

第 12 回  
メディアに関する全国世論調査  
(2019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「新聞」68.9点、2位「NHK テレビ」68.5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8.0%  
    理由は「特定の勢力に偏った報道をしているから」54%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. 報道の自由についてどう思う？ ..... 7  
    <「報道の自由は常に保障されるべきだ」が81%>

## 《憲法改正問題に関する報道》

6. 憲法改正問題に関心がある？ ..... 9  
    <「関心がある」66%、若年層で関心低く>
7. 憲法改正問題に関する情報を入手しているメディアは？ ..... 10  
    <「民放テレビ」65%、「NHK テレビ」53%、「新聞」49%>
8. 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいメディアは？ ..... 11  
    <「民放テレビ」55%、「NHK テレビ」42%、「新聞」39%>
9. 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道は？ ..... 12  
    <新聞は「現行憲法の解説」「政党の意見の違い」についての報道を>
10. 7月の参院選で憲法改正に関する意見を重視した？ ..... 13  
    <「重視した」35%、「重視しなかった」47%>

## 《東京オリンピック・パラリンピック》

11. 東京オリンピックで関心のある競技は？ ..... 14  
    <「水泳」59%、「陸上競技」56%、「体操」45%>
12. 東京パラリンピックで関心のある競技は？ ..... 15  
    <「陸上競技」37%、「車いすバスケットボール」32%、「車いすテニス」27%>
13. 東京オリンピックで日本は金メダルをいくつとる？ ..... 16  
    <過去最多の16個より多い17個以上の期待が41%>
14. 東京オリンピック・パラリンピックの情報入手メディアは？ ..... 17  
    <「民放テレビ」79%、「NHK テレビ」58%、「インターネット」50%、「新聞」47%>
15. 東京オリンピック・パラリンピックで望む報道は？ ..... 18  
    <「競技結果の速報」72%>
16. 東京オリンピック・パラリンピックを開催することは良いことか？ ..... 19  
    <「良いことだ」87%、「良くないことだ」12%>

17. 自国でのオリンピック・パラリンピック開催についてどう思う？…………… 20  
    <「経済の活性化につながる」53%>

### 《ニュースとメディア》

18. 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？…………… 22  
    <ニュース接触率「民放テレビ」「NHK テレビ」「インターネット」「新聞」の順>
19. 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？…………… 24  
    <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」>
20. ニュースを読んだり見聞きしたりするのはいつ、どこで？…………… 25  
    <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)」>
21. 大きなニュースを入手するメディアは？…………… 27  
    <「民放テレビ」78%、「インターネット」57%、「NHK テレビ」55%、「新聞」45%>
22. どのメディアで各分野の情報を得る？…………… 28  
    <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》

23. 新聞をどのように読んでいる？…………… 30  
    <「月ぎめでとっている紙の新聞」60%、「読まない」28%>
24. 月ぎめ新聞の購読状況は？…………… 31  
    <67%が購読、購読率は減少傾向が続く、県紙・地方紙は健闘>
25. 月ぎめで新聞をとる理由は？…………… 33  
    <「新聞を読むのが習慣になっているから」48%>
26. 月ぎめで新聞をとらない理由は？…………… 34  
    <「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」71%>
27. 通信社の役割を知っている？…………… 35  
    <「知っている」47%、「知らない」52%>
28. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？…………… 36  
    <1位「共同通信社」(70%)、2位「ロイター通信」(68%)>

### 《新聞への意見》

29. 新聞の記事の満足度は？…………… 37  
    <ラ・テ欄、社会記事、地域記事など、身近な記事の満足度が高い>
30. 新聞全般の満足度は？…………… 39  
    <満足している人は49%、不満な人は8%。満足層は減少止まる>
31. 戸別配達をどう思う？…………… 40  
    <日本独特の戸別配達制度、「続けてほしい」63%。減少傾向続く>
32. 新聞の購読料をどう思う？…………… 41  
    <「高い」とする人が58%、「妥当」とする人が39%>
33. 今後、新聞とどう接する？…………… 42  
    <「紙の新聞を購読する」が55%、「購読しない・読まない」が33%>

## 《インターネットとニュース》

34. インターネットニュースを見る時に使用する機器は？ …………… 43  
    <スマートフォン・携帯電話が 88%、モバイルのみでの閲覧が 66%と増加>
35. インターネットニュースを見る時、アクセスするのは？ …………… 44  
    <ポータルサイトが 83%、SNS は若い世代ほど多い>
36. インターネットニュースを見る時に出所を気にするか？ …………… 45  
    <「気にする」40%、「気にしない」60%>
37. 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？ …………… 46  
    <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》

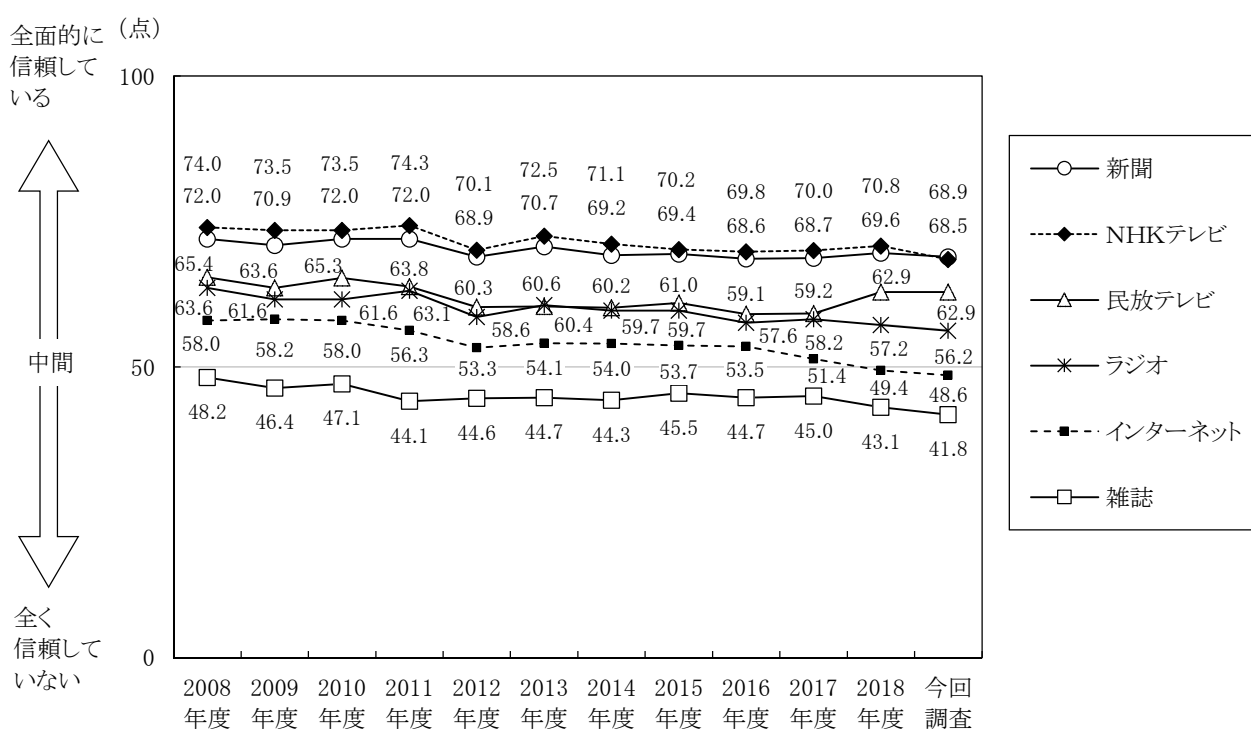
### 1. 各メディアの情報の信頼度は？（＊）

－ 1位「新聞」68.9点、2位「NHKテレビ」68.5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「新聞」で68.9点、次いで「NHKテレビ」が68.5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）、第11回調査（2018年9月、標本数5,000、以下、「2018年度調査」と言う）では、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、2018年度70.8点）、2位「新聞」（同72.0点、同70.9点、同72.0点、同72.0点、同68.9点、同70.7点、同69.2点、同69.4点、同68.6点、同68.7点、同69.6点）で、順位に変化はなかったが、今回調査では「NHKテレビ」が2.3点低下し、「新聞」が1位となった。
- ・「民放テレビ」は、昨年度から増減がなかったが、「新聞」（前回調査比0.7点低下）、「NHKテレビ」（同2.3点低下）、「ラジオ」（同1.0点低下）、「インターネット」（同0.8点低下）は低下した。

図1-1 各メディアの信頼度

(n=3,051)



・性別、年代別に見ても、「NHK テレビ」、「新聞」が 18～19 歳を除く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=3,051)

(点)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総 数	新聞 68.9	NHKテレビ 68.5	民放テレビ 62.9	ラジオ 56.2	インターネット 48.6	雑誌 41.8
男 性	NHKテレビ 67.3	新聞 66.9	民放テレビ 61.4	ラジオ 56.2	インターネット 48.9	雑誌 40.0
女 性	新聞 70.8	NHKテレビ 69.7	民放テレビ 64.2	ラジオ 56.2	インターネット 48.3	雑誌 43.5
18-19歳	新聞 64.6	民放テレビ 62.5	NHKテレビ 62.3	ラジオ 54.4	インターネット 51.5	雑誌 39.9
20 代	新聞 64.9	NHKテレビ 60.8	民放テレビ 59.0	ラジオ 54.6	インターネット 54.5	雑誌 44.4
30 代	新聞 67.0	NHKテレビ 64.7	民放テレビ 61.1	ラジオ 54.9	インターネット 52.4	雑誌 44.6
40 代	新聞 68.6	NHKテレビ 68.2	民放テレビ 64.0	ラジオ 57.3	インターネット 53.0	雑誌 45.0
50 代	NHKテレビ 69.3	新聞 68.6	民放テレビ 64.7	ラジオ 58.8	インターネット 51.9	雑誌 43.2
60 代	新聞 70.8	NHKテレビ 69.8	民放テレビ 64.0	ラジオ 57.5	インターネット 47.4	雑誌 39.7
70代以上	NHKテレビ 73.2	新聞 71.0	民放テレビ 62.6	ラジオ 53.9	雑誌 36.6	インターネット 34.4

## 2. 各メディアにつけた信頼度得点に影響が大きかったのは？（\*）

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

- ・各メディアの信頼度得点をつける際に最も影響の大きい要因を聞いたところ、「情報源として欠かせない」が19.5%で最も多く、次いで、「情報が分かりやすい」が15.8%、「社会的影響力がある」が14.9%となった。また、「何となく」と回答した人の割合は8.3%となった。
- ・年代別に見ると、「情報源として欠かせない」「情報が分かりやすい」は、年代が高い層で多くなる傾向があり、「情報源として欠かせない」は50代以上で最も影響の大きい要因となった。一方、「社会的影響力がある」「何となく」と回答した人は、年代が低い層で多くなる傾向があり、「社会的影響力がある」は40代以下で最も影響の大きい要因となった。

図2-1 各メディアの信頼度得点をつけた要因

(n=3,051)

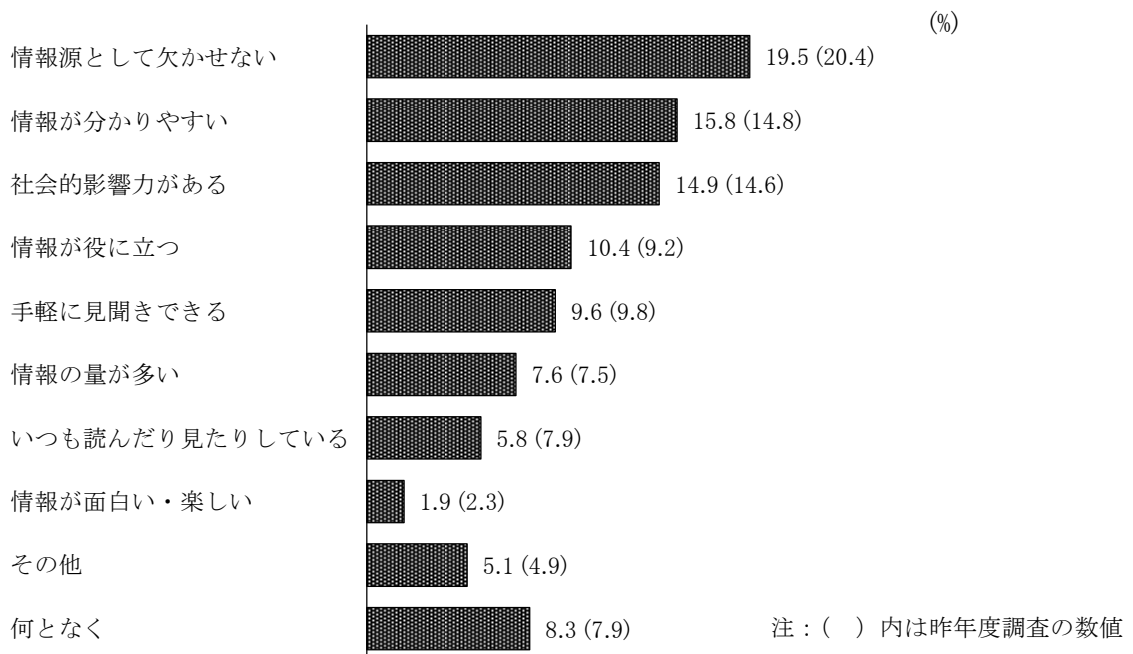
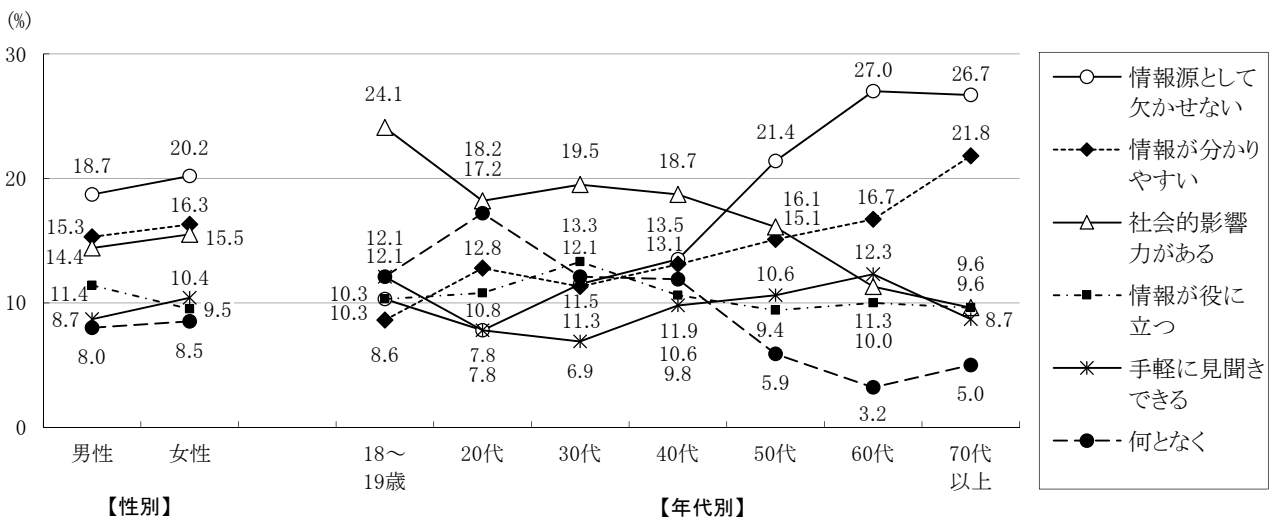


図2-2 各メディアの信頼度得点をつけた要因（性・年代別）

(n=3,051)



### 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8.0%

理由は「特定の勢力に偏った報道をしているから」54%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69.4～85.4%と多数を占めた。「高くなった」は「インターネット」が6.2%と最も多くなった。一方、「低くなった」は「雑誌」と「民放テレビ」が12.3%と最も多くなった。昨年度調査と比較すると、「NHK テレビ」の信頼感が「低くなった」と回答した人の割合が3.2ポイント増加した。
- ・新聞の信頼感が「高くなった」と答えた人にその理由を聞いたところ、「情報が正確だから」(36.9%)は昨年度(25.3%)より11.6ポイント増加した。
- ・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」(53.9%)が昨年度(46.7%)より7.2ポイント増加し、「報道する側のモラルが低下したから」(13.2%)が昨年度(18.2%)より5.0ポイント減少した。

図3-1 各メディアの信頼感の変化

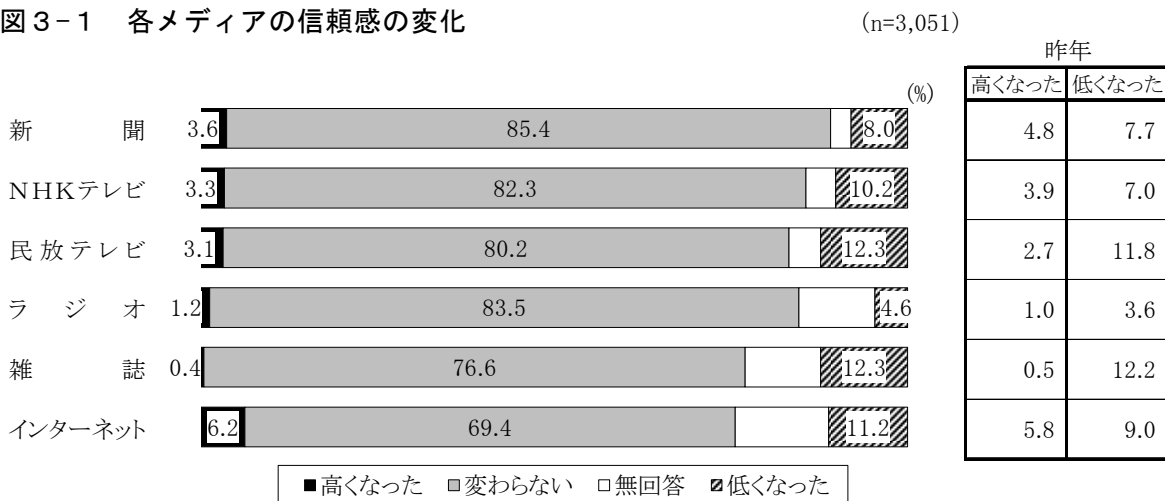


図3-2 新聞の信頼感が高くなった理由 (n=111)

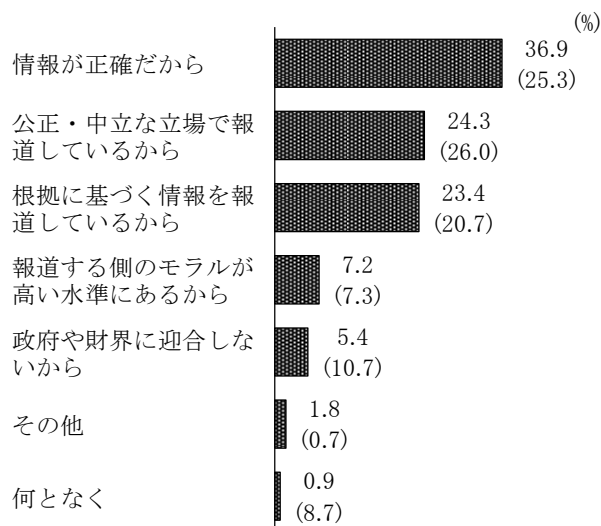
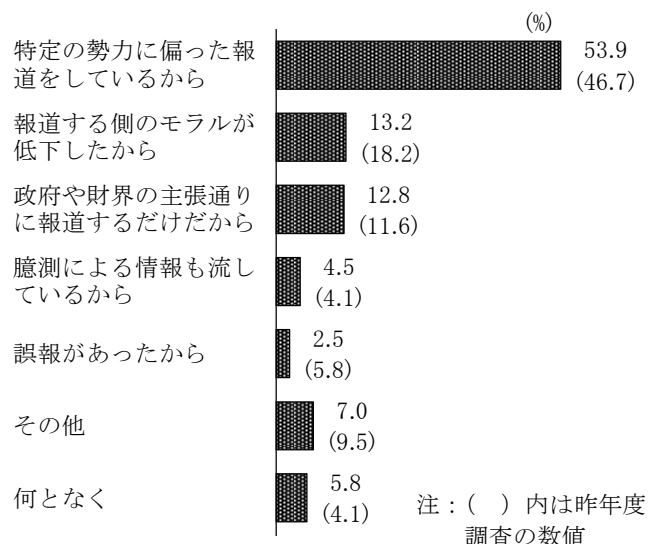


図3-3 新聞の信頼感が低くなった理由 (n=243)





## 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」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」「社会的影響力がある」「情報が役に立つ」「情報源として欠かせない」では民放テレビが1位に、「手軽に見聞きできる」「情報の量が多い」ではインターネットが1位になった。
- ・新聞は、「情報が信頼できる」で2位に、「情報が分かりやすい」「社会的影響力がある」「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、新聞とNHK テレビは、全ての項目の割合が減少し、「社会的影響力がある」が新聞は4.1ポイント、NHK テレビは4.0ポイントの減少となった。一方、インターネットは、「情報が分かりやすい」を除く全ての項目の割合が増加し、「社会的影響力がある」が4.4ポイントの増加となった。
- ・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、20代以上の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、20～40代はインターネットが1位、60代以上ではNHK テレビが1位となった。

表4-1 各メディアの印象

(複数回答、n=3,051)

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
情報が信頼できる	NHKテレビ 58.2 (62.1)	新聞 53.7 (56.6)	民放テレビ 42.4 (39.6)	インターネット 14.8 (14.1)	ラジオ 9.4 (10.5)	雑誌 2.7 (2.4)
情報が面白い・楽しい	民放テレビ 63.4 (65.7)	インターネット 45.3 (44.1)	NHKテレビ 19.5 (22.2)	新聞 19.1 (20.2)	雑誌 12.7 (12.7)	ラジオ 7.1 (9.0)
情報が分かりやすい	民放テレビ 59.0 (58.9)	NHKテレビ 43.6 (47.0)	新聞 35.0 (37.4)	インターネット 30.0 (30.7)	ラジオ 6.0 (7.2)	雑誌 3.8 (3.7)
社会的影響力がある	民放テレビ 55.8 (54.4)	NHKテレビ 53.4 (57.4)	新聞 44.5 (48.6)	インターネット 41.1 (36.7)	ラジオ 6.4 (6.0)	雑誌 5.0 (4.4)
情報が役に立つ	民放テレビ 51.1 (52.0)	インターネット 43.1 (40.9)	NHKテレビ 41.8 (45.6)	新聞 41.1 (42.3)	雑誌 8.3 (7.9)	ラジオ 7.9 (8.7)
情報源として欠かせない	民放テレビ 49.7 (49.8)	インターネット 47.7 (45.2)	NHKテレビ 41.0 (43.6)	新聞 39.6 (42.3)	ラジオ 8.0 (8.9)	雑誌 4.1 (4.1)
手軽に見聞きできる	インターネット 58.1 (55.3)	民放テレビ 54.7 (54.3)	NHKテレビ 32.5 (34.5)	新聞 30.1 (33.5)	ラジオ 11.2 (11.4)	雑誌 5.3 (6.2)
情報の量が多い	インターネット 43.7 (42.2)	民放テレビ 43.1 (44.0)	新聞 34.3 (36.3)	NHKテレビ 28.9 (31.5)	雑誌 4.7 (4.4)	ラジオ 3.3 (3.8)

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=3,051)

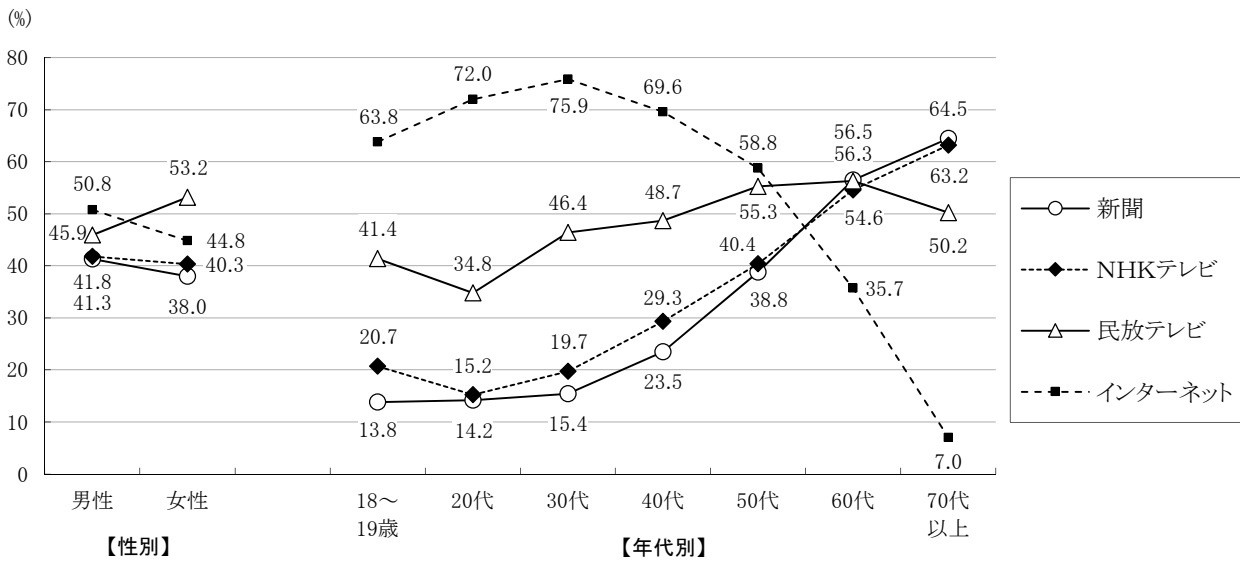


図 4-2 「情報が信頼できる」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,051)

