

第 15 回
メディアに関する全国世論調査
(2022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」67.4点、2位「新聞」67.1点、3位「民放テレビ」62.1点>
2. 各メディアにつけた信頼度得点に影響が大きかったのは？ 3
 <「情報が分かりやすい」「情報源として欠かせない」「社会的影響力がある」>
3. 各メディアの信頼感の変化は？ 4
 <この1年間で新聞の信頼感が「低くなった」が8%
 理由は「特定の勢力に偏った報道をしているから」45%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」>

《ウクライナ情勢》

5. ウクライナ情勢への関心は？ 7
 <関心があるのは88%>
6. ウクライナ情勢に関する情報入手方法は？ 8
 <「民放テレビ」80%、「NHK テレビ」66%>
7. ウクライナ情勢の情報で信頼しているメディアは？ 9
 <「NHK テレビ」58%、「民放テレビ」56%>
8. ウクライナ情勢の報道は？ 10
 <「真実が見えにくい」59%>
9. ウクライナ情勢に関連した報道は？ 12
 <「日本経済や暮らしへの影響を知りたい」81%>
10. 日本が軍事攻撃を受ける不安は？ 13
 <「不安を感じる」77%、「不安を感じない」22%>
11. 台湾をめぐる中国の武力行使への危機感は？ 14
 <「危機感を持っている」79%、「危機感を持っていない」20%>
12. 中国が台湾を軍事的に攻撃した場合の日本の関与は？ 15
 <「米軍とともに戦う」賛成23%、反対74%>

《憲法改正》

13. 憲法改正問題に関心がある？ 17
 <「関心がある」65%、2019年度から変わらず>
14. 憲法改正への賛否は？ 18
 <「賛成」31%、「反対」16%>

《ニュースとメディア》

15. 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？ …… 19
 <ニュース接触率「民放テレビ」「インターネット」「NHK テレビ」「新聞」の順>
16. 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？ …… 21
 <接触時間の長い順は「民放テレビ」「NHK テレビ」「インターネット」「新聞」>
17. ニュースを読んだり見聞きしたりするのはいつ、どこで？ …… 22
 <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)」>
18. 大きなニュースを入手するメディアは？ …… 24
 <「民放テレビ」75%、「インターネット」65%、「NHK テレビ」54%、「新聞」40%>
19. どのメディアで各分野の情報を得る？ …… 25
 <全分野で民放テレビが1位>

《生活の中の新聞》

20. 新聞をどのように読んでいる？ …… 27
 <「月ぎめでとっている紙の新聞」52%、「読まない」35%>
21. 月ぎめ新聞の購読状況は？ …… 28
 <58%が購読、購読率は低下傾向が続く>
22. 月ぎめで新聞をとる理由は？ …… 30
 <「新聞を読むのが習慣になっているから」49%>
23. 月ぎめで新聞をとらない理由は？ …… 31
 <「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」78%>
24. 通信社の役割を知っている？ …… 32
 <「知っている」49%、「知らない」50%>
25. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？ …… 33
 <1位「共同通信」(73%)、2位「ロイター通信」(69%)>

《新聞への意見》

26. 新聞の記事の満足度は？ …… 34
 <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>
27. 新聞全般の満足度は？ …… 36
 <満足している人は43%、不満な人は9%>
28. 戸別配達をどう思う？ …… 37
 <日本独特の戸別配達制度、「続けてほしい」55%>
29. 新聞の購読料をどう思う？ …… 38
 <「高い」とする人が53%、「妥当」とする人が45%>
30. 今後、新聞とどう接する？ …… 39
 <「紙の新聞を購読する」が47%、「購読しない・読まない」が41%>

《インターネットとニュース》

31. インターネットニュースを見る時に使用する機器は？ …………… 40
 <スマートフォン・携帯電話が94%、モバイルのみでの閲覧が71%>
32. インターネットニュースを見る時、アクセスするのは？ …………… 41
 <ポータルサイトが81%、SNSは若い世代ほど多い>
33. インターネットニュースを見る時に出所を気にするか？ …………… 42
 <「気にする」46%、「気にしない」54%>
34. 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？ …………… 43
 <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4%>

(注) 本文の見出しに(*)があるのは過去の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」67.4点、2位「新聞」67.1点、3位「民放テレビ」62.1点 —

- 各メディアの情報をどの程度信頼しているかを、全面的に信頼している場合は100点、全く信頼していない場合は0点、普通の場合は50点として点数をつけてもらったところ、平均点が最も高かったのは「NHKテレビ」で67.4点、次いで「新聞」が67.1点、「民放テレビ」が62.1点となった。
- 第1回調査（2008年度）から第11回調査（2018年度）までは「NHKテレビ」が1位、第12回調査（2019年度）と第13回調査（2020年度）で「新聞」が1位となったが、前回調査で「新聞」は「NHKテレビ」に1位を譲り、今回も僅差で2位となった。
- 昨年度と比較すると、「NHKテレビ」（前回調査比1.6点低下）、「新聞」（前回調査比0.6点低下）、「インターネット」（同0.3点低下）は低下、「民放テレビ」（同0.8点上昇）は上昇した。
- 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で上位2位を占めており、幅広く厚い信頼を得ていることが分かる。

図1-1 各メディアの信頼度

(n=2,993)

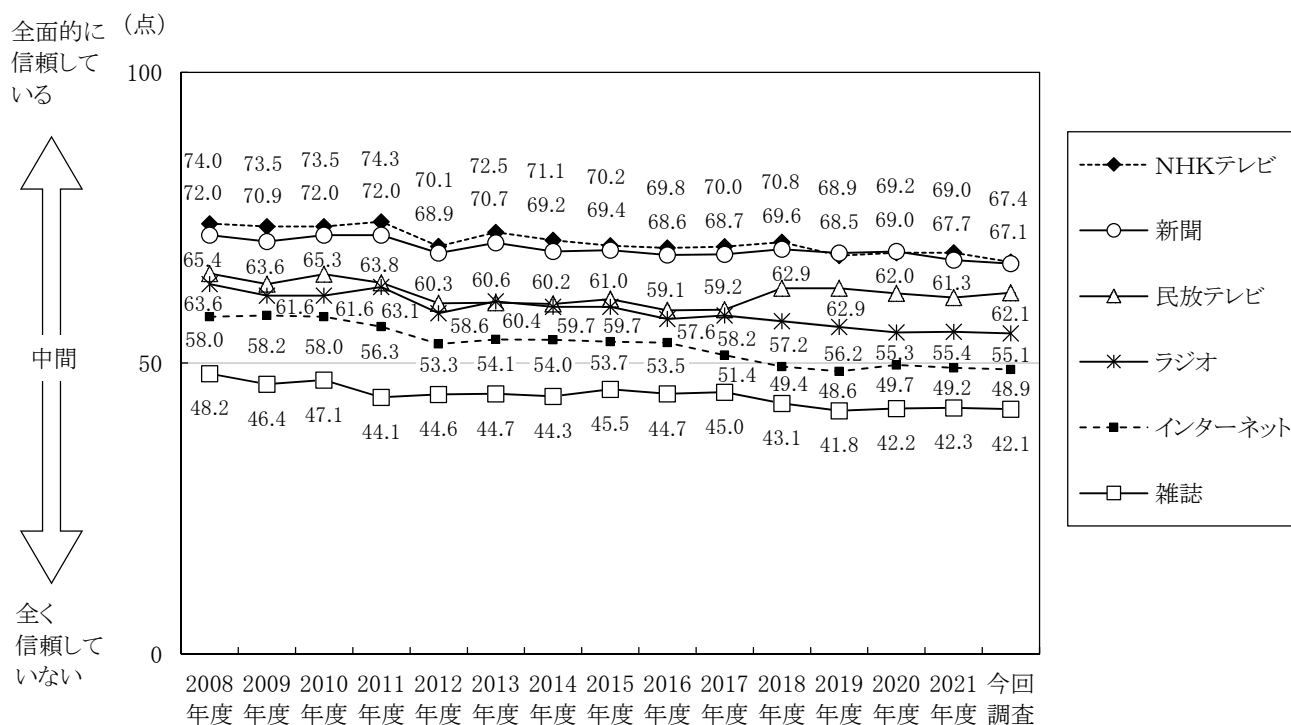


表 1-1 各メディアの信頼度（性・年代別）

(n=2,993)

(点)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総 数	NHKテレビ 67.4	新聞 67.1	民放テレビ 62.1	ラジオ 55.1	インターネット 48.9	雑誌 42.1
男 性	新聞 65.6	NHKテレビ 65.6	民放テレビ 60.7	ラジオ 54.9	インターネット 50.3	雑誌 41.6
女 性	NHKテレビ 69.0	新聞 68.5	民放テレビ 63.3	ラジオ 55.3	インターネット 47.7	雑誌 42.5
18-19歳	新聞 64.9	民放テレビ 62.5	NHKテレビ 58.5	ラジオ 58.0	インターネット 50.0	雑誌 48.0
20 代	新聞 63.5	NHKテレビ 60.4	民放テレビ 59.4	ラジオ 54.9	インターネット 53.6	雑誌 44.1
30 代	NHKテレビ 62.5	新聞 61.4	民放テレビ 56.8	ラジオ 52.5	インターネット 51.6	雑誌 43.1
40 代	新聞 66.5	NHKテレビ 65.6	民放テレビ 60.1	ラジオ 54.9	インターネット 51.6	雑誌 43.4
50 代	新聞 66.7	NHKテレビ 66.7	民放テレビ 62.6	ラジオ 58.5	インターネット 53.5	雑誌 44.4
60 代	NHKテレビ 69.3	新聞 68.4	民放テレビ 63.5	ラジオ 55.0	インターネット 49.1	雑誌 41.3
70代以上	NHKテレビ 73.3	新聞 71.3	民放テレビ 65.7	ラジオ 54.2	インターネット 38.7	雑誌 37.9

2. 各メディアにつけた信頼度得点に影響が大きかったのは？（*）

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

- ・各メディアの信頼度得点をつける際に最も影響の大きい要因を聞いたところ、「情報が分かりやすい」が18.4%で最も多く、次いで、「情報源として欠かせない」が17.6%、「社会的影響力がある」が12.6%となった。また、「何となく」と回答した人の割合は9.2%となった。
- ・年代別に見ると、「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、「何となく」と回答した人は、30代以下で多くなった。

図2-1 各メディアの信頼度得点をつけた要因

(n=2,993)

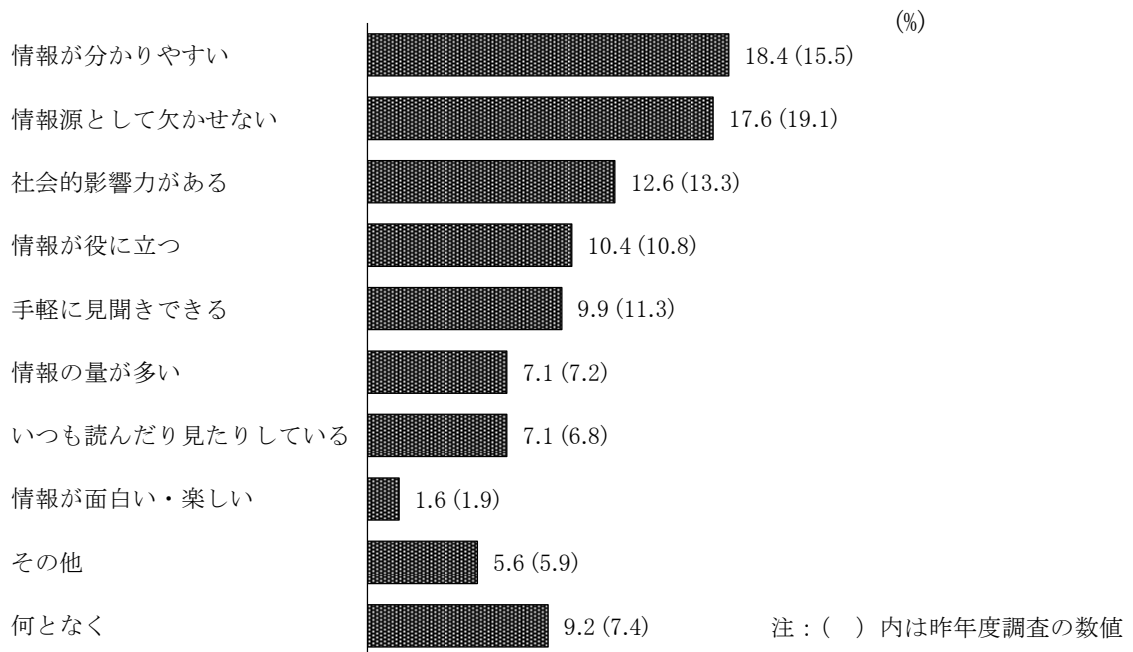
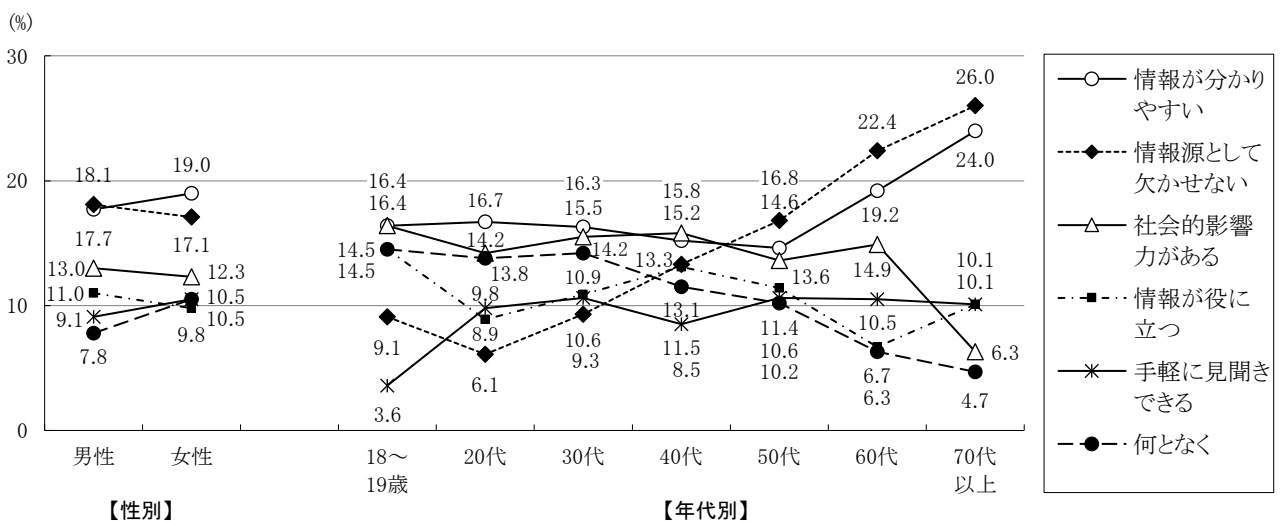


図2-2 各メディアの信頼度得点をつけた要因（性・年代別）

(n=2,993)



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%

理由は「特定の勢力に偏った報道をしているから」45%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70%以上と多数を占めた。「高くなった」は「インターネット」が5.9%と最も多くなった。一方、「低くなった」は「民放テレビ」が12.3%と最も多くなった。昨年度調査と比べると、「高くなった」は新聞の1.0ポイント減が最も変化が大きかった。「低くなった」は、NHKテレビが1.1ポイント増加したが、他のメディアは減少した。
- ・新聞の信頼感が「高くなった」と答えた人にその理由を聞いたところ、「情報が正確だから」（35.8%）が最も多かった。昨年度（41.2%）より5.4ポイント減少した。「根拠に基づく情報を報道しているから」（24.1%）は、昨年度（15.9%）より8.2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」（44.8%）が最も多かった。昨年度（42.8%）より2.0ポイント増加した。「政府や財界の主張通りに報道するだけだから」（16.5%）は、昨年度（11.0%）より5.5ポイント増加した。

図3-1 各メディアの信頼感の変化

(n=2,993)

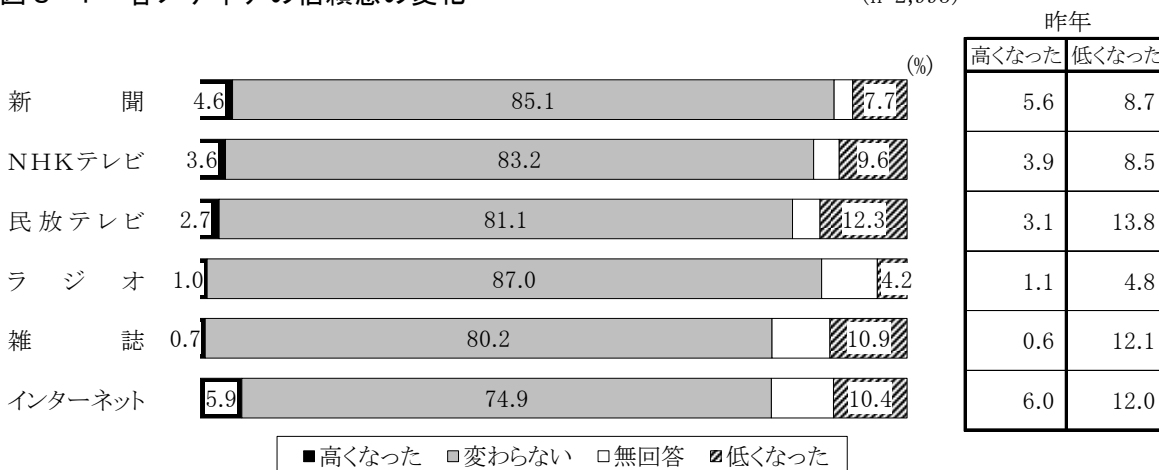


図3-2 新聞の信頼感が高くなった理由 (n=137)

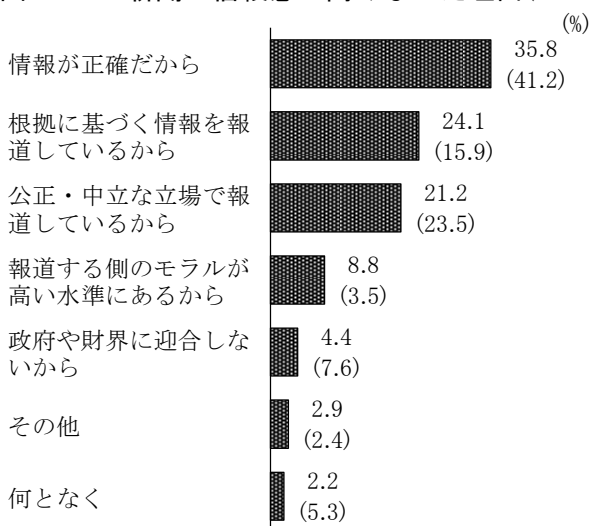
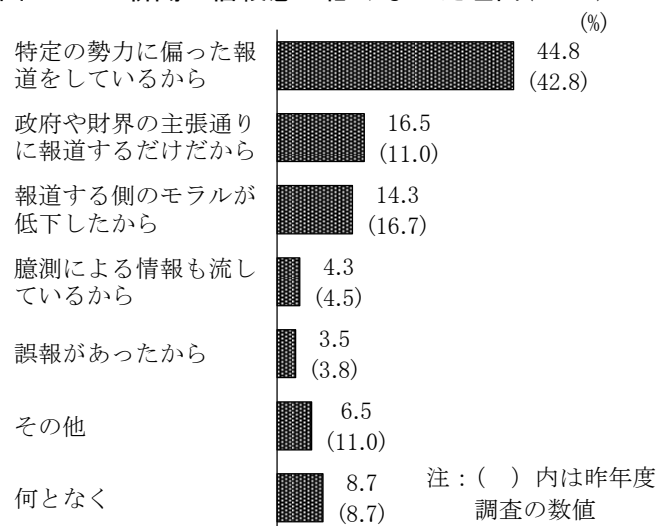


図3-3 新聞の信頼感が低くなった理由 (n=230)



注：() 内は昨年度調査の数値

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」では民放テレビが1位に、「手軽に見聞きできる」「情報源として欠かせない」「情報の量が多い」「情報が役に立つ」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、「情報の量が多い」で3位になった。
- ・昨年度調査と比較すると、NHK テレビは「情報が分かりやすい」（2.5ポイント）、「社会的影響力がある」（2.4ポイント）、新聞は「社会的影響力がある」（3.3ポイント）、「手軽に見聞きできる」（2.9ポイント）が減少した。一方、インターネットは「情報が面白い・楽しい」（3.0ポイント）、「社会的影響力がある」（2.8ポイント）、「手軽に見聞きできる」（3.1ポイント）、「情報源として欠かせない」（2.3ポイント）が増加した。
- ・年代別に見ると、「情報源として欠かせない」では、新聞、NHK テレビ、民放テレビは20代以降、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位となった。「情報が信頼できる」では、NHK テレビと新聞は、40代以上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」では、50代以下はインターネットが1位、60代以上は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=2,993）

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
情報が信頼できる	NHKテレビ 59.5 (61.1)	新聞 52.4 (53.1)	民放テレビ 42.9 (41.4)	インターネット 18.3 (19.1)	ラジオ 9.5 (10.1)	雑誌 2.4 (2.6)
情報が面白い・楽しい	民放テレビ 60.1 (60.3)	インターネット 54.1 (51.1)	NHKテレビ 20.3 (18.8)	新聞 18.1 (18.3)	雑誌 10.4 (11.2)	ラジオ 8.7 (9.2)
情報が分かりやすい	民放テレビ 57.4 (57.4)	NHKテレビ 43.8 (46.3)	インターネット 37.3 (36.0)	新聞 32.4 (34.2)	ラジオ 6.4 (6.9)	雑誌 3.7 (3.4)
社会的影響力がある	民放テレビ 53.0 (54.5)	NHKテレビ 52.6 (55.0)	インターネット 47.8 (45.0)	新聞 40.1 (43.4)	ラジオ 5.8 (6.0)	雑誌 3.8 (3.6)
手軽に見聞きできる	インターネット 65.9 (62.8)	民放テレビ 49.6 (50.8)	NHKテレビ 31.6 (33.3)	新聞 27.4 (30.3)	ラジオ 11.1 (10.6)	雑誌 4.3 (5.0)
情報源として欠かせない	インターネット 55.0 (52.7)	民放テレビ 48.6 (48.7)	NHKテレビ 41.1 (42.7)	新聞 36.2 (37.7)	ラジオ 8.3 (8.5)	雑誌 3.0 (3.4)
情報の量が多い	インターネット 50.4 (50.1)	民放テレビ 40.1 (40.0)	新聞 32.7 (33.4)	NHKテレビ 27.8 (29.0)	ラジオ 3.4 (3.4)	雑誌 3.2 (3.6)
情報が役に立つ	インターネット 50.1 (48.2)	民放テレビ 49.3 (50.8)	NHKテレビ 42.5 (42.9)	新聞 38.6 (40.0)	ラジオ 8.8 (8.6)	雑誌 6.5 (7.2)

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=2,993)

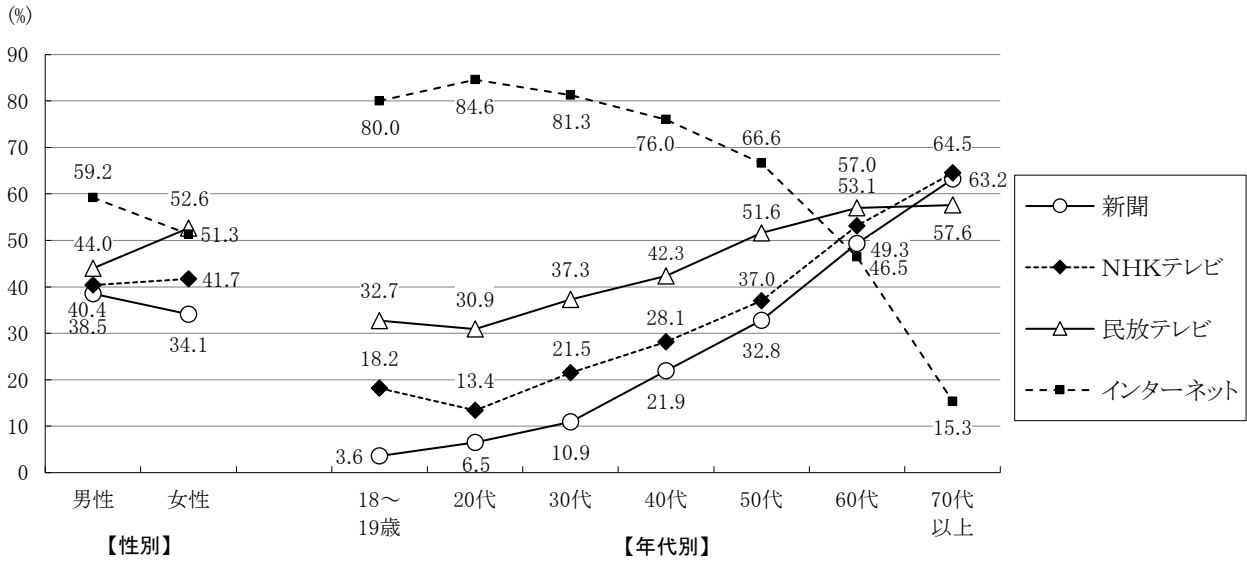


図4-2 「情報が信頼できる」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=2,993)

