

第 13 回
メディアに関する全国世論調査
(2020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」69.2点、2位「NHK テレビ」69.0点、3位「民放テレビ」62.0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%
 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. 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79%>

《新型コロナウイルス感染症》

6. 新型コロナが広がる前後でのメディア接触の変化は？ 9
 <増えたのは「民放テレビ」「インターネット」「NHK テレビ」「新聞」の順>
7. 各メディアの新型コロナ報道の印象は？ 10
 <民放テレビの印象強く>
8. 新型コロナに関する情報入手方法は？ 12
 <「民放テレビ」79%、「NHK テレビ」60%>
9. 新型コロナに関する情報入手で有益に感じたメディアは？ 13
 <「民放テレビ」62%、「NHK テレビ」47%>
10. 自粛行動に影響を与えたものは？ 14
 <「新聞やテレビなどメディアの報道」68%、「国の発表や要請」59%>
11. 新型コロナについて関心のある情報は？ 15
 <「地域周辺の感染状況」「ワクチン開発や治療法、治療薬の情報」>
12. 新型コロナへの対応の評価は？ 16
 <政府は53.6点、自治体は56.6点>
13. 感染症対策と経済対策のどちらを重視？ 17
 <「感染症対策」62%、「経済対策」15%>
14. 東京オリンピック・パラリンピック開催についてどう思う？ 18
 <「開催すべき」26%、「中止すべき」38%、「延期すべき」34%>

《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？ …… 20
 <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>
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？ …… 22
 <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？ …… 23
 <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？ …… 25
 <「民放テレビ」75%、「インターネット」62%、「NHK テレビ」54%、「新聞」43%>
19. どのメディアで各分野の情報を得る？ …… 26
 <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》

20. 新聞をどのように読んでいる？ …… 28
 <「月ぎめでとっている紙の新聞」54%、「読まない」32%>
21. 月ぎめ新聞の購読状況は？ …… 29
 <61%が購読、購読率は減少傾向が続く>
22. 月ぎめで新聞をとる理由は？ …… 31
 <「新聞を読むのが習慣になっているから」48%>
23. 月ぎめで新聞をとらない理由は？ …… 32
 <「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」74%>
24. 通信社の役割を知っている？ …… 33
 <「知っている」46%、「知らない」53%>
25. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？ …… 34
 <1位「共同通信」(72%)、2位「ロイター通信」(68%)>

《新聞への意見》

26. 新聞の記事の満足度は？ …… 35
 <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？ …… 37
 <満足している人は46%、不満な人は9%。満足層は再び減少>
28. 戸別配達をどう思う？ …… 38
 <日本独特の戸別配達制度、「続けてほしい」58%。減少傾向続く>
29. 新聞の購読料をどう思う？ …… 39
 <「高い」とする人が54%、「妥当」とする人が43%>
30. 今後、新聞とどう接する？ …… 40
 <「紙の新聞を購読する」が50%、「購読しない・読まない」が38%>

《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？ …………… 41
 <スマートフォン・携帯電話が91%、モバイルのみでの閲覧が69%と増加>
32. インターネットニュースを見る時、アクセスするのは？ …………… 42
 <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？ …………… 43
 <「気にする」42%、「気にしない」58%>
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？ …………… 44
 <利用していないが92%、「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》

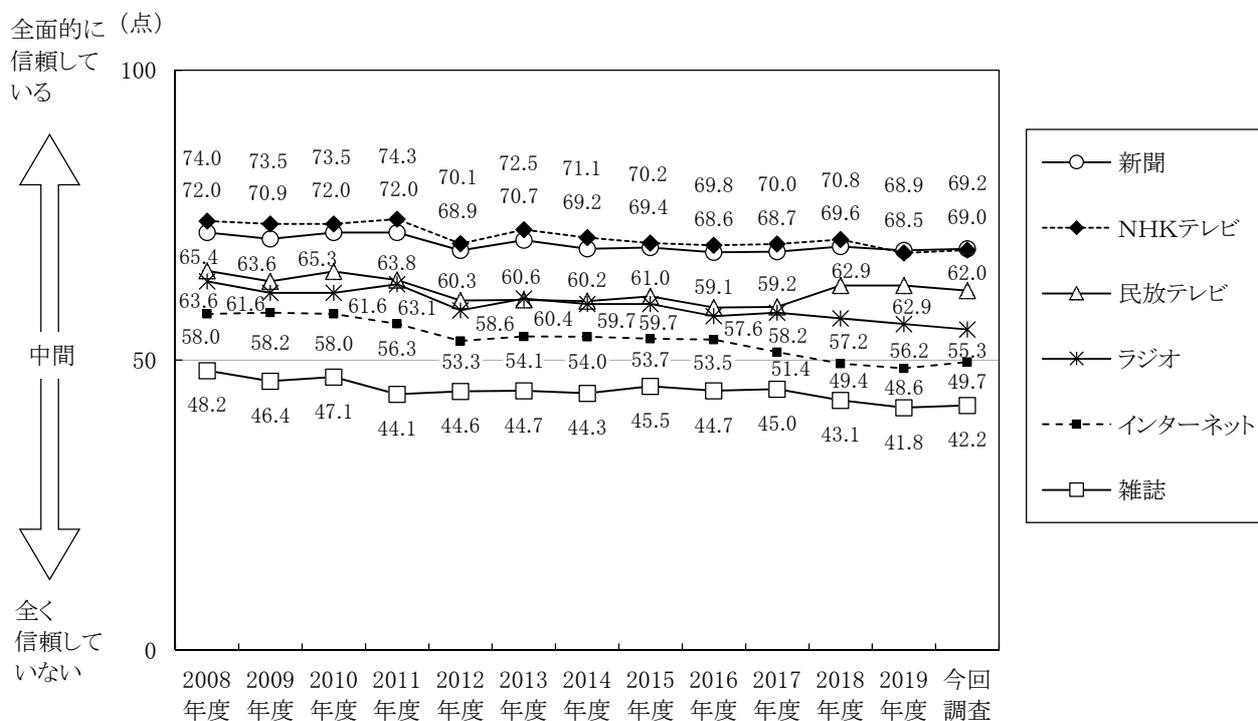
1. 各メディアの情報の信頼度は？（＊）

－ 1位「新聞」69.2点、2位「NHKテレビ」69.0点、3位「民放テレビ」62.0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「新聞」で69.2点、次いで「NHKテレビ」が69.0点、「民放テレビ」が62.0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、「新聞」が2位であったが、前回調査（2019年度）でわずかながら「新聞」（68.9点）が「NHKテレビ」（68.5点）を上回り、今回調査でも「新聞」が1位を維持した。
- ・昨年度と比較すると、「新聞」（前回調査比0.3点上昇）、「NHKテレビ」（同0.5点上昇）、「インターネット」（同1.1点上昇）は上昇したが、「民放テレビ」（同0.9点低下）、「ラジオ」（同0.9点低下）は低下した。

図1-1 各メディアの信頼度

(n=3,064)



・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=3,064)

(点)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総 数	新聞 69.2	NHKテレビ 69.0	民放テレビ 62.0	ラジオ 55.3	インターネット 49.7	雑誌 42.2
男 性	新聞 67.7	NHKテレビ 67.2	民放テレビ 60.1	ラジオ 54.7	インターネット 49.9	雑誌 41.2
女 性	新聞 70.6	NHKテレビ 70.6	民放テレビ 63.8	ラジオ 55.8	インターネット 49.6	雑誌 43.2
18-19歳	新聞 65.0	NHKテレビ 62.4	民放テレビ 61.9	インターネット 55.8	ラジオ 54.2	雑誌 45.3
20 代	新聞 61.6	NHKテレビ 60.1	民放テレビ 57.3	インターネット 54.0	ラジオ 53.4	雑誌 44.9
30 代	新聞 65.6	NHKテレビ 64.1	民放テレビ 58.3	インターネット 55.9	ラジオ 55.1	雑誌 45.2
40 代	新聞 69.0	NHKテレビ 67.2	民放テレビ 61.0	ラジオ 56.2	インターネット 54.0	雑誌 44.7
50 代	新聞 71.0	NHKテレビ 69.8	民放テレビ 62.7	ラジオ 56.6	インターネット 50.4	雑誌 43.1
60 代	NHKテレビ 72.0	新聞 71.0	民放テレビ 64.4	ラジオ 56.1	インターネット 48.5	雑誌 38.8
70代以上	NHKテレビ 74.6	新聞 72.4	民放テレビ 64.6	ラジオ 53.9	インターネット 38.7	雑誌 38.5

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18.4%で最も多く、次いで、「情報が分かりやすい」が15.1%、「社会的影響力がある」が15.0%となった。また、「何となく」と回答した人の割合は8.2%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、「社会的影響力がある」は30～40代で、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、年代が低い層で多くなる傾向が見られた。

図2-1 各メディアの信頼度得点をつけた要因

(n=3,064)

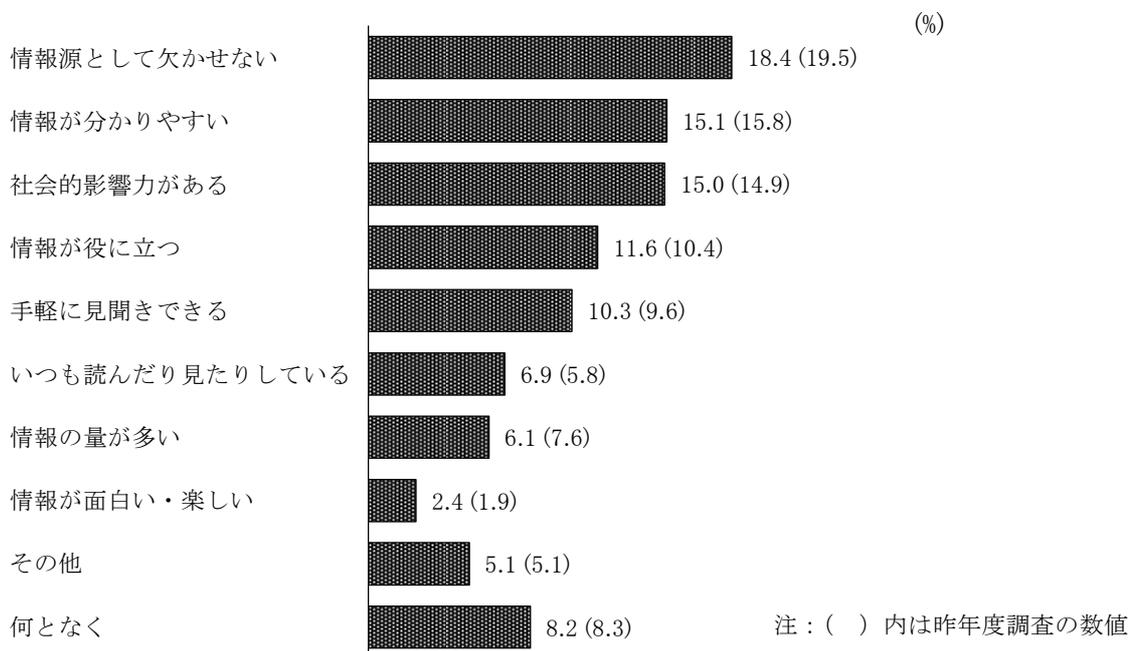
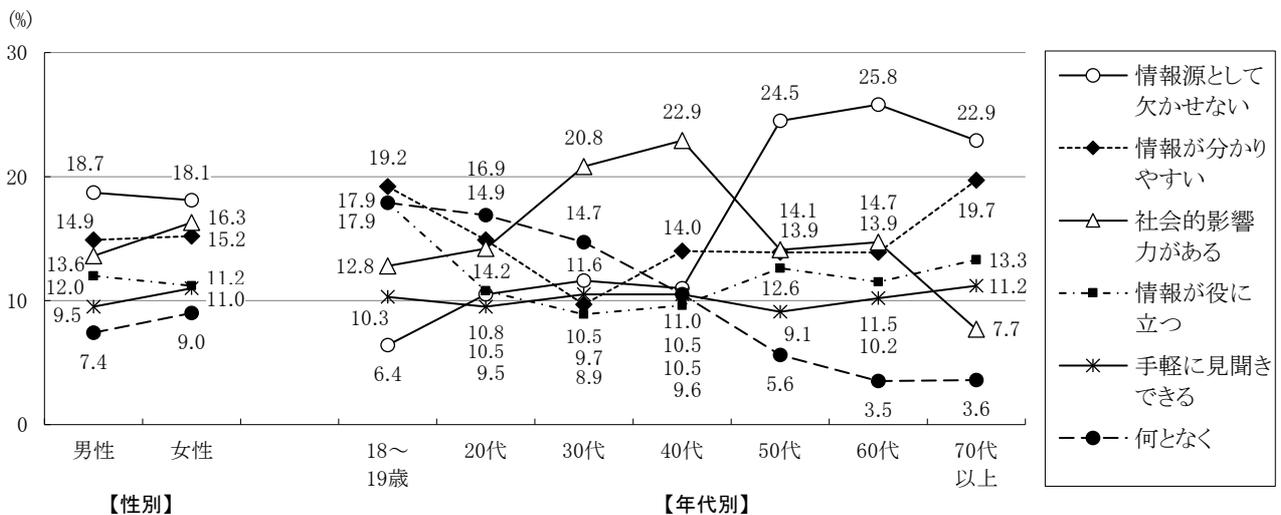


図2-2 各メディアの信頼度得点をつけた要因（性・年代別）

(n=3,064)



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」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70%以上と多数を占めた。「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「民放テレビ」が13.5%と最も多くなった。昨年度調査からは、どのメディアに対する信頼感も余り変化していない。
- ・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」(33.8%)が最も多かった。
- ・新聞の信頼感が「低くなった」と答えた人にその理由を聞いたところ、「特定の勢力に偏った報道をしているから」(46.6%)が最も多かった。昨年度(53.9%)より7.3ポイント減少した。

図3-1 各メディアの信頼感の変化

(n=3,064)

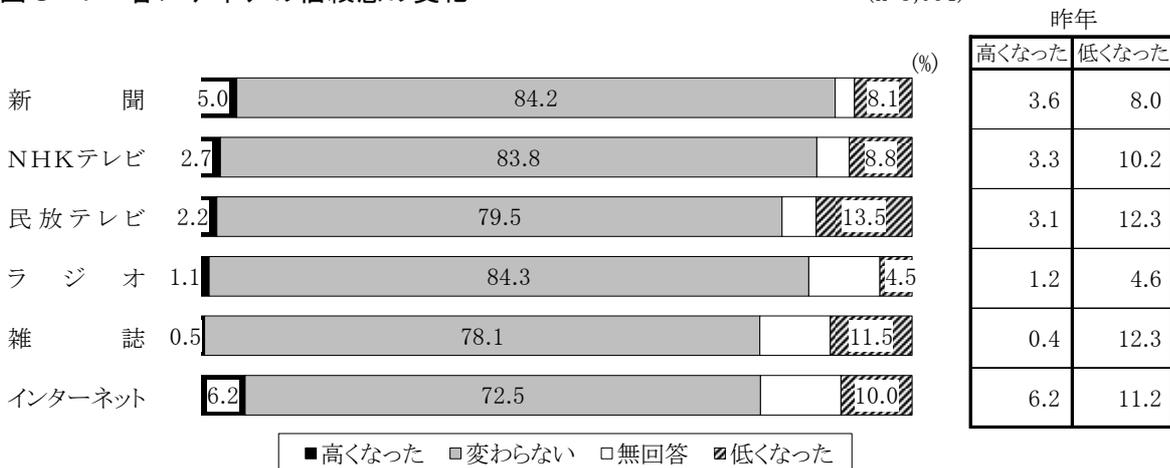


図3-2 新聞の信頼感が高くなった理由 (n=154)

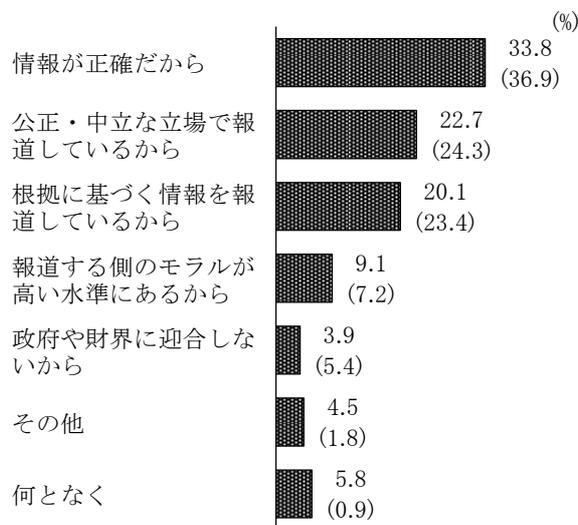
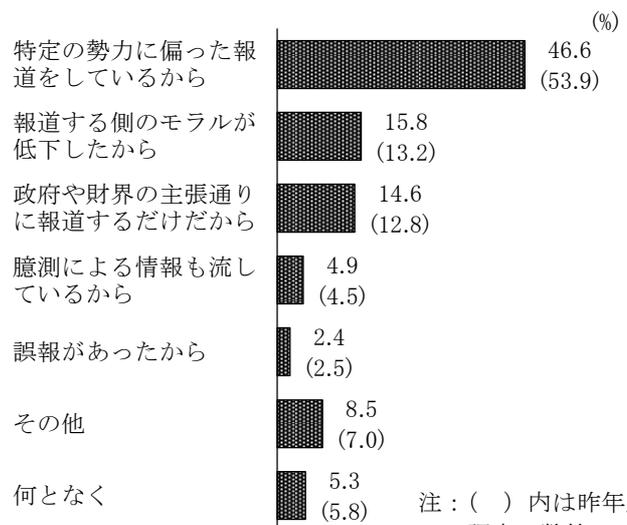


図3-3 新聞の信頼感が低くなった理由 (n=247)



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」「情報が役に立つ」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」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、民放テレビは全ての項目の割合が減少し、インターネットは全ての項目の割合が増加した。インターネットを除く5つのメディアの増減は2ポイント以内となったが、インターネットは「情報が分かりやすい」「情報が面白い・楽しい」の6.3ポイント増をはじめ、他の項目も3ポイント以上の増加となった。
- ・年代別に見ると、「情報源として欠かせない」では、新聞、NHK テレビ、民放テレビは年代が上がるほど、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」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=3,064)

(%)

	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 (58.2)	新聞 54.3 (53.7)	民放テレビ 41.2 (42.4)	インターネット 18.7 (14.8)	ラジオ 10.2 (9.4)	雑誌 2.7 (2.7)
情報が面白い・楽しい	民放テレビ 62.0 (63.4)	インターネット 51.6 (45.3)	NHKテレビ 19.6 (19.5)	新聞 18.9 (19.1)	雑誌 11.3 (12.7)	ラジオ 8.1 (7.1)
情報が分かりやすい	民放テレビ 58.0 (59.0)	NHKテレビ 42.7 (43.6)	インターネット 36.3 (30.0)	新聞 34.2 (35.0)	ラジオ 6.9 (6.0)	雑誌 3.8 (3.8)
社会的影響力がある	民放テレビ 54.3 (55.8)	NHKテレビ 54.0 (53.4)	インターネット 44.9 (41.1)	新聞 44.0 (44.5)	ラジオ 6.2 (6.4)	雑誌 4.6 (5.0)
情報が役に立つ	民放テレビ 50.1 (51.1)	インターネット 47.7 (43.1)	NHKテレビ 42.1 (41.8)	新聞 41.4 (41.1)	ラジオ 8.0 (7.9)	雑誌 7.1 (8.3)
手軽に見聞きできる	インターネット 62.3 (58.1)	民放テレビ 52.8 (54.7)	NHKテレビ 32.0 (32.5)	新聞 29.4 (30.1)	ラジオ 11.1 (11.2)	雑誌 4.4 (5.3)
情報源として欠かせない	インターネット 52.6 (47.7)	民放テレビ 49.1 (49.7)	NHKテレビ 40.2 (41.0)	新聞 38.4 (39.6)	ラジオ 8.4 (8.0)	雑誌 3.7 (4.1)
情報の量が多い	インターネット 49.1 (43.7)	民放テレビ 41.2 (43.1)	新聞 35.1 (34.3)	NHKテレビ 26.7 (28.9)	雑誌 3.9 (4.7)	ラジオ 3.6 (3.3)

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=3,064)

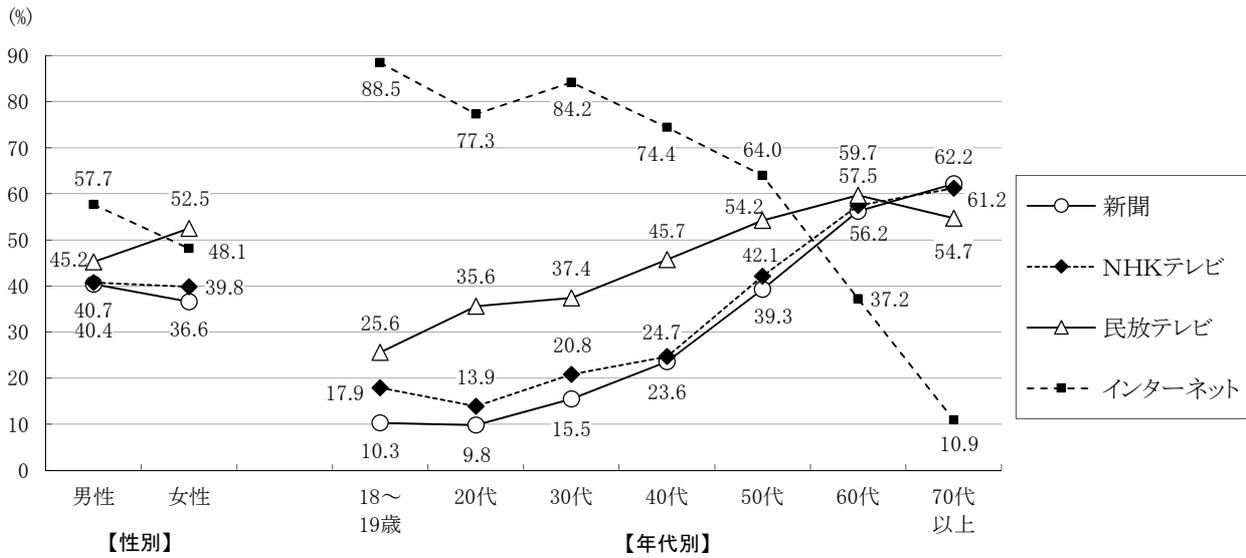


図4-2 「情報が信頼できる」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,064)

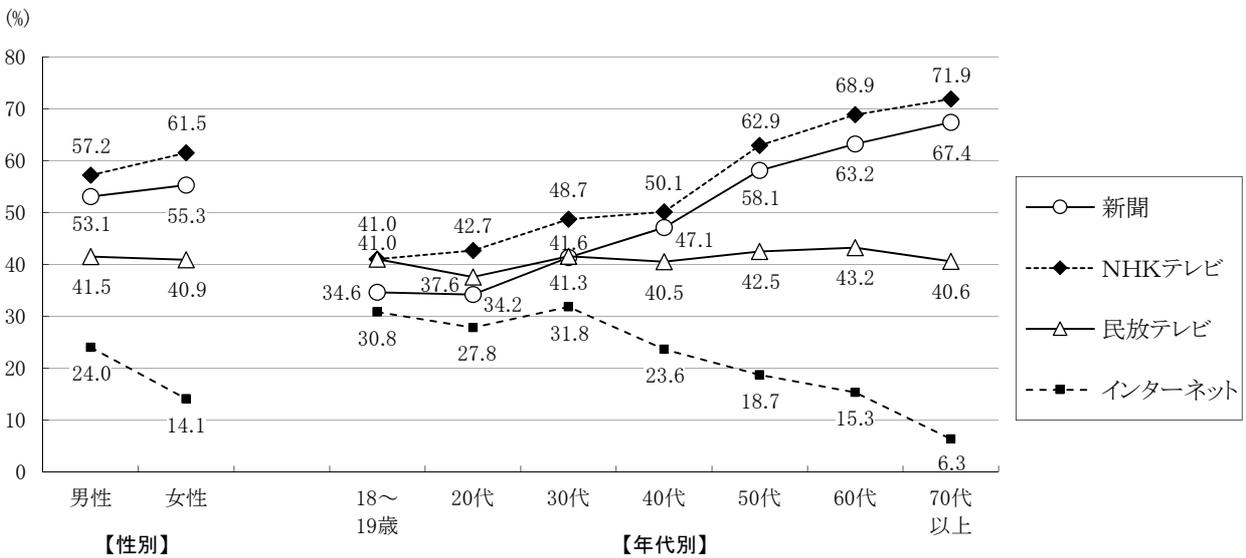
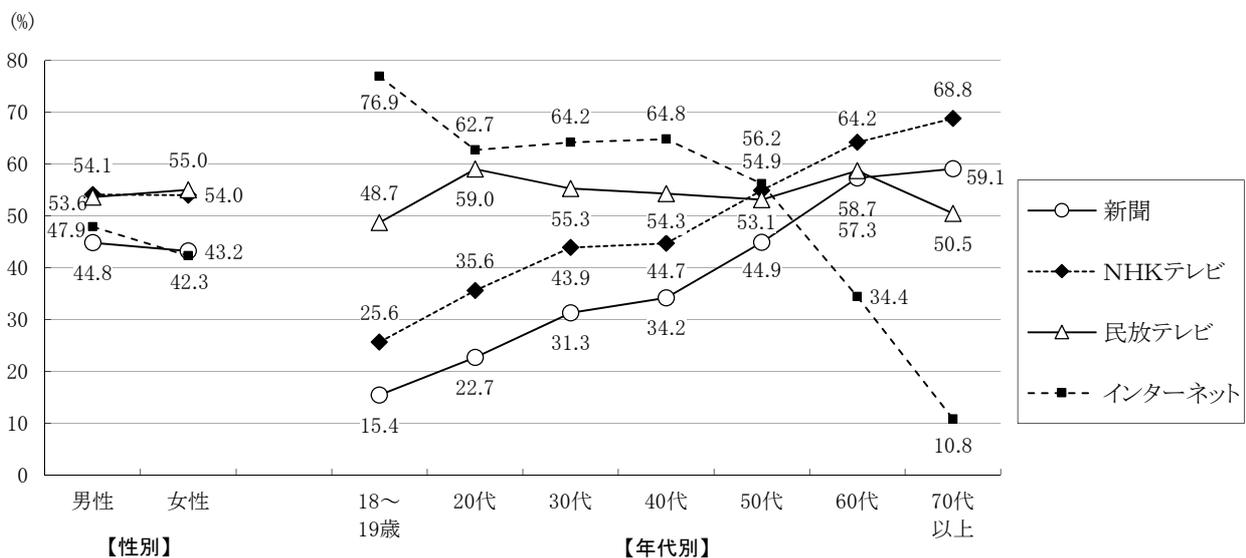