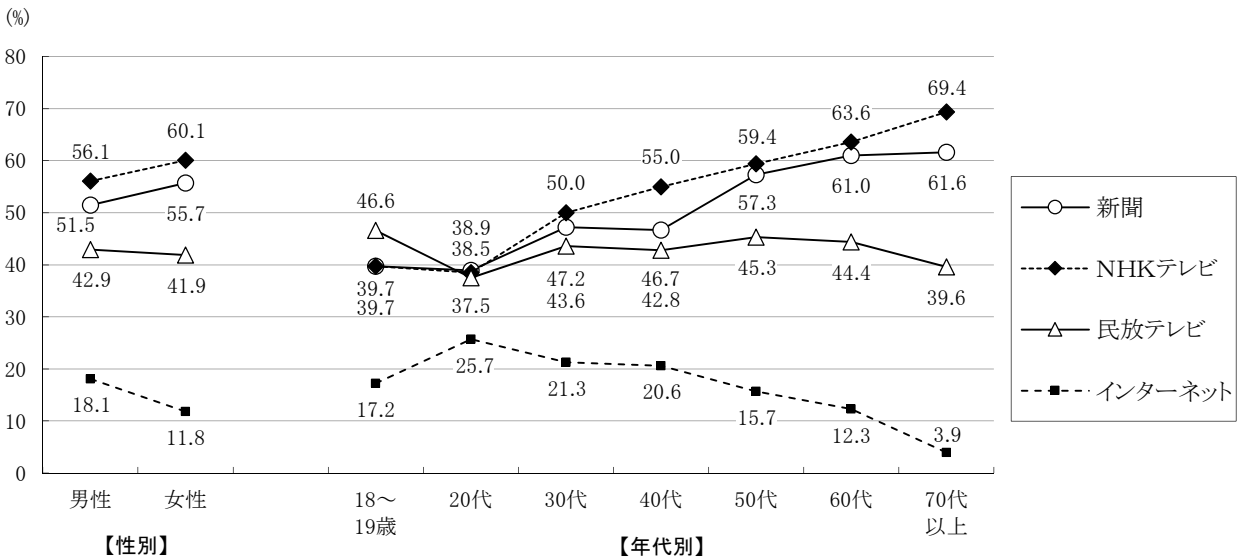
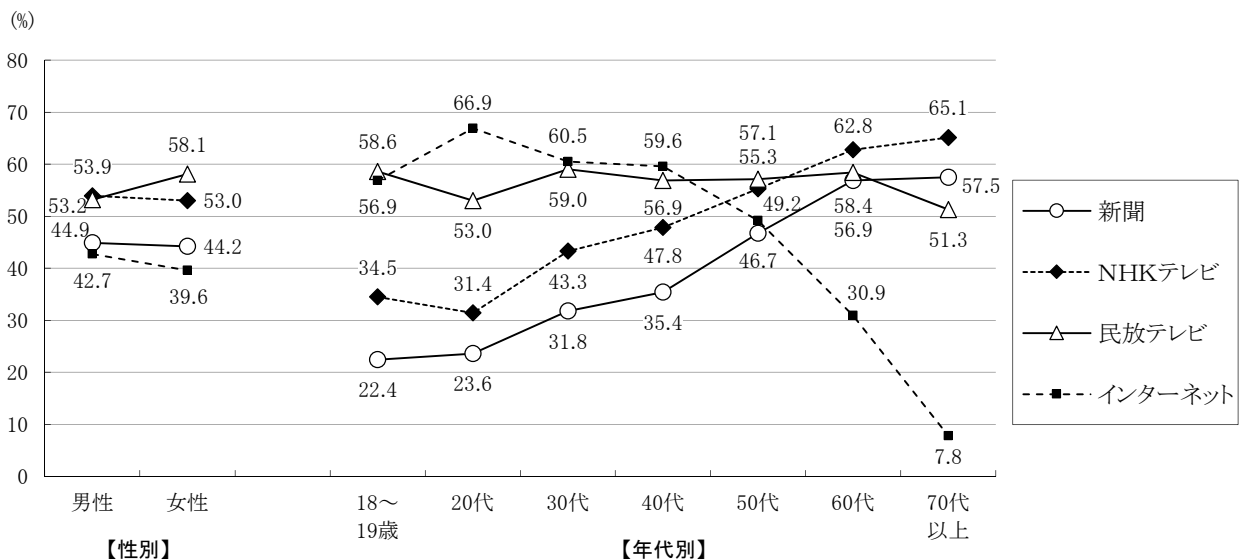


図 4-3 「社会的影響力がある」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,051)



## 5. 報道の自由についてどう思う？（＊）

－ 「報道の自由は常に保障されるべきだ」が81% －

- ・「報道の自由は常に保障されるべきだ」については、「思う」と答えた人が80.8%、「思わない」と答えた人が17.5%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か」という質問に対して「思う」と答えた人が76.1%、「思わない」と答えた人が21.4%となった。
- ・「報道の自由が侵害されていることがあると思うか」という質問に対して「思う」と答えた人が64.1%、「思わない」と答えた人が32.8%となった。
- ・「国益を損なうという理由で政府がメディアに圧力をかけるのは当然だと思うか」という質問に対して「思う」と答えた人が33.0%、「思わない」と答えた人が63.9%となった。
- ・昨年度調査との比較では、「「報道の自由が侵害されていることがあると思うか」という質問に対して「思う」と答えた人が66.8%から2.7ポイント減少し、「思わない」と答えた人が30.6%から2.2ポイント増加した。

※「思う」＝「そう思う」＋「どちらかと言えばそう思う」

「思わない」＝「どちらかと言えばそうは思わない」＋「そうは思わない」

図5-1 報道の自由について

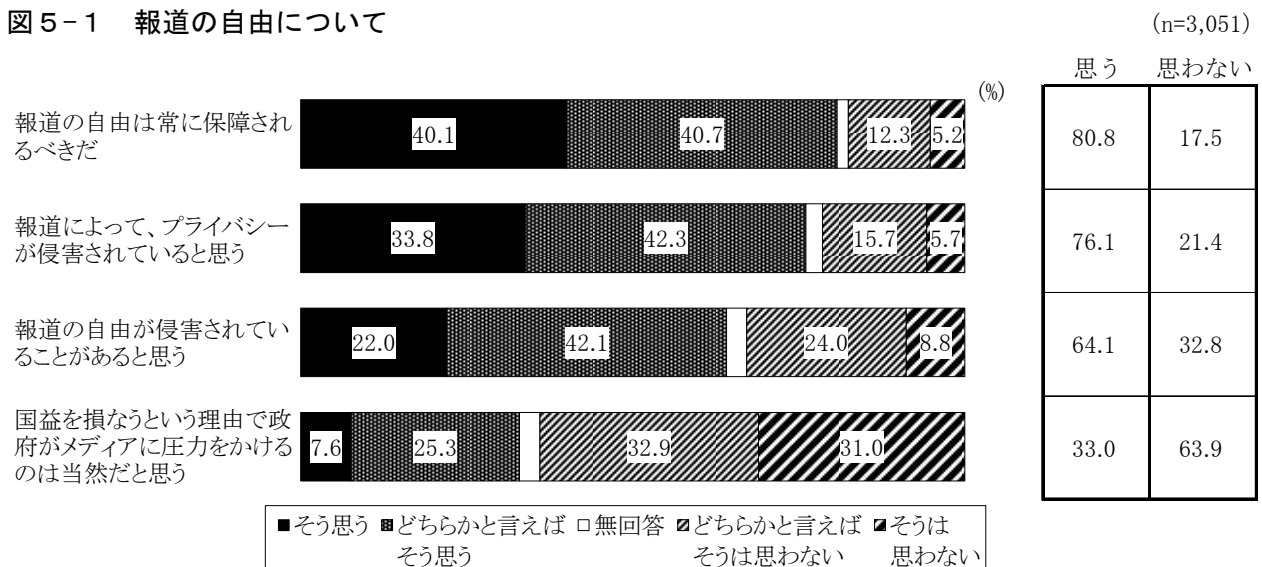
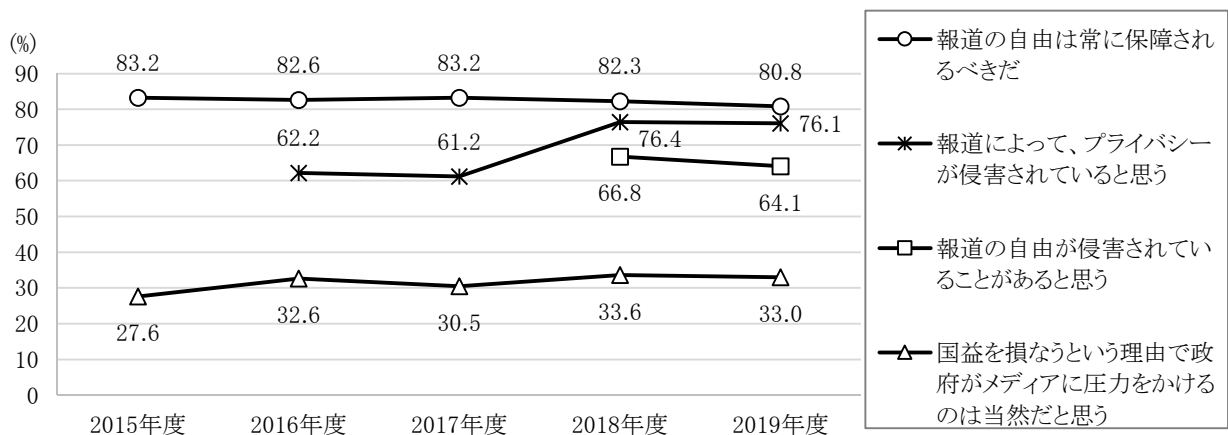


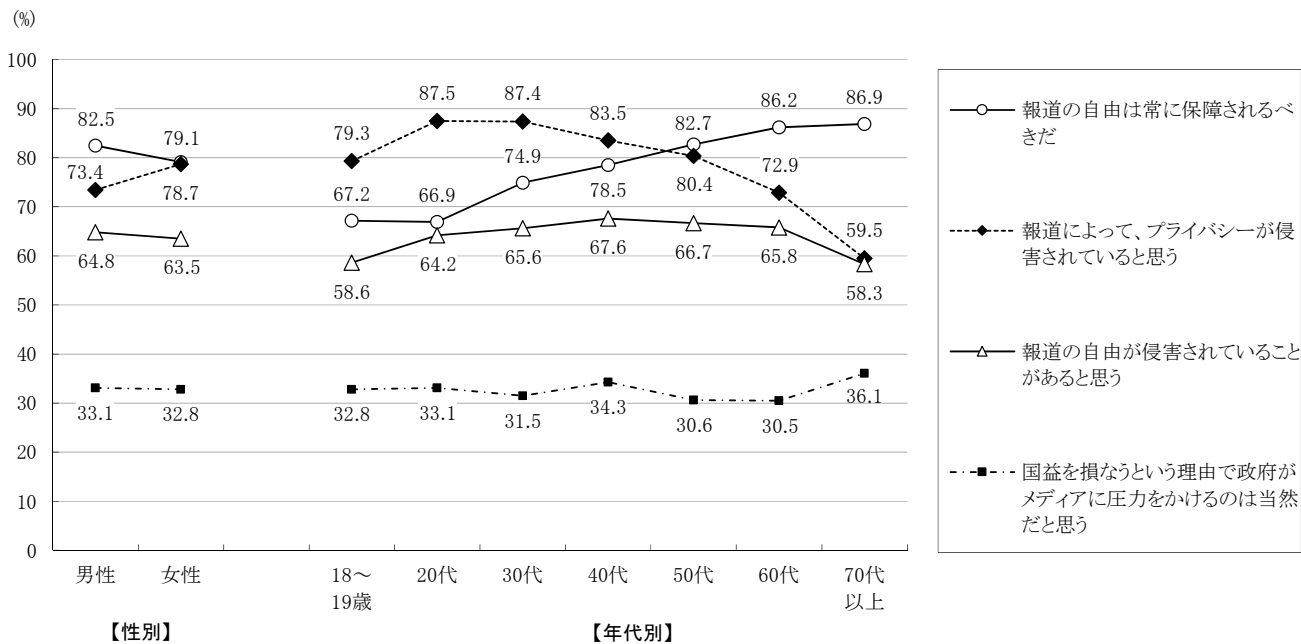
図5-2 報道の自由について（「思う」と答えた人の割合）（時系列）



- ・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5.3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86.2%～86.9%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、60代以下では70%を超え、中でも20～30代では87.4%～87.5%と多くなった。

図5-3 報道の自由について（「思う」と答えた人の割合）（性・年代別）

(n=3,051)



## 《憲法改正問題に関する報道》

### 6. 憲法改正問題に関心がある？（＊）

－ 「関心がある」66%、若年層で関心低く －

- ・憲法改正問題に、「関心がある」と答えた人が65.8%（「非常に関心がある」18.9%と「やや関心がある」46.9%の計）、「関心がない」と答えた人が33.5%（「全く関心がない」7.1%と「あまり関心がない」26.4%の計）となった。昨年度から余り変化はなかった。
- ・性別に見ると、「関心がある」と答えた人は、女性の62.4%に対し男性が69.6%と、男性の方が7.2ポイント多かった。年代別に見ると、「関心がある」は、30～40代で60%前後、50代で以上で70%台となった。20代では、「関心がある」は46.6%と「関心がない」（53.4%）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6-1 憲法改正問題への関心 (n=3,051)

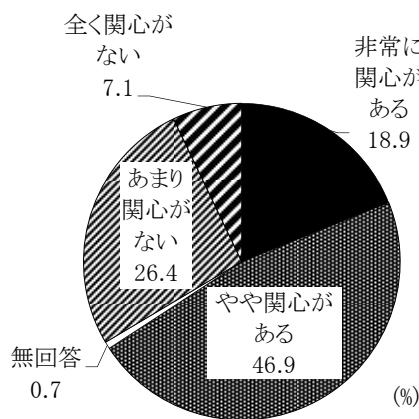


図6-2 憲法改正問題への関心（時系列）

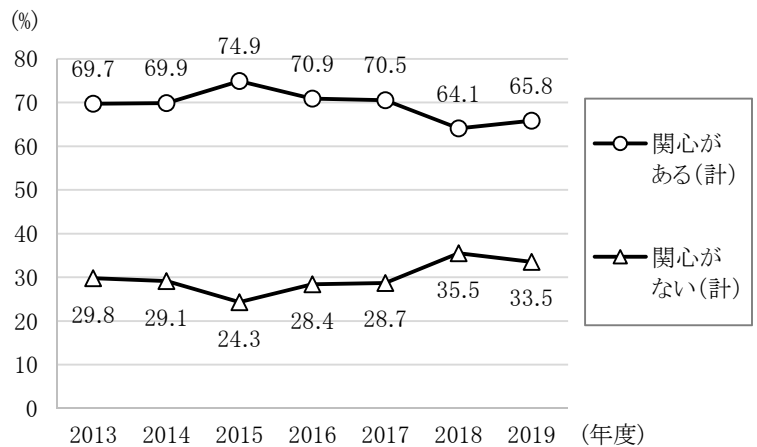
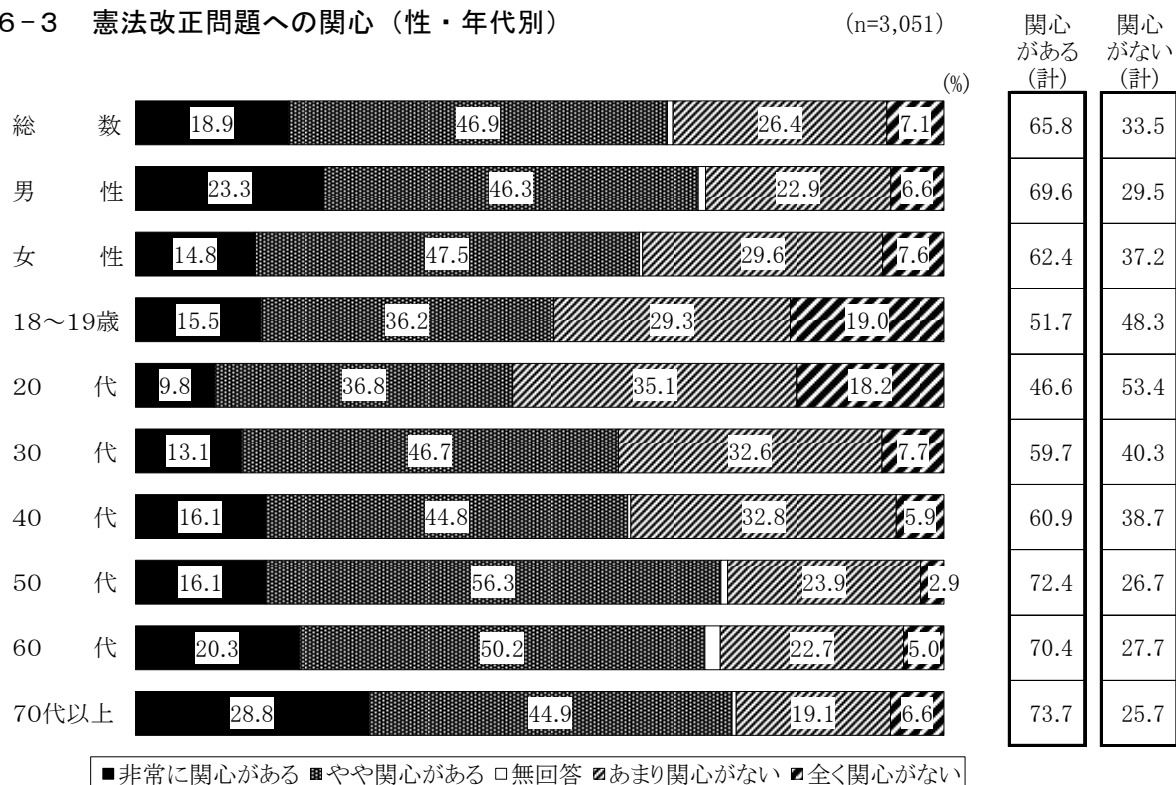


図6-3 憲法改正問題への関心（性・年代別）



## 7. 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」65%、「NHK テレビ」53%、「新聞」49% －

- ・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65.1%と最も多く、以下、「NHK テレビ」が52.8%、「新聞」が49.4%、「インターネット」が36.1%という結果になった。前回調査と比べると、NHK テレビは6.6ポイント、新聞は3.1ポイント、民放テレビは0.5ポイント減少した。一方、インターネットは1.3ポイント増加した。
- ・年代別に見ると、20代ではインターネットが1位、18～19歳、30～60代では民放テレビが1位、70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7-1 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=3,051)

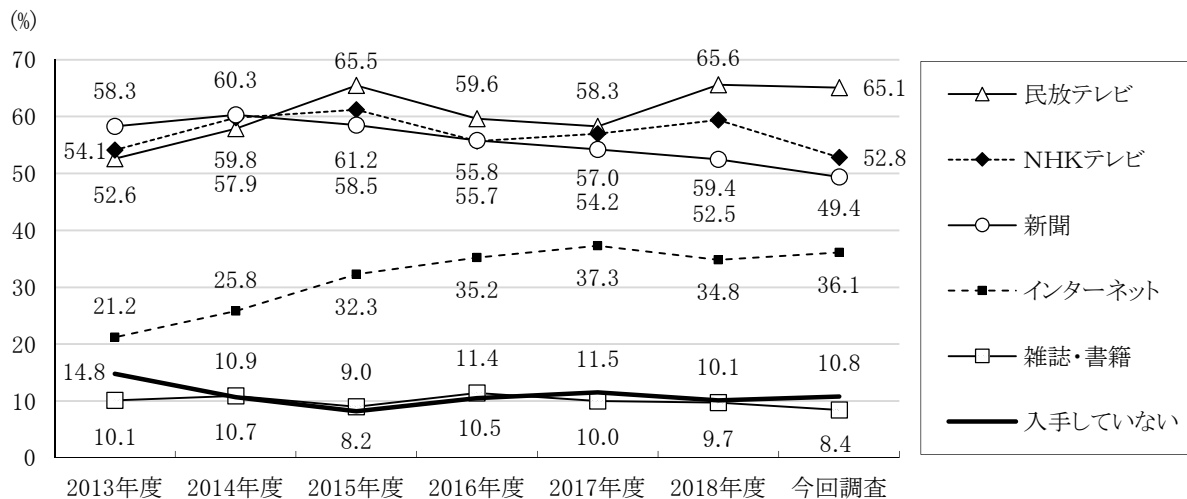


表7-1 憲法改正問題に関する情報を入手しているメディア（性・年代別）

(複数回答、n=3,051)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
総数	民放テレビ 65.1	NHKテレビ 52.8	新聞 49.4	インターネット 36.1	入手していない 10.8	雑誌・書籍 8.4
男性	民放テレビ 64.5	NHKテレビ 54.9	新聞 53.5	インターネット 42.8	雑誌・書籍 9.3	入手していない 8.3
女性	民放テレビ 65.7	NHKテレビ 50.8	新聞 45.6	インターネット 29.9	入手していない 13.1	雑誌・書籍 7.6
18-19歳	民放テレビ 58.6	インターネット 55.2	NHKテレビ 25.9	入手していない 19.0	新聞 15.5	雑誌・書籍 1.7
20代	インターネット 54.4	民放テレビ 44.9	入手していない 28.4	NHKテレビ 24.0	新聞 15.9	雑誌・書籍 4.7
30代	民放テレビ 63.1	インターネット 60.0	NHKテレビ 33.1	新聞 22.3	入手していない 14.6	雑誌・書籍 4.9
40代	民放テレビ 64.3	インターネット 51.3	NHKテレビ 41.9	新聞 35.7	入手していない 11.1	雑誌・書籍 5.9
50代	民放テレビ 70.8	新聞 51.8	NHKテレビ 51.6	インターネット 43.3	入手していない 7.8	雑誌・書籍 6.5
60代	民放テレビ 74.7	新聞 68.4	NHKテレビ 67.8	インターネット 25.8	雑誌・書籍 11.9	入手していない 4.6
70代以上	NHKテレビ 74.6	新聞 74.4	民放テレビ 64.7	雑誌・書籍 12.9	入手していない 7.3	インターネット 6.2

(憲法改正問題に関する情報を入手している人に) (全体の 88.7%)

## 8. 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」55%、「NHK テレビ」42%、「新聞」39% —

- ・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 54.5%、「NHK テレビ」が 42.0%、「新聞」が 38.5%、「インターネット」が 25.6%という結果になった。前回調査と比べると、民放テレビは 4.0 ポイント、インターネットは 3.9 ポイント増加した。一方、NHK テレビは 3.8 ポイント、新聞は 1.9 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、30~60 代では民放テレビが 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 8-1 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=2,707)

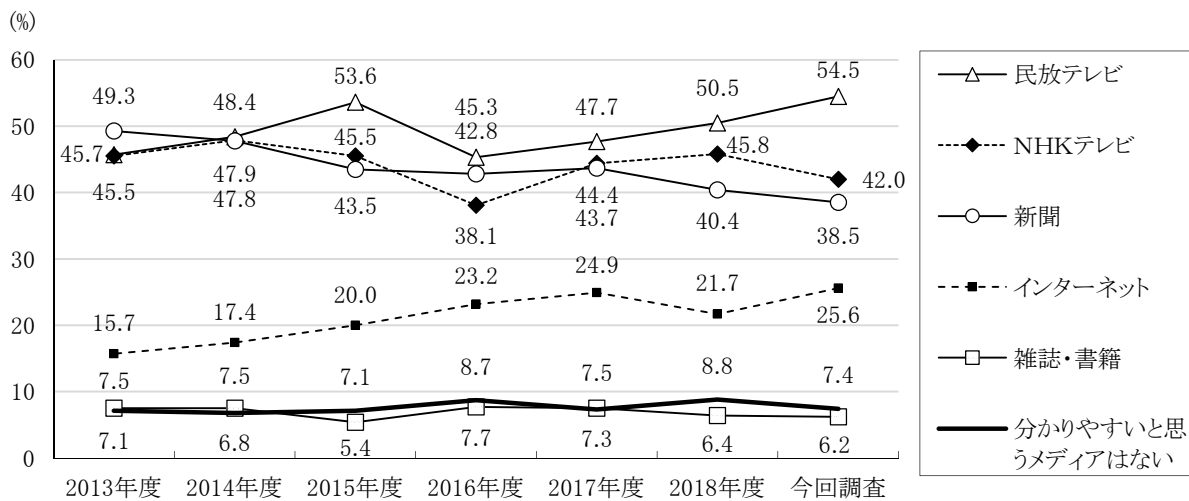


表 8-1 憲法改正問題に関する情報で分かりやすいと思うメディア (性・年代別) (複数回答、n=2,707)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総数	民放テレビ 54.5	NHKテレビ 42.0	新聞 38.5	インターネット 25.6	ない 7.4	雑誌・書籍 6.2
男性	民放テレビ 51.5	NHKテレビ 42.9	新聞 40.9	インターネット 31.4	ない 7.1	雑誌・書籍 6.8
女性	民放テレビ 57.4	NHKテレビ 41.2	新聞 36.1	インターネット 20.0	ない 7.7	雑誌・書籍 5.6
18-19歳	民放テレビ 57.4	インターネット 44.7	NHKテレビ 25.5	新聞 19.1	ない 4.3	雑誌・書籍 -
20代	インターネット 54.2	民放テレビ 44.8	NHKテレビ 21.7	新聞 12.3	ない 5.7	雑誌・書籍 2.8
30代	民放テレビ 52.4	インターネット 49.7	NHKテレビ 23.2	新聞 16.9	ない 8.1	雑誌・書籍 3.6
40代	民放テレビ 54.5	インターネット 35.7	NHKテレビ 31.5	新聞 26.1	ない 7.9	雑誌・書籍 4.2
50代	民放テレビ 59.2	NHKテレビ 38.1	新聞 35.6	インターネット 27.2	ない 8.7	雑誌・書籍 5.6
60代	民放テレビ 57.7	NHKテレビ 52.2	新聞 49.0	インターネット 15.6	雑誌・書籍 8.7	ない 7.5
70代以上	新聞 61.3	NHKテレビ 61.2	民放テレビ 52.6	雑誌・書籍 9.0	ない 6.6	インターネット 3.1

## 9. 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道は？（\*）

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

- ・国会で憲法改正問題が議論されていく中で新聞に期待する報道を尋ねたところ、前回同様、「現行の憲法について詳しく解説してほしい」48.2%、「政党の意見の違いがよく分かるような報道をしてほしい」46.2%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8.3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6.8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9-1 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道

（複数回答、n=3,051）

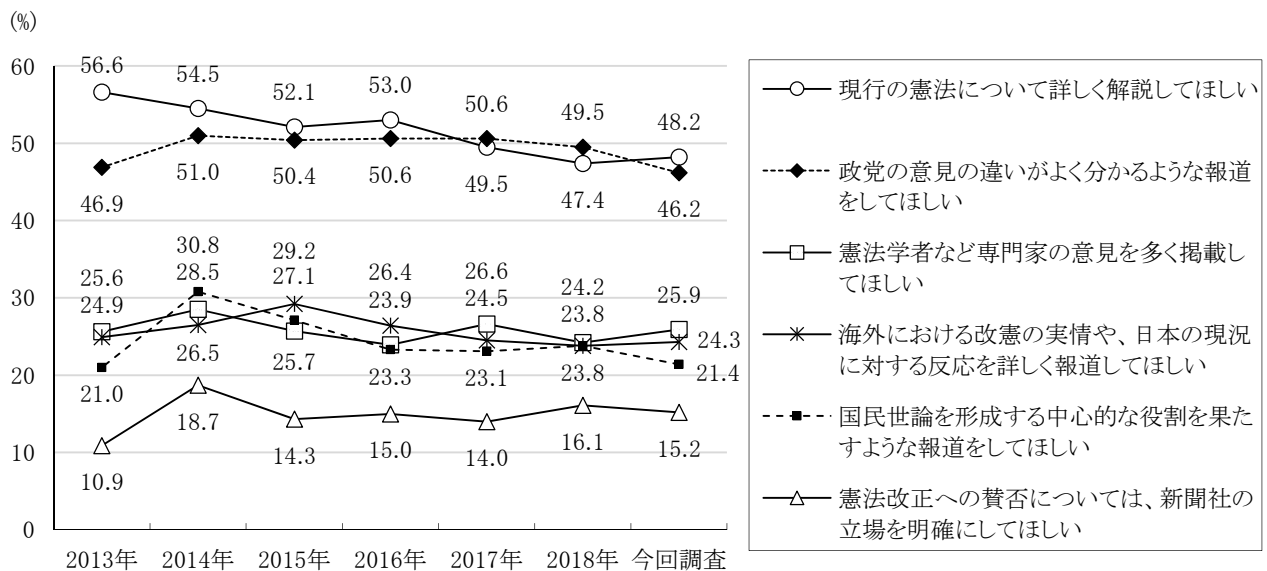
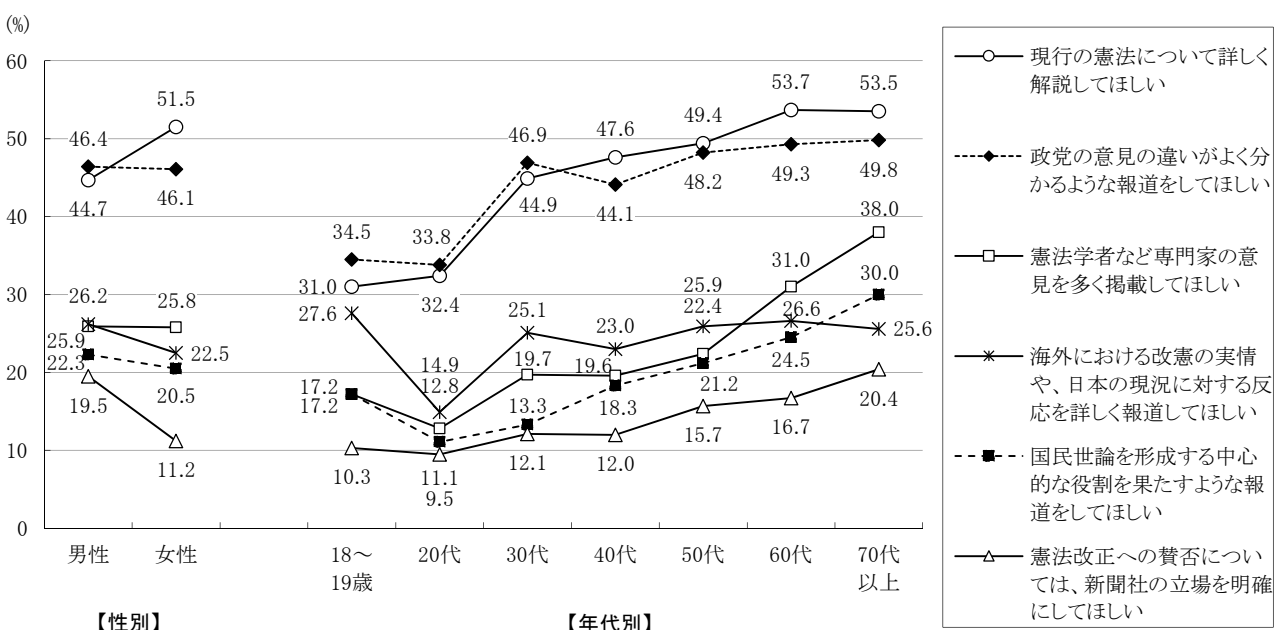


