

第16回
メディアに関する全国世論調査
(2023年)

公益財団法人 新聞通信調査会

目 次

《各メディアの印象・信頼度》

1. 各メディアの情報の信頼度は？…………… 1
 <1位「NHK テレビ」67.0点、2位「新聞」66.5点、3位「民放テレビ」61.8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」49%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」>

《人口減少・少子化対策》

5. 人口減少への危機感は？…………… 7
 <危機感を持っているのは79%>
6. 少子化対策についての意見は？…………… 8
 <「国の未来に関わる重要政策で、本腰を入れるべき」42%>
7. 子供の数を増やすのに効果的な対策は？…………… 9
 <「子育て環境の整備」52%、「子育て世代への財政投入」49%>
8. 少子化対策の財源として好ましいのは？…………… 11
 <「富裕層中心」34%、「高所得者層中心」29%>
9. 少子化に関する報道は？…………… 12
 <「岸田政権の少子化対策に対する検証や批判が不十分」68%>

《日本の安全保障》

10. 日本が軍事攻撃を受ける不安は？…………… 13
 <「不安を感じる」79%、「不安を感じない」20%>
11. 台湾をめぐる中国の武力行使への危機感は？…………… 14
 <「危機感を持っている」79%、「危機感を持っていない」20%>
12. 中国が台湾を軍事的に攻撃した場合の日本の関与は？…………… 15
 <「自衛隊は戦闘に不参加、武器弾薬の後方支援」31%>
13. 防衛費の増額に賛成？…………… 16
 <「賛成」43%、「反対」56%>
14. 防衛費と少子化対策費のどちらに予算を重点的に配分すべき？…………… 17
 <「防衛費」23%、「少子化対策費」74%>

《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？…………… 18
 <ニュース接触率「民放テレビ」「インターネット」「NHK テレビ」「新聞」の順>
16. ニュースを読んだり見聞きしたりするのは1日にどれくらい？…………… 20
 <接触時間の長い順は「民放テレビ」「NHK テレビ」「新聞」「インターネット」>
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？…………… 21
 <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？…………… 23
 <「民放テレビ」72%、「インターネット」62%、「NHK テレビ」52%、「新聞」39%>
19. どのメディアで各分野の情報を得る？…………… 24
 <全分野で民放テレビが1位>

《生活の中の新聞》

20. 新聞をどのように読んでいる？…………… 26
 <「月ぎめでとっている紙の新聞」51%、「読まない」38%>
21. 月ぎめ新聞の購読状況は？…………… 27
 <58%が購読、購読率は昨年から横ばい>
22. 月ぎめで新聞をとる理由は？…………… 29
 <「新聞を読むのが習慣になっているから」47%>
23. 月ぎめで新聞をとらない理由は？…………… 30
 <「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」78%>
24. 通信社の役割を知っている？…………… 31
 <「知っている」47%、「知らない」52%>
25. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？…………… 32
 <1位「共同通信」(71%)、2位「ロイター通信」(67%)>

《新聞への意見》

26. 新聞の記事の満足度は？…………… 33
 <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>
27. 新聞全般の満足度は？…………… 35
 <満足している人は41%、不満な人は11%>
28. 戸別配達をどう思う？…………… 36
 <日本独特の戸別配達制度、「続けてほしい」55%>
29. 新聞の購読料をどう思う？…………… 37
 <「高い」とする人が53%、「妥当」とする人が44%>
30. 今後、新聞とどう接する？…………… 38
 <「紙の新聞を購読する」が46%、「購読しない・読まない」が40%>

《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？…………… 39
 <スマートフォン・携帯電話が93%、モバイルのみでの閲覧が71%>
32. インターネットニュースを見る時、アクセスするのは？…………… 40
 <ポータルサイトが82%、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？…………… 41
 <「気にする」47%、「気にしない」53%>
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？…………… 42
 <利用していないが93%、「有料の電子新聞や新聞記事」の利用が4%>

(注) 本文の見出しに(*)があるのは過去の調査と同一質問であることを示している。

《各メディアの印象・信頼度》

1. 各メディアの情報の信頼度は？（*）

— 1位「NHKテレビ」67.0点、2位「新聞」66.5点、3位「民放テレビ」61.8点 —

- 各メディアの情報をどの程度信頼しているかを、全面的に信頼している場合は100点、全く信頼していない場合は0点、普通の場合は50点として点数をつけてもらったところ、平均点が最も高かったのは「NHKテレビ」で67.0点、次いで「新聞」が66.5点、「民放テレビ」が61.8点だった。
- 第1回調査（2008年度）から第11回調査（2018年度）までは「NHKテレビ」が1位、第12回調査（2019年度）と第13回調査（2020年度）で「新聞」が1位だったが、前々回調査で「新聞」は「NHKテレビ」に1位を譲り、今回も僅差で2位だった。
- 昨年度と比較すると、「新聞」（前回調査比0.6点低下）、「NHKテレビ」（同0.4点低下）、「民放テレビ」（同0.3点低下）は低下、「インターネット」（同0.6点上昇）、「ラジオ」（同0.1点上昇）は上昇した。
- 性別、年代別に見ると、「NHKテレビ」、「新聞」は30代以上で上位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。「新聞」は40代以下で1位に挙げられた。

図1-1 各メディアの信頼度

(n=2,871)

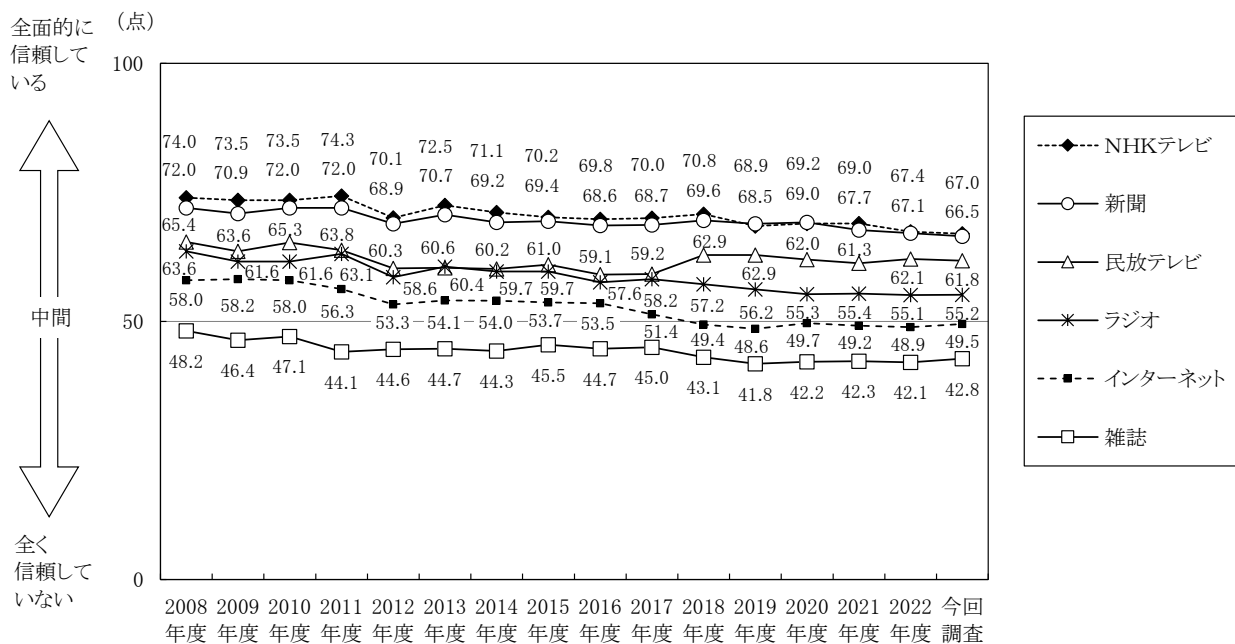


表 1-1 各メディアの信頼度（性・年代別）

(n=2,871)

(点)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総 数	NHKテレビ 67.0	新聞 66.5	民放テレビ 61.8	ラジオ 55.2	インターネット 49.5	雑誌 42.8
男 性	NHKテレビ 65.2	新聞 64.4	民放テレビ 59.3	ラジオ 53.5	インターネット 49.6	雑誌 41.4
女 性	NHKテレビ 68.8	新聞 68.5	民放テレビ 64.1	ラジオ 56.9	インターネット 49.5	雑誌 44.2
18-19歳	新聞 67.8	民放テレビ 62.9	NHKテレビ 62.4	インターネット 57.5	ラジオ 55.3	雑誌 48.5
20 代	新聞 61.6	民放テレビ 59.7	NHKテレビ 58.6	ラジオ 55.6	インターネット 54.5	雑誌 47.8
30 代	新聞 61.2	NHKテレビ 60.9	民放テレビ 56.5	インターネット 54.1	ラジオ 52.8	雑誌 45.4
40 代	新聞 62.9	NHKテレビ 62.4	民放テレビ 58.4	ラジオ 54.3	インターネット 53.5	雑誌 45.3
50 代	NHKテレビ 68.1	新聞 66.9	民放テレビ 62.3	ラジオ 57.9	インターネット 51.9	雑誌 43.3
60 代	NHKテレビ 69.3	新聞 67.4	民放テレビ 64.2	ラジオ 55.7	インターネット 48.5	雑誌 41.5
70代以上	NHKテレビ 73.0	新聞 71.5	民放テレビ 64.6	ラジオ 54.5	インターネット 40.2	雑誌 38.2

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18.1%で最も多く、次いで、「情報が分かりやすい」が15.9%、「社会的影響力がある」が13.8%だった。また、「何となく」と回答した人の割合は9.3%だった。
- ・年代別に見ると、「情報源として欠かせない」は50代以上で最も影響の大きい要因となった。一方、「何となく」と回答した人は、30代以下で多かった。

図2-1 各メディアの信頼度得点をつけた要因

(n=2,871)

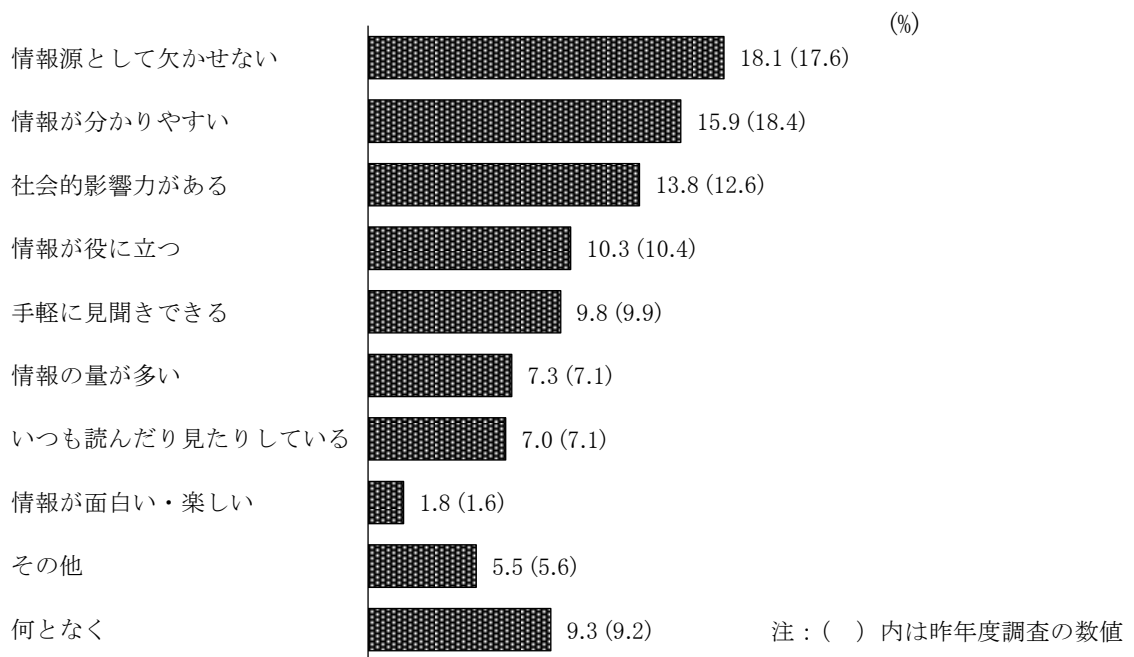
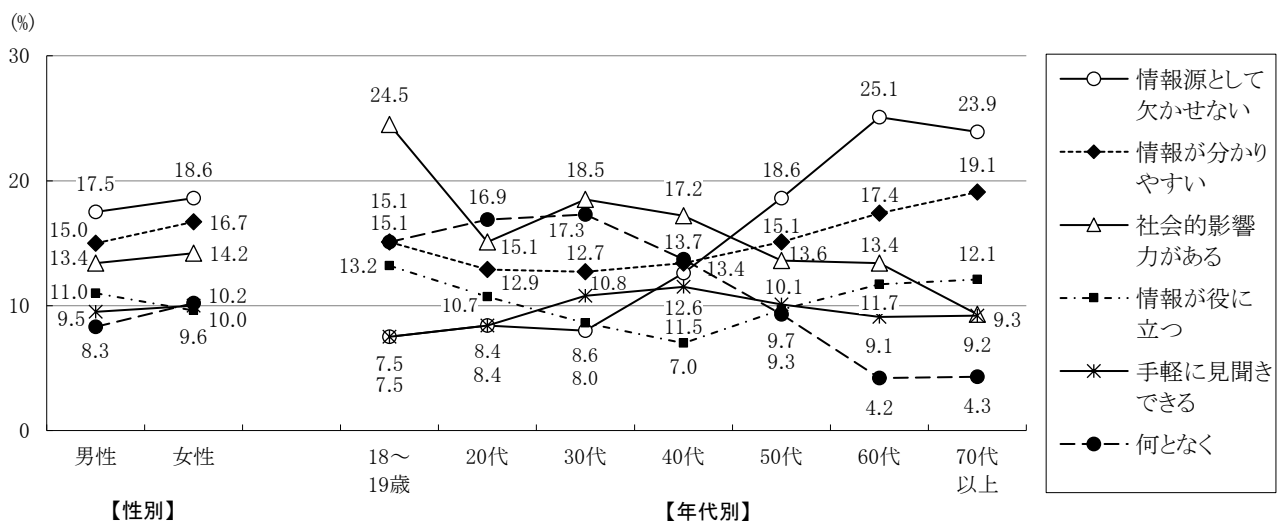


図2-2 各メディアの信頼度得点をつけた要因（性・年代別）

(n=2,871)



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」49%がトップ

- ・この1年間で各メディアの信頼感が変化したか尋ねたところ、全てのメディアで「変わらない」と回答した人が70%以上と多数を占めた。「高くなった」は「インターネット」が5.8%と最も多かった。一方、「低くなった」は「雑誌」が11.8%、「民放テレビ」が11.5%、「インターネット」が11.3%と多かった。昨年度調査と比べると、変化が大きかったのは、「高くなった」ではNHKテレビの1.0ポイント減、「低くなった」では新聞の1.2ポイント増だった。
- ・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」（38.7%）が最も多かった。昨年度（35.8%）より2.9ポイント増加した。「根拠に基づく情報を報道しているから」（21.8%）は、昨年度（24.1%）より2.3ポイント減少した。
- ・新聞の信頼感が「低くなった」と答えた人にその理由を聞いたところ、「特定の勢力に偏った報道をしているから」（49.4%）が最も多かった。昨年度（44.8%）より4.6ポイント増加した。「政府や財界の主張通りに報道するだけだから」（14.1%）は、昨年度（16.5%）より2.4ポイント減少した。

図3-1 各メディアの信頼感の変化

(n=2,871)

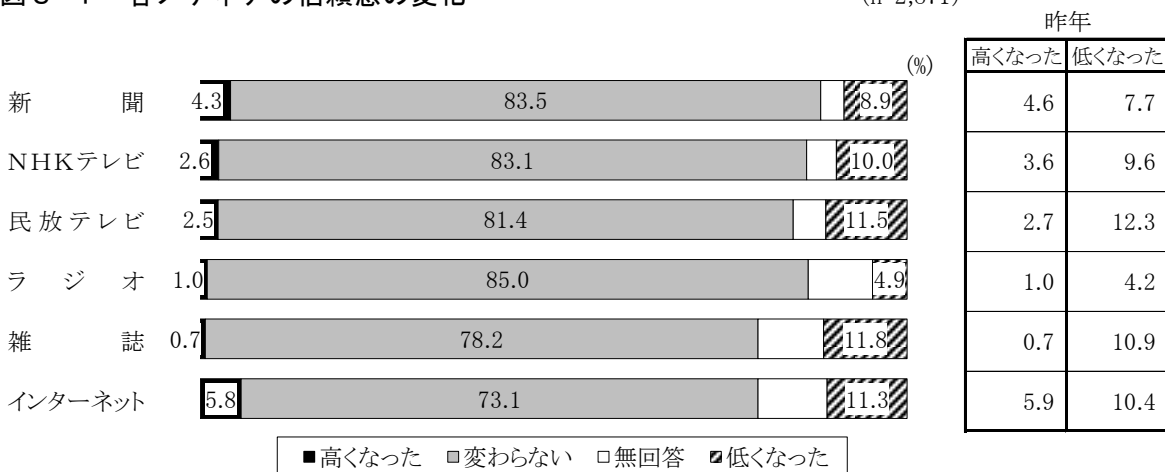


図3-2 新聞の信頼感が高くなった理由 (n=124)

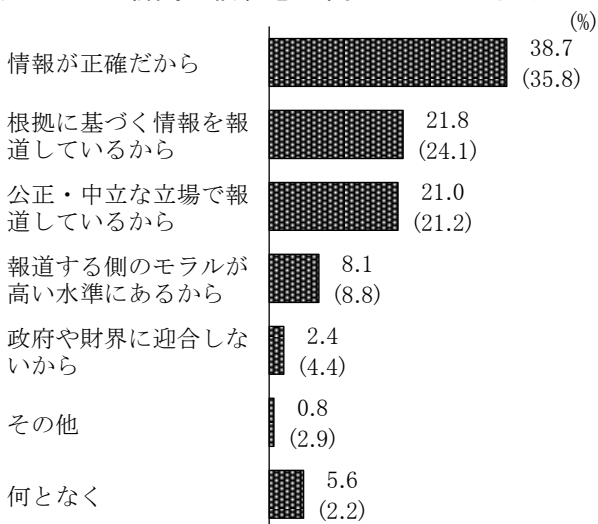
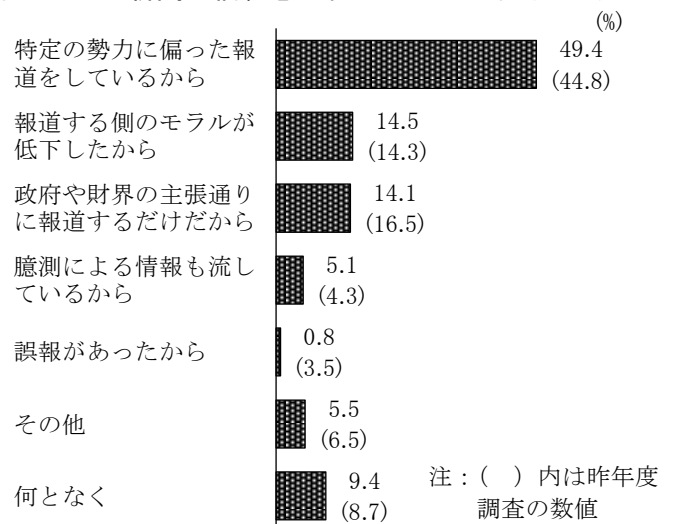


図3-3 新聞の信頼感が低くなった理由 (n=255)



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」では民放テレビが1位に、「社会的影響力がある」では民放テレビとNHK テレビが1位に、「手軽に見聞きできる」「情報源として欠かせない」「情報の量が多い」「情報が役に立つ」ではインターネットが1位になった。
- ・新聞は、「情報が信頼できる」で2位に、「情報の量が多い」で3位になった。
- ・昨年度調査と比較すると、NHK テレビは「情報が信頼できる」(2.7ポイント)、「情報源として欠かせない」(2.4ポイント)、民放テレビは「情報が面白い・楽しい」(2.4ポイント)、「情報が分かりやすい」(2.3ポイント)、「情報源として欠かせない」(3.4ポイント)、「情報が役に立つ」(2.6ポイント)が減少した。
- ・年代別に見ると、「情報源として欠かせない」では、新聞、NHK テレビ、民放テレビは20代以降、年代が上がるほど挙げる人が多くなる傾向が見られた。インターネットは年代が下がるほど挙げる人が多くなる傾向があり、50代まではインターネットが1位だった。「情報が信頼できる」では、NHK テレビと新聞は、30代以上で民放テレビとインターネットより多かった。「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位だった。

表4-1 各メディアの印象

(複数回答、n=2,871)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
情報が信頼できる	NHKテレビ 56.8 (59.5)	新聞 52.2 (52.4)	民放テレビ 42.4 (42.9)	インターネット 19.9 (18.3)	ラジオ 9.7 (9.5)	雑誌 2.6 (2.4)
情報が面白い・楽しい	民放テレビ 57.7 (60.1)	インターネット 52.7 (54.1)	NHKテレビ 18.6 (20.3)	新聞 18.1 (18.1)	雑誌 9.9 (10.4)	ラジオ 8.2 (8.7)
情報が分かりやすい	民放テレビ 55.1 (57.4)	NHKテレビ 43.5 (43.8)	インターネット 37.5 (37.3)	新聞 32.3 (32.4)	ラジオ 6.8 (6.4)	雑誌 3.2 (3.7)
社会的影響力がある	民放テレビ 52.7 (53.0)	NHKテレビ 52.7 (52.6)	インターネット 48.0 (47.8)	新聞 40.4 (40.1)	ラジオ 6.2 (5.8)	雑誌 4.6 (3.8)
手軽に見聞きできる	インターネット 63.9 (65.9)	民放テレビ 48.3 (49.6)	NHKテレビ 30.4 (31.6)	新聞 27.7 (27.4)	ラジオ 10.7 (11.1)	雑誌 3.9 (4.3)
情報源として欠かせない	インターネット 54.5 (55.0)	民放テレビ 45.2 (48.6)	NHKテレビ 38.7 (41.1)	新聞 35.1 (36.2)	ラジオ 8.8 (8.3)	雑誌 3.1 (3.0)
情報の量が多い	インターネット 51.0 (50.4)	民放テレビ 38.1 (40.1)	新聞 32.3 (32.7)	NHKテレビ 28.1 (27.8)	ラジオ 3.4 (3.4)	雑誌 3.3 (3.2)
情報が役に立つ	インターネット 49.7 (50.1)	民放テレビ 46.7 (49.3)	NHKテレビ 41.0 (42.5)	新聞 36.9 (38.6)	ラジオ 8.8 (8.8)	雑誌 6.4 (6.5)

注：（ ）内は昨年度調査の数値

図4-1 「情報源として欠かせない」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=2,871)

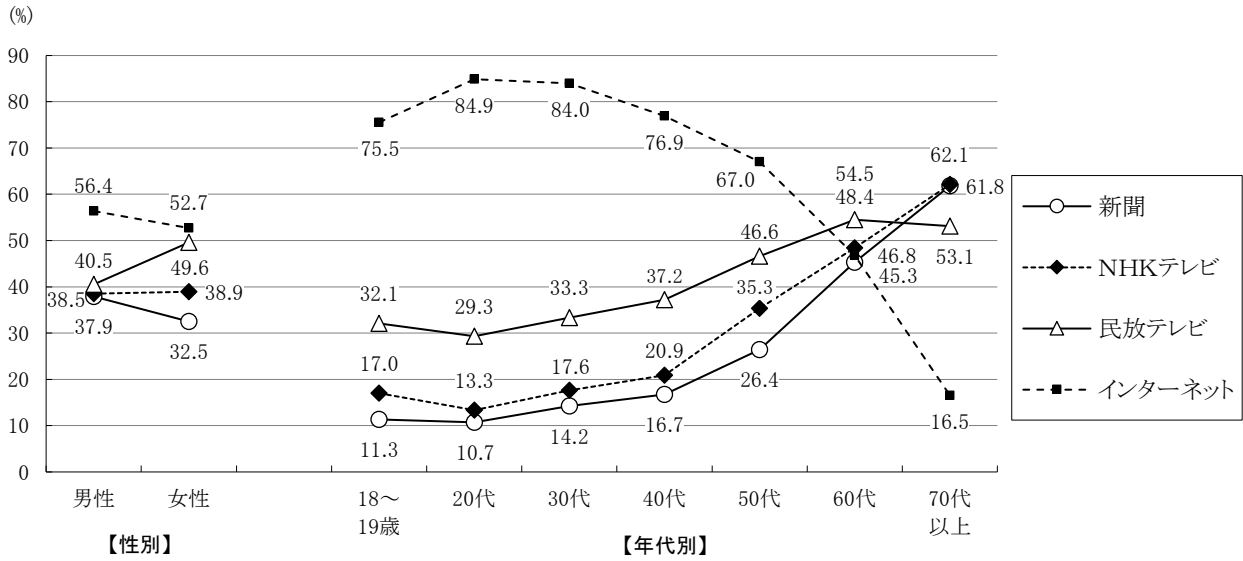


図4-2 「情報が信頼できる」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=2,871)