図4-3 「社会的影響力がある」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,064)



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79% －

- ・「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79.4%、「思わない」と答えた人が18.5%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76.4%、「思わない」と答えた人が20.8%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65.0%、「思わない」と答えた人が32.0%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31.6%、「思わない」と答えた人が65.2%となった。
- ・過去の調査との比較では、「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2017年度から2018年度にかけて15.2ポイント増加したほかは、大きな変化は見られなかった。

※「思う」＝「そう思う」＋「どちらかと言えばそう思う」
 「思わない」＝「どちらかと言えばそうは思わない」＋「そうは思わない」

図5-1 報道の自由について

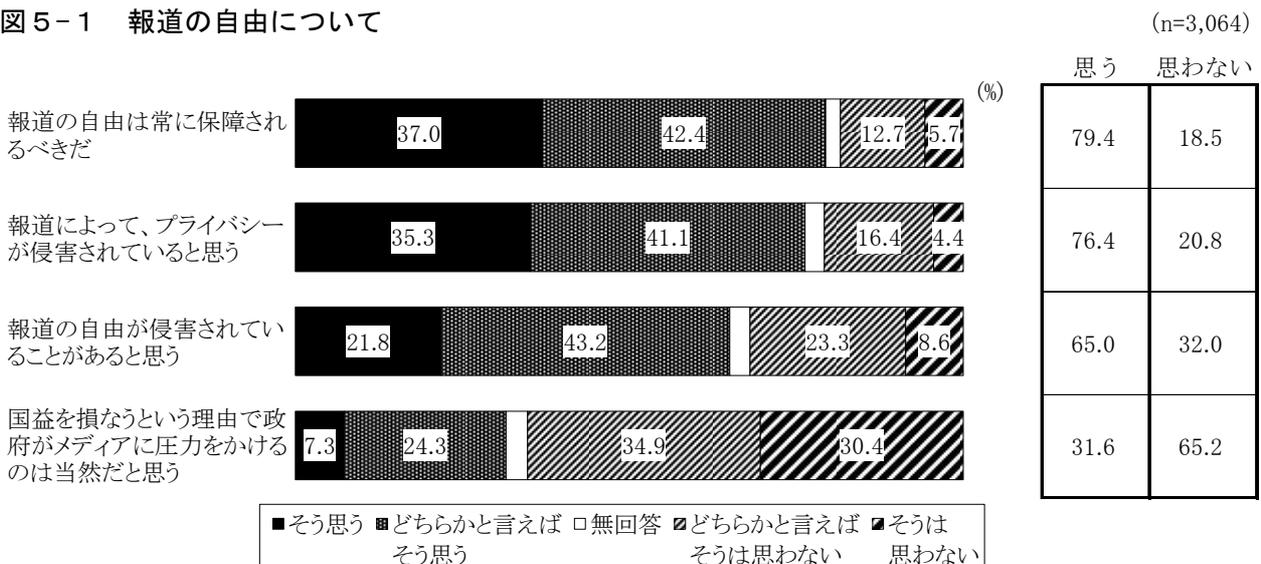
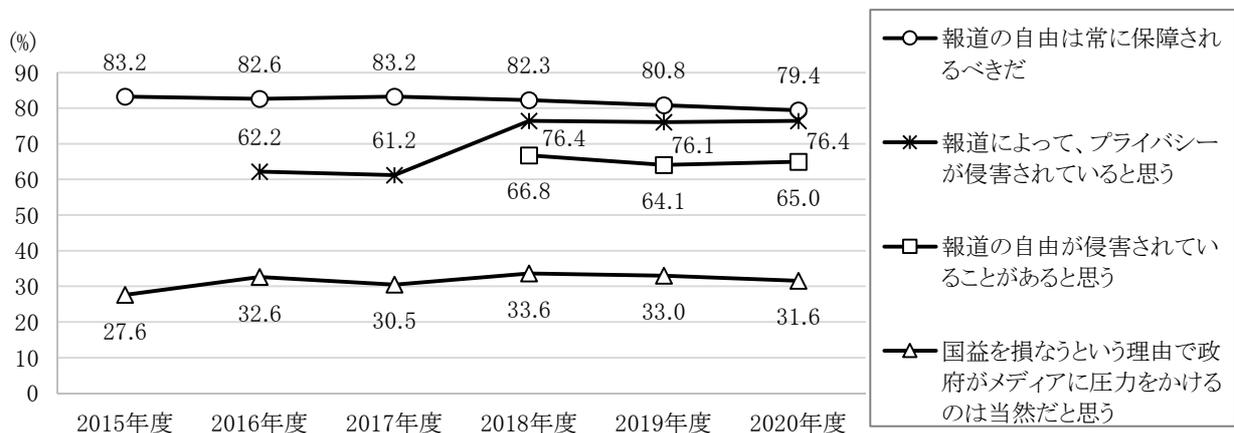


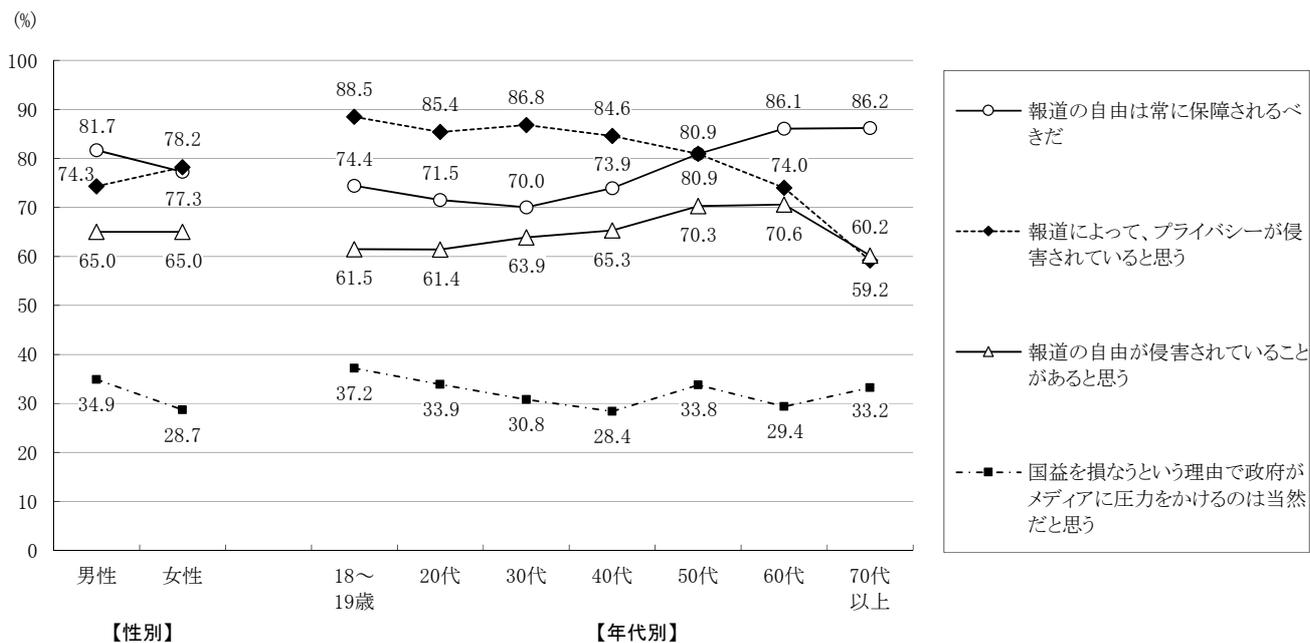
図5-2 報道の自由について（「思う」と答えた人の割合）（時系列）



- ・性別に見ると、「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」は女性より男性の方が6.2ポイント、「報道の自由は常に保障されるべきだ」は女性より男性の方が4.4ポイント多かった。一方、「報道によって、プライバシーが侵害されていると思う」は男性より女性の方が3.9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、60代以上で90%近くとなった。「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80%を超えた。

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=3,064)



《新型コロナウイルス感染症》

6. 新型コロナが広がる前後でのメディア接触の変化は？

— 増えたのは「民放テレビ」「インターネット」「NHK テレビ」「新聞」の順 —

- ・ ニュースとの接触が増えたのは、順に、民放テレビのニュースが43.9%、インターネットのニュースが41.3%、NHK テレビのニュースが32.7%、新聞22.6%、ラジオのニュースが6.9%となった。
- ・ 新聞、NHK テレビのニュース、民放テレビのニュース、ラジオのニュースは「変わらない」が「増えた」の割合を上回ったが、インターネットのニュースは、「増えた」(41.3%)が「変わらない」(32.8%)を上回った。
- ・ 性別に見ると、「増えた」と答えた人の割合は、ラジオを除いていずれも男性より女性の方が高く、中でも民放テレビは女性の方が9.3ポイント高くなった。
- ・ 年代別に見ると、「増えた」と答えた人の割合は、50代以下ではインターネットが他のメディアより多く50%を超えた。60代以上では民放テレビが最も多かった。NHK テレビと新聞は年代が高いほど「増えた」と答えた人が多くなる傾向が見られた。

※「増えた(計)」＝「とても増えた」＋「やや増えた」
「減った(計)」＝「やや減った」＋「とても減った」

図6-1 新型コロナウイルス感染症が広がる前後でのメディア接触の変化

(n=3,064)

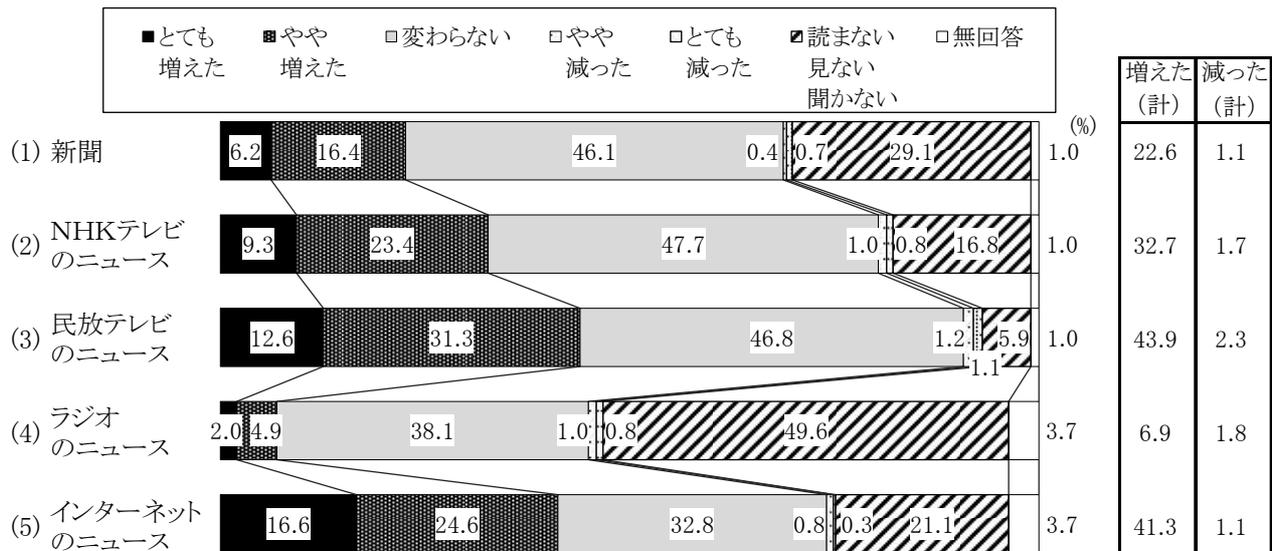
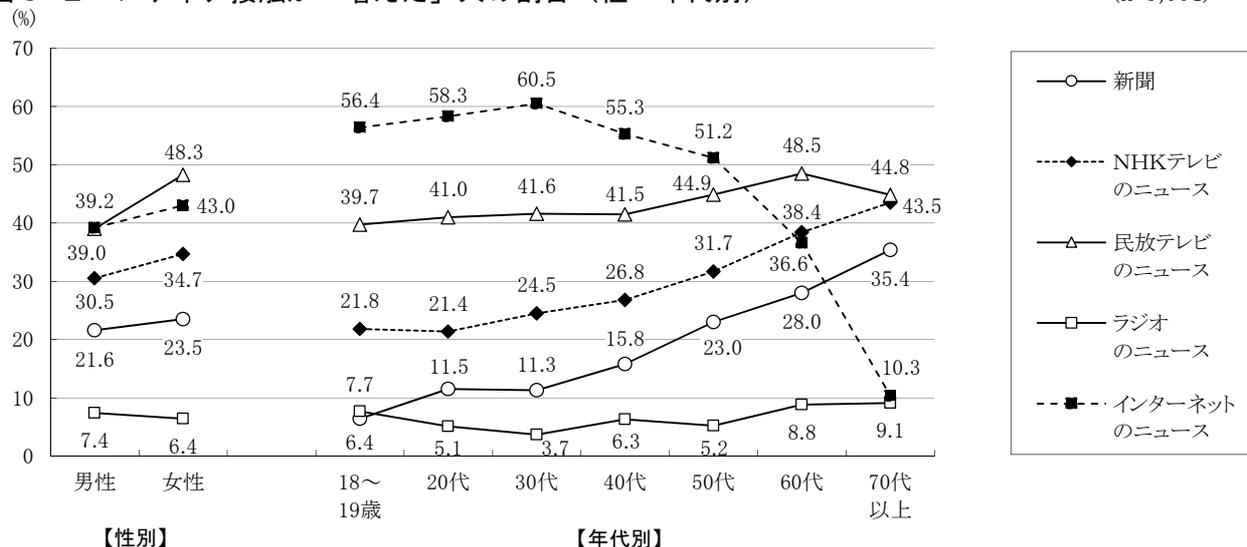


図6-2 メディア接触が「増えた」人の割合(性・年代別)

(n=3,064)



7. 各メディアの新型コロナ報道の印象は？

－ 民放テレビの印象強く －

- ・各メディアの新型コロナウイルス報道の印象を尋ねたところ、「情報が正確だった」ではNHKテレビが1位に、「必要な情報を伝えていた」「科学的でわかりやすかった」「東京や大阪など一部の地域ばかりを取り上げていた」「政府の批判ばかりしていた」「不確かな情報で煽っていた」「感染者のプライバシーを侵害していた」では民放テレビが1位になった。良い印象も悪い印象も民放テレビの印象が強かった。
- ・新聞は、「情報が正確だった」「必要な情報を伝えていた」で3位になった。「東京や大阪など一部の地域ばかりを取り上げていた」「政府の批判ばかりしていた」「不確かな情報で煽っていた」「感染者のプライバシーを侵害していた」についての新聞の印象は10%未満であった。
- ・インターネットは、「情報が正確だった」「必要な情報を伝えていた」では4位だったが、「政府の批判ばかりしていた」「不確かな情報で煽っていた」「感染者のプライバシーを侵害していた」では2位になった。
- ・年代別に見ると、「必要な情報を伝えていた」は、新聞とNHKテレビでは年代が上がるほど多くなる傾向が見られた。30代以下ではインターネットが1位となった。「科学的でわかりやすかった」は、60代以下では民放テレビが1位となった。「不確かな情報で煽っていた」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。

表7-1 各メディアの新型コロナウイルス報道の印象

(複数回答、n=3,064)

	(%)					
	1位	2位	3位	4位	5位	6位
情報が正確だった	NHKテレビ 50.2	民放テレビ 41.6	新聞 40.6	インターネット 23.2	ラジオ 6.5	雑誌 0.8
必要な情報を伝えていた	民放テレビ 58.8	NHKテレビ 57.0	新聞 46.8	インターネット 36.7	ラジオ 10.0	雑誌 2.2
科学的でわかりやすかった	民放テレビ 44.1	NHKテレビ 38.7	インターネット 23.9	新聞 23.6	ラジオ 3.2	雑誌 1.3
東京や大阪など一部の地域ばかりを取り上げていた	民放テレビ 59.9	NHKテレビ 20.6	インターネット 15.9	新聞 9.8	雑誌 4.1	ラジオ 2.8
政府の批判ばかりしていた	民放テレビ 47.6	インターネット 24.6	雑誌 9.3	新聞 9.2	NHKテレビ 8.7	ラジオ 2.2
不確かな情報で煽っていた	民放テレビ 41.4	インターネット 36.3	雑誌 12.5	NHKテレビ 7.7	新聞 5.7	ラジオ 2.1
感染者のプライバシーを侵害していた	民放テレビ 35.5	インターネット 35.1	雑誌 8.2	NHKテレビ 7.7	新聞 6.1	ラジオ 1.6

図 7-1 「必要な情報を伝えていた」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,064)

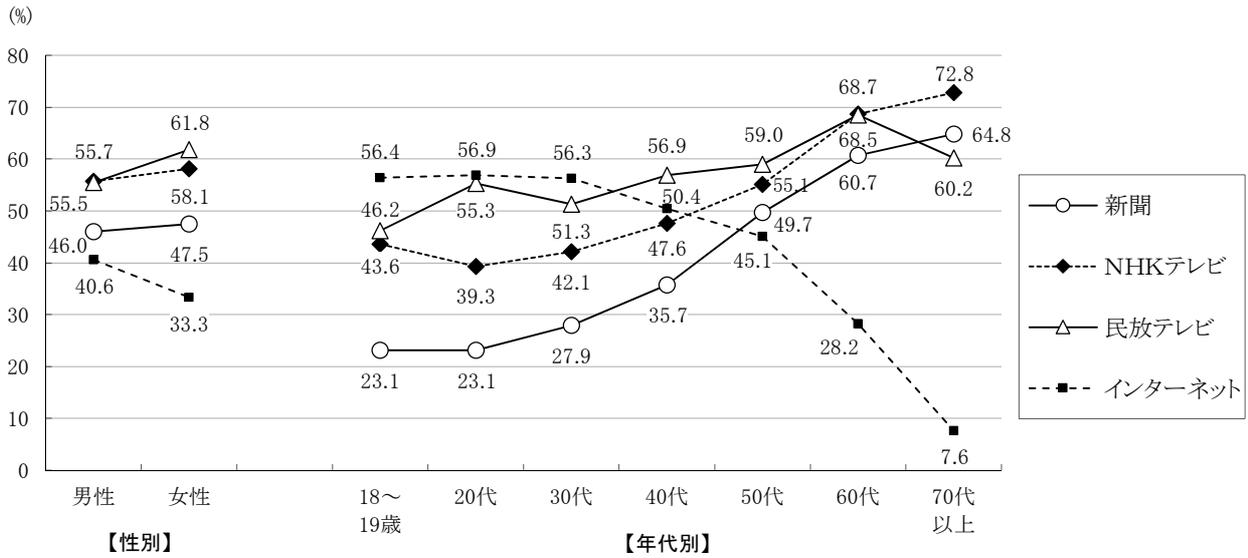


図 7-2 「科学的でわかりやすかった」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,064)

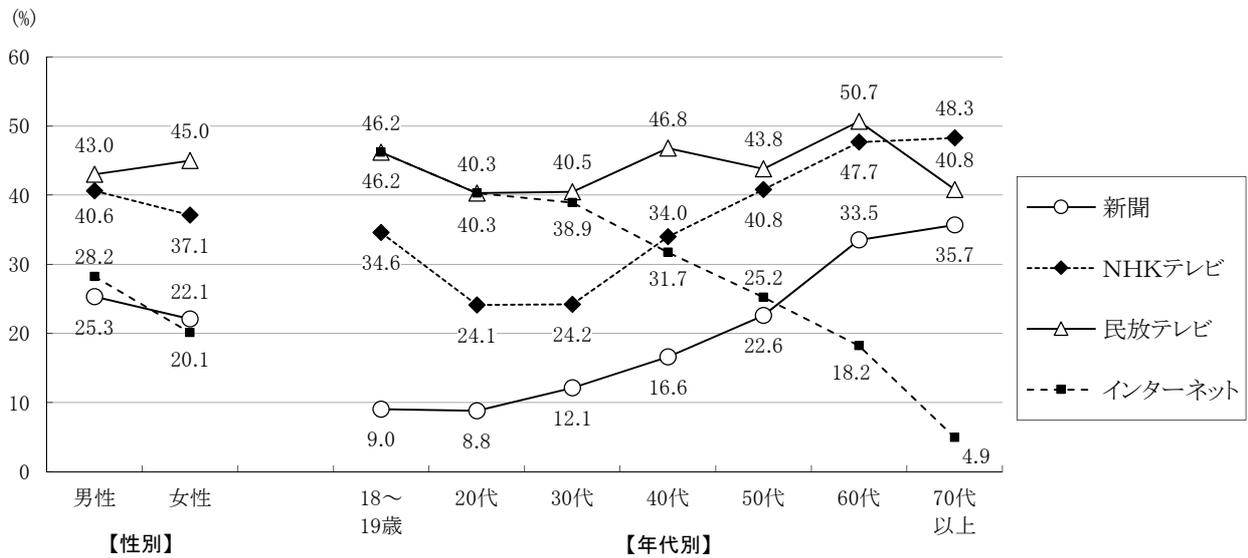
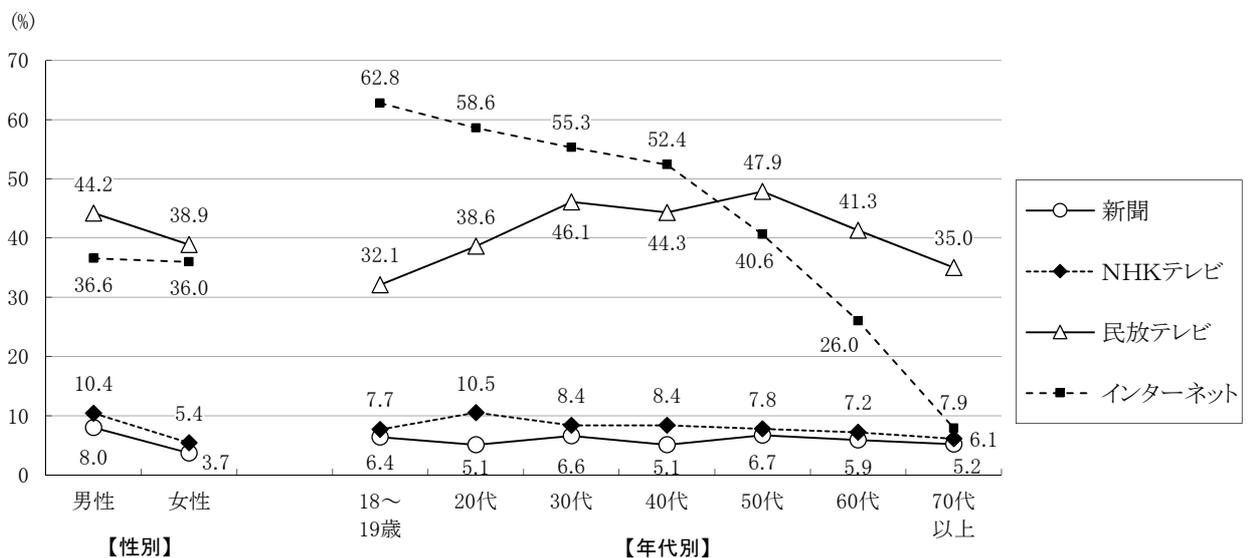


図 7-3 「不確かな情報で煽っていた」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,064)



8. 新型コロナに関する情報入手方法は？

－ 「民放テレビ」79%、「NHK テレビ」60% －

- ・新型コロナウイルス感染症に関する情報入手方法を質問したところ、「民放テレビ」を挙げた人が78.6%と最も多く、以下、「NHK テレビ」が59.5%、「ポータルサイト」が41.7%、「家族や友人」が32.4%、「新聞（全国紙）」が31.4%という結果になった。
- ・男女とも1～3位は変わらないが、男性は4位に「新聞（全国紙）」、5位に「新聞（地方紙）」が挙げられ、女性は4位に「家族や友人」、5位に「自治体のホームページ」が挙げられた。年代別に見ると、1位には20代以下で「SNS」が、30代以上で「民放テレビ」が挙げられた。2位には20代以下で「民放テレビ」が、30～40代で「ポータルサイト」が、50代以上で「NHK テレビ」が挙げられた。

図8-1 新型コロナウイルス感染症に関する情報入手方法

(複数回答、n=3,064)

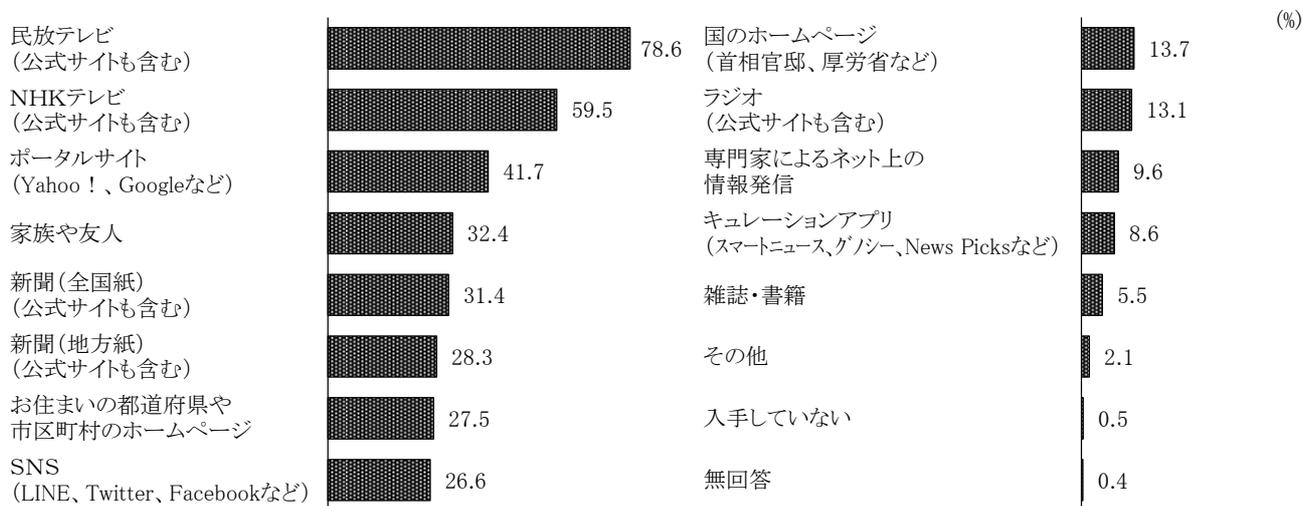


表8-1 新型コロナウイルス感染症に関する情報入手方法 (性・年代別)

