

第4回 諸外国における対日メディア世論調査 調査結果

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、2018年1月に「諸外国における対日メディア世論調査」を実施した。

調査は、アメリカ・イギリス・フランス・中国・韓国・タイの6カ国において、各国約1,000人の回答を得た。アメリカ・フランス・韓国は電話調査、イギリス・中国・タイは面接調査で行った。

「対日メディア世論調査」は2015年1月、2016年1月、2017年2月にもこの6カ国で行っており、今回調査は4回目となる。主な調査結果は以下の通りである。

主な調査結果

「フェイクニュース」言葉の認知率、ニュース接触時の意識は、欧米諸国とアジア諸国間で差

・フェイクニュースという言葉を知っているという人は、アメリカで74.8%と最も多く、イギリス・フランス・中国で50%台、韓国で33.8%、タイで14.5%となった。昨年11月に新聞通信調査会が国内で実施した「メディアに関する全国世論調査」では、フェイクニュースという言葉を知っているという人が41.9%であった。（資料1ページ 図表1）

・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」と答えた人がアメリカで82.7%と最も多く、イギリス・フランスで70%台、中国・韓国で50%台、タイで31.2%となった。昨年11月実施の「メディアに関する全国世論調査」では、「意識している」と答えた人が41.4%であった。（資料2ページ 図表2）

・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、アメリカは「業界による自主規制が必要だと思う」26.1%、「NPOなど有志等による民間の検証が必要だと思う」26.0%、「規制や検証は必要ないと思う」24.1%の3つに意見が分かれた。イギリス、中国、韓国、タイでは「政府による規制が必要だと思う」と答えた人の割合が他の回答より多かった。フランスでは「NPOなど有志等による民間の検証が必要だと思う」が52.2%と最も多かった。昨年11月実施の「メディアに関する全国世論調査」では、「業界による自主規制が必要だと思う」と答えた人が39.3%で最も多かった。（資料3ページ 図表3）

2018年3月
公益財団法人 新聞通信調査会

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、タイが92.1%で最多、アメリカ・フランス・中国が80%前後、イギリス・韓国が60%台

・インターネットの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、6カ国すべてで「気にする」（「いつも気にする」と「まあ気にする」の合計）が60%以上となり、「気にしない」（「全く気にしない」と「あまり気にしない」の合計）を大きく上回った。「気にする」と答えた人は、タイが92.1%で最も多く、アメリカ・フランス・中国が80%前後、イギリス・韓国が60%台であった。そのうち、「いつも気にする」のはフランスが54.7%で最も多く、アメリカ48.9%、イギリス33.5%であった。韓国24.0%、中国19.3%、タイ17.1%は欧米諸国より少なかった。昨年11月実施の「メディアに関する全国世論調査」では、「気にする」と答えた人が42.5%、そのうち「いつも気にする」のは10.4%であった。（資料4ページ 図表4）

政治家が発信する SNS の情報の方を信頼するのは中国、他の5カ国はメディアの報道する情報の方を信頼するも国によってばらつき

・政治家が個人的に発信する SNS の情報とテレビや新聞などが報道する情報のどちらを信頼するか尋ねたところ、中国では「政治家が個人的に発信する SNS の情報の方を信頼する」が49.4%で、「テレビや新聞などが報道する情報の方を信頼する」の35.0%を上回った。一方、他の5カ国では、「テレビや新聞などが報道する情報の方を信頼する」と答えた人の割合が「政治家が個人的に発信する SNS の情報の方を信頼する」を上回った。「テレビや新聞などが報道する情報の方を信頼する」の割合はアメリカ72.5%、タイ64.0%、イギリス63.2%、韓国60.5%、フランス56.0%。（資料5ページ 図表5）

ニュース視聴の利用媒体はアメリカ・イギリス・フランス・韓国・タイはテレビが1位、中国はインターネットが1位

- ・ニュース視聴の利用媒体は、アメリカ・イギリス・フランス・韓国・タイはテレビが1位、中国はインターネットのニュースサイトが1位。（資料6ページ 図表6）
- ・2位にはアメリカ・イギリス・フランス・韓国はインターネットのニュースサイト、中国はテレビ、タイはSNS (facebook、twitter など)。（資料6ページ 図表6）
- ・ネットニュースや SNS を見るのに使用する機器は、フランスのみ「パソコン」が1位、他の5カ国は「スマートフォン・携帯電話」が1位。（資料6ページ 図表7）

新聞の情報信頼度は、前年よりイギリス 4.6 点、中国 2.8 点、フランス 2.2 点の上昇

・新聞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、タイが 66.4 点で前年より 1.0 点の低下、中国が 65.0 点で 2.8 点の上昇、アメリカが 58.2 点で 0.9 点の低下、フランスが 57.9 点で 2.2 点の上昇、韓国が 56.0 点で 0.5 点の低下、イギリスが 55.6 点で 4.6 点の上昇であった。昨年 11 月実施の「メディアに関する全国世論調査」では、新聞の情報信頼度は 68.7 点であった。(資料 7 ページ 図表 8)

・新聞の役割については、すべての国で「インターネットなどの普及により新聞の役割が小さくなっていく」が「今までどおり、新聞が報道に果たす役割は大きい」を上回った。「新聞の役割が小さくなっていく」は、タイで 81.9% と最も多く、中国で 71.4%、アメリカで 62.0%。イギリス・フランス・韓国では 50% 台。(資料 8 ページ 図表 9)

「世論調査は、人々の意見を正しく反映している」と思うのは、中国・タイで 70% 台、アメリカ・イギリス・フランス・韓国は 50% を下回る

・テレビ・新聞などのマスメディアで報道される世論調査の結果は、人々の意見を正しく反映していると思うか、尋ねたところ、「そう思う」が中国・タイで 70% 台であったが、アメリカ・イギリス・フランス・韓国で 50% を下回った。フランスでは世論調査が人々の意見を正しく反映していると思わない人が 60% 強。(資料 9 ページ 図表 11)

「報道の自由は常に保障されるべきだ」に各国 80% 以上の支持があるも、「報道の自由を振りかざしている」にも 50% 以上が賛同

・「報道の自由は常に保障されるべきだ」については、「そう思う」がフランス・韓国・タイで 90% を超え、アメリカ・イギリス・中国で 80% 台。(資料 10 ページ 図表 12 (1))

・「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」については、「そう思う」が中国で 80%、次いでタイで 77%。アメリカ・イギリス・フランス・韓国で 50% を超えた。(資料 10 ページ 図表 12 (2))

・「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」については、「そう思う」がタイで 80% 超、イギリス・中国で 70% 台、アメリカで 60%、韓国で 50% 強。フランスで 50% を下回った。(資料 11 ページ 図表 12 (3))

・「メディアは報道の自由を振りかざしていると思うか」については、「そう思う」がイギリス・韓国で 70% 台。アメリカ・フランス・中国・タイで 50% を超えた。(資料 11 ページ 図表 12 (4))

日本のメディアの認知度は韓国が突出

- ・日本のメディアの認知度は韓国が突出して高く、中国がそれに次いだ。欧米3カ国では「知らない」人が70%以上、アメリカでは86%。知っているメディアでは、「NHK(ワールドTV、ラジオジャパンなど)」がすべての国で1位。(資料12ページ 図表13)
- ・日本のことが報道されると関心を持って見聞きするのは、タイで80%。フランス・韓国で60%台、アメリカ・中国で50%台。イギリスでは50%を下回った。(資料12ページ 図表14)

日本についての知識や情報の入手先は「自国のテレビ、新聞、雑誌」、メディアに期待する報道内容は「科学技術」

- ・日本についての知識や情報の入手先は、中国以外の5カ国で「自国のテレビ、新聞、雑誌」が1位、「インターネット」が2位。中国では「インターネット」が1位、「自国のテレビ、新聞、雑誌」が2位。(資料13ページ 図表15)
- ・日本に関する報道で、メディアに期待する内容を挙げてもらった。1位は、タイを除く5カ国では「科学技術」、タイでは「観光情報」。2位には、アメリカ・イギリスは「国際協力、平和維持活動」、フランスは「生活様式や食文化」、中国は「観光情報」、韓国は「政治、経済、外交政策」、タイは「科学技術」が続いた。(資料13ページ 図表16)

日本に対する信頼度は中国・韓国で20%前後

- ・日本について「信頼できる」はタイで96.2%、アメリカで81.0%、フランスで80.5%。イギリスは67.8%。中国は23.9%、韓国は19.2%と極端に低かった。(資料14ページ 図表17)
- ・昨年度からの変化では、タイで7.2ポイント、中国で7.0ポイント、韓国で5.4ポイント、アメリカで4.3ポイント、イギリスで2.4ポイント、いずれも信頼感が増した。(資料14ページ 図表17)

訪日経験があるのは韓国で52%、アメリカ・中国は10%前後

- ・訪日経験があるのは韓国で52.2%。アメリカ・中国は10%前後。イギリス・フランス・タイは5%以下。(資料14ページ 図表18)

主な調査結果 (つづき)

アメリカへの好感度はイギリス・フランスで上昇に転じた 中国への好感度は欧米3カ国で上昇 日本への好感度はアジア3カ国で上昇 中国・韓国は相互間の好感度が昨年到现在低下

・イギリス・フランスでの、アメリカへの好感度は、前回調査で前々回調査より 20 ポイント前後低下したが、今回調査では上昇に転じ、フランス 5.3 ポイント、イギリス 3.0 ポイントの上昇となった。イギリス・フランスは相互に好感度が高く、フランスのイギリスへの好感度は 6.8 ポイントの上昇となった。(資料 15 ページ 図表 19)

・中国と韓国の相互の好感度は、共に前回調査で大きく低下したが、今回もさらに低下し、共に 30% 台。(資料 15 ページ 図表 19)

・日本に対する好感度はタイ 98.3%、アメリカ 83.6%、フランス 81.1%、イギリス 66.6%。タイは 6.7 ポイントの上昇となったが、アメリカ・フランス・イギリスはわずかながら低下。中国・韓国は前回調査での好感度低下から今回調査では上昇に転じ、中国は 4.5 ポイント上昇の 27.9%、韓国は 8.3 ポイント上昇の 38.3%。(資料 15 ページ 図表 19)

・アメリカは依然イギリス、日本、フランスへの好感度が高いが、中国への好感度が 5.6 ポイント上昇し 55.6%。中国はフランス・イギリス・タイ・アメリカの順に、韓国はアメリカ・イギリス・フランス・タイの順に、タイは日本・イギリス・フランス・アメリカ・韓国・中国の順に 50% 以上の好感度。(資料 15 ページ 図表 19)

知っている日本人、中国・韓国・タイは「安倍晋三」、 アメリカ・イギリス・フランスは「昭和天皇」が1位

・知っている日本人の名前を1人挙げてもらったところ、中国・韓国・タイは「安倍晋三」が1位。アメリカ・イギリス・フランスは「昭和天皇」が1位。(資料 16 ページ 図表 20)

・2位には「安倍晋三」(アメリカ)、「オノ・ヨーコ」(イギリス)、「ナルト(漫画「ナルト」)」(フランス)、「福原愛」(中国)、「伊藤博文」(韓国)、「明仁天皇」(タイ)と分散。(資料 16 ページ 図表 20)

調査結果については、ホームページでも掲載します。

(新聞通信調査会 HP <http://www.chosakai.gr.jp/> 10日(土)掲載予定。)

調査の概要

●調査国と調査日程、調査方法、調査会社、調査地域

調査国	調査日程	調査方法	調査会社	調査地域
アメリカ	1月24日～28日	電話調査	S S R S	全国
イギリス	1月17日～21日	面接調査	T N S	全国
フランス	1月15日～23日	電話調査	C S A	全国
中国	1月12日～18日	面接調査	C R C リサーチセン ター	北京、上海、広州、瀋陽、 西安、成都、武漢、合肥、 南京、青島
韓国	1月9日～17日	電話調査	Gallup Korea	全国
タイ	12月22日～1月15日	面接調査	I P S O S Thailand	バンコク、チェンマイ、 ウドーンターニー、 ソンクラーク

※電話調査では、複数回答の質問において、回答に偏りが出ないように、選択肢の読み上げ順をランダムにした。

●回収サンプルの構成

アメリカ	男性	502	51.6%	中国	男性	506	50.6%
	女性	470	48.4%		女性	494	49.4%
	10代(18-19歳)	28	2.9%		10代(18-19歳)	52	5.2%
	20歳代	118	12.1%		20歳代	236	23.6%
	30歳代	109	11.2%		30歳代	237	23.7%
	40歳代	120	12.3%		40歳代	251	25.1%
	50歳代	172	17.7%		50歳代	155	15.5%
	60歳代	183	18.8%		60歳代	68	6.8%
	70歳以上(70-98歳)	242	24.9%		70歳以上	1	0.1%
合計	972	100.0%	合計	1,000	100.0%		
イギリス	男性	493	47.2%	韓国	男性	508	50.3%
	女性	551	52.8%		女性	501	49.7%
	10代(16-19歳)	50	4.8%		10代(19歳)	20	2.0%
	20歳代	159	15.2%		20歳代	147	14.6%
	30歳代	181	17.3%		30歳代	143	14.2%
	40歳代	134	12.8%		40歳代	207	20.5%
	50歳代	130	12.5%		50歳代	228	22.6%
	60歳代	145	13.9%		60歳代	161	16.0%
	70歳以上(70-97歳)	245	23.5%		70歳以上(70-80歳)	103	10.2%
合計	1,044	100.0%	合計	1,009	100.0%		
フランス	男性	483	48.0%	タイ	男性	500	50.0%
	女性	524	52.0%		女性	500	50.0%
	10代(18-19歳)	32	3.2%		10代(18-19歳)	44	4.4%
	20歳代	135	13.4%		20歳代	236	23.6%
	30歳代	192	19.1%		30歳代	230	23.0%
	40歳代	170	16.9%		40歳代	260	26.0%
	50歳代	174	17.3%		50歳代	174	17.4%
	60歳代	138	13.7%		60歳代	46	4.6%
	70歳以上(70-97歳)	166	16.5%		70歳以上(70-80歳)	10	1.0%
合計	1,007	100.0%	合計	1,000	100.0%		

●質問一覧

質問	選択肢
問 1. 日本人で知っている人の名前を1人挙げてください。現在、存命中か否かは問いません。	
問 2. あなたは、次の国々についてどう思っていますか。(回答はそれぞれ1つずつ) (1)アメリカ (2)イギリス (3)フランス (4)日本 (5)中国 (6)韓国 (7)タイ	1 とても好感が持てる 2 やや好感が持てる 3 あまり好感が持てない 4 全く好感が持てない
問 3. あなたは、日本を信頼できる国だと思いますか。(回答は1つ)	1 とても信頼できる 2 やや信頼できる 3 あまり信頼できない 4 全く信頼できない
問 4. 日本についての知識や情報はどこから得ていますか。(回答はいくつでも)	1 自国のテレビ、新聞、雑誌 2 自分の家族や親戚、知人 3 インターネット 4 日本人の友人、知人 5 訪日経験 6 学校教育 7 得ていない
問 5. あなたは日本に行ったことがありますか。(回答は1つ)	1 行ったことがある 2 行ったことはない
問 6. あなたは、日本のメディアをご存知ですか。(回答はいくつでも)	1 NHK (ワールドTV、ラジオジャパンなど) 2 共同通信社 3 時事通信社 4 日本の新聞 (朝日、毎日、読売、日経、産経など) 5 知っているものはない
問 7. あなたは、日本のことが報道されると関心を持って見聞きますか。(回答は1つ)	1 とても関心がある 2 やや関心がある 3 あまり関心がない 4 全く関心がない
問 8. あなたは、次のことがらを自国のメディアが積極的に報道してほしいと思いますか。(回答はそれぞれ1つずつ) (1) 日本の政治、経済、外交政策 (2) 日本の国際協力や平和維持活動 (3) 日本の科学技術 (4) 日本の歴史と文化 (5) 日本の生活様式や食文化 (6) 日本のファッション、アニメ、音楽 (7) 日本の観光情報	1 積極的に報道してほしい 2 報道してほしい 3 あまり報道しなくてもよい 4 報道しなくてもよい
問 9. あなたは、ふだんニュースをどの媒体で視聴していますか。あてはまるものをすべてお答えください。(回答はいくつでも)	1 新聞 2 テレビ 3 ラジオ 4 インターネットのニュースサイト 5 SNS (facebook、twitter など) 6 雑誌
問 10. あなたは、インターネットのニュースやSNS (facebook、twitter など) を見る時に、何を使いますか (回答はいくつでも)	1 パソコン 2 スマートフォン・携帯電話 3 タブレット (例: iPad) 4 その他
問 11. あなたは、インターネットのニュースを見る時に、ニュースの出所 (報道機関名などの配信元) を気にしますか。(回答は1つ)	1 いつも気にする 2 まあ気にする 3 あまり気にしない 4 全く気にしない

質問	選択肢
<p>問 12. 現在のあなたの日常生活において、新聞の情報をどの程度信頼しているか、点数でお答えください。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点とし、普通の場合を50点としてお答えください。「新聞を読まない」あるいは「分からない」場合でも、大体の感じでお答えください。</p>	
<p>問 13. 将来の新聞についてどう思いますか。あなたの考えがAとBのどちらに近いかをお答えください。(回答は1つ) A インターネットなどの普及により新聞の役割が小さくなってくる B 今までどおり、新聞が報道に果たす役割は大きい</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 Aに近い 2 どちらかと言えばAに近い 3 どちらとも言えない 4 どちらかと言えばBに近い 5 Bに近い
<p>問 14. あなたは、報道の自由についてどう思いますか。(回答はそれぞれ1つずつ) (1) 報道の自由は常に保障されるべきだ (2) 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 (3) 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 (4) メディアは報道の自由を振りかざしていると思う</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 そう思う 2 どちらかと言えばそう思う 3 どちらかと言えばそうは思わない 4 そうは思わない
<p>問 15. テレビ・新聞などのマスメディアで報道される世論調査の結果は、人びとの意見を正しく反映していると思いますか。(回答は1つ)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 そう思う 2 ややそう思う 3 どちらとも言えない 4 あまりそう思わない 5 そう思わない
<p>問 16. あなたは、フェイクニュースという言葉を知っていますか。(回答は1つ)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 知っている 2 聞いたことはあるが内容は分からない 3 知らない
<p>フェイクニュースとは、虚偽の情報でつくられたニュースのこと。2016年の英国・EU離脱の是非を問う国民投票や米国・大統領選の投票では、多くのフェイクニュースが拡散され、投票行動に影響を与えたと言われています。</p>	
<p>問 17. あなたは、ふだんニュースに接する時に、フェイクニュース(うそのニュース)があるかもしれないと意識していますか。(回答は1つ)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 意識している 2 意識していない 3 分からない
<p>問 18. フェイクニュースの拡散を防ぐために、あなたは、何らかの規制が必要だと思いますか。(回答は1つ)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 政府による規制が必要だと思う 2 業界による自主規制が必要だと思う 3 NPOなど有志等による民間の検証が必要だと思う 4 1～3のような規制や検証は必要ないと思う 5 分からない
<p>問 19. あなたは、政治家が個人的に発信するSNSの情報とテレビや新聞などが報道する情報のどちらを信頼しますか。(回答は1つ)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 政治家が個人的に発信するSNSの情報の方を信頼する 2 テレビや新聞などが報道する情報の方を信頼する 3 どちらとも言えない

第4回 諸外国における対日メディア世論調査

2018年3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

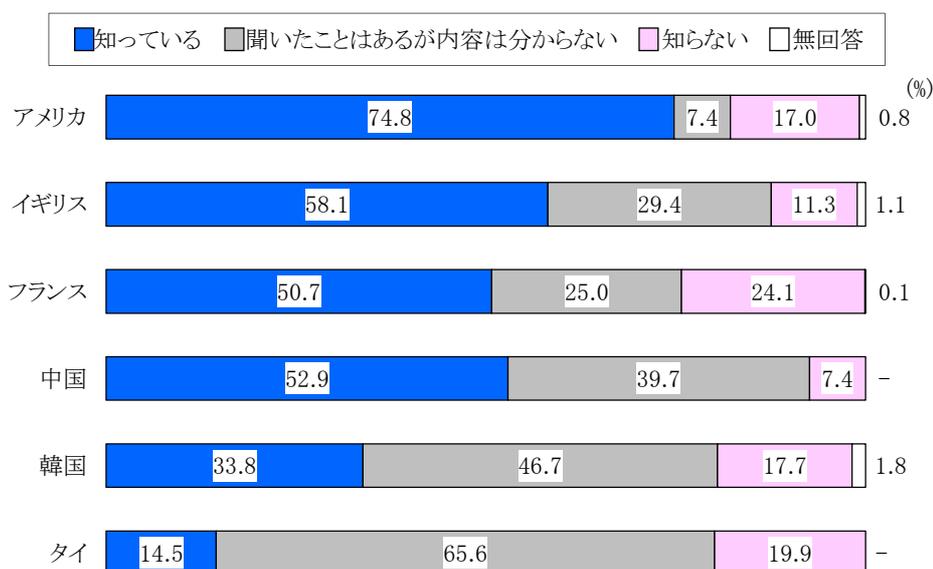
日本プレスセンタービル1階

電話 03-3593-1081

フェイクニュースという言葉の認知率は、アメリカで 74.8%と最多、イギリス・フランス・中国は 50%台、韓国 33.8%、タイ 14.5%

・ フェイクニュースという言葉を知っている人は、アメリカで 74.8%と最も多く、イギリス・フランス・中国で 50%台、韓国で 33.8%、タイで 14.5%となった。昨年 11 月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、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%であった。

図表 1 フェイクニュースという言葉の認知（問 16）



【参考：第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】



注1：アメリカは「よく知っている」「まあ知っている」「あまり知らない」「知らない」の選択肢で質問したので、「よく知っている」「まあ知っている」の回答を「知っている」、「あまり知らない」の回答を「聞いたことはあるが内容は分からない」、「知らない」の回答を「知らない」として集計した。

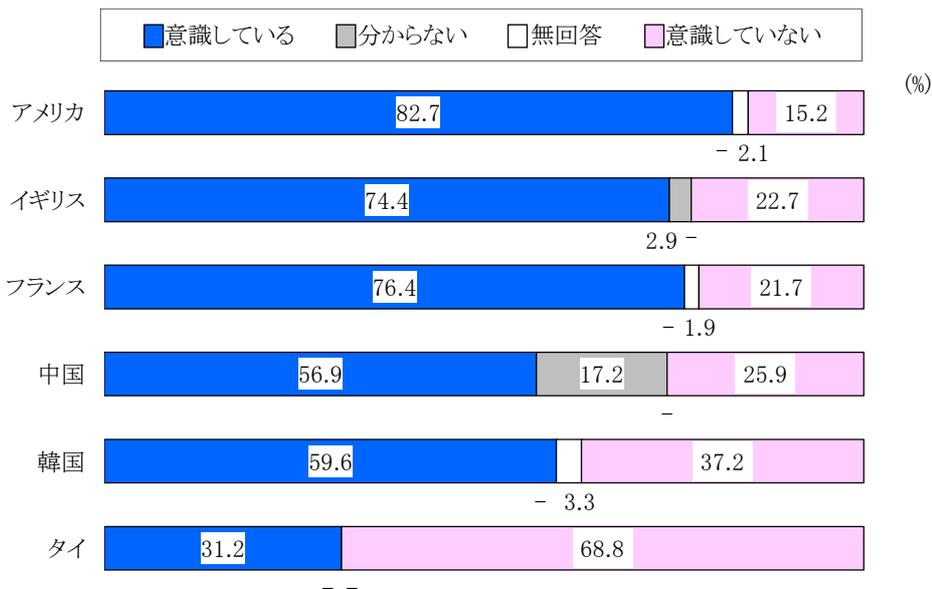
注2：「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

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」のは、アメリカで82.7%と最多、イギリス・フランスで70%台、中国・韓国は50%台、タイ31.2%

- ・ 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」と答えた人がアメリカで82.7%と最も多く、イギリス・フランスで70%台、中国・韓国で50%台、タイで31.2%となった。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「意識している」と答えた人が41.4%であった。

図表2 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（問17）

フェイクニュースとは、虚偽の情報でつくられたニュースのこと。2016年の英国・EU離脱の是非を問う国民投票や米国・大統領選の投票では、多くのフェイクニュースが拡散され、投票行動に影響を与えたと言われています。



【参考：第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

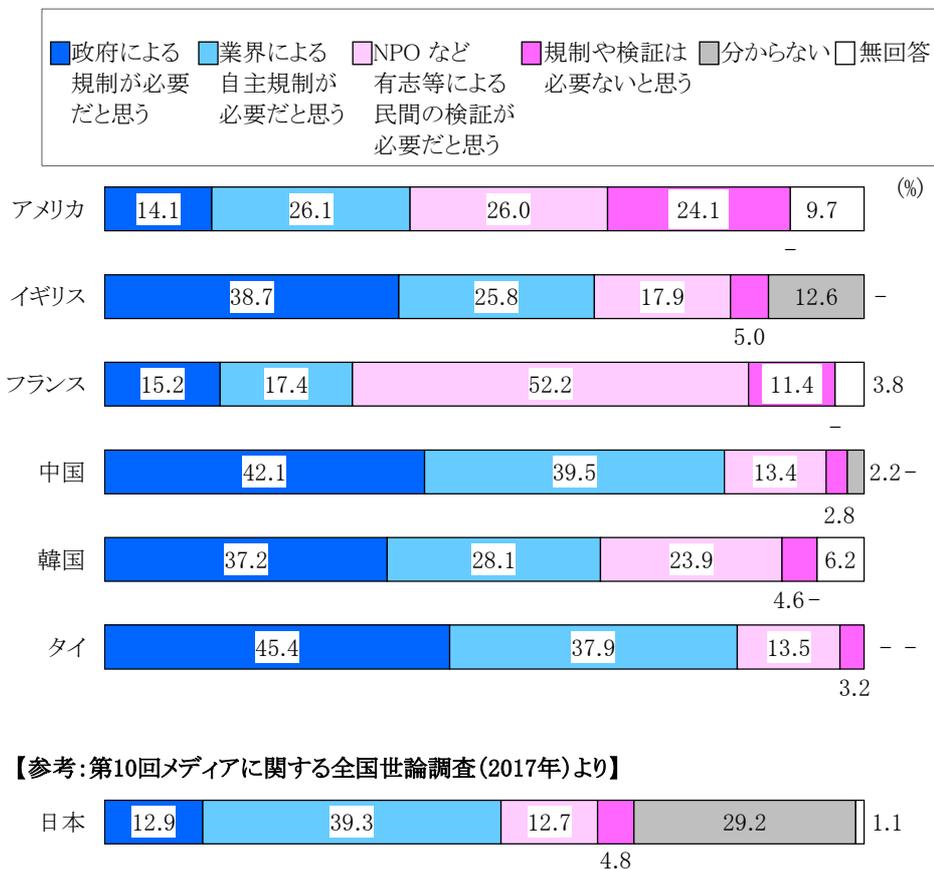


注：「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

フェイクニュース拡散防止のための規制は、イギリス、中国、韓国、タイでは「政府による規制」、フランスは「NPO など有志等による民間の検証」、アメリカは意見が分かれた

・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、アメリカは「業界による自主規制が必要だと思う」26.1%、「NPO など有志等による民間の検証が必要だと思う」26.0%、「規制や検証は必要ないと思う」24.1%の3つに意見が分かれた。イギリス、中国、韓国、タイでは「政府による規制が必要だと思う」と答えた人の割合が他の回答より多かった。フランスでは「NPO など有志等による民間の検証が必要だと思う」が52.2%と最も多かった。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「業界による自主規制が必要だと思う」と答えた人が39.3%で最も多かった。

図表3 フェイクニュース拡散を防ぐための規制（問18）



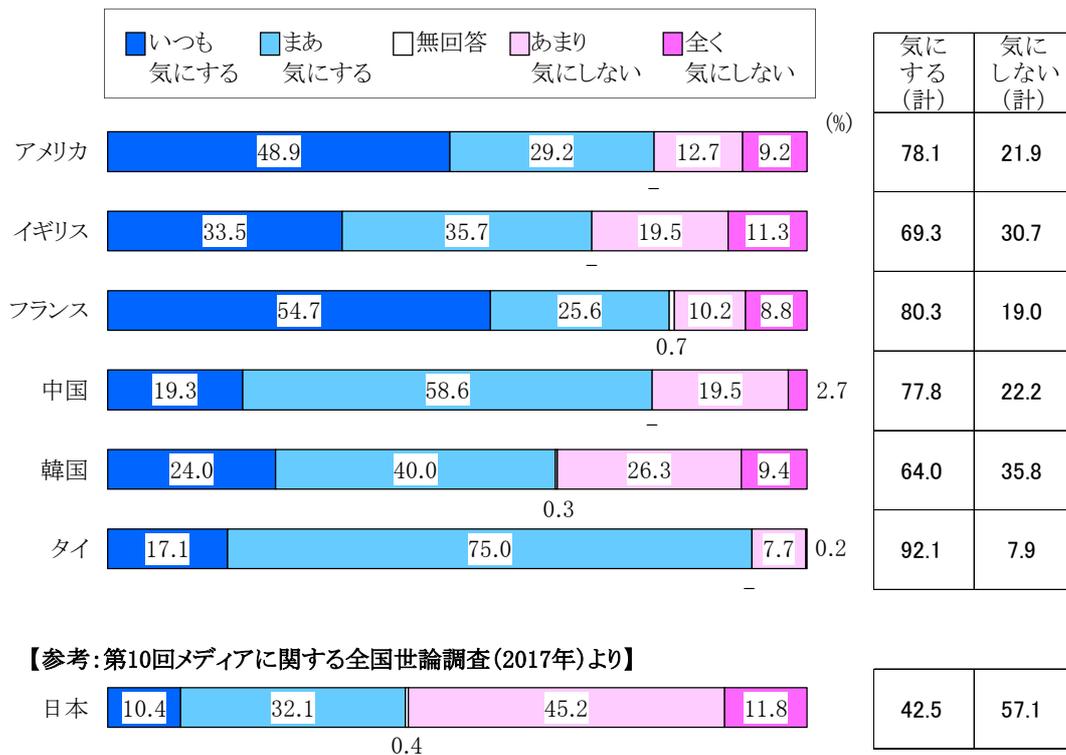
【参考：第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

注：「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い、3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

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、タイが92.1%で最多、アメリカ・フランス・中国が80%前後、イギリス・韓国が60%台

・インターネットの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、6カ国すべてで「気にする」（「いつも気にする」と「まあ気にする」の合計）が60%以上となり、「気にしない」（「全く気にしない」と「あまり気にしない」の合計）を大きく上回った。「気にする」と答えた人は、タイが92.1%で最も多く、アメリカ・フランス・中国が80%前後、イギリス・韓国が60%台であった。そのうち、「いつも気にする」のはフランスが54.7%で最も多く、アメリカ48.9%、イギリス33.5%であった。韓国24.0%、中国19.3%、タイ17.1%は欧米諸国より少なかった。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「気にする」と答えた人が42.5%、そのうち「いつも気にする」のは10.4%であった。

図表4 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（問11）

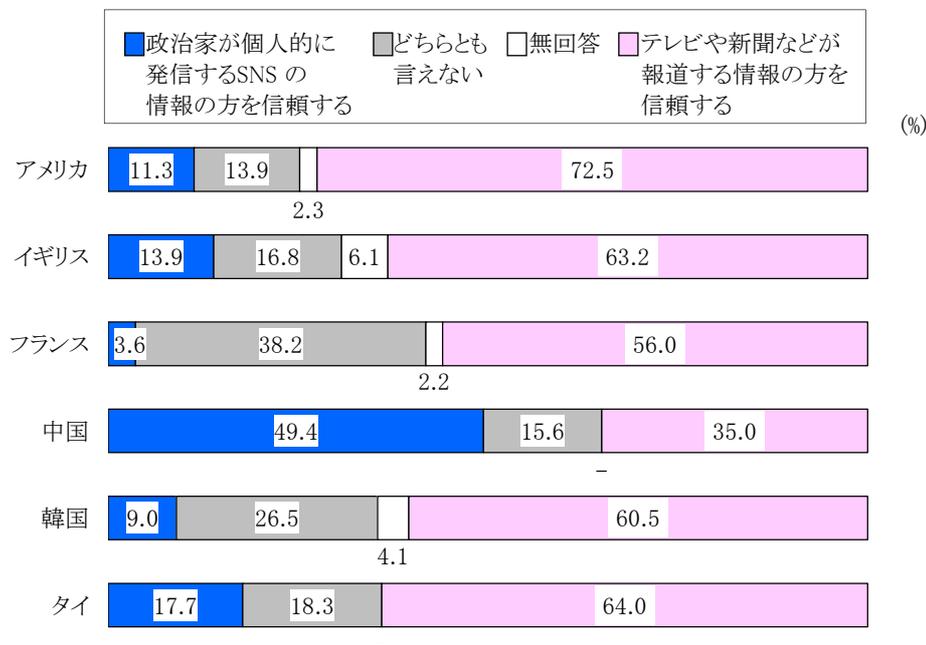


注：「第10回メディアに関する全国世論調査（2017年）」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人（有効回収率63.4%）から回答を得た。

政治家が発信する SNS の情報の方を信頼するのは中国、他の5カ国はメディアの報道する情報の方を信頼するも国によってばらつき

- 政治家が個人的に発信する SNS の情報とテレビや新聞などが報道する情報のどちらを信頼するか尋ねたところ、中国では「政治家が個人的に発信する SNS の情報の方を信頼する」が 49.4%で、「テレビや新聞などが報道する情報の方を信頼する」の 35.0%を上回った。一方、他の5カ国では、「テレビや新聞などが報道する情報の方を信頼する」と答えた人の割合が「政治家が個人的に発信する SNS の情報の方を信頼する」を上回った。「テレビや新聞などが報道する情報の方を信頼する」の割合はアメリカ 72.5%、タイ 64.0%、イギリス 63.2%、韓国 60.5%、フランス 56.0%。

図表5 政治家が発信する SNS の情報とメディアの報道どちらを信頼するか（問19）



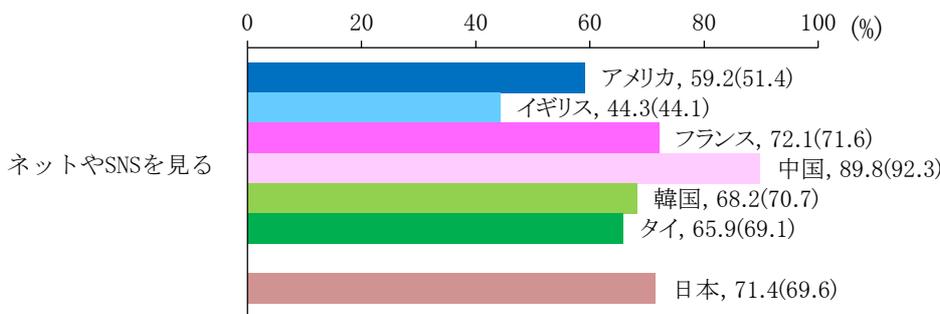
ニュース視聴の利用媒体はアメリカ・イギリス・フランス・韓国・タイはテレビが1位、中国はインターネットが1位

- ・ ニュース視聴の利用媒体は、アメリカ・イギリス・フランス・韓国・タイはテレビが1位、中国はインターネットのニュースサイトが1位（複数回答）。
- ・ 2位にはアメリカ・イギリス・フランス・韓国はインターネットのニュースサイト、中国はテレビ、タイはSNS (facebook、twitter など)。
- ・ ネットニュースや SNS を見るのに使用する機器は、フランスのみ「パソコン」が1位、他の5カ国は「スマートフォン・携帯電話」が1位（複数回答）。

図表6 ニュース視聴の利用媒体(複数回答) (問9) (%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
アメリカ	テレビ 72.9(59.1)	インターネットのニュースサイト 50.0(41.3)	ラジオ 35.5(22.0)	新聞 31.8(25.8)	SNS (facebook、twitterなど) 30.8(20.9)	雑誌 18.9(11.1)
イギリス	テレビ 70.3(70.9)	インターネットのニュースサイト 37.3(37.6)	新聞 33.7(32.3)	ラジオ 25.1(26.9)	SNS (facebook、twitterなど) 18.2(18.2)	雑誌 3.4(4.3)
フランス	テレビ 83.3(86.2)	インターネットのニュースサイト 65.4(67.1)	ラジオ 64.3(67.0)	新聞 51.2(60.3)	SNS (facebook、twitterなど) 42.0(36.7)	雑誌 41.9(43.8)
中国	インターネットのニュースサイト 80.5(85.4)	テレビ 71.9(73.2)	SNS (facebook、twitterなど) 66.2(66.6)	新聞 30.0(38.3)	ラジオ 17.9(16.8)	雑誌 13.4(17.1)
韓国	テレビ 77.5(77.8)	インターネットのニュースサイト 63.3(66.8)	新聞 27.3(34.8)	SNS (facebook、twitterなど) 20.0(23.2)	ラジオ 10.4(14.7)	雑誌 6.2(7.5)
タイ	テレビ 90.8(92.0)	SNS (facebook、twitterなど) 63.1(63.0)	インターネットのニュースサイト 33.1(42.9)	新聞 26.6(45.1)	ラジオ 5.1(9.7)	雑誌 2.1(1.6)

図表7 ネットニュースや SNS を見る割合と使用機器(複数回答) (問9、問10)