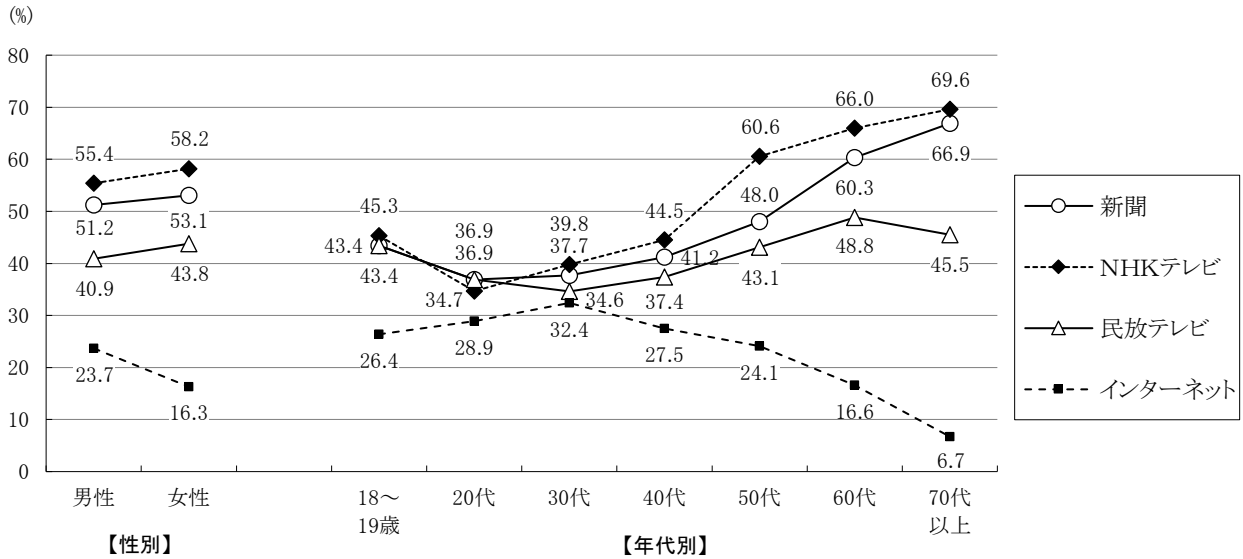
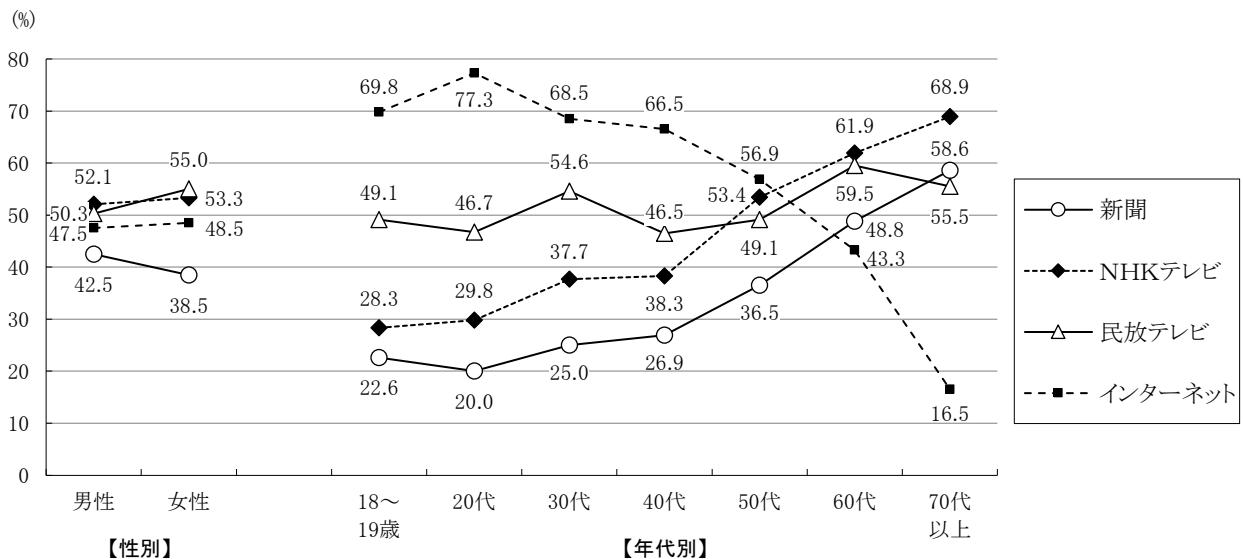


図4-3 「社会的影響力がある」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=2,871)



《人口減少・少子化対策》

5. 人口減少への危機感は？

－ 危機感を持っているのは79% －

・日本の人口減少に、「危機感を持っている」と答えた人が79.4%（「非常に危機感を持っている」29.2%と「どちらかと言えば危機感を持っている」50.2%の計）、「危機感を持っていない」と答えた人が19.2%（「まったく危機感を持っていない」6.0%と「どちらかと言えば危機感を持っていない」13.2%の計）だった。

・性別に見ると、「危機感を持っている」と答えた人は、男性の78.1%に対し女性が80.7%と、女性の方が2.6ポイント多かった。年代別に見ると、「危機感を持っている」は、20代から年代が上がるほど高くなる傾向が見られ、50代以上で80%台だった。

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

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

図5-1 人口減少への危機感

(n=2,871)

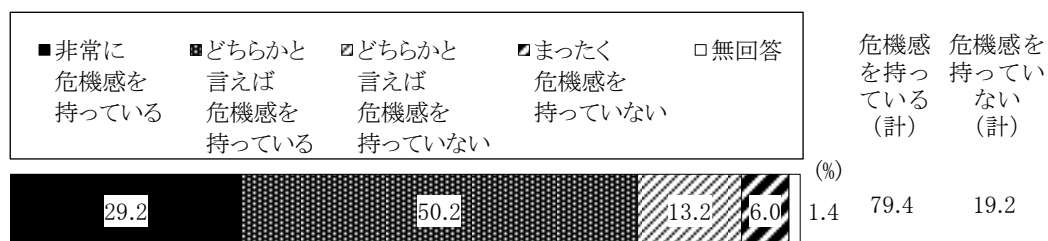
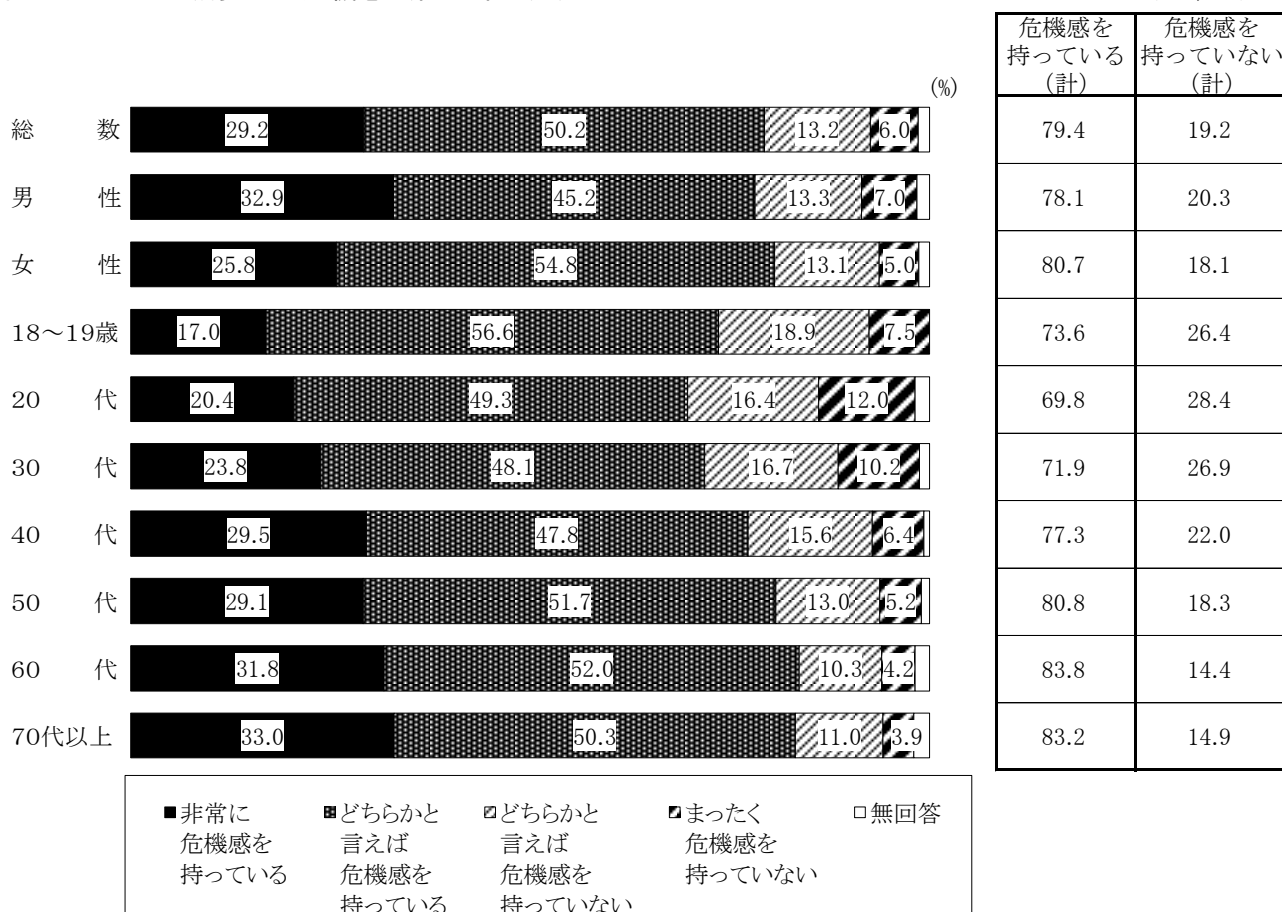


図5-2 人口減少への危機感（性・年代別）

(n=2,871)



6. 少子化対策についての意見は？

－ 「国の未来に関わる重要政策で、本腰を入れるべき」42% －

- ・少子化対策についての考えを尋ねたところ、「国の未来に関わる重要政策であり、本腰を入れるべきだ」が最も多く41.6%、以下、「一定程度必要だが、過度な財政投入は控えるべきだ」19.2%、「少子化・人口減少は政策では解決できない」14.7%、「子どもを産む、産まないは個人の判断にゆだねるべきだ」14.5%だった。
- ・少子化対策について、「国の未来に関わる重要政策であり、本腰を入れるべきだ」が、性別・年代別に関わらず最も多いが、男性が47.2%、女性が36.5%と11ポイントの差が見られる。「一定程度必要だが、過度な財政投入は控えるべきだ」は20～30代で低く、この年代では「子どもを産む、産まないは個人の判断にゆだねるべきだ」が高かった。

図6-1 少子化対策について

(n=2,871)

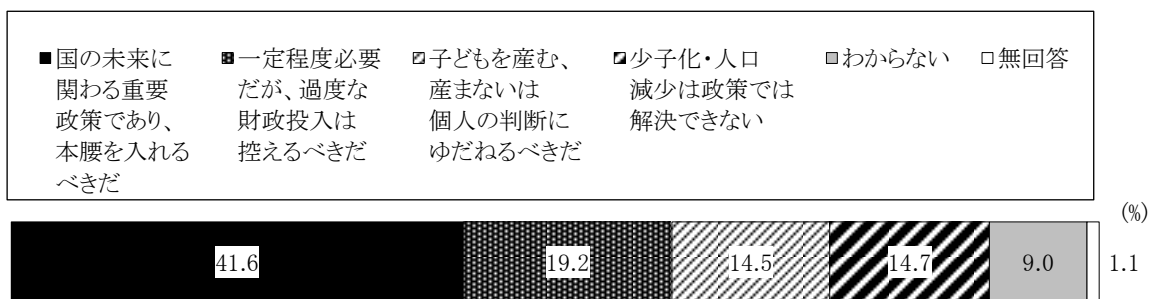
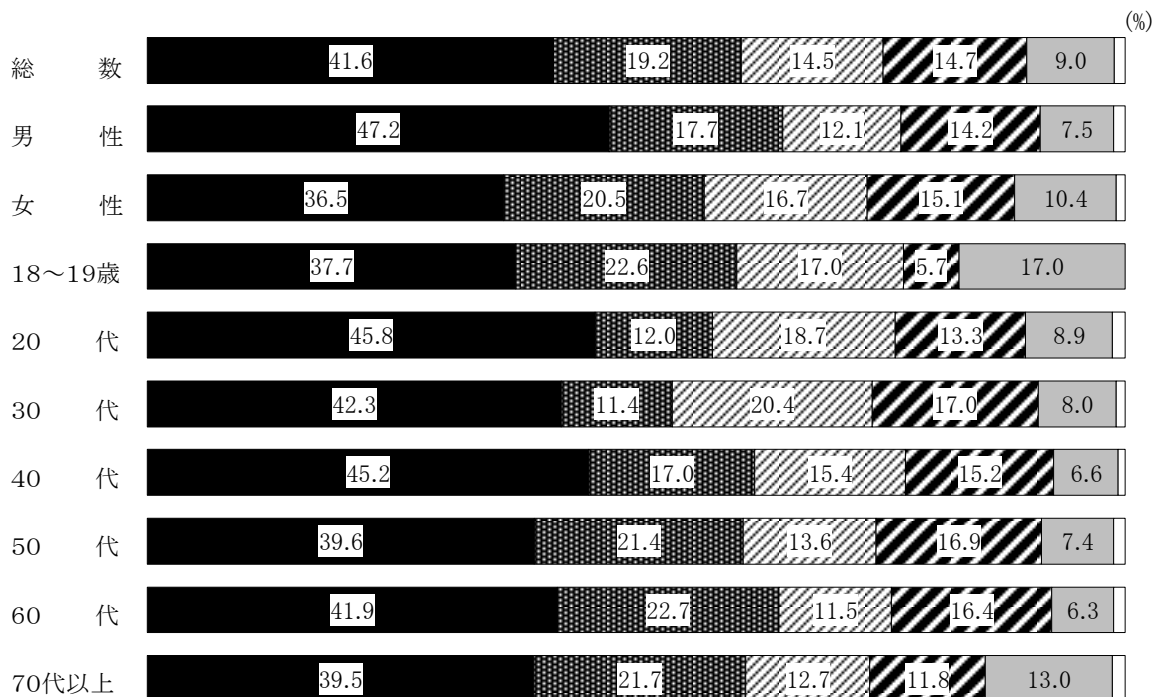


図6-2 少子化対策について（性・年代別）

(n=2,871)



■国の未来に関わる重要政策であり、本腰を入れるべきだ ■一定程度必要だが、過度な財政投入は控えるべきだ □子どもを産む、産まないは個人の判断にゆだねるべきだ ■少子化・人口減少は政策では解決できない □わからない □無回答

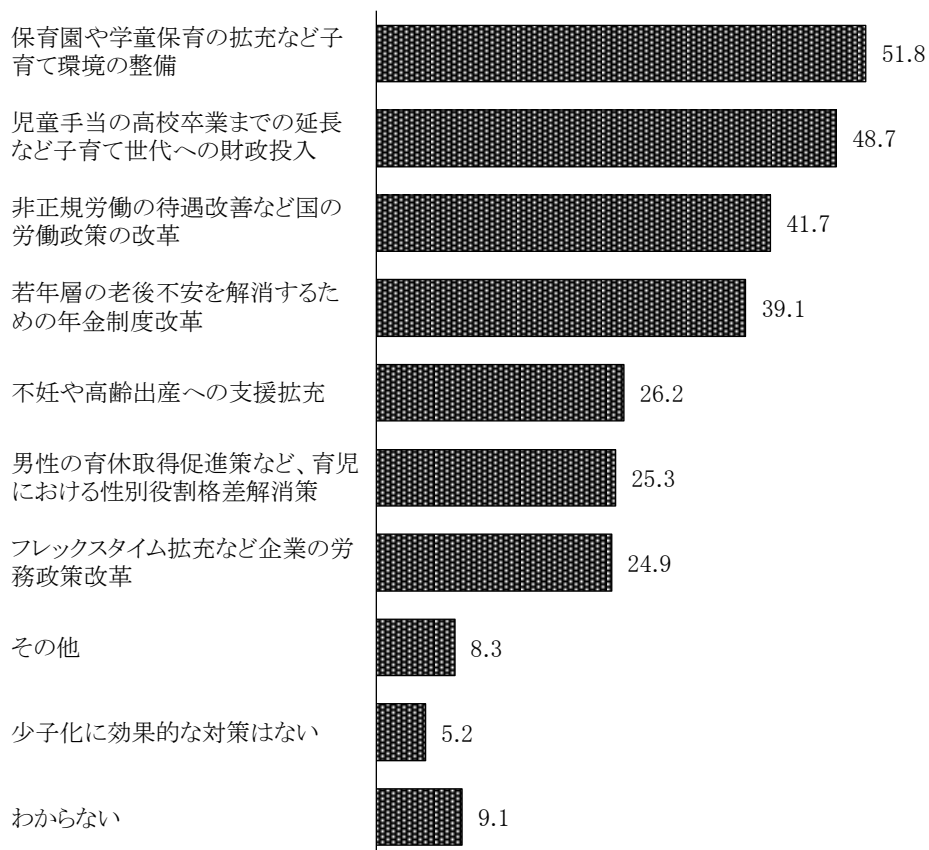
7. 子供の数を増やすのに効果的な対策は？

— 「子育て環境の整備」52%、「子育て世代への財政投入」49% —

・子供の数を増やすのに効果的な対策について尋ねた。「保育園や学童保育の拡充など子育て環境の整備」が最も多く 51.8%、以下、「児童手当の高校卒業までの延長など子育て世代への財政投入」48.7%、「非正規労働の待遇改善など国の労働政策の改革」41.7%、「若年層の老後不安を解消するための年金制度改革」39.1%だった（複数回答）。

図7-1 子供の数を増やすのに効果的な対策

(複数回答、n=2,871)



- ・子供の数を増やすのに効果的な対策については、男性は「児童手当の高校卒業までの延長など子育て世代への財政投入」が最も多く、女性は「保育園や学童保育の拡充など子育て環境の整備」が最も多かった。女性では「不妊や高齢出産への支援拡充」が男性より10ポイント多かった。
- ・年代別では、40代までは「児童手当の高校卒業までの延長など子育て世代への財政投入」が最も多く、50代以上は「保育園や学童保育の拡充など子育て環境の整備」が最も多かった。「若年層の老後不安を解消するための年金制度改革」は20～30代、「フレックスタイム拡充など企業の労務政策改革」「男性の育休取得促進策など、育児における性別役割格差解消策」は20代で多いことが注目される。

表7-1 子供の数を増やすのに効果的な対策（性・年代別）

（複数回答、n=2,871）

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
全体	保育園や学童保育の拡充など子育て環境の整備 51.8	児童手当の高校卒業までの延長など子育て世代への財政投入 48.7	非正規労働の待遇改善など国の労働政策の改革 41.7	若年層の老後不安を解消するための年金制度改革 39.1	不妊や高齢出産への支援拡充 26.2	男性の育休取得促進策など、育児における性別役割格差解消策 25.3	フレックスタイム拡充など企業の労務政策改革 24.9
男性	児童手当の高校卒業までの延長など子育て世代への財政投入 51.2	保育園や学童保育の拡充など子育て環境の整備 49.7	若年層の老後不安を解消するための年金制度改革 40.1	非正規労働の待遇改善など国の労働政策の改革 40.0	フレックスタイム拡充など企業の労務政策改革 24.5	男性の育休取得促進策など、育児における性別役割格差解消策 22.6	不妊や高齢出産への支援拡充 20.9
女性	保育園や学童保育の拡充など子育て環境の整備 53.7	児童手当の高校卒業までの延長など子育て世代への財政投入 46.5	非正規労働の待遇改善など国の労働政策の改革 43.3	若年層の老後不安を解消するための年金制度改革 38.2	不妊や高齢出産への支援拡充 31.1	男性の育休取得促進策など、育児における性別役割格差解消策 27.7	フレックスタイム拡充など企業の労務政策改革 25.2
18～19歳	児童手当の高校卒業までの延長など子育て世代への財政投入 50.9	保育園や学童保育の拡充など子育て環境の整備 35.8	男性の育休取得促進策など、育児における性別役割格差解消策 32.1	若年層の老後不安を解消するための年金制度改革 24.5	不妊や高齢出産への支援拡充 22.6	非正規労働の待遇改善など国の労働政策の改革 20.8	フレックスタイム拡充など企業の労務政策改革 13.2
20代	児童手当の高校卒業までの延長など子育て世代への財政投入 60.9	保育園や学童保育の拡充など子育て環境の整備 53.3	若年層の老後不安を解消するための年金制度改革 44.0	フレックスタイム拡充など企業の労務政策改革 37.8	男性の育休取得促進策など、育児における性別役割格差解消策 36.9	非正規労働の待遇改善など国の労働政策の改革 36.0	不妊や高齢出産への支援拡充 31.6
30代	児童手当の高校卒業までの延長など子育て世代への財政投入 58.0	保育園や学童保育の拡充など子育て環境の整備 54.0	若年層の老後不安を解消するための年金制度改革 46.3	非正規労働の待遇改善など国の労働政策の改革 42.3	不妊や高齢出産への支援拡充 34.9	フレックスタイム拡充など企業の労務政策改革 32.4	男性の育休取得促進策など、育児における性別役割格差解消策 30.2
40代	児童手当の高校卒業までの延長など子育て世代への財政投入 55.5	保育園や学童保育の拡充など子育て環境の整備 47.8	非正規労働の待遇改善など国の労働政策の改革 37.2	若年層の老後不安を解消するための年金制度改革 37.0	不妊や高齢出産への支援拡充 31.5	フレックスタイム拡充など企業の労務政策改革 28.9	男性の育休取得促進策など、育児における性別役割格差解消策 26.2
50代	保育園や学童保育の拡充など子育て環境の整備 49.9	児童手当の高校卒業までの延長など子育て世代への財政投入 49.9	非正規労働の待遇改善など国の労働政策の改革 41.6	若年層の老後不安を解消するための年金制度改革 40.8	不妊や高齢出産への支援拡充 27.0	フレックスタイム拡充など企業の労務政策改革 23.7	男性の育休取得促進策など、育児における性別役割格差解消策 22.9
60代	保育園や学童保育の拡充など子育て環境の整備 56.9	非正規労働の待遇改善など国の労働政策の改革 44.9	児童手当の高校卒業までの延長など子育て世代への財政投入 44.3	若年層の老後不安を解消するための年金制度改革 38.3	男性の育休取得促進策など、育児における性別役割格差解消策 26.7	フレックスタイム拡充など企業の労務政策改革 25.9	不妊や高齢出産への支援拡充 24.9
70代以上	保育園や学童保育の拡充など子育て環境の整備 51.8	非正規労働の待遇改善など国の労働政策の改革 45.2	児童手当の高校卒業までの延長など子育て世代への財政投入 45.0	若年層の老後不安を解消するための年金制度改革 36.4	男性の育休取得促進策など、育児における性別役割格差解消策 19.5	不妊や高齢出産への支援拡充 18.6	フレックスタイム拡充など企業の労務政策改革 16.8

8. 少子化対策の財源として好ましいのは？

— 「富裕層中心」34%、「高所得者層中心」29% —

- ・少子化対策の財源について尋ねた。「株式や不動産など資産への課税を強化し、富裕層を中心に負担する」が最も多く34.0%、次いで「所得税の税率や最高税率を引き上げ、高所得者層を中心に負担する」が28.7%だった。以下、「防衛に関する予算を削減する」19.6%、「消費税を増税し、低所得者層も含め広く負担する」9.9%だった。なお、「わからない」と回答した人が21.2%だった。
- ・性別に見ると、「株式や不動産など資産への課税を強化し、富裕層を中心に負担する」「所得税の税率や最高税率を引き上げ、高所得者層を中心に負担する」「消費税を増税し、低所得者層も含め広く負担する」は女性よりも男性の方が多かった。
- ・年代別に見ると、「株式や不動産など資産への課税を強化し、富裕層を中心に負担する」は20代で、「防衛に関する予算を削減する」は18～19歳で最も少なく、60代にかけて年代が上がるにつれて多くなっている。

図8-1 少子化対策の財源

(2つまで、複数回答、n=2,871)

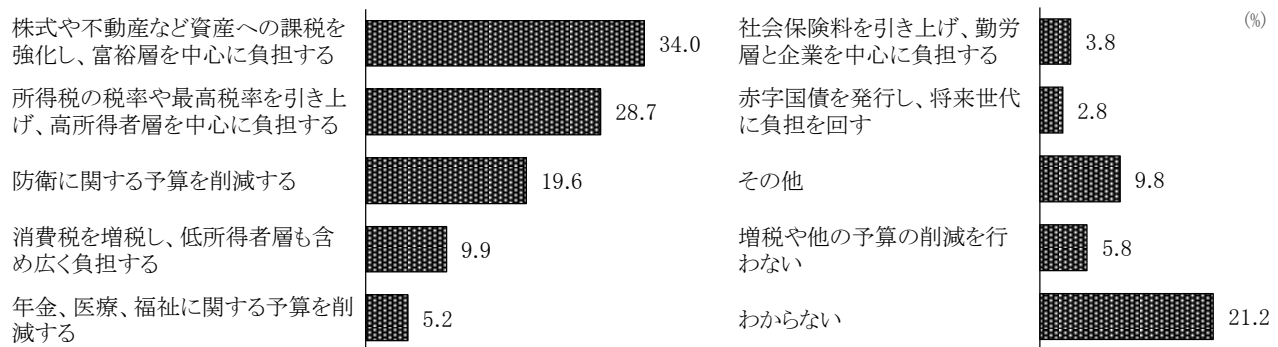
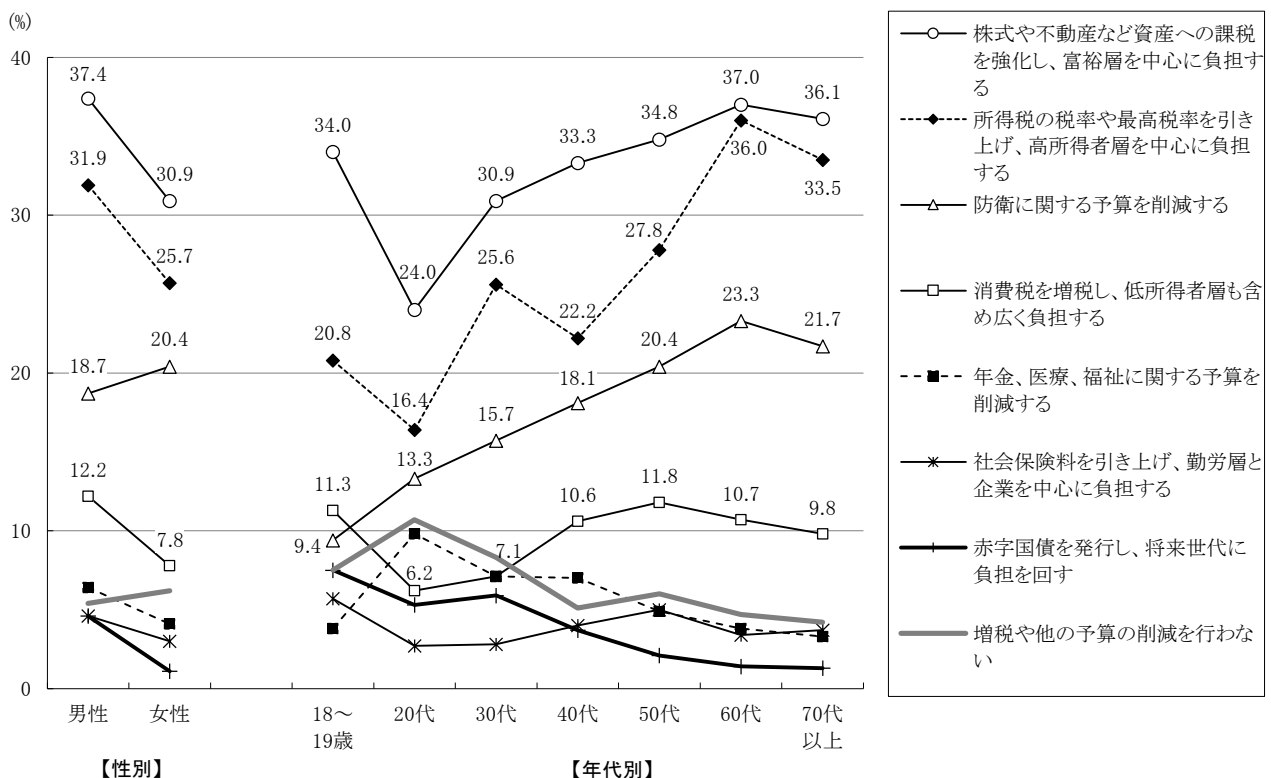