(複数回答、n=3,064)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
総数	民放テレビ 78.6	NHKテレビ 59.5	ポータルサイト 41.7	家族や友人 32.4	新聞(全国紙) 31.4	新聞(地方紙) 28.3	自治体のホームページ 27.5
男性	民放テレビ 76.1	NHKテレビ 59.2	ポータルサイト 44.8	新聞(全国紙) 32.3	新聞(地方紙) 28.3	家族や友人 26.3	SNS 23.6
女性	民放テレビ 80.8	NHKテレビ 59.8	ポータルサイト 38.9	家族や友人 37.8	自治体のホームページ 31.6	新聞(全国紙) 30.6	SNS 29.2
18-19歳	SNS 79.5	民放テレビ 71.8	家族や友人 39.7	ポータルサイト 38.5	NHKテレビ 35.9	自治体のホームページ 14.1	新聞(全国紙/地方紙)/ 専門家のネット発信 11.5
20代	SNS 66.1	民放テレビ 63.4	ポータルサイト 49.5	家族や友人 39.7	NHKテレビ 30.8	自治体のホームページ 22.0	国のホームページ 16.6
30代	民放テレビ 70.3	ポータルサイト 64.2	SNS 46.6	自治体のホームページ 42.4	NHKテレビ 38.9	家族や友人 37.9	国のホームページ 21.3
40代	民放テレビ 75.3	ポータルサイト 59.0	NHKテレビ 45.9	自治体のホームページ 39.8	SNS 34.7	家族や友人 31.0	新聞(地方紙) 21.0
50代	民放テレビ 82.9	NHKテレビ 59.9	ポータルサイト 55.5	自治体のホームページ 37.1	新聞(全国紙) 36.2	新聞(地方紙) 30.6	家族や友人 28.6
60代	民放テレビ 87.1	NHKテレビ 75.0	新聞(全国紙) 43.6	新聞(地方紙) 38.2	ポータルサイト 36.2	家族や友人 29.7	自治体のホームページ 20.0
70代以上	民放テレビ 83.5	NHKテレビ 82.8	新聞(全国紙) 48.7	新聞(地方紙) 41.1	家族や友人 31.3	ラジオ 16.1	自治体のホームページ 13.7

9. 新型コロナに関する情報入手で有益に感じたメディアは？

－ 「民放テレビ」62%、「NHK テレビ」47% －

- ・新型コロナウイルス感染症に関する情報入手で有益に感じたメディアを質問したところ、「民放テレビ」を挙げた人が61.8%と最も多く、以下、「NHK テレビ」が47.0%、「ポータルサイト」が28.9%、「新聞（全国紙）」が23.6%、「新聞（地方紙）」が21.2%という結果になった。
- ・男女とも1～4位は変わらないが、男性は5位に「新聞（地方紙）」が挙げられ、女性は5位に「自治体のホームページ」が挙げられた。年代別に見ると、1位には18～19歳で「SNS」が、20～60代で「民放テレビ」が、70代以上で「NHK テレビ」が挙げられた。2位には18～19歳と70代以上で「民放テレビ」が、20代で「SNS」が、30～40代で「ポータルサイト」が、50～60代で「NHK テレビ」が挙げられた。

図9-1 新型コロナに関する情報入手で有益に感じたメディア

(複数回答、n=3,064)

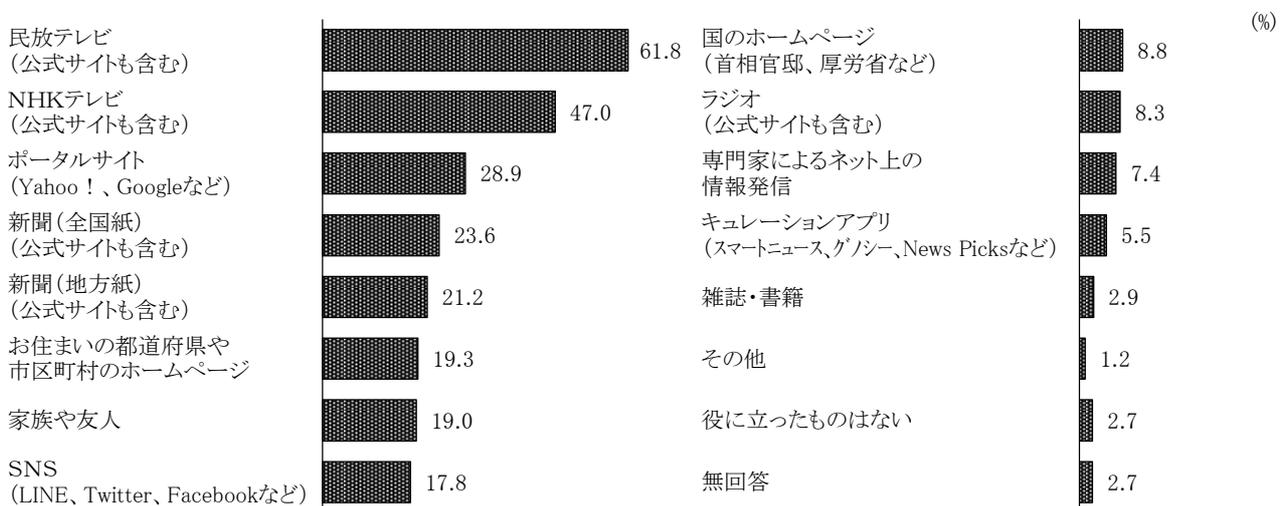


表9-1 新型コロナに関する情報入手で有益に感じたメディア (性・年代別) (複数回答、n=3,064)

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
総数	民放テレビ 61.8	NHKテレビ 47.0	ポータルサイト 28.9	新聞(全国紙) 23.6	新聞(地方紙) 21.2	自治体のホームページ 19.3	家族や友人 19.0
男性	民放テレビ 59.7	NHKテレビ 47.6	ポータルサイト 32.7	新聞(全国紙) 24.6	新聞(地方紙) 20.8	SNS 16.4	家族や友人 15.9
女性	民放テレビ 63.7	NHKテレビ 46.5	ポータルサイト 25.5	新聞(全国紙) 22.7	自治体のホームページ 22.5	家族や友人 21.7	新聞(地方紙) 21.5
18-19歳	SNS 65.4	民放テレビ 51.3	ポータルサイト 30.8	NHKテレビ 28.2	家族や友人 23.1	自治体のホームページ 14.2	専門家のネット発信 10.3
20代	民放テレビ 47.8	SNS 45.8	ポータルサイト 33.6	家族や友人 23.7	NHKテレビ 21.7	自治体のホームページ 14.2	国のホームページ 11.9
30代	民放テレビ 50.5	ポータルサイト 46.8	自治体のホームページ 30.8	NHKテレビ 29.7	SNS 29.5	家族や友人 19.7	国のホームページ 12.9
40代	民放テレビ 57.1	ポータルサイト 41.7	NHKテレビ 32.9	自治体のホームページ 28.7	SNS 23.8	家族や友人 16.5	新聞(地方紙) 14.7
50代	民放テレビ 62.5	NHKテレビ 43.2	ポータルサイト 37.1	自治体のホームページ 26.2	新聞(全国紙) 25.6	新聞(地方紙) 20.2	家族や友人 17.6
60代	民放テレビ 74.8	NHKテレビ 63.8	新聞(全国紙) 33.3	新聞(地方紙) 29.0	ポータルサイト 22.7	家族や友人 17.4	自治体のホームページ 14.3
70代以上	NHKテレビ 68.8	民放テレビ 68.2	新聞(全国紙) 39.3	新聞(地方紙) 34.6	家族や友人 20.1	ラジオ 11.3	自治体のホームページ 8.7

10. 自粛行動に影響を与えたものは？

— 「新聞やテレビなどメディアの報道」68%、「国の発表や要請」59% —

- ・自粛行動に影響を与えたものを質問したところ、「新聞やテレビなどメディアの報道」を挙げた人が68.0%と最も多く、以下、「国の発表や要請」が59.1%、「自治体の発表や要請」が40.3%、「家族や友人」が31.9%、「会社など職場からの要請」が29.3%という結果になった。
- ・性別に見ると、「新聞やテレビなどメディアの報道」（男性63.6%、女性71.8%）は8.2ポイント、「家族や友人」（男性28.7%、女性34.7%）は6.0ポイント女性の方が多く、「会社など職場からの要請」（男性33.5%、女性25.7%）は7.8ポイント男性の方が多かった。年代別に見ると、「新聞やテレビなどメディアの報道」は年代が上がるに従って多くなっており、40代以上で最も多くなった。18～19歳では「SNS」、20～30代では「国の発表や要請」が最も多くなった。

図 10-1 自粛行動に影響を与えたもの

(複数回答、n=3,064)

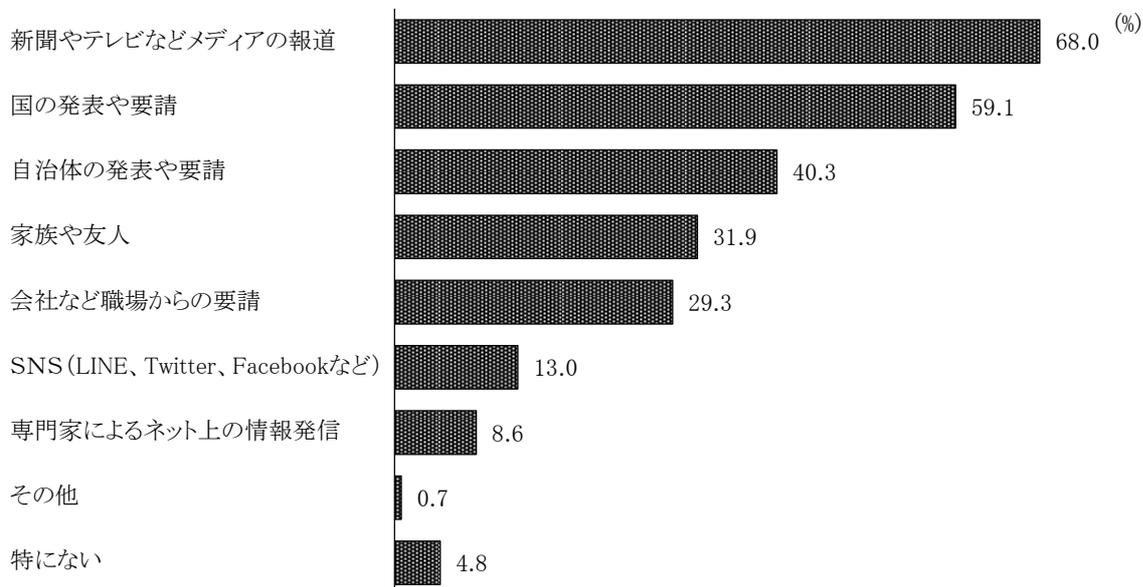
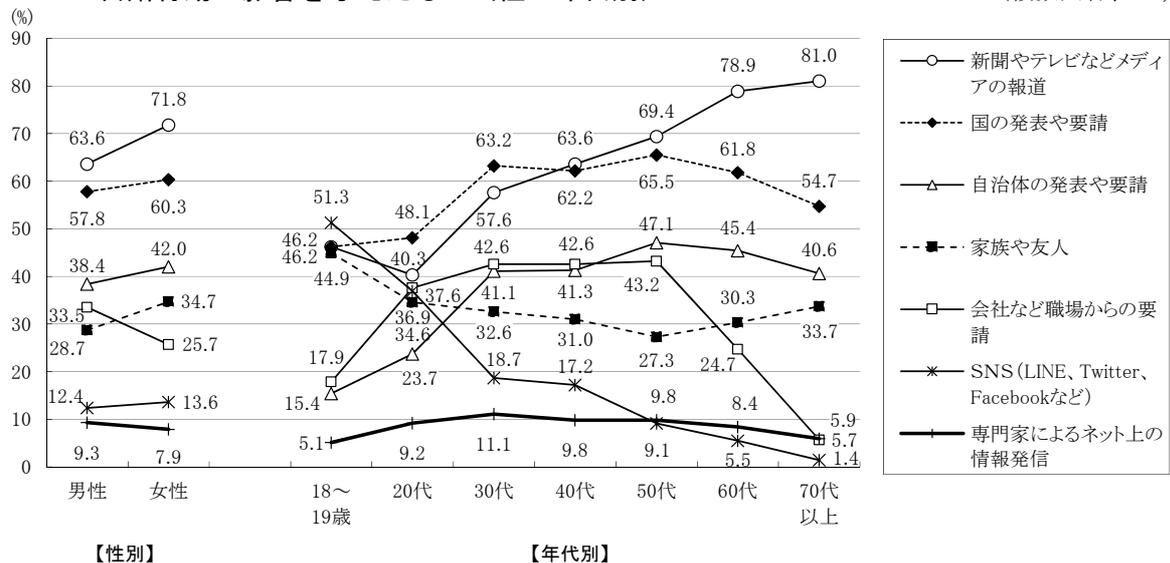


図 10-2 自粛行動に影響を与えたもの（性・年代別）

(複数回答、n=3,064)



11. 新型コロナについて関心のある情報は？

－ 「地域周辺の感染状況」「ワクチン開発や治療法、治療薬の情報」 －

- ・新型コロナウイルス感染症について関心のある情報を尋ねたところ、「お住まいの地域周辺の感染状況」が72.5%で最も多く、次いで「ワクチン開発や治療法、治療薬についての情報」が72.1%となった。以下、「病気の具体的な症状や検査についての情報」が65.2%、「日本国内の感染状況」が55.6%、「お住まいの地域にある病院の状況」が41.4%となった。
- ・性別、年代別に関わらず、「お住まいの地域周辺の感染状況」と「ワクチン開発や治療法、治療薬についての情報」が1～2位に挙げられ、上位に挙げられた項目にも差は見られなかった。いずれの項目も年代の高い層で関心が高かった。

図 11-1 新型コロナウイルス感染症について関心のある情報 (複数回答、n=3,064)

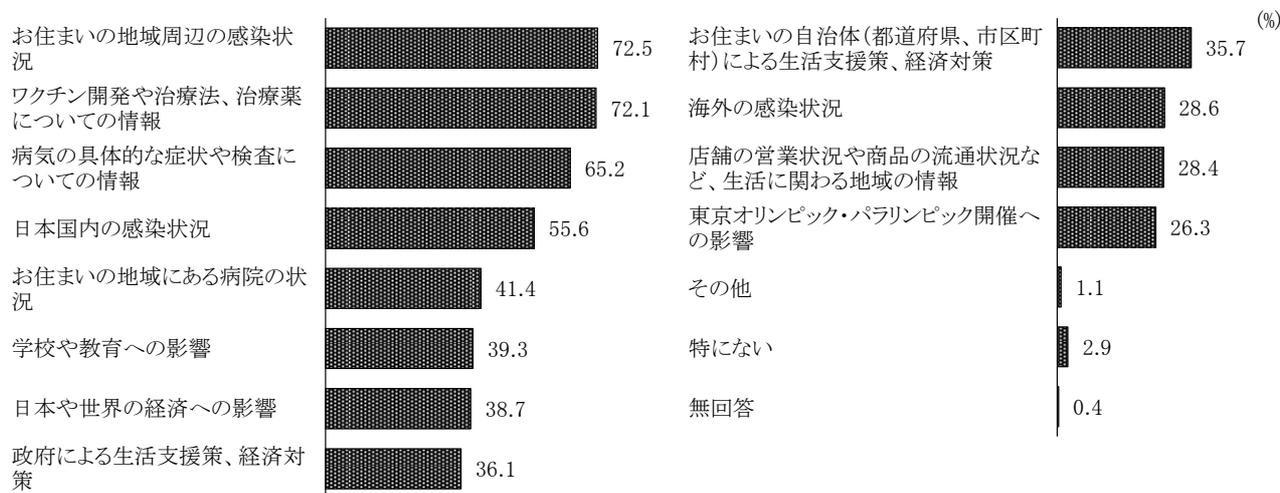
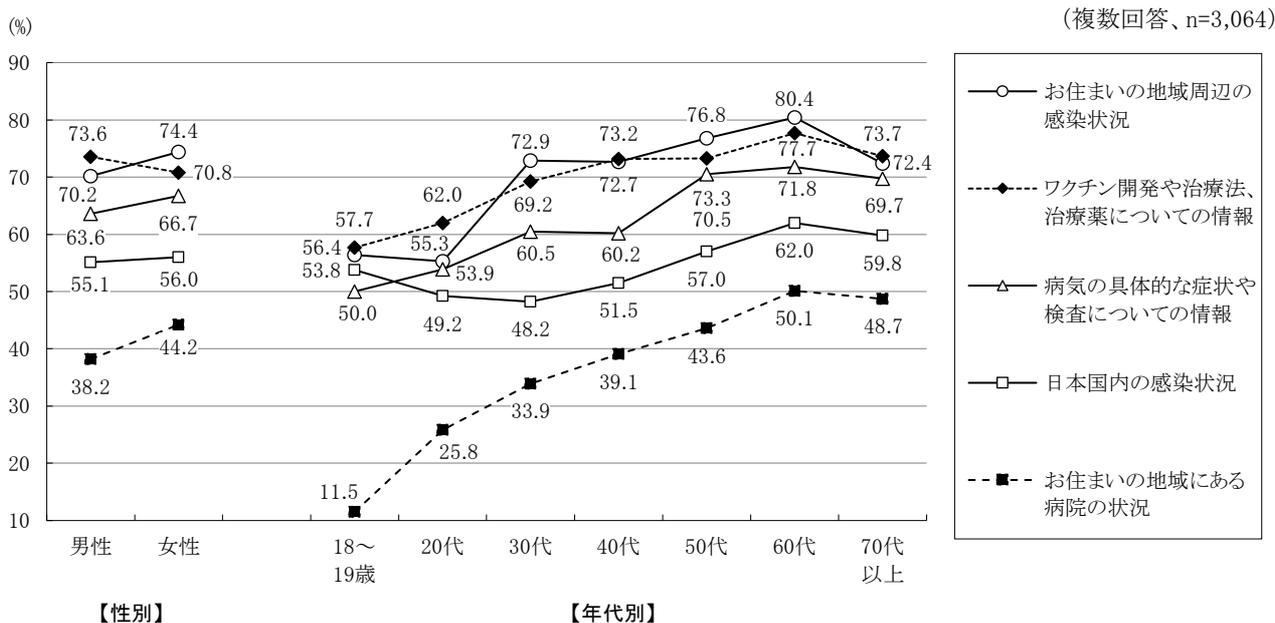


図 11-2 新型コロナウイルス感染症について関心のある情報 (上位 5 位) (性・年代別)



12. 新型コロナへの対応の評価は？

— 政府は 53.6 点、自治体は 56.6 点 —

- ・新型コロナウイルス感染症への対応について、大変評価している場合は 100 点、全く評価していない場合は 0 点、どちらとも言えない場合を 50 点として点数をつけてもらったところ、政府は 53.6 点、お住まいの都道府県・市区町村は 56.6 点だった。
- ・性別に見ると、政府は 0.6 点、都道府県・市区町村は 3.1 点、男性よりも女性の方が高かった。年代別に見ると、全ての年代で都道府県・市区町村の得点が政府の得点よりも上回り、その差は 60 代で最も大きく 4.8 点差となった。

図 12-1 新型コロナウイルス感染症への対応の評価

(n=3,064)

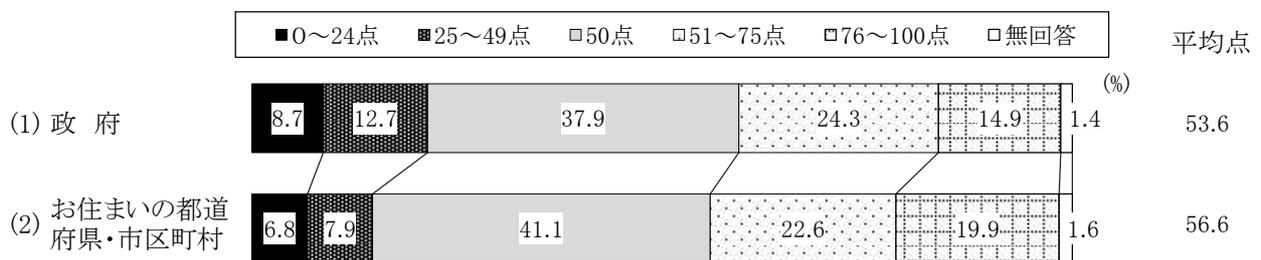
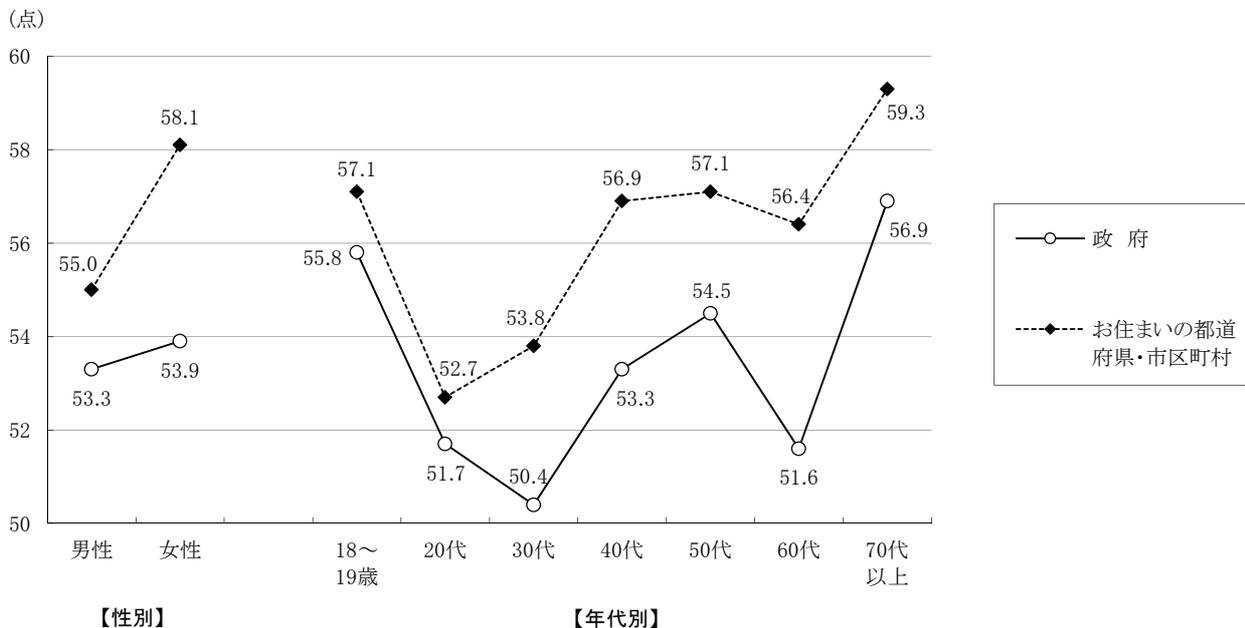


図 12-2 新型コロナウイルス感染症への対応の評価（性・年代別）

(n=3,064)



13. 感染症対策と経済対策のどちらを重視？

— 「感染症対策」62%、「経済対策」15% —

- ・感染症対策と経済対策のどちらを重視したか尋ねたところ、「感染症対策」と答えた人が61.9%（「感染症対策」24.6%と「どちらかと言えば感染症対策」37.4%の計）、「経済対策」と答えた人が14.8%（「経済対策」3.7%と「どちらかと言えば経済対策」11.2%の計）となった。また、「どちらとも言えない」は22.2%であった。
- ・年代別に見ると、「感染症対策」は、年代が上がるほど高くなる傾向が見られ、20代以下では50%を下回るのに対し、60代以上では70%を超えた。

※「感染症対策（計）」＝「感染症対策」＋「どちらかと言えば感染症対策」
 「経済対策（計）」＝「経済対策」＋「どちらかと言えば経済対策」

図 13-1 感染症対策と経済対策のどちらを重視したか

(n=3,064)

