

第14回  
メディアに関する全国世論調査  
(2021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」69.0点、2位「新聞」67.7点、3位「民放テレビ」61.3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9%  
    理由は「特定の勢力に偏った報道をしているから」43%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」>

## 《新型コロナウイルス感染症》

5. 新型コロナに関する情報入手方法は？…………… 7  
    <「民放テレビ」82%、「NHK テレビ」64%>
6. 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？…………… 8  
    <「民放テレビ」64%、「NHK テレビ」50%>
7. 新型コロナへの対応の評価は？…………… 9  
    <政府は40.8点、自治体は52.5点>
8. 感染症対策と経済対策のどちらを重視？…………… 10  
    <「感染症対策」72%、「経済対策」8%>
9. 各メディアの新型コロナウイルスワクチン報道の印象は？…………… 11  
    <民放テレビの印象強く>
10. ワクチンについての不確かな情報やデマを見聞きした？…………… 13  
    <「見聞きしたことがある」56%、確認は「テレビの報道」で>
11. ワクチンを接種した？…………… 15  
    <「接種した」73%、「接種する予定」19%、「接種するつもりはない」3%>
12. ワクチン接種について参考にしたものは？…………… 16  
    <「テレビの報道」51%、「家族や友人」42%>
13. ワクチン接種について思ったことは？…………… 17  
    <「ワクチン接種の副反応が怖い」57%>
14. 東京五輪・パラリンピック開催についてどう思う？…………… 18  
    <開催後に、中止、延期から開催に転じたのは16%>
15. 東京五輪・パラリンピック開催是非についての新聞記事は？…………… 20  
    <「的確な判断材料を提供」22%>
16. 東京五輪・パラリンピック開催是非の議論で新聞に感じたことは？…………… 21  
    <「コロナ禍の影響を過大に報道」12%、「過小に報道」10%>

17. 新聞が五輪スポンサーになることについてどう思う？…………… 22  
    <「特に気にならない」40%>

### 《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？…………… 23  
    <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？…………… 25  
    <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」>
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？…………… 26  
    <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？…………… 28  
    <「民放テレビ」76%、「インターネット」63%、「NHK テレビ」58%、「新聞」43%>
22. どのメディアで各分野の情報を得る？…………… 29  
    <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？…………… 31  
    <「月ぎめでとっている紙の新聞」54%、「読まない」33%>
24. 月ぎめ新聞の購読状況は？…………… 32  
    <61%が購読、購読率は昨年度から横ばい>
25. 月ぎめで新聞をとる理由は？…………… 34  
    <「新聞を読むのが習慣になっているから」47%>
26. 月ぎめで新聞をとらない理由は？…………… 35  
    <「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」79%>
27. 通信社の役割を知っている？…………… 36  
    <「知っている」49%、「知らない」50%>
28. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？…………… 37  
    <1位「共同通信」(75%)、2位「ロイター通信」(71%)>

### 《新聞への意見》

29. 新聞の記事の満足度は？…………… 38  
    <ラ・テ欄、地域記事、社会記事など、身近な記事の満足度が高い>
30. 新聞全般の満足度は？…………… 40  
    <満足している人は45%、不満な人は9%>
31. 戸別配達をどう思う？…………… 41  
    <日本独特の戸別配達制度、「続けてほしい」58%>
32. 新聞の購読料をどう思う？…………… 42  
    <「高い」とする人が51%、「妥当」とする人が46%>
33. 今後、新聞とどう接する？…………… 43  
    <「紙の新聞を購読する」が50%、「購読しない・読まない」が37%>

## 《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？…………… 44  
    <スマートフォン・携帯電話が91%、モバイルのみでの閲覧が66%>
35. インターネットニュースを見る時、アクセスするのは？…………… 45  
    <ポータルサイトが82%、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？…………… 46  
    <「気にする」47%、「気にしない」53%>
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？…………… 47  
    <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(\*)があるのは昨年度調査と同一質問であることを示している。

## 《各メディアの印象・信頼度》

### 1. 各メディアの情報の信頼度は？（＊）

－ 1位「NHKテレビ」69.0点、2位「新聞」67.7点、3位「民放テレビ」61.3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69.0点、次いで「新聞」が67.7点、「民放テレビ」が61.3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）と前回調査（2020年度）で「新聞」が1位となったが、今回調査で「新聞」は「NHKテレビ」に1位を譲った。
- ・昨年度と比較すると、「NHKテレビ」は前回調査から変化なし、「新聞」（前回調査比1.5点低下）、「インターネット」（同0.5点低下）、「民放テレビ」（同0.7点低下）は低下、「ラジオ」（同0.1点上昇）は上昇した。
- ・新聞の信頼度得点の低下について調査結果を分析したところ、新聞を読まない人、新聞を購読していない人で昨年度からの低下が大きかった。また、インターネットに76点以上の信頼度得点を付けた人でも低下が大きかった。年代別では40代、職業は管理職と無職で低下が大きかった。
- ・性別、年代別に見ても、「NHKテレビ」、「新聞」が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=3,047)

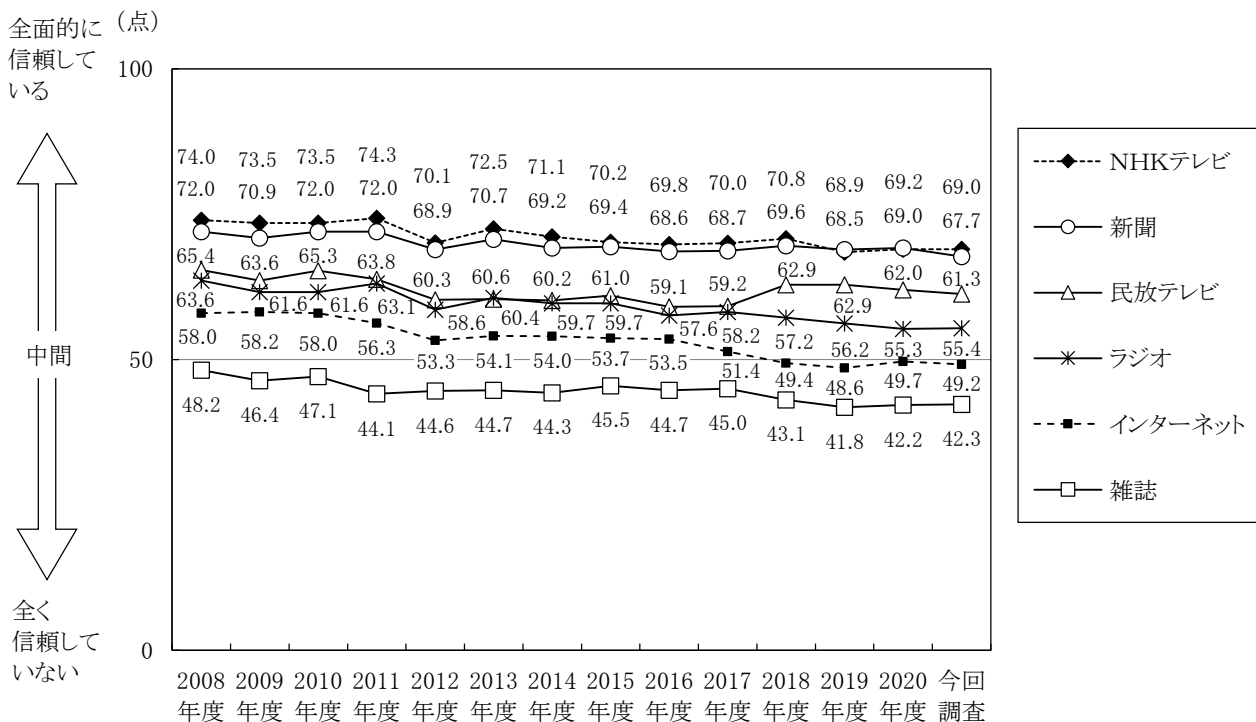


表 1-1 新聞の信頼度得点（昨年度との比較）

	今年度平均点	2020年度平均点	差		今年度平均点	2020年度平均点	差
【総数】	67.7	69.2	-1.5	【年齢】			
【ニュースとの接触頻度(1)新聞】				18～19歳	67.4	65.0	2.4
毎日	75.9	76.3	-0.4	20～29歳	63.9	61.6	2.3
週に4～5日	74.7	73.1	1.6	30～39歳	62.9	65.6	-2.7
週に2～3日	73.2	72.9	0.3	40～49歳	65.9	69.0	-3.1
週に1日くらい	71.7	67.6	4.1	50～59歳	69.4	71.0	-1.6
それ以下	66.6	69.0	-2.4	60～69歳	69.0	71.0	-2.0
読まない見ない聞かない	57.0	60.7	-3.7	70歳以上	70.5	72.4	-1.9
読む・見聞きする(計)	74.5	74.5	0.0	【職業】			
【月ぎめでとっている新聞】				農林漁業	70.3	70.5	-0.2
全国紙(朝日、毎日、読売、産経、日経)	73.1	73.4	-0.3	商工自営業	64.3	66.0	-1.7
ブロック3紙(北海道、中日、西日本)	74.6	73.8	0.8	自由業	57.4	58.8	-1.4
県紙・地方紙	74.4	74.5	-0.1	管理職	67.2	72.8	-5.6
スポーツ紙または夕刊紙	74.9	73.8	1.1	専門・技術職	68.6	69.2	-0.6
その他の新聞	73.5	70.9	2.6	事務職	69.7	70.8	-1.1
月ぎめでとっている新聞はない	58.2	62.2	-4.0	労務・サービス職	65.6	66.8	-1.2
とっている(計)	73.6	73.5	0.1	専業主婦(夫)	70.6	71.5	-0.9
【各メディアの信頼度(6)インターネット】				学生	68.6	68.2	0.4
0～24点	58.3	60.7	-2.4	無職	67.5	70.7	-3.2
25～49点	67.9	67.3	0.6	その他	66.0	64.1	1.9
50点	66.9	68.1	-1.2				
51～75点	72.7	73.6	-0.9				
76～100点	69.6	75.1	-5.5				

表 1-2 各メディアの信頼度（性・年代別）

(n=3,047)

(点)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総 数	NHKテレビ 69.0	新聞 67.7	民放テレビ 61.3	ラジオ 55.4	インターネット 49.2	雑誌 42.3
男 性	NHKテレビ 67.2	新聞 66.0	民放テレビ 59.3	ラジオ 54.7	インターネット 49.1	雑誌 41.1
女 性	NHKテレビ 70.6	新聞 69.4	民放テレビ 63.3	ラジオ 56.0	インターネット 49.4	雑誌 43.4
18-19歳	新聞 67.4	NHKテレビ 66.1	民放テレビ 61.8	ラジオ 57.0	インターネット 52.1	雑誌 44.8
20 代	新聞 63.9	NHKテレビ 61.6	民放テレビ 58.6	ラジオ 54.5	インターネット 54.3	雑誌 44.4
30 代	NHKテレビ 63.6	新聞 62.9	民放テレビ 56.5	インターネット 54.6	ラジオ 54.4	雑誌 45.6
40 代	NHKテレビ 66.7	新聞 65.9	民放テレビ 58.2	ラジオ 54.9	インターネット 51.3	雑誌 44.8
50 代	NHKテレビ 71.6	新聞 69.4	民放テレビ 63.4	ラジオ 58.8	インターネット 52.5	雑誌 44.4
60 代	NHKテレビ 70.5	新聞 69.0	民放テレビ 64.0	ラジオ 54.6	インターネット 48.8	雑誌 38.6
70代以上	NHKテレビ 72.5	新聞 70.5	民放テレビ 63.3	ラジオ 54.6	インターネット 39.1	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19.1%で最も多く、次いで、「情報が分かりやすい」が15.5%、「社会的影響力がある」が13.3%となった。また、「何となく」と回答した人の割合は7.4%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=3,047)

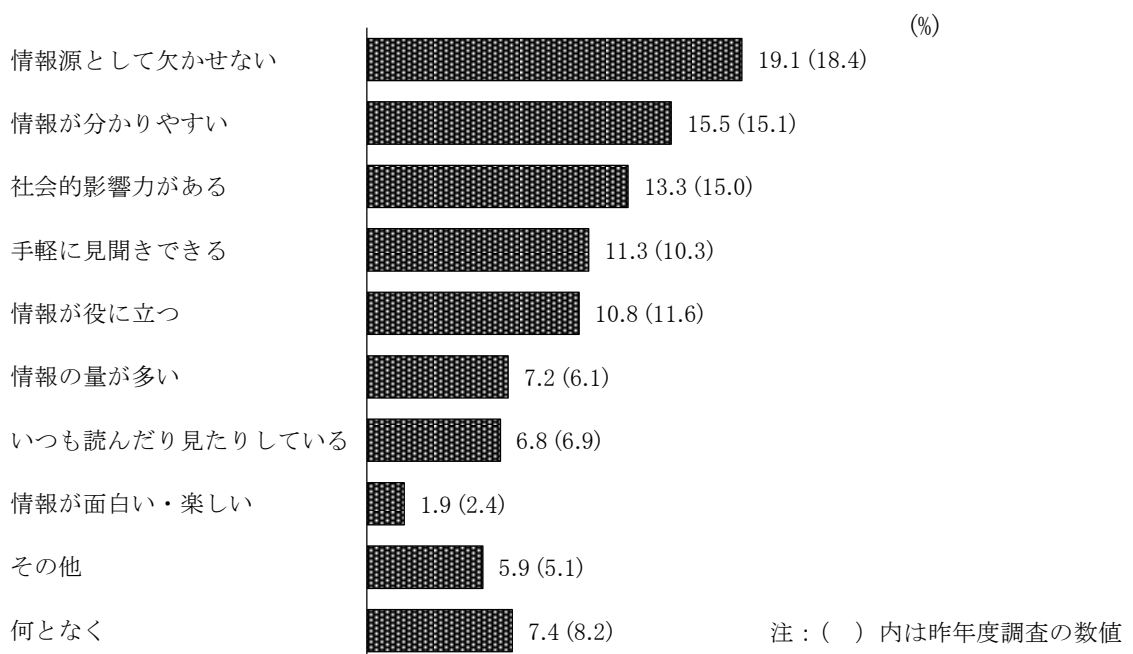
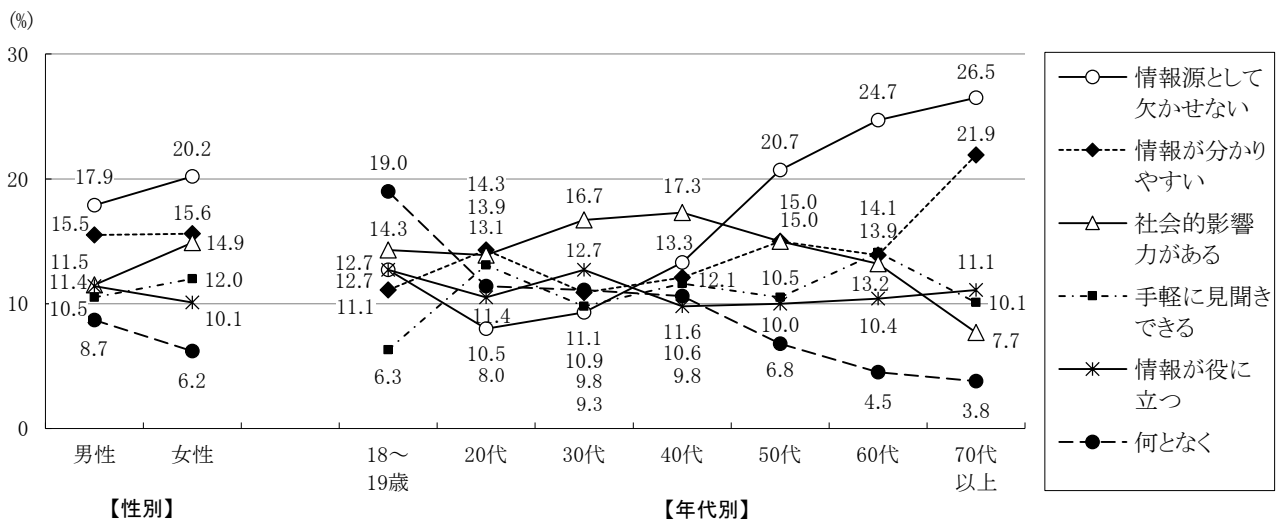


図2-2 各メディアの信頼度得点をつけた要因（性・年代別）

(n=3,047)



### 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9%

理由は「特定の勢力に偏った報道をしているから」43%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6.0%と最も多くなった。一方、「低くなった」は「民放テレビ」が13.8%と最も多くなった。昨年度調査から最も変化が大きかったのは、「高くなった」でNHK テレビが昨年から1.2ポイント増、「低くなった」でインターネットが2.0ポイント増となった。
- ・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」(41.2%)が最も多かった。昨年度(33.8%)より7.4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」(42.8%)が最も多かった。昨年度(46.6%)より3.8ポイント減少した。

図3-1 各メディアの信頼感の変化

(n=3,047)

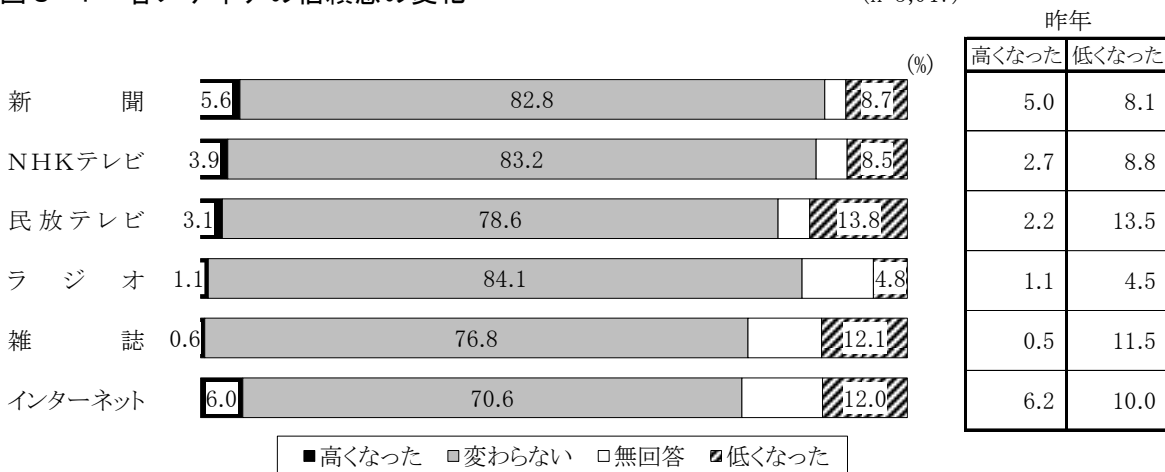


図3-2 新聞の信頼感が高くなった理由 (n=170)

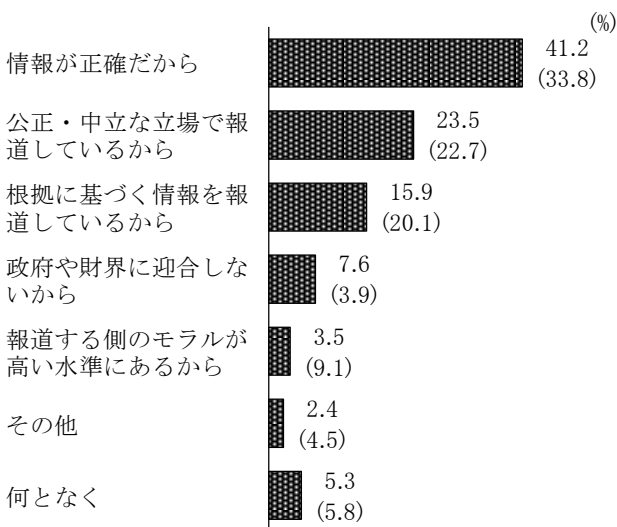
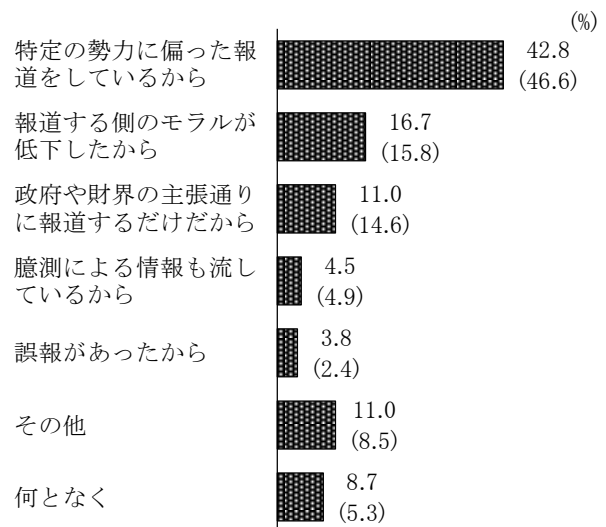


図3-3 新聞の信頼感が低くなった理由 (n=264)



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」「社会的影響力がある」ではNHK テレビが1位に、「情報が面白い・楽しい」「情報が分かりやすい」「情報が役に立つ」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、NHK テレビは「情報が分かりやすい」(3.6ポイント)、「情報源として欠かせない」(2.5ポイント)、「情報の量が多い」(2.3ポイント)が増加した。民放テレビ、インターネット、新聞、ラジオ、雑誌の増減はどの項目も2ポイント以内と小さかった。
- ・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20代で最も低く、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、30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=3,047)

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
情報が信頼できる	NHKテレビ 61.1 (59.5)	新聞 53.1 (54.3)	民放テレビ 41.4 (41.2)	インターネット 19.1 (18.7)	ラジオ 10.1 (10.2)	雑誌 2.6 (2.7)
社会的影響力がある	NHKテレビ 55.0 (54.0)	民放テレビ 54.5 (54.3)	インターネット 45.0 (44.9)	新聞 43.4 (44.0)	ラジオ 6.0 (6.2)	雑誌 3.6 (4.6)
情報が面白い・楽しい	民放テレビ 60.3 (62.0)	インターネット 51.1 (51.6)	NHKテレビ 18.8 (19.6)	新聞 18.3 (18.9)	雑誌 11.2 (11.3)	ラジオ 9.2 (8.1)
情報が分かりやすい	民放テレビ 57.4 (58.0)	NHKテレビ 46.3 (42.7)	インターネット 36.0 (36.3)	新聞 34.2 (34.2)	ラジオ 6.9 (6.9)	雑誌 3.4 (3.8)
情報が役に立つ	民放テレビ 50.8 (50.1)	インターネット 48.2 (47.7)	NHKテレビ 42.9 (42.1)	新聞 40.0 (41.4)	ラジオ 8.6 (8.0)	雑誌 7.2 (7.1)
手軽に見聞きできる	インターネット 62.8 (62.3)	民放テレビ 50.8 (52.8)	NHKテレビ 33.3 (32.0)	新聞 30.3 (29.4)	ラジオ 10.6 (11.1)	雑誌 5.0 (4.4)
情報源として欠かせない	インターネット 52.7 (52.6)	民放テレビ 48.7 (49.1)	NHKテレビ 42.7 (40.2)	新聞 37.7 (38.4)	ラジオ 8.5 (8.4)	雑誌 3.4 (3.7)
情報の量が多い	インターネット 50.1 (49.1)	民放テレビ 40.0 (41.2)	新聞 33.4 (35.1)	NHKテレビ 29.0 (26.7)	雑誌 3.6 (3.9)	ラジオ 3.4 (3.6)

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=3,047)

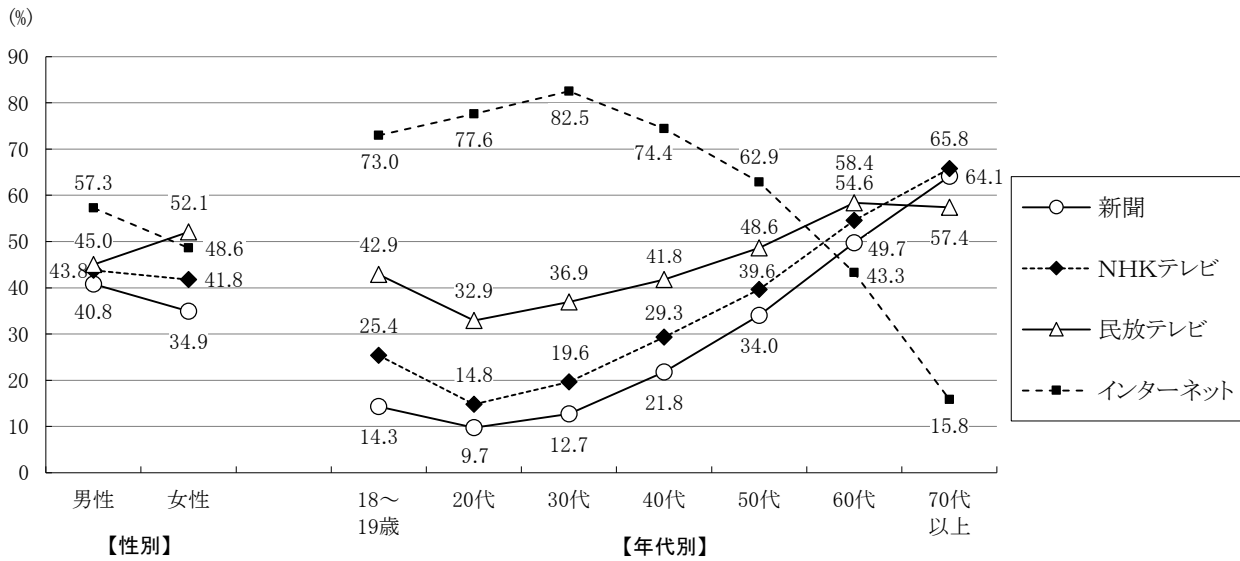


図4-2 「情報が信頼できる」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,047)

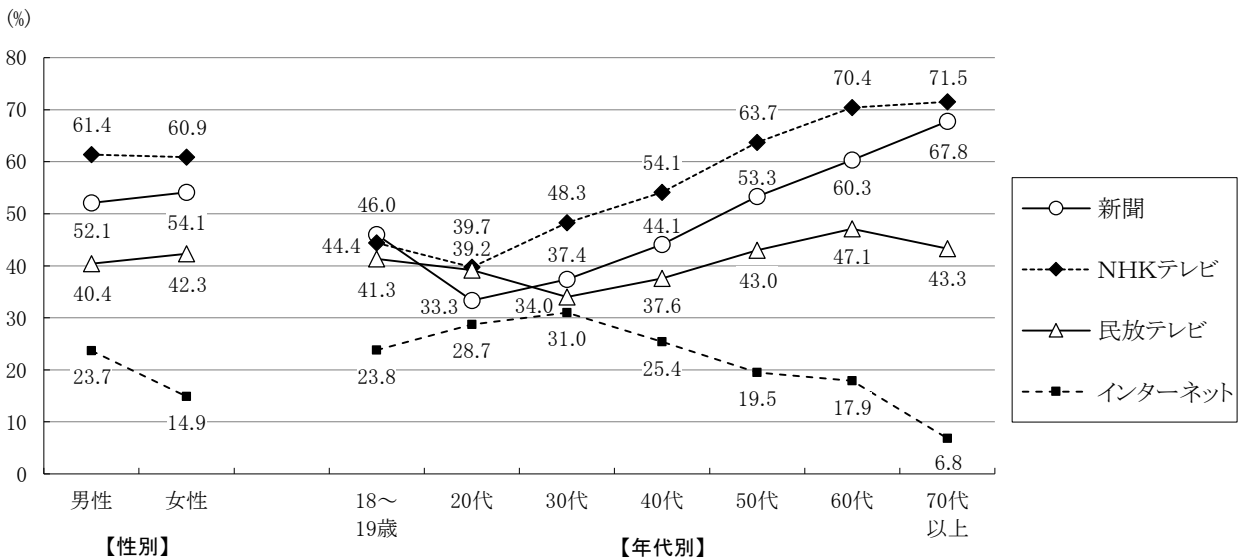
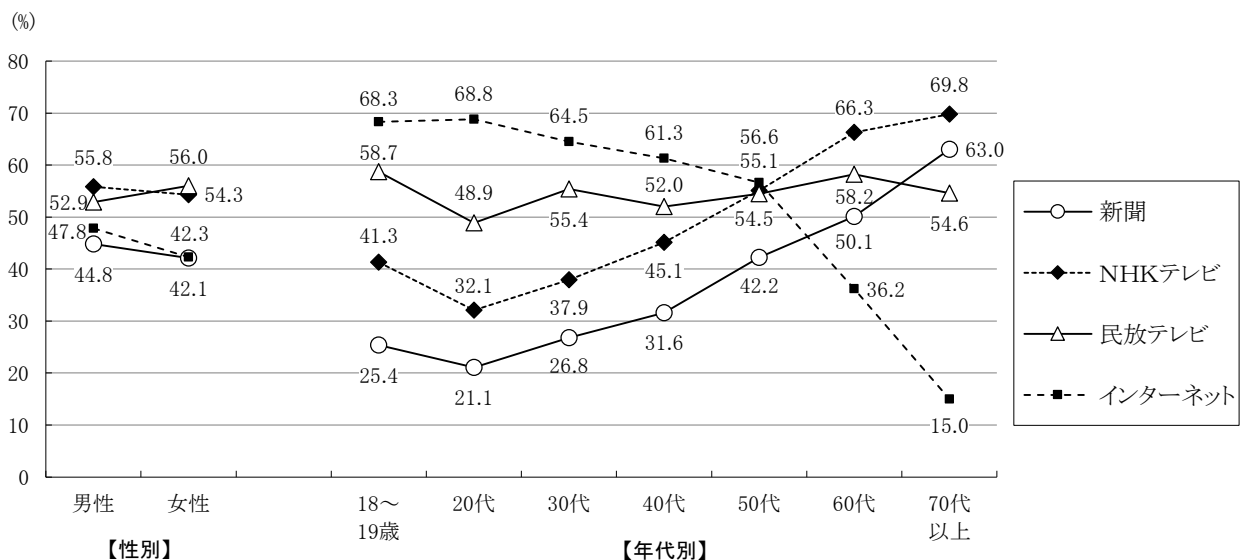


