

第10回 メディアに関する全国世論調査（2017年） 調査結果の概要

新聞通信事業に関する調査研究、資料収集、講演会の開催などを行っている公益財団法人新聞通信調査会（理事長 西沢豊）は、2017年11月2日から21日に「第10回メディアに関する全国世論調査（2017年）」を実施しました。

調査は、全国の18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い、63.4%、3,169人から回答を得ました。特定のメディアのユーザーに偏らない、国民全体を代表するサンプル設計（住民基本台帳を用いた層化二段無作為抽出）が特徴です。調査結果の概要は以下の通りです。

主な調査結果

NHK テレビ、新聞、民放テレビ、ラジオの信頼度得点は微増、インターネットは低下

・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、全く信頼をしていない場合は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、「新聞」は68.7点となり、前回調査より0.1点上昇した。「NHK テレビ」は70.0点で0.2点の上昇（前回調査69.8点）、「民放テレビ」が59.2点で0.1点の上昇（前回調査59.1点）、「ラジオ」が58.2点で0.6点の上昇（前回調査57.6点）、「インターネット」が51.4点で2.1点の低下（前回調査53.5点）であった。（資料1ページ、図表1）

・「NHK テレビ」「新聞」「民放テレビ」「ラジオ」の信頼度得点は昨年度より微増したが、「インターネット」は低下が大きい。（資料1ページ、図表1）

・この1年間で新聞への信頼感が高くなったと答えた人に尋ねた理由では「情報が正確だから」34.6%（昨年度比4.1ポイント減）がトップ、一方、信頼感が低くなったと答えた人に尋ねた理由では「特定の勢力に偏った報道をしているから」41.4%（昨年度比11.7ポイント増）がトップ。（資料1ページ、図表2）

2018年1月
公益財団法人 新聞通信調査会

ネットニュース閲覧率、新聞朝刊閲読率を上回る

・新聞朝刊閲読率とスマートフォンやパソコンを利用したインターネットニュース閲覧率の時系列変化を見ると、新聞朝刊閲読率は2010年度82.9%から今回68.5%に低下、一方、インターネットニュース閲覧率は2010年度57.1%から今回71.4%に上昇し、初めてインターネットニュース閲覧率が新聞朝刊閲読率を上回った。(資料2ページ、図表3)

・将来の新聞について、「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49.6%、「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34.4%となった。この質問を始めた2009年度調査以来、2014年度に初めて役割減少派が役割持続派を上回り、それ以降、役割減少派の増加、役割持続派の減少傾向が続いてきた。今回は両者の差が15.2ポイントに開いた。(資料2ページ、図表4)

ネットニュースを見る時に使用するのはスマートフォン・携帯電話が80.3%、モバイルのみでの閲覧が59.2%

・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80.3% (昨年度比3.1ポイント増)と突出、「パソコン」が40.4% (昨年度比5.2ポイント減)、「タブレット」が13.4% (昨年度比0.1ポイント減)であった(複数回答)。使用機器の回答から、「モバイルのみ」「パソコンとモバイル」「パソコンのみ」に分類すると、「モバイルのみ」が59.2%、「パソコンとモバイル」が25.6%、「パソコンのみ」が14.9%であった。(資料3ページ、図表5)

・「モバイルのみ」は、70代以上の40.4%から18~19歳の82.5%にかけて、年代が下がるにつれて多くなった。(資料3ページ、図表6)

ネットニュースを見る時のアクセスはポータルサイトが85.5%、SNSは若い世代ほど多い

・インターネットニュースを見る時にどこにアクセスするかを質問したところ、「ポータルサイトやアプリ」が85.5%と突出して最も多く、次いで「SNS」が31.8%、「新聞社・通信社・テレビ放送局の公式サイトやアプリ」が20.5%であった(複数回答)。(資料4ページ、図表7)

・年代別に見ると、「ポータルサイトやアプリ」は、20~60代では80%台、70代以上でも78.2%と最も多いアクセス先であった。「SNS」は、男性(25.8%)より女性(37.7%)で多く、年代別では、年代が低いほど多くなる傾向が顕著であった。(資料4ページ、図表8)

ネットニュースを見る時にニュースの出所を気にするのは42.5%、気にしないが57.1%と上回る

・インターネットニュースを見る時に、ニュースの出所を気にするか尋ねたところ、「気にする」と答えた人が42.5%、「気にしない」と答えた人が57.1%となった。(資料5ページ、図表9)

フェイクニュースという言葉の認知率は41.9%

- ・フェイクニュースという言葉を知っている」と答えた人が41.9%、「聞いたことはあるが内容はわからない」と答えた人が24.4%、「知らない」と答えた人が33.4%であった。(資料6ページ、図表11)
- ・フェイクニュースという言葉の説明をした上で、ふだんニュースに接する時にフェイクニュースがあるかもしれないと意識しているか尋ねたところ、「意識している」と答えた人が41.4%、「意識していない」と答えた人が34.6%となった。年代別では、40代以下の若中年層で「意識している」と答えた人が50%を超えた。(資料6ページ、図表12)
- ・フェイクニュースの拡散を防ぐために、何らかの規制が必要と思うか尋ねたところ、「業界による自主規制が必要だと思う」と答えた人が39.3%で最も多く、「政府による規制が必要だと思う」は12.9%、「NPOなど有志等による民間の検証が必要だと思う」は12.7%であった。一方、「規制や検証は必要ないと思う」と答えた人は4.8%であった。(資料6ページ、図表13)

憲法改正、新聞は政党間の違い、現行憲法の解説を

- ・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58.3%と最も多く、以下、「NHK テレビ」が57.0%、「新聞」が54.2%、「インターネット」が37.3%という結果になった(複数回答)。(資料7ページ、図表14)
- ・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47.7%、「NHK テレビ」が44.4%、「新聞」が43.7%、「インターネット」が24.9%という結果になった(複数回答)。(資料7ページ、図表14)
- ・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、「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」が50.6%で最も多く、この質問を始めた2013年度から昨年度まで最も多かった「現行の憲法について詳しく解説してほしい」(49.5%)を上回った(複数回答)。(資料8ページ、図表16)

衆院選報道「党や候補者の政策や主張の違い」の充実を

- ・衆議院選挙報道について、各メディアの印象を聞いたところ、新聞は「投票する候補者や政党を決める際に、参考になった」で39.8%と1位となった。(資料9ページ、図表17)
- ・民放テレビは「政党再改編の動きについての報道や情報が分かりやすかった」で53.2%、「選挙前の当落予想や情勢報道を参考にした」で46.1%、「各政党の政策や主張についての報道や情報が分かりやすかった」で45.1%と1位になった。また、「候補者の個人的な問題や不祥事についての報道や情報が多かった」は、70.4%で他のメディアを圧倒した。(資料9ページ、図表17)
- ・選挙報道でもっと充実してほしいと思った内容について尋ねたところ、「党や候補者の政策や主張の違いについて」が62.9%で最も多く、以下、「党の公約(マニフェスト)の分析や専門家の意見」が40.1%、「候補者の政治実績や経歴について」が30.7%となった(複数回答)。(資料9ページ、図表18)

その他の調査結果の主な内容

《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」70.0点、2位「新聞」68.7点、3位「民放テレビ」59.2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？
 - 「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？
 - この1年間で新聞の信頼感が「低くなった」が7.9%
理由は「特定の勢力に偏った報道をしているから」41%がトップ。
4. 各メディアの印象は？
 - 情報が役に立つ「新聞」、信頼と社会的影響力があり、分かりやすい「NHK テレビ」、面白い「民放テレビ」、手軽で、欠かせず、情報量が多い「インターネット」
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%
6. 世論調査は人々の意見を反映しているか？
 - 「反映している」33%、「反映していない」27%

《フェイクニュースについて》

7. フェイクニュースという言葉を知っている？
 - 「知っている」42%、「知らない」33%
8. ふだん、フェイクニュースがあるかもしれないと意識する？
 - 「意識している」41%、「意識していない」35%
9. フェイクニュース拡散を防ぐために規制は必要？
 - 「業界による自主規制が必要だと思う」39%

《憲法改正問題に関する報道》

10. 憲法改正問題に関心がある？
 - 「関心がある」71%と昨年度同様、高く
11. 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」58%、「NHK テレビ」57%、「新聞」54%
12. 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」48%、「NHK テレビ」「新聞」共に44%
13. 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道は？
 - 新聞は「政党の意見の違い」「現行憲法の解説」についての報道を

《2017年10月の衆院選報道》

14. 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
15. 各メディアの衆院選に関する報道の印象は？
- 民放テレビの印象強く
新聞は「投票する候補者や政党を決める際に、参考になった」で40%
16. 選挙報道で充実してほしいと思ったのは？
- 「党や候補者の政策や主張の違いについて」63%

《新聞への意見》

17. 新聞についてどう思う？
- 情報の「多様性」「正確性」「責任感」に高い評価
「多種多様な情報を知ることができる」が68%
18. 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40%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
19. 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16%、「不偏不党」は64%
20. 新聞の記事の満足度は？
- ラ・テ欄、地元記事、社会記事など、身近な事柄についての記事の満足度が高い
21. 新聞全般の満足度は？
- 満足している人は50%、不満な人は9%。高年齢層で満足度が高い

《生活の中の新聞》

22. 新聞を読んでいる人は？
- 「読んでいる」は朝刊69%、夕刊23%。朝夕刊の閲読率は減少の一途
23. 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78%、「減った」が17%
24. 新聞を読む時間は？
- 平均時間は27分で前回から微増。若い世代ほど短い
25. 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
26. 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」(55%)、2位「世間の動きが分かる」(46%)
27. よく読む新聞記事は？
- 身近な記事が人気
1位「社会に関する記事」、2位「地元に関する記事」

28. 新聞を読まない理由は？
- 1位「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」(74%)
 - 2位「新聞を取っていない」(45%)
29. 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」66%。2012年度より減少続く
30. 夕刊の発行をどう思う？
- 「続けてほしい」は16%、「なくてもよい」が37%
31. 月ぎめ新聞の購読状況は？
- 71%が購読、購読率は減少傾向が続く
32. 新聞の購読料をどう思う？
- 「妥当」とする人が53%、「高い」とする人が44%
33. 通信社の役割を知っている？
- 「知っている」48%、「知らない」51%
 - 「役割を知っている」人の割合は2012年度以降、50%前後で推移
34. 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」(70%)、2位「ロイター通信」(68%)

《新聞のこれからとインターネット》

35. 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
 - 毎日閲覧は女性、50代以上で増加
36. 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」(72%)、2位「社会に関する記事」(59%)
37. インターネットニュースを見る時、アクセスするのは？
- ポータルサイトが86%、SNSは若い世代ほど多い
38. 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80%、モバイルのみでの閲覧が59%
39. インターネットニュースを見る時に出所を気にするか？
- 「気にする」43%、「気にしない」57%
40. 将来の新聞の役割についてどう思う？
- 新聞の役割減少派50%、役割持続派34%。役割減少派が役割持続派を突き放す勢い
 - 「新聞の役割が少なくなってくる」は年代が低いほど優勢
41. 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10%と減少傾向
42. 電子新聞の許容購読料金は？
- 単独での購読、セットでの購読ともに購読したくない人が多数、購読料金は低価格帯に集中

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 3,169（63.4%）

●調査方法

専門調査員による訪問留置法

●実査時期

2017年11月2日から21日

●調査委託機関

一般社団法人 中央調査社

<性別>

総数	男性	女性
3,169	1,526	1,643
100.0%	48.2%	51.8%

<年代別>

18～ 19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70代 以上
63	274	422	567	504	601	738
2.0%	8.6%	13.3%	17.9%	15.9%	19.0%	23.3%

第10回 メディアに関する全国世論調査（2017年）

2018年1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

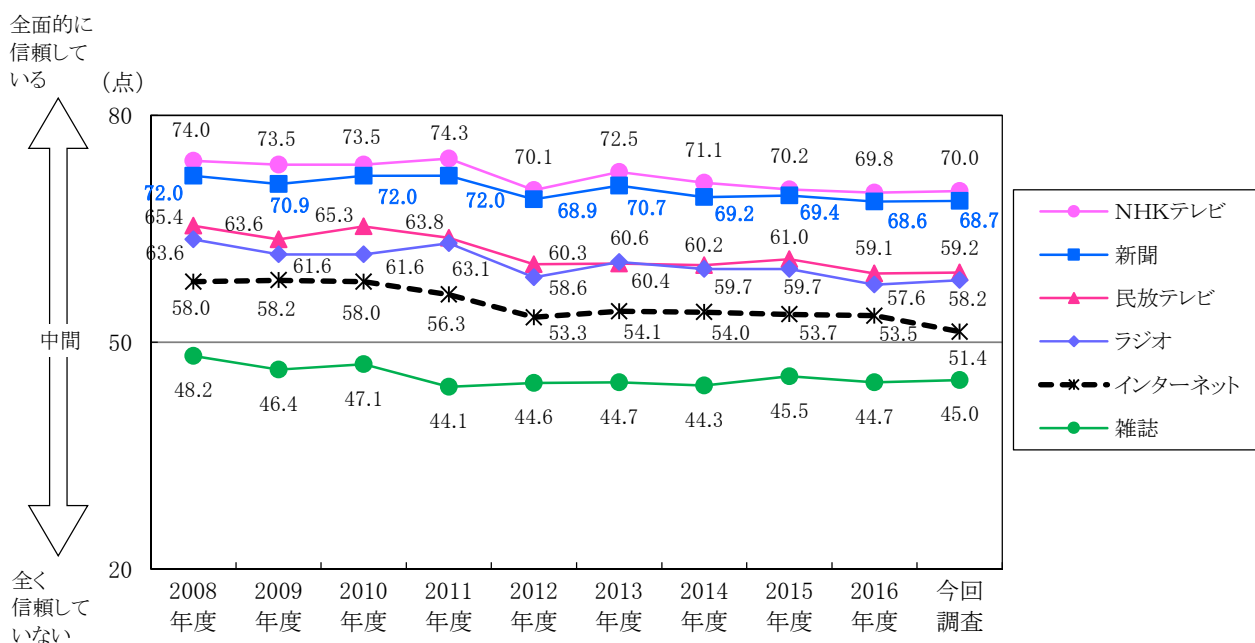
日本プレスセンタービル1階

電話 03-3593-1081

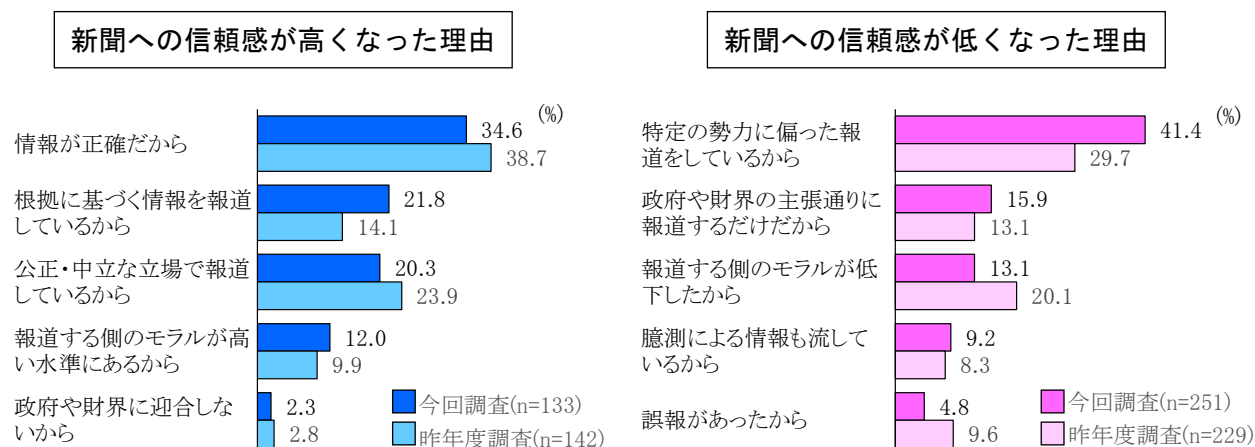
NHK テレビ、新聞、民放テレビ、ラジオの信頼度得点は微増、インターネットは低下

- 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、「新聞」は68.7点となり、前回調査より0.1点上昇した。「NHKテレビ」は70.0点で0.2点の上昇（前回調査69.8点）、「民放テレビ」が59.2点で0.1点の上昇（前回調査59.1点）、「ラジオ」が58.2点で0.6点の上昇（前回調査57.6点）、「インターネット」が51.4点で2.1点の低下（前回調査53.5点）であった。
- 「NHKテレビ」「新聞」「民放テレビ」「ラジオ」の信頼度得点は昨年度より微増したが、「インターネット」は低下が大きい。
- この1年間で新聞への信頼感が高くなったと答えた人に尋ねた理由では「情報が正確だから」34.6%（昨年度比4.1ポイント減）がトップ、一方、信頼感が低くなったと答えた人に尋ねた理由では「特定の勢力に偏った報道をしているから」41.4%（昨年度比11.7ポイント増）がトップ。

図表1 各メディアの情報信頼度（時系列）



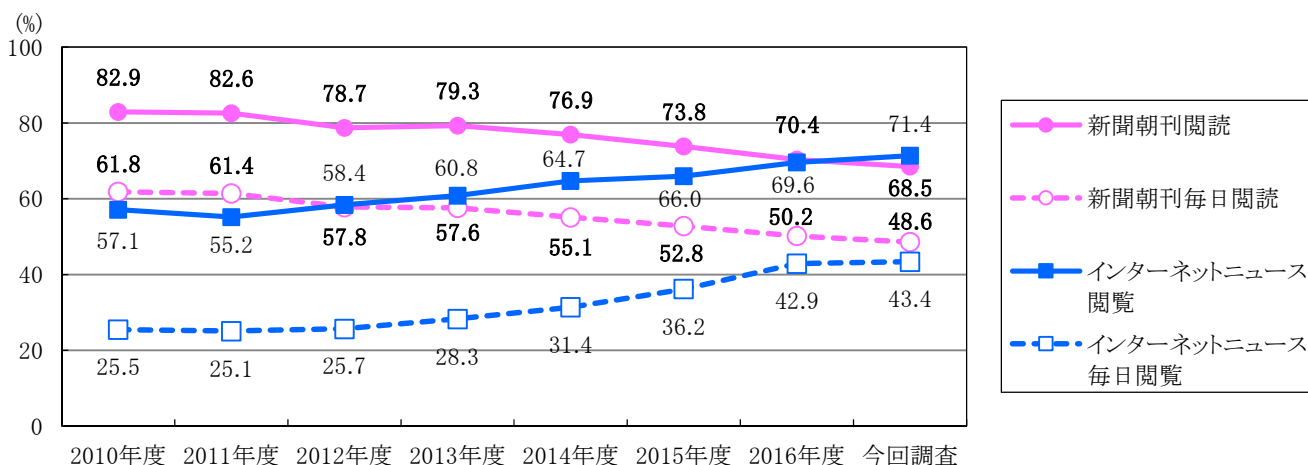
図表2 新聞の信頼感変化の理由



ネットニュース閲覧率、新聞朝刊閲読率を上回る

- 新聞朝刊閲読率とスマートフォンやパソコンを利用したインターネットニュース閲覧率の時系列変化を見ると、新聞朝刊閲読率は2010年度82.9%から今回68.5%に低下、一方、インターネットニュース閲覧率は2010年度57.1%から今回71.4%に上昇し、初めてインターネットニュース閲覧率が新聞朝刊閲読率を上回った。また、新聞朝刊を毎日閲読する割合は、2010年度61.8%から今回48.6%に低下、インターネットニュースを毎日閲覧する割合は2010年度25.5%から今回43.4%に上昇し、両者の差は2010年度には36.3ポイントあったが、今回調査では5.2ポイントに縮まった。

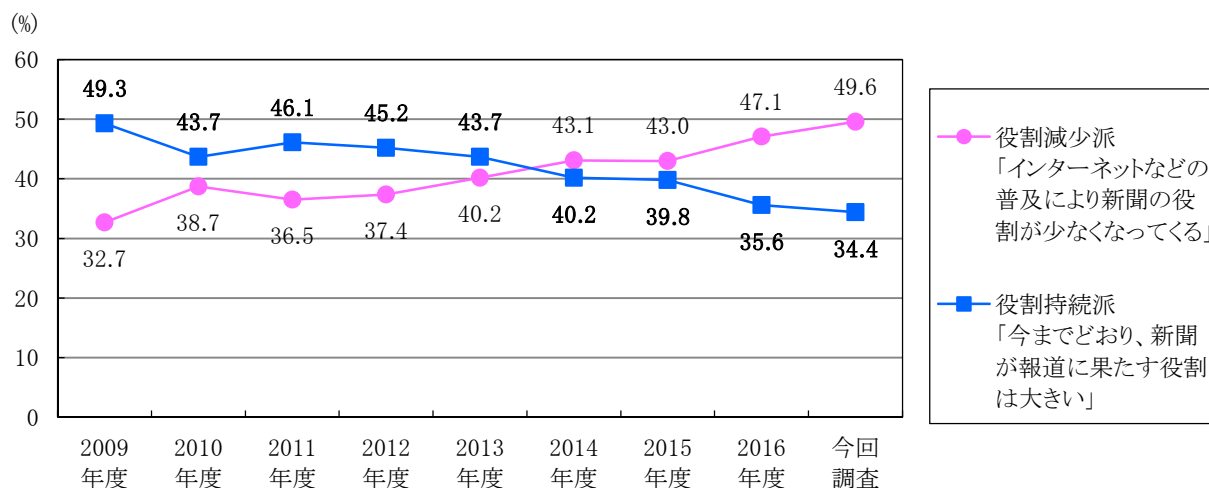
図表3 新聞朝刊閲読状況、インターネットニュース閲覧状況（時系列）



新聞の役割減少派、役割持続派を突き放す勢い

- 将来の新聞について、「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49.6%、「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34.4%となった。この質問を始めた2009年度調査以来、2014年度に初めて役割減少派が役割持続派を上回り、それ以降、役割減少派の増加、役割持続派の減少傾向が続いてきた。今回は両者の差が15.2ポイントに開いた。

図表4 将来の新聞についての意見（時系列）

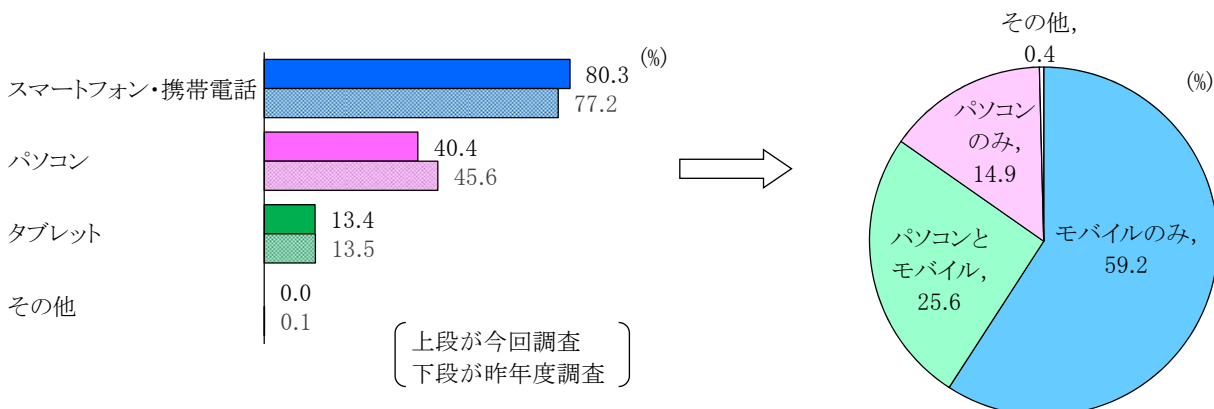


ネットニュースを見る時に使用するのはスマートフォン・携帯電話が 80.3%、モバイルのみでの閲覧が 59.2%

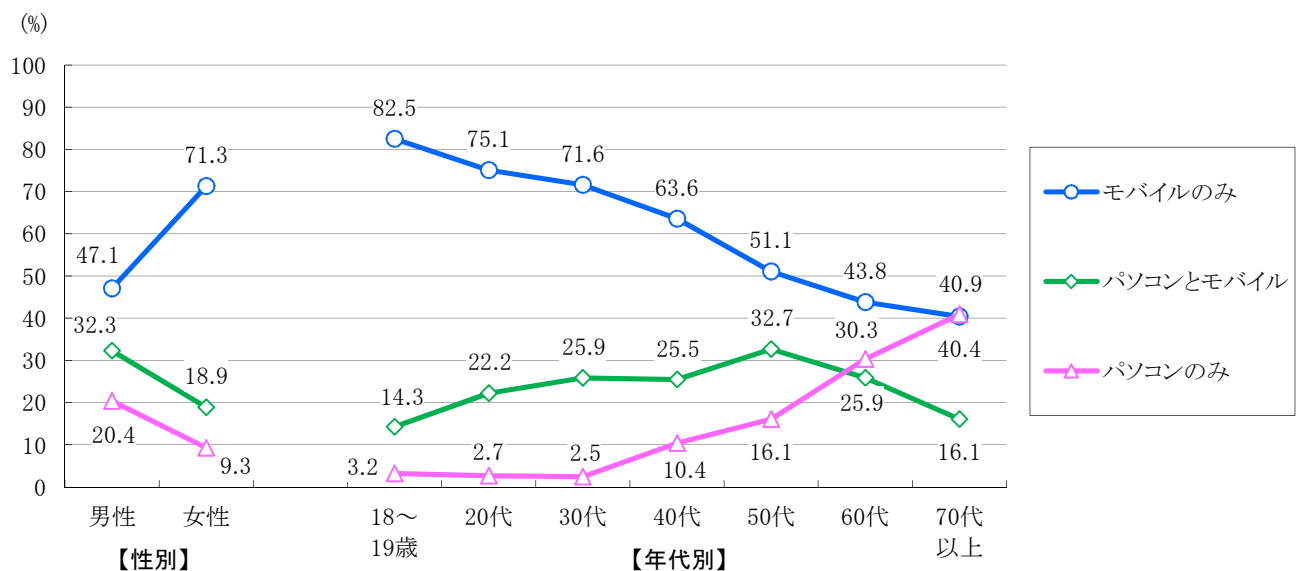
- ・ インターネットニュースを見る時に使用する機器を質問したところ、「スマートフォン・携帯電話」が 80.3%と突出して最も多かった。次いで「パソコン」が 40.4%、「タブレット」は 13.4%であった（複数回答）。
- ・ 昨年度調査と比較すると、「スマートフォン・携帯電話」が 3.1 ポイント増加、「パソコン」が 5.2 ポイント減少となった。
- ・ インターネットニュースを見る時に使用する機器の回答から、「モバイルのみ」「パソコンとモバイル」「パソコンのみ」に分類すると、「モバイルのみ」が 59.2%、「パソコンとモバイル」が 25.6%、「パソコンのみ」が 14.9%であった。
- ・ 年代別に見ると、「モバイルのみ」は、男女共に、また、年代別では 60 代以下で、「パソコンとモバイル」「パソコンのみ」の割合を上回った。「モバイルのみ」は、男性 (47.1%) より女性 (71.3%) で多く、年代別では、70 代以上の 40.4%から 18~19 歳の 82.5%にかけて、年代が下がるにつれて多くなった。

図表5 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=2,262 インターネットニュースを見る人に)



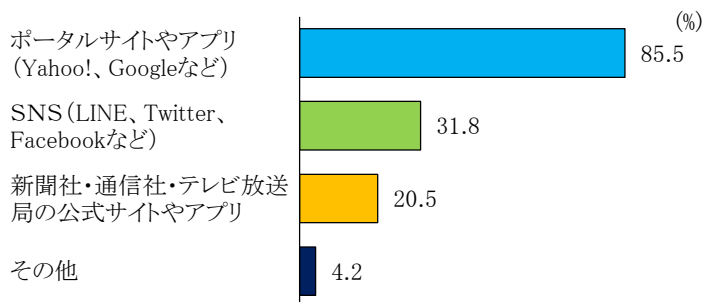
図表6 インターネットニュースを見る時に使用する機器 (性別・年代別)



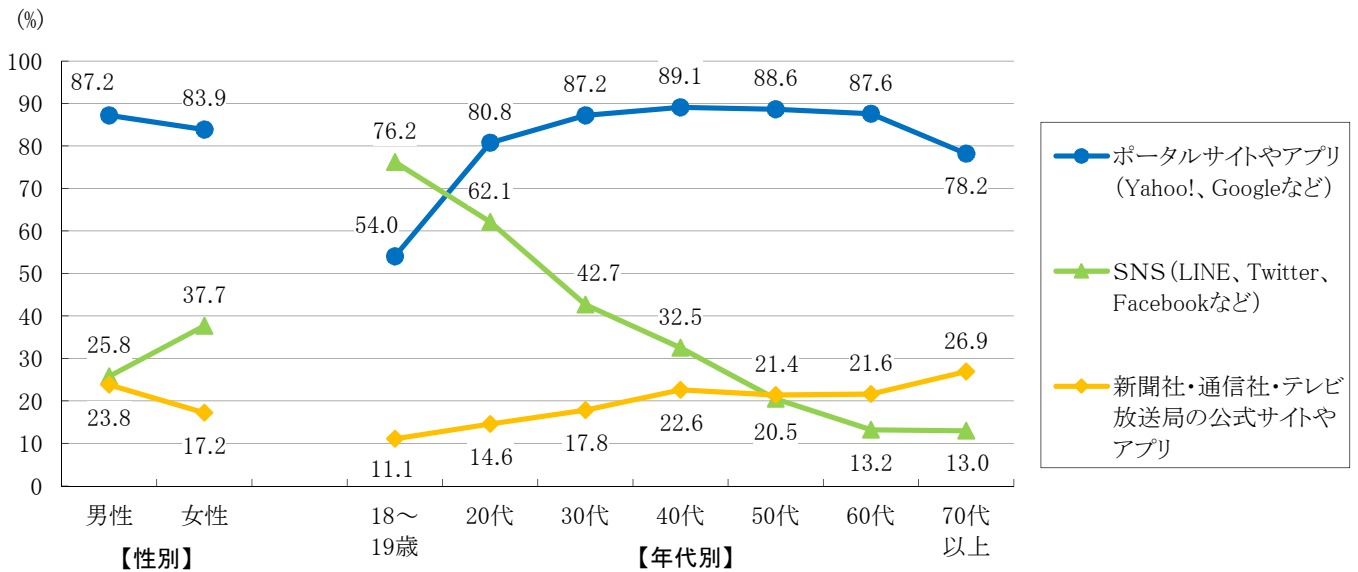
ネットニュースを見る時のアクセスはポータルサイトが85.5%、SNSは若い世代ほど多い

- ・ インターネットニュースを見る時にどこにアクセスするかを質問したところ、「ポータルサイトやアプリ」が85.5%と突出して最も多かった。次いで「SNS」が31.8%、「新聞社・通信社・テレビ放送局の公式サイトやアプリ」が20.5%であった（複数回答）。
- ・ 年代別に見ると、「ポータルサイトやアプリ」は、20～60代では80%台、70代以上でも78.2%と最も多いアクセス先であった。「SNS」は、男性（25.8%）より女性（37.7%）で多く、年代別では、年代が低いほど多くなる傾向が顕著であった。

図表7 インターネットニュースを見る時のアクセス先（複数回答、n=2,262 インターネットニュースを見る人に）



図表8 インターネットニュースを見る時のアクセス先（性別・年代別）

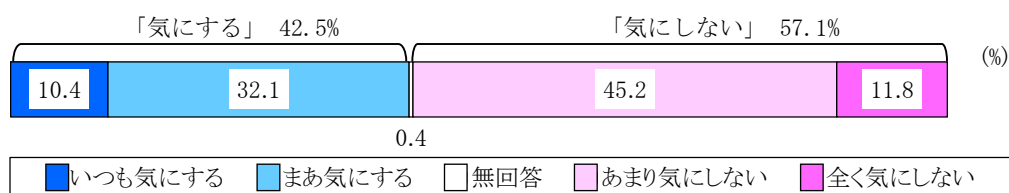


ネットニュースを見る時にニュースの出所を気にするのは42.5%、気にしないが57.1%と上回る

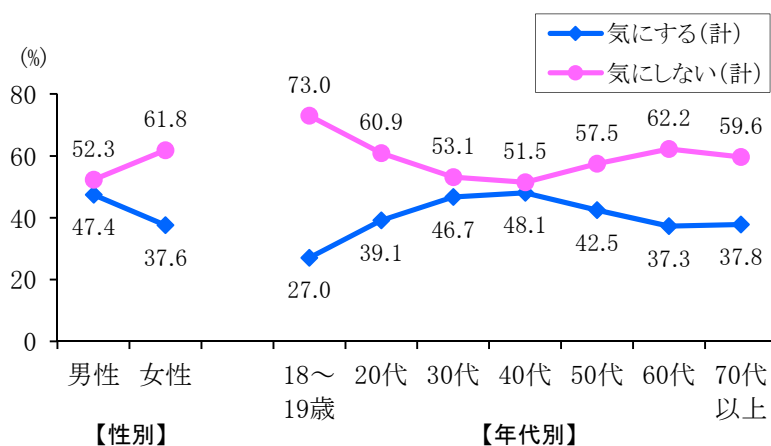
- ・ インターネットニュースを見る時に、ニュースの出所を気にするか尋ねたところ、「気にする」と答えた人が42.5%（「いつも気にする」10.4%と「まあ気にする」32.1%の計）、「気にしない」と答えた人が57.1%（「全く気にしない」11.8%と「あまり気にしない」45.2%の計）となった。
- ・ 性別、年代別に関わらず、「気にしない」と答えた人が「気にする」と答えた人より多くなった。中でも、性別では女性、年代別では20代以下と60代で60%を超えた。

図表9 インターネットニュースを見る時に、ニュースの出所を気にするか

(n=2,262 インターネットニュースを見る人に)



図表10 インターネットニュースを見る時に、ニュースの出所を気にするか（性別・年代別）

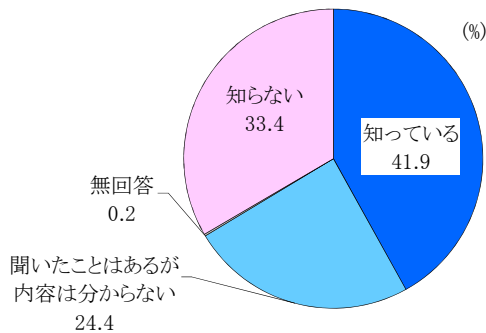


フェイクニュースという言葉の認知率は 41.9%

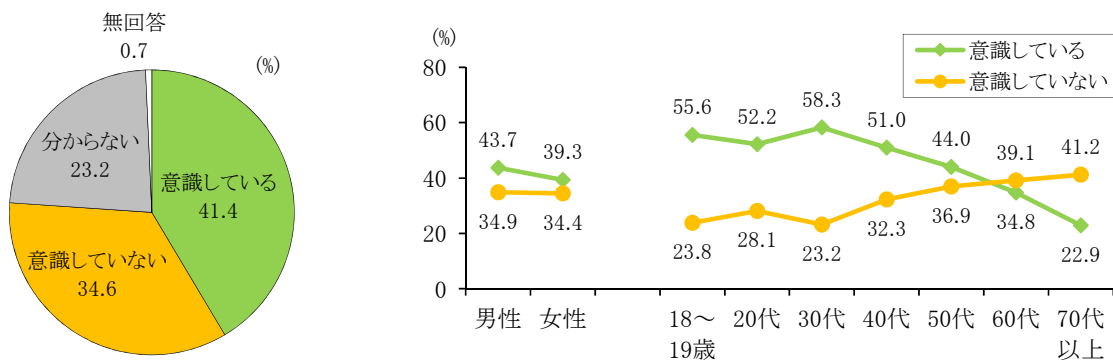
- ・ フェイクニュースという言葉を知っている人が 41.9%、「聞いたことはあるが内容はわからない」と答えた人が 24.4%、「知らない」と答えた人が 33.4%であった。
- ・ フェイクニュースという言葉の説明をした上で、ふだんニュースに接する時にフェイクニュースがあるかもしれないと意識しているか尋ねたところ、「意識している」と答えた人が 41.4%、「意識していない」と答えた人が 34.6%となった。年代別では、40 代以下の若中年層で「意識している」と答えた人が 50%を超えた。
- ・ フェイクニュースの拡散を防ぐために、何らかの規制が必要と思うか尋ねたところ、「業界による自主規制が必要だと思う」と答えた人が 39.3%で最も多く、「政府による規制が必要だと思う」は 12.9%、「NPO など有志等による民間の検証が必要だと思う」は 12.7%であった。一方、「規制や検証は必要ないと思う」と答えた人は 4.8%であった。

図表 11 フェイクニュースという言葉の認知

(n=3,169 全員に)

