

第 18 回
メディアに関する全国世論調査
(2025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」66.8点、2位「新聞」66.2点、3位「民放テレビ」60.1点>
2. 各メディアにつけた信頼度得点に影響が大きかったのは？…………… 3
 <「情報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10%
 理由は「特定の勢力に偏った報道をしているから」50%がトップ>
4. 各メディアの印象は？…………… 5
 < 信頼の「NHK」「新聞」、分かりやすい「民放」、手軽な「ネット」>

《参議院議員選挙》

5. 投票先を決める際に参考にした媒体は？…………… 7
 <「インターネット（SNS 以外）」30代以下で1位>
6. 参院選で投票先を決める際に参考にしたものは？…………… 8
 <「政党の政策、選挙公約、マニフェスト」45%>
7. 選挙に関する情報について当てはまると思うメディアは？…………… 9
 <「信頼できる」NHK テレビ、新聞は5割以上>
8. ネット上での選挙運動の政治への影響は？…………… 11
 <「良い影響」57%、「悪い影響」40%>
9. 「SNS のほうが社会の真実を知ることができる」という意見は？…………… 12
 <「そう思う」28%、「そう思わない」58%>
10. 「社会保障費削減しても消費減税すべき」という意見は？…………… 13
 <「そう思う」33%、「そう思わない」52%>

《日本の安全保障》

11. トランプ大統領の世界への影響は？…………… 14
 <「世界に良い影響」18%、「世界に悪い影響」79%>
12. 世界平和への最大の脅威になっている国は？…………… 15
 <「米国」昨年度7%から18%に上昇>
13. 台湾をめぐる中国の武力行使への危機感は？…………… 16
 <「危機感を持っている」78%、「危機感を持っていない」20%>
14. 米国の核の傘とこれからの日本は？…………… 17
 <「米国の核兵器に守ってもらわなければならない」46%>
15. 安全保障面の負担についての考えは？…………… 18
 <「日本側が負担する米国軍の駐留経費をこれ以上増やさない」40%>
16. 憲法に自衛隊を明記する必要は？…………… 19
 <「必要」72%、「必要ない」24%>

17. 防衛費の増額に賛成？	20
<「賛成」55%、2023年度より12ポイント増加>	
《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？	21
<毎日のニュース接触率「インターネット」が1位>	
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？	23
<接触時間の長い順は「民放」「NHK」「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？	24
<新聞は「自宅(午前中)」、民放、NHK、ネットは「自宅(夕方以降)」>	
21. 大きなニュースを入手するメディアは？	26
<「民放」71%、「ネット」66%、「NHK」52%、「新聞」36%>	
22. どのメディアで各分野の情報を得る？	27
<「生活・健康」でインターネットが1位>	
《生活の中の新聞》	
23. 新聞をどのように読んでいる？	29
<「月ぎめでとっている紙の新聞」44%、「読まない」42%>	
24. 月ぎめ新聞の購読状況は？	30
<50%が購読、購読率は昨年から4ポイント低下>	
25. 月ぎめで新聞をとる理由は？	32
<「新聞を読むのが習慣になっているから」46%>	
26. 月ぎめで新聞をとらない理由は？	33
<「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」76%>	
27. 通信社の役割を知っている？	34
<「知っている」45%、「知らない」54%>	
28. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？	35
<1位「共同通信」(72%)、2位「ロイター通信」(68%)>	
《新聞への意見》	
29. 新聞の記事の満足度は？	36
<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？	38
<満足している人は39%、不満な人は10%>	
31. 戸別配達をどう思う？	39
<日本独特の戸別配達制度、「続けてほしい」50%>	
32. 新聞の購読料をどう思う？	40
<「高い」とする人が53%、「妥当」とする人が43%>	
33. 今後、新聞とどう接する？	41
<「紙の新聞を購読する」が41%、「購読しない・読まない」が45%>	

《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？…………… 42
 <スマートフォン・携帯電話が94%、モバイルのみでの閲覧が72%>
35. インターネットニュースを見る時、アクセスするのは？…………… 43
 <ポータルサイトが81%、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？…………… 44
 <「気にする」51%、「気にしない」49%>
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？…………… 45
 <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」66.8点、2位「新聞」66.2点、3位「民放テレビ」60.1点 －

- 各メディアの情報をどの程度信頼しているかを、全面的に信頼している場合は100点、全く信頼をしていない場合は0点、普通の場合は50点として点数をつけてもらったところ、平均点が最も高かったのは「NHKテレビ」で66.8点、次いで「新聞」が66.2点、「民放テレビ」が60.1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、第14回調査（2021年度）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「ラジオ」（前回調査比1.3点上昇）、「新聞」（同0.3点上昇）、「NHKテレビ」（同0.1点上昇）は上昇し、「インターネット」（同1.1点低下）、「民放テレビ」（同0.3点低下）は低下した。
- 性別、年代別に見ると、「新聞」は全ての年代で上位2位に挙げられており、幅広く厚い信頼を得ている。中でも「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=2,665)

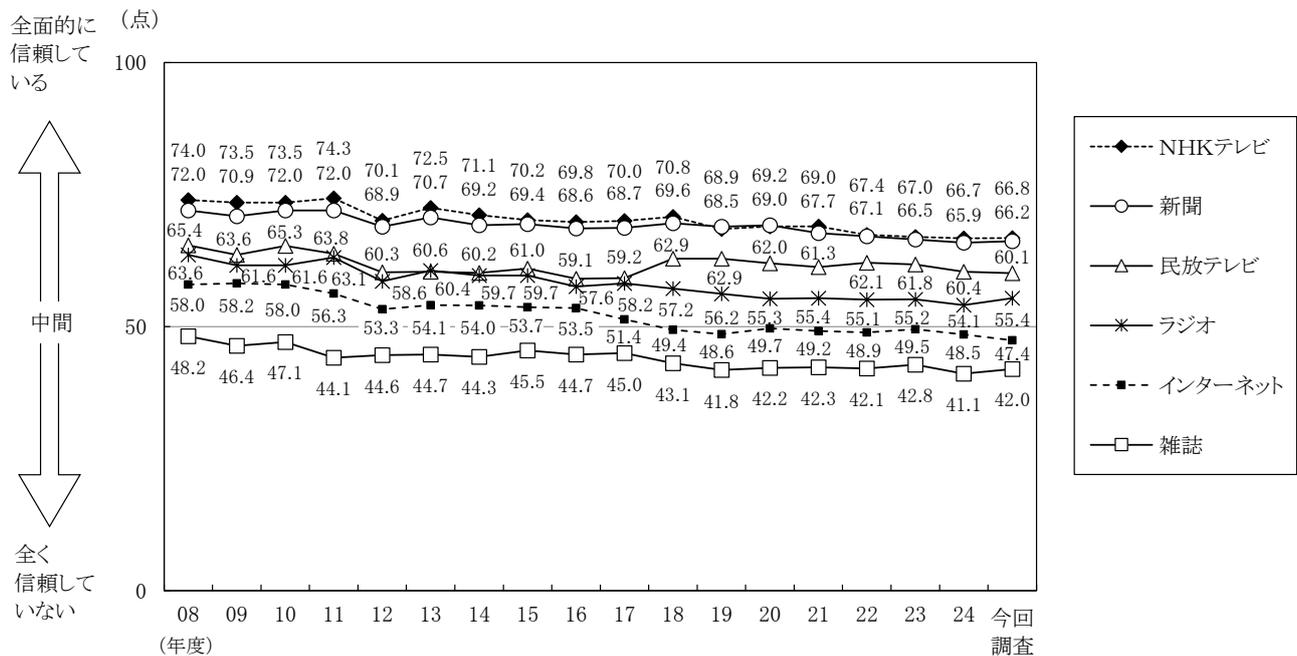


表 1-1 各メディアの信頼度（性別・年代別）

(点)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総 数	NHKテレビ 66.8	新聞 66.2	民放テレビ 60.1	ラジオ 55.4	インターネット 47.4	雑誌 42.0
男 性	NHKテレビ 63.9	新聞 63.2	民放テレビ 57.6	ラジオ 54.3	インターネット 48.1	雑誌 41.2
女 性	NHKテレビ 69.6	新聞 69.0	民放テレビ 62.5	ラジオ 56.3	インターネット 46.8	雑誌 42.8
18-19歳	新聞 71.9	民放テレビ 62.8	ラジオ 61.4	NHKテレビ 59.5	インターネット 52.4	雑誌 49.4
20 代	新聞 62.7	民放テレビ 59.6	NHKテレビ 59.1	ラジオ 54.6	インターネット 52.0	雑誌 46.6
30 代	新聞 58.5	NHKテレビ 58.3	インターネット 53.7	ラジオ 53.3	民放テレビ 53.0	雑誌 46.4
40 代	新聞 60.2	NHKテレビ 60.1	民放テレビ 56.1	ラジオ 54.6	インターネット 50.1	雑誌 42.6
50 代	NHKテレビ 66.6	新聞 66.3	民放テレビ 59.3	ラジオ 57.3	インターネット 50.7	雑誌 43.9
60 代	NHKテレビ 69.2	新聞 68.8	民放テレビ 61.3	ラジオ 56.1	インターネット 48.5	雑誌 39.9
70代以上	NHKテレビ 75.3	新聞 71.8	民放テレビ 65.0	ラジオ 54.6	雑誌 37.6	インターネット 37.1

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18.0%で最も多く、次いで、「情報が分かりやすい」が16.2%、「社会的影響力がある」が12.6%だった。また、「何となく」と回答した人の割合は9.5%だった。
- ・年代別に見ると、「情報源として欠かせない」は60代以上で、「社会的影響力がある」は40～50代で、最も影響の大きい要因として挙げられた。「何となく」は、30代以下で最も影響の大きい要因となった。

図2-1 各メディアの信頼度得点をつけた要因

(n=2,665)

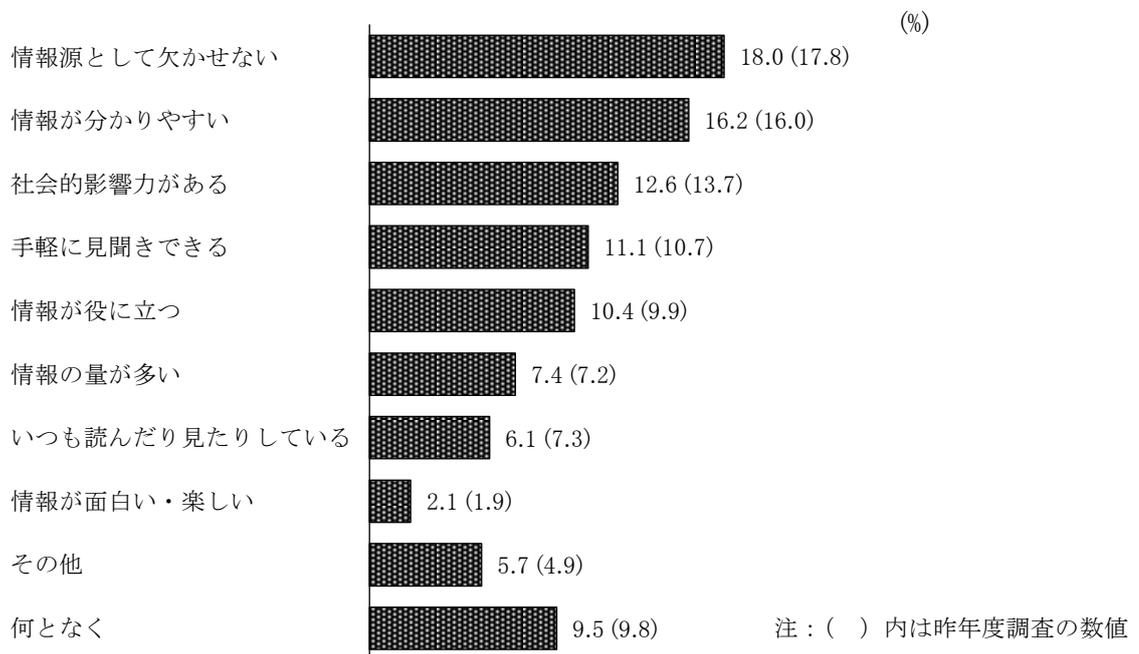
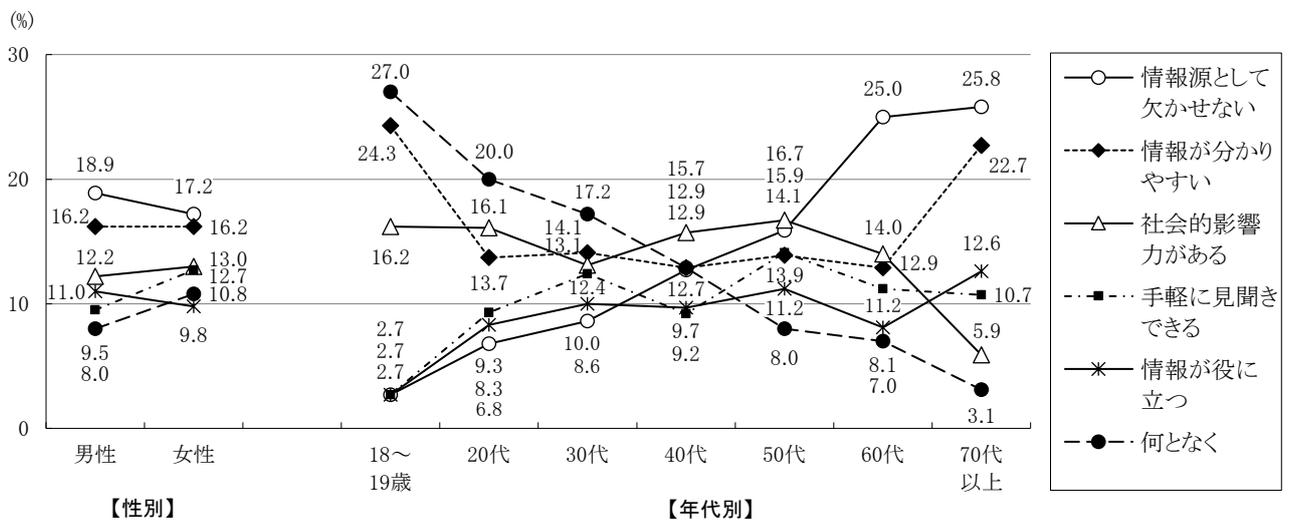


図2-2 各メディアの信頼度得点をつけた要因（性別・年代別）



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10%

理由は「特定の勢力に偏った報道をしているから」50%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60%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%と最も多かった。一方、「低くなった」は「民放テレビ」が20.6%、「インターネット」が17.7%、「雑誌」が13.6%と多かった。昨年度調査と比べると、「高くなった」の変化は1ポイント未満だった。「低くなった」は、民放テレビが6.7ポイント、インターネットが5.9ポイント増加した。
- ・新聞の信頼感が「高くなった」と答えた人にその理由を聞いたところ、「情報が正確だから」（34.9%）が最も多かった。「政府や財界に迎合しないから」（1.8%）は、昨年度（5.5%）より3.7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」（49.8%）が最も多かった。昨年度（40.4%）より9.4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」（14.4%）は、昨年度（22.4%）より8.0ポイント減少した。

図3-1 各メディアの信頼感の変化

(n=2,665)

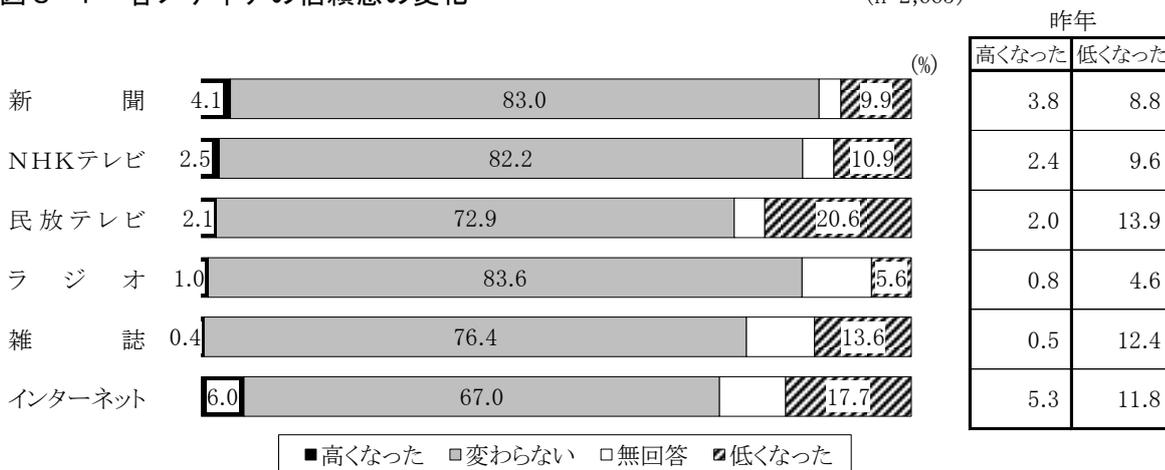


図3-2 新聞の信頼感が高くなった理由 (n=109)

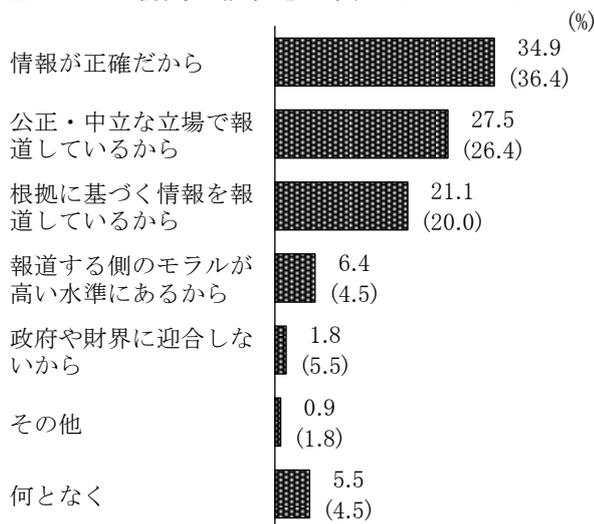
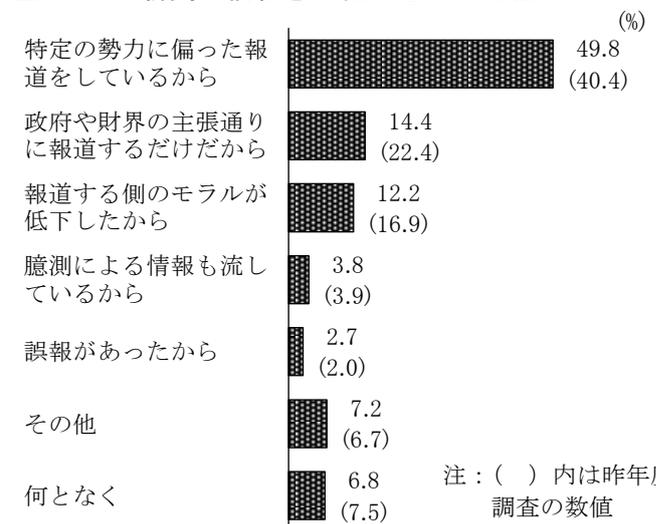


図3-3 新聞の信頼感が低くなった理由 (n=263)



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」「新聞」、分かりやすい「民放」、手軽な「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、「情報が分かりやすい」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」「情報が面白い・楽しい」「情報の量が多い」「社会的影響力がある」「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」（2.9ポイント）、「社会的影響力がある」（2.1ポイント）、民放テレビは「情報の量が多い」（2.8ポイント）、新聞は「情報源として欠かせない」（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30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位でいずれも70%を超えた。「情報が信頼できる」では、NHK テレビは30代以上、新聞は50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=2,665）

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
情報が信頼できる	NHKテレビ 56.1 (59.0)	新聞 50.0 (49.2)	民放テレビ 40.0 (41.2)	インターネット 20.5 (19.5)	ラジオ 10.1 (9.4)	雑誌 2.4 (1.9)
情報が分かりやすい	民放テレビ 53.6 (54.3)	NHKテレビ 43.0 (43.8)	インターネット 40.3 (37.9)	新聞 30.4 (31.3)	ラジオ 6.9 (6.2)	雑誌 3.4 (2.9)
手軽に見聞きできる	インターネット 67.3 (65.4)	民放テレビ 47.8 (48.7)	NHKテレビ 31.0 (31.3)	新聞 24.7 (25.6)	ラジオ 10.3 (9.4)	雑誌 3.3 (4.0)
情報源として欠かせない	インターネット 57.1 (54.4)	民放テレビ 44.7 (45.9)	NHKテレビ 39.0 (40.7)	新聞 32.5 (35.1)	ラジオ 8.3 (7.7)	雑誌 2.4 (2.7)
情報が面白い・楽しい	インターネット 56.7 (54.2)	民放テレビ 55.8 (56.4)	NHKテレビ 20.0 (18.8)	新聞 16.0 (16.4)	雑誌 9.3 (10.0)	ラジオ 8.3 (7.9)
情報の量が多い	インターネット 55.5 (52.0)	民放テレビ 35.8 (38.6)	新聞 29.4 (29.8)	NHKテレビ 26.9 (27.5)	雑誌 3.3 (3.4)	ラジオ 3.0 (3.3)
社会的影響力がある	インターネット 54.0 (48.3)	民放テレビ 52.6 (51.0)	NHKテレビ 50.3 (52.4)	新聞 36.6 (38.0)	ラジオ 5.0 (5.6)	雑誌 3.8 (4.6)
情報が役に立つ	インターネット 52.6 (51.3)	民放テレビ 47.1 (49.1)	NHKテレビ 41.6 (41.4)	新聞 35.0 (35.2)	ラジオ 8.4 (7.8)	雑誌 7.2 (7.0)

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（性別・年代別）

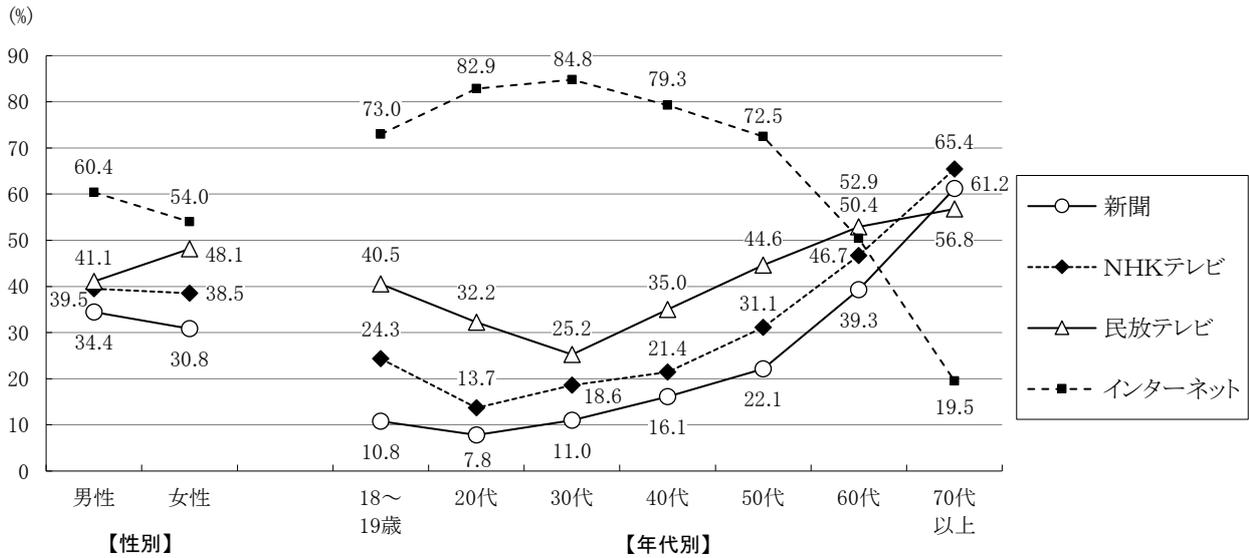


図4-2 「情報が信頼できる」とした人の割合（性別・年代別）

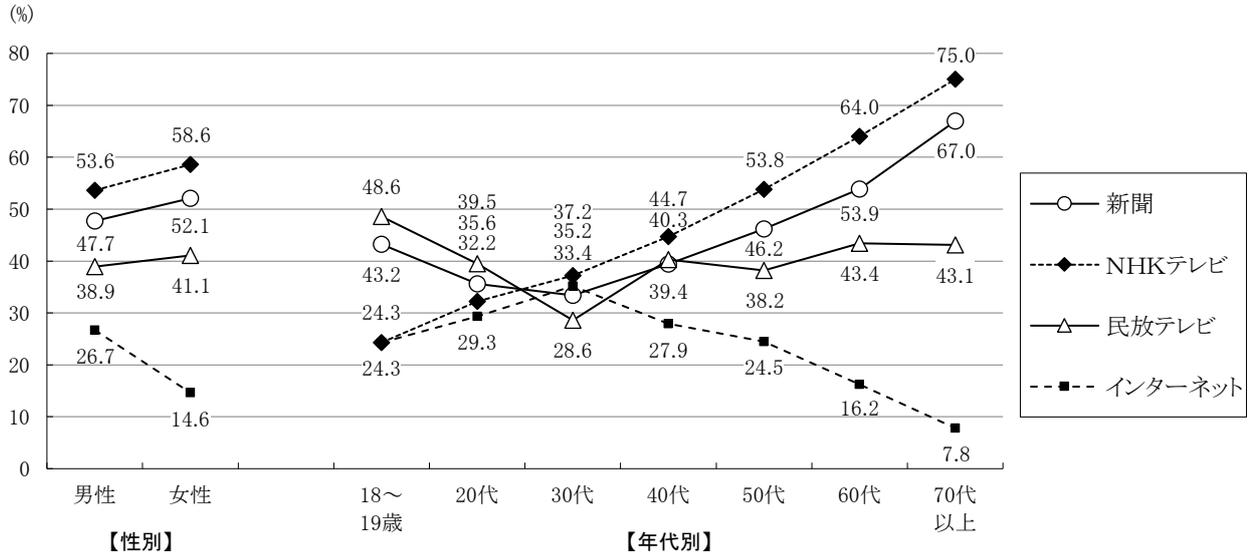
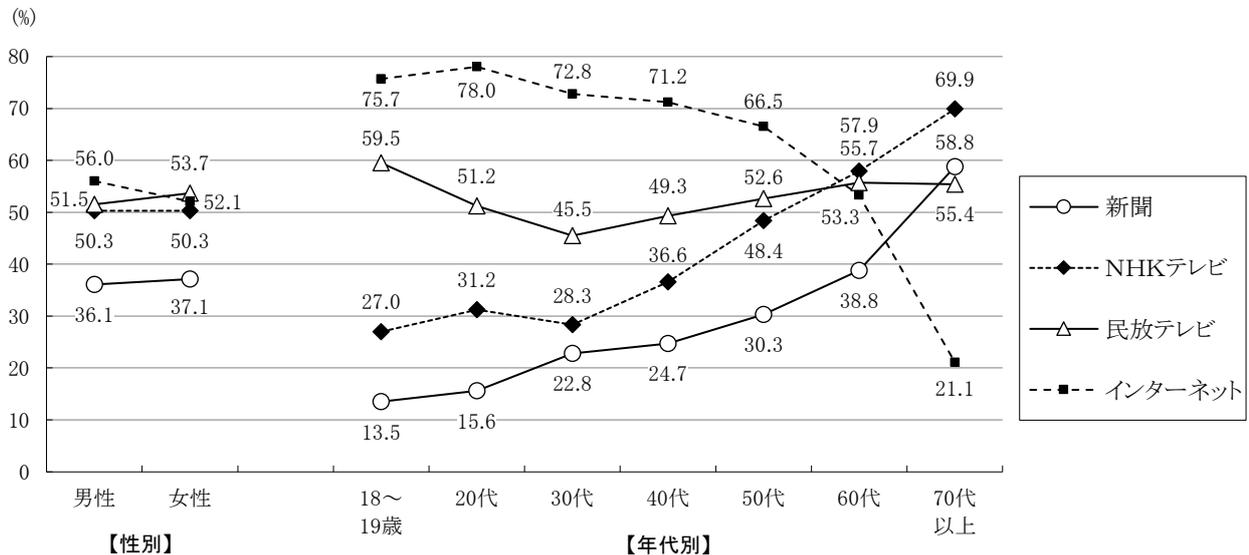