図4-3 「社会的影響力がある」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,047)



# 《新型コロナウイルス感染症》

## 5. 新型コロナに関する情報入手方法は？（\*）

－ 「民放テレビ」82%、「NHK テレビ」64% －

- ・新型コロナウイルス感染症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 81.7%、以下、「NHK テレビ（同）」63.5%、「ポータルサイト（Yahoo!、Google など）」44.6%、「家族や友人」34.7%、「お住まいの都道府県や市区町村のホームページ」31.8%、「新聞（全国紙）（同）」31.5%、「新聞（地方紙）（同）」30.1%、「SNS（LINE、Twitter、Facebook など）」29.2%となった。
- ・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」、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」、30～40代で「ポータルサイト」、50代以上で「NHK テレビ」が挙げられた。

図5-1 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=3,047）

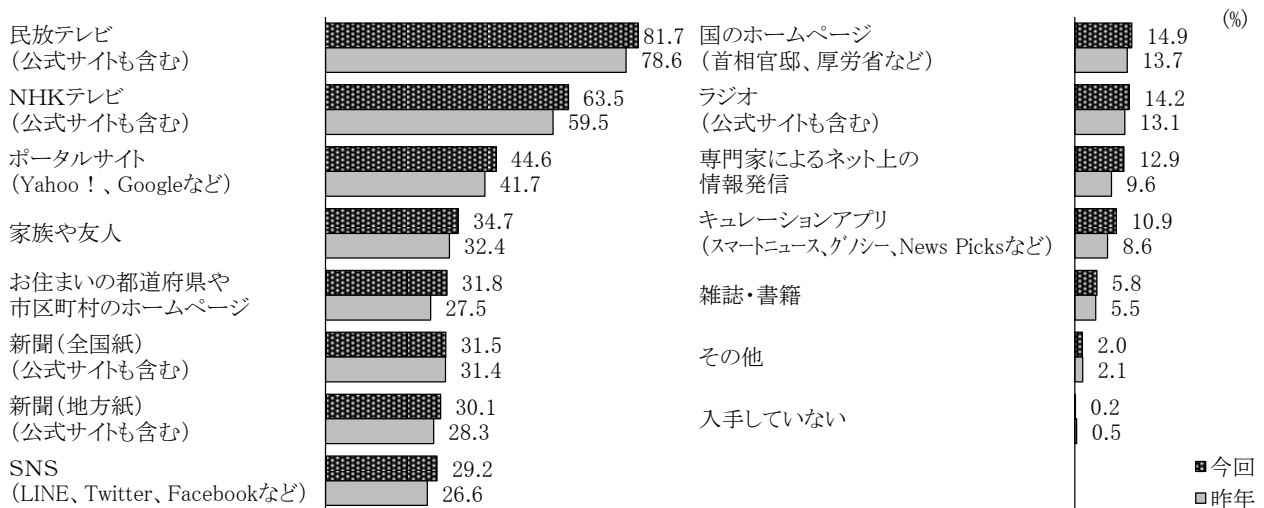


表5-1 新型コロナウイルス感染症に関する情報入手方法（性・年代別）

（複数回答、n=3,047）

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
総数	民放テレビ 81.7	NHKテレビ 63.5	ポータルサイト 44.6	家族や友人 34.7	自治体のホームページ 31.8	新聞(全国紙) 31.5	新聞(地方紙) 30.1
男性	民放テレビ 78.9	NHKテレビ 64.2	ポータルサイト 47.5	新聞(全国紙) 33.6	新聞(地方紙) 30.3	家族や友人 29.2	自治体のホームページ 27.7
女性	民放テレビ 84.3	NHKテレビ 62.9	ポータルサイト 41.9	家族や友人 39.8	自治体のホームページ 35.5	SNS 33.7	新聞(地方紙) 29.9
18-19歳	SNS 77.8	民放テレビ 74.6	家族や友人 46.0	ポータルサイト 44.4	NHKテレビ 36.5	自治体のホームページ 14.3	新聞(地方紙) 12.7
20代	SNS 75.5	民放テレビ 72.2	ポータルサイト / 家族や友人 48.9	NHKテレビ 37.6	自治体のホームページ 27.4	国のホームページ 19.8	
30代	民放テレビ 70.0	ポータルサイト 67.9	SNS 56.2	自治体のホームページ 43.0	家族や友人 40.8	NHKテレビ 40.1	国のホームページ 26.0
40代	民放テレビ 79.6	ポータルサイト 64.4	NHKテレビ 51.8	自治体のホームページ 41.8	家族や友人 34.3	SNS 33.5	新聞(地方紙) 23.5
50代	民放テレビ 82.8	NHKテレビ 63.1	ポータルサイト 58.8	自治体のホームページ 39.6	新聞(地方紙) 31.6	家族や友人 30.5	新聞(全国紙) 29.7
60代	民放テレビ 88.9	NHKテレビ 75.5	新聞(地方紙) 41.2	ポータルサイト 38.8	新聞(全国紙) 36.2	家族や友人 31.3	自治体のホームページ 30.5
70代以上	民放テレビ 86.5	NHKテレビ 84.2	新聞(全国紙) 52.5	新聞(地方紙) 43.2	家族や友人 32.1	ラジオ 19.4	自治体のホームページ 18.6

## 6. 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」64%、「NHK テレビ」50% －

- ・新型コロナウイルス感染症に関する情報で役に立ったものを尋ねたところ、「民放テレビ」が最も多く64.0%、以下、「NHK テレビ」49.5%、「ポータルサイト」31.4%、「新聞（地方紙）」23.7%、「お住まいの都道府県や市区町村のホームページ」23.6%、「新聞（全国紙）」23.1%、「家族や友人」22.0%、「SNS」19.8%となった。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1～3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「自治体のホームページ」、5位に「家族や友人」が挙げられた。年代別に見ると、1位には20代以下で「SNS」、18～19歳と30～60代で「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代と70代以上で「民放テレビ」、30～40代で「ポータルサイト」、50～60代で「NHK テレビ」が挙げられた。

図6-1 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=3,047）

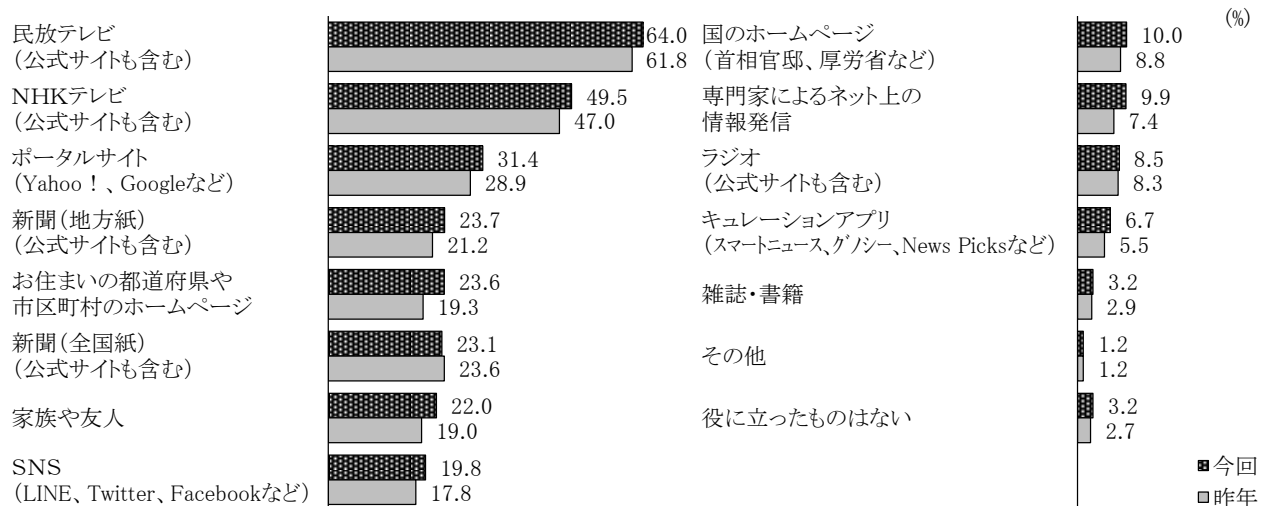


表6-1 新型コロナに関する情報入手で有益に感じたメディア（性・年代別）（複数回答、n=3,047）

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
総数	民放テレビ 64.0	NHKテレビ 49.5	ポータルサイト 31.4	新聞(地方紙) 23.7	自治体のホームページ 23.6	新聞(全国紙) 23.1	家族や友人 22.0
男性	民放テレビ 60.5	NHKテレビ 50.3	ポータルサイト 34.7	新聞(全国紙) 25.7	新聞(地方紙) 23.8	自治体のホームページ 20.8	家族や友人 18.2
女性	民放テレビ 67.2	NHKテレビ 48.8	ポータルサイト 28.4	自治体のホームページ 26.1	家族や友人 25.5	新聞(地方紙) 23.5	SNS 22.3
18-19歳	民放テレビ	SNS 55.6	ポータルサイト 31.7	NHKテレビ 30.2	家族や友人 28.6	新聞(地方紙) / 自治体のホームページ / 専門家のネット発信	9.5
20代	SNS 49.8	民放テレビ 49.4	ポータルサイト 30.0	家族や友人 27.4	NHKテレビ 20.7	自治体のホームページ 17.7	国のホームページ 12.2
30代	民放テレビ 48.8	ポータルサイト 47.2	SNS 39.3	自治体のホームページ 31.8	NHKテレビ 26.0	家族や友人 22.8	国のホームページ 18.6
40代	民放テレビ 55.5	ポータルサイト 48.4	NHKテレビ 35.3	自治体のホームページ 29.3	SNS 23.1	家族や友人 19.5	新聞(地方紙) 17.1
50代	民放テレビ 65.8	NHKテレビ 46.9	ポータルサイト 40.6	自治体のホームページ 30.5	新聞(地方紙) 23.2	新聞(全国紙) 20.3	家族や友人 18.9
60代	民放テレビ 75.9	NHKテレビ 62.5	新聞(地方紙) 32.0	ポータルサイト 27.1	新聞(全国紙) 26.4	自治体のホームページ 24.1	家族や友人 21.3
70代以上	NHKテレビ 72.8	民放テレビ 72.5	新聞(全国紙) 41.1	新聞(地方紙) 37.0	家族や友人 23.6	自治体のホームページ 14.1	ラジオ 13.2

## 7. 新型コロナへの対応の評価は？（＊）

－ 政府は 40.8 点、自治体は 52.5 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は 50 点として点数をつけてもらったところ、平均点は政府が 40.8 点、居住している都道府県・市区町村が 52.5 点となった。政府の平均点は昨年度 53.6 点から 12.8 点の低下、居住している都道府県・市区町村は昨年度 56.6 点から 4.1 点の低下となった。昨年度調査は第三波がピークに至る前、本調査は第五波で緊急事態宣言が 21 都道府県に出されていた時期に実施した。
- ・性別に見ると、政府は 0.8 点、都道府県・市区町村は 0.9 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った。政府は 20 代で、都道府県・市区町村は 30 代で最も低く、それ以降は年代が上がるほど高くなった。

図 7-1 新型コロナウイルス感染症への対応の評価

(n=3,047)

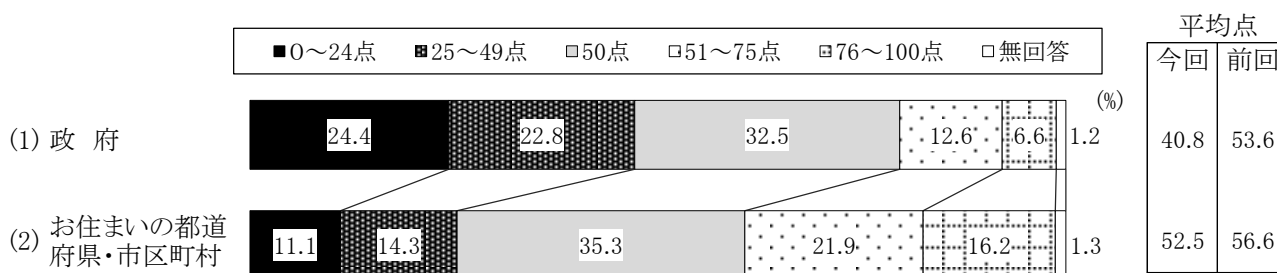
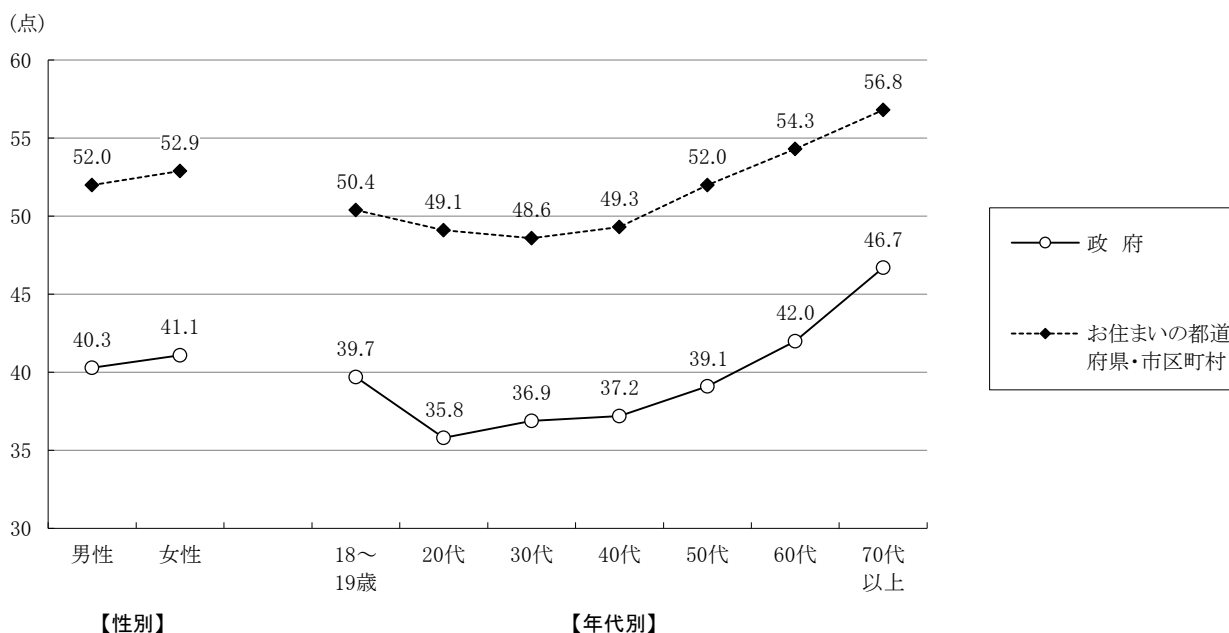


図 7-2 新型コロナウイルス感染症への対応の評価（性・年代別）

(n=3,047)



## 8. 感染症対策と経済対策のどちらを重視？（\*）

－ 「感染症対策」72%、「経済対策」8% －

- ・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72.1%（「感染症対策」30.7%と「どちらかと言えば感染症対策」41.4%の計）、「経済対策」と答えた人が7.8%（「経済対策」1.7%と「どちらかと言えば経済対策」6.1%の計）だった。また、「どちらとも言えない」は19.6%だった。
- ・昨年度調査と比べると、「感染症対策」が昨年度（61.9%）から10.2ポイントの増加、「経済対策」が昨年度（14.8%）から7.0ポイントの減少となった。
- ・年代別に見ると、「感染症対策」は20代が最も低く、それ以降は年代が上がるほど高くなる傾向が見られ、40代以下で60%台、50代以上で70%台となった。

※「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8-1 感染症対策と経済対策のどちらを重視したか

(n=3,047)

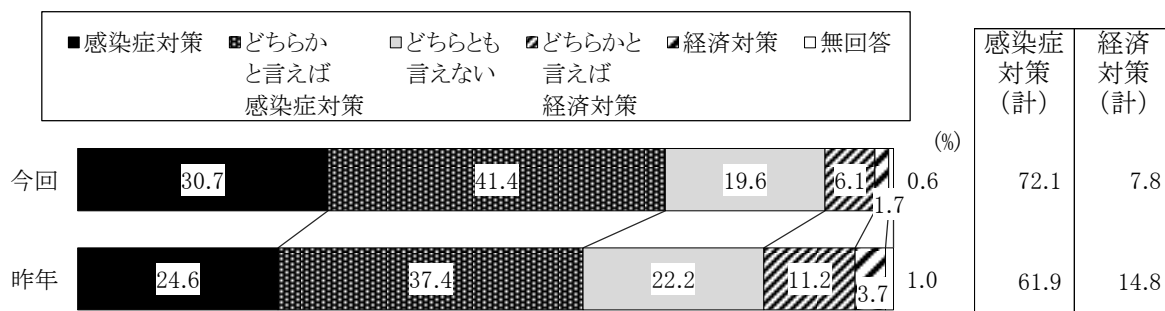
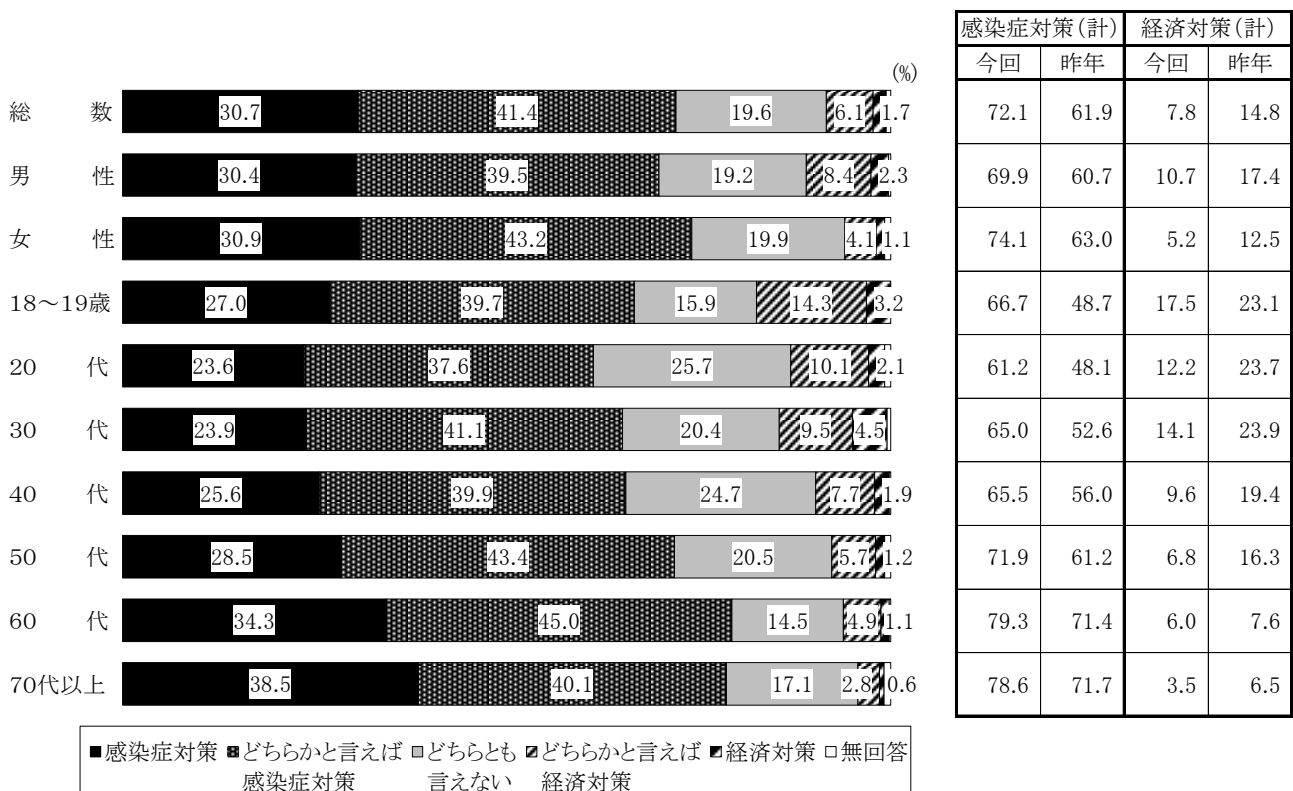


図8-2 感染症対策と経済対策のどちらを重視したか（性・年代別）

(n=3,047)



## 9. 各メディアの新型コロナウイルスワクチン報道の印象は？

### － 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ワクチン報道の印象を尋ねたところ、「ワクチンの有効性や副反応について、科学的根拠に基づいていて、情報を信用できた」「ワクチンの副反応について殊更に取り上げ、不安を煽ろうとしていた」「ワクチンの有効性や必要性ばかりを強調し、接種を強制しようとしていると感じた」「ワクチンの不足や接種の遅れなど、政府の批判ばかりしていた」では民放テレビが1位になった。接触率の高い「民放テレビ」が良い印象も悪い印象も他のメディアより強い結果となった。
- インターネットは、「ワクチンに関する不確かな情報、デマを流していた」が46.3%で1位になった。「ワクチンの副反応について殊更に取り上げ、不安を煽ろうとしていた」「ワクチンの不足や接種の遅れなど、政府の批判ばかりしていた」で2位に、「ワクチンの有効性や必要性ばかりを強調し、接種を強制しようとしていると感じた」で3位になった。
- 新聞は、「ワクチンの有効性や副反応について、科学的根拠に基づいていて、情報を信用できた」が31.1%で3位になった。「ワクチンの副反応について殊更に取り上げ、不安を煽ろうとしていた」「ワクチンの有効性や必要性ばかりを強調し、接種を強制しようとしていると感じた」「ワクチンの不足や接種の遅れなど、政府の批判ばかりしていた」についての新聞の印象は10%前後、「ワクチンに関する不確かな情報、デマを流していた」は4.6%と少なかった。
- 年代別に見ると、「ワクチンの有効性や副反応について、科学的根拠に基づいていて、情報を信用できた」は、40代以下では民放テレビとインターネットが上位2位となった。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。「ワクチンの副反応について殊更に取り上げ、不安を煽ろうとしていた」は、30代以下ではインターネットが1位、40代以上では民放テレビが1位となった。「ワクチンの不足や接種の遅れなど、政府の批判ばかりしていた」では20代を除く全年代で民放テレビが最も多かった。

表9-1 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=3,047)

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
ワクチンの有効性や副反応について、科学的根拠に基づいていて、情報を信用できた	民放テレビ 52.9	NHKテレビ 47.7	新聞 31.1	インターネット 29.4	ラジオ 4.3	雑誌 1.1
ワクチンの副反応について殊更に取り上げ、不安を煽ろうとしていた	民放テレビ 52.3	インターネット 39.4	NHKテレビ 12.7	新聞 8.0	雑誌 6.5	ラジオ 1.5
ワクチンの有効性や必要性ばかりを強調し、接種を強制しようとしていると感じた	民放テレビ 46.6	NHKテレビ 21.8	インターネット 19.5	新聞 8.4	雑誌 3.0	ラジオ 1.9
ワクチンの不足や接種の遅れなど、政府の批判ばかりしていた	民放テレビ 60.4	インターネット 27.9	NHKテレビ 13.5	新聞 11.0	雑誌 4.9	ラジオ 2.2
ワクチンに関する不確かな情報、デマを流していた	インターネット 46.3	民放テレビ 25.4	雑誌 6.8	NHKテレビ 6.6	新聞 4.6	ラジオ 1.4

図9-1 「ワクチンの有効性や副反応について、科学的根拠に基づいて、情報を信用できた」とした人の割合（性・年代別）  
 (複数回答、n=3,047)

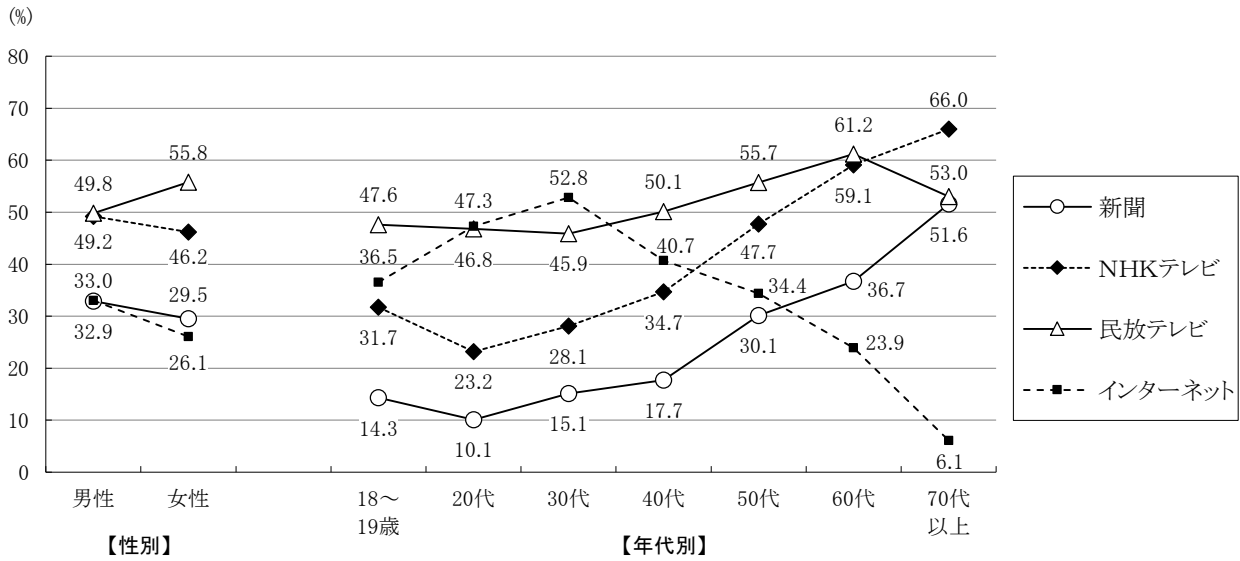


図9-2 「ワクチンの副反応について殊更に取り上げ、不安を煽ろうとしていた」とした人の割合（性・年代別）  
 (複数回答、n=3,047)

