

第4回
メディアに関する全国世論調査
(2011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. 各メディアの印象は？ 1
 《情報源として欠かせない「新聞」、信頼の「NHK テレビ」、面白い「民放テレビ」》
2. 各メディアの情報の信頼度は？ 4
 《1位「NHK テレビ」74.3点、2位「新聞」72.0点、3位「民放テレビ」63.8点。》
3. 各組織、団体の信頼感は？ 6
 《「国会」の信頼層、昨年度より7ポイント減。政治不信さらに高まる。》

《東日本大震災とメディア》

4. 東日本大震災で情報を得たメディアとその信頼度は？ 8
 《接触率はテレビが圧倒的、震災直後の被災3県では「ラジオ」が有効。
 信頼度は1位「NHK テレビ」(67%)、2位「新聞」(55%)》
5. 東日本大震災に関する新聞の報道は？ 10
 《被災3県では「被災地の状況」「被災者の安否情報」を70%以上が評価。》
6. 東日本大震災に関するNHKテレビの報道は？ 12
 《すべての報道内容について他のメディアより高い評価。》
7. 東日本大震災に関する民放テレビの報道は？ 14
 《「被災地の状況」を70%前後が評価。》
8. 東日本大震災に関するインターネット情報は？ 16
 《被災3県で「被災地の状況」を60%が評価。》
9. 東日本大震災に関する報道で、今後、新聞に望むことは？ 18
 《「放射能の拡散状況」への要望が72%。》
10. 新聞の原発事故報道についてどう思う？ 19
 《「確実情報に限定して報道」が56%、
 不確かでも最悪のシナリオを含めて報道」が27%。》
11. 東日本大震災を境に、新聞に対する信頼感は？ 20
 《「高くなった」と回答した人が19%。被災3県では29%にのぼる。》

《新聞への意見》

12. 新聞についてどう思う？ 21
 《情報の「多様性」「正確性」「責任感」に高い評価。》
13. 新聞の政治に対する態度についてどう思う？ 23
 《「不正を追及」「客観的な視点」に4割前後が肯定。
 「政治家についてすべて報道している」には変わらず厳しい評価。》
14. 新聞の政治的立場についてどう思う？ 25
 《欧米のように政治色を出すことに否定的なのは昨年度と変わらず。》
15. 新聞の記事の満足度は？ 26
 《ラ・テ欄、地元記事、社会記事など、身近な記事の満足度が高い。》
16. 新聞全般の満足度は？ 28
 《満足している人は60%、不満な人は7%。高齢層ほど満足度が高い。》

《生活の中の新聞》

17. 新聞を読んでいる人は？ …………… 29
 《「読んでいる」は朝刊 83%、夕刊 31%、減少傾向に歯止め。》
18. 新聞を読む時間は？ …………… 31
 《平均時間は 28 分で昨年度と変わらず。若い世代ほど短い。》
19. 新聞を読む場所は？ …………… 32
 《新聞を読むのは朝刊、夕刊共に自宅が中心。》
20. 新聞を読む理由は？ …………… 33
 《新聞を読むことは生活の一部。
 1 位「習慣になっている」、2 位「世間の動きがわかる」》
21. よく読む新聞記事は？ …………… 34
 《身近な記事が人気。1 位「地元記事」、2 位「社会記事」、3 位「ラ・テ欄」》
22. 新聞を読まない理由は？ …………… 35
 《1 位は「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」(67%)、
 2 位「新聞を取っていない」(42%)。》
23. 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」81%。減少傾向から増加に転じる。》
24. 夕刊の発行をどう思う？ …………… 37
 《「続けてほしい」は 22%。減少傾向から転じて、若干の増加。》
25. 月ぎめ新聞の購読状況は？ …………… 38
 《85%が購読。30 代で購読 68%と最も少ない。》
26. 新聞の購読料をどう思う？ …………… 39
 《「高い」とする人は 51%。若い世代で負担感が大きい。》
27. 通信社の役割を知っている？ …………… 40
 《特に若い世代で「役割を知っている人」は少ない。》
28. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？ …………… 41
 《1 位「共同通信社」(69%)、2 位「ロイター通信」(68%)で順位変わらず。》

《新聞のこれからとインターネット》

29. インターネットのニュースをどの程度見る？ …………… 42
 《「インターネットニュースを毎日見る」20 代、30 代では半数近く。
 30 代以下では朝刊の閲読率を上回る。》
30. よく見るインターネットニュースの記事は？ …………… 43
 《1 位「スポーツ・芸能に関する記事」(71%)、2 位「社会記事」(53%)》
31. インターネットニュースを見るサイトは？ …………… 44
 《ポータルサイトが 87%、新聞社の公式サイトは 26%。》
32. 将来の新聞の役割についてどう思う？ …………… 45
 《「新聞が報道に果たす役割は大きい」が昨年度より 2 ポイント増と持ち直す。》
33. 電子新聞の利用意向は？ …………… 46
 《「利用してみたい」21%、40 代以下では利用意向が 30%前後。》

(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. 各メディアの印象は？（＊）

－ 情報源として欠かせない「新聞」、信頼の「NHK テレビ」、面白い「民放テレビ」 －

- ・各メディアの印象を聞いたところ、「情報源として欠かせない」メディアとして新聞をあげた人が 58.5%、「情報が役に立つ」メディアとして新聞をあげた人が 56.3%とそれぞれ1位となっているが、両者とも2位のNHKテレビ（58.3%、56.1%）とは僅差である。
- ・「情報が信頼できる」「社会的影響力がある」「情報がわかりやすい」ではNHKテレビが、「情報が面白い・楽しい」「手軽に見聞きできる」「情報の量が多い」では民放テレビが1位となった。
- ・インターネットは、全項目で、昨年より割合が減少した。
- ・年代別に見ると、「情報源として欠かせない」は、新聞では60代までは年代が上がるほど、インターネットでは20代以上で年代が下がるほどあげる人の割合が高くなり、30代以下ではインターネットが1位であったが、40代から60代では新聞が逆転して1位になっている。「情報が信頼できる」は、新聞とNHKテレビでは50代までは年代が上がるほど多くなり、50代以上は7割前後で推移するが、民放テレビでは年代差はあまり見られず、インターネットは20代から年代が上がるにつれ減少してくる。「手軽に見聞きできる」は、新聞とNHKテレビでは年代が上がるほど多くあげられる傾向にあるが、民放テレビでは20代以上で年代差は小さく、インターネットは20代でピークになり、年代が上がるにつれ顕著に減少してくる。
- ・新聞が1位となった「情報源として欠かせない」（被災3県 66.9%、被災3県以外 58.1%）、「情報が役に立つ」（被災3県 60.3%、被災3県以外 56.2%）共に、被災3県以外より、被災3県で高くなっている。また、この2項目については、被災3県で、2010年度まで低下傾向にあったが、今回調査で「情報源として欠かせない」が16ポイント、「情報が役に立つ」が8ポイントの上昇となった。「情報が信頼できる」「社会的影響力がある」についての被災3県における新聞の評価も同様に、2010年度まで低下傾向にあったが、今回調査で上昇に転じた。

表1-1 各メディアの印象

（複数回答、n=3,461）

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
情報源として欠かせない	新聞 58.5 (56.0)	NHKテレビ 58.3 (47.6)	民放テレビ 45.9 (50.0)	インターネット 27.7 (34.1)	ラジオ 13.8 (12.9)	雑誌 3.1 (7.9)
情報が役に立つ	新聞 56.3 (54.7)	NHKテレビ 56.1 (45.4)	民放テレビ 45.6 (47.0)	インターネット 23.5 (32.7)	ラジオ 13.6 (12.1)	雑誌 5.1 (12.6)
情報が信頼できる	NHKテレビ 71.2 (69.0)	新聞 63.4 (63.8)	民放テレビ 34.7 (36.5)	ラジオ 14.7 (15.6)	インターネット 13.1 (16.3)	雑誌 2.4 (3.2)
社会的影響力がある	NHKテレビ 68.0 (61.5)	新聞 60.2 (56.7)	民放テレビ 53.5 (57.3)	インターネット 23.2 (30.8)	ラジオ 9.1 (10.1)	雑誌 6.0 (8.4)
情報がわかりやすい	NHKテレビ 59.5 (48.7)	民放テレビ 54.1 (56.2)	新聞 42.9 (42.8)	インターネット 15.9 (22.1)	ラジオ 8.7 (10.2)	雑誌 3.2 (6.4)
情報が面白い・楽しい	民放テレビ 67.7 (69.7)	インターネット 24.2 (31.9)	NHKテレビ 21.6 (19.1)	新聞 21.3 (20.3)	雑誌 13.8 (23.8)	ラジオ 10.2 (12.7)
手軽に見聞きできる	民放テレビ 59.7 (59.5)	新聞 48.9 (49.6)	NHKテレビ 47.5 (39.6)	インターネット 34.1 (40.5)	ラジオ 16.5 (17.6)	雑誌 6.8 (11.9)
情報の量が多い	民放テレビ 43.1 (39.8)	新聞 41.5 (44.6)	NHKテレビ 40.1 (28.5)	インターネット 26.1 (35.2)	ラジオ 5.5 (5.4)	雑誌 3.4 (7.5)

注：（ ）内は昨年度調査の数値

図 1-1 「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=3,461)

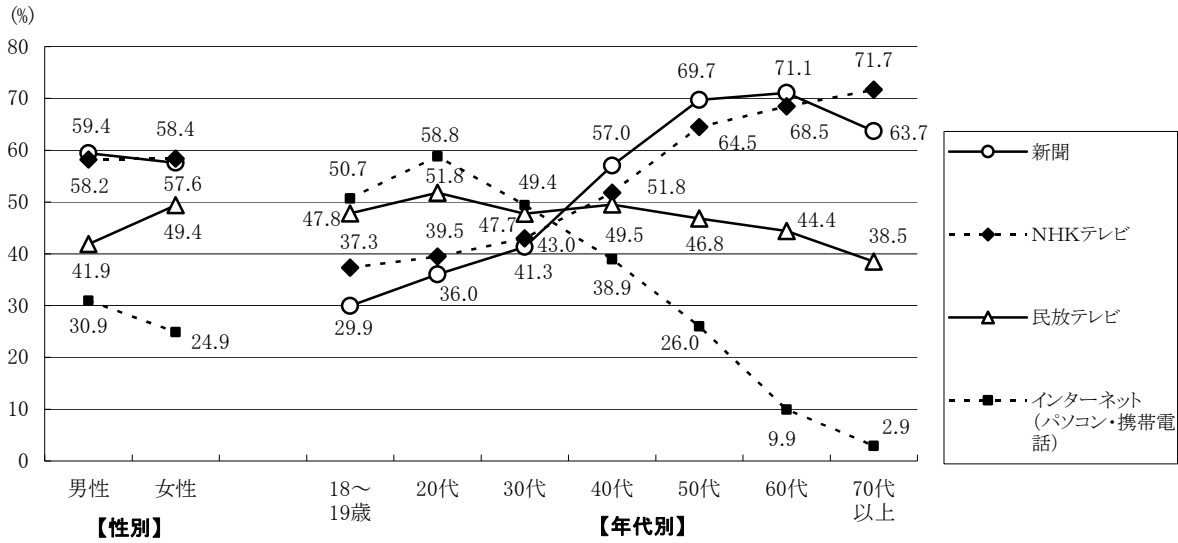


図 1-2 「情報が信頼できる」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,461)

