

第11回  
メディアに関する全国世論調査  
(2018年)

公益財団法人 新聞通信調査会

# 目 次

## 《各メディアの印象・信頼度》

1. 各メディアの情報の信頼度は？ ..... 1  
    <1位「NHK テレビ」70.8点、2位「新聞」69.6点、3位「民放テレビ」62.9点>
2. 各メディアにつけた信頼度得点に影響が大きかったのは？ ..... 3  
    <「情報源として欠かせない」「情報が分かりやすい」「社会的影響力がある」>
3. 各メディアの信頼感の変化は？ ..... 4  
    <この1年間で新聞の信頼感が「低くなった」が7.7%  
    理由は「特定の勢力に偏った報道をしているから」47%がトップ>
4. 各メディアの印象は？ ..... 5  
    <信頼の「NHK テレビ」「新聞」、面白い「民放テレビ」、手軽な「インターネット」>
5. ニュースの信頼性と対価についてどう思う？ ..... 7  
    <「代金を支払ってもよい」は26%、「無料で入手したい」は45%>
6. 報道の自由についてどう思う？ ..... 8  
    <「報道の自由は常に保障されるべきだ」が82%>
7. 世論調査は人々の意見を反映しているか？ ..... 10  
    <「反映している」24%、「反映していない」34%、「どちらとも言えない」41%>

## 《時事問題とメディア》

8. 時事問題で読んだり見聞きしたいメディアは？ ..... 11  
    <15項目のうち、13項目は民放テレビが1位>

## 《憲法改正問題に関する報道》

9. 憲法改正問題に関心がある？ ..... 13  
    <「関心がある」64%と2013年度調査以来最低>
10. 憲法改正問題に関する情報を入手しているメディアは？ ..... 14  
    <「民放テレビ」66%、「NHK テレビ」59%、「新聞」53%>
11. 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいメディアは？ ..... 15  
    <「民放テレビ」51%、「NHK テレビ」46%、「新聞」40%>
12. 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道は？ ..... 16  
    <新聞は「政党の意見の違い」「現行憲法の解説」についての報道を>

## 《ニュースとメディア》

13. ニュースを読んだり見聞きしたりするのは週にどれくらい？ ..... 17  
    <ニュース接触率「民放テレビ」「NHK テレビ」「新聞」「インターネット」の順>
14. ニュースを読んだり見聞きしたりするのは1日にどれくらい？ ..... 19  
    <接触時間の長い順は「民放テレビ」「NHK テレビ」「新聞」「インターネット」>
15. ニュースを読んだり見聞きしたりするのはいつ、どこで？ ..... 20  
    <新聞は「自宅(午前中)」、民放テレビとNHK テレビは「自宅(夕方以降)」>

16. 大きなニュースを入手するメディアは？ …… 22  
 <「民放テレビ」80%、「NHK テレビ」61%、「インターネット」55%、「新聞」49%>
17. どのメディアで各分野の情報を得る？ …… 23  
 <全分野で民放テレビが1位、「地域に関すること」は新聞が2位>

#### 《生活の中の新聞》

18. 新聞をどのように読んでいる？ …… 25  
 <「月ぎめでとっている紙の新聞」63%、「読まない」24%>
19. 月ぎめ新聞の購読状況は？ …… 26  
 <69%が購読、購読率は減少傾向が続く、中でも全国紙の減少が顕著>
20. 月ぎめで新聞をとる理由は？ …… 28  
 <「新聞を読むのが習慣になっているから」48%>
21. 月ぎめで新聞をとらない理由は？ …… 29  
 <「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」73%>
22. 通信社の役割を知っている？ …… 30  
 <「役割を知っている」人の割合は2012年度以降、50%前後で推移>
23. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？ …… 31  
 <1位「共同通信社」(73%)、2位「ロイター通信」(70%)>

#### 《新聞への意見》

24. 新聞の記事の満足度は？ …… 32  
 <ラ・テ欄、社会記事、地元記事など、身近な記事の満足度が高い>
25. 新聞全般の満足度は？ …… 34  
 <満足している人は48%、不満な人は8%。年々満足層は減少>
26. 戸別配達をどう思う？ …… 36  
 <日本独特の戸別配達制度、「続けてほしい」67%。減少傾向が止まる>
27. 新聞の購読料をどう思う？ …… 37  
 <「妥当」とする人が54%、「高い」とする人が43%>
28. 今後、新聞とどう接する？ …… 38  
 <「紙の新聞を購読する」が59%、「購読しない・読まない」が29%>

#### 《インターネットとニュース》

29. インターネットニュースを見る時に使用する機器は？ …… 39  
 <スマートフォン・携帯電話が86%、モバイルのみでの閲覧が60%>
30. インターネットニュースを見る時、アクセスするのは？ …… 40  
 <ポータルサイトが85%、SNSは若い世代ほど多い>
31. インターネットニュースを見る時に出所を気にするか？ …… 41  
 <「気にする」40%、「気にしない」60%、「気にしない」が昨年度57%より増加>
32. インターネットニュースの有料サービスを利用している？ …… 42  
 <利用していないが93%、「有料の電子新聞や新聞記事」の利用が3%>

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

## 《各メディアの印象・信頼度》

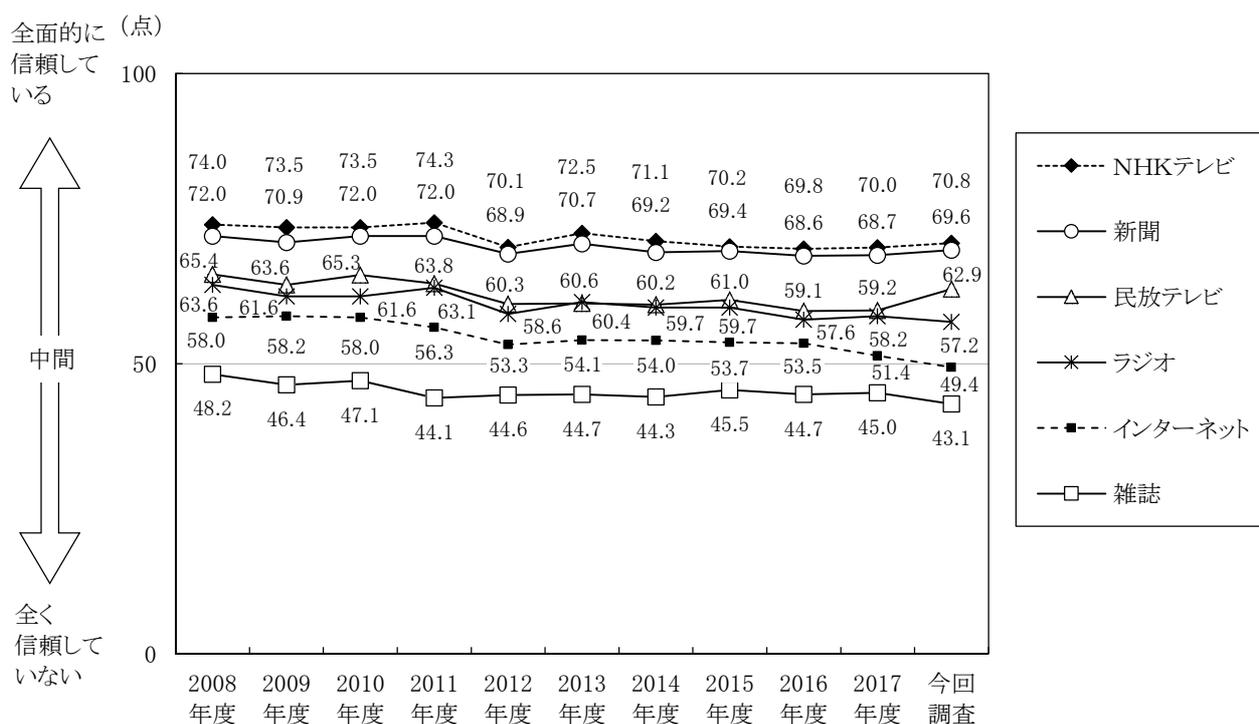
### 1. 各メディアの情報の信頼度は？（＊）

－ 1位「NHKテレビ」70.8点、2位「新聞」69.6点、3位「民放テレビ」62.9点 －

- ・各メディアの情報をどの程度信頼しているかを、全面的に信頼している場合は100点、全く信頼をしていない場合は0点、普通の場合は50点として点数をつけてもらったところ、平均点が最も高かったのは「NHKテレビ」で70.8点、次いで「新聞」が69.6点、「民放テレビ」が62.9点となっている。
- ・第1回調査（2008年12月、標本数3,000、以下、「2008年度調査」と言う）、第2回調査（2009年9月、標本数5,000、以下、「2009年度調査」と言う）、第3回調査（2010年11月、標本数5,000、以下、「2010年度調査」と言う）、第4回調査（2011年9月、標本数5,000、以下、「2011年度調査」と言う）、第5回調査（2012年9月、標本数5,000、以下、「2012年度調査」と言う）、第6回調査（2013年9月、標本数5,000、以下、「2013年度調査」と言う）、第7回調査（2014年9月、標本数5,000、以下、「2014年度調査」と言う）、第8回調査（2015年9月、標本数5,000、以下、「2015年度調査」と言う）、第9回調査（2016年9月、標本数5,000、以下、「2016年度調査」と言う）、第10回調査（2017年11月、標本数5,000、以下、「2017年度調査」と言う）でも、1位「NHKテレビ」（2008年度74.0点、2009年度73.5点、2010年度73.5点、2011年度74.3点、2012年度70.1点、2013年度72.5点、2014年度71.1点、2015年度70.2点、2016年度69.8点、2017年度70.0点）、2位「新聞」（同72.0点、同70.9点、同72.0点、同72.0点、同68.9点、同70.7点、同69.2点、同69.4点、同68.6点、同68.7点）で、順位に変化はなかった。
- ・「NHKテレビ」（前回調査比0.8点上昇）、「新聞」（同0.9点上昇）、「民放テレビ」（同3.7点上昇）の信頼度得点は昨年度より上昇したが、「ラジオ」（同1.0点低下）、「インターネット」（同2.0点低下）は低下した。

図1-1 各メディアの信頼度

(n=3,135)



・性別、年代別に見ても、「NHK テレビ」、「新聞」が全てのカテゴリーで上位2位を占めており、幅広く厚い信頼を得ていることが分かる。

表 1-1 各メディアの信頼度（性・年代別）

(n=3,135)

(点)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総 数	NHKテレビ 70.8	新聞 69.6	民放テレビ 62.9	ラジオ 57.2	インターネット 49.4	雑誌 43.1
男 性	NHKテレビ 68.9	新聞 67.9	民放テレビ 61.3	ラジオ 56.7	インターネット 49.6	雑誌 42.0
女 性	NHKテレビ 72.5	新聞 71.2	民放テレビ 64.4	ラジオ 57.8	インターネット 49.2	雑誌 44.0
18-19歳	NHKテレビ 64.5	新聞 64.1	民放テレビ 59.4	インターネット 53.7	ラジオ 52.0	雑誌 44.5
20 代	NHKテレビ 65.5	新聞 62.4	民放テレビ 59.2	インターネット 55.8	ラジオ 54.7	雑誌 46.1
30 代	新聞 64.9	NHKテレビ 64.5	民放テレビ 59.0	ラジオ 55.1	インターネット 54.3	雑誌 45.1
40 代	新聞 64.9	NHKテレビ 72.3	民放テレビ 64.7	ラジオ 59.7	インターネット 55.0	雑誌 46.4
50 代	NHKテレビ 71.8	新聞 70.9	民放テレビ 64.1	ラジオ 59.7	インターネット 52.8	雑誌 43.3
60 代	NHKテレビ 72.2	新聞 71.3	民放テレビ 63.9	ラジオ 59.3	インターネット 46.4	雑誌 42.6
70代以上	NHKテレビ 74.1	新聞 71.4	民放テレビ 63.9	ラジオ 54.4	雑誌 37.2	インターネット 35.0

## 2. 各メディアにつけた信頼度得点に影響が大きかったのは？（\*）

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

- ・各メディアの信頼度得点をつける際に最も影響の大きい要因を聞いたところ、「情報源として欠かせない」が20.4%で最も多く、次いで、「情報が分かりやすい」が14.8%、「社会的影響力がある」が14.6%となった。また、「何となく」と回答した人の割合は7.9%となった。
- ・年代別に見ると、「情報源として欠かせない」は、年代が上がるほど多くなる傾向があり、50代以上では最も影響の大きい要因となった。一方、「何となく」と回答した人は、年代が下がるほど多くなる傾向があり、18～19歳では最も影響の大きい要因となった。「情報が分かりやすい」は全ての年代で10%以上となった。

図2-1 各メディアの信頼度得点をつけた要因

(n=3,135)

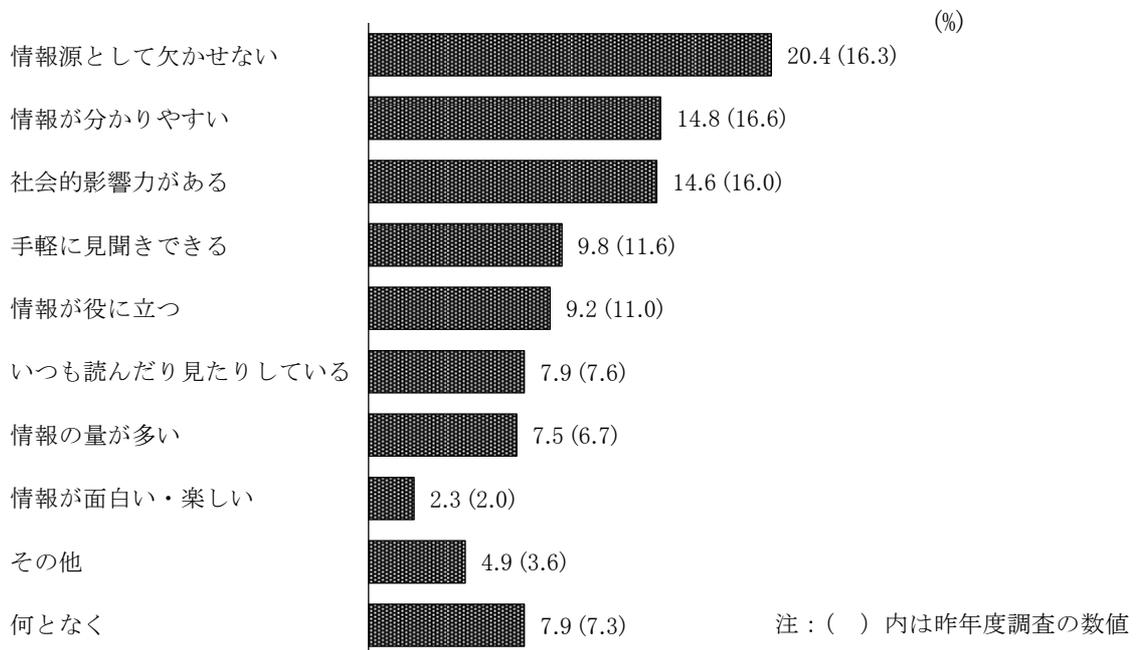
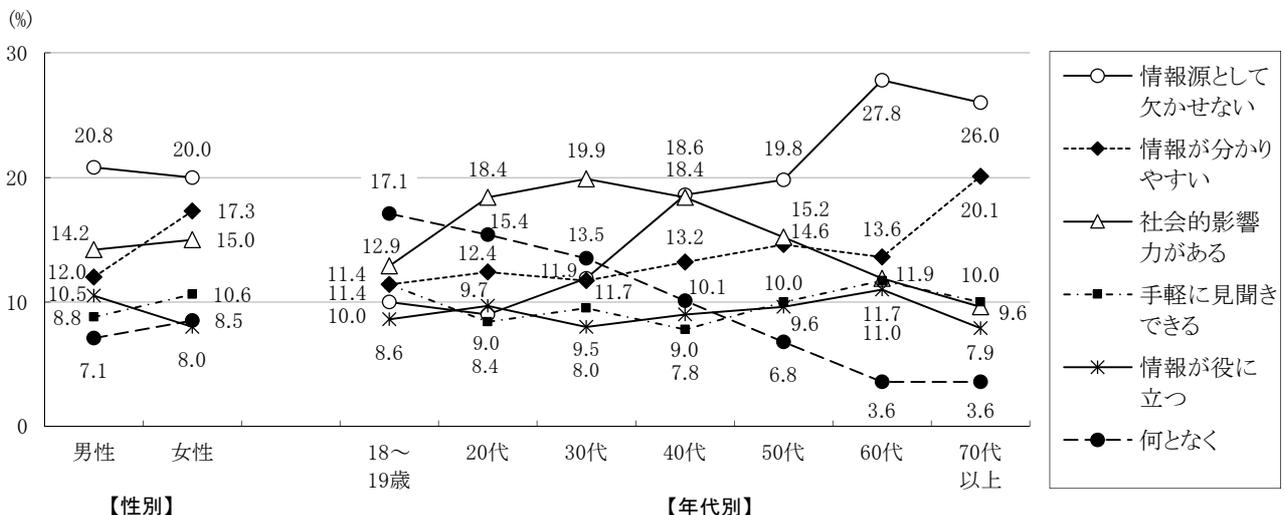


図2-2 各メディアの信頼度得点をつけた要因（性・年代別）

(n=3,135)



### 3. 各メディアの信頼感の変化は？（＊）

－ この1年間で新聞の信頼感が「低くなった」が7.7%

理由は「特定の勢力に偏った報道をしているから」47%がトップ

- ・この1年間で各メディアの信頼感が変化したか尋ねたところ、全てのメディアで「変わらない」と回答した人が73.1～85.7%と多数を占めた。「高くなった」は「インターネット」が5.8%と最も多く「新聞」4.8%、「NHKテレビ」3.9%となった。一方、「低くなった」は「雑誌」が12.2%と最も多く、「民放テレビ」11.8%、「インターネット」9.0%となった。昨年度調査と比較すると、「インターネット」の信頼感が「低くなった」と回答した人の割合が6.3ポイント減少した。
- ・新聞の信頼感が「高くなった」と答えた人にその理由を聞いたところ、「公正・中立な立場で報道しているから」26.0%（昨年度調査20.3%）は昨年度より5.7ポイント増加したが、「情報が正確だから」25.3%（昨年度調査34.6%）は昨年度より9.3ポイント減少した。
- ・新聞の信頼感が「低くなった」と答えた人にその理由を聞いたところ、「特定の勢力に偏った報道をしているから」（昨年度調査46.7%）が昨年度より5.3ポイント、「報道する側のモラルが低下したから」（昨年度調査13.1%）が昨年度より5.1ポイント増加した。

図3-1 各メディアの信頼感の変化

(n=3,135)

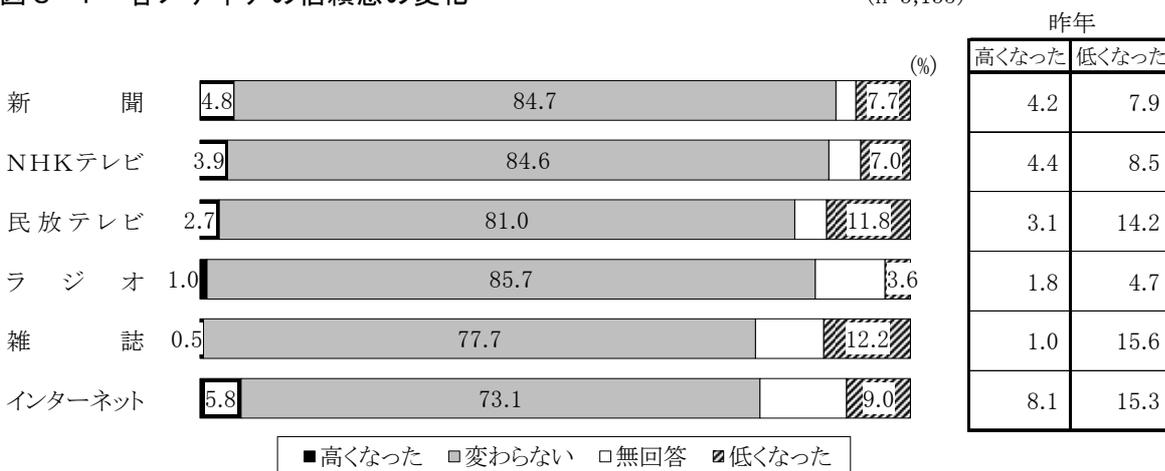


図3-2 新聞の信頼感が高くなった理由 (n=150)

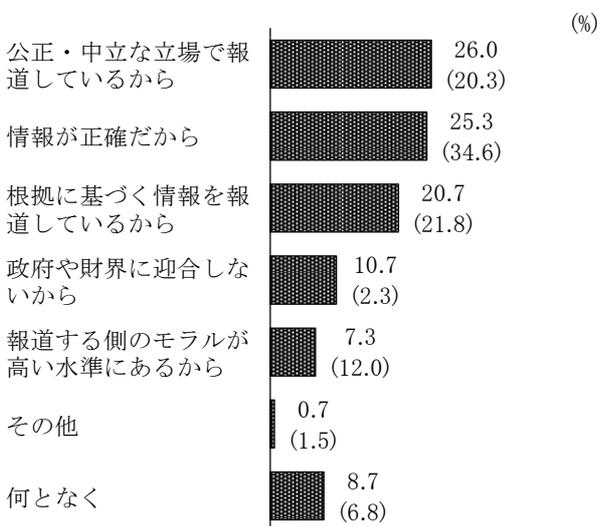
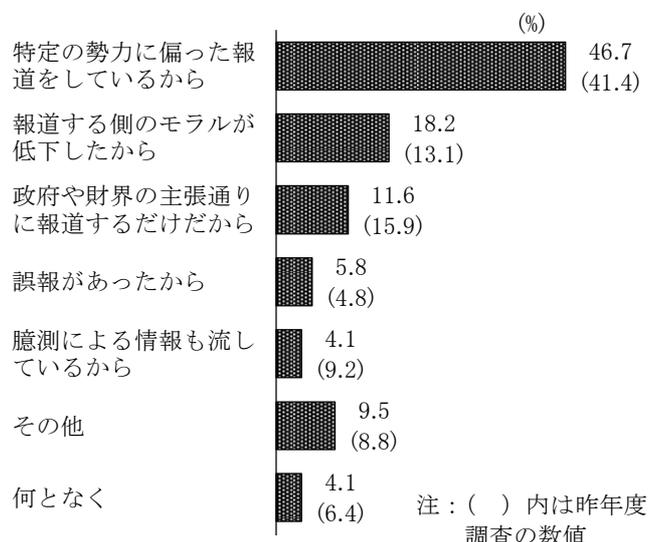


図3-3 新聞の信頼感が低くなった理由 (n=242)



## 4. 各メディアの印象は？（＊）

### － 信頼の「NHK テレビ」「新聞」、面白い「民放テレビ」、手軽な「インターネット」 －

- ・各メディアの印象を尋ねたところ、「情報が信頼できる」「社会的影響力がある」ではNHK テレビが1位に、「情報が面白い・楽しい」「情報が分かりやすい」「情報が役に立つ」「情報源として欠かせない」「情報の量が多い」では民放テレビが1位に、「手軽に見聞きできる」ではインターネットが1位になった。
- ・新聞は、「情報が信頼できる」で2位に、「社会的影響力がある」「情報が分かりやすい」「情報が役に立つ」「情報の量が多い」で3位になった。
- ・昨年度調査と比較すると、新聞は、「情報が面白い・楽しい」「情報が分かりやすい」を除いた全ての項目の割合が減少し、中でも「情報が役に立つ」が5.5ポイント減となった。一方、NHK テレビと民放テレビは全ての項目の割合が増加し、特に民放テレビは「情報が信頼できる」「情報が分かりやすい」「情報が役に立つ」「情報源として欠かせない」が10ポイント以上の増加となった。ラジオ、雑誌、インターネットは、割合が減少した項目が多く、雑誌では「情報が面白い・楽しい」、インターネットでは「社会的影響力がある」が5ポイント以上の減少となった。
- ・年代別に見ると、「情報源として欠かせない」は、新聞とNHK テレビでは年代が上がるほど、インターネットでは年代が下がるほど挙げる人が多くなる傾向があり、50代まではインターネットが1位、60代以上で新聞が1位となった。「情報が信頼できる」は、NHK テレビと新聞では、全ての年代で民放テレビとインターネットより多くなった。「社会的影響力がある」は、30代まではインターネットが1位、40代はNHK テレビ、新聞、民放テレビ、インターネットが50%前後で余り差がなく、50代以上ではNHK テレビが1位となった。

表4-1 各メディアの印象

(複数回答、n=3,135)

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
情報が信頼できる	NHKテレビ 62.1 (57.7)	新聞 56.6 (57.3)	民放テレビ 39.6 (20.4)	インターネット 14.1 (13.1)	ラジオ 10.5 (10.3)	雑誌 2.4 (1.9)
社会的影響力がある	NHKテレビ 57.4 (55.3)	民放テレビ 54.4 (48.4)	新聞 48.6 (48.7)	インターネット 36.7 (41.9)	ラジオ 6.0 (7.5)	雑誌 4.4 (9.1)
情報が面白い・楽しい	民放テレビ 65.7 (61.2)	インターネット 44.1 (42.4)	NHKテレビ 22.2 (17.9)	新聞 20.2 (15.3)	雑誌 12.7 (18.9)	ラジオ 9.0 (11.6)
情報が分かりやすい	民放テレビ 58.9 (43.7)	NHKテレビ 47.0 (45.8)	新聞 37.4 (37.1)	インターネット 30.7 (29.7)	ラジオ 7.2 (7.6)	雑誌 3.7 (5.0)
情報が役に立つ	民放テレビ 52.0 (37.5)	NHKテレビ 45.6 (42.4)	新聞 42.3 (47.8)	インターネット 40.9 (41.4)	ラジオ 8.7 (10.8)	雑誌 7.9 (10.5)
情報源として欠かせない	民放テレビ 49.8 (38.7)	インターネット 45.2 (47.1)	NHKテレビ 43.6 (41.8)	新聞 42.3 (44.7)	ラジオ 8.9 (10.0)	雑誌 4.1 (5.6)
情報の量が多い	民放テレビ 44.0 (31.5)	インターネット 42.2 (45.4)	新聞 36.3 (39.6)	NHKテレビ 31.5 (23.5)	雑誌 4.4 (5.6)	ラジオ 3.8 (3.6)
手軽に見聞きできる	インターネット 55.3 (54.7)	民放テレビ 54.3 (49.2)	NHKテレビ 34.5 (32.9)	新聞 33.5 (36.3)	ラジオ 11.4 (15.0)	雑誌 6.2 (8.2)