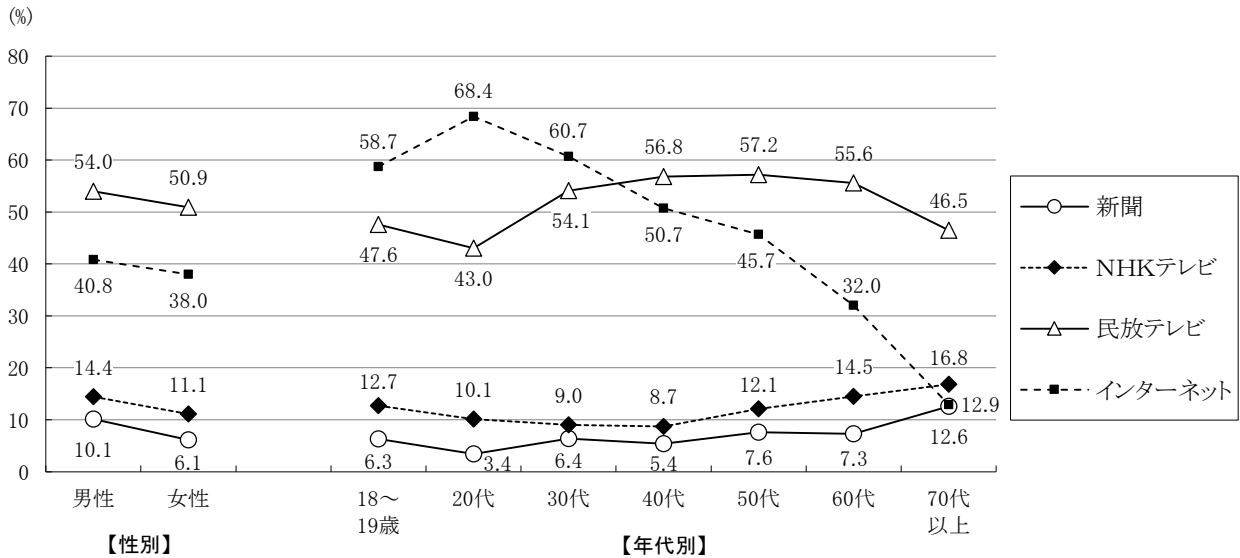
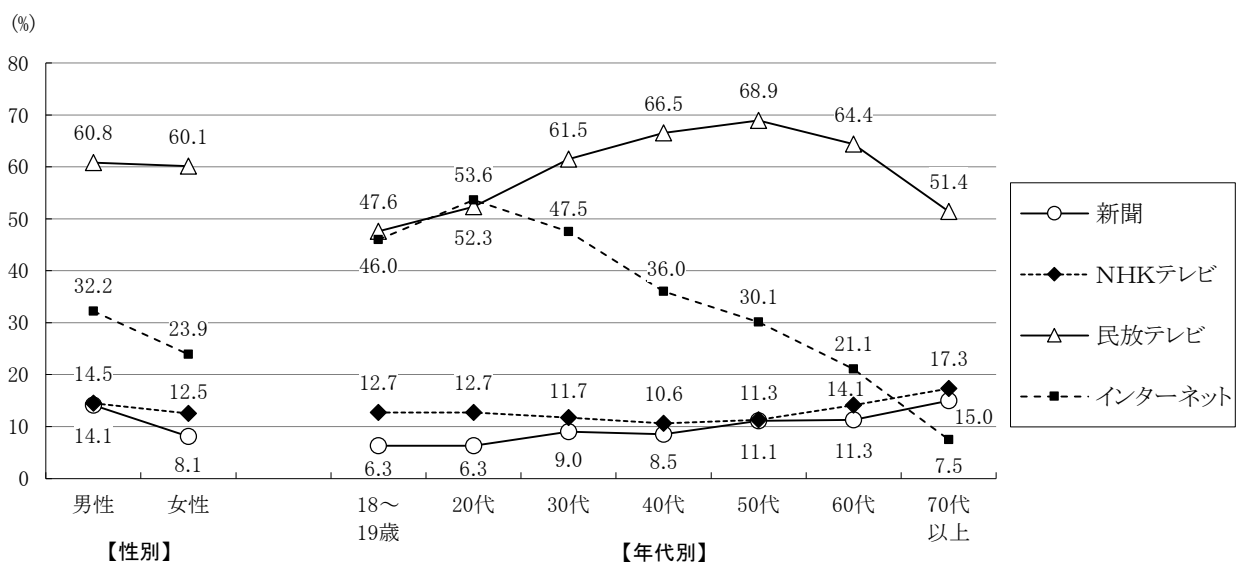


図9-3 「ワクチンの不足や接種の遅れなど、政府の批判ばかりしていた」とした人の割合（性・年代別）  
 (複数回答、n=3,047)





## 10. ワクチンについての不確かな情報やデマを見聞きした？

－ 「見聞きしたことがある」56%、確認は「テレビの報道」で －

- ・新型コロナウイルスのワクチンについての不確かな情報やデマと思われる情報を「見聞きしたことがある」のは55.5%、「見聞きしたことはない」が43.3%だった。
- ・不確かな情報やデマと思われる情報を「見聞きしたことがある」と答えた人（全体の55.5%）に、どのようにして正しい情報を確認したか尋ねたところ、「テレビの報道」が最も多く48.3%、以下「SNS（LINE、Twitter、Facebookなど）」32.2%、「専門家によるネット上の情報発信」27.5%、「政府の発表や呼びかけ」25.2%、「家族や友人」23.9%、「新聞の報道」19.7%、「自治体の発表や呼びかけ」15.5%となった。

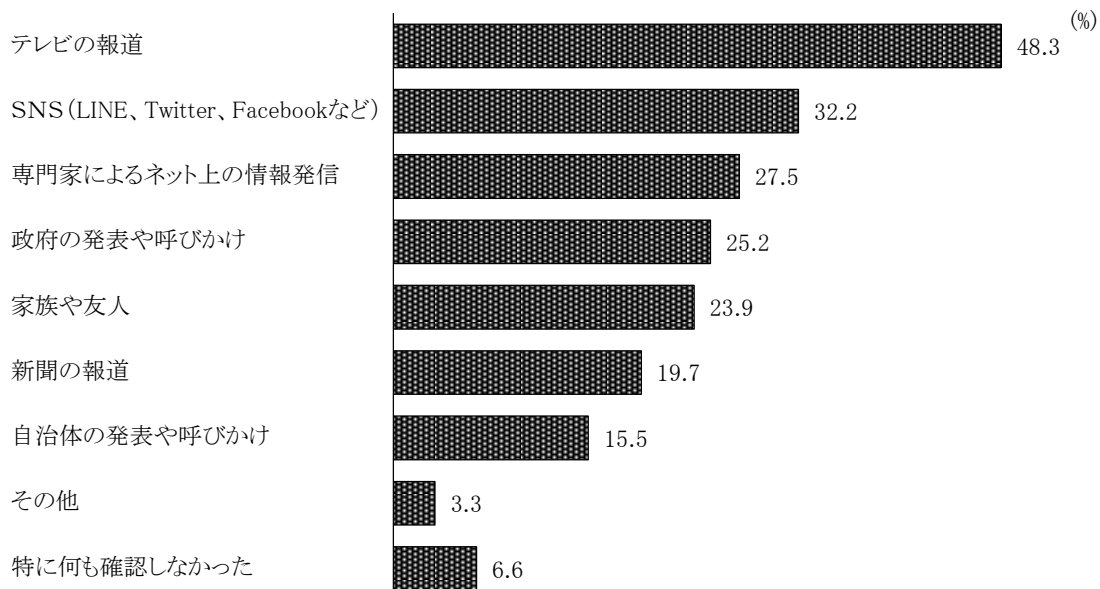
図 10-1 ワクチンについての不確かな情報やデマを見聞きしたか

(n=3,047)



図 10-2 正しい情報の確認手段

(n=1,692)



- ・ ワクチンについての不確かな情報やデマと思われる情報を見聞きした人の割合を年代別に見ると、50代以下で60%台となり、30代で66.0%と最も高くなった。
- ・ 正しい情報の確認手段を性別に見ると、「テレビの報道」(男性46.6%、女性50.1%)は3.5ポイント、「家族や友人」(男性21.0%、女性26.7%)は5.7ポイント女性の方が多く、「SNS」(男性33.9%、女性30.5%)は3.4ポイント、「新聞の報道」(男性21.9%、女性17.7%)は4.2ポイント男性の方が多かった。年代別に見ると、「テレビの報道」は18～19歳と50代以上で50%を超えた。「SNS」は年代が低いほど多くなり、30代以下で50%を超えた。

図 10-3 ワクチンについての不確かな情報やデマを見聞きした人の割合 (性・年代別) (n=3,047)

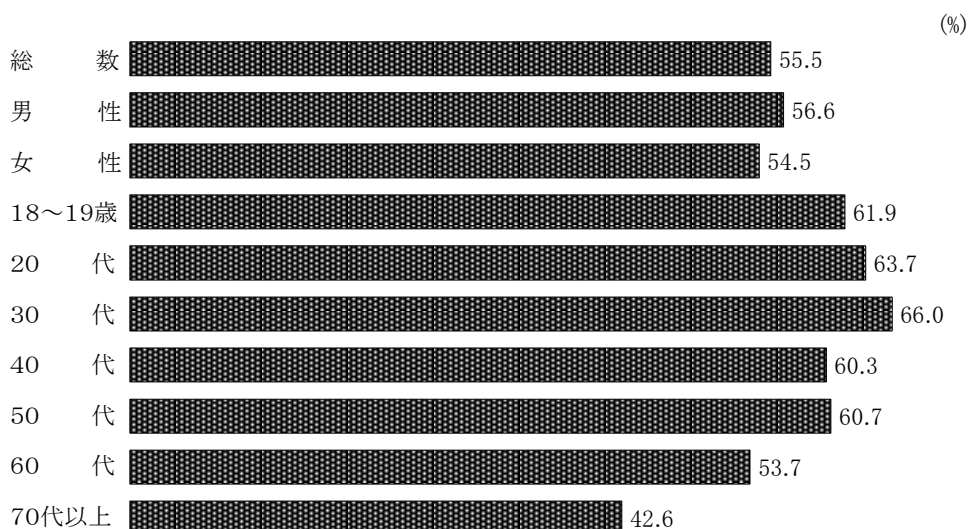
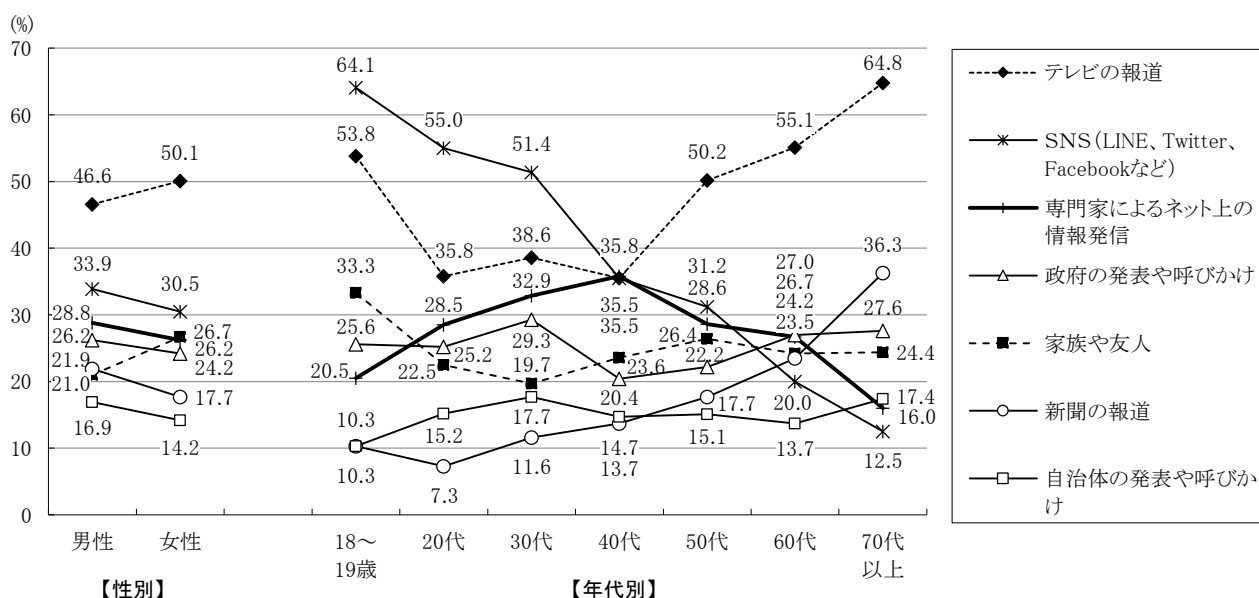


図 10-4 正しい情報の確認手段 (性・年代別)

(n=1,692)



## 11. ワクチンを接種した？

－ 「接種した」73%、「接種する予定」19%、「接種するつもりはない」3% －

・ワクチンを接種したか尋ねたところ、「接種した」が72.5%、「接種していないが、する予定」が18.9%、「接種するつもりはない」が3.2%、「まだ迷っている」が4.5%だった。

・年代別に見ると、「接種した」は30代以下で40%台となっているが、40代から年代が上がるに従って高くなり、70代以上で94.3%となった。「接種していないが、する予定」は30代以下で40%前後となった。「まだ迷っている」は18～19歳と30代で10%前後と他の年代より多かった。

図 11-1 ワクチンを接種したか

(n=3,047)

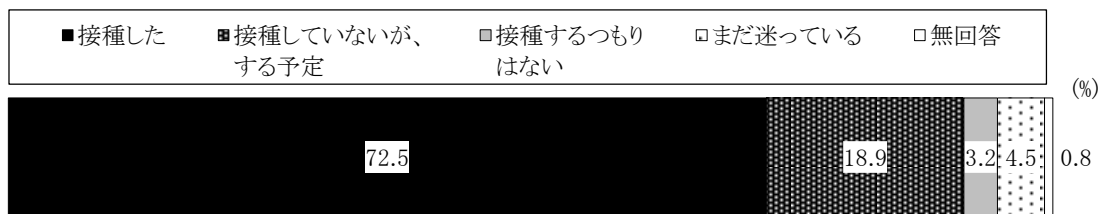
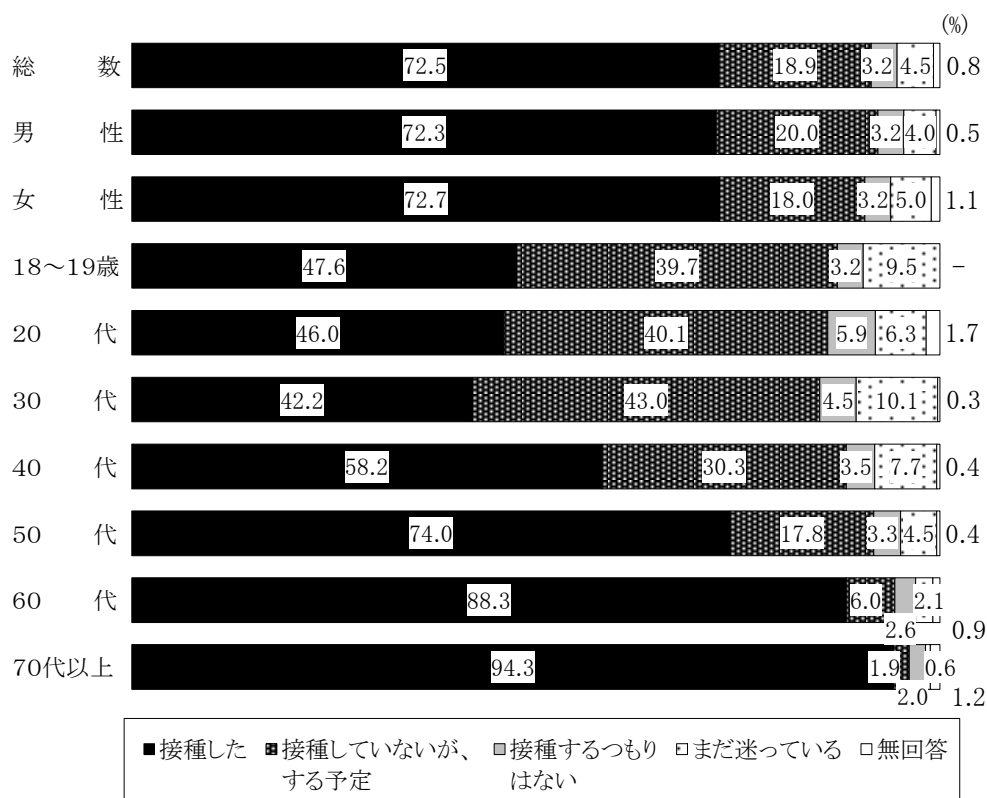


図 11-2 ワクチンを接種したか（性・年代別）

(n=3,047)



## 12. ワクチン接種について参考にしたものは？

— 「テレビの報道」51%、「家族や友人」42% —

- ・ ワクチンを接種するか、しないかを決める際に、参考にしたものを尋ねたところ、「テレビの報道」が最も多く 50.5%、以下「家族や友人」41.5%、「政府の発表や呼びかけ」25.9%、「新聞の報道」「自治体の発表や呼びかけ」共に 24.5%、「専門家によるネット上の情報発信」19.0%、「会社など職場からの要請」14.5%、「SNS (LINE、Twitter、Facebook など)」11.0%となった。
- ・ 性別に見ると、「家族や友人」(男性 34.5%、女性 47.8%) は 13.3 ポイント女性の方が多く、「新聞の報道」(男性 28.4%、女性 20.9%) は 7.5 ポイント男性の方が多かった。年代別に見ると、「テレビの報道」は年代が上がるに従って多くなり、40 代以上で他の項目より多かった。30 代以下では「家族や友人」が最も多かった。

図 12-1 ワクチン接種について参考にしたもの

(複数回答、n=3,047)

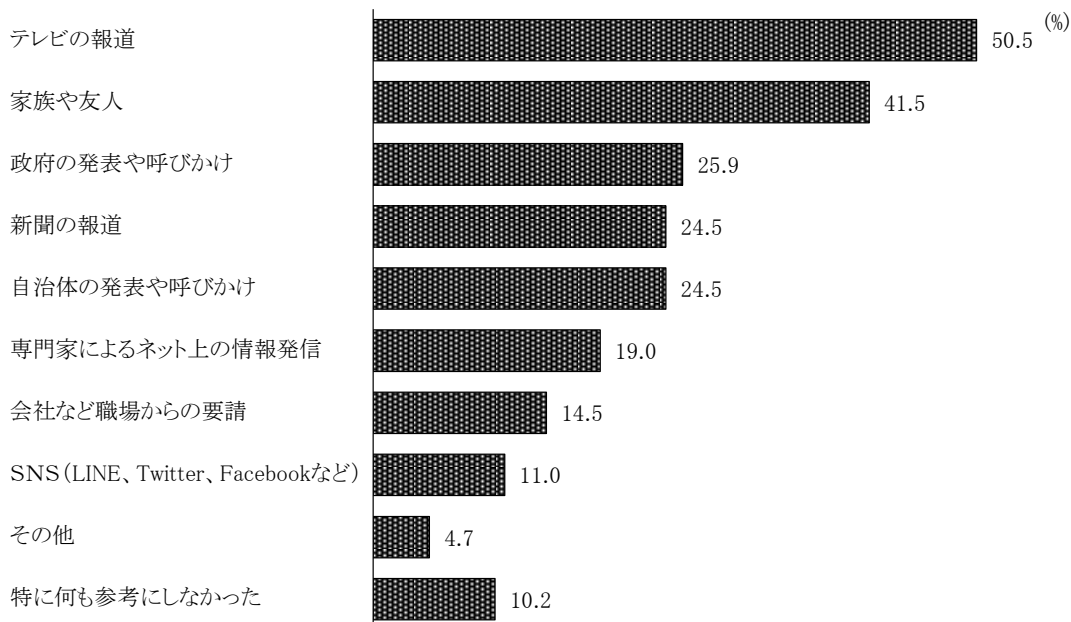
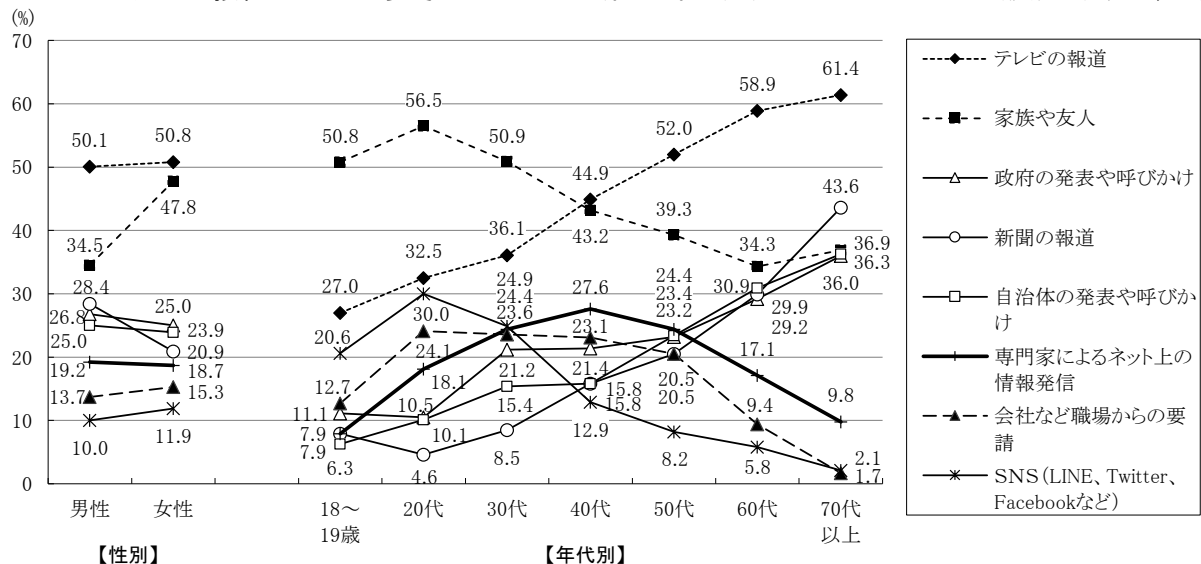


図 12-2 ワクチン接種について参考にしたもの (性・年代別)

(複数回答、n=3,047)



### 13. ワクチン接種について思ったことは？

#### － 「ワクチン接種の副反応が怖い」 57% －

- ・ ワクチン接種について、思ったこと、考えたことを質問したところ、「ワクチン接種の副反応が怖い／怖かった」が最も多く 56.7%、以下「今のワクチンが効かない変異株が流行するかもしれない」46.1%、「ワクチンの有効性に疑問を感じる」28.3%、「自分は新型コロナウイルスに感染しても重症にはならない」14.5%となった。
- ・ 性別に見ると、「ワクチン接種の副反応が怖い／怖かった」（男性 48.2%、女性 64.5%）は 16.3 ポイント、「ワクチンの有効性に疑問を感じる」（男性 24.2%、女性 32.1%）は 7.9 ポイント女性の方が多かった。男性は「どれも思わなかった」（男性 22.7%、女性 13.7%）が女性より 9.0 ポイント多かった。
- ・ 年代別に見ると、「ワクチン接種の副反応が怖い／怖かった」は 40 代以下で高く年代の上昇とともに低くなった。「今のワクチンが効かない変異株が流行するかもしれない」は 30～50 代で 50%台と他の年代より高く、「ワクチンの有効性に疑問を感じる」は 20～40 代で 35%前後と他の年代より高かった。

図 13-1 ワクチン接種について思ったこと

(複数回答、n=3,047)

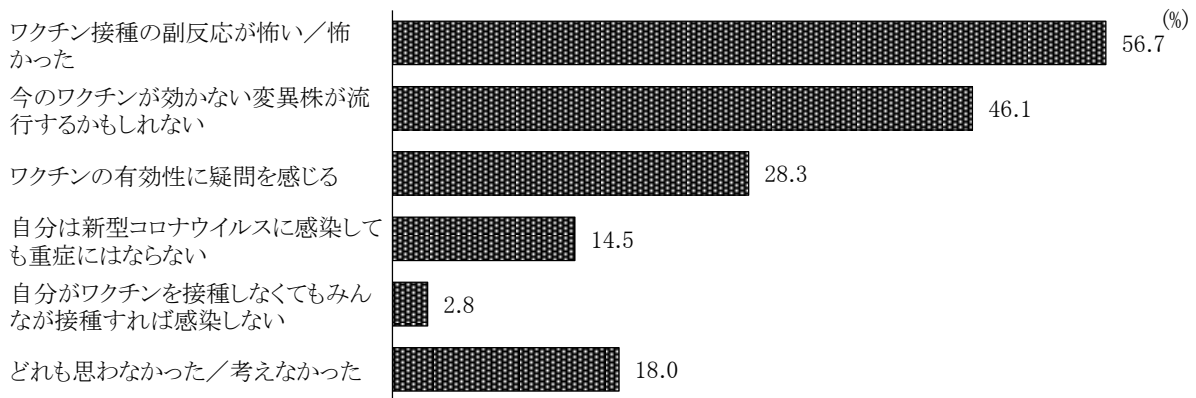
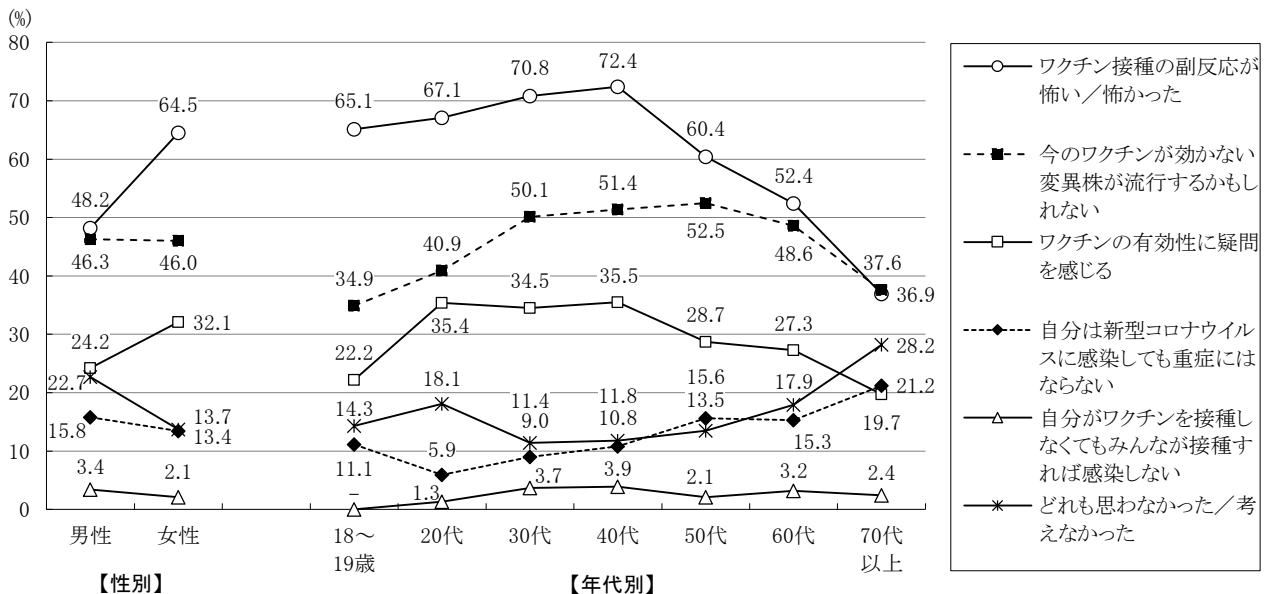


図 13-2 ワクチン接種について思ったこと（性・年代別）

(複数回答、n=3,047)



## 14. 東京五輪・パラリンピック開催についてどう思う？

－ 開催後に、中止、延期から開催に転じたのは16% －

- ・東京五輪・パラリンピックの開催についてどう思うか尋ねたところ、開催前には「中止すべきだと思っていた」が最も多く46.8%、次いで「開催すべきだと思っていた」が27.1%、「さらに延期すべきだと思っていた」が23.7%だった。東京五輪開催後の調査時に、現在どう思うか尋ねたところ、「開催すべきだった」が最も多く41.2%、次いで「中止すべきだった」が33.1%、「さらに延期すべきだった」が21.7%だった。
- ・開催前と現在についての回答を組み合わせて9つに分類した。開催前と現在の組み合わせで見ると、「中止→中止」が32.4%で最も多く、次いで、「開催→開催」が26.8%、「延期→延期」が17.1%となった。また、「中止→開催」(10.5%)、「延期→開催」(5.5%)と開催に転じた人が16.0%だった。

図 14-1 東京五輪・パラリンピック開催について

(n=3,047)