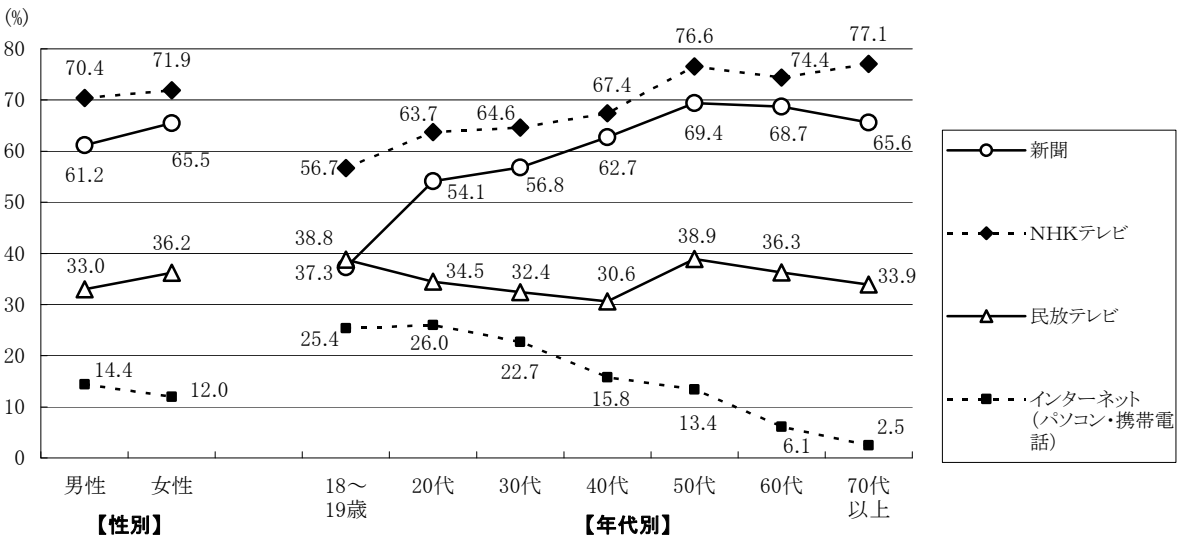


図 1-3 「手軽に見聞きできる」とした人の割合（性・年代別）

(複数回答、n=3,461)

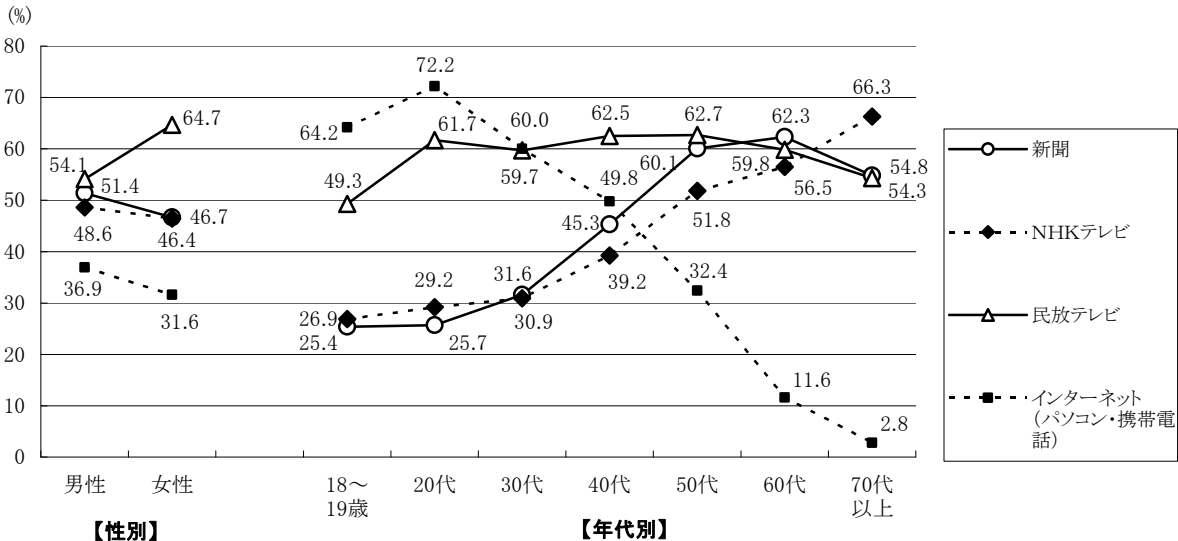
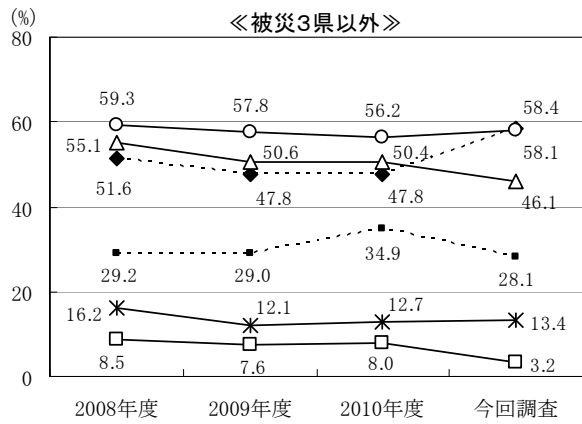
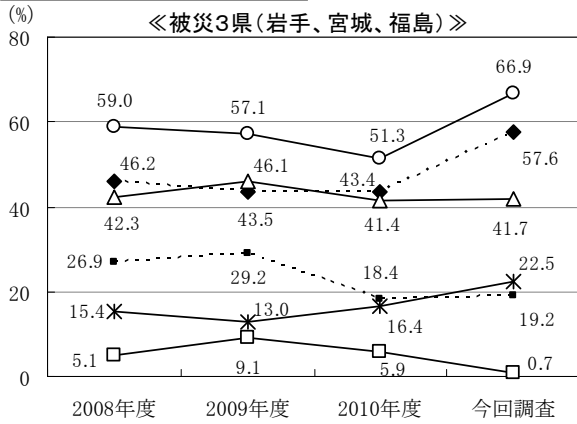


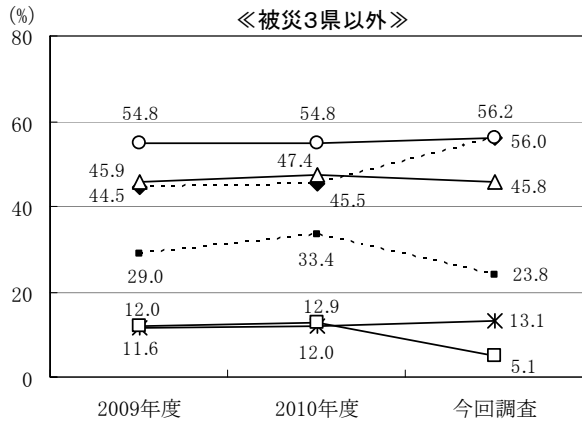
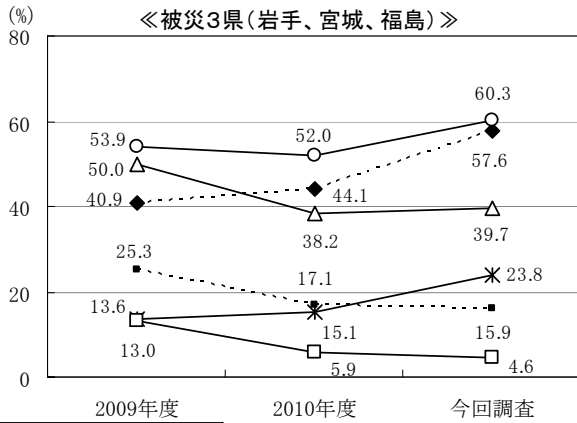
図1-4 各メディアの印象（被災3県と被災3県以外の時系列）

---◆--- NHKテレビ ○— 新聞 —△— 民放テレビ *— ラジオ ---■--- インターネット □— 雑誌

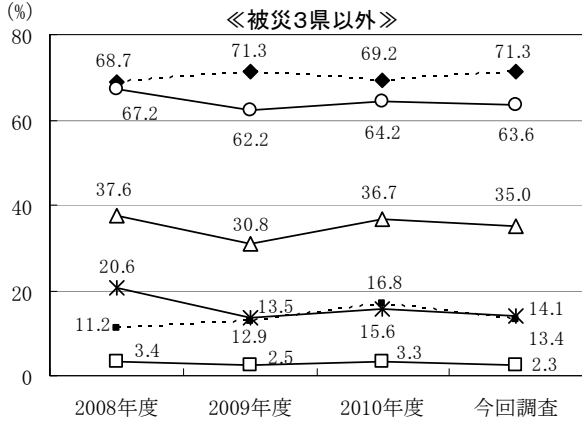
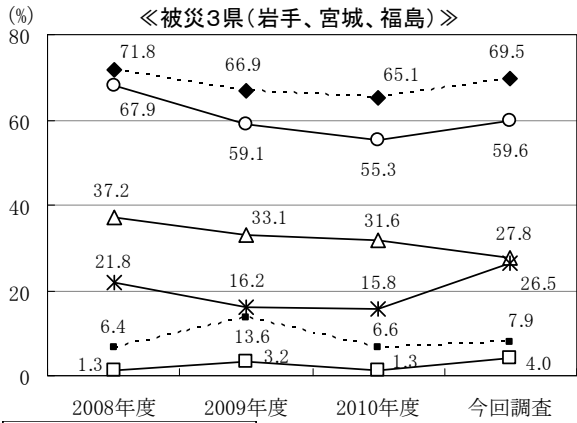
情報源として欠かせない



