メディアとして新聞を挙げた人が 50.0%、「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 49.3%とそれぞれ 1 位となった。
- ・「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」では民放テレビが、「手軽に見聞きできる」「情報の量が多い」ではインターネットがそれぞれ 1 位となった。
- ・昨年度調査と比較すると、新聞と NHK テレビは、「情報が信頼できる」を除く全ての項目の割合が減少した。民放テレビとラジオは全ての項目の割合が減少した。インターネットは、全ての項目で昨年より割合が増加し、「手軽に見聞きできる」「情報の量が多い」が 1 位、「情報が役に立つ」「情報源として欠かせない」「情報が面白い・楽しい」は 2 位となった。
- ・年代別に見ると、「情報源として欠かせない」は、新聞では年代が上がるほど、インターネットでは年代が下がるほど挙げる人が多くなる傾向があり、40 代ま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 位になった。「情報が信頼できる」は、NHK テレビと新聞では、全年代で民放テレビとインターネットより多くなった。「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ほど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かった。インターネットは 50 代以下では 1 位となっているが、40 代以降年代が上がるにつれ顕著に減少している。

表 4-1 各メディアの印象

(複数回答、n=3,308)

(%)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
情報が役に立つ	新聞 50.0 (50.2)	インターネット 42.7 (38.6)	NHKテレビ 39.8 (42.1)	民放テレビ 36.5 (39.1)	雑誌 11.7 (11.0)	ラジオ 11.3 (12.3)
情報源として欠かせない	新聞 49.3 (50.0)	インターネット 45.9 (42.9)	NHKテレビ 41.9 (43.5)	民放テレビ 37.7 (40.1)	ラジオ 11.2 (12.2)	雑誌 6.3 (6.1)
情報が信頼できる	NHKテレビ 61.7 (60.0)	新聞 59.5 (59.2)	民放テレビ 22.1 (24.6)	インターネット 13.5 (13.3)	ラジオ 11.9 (13.0)	雑誌 3.2 (2.1)
社会的影響力がある	NHKテレビ 55.5 (57.6)	新聞 51.1 (54.3)	民放テレビ 45.8 (47.8)	インターネット 40.6 (36.7)	雑誌 8.8 (8.2)	ラジオ 7.6 (8.3)
情報が分かりやすい	NHKテレビ 45.6 (45.9)	民放テレビ 44.4 (47.0)	新聞 39.0 (39.9)	インターネット 28.9 (26.6)	ラジオ 7.9 (8.7)	雑誌 6.3 (6.2)
情報が面白い・楽しい	民放テレビ 60.0 (61.1)	インターネット 42.7 (38.0)	雑誌 23.5 (20.9)	新聞 17.0 (17.3)	NHKテレビ 15.4 (17.1)	ラジオ 11.6 (12.8)
手軽に見聞きできる	インターネット 54.6 (49.8)	民放テレビ 49.7 (50.9)	新聞 39.5 (41.3)	NHKテレビ 32.0 (34.2)	ラジオ 14.3 (16.7)	雑誌 9.5 (9.7)
情報の量が多い	インターネット 46.0 (41.9)	新聞 40.1 (42.7)	民放テレビ 31.0 (32.6)	NHKテレビ 22.6 (23.3)	雑誌 6.9 (6.0)	ラジオ 3.6 (4.1)

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=3,308)

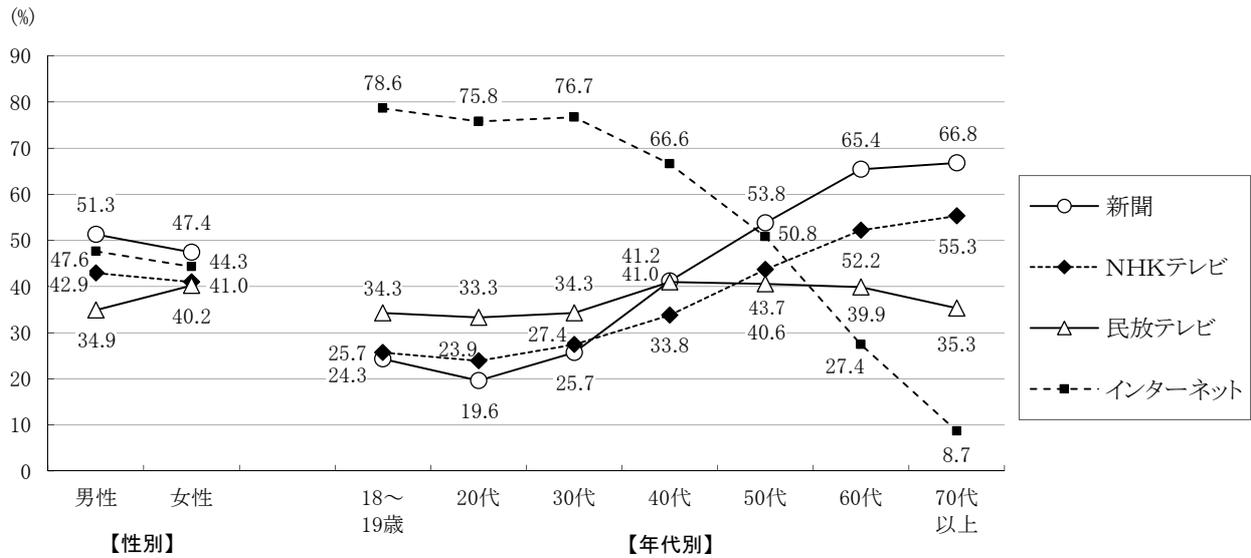


図4-2 「情報が信頼できる」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,308)

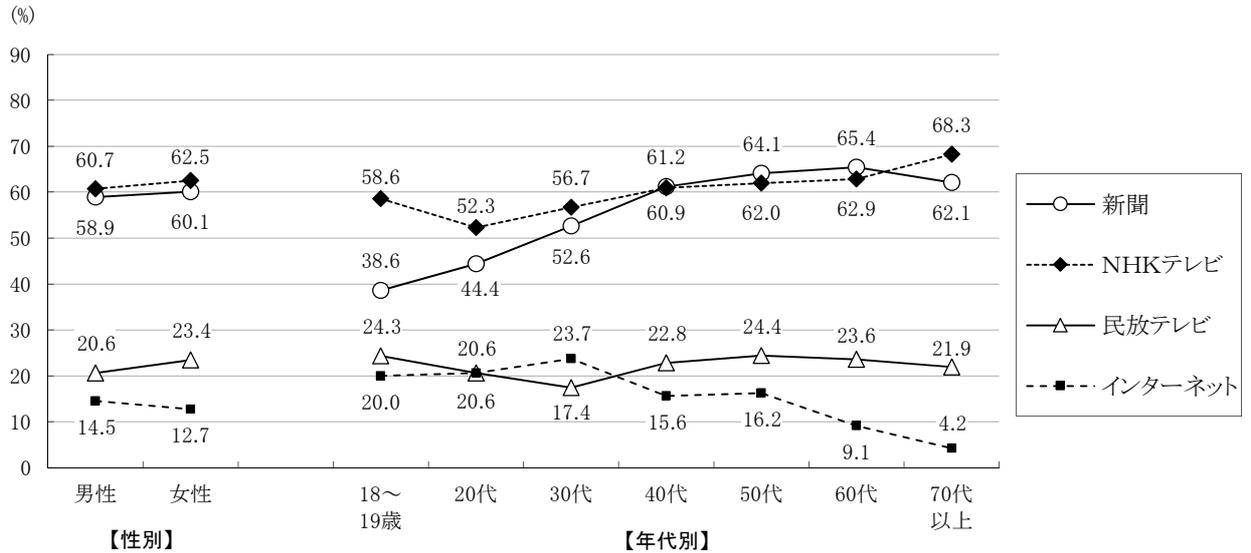
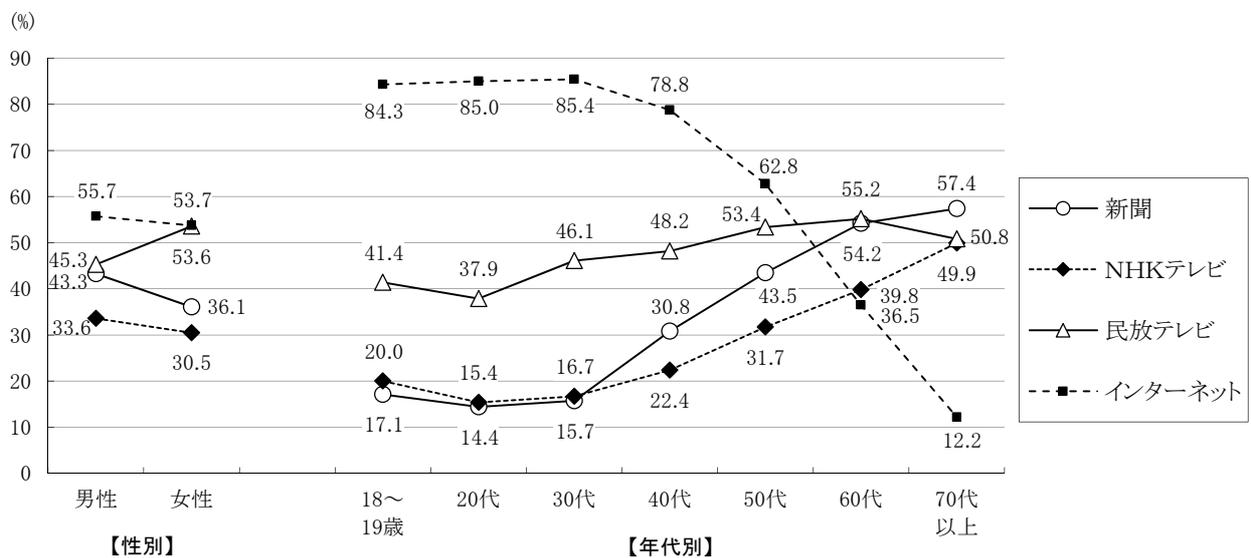


図4-3 「手軽に見聞きできる」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,308)



《報道の自由とプライバシー保護》

5. 報道の自由についてどう思う？（*）

— 「報道の自由は常に保障されるべきだ」が83% —

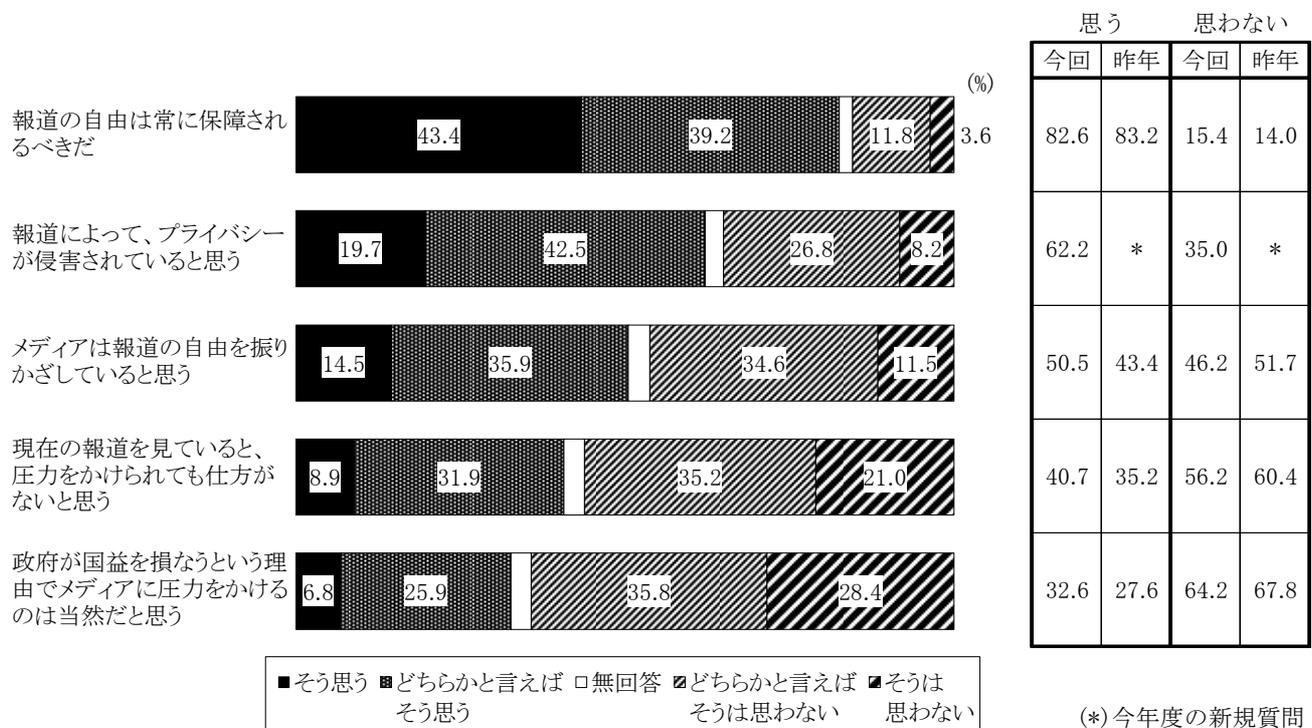
- ・「報道の自由は常に保障されるべきだ」については、「思う」と答えた人が82.6%、「思わない」と答えた人が15.4%と、昨年度調査同様の結果となった。
- ・「報道によって、プライバシーが侵害されていると思うか」という質問に対して「思う」と答えた人が62.2%、「思わない」と答えた人が35.0%となった。
- ・「メディアは報道の自由を振りかざしていると思うか」という質問に対して「思う」と答えた人が50.5%と昨年度（43.4%）から7.1ポイント増加した。「思わない」と答えた人が46.2%と昨年度（51.7%）から5.5ポイント減少した。昨年度は「思わない」と答えた人が「思う」と答えた人の割合を上回っていたが、今年度は逆転した。
- ・「現在の報道を見ていると、圧力をかけられても仕方がないと思うか」という質問に対して「思わない」と答えた人が56.2%と昨年度（60.4%）から4.2ポイント減少した。「思う」と答えた人が40.7%と昨年度（35.2%）から5.5ポイント増加した。
- ・「政府が国益を損なうという理由でメディアに圧力をかけるのは当然だと思うか」という質問に対して「思わない」と答えた人が64.2%と昨年度（67.8%）から3.6ポイント減少した。「思う」と答えた人が32.6%と昨年度（27.6%）から5.0ポイント増加した。

※「思う」＝「そう思う」＋「どちらかと言えばそう思う」

「思わない」＝「どちらかと言えばそうは思わない」＋「そうは思わない」

図5-1 報道の自由について

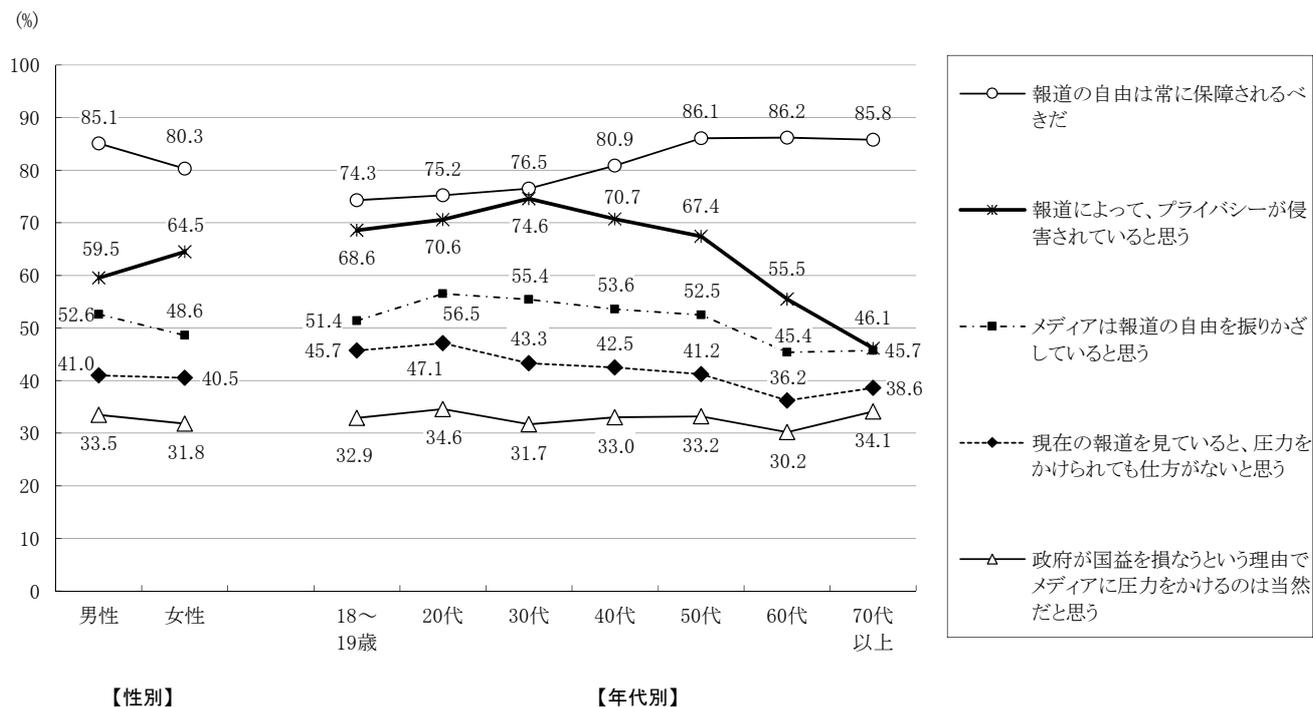
(n=3,308)



- ・性別に見ると、「報道の自由は常に保障されるべきだ」「メディアは報道の自由を振りかざしていると思う」と答えた人の割合は、女性より男性の方が 4.0～4.8 ポイント多かった。一方、「報道によって、プライバシーが侵害されていると思う」と答えた人の割合は、男性より女性の方が 5.0 ポイント多かった。
- ・年代別に見ると、「報道の自由は常に保障されるべきだ」と答えた人は、30代以下に比べ、50代以上で多く 85.8%～86.2%となった。「報道によって、プライバシーが侵害されていると思う」と答えた人は、30代で 74.6%と最も多くなり、40代以降年代が上がるにつれて減少している。

図 5-2 報道の自由について（「思う」と答えた人の割合）（性・年代別）

(n=3,308)



6. 「報道の自由」と「プライバシーの保護」のどちらに重点が置かれているか？

— 「報道の自由」61%、「プライバシーの保護」36% —

・日本の報道は「報道の自由」と「プライバシーの保護」のどちらに重点が置かれていると思うか尋ねたところ、「報道の自由」に重点が置かれていると答えた人（「報道の自由」12.6%と「どちらかと言えば「報道の自由」48.8%の計）が61.4%となった。一方、「プライバシーの保護」に重点が置かれていると答えた人（「プライバシーの保護」4.7%と「どちらかと言えば「プライバシーの保護」31.6%の計）が36.2%となった。

・性別に見ると、「報道の自由」と答えた人は、女性の59.5%に対し男性が63.5%と、男性の方が4.0ポイント多かった。年代別に見ると、「報道の自由」と答えた人は全ての年代で半数以上を占めた。

※「報道の自由（計）」＝「報道の自由」＋「どちらかと言えば「報道の自由」

「プライバシーの保護（計）」＝「どちらかと言えば「プライバシーの保護」」＋「プライバシーの保護」

図6-1 「報道の自由」と「プライバシーの保護」のどちらに重点が置かれているか (n=3,308)

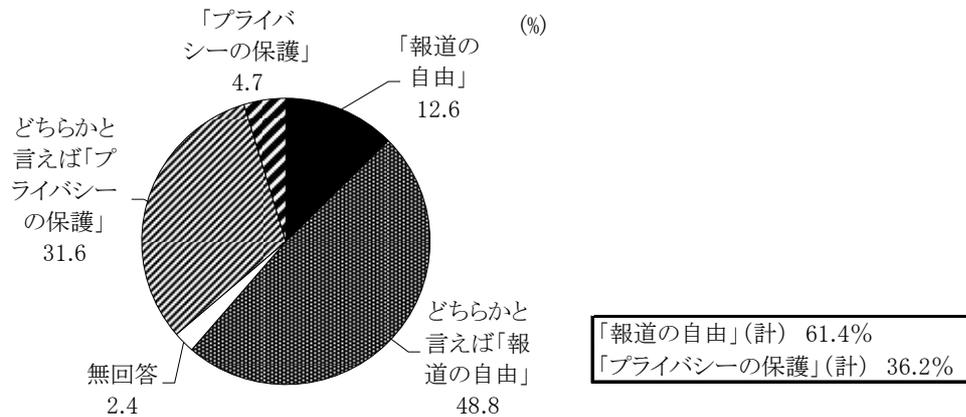
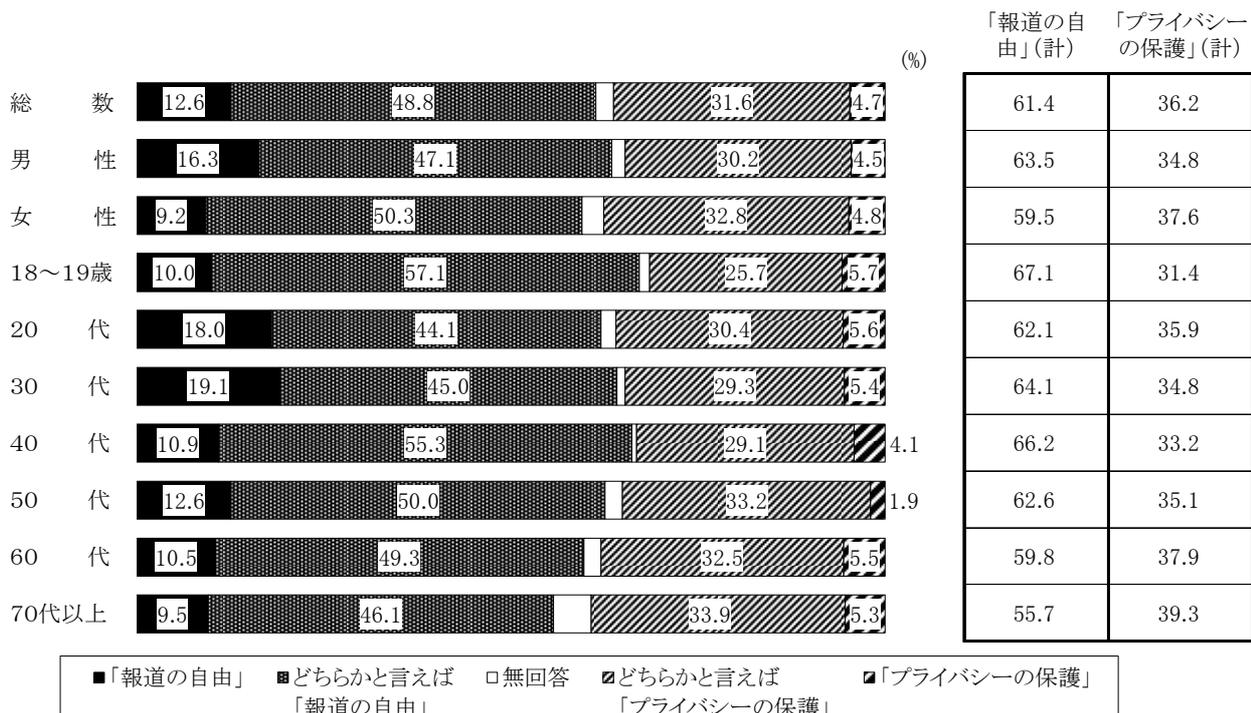


図6-2 「報道の自由」と「プライバシーの保護」のどちらに重点が置かれているか (性・年代別) (n=3,308)



7. プライバシー保護に関するメディアの印象は？

－ 「気を配っている」はNHKテレビ67%、新聞55% －

- ・プライバシー保護に関するメディアの印象を尋ねたところ、NHKテレビは「プライバシーに気を配っている」が66.5%、「プライバシーに配慮しすぎてふみこんだ報道ができない」が60.1%と他のメディアを上回った。「プライバシーより人々の「知る権利」を重視している」はインターネットが43.7%で最も多く、次いで雑誌が40.5%、「時に（結果的に）個人や企業などをバッシングすることに加担している」は雑誌が51.1%で最も多く、次いでインターネットが48.0%となった。
- ・新聞は「プライバシーに気を配っている」が54.6%と半数を上回った。「プライバシーに配慮しすぎてふみこんだ報道ができない」は34.3%、「プライバシーより人々の「知る権利」を重視している」は16.1%、「時に（結果的に）個人や企業などをバッシングすることに加担している」は16.6%となった。
- ・「プライバシーに気を配っている」と「プライバシーに配慮しすぎてふみこんだ報道ができない」は、性別、年代別に関わらず、NHKテレビ、新聞、民放テレビの順に多くなり、インターネットと雑誌は1割に届かなかった。「プライバシーより人々の「知る権利」を重視している」と「時に（結果的に）個人や企業などをバッシングすることに加担している」は、50代以下では、インターネット、雑誌、民放テレビの順に多くなった。

表7-1 プライバシー保護に関するメディア印象

(複数回答、n=3,308)

	1位	2位	3位	4位	5位
プライバシーに気を配っている	NHKテレビ 66.5	新聞 54.6	民放テレビ 21.1	インターネット 2.4	雑誌 2.2
プライバシーに配慮しすぎてふみこんだ報道ができない	NHKテレビ 60.1	新聞 34.3	民放テレビ 18.6	雑誌 3.0	インターネット 2.5
プライバシーより人々の「知る権利」を重視している	インターネット 43.7	雑誌 40.5	民放テレビ 34.6	新聞 16.1	NHKテレビ 11.1
時に（結果的に）個人や企業などをバッシングすることに加担している	雑誌 51.1	インターネット 48.0	民放テレビ 43.5	新聞 16.6	NHKテレビ 10.0

図7-1 「プライバシーに気を配っている」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,308)

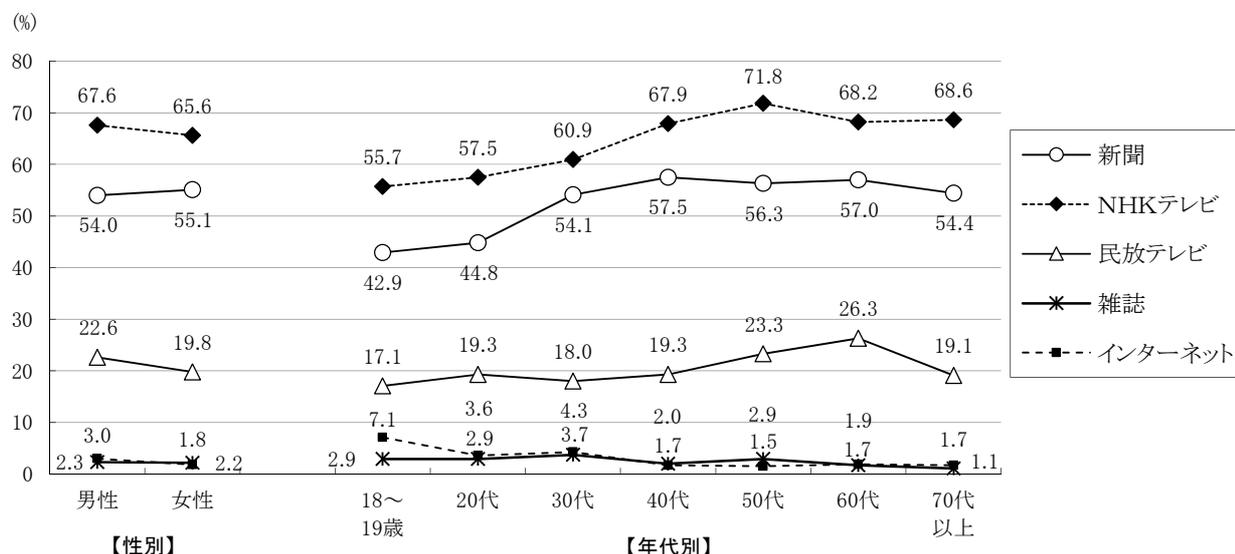


図7-2 「プライバシーに配慮しすぎてふみこんだ報道ができない」とした人の割合（性・年代別）
 (複数回答、n=3,308)