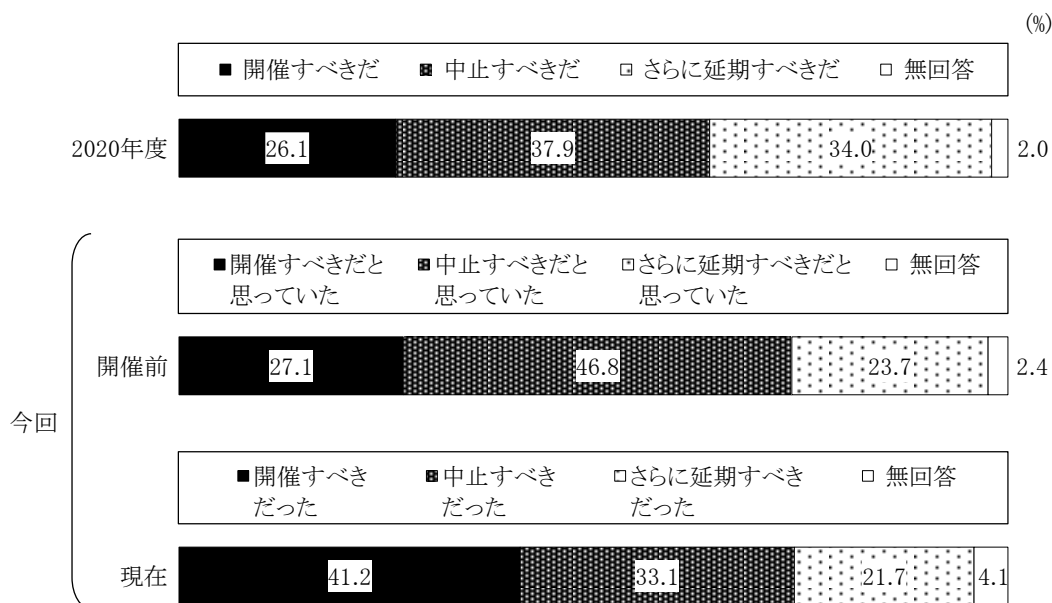
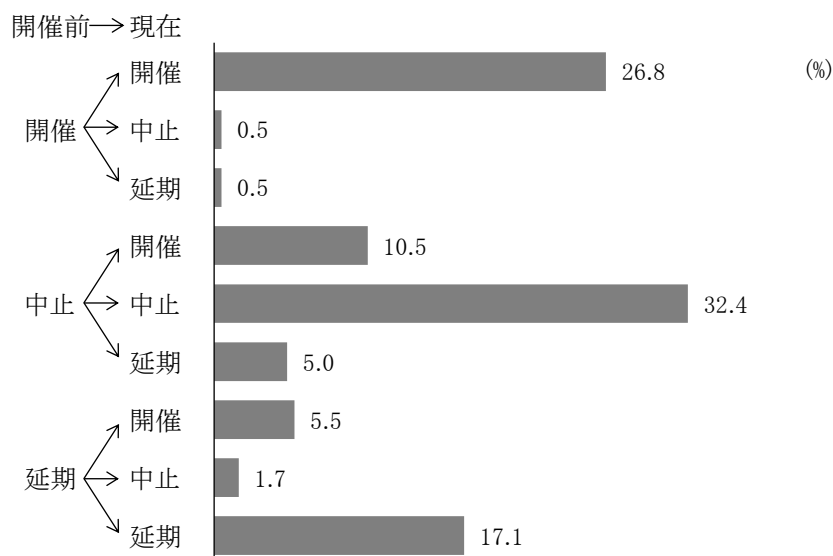


図 14-2 東京五輪・パラリンピック開催について（開催前、現在の双方に回答した人）(n=2,912)



- ・性別に見ると、開催前に「開催すべきだと思っていた」（男性 30.8%、女性 23.8%）は男性の方が高かったが、開催後に「開催すべきだった」（男性 40.0%、女性 42.2%）はわずかながら女性の方が高くなった。
- ・年代別に見ると、開催前に「開催すべきだと思っていた」は、30～50代で20%前半と少なく、70代以上で31.1%と他の年代より高くなった。開催後に「開催すべきだった」は、30～40代で30%台と少ないが他の年代で40%台、18～19歳で最も高く46.0%となった。
- ・開催前と現在の組み合わせで見ると、中止・延期から開催に転じた人は18～19歳で最も高く22.6%、20～40代で低く10%前半だった。

図 14-3 東京五輪・パラリンピック開催について（性・年代別） (n=3,047)

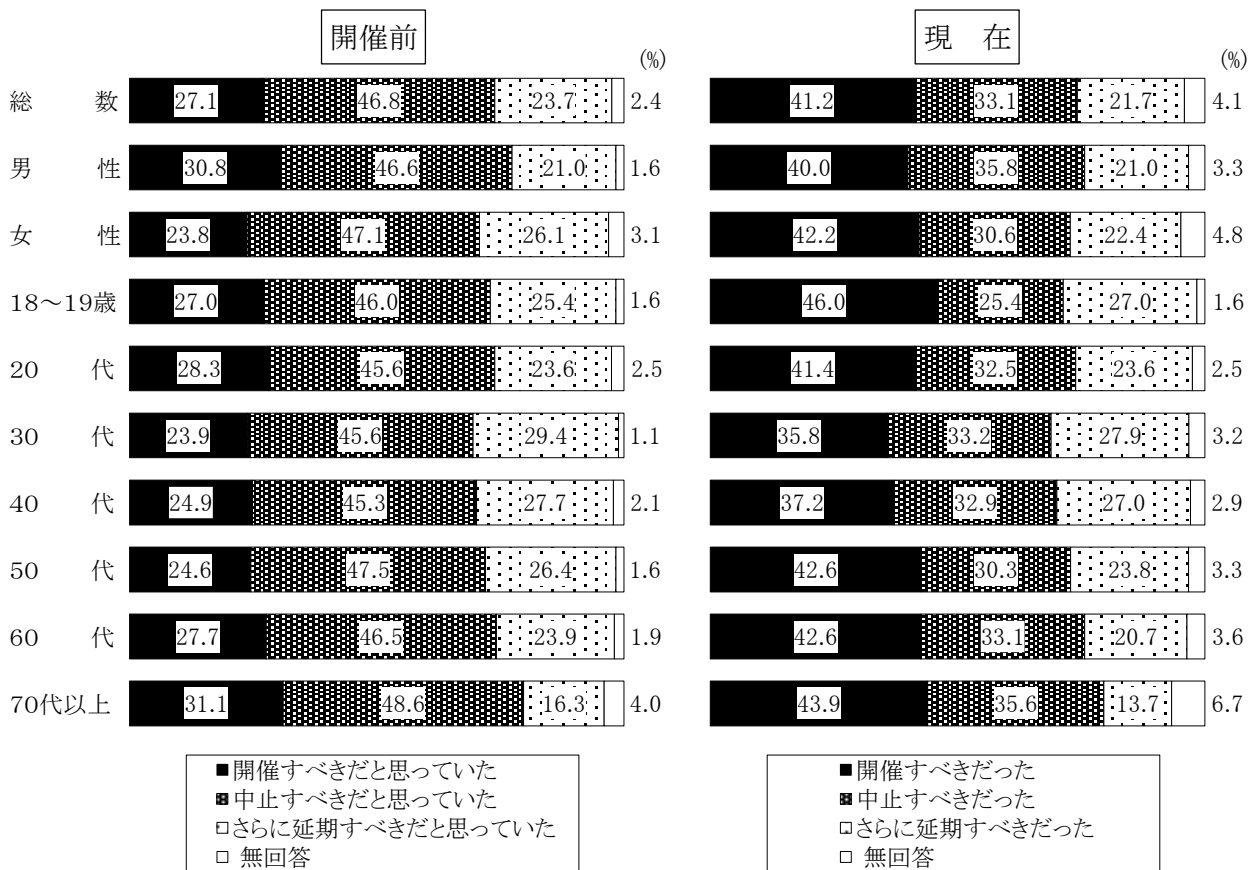
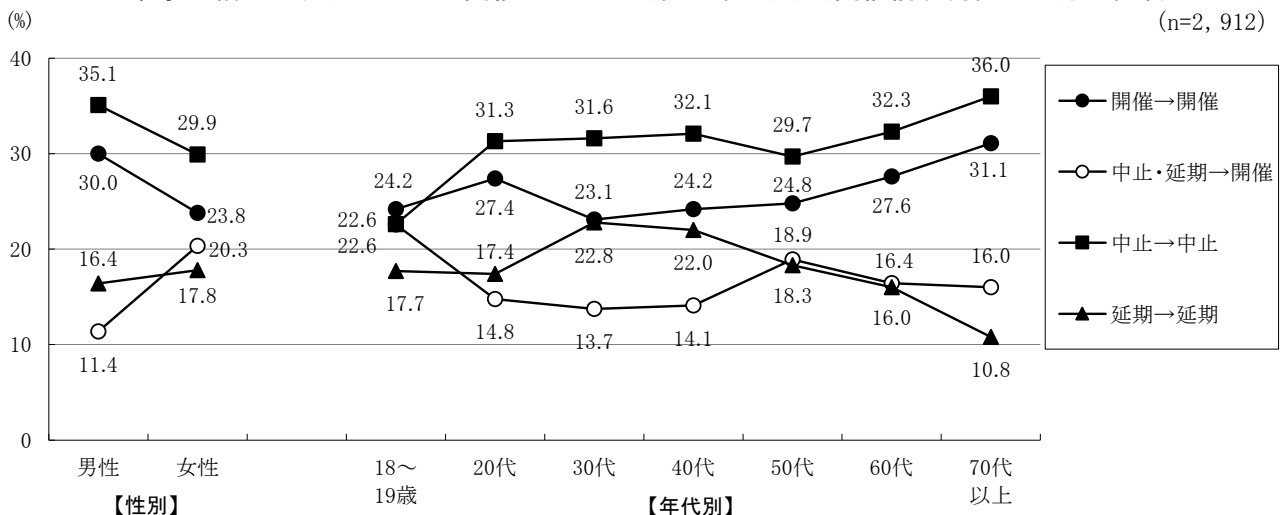


図 14-4 東京五輪・パラリンピック開催について（性・年代別）（開催前、現在の双方に回答した人） (n=2,912)



## 15. 東京五輪・パラリンピック開催是非についての新聞記事は？

— 「的確な判断材料を提供」22% —

- ・コロナ禍の中での東京五輪・パラリンピック開催の是非を考えるに当たってふだん読んでいる新聞は的確な判断材料を提供していたと思うか尋ねたところ、「おおむね的確な判断材料を提供していた」が21.9%、「開催に偏った記事や論評が目立った」が11.5%、「中止に偏った記事や論評が目立った」が8.4%だった。また、「特に何も思わなかった」が25.1%、「新聞は読まない」が31.5%だった。
- ・性別に見ると、「中止に偏った記事や論評が目立った」（男性10.9%、女性6.0%）は男性の方が高く、「新聞は読まない」（男性28.8%、女性34.0%）は女性の方が高くなった。
- ・年代別に見ると、「おおむね的確な判断材料を提供していた」は20代で7.2%と最も低く、年代の上昇とともに高くなり70代以上で36.9%となった。「開催に偏った記事や論評が目立った」は18～19歳で4.8%と最も低く、年代の上昇とともに高くなり70代以上で15.6%となった。「新聞は読まない」は年代が低いほど高くなる傾向があり、30代以下で50%を超えた。

図 15-1 東京五輪・パラリンピック開催是非についての新聞記事

(n=3,047)

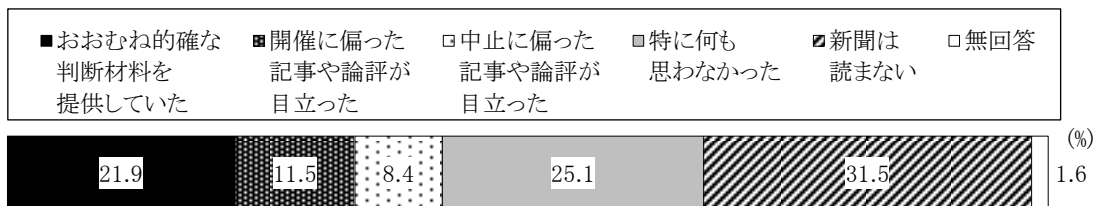
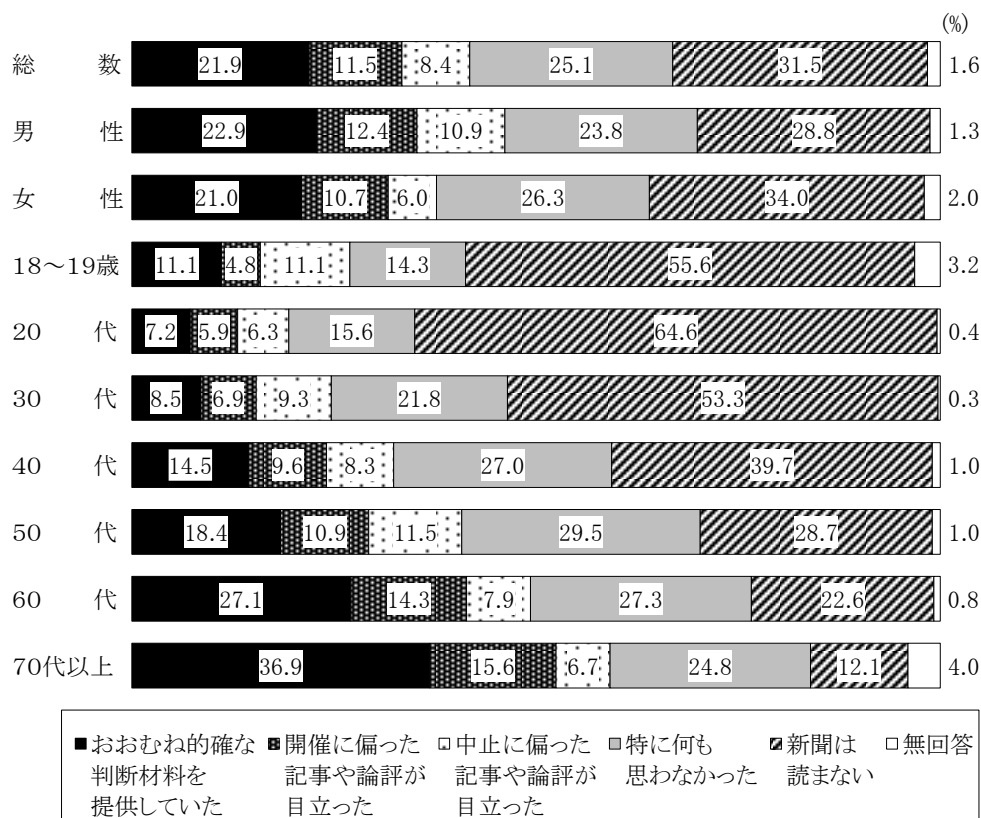


図 15-2 東京五輪・パラリンピック開催是非についての新聞記事（性・年代別）(n=3,047)





## 16. 東京五輪・パラリンピック開催是非の議論で新聞に感じたことは？

— 「コロナ禍の影響を過大に報道」12%、「過小に報道」10% —

- ・東京五輪・パラリンピック開催是非の議論について、ふだん読んでいる新聞で感じたことを質問したところ、「コロナ禍の影響を過大に報道していると感じた」が最も多く 12.3%、以下「事実よりも情緒的な記事・論評が多いと感じた」11.7%、「コロナ禍の影響を過小評価して報道していると感じた」10.2%となった。いずれも 10%前後にとどまった。
- ・具体的な事柄はいずれも、性別では男性で、年代別では年代の高い層で多くなった。「事実よりも情緒的な記事・論評が多いと感じた」は 18～19 歳と 30～50 代で他の項目より多く、「コロナ禍の影響を過大に報道していると感じた」は 60 代以上で他の項目より多かった。

図 16-1 東京五輪・パラリンピック開催是非の議論で新聞に感じたこと (複数回答、n=3,047)

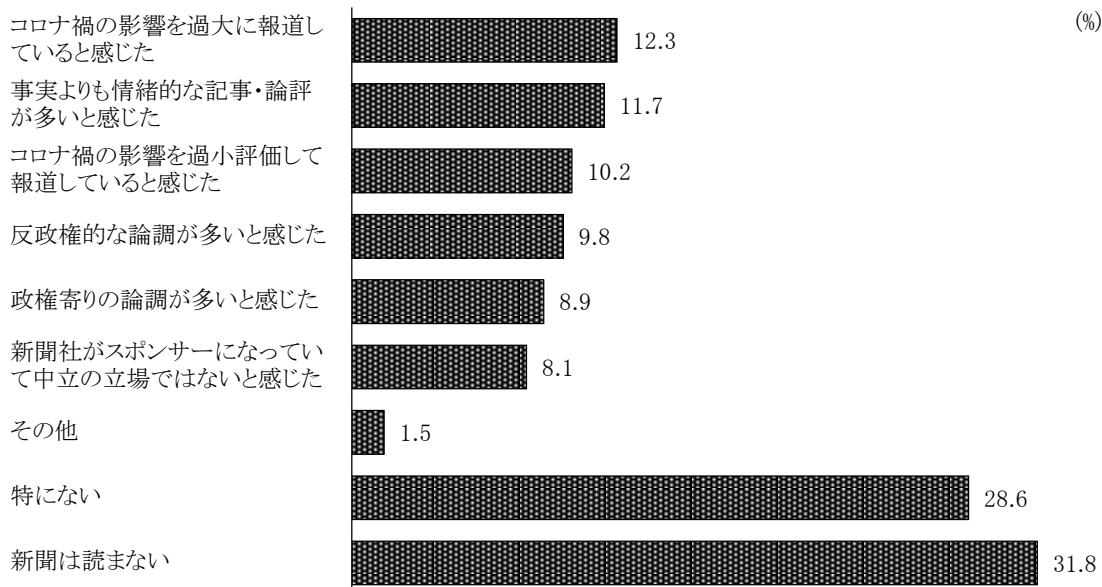
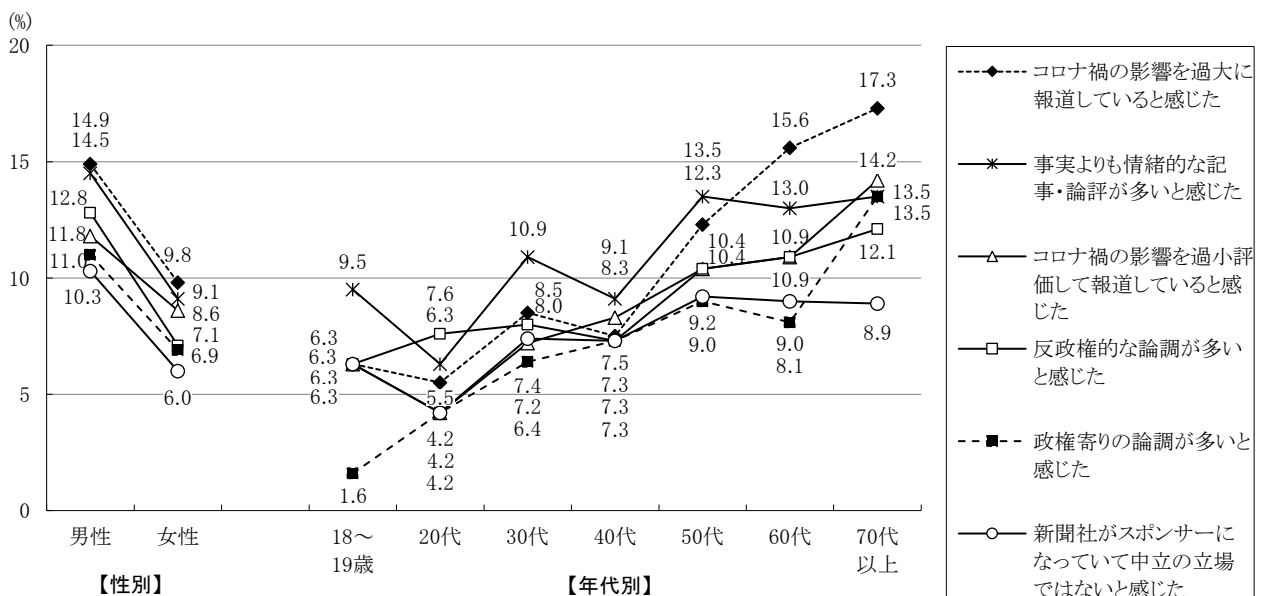


図 16-2 東京五輪・パラリンピック開催是非の議論で新聞に感じたこと (性・年代別) (複数回答、n=3,047)



## 17. 新聞が五輪スポンサーになることについてどう思う？

— 「特に気にならない」 40% —

- ・新聞などメディアが五輪・パラリンピックのスポンサーになることについてどう思うか尋ねたところ、「国を挙げてのイベントを支援するのは当然だ」が18.3%、「報道機関として独立性や公正さが問われるような関与はしない方がよい」が24.3%だった。また、「特に気にならない」が40.2%、「関心がない」が16.3%だった。
- ・性別に見ると、「報道機関として独立性や公正さが問われるような関与はしない方がよい」（男性29.2%、女性19.7%）は男性の方が高く、「特に気にならない」（男性36.4%、女性43.7%）は女性の方が高くなった。
- ・年代別に見ると、「国を挙げてのイベントを支援するのは当然だ」は70代以上（24.6%）で、「報道機関として独立性や公正さが問われるような関与はしない方がよい」は60代（29.9%）で他の年代より高くなった。「特に気にならない」は18～19歳（47.6%）と40代（45.1%）で他の年代より高くなった。

図 17-1 新聞が五輪スポンサーになることについて

(n=3,047)

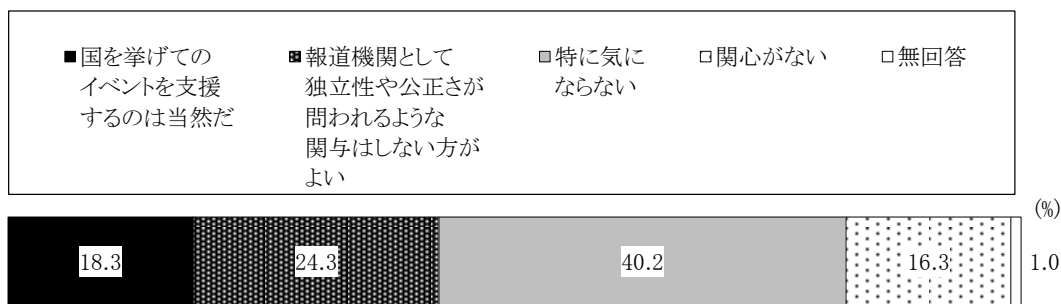
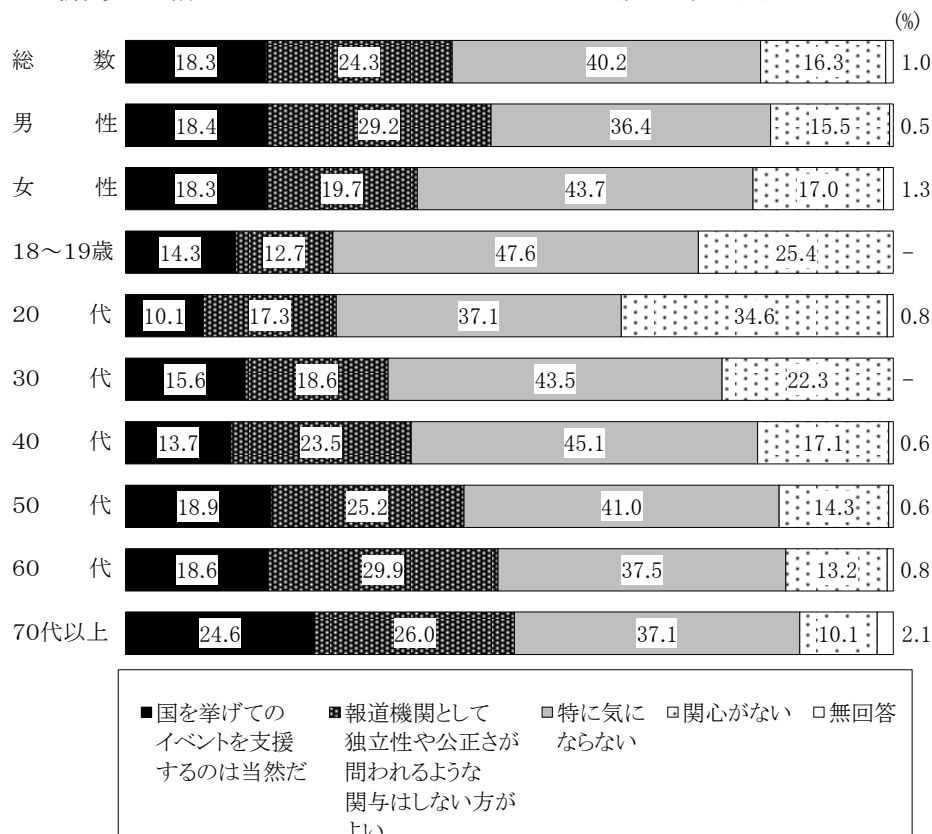


図 17-2 新聞が五輪スポンサーになることについて（性・年代別）

(n=3,047)



## 《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？（\*）

#### 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 89.5%、NHK テレビのニュースが 76.5%、インターネットのニュースが 73.1%、新聞が 60.6%、ラジオのニュースが 29.1%となった。
- ・毎日の接触率は、民放テレビのニュースが 54.7%、インターネットのニュースが 48.9%、新聞が 42.4%、NHK テレビのニュースが 41.5%、ラジオのニュースが 9.1%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 2.8 ポイント、民放テレビのニュースが 1.6 ポイント、インターネットのニュースが 1.5 ポイントの上昇となった。一方、ラジオのニュースが 0.8 ポイント、新聞が 0.3 ポイントの低下となった。毎日の接触率はいずれのメディアも上昇し、NHK テレビのニュースが 4.2 ポイント、インターネットのニュースが 0.7 ポイント、新聞が 0.6 ポイント、民放テレビのニュースが 0.5 ポイント、ラジオのニュースが 0.4 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=3,047)

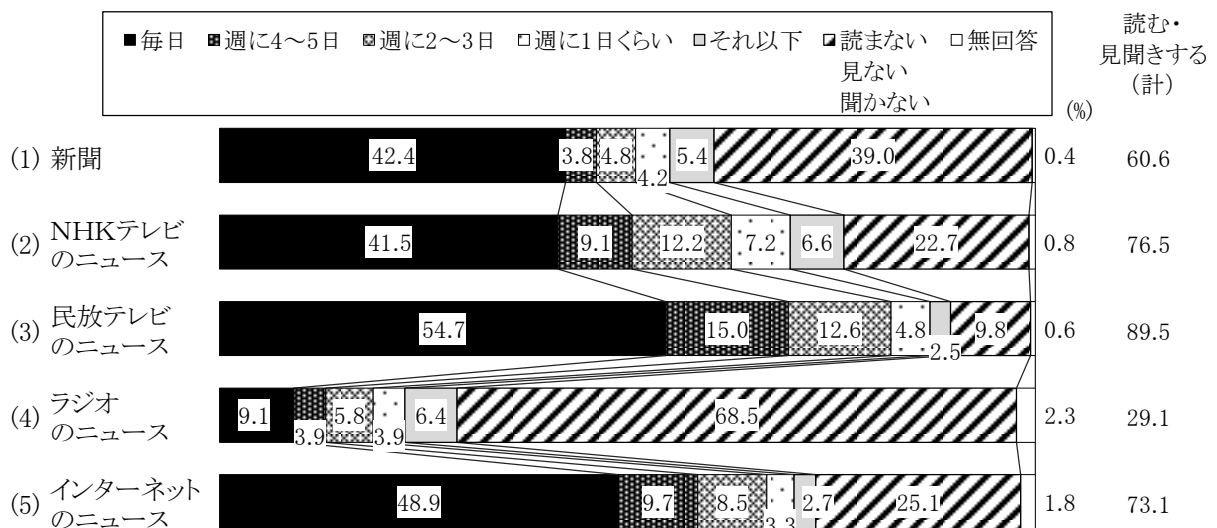
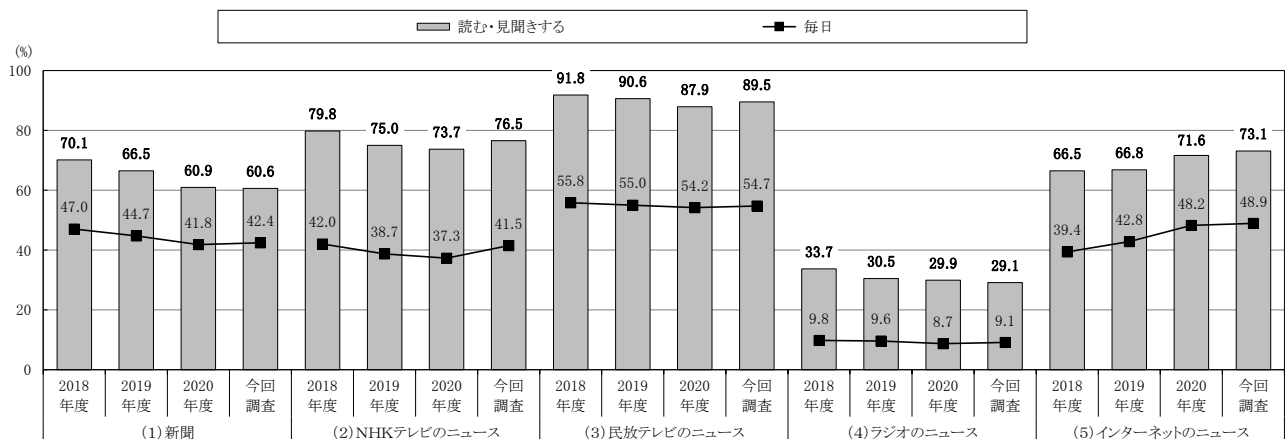


図 18-2 ニュースとの接触頻度（時系列）



- ・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NHKテレビ、3位にインターネット、4位に新聞となった。民放テレビは女性の方が2.8ポイント高く、インターネットは3.9ポイント、新聞は5.0ポイント、ラジオは11.6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18～19歳でも76.2%で、全ての年代で70%を超えた。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見られた。

図 18-3 ニュースを「読む・見聞きする（計）」人の割合（性・年代別）

(n=3,047)