図8-2 少子化対策の財源（性・年代別）

(2つまで、複数回答、n=2,871)



9. 少子化に関する報道は？

— 「岸田政権の少子化対策に対する検証や批判が不十分」68% —

- ・少子化に関する報道について4つの項目を挙げてどう思うか尋ねた。「そう思う」「そう思う」と「どちらかと言えばそう思う」の計)が最も多かったのは、「岸田政権の少子化対策に対する検証や批判が不十分だ」67.6%だった。次いで、「若い世代に出産、育児のプレッシャーを与えているように感じる」が50.1%と半数を超えた。「少子化問題に関する報道が最近の少子化対策につながった」は32.2%、「子育て世代や若者世代の意見を反映している」は31.8%にとどまり、「そう思わない」(「そう思わない」と「どちらかと言えばそう思わない」の計)と回答した人の割合が上回った。
- ・年代別に見ると、「岸田政権の少子化対策に対する検証や批判が不十分だ」「若い世代に出産、育児のプレッシャーを与えているように感じる」は20代で高かった。「少子化問題に関する報道が最近の少子化対策につながった」「子育て世代や若者世代の意見を反映している」は、20～30代で低かった。

※「そう思う(計)」=「そう思う」+「どちらかと言えばそう思う」

「そう思わない(計)」=「どちらかと言えばそう思わない」+「そう思わない」

図9-1 少子化に関連した報道

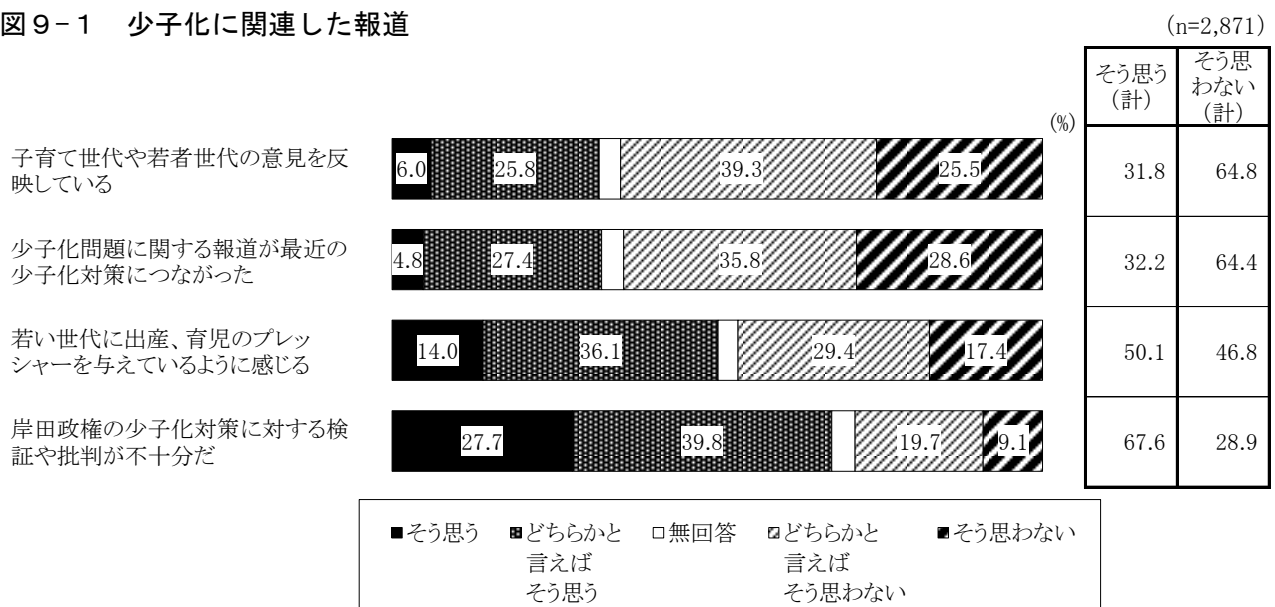
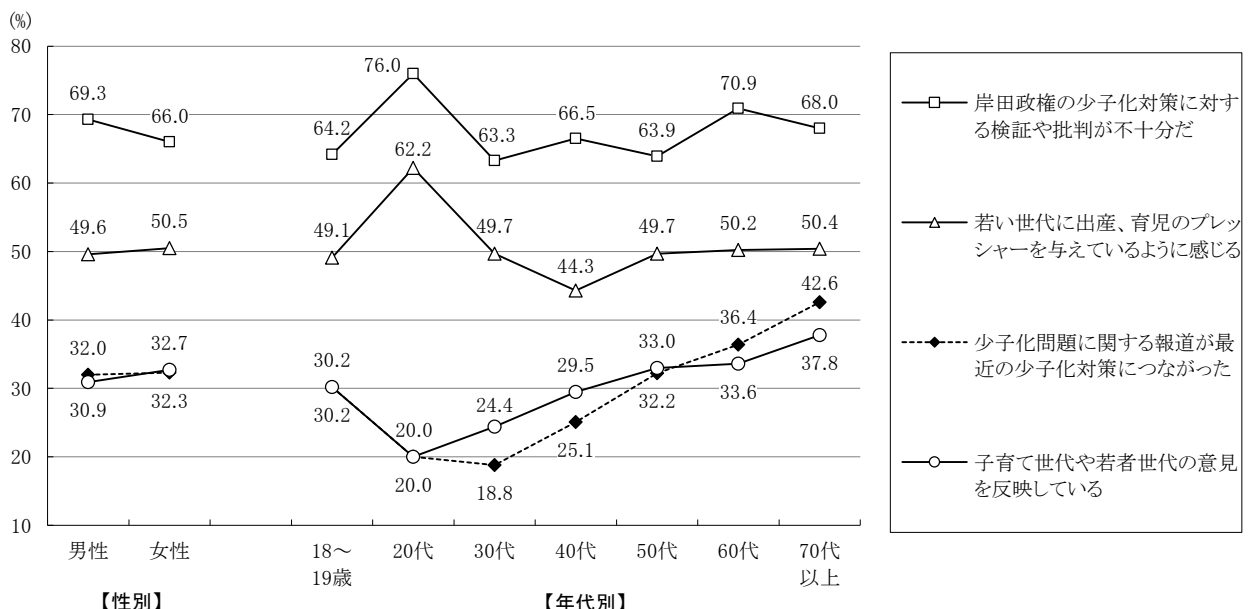


図9-2 少子化に関連した報道「そう思う(計)」の割合(性・年代別)

(n=2,871)



《日本の安全保障》

10. 日本が軍事攻撃を受ける不安は？（＊）

－ 「不安を感じる」 79%、「不安を感じない」 20% －

- ・日本が他国から軍事攻撃を受ける不安をどれくらい感じるか尋ねたところ、「不安を感じる」と答えた人が 78.5%（「とても不安を感じる」24.6%と「どちらかと言えば不安を感じる」53.9%の計）で、「不安を感じない」と答えた人の 20.3%（「まったく不安を感じない」 3.6%と「どちらかと言えば不安を感じない」 16.7%の計）を大きく上回った。
- ・昨年度と比較すると、「とても不安を感じる」が 5.8 ポイント上昇し、不安の度合いが強くなっていることがわかった。
- ・性別に見ると、「不安を感じる」は、男性（75.4%）より女性（81.3%）で高かった。年代別に見ると、50代以上で80%台と高かったが、20代では69.8%だった。

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

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

図 10-1 日本が軍事攻撃を受ける不安

(n=2,871)

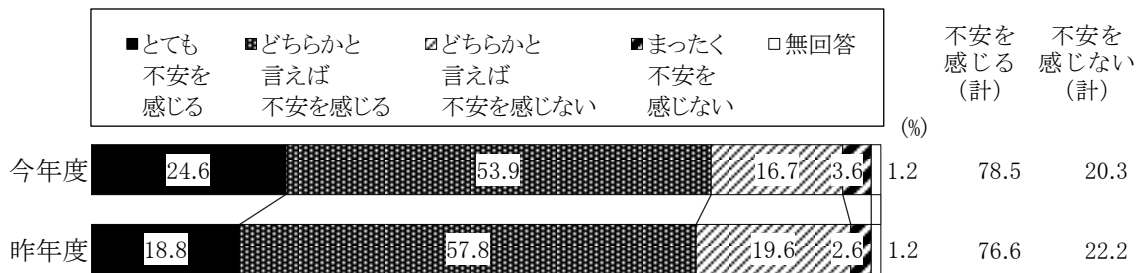
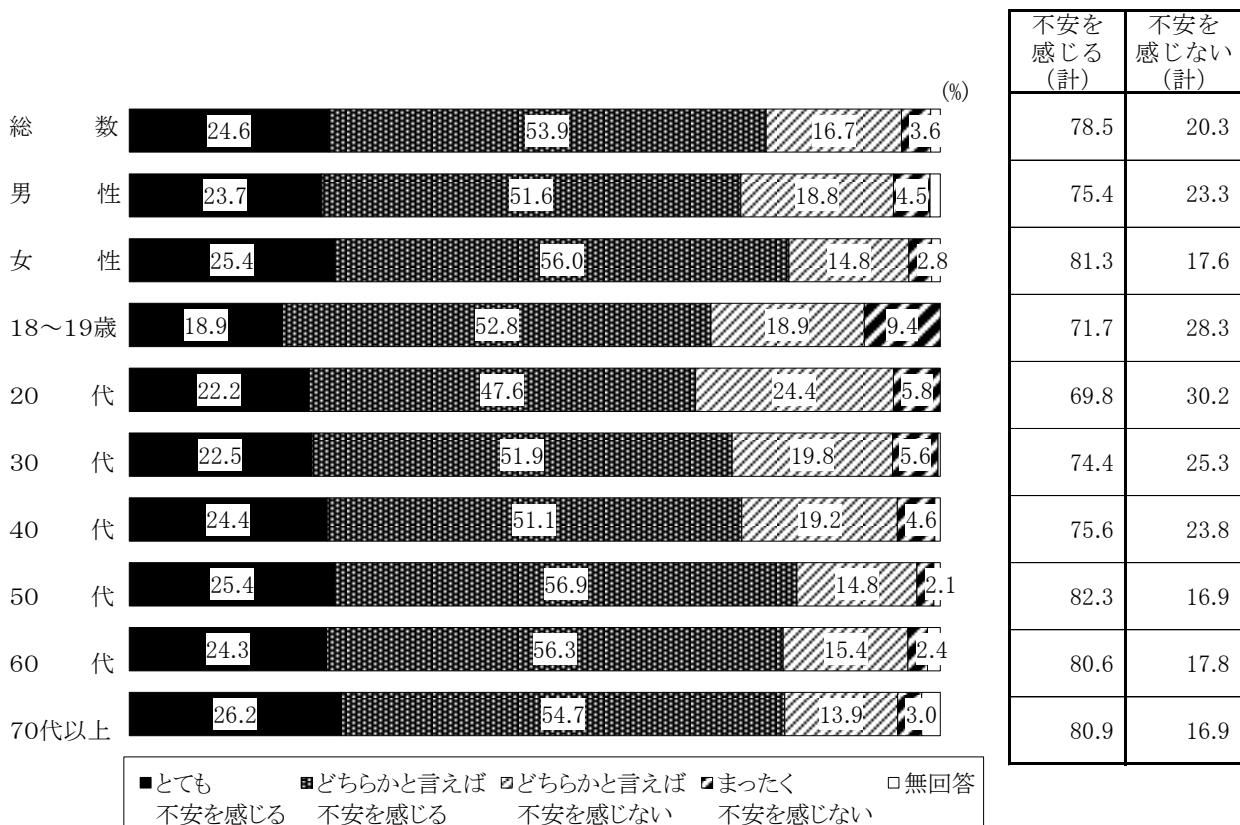


図 10-2 日本が軍事攻撃を受ける不安（性・年代別）

(n=2,871)



11. 台湾をめぐる中国の武力行使への危機感は？（＊）

－ 「危機感を持っている」79%、「危機感を持っていない」20% －

- ・ 東アジアでも台湾をめぐる中国が武力を使うようなことが起きるのではないかと危機感を持っているか尋ねたところ、「危機感を持っている」と答えた人が79.1%（「非常に危機感を持っている」25.7%と「どちらかと言えば危機感を持っている」53.3%の計）で、「危機感を持っていない」と答えた人の19.7%（「まったく危機感を持っていない」3.1%と「どちらかと言えば危機感を持っていない」16.6%の計）を大きく上回った。
- ・ 昨年度と比較すると、「非常に危機感を持っている」が3.8ポイント上昇し、危機感の度合いが強くなっていることがわかった。
- ・ 年代別に見ると、「危機感を持っている」は、20代で66.2%と最も少なく、年代が高くなるに従って多くなり50代以上で80%台となった。

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

図 11-1 台湾をめぐる中国の武力行使への危機感 (n=2,871)

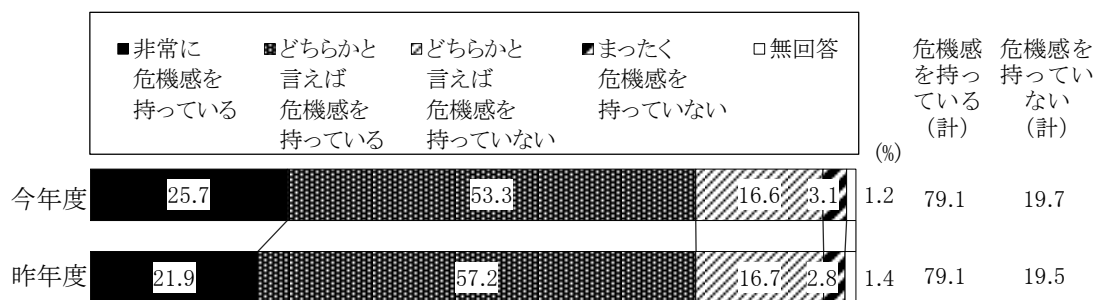
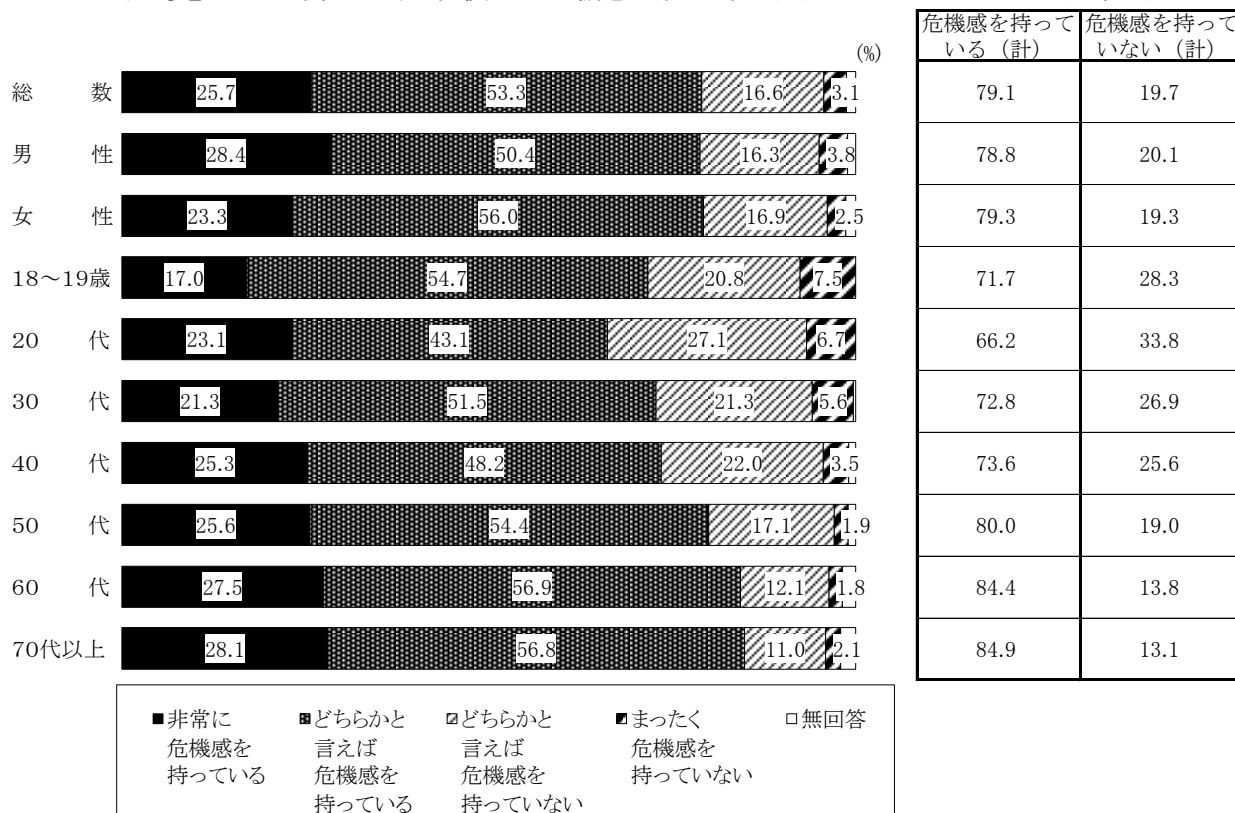


図 11-2 台湾をめぐる中国の武力行使への危機感（性・年代別） (n=2,871)



12. 中国が台湾を軍事的に攻撃した場合の日本の関与は？

— 「自衛隊は戦闘に不参加、武器弾薬の後方支援」31% —

- 中国が台湾を軍事的に攻撃するような事態になった場合の日本の関与について尋ねた。「自衛隊は戦闘に参加しないが、米軍に武器弾薬を後方支援する」が31.2%で最も多く、次いで「在日米軍基地の使用を含め、軍事面では一切関与しない」が26.9%、「日本にある米軍基地からの米軍の戦闘行動のみ容認し、自衛隊は一切関与しない」が23.3%と意見が分かれた。「自衛隊が米軍とともに中国軍と戦う」は13.3%だった。
- 性別に見ると、「自衛隊は戦闘に参加しないが、米軍に武器弾薬を後方支援する」と「自衛隊が米軍とともに中国軍と戦う」は女性より男性で多く、「在日米軍基地の使用を含め、軍事面では一切関与しない」と「日本にある米軍基地からの米軍の戦闘行動のみ容認し、自衛隊は一切関与しない」は男性より女性が多かった。
- 年代別に見ると、30代までは「在日米軍基地の使用を含め、軍事面では一切関与しない」が最も多く、40代以上は「自衛隊は戦闘に参加しないが、米軍に武器弾薬を後方支援する」が最も多かった。

図 12-1 中国が台湾を軍事的に攻撃した場合の日本の関与

(n=2,871)

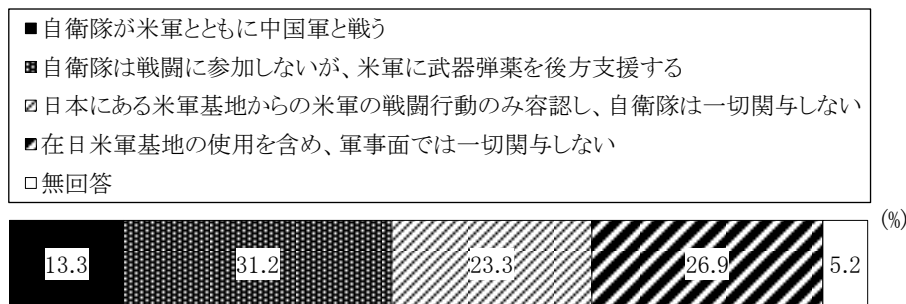
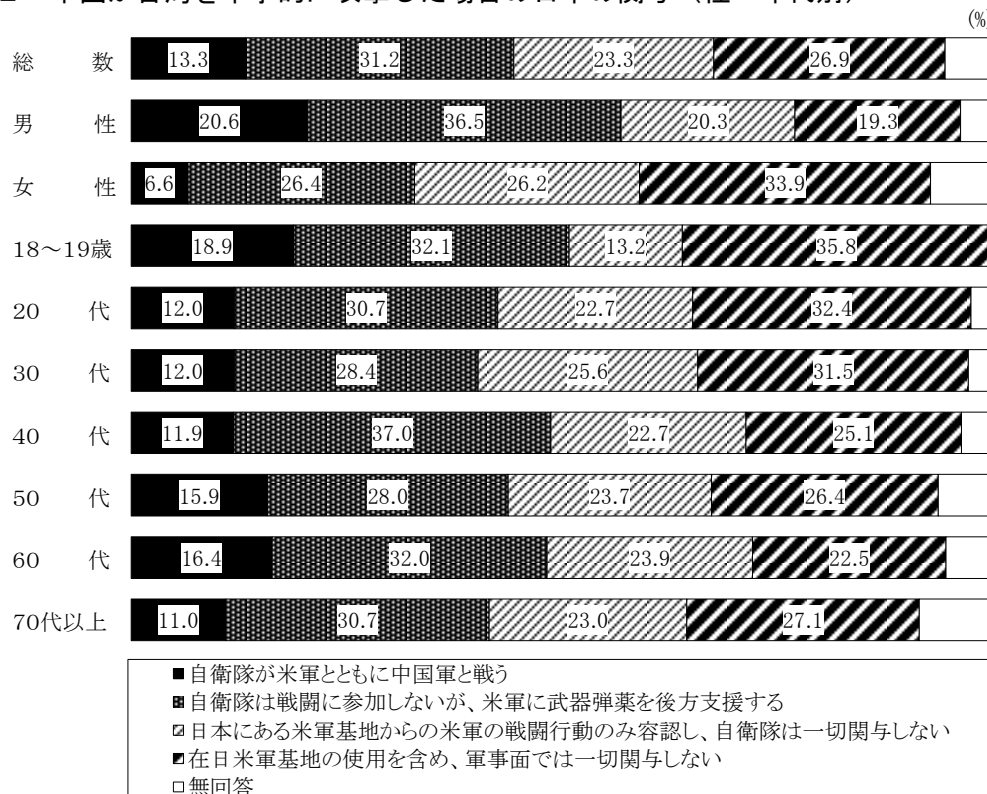


図 12-2 中国が台湾を軍事的に攻撃した場合の日本の関与（性・年代別）

(n=2,871)



13. 防衛費の増額に賛成？

— 「賛成」43%、「反対」56% —

- ・防衛費の増額に賛成と答えた人の割合は42.8%（「賛成」10.5%と「どちらかと言えば賛成」32.3%の計）で、「反対」と答えた人が55.5%（「反対」17.7%と「どちらかと言えば反対」37.9%の計）と上回った。
- ・性別に見ると、「賛成」は、女性の35.1%に対し男性が51.1%と、男性の方が16.0ポイント多かった。年代別に見ると、20代以上のすべての年代で「反対」と答えた人が50%台となり、「賛成」と答えた人の割合を上回った。

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

図 13-1 防衛費の増額に賛成か

(n=2,871)

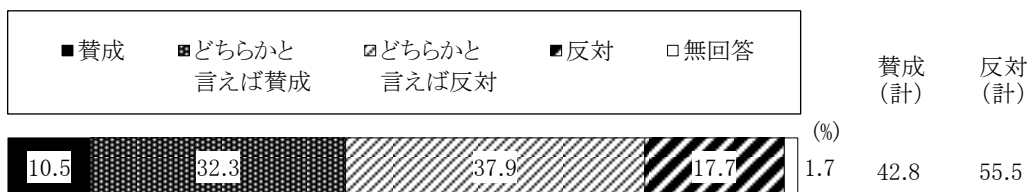
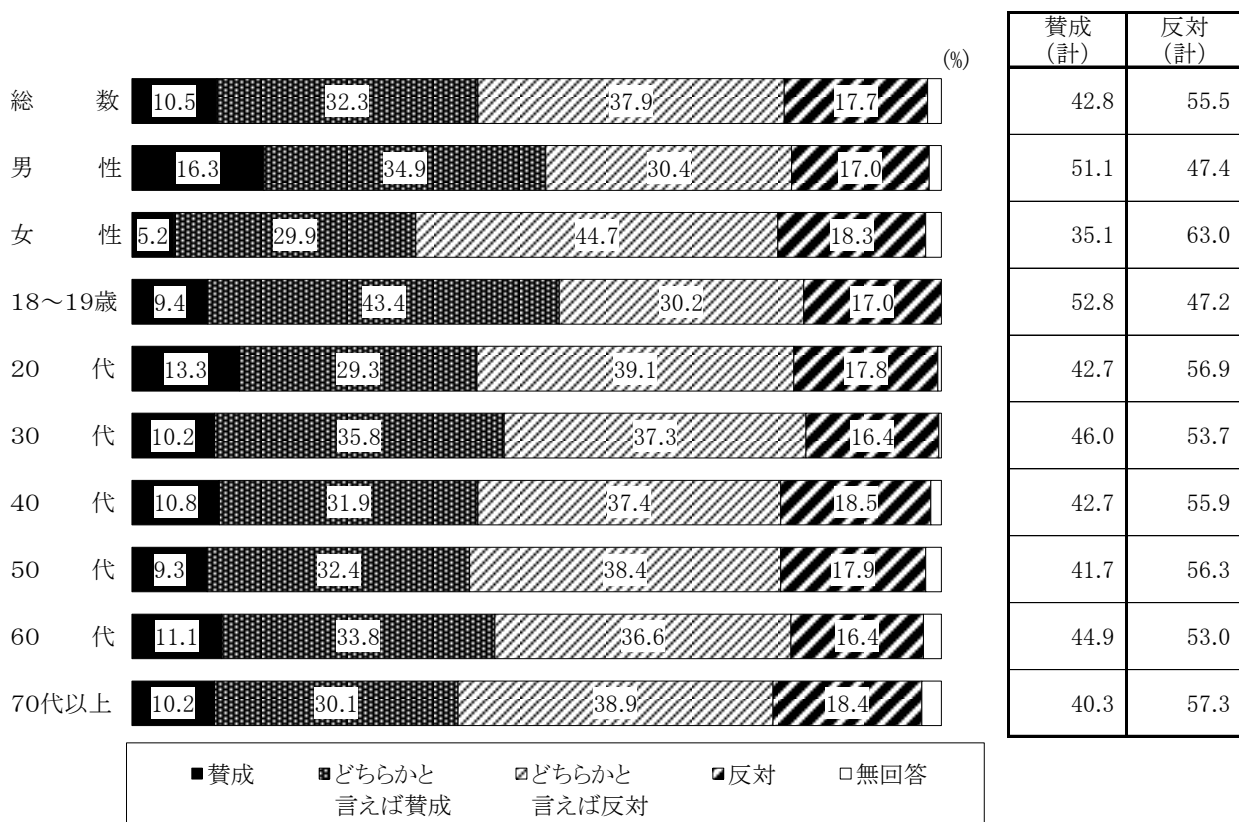