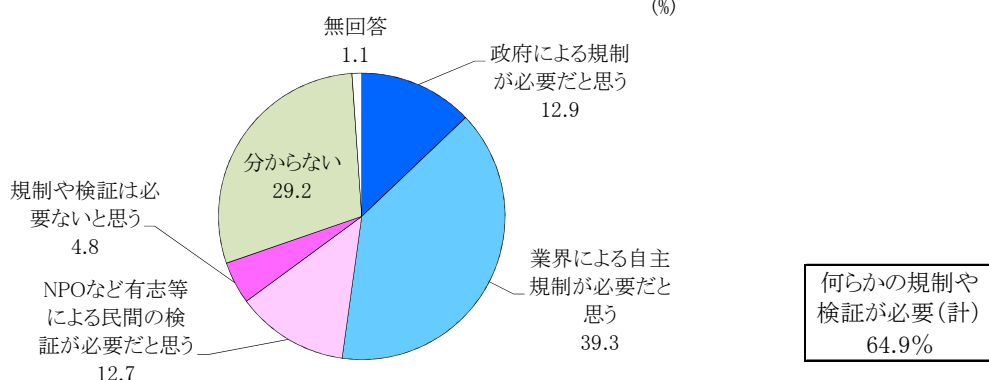


図表 12 ニュースに接する時にフェイクニュースを意識しているか（性別・年代別） (n=3,169 全員に)



図表 13 フェイクニュースの拡散を防ぐために、何らかの規制が必要と思うか

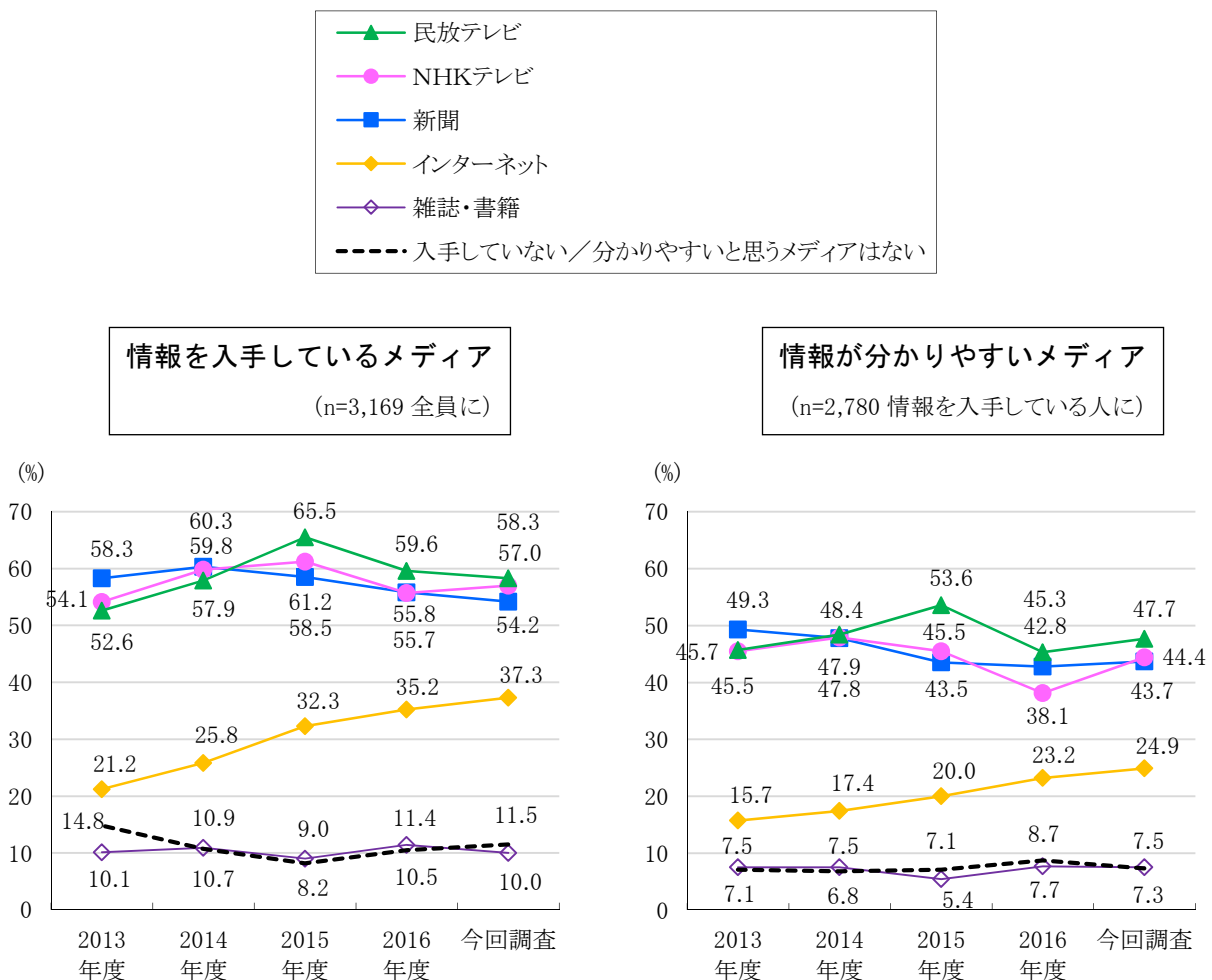
(n=3,169 全員に)



憲法改正報道、民放テレビ、NHK テレビ、新聞が優勢、インターネットは増加傾向

- ・ 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 58.3%と最も多く、以下、「NHK テレビ」が 57.0%、「新聞」が 54.2%、「インターネット」が 37.3%という結果になった（複数回答）。前回調査と比べると、民放テレビが 1.3 ポイント、新聞が 1.6 ポイント、雑誌・書籍が 1.4 ポイント、それぞれ減少した。一方、NHK テレビが 1.3 ポイント、インターネットが 2.1 ポイント、それぞれ増加した。
- ・ 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 47.7%、「NHK テレビ」が 44.4%、「新聞」が 43.7%、「インターネット」が 24.9%という結果になった（複数回答）。前回調査と比べると、民放テレビが 2.4 ポイント、NHK テレビが 6.3 ポイント、新聞が 0.9 ポイント、インターネットが 1.7 ポイント、それぞれ増加した。

図表 14 憲法改正問題について：情報入手しているメディアと情報が分かりやすいメディア（時系列）
(複数回答)

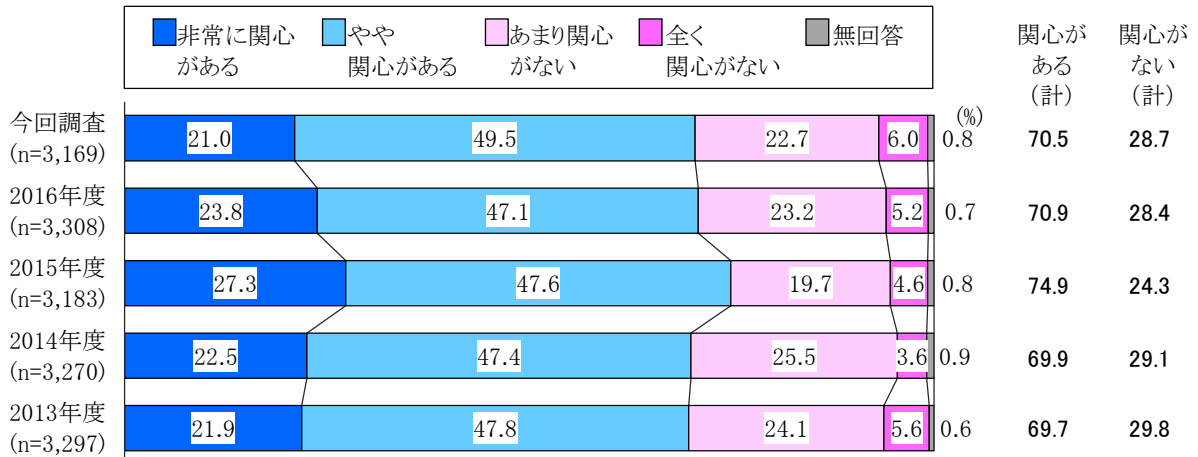


国民の憲法改正への関心は依然高く 憲法改正、新聞は政党間の違い、現行憲法の解説を

- 憲法改正問題に、「関心がある」と答えた人が 70.5%（「非常に関心がある」21.0%と「やや関心がある」49.5%の計）、「関心がない」と答えた人が 28.7%（「全く関心がない」6.0%と「あまり関心がない」22.7%の計）となった。

図表 15 憲法改正問題への関心（時系列）

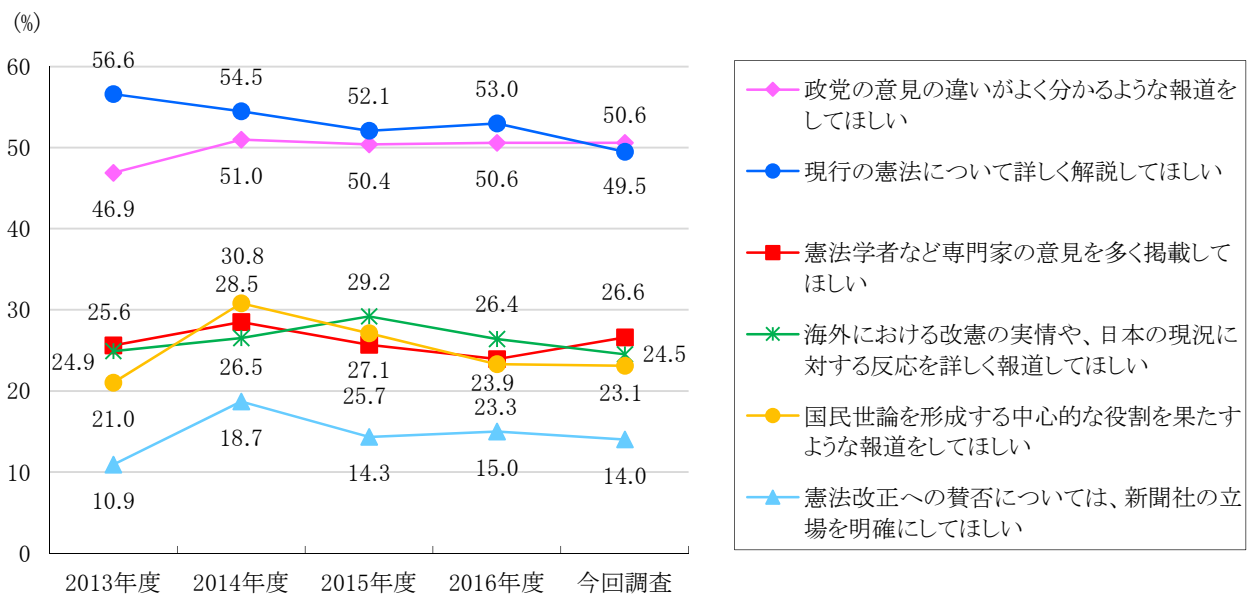
(n=3,169 全員に)



- 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、「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」が 50.6%で最も多く、この質問を始めた 2013 年度から昨年度まで最も多かった「現行の憲法について詳しく解説してほしい」（49.5%）を上回った（複数回答）。

図表 16 新聞に期待する憲法改正問題に関する報道

(複数回答、n=3,169 全員に)



衆院選報道、民放テレビの印象強く 新聞は「投票する際に、参考になった」で 39.8%

- ・ 衆議院選挙報道について、各メディアの印象を聞いたところ、新聞は「投票する候補者や政党を決める際に、参考になった」で 39.8%と 1 位となったが、民放テレビ (39.7%) と並んだ。
- ・ 民放テレビは「政党再改編の動きについての報道や情報が分かりやすかった」で 53.2%、「選挙前の当落予想や情勢報道を参考にした」で 46.1%、「各政党の政策や主張についての報道や情報が分かりやすかった」で 45.1%と 1 位になった。
- ・ 「政党再改編の動きについての報道や情報が分かりやすかった」「選挙前の当落予想や情勢報道を参考にした」「各政党の政策や主張についての報道や情報が分かりやすかった」は、民放テレビに続き、2 位に NHK テレビ、3 位に新聞となった。
- ・ 「候補者の個人的な問題や不祥事についての報道や情報が多かった」は、民放テレビが 70.4%で 1 位と他のメディアを圧倒し、2 位の「インターネット」が 22.5%であった。

図表 17 衆議院選挙報道に関する各メディアの印象

(複数回答、n=3,169 全員に)
(%)

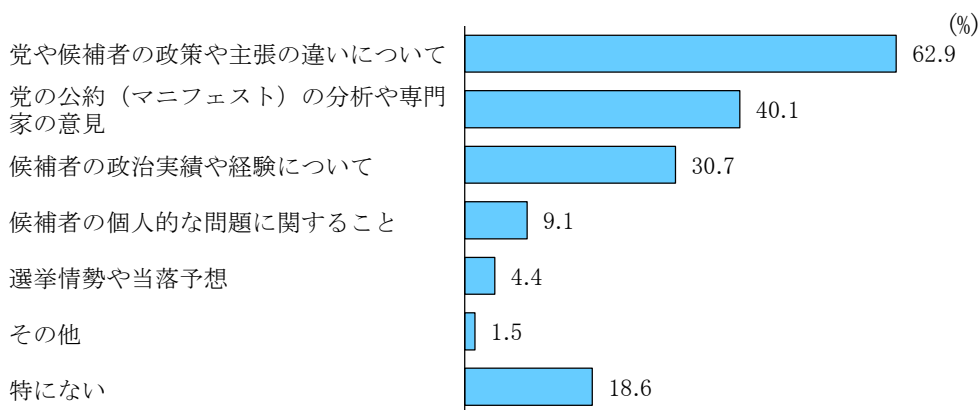
	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
候補者の個人的な問題や不祥事についての報道や情報が多かった	民放テレビ 70.4	インターネット 22.5	NHKテレビ 16.2	新聞 15.4	雑誌 9.2
政党再改編の動きについての報道や情報が分かりやすかった	民放テレビ 53.2	NHKテレビ 37.5	新聞 28.3	インターネット 14.4	雑誌 0.7
選挙前の当落予想や情勢報道を参考にした	民放テレビ 46.1	NHKテレビ 33.2	新聞 26.3	インターネット 13.7	雑誌 1.0
各政党の政策や主張についての報道や情報が分かりやすかった	民放テレビ 45.1	NHKテレビ 40.2	新聞 34.9	インターネット 14.4	雑誌 0.8
投票する候補者や政党を決める際に、参考になった	新聞 39.8	民放テレビ 39.7	NHKテレビ 32.3	インターネット 15.5	雑誌 0.9

衆院選報道「党や候補者の政策や主張の違い」の充実を

- ・ 選挙報道でもっと充実してほしいと思った内容について尋ねたところ、「党や候補者の政策や主張の違いについて」が 62.9%で最も多く、以下、「党の公約 (マニフェスト) の分析や専門家の意見」が 40.1%、「候補者の政治実績や経験について」が 30.7%となった (複数回答)。

図表 18 選挙報道で充実してほしい内容

(複数回答、n=3,169 全員に)

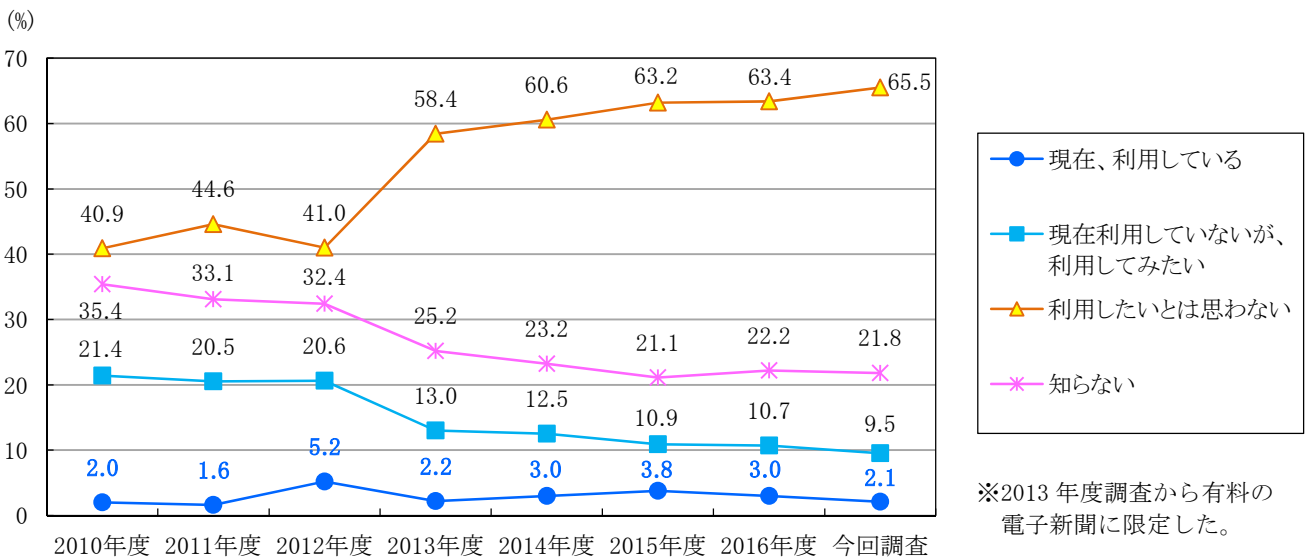


電子新聞、利用希望は伸びず 購読料は単独、セットともに低価格

- ・ 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」2.1%と「現在利用していないが、利用してみたい」9.5%と「利用したいとは思わない」65.5%の合計）は77.1%と、昨年度調査と同じであった。
- ・ 有料の電子新聞の利用意向を聞いたところ、「現在、利用している」が2.1%と昨年より0.9ポイントの減少、「現在利用していないが、利用してみたい」が9.5%と昨年より1.2ポイントの減少となった。一方、「利用したいとは思わない」は65.5%と昨年より2.1ポイントの増加となった。
- ・ 電子新聞の購読料については、電子新聞単独、紙の新聞とセットの場合のどちらも「購読したいと思わない」と回答した人が最も多く50%を超えた。具体的な価格を回答した人でも、低価格帯が多かった。

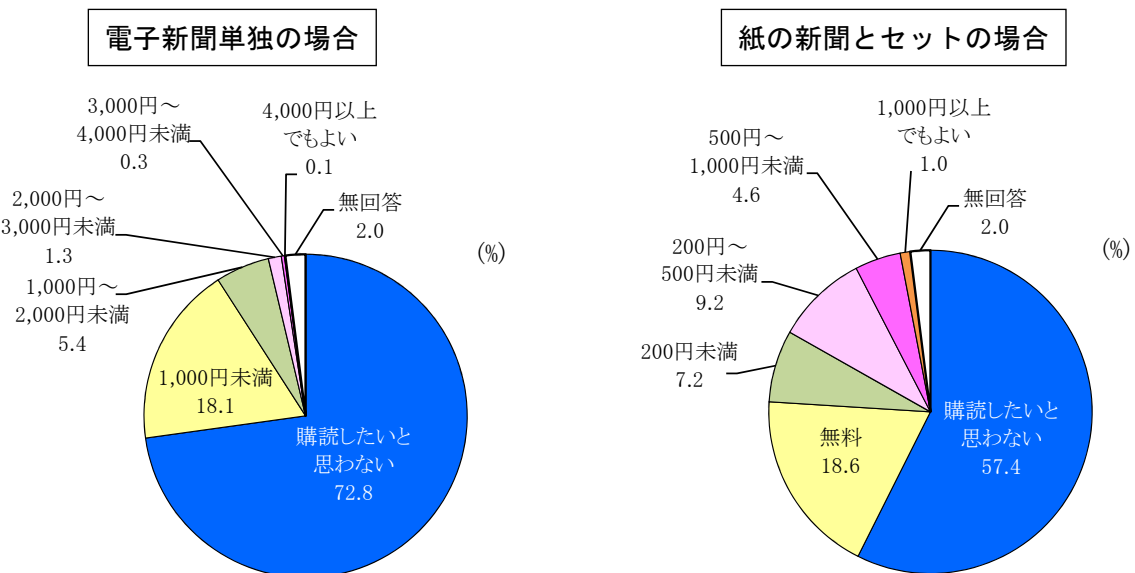
図表 19 電子新聞の認知と利用意向（時系列）

(n=3,169 全員に)



図表 20 電子新聞の許容購読料

(n=3,169 全員に)



第 10 回
メディアに関する全国世論調査
(2017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」70.0点、2位「新聞」68.7点、3位「民放テレビ」59.2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7.9%》
4. 各メディアの印象は？ 5
 《情報が役に立つ「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」》
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. 世論調査は人々の意見を反映しているか？ 9
 《「反映している」33%、「反映していない」27%》

《フェイクニュースについて》

7. フェイクニュースという言葉を知っている？ 10
 《「知っている」42%、「知らない」33%》
8. ふだん、フェイクニュースがあるかもしれないと意識する？ 11
 《「意識している」41%、「意識していない」35%》
9. フェイクニュース拡散を防ぐために規制は必要？ 12
 《「業界による自主規制が必要だと思う」39%》

《憲法改正問題に関する報道》

10. 憲法改正問題に関心がある？ 13
 《「関心がある」71%と昨年度同様、高く》
11. 憲法改正問題に関する情報を入手しているメディアは？ 14
 《「民放テレビ」58%、「NHK テレビ」57%、「新聞」54%》
12. 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいメディアは？ 15
 《「民放テレビ」48%、「NHK テレビ」「新聞」共に44%》
13. 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道は？ 16
 《新聞は「政党の意見の違い」「現行憲法の解説」についての報道を》

《2017年10月の衆院選報道》

14. どの候補者・政党に投票するかを決めたのはいつ？ 17
 《「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》
15. 各メディアの衆院選に関する報道の印象は？ 18
 《民放テレビの印象強く、新聞は「投票を決める際に、参考になった」40%》

16. 選挙報道で充実してほしいと思ったのは? 20
 《「党や候補者の政策や主張の違いについて」63%》

《新聞への意見》

17. 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》
18. 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40%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》
19. 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》
20. 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》
21. 新聞全般の満足度は? 28
 《満足している人は50%、不満な人は9%。高年齢層で満足度が高い》

《生活の中の新聞》

22. 新聞を読んでいる人は? 29
 《「読んでいる」は朝刊69%、夕刊23%。朝夕刊の閲読率は減少の一途》
23. 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78%、「減った」が17%》
24. 新聞を読む時間は? 32
 《平均時間は27分で前回から微増。若い世代ほど短い》
25. 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》
26. 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」》
27. よく読む新聞記事は? 35
 《身近な記事が人気。1位「社会記事」、2位「地元記事」》
28. 新聞を読まない理由は? 36
 《「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」が74%と圧倒的》
29. 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」66%。2012年度より減少続く》
30. 夕刊の発行をどう思う? 38
 《「続けてほしい」は16%、「なくてもよい」が37%》
31. 月ぎめ新聞の購読状況は? 39
 《71%が購読、購読率は減少傾向が続く》
32. 新聞の購読料をどう思う? 41
 《「妥当」とする人が53%、「高い」とする人が44%》

33. 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、50%前後で推移》	
34. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？	43
《1位「共同通信社」(70%)、2位「ロイター通信」(68%)》	
《新聞のこれからとインターネット》	
35. 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。 毎日閲覧は女性、50代以上で増加》	
36. 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」(72%)、2位「社会記事」(59%)》	
37. インターネットニュースを見る時、アクセスするのは？	46
《ポータルサイトが86%、SNSは若い世代ほど多い》	
38. 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80%、モバイルのみでの閲覧が59%》	
39. インターネットニュースを見る時に出所を気にするか？	48
《「気にする」43%、「気にしない」57%》	
40. 将来の新聞の役割についてどう思う？	49
《新聞の役割減少派50%、役割持続派34%。 役割減少派が役割持続派を突き放す勢い》	
41. 電子新聞の利用意向は？	51
《利用希望は伸びず。「利用してみたい」は10%と減少傾向》	
42. 電子新聞の許容購読料金は？	52
《単独での購読、セットでの購読ともに購読したくない人が多数、 購読料金は低価格帯に集中》	

(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」70.0点、2位「新聞」68.7点、3位「民放テレビ」59.2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、全く信頼をしていない場合は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70.0点、次いで「新聞」が68.7点、「民放テレビ」が59.2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9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）、第9回調査（2016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、2016年度69.8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、同68.6点、同68.7点）で、順位に変化はなかった。
- ・「NHKテレビ」（前回調査比0.2点上昇）、「新聞」（同0.1点上昇）、「民放テレビ」（同0.1点上昇）、「ラジオ」（同0.6点上昇）の信頼度得点は昨年度よりわずかながら上昇したが、「インターネット」は2.1点低下した。
- ・性別、年代別に見ても、「NHKテレビ」、「新聞」が全てのカテゴリで上位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=3,169)

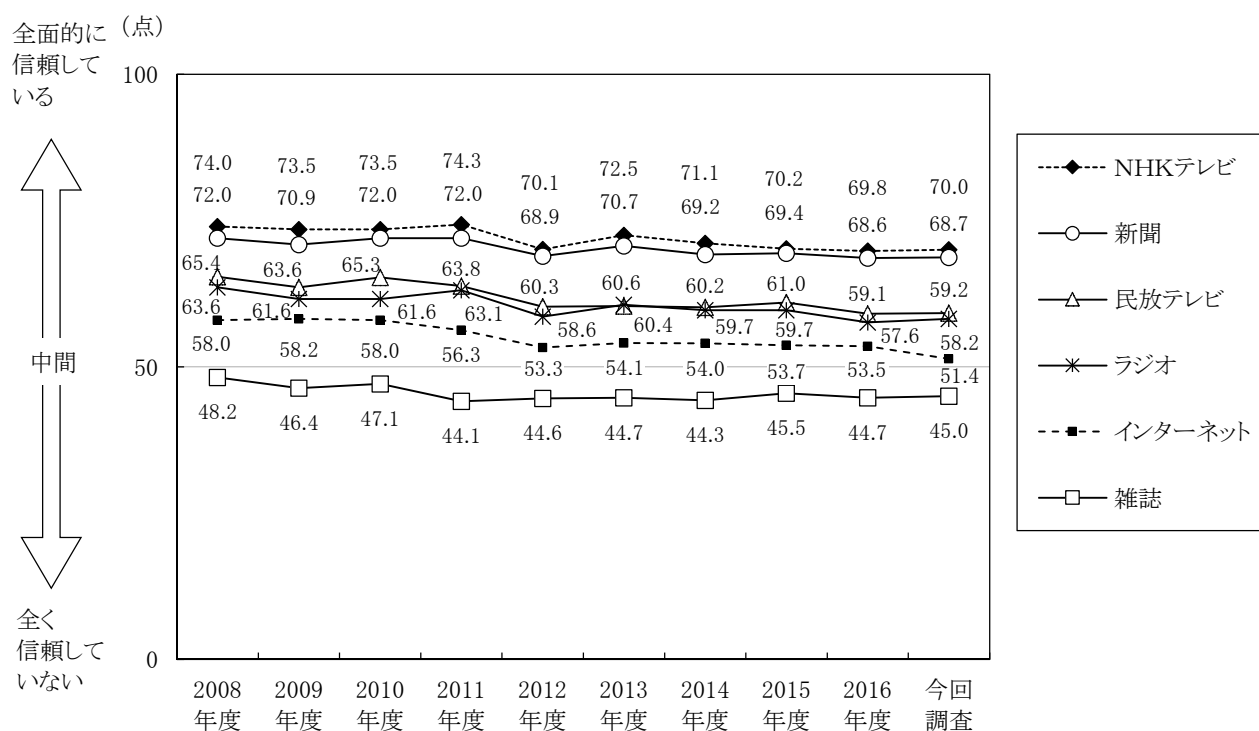


表 1-1 各メディアの信頼度（性・年代別）

(n=3,169)

(点)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総 数	NHKテレビ 70.0	新聞 68.7	民放テレビ 59.2	ラジオ 58.2	インターネット 51.4	雑誌 45.0
男 性	NHKテレビ 69.3	新聞 67.9	ラジオ 58.4	民放テレビ 58.3	インターネット 51.6	雑誌 44.9
女 性	NHKテレビ 70.6	新聞 69.6	民放テレビ 60.1	ラジオ 58.0	インターネット 51.2	雑誌 45.0
18-19歳	NHKテレビ 68.4	新聞 66.3	民放テレビ 63.0	ラジオ 58.9	インターネット 53.0	雑誌 46.4
20 代	NHKテレビ 62.6	新聞 62.3	民放テレビ 56.8	インターネット 53.1	ラジオ 53.0	雑誌 45.7
30 代	NHKテレビ 66.7	新聞 66.2	民放テレビ 56.0	ラジオ 55.4	インターネット 50.9	雑誌 46.3
40 代	NHKテレビ 69.2	新聞 68.0	民放テレビ 58.7	ラジオ 57.5	インターネット 51.3	雑誌 45.5
50 代	NHKテレビ 71.5	新聞 69.8	民放テレビ 60.2	ラジオ 59.6	インターネット 52.5	雑誌 44.4
60 代	NHKテレビ 70.7	新聞 69.6	民放テレビ 59.5	ラジオ 58.8	インターネット 51.6	雑誌 43.6
70代以上	NHKテレビ 73.5	新聞 71.9	ラジオ 61.3	民放テレビ 61.2	インターネット 49.4	雑誌 44.7

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16.6%で最も多く、次いで、「情報源として欠かせない」が16.3%、「社会的影響力がある」が16.0%となった。また、「何となく」と回答した人の割合は7.3%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、50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20～30代で多く挙げられた。「情報が分かりやすい」「社会的影響力がある」「手軽に見聞きできる」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=3,169)

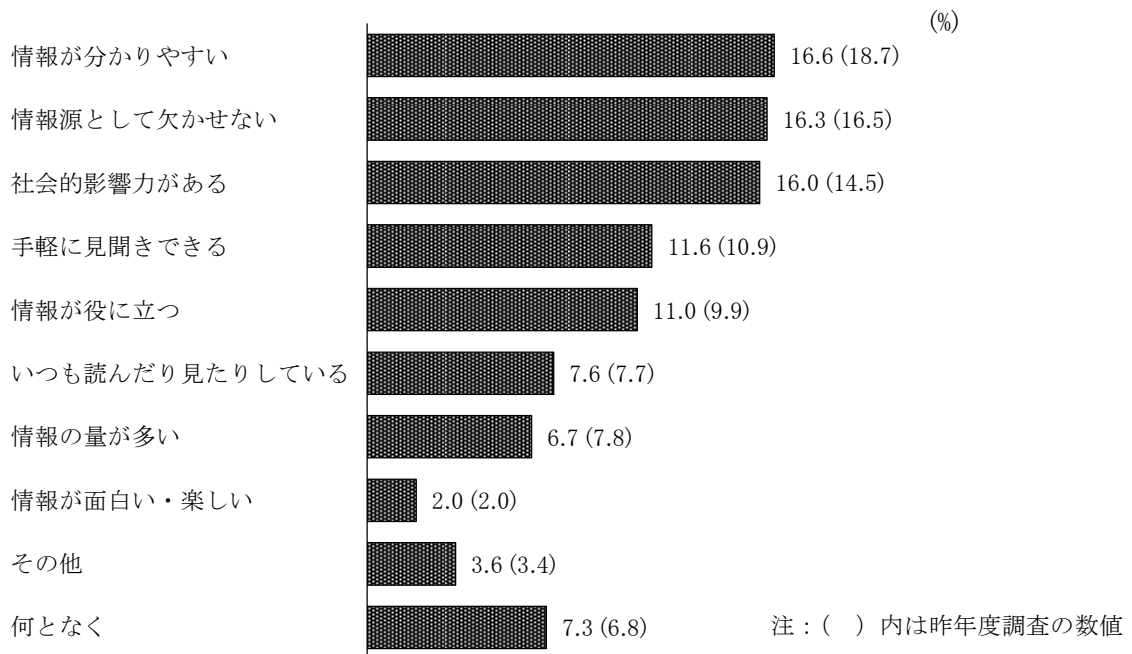
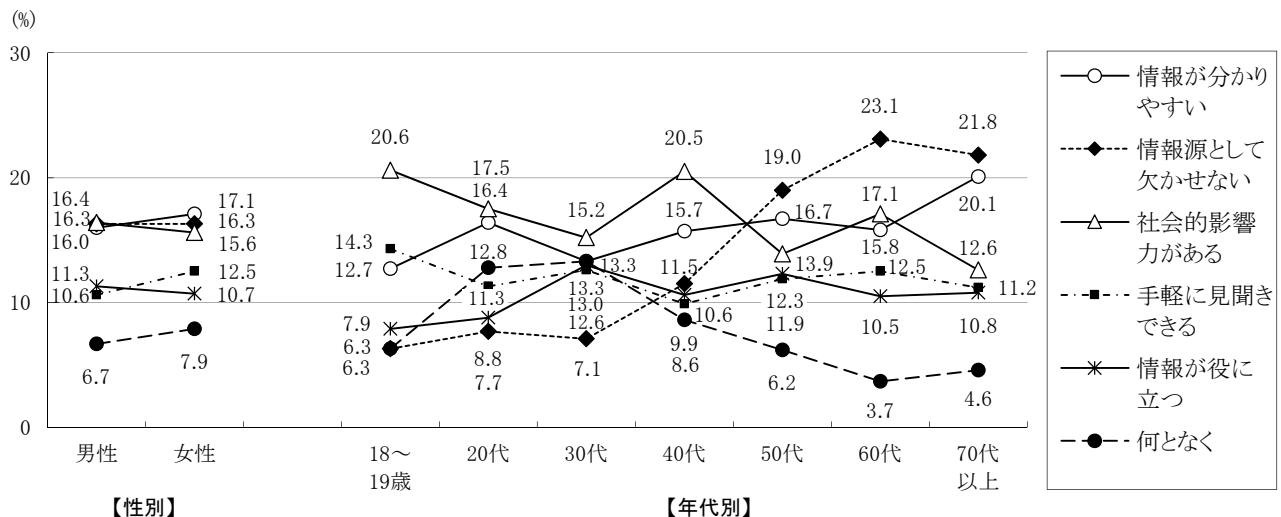


図2-2 各メディアの信頼度得点をつけた要因（性・年代別）

(n=3,169)



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7.9% －

- ・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68.6～87.5%と多数を占めた。「高くなった」は「インターネット」が8.1%と最も多く「NHKテレビ」4.4%、「新聞」4.2%となった。一方、「低くなった」は「雑誌」が15.6%と最も多く、「インターネット」15.3%、「民放テレビ」14.2%となった。昨年度調査と比較すると、「インターネット」の信頼感が「低くなった」と回答した人の割合が5.0ポイント増加した。
- ・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」34.6%（昨年度調査38.7%）、「根拠に基づく情報を報道しているから」21.8%（昨年度調査14.1%）、「公正・中立な立場で報道しているから」20.3%（昨年度調査23.9%）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」41.4%（昨年度調査29.7%）が昨年度より11.7ポイント増加した。

図3-1 各メディアの信頼感の変化

(n=3,169)

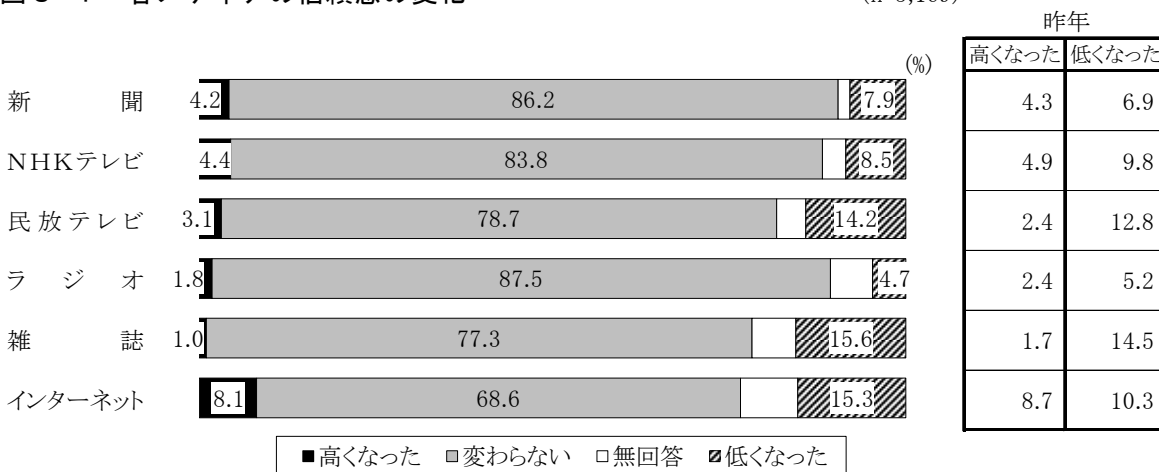


図3-2 新聞の信頼感が高くなった理由 (n=133)

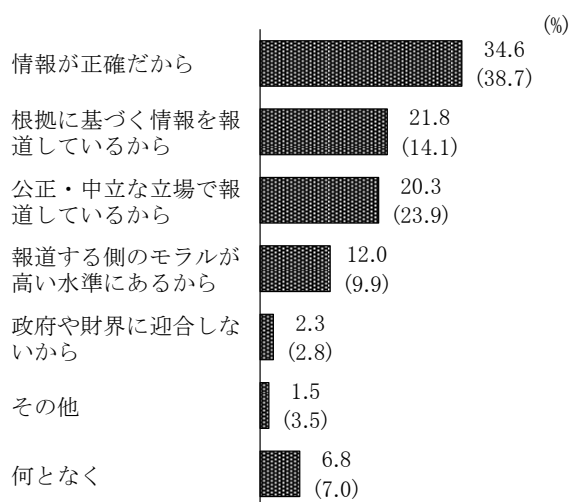
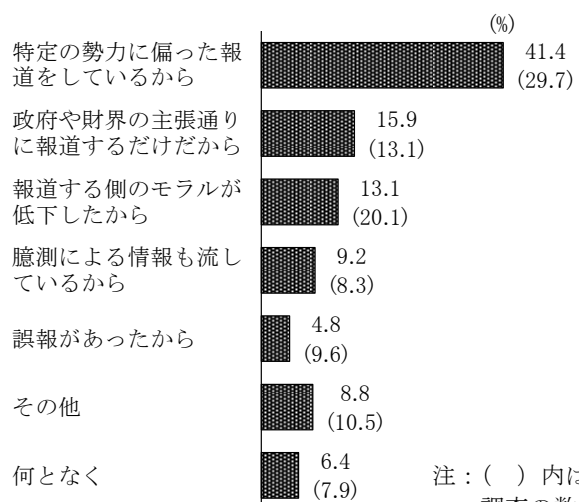