↓

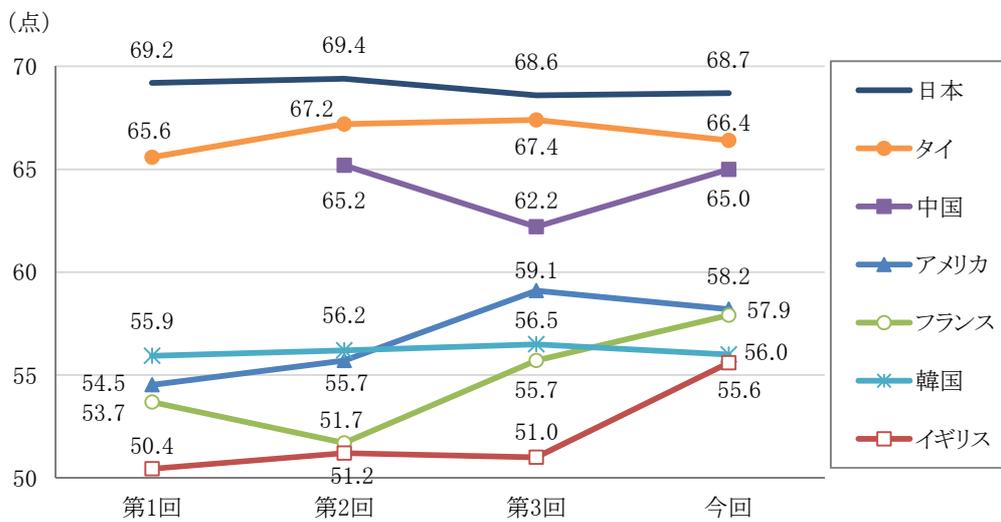
	1位	2位	3位
アメリカ	スマートフォン・携帯電話 45.6	パソコン 37.2	タブレット 22.7
イギリス	スマートフォン・携帯電話 35.4	パソコン 21.4	タブレット 13.8
フランス	パソコン 55.2	スマートフォン・携帯電話 52.0	タブレット 28.1
中国	スマートフォン・携帯電話 85.4	パソコン 65.3	タブレット 34.3
韓国	スマートフォン・携帯電話 60.3	パソコン 33.1	タブレット 10.1
タイ	スマートフォン・携帯電話 64.9	パソコン 12.4	タブレット 5.6
日本	スマートフォン・携帯電話 57.3	パソコン 28.8	タブレット 9.6

注：図表中の日本については第9回メディアに関する全国世論調査（2016年）より参考として表記
 ※「第10回メディアに関する全国世論調査（2017年）」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い、3,169人（有効回収率63.4%）から回答を得た。当該調査では「あなたは、パソコンやスマートフォン・携帯電話などを利用してインターネットのニュースをどの程度、見えていますか。」という質問に「見ている」と回答した人に対して「あなたは、インターネットのニュースを見る時に、何を使いますか。」と質問した。

新聞の情報信頼度は、前年よりイギリス 4.6 点、中国 2.8 点、フランス 2.2 点の上昇

- 新聞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、タイが 66.4 点で前年より 1.0 点の低下、中国が 65.0 点で 2.8 点の上昇、アメリカが 58.2 点で 0.9 点の低下、フランスが 57.9 点で 2.2 点の上昇、韓国が 56.0 点で 0.5 点の低下、イギリスが 55.6 点で 4.6 点の上昇であった。昨年 11 月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、新聞の情報信頼度は 68.7 点（2016 年度 68.6 点、2015 年度 69.4 点、2014 年度 69.2 点）であった。

図表 8 新聞の情報信頼度（問 12）



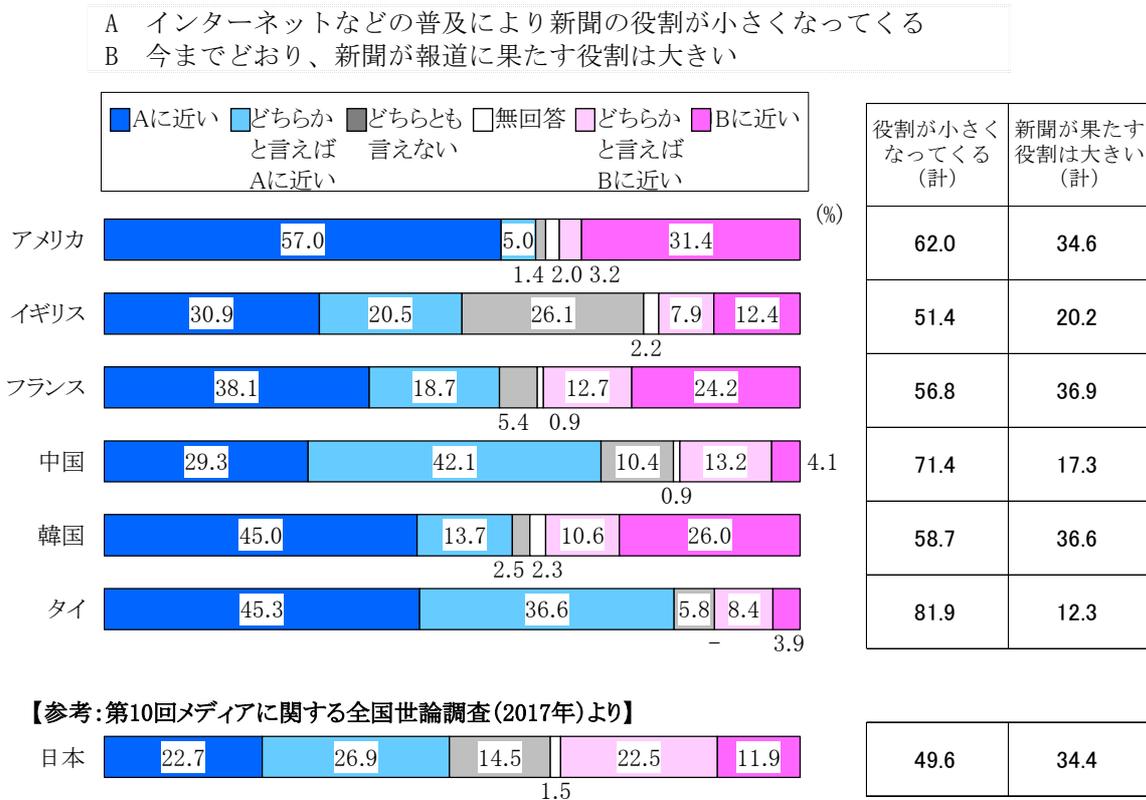
注 1：アメリカは 0 点～10 点で質問したので、回答の数値を 10 倍した。

注 2：「第 10 回メディアに関する全国世論調査（2017 年）」は 2017 年 11 月に全国 18 歳以上の 5,000 人を対象に訪問留置法で行い 3,169 人（有効回収率 63.4%）から回答を得た。

すべての国で「新聞の役割が小さくなっていく」が優勢

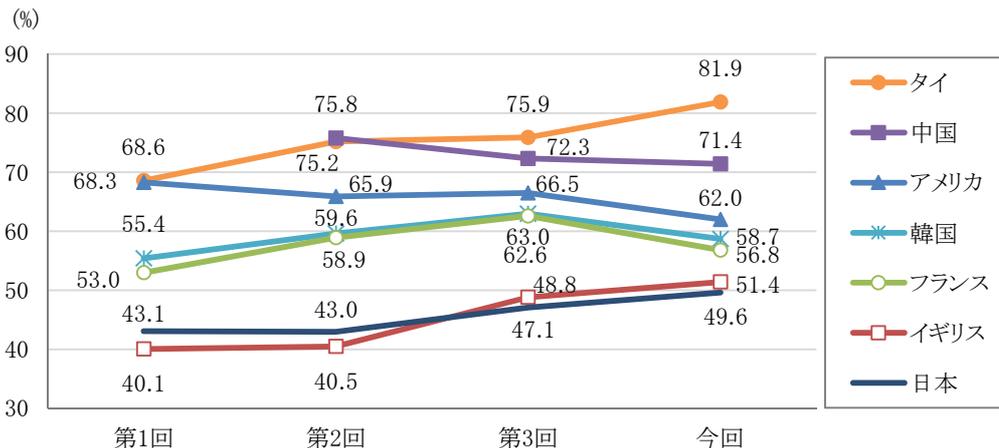
- 新聞の役割については、すべての国で「インターネットなどの普及により新聞の役割が小さくなっていく」が「今までどおり、新聞が報道に果たす役割は大きい」を上回った。「新聞の役割が小さくなっていく」は、タイで81.9%と最も多く、中国で71.4%、アメリカで62.0%。イギリス・フランス・韓国では50%台。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「新聞の役割が小さくなっていく」が49.6%であった。
- 経年変化を見ると、「インターネットなどの普及により新聞の役割が小さくなっていく」は、タイ・イギリスでは上昇傾向、アメリカ・韓国・フランスは前回から低下、中国は横ばいであった。

図表9 将来の新聞の役割（問13）



注:「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

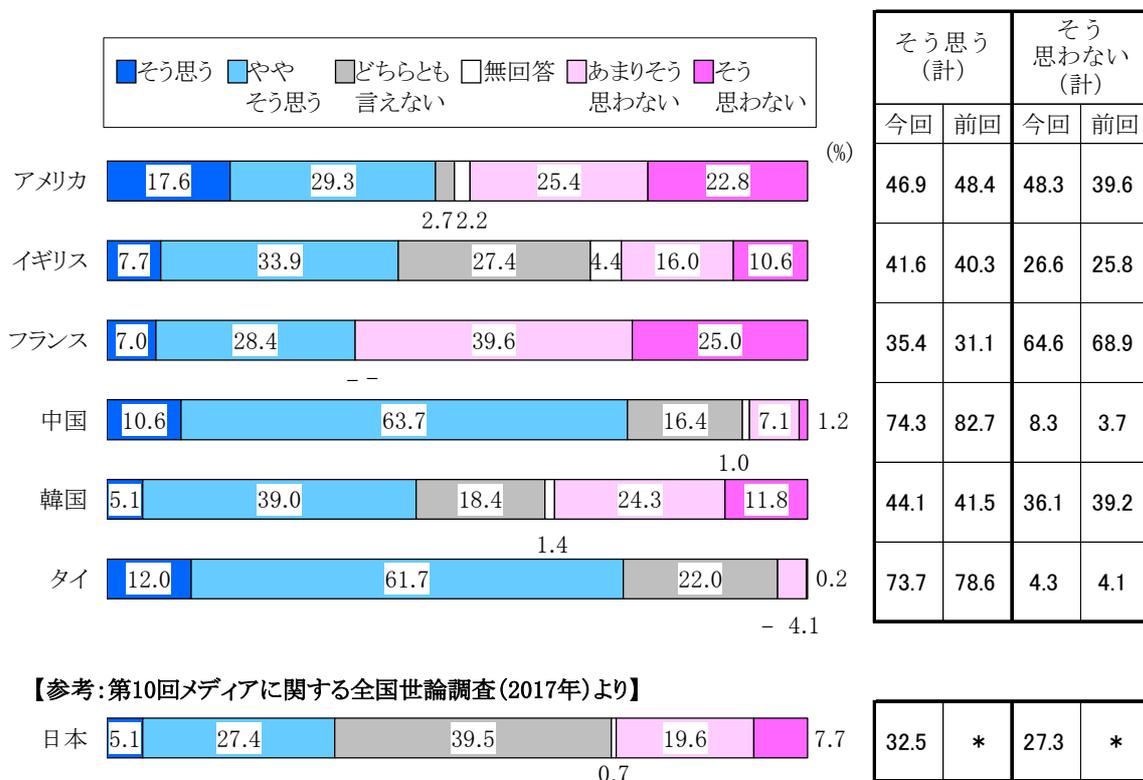
図表10 「将来の新聞の役割が小さくなっていく」の割合(経年変化)



「世論調査は、人々の意見を正しく反映している」と思うのは、中国・タイで 70%台、アメリカ・イギリス・フランス・韓国は 50%を下回る

- ・テレビ・新聞などのマスメディアで報道される世論調査の結果は、人々の意見を正しく反映していると思うか、尋ねたところ、「そう思う」が中国・タイで 70%台であったが、アメリカ・イギリス・フランス・韓国で 50%を下回った。昨年 11 月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「そう思う」が 32.5%であった。
- ・フランスでは世論調査が人々の意見を正しく反映していると思わない人が 60%強。

図表 11 世論調査について（問 15）



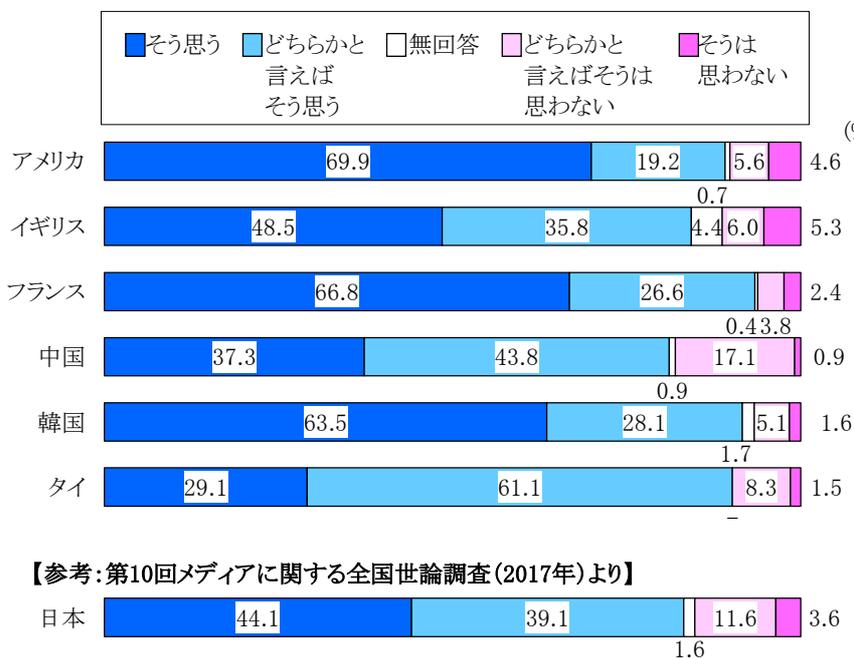
注：「第 10 回メディアに関する全国世論調査（2017 年）」は 2017 年 11 月に全国 18 歳以上の 5,000 人を対象に訪問留置法で行い 3,169 人（有効回収率 63.4%）から回答を得た。

「報道の自由は常に保障されるべきだ」に各国 80%以上の支持があるも、「報道の自由を振りかざしている」にも 50%以上が賛同

- ・「報道の自由は常に保障されるべきだ」については、「そう思う」がフランス・韓国・タイで90%を超え、アメリカ・イギリス・中国で80%台。
- ・「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」については、「そう思う」が中国で80.4%、次いでタイで77.0%。アメリカ・イギリス・フランス・韓国で50%を超えた。

図表 12 報道の自由について（問 14）

（1）報道の自由は常に保障されるべきだ

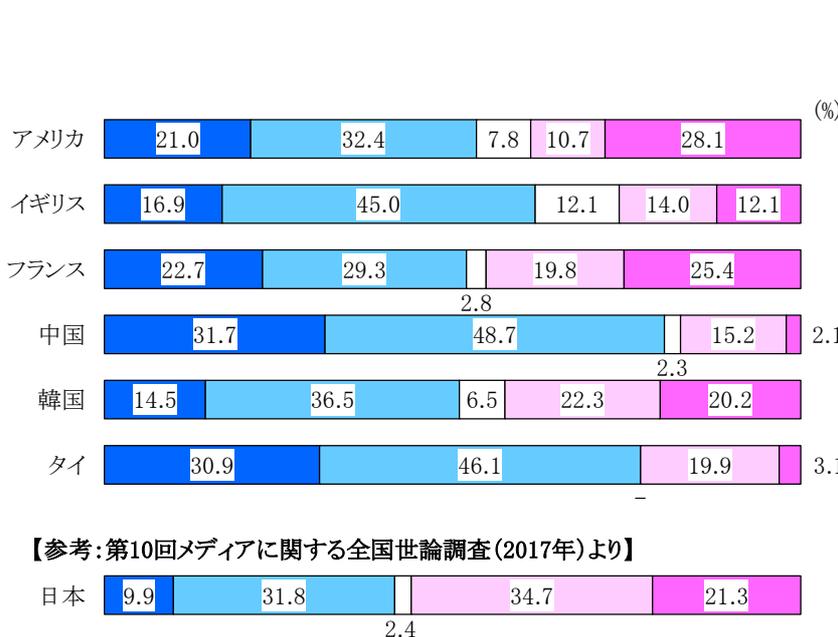


そう思う (計)			そうは思わない (計)		
今回	第3回	第2回	今回	第3回	第2回
89.1	90.4	91.1	10.2	8.4	7.6
84.3	79.9	84.0	11.3	11.0	12.9
93.4	92.8	93.1	6.2	6.0	5.3
81.1	85.4	86.5	18.0	13.2	12.8
91.7	90.5	90.5	6.6	8.6	7.4
90.2	88.2	84.7	9.8	11.8	15.3

【参考：第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

83.2	82.6	83.2	15.2	15.4	14.0
------	------	------	------	------	------

（2）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



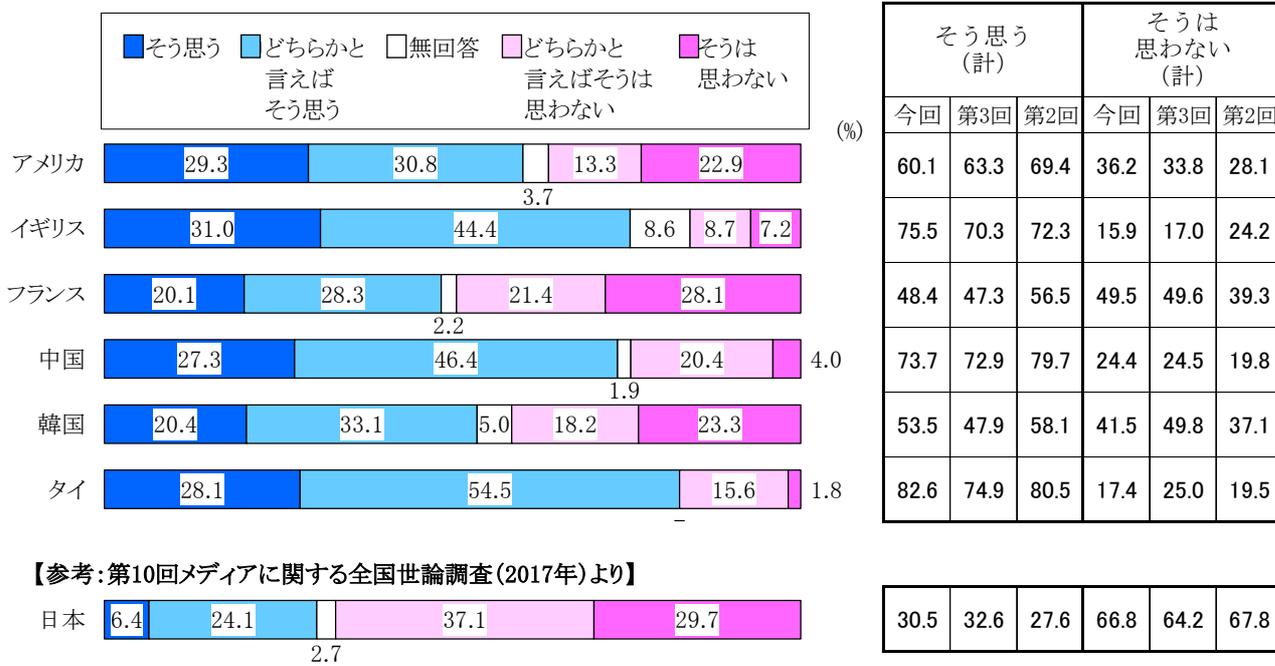
そう思う (計)			そうは思わない (計)		
今回	第3回	第2回	今回	第3回	第2回
53.4	50.7	51.3	38.8	43.1	42.7
61.9	58.2	62.2	26.1	24.0	28.0
52.0	50.6	54.8	45.2	46.5	40.5
80.4	81.9	87.7	17.3	15.4	11.6
50.9	47.1	50.4	42.5	50.0	42.1
77.0	75.0	70.1	23.0	25.0	29.9

【参考：第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

41.7	40.7	35.2	56.0	56.2	60.4
------	------	------	------	------	------

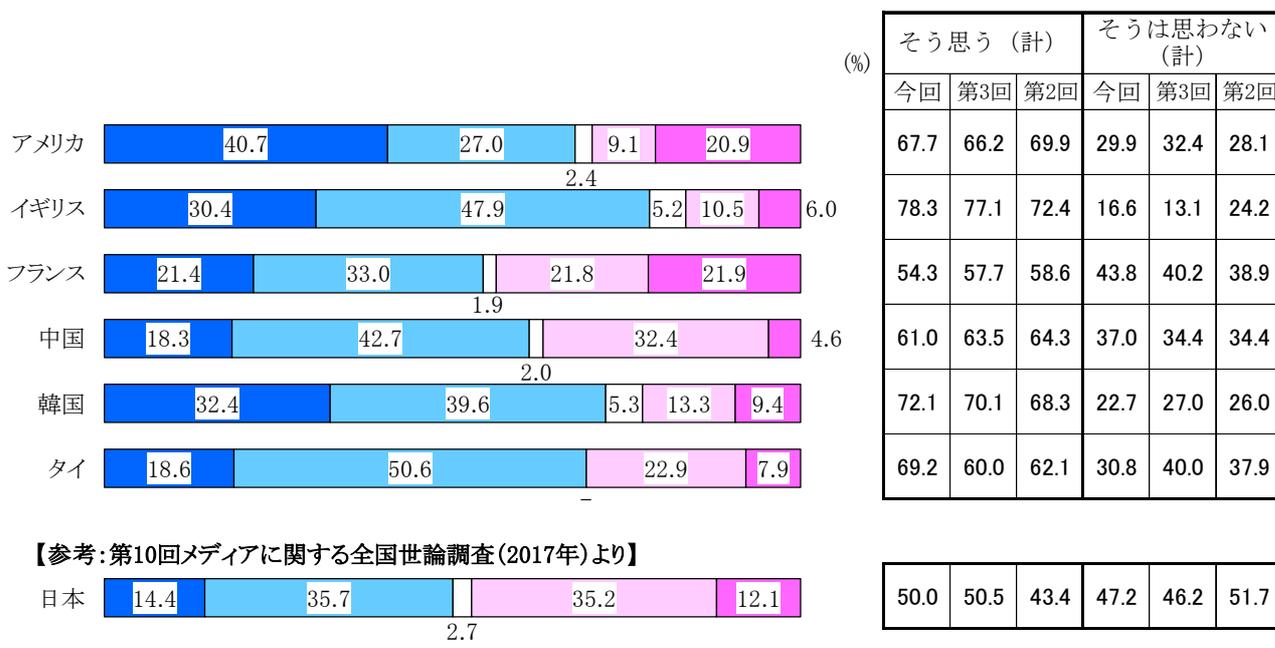
- ・「政府が国益を損なうという理由でメディアに圧力をかけるのは当然だと思うか」については、「そう思う」がタイで80%超、イギリス・中国で70%台、アメリカで60%、韓国で50%強。フランスで50%を下回った。
- ・「メディアは報道の自由を振りかざしていると思うか」については、「そう思う」がイギリス・韓国で70%台。アメリカ・フランス・中国・タイで50%を超えた。

(3) 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



【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

(4) メディアは報道の自由を振りかざしていると思う



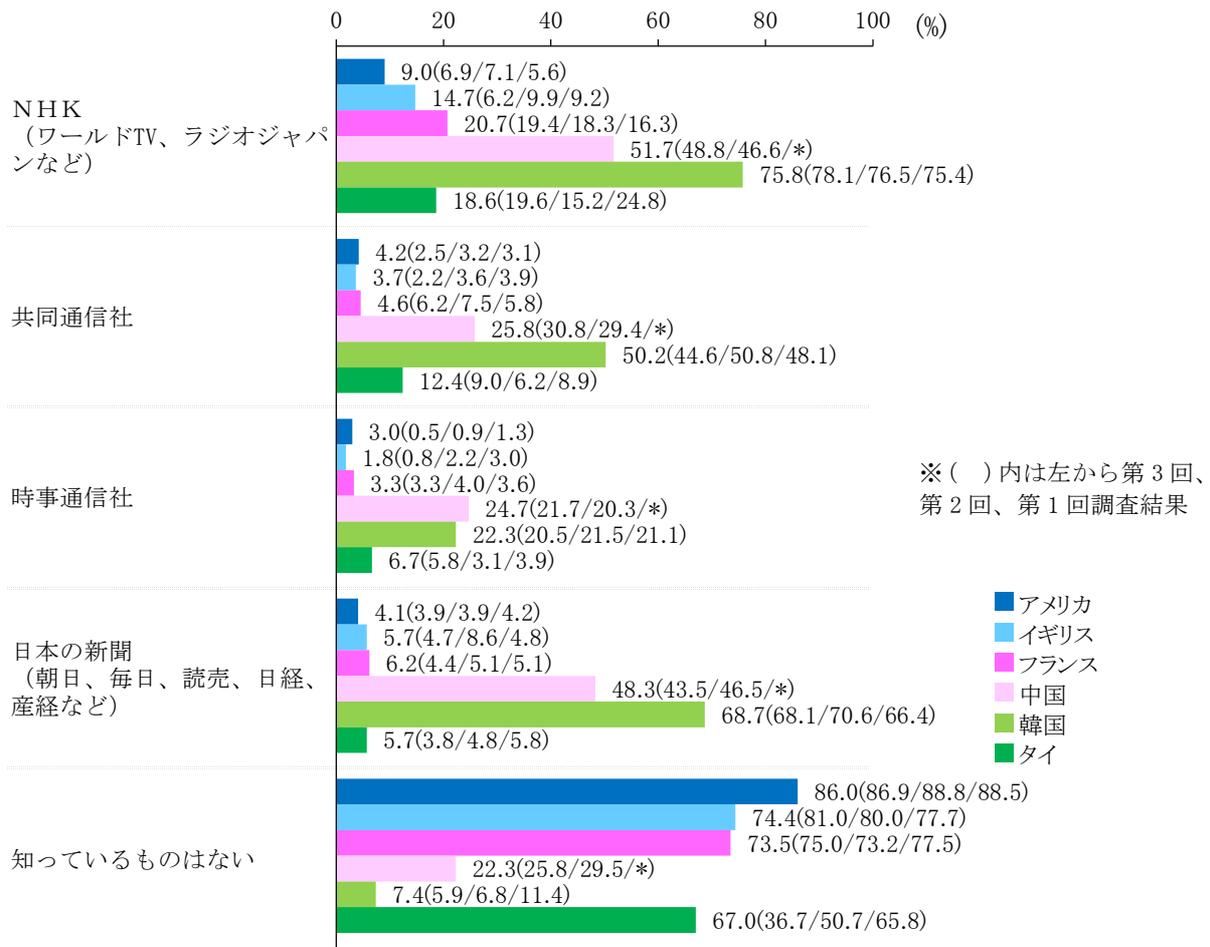
【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

注:「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

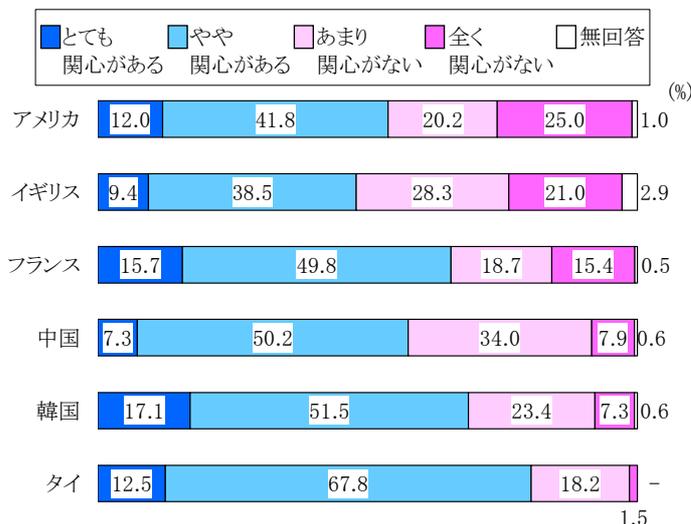
日本のメディアの認知度は韓国が突出

- 日本のメディアの認知度は韓国が突出して高く、中国がそれに次いだ。欧米3カ国では「知らない」人が70%以上、アメリカでは86%。知っているメディアでは、「NHK(ワールドTV、ラジオジャパンなど)」がすべての国で1位(複数回答)。
- 日本のことが報道されると関心を持って見聞きするのは、タイで80%。フランス・韓国で60%台、アメリカ・中国で50%台。イギリスでは50%を下回った。

図表 13 日本のメディアの認知度(複数回答)(問6)



図表 14 日本のことが報道されると関心を持つか(問7)



	関心がある(計)				関心がない(計)			
	今回	第3回	第2回	第1回	今回	第3回	第2回	第1回
アメリカ	53.8	60.5	56.5	54.2	45.2	38.8	42.8	45.3
イギリス	47.9	43.7	58.8	56.7	49.2	46.0	39.4	41.7
フランス	65.4	61.4	63.1	65.8	34.1	38.2	35.6	33.8
中国	57.5	64.6	61.1	*	41.9	35.4	38.4	*
韓国	68.7	71.4	68.4	63.4	30.7	28.3	31.1	35.7
タイ	80.3	79.9	84.2	94.1	19.7	19.9	15.8	5.8

日本についての知識や情報の入手先は「自国のテレビ、新聞、雑誌」、メディアに期待する報道内容は「科学技術」

- ・ 日本についての知識や情報の入手先は、中国以外の5カ国で「自国のテレビ、新聞、雑誌」が1位、「インターネット」が2位（複数回答）。
- ・ 中国では「インターネット」が1位、「自国のテレビ、新聞、雑誌」が2位。
- ・ 日本に関する報道で、メディアに期待する内容を挙げてもらった。1位は、タイを除く5カ国では「科学技術」、タイでは「観光情報」。2位には、アメリカ・イギリスは「国際協力、平和維持活動」、フランスは「生活様式や食文化」、中国は「観光情報」、韓国は「政治、経済、外交政策」、タイは「科学技術」が続いた。

図表 15 日本に関する情報の入手先（複数回答）（問4）

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
アメリカ	自国のテレビ、新聞、雑誌 52.9 (39.1/41.9/40.3)	インターネット 35.2 (21.5/20.7/20.6)	自分の家族や親戚、知人 27.1 (15.0/19.2/22.5)	学校教育 23.8 (12.0/15.4/18.3)	日本人の友人、知人 21.2 (12.9/15.1/17.1)	訪日経験 9.7 (7.2/9.0/7.8)
イギリス	自国のテレビ、新聞、雑誌 59.7 (54.3/78.7/76.4)	インターネット 28.3 (27.3/44.3/41.7)	自分の家族や親戚、知人 10.9 (10.6/28.7/20.9)	学校教育 8.0 (8.1/28.6/21.7)	日本人の友人、知人 4.9 (5.2/15.2/13.0)	訪日経験 2.1 (2.4/5.7/6.6)
フランス	自国のテレビ、新聞、雑誌 78.8 (83.4/87.7/87.4)	インターネット 47.1 (48.6/50.1/46.4)	学校教育 37.6 (37.8/41.7/41.1)	自分の家族や親戚、知人 36.2 (35.5/38.9/31.7)	日本人の友人、知人 17.3 (16.0/18.9/14.7)	訪日経験 5.1 (4.4/4.0/4.6)
中国	インターネット 83.6 (83.3/75.3/*)	自国のテレビ、新聞、雑誌 74.3 (77.6/77.5/*)	自分の家族や親戚、知人 27.4 (23.7/29.4/*)	学校教育 18.9 (23.9/27.4/*)	日本人の友人、知人 10.7 (13.3/14.9/*)	訪日経験 9.1 (10.9/11.6/*)
韓国	自国のテレビ、新聞、雑誌 72.5 (73.0/74.6/66.8)	インターネット 49.0 (51.4/44.2/43.2)	自分の家族や親戚、知人 16.7 (16.4/12.9/10.7)	学校教育 14.8 (14.8/11.3/6.1)	日本人の友人、知人 12.3 (13.6/11.4/9.3)	日本人の友人、知人 7.3 (9.0/9.4/5.8)
タイ	自国のテレビ、新聞、雑誌 89.5 (90.8/95.1/94.2)	インターネット 58.1 (54.7/43.6/43.7)	自分の家族や親戚、知人 30.7 (37.5/42.2/31.5)	学校教育 5.9 (4.9/1.9/5.8)	日本人の友人、知人 3.4 (6.1/6.8/6.5)	訪日経験 2.2 (2.6/1.5/2.5)

※()内は、左から第3回調査、第2回調査、第1回調査の結果

図表 16 メディアに期待する報道内容（問8）

(%)

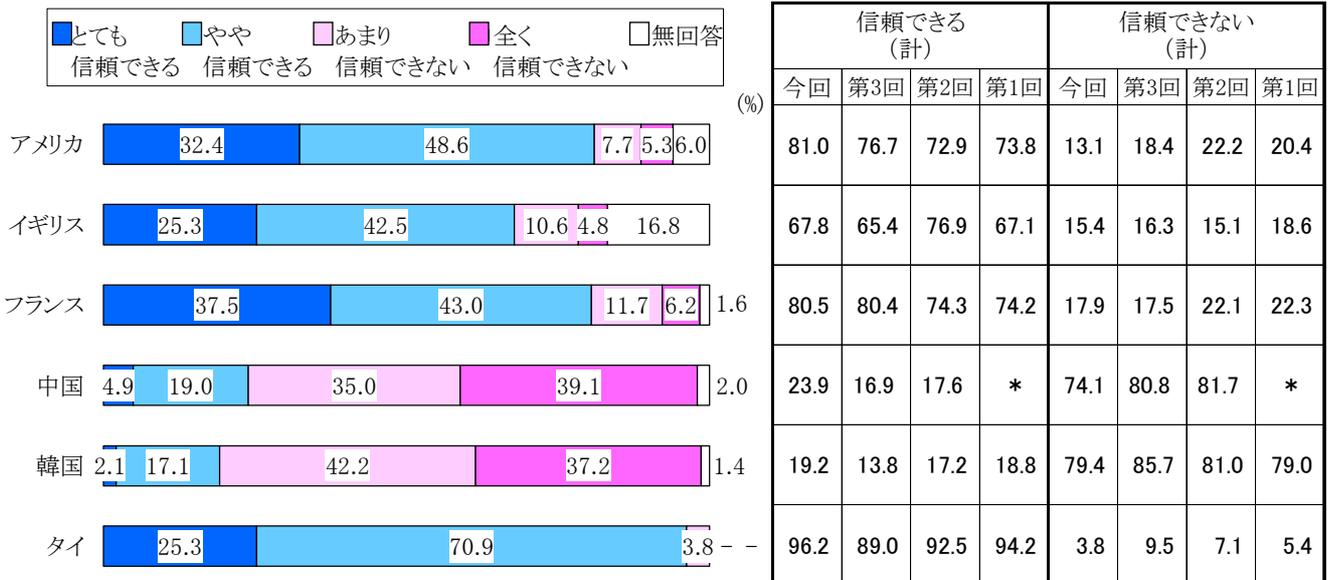
	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
アメリカ	科学技術 78.9(84.0)	国際協力、平和維持活動 72.8(79.1)	政治、経済、外交政策 69.9(74.2)	歴史と文化 64.4(63.8)	生活様式や食文化 62.2(59.8)	観光情報 59.2(58.6)	ファッション、アニメ、音楽 46.2(42.9)
イギリス	科学技術 58.3(55.6)	国際協力、平和維持活動 54.5(49.0)	歴史と文化 47.3(42.9)	政治、経済、外交政策 45.9(42.1)	生活様式や食文化 45.1(39.1)	観光情報 43.1(35.6)	ファッション、アニメ、音楽 32.1(25.1)
フランス	科学技術 54.0(56.2)	生活様式や食文化 47.1(44.0)	国際協力、平和維持活動 45.2(46.4)	歴史と文化 44.9(45.6)	政治、経済、外交政策 43.1(41.2)	観光情報 36.9(37.1)	ファッション、アニメ、音楽 26.1(26.3)
中国	科学技術 69.8(74.1)	観光情報 65.7(65.1)	ファッション、アニメ、音楽 64.1(66.5)	生活様式や食文化 59.6(61.9)	歴史と文化 46.3(48.8)	政治、経済、外交政策 42.6(51.0)	国際協力、平和維持活動 25.2(25.8)
韓国	科学技術 85.6(88.7)	政治、経済、外交政策 81.4(84.4)	国際協力、平和維持活動 78.8(77.9)	歴史と文化 67.2(67.2)	生活様式や食文化 61.7(59.0)	観光情報 60.7(57.6)	ファッション、アニメ、音楽 42.1(41.5)
タイ	観光情報 90.7(84.2)	科学技術 86.4(82.3)	生活様式や食文化 83.9(79.9)	国際協力、平和維持活動 80.8(75.1)	歴史と文化 80.1(76.2)	政治、経済、外交政策 79.1(78.3)	ファッション、アニメ、音楽 61.8(67.8)

※()内は前回調査の結果

日本に対する信頼度は中国・韓国で 20%前後

- ・ 日本について「信頼できる」はタイで 96.2%、アメリカで 81.0%、フランスで 80.5%。イギリスは 67.8%。中国は 23.9%、韓国は 19.2%と極端に低かった。
- ・ 昨年度からの変化では、タイで 7.2 ポイント、中国で 7.0 ポイント、韓国で 5.4 ポイント、アメリカで 4.3 ポイント、イギリスで 2.4 ポイント、いずれも信頼感が増した。