図 13-2 防衛費の増額に賛成か（性・年代別）

(n=2,871)



14. 防衛費と少子化対策費のどちらに予算を重点的に配分すべき？

— 「防衛費」23%、「少子化対策費」74% —

- ・防衛費と少子化対策費のどちらに予算を重点的に配分すべきだと思うか尋ねたところ、「防衛費」と答えた人の割合は23.4%（「防衛費」4.1%と「どちらかと言えば防衛費」19.3%の計）で、「少子化対策費」と答えた人が74.1%（「少子化対策費」22.4%と「どちらかと言えば少子化対策費」51.7%の計）と大きく上回った。
- ・性別に見ると、「少子化対策費」と答えた人は、男性の70.2%に対し女性が77.6%と、女性の方が7.4ポイント多かった。年代別に見ると、「少子化対策費」は20代で80.0%と最も多かった。

※「防衛費（計）」＝「防衛費」＋「どちらかと言えば防衛費」

「少子化対策費（計）」＝「どちらかと言えば少子化対策費」＋「少子化対策費」

図 14-1 防衛費と少子化対策費

(n=2,871)

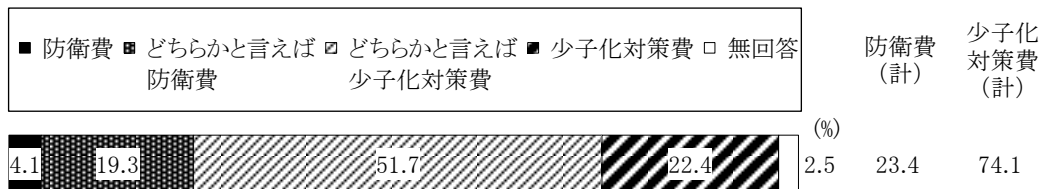
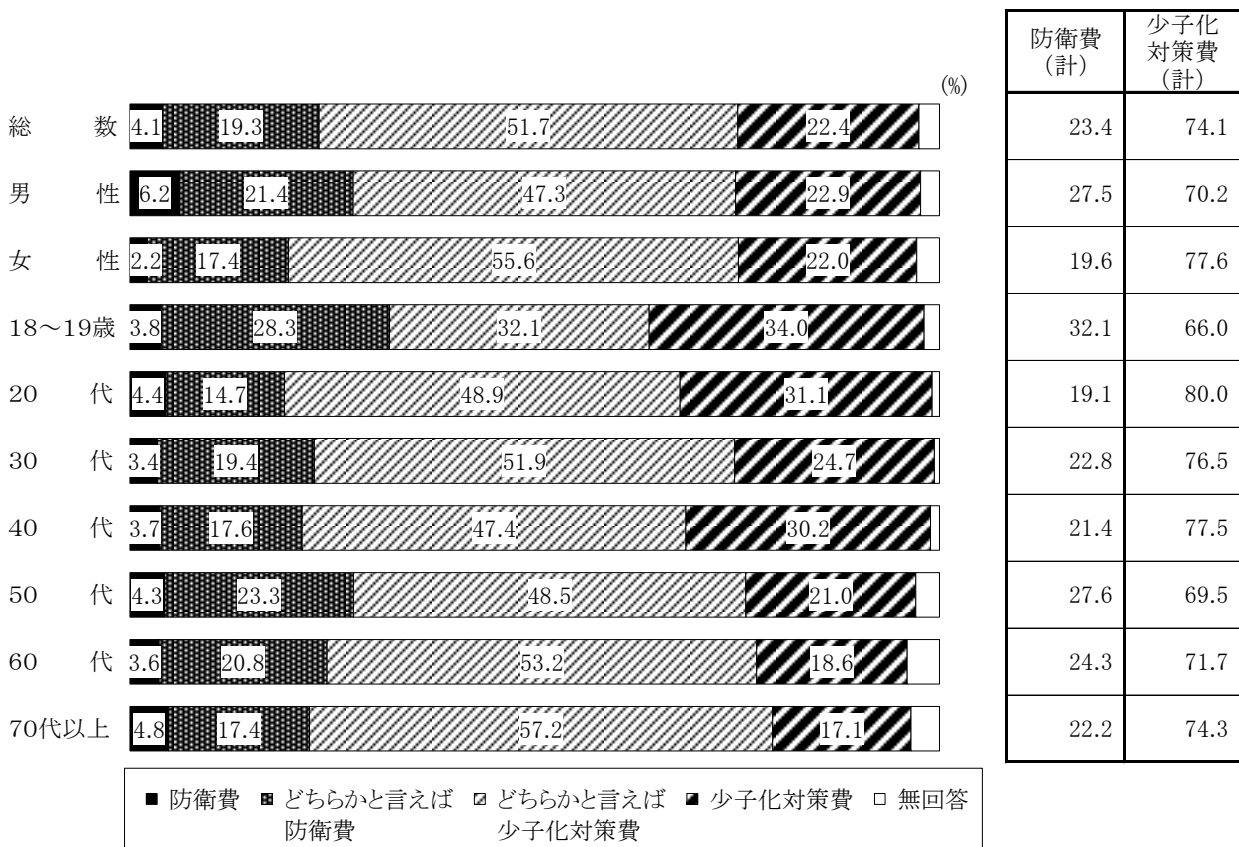


図 14-2 防衛費と少子化対策費（性・年代別）

(n=2,871)



《ニュースとメディア》

15. ニュースを読んだり見聞きしたりするのは週にどれくらい？（*）

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

- ・ニュースとの接触状況については、接触率が高い順に、民放テレビのニュースが 87.6%、インターネットのニュースが 74.6%、NHK テレビのニュースが 72.1%、新聞が 57.5%、ラジオのニュースが 29.9%だった。
- ・毎日の接触率は、民放テレビのニュースが 50.7%、インターネットのニュースが 46.0%、新聞が 39.2%、NHK テレビのニュースが 37.1%、ラジオのニュースが 8.9%だった。
- ・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昨年度から 2.3 ポイント低下したが、他のメディアの変化は 1 ポイント前後にとどまった。毎日の接触率の変化も小さかった。

図 15-1 ニュースとの接触頻度

(n=2,871)

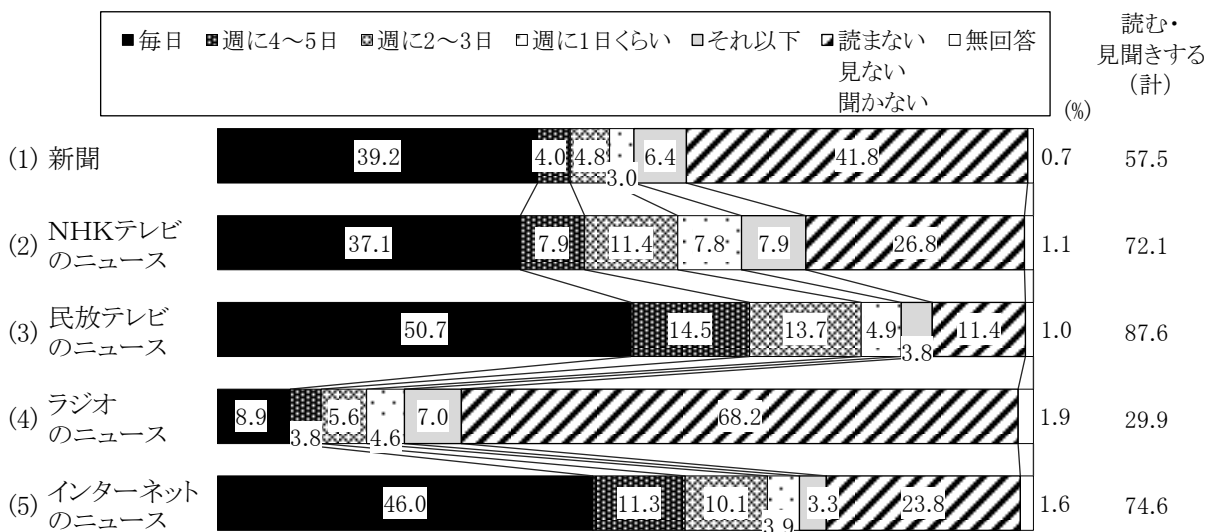
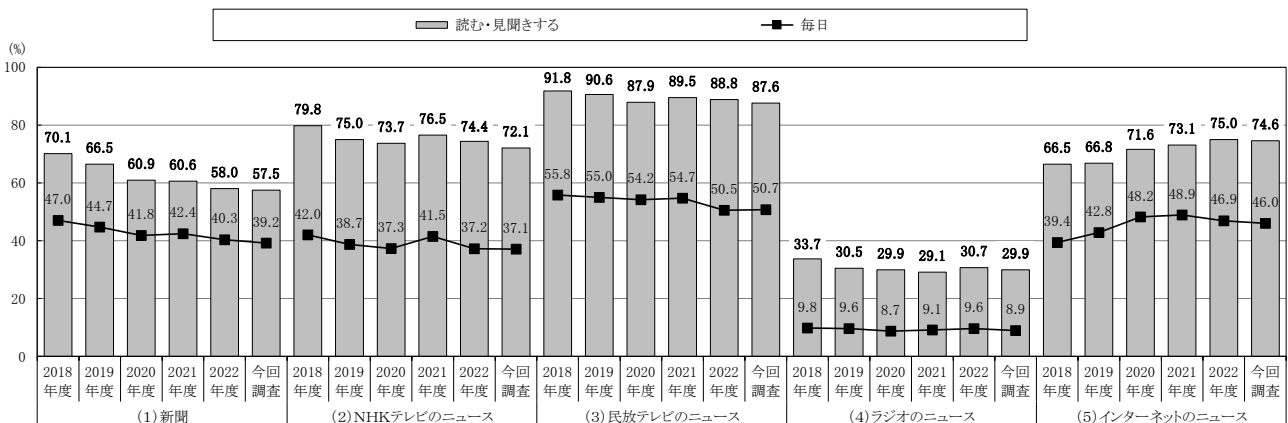


図 15-2 ニュースとの接触頻度（時系列）



- ・性別に見ると、ニュース接触率は男女とも民放テレビが最も高く、2位にはインターネットが挙げられた。民放テレビは女性の方が高いが、他のメディアはいずれも男性の方が高かった。
- ・年代別に見ると、ニュース接触率は50代以下ではインターネットが1位、60代以上では民放テレビが1位だった。インターネットは50代以下で90%を超えた。民放テレビ、NHKテレビ、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 15-3 ニュースを「読む・見聞きする（計）」人の割合（性・年代別）

(n=2,871)

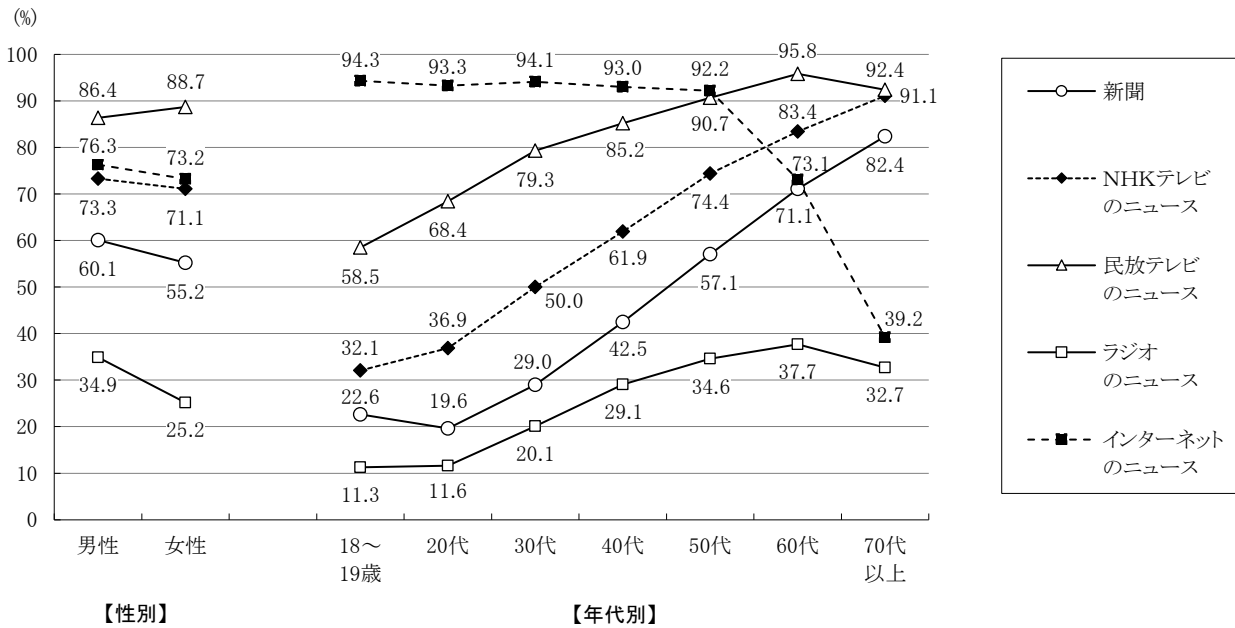
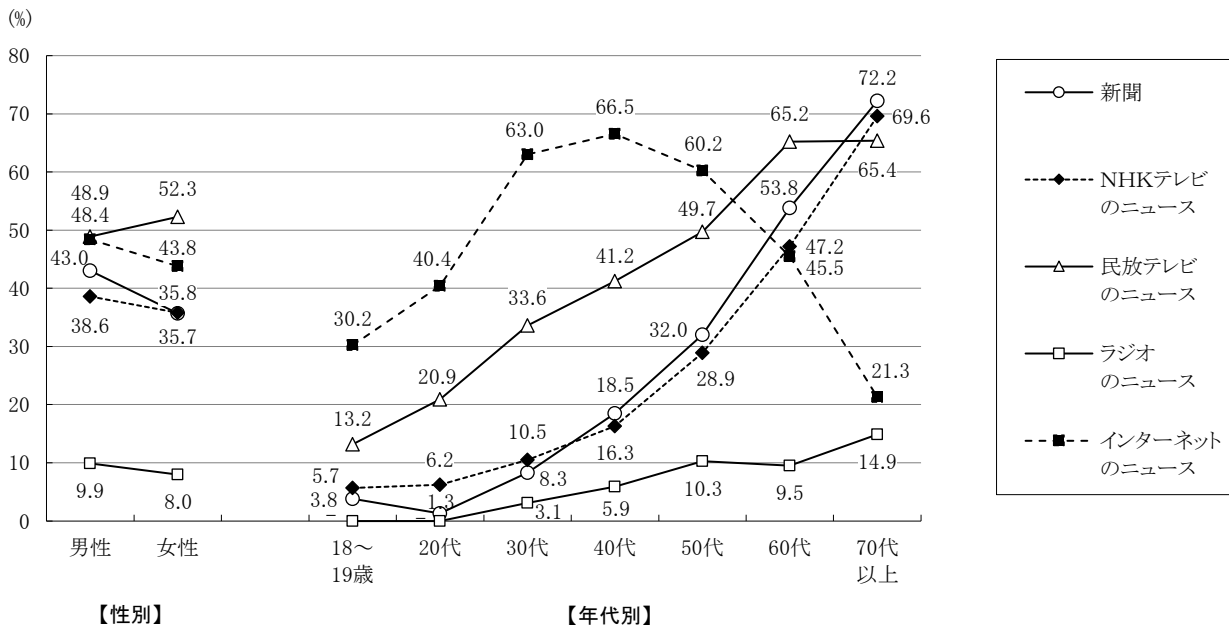


図 15-4 ニュースを「毎日読む・見聞きする」人の割合（性・年代別）

(n=2,871)



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」「新聞」「インターネット」 ー

- ・ニュースとの接触時間については、平均接触時間が長い順に、民放テレビのニュースが35.5分、NHK テレビのニュースが29.0分、新聞が25.6分、インターネットのニュースが25.5分、ラジオのニュースが21.8分だった。
- ・昨年度調査からは、新聞が1.1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2.2分、女性の方が長く、インターネットが5.0分、新聞が3.3分、男性の方が長かった。
- ・年代別に見ると、インターネットは30～40代、60代で接触時間が長かった。民放テレビ、NHK テレビ、新聞はいずれも年代が高いほど長い傾向が見られた。

図 16-1 ニュースとの接触時間

(n=2,871)

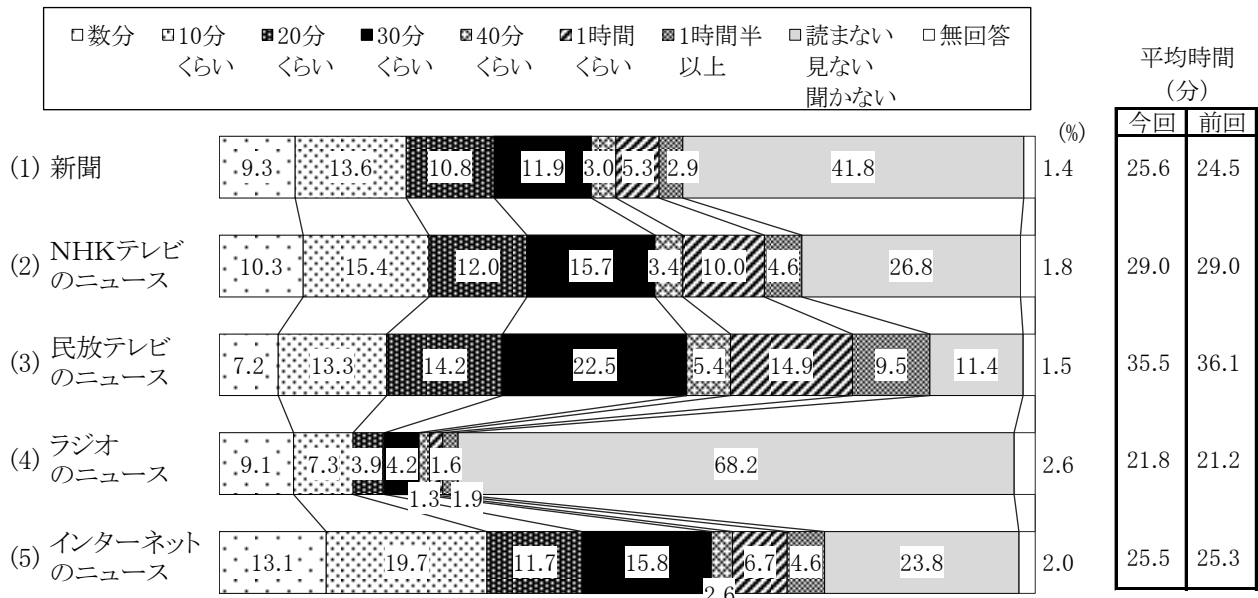
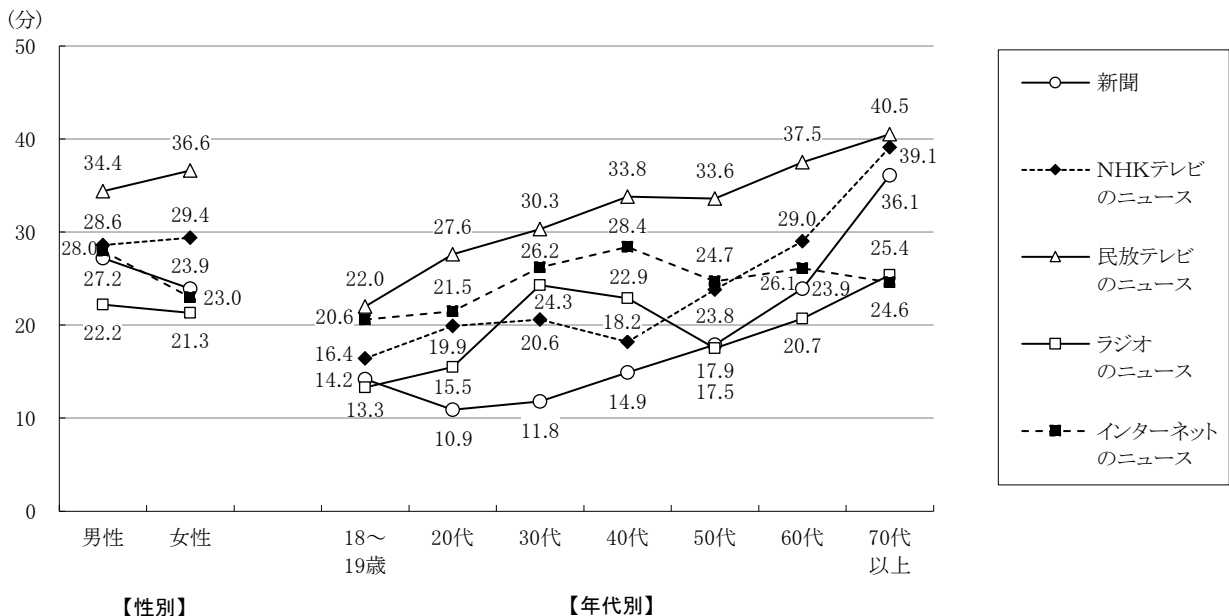


図 16-2 ニュースとの接触時間 (平均) (性・年代別)

(n=2,871)



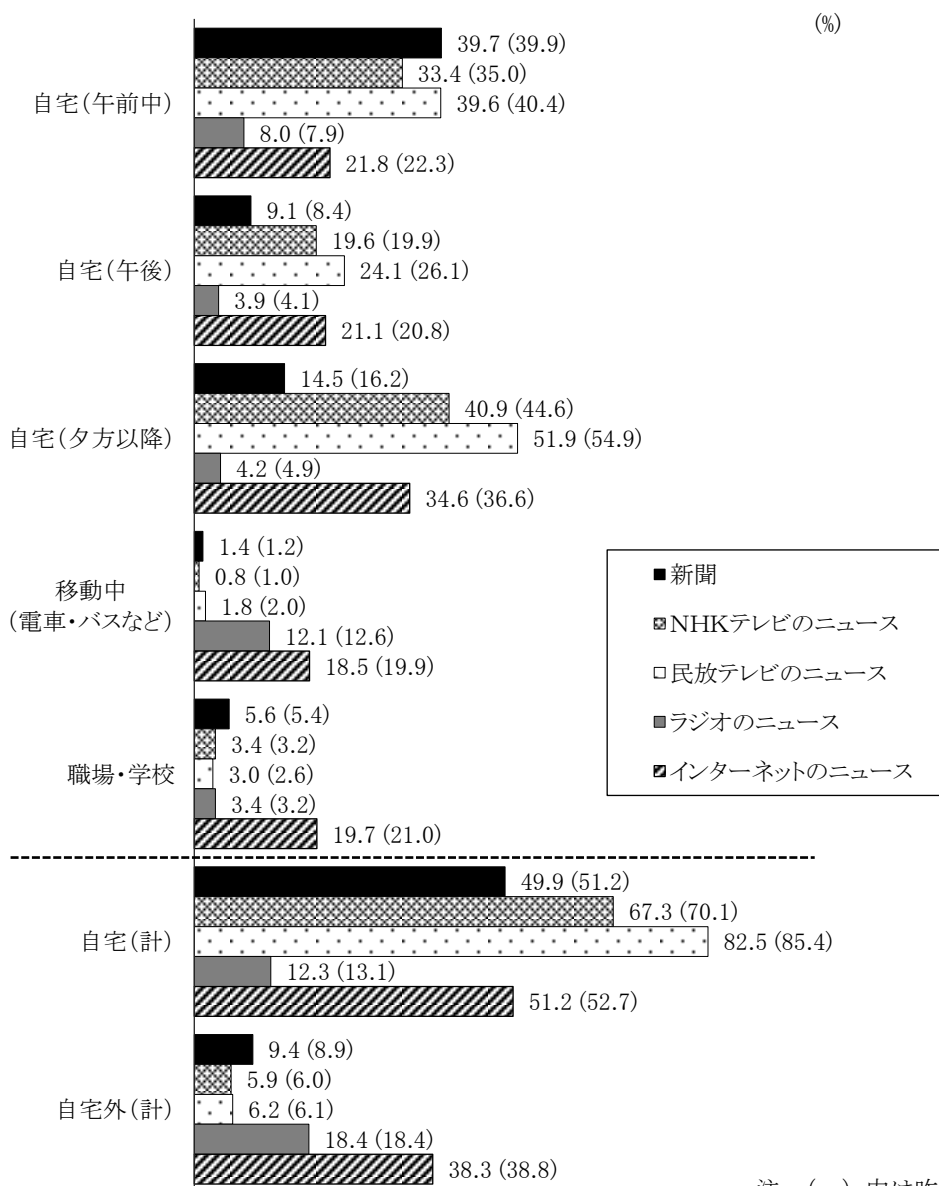
17. ニュースを読んだり見聞きしたりするのはいつ、どこで？（＊）

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

- ・ニュースと接触する場所、時間帯を質問したところ、新聞は「自宅(午前中)」が39.7%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51.9%、NHK40.9%)が最も多かった。インターネットのニュースは「自宅(夕方以降)」が34.6%で最も多いが、「職場・学校」(19.7%)、「移動中(電車・バスなど)」(18.5%)も多かった。
- ・昨年度と比較すると、「自宅(夕方以降)」のNHK テレビが3.7ポイント減、民放テレビが3.0ポイント減と変化が大きかった。

図 17-1 ニュースと接触する場所

(複数回答、n=2,871)



- ・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かった。インターネットは30代以下で60%を超えた。