図4-3 「社会的影響力がある」とした人の割合（性別・年代別）



《参議院議員選挙》

5. 投票先を決める際に参考にした媒体は？

－ 「インターネット（SNS以外）」30代以下で1位 －

- ・ 今回の参院選で投票先を決める際に（または、投票しないことを決める際に）参考にした媒体（メディア）は、「民放テレビ」と答えた人が42.5%で最も多く、以下、「NHKテレビ」が36.5%、「新聞」が33.8%、「インターネット（SNS以外）」が29.2%だった。
- ・ 年代別では、「インターネット（SNS以外）」が30代以下で1位、40代～50代で2位だった。20代では「短文投稿型SNS（X（旧Twitter）、Threadsなど）」「動画投稿・共有型SNS（YouTube、TikTokなど）」がテレビ、新聞などの既存メディアより上位に挙げられた。30代でもこれらは「民放テレビ」に続いて多く、「NHKテレビ」、「新聞」より多かった。

※短文投稿型SNS（X（旧Twitter）、Threadsなど）
 写真投稿・共有型SNS（Instagramなど）
 動画投稿・共有型SNS（YouTube、TikTokなど）

図5-1 今回の参院選で投票先を決める際に参考にした媒体（メディア）（性別・年代別）

（複数回答、n=2,665）

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	特にない	(%)
【総数】	民放テレビ 42.5	NHKテレビ 36.5	新聞 33.8	インターネット (SNS以外) 29.2	動画投稿・ 共有型SNS 14.4	短文投稿型 SNS 9.9	写真投稿・ 共有型SNS 5.1	ラジオ 3.8		18.8
【性別】										
男性	民放テレビ 43.0	NHKテレビ 37.8	インターネット (SNS以外) 36.0	新聞 34.1	動画投稿・ 共有型SNS 16.1	短文投稿型 SNS 9.8	ラジオ 5.0	写真投稿・ 共有型SNS 4.0		18.4
女性	民放テレビ 42.1	NHKテレビ 35.3	新聞 33.5	インターネット (SNS以外) 22.8	動画投稿・ 共有型SNS 12.8	短文投稿型 SNS 10.1	写真投稿・ 共有型SNS 6.0	ラジオ 2.7		19.2
【年代別】										
18～19歳	インターネット (SNS以外) 43.2	民放テレビ 24.3	NHKテレビ 16.2	新聞 10.8	動画投稿・ 共有型SNS 10.8	短文投稿型 SNS 5.4	写真投稿・ 共有型SNS 5.4	ラジオ -		21.6
20代	インターネット (SNS以外) 44.4	短文投稿型 SNS 34.6	動画投稿・ 共有型SNS 29.8	民放テレビ 26.8	NHKテレビ 14.1	写真投稿・ 共有型SNS 9.8	新聞 8.3	ラジオ 1.0		26.3
30代	インターネット (SNS以外) 45.9	民放テレビ 30.7	短文投稿型 SNS 23.8	動画投稿・ 共有型SNS 22.1	NHKテレビ 15.2	新聞 13.4	写真投稿・ 共有型SNS 9.3	ラジオ 2.4		23.1
40代	民放テレビ 43.5	インターネット (SNS以外) 42.6	NHKテレビ 21.9	動画投稿・ 共有型SNS 19.1	新聞 18.0	短文投稿型 SNS 12.7	写真投稿・ 共有型SNS 7.1	ラジオ 2.8		21.4
50代	民放テレビ 44.6	インターネット (SNS以外) 34.7	NHKテレビ 30.5	新聞 27.1	動画投稿・ 共有型SNS 18.9	短文投稿型 SNS 8.8	写真投稿・ 共有型SNS 6.8	ラジオ 4.8		20.7
60代	民放テレビ 48.2	NHKテレビ 45.2	新聞 39.5	インターネット (SNS以外) 27.4	動画投稿・ 共有型SNS 11.6	ラジオ 4.2	短文投稿型 SNS 3.9	写真投稿・ 共有型SNS 3.5		16.0
70歳以上	新聞 60.0	NHKテレビ 59.1	民放テレビ 46.8	インターネット (SNS以外) 7.4	ラジオ 5.1	動画投稿・ 共有型SNS 3.4	短文投稿型 SNS 0.8	写真投稿・ 共有型SNS 0.7		14.0

6. 参院選で投票先を決める際に参考にしたものは？

— 「政党の政策、選挙公約、マニフェスト」45% —

- ・今回の参院選で投票先を決める際に（または、投票しないことを決める際に）参考にしたものは、「政党の政策、選挙公約、マニフェスト」が45.1%で最も多く、以下、「新聞・テレビなどマス・メディアの報道」が40.0%、「選挙公報や政見放送」が26.7%、「家族や友人などの意見、推薦」が14.7%、「政治家のSNS等での発信」が14.0%だった。
- ・「新聞・テレビなどマス・メディアの報道」「選挙公報や政見放送」は高年層ほど多かった。「政治家のSNS等での発信」は70代以上から20代に掛けて年代が低いほど多かった。

図6-1 参院選で投票先を決める際に参考にしたもの

(複数回答、n=2,665)

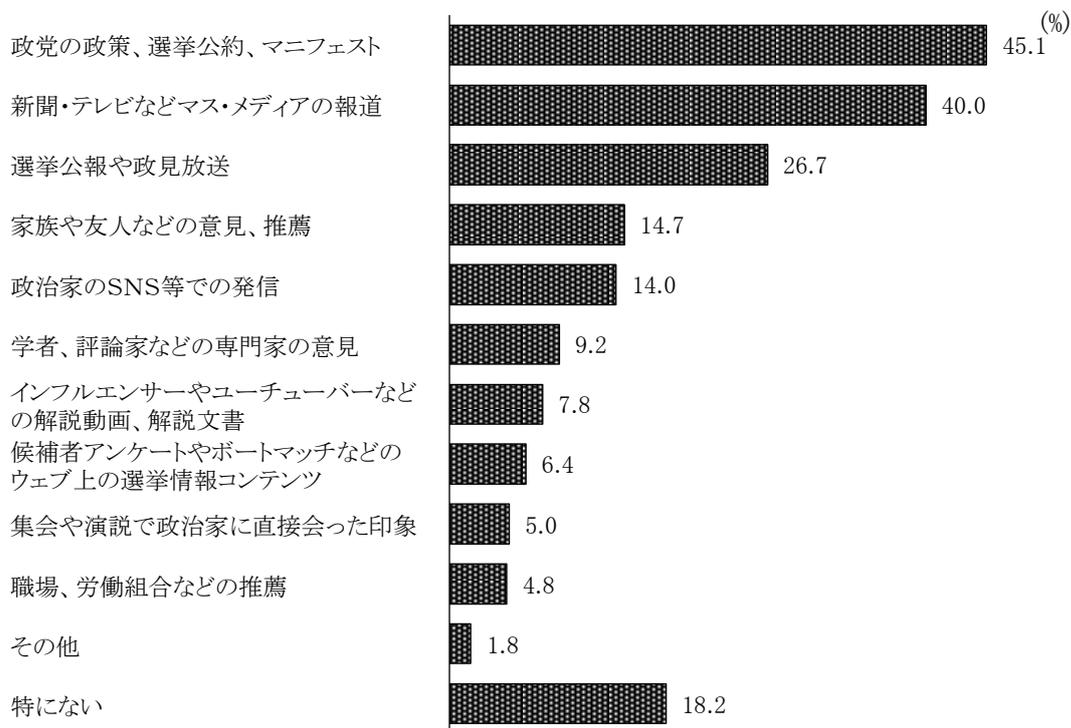
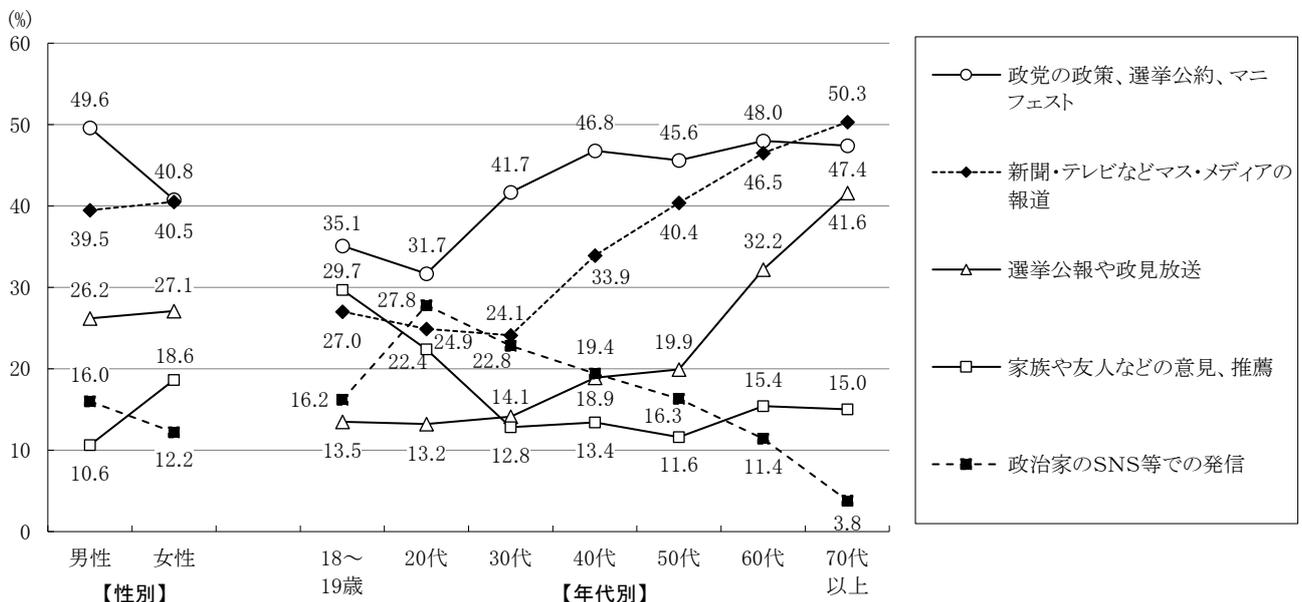


図6-2 参院選で投票先を決める際に参考にしたもの（上位5位）（性別・年代別）



7. 選挙に関する情報について当てはまると思うメディアは？

－ 「信頼できる」NHK テレビ、新聞は5割以上 －

- ・選挙に関する情報について7項目を挙げてどのメディアが当てはまると思うか尋ねた。「信頼できる」「参考になる有益な情報が得られる」「専門的で詳しい情報が得られる」は「NHK テレビ」と答えた人が最も多かった。「分かりやすい情報が多い」「多様な視点や意見が得られる」「知りたいことや疑問に答えてくれる」は「民放テレビ」と答えた人が最も多かった。
- ・「信頼できる」「参考になる有益な情報が得られる」「専門的で詳しい情報が得られる」「分かりやすい情報が多い」「多様な視点や意見が得られる」は、「SNS」よりテレビや新聞を挙げた人が多かった。「知りたいことや疑問に答えてくれる」は、「動画型SNS」が「NHK テレビ」や「新聞」より多かった。
- ・「誤情報や虚報が多い」は「動画型SNS」が最も多く、次いで「短文型SNS」が続いた。
- ・「信頼できる」は、性別・年代別に関わらず「NHK テレビ」「新聞」「民放テレビ」が「動画型SNS」「短文型SNS」より評価が高かった。一方、「知りたいことや疑問に答えてくれる」は、40代以下で「動画型SNS」「短文型SNS」が「民放テレビ」「NHK テレビ」「新聞」より高評価だった。

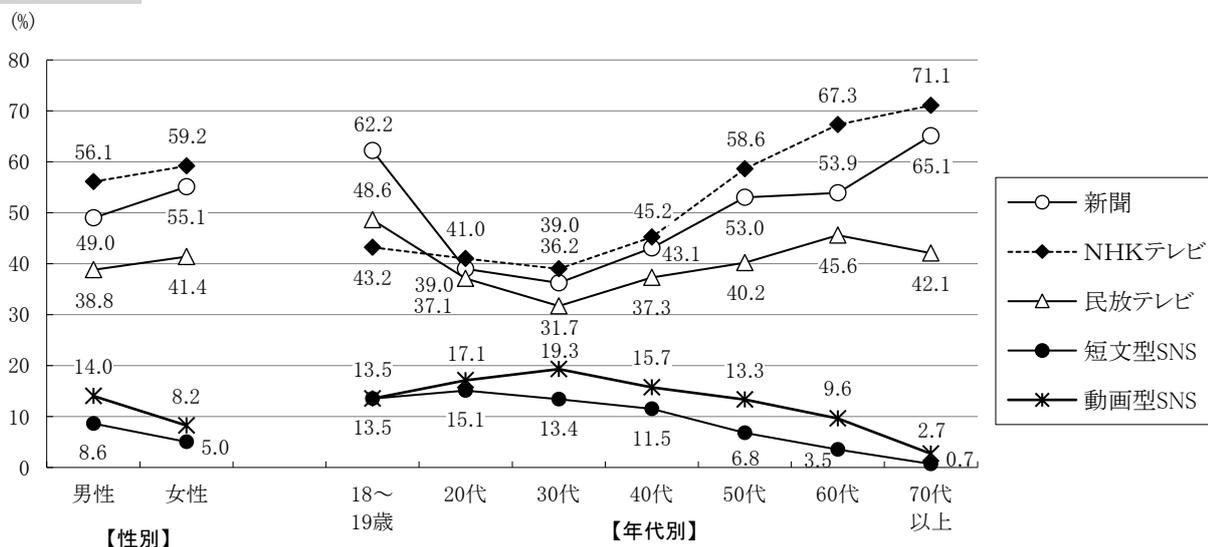
図7-1 選挙に関する情報について当てはまると思うメディア

(複数回答、n=2,665)
(%)

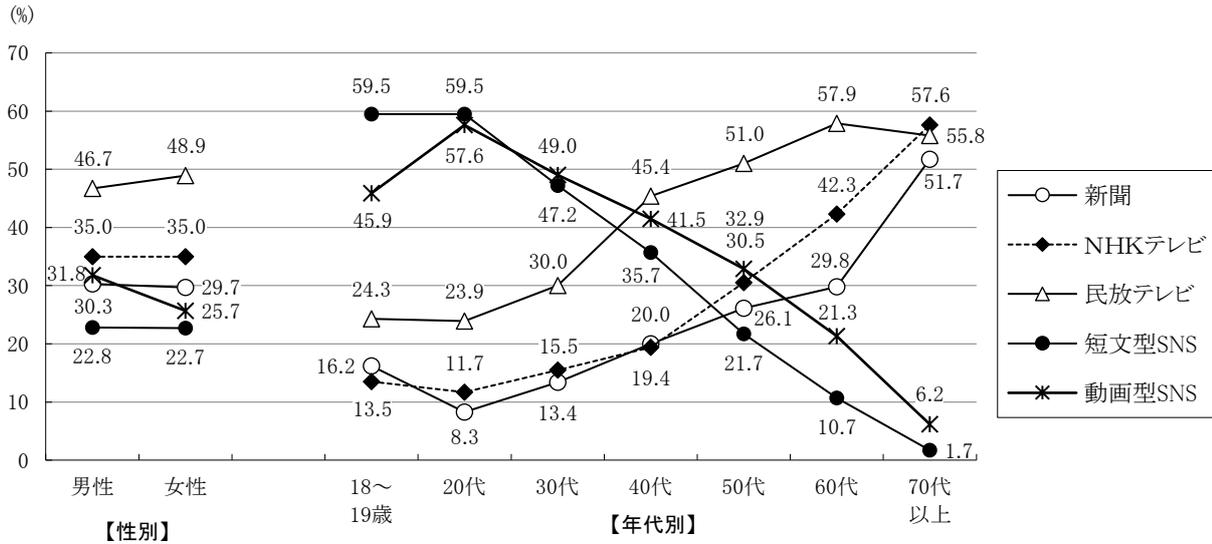
	1位	2位	3位	4位	5位
信頼できる	NHKテレビ 57.7	新聞 52.2	民放テレビ 40.2	動画型SNS 11.0	短文型SNS 6.8
参考になる有益な情報が得られる	NHKテレビ 46.4	民放テレビ 45.3	新聞 41.7	動画型SNS 22.4	短文型SNS 14.5
専門的で詳しい情報が得られる	NHKテレビ 45.2	新聞 40.8	民放テレビ 37.8	動画型SNS 19.2	短文型SNS 8.5
分かりやすい情報が多い	民放テレビ 50.4	NHKテレビ 37.7	新聞 30.5	動画型SNS 23.7	短文型SNS 14.7
多様な視点や意見が得られる	民放テレビ 47.9	NHKテレビ 35.0	新聞 30.0	動画型SNS 28.7	短文型SNS 22.7
知りたいことや疑問に答えてくれる	民放テレビ 34.6	動画型SNS 28.6	NHKテレビ 27.3	短文型SNS 23.8	新聞 22.3
誤情報や虚報が多い	動画型SNS 57.4	短文型SNS 54.1	民放テレビ 23.2	NHKテレビ 10.5	新聞 7.7

図7-2 選挙に関する情報について当てはまると思うメディア（性別・年代別）

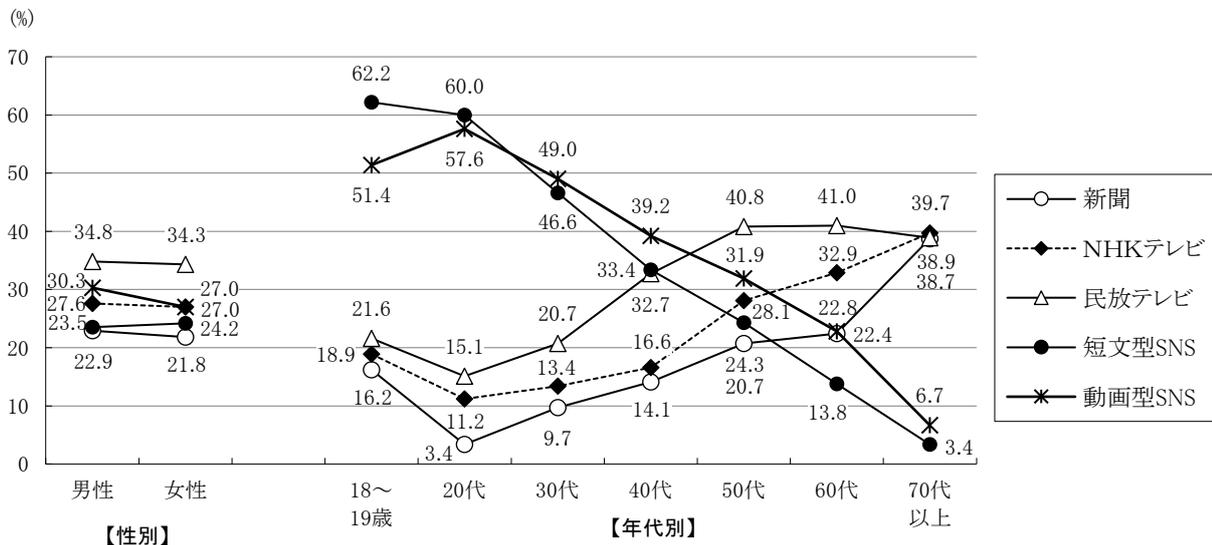
信頼できる



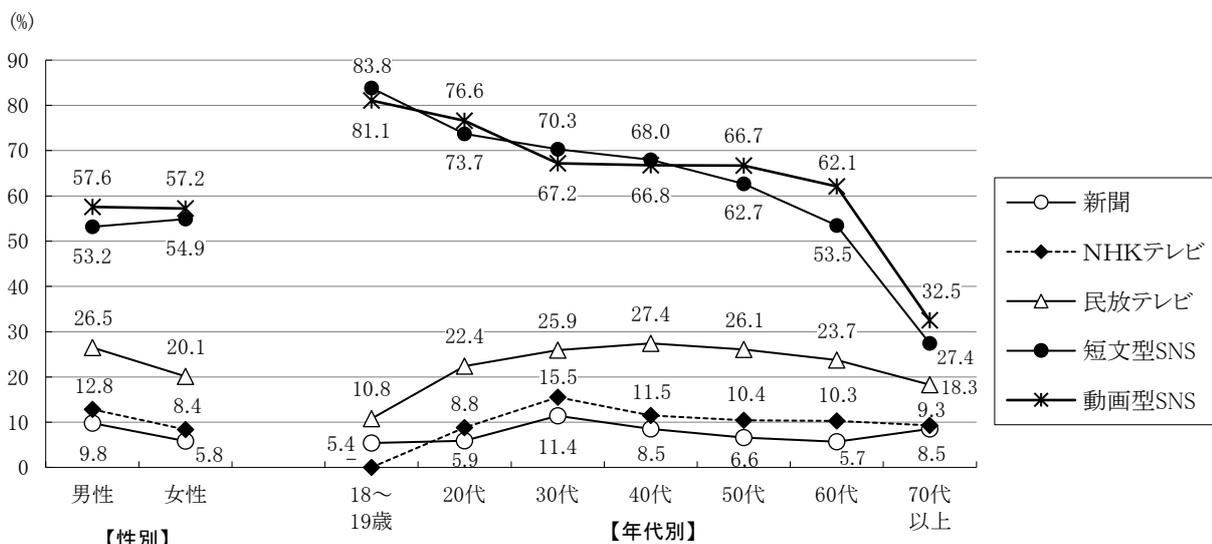
多様な視点や意見が得られる



知りたいことや疑問に答えてくれる



誤情報や虚報が多い



8. ネット上での選挙運動の政治への影響は？

— 「良い影響」57%、「悪い影響」40% —

- ・ SNS を含むインターネット上でさまざまな選挙運動が行われるようになったことは、日本の政治にどのような影響を与えていると思うか尋ねたところ、「良い影響」と答えた人の割合は 56.8%（「良い影響を与えている」11.5%と「どちらかと言えば良い影響を与えている」45.3%の計）と、「悪い影響」と答えた 39.6%（「悪い影響を与えている」7.4%と「どちらかと言えば悪い影響を与えている」32.2%の計）を上回った。
- ・ 年代別に見ると、70 代以上（29.7%）から 18～19 歳（83.8%）にかけて、若年層ほど「良い影響」と回答した人が多かった。

※「良い影響（計）」＝「良い影響を与えている」＋「どちらかと言えば良い影響を与えている」
 「悪い影響（計）」＝「どちらかと言えば悪い影響を与えている」＋「悪い影響を与えている」

図 8-1 ネット上で選挙運動が行われるようになったことの日本の政治への影響（複数回答、n=2,665）

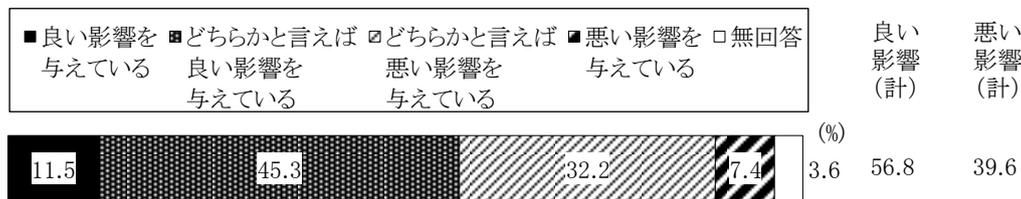
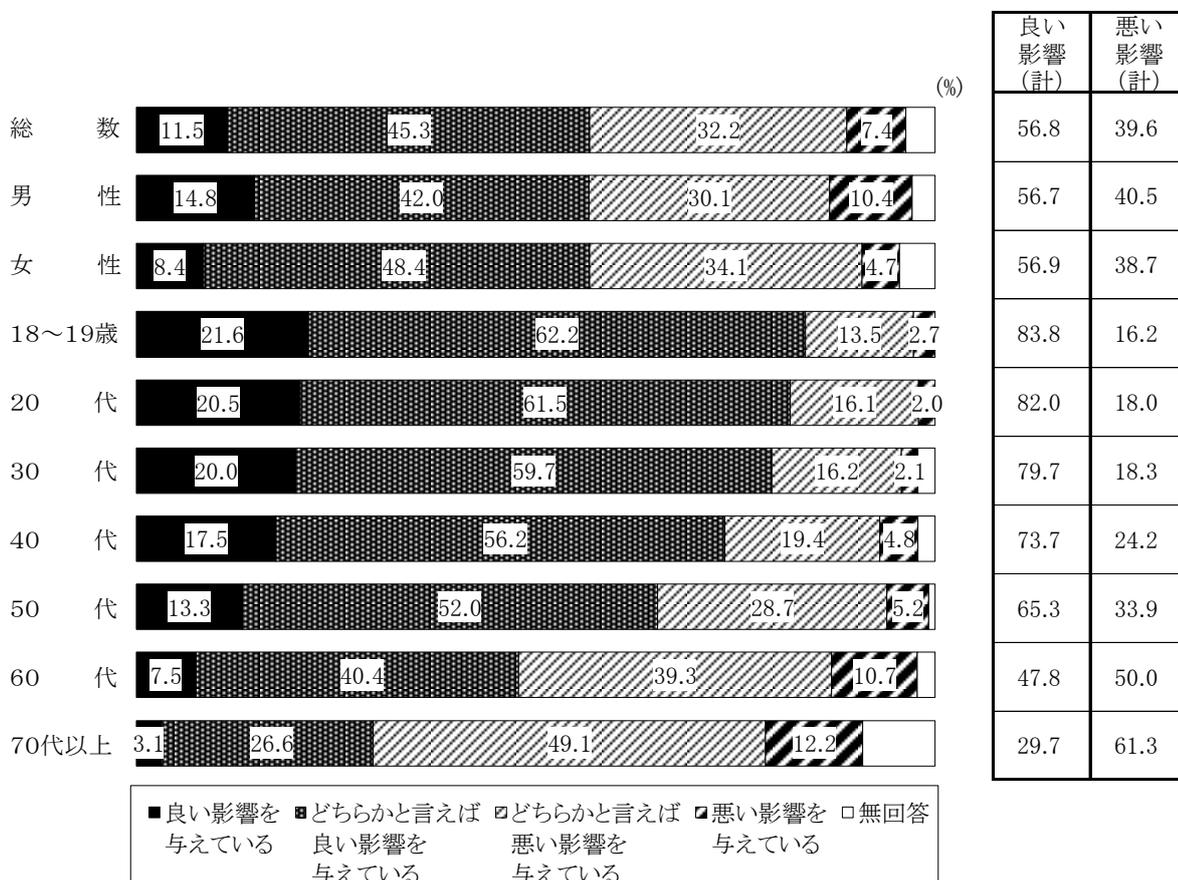