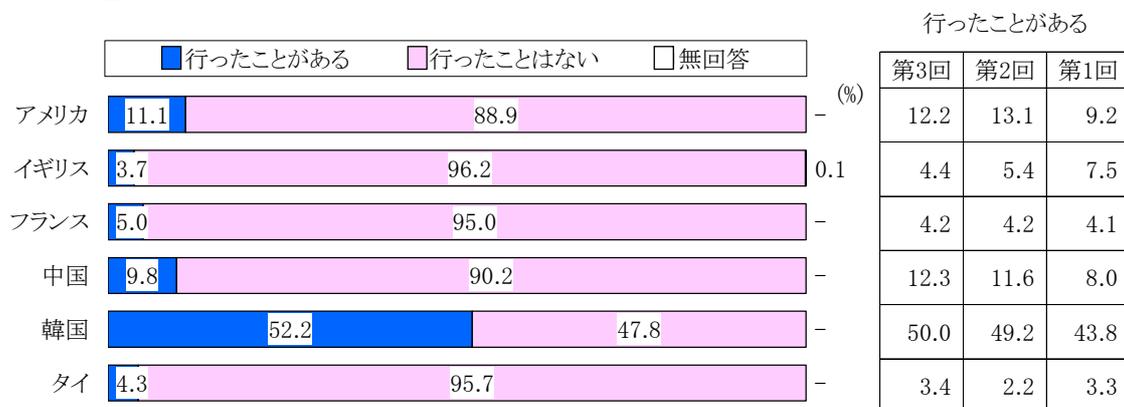
図表 17 日本の信頼度（問 3）



訪日経験があるのは韓国で 52%、アメリカ・中国は 10%前後

- ・ 訪日経験があるのは韓国で 52.2%。アメリカ・中国は 10%前後。イギリス・フランス・タイは 5%以下。

図表 18 訪日経験（問 5）



アメリカへの好感度はイギリス・フランスで上昇に転じた 中国への好感度は欧米3カ国で上昇 日本への好感度はアジア3カ国で上昇 中国・韓国は相互間の好感度が昨年到现在き低下

- ・ イギリス・フランスでの、アメリカへの好感度は、前回調査で前々回調査より 20 ポイント前後低下したが、今回調査では上昇に転じ、フランス 5.3 ポイント、イギリス 3.0 ポイントの上昇となった。イギリス・フランスは相互に好感度が高く、フランスのイギリスへの好感度は 6.8 ポイントの上昇となった。
- ・ 中国と韓国の相互の好感度は、共に前回調査で大きく低下したが、今回もさらに低下し、共に 30% 台。
- ・ 日本に対する好感度はタイ 98.3%、アメリカ 83.6%、フランス 81.1%、イギリス 66.6%。タイは 6.7 ポイントの上昇となったが、アメリカ・フランス・イギリスはわずかながら低下。中国・韓国は前回調査での好感度低下から今回調査では上昇に転じ、中国は 4.5 ポイント上昇の 27.9%、韓国は 8.3 ポイント上昇の 38.3%。
- ・ アメリカは依然イギリス、日本、フランスへの好感度が高いが、中国への好感度が 5.6 ポイント上昇し 55.6%。中国はフランス・イギリス・タイ・アメリカの順に、韓国はアメリカ・イギリス・フランス・タイの順に、タイは日本・イギリス・フランス・アメリカ・韓国・中国の順に 50%以上の好感度。

図表 19 各国間の好感度（問 2）－「好感が持てる」と答えた比率

		1位	2位	3位				
		(%)						
【今回】		対 象 国						
		日本	米	英	仏	中国	韓国	タイ
実 施 国	米	83.6	*	84.9	76.0	55.6	44.9	64.7
	英	66.6	62.9	*	70.1	55.7	33.6	55.6
	仏	81.1	58.8	78.0	*	53.6	59.2	70.3
	中国	27.9	55.9	76.8	84.7	*	35.7	62.3
	韓国	38.3	73.3	73.0	72.9	36.5	*	56.5
	タイ	98.3	75.7	88.6	83.7	52.7	75.5	*
【2017年】		対 象 国						
		日本	米	英	仏	中国	韓国	タイ
実 施 国	米	84.5	*	87.2	74.8	50.0	42.2	63.5
	英	68.7	59.9	*	71.1	52.0	28.2	54.9
	仏	81.2	53.5	71.2	*	45.3	54.7	64.0
	中国	23.4	58.6	76.5	82.4	*	39.0	56.9
	韓国	30.0	74.2	72.2	69.9	45.0	*	46.9
	タイ	91.6	82.2	85.2	80.2	54.9	66.9	*
【2016年】		対 象 国						
		日本	米	英	仏	中国	韓国	タイ
実 施 国	米	78.6	*	85.7	81.0	42.1	39.5	57.7
	英	69.7	79.4	*	80.2	49.6	30.5	62.5
	仏	73.2	76.0	79.8	*	44.5	49.8	59.7
	中国	27.8	57.5	82.6	82.3	*	74.8	61.9
	韓国	32.3	79.8	71.3	70.1	55.6	*	48.3
	タイ	90.8	79.4	85.6	76.2	51.5	66.8	*

		5ポイント以上の上昇				5ポイント以上の低下		
【今回－2017年】		対 象 国						
		日本	米	英	仏	中国	韓国	タイ
実 施 国	米	-0.9	*	-2.3	1.2	5.6	2.7	1.2
	英	-2.1	3.0	*	-1.0	3.7	5.4	0.7
	仏	-0.1	5.3	6.8	*	8.3	4.5	6.3
	中国	4.5	-2.7	0.3	2.3	*	-3.3	5.4
	韓国	8.3	-0.9	0.8	3.0	-8.5	*	9.6
	タイ	6.7	-6.5	3.4	3.5	-2.2	8.6	*
【2017年－2016年】		対 象 国						
		日本	米	英	仏	中国	韓国	タイ
実 施 国	米	5.9	*	1.5	-6.2	7.9	2.7	5.8
	英	-1.0	-19.5	*	-9.1	2.4	-2.3	-7.6
	仏	8.0	-22.5	-8.6	*	0.8	4.9	4.3
	中国	-4.4	1.1	-6.1	0.1	*	-35.8	-5.0
	韓国	-2.3	-5.6	0.9	-0.2	-10.6	*	-1.4
	タイ	0.8	2.8	-0.4	4.0	3.4	0.1	*

知っている日本人、中国・韓国・タイは「安倍晋三」、アメリカ・イギリス・フランスは「昭和天皇」が1位

- ・ 知っている日本人の名前を1人挙げてもらったところ、中国・韓国・タイは「安倍晋三」が1位。アメリカ・イギリス・フランスは「昭和天皇」が1位。
- ・ 2位には「安倍晋三」（アメリカ）、「オノ・ヨーコ」（イギリス）、「ナルト（漫画「ナルト）」」（フランス）、「福原愛」（中国）、「伊藤博文」（韓国）、「明仁天皇」（タイ）と分散。

図表 20 知っている日本人（各国上位 10 位）（問 1） ※各欄右端の数字はその人名を挙げた人の数

アメリカ (回答者275人)	イギリス (回答者283人)	フランス (回答者479人)
昭和天皇 43	昭和天皇 84	昭和天皇 97
安倍晋三 29	オノ・ヨーコ 25	ナルト(漫画「ナルト」) 29
イチロー 14	安倍晋三 9	ドラゴンボール／孫悟空 27
ジョージ・タケイ (日系アメリカ人2世の俳優) 10	カズオ・イシグロ 7	宮崎駿 26
山本五十六 9	宮崎駿 5	ピカチュウ／ポケモン 11
オノ・ヨーコ 8	村上春樹 4	鳥山明 10
明仁(今上)天皇 6	黒澤明 3	KENZO(高田賢三・デザイナー) 8
宮本武蔵 6	天皇 3	安倍晋三 8
森本正治(シェフ「料理の鉄人」) 5		黒澤明 7
クリスティ・ヤマグチ(スケート) 4		シティーハンター 6

中国 (回答者962人)	韓国 (回答者652人)	タイ (回答者928人)
安倍晋三 346	安倍晋三 385	安倍晋三 179
福原愛 70	伊藤博文 84	明仁(今上)天皇 79
山口百恵 40	豊臣秀吉 39	深田恭子 56
宮崎駿 28	浅田真央 13	ドラえもん 44
村上春樹 27	村上春樹 10	天皇 40
小泉純一郎 26	徳川家康 7	蒼井そら 37
矢野浩二(俳優) 24	木村拓哉 6	X-Japan 22
酒井法子 23	天皇 5	愛子内親王 21
高倉健 17	小泉純一郎 4	首相 20
東野圭吾 14	昭和天皇 4	小堀(タイの小説「クーカム」登場人物) 20
山本五十六 14		
田中角栄 14		

第4回
諸外国における対日メディア世論調査
(2018年)

公益財団法人 新聞通信調査会

目次

《自国の新聞についての印象》

- 1. 新聞の情報信頼度（問12）…………… 2
- 2. 将来の新聞の役割（問13）…………… 4

《報道の自由・世論調査について》

- 3. 報道の自由について（問14）…………… 6
- 4. 世論調査について（問15）…………… 14

《ニュース視聴の利用媒体について》

- 5. ニュース視聴の利用媒体について（問9）…………… 16
- 6. インターネットニュースやSNSを見る時に使う機器（問10）…………… 18
- 7. インターネットニュースの出所を気にするか（問11）…………… 22

《フェイクニュースについて》

- 8. フェイクニュースという言葉を知っているか（問16）…………… 24
- 9. 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（問17）…………… 26
- 10. フェイクニュース拡散を防ぐための規制（問18）…………… 28
- 11. 政治家発信のSNS情報とメディアの報道どちらを信頼するか（問19）…………… 30

《日本のメディアと日本への関心について》

- 12. 日本のメディアの認知度（問6）…………… 32
- 13. 日本のことが報道されると関心を持つか（問7）…………… 34
- 14. 日本に関する情報の入手先（問4）…………… 36
- 15. メディアに期待する日本についての報道内容（問8）…………… 38

《日本についての印象》

- 16. 日本と6カ国相互の好感度（問2）…………… 40
- 17. 日本の信頼度（問3）…………… 42
- 18. 訪日経験（問5）…………… 44

《知っている日本人》

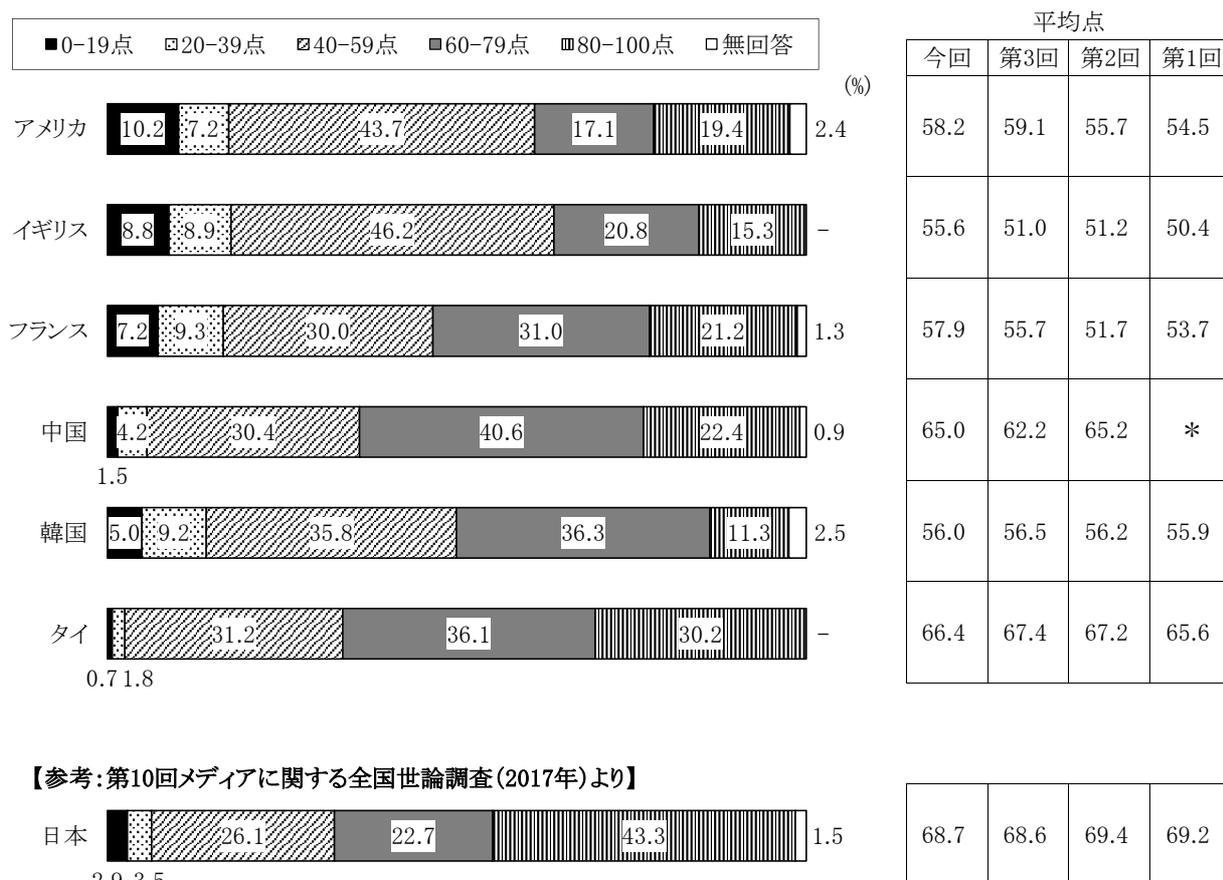
- 19. 知っている日本人（問1）…………… 46
- 調査の概要…………… 47

調查結果

1. 新聞の情報信頼度（問12）

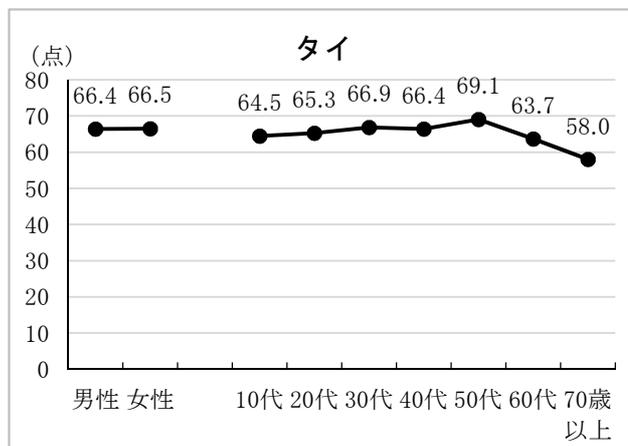
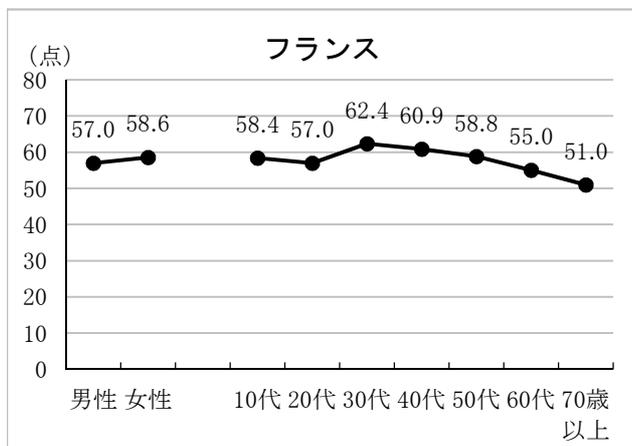
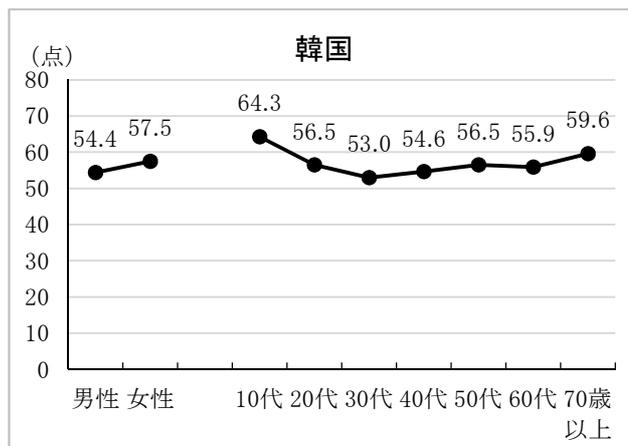
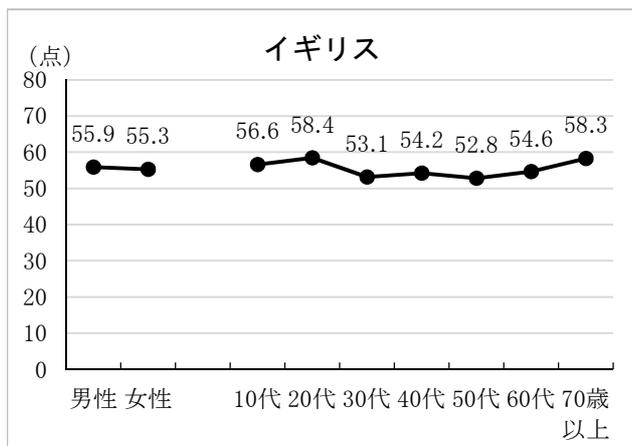
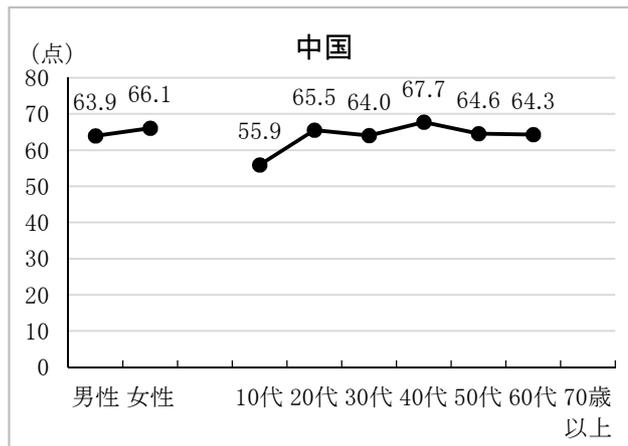
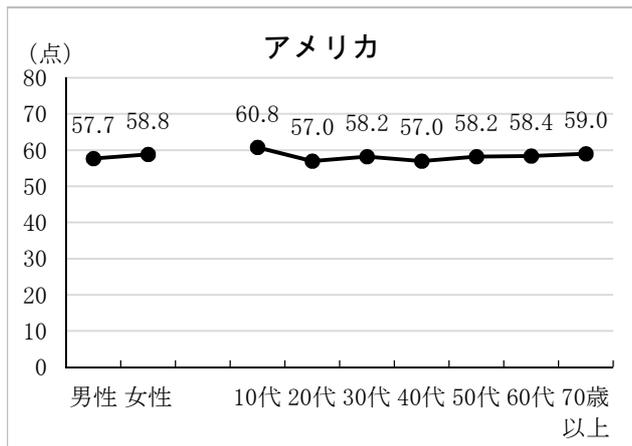
新聞の情報をどの程度信頼しているかを、全面的に信頼している場合は100点、全く信頼をしていない場合は0点、普通の場合は50点として点数をつけてもらったところ、タイが66.4点で前年より1.0点の低下、中国が65.0点で2.8点の上昇、アメリカが58.2点で0.9点の低下、フランスが57.9点で2.2点の上昇、韓国が56.0点で0.5点の低下、イギリスが55.6点で4.6点の上昇であった。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、新聞の情報信頼度は68.7点（2016年度68.6点、2015年度69.4点、2014年度69.2点）であった。

図表1 新聞の情報信頼度



注1：アメリカは0点～10点で質問したので、回答の数値を10倍した。
 注2：「第10回メディアに関する全国世論調査（2017年）」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人（有効回収率63.4%）から回答を得た。

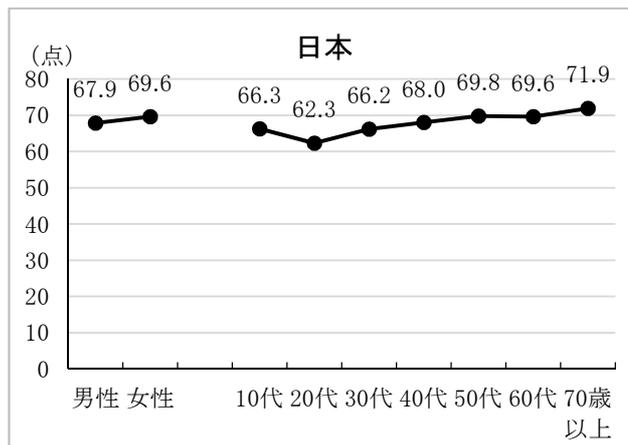
図表2 新聞の情報信頼度（各国、性別・年代別）



【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

※「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

注:中国の70歳以上は、回答者が1人なので、図表中には示していない。以下同様。



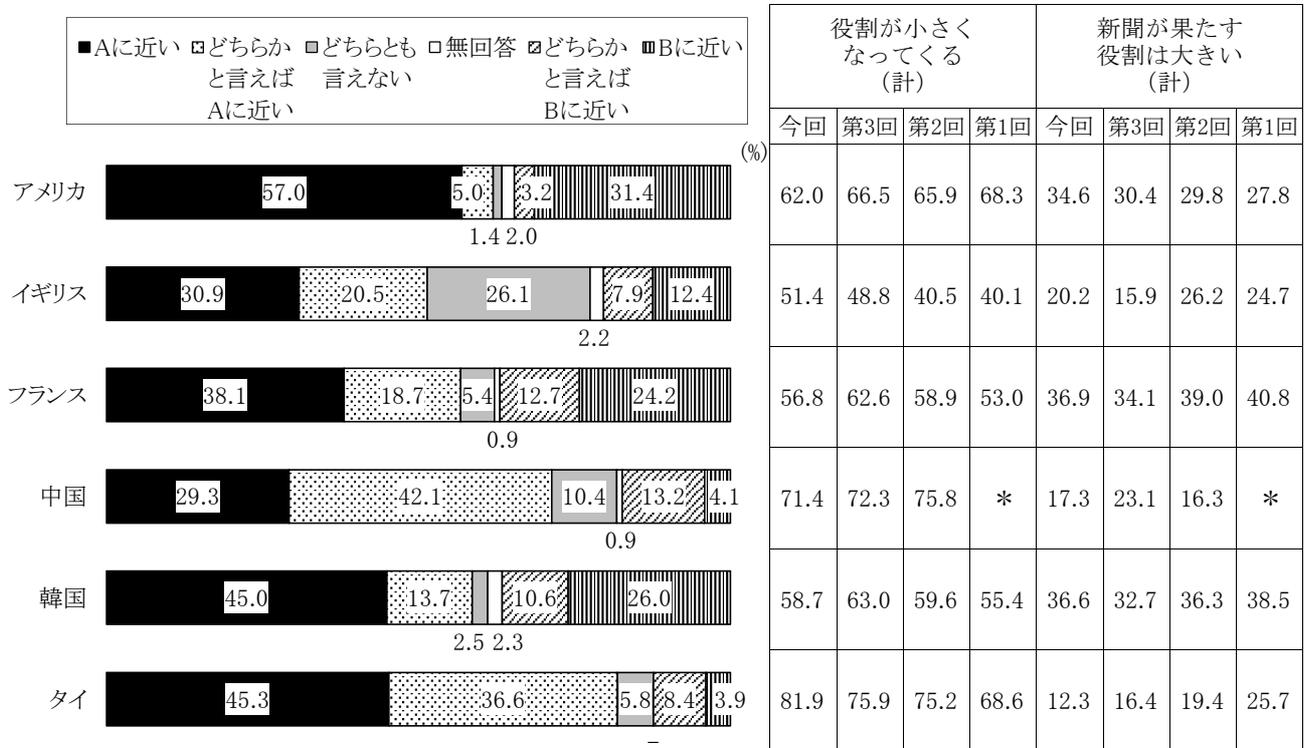
2. 将来の新聞の役割（問13）

新聞の役割については、すべての国で「インターネットなどの普及により新聞の役割が小さくなる」が「今までどおり、新聞が報道に果たす役割は大きい」を上回った。「新聞の役割が小さくなる」は、タイで81.9%と最も多く、中国で71.4%、アメリカで62.0%。イギリス・フランス・韓国では50%台。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「新聞の役割が小さくなる」が49.6%であった。

経年変化を見ると、「インターネットなどの普及により新聞の役割が小さくなる」は、タイ・イギリスでは上昇傾向、アメリカ・韓国・フランスは前回から低下、中国は横ばいであった。

図表3 将来の新聞の役割

Aインターネットなどの普及により新聞の役割が小さくなる
B今までどおり、新聞が報道に果たす役割は大きい



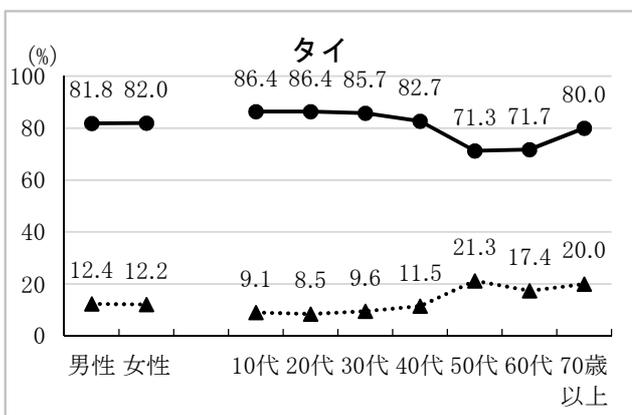
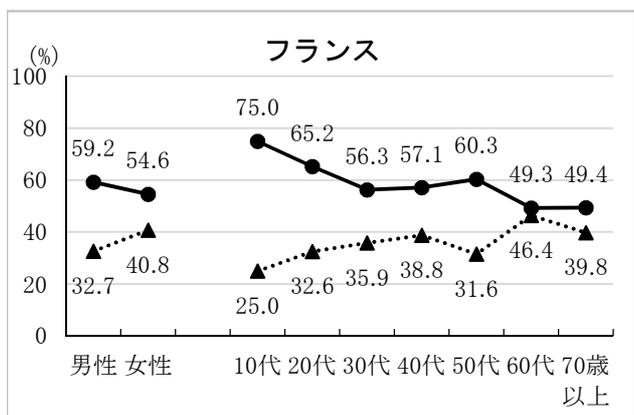
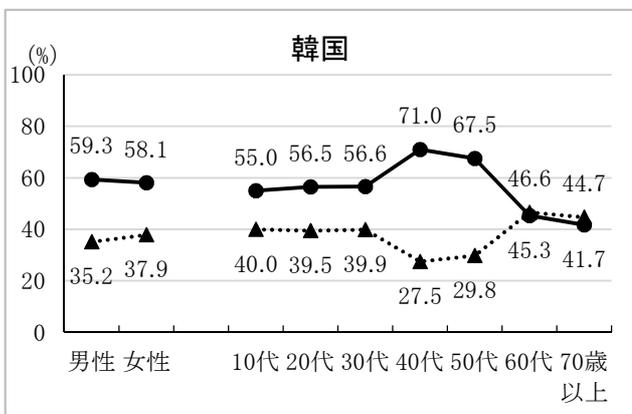
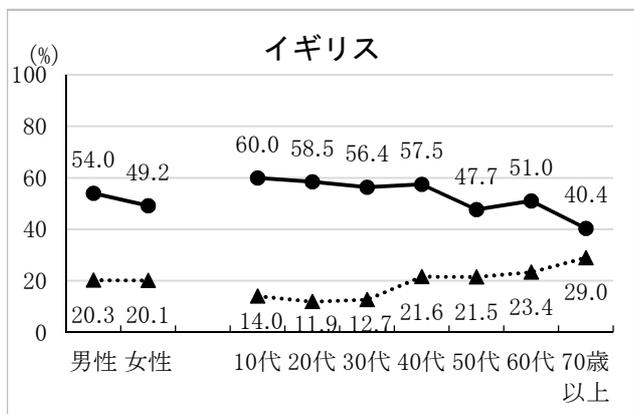
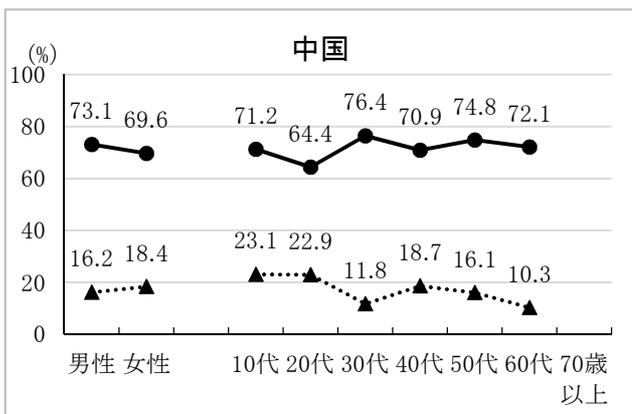
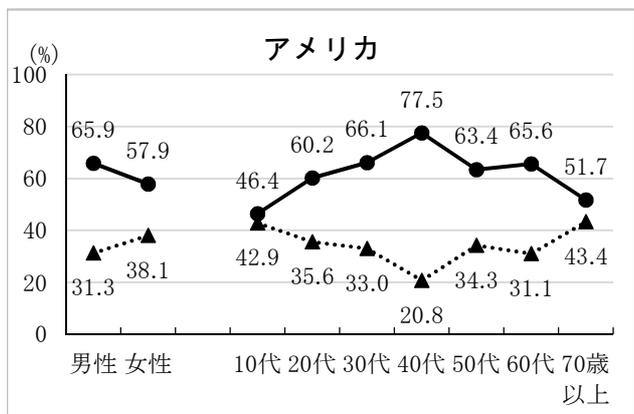
【参考：第10回メディアに関する全国世論調査（2017年）より】



注：「第10回メディアに関する全国世論調査（2017年）」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人（有効回収率63.4%）から回答を得た。

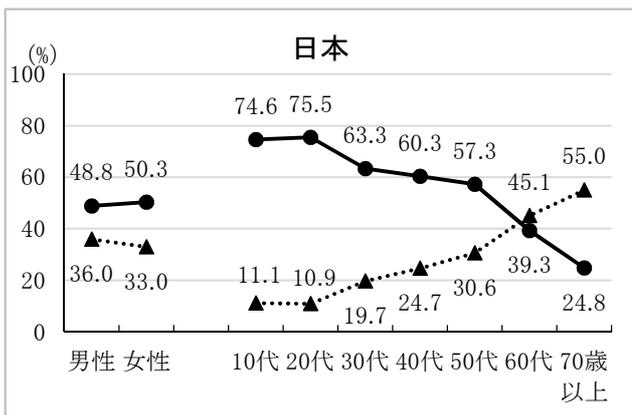
図表4 将来の新聞の役割（各国、性別・年代別）

● 役割が小さくなっていく(計)
 ▲ 新聞が果たす役割は大きい(計)



【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

※「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い、3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。



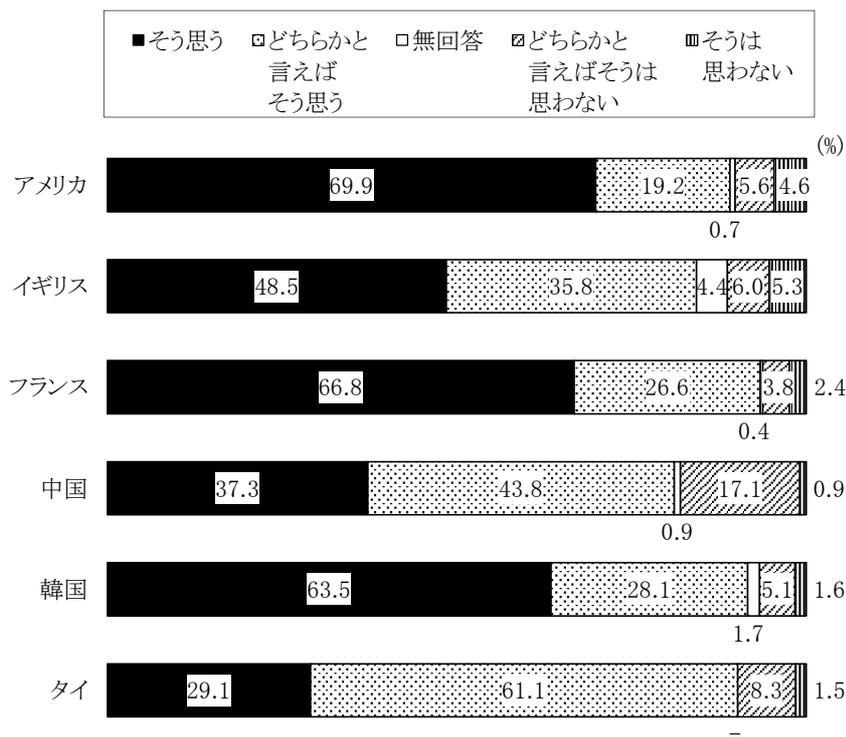
3. 報道の自由について（問14）

(1) 報道の自由は常に保障されるべきだ

「報道の自由は常に保障されるべきだ」については、「そう思う」がフランス・韓国・タイで90%を超え、アメリカ・イギリス・中国で80%台。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「そう思う」が83.2%であった。

図表5 報道の自由について

(1) 報道の自由は常に保障されるべきだ



「そう思う」(計)		「そうは思わない」(計)	
今回	前回	今回	前回
89.1	90.4	10.2	8.4
84.3	79.9	11.3	11.0
93.4	92.8	6.2	6.0
81.1	85.4	18.0	13.2
91.7	90.5	6.6	8.6
90.2	88.2	9.8	11.8

【参考：第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】



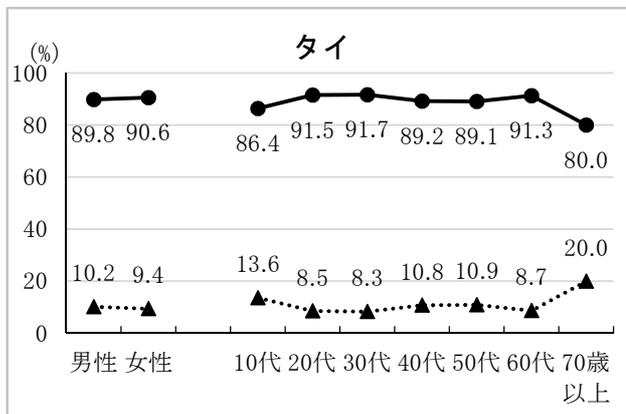
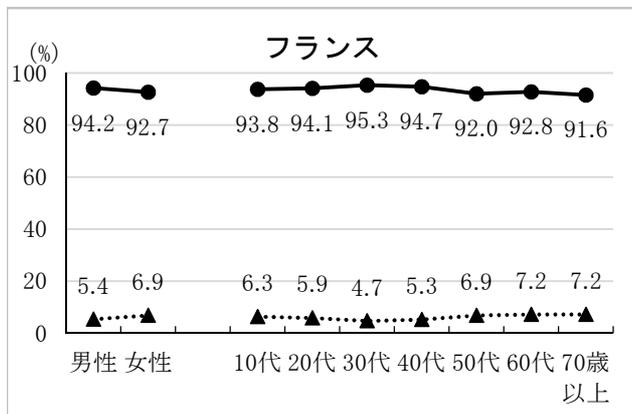
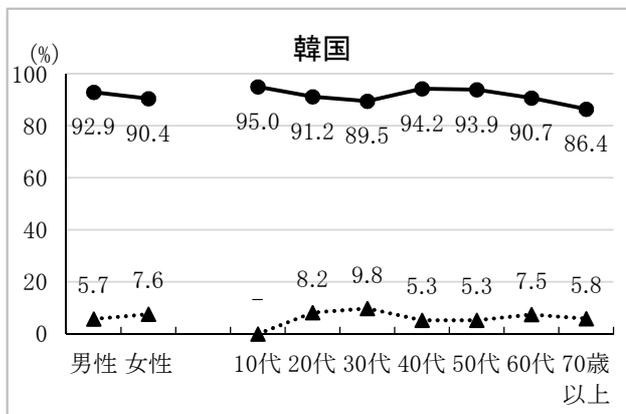
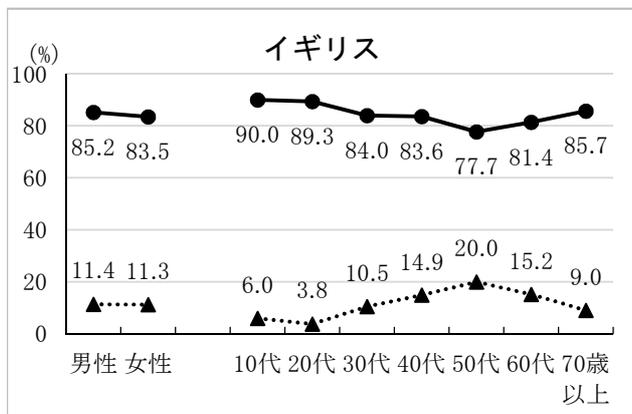
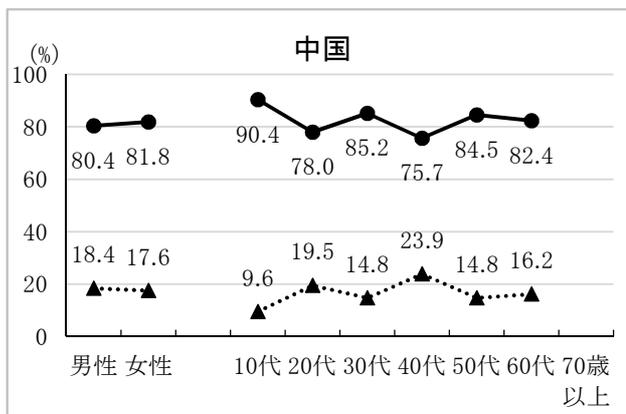
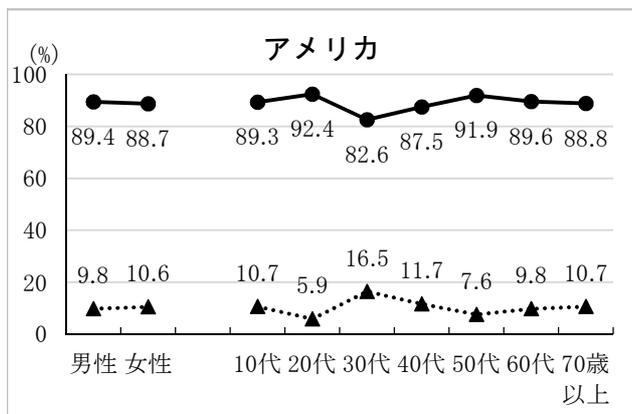
83.2	82.6	15.2	15.4
------	------	------	------