図 17-2 「自宅（計）」と回答した人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=2,871）

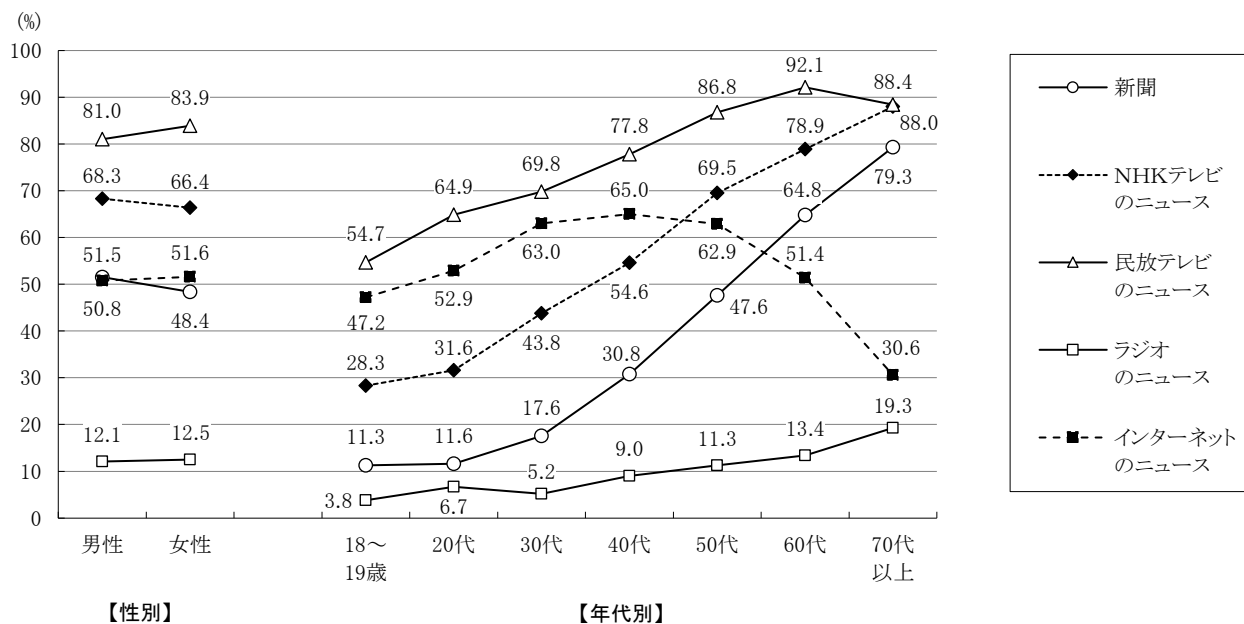
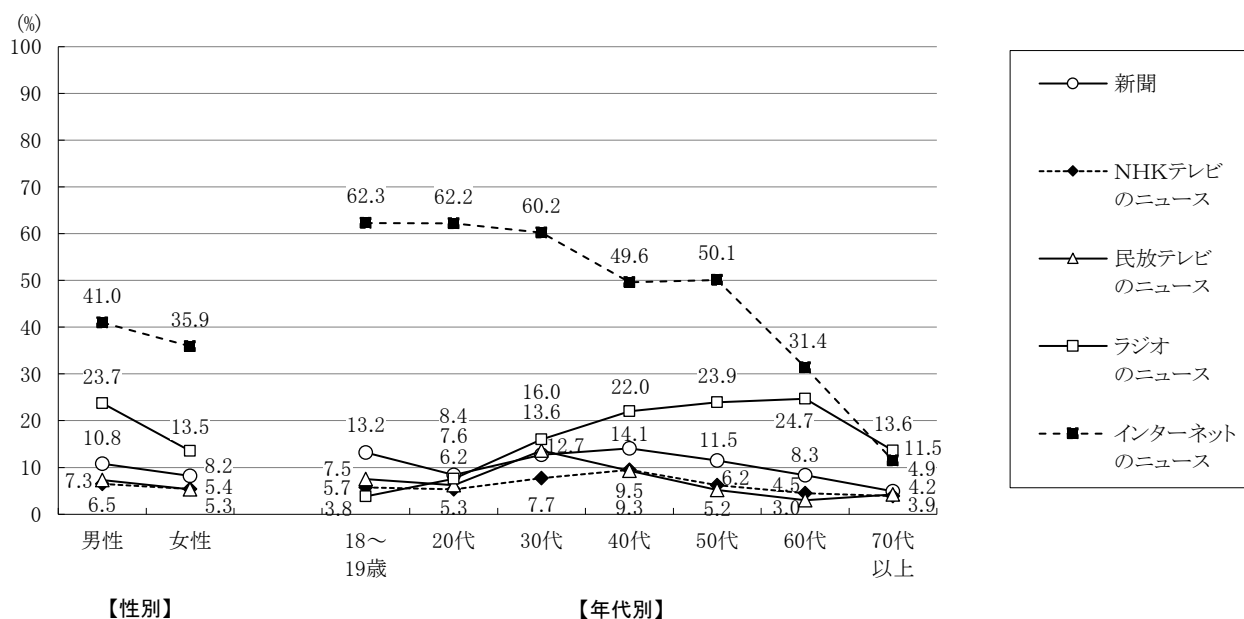


図 17-3 「自宅外（計）」と回答した人の割合（性・年代別）

（複数回答、n=2,871）



18. 大きなニュースを入手するメディアは？（*）

— 「民放テレビ」72%、「インターネット」62%、「NHK テレビ」52%、
「新聞」39% —

- ・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71.9%で最も多く、インターネットが62.4%、NHK テレビが52.0%、新聞が39.2%、ラジオが11.0%だった。
- ・昨年度調査と比較すると、民放テレビは3.2ポイント、インターネットは2.1ポイント、NHK テレビは2.2ポイント減少した。
- ・性別に見ると、民放テレビは6.4ポイント女性の方が多いが、インターネットは6.9ポイント、NHK テレビは3.4ポイント、新聞は6.0ポイント、ラジオは4.8ポイント男性の方が多かった。
- ・年代別に見ると、50代以下ではインターネットが最も多く、60代では民放テレビ、70代以上ではNHK テレビが最も多かった。インターネットは年代が低いほど多くなり、20~30代では90%前後だった。民放テレビ、NHK テレビ、新聞は20代以降、年代が高いほど多くなる傾向が見られた。

図 18-1 大きなニュースの情報源

（複数回答、n=2,871）

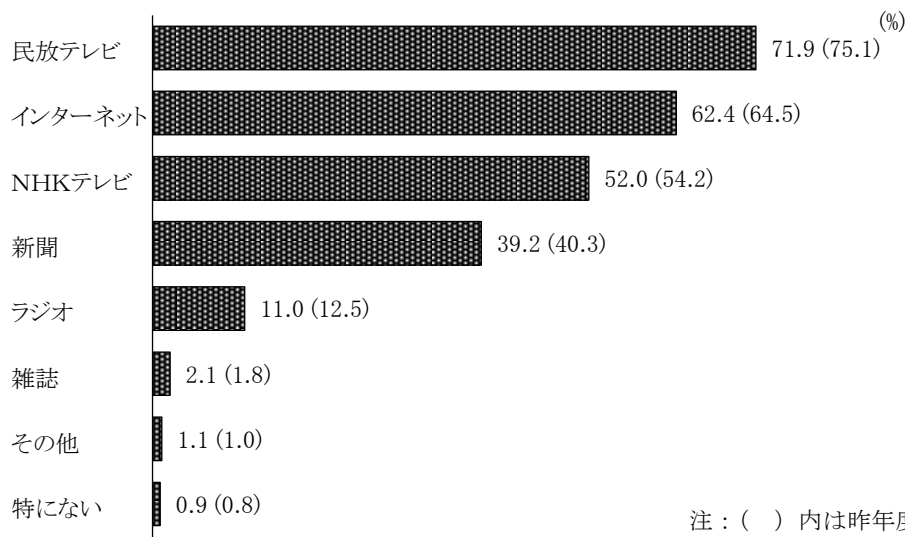
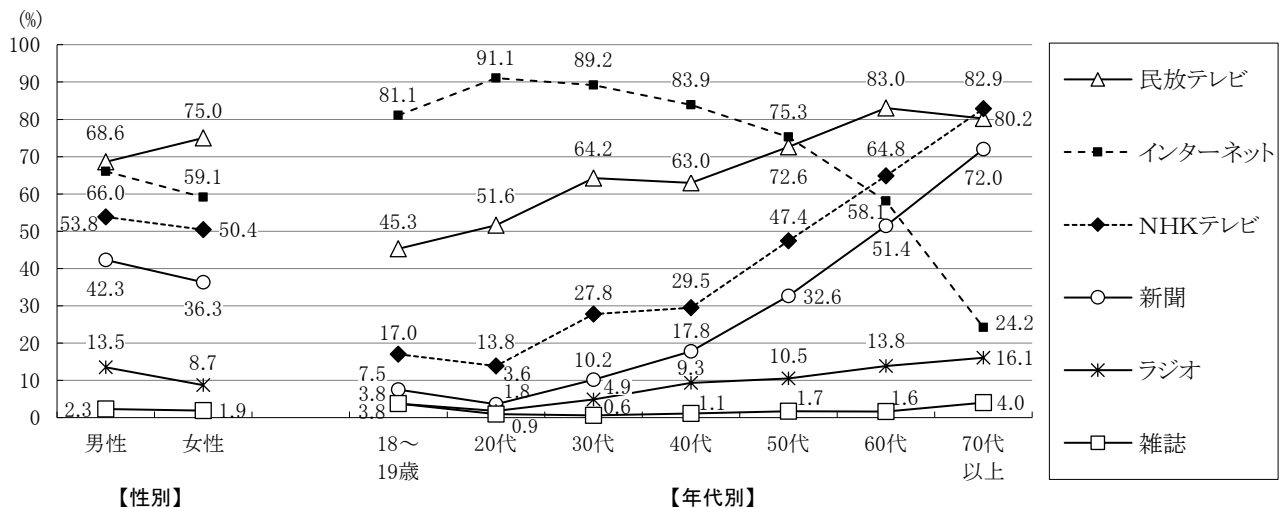


図 18-2 大きなニュースの情報源（性・年代別）

（複数回答、n=2,871）



19. どのメディアで各分野の情報を得る？（＊）

－ 全分野で民放テレビが1位 －

- ・8つの分野について、どのメディアで読んだり見たりするかを質問したところ、全ての分野で「民放テレビ」が最も多かった。2位には、政治、国際情勢、経済に関する「NHKテレビ」、スポーツ・芸能、社会、生活・健康、文化、地域に関する「インターネット」が挙げられた。「新聞」は地域に関することで3位に、他の項目は4位に挙げられた。
- ・前回調査と比較すると、民放テレビの社会、政治、国際情勢、経済に関すること、インターネットの政治、地域に関することが3ポイント以上の減少となった。
- ・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かったが、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20代以降、年代が上がるほど挙げる人が多くなる傾向が見られた。インターネットでは20～50代ではいずれも50%を超えていて、60代、70代以上と年代が上がるに従って少なくなった。「政治に関すること」「社会に関すること」は40代以下、「地域に関すること」は50代以下でインターネットが1位だった。

表 19-1 読んだり見たりするメディア

(複数回答、n=2,871)

	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 68.9 (70.2)	インターネット 58.3 (58.0)	NHKテレビ 35.6 (33.1)	新聞 32.7 (33.0)	ラジオ 8.7 (8.5)	雑誌 5.1 (5.3)	4.7 (5.2)
社会に関すること	民放テレビ 65.8 (69.8)	インターネット 48.5 (50.9)	NHKテレビ 48.3 (49.2)	新聞 38.7 (40.2)	ラジオ 9.1 (9.1)	雑誌 2.3 (3.0)	4.3 (3.4)
政治に関すること	民放テレビ 61.9 (67.8)	NHKテレビ 51.3 (53.3)	インターネット 42.5 (45.8)	新聞 39.0 (40.2)	ラジオ 8.0 (9.0)	雑誌 1.7 (2.5)	7.5 (5.3)
国際情勢に関すること	民放テレビ 60.0 (64.7)	NHKテレビ 49.2 (51.6)	インターネット 43.6 (45.8)	新聞 35.4 (36.4)	ラジオ 7.6 (7.9)	雑誌 1.9 (1.9)	7.6 (5.7)
生活・健康に関すること	民放テレビ 58.3 (58.8)	インターネット 56.1 (57.6)	NHKテレビ 39.0 (37.8)	新聞 32.5 (31.8)	雑誌 11.6 (11.6)	ラジオ 7.5 (8.0)	6.0 (5.6)
経済に関すること	民放テレビ 58.2 (62.8)	NHKテレビ 45.0 (46.2)	インターネット 43.0 (45.0)	新聞 37.2 (37.7)	ラジオ 7.2 (7.9)	雑誌 2.3 (2.7)	8.3 (7.0)
文化に関すること	民放テレビ 55.1 (55.8)	インターネット 45.8 (47.6)	NHKテレビ 39.3 (38.0)	新聞 34.8 (34.3)	ラジオ 7.1 (7.1)	雑誌 6.5 (6.8)	9.2 (9.4)
地域に関すること	民放テレビ 53.3 (53.2)	インターネット 41.8 (45.1)	新聞 40.3 (40.5)	NHKテレビ 33.7 (34.3)	ラジオ 7.8 (8.3)	雑誌 3.0 (2.9)	6.9 (6.2)

注：（ ）内は昨年度調査の数値

図 19-1 「政治に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）（複数回答、n=2,871）

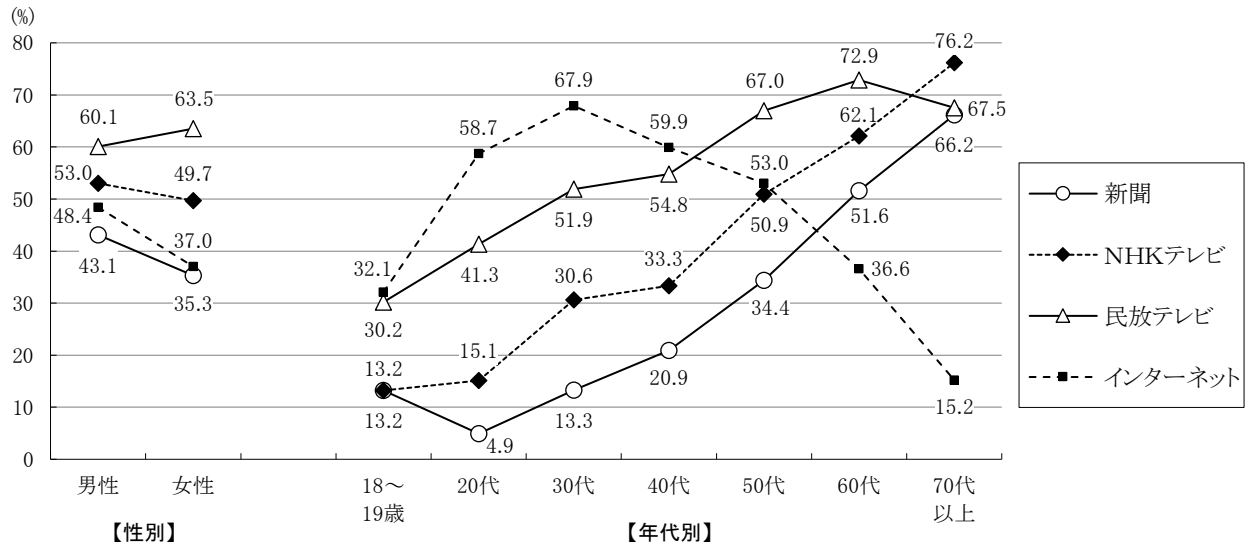


図 19-2 「社会に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）（複数回答、n=2,871）

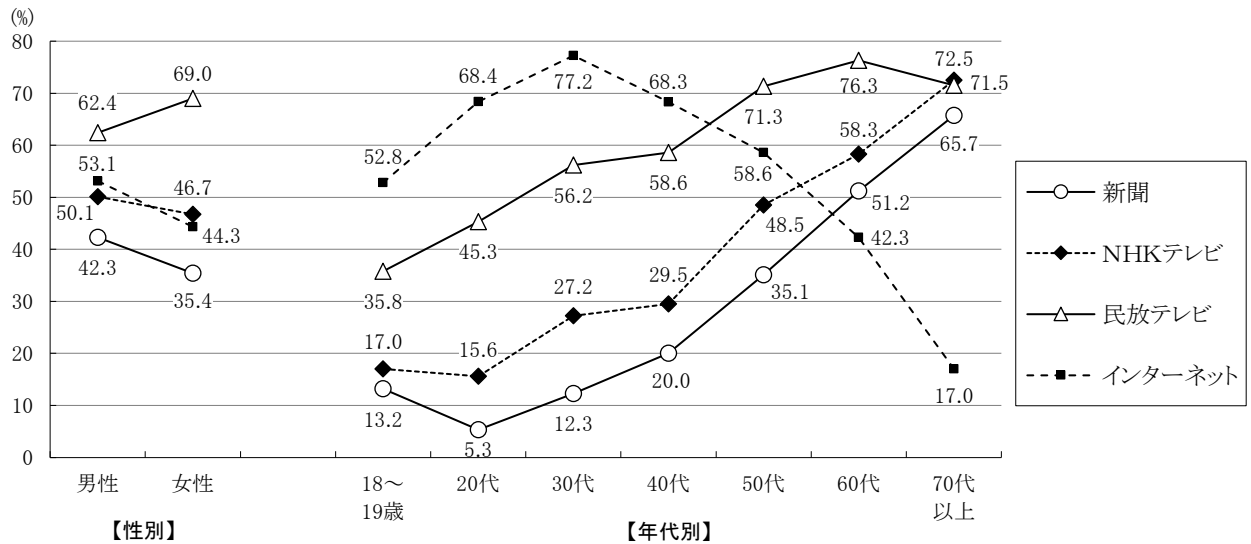
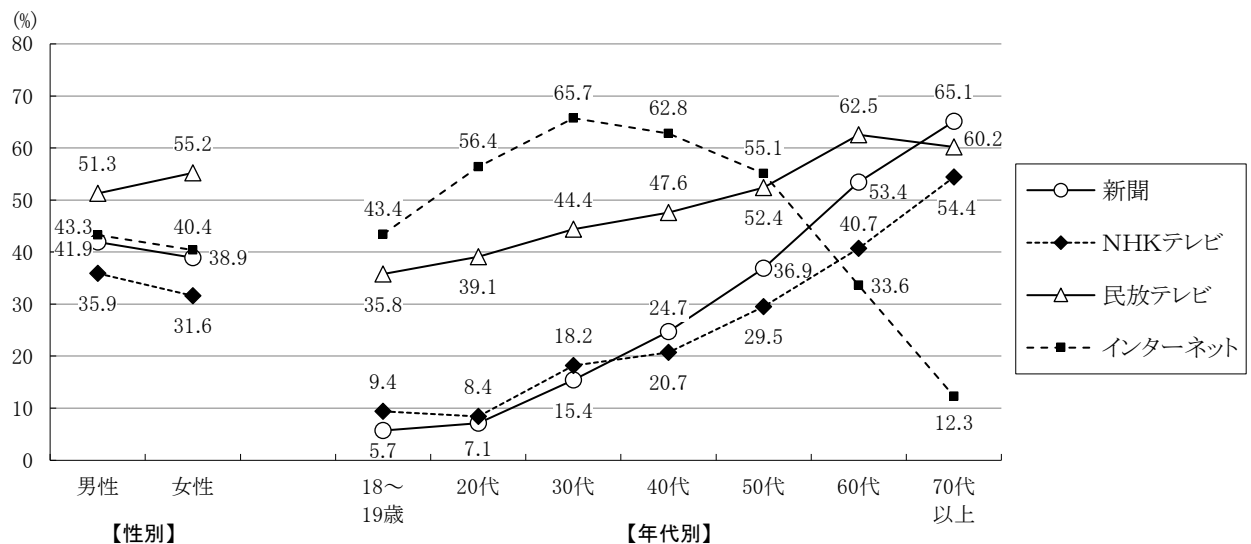


図 19-3 「地域に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）（複数回答、n=2,871）



《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」51%、「読まない」38% —

- ・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50.6%だった。以下、「ポータルサイトなどで閲覧できる新聞記事」(5.6%)、「図書館や学校、職場などに置いてある紙の新聞」(5.4%)、「駅やコンビニなどで購入する紙の新聞」(2.4%)、「有料の電子新聞」(1.8%)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37.5%だった。
- ・過去の調査と比較すると、「月ぎめでとっている紙の新聞」は2018年度から減少を続け、一方、「新聞や新聞記事は読まない」は増加を続けている。
- ・性別に見ると、「新聞や新聞記事は読まない」は4.1ポイント女性が多かった。年代別に見ると、「月ぎめでとっている紙の新聞」は、30代以下では10%台にとどまり、40代以降、年代の上昇とともに多くなり、70代以上で80.4%だった。一方、「新聞や新聞記事は読まない」は年代が低いほど多くなり、30代以下で60%を超えた。

図 20-1 新聞の読み方（時系列）

（複数回答、n=2,871）

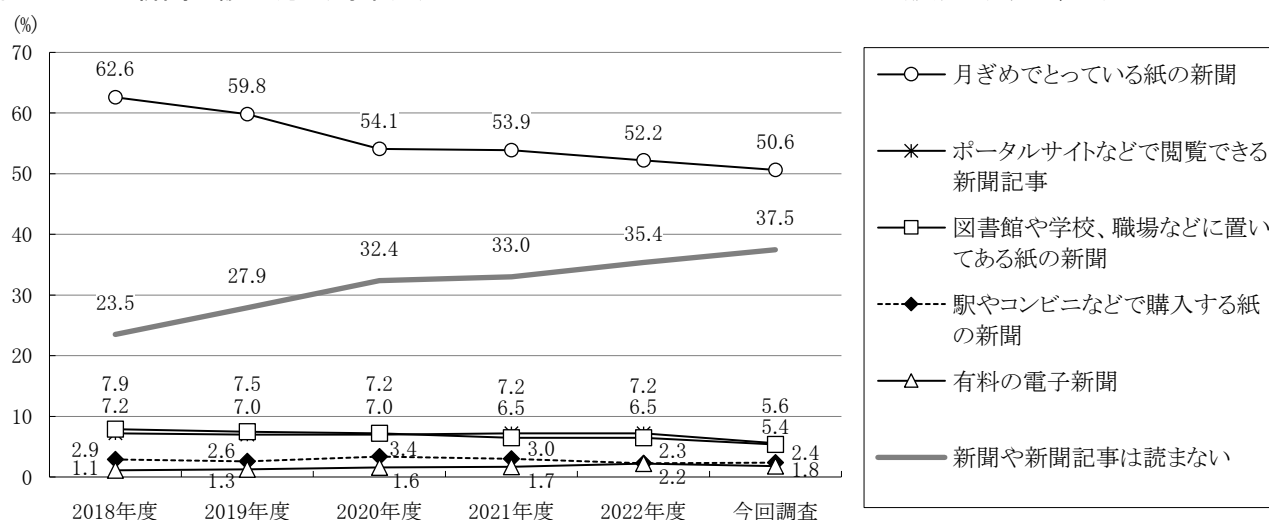
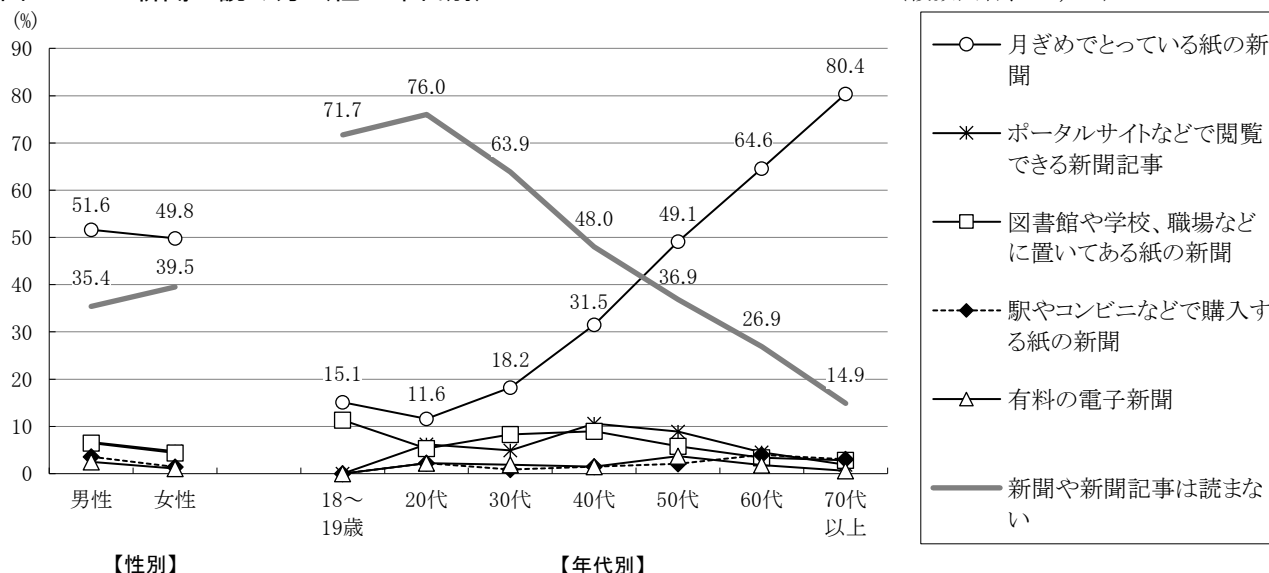


図 20-2 新聞の読み方（性・年代別）

（複数回答、n=2,871）



21. 月ぎめ新聞の購読状況は？（*）

— 58%が購読、購読率は昨年から横ばい —

- ・自宅で月ぎめ新聞を購読している人は58.1%だった。新聞の種類を見ると、「全国紙」を購読している人が45.5%、「県紙・地方紙」を購読している人が40.9%、「ブロック3紙」を購読している人が13.5%だった。また、全国紙を購読している人のうち、「紙の新聞」が92.4%、「電子新聞」が2.0%、「両方」が5.1%だった。
- ・過去の調査と比較すると、月ぎめ新聞を購読している人は、調査開始の2008年度以降、減少傾向にある。調査開始以来、2014年度調査で初めて80%を切ったが、その後もさらに減少が続き、今回調査では58.1%だった。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0.6ポイント減、県紙・地方紙は変化なし、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31.5%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82.7%だった。
- ・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18～19歳で13.3ポイント、60代で5.1ポイント、20代で3.2ポイント、40代で3.1ポイント減少した。

図 21-1 月ぎめでとっている新聞の有無
(n=2,871)