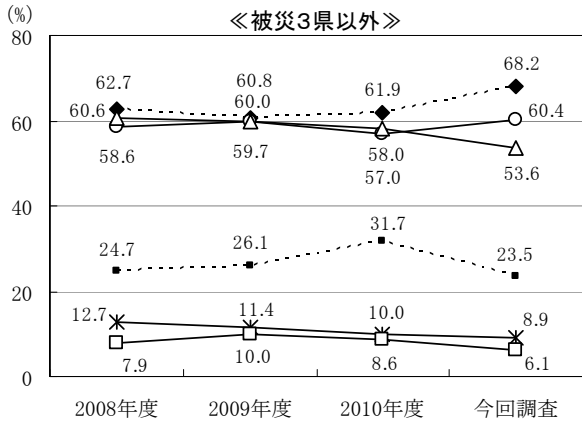
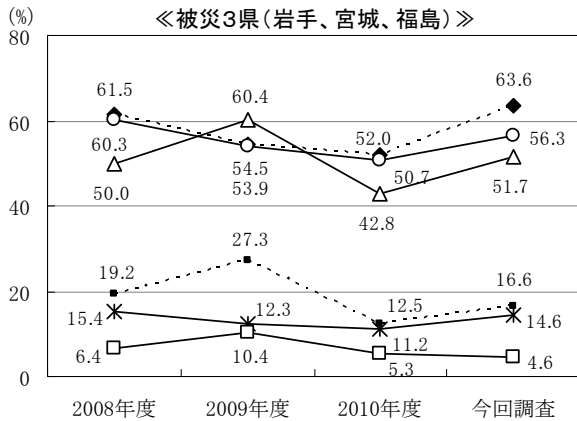
情報が役に立つ



情報が信頼できる



社会的影響力がある



2. 各メディアの情報の信頼度は？（*）

— 1位「NHKテレビ」74.3点、2位「新聞」72.0点、3位「民放テレビ」63.8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点として点数化したところ、平均点が最も高かったのは「NHKテレビ」で74.3点、次いで「新聞」が72.0点、「民放テレビ」が63.8点となっている。
- 性別、年代別に見ても、「NHKテレビ」、「新聞」がすべてのカテゴリーで上位2位を占めており、幅広く厚い信頼を得ていることが分かる。また、3位には18-19歳及び60代を除き「民放テレビ」、18-19歳と60代では「ラジオ」があげられている。
- 第1回調査（2008年12月、標本数3,000、以下、「2008年度調査」と言う）、第2回調査（2009年10月、標本数5,000、以下、「2009年度調査」と言う）、第3回調査（2010年9月、標本数5,000、以下、「2010年度調査」と言う）でも、1位「NHKテレビ」（2008年度74.0点、2009年度73.5点、2010年度73.5点）、2位「新聞」（同72.0点、同70.9点、同72.0点）、3位「民放テレビ」（同65.4点、同63.6点、同65.3点）で、順位に変化はなかったものの、昨年度から今年にかけてNHKテレビが0.8ポイントの上昇、新聞は横ばい、民放テレビが1.5ポイントの低下となった。
- 被災3県の信頼度を時系列で見ると、各メディアへの信頼度は、2010年度比でプラスになっている。中でも「ラジオ」が3.7ポイントの上昇、以下、「NHKテレビ」は2.1ポイント、「インターネット」は1.9ポイント、「新聞」は1.1ポイントの上昇であった。
- 各メディアの信頼度を被災3県と被災3県以外で比較すると、「インターネット」を除く各メディアへの信頼度は、いずれも被災3県の方が高く、中でも「ラジオ」は5.1ポイント高くなっている。一方、「インターネット」は被災3県以外の方が1.7ポイント高くなっている。

図2-1 各メディアの信頼度

(n=3,461)

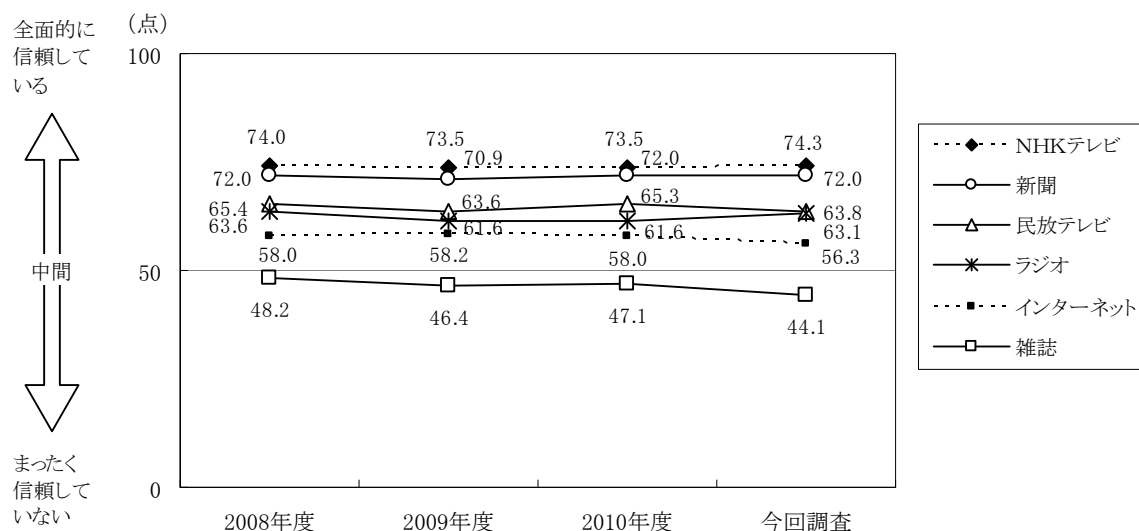


表 2-1 各メディアの信頼度（性・年代別）

(n=3,461) (点)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総 数	NHKテレビ 74.3	新聞 72.0	民放テレビ 63.8	ラジオ 63.1	インターネット 56.3	雑誌 44.1
男 性	NHKテレビ 74.1	新聞 71.1	民放テレビ 63.0	ラジオ 62.5	インターネット 55.8	雑誌 44.4
女 性	NHKテレビ 74.5	新聞 72.7	民放テレビ 64.6	ラジオ 63.6	インターネット 56.7	雑誌 44.0
18-19歳	NHKテレビ 69.8	新聞 64.7	ラジオ 64.2	民放テレビ 62.7	インターネット 60.5	雑誌 48.9
20 代	NHKテレビ 71.5	新聞 68.1	民放テレビ 61.5	ラジオ 60.3	インターネット 58.2	雑誌 43.8
30 代	NHKテレビ 71.4	新聞 70.0	民放テレビ 61.9	ラジオ 61.6	インターネット 56.8	雑誌 44.6
40 代	NHKテレビ 73.2	新聞 72.5	民放テレビ 63.2	ラジオ 61.9	インターネット 56.6	雑誌 42.1
50 代	NHKテレビ 74.8	新聞 73.4	民放テレビ 64.8	ラジオ 64.5	インターネット 57.3	雑誌 44.0
60 代	NHKテレビ 75.8	新聞 72.9	ラジオ 64.9	民放テレビ 64.6	インターネット 55.1	雑誌 44.4
70代以上	NHKテレビ 77.6	新聞 73.5	民放テレビ 65.7	ラジオ 63.7	インターネット 53.2	雑誌 45.5

図 2-2 各メディアの情報信頼度（被災 3 県、時系列）

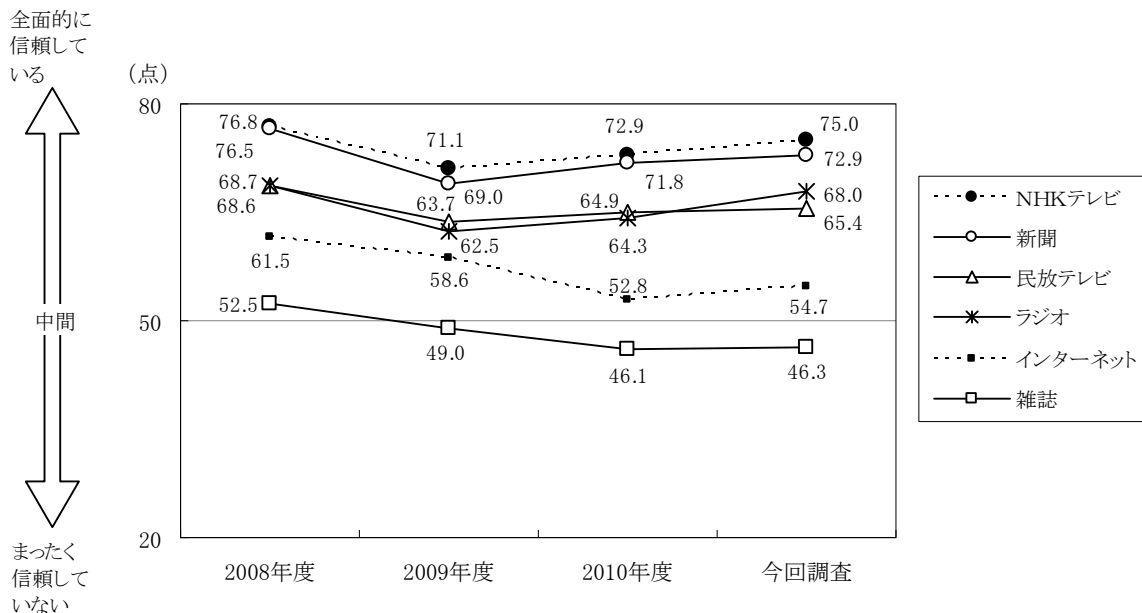
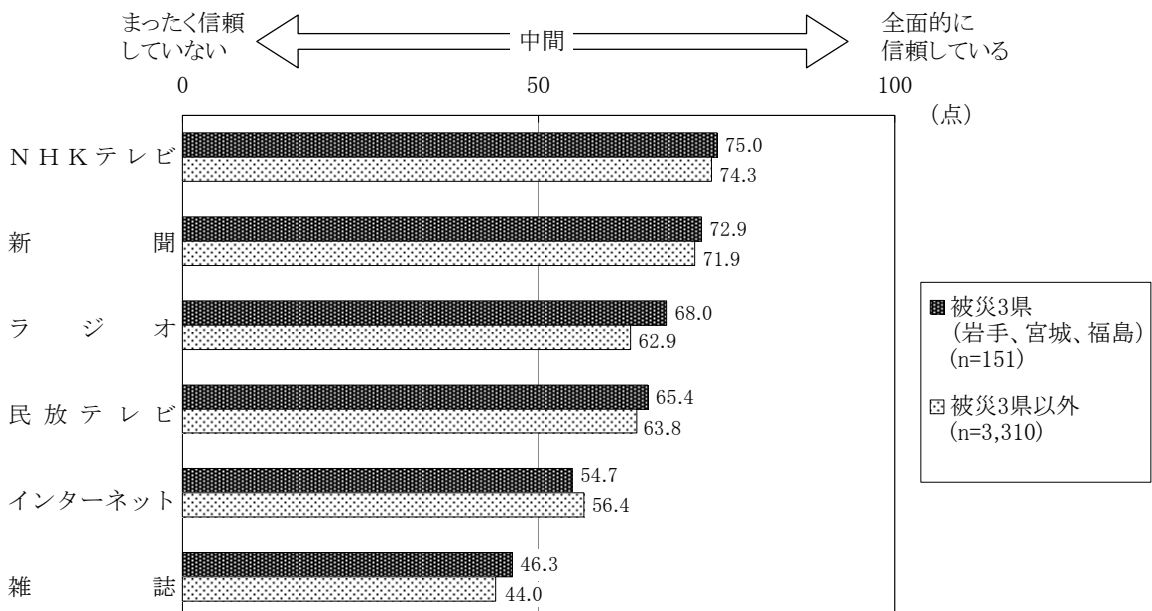