図3-3 新聞の信頼感が低くなった理由 (n=251)



注：()内は昨年度調査の数値

4. 各メディアの印象は？（＊）

－ 情報が役に立つ「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47.8%で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」「情報源として欠かせない」「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、新聞は、全ての項目の割合が減少し、中でも「情報源として欠かせない」が4.6ポイント減となり、インターネットと1位が入れ替わった。また、「手軽に見聞きできる」も3.2ポイント減となった。NHK テレビは「情報が信頼できる」が4.0ポイント減、雑誌は「情報が面白い・楽しい」が4.6ポイント減と昨年度からの変化が大きかった。
- ・年代別に見ると、「情報源として欠かせない」は、新聞とNHK テレビ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、50代まではインターネットが1位、60代以上で新聞が1位となった。「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。「社会的影響力がある」は、40代まではインターネットが1位、50代はNHK テレビ、新聞、民放テレビ、インターネットが50%前後で余り差がなく、60代以上ではNHK テレビが1位となった。

表4-1 各メディアの印象

(複数回答、n=3,169)

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
情報が役に立つ	新聞 47.8 (50.0)	NHKテレビ 42.4 (39.8)	インターネット 41.4 (42.7)	民放テレビ 37.5 (36.5)	ラジオ 10.8 (11.3)	雑誌 10.5 (11.7)
情報が信頼できる	NHKテレビ 57.7 (61.7)	新聞 57.3 (59.5)	民放テレビ 20.4 (22.1)	インターネット 13.1 (13.5)	ラジオ 10.3 (11.9)	雑誌 1.9 (3.2)
社会的影響力がある	NHKテレビ 55.3 (55.5)	新聞 48.7 (51.1)	民放テレビ 48.4 (45.8)	インターネット 41.9 (40.6)	雑誌 9.1 (8.8)	ラジオ 7.5 (7.6)
情報が分かりやすい	NHKテレビ 45.8 (45.6)	民放テレビ 43.7 (44.4)	新聞 37.1 (39.0)	インターネット 29.7 (28.9)	ラジオ 7.6 (7.9)	雑誌 5 (6.3)
情報が面白い・楽しい	民放テレビ 61.2 (60.0)	インターネット 42.4 (42.7)	雑誌 18.9 (23.5)	NHKテレビ 17.9 (15.4)	新聞 15.3 (17.0)	ラジオ 11.6 (11.6)
手軽に見聞きできる	インターネット 54.7 (54.6)	民放テレビ 49.2 (49.7)	新聞 36.3 (39.5)	NHKテレビ 32.9 (32.0)	ラジオ 15.0 (14.3)	雑誌 8.2 (9.5)
情報源として欠かせない	インターネット 47.1 (45.9)	新聞 44.7 (49.3)	NHKテレビ 41.8 (41.9)	民放テレビ 38.7 (37.7)	ラジオ 10.0 (11.2)	雑誌 5.6 (6.3)
情報の量が多い	インターネット 45.4 (46.0)	新聞 39.6 (40.1)	民放テレビ 31.5 (31.0)	NHKテレビ 23.5 (22.6)	雑誌 5.6 (6.9)	ラジオ 3.6 (3.6)

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=3,169)

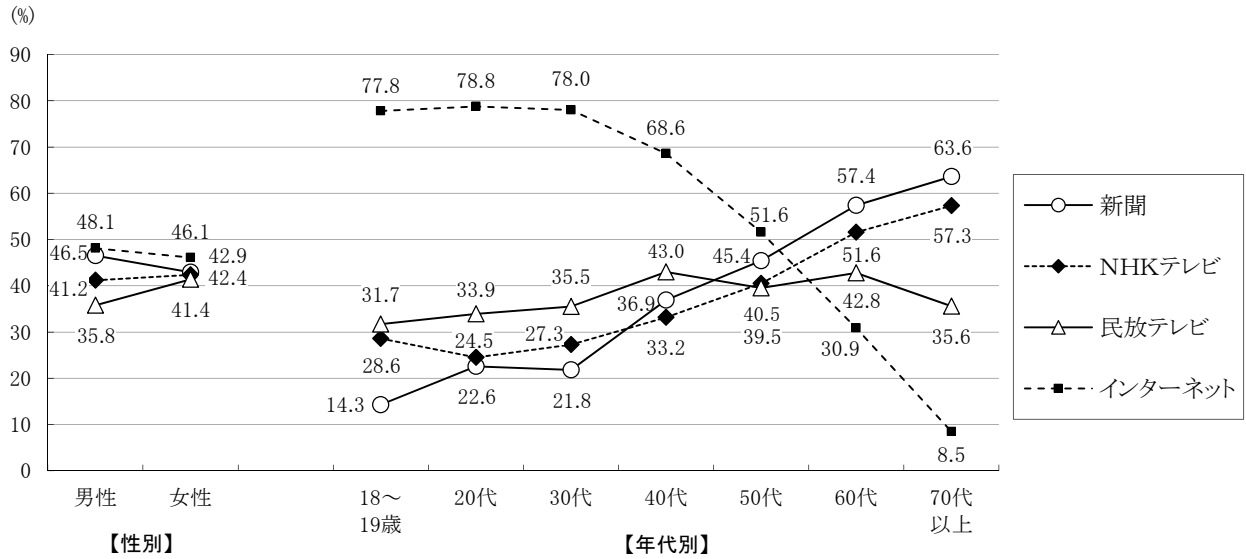


図 4-2 「情報が信頼できる」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,169)

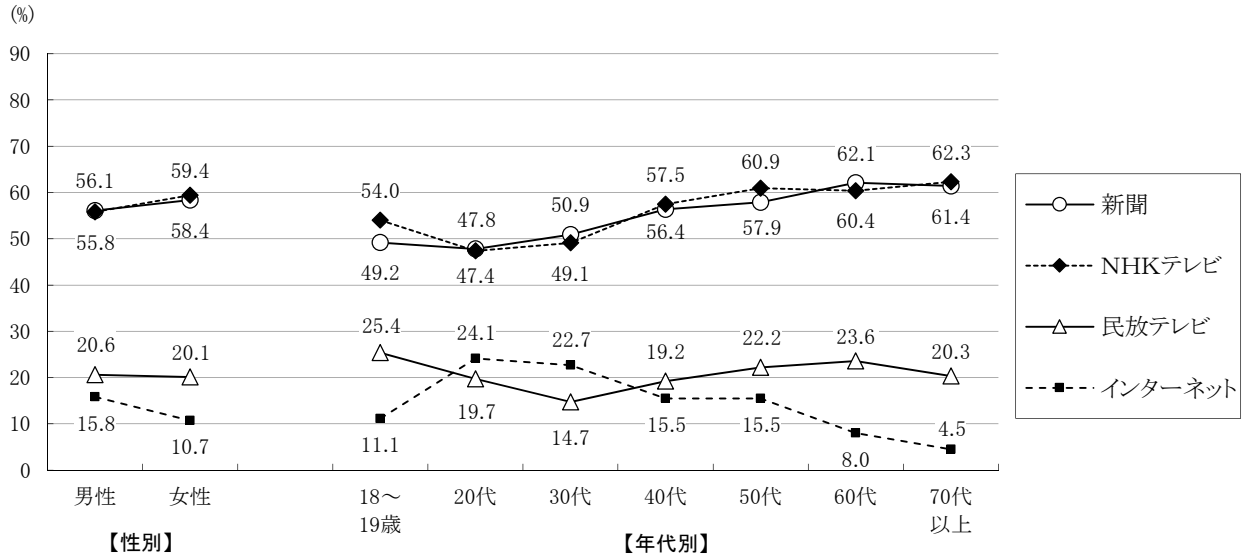
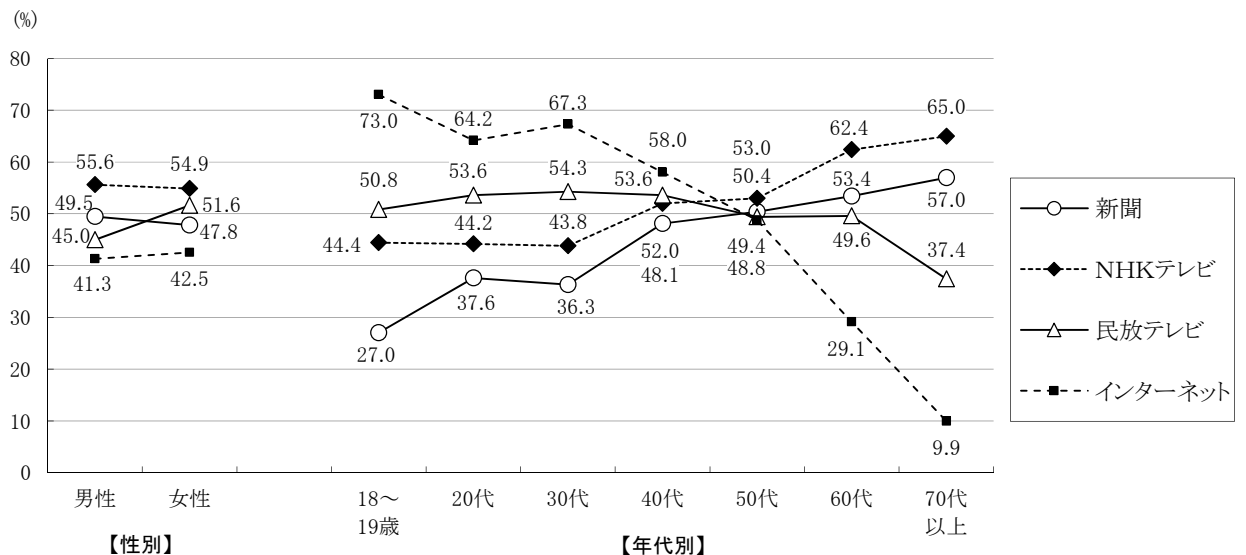


図 4-3 「社会的影響力がある」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,169)



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% －

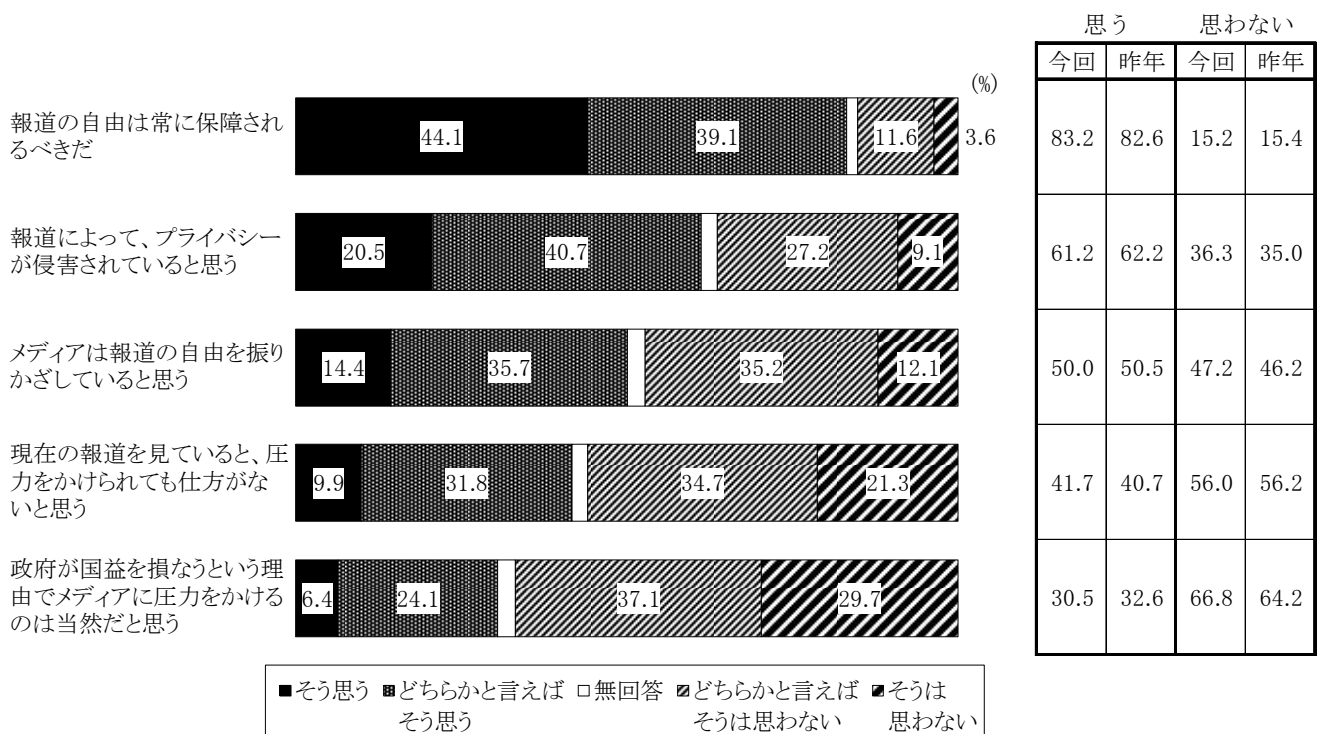
- ・「報道の自由は常に保障されるべきだ」については、「思う」と答えた人が83.2%、「思わない」と答えた人が15.2%となった。
- ・「報道によって、プライバシーが侵害されていると思うか」という質問に対して「思う」と答えた人が61.2%、「思わない」と答えた人が36.3%となった。
- ・「メディアは報道の自由を振りかざしていると思うか」という質問に対して「思う」と答えた人が50.0%、「思わない」と答えた人が47.2%となった。
- ・「現在の報道を見ていると、圧力をかけられても仕方がないと思うか」という質問に対して「思う」と答えた人が41.7%、「思わない」と答えた人が56.0%となった。
- ・「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「思う」と答えた人が30.5%、「思わない」と答えた人が66.8%となった。
- ・昨年度調査との比較では、「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「思う」と答えた人が32.6%から2.1ポイント減、「思わない」と答えた人が64.2%から2.6ポイント増となったが、他の質問は変化が小さかった。

※「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

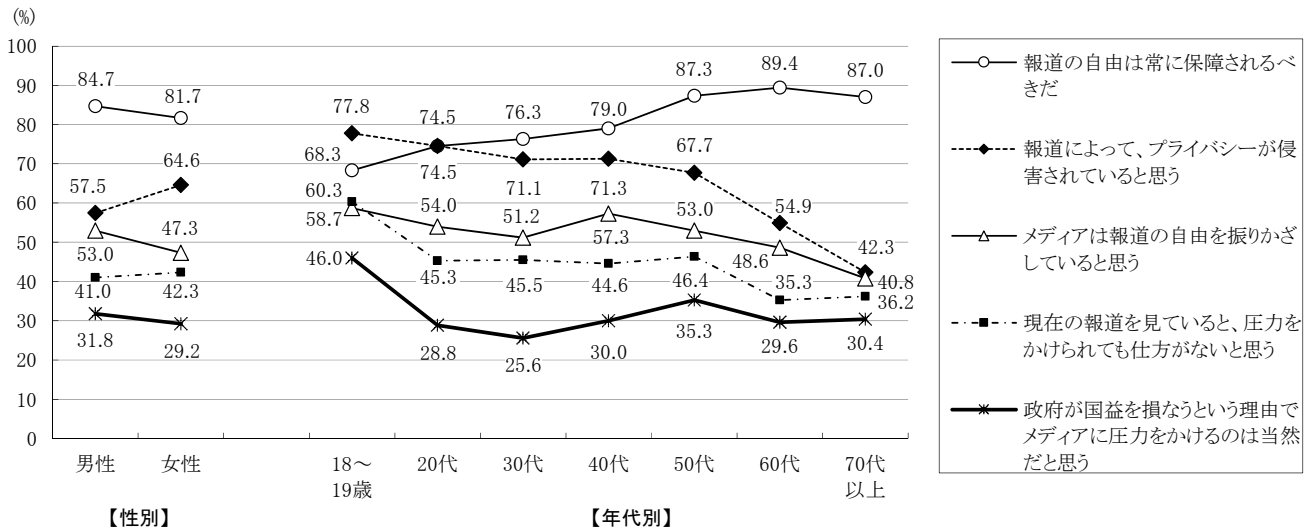
(n=3,169)



- ・性別に見ると、「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5.7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7.1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、40代以下に比べ、50代以上で多く87.0%~89.4%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、年代が低いほど多くなる傾向があり、40代以下では70%台となった。

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=3,169)



6. 世論調査は人々の意見を反映しているか？

— 「反映している」33%、「反映していない」27% —

- ・テレビ・新聞・通信社が実施し、報道する内閣支持率などの世論調査の結果は、人びとの意見を正しく反映していると思うか尋ねたところ、「反映していると思う」と答えた人（「そう思う」5.1%と「ややそう思う」27.4%の計）が32.5%となった。一方、「反映していると思わない」と答えた人（「そう思わない」7.7%と「あまりそう思わない」19.6%の計）が27.3%となった。また、「どちらとも言えない」と回答した人が39.5%であった。
- ・年代別に見ると、18～19歳と30代を除く年代では「反映していると思う」と答えた人が「反映していると思わない」と答えた人を上回った。30代では「反映していると思わない」と答えた人が32.9%と「反映していると思う」と答えた人（23.5%）を9.4ポイント上回った。

※「反映していると思う（計）」＝「そう思う」＋「ややそう思う」
 「反映していると思わない（計）」＝「あまりそう思わない」＋「そう思わない」

図6-1 世論調査は人々の意見を反映しているか (n=3,169)

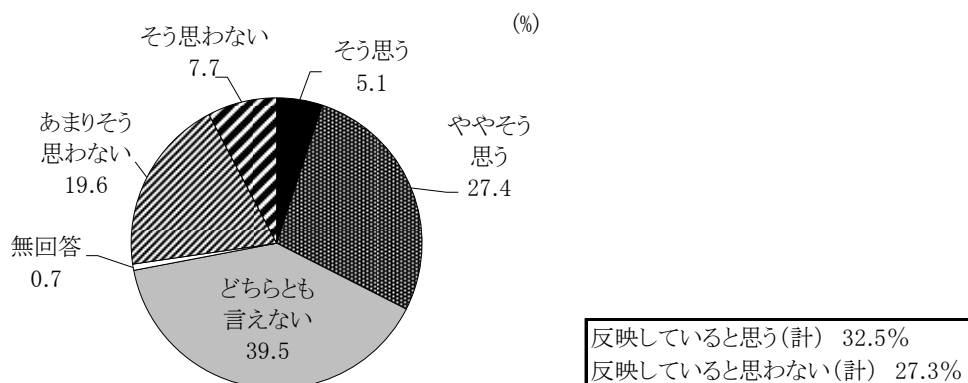
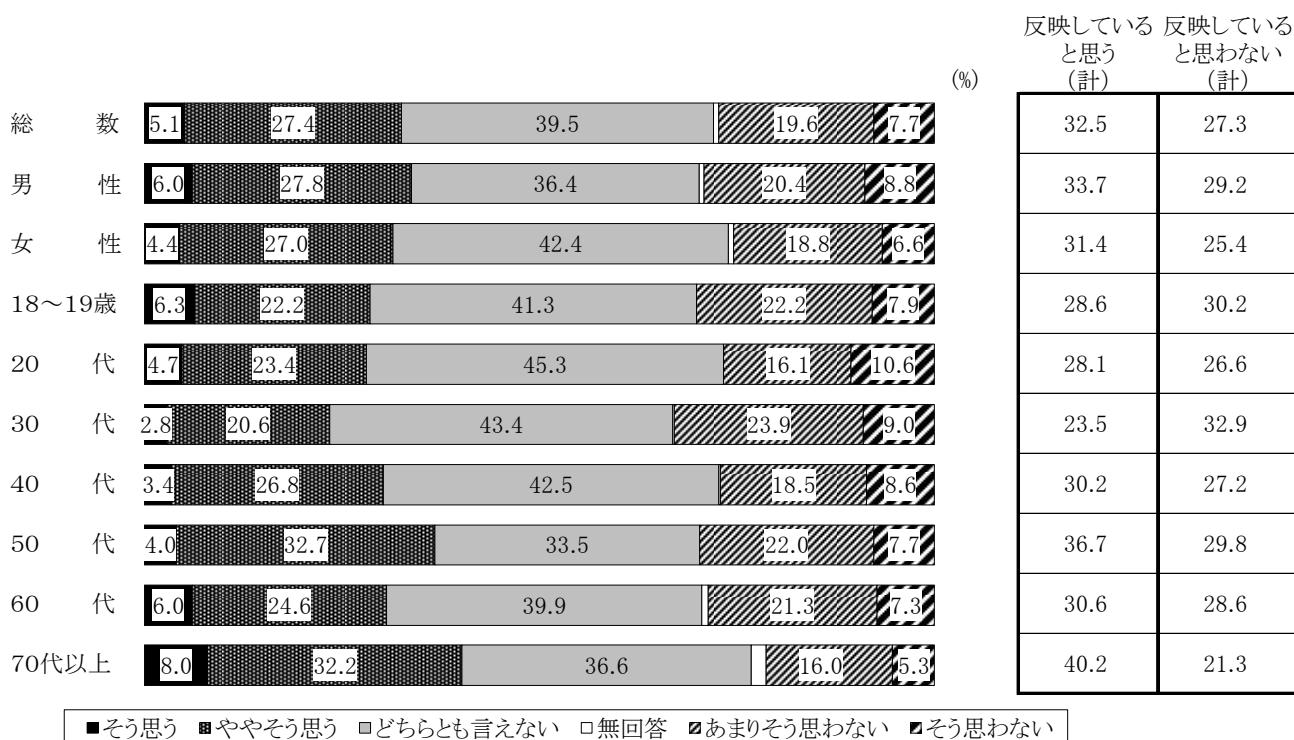


図6-2 世論調査は人々の意見を反映しているか（性・年代別）

(n=3,169)



《フェイクニュースについて》

7. フェイクニュースという言葉を知っている？

— 「知っている」42%、「知らない」33% —

- ・フェイクニュースという言葉を知っている」と答えた人が 41.9%、「聞いたことはあるが内容は分からない」と答えた人が 24.4%、「知らない」と答えた人が 33.4%であった。
- ・性別に見ると、「知っている」と答えた人は、女性の 35.8%に対し男性が 48.6%と、男性の方が 12.8ポイント多かった。年代別に見ると、20～60代では 42.7%～50.8%となったが、18～19歳（30.2%）と 70代以上（27.1%）で認知度が低かった。

図 7-1 フェイクニュースという言葉の認知

(n=3,169)

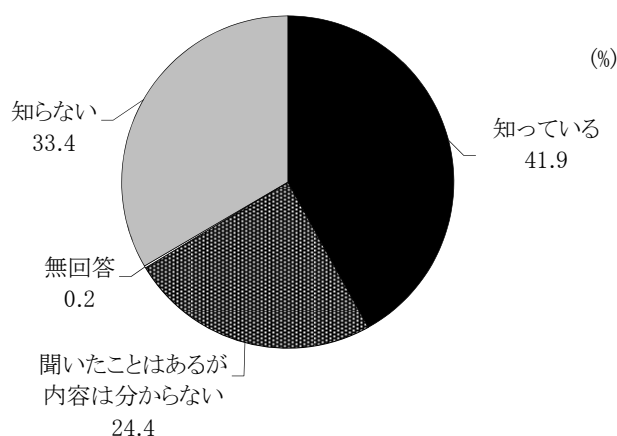
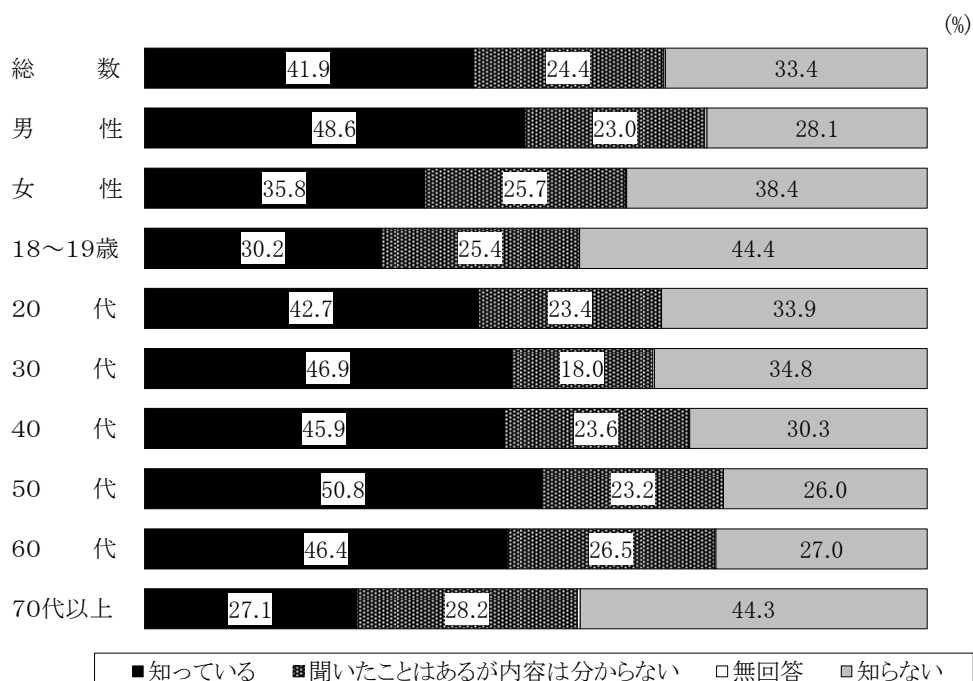


図 7-2 フェイクニュースという言葉の認知（性・年代別）

(n=3,169)



8. ふだん、フェイクニュースがあるかもしれないと意識する？

— 「意識している」41%、「意識していない」35% —

- ・ふだん、ニュースに接する時に、フェイクニュースがあるかもしれないと「意識している」と答えた人が41.4%、「意識していない」と答えた人が34.6%、「分からない」と答えた人が23.2%であった。
- ・性別に見ると、「意識している」と答えた人は、女性の39.3%に対し男性が43.7%と、男性の方が4.4ポイント多かった。年代別に見ると、70代以上から30代にかけて年代が下がるほど多くなり、40代以下で50%以上が「意識している」と答えた。

図8-1 フェイクニュースがあるかもしれないと意識するか

(n=3,169)

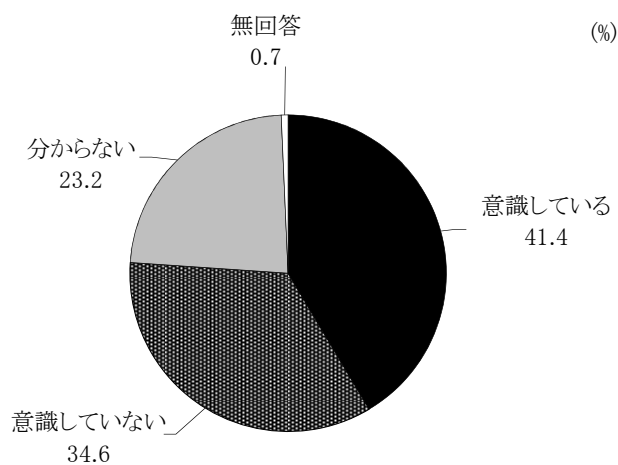
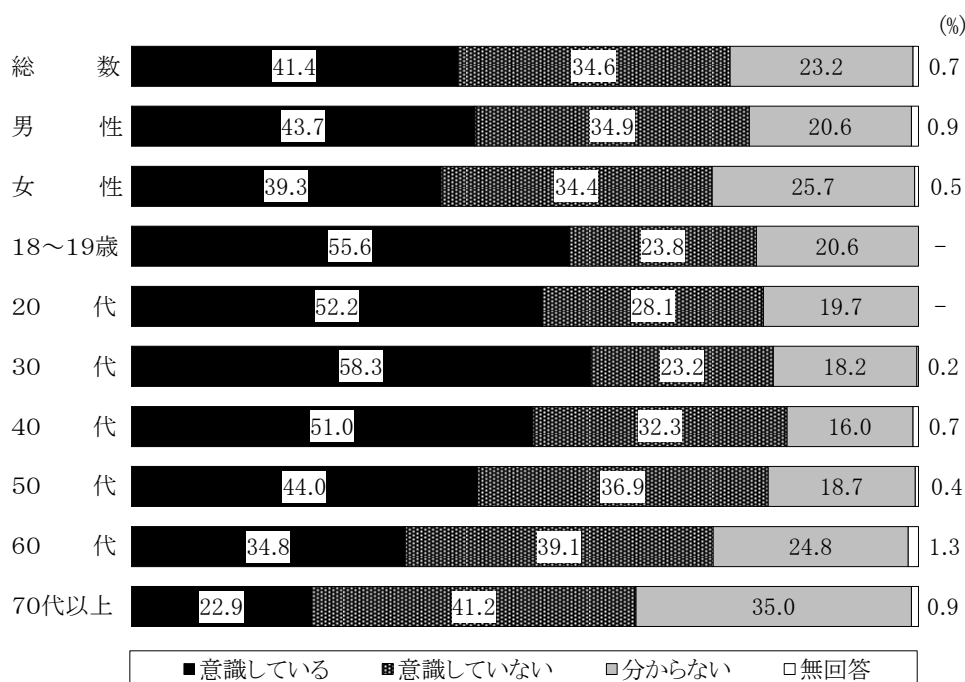


図8-2 フェイクニュースがあるかもしれないと意識するか（性・年代別）

(n=3,169)



9. フェイクニュース拡散を防ぐために規制は必要？

— 「業界による自主規制が必要だと思う」39% —

- ・「業界による自主規制が必要だと思う」と答えた人が39.3%と最も多く、「政府による規制が必要だと思う」と答えた人が12.9%、「NPOなど有志等による民間の検証が必要だと思う」と答えた人が12.7%となった。
- ・年代別に見ると、「業界による自主規制が必要だと思う」と答えた人は、40～60代で他の年代より多く、4割台（42.3%～47.8%）となった。

図9-1 フェイクニュース拡散を防ぐための規制

(n=3,169)

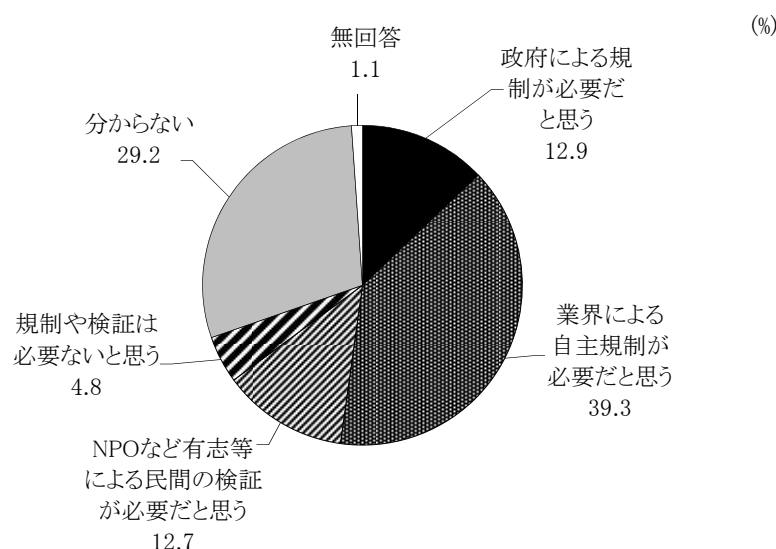
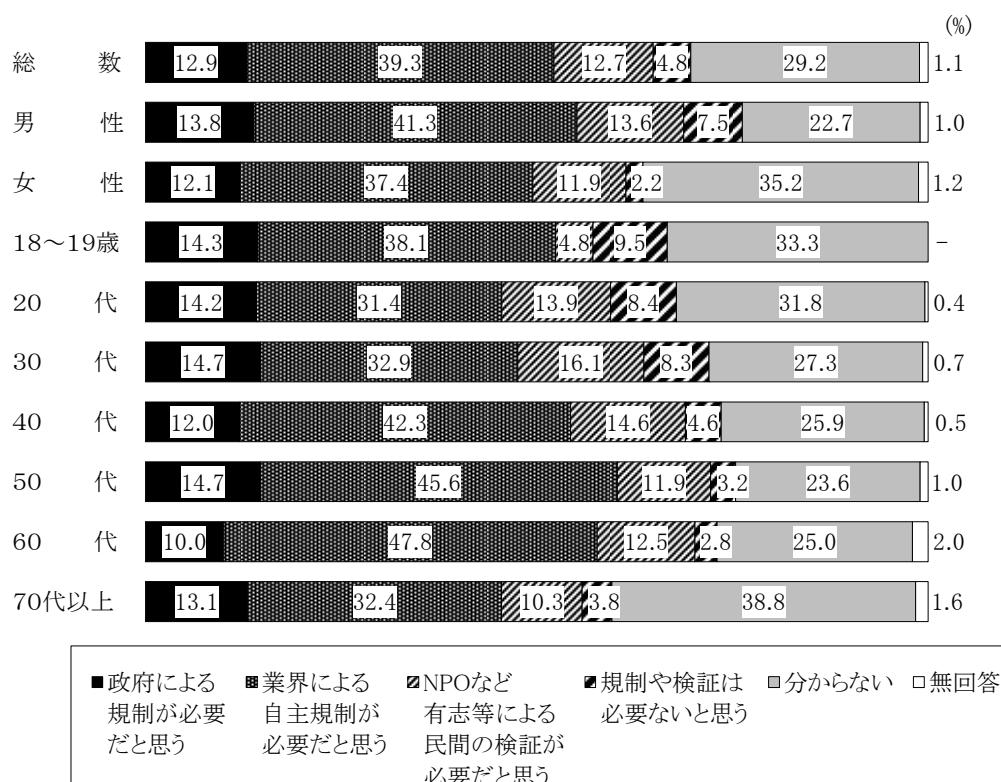


図9-2 フェイクニュース拡散を防ぐための規制（性・年代別）

(n=3,169)



《憲法改正問題に関する報道》

10. 憲法改正問題に関心がある？（＊）

－ 「関心がある」71%と昨年度同様、高く －

- ・憲法改正問題に、「関心がある」と答えた人が70.5%（「非常に関心がある」21.0%と「やや関心がある」49.5%の計）、「関心がない」と答えた人が28.7%（「全く関心がない」6.0%と「あまり関心がない」22.7%の計）となった。関心がある人の割合は前回調査（70.9%）から変化がなかった。
- ・性別に見ると、「関心がある」と答えた人は、女性の65.4%に対し男性が76.0%と、男性の方が10.6ポイント多かった。年代別に見ると、年代が上がるにつれて関心が高くなり、60代で78.4%と最も多くなった。