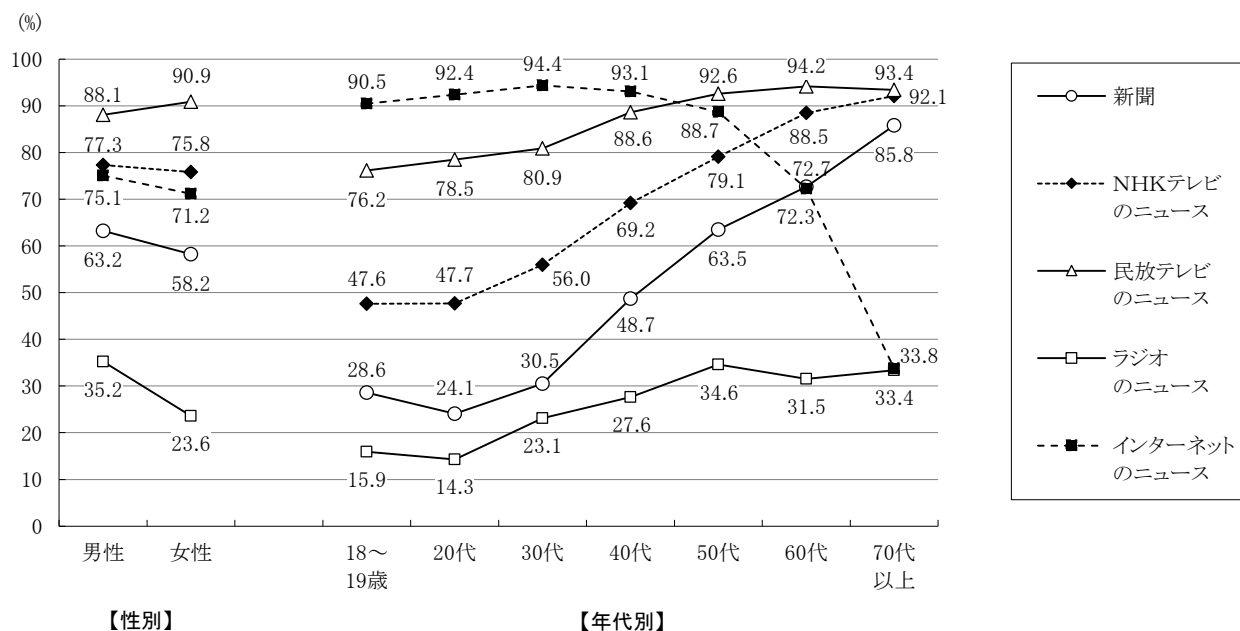
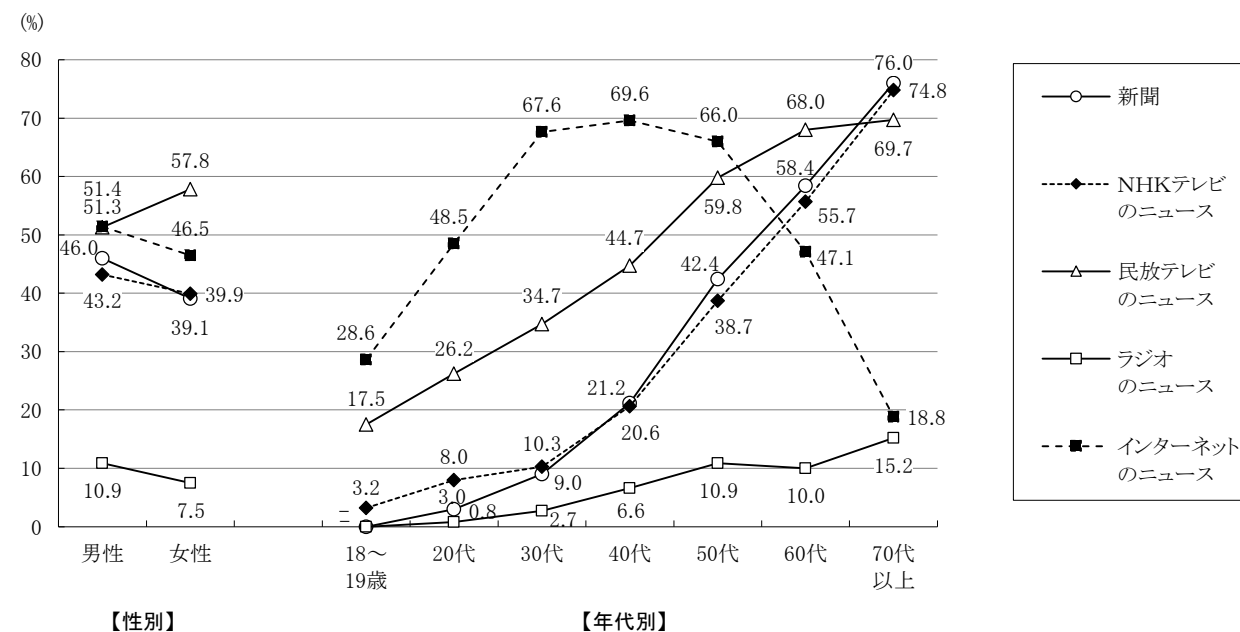


図 18-4 ニュースを「毎日読む・見聞きする」人の割合（性・年代別）

(n=3,047)



# 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」「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 30.1 分、インターネットのニュースが 26.4 分、新聞が 25.4 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、NHK テレビが 2.0 分、インターネットが 1.0 分長くなった。
- ・性別に見ると、ニュースの接触時間は民放テレビが 4.2 分、女性の方が長く、インターネットが 4.8 分、新聞が 4.0 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 30～40 代で接触時間が長く、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 19-1 ニュースとの接触時間

(n=3,047)

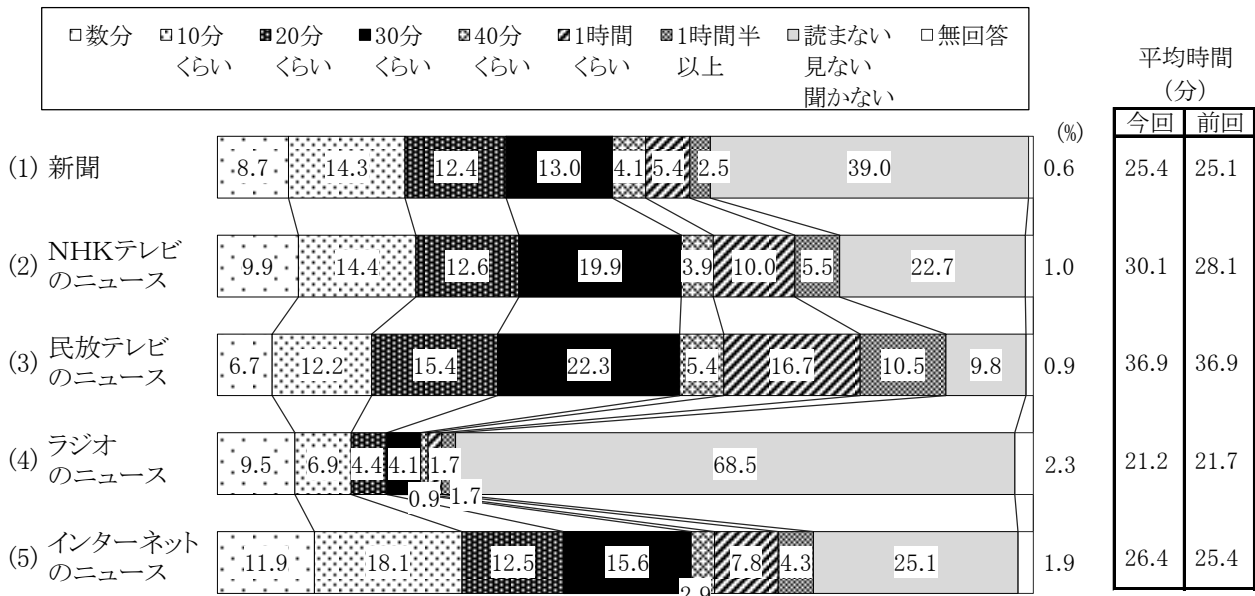
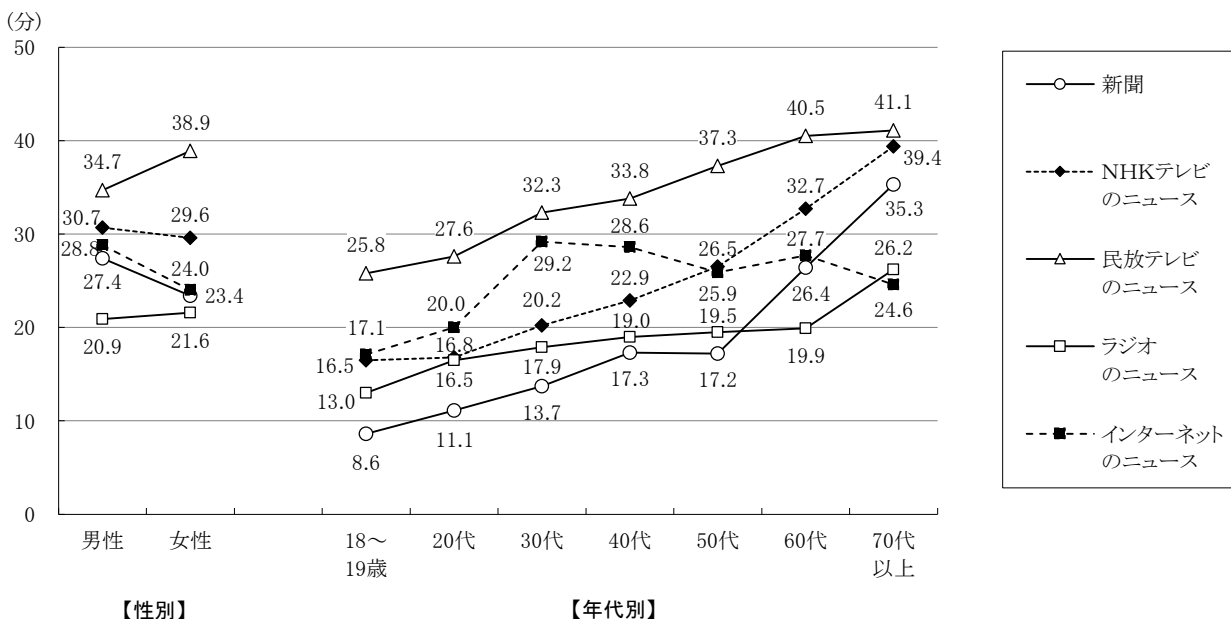


図 19-2 ニュースとの接触時間 (平均) (性・年代別)

(n=3,047)



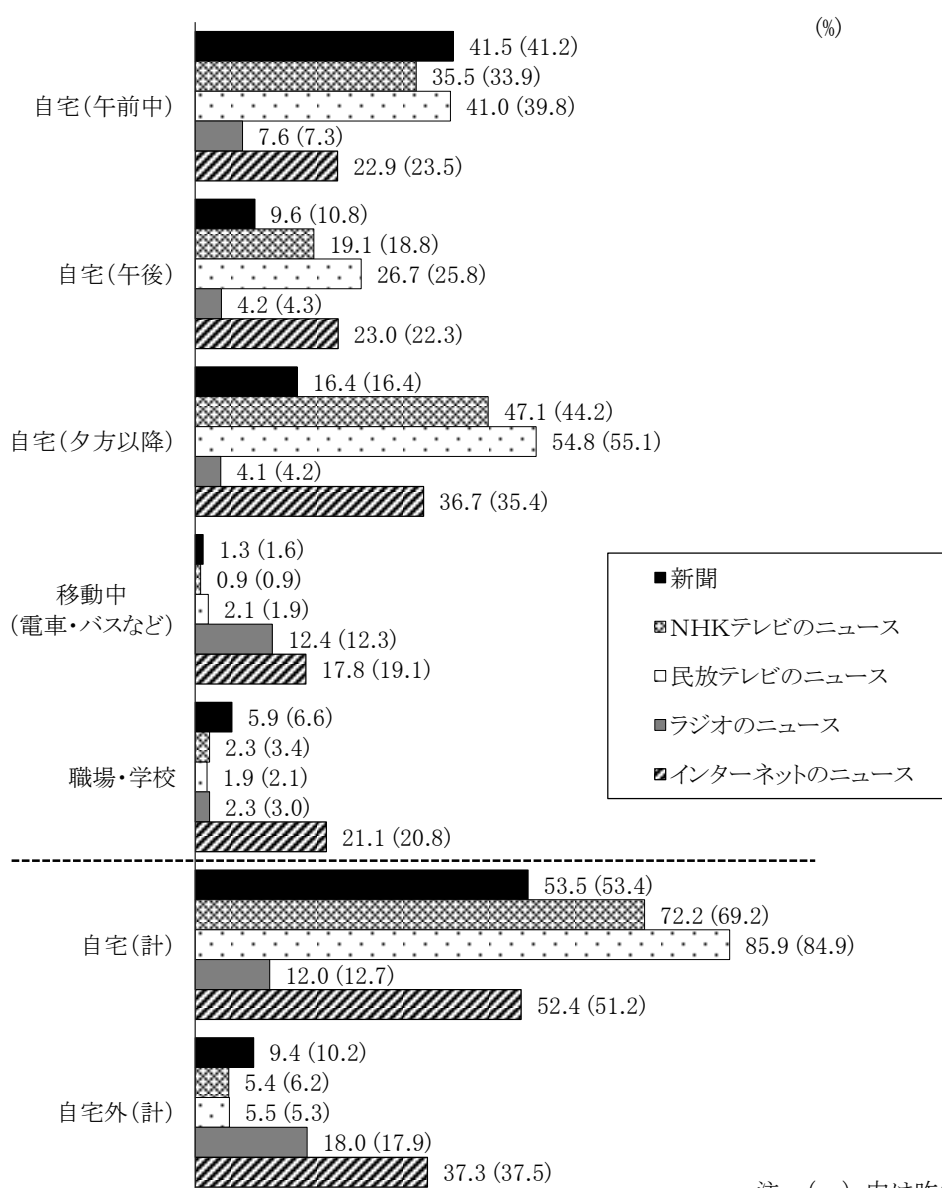
## 20. ニュースを読んだり見聞きしたりするのはいつ、どこで？（＊）

### － 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41.5%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54.8%、NHK47.1%)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36.7%で最も多いが、「職場・学校」(21.1%)、「移動中(電車・バスなど)」(17.8%)も多かった。
- ・昨年度と比較すると、NHKテレビ「自宅(夕方以降)」の2.9ポイント増加が最も大きかったが、他のメディアの変化は小さかった。

図 20-1 ニュースと接触する場所

(複数回答、n=3,047)



- ・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、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くなった。インターネットは40代以下で50%を超えた。

図 20-2 「自宅（計）」と回答した人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=3,047）

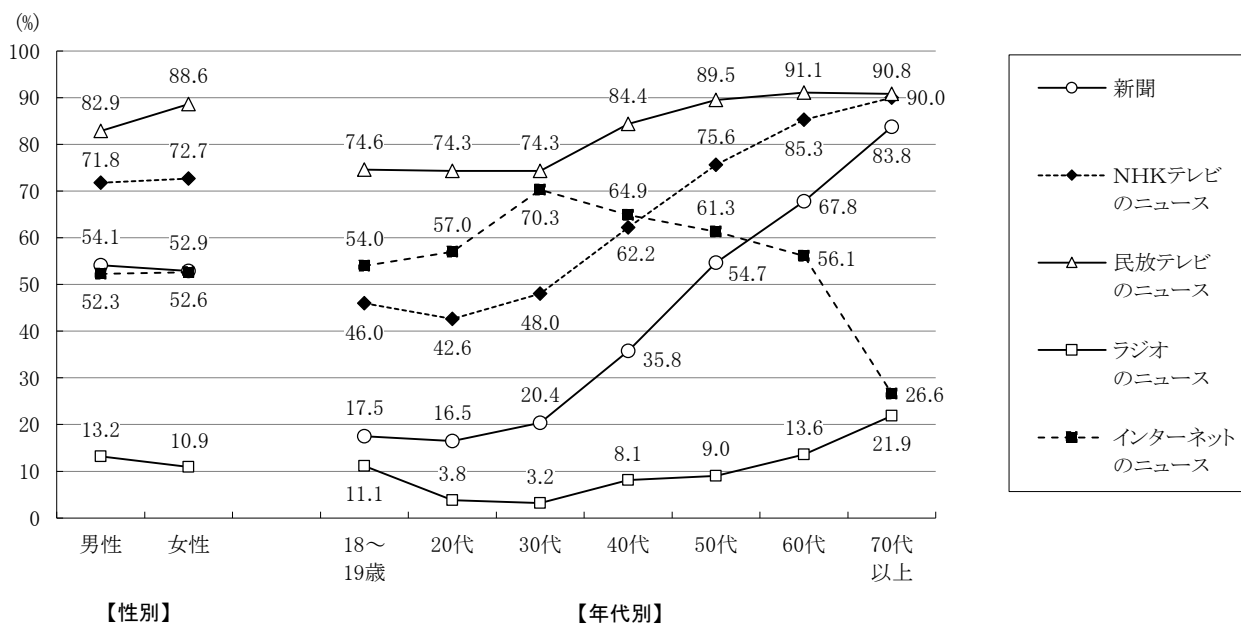
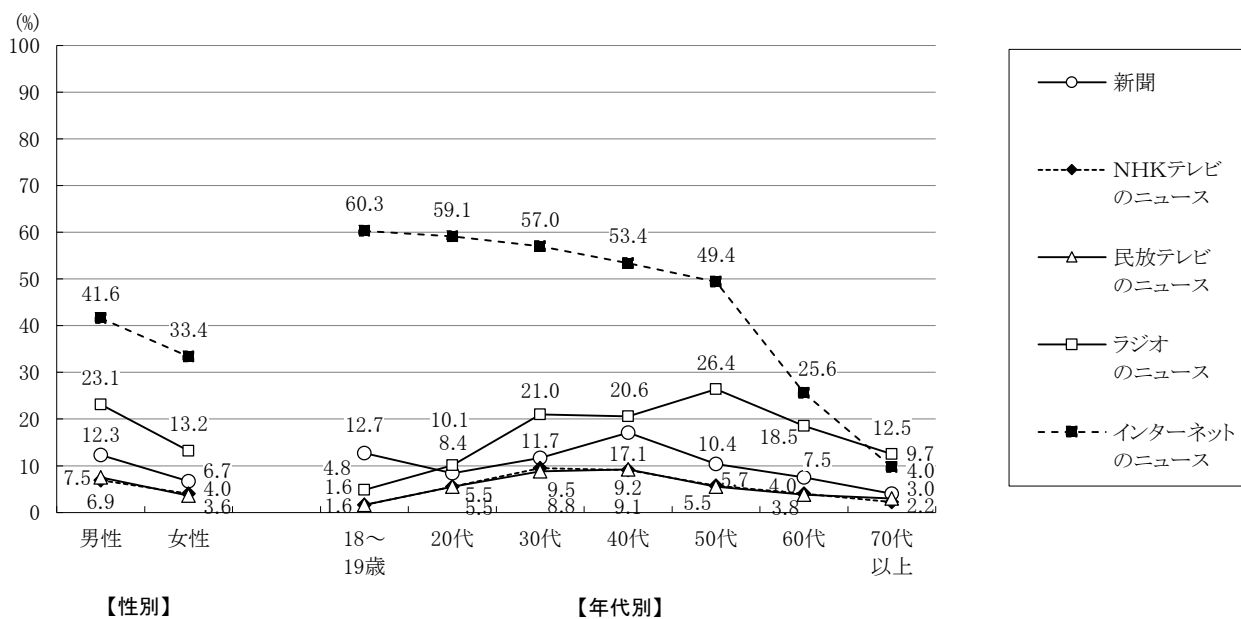


図 20-3 「自宅外（計）」と回答した人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=3,047）



## 21. 大きなニュースを入手するメディアは？（＊）

－ 「民放テレビ」76%、「インターネット」63%、「NHK テレビ」58%、  
「新聞」43% －

- ・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75.5%で最も多く、インターネットが63.0%、NHK テレビが57.9%、新聞が42.5%、ラジオが12.3%となった。
- ・昨年度調査と比較すると、NHK テレビは3.8ポイント増加した。
- ・性別に見ると、民放テレビは8.4ポイント女性の方が多いが、インターネットは4.7ポイント、NHK テレビは4.2ポイント、新聞は2.6ポイント、ラジオは6.3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20代以上で60%を超えた。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 21-1 大きなニュースの情報源

(複数回答、n=3,047)

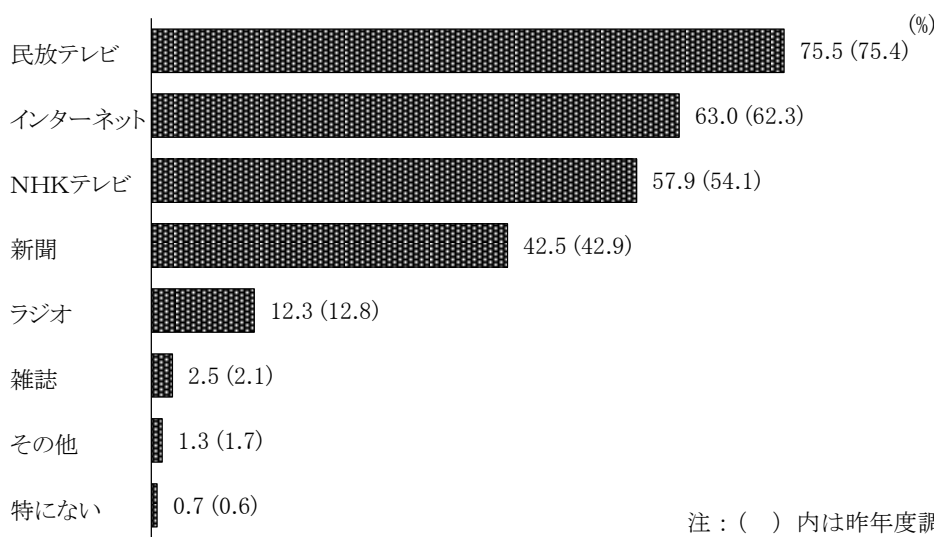
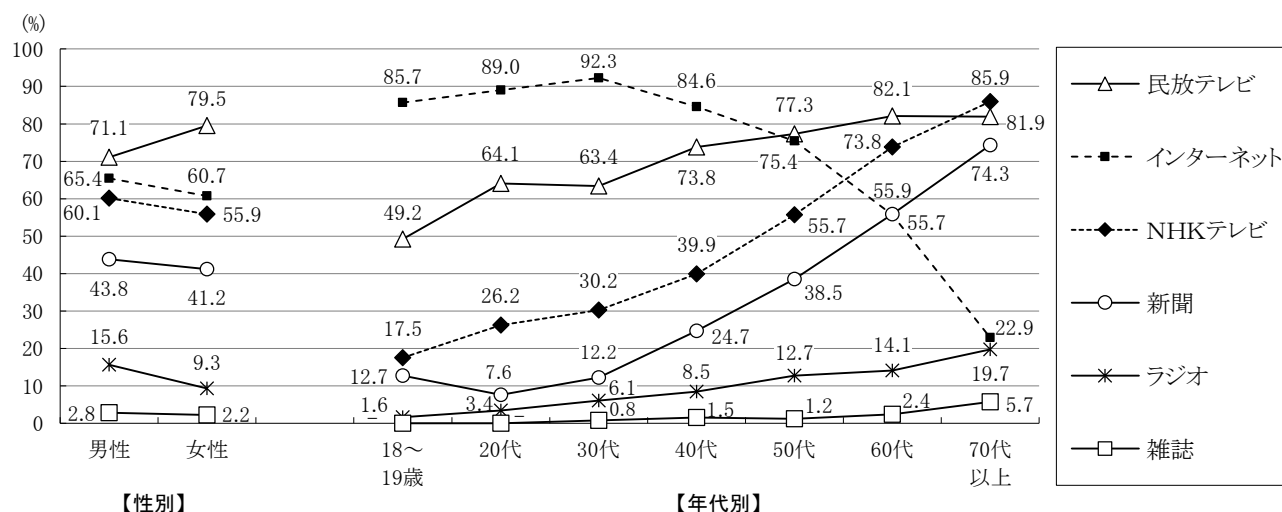


図 21-2 大きなニュースの情報源（性・年代別）

(複数回答、n=3,047)





## 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、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、スポーツ・芸能に関することは、NHK テレビと新聞の順位が入れ替わり、NHK テレビが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 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。「政治に関すること」は 30 代以下、「社会に関すること」「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 22-1 読んだり見たりするメディア

(複数回答、n=3,047)

	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 71.3 (71.1)	インターネット 56.2 (56.3)	NHKテレビ 38.2 (34.5)	新聞 35.3 (35.6)	ラジオ 8.6 (8.8)	雑誌 6.7 (6.8)	4.4 (5.2)
社会に関すること	民放テレビ 69.9 (70.3)	NHKテレビ 52.1 (48.8)	インターネット 50.2 (48.0)	新聞 42.8 (41.6)	ラジオ 9.4 (9.7)	雑誌 3.7 (3.0)	3.2 (3.9)
政治に関すること	民放テレビ 68.0 (67.8)	NHKテレビ 55.7 (52.1)	インターネット 44.7 (43.7)	新聞 42.1 (41.6)	ラジオ 8.6 (9.0)	雑誌 2.8 (2.8)	4.9 (5.9)
国際情勢に関すること	民放テレビ 62.8 (64.6)	NHKテレビ 52.0 (48.8)	インターネット 43.9 (42.7)	新聞 38.3 (37.3)	ラジオ 7.1 (7.7)	雑誌 2.8 (2.3)	6.2 (7.1)
経済に関すること	民放テレビ 62.5 (62.9)	NHKテレビ 48.4 (45.5)	インターネット 43.3 (42.2)	新聞 39.7 (38.3)	ラジオ 7.3 (7.9)	雑誌 3.8 (2.9)	7.1 (7.7)
生活・健康に関すること	民放テレビ 61.8 (62.5)	インターネット 54.6 (53.9)	NHKテレビ 40.4 (39.6)	新聞 33.9 (34.8)	雑誌 12.9 (13.3)	ラジオ 7.4 (8.0)	4.8 (5.5)
文化に関すること	民放テレビ 57.4 (57.9)	インターネット 45.0 (43.3)	NHKテレビ 41.5 (39.5)	新聞 36.8 (37.0)	雑誌 7.4 (8.0)	ラジオ 6.4 (7.2)	7.7 (9.2)
地域に関すること	民放テレビ 56.6 (56.1)	新聞 43.4 (43.7)	インターネット 43.0 (42.0)	NHKテレビ 36.7 (34.9)	ラジオ 8.4 (8.5)	雑誌 3.2 (3.4)	5.6 (5.8)