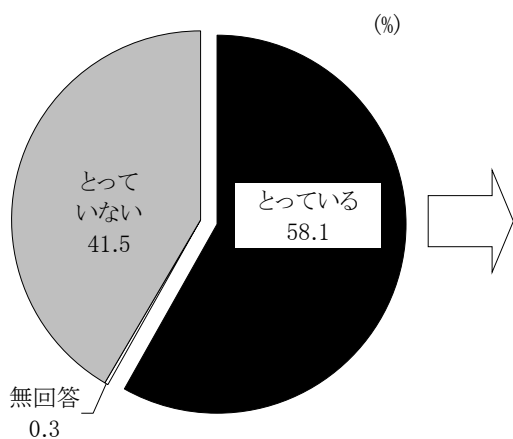


図 21-2 月ぎめでとっている新聞の種類
(複数回答、n=1,669)

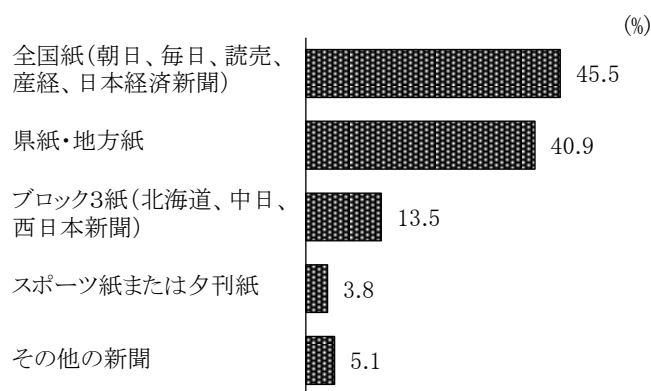


図 21-3 全国紙の購読は紙の新聞か電子新聞か
(n=759)

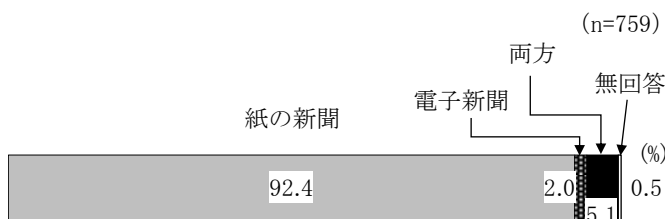


図 21-4 月ぎめでとっている新聞（時系列）

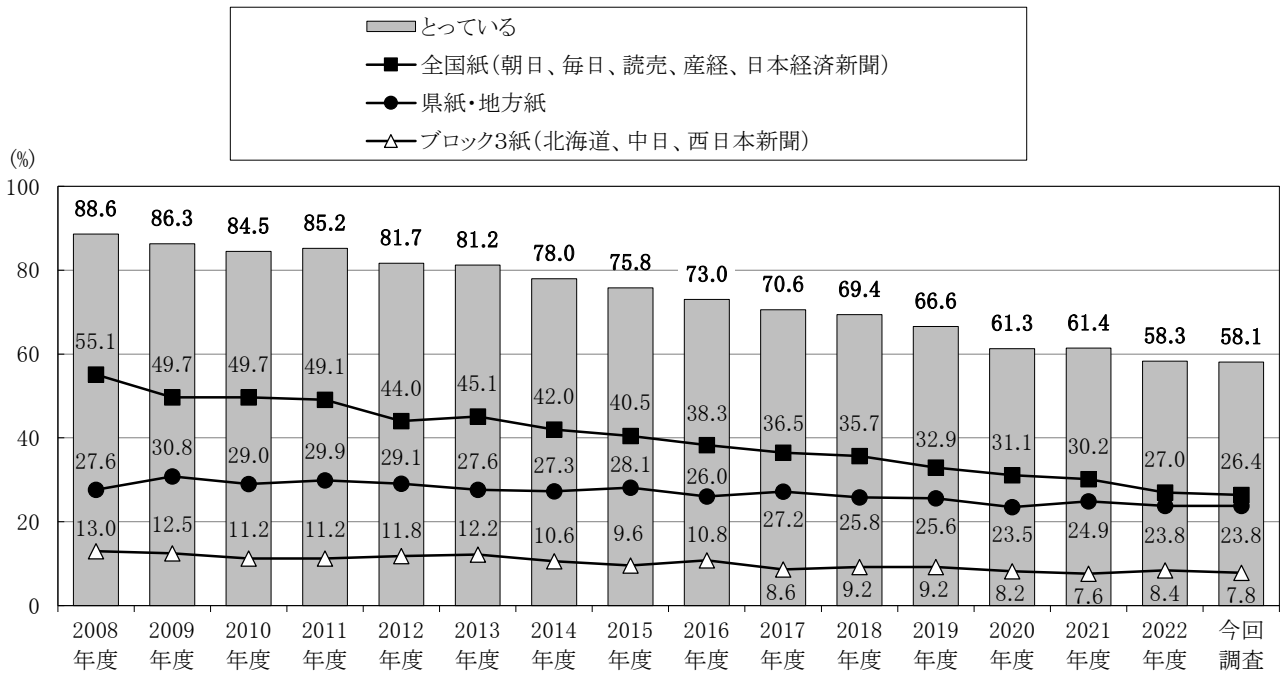
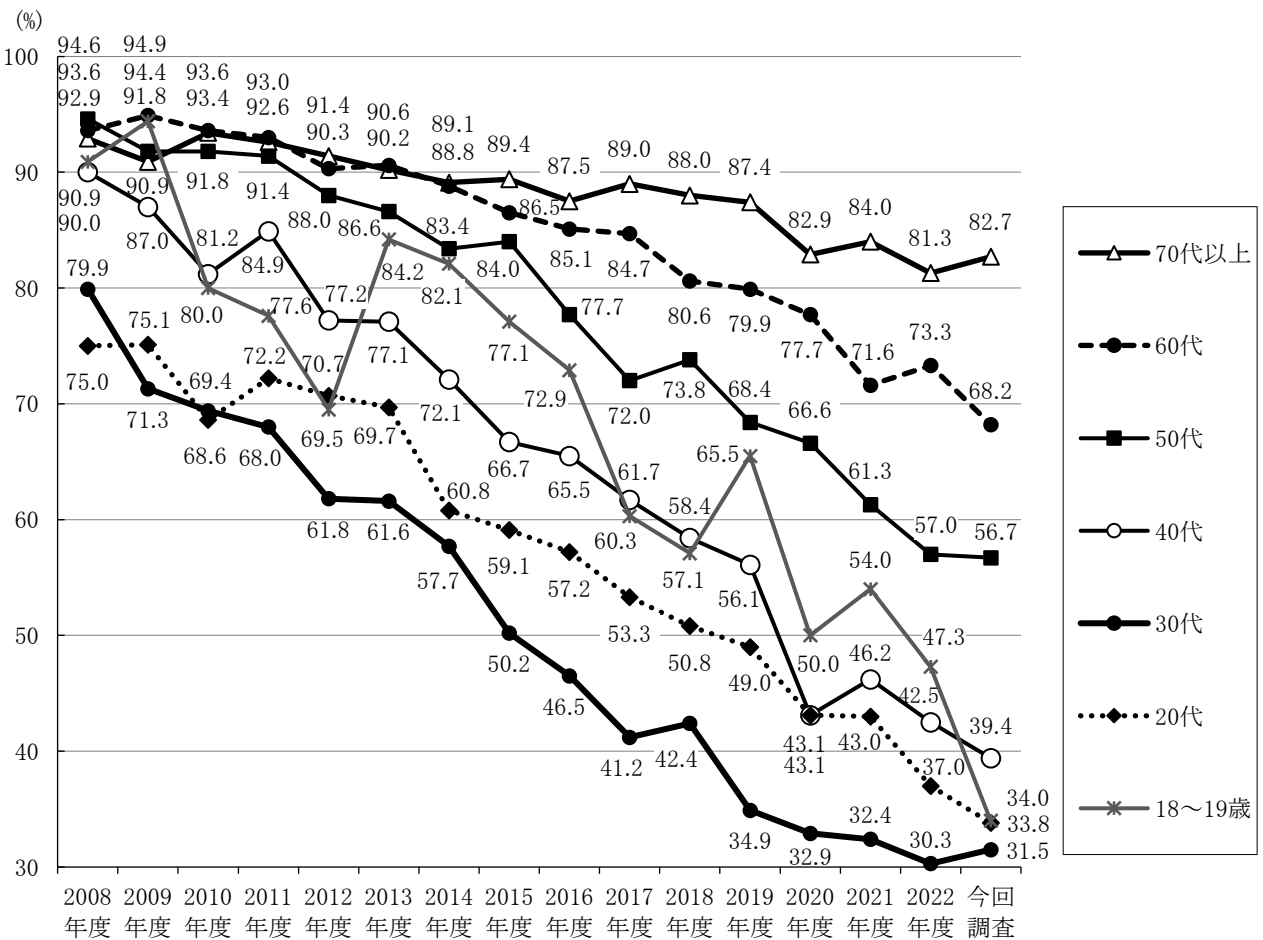


図 21-5 月ぎめで新聞をとっている人の割合（年代別、時系列） (n=2,871)



(月ぎめで新聞をとっている人に) (全体の 58.1%)

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」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 47.1% 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」(39.3%)、「毎日、自宅に届けてくれるから」(33.0%)、「新聞で世間の動きが大体分かるから」(30.2%)、「新聞の情報は、自分に役立つから」(27.9%) を挙げる人が多かった。前回調査と比較すると、「新聞でなければ得られない情報があるから」が 3.3 ポイントの減少となった。
- ・性別に見ると、「新聞でなければ得られない情報があるから」「新聞で世間の動きが大体分かるから」は 5 ポイント前後、男性の方が多かった。
- ・年代別に見ると、上位 5 位の全ての項目で 20 代以降、年代が高いほど多くなる傾向が見られた。

図 22-1 月ぎめで新聞をとる理由

(複数回答、n=1,669)

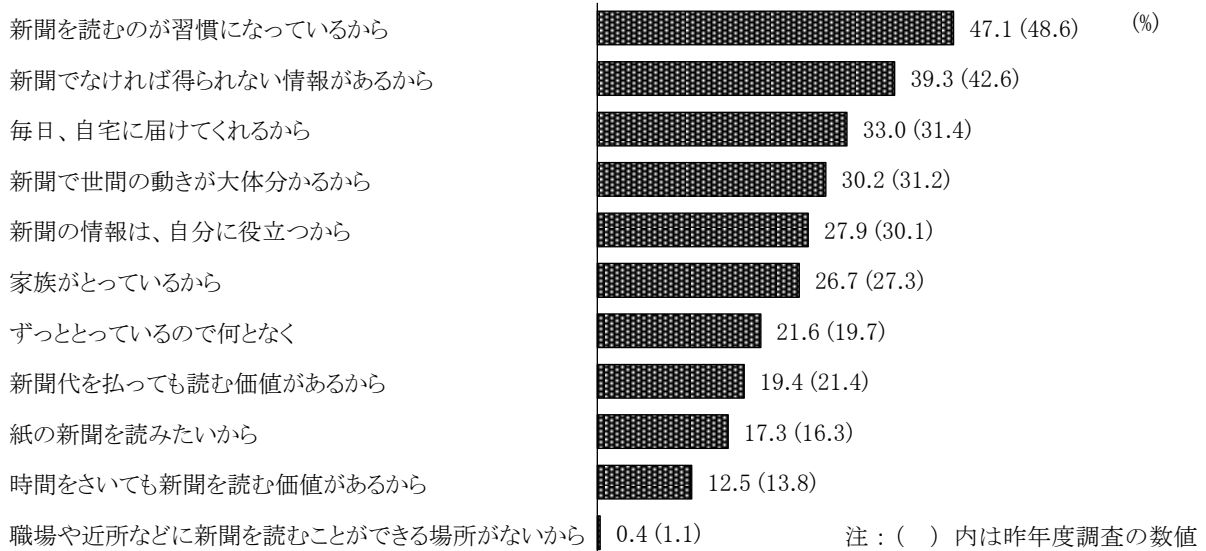
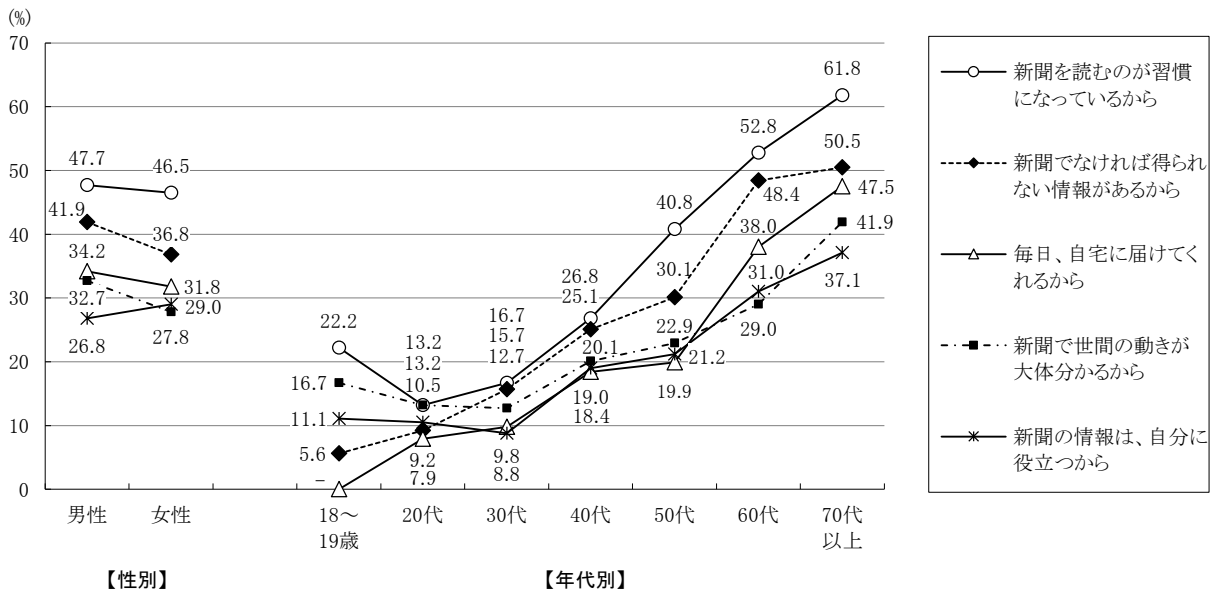


図 22-2 月ぎめで新聞をとる理由（上位 5 位）（性・年代別）

(複数回答、n=1,669)



(月ぎめで新聞をとっていない人に) (全体の 41.5%)

23. 月ぎめで新聞をとらない理由は？ (*)

— 「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」 78% —

- ・月ぎめで新聞をとらない理由としては、「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」を挙げる人が最も多く 77.6% だった。次いで、「新聞の購読料は高いから」(38.3%)、「新聞を読む習慣がないから」(27.4%)、「新聞を読む時間がないから」(24.8%)、「紙の新聞は、処分が面倒だから」(21.3%) を挙げる人が多かった。前回調査と比較すると、「新聞を読む習慣がないから」が 2.6 ポイント、「紙の新聞は、処分が面倒だから」が 2.3 ポイント減少した。
- ・性別に見ると、「新聞を読む習慣がないから」が 6.3 ポイント、「新聞を読む時間がないから」が 6.2 ポイント、「紙の新聞は、処分が面倒だから」が 5.3 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」が最も多かった。「新聞を読む習慣がないから」は、30 代以下で他の年代より多く 40% 台だった。

図 23-1 月ぎめで新聞をとらない理由

(複数回答、n=1,192)

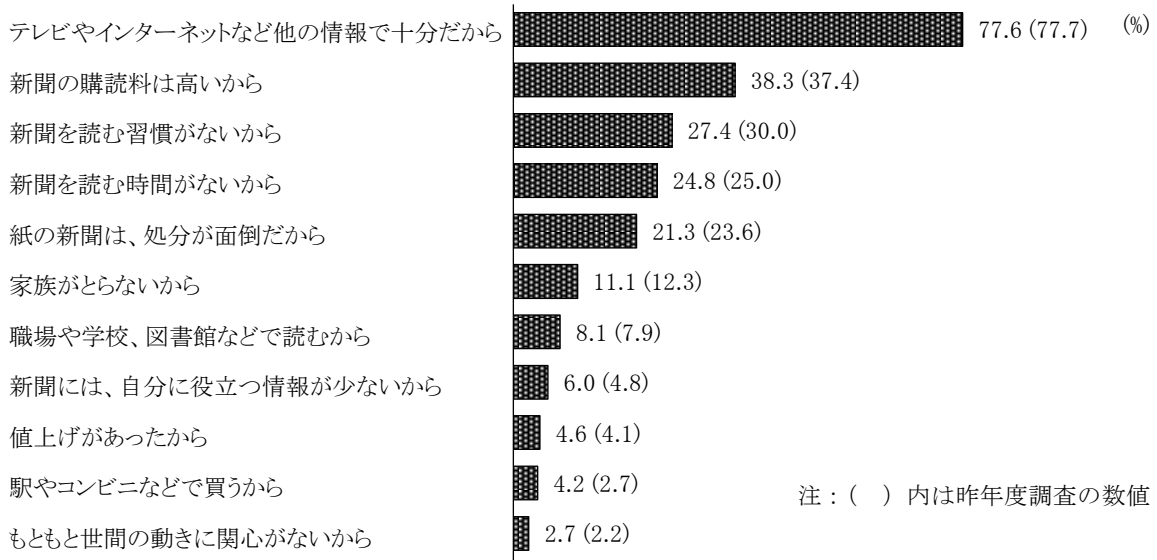
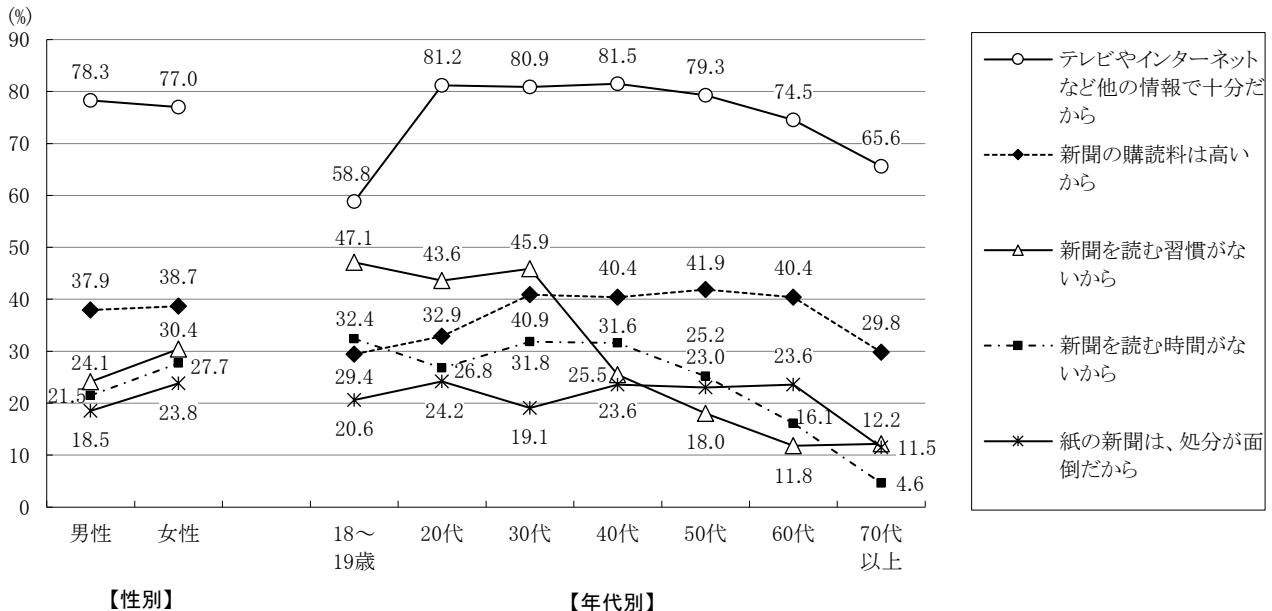


図 23-2 月ぎめで新聞をとらない理由 (上位 5 位) (性・年代別)

(複数回答、n=1,192)



24. 通信社の役割を知っている？（＊）

－ 「知っている」47%、「知らない」52% －

- ・通信社が新聞社や放送局、インターネットサイトなどにニュースを配信していることを「知っている」人は46.8%、「知らない」人は52.1%だった。
- ・過去の調査と比較すると、「知っている」人の割合は、2012年度以降は50%前後で推移し、2019年度に47.0%、2020年度に46.3%と減少、2021年度に49.1%と増加に転じたが、再度減少に転じた。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18～19歳で11.5ポイント、20代で6.7ポイント、50代で3.4ポイント減少した。
- ・性別で見ると、「知っている」人は、女性（40.2%）よりも男性（54.0%）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、50～60代で他の年代より多く50%台だった。

図 24-1 通信社の役割の認知

(n=2,871)

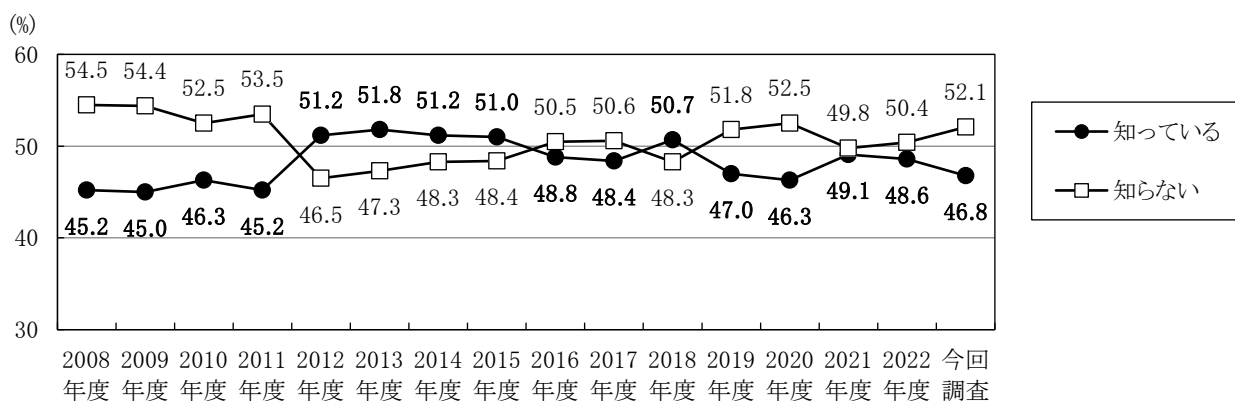
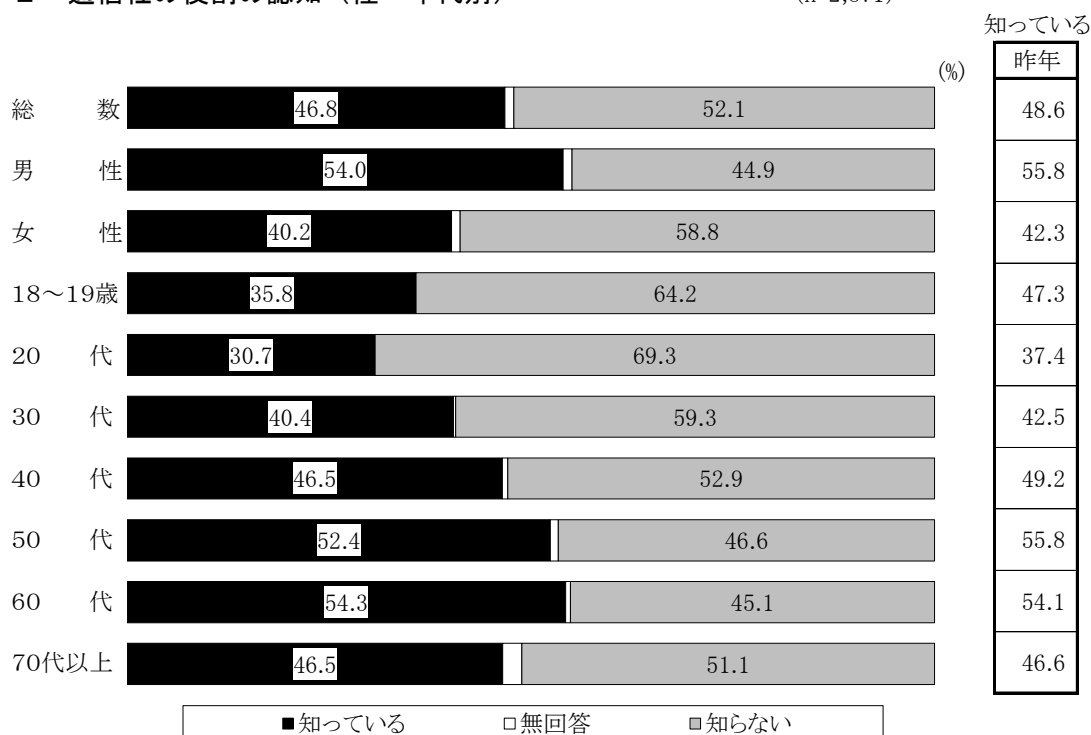


図 24-2 通信社の役割の認知（性・年代別）

(n=2,871)



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」（71%）、2位「ロイター通信」（67%） —

- ・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79.4%だった。最も知名度が高いのは「共同通信」で71.0%の人が挙げた。次いで「ロイター通信」が66.9%、「時事通信」が48.1%、「AP通信」が42.7%、「新華社」が30.1%だった。
- ・昨年度の調査と比較すると、最も多い「共同通信」から「AP通信」まで2ポイント以上の減少となった。
- ・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=2,871)

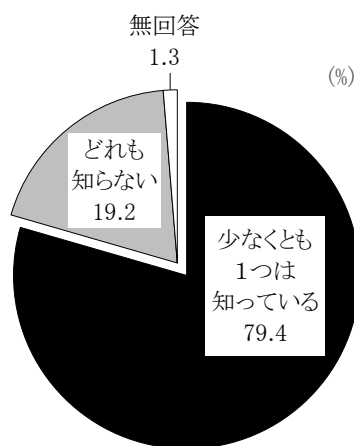
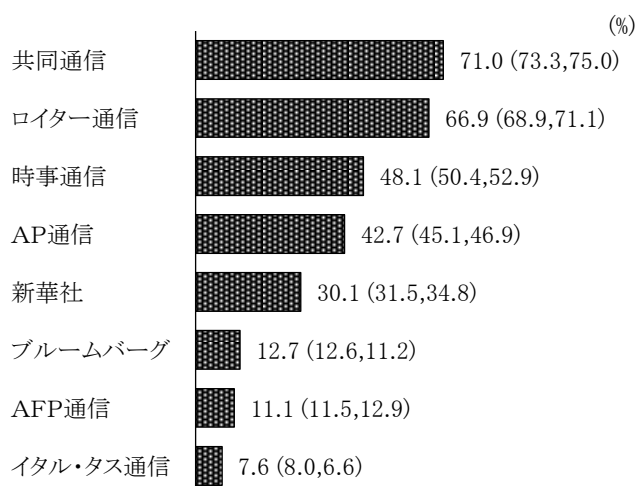