図 2-3 各メディアの情報信頼度（被災 3 県、被災 3 県以外）



3. 各組織、団体の信頼感は？（*）

－ 「国会」の信頼層、昨年度より7ポイント減。政治不信さらに高まる。 －

- ・さまざまな組織や団体に対して信頼感を比較したところ、「病院」の信頼層が75.4%で最も多く、次いで、「報道機関」（67.4%）、「裁判所」（60.6%）の順で続き、いずれも半数を超えている。一方、「中央官庁」「国会」「政党」の信頼層は3割を切り（25.0%、20.4%、12.0%）、不信層が過半数（55.8%、71.7%、77.9%）を占め、昨年調査との比較で見ても、政治への不信感はさらに高まっていることがわかる。
- ・年代別に信頼層の割合を見ると、「病院」は全年代で1位になっている。「報道機関」は、年代が上がるほど多くなる傾向が見られ、40代以上では2位にランクされている。「国会」「中央官庁」「政党」はどの年代においても6位以下に低迷している。

※信頼層：「非常に信頼感を持っている」＋「やや信頼感を持っている」
不信層：「あまり信頼感を持っていない」＋「まったく信頼感を持っていない」

図3-1 各組織、団体の信頼感

(n=3,461)

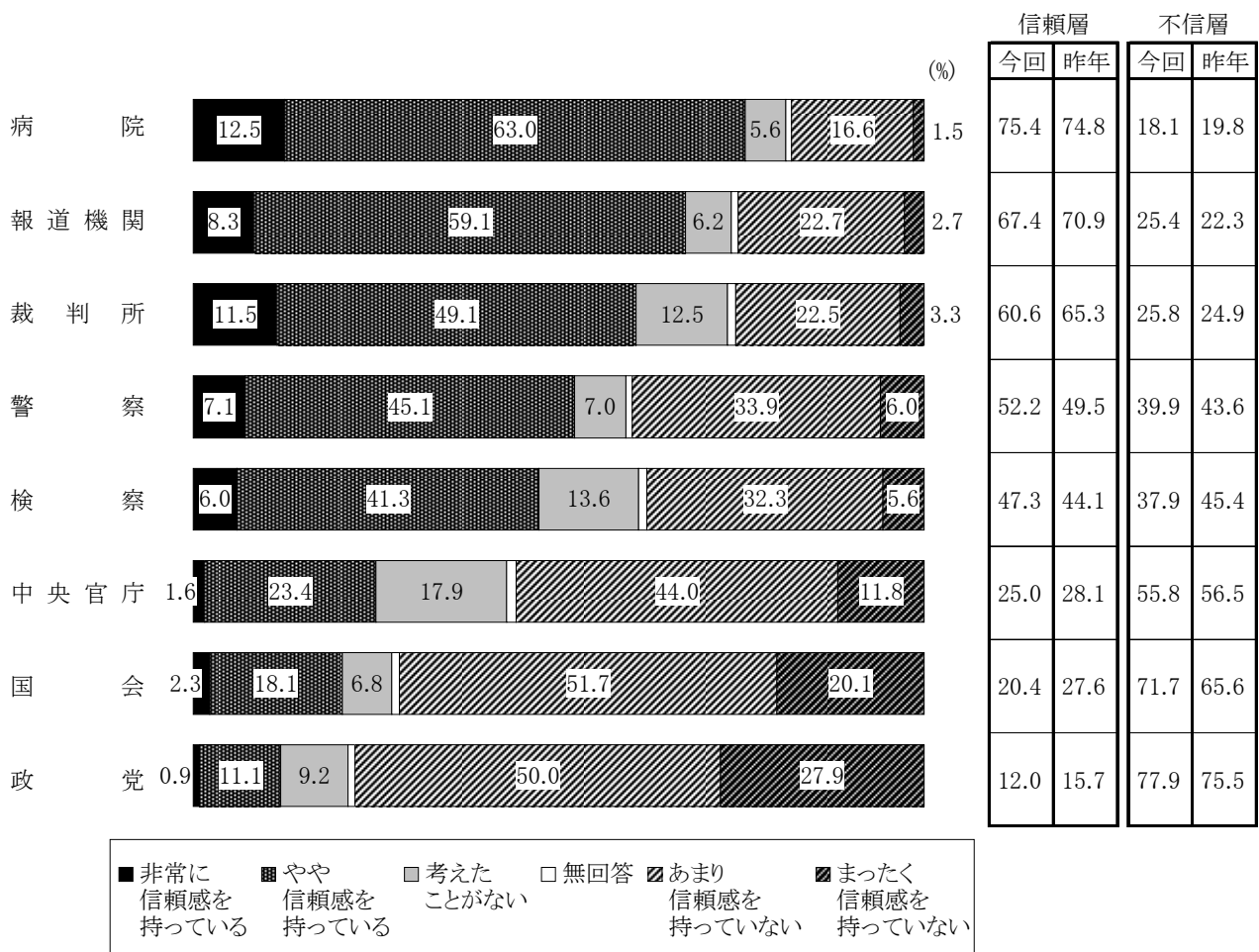


表 3-1 各組織、団体の信頼感（信頼層の割合、性・年代別）

(n=3,461)

(%)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位	7 位	8 位
総 数	病院 75.4	報道機関 67.4	裁判所 60.6	警察 52.2	検察 47.3	中央官庁 25.0	国会 20.4	政党 12.0
男 性	病院 74.8	報道機関 69.2	裁判所 61.0	警察 50.7	検察 47.2	中央官庁 24.6	国会 21.4	政党 11.9
女 性	病院 76.0	報道機関 65.8	裁判所 60.2	警察 53.4	検察 47.4	中央官庁 25.4	国会 19.5	政党 12.1
18-19歳	病院 79.1	裁判所 52.2	報道機関 47.8	検察 41.8	警察 41.8	中央官庁 25.4	政党 4.5	国会 3.0
20 代	病院 69.6	裁判所 57.6	報道機関 51.5	警察 46.2	検察 41.5	中央官庁 22.2	国会 12.6	政党 8.5
30 代	病院 70.5	裁判所 59.3	報道機関 56.3	警察 47.2	検察 43.8	中央官庁 19.5	国会 14.2	政党 7.4
40 代	病院 72.8	報道機関 66.7	裁判所 65.2	検察 52.0	警察 51.4	中央官庁 23.5	国会 17.0	政党 9.3
50 代	病院 79.3	報道機関 73.8	裁判所 64.9	警察 53.9	検察 50.3	中央官庁 23.9	国会 17.4	政党 10.5
60 代	病院 79.3	報道機関 72.7	裁判所 60.2	警察 54.9	検察 47.5	中央官庁 27.1	国会 23.1	政党 12.3
70代以上	病院 76.3	報道機関 75.8	裁判所 56.6	警察 56.5	検察 46.8	国会 34.5	中央官庁 31.1	政党 22.3

《東日本大震災とメディア》

4. 東日本大震災で情報を得たメディアとその信頼度は？

－ 接触率はテレビが圧倒的、震災直後の被災3県では「ラジオ」が有効。

信頼度は1位「NHKテレビ」(67%)、2位「新聞」(55%)－

- ・東日本大震災の発生直後から約1週間のメディアとの接触状況は、「NHKテレビ」が79.0%、「民放テレビ」が72.3%、「新聞」が64.3%。震災発生から約半年たった現在のメディアとの接触状況は、「NHKテレビ」が72.8%、「民放テレビ」が71.2%、「新聞」が59.2%。
- ・地震・津波や原発事故に関する情報のうち、どのメディアの情報を信頼するか質問したところ、「NHKテレビ」が66.8%、「新聞」が54.6%、「民放テレビ」が35.3%であった。
- ・被災3県と被災3県以外で比較すると、震災の発生直後約1週間のメディアとの接触状況については、被災3県では被災3県以外に比べ、「NHKテレビ」「民放テレビ」「新聞」が少なく、「NHKラジオ」「民放ラジオ」が多い。震災直後は、停電、電話回線の不通、交通網の寸断などメディアとの接触が困難な状況の中で、「ラジオ」が情報を得る手段として有効であったことが、結果に顕著に表れている。現在の接触状況については、被災3県では「NHKテレビ」「新聞」「NHKラジオ」「民放ラジオ」が被災3県以外より多い。どのメディアの情報を信頼するかについては、被災3県、被災3県以外共に「NHKテレビ」(被災3県 68.2%、被災3県以外 66.7%)、「新聞」(同 60.3%、同 54.4%)の順に多いが、「新聞」は被災3県の方が6ポイント多くなっている。

図4-1 東日本大震災で情報を得たメディアと信頼している情報 (複数回答、n=3,461)