図9-2 今後、新聞に期待する憲法改正問題報道（性・年代別）

（複数回答、n=3,051）





# 10. 7月の参院選で憲法改正に関する意見を重視した？

— 「重視した」35%、「重視しなかった」47% —

- ・7月の参院選で投票する候補者や政党を決める際に、憲法改正についての意見を「重視した」と答えた人が34.7%（「とても重視した」8.9%と「まあ重視した」25.8%の計）、「重視しなかった」と答えた人が47.3%（「全く重視しなかった」10.6%と「あまり重視しなかった」36.6%の計）となった。また、「投票しなかった」は16.7%であった。
- ・年代別に見ると、「重視した」は、30代以下で25%前後にとどまり、40代以上では年代が上がるほど多くなり70代以上で44.0%となった。

※「重視した（計）」＝「とても重視した」＋「まあ重視した」  
 「重視しなかった（計）」＝「あまり重視しなかった」＋「全く重視しなかった」

図 10-1 7月の参院選での憲法改正に関する意見の重視度 (n=3,051)

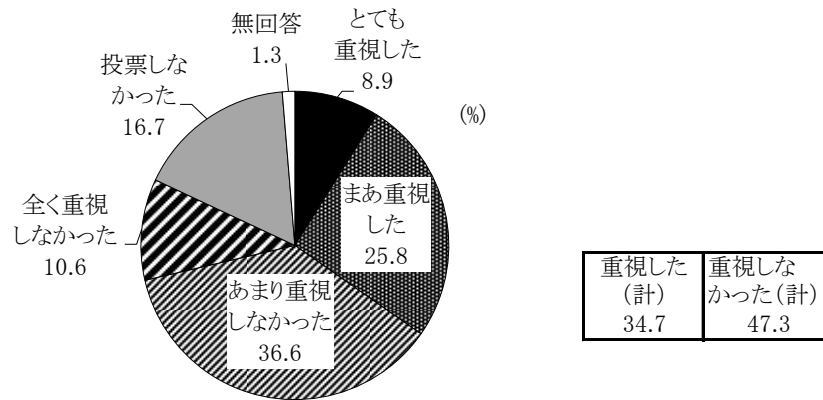
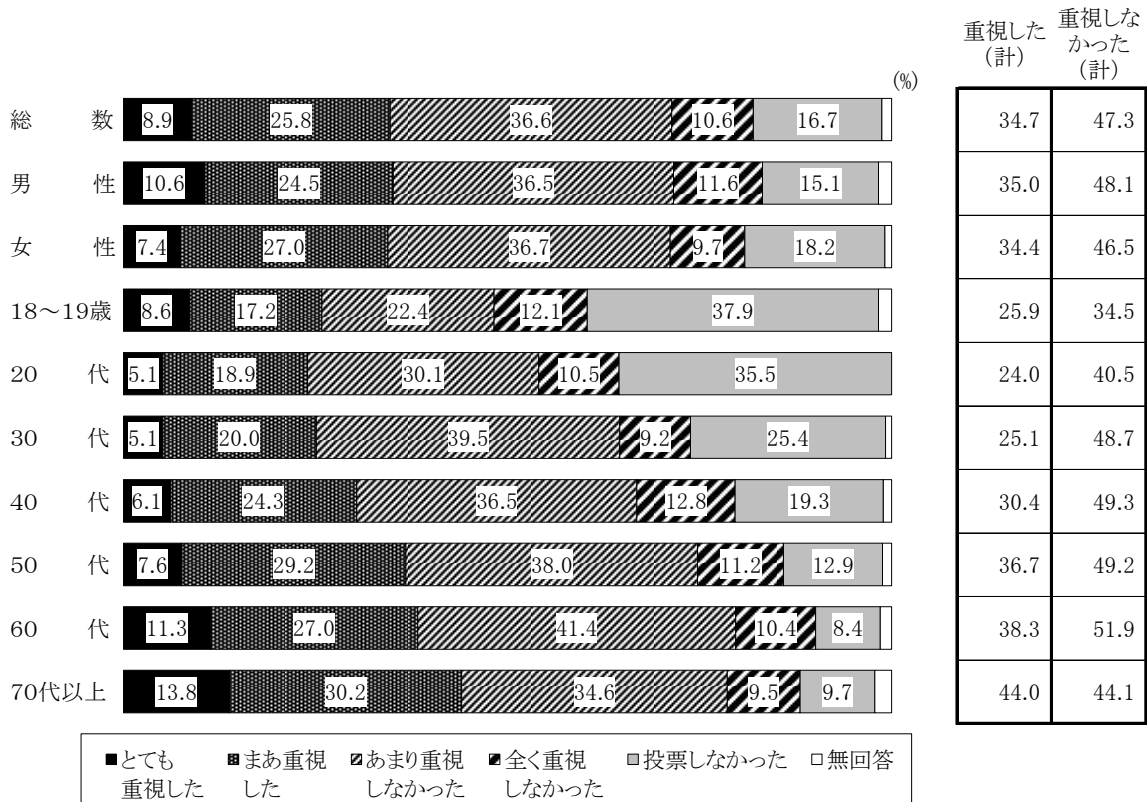


図 10-2 7月の参院選での憲法改正に関する意見の重視度 (性・年代別) (n=3,051)



# 《東京オリンピック・パラリンピック》

## 11. 東京オリンピックで関心のある競技は？

－ 「水泳」59%、「陸上競技」56%、「体操」45% －

- ・東京オリンピックで関心のある競技を質問したところ、「水泳」を挙げた人が59.4%と最も多く、以下、「陸上競技」が56.3%、「体操」が44.8%、「柔道」が40.3%、「卓球」「野球・ソフトボール」がともに38.4%という結果になった。
- ・男性で「野球・ソフトボール」「サッカー」の関心が高く、女性で「卓球」の関心が高い。年代別では、「サッカー」は30代以下の若年層で関心が高く、「体操」は50代以上、「卓球」は60代以上の高年層で関心が高い。

図 11-1 東京オリンピックで関心のある競技

(複数回答、n=3,051)

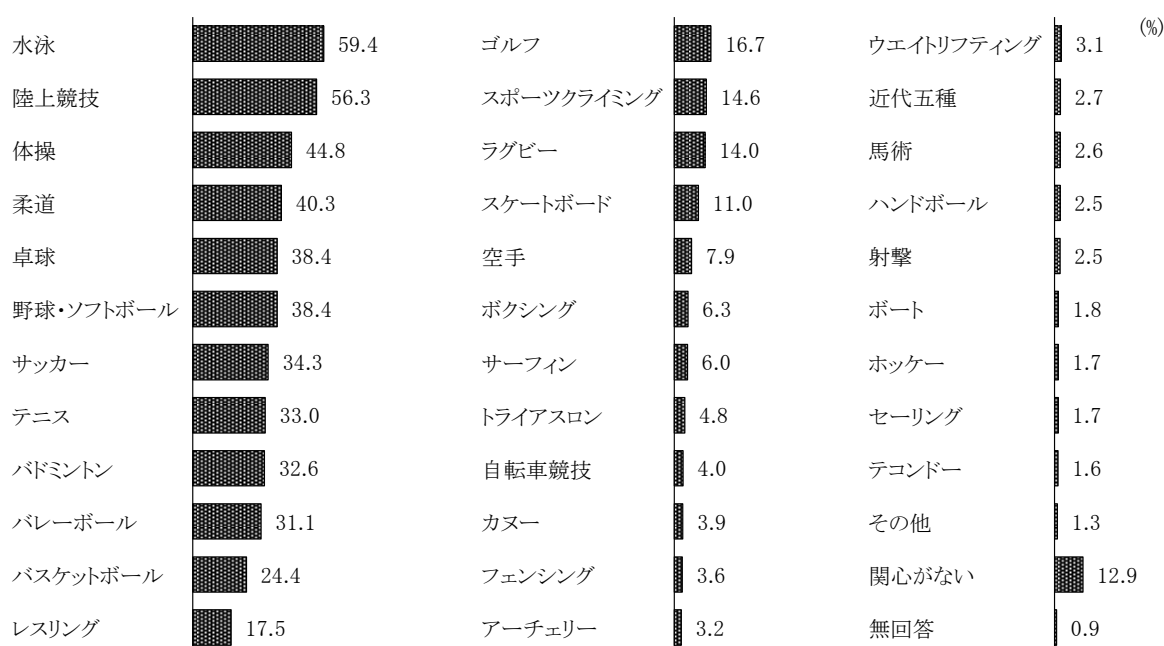


表 11-1 東京オリンピックで関心のある競技 (性・年代別)

(複数回答、n=3,051)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位	7 位
総 数	水泳 59.4	陸上競技 56.3	体操 44.8	柔道 40.3	卓球 38.4	野球・ソフトボール 38.4	サッカー 34.3
男 性	陸上競技 56.0	水泳 53.5	野球・ソフトボール 48.1	柔道 45.2	サッカー 39.1	体操 38.2	卓球 35.4
女 性	水泳 64.8	陸上競技 56.6	体操 50.9	卓球 41.2	柔道 35.9	バドミントン 35.4	テニス 35.3
18-19歳	水泳 44.8	サッカー 37.9	陸上競技 36.2	野球・ソフトボール 32.8	バスケットボール 32.8	バレーボール 31.0	卓球/テニス/ バドミントン 24.1
20 代	水泳 35.8	陸上競技 31.8	野球・ソフトボール 30.7	サッカー 27.4	バレーボール 26.0	体操 26.0	テニス 22.3
30 代	水泳 51.3	陸上競技 46.4	サッカー 36.2	野球・ソフトボール 32.6	柔道 32.1	体操 31.0	テニス 27.4
40 代	水泳 53.0	陸上競技 53.0	柔道 37.4	野球・ソフトボール 35.9	体操 35.7	サッカー 34.3	バドミントン 32.2
50 代	水泳 64.1	陸上競技 63.3	体操 49.2	柔道 43.7	野球・ソフトボール 39.2	卓球 38.8	バドミントン 36.9
60 代	水泳 72.1	陸上競技 68.4	体操 55.2	卓球 50.7	柔道 49.8	バドミントン 44.1	野球・ソフトボール 41.1
70代以上	水泳 66.6	陸上競技 61.8	体操 59.3	卓球 50.3	柔道 49.0	野球・ソフトボール 44.4	バレーボール 36.9

## 12. 東京パラリンピックで関心のある競技は？

— 「陸上競技」37%、「車いすバスケットボール」32%、「車いすテニス」27% —

- ・東京パラリンピックで関心のある競技を質問したところ、「陸上競技」を挙げた人が36.7%と最も多く、以下、「車いすバスケットボール」が31.9%、「車いすテニス」が27.4%、「水泳」が25.7%、「柔道」が10.5%という結果になった。
- ・年代別に見ると、40代以下では車いすバスケットボールが1位、50代以上では陸上競技が1位となった。水泳、柔道は年代の高い層で多く挙げられた。5人制サッカーは、男性、40代以下で多く挙げられた。

図 12-1 東京パラリンピックで関心のある競技

(複数回答、n=3,051)

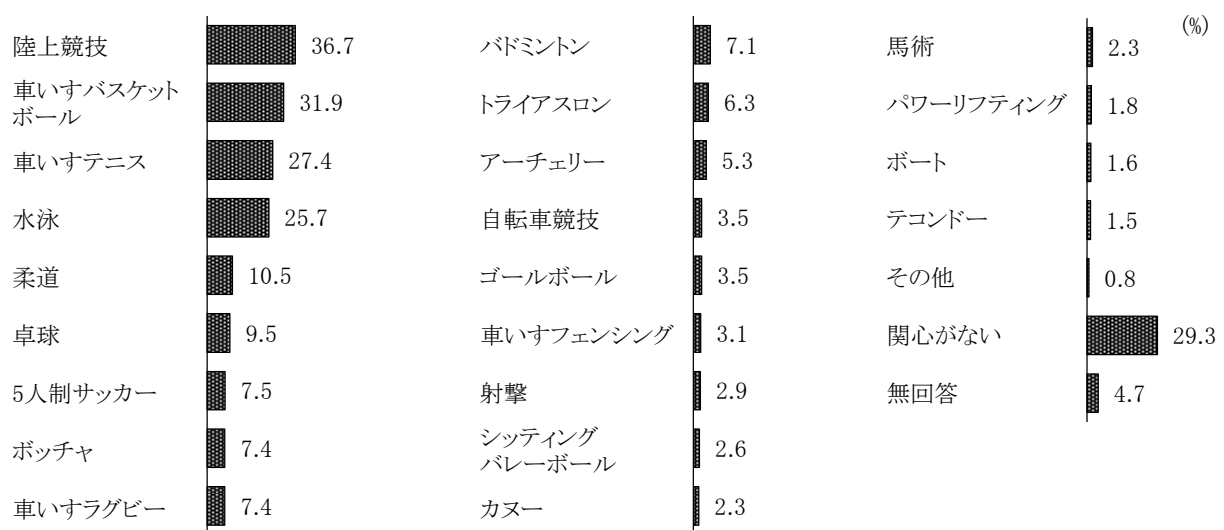


表 12-1 東京パラリンピックで関心のある競技 (性・年代別)

(複数回答、n=3,051)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位	7 位
総 数	陸上競技 36.7	車いすバスケットボール 31.9	車いすテニス 27.4	水泳 25.7	柔道 10.5	卓球 9.5	5人制サッカー 7.5
男 性	陸上競技 36.5	車いすバスケットボール 28.9	車いすテニス 27.4	水泳 24.5	柔道 13.4	5人制サッカー 9.3	車いすラグビー 9.1
女 性	陸上競技 36.9	車いすバスケットボール 34.7	車いすテニス 30.1	水泳 26.8	卓球 9.9	ボッチャ 8.0	柔道 7.8
18-19歳	車いすバスケットボール 34.5	陸上競技 31.0	車いすテニス 27.4	卓球 20.7	水泳 17.2	バドミントン 15.5	5人制サッカー 12.1
20 代	車いすバスケットボール 24.7	車いすテニス 16.2	陸上競技 15.9	水泳 11.1	5人制サッカー 6.1	柔道 6.1	バドミントン 4.7
30 代	車いすバスケットボール 29.2	陸上競技 25.9	車いすテニス 20.5	水泳 17.7	5人制サッカー 6.9	柔道 6.9	車いすラグビー 6.2
40 代	車いすバスケットボール 30.7	陸上競技 27.2	車いすテニス 24.8	水泳 16.1	ボッチャ 7.8	5人制サッカー 6.1	車いすラグビー 5.7
50 代	陸上競技 38.2	車いすバスケットボール 33.7	車いすテニス 28.0	水泳 22.0	柔道 8.0	車いすラグビー 7.3	卓球/ボッチャ 6.9
60 代	陸上競技 49.4	水泳 37.2	車いすテニス 34.8	車いすバスケットボール 34.2	柔道 12.6	卓球 12.3	ボッチャ 10.2
70代以上	陸上競技 48.0	水泳 37.3	車いすバスケットボール 34.1	車いすテニス 32.1	柔道 19.5	卓球 18.0	バドミントン 10.4

### 13. 東京オリンピックで日本は金メダルをいくつとる？

— 過去最多の16個より多い17個以上の期待が41% —

- ・東京オリンピックで日本は金メダルをいくつとると思うか数字を記入してもらった。リオデジャネイロオリンピックと同じ12個またはそれ以下と答えた「12個以下」が23.6%、リオよりは多く過去最高の16個以下と答えた「13～16個」が28.5%、過去最高を上回る「17個以上」が40.8%であった。「20個以上」の期待も26.2%が答えた。
- ・性別に見ると、「17個以上」は女性の(38.2%)よりも男性(43.6%)の方が5.4ポイント多かった。年代別に見ると、「17個以上」は20代で最も少なく31.1%、50代で最も多く44.3%となった。

図 13-1 東京オリンピックの金メダル個数予想

(n=3,051)

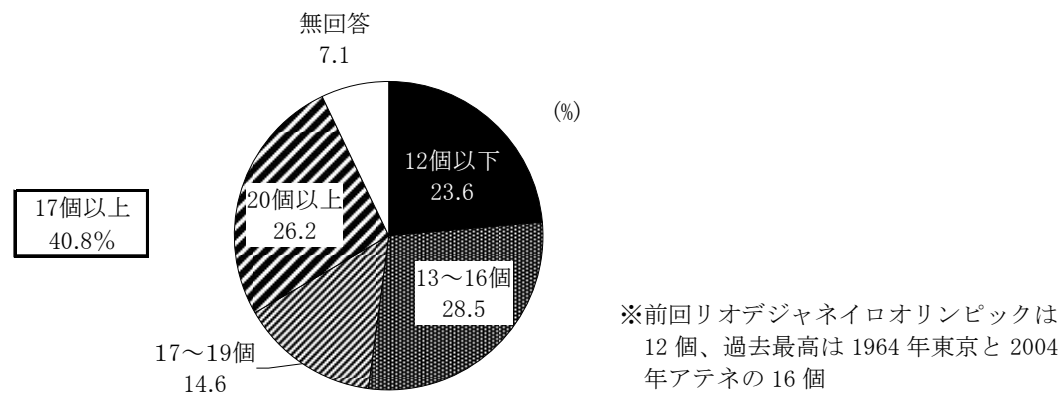
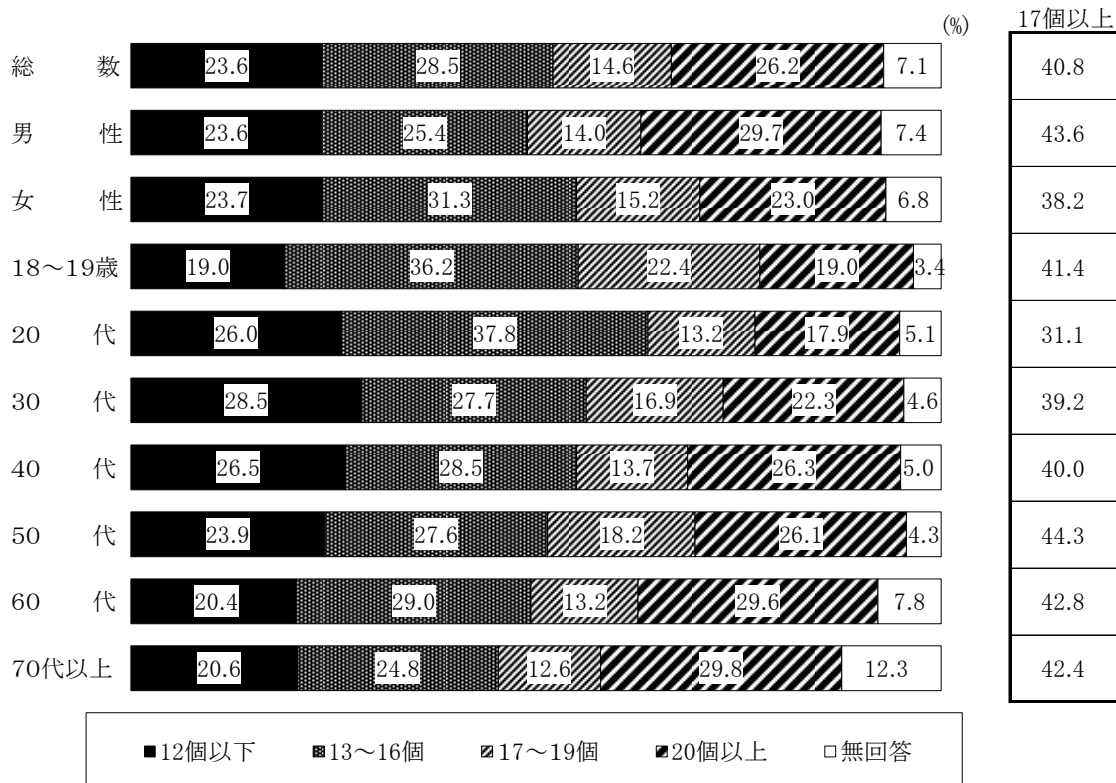


図 13-2 東京オリンピックの金メダル個数予想 (性・年代別)

(n=3,051)



## 14. 東京オリンピック・パラリンピックの情報入手メディアは？

— 「民放テレビ」79%、「NHK テレビ」58%、「インターネット」50%、  
「新聞」47% —

- ・東京オリンピックとパラリンピックに関するニュースをどのメディアから入手するか質問したところ、「民放テレビ」を挙げた人が78.7%と最も多く、以下、「NHK テレビ」が58.0%、「インターネット」が50.4%、「新聞」が46.6%という結果になった。
- ・性別に見ると、「新聞」(男性49.5%、女性43.9%)は5.6ポイント、「インターネット」(男性52.4%、女性48.7%)は3.7ポイント、「ラジオ」(男性13.1%、女性9.7%)は3.4ポイント、男性の方が多く、「民放テレビ」(男性75.4%、女性81.8%)は6.4ポイント女性の方が多かった。年代別に見ると、20代以下ではインターネットが1位、30～60代では民放テレビが1位、70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、50代以下で60%を超えた。

図 14-1 東京オリンピック・パラリンピックの情報入手メディア

(複数回答、n=3,051)

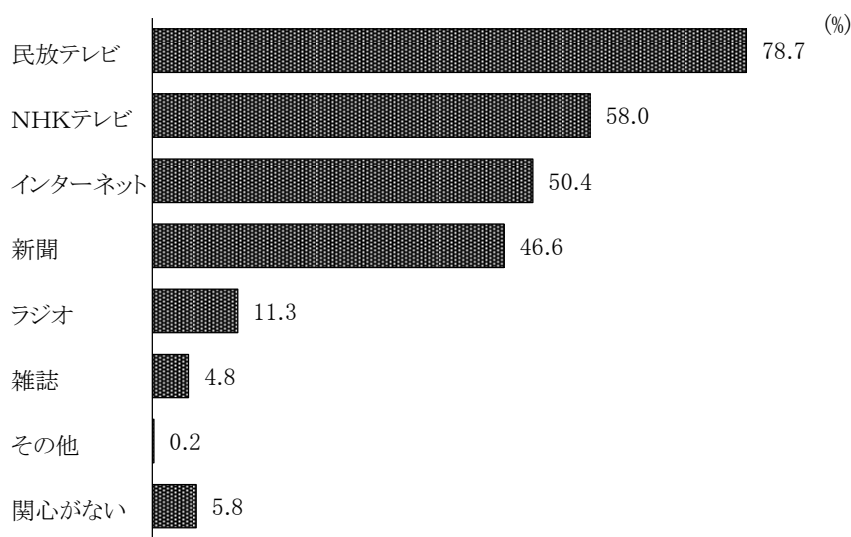
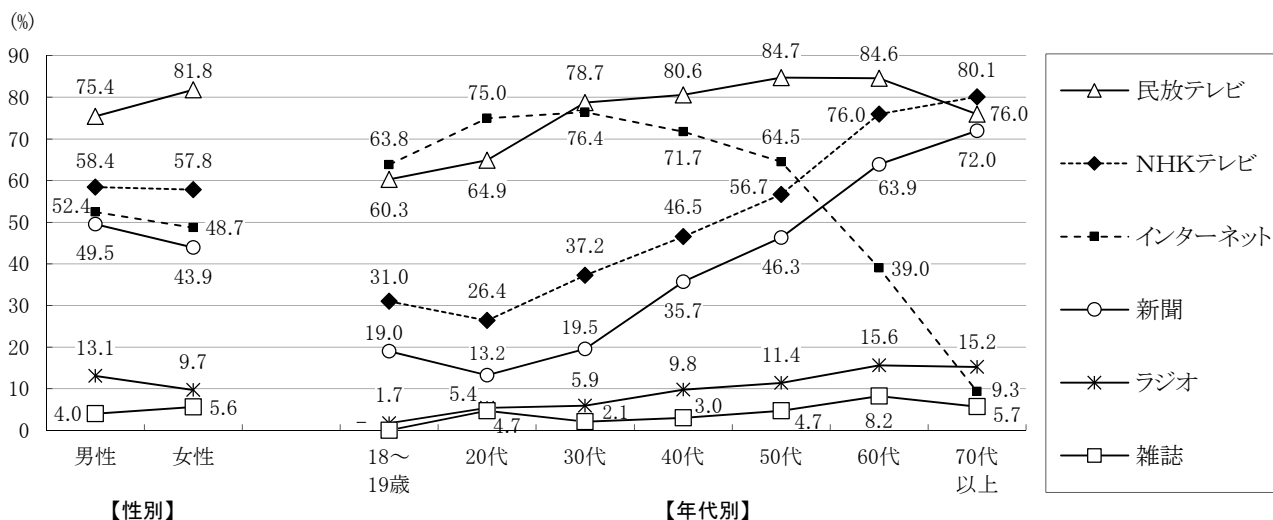


図 14-2 東京オリンピック・パラリンピックの情報入手メディア (性・年代別) (複数回答、n=3,051)



# 15. 東京オリンピック・パラリンピックで望む報道は？

— 「競技結果の速報」72% —

- ・東京オリンピックとパラリンピックに関して、どのような報道を望むか尋ねたところ、「競技結果の速報」が71.9%で最も多く、以下、「競技経過や結果の詳細なデータの配信」が37.8%、「競技内容や結果に関する専門的な解説」が31.0%となった。
- ・性別、年代別に関わらず、「競技結果の速報」が最も多く（64.2%～75.1%）、次いで「競技経過や結果の詳細なデータの配信」（31.0%～43.3%）が続いた。「選手・コーチ・監督のコメント」（男性24.1%、女性29.0%）は女性の方が多く、「インターネットを利用したWebコンテンツの充実」（男性14.7%、女性10.5%）は男性の方が多く挙げられた。

図 15-1 東京オリンピック・パラリンピックで望む報道 (複数回答、n=3,051)