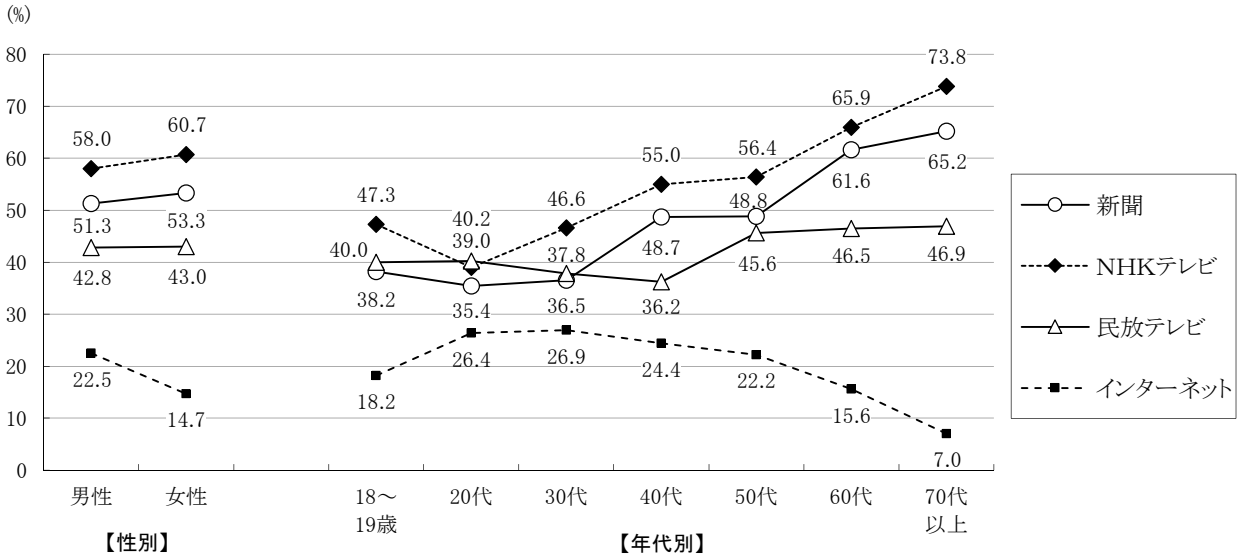
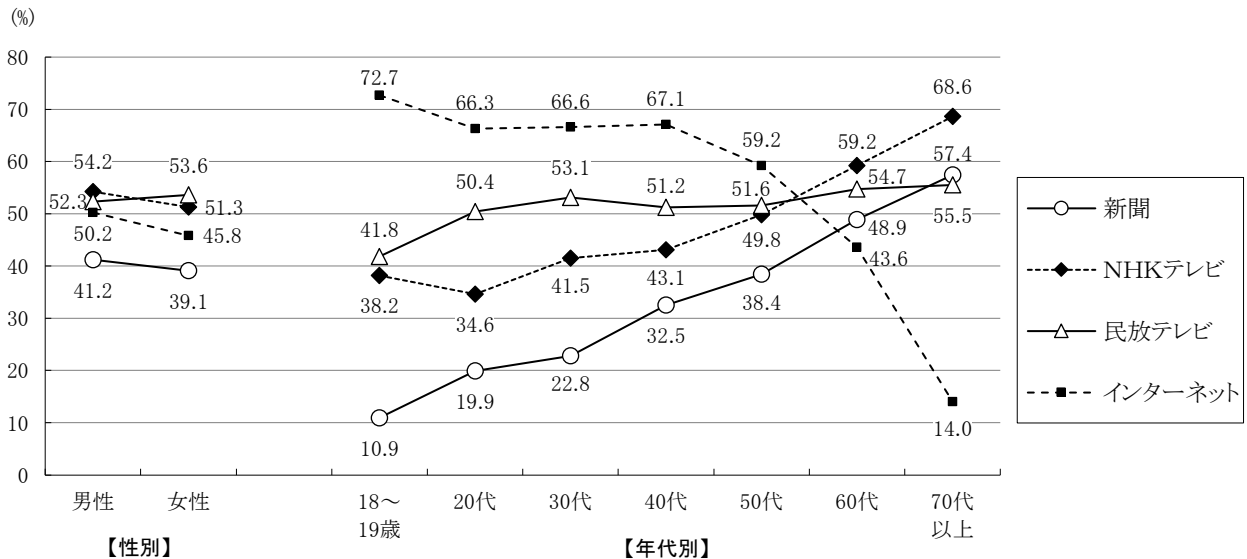


図4-3 「社会的影響力がある」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=2,993)



《ウクライナ情勢》

5. ウクライナ情勢への関心は？

— 関心があるのは88% —

- ・ウクライナ情勢に、「関心がある」と答えた人が88.4%（「関心がある」41.7%と「どちらかと言えば関心がある」46.7%の計）、「関心がない」と答えた人が11.0%（「関心がない」2.6%と「どちらかと言えば関心がない」8.4%の計）となった。
- ・性別に見ると、「関心がある」と答えた人は、女性の85.8%に対し男性が91.4%と、男性の方が5.6ポイント多かった。年代別に見ると、「関心がある」は、60代以上で90%台と高くなった。

※「関心がある（計）」＝「関心がある」＋「どちらかと言えば関心がある」
 「関心がない（計）」＝「どちらかと言えば関心がない」＋「関心がない」

図5-1 ウクライナ情勢への関心

(n=2,993)

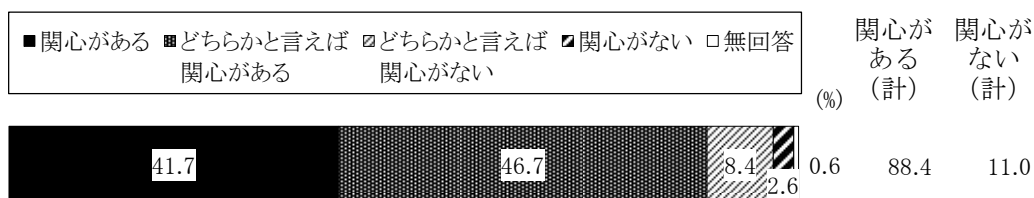
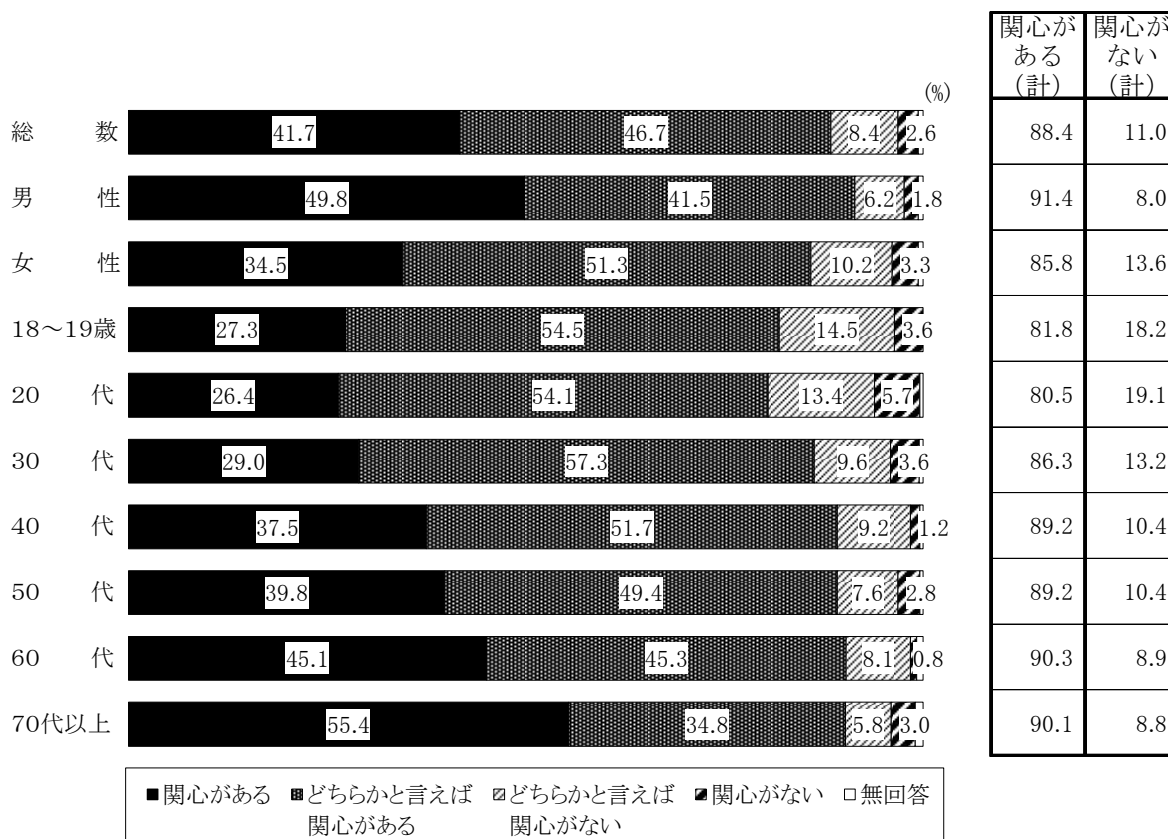


図5-2 ウクライナ情勢への関心（性・年代別）

(n=2,993)



6. ウクライナ情勢に関する情報入手方法は？

－ 「民放テレビ」80%、「NHK テレビ」66% －

- ・ウクライナ情勢に関する情報の入手方法を尋ねたところ、「民放テレビ（公式サイトも含む）」が最も多く79.7%、以下、「NHK テレビ（同）」65.9%、「ポータルサイト（Yahoo!、Googleなど）」34.4%、「新聞（全国紙）（同）」33.8%、「新聞（地方紙）（同）」22.2%、「インターネット動画サービス（YouTube、ABEMAなど）」21.8%、「SNS（LINE、Twitter、Facebookなど）」21.6%となった（複数回答）。民放テレビが多かった背景には、情報番組の視聴が考えられる。
- ・男女とも1～2位は変わらないが、男性は3位に「ポータルサイト」、4位に「新聞（全国紙）」が挙げられ、女性は3位に「新聞（全国紙）」、4位に「ポータルサイト」が挙げられた。年代別に見ると、1位には60代以下で「民放テレビ」、70代以上で「NHK テレビ」が挙げられた。2位には20代以下で「SNS」、30代で「ポータルサイト」、40～60代で「NHK テレビ」、70代以上で「民放テレビ」が挙げられた。

図6-1 ウクライナ情勢に関する情報入手方法

（複数回答、n=2,993）

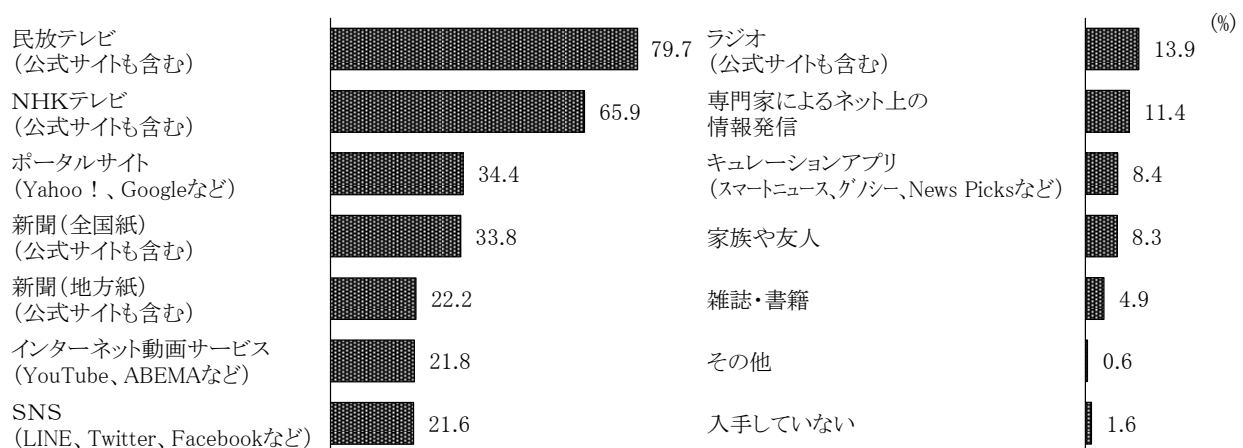


表6-1 ウクライナ情勢に関する情報入手方法（性・年代別）

（複数回答、n=2,993）

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
総数	民放テレビ 79.7	NHKテレビ 65.9	ポータルサイト 34.4	新聞(全国紙) 33.8	新聞(地方紙) 22.2	ネット動画サービス 21.8	SNS 21.6
男性	民放テレビ 78.7	NHKテレビ 66.3	ポータルサイト 39.9	新聞(全国紙) 36.2	ネット動画サービス 27.4	新聞(地方紙) 21.7	SNS 19.0
女性	民放テレビ 80.6	NHKテレビ 65.6	新聞(全国紙) 31.8	ポータルサイト 29.5	SNS 23.8	新聞(地方紙) 22.6	ネット動画サービス 16.8
18-19歳	民放テレビ 76.4	SNS 65.5	NHKテレビ 43.6	ネット動画サービス 34.5	ポータルサイト 25.5	家族や友人 23.6	ラジオ/専門家のネット 情報発信 12.7
20代	民放テレビ 63.8	SNS 60.6	ネット動画サービス 35.4	NHKテレビ 35.0	ポータルサイト 33.7	専門家のネット情報 発信 14.6	新聞(全国紙) 13.8
30代	民放テレビ 72.5	ポータルサイト 48.4	NHKテレビ 47.4	SNS 39.1	ネット動画サービス 29.5	新聞(全国紙) 20.2	専門家のネット情報 発信 15.0
40代	民放テレビ 78.8	NHKテレビ 59.8	ポータルサイト 53.3	新聞(全国紙) 28.3	ネット動画サービス 27.3	SNS 23.8	新聞(地方紙) 16.0
50代	民放テレビ 80.8	NHKテレビ 63.2	ポータルサイト 48.0	新聞(全国紙) 30.0	ネット動画サービス 25.8	新聞(地方紙) 22.0	SNS 18.6
60代	民放テレビ 85.9	NHKテレビ 77.6	新聞(全国紙) 38.6	新聞(地方紙) 32.1	ポータルサイト 29.7	ネット動画サービス 16.4	ラジオ 13.1
70代以上	NHKテレビ 84.6	民放テレビ 84.5	新聞(全国紙) 51.5	新聞(地方紙) 31.0	ラジオ 20.1	ポータルサイト 10.2	ネット動画サービス 10.0

7. ウクライナ情勢の情報で信頼しているメディアは？

－ 「NHK テレビ」 58%、「民放テレビ」 56% －

- ・ウクライナ情勢に関する情報で信頼しているものを尋ねたところ、「NHK テレビ」が最も多く 57.5%、以下、「民放テレビ」56.1%、「新聞（全国紙）」28.4%、「新聞（地方紙）」16.9%、「ポータルサイト」13.5%となった（複数回答）。
- ・男性は1位に「NHK テレビ」、2位に「民放テレビ」、女性は1位に「民放テレビ」、2位に「NHK テレビ」が挙げられた。3位は男女とも「新聞（全国紙）」が挙げられた。年代別に見ると、1位には50代以下で「民放テレビ」、60代以上で「NHK テレビ」が挙げられた。2位には50代以下で「NHK テレビ」、60代以上で「民放テレビ」が挙げられた。3位には20代以下で「SNS」、30代以上で「新聞（全国紙）」が挙げられた。

図7-1 ウクライナ情勢の情報で信頼しているメディア (複数回答、n=2,993)

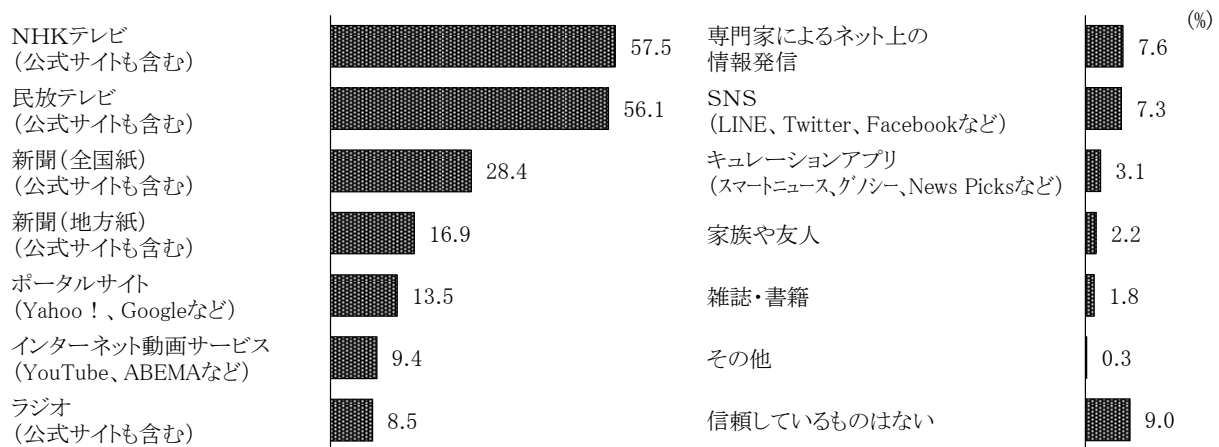


表7-1 ウクライナ情勢の情報で信頼しているメディア (性・年代別) (複数回答、n=2,993)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
総数	NHKテレビ 57.5	民放テレビ 56.1	新聞(全国紙) 28.4	新聞(地方紙) 16.9	ポータルサイト 13.5	ネット動画サービス 9.4	ラジオ 8.5
男性	NHKテレビ 57.8	民放テレビ 54.4	新聞(全国紙) 31.0	ポータルサイト 17.2	新聞(地方紙) 15.9	ネット動画サービス 11.9	ラジオ 9.8
女性	民放テレビ 57.5	NHKテレビ 57.3	新聞(全国紙) 26.2	新聞(地方紙) 17.8	ポータルサイト 10.3	ラジオ 7.3	SNS/ネット動画サービス 7.2
18-19歳	民放テレビ 45.5	NHKテレビ 30.9	SNS 14.5	ネット動画サービス 12.7	新聞(全国紙) / 新聞(地方紙)	新聞(地方紙) / 家族や友人	9.1
20代	民放テレビ 39.0	NHKテレビ 27.2	SNS 21.1	ネット動画サービス 13.4	ポータルサイト 12.6	新聞(全国紙) 11.8	新聞(地方紙) 6.9
30代	民放テレビ 44.8	NHKテレビ 38.6	新聞(全国紙) / ポータルサイト	ポータルサイト 16.1	ネット動画サービス 13.0	SNS 11.4	専門家のネット情報発信 10.1
40代	民放テレビ 52.7	NHKテレビ 49.6	新聞(全国紙) 22.7	ポータルサイト 21.7	新聞(地方紙) 12.5	ネット動画サービス 10.0	専門家のネット情報発信 9.6
50代	民放テレビ 55.2	NHKテレビ 53.6	新聞(全国紙) 24.4	ポータルサイト 18.0	新聞(地方紙) 14.8	ネット動画サービス 11.4	専門家のネット情報発信 10.6
60代	NHKテレビ 69.7	民放テレビ 64.6	新聞(全国紙) 32.5	新聞(地方紙) 24.0	ポータルサイト 12.3	ネット動画サービス 7.9	ラジオ 7.3
70代以上	NHKテレビ 78.1	民放テレビ 65.0	新聞(全国紙) 44.6	新聞(地方紙) 24.5	ラジオ 15.2	ポータルサイト 5.7	ネット動画サービス 5.3

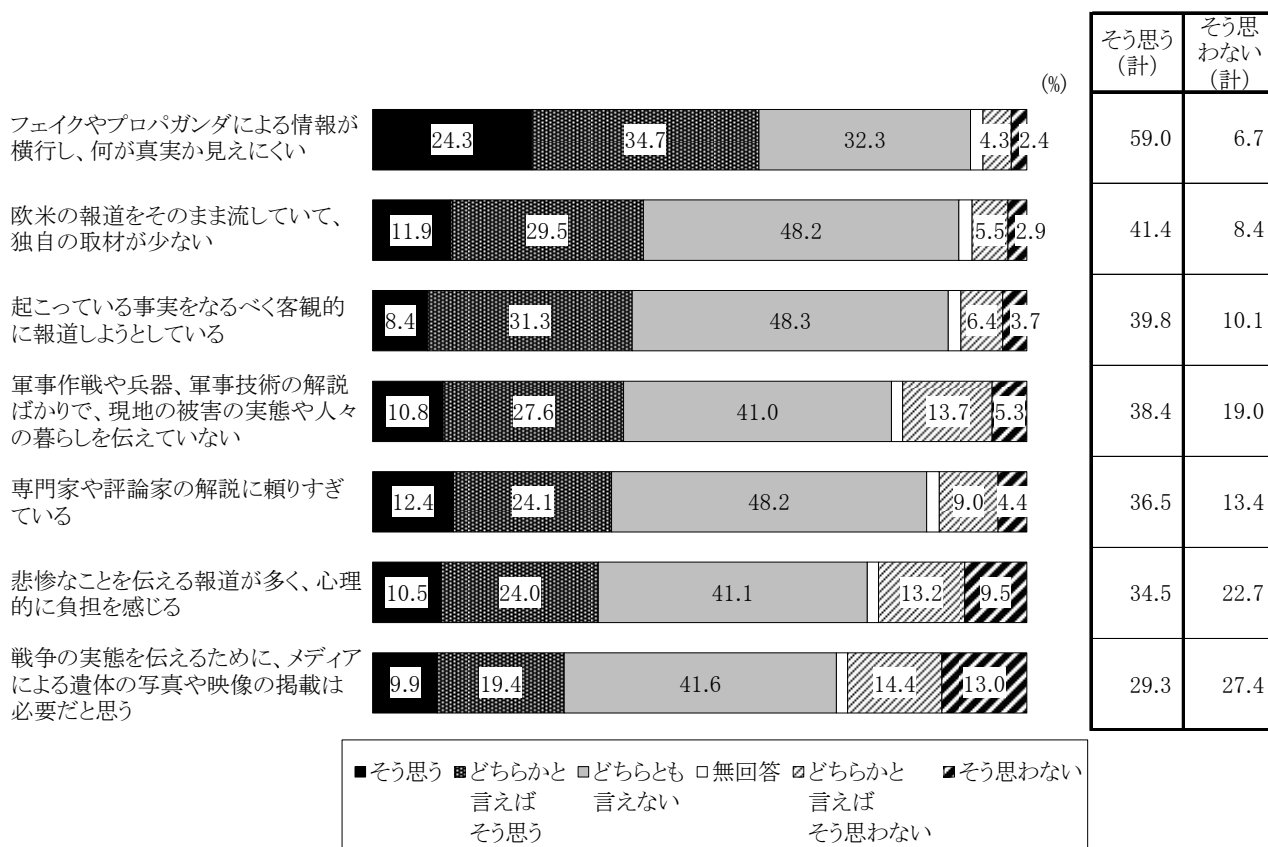
8. ウクライナ情勢の報道は？

— 「真実が見えにくい」59% —

・ウクライナ情勢の報道について7つの項目を挙げてどう思うか尋ねた。「そう思う」（「そう思う」と「どちらかと言えばそう思う」の計）が最も多かったのは、「フェイクやプロパガンダによる情報が横行し、何が真実か見えにくい」59.0%だった。以下、「そう思う」の割合は「欧米の報道をそのまま流して、独自の取材が少ない」41.4%、「起こっている事実をなるべく客観的に報道しようとしている」39.8%、「軍事作戦や兵器、軍事技術の解説ばかりで、現地の被害の実態や人々の暮らしを伝えていない」38.4%、「専門家や評論家の解説に頼りすぎている」36.5%、「悲惨なことを伝える報道が多く、心理的に負担を感じる」34.5%、「戦争の実態を伝えるために、メディアによる遺体の写真や映像の掲載は必要だと思う」29.3%となったが、いずれも「どちらとも言えない」と回答した人の割合が上回った。

図8-1 ウクライナ情勢の報道

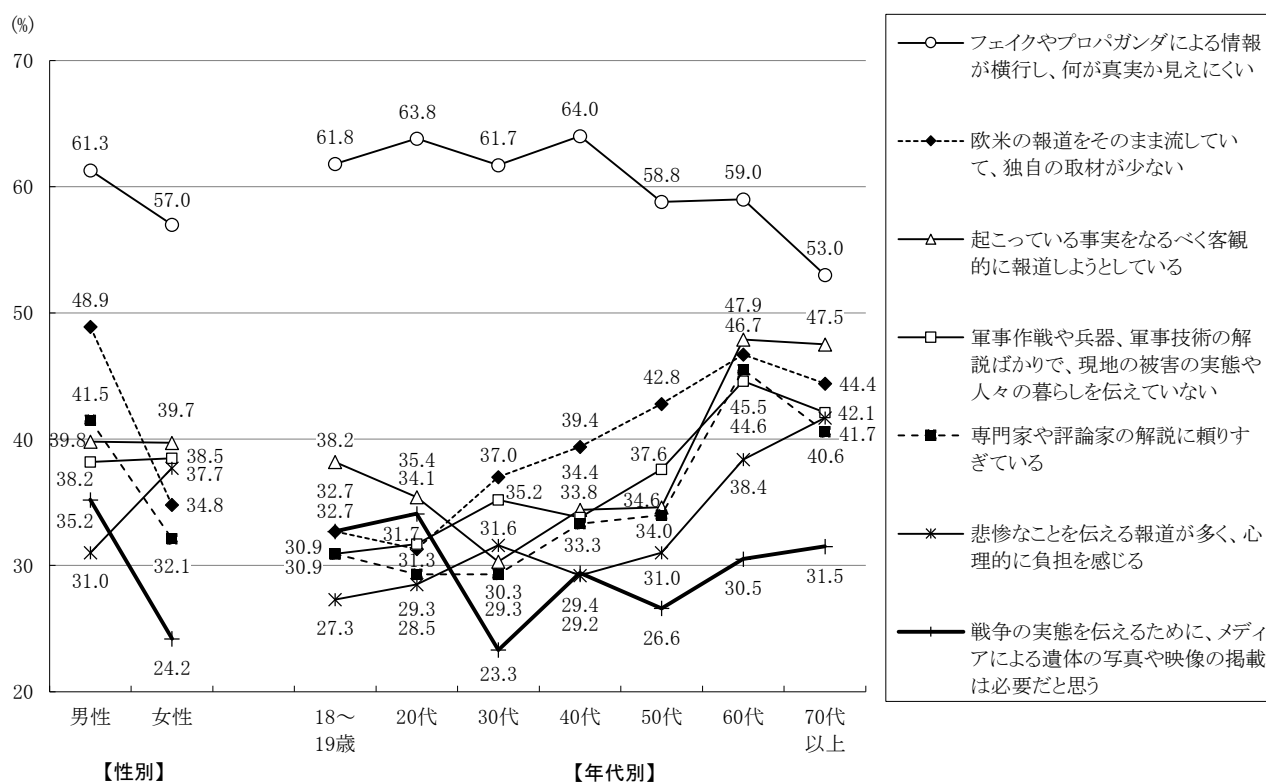
(n=2,993)



- ・「そう思う（計）」の割合を性別に見ると、「フェイクやプロパガンダによる情報が横行し、何が真実か見えにくい」「欧米の報道をそのまま流して、独自の取材が少ない」「専門家や評論家の解説に頼りすぎている」「戦争の実態を伝えるために、メディアによる遺体の写真や映像の掲載は必要だと思う」は、女性より男性の方が多かった。「悲惨なことを伝える報道が多く、心理的に負担を感じる」は、男性より女性の方が多かった。
- ・年代別に見ると、「フェイクやプロパガンダによる情報が横行し、何が真実か見えにくい」は40代以下で60%台、50代以上で50%台となった。「戦争の実態を伝えるために、メディアによる遺体の写真や映像の掲載は必要だと思う」は20代で最も多く34.1%だった。他の項目は60代以上で多かった。

図8-2 ウクライナ情勢の報道「そう思う（計）」の割合（性・年代別）

(n=2,993)



9. ウクライナ情勢に関連した報道は？

— 「日本経済や暮らしへの影響を知りたい」81% —

- ・ウクライナ情勢に関連した報道について4つの項目を挙げてどう思うか尋ねた。「そう思う」（「そう思う」と「どちらかと言えばそう思う」の計）が最も多かったのは、「ウクライナ情勢が日本の経済や自分の暮らしにどう影響を及ぼすのか知りたい」81.0%だった。以下、「そう思う」の割合は「具体的にどのような防衛上の脅威が日本にあるのか知りたい」72.2%、「防衛費の増額が話題となったが、その具体的な内容があまり報じられていない」69.9%、「他国から日本が攻撃されるという危機感をあおられていると感じる」41.5%となった。
- ・「そう思う（計）」の割合を性別に見ると、全ての項目について、女性より男性の方が多かった。年代別に見ると、全ての項目について60代で最も多かった。