※「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 10-1 憲法改正問題への関心

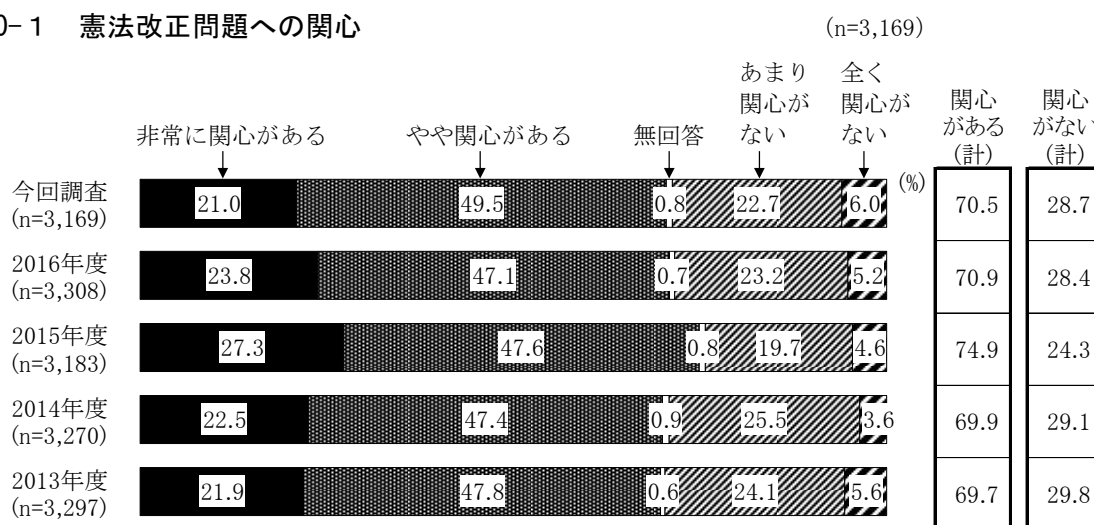
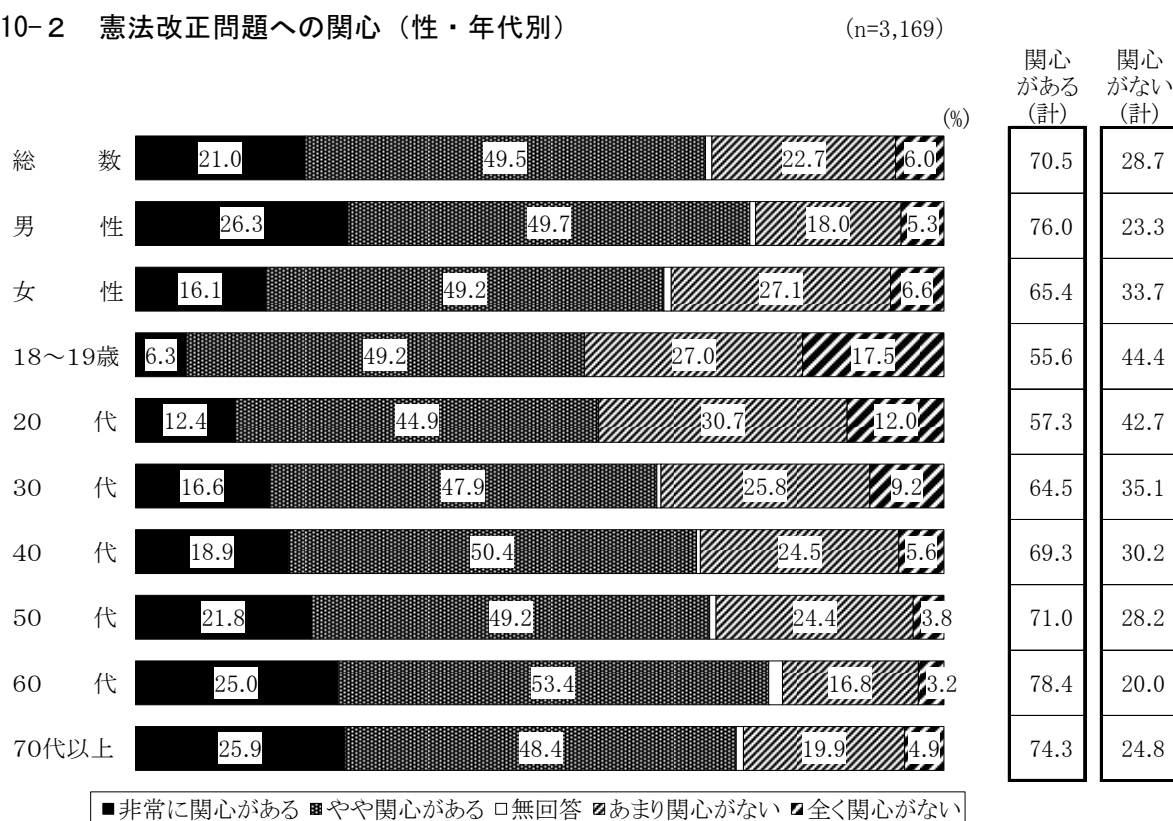


図 10-2 憲法改正問題への関心（性・年代別）



11. 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」58%、「NHK テレビ」57%、「新聞」54% －

- ・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58.3%と最も多く、以下、「NHK テレビ」が57.0%、「新聞」が54.2%、「インターネット」が37.3%という結果になった。前回調査と比べると、民放テレビは1.3ポイント、新聞は1.6ポイント、雑誌・書籍は1.4ポイント減少した。一方、NHK テレビは1.3ポイント、インターネットは2.1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 テレビは年代の高い層で多く見られた。インターネットは年代の低い層で多く見られ、40代以下で5割を超えた。

図 11-1 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=3,169)

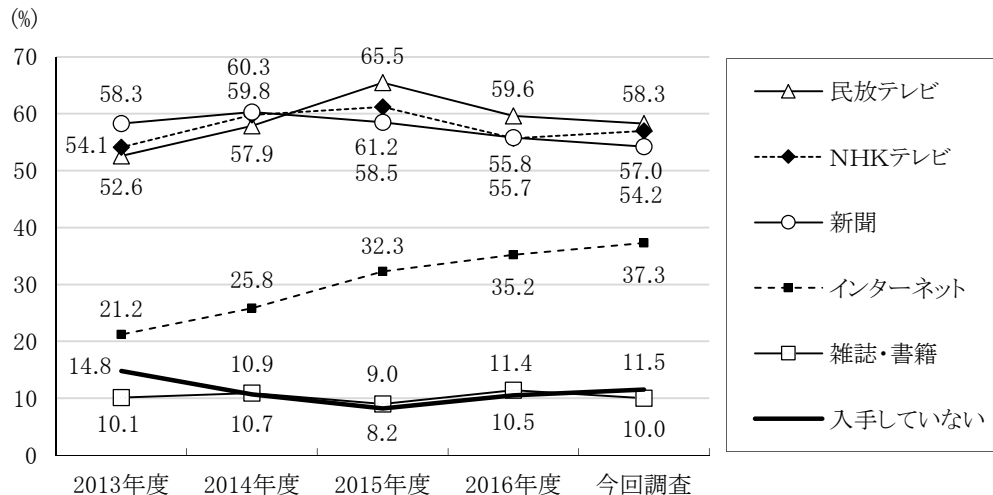


表 11-1 憲法改正問題に関する情報を入手しているメディア（性・年代別）

(複数回答、n=3,169)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
総数	民放テレビ 58.3	NHKテレビ 57.0	新聞 54.2	インターネット 37.3	入手していない 11.5	雑誌・書籍 10.0
男性	新聞 58.6	NHKテレビ 58.4	民放テレビ 57.4	インターネット 43.1	雑誌・書籍 12.4	入手していない 9.0
女性	民放テレビ 59.2	NHKテレビ 55.6	新聞 50.2	インターネット 31.8	入手していない 13.8	雑誌・書籍 7.8
18-19歳	インターネット 54.0	民放テレビ 44.4	NHKテレビ 36.5	入手していない 25.4	新聞 22.2	雑誌・書籍 1.6
20代	インターネット 62.8	民放テレビ 49.6	NHKテレビ 31.0	新聞 25.5	入手していない 20.1	雑誌・書籍 5.1
30代	インターネット 59.2	民放テレビ 57.1	NHKテレビ 43.4	新聞 27.5	入手していない 14.9	雑誌・書籍 6.9
40代	民放テレビ 58.7	インターネット 53.1	NHKテレビ 49.0	新聞 46.2	入手していない 13.1	雑誌・書籍 7.8
50代	民放テレビ 60.9	NHKテレビ 58.7	新聞 57.7	インターネット 43.3	雑誌・書籍 9.5	入手していない 9.1
60代	新聞 70.2	NHKテレビ 68.4	民放テレビ 65.9	インターネット 25.6	雑誌・書籍 14.0	入手していない 6.2
70代以上	新聞 73.6	NHKテレビ 71.7	民放テレビ 55.3	雑誌・書籍 13.1	入手していない 9.9	インターネット 7.0

(憲法改正問題に関する情報を入手している人に) (全体の 87.7%)

12. 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」48%、「NHK テレビ」「新聞」共に 44% —

- ・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 47.7%、「NHK テレビ」が 44.4%、「新聞」が 43.7%、「インターネット」が 24.9% という結果になった。今回は雑誌・書籍を除く全てのメディアで増加したが、NHK テレビ (6.3 ポイント増) の増加が大きかった。
- ・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、18~19 歳と 30~60 代では民放テレビが 1 位、20 代ではインターネットが 1 位、70 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 12-1 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=2,780)

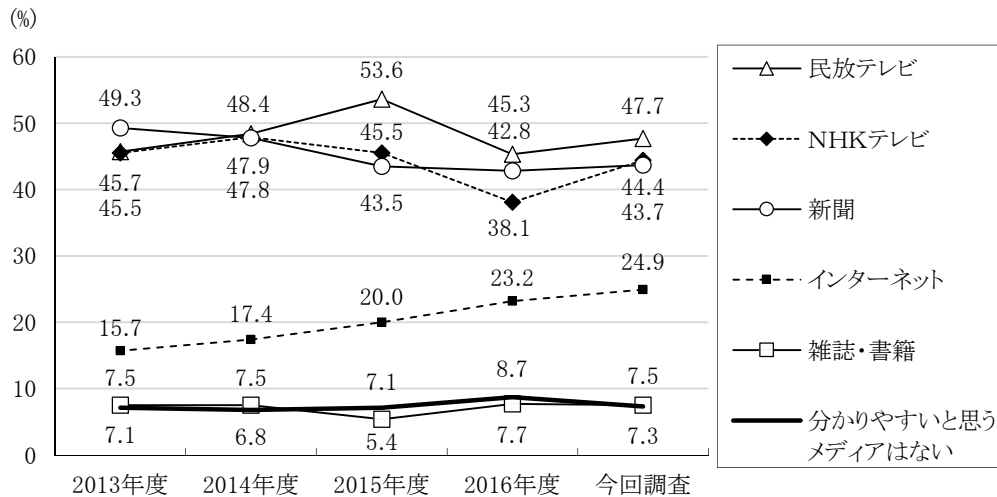


表 12-1 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいと思うメディア (性・年代別) (複数回答、n=2,780)

(%)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総数	民放テレビ 47.7	NHKテレビ 44.4	新聞 43.7	インターネット 24.9	雑誌・書籍 7.5	ない 7.3
男性	新聞 48.3	民放テレビ 44.4	NHKテレビ 42.6	インターネット 29.2	雑誌・書籍 9.7	ない 6.3
女性	民放テレビ 51.0	NHKテレビ 46.2	新聞 39.2	インターネット 20.7	ない 8.2	雑誌・書籍 5.4
18-19歳	民放テレビ 46.8	インターネット 44.7	NHKテレビ 38.3	新聞 21.3	ない 6.4	雑誌・書籍 2.1
20代	インターネット 51.8	民放テレビ 46.8	NHKテレビ 25.7	新聞 18.3	ない 8.3	雑誌・書籍 3.2
30代	民放テレビ 45.0	インターネット 42.2	NHKテレビ 29.1	新聞 20.9	ない 9.5	雑誌・書籍 5.3
40代	民放テレビ 46.9	インターネット 36.9	新聞 36.5	NHKテレビ 36.1	ない 9.0	雑誌・書籍 4.9
50代	民放テレビ 48.7	NHKテレビ 44.1	新聞 42.3	インターネット 26.8	雑誌・書籍 7.0	ない 6.1
60代	民放テレビ 53.6	新聞 53.2	NHKテレビ 50.0	インターネット 13.7	雑誌・書籍 10.5	ない 6.3
70代以上	新聞 64.4	NHKテレビ 61.2	民放テレビ 44.6	雑誌・書籍 10.4	ない 6.1	インターネット 4.3

13. 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道は？（*）

— 新聞は「政党の意見の違い」「現行憲法の解説」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、「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%、「現行の憲法について詳しく解説してほしい」49.5%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7.9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5.0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。「憲法学者など専門家の意見」「国民世論を形成」「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 13-1 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道

（複数回答、n=3,169）

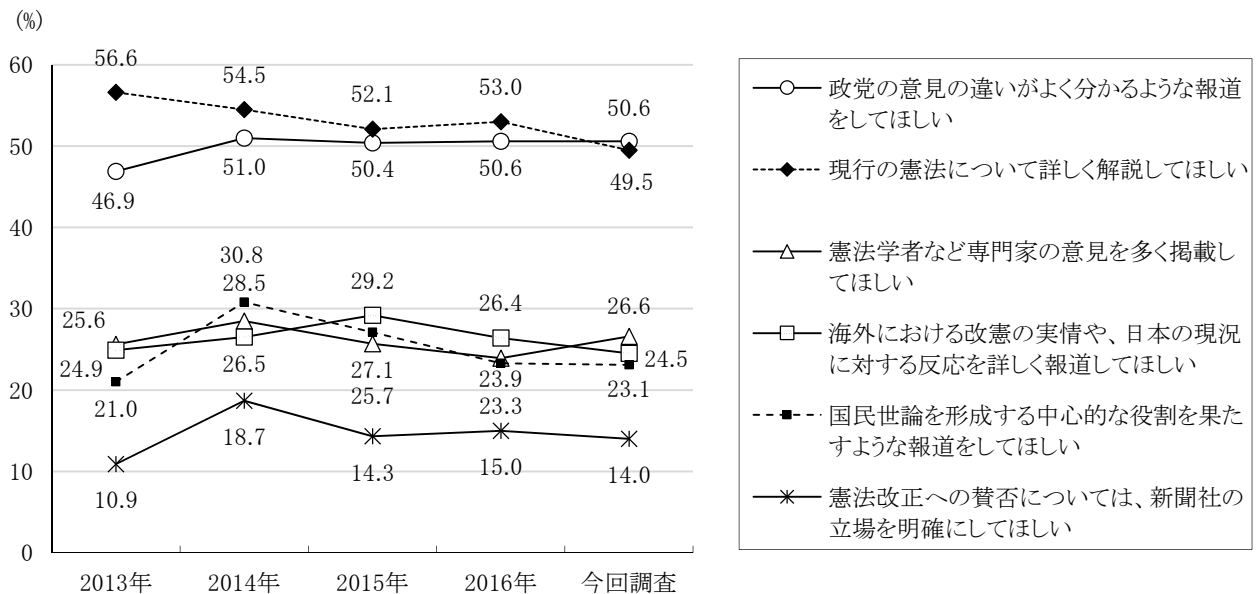
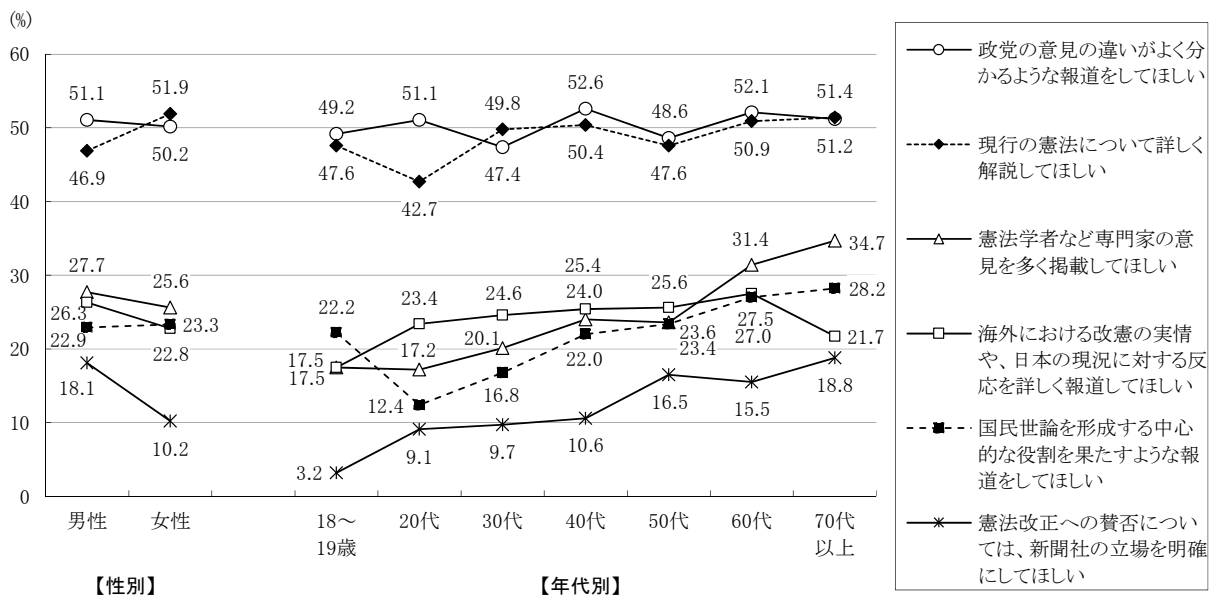


図 13-2 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道（性・年代別）

（複数回答、n=3,169）



《2017年10月の衆院選報道》

14. 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 —

- ・2017年10月22日の衆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71.9%、「しなかった」が27.1%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（10月16日～21日）」が31.2%、「投票日当日（10月22日）」が26.8%、「公示日より前（～10月9日）」が22.7%、「選挙期間の前半（10月10日～15日）」が19.4%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18～19歳で最も多く50.0%、次いで20代～30代で約4割（39.3%～39.8%）となった。一方、60代以上では、3割前後が「公示日以前」（27.4%～31.7%）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くなっている。

図 14-1 2017年10月の衆院選で投票したか

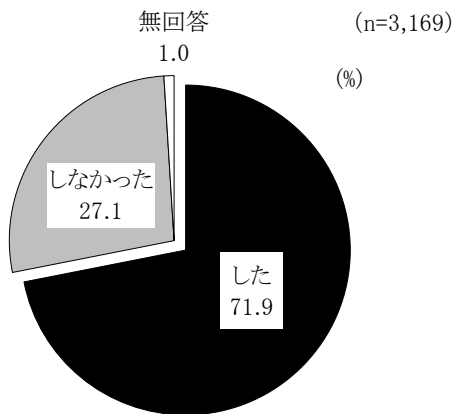


図 14-2 投票する政治家・政党を決めた時期

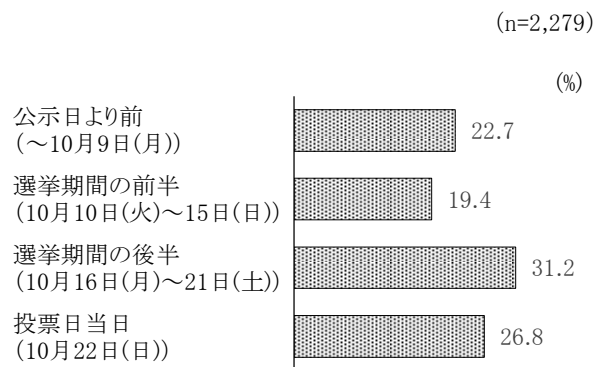
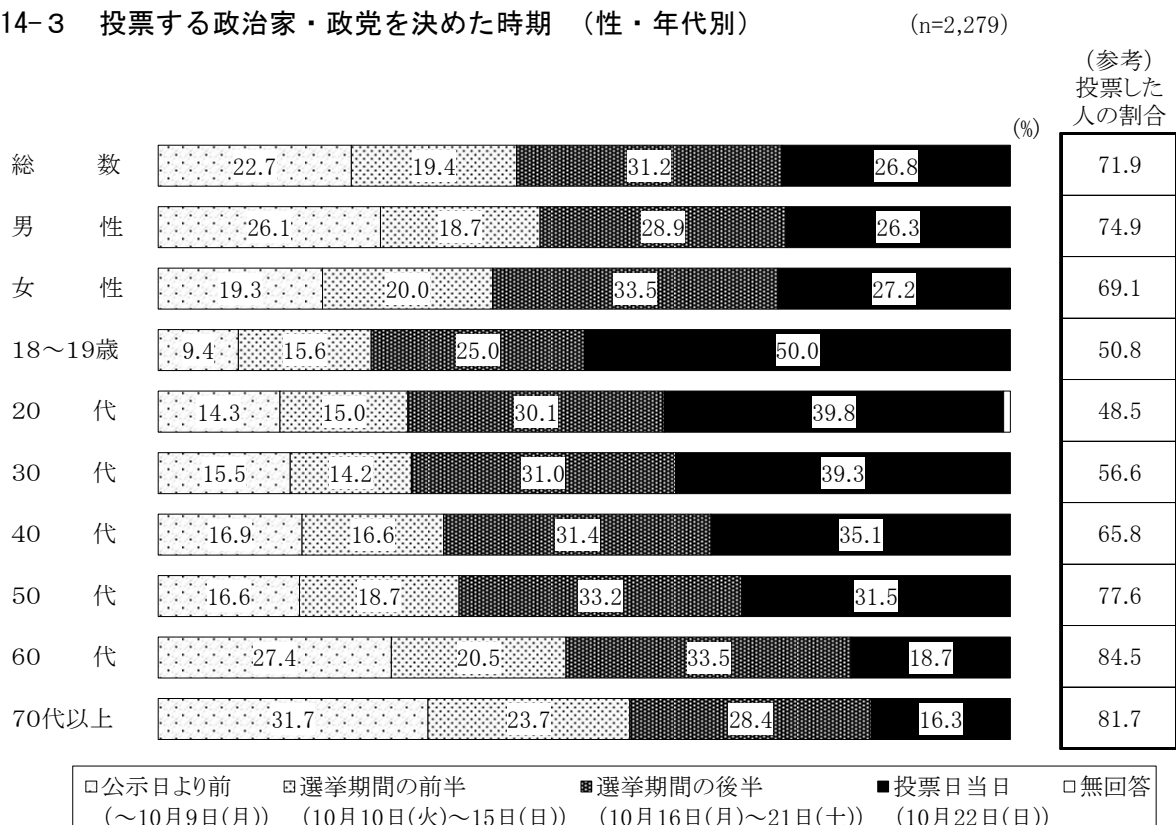


図 14-3 投票する政治家・政党を決めた時期（性・年代別）



15. 各メディアの衆院選に関する報道の印象は？

－ 民放テレビの印象強く、新聞は「投票を決める際に、参考になった」40% －

- ・10月の衆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、新聞は「投票する候補者や政党を決める際に、参考になった」で39.8%と1位となったが、民放テレビ(39.7%)と並んだ。
- ・民放テレビは「政党再改編の動きについての報道や情報が分かりやすかった」で53.2%、「選挙前の当落予想や情勢報道を参考にした」で46.1%、「各政党の政策や主張についての報道や情報が分かりやすかった」で45.1%と1位になった。
- ・「政党再改編の動きについての報道や情報が分かりやすかった」「選挙前の当落予想や情勢報道を参考にした」「各政党の政策や主張についての報道や情報が分かりやすかった」は、民放テレビに続き、2位にNHKテレビ、3位に新聞となった。
- ・候補者の個人的な問題や不祥事についての報道や情報が多かった」は、民放テレビが70.4%で1位と他のメディアを圧倒し、2位の「インターネット」が22.5%であった。
- ・年代別に見ると、新聞は「各政党の政策や主張についての報道や情報が分かりやすかった」「政党再改編の動きについての報道や情報が分かりやすかった」「投票する候補者や政党を決める際に、参考になった」のいずれも、年代が上がるほど多くなり、「投票する候補者や政党を決める際に、参考になった」は60代以上で1位となった。NHKテレビは新聞ほど年代差はないが、どの項目も年代が高いほど多くなる傾向が見られた。民放テレビは「各政党の政策や主張についての報道や情報が分かりやすかった」「投票する候補者や政党を決める際に、参考になった」は50代以下で、「政党再改編の動きについての報道や情報が分かりやすかった」は60代以下で1位となった。インターネットはどの項目についても、年代が低いほど多くなる傾向が見られ、30代以下と40代以上で差が見られた。

表 15-1 衆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=3,169)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
候補者の個人的な問題や不祥事についての報道や情報が多かった	民放テレビ 70.4	インターネット 22.5	NHKテレビ 16.2	新聞 15.4	雑誌 9.2
政党再改編の動きについての報道や情報が分かりやすかった	民放テレビ 53.2	NHKテレビ 37.5	新聞 28.3	インターネット 14.4	雑誌 0.7
選挙前の当落予想や情勢報道を参考にした	民放テレビ 46.1	NHKテレビ 33.2	新聞 26.3	インターネット 13.7	雑誌 1.0
各政党の政策や主張についての報道や情報が分かりやすかった	民放テレビ 45.1	NHKテレビ 40.2	新聞 34.9	インターネット 14.4	雑誌 0.8
投票する候補者や政党を決める際に、参考になった	新聞 39.8	民放テレビ 39.7	NHKテレビ 32.3	インターネット 15.5	雑誌 0.9

図 15-1 「各政党の政策や主張についての報道や情報が分かりやすかった」とした人の割合 (性・年代別)

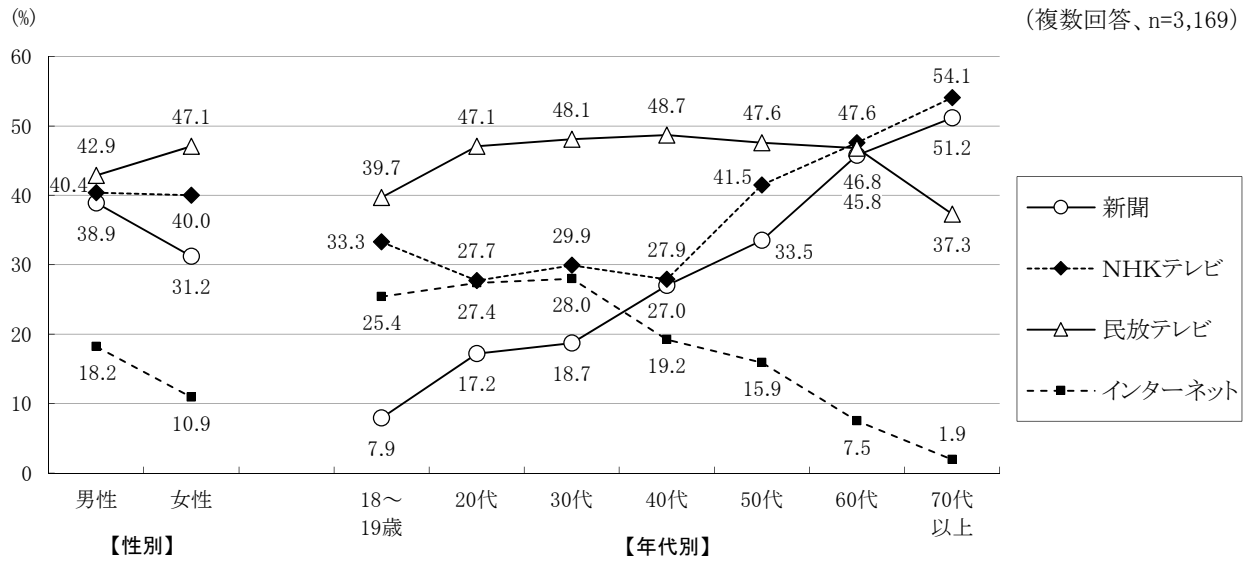


図 15-2 「政党再改編の動きについての報道や情報が分かりやすかった」とした人の割合 (性・年代別)

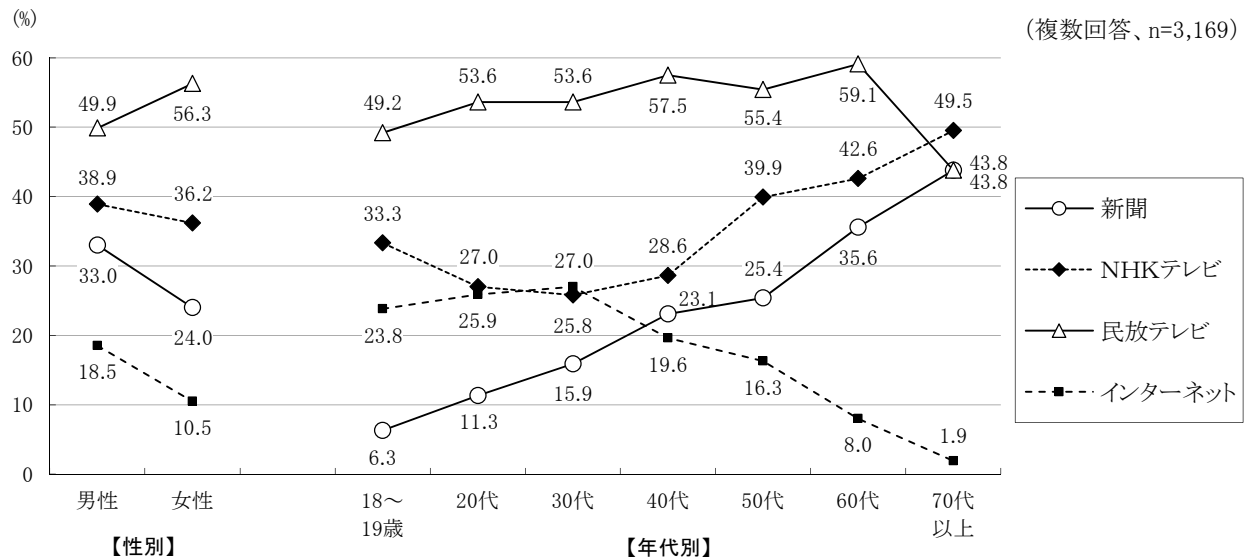
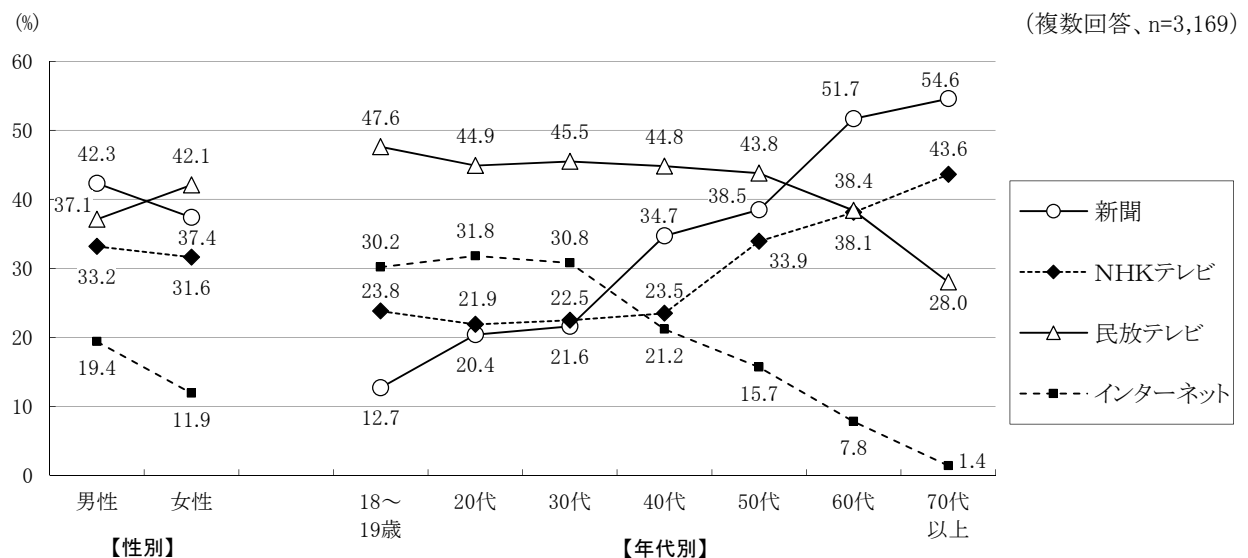


図 15-3 「投票する候補者や政党を決める際に、参考になった」とした人の割合 (性・年代別)



16. 選挙報道で充実してほしいと思ったのは？

－ 「党や候補者の政策や主張の違いについて」 63% －

- ・選挙報道でもっと充実してほしいと思った内容について尋ねたところ、「党や候補者の政策や主張の違いについて」が 62.9%で最も多く、以下、「党の公約（マニフェスト）の分析や専門家の意見」が 40.1%、「候補者の政治実績や経験について」が 30.7%となった。
- ・性別に見ると、「党や候補者の政策や主張の違いについて」は女性の方が 1.6 ポイント多いが、他の項目はいずれも男性の方が多く、「候補者の政治実績や経験について」は 7.0 ポイントの差があった。年代別に見ると、全ての年代で「党や候補者の政策や主張の違いについて」が最も多く、次いで「党の公約（マニフェスト）の分析や専門家の意見」「候補者の政治実績や経験について」の順に多かった。

図 16-1 選挙報道で充実してほしい内容

(複数回答、n=3,169)

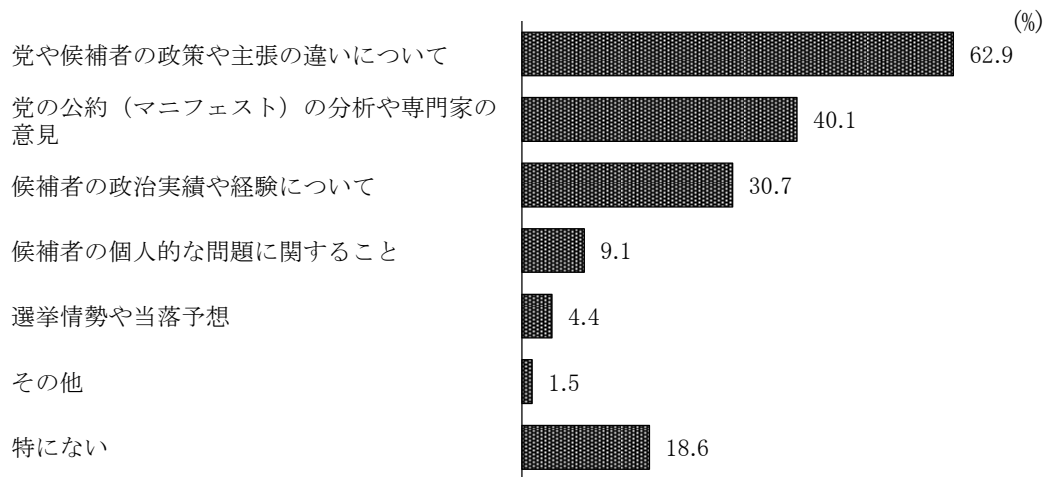
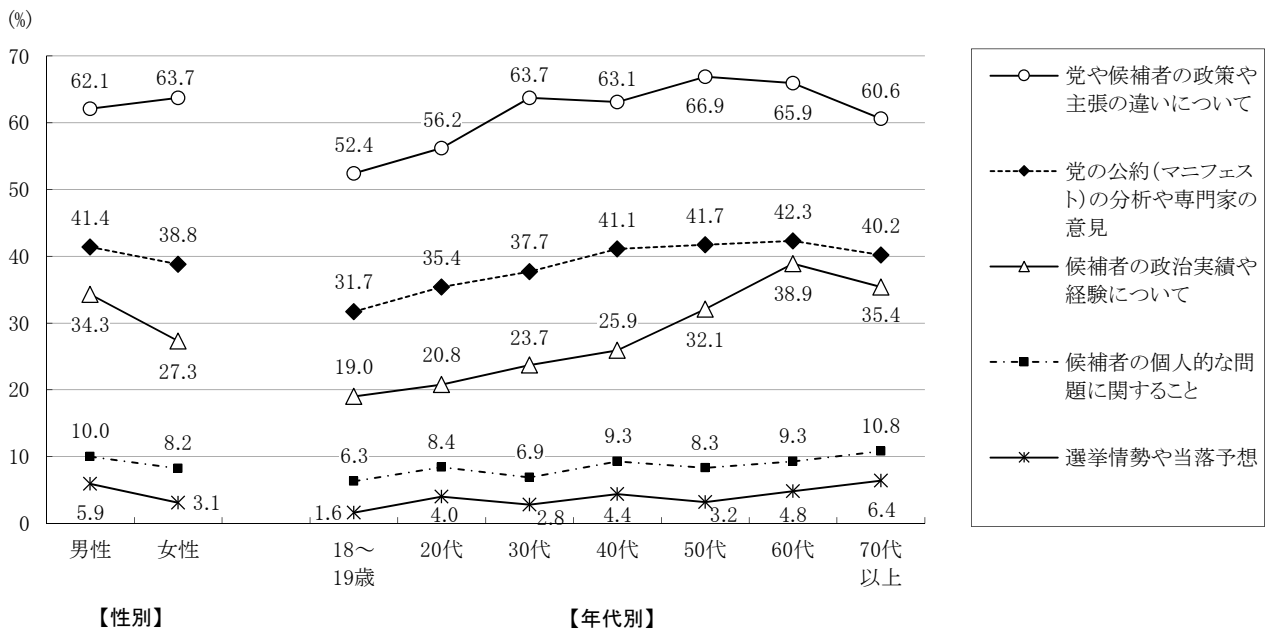


図 16-2 選挙報道で充実してほしい内容（性・年代別）

(複数回答、n=3,169)