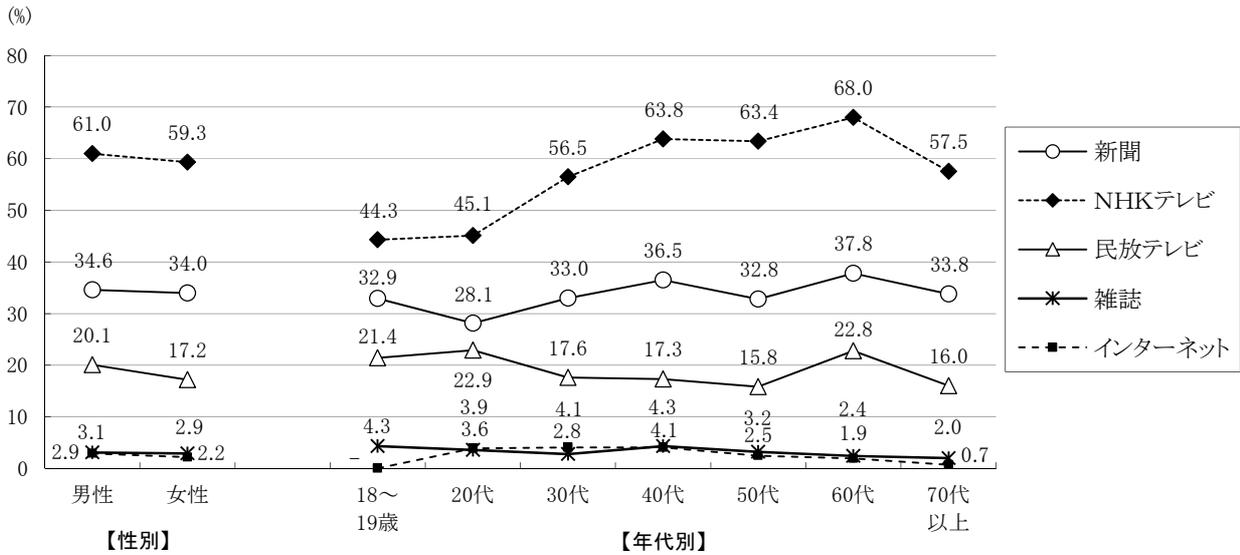


図7-3 「プライバシーより人々の「知る権利」を重視している」とした人の割合（性・年代別）
 (複数回答、n=3,308)

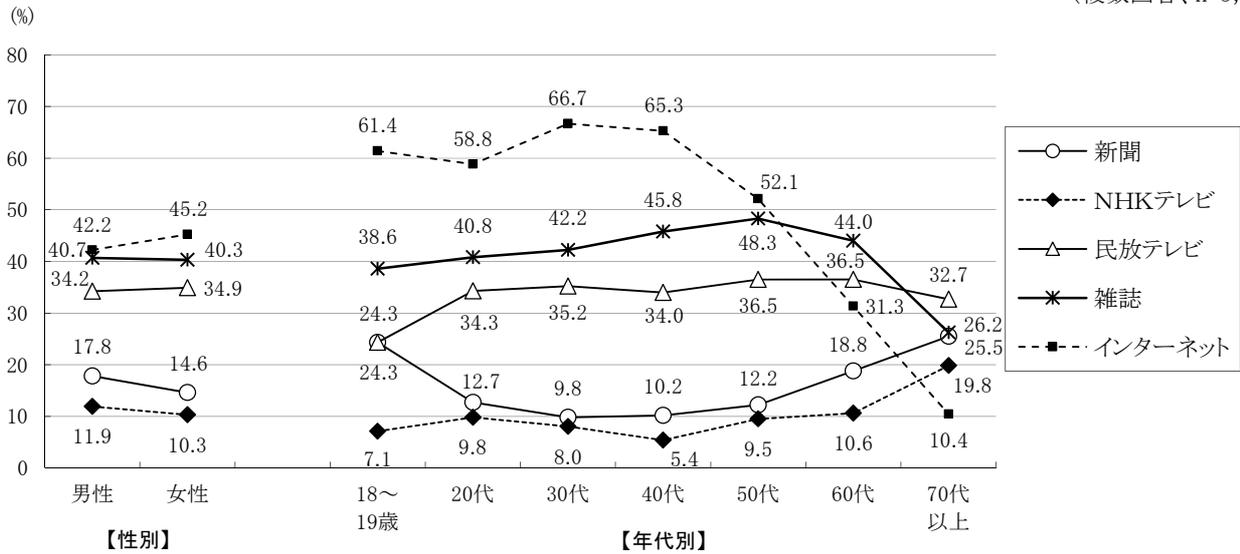
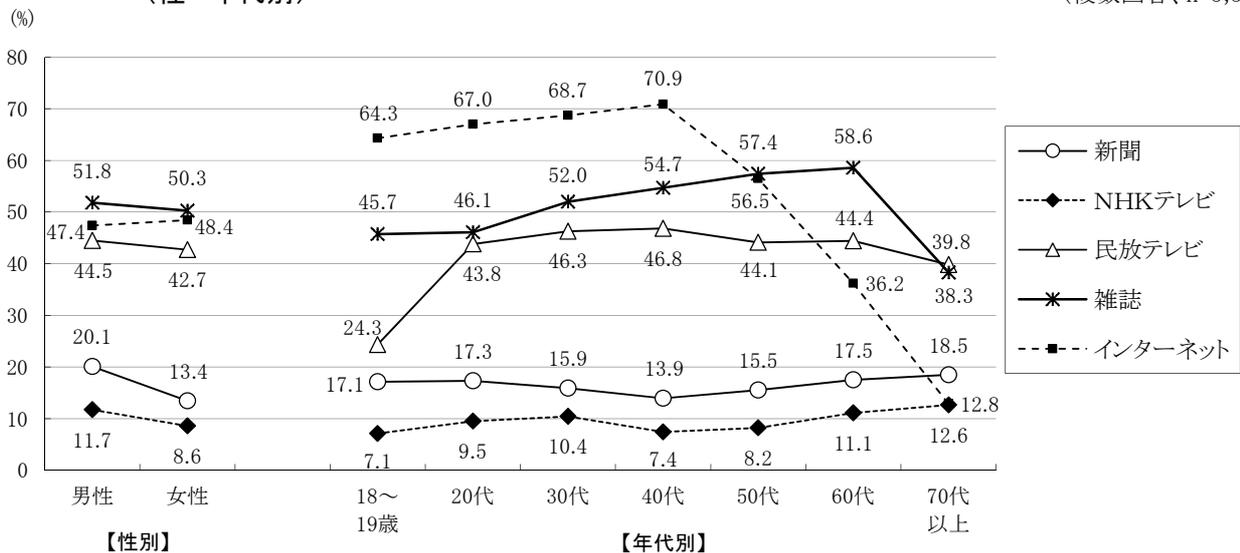


図7-4 「時に（結果的に）個人や企業などをバッシングすることに加担している」とした人の割合（性・年代別）
 (複数回答、n=3,308)



《憲法改正問題に関する報道》

8. 憲法改正問題に関心がある？（＊）

－ 「関心がある」71%と昨年度より4ポイント減も依然高く －

- ・憲法改正問題に、「関心がある」と答えた人が70.9%（「非常に関心がある」23.8%と「やや関心がある」47.1%の計）、「関心がない」と答えた人が28.4%（「全く関心がない」5.2%と「あまり関心がない」23.2%の計）となった。関心がある人の割合が前回調査から4.0ポイント減少した。
- ・性別に見ると、「関心がある」と答えた人は、女性の65.6%に対し男性が76.7%と、男性の方が11.1ポイント多かった。年代別に見ると、20代以降年代が上がるにつれて関心が高くなり、50代77.1%、60代75.6%、70代以上74.8%と50以上では7割を超えた。

※「関心がある（計）」＝「非常に関心がある」＋「やや関心がある」
「関心がない（計）」＝「あまり関心がない」＋「全く関心がない」

図8-1 憲法改正問題への関心

(n=3,308)

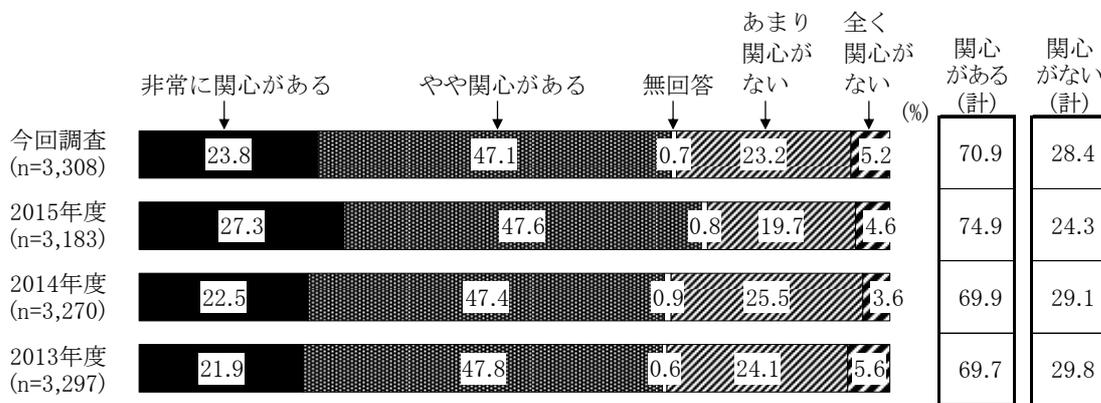
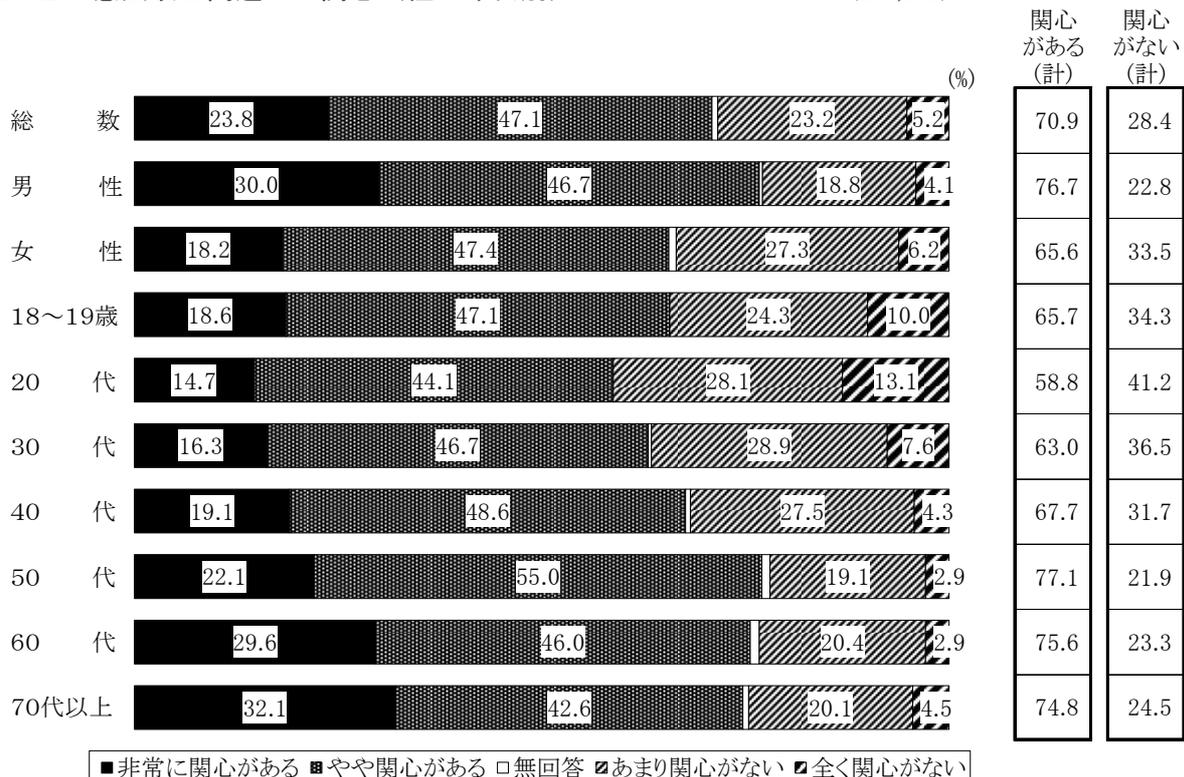


図8-2 憲法改正問題への関心（性・年代別）

(n=3,308)



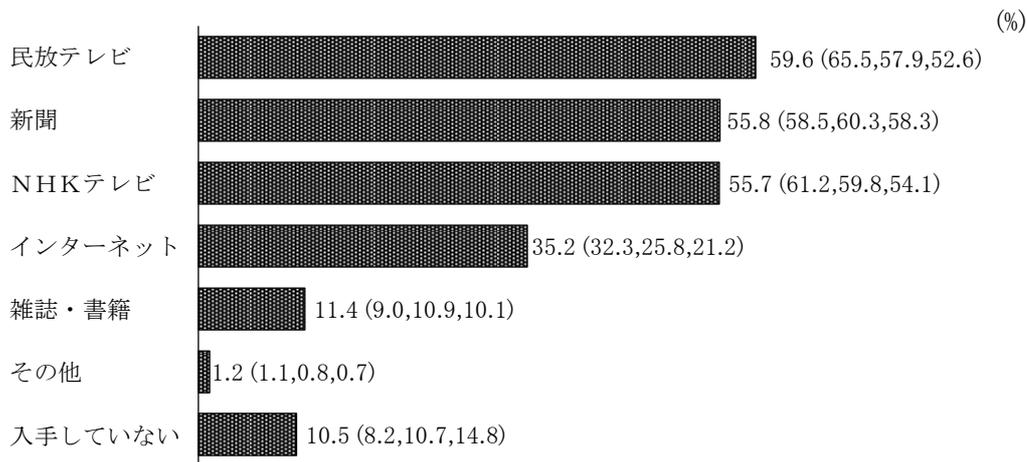
9. 憲法改正問題に関する情報を入手しているメディアは？（*）

－ 「民放テレビ」60%、「新聞」「NHK テレビ」共に56% －

- ・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、「民放テレビ」を挙げた人が59.6%と最も多く、以下、「新聞」が55.8%、「NHK テレビ」が55.7%、「インターネット」が35.2%という結果になった。前回調査と比べると、民放テレビは5.9ポイント、新聞は2.7ポイント、NHK テレビは5.5ポイント減少した。一方、インターネットは2.9ポイント、雑誌・書籍は2.4ポイント増加した。
- ・性別に見ると、男性では新聞が1位、女性では民放テレビが1位となった。
- ・年代別に見ると、30代以下ではインターネットが1位、40～50代では民放テレビが1位、60代以上では新聞が1位となった。新聞とNHK テレビは20代から年代が上がるほど多くなる傾向が見られた。インターネットは40代以下で5割を超えた。

図9-1 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=3,308)



注：()内は左から2015年度調査、2014年度調査、2013年度調査の数

表9-1 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=3,308)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
総数	民放テレビ 59.6	新聞 55.8	NHKテレビ 55.7	インターネット 35.2	雑誌・書籍 11.4	入手していない 10.5
男性	新聞 60.7	NHKテレビ 58.8	民放テレビ 58.7	インターネット 41.8	雑誌・書籍 14.7	入手していない 8.4
女性	民放テレビ 60.4	NHKテレビ 52.9	新聞 51.4	インターネット 29.3	入手していない 12.4	雑誌・書籍 8.4
18-19歳	インターネット 57.1	民放テレビ 51.4	NHKテレビ 32.9	新聞 31.4	入手していない 20.0	雑誌・書籍 2.9
20代	インターネット 58.8	民放テレビ 48.4	NHKテレビ 32.4	新聞 24.5	入手していない 20.3	雑誌・書籍 7.5
30代	インターネット 60.0	民放テレビ 59.3	NHKテレビ 37.0	新聞 32.0	入手していない 15.7	雑誌・書籍 7.8
40代	民放テレビ 62.2	インターネット 50.6	NHKテレビ 46.4	新聞 45.5	入手していない 11.3	雑誌・書籍 8.5
50代	民放テレビ 65.3	NHKテレビ 60.1	新聞 58.6	インターネット 38.0	雑誌・書籍 10.9	入手していない 6.3
60代	新聞 75.3	NHKテレビ 66.2	民放テレビ 64.2	インターネット 19.7	雑誌・書籍 14.5	入手していない 6.8
70代以上	新聞 73.8	NHKテレビ 73.6	民放テレビ 54.7	雑誌・書籍 15.8	インターネット 8.3	入手していない 8.1

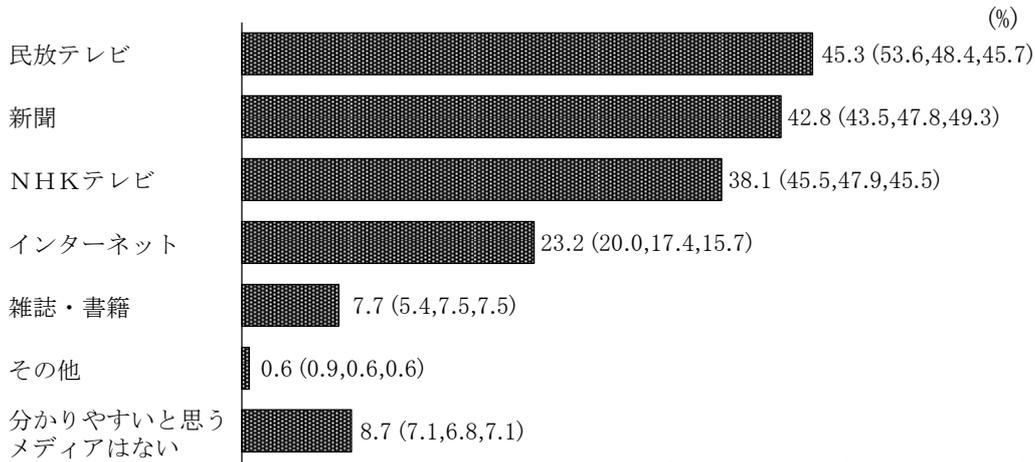
(憲法改正問題に関する情報を入手している人に) (全体の 88.9%)

10. 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいメディアは? (*)

— 「民放テレビ」45%、「新聞」43%、「NHK テレビ」38% —

- ・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、「民放テレビ」が45.3%、「新聞」が42.8%、「NHK テレビ」が38.1%、「インターネット」が23.2%という結果になった。今回は民放テレビが8.3ポイント、新聞が0.7ポイント、NHK テレビが7.4ポイント減少したのに対し、インターネットは3.2ポイント、雑誌・書籍は2.3ポイント増加した。
- ・性別に見ると、男性では新聞が1位、女性では民放テレビが1位となった。
- ・年代別に見ると、20代以下ではインターネットが1位、30～50代では民放テレビが1位、60代以上では新聞が1位となった。新聞とNHK テレビは20代から年代の上昇とともに多くなっている。インターネットは年代が低いほど多くなっている。

図 10-1 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=2,941)



注: () 内は左から 2015 年度調査、2014 年度調査、2013 年度調査の数値

表 10-1 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=2,941)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総 数	民放テレビ 45.3	新聞 42.8	NHKテレビ 38.1	インターネット 23.2	ない 8.7	雑誌・書籍 7.7
男 性	新聞 46.7	民放テレビ 41.6	NHKテレビ 38.5	インターネット 26.5	雑誌・書籍 9.7	ない 7.0
女 性	民放テレビ 48.8	新聞 39.0	NHKテレビ 37.7	インターネット 20.0	ない 10.3	雑誌・書籍 5.8
18-19歳	インターネット 51.8	民放テレビ 35.7	NHKテレビ 26.8	新聞 23.2	ない 5.4	雑誌・書籍 3.6
20 代	インターネット 46.7	民放テレビ 35.7	NHKテレビ 20.1	新聞 18.9	ない 13.1	雑誌・書籍 4.9
30 代	民放テレビ 45.7	インターネット 43.9	新聞 22.7	NHKテレビ 20.2	ない 10.3	雑誌・書籍 5.9
40 代	民放テレビ 46.9	インターネット 34.9	新聞 31.4	NHKテレビ 31.2	ない 8.0	雑誌・書籍 5.7
50 代	民放テレビ 50.2	新聞 39.1	NHKテレビ 36.2	インターネット 22.4	ない 9.1	雑誌・書籍 6.2
60 代	新聞 57.2	民放テレビ 48.7	NHKテレビ 42.6	インターネット 10.1	雑誌・書籍 10.0	ない 8.2
70代以上	新聞 62.2	NHKテレビ 58.6	民放テレビ 41.4	雑誌・書籍 10.5	ない 7.1	インターネット 4.3

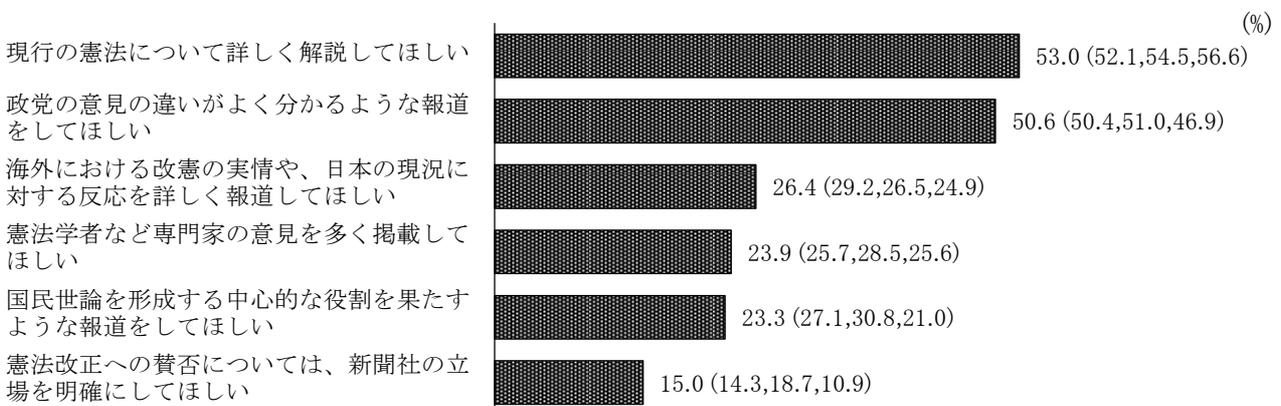
11. 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道は？（*）

－ 新聞は「現行憲法の解説」「政党の意見の違い」についての報道を －

- ・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、前回同様、「現行の憲法について詳しく解説してほしい」53.0%、「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」50.6%が多かった。
- ・性別に見ると、「新聞社の立場を明確に」は男性の方が10.9ポイント挙げた人が多く、「現行の憲法についての詳しい解説」は女性の方が4.1ポイント挙げた人が多かった。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」と「政党の意見の違い」が1～2位となった。「国民世論を形成」「憲法学者など専門家の意見」「新聞社の立場を明確に」は年代が高い層で多く挙げられた。

図 11-1 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道

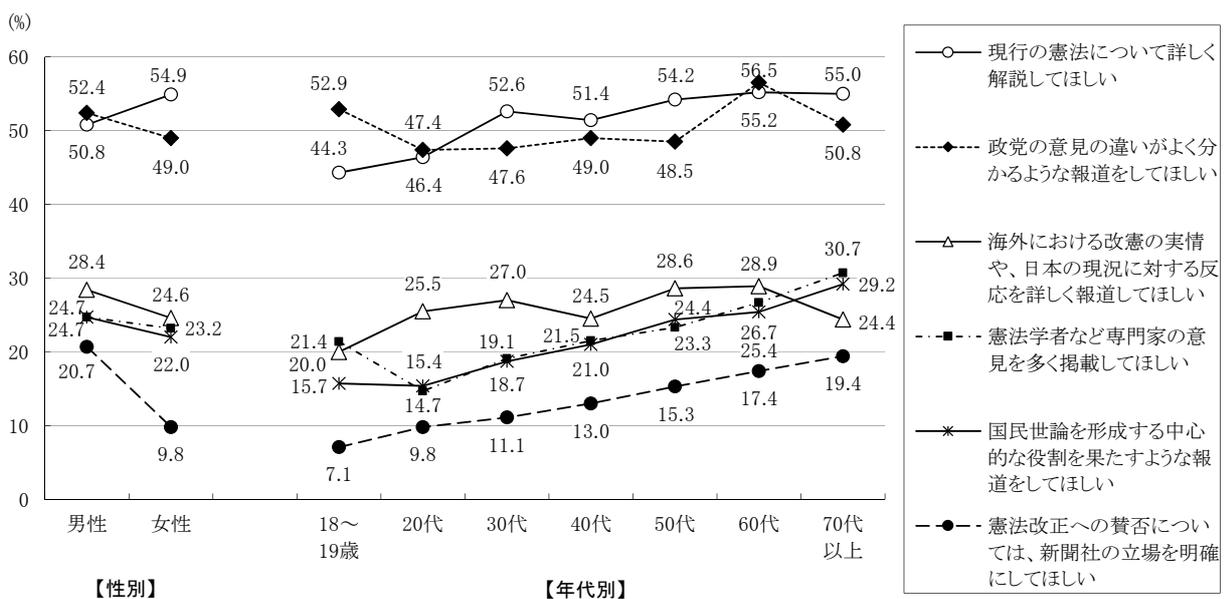
（複数回答、n=3,308）



注：（ ）内は左から 2015 年度調査、2014 年度調査、2013 年度調査の数値

図 11-2 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道（性・年代別）

（複数回答、n=3,308）



《2016年7月の参院選報道》

12. 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」32%、「投票日当日」23%、若い世代ほど「当日」が多い —

- ・2016年7月10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74.7%、「しなかった」が24.2%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3日～9日）」が32.4%、「公示日以前（～6月22日）」が24.6%、「投票日当日（7月10日）」が22.8%、「選挙期間の前半（6月23日～7月2日）」が20.1%となった。
- ・年代別に見ると、「投票日当日」と答えた人の割合は20代で最も高く40.5%、次いで18-19歳と30～40代で3割台（32.7%～34.9%）となった。一方、60代以上では、約3割が「公示日以前」（29.6%～30.4%）と答えており、年代が若いほど、投票する候補者・政党を決めるのが遅い傾向がある。

図 12-1 2016年7月の参院選で投票したか

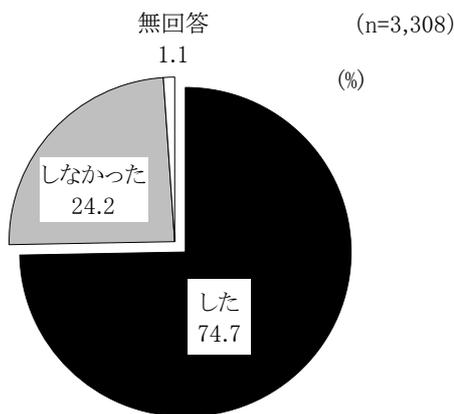


図 12-2 投票する政治家・政党を決めた時期

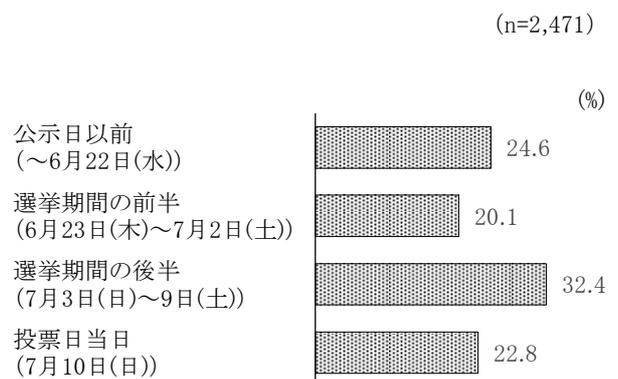
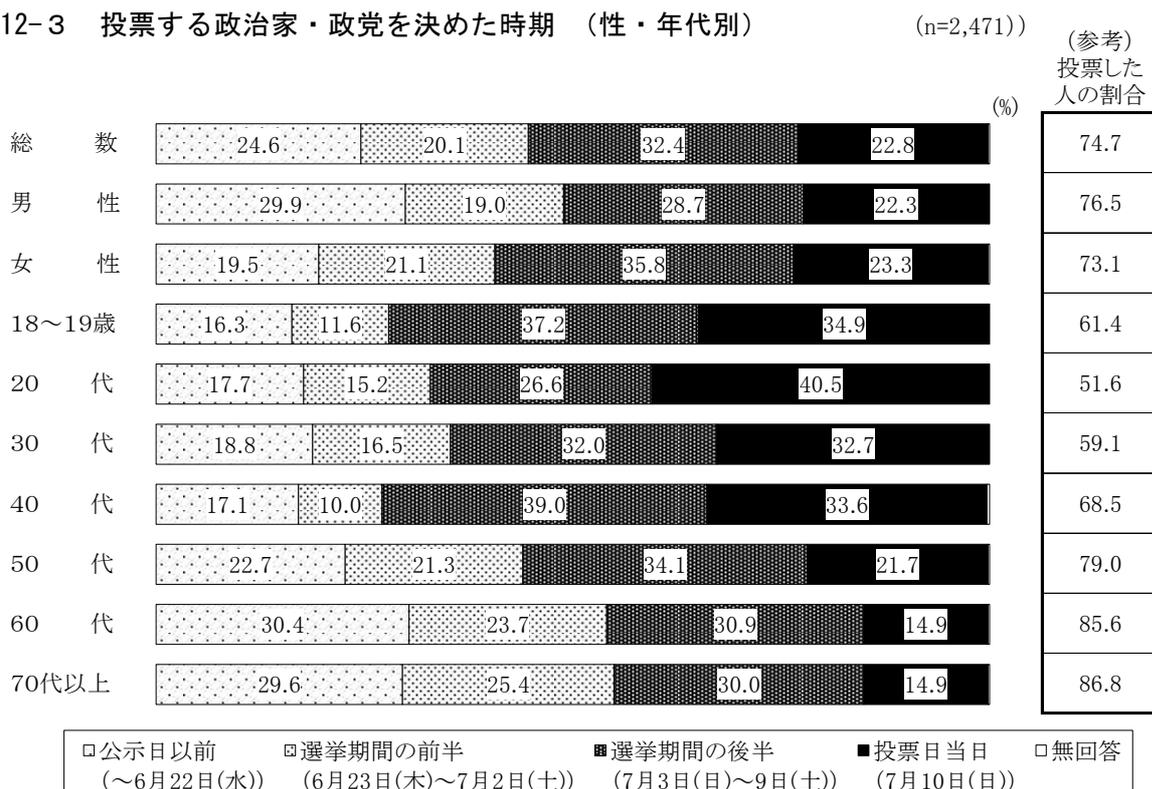