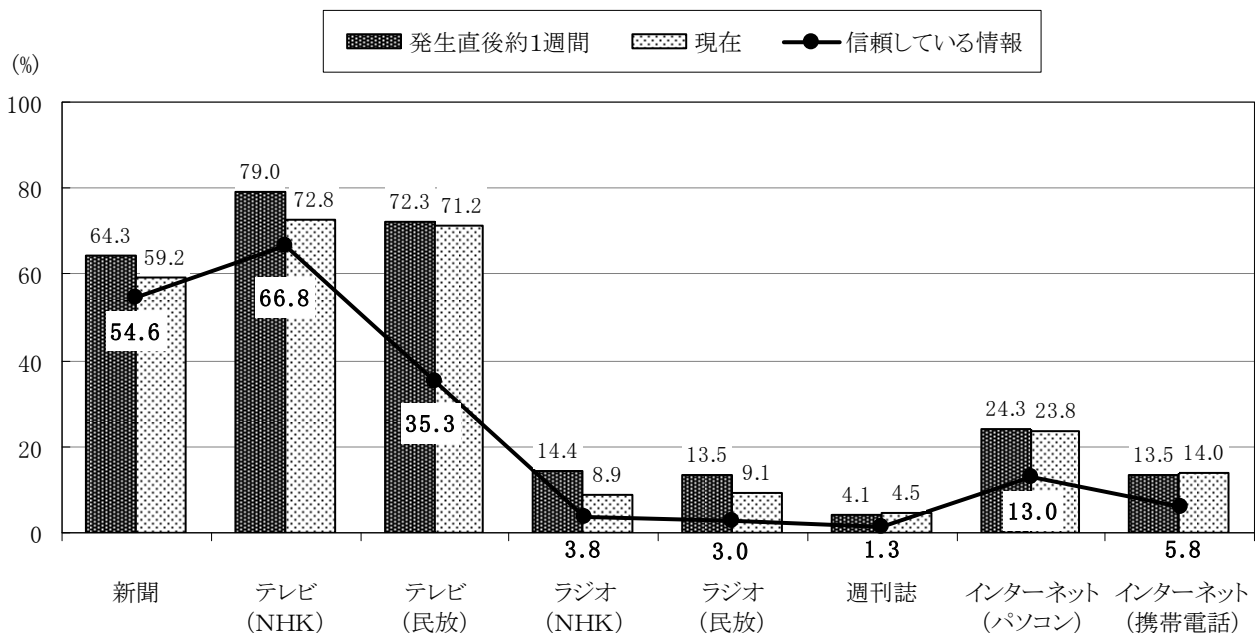
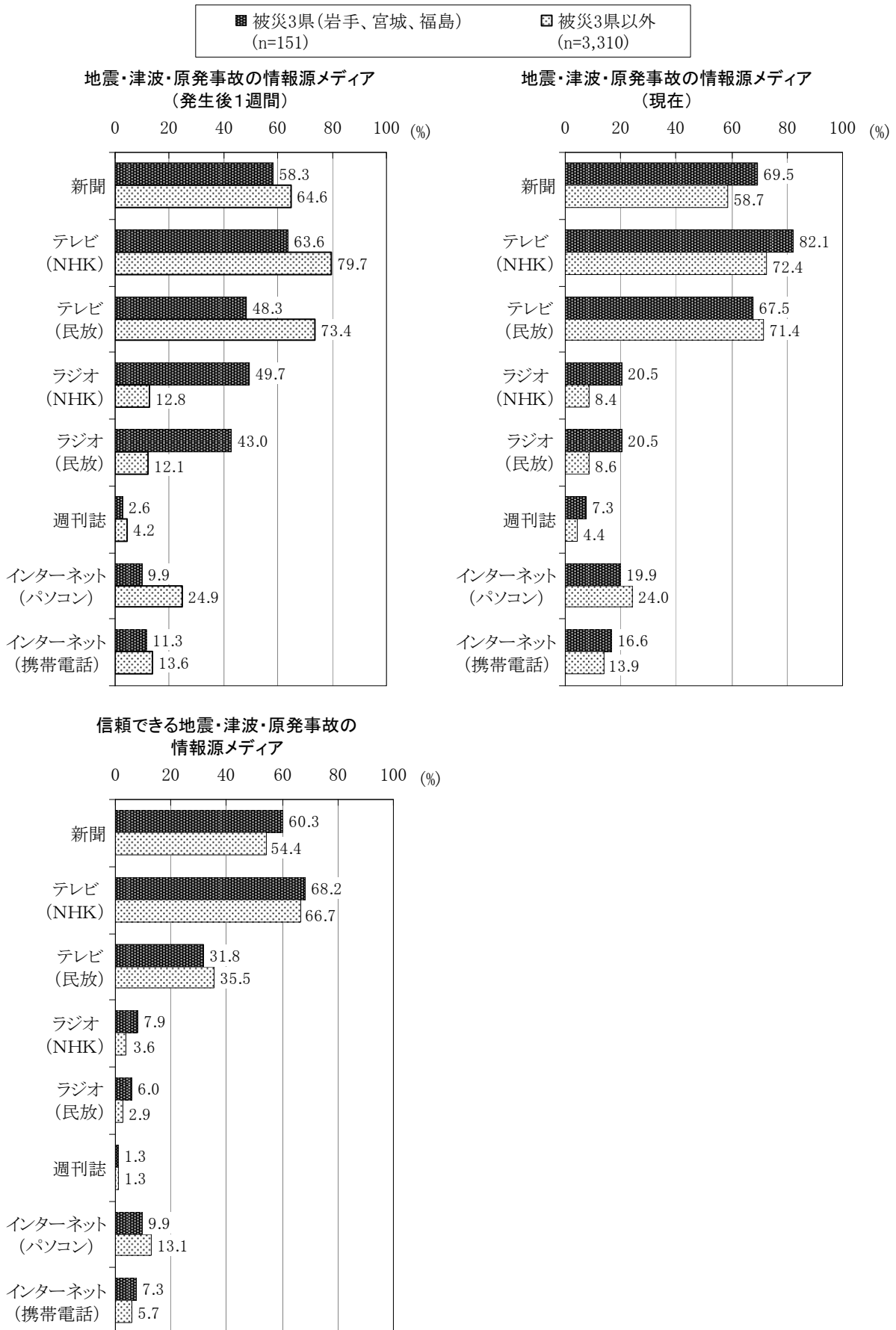


図 4-2 東日本大震災で情報を得たメディアと信頼している情報（被災3県、被災3県以外）

(複数回答、n=3,461)



5. 東日本大震災に関する新聞の報道は？

— 被災3県では「被災地の状況」「被災者の安否情報」を70%以上が評価。 —

- ・東日本大震災に関して新聞が行った報道については、「評価できる」「どちらかといえば評価できる」を合わせた評価層の割合は、「被災地の状況」(75.8%)が最も多く、次いで「被災者の安否情報」(63.2%)が多くなっている。一方、「電力事情やエネルギー政策」(34.6%)、「政府・行政の震災への取り組み」(36.1%)、「放射能の拡散状況」(38.9%)への評価層の割合は、3割台にとどまっている。また、「原発事故の状況」(48.2%)、「ボランティアや義援金の情報」(45.2%)への評価層の割合は4割台後半であった。
- ・被災3県と被災3県以外で比較すると、「被災地の状況」(被災3県81.8%、被災3県以外75.5%)、「被災者の安否情報」(同74.4%、同62.6%)、「ボランティアや義援金の情報」(同53.3%、同44.8%)に対する評価は、被災3県以外に比べ、被災3県の方が高くなっている。

※ 評価層：「評価できる」＋「どちらかといえば評価できる」

非評価層：「どちらかといえば評価できない」＋「評価できない」

図5-1 東日本大震災に関する新聞報道評価

(「ほとんど読まない」「無回答」を除いた回答者を母数とした)