《新聞への意見》

17. 新聞についてどう思う？（*）

— 情報の「多様性」「正確性」「責任感」に高い評価 —
「多種多様な情報を知ることができる」が68%

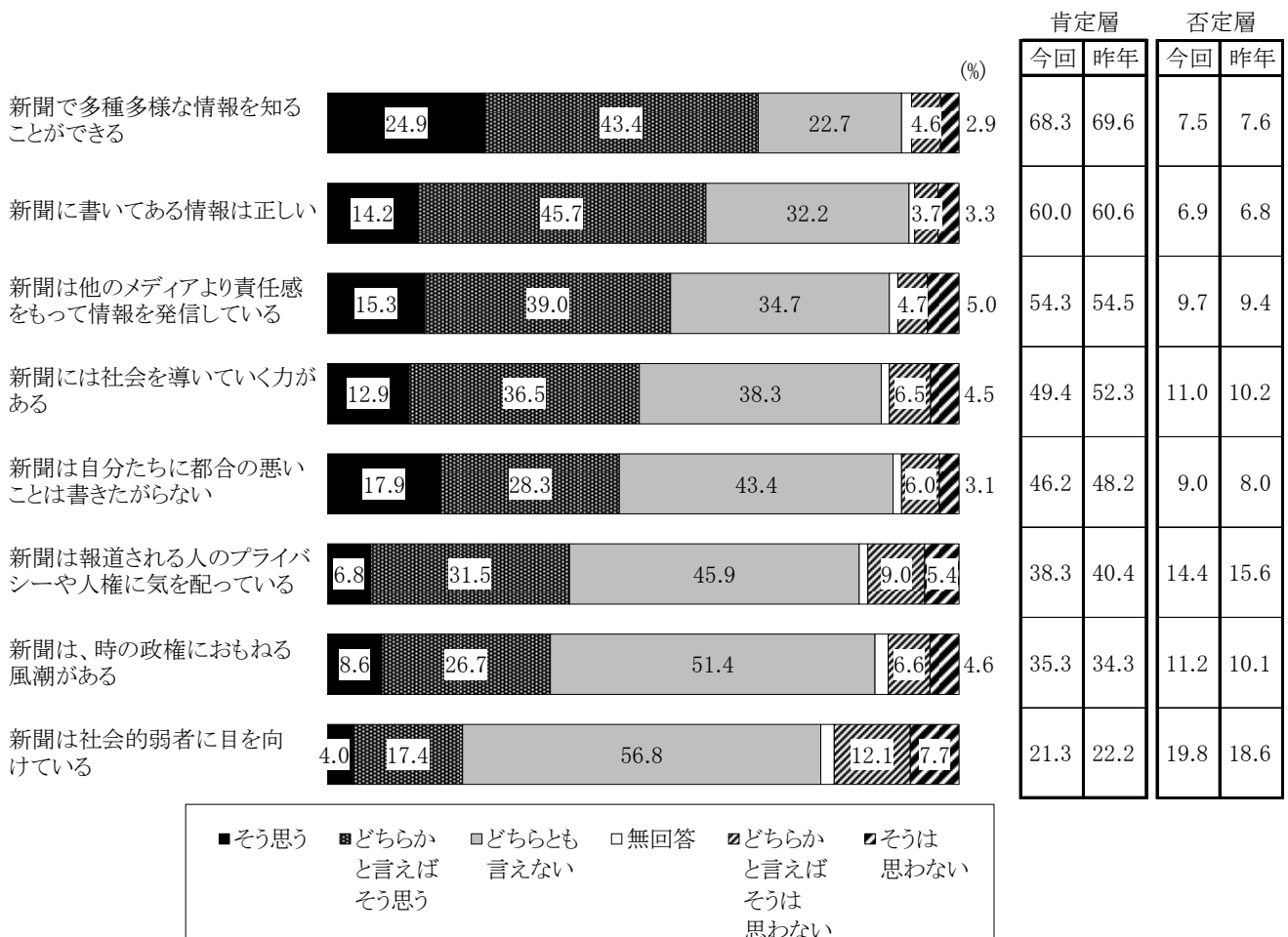
- ・新聞についての印象や意見について、肯定層の占める割合を比較すると、「新聞で多種多様な情報を知ることができる」（68.3%）が最も多く、次いで、「新聞に書いてある情報は正しい」（60.0%）、「新聞は他のメディアより責任感をもって情報を発信している」（54.3%）、「新聞には社会を導いていく力がある」（49.4%）の順に多くなっており、新聞が発信している情報に対しての評価は高い。
- ・他方、「新聞は報道される人のプライバシーや人権に気を配っている」と「新聞は社会的弱者に目を向けている」で、否定層がそれぞれ14.4%、19.8%となり、新聞の報道倫理に対しては比較的厳しい目が向けられている。
- ・昨年度調査と比較すると、「新聞には社会を導いていく力がある」「新聞は自分たちに都合の悪いことは書きたがらない」「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2ポイント以上（2.0～2.9ポイント）の減少となった。

※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 17-1 新聞についての印象や意見

(n=3,169)



- ・「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、30代以下で41.6%～44.5%と少ないが、40代で50.6%と半数を超え、40代から年代が上がるほど多くなった。
- ・「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、30代で26.3%と最も少なく、30代から年代が上がるほど多くなった。否定層は30代以下で20.4%～22.2%と40代以上に比べ多くなった。
- ・「新聞は社会的弱者に目を向けている」の否定層は、30代以下で26.3%～27.0%となり、肯定層を上回った。40～50代では肯定層と否定層が拮抗し、60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（28.0%）でも3割に届かない。

図 17-2 「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=3,169)

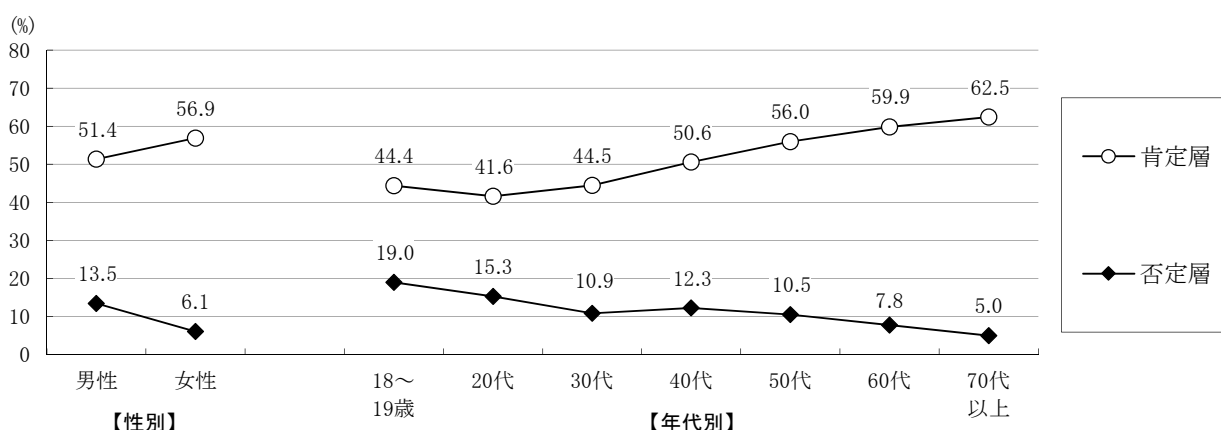


図 17-3 「新聞は報道される人のプライバシーや人権に気を配っている」(性・年代別) (n=3,169)

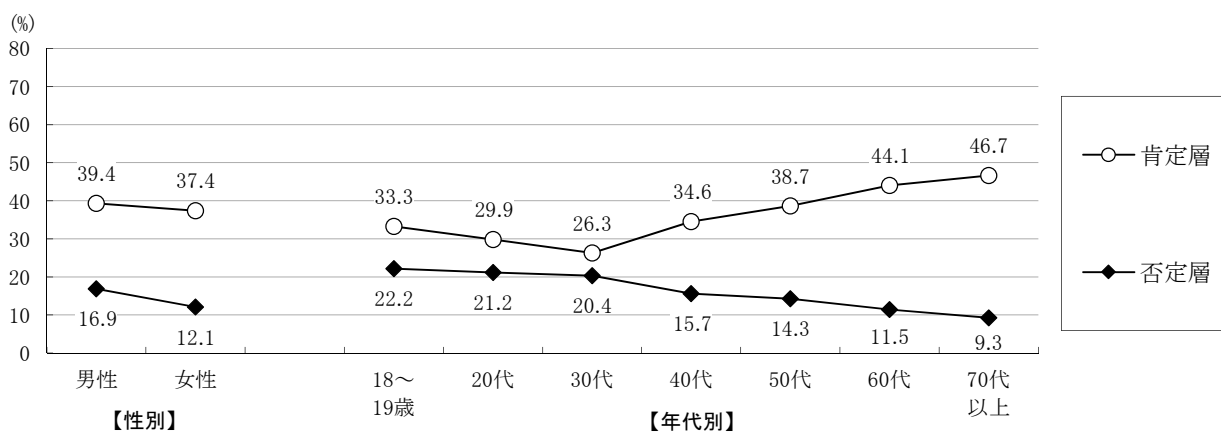
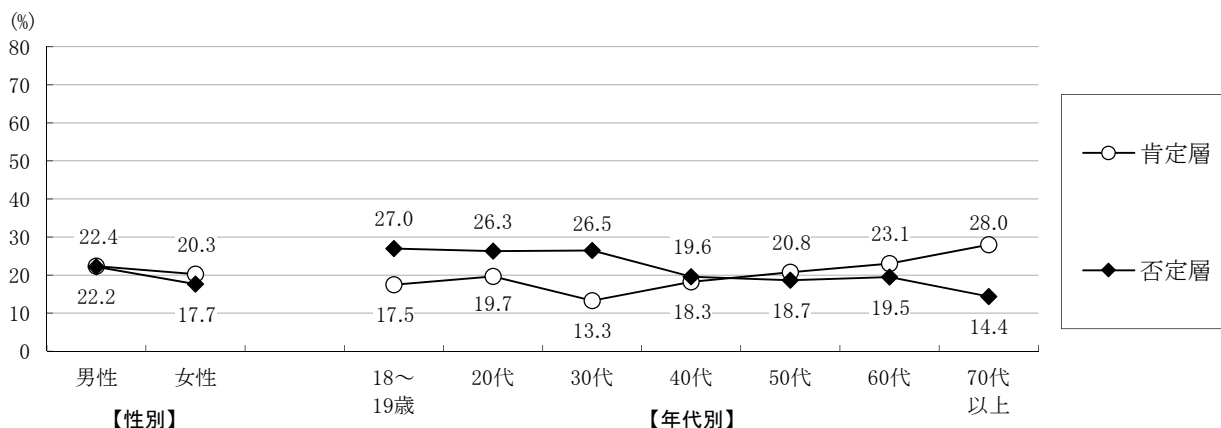


図 17-4 「新聞は社会的弱者に目を向けている」(性・年代別) (n=3,169)



18. 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40%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

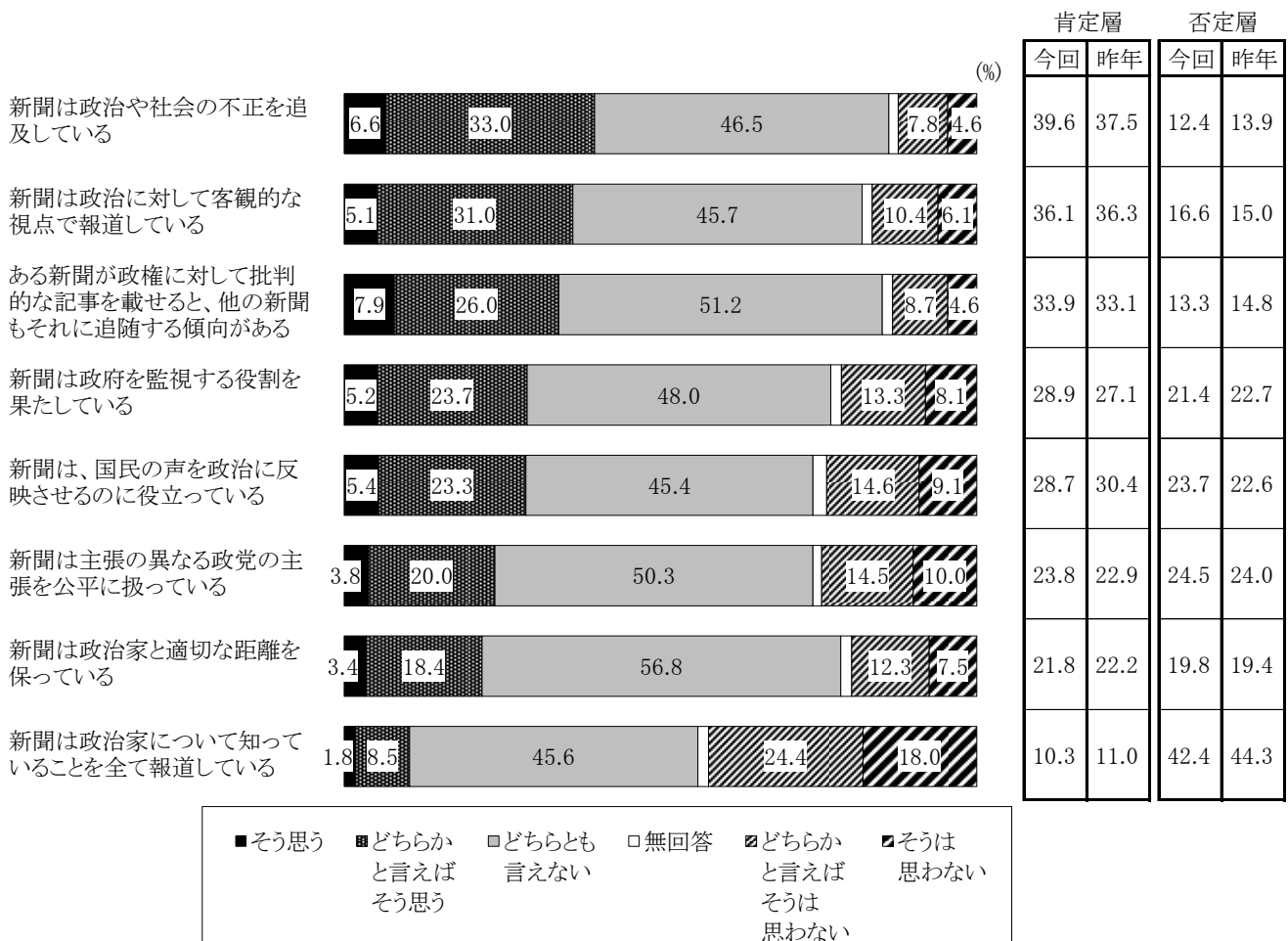
- ・新聞と政治の関係についての意見に関して、肯定層の占める割合を比較したところ、「新聞は政治や社会の不正を追及している」（39.6%）が最も多く、次いで、「新聞は政治に対して客観的な視点で報道している」（36.1%）、「ある新聞が政権に対して批判的な記事を載せると、他の新聞もそれに追随する傾向がある」（33.9%）が多かった。
- ・新聞と政治家の関わりに関する項目については評価が低い傾向にある。「新聞は政治家について知っていることを全て報道している」の否定層が42.4%に上り、「新聞は政治家と適切な距離を保っている」の肯定層が21.8%に留まるなど評価が厳しい。
- ・昨年度調査と比較すると、「新聞は政治や社会の不正を追及している」の肯定層が2.1ポイント増加した変化が最も大きかった。

※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 18-1 新聞と政治についての意見

(n=3,169)



- ・「新聞は政治や社会の不正を追及している」の肯定層は、30代(30.6%)で最も少なく、40代以降、年代が上がるにつれて多くなっている。肯定層と否定層との差は、50代以降、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、40代以下で否定層が肯定層を上回り、18～19歳では12.7ポイントの差が開いた。50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24.8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、30代以下で否定層が肯定層を上回り、30代では11.8ポイントの差が開いた。一方、60代以上では肯定層が否定層を上回り、70代以上で27.0ポイントの差が開いた。

図 18-2 新聞は政治や社会の不正を追及している (性・年代別)

(n=3,169)

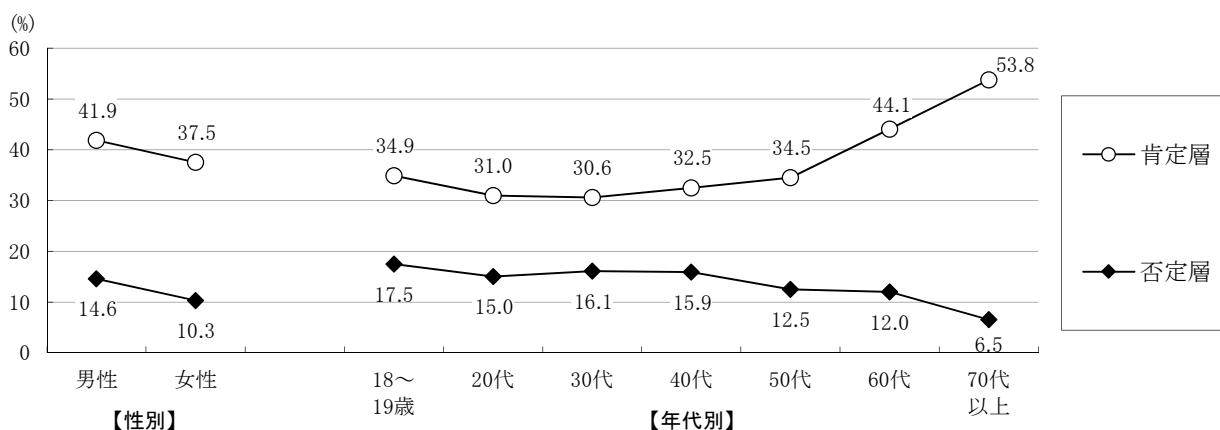


図 18-3 新聞は政府を監視する役割を果たしている (性・年代別)

(n=3,169)

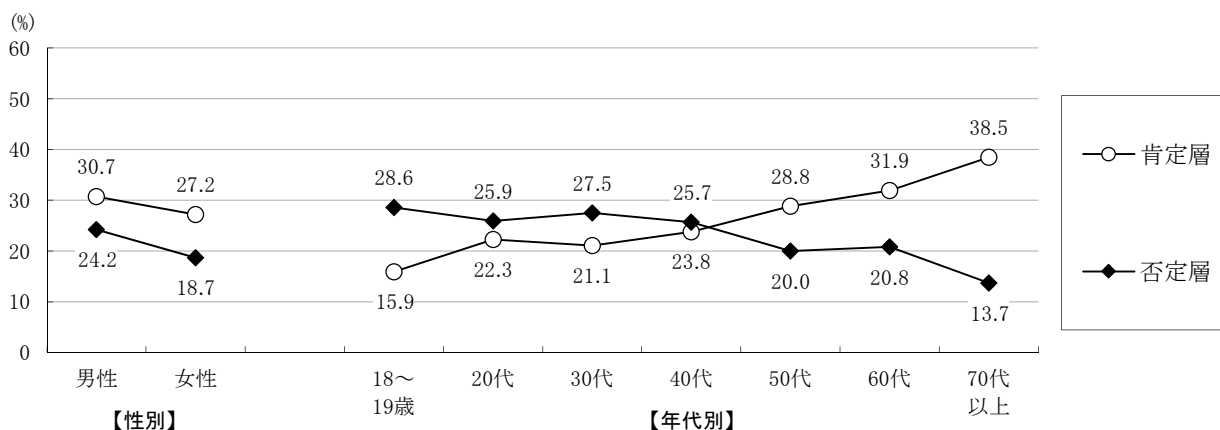
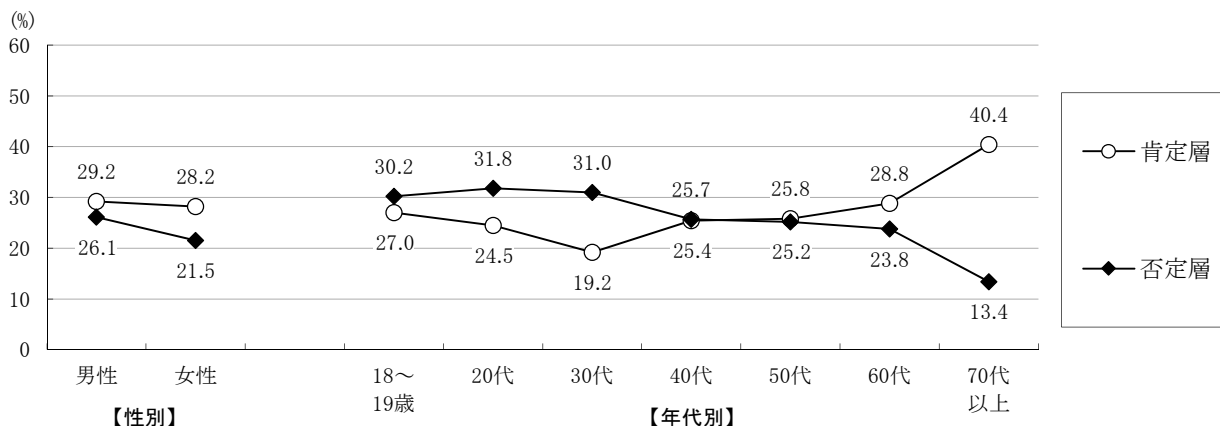


図 18-4 新聞は、国民の声を政治に反映させるのに役立っている (性・年代別)

(n=3,169)



19. 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16%、「不偏不党」は64%

- ・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16.1%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63.9%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18～19歳でも52.4%と過半数を占め、いずれの年代（52.4%～70.0%）でも、独自色派（14.5%～18.6%）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。年代別では、20代以下で不偏不党派が5ポイント以上（5.5～7.6ポイント）の減少、30代と60代で約5ポイント（4.5～4.6ポイント）の増加となった。

※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 19-1 新聞の政治的立場についての意見 (n=3,169)

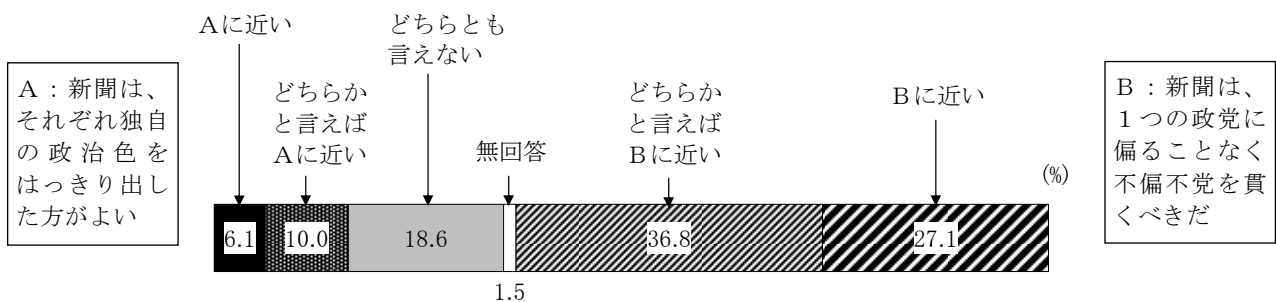
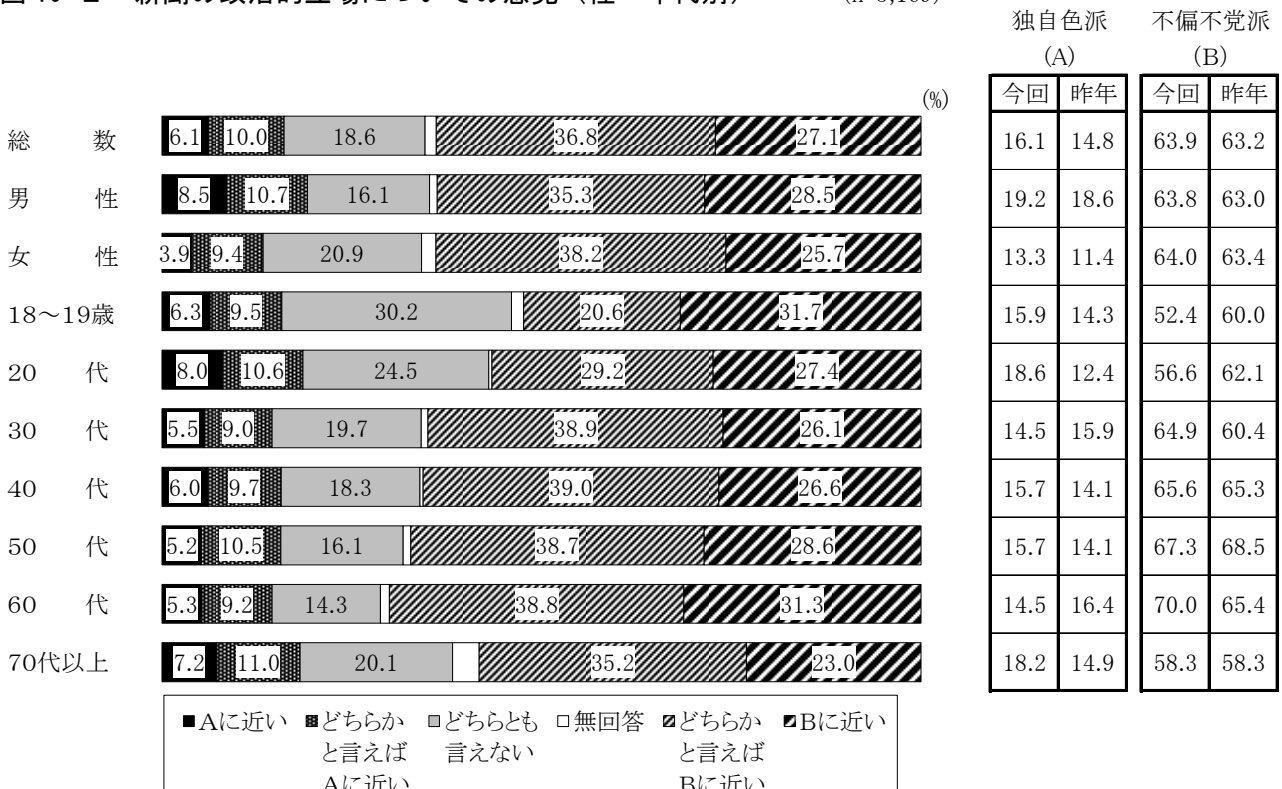


図 19-2 新聞の政治的立場についての意見（性・年代別） (n=3,169)



20. 新聞の記事の満足度は？（*）

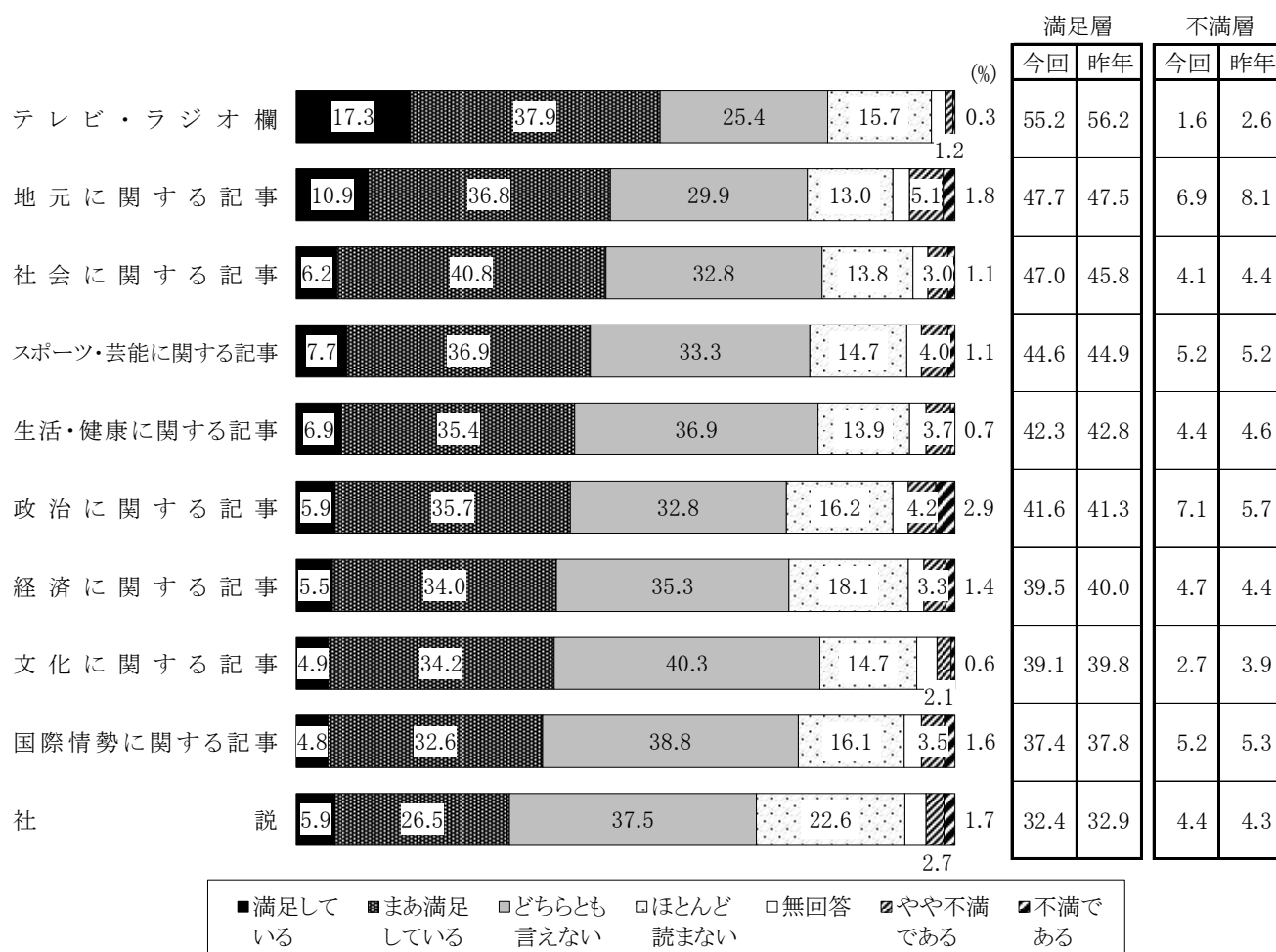
－ ラ・テ欄、地元記事、社会記事など、身近な記事の満足度が高い －

- ・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 55.2%を占め、テレビ・ラジオなど他のメディアへの窓口としての新聞利用に対する満足度が高いことが分かった。次いで「地元に関する記事」（47.7%）、「社会に関する記事」（47.0%）、「スポーツ・芸能に関する記事」（44.6%）、「生活・健康に関する記事」（42.3%）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」「経済に関する記事」の満足層は3割台（32.4%～39.5%）と少ないが、不満層も1割（2.7%～5.2%）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1.4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 20-1 新聞の記事の満足度

(n=3,169)



- ・「テレビ・ラジオ欄」は、性別では男女ともに、年代別では18～19歳を除く全ての年代で最も満足層が多くなった。「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5.7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 20-2 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=3,169)

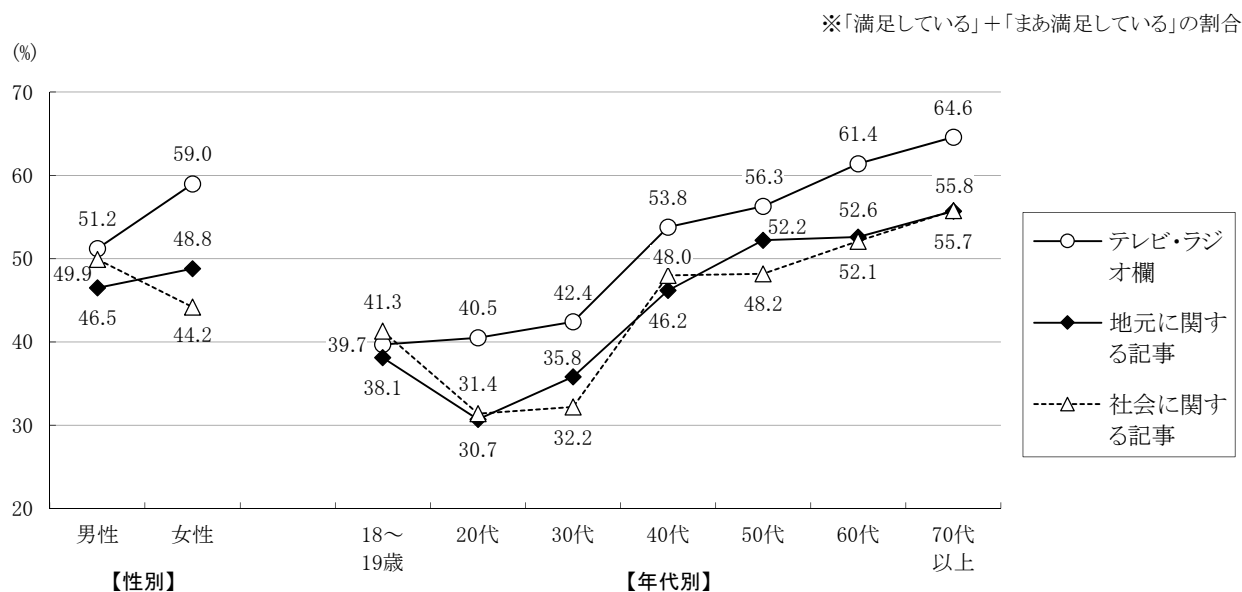
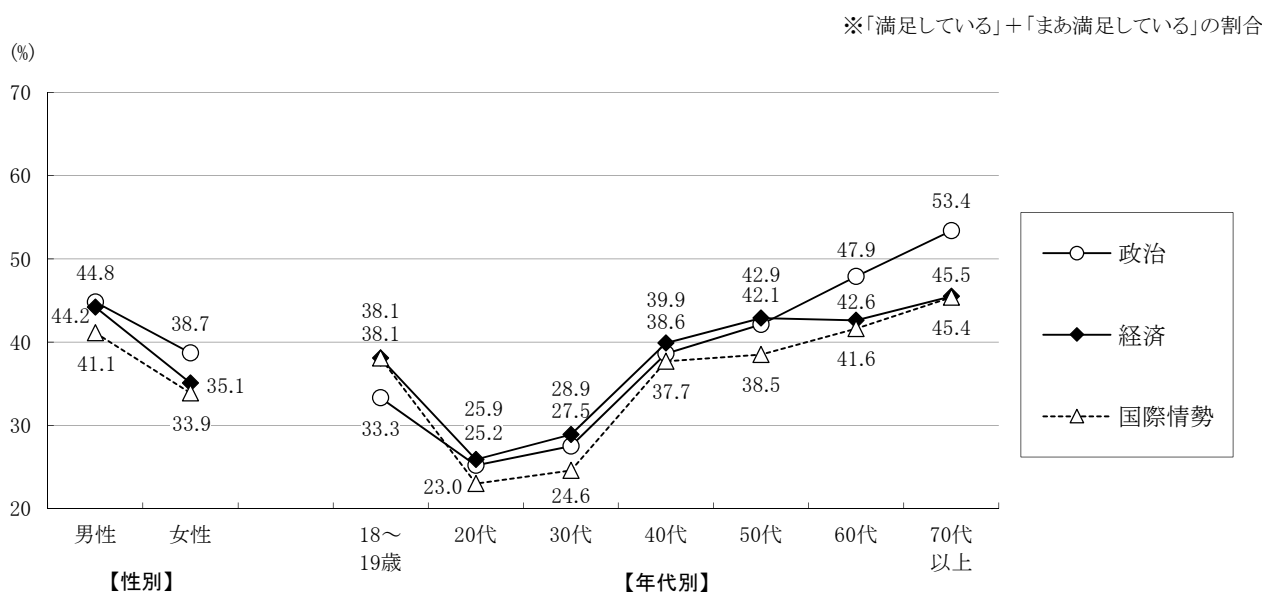


図 20-3 政治、経済、国際情勢に関する記事に満足している人の割合（性・年代別）

(n=3,169)



21. 新聞全般の満足度は？（＊）

－ 満足している人は50%、不満な人は9%。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36.0%であり、この2つを合わせた満足層は49.7%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8.9%と少数であった。満足層は昨年度（51.8%）から2.1ポイント減少した。
- ・年代別に見ると、満足層は30代以下で2割台（28.5%～28.9%）に留まったが、40代（45.7%）から70代以上（67.1%）にかけて、年代の上昇とともに多くなっている。一方、不満層は最も多い30代でも13.7%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 21-1 新聞全般の満足度

(n=3,169)

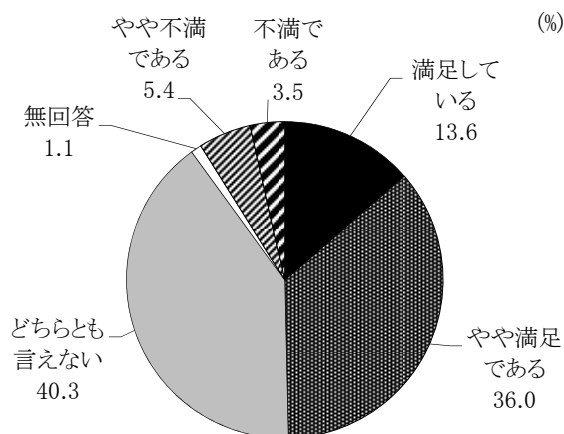
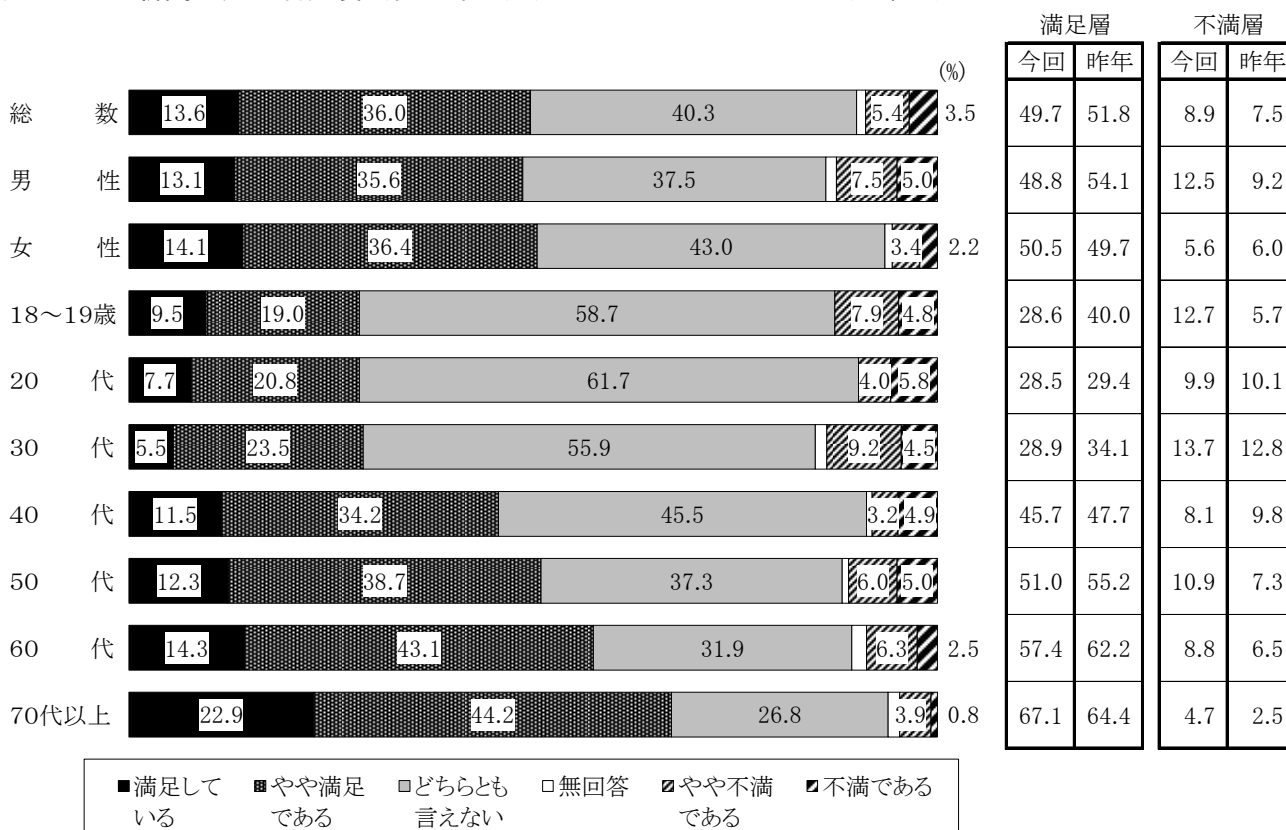