図 12-3 投票する政治家・政党を決めた時期（性・年代別）



13. 選挙前に当落予想を報道することについてどう思う？

— 「報道として当然」33%、「選挙結果に影響を与えるので問題」34% —

- ・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、報道として当然だ」と考える当然派は33.3%、「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、報道として問題だ」と考える問題派は34.4%であり、意見が分かれる結果となった。2009年度調査（当然派32.4%、問題派42.6%）、2013年度調査（当然派30.8%、問題派37.0%）と比べると、問題派が減少傾向を示した。
- ・年代別に見ると、問題派が50代で40.8%、60代で37.6%と多くなった。
- ・2016年7月10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、「選挙期間の前半（6月23日～7月2日）」「選挙期間の後半（7月3日～9日）」と答えた層で当然派より問題派が5.2～6.4ポイント多くなった。

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

図13-1 選挙前の当落予想報道についての意見

(n=3,308)

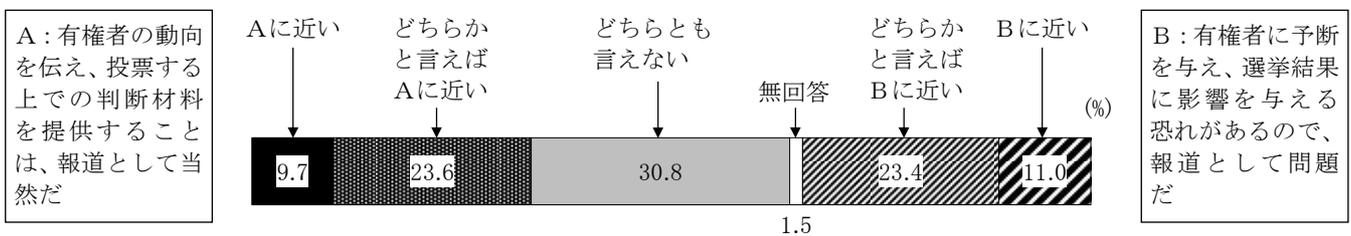
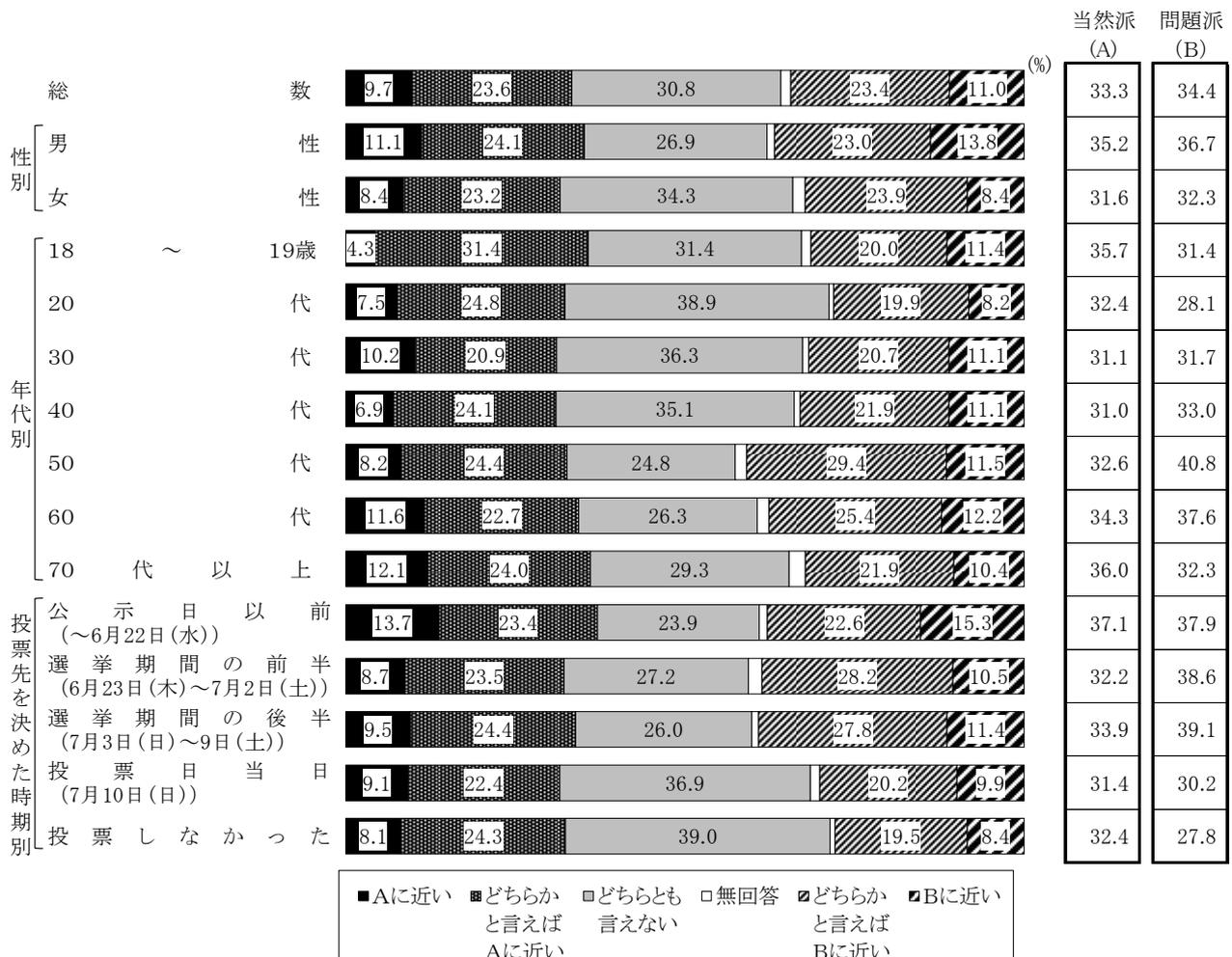


図13-2 選挙前の当落予想報道についての意見（性・年代・投票決定時期別）

(n=3,308)



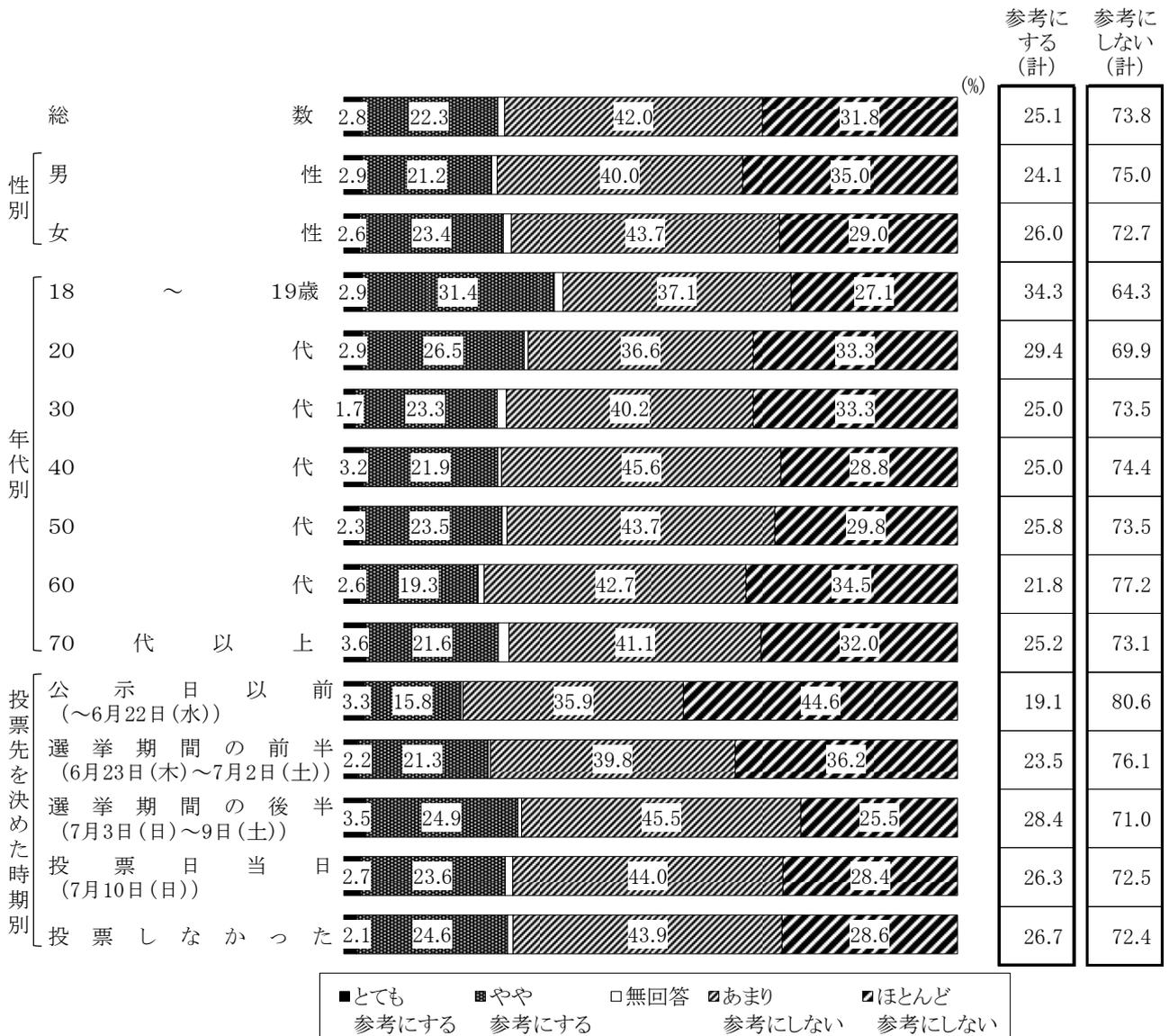
14. 選挙前の当落予想や情勢報道を参考にするか？

— 「参考にする」25%、「参考にしない」74% —

- ・実際に投票する際、選挙前の当落予想や情勢報道を参考にするか尋ねたところ、「参考にする」（「とても参考にする」2.8%と「やや参考にする」22.3%の計）と答えた人の割合が25.1%となった。一方、「参考にしない」（「ほとんど参考にしない」31.8%と「あまり参考にしない」42.0%の計）と答えた人の割合が73.8%となった。
- ・年代別に見ると、「参考にする」は18-19歳で34.3%、20代で29.4%と他の年代より多くなった。
- ・2016年7月10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、「参考にする」は「選挙期間の後半（7月3日～9日）」と答えた層で28.4%と多く、「公示日以前（～6月22日）」と答えた層で19.1%と少なくなった。

※「参考にする（計）」＝「とても参考にする」＋「やや参考にする」
 「参考にしない（計）」＝「あまり参考にしない」＋「ほとんど参考にしない」

図 14-1 選挙前の当落予想や情勢報道を参考にするか（性・年代・投票決定時期別）（n=3,308）



15. 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」で1位。民放テレビが好印象 －

- ・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42.7%と1位になった。
- ・民放テレビは「18歳選挙権に関する報道や情報が充実していた」で48.4%、「選挙結果が、今後の政治や生活に及ぼす影響についての報道や情報が分かりやすかった」で42.7%、「今回の選挙の焦点が憲法改正発議に必要な議席数（定数の2/3）であることをわかりやすく伝えた」で40.7%、「選挙前の当落予想や情勢報道を参考にした」で38.3%と1位になった。
- ・参議院選挙報道についてのメディアの印象は、新聞、民放テレビ、NHKテレビに比べ、インターネットは低かった。
- ・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」で、新聞は20代から年代が上がるほど高くなり、50代以上で1位となった。民放テレビは40代以下で1位となり40代以降、年代が上がるほど割合は低くなっている。「18歳選挙権に関する報道や情報が充実していた」は、50代以下では民放テレビが1位、60代以上ではNHKテレビと新聞が民放テレビを上回った。「選挙前の当落予想や情勢報道を参考にした」については、20～50代で民放テレビが1位、60代以上は新聞が1位となった。インターネットはどの項目についても、年代が低いほど高くなる傾向が見られた。

表 15-1 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=3,308)

(%)

	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 42.7	民放テレビ 34.0	NHKテレビ 30.9	インターネット 13.5	雑誌 1.2
18歳選挙権に関する報道や情報が充実していた	民放テレビ 48.4	NHKテレビ 42.8	新聞 40.4	インターネット 12.4	雑誌 1.8
選挙結果が、今後の政治や生活に及ぼす影響についての報道や情報が分かりやすかった	民放テレビ 42.7	新聞 34.1	NHKテレビ 32.3	インターネット 10.1	雑誌 1.4
今回の選挙の焦点が憲法改正発議に必要な議席数(定数の2/3)であることをわかりやすく伝えた	民放テレビ 40.7	NHKテレビ 39.8	新聞 37.6	インターネット 8.4	雑誌 1.5
選挙前の当落予想や情勢報道を参考にした	民放テレビ 38.3	新聞 30.0	NHKテレビ 29.0	インターネット 11.5	雑誌 1.3

図 15-1 「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=3,308)

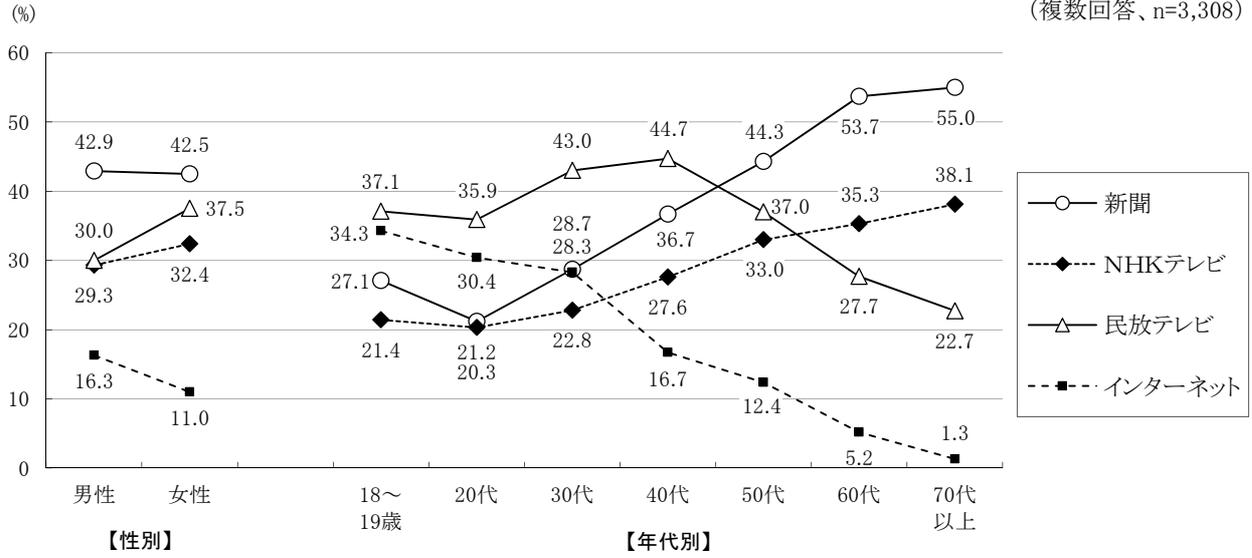


図 15-2 「18歳選挙権に関する報道や情報が充実していた」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,308)

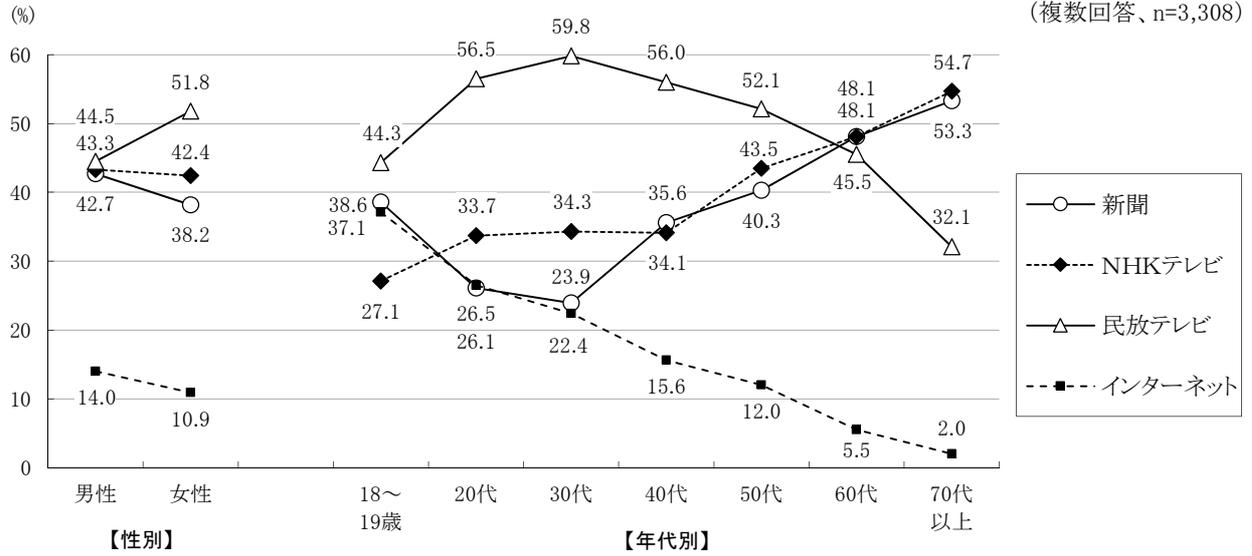
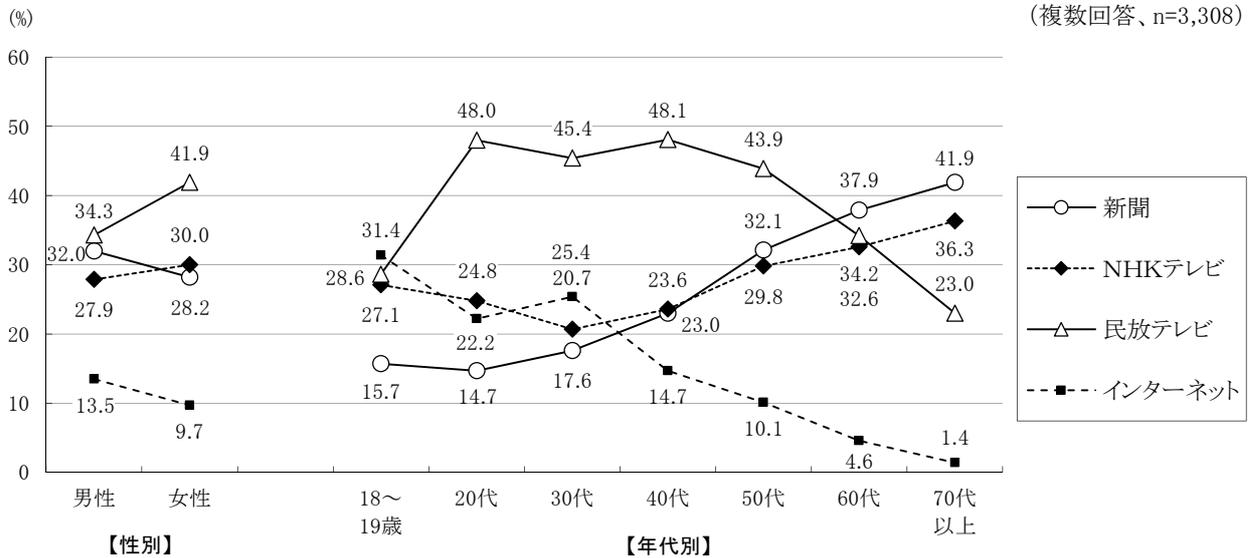


図 15-3 「選挙前の当落予想や情勢報道を参考にした」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,308)



《新聞への意見》

16. 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70%

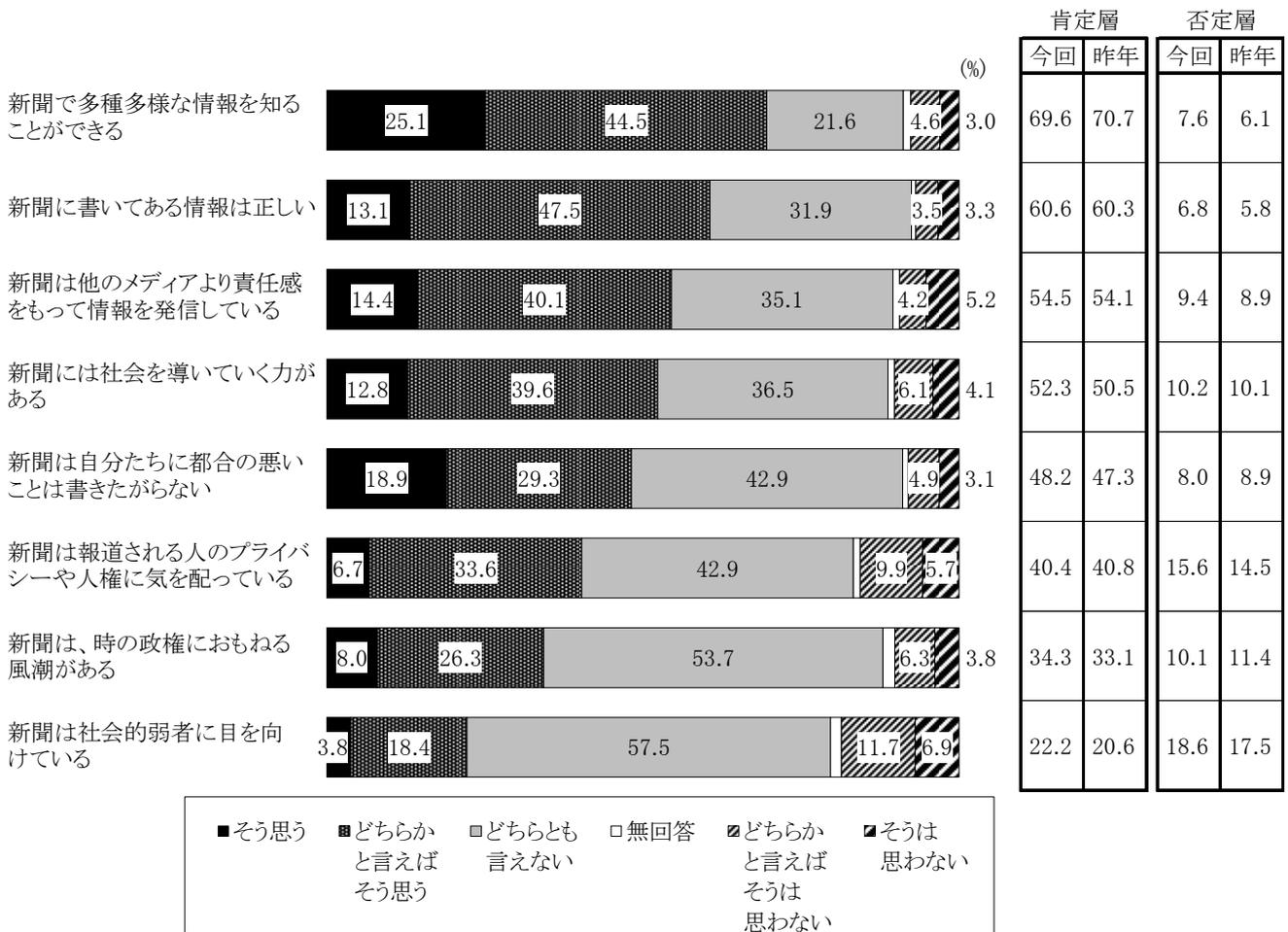
- ・新聞についての印象や意見について、肯定層の占める割合を比較すると、「新聞で多種多様な情報を知ることができる」（69.6%）が最も多く、次いで、「新聞に書いてある情報は正しい」（60.6%）、「新聞は他のメディアより責任感をもって情報を発信している」（54.5%）、「新聞には社会を導いていく力がある」（52.3%）の順に多くなっており、新聞が発信している情報に対しての評価は高い。
- ・他方、「新聞は報道される人のプライバシーや人権に気を配っている」と「新聞は社会的弱者に目を向けている」で、否定層がそれぞれ15.6%、18.6%となり、新聞の報道倫理に対しては比較的厳しい目が向けられている。
- ・昨年度調査と比較すると、あまり変化は見られなかった。

※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 新聞についての印象や意見

(n=3,308)



- ・「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代で42.2%、30代で44.3%と少ないが、他の年代では5割を超えた。
- ・「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」の肯定層は、20代で24.8%と最も少なく、否定層は20代で27.1%と最も多い。肯定層は20代から年代が高いほど多くなる傾向があり、一方、否定層は20代から年代が高いほど少なくなる傾向があり、両者の差が開いている。
- ・「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、肯定層を上回った。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 16-2 「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=3,308)

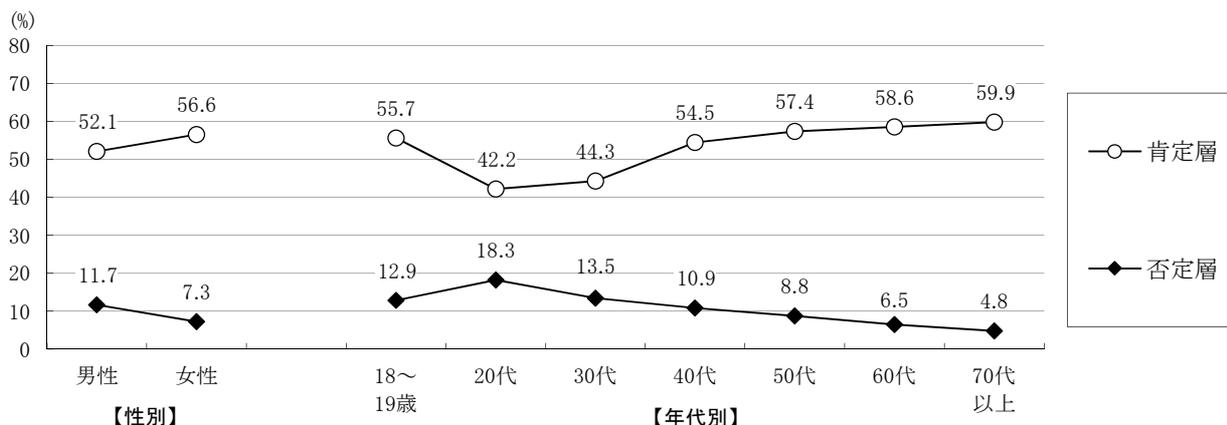


図 16-3 「新聞は報道される人のプライバシーや人権に気を配っている」(性・年代別) (n=3,308)