注：( )内は昨年度調査の数値

図4-1 「情報源として欠かせない」とした人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=3,135）

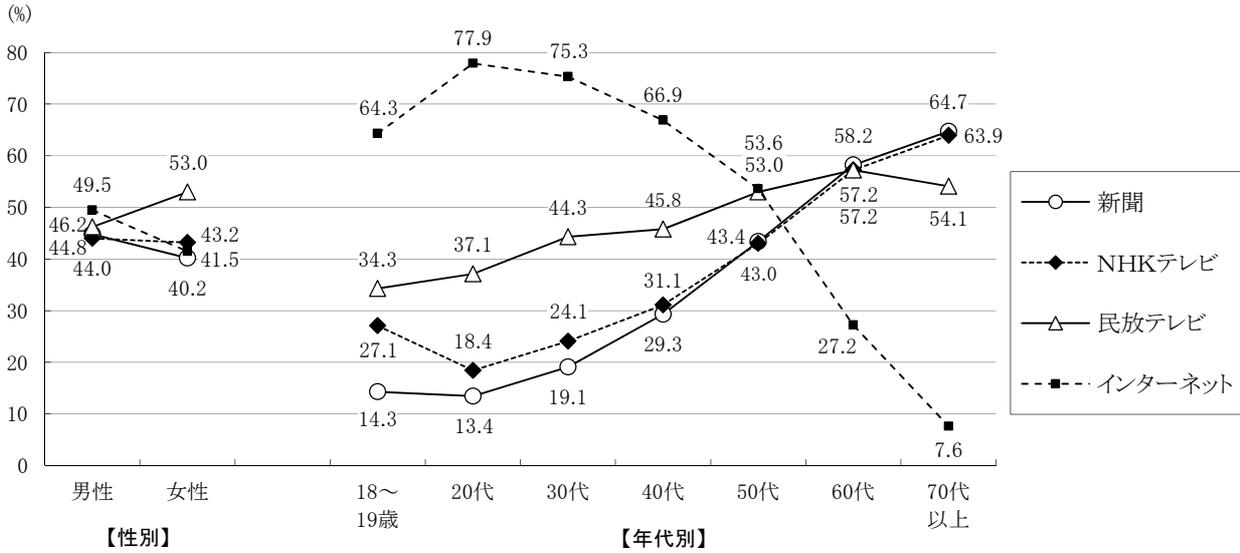


図4-2 「情報が信頼できる」とした人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=3,135）

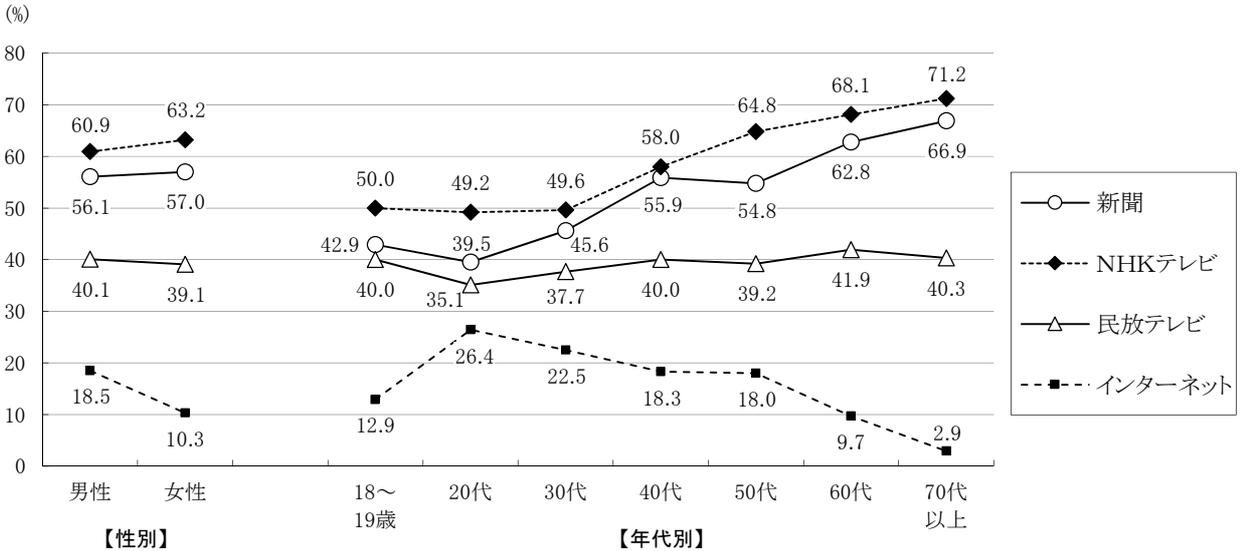
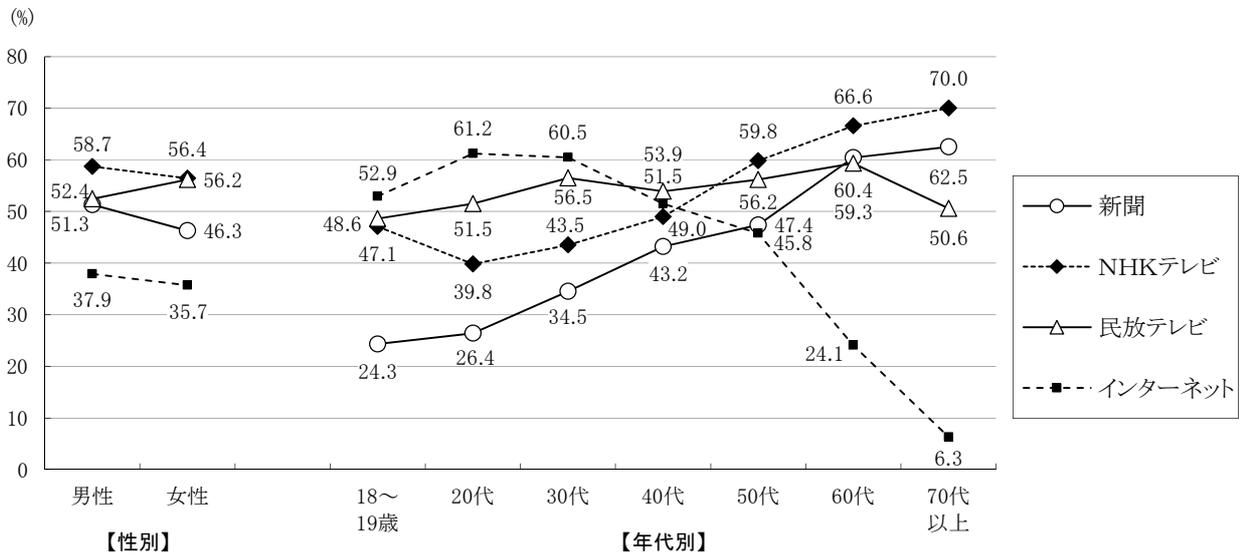


図4-3 「社会的影響力がある」とした人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=3,135）



## 5. ニュースの信頼性と対価についてどう思う？

— 「代金を支払ってもよい」は26%、「無料で入手したい」は45% —

- ・ニュースの信頼性と対価について、「A：信頼性が低くても、ニュースは無料で入手したい」と考える人は45.1%で、「B：信頼性の高いニュースを入手するために、代金を支払ってもよい」と考える人（25.5%）を19.6ポイント上回った。「どちらとも言えない」は27.7%であった。
- ・年代別に見ると、全ての年代で「A：信頼性が低くても、ニュースは無料で入手したい」が「B：信頼性の高いニュースを入手するために、代金を支払ってもよい」を上回った。「A：信頼性が低くても、ニュースは無料で入手したい」は年代の低い層で高くなっており、40代以下では50%を超えた。一方、「B：信頼性の高いニュースを入手するために、代金を支払ってもよい」は50～60代で多く30%前後となった。

※ 「A：信頼性が低くても、ニュースは無料で入手したい」=「Aに近い」+「どちらかと言えばAに近い」  
 「B：信頼性の高いニュースを入手するために、代金を支払ってもよい」=「どちらかと言えばBに近い」+「Bに近い」

図5-1 ニュースの信頼性と対価

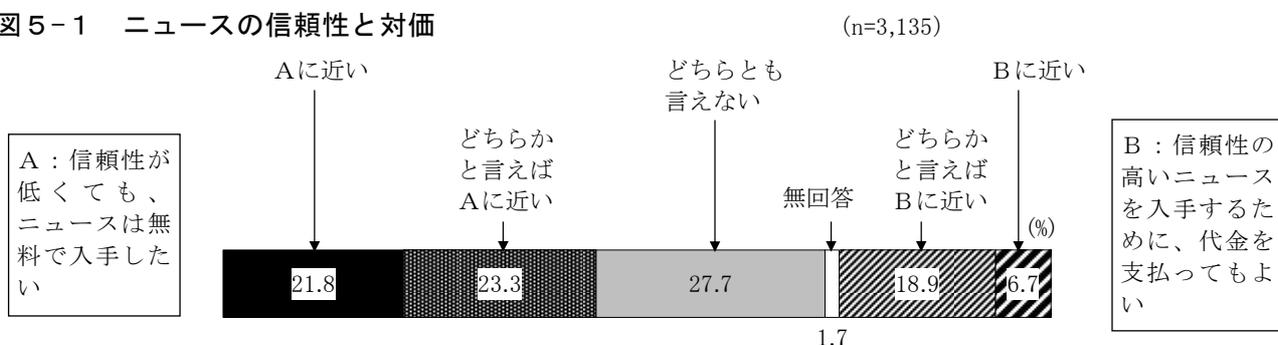
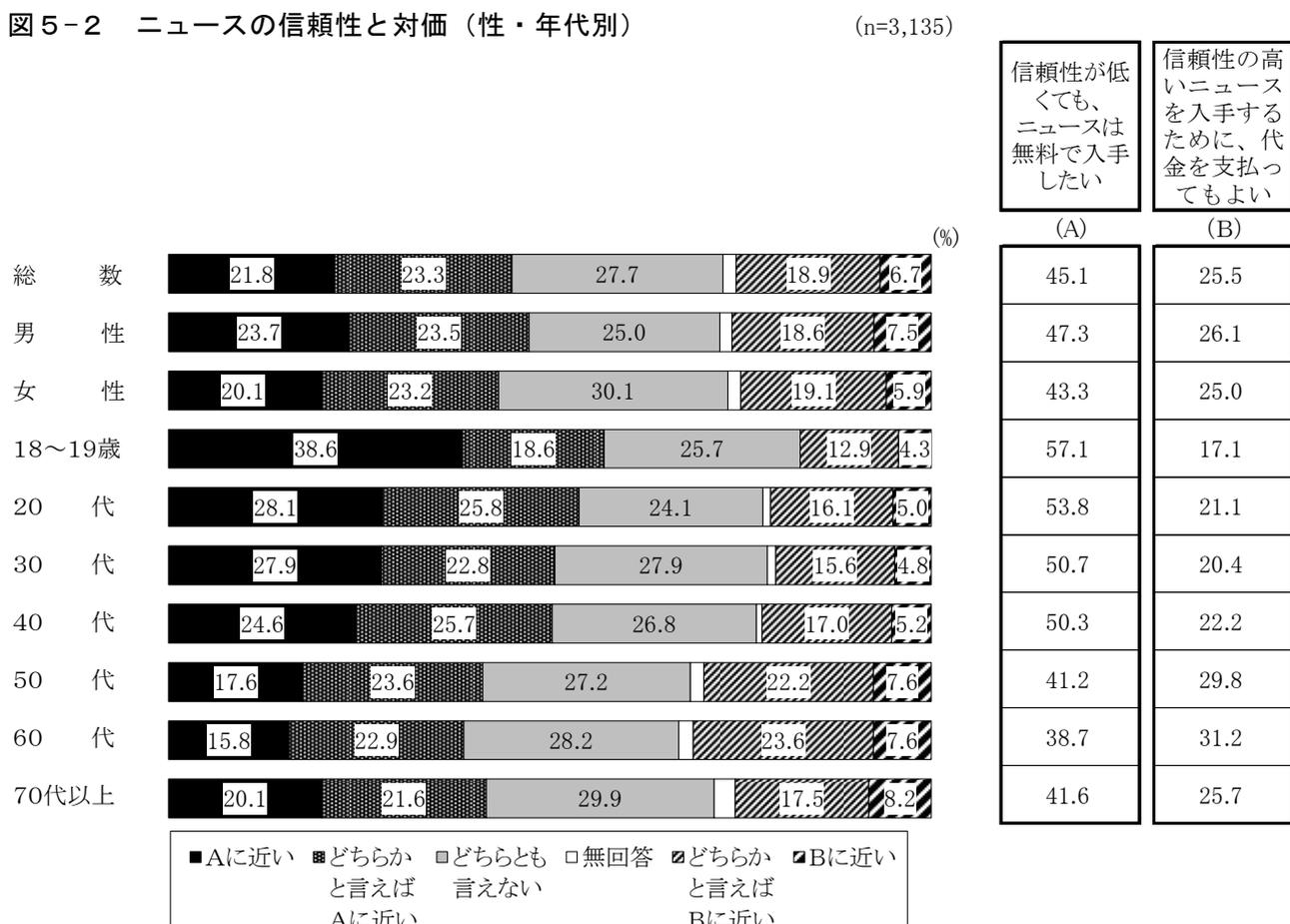


図5-2 ニュースの信頼性と対価（性・年代別）

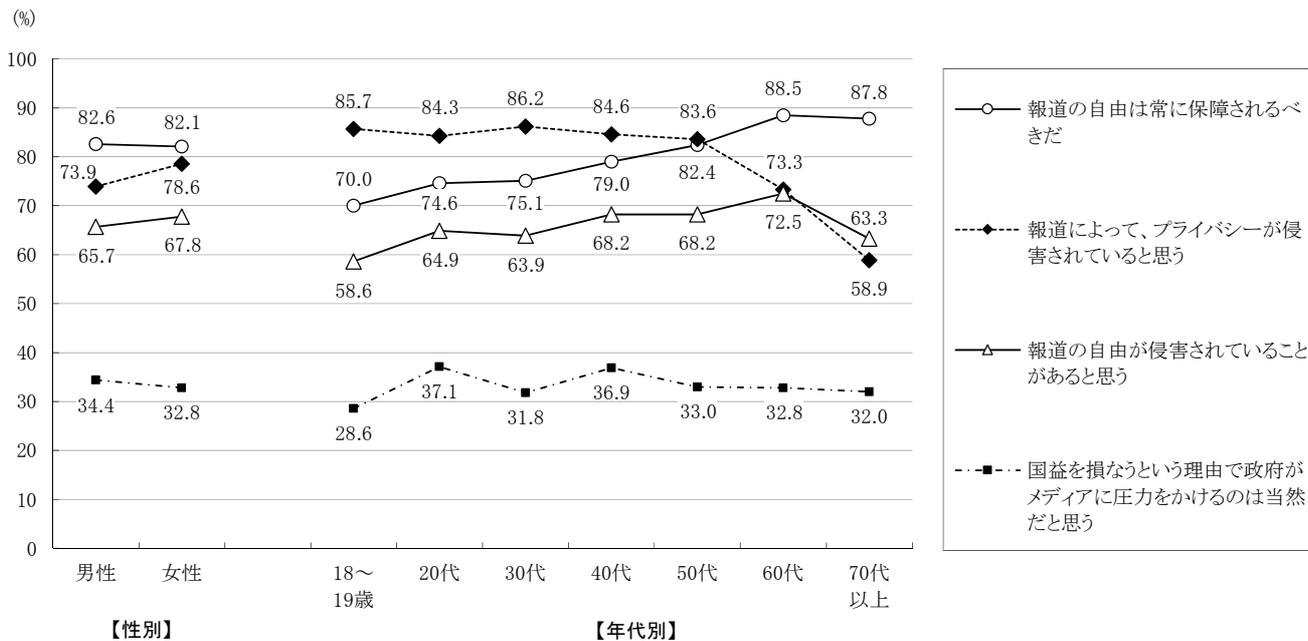




- ・性別に見ると、「報道によって、プライバシーが侵害されていると思う」と答えた人の割合は、男性より女性の方が4.7ポイント多かった。
- ・年代別に見ると、「報道の自由は常に保障されるべきだ」と答えた人は、年代が高いほど多くなる傾向が見られ、60代以上で87.8%~88.5%となった。「報道によって、プライバシーが侵害されていると思う」と答えた人は、50代以下では80%台となったが、60代以上では63.3%~73.3%と低くなった。

図6-2 報道の自由について（「思う」と答えた人の割合）（性・年代別）

(n=3,135)



## 7. 世論調査は人々の意見を反映しているか？（\*）

— 「反映している」24%、「反映していない」34%、「どちらとも言えない」41% —

- ・テレビ・新聞・通信社が実施し、報道する内閣支持率などの世論調査の結果は、人びとの意見を正しく反映していると思うか尋ねたところ、「反映していると思う」と答えた人（「そう思う」3.7%と「ややそう思う」20.6%の計）が24.2%となった。一方、「反映していると思わない」と答えた人（「そう思わない」9.3%と「あまりそう思わない」24.3%の計）が33.6%となった。また、「どちらとも言えない」と回答した人が40.8%であった。
- ・昨年度調査との比較では、「反映していると思う」が32.5%から8.3ポイント減少し、「反映していると思わない」が27.3%から6.3ポイント増加した。
- ・年代別に見ると、60代以下の年代では「反映していると思わない」と答えた人が「反映していると思う」と答えた人を上回った。30代で「反映していると思わない」と答えた人が最も多く41.1%となった。

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

図7-1 世論調査は人々の意見を反映しているか (n=3,135)

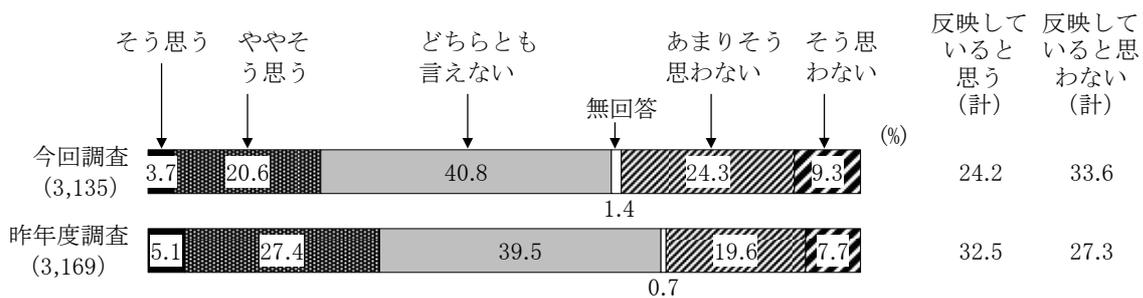
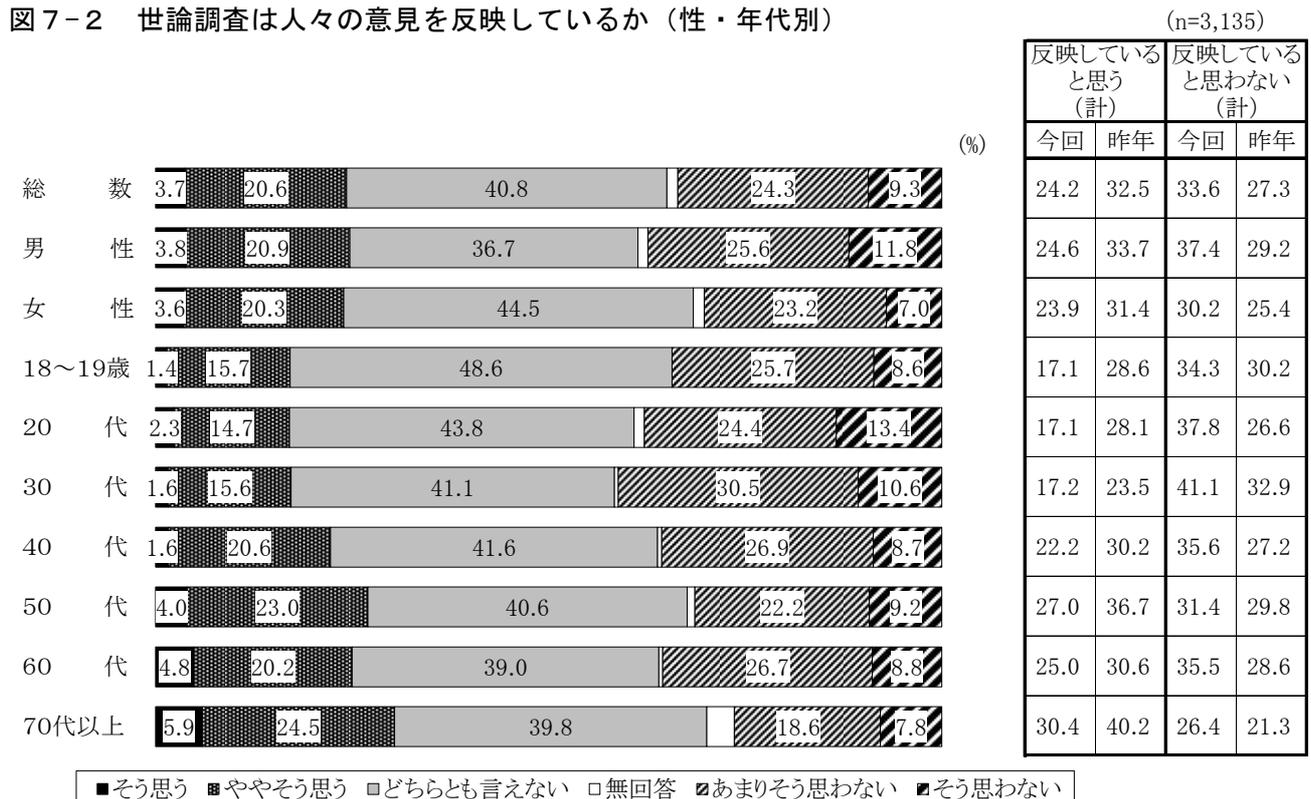


図7-2 世論調査は人々の意見を反映しているか（性・年代別）



## 8. 時事問題で読んだり見聞きしたいメディアは？

－ 15項目のうち、13項目は民放テレビが1位 －

- ・政治・経済・社会に関する15の時事問題について、どのメディアで読んだり、見たりしたいかを質問した。「日本の財政、税制」「選挙制度改革」はNHKテレビが1位に、他の項目は全て民放テレビが1位になった。新聞は「年金・医療・介護」「雇用環境、ブラック企業」で2位になった。
- ・性別に見ると、「年金・医療・介護」「雇用環境、ブラック企業」「災害や防災」はいずれも、民放テレビは男性より女性の方が高く、インターネットは女性より男性の方が高かった。NHKテレビと新聞は男女差が小さかった。
- ・年代別に見ると、「年金・医療・介護」「雇用環境、ブラック企業」「災害や防災」はいずれも、NHKテレビと新聞は、年代が高いほど高くなる傾向が見られた。インターネットは20～30代で高く、40代以降は年代が高いほど低くなった。民放テレビは年代差が小さかった。

表8-1 時事問題で読んだり見聞きしたいメディア

(複数回答、n=3,135)

	1位	2位	3位	4位	読まない・見ない
年金・医療・介護	民放テレビ 54.2	新聞 52.6	NHKテレビ 51.2	インターネット 36.2	4.4
子どもの虐待	民放テレビ 63.6	NHKテレビ 46.8	新聞 42.6	インターネット 33.5	5.6
貧困、生活保護	民放テレビ 53.4	NHKテレビ 46.3	新聞 43.2	インターネット 29.1	8.2
待機児童、保育の問題	民放テレビ 56.0	NHKテレビ 45.5	新聞 42.4	インターネット 28.6	9.7
女性の社会進出	民放テレビ 52.6	NHKテレビ 42.1	新聞 40.7	インターネット 28.7	11.2
雇用環境、ブラック企業	民放テレビ 53.1	新聞 42.2	NHKテレビ 40.5	インターネット 38.0	8.1
景気・物価	民放テレビ 53.2	NHKテレビ 50.7	新聞 49.8	インターネット 32.5	6.0
日本の財政、税制	NHKテレビ 51.1	民放テレビ 50.4	新聞 49.7	インターネット 28.1	7.5
原発、エネルギー問題	民放テレビ 54.0	NHKテレビ 51.1	新聞 47.2	インターネット 29.2	7.9
災害や防災	民放テレビ 65.0	NHKテレビ 61.0	新聞 50.7	インターネット 41.2	2.7
選挙制度改革	NHKテレビ 50.3	民放テレビ 50.2	新聞 46.6	インターネット 25.1	11.3
外国人労働者	民放テレビ 45.2	NHKテレビ 40.6	新聞 38.6	インターネット 24.3	18.8
日米関係、基地問題	民放テレビ 54.1	NHKテレビ 52.6	新聞 46.4	インターネット 28.4	9.8
北朝鮮問題	民放テレビ 59.1	NHKテレビ 54.7	新聞 47.7	インターネット 30.5	7.3
日本の防衛対策、自衛隊	民放テレビ 54.3	NHKテレビ 53.7	新聞 47.9	インターネット 29.7	8.8

図8-1 「年金・医療・介護」について読んだり見聞きたいメディア（性・年代別）

(複数回答、n=3,135)