図 21-2 新聞全般の満足度（性・年代別）

(n=3,169)



《生活の中の新聞》

22. 新聞を読んでいる人は？（*）

— 「読んでいる」は朝刊 69%、夕刊 23%。朝夕刊の閲読率は減少の一途 —

- ・朝刊を読んでいる人は 68.5% となった。内訳を見ると、「毎日」読んでいる人（48.6%）が半数弱を占めた。「毎日」読んでいる人は 18～19 歳で 3.2%、20 代で 9.1% に留まるが、年代が上がるほど増加し、50 代で 50.4%、60 代で 67.6%、70 代以上で 80.2% 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 20 代を除く全年代で減少しており、18～19 歳で 8.9 ポイント、50 代で 4.8 ポイント、30 代で 3.8 ポイント減少した。また、「毎日」読んでいる人については、18～19 歳と 40～60 代で 3.9～5.9 ポイント減少した。

図 22-1 新聞（朝刊）の閲読頻度

(n=3,169)

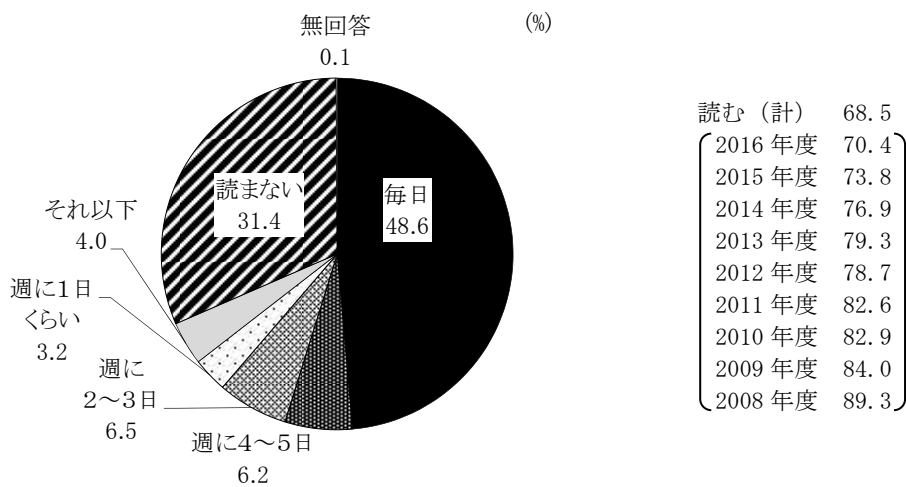


図 22-2 新聞（朝刊）の閲読頻度（読む（計））

（性・年代別）

(n=3,169)

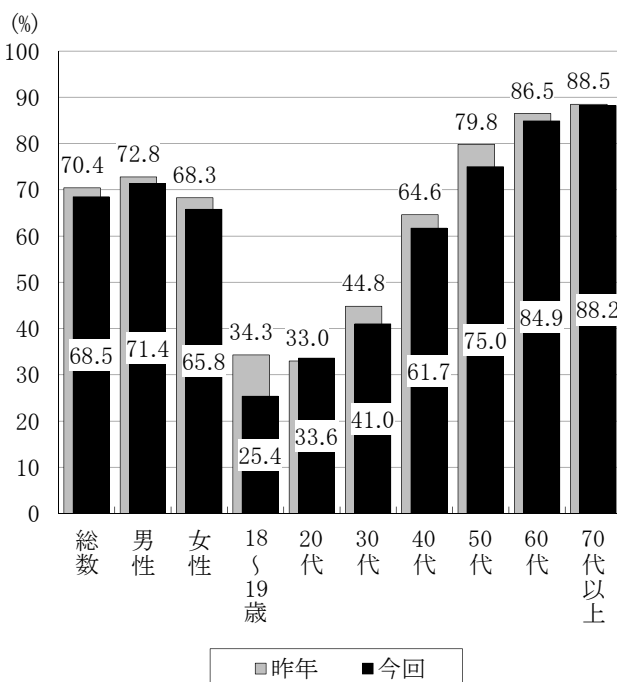
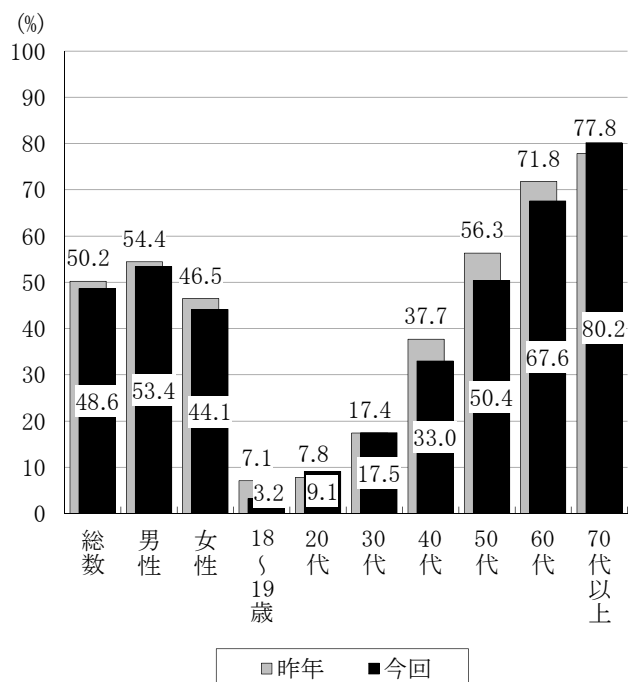


図 22-3 新聞（朝刊）の閲読頻度（毎日）

（性・年代別）

(n=3,169)



- ・夕刊を読む人は23.4%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15.4%に留まった。
- ・夕刊を読む人は、20～30代と60代で昨年度より2.0～4.9ポイント減少した。また、「毎日」読んでいる人については、60代で3.3ポイント減少した。

図 22-4 新聞（夕刊）の閲読頻度

(n=3,169)

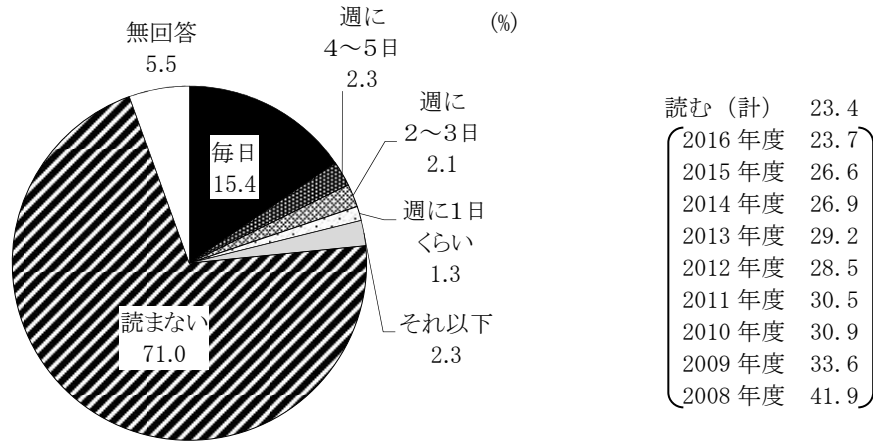


図 22-5 新聞（夕刊）の閲読頻度（読む（計））
（性・年代別）

(n=3,169)

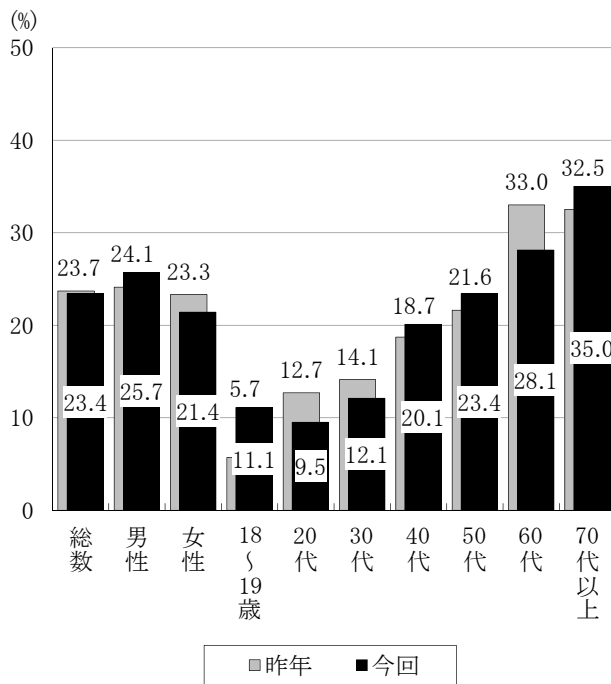
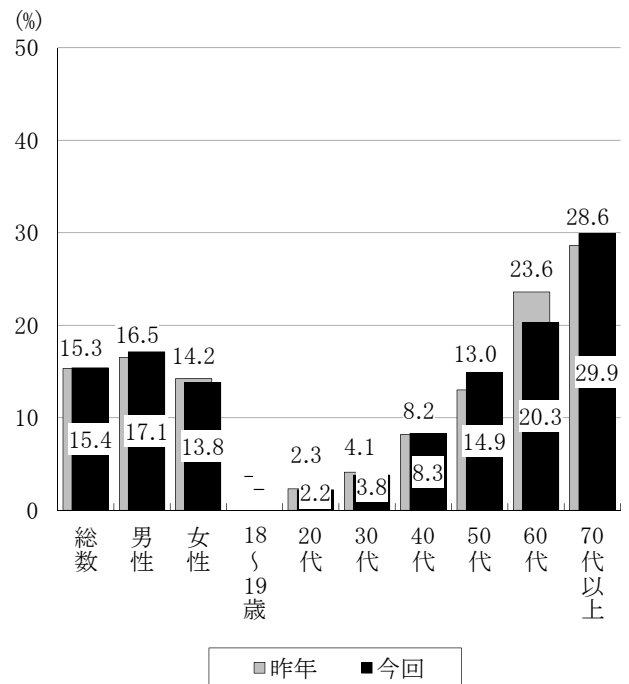


図 22-6 新聞（夕刊）の閲読頻度（毎日）
（性・年代別）

(n=3,169)



23. 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78%、「減った」が17% －

- ・ 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78.2%と大半を占めた。「増えた」は4.3%、「減った」は16.8%となった。
- ・ 性別に見ると、「増えた」は男女差がない（男性4.4%、女性4.3%）が、「減った」は女性（18.4%）の方が男性（15.0%）より3.4ポイント多かった。
- ・ 年代別に見ると、「増えた」は、全ての年代で1割に満たない。一方、「減った」は全年代で1割を超え、50代で23.2%と最も多く、次いで30～40代で（19.2%～19.4%）で約2割となった。

図 23-1 1年間で新聞を読む回数や時間の変化 (n=3,169)

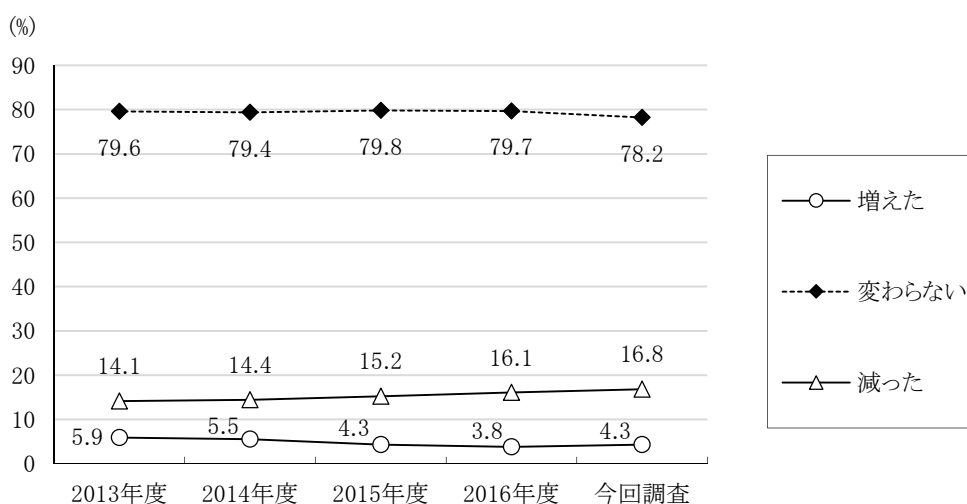
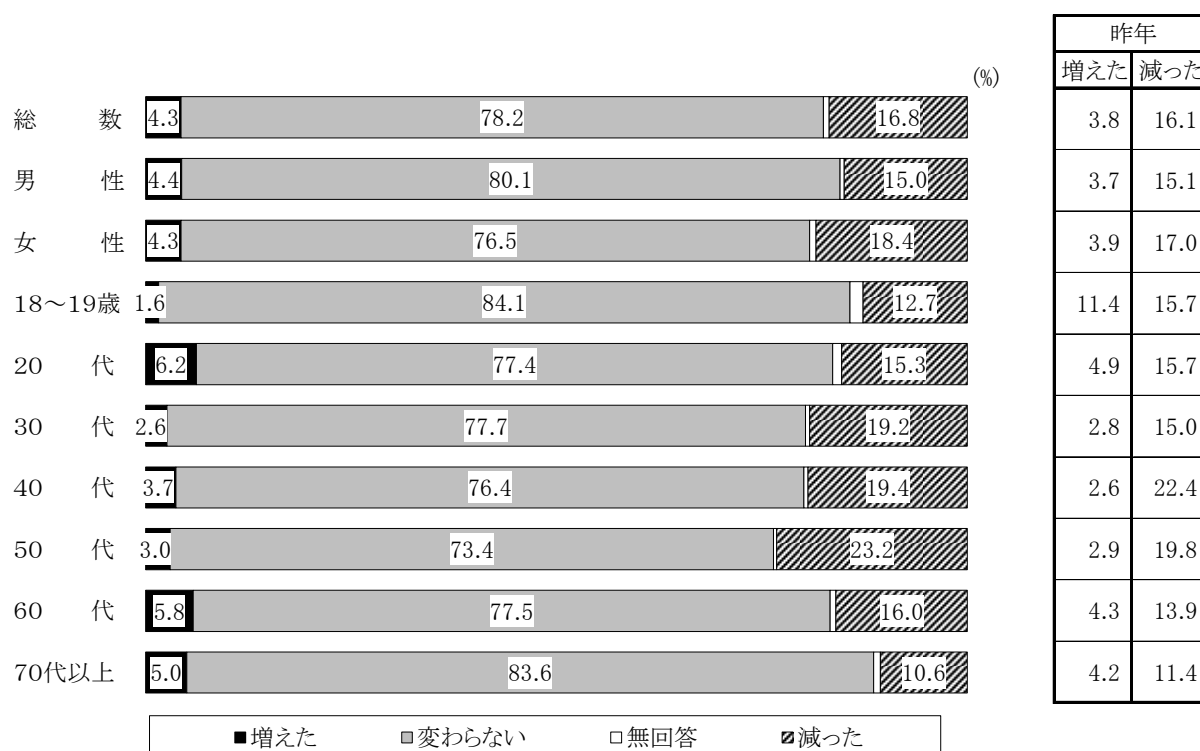


図 23-2 1年間で新聞を読む回数や時間の変化 (n=3,169)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の 68.9%)

24. 新聞を読む時間は？ (*)

— 平均時間は 27 分で前回から微増。若い世代ほど短い —

- ・新聞を読む時間は、1 日平均で 27.1 分と、昨年度 (26.6 分) より 0.5 分長くなった。
- ・年代別に見ると、平均時間は 70 代以上で最も長く 37.4 分、次いで 60 代で 29.8 分となっているが、50 代で 21.7 分、40 代で 19.1 分と 20 分前後、30 代 17.2 分、20 代 14.5 分、18～19 歳 7.6 分となり、年代が低い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、平均時間は 18～19 歳での減少が最も大きく 3.6 分減、30 代での増加が最も大きく 3.9 分増となった。

図 24-1 新聞を読んでいる人 (n=3,169)

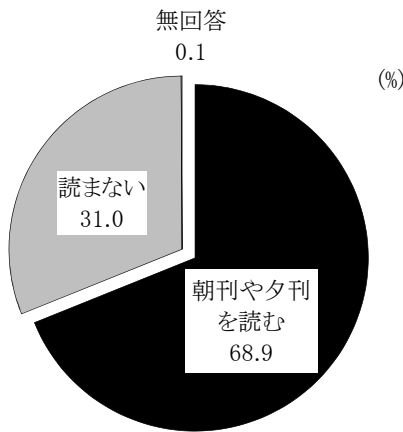


図 24-2 新聞の 1 日の閲読時間 (n=2,184)

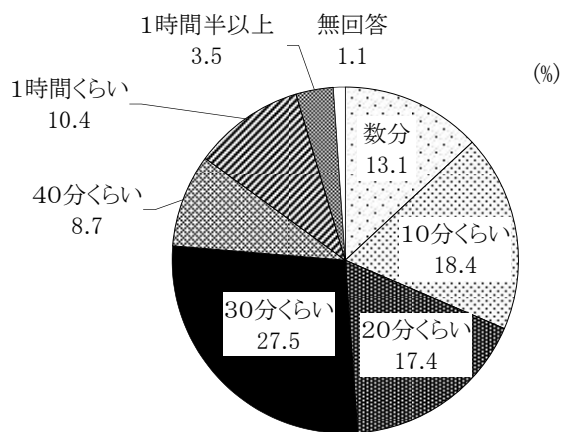
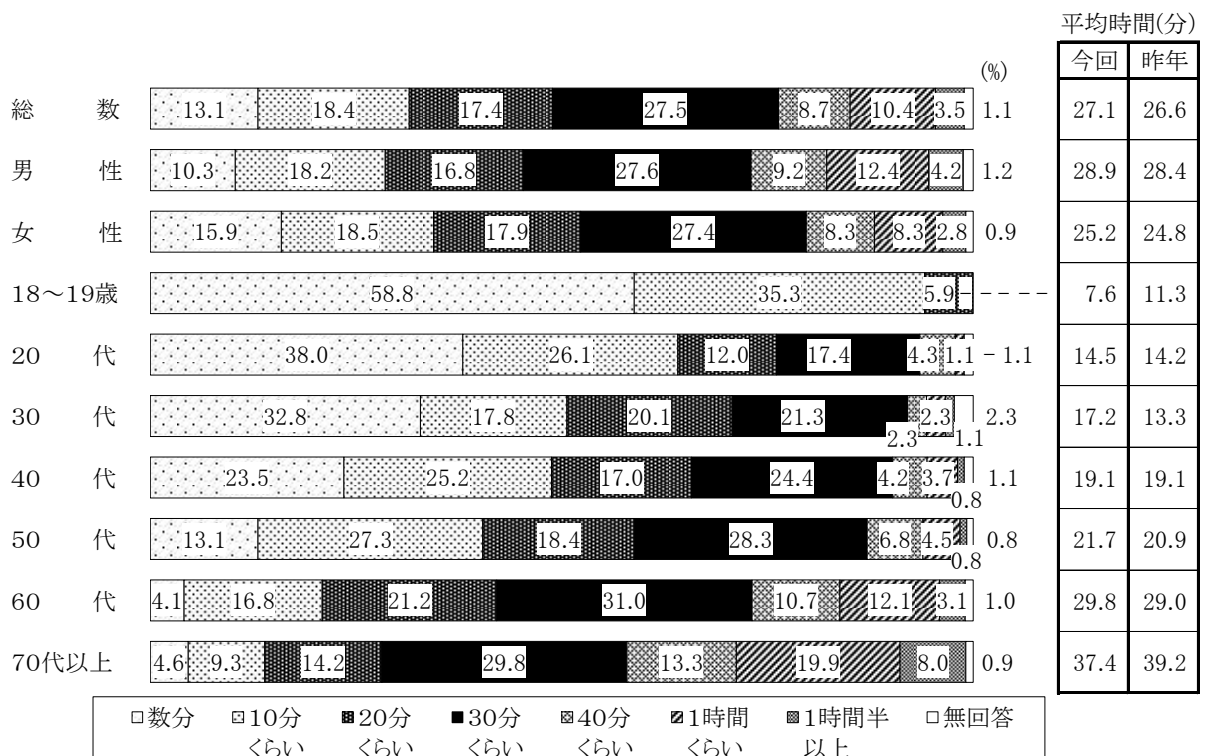


図 24-3 新聞の 1 日の閲読時間 (性・年代別) (n=2,184)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の 68.9%)

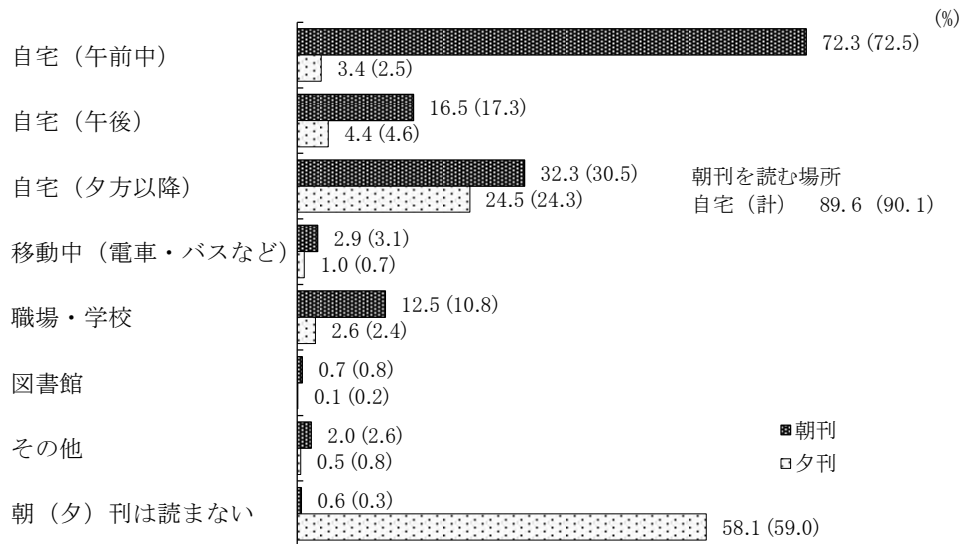
25. 新聞を読む場所は？ (*)

— 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)」(72.3%) 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)」(32.3%)、「自宅 (午後)」(16.5%)、「職場・学校」(12.5%) が続き、全ての時間帯を合わせると「自宅」を挙げた人は 89.6% に上った。夕刊は「自宅 (夕方以降)」が 24.5% 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 18~19 歳 (35.3%) で最も少なく、年代が上がるほど増加し、60 代で 81.5%、70 代以上で 90.5% に達した。「自宅 (夕方以降)」は 60 代以下の年代では 3 割以上 (31.5%~41.4%)、70 代以上では 24.6% であった。「職場・学校」は 30 代 (25.9%) で最も多く、次いで 40~50 代で 2 割台 (20.1%~20.5%) であった。

図 25-1 新聞を読む場所

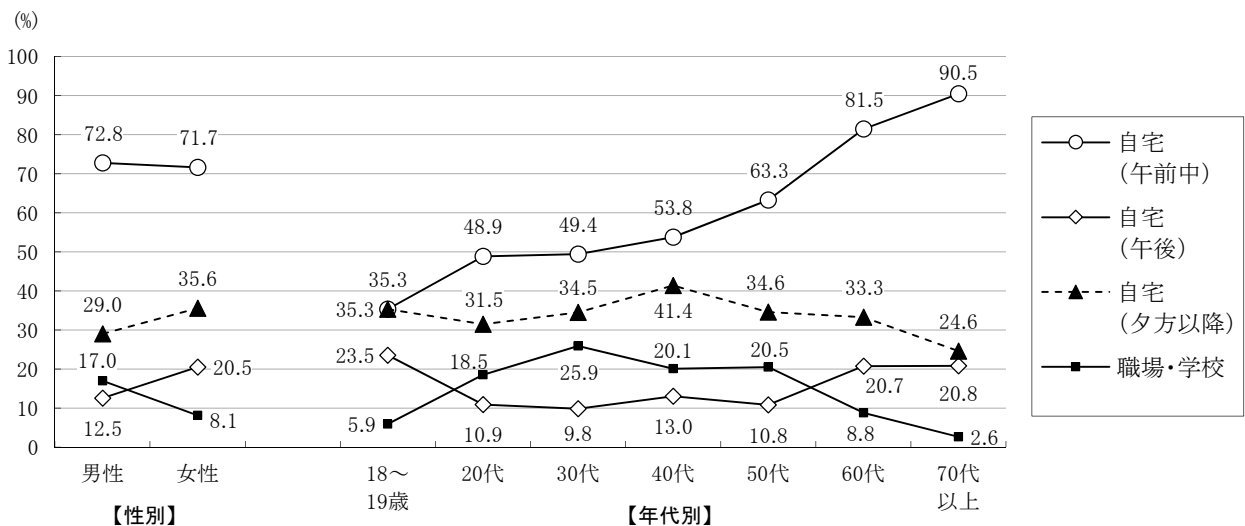
(複数回答、n=2,184)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 25-2 新聞 (朝刊) を読む場所 (性・年代別)

(複数回答、n=2,184)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の 68.9%)

26. 新聞を読む理由は？ (*)

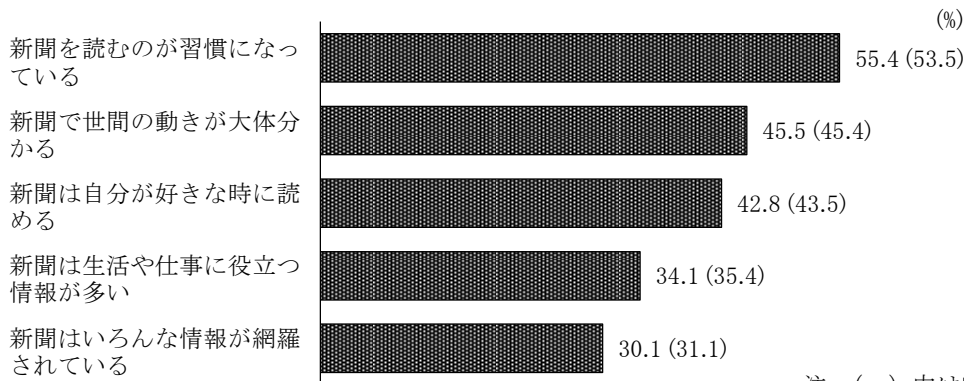
— 新聞を読むことは生活の一部。 —

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」(55.4%)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」(45.5%)、「新聞は自分が好きな時に読める」(42.8%)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(17.6%)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 26-1 新聞を読む理由

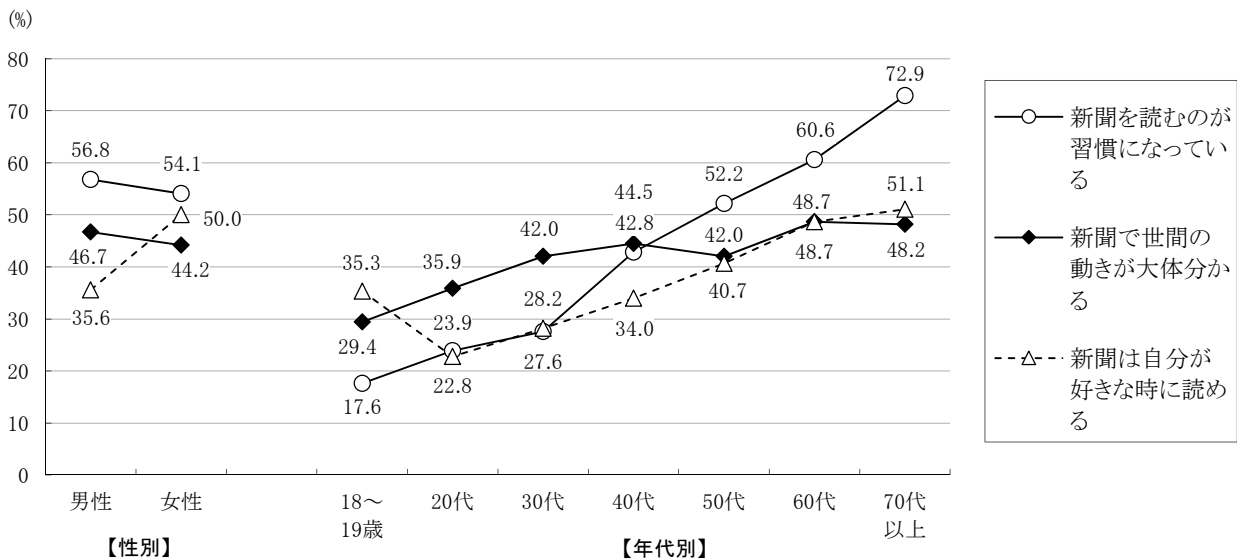
(複数回答、n=2,184)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 26-2 新聞を読む理由 (性・年代別)

(複数回答、n=2,184)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の 68.9%)

27. よく読む新聞記事は？（＊）

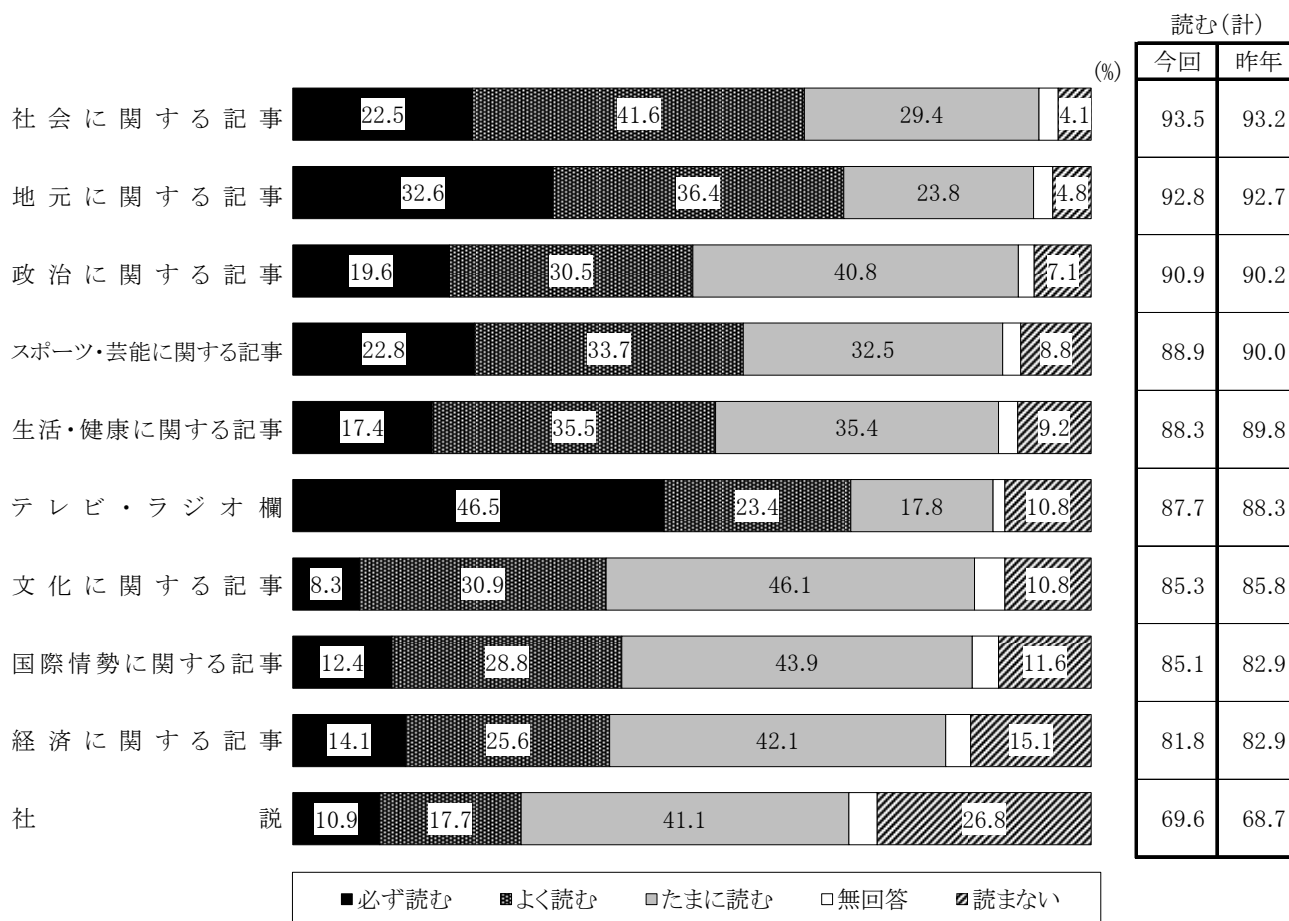
－ 身近な記事が人気。1位「社会記事」、2位「地元記事」 －

- ・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」(93.5%)、「地元に関する記事」(92.8%)、「政治に関する記事」(90.9%)、「スポーツ・芸能に関する記事」(88.9%)、「生活・健康に関する記事」(88.3%)、「テレビ・ラジオ欄」(87.7%)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)』が約7割(69.6%)となり、「読まない」が26.8%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 27-1 新聞でよく読む記事

(n=2,184)



(朝刊や夕刊を「読まない」と答えた人に) (全体の31.0%)

28. 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74%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」(73.7%)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」(44.6%)、「新聞は高いから(お金が掛かるから)」(32.3%)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、20~60代で7割(70.5%~82.2%)を超え、18~19歳で58.7%と他の理由より圧倒的に多かった。また、「新聞を取っていないから」は50~60代で5割(54.5%~58.0%)を超え、「新聞は高いから(お金が掛かるから)」は30~50代で3割以上(33.3%~39.3%)が挙げた。
- ・昨年度調査と比較すると、「新聞を取っていないから」「新聞は高いから(お金が掛かるから)」はそれぞれ3.1ポイント増加し、「新聞を読む習慣がないから」は3.0ポイント減少した。

図 28-1 新聞を読まない人 (n=3,169)

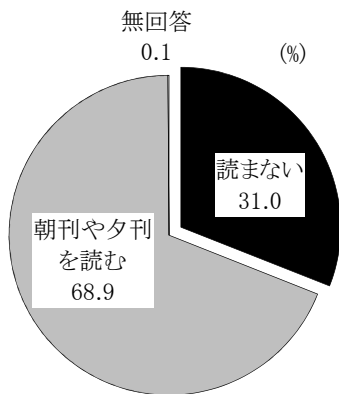
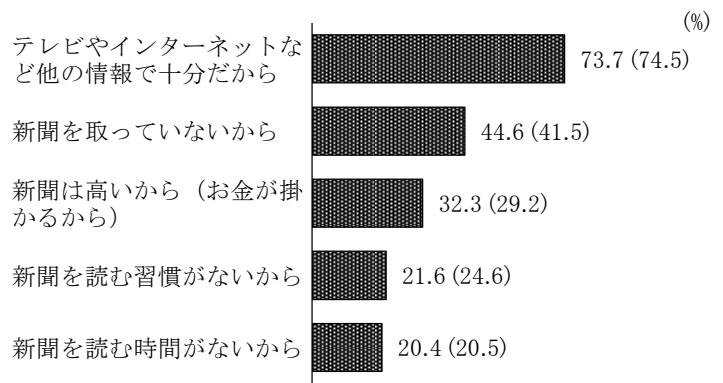