注：「第10回メディアに関する全国世論調査（2017年）」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人（有効回収率63.4%）から回答を得た。

図表6 報道の自由について（各国、性別・年代別）

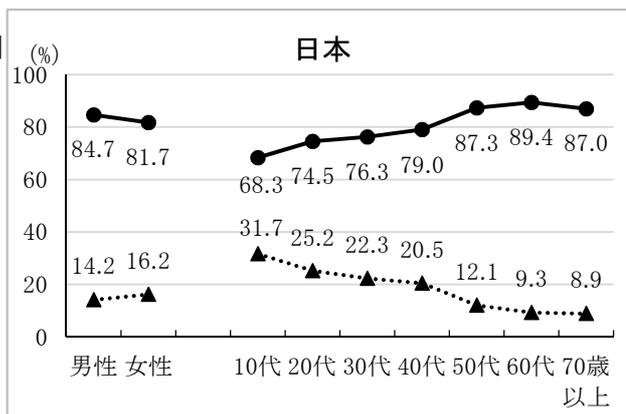
(1) 報道の自由は常に保障されるべきだ

●— そう思う(計)
 ▲····· そうは思わない(計)



【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

※「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

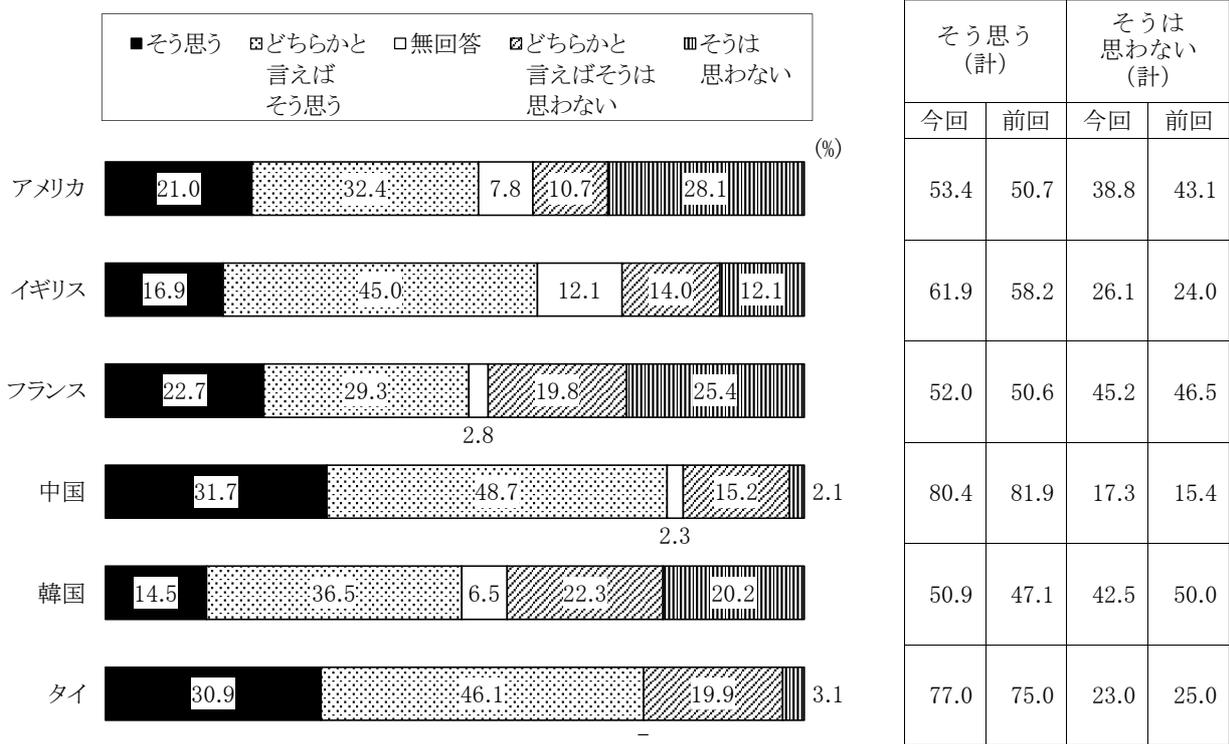


(2) 現在の報道を見ていると、圧力をかけられても仕方がないと思う

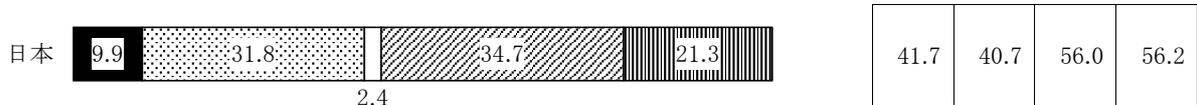
「現在の報道を見ていると、圧力をかけられても仕方がないと思う」については、「そう思う」が中国で80.4%、次いでタイで77.0%。アメリカ・イギリス・フランス・韓国で50%を超えた。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「そう思う」が41.7%であった。

図表7 報道の自由について

(2) 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



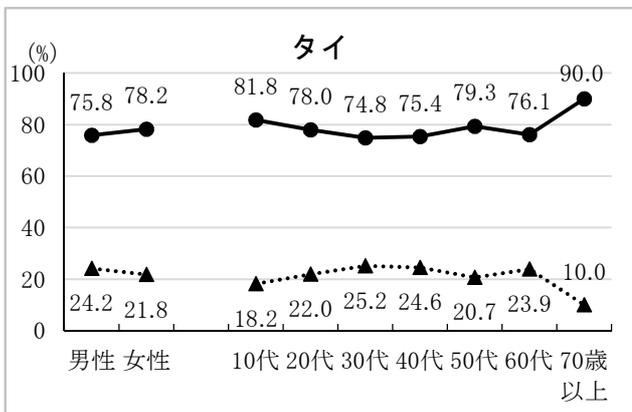
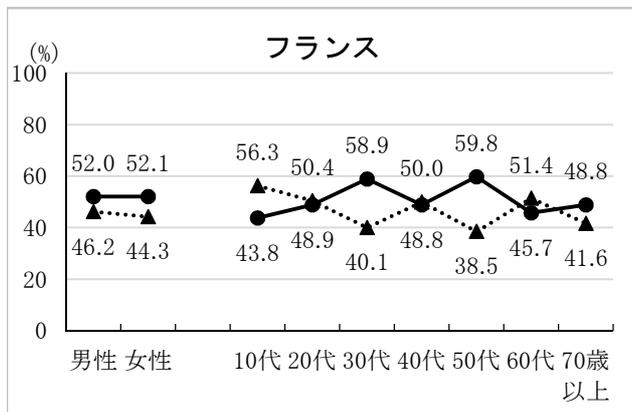
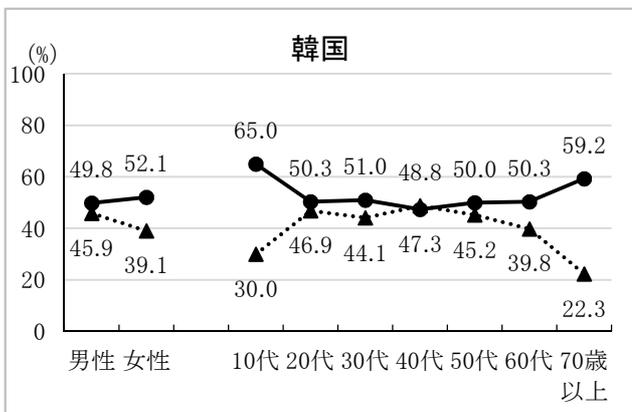
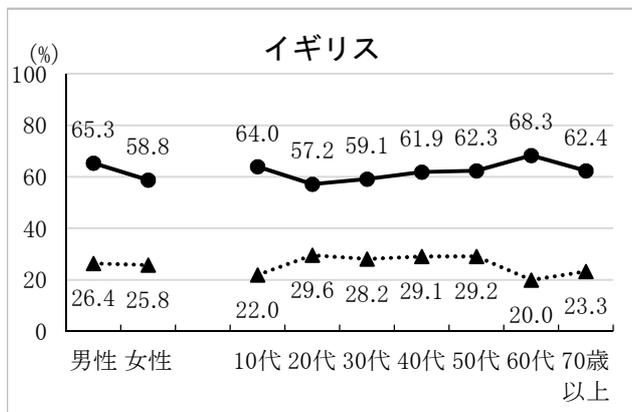
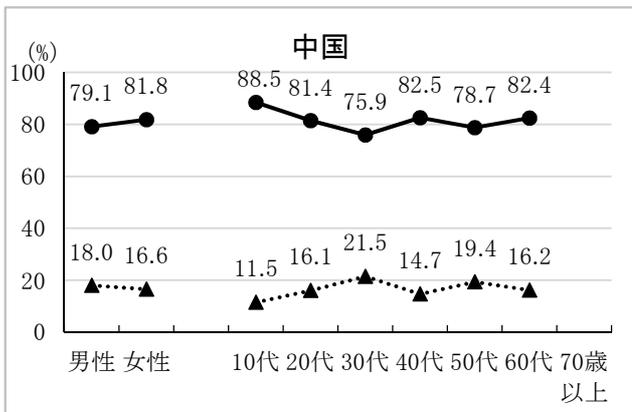
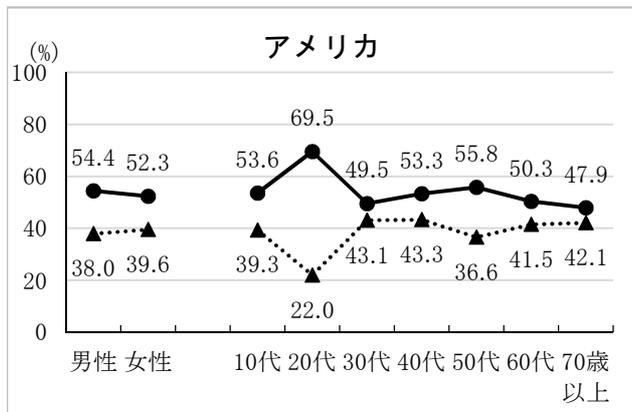
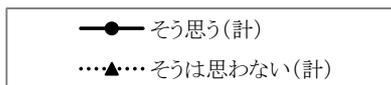
【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】



注:「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

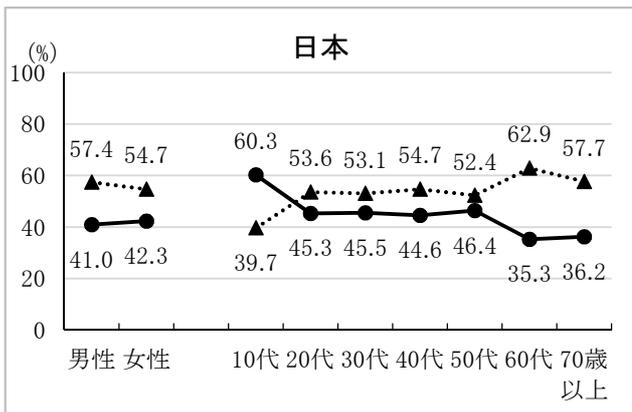
図表8 報道の自由について（各国、性別・年代別）

(2) 現在の報道を見てみると、圧力をかけられても仕方がないと思う



【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

※「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い、3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

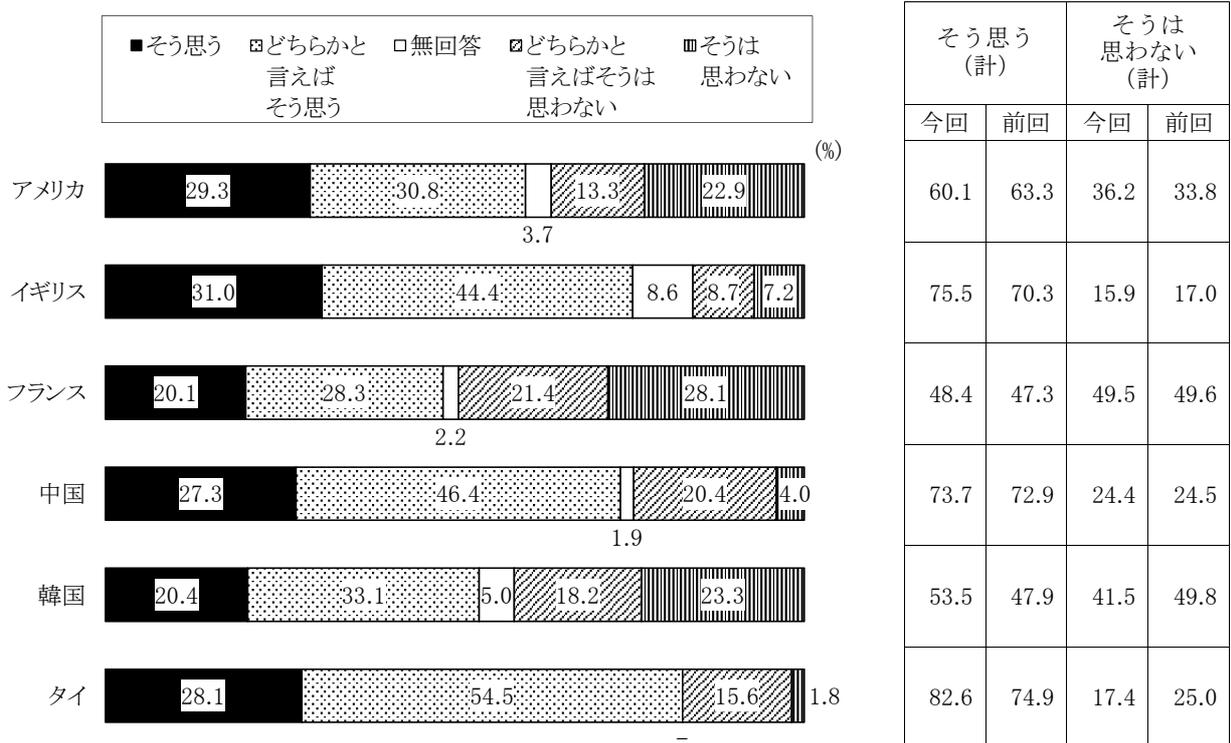


(3) 政府が国益を損なうという理由でメディアに圧力をかけるのは当然だと思う

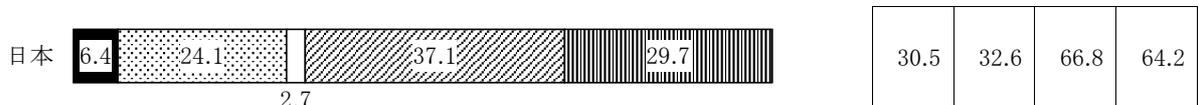
「政府が国益を損なうという理由でメディアに圧力をかけるのは当然だと思うか」については、「そう思う」がタイで80%超、イギリス・中国で70%台、アメリカで60%、韓国で50%強。フランスで50%を下回った。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「そう思う」が30.5%であった。

図表9 報道の自由について

(3) 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



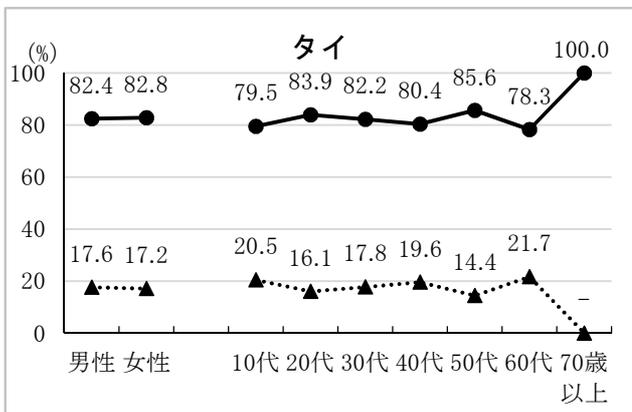
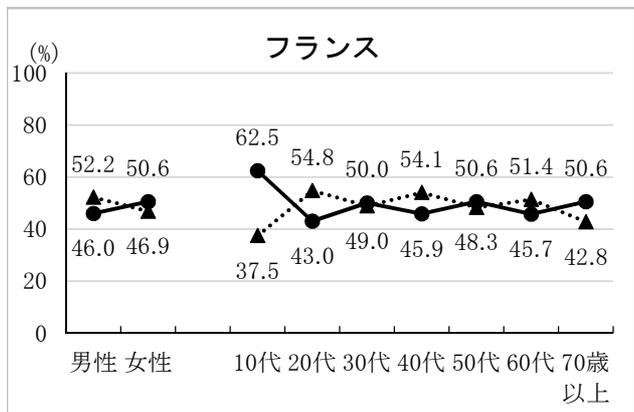
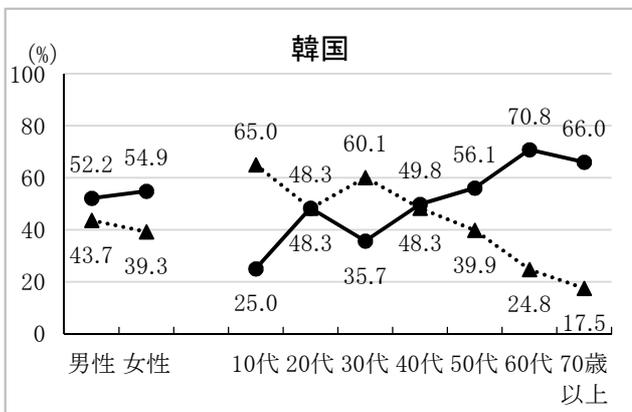
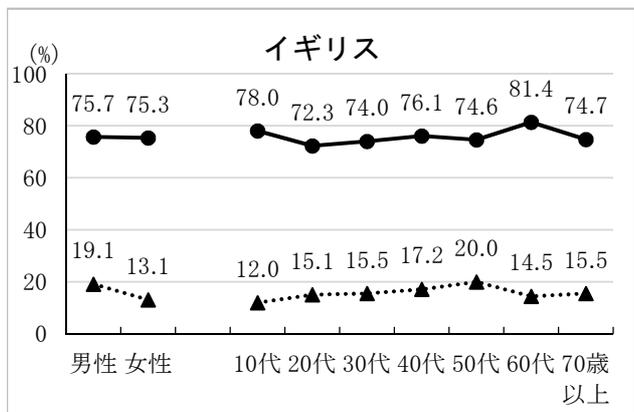
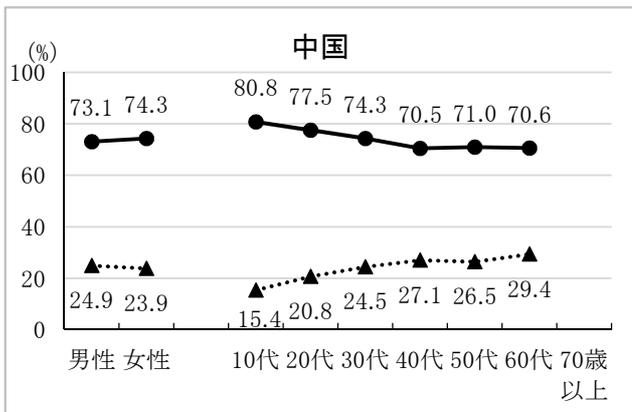
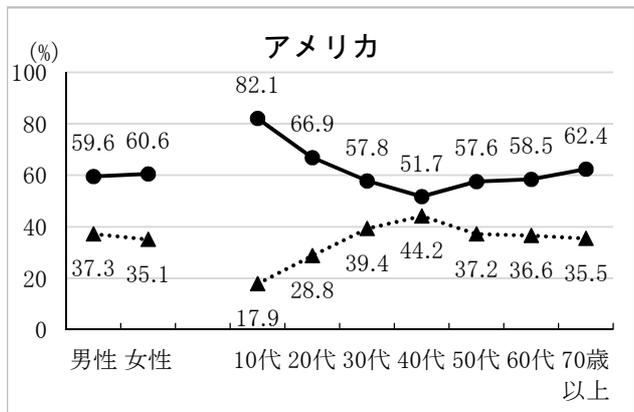
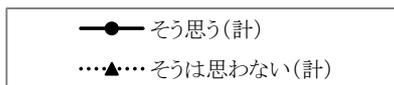
【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】



注:「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

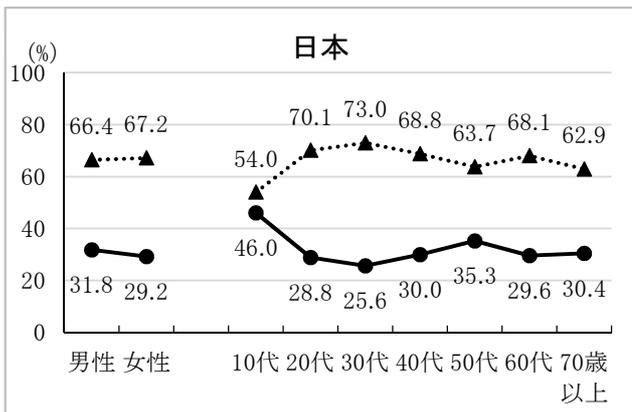
図表10 報道の自由について（各国、性別・年代別）

(3) 政府が国益を損なうという理由でメディアに圧力かけるのは当然だと思う



【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

※「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

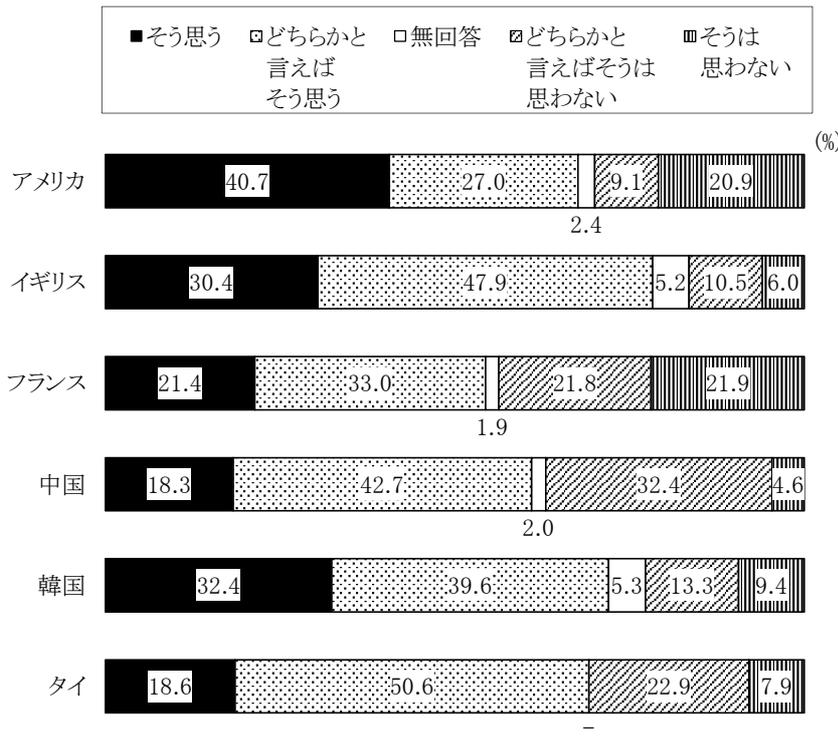


(4) メディアは報道の自由を振りかざしていると思う

「メディアは報道の自由を振りかざしていると思うか」については、「そう思う」がイギリス・韓国で70%台。アメリカ・フランス・中国・タイで50%を超えた。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「そう思う」が50.0%であった。

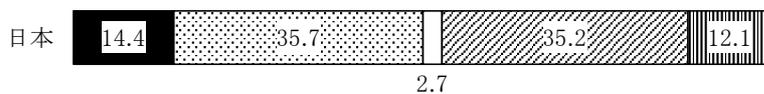
図表11 報道の自由について

(4) メディアは報道の自由を振りかざしていると思う



そう思う (計)		そうは 思わない (計)	
今回	前回	今回	前回
67.7	66.2	29.9	32.4
78.3	77.1	16.6	13.1
54.3	57.7	43.8	40.2
61.0	63.5	37.0	34.4
72.1	70.1	22.7	27.0
69.2	60.0	30.8	40.0

【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

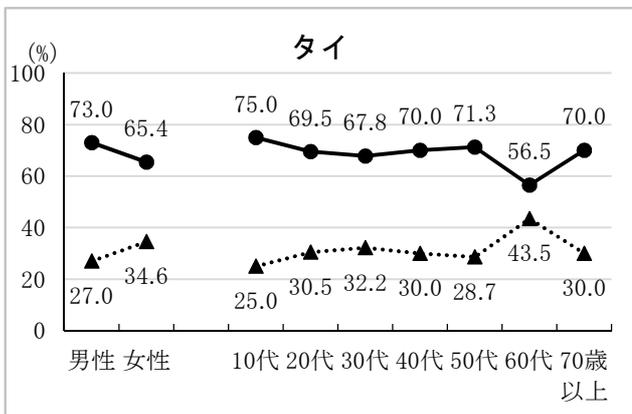
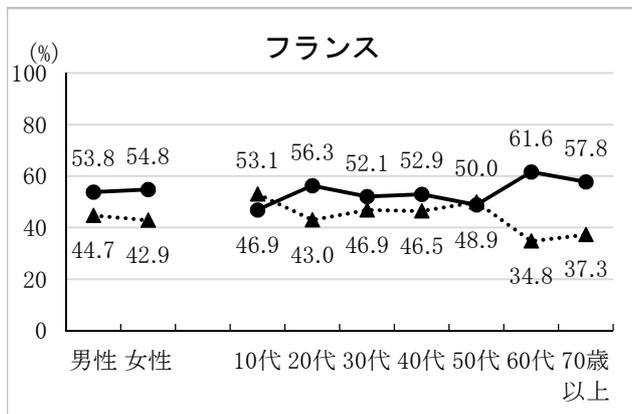
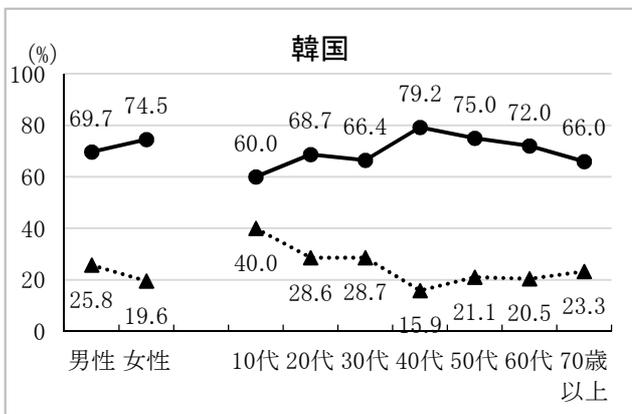
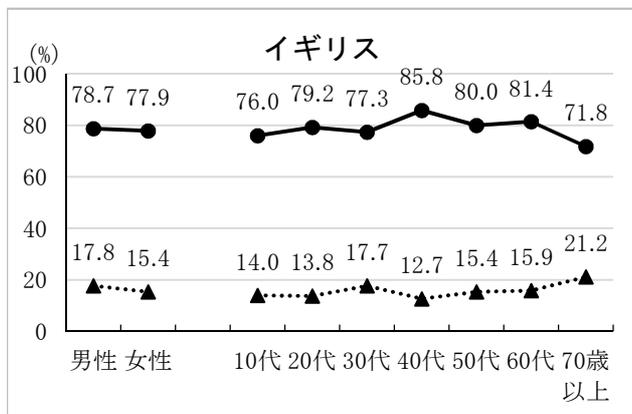
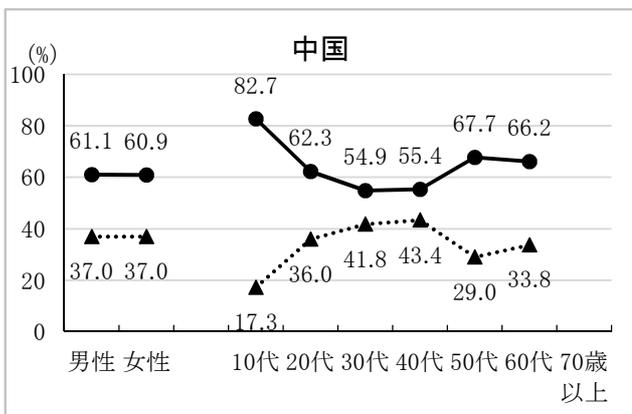
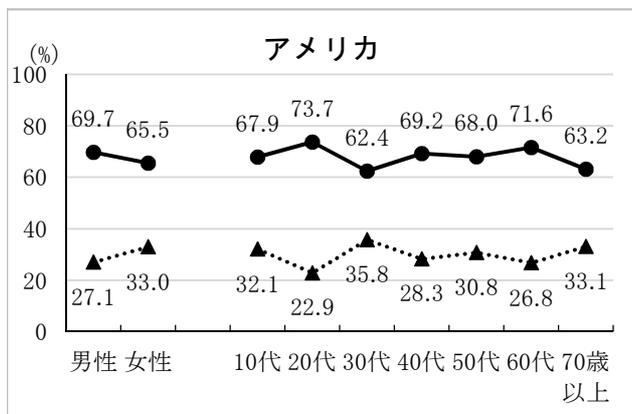


50.0	50.5	47.2	46.2
------	------	------	------

注:「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

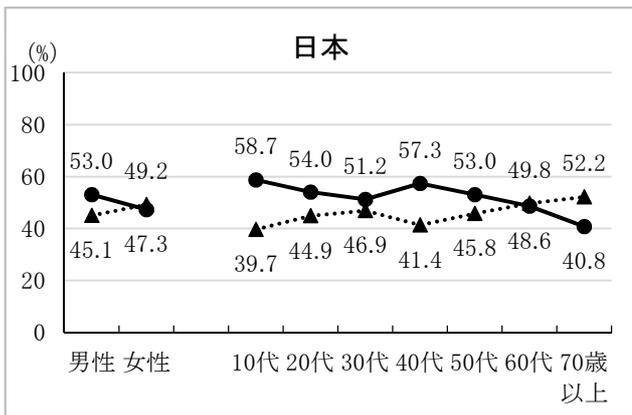
図表12 報道の自由について（各国、性別・年代別）
 (4)メディアは報道の自由を振りかざしていると思う

●— そう思う(計)
 ▲····· そうは思わない(計)



【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

※「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

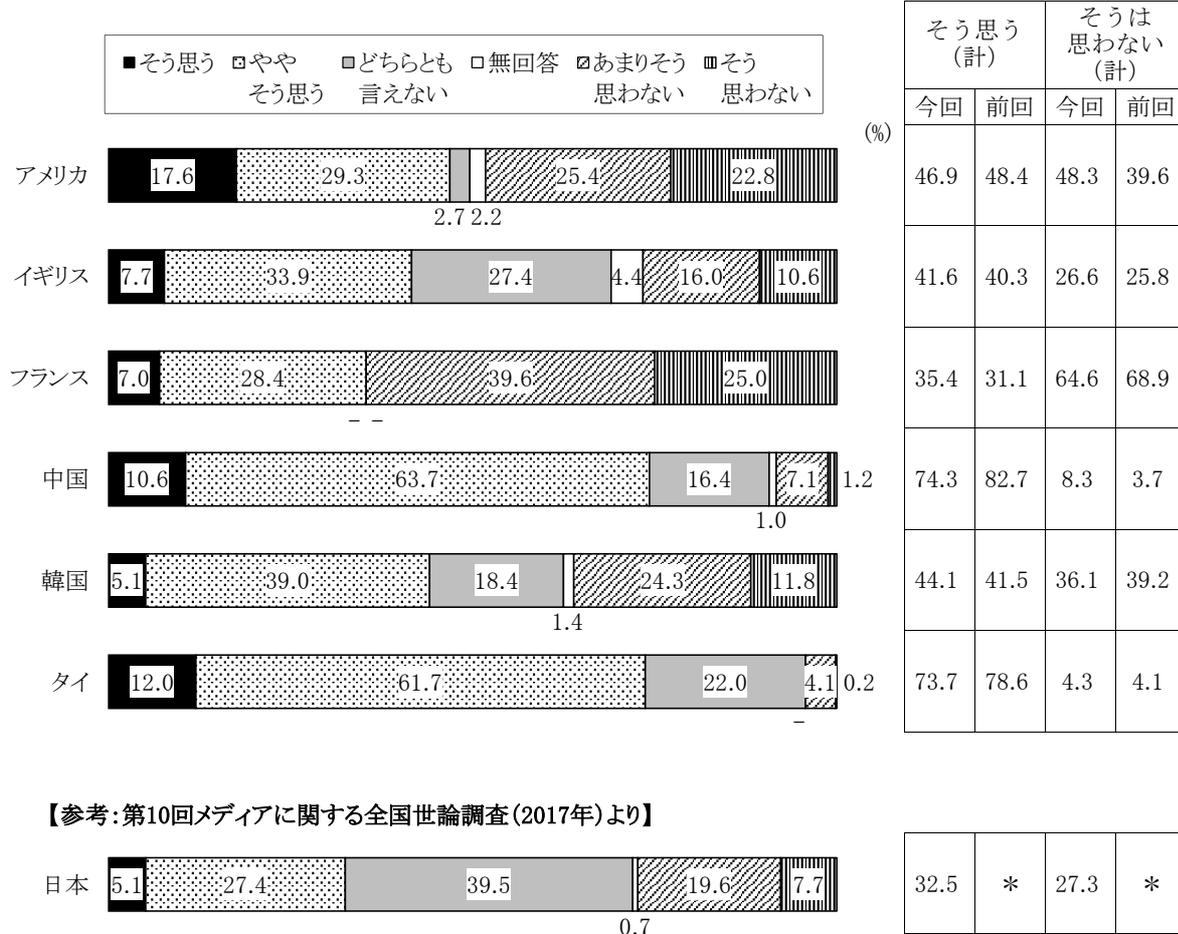


4. 世論調査について（問15）

テレビ・新聞などのマスメディアで報道される世論調査の結果は、人々の意見を正しく反映していると思うか、尋ねたところ、「そう思う」が中国・タイで70%台であったが、アメリカ・イギリス・フランス・韓国で50%を下回った。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「そう思う」が32.5%であった。

フランスでは世論調査が人々の意見を正しく反映していると思わない人が60%強。

図表13 世論調査について

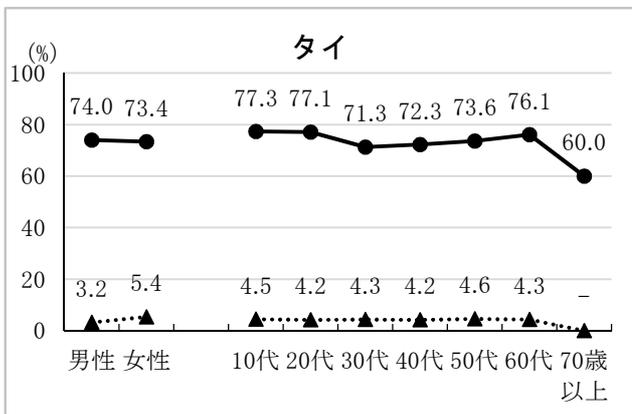
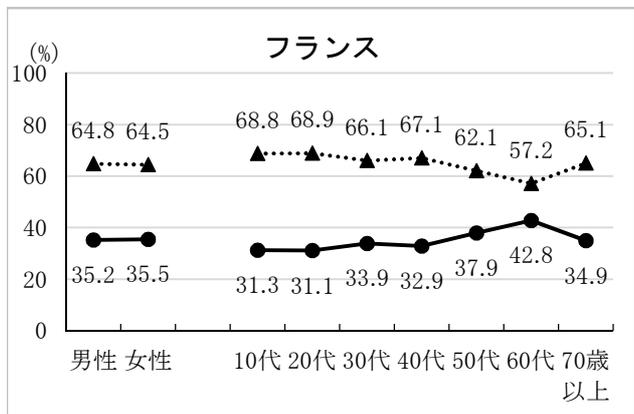
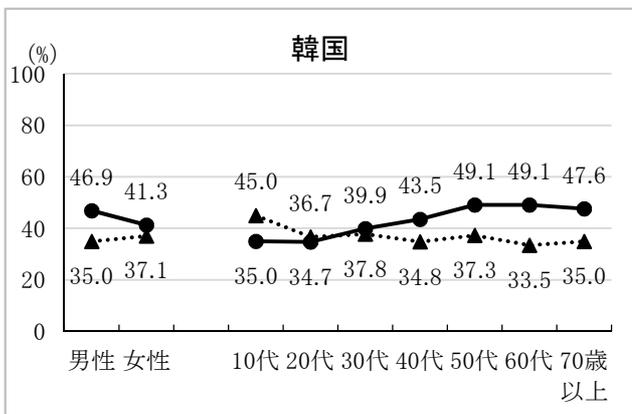
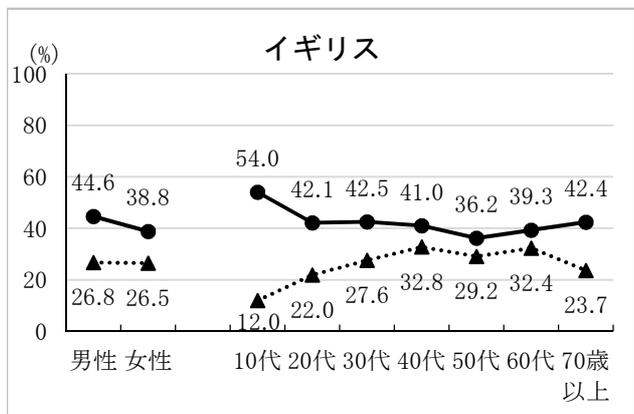
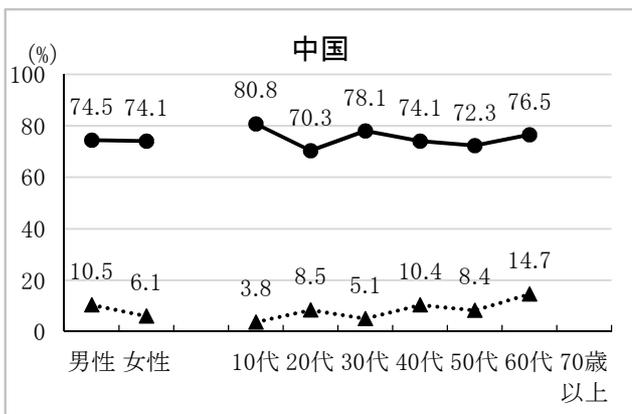
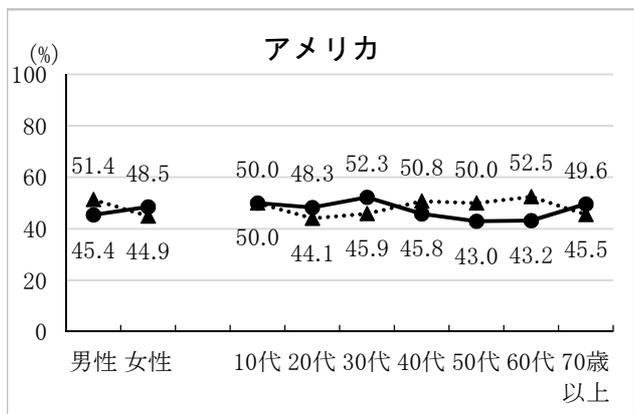