図 8-2 ネット上で選挙運動が行われるようになったことの日本の政治への影響（性別・年代別）



9. 「SNS のほうが社会の真実を知ることができる」という意見は？

－ 「そう思う」28%、「そう思わない」58% －

- ・「新聞・テレビなどマスメディアよりも SNS のほうが社会の真実を知ることができる」という意見について、「そう思う」と答えた人の割合は28.0%（「そう思う」7.7%と「どちらかと言えばそう思う」20.3%の計）で、「そう思わない」と答えた人が57.6%（「そう思わない」30.0%と「どちらかと言えばそう思わない」27.6%の計）と上回った。なお、「わからない」が13.4%だった。
- ・性別に見ると、女性より男性、年代別に見ると、若年層ほど、「そう思う」と回答した人が多かった。

※「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 「SNS のほうが社会の真実を知ることができる」という意見

(n=2,665)

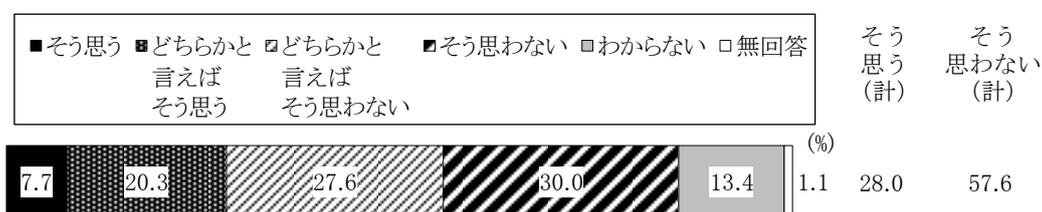
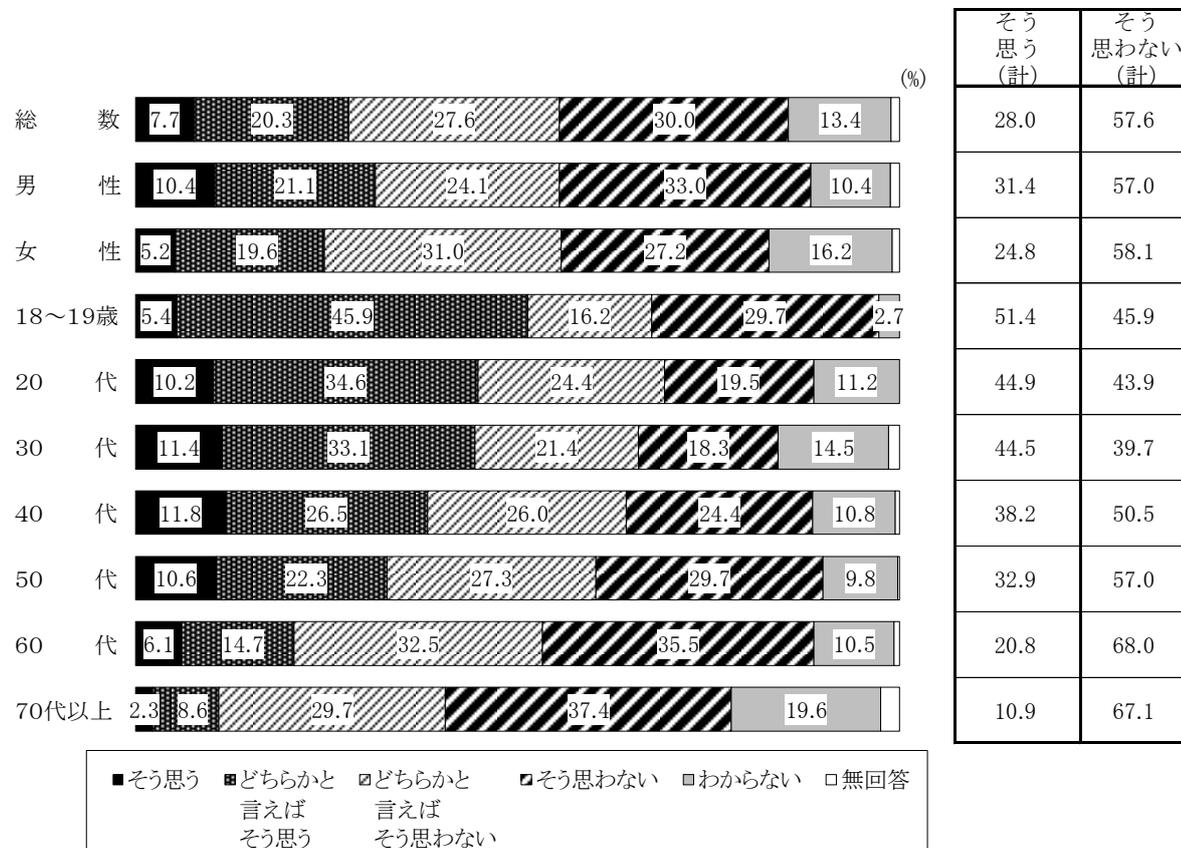


図9-2 「SNS のほうが社会の真実を知ることができる」という意見（性別・年代別）



10. 「社会保障費削減しても消費減税すべき」という意見は？

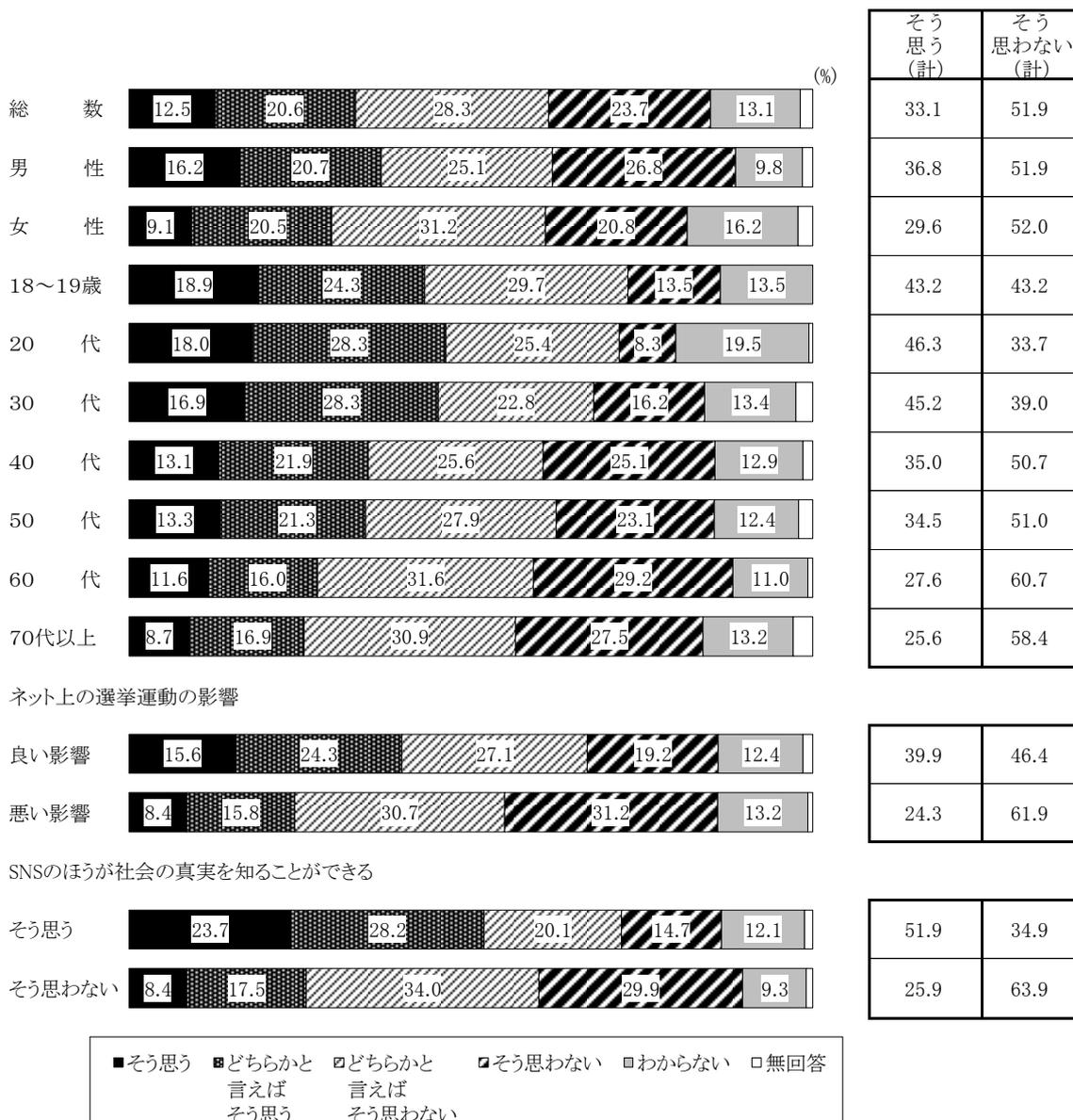
— 「そう思う」33%、「そう思わない」52% —

- ・「社会保障費を削減してでも、消費税率は下げるべきだ」という意見について、「そう思う」と答えた人の割合は33.1%（「そう思う」12.5%と「どちらかと言えばそう思う」20.6%の計）で、「そう思わない」と答えた人が51.9%（「そう思わない」23.7%と「どちらかと言えばそう思わない」28.3%の計）と上回った。なお、「わからない」が13.1%だった。
- ・年代別に見ると、20～30代では「そう思う」が4割台半ばで「そう思わない」を上回った。「そう思わない」は40～50代で約5割、60代以上で約6割だった。「ネット上での選挙運動は日本の政治に良い影響を与えている」「新聞・テレビなどマスメディアよりもSNSのほうが社会の真実を知ることができる」と回答した人の方が「そう思う」の割合が多かった。

※「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 10-1 「社会保障費を削減してでも、消費税率は下げるべきだ」という意見（性別・年代別）
(n=2,665)



《日本の安全保障》

11. トランプ大統領の世界への影響は？

－ 「世界に良い影響」18%、「世界に悪い影響」79% －

- ・米国のトランプ大統領について「世界に良い影響」と答えた人の割合は17.7%（「世界に良い影響を与えている」2.1%と「世界にどちらかと言えば良い影響を与えている」15.6%の計）にとどまり、「世界に悪い影響」と答えた人が79.4%（「悪い影響を与えている」23.3%と「どちらかと言えば悪い影響を与えている」56.1%の計）と多数を占めた。
- ・性別に見ると女性より男性、年代別に見ると、若年層ほど「世界に良い影響」と回答した人が多かった。

※「世界に良い影響（計）」＝「世界に良い影響を与えている」＋「どちらかと言えば世界に良い影響を与えている」
 「世界に悪い影響（計）」＝「どちらかと言えば世界に悪い影響を与えている」＋「世界に悪い影響を与えている」

図 11-1 トランプ大統領の世界への影響 (n=2,665)

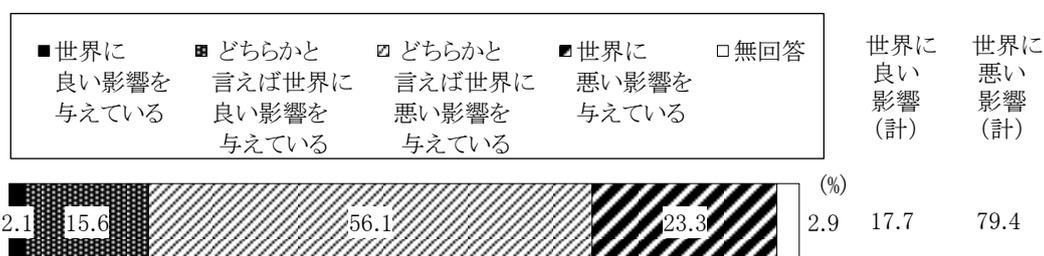
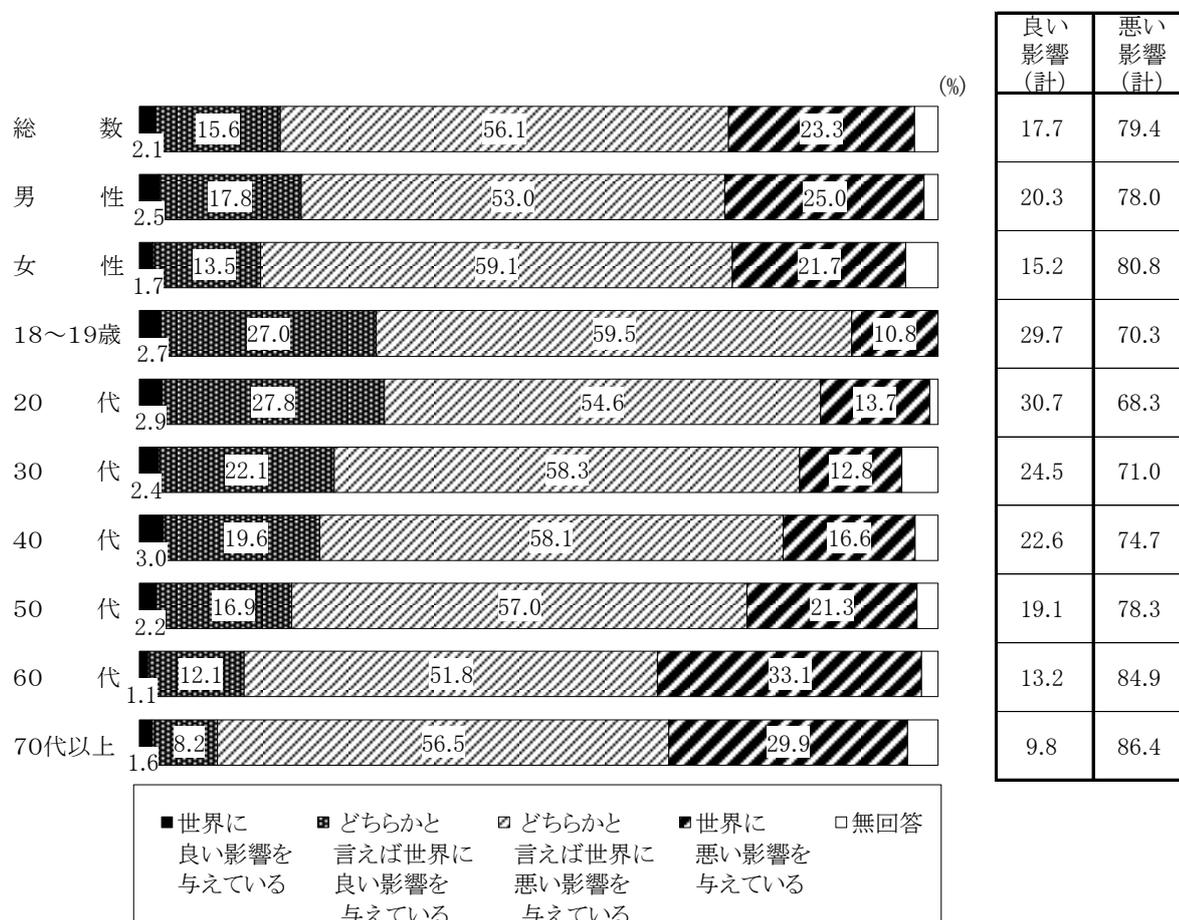


図 11-2 トランプ大統領の世界への影響（性別・年代別）



12. 世界平和への最大の脅威になっている国は？（*）

— 「米国」昨年度7%から18%に上昇 —

- ・世界平和への脅威となる国は、ロシアが最も多く34.3%、次いで中国24.3%、米国17.5%、北朝鮮12.1%だった。米国と回答した人の割合は、2024年度（6.6%）から10.9ポイント増加した。
- ・年代別に見ると、「北朝鮮」は年代が低いほど割合が高くなり、18～19歳では1位に挙げられた。18～19歳以外の年代ではロシアが1位だった。30代以上では2位に中国、3位に米国が挙げられ、北朝鮮より多かった。

図 12-1 世界平和への最大の脅威になっている国

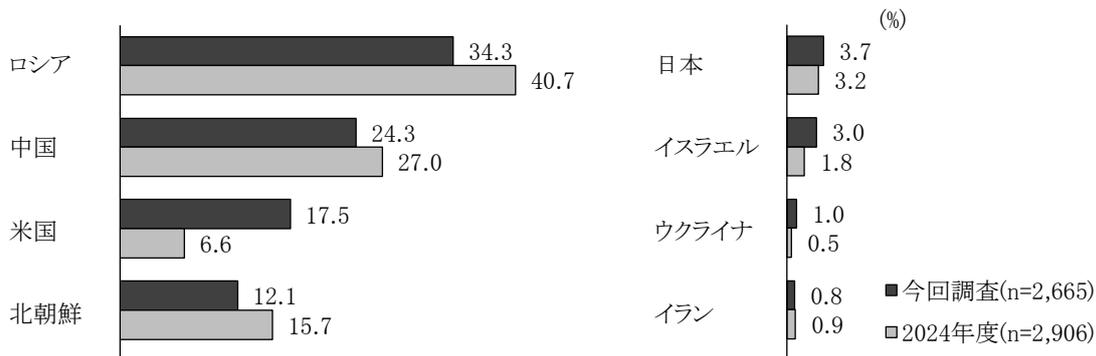


表 12-2 世界平和への最大の脅威になっている国（性別・年代別）

	（%）							
	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位
全体	ロシア 34.3	中国 24.3	米国 17.5	北朝鮮 12.1	日本 3.7	イスラエル 3.0	ウクライナ 1.0	イラン 0.8
男性	ロシア 34.3	中国 28.7	米国 15.5	北朝鮮 11.1	イスラエル 4.1	日本 2.3	ウクライナ 0.9	イラン 0.9
女性	ロシア 34.4	中国 20.2	米国 19.4	北朝鮮 13.1	日本 5.0	イスラエル 2.0	ウクライナ 1.0	イラン 0.7
18～19歳	北朝鮮 32.4	ロシア 27.0	中国 16.2	米国 13.5	ウクライナ	日本 5.4	イスラエル	イラン -
20代	ロシア 25.9	北朝鮮 25.4	中国 19.0	米国 16.6	日本 4.4	イスラエル 3.4	ウクライナ 2.0	イラン 1.5
30代	ロシア 29.3	中国 24.5	米国 19.0	北朝鮮 16.2	日本 2.8	ウクライナ 1.7	イスラエル 1.7	イラン 0.7
40代	ロシア 33.2	中国 25.6	米国 18.2	北朝鮮 12.4	イスラエル 3.0	日本 1.8	イラン 1.4	ウクライナ 0.7
50代	ロシア 31.3	中国 29.1	米国 19.5	北朝鮮 9.2	日本 4.2	イスラエル 2.6	ウクライナ 1.0	イラン 0.8
60代	ロシア 37.7	中国 23.0	米国 21.5	北朝鮮 8.8	イスラエル 3.3	日本 3.1	イラン 0.4	ウクライナ -
70代以上	ロシア 39.6	中国 23.0	米国 13.3	北朝鮮 9.7	日本 5.0	イスラエル 3.6	ウクライナ 0.9	イラン 0.4

13. 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」78%、「危機感を持っていない」20% －

- ・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78.1%（「非常に危機感を持っている」21.6%と「どちらかと言えば危機感を持っている」56.5%の計）で、「危機感を持っていない」と答えた人の19.5%（「まったく危機感を持っていない」5.6%と「どちらかと言えば危機感を持っていない」13.9%の計）を大きく上回った。2022年度調査から変化は見られなかった。
- ・性別にみると、「危機感を持っている」は、女性（75.7%）より男性（80.6%）の方が高かった。年代別に見ると、「危機感を持っている」は、年代が高いほど割合が高くなる傾向が見られ、60代以上で80%を超えた。

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

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

図 13-1 台湾をめぐる中国の武力行使への危機感

(n=2,665)

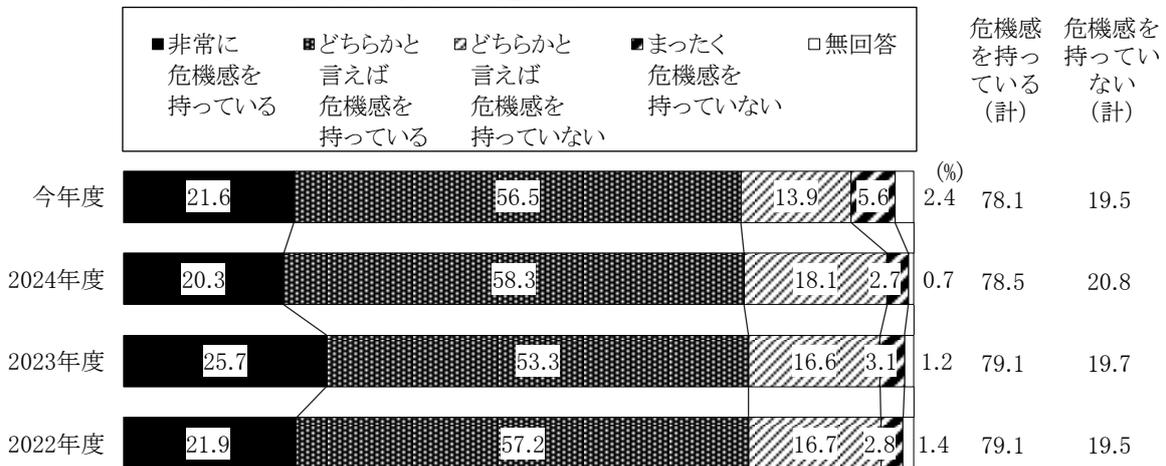
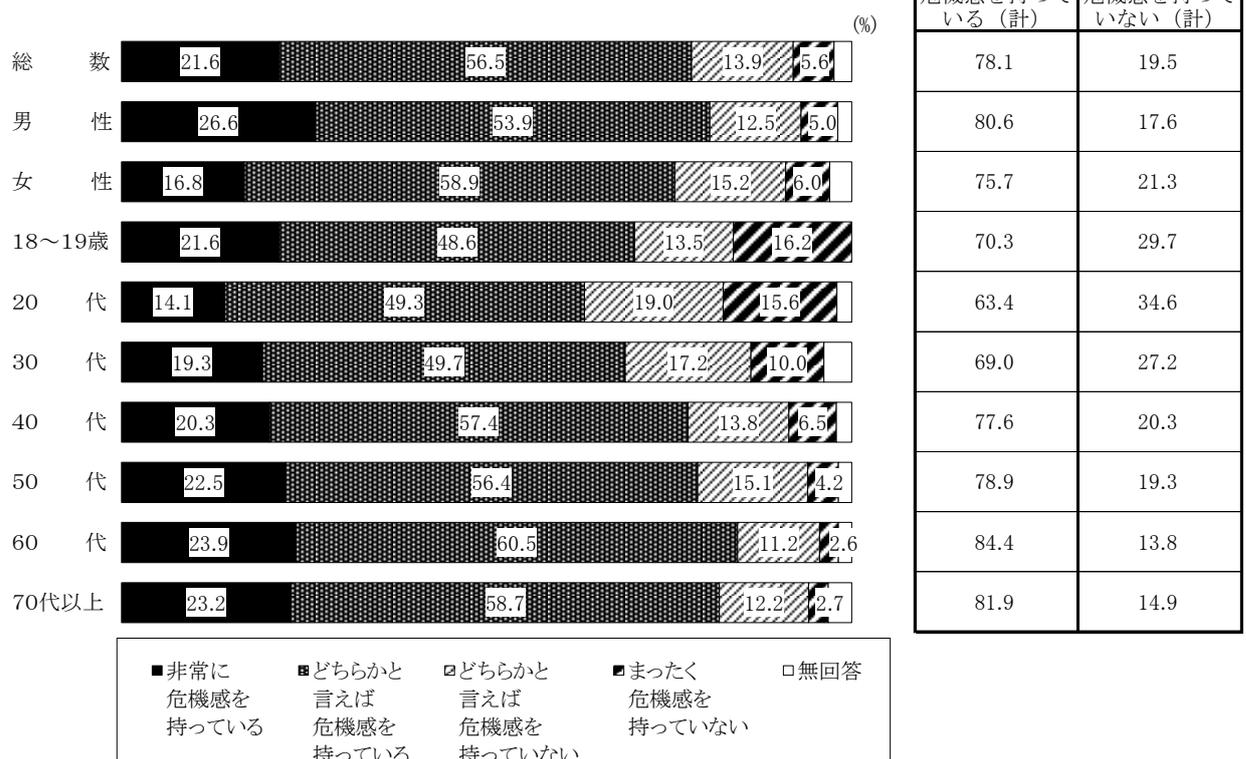


図 13-2 台湾をめぐる中国の武力行使への危機感（性別・年代別）



14. 米国の核の傘とこれからの日本は？

－ 「米国の核兵器に守ってもらうべき」46% －

- ・米国の核の傘についてこれからの日本はどうするのがよいと思うか尋ねた。「米国の核兵器に守ってもらうべき」と答えた人の割合は45.8%（「これからも米国の核兵器に守ってもらうべきだ」と思う）9.6%と「どちらかと言えばこれからも米国の核兵器に守ってもらうべきだ」と思う）36.2%の計）、「日本が自国で核兵器を持つべき」と答えた人が12.4%（「これからは日本が自国で核兵器を持つべきだ」と思う）3.9%と「どちらかと言えばこれからは日本が自国で核兵器を持つべきだ」と思う）8.5%の計）だった。なお、「わからない」が39.8%だった。
- ・「米国の核兵器に守ってもらうべき」は、性別に見ると女性より男性、年代別に見ると、年代が低いほど割合が高くなる傾向が見られた。

※「米国の核兵器に守ってもらうべき（計）」＝「これからも米国の核兵器に守ってもらうべきだ」と思う＋「どちらかと言えばこれからも米国の核兵器に守ってもらうべきだ」と思う
 「日本が自国で核兵器を持つべき（計）」＝「どちらかと言えばこれからは日本が自国で核兵器を持つべきだ」と思う＋「これからは日本が自国で核兵器を持つべきだ」と思う

図 14-1 米国の核の傘と日本

(n=2,665)