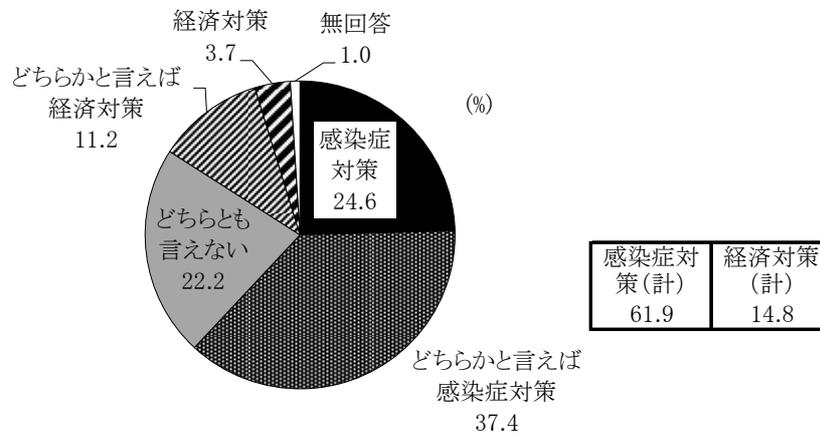
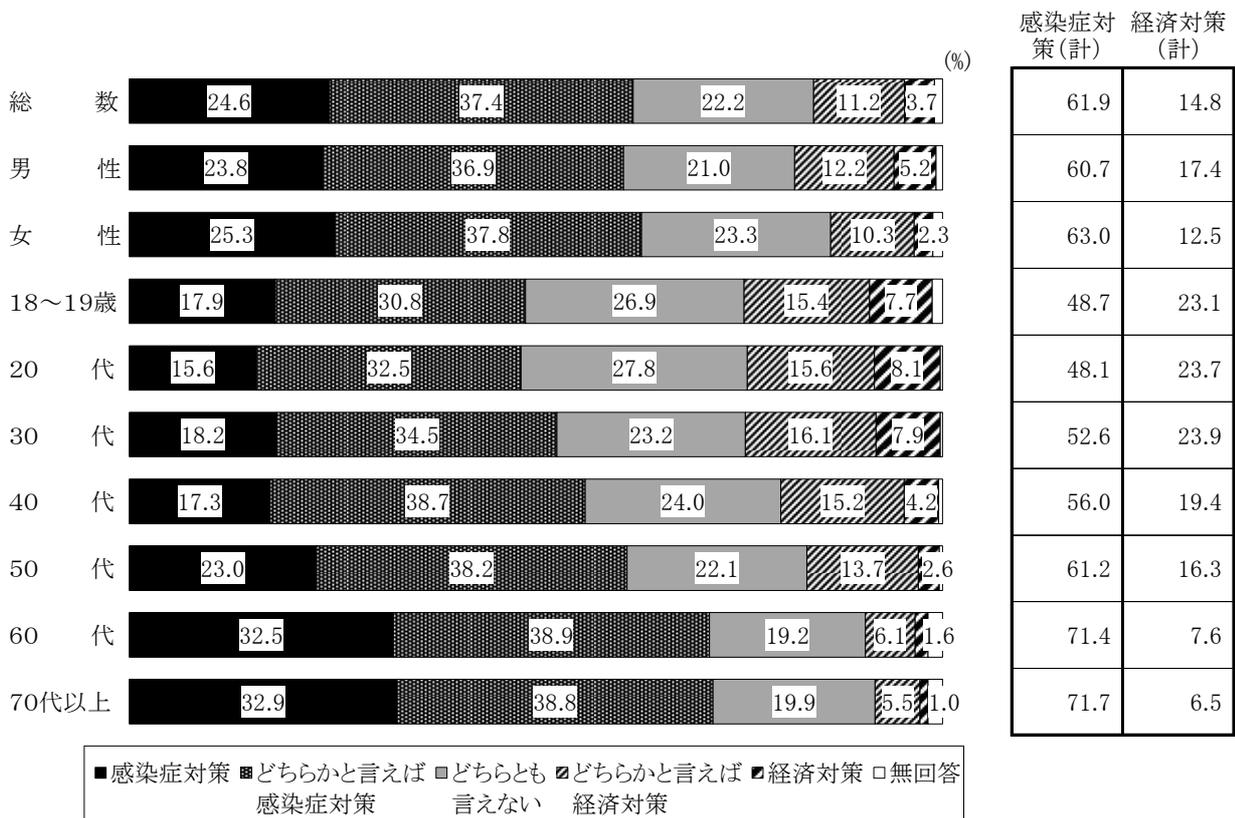


図 13-2 感染症対策と経済対策のどちらを重視したか（性・年代別）

(n=3,064)



14. 東京オリンピック・パラリンピック開催についてどう思う？

— 「開催すべき」26%、「中止すべき」38%、「延期すべき」34% —

- ・新型コロナウイルス感染症が世界的に収束していない中での東京オリンピック・パラリンピック開催についてどう思うか尋ねたところ、「中止すべきだ」と回答した人が最も多く37.9%、次いで「さらに延期すべきだ」が34.0%となった。「開催すべきだ」は26.1%となった。
- ・「開催すべきだ」と答えた人にその理由を聞いたところ、「選手は出場に向けて準備しているから」が最も多く67.3%、以下「選手の活躍やオリンピックの活気に元気づけられるから」(49.3%)、「これまで何年もかけてきた誘致や会場建設などの準備が無駄になるから」(44.8%)、「中止や延期をすると経済的な損失が大きいため」(42.8%)となった。
- ・「中止すべきだ」「さらに延期すべきだ」と答えた人にその理由を聞いたところ、「世界中から人が来ることは感染拡大につながるから」が最も多く83.4%、以下「新型コロナウイルス感染症の流行が収束する見込みがないから」(64.3%)、「新型コロナウイルス感染症対策が機能するか心配だから」(62.2%)、「選手に安全な環境を提供できないから」(48.8%)となった。

図 14-1 東京オリンピック・パラリンピック開催について (n=3,064)



図 14-2 開催すべきだと思う理由 (n=799)

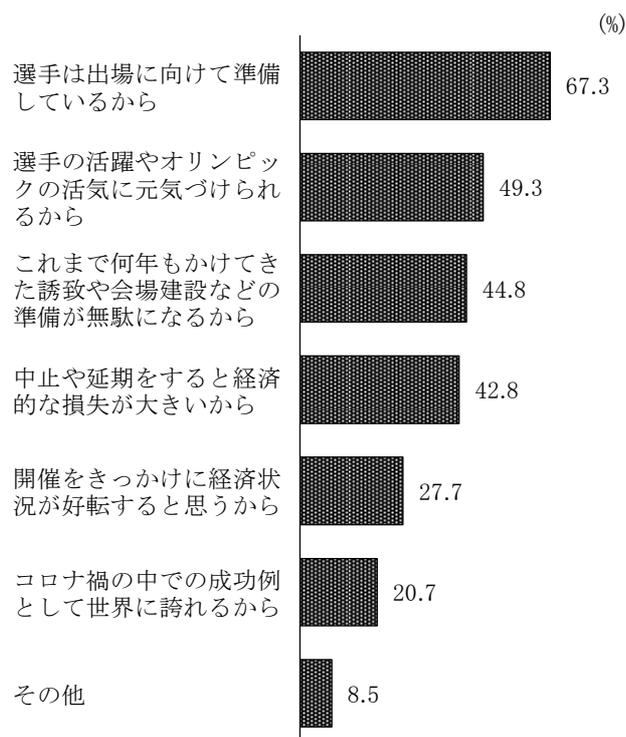
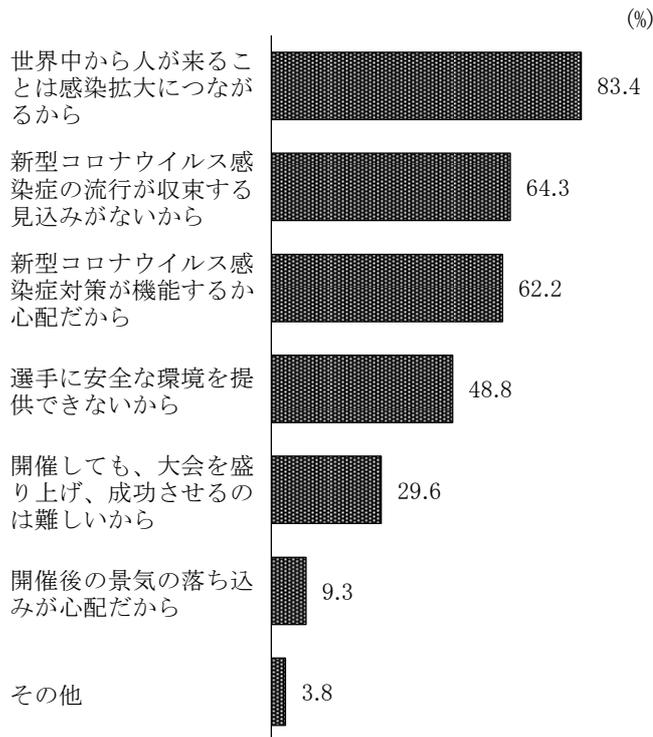


図 14-3 中止・延期すべきだと思う理由 (n=2,203)



- ・性別に見ると、「開催すべきだ」（男性 29.3%、女性 23.3%）、「中止すべきだ」（男性 39.5%、女性 36.4%）は男性の方が高く、「さらに延期すべきだ」（男性 29.7%、女性 37.9%）は女性の方が高くなった。
- ・年代別に見ると、「開催すべきだ」は、18～19歳で32.1%と他の年代より高くなった。「中止すべきだ」は60代以上で高く40%を超えた。「さらに延期すべきだ」は、20代以下で高く40%を超えた。
- ・感染症対策と経済政策のどちらを重視したか別に見ると、「開催すべきだ」は、経済対策を重視した人で多く、「中止すべきだ」は感染症対策を重視した人で多くなった。

図 14-4 東京オリンピック・パラリンピック開催について（性・年代別） (n=3,064)

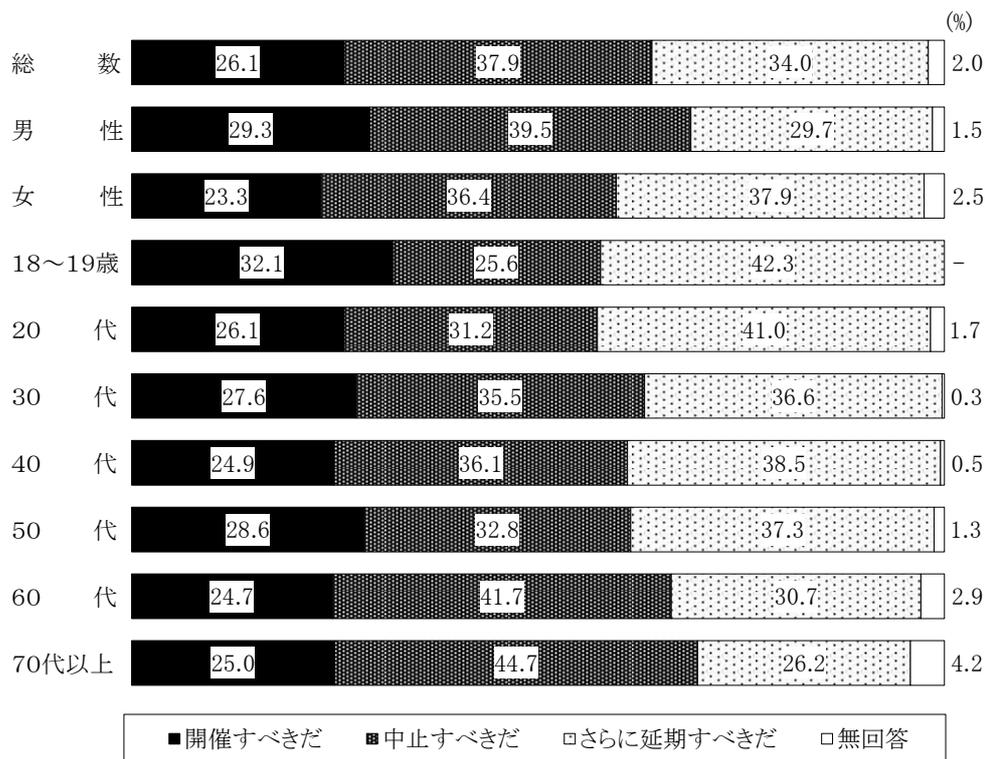
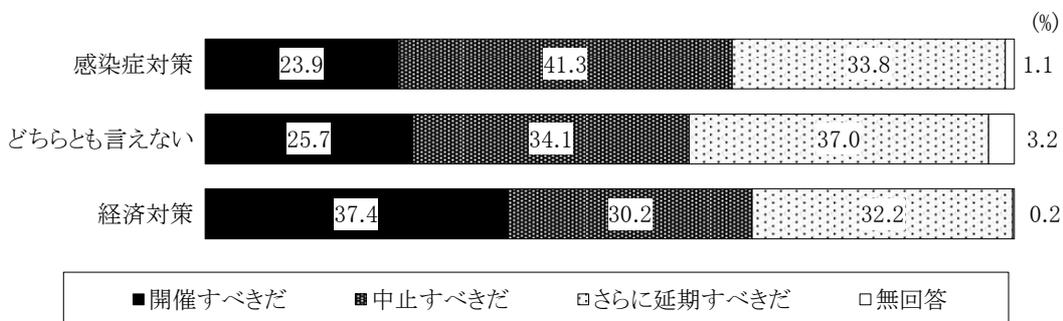


図 14-5 東京オリンピック・パラリンピック開催について (n=3,064)

(感染症対策と経済政策のどちらを重視したか別)



《ニュースとメディア》

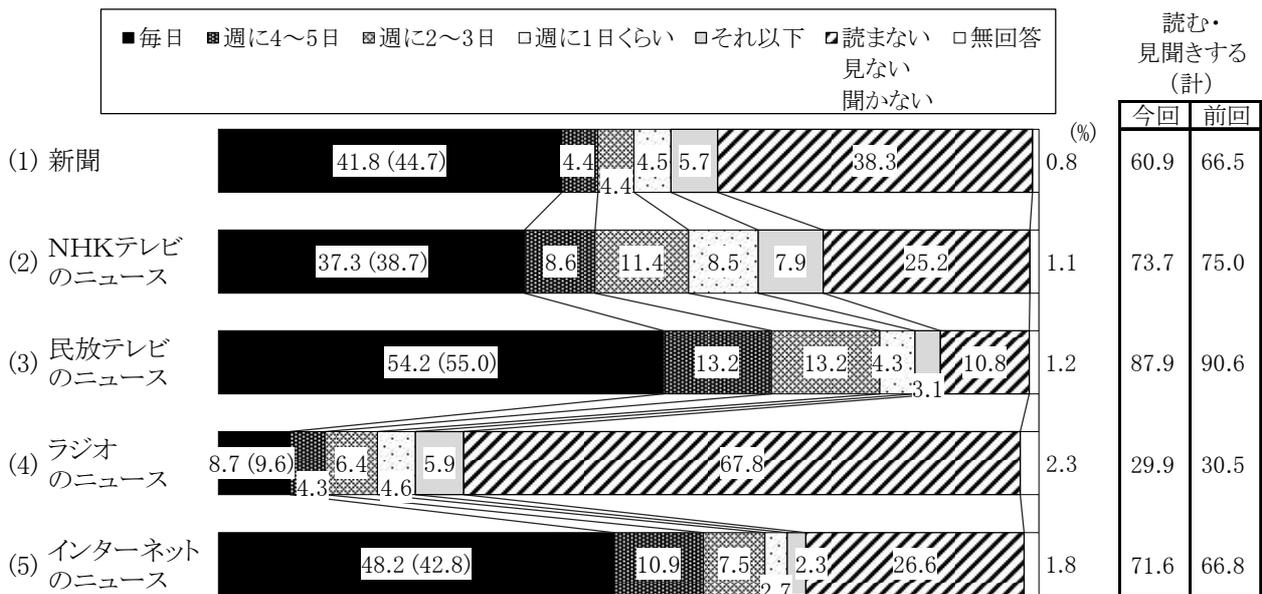
15. ニュースを読んだり見聞きしたりするのは週にどれくらい？（＊）

ー 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 ー

- ・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 87.9%、NHK テレビのニュースが 73.7%、インターネットのニュースが 71.6%、新聞が 60.9%、ラジオのニュースが 29.9%となった。
- ・毎日の接触率は、民放テレビのニュースが 54.2%、インターネットのニュースが 48.2%、新聞が 41.8%、NHK テレビのニュースが 37.3%、ラジオのニュースが 8.7%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 5.6 ポイント、民放テレビのニュースが 2.7 ポイント、NHK テレビのニュースが 1.3 ポイント、ラジオのニュースが 0.6 ポイント、いずれも低下した。一方、インターネットのニュースは 4.8 ポイントの上昇となった。毎日の接触率は、新聞が 2.9 ポイント、NHK テレビのニュースが 1.4 ポイント、ラジオのニュースが 0.9 ポイント、民放テレビのニュースが 0.8 ポイント、いずれも低下した。一方、インターネットのニュースは 5.4 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=3,064)



注：（ ）内は昨年度調査の数値

- ・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位に男性はインターネット、女性はNHKテレビ、3位に男性はNHKテレビ、女性はインターネットが続き、4位が新聞となった。民放テレビは女性の方が2.5ポイント高く、新聞は4.2ポイント、インターネットは5.3ポイント、ラジオは11.4ポイント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、50～60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。民放テレビは最も低い20代でも73.6%で、他の年代では80%以上と全ての年代で高くなった。インターネットは40代以下で90%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 15-2 ニュースを「読む・見聞きする（計）」人の割合（性・年代別）

(n=3,064)

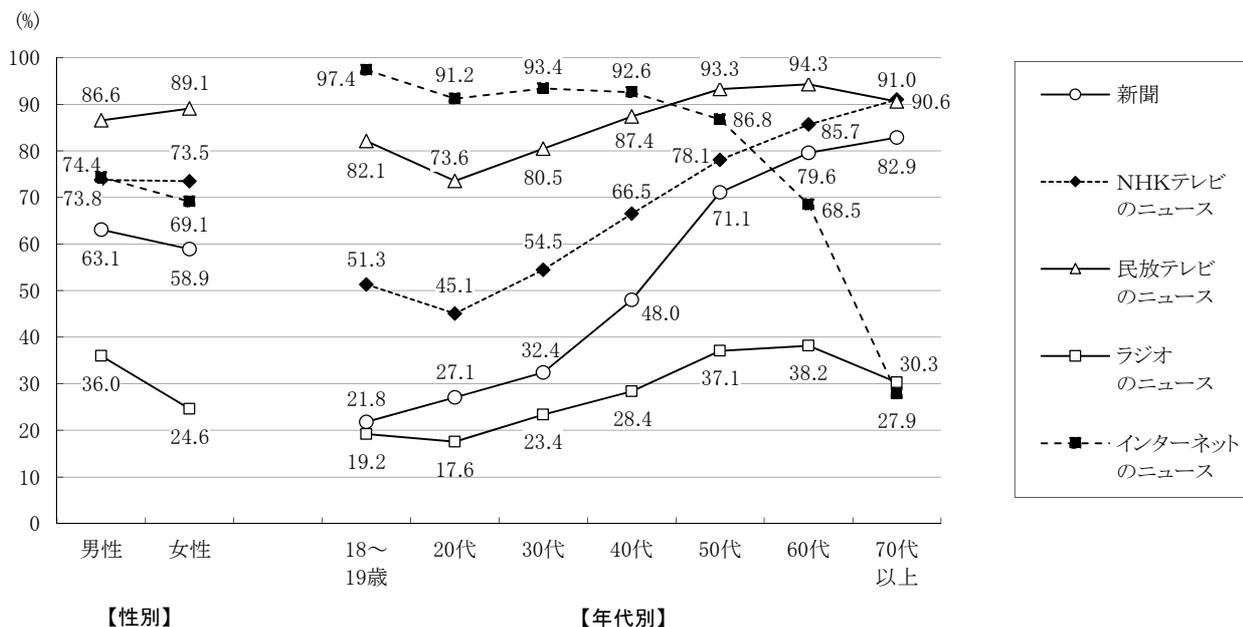
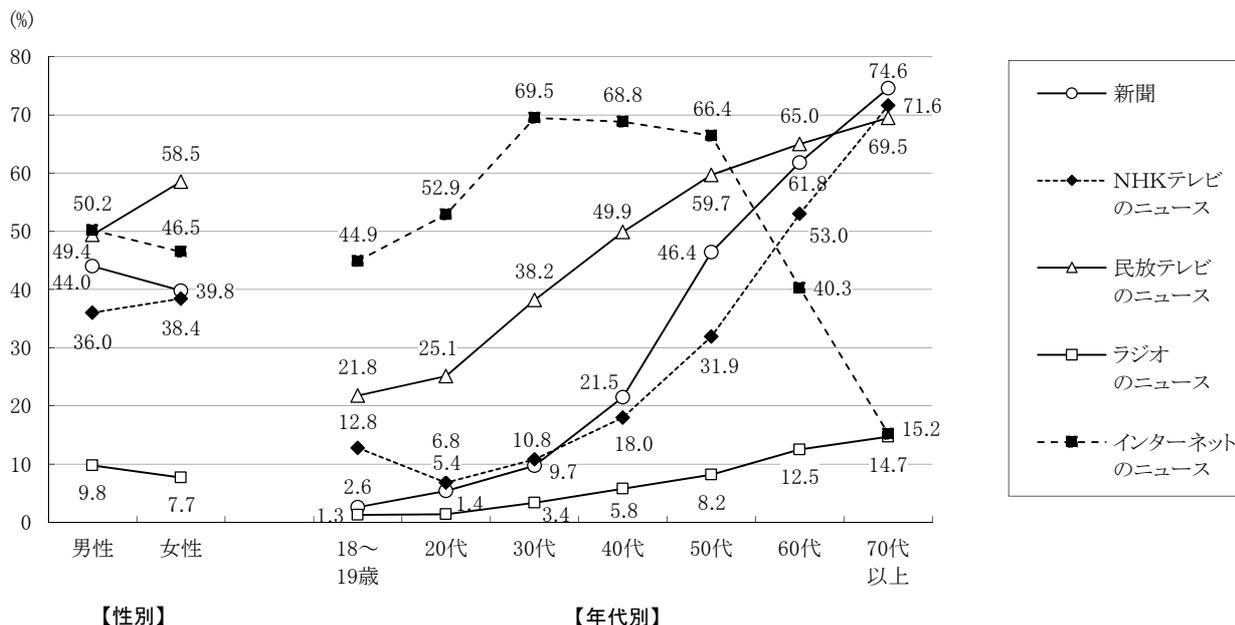


図 15-3 ニュースを「毎日読む・見聞きする」人の割合（性・年代別）

(n=3,064)



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? (*)

ー 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」 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 36.9 分、NHK テレビのニュースが 28.1 分、インターネットのニュースが 25.4 分、新聞が 25.1 分、ラジオのニュースが 21.7 分となった。
- ・昨年度調査からは、いずれのメディアも 1 分未満の増減となった。
- ・性別に見ると、ニュースの接触時間は民放テレビが 6.2 分、NHK テレビが 2.5 分、女性の方が長く、新聞が 2.1 分、インターネットが 4.2 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 16-1 ニュースとの接触時間

(n=3,064)

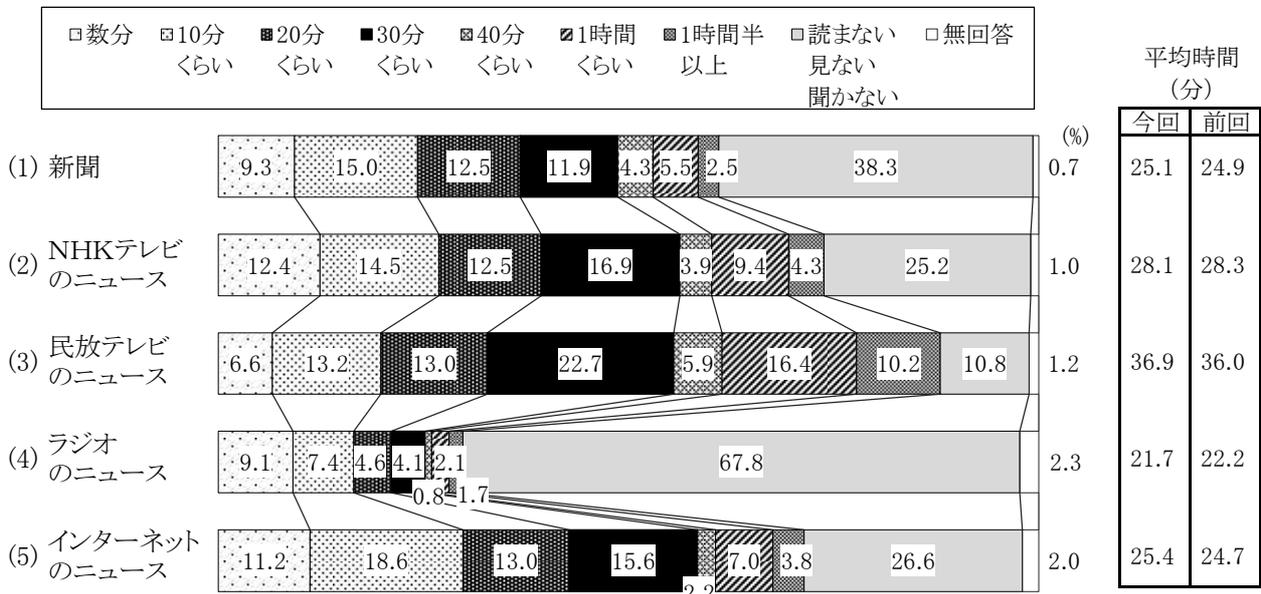
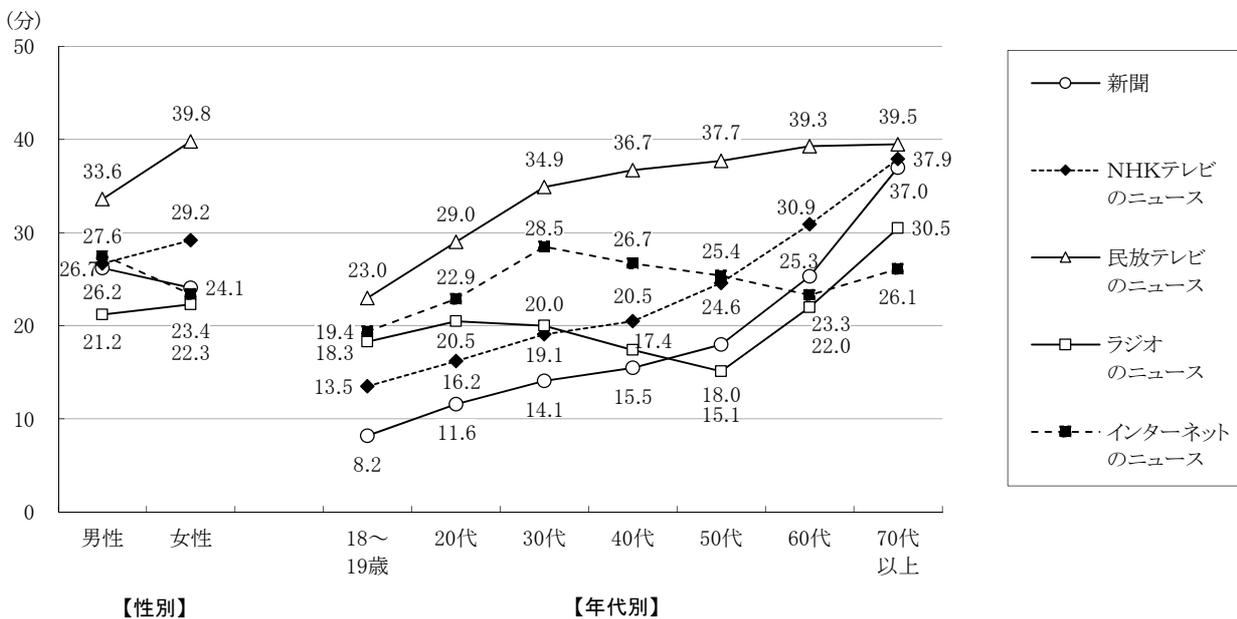