図9-1 ウクライナ情勢に関連した報道

(n=2,993)

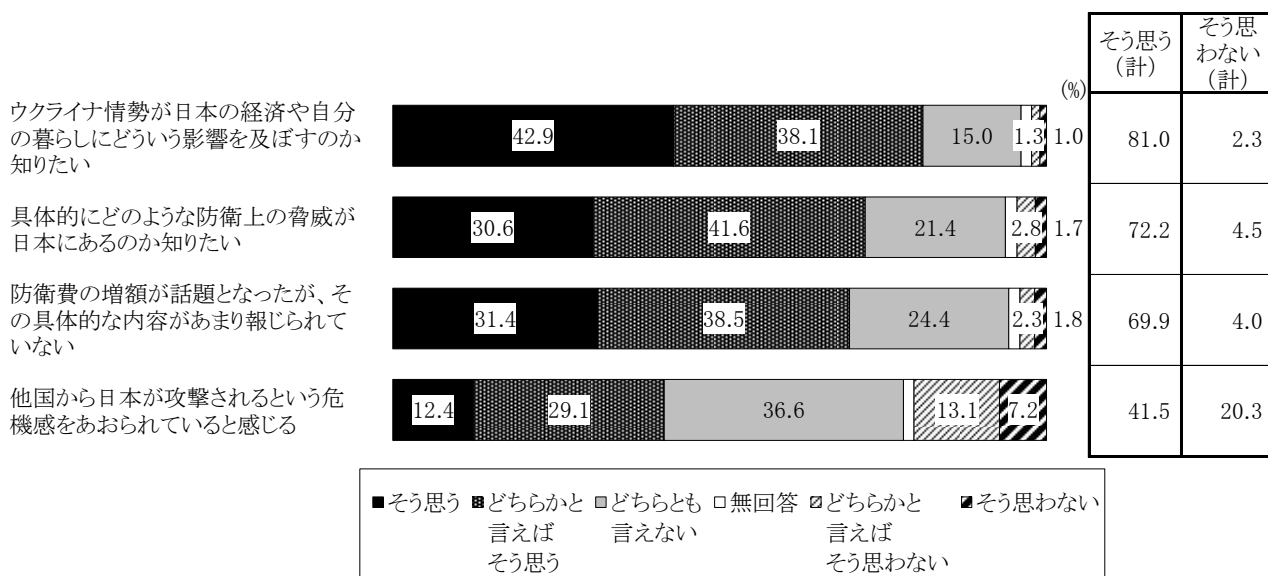
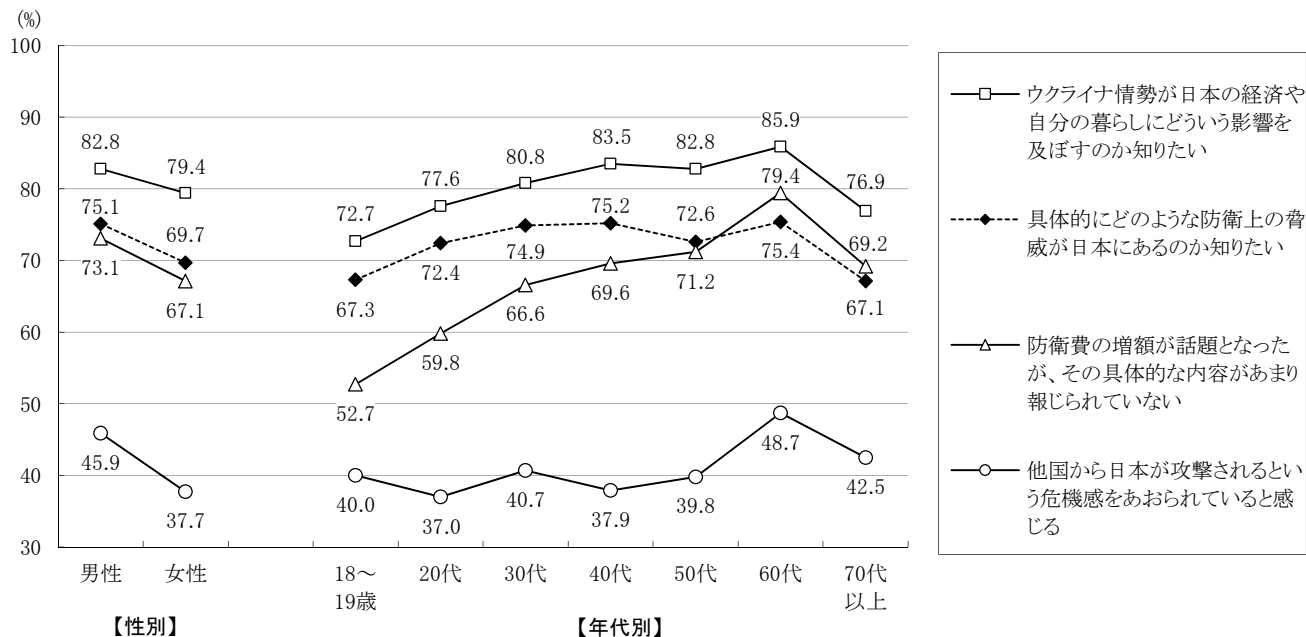


図9-2 ウクライナ情勢に関連した報道「そう思う（計）」の割合（性・年代別）

(n=2,993)



10. 日本が軍事攻撃を受ける不安は？

— 「不安を感じる」77%、「不安を感じない」22% —

- ・日本が他国から軍事攻撃を受ける不安をどれくらい感じるか尋ねたところ、「不安を感じる」と答えた人が76.6%（「とても不安を感じる」18.8%と「どちらかと言えば不安を感じる」57.8%の計）で、「不安を感じない」と答えた人の22.2%（「まったく不安を感じない」2.6%と「どちらかと言えば不安を感じない」19.6%の計）を大きく上回った。
- ・性別では差が見られないが、年代別に見ると、「不安を感じる」は、18～19歳と70代以上で約80%と高かったが、20代で68.3%だった。

※「不安を感じる（計）」＝「とても不安を感じる」＋「どちらかと言えば不安を感じる」
 「不安を感じない（計）」＝「どちらかと言えば不安を感じない」＋「まったく不安を感じない」

図 10-1 日本が軍事攻撃を受ける不安

(n=2,993)

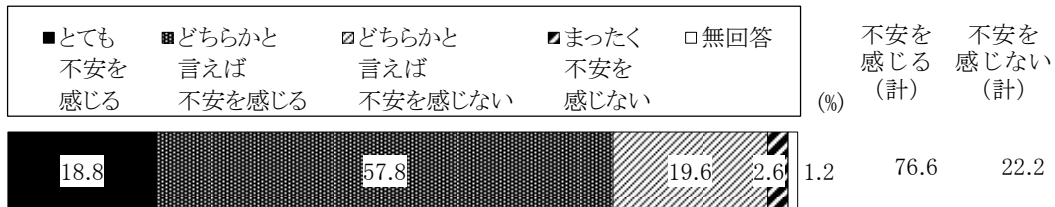
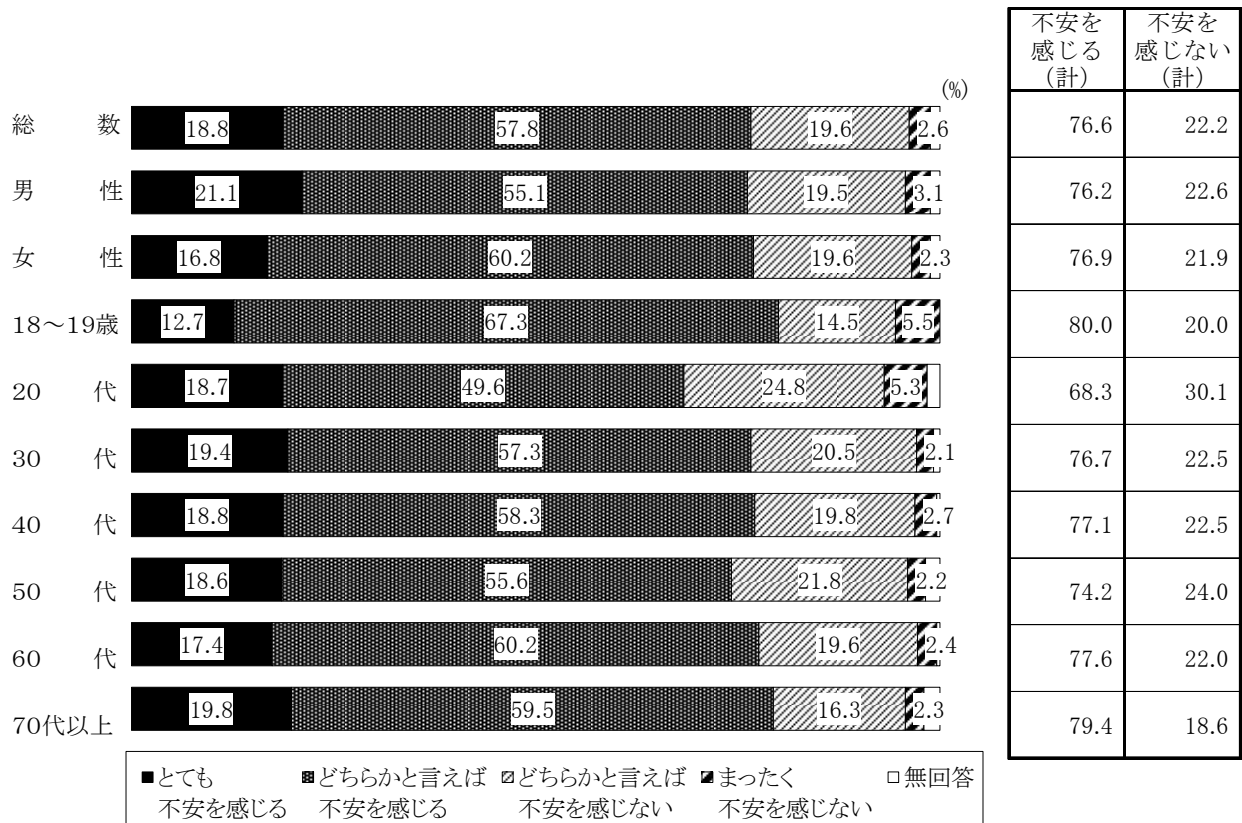


図 10-2 日本が軍事攻撃を受ける不安（性・年代別）

(n=2,993)



11. 台湾をめぐる中国の武力行使への危機感は？

— 「危機感を持っている」79%、「危機感を持っていない」20% —

- ・東アジアでも台湾をめぐる中国が武力を使うようなことが起きるのではないかとこの危機感を持っているか尋ねたところ、「危機感を持っている」と答えた人が79.1%（「非常に危機感を持っている」21.9%と「どちらかと言えば危機感を持っている」57.2%の計）で、「危機感を持っていない」と答えた人の19.5%（「まったく危機感を持っていない」2.8%と「どちらかと言えば危機感を持っていない」16.7%の計）を大きく上回った。
- ・性別に見ると、「危機感を持っている」と答えた人は、女性の76.8%に対し男性が81.6%と、男性の方が4.8ポイント多かった。年代別に見ると、「危機感を持っている」は、20代以下で70%弱だが、年代が高くなるに従って高くなり50代以上で80%を超えた。

※「危機感を持っている（計）」＝「非常に危機感を持っている」＋「どちらかと言えば危機感を持っている」
 「危機感を持っていない（計）」＝「どちらかと言えば危機感を持っていない」＋「まったく危機感を持っていない」

図 11-1 台湾をめぐる中国の武力行使への危機感 (n=2,993)

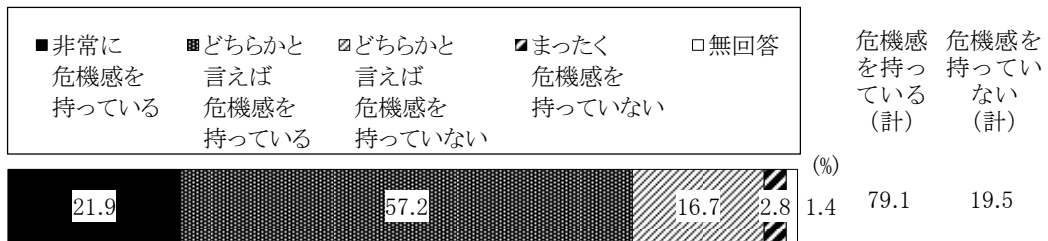
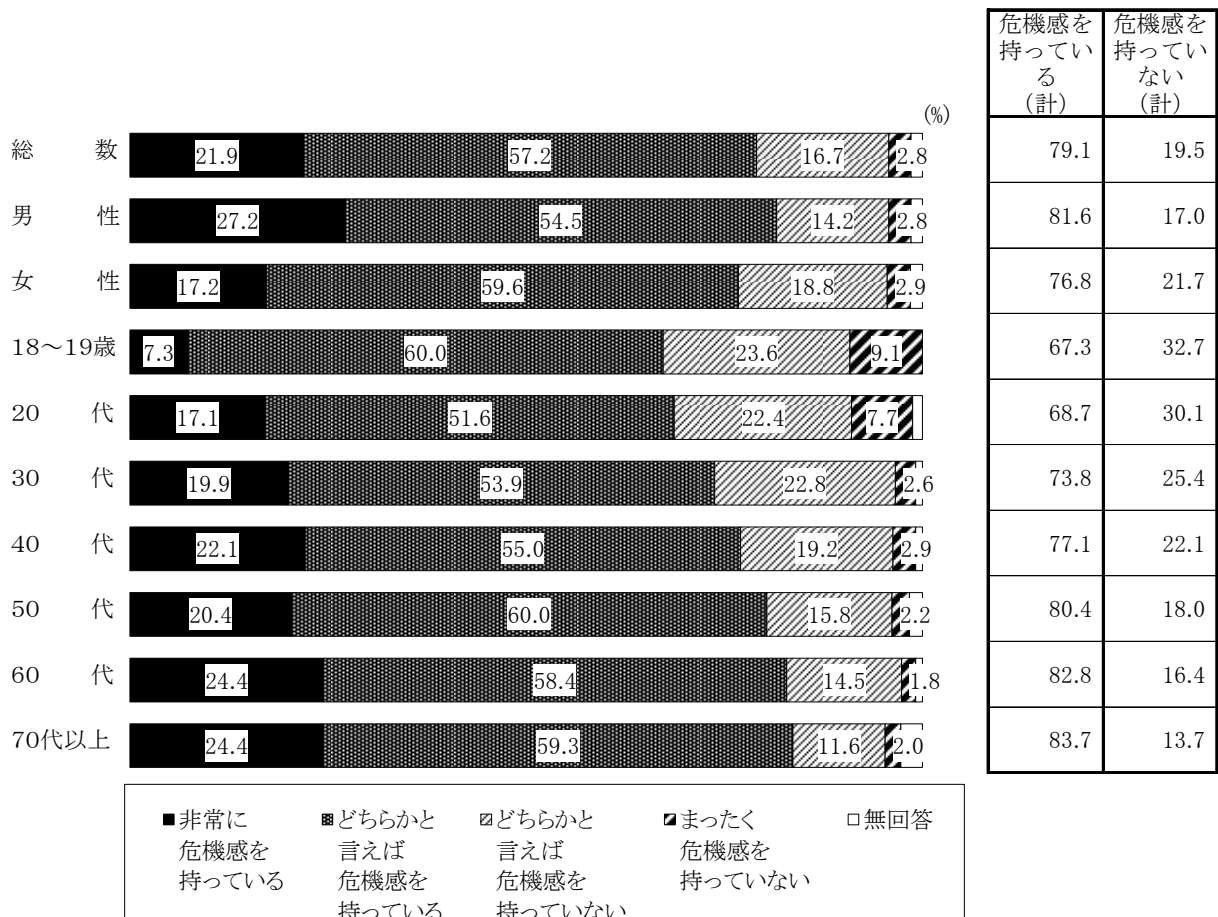


図 11-2 台湾をめぐる中国の武力行使への危機感（性・年代別） (n=2,993)



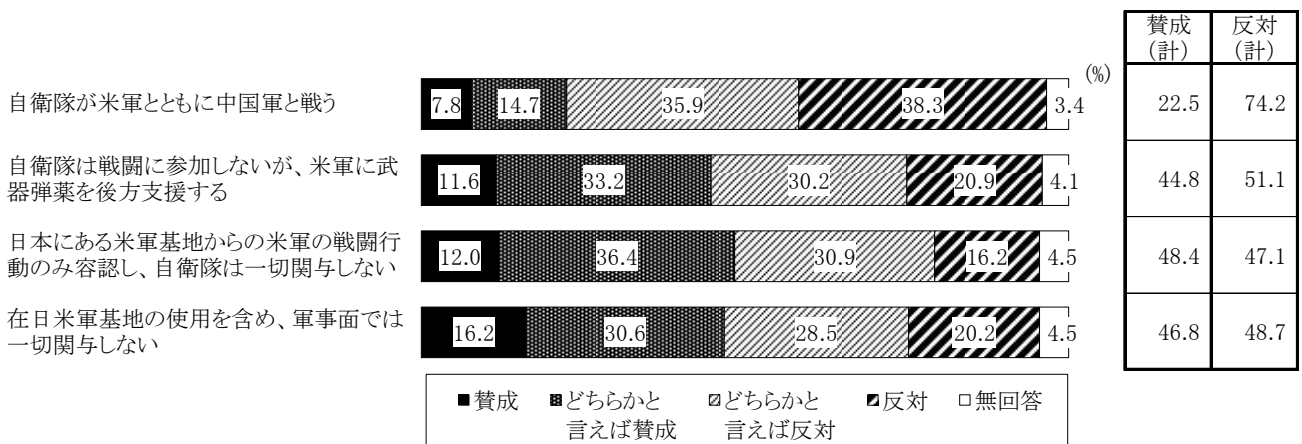
12. 中国が台湾を軍事的に攻撃した場合の日本の関与は？

— 「米軍とともに戦う」賛成 23%、反対 74% —

- ・中国が台湾を軍事的に攻撃するような事態になった場合の日本の関与について尋ねた。「自衛隊が米軍とともに中国軍と戦う」に賛成と答えた人の割合は 22.5%（「賛成」 7.8%と「どちらかと言えば賛成」 14.7%の計）で、「反対」と答えた人が 74.2%（「反対」 38.3%と「どちらかと言えば反対」 35.9%の計）と上回った。
- ・「自衛隊は戦闘に参加しないが、米軍に武器弾薬を後方支援する」に賛成と答えた人の割合は 44.8%（「賛成」 11.6%と「どちらかと言えば賛成」 33.2%の計）で、「反対」と答えた人が 51.1%（「反対」 20.9%と「どちらかと言えば反対」 30.2%の計）と上回った。
- ・「日本にある米軍基地からの米軍の戦闘行動のみ容認し、自衛隊は一切関与しない」に賛成と答えた人の割合は 48.4%（「賛成」 12.0%と「どちらかと言えば賛成」 36.4%の計）、「反対」と答えた人が 47.1%（「反対」 16.2%と「どちらかと言えば反対」 30.9%の計）だった。
- ・「在日米軍基地の使用を含め、軍事面では一切関与しない」に賛成と答えた人の割合は 46.8%（「賛成」 16.2%と「どちらかと言えば賛成」 30.6%の計）で、「反対」と答えた人が 48.7%（「反対」 20.2%と「どちらかと言えば反対」 28.5%の計）だった。

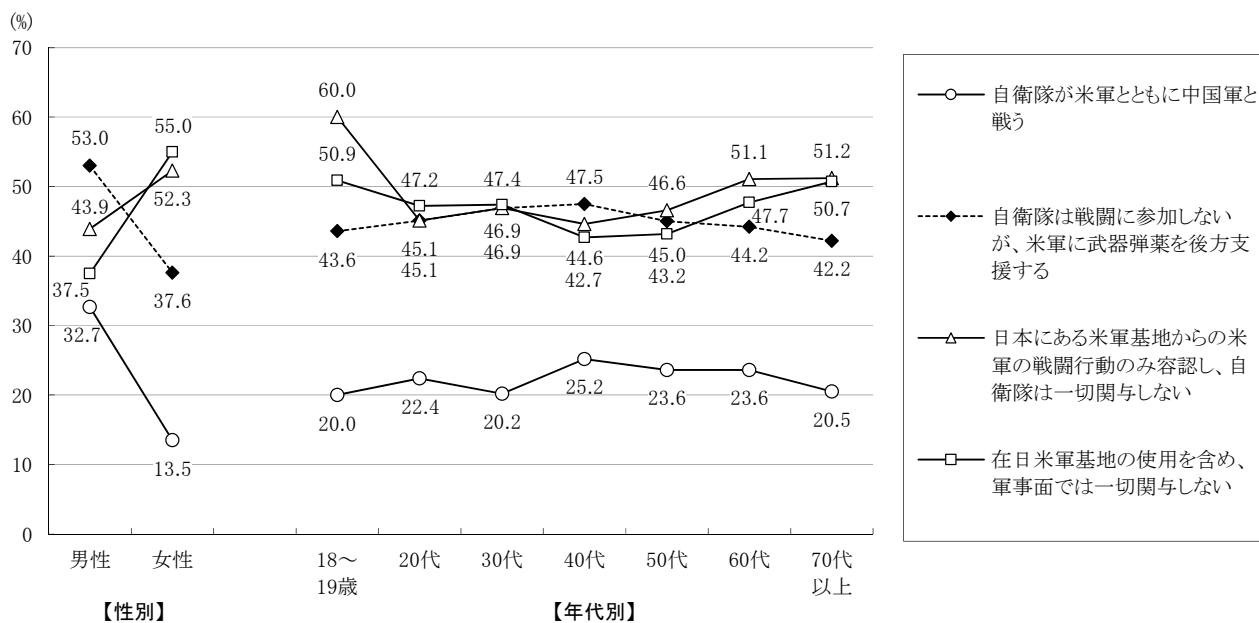
図 12-1 中国が台湾を軍事的に攻撃した場合の日本の関与

(n=2,993)



- ・「そう思う（計）」の割合を性別に見ると、「自衛隊が米軍とともに中国軍と戦う」「自衛隊は戦闘に参加しないが、米軍に武器弾薬を後方支援する」は、女性より男性の方が多かった。一方、「日本にある米軍基地からの米軍の戦闘行動のみ容認し、自衛隊は一切関与しない」「在日米軍基地の使用を含め、軍事面では一切関与しない」は、男性より女性の方が多かった。
- ・年代別に見ると、「日本にある米軍基地からの米軍の戦闘行動のみ容認し、自衛隊は一切関与しない」は18～19歳で60.0%と多いが、それ以外は年代による大きな差は見られなかった。

図 12-2 中国が台湾を軍事的に攻撃した場合の日本の関与「そう思う（計）」の割合（性・年代別）
(n=2,993)



《憲法改正》

13. 憲法改正問題に関心がある？（＊）

— 「関心がある」65%、2019年度から変わらず —

- ・憲法改正問題に、「関心がある」と答えた人が64.8%（「非常に関心がある」18.0%と「やや関心がある」46.8%の計）、「関心がない」と答えた人が34.5%（「全く関心がない」6.3%と「あまり関心がない」28.2%の計）となった。この質問は2013年度（第6回調査）から7年にわたって質問してきたが、2020、2021年度は質問していなかった。2019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60.9%に対し男性が69.3%と、男性の方が8.4ポイント多かった。年代別に見ると、「関心がある」は20代で49.2%と最も低く、年代の高い層で高くなる傾向が見られ70代以上で70.0%と最も高かった。

※「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 13-1 憲法改正問題への関心 (n=2,993)

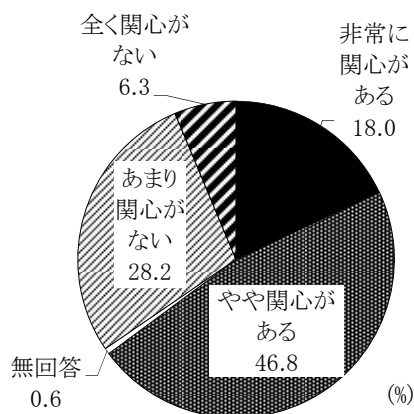


図 13-2 憲法改正問題への関心（時系列）

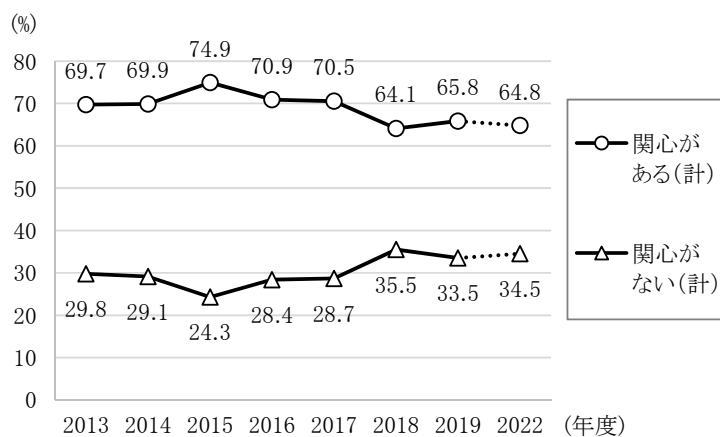
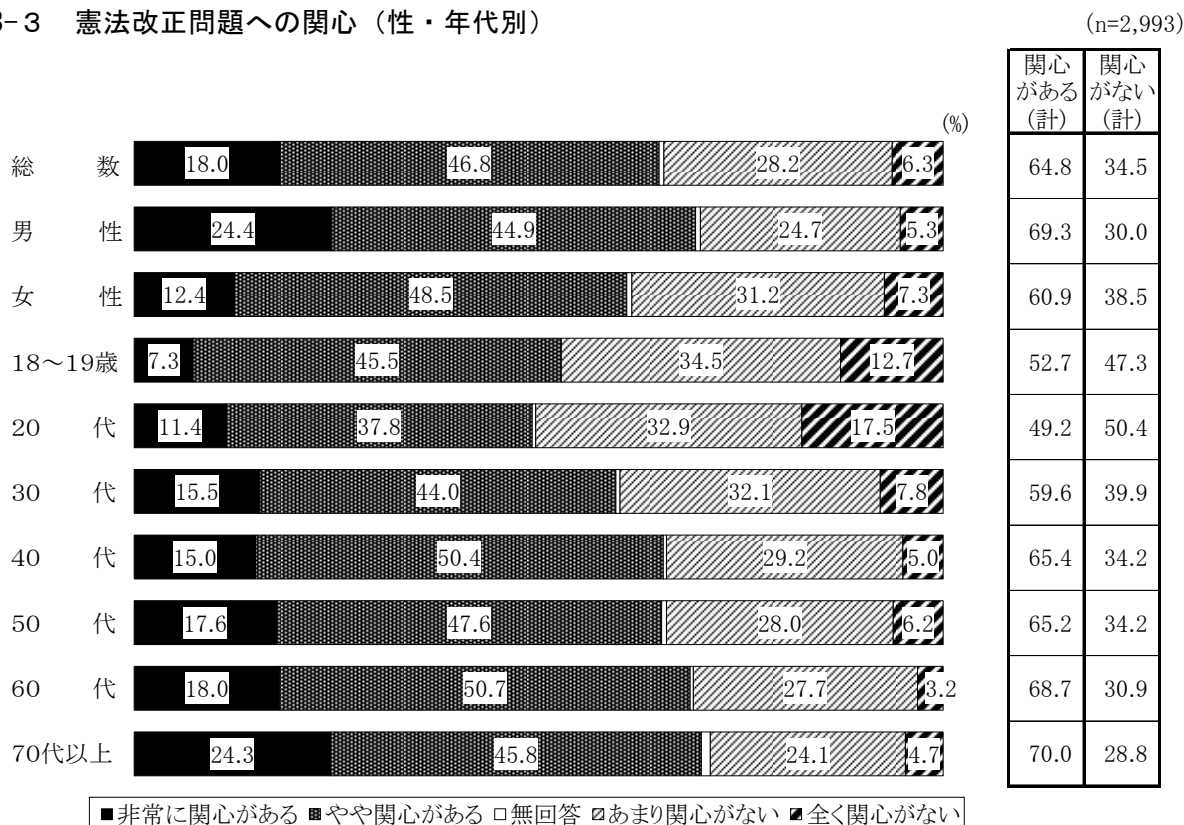