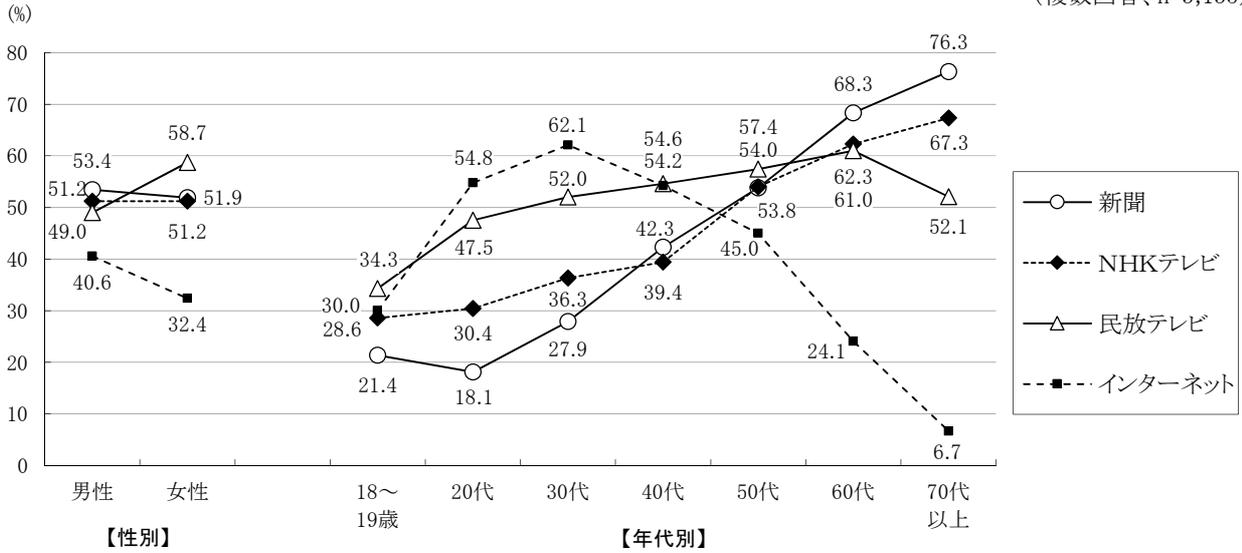


図8-2 「雇用環境、ブラック企業」について読んだり見聞きたいメディア（性・年代別）

(複数回答、n=3,135)

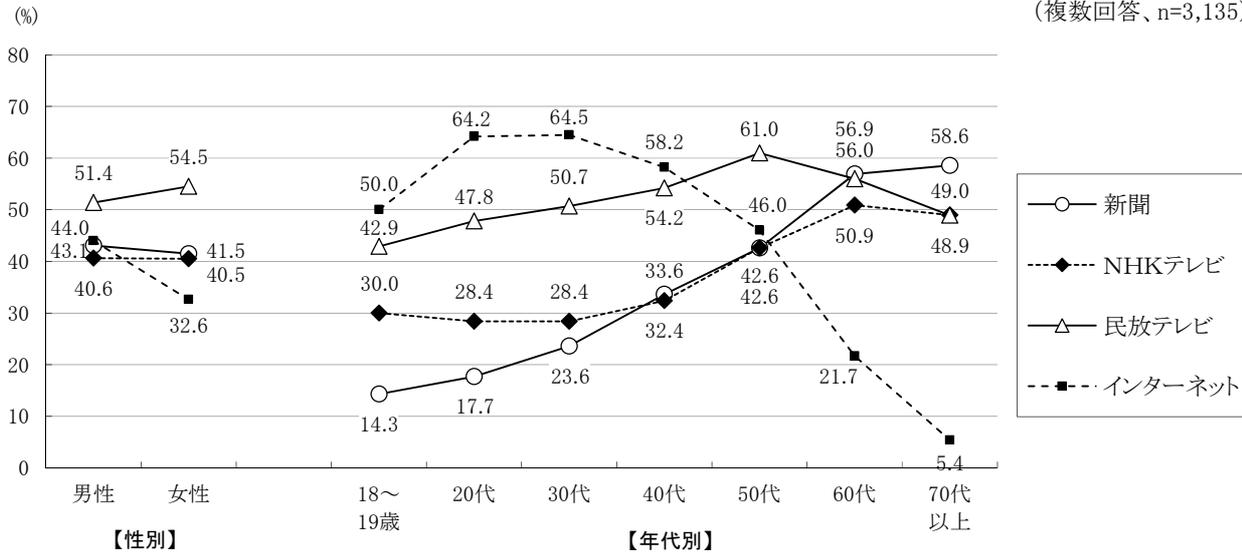
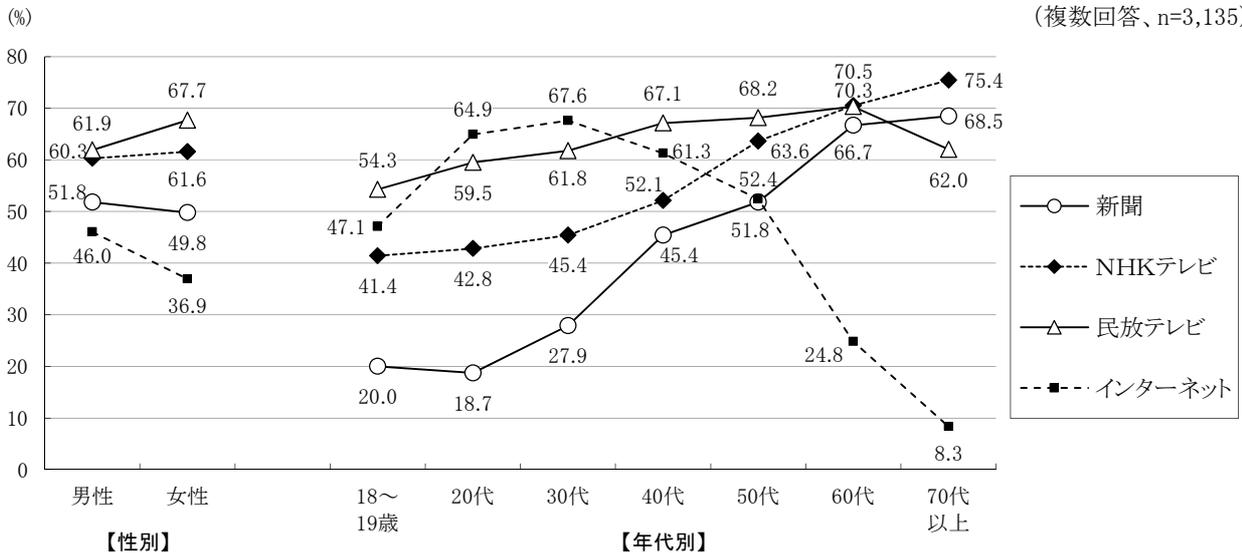


図8-3 「災害や防災」について読んだり見聞きたいメディア（性・年代別）

(複数回答、n=3,135)



## 《憲法改正問題に関する報道》

### 9. 憲法改正問題に関心がある？（\*）

－ 「関心がある」64%と2013年度調査以来最低 －

- ・憲法改正問題に、「関心がある」と答えた人が64.1%（「非常に関心がある」17.3%と「やや関心がある」46.8%の計）、「関心がない」と答えた人が35.5%（「全く関心がない」6.1%と「あまり関心がない」29.4%の計）となった。この質問を始めた2013年度以降、関心は最も低くなった。
- ・性別に見ると、「関心がある」と答えた人は、女性の60.1%に対し男性が68.7%と、男性の方が8.6ポイント多かった。年代別に見ると、「関心がある」は、40代以上で60%を超え、60代で最も多く73.2%となった。20代では、「関心がある」は48.8%と50%を下回った。

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

図9-1 憲法改正問題への関心

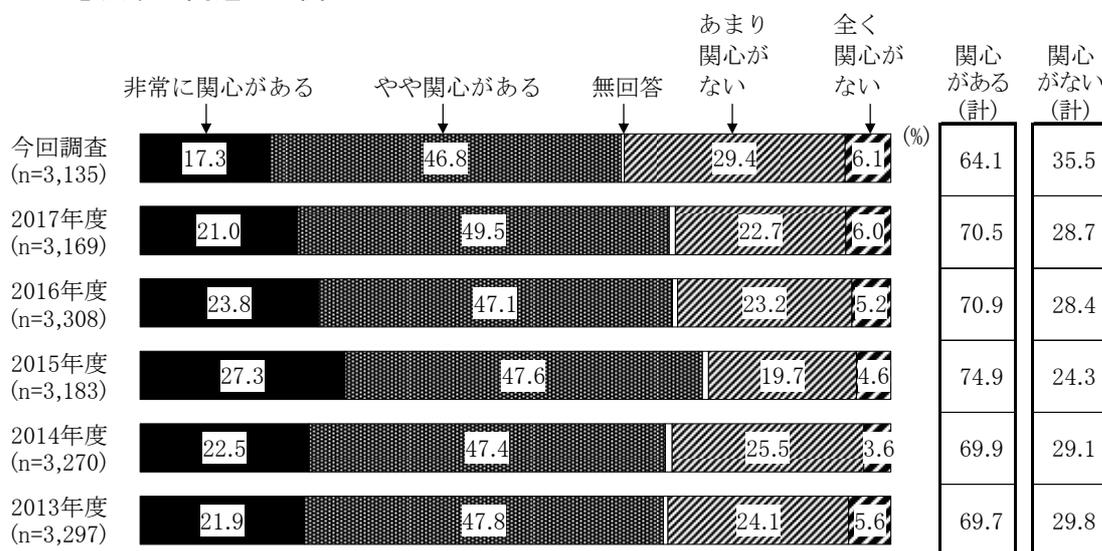
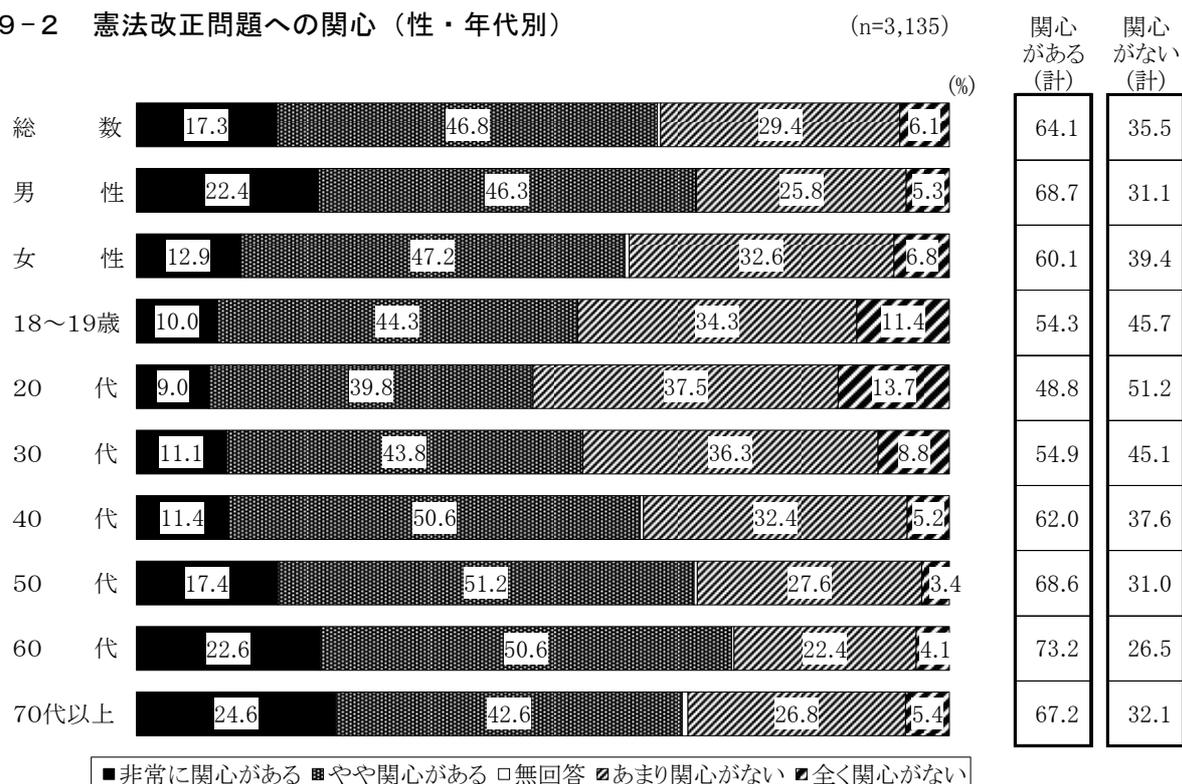


図9-2 憲法改正問題への関心（性・年代別）



## 10. 憲法改正問題に関する情報を入手しているメディアは？（\*）

— 「民放テレビ」66%、「NHK テレビ」59%、「新聞」53% —

- ・憲法改正問題に関する情報をどのメディアから入手しているか質問したところ、「民放テレビ」を挙げた人が65.6%と最も多く、以下、「NHK テレビ」が59.4%、「新聞」が52.5%、「インターネット」が34.8%という結果になった。前回調査と比べると、民放テレビは7.3ポイント、NHK テレビは2.4ポイント増加した。一方、新聞は1.7ポイント、インターネットは2.5ポイント減少した。
- ・年代別に見ると、20代ではインターネットが1位、18～19歳、30～50代では民放テレビが1位、60代以上ではNHK テレビが1位となった。新聞とNHK テレビは年代の高い層で多く見られた。インターネットは年代の低い層で多く見られ、40代以下で50%を超えた。

図 10-1 憲法改正問題に関する情報を入手しているメディア

(複数回答、n=3,135)

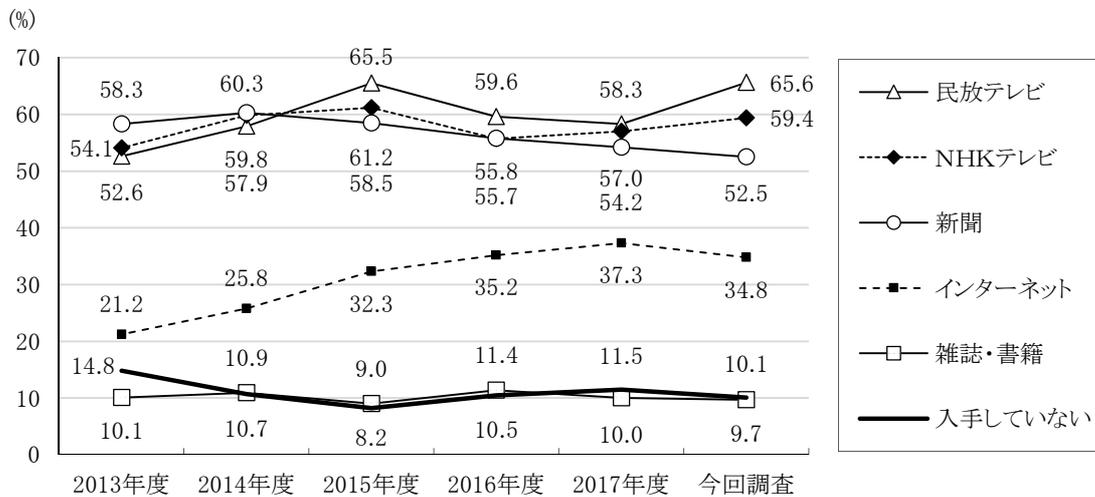


表 10-1 憲法改正問題に関する情報を入手しているメディア（性・年代別）

(複数回答、n=3,135)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
総数	民放テレビ 65.6	NHKテレビ 59.4	新聞 52.5	インターネット 34.8	入手していない 10.1	雑誌・書籍 9.7
男性	民放テレビ 65.4	NHKテレビ 60.7	新聞 56.1	インターネット 43.0	雑誌・書籍 11.0	入手していない 7.5
女性	民放テレビ 65.7	NHKテレビ 58.2	新聞 49.4	インターネット 27.7	入手していない 12.4	雑誌・書籍 8.5
18-19歳	民放テレビ 57.1	インターネット 51.4	NHKテレビ 38.6	新聞 22.9	入手していない 1.4	雑誌・書籍 22.9
20代	インターネット 57.9	民放テレビ 54.2	NHKテレビ 38.5	入手していない 20.7	新聞 19.4	雑誌・書籍 4.3
30代	民放テレビ 64.7	インターネット 58.4	NHKテレビ 39.5	新聞 26.8	入手していない 15.6	雑誌・書籍 3.7
40代	民放テレビ 64.0	インターネット 51.7	NHKテレビ 47.0	新聞 43.6	入手していない 11.0	雑誌・書籍 7.8
50代	民放テレビ 71.0	NHKテレビ 63.6	新聞 53.0	インターネット 41.0	雑誌・書籍 8.8	入手していない 6.0
60代	NHKテレビ 71.0	民放テレビ 70.3	新聞 68.6	インターネット 20.7	雑誌・書籍 15.6	入手していない 5.6
70代以上	NHKテレビ 77.0	新聞 75.2	民放テレビ 65.1	雑誌・書籍 13.0	入手していない 7.5	インターネット 6.6

(憲法改正問題に関する情報を入手している人に) (全体の 89.8%)

## 11. 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいメディアは？ (\*)

— 「民放テレビ」51%、「NHK テレビ」46%、「新聞」40% —

- ・憲法改正問題に関する情報で分かりやすいと思うメディアを挙げてもらったところ、「民放テレビ」が50.5%、「NHK テレビ」が45.8%、「新聞」が40.4%、「インターネット」が21.7%という結果になった。前回調査と比べると、民放テレビは2.8ポイント、NHK テレビは1.4ポイント増加した。一方、新聞は3.3ポイント、インターネットは3.2ポイント、雑誌・書籍は1.1ポイント減少した。
- ・年代別に見ると、50代以下では民放テレビが1位、60代ではNHK テレビが1位、70代以上では新聞が1位となった。新聞とNHK テレビは20代から年代の上昇とともに多くなっている。インターネットは20代にかけて年代が低いほど多くなっている。

図 11-1 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいと思うメディア

(複数回答、n=2,814)

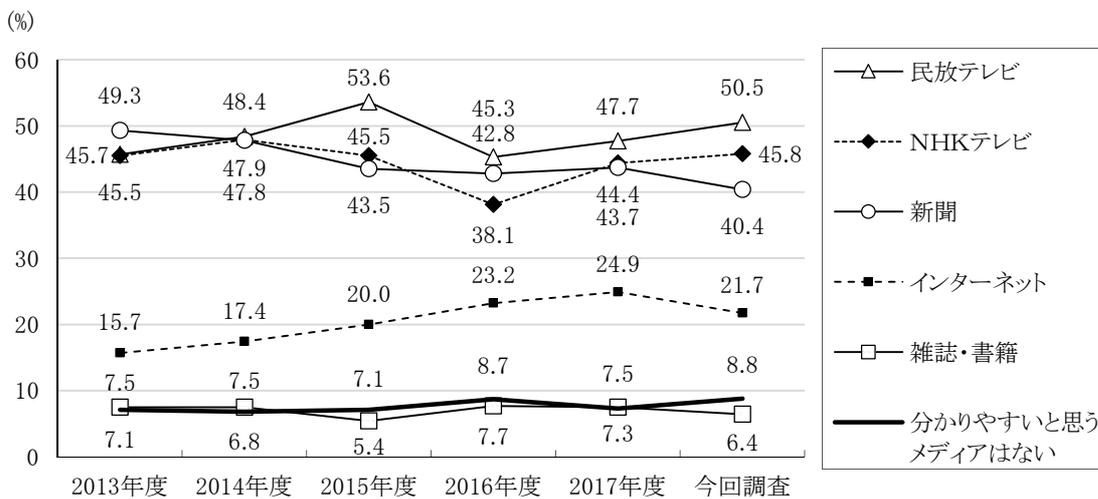


表 11-1 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいと思うメディア (性・年代別) (複数回答、n=2,814)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総数	民放テレビ 50.5	NHKテレビ 45.8	新聞 40.4	インターネット 21.7	ない 8.8	雑誌・書籍 6.4
男性	民放テレビ 47.5	NHKテレビ 45.3	新聞 43.1	インターネット 27.7	ない 8.4	雑誌・書籍 7.5
女性	民放テレビ 53.4	NHKテレビ 46.2	新聞 37.8	インターネット 16.2	ない 9.1	雑誌・書籍 5.3
18-19歳	民放テレビ 48.1	インターネット 37.0	NHKテレビ 33.3	新聞 20.4	ない 9.3	雑誌・書籍 1.9
20代	民放テレビ 46.0	インターネット 45.6	NHKテレビ 29.5	新聞 13.9	ない 12.2	雑誌・書籍 3.4
30代	民放テレビ 46.9	インターネット 39.0	NHKテレビ 29.2	新聞 17.9	ない 16.4	雑誌・書籍 3.1
40代	民放テレビ 51.7	NHKテレビ 35.4	インターネット 32.6	新聞 30.5	ない 9.4	雑誌・書籍 4.3
50代	民放テレビ 53.0	NHKテレビ 44.0	新聞 34.7	インターネット 24.3	ない 8.1	雑誌・書籍 4.3
60代	NHKテレビ 53.1	新聞 50.2	民放テレビ 49.6	インターネット 11.0	雑誌・書籍 10.6	ない 7.2
70代以上	新聞 64.3	NHKテレビ 62.6	民放テレビ 52.2	雑誌・書籍 8.8	ない 5.4	インターネット 3.6

## 12. 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道は？（\*）

### － 新聞は「政党の意見の違い」「現行憲法の解説」についての報道を －

- ・国会で憲法改正問題が議論されていく中で新聞に期待する報道を尋ねたところ、前回同様、「政党の意見の違いがよく分かるような報道をしてほしい」49.5%、「現行の憲法について詳しく解説してほしい」47.4%が多かった。
- ・性別に見ると、「新聞社の立場を明確に」は男性の方が9.2ポイント挙げた人が多く、「現行の憲法についての詳しい解説」は女性の方が4.7ポイント挙げた人が多かった。年代別に見ると、全ての年代で「現行の憲法についての詳しい解説」と「政党の意見の違い」が1～2位となった。「憲法学者など専門家の意見」「国民世論を形成」「新聞社の立場を明確に」は年代が高い層で多く挙げられた。

図 12-1 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道

（複数回答、n=3,135）

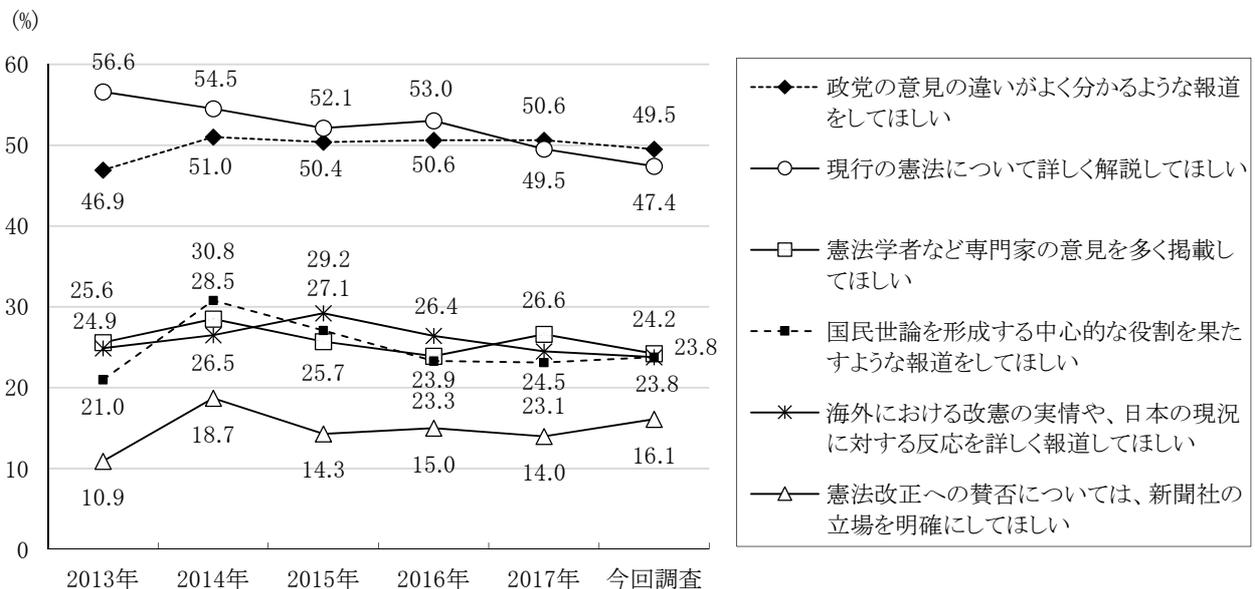
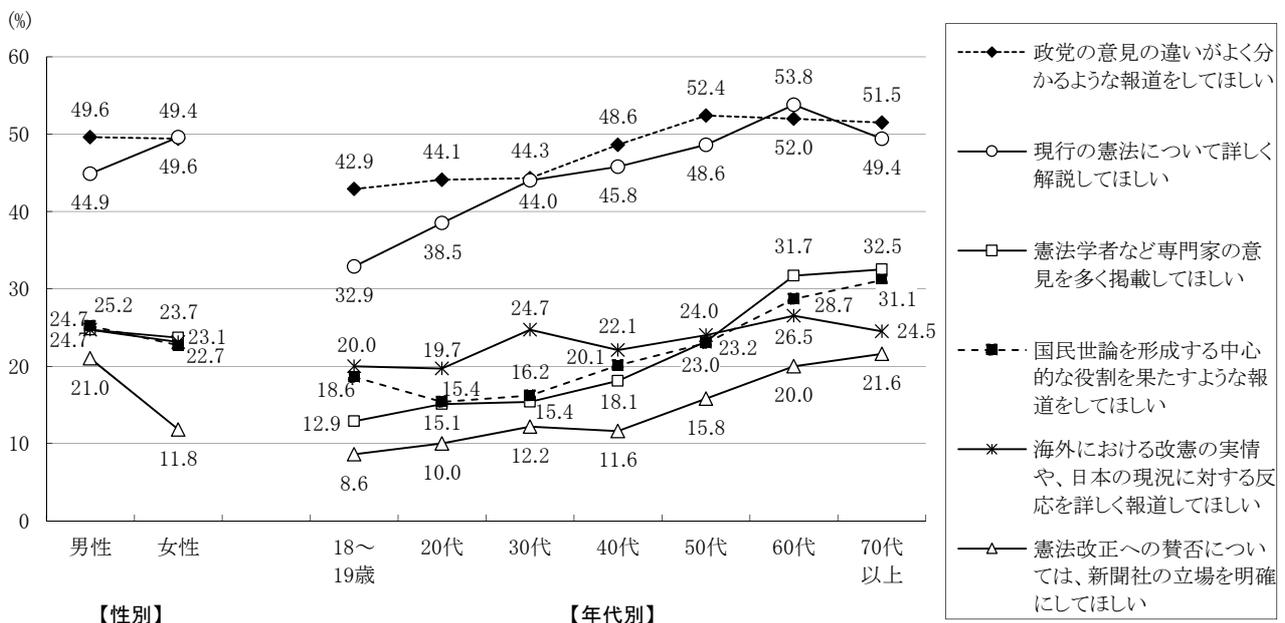