図 25-2 知っている通信社 (複数回答、n=2,871)



注：（ ）内は左から2022年度調査、2021年度調査の数値

表 25-1 知っている通信社（性・年代別）

(複数回答、n=2,871)

	(%)				
	1位	2位	3位	4位	5位
総数	共同通信 71.0	ロイター通信 66.9	時事通信 48.1	AP通信 42.7	新華社 30.1
男性	共同通信 75.8	ロイター通信 70.4	時事通信 55.0	AP通信 49.5	新華社 36.7
女性	共同通信 66.6	ロイター通信 63.7	時事通信 41.8	AP通信 36.5	新華社 24.0
18-19歳	ロイター通信 43.4	共同通信 37.7	時事通信 22.6	AP通信 22.6	新華社 11.3
20代	ロイター通信 53.3	共同通信 46.2	時事通信 26.2	AP通信 20.4	ブルームバーグ 5.8
30代	ロイター通信 72.2	共同通信 64.5	AP通信 48.5	時事通信 46.0	新華社 20.4
40代	ロイター通信 75.6	共同通信 74.9	時事通信 53.1	AP通信 52.6	新華社 27.1
50代	共同通信 80.2	ロイター通信 77.1	時事通信 55.1	AP通信 55.0	新華社 35.3
60代	共同通信 78.3	ロイター通信 70.6	時事通信 48.8	AP通信 46.4	新華社 37.7
70代以上	共同通信 70.2	ロイター通信 56.3	時事通信 49.0	新華社 36.0	AP通信 32.0

《新聞への意見》

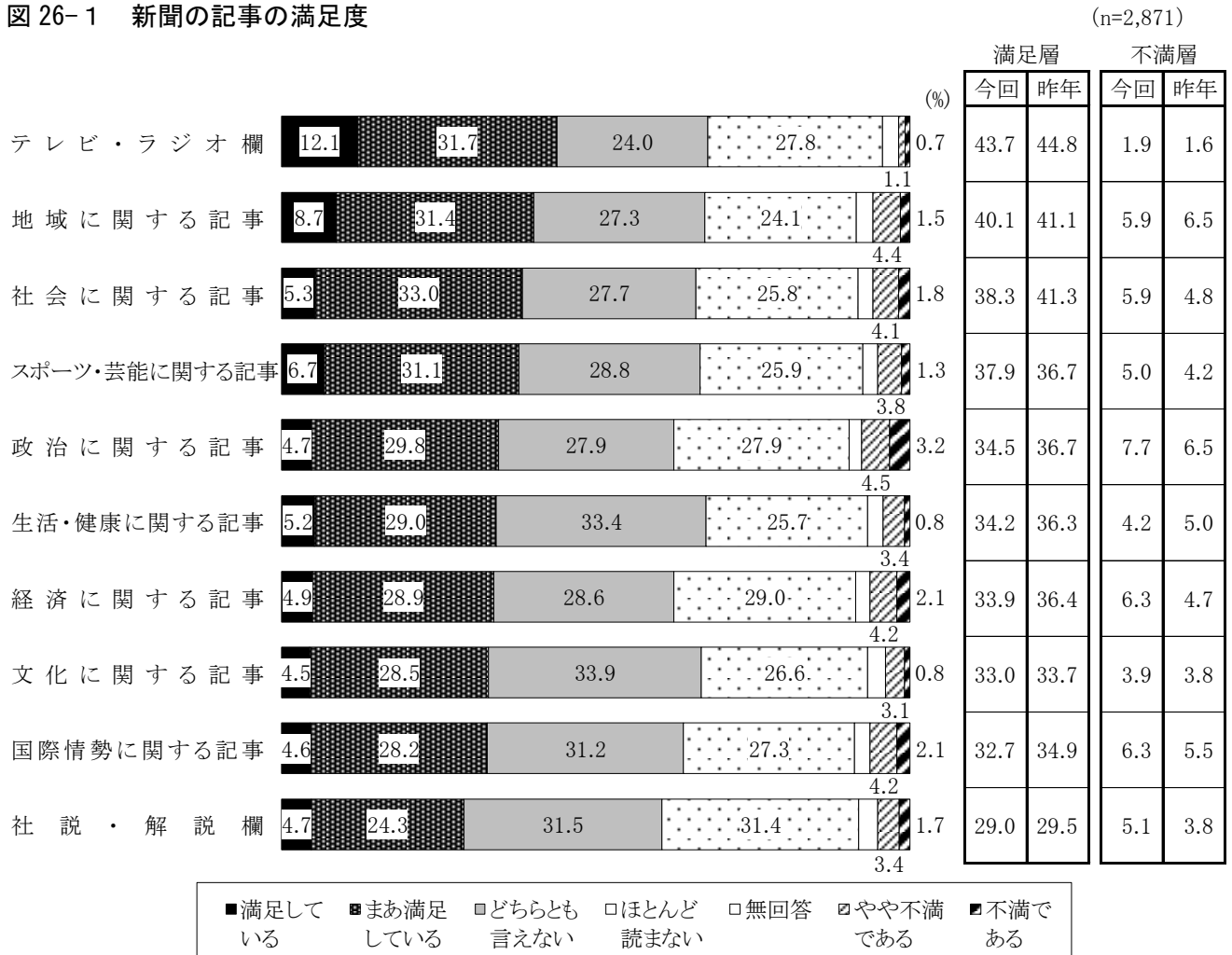
26. 新聞の記事の満足度は？（＊）

－ 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43.7%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」が40.1%と、生活に密着した身近な記事の満足度が高かった。
- ・「社説・解説欄」の満足層は約30%、「国際情勢に関する記事」「文化に関する記事」「経済に関する記事」「生活・健康に関する記事」「政治に関する記事」「スポーツ・芸能に関する記事」「社会に関する記事」の満足層は30%台だったが、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。
- ・昨年度調査と比較すると、満足層は「社会に関する記事」が3.0ポイント、「経済に関する記事」が2.5ポイント減少した。

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

図 26-1 新聞の記事の満足度



・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4.5ポイント、「地域に関する記事」は2.7ポイント、男性より女性が多く、「社会に関する記事」は1.6ポイント、女性より男性が多かった。

・「政治に関する記事」「経済に関する記事」「国際情勢に関する記事」は、女性よりも男性の満足層が多かった。年代別に見ると、これらの記事の満足層は、年代の高い層で割合が多くなる傾向が見られた。

図 26-2 テレビ・ラジオ欄、社会、地域に関する記事に満足している人の割合（性・年代別）

(n=2,871)

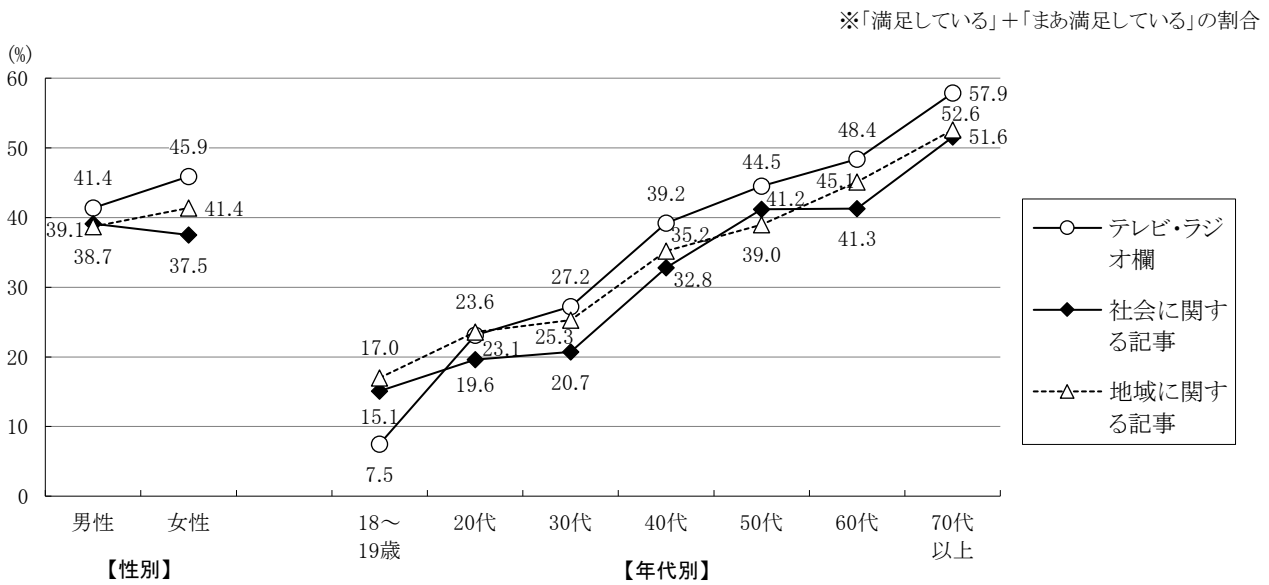
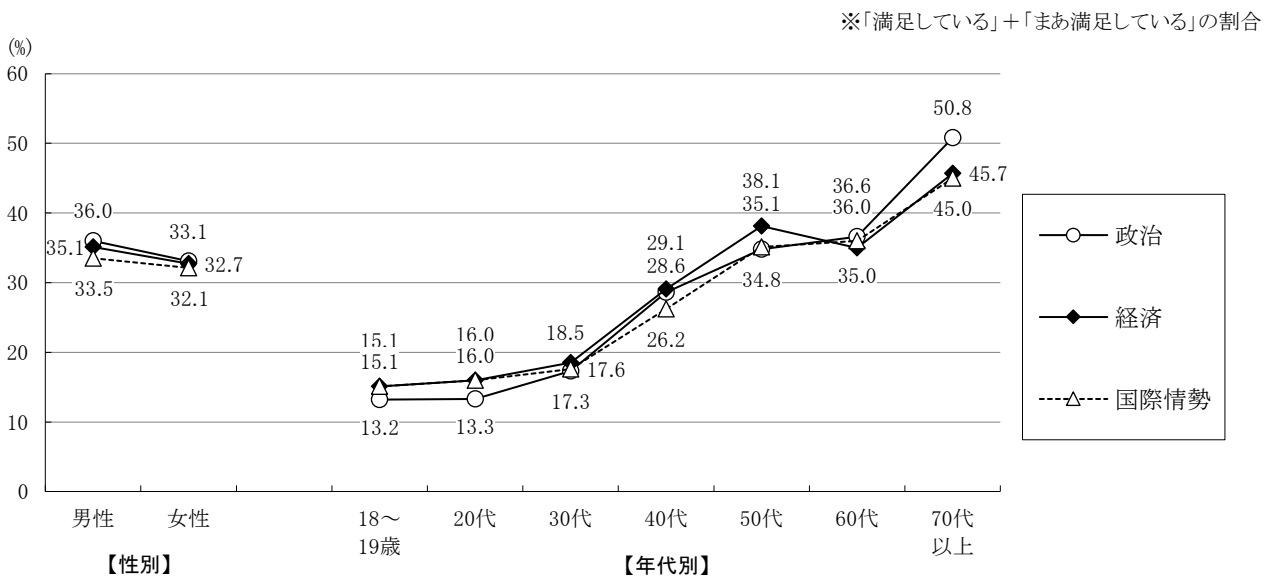


図 26-3 政治、経済、国際情勢に関する記事に満足している人の割合（性・年代別）

(n=2,871)



27. 新聞全般の満足度は？（*）

－ 満足している人は41%、不満な人は11% －

- ・新聞全般について、「満足している」は11.7%、「やや満足である」は29.0%であり、この2つを合わせた満足層は40.7%だった。「やや不満である」と「不満である」を合わせた不満層は10.5%と少数だった。満足層は昨年から減少が続いた。
- ・年代別に見ると、満足層は20代で17.8%と最も少なく、年代の上昇とともに多くなり、70代以上で61.2%だった。一方、「どちらとも言えない」は、70代以上から年代が下がるにつれて多くなり20代で69.3%と最も多くなった。不満層は20～60代で10%台だった。特に30代が最も多く16.0%だった。

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

図 27-1 新聞全般の満足度 (n=2,871)

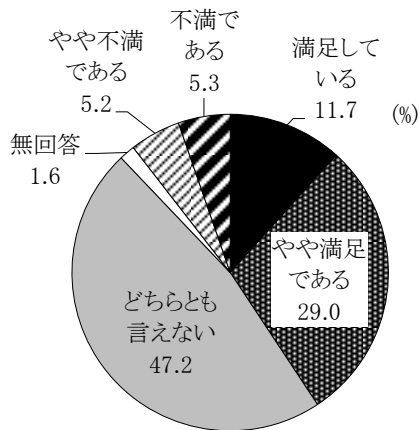


図 27-2 新聞全般の満足度 (時系列)

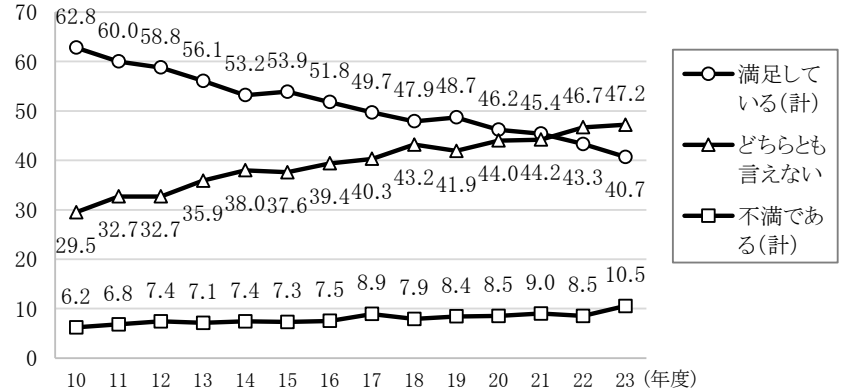
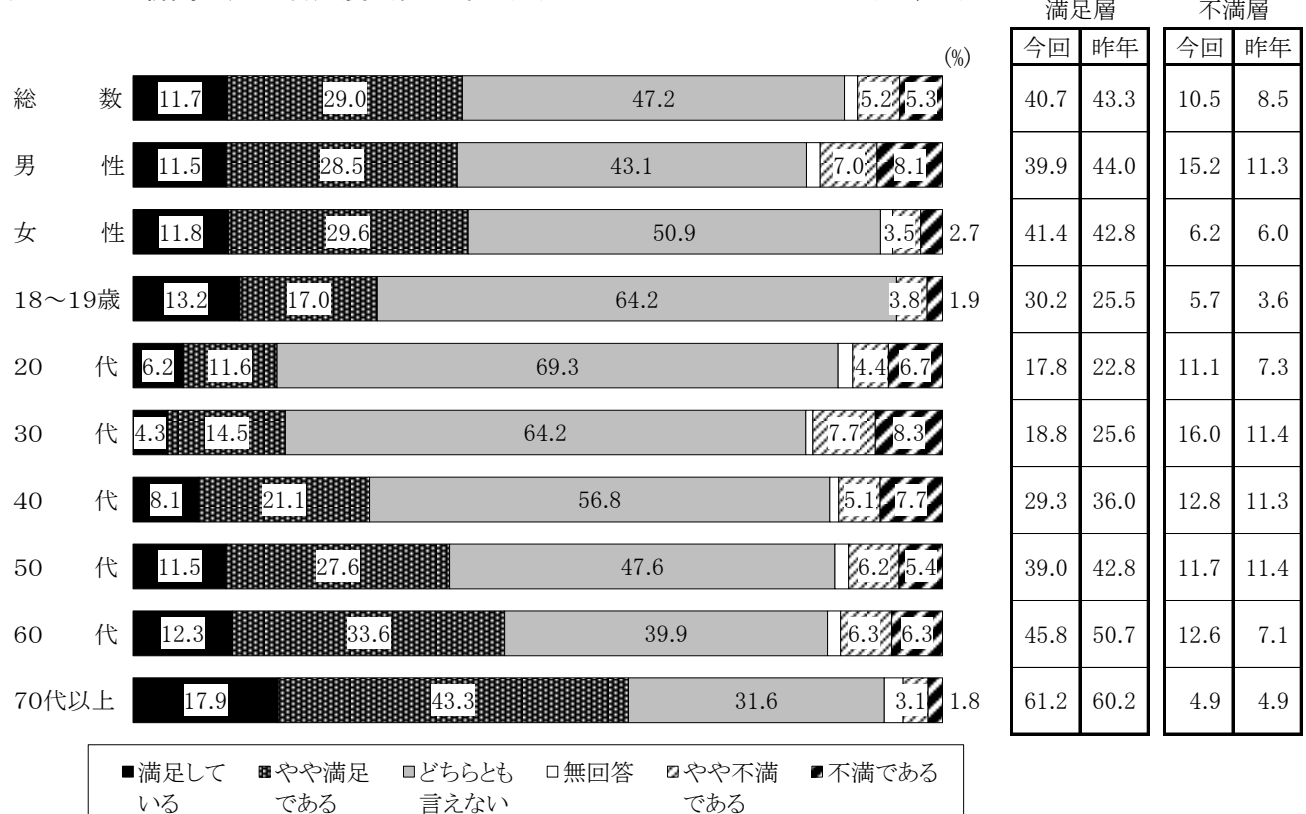


図 27-3 新聞全般の満足度 (性・年代別)

(n=2,871)



28. 戸別配達をどう思う？（*）

－ 日本独特の戸別配達制度、「続けてほしい」55% －

- ・戸別配達については、「ぜひ続けてほしい」は31.5%、「できれば続けてほしい」は23.3%であり、両者を合わせた『続けてほしい(計)』は54.9%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29.2ポイント、昨年度(55.4%)からは0.5ポイントの減少となった。年代別に見ると、20～60代で昨年度より減少した。
- ・年代別に見ると、『続けてほしい(計)』は30代(26.5%)で最も少なく、以降、70代以上(79.8%)にかけて、年代が上がるに従って多くなった。

※『続けてほしい(計)』＝「ぜひ続けてほしい」＋「できれば続けてほしい」

図 28-1 戸別配達の存続 (n=2,871)

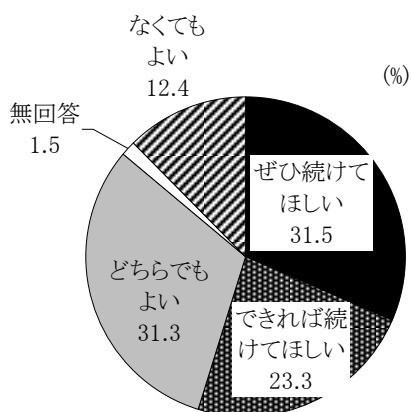


図 28-2 『続けてほしい(計)』割合 (時系列)

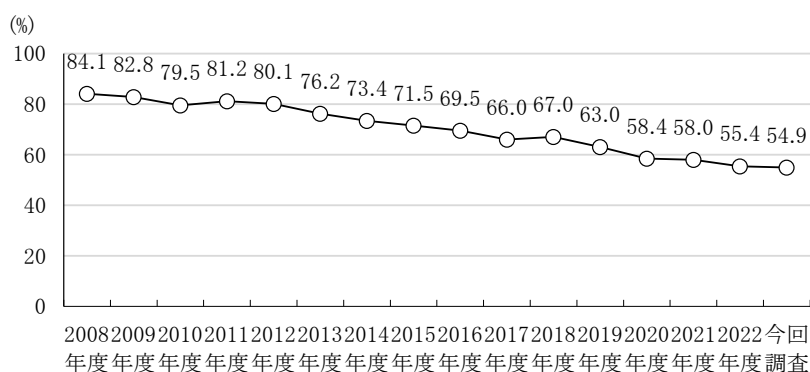
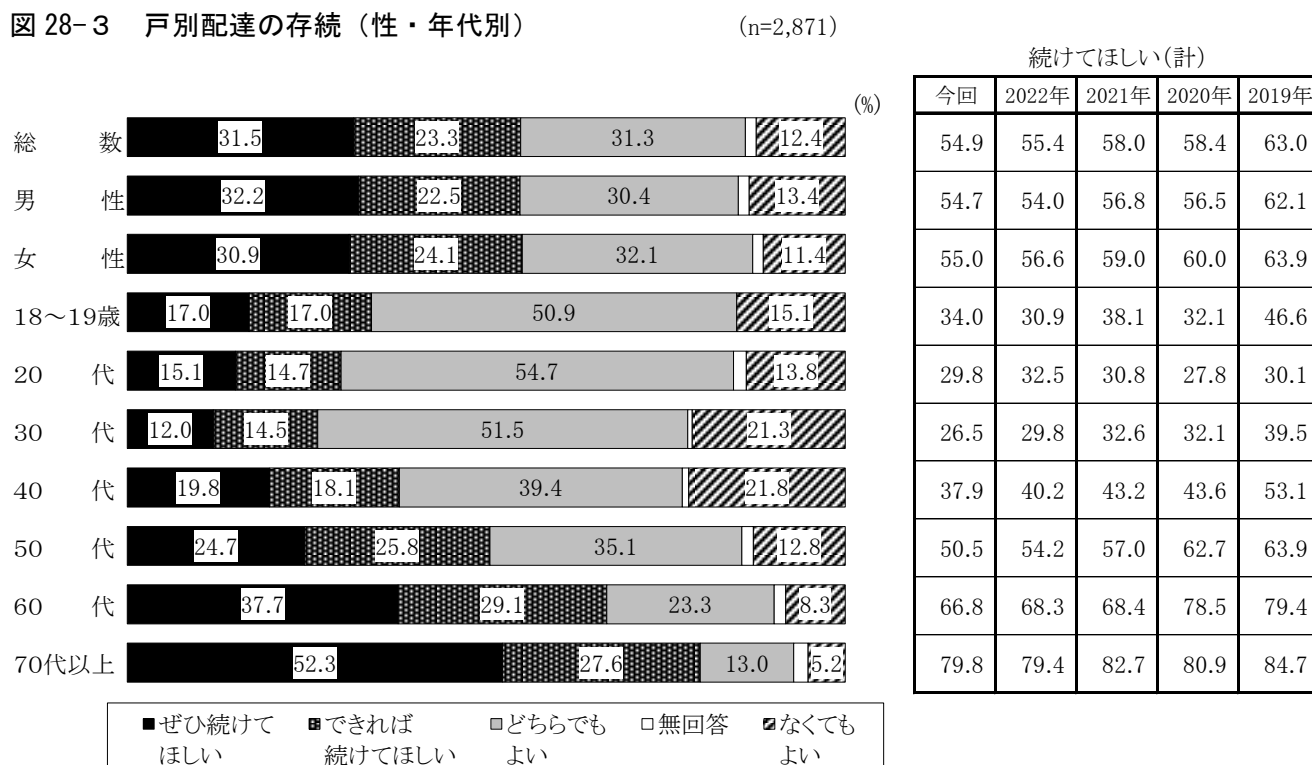


図 28-3 戸別配達の存続 (性・年代別) (n=2,871)



29. 新聞の購読料をどう思う? (*)

— 「高い」とする人が53%、「妥当」とする人が44% —

- ・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16.8%、「少し高い」は36.2%で、両者を合わせた『高い(計)』は52.9%だった。「妥当である」は43.5%、「少し安い」と「かなり安い」を合わせた『安い(計)』は1.7%とごく少数にとどまった。
- ・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」を上回り、以降50%台で推移している。
- ・年代別に見ると、『高い(計)』は年代が低いほど多くなり、30代で66.0%と最も多かった。一方、「妥当である」は30代で最も少なく、年代が高いほど多くなり70代以上で51.9%だった。

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

図 29-1 新聞の購読料 (n=2,871)

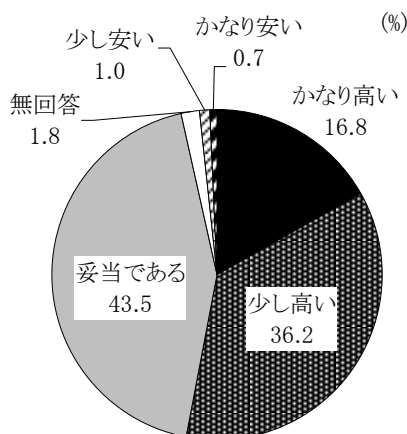


図 29-2 新聞の購読料 (時系列)

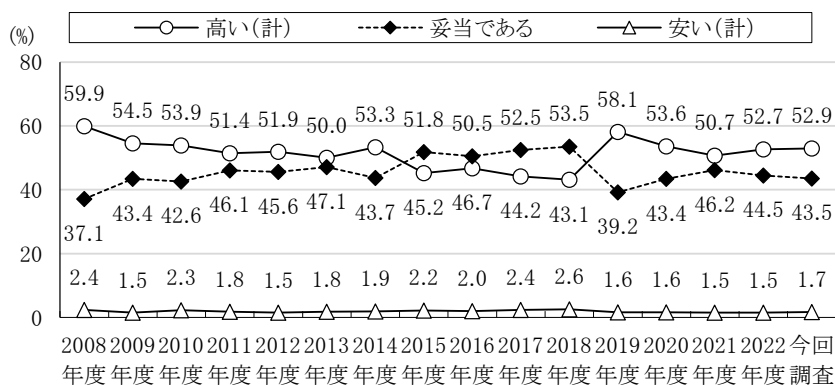
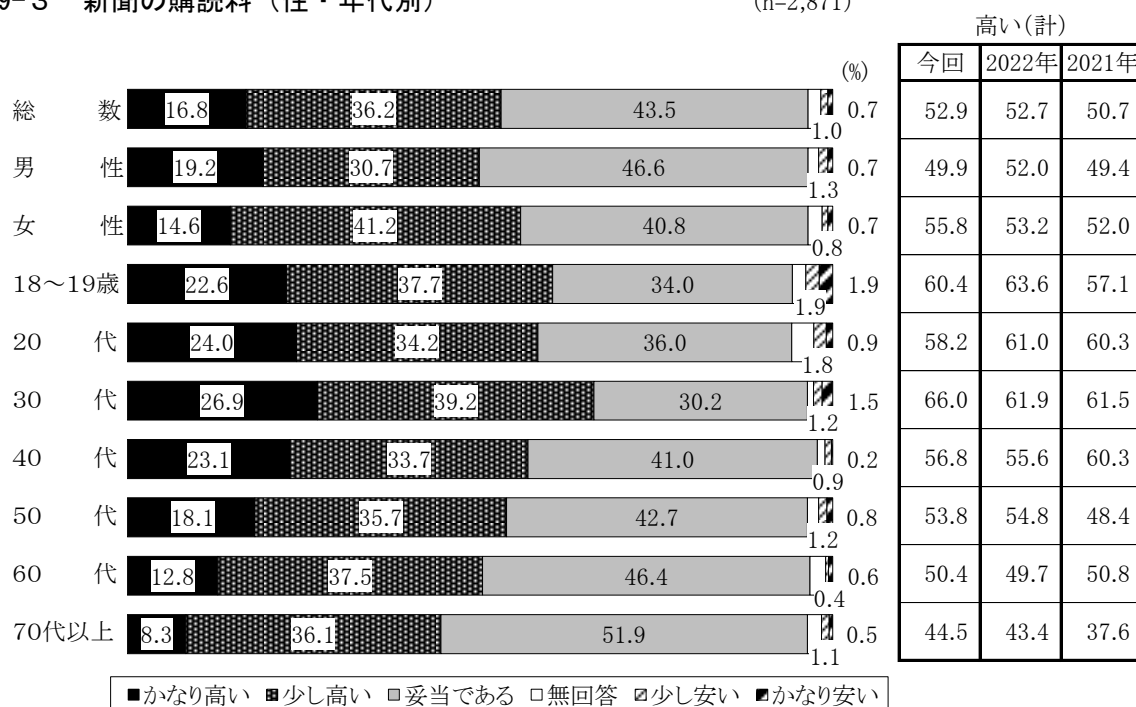