図 13-3 憲法改正問題への関心（性・年代別）



14. 憲法改正への賛否は？（*）

— 「賛成」31%、「反対」16% —

- ・憲法改正への賛否については、「どちらとも言えない」が最も多く51.9%、「賛成」と答えた人が31.4%（「賛成」10.9%と「どちらかと言えば賛成」20.5%の計）、「反対」と答えた人が16.0%（「反対」6.5%と「どちらかと言えば反対」9.6%の計）となった。この質問は2014年度（第7回調査）から5年にわたって質問してきたが、2019～2021年度は質問していなかった。2018年度からは「反対」が減少し、「賛成」と「どちらとも言えない」が微増した。
- ・性別に見ると、「賛成」と答えた人は、女性の24.5%に対し男性が39.3%と、男性の方が14.8ポイント多かった。「どちらとも言えない」は、男性の44.5%に対し女性が58.3%と、女性の方が13.8ポイント多かった。年代別に見ると、全ての年代で「どちらとも言えない」と答えた人の割合が「賛成」を上回り、30代以下で60%台、50代以上で40%台となった。「賛成」は、30代以下で20%台、40代以上で30%台となった。

※「賛成（計）」＝「賛成」＋「どちらかと言えば賛成」
 「反対（計）」＝「反対」＋「どちらかと言えば反対」

図 14-1 憲法改正への賛否 (n=2,993)

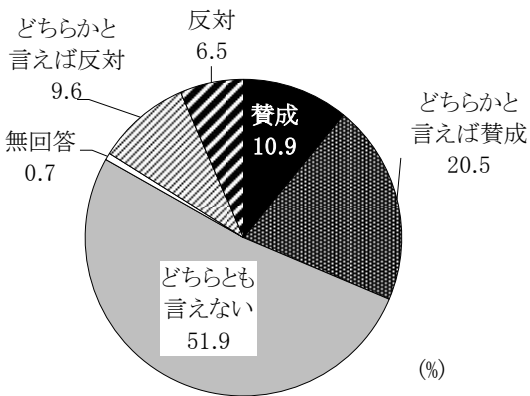


図 14-2 憲法改正への賛否（時系列）

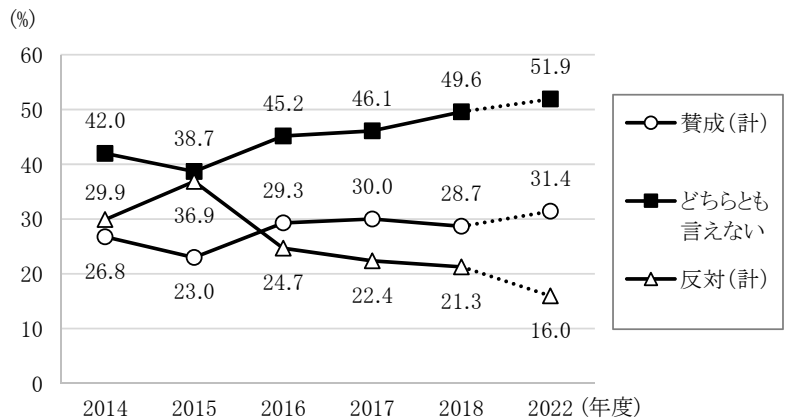
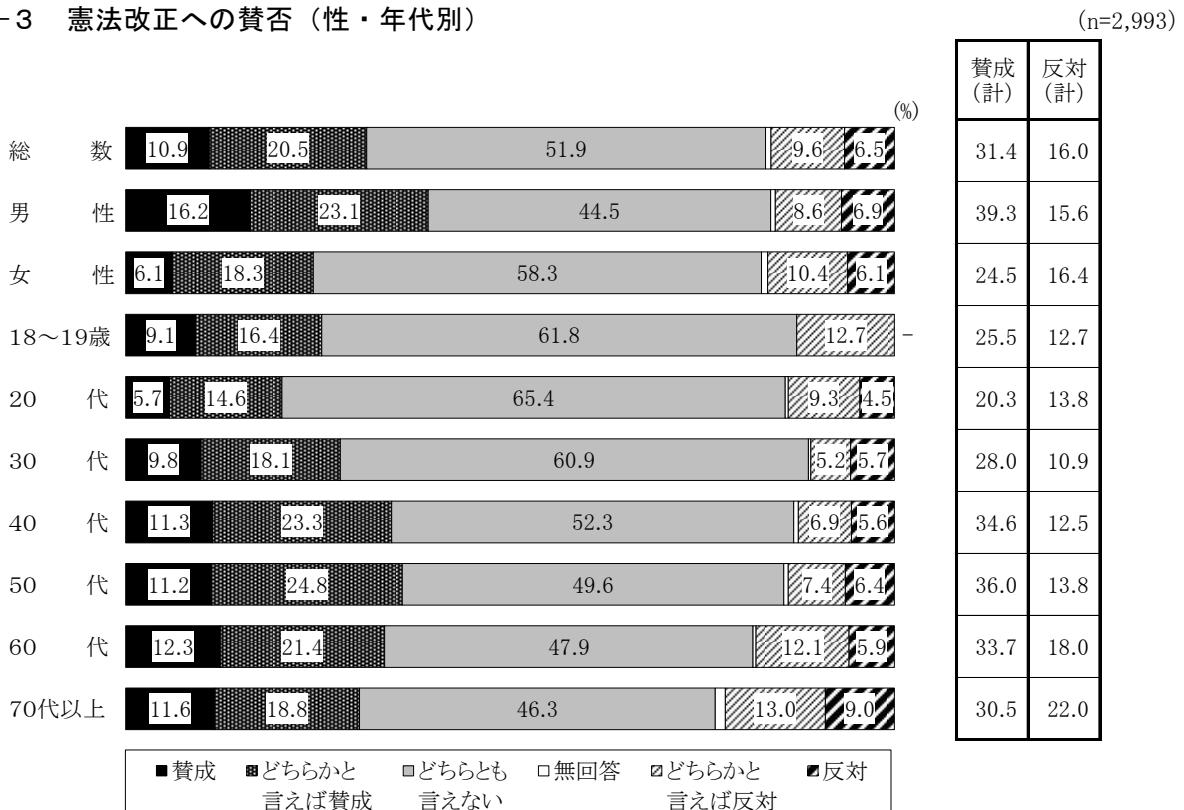


図 14-3 憲法改正への賛否（性・年代別）



《ニュースとメディア》

15. 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」「インターネット」「NHK テレビ」「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88.8%、インターネットのニュースが75.0%、NHK テレビのニュースが74.4%、新聞が58.0%、ラジオのニュースが30.7%となった。
- ・毎日の接触率は、民放テレビのニュースが50.5%、インターネットのニュースが46.9%、新聞が40.3%、NHK テレビのニュースが37.2%、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、新聞が2.6ポイント、NHK テレビのニュースが2.1ポイント、民放テレビのニュースが0.7ポイントの低下となった。一方、インターネットのニュースが1.9ポイント、ラジオのニュースが1.6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4.3ポイント、民放テレビのニュースが4.2ポイント、新聞が2.1ポイント、インターネットのニュースが2.0ポイントの低下となった。一方、ラジオのニュースが0.5ポイントの上昇となった。

図 15-1 ニュースとの接触頻度

(n=2,993)

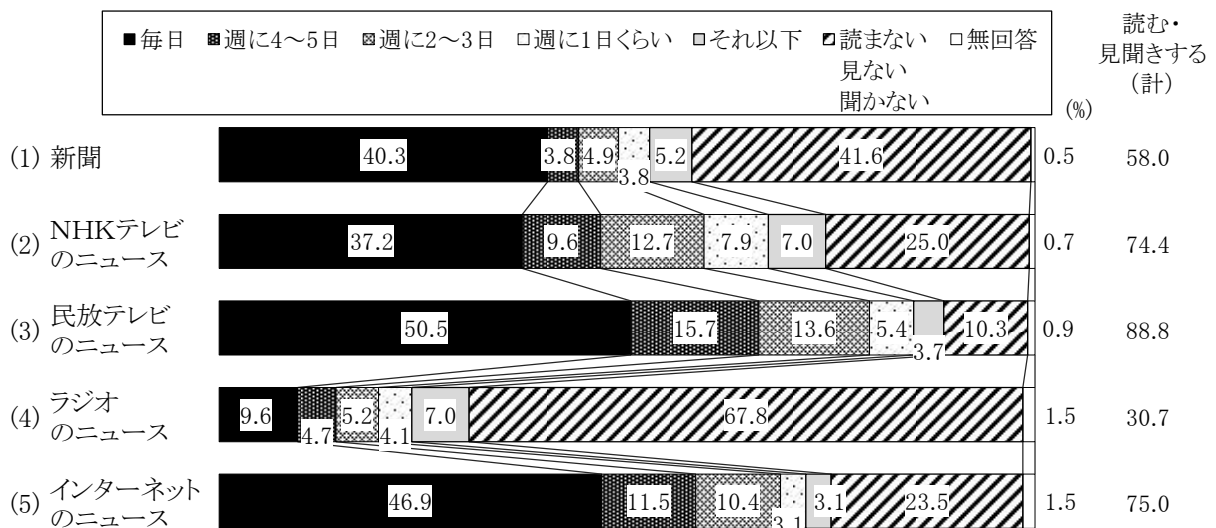
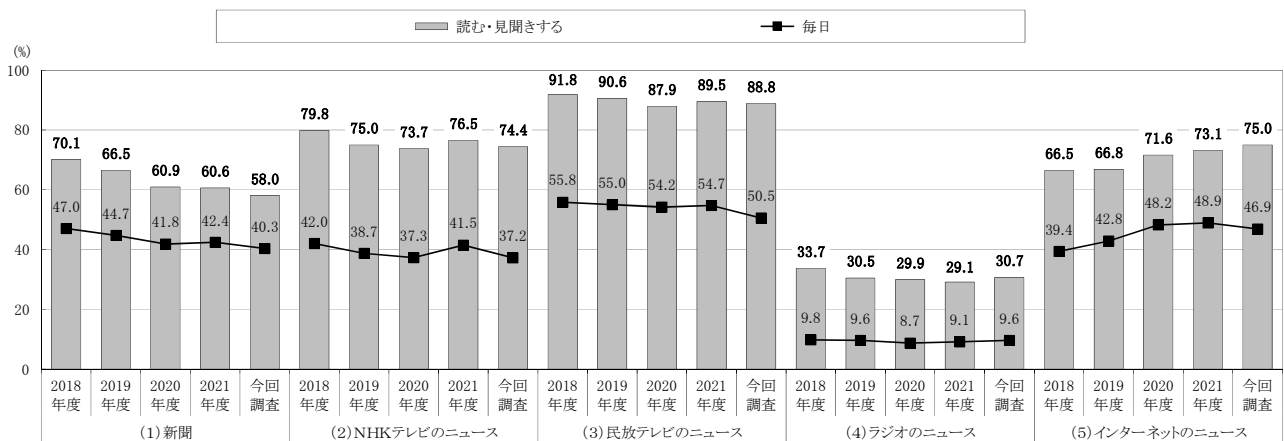


図 15-2 ニュースとの接触頻度（時系列）



- ・性別に見ると、ニュース接触率は男女とも民放テレビが最も高く、2位には男性はインターネット、女性はNHKテレビが挙げられた。インターネットは男性の方が6.7ポイント高かった。新聞(5.0ポイント)、ラジオ(13.1ポイント)も男性の方が高かった。
- ・年代別に見ると、ニュース接触率は40代以下ではインターネットが1位、50代以上では民放テレビが1位となった。民放テレビは最も低い20代でも72.0%で、全ての年代で70%を超えた。インターネットは50代以下で90%を超えた。NHKテレビと新聞は20代から年代が高いほど接触率も高くなった。

図 15-3 ニュースを「読む・見聞きする(計)」人の割合(性・年代別)

(n=2,993)

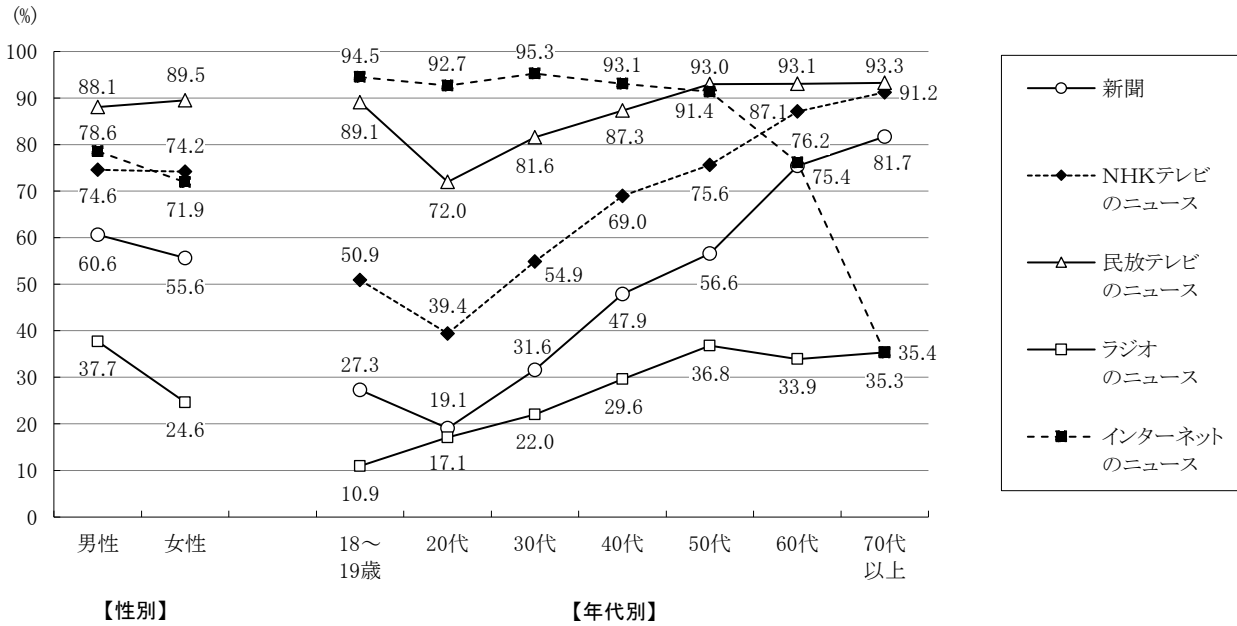
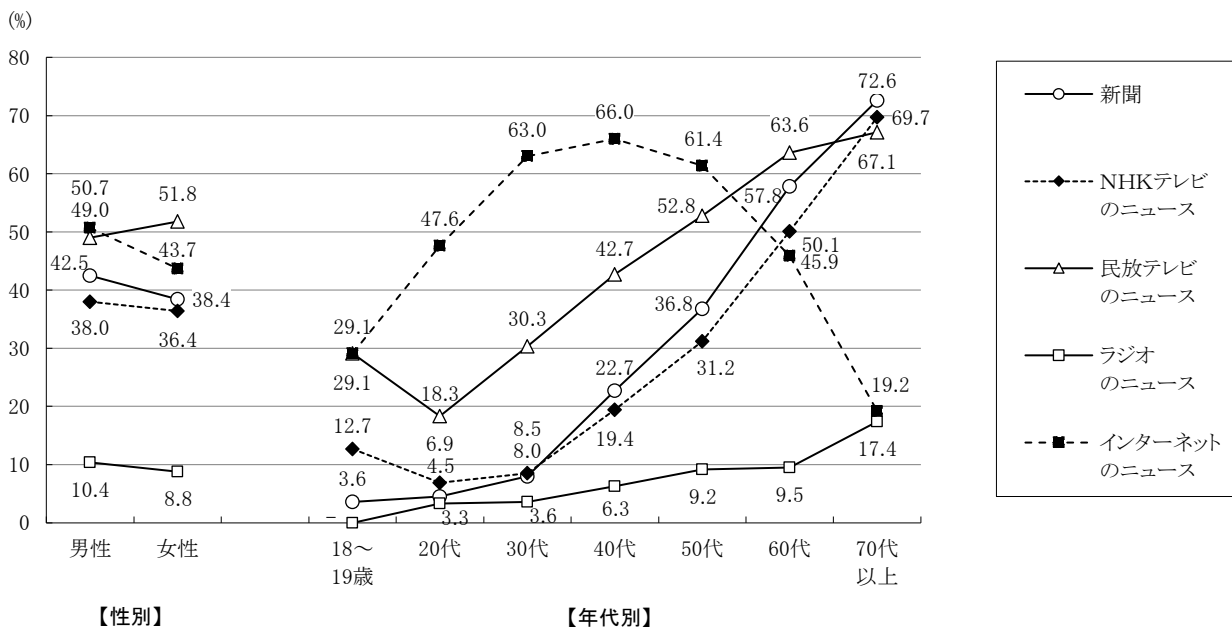


図 15-4 ニュースを「毎日読む・見聞きする」人の割合(性・年代別)

(n=2,993)



16. 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? (*)

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

- ・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36.1分、NHK テレビのニュースが29.0分、インターネットのニュースが25.3分、新聞が24.5分、ラジオのニュースが21.2分となった。
- ・昨年度調査からは、ラジオが変化がないが、それ以外のメディアでは1分前後短くなった。
- ・性別に見ると、ニュースの接触時間は民放テレビが3.4分、女性の方が長く、インターネットが4.0分、新聞が2.3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30～50代で接触時間が長かった。それ以外のメディアはいずれも年代が高いほど長い傾向が見られた。

図 16-1 ニュースとの接触時間

(n=2,993)

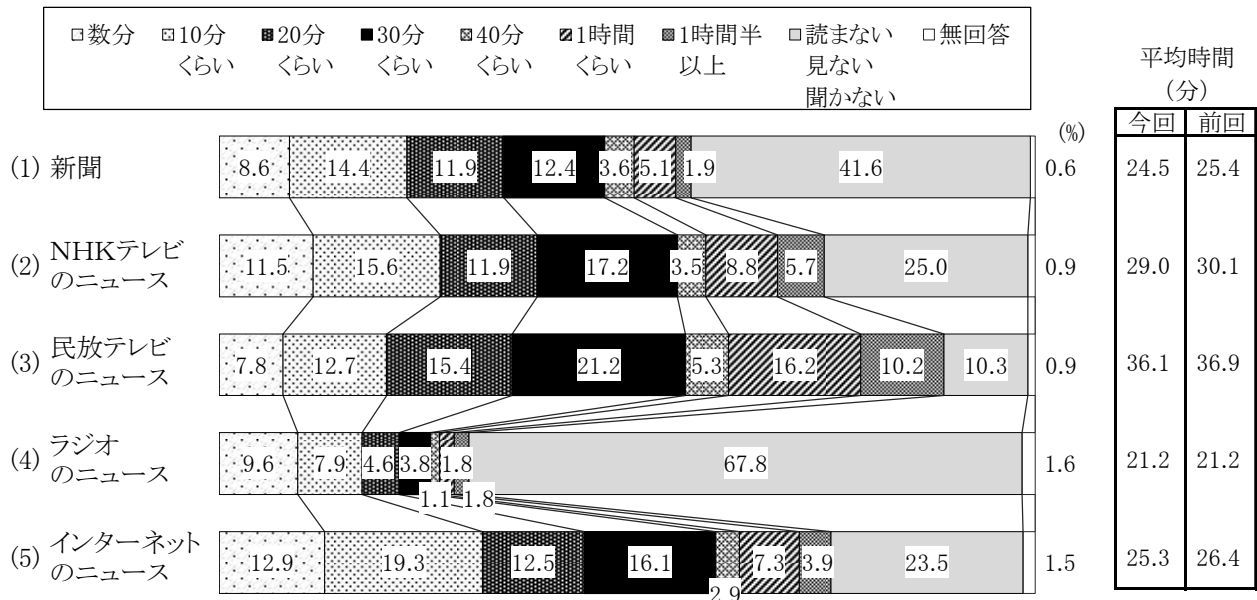
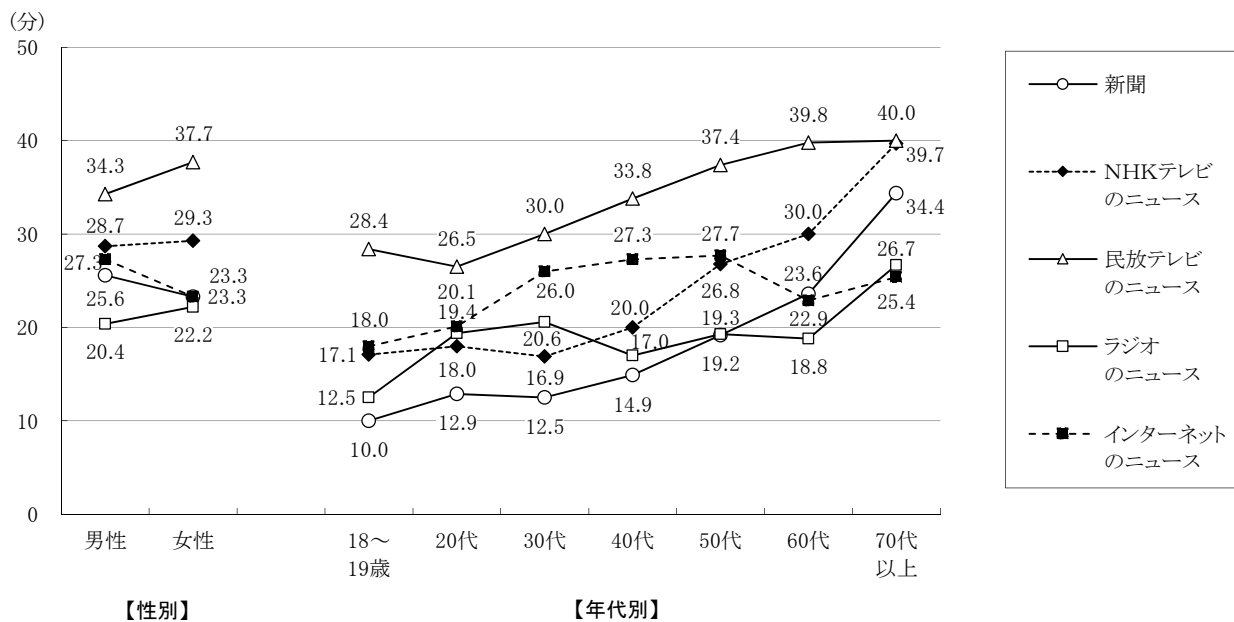


図 16-2 ニュースとの接触時間 (平均) (性・年代別)

(n=2,993)



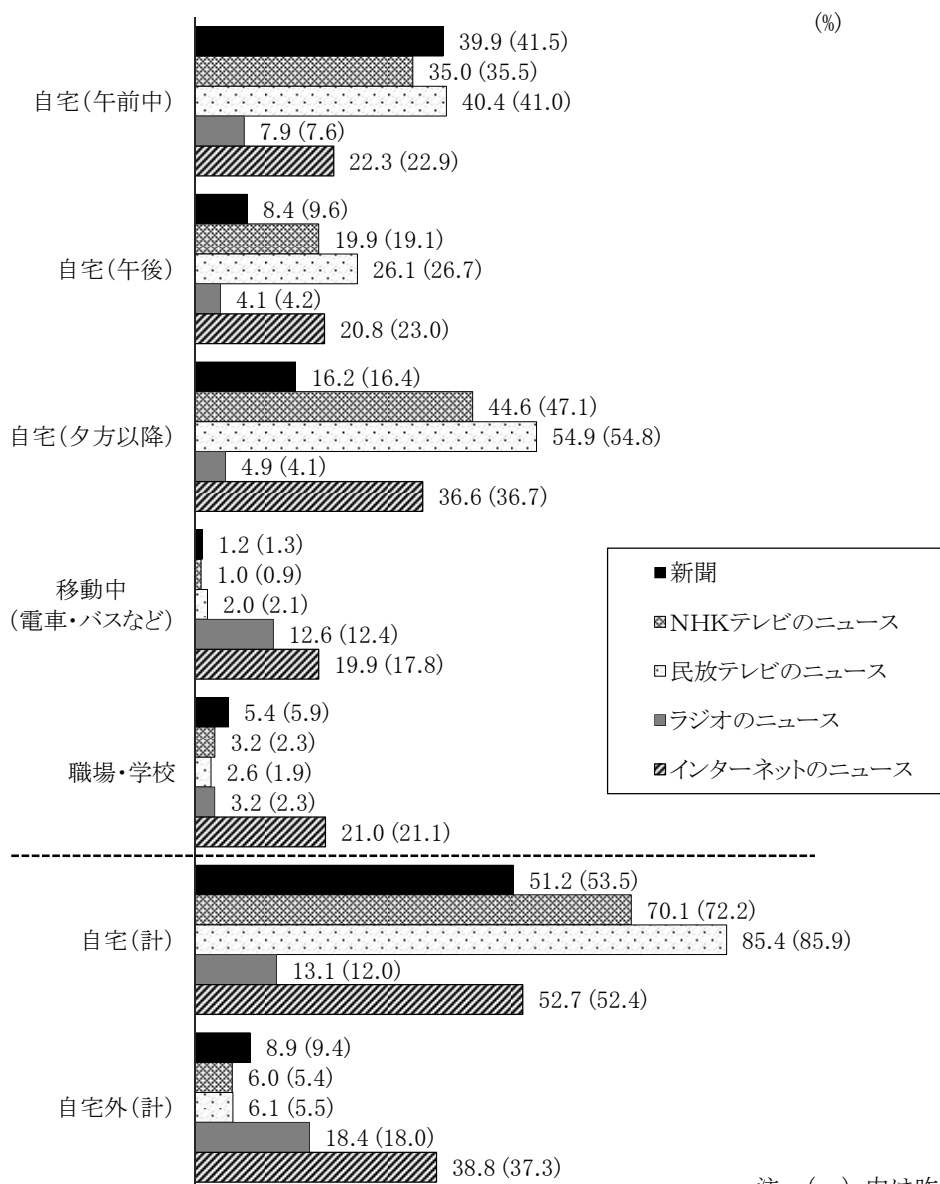
17. ニュースを読んだり見聞きしたりするのはいつ、どこで？（＊）

－ 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39.9%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54.9%、NHK44.6%)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36.6%で最も多いが、「職場・学校」(21.0%)、「移動中(電車・バスなど)」(19.9%)も多かった。
- ・昨年度と比較すると、NHK テレビ「自宅(夕方以降)」が2.5ポイント減少、インターネット「自宅(午後)」が2.2ポイント減少と大きかった。