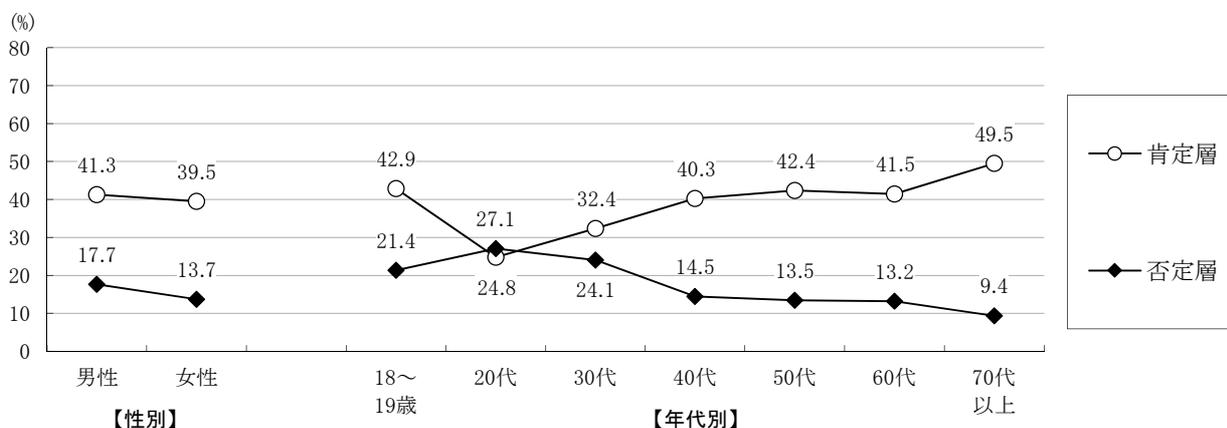
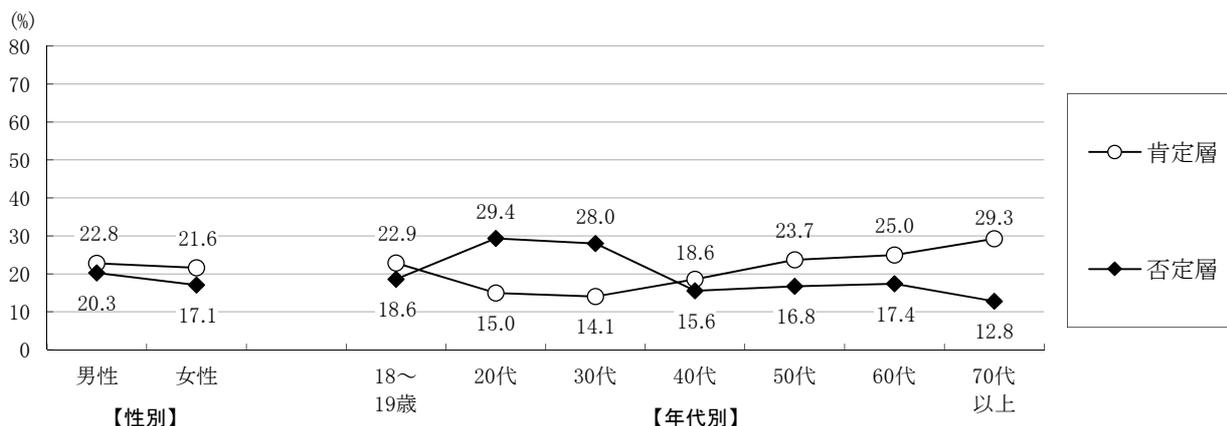


図 16-4 「新聞は社会的弱者に目を向けている」(性・年代別) (n=3,308)



17. 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38%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

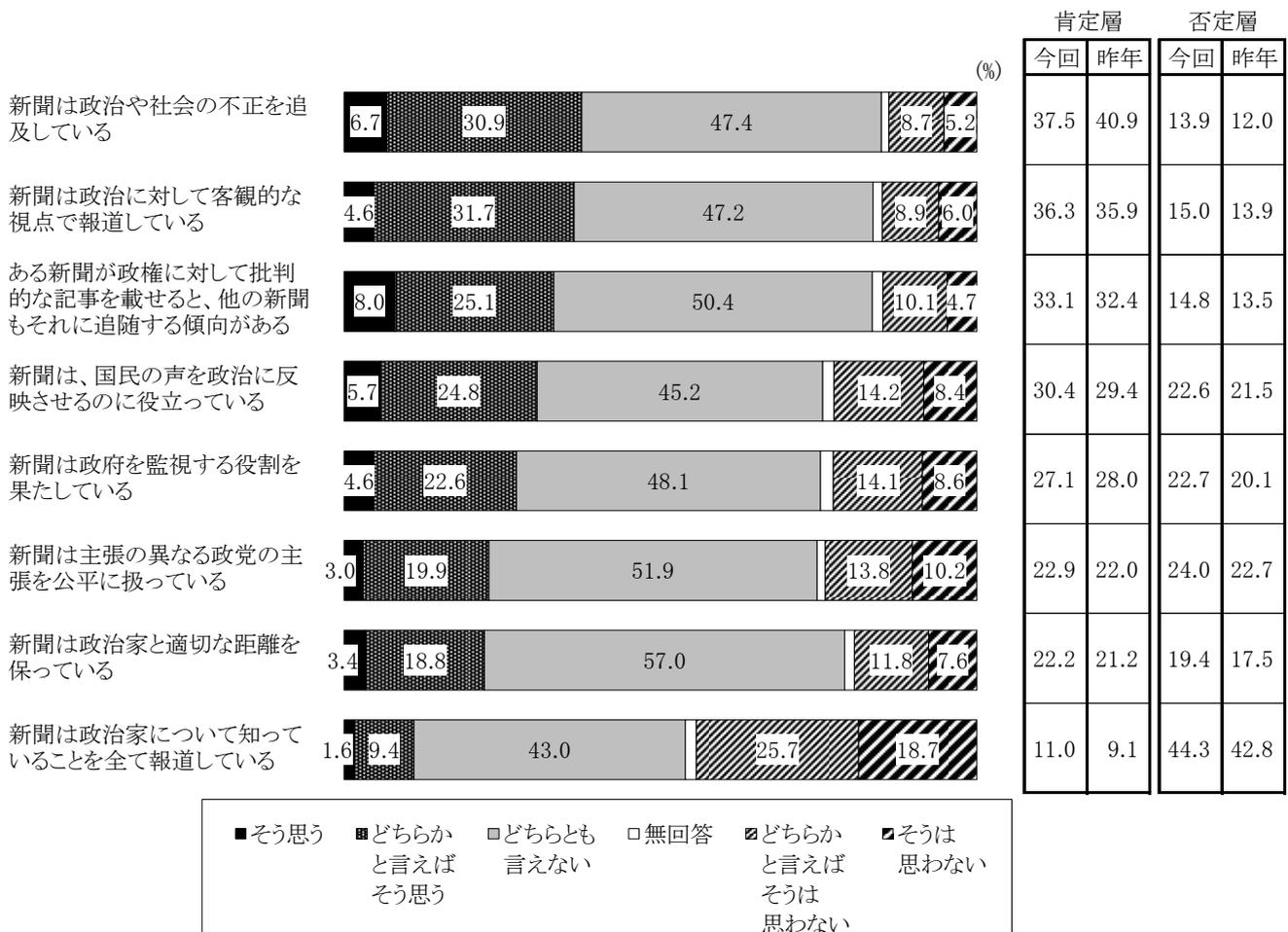
- ・新聞と政治の関係についての意見に関して、肯定層の占める割合を比較したところ、「新聞は政治や社会の不正を追及している」（37.5%）が最も多く、次いで、「新聞は政治に対して客観的な視点で報道している」（36.3%）、「ある新聞が政権に対して批判的な記事を載せると、他の新聞もそれに追随する傾向がある」（33.1%）が多かった。
- ・新聞と政治家の関わりに関する項目については評価が低い傾向にある。「新聞は政治家について知っていることを全て報道している」の否定層が44.3%に上り、「新聞は政治家と適切な距離を保っている」の肯定層が22.2%に留まるなど評価が厳しい。
- ・昨年度調査と比較すると「新聞は政治や社会の不正を追及している」の肯定層が3.4ポイント減少し、「新聞は政府を監視する役割を果たしている」の否定層が2.6ポイント増加した。

※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 17-1 新聞と政治についての意見

(n=3,308)



- ・「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（26.8%）と30代（28.0%）で少なく、40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20代と30代で多く、年代の上昇とともに少なくなり、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代と30代で否定層が多く、肯定層を14.2～16.1ポイント上回った。40代以上では年代が上がるほど肯定層の割合が多くなり、否定層との差が大きくなっていく。70代以上では肯定層が否定層を23.1ポイント上回った。
- ・「新聞は、国民の声を政治に反映させるのに役立っている」は、20代と30代で否定層が多く、肯定層を15.9～16.6ポイント上回った。40代以上では年代が上がるほど肯定層の割合が多くなり、否定層との差が大きくなっていく。70代以上では肯定層が否定層を33.0ポイント上回った。

図 17-2 新聞は政治や社会の不正を追及している（性・年代別）

(n=3,308)

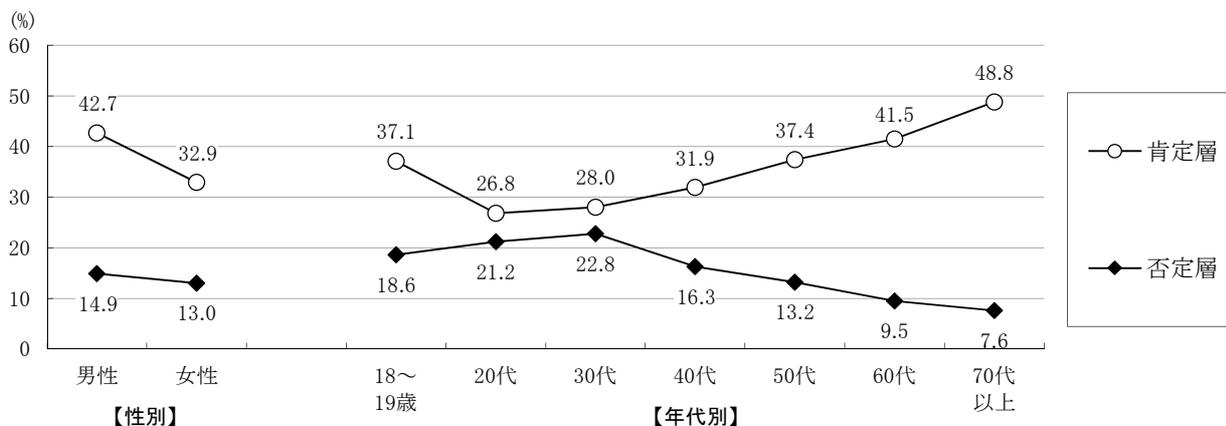


図 17-3 新聞は政府を監視する役割を果たしている（性・年代別）

(n=3,308)

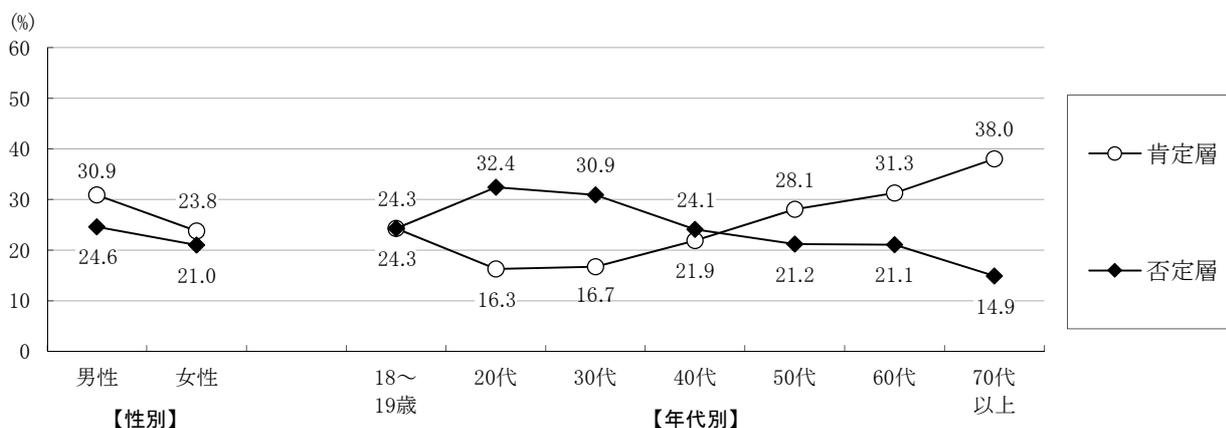
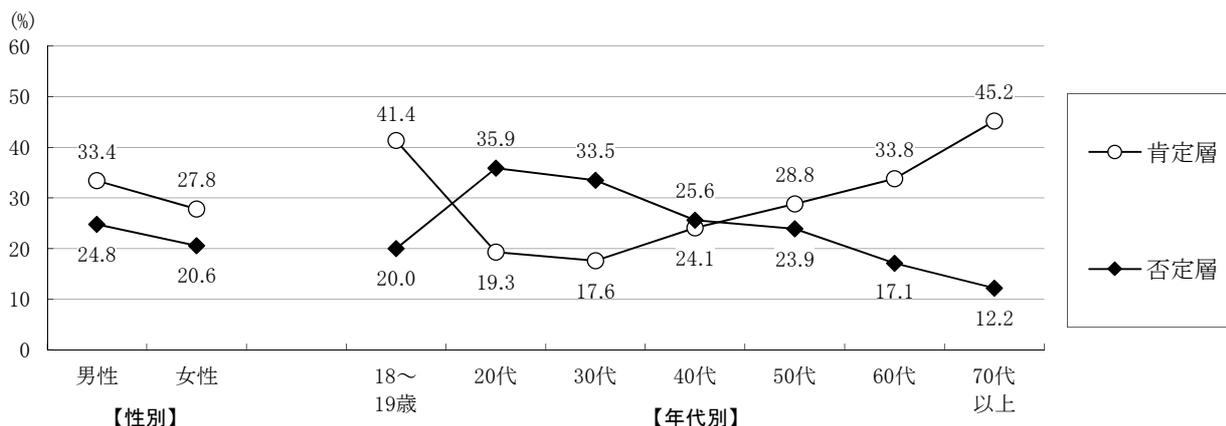


図 17-4 新聞は、国民の声を政治に反映させるのに役立っている（性・年代別）

(n=3,308)



18. 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15%、「不偏不党」は63%

- ・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14.8%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63.2%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た。昨年度と同様、不偏不党派が独自色派を大きく上回った。
- ・年代別に見ると、不偏不党派は最も少ない70代以上でも58.3%と過半数を占め、いずれの年代（58.3%～68.5%）でも、独自色派（12.4%～16.4%）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、全体で不偏不党派が3.7ポイント減少、18-19歳を除く全年代での減少となった。30～50代では6.4～8.7ポイント減少した。

※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 18-1 新聞の政治的立場についての意見 (n=3,308)

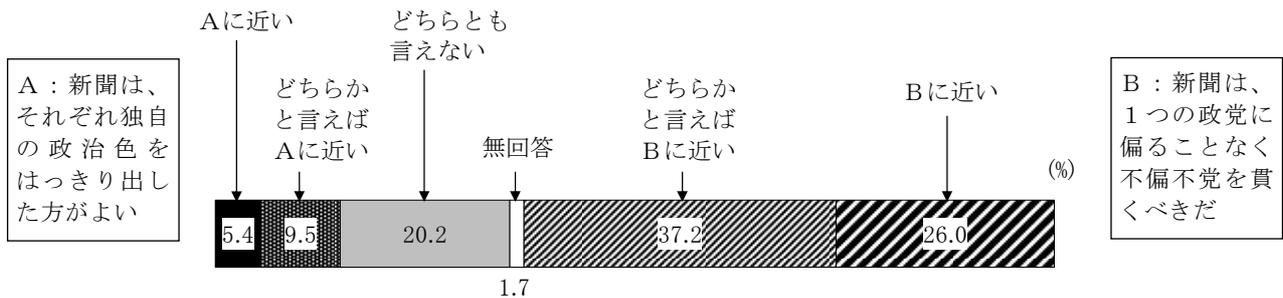
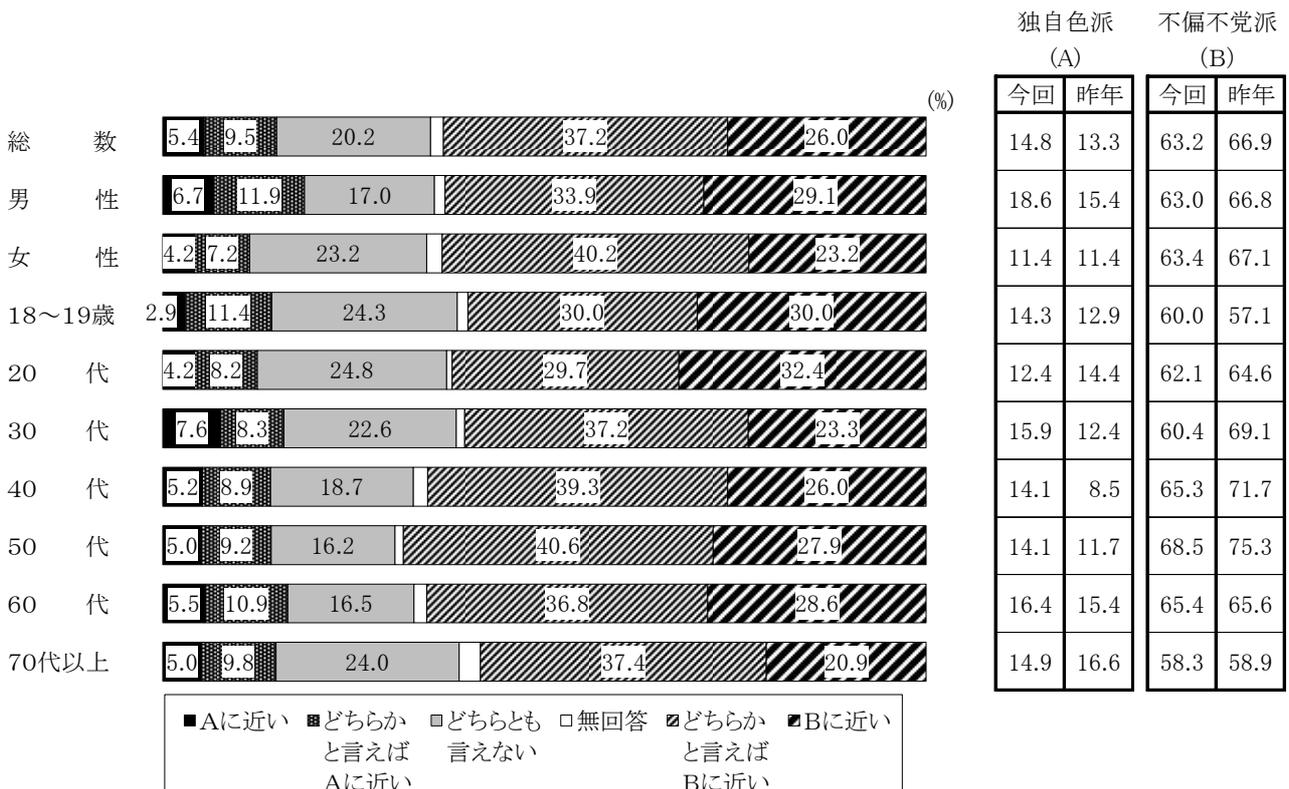


図 18-2 新聞の政治的立場についての意見（性・年代別） (n=3,308)



19. 新聞の記事の満足度は？（*）

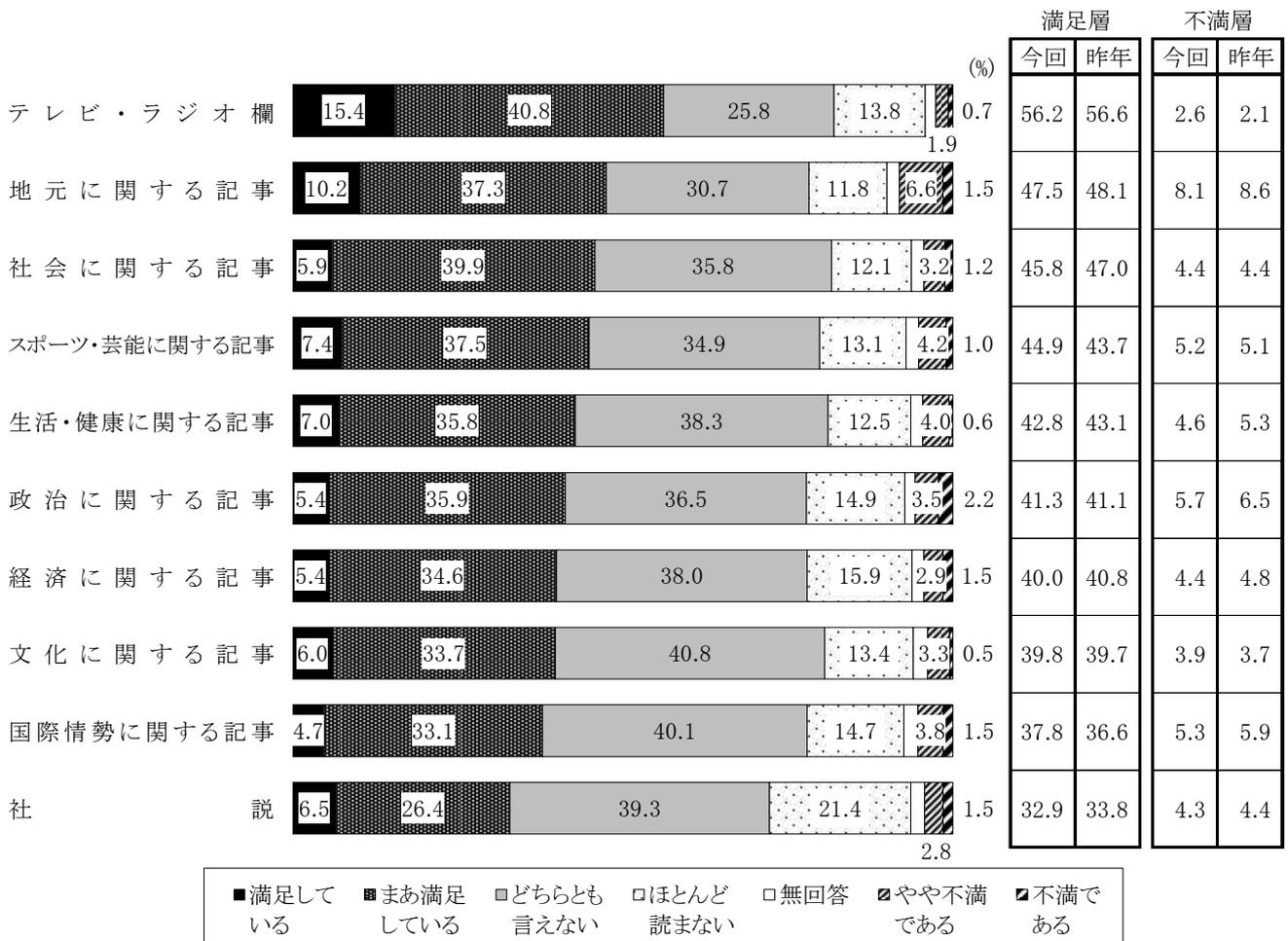
－ ラ・テ欄、地元記事、社会記事など、身近な記事の満足度が高い －

- ・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 56.2%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った。次いで「地元に関する記事」（47.5%）、「社会に関する記事」（45.8%）、「スポーツ・芸能に関する記事」（44.9%）、「生活・健康に関する記事」（42.8%）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」「文化に関する記事」の満足層は3割台（32.9%～39.8%）と少ないが、不満層も1割（3.9%～5.3%）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、閲読度が低いことがうかがえる。
- ・昨年度調査との比較では、いずれも1.2ポイント以下の増減に留まり、大きな変化は見られない。

※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 19-1 新聞の記事の満足度

(n=3,308)



- ・「テレビ・ラジオ欄」は、男女、全ての年代で最も満足層が多かった。「地元に関する記事」「社会に関する記事」は20代で満足層が最も少なく、年代の高い層で割合が多くなる傾向が見られた。また、「社会に関する記事」は男性の満足層が女性より7.3ポイント多かった。
- ・「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層が多かった。年代別に見ると、これらの記事の満足層は、20代から年代が高くなると多くなる傾向が見られた。

図 19-2 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=3,308)

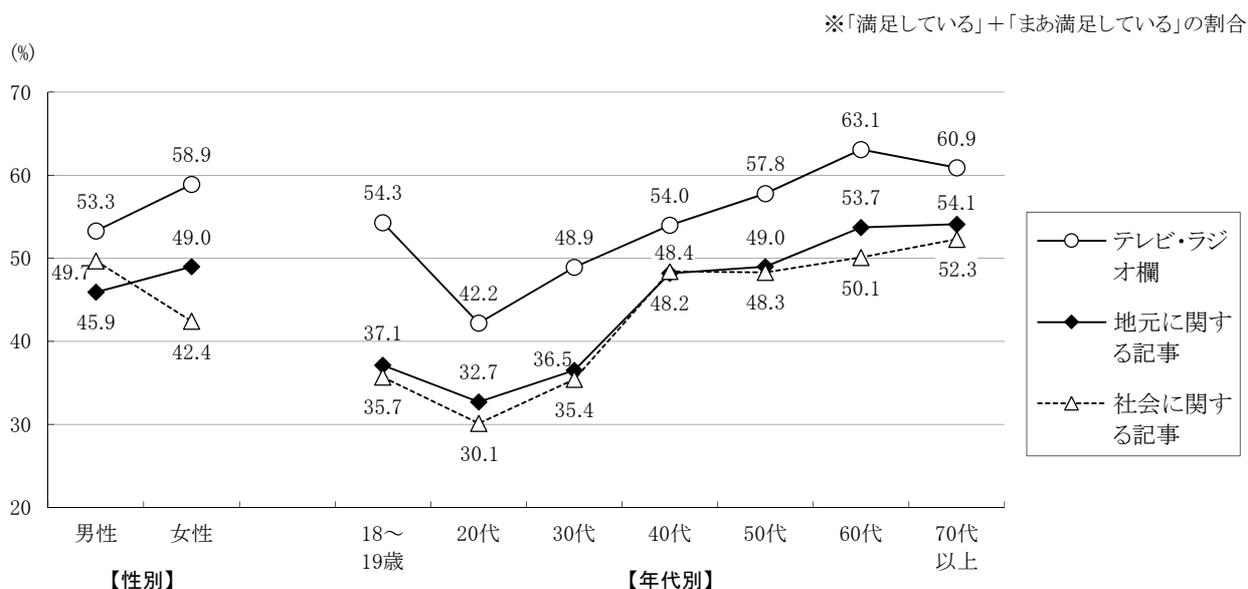
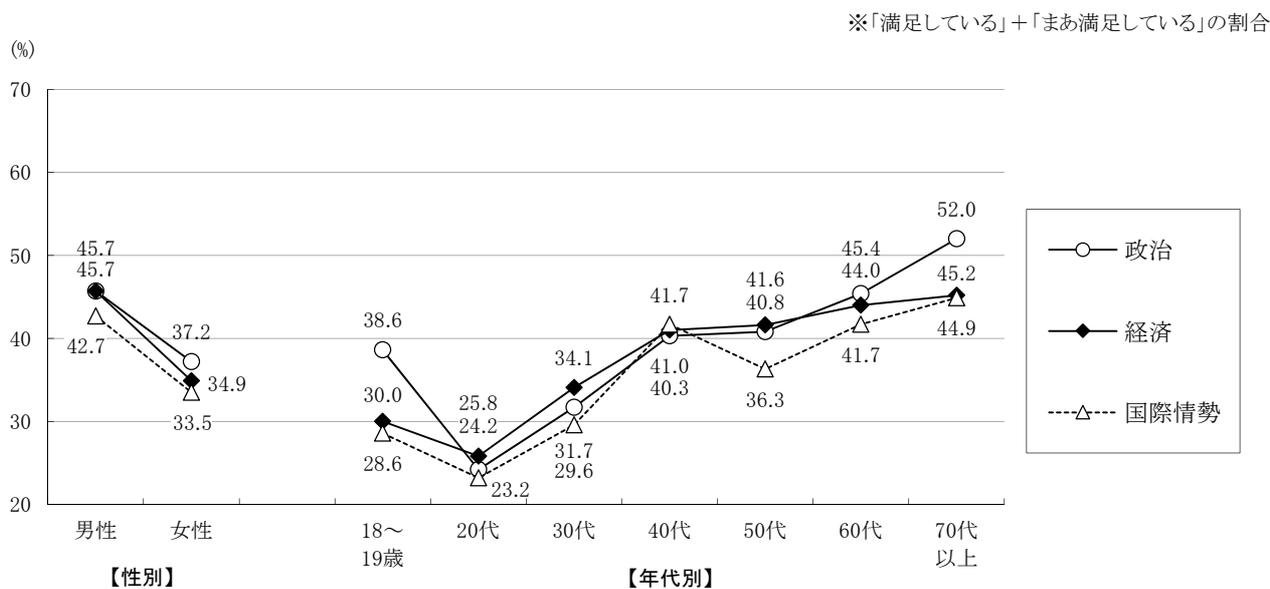


図 19-3 政治、経済、国際情勢に関する記事に満足している人の割合（性・年代別）

(n=3,308)



20. 新聞全般の満足度は？（＊）

－ 満足している人は52%、不満な人は8%。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13.6%、「やや満足である」は38.1%であり、この2つを合わせた満足層は51.8%を占めた。「やや不満である」と「不満である」を合わせた不満層は7.5%と少数であった。満足層は昨年度（53.9%）から2.1ポイント減少した。
- ・年代別に見ると、満足層は20代で29.4%と最も少なく、年代の上昇とともに多くなっている。50代では55.2%と5割を超え、60代以上で6割を超えた。一方、不満層は最も多い30代でも12.8%で、圧倒的に満足層の方が多くなった。

※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 20-1 新聞全般の満足度

(n=3,308)