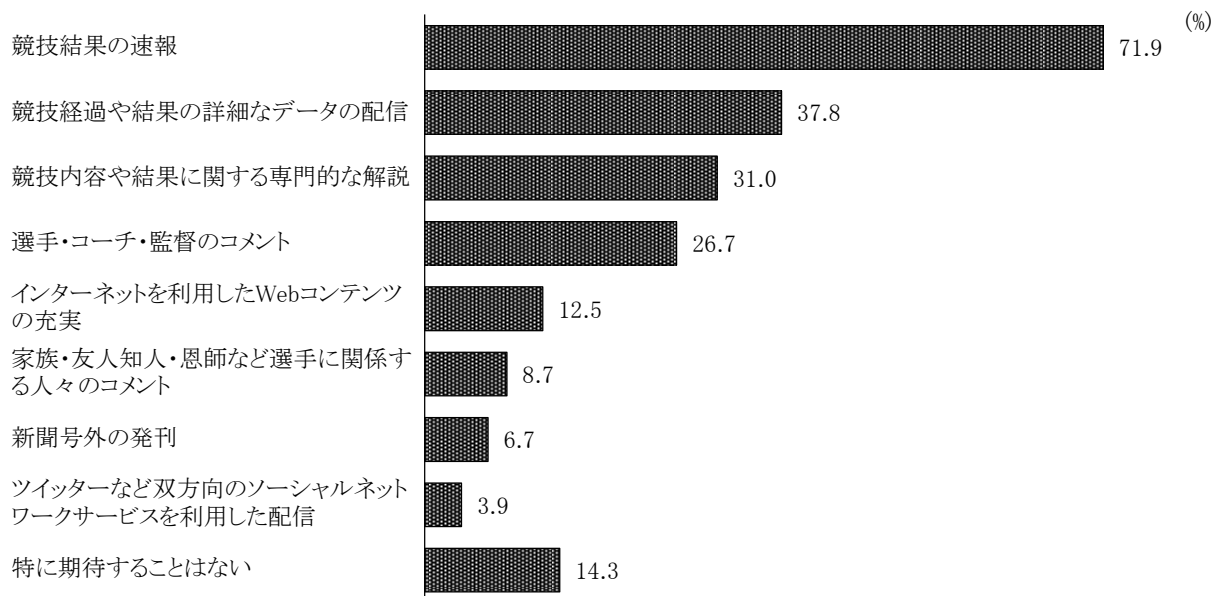
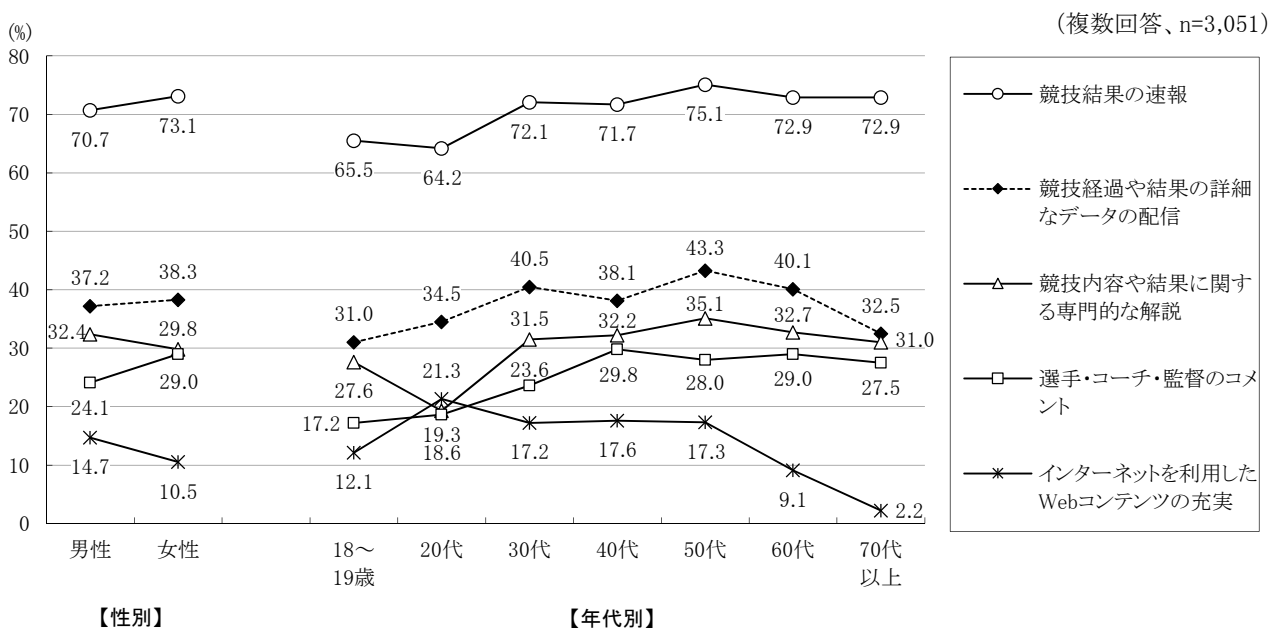


図 15-2 東京オリンピック・パラリンピックで望む報道（上位5位）（性・年代別）



# 16. 東京オリンピック・パラリンピックを開催することは良いことか？

— 「良いことだ」87%、「良くないことだ」12% —

・東京オリンピック・パラリンピックを開催することは「良いことだ」と答えた人が86.7%（「とても良いことだ」42.3%と「どちらかと言えば良いことだ」44.4%の計）、「良くないことだ」と答えた人が11.8%（「全く良くないことだ」2.6%と「どちらかと言えば良くないことだ」9.2%の計）となった。

・性別、年代別にかかわらず、「良いことだ」は、85.0%～89.5%と圧倒的多数を占めた。「良いことだ」のうち、「とても良いことだ」と答えたのは、18～19歳で62.1%と多くなった。

※「良いことだ（計）」＝「非常に良いことだ」＋「やや良いことだ」

「良くないことだ（計）」＝「どちらかと言えば良くないことだ」＋「全く良くないことだ」

図 16-1 東京オリンピック・パラリンピック開催の是非

(n=3,051)

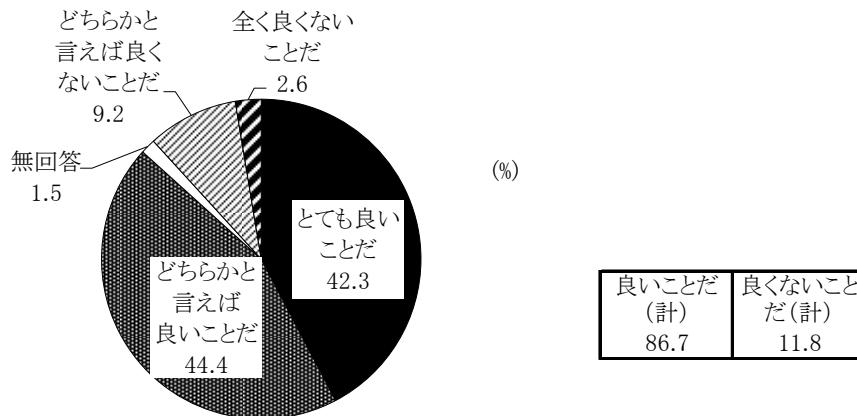
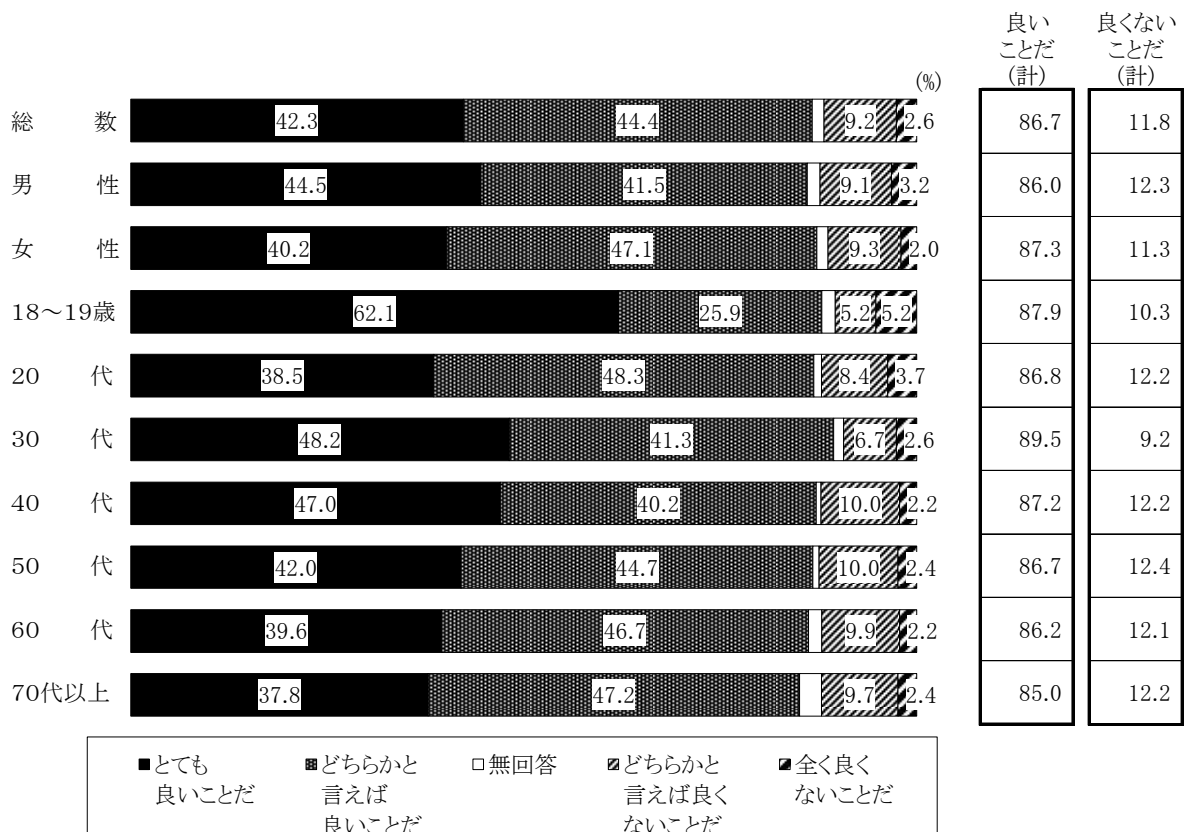


図 16-2 東京オリンピック・パラリンピック開催の是非（性・年代別）

(n=3,051)



## 17. 自国でのオリンピック・パラリンピック開催についてどう思う？

— 「経済の活性化につながる」53% —

- ・自国でのオリンピック・パラリンピック開催についてどう思うか尋ねたところ、「経済の活性化につながる」が 52.8%で最も多く、以下、「過剰な財政負担が不安」が 43.9%、「子どもたちがスポーツに参加するきっかけになる」が 43.2%、「さまざまなスポーツが盛んになる」が 39.8%、「障害者への理解が深まる」が 37.3%となった。
- ・性別に見ると、「子どもたちがスポーツに参加するきっかけになる」は男性（40.7%）よりも女性（45.6%）の方が 4.9 ポイント多かった。年代別に見ると、「経済の活性化につながる」は 50 代以下で 50%台となったが、60 代以上では 40%台になった。「過剰な財政負担が不安」は 50 代以上（45.3%～48.0%）で多く挙げられた。

図 17-1 自国でのオリンピック・パラリンピック開催への意見

(複数回答、n=3,051)

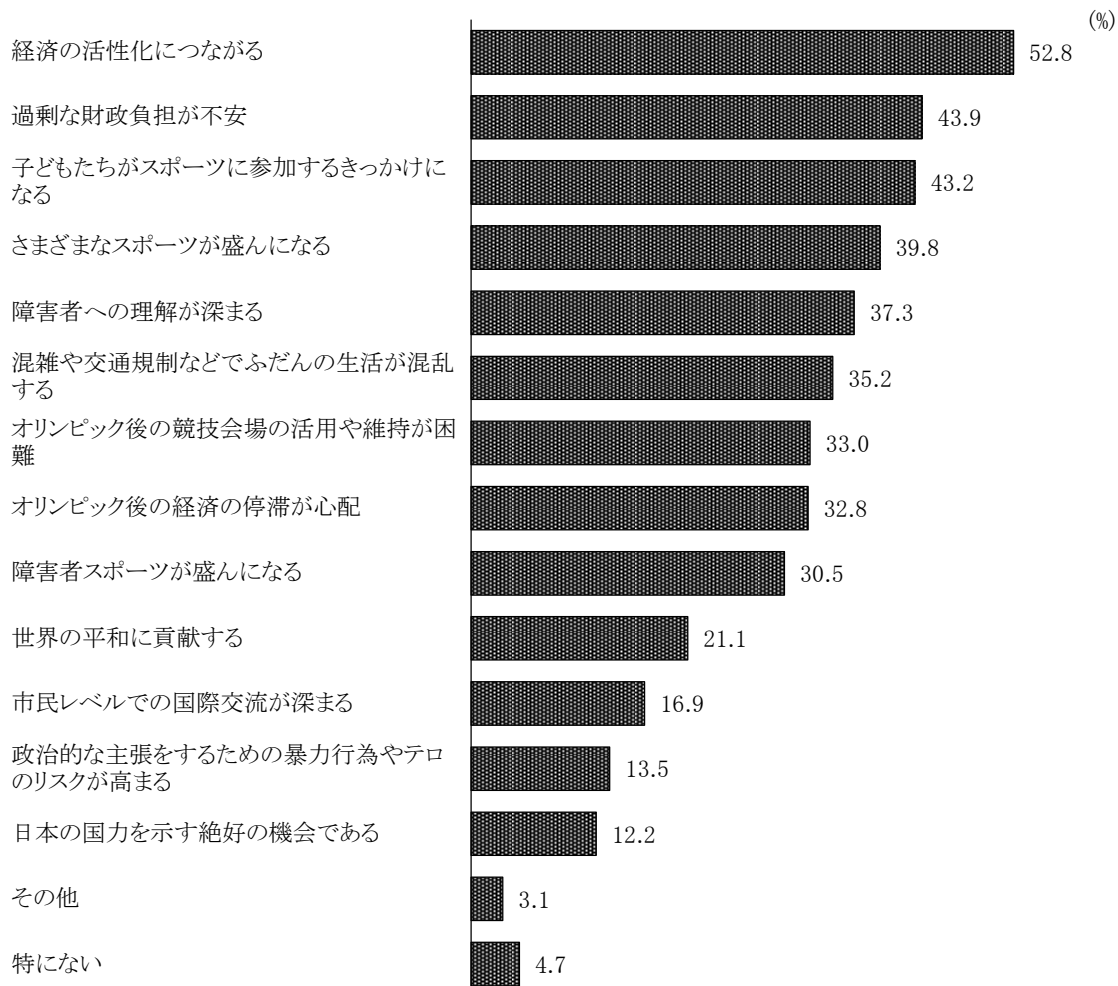
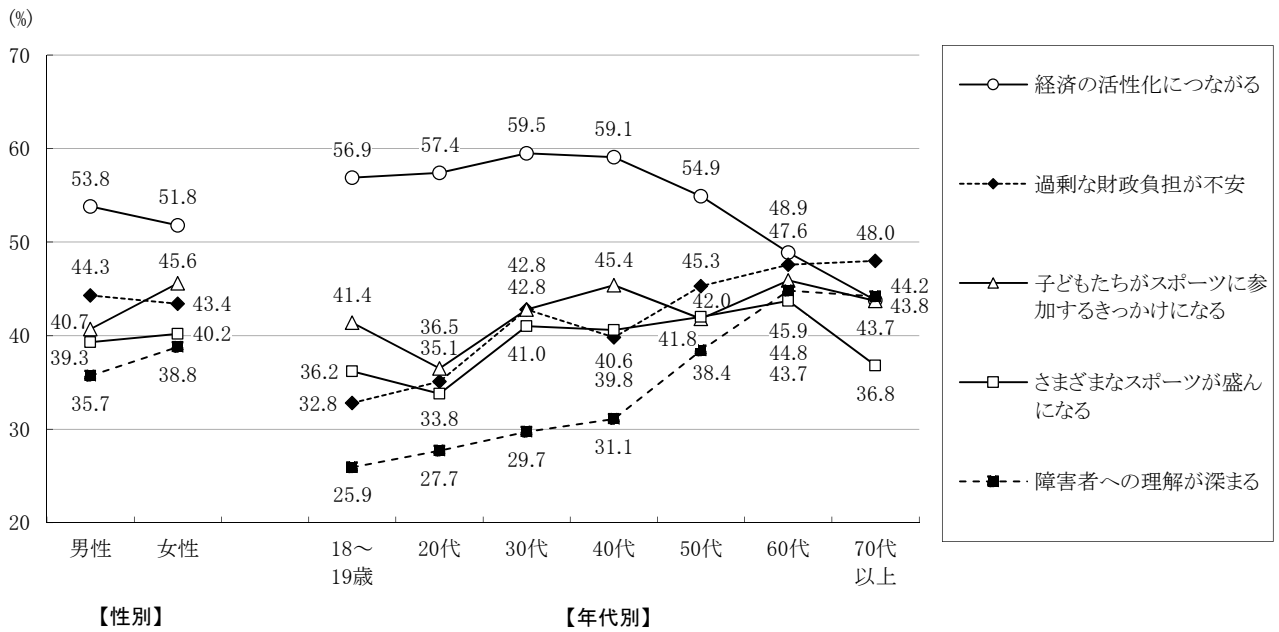




図 17-2 自国でのオリンピック・パラリンピック開催への意見（上位 5 位）（性・年代別）

（複数回答、n=3,051）



## 《ニュースとメディア》

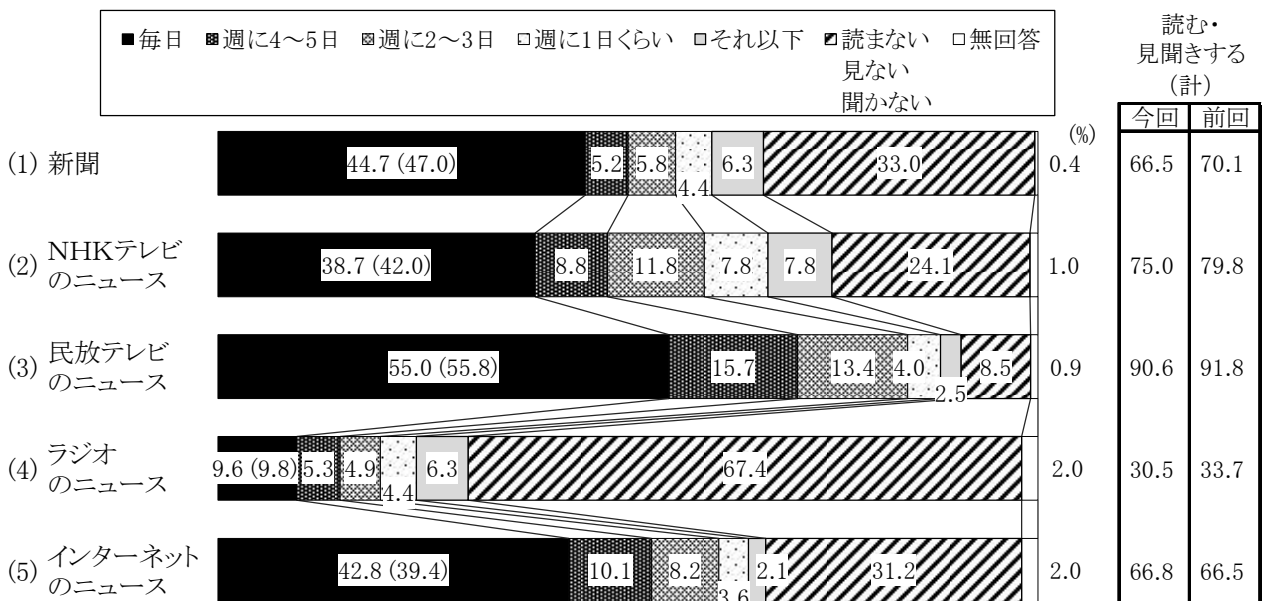
### 18. ニュースを読んだり見聞きしたりするのは週にどれくらい? (\*)

#### — ニュース接触率「民放テレビ」「NHK テレビ」「インターネット」「新聞」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 90.6%、NHK テレビのニュースが 75.0%、インターネットのニュースが 66.8%、新聞が 66.5%、ラジオのニュースが 30.5%となった。
- ・毎日の接触率は、民放テレビのニュースが 55.0%、新聞が 44.7%、インターネットのニュースが 42.8%、NHK テレビのニュースが 38.7%、ラジオのニュースが 9.6%となった。
- ・昨年度調査と比較すると、ニュース接触率は、NHK テレビのニュースが 4.8 ポイント、新聞が 3.6 ポイント、ラジオのニュースが 3.2 ポイント、民放テレビのニュースが 1.2 ポイント、いずれも低下した。インターネットのニュースは 0.3 ポイントの上昇となった。毎日の接触率は、NHK テレビのニュースが 3.3 ポイント、新聞が 2.3 ポイント、民放テレビのニュースが 0.8 ポイント、ラジオのニュースが 0.2 ポイント、いずれも低下した。インターネットのニュースは 3.4 ポイントの上昇となった。

図 18-1 ニュースとの接触頻度

(n=3,051)



注：( ) 内は昨年度調査の数値

- ・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、NHK テレビが 1.9 ポイント、インターネットが 3.1 ポイント、新聞が 3.0 ポイント、ラジオが 9.9 ポイント男性の方が高かった。
- ・年代別に見ると、30 代以下ではインターネットが 1 位、40～60 代では民放テレビが 1 位、70 代以上では NHK テレビが 1 位となった。民放テレビは 20 代以下で 70% 台、30 代以上で 90% 台と、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、50 代以上で 70% を超えた。

図 18-2 ニュースを「読む・見聞きする（計）」人の割合（性・年代別）

(n=3,051)

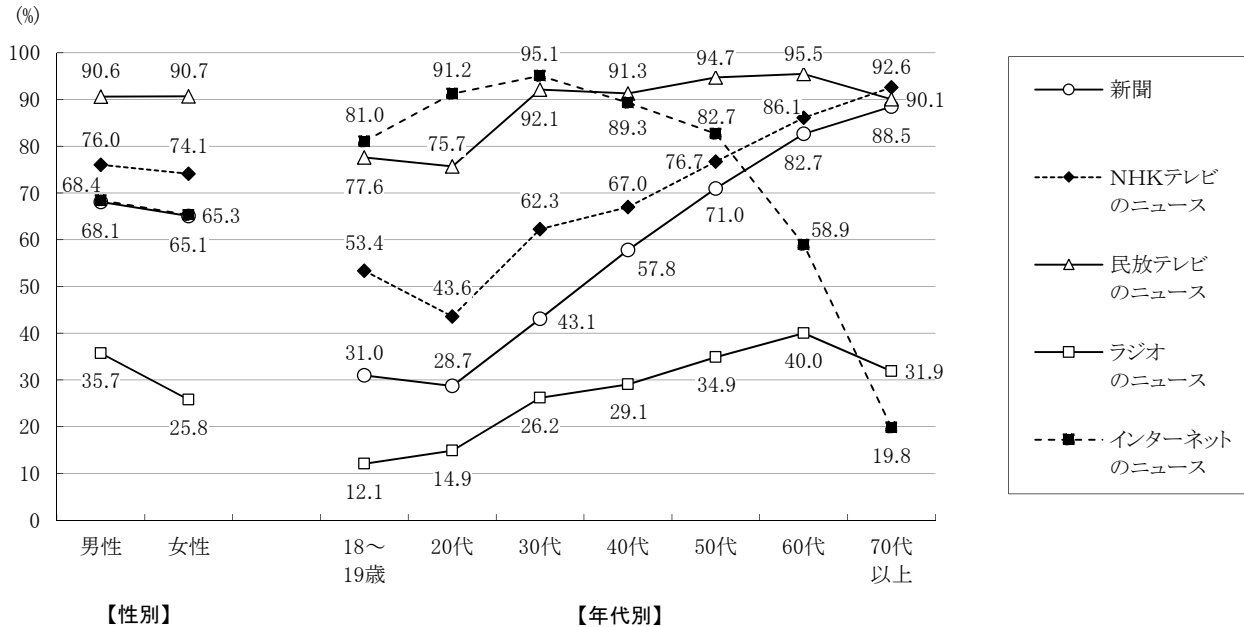
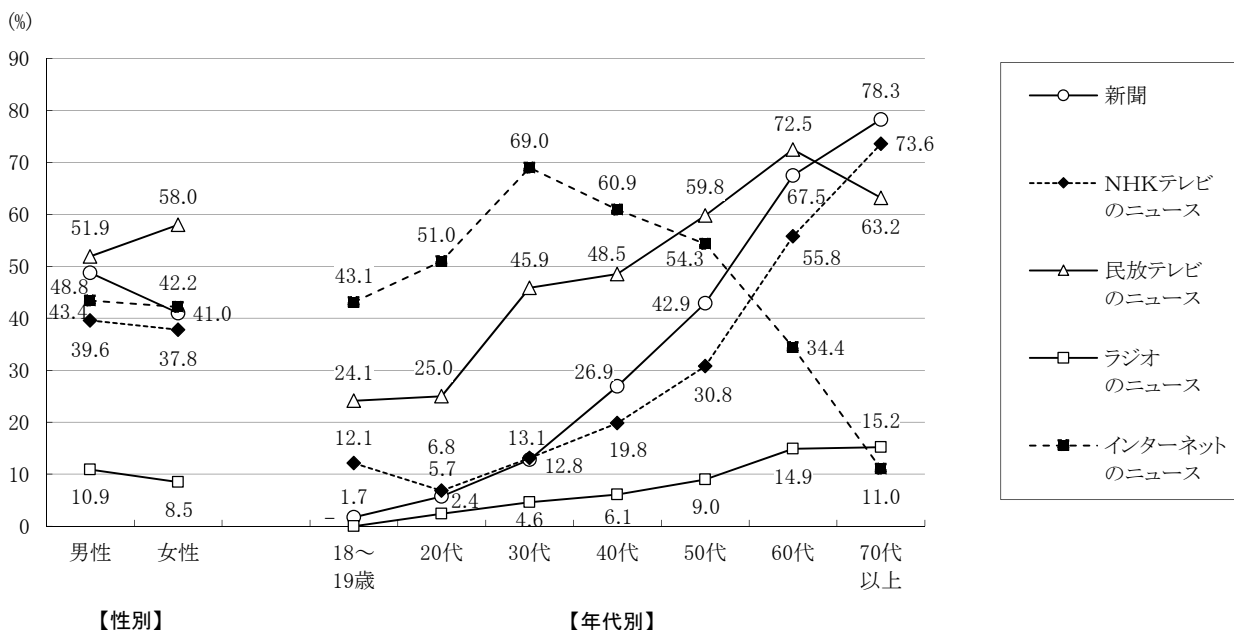


図 18-3 ニュースを「毎日読む・見聞きする」人の割合（性・年代別）

(n=3,051)



# 19. 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 36.0 分、NHK テレビのニュースが 28.3 分、新聞が 24.9 分、インターネットのニュースが 24.7 分、ラジオのニュースが 22.2 分となった。
- ・昨年度調査と比較すると、NHK テレビが 1.1 分減少し、インターネットが 1.3 分増加した。
- ・性別に見ると、ニュースの接触時間は民放テレビが 4.8 分女性の方が長く、新聞が 3.2 分、インターネットが 5.7 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 19-1 ニュースとの接触時間

(n=3,051)