図 17-1 ニュースと接触する場所

(複数回答、n=2,993)



- ・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。NHK テレビ、新聞は、20 代以降、年代が高いほど多くなる傾向が見られた。民放テレビに次いで、40 代以下ではインターネット、50 代以上では NHK テレビが多かった。
- ・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かった。インターネットは 50 代以下で 50% を超えた。

図 17-2 「自宅（計）」と回答した人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=2,993)

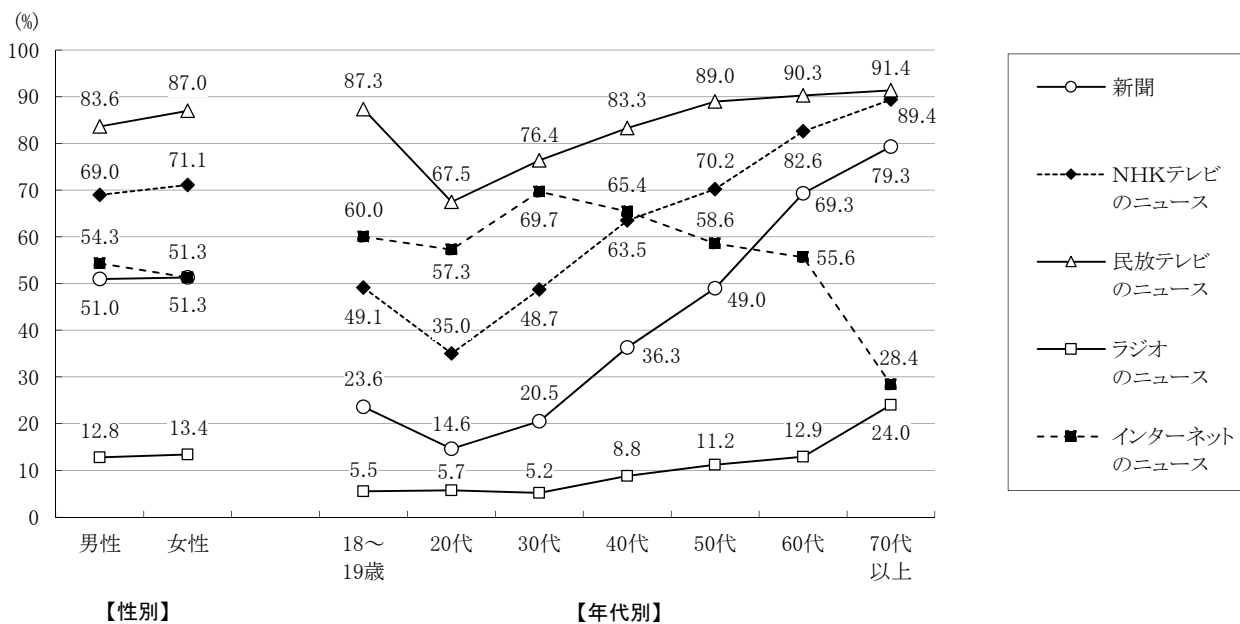
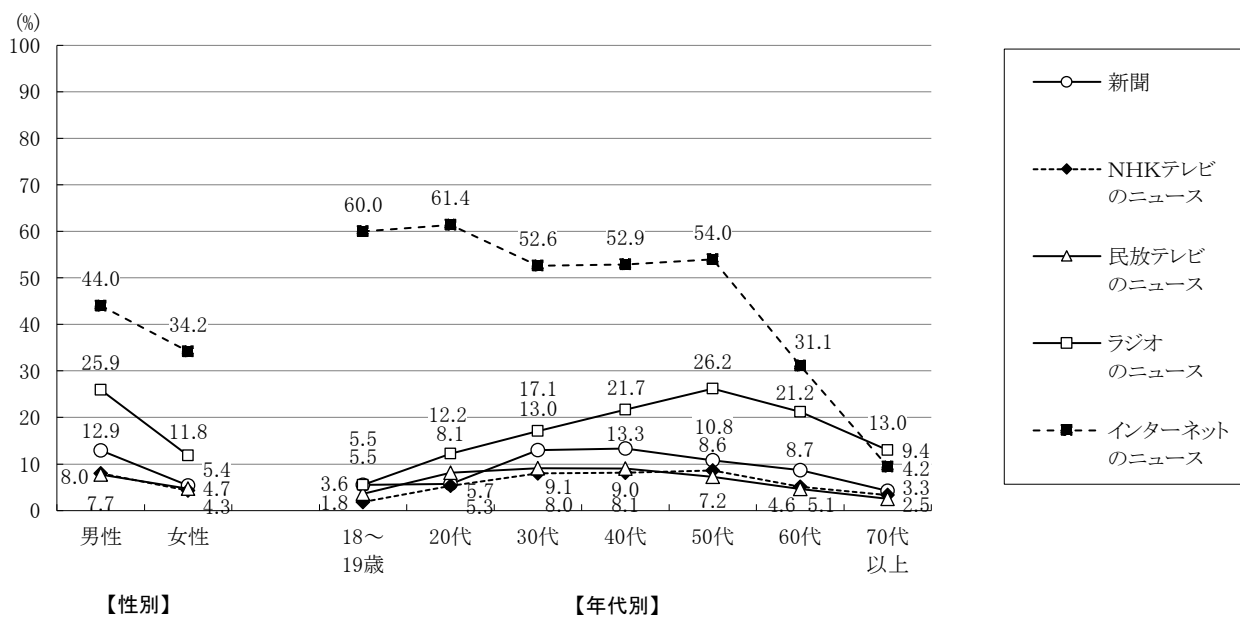


図 17-3 「自宅外（計）」と回答した人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=2,993)



18. 大きなニュースを入手するメディアは？（＊）

－ 「民放テレビ」75%、「インターネット」65%、「NHK テレビ」54%、
「新聞」40% －

- ・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75.1%で最も多く、インターネットが64.5%、NHK テレビが54.2%、新聞が40.3%、ラジオが12.5%となった。
- ・昨年度調査と比較すると、NHK テレビは3.7ポイント、新聞は2.2ポイント減少した。
- ・性別に見ると、民放テレビは6.2ポイント女性の方が多いが、インターネットは8.8ポイント、NHK テレビは2.3ポイント、新聞は3.6ポイント、ラジオは6.4ポイント男性の方が多かった。
- ・年代別に見ると、50代以下ではインターネットが最も多く、60代以上では民放テレビが最も多くなった。インターネットは年代が低いほど多くなり、20代以下では90%を超えた。民放テレビ、NHK テレビ、新聞は20代以降、年代が高いほど多くなる傾向が見られた。

図 18-1 大きなニュースの情報源

(複数回答、n=2,993)

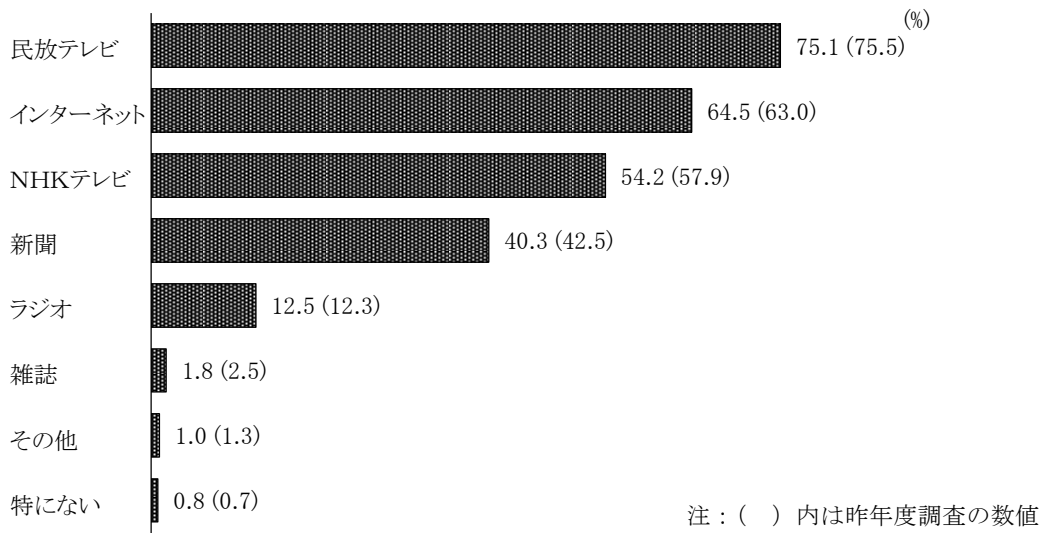
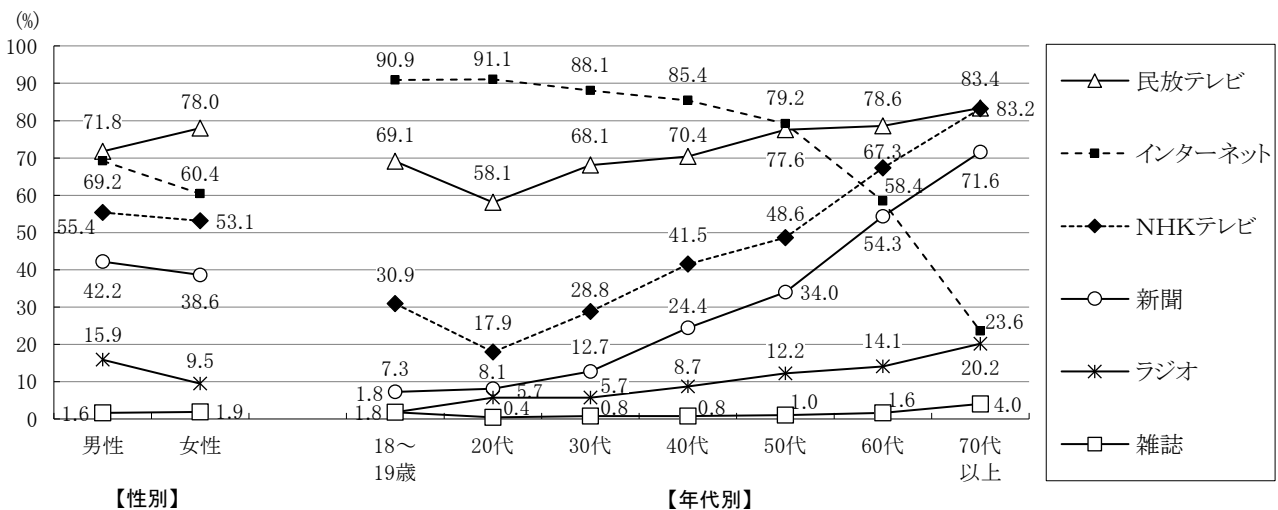


図 18-2 大きなニュースの情報源（性・年代別）

(複数回答、n=2,993)



19. 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 －

- ・ 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、政治、国際情勢、経済に関する事で「NHKテレビ」、スポーツ・芸能、社会、生活・健康、文化、地域に関する事で「インターネット」が挙げられた。「新聞」は地域に関する事で3位に、他の項目は4位に挙げられた。
- ・ 前回調査と比較すると、社会に関する事はインターネットがNHKテレビを、地域に関する事はインターネットが新聞をそれぞれ上回り2位となった。
- ・ 性別に見ると、「政治に関する事」「社会に関する事」「地域に関する事」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、「政治に関する事」「社会に関する事」「地域に関する事」は、新聞とNHKテレビでは20代以降、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20～50代ではいずれも50%を超えていて、60代、70代以上と年代が上がるに従って少なくなった。「政治に関する事」は30代以下、「社会に関する事」「地域に関する事」は40代以下でインターネットが1位となった。

表 19-1 読んだり見たりするメディア

(複数回答、n=2,993)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	(%)
スポーツ・芸能に関する事	民放テレビ 70.2 (71.3)	インターネット 58.0 (56.2)	NHKテレビ 33.1 (38.2)	新聞 33.0 (35.3)	ラジオ 8.5 (8.6)	雑誌 5.3 (6.7)	読まない 見ない 聞かない 5.2 (4.4)
社会に関する事	民放テレビ 69.8 (69.9)	インターネット 50.9 (50.2)	NHKテレビ 49.2 (52.1)	新聞 40.2 (42.8)	ラジオ 9.1 (9.4)	雑誌 3.0 (3.7)	3.4 (3.2)
政治に関する事	民放テレビ 67.8 (68.0)	NHKテレビ 53.3 (55.7)	インターネット 45.8 (44.7)	新聞 40.2 (42.1)	ラジオ 9.0 (8.6)	雑誌 2.5 (2.8)	5.3 (4.9)
国際情勢に関する事	民放テレビ 64.7 (62.8)	NHKテレビ 51.6 (52.0)	インターネット 45.8 (43.9)	新聞 36.4 (38.3)	ラジオ 7.9 (7.1)	雑誌 1.9 (2.8)	5.7 (6.2)
経済に関する事	民放テレビ 62.8 (62.5)	NHKテレビ 46.2 (48.4)	インターネット 45.0 (43.3)	新聞 37.7 (39.7)	ラジオ 7.9 (7.3)	雑誌 2.7 (3.8)	7.0 (7.1)
生活・健康に関する事	民放テレビ 58.8 (61.8)	インターネット 57.6 (54.6)	NHKテレビ 37.8 (40.4)	新聞 31.8 (33.9)	雑誌 11.6 (12.9)	ラジオ 8.0 (7.4)	5.6 (4.8)
文化に関する事	民放テレビ 55.8 (57.4)	インターネット 47.6 (45.0)	NHKテレビ 38.0 (41.5)	新聞 34.3 (36.8)	ラジオ 7.1 (6.4)	雑誌 6.8 (7.4)	9.4 (7.7)
地域に関する事	民放テレビ 53.2 (56.6)	インターネット 45.1 (43.0)	新聞 40.5 (43.4)	NHKテレビ 34.3 (36.7)	ラジオ 8.3 (8.4)	雑誌 2.9 (3.2)	6.2 (5.6)

注：()内は昨年度調査の数値

図 19-1 「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=2,993）

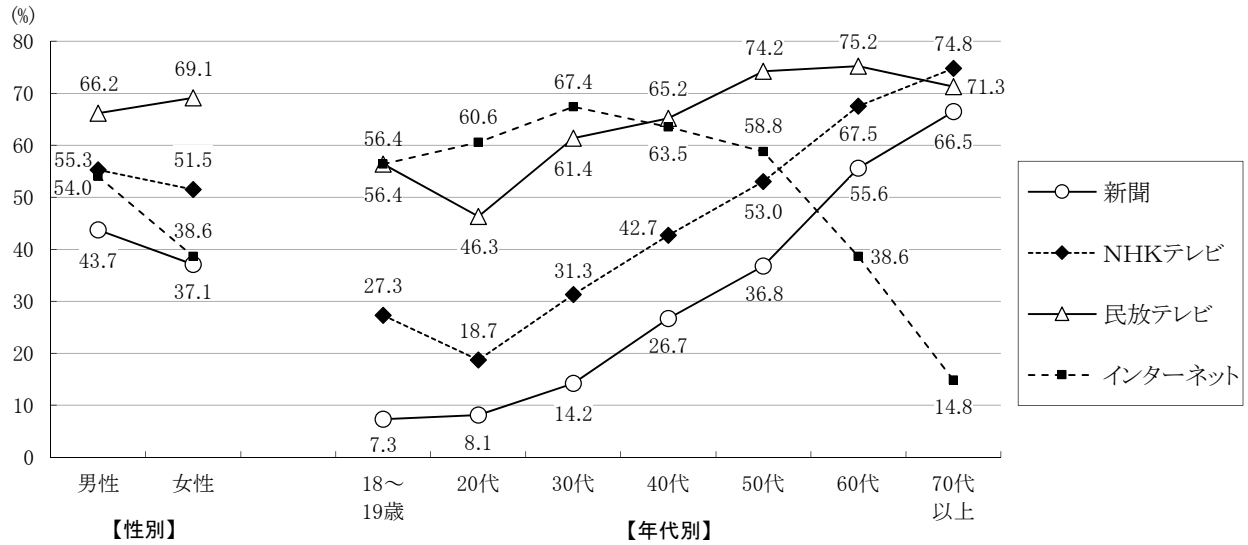


図 19-2 「社会に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）（複数回答、n=2,993）

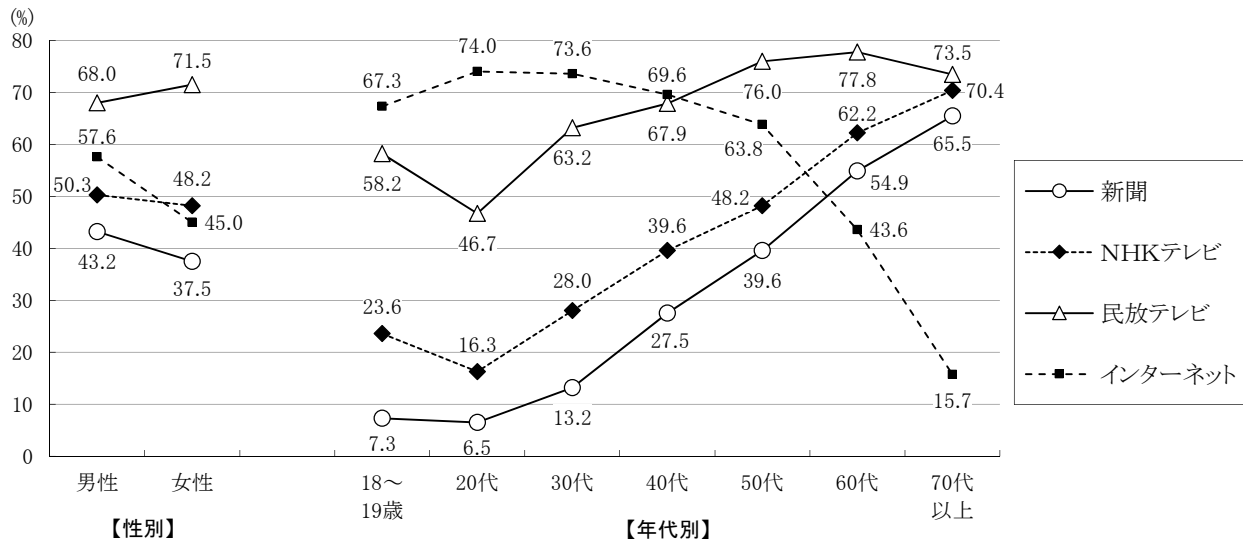
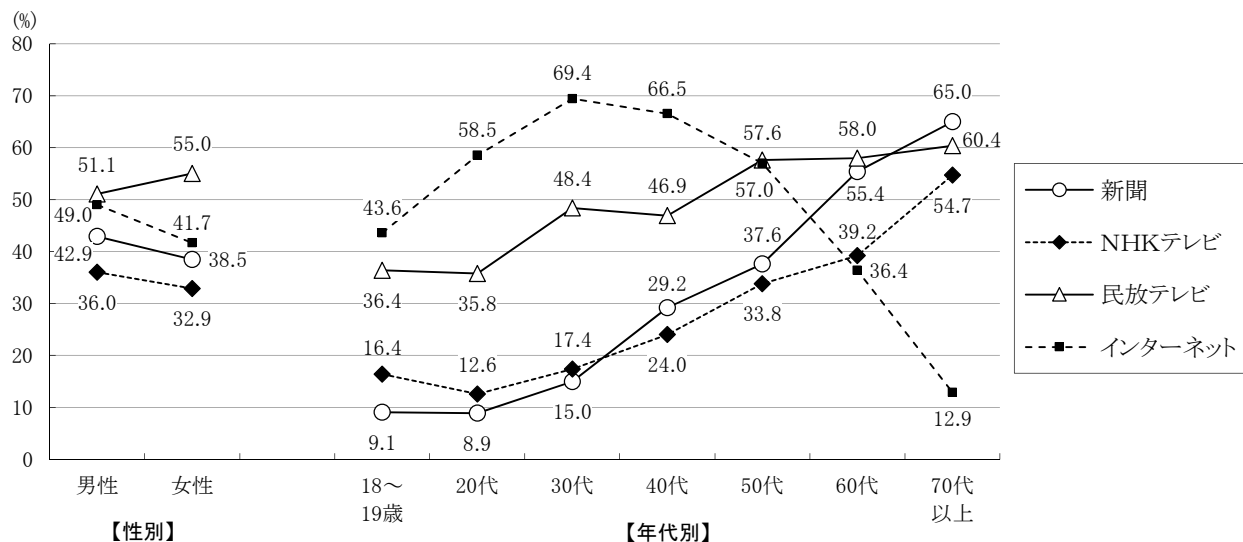


図 19-3 「地域に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）（複数回答、n=2,993）



《生活の中の新聞》

20. 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」52%、「読まない」35% —

- ・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52.2%だった。以下、「ポータルサイトなどで閲覧できる新聞記事」(7.2%)、「図書館や学校、職場などに置いてある紙の新聞」(6.5%)、「駅やコンビニなどで購入する紙の新聞」(2.3%)、「有料の電子新聞」(2.2%)は10%未満だった。一方、「新聞や新聞記事は読まない」と答えた人は35.4%だった。
- ・昨年度と比較すると、「月ぎめでとっている紙の新聞」が1.7ポイント減少し、「新聞や新聞記事は読まない」が2.4ポイント増加した。
- ・性別に見ると、「新聞や新聞記事は読まない」は5.6ポイント女性が多かった。年代別に見ると、「月ぎめでとっている紙の新聞」は、30代以下では20%前後に留まり、40代以降、年代の上昇とともに多くなり、70代以上で79.6%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、30代以下で60%を超えた。

図 20-1 新聞の読み方

(複数回答、n=2,993)

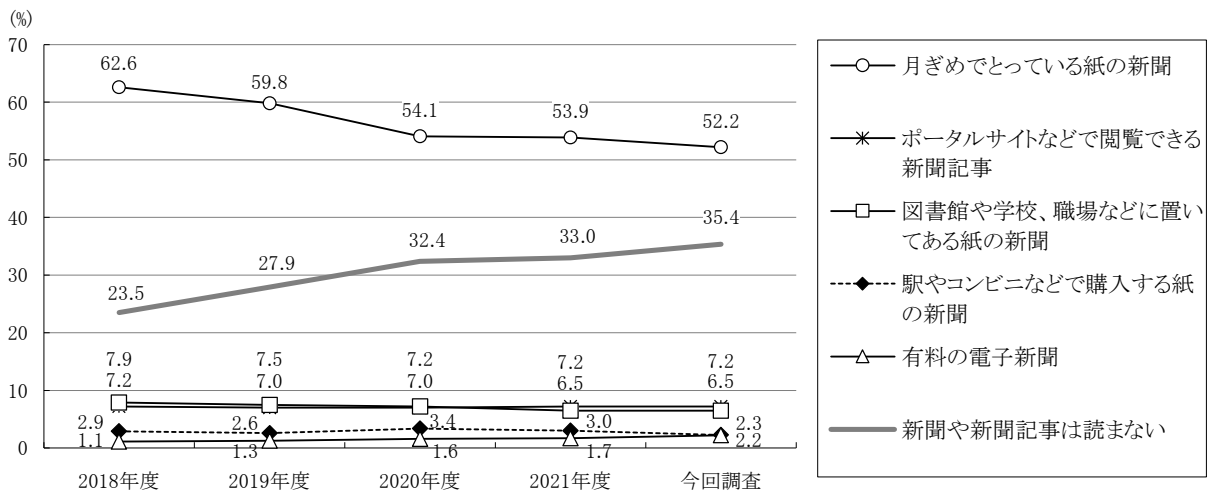
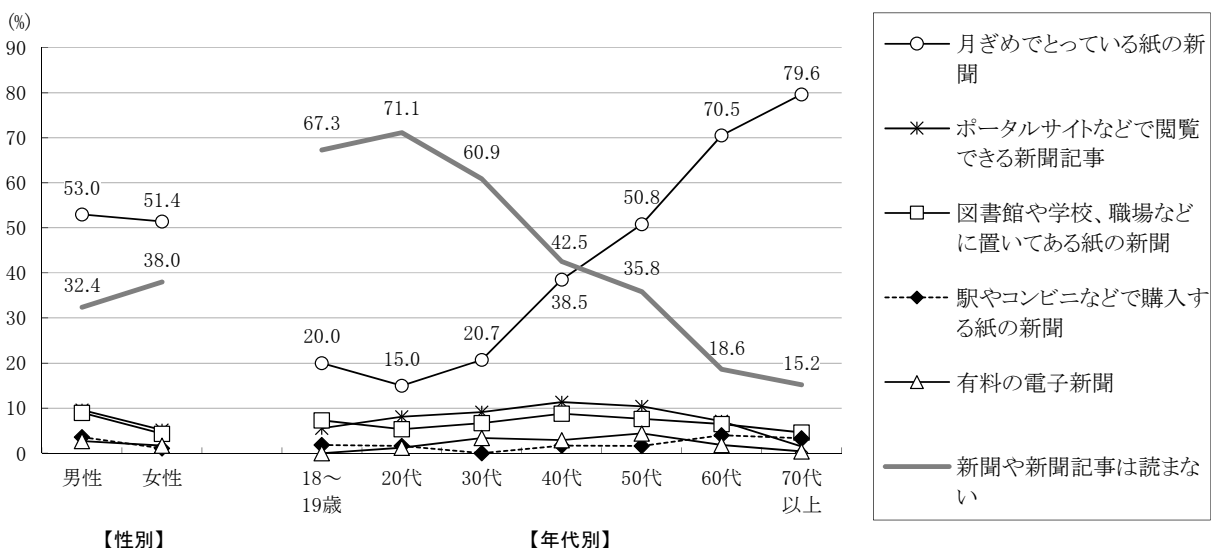