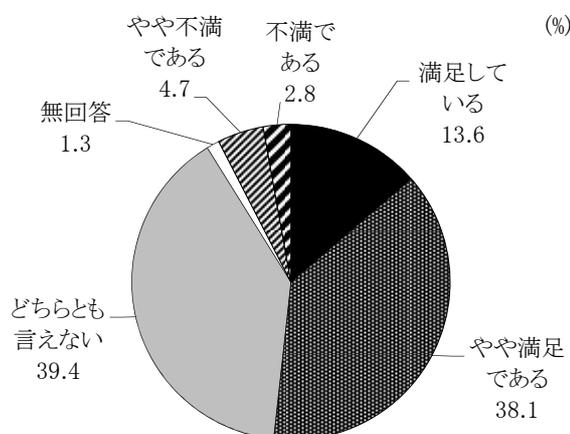
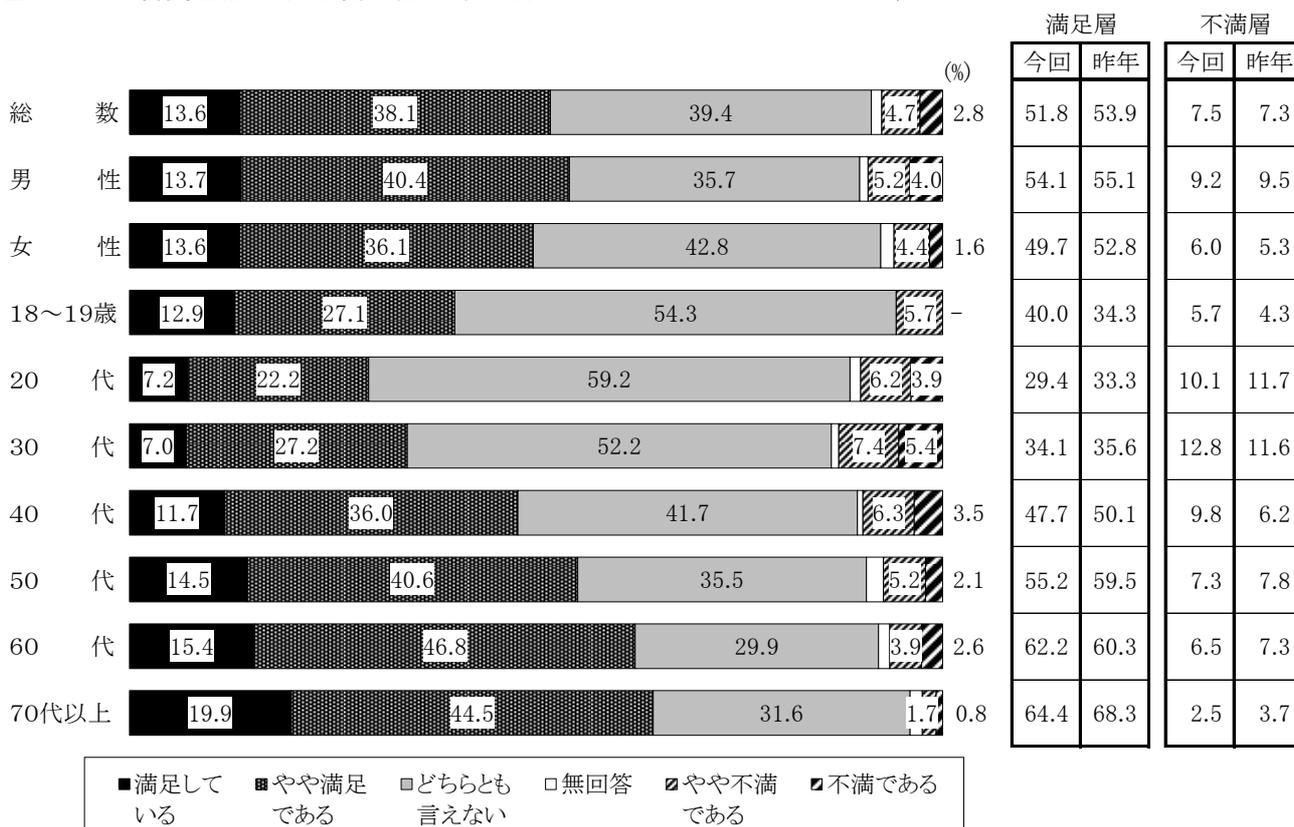


図 20-2 新聞全般の満足度（性・年代別）

(n=3,308)



《生活の中の新聞》

21. 新聞を読んでいる人は？（*）

— 「読んでいる」は朝刊70%、夕刊24%。朝夕刊の閲読率は減少の一途 —

- ・朝刊を読んでいる人は70.4%を占めた。内訳を見ると、「毎日」読んでいる人（50.2%）が過半数を占めた。「毎日」読んでいる人は18-19歳で7.1%、20代で7.8%に留まるが、年代が上がるほど増加し、50代で56.3%、60代で71.8%、70代以上で77.8%となった。
- ・昨年度調査と比較すると、朝刊を読んでいる人は全年代で減少しており、20～30代（5.7～6.5ポイント減）で減少が多かった。また、「毎日」読んでいる人については、20代以上の全年代で減少しており、30代と50代（4.4～4.6ポイント減）で減少が多かった。

図 21-1 新聞（朝刊）の閲読頻度

(n=3,308)

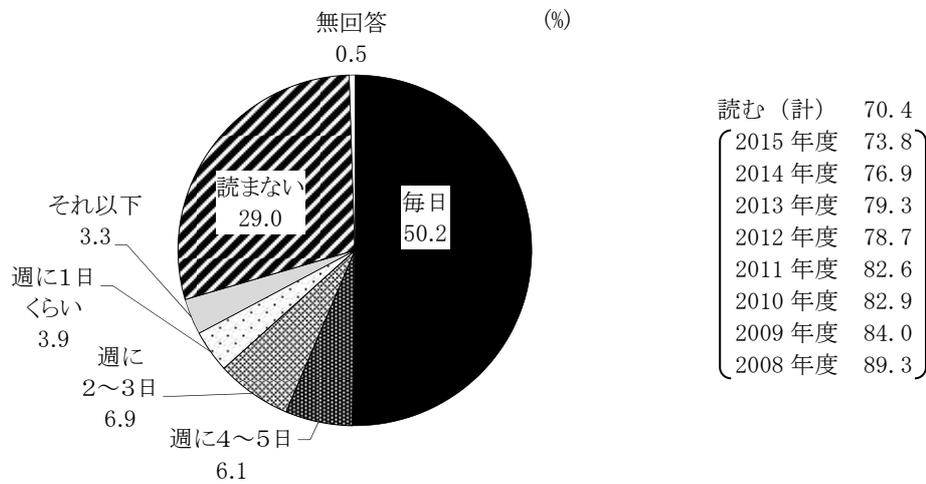


図 21-2 新聞（朝刊）の閲読頻度（読む（計））
（性・年代別）

(n=3,308)

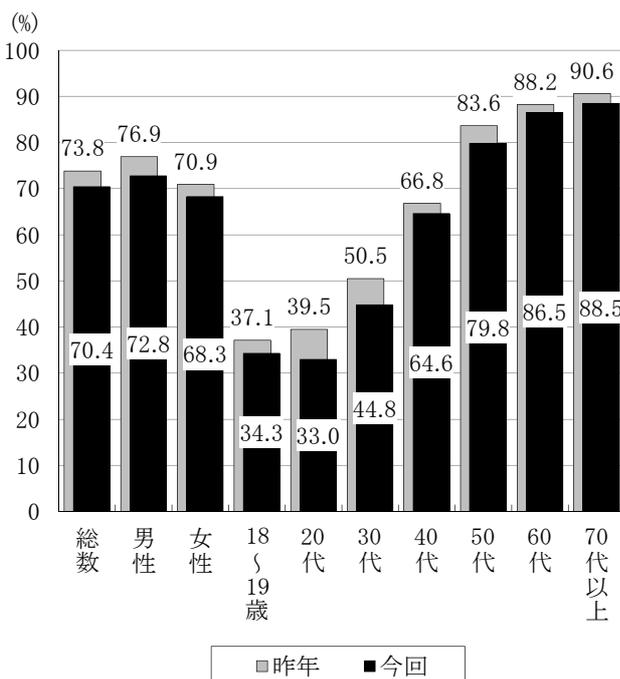
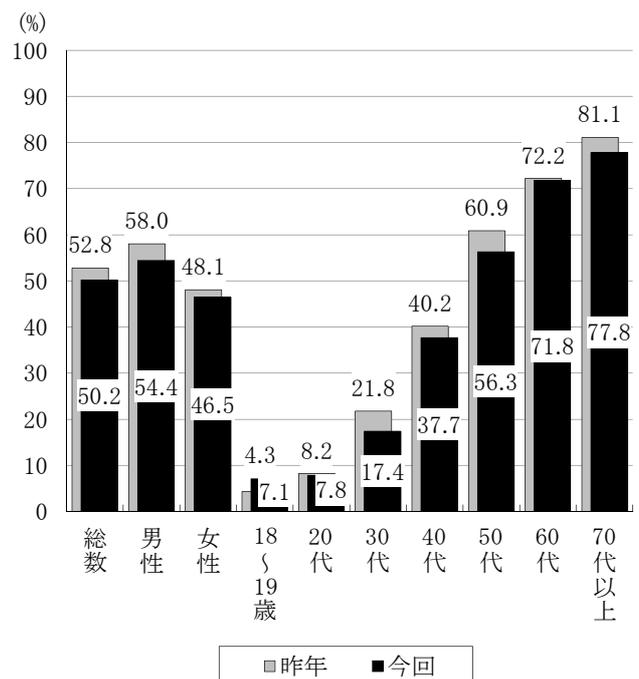


図 21-3 新聞（朝刊）の閲読頻度（毎日）
（性・年代別）

(n=3,308)



・夕刊を読む人は23.7%で、調査開始以来、減少傾向が続いている。そのうち「毎日」読んでいる人は15.3%に留まった。

・夕刊を読む人は、30代を除く年代では昨年度より減少しており、18-19歳で11.4ポイント、50代で8.9ポイント減少した。また、「毎日」読んでいる人については、40代以上で減少した。

図 21-4 新聞（夕刊）の閲読頻度

(n=3,308)

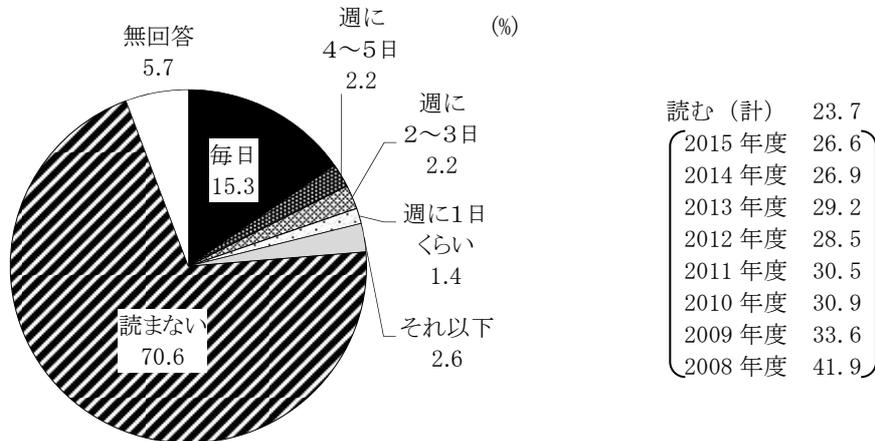


図 21-5 新聞（夕刊）の閲読頻度（読む（計））
（性・年代別）

(n=3,308)

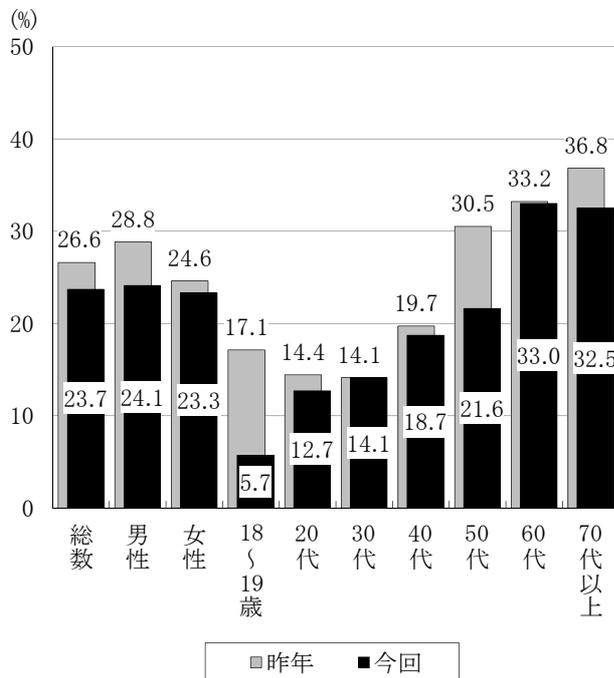
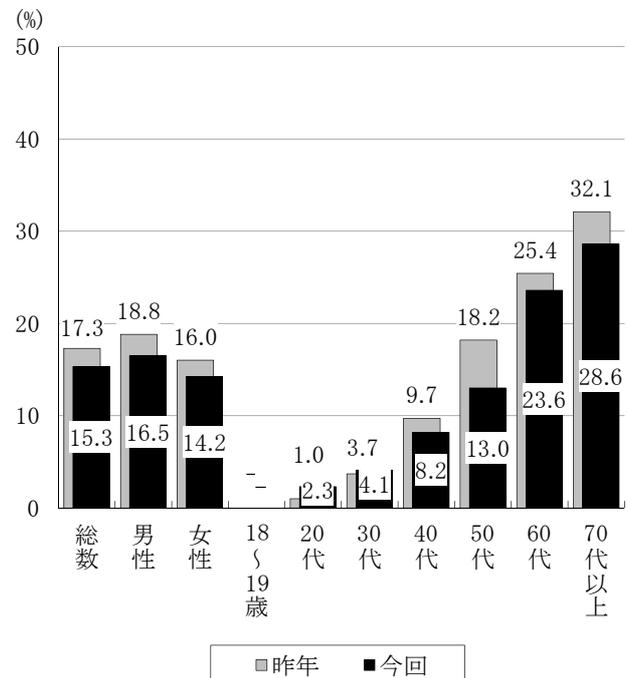


図 21-6 新聞（夕刊）の閲読頻度（毎日）
（性・年代別）

(n=3,308)



22. 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16% —

- ・ 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79.7%と大半を占めた。「増えた」は3.8%、「減った」は16.1%となった。
- ・ 性別に見ると、「増えた」は男女差がない（男性3.7%、女性3.9%）が、「減った」は女性（17.0%）の方が男性（15.1%）より1.9ポイント多かった。
- ・ 年代別に見ると、「増えた」は、18-19歳で11.4%と最も多いが、20代以上では5%に満たない。一方、「減った」は全年代で1割を超え、特に40～50代（19.8%～22.4%）で2割前後となった。

図 22-1 1年間で新聞を読む回数や時間の変化 (n=3,308)

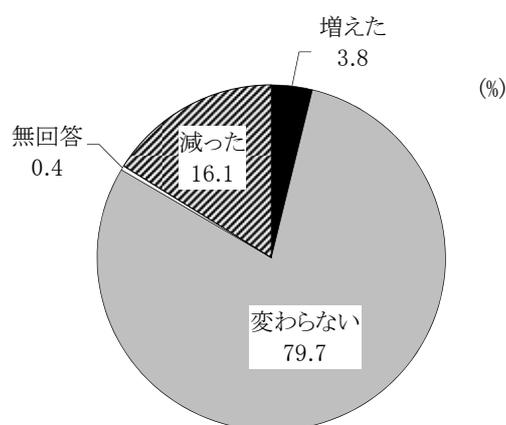
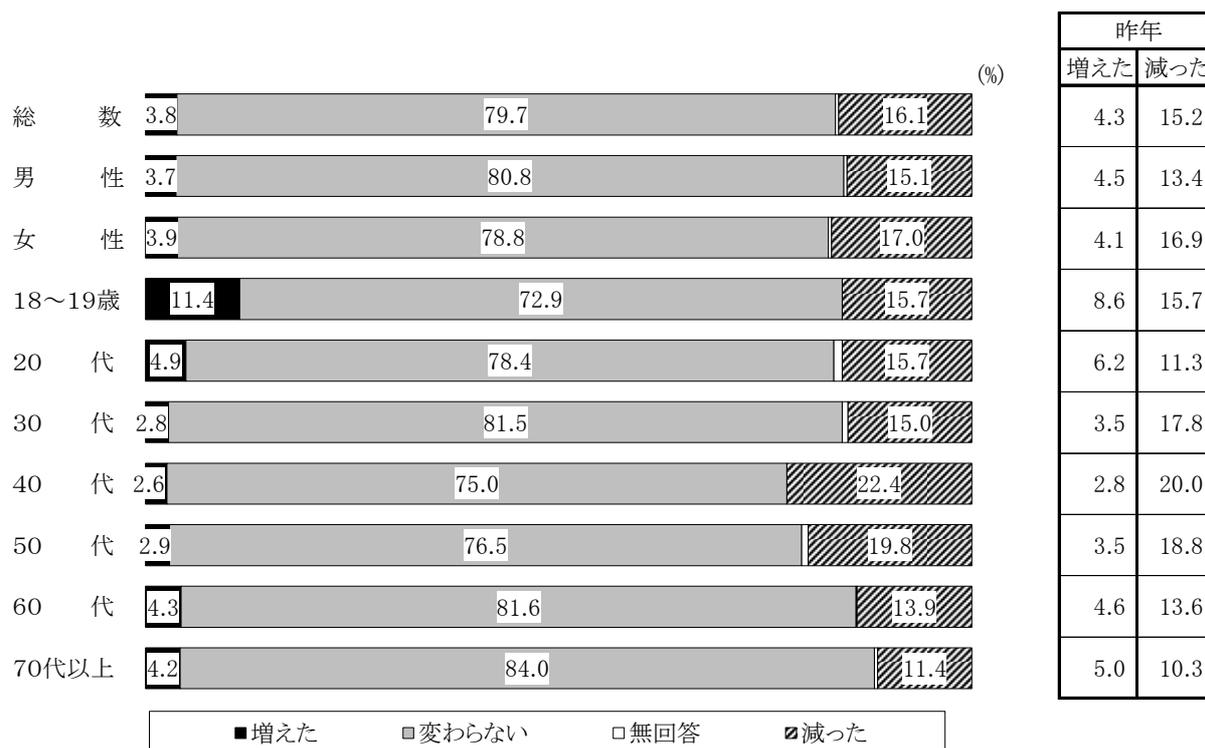


図 22-2 1年間で新聞を読む回数や時間の変化 (n=3,308)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の 70.9%)

23. 新聞を読む時間は？（＊）

－ 平均時間は 27 分で前回から微減。若い世代ほど短い －

- ・新聞を読む時間は、1 日平均で 26.6 分と、昨年度（27.2 分）より 0.6 分短くなった。
- ・年代別に見ると、平均時間は 70 代以上で最も長く 39.2 分、次いで 60 代で 29.0 分となっているが、50 代で 20.9 分、40 代で 19.1 分と 20 分前後、30 代 13.3 分、20 代 14.2 分、18-19 歳 11.3 分となり、中高年層に比べ若年層で短くなっている。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、平均時間は 30 代での減少が最も大きく 3.3 分減となった。

図 23-1 新聞を読んでいる人 (n=3,308)

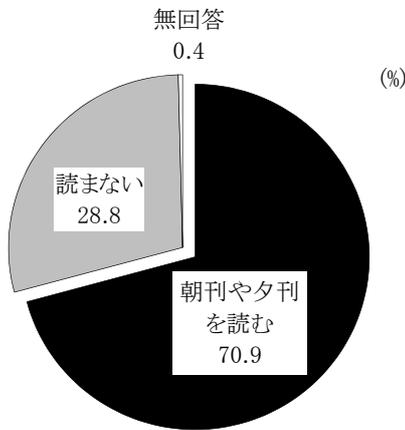


図 23-2 新聞の 1 日の閲読時間 (n=2,344)

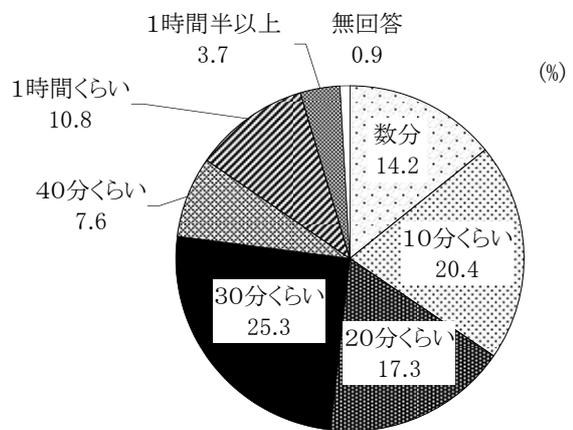
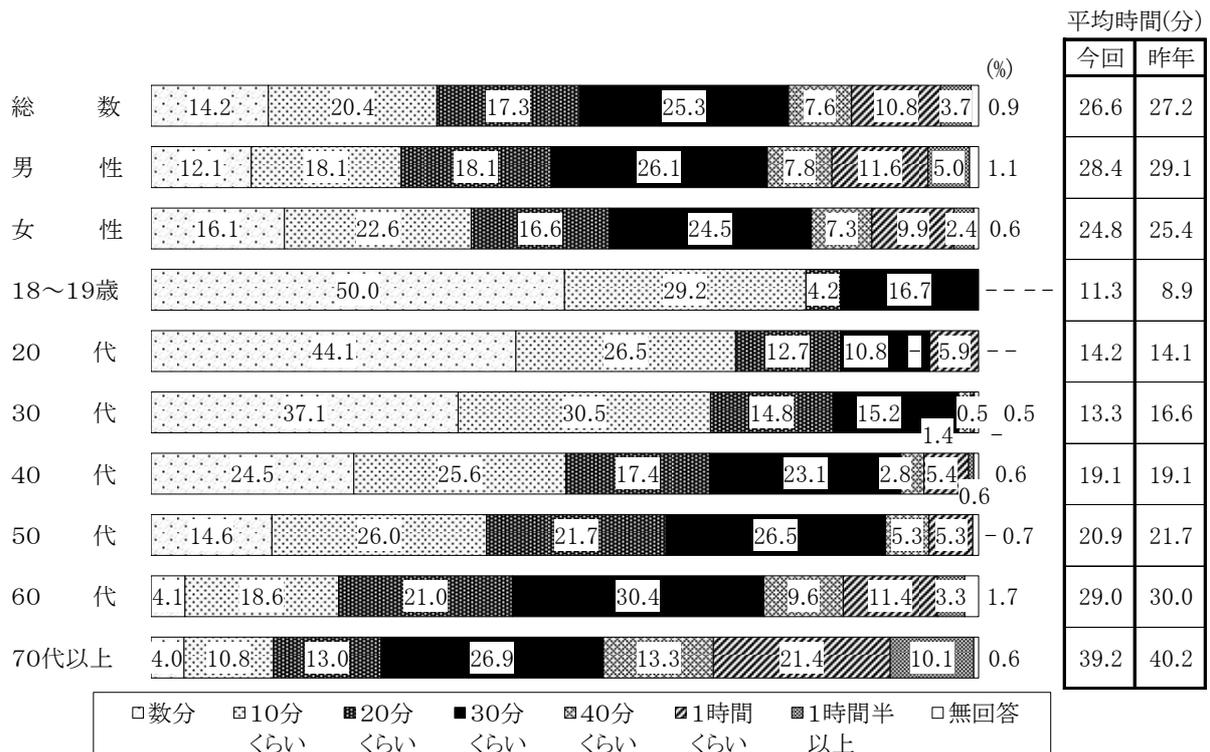


図 23-3 新聞の 1 日の閲読時間（性・年代別） (n=2,344)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の70.9%)

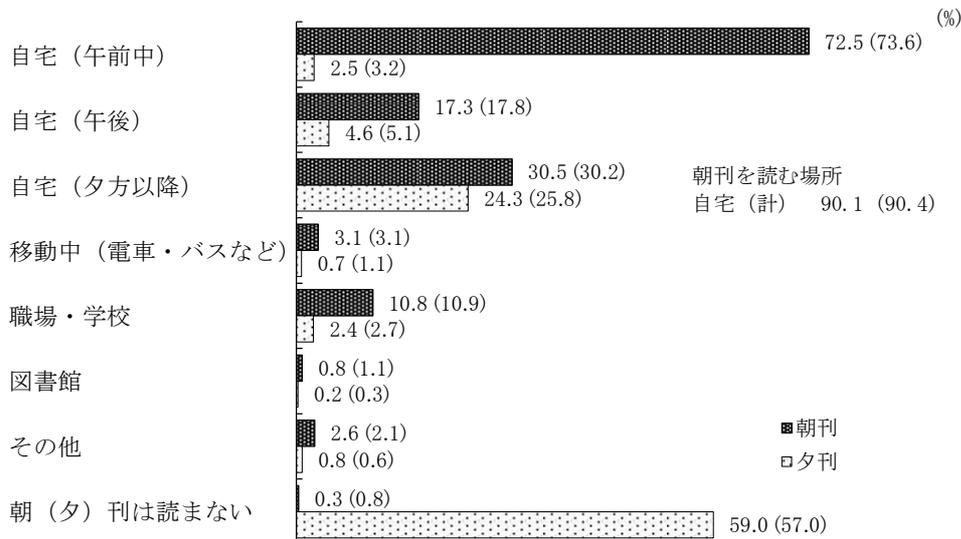
24. 新聞を読む場所は？ (*)

— 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)」(72.5%) を挙げる人が7割を超え、圧倒的に多かった。次いで、「自宅 (夕方以降)」(30.5%)、「自宅 (午後)」(17.3%)、「職場・学校」(10.8%) が続き、全ての時間帯を合わせると「自宅」を挙げた人は90.1%に上った。夕刊も「自宅 (夕方以降)」が24.3%で最も多かった。
- ・ 朝刊について年代別に見ると、「自宅 (午前中)」は20代 (48.0%) で最も少なく、年代が上がるほど増加し、60代で79.2%、70代以上で90.3%に達した。「自宅 (夕方以降)」は50代以下の年代では3割以上 (31.4%~54.2%)、60代以上では2割台 (21.0%~26.6%) であった。「職場・学校」は30代 (23.3%) で最も多く、20代・40~50代で1割台 (13.7%~19.6%) であった。

図 24-1 新聞を読む場所

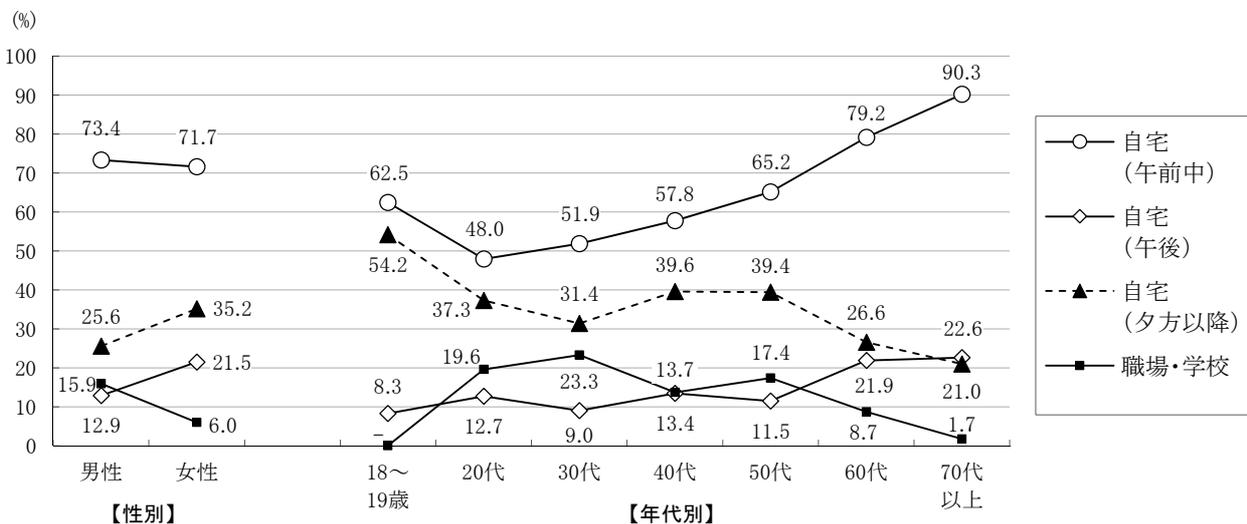
(複数回答、n=2,344)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 24-2 新聞 (朝刊) を読む場所 (性・年代別)

(複数回答、n=2,344)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の 70.9%)

25. 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」(53.5%)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」(45.4%)、「新聞は自分が好きな時に読める」(43.5%)を挙げる人が多かった。
- ・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(8.3%)で最も少なく、年代が上がるほど増加し、50代以上では最大の理由となった。一方、40代以下では「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」より多く挙げられた。

図 25-1 新聞を読む理由

(複数回答、n=2,344)