図 16-2 ニュースとの接触時間 (平均) (性・年代別)

(n=3,064)

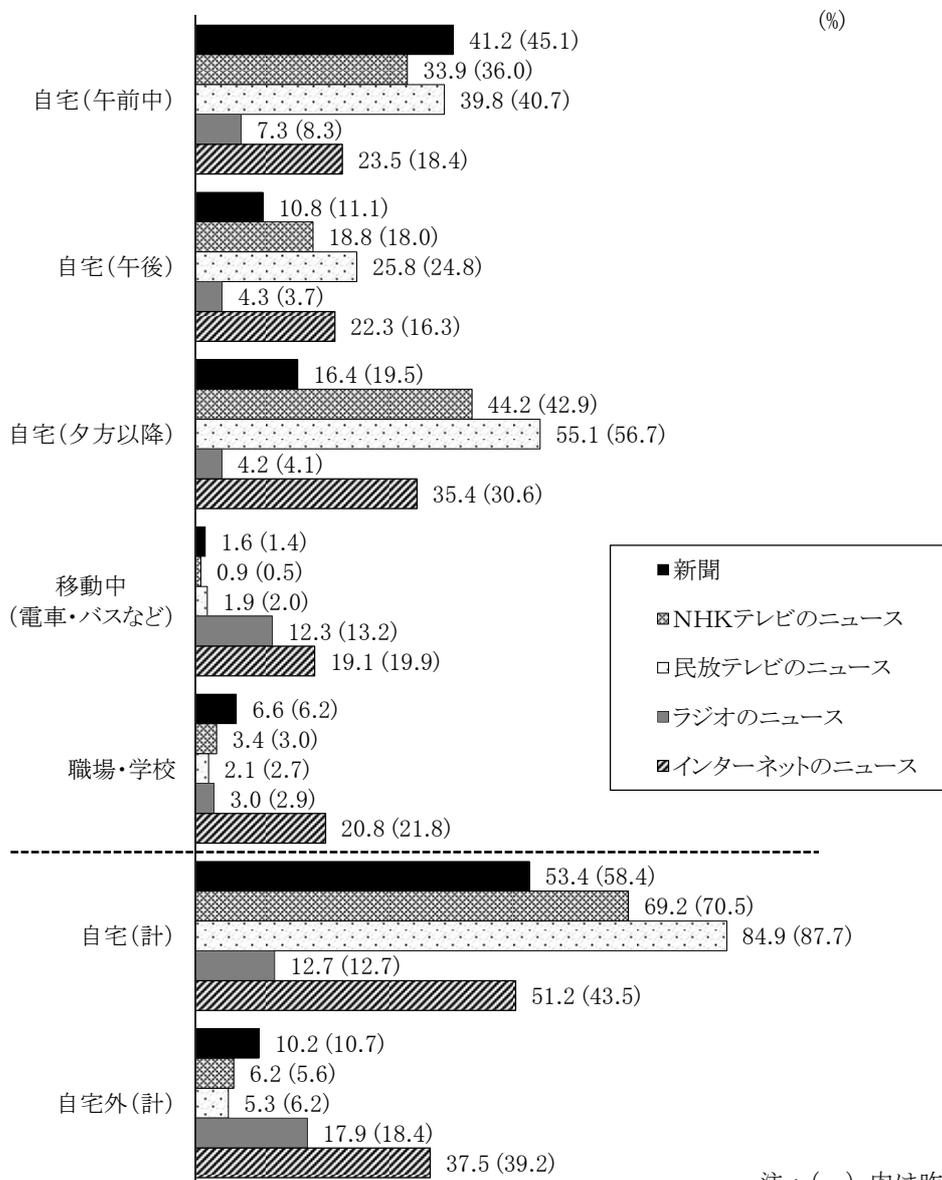


17. ニュースを読んだり見聞きしたりするのはいつ、どこで？（＊）

－ 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41.2%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55.1%、NHK44.2%)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35.4%で最も多いが、「職場・学校」(20.8%)、「移動中(電車・バスなど)」(19.1%)も多かった。
- ・昨年度と比較すると、新聞は「自宅(午前中)」が3.9ポイント、「自宅(夕方以降)」が3.1ポイントの減少となった。一方、インターネットは「自宅(午前中)」が5.1ポイント、「自宅(午後)」が6.0ポイント、「自宅(夕方以降)」が4.8ポイントの増加となった。

図 17-1 ニュースと接触する場所 (複数回答、n=3,064)



注：() 内は昨年度調査の数値

- ・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50代以下で60%以上、60代でも51.9%と半数を超えた。
- ・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 17-2 「自宅（計）」と回答した人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=3,064）

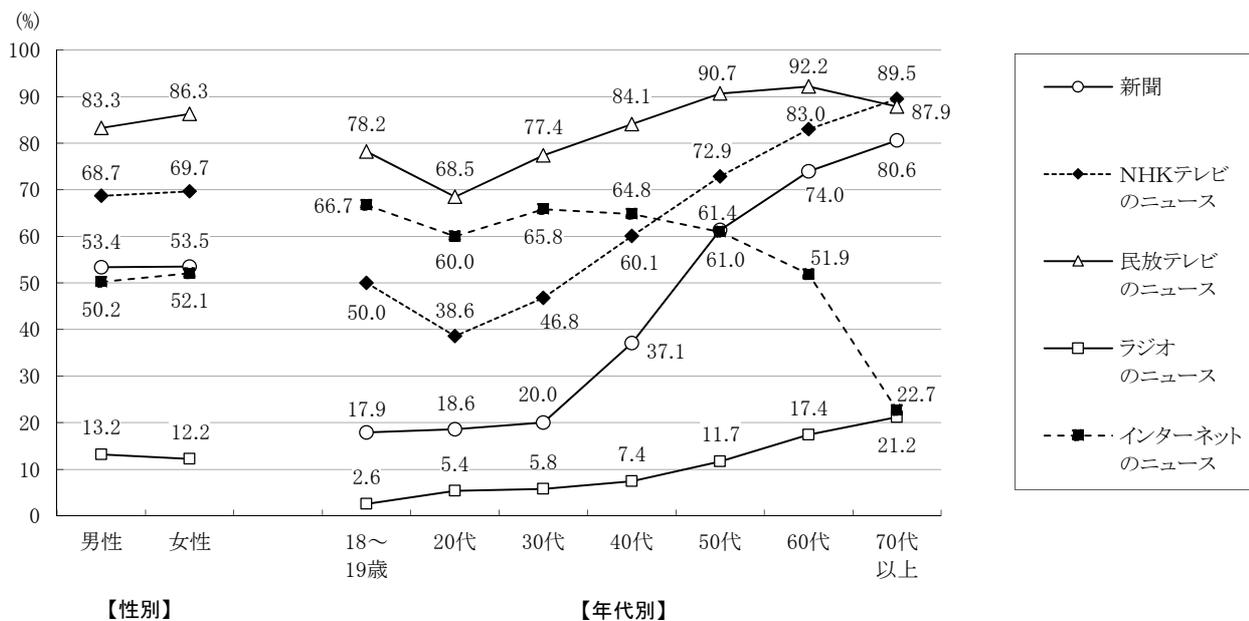
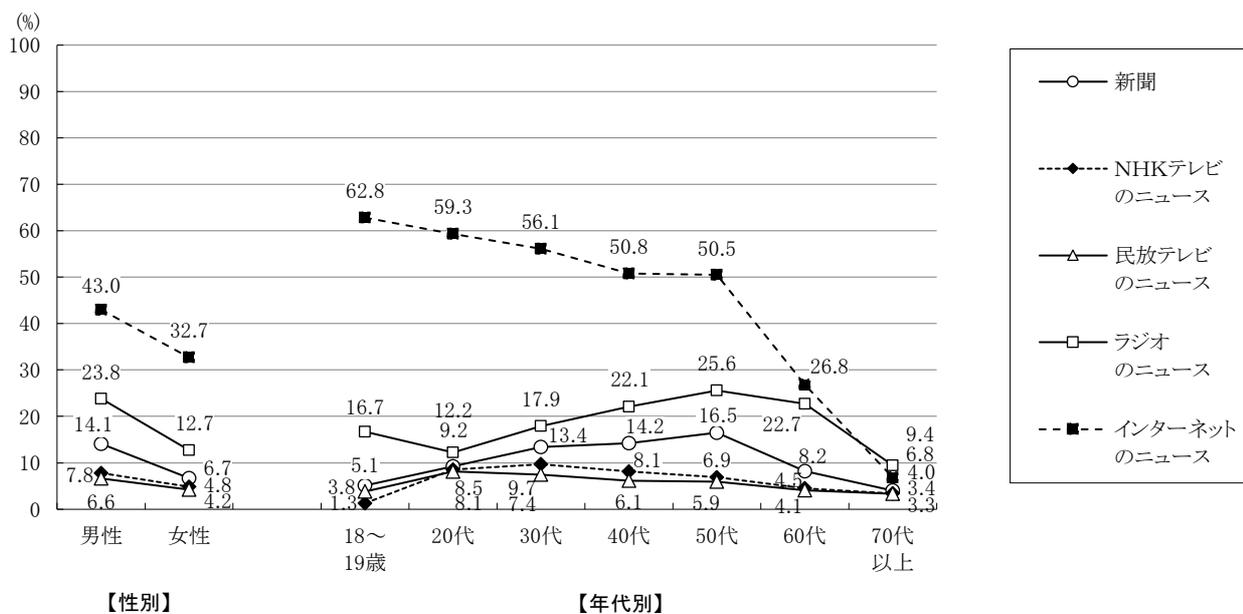


図 17-3 「自宅外（計）」と回答した人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=3,064）



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」62%、「NHK テレビ」54%、
「新聞」43% 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75.4%で最も多く、インターネットが62.3%、NHK テレビが54.1%、新聞が42.9%、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5.2ポイント増加したが、民放テレビは2.9ポイント、NHK テレビは0.8ポイント、新聞は1.9ポイント減少した。
- ・性別に見ると、民放テレビは6.6ポイント女性の方が多いが、インターネットは6.5ポイント、NHK テレビは1.4ポイント、新聞は3.8ポイント、ラジオは6.5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20代でも62.4%と、全ての年代で多くなった。インターネットは40代以下で80%を超えているが、50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 18-1 大きなニュースの情報源

(複数回答、n=3,064)

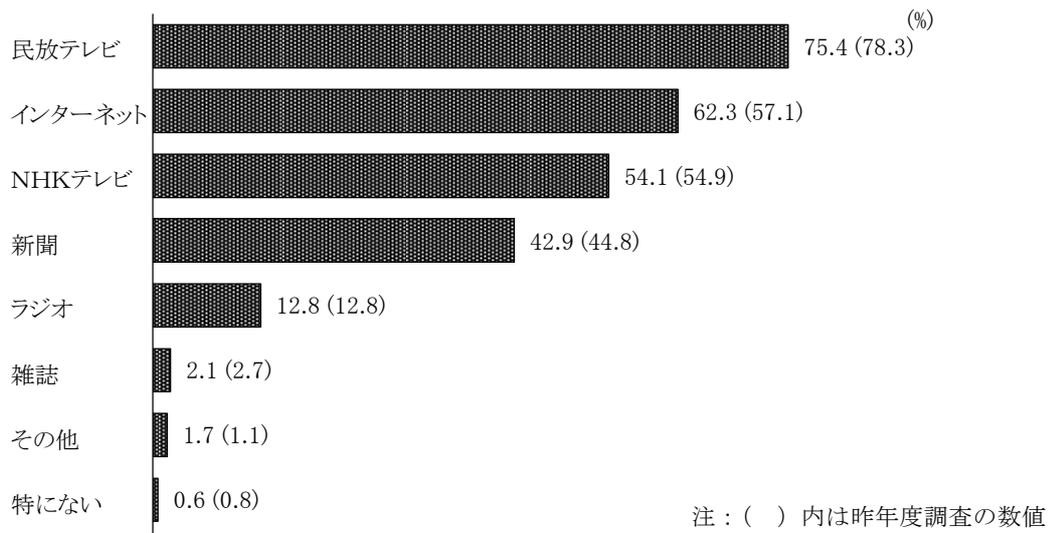
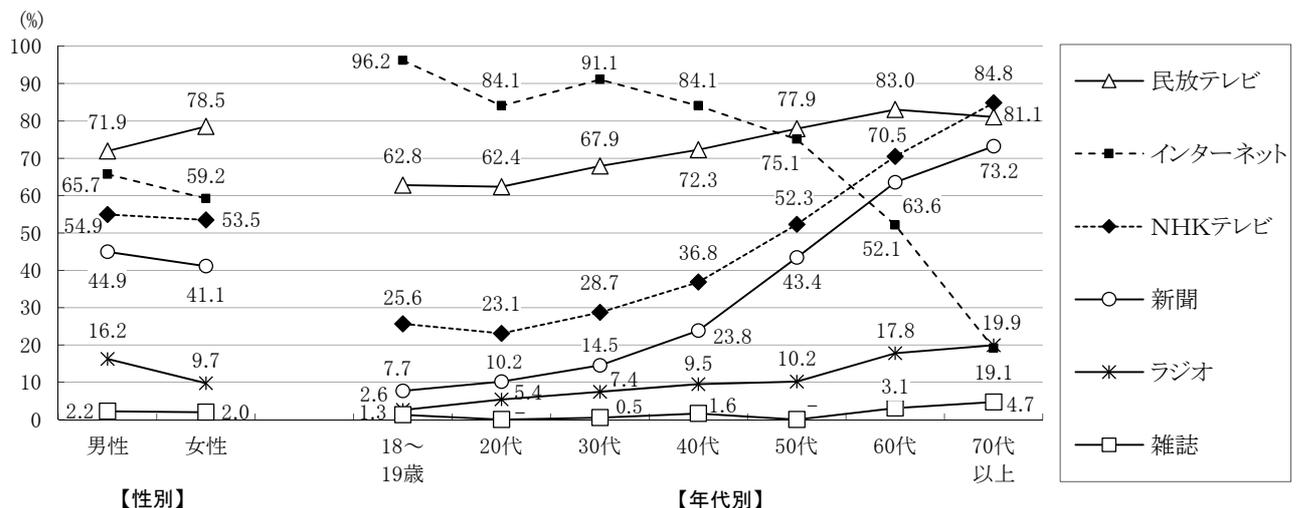


図 18-2 大きなニュースの情報源（性・年代別）

(複数回答、n=3,064)



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、「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、政治、国際情勢、経済に関する「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。
- ・ 前回調査と比較すると、社会、政治、国際情勢、経済に関することは、インターネットと新聞の順位が入れ替わり、インターネットが3位、新聞が4位となった。
- ・ 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 50 代以下ではいずれも 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。「政治に関すること」「社会に関すること」は 30 代以下、「地域に関すること」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=3,064)

	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 71.1 (73.2)	インターネット 56.3 (51.8)	新聞 35.6 (38.1)	NHKテレビ 34.5 (35.3)	ラジオ 8.8 (9.1)	雑誌 6.8 (8.2)	5.2 (3.8)
社会に関すること	民放テレビ 70.3 (70.2)	NHKテレビ 48.8 (48.6)	インターネット 48.0 (42.1)	新聞 41.6 (43.9)	ラジオ 9.7 (9.0)	雑誌 3.0 (4.0)	3.9 (3.6)
政治に関すること	民放テレビ 67.8 (63.2)	NHKテレビ 52.1 (48.5)	インターネット 43.7 (35.3)	新聞 41.6 (40.8)	ラジオ 9.0 (7.9)	雑誌 2.8 (2.9)	5.9 (5.4)
国際情勢に関すること	民放テレビ 64.6 (64.9)	NHKテレビ 48.8 (49.0)	インターネット 42.7 (37.6)	新聞 37.3 (39.5)	ラジオ 7.7 (7.1)	雑誌 2.3 (2.8)	7.1 (6.3)
経済に関すること	民放テレビ 62.9 (64.0)	NHKテレビ 45.5 (45.8)	インターネット 42.2 (36.1)	新聞 38.3 (41.2)	ラジオ 7.9 (7.1)	雑誌 2.9 (3.7)	7.7 (7.3)
生活・健康に関すること	民放テレビ 62.5 (64.4)	インターネット 53.9 (48.7)	NHKテレビ 39.6 (39.2)	新聞 34.8 (35.2)	雑誌 13.3 (15.3)	ラジオ 8.0 (7.5)	5.5 (4.9)
文化に関すること	民放テレビ 57.9 (58.6)	インターネット 43.3 (39.3)	NHKテレビ 39.5 (38.2)	新聞 37.0 (38.1)	雑誌 8.0 (8.8)	ラジオ 7.2 (6.8)	9.2 (8.2)
地域に関すること	民放テレビ 56.1 (55.5)	新聞 43.7 (46.1)	インターネット 42.0 (33.4)	NHKテレビ 34.9 (32.2)	ラジオ 8.5 (8.5)	雑誌 3.4 (4.4)	5.8 (6.3)

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=3,064）

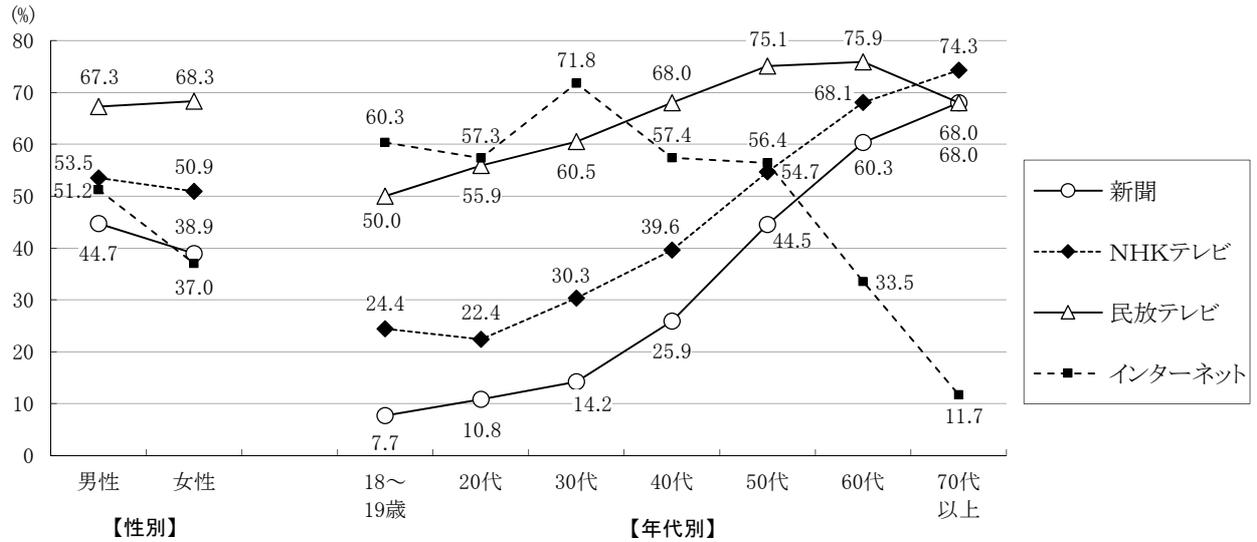


図 19-2 「社会に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）（複数回答、n=3,064）

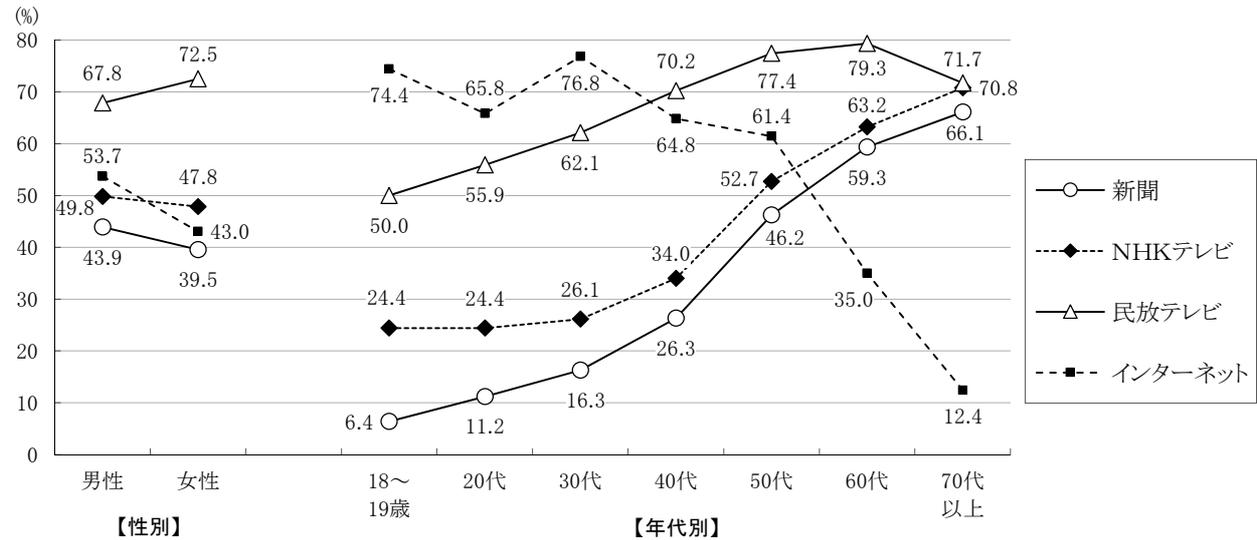
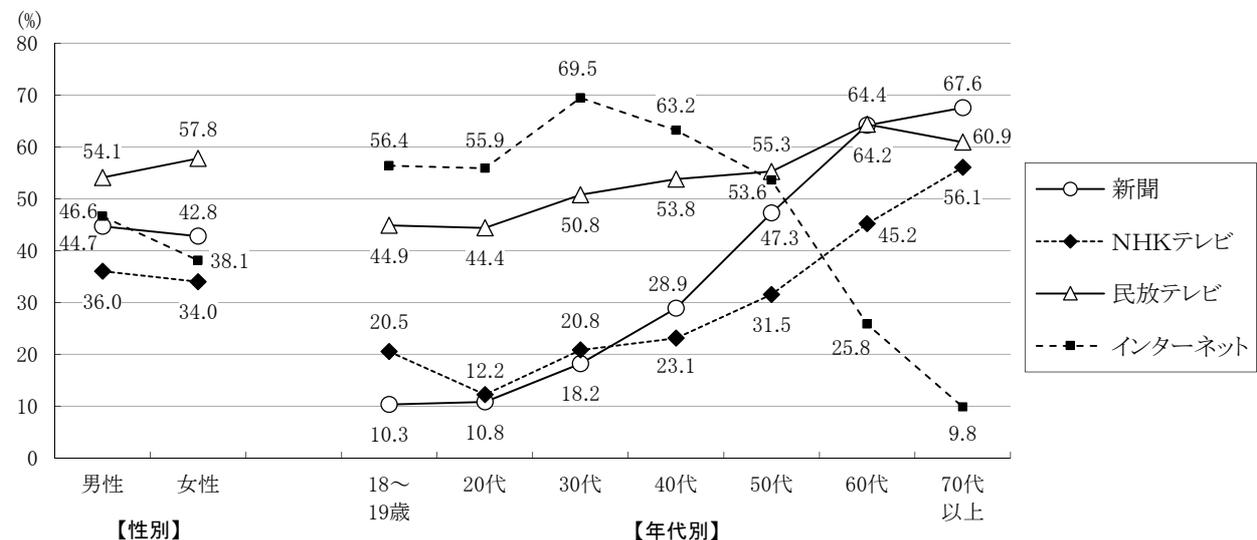


図 19-3 「地域に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）（複数回答、n=3,064）



《生活の中の新聞》

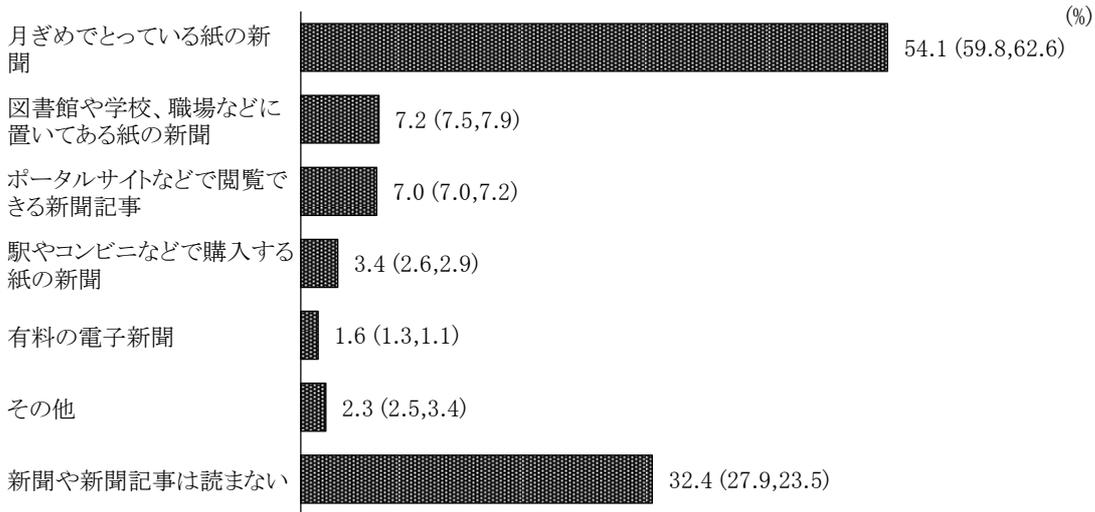
20. 新聞をどのように読んでいる？（＊）

－ 「月ぎめでとっている紙の新聞」54%、「読まない」32% －

- ・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 54.1%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」(7.2%)、「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」(3.4%)、「有料の電子新聞」(1.6%)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 32.4%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 5.7 ポイント減少したが、「新聞や新聞記事は読まない」は 4.5 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、30 代以下では 20%前後に留まっており、40 代以降、年代の上昇とともに多くなり、70 代以上で 80.9%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 20-1 新聞の読み方