図 20-2 新聞の読み方（性・年代別）

(複数回答、n=2,993)



21. 月ぎめ新聞の購読状況は？（*）

— 58%が購読、購読率は低下傾向が続く —

- ・ 自宅で月ぎめ新聞を購読している人は58.3%だった。新聞の種類を見ると、「全国紙」を購読している人が46.3%、「県紙・地方紙」を購読している人が40.8%、「ブロック3紙」を購読している人が14.4%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92.6%、「電子新聞」が3.0%、「両方」が4.3%だった。
- ・ 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58.3%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3.2ポイント減、県紙・地方紙は1.1ポイント減、ブロック3紙は0.8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30.3%と最も少なく、それ以降、年代が上がるほど多くなり、70代以上で81.3%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代を除く全ての年代で減少し、中でも20代以下で6ポイント以上の減少となった。

図 21-1 月ぎめでとっている新聞の有無
(n=2,993)

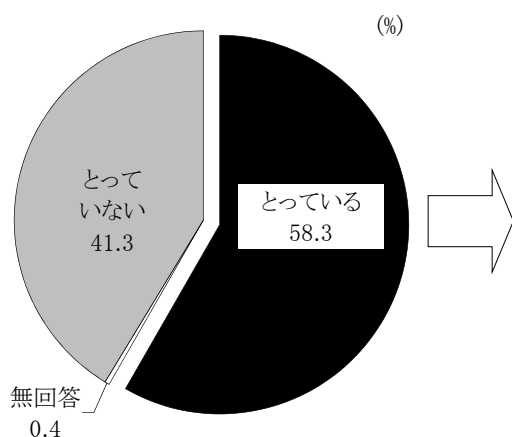


図 21-2 月ぎめでとっている新聞の種類
(複数回答、n=1,746)

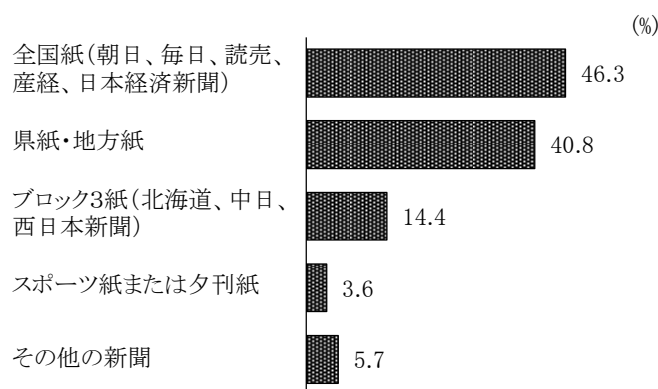


図 21-3 全国紙の購読は紙の新聞か電子新聞か
(n=808)

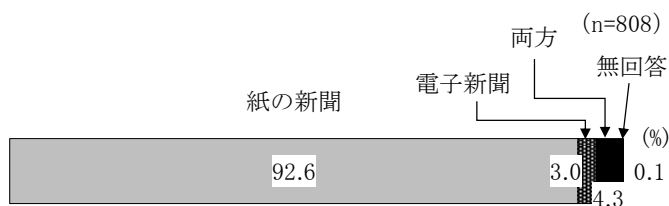


図 21-4 月ぎめでとっている新聞（時系列）

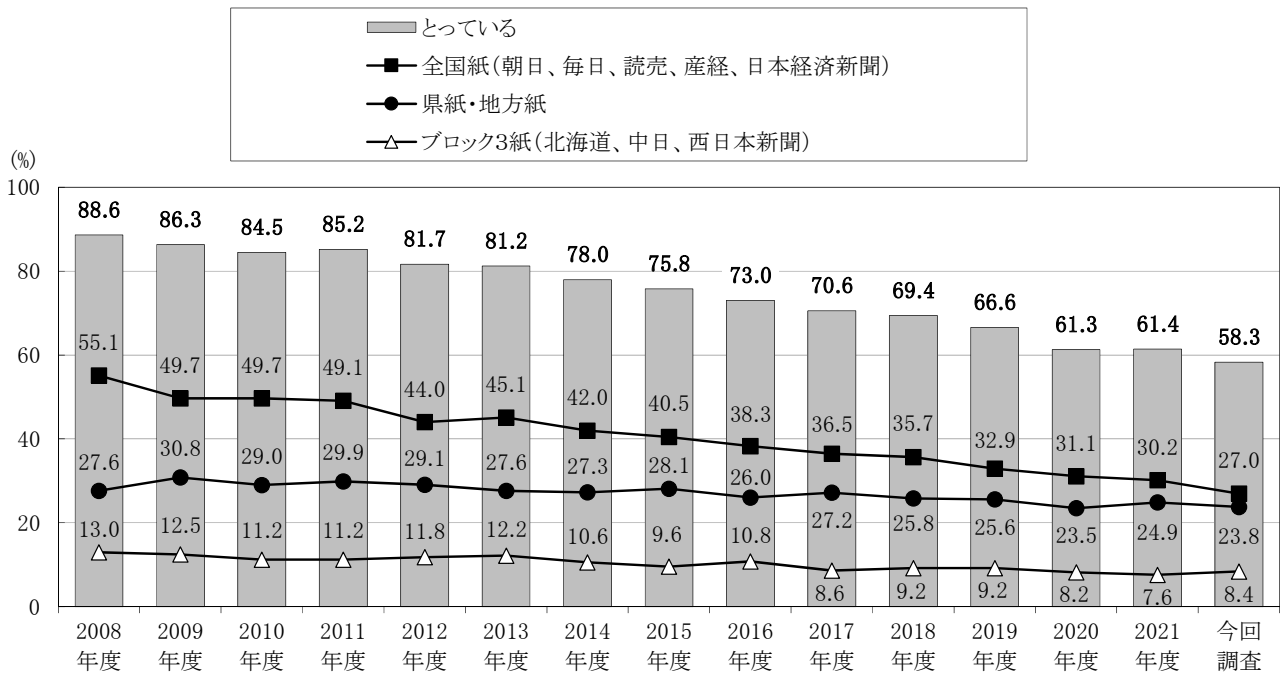
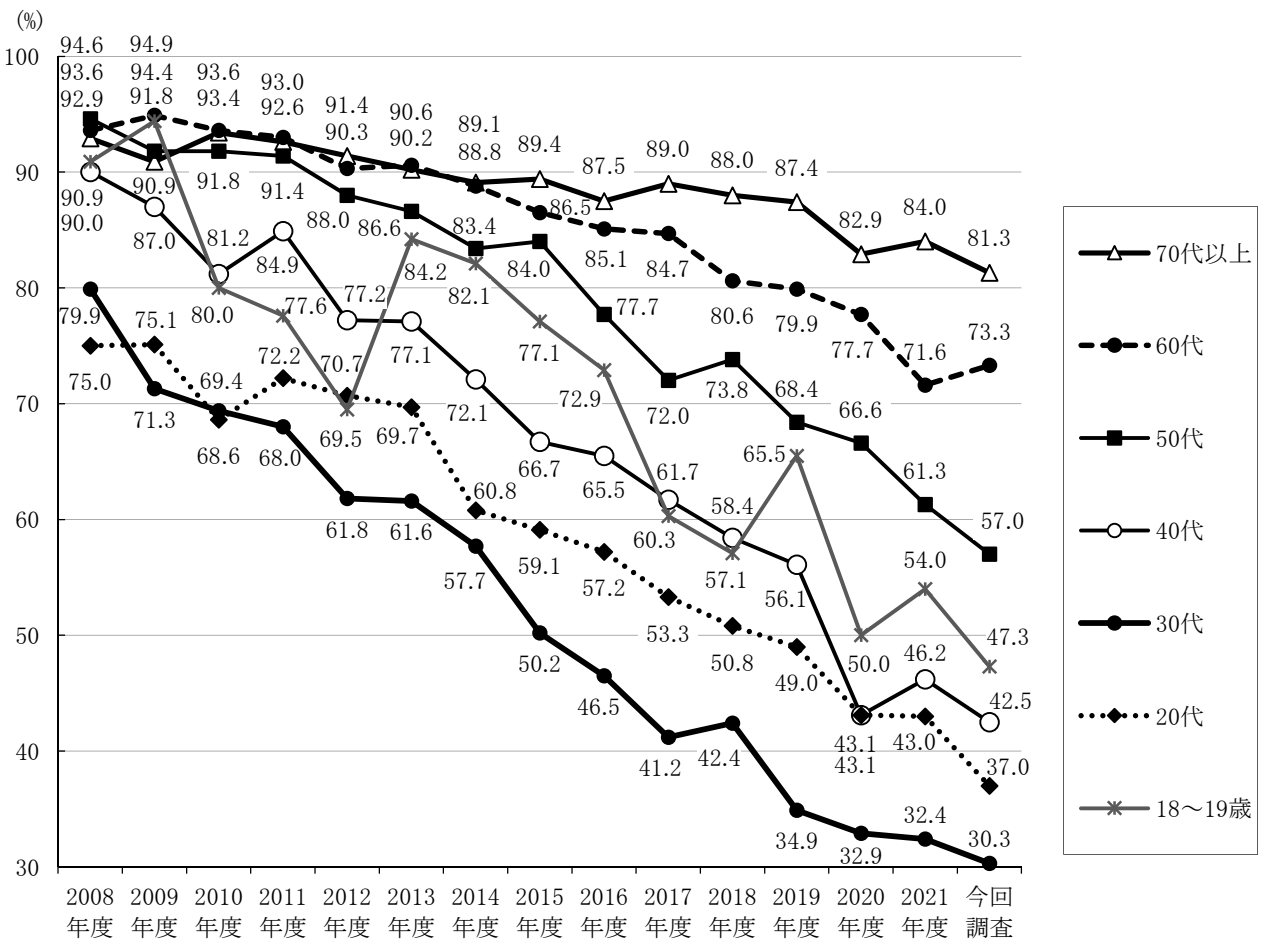


図 21-5 月ぎめで新聞をとっている人の割合（年代別）

(n=2,993)



(月ぎめで新聞をとっている人に) (全体の 58.3%)

22. 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」49% —

- ・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 48.6% 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」(42.6%)、「毎日、自宅に届けてくれるから」(31.4%)、「新聞で世間の動きが大体分かるから」(31.2%)、「新聞の情報は、自分に役立つから」(30.1%) を挙げる人が多かった。前回調査と比較すると、「新聞で世間の動きが大体分かるから」が 3.4 ポイントの減少となった。
- ・性別に見ると、「新聞でなければ得られない情報があるから」(男性 44.2%、女性 41.2%) は 3.0 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 20 代以降、年代が高いほど多くなる傾向が見られた。

図 22-1 月ぎめで新聞をとる理由

(複数回答、n=1,746)

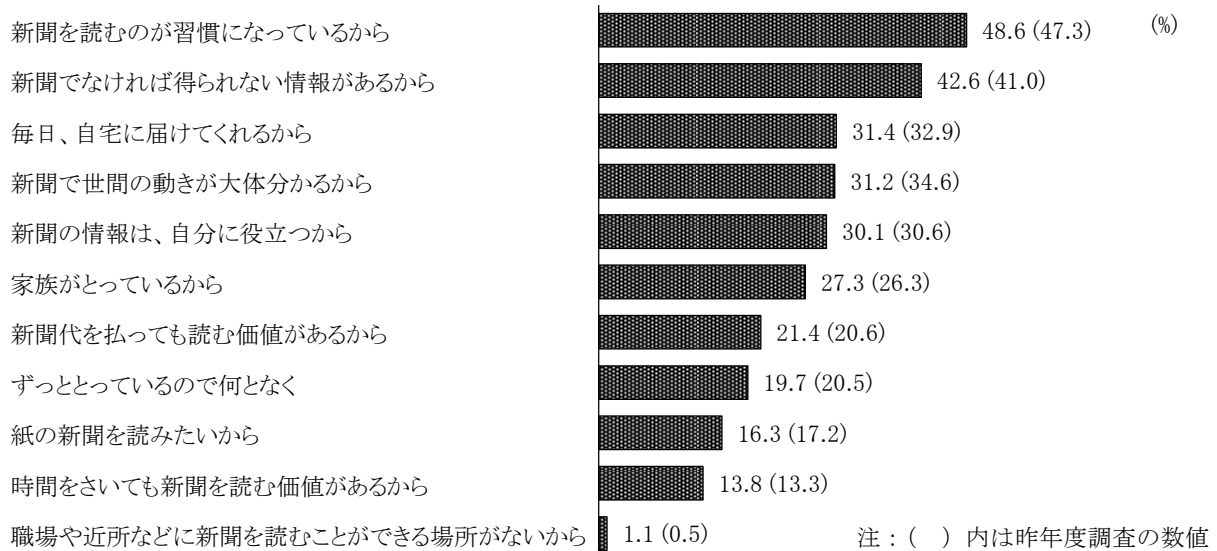
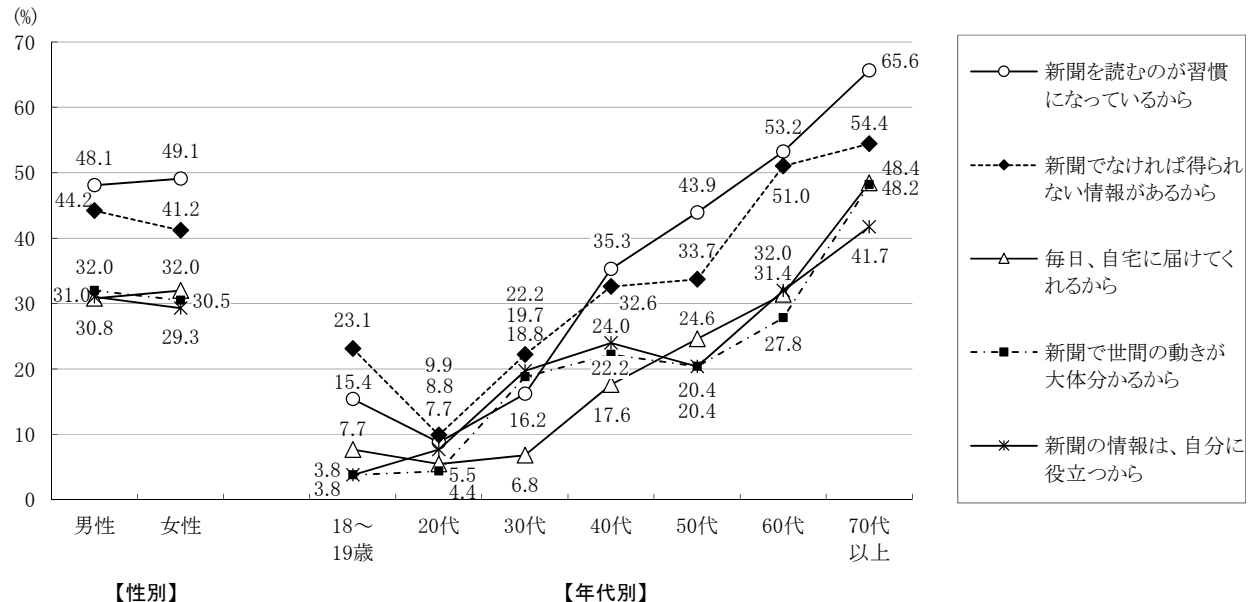


図 22-2 月ぎめで新聞をとる理由（上位 5 位）（性・年代別）

(複数回答、n=1,746)



(月ぎめで新聞をとっていない人に) (全体の 41.3%)

23. 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」 78% —

- ・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 77.7% だった。次いで、「新聞の購読料は高いから」(37.4%)、「新聞を読む習慣がないから」(30.0%)、「新聞を読む時間がないから」(25.0%)、「紙の新聞は、処分が面倒だから」(23.6%) を挙げる人が多かった。前回調査と比較すると、「新聞を読む習慣がないから」が 3.4 ポイント増加した。
- ・性別に見ると、「新聞を読む習慣がないから」(男性 27.1%、女性 32.6%) は 5.5 ポイント、「新聞を読む時間がないから」(男性 22.8%、女性 27.0%) は 4.2 ポイント女性の方が多かった。
- ・年代別に見ると、20 代以上の全ての年代で「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。「新聞を読む習慣がないから」は年代が低いほど多くなる傾向が見られた。

図 23-1 月ぎめで新聞をとらない理由

(複数回答、n=1,235)

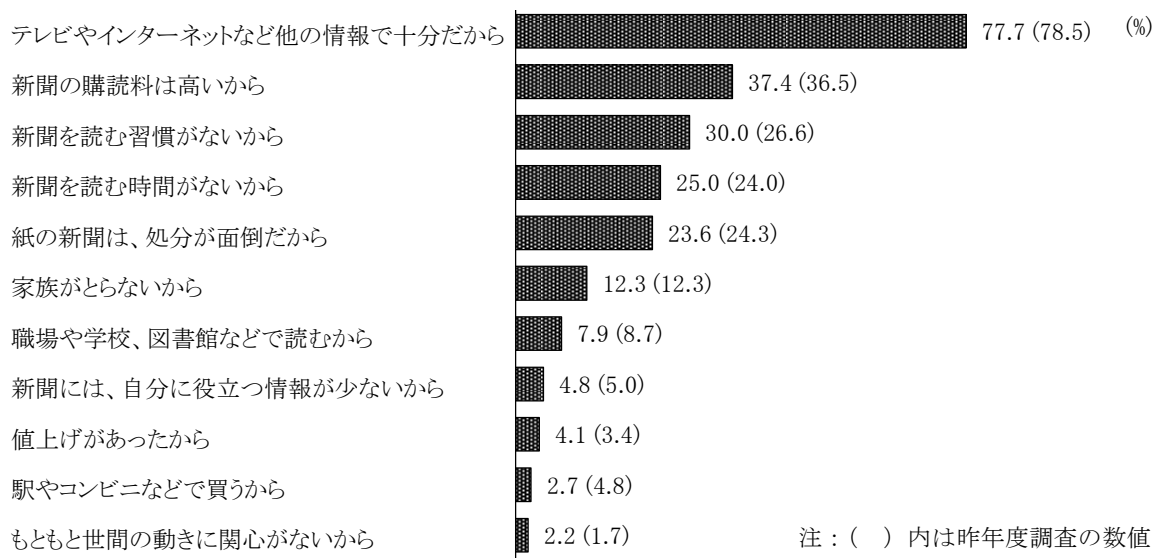
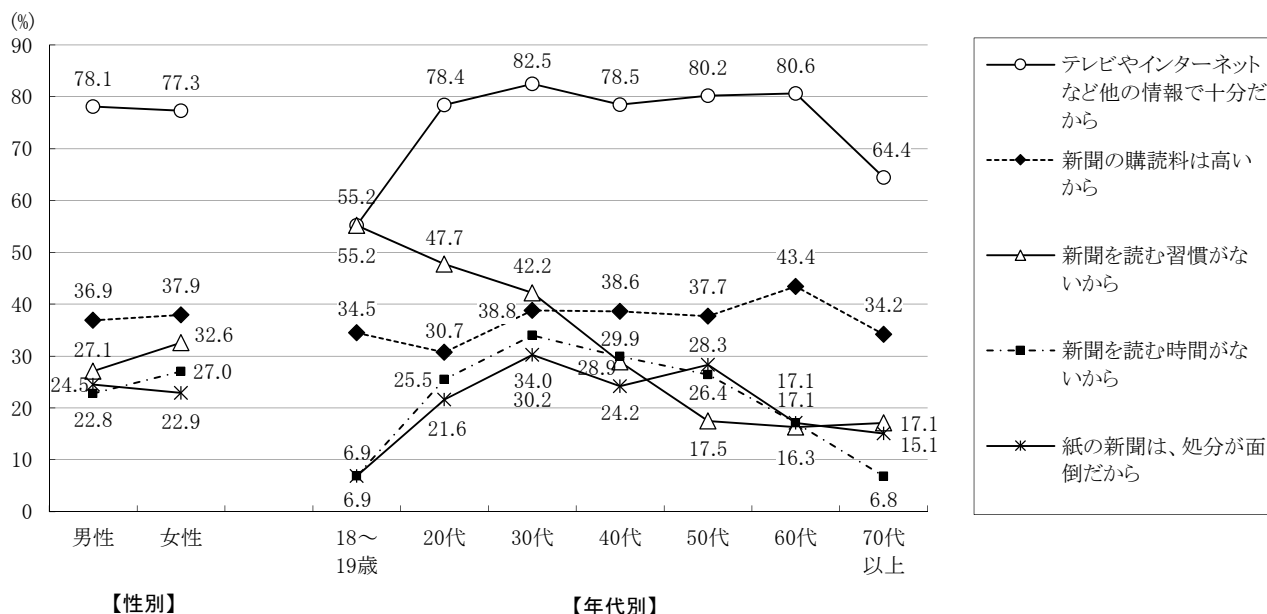


図 23-2 月ぎめで新聞をとらない理由 (上位 5 位) (性・年代別)

(複数回答、n=1,235)



24. 通信社の役割を知っている？（＊）

－ 「知っている」 49%、「知らない」 50% －

- ・通信社が新聞社や放送局、インターネットサイトなどにニュースを配信していることを「知っている」人は48.6%、「知らない」人は50.4%だった。
- ・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、2019年度に47.0%、2020年度に46.3%と減少したが、前回調査で49.1%と増加に転じ今回調査では余り変化がなかった。年代別に昨年度調査と比較すると、「知っている」人の割合は18～19歳で12.4ポイント、20代で5.8ポイント、40代で3.1ポイント増加し、70代以上で4.9ポイント減少した。
- ・性別で見ると、「知っている」人は、女性（42.3%）よりも男性（55.8%）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、50～60代で他の年代より高く50%台半ばとなった。

図 24-1 通信社の役割の認知

(n=2,993)

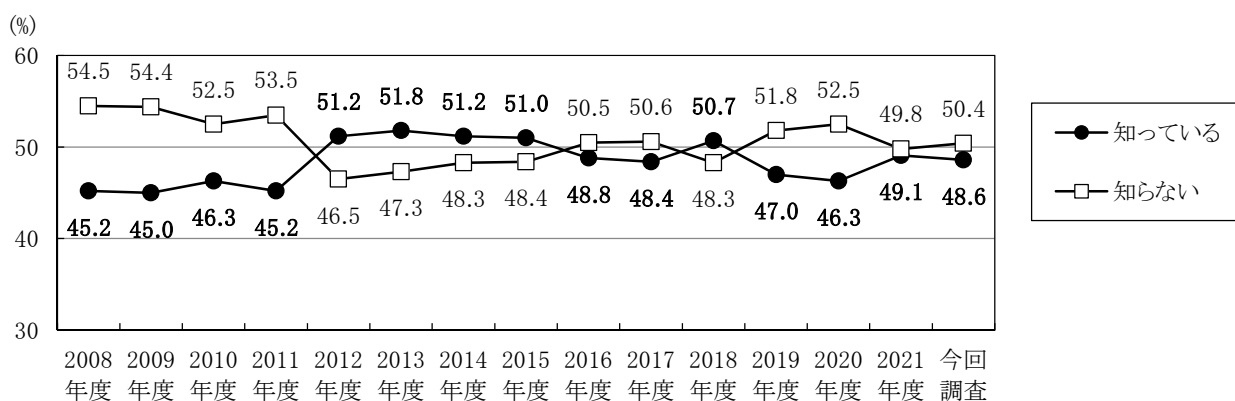
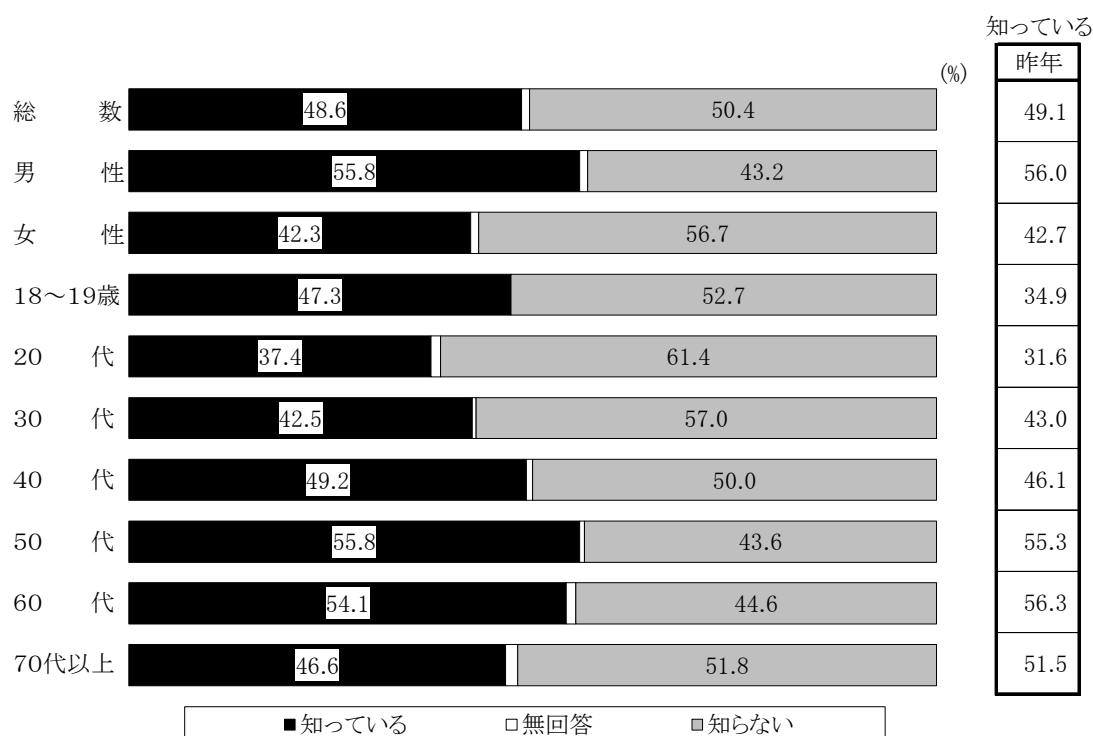


図 24-2 通信社の役割の認知（性・年代別）

(n=2,993)



25. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？（*）

— 1位「共同通信」（73%）、2位「ロイター通信」（69%） —

- ・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81.7%だった。最も知名度が高いのは「共同通信」で73.3%の人が挙げた。次いで「ロイター通信」が68.9%、「時事通信」が50.4%、「AP通信」が45.1%、「新華社」が31.5%となった。
- ・昨年度の調査と比較すると、「新華社」が3.3ポイント減少したのをはじめ、減少した通信社が多かった。
- ・年代別に見ると、40代以上では「共同通信」の知名度が最も高かったが、30代以下では「ロイター通信」の知名度が最も高かった。

図 25-1 知っている通信社の有無 (n=2,993)