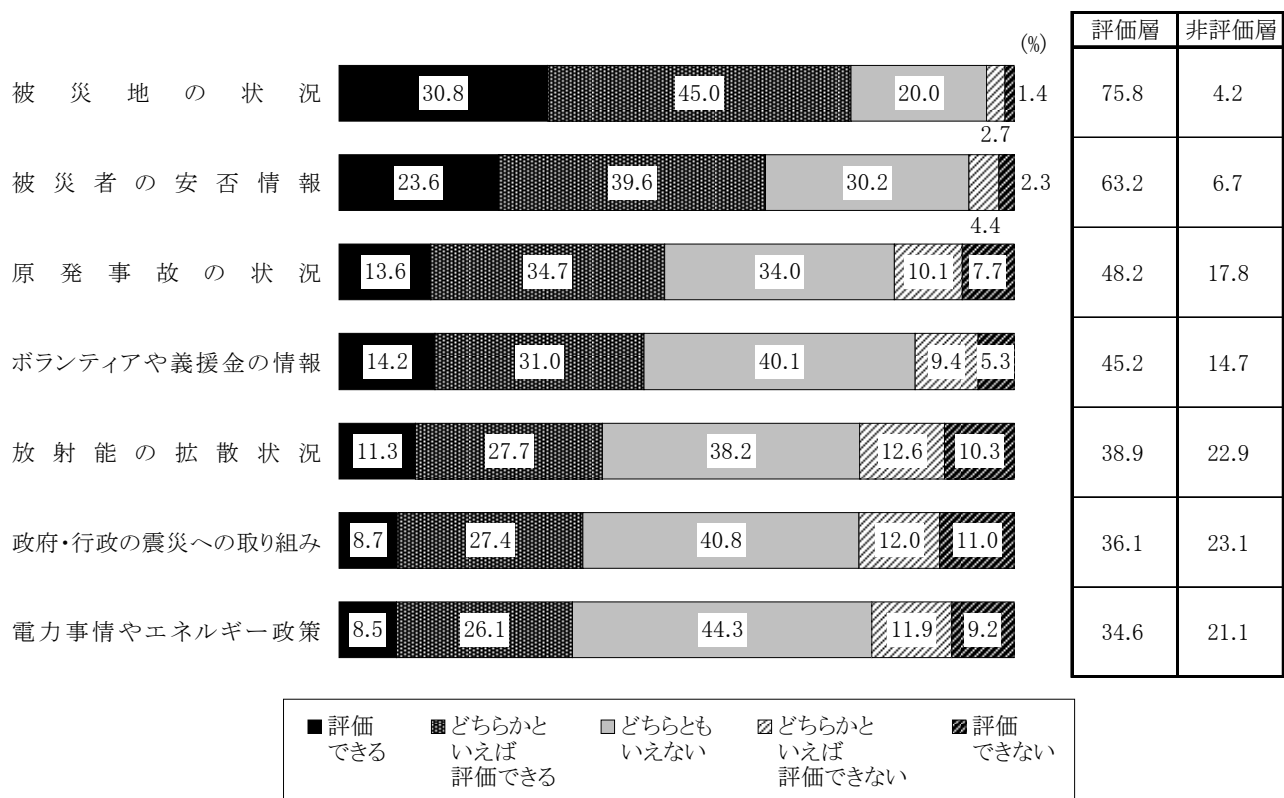
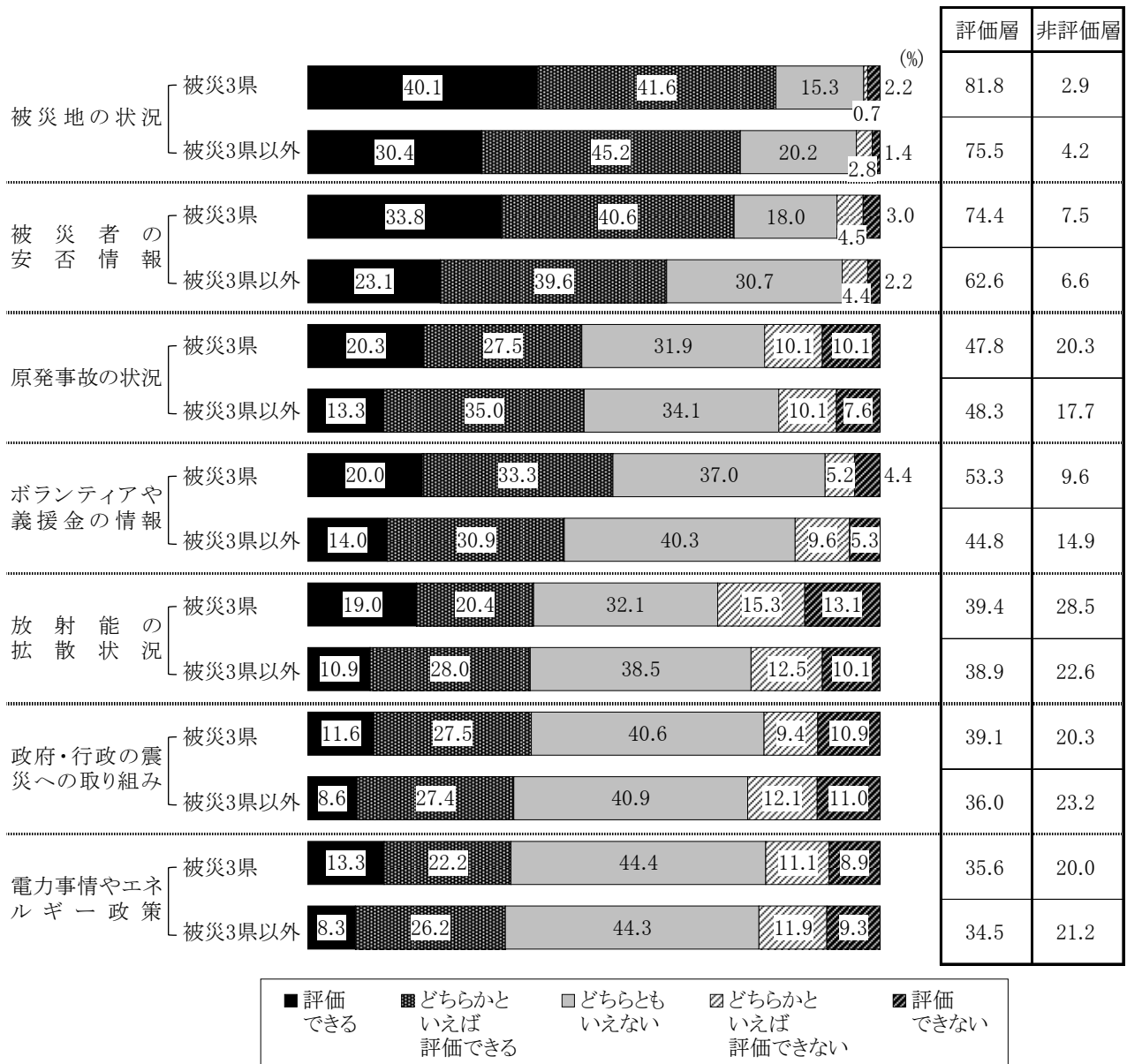


図5-2 東日本大震災に関する新聞報道評価（被災3県、被災3県以外）

（「ほとんど読まない」「無回答」を除いた回答者を母数とした）



6. 東日本大震災に関するNHKテレビの報道は？

－ すべての報道内容について他のメディアより高い評価。 －

- ・東日本大震災に関してNHKテレビが行った報道については、「評価できる」「どちらかといえば評価できる」を合わせた評価層の割合は、「被災地の状況」（79.5%）が最も多く、次いで「被災者の安否情報」（68.2%）、「原発事故の状況」（52.8%）が多くなっている。一方、「電力事情やエネルギー政策」（36.8%）、「政府・行政の震災への取り組み」（39.2%）への評価層の割合は、3割台にとどまっている。また、「ボランティアや義援金の情報」（46.8%）、「放射能の拡散状況」（42.8%）への評価層の割合は4割台であった。これら7つの報道内容に対する評価層の割合は、新聞、民放テレビ、インターネットと比べ、NHKテレビが最も高くなっている。
- ・被災3県と被災3県以外で比較すると、「被災者の安否情報」（被災3県 78.7%、被災3県以外 67.8%）、「ボランティアや義援金の情報」（同 59.1%、同 46.3%）に対する評価が、被災3県以外より被災3県で10ポイント以上高くなっているほか、すべての報道内容について被災3県の方が高くなっている。

※ 評価層：「評価できる」＋「どちらかといえば評価できる」
非評価層：「どちらかといえば評価できない」＋「評価できない」

図6-1 東日本大震災に関するNHKテレビ報道評価

（「ほとんど見ない」「無回答」を除いた回答者を母数とした）

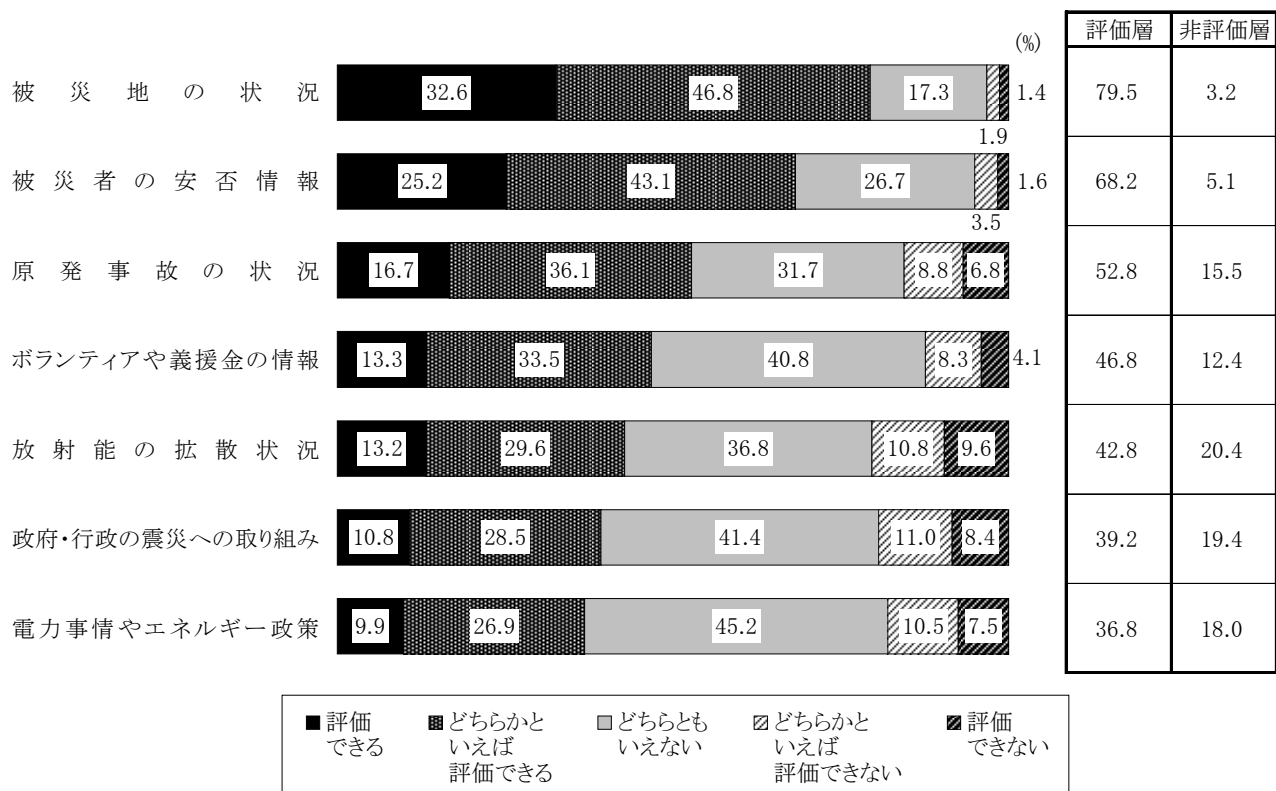
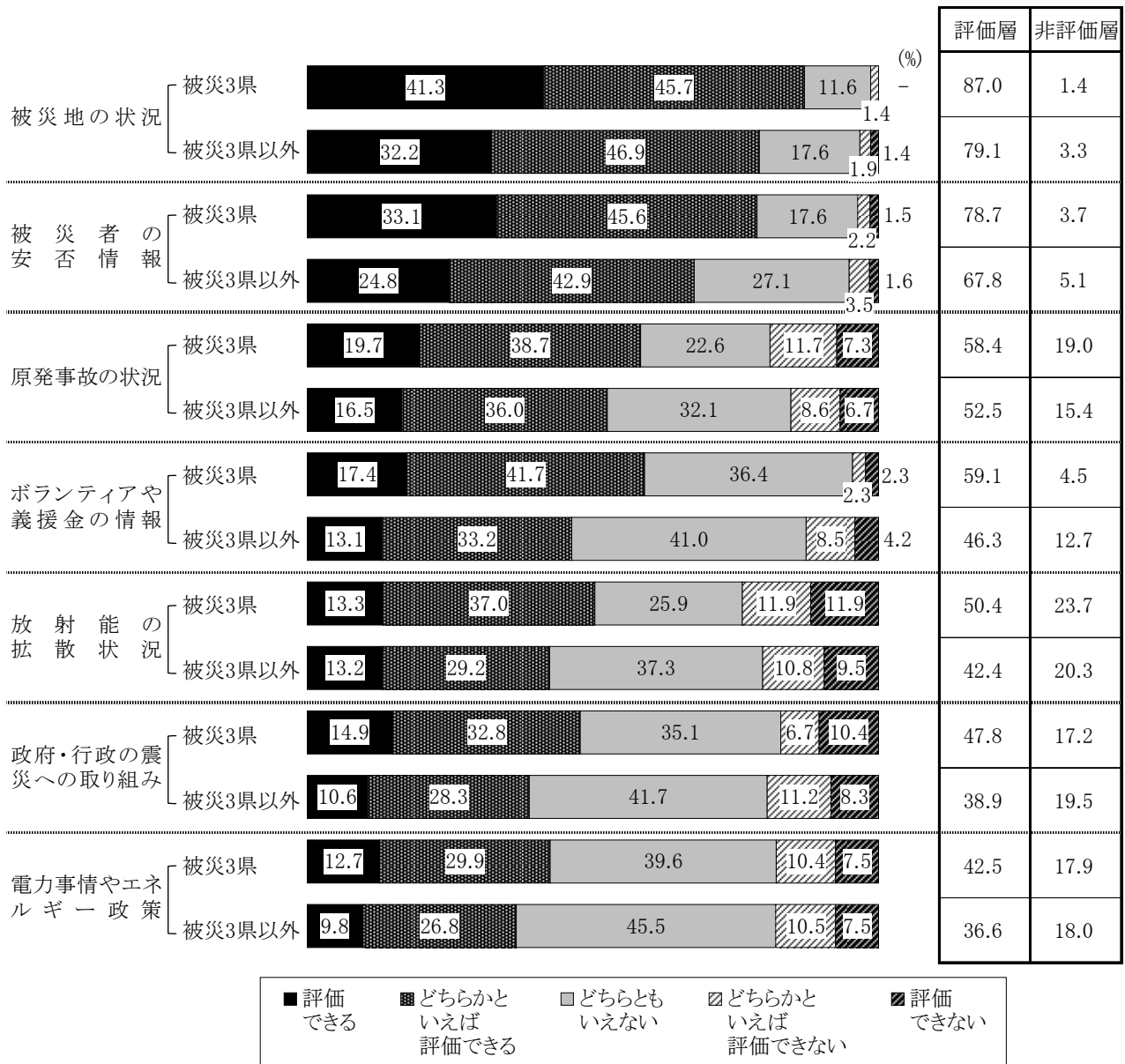