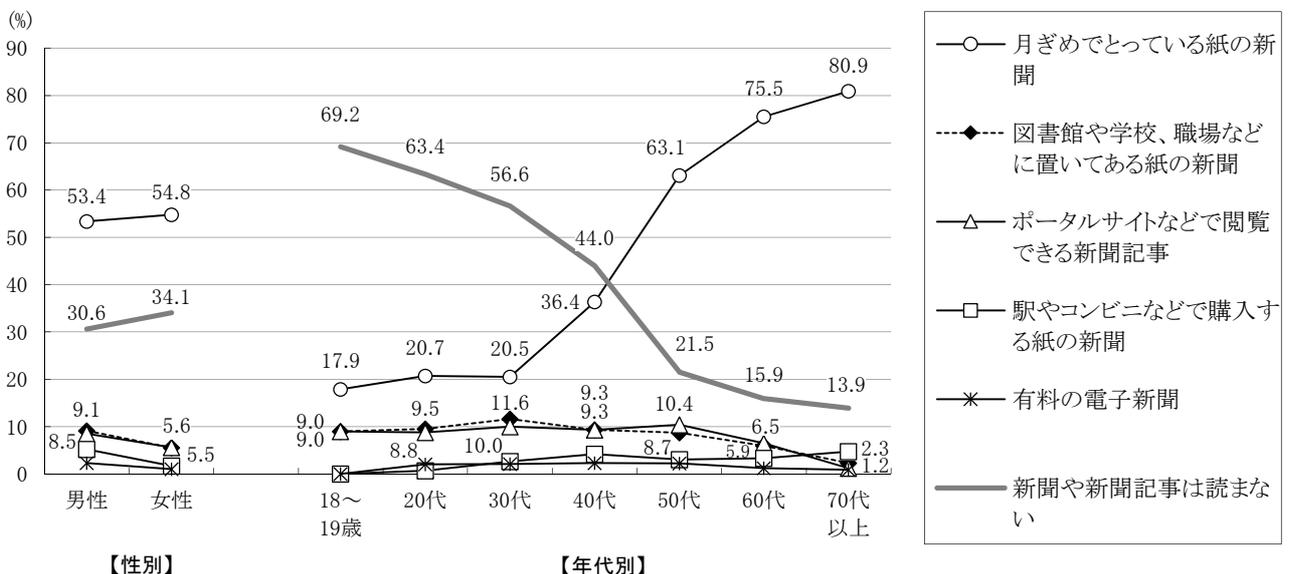
(複数回答、n=3,064)



注：() 内は左から 2019 年度調査、2018 年度調査の数値

図 20-2 新聞の読み方（性・年代別）

(複数回答、n=3,064)



21. 月ぎめ新聞の購読状況は？（＊）

－ 61%が購読、購読率は減少が続く －

- ・ 自宅で月ぎめ新聞を購読している人は 61.3%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 50.7%、「県紙・地方紙」を購読している人が 38.3%、「ブロック3紙」を購読している人が 13.4%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 95.2%、「電子新聞」が 2.5%、「両方」が 2.3%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 61.3%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 1.8 ポイント減、県紙・地方紙は 2.1 ポイント減、ブロック3紙は 1.0 ポイント減となった。
- ・ 年代別で見ると、月ぎめ新聞を購読している人は、30代で 32.9%と最も少なく、年代が上がるほど多くなり、40代で 43.1%、50代で 66.6%、60代で 77.7%、70代以上で 82.9%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全ての年代で減少しており、中でも 18～19 歳（15.5 ポイント減）と 40 代（13.0 ポイント減）の減少が大きかった。

図 21-1 月ぎめでとっている新聞の有無
(n=3,064)

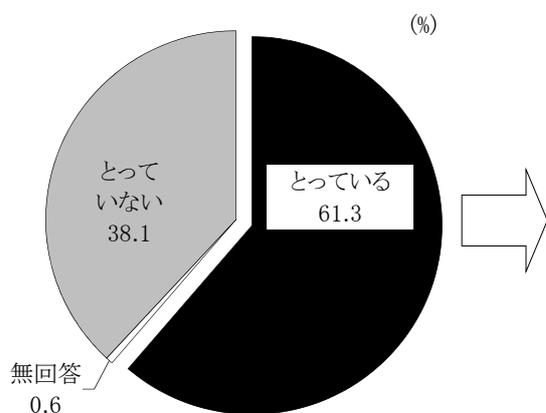


図 21-2 月ぎめでとっている新聞の種類
(複数回答、n=1,878)

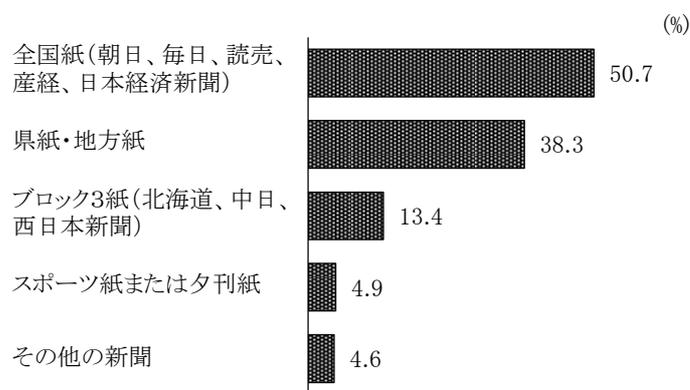


図 21-3 全国紙の購読は紙の新聞か電子新聞か

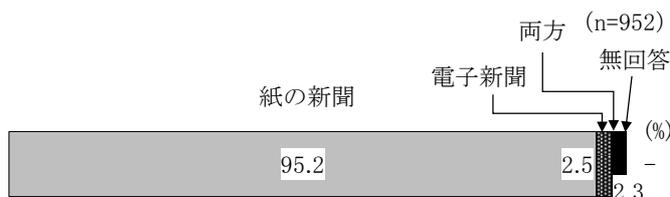


図 21-4 月ぎめでとっている新聞（時系列）

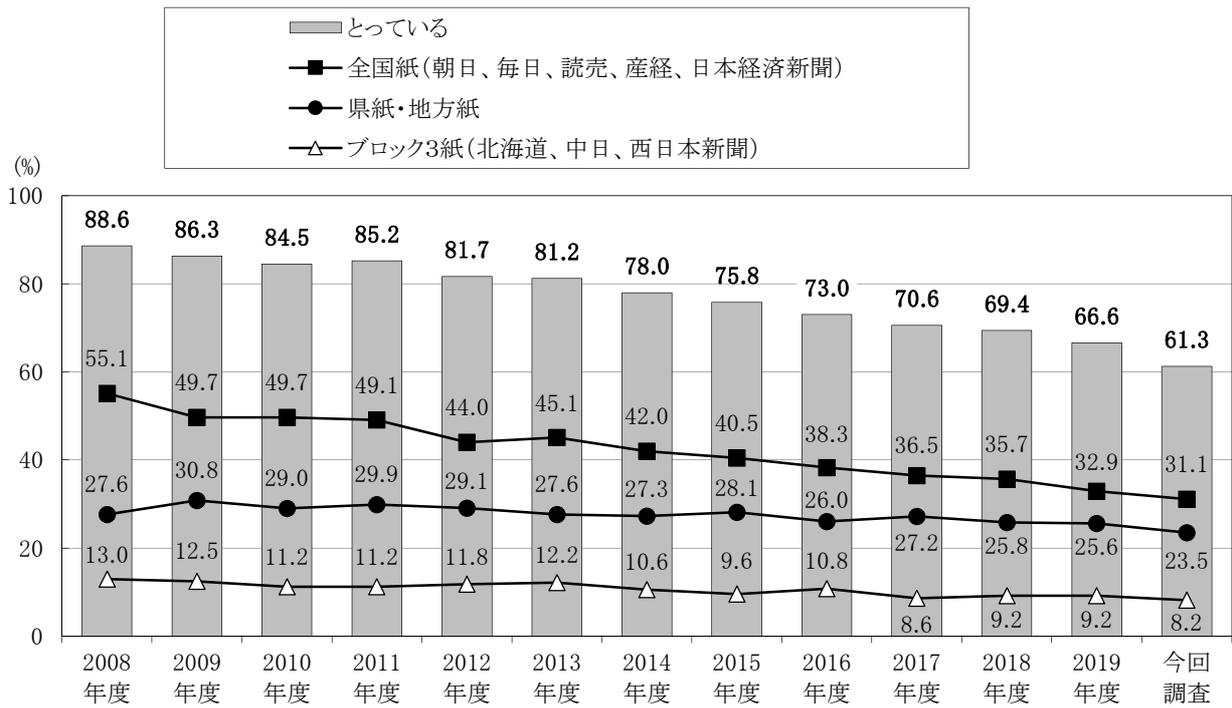
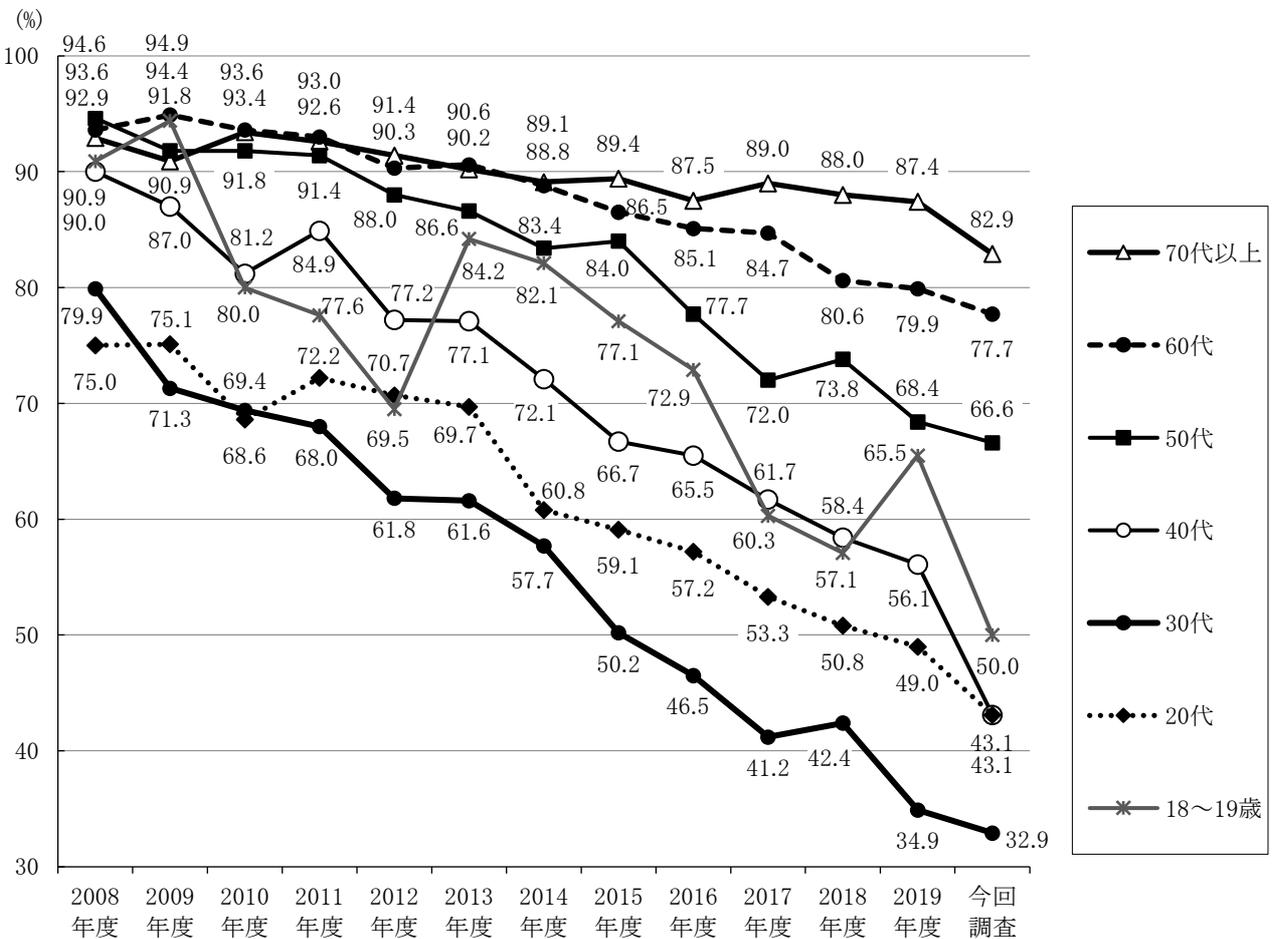


図 21-5 月ぎめで新聞をとっている人の割合（年代別）

(n=3,064)



(月ぎめで新聞をとっている人に) (全体の 61.3%)

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」 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 48.1% 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」(40.4%)、「毎日、自宅に届けてくれるから」(34.3%)、「新聞で世間の動きが大体分かるから」(32.5%)、「新聞の情報は、自分に役立つから」(30.6%) を挙げる人が多かった。前回調査からは余り変化が見られない。
- ・性別に見ると、「新聞で世間の動きが大体分かるから」(男性が 35.5%、女性 29.9%) は 5.6 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 22-1 月ぎめで新聞をとる理由

(複数回答、n=1,878)

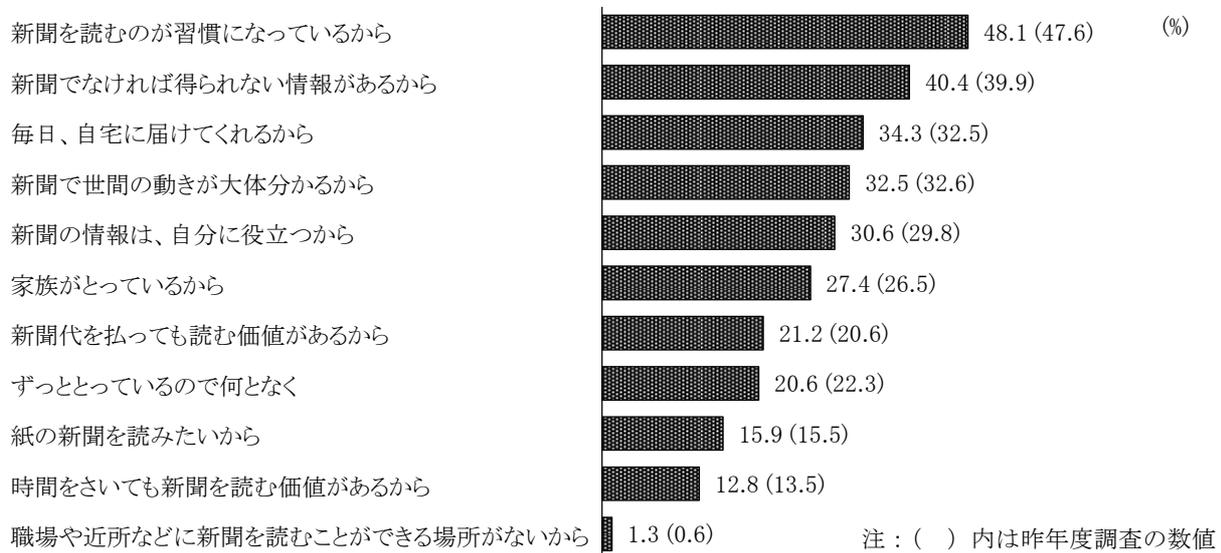
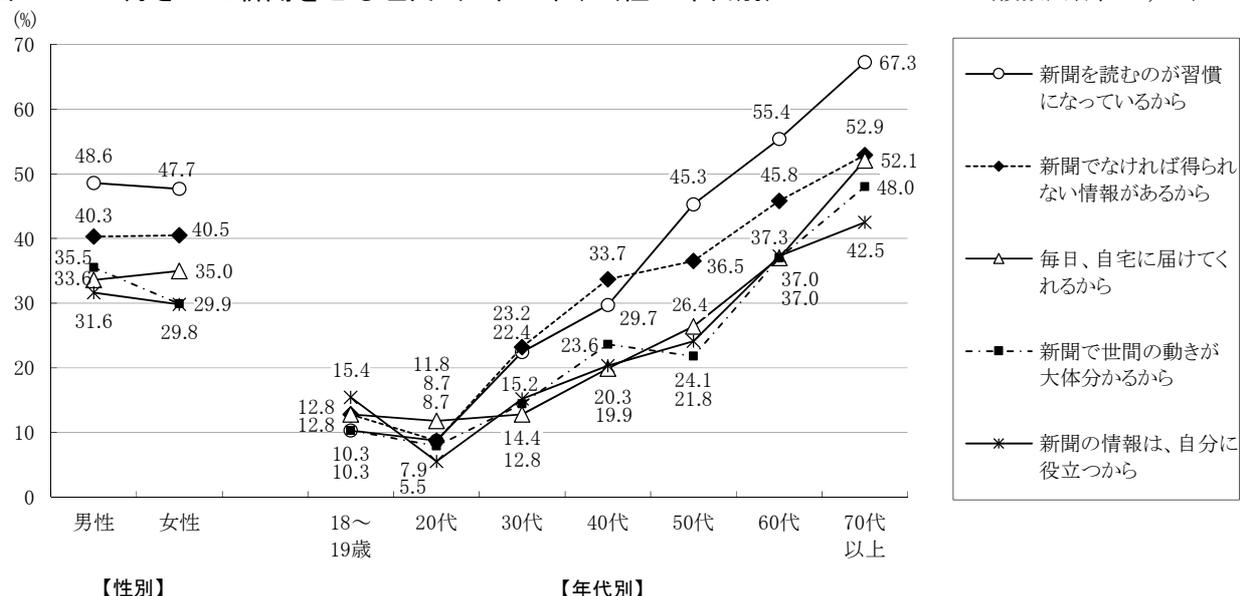


図 22-2 月ぎめで新聞をとる理由（上位 5 位）（性・年代別）

(複数回答、n=1,878)



(月ぎめで新聞をとっていない人に) (全体の 38.1%)

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」 74% —

- ・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 74.0%であった。次いで、「新聞の購読料は高いから」(37.9%)、「新聞を読む時間がないから」(29.9%)、「新聞を読む習慣がないから」(26.1%)、「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、「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」が 3.3 ポイント増加し、「新聞を読む時間がないから」が 2.7 ポイント、「職場や学校、図書館などで読むから」が 2.6 ポイント減少した。
- ・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」(男性が 75.7%、女性 72.5%) は 3.2 ポイント男性の方が多く、「新聞を読む時間がないから」(男性が 26.3%、女性 33.3%) は 7.0 ポイント、「新聞を読む習慣がないから」(男性が 23.8%、女性 28.3%) は 4.5 ポイント女性の方が多かった。
- ・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 23-1 月ぎめで新聞をとらない理由

(複数回答、n=1,167)

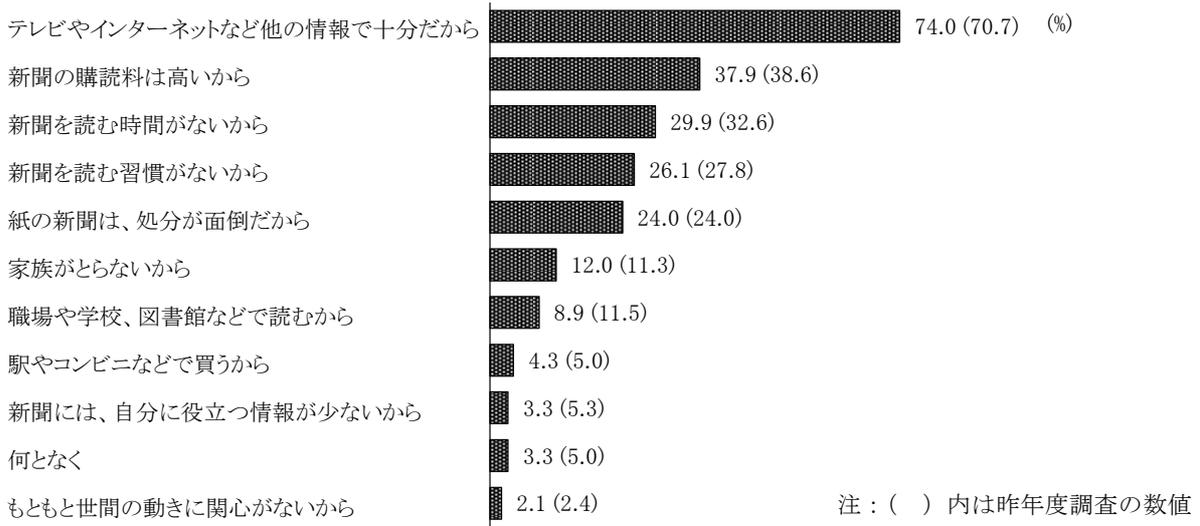
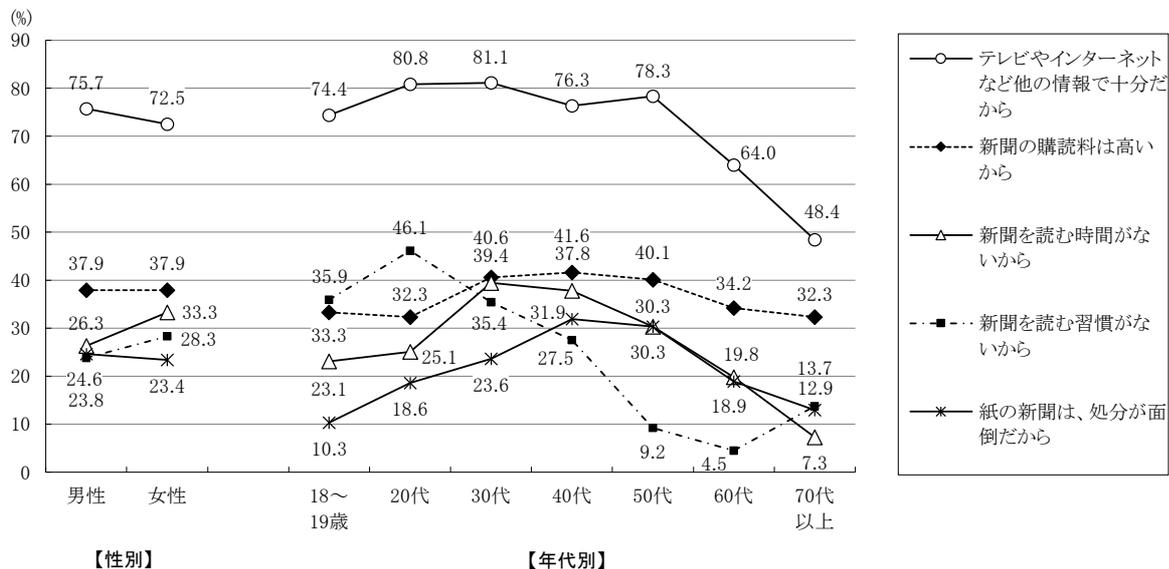


図 23-2 月ぎめで新聞をとらない理由(上位 5 位)(性・年代別)

(複数回答、n=1,167)



24. 通信社の役割を知っている？（＊）

－ 「知っている」46%、「知らない」53% －

- ・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46.3%、「知らない」人は52.5%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%前後で推移していたが、2019年度に47.0%、今回46.3%と減少した。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代で増加した。
- ・性別で見ると、「知っている」人は、女性（41.3%）よりも男性（52.0%）の方が多かった。
- ・年代別に見ると、通信社の役割を「知っている」人は、18～19歳の33.3%から年代が上がるるとともに多くなり50代で56.0%となった。50～60代では「知っている」が50%を超えた。

図 24-1 通信社の役割の認知

(n=3,064)

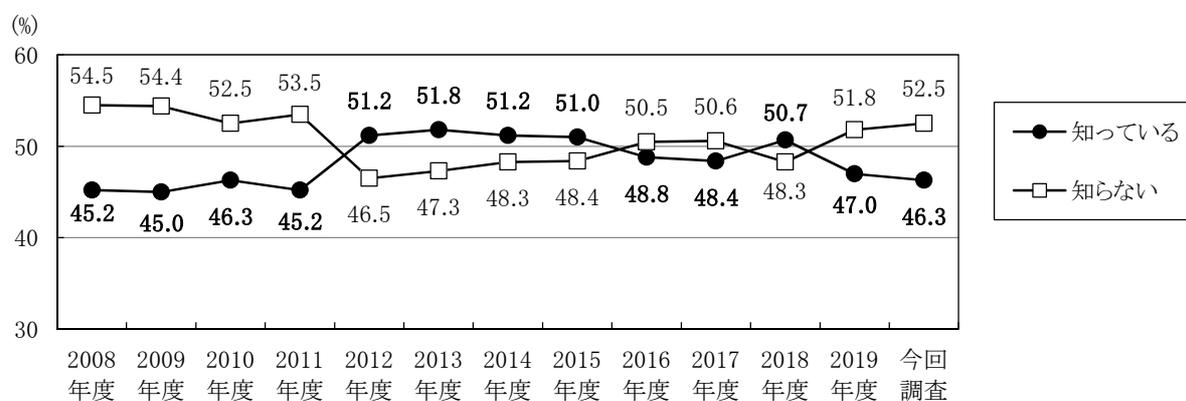
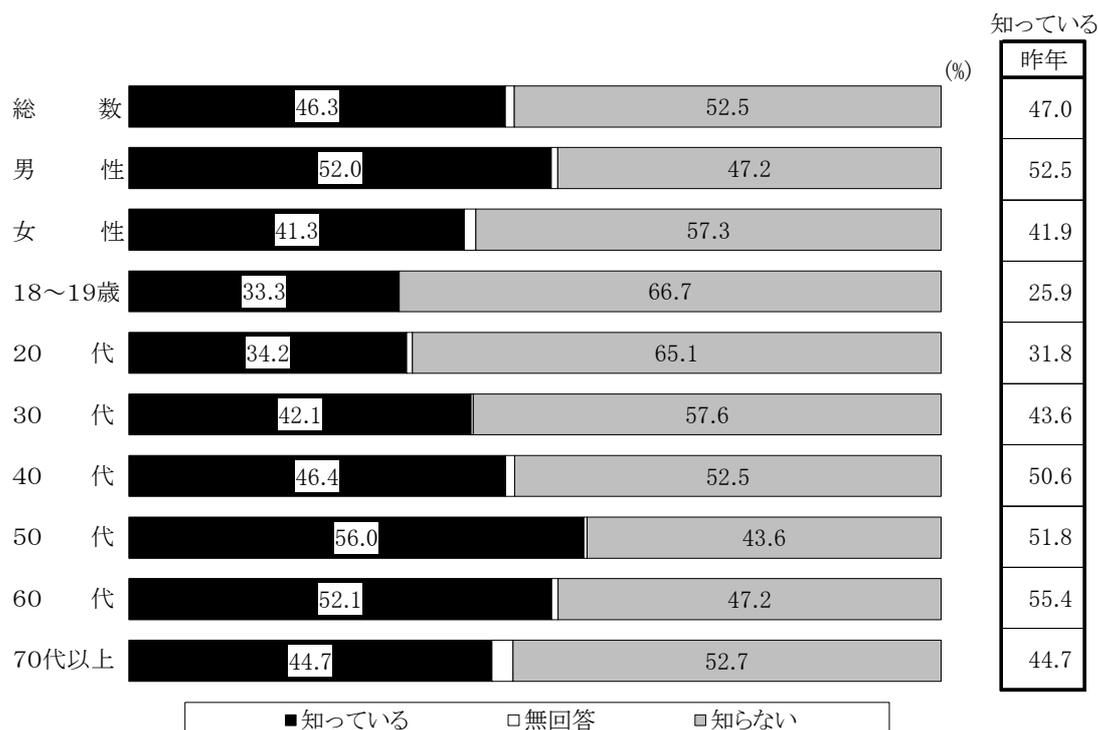