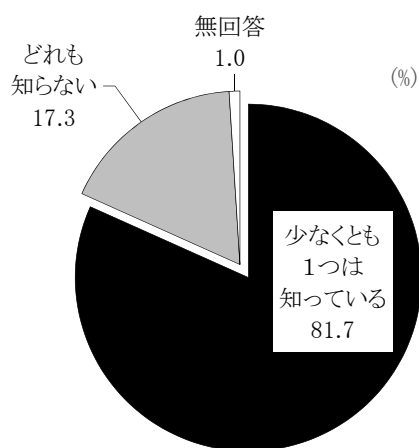
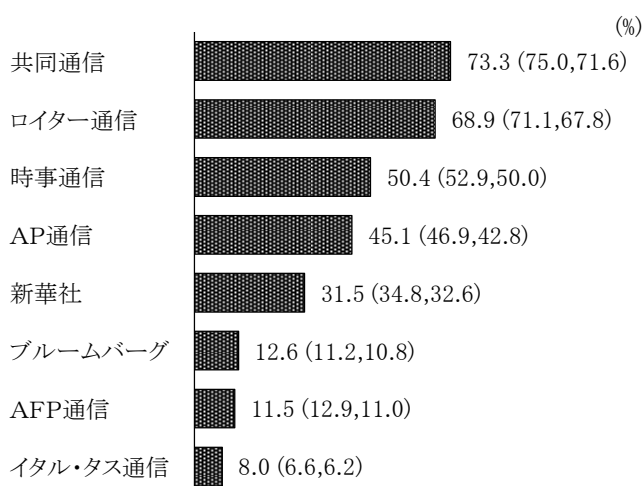


図 25-2 知っている通信社 (複数回答、n=2,993)



注：（ ）内は左から 2021 年度調査、2020 年度調査の数値

表 25-1 知っている通信社（性・年代別）

(複数回答、n=2,993)

	知っている通信社 (%)				
	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
総 数	共同通信 73.3	ロイター通信 68.9	時事通信 50.4	AP通信 45.1	新華社 31.5
男 性	共同通信 79.1	ロイター通信 72.1	時事通信 58.0	AP通信 52.2	新華社 37.1
女 性	共同通信 68.2	ロイター通信 66.2	時事通信 43.7	AP通信 39.0	新華社 26.6
18-19歳	ロイター通信 56.4	共同通信 45.5	AP通信 23.6	時事通信 21.8	AFP通信 7.3
20 代	ロイター通信 64.2	共同通信 53.7	時事通信 31.7	AP通信 27.6	AFP通信 9.3
30 代	ロイター通信 72.5	共同通信 67.4	時事通信 47.9	AP通信 47.7	新華社 19.2
40 代	共同通信 81.2	ロイター通信 80.2	時事通信 60.2	AP通信 59.2	新華社 32.1
50 代	共同通信 81.2	ロイター通信 77.6	AP通信 59.0	時事通信 56.8	新華社 38.0
60 代	共同通信 80.8	ロイター通信 71.5	時事通信 52.5	AP通信 48.1	新華社 40.2
70代以上	共同通信 69.3	ロイター通信 55.0	時事通信 47.5	新華社 36.8	AP通信 31.0

《新聞への意見》

26. 新聞の記事の満足度は？（*）

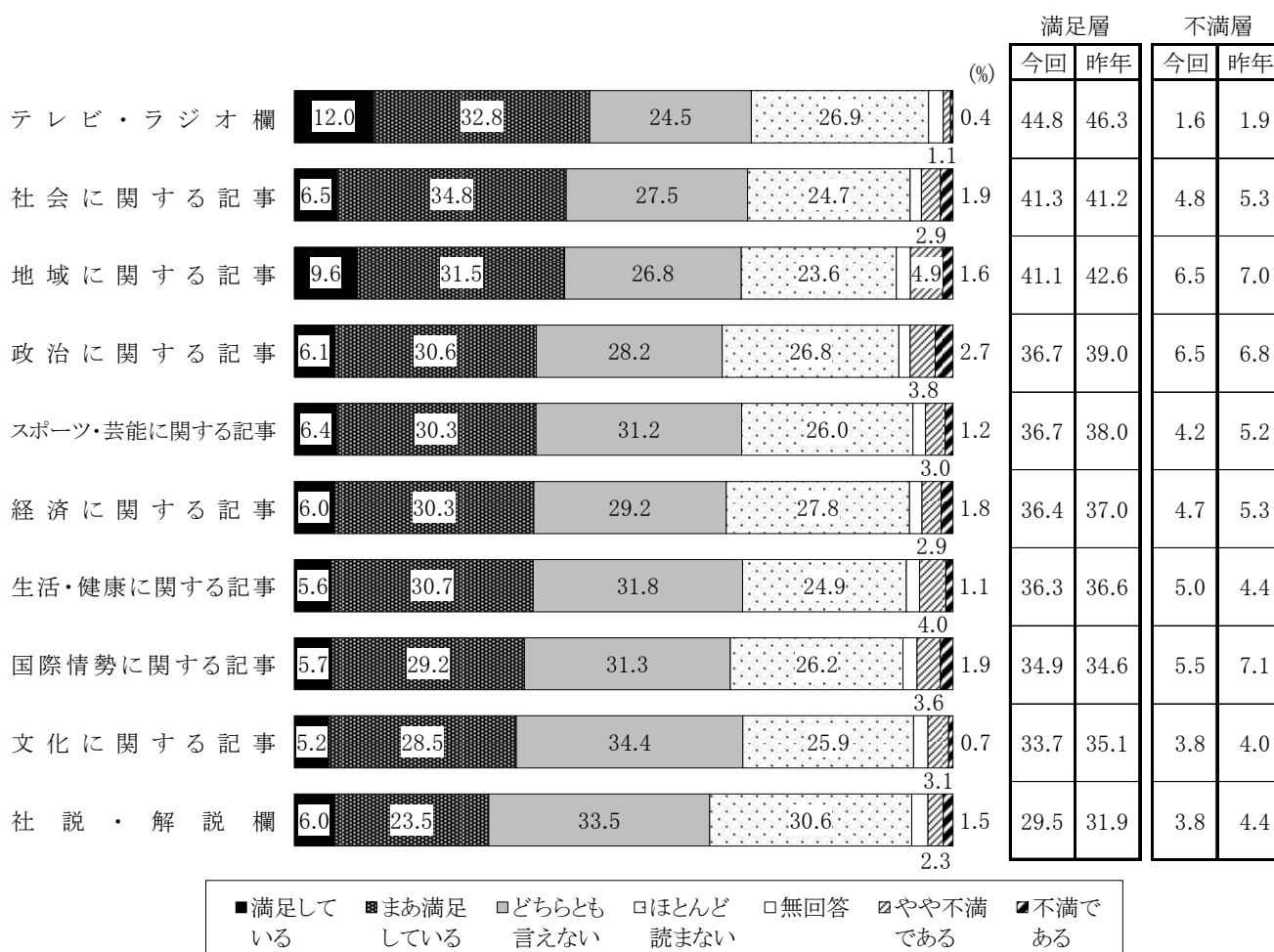
— ラ・テ欄、社会記事、地域記事など、身近な記事の満足度が高い —

- ・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44.8%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」（41.3%）、「地域に関する記事」（41.1%）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」の満足層は約30%、「文化に関する記事」「国際情勢に関する記事」「生活・健康に関する記事」「経済に関する記事」「スポーツ・芸能に関する記事」「政治に関する記事」の満足層は30%台となったが、不満層も10%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、「政治に関する記事」が2.3ポイント、「社説・解説欄」が2.4ポイント減少した。

※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 26-1 新聞の記事の満足度

(n=2,993)



- ・どの記事も、年代の高い層で満足層が多くなる傾向が見られた。満足層は、「テレビ・ラジオ欄」は3.2ポイント、「地域に関する記事」は1.3ポイント、男性より女性が多く、「社会に関する記事」は5.1ポイント、女性より男性が多かった。
- ・「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 26-2 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=2,993)

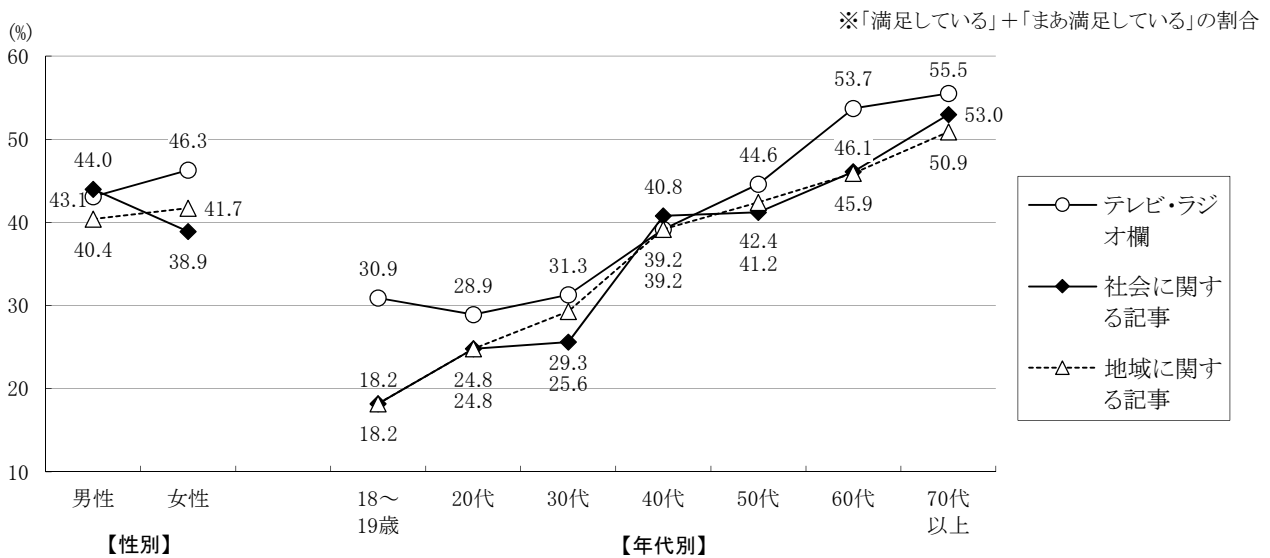
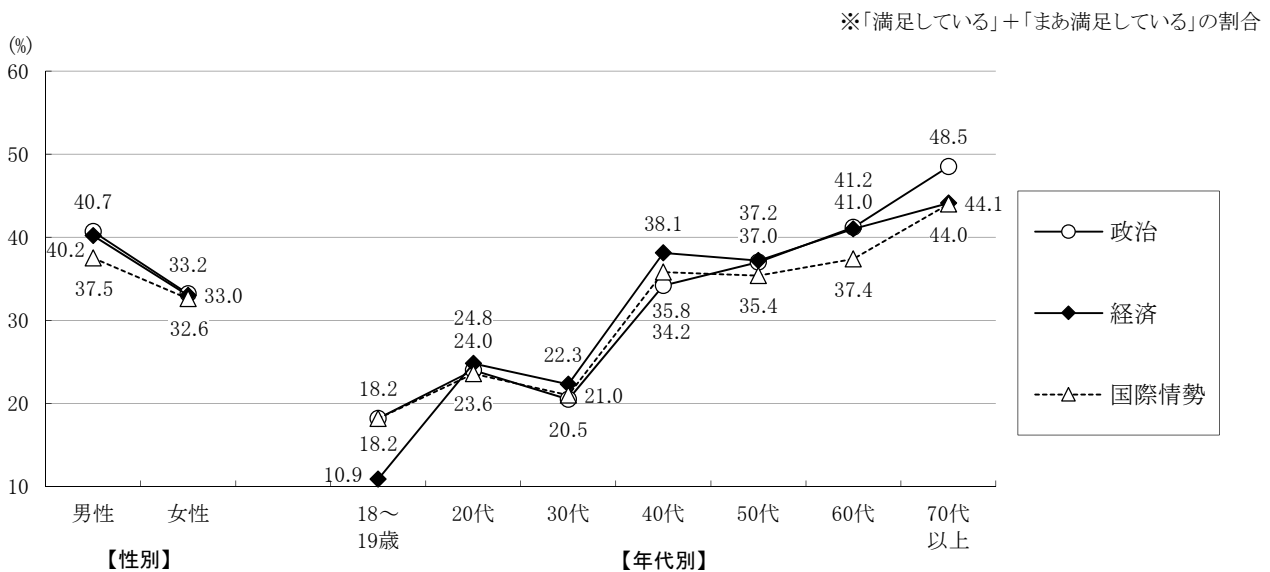


図 26-3 政治、経済、国際情勢に関する記事に満足している人の割合（性・年代別）

(n=2,993)



27. 新聞全般の満足度は？（*）

－ 満足している人は43%、不満な人は9% －

- ・新聞全般について、「満足している」は13.3%、「やや満足である」は30.0%であり、この2つを合わせた満足層は43.3%だった。「やや不満である」と「不満である」を合わせた不満層は8.5%と少数だった。満足層は昨年から減少が続いた。
- ・年代別に見ると、満足層は20代で22.8%と最も低く、年代の上昇とともに多くなり、70代以上で60.2%となった。一方、不満層は30～50代で10%強だった。40代以下では「どちらとも言えない」が50%を超えた。

※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 27-1 新聞全般の満足度 (n=2,993)

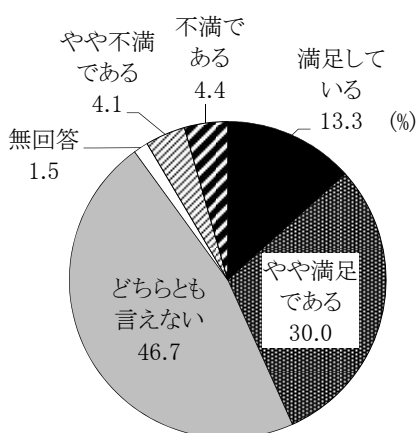


図 27-2 新聞全般の満足度（時系列）

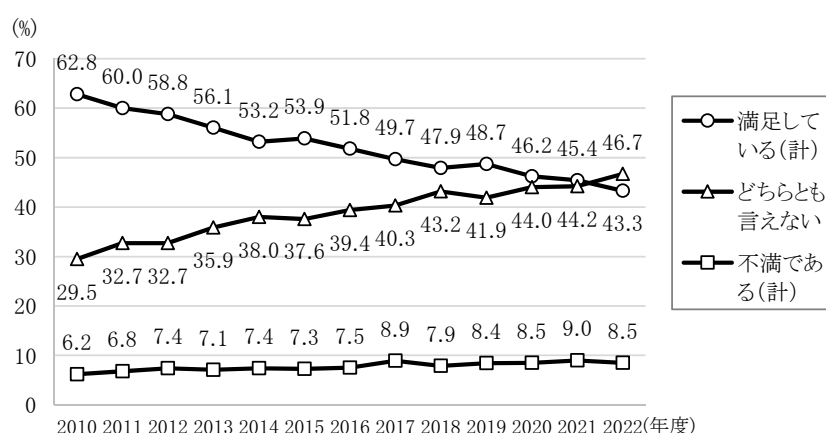
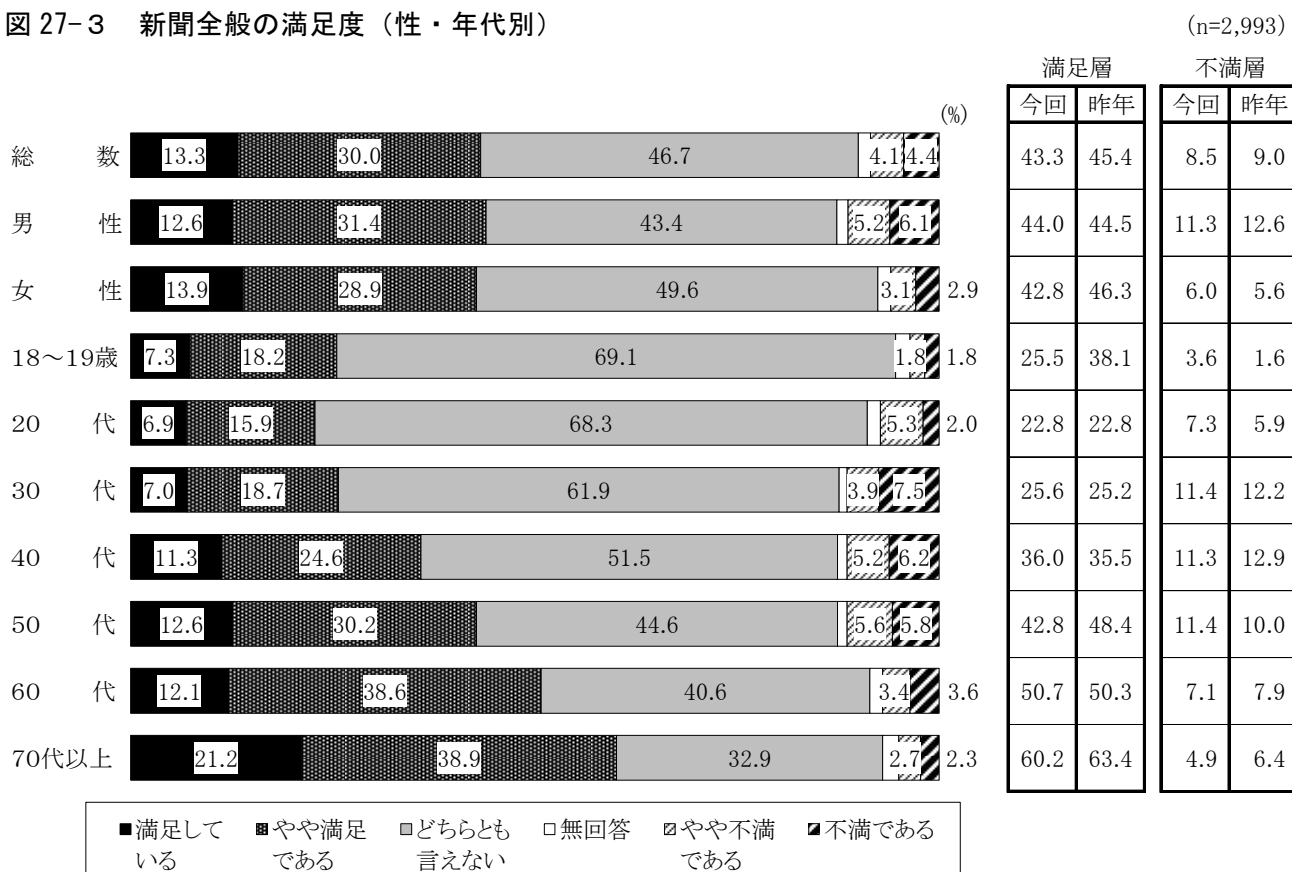


図 27-3 新聞全般の満足度（性・年代別）



28. 戸別配達をどう思う？（＊）

－ 日本独特の戸別配達制度、「続けてほしい」55% －

- ・戸別配達については、「ぜひ続けてほしい」は32.2%、「できれば続けてほしい」は23.2%であり、両者を合わせた『続けてほしい(計)』は55.4%だった。
- ・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、調査開始の2008年度(84.1%)からは28.7ポイント、昨年度(58.0%)からは2.6ポイントの減少となった。年代別に見ると、20代を除く全ての年代で減少した。
- ・年代別に見ると、『続けてほしい(計)』は30代(29.8%)で最も低く、以降、70代以上(79.4%)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 28-1 戸別配達の存続 (n=2,993)

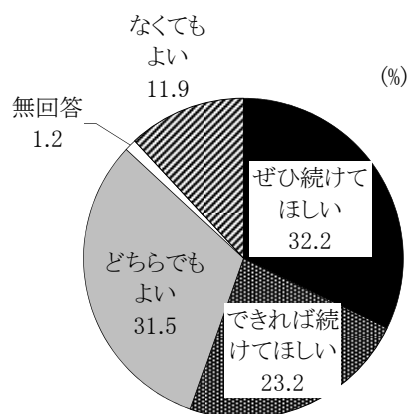


図 28-2 『続けてほしい(計)』割合 (時系列)

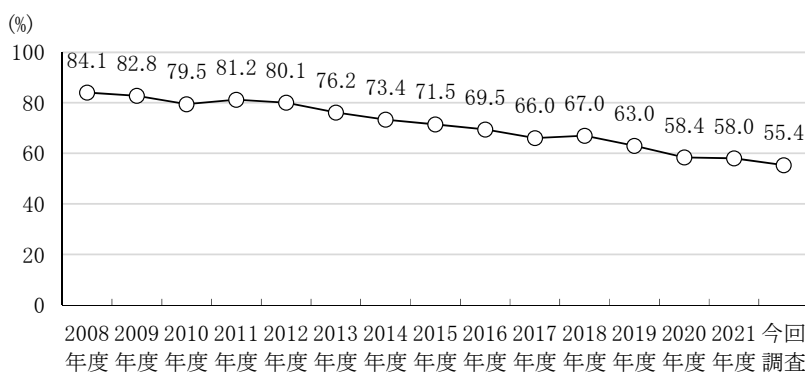
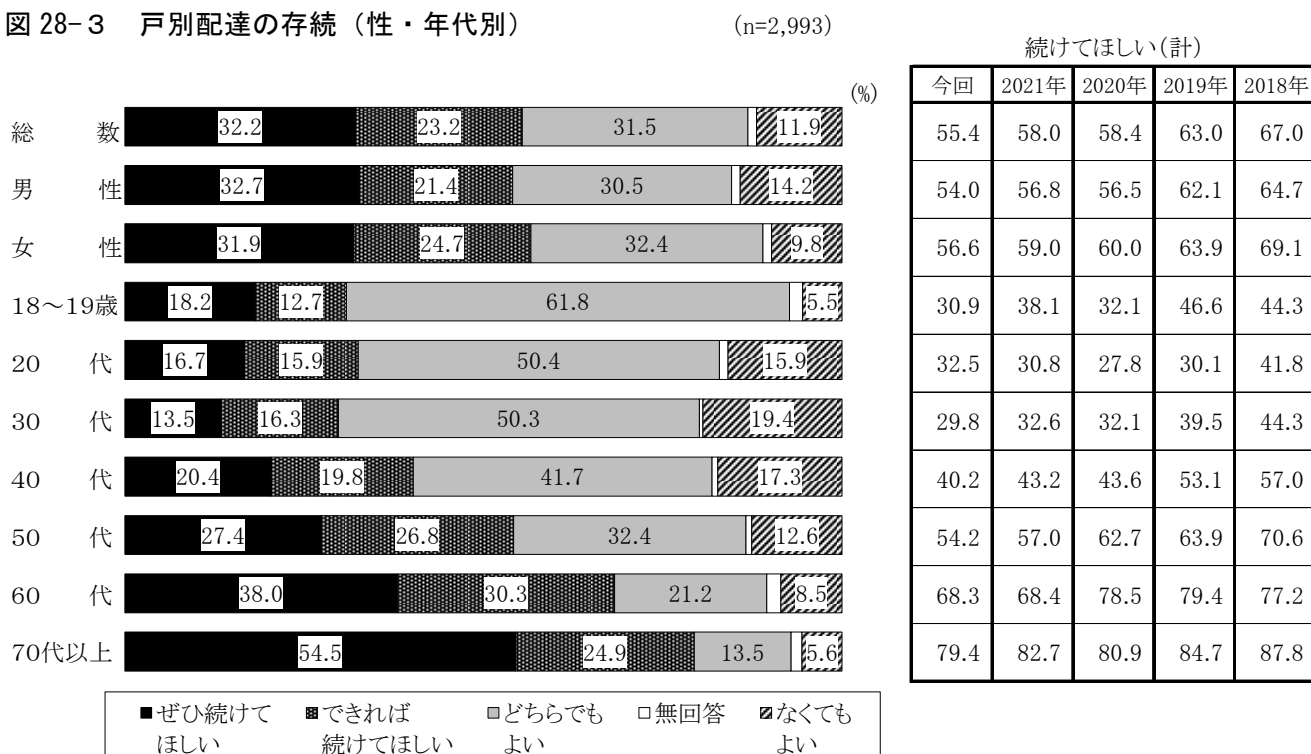


図 28-3 戸別配達の存続 (性・年代別) (n=2,993)



29. 新聞の購読料をどう思う? (*)

— 「高い」とする人が53%、「妥当」とする人が45% —

- ・新聞の1ヶ月の購読料(3,000円から5,000円)について、「かなり高い」は15.0%、「少し高い」は37.6%で、両者を合わせた『高い(計)』は52.7%となった。「妥当である」は44.5%、「少し安い」と「かなり安い」を合わせた『安い(計)』は1.5%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。2019年度は再び『高い(計)』が「妥当である」を上回った。『高い(計)』は一昨年度から減少が続いたが今回調査で増加に転じた。
- ・年代別に見ると、『高い(計)』は年代が低いほど高くなる傾向が見られた。一方、「妥当である」は年代が高いほど高くなる傾向が見られ70代以上で53.1%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 29-1 新聞の購読料 (n=2,993)

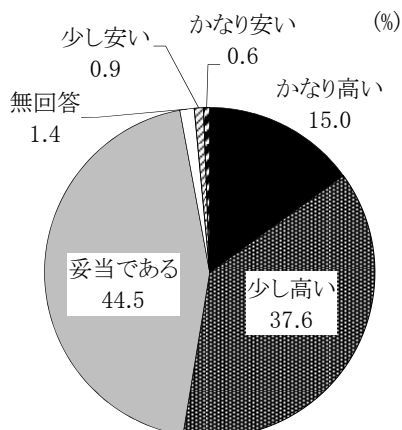


図 29-2 新聞の購読料 (時系列)