図6-2 東日本大震災に関するNHKテレビ報道評価（被災3県、被災3県以外）

（「ほとんど見ない」「無回答」を除いた回答者を母数とした）



7. 東日本大震災に関する民放テレビの報道は？

— 「被災地の状況」を70%前後が評価。 —

- ・東日本大震災に関して民放テレビが行った報道については、「評価できる」「どちらかといえば評価できる」を合わせた評価層の割合は、「被災地の状況」（67.7%）が最も多く、次いで「被災者の安否情報」（54.5%）が多くなっている。一方、「電力事情やエネルギー政策」（33.0%）、「政府・行政の震災への取り組み」（34.4%）、「放射能の拡散状況」（37.7%）への評価層の割合は、3割台にとどまっている。また、「原発事故の状況」（45.1%）、「ボランティアや義援金の情報」（43.0%）への評価層の割合は4割台であった。
- ・被災3県と被災3県以外で比較すると、「被災者の安否情報」（被災3県64.3%、被災3県以外54.0%）に対する評価が、被災3県以外より被災3県で10ポイント高くなっているほか、すべての報道内容について被災3県の方が高くなっている。

※ 評価層：「評価できる」＋「どちらかといえば評価できる」
非評価層：「どちらかといえば評価できない」＋「評価できない」

図7-1 東日本大震災に関する民放テレビ報道評価

（「ほとんど見ない」「無回答」を除いた回答者を母数とした）

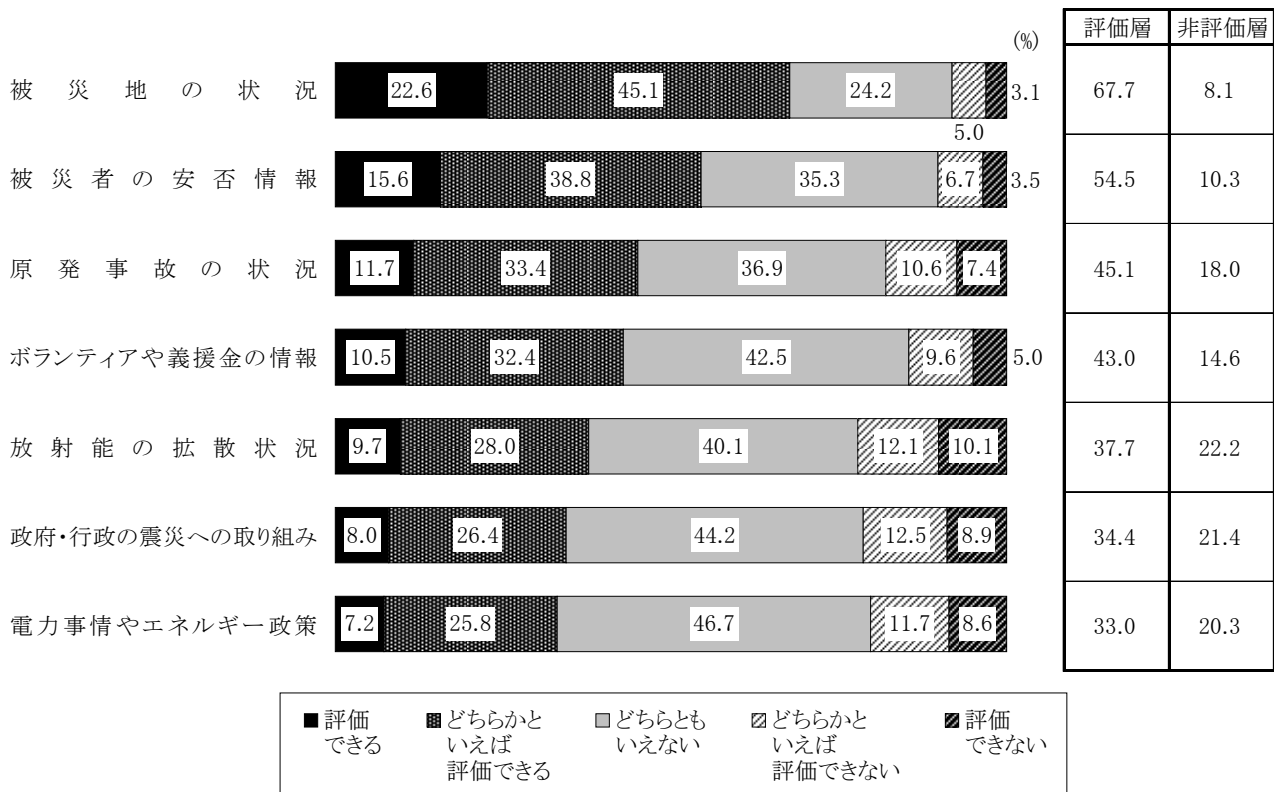
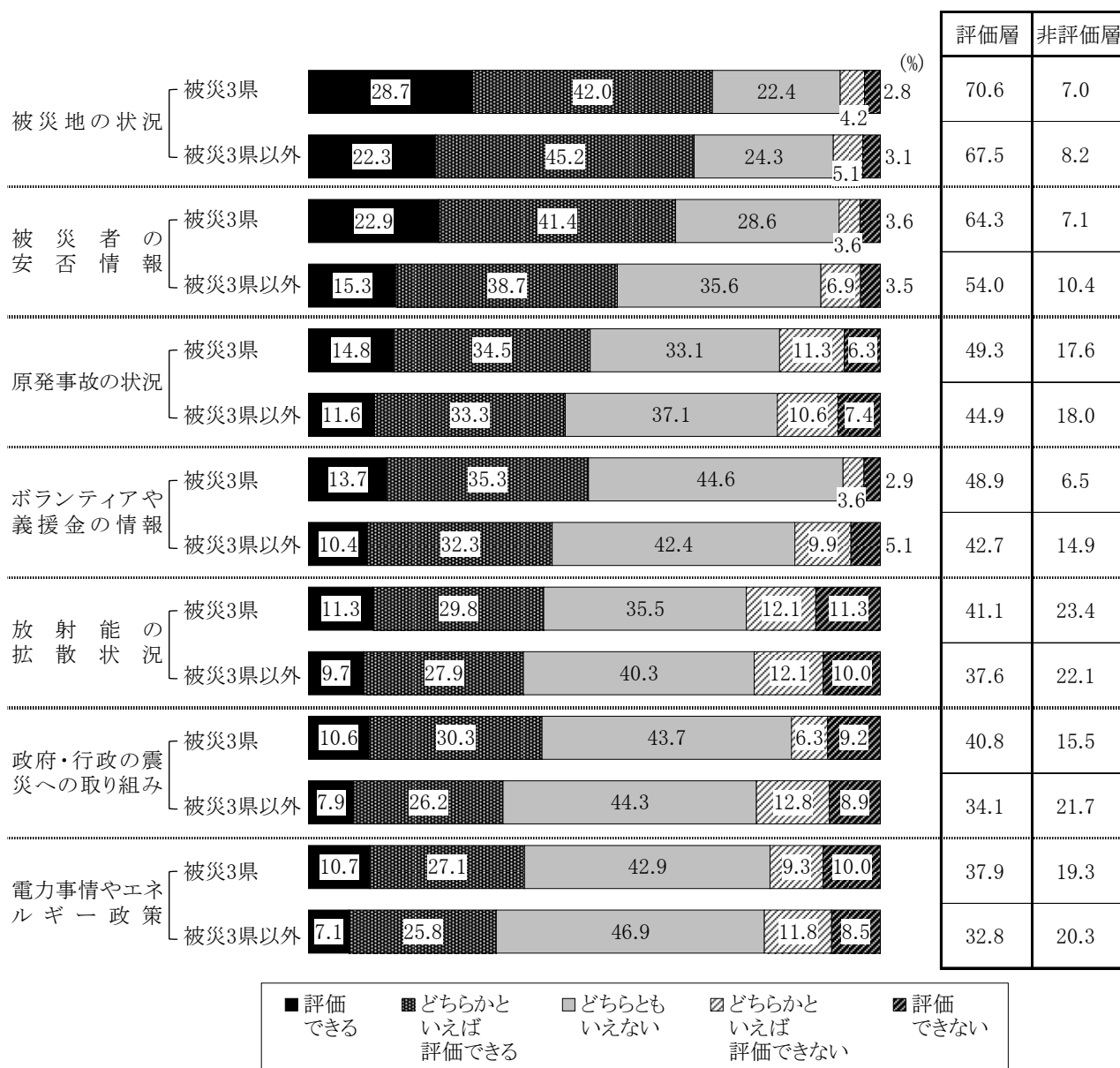