【参考：第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

注：「第10回メディアに関する全国世論調査（2017年）」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人（有効回収率63.4%）から回答を得た。

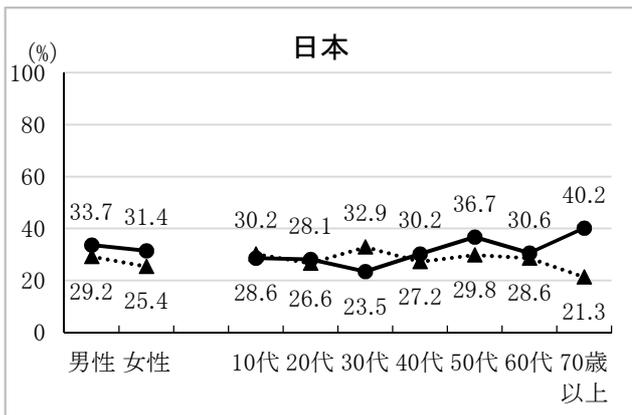
図表14 世論調査について（各国、性別・年代別）

●— 人々の意見を正しく反映していると思う
 ▲… 人々の意見を正しく反映していると思わない



【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

※「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。



5. ニュース視聴の利用媒体について（問9）

ニュース視聴の利用媒体は、アメリカ・イギリス・フランス・韓国・タイはテレビが1位、中国はインターネットのニュースサイトが1位（複数回答）。

2位にはアメリカ・イギリス・フランス・韓国はインターネットのニュースサイト、中国はテレビ、タイはSNS (facebook、twitter など)。

図表15 ニュース視聴の利用媒体について（複数回答）

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
アメリカ	テレビ 72.9(59.1)	インターネットのニュースサイト 50.0(41.3)	ラジオ 35.5(22.0)	新聞 31.8(25.8)	SNS (facebook、twitterなど) 30.8(20.9)	雑誌 18.9(11.1)
イギリス	テレビ 70.3(70.9)	インターネットのニュースサイト 37.3(37.6)	新聞 33.7(32.3)	ラジオ 25.1(26.9)	SNS (facebook、twitterなど) 18.2(18.2)	雑誌 3.4(4.3)
フランス	テレビ 83.3(86.2)	インターネットのニュースサイト 65.4(67.1)	ラジオ 64.3(67.0)	新聞 51.2(60.3)	SNS (facebook、twitterなど) 42.0(36.7)	雑誌 41.9(43.8)
中国	インターネットのニュースサイト 80.5(85.4)	テレビ 71.9(73.2)	SNS (facebook、twitterなど) 66.2(66.6)	新聞 30.0(38.3)	ラジオ 17.9(16.8)	雑誌 13.4(17.1)
韓国	テレビ 77.5(77.8)	インターネットのニュースサイト 63.3(66.8)	新聞 27.3(34.8)	SNS (facebook、twitterなど) 20.0(23.2)	ラジオ 10.4(14.7)	雑誌 6.2(7.5)
タイ	テレビ 90.8(92.0)	SNS (facebook、twitterなど) 63.1(63.0)	インターネットのニュースサイト 33.1(42.9)	新聞 26.6(45.1)	ラジオ 5.1(9.7)	雑誌 2.1(1.6)

図表16 ニュース視聴の利用媒体について（各国、性別・年代別）

アメリカ

(%)

	新聞	テレビ	ラジオ	ネット ニュース	SNS	雑誌
男性	28.9	67.3	37.6	53.8	28.5	17.7
女性	34.9	78.9	33.2	46.0	33.2	20.2
10代	14.3	46.4	28.6	60.7	60.7	7.1
20代	23.7	44.9	33.9	70.3	48.3	13.6
30代	14.7	56.9	38.5	69.7	43.1	12.8
40代	17.5	72.5	30.8	60.8	38.3	20.0
50代	34.9	76.2	39.0	50.0	28.5	13.4
60代	32.8	83.6	39.3	45.9	22.4	24.0
70歳 以上	49.6	86.8	32.6	27.7	17.4	25.2

中国

(%)

	新聞	テレビ	ラジオ	ネット ニュース	SNS	雑誌
男性	31.8	70.9	15.6	82.6	67.8	13.4
女性	28.1	72.9	20.2	78.3	64.6	13.4
10代	7.7	48.1	19.2	94.2	32.7	9.6
20代	26.3	64.0	14.0	91.5	81.4	12.7
30代	24.1	77.2	15.2	89.5	75.5	14.3
40代	34.7	79.3	20.3	72.9	59.0	9.2
50代	40.0	70.3	23.2	63.9	52.3	21.3
60代	41.2	75.0	19.1	66.2	64.7	13.2
70歳 以上						

イギリス

(%)

	新聞	テレビ	ラジオ	ネット ニュース	SNS	雑誌
男性	35.7	71.0	25.8	40.8	15.8	4.1
女性	31.9	69.7	24.5	34.1	20.3	2.7
10代	22.0	52.0	6.0	52.0	34.0	2.0
20代	17.6	44.7	19.5	54.7	40.9	1.3
30代	23.8	50.8	21.5	54.1	30.4	2.8
40代	35.1	76.9	27.6	55.2	20.9	7.5
50代	29.2	78.5	35.4	33.8	10.0	6.2
60代	42.8	89.0	26.2	26.9	4.8	4.1
70歳 以上	50.2	86.1	27.8	8.6	2.0	1.2

韓国

(%)

	新聞	テレビ	ラジオ	ネット ニュース	SNS	雑誌
男性	30.9	75.4	10.8	66.3	19.1	6.5
女性	23.6	79.6	10.0	60.3	21.0	6.0
10代	10.0	45.0	-	90.0	45.0	-
20代	21.8	62.6	6.8	76.9	41.5	6.8
30代	25.9	70.6	12.6	82.5	25.9	7.7
40代	21.3	77.8	12.6	82.1	17.4	6.8
50代	31.6	78.9	10.5	64.0	14.9	4.8
60代	35.4	88.2	13.0	36.6	13.0	7.5
70歳 以上	30.1	94.2	5.8	14.6	3.9	4.9

フランス

(%)

	新聞	テレビ	ラジオ	ネット ニュース	SNS	雑誌
男性	52.4	79.1	64.0	67.9	40.0	40.6
女性	50.2	87.2	64.5	63.2	43.9	43.1
10代	37.5	81.3	59.4	81.3	90.6	18.8
20代	46.7	64.4	51.9	78.5	77.8	28.9
30代	38.0	82.3	64.6	77.1	61.5	32.3
40代	47.6	81.8	71.8	77.6	38.2	41.2
50代	55.7	87.4	62.1	66.7	30.5	51.7
60代	64.5	89.1	68.1	57.2	24.6	55.8
70歳 以上	60.8	92.8	66.3	31.3	11.4	47.0

タイ

(%)

	新聞	テレビ	ラジオ	ネット ニュース	SNS	雑誌
男性	27.2	90.4	5.0	34.0	64.8	1.6
女性	26.0	91.2	5.2	32.2	61.4	2.6
10代	9.1	86.4	2.3	56.8	88.6	-
20代	19.9	82.2	0.8	45.8	88.1	1.7
30代	23.0	89.1	3.9	40.9	77.8	3.5
40代	31.2	95.0	6.2	27.7	55.0	2.7
50代	37.4	97.7	9.2	16.7	31.6	1.1
60代	28.3	95.7	13.0	6.5	13.0	-
70歳 以上	30.0	100.0	10.0	-	10.0	-

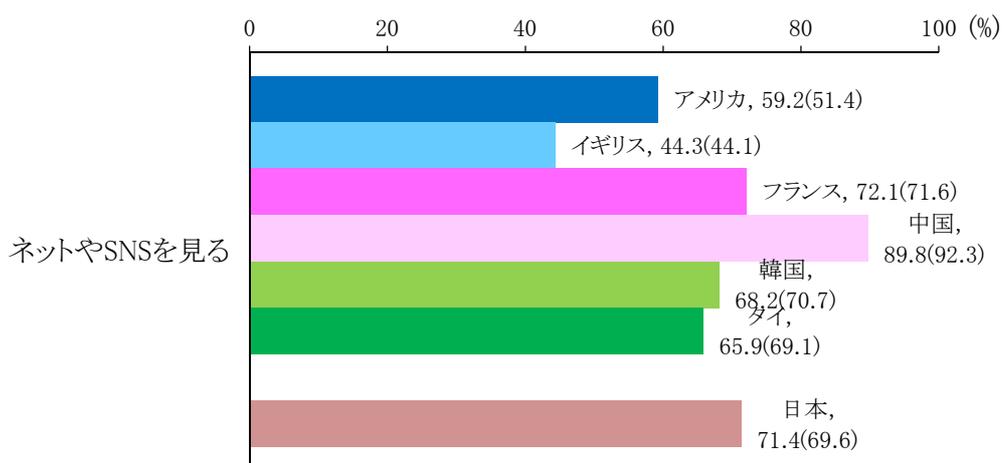
注：黒塗り、白字の数字は最も割合の高い項目、グレー網掛け数字は2番目に割合の高い項目

6. インターネットニュースやSNSを見る時に使う機器（問10）

ネットニュースやSNSを見るのは、中国が90%、アメリカ・フランス・韓国・タイは約60%以上。イギリスは50%を下回った。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、71.4%がネットニュースを閲覧すると答えた。

ネットニュースやSNSを見るのに使用する機器は、フランスのみ「パソコン」が1位、他の5か国は「スマートフォン・携帯電話」が1位（複数回答）。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「スマートフォン・携帯電話」が1位。

図表17 ネットニュースやSNSを見る割合と使用機器（複数回答）



	1位			2位			3位		
アメリカ	スマートフォン・携帯電話	45.6	パソコン	37.2	タブレット	22.7			
イギリス	スマートフォン・携帯電話	35.4	パソコン	21.4	タブレット	13.8			
フランス	パソコン	55.2	スマートフォン・携帯電話	52.0	タブレット	28.1			
中国	スマートフォン・携帯電話	85.4	パソコン	65.3	タブレット	34.3			
韓国	スマートフォン・携帯電話	60.3	パソコン	33.1	タブレット	10.1			
タイ	スマートフォン・携帯電話	64.9	パソコン	12.4	タブレット	5.6			
日本	スマートフォン・携帯電話	57.3	パソコン	28.8	タブレット	9.6			

注：図表中の日本については第10回メディアに関する全国世論調査（2017年）より参考として表記

「第10回メディアに関する全国世論調査（2017年）」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人（有効回収率63.4%）から回答を得た。当該調査では「あなたは、パソコンやスマートフォン・携帯電話などを利用してインターネットのニュースをどの程度、見えていますか。」という質問に「見ている」と回答した人に対して「あなたは、インターネットのニュースを見る時に、何を使いますか。」と質問した。

図表18 ネットニュースやSNSを見る割合と使用機器（各国、性別・年代別）

アメリカ

(%)

	ネットやSNSを見る	パソコン	スマートフォン・携帯電話	タブレット	ネットやSNSを見ない
男性	62.7	40.2	49.6	22.5	36.1
女性	55.3	34.0	41.3	23.0	43.0
10代	89.3	39.3	82.1	10.7	10.7
20代	83.1	55.1	75.4	18.6	15.3
30代	83.5	43.1	74.3	25.7	15.6
40代	73.3	39.2	61.7	33.3	25.8
50代	57.0	37.2	40.7	23.8	41.3
60代	54.1	36.1	35.0	25.7	44.8
70歳以上	31.4	25.6	17.4	16.5	66.5

中国

(%)

	ネットやSNSを見る	パソコン	スマートフォン・携帯電話	タブレット	ネットやSNSを見ない
男性	90.7	67.0	85.2	32.6	9.3
女性	88.9	63.6	85.6	36.0	10.7
10代	100.0	94.2	98.1	90.4	-
20代	98.3	71.6	94.1	38.6	1.7
30代	97.0	76.4	93.7	35.4	3.0
40代	83.7	54.6	78.9	25.5	15.9
50代	76.8	48.4	69.7	20.6	23.2
60代	79.4	60.3	76.5	36.8	19.1
70歳以上					

イギリス

(%)

	ネットやSNSを見る	パソコン	スマートフォン・携帯電話	タブレット	ネットやSNSを見ない
男性	44.6	25.2	33.5	12.4	52.3
女性	43.9	18.0	37.2	15.1	51.9
10代	68.0	30.0	66.0	8.0	26.0
20代	75.5	34.0	69.2	17.6	21.4
30代	65.2	28.2	58.6	22.1	27.6
40代	59.0	27.6	47.8	23.9	39.6
50代	37.7	20.0	22.3	14.6	58.5
60代	27.6	15.9	15.2	7.6	69.7
70歳以上	9.0	6.9	2.4	4.1	88.6

韓国

(%)

	ネットやSNSを見る	パソコン	スマートフォン・携帯電話	タブレット	ネットやSNSを見ない
男性	70.7	40.7	61.2	11.2	28.5
女性	65.7	25.3	59.3	9.0	34.1
10代	95.0	30.0	90.0	10.0	5.0
20代	87.8	44.9	83.7	10.9	12.2
30代	84.6	37.8	81.8	18.9	14.7
40代	85.0	45.9	74.9	14.5	15.0
50代	70.2	31.1	57.9	8.3	28.5
60代	40.4	23.0	30.4	5.0	59.0
70歳以上	17.5	4.9	13.6	-	82.5

フランス

(%)

	ネットやSNSを見る	パソコン	スマートフォン・携帯電話	タブレット	ネットやSNSを見ない
男性	74.3	58.4	53.2	27.3	24.6
女性	70.0	52.3	51.0	28.8	29.8
10代	96.9	71.9	90.6	18.8	3.1
20代	91.1	57.0	85.9	22.2	8.9
30代	89.1	62.5	76.0	40.1	10.4
40代	82.9	67.1	62.4	44.7	15.9
50代	68.4	54.6	42.0	25.9	31.6
60代	60.9	58.7	24.6	16.7	38.4
70歳以上	34.3	27.7	12.0	15.7	64.5

タイ

(%)

	ネットやSNSを見る	パソコン	スマートフォン・携帯電話	タブレット	ネットやSNSを見ない
男性	68.2	14.4	67.8	5.2	31.8
女性	63.6	10.4	62.0	6.0	36.4
10代	95.5	29.5	93.2	6.8	4.5
20代	91.1	21.2	90.7	6.8	8.9
30代	80.4	13.0	80.4	7.0	19.6
40代	57.3	7.3	56.9	3.5	42.7
50代	34.5	5.7	31.0	5.7	65.5
60代	15.2	2.2	13.0	2.2	84.8
70歳以上	10.0	10.0	10.0	10.0	90.0

【参考：第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

※「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。当該調査では「あなたは、パソコンやスマートフォン・携帯電話などを利用してインターネットのニュースをどの程度、見ていますか。」という質問に「見ている」と回答した人に対して「あなたは、インターネットのニュースを見る時に、何を使いますか。」と質問した。

日本

(%)

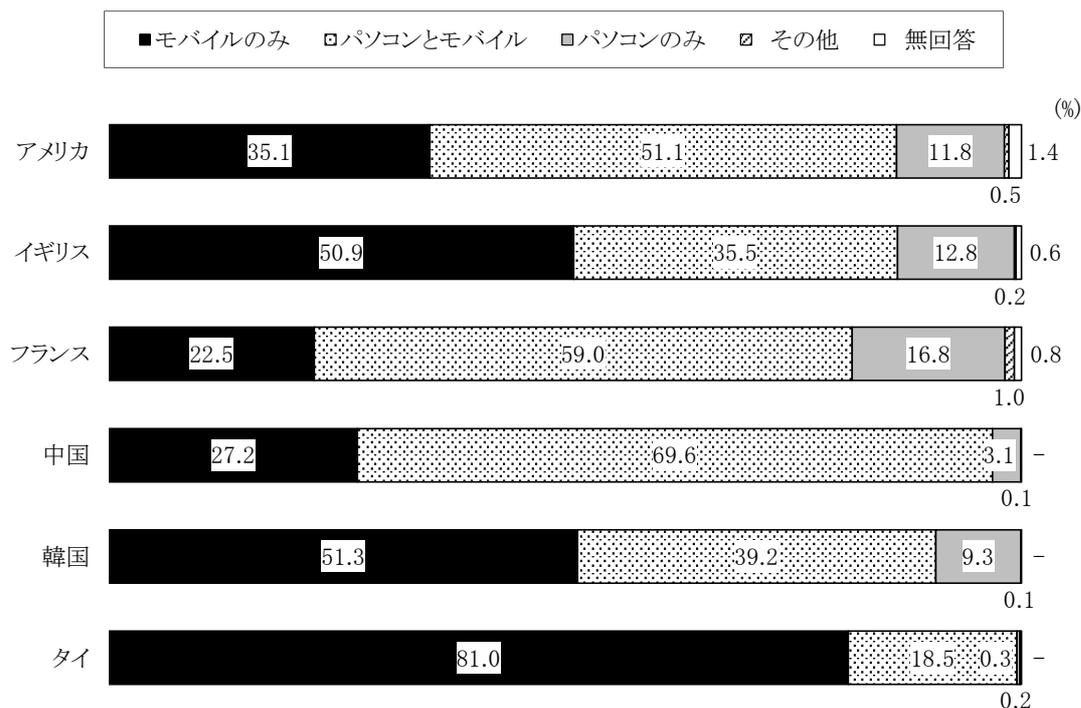
	ネットニュースを見る	パソコン	スマートフォン・携帯電話	タブレット	ネットニュースを見ない
男性	73.9	38.9	55.3	10.4	25.6
女性	69.0	19.5	59.2	8.8	30.6
10代	100.0	17.5	96.8	6.3	-
20代	95.3	23.7	92.0	6.6	4.7
30代	96.0	27.3	91.5	10.0	3.8
40代	93.5	33.5	80.1	13.9	6.2
50代	87.3	42.7	68.8	12.7	12.7
60代	61.6	34.6	36.8	12.1	37.8
70歳以上	26.2	14.9	13.0	3.1	72.8

注：黒塗り、白字の数字は使用機器のうち最も割合の高い項目、グレー網掛け数字は2番目に割合の高い項目

ネットニュースやSNSを見る使用機器（再分類）（問10）

ネットニュースやSNSを見るの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」「その他」に再分類すると、「モバイルのみ」はタイで81.0%と最も多く、イギリス・韓国で50%強となった。「パソコンとモバイル」は中国で69.6%と最も多く、アメリカ・フランスで50%台となった。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「モバイルのみ」が最も多く59.2%であった。

図表19 ネットニュースやSNSを見る使用機器（再分類）

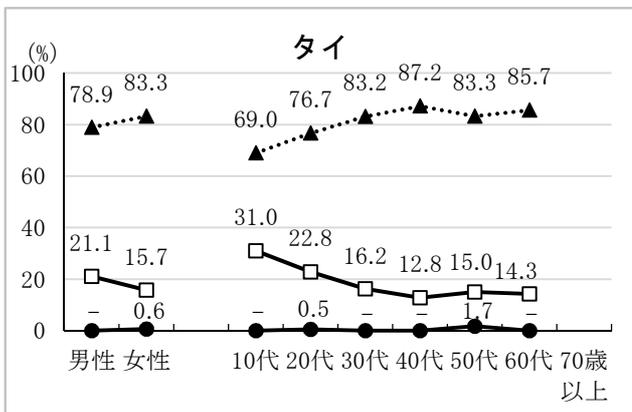
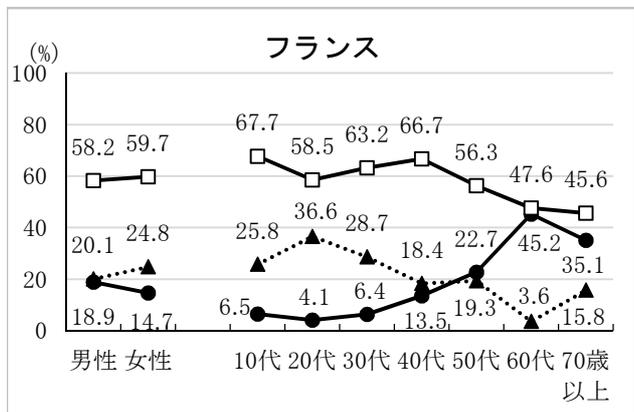
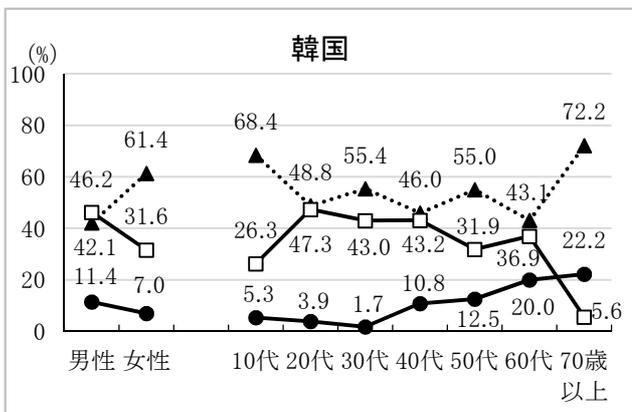
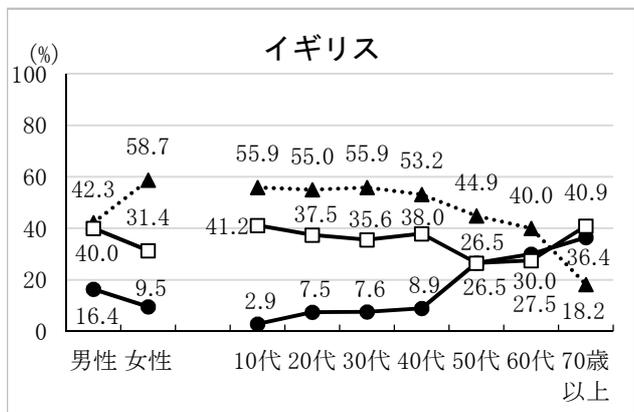
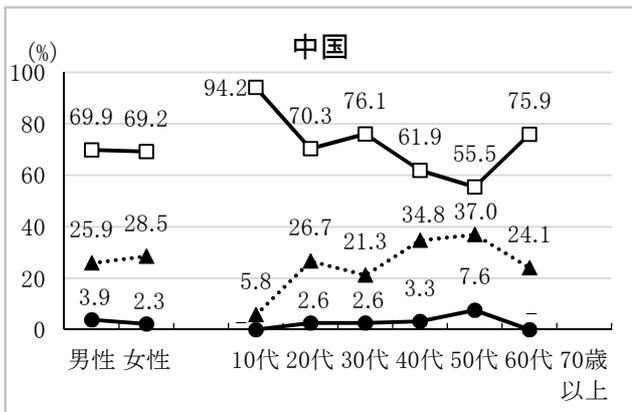
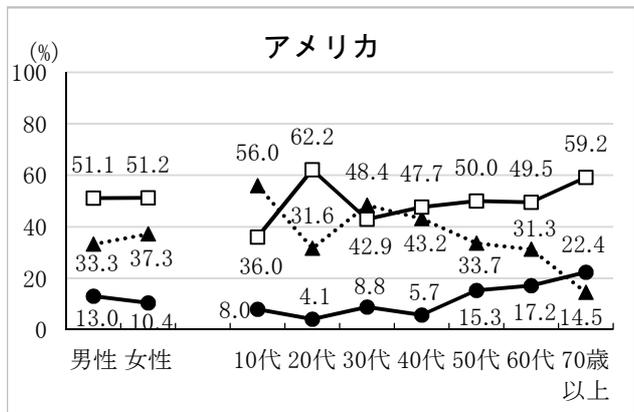
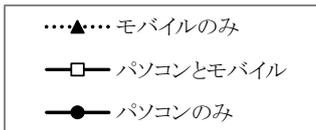


【参考：第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】



注：「第10回メディアに関する全国世論調査（2017年）」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人（有効回収率63.4%）から回答を得た。当該調査では「あなたは、パソコンやスマートフォン・携帯電話などを利用してインターネットのニュースをどの程度、見ていますか。」という質問に「見ている」と回答した人に対して「あなたは、インターネットのニュースを見る時に、何を使いますか。」と質問した。

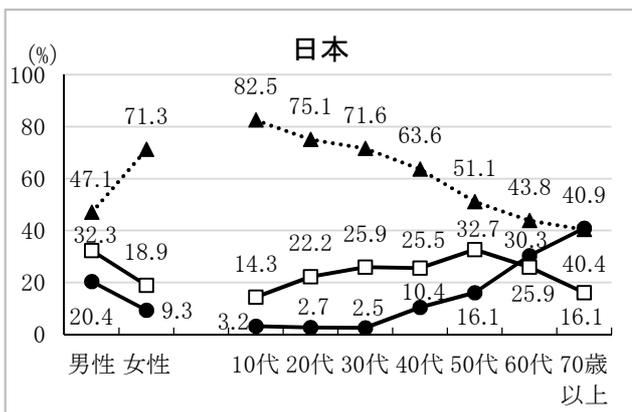
図表20 ネットニュースやSNSを見る使用機器（再分類）（各国、性別・年代別）



【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

※「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。当該調査では「あなたは、パソコンやスマートフォン・携帯電話などを利用してインターネットのニュースをどの程度、見ていますか。」という質問に「見ている」と回答した人に対して「あなたは、インターネットのニュースを見る時に、何を使いますか。」と質問した。

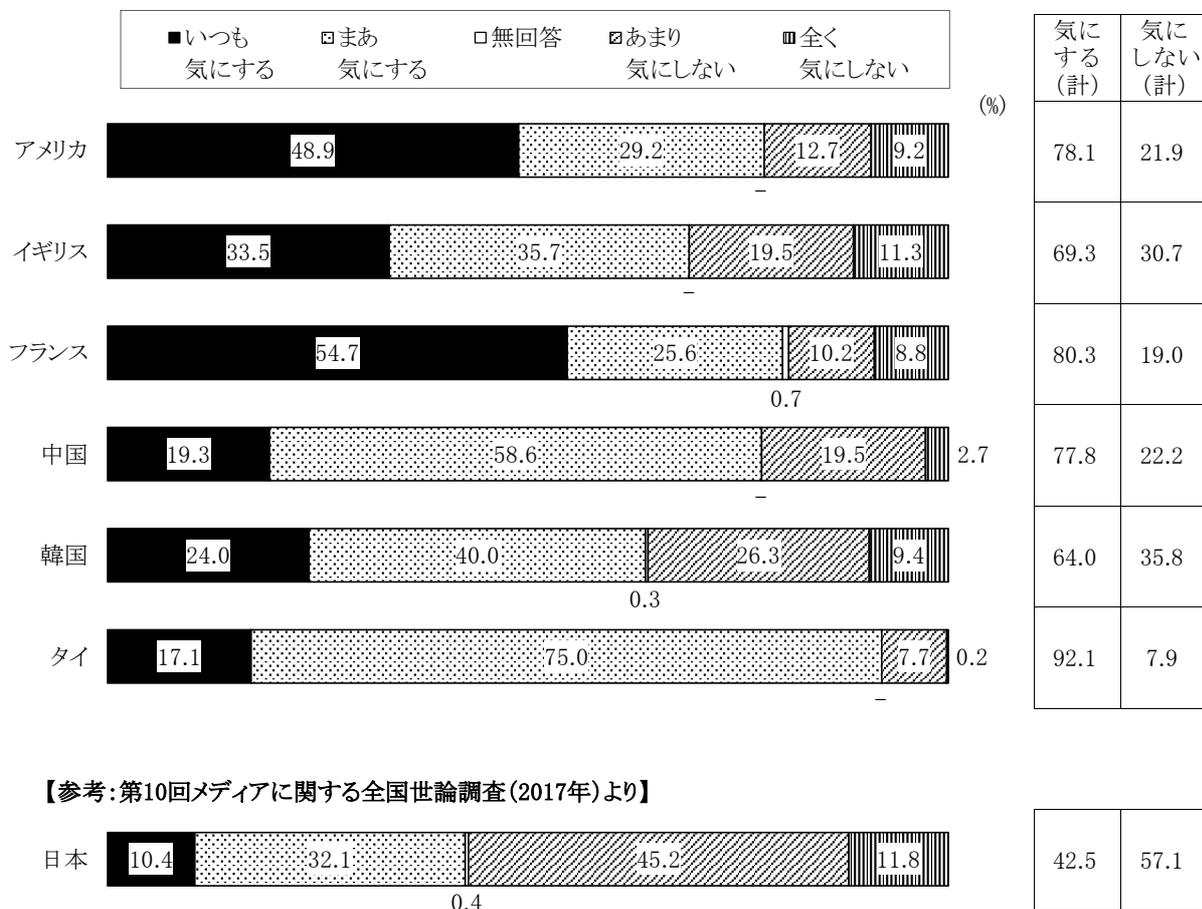
注:タイの70歳以上の該当者は1人だったので、図表中には示していない。



7. インターネットニュースの出所を気にするか（問11）

インターネットの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、6カ国すべてで「気にする」（「いつも気にする」と「まあ気にする」の合計）が60%以上となり、「気にしない」（「全く気にしない」と「あまり気にしない」の合計）を大きく上回った。「気にする」と答えた人は、タイが92.1%で最も多く、アメリカ・フランス・中国が80%前後、イギリス・韓国が60%台であった。そのうち、「いつも気にする」のはフランスが54.7%で最も多く、アメリカ48.9%、イギリス33.5%であった。韓国24.0%、中国19.3%、タイ17.1%は欧米諸国より少なかった。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「気にする」と答えた人が42.5%、そのうち「いつも気にする」のは10.4%であった。

図表21 インターネットニュースの出所を気にするか

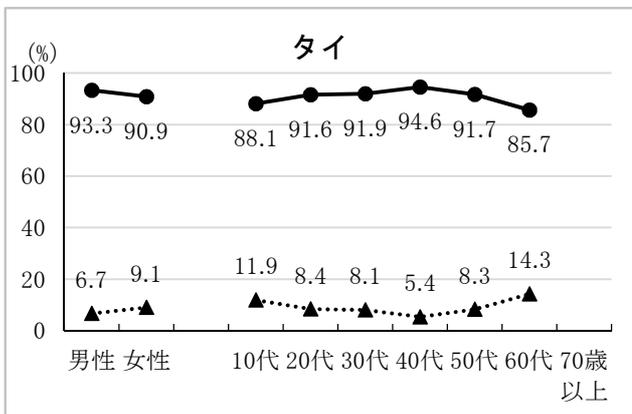
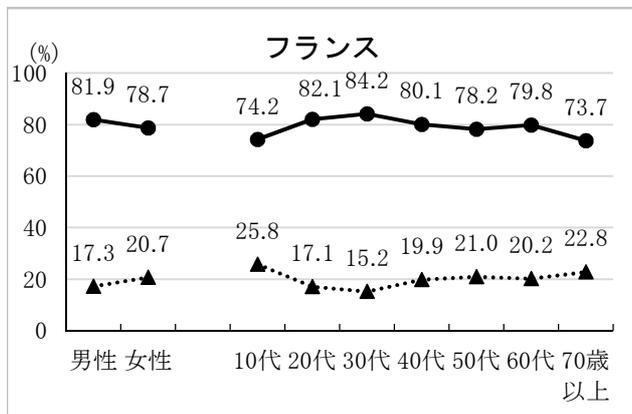
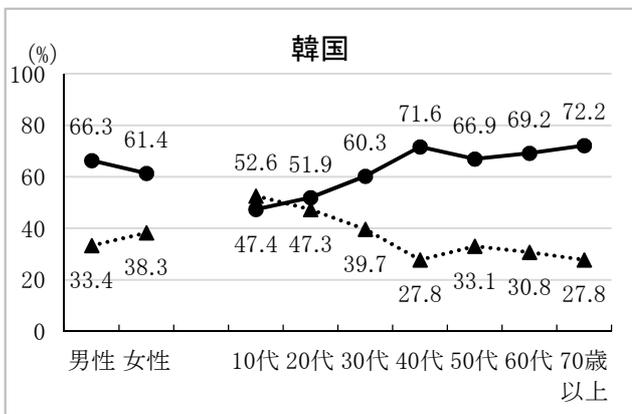
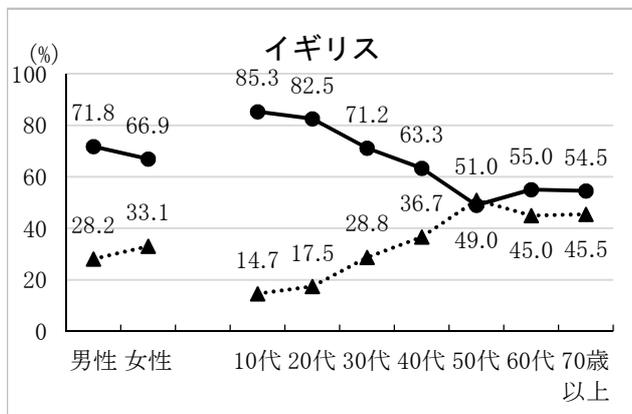
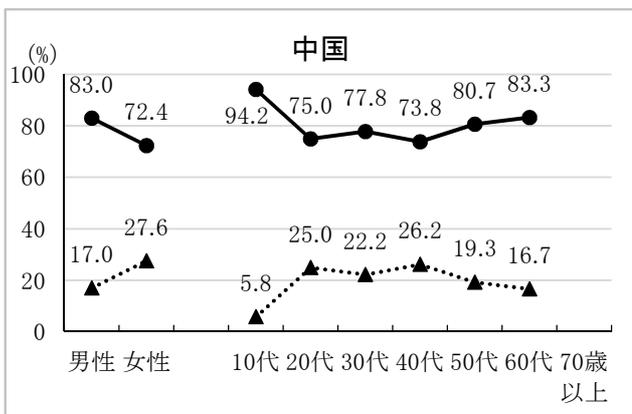
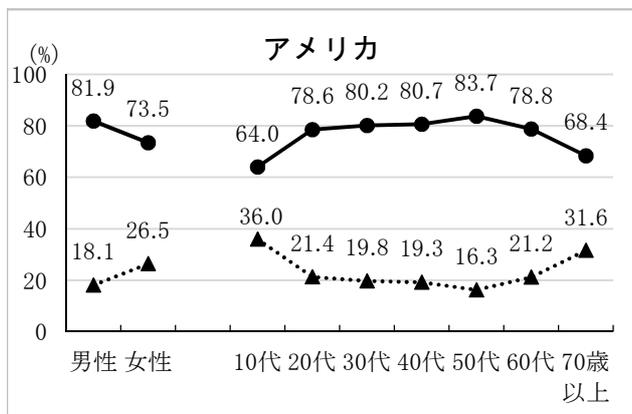


【参考：第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

注：「第10回メディアに関する全国世論調査（2017年）」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人（有効回収率63.4%）から回答を得た。

図表22 インターネットニュースの出所を気にするか（各国、性別・年代別）

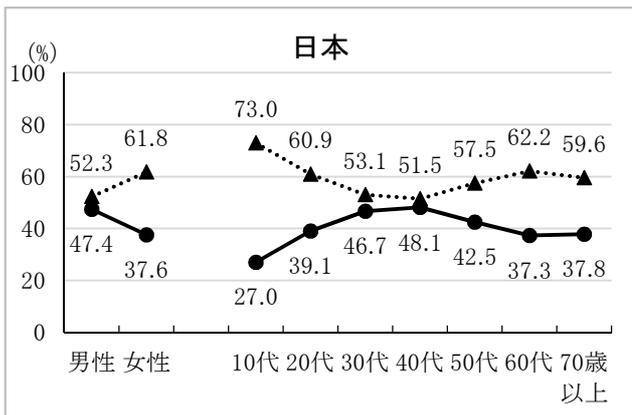
● 気にする(計)
 ▲ 気にしない(計)