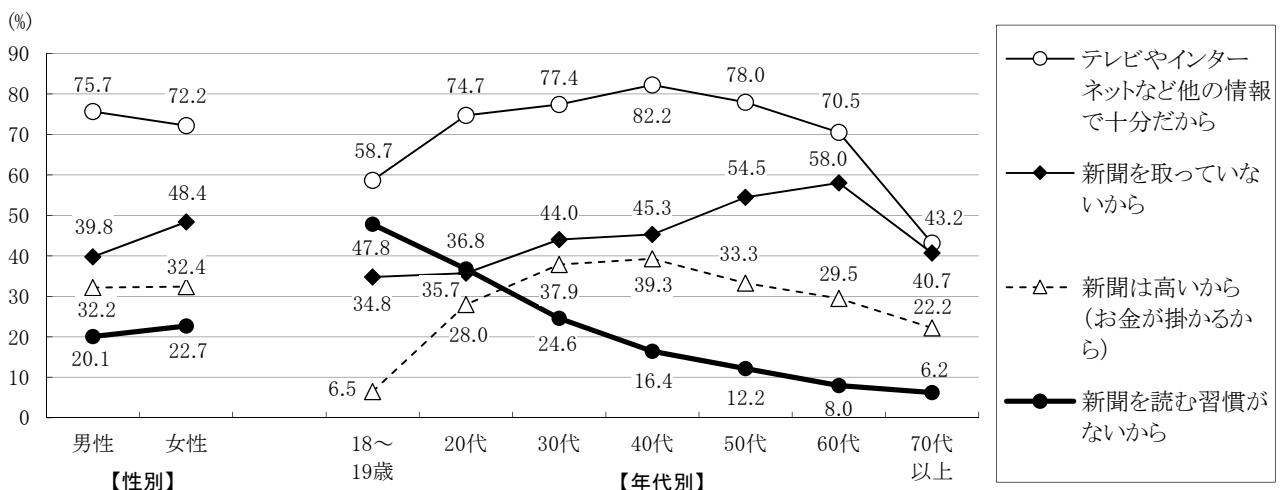
図 28-2 新聞を読まない理由 (複数回答、n=982)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 28-3 新聞を読まない理由(性・年代別)

(複数回答、n=982)



29. 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」66%。2012年度より減少続く －

- ・戸別配達については、「ぜひ続けてほしい」は44.6%、「できれば続けてほしい」は21.5%であり、両者をあわせた『続けてほしい(計)』は66.0%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30代以下では4割前後（38.1%～41.0%）に留まり、40代(58.0%)で5割を超え、以降年代が上がるに従って多くなり、60代以上では8割(80.9%～87.0%)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。今年度は昨年度から3.5ポイント減少した。年代別に見ると、今年度は70代以上を除く全ての年代で昨年度より3ポイント以上の減少となった。特に50代は2015年度から2016年度に掛けて5.6ポイント、2016年度から今年度に掛けて7.0ポイントの減少と2年連続の大幅減となった。

※『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 29-1 戸別配達の存続

(n=3,169)

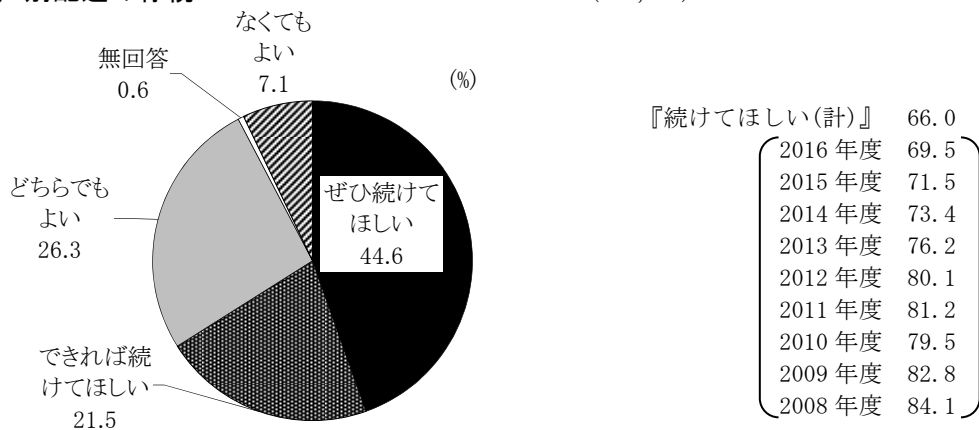
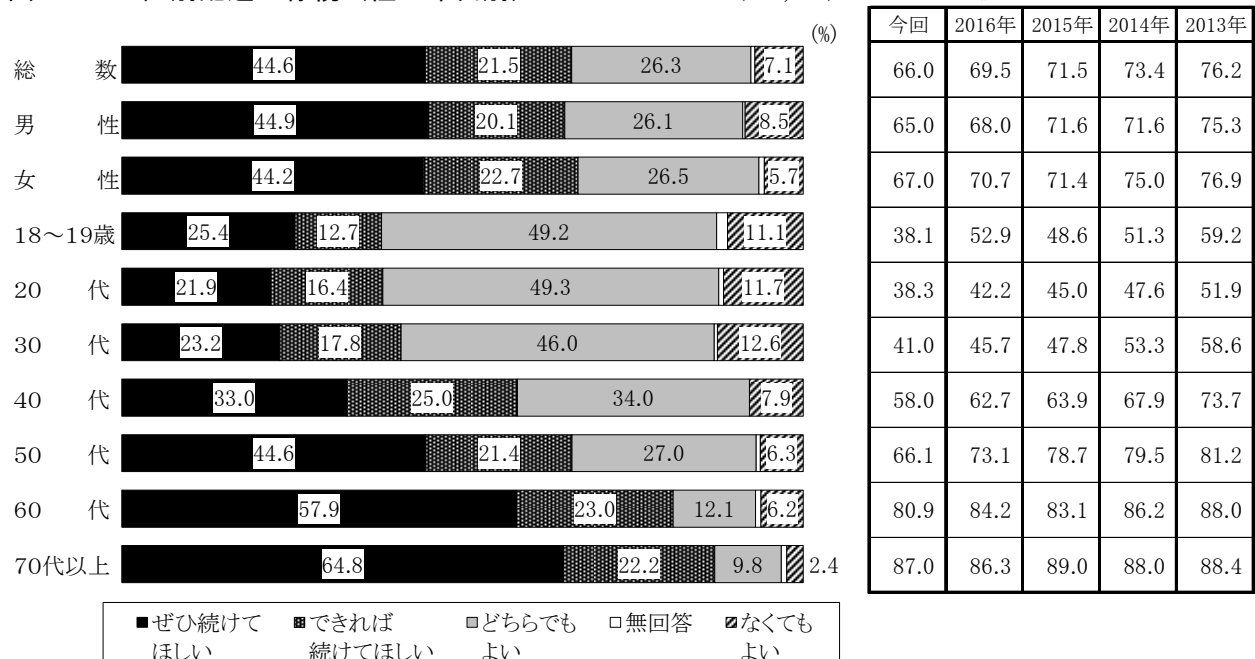


図 29-2 戸別配達の存続（性・年代別）

(n=3,169)



30. 夕刊の発行をどう思う？（＊）

－ 「続けてほしい」は16%、「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5.8%、「できれば続けてほしい」は10.0%であり、両者を合わせた『続けてほしい(計)』は15.8%であった。一方、「なくてもよい」は37.1%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(25.6%)であっても3割を下回った。20～30代では1割(7.3%～9.5%)を切り、18～19歳と40～60代では1割台(13.4%～17.5%)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、減少傾向が続いている。年代別に見ると、昨年度から今回にかけて60代での減少が最も大きく5.1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 30-1 夕刊発行の存続

(n=3,169)

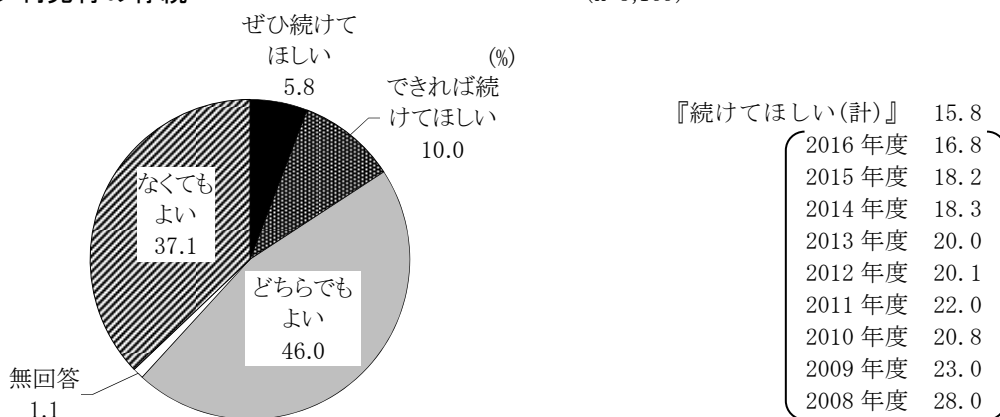
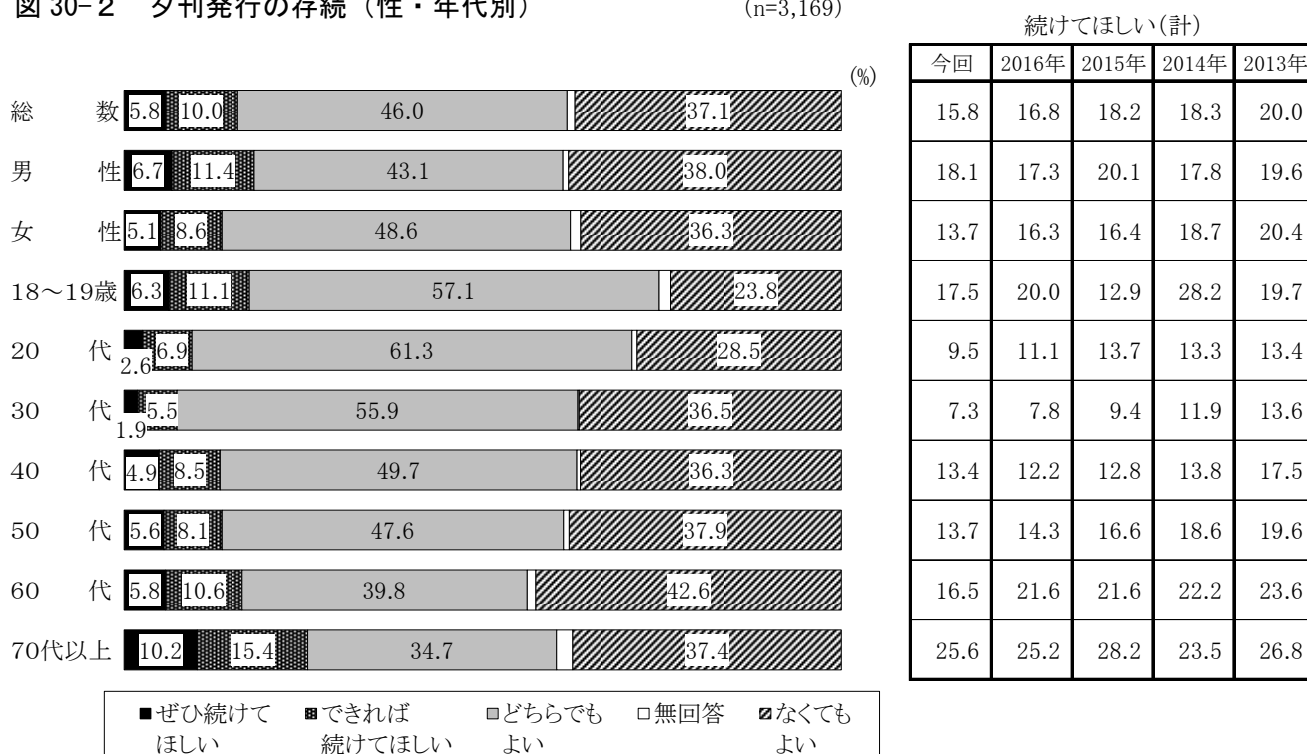


図 30-2 夕刊発行の存続（性・年代別）

(n=3,169)



31. 月ぎめ新聞の購読状況は？（*）

－ 71%が購読、購読率は減少傾向が続く －

- ・ 自宅で月ぎめ新聞を購読している人は 70.6%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 51.7%、「県紙・地方紙」を購読している人が 38.6%、「ブロック3紙」を購読している人が 12.2%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 4.8%と少なく、ほとんどが「1紙のみ」（95.2%）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 97.1%、「電子新聞」が 1.1%、「両方」が 1.6%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、その後もさらに減少が続いた。新聞の種類で見ると、昨年度から今回調査にかけては、全国紙が 1.8 ポイント減、県紙・地方紙は 1.2 ポイント増、ブロック3紙は 2.2 ポイント減となった。
- ・ 年代別で見ると、月ぎめ新聞を購読している人は、30 代で 41.2%と最も少なく、年代が上がるほど多くなり、40 代で 61.7%、50 代で 72.0%、60 代で 84.7%、70 代以上で 89.0%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 70 代以上を除く全ての年代で減少し、50 代以下では 3 ポイント以上（3.8～12.6 ポイント）の減少となった。

図 31-1 月ぎめでとっている新聞の有無 (n=3,169)

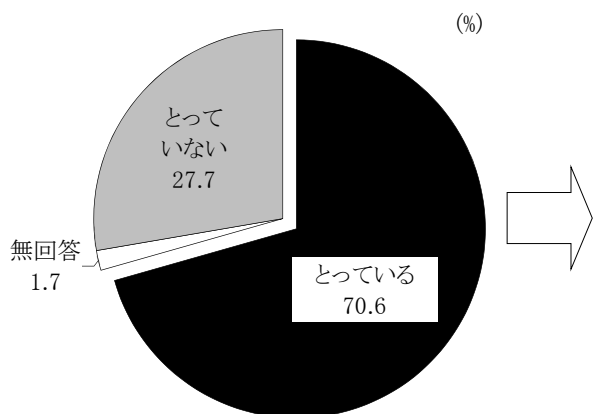


図 31-2 月ぎめでとっている新聞の種類 (複数回答、n=2,237)

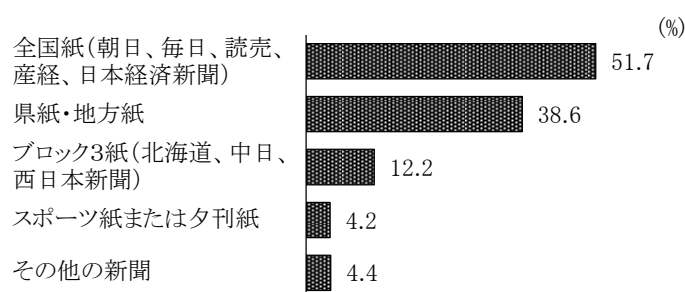


図 31-3 全国紙を何紙とっているか (n=1,157)



図 31-4 購読は紙の新聞か電子新聞か (n=1,157)

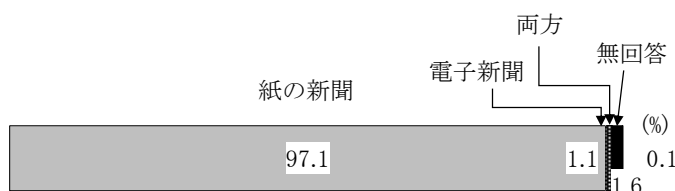


図 31-5 月ぎめでとっている新聞（時系列）

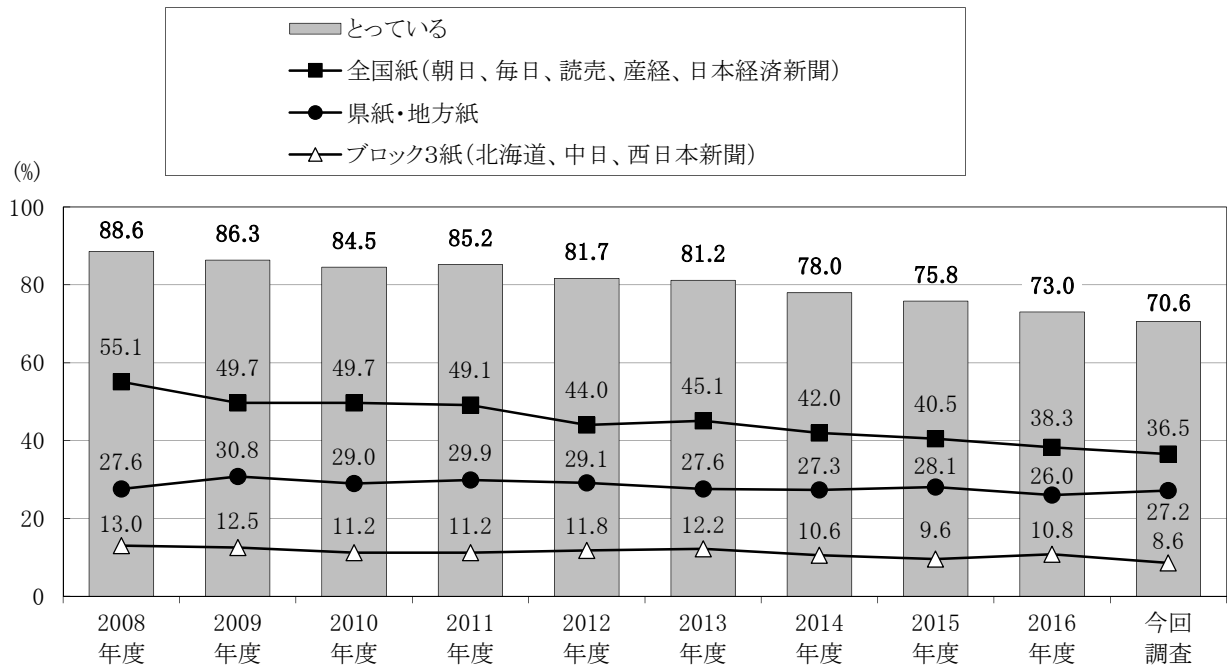
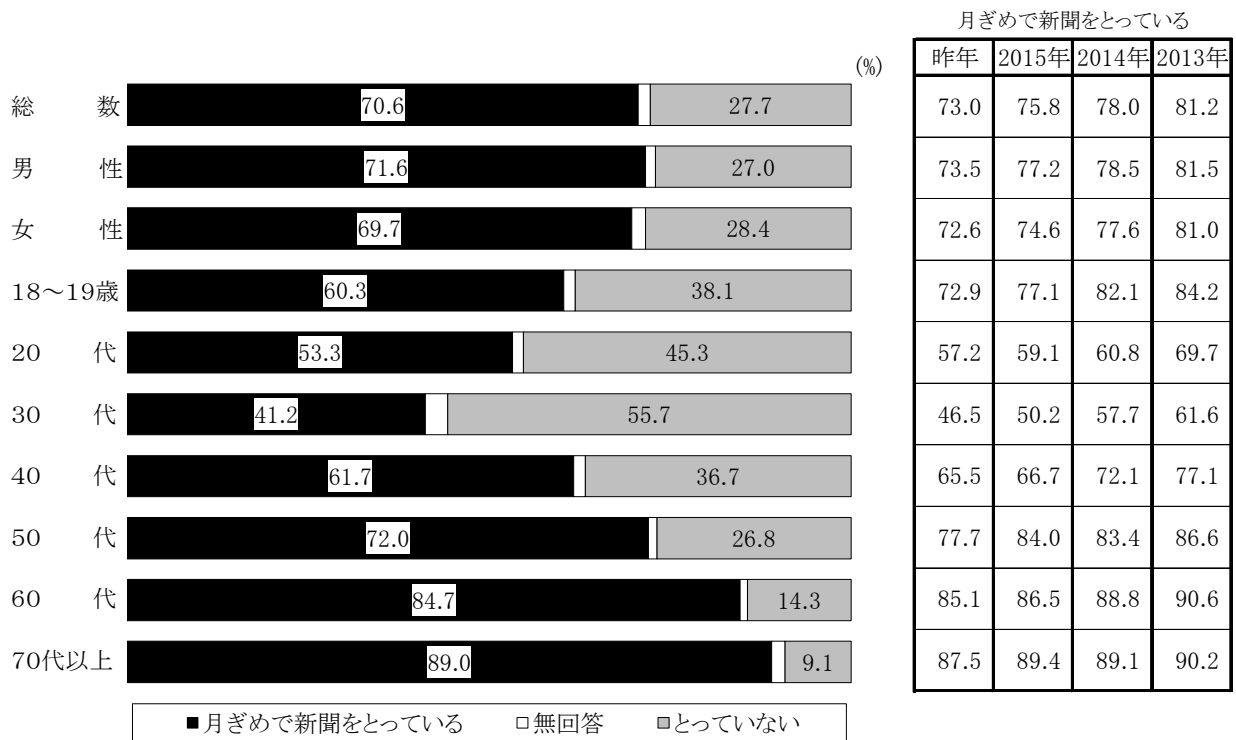


図 31-6 月ぎめでとっている新聞の有無（性・年代別）

(n=3,169)



32. 新聞の購読料をどう思う？（*）

－ 「妥当」とする人が53%、「高い」とする人が44% －

- ・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8.6%、「少し高い」は35.6%の回答であった。両者を合わせた『高い(計)』は44.2%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52.5%、「少し安い」と「かなり安い」を合わせた『安い(計)』は2.4%とごく少数に留まった。
- ・年代別に見ると、『高い(計)』は30代以下で5割台（50.8%～55.5%）、40～50代で4割台（46.2%～46.9%）、60代以上で3割台（35.0%～37.9%）となった。40代以上では「妥当である」の割合が『高い(計)』の割合を上回り、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、2015年度調査で初めて5割を下回り、「妥当である」が上回った。

※『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 32-1 新聞の購読料 (n=3,169)

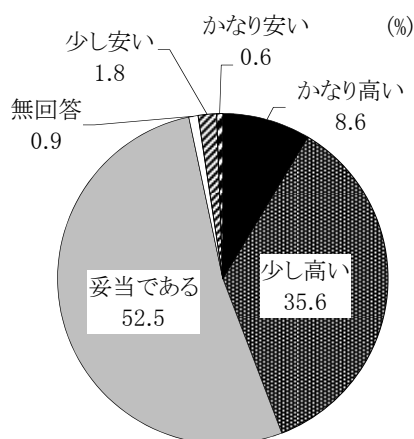


図 32-2 新聞の購読料（時系列）

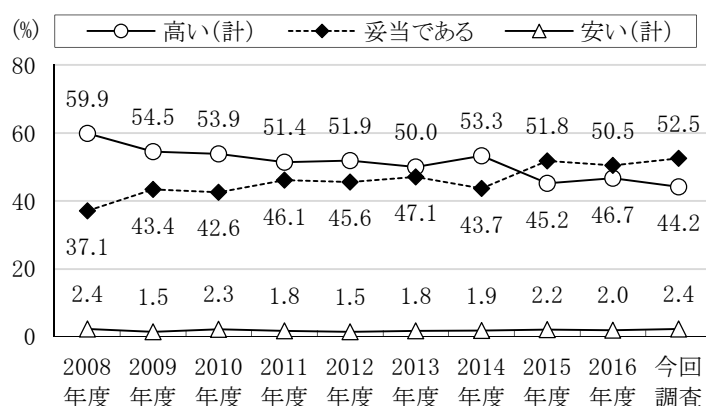
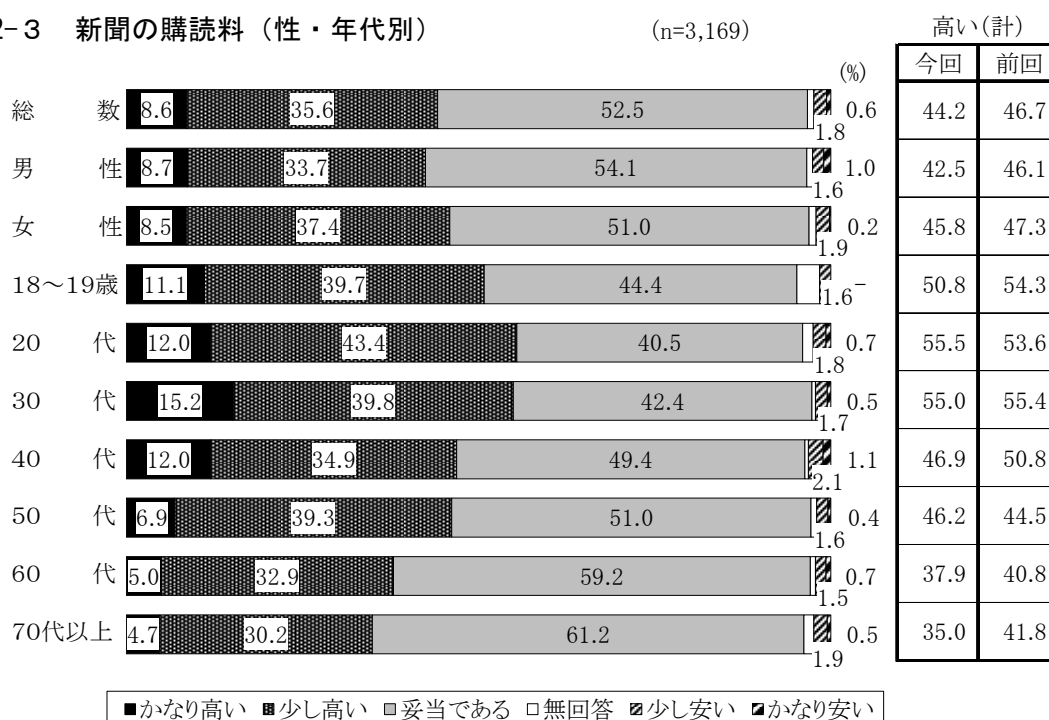


図 32-3 新聞の購読料（性・年代別） (n=3,169)



33. 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、50%前後で推移
 「知っている」48%、「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48.4%、「知らない」人は50.6%であった。
- ・性別で見ると、「知っている」人は、女性（41.3%）よりも男性（56.0%）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、18～19歳の27.0%から年代が上がるとともに多くなり60代で57.4%となった。40～60代では「知っている」が5割（51.1%～57.4%）を超えた。
- ・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、昨年度調査で半数を切り、今回も同様であった。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20代以下で3.2～8.7ポイント減少した。

図 33-1 通信社の役割の認知

(n=3,169)

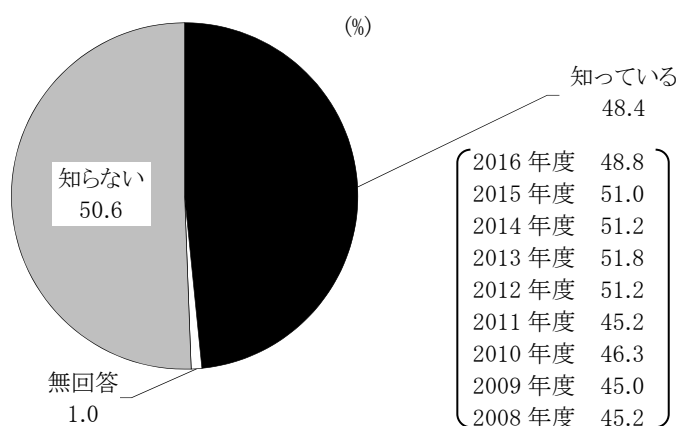
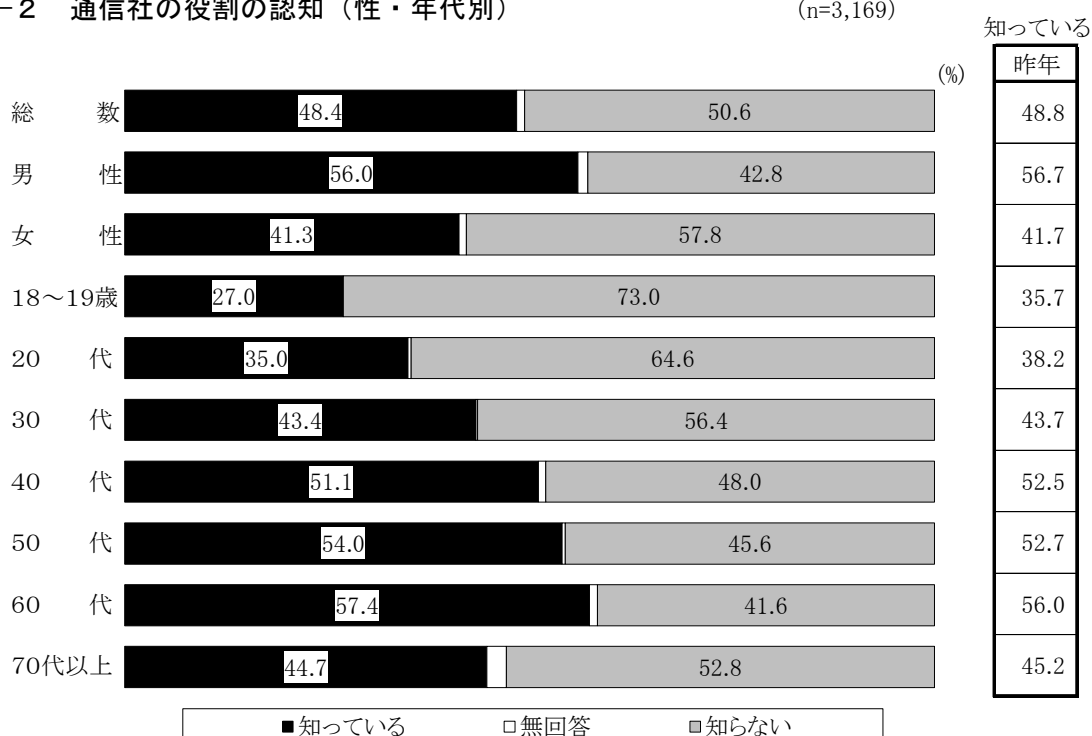


図 33-2 通信社の役割の認知（性・年代別）

(n=3,169)



34. 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」（70%）、2位「ロイター通信」（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「共同通信社」で69.5%の人が挙げた。次いで「ロイター通信」が67.5%、「時事通信社」が49.5%、「AP通信」が46.1%、「新華社」が36.4%となった。
- ・年代別に見ると、40代以上では「共同通信社」の知名度が最も高かったが、30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、今回調査では昨年度より共同通信社が2.0ポイント、時事通信社が2.1ポイント認知度が上がったが、他の通信社の認知度は0.7～2.7ポイント下がった。

図 34-1 知っている通信社の有無 (n=3,169)

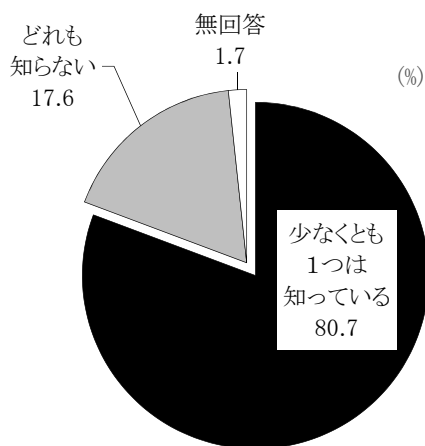
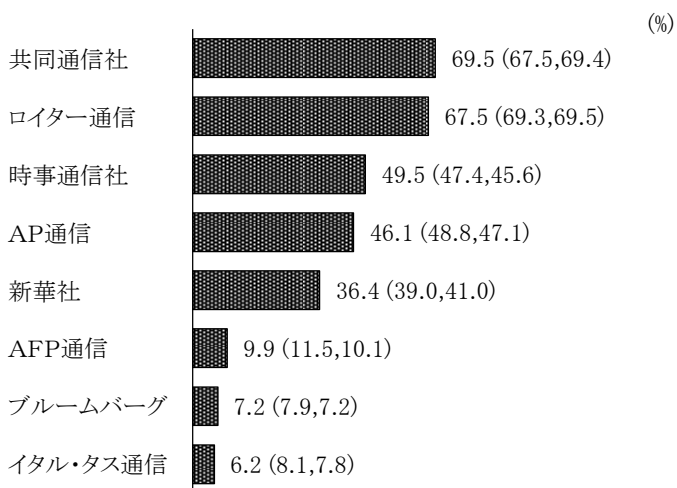


図 34-2 知っている通信社 (複数回答、n=3,169)



注：（ ）内は左から2016年度調査、2015年度調査の数値

表 34-1 知っている通信社（性・年代別）

(複数回答、n=3,169)

	知っている通信社 (%)				
	1位	2位	3位	4位	5位
総数	共同通信社 69.5	ロイター通信 67.5	時事通信社 49.5	AP通信 46.1	新華社 36.4
男性	共同通信社 75.4	ロイター通信 69.4	時事通信社 57.2	AP通信 53.8	新華社 43.6
女性	ロイター通信 65.7	共同通信社 64.0	時事通信社 42.3	AP通信 38.9	新華社 29.8
18-19歳	ロイター通信 46.0	AP通信 23.8	共同通信社 19.0	時事通信社 17.5	AFP通信 7.9
20代	ロイター通信 54.4	共同通信社 46.7	AP通信 36.9	時事通信社 33.6	新華社 14.2
30代	ロイター通信 76.1	共同通信社 67.1	AP通信 52.8	時事通信社 50.0	新華社 26.8
40代	共同通信社 78.0	ロイター通信 77.4	AP通信 58.2	時事通信社 55.0	新華社 36.0
50代	共同通信社 76.8	ロイター通信 76.0	時事通信社 54.4	AP通信 53.8	新華社 44.0
60代	共同通信社 78.2	ロイター通信 70.0	時事通信社 54.2	AP通信 47.4	新華社 46.1
70代以上	共同通信社 65.0	ロイター通信 53.7	時事通信社 46.3	新華社 40.1	AP通信 31.8

《新聞のこれからとインターネット》

35. 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。－

毎日閲覧は女性、50代以上で増加

- ・インターネットのニュースを閲覧している人は71.4%となった。内訳を見ると、「毎日」見ている人が43.4%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、新聞朝刊の閲覧率を上回った（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（54.6%～69.4%）を超え、30代が最も多く69.4%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20～30代を除く年代で増加し、50～60代での増加が4.5～5.9ポイントと大きかった。「毎日」見ている人は50～70代で昨年度より増加し、50～60代で2.9～3.5ポイントの増加となった。

図 35-1 インターネットニュースの閲覧状況

(n=3,169)

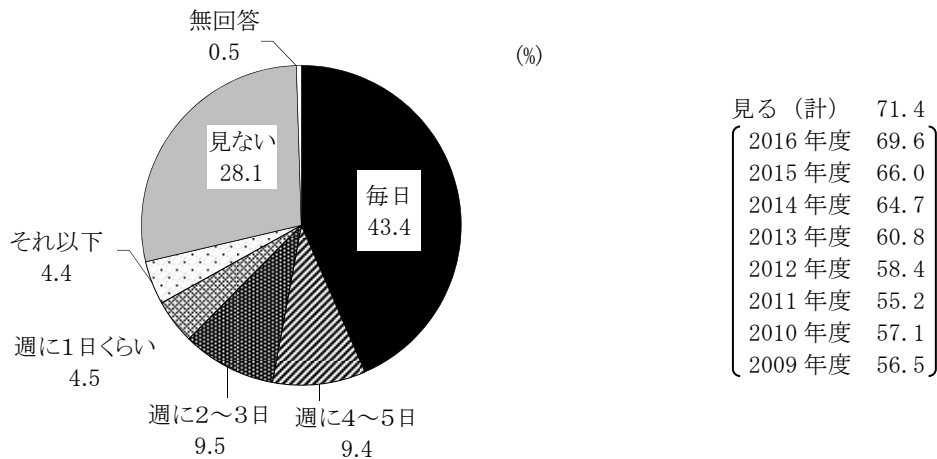


図 35-2 インターネットニュースの閲覧状況 (見る (計)) (性・年代別) (n=3,169)

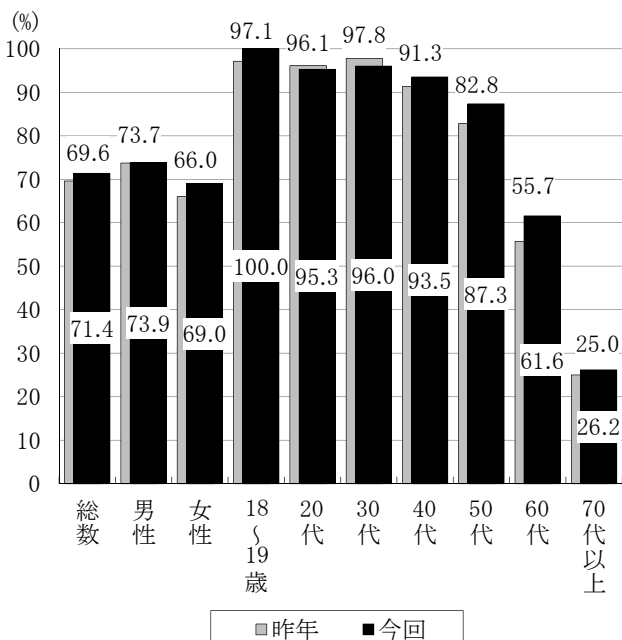
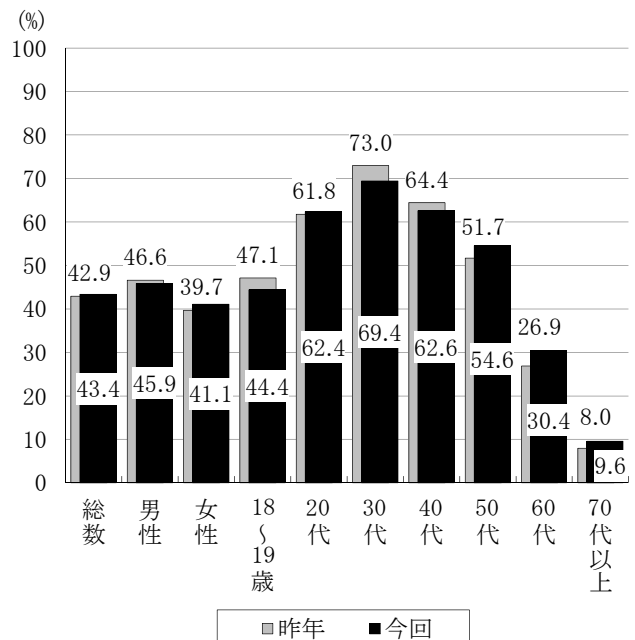