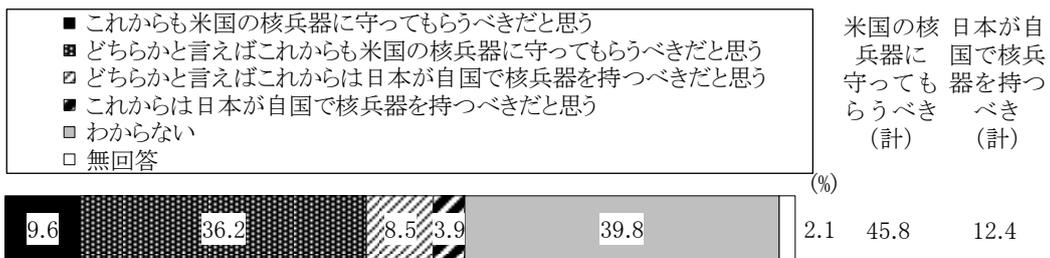
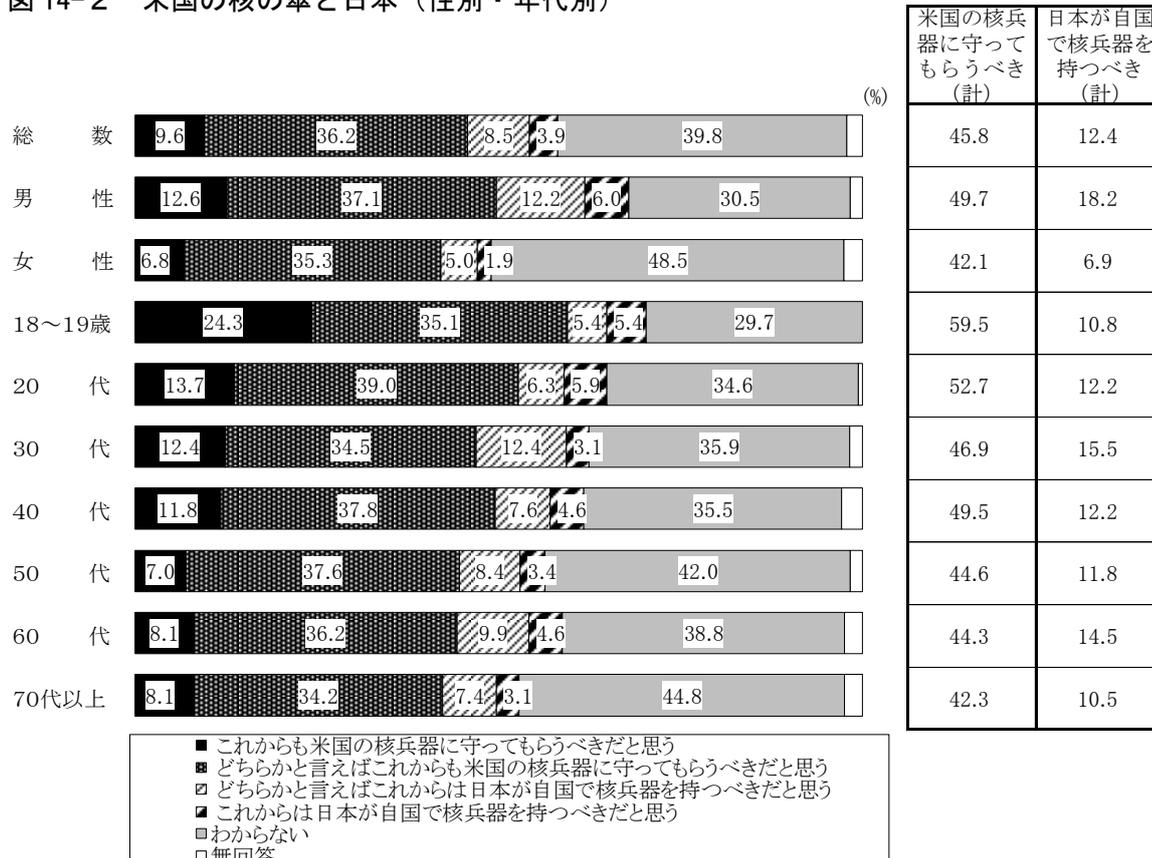


図 14-2 米国の核の傘と日本（性別・年代別）



15. 安全保障面の負担についての考えは？

－ 「日本側が負担する米国軍の駐留経費をこれ以上増やさない」40% －

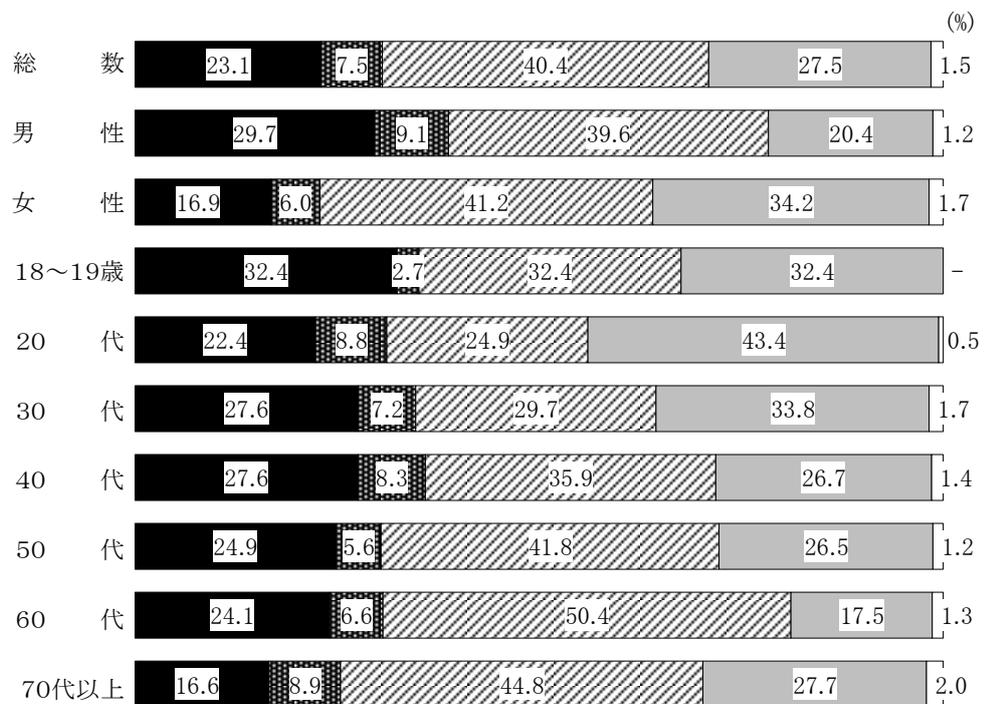
・ トランプ政権が、日本に安全保障面でより多くの負担を求めていることについての意見を尋ねた。

「日本の防衛力は今の水準を維持しつつ、たとえ米国軍の規模が縮小したとしても、日本側が負担する米国軍の駐留経費をこれ以上増やさない」が最も多く40.4%、次いで「日本の防衛力を今よりも高め、防衛面での米国への依存を弱める」が23.1%、「日本の防衛力は今の水準を保ちつつ、米国軍の駐留経費について日本側が負担する金額を増やす」が7.5%だった。なお、「わからない」が27.5%だった。

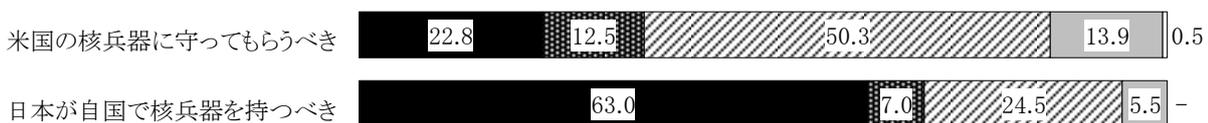
・ 米国の核の傘について「日本が自国で核兵器を持つべき」と答えた人は、「日本の防衛力を今よりも高め、防衛面での米国への依存を弱める」を63.0%の人が回答した。

図 15-1 安全保障面の負担についての考え

(性別・年代別、米国の核の傘とこれからの日本についての考え) (n=2,665)



米国の核の傘とこれからの日本についての考え



- 日本の防衛力を今よりも高め、防衛面での米国への依存を弱める
- 日本の防衛力は今の水準を保ちつつ、米国軍の駐留経費について日本側が負担する金額を増やす
- ▣ 日本の防衛力は今の水準を維持しつつ、たとえ米国軍の規模が縮小したとしても、日本側が負担する米国軍の駐留経費をこれ以上増やさない
- わからない
- 無回答

16. 憲法に自衛隊を明記する必要は？

— 「必要」72%、「必要ない」24% —

- ・憲法に自衛隊の存在を明記する必要があると思うか尋ねたところ、「必要」と答えた人の割合は72.0%（「必要」26.2%と「どちらかと言えば必要」45.8%の計）に上った。「必要ない」と答えた人は24.4%（「必要ない」8.9%と「どちらかと言えば必要ない」15.5%の計）だった。
- ・性別に見ると、「必要」は女性（68.4%）より男性（75.8%）で高かった。年代別に見ると、30代（66.6%）を除く年代では70%台だった。

※「必要（計）」＝「必要」＋「どちらかと言えば必要」
 「必要ない（計）」＝「どちらかと言えば必要ない」＋「必要ない」

図 16-1 憲法に自衛隊の存在を明記する必要性

(n=2,665)

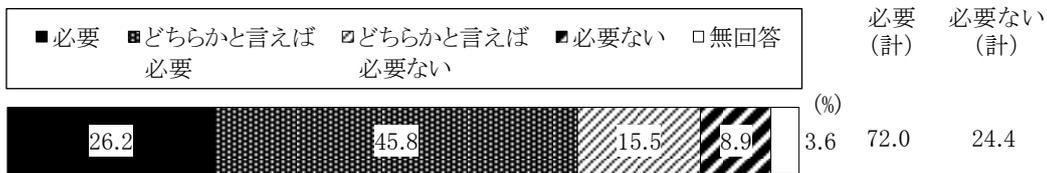
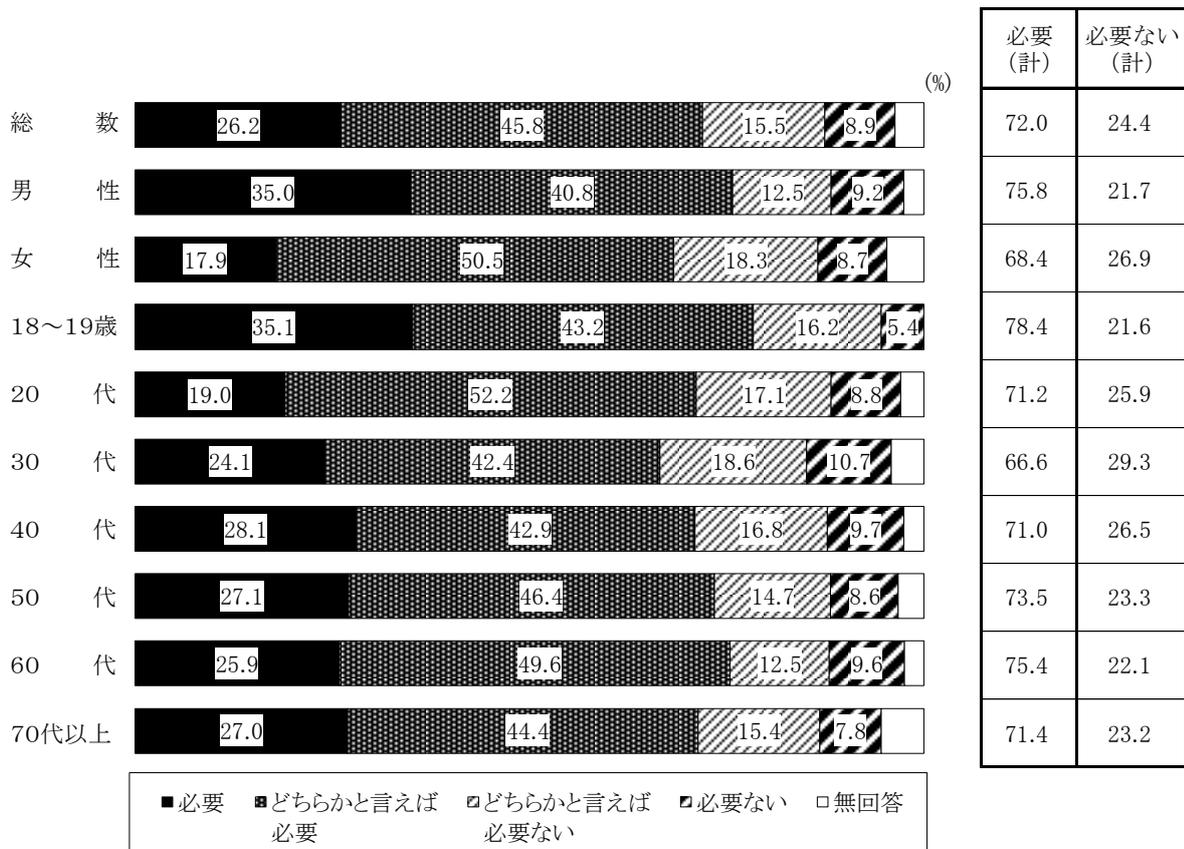


図 16-2 憲法に自衛隊の存在を明記する必要性（性別・年代別）



17. 防衛費の増額に賛成？（＊）

－ 「賛成」55%、2023年度より12ポイント増加 －

- ・防衛費の増額について「賛成」と答えた人の割合は54.5%（「賛成」11.8%と「どちらかと言えば賛成」42.7%の計）と過半数を占めた。「反対」が42.8%（「反対」10.4%と「どちらかと言えば反対」32.4%の計）だった。
- ・2023年度にも同じ質問をしており、今回調査では2023年度より「賛成」が11.7ポイント増加した。
- ・「賛成」は女性（48.7%）より男性（60.7%）で12ポイント高かった。年代別では50代以上に比べ40代以下の年代層で高かった。

※「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 17-1 防衛費増額についての賛否

(n=2,665)

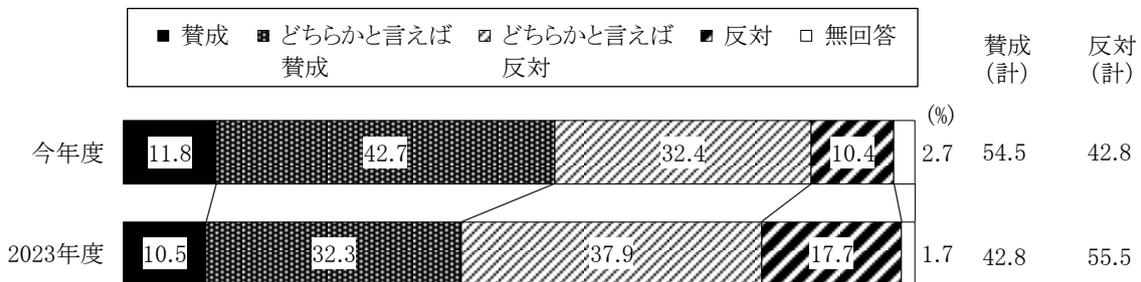
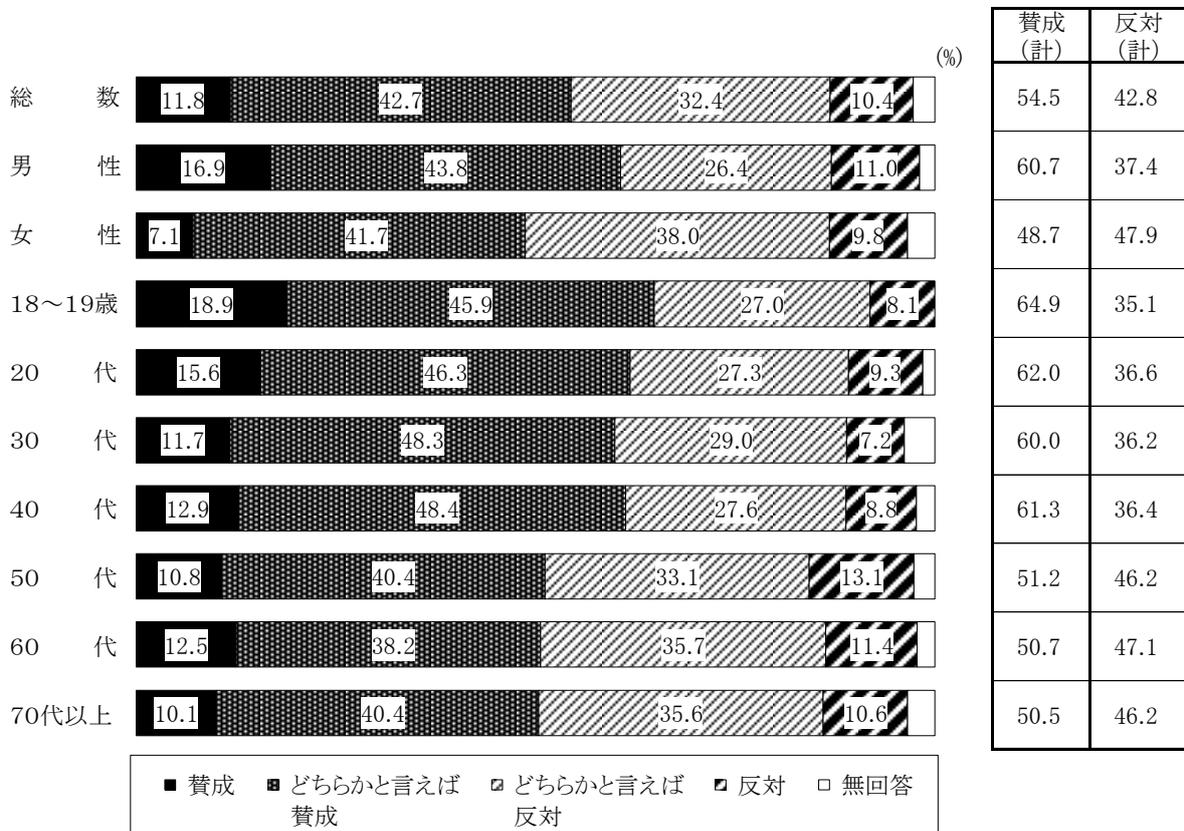


図 17-1 防衛費増額についての賛否（性別・年代別）



《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？（＊）

－ 毎日のニュース接触率「インターネット」が1位 －

- ・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84.2%、インターネットのニュースが76.4%、NHKテレビのニュースが69.4%、新聞が51.0%、ラジオのニュースが28.3%だった。
- ・毎日の接触率は、インターネットのニュースが46.5%、民放テレビのニュースが46.1%、NHKテレビのニュースが35.8%、新聞が33.4%、ラジオのニュースが9.2%だった。この質問を開始した18年度から初めてインターネットのニュースが最多となった。
- ・昨年度と比較すると、ニュース接触率は、新聞が昨年度から2.7ポイント、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。毎日の接触率は、新聞と民放テレビのニュースが昨年度からそれぞれ2.7ポイント低下した。

図 18-1 ニュースとの接触頻度

(n=2,665)

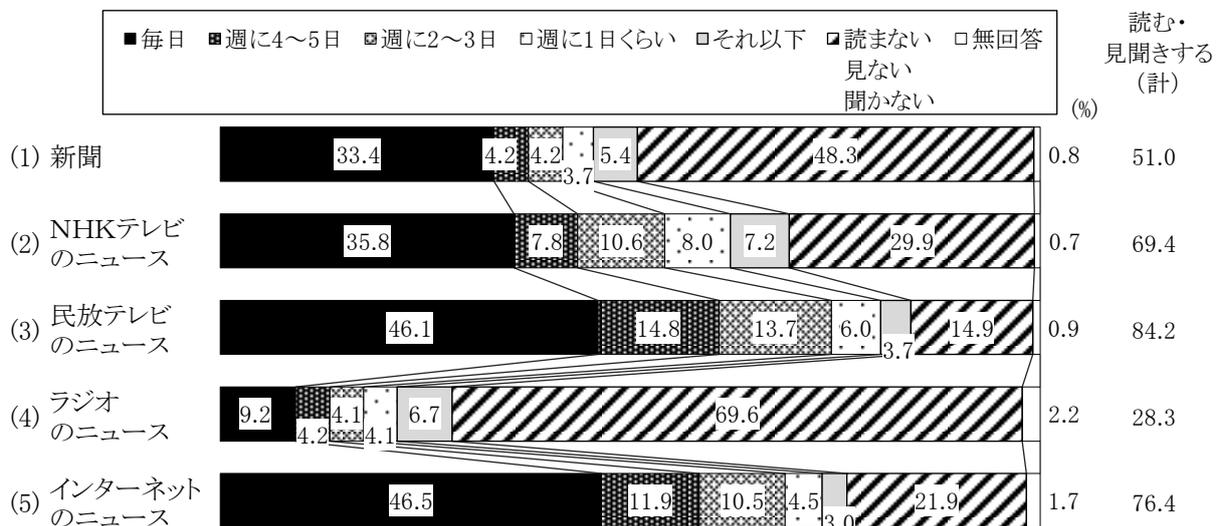
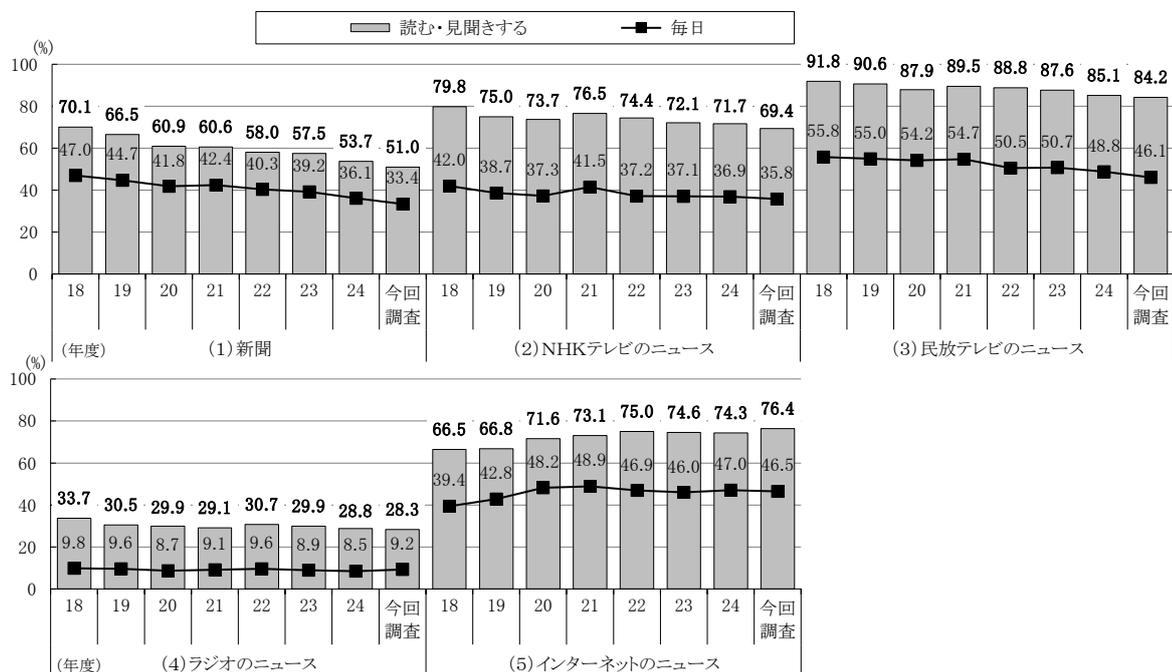


図 18-2 ニュースとの接触頻度（時系列）



- ・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、60代では民放テレビ、70代以上ではNHKテレビが1位だった。インターネットは50代以下で90%前後に上った。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 18-3 ニュースを「読む・見聞きする（計）」人の割合（性別・年代別）

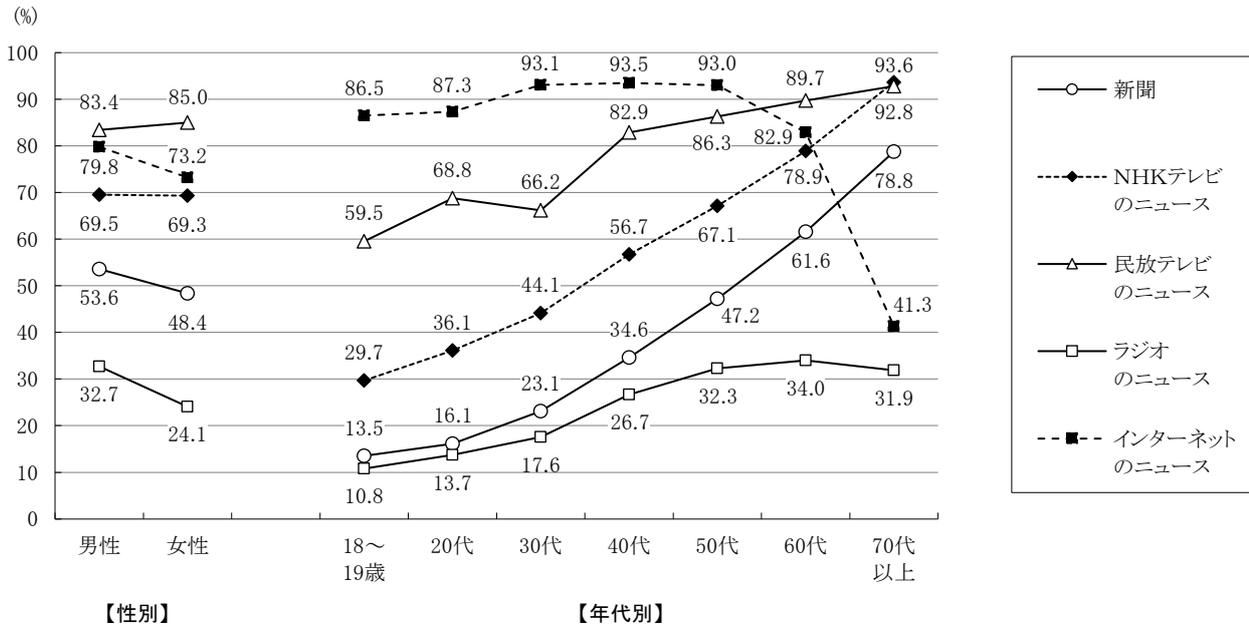
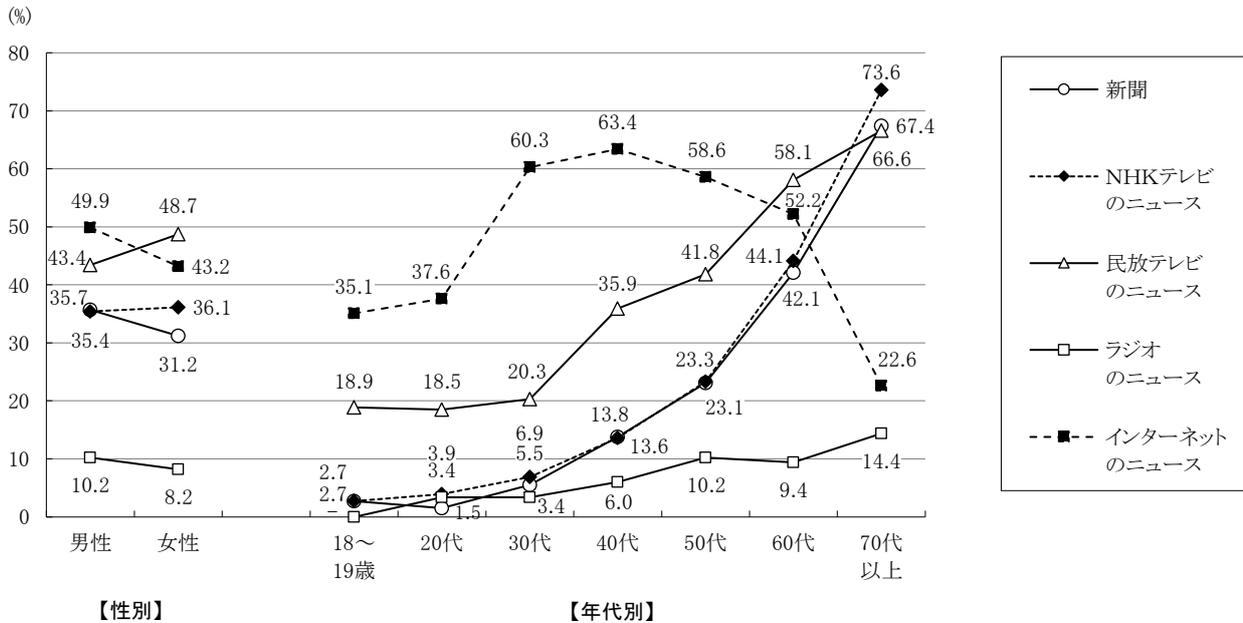


図 18-4 ニュースを「毎日読む・見聞きする」人の割合（性別・年代別）



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? (*)

— 接触時間の長い順は「民放」「NHK」「ネット」「新聞」 —

- ・ニュースとの接触時間については、平均接触時間が長い順に、民放テレビのニュースが35.1分、NHKテレビのニュースが29.3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20.2分だった。
- ・昨年度調査からは、新聞とNHKテレビがともに1.4分長くなり、ラジオが1.8分短くなった。
- ・性別に見ると、ニュースの接触時間は民放テレビが3.8分、女性の方が長く、インターネットが5.9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40～60代で接触時間が長かった。民放テレビとNHKテレビは年代が高いほど長い傾向が見られた。新聞は40代以降、年代が上がるに従って時間が長くなった。