【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

※「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

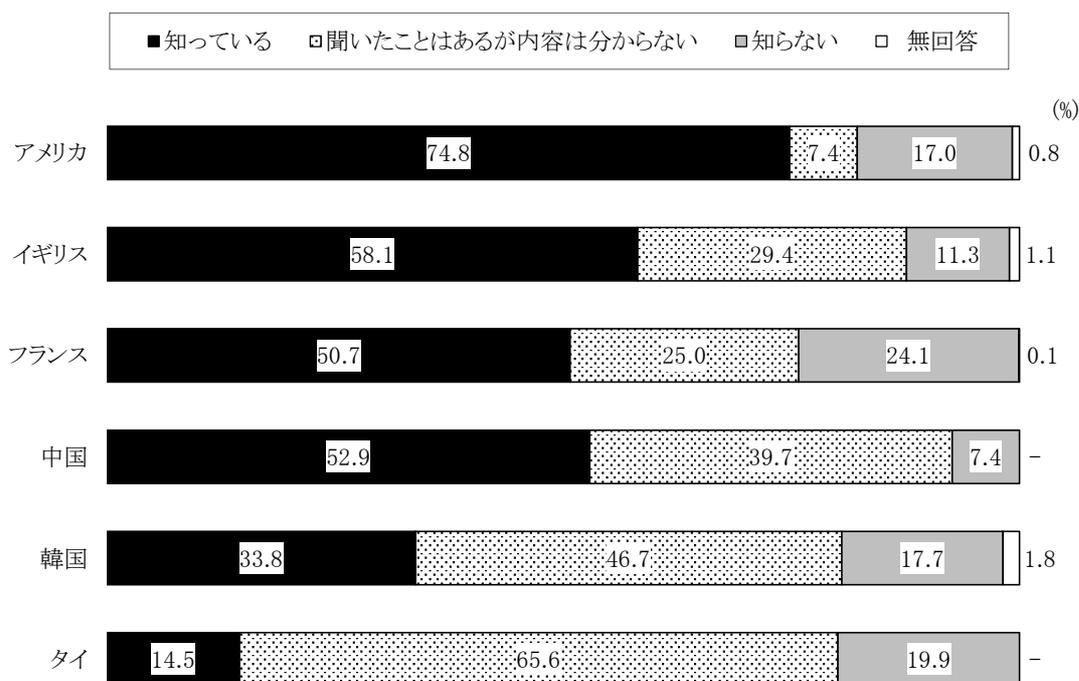
注:タイの70歳以上の該当者は1人だったので、図表中には示していない。



8. フェイクニュースという言葉を知っているか（問16）

フェイクニュースという言葉を知っている人は、アメリカで74.8%と最も多く、イギリス・フランス・中国で50%台、韓国で33.8%、タイで14.5%となった。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、フェイクニュースという言葉を知っている人が41.9%であった。

図表23 フェイクニュースという言葉を知っているか



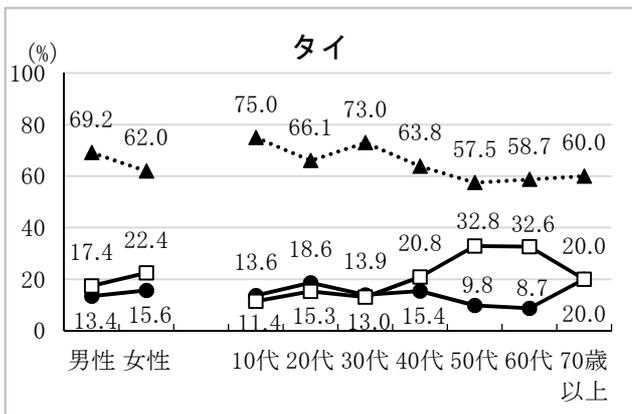
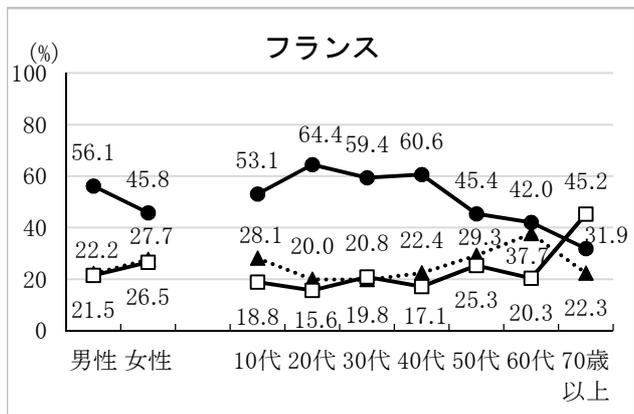
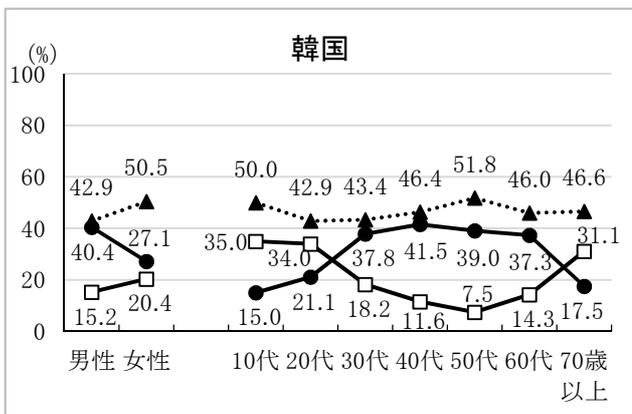
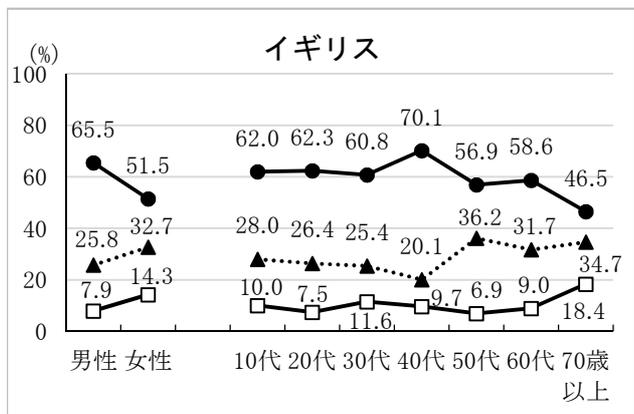
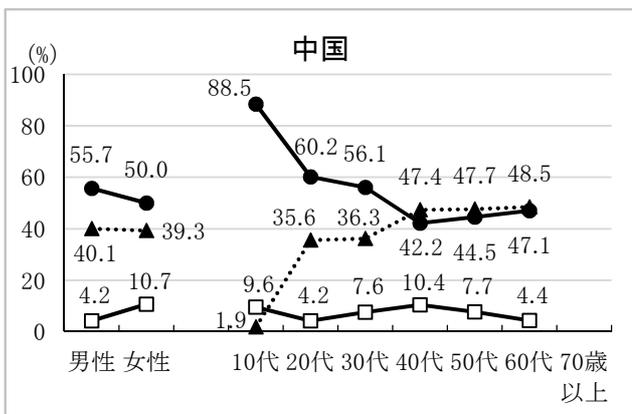
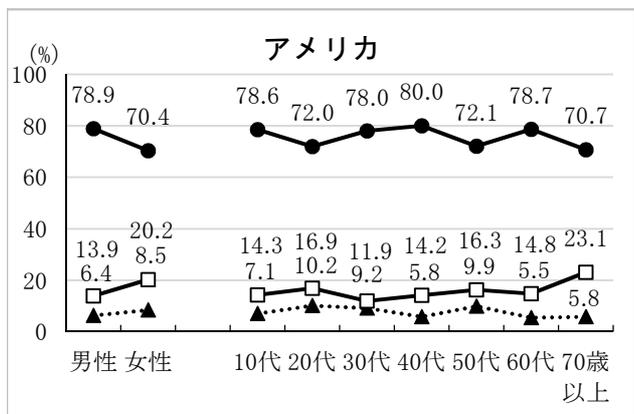
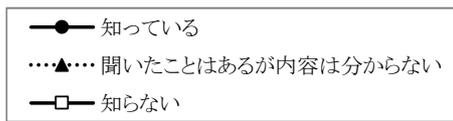
【参考：第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】



注1：アメリカは「よく知っている」「まあ知っている」「あまり知らない」「知らない」の選択肢で質問したので、「よく知っている」「まあ知っている」の回答を「知っている」、「あまり知らない」の回答を「聞いたことはあるが内容は分からない」、「知らない」の回答を「知らない」として集計した。

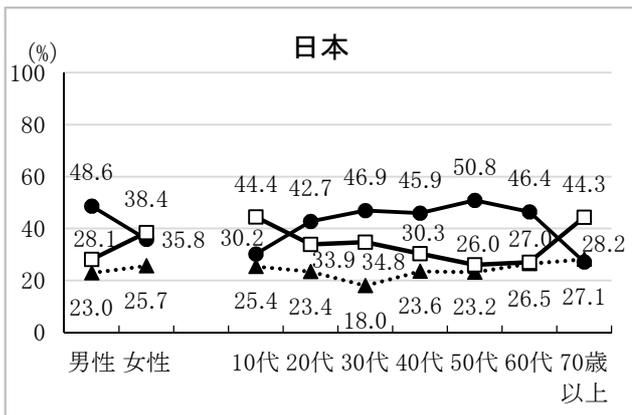
注2：「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

図表24 フェイクニュースという言葉を知っているか（各国、性別・年代別）



【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

※「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い、3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

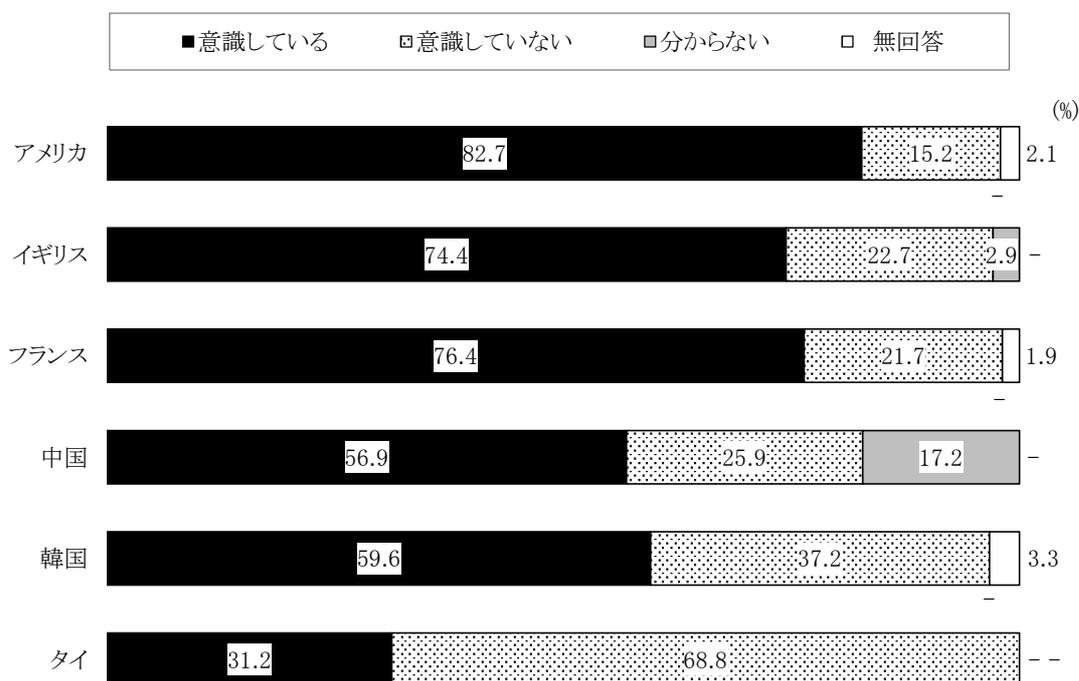


9. ニュースに接する時に、フェイクニュースを意識しているか（問17）

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」と答えた人がアメリカで82.7%と最も多く、イギリス・フランスで70%台、中国・韓国で50%台、タイで31.2%となった。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「意識している」と答えた人が41.4%であった。

図表25 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

フェイクニュースとは、虚偽の情報でつくられたニュースのこと。2016年の英国・EU離脱の是非を問う国民投票や米国・大統領選の投票では、多くのフェイクニュースが拡散され、投票行動に影響を与えたと言われています。



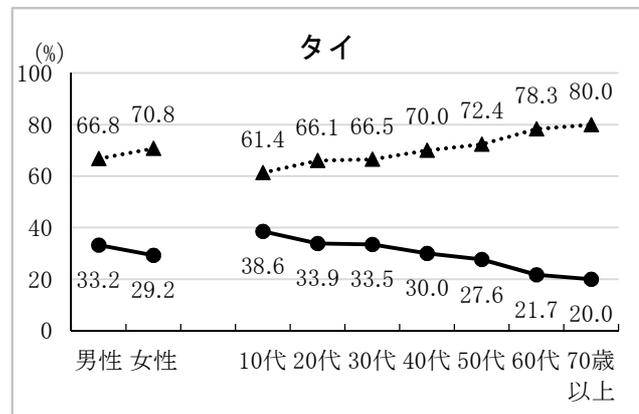
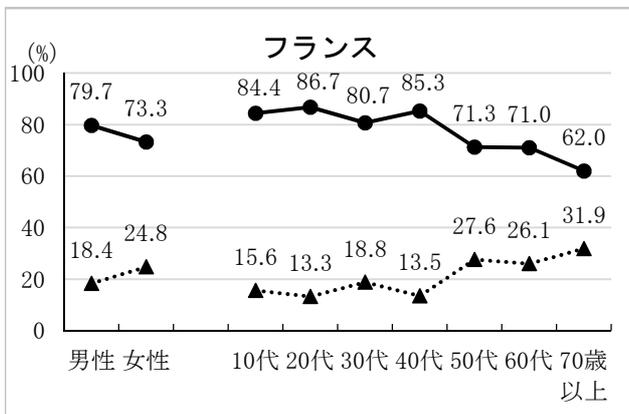
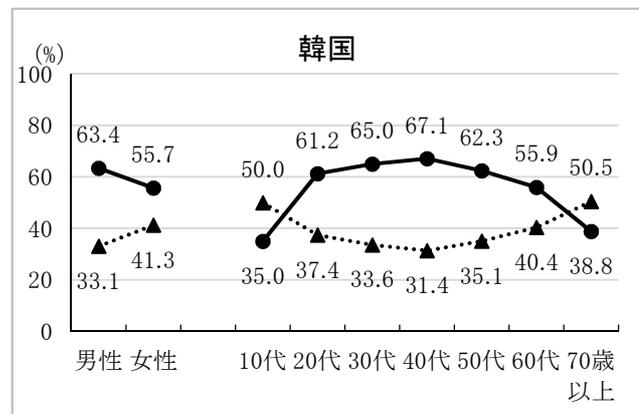
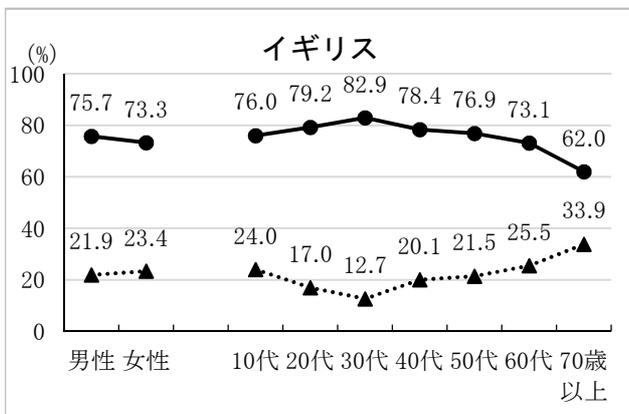
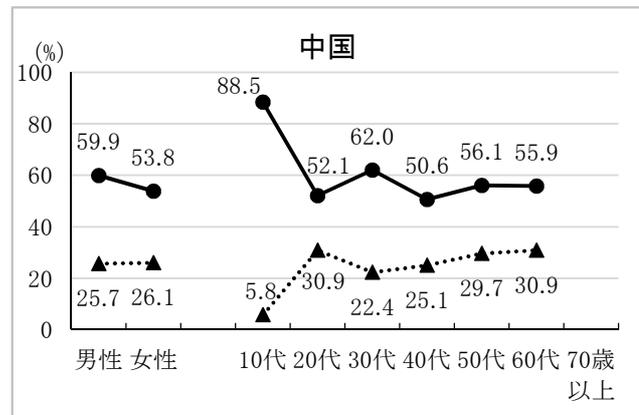
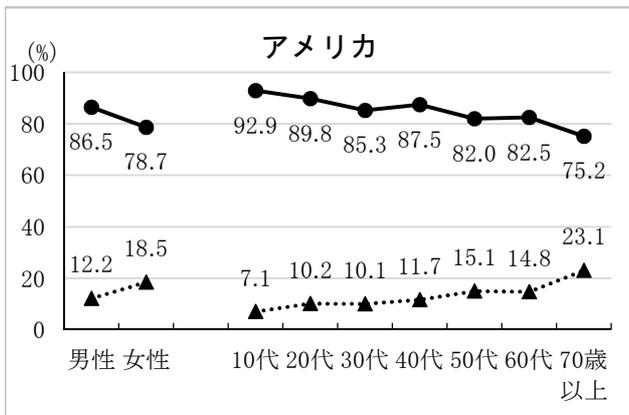
【参考：第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】



注：「第10回メディアに関する全国世論調査（2017年）」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人（有効回収率63.4%）から回答を得た。

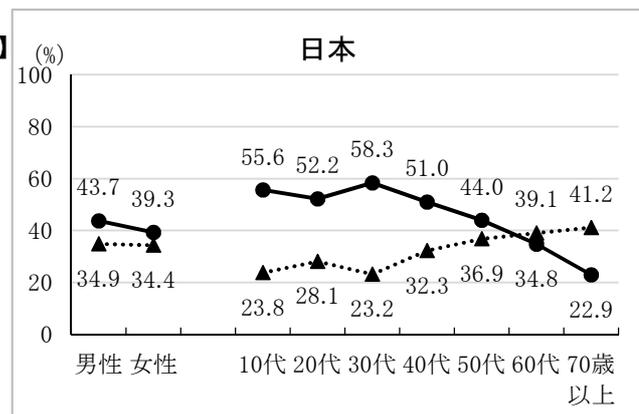
図表26 ニュースに接する時に、フェイクニュースを意識しているか（各国、性別・年代別）

● 意識している
 ▲ 意識していない



【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

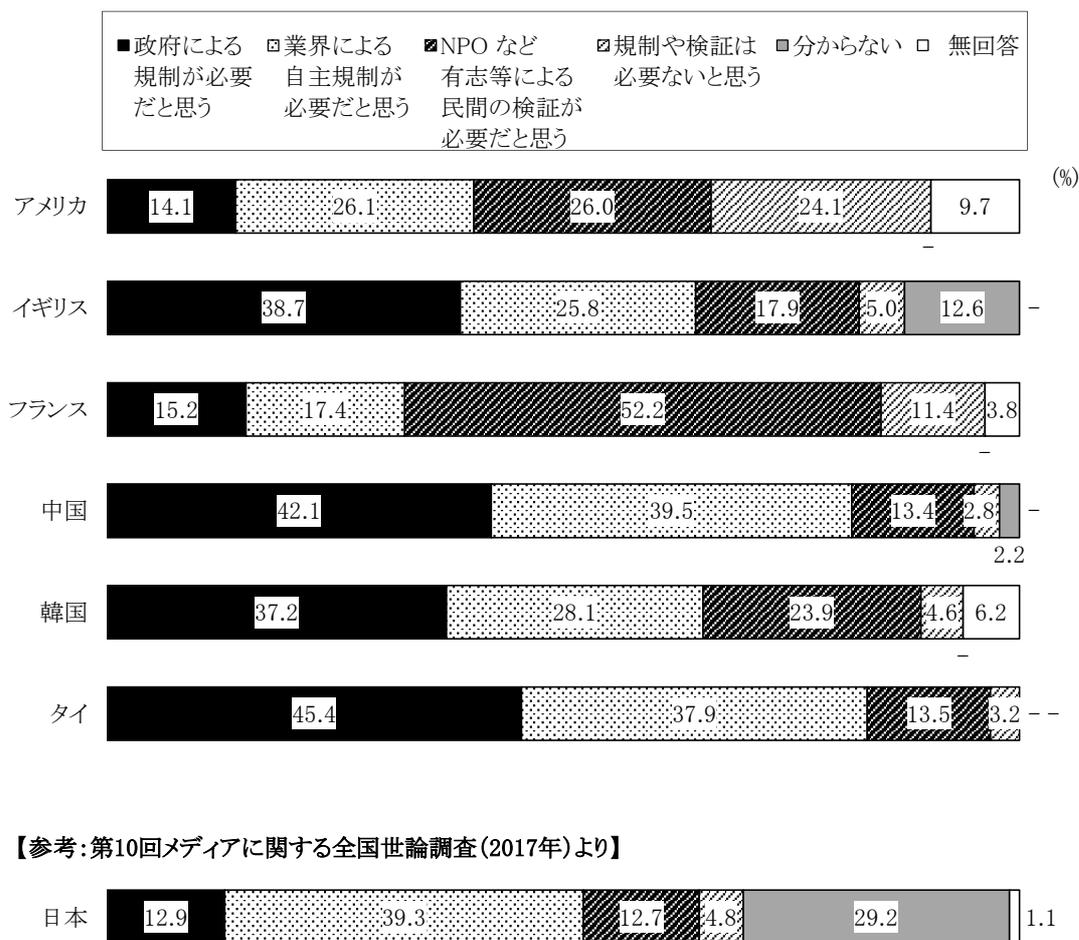
※「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。



10. フェイクニュース拡散を防ぐための規制（問18）

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、アメリカは「業界による自主規制が必要だと思う」26.1%、「NPOなど有志等による民間の検証が必要だと思う」26.0%、「規制や検証は必要ないと思う」24.1%の3つに意見が分かれた。イギリス、中国、韓国、タイでは「政府による規制が必要だと思う」と答えた人の割合が他の回答より多かった。フランスでは「NPOなど有志等による民間の検証が必要だと思う」が52.2%と最も多かった。昨年11月に新聞通信調査会が実施した「メディアに関する全国世論調査」では、「業界による自主規制が必要だと思う」と答えた人が39.3%で最も多かった。

図表27 フェイクニュース拡散を防ぐための規制



【参考:第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

注:「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

図表28 フェイクニュース拡散を防ぐための規制（各国、性別・年代別）

アメリカ

(%)

	政府による規制が必要	業界による自主規制が必要	NPOなど有志等による民間の検証が必要	規制や検証は必要ない
男性	11.2	25.9	28.3	25.5
女性	17.2	26.4	23.6	22.6
10代	17.9	7.1	32.1	32.1
20代	8.5	25.4	25.4	31.4
30代	13.8	22.0	32.1	20.2
40代	18.3	24.2	32.5	20.8
50代	12.2	29.1	26.2	23.8
60代	14.8	30.6	26.8	18.6
70歳以上	15.3	26.0	19.0	27.3

中国

(%)

	政府による規制が必要	業界による自主規制が必要	NPOなど有志等による民間の検証が必要	規制や検証は必要ない
男性	44.9	36.6	14.0	3.2
女性	39.3	42.5	12.8	2.4
10代	59.6	34.6	1.9	1.9
20代	44.5	40.3	11.4	1.3
30代	43.5	40.1	14.8	0.4
40代	36.3	40.2	15.9	4.8
50代	38.7	39.4	14.2	4.5
60代	44.1	36.8	13.2	5.9
70歳以上				

イギリス

(%)

	政府による規制が必要	業界による自主規制が必要	NPOなど有志等による民間の検証が必要	規制や検証は必要ない
男性	36.1	28.4	19.7	5.7
女性	41.0	23.4	16.3	4.4
10代	44.0	16.0	24.0	-
20代	37.7	25.8	17.6	6.9
30代	30.4	28.7	24.3	3.3
40代	47.0	18.7	20.9	4.5
50代	38.5	25.4	17.7	6.9
60代	38.6	28.3	17.9	3.4
70歳以上	40.0	28.2	10.6	6.1

韓国

(%)

	政府による規制が必要	業界による自主規制が必要	NPOなど有志等による民間の検証が必要	規制や検証は必要ない
男性	38.6	25.6	25.6	5.7
女性	35.7	30.7	22.2	3.4
10代	40.0	30.0	20.0	5.0
20代	27.2	36.7	28.6	4.8
30代	32.2	32.9	23.8	7.0
40代	37.7	29.5	23.7	3.9
50代	35.1	26.3	28.1	3.5
60代	47.8	22.4	21.1	3.1
70歳以上	44.7	19.4	13.6	6.8

フランス

(%)

	政府による規制が必要	業界による自主規制が必要	NPOなど有志等による民間の検証が必要	規制や検証は必要ない
男性	13.7	17.6	53.2	13.5
女性	16.6	17.2	51.3	9.5
10代	21.9	15.6	53.1	9.4
20代	17.8	17.0	54.1	8.1
30代	16.1	19.8	50.0	10.4
40代	17.1	17.6	53.5	10.0
50代	10.9	15.5	59.8	11.5
60代	14.5	16.7	53.6	13.0
70歳以上	13.9	17.5	42.8	15.7

タイ

(%)

	政府による規制が必要	業界による自主規制が必要	NPOなど有志等による民間の検証が必要	規制や検証は必要ない
男性	44.8	37.6	14.4	3.2
女性	46.0	38.2	12.6	3.2
10代	36.4	54.5	9.1	-
20代	44.9	38.1	14.0	3.0
30代	47.4	37.4	11.7	3.5
40代	45.0	38.8	12.7	3.5
50代	42.5	37.4	17.2	2.9
60代	56.5	26.1	13.0	4.3
70歳以上	60.0	10.0	20.0	10.0

【参考：第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)より】

※「第10回メディアに関する全国世論調査(2017年)」は2017年11月に全国18歳以上の5,000人を対象に訪問留置法で行い3,169人(有効回収率63.4%)から回答を得た。

日本

(%)

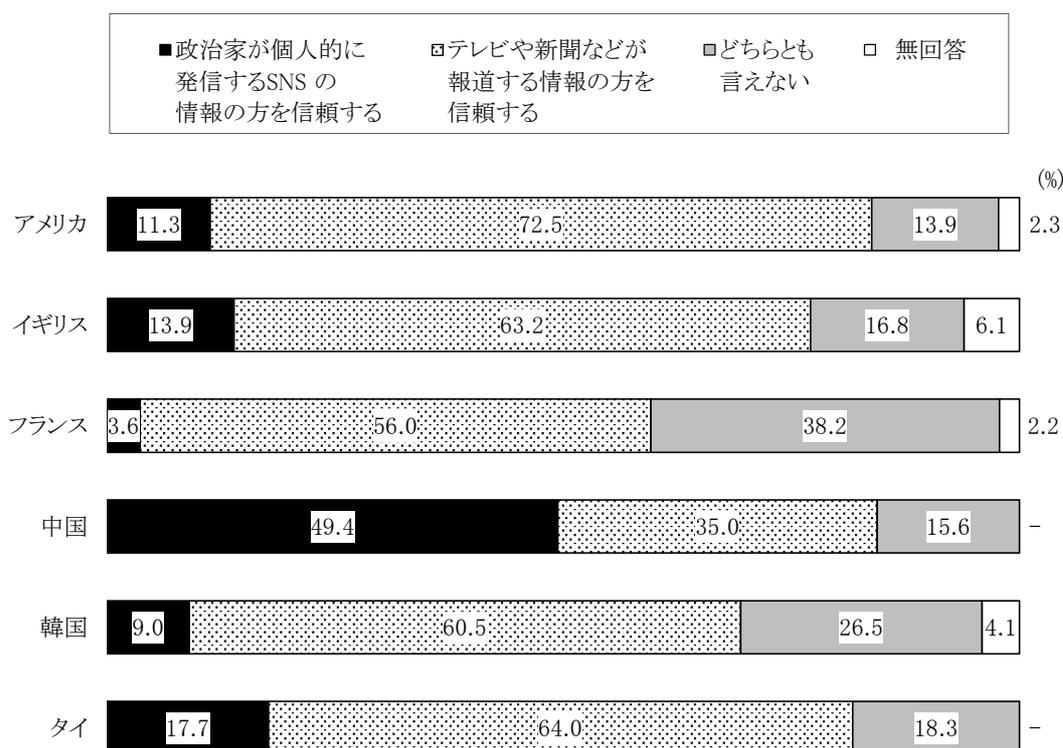
	政府による規制が必要	業界による自主規制が必要	NPOなど有志等による民間の検証が必要	規制や検証は必要ない
男性	13.8	41.3	13.6	7.5
女性	12.1	37.4	11.9	2.2
10代	14.3	38.1	4.8	9.5
20代	14.2	31.4	13.9	8.4
30代	14.7	32.9	16.1	8.3
40代	12.0	42.3	14.6	4.6
50代	14.7	45.6	11.9	3.2
60代	10.0	47.8	12.5	2.8
70歳以上	13.1	32.4	10.3	3.8

注：黒塗り、白字の数字は最も割合の高い項目、グレー網掛け数字は2番目に割合の高い項目

11. 政治家発信のSNS情報とメディアの報道どちらを信頼するか（問19）

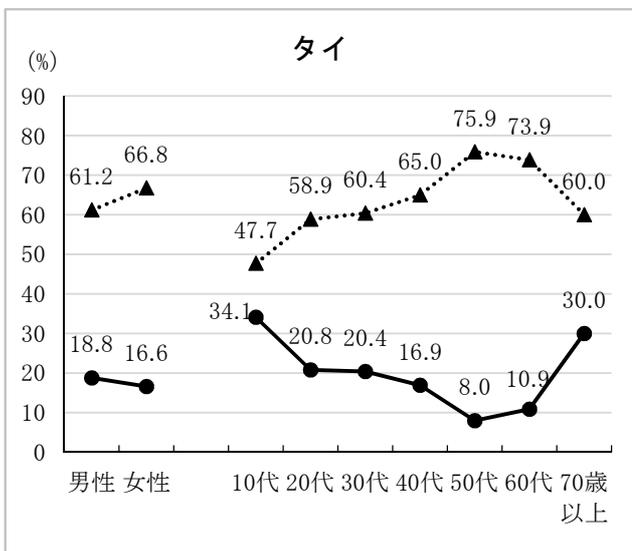
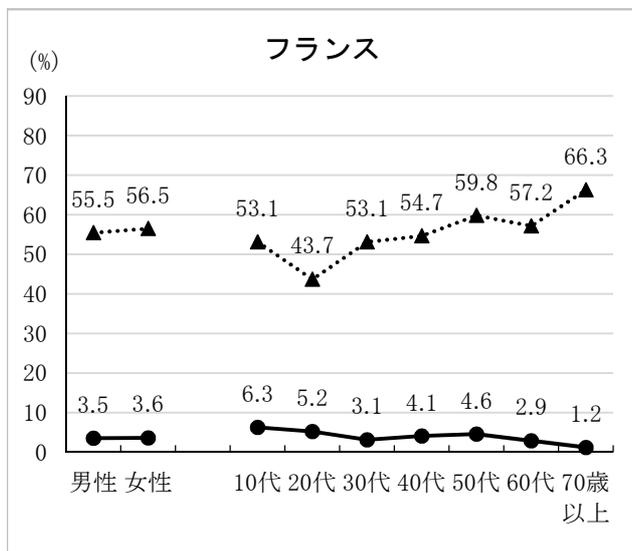
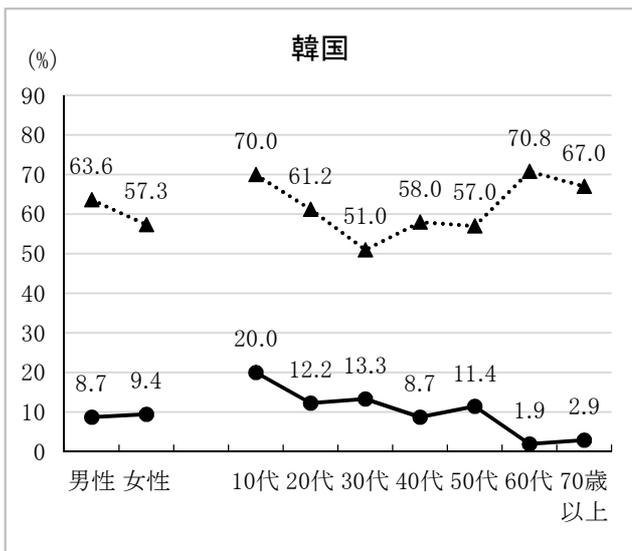
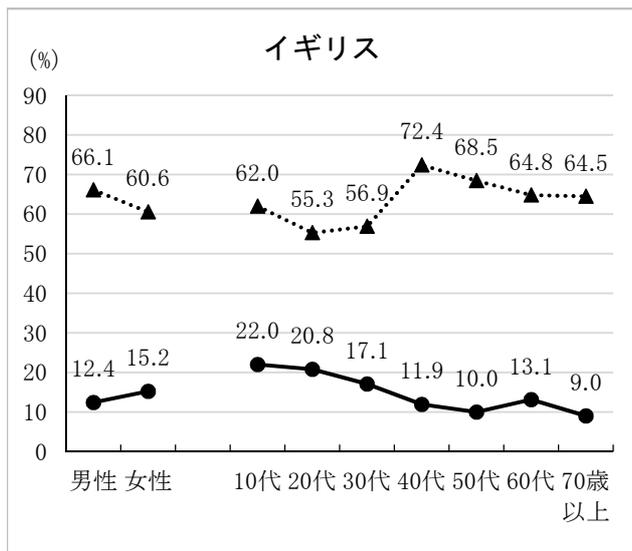
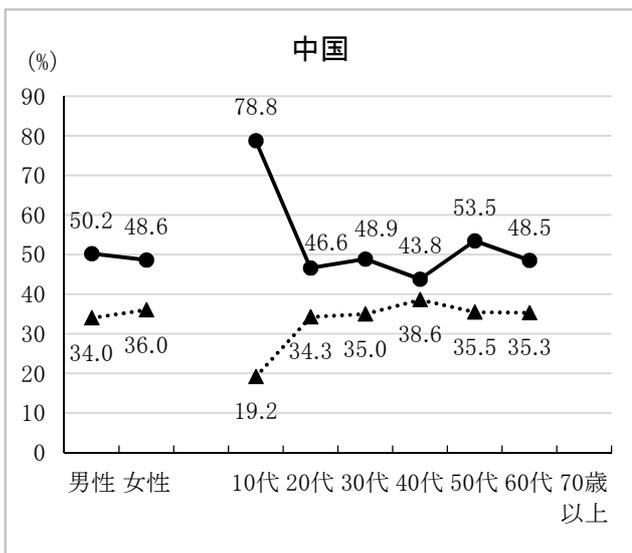
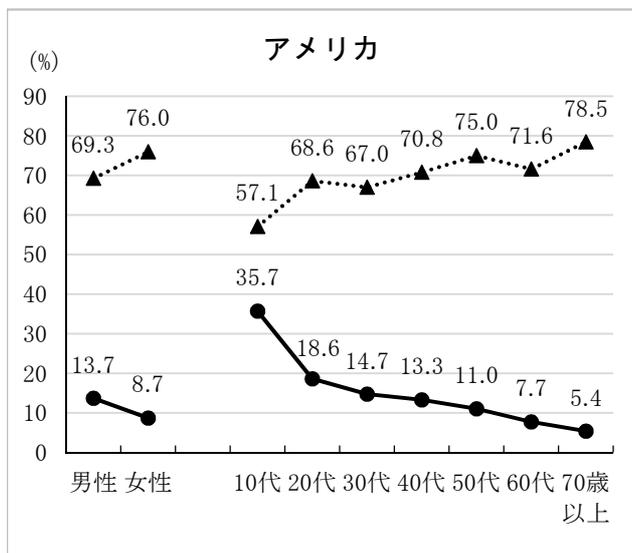
政治家が個人的に発信するSNSの情報とテレビや新聞などが報道する情報のどちらを信頼するか尋ねたところ、中国では「政治家が個人的に発信するSNSの情報の方を信頼する」が49.4%で、「テレビや新聞などが報道する情報の方を信頼する」の35.0%を上回った。一方、他の5カ国では、「テレビや新聞などが報道する情報の方を信頼する」と答えた人の割合が「政治家が個人的に発信するSNSの情報の方を信頼する」を上回った。「テレビや新聞などが報道する情報の方を信頼する」の割合はアメリカ72.5%、タイ64.0%、イギリス63.2%、韓国60.5%、フランス56.0%。