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=3,047）

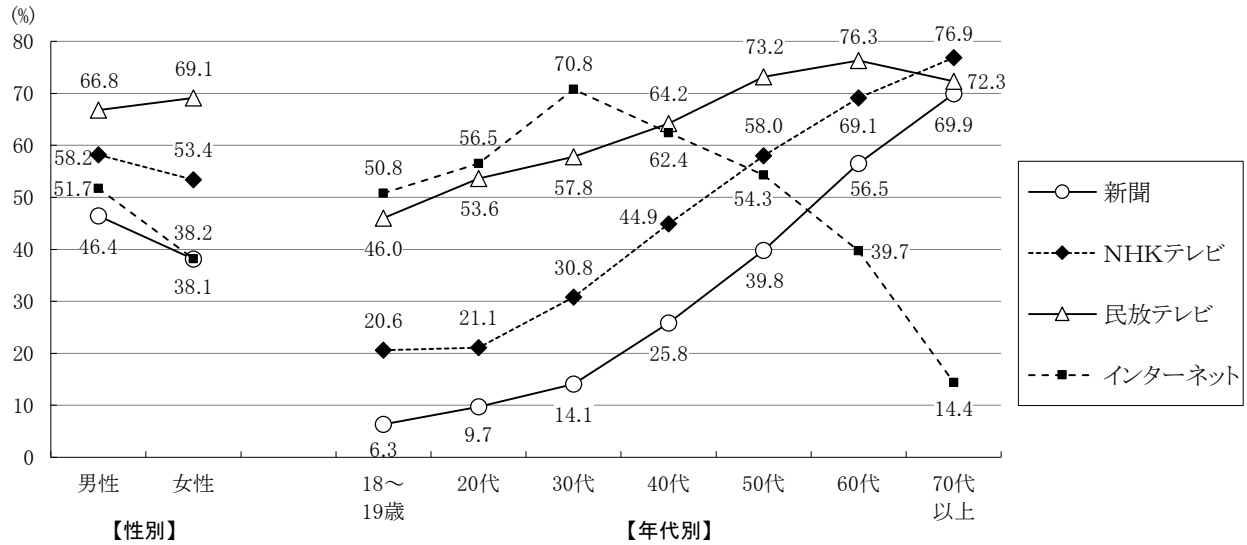


図 22-2 「社会に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）（複数回答、n=3,047）

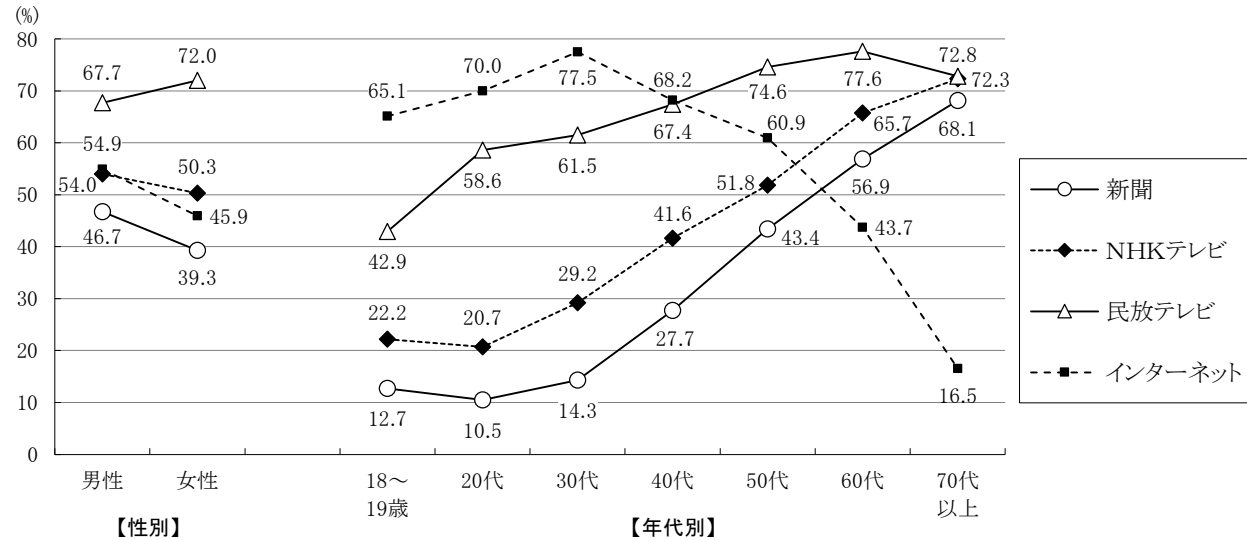
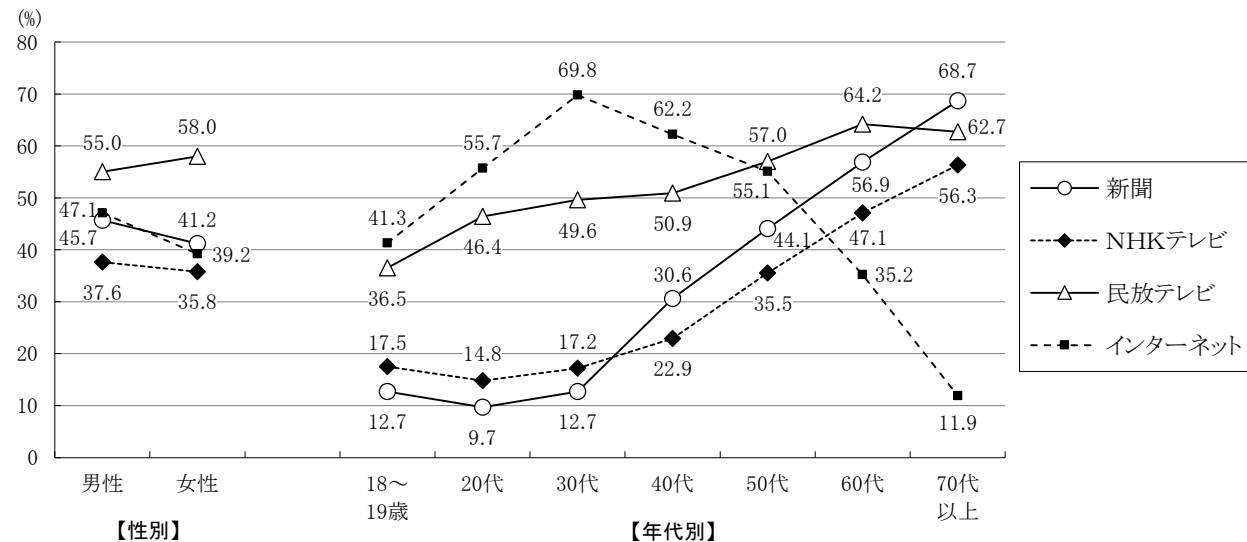


図 22-3 「地域に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）（複数回答、n=3,047）



## 《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」54%、「読まない」33% －

- ・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53.9%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」（3.0%）、「有料の電子新聞」（1.7%）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33.0%だった。
- ・昨年度と比較すると、昨年度は2番目に「図書館や学校、職場などに置いてある紙の新聞」、3番目に「ポータルサイトなどで閲覧できる新聞記事」が挙げられていたが、今回調査では順が入れ替わった。
- ・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82.1%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50%を超えた。

図 23-1 新聞の読み方

（複数回答、n=3,047）

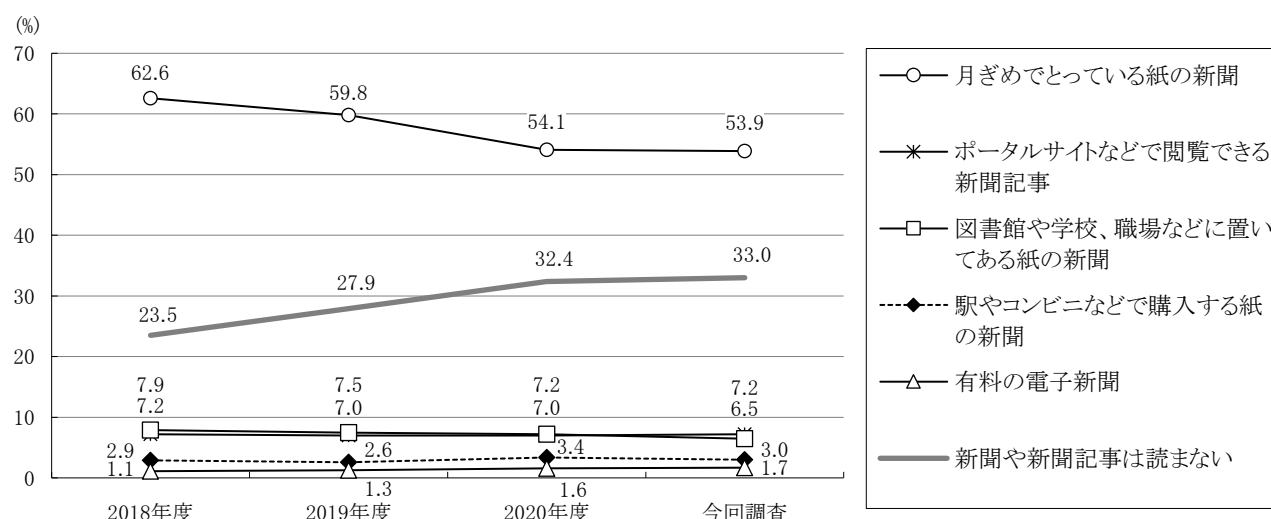
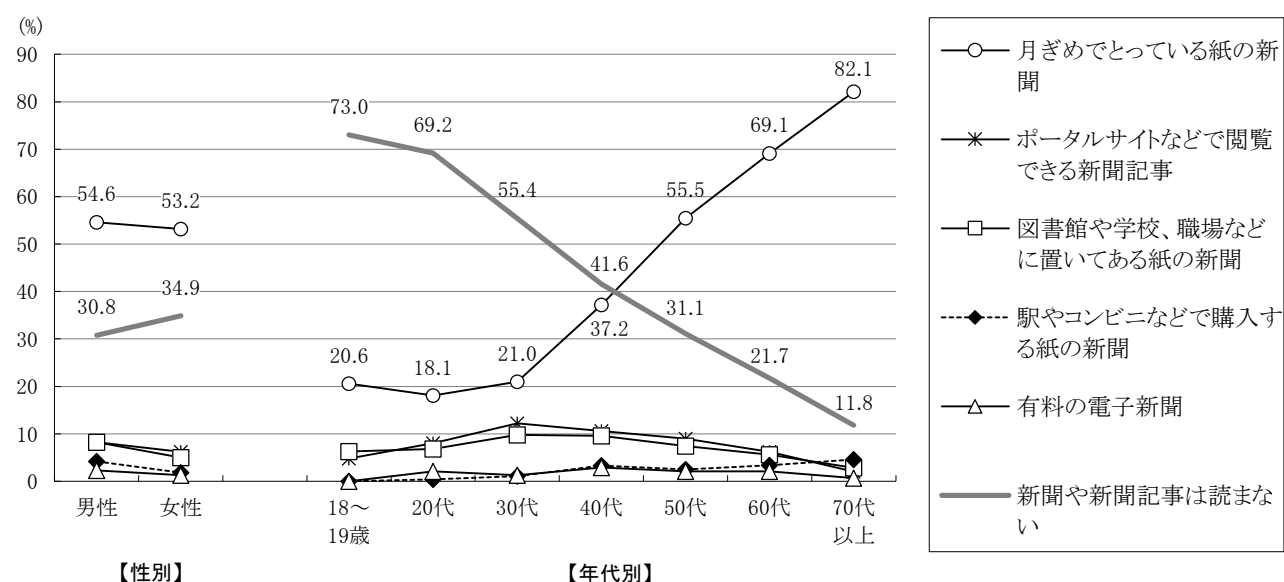


図 23-2 新聞の読み方（性・年代別）

（複数回答、n=3,047）



## 24. 月ぎめ新聞の購読状況は？（＊）

－ 61%が購読、購読率は昨年度から横ばい －

- ・ 自宅で月ぎめ新聞を購読している人は 61.4%だった。新聞の種類を見ると、「全国紙」を購読している人が 49.1%、「県紙・地方紙」を購読している人が 40.6%、「ブロック3紙」を購読している人が 12.5%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 94.1%、「電子新聞」が 3.0%、「両方」が 2.7%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 61.4%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 0.9 ポイント減、県紙・地方紙は 1.4 ポイント増、ブロック3紙は 0.6 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 32.4%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 84.0%となった。
- ・ 年代別に昨年度調査と比較すると、月ぎめ新聞を購読している人は 60代（6.1 ポイント減）と 50代（5.3 ポイント減）で減少が大きかった。

図 24-1 月ぎめでとっている新聞の有無  
(n=3,047)

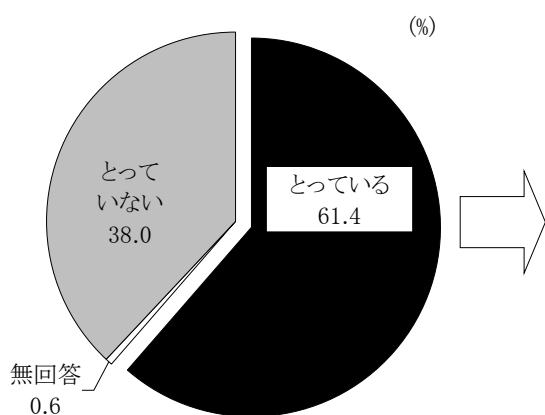


図 24-2 月ぎめでとっている新聞の種類  
(複数回答、n=1,871)

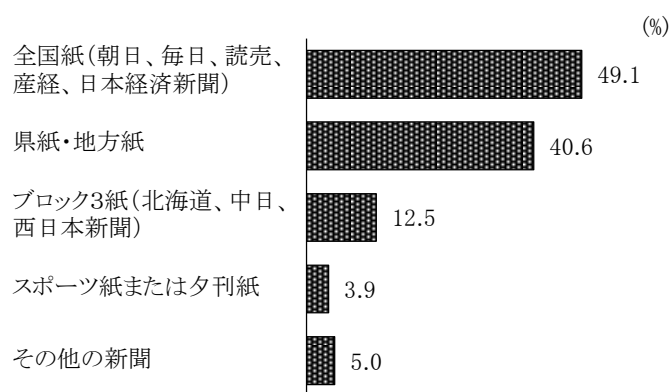


図 24-3 全国紙の購読は紙の新聞か電子新聞か  
(n=919)

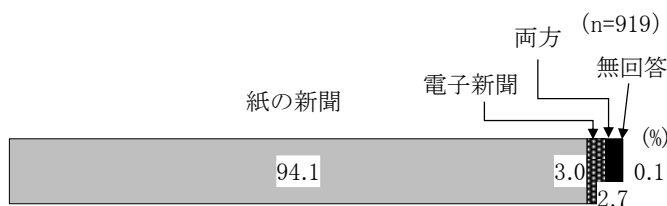


図 24-4 月ぎめでとっている新聞（時系列）

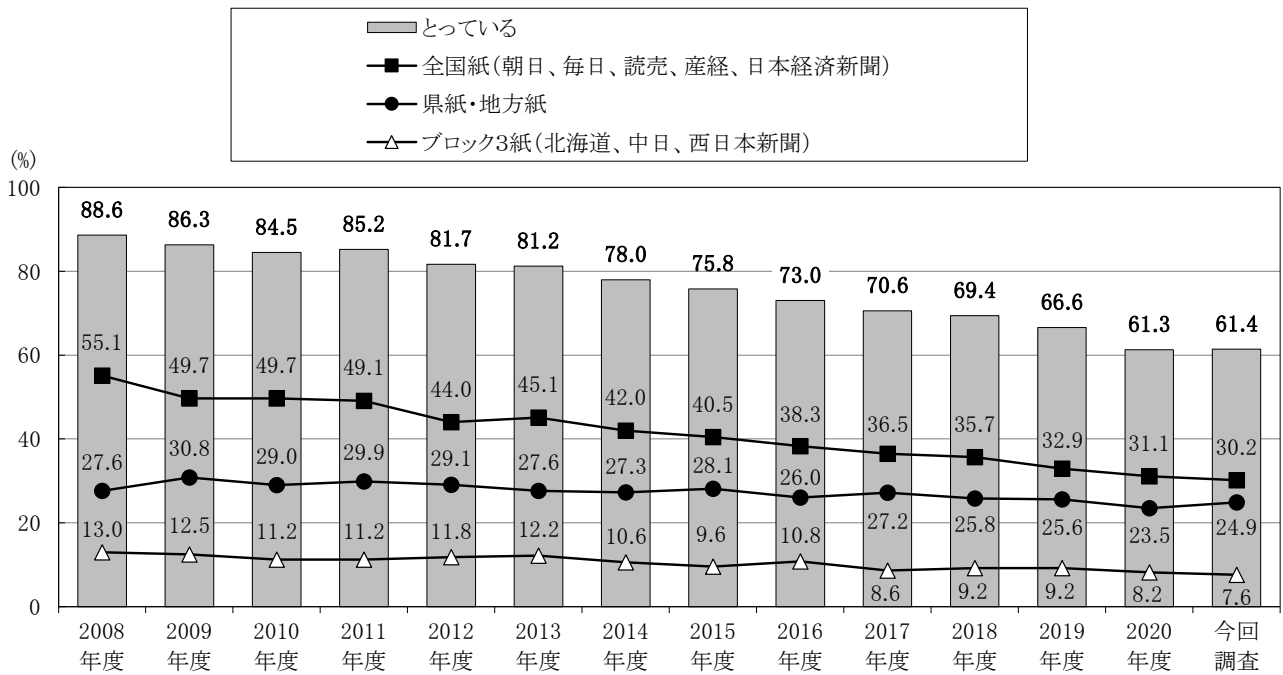
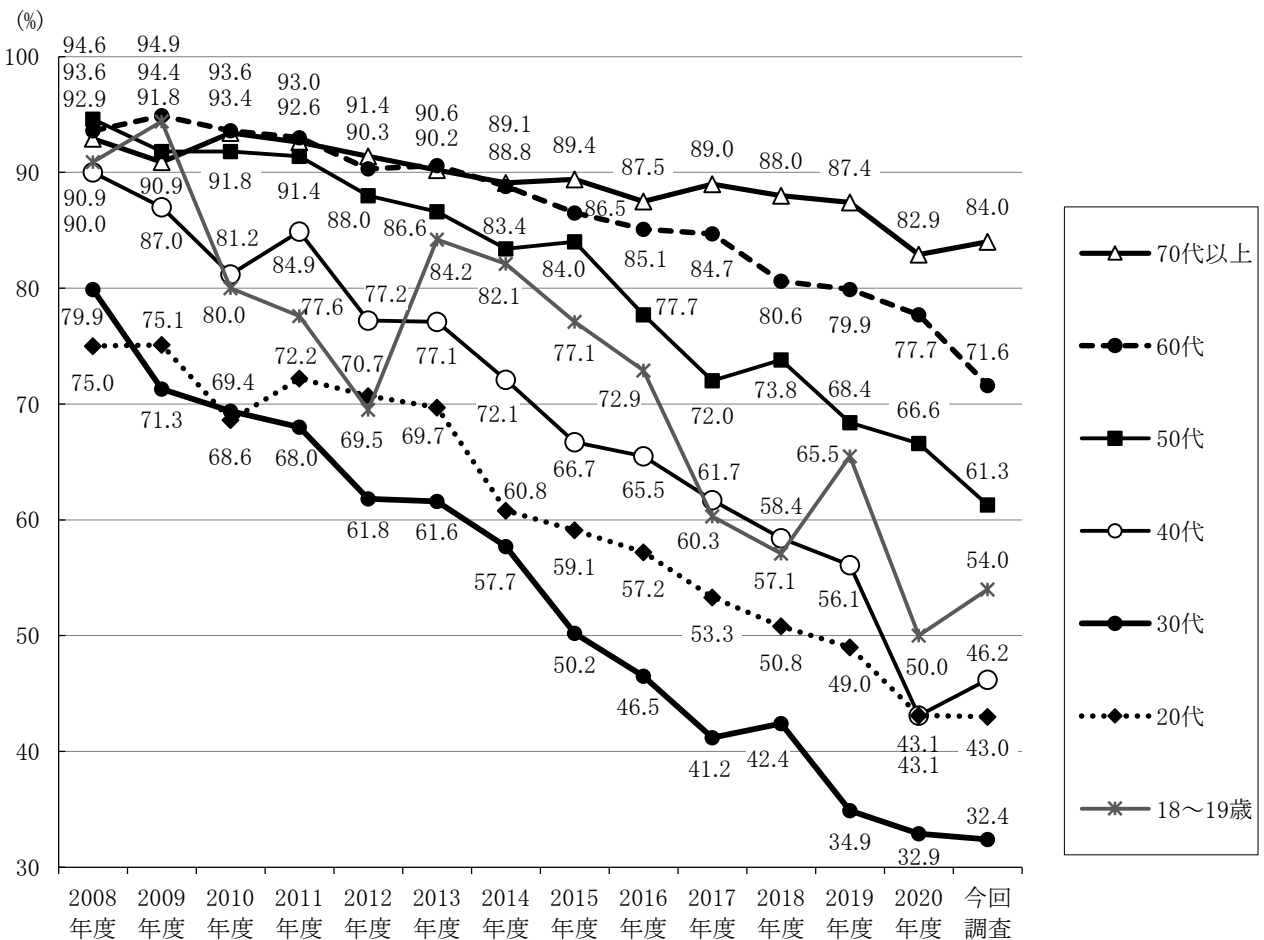


図 24-5 月ぎめで新聞をとっている人の割合（年代別）

(n=3,047)



(月ぎめで新聞をとっている人に) (全体の 61.4%)

## 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」 47% —

- ・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 47.3% と最も多く、次いで、「新聞でなければ得られない情報があるから」(41.0%)、「新聞で世間の動きが大体分かるから」(34.6%)、「毎日、自宅に届けてくれるから」(32.9%)、「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、「毎日、自宅に届けてくれるから」(男性 30.2%、女性 35.5%) は 5.3 ポイント、女性の方が多かった。
- ・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=1,871)

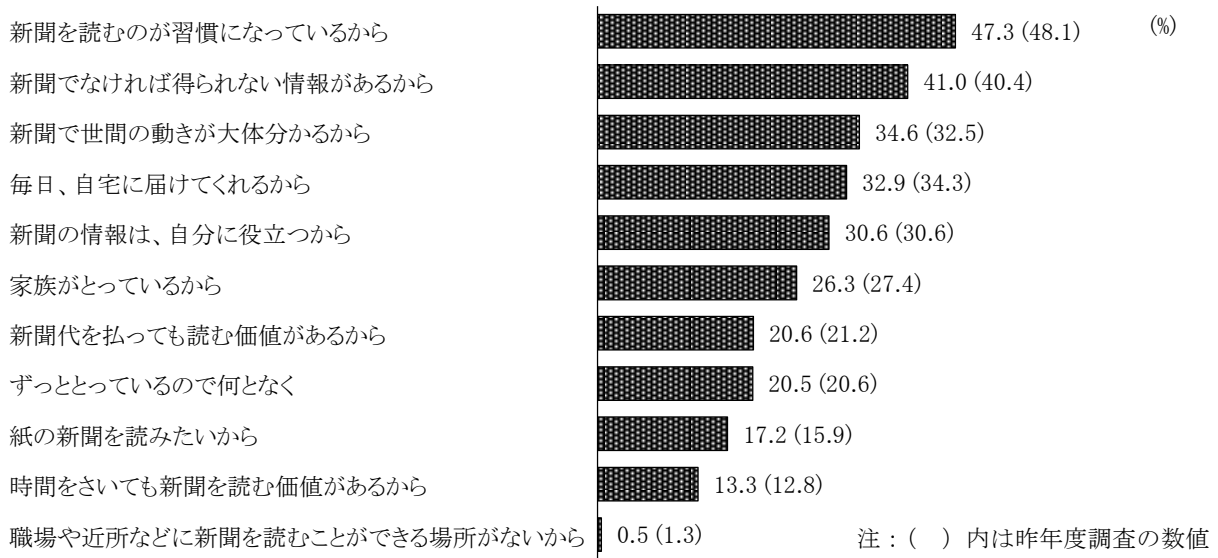
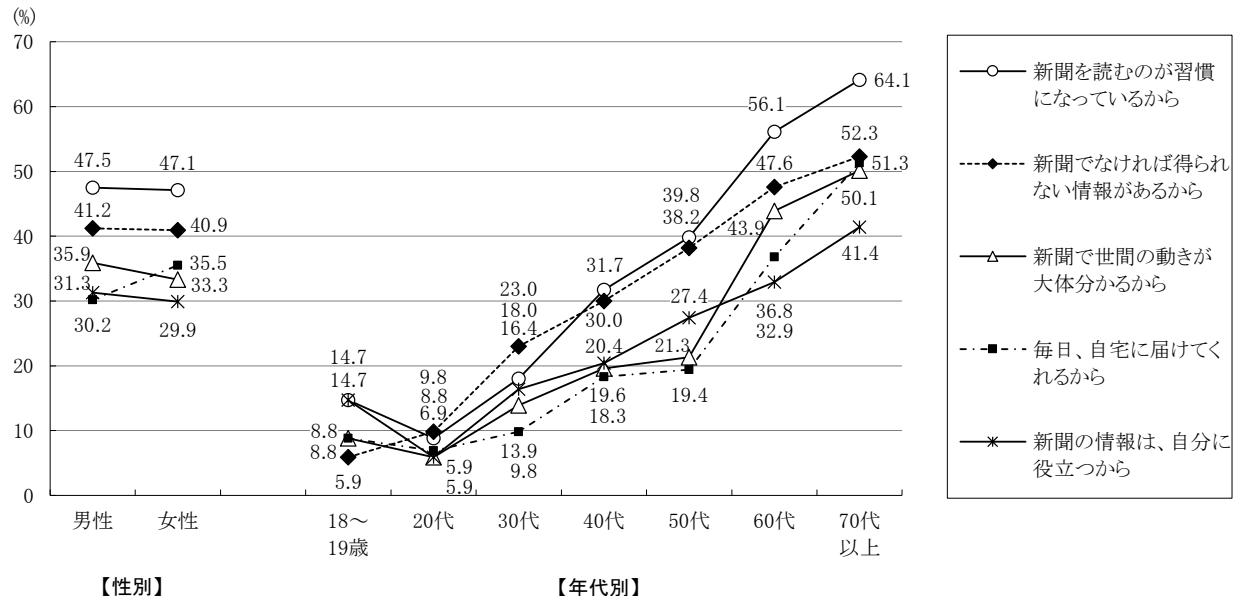


図 25-2 月ぎめで新聞をとる理由（上位 5 位）（性・年代別）

(複数回答、n=1,871)



(月ぎめで新聞をとっていない人に) (全体の 38.0%)

## 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」 79% —

- ・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 78.5% だった。次いで、「新聞の購読料は高いから」(36.5%)、「新聞を読む習慣がないから」(26.6%)、「紙の新聞は、処分が面倒だから」(24.3%)、「新聞を読む時間がないから」(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 4.5 ポイント増加し、「新聞を読む時間がないから」が 5.9 ポイント減少した。
- ・性別に見ると、「新聞を読む時間がないから」(男性 20.8%、女性 26.6%) は 5.8 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。「新聞を読む習慣がないから」は 30 代で他の年代より多く 44.1% となった。

図 26-1 月ぎめで新聞をとらない理由

(複数回答、n=1,159)

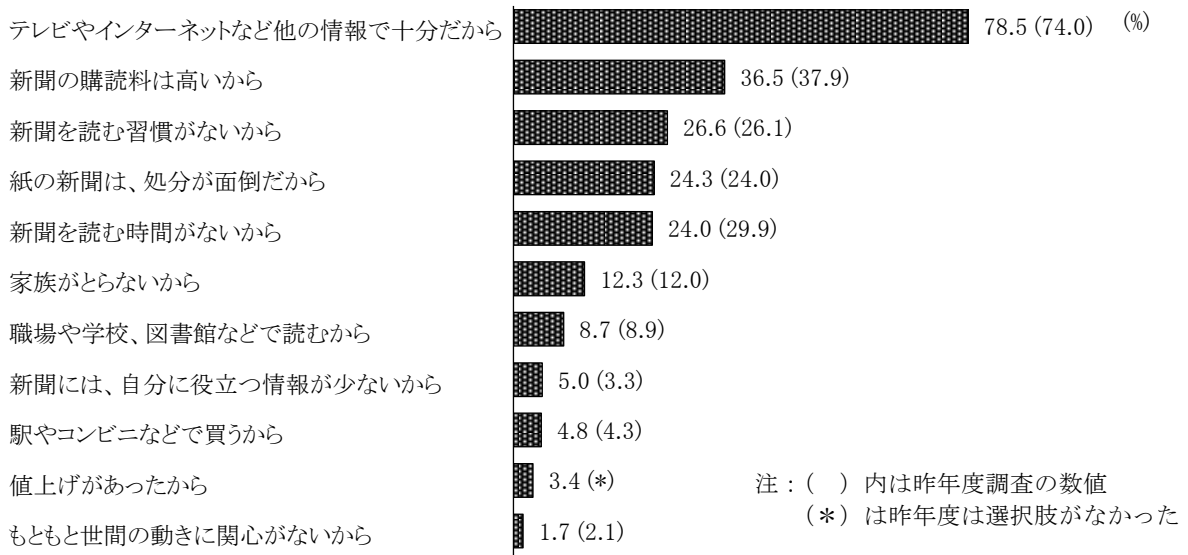
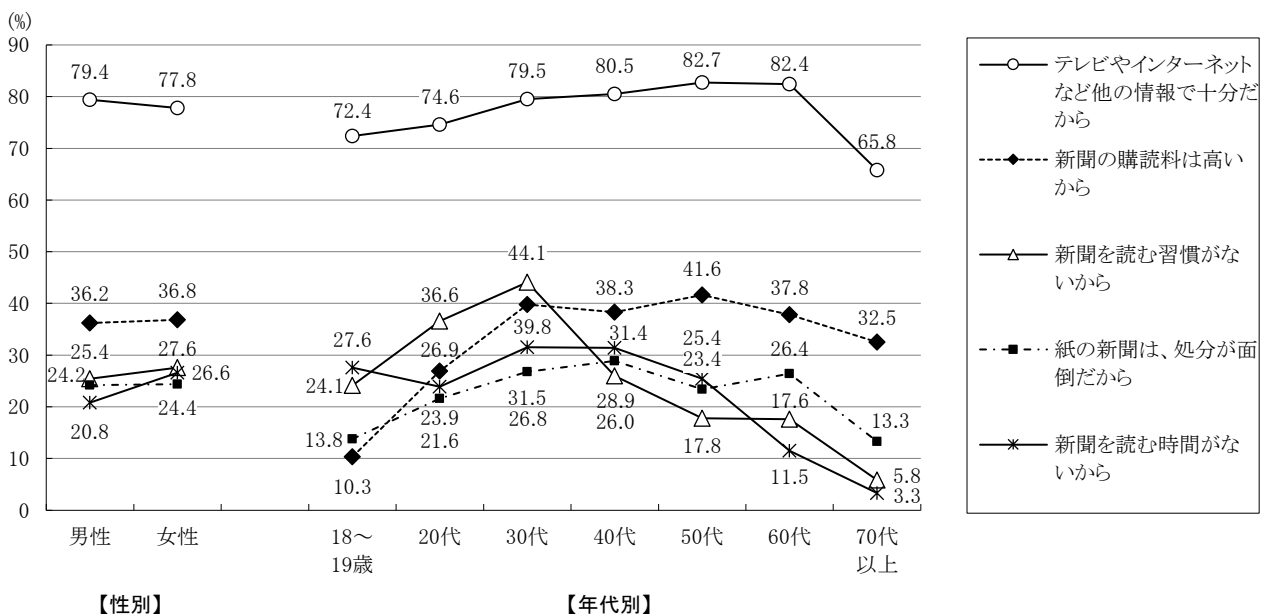