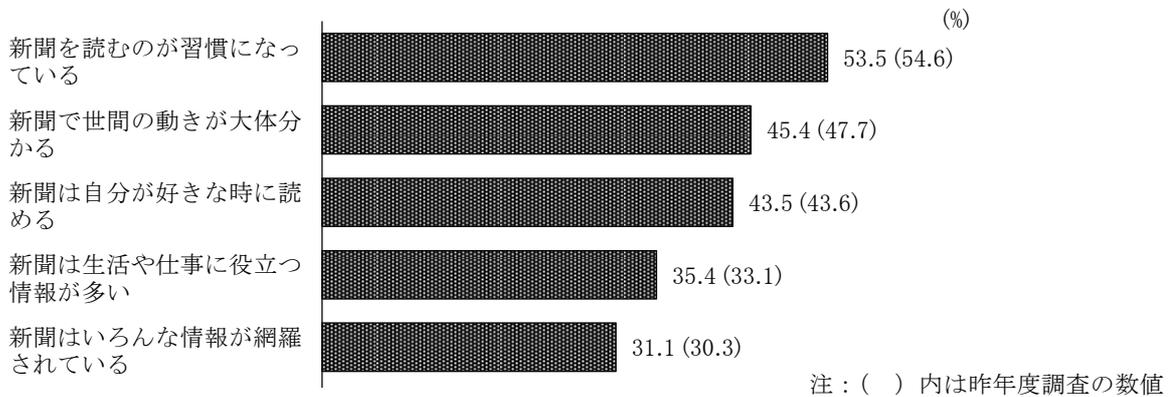
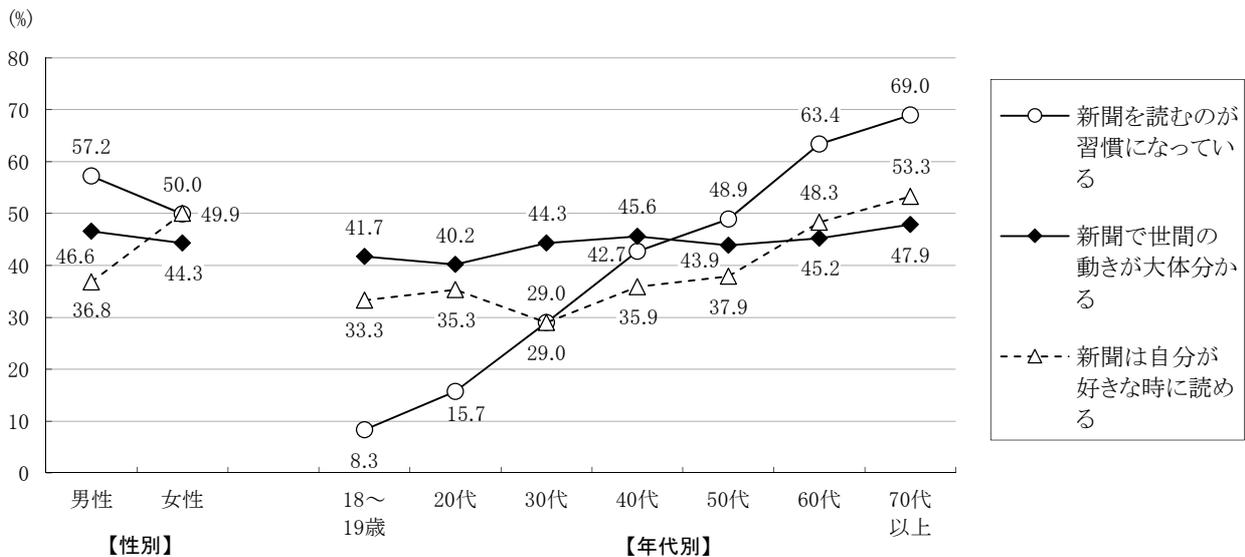


図 25-2 新聞を読む理由 (性・年代別)

(複数回答、n=2,344)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の 70.9%)

26. よく読む新聞記事は？（＊）

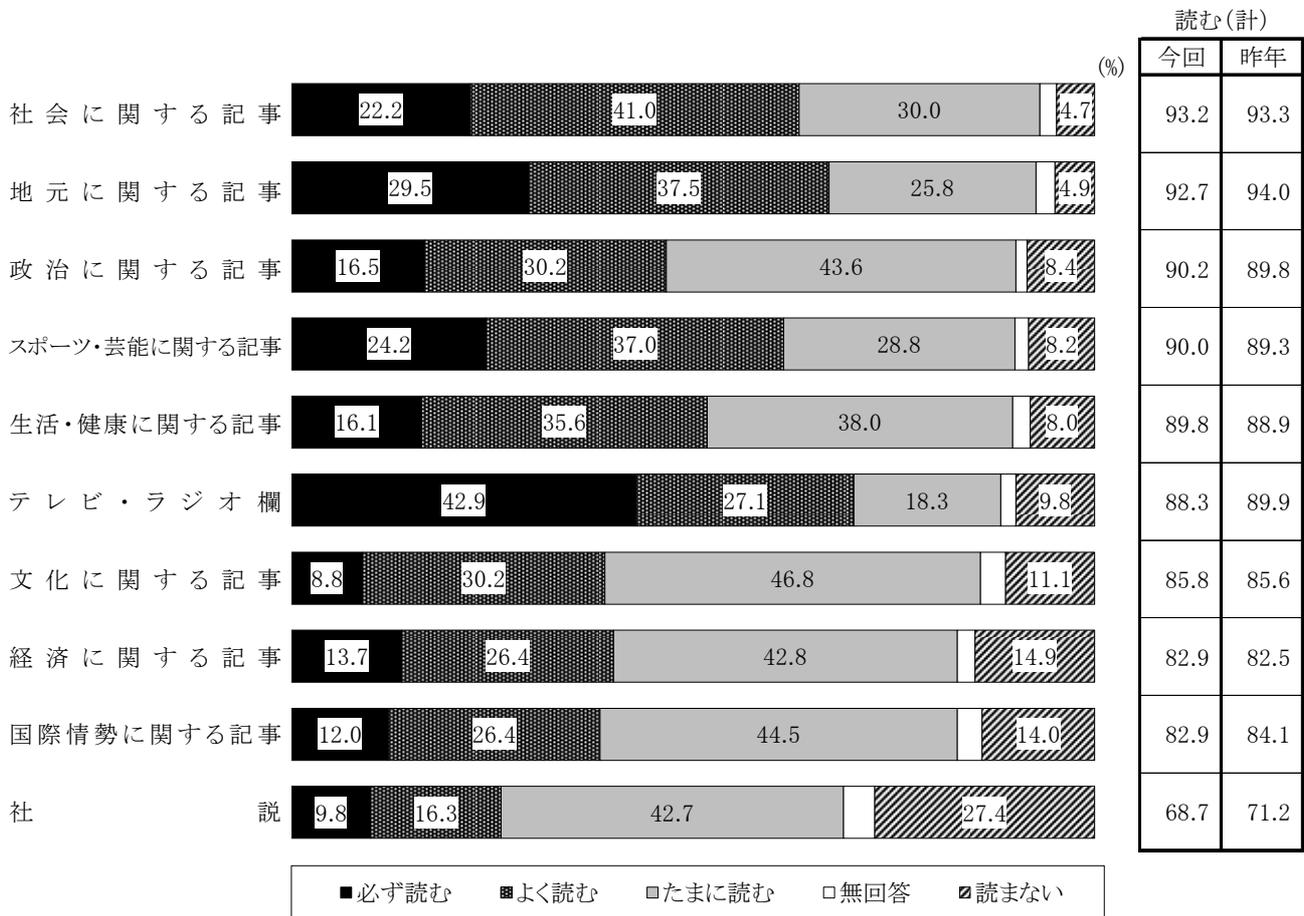
－ 身近な記事が人気。1位「社会記事」、2位「地元記事」 －

- ・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」(93.2%)、「地元に関する記事」(92.7%)、「政治に関する記事」(90.2%)、「スポーツ・芸能に関する記事」(90.0%)、「生活・健康に関する記事」(89.8%)、「テレビ・ラジオ欄」(88.3%)が9割前後となっており、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割弱(68.7%)となり、「読まない」が27.4%と他の記事に比べ多かった。

※『読む(計)』=「必ず読む」+「よく読む」+「たまに読む」

図 26-1 新聞でよく読む記事

(n=2,344)



(朝刊や夕刊を「読まない」と答えた人に) (全体の 28.8%)

27. 新聞を読まない理由は？ (*)

— 「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」が 75% と圧倒的 —

- ・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」(74.5%) を挙げる人が 7 割を超え、最も多かった。次いで、「新聞を取っていないから」(41.5%)、「新聞は高いから (お金が掛かるから)」(29.2%) の順であった。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」が全ての年代で最も大きな理由となったが、20～50 代で 7 割 (75.7%～83.3%) を超え、18-19 歳と 60 代で 6 割台 (64.0%～69.6%) と他の理由より圧倒的に多かった。また、「新聞は高いから (お金が掛かるから)」は、30～50 代 (33.3%～37.2%) で多く挙げられた。
- ・昨年度調査と比較すると、「新聞は高いから (お金が掛かるから)」の割合が 3.1 ポイント減少した。

図 27-1 新聞を読まない人 (n=3,308)

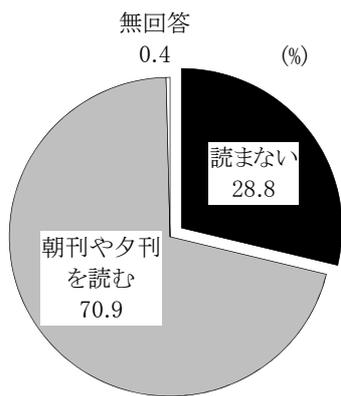
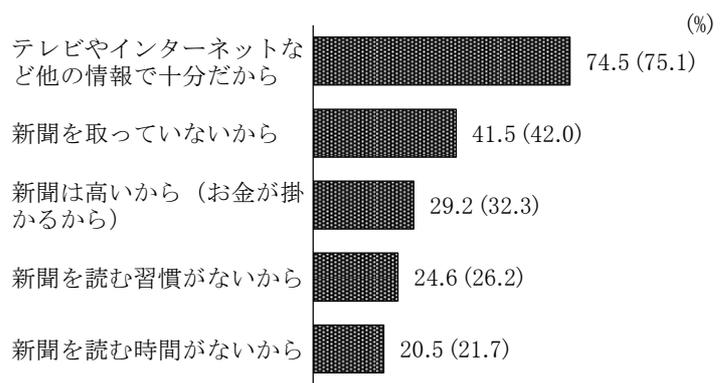


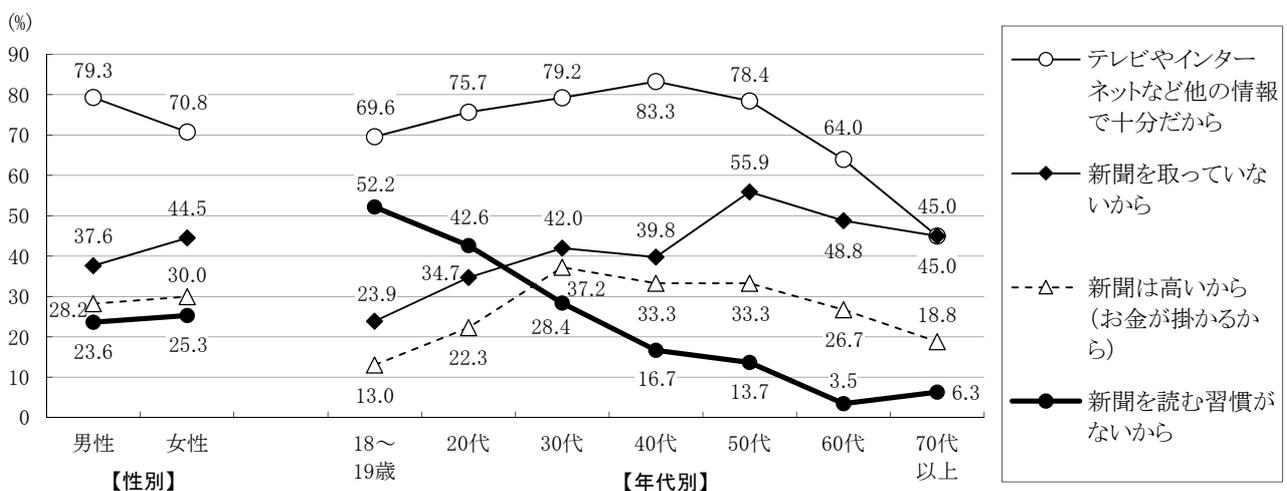
図 27-2 新聞を読まない理由 (複数回答、n=952)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 27-3 新聞を読まない理由 (性・年代別)

(複数回答、n=952)



28. 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」70%。2012年より減少続く －

- ・戸別配達については、「ぜひ続けてほしい」は47.1%、「できれば続けてほしい」は22.4%であり、両者をあわせた『続けてほしい(計)』は69.5%であった。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(42.2%)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8割(84.2%、86.3%)を超えた。
 - ・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、2013年度に8割を切り、以降減少が続いている。今年度は前年から2.0ポイント減少し、7割を切った。年代別に見ると、2014年度から2015年度にかけて70代以上を除く全年代で減少したが、今年度は20～50代と70代以上でさらに減少した。50代で最も減少幅が大きく5.6ポイント減となった。
- ※『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 戸別配達の存続

(n=3,308)

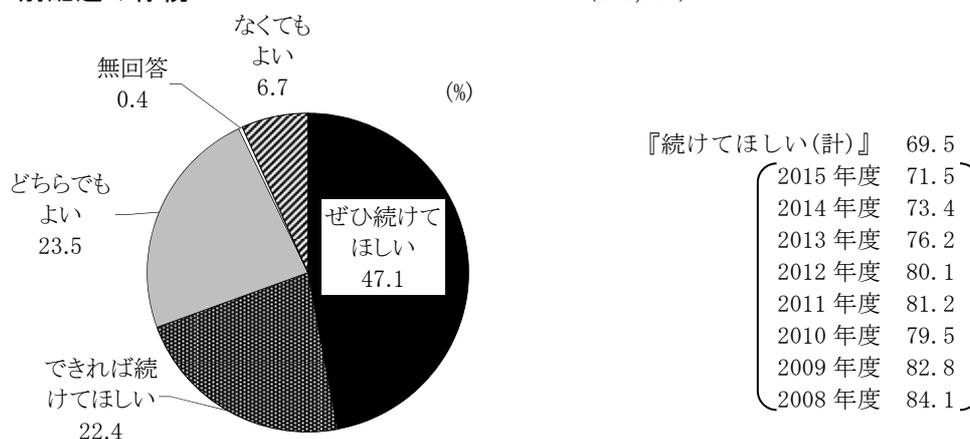
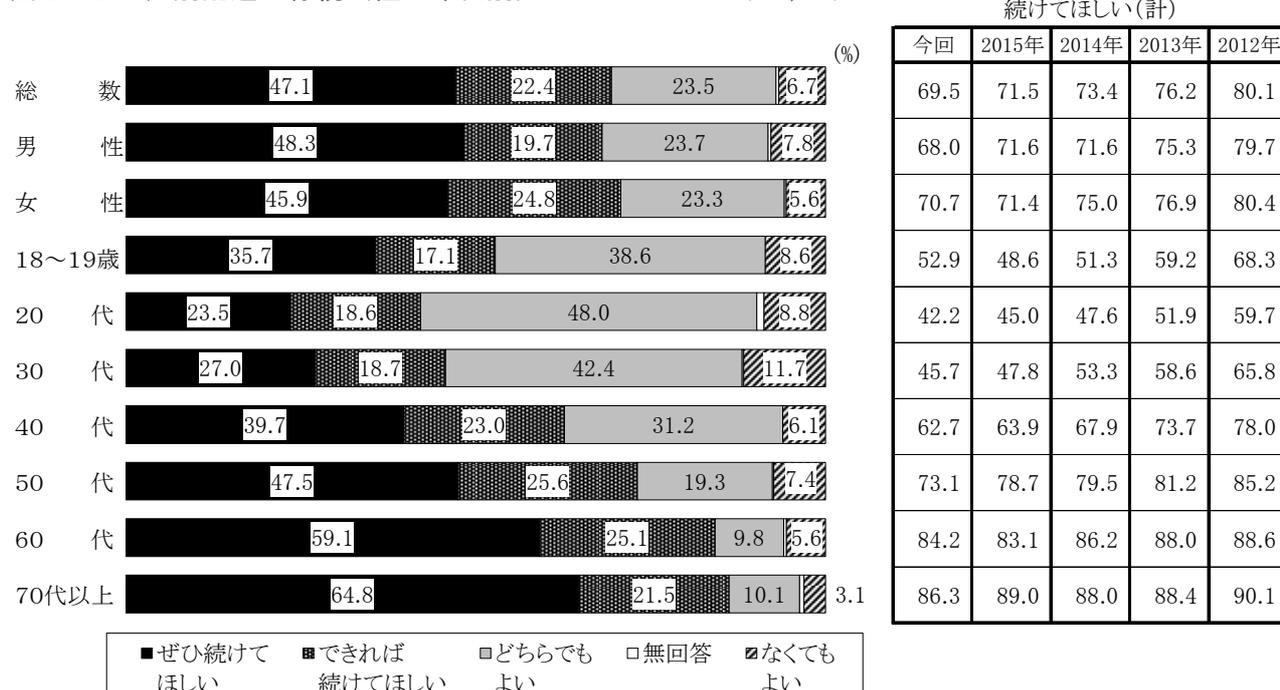


図 28-2 戸別配達の存続（性・年代別）

(n=3,308)



29. 夕刊の発行をどう思う？（*）

－ 「続けてほしい」は17%、「なくてもよい」が37% －

- ・夕刊の発行については、「ぜひ続けてほしい」は6.9%、「できれば続けてほしい」は9.9%であり、両者を合わせた『続けてほしい(計)』は16.8%であった。一方、「なくてもよい」は36.5%であった。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(25.2%)であっても3割を下回った。最も少ない30代では7.8%、20～50代では1割台(11.1%～14.3%)に留まった。全年代で、夕刊はなくてもよいと考える人が多く、『続けてほしい(計)』の割合を上回った。
- ・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、2009年度以来、2割前半で推移していたが、2014年度調査で初めて2割を切り、今回調査でさらに減少した。年代別に見ると、前回調査から今回にかけて20～50代と70代以上で減少となった。

※『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 29-1 夕刊発行の存続

(n=3,308)

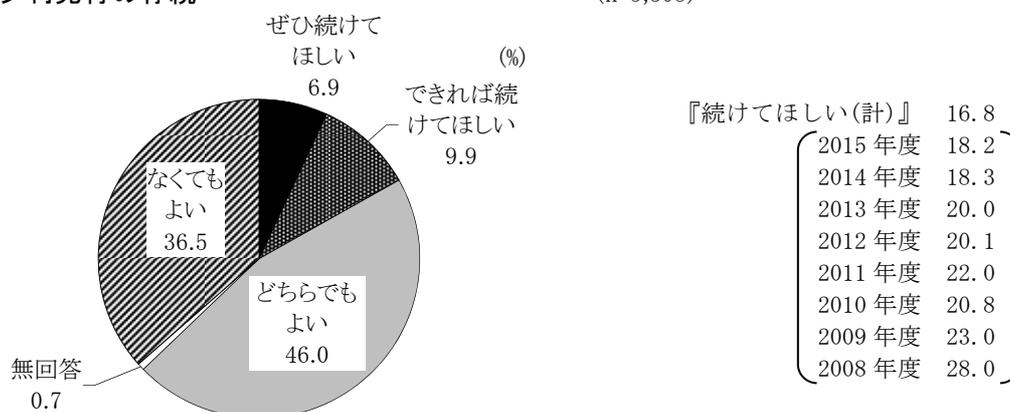
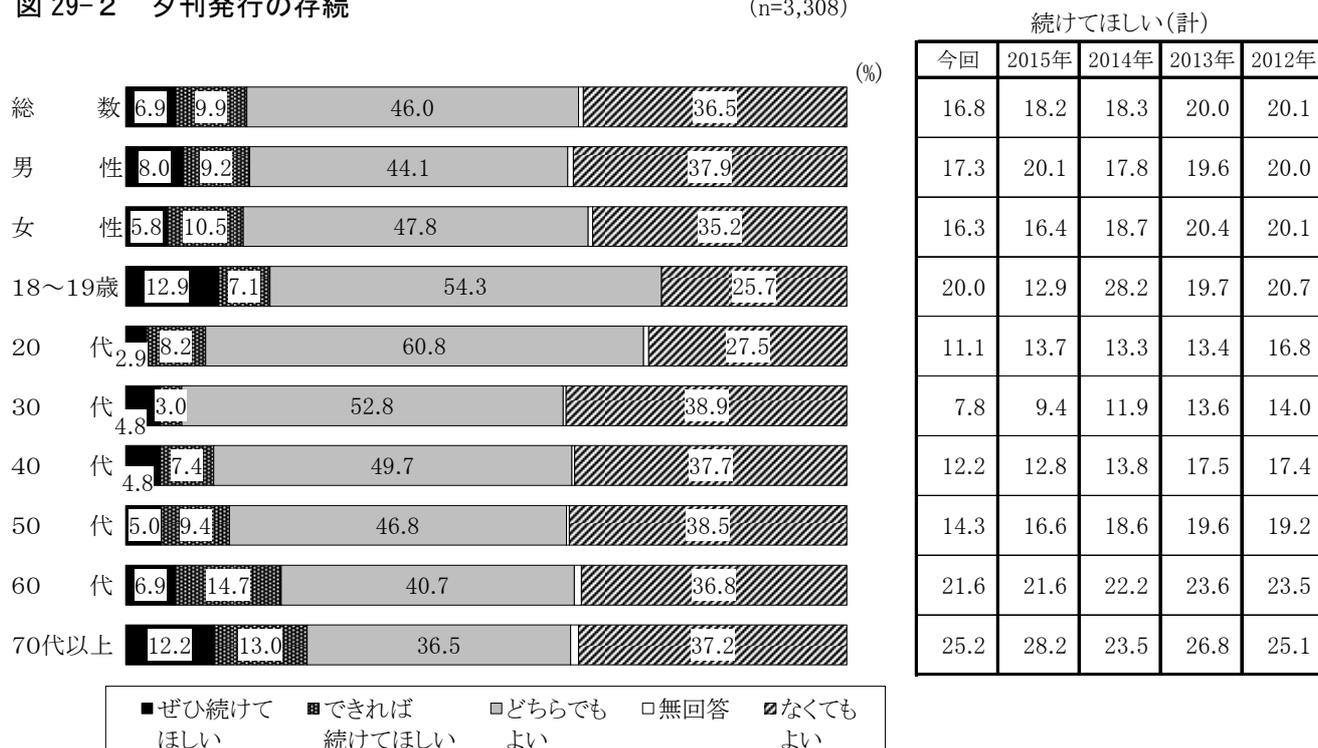


図 29-2 夕刊発行の存続

(n=3,308)



30. 月ぎめ新聞の購読状況は？（＊）

－ 73%が購読、購読率は減少傾向が続く －

- ・ 自宅で月ぎめで新聞を購読している人は 73.0%であった。新聞の種類を見ると、「全国紙」を購読している人が 52.5%、「県紙・地方紙」を購読している人が 35.6%、「ブロック3紙」を購読している人が 14.8%となった。また、全国紙を購読している人のうち、「2紙以上」の購読は 4.6%と少なく、ほとんどが「1紙のみ」(95.1%)の購読であった。さらに、全国紙を購読している人のうち、「紙の新聞」が 96.2%、「電子新聞」が 1.5%、「両方」が 1.8%であった。
- ・ 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、減少傾向にある。2014 年度調査では調査開始以来、初めて 8 割を切ったが、前回調査、今回調査とさらに減少した。新聞の種類で見ると、前回から今回調査にかけては、全国紙が 2.2 ポイント減、県紙・地方紙は 2.1 ポイント減、ブロック 3 紙は 1.2 ポイント増となった。
- ・ 年代別で見ると、月ぎめ新聞を購読している人は、30 代で 46.5%と最も少なく、年代が上がると多くなり、40 代で 65.5%、50 代で 77.7%、60 代で 85.1%、70 代以上で 87.5%となった。
- ・ 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全ての年代で減少し、中でも 50 代での減少が大きく 6.3 ポイント減となった。

図 30-1 月ぎめでとっている新聞の有無 (n=3,308)

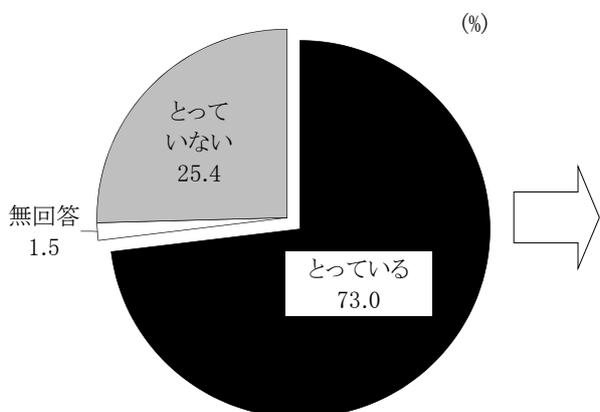


図 30-2 月ぎめでとっている新聞の種類 (複数回答、n=2,416)

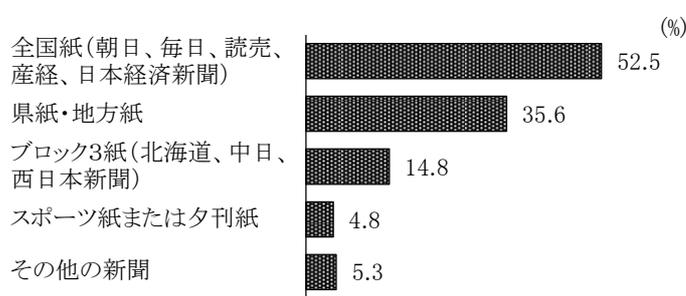


図 30-3 全国紙を何紙とっているか (n=1,268)



図 30-4 購読は紙の新聞か電子新聞か (n=1,268)