図 19-1 ニュースとの接触時間

(n=2,665)

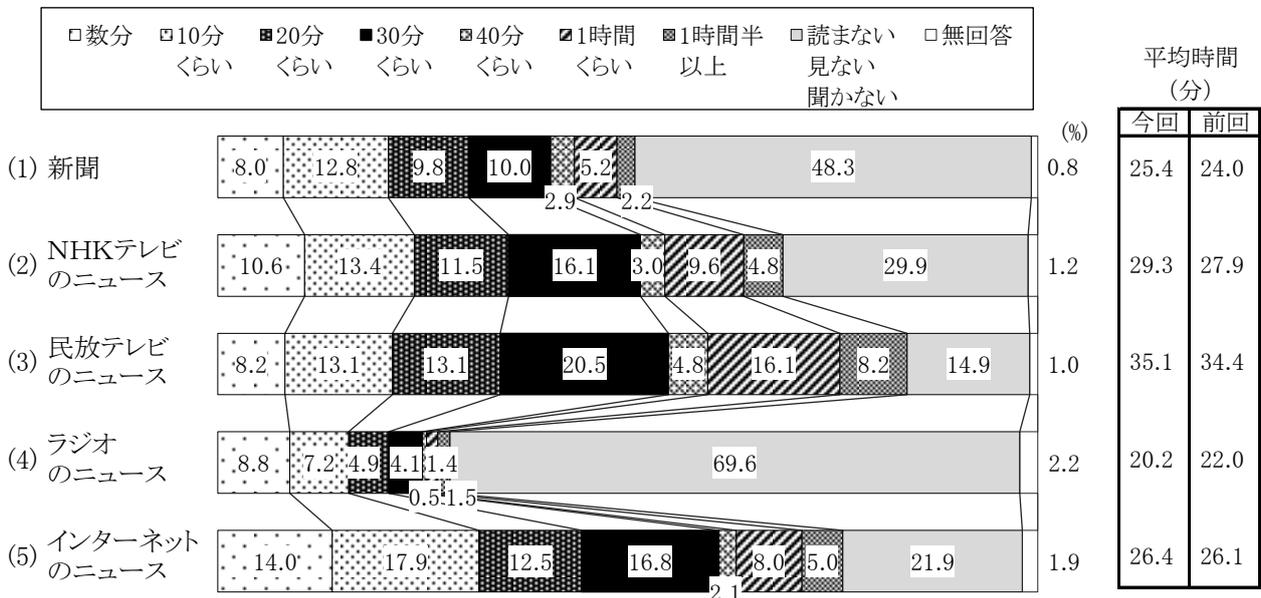
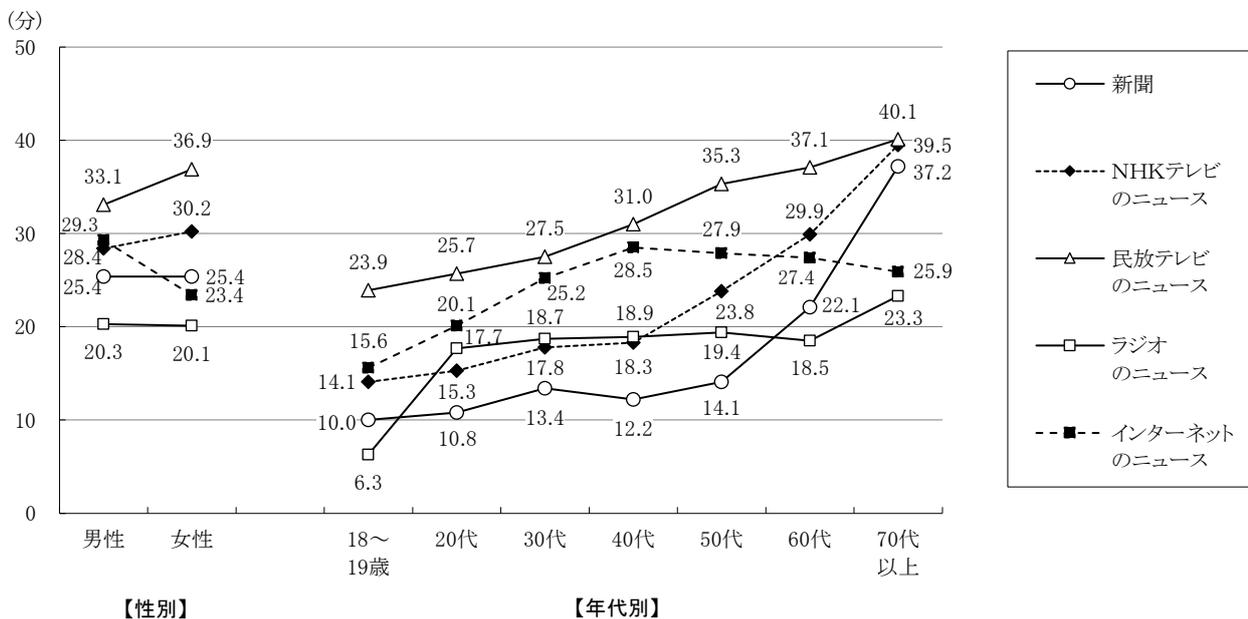


図 19-2 ニュースとの接触時間 (平均) (性別・年代別)



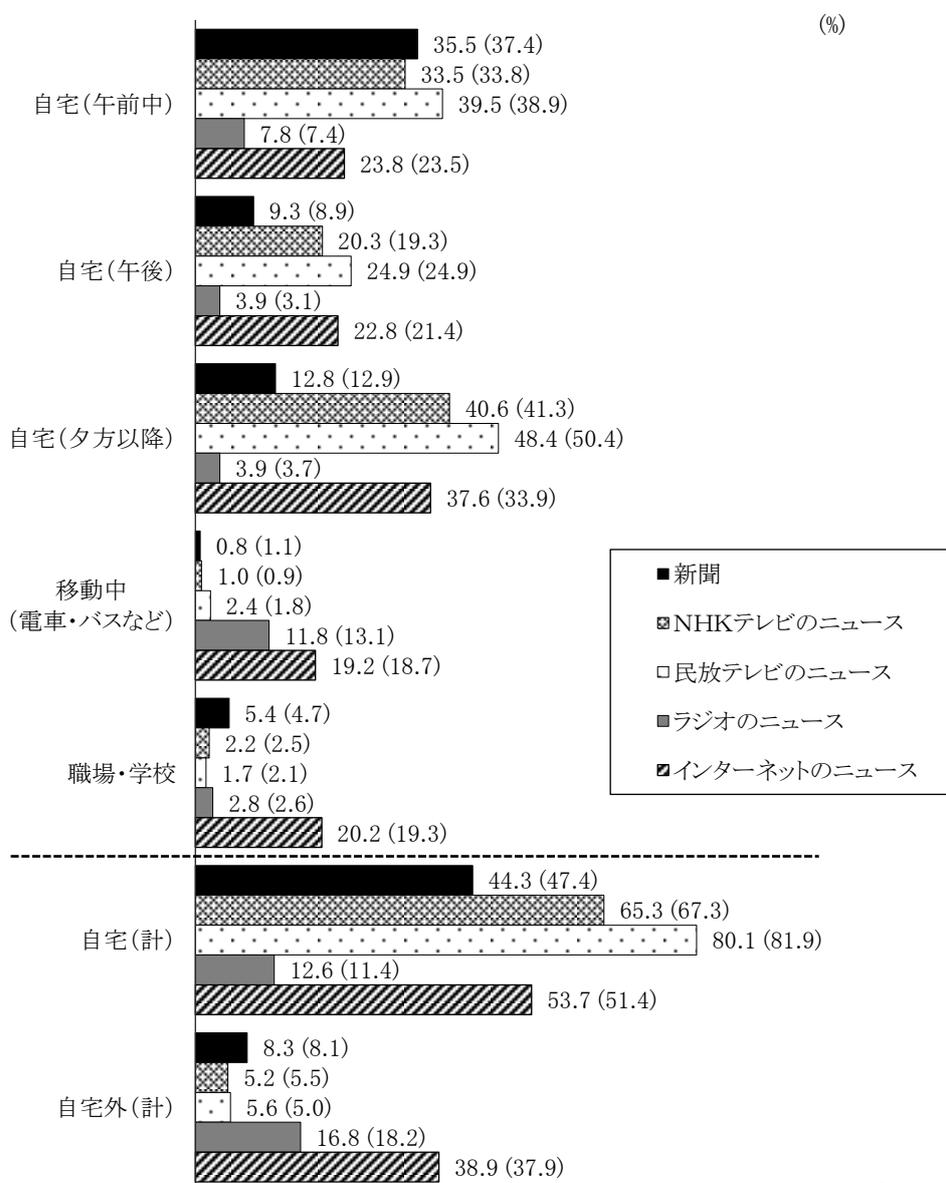
20. ニュースを読んだり見聞きしたりするのはいつ、どこで？（＊）

－ 新聞は「自宅(午前中)」、民放、NHK、ネットは「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35.5%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48.4%、NHK40.6%)が最も多かった。インターネットのニュースは「自宅(夕方以降)」が37.6%で最も多いが、「職場・学校」(20.2%)、「移動中(電車・バスなど)」(19.2%)も多かった。
- ・昨年度と比較すると、新聞を「自宅(午前中)」に読む割合が1.9ポイント減だった。一方、インターネットのニュースを「自宅(夕方以降)」に見る割合が3.7ポイント増だった。

図 20-1 ニュースと接触する場所

(複数回答、n=2,665)



- ・自宅でのニュース接触は、20代以下と40～60代で民放テレビが最も多かった。インターネットは30代で最も多く、30～60代で60%台だった。民放テレビ、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。
- ・自宅外でのニュース接触は、全ての年代でインターネットが最も多かった。インターネットは50代以下で50%を超えた。

図 20-2 「自宅（計）」と回答した人の割合（性別・年代別）

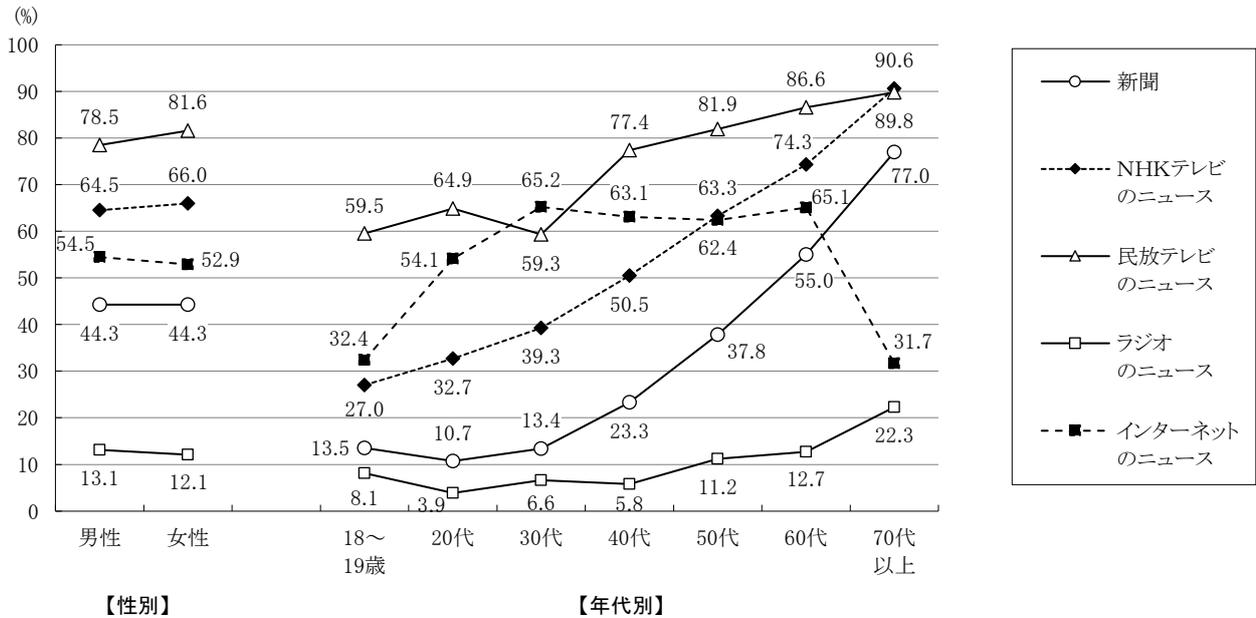
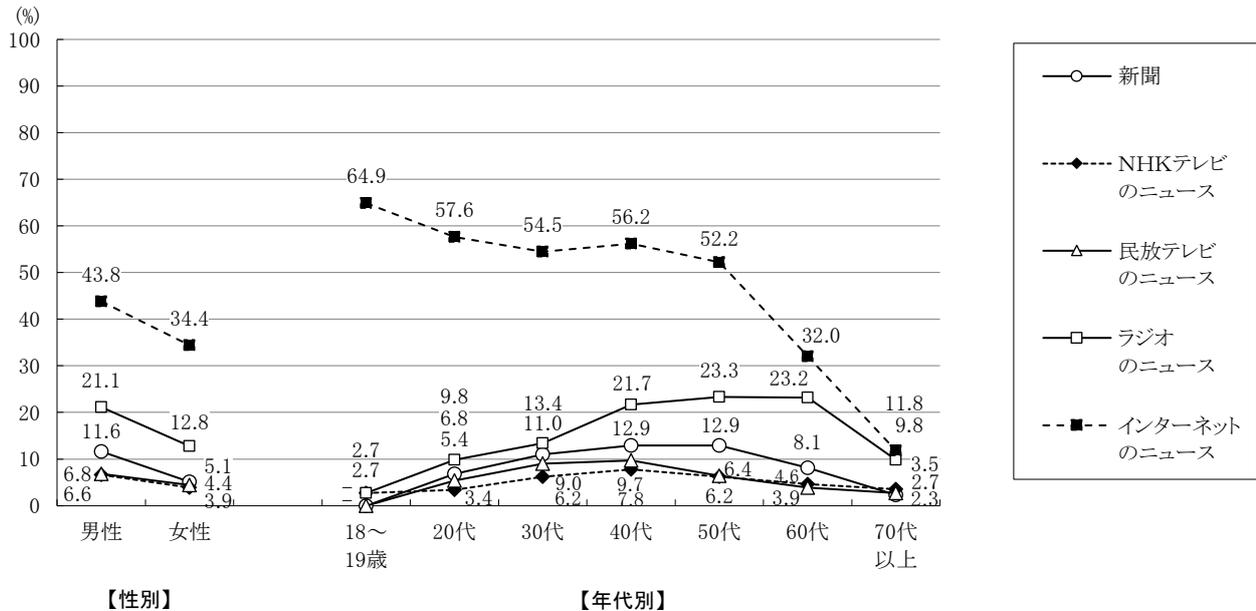


図 20-3 「自宅外（計）」と回答した人の割合（性別・年代別）



21. 大きなニュースを入手するメディアは？（*）

— 「民放」71%、「ネット」66%、「NHK」52%、「新聞」36% —

- ・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71.1%で最も多く、インターネットが66.4%、NHKテレビが51.6%、新聞が35.5%、ラジオが12.1%だった。
- ・昨年度調査と比較すると、NHKテレビが2.3ポイント減少し、インターネットが2.7ポイント増加した。
- ・性別に見ると、民放テレビは6.9ポイント女性の方が多いが、インターネットは4.8ポイント、新聞は2.9ポイント、ラジオは4.3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、50代以下で80%を超えた。民放テレビ、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。

図 21-1 大きなニュースの情報源

（複数回答、n=2,665）

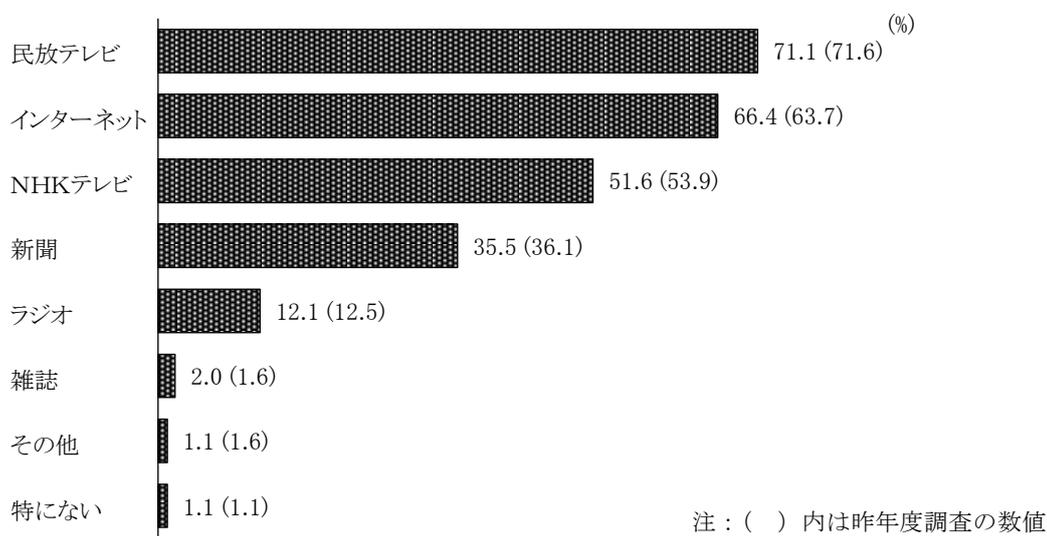
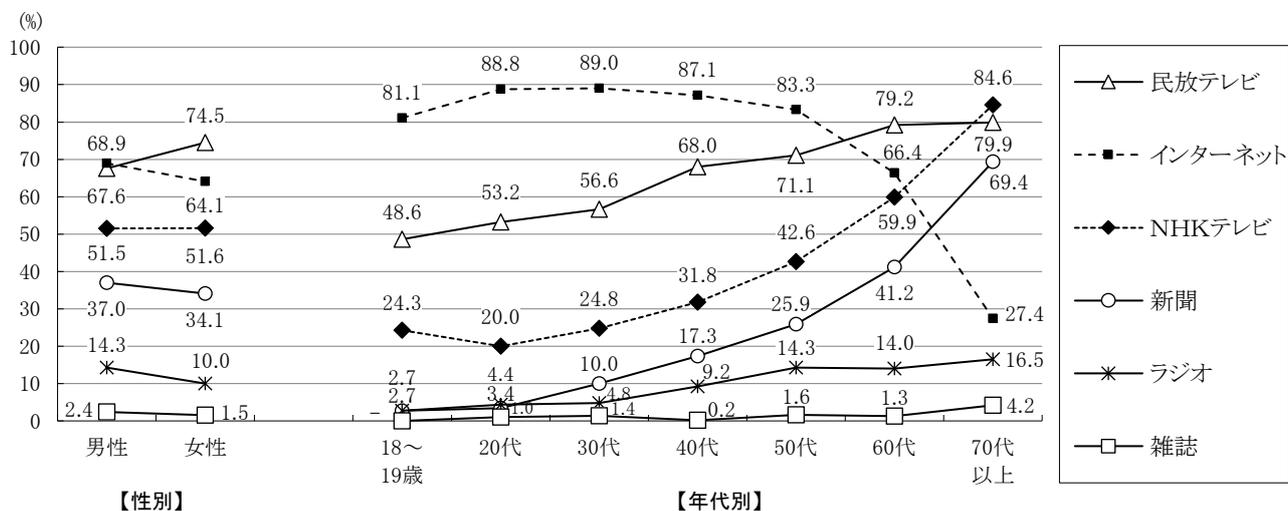


図 21-2 大きなニュースの情報源（性別・年代別）



22. どのメディアで各分野の情報を得る？（＊）

－ 「生活・健康」でインターネットが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、「生活・健康に関すること」以外の全ての分野で民放テレビが最も多かった。「生活・健康に関すること」はインターネットが最も多かった。2位には、「政治に関すること」でNHKテレビ、「生活・健康に関すること」で民放テレビ、それら以外の分野では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、他の分野は4位に挙げられた。
- ・前回調査と比較すると、新聞は「文化に関すること」が3.1ポイント減少したのをはじめ、全ての分野で減少した。NHKテレビは「スポーツ・芸能に関すること」が2.8ポイント減少したのをはじめ、全ての分野で減少した。一方、インターネットは「政治に関すること」が4.6ポイント増加したのをはじめ、全ての分野で増加した。
- ・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、インターネットが女性より男性で多かった。
- ・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「政治に関すること」は50代以下で、「社会に関すること」は60代以下で、「地域に関すること」は20～50代でいずれも50%を超えた。「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 22-1 読んだり見たりするメディア

(複数回答、n=2,665)

(%)

	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 66.6 (68.9)	インターネット 60.7 (58.4)	NHKテレビ 34.6 (37.4)	新聞 30.1 (31.6)	ラジオ 8.0 (7.9)	雑誌 4.8 (5.0)	5.0 (4.7)
社会に関すること	民放テレビ 64.8 (65.0)	インターネット 54.6 (50.8)	NHKテレビ 46.9 (47.9)	新聞 34.7 (36.9)	ラジオ 9.1 (8.6)	雑誌 2.5 (1.9)	3.8 (4.3)
政治に関すること	民放テレビ 63.6 (62.1)	NHKテレビ 50.6 (51.3)	インターネット 49.6 (45.0)	新聞 35.1 (36.3)	ラジオ 8.6 (8.2)	雑誌 1.9 (1.8)	6.4 (6.7)
国際情勢に関すること	民放テレビ 60.2 (60.8)	インターネット 48.3 (45.2)	NHKテレビ 48.2 (49.8)	新聞 32.5 (32.8)	ラジオ 7.4 (7.1)	雑誌 1.8 (1.7)	6.8 (6.8)
経済に関すること	民放テレビ 59.2 (58.4)	インターネット 49.2 (45.1)	NHKテレビ 44.7 (45.9)	新聞 32.8 (32.9)	ラジオ 7.6 (7.3)	雑誌 2.1 (1.9)	7.1 (7.7)
文化に関すること	民放テレビ 54.3 (55.1)	インターネット 50.2 (48.2)	NHKテレビ 37.4 (38.8)	新聞 29.2 (32.3)	ラジオ 6.8 (6.4)	雑誌 6.6 (6.3)	9.6 (8.8)
地域に関すること	民放テレビ 52.0 (53.9)	インターネット 48.7 (45.6)	新聞 36.2 (37.7)	NHKテレビ 33.4 (34.5)	ラジオ 7.8 (7.5)	雑誌 3.2 (2.9)	5.9 (6.3)
生活・健康に関すること	インターネット 60.5 (57.5)	民放テレビ 56.2 (58.1)	NHKテレビ 37.8 (40.0)	新聞 27.5 (30.1)	雑誌 10.3 (10.7)	ラジオ 7.2 (7.4)	5.5 (5.6)

注：() 内は昨年度調査の数値

図 22-1 「政治に関すること」を読んだり見たりするメディア（性別・年代別）

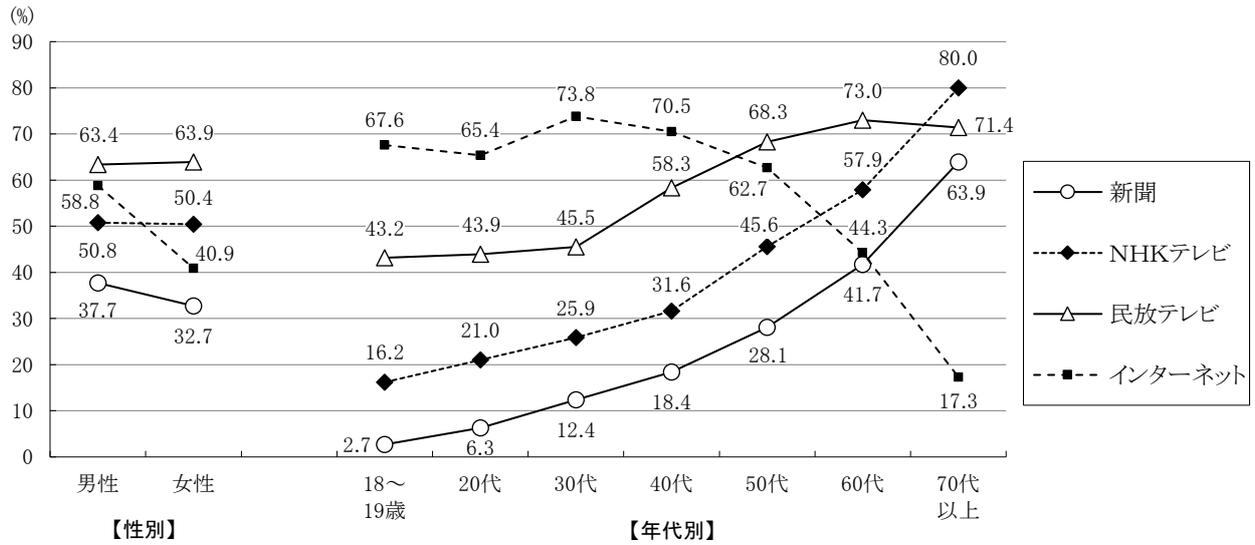


図 22-2 「社会に関すること」を読んだり見たりするメディア（性別・年代別）

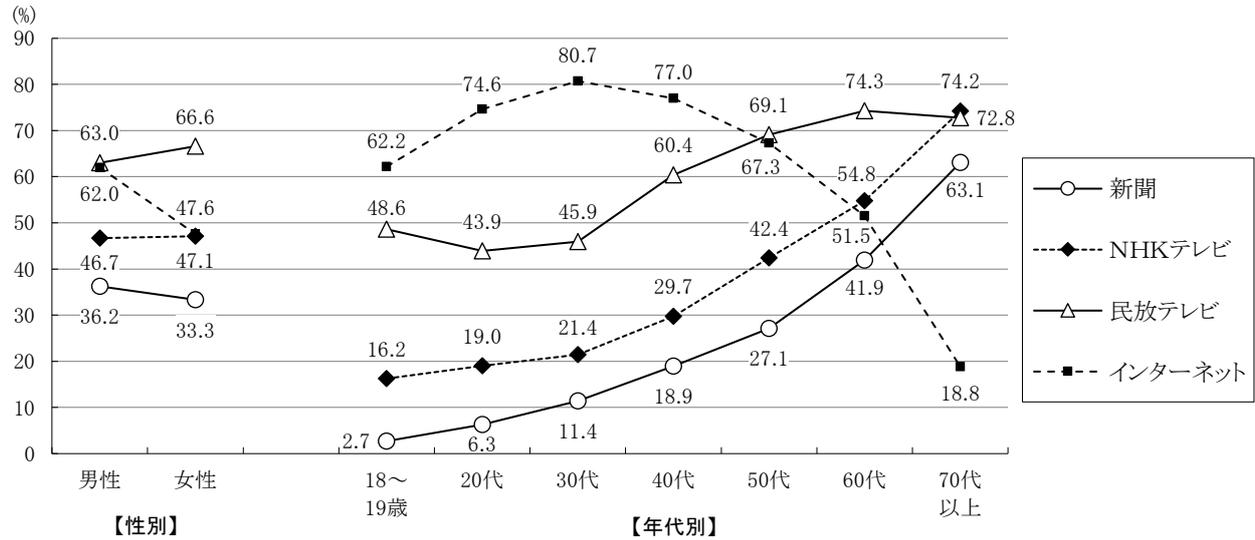
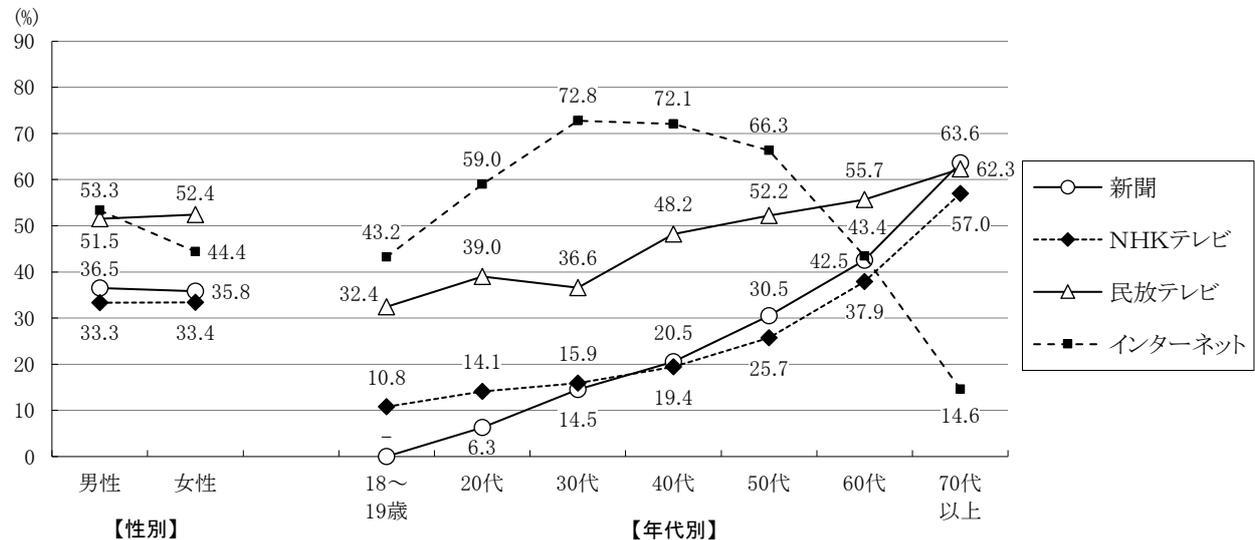