図 12-2 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道（性・年代別）

（複数回答、n=3,135）



## 《ニュースとメディア》

### 13. ニュースを読んだり見聞きしたりするのは週にどれくらい？

#### — ニュース接触率「民放テレビ」「NHK テレビ」「新聞」「インターネット」の順 —

- ・ニュースとの接触状況については、接触率が高い順に、民放テレビのニュースが 91.8%、NHK テレビのニュースが 79.8%、新聞が 70.1%、インターネットのニュースが 66.5%、ラジオのニュースが 33.7%となった。
- ・毎日の接触率は、民放テレビのニュースが 55.8%、新聞が 47.0%、NHK テレビのニュースが 42.0%、インターネットのニュースが 39.4%、ラジオのニュースが 9.8%となった。
- ・性別に見ると、ニュース接触率の高い順は男女で変わらないが、民放テレビが 2.3 ポイント、NHK テレビが 0.3 ポイント女性の方が高く、新聞が 3.6 ポイント、インターネットが 6.6 ポイント、ラジオが 12.4 ポイント男性の方が高かった。
- ・年代別に見ると、40 代以下ではインターネットが 1 位、50 代以上は民放テレビが 1 位となった。民放テレビは最も低い 18～19 歳でも 75.7%、20 代以上で 80%以上と、全ての年代で高くなった。インターネットは 50 代以下で 80%を超えた。NHK テレビと新聞は年代が高いほど接触率も高くなる傾向があり、NHK テレビは 50 代以上、新聞は 60 代以上で 80%を超えた。

図 13-1 ニュースとの接触頻度

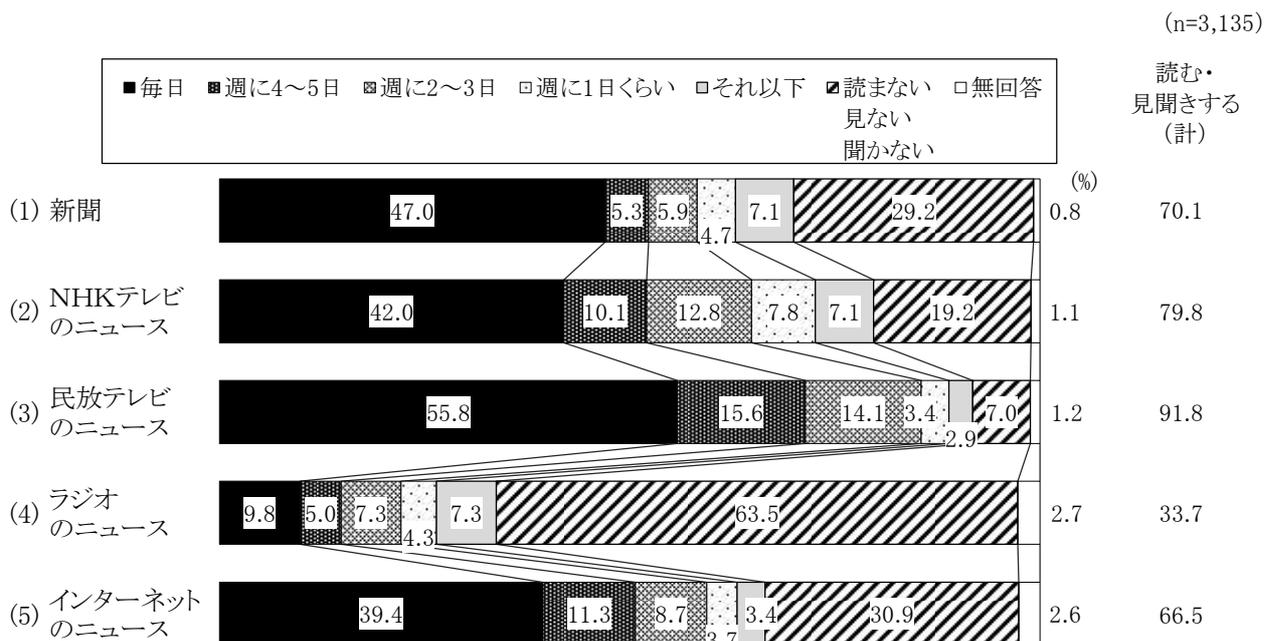


図 13-2 ニュースを「読む・見聞きする（計）」人の割合（性・年代別）

(n=3,135)

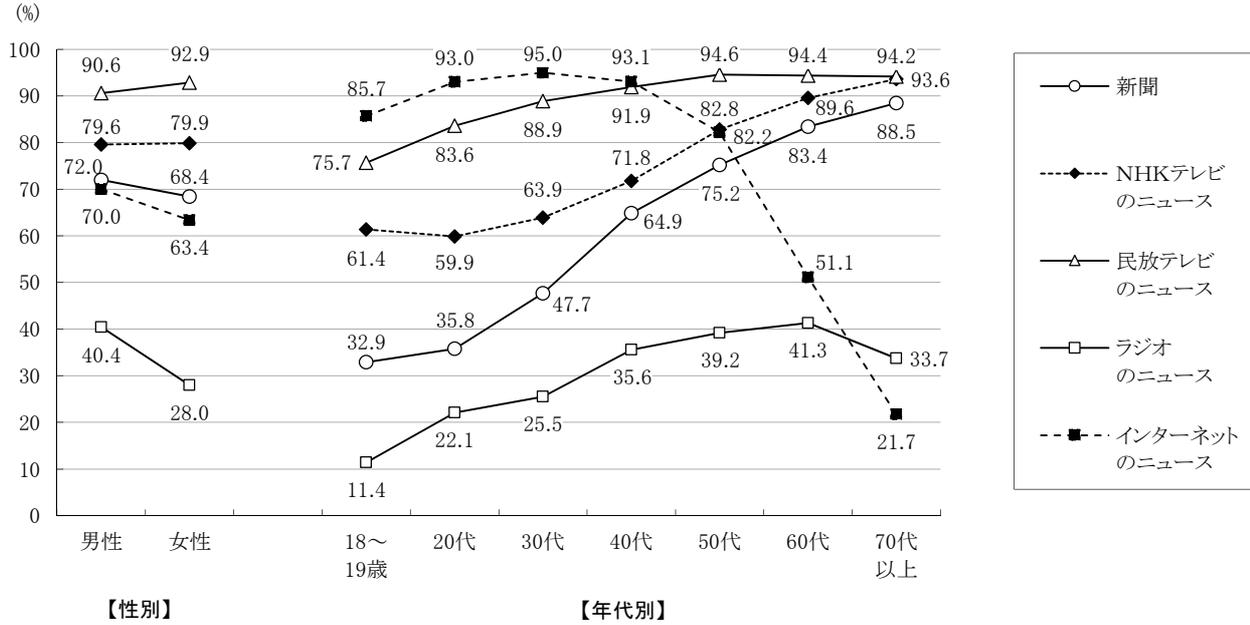
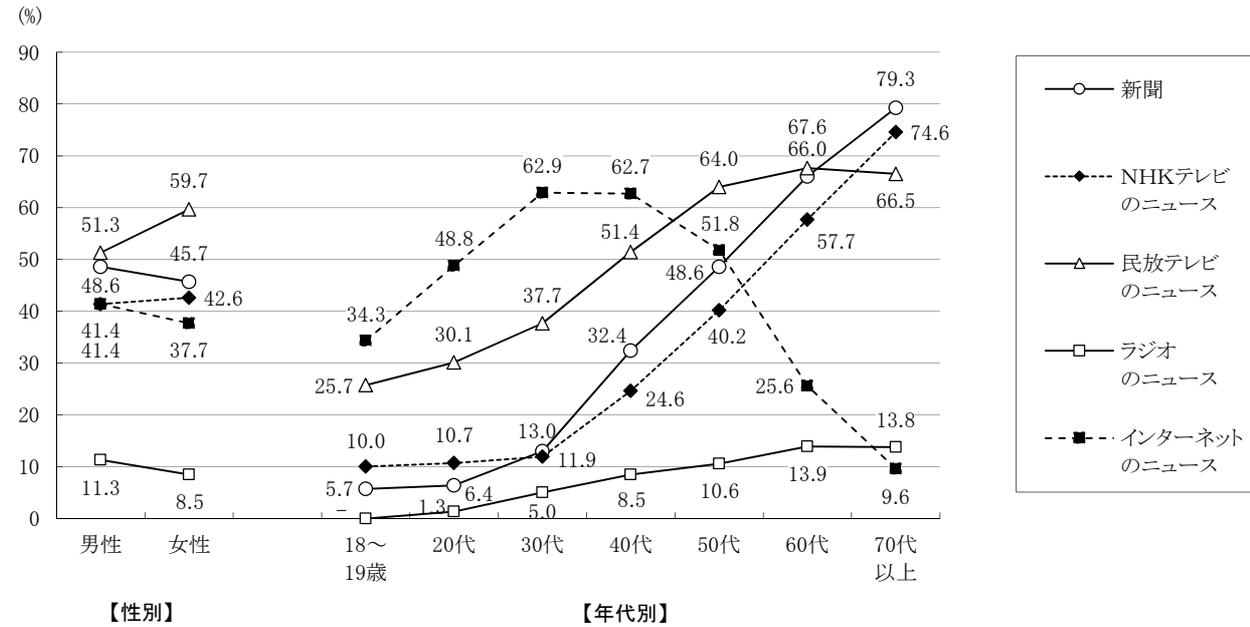


図 13-3 ニュースを「毎日読む・見聞きする」人の割合（性・年代別）

(n=3,135)



# 14. ニュースを読んだり見聞きしたりするのは1日にどれくらい？

## ー 接触時間の長い順は「民放テレビ」「NHK テレビ」「新聞」「インターネット」 ー

- ・ニュースとの接触時間については、平均接触時間が長い順に、民放テレビのニュースが36.2分、NHKテレビのニュースが29.4分、新聞が24.8分、インターネットのニュースが23.4分、ラジオのニュースが22.4分となった。
- ・民放テレビのニュースの接触時間が他のメディアより長い理由としては、厳密にはニュース番組ではないもの（総合情報番組等）も含まれるのではないかとと思われる。
- ・性別に見ると、ニュースの接触時間は民放テレビが3.6分女性の方が長く、新聞が2.3分、インターネットが3.6分、ラジオが1.5分男性の方が長かった。
- ・年代別に見ると、インターネットは年代による接触時間の差がそれほど大きくないが、それ以外のメディアはいずれも年代が高いほど接触時間が長い傾向が見られた。

図 14-1 ニュースとの接触時間

(n=3,135)

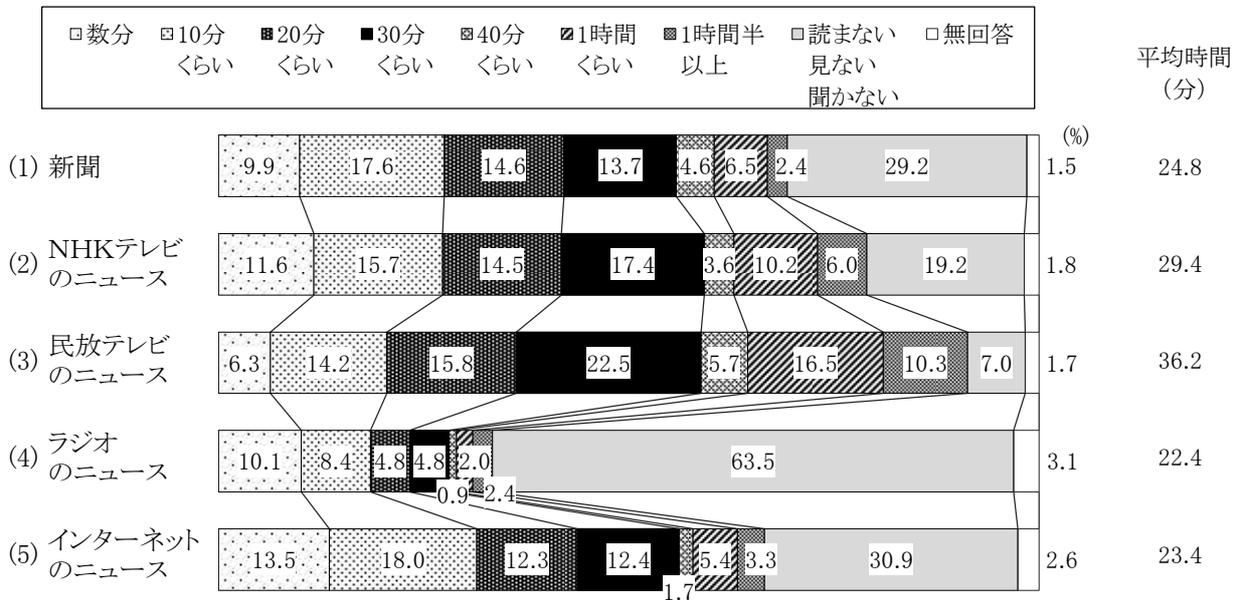
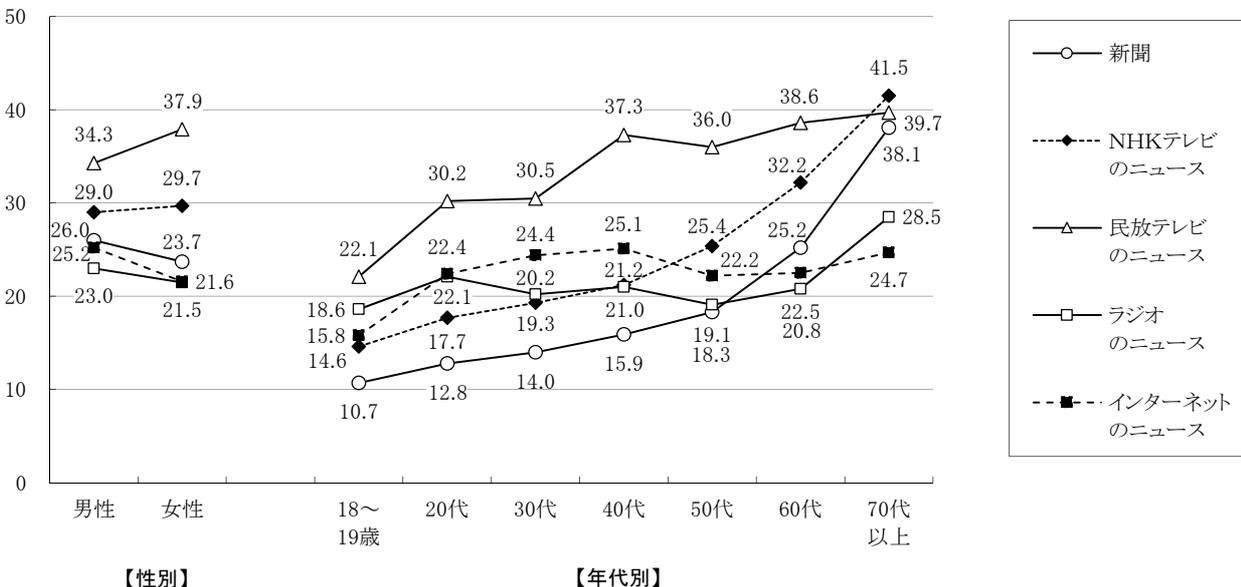


図 14-2 ニュースとの接触時間（平均）（性・年代別）

(n=3,135)

(分)



## 15. ニュースを読んだり見聞きしたりするのはいつ、どこで？

### － 新聞は「自宅(午前中)」、民放テレビとNHKテレビは「自宅(夕方以降)」 －

- ・ニュースと接触する場所、時間帯を質問したところ、新聞は「自宅(午前中)」が48.1%で最も高く、民放テレビのニュースとNHKテレビのニュースは「自宅(夕方以降)」(民放56.6%、NHK48.6%)が最も高かった。インターネットのニュースは「自宅(夕方以降)」が30.0%で最も高いが、「職場・学校」(21.0%)、「移動中(電車・バスなど)」(19.6%)も高かった。
- ・自宅でのニュース接触は、全ての年代で民放テレビが最も多かった。民放テレビ、NHKテレビ、新聞は、年代が高いほど高くなる傾向が見られた。インターネットは18～19歳から30代にかけて高くなり、40代以降は年代が上昇するほど低くなった。
- ・自宅外でのニュース接触は、60代以下ではインターネットが最も高くなった。インターネットは年代が低いほど高くなった。

図 15-1 ニュースと接触する場所 (複数回答、n=3,135)

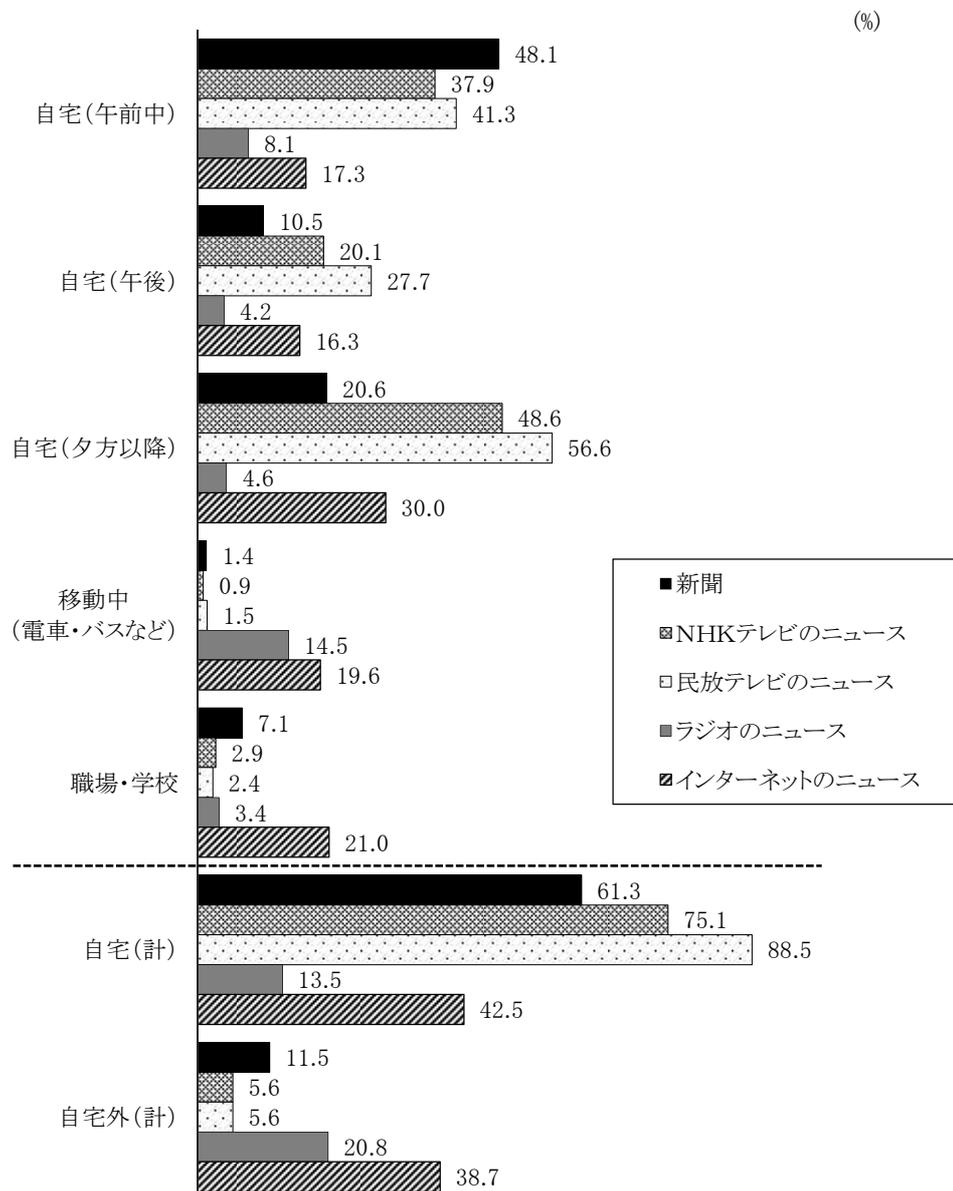


図 15-2 「自宅（計）」と回答した人の割合（性・年代別）

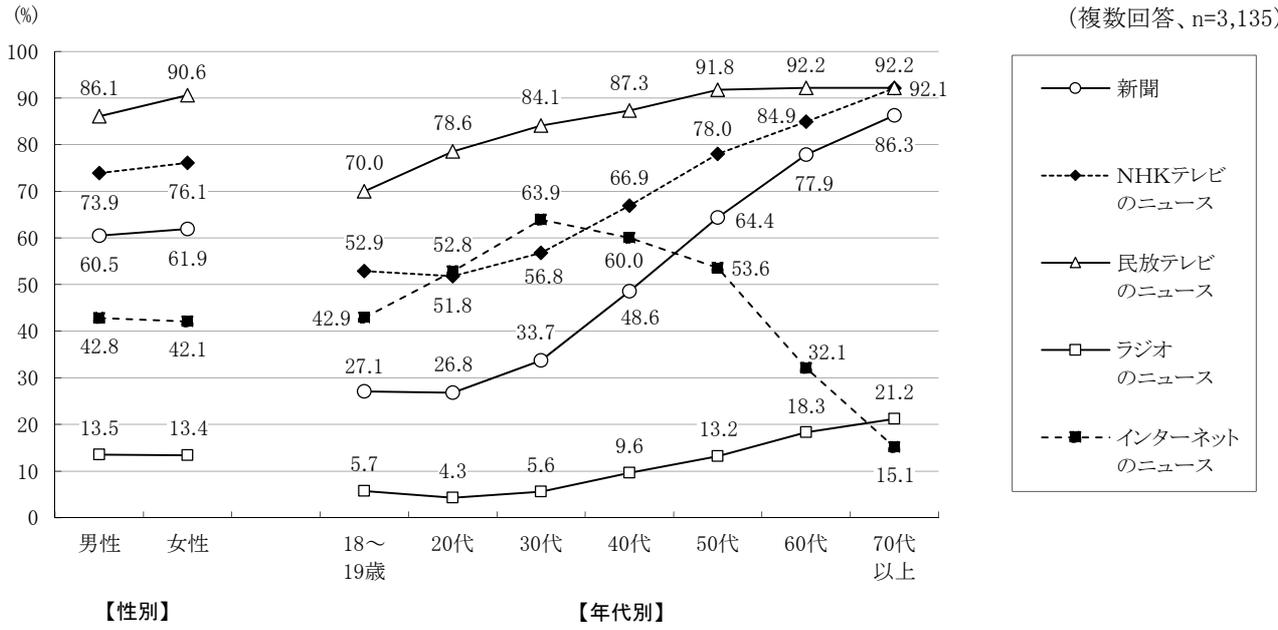
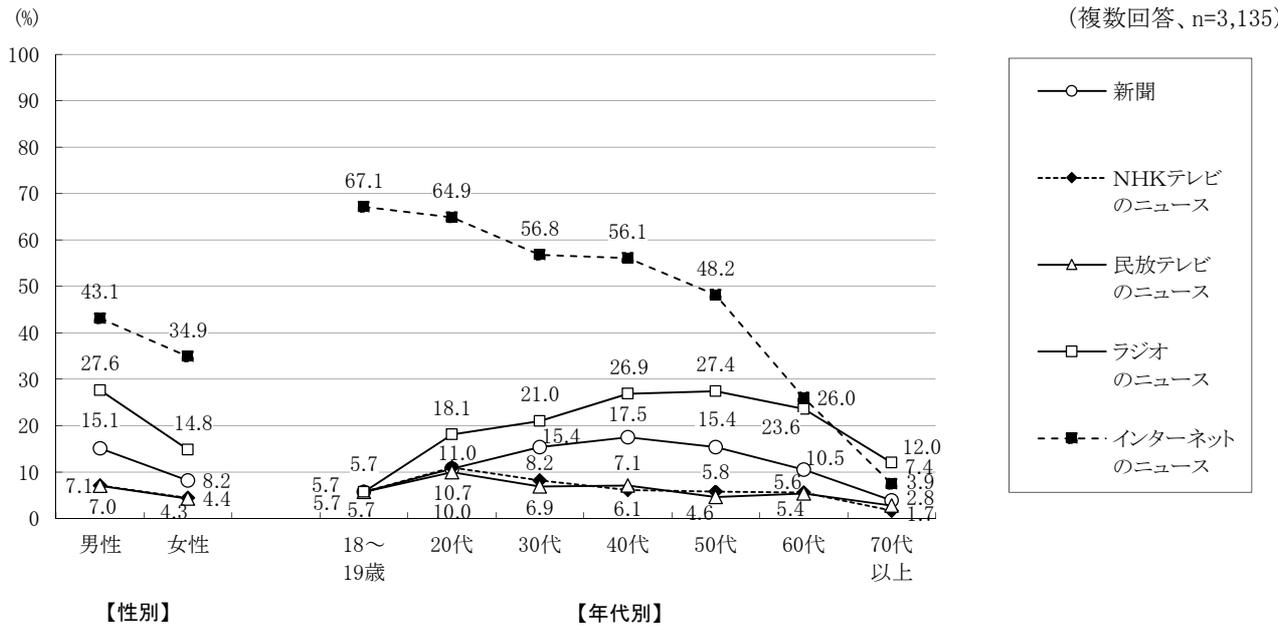