図 35-3 インターネットニュースの閲覧状況 (毎日) (性・年代別) (n=3,169)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の71.4%)

36. 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」(72%)、

2位「社会に関する記事」(59%)

- ・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72.1%と最も多く、次いで、「社会に関する記事」を挙げる人が59.2%となった。
- ・性別に見ると、「社会に関する記事」「政治に関する記事」「経済に関する記事」は男性の方が多く、「スポーツ・芸能に関する記事」「生活・健康に関する記事」は女性の方が多かった。
- ・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50代以下で7割(70.5%～82.5%)を超えた。「社会に関する記事」は20代以上で5割(51.8%～64.0%)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4.5ポイント減少し、「政治に関する記事」は4.9ポイント増加した。

図 36-1 インターネットニュースでよく読む記事

(複数回答、n=2,262)

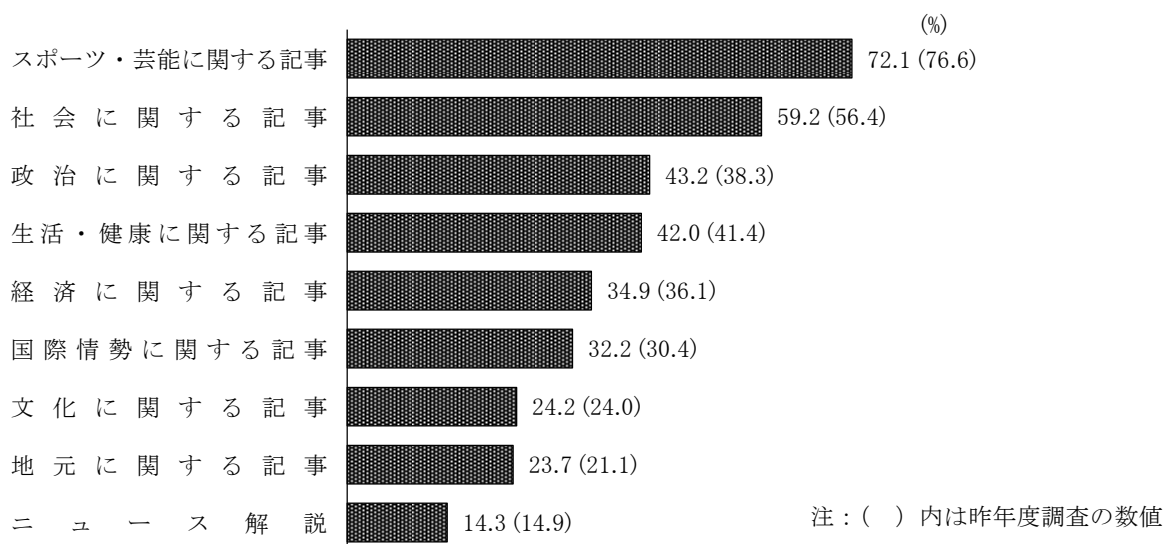
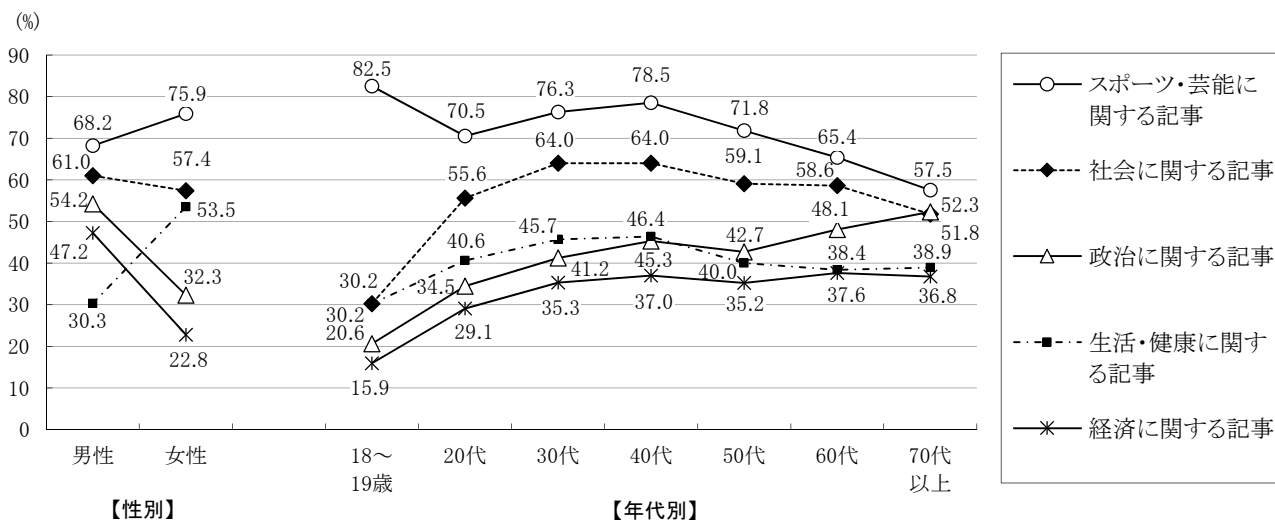


図 36-2 インターネットニュースでよく読む記事（性・年代別）

(複数回答、n=2,262)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 71.4%)

37. インターネットニュースを見る時、アクセスするのは？

— ポータルサイトが 86%、SNS は若い世代ほど多い —

・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、「ポータルサイトやアプリ (Yahoo!、Google など)」(85.5%) が突出して最も多かった。「SNS (LINE、Twitter、Facebook など)」(31.8%)、「新聞社・通信社・テレビ放送局の公式サイトやアプリ」(20.5%) は大きく水をあけられる結果となった。

・年代別に見ると、「ポータルサイトやアプリ (Yahoo!、Google など)」は 20 代以上では最も多く、70 代以上で 78.2%、20~60 代では 8 割台 (80.8%~89.1%) となった。「SNS (LINE、Twitter、Facebook など)」は、60 代以上で 1 割台 (13.0%~13.2%) であったが、年代が低くなるに従って多くなり 18~19 歳で 76.2% となった。「新聞社・通信社・テレビ放送局の公式サイトやアプリ」は、40 代以下で「SNS (LINE、Twitter、Facebook など)」より少なかった。

図 37-1 インターネットニュースを見る時、アクセスするサイトやアプリ (複数回答、n=2,262)

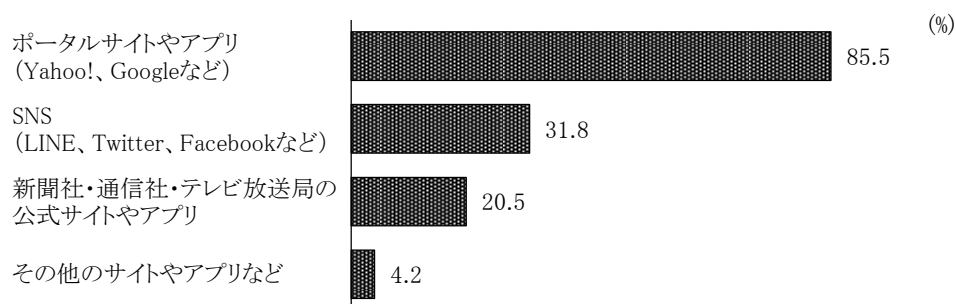
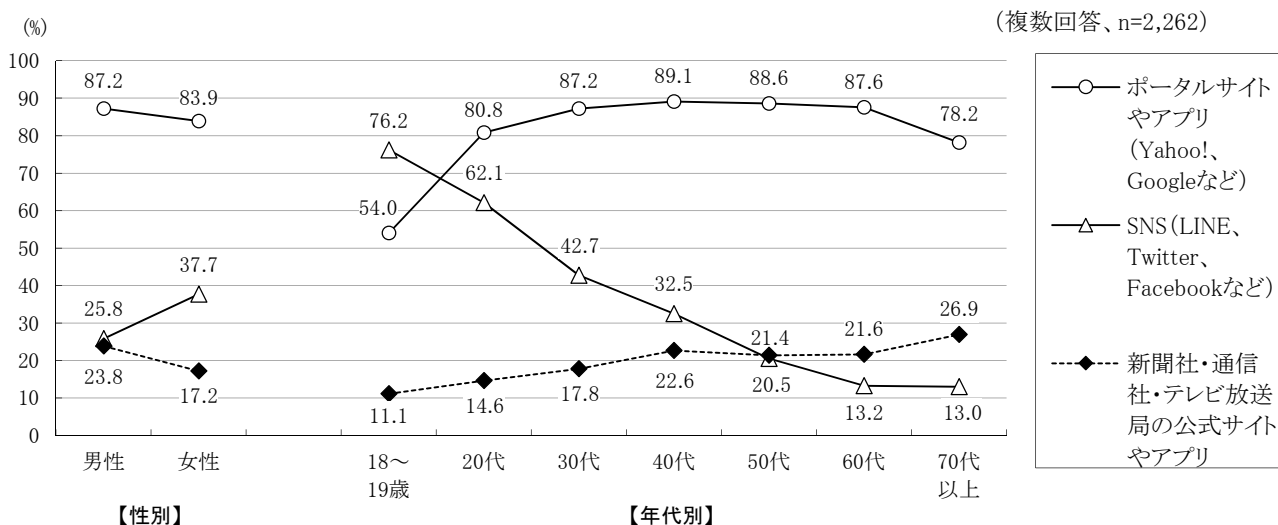


図 37-2 インターネットニュースを見る時、アクセスするサイトやアプリ (性・年代別)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 71.4%)

38. 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 80%、モバイルのみでの閲覧が 59% －

- ・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 80.3%と突出して最も多かった。次いで「パソコン」が 40.4%、「タブレット」は 13.4%であった。
- ・インターネットニュースを見る時に使用する機器の回答から、「モバイルのみ」「パソコンとモバイル」「パソコンのみ」に分類すると、「モバイルのみ」が 59.2%、「パソコンとモバイル」が 25.6%、「パソコンのみ」が 14.9%であった。
- ・年代別に見ると、「モバイルのみ」は、男女共に、また、年代別では 60 代以下で、「パソコンとモバイル」「パソコンのみ」の割合を上回った。「モバイルのみ」は、男性 (47.1%) より女性 (71.3%) で多く、年代別では、70 代以上の 40.4%から 18～19 歳の 82.5%にかけて、年代が下がるにつれて多くなった。
- ・昨年度調査と比較すると、「スマートフォン・携帯電話」が 3.1 ポイント増加、「パソコン」が 5.2 ポイント減少となった。

図 38-1 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=2,262)

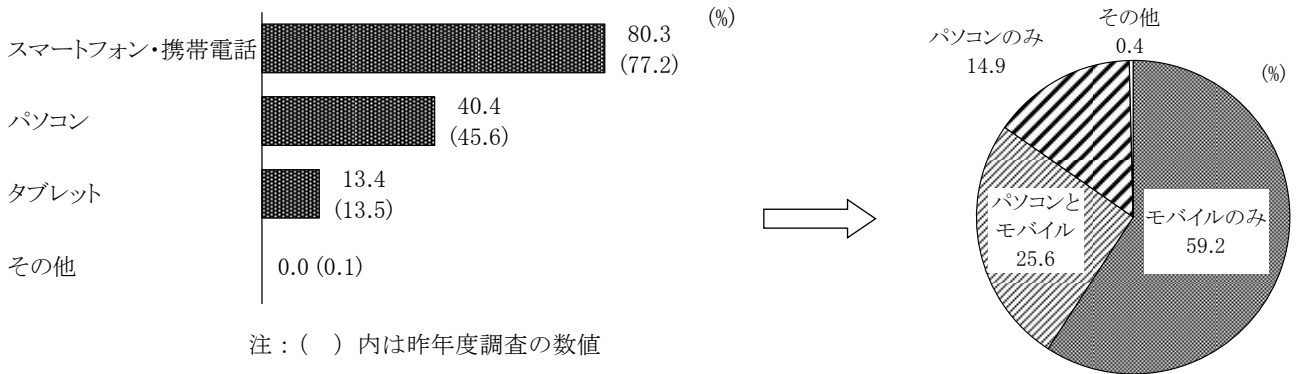
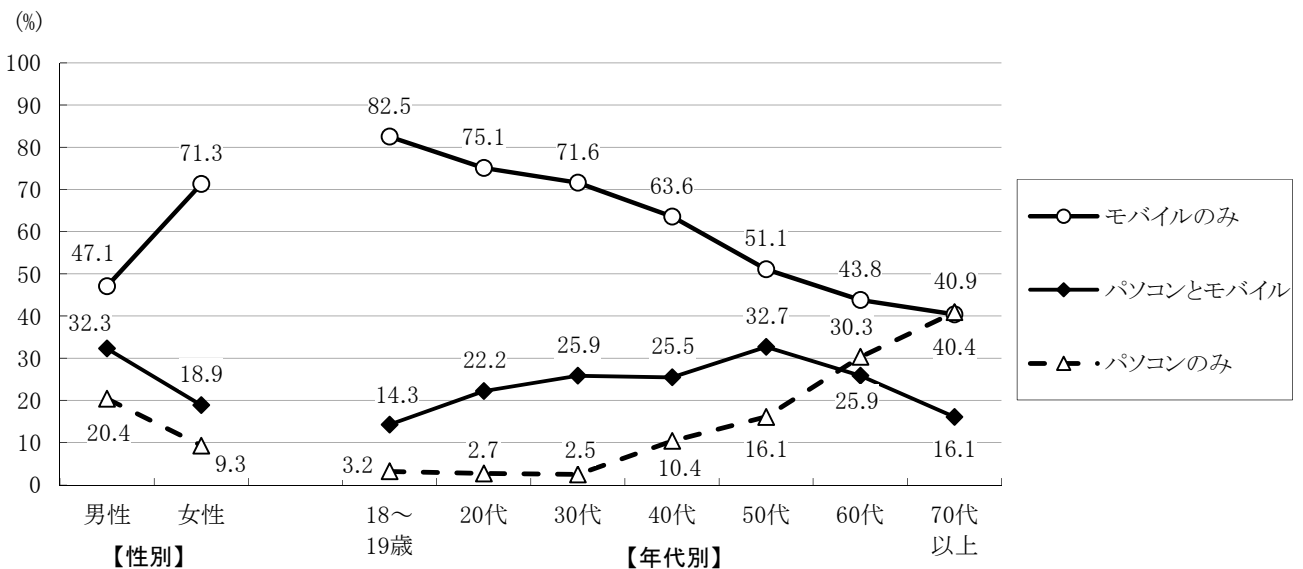


図 38-2 インターネットニュースを見る時に使用する機器 (性・年代別)

(n=2,262)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 71.4%)

39. インターネットニュースを見る時に住所を気にするか？

— 「気にする」43%、「気にしない」57% —

- ・インターネットニュースを見る時に、ニュースの住所を気にするか尋ねたところ、「気にする」と答えた人が 42.5% (「いつも気にする」10.4%と「まあ気にする」32.1%の計)、「気にしない」と答えた人が 57.1% (「全く気にしない」11.8%と「あまり気にしない」45.2%の計) となった。
- ・性別、年代別に関わらず、「気にしない」と答えた人が「気にする」と答えた人より多くなった。「気にしない」は、性別では女性 (61.8%)、年代別では 20 代以下と 60 代で 6 割 (60.9%~73.0%) を超えた。

※『気にする(計)』=「いつも気にする」+「まあ気にする」
『気にしない(計)』=「あまり気にしない」+「全く気にしない」

図 39-1 インターネットニュースの出所 (n=2,262)

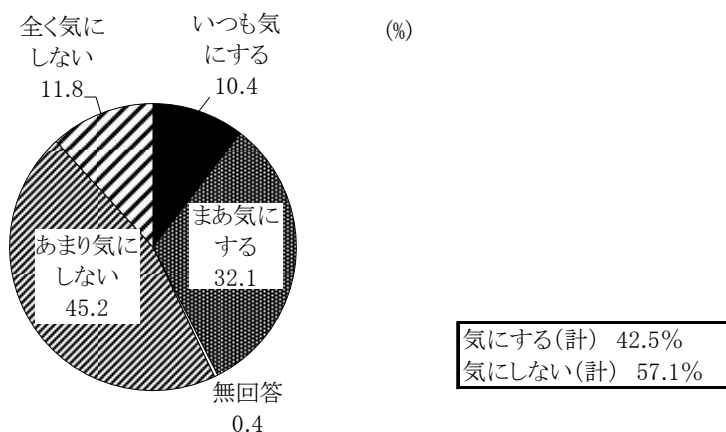
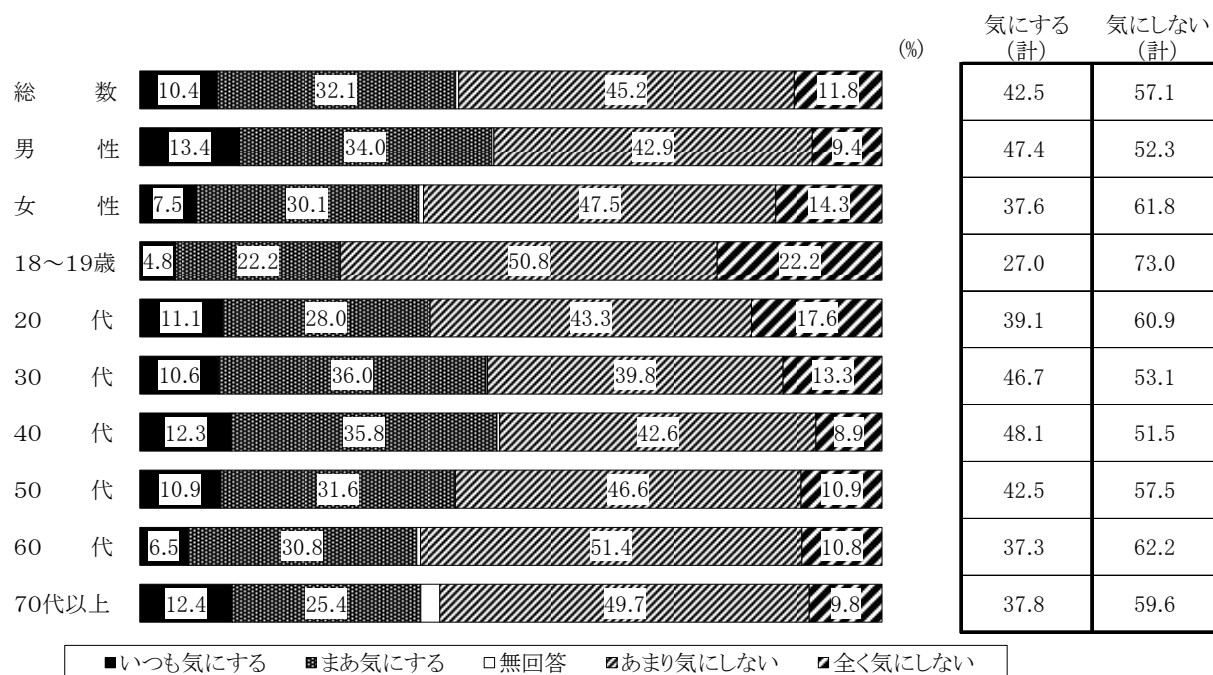


図 39-2 インターネットニュースの出所 (性・年代別) (n=2,262)



40. 将来の新聞の役割についてどう思う？（＊）

－ 新聞の役割減少派 50%、役割持続派 34%。

役割減少派が役割持続派を突き放す勢い

- ・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 49.6%、「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 34.4%と、役割減少派の方が 15.2 ポイント多くなった。
- ・この質問を始めた 2009 年度調査以来、2014 年度に初めて役割減少派が役割持続派を上回ったが、今回はさらにその動きが加速した。

※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 40-1 将来の新聞についての意見

(n=3,169)

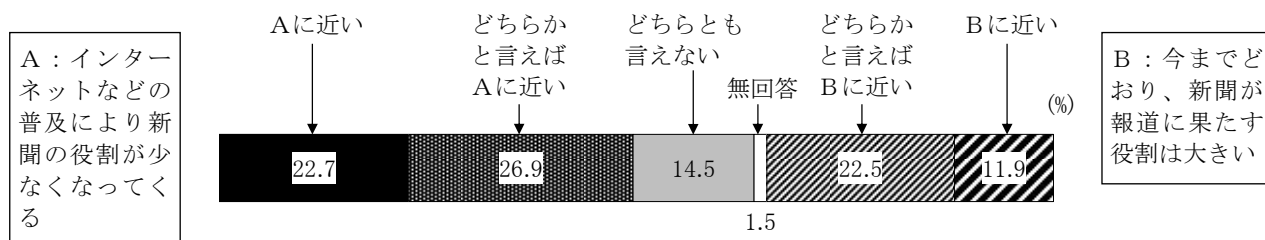
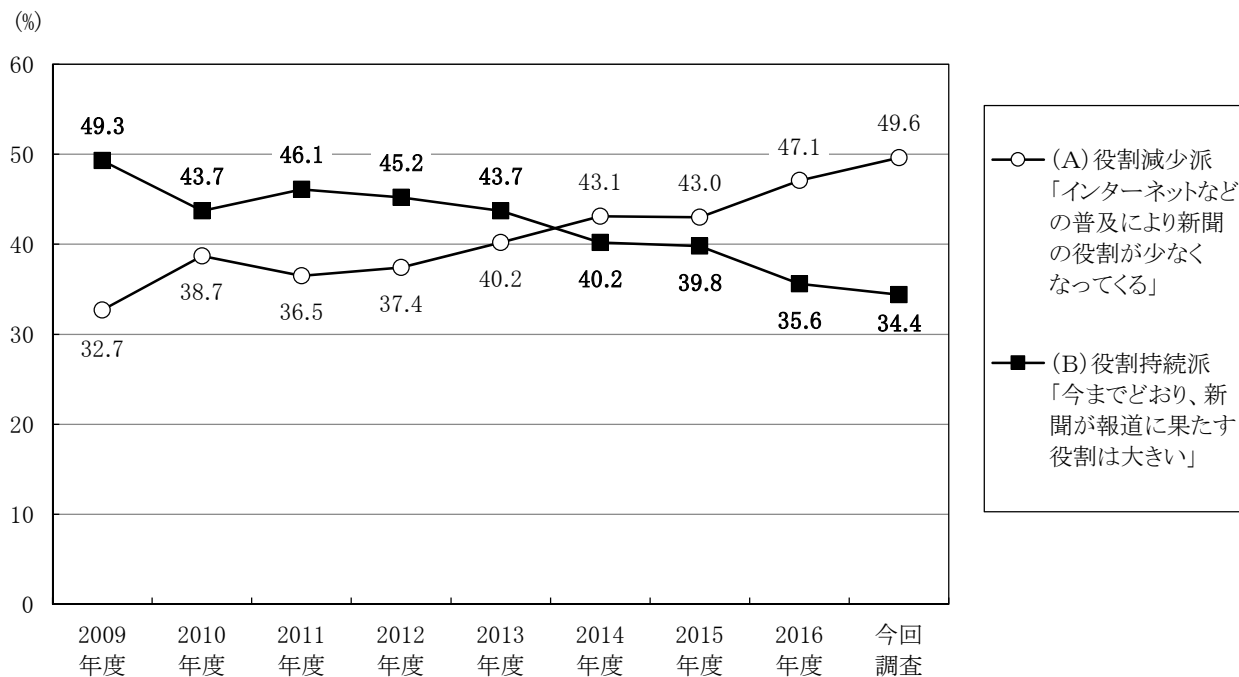
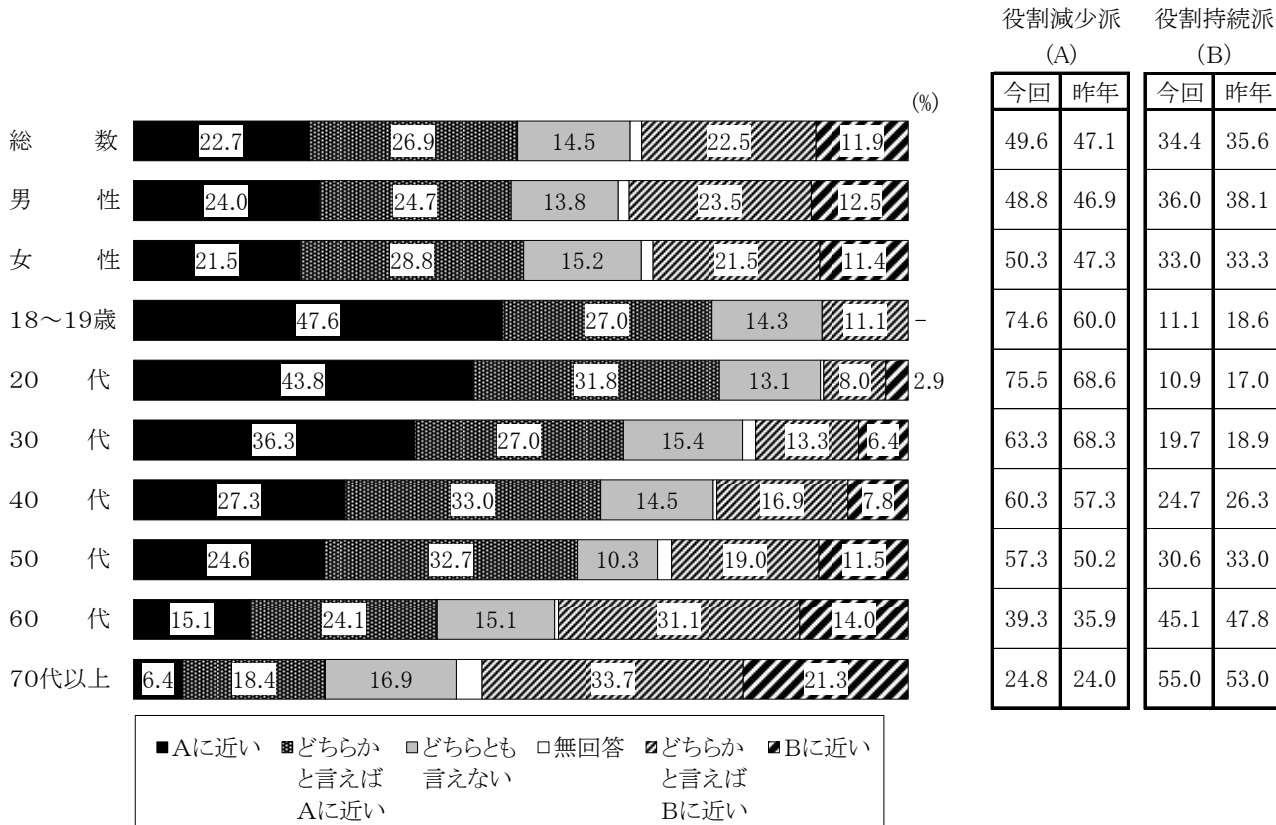


図 40-2 将来の新聞についての意見（時系列）



- ・年代別に見ると、役割持続派は20代以下で約1割（10.9%～11.1%）と少なく、年代が上がるほど多くなり、70代以上では55.0%を占めた。一方、役割減少派は年代の低い層で多く、50代以下では役割減少派が過半数（57.3%～75.5%）となり、持続派（10.9%～30.6%）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30代で5.0ポイント減少したが、30代以外の年代では増加した。中でも18～19歳（14.6ポイント）、20代（6.9ポイント）、50代（7.1ポイント）で増加が大きかった。役割持続派は20代以下と40～60代で減少し、20代以下での減少が6.1～7.5ポイントと大きかった。

図 40-3 将来の新聞についての意見（性・年代別） (n=3,169)



41. 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10%と減少傾向 －

- ・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」2.1%と「現在利用していないが、利用してみたい」9.5%と「利用したいとは思わない」65.5%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」は増加傾向にあり、2013年度（58.4%）から7.1ポイント増加した。一方、「現在利用していないが、利用してみたい」は減少傾向にあり、2013年度（13.0%）から3.5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20～50代で1割台（10.9%～13.3%）となった。

図 41-1 電子新聞の認知度と利用意向（n=3,169）

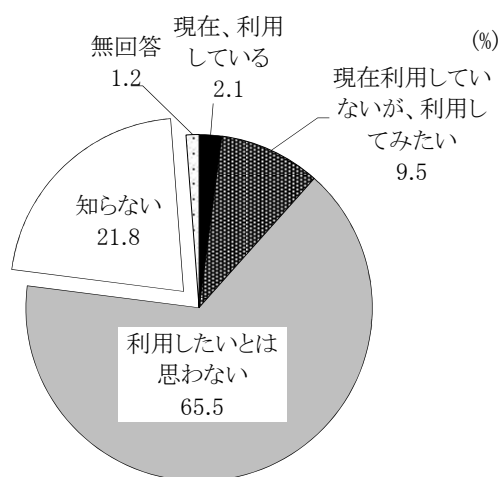


図 41-2 電子新聞の認知度と利用意向（時系列）

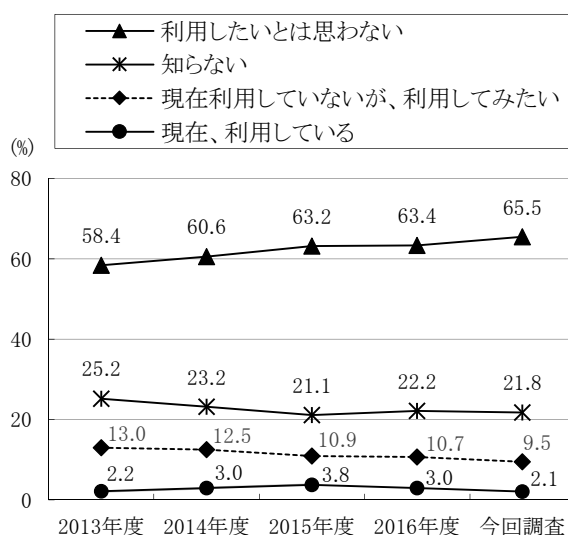
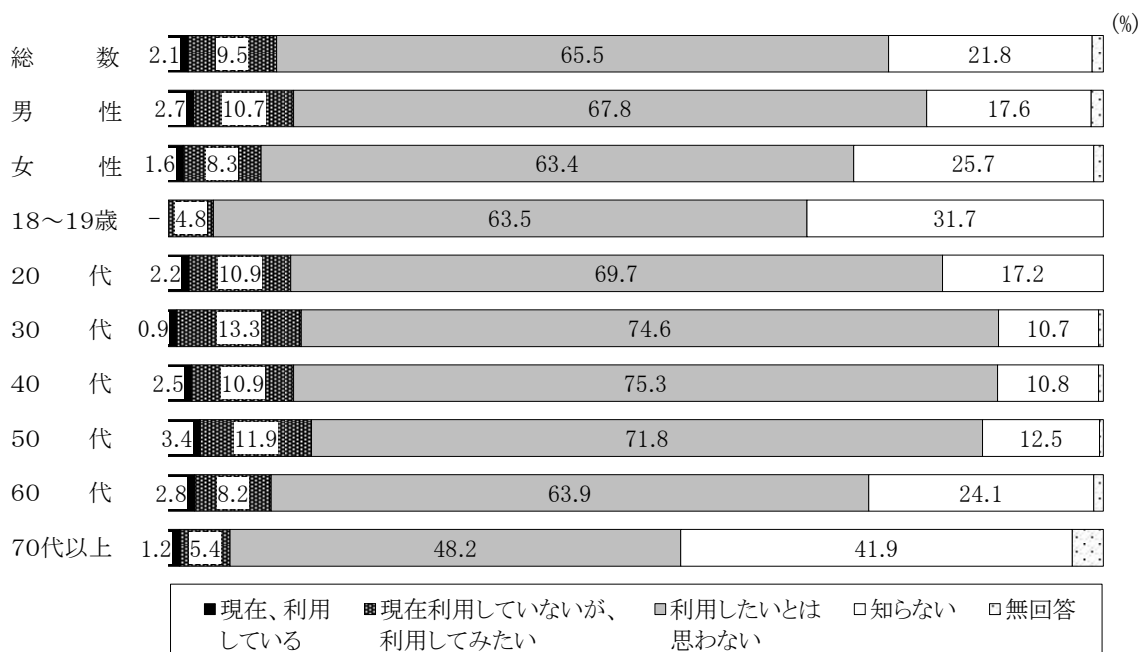


図 41-3 電子新聞の認知度と利用意向（性・年代別）

(n=3,169)



42. 電子新聞の許容購読料金は？

- 単独での購読、セットでの購読ともに購読したくない人が多数、
購読料金は低価格帯に集中 —

- ・電子新聞の購読料については、電子新聞単独の場合、「購読したいと思わない」と回答した人が 72.8% であった。購読したいとした 25.2%の人が答えた価格帯では、「1,000 円未満」が最も多く 72.0%、次いで「1,000 円～2,000 円未満」が 21.4%であった。
- ・紙の新聞とセットの場合、「購読したいと思わない」と回答した人が 57.4%であった。購読したいとした 40.6%の人が答えた価格帯では、「無料」が最も多く 45.8%、以下、「+200 円～+500 円未満」が 22.6%、「+200 円未満」が 17.8%、「+500 円～+1,000 円未満」が 11.3%であった。

図 42-1 電子新聞の購読意向と許容購読料金（電子新聞単独で購読する場合）

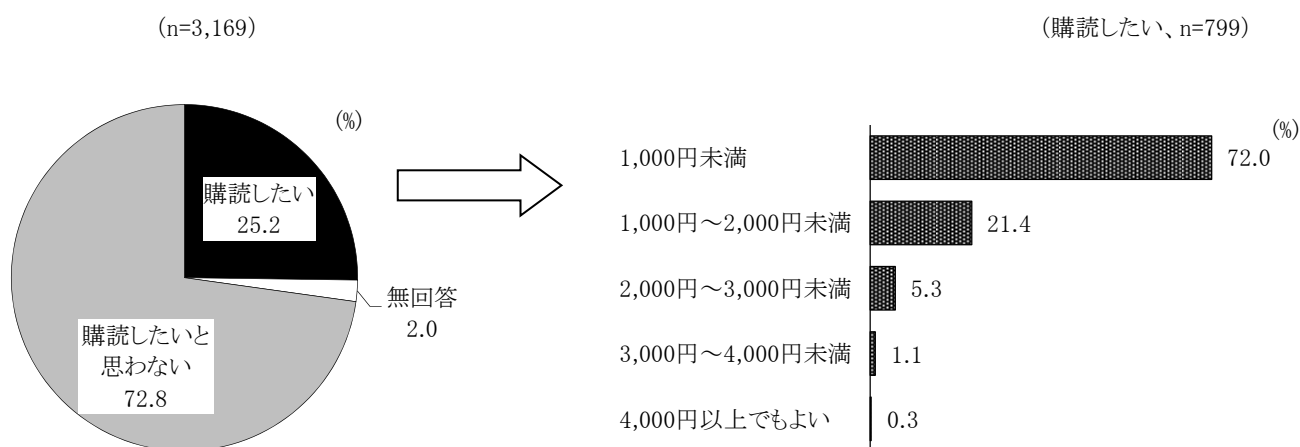
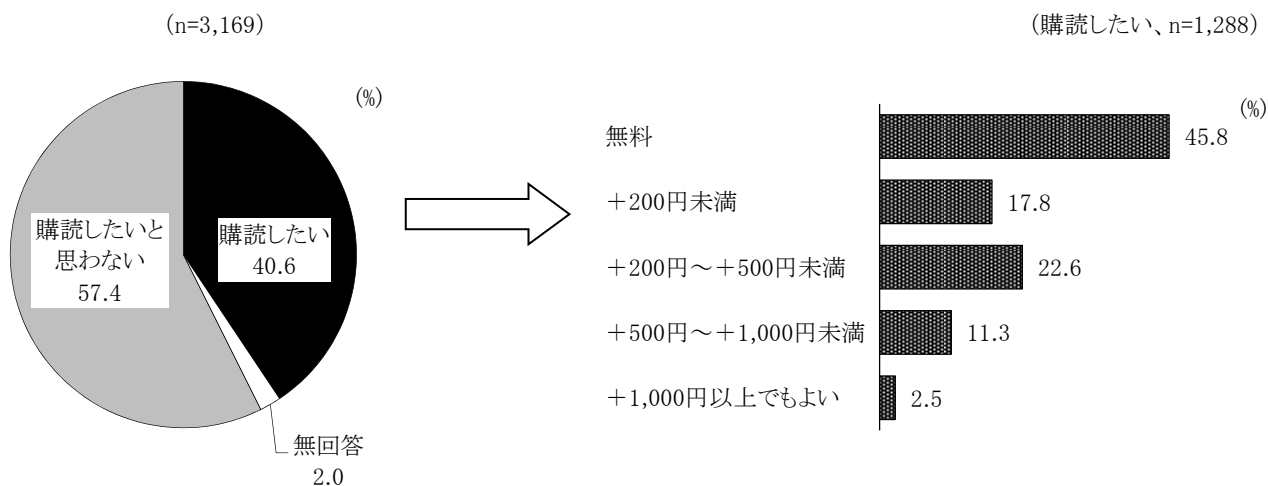


図 42-2 電子新聞の購読意向と許容購読料金（紙の新聞とセットで購読する場合）



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 3,169（63.4%）

<性別>

総数	男性	女性
3,169	1,526	1,643
100.0%	48.2%	51.8%

●調査方法

専門調査員による訪問留置法

●実査時期

2017年11月2日から11月21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
63	274	422	567	504	601	738
2.0%	8.6%	13.3%	17.9%	15.9%	19.0%	23.3%

第10回 メディアに関する全国世論調査（2017年）

2018年1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