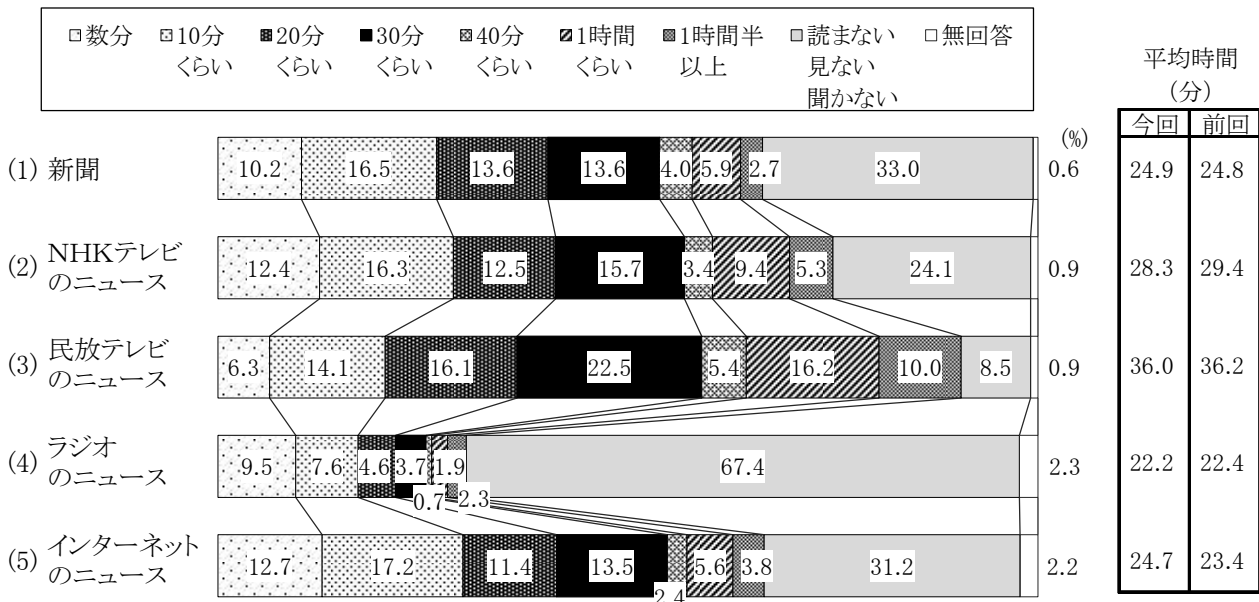
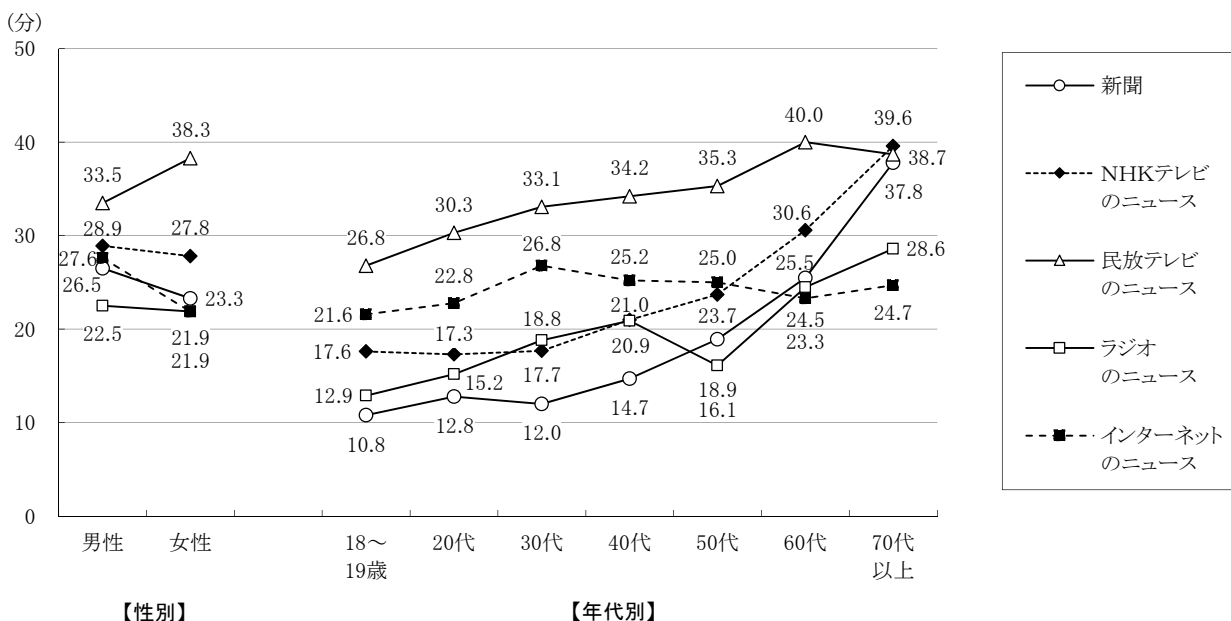


図 19-2 ニュースとの接触時間 (平均) (性・年代別)

(n=3,051)



## 20. 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45.1%で最も多く、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56.7%、NHK42.9%)が最も多かった。インターネットのニュースは「自宅(夕方以降)」が30.6%で最も多いが、「職場・学校」(21.8%)、「移動中(電車・バスなど)」(19.9%)も多かった。
- ・自宅でのニュース接触は、70代以上を除く全ての年代で民放テレビが最も多かった。NHKテレビ、新聞は、年代が高いほど多くなる傾向が見られた。インターネットは18～19歳から30代にかけて多くなり、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多くなった。インターネットは50代以下では50%を超えた。

図 20-1 ニュースと接触する場所

(複数回答、n=3,051)

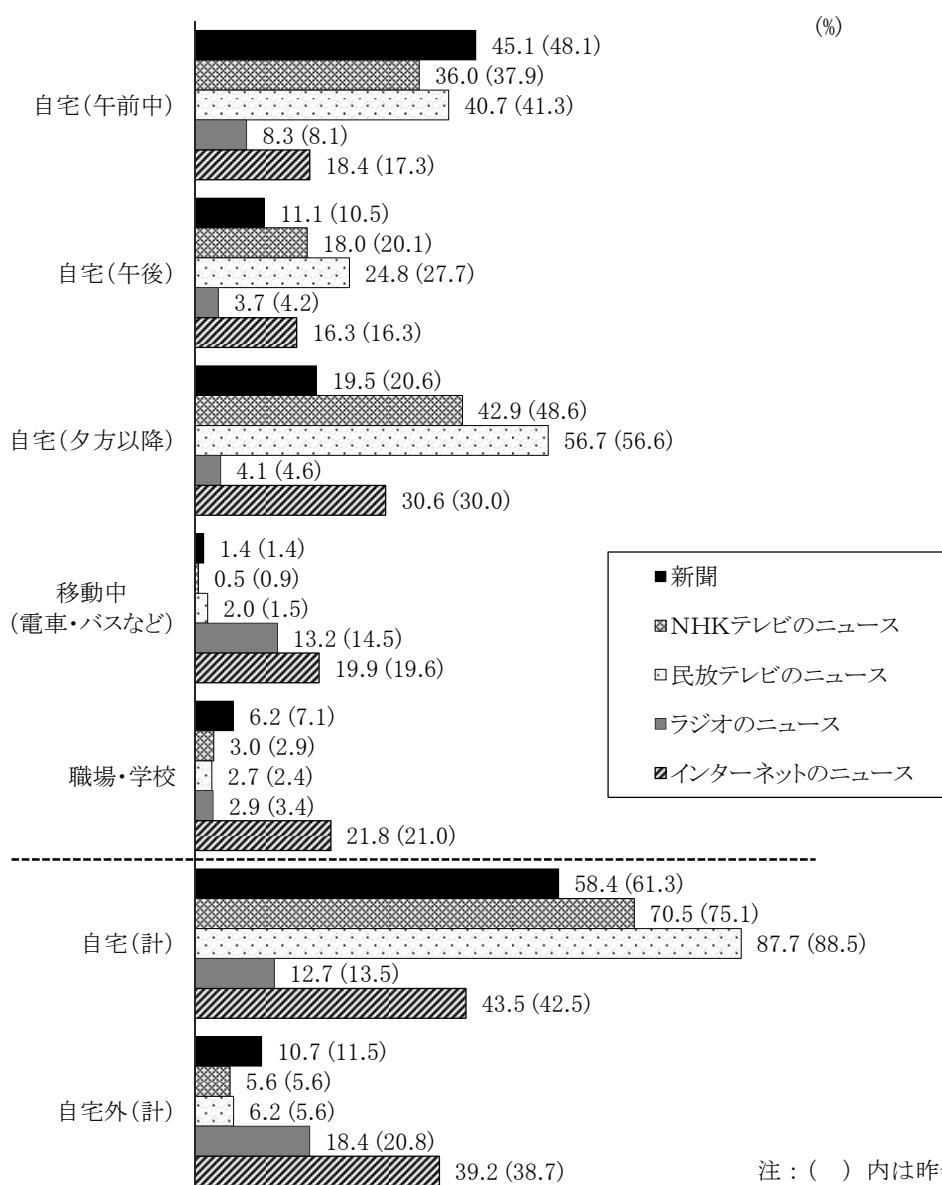


図 20-2 「自宅（計）」と回答した人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,051)

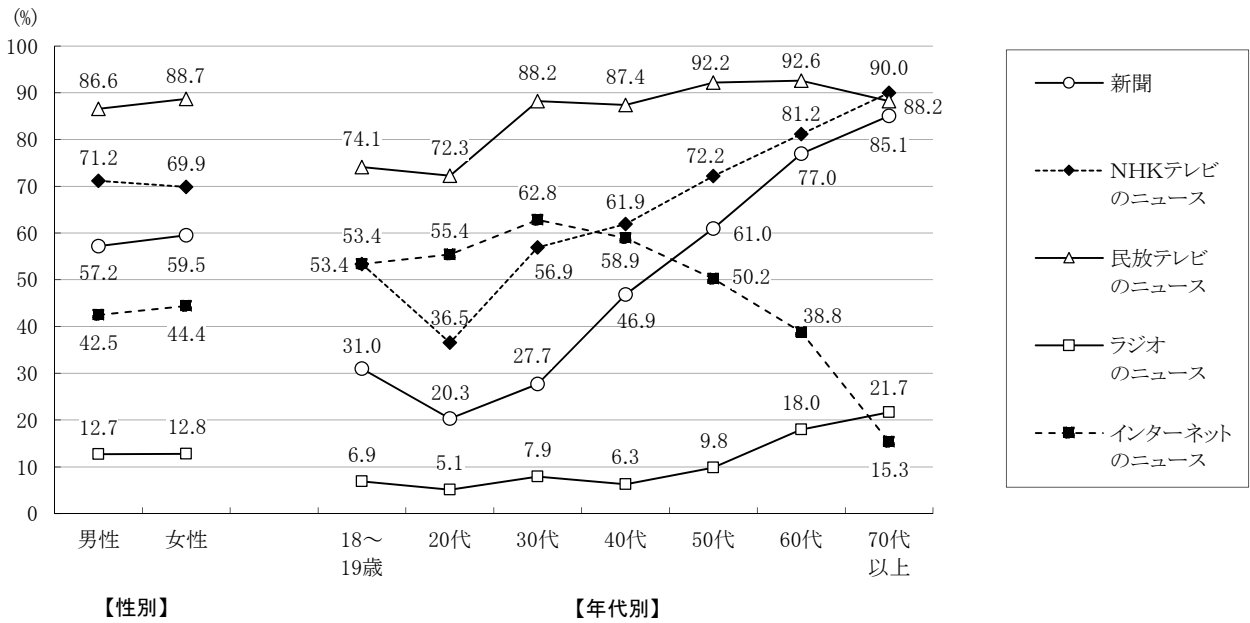
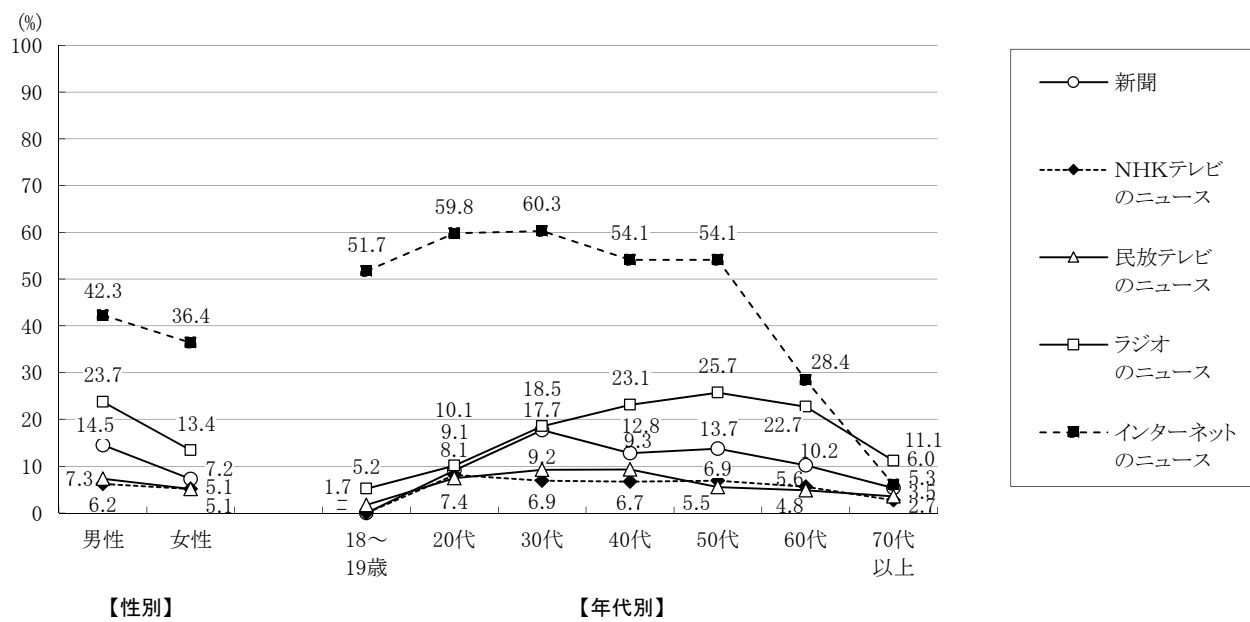


図 20-3 「自宅外（計）」と回答した人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,051)



## 21. 大きなニュースを入手するメディアは？（＊）

- － 「民放テレビ」78%、「インターネット」57%、「NHK テレビ」55%、  
「新聞」45% ー

- ・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78.3%で最も多く、インターネットが57.1%、NHK テレビが54.9%、新聞が44.8%、ラジオが12.8%となった。
- ・昨年度調査と比較すると、インターネットは2.6ポイント増加したが、民放テレビは1.4ポイント、NHK テレビは5.6ポイント、新聞は4.5ポイント、ラジオは1.5ポイント減少した。
- ・性別に見ると、民放テレビは5.3ポイント女性の方が多いが、インターネットは4.9ポイント、NHK テレビは2.1ポイント、新聞は5.4ポイント、ラジオは4.4ポイント男性の方が多かった。
- ・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58.6%と、全ての年代で多くなった。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少なくなった。NHK テレビと新聞は年代が高いほど多くなる傾向が見られた。

図 21-1 大きなニュースの情報源

(複数回答、n=3,051)

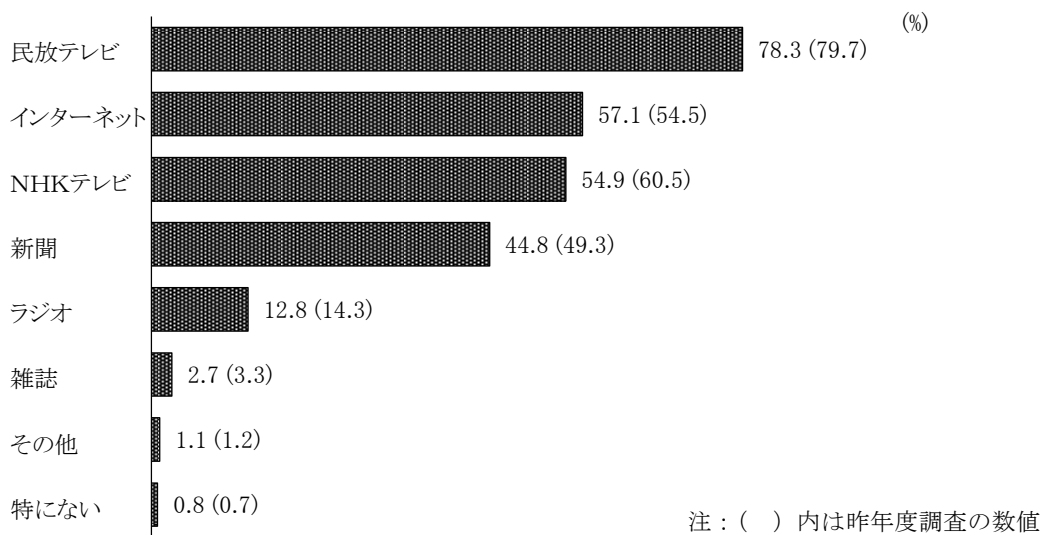
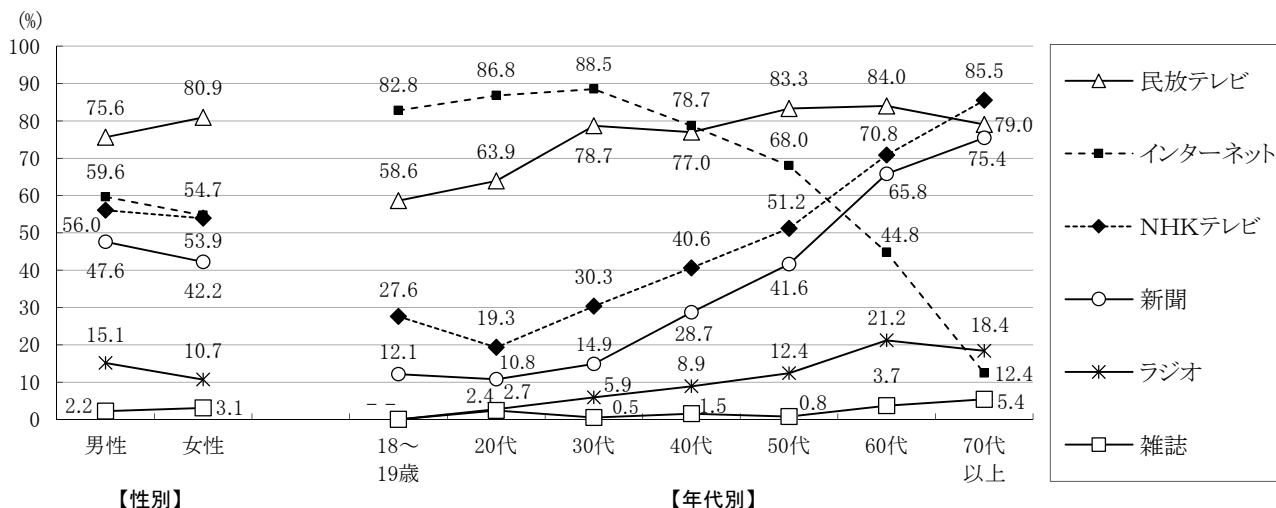


図 21-2 大きなニュースの情報源（性・年代別）

(複数回答、n=3,051)



## 22. 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」が最も多かった。2位には、社会、国際情勢、経済、政治に関する「NHKテレビ」、スポーツ・芸能、生活・健康、文化に関する「インターネット」、地域に関する「新聞」が挙げられた。
- ・性別に見ると、「政治に関すること」「社会に関すること」「地域に関すること」は民放テレビが男性より女性で多くなったが、新聞、NHKテレビ、インターネットは女性より男性が多かった。
- ・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18～19歳と50代で民放テレビが1位となった。

表 22-1 読んだり見たりするメディア

(複数回答、n=3,051)

	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 73.2 (73.5)	インターネット 51.8 (50.9)	新聞 38.1 (41.2)	NHKテレビ 35.3 (40.0)	ラジオ 9.1 (9.7)	雑誌 8.2 (8.6)	3.8 (3.9)
社会に関すること	民放テレビ 70.2 (71.5)	NHKテレビ 48.6 (53.0)	新聞 43.9 (47.9)	インターネット 42.1 (41.1)	ラジオ 9.0 (10.5)	雑誌 4.0 (4.1)	3.6 (3.2)
国際情勢に関すること	民放テレビ 64.9 (62.9)	NHKテレビ 49.0 (52.4)	新聞 39.5 (42.9)	インターネット 37.6 (35.3)	ラジオ 7.1 (8.2)	雑誌 2.8 (2.8)	6.3 (6.5)
生活・健康に関すること	民放テレビ 64.4 (67.5)	インターネット 48.7 (46.9)	NHKテレビ 39.2 (43.4)	新聞 35.2 (38.5)	雑誌 15.3 (16.6)	ラジオ 7.5 (8.1)	4.9 (3.8)
経済に関すること	民放テレビ 64.0 (61.8)	NHKテレビ 45.8 (48.5)	新聞 41.2 (44.4)	インターネット 36.1 (34.2)	ラジオ 7.1 (8.3)	雑誌 3.7 (3.9)	7.3 (8.2)
政治に関すること	民放テレビ 63.2 (63.7)	NHKテレビ 48.5 (52.8)	新聞 40.8 (45.4)	インターネット 35.3 (33.5)	ラジオ 7.9 (8.7)	雑誌 2.9 (3.3)	5.4 (4.7)
文化に関すること	民放テレビ 58.6 (59.6)	インターネット 39.3 (38.8)	NHKテレビ 38.2 (43.5)	新聞 38.1 (40.6)	雑誌 8.8 (8.8)	ラジオ 6.8 (7.8)	8.2 (7.0)
地域に関すること	民放テレビ 55.5 (56.3)	新聞 46.1 (49.1)	インターネット 33.4 (32.0)	NHKテレビ 32.2 (37.9)	ラジオ 8.5 (9.5)	雑誌 4.4 (3.9)	6.3 (5.6)

注：( )内は昨年度調査の数値



図 22-1 「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=3,051）

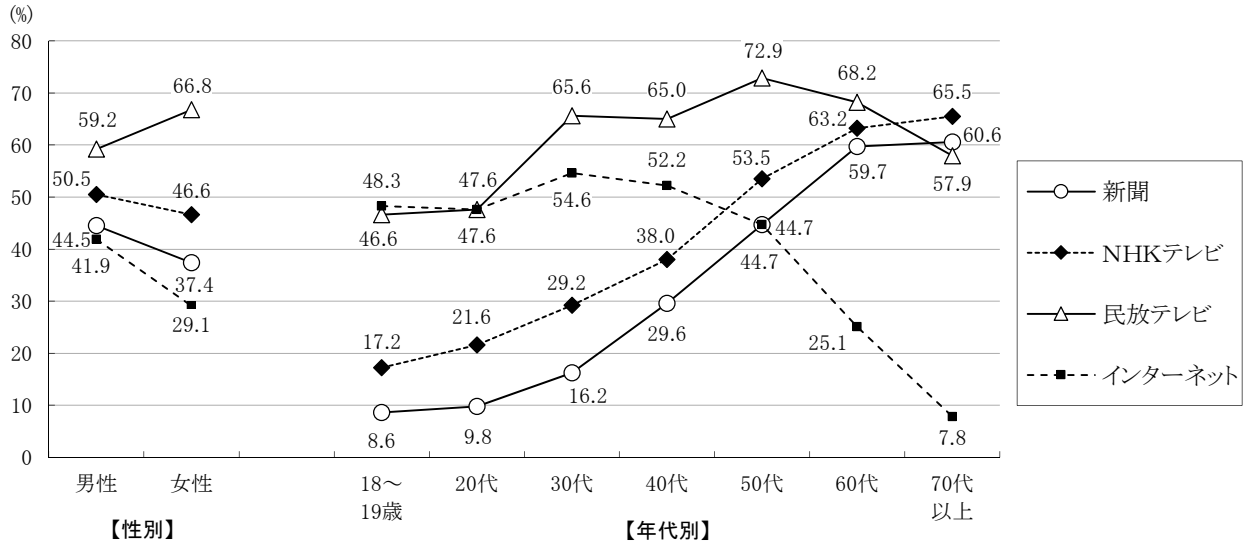


図 22-2 「社会に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）（複数回答、n=3,051）

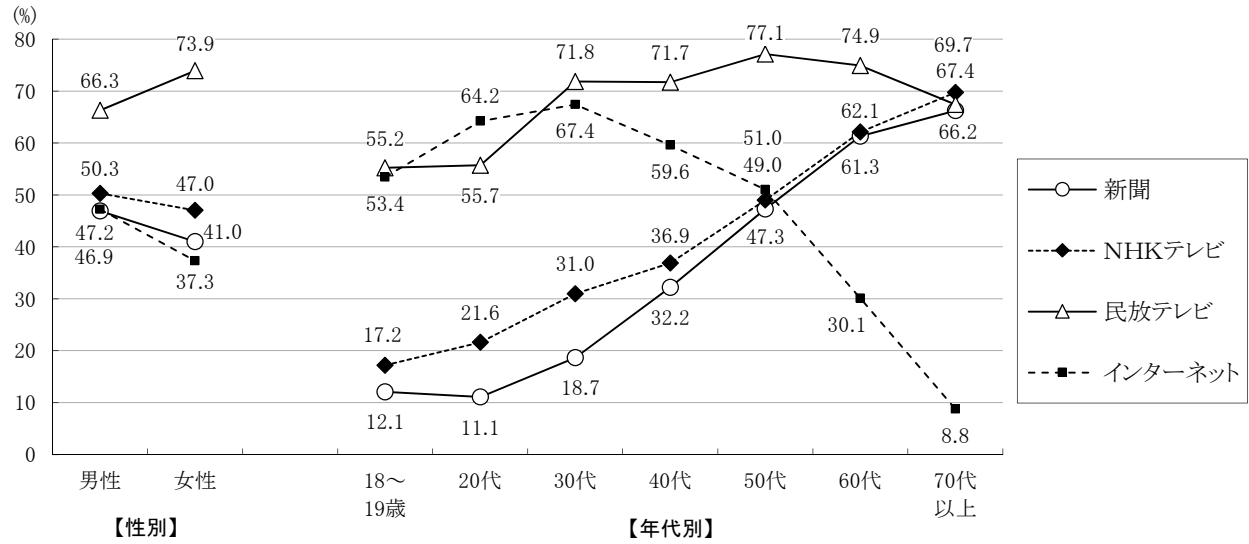
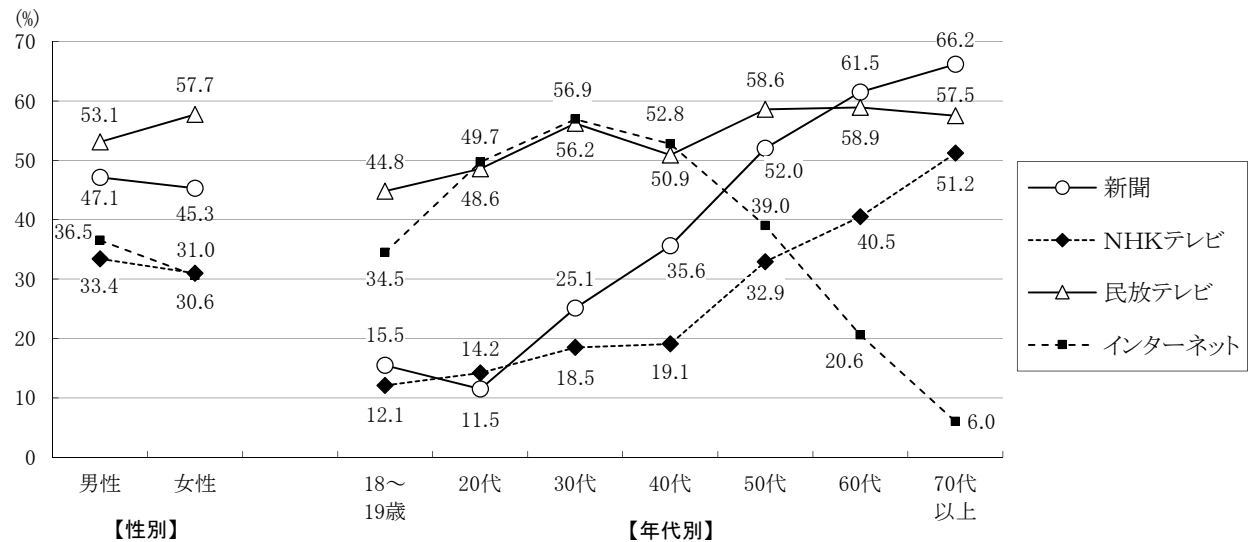