図 29-3 新聞の購読料 (性・年代別)

(n=2,871)



30. 今後、新聞とどう接する？（*）

－ 「紙の新聞を購読する」が46%、「購読しない・読まない」が40% －

- ・今後の新聞との接し方を尋ねたところ、「紙の新聞を購読する」と答えた人が最も多く46.3%だったが、2018年度58.5%から減少を続けている。一方、「図書館やインターネットなど無料で読める分で十分なので、新聞は購読しない」は25.2%と2018年度20.4%から、「無料でも新聞は読まない」は14.9%と2018年度8.8%から増加傾向にある。
- ・年代別に見ると、「紙の新聞を購読する」は、20代（10.2%）から年代の上昇とともに割合も多くなり70代以上で78.2%だった。「図書館やインターネットなど無料で読める分で十分なので、新聞は購読しない」は40代以下で、「紙の新聞を購読する」の割合を上回った。「無料でも新聞は読まない」は30代以下で26.5～32.1%と他の年代より多かった。

図 30-1 今後の新聞との接し方

(n=2,871)

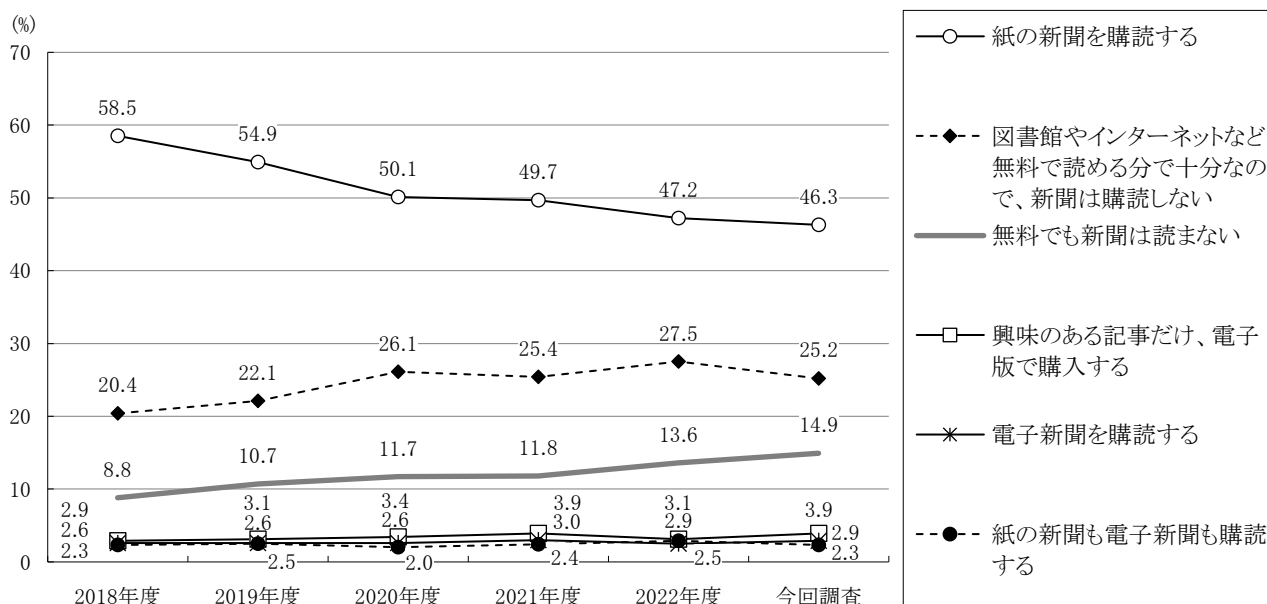
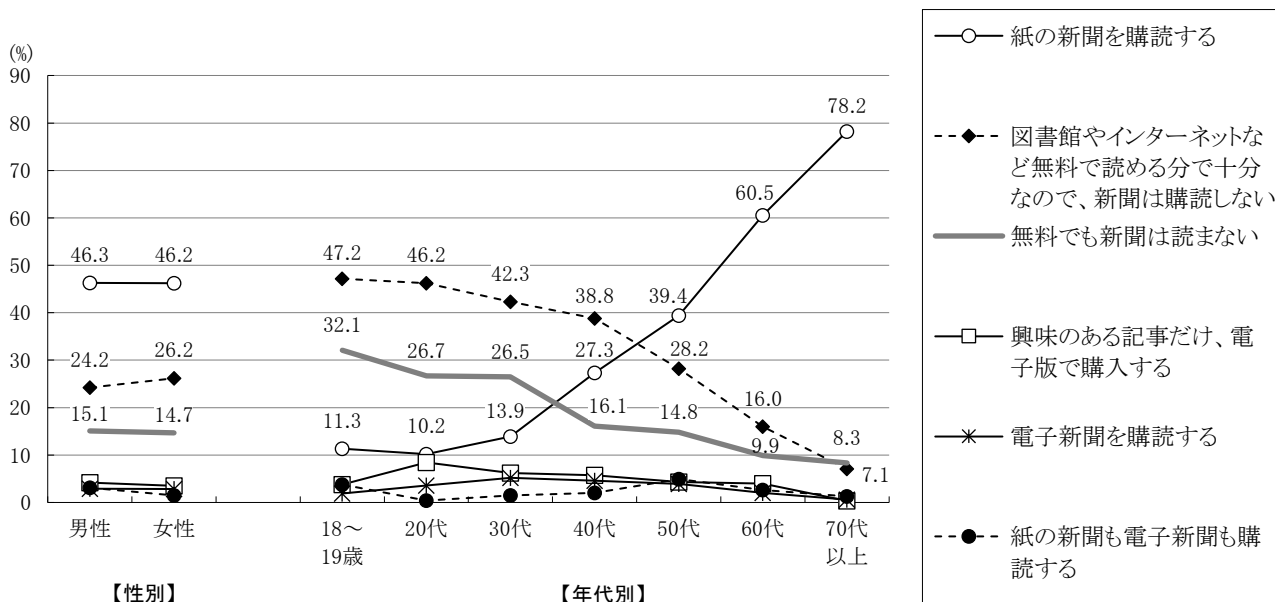


図 30-2 今後の新聞との接し方（性・年代別）

(n=2,871)



《インターネットとニュース》

(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 78.0%)

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 93%、モバイルのみでの閲覧が 71% —

- ・インターネットニュースを見る時に使用する機器を質問したところ、「スマートフォン・携帯電話」が 92.9%と突出して多かった。次いで「パソコン」が 29.1%、「タブレット」は 9.8%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 70.6%、「パソコンとモバイル」が 23.9%、「パソコンのみ」が 5.1%だった。
- ・昨年度調査と比較すると、変化は見られなかった。
- ・「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 (59.3%) より女性 (81.5%) で多く、年代別では、70 代以上の 63.0%から 18~19 歳の 92.2%にかけて、年代が下がるにつれて多くなる傾向が見られた。

図 31-1 インターネットニュースを見る時に使用する機器 (複数回答、n=2,239)

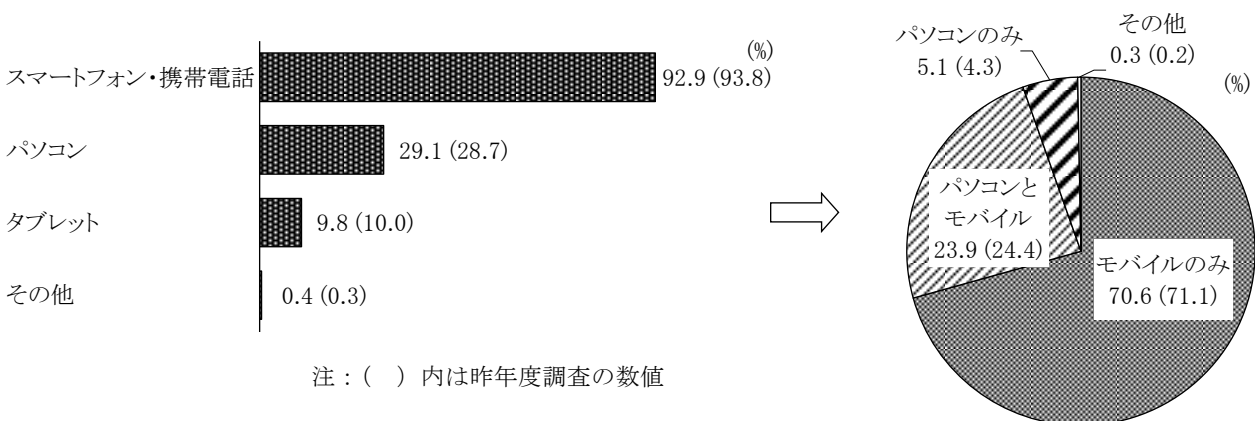
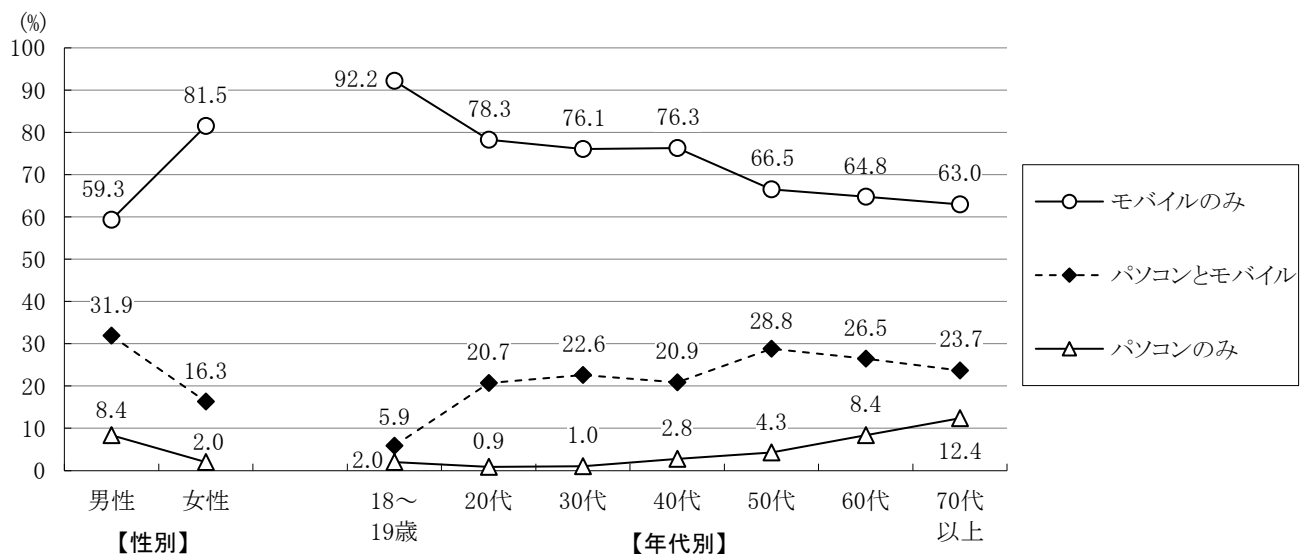


図 31-2 インターネットニュースを見る時に使用する機器 (性・年代別)

(n=2,239)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 77.7%)

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 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)」(81.7%) が突出して多かった。以下、「SNS (LINE、Twitter、Facebook など)」(37.9%)、「新聞社・通信社・テレビ放送局の公式サイト」「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)」(いずれも 14.6%) だった。

・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)」が最も多かった。「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 22.6%にとどまった。

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=2,232)

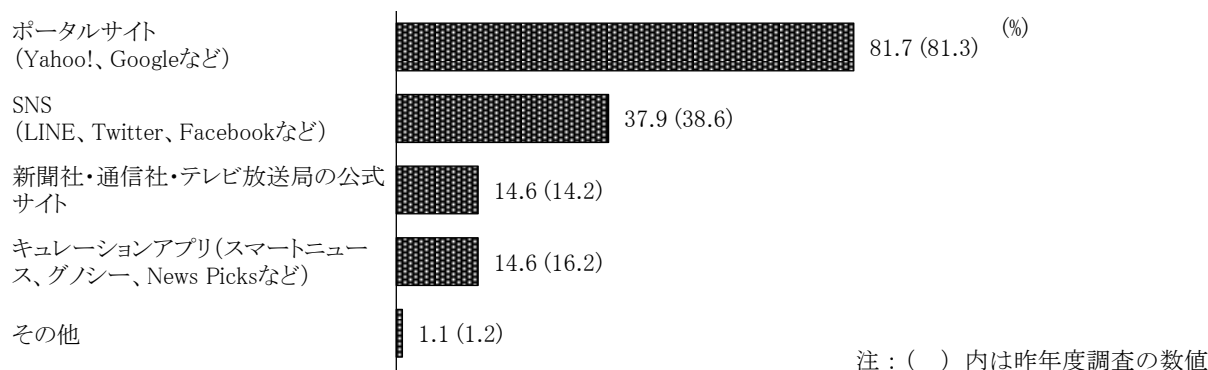
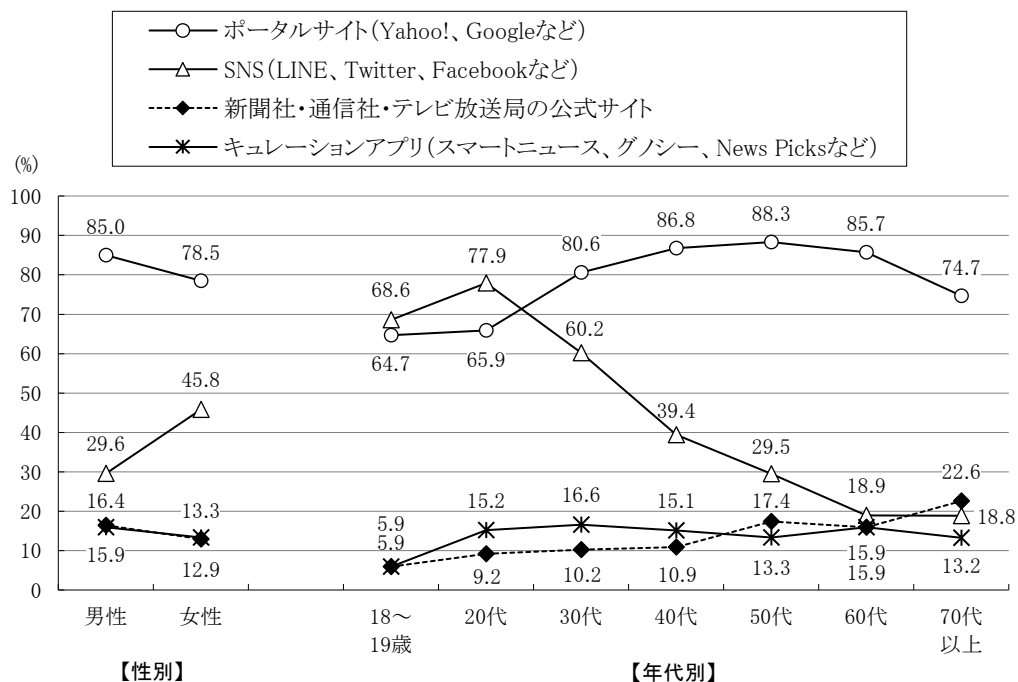


図 32-2 インターネットニュースを見る時、アクセスするサイト (性・年代別) (複数回答、n=2,232)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 78.0%)

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? (*)

— 「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、ニュースの出所を気にするか尋ねたところ、「気にする」と答えた人が 47.1% (「いつも気にする」13.3%と「まあ気にする」33.8%の計)、「気にしない」と答えた人が 52.9% (「全く気にしない」16.4%と「あまり気にしない」36.5%の計) だった。
- ・性別では男性、年代別では 50 代で「気にする」が 50%を超えた。女性及び 50 代以外の年代ではいずれも「気にしない」と答えた人が「気にする」と答えた人より多かった。「気にしない」は、20 代以下で最も高くいずれも 58.8%だった。

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

図 33-1 インターネットニュースの出所 (n=2,240)

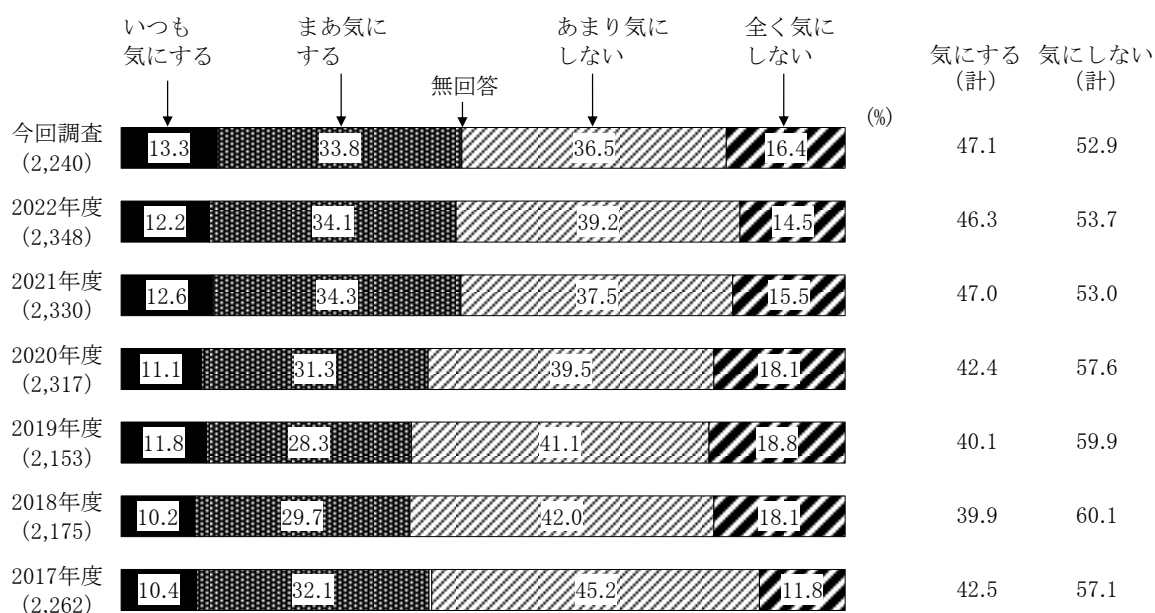
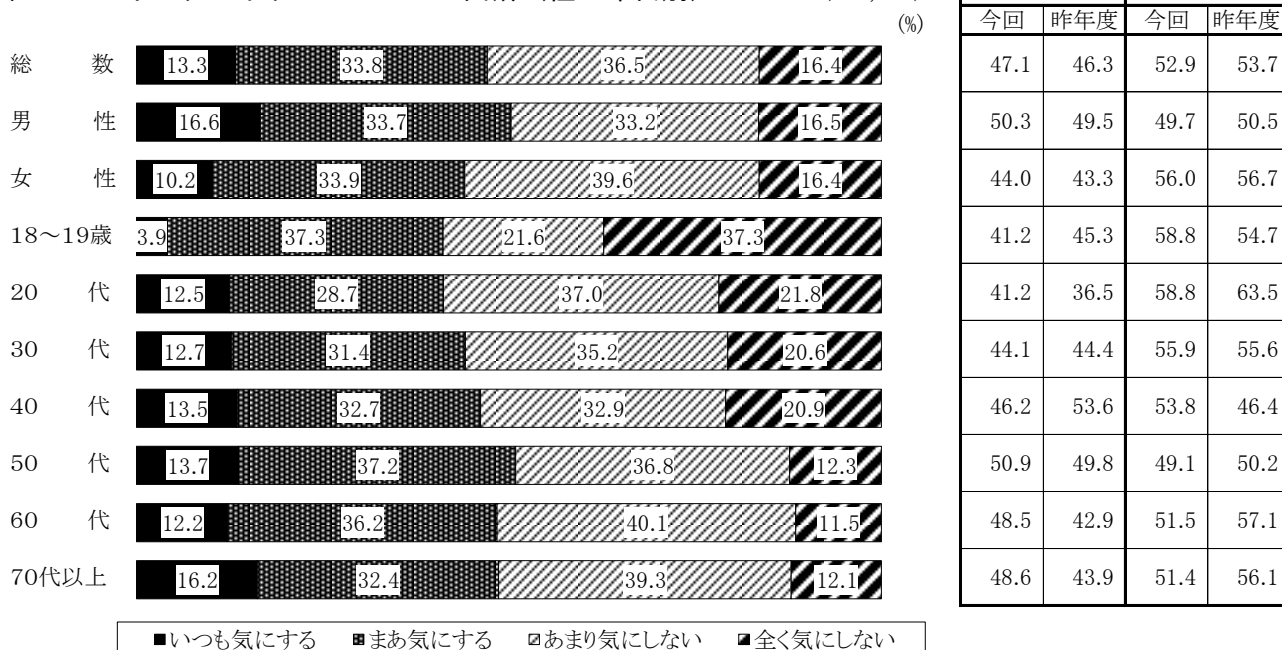


図 33-2 インターネットニュースの出所 (性・年代別) (n=2,240)



34. インターネットニュースの有料サービスを利用している？（＊）

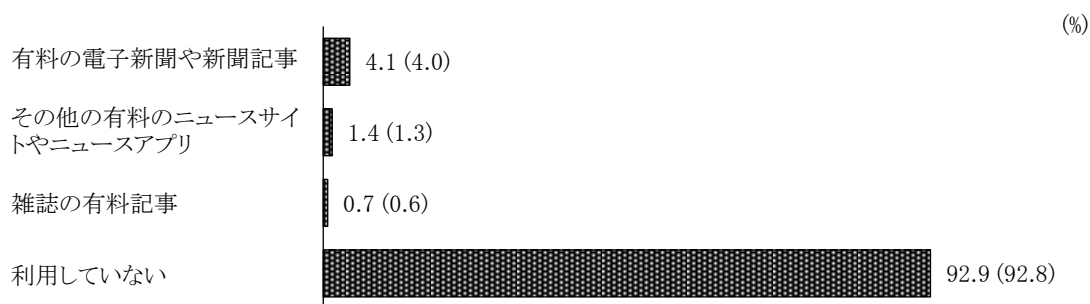
－ 利用していないが93%、

「有料の電子新聞や新聞記事」の利用が4% －

- ・インターネットニュースの有料サービスは「利用していない」が92.9%と大半を占めた。利用している回答では、「有料の電子新聞や新聞記事」が4.1%、「その他の有料のニュースサイトやニュースアプリ」が1.4%、「雑誌の有料記事」が0.7%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50～60代で多かったが、利用率は10%に満たなかった。

図 34-1 インターネットニュースの有料サービスの利用

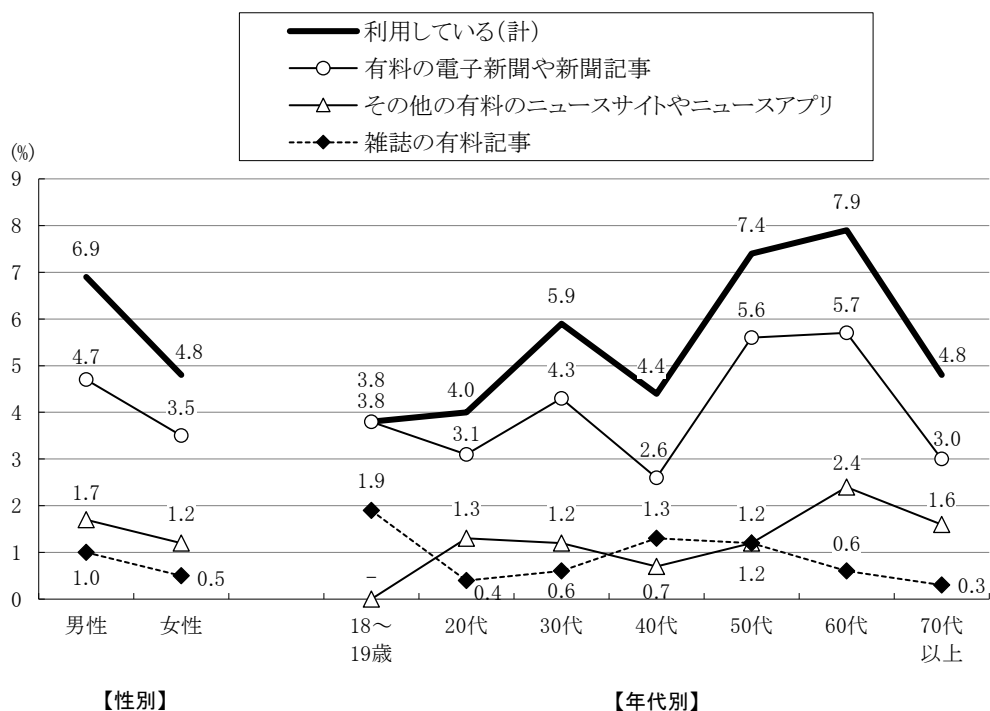
(複数回答、n=2,871)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 34-2 インターネットニュースの有料サービスの利用（性・年代別）

(複数回答、n=2,871)



調査の概要

●調査地域

全国

●調査対象

18歳以上男女個人（5,000人）

●サンプリング法

住民基本台帳からの層化二段無作為抽出法

●回収サンプルの構成

回収数 2,871（57.4%）

<性別>

総数	男性	女性
2,871	1,377	1,494
100.0%	48.0%	52.0%

●調査方法

専門調査員による訪問留置法

●実査時期

2023年7月21日から8月20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
53	225	324	454	515	506	794
1.8%	7.8%	11.3%	15.8%	17.9%	17.6%	27.7%

第16回 メディアに関する全国世論調査（2023年）

2023年10月14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