図 15-3 「自宅外（計）」と回答した人の割合（性・年代別）



## 16. 大きなニュースを入手するメディアは？

－ 「民放テレビ」80%、「NHK テレビ」61%、「インターネット」55%、  
「新聞」49% －

- ・大きなニュースを入手するメディアを尋ねたところ、民放テレビが79.7%で最も多く、NHK テレビが60.5%、インターネットが54.5%、新聞が49.3%、ラジオが14.3%となった。
- ・性別に見ると、民放テレビは7.2ポイント女性の方が高いが、NHK テレビは1.9ポイント、新聞は2.3ポイント、インターネットは5.2ポイント、ラジオは4.5ポイント男性の方が高かった。
- ・年代別に見ると、40代以下ではインターネットが最も多く、50～60代では民放テレビ、70代以上ではNHK テレビが最も多くなった。民放テレビは最も低い18～19歳でも64.3%、20代以上で70%以上と、全ての年代で高くなった。インターネットは30代以下で80%台となっているが、40代以降は年代の上昇とともに低くなった。NHK テレビと新聞は年代が高いほど高くなる傾向が見られた。

図 16-1 大きなニュースの情報源

(複数回答、n=3,135)

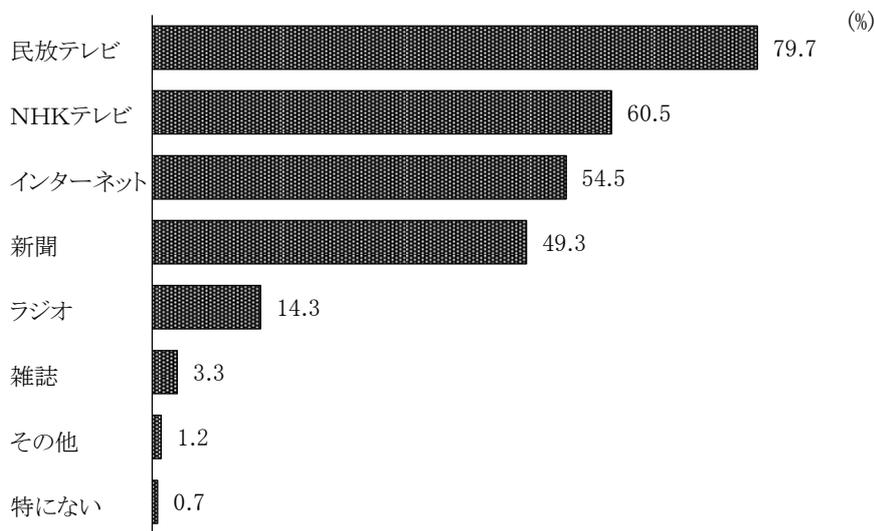
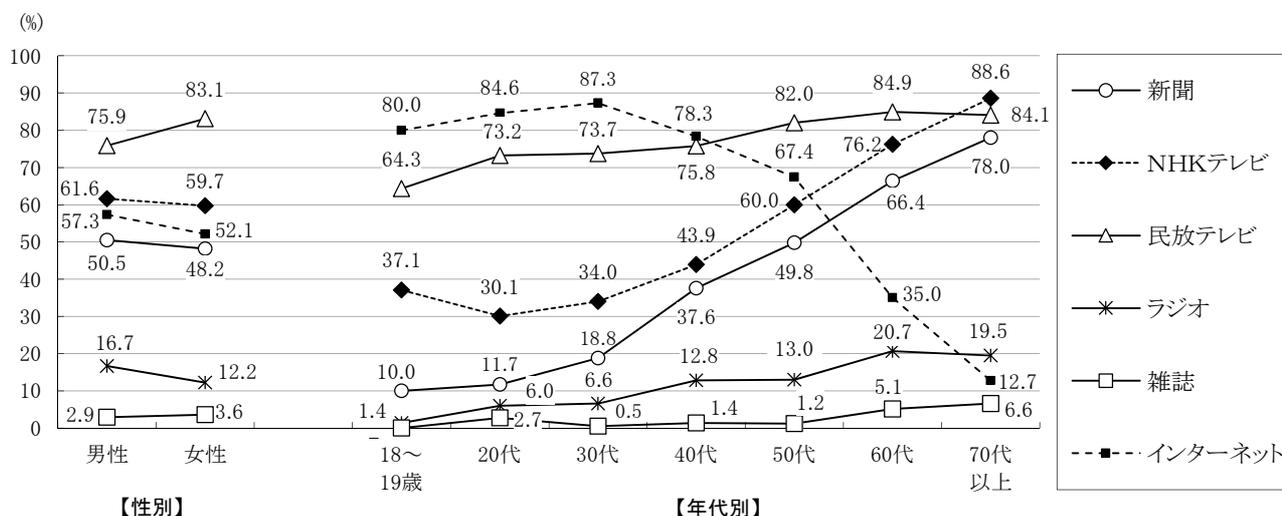


図 16-2 大きなニュースの情報源 (性・年代別)

(複数回答、n=3,135)



## 17. どのメディアで各分野の情報を得る？

### － 全分野で民放テレビが1位、「地域に関すること」は新聞が2位 －

- ・8つの分野について、どのメディアで読んだり見たりするかを質問したところ、全ての分野で「民放テレビ」が最も高かった。2位には、政治、経済、社会、国際情勢、文化に関することで「NHKテレビ」、スポーツ・芸能、生活・健康に関することで「インターネット」、地域に関することで「新聞」が挙げられた。
- ・性別に見ると、「政治に関すること」は4つのメディア全てで、女性より男性の方が高くなった。「社会に関すること」「地域に関すること」は民放テレビが男性より女性で高くなったが、新聞、NHKテレビ、インターネットは女性より男性が高かった。
- ・年代別に見ると、「政治に関すること」「社会に関すること」「地域に関すること」は、新聞とNHKテレビでは年代が上がるほど挙げる人が多くなる傾向が見られた。インターネットでは18～19歳から30代にかけて多くなり、40代以降年代の上昇とともに少なくなっていく。「政治に関すること」は20～60代、「社会に関すること」は30～60代、「地域に関すること」は30～50代で民放テレビが1位となった。

表 17-1 読んだり見たりするメディア

(複数回答、n=3,135)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	(%) 読まない 見ない 聞かない
スポーツ・芸能に関すること	民放テレビ 73.5	インターネット 50.9	新聞 41.2	NHKテレビ 40.0	ラジオ 9.7	雑誌 8.6	3.9
社会に関すること	民放テレビ 71.5	NHKテレビ 53.0	新聞 47.9	インターネット 41.1	ラジオ 10.5	雑誌 4.1	3.2
生活・健康に関すること	民放テレビ 67.5	インターネット 46.9	NHKテレビ 43.4	新聞 38.5	雑誌 16.6	ラジオ 8.1	3.8
政治に関すること	民放テレビ 63.7	NHKテレビ 52.8	新聞 45.4	インターネット 33.5	ラジオ 8.7	雑誌 3.3	4.7
国際情勢に関すること	民放テレビ 62.9	NHKテレビ 52.4	新聞 42.9	インターネット 35.3	ラジオ 8.2	雑誌 2.8	6.5
経済に関すること	民放テレビ 61.8	NHKテレビ 48.5	新聞 44.4	インターネット 34.2	ラジオ 8.3	雑誌 3.9	8.2
文化に関すること	民放テレビ 59.6	NHKテレビ 43.5	新聞 40.6	インターネット 38.8	雑誌 8.8	ラジオ 7.8	7.0
地域に関すること	民放テレビ 56.3	新聞 49.1	NHKテレビ 37.9	インターネット 32.0	ラジオ 9.5	雑誌 3.9	5.6

図 17-1 「政治に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）（複数回答、n=3,135）

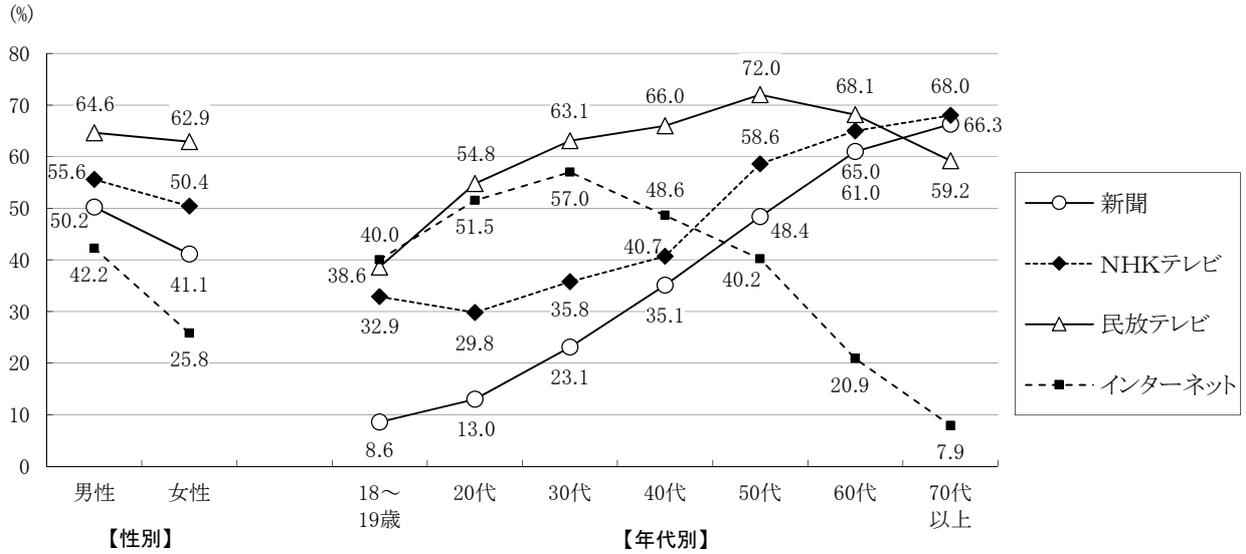


図 17-2 「社会に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）（複数回答、n=3,135）

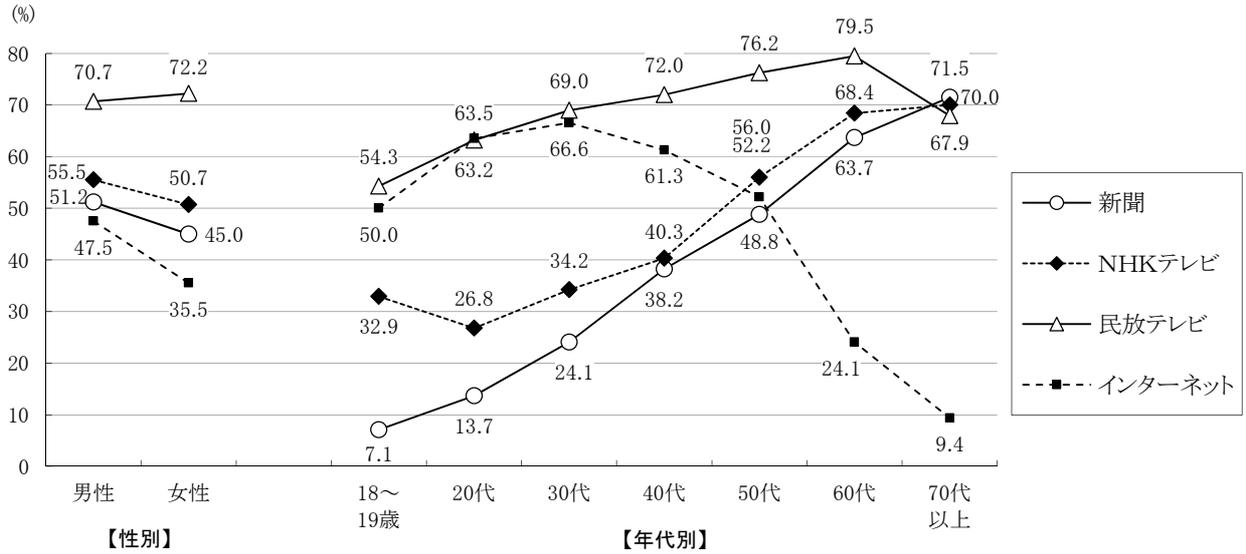
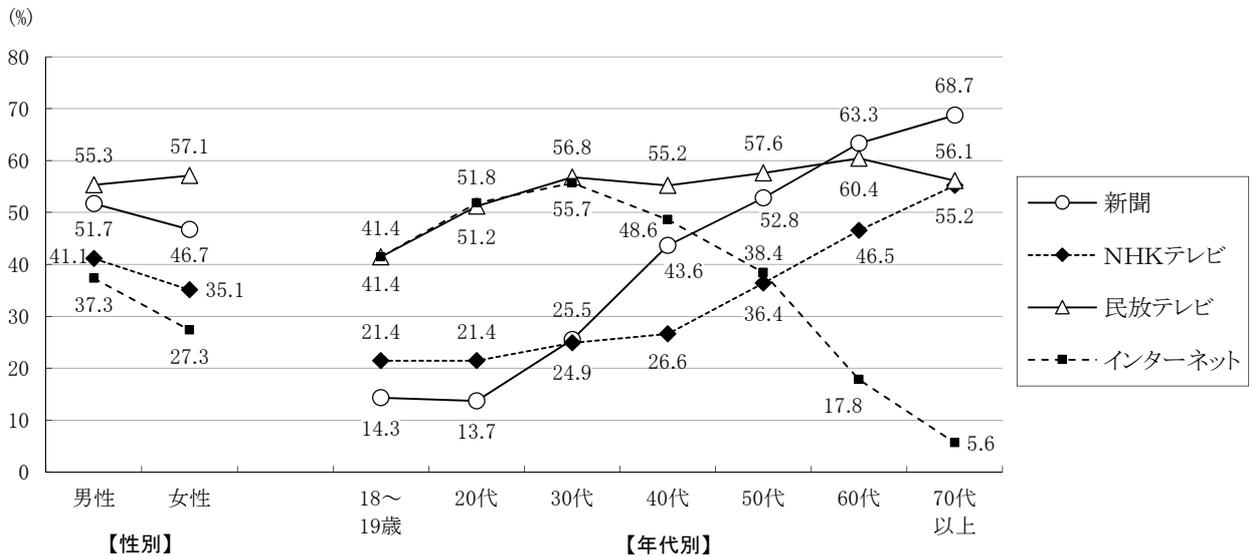


図 17-3 「地域に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）（複数回答、n=3,135）



## 《生活の中の新聞》

### 18. 新聞をどのように読んでいる？

— 「月ぎめでとっている紙の新聞」63%、「読まない」24% —

- ・新聞をどのように読んでいるか尋ねたところ、「月ぎめでとっている紙の新聞」と答えた人が最も多く 62.6%であった。以下、「図書館や学校、職場などに置いてある紙の新聞」(7.9%)、「ポータルサイトなどで閲覧できる新聞記事」(7.2%)、「駅やコンビニなどで購入する紙の新聞」(2.9%)、「有料の電子新聞」(1.1%)は 10%未満であった。一方、「新聞や新聞記事は読まない」と答えた人は 23.5%であった。
- ・年代別に見ると、「月ぎめでとっている紙の新聞」は、30代以下で30%前後であるが、40代で51.7%と50%を超え、以降年代の上昇とともに高くなった。一方、「新聞や新聞記事は読まない」は、年代が低いほど高くなり、20代以下では50%を超えた。

図 18-1 新聞の読み方

(複数回答、n=3,135)

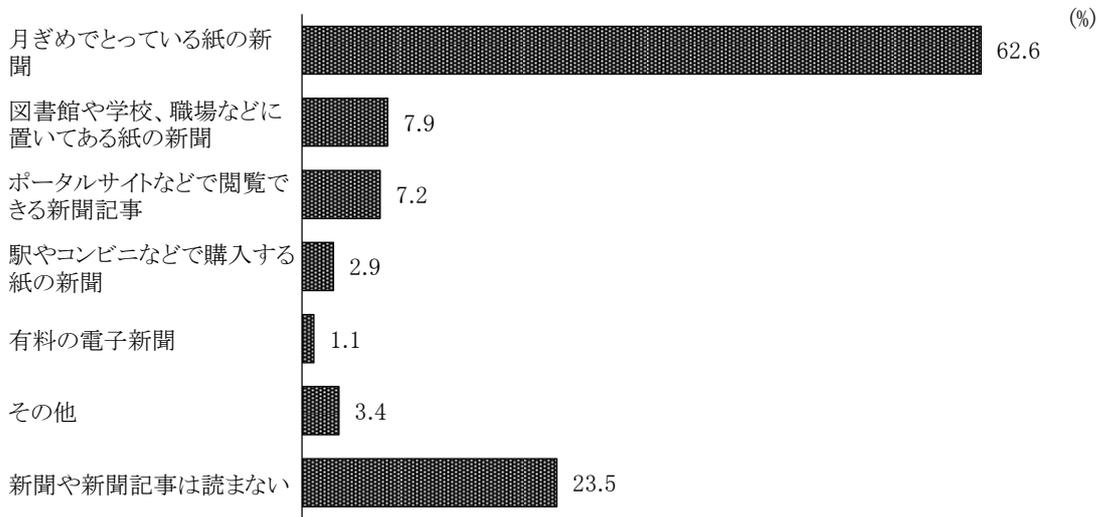
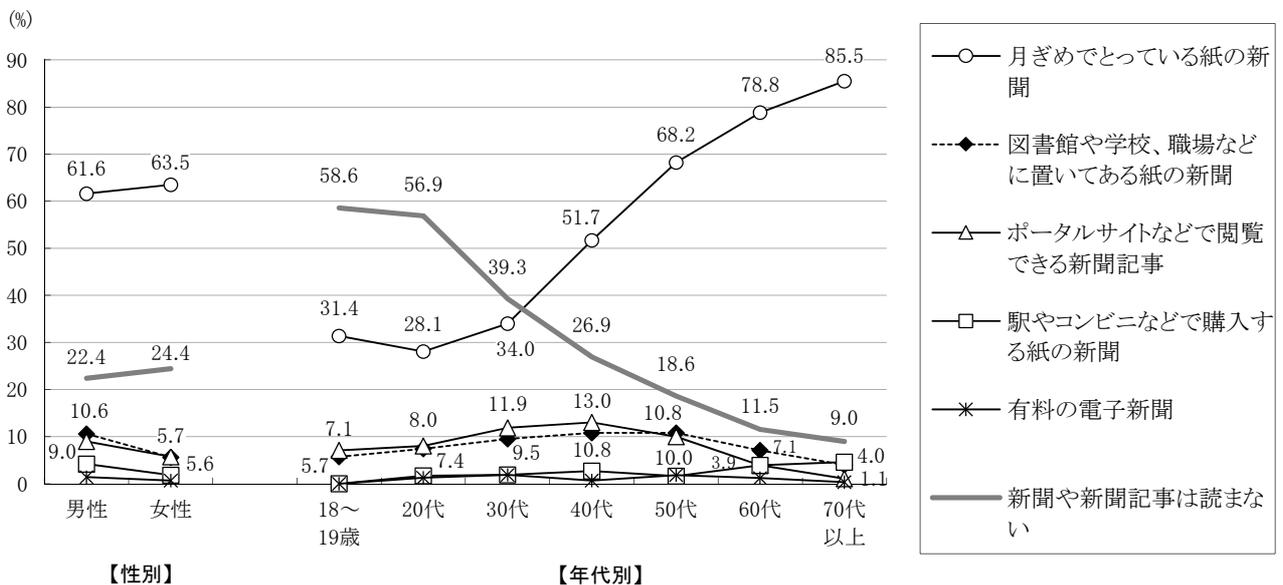


図 18-2 新聞の読み方 (性・年代別)

(複数回答、n=3,135)



## 19. 月ぎめ新聞の購読状況は？（\*）

— 69%が購読、購読率は減少傾向が続く、中でも全国紙の減少が顕著 —

- ・ 自宅で月ぎめ新聞を購読している人は 69.4%であった。新聞の種類を見ると、「全国紙」を購読している人が 51.4%、「県紙・地方紙」を購読している人が 37.2%、「ブロック3紙」を購読している人が 13.2%となった。また、全国紙を購読している人のうち、「紙の新聞」が 96.9%、「電子新聞」が 1.2%、「両方」が 1.7%であった。
- ・ 過去の調査と比較すると、月ぎめ新聞を購読している人は、調査開始の 2008 年度以降、減少傾向にある。調査開始以来、2014 年度調査で初めて 80%を切ったが、その後もさらに減少が続き、今回調査では 70%を切った。新聞の種類で見ると、昨年度から今回調査にかけては、全国紙が 0.8 ポイント減、県紙・地方紙は 1.4 ポイント減、ブロック3紙は 0.6 ポイント増となった。
- ・ 年代別で見ると、月ぎめ新聞を購読している人は、30代で 42.4%と最も少なく、年代が上がるほど多くなり、40代で 58.4%、50代で 73.8%、60代で 80.6%、70代以上で 88.0%となった。
- ・ 年代別に昨年度調査と比較すると、月ぎめ新聞を購読している人は 60代で 4.1 ポイント、40代で 3.3 ポイント、18～19歳で 3.2 ポイント、20代で 2.5 ポイントの減少となった。

図 19-1 月ぎめでとっている新聞の有無 (n=3,135)

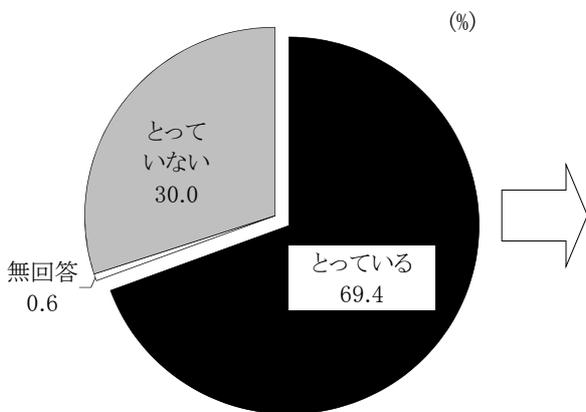


図 19-2 月ぎめでとっている新聞の種類 (複数回答、n=2,176)

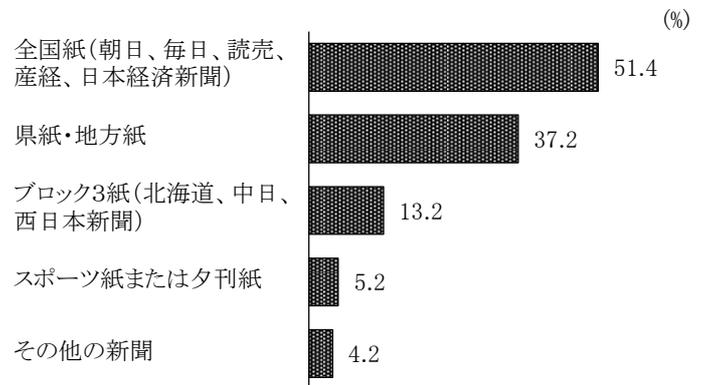


図 19-3 購読は紙の新聞か電子新聞か (n=1,118)



図 19-4 月ぎめでとっている新聞（時系列）

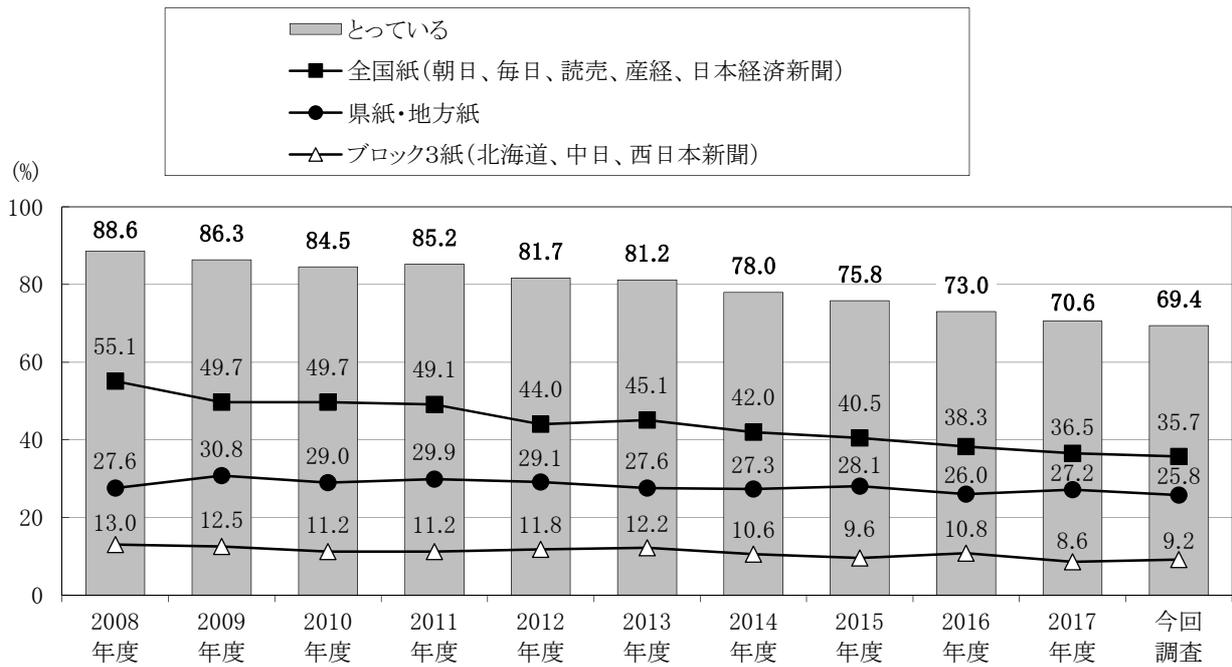
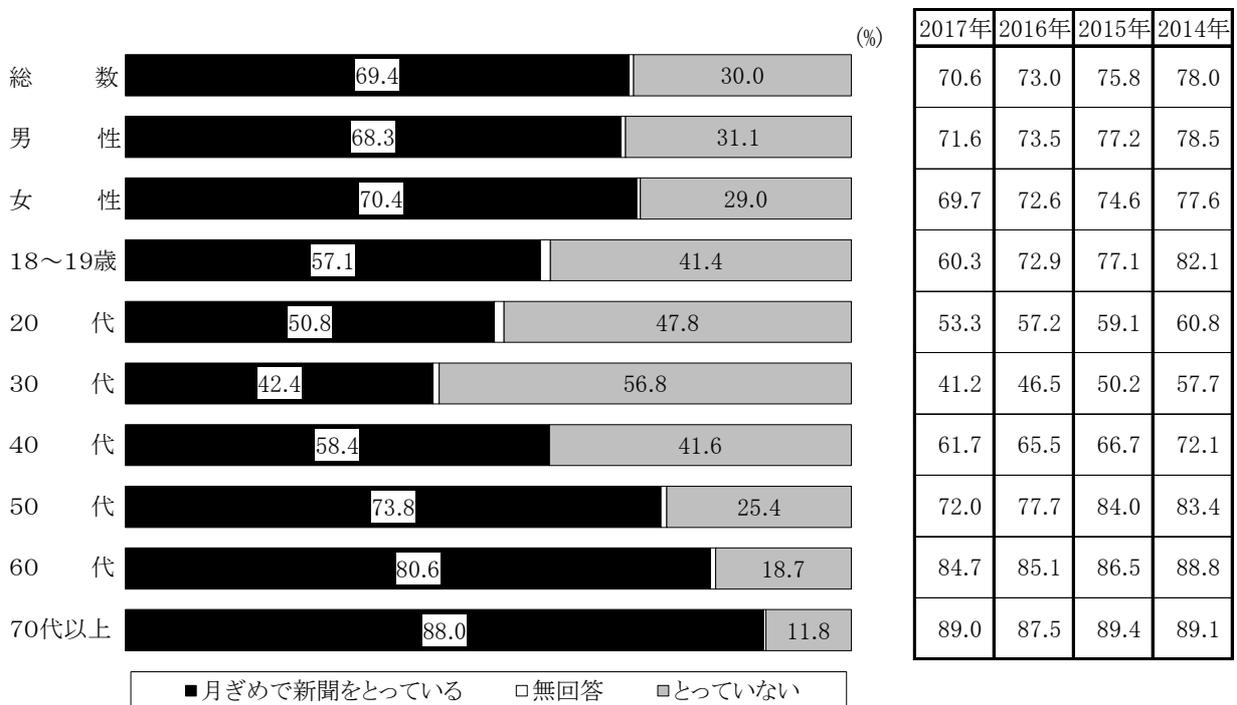