図 24-2 通信社の役割の認知（性・年代別）

(n=3,064)



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」（72%）、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79.8%であった。最も知名度が高いのは「共同通信」で71.6%の人が挙げた。次いで「ロイター通信」が67.8%、「時事通信」が50.0%、「AP通信」が42.8%、「新華社」が32.6%となった。
- ・昨年度の調査と比較すると、いずれも1%前後の増減となった。
- ・年代別に見ると、50代以上では「共同通信」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 25-1 知っている通信社の有無 (n=3,064)

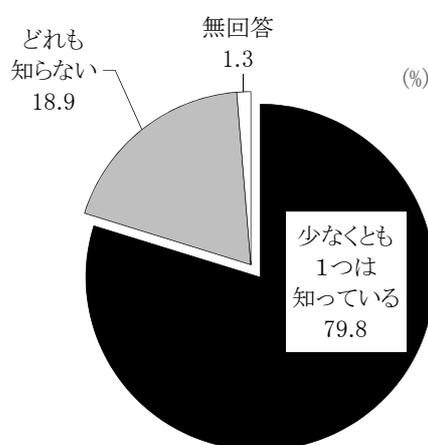
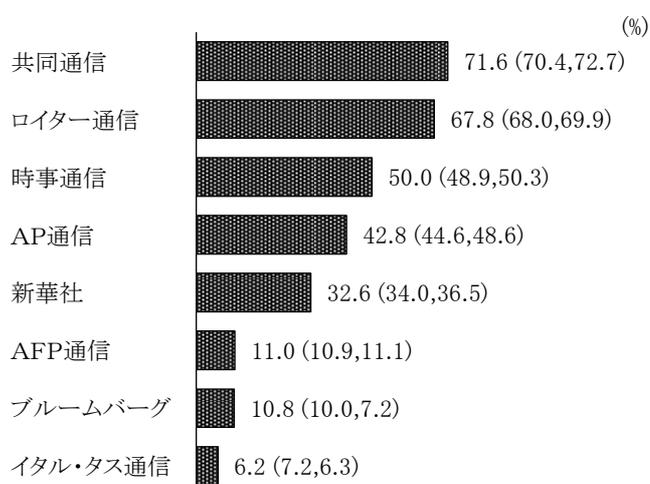


図 25-2 知っている通信社 (複数回答、n=3,064)



注：（ ）内は左から 2019 年度調査、2018 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=3,064)

	知っている通信社 (%)				
	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
総 数	共同通信 71.6	ロイター通信 67.8	時事通信 50.0	AP通信 42.8	新華社 32.6
男 性	共同通信 77.8	ロイター通信 70.7	時事通信 58.0	AP通信 50.0	新華社 40.1
女 性	共同通信 66.1	ロイター通信 65.1	時事通信 43.0	AP通信 36.5	新華社 25.9
18-19歳	ロイター通信 42.3	共同通信 37.2	AP通信 17.9	時事通信 15.4	AFP通信 5.1
20 代	ロイター通信 55.6	共同通信 53.9	時事通信 35.6	AP通信 25.1	新華社 11.2
30 代	ロイター通信 74.7	共同通信 68.2	時事通信 49.2	AP通信 48.7	新華社 20.8
40 代	ロイター通信 76.7	共同通信 76.5	AP通信 55.2	時事通信 52.9	新華社 30.3
50 代	共同通信 82.9	ロイター通信 76.1	時事通信 59.2	AP通信 56.8	新華社 39.7
60 代	共同通信 80.4	ロイター通信 75.3	時事通信 53.8	AP通信 45.8	新華社 45.0
70代以上	共同通信 67.2	ロイター通信 54.8	時事通信 49.3	新華社 38.9	AP通信 29.7

《新聞への意見》

26. 新聞の記事の満足度は？（*）

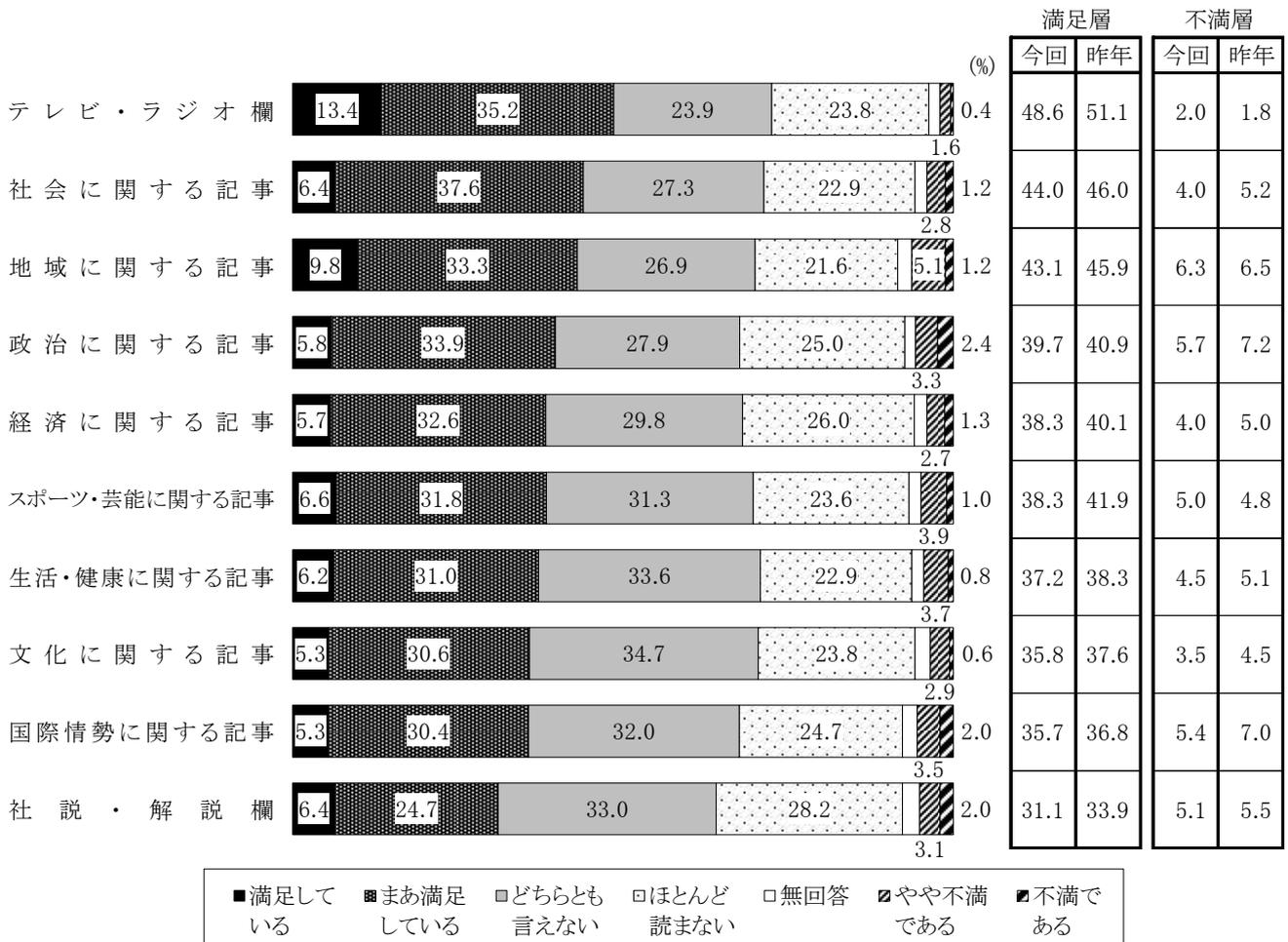
— ラ・テ欄、社会記事、地域記事など、身近な記事の満足度が高い —

- ・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48.6%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」（44.0%）、「地域に関する記事」（43.1%）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」「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」「スポーツ・芸能に関する記事」「経済に関する記事」「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、全ての記事について満足層が減少し、「スポーツ・芸能に関する記事」の3.6ポイント減が最も大きかった。

※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 26-1 新聞の記事の満足度

(n=3,064)



- ・「テレビ・ラジオ欄」は、性別では男女ともに、年代別では50代を除く全ての年代で最も満足層が多かった。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」は女性が男性より3.3ポイント多く、「社会に関する記事」は男性が女性より5.0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 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=3,064)

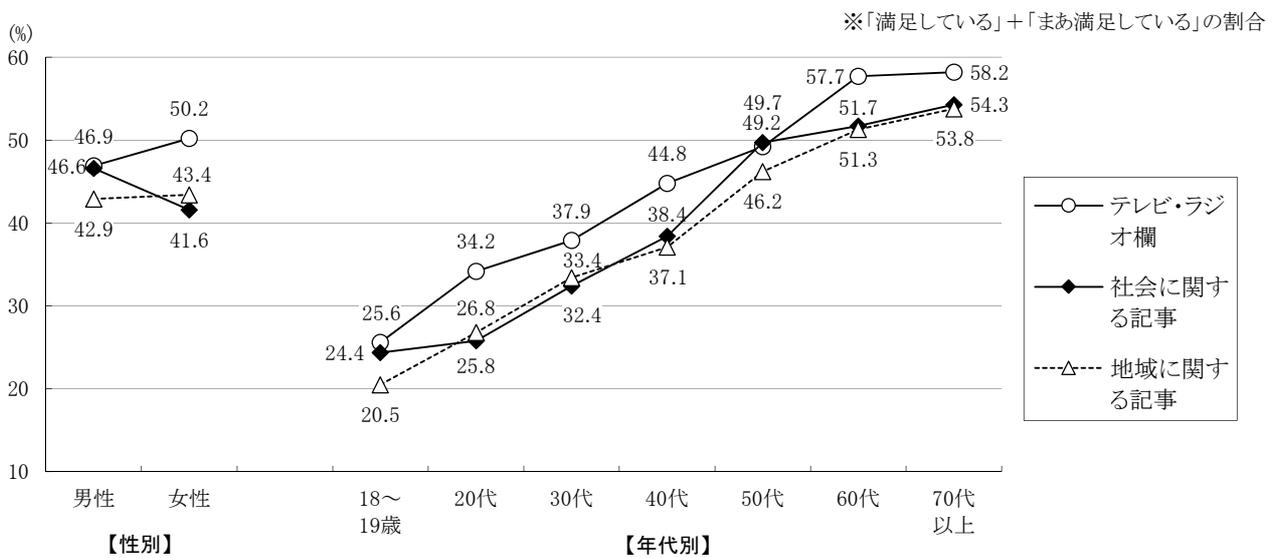
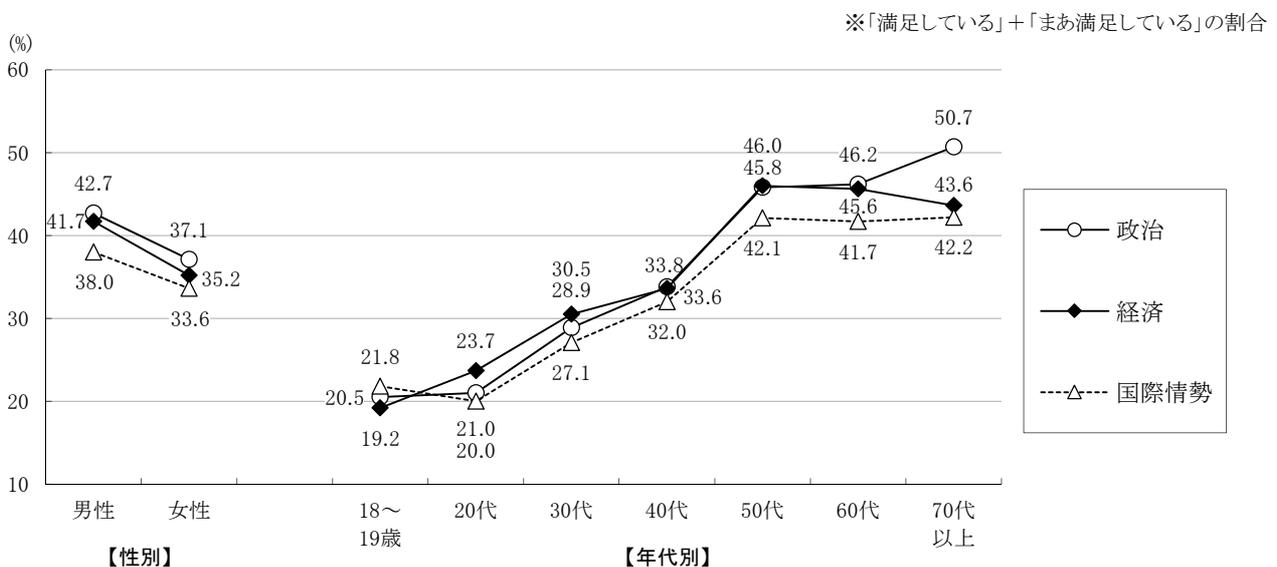


図 26-3 政治、経済、国際情勢に関する記事に満足している人の割合（性・年代別）

(n=3,064)



27. 新聞全般の満足度は？（＊）

－ 満足している人は46%、不満な人は9%。満足層は再び減少 －

- ・新聞全般について、「満足している」は12.1%、「やや満足である」は34.1%であり、この2つを合わせた満足層は46.2%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8.5%と少数であった。満足層は昨年増加に転じたが、今回調査で再び減少した。
- ・年代別に見ると、満足層は30代以下で20%台に留まったが、40代（36.4%）から70代以上（63.5%）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15.8%に留まった。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=3,064)

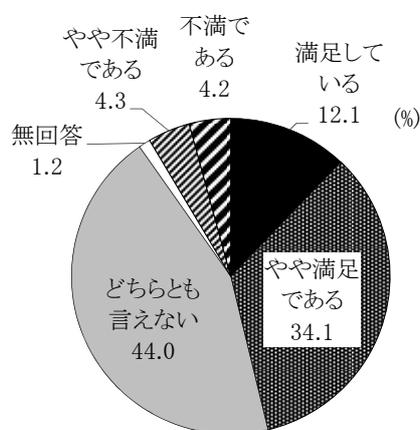


図 27-2 新聞全般の満足度（時系列）

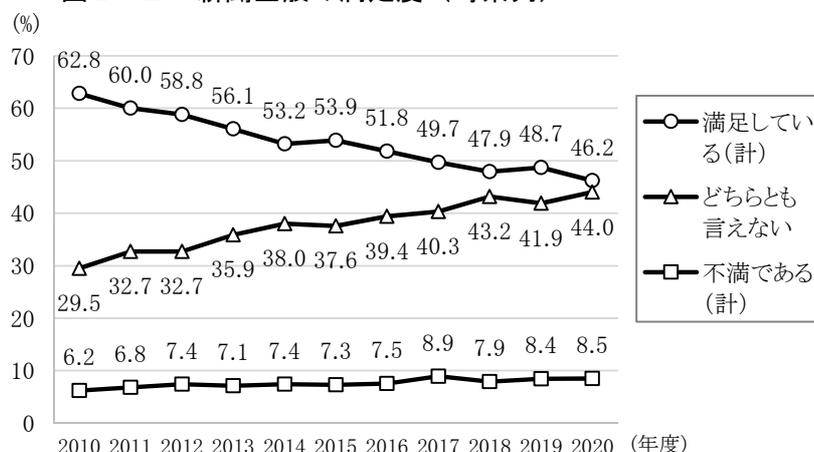
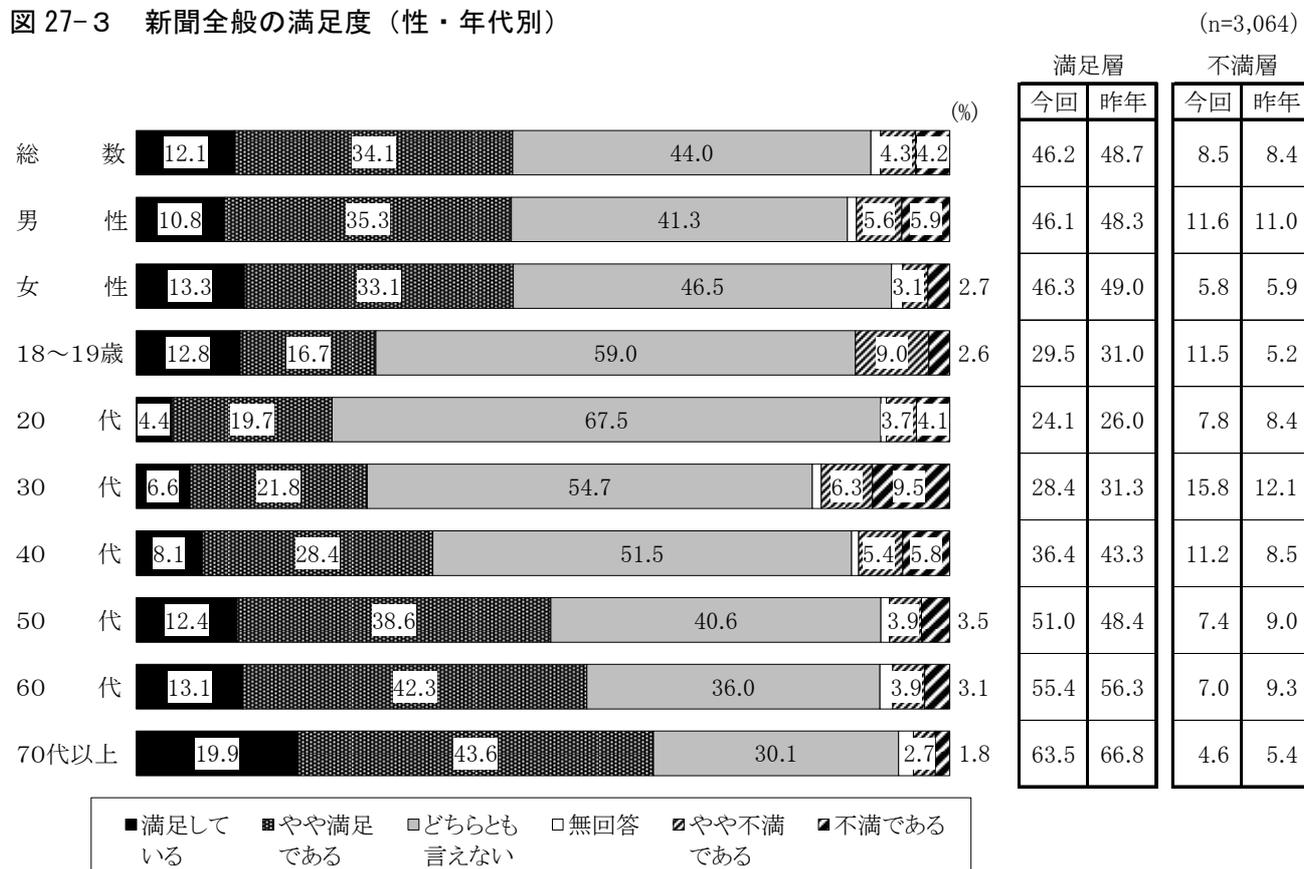


図 27-3 新聞全般の満足度（性・年代別）



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」58%。減少傾向続く －

- ・戸別配達については、「ぜひ続けてほしい」は33.4%、「できれば続けてほしい」は25.0%であり、両者をあわせた『続けてほしい(計)』は58.4%であった。
- ・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25.7ポイント、昨年度(63.0%)からは4.6ポイントの減少となった。年代別に見ると、昨年度から全ての年代で減少し、18～19歳で14.5ポイント減少したのをはじめ、40代で9.5ポイント、30代で7.4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(27.8%)から70代以上(80.9%)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=3,064)

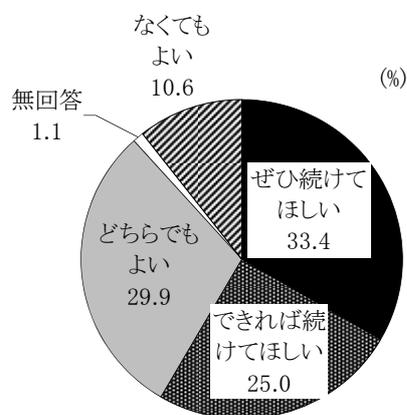


図 28-2 『続けてほしい(計)』割合 (時系列)

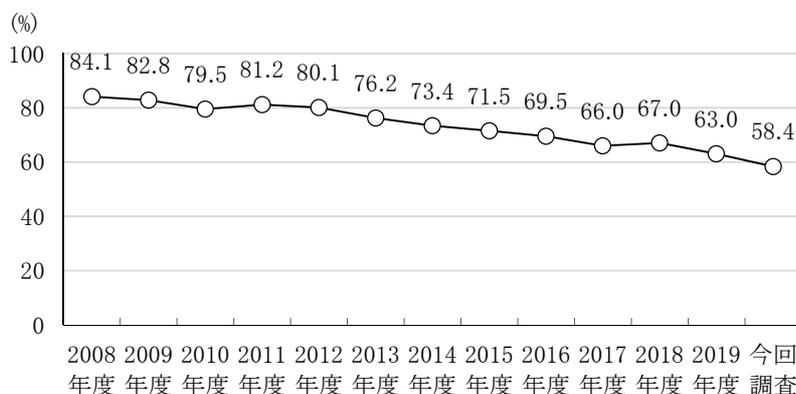
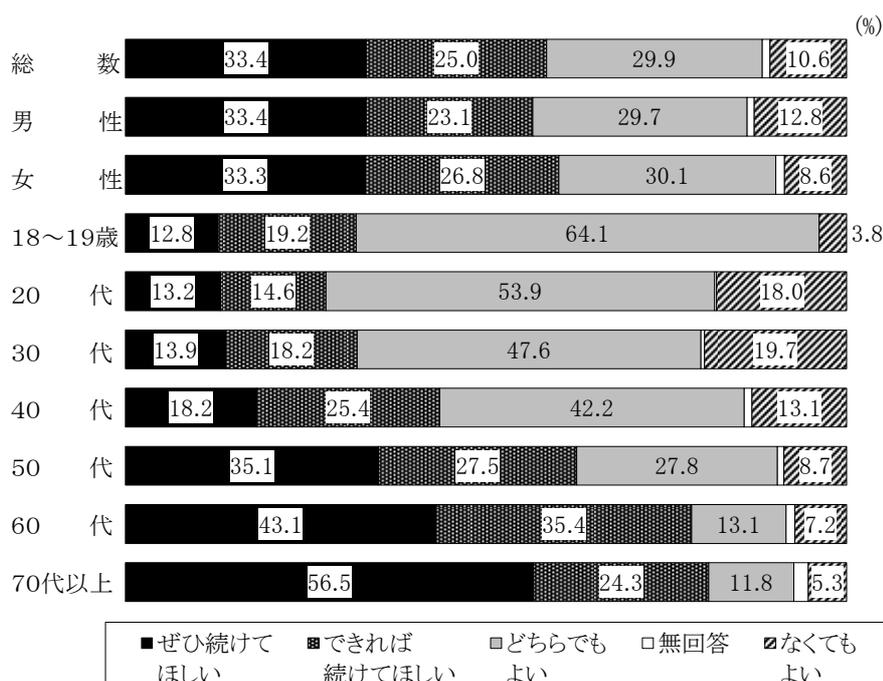


図 28-3 戸別配達の存続 (性・年代別) (n=3,064)



続けてほしい(計)

今年	2019年	2018年	2017年	2016年
58.4	63.0	67.0	66.0	69.5
56.5	62.1	64.7	65.0	68.0
60.0	63.9	69.1	67.0	70.7
32.1	46.6	44.3	38.1	52.9
27.8	30.1	41.8	38.3	42.2
32.1	39.5	44.3	41.0	45.7
43.6	53.1	57.0	58.0	62.7
62.7	63.9	70.6	66.1	73.1
78.5	79.4	77.2	80.9	84.2
80.9	84.7	87.8	87.0	86.3

29. 新聞の購読料をどう思う? (*)

— 「高い」とする人が54%、「妥当」とする人が43% —

- ・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14.4%、「少し高い」は39.1%で、両者を合わせた『高い(計)』は53.6%となった。「妥当である」は43.4%、「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。昨年度は再び『高い(計)』が「妥当である」を上回り、今回は昨年度から、『高い(計)』が4.5ポイント減少したものの、「妥当である」(昨年度比4.2ポイント増)を10.2ポイント上回った。
- ・年代別に見ると、『高い(計)』は18~19歳で最も多く75.6%、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42.1%となった。一方、「妥当である」は18~19歳(23.1%)から年代が上がるほど割合も多くなり70代以上で54.4%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=3,064)

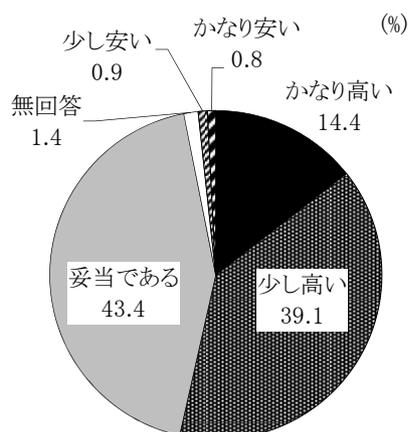


図 29-2 新聞の購読料 (時系列)