図 22-3 「地域に関すること」を読んだり見たりするメディア（性別・年代別）



《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」44%、「読まない」42% －

- ・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44.2%だった。以下、「図書館や学校、職場などに置いてある紙の新聞」（6.6%）、「ポータルサイトなどで閲覧できる新聞記事」（6.5%）、「駅やコンビニなどで購入する紙の新聞」（2.1%）、「有料の電子新聞」（2.1%）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42.1%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ているのに対し、「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」は女性の方が3.2ポイント多かった。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76.2%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、40代以下で50%を超えた。

図 23-1 新聞の読み方（時系列）

（複数回答、n=2,665）

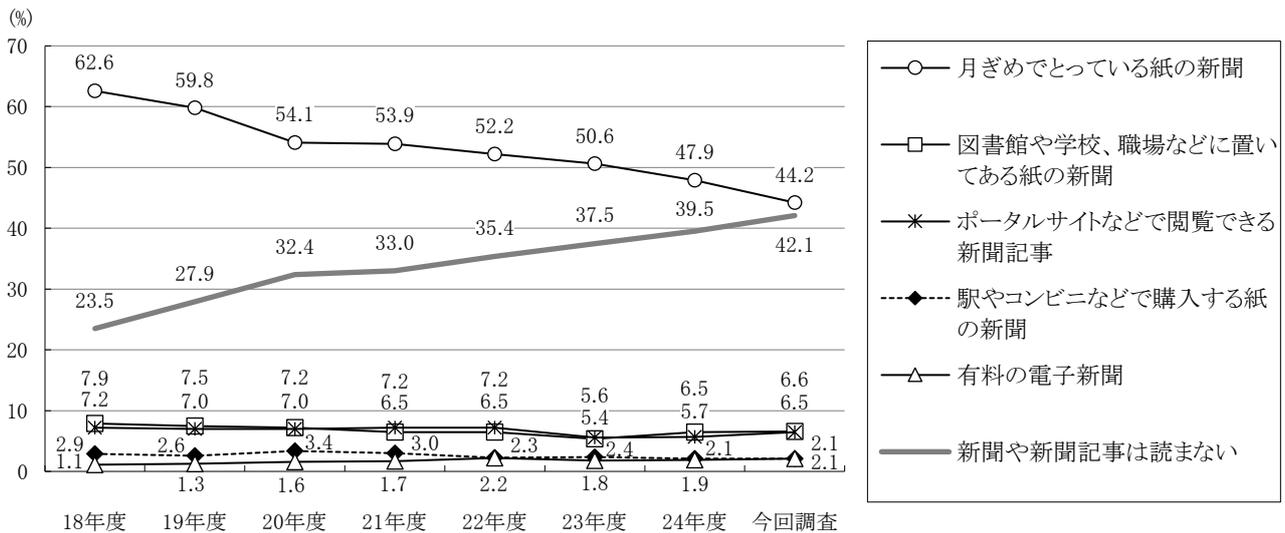
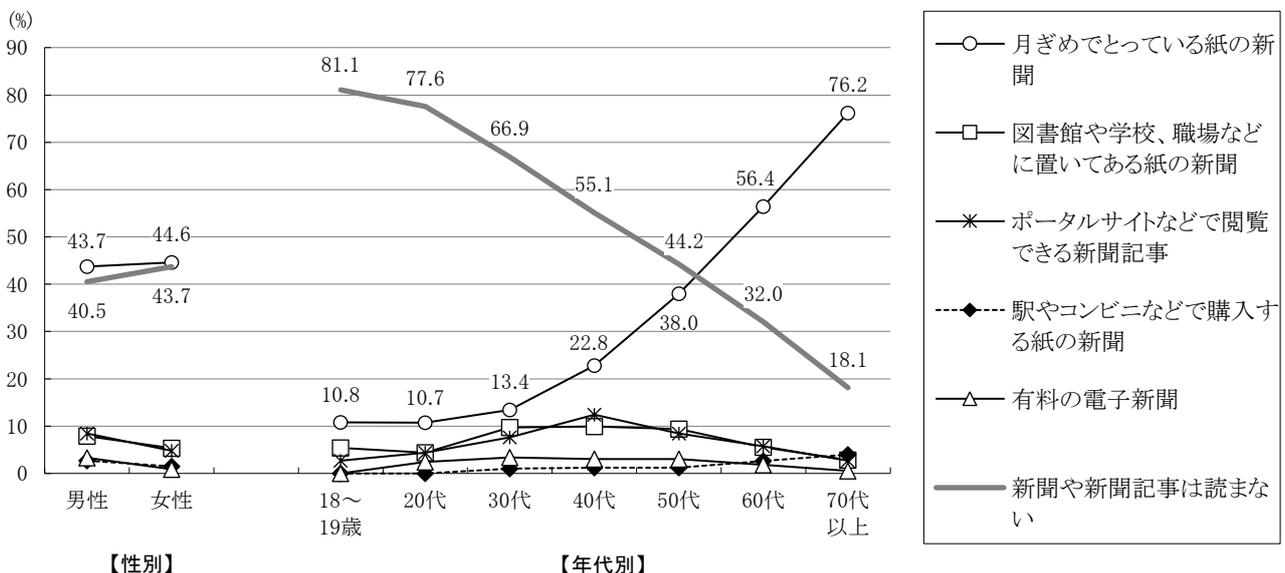


図 23-2 新聞の読み方（性別・年代別）



24. 月ぎめ新聞の購読状況は？（＊）

－ 50%が購読、購読率は昨年から4ポイント低下 －

- ・ 自宅で月ぎめ新聞を購読している人は50.1%だった。新聞の種類を見ると、「全国紙」を購読している人が45.7%、「県紙・地方紙」を購読している人が41.0%、「ブロック3紙」を購読している人が14.2%だった。また、全国紙を購読している人のうち、「紙の新聞」が91.8%、「電子新聞」が3.8%、「両方」が3.4%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。今回調査では昨年調査（53.8%）より3.7ポイント減少した。新聞の種類で見ると、昨年度から今回調査にかけては、全国紙が2.7ポイント減、県紙・地方紙は1.0ポイント減、ブロック3紙は変化なしとなった。
- ・ 年代別で見ると、月ぎめ新聞を購読している人は、40代以下では20%台にとどまった。それ以降、年代が上がるほど多くなり、70代以上で78.3%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20代で8.5ポイント、40代で6.9ポイント、60代で5.0ポイント、50代で3.7ポイント減少した。

図 24-1 月ぎめでとっている新聞の有無
(n=2,665)

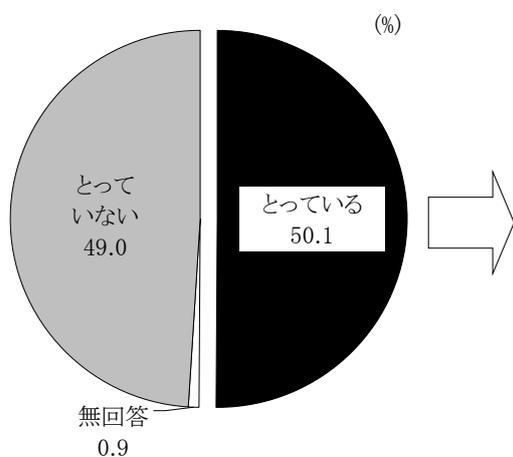


図 24-2 月ぎめでとっている新聞の種類
(複数回答、n=1,334)

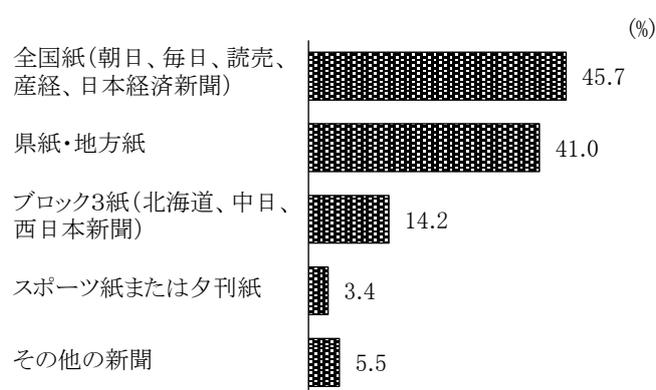


図 24-3 全国紙の購読は紙の新聞か電子新聞か
(n=610)



図 24-4 月ぎめでとっている新聞（時系列）

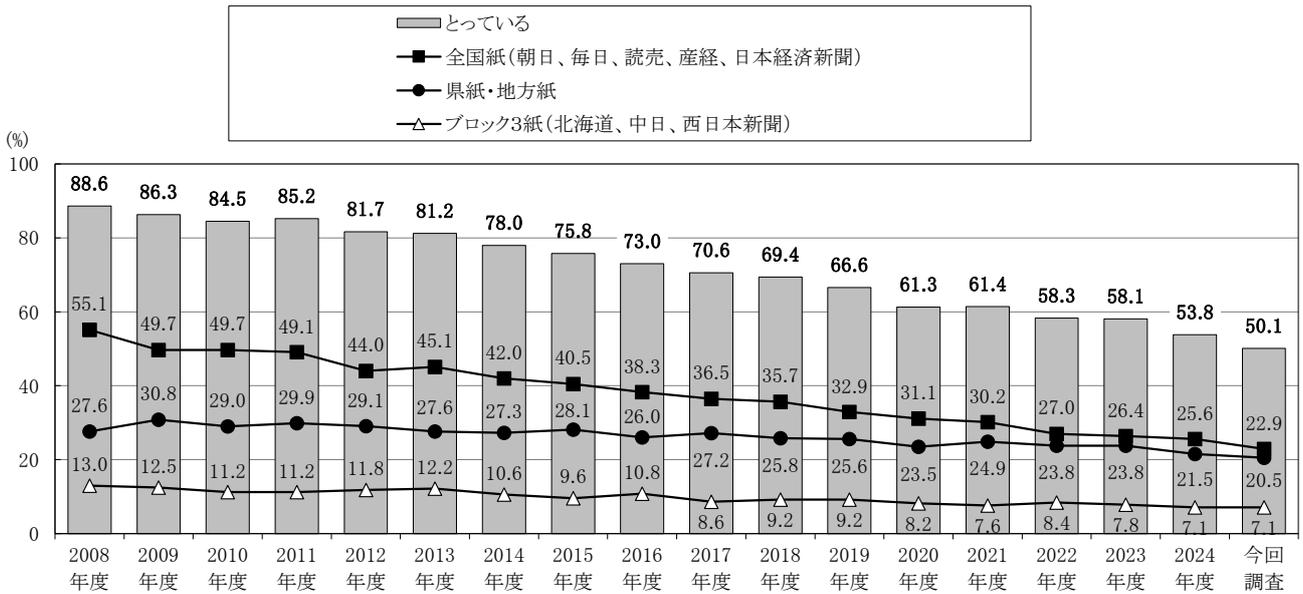
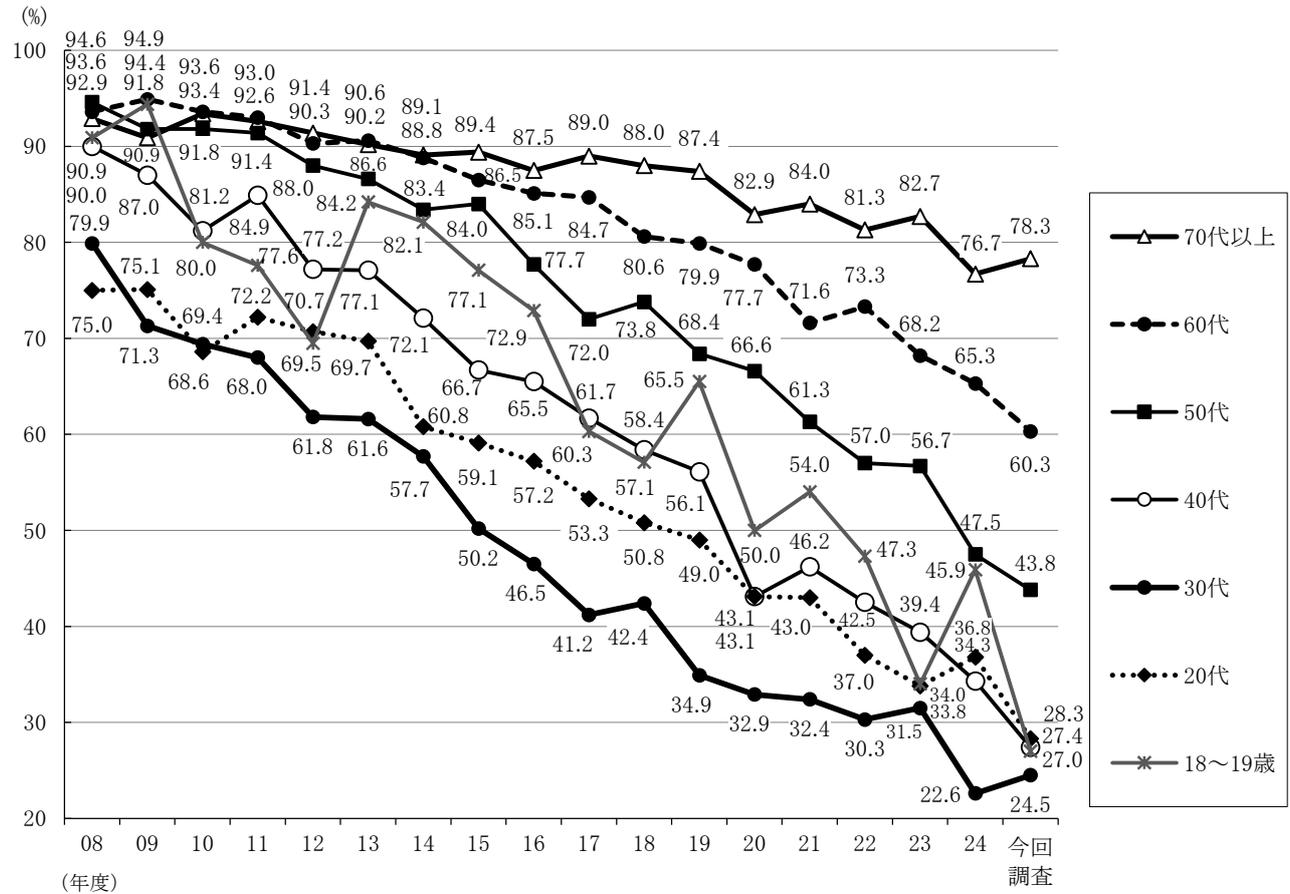


図 24-5 月ぎめで新聞をとっている人の割合（年代別、時系列）



(月ぎめで新聞をとっている人に) (全体の 50.1%)

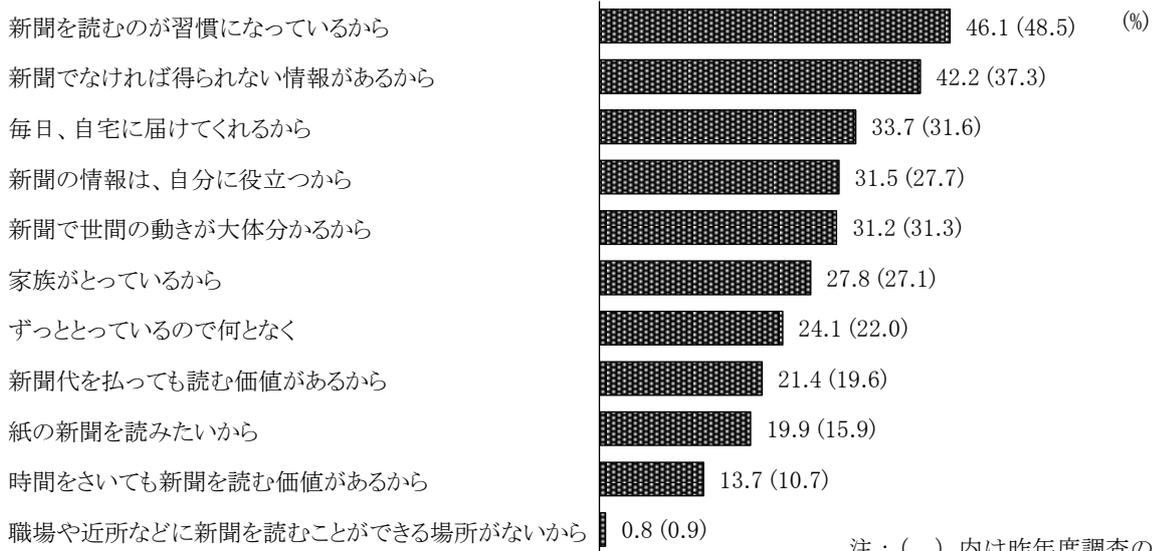
25. 月ぎめで新聞をとる理由は？（＊）

— 「新聞を読むのが習慣になっているから」46% —

- ・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 46.1% 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」(42.2%)、「毎日、自宅に届けてくれるから」(33.7%)、「新聞の情報は、自分に役立つから」(31.5%)、「新聞で世間の動きが大体分かるから」(31.2%) 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」「紙の新聞を読みたいから」「新聞の情報は、自分に役立つから」は 4~5 ポイントの増加となった。
- ・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」は男性の方が 3.3 ポイント多く、「新聞の情報は、自分に役立つから」は女性の方が 3.5 ポイント多かった。
- ・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。

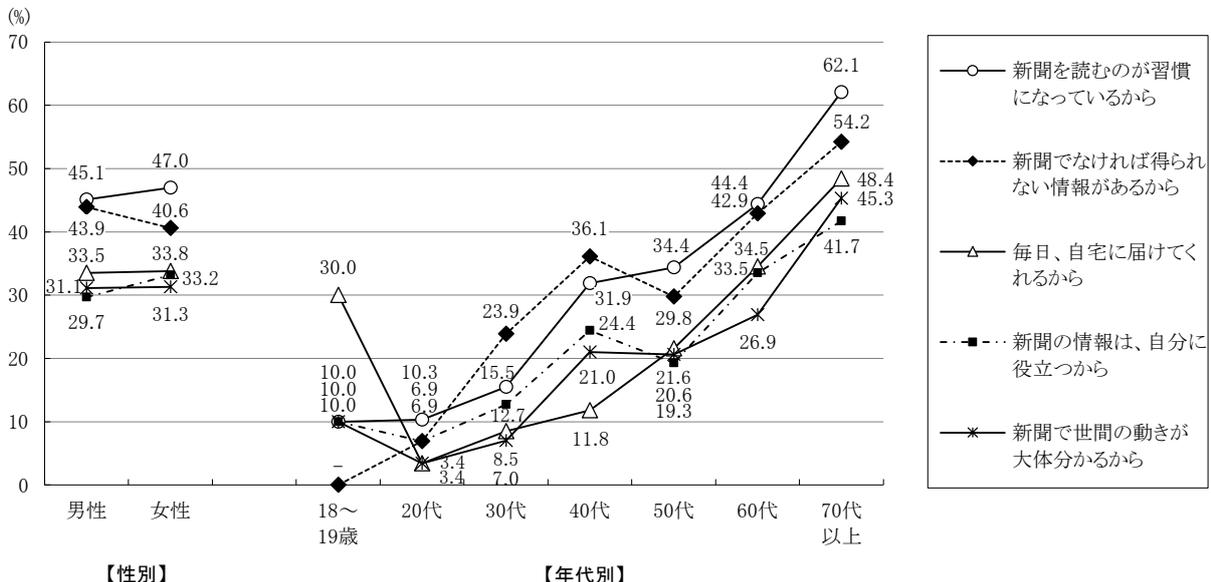
図 25-1 月ぎめで新聞をとる理由

(複数回答、n=1,334)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 25-2 月ぎめで新聞をとる理由（上位 5 位）（性別・年代別）



(月ぎめで新聞をとっていない人に) (全体の 49.0%)

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」76% —

- ・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 76.1% だった。次いで、「新聞の購読料は高いから」(41.2%)、「新聞を読む習慣がないから」(29.4%)、「新聞を読む時間がないから」(23.8%)、「紙の新聞は、処分が面倒だから」(22.5%) 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 4.5 ポイント増加した。
- ・性別に見ると、「新聞の購読料は高いから」が 8.1 ポイント、「新聞を読む時間がないから」が 8.0 ポイント、「新聞を読む習慣がないから」「紙の新聞は、処分が面倒だから」はともに 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」が最も多かった。「新聞を読む習慣がないから」は、20代で他の年代より多く 44.5% だった。

図 26-1 月ぎめで新聞をとらない理由

(複数回答、n=1,307)

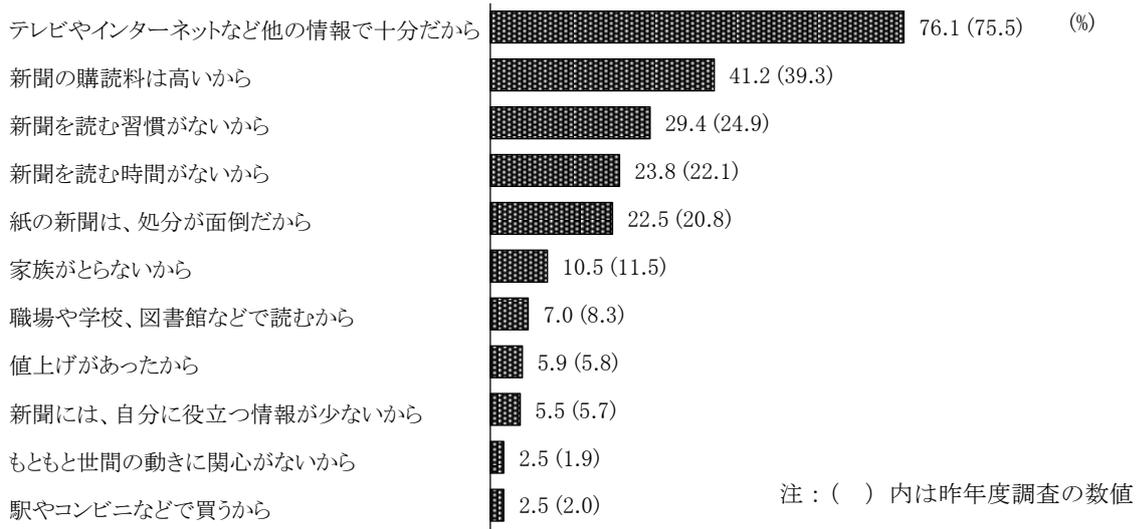
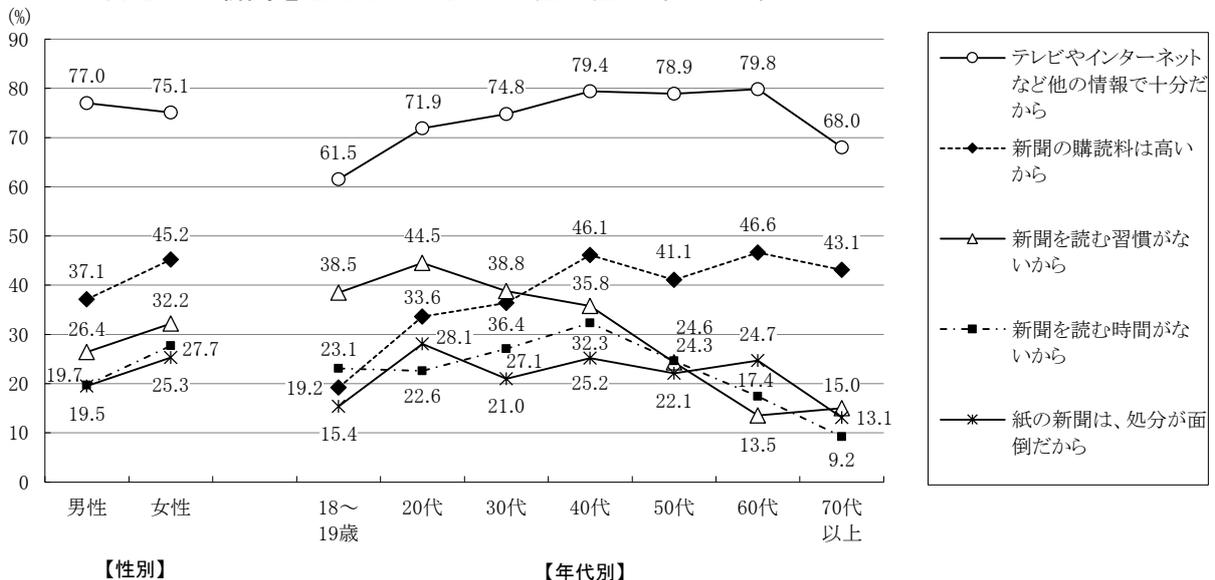


図 26-2 月ぎめで新聞をとらない理由 (上位 5 位) (性別・年代別)



27. 通信社の役割を知っている？（＊）

－ 「知っている」45%、「知らない」54% －

- ・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45.1%、「知らない」人は53.8%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%前後で推移していたが、2019～2020年度に減少、2021年度に増加したものの、2022年度以降再び減少に転じた。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20代、50～60代で約4ポイント減少した。一方、18～19歳と70代以上で3～5ポイント増加した。
- ・性別で見ると、「知っている」人は、女性（39.5%）よりも男性（51.0%）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代以上で他の年代より多く50%弱だった。

図 27-1 通信社の役割の認知

(n=2,665)