図 22-3 「地域に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）（複数回答、n=3,051）



## 《生活の中の新聞》

### 23. 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」60%、「読まない」28% －

- ・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 59.8%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」(7.5%)、「ポータルサイトなどで閲覧できる新聞記事」(7.0%)、「駅やコンビニなどで購入する紙の新聞」(2.6%)、「有料の電子新聞」(1.3%)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 27.9%であった。
- ・昨年度と比較すると、「月ぎめでとっている紙の新聞」は 2.8 ポイント減少したが、「新聞や新聞記事は読まない」は 4.4 ポイント増加した。
- ・年代別に見ると、「月ぎめでとっている紙の新聞」は、20 代 (19.6%) から年代の上昇とともに多くなり、70 代以上で 85.8%となった。一方、「新聞や新聞記事は読まない」は、年代が低いほど多くなり、20 代以下では 60%を超えた。

図 23-1 新聞の読み方

(複数回答、n=3,051)

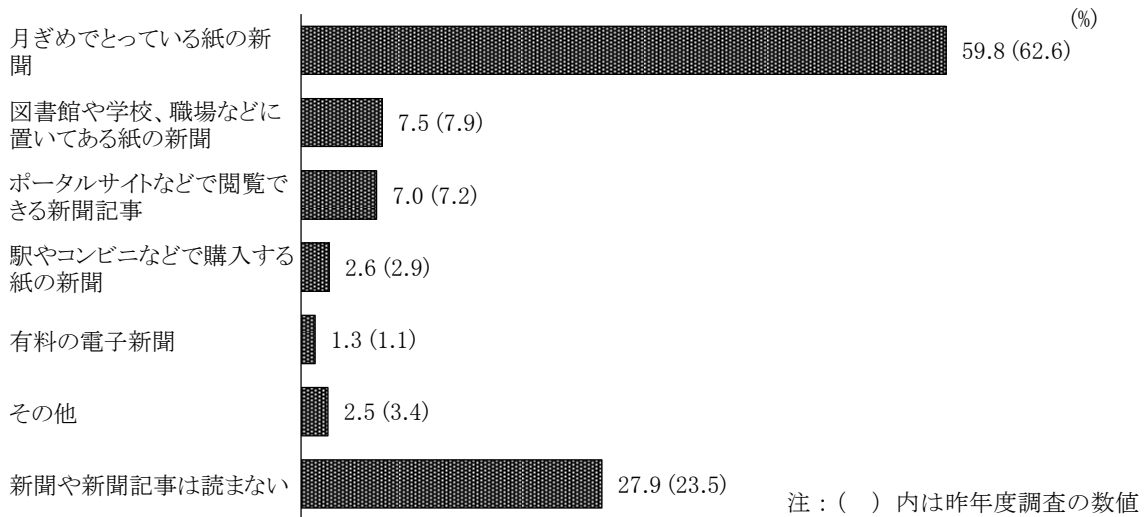
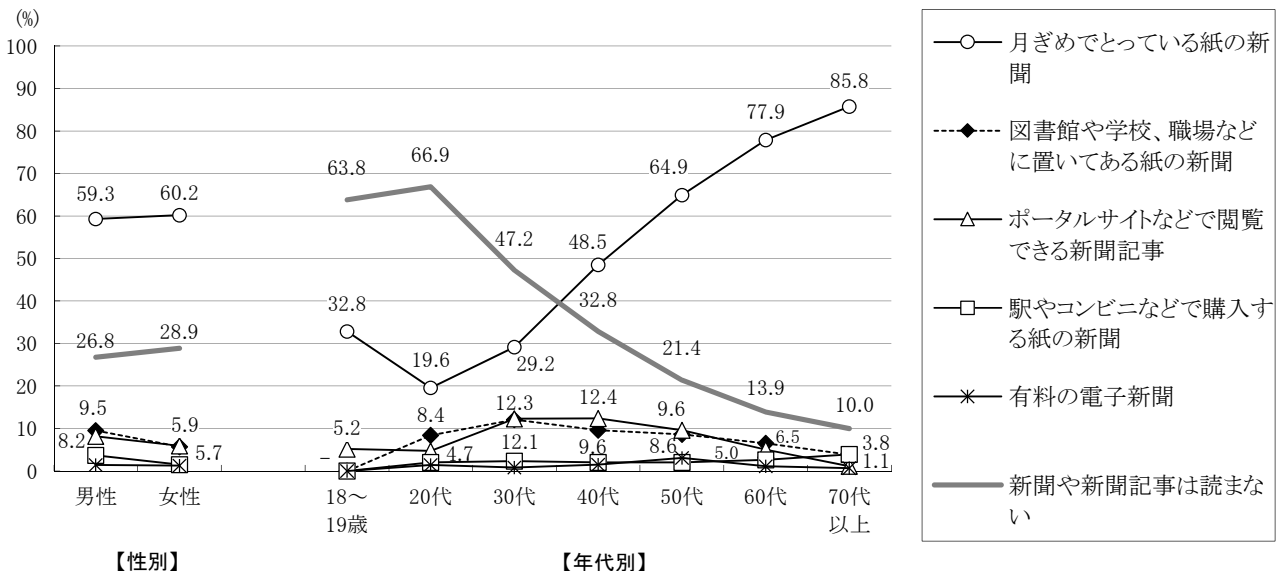


図 23-2 新聞の読み方（性・年代別）

(複数回答、n=3,051)



## 24. 月ぎめ新聞の購読状況は？（＊）

### － 67%が購読、購読率は減少傾向が続く、県紙・地方紙は健闘 －

- ・ 自宅で月ぎめ新聞を購読している人は 66.6%であった。新聞の種類を見ると、「全国紙」を購読している人が 49.4%、「県紙・地方紙」を購読している人が 38.4%、「ブロック3紙」を購読している人が 13.8%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 96.1%、「電子新聞」が 0.9%、「両方」が 2.8%であった。
- ・ 過去の調査と比較すると、月ぎめ新聞を購読している人は、調査開始の 2008 年度以降、減少傾向にある。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 66.6%となった。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 2.8 ポイント減、県紙・地方紙は 0.2 ポイント減、ブロック3紙は増減なしとなった。
- ・ 年代別で見ると、月ぎめ新聞を購読している人は、30代で 34.9%と最も少なく、年代が上がるほど多くなり、40代で 56.1%、50代で 68.4%、60代で 79.9%、70代以上で 87.4%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 20代以上の全ての年代で減少しており、中でも 30代（7.5 ポイント減）と 50代（5.4 ポイント減）の減少が大きかった。

図 24-1 月ぎめでとっている新聞の有無 (n=3,051)

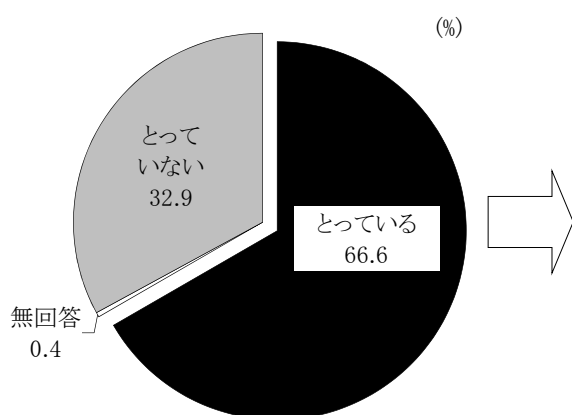


図 24-2 月ぎめでとっている新聞の種類 (複数回答、n=2,033)

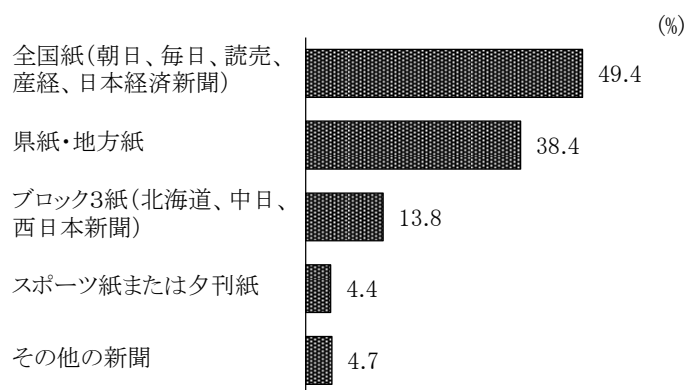


図 24-3 購読は紙の新聞か電子新聞か (n=1,005)

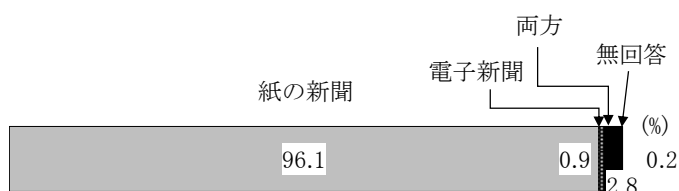


図 24-4 月ぎめでとっている新聞（時系列）

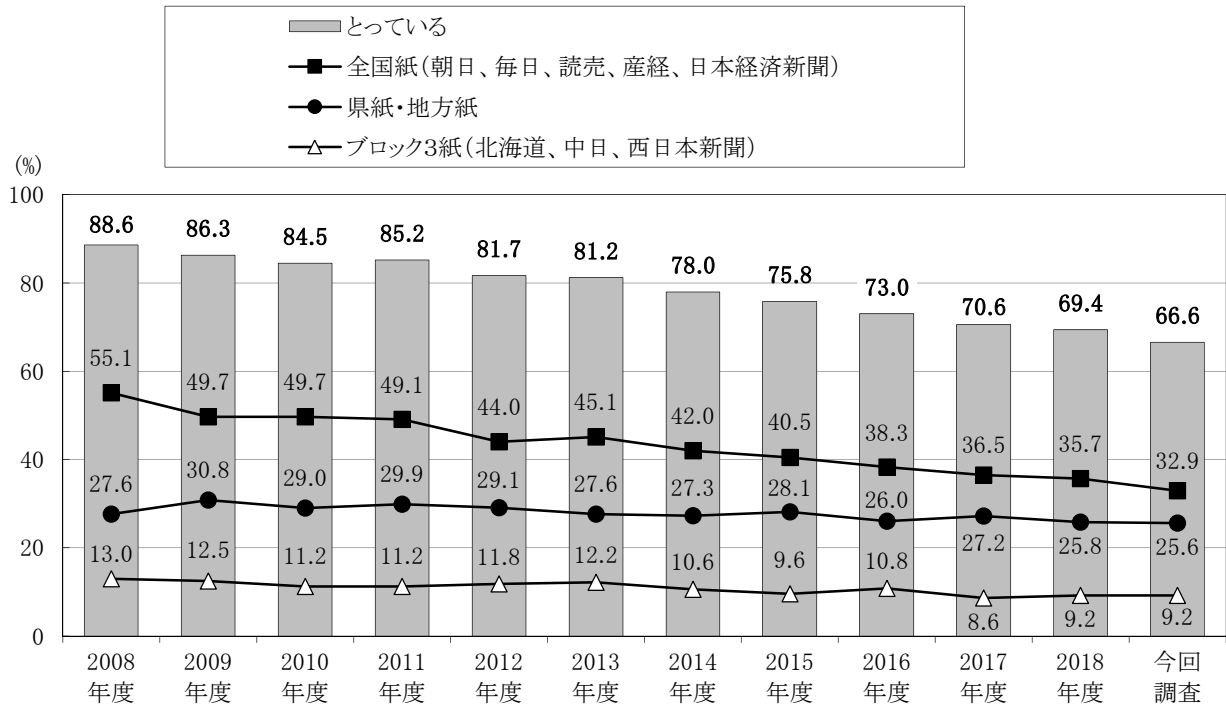
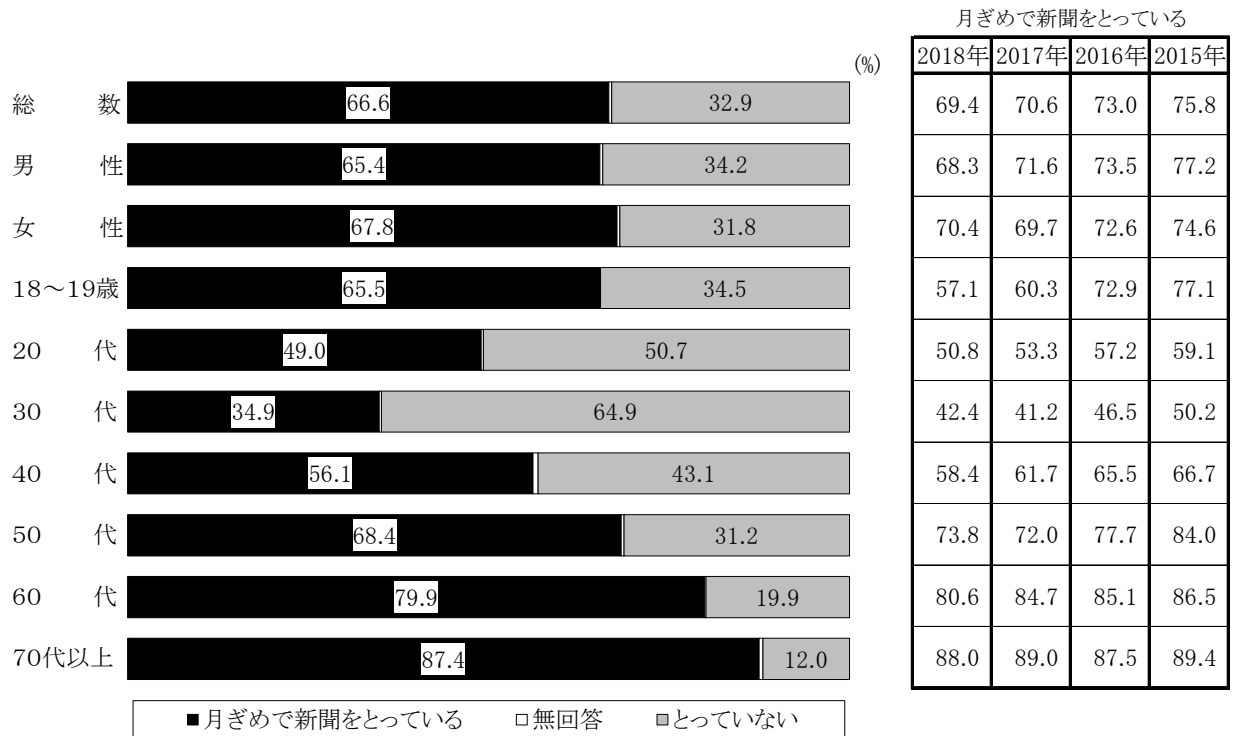


図 24-5 月ぎめでとっている新聞の有無（性・年代別）

(n=3,051)



(月ぎめで新聞をとっている人に) (全体の 66.6%)

## 25. 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 47.6% 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」(39.9%)、「新聞で世間の動きが大体分かるから」(32.6%)、「毎日、自宅に届けてくれるから」(32.5%)、「新聞の情報は、自分に役立つから」(29.8%) を挙げる人が多かった。前回調査と比較すると、「毎日、自宅に届けてくれるから」が 2.1 ポイント、「新聞代を払っても読む価値があるから」が 2.5 ポイント減少した。
- ・性別に見ると、「新聞を読むのが習慣になっているから」(男性が 50.4%、女性 45.2%) は 5.2 ポイント、「新聞で世間の動きが大体分かるから」(男性が 36.5%、女性 29.1%) は 7.4 ポイント、男性の方が多かった。
- ・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多くなる傾向が見られた。

図 25-1 月ぎめで新聞をとる理由

(複数回答、n=2,033)

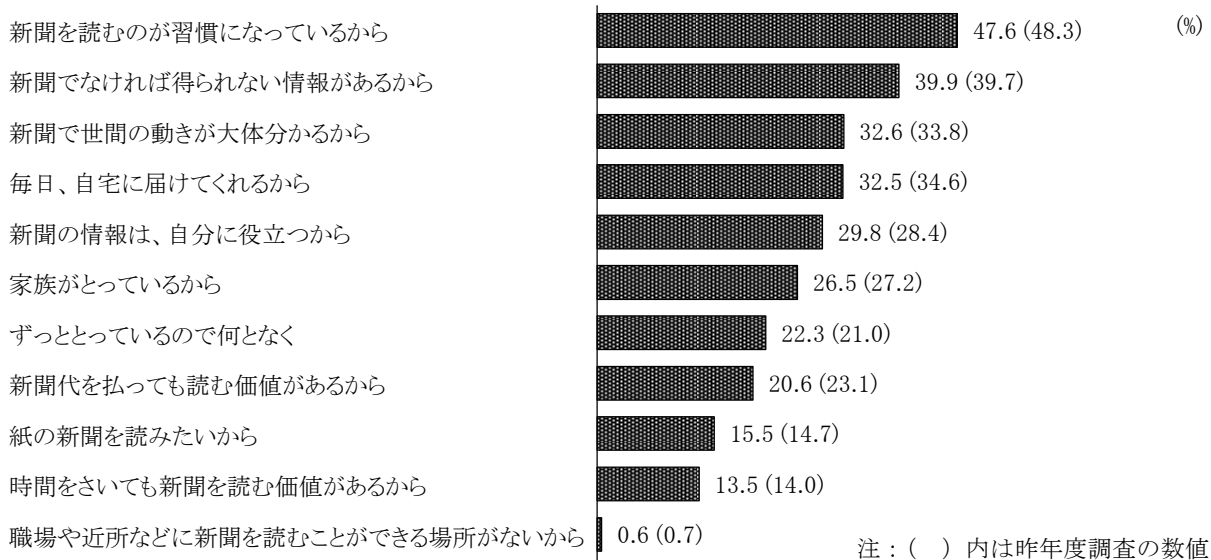
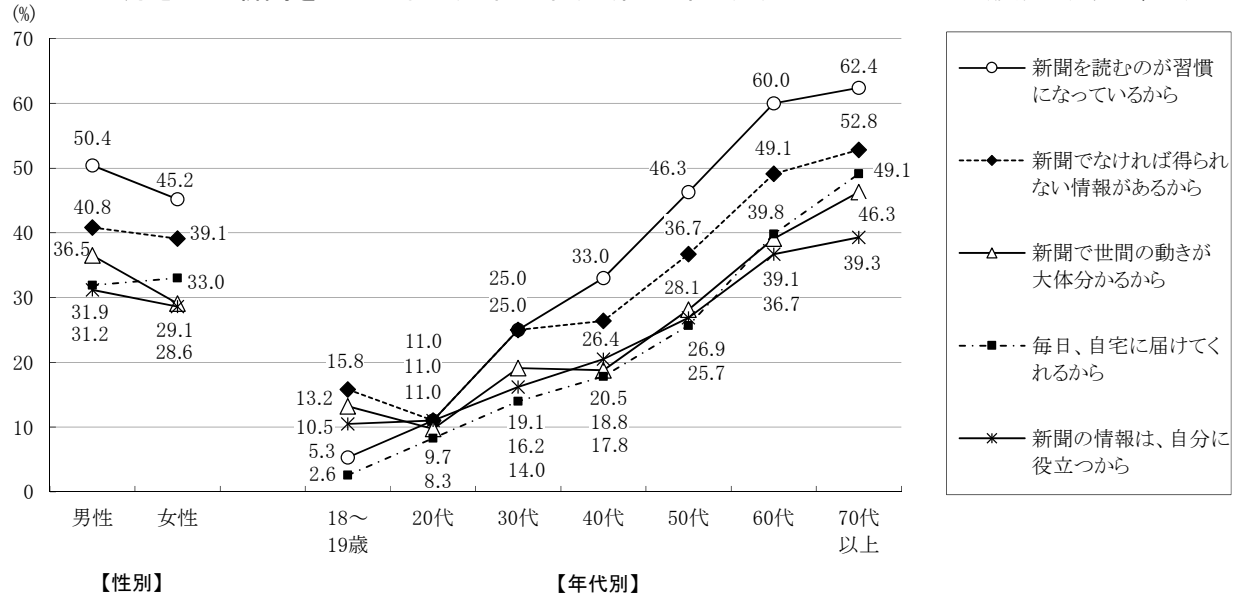


図 25-2 月ぎめで新聞をとる理由（上位 5 位）（性・年代別）

(複数回答、n=2,033)



(月ぎめで新聞をとっていない人に) (全体の 32.9%)

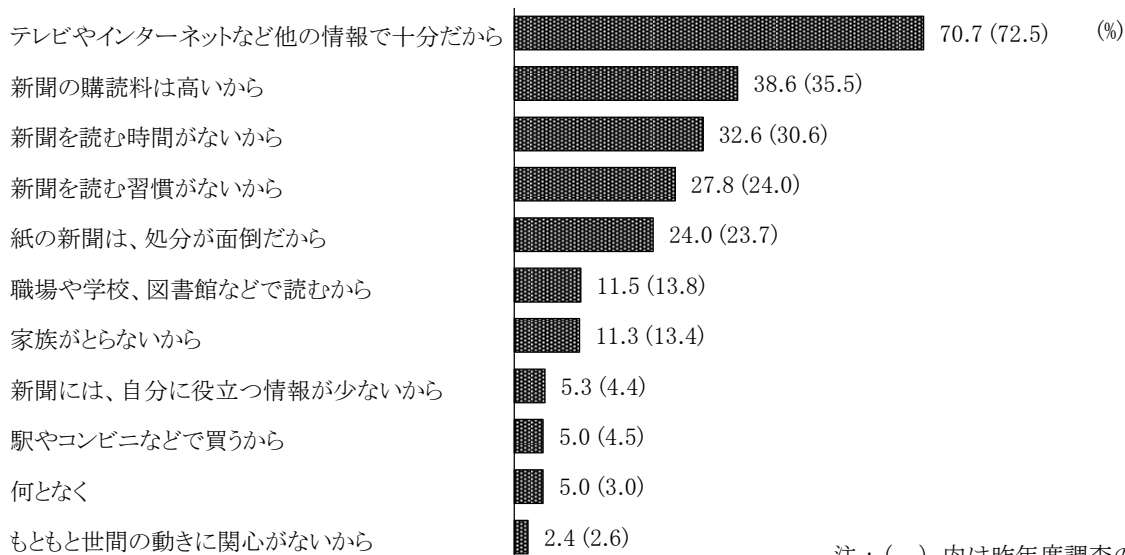
## 26. 月ぎめで新聞をとらない理由は？ (\* )

— 「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」 71% —

- ・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 70.7%であった。次いで、「新聞の購読料は高いから」(38.6%)、「新聞を読む時間がないから」(32.6%)、「新聞を読む習慣がないから」(27.8%)、「紙の新聞は、処分が面倒だから」(24.0%) を挙げる人が多かった。前回調査と比較すると、「新聞の購読料は高いから」が 3.1 ポイント、「新聞を読む時間がないから」が 2.0 ポイント、「新聞を読む習慣がないから」が 3.8 ポイント増加し、「職場や学校、図書館などで読むから」が 2.3 ポイント、「家族がとらないから」が 2.1 ポイント減少した。
- ・性別に見ると上位 5 項目全てで女性の方が多くなった。中でも「新聞を読む時間がないから」は 14.7 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」が最も多くなった。

図 26-1 月ぎめで新聞をとらない理由

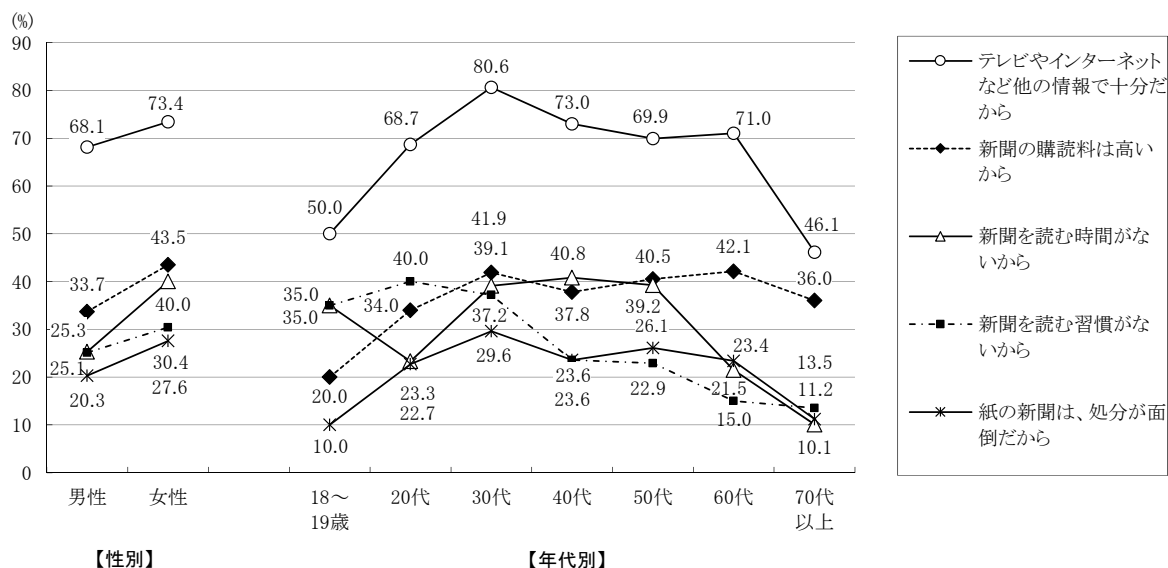
(複数回答、n=1,005)



注：( ) 内は昨年度調査の数値

図 26-2 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=1,005)



## 27. 通信社の役割を知っている？（＊）

－ 「知っている」47%、「知らない」52% －

- ・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47.0%、「知らない」人は51.8%であった。
- ・過去の調査と比較すると、「知っている」人の割合は、2012年度以降は50%前後で推移しているが、昨年度から今回は3.7ポイント減少した。年代別に昨年度調査と比較すると、「知っている」人の割合は20代以下と50代で7.0～9.7ポイント減と減少が大きかった。
- ・性別で見ると、「知っている」人は、女性（41.9%）よりも男性（52.5%）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25.9%から年代が上がることも多くなり60代で55.4%となった。40～60代では「知っている」が50%を超えた。

図 27-1 通信社の役割の認知

(n=3,051)