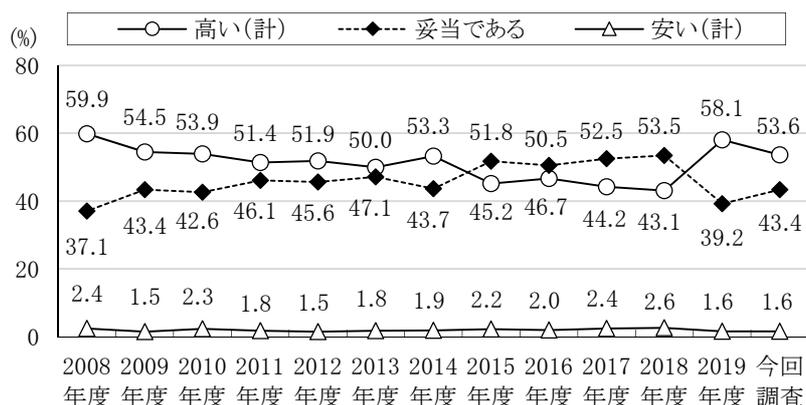
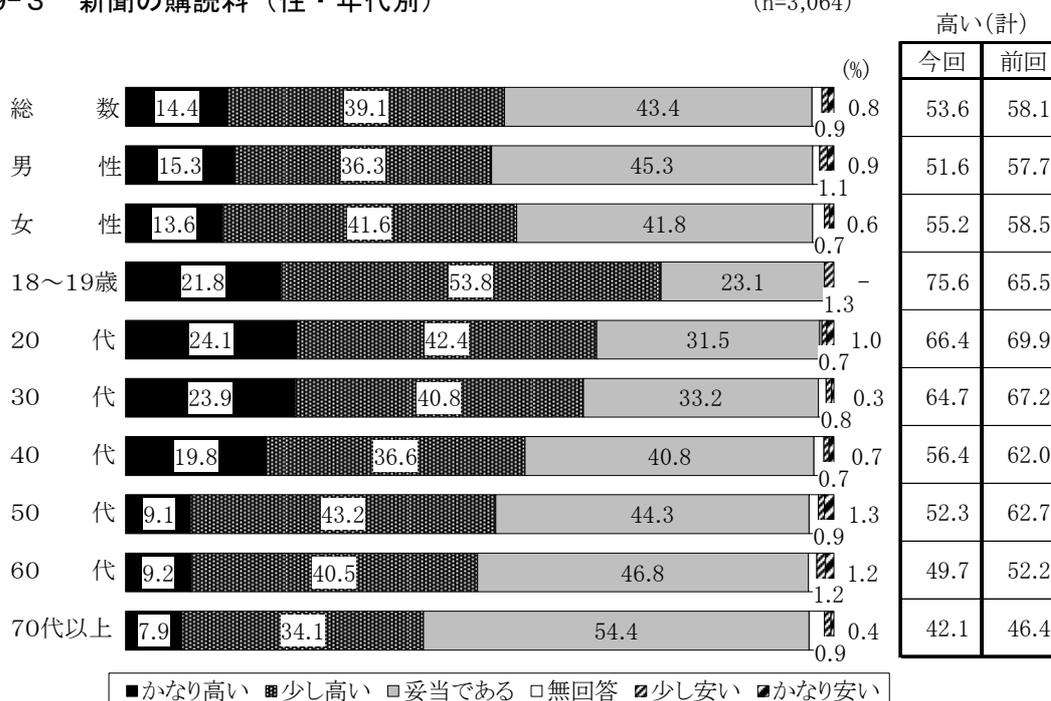


図 29-3 新聞の購読料 (性・年代別)

(n=3,064)



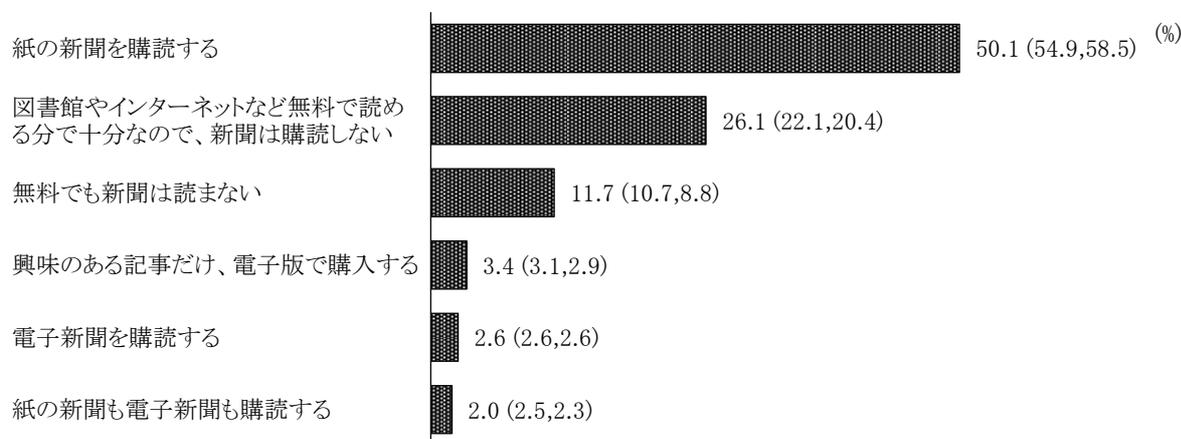
30. 今後、新聞とどう接する？（*）

－ 「紙の新聞を購読する」が50%、「購読しない・読まない」が38% －

- ・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50.1%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26.1%、「無料でも新聞は読まない」が11.7%であった。
- ・年代別に見ると、「紙の新聞を購読する」は、20代（15.9%）から年代の上昇とともに割合も多くなり70代以上で79.8%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40%台となり「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20%台となった。

図 30-1 今後の新聞との接し方

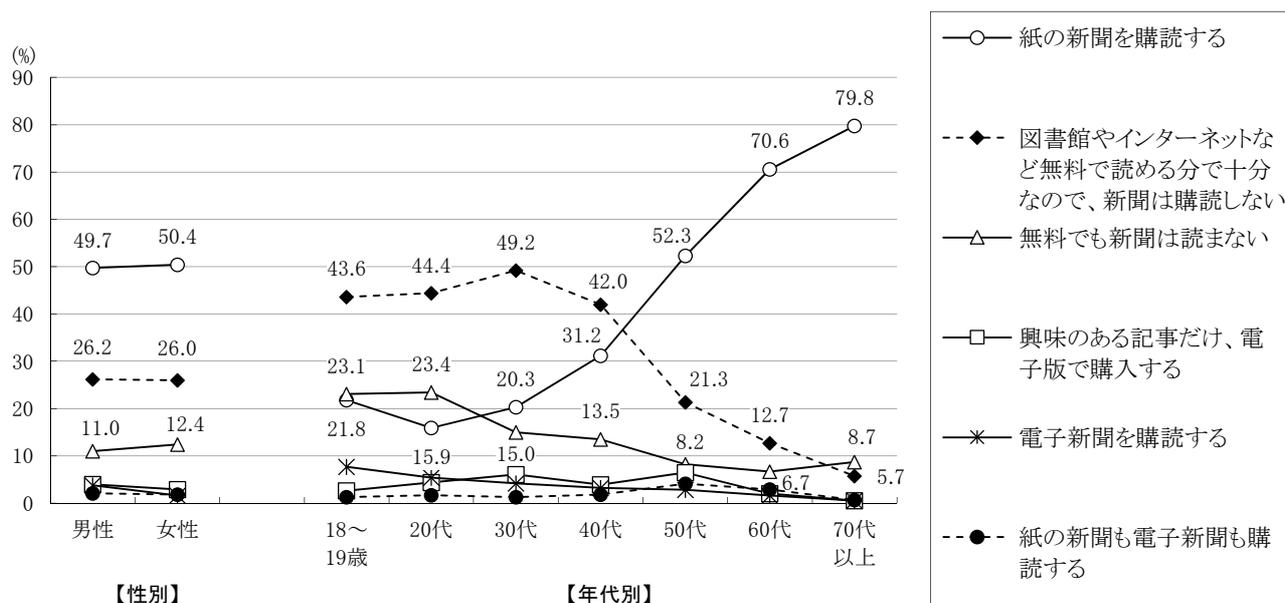
(n=3,064)



注：（ ）内は左から 2019 年度調査、2018 年度調査の数値

図 30-2 今後の新聞との接し方（性・年代別）

(n=3,064)



《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 75.6%)

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91%、モバイルのみでの閲覧が69%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90.9%と突出して最も多かった。次いで「パソコン」が30.4%、「タブレット」は12.1%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69.4%、「パソコンとモバイル」が24.2%、「パソコンのみ」が6.2%であった。
- ・昨年度調査と比較すると、「モバイルのみ」が3.3ポイント増、「パソコンとモバイル」が1.0ポイント減、「パソコンのみ」が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（58.5%）より女性（79.9%）で多く、年代別では、70代以上の52.4%から18～19歳の81.8%にかけて、年代が下がるにつれて多くなった。

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=2,316)

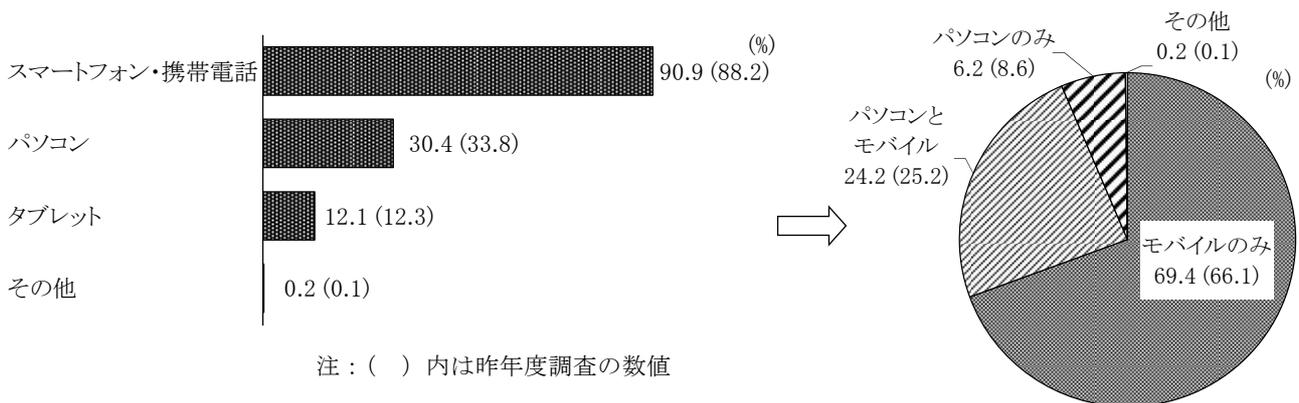
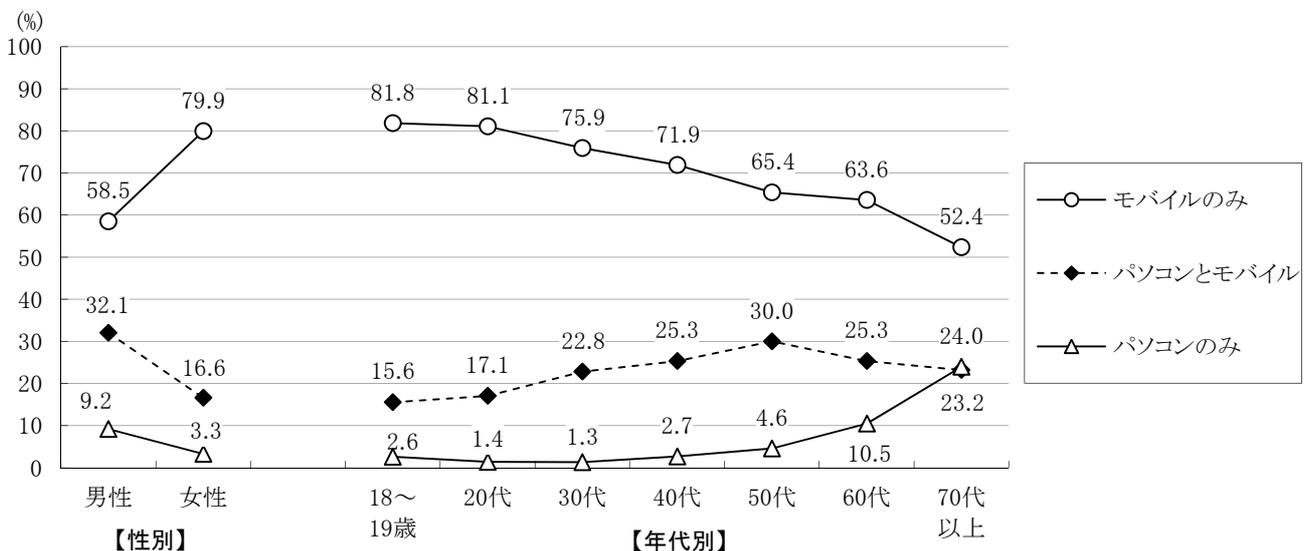


図 31-2 インターネットニュースを見る時に使用する機器 (性・年代別)

(n=2,316)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 75.4%)

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)」(80.9%) が突出して最も多かった。以下、「SNS (LINE、Twitter、Facebook など)」(38.2%)、「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)」(15.4%)、「新聞社・通信社・テレビ放送局の公式サイト」(14.7%) 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、50 代以上でも 20% 弱に留まった。

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=2,309)

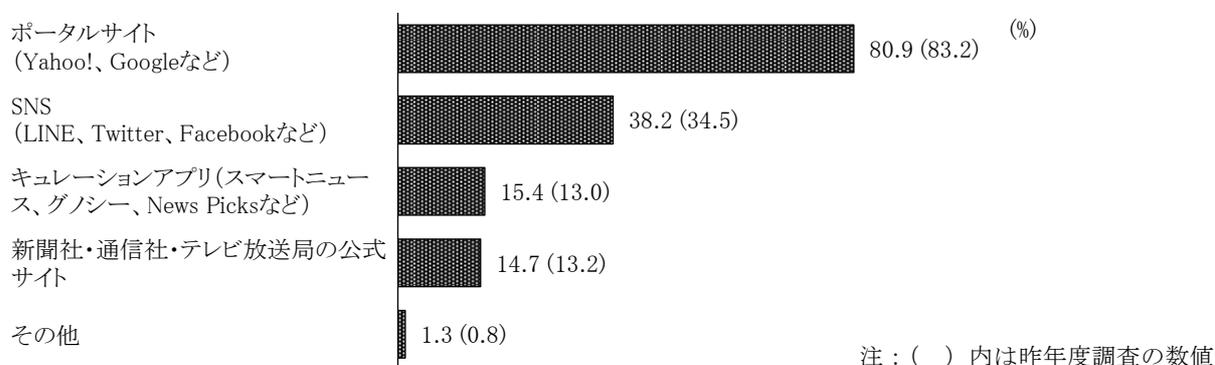
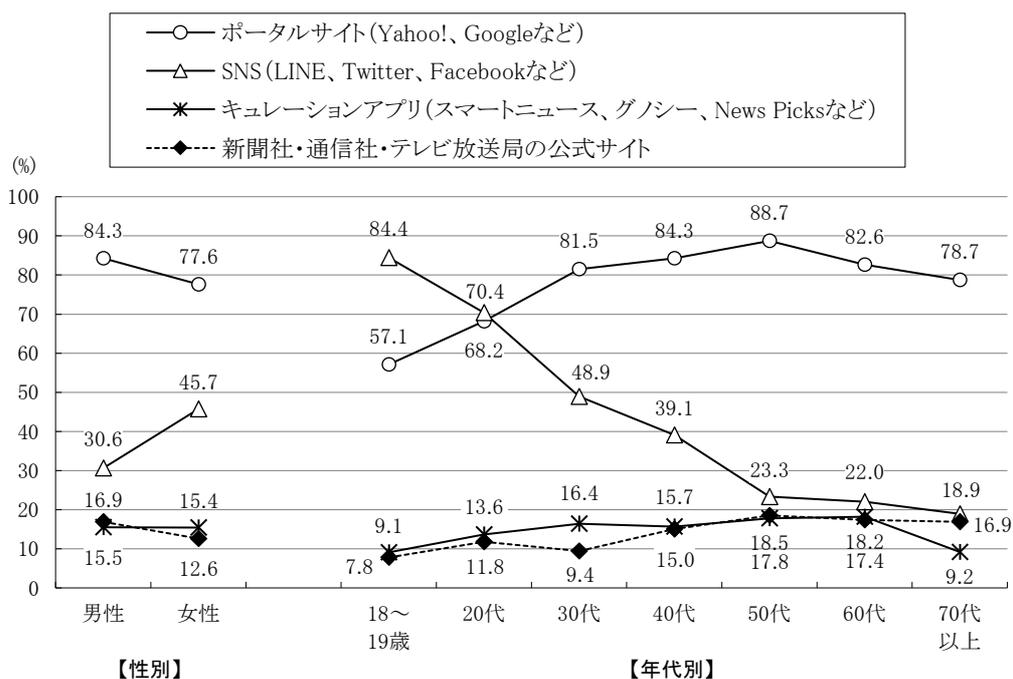


図 32-2 インターネットニュースを見る時、アクセスするサイト (性・年代別) (複数回答、n=2,309)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 75.6%)

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」42%、「気にしない」58% —

- ・インターネットニュースを見る時に、ニュースの住所を気にするか尋ねたところ、「気にする」と答えた人が 42.4% (「いつも気にする」11.1%と「まあ気にする」31.3%の計)、「気にしない」と答えた人が 57.6% (「全く気にしない」18.1%と「あまり気にしない」39.5%の計) となった。
- ・性別、年代別に関わらず、「気にしない」と答えた人が「気にする」と答えた人より多くなった。「気にしない」は、性別では女性 (61.1%)、年代別では 20 代以下で 60% 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 33-1 インターネットニュースの住所 (n=2,317)

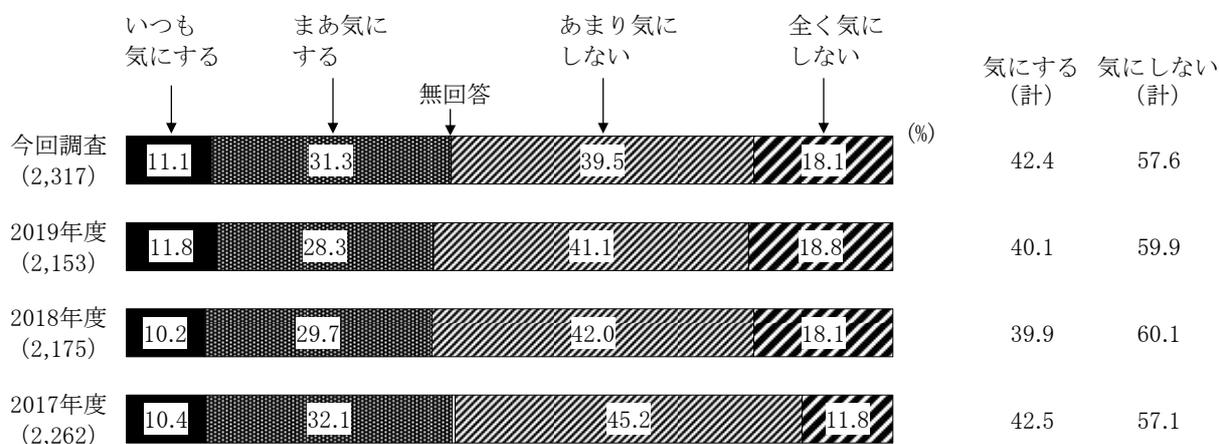
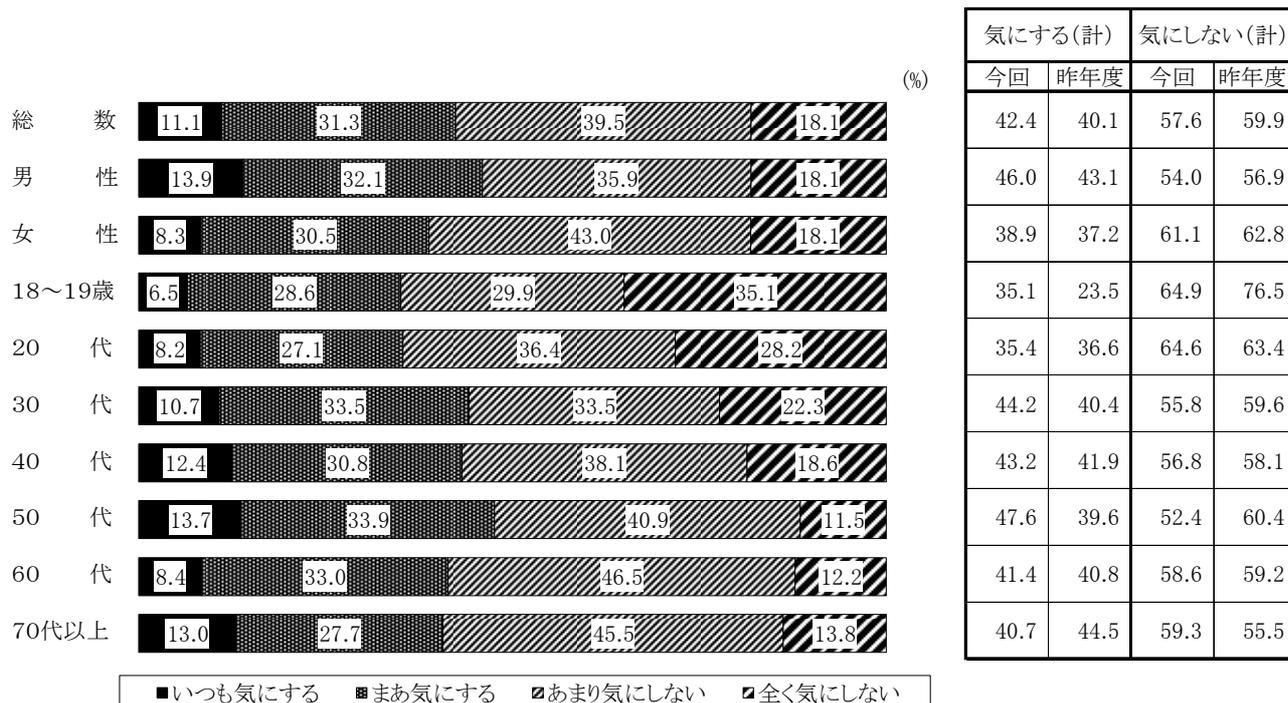


図 33-2 インターネットニュースの住所 (性・年代別) (n=2,317)



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？（＊）

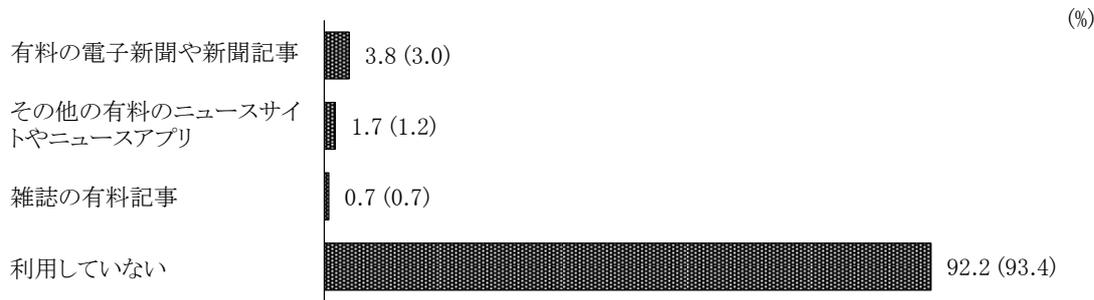
－ 利用していないが 92%、

「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 92.2%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 3.8%、「その他の有料のニュースサイトやニュースアプリ」が 1.7%、「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 60 代で最も多くなった。が、最も多い 60 代でも利用率は 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

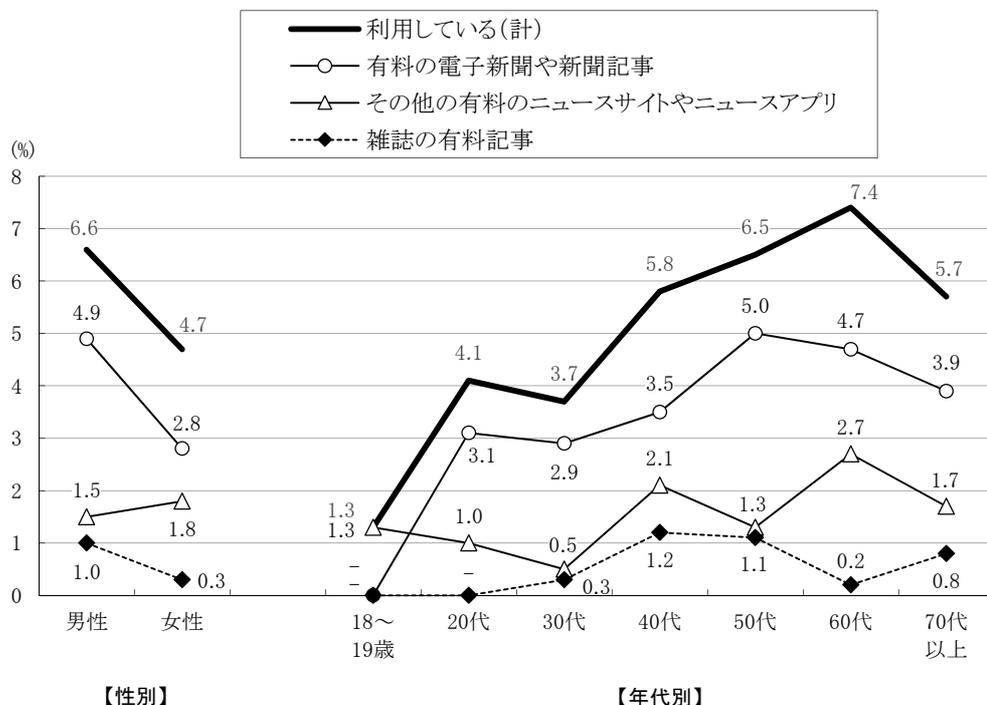
(複数回答、n=3,064)



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=3,064)



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 3,064（61.3%）

<性別>

総数	男性	女性
3,064	1,435	1,629
100.0%	46.8%	53.2%

●調査方法

専門調査員による訪問留置法

●実査時期

2020年10月30日から11月17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
78	295	380	571	461	511	768
2.5%	9.6%	12.4%	18.6%	15.0%	16.7%	25.1%

第13回 メディアに関する全国世論調査（2020年）

2021年1月23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