図 26-2 月ぎめで新聞をとらない理由 (上位 5 位) (性・年代別)

(複数回答、n=1,159)



## 27. 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49.1%、「知らない」人は49.8%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%、前回46.3%と減少したが、今回調査で49.1%と増加に転じた。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60代で4.2ポイント、70代以上で6.8ポイント増加した。
- ・性別で見ると、「知っている」人は、女性（42.7%）よりも男性（56.0%）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、20代以下で30%台、30～40代で40%台、50代以上で50%台となった。

図 27-1 通信社の役割の認知

(n=3,047)

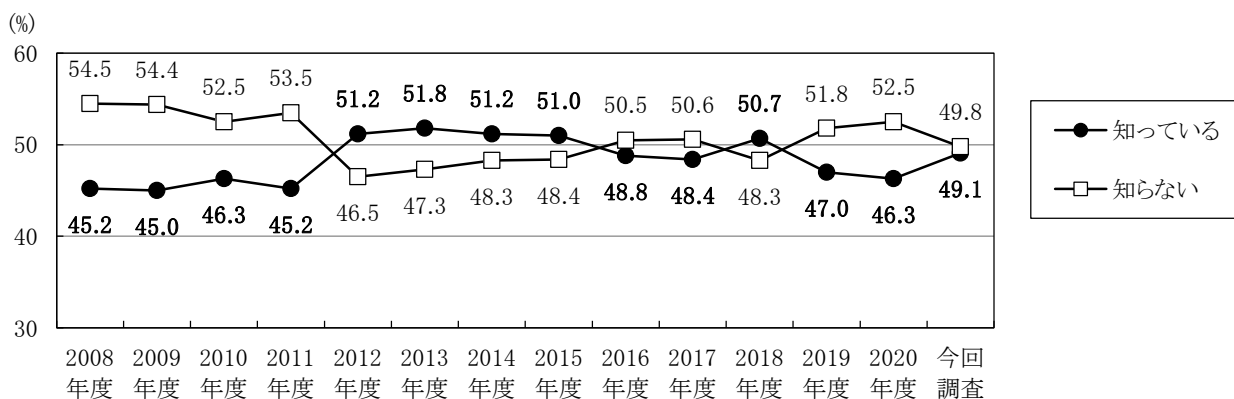
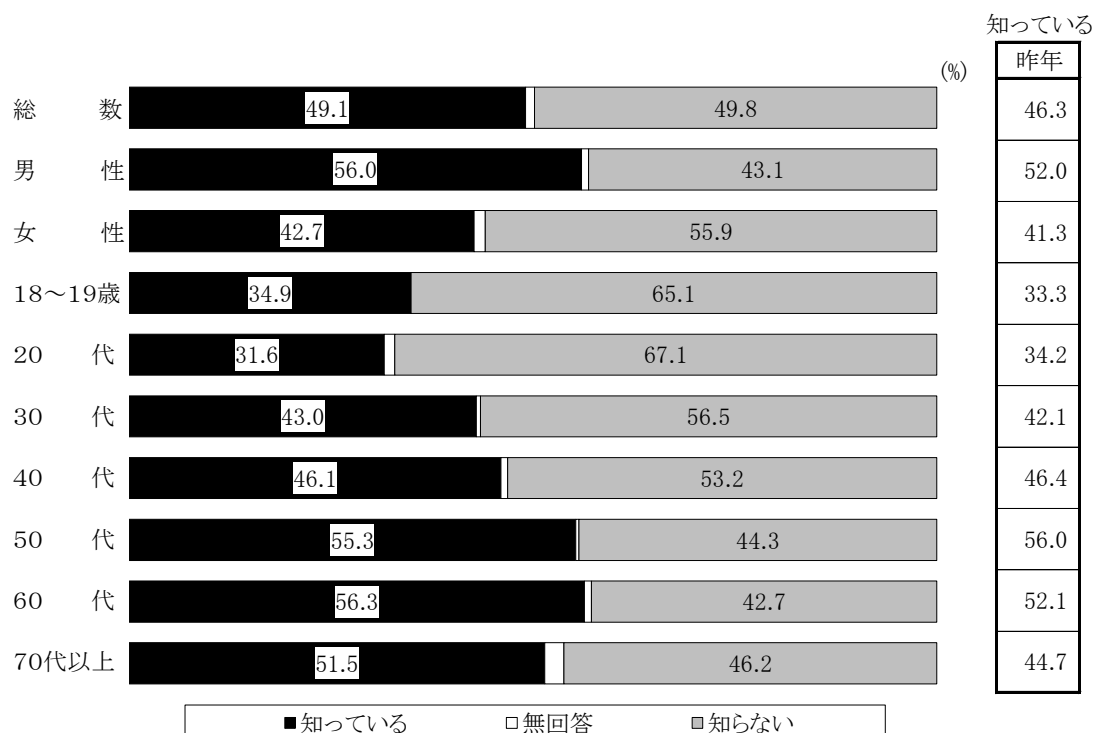


図 27-2 通信社の役割の認知（性・年代別）

(n=3,047)





## 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」（75%）、2位「ロイター通信」（71%） －

- ・見たり聞いたりしたことがある通信社の名前をひとつでも挙げた人は82.9%だった。最も知名度が高いのは「共同通信」で75.0%の人が挙げた。次いで「ロイター通信」が71.1%、「時事通信」が52.9%、「AP通信」が46.9%、「新華社」が34.8%となった。
- ・昨年度の調査と比較すると、「AP通信」が4.1ポイント増加したのをはじめ、いずれも増加した。
- ・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 28-1 知っている通信社の有無 (n=3,047)

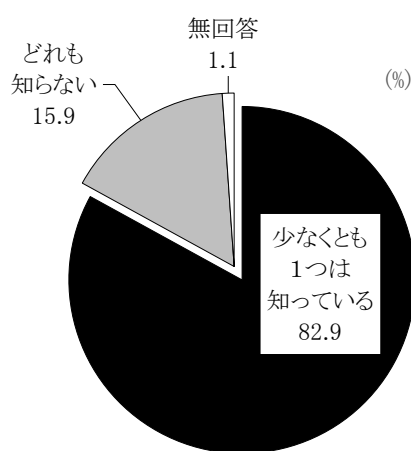
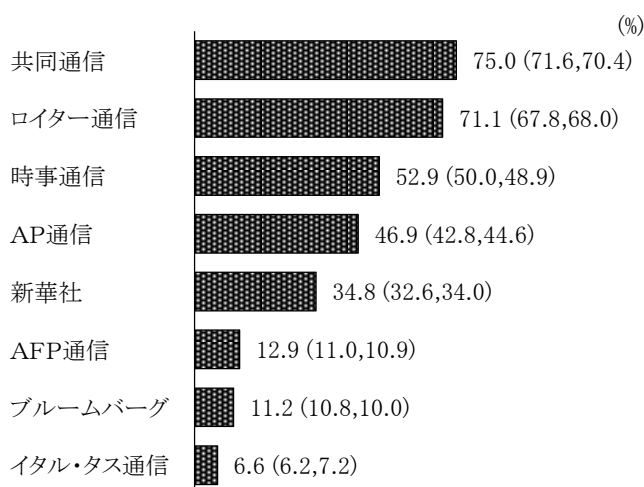


図 28-2 知っている通信社 (複数回答、n=3,047)



注：（ ）内は左から2020年度調査、2019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=3,047)

	1位	2位	3位	4位	5位
総数	共同通信 75.0	ロイター通信 71.1	時事通信 52.9	AP通信 46.9	新華社 34.8
男性	共同通信 80.5	ロイター通信 73.7	時事通信 60.3	AP通信 53.2	新華社 41.8
女性	共同通信 69.9	ロイター通信 68.6	時事通信 46.0	AP通信 41.0	新華社 28.4
18-19歳	ロイター通信 38.1	共同通信 34.9	AP通信 17.5	時事通信 14.3	AFP通信/新華社 4.8
20代	ロイター通信 58.6	共同通信 53.2	時事通信 33.3	AP通信 30.0	新華社 11.0
30代	ロイター通信 76.4	共同通信 72.9	時事通信 52.8	AP通信 50.1	新華社 23.3
40代	ロイター通信 78.2	共同通信 76.5	AP通信 59.2	時事通信 59.0	新華社 33.3
50代	共同通信 82.6	ロイター通信 78.9	AP通信 57.6	時事通信 57.0	新華社 38.9
60代	共同通信 81.7	ロイター通信 74.2	時事通信 55.7	AP通信 48.4	新華社 43.7
70代以上	共同通信 75.4	ロイター通信 63.1	時事通信 53.2	新華社 42.0	AP通信 36.9

## 《新聞への意見》

### 29. 新聞の記事の満足度は？（\*）

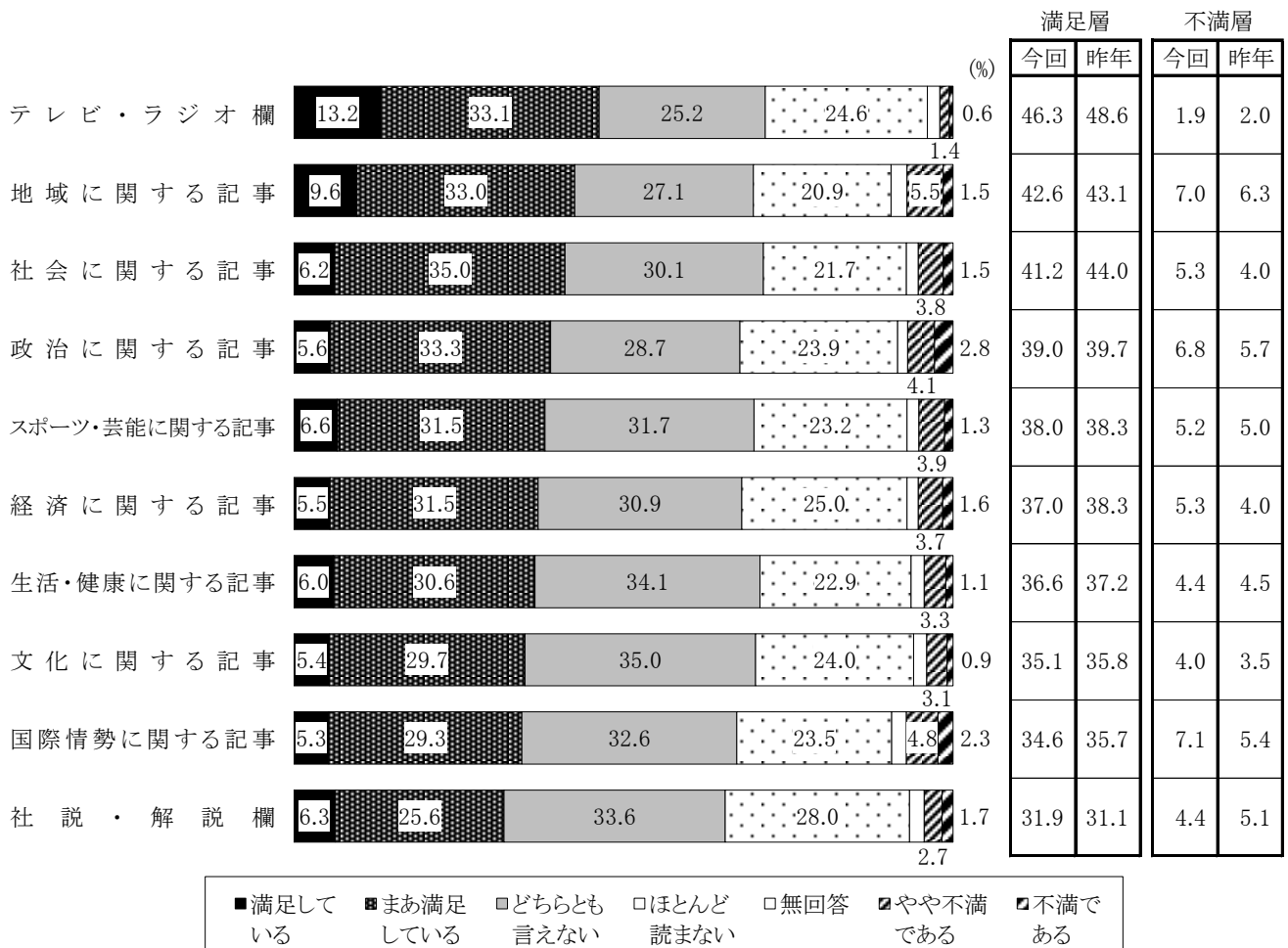
— ラ・テ欄、地域記事、社会記事など、身近な記事の満足度が高い —

- ・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46.3%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「地域に関する記事」（42.6%）、「社会に関する記事」（41.2%）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」「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、「社説・解説欄」を除く全ての記事について満足層が減少し、「社会に関する記事」の2.8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 29-1 新聞の記事の満足度

(n=3,047)



- ・「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くなった。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6.5ポイント、「地域に関する記事」は3.2ポイント、男性より女性が多かった。
- ・「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 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=3,047)

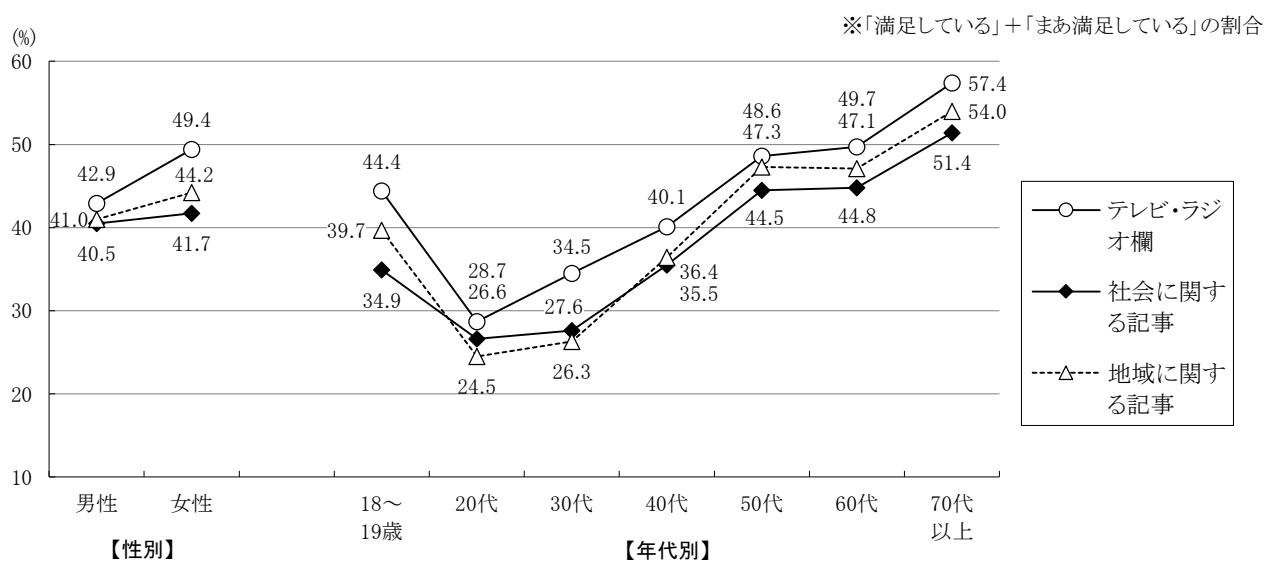
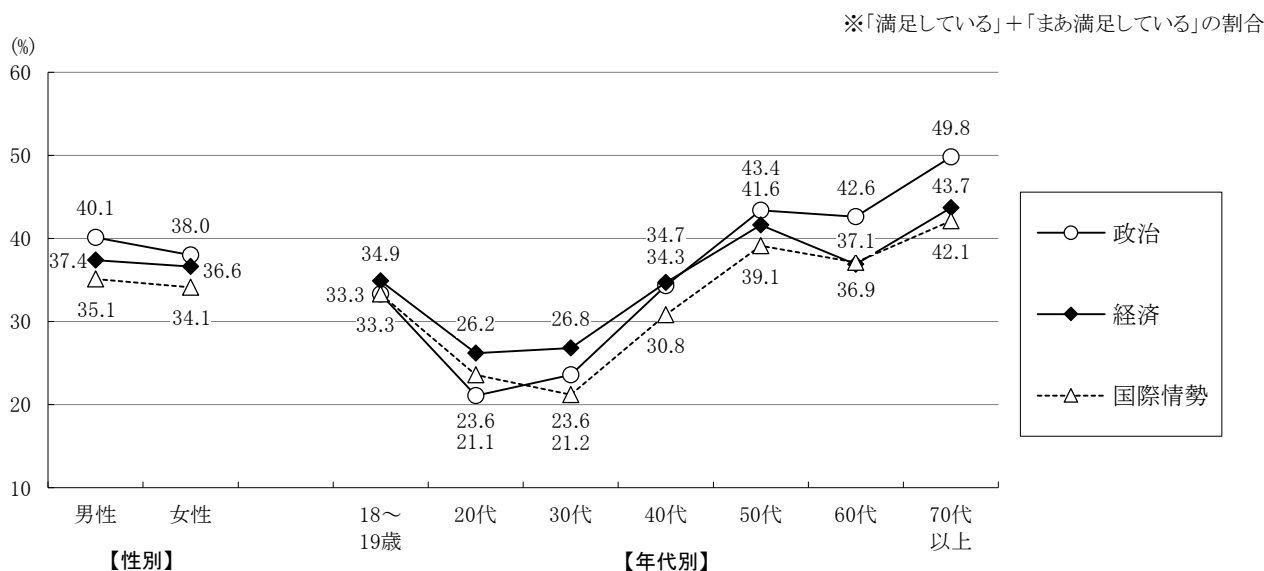


図 29-3 政治、経済、国際情勢に関する記事に満足している人の割合（性・年代別）

(n=3,047)



### 30. 新聞全般の満足度は？（＊）

－ 満足している人は45%、不満な人は9% －

- ・新聞全般について、「満足している」は13.4%、「やや満足である」は32.0%であり、この2つを合わせた満足層は45.4%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9.0%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63.4%となった。一方、不満層は最も多い40代でも12.9%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 30-1 新聞全般の満足度 (n=3,047)

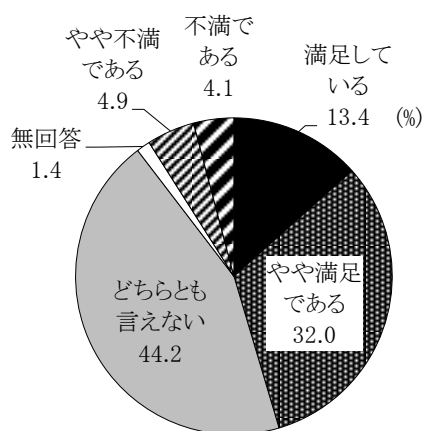


図 30-2 新聞全般の満足度（時系列）

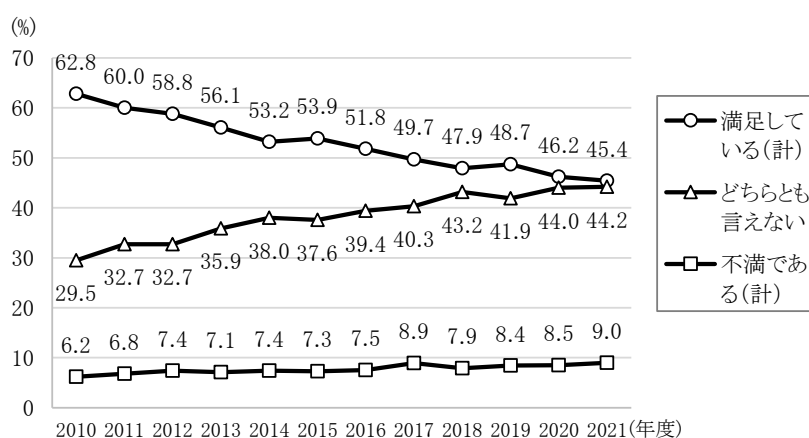
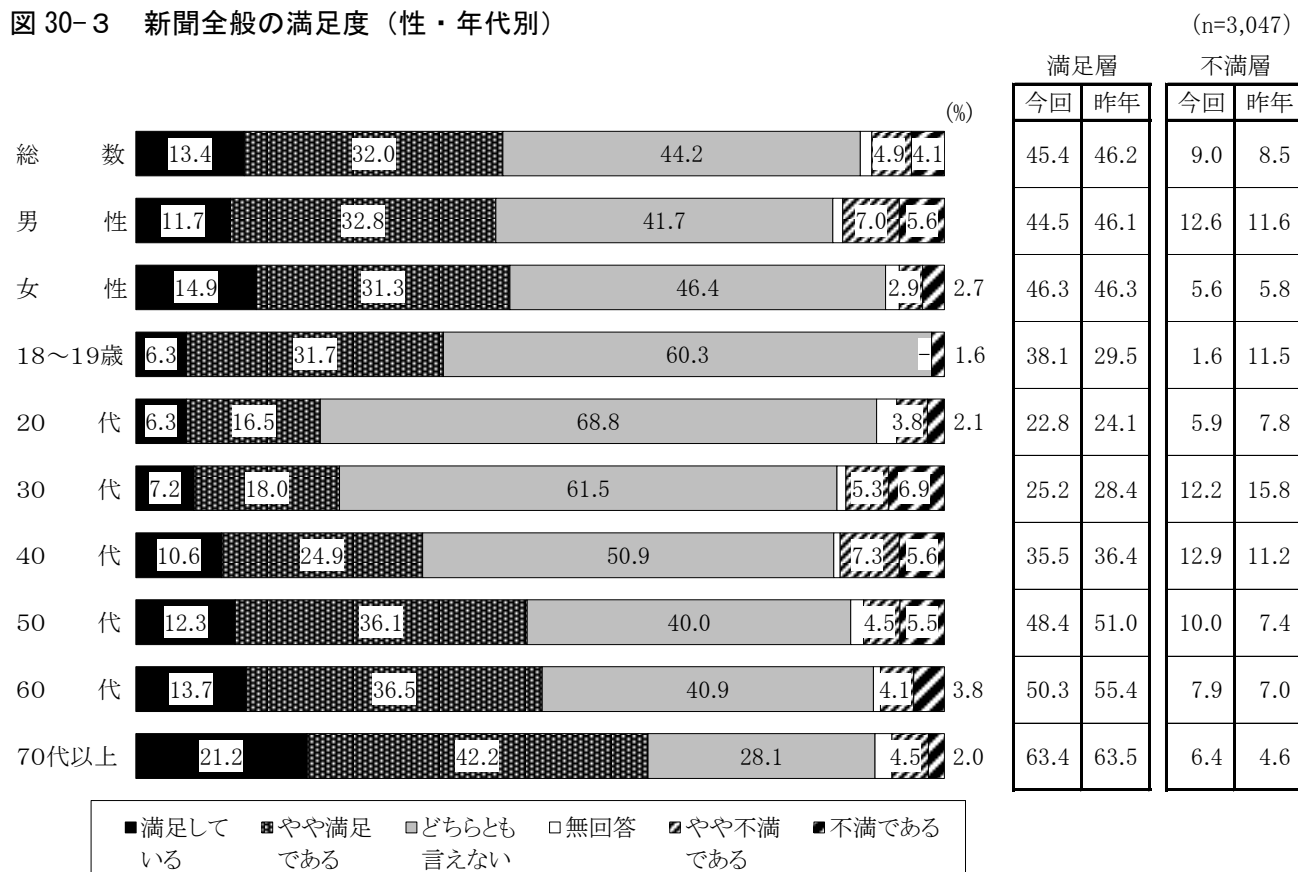


図 30-3 新聞全般の満足度（性・年代別）



# 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」58% －

- ・戸別配達については、「ぜひ続けてほしい」は32.4%、「できれば続けてほしい」は25.6%であり、両者をあわせた『続けてほしい(計)』は58.0%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26.1ポイント、昨年度(58.4%)からは0.4ポイントの減少となった。年代別に見ると、昨年度から60代で10.1ポイント、50代で5.7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(30.8%)から70代以上(82.7%)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=3,047)

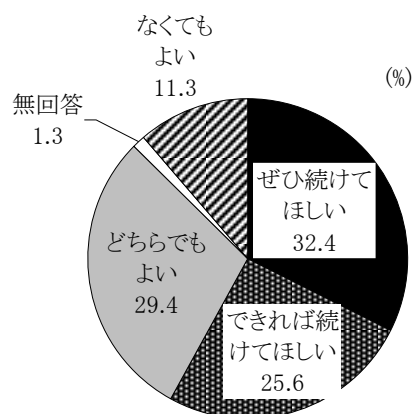


図 31-2 『続けてほしい(計)』割合 (時系列)

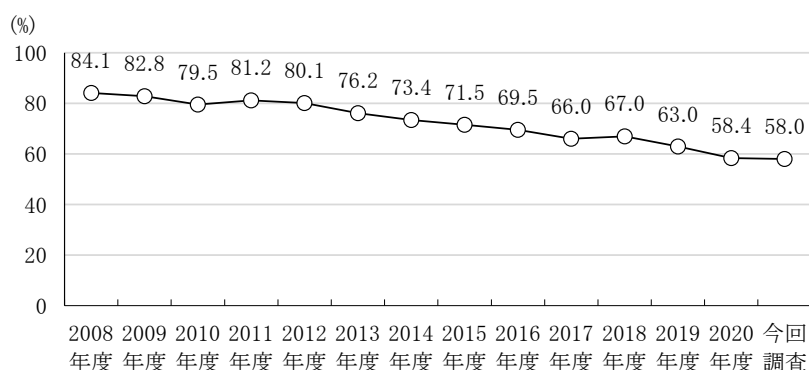
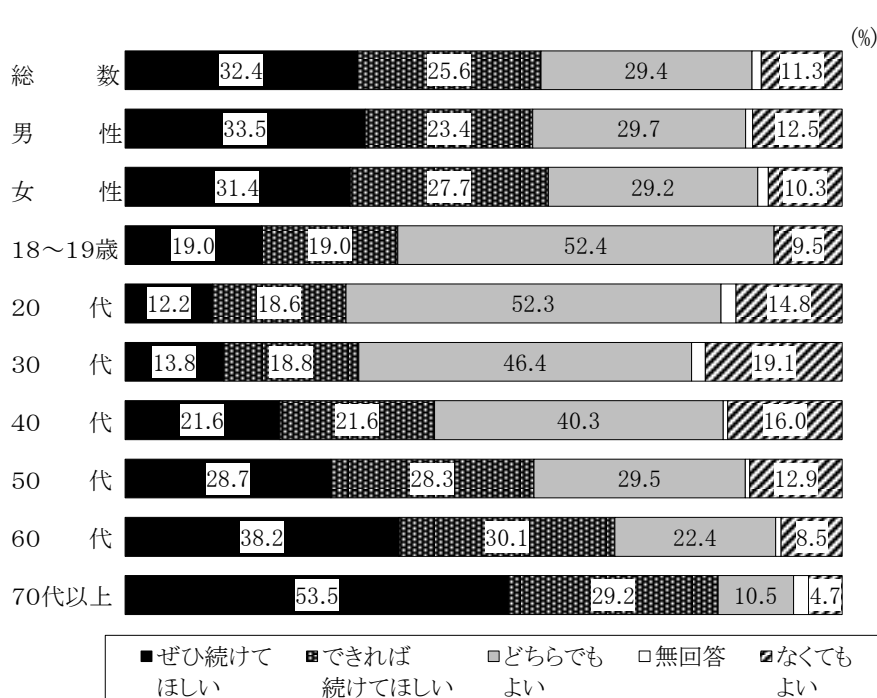


図 31-3 戸別配達の存続 (性・年代別)

(n=3,047)



続けてほしい(計)