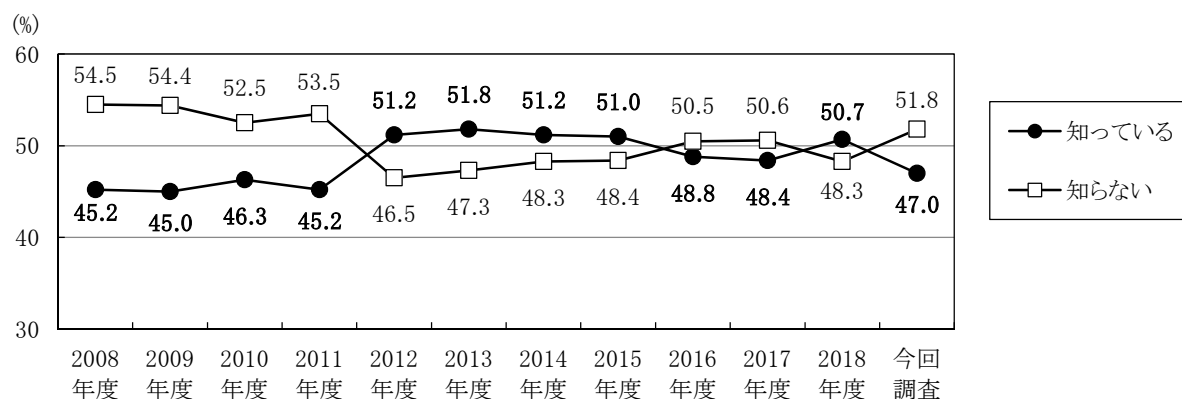
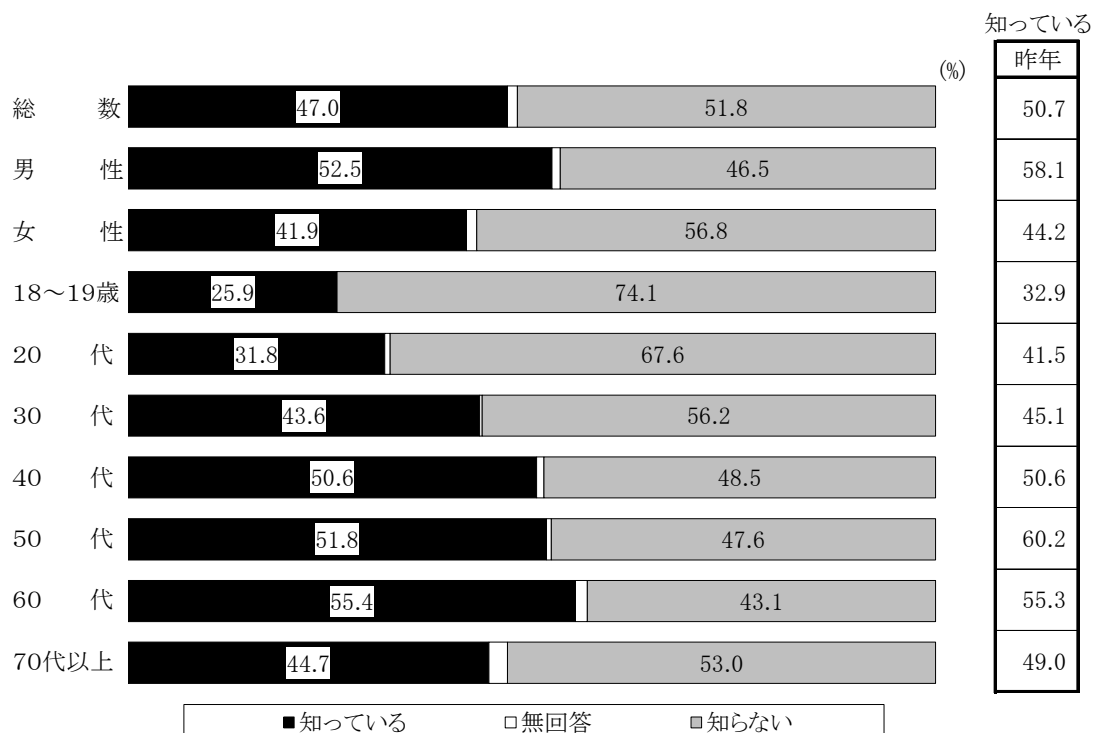


図 27-2 通信社の役割の認知（性・年代別）

(n=3,051)



## 28. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？（\*）

— 1位「共同通信社」（70%）、2位「ロイター通信」（68%） —

- ・見たり聞いたりしたことがある通信社の名前をひとつでも挙げた人は80.1%であった。最も知名度が高いのは「共同通信社」で70.4%の人が挙げた。次いで「ロイター通信」が68.0%、「時事通信社」が48.9%、「AP通信」が44.6%、「新華社」が34.0%となった。
- ・過去の調査と比較すると、今回調査では昨年度よりブルームバーグが2.8ポイント上昇したが、AP通信が4.0ポイント、新華社が2.5ポイント、共同通信社が2.3ポイント、認知度が低下した。
- ・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。

図 28-1 知っている通信社の有無 (n=3,051)

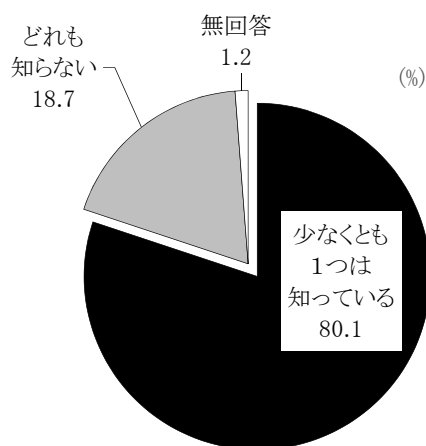
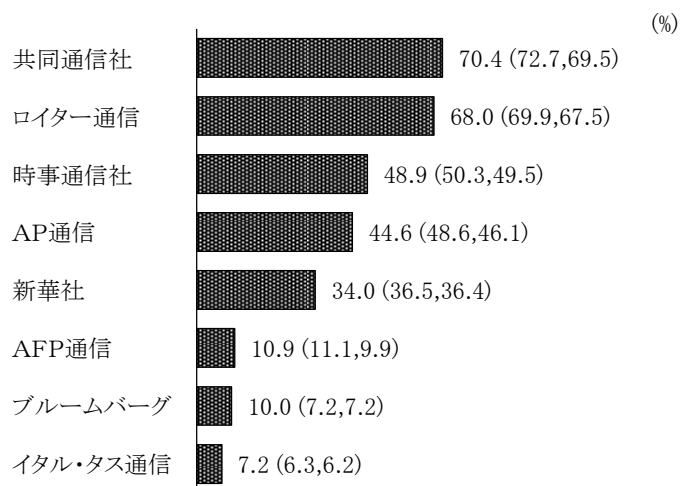


図 28-2 知っている通信社 (複数回答、n=3,051)



注：( ) 内は左から 2018 年度調査、2017 年度調査の数値

表 28-1 知っている通信社 (性・年代別)

(複数回答、n=3,051)

	知っている通信社 (%)				
	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
総数	共同通信社 70.4	ロイター通信 68.0	時事通信社 48.9	AP通信 44.6	新華社 34.0
男性	共同通信社 74.6	ロイター通信 69.0	時事通信社 55.2	AP通信 49.4	新華社 40.0
女性	ロイター通信 67.2	共同通信社 66.6	時事通信社 43.0	AP通信 40.2	新華社 28.4
18-19歳	ロイター通信 41.4	共同通信社 25.9	時事通信社	AP通信 17.2	AFP通信 10.3
20代	ロイター通信 53.7	共同通信社 48.0	時事通信社 28.7	AP通信 25.3	新華社 11.8
30代	ロイター通信 74.6	共同通信社 69.5	AP通信 50.5	時事通信社 50.0	新華社 24.6
40代	ロイター通信 77.8	共同通信社 75.2	AP通信 58.9	時事通信社 54.6	新華社 34.6
50代	共同通信社 80.6	ロイター通信 78.8	AP通信 56.7	時事通信社 54.7	新華社 37.6
60代	共同通信社 76.0	ロイター通信 71.6	時事通信社 50.6	AP通信 47.6	新華社 41.8
70代以上	共同通信社 69.1	ロイター通信 55.6	時事通信社 49.5	新華社 41.4	AP通信 30.9



## 《新聞への意見》

### 29. 新聞の記事の満足度は？（\*）

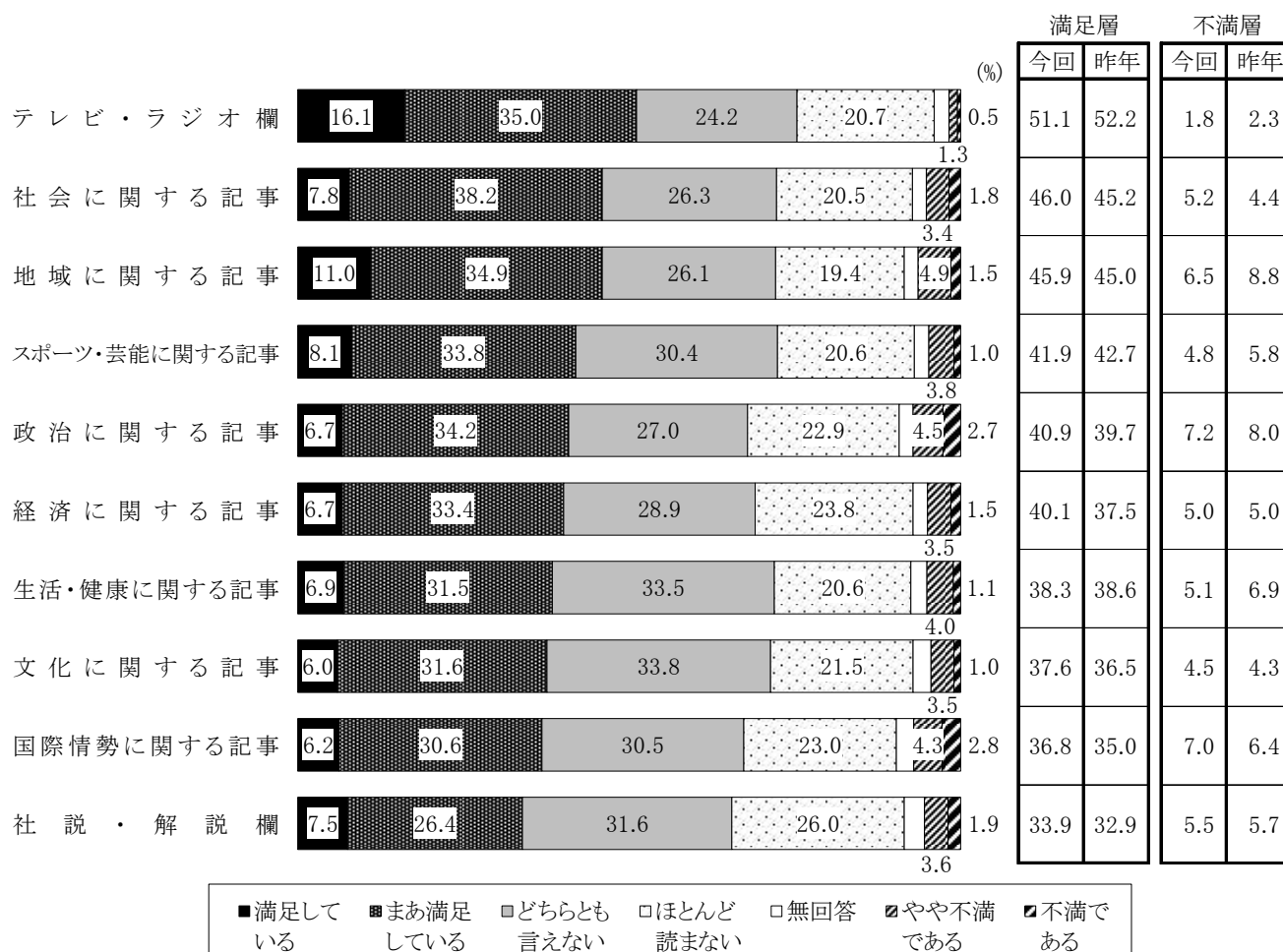
— ラ・テ欄、社会記事、地域記事など、身近な記事の満足度が高い —

- ・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51.1%と、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」（46.0%）、「地域に関する記事」（45.9%）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」「生活・健康に関する記事」の満足層は30%台（33.9%～38.3%）と少ないが、不満層も10%（4.5%～7.0%）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、「経済に関する記事」の2.6ポイント増が最も大きい変化であった。

※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 29-1 新聞の記事の満足度

(n=3,051)



- ・「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。  
「地域に関する記事」「社会に関する記事」は、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 5.6 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、年代の高い層で割合が多くなる傾向が見られた。

図 29-2 テレビ・ラジオ欄、社会、地域に関する記事に満足している人の割合（性・年代別）

(n=3,051)

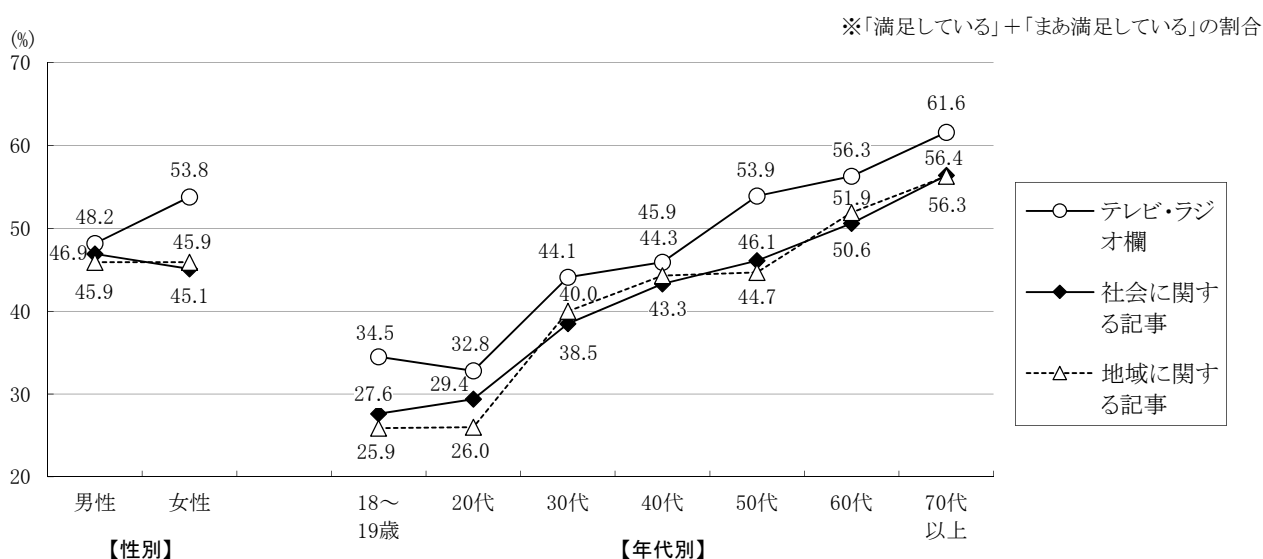
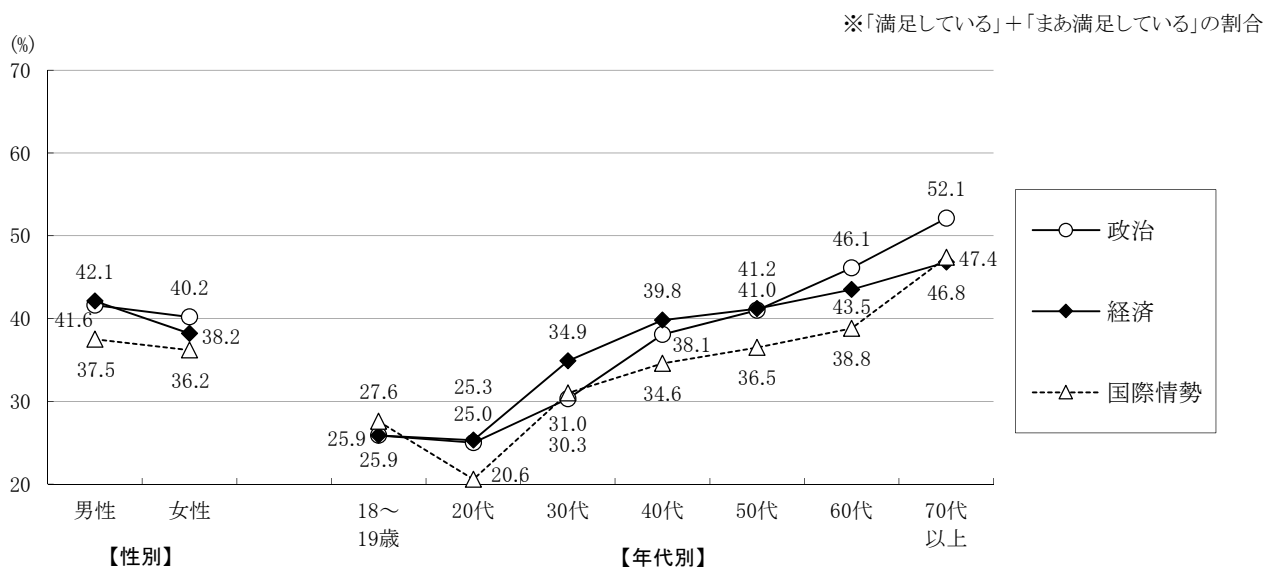


図 29-3 政治、経済、国際情勢に関する記事に満足している人の割合（性・年代別）

(n=3,051)



### 30. 新聞全般の満足度は？（\*）

－ 満足している人は49%、不満な人は8%。満足層は減少止まる －

- ・新聞全般について、「満足している」は14.1%、「やや満足である」は34.6%であり、この2つを合わせた満足層は48.7%を占めた。「やや不満である」と「不満である」を合わせた不満層は8.4%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たが、今回調査でわずかながら増加した。
- ・年代別に見ると、満足層は20代で26.0%、18～19歳（31.0%）と30代（31.3%）で30%台に留まったが、40代（43.3%）から70代以上（66.8%）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12.1%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 30-1 新聞全般の満足度 (n=3,051)

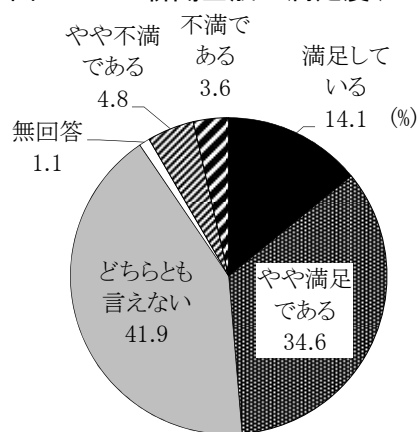


図 30-2 新聞全般の満足度（時系列）

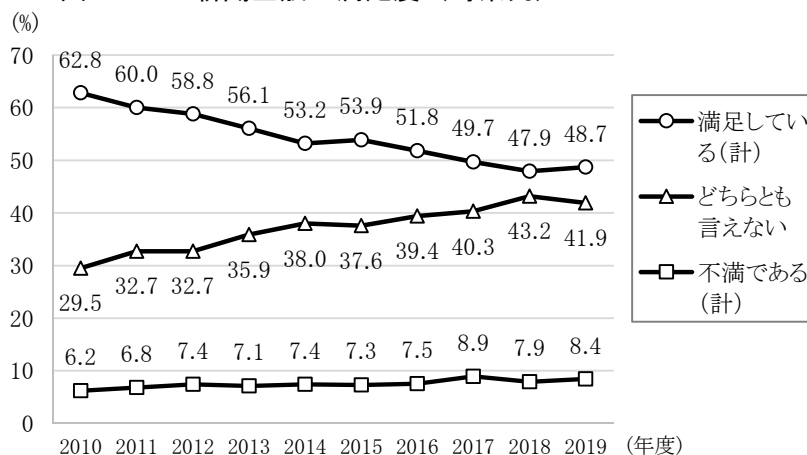
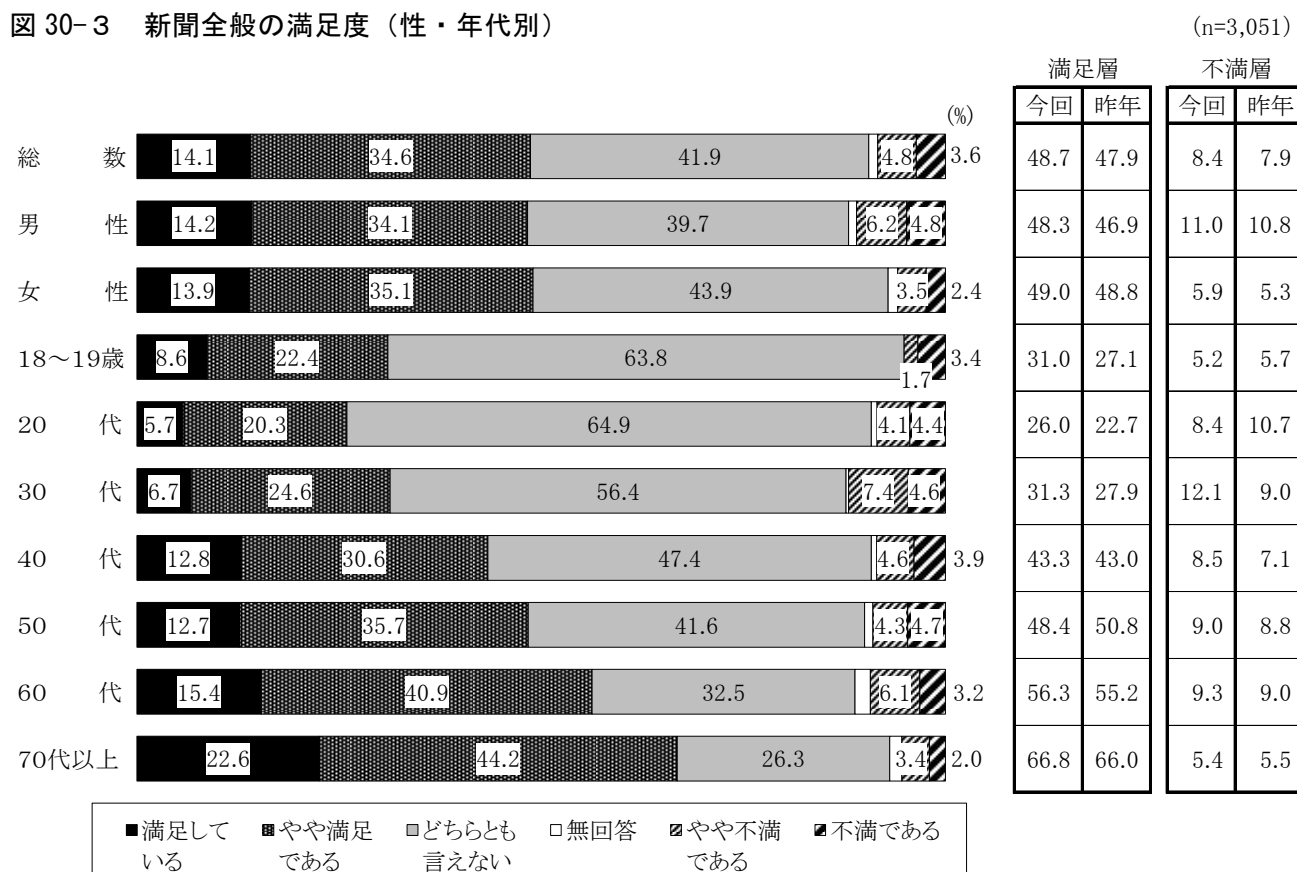


図 30-3 新聞全般の満足度（性・年代別）



## 31. 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」63%。減少傾向続く －

- ・戸別配達については、「ぜひ続けてほしい」は37.6%、「できれば続けてほしい」は25.4%であり、両者をあわせた『続けてほしい(計)』は63.0%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。
- ・過去の調査と比較すると、『続けてほしい(計)』の割合は減少傾向が続き、昨年度からは4.0ポイントの減少となった。年代別に見ると、今年度は18～19歳と60代で2.2～2.3ポイント増加したが、20代で11.7ポイント減少したのをはじめ、30～50代と70代以上で3.1～6.7ポイント減少した。
- ・年代別に見ると、『続けてほしい(計)』は20代(30.1%)から70代以上(84.7%)にかけて、年代が上がるに従って多くなった。

※『続けてほしい(計)』＝「ぜひ続けてほしい」＋「できれば続けてほしい」

図 31-1 戸別配達の存続 (n=3,051)

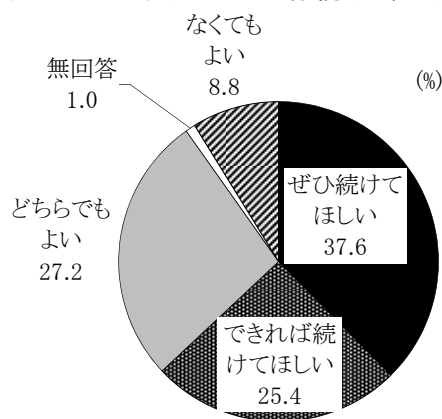


図 31-2 『続けてほしい(計)』割合 (時系列)

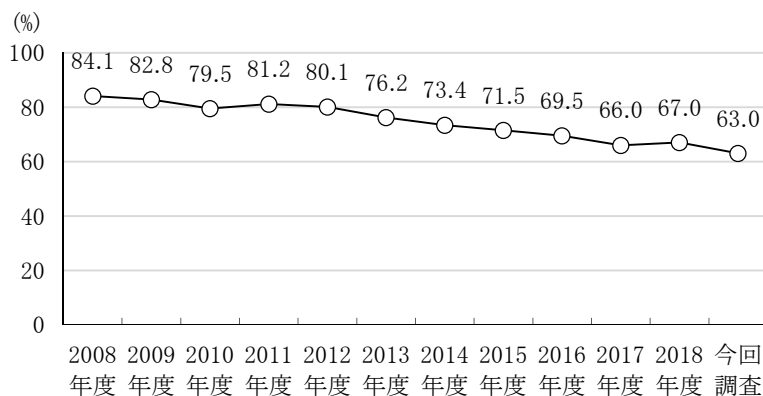
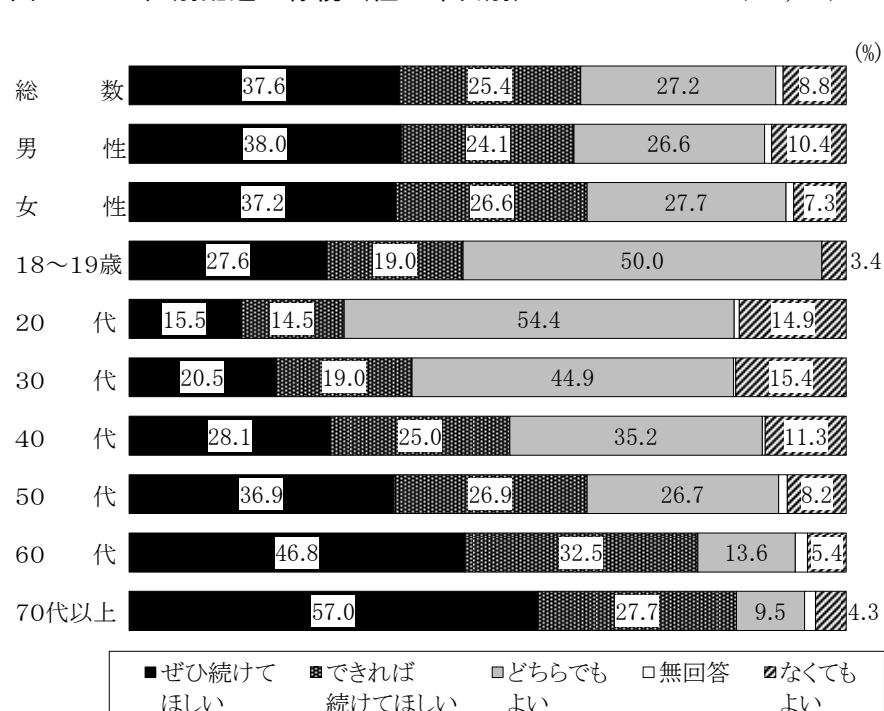


図 31-3 戸別配達の存続 (性・年代別) (n=3,051)



	続けてほしい(計)				
	今回	2018年	2017年	2016年	2015年
総数	63.0	67.0	66.0	69.5	71.5
男性	62.1	64.7	65.0	68.0	71.6
女性	63.9	69.1	67.0	70.7	71.4
18～19歳	46.6	44.3	38.1	52.9	48.6
20代	30.1	41.8	38.3	42.2	45.0
30代	39.5	44.3	41.0	45.7	47.8
40代	53.1	57.0	58.0	62.7	63.9
50代	63.9	70.6	66.1	73.1	78.7
60代	79.4	77.2	80.9	84.2	83.1
70代以上	84.7	87.8	87.0	86.3	89.0