図 19-5 月ぎめでとっている新聞の有無（性・年代別）

(n=3,135)



(月ぎめで新聞をとっている人に) (全体の 69.4%)

## 20. 月ぎめで新聞をとる理由は？

— 「新聞を読むのが習慣になっているから」 48% —

- ・月ぎめで新聞をとる理由としては、「新聞を読むのが習慣になっているから」を挙げる人が 48.3% と最も多く、次いで、「新聞でなければ得られない情報があるから」(39.7%)、「毎日、自宅に届けてくれるから」(34.6%)、「新聞で世間の動きが大体分かるから」(33.8%)、「新聞の情報は、自分に役立つから」(28.4%) を挙げる人が多かった。
- ・性別に見ると、「新聞で世間の動きが大体分かるから」は男性が 37.3%、女性が 30.8% と、男性の方が 6.5 ポイント高かった。
- ・年代別に見ると、上位 5 位の全ての項目で年代が高いほど高くなる傾向が見られた。

図 20-1 月ぎめで新聞をとる理由

(複数回答、n=2,176)

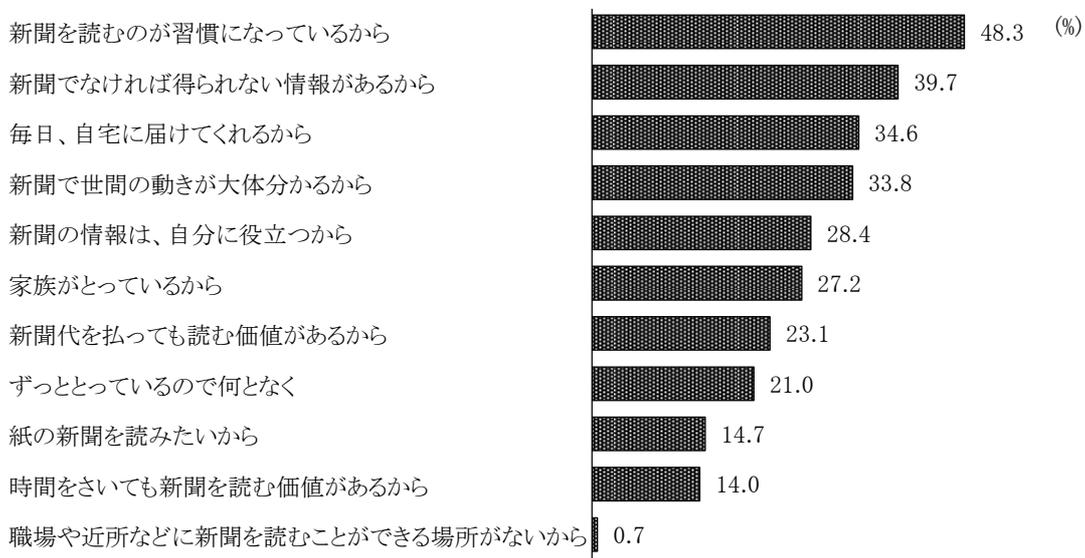
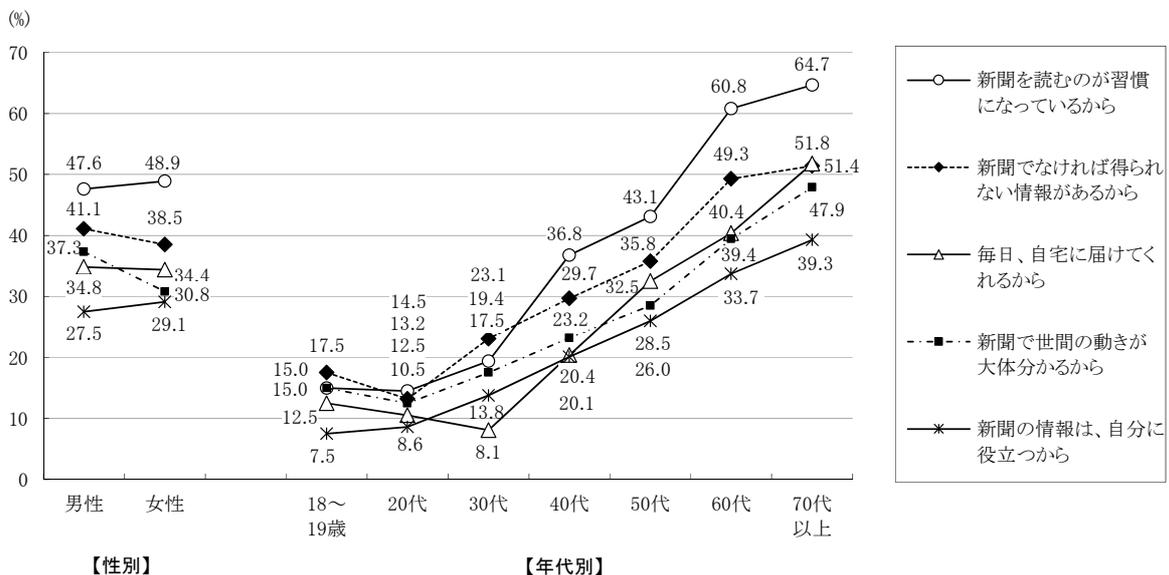


図 20-2 月ぎめで新聞をとる理由 (上位 5 位) (性・年代別)

(複数回答、n=2,176)



(月ぎめで新聞をとっていない人に) (全体の 30.0%)

## 21. 月ぎめで新聞をとらない理由は？

### — 「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」 73% —

- ・月ぎめで新聞をとらない理由としては、「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」を挙げる人が最も多く 72.5%であった。次いで、「新聞の購読料は高いから」(35.5%)、「新聞を読む時間がないから」(30.6%)、「新聞を読む習慣がないから」(24.0%)、「紙の新聞は、処分が面倒だから」(23.7%) を挙げる人が多かった。
- ・性別に見ると、「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」は男性の方が 3.5 ポイント高かったが、上位 5 項目のうち、他の 4 項目は女性の方が高くなった。中でも「新聞を読む時間がないから」は 14.1 ポイント差となった。
- ・年代別に見ると、全ての年代で「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」が最も高くなっており、20～50 代では 70%を超えた。

図 21-1 月ぎめで新聞をとらない理由

(複数回答、n=941)

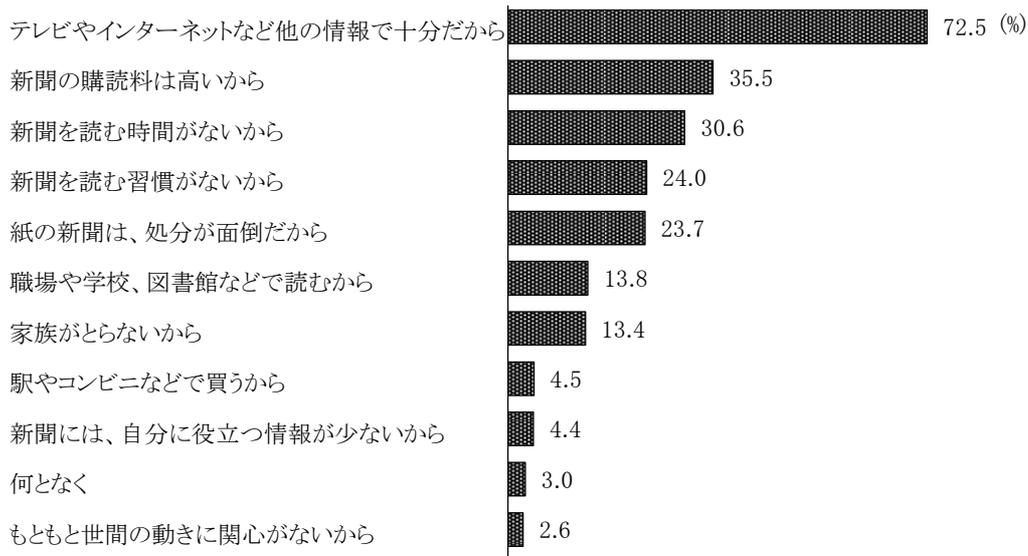
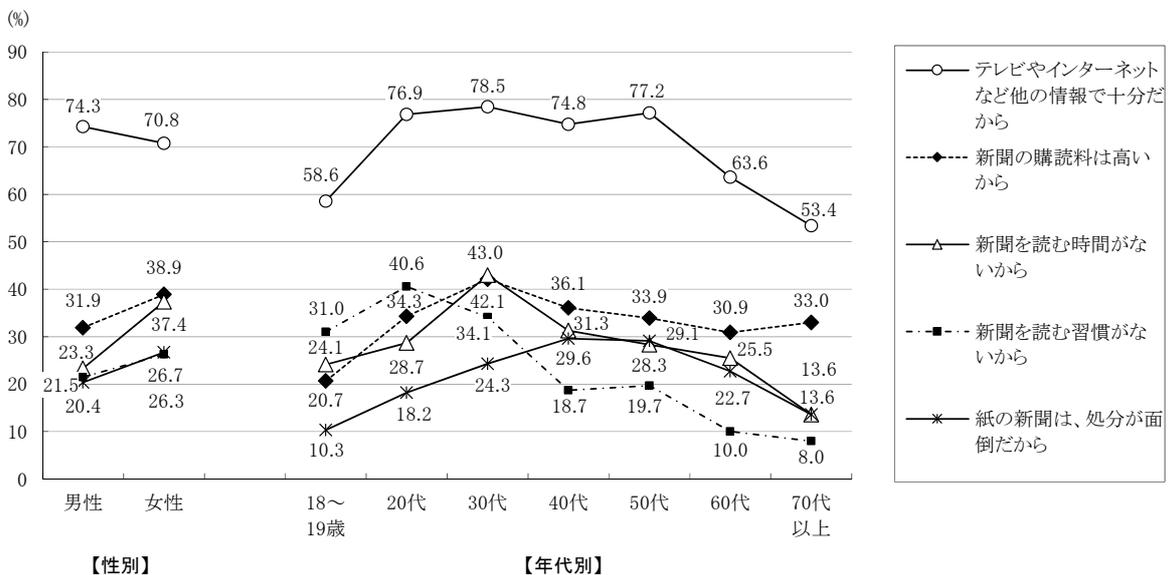


図 21-2 月ぎめで新聞をとらない理由 (上位 5 位) (性・年代別)

(複数回答、n=941)



## 22. 通信社の役割を知っている？（＊）

－ 「役割を知っている」人の割合は2012年度以降、50%前後で推移  
 「知っている」51%、「知らない」48%

- ・通信社が新聞社や放送局、インターネットサイトなどにニュースを配信していることを「知っている」人は50.7%、「知らない」人は48.3%であった。
- ・性別で見ると、「知っている」人は、女性（44.2%）よりも男性（58.1%）の方が多かった。
- ・年代別に見ると、通信社の役割を「知っている」人は、18～19歳の32.9%から年代が上がるとともに多くなり50代で60.2%となった。40～60代では「知っている」が50%を超えた。
- ・過去の調査と比較すると、「知っている」人の割合は、2012年度以降は50%前後で推移している。年代別に昨年度調査と比較すると、「知っている」人の割合は20代以下と50代で5.9～6.5ポイント増加した。

図 22-1 通信社の役割の認知

(n=3,135)

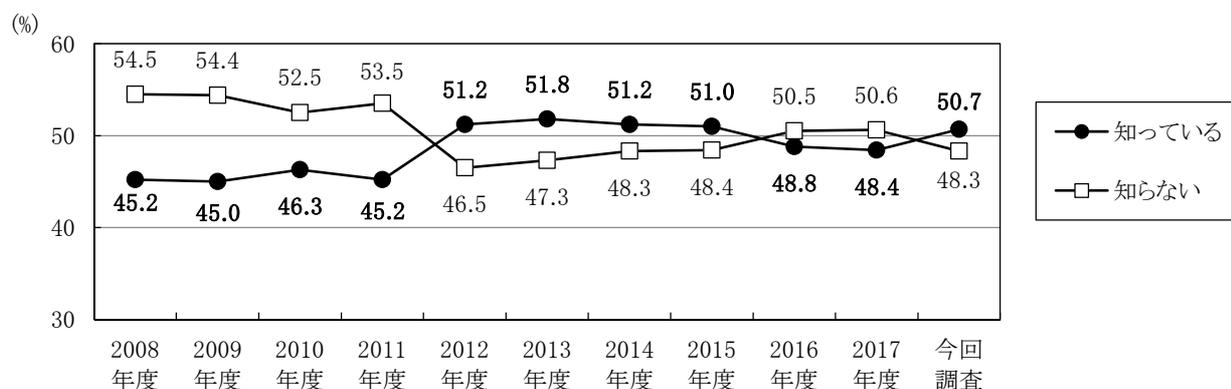
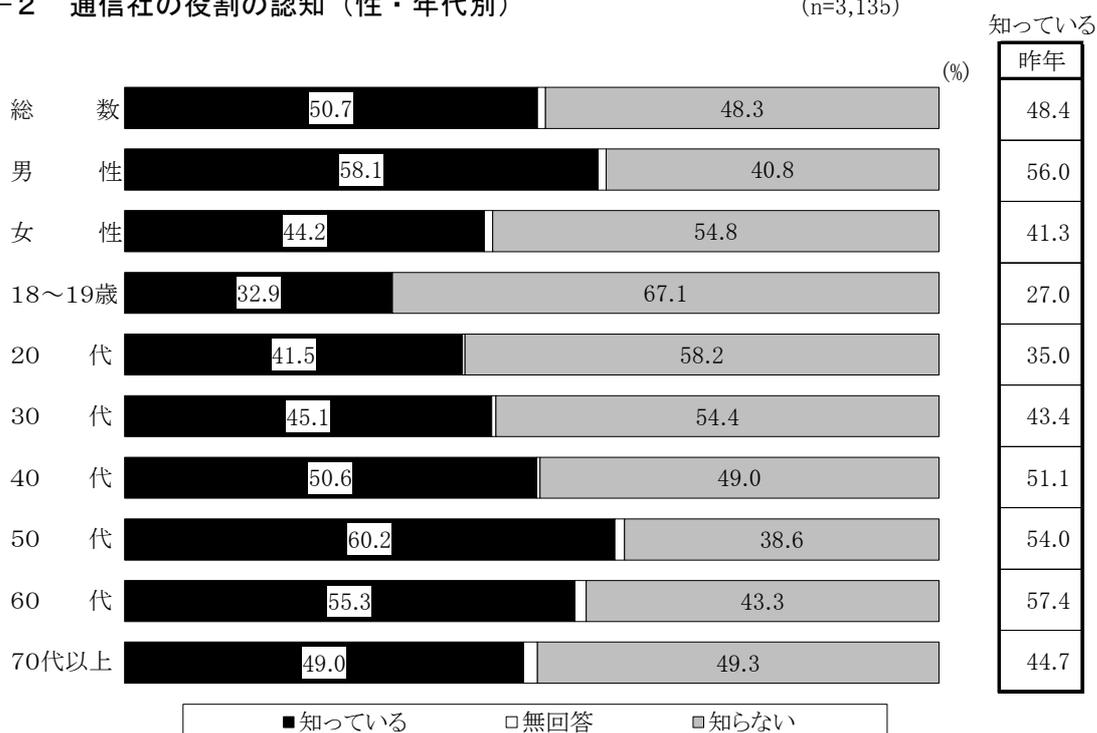


図 22-2 通信社の役割の認知（性・年代別）

(n=3,135)



## 23. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？（＊）

－ 1位「共同通信社」（73%）、2位「ロイター通信」（70%） －

- ・見たり聞いたりしたことがある通信社の名前をひとつでも挙げた人は82.1%であった。最も知名度が高いのは「共同通信社」で72.7%の人が挙げた。次いで「ロイター通信」が69.9%、「時事通信社」が50.3%、「AP通信」が48.6%、「新華社」が36.5%となった。
- ・年代別に見ると、50代以上では「共同通信社」の知名度が最も高かったが、40代以下では「ロイター通信」の知名度が最も高かった。
- ・過去の調査と比較すると、今回調査では昨年度より共同通信社が3.2ポイント、ロイター通信が2.4ポイント、AP通信が2.5ポイント認知度が上がった。

図 23-1 知っている通信社の有無 (n=3,135)

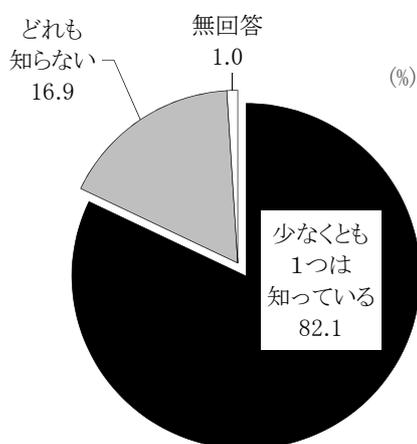
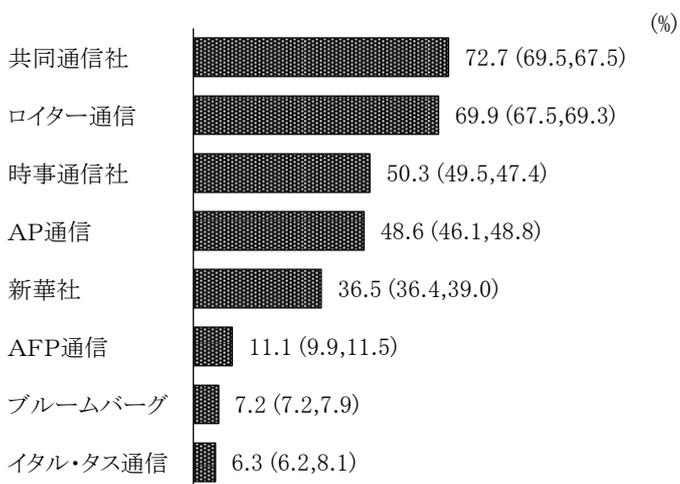


図 23-2 知っている通信社 (複数回答、n=3,135)



注：（ ）内は左から2017年度調査、2016年度調査の数値

表 23-1 知っている通信社（性・年代別）

(複数回答、n=3,135)

	1位	2位	3位	4位	5位
総数	共同通信社 72.7	ロイター通信 69.9	時事通信社 50.3	AP通信 48.6	新華社 36.5
男性	共同通信社 78.9	ロイター通信 74.1	時事通信社 58.7	AP通信 57.0	新華社 45.1
女性	共同通信社 67.2	ロイター通信 66.1	時事通信社 42.9	AP通信 41.2	新華社 29.0
18-19歳	ロイター通信 40.0	共同通信社 32.9	AP通信 18.6	時事通信社 11.4	AFP通信/新華社 5.7
20代	ロイター通信 58.5	共同通信社 50.2	AP通信 41.5	時事通信社 33.4	新華社 14.0
30代	ロイター通信 75.6	共同通信社 71.1	AP通信 61.3	時事通信社 50.7	新華社 25.2
40代	ロイター通信 80.8	共同通信社 80.7	AP通信 60.9	時事通信社 54.4	新華社 35.4
50代	共同通信社 81.0	ロイター通信 79.6	AP通信 57.0	時事通信社 54.8	新華社 41.8
60代	共同通信社 77.8	ロイター通信 74.5	時事通信社 54.5	AP通信 50.3	新華社 48.2
70代以上	共同通信社 70.7	ロイター通信 56.0	時事通信社 51.0	新華社 42.0	AP通信 31.7

## 《新聞への意見》

### 24. 新聞の記事の満足度は？（\*）

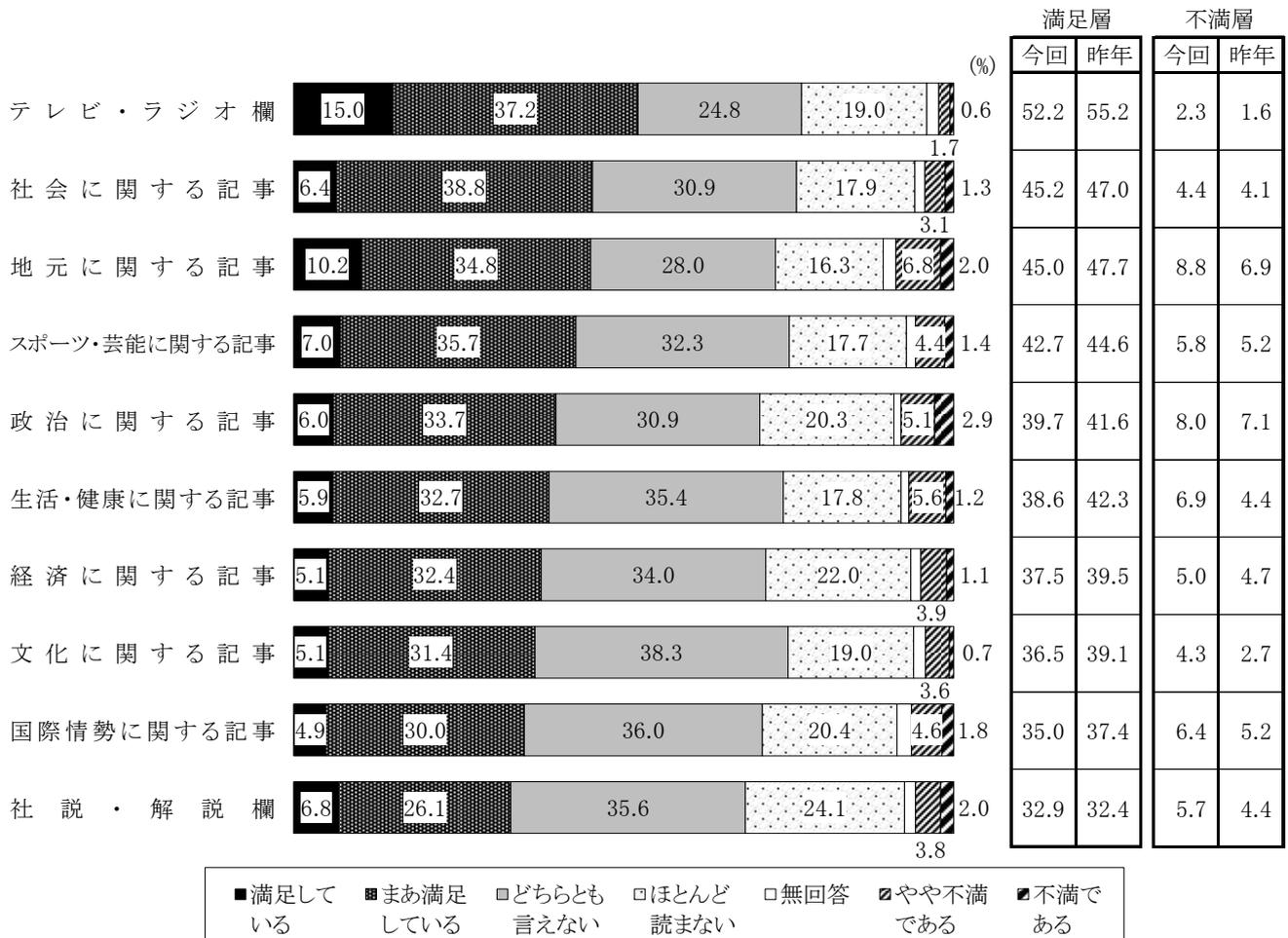
－ ラ・テ欄、社会記事、地元記事など、身近な記事の満足度が高い －

- ・新聞の各記事について満足層の占める割合を比較すると、「テレビ・ラジオ欄」が 52.2%を占め、テレビ・ラジオなど他のメディアへの窓口としての新聞利用に対する満足度が高いことが分かった。次いで「社会に関する記事」（45.2%）、「地元に関する記事」（45.0%）、「スポーツ・芸能に関する記事」（42.7%）と、生活に密着した身近な記事の満足度が高かった。
- ・「社説・解説欄」「国際情勢に関する記事」「文化に関する記事」「経済に関する記事」「生活・健康に関する記事」「政治に関する記事」の満足層は30%台（32.9%～39.7%）と少ないが、不満層も10%（2.7%～7.1%）を下回っており、「どちらとも言えない」や「ほとんど読まない」が多く、閲読度が低いことがうかがえる。
- ・昨年度調査との比較では、「社説・解説欄」を除く全ての記事について満足度が減少していて、「生活・健康に関する記事」の減少が3.7ポイントと最も大きかった。