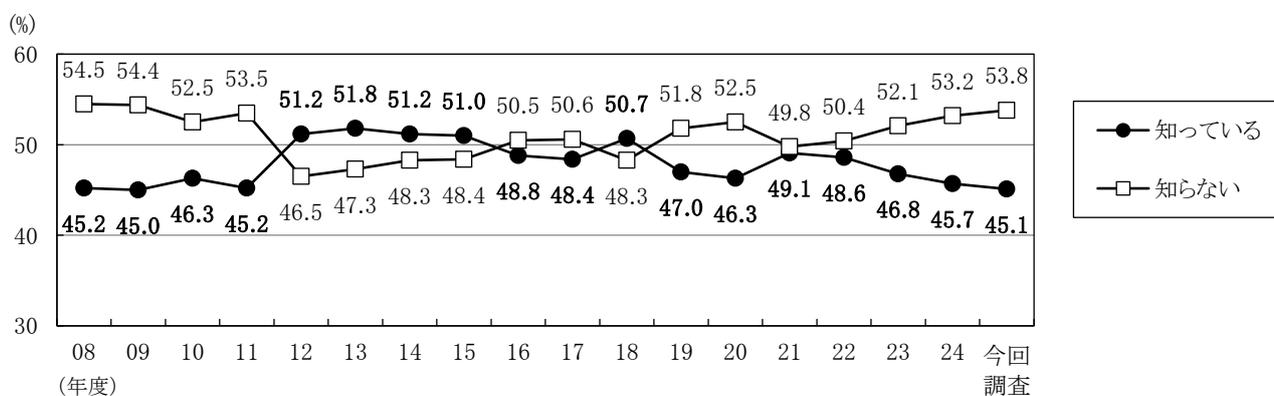
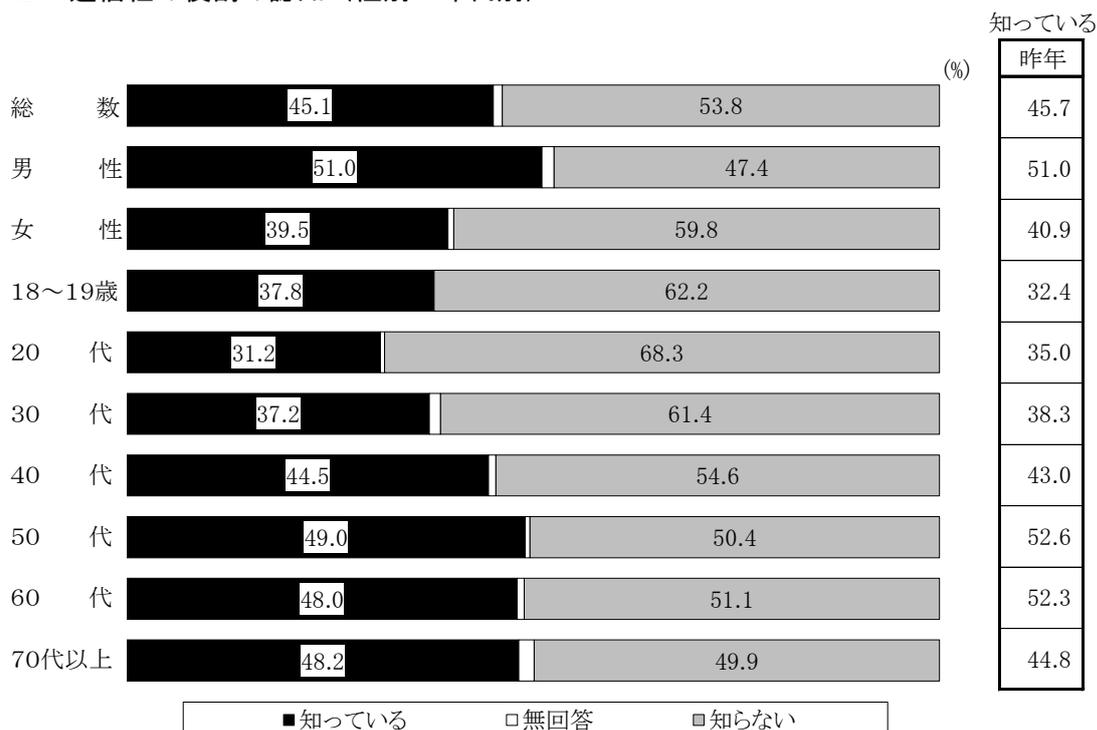


図 27-2 通信社の役割の認知（性別・年代別）



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」（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80.3%だった。最も知名度が高いのは「共同通信」で71.8%の人が挙げた。次いで「ロイター通信」が68.1%、「時事通信」が47.0%、「AP通信」が38.8%、「新華社通信」が28.1%だった。
- ・年代別に見ると、60代以上では「共同通信」の知名度が最も高く、50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=2,665)

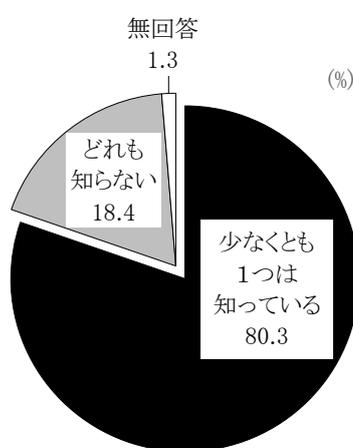


図 28-2 知っている通信社 (複数回答、n=2,665)

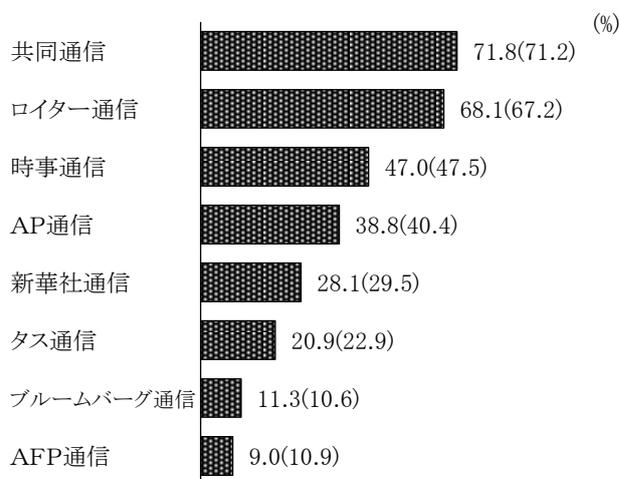


表 28-1 知っている通信社 (性別・年代別)

	1位	2位	3位	4位	5位
総数	共同通信 71.8	ロイター通信 68.1	時事通信 47.0	AP通信 38.8	新華社通信 28.1
男性	共同通信 75.6	ロイター通信 69.1	時事通信 54.8	AP通信 44.5	新華社通信 34.1
女性	共同通信 68.2	ロイター通信 67.1	時事通信 39.6	AP通信 33.4	新華社通信 22.4
18-19歳	ロイター通信 24.3	共同通信 21.6	時事通信 16.2	AP通信 8.1	AFP通信 5.4
20代	ロイター通信 54.6	共同通信 45.9	AP通信 23.4	時事通信 21.5	新華社通信 7.8
30代	ロイター通信 67.2	共同通信 62.8	時事通信 42.4	AP通信 35.5	新華社通信 10.7
40代	ロイター通信 75.3	共同通信 73.7	時事通信 48.8	AP通信 48.6	新華社通信 24.0
50代	ロイター通信 80.3	共同通信 79.7	時事通信 57.6	AP通信 51.4	新華社通信 33.3
60代	共同通信 82.0	ロイター通信 74.1	時事通信 49.6	AP通信 42.5	新華社通信 36.6
70代以上	共同通信 72.2	ロイター通信 58.1	時事通信 47.5	新華社通信 35.3	タス通信 31.7

《新聞への意見》

29. 新聞の記事の満足度は？（＊）

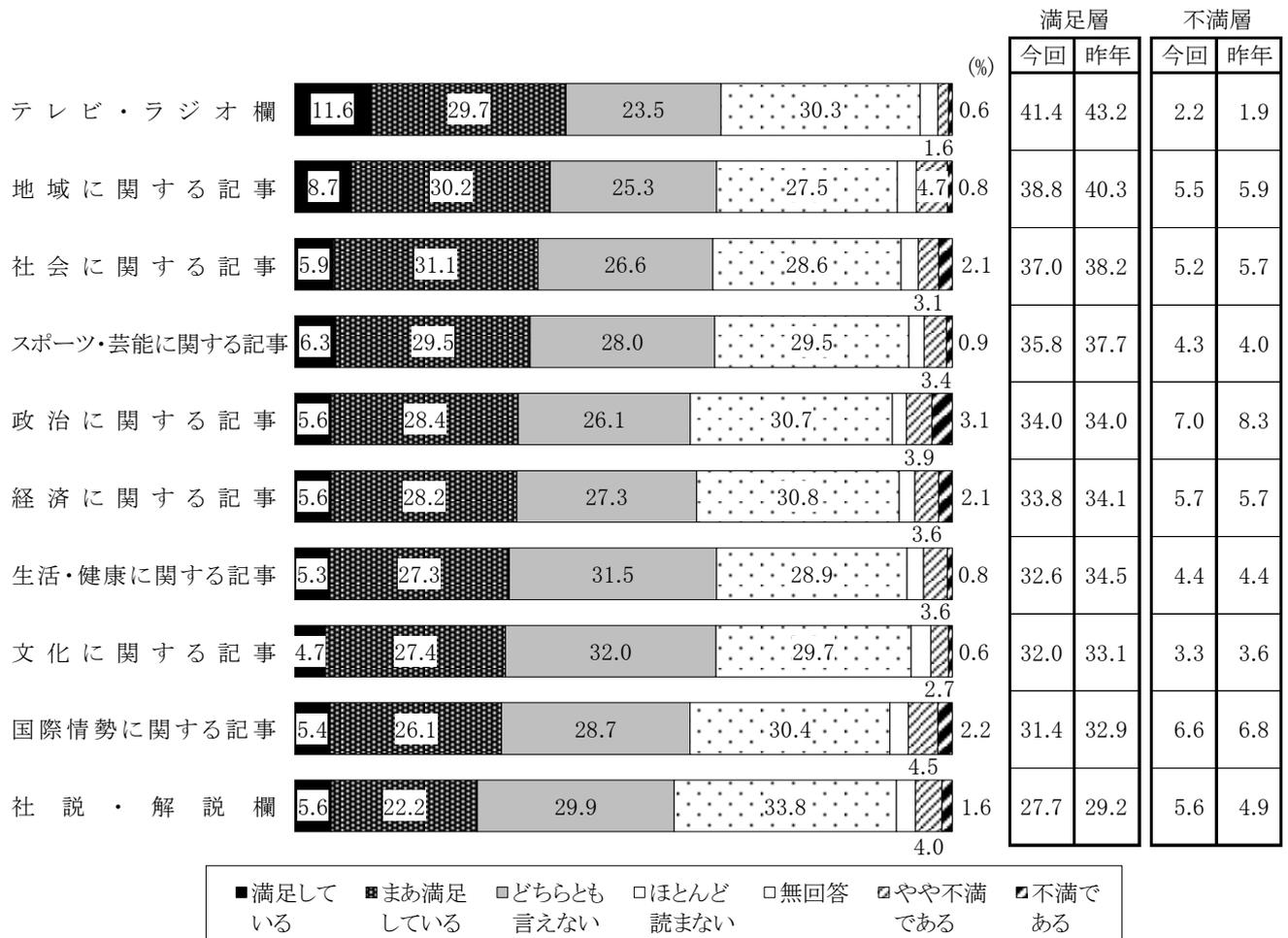
－ ラ・テ欄、地域記事、社会記事など、身近な記事の満足度が高い －

- ・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41.4%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38.8%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」の満足層が最も少なく27.7%、「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」「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」「地域に関する記事」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。
- ・昨年度調査からは、満足層は「政治に関する記事」を除いてわずかながら減少した。

※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 29-1 新聞の記事の満足度

(n=2,665)



- ・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6.9ポイント、「地域に関する記事」は3.7ポイント、男性より女性が多かった。
- ・「経済に関する記事」は、女性よりも男性の満足層が3.8ポイント多かった。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（性別・年代別）

※「満足している」+「まあ満足している」の割合

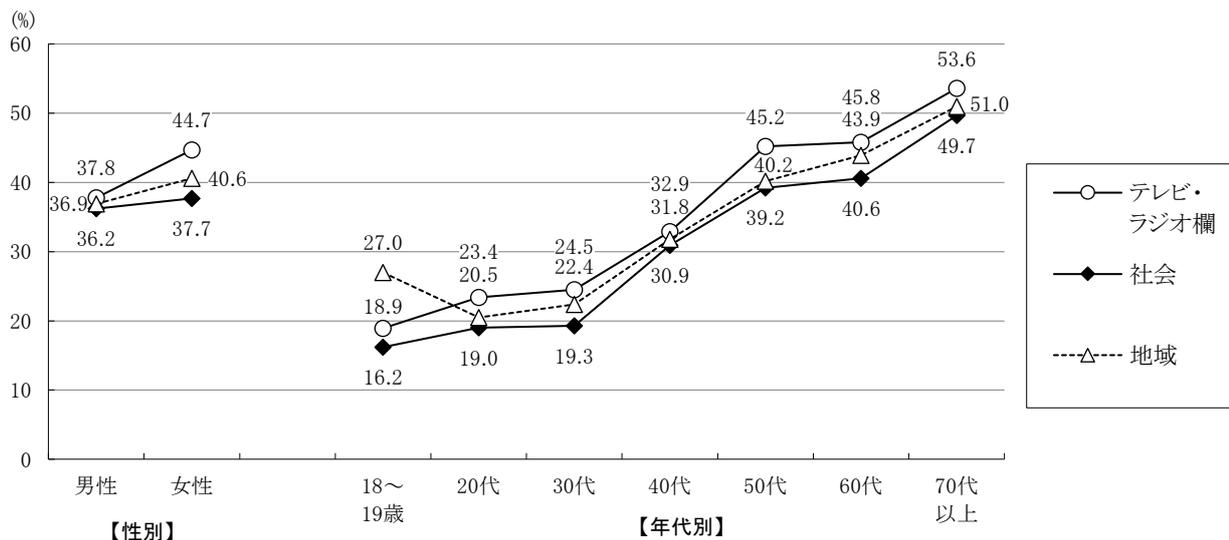
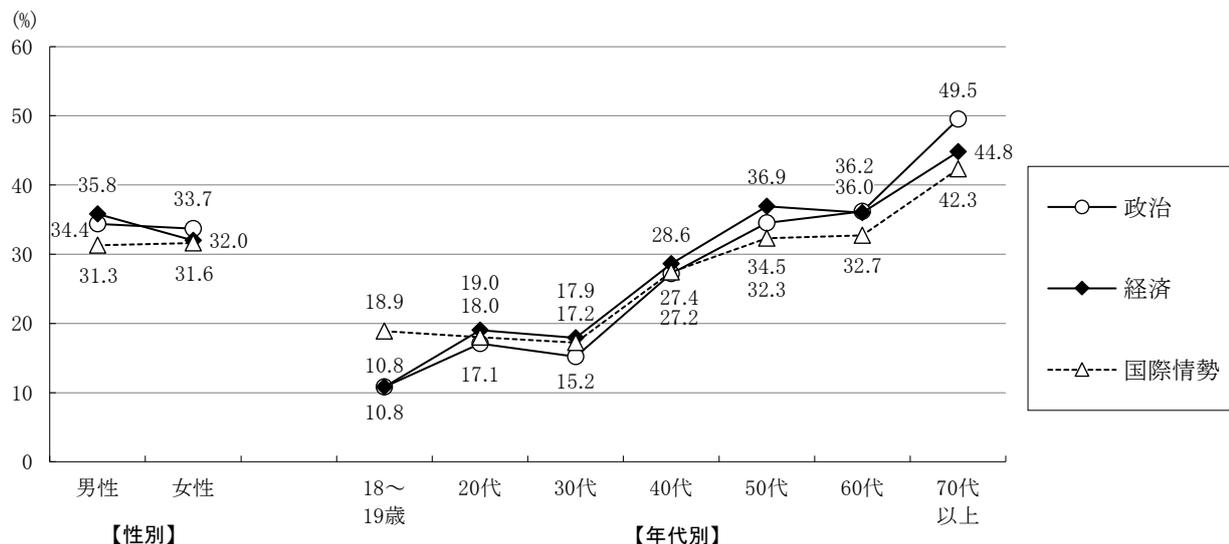


図 29-3 政治、経済、国際情勢に関する記事に満足している人の割合（性別・年代別）

※「満足している」+「まあ満足している」の割合



30. 新聞全般の満足度は？（＊）

－ 満足している人は39%、不満な人は10% －

- ・新聞全般について、「満足している」は11.6%、「やや満足である」は27.0%であり、この2つを合わせた満足層は38.6%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10.3%と少数だった。満足層は低下傾向にあり、昨年から2.0ポイント減少した。
- ・年代別に見ると、満足層は30代で20.0%と最も少なく、年代の上昇とともに多くなり、70代以上で59.1%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72.2%と最も多くなった。不満層は60代以下で10%台だった。

※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 30-1 新聞全般の満足度 (n=2,665)

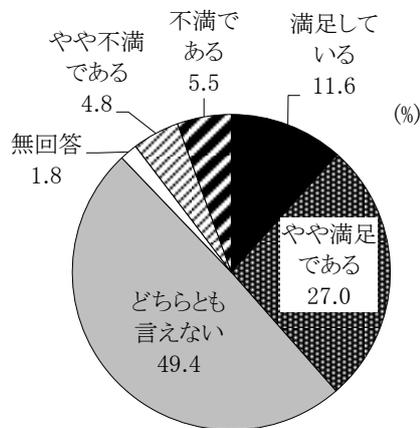


図 30-2 新聞全般の満足度 (時系列)

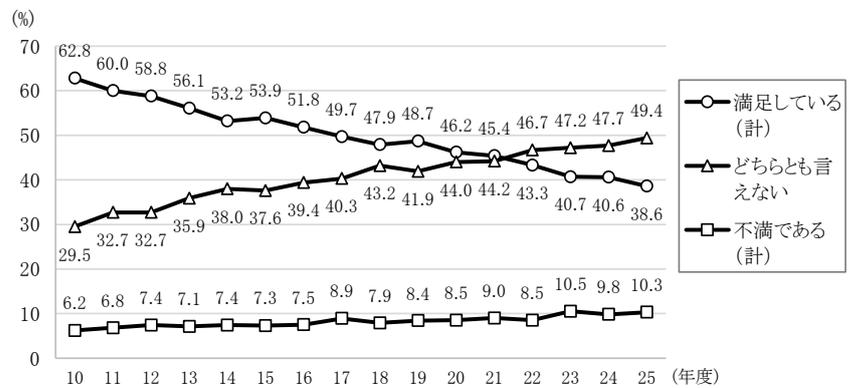
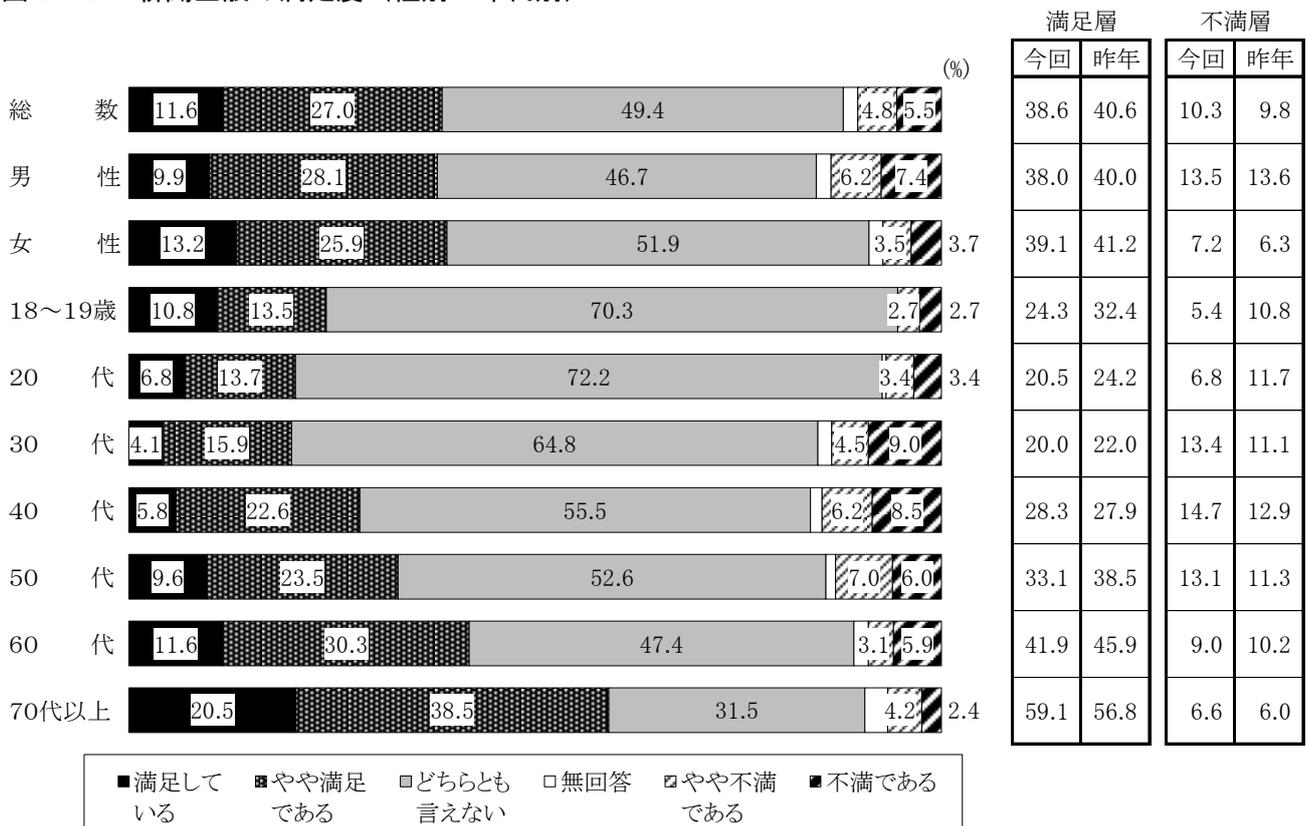


図 30-3 新聞全般の満足度 (性別・年代別)



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」50% －

- ・戸別配達については、「ぜひ続けてほしい」は26.1%、「できれば続けてほしい」は24.1%であり、両者を合わせた『続けてほしい(計)』は50.2%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33.9ポイント、昨年度(51.4%)からは1.2ポイントの減少となった。年代別に見ると、20代で昨年度より9.0ポイント減少した。
- ・年代別に見ると、『続けてほしい(計)』は30代(21.0%)で最も少なく、以降、70代以上(77.0%)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=2,665)

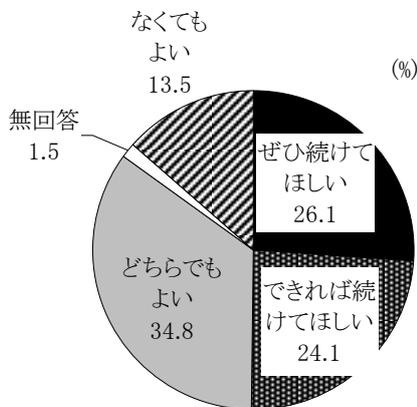


図 31-2 『続けてほしい(計)』割合 (時系列)

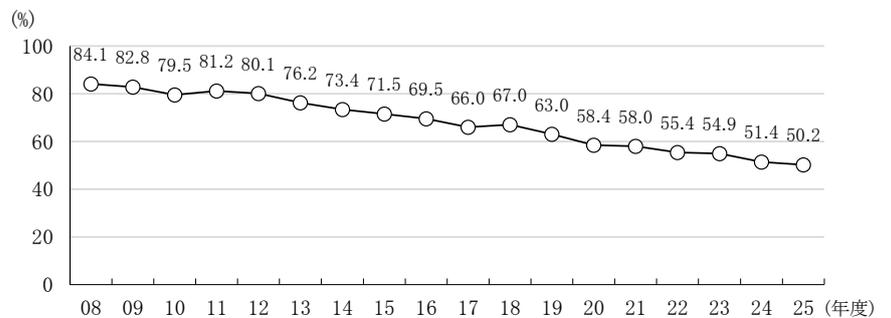
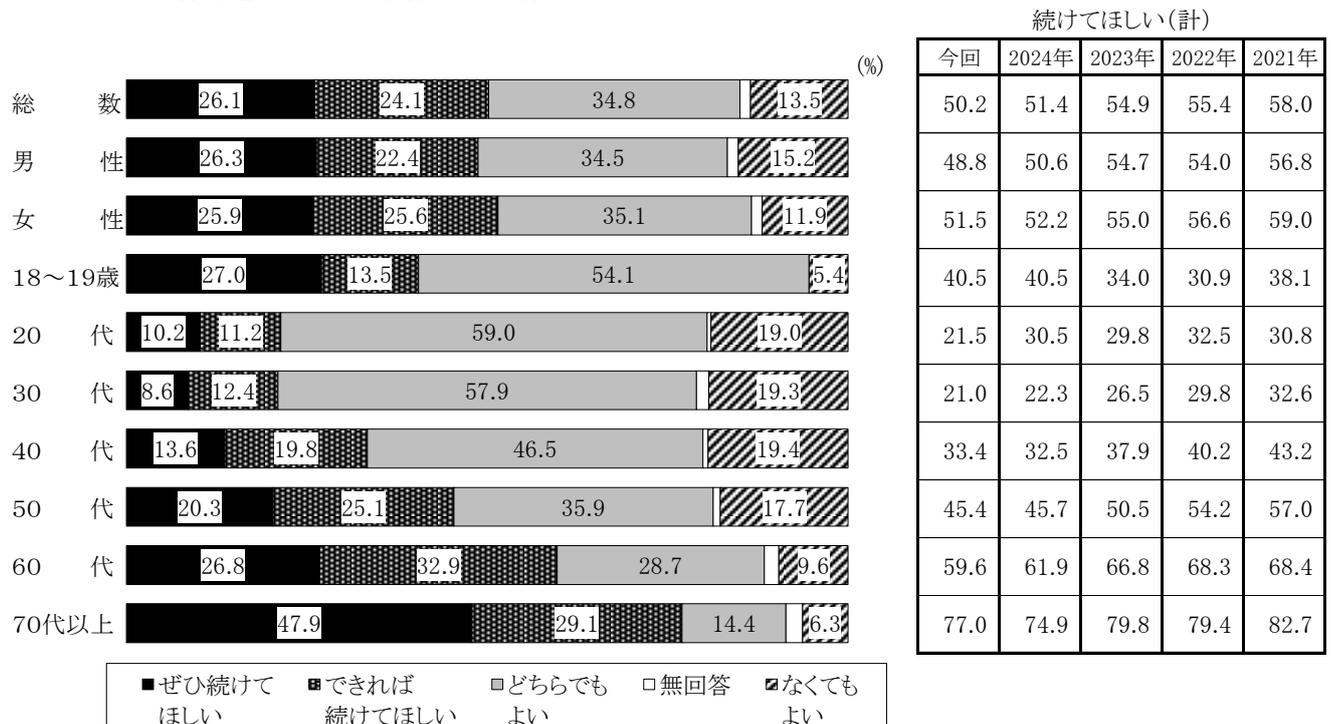


図 31-3 戸別配達の存続 (性別・年代別)



32. 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16.8%、「少し高い」は36.5%で、両者を合わせた『高い(計)』は53.3%だった。「妥当である」は43.3%、「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、18～19歳で75.7%と最も多かった。一方、「妥当である」は18～19歳（24.3%）で最も少なく、年代が高いほど多くなる傾向があり、70代以上で51.1%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 32-1 新聞の購読料 (n=2,665)