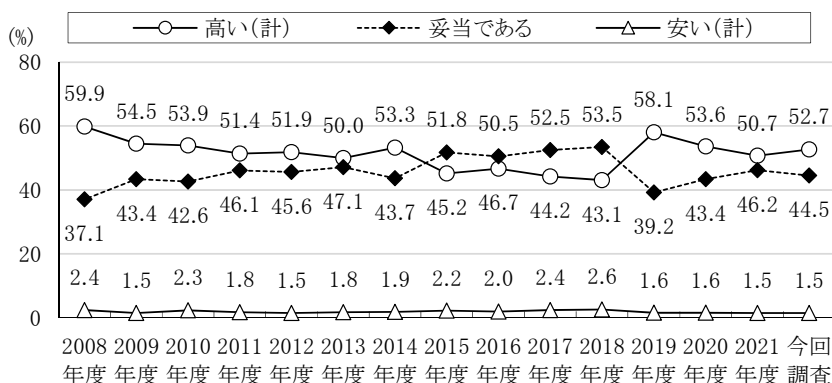
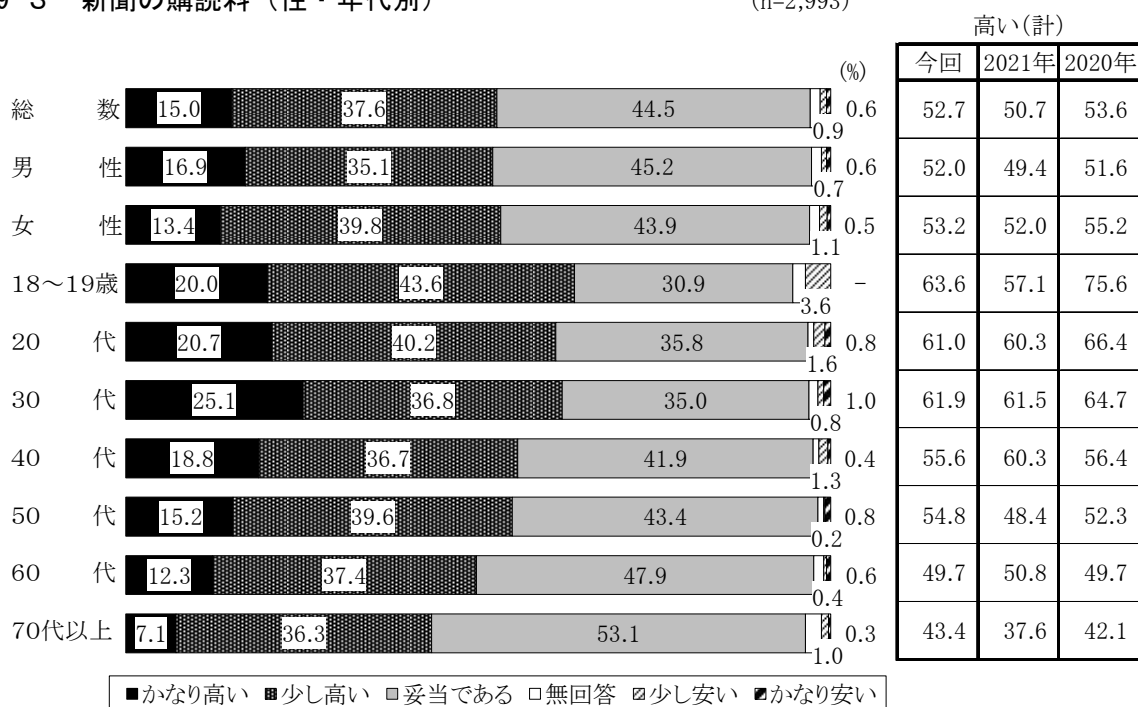


図 29-3 新聞の購読料 (性・年代別)

(n=2,993)



30. 今後、新聞とどう接する？（*）

－ 「紙の新聞を購読する」が47%、「購読しない・読まない」が41% －

- ・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」と答えた人が最も多く47.2%となったが、2018年度58.5%から低下を続けている。一方、「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27.5%と2018年度20.4%から、「無料でも新聞は読まない」は13.6%と2018年度8.8%から上昇傾向にある。
- ・年代別に見ると、「紙の新聞を購読する」は、20代（10.6%）から年代の上昇とともに割合も多くなり70代以上で79.0%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40代以下で、「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30代以下で20%台と他の年代より多くなった。

図 30-1 今後の新聞との接し方

(n=2,993)

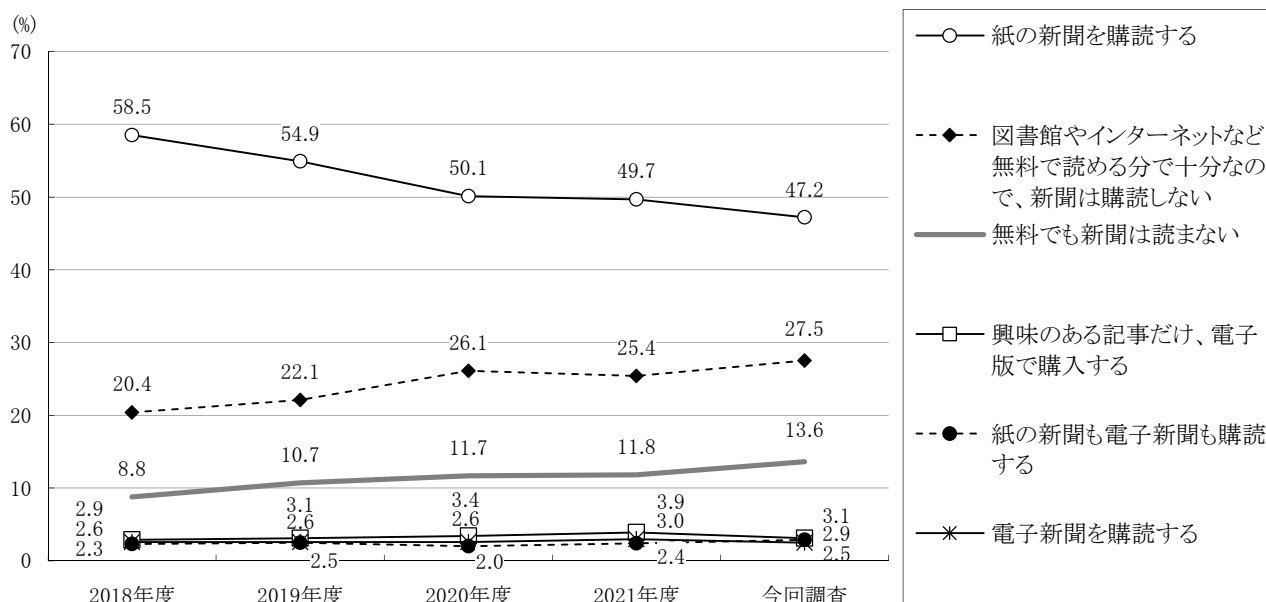
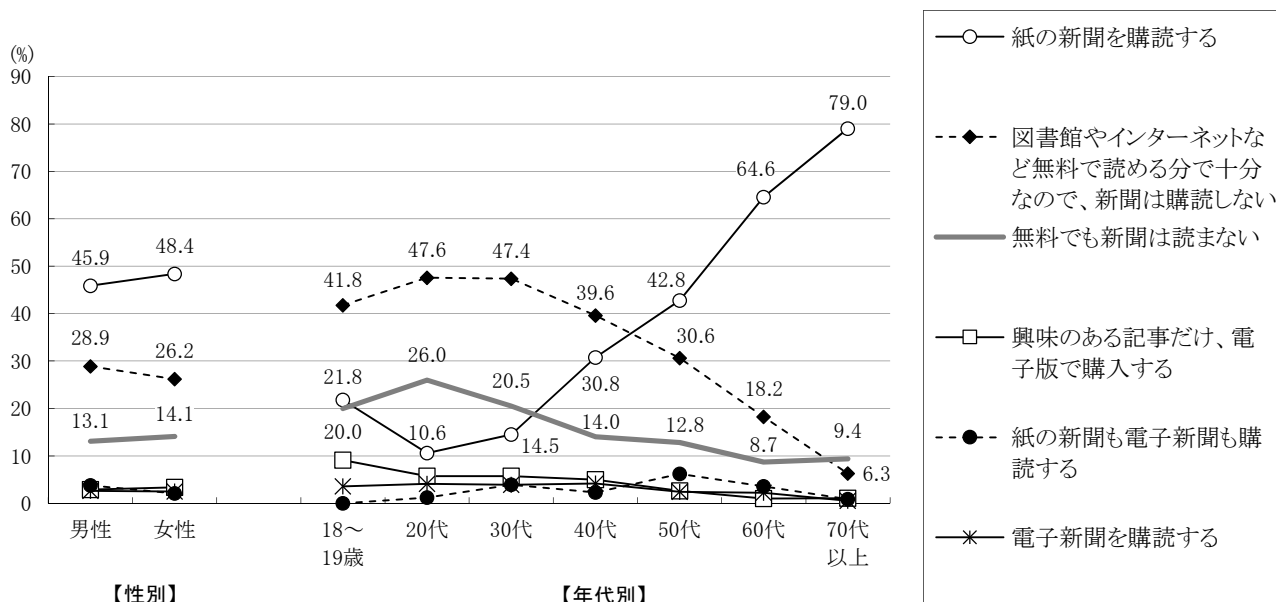


図 30-2 今後の新聞との接し方（性・年代別）

(n=2,993)



《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 78.6%)

31. 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 94%、モバイルのみでの閲覧が 71% －

- ・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 93.8%と突出して多かった。次いで「パソコン」が 28.7%、「タブレット」は 10.0%だった。
- ・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 71.1%、「パソコンとモバイル」が 24.4%、「パソコンのみ」が 4.3%だった。
- ・昨年度調査と比較すると、「モバイルのみ」が 4.9 ポイント増、「パソコンとモバイル」「パソコンのみ」がそれぞれ 2.4 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 (58.7%) より女性 (83.2%) で多く、年代別では、70 代以上の 61.5%から 18～19 歳の 94.3%にかけて、年代が下がるにつれて多くなる傾向が見られた。

図 31-1 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=2,352)

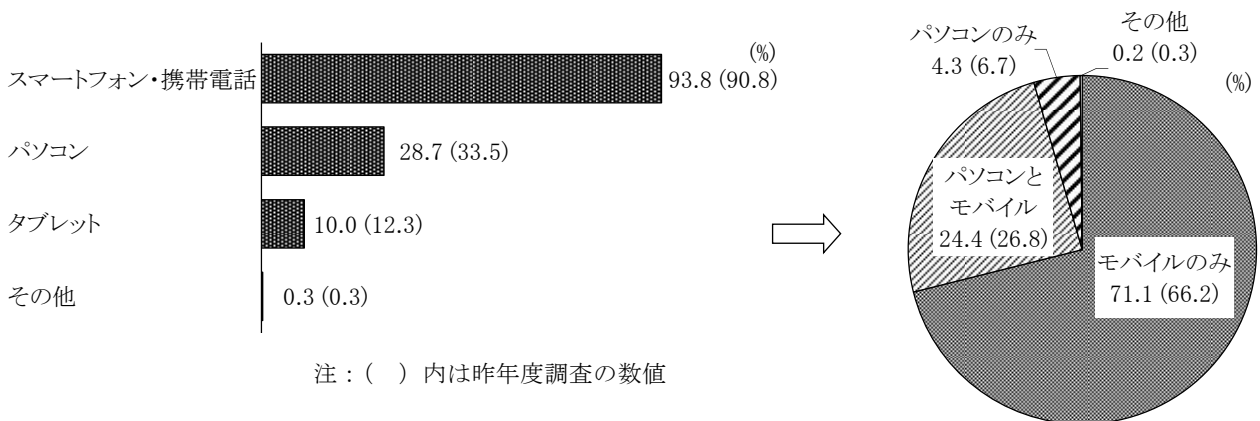
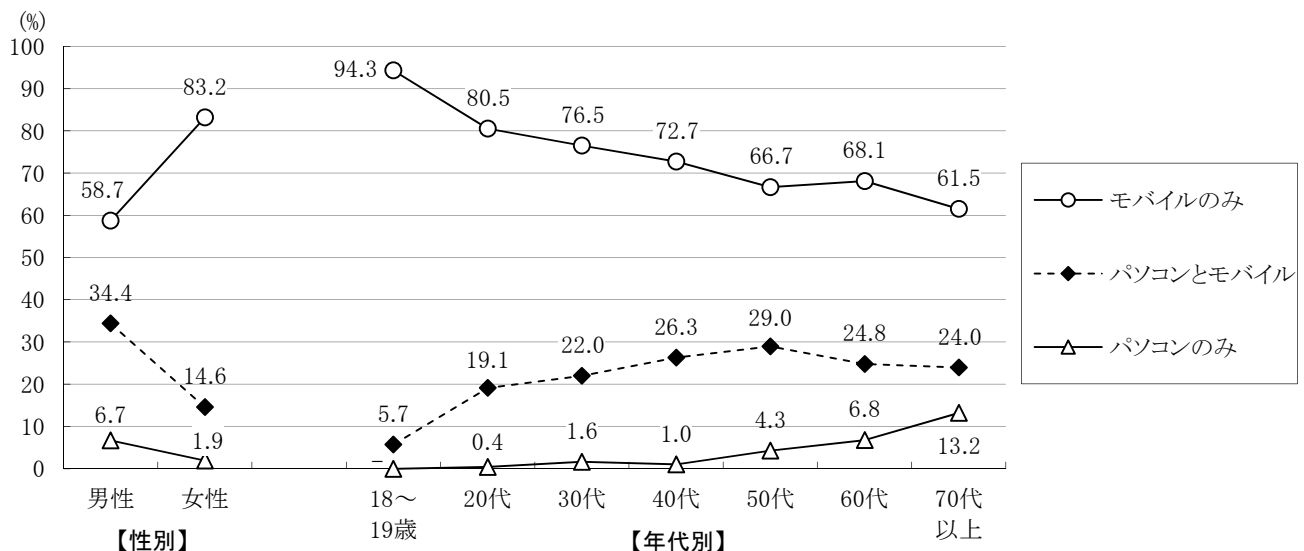


図 31-2 インターネットニュースを見る時に使用する機器 (性・年代別)

(n=2,352)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の78.4%)

32. 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81%、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)」(81.3%) が突出して多かった。以下、「SNS (LINE、Twitter、Facebook など)」(38.6%)、「キュレーションアプリ (スマートニュース、グノシー、News Picks など)」(16.2%)、「新聞社・通信社・テレビ放送局の公式サイト」(14.2%) となった。
- ・年代別に見ると、30代以上では「ポータルサイト (Yahoo!、Google など)」、20代以下では「SNS (LINE、Twitter、Facebook など)」が最も多くなった。「新聞社・通信社・テレビ放送局の公式サイト」は、最も多い70代以上でも19.3%に留まった。

図 32-1 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=2,348)

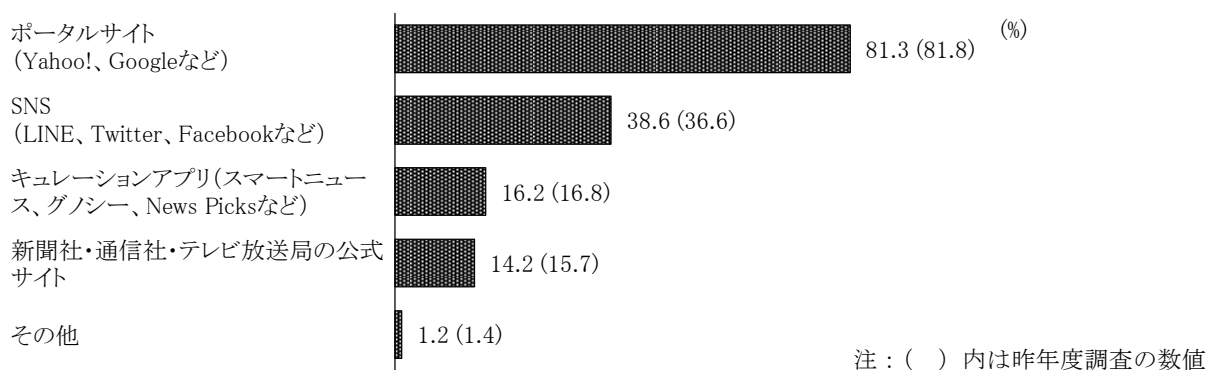
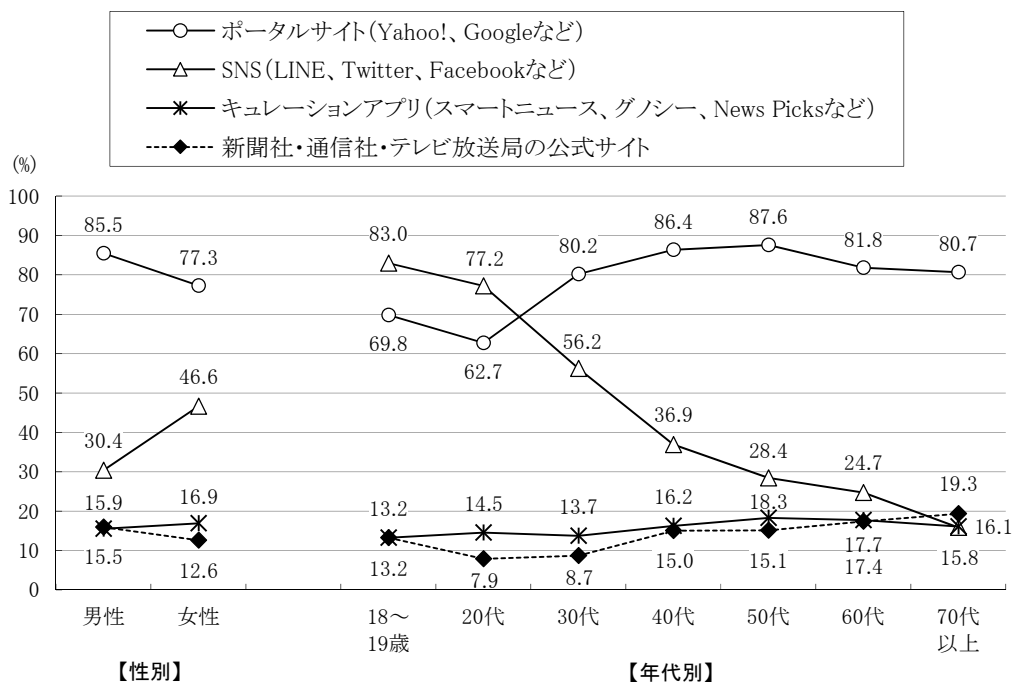


図 32-2 インターネットニュースを見る時、アクセスするサイト (性・年代別) (複数回答、n=2,348)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 78.4%)

33. インターネットニュースを見る時に住所を気にするか? (*)

— 「気にする」46%、「気にしない」54% —

- ・インターネットニュースを見る時に、ニュースの住所を気にするか尋ねたところ、「気にする」と答えた人が 46.3% (「いつも気にする」12.2%と「まあ気にする」34.1%の計)、「気にしない」と答えた人が 53.7% (「全く気にしない」14.5%と「あまり気にしない」39.2%の計) となった。
- ・性別では男女とも、年代別では 40 代を除きいずれも「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、20 代で最も高く 63.5% だった。

※『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 33-1 インターネットニュースの住所 (n=2,348)

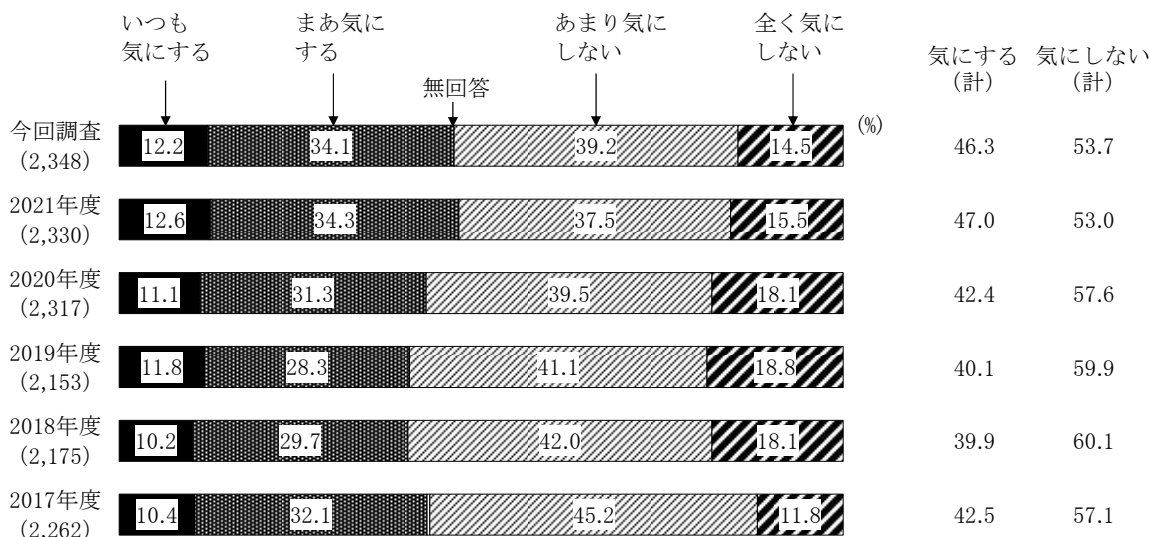
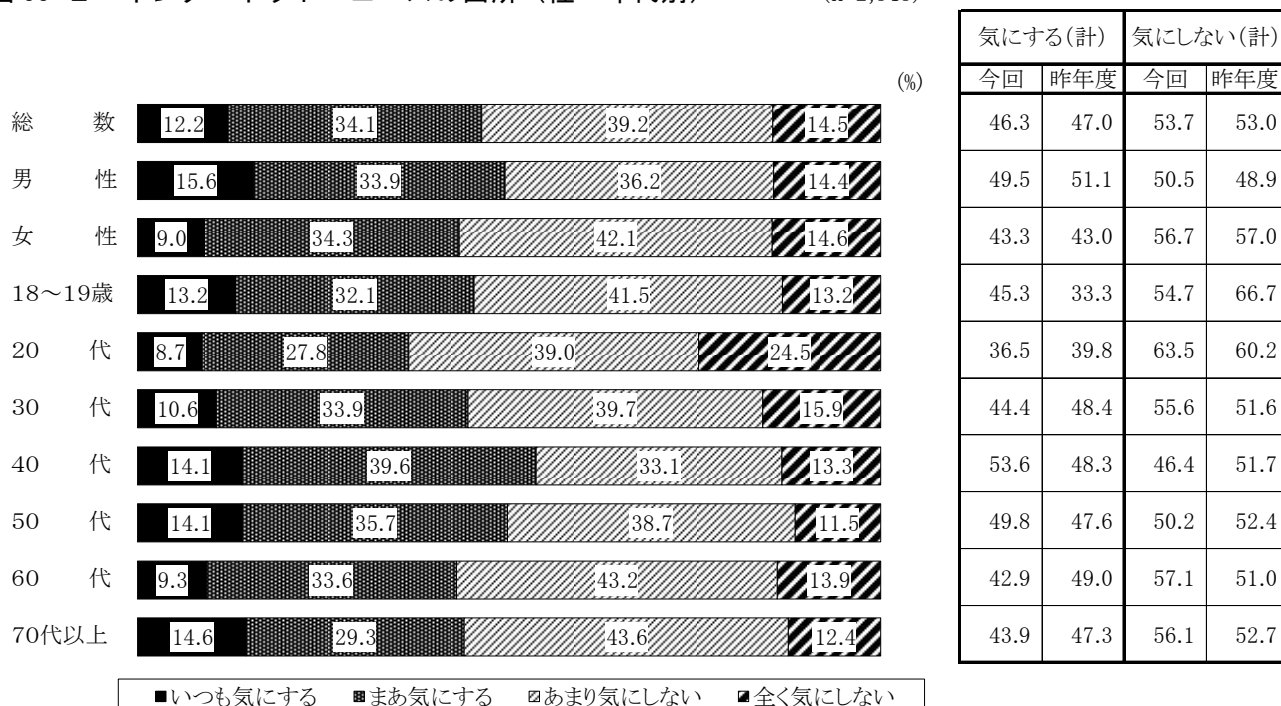


図 33-2 インターネットニュースの住所 (性・年代別) (n=2,348)



34. 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？（＊）

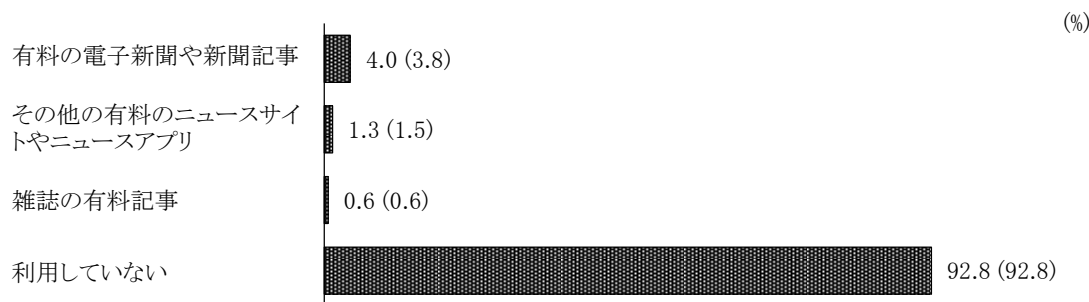
－ 利用していないが93%、

「有料の電子新聞や新聞記事」の利用が4% －

- ・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4.0%、「その他の有料のニュースサイトやニュースアプリ」が1.3%、「雑誌の有料記事」が0.6%だった。
- ・利用しているのは、女性より男性が多く、年代別では40～60代で多かったが、利用率は10%に満たなかった。

図 34-1 インターネットニュースの有料サービスの利用

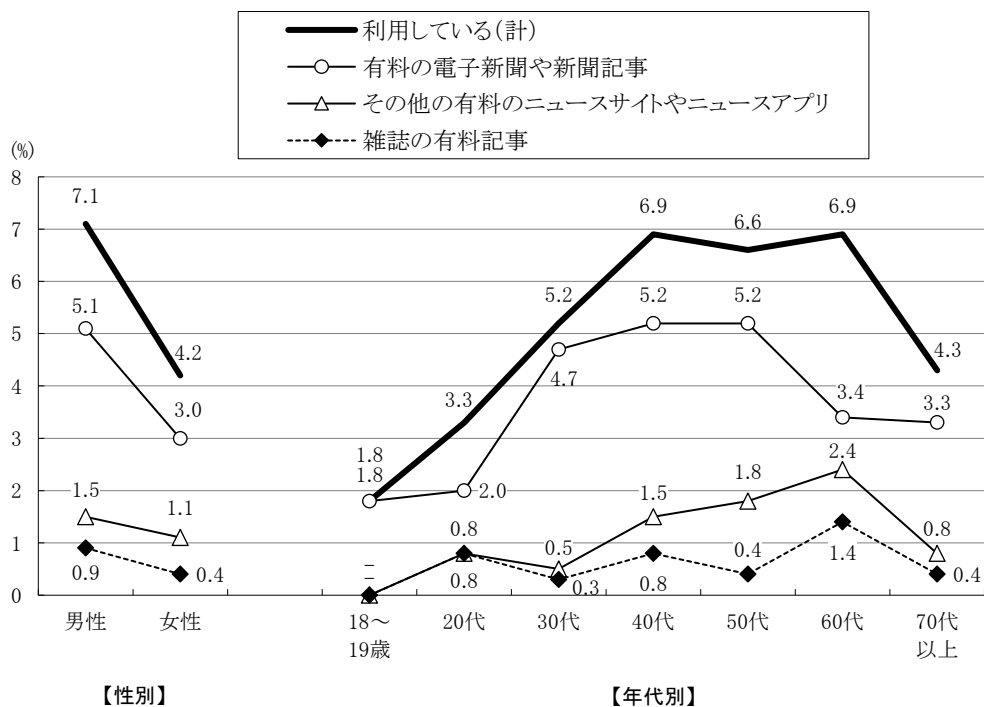
(複数回答、n=2,993)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 34-2 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=2,993)



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 2,993（59.9%）

<性別>

総数	男性	女性
2,993	1,399	1,594
100.0%	46.7%	53.3%

●調査方法

専門調査員による訪問留置法

●実査時期

2022年8月26日から9月13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
55	246	386	520	500	495	791
1.8%	8.2%	12.9%	17.4%	16.7%	16.5%	26.4%

第15回 メディアに関する全国世論調査（2022年）

2022年11月12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