## 32. 新聞の購読料をどう思う? (\*)

— 「高い」とする人が58%、「妥当」とする人が39% —

- ・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17.3%、「少し高い」は40.8%で、両者を合わせた『高い(計)』は58.1%となった。「妥当である」は39.2%、「少し安い」と「かなり安い」を合わせた『安い(計)』は1.6%とごく少数に留まった。
- ・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。昨年度から今回にかけては、『高い(計)』が15.0ポイント増、「妥当である」が14.3ポイント減となり、「妥当である」が『高い(計)』を18.9ポイント上回った。
- ・年代別に見ると、『高い(計)』は20代で最も多く69.9%、年代が高いほど割合が少なくなる傾向が見られ70代以上で46.4%となった。一方、「妥当である」は20代(27.0%)から年代が上がるほど割合も多くなり70代以上で50.5%となった。

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

図 32-1 新聞の購読料 (n=3,051)

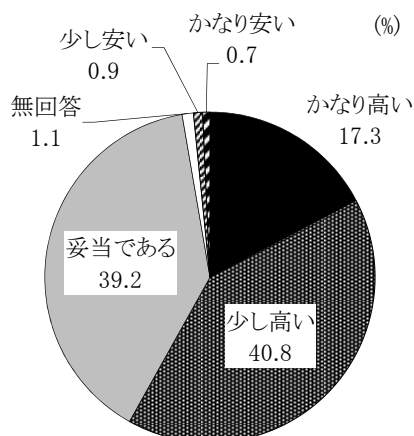


図 32-2 新聞の購読料 (時系列)

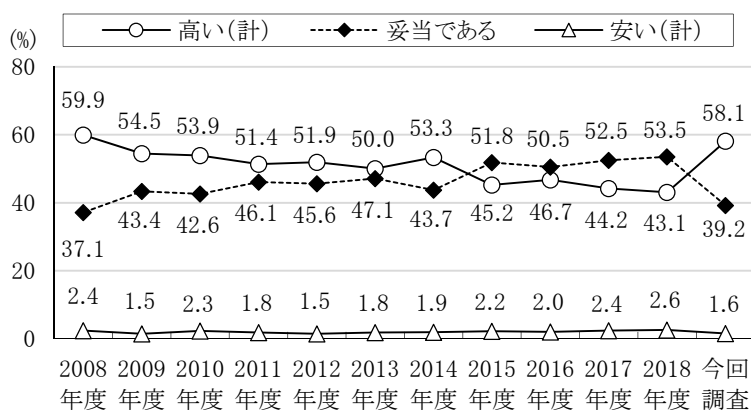
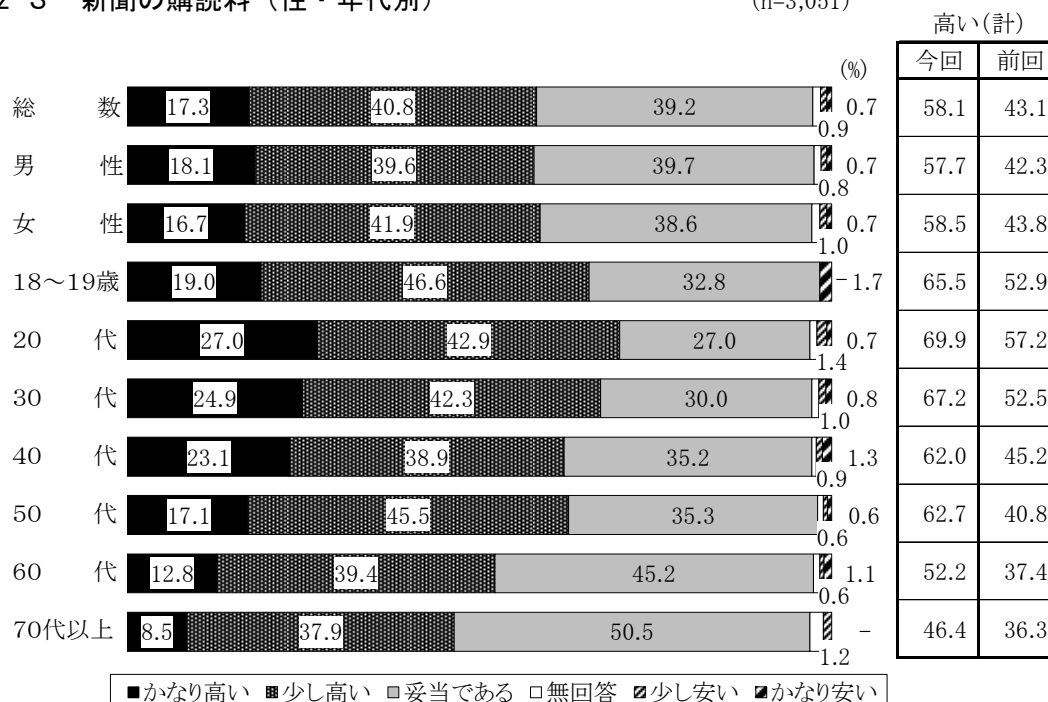


図 32-3 新聞の購読料 (性・年代別)

(n=3,051)



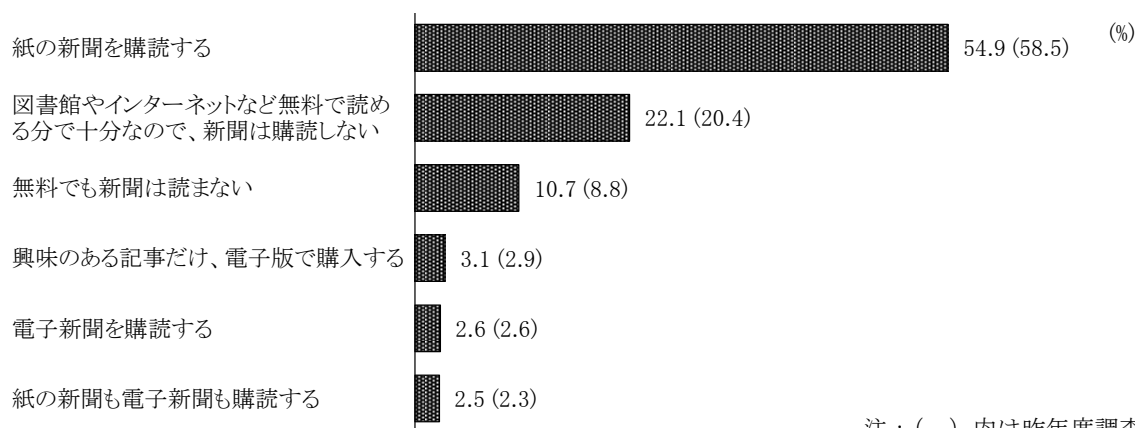
### 33. 今後、新聞とどう接する？（＊）

－ 「紙の新聞を購読する」が55%、「購読しない・読まない」が33% －

- ・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54.9%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22.1%、「無料でも新聞は読まない」が10.7%であった。
- ・年代別に見ると、「紙の新聞を購読する」は、20代（13.5%）から年代の上昇とともに割合も多くなり70代以上で84.4%となった。「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20～30代で41.2%～44.4%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」は年代が低いほど多く、20代以下で25.7%～25.9%となった。

図 33-1 今後の新聞との接し方

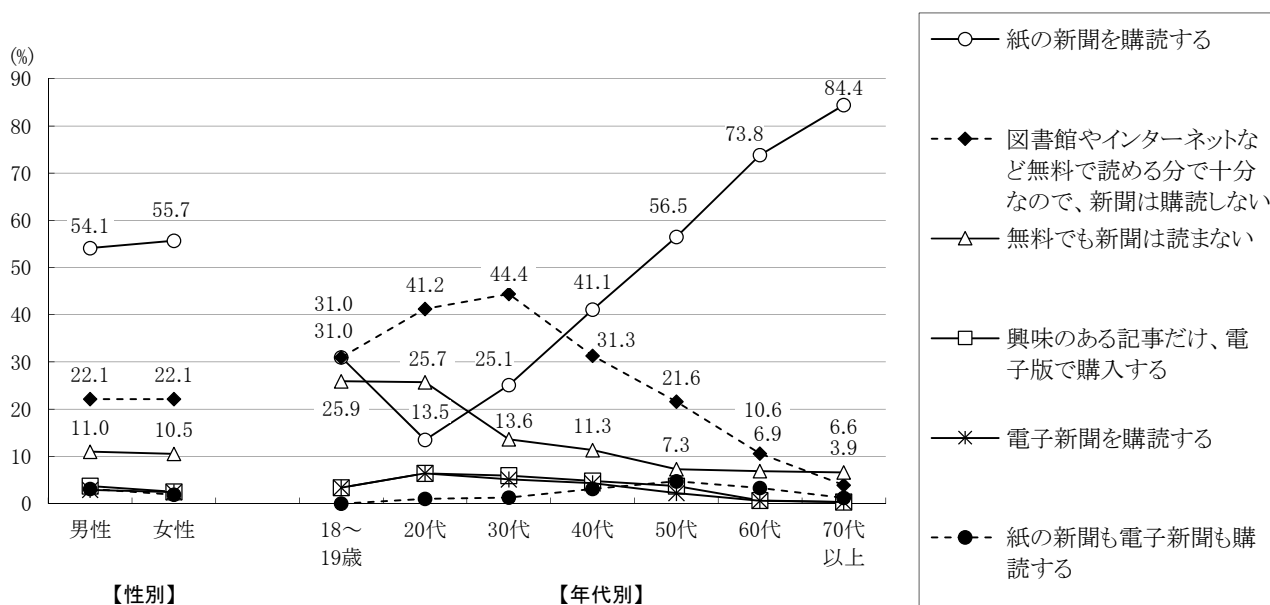
(n=3,051)



注：（ ）内は昨年度調査の数値

図 33-2 今後の新聞との接し方（性・年代別）

(n=3,051)



## 《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 70.6%)

### 34. 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 88%、モバイルのみでの閲覧が 66%と増加 －

- ・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 88.2%と突出して最も多かった。次いで「パソコン」が 33.8%、「タブレット」は 12.3%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 66.1%、「パソコンとモバイル」が 25.2%、「パソコンのみ」が 8.6%であった。
- ・昨年度調査と比較すると、「モバイルのみ」が 6.0ポイント増、「パソコンとモバイル」が 3.7ポイント減、「パソコンのみ」が 2.3ポイント減となった。
- ・「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（55.9%）より女性（75.9%）で多く、年代別では、70代以上の 48.6%から 18～19歳の 90.4%にかけて、年代が下がるにつれて多くなった。

図 34-1 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=2,155)

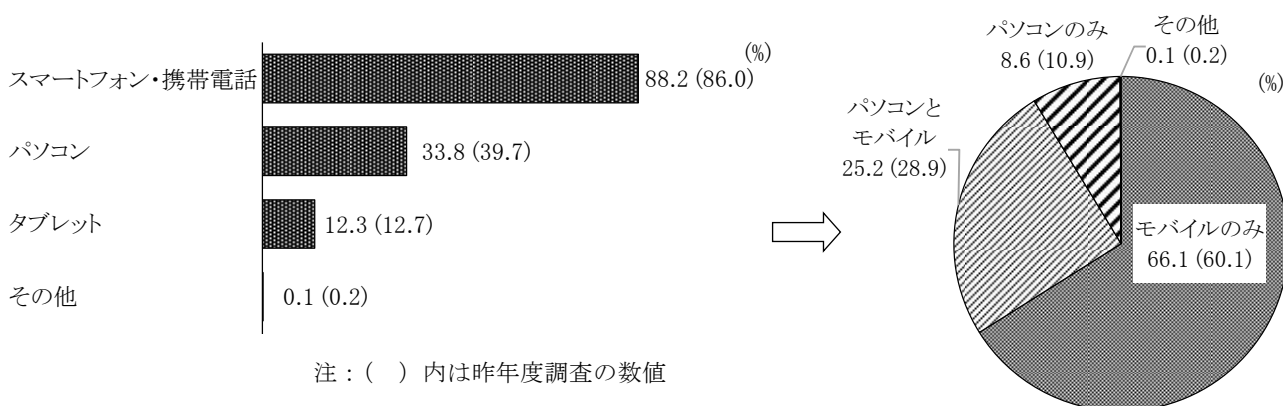
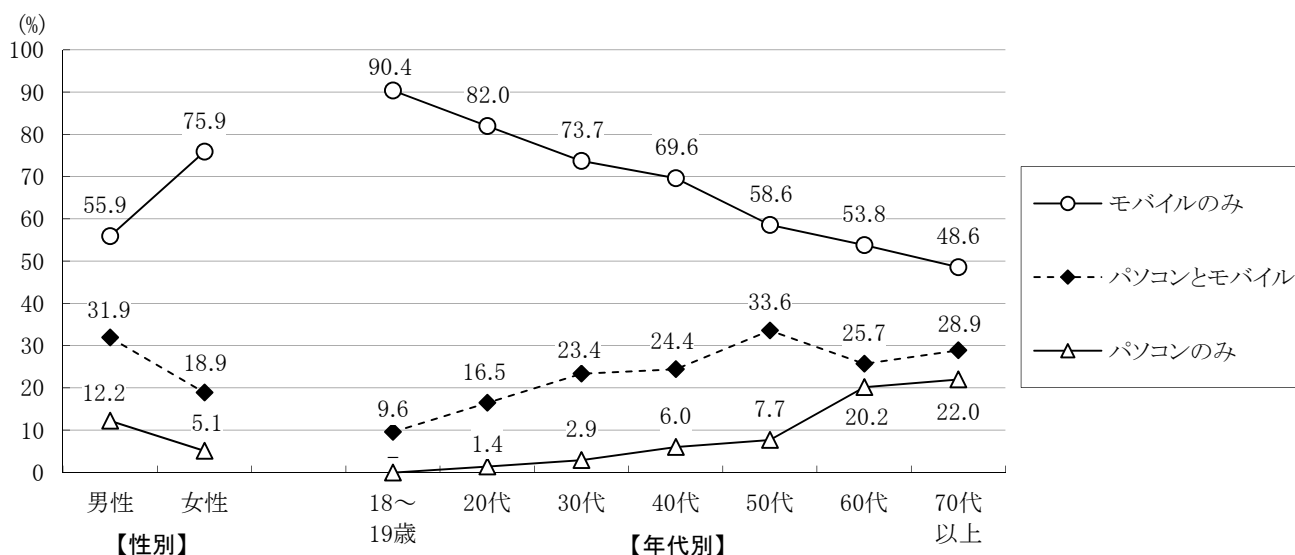


図 34-2 インターネットニュースを見る時に使用する機器 (性・年代別) (n=2,155)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 70.4%)

### 35. 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 83%、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)」(83.2%) が突出して最も多かった。以下、「SNS (LINE、Twitter、Facebook など)」(34.5%)、「新聞社・通信社・テレビ放送局の公式サイト」(13.2%)、「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)」(13.0%) となった。

・年代別に見ると、「ポータルサイト (Yahoo!、Google など)」は全ての年代で最も多く、30 代以上では 80% 台 (81.8%~87.1%) となった。「SNS (LINE、Twitter、Facebook など)」は、20 代以下で 60% 台 (65.4%~68.3%) と他の年代より多くなった。「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 17.3%~25.3% に留まった。

図 35-1 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=2,148)

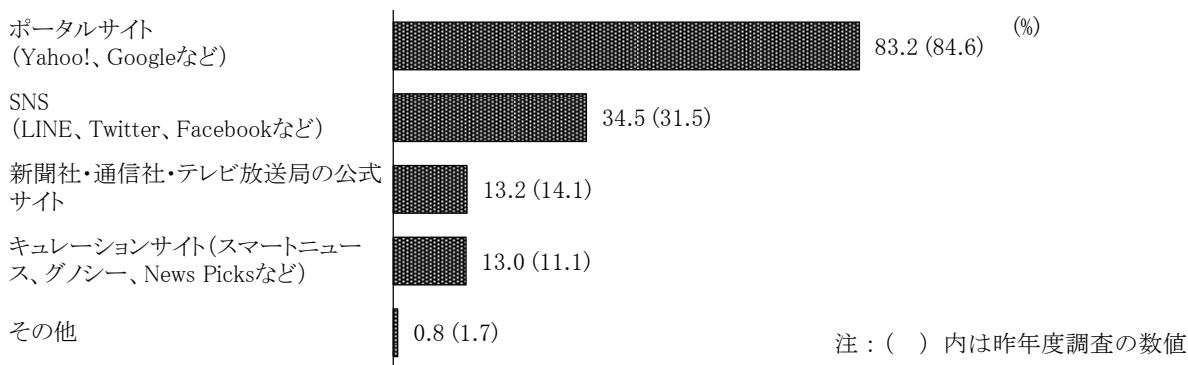
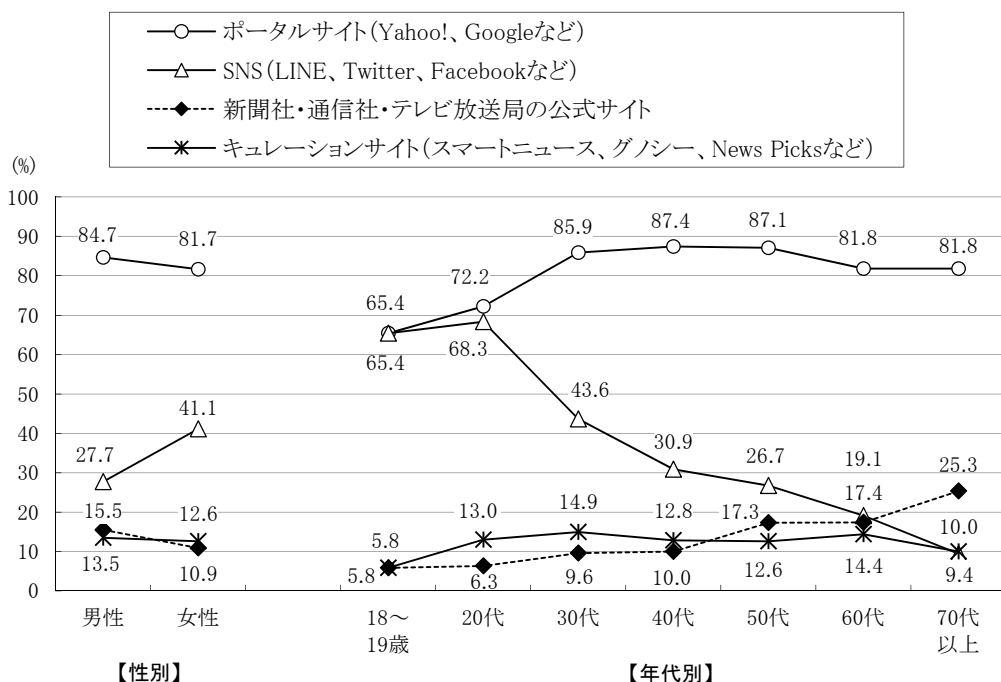


図 35-2 インターネットニュースを見る時、アクセスするサイト (性・年代別) (複数回答、n=2,148)





(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 70.6%)

### 36. 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% —

- ・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 40.1% (「いつも気にする」11.8%と「まあ気にする」28.3%の計)、「気にしない」と答えた人が 59.9% (「全く気にしない」18.8%と「あまり気にしない」41.1%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 (62.8%)、年代別では 20 代以下と 50 代で 60% (60.4%~76.5%) を超えた。

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

図 36-1 インターネットニュースの出所 (n=2,153)

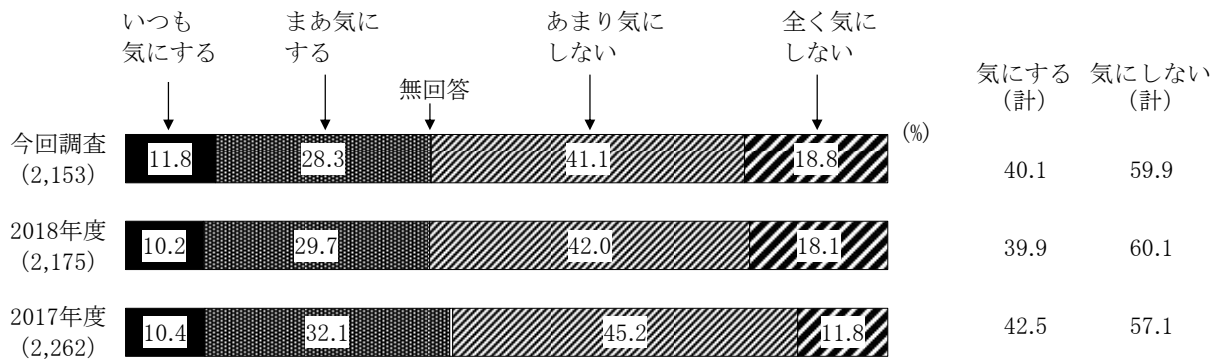
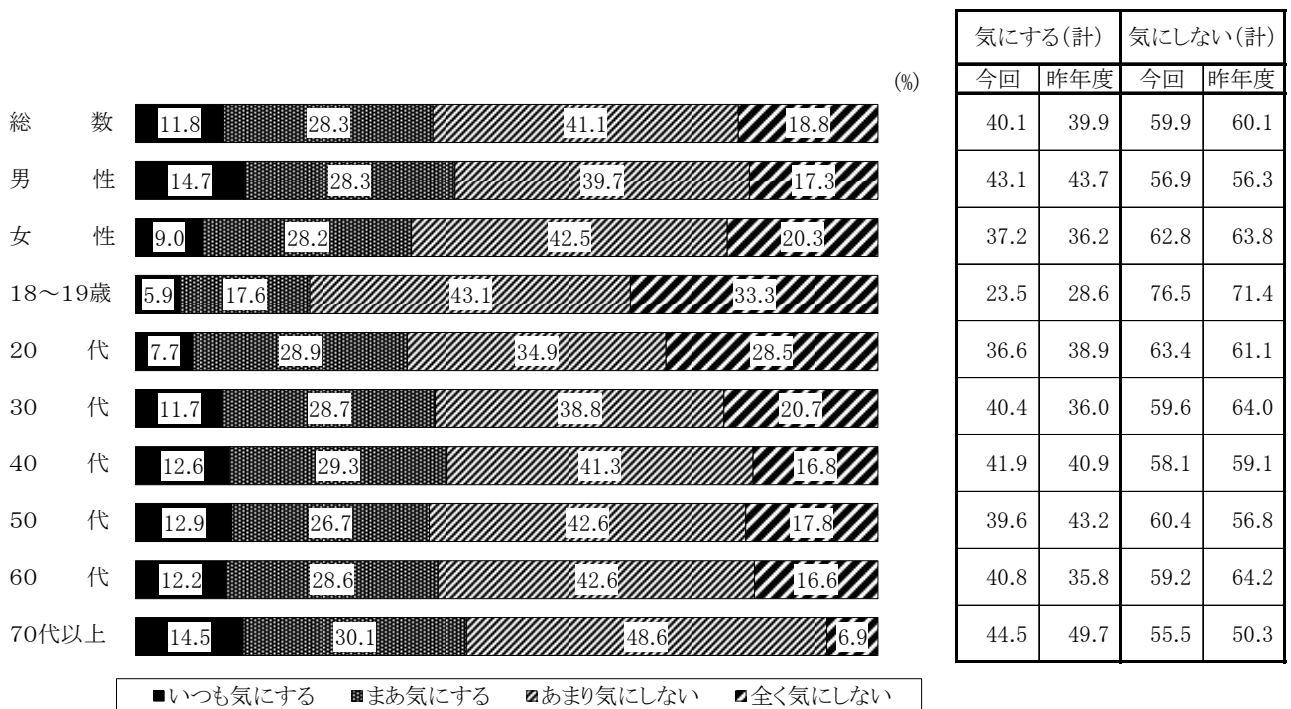


図 36-2 インターネットニュースの出所 (性・年代別) (n=2,153)



### 37. 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？（＊）

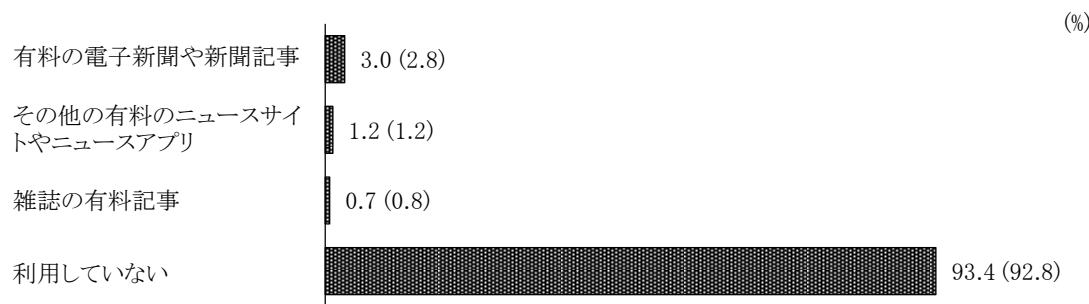
－ 利用していないが 93%、

「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 93.4%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 3.0%、「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 0.7%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 37-1 インターネットニュースの有料サービスの利用

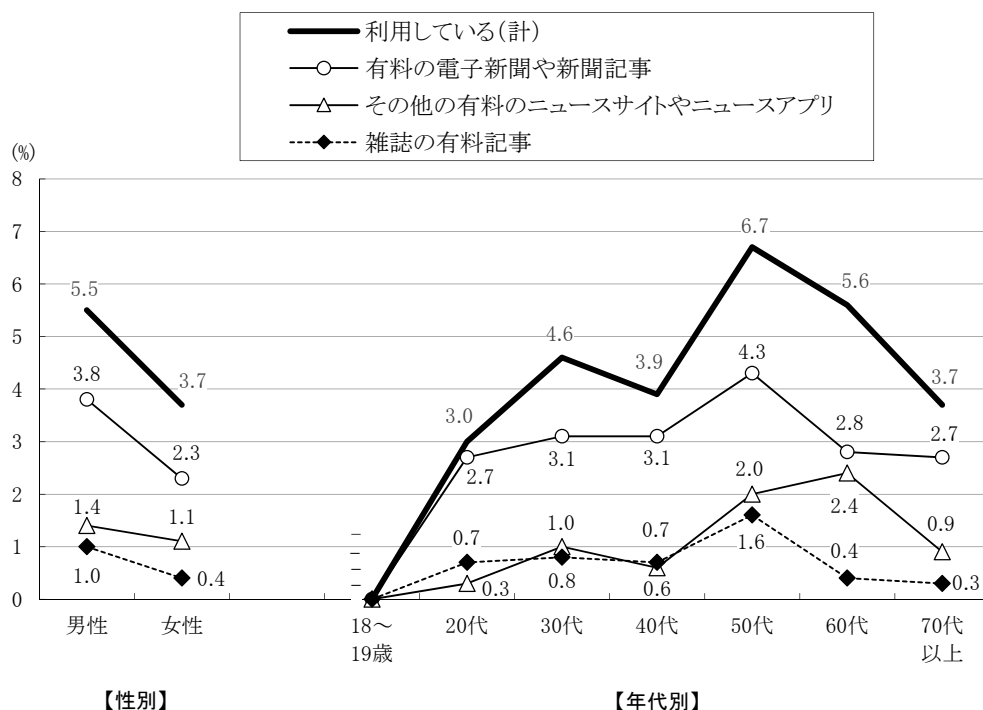
(複数回答、n=3,051)



注：( ) 内は昨年度調査の数値

図 37-2 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=3,051)



## 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 3,051（61.0%）

### <性別>

総数	男性	女性
3,051	1,467	1,584
100.0%	48.1%	51.9%

### ●調査方法

専門調査員による訪問留置法

### ●実査時期

2019年8月23日から9月10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
58	296	390	540	490	538	739
1.9%	9.7%	12.8%	17.7%	16.1%	17.6%	24.2%

第12回 メディアに関する全国世論調査（2019年）

2019年11月1日発行

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