	今回	2020年	2019年	2018年	2017年
総数	58.0	58.4	63.0	67.0	66.0
男性	56.8	56.5	62.1	64.7	65.0
女性	59.0	60.0	63.9	69.1	67.0
18～19歳	38.1	32.1	46.6	44.3	38.1
20代	30.8	27.8	30.1	41.8	38.3
30代	32.6	32.1	39.5	44.3	41.0
40代	43.2	43.6	53.1	57.0	58.0
50代	57.0	62.7	63.9	70.6	66.1
60代	68.4	78.5	79.4	77.2	80.9
70代以上	82.7	80.9	84.7	87.8	87.0

## 32. 新聞の購読料をどう思う? (\*)

— 「高い」とする人が51%、「妥当」とする人が46% —

- ・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13.7%、「少し高い」は37.1%で、両者を合わせた『高い(計)』は50.7%となった。「妥当である」は46.2%、「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」を上回ったが、『高い(計)』は昨年度から減少が続いた。
- ・年代別に見ると、『高い(計)』は20~40代で多く60%台となったが、70代以上で低く37.6%だった。「妥当である」は70代以上で最も多く58.4%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 32-1 新聞の購読料 (n=3,047)

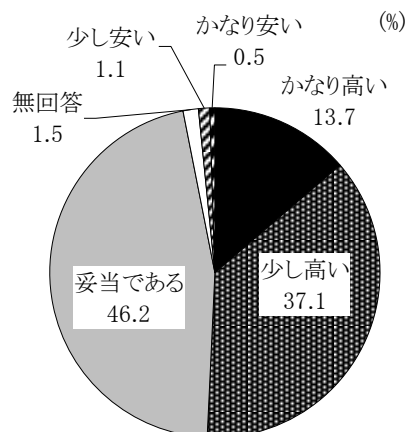


図 32-2 新聞の購読料 (時系列)

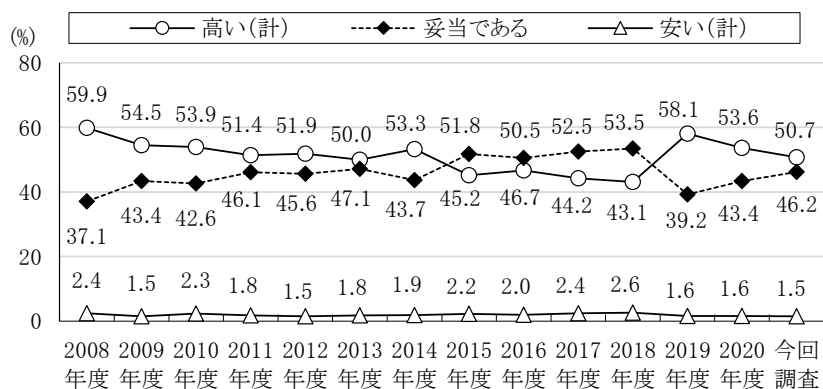
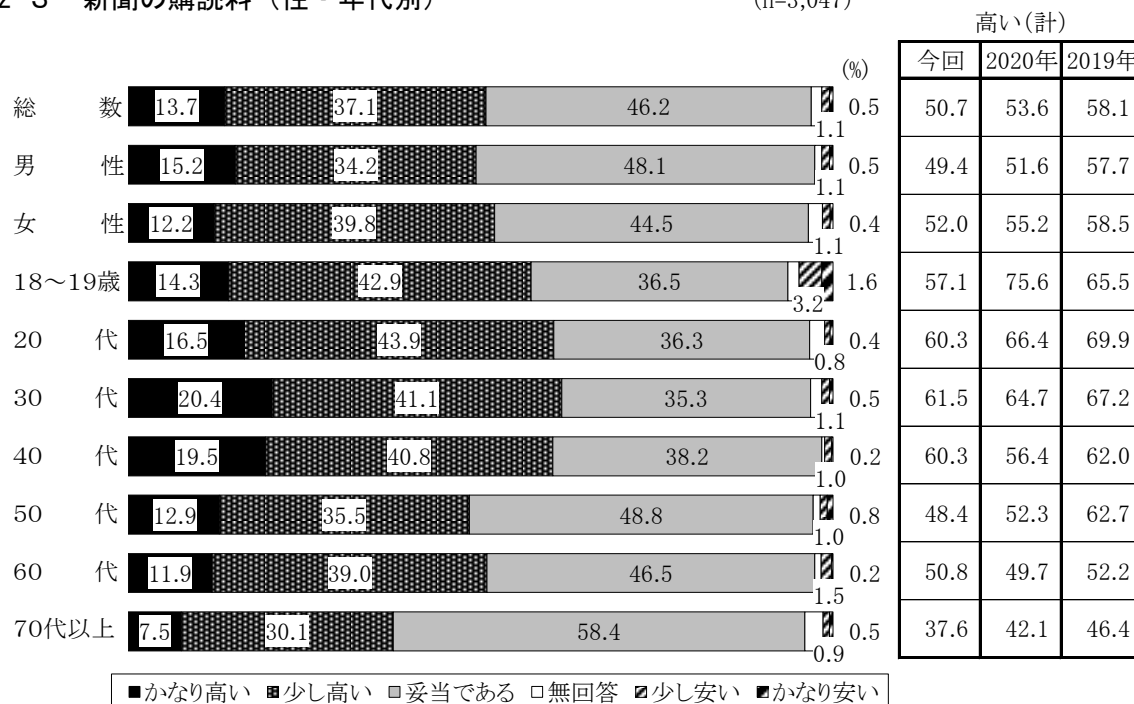


図 32-3 新聞の購読料 (性・年代別)

(n=3,047)



### 33. 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37% —

- ・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49.7%だった。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25.4%、「無料でも新聞は読まない」が11.8%だった。
- ・年代別に見ると、「紙の新聞を購読する」は、20代（11.4%）から年代の上昇とともに割合も多くなり70代以上で80.9%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30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 33-1 今後の新聞との接し方

(n=3,047)

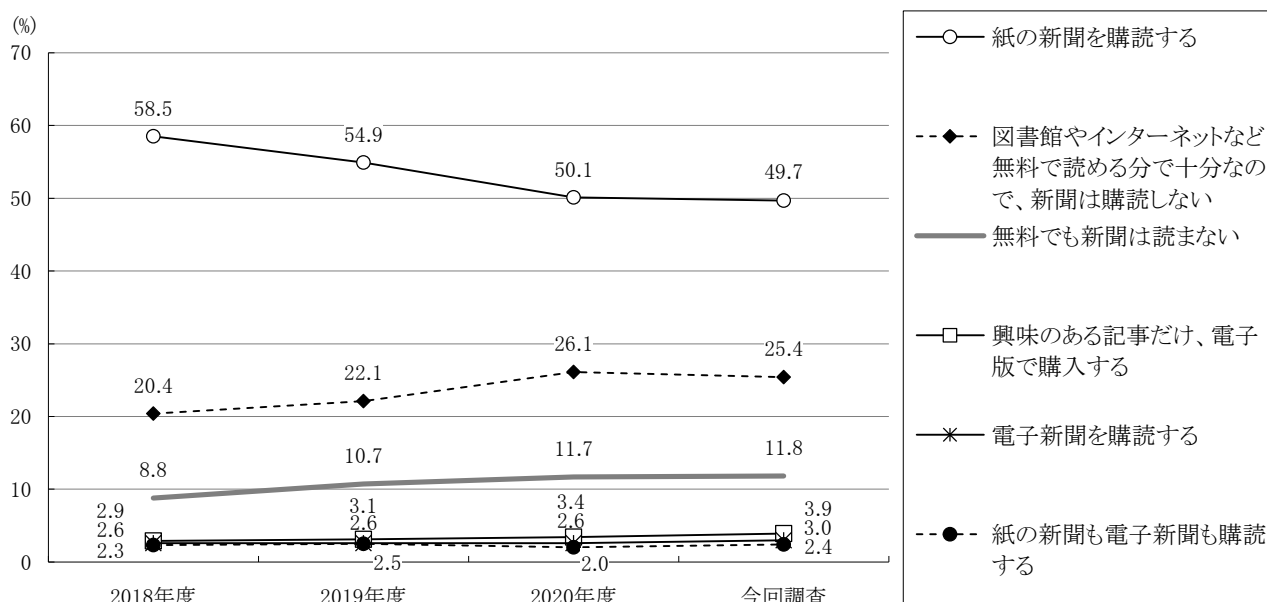
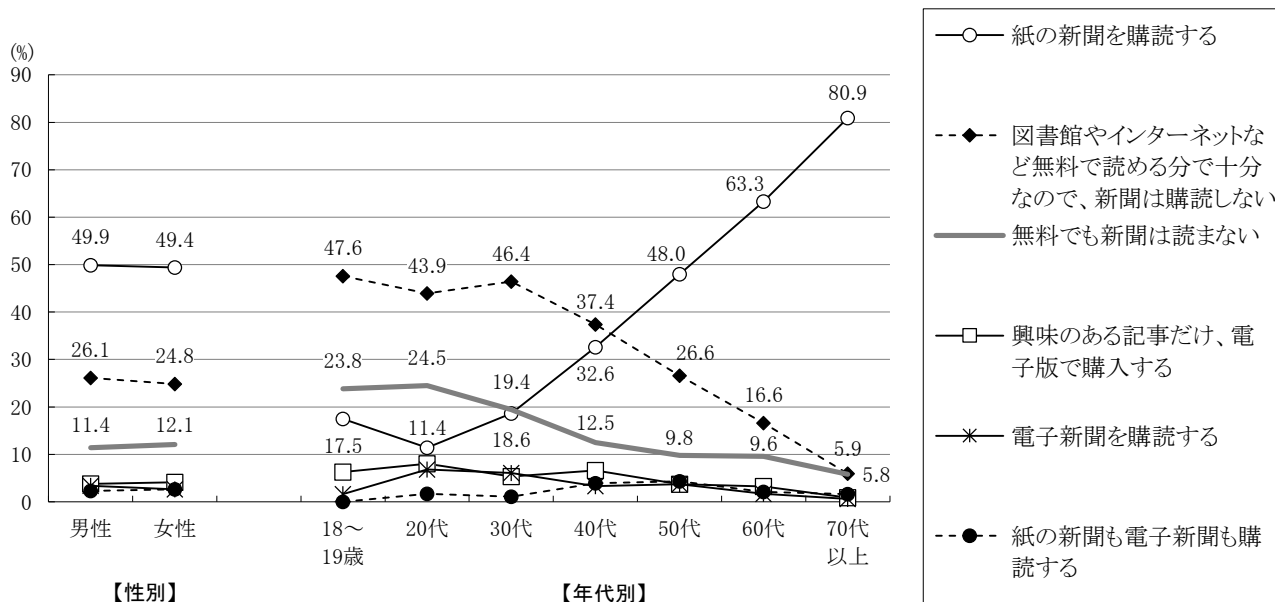


図 33-2 今後の新聞との接し方（性・年代別）

(n=3,047)



## 《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 76.6%)

### 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91%、モバイルのみでの閲覧が66% —

- ・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90.8%と突出して多かった。次いで「パソコン」が33.5%、「タブレット」は12.3%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66.2%、「パソコンとモバイル」が26.8%、「パソコンのみ」が6.7%だった。
- ・昨年度調査と比較すると、「モバイルのみ」が3.2ポイント減、「パソコンとモバイル」が2.6ポイント増となった。
- ・「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(53.5%)より女性(78.4%)で多く、年代別では、70代以上の52.0%から18~19歳の86.2%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=2,334)

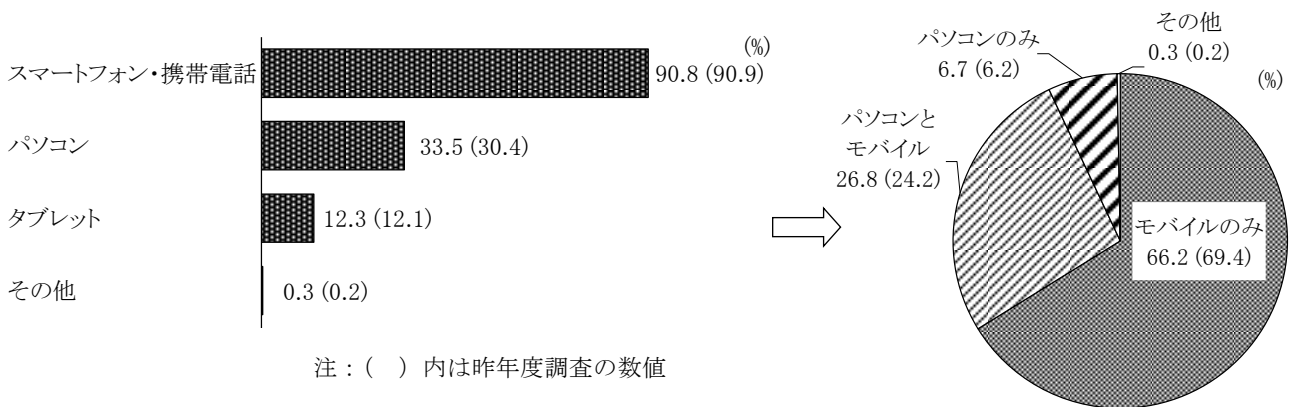
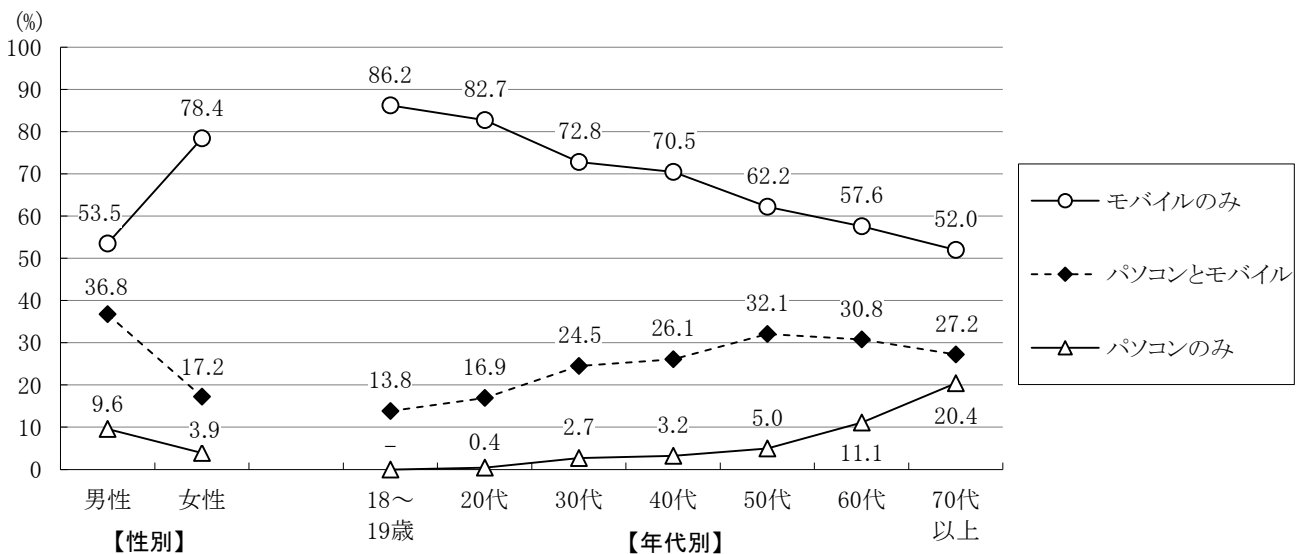


図 34-2 インターネットニュースを見る時に使用する機器 (性・年代別) (n=2,334)





(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 76.4%)

### 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 82%、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)」(81.8%) が突出して多かった。以下、「SNS (LINE、Twitter、Facebook など)」(36.6%)、「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)」(16.8%)、「新聞社・通信社・テレビ放送局の公式サイト」(15.7%) 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、最も多い 70 代以上でも 22.3% 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=2,328)

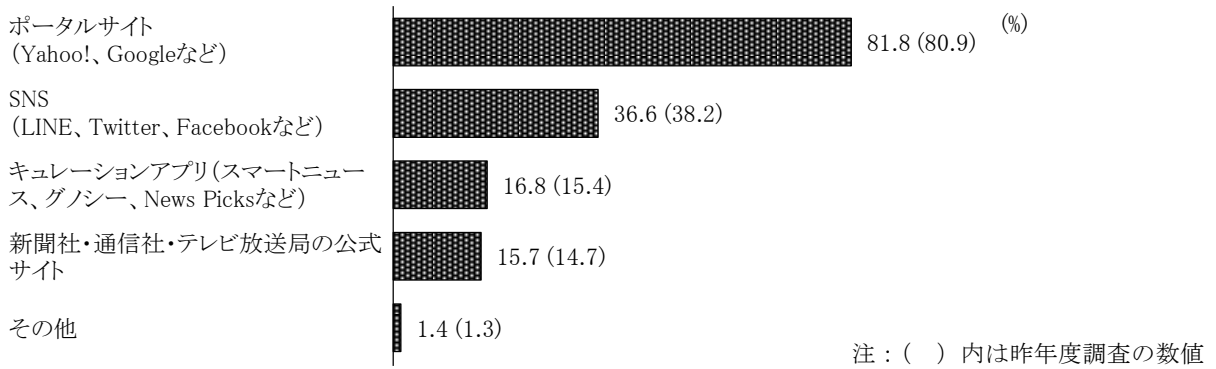
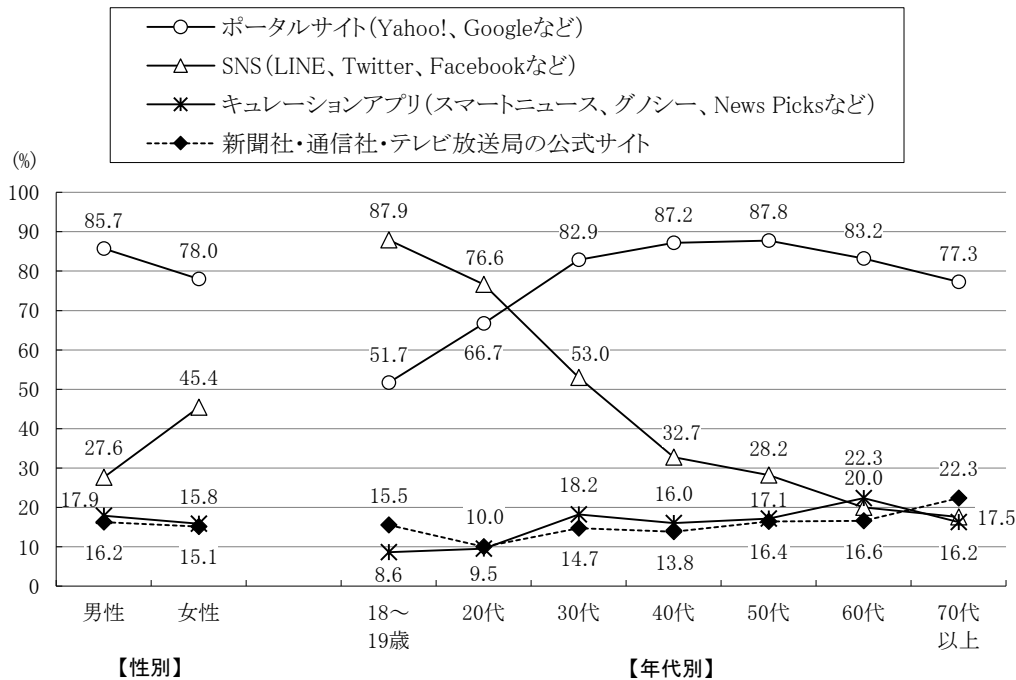


図 35-2 インターネットニュースを見る時、アクセスするサイト (性・年代別) (複数回答、n=2,328)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 76.5%)

### 36. 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」47%、「気にしない」53% —

- ・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 47.0% (「いつも気にする」12.6%と「まあ気にする」34.3%の計)、「気にしない」と答えた人が 53.0% (「全く気にしない」15.5%と「あまり気にしない」37.5%の計) となった。
- ・性別に見ると、「気にする」は男性で 51.1%と「気にしない」を上回ったが、年代別ではいずれも「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 36-1 インターネットニュースの住所

(n=2,330)

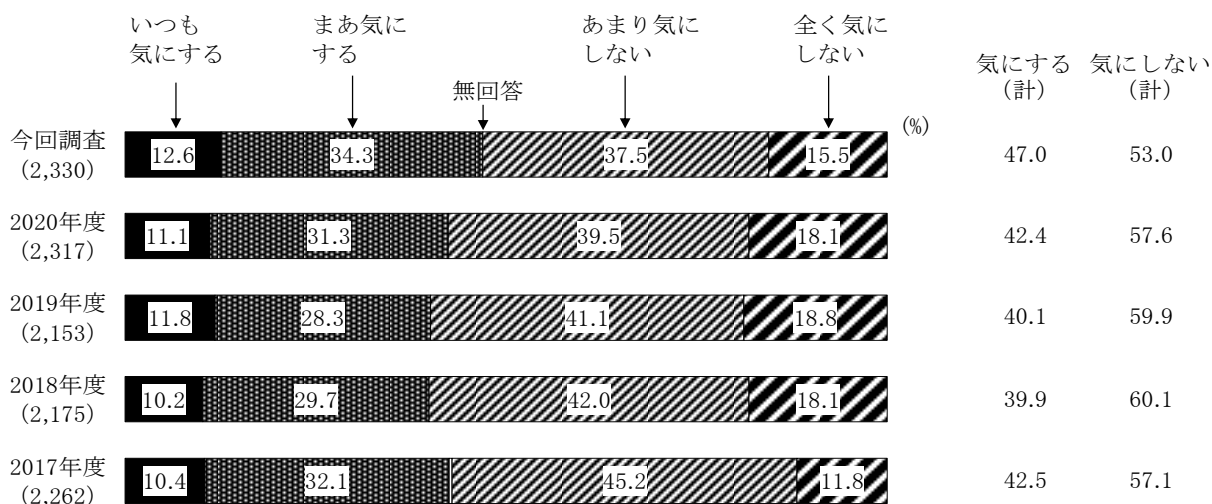
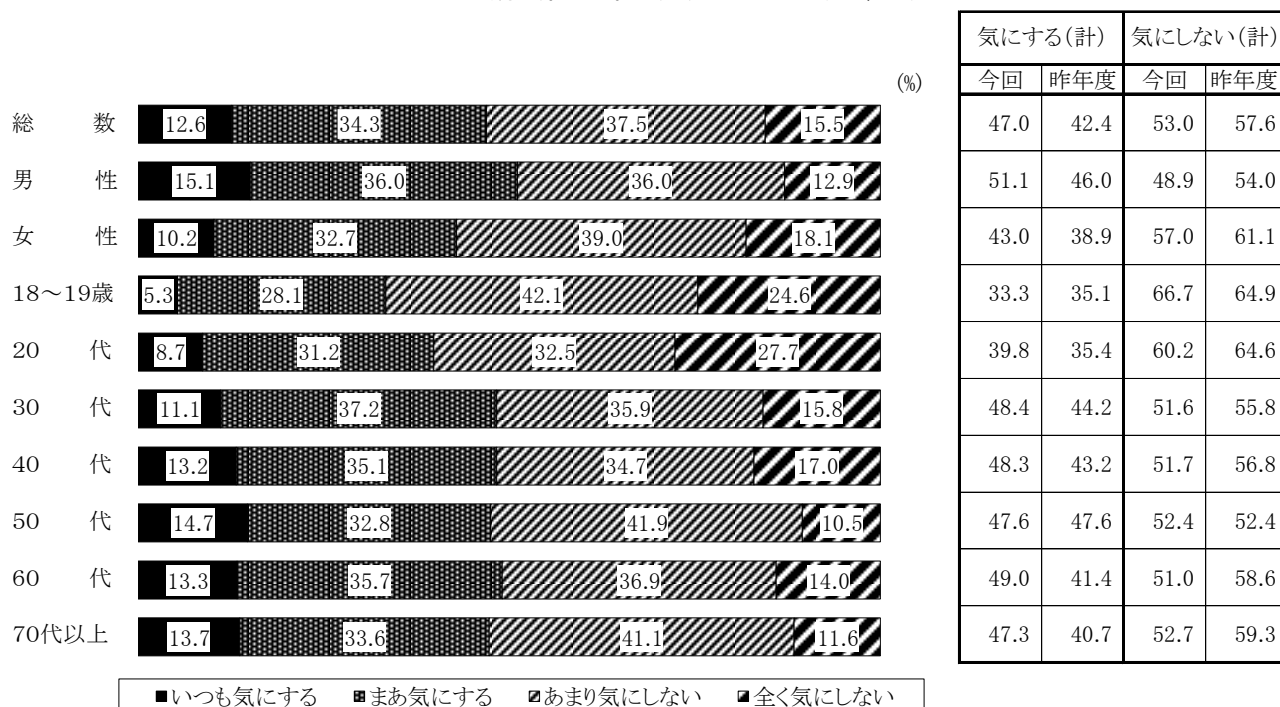


図 36-2 インターネットニュースの住所 (性・年代別)

(n=2,330)



### 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？（＊）

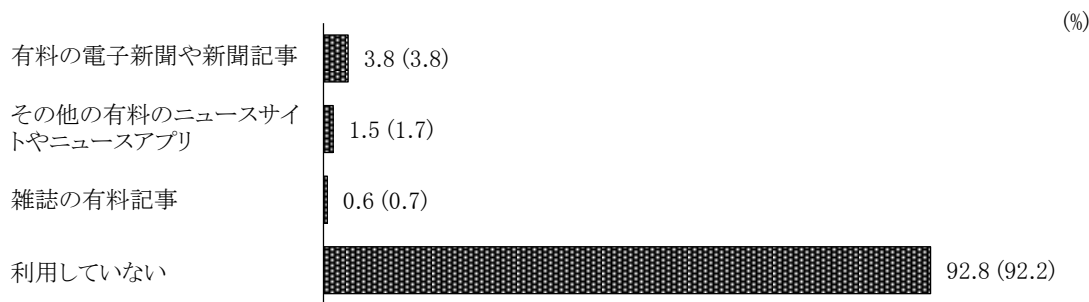
－ 利用していないが93%、

「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1.5%、「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50代で最も多かったが、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

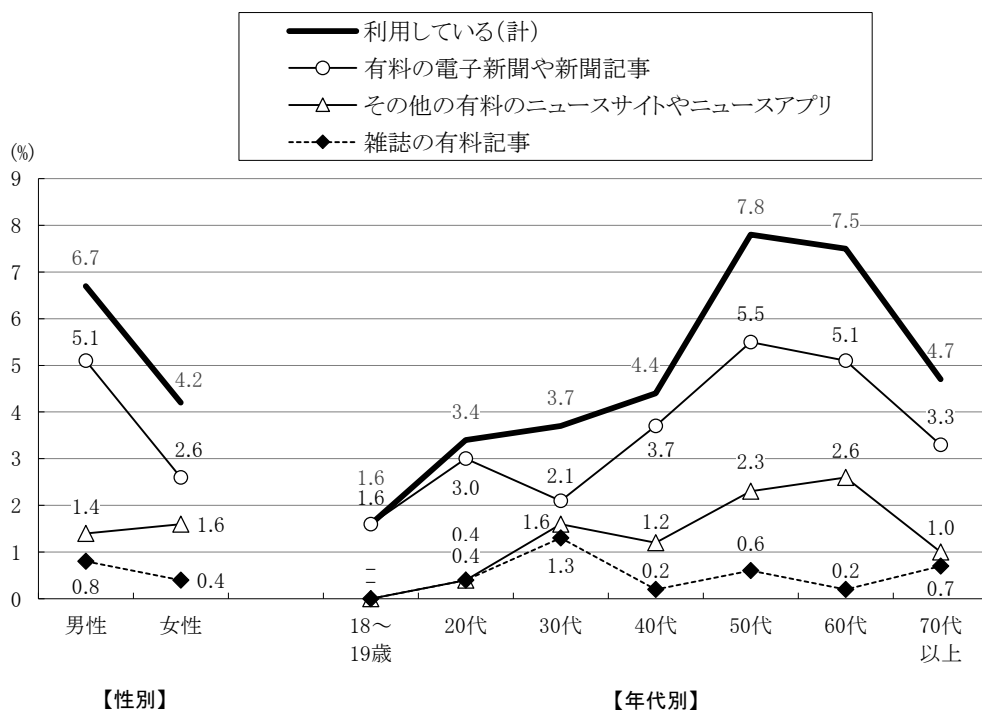
(複数回答、n=3,047)



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=3,047)



## 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 3,047（60.9%）

### <性別>

総数	男性	女性
3,047	1,460	1,587
100.0%	47.9%	52.1%

### ●調査方法

専門調査員による訪問留置法

### ●実査時期

2021年8月27日から9月14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
63	237	377	519	512	531	808
2.1%	7.8%	12.4%	17.0%	16.8%	17.4%	26.5%

第14回 メディアに関する全国世論調査（2021年）

2021年11月13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