図表29 政治家発信のSNS情報とメディアの報道どちらを信頼するか



図表30 政治家発信のSNS情報とメディアの報道どちらを信頼するか（各国、性別・年代別）

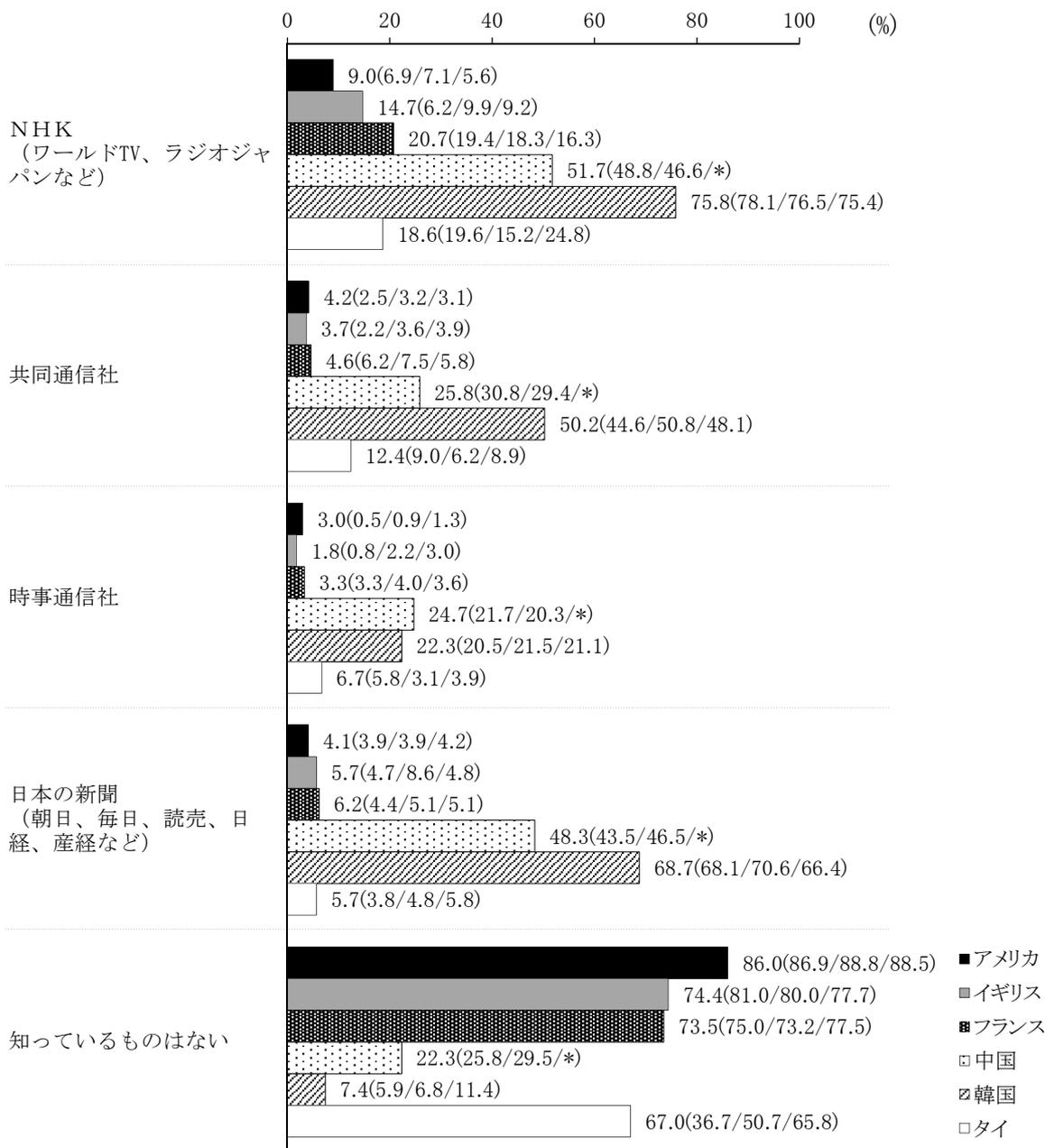
●—政治家が個人的に発信するSNS の情報の方を信頼する
 …▲…テレビや新聞などが報道する情報の方を信頼する



12. 日本のメディアの認知度（問6）

日本のメディアの認知度は韓国が突出して高く、中国がそれに次いだ。欧米3カ国では「知らない」人が70%以上、アメリカでは86%。知っているメディアでは、「NHK（ワールドTV、ラジオジャパンなど）」がすべての国で1位（複数回答）。

図表31 日本のメディアの認知度（複数回答）



※()内は、左から第3回調査、第2回調査、第1回調査の結果

図表32 日本のメディアの認知度(各国、性別・年代別)

アメリカ

(%)

	NHK	共同 通信社	時事 通信社	日本の 新聞	知って いるもの はない
男性	11.8	5.6	4.4	6.0	81.3
女性	6.0	2.8	1.5	2.1	91.1
10代	3.6	-	7.1	-	89.3
20代	11.9	9.3	2.5	1.7	82.2
30代	9.2	5.5	2.8	5.5	79.8
40代	13.3	3.3	1.7	5.0	84.2
50代	9.9	7.0	5.8	7.6	84.9
60代	9.8	3.3	3.3	5.5	84.7
70歳以上	4.5	0.8	1.2	1.2	93.0

中国

(%)

	NHK	共同 通信社	時事 通信社	日本の 新聞	知って いるもの はない
男性	54.2	26.7	24.7	51.6	20.9
女性	49.2	24.9	24.7	44.9	23.7
10代	76.9	26.9	23.1	17.3	5.8
20代	52.5	25.4	24.2	46.2	22.5
30代	57.0	31.2	27.8	59.5	17.3
40代	44.2	22.7	24.3	45.4	31.1
50代	46.5	20.6	21.3	52.3	20.6
60代	51.5	30.9	26.5	42.6	22.1
70歳以上					

イギリス

(%)

	NHK	共同 通信社	時事 通信社	日本の 新聞	知って いるもの はない
男性	18.9	4.5	2.2	7.9	70.4
女性	10.9	3.1	1.5	3.8	78.0
10代	18.0	6.0	-	8.0	70.0
20代	18.2	2.5	0.6	5.0	71.7
30代	12.7	2.8	2.8	3.9	78.5
40代	19.4	5.2	1.5	9.7	65.7
50代	8.5	4.6	4.6	6.9	76.9
60代	14.5	5.5	0.7	7.6	76.6
70歳以上	13.9	2.4	1.6	3.3	76.3

韓国

(%)

	NHK	共同 通信社	時事 通信社	日本の 新聞	知って いるもの はない
男性	80.3	55.5	28.9	75.6	4.9
女性	71.3	44.9	15.6	61.7	10.0
10代	45.0	15.0	5.0	35.0	15.0
20代	51.0	20.4	6.8	40.8	18.4
30代	81.1	45.5	16.8	62.2	7.0
40代	91.3	63.8	27.5	79.7	3.4
50代	84.6	61.0	32.9	82.5	1.3
60代	77.6	57.1	23.6	76.4	7.5
70歳以上	56.3	44.7	19.4	59.2	12.6

フランス

(%)

	NHK	共同 通信社	時事 通信社	日本の 新聞	知って いるもの はない
男性	26.9	4.6	4.8	9.5	65.8
女性	14.9	4.6	1.9	3.1	80.5
10代	21.9	6.3	15.6	6.3	59.4
20代	17.0	0.7	5.2	6.7	77.8
30代	21.9	6.8	4.7	8.9	69.8
40代	26.5	3.5	1.8	6.5	70.6
50代	21.3	5.7	1.7	5.7	72.4
60代	24.6	7.2	3.6	7.2	68.1
70歳以上	12.0	2.4	0.6	1.8	85.5

タイ

(%)

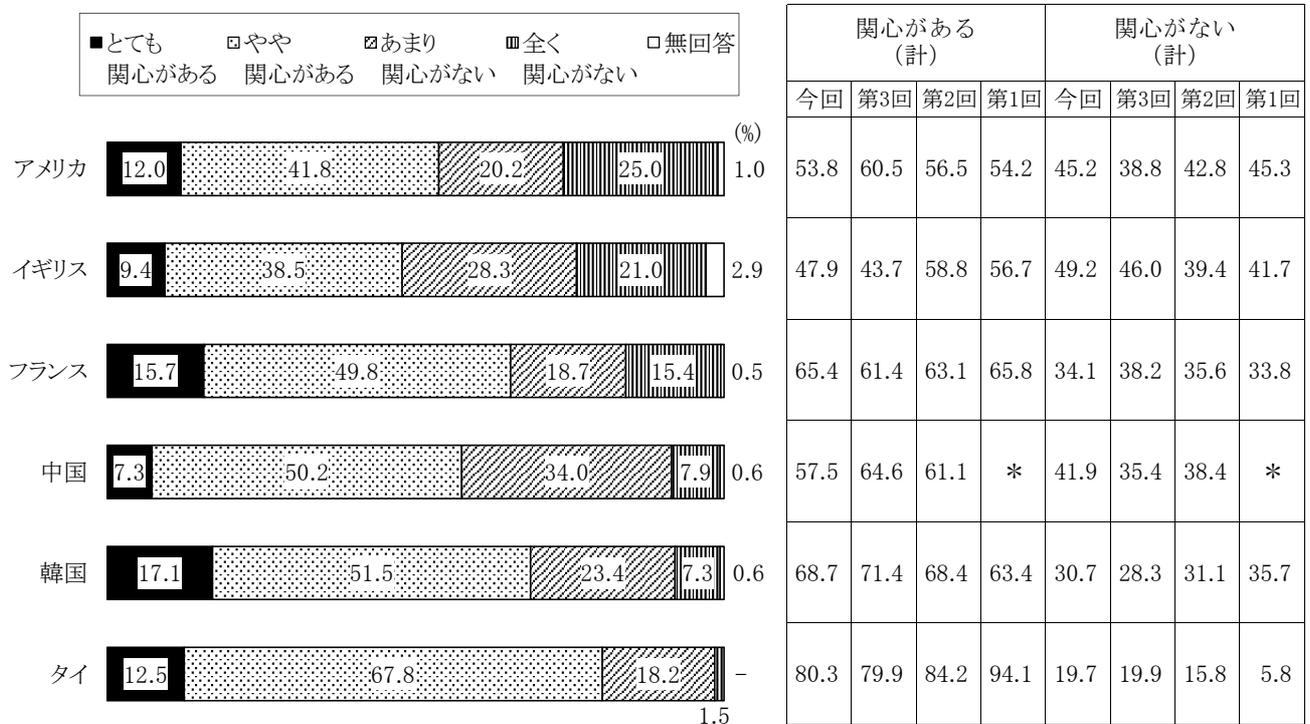
	NHK	共同 通信社	時事 通信社	日本の 新聞	知って いるもの はない
男性	19.4	12.6	7.8	5.0	66.8
女性	17.8	12.2	5.6	6.4	67.2
10代	27.3	15.9	6.8	6.8	59.1
20代	22.0	19.1	8.9	4.7	56.8
30代	20.0	9.6	7.8	6.1	67.0
40代	18.5	11.2	4.2	6.2	70.4
50代	14.9	10.9	6.9	6.9	69.5
60代	4.3	4.3	4.3	2.2	91.3
70歳以上	-	-	-	-	100.0

注：黒塗り、白字の数字は最も割合の高い項目、グレー網掛け数字は2番目に割合の高い項目

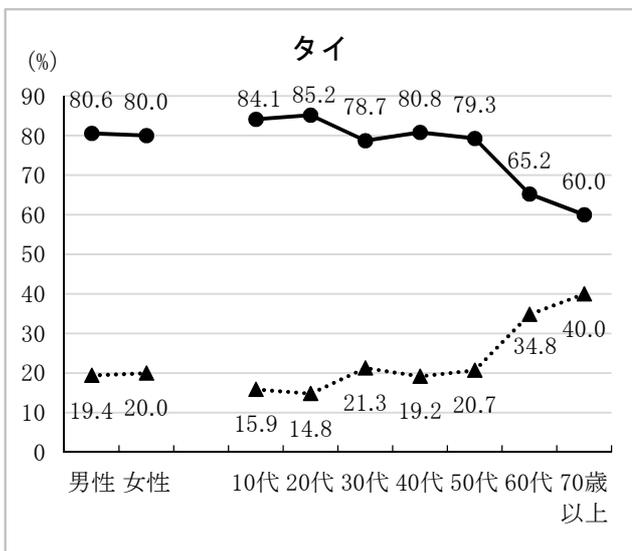
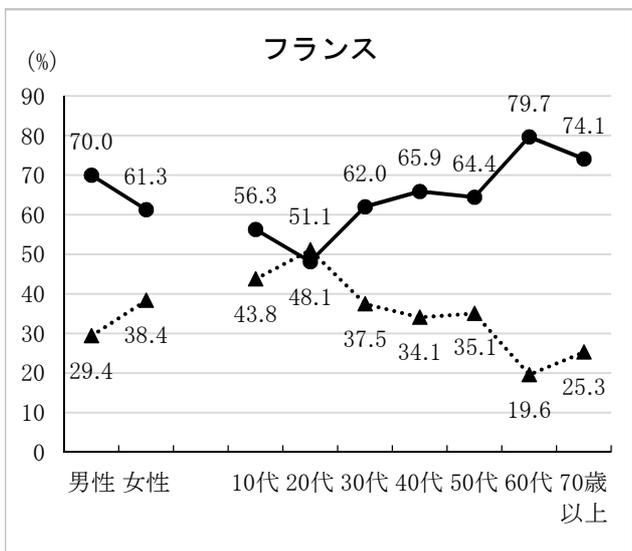
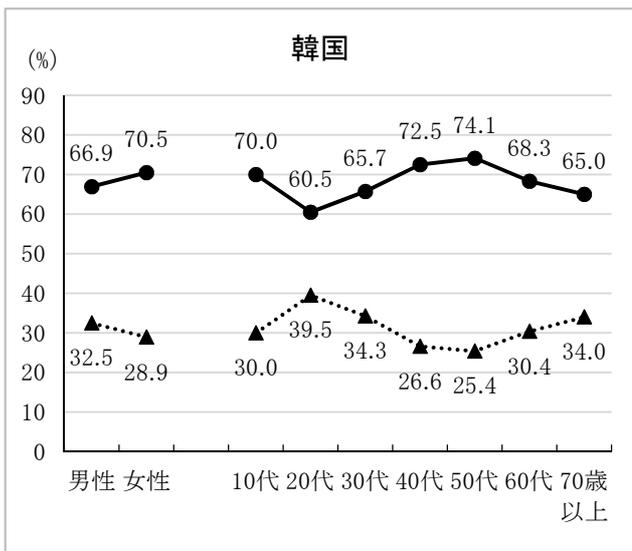
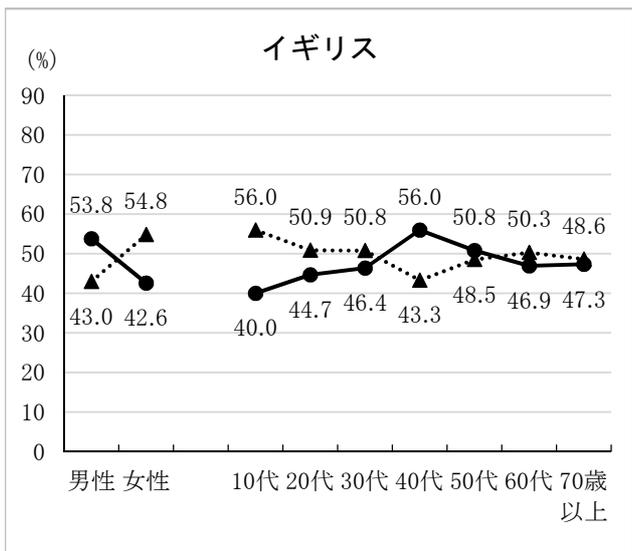
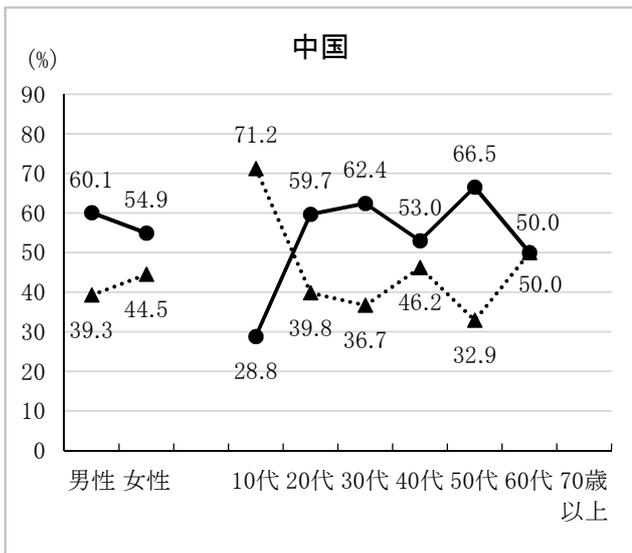
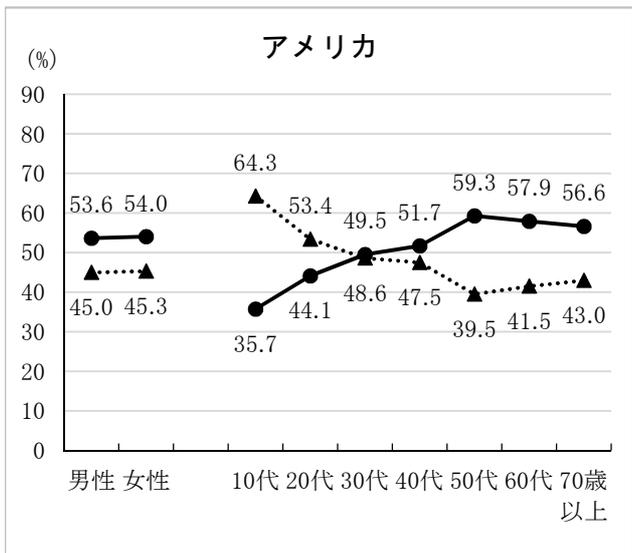
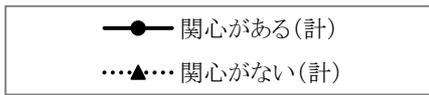
13. 日本のことが報道されると関心を持つか（問7）

日本のことが報道されると関心を持って見聞きするのは、タイで80%。フランス・韓国で60%台、アメリカ・中国で50%台。イギリスでは50%を下回った。

図表33 日本のことが報道されると関心を持つか



図表34 日本のことが報道されると関心を持つか（各国、性別・年代別）



14. 日本に関する情報の入手先（問4）

日本についての知識や情報の入手先は、中国以外の5カ国で「自国のテレビ、新聞、雑誌」が1位、「インターネット」が2位（複数回答）。

中国では「インターネット」が1位、「自国のテレビ、新聞、雑誌」が2位。

図表35 日本に関する情報の入手先（複数回答）

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
アメリカ	自国のテレビ、新聞、雑誌 52.9 (39.1/41.9/40.3)	インターネット 35.2 (21.5/20.7/20.6)	自分の家族や親戚、知人 27.1 (15.0/19.2/22.5)	学校教育 23.8 (12.0/15.4/18.3)	日本人の友人、知人 21.2 (12.9/15.1/17.1)	訪日経験 9.7 (7.2/9.0/7.8)
イギリス	自国のテレビ、新聞、雑誌 59.7 (54.3/78.7/76.4)	インターネット 28.3 (27.3/44.3/41.7)	自分の家族や親戚、知人 10.9 (10.6/28.7/20.9)	学校教育 8.0 (8.1/28.6/21.7)	日本人の友人、知人 4.9 (5.2/15.2/13.0)	訪日経験 2.1 (2.4/5.7/6.6)
フランス	自国のテレビ、新聞、雑誌 78.8 (83.4/87.7/87.4)	インターネット 47.1 (48.6/50.1/46.4)	学校教育 37.6 (37.8/41.7/41.1)	自分の家族や親戚、知人 36.2 (35.5/38.9/31.7)	日本人の友人、知人 17.3 (16.0/18.9/14.7)	訪日経験 5.1 (4.4/4.0/4.6)
中国	インターネット 83.6 (83.3/75.3/*)	自国のテレビ、新聞、雑誌 74.3 (77.6/77.5/*)	自分の家族や親戚、知人 27.4 (23.7/29.4/*)	学校教育 18.9 (23.9/27.4/*)	日本人の友人、知人 10.7 (13.3/14.9/*)	訪日経験 9.1 (10.9/11.6/*)
韓国	自国のテレビ、新聞、雑誌 72.5 (73.0/74.6/66.8)	インターネット 49.0 (51.4/44.2/43.2)	自分の家族や親戚、知人 16.7 (16.4/12.9/10.7)	学校教育 14.8 (14.8/11.3/6.1)	訪日経験 12.3 (13.6/11.4/9.3)	日本人の友人、知人 7.3 (9.0/9.4/5.8)
タイ	自国のテレビ、新聞、雑誌 89.5 (90.8/95.1/94.2)	インターネット 58.1 (54.7/43.6/43.7)	自分の家族や親戚、知人 30.7 (37.5/42.2/31.5)	学校教育 5.9 (4.9/1.9/5.8)	日本人の友人、知人 3.4 (6.1/6.8/6.5)	訪日経験 2.2 (2.6/1.5/2.5)

※()内は、左から第3回調査、第2回調査、第1回調査の結果

図表36 日本に関する情報の入手先（各国、性別・年代別）

アメリカ (%)							中国 (%)						
	自国のテレビ、新聞、雑誌	自分の家族や親戚、知人	インターネット	日本人の友人、知人	訪日経験	学校教育		自国のテレビ、新聞、雑誌	自分の家族や親戚、知人	インターネット	日本人の友人、知人	訪日経験	学校教育
男性	57.4	26.3	41.6	23.3	12.5	27.3	男性	74.7	26.3	84.2	10.5	10.5	20.0
女性	48.1	27.9	28.3	18.9	6.6	20.0	女性	73.9	28.5	83.0	10.9	7.7	17.8
10代	39.3	28.6	53.6	7.1	-	35.7	10代	67.3	13.5	94.2	1.9	-	19.2
20代	60.2	37.3	66.1	29.7	8.5	39.8	20代	68.2	27.1	90.7	12.7	9.3	22.9
30代	48.6	27.5	47.7	27.5	10.1	32.1	30代	71.7	34.6	94.9	8.4	13.9	16.5
40代	50.8	33.3	40.0	20.8	8.3	31.7	40代	79.7	22.3	85.3	10.0	9.2	13.9
50代	52.9	25.6	29.7	17.4	8.7	20.3	50代	76.1	31.0	59.4	12.9	6.5	25.8
60代	54.6	24.6	25.1	21.9	10.4	17.5	60代	85.3	25.0	60.3	16.2	4.4	14.7
70歳以上	52.5	21.5	21.5	18.2	12.0	14.0	70歳以上						

イギリス							韓国						
	自国のテレビ、新聞、雑誌	自分の家族や親戚、知人	インターネット	日本人の友人、知人	訪日経験	学校教育		自国のテレビ、新聞、雑誌	自分の家族や親戚、知人	インターネット	日本人の友人、知人	訪日経験	学校教育
男性	64.7	11.0	30.4	4.1	3.2	9.3	男性	68.9	17.9	51.6	7.9	11.4	15.0
女性	55.2	10.9	26.3	5.6	1.1	6.7	女性	76.2	15.4	46.3	6.8	13.2	14.6
10代	34.0	6.0	54.0	2.0	-	22.0	10代	45.0	20.0	60.0	10.0	15.0	30.0
20代	49.1	8.2	45.3	3.1	1.3	8.8	20代	57.1	17.7	74.1	8.8	11.6	25.2
30代	50.8	12.7	38.1	5.5	2.2	10.5	30代	62.9	19.6	72.7	11.2	16.1	15.4
40代	62.7	20.1	38.1	6.0	-	4.5	40代	75.4	16.4	64.3	6.3	13.0	15.5
50代	64.6	13.1	26.2	6.2	3.1	6.9	50代	76.8	14.9	45.2	9.2	11.4	13.2
60代	69.0	8.3	17.2	6.2	3.4	7.6	60代	83.9	18.6	18.6	3.7	12.4	10.6
70歳以上	68.6	7.8	6.9	4.1	2.9	5.3	70歳以上	80.6	11.7	2.9	2.9	7.8	4.9

フランス							タイ						
	自国のテレビ、新聞、雑誌	自分の家族や親戚、知人	インターネット	日本人の友人、知人	訪日経験	学校教育		自国のテレビ、新聞、雑誌	自分の家族や親戚、知人	インターネット	日本人の友人、知人	訪日経験	学校教育
男性	78.9	35.8	52.8	19.0	6.8	39.8	男性	90.4	29.6	59.8	2.8	1.6	6.8
女性	78.8	36.6	41.8	15.6	3.4	35.7	女性	88.6	31.8	56.4	4.0	2.8	5.0
10代	87.5	43.8	93.8	15.6	-	65.6	10代	95.5	27.3	77.3	-	-	13.6
20代	62.2	37.8	68.9	20.7	3.7	56.3	20代	85.2	33.1	79.7	2.5	2.5	12.7
30代	83.9	37.5	62.5	19.8	7.3	45.8	30代	90.9	31.7	71.3	5.7	3.5	5.7
40代	78.2	42.9	54.7	21.8	5.3	38.2	40代	92.7	28.8	51.2	3.8	-	2.7
50代	79.9	35.6	35.1	15.5	5.2	30.5	50代	87.9	31.0	31.6	1.7	4.6	1.7
60代	85.5	31.9	36.2	15.2	2.9	29.7	60代	84.8	26.1	13.0	4.3	-	-
70歳以上	78.9	29.5	16.3	10.8	6.0	21.1	70歳以上	100.0	30.0	10.0	-	-	-

注：黒塗り、白字の数字は最も割合の高い項目、グレー網掛け数字は2番目に割合の高い項目

15. メディアに期待する日本についての報道内容（問8）

日本に関する報道で、メディアに期待する内容を挙げてもらった。1位は、タイを除く5カ国では「科学技術」、タイでは「観光情報」。2位には、アメリカ・イギリスは「国際協力、平和維持活動」、フランスは「生活様式や食文化」、中国は「観光情報」、韓国は「政治、経済、外交政策」、タイは「科学技術」が続いた。

図表37 メディアに期待する日本についての報道内容
（「積極的に報道してほしい」「報道してほしい」と回答した割合の合計）

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
アメリカ	科学技術 78.9(84.0)	国際協力、平和維持活動 72.8(79.1)	政治、経済、外交政策 69.9(74.2)	歴史と文化 64.4(63.8)	生活様式や食文化 62.2(59.8)	観光情報 59.2(58.6)	ファッション、アニメ、音楽 46.2(42.9)
イギリス	科学技術 58.3(55.6)	国際協力、平和維持活動 54.5(49.0)	歴史と文化 47.3(42.9)	政治、経済、外交政策 45.9(42.1)	生活様式や食文化 45.1(39.1)	観光情報 43.1(35.6)	ファッション、アニメ、音楽 32.1(25.1)
フランス	科学技術 54.0(56.2)	生活様式や食文化 47.1(44.0)	国際協力、平和維持活動 45.2(46.4)	歴史と文化 44.9(45.6)	政治、経済、外交政策 43.1(41.2)	観光情報 36.9(37.1)	ファッション、アニメ、音楽 26.1(26.3)
中国	科学技術 69.8(74.1)	観光情報 65.7(65.1)	ファッション、アニメ、音楽 64.1(66.5)	生活様式や食文化 59.6(61.9)	歴史と文化 46.3(48.8)	政治、経済、外交政策 42.6(51.0)	国際協力、平和維持活動 25.2(25.8)
韓国	科学技術 85.6(88.7)	政治、経済、外交政策 81.4(84.4)	国際協力、平和維持活動 78.8(77.9)	歴史と文化 67.2(67.2)	生活様式や食文化 61.7(59.0)	観光情報 60.7(57.6)	ファッション、アニメ、音楽 42.1(41.5)
タイ	観光情報 90.7(84.2)	科学技術 86.4(82.3)	生活様式や食文化 83.9(79.9)	国際協力、平和維持活動 80.8(75.1)	歴史と文化 80.1(76.2)	政治、経済、外交政策 79.1(78.3)	ファッション、アニメ、音楽 61.8(67.8)

図表38 メディアに期待する日本についての報道内容（各国、性別・年代別）
 （「積極的に報道してほしい」「報道してほしい」と回答した割合の合計）

アメリカ

(%)

	政治、 経済、 外交政策	国際協 力、平 和維持 活動	科学 技術	歴史と 文化	生活様 式や食 文化	フッショ ン、アニメ、 音楽	観光 情報
男性	69.3	73.5	80.7	62.0	59.4	44.6	59.2
女性	70.4	72.1	77.0	67.0	65.3	47.9	59.1
10代	67.9	78.6	82.1	67.9	67.9	71.4	67.9
20代	68.6	73.7	85.6	66.9	66.1	55.9	62.7
30代	68.8	78.9	82.6	64.2	65.1	55.0	61.5
40代	72.5	76.7	84.2	71.7	70.0	50.8	63.3
50代	73.3	72.7	79.7	65.7	61.0	41.9	59.9
60代	69.9	73.2	76.0	67.2	62.8	44.3	57.4
70歳 以上	67.4	66.9	72.7	56.2	55.0	36.8	54.1

中国

(%)

	政治、 経済、 外交政策	国際協 力、平 和維持 活動	科学 技術	歴史と 文化	生活様 式や食 文化	フッショ ン、アニメ、 音楽	観光 情報
男性	42.3	22.5	72.3	48.6	61.3	64.2	65.2
女性	42.9	27.9	67.2	43.9	57.9	64.0	66.2
10代	15.4	5.8	42.3	15.4	19.2	76.9	76.9
20代	40.7	22.9	70.3	48.7	64.0	71.2	68.2
30代	43.0	28.7	78.9	53.6	68.4	74.3	69.6
40代	44.2	20.3	71.7	41.0	59.4	55.4	61.0
50代	51.0	37.4	63.2	51.6	55.5	52.9	62.6
60代	42.6	26.5	64.7	42.6	55.9	51.5	60.3
70歳 以上							

イギリス

(%)

	政治、 経済、 外交政策	国際協 力、平 和維持 活動	科学 技術	歴史と 文化	生活様 式や食 文化	フッショ ン、アニメ、 音楽	観光 情報
男性	48.5	58.2	64.5	49.9	47.3	34.9	47.5
女性	43.6	51.2	52.3	45.0	43.2	29.6	39.2
10代	48.0	58.0	58.0	62.0	46.0	50.0	54.0
20代	53.5	60.4	60.4	44.0	45.9	37.1	43.4
30代	50.8	57.5	62.4	49.2	49.2	35.4	44.2
40代	60.4	67.2	70.9	59.0	61.2	43.3	54.5
50代	38.5	50.8	49.2	43.1	43.1	26.2	43.1
60代	37.9	49.7	60.7	46.9	40.0	22.8	37.9
70歳 以上	37.6	45.7	50.6	41.2	36.7	25.3	36.7

韓国

(%)

	政治、 経済、 外交政策	国際協 力、平 和維持 活動	科学 技術	歴史と 文化	生活様 式や食 文化	フッショ ン、アニメ、 音楽	観光 情報
男性	79.5	72.8	85.2	64.4	63.2	44.1	56.3
女性	83.2	84.8	86.0	70.1	60.3	40.1	65.1
10代	85.0	95.0	80.0	70.0	50.0	65.0	80.0
20代	87.1	84.4	81.6	70.7	56.5	52.4	63.3
30代	86.7	81.1	84.6	75.5	61.5	48.3	63.6
40代	84.1	82.1	88.4	69.1	58.0	42.0	60.4
50代	78.5	78.1	87.3	68.0	67.1	41.7	61.0
60代	75.8	72.7	89.4	59.6	65.2	33.5	55.3
70歳 以上	74.8	68.9	78.6	56.3	62.1	29.1	57.3

フランス

(%)

	政治、 経済、 外交政策	国際協 力、平 和維持 活動	科学 技術	歴史と 文化	生活様 式や食 文化	フッショ ン、アニメ、 音楽	観光 情報
男性	44.3	43.3	59.8	48.2	46.4	28.8	37.1
女性	42.0	46.9	48.7	41.8	47.7	23.7	36.8
10代	50.0	46.9	68.8	59.4	53.1	37.5	40.6
20代	51.1	51.9	58.5	48.9	59.3	29.6	43.7
30代	44.3	42.7	63.5	50.5	52.6	35.9	38.0
40代	46.5	48.8	55.3	42.9	50.6	30.0	39.4
50代	40.2	46.0	51.1	43.1	44.8	19.5	38.5
60代	51.4	52.2	55.8	50.0	49.3	28.3	37.0
70歳 以上	26.5	31.9	36.7	31.9	26.5	10.8	25.3

タイ

(%)

	政治、 経済、 外交政策	国際協 力、平 和維持 活動	科学 技術	歴史と 文化	生活様 式や食 文化	フッショ ン、アニメ、 音楽	観光 情報
男性	80.2	83.2	86.8	78.0	83.8	60.4	90.8
女性	78.0	78.4	86.0	82.2	84.0	63.2	90.6
10代	77.3	81.8	86.4	70.5	81.8	86.4	97.7
20代	79.7	78.8	89.8	82.2	88.6	71.6	94.9
30代	81.3	83.5	89.6	82.2	87.0	65.7	93.5
40代	78.8	81.9	86.5	78.1	83.8	56.2	90.4
50代	78.2	81.6	79.9	81.0	80.5	52.9	83.3
60代	78.3	69.6	80.4	78.3	63.0	39.1	80.4
70歳 以上	50.0	70.0	70.0	70.0	70.0	40.0	80.0

注：黒塗り、白字の数字は最も割合の高い項目、グレー網掛け数字は2番目に割合の高い項目

16. 日本と6カ国相互の好感度（問2）

イギリス・フランスでの、アメリカへの好感度は、前回調査で前々回調査より20ポイント前後低下したが、今回調査では上昇に転じ、フランス5.3ポイント、イギリス3.0ポイントの上昇となった。イギリス・フランスは相互に好感度が高く、フランスのイギリスへの好感度は6.8ポイントの上昇となった。

中国と韓国の相互の好感度は、共に前回調査で大きく低下したが、今回もさらに低下し、共に30%台。

日本に対する好感度はタイ98.3%、アメリカ83.6%、フランス81.1%、イギリス66.6%。タイは6.7ポイントの上昇となったが、アメリカ・フランス・イギリスはわずかながら低下。中国・韓国は前回調査での好感度低下から今回調査では上昇に転じ、中国は4.5ポイント上昇の27.9%、韓国は8.3ポイント上昇の38.3%。

アメリカは依然イギリス、日本、フランスへの好感度が高いが、中国への好感度が5.6ポイント上昇し55.6%。中国はフランス・イギリス・タイ・アメリカの順に、韓国はアメリカ・イギリス・フランス・タイの順に、タイは日本・イギリス・フランス・アメリカ・韓国・中国の順に50%以上の好感度。

図表39 日本と6カ国相互の好感度

（「とても好感が持てる」「やや好感が持てる」と回答した割合の合計）

		1位			2位			3位			5ポイント以上の上昇							5ポイント以上の低下											
		対 象 国								対 象 国																			
【今回】		日本	米	英	仏	中国	韓国	タイ	日本	米	英	仏	中国	韓国	タイ	日本	米	英	仏	中国	韓国	タイ	日本	米	英	仏	中国	韓国	タイ
実 施 国	米	83.6	*	84.9	76.0	55.6	44.9	64.7	-0.9	*	-2.3	1.2	5.6	2.7	1.2	5.9	*	1.5	-6.2	7.9	2.7	5.8	5.9	*	1.5	-6.2	7.9	2.7	5.8
	英	66.6	62.9	*	70.1	55.7	33.6	55.6	-2.1	3.0	*	-1.0	3.7	5.4	0.7	-1.0	-19.5	*	-9.1	2.4	-2.3	-7.6	-1.0	-19.5	*	-9.1	2.4	-2.3	-7.6
	仏	81.1	58.8	78.0	*	53.6	59.2	70.3	-0.1	5.3	6.8	*	8.3	4.5	6.3	8.0	-22.5	-8.6	*	0.8	4.9	4.3	8.0	-22.5	-8.6	*	0.8	4.9	4.3
	中国	27.9	55.9	76.8	84.7	*	35.7	62.3	4.5	-2.7	0.3	2.3	*	-3.3	5.4	-4.4	1.1	-6.1	0.1	*	-35.8	-5.0	-4.4	1.1	-6.1	0.1	*	-35.8	-5.0
	韓国	38.3	73.3	73.0	72.9	36.5	*	56.5	8.3	-0.9	0.8	3.0	-8.5	*	9.6	-2.3	-5.6	0.9	-0.2	-10.6	*	-1.4	-2.3	-5.6	0.9	-0.2	-10.6	*	-1.4
	タイ	98.3	75.7	88.6	83.7	52.7	75.5	*	6.7	-6.5	3.4	3.5	-2.2	8.6	*	0.8	2.8	-0.4	4.0	3.4	0.1	*	0.8	2.8	-0.4	4.0	3.4	0.1	*
【2017年】		対 象 国								対 象 国								対 象 国											
実 施 国	米	84.5	*	87.2	74.8	50.0	42.2	63.5	5.9	*	1.5	-6.2	7.9	2.7	5.8	5.9	*	1.5	-6.2	7.9	2.7	5.8	5.9	*	1.5	-6.2	7.9	2.7	5.8
	英	68.7	59.9	*	71.1	52.0	28.2	54.9	-1.0	-19.5	*	-9.1	2.4	-2.3	-7.6	-1.0	-19.5	*	-9.1	2.4	-2.3	-7.6	-1.0	-19.5	*	-9.1	2.4	-2.3	-7.6
	仏	81.2	53.5	71.2	*	45.3	54.7	64.0	8.0	-22.5	-8.6	*	0.8	4.9	4.3	8.0	-22.5	-8.6	*	0.8	4.9	4.3	8.0	-22.5	-8.6	*	0.8	4.9	4.3
	中国	23.4	58.6	76.5	82.4	*	39.0	56.9	-4.4	1.1	-6.1	0.1	*	-35.8	-5.0	-4.4	1.1	-6.1	0.1	*	-35.8	-5.0	-4.4	1.1	-6.1	0.1	*	-35.8	-5.0
	韓国	30.0	74.2	72.2	69.9	45.0	*	46.9	-2.3	-5.6	0.9	-0.2	-10.6	*	-1.4	-2.3	-5.6	0.9	-0.2	-10.6	*	-1.4	-2.3	-5.6	0.9	-0.2	-10.6	*	-1.4
	タイ	91.6	82.2	85.2	80.2	54.9	66.9	*	0.8	2.8	-0.4	4.0	3.4	0.1	*	0.8	2.8	-0.4	4.0	3.4	0.1	*	0.8	2.8	-0.4	4.0	3.4	0.1	*
【2016年】		対 象 国								対 象 国								対 象 国											
実 施 国	米	78.6	*	85.7	81.0	42.1	39.5	57.7	78.6	*	85.7	81.0	42.1	39.5	57.7	78.6	*	85.7	81.0	42.1	39.5	57.7	78.6	*	85.7	81.0	42.1	39.5	57.7
	英	69.7	79.4	*	80.2	49.6	30.5	62.5	69.7	79.4	*	80.2	49.6	30.5	62.5	69.7	79.4	*	80.2	49.6	30.5	62.5	69.7	79.4	*	80.2	49.6	30.5	62.5
	仏	73.2	76.0	79.8	*	44.5	49.8	59.7	73.2	76.0	79.8	*	44.5	49.8	59.7	73.2	76.0	79.8	*	44.5	49.8	59.7	73.2	76.0	79.8	*	44.5	49.8	59.7
	中国	27.8	57.5	82.6	82.3	*	74.8	61.9	27.8	57.5	82.6	82.3	*	74.8	61.9	27.8	57.5	82.6	82.3	*	74.8	61.9	27.8	57.5	82.6	82.3	*	74.8	61.9
	韓国	32.3	79.8	71.3	70.1	55.6	*	48.3	32.3	79.8	71.3	70.1	55.6	*	48.3	32.3	79.8	71.3	70.1	55.6	*	48.3	32.3	79.8	71.3	70.1	55.6	*	48.3
	タイ	90.8	79.4	85.6	76.2	51.5	66.8	*	90.8	79.4	85.6	76.2	51.5	66.8	*	90.8	79.4	85.6	76.2	51.5	66.8	*	90.8	79.4	85.6	76.2	51.5	66.8	*