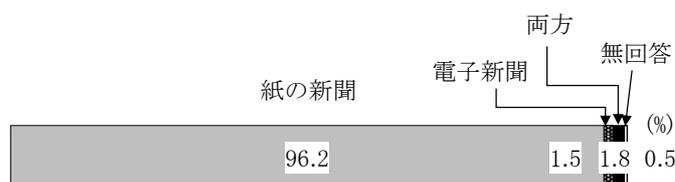


図 30-5 月ぎめでとっている新聞（時系列）

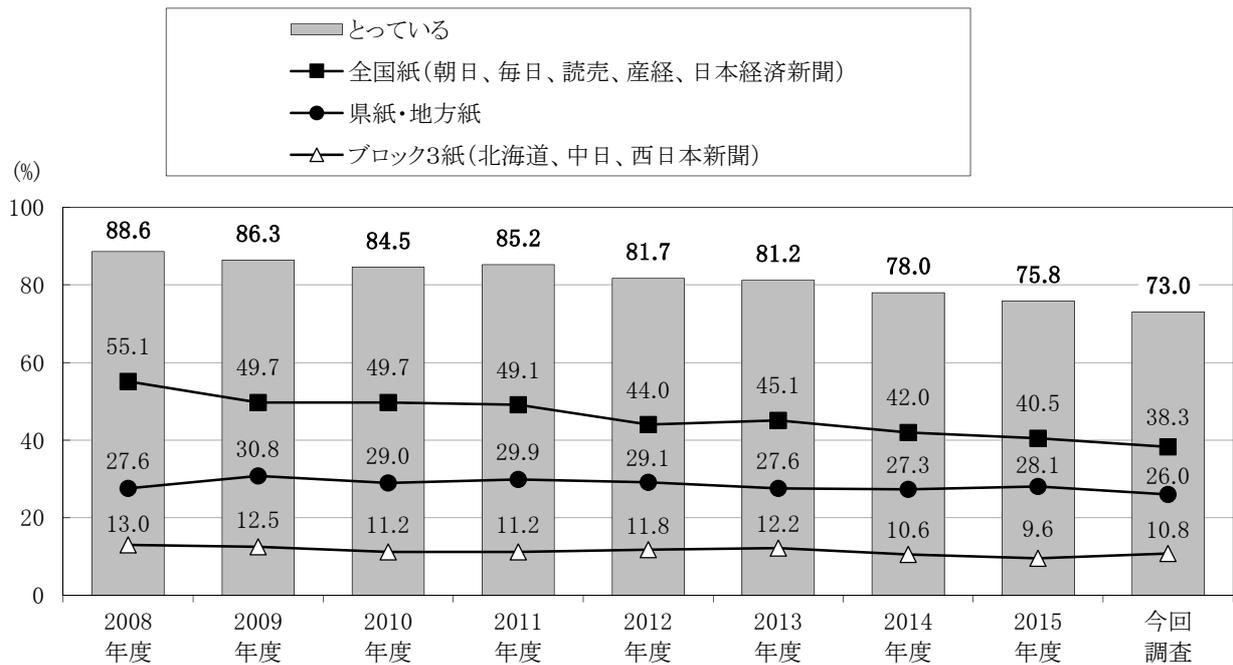
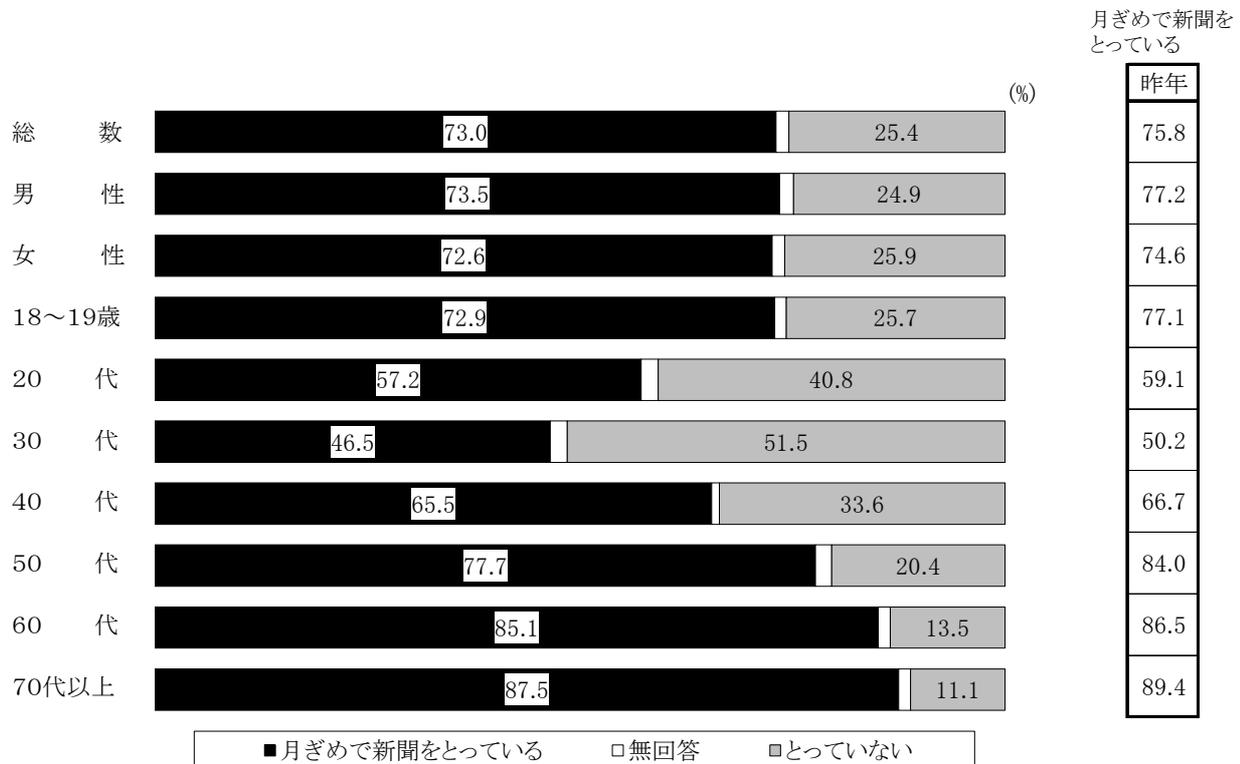


図 30-6 月ぎめでとっている新聞の有無（性・年代別）

(n=3,308)



31. 新聞の購読料をどう思う？（*）

－ 「高い」とする人が47%、「妥当」とする人が51% －

- ・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9.4%、「少し高い」は37.3%の回答であった。両者を合わせた『高い(計)』は46.7%となり、半数近い人が購読料を負担に感じていることが分かった。「妥当である」は50.5%、「少し安い」と「かなり安い」を合わせた『安い(計)』は2.0%とごく少数に留まった。
- ・年代別に見ると、『高い(計)』は40代以下では5割以上（50.8%～55.4%）、50代以上では4割台（40.8%～44.5%）となった。50代以上では『高い(計)』の割合を「妥当である」の割合が上回り、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、調査開始の2008年度以来、5割台で推移していたが、前回調査で初めて5割を下回り、今回調査でも同様となった。

※『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 31-1 新聞の購読料

(n=3,308)

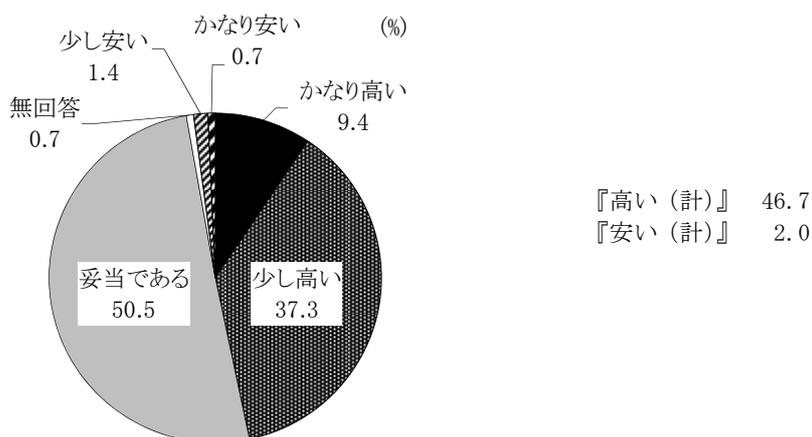
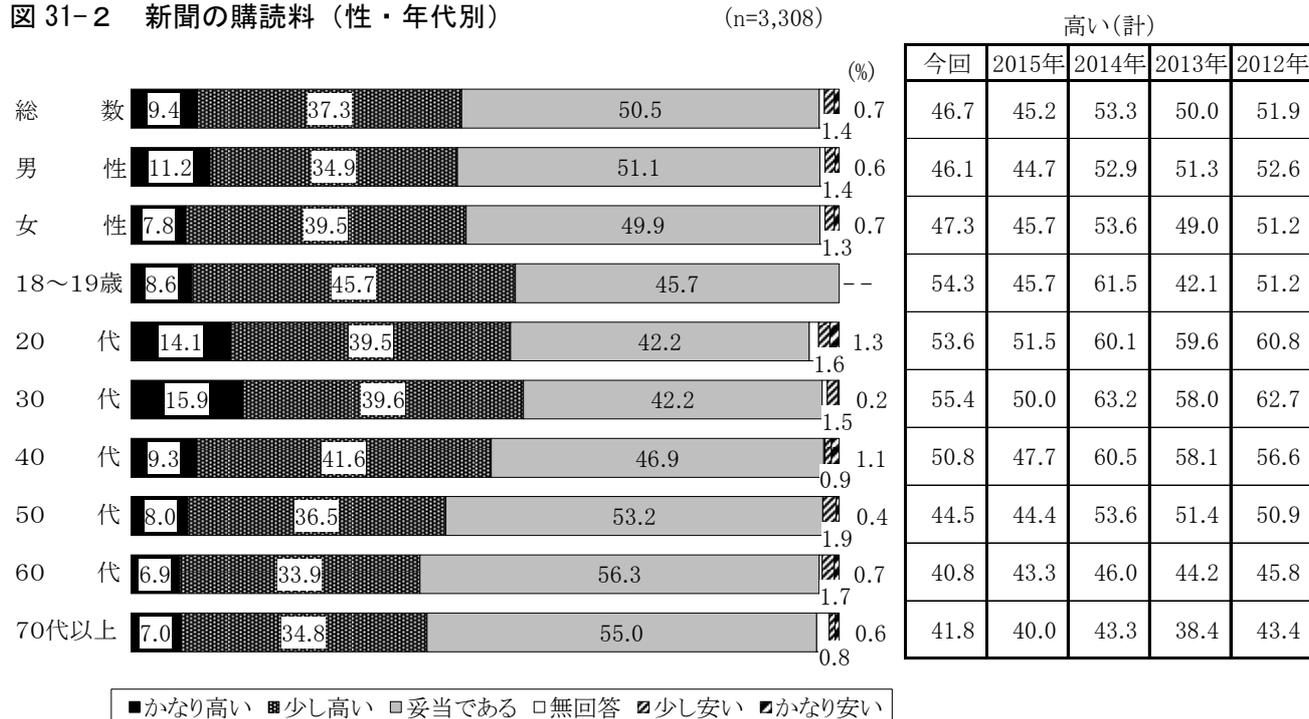


図 31-2 新聞の購読料（性・年代別）

(n=3,308)



32. 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2012年度以降、5割前後で推移
「知っている」49%、「知らない」51%

- ・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48.8%、「知らない」人は50.5%であった。
- ・性別で見ると、「知っている」人は、女性（41.7%）よりも男性（56.7%）の方が多かった。
- ・年代別に見ると、通信社の役割を「知っている」人は、20代以下では3割台（35.7%～38.2%）と少なく、40～60代で5割台（52.5%～56.0%）と多かった。
- ・過去の調査と比較すると、「知っている」人の割合は、2012年度以降は半数を超えていたが、今回調査では前回から2.2ポイント減少し、半数を切った。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12.8ポイント増となったが、20代で3.0ポイント減、50代で5.6ポイント減、70代以上で3.5ポイント減となった。

図 32-1 通信社の役割の認知

(n=3,308)

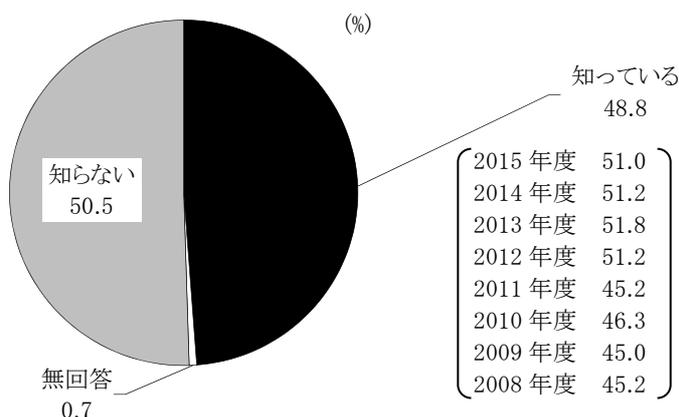
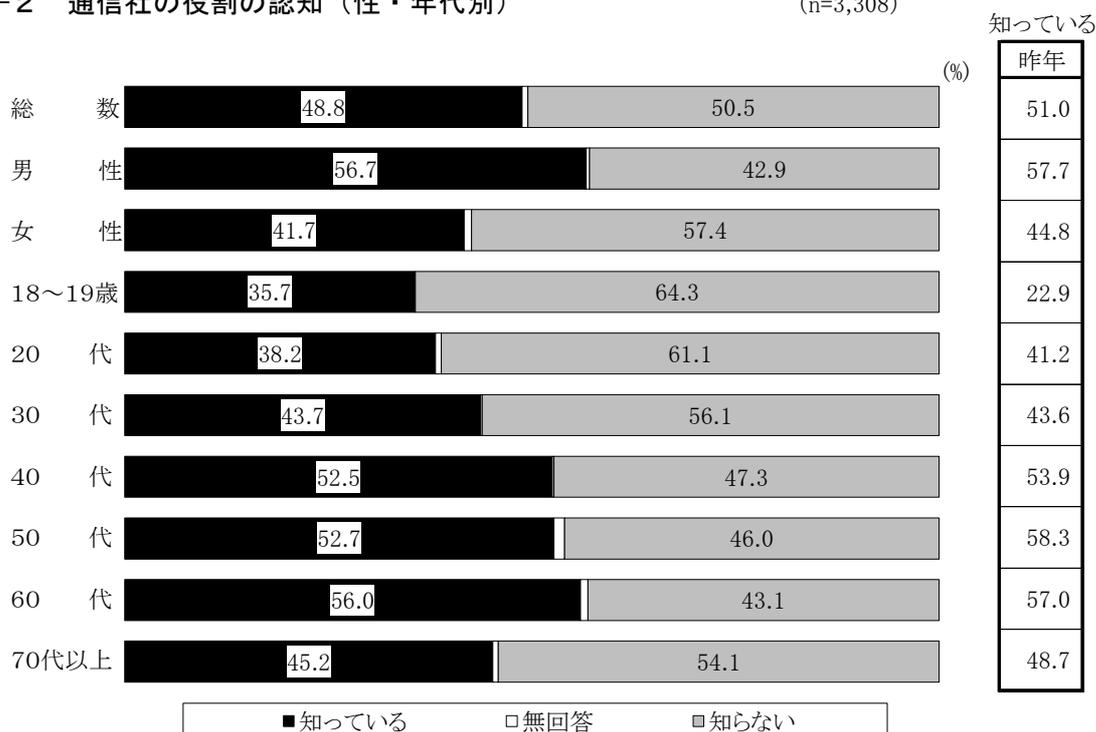


図 32-2 通信社の役割の認知（性・年代別）

(n=3,308)



33. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？（*）

－ 1位「ロイター通信」（69%）、2位「共同通信社」（68%） －

- ・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80.7%であった。最も知名度が高いのは「ロイター通信」で69.3%の人が挙げた。次いで「共同通信社」が67.5%、「AP通信」が48.8%、「時事通信社」が47.4%、「新華社」が39.0%となった。
- ・年代別に見ると、60代以上では「共同通信社」の知名度が最も高かったが、50代以下では「ロイター通信」の知名度が最も高かった。
- ・過去の調査と比較すると、今回調査では前年より共同通信が1.9ポイント、新華社が2.0ポイント認知度が下がったが、AP通信、時事通信社、AFP通信の認知度が若干（1.4～1.8ポイント）上がった。

図 33-1 知っている通信社の有無 (n=3,308)

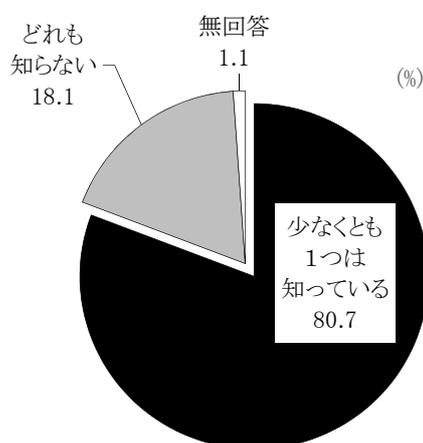
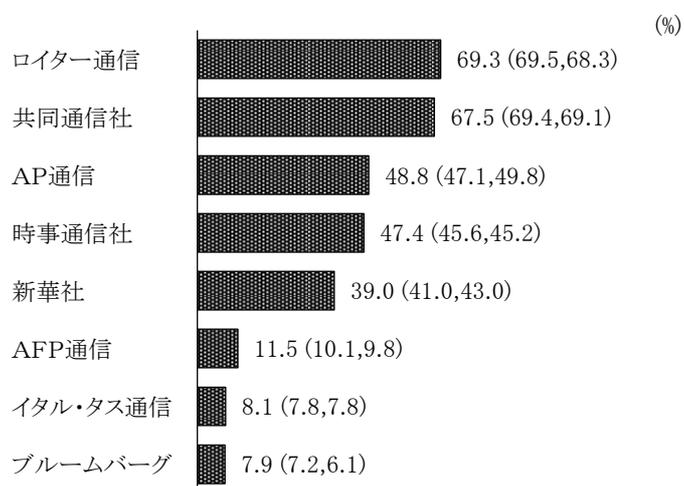


図 33-2 知っている通信社 (複数回答、n=3,308)



注：（ ）内は左から 2015 年度調査、2014 年度調査の数値

表 33-1 知っている通信社 (性・年代別)

(複数回答、n=3,308)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
総数	ロイター通信 69.3	共同通信社 67.5	AP通信 48.8	時事通信社 47.4	新華社 39.0
男性	共同通信社 74.1	ロイター通信 72.7	時事通信社 55.2	AP通信 54.9	新華社 47.4
女性	ロイター通信 66.3	共同通信社 61.6	AP通信 43.3	時事通信社 40.4	新華社 31.4
18-19歳	ロイター通信 51.4	AP通信 27.1	共同通信社 21.4	時事通信社 12.9	新華社 5.7
20代	ロイター通信 61.4	共同通信社 44.8	AP通信 38.6	時事通信社 33.0	新華社 20.3
30代	ロイター通信 75.4	共同通信社 64.8	AP通信 60.7	時事通信社 46.7	新華社 27.4
40代	ロイター通信 80.0	共同通信社 75.1	AP通信 61.4	時事通信社 51.8	新華社 41.0
50代	ロイター通信 76.3	共同通信社 73.5	AP通信 57.3	時事通信社 51.9	新華社 43.9
60代	共同通信社 75.1	ロイター通信 70.8	時事通信社 51.9	新華社 50.1	AP通信 45.7
70代以上	共同通信社 66.1	ロイター通信 55.8	時事通信社 46.4	新華社 41.7	AP通信 35.1

《新聞のこれからとインターネット》

34. 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」20～50代では半数超。

毎日閲覧は40～50代で前回より10ポイント以上の増加

- ・インターネットのニュースを閲覧している人は69.6%となった。内訳を見ると、「毎日」見ている人が42.9%であった。
- ・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50代以下で8割を超え、新聞朝刊の閲読率を上回った（29 ページ参照）。また、インターネットのニュースを「毎日」見ている人は20～50代で5割（51.7%～73.0%）を超え、30代が最も多く73.0%となった。
- ・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20代を除く全年代で増加し、60代での増加が8.2ポイントと最も大きかった。「毎日」見ている人は全年代で前回より増加し、特に40～50代では10ポイント以上（10.3～10.6ポイント）の増加となった。

図 34-1 インターネットニュースの閲覧状況

(n=3,308)

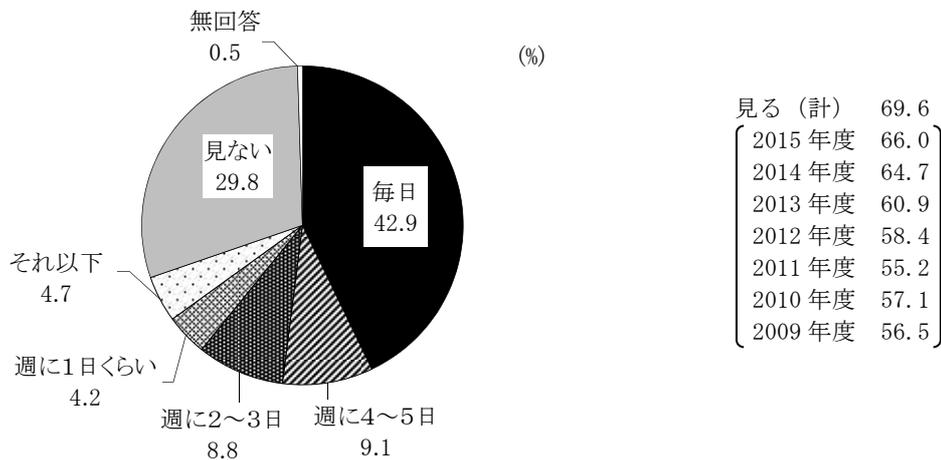


図 34-2 インターネットニュースの閲覧状況 (見る (計)) (性・年代別) (n=3,308)

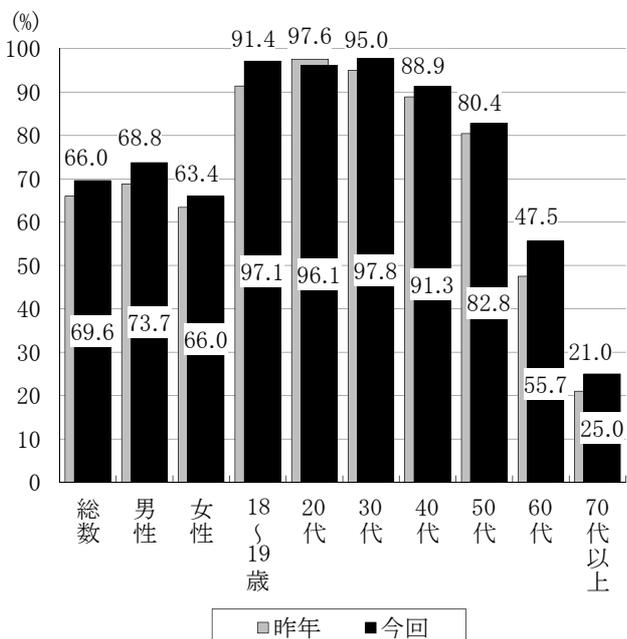
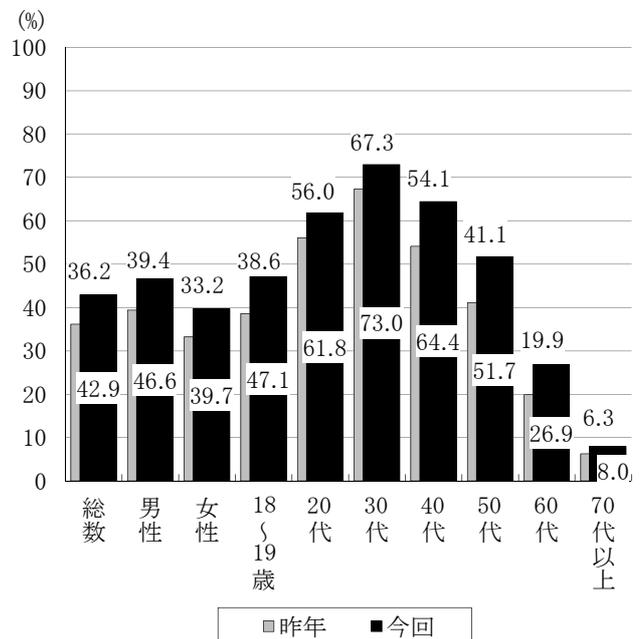


図 34-3 インターネットニュースの閲覧状況 (毎日) (性・年代別) (n=3,308)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 69.6%)

35. 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」(77%)、

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」を挙げる人が 76.6% と最も多く、次いで、「社会に関する記事」を挙げる人が 56.4% となった。
- ・性別に見ると、「政治に関する記事」「経済に関する記事」は男性の方が多く、「生活・健康に関する記事」は女性の方が多い結果となった。
- ・年代別に見ると、「スポーツ・芸能に関する記事」は全ての年代で最も多く 30～40代では 8割 (80.9%～85.8%) を超えた。「社会に関する記事」は 20～60代で 5割 (52.4%～59.6%) を超えた。
- ・昨年度調査と比較すると、「スポーツ・芸能に関する記事」は 5.2ポイント増加し、「社会に関する記事」は 2.7ポイント減少した。

図 35-1 インターネットニュースでよく読む記事

(複数回答、n=2,304)

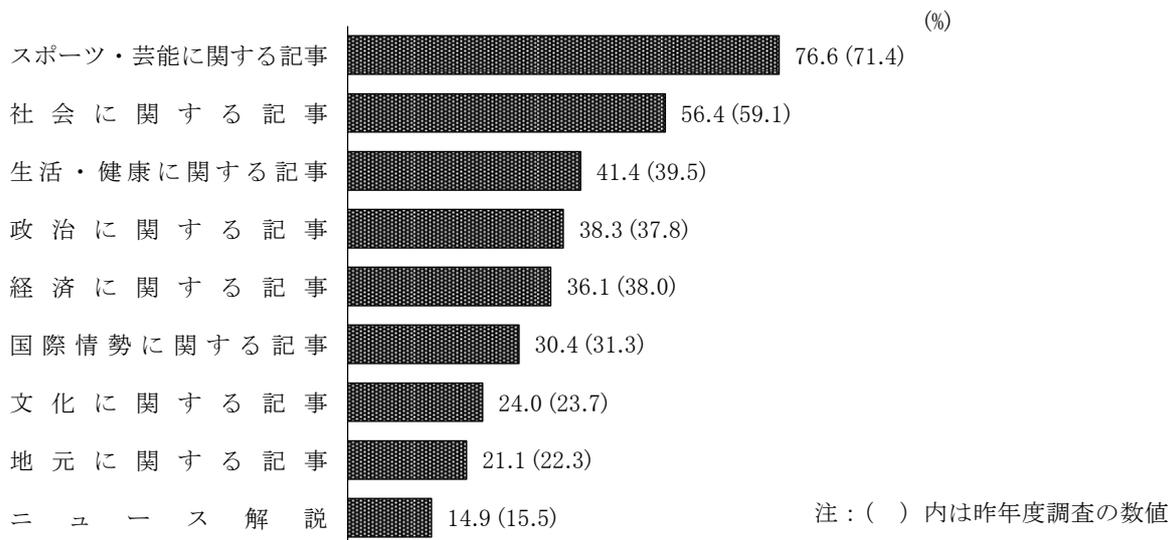
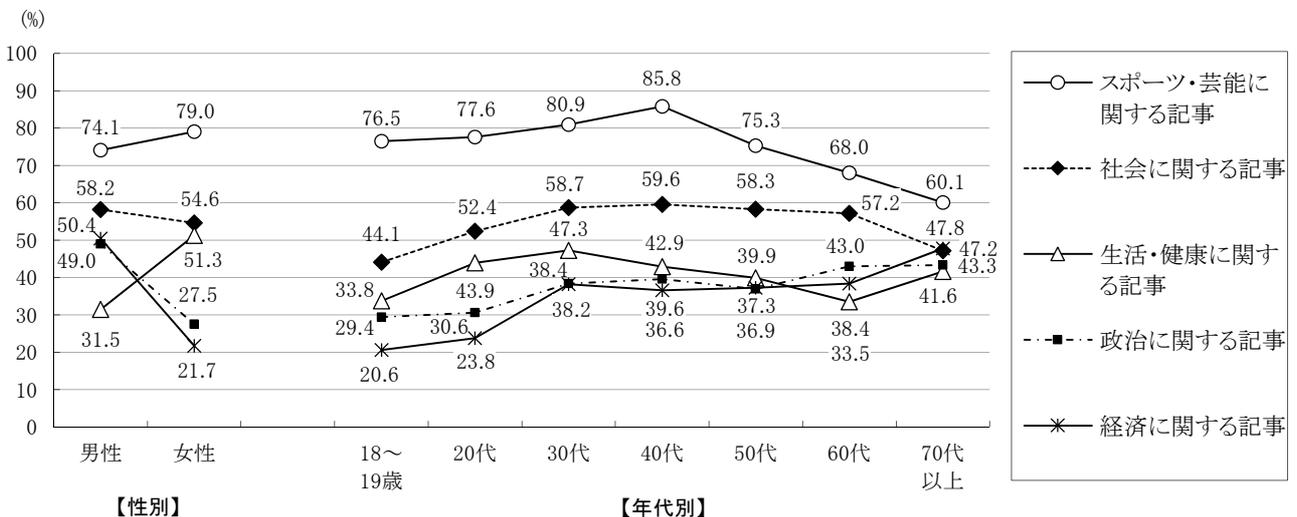


図 35-2 インターネットニュースでよく読む記事（性・年代別）

(複数回答、n=2,304)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 69.6%)

36. 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 90%、新聞社の公式サイトは 21% －

- ・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)」(89.9%) が突出して最も多かった。「新聞社・通信社の公式サイト」(20.5%)、「テレビ放送局の公式サイト」(6.9%) は大きく水をあけられる結果となった。
- ・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、30～50 代では 9 割台 (92.9%～95.3%)、20 代以下と 60 代で 8 割台 (83.8%～89.8%) と多く、70 代以上でも 69.7%となった。「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 70 代以上で最も多かった。
- ・昨年度調査と比較すると、ほとんど変化は見られなかった。

図 36-1 インターネットニュースを見るサイト

(複数回答、n=2,304)