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

図 24-1 新聞の記事の満足度

(n=3,135)



- ・「テレビ・ラジオ欄」は、性別では男女ともに、年代別では全ての年代で最も満足層が多かった。  
「地元に関する記事」「社会に関する記事」は30代以下で満足層が少なく、年代の高い層で割合が多くなる傾向が見られた。また、「テレビ・ラジオ欄」は女性の満足層が男性より5.8ポイント多く、「社会に関する記事」は男性の満足層が女性より4.5ポイント多かった。
- ・「政治に関する記事」「経済に関する記事」「国際情勢に関する記事」は、女性よりも男性の満足層が多かった。年代別に見ると、これらの記事の満足層は、30代以下で満足層が少なく、年代の高い層で割合が多くなる傾向が見られた。

図 24-2 テレビ・ラジオ欄、社会、地元に関する記事に満足している人の割合（性・年代別）

(n=3,135)

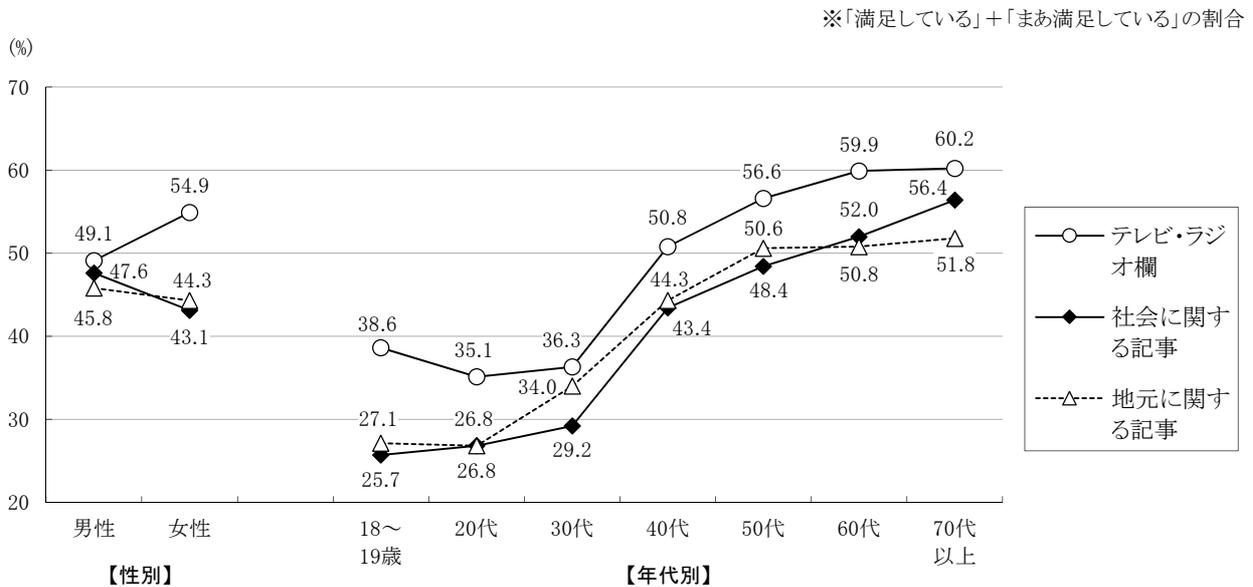
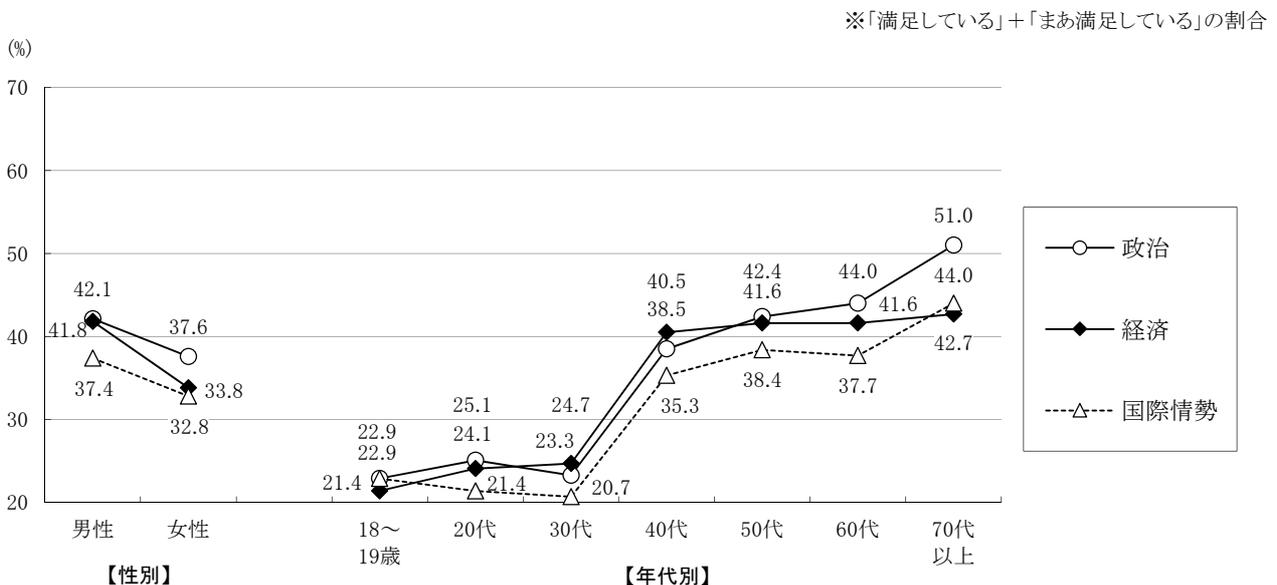


図 24-3 政治、経済、国際情勢に関する記事に満足している人の割合（性・年代別）

(n=3,135)



## 25. 新聞全般の満足度は？（＊）

－ 満足している人は48%、不満な人は8%。年々満足層は減少 －

- ・新聞全般について、「満足している」は12.0%、「やや満足である」は35.9%であり、この2つを合わせた満足層は47.9%を占めた。「やや不満である」と「不満である」を合わせた不満層は7.9%と少数であった。満足層は2010年度調査から減少を続けている。
- ・年代別に見ると、満足層は30代以下で20%台（22.7%～27.9%）に留まったが、40代（43.0%）から70代以上（66.0%）にかけて、年代の上昇とともに多くなった。一方、不満層は最も多い30代でも13.7%で、圧倒的に満足層の方が多くなった。

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

図 25-1 新聞全般の満足度 (n=3,135)

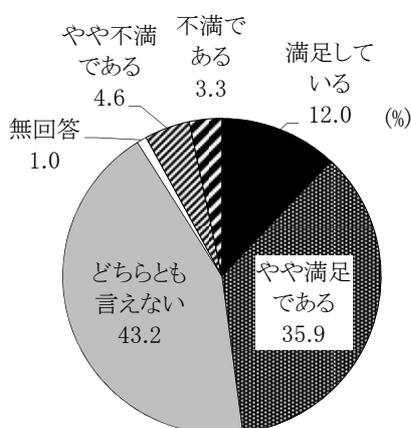


図 25-2 新聞全般の満足度（時系列）

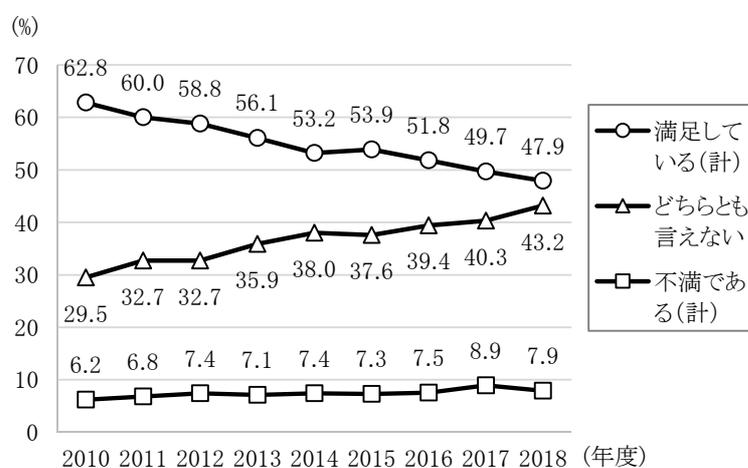
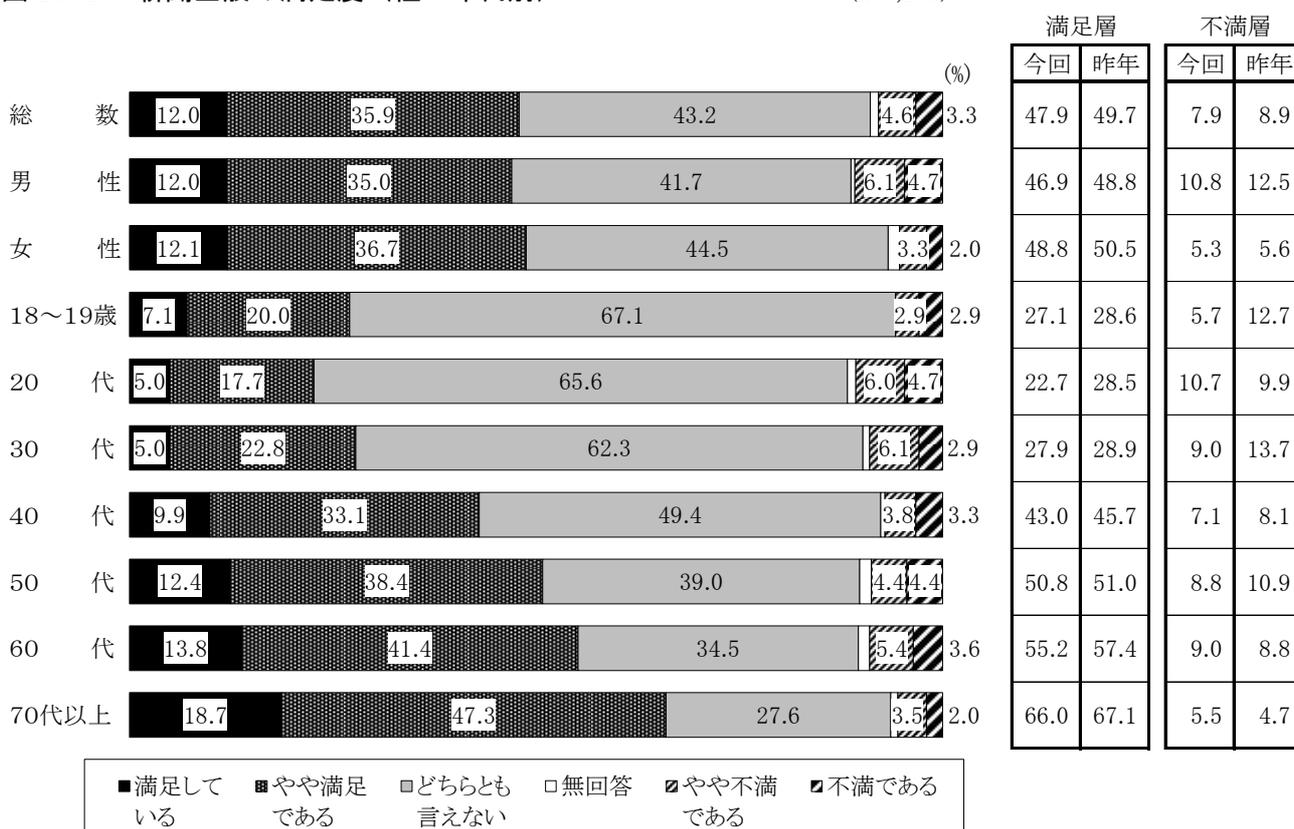


図 25-3 新聞全般の満足度（性・年代別）

(n=3,135)



- ・新聞との接触頻度で1週間の接触日が多いほど「満足している」とした人の割合が多くなり、読まない人では13.9%であったが、毎日読む人では71.7%であった。
- ・新聞との接触頻度で1週間の接触日が少ないほど「どちらとも言えない」が多く「どちらとも言えない」とした人の割合は、新聞を読む頻度が低いほど高くなっており、新聞との接触が少ないことが、満足か否かを評価できない理由ではないかと考えられる。
- ・新聞との接触時間との関係を見ると、接触時間が長い層で「満足している」とした人が多くなる傾向が見られた。一方、接触時間が短いほど「どちらとも言えない」とした人の割合が多くなる傾向が見られた。

図 25-4 新聞全般の満足度（新聞との接触頻度別） (n=3,135)

※「満足している」+「まあ満足している」の割合

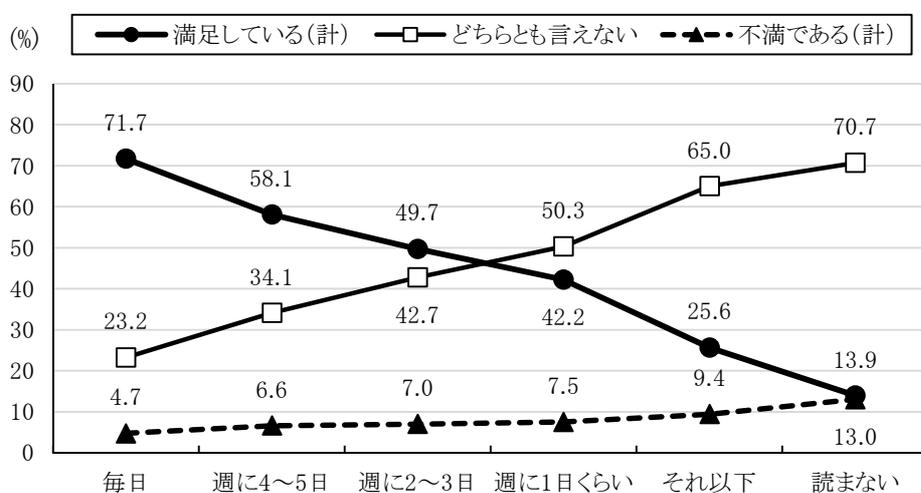
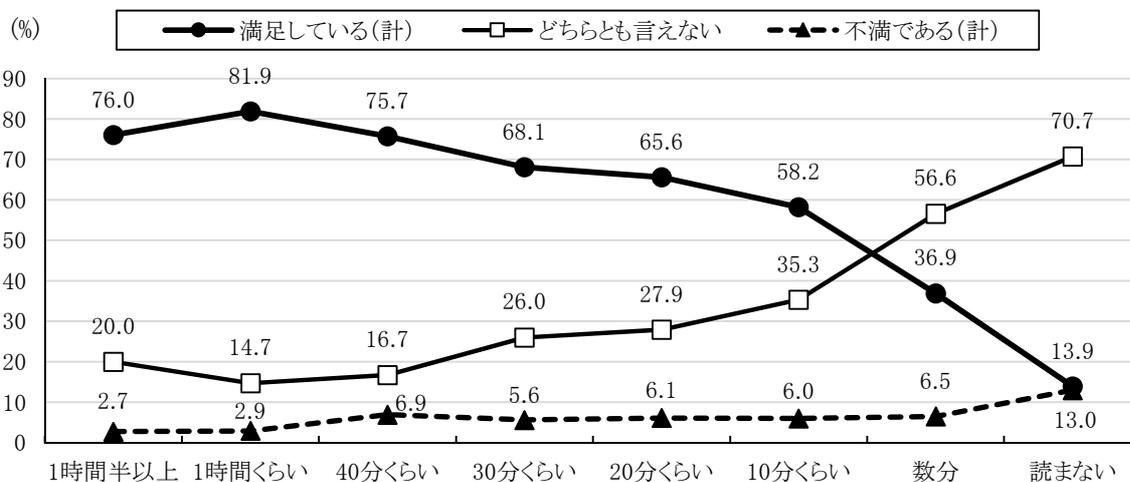


図 25-5 新聞全般の満足度（新聞との接触時間別） (n=3,135)

※「満足している」+「まあ満足している」の割合



## 26. 戸別配達をどう思う？（＊）

### － 日本独特の戸別配達制度、「続けてほしい」67%。減少傾向が止まる －

- ・戸別配達については、「ぜひ続けてほしい」は39.6%、「できれば続けてほしい」は27.4%であり、両者をあわせた『続けてほしい(計)』は67.0%であった。毎日決まった時間に自宅に直接新聞が届くという戸別配達へのニーズは高い。
- ・年代別に見ると、『続けてほしい(計)』は30代以下では40%台(41.8%～44.3%)に留まり、40代(57.0%)から70代以上(87.8%)にかけて、年代が上がるに従って多くなった。
- ・過去の調査と比較すると、『続けてほしい(計)』の割合は、2009年度以降は80%前後で推移していたが、2013年度に80%を切った後も減少が続き、2016年度からは70%を下回った。年代別に見ると、今年度は60代で3.7ポイント、40代で1.0ポイント減少したが、他の年代では0.8～6.2ポイント増加した。

※『続けてほしい(計)』＝「ぜひ続けてほしい」＋「できれば続けてほしい」

図 26-1 戸別配達の存続 (n=3,135)

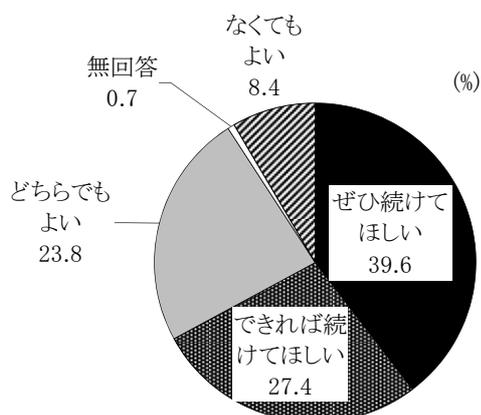


図 26-2 『続けてほしい(計)』割合 (時系列)

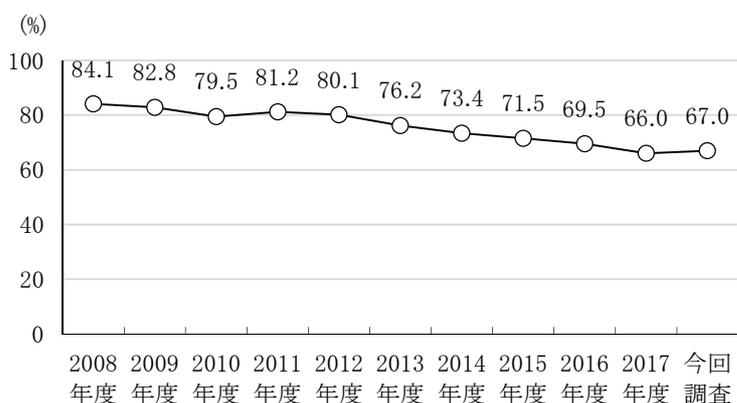
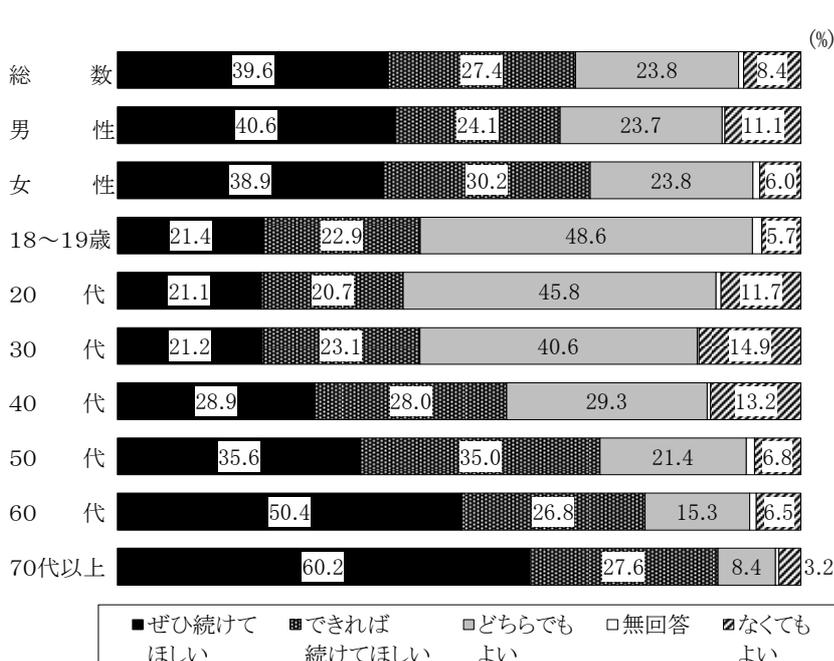


図 26-3 戸別配達の存続 (性・年代別)

(n=3,135)



続けてほしい(計)

	今年	2017年	2016年	2015年	2014年
総数	67.0	66.0	69.5	71.5	73.4
男性	64.7	65.0	68.0	71.6	71.6
女性	69.1	67.0	70.7	71.4	75.0
18～19歳	44.3	38.1	52.9	48.6	51.3
20代	41.8	38.3	42.2	45.0	47.6
30代	44.3	41.0	45.7	47.8	53.3
40代	57.0	58.0	62.7	63.9	67.9
50代	70.6	66.1	73.1	78.7	79.5
60代	77.2	80.9	84.2	83.1	86.2
70代以上	87.8	87.0	86.3	89.0	88.0

## 27. 新聞の購読料をどう思う？（\*）

－ 「妥当」とする人が54%、「高い」とする人が43% －

- ・新聞の1ヶ月の購読料（朝刊と夕刊のセットでおよそ4,000円）について、「かなり高い」は9.7%、「少し高い」は33.4%で、両者を合わせた『高い(計)』は43.1%となった。「妥当である」は53.5%と『高い(計)』の割合を10.4ポイント上回った。「少し安い」と「かなり安い」を合わせた『安い(計)』は2.6%とごく少数に留まった。
- ・年代別に見ると、『高い(計)』は30代以下で50%台（52.5%～57.2%）、40～50代で40%台（40.8%～45.2%）、60代以上で30%台（36.3%～37.4%）となった。40代以上では「妥当である」の割合が50%（51.2%～60.6%）を超えて『高い(計)』の割合を上回り、新聞に金額相応の価値を置いていることがうかがえる。
- ・過去の調査と比較すると、『高い(計)』の割合は、調査開始の2008年度以来、50%台で推移していたが、2015年度調査で初めて50%を下回り、「妥当である」が上回った。

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

図 27-1 新聞の購読料 (n=3,135)

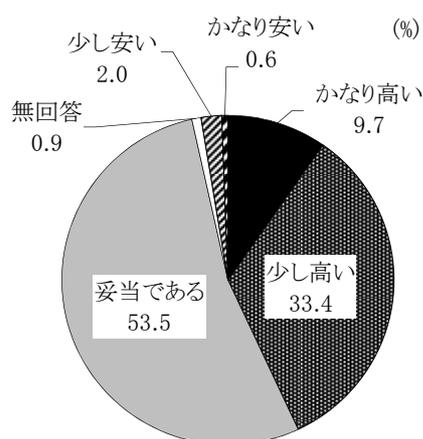


図 27-2 新聞の購読料（時系列）

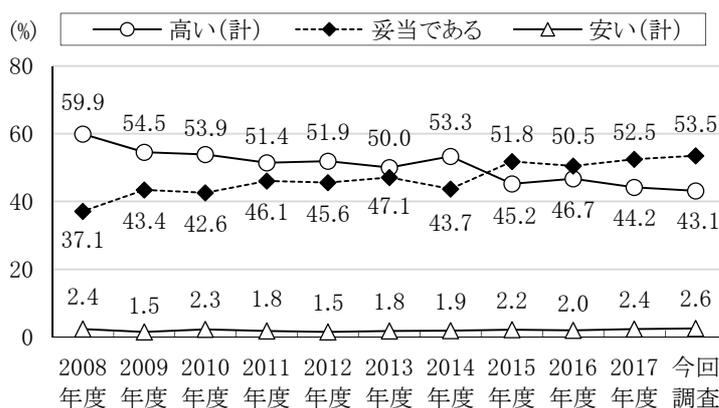
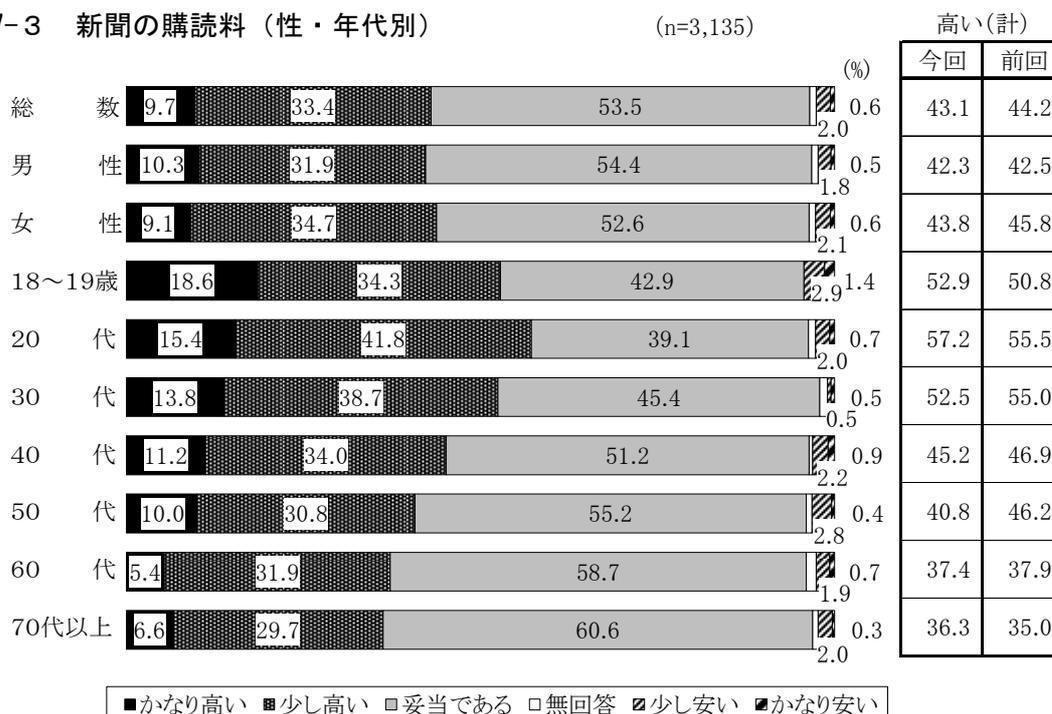