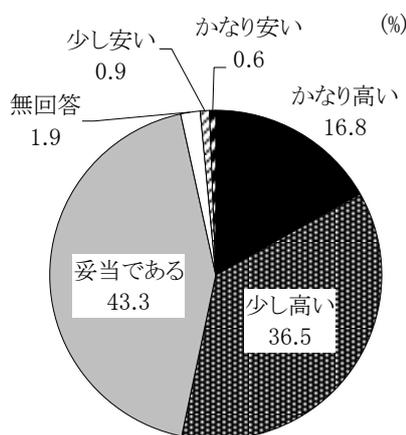


図 32-2 新聞の購読料（時系列）

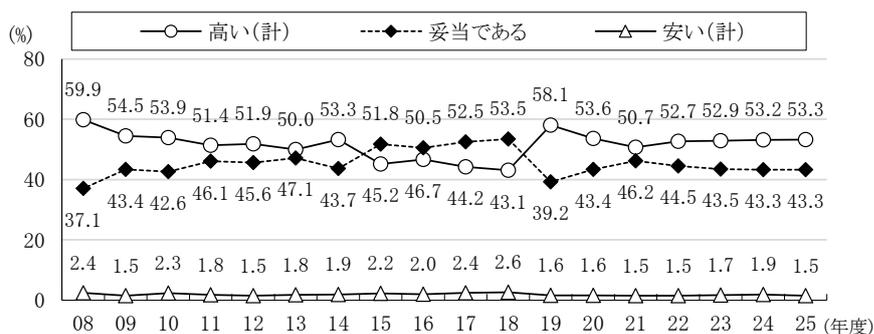
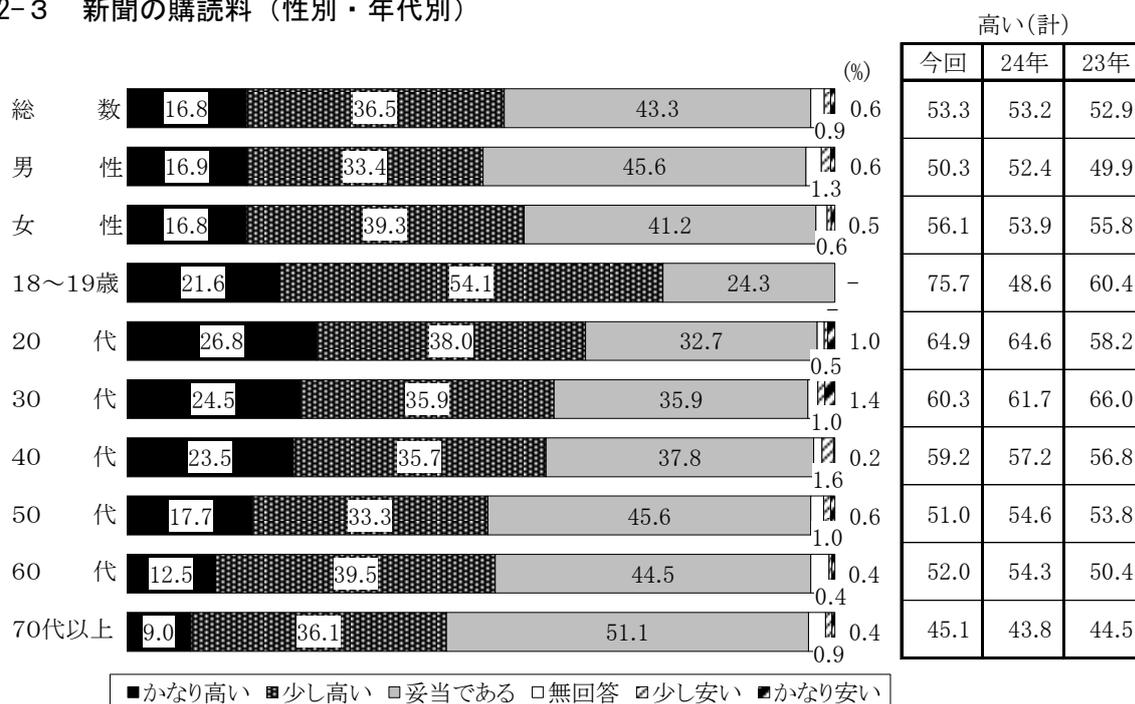


図 32-3 新聞の購読料（性別・年代別）



33. 今後、新聞とどう接する？（*）

－ 「紙の新聞を購読する」が41%、「購読しない・読まない」が45% －

- ・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40.7%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29.3%と2018年度20.4%から、「無料でも新聞は読まない」は15.9%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（8.8%）から年代の上昇とともに割合も多くなり70代以上で74.6%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50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20代以下で30%弱と他の年代より多かった。

図 33-1 今後の新聞との接し方

(n=2,665)

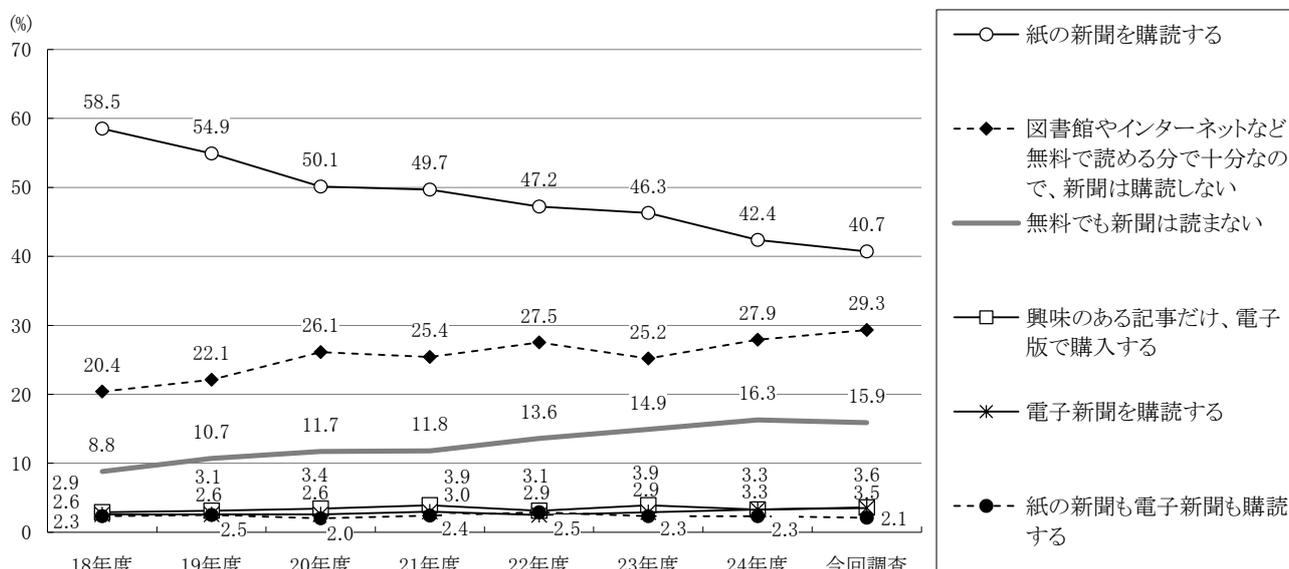
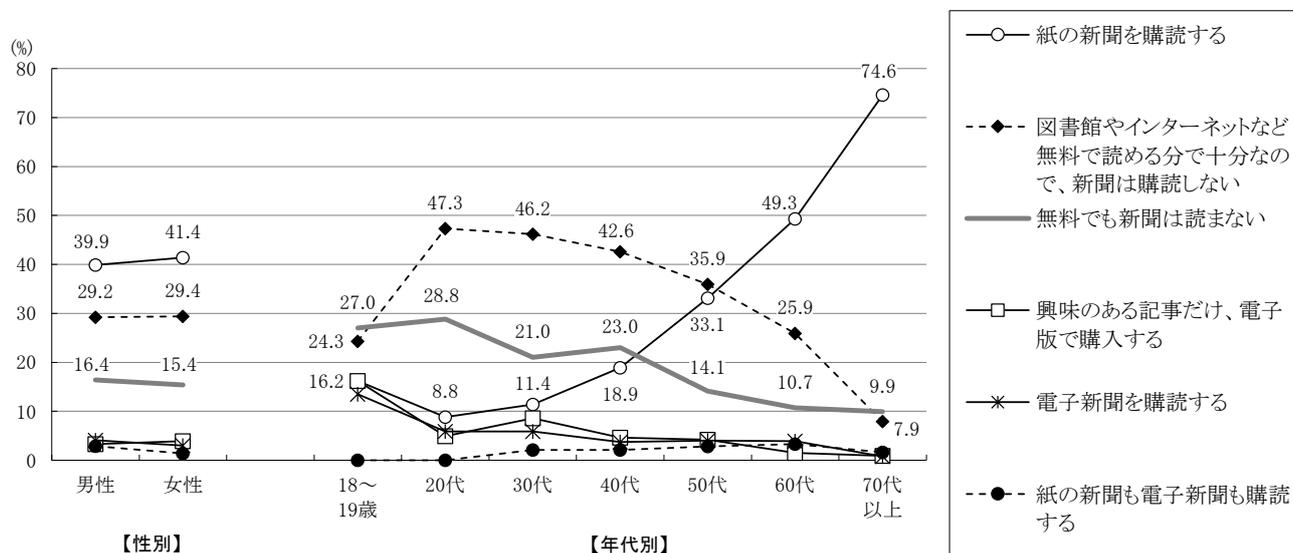


図 33-2 今後の新聞との接し方（性別・年代別）



《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 80.7%)

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 94%、モバイルのみでの閲覧が 72% —

- ・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 94.4%と突出して多かった。次いで「パソコン」が 27.3%、「タブレット」は 9.4%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 72.1%、「パソコンとモバイル」が 23.5%、「パソコンのみ」が 3.8%だった。
- ・昨年度調査と比較すると、「モバイルのみ」が 1.3 ポイント増加した。
- ・「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 (59.9%) より女性 (84.3%) で多かった。年代別では、50 代以上は 70%前後で、年代が下がるにつれて多くなり 18~19 歳で 86.5%だった。

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=2,150)

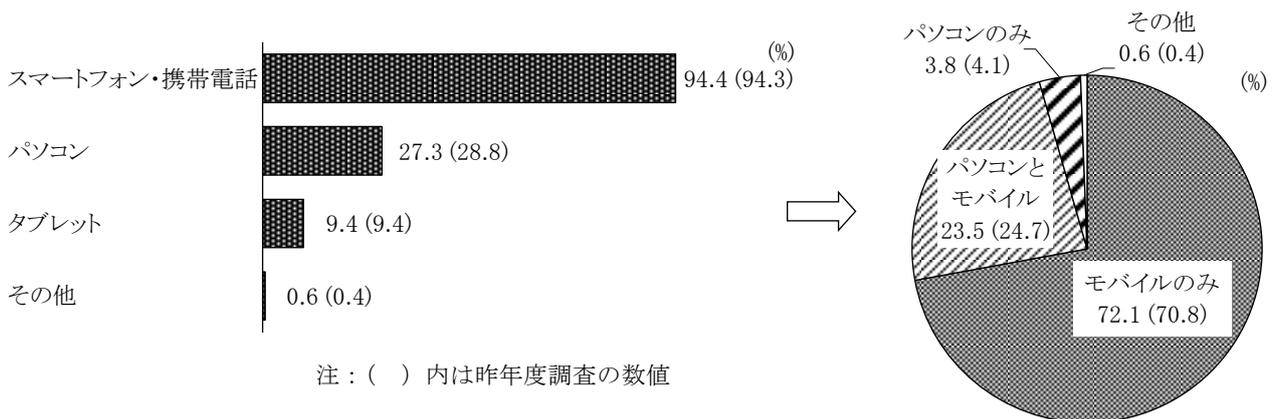
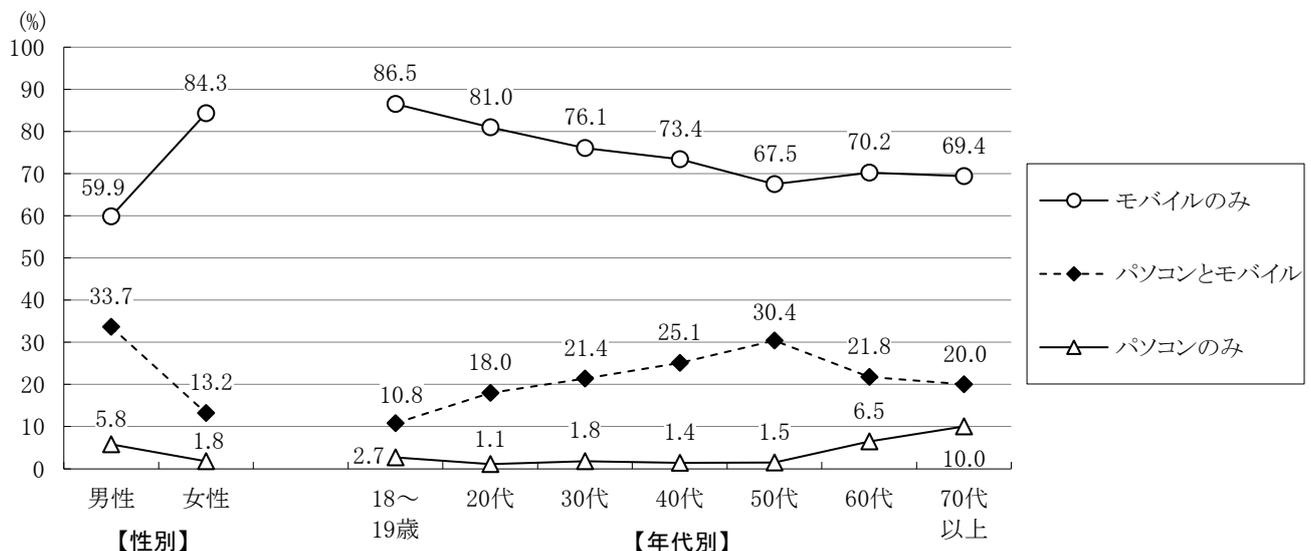


図 34-2 インターネットニュースを見る時に使用する機器 (性別・年代別)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 80.5%)

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 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)」(80.8%) が突出して多かった。以下、「SNS (LINE、X (旧 Twitter)、Facebook など)」(38.5%)、「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)」(14.6%)、「新聞社・通信社・テレビ放送局の公式サイト」(14.3%) だった。昨年度からは「SNS」が 4.2 ポイント増加した。
- ・年代別に見ると、30 代以上では「ポータルサイト」、20 代以下では「SNS」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 20.8%にとどまった。

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=2,144)

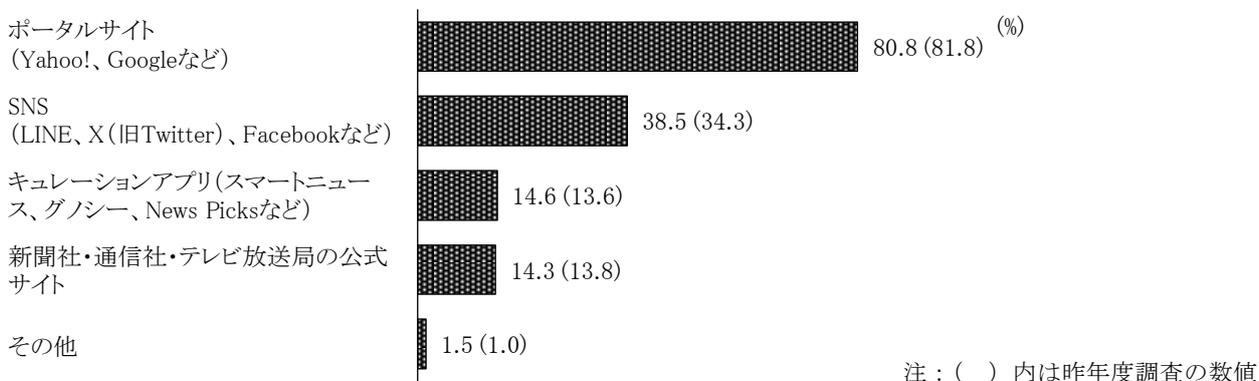
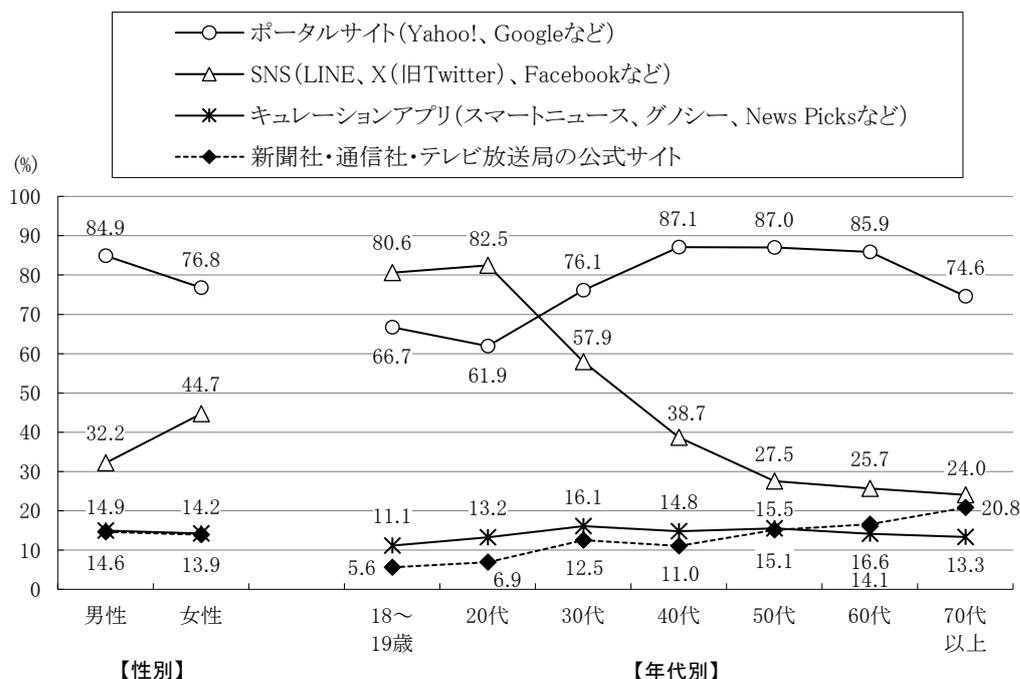


図 35-2 インターネットニュースを見る時、アクセスするサイト (性別・年代別)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 80.7%)

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」51%、「気にしない」49% —

- ・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 50.8% (「いつも気にする」14.7%と「まあ気にする」36.1%の計)、「気にしない」と答えた人が 49.2% (「全く気にしない」13.4%と「あまり気にしない」35.8%の計) だった。この質問を開始した 17 年度以来、初めて「気にする」が 50%を超えた。
- ・年代別では 40 代以上で「気にする」が 50%を超えたが、30 代以下は年代が低いほど「気にする」と答えた割合が低くなった。

※『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 36-1 インターネットニュースの住所

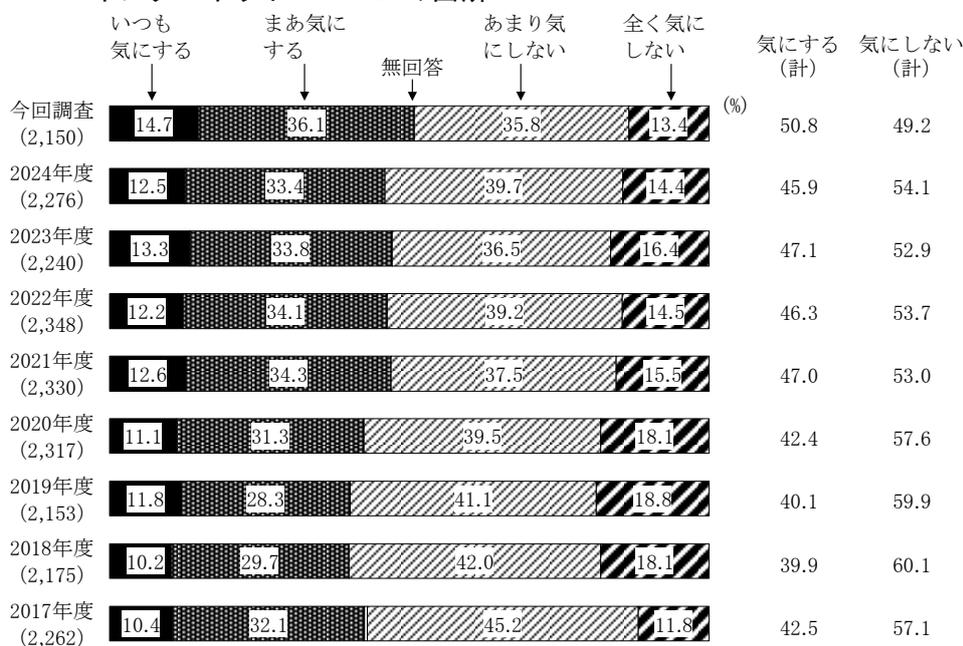
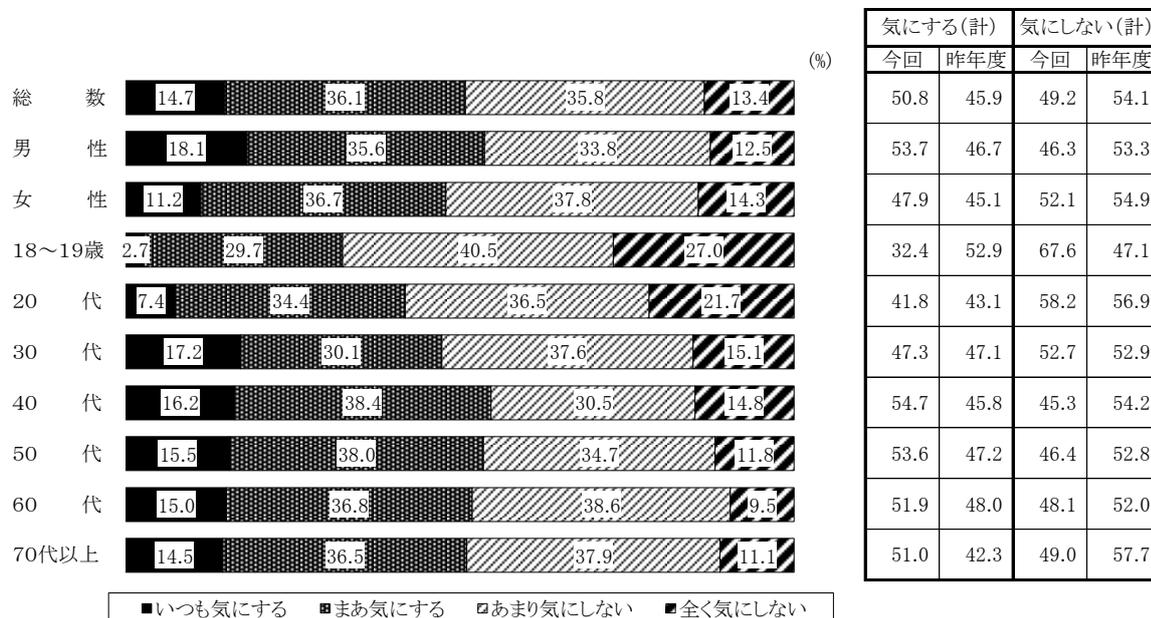


図 36-2 インターネットニュースの住所 (性別・年代別)



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？（＊）

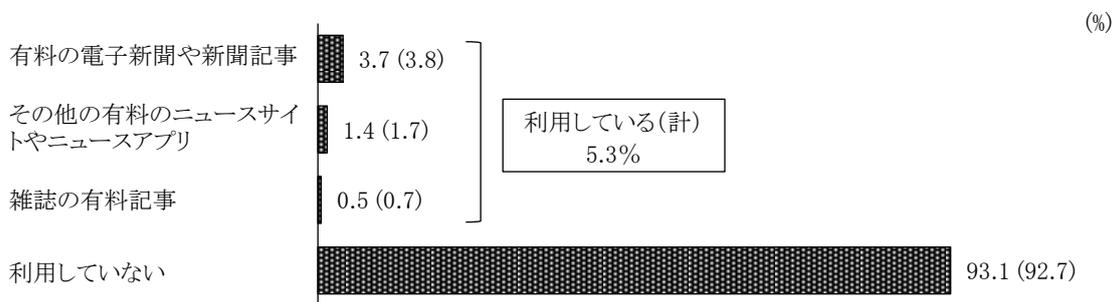
－ 利用していないが93%、

「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93.1%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3.7%、「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0.5%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60代が多かったが、利用率は10%に満たなかった。

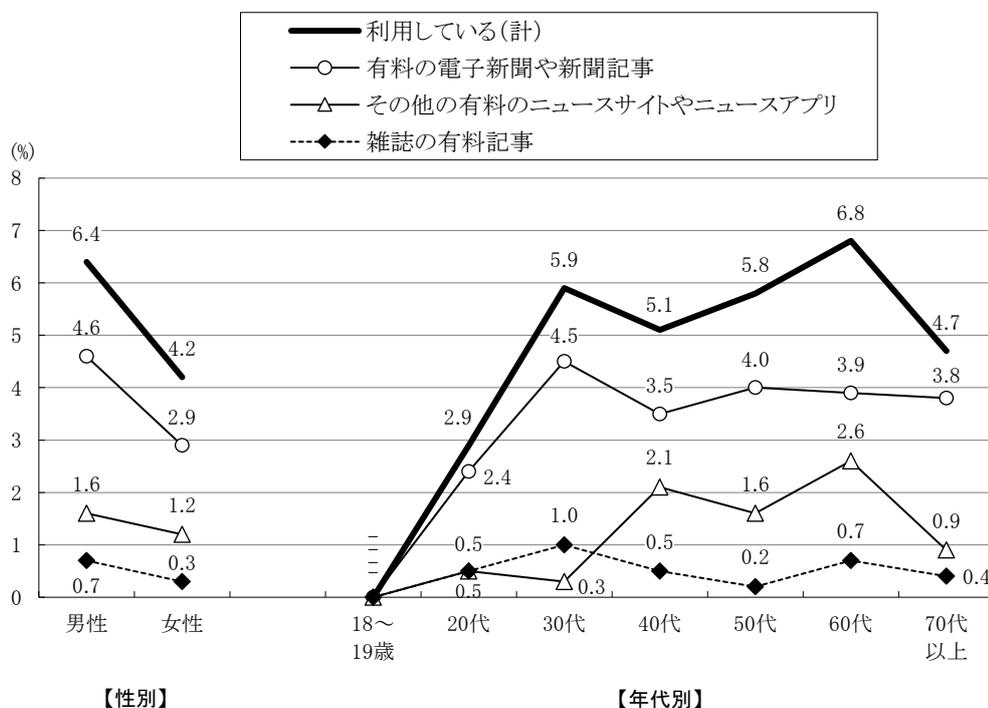
図 37-1 インターネットニュースの有料サービスの利用

(複数回答、n=2,665)



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（性別・年代別）



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 2,665（53.3%）

●調査方法

専門調査員による訪問留置法

●実査時期

2025年7月18日から8月17日

●調査委託機関

一般社団法人 中央調査社

<性別>

総数	男性	女性
2,665	1,292	1,373
100.0%	48.5%	51.5%

<年代別>

18～19歳	20代	30代	40代	50代	60代	70代以上
37	205	290	434	498	456	745
1.4%	7.7%	10.9%	16.3%	18.7%	17.1%	28.0%

第18回 メディアに関する全国世論調査（2025年）

2025年10月11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