図表40 日本と6か国相互の好感度（各国、性別・年代別）
 （「とても好感が持てる」「やや好感が持てる」と回答した割合の合計）

1位 2位 3位

アメリカ (%)

	日本	アメリカ	イギリス	フランス	中国	韓国	タイ
男性	85.7	*	84.5	72.9	53.6	50.2	65.5
女性	81.5	*	85.3	79.4	57.7	39.1	63.8
10代	78.6	*	85.7	82.1	64.3	39.3	64.3
20代	89.8	*	89.8	84.7	70.3	54.2	76.3
30代	81.7	*	84.4	76.1	59.6	46.8	72.5
40代	85.8	*	83.3	72.5	67.5	41.7	71.7
50代	84.3	*	84.3	76.7	53.5	40.1	69.8
60代	81.4	*	85.2	71.0	45.4	42.6	59.0
70歳以上	82.2	*	83.5	76.0	48.8	46.7	52.9

中国 (%)

	日本	アメリカ	イギリス	フランス	中国	韓国	タイ
男性	27.3	58.1	79.1	84.8	*	33.6	64.4
女性	28.5	53.6	74.5	84.6	*	37.9	60.1
10代	9.6	84.6	82.7	90.4	*	11.5	11.5
20代	28.8	52.1	79.2	83.9	*	39.0	71.6
30代	28.3	51.9	76.8	84.8	*	28.3	62.4
40代	24.3	55.4	77.7	88.4	*	33.9	62.9
50代	39.4	60.0	74.2	78.7	*	53.5	69.0
60代	25.0	52.9	66.2	82.4	*	33.8	51.5
70歳以上							

イギリス (%)

	日本	アメリカ	イギリス	フランス	中国	韓国	タイ
男性	73.8	64.7	*	68.4	59.0	38.9	57.6
女性	60.1	61.3	*	71.7	52.8	28.9	53.7
10代	76.0	82.0	*	82.0	72.0	42.0	64.0
20代	69.2	66.0	*	75.5	60.4	43.4	64.2
30代	65.2	57.5	*	69.6	58.0	33.7	61.9
40代	74.6	66.4	*	69.4	64.2	39.6	67.2
50代	64.6	60.0	*	70.0	53.8	34.6	54.6
60代	70.3	67.6	*	67.6	51.7	24.8	51.0
70歳以上	58.4	58.0	*	66.5	46.5	26.9	40.4

韓国 (%)

	日本	アメリカ	イギリス	フランス	中国	韓国	タイ
男性	36.4	72.4	73.4	73.2	37.4	*	58.1
女性	40.1	74.3	72.7	72.7	35.5	*	54.9
10代	70.0	75.0	65.0	65.0	35.0	*	65.0
20代	49.0	76.9	76.2	74.8	24.5	*	57.1
30代	37.1	72.0	78.3	80.4	32.2	*	61.5
40代	32.9	60.4	67.6	69.6	38.2	*	57.0
50代	41.2	75.0	78.9	75.9	43.0	*	56.1
60代	31.1	79.5	70.8	72.7	40.4	*	50.3
70歳以上	34.0	82.5	64.1	62.1	35.9	*	56.3

フランス (%)

	日本	アメリカ	イギリス	フランス	中国	韓国	タイ
男性	86.5	59.2	76.8	*	59.0	71.0	71.4
女性	76.1	58.4	79.0	*	48.7	48.3	69.3
10代	90.6	81.3	90.6	*	68.8	65.6	87.5
20代	88.1	65.9	88.9	*	60.7	61.5	74.8
30代	86.5	64.6	87.0	*	64.1	58.9	76.6
40代	81.2	61.8	81.8	*	48.8	57.6	77.6
50代	74.1	51.7	74.7	*	46.0	58.0	66.1
60代	79.7	48.6	68.8	*	52.2	59.4	64.5
70歳以上	75.9	54.8	63.3	*	47.0	59.0	57.8

タイ (%)

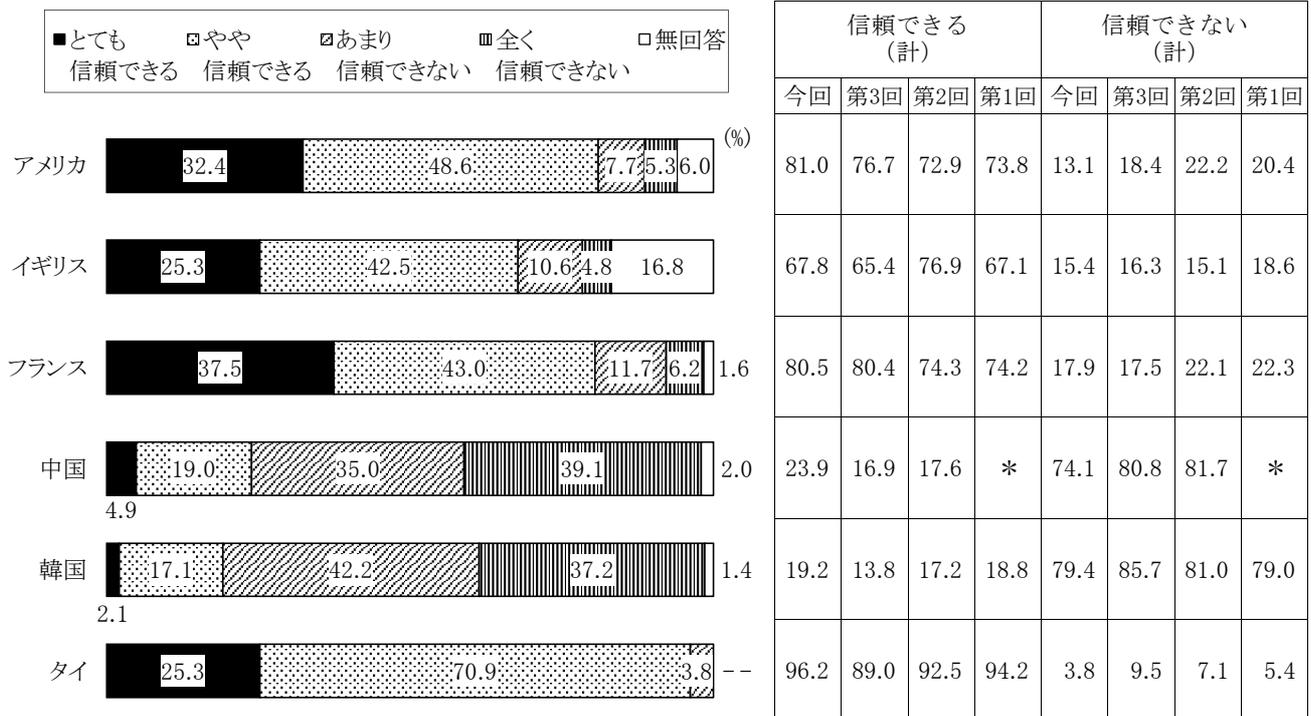
	日本	アメリカ	イギリス	フランス	中国	韓国	タイ
男性	98.0	73.8	89.4	84.2	52.6	74.2	*
女性	98.6	77.6	87.8	83.2	52.8	76.8	*
10代	93.2	81.8	84.1	79.5	56.8	77.3	*
20代	98.7	76.7	89.0	83.1	47.9	77.5	*
30代	98.7	74.8	90.4	87.0	56.5	77.0	*
40代	97.7	73.8	89.2	82.7	49.2	71.9	*
50代	99.4	75.3	86.2	81.6	58.6	73.0	*
60代	97.8	80.4	91.3	91.3	50.0	82.6	*
70歳以上	100.0	80.0	70.0	70.0	60.0	90.0	*

17. 日本の信頼度（問3）

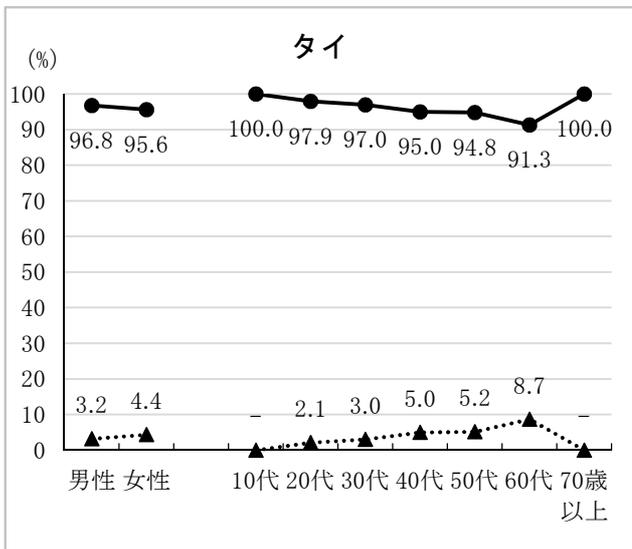
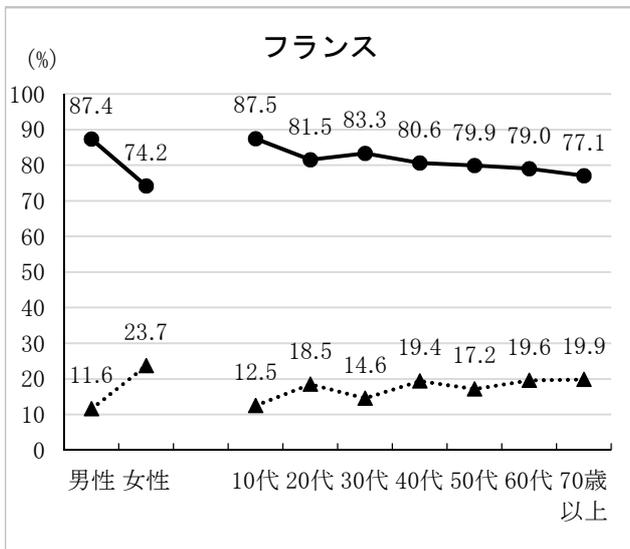
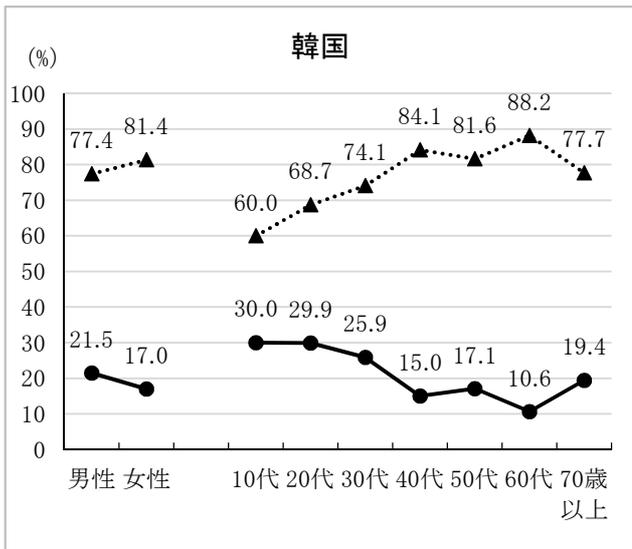
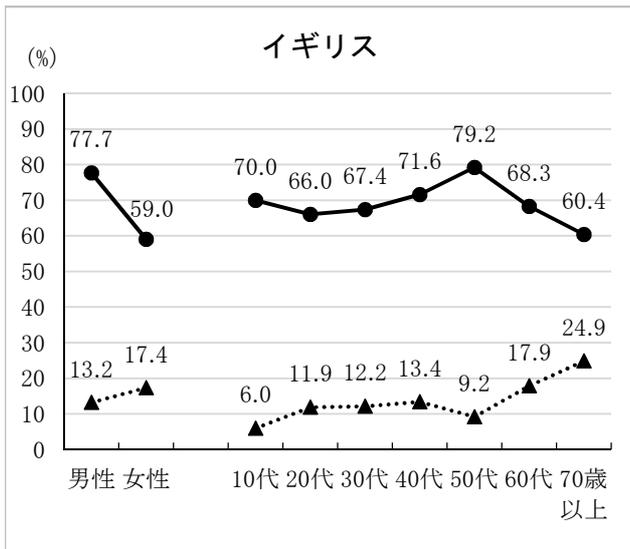
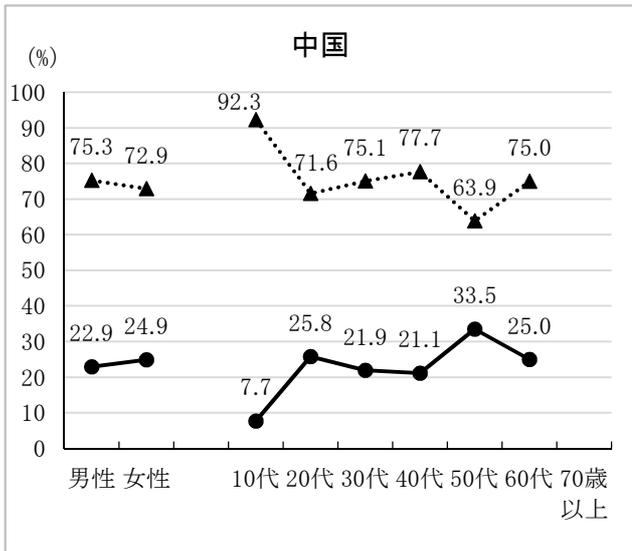
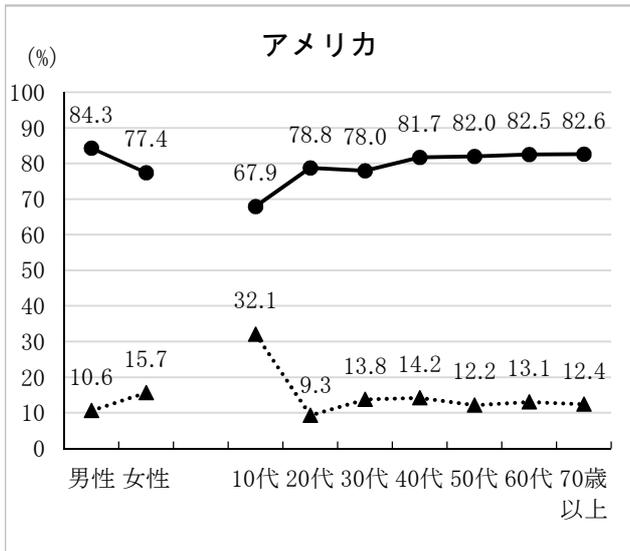
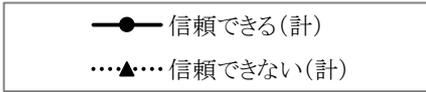
日本について「信頼できる」はタイで96.2%、アメリカで81.0%、フランスで80.5%。イギリスは67.8%。中国は23.9%、韓国は19.2%と極端に低かった。

昨年度からの変化では、タイで7.2ポイント、中国で7.0ポイント、韓国で5.4ポイント、アメリカで4.3ポイント、イギリスで2.4ポイント、いずれも信頼感が増した。

図表41 日本の信頼度



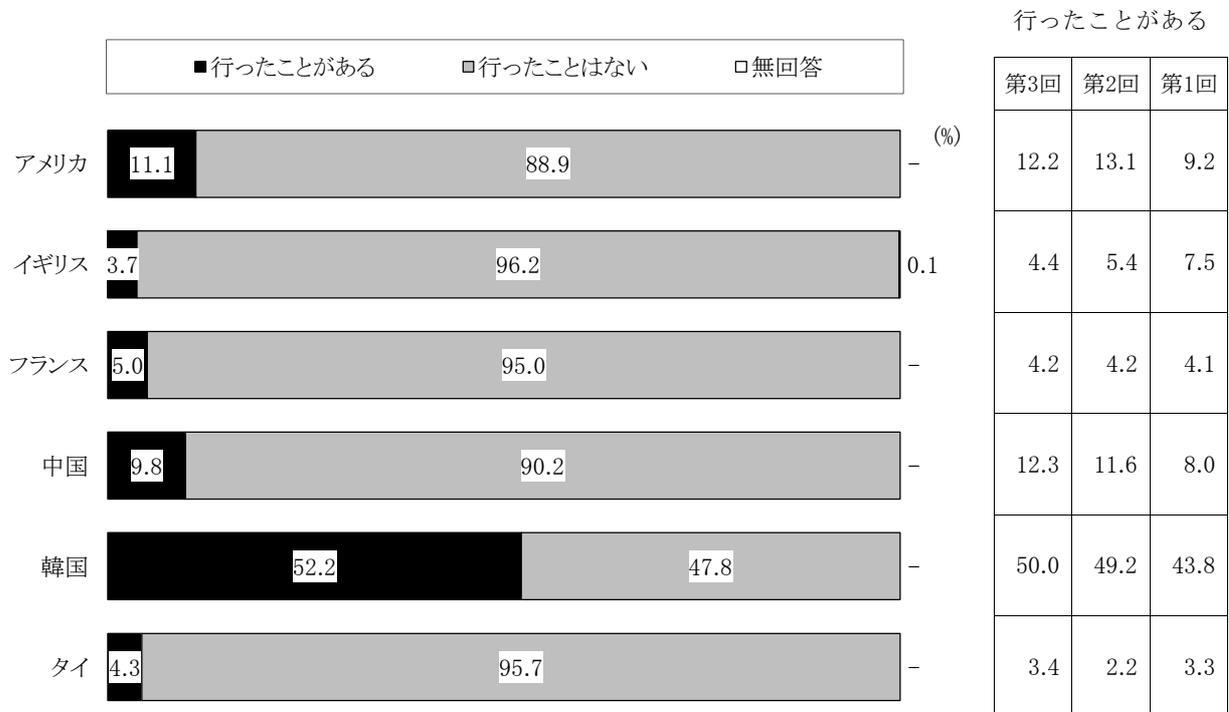
図表42 日本の信頼度（各国、性別・年代別）



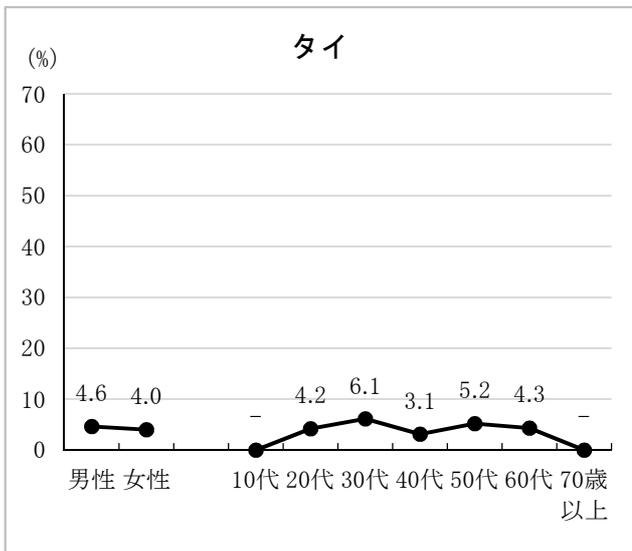
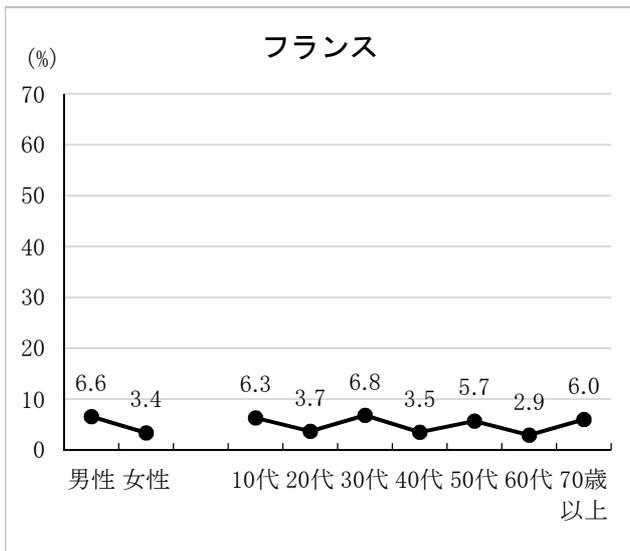
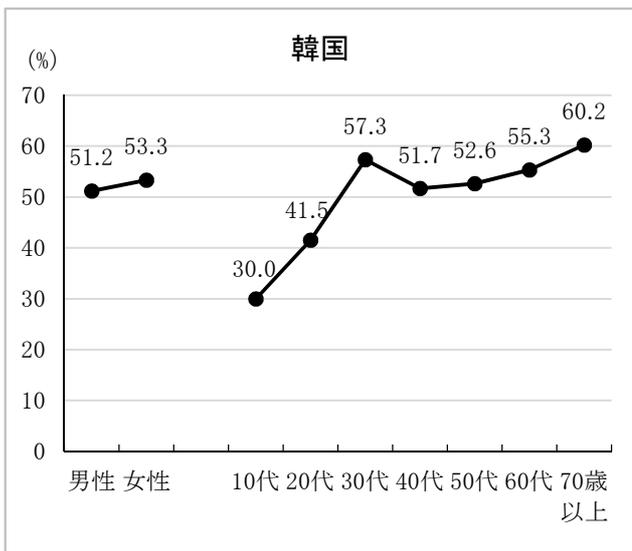
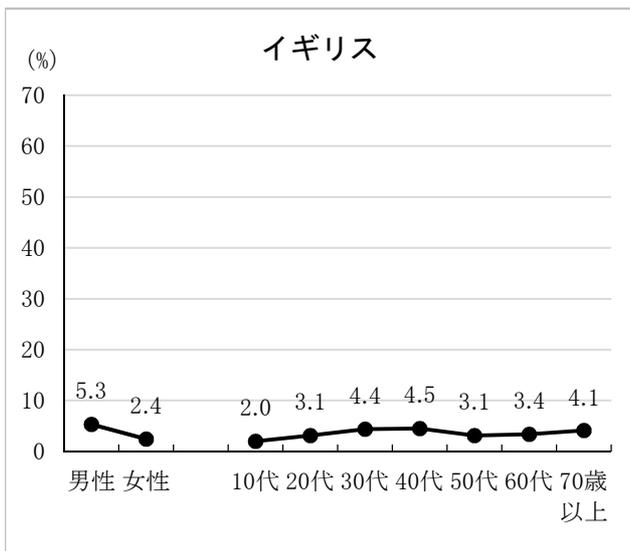
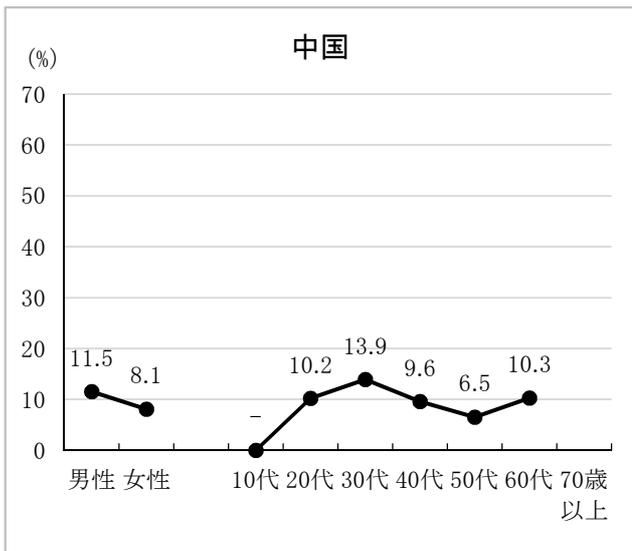
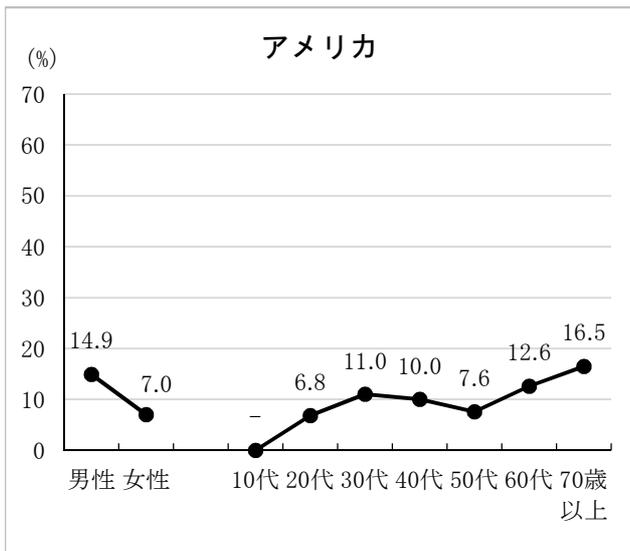
18. 訪日経験（問5）

訪日経験があるのは韓国で52.2%。アメリカ（11.1%）・中国（9.8%）は10%前後。イギリス（3.7%）・フランス（5.0%）・タイ（4.3%）は5%以下。

図表43 訪日経験



図表44 訪日経験（各国、性別・年代別）
「行ったことがある」の割合



19. 知っている日本人（問1）

知っている日本人の名前を1人挙げてもらったところ、中国・韓国・タイは「安倍晋三」が1位。アメリカ・イギリス・フランスは「昭和天皇」が1位。

2位には「安倍晋三」（アメリカ）、「オノ・ヨーコ」（イギリス）、「ナルト（漫画「ナルト」）」（フランス）、「福原愛」（中国）、「伊藤博文」（韓国）、「明仁天皇」（タイ）と分散。

図表45 知っている日本人（各国上位10位） ※各欄右端の数字はその人名を挙げた人の数

アメリカ（回答者275人）		イギリス（回答者283人）		フランス（回答者479人）	
昭和天皇	43	昭和天皇	84	昭和天皇	97
安倍晋三	29	オノ・ヨーコ	25	ナルト（漫画「ナルト」）	29
イチロー	14	安倍晋三	9	ドラゴンボール／孫悟空	27
ジョージ・タケイ（日系アメリカ人2世の俳優）	10	カズオ・イシグロ	7	宮崎駿	26
山本五十六	9	宮崎駿	5	ピカチュウ／ポケモン	11
オノ・ヨーコ	8	村上春樹	4	鳥山明	10
明仁（今上）天皇	6	黒澤明	3	KENZO（高田賢三・デザイナー）	8
宮本武蔵	6	天皇	3	安倍晋三	8
森本正治（シェフ「料理の鉄人」）	5			黒澤明	7
クリスティ・ヤマグチ（スケート）	4			シティーハンター	6

中国（回答者962人）		韓国（回答者652人）		タイ（回答者928人）	
安倍晋三	346	安倍晋三	385	安倍晋三	179
福原愛	70	伊藤博文	84	明仁（今上）天皇	79
山口百恵	40	豊臣秀吉	39	深田恭子	56
宮崎駿	28	浅田真央	13	ドラえもん	44
村上春樹	27	村上春樹	10	天皇	40
小泉純一郎	26	徳川家康	7	蒼井そら	37
矢野浩二（俳優）	24	木村拓哉	6	X-Japan	22
酒井法子	23	天皇	5	愛子内親王	21
高倉健	17	小泉純一郎	4	首相	20
東野圭吾	14	昭和天皇	4	小堀（タイの小説「クーカム」登場人物）	20
山本五十六	14				
田中角栄	14				

調査の概要

●調査国と調査日程、調査方法、調査会社、調査地域

調査国	調査日程	調査方法	調査会社	調査地域
アメリカ	1月24日～28日	電話調査	S S R S	全国
イギリス	1月17日～21日	面接調査	T N S	全国
フランス	1月15日～23日	電話調査	C S A	全国
中国	1月12日～18日	面接調査	C R C リサーチセンター	北京、上海、広州、瀋陽、西安、成都、武漢、合肥、南京、青島
韓国	1月9日～17日	電話調査	Gallup Korea	全国
タイ	12月22日～1月15日	面接調査	I P S O S Thailand	バンコク、チェンマイ、ウドーンターニー、ソンクララー

※電話調査では、複数回答の質問において、回答に偏りが出ないように、選択肢の読み上げ順をランダムにした。

●回収サンプルの構成

アメリカ	男性	502	51.6%	中国	男性	506	50.6%
	女性	470	48.4%		女性	494	49.4%
	10代(18-19歳)	28	2.9%		10代(18-19歳)	52	5.2%
	20代	118	12.1%		20代	236	23.6%
	30代	109	11.2%		30代	237	23.7%
	40代	120	12.3%		40代	251	25.1%
	50代	172	17.7%		50代	155	15.5%
	60代	183	18.8%		60代	68	6.8%
	70歳以上(70-96歳)	242	24.9%		70歳以上	1	0.1%
	合計	972	100.0%		合計	1,000	100.0%
イギリス	男性	493	47.2%	韓国	男性	508	50.3%
	女性	551	52.8%		女性	501	49.7%
	10代(16-19歳)	50	4.8%		10代(19歳)	20	2.0%
	20代	159	15.2%		20代	147	14.6%
	30代	181	17.3%		30代	143	14.2%
	40代	134	12.8%		40代	207	20.5%
	50代	130	12.5%		50代	228	22.6%
	60代	145	13.9%		60代	161	16.0%
	70歳以上(70-97歳)	245	23.5%		70歳以上(70-80歳)	103	10.2%
	合計	1,044	100.0%		合計	1,009	100.0%
フランス	男性	483	48.0%	タイ	男性	500	50.0%
	女性	524	52.0%		女性	500	50.0%
	10代(18-19歳)	32	3.2%		10代(18-19歳)	44	4.4%
	20代	135	13.4%		20代	236	23.6%
	30代	192	19.1%		30代	230	23.0%
	40代	170	16.9%		40代	260	26.0%
	50代	174	17.3%		50代	174	17.4%
	60代	138	13.7%		60代	46	4.6%
	70歳以上(70-93歳)	166	16.5%		70歳以上(70-84歳)	10	1.0%
合計	1,007	100.0%	合計	1,000	100.0%		

●質問一覧

質問	選択肢
問1. 日本人で知っている人の名前を1人挙げてください。現在、存命中か否かは問いません。	
問2. あなたは、次の国々についてどう思っていますか。(回答はそれぞれ1つずつ) (1)アメリカ(2)イギリス(3)フランス (4)日本(5)中国(6)韓国(7)タイ	1 とても好感が持てる 2 やや好感が持てる 3 あまり好感が持てない 4 全く好感が持てない
問3. あなたは、日本を信頼できる国だと思いますか。(回答は1つ)	1 とても信頼できる 2 やや信頼できる 3 あまり信頼できない 4 全く信頼できない
問4. 日本についての知識や情報はどこから得ていますか。(回答はいくつでも)	1 自国のテレビ、新聞、雑誌 2 自分の家族や親戚、知人 3 インターネット 4 日本人の友人、知人 5 訪日経験 6 学校教育 7 得ていない
問5. あなたは日本に行ったことがありますか。(回答は1つ)	1 行ったことがある 2 行ったことはない
問6. あなたは、日本のメディアをご存知ですか。(回答はいくつでも)	1 NHK (ワールドTV、ラジオジャパンなど) 2 共同通信社 3 時事通信社 4 日本の新聞 (朝日、毎日、読売、日経、産経など) 5 知っているものはない
問7. あなたは、日本のことが報道されると関心を持って見聞きしますか。(回答は1つ)	1 とても関心がある 2 やや関心がある 3 あまり関心がない 4 全く関心がない
問8. あなたは、次のことがらを自国のメディアが積極的に報道してほしいと思いますか。(回答はそれぞれ1つずつ) (1)日本の政治、経済、外交政策 (2)日本の国際協力や平和維持活動 (3)日本の科学技術 (4)日本の歴史と文化 (5)日本の生活様式や食文化 (6)日本のファッション、アニメ、音楽 (7)日本の観光情報	1 積極的に報道してほしい 2 報道してほしい 3 あまり報道しなくてもよい 4 報道しなくてもよい
問9. あなたは、ふだんニュースをどの媒体で視聴していますか。あてはまるものをすべてお答えください。(回答はいくつでも)	1 新聞 2 テレビ 3 ラジオ 4 インターネットのニュースサイト 5 SNS (facebook、twitterなど) 6 雑誌
問10. あなたは、インターネットのニュースやSNS (facebook、twitterなど)を見る時に、何を使いますか(回答はいくつでも)	1 パソコン 2 スマートフォン・携帯電話 3 タブレット (例: iPad) 4 その他
問11. あなたは、インターネットのニュースを見る時に、ニュースの出所(報道機関名などの配信元)を気にしますか。(回答は1つ)	1 いつも気にする 2 まあ気にする 3 あまり気にしない 4 全く気にしない
問12. 現在のあなたの日常生活において、新聞の情報をどの程度信頼しているか、点数でお答えください。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点とし、普通の場合を50点としてお答えください。「新聞を読まない」あるいは「分からない」場合でも、大体の感じでお答えください。	<div style="display: flex; align-items: center;"> <div style="margin-right: 10px;">全く信頼していない</div> <div style="flex-grow: 1; border-bottom: 1px solid black; position: relative;"> <div style="position: absolute; top: -5px; left: 0; right: 0;">普通</div> <div style="position: absolute; top: -5px; right: 0;">全面的に信頼している</div> </div> <div style="margin-left: 10px;">0点</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; width: 100%; margin-top: 5px;"> 0点 10 20 30 40 50点 60 70 80 90 100点 </div>

質問	選択肢
<p>問13. 将来の新聞についてどう思いますか。あなたの考えがAとBのどちらに近いかをお答えください。(回答は1つ) Aインターネットなどの普及により新聞の役割が小さくなっていく B今までどおり、新聞が報道に果たす役割は大きい</p>	<p>1 Aに近い 2 どちらかと言えばAに近い 3 どちらとも言えない 4 どちらかと言えばBに近い 5 Bに近い</p>
<p>問14. あなたは、報道の自由についてどう思いますか。(回答はそれぞれ1つずつ) (1)報道の自由は常に保障されるべきだ (2)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 (3)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 (4)メディアは報道の自由を振りかざしていると思う</p>	<p>1 そう思う 2 どちらかと言えばそう思う 3 どちらかと言えばそうは思わない 4 そうは思わない</p>
<p>問15. テレビ・新聞などのマスメディアで報道される世論調査の結果は、人びとの意見を正しく反映していると思いますか。(回答は1つ)</p>	<p>1 そう思う 2 ややそう思う 3 どちらとも言えない 4 あまりそう思わない 5 そう思わない</p>
<p>問16. あなたは、フェイクニュースという言葉を知っていますか。(回答は1つ)</p>	<p>1 知っている 2 聞いたことはあるが内容は分からない 3 知らない</p>
<p>フェイクニュースとは、虚偽の情報でつくられたニュースのこと。2016年の英国・EU離脱の是非を問う国民投票や米国・大統領選の投票では、多くのフェイクニュースが拡散され、投票行動に影響を与えたと言われています。</p>	
<p>問17. あなたは、ふだんニュースに接する時に、フェイクニュース(うそのニュース)があるかもしれないと意識していますか。(回答は1つ)</p>	<p>1 意識している 2 意識していない 3 分からない</p>
<p>問18. フェイクニュースの拡散を防ぐために、あなたは、何らかの規制が必要だと思いますか。(回答は1つ)</p>	<p>1 政府による規制が必要だと思う 2 業界による自主規制が必要だと思う 3 NPOなど有志等による民間の検証が必要だと思う 4 1～3のような規制や検証は必要ないと思う 5 分からない</p>
<p>問19. あなたは、政治家が個人的に発信するSNSの情報とテレビや新聞などが報道する情報のどちらを信頼しますか。(回答は1つ)</p>	<p>1 政治家が個人的に発信するSNSの情報の方を信頼する 2 テレビや新聞などが報道する情報の方を信頼する 3 どちらとも言えない</p>

第4回 諸外国における対日メディア世論調査

2018年3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