図 27-3 新聞の購読料（性・年代別） (n=3,135)



## 28. 今後、新聞とどう接する？

— 「紙の新聞を購読する」が59%、「購読しない・読まない」が29% —

- ・今後の新聞との接し方を尋ねたところ、「紙の新聞を購読する」が最も多く58.5%であった。以下、「図書館やインターネットなど無料で読める分で十分なので、新聞は購読しない」が20.4%、「無料でも新聞は読まない」が8.8%であった。
- ・年代別に見ると、「紙の新聞を購読する」は、30代以下で20%台（20.7%～27.1%）に留まり、40代（47.4%）から70代以上（86.9%）に掛けて、年代の上昇とともに高くなった。「図書館やインターネットなど無料で読める分で十分なので、新聞は購読しない」は30代以下で38.6%～44.5%となり「紙の新聞を購読する」の割合を上回った。「無料でも新聞は読まない」は年代が低いほど高く、18～19歳で24.3%となった。

図 28-1 今後の新聞との接し方

(n=3,135)

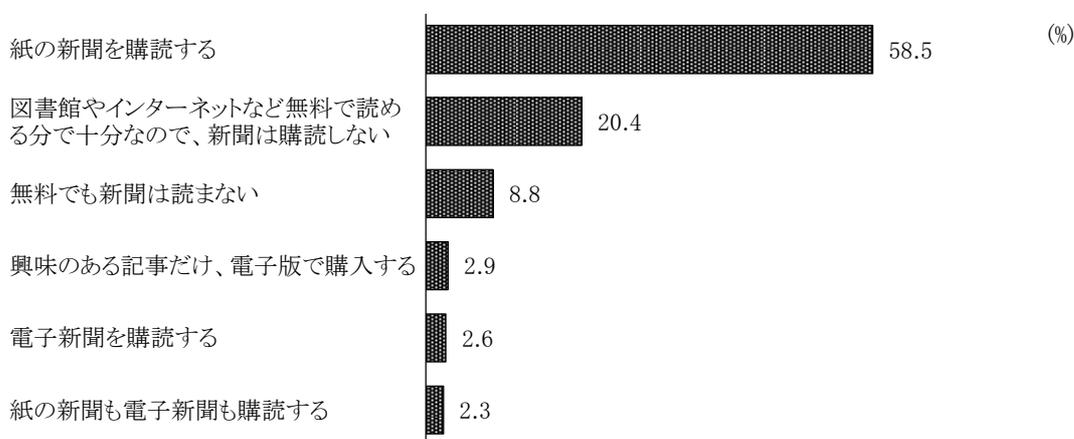
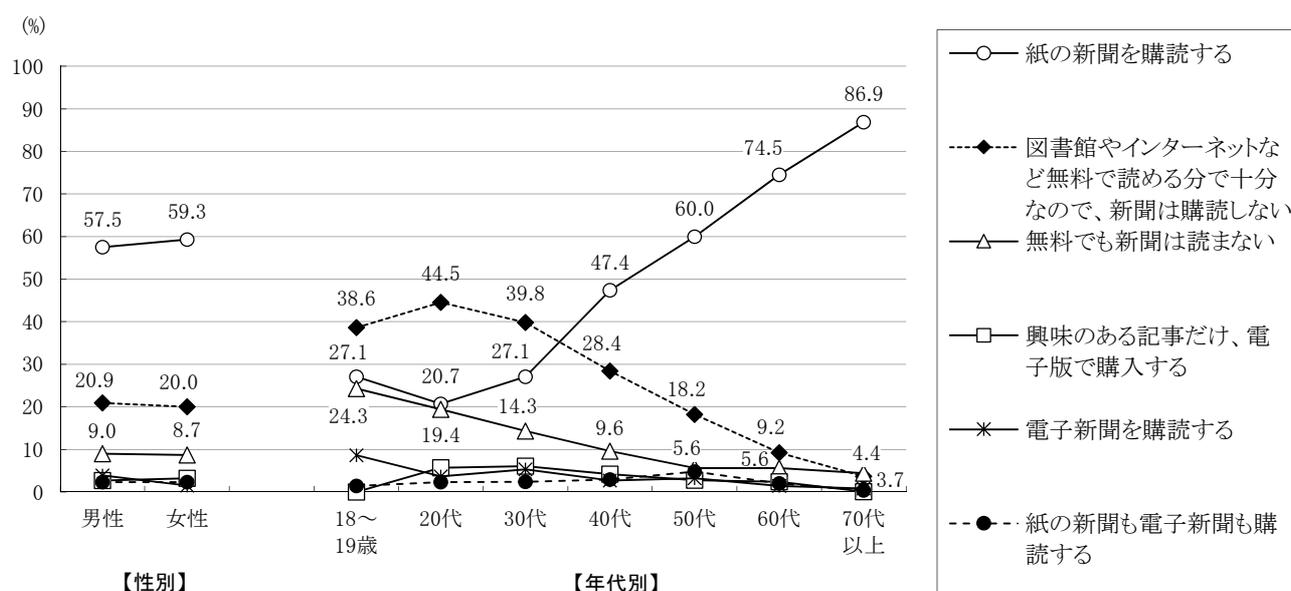


図 28-2 今後の新聞との接し方（性・年代別）

(n=3,135)



## 《インターネットとニュース》

(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 69.3%)

### 29. インターネットニュースを見る時に使用する機器は？ (\* )

— スマートフォン・携帯電話が 86%、モバイルのみでの閲覧が 60% —

- ・インターネットニュースを見る時に使用する機器を質問したところ、「スマートフォン・携帯電話」が 86.0%と突出して最も多かった。次いで「パソコン」が 39.7%、「タブレット」は 12.7%であった。
- ・インターネットニュースを見る時に使用する機器の回答から、「モバイルのみ」「パソコンとモバイル」「パソコンのみ」に分類すると、「モバイルのみ」が 60.1%、「パソコンとモバイル」が 28.9%、「パソコンのみ」が 10.9%であった。
- ・「モバイルのみ」は、男女、年代に関わらず、「パソコンとモバイル」「パソコンのみ」の割合を上回った。「モバイルのみ」は、男性 (47.5%) より女性 (72.0%) で多く、年代別では、70代以上の 44.1%から 18~19歳の 81.0%にかけて、年代が下がるにつれて多くなった。
- ・昨年度調査と比較すると、「スマートフォン・携帯電話」が 5.7ポイント増加となった。

図 29-1 インターネットニュースを見る時に使用する機器 (複数回答、n=2,173)

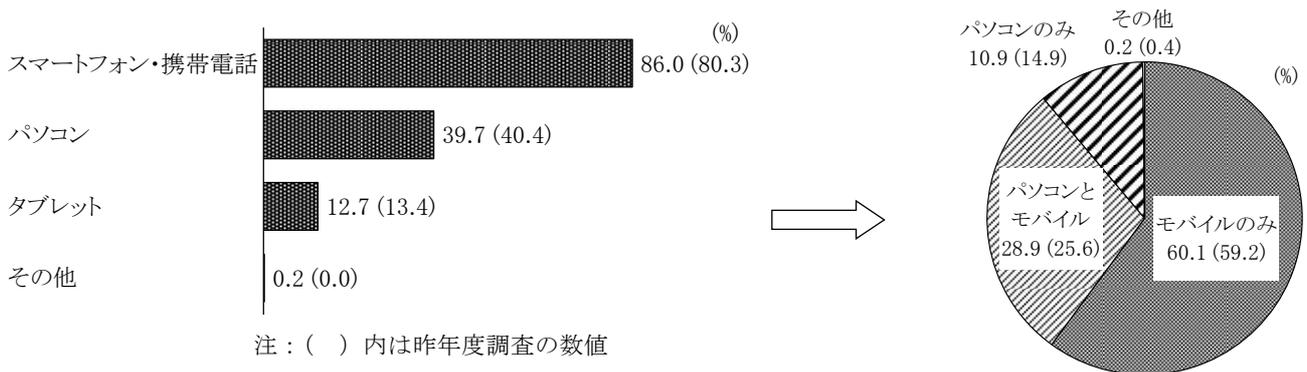
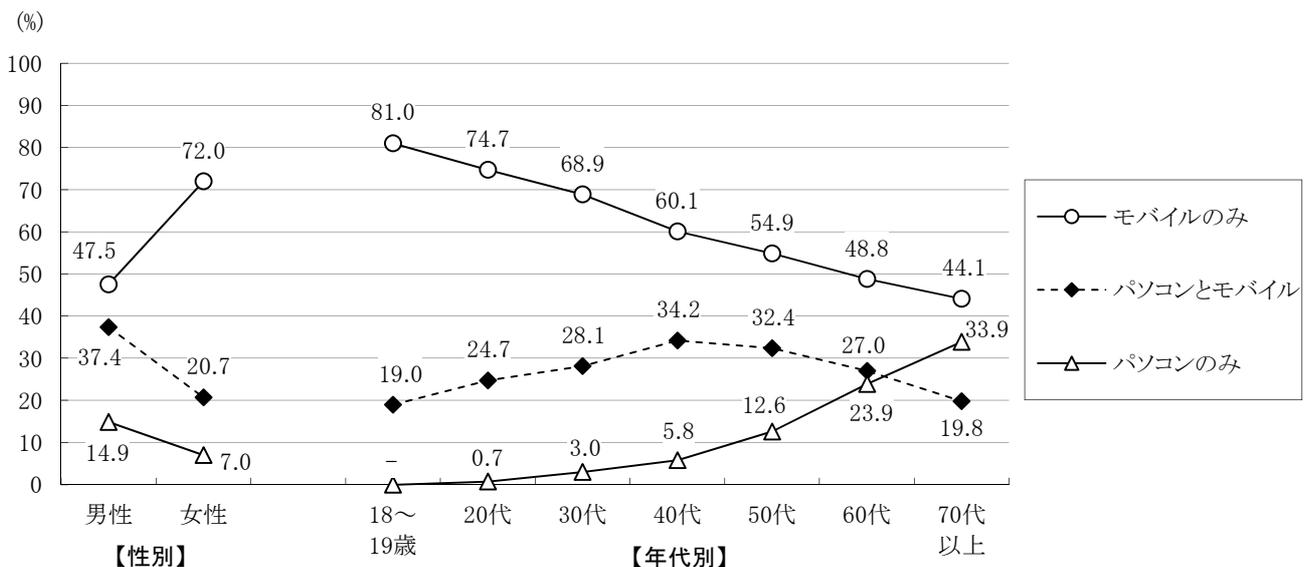


図 29-2 インターネットニュースを見る時に使用する機器 (性・年代別)

(n=2,173)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 69.2%)

### 30. インターネットニュースを見る時、アクセスするのは？

— ポータルサイトが 85%、SNS は若い世代ほど多い —

- ・インターネットニュースを見るサイトを質問したところ、「ポータルサイト (Yahoo!、Google など)」(84.6%) が突出して最も多かった。以下、「SNS (LINE、Twitter、Facebook など)」(31.5%)、「新聞社・通信社・テレビ放送局の公式サイト」(14.1%)、「キュレーションサイト (スマートニュース、グノシー、News Picks など)」(11.1%) となった。
- ・年代別に見ると、「ポータルサイト (Yahoo!、Google など)」は 30 代以上では最も多く、80% (81.4%～90.0%) を超えた。「SNS (LINE、Twitter、Facebook など)」は、20 代以下で 70% 台 (73.3%～79.4%) となり、最も多くなった。「新聞社・通信社・テレビ放送局の公式サイト」は、50 代以上でも 18.0%～18.6% に留まった。

図 30-1 インターネットニュースを見る時、アクセスするサイト (複数回答、n=2,169)

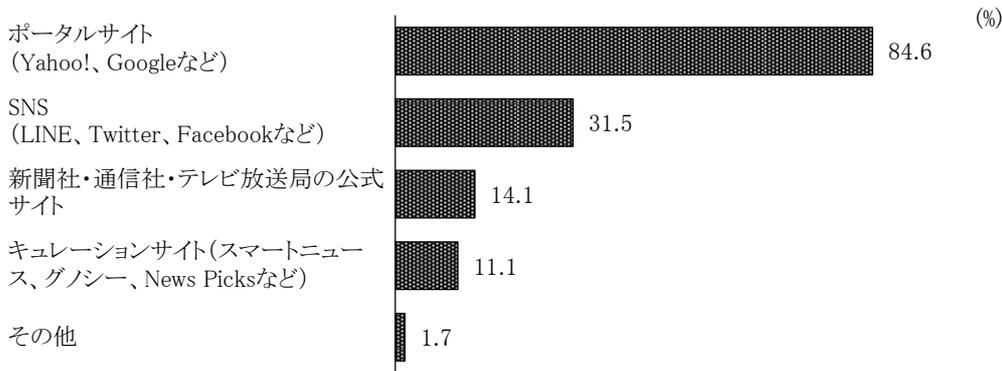
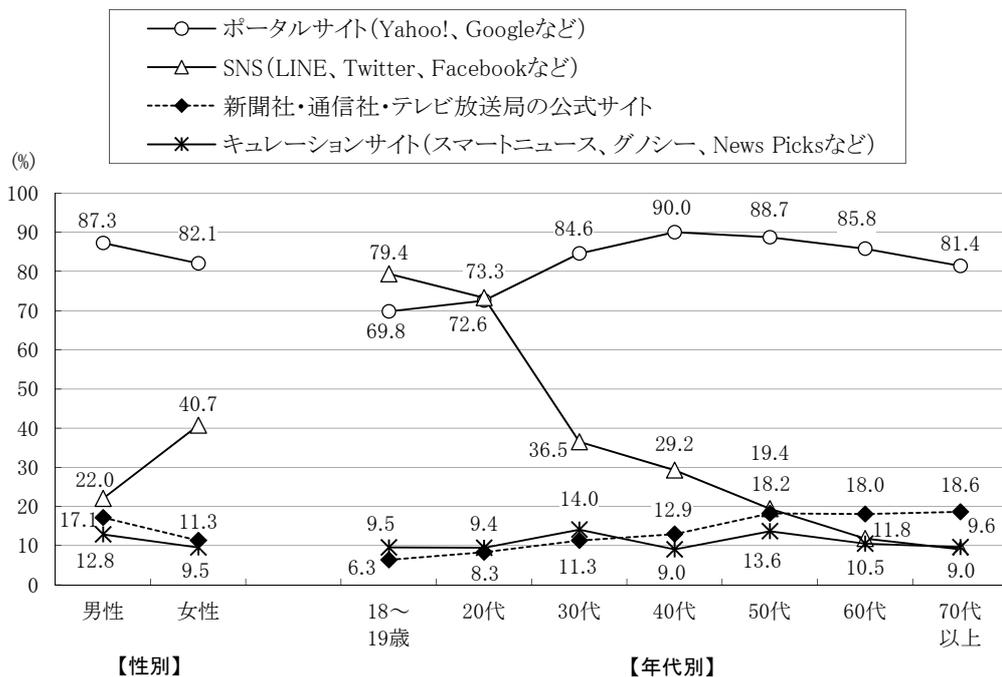


図 30-2 インターネットニュースを見る時、アクセスするサイト (性・年代別) (複数回答、n=2,169)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 69.4%)

### 31. インターネットニュースを見る時に出所を気にするか? (\*)

— 「気にする」40%、「気にしない」60%、「気にしない」が昨年度 57%より増加 —

- ・インターネットニュースを見る時に、ニュースの出所を気にするか尋ねたところ、「気にする」と答えた人が 39.9% (「いつも気にする」10.2%と「まあ気にする」29.7%の計)、「気にしない」と答えた人が 60.1% (「全く気にしない」18.1%と「あまり気にしない」42.0%の計) となった。
- ・性別、年代別に関わらず、「気にしない」と答えた人が「気にする」と答えた人より多くなった。「気にしない」は、性別では女性 (63.8%)、年代別では 30 代以下と 60 代で 60% (61.1%~71.4%) を超えた。
- ・昨年度調査と比較すると、「気にする」が 2.6 ポイント減少し、「気にしない」が 3.0 ポイント増加した。

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

図 31-1 インターネットニュースの出所

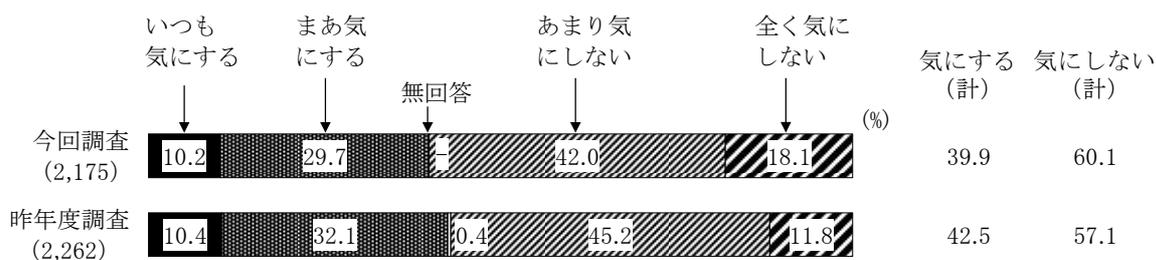
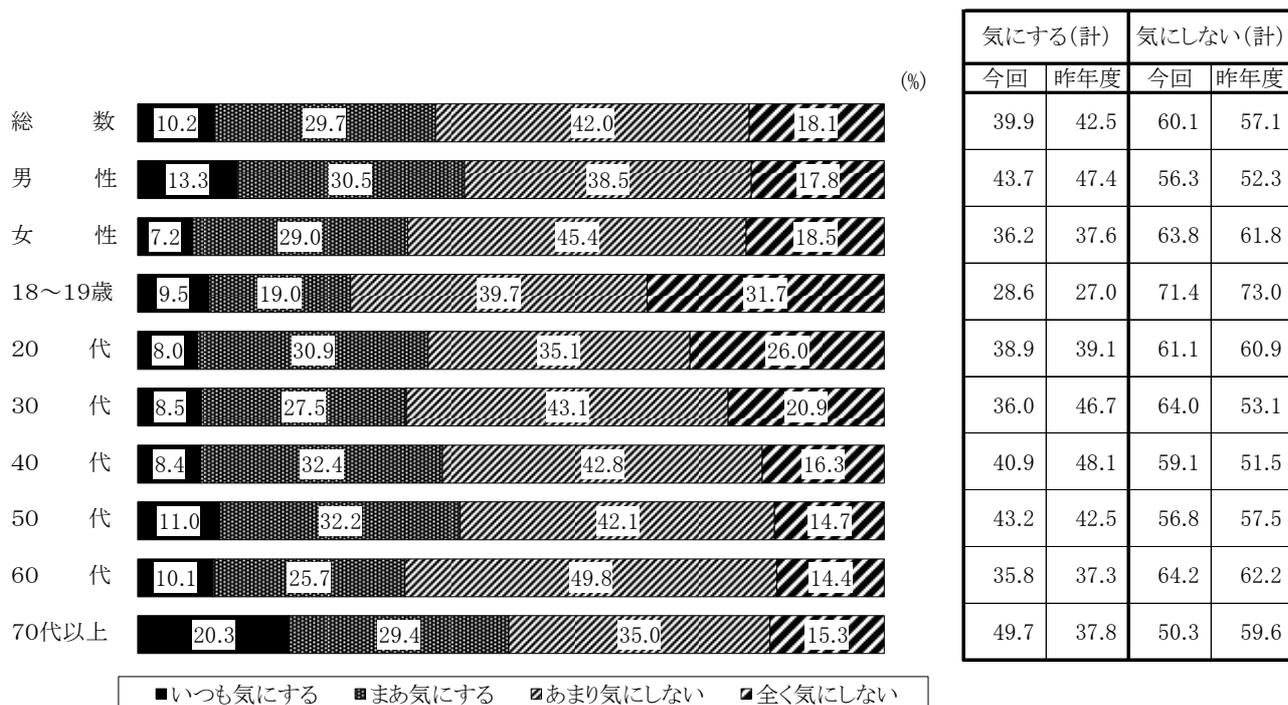


図 31-2 インターネットニュースの出所 (性・年代別) (n=2,175)



## 32. インターネットニュースの有料サービスを利用している？

－ 利用していないが93%、

「有料の電子新聞や新聞記事」の利用が3% －

- ・インターネットニュースの有料サービスは「利用していない」が92.8%と大半を占めた。利用している回答では、「有料の電子新聞や新聞記事」が2.8%、「他の有料のニュースサイトやニュースアプリ」が1.2%、「雑誌の有料記事」が0.8%であった。
- ・利用しているのは、女性より男性が多く、年代別では50代で最も多くなった。が、最も多い50代でも利用率は10%に満たなかった。

図 32-1 インターネットニュースの有料サービスの利用

(複数回答、n=3,135)

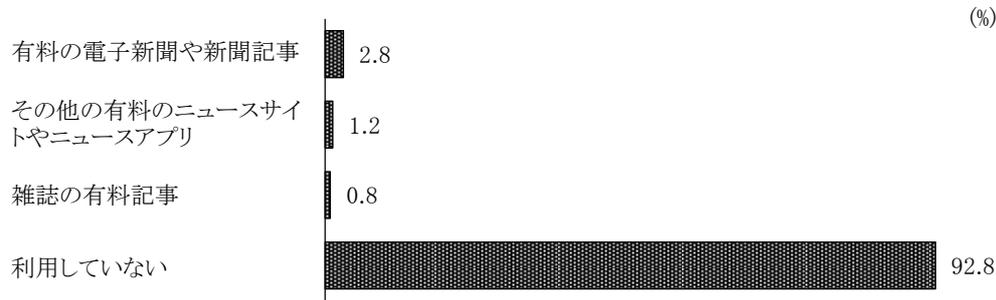
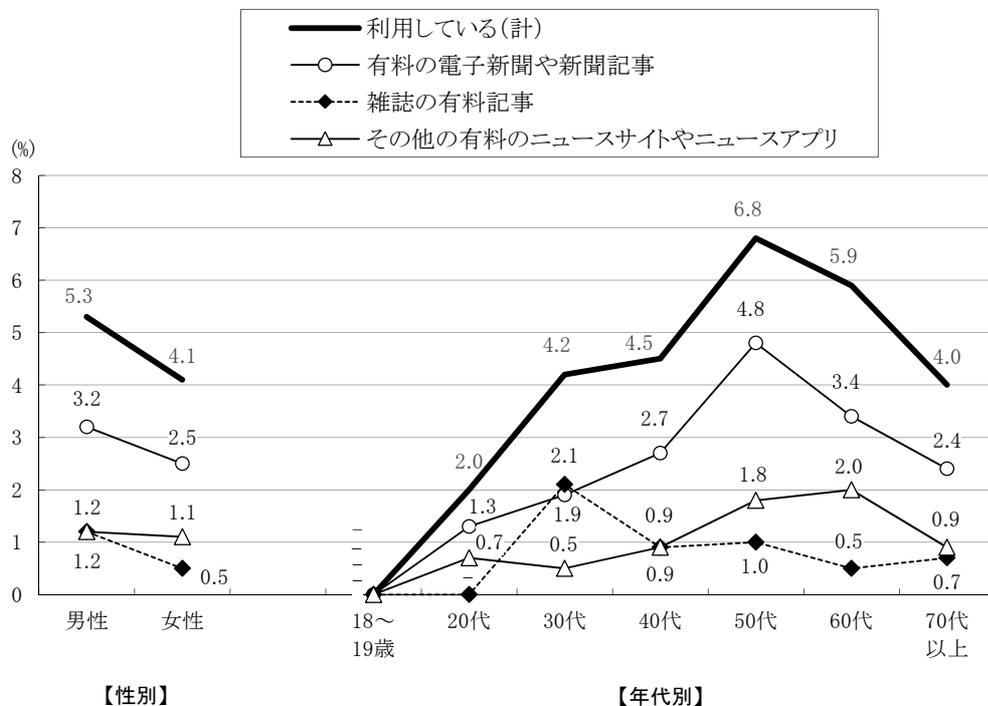


図 32-2 インターネットニュースの有料サービスの利用（性・年代別）

(複数回答、n=3,135)



## 調査の概要

### ●調査地域

全国

### ●調査対象

18歳以上男女個人（5,000人）

### ●サンプリング法

住民基本台帳からの層化二段無作為抽出法

### ●回収サンプルの構成

回収数 3,135（62.7%）

### <性別>

総数	男性	女性
3,135	1,462	1,673
100.0%	46.6%	53.4%

### ●調査方法

専門調査員による訪問留置法

### ●実査時期

2018年8月17日から9月4日

### ●調査委託機関

一般社団法人 中央調査社

### <年代別>

18～ 19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70代 以上
70	299	377	553	500	589	747
2.2%	9.5%	12.0%	17.6%	15.9%	18.8%	23.8%

第11回 メディアに関する全国世論調査（2018年）

2018年10月発行

発行 公益財団法人 新聞通信調査会

東京都千代田区内幸町2-2-1

日本プレスセンタービル1階

電話 03-3593-1081