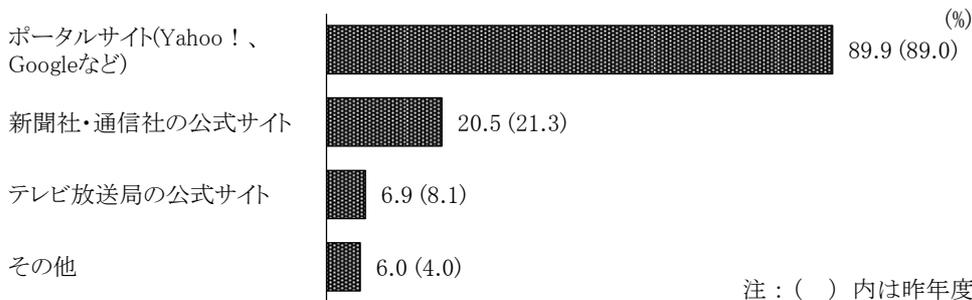
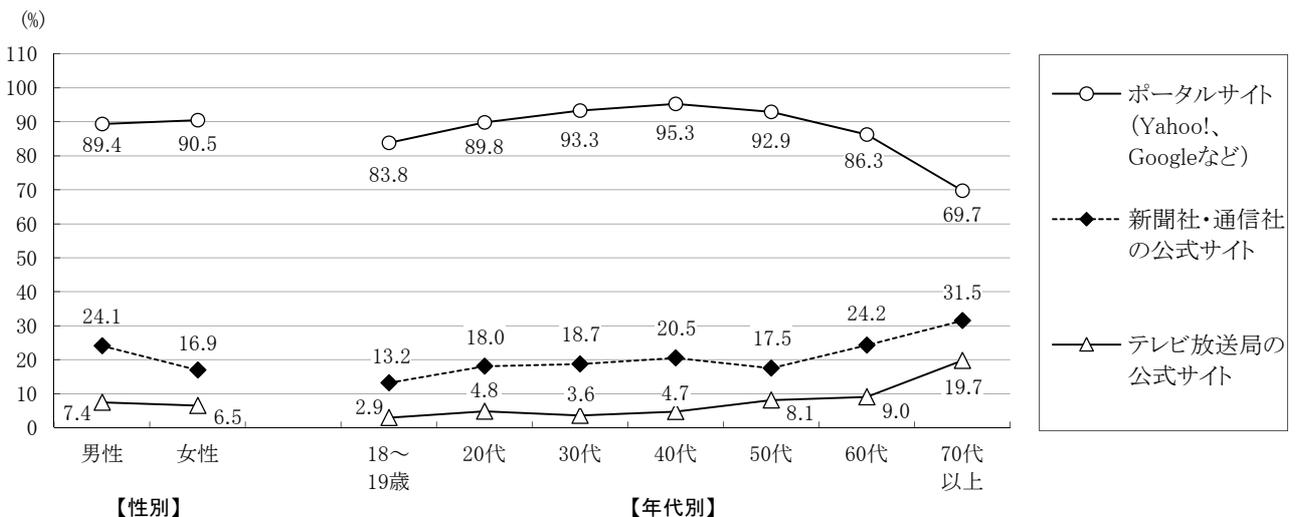


図 36-2 インターネットニュースを見るサイト（性・年代別）

(複数回答、n=2,304)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 69.6%)

37. インターネットニュースを見る時に使用する機器は？

— スマートフォン・携帯電話が 77%、パソコンは 46% —

- ・インターネットニュースを見る時に使用する機器を質問したところ、「スマートフォン・携帯電話」が 77.2%と突出して最も多かった。次いで「パソコン」が 45.6%、「タブレット」は 13.5%であった。
- ・年代別に見ると、「スマートフォン・携帯電話」は 30 代以下で 9 割台 (92.7%~96.9%) と多く、年代が上昇するほど少なくなっていくが、50 代以下では「パソコン」「タブレット」を大きく上回った。「パソコン」は 20 代から年代が上がるに従って多くなり、60 代以上で「スマートフォン・携帯電話」を上回った。「タブレット」は全年代で最も少なく 8.8%~16.2%であった。

図 37-1 インターネットニュースを見る時に使用する機器 (複数回答、n=2,304)

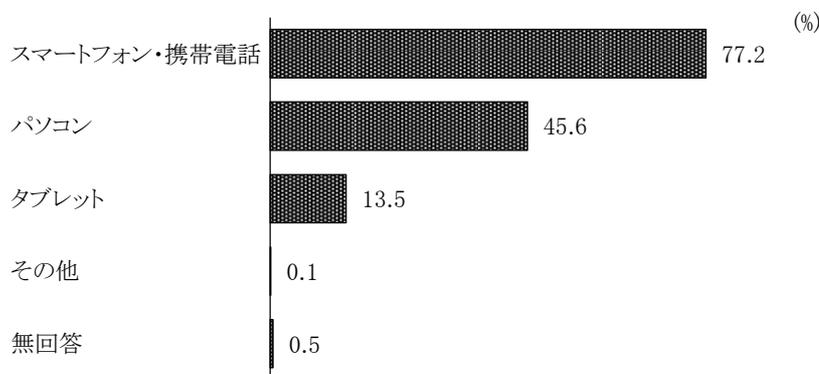
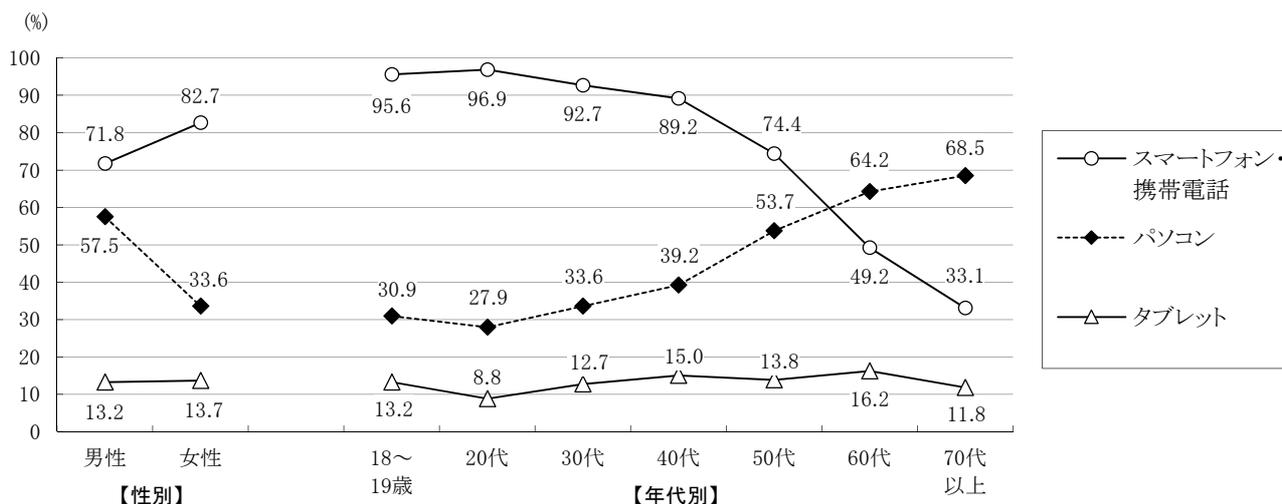


図 37-2 インターネットニュースを見る時に使用する機器 (性・年代別) (複数回答、n=2,304)



38. 将来の新聞の役割についてどう思う？（＊）

－ 新聞の役割減少派 47%、役割持続派 36%。

役割減少派が役割持続派を上回る動きが加速

- ・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 47.1%、「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 35.6%と、役割減少派の方が 11.5 ポイント多くなった。
- ・この質問を始めた 2009 年度調査以来、一昨年初めて役割減少派が役割持続派を上回ったが、今回はその動きが加速する兆候を見せた。

※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 38-1 将来の新聞についての意見

(n=3,308)

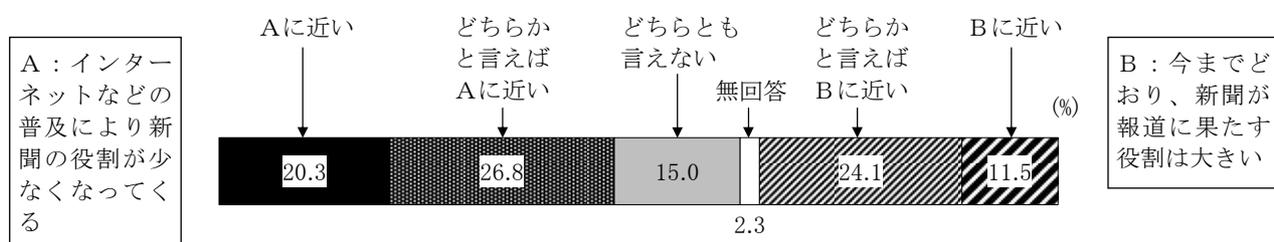
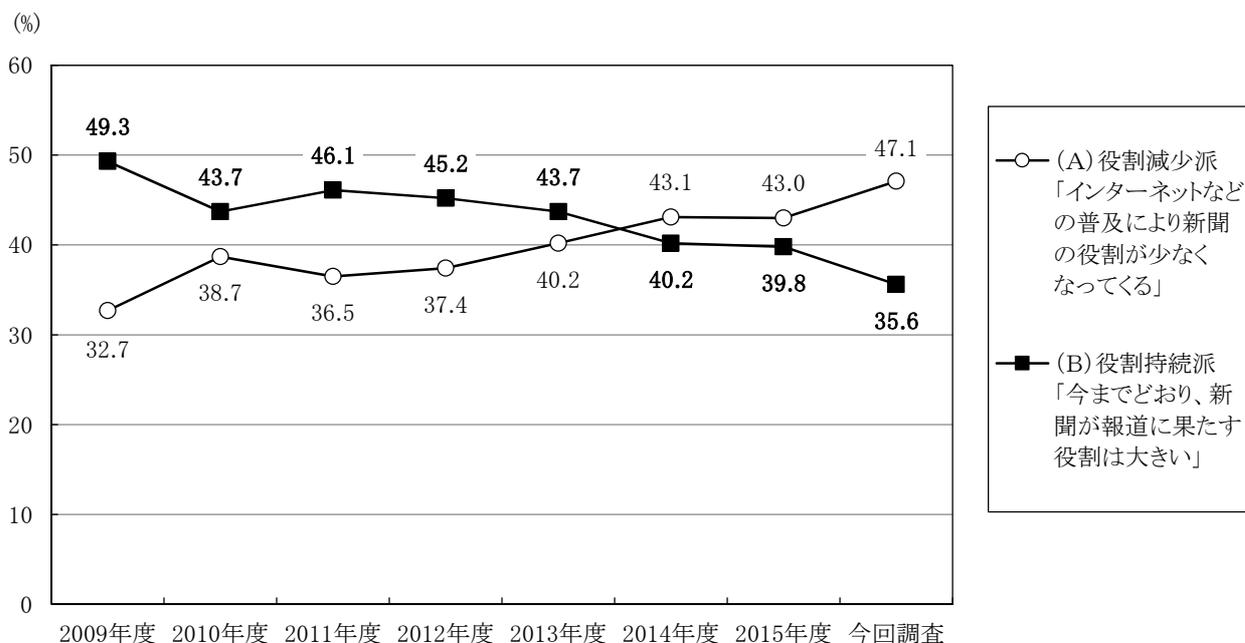
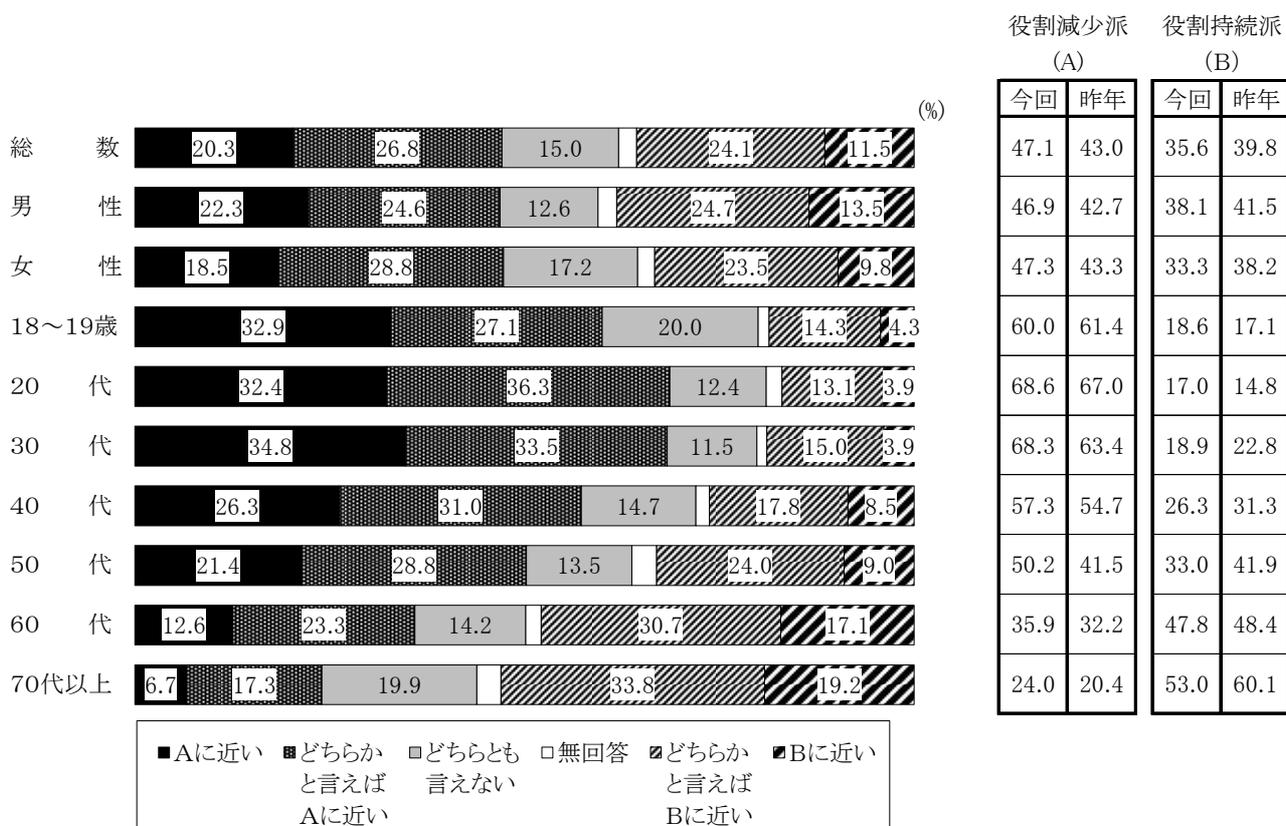


図 38-2 将来の新聞についての意見（時系列）



- ・年代別に見ると、役割持続派は20代（17.0%）で最も少なく、年代が上がるほど多くなり、70代以上では53.0%を占めた。一方、50代以下では役割減少派が過半数（50.2%～68.6%）と多く、持続派（17.0%～33.0%）を上回った。
- ・昨年度調査と比較すると、年代別では、役割減少派は20代以上で増加したが、中でも50代（8.7ポイント）と30代（4.9ポイント）で増加が大きかった。役割持続派は30代以上で減少し、50代で8.9ポイント、70代以上で7.1ポイント、40代で5.0ポイント、30代で3.9ポイント減少した。昨年度は50代で役割減少派と役割持続派が拮抗、40代以下で役割減少派が優勢であったが、今回調査では50代以下で役割減少派が優勢となった。

図 38-3 将来の新聞についての意見（性・年代別） (n=3,308)



39. 電子新聞の利用意向は？（*）

— 利用希望は伸びず。「利用してみたい」は11%と昨年度から変化なく —

- ・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」3.0%と「現在利用していないが、利用してみたい」10.7%と「利用したいとは思わない」63.4%の合計）は77.1%となった。
- ・時系列変化を見ると、「利用したいと思わない」は2013年度（58.4%）から5.0ポイント増加した。「現在利用していないが、利用してみたい」は2013年度（13.0%）から2.3ポイントの減少となった。
- ・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1割に満たない。「現在利用していないが、利用してみたい」は20～60代で1割台（10.2%～15.4%）となった。

図 39-1 電子新聞の認知度と利用意向（n=3,308）

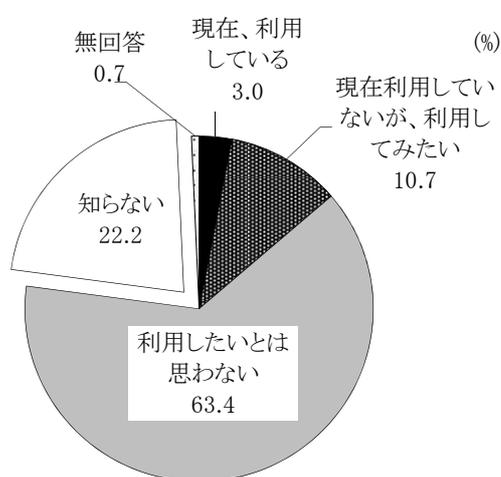


図 39-2 電子新聞の認知度と利用意向（時系列）

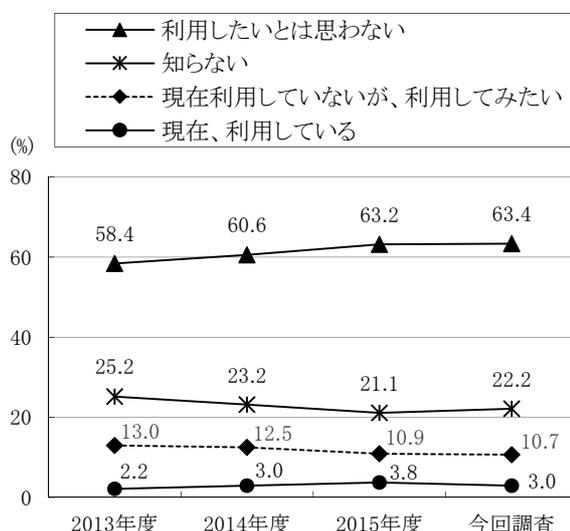
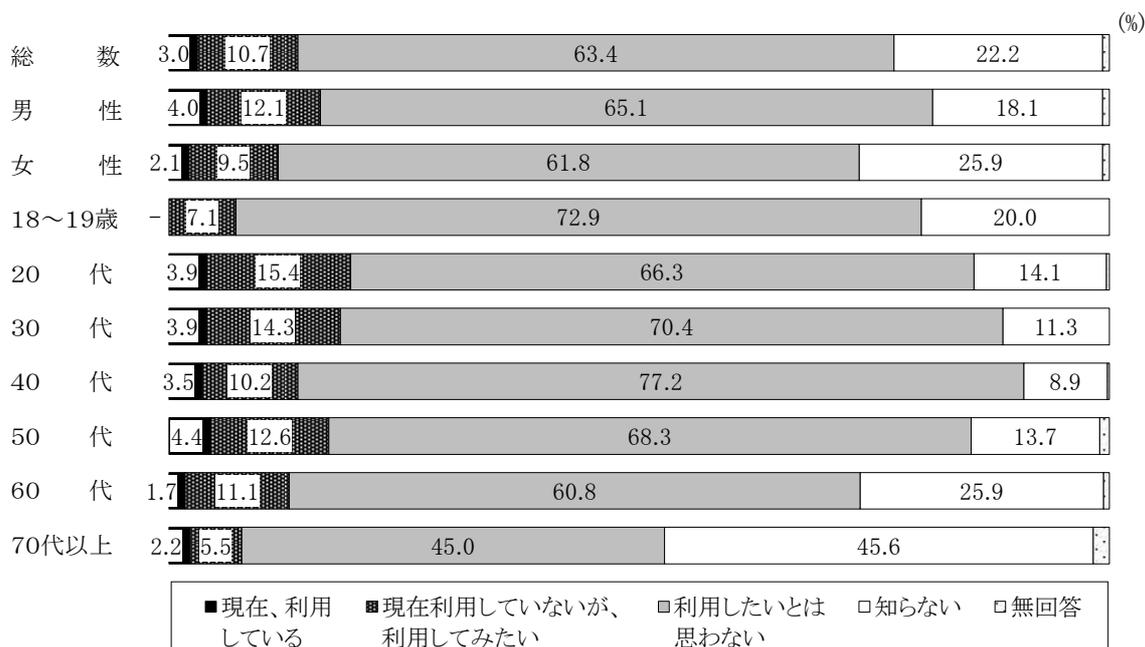


図 39-3 電子新聞の認知度と利用意向（性・年代別）

(n=3,308)



40. 単独購読料 2,000 円の場合、電子新聞の購読意向は？

— 「購読したい」 5%、「購読したいと思わない」 53% —

- ・電子新聞の単独購読料が 2,000 円の場合、購読したいと思うか尋ねたところ、「購読したいと思わない」が 52.8%、「購読したいと思う」が 4.9%であった。また、「分からない」と回答した人が 39.6%という結果になった。
- ・購読意向を年代別に見ると、「購読したい」の割合は最も高い 20 代でも 7.8%と、いずれの年代でも 1 割に満たない。一方、「購読したいと思わない」の割合は 20～40 代と 60 代以上で 5 割（51.9%～55.1%）を超えた。

図 40-1 電子新聞の購読意向（単独購読料 2,000 円の場合）

(n=3,308)

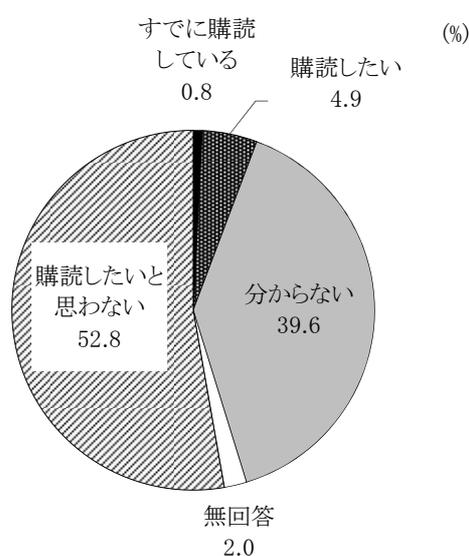
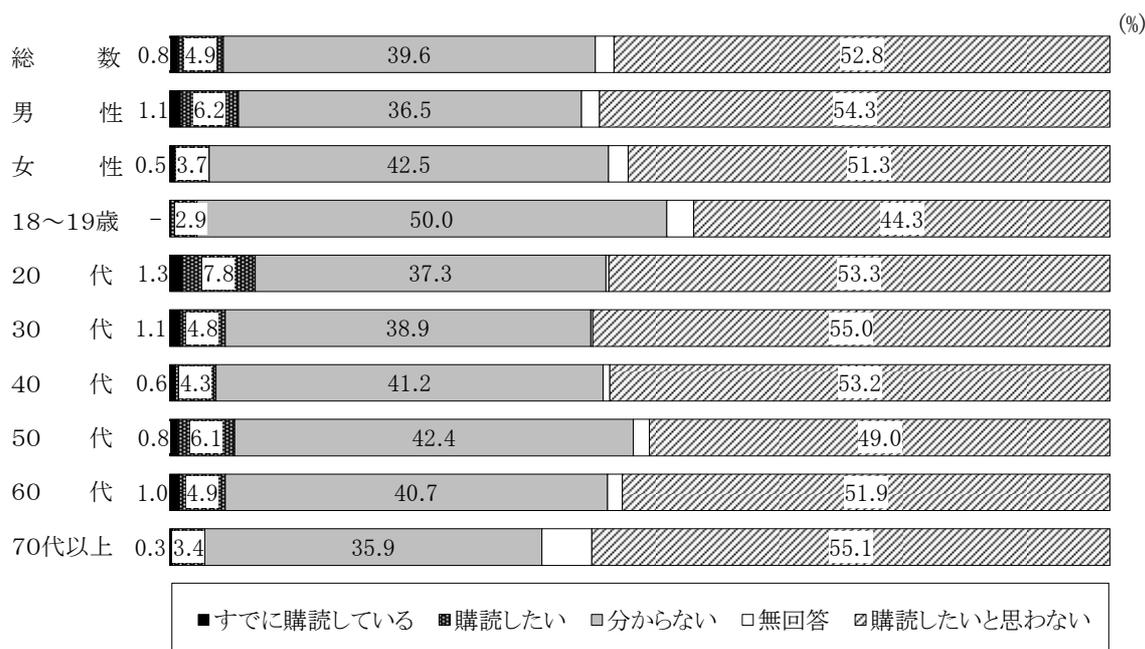


図 40-2 電子新聞の購読意向（単独購読料 2,000 円の場合）（性・年代別）

(n=3,308)



41. 電子新聞に魅力を感じる点は？

— 「読む時間と場所を選ばない」が42% —

- ・電子新聞に魅力を感じる点としては、「スマートフォンやタブレット端末でも利用でき、読む時間と場所を選ばない」を挙げる人が42.3%と最も多く、次いで、「速報が届き、重要ニュースをいち早くキャッチできる」が31.3%、「キーワードで記事を検索したり、自動で記事を収集したりすることができる」が19.9%となった。
- ・年代別に見ると、「スマートフォンやタブレット端末でも利用でき、読む時間と場所を選ばない」は50代以下で5割を超えた。50代以下では次いで「速報が届き、重要ニュースをいち早くキャッチできる」が4割前後となった。60代以上では「魅力を感じることは何もない」が最も多くなった。

図 41-1 電子新聞に魅力を感じる点

(複数回答、n=3,308)

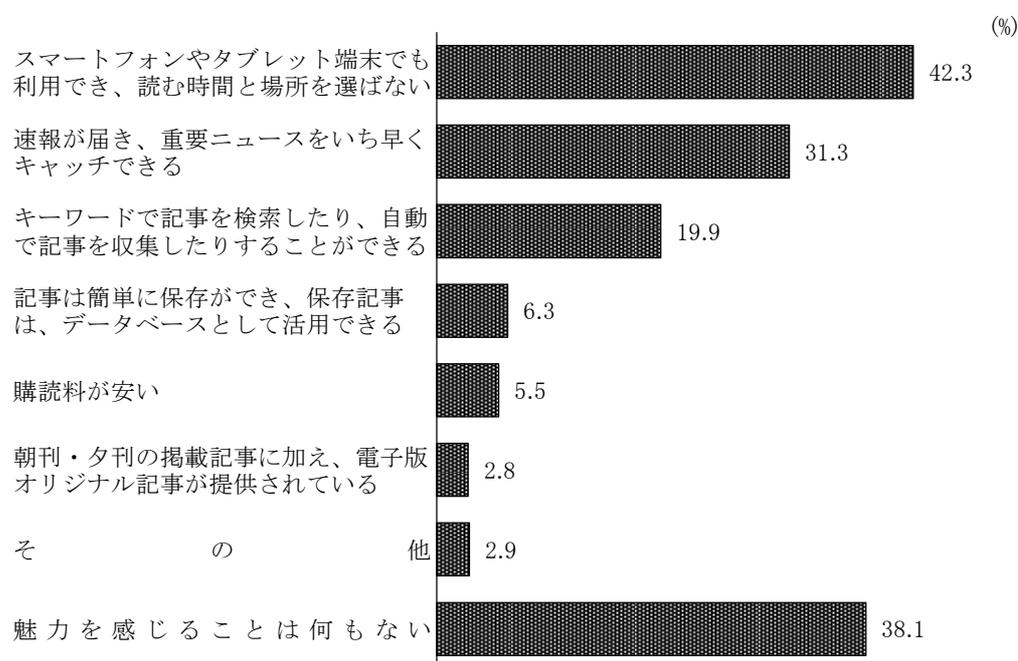
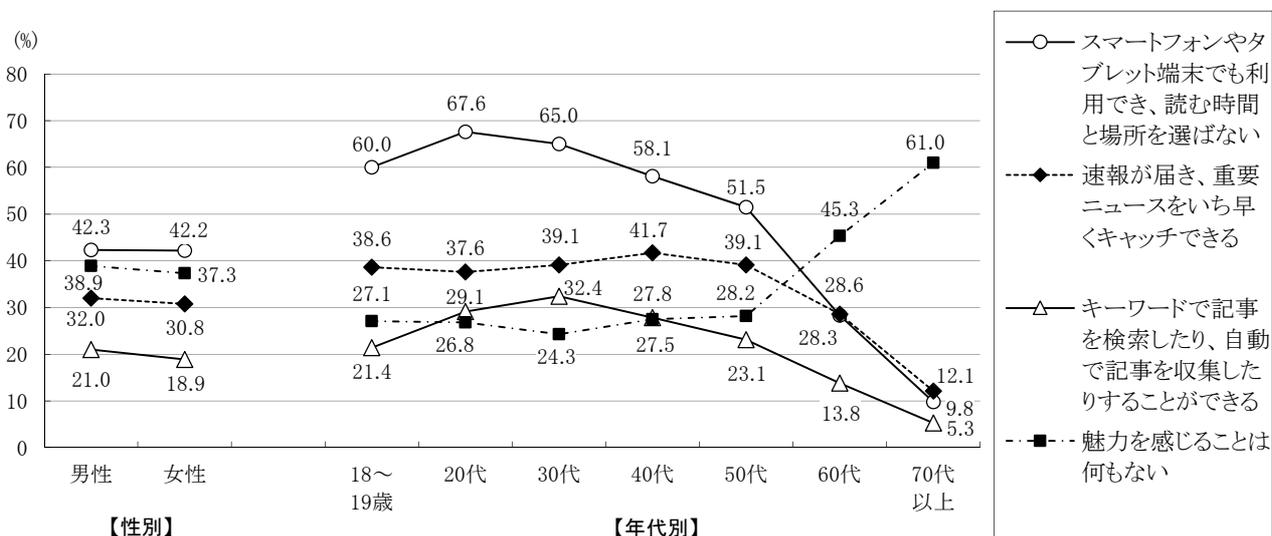


図 41-2 電子新聞に魅力を感じる点（上位3位と「何もない」）（性・年代別）

(複数回答、n=3,308)



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 3,308（66.2%）

<性別>

総数	男性	女性
3,308	1,568	1,740
100.0%	47.4%	52.6%

●調査方法

専門調査員による訪問留置法

●実査時期

2016年8月19日から9月6日

●調査委託機関

一般社団法人 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
70	306	460	539	524	696	713
2.1%	9.3%	13.9%	16.3%	15.8%	21.0%	21.6%

第9回 メディアに関する全国世論調査（2016年）

2016年10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