図 7-2 東日本大震災に関する民放テレビ報道評価（被災3県、被災3県以外）

（「ほとんど見ない」「無回答」を除いた回答者を母数とした）



8. 東日本大震災に関するインターネット情報は？

－ 被災3県で「被災地の状況」を60%が評価。 －

- ・東日本大震災に関するインターネット情報については、「評価できる」「どちらかといえば評価できる」を合わせた評価層の割合は、「被災地の状況」(50.8%)が最も多く、次いで「被災者の安否情報」(44.2%)、「原発事故の状況」(40.4%)が4割台となっている。一方、「電力事情やエネルギー政策」(30.2%)、「政府・行政の震災への取り組み」(30.4%)、「放射能の拡散状況」(37.0%)、「ボランティアや義援金の情報」(37.6%)への評価層の割合は、3割台にとどまっている。
- ・被災3県と被災3県以外で比較すると、「被災地の状況」(被災3県59.5%、被災3県以外50.4%)、「放射能の拡散状況」(同44.0%、同36.6%)に対する評価は、被災3県以外に比べ、被災3県の方が高くなっている。

※ 評価層：「評価できる」＋「どちらかといえば評価できる」
非評価層：「どちらかといえば評価できない」＋「評価できない」

図8-1 東日本大震災に関するインターネット情報評価

(「ほとんど見ない」「無回答」を除いた回答者を母数とした)

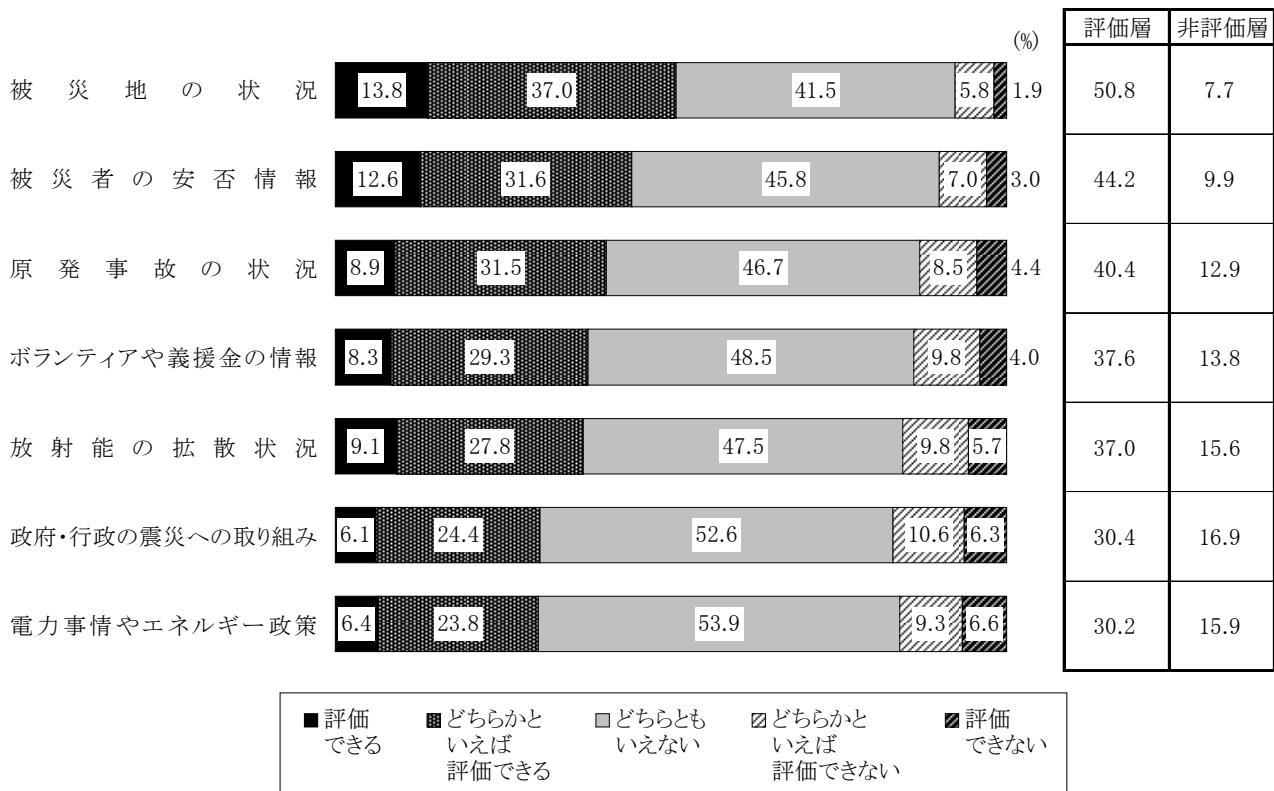
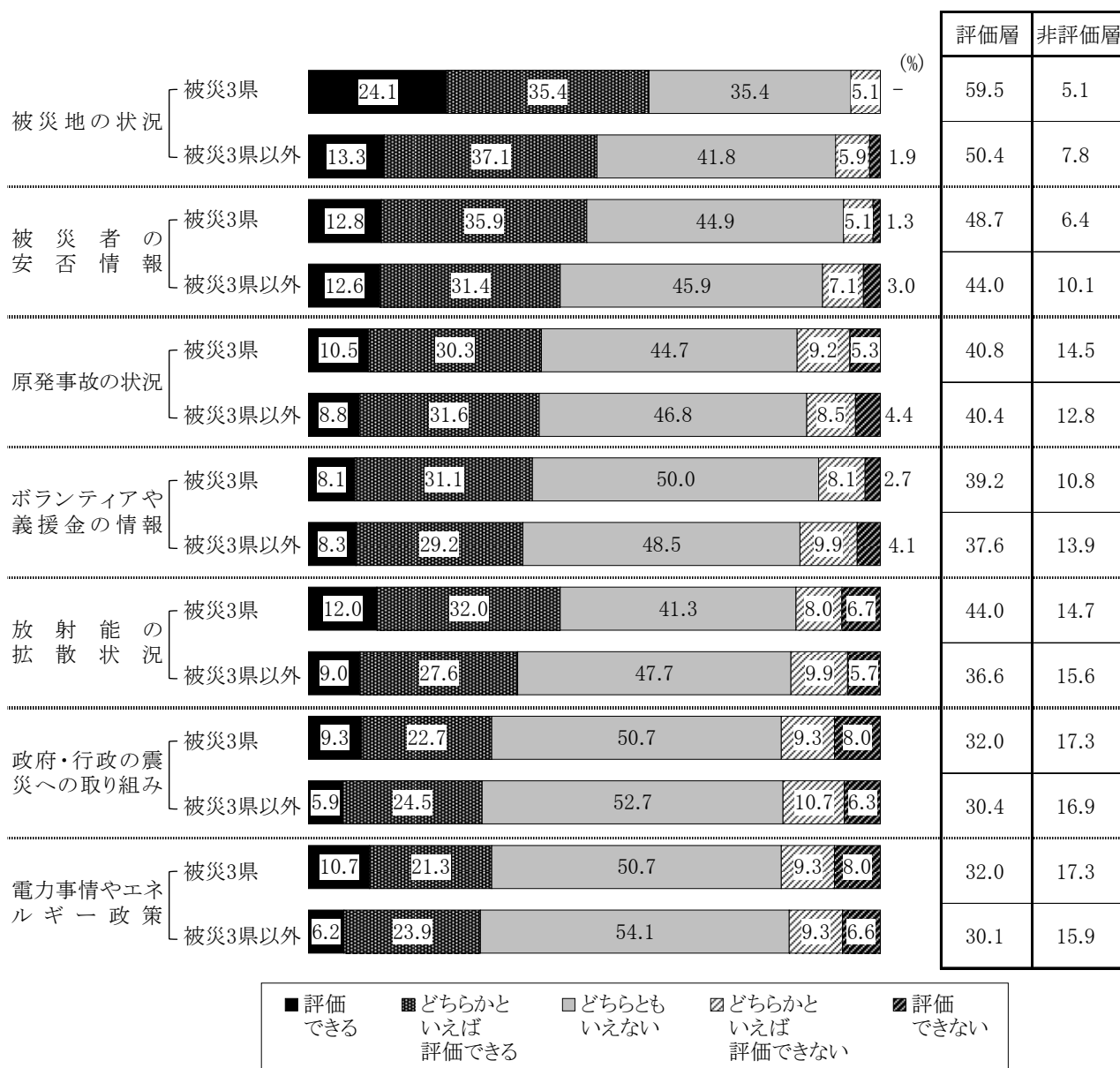


図 8-2 東日本大震災に関するインターネット情報評価（被災3県、被災3県以外）

（「ほとんど見ない」「無回答」を除いた回答者を母数とした）



9. 東日本大震災に関する報道で、今後、新聞に望むことは？

— 「放射能の拡散状況」への要望が72%。 —

- ・ 今後新聞に望む東日本大震災関連の報道としては、「放射能の拡散状況」が71.5%で最も多く、次いで、「原発事故の状況」(66.3%)、「被災地の状況」(63.6%)、「政府・行政の震災への取り組み」(61.6%)の順が続いている。「放射能の拡散状況」「原発事故の状況」「政府・行政の震災への取り組み」は、これまでの新聞報道に対する評価層が半数を下回っていることから、今後の報道の充実が望まれる項目である。(10ページ参照)
- ・ 被災3県と被災3県以外で比較すると、「原発事故の状況」(被災3県77.5%、被災3県以外65.8%)への要望が、被災3県で12ポイント高い。一方、「電力事情やエネルギー政策」(同41.1%、同48.0%)への要望は、被災3県以外で7ポイント高い。

図9-1 東日本大震災に関する報道で今後新聞に望むこと (複数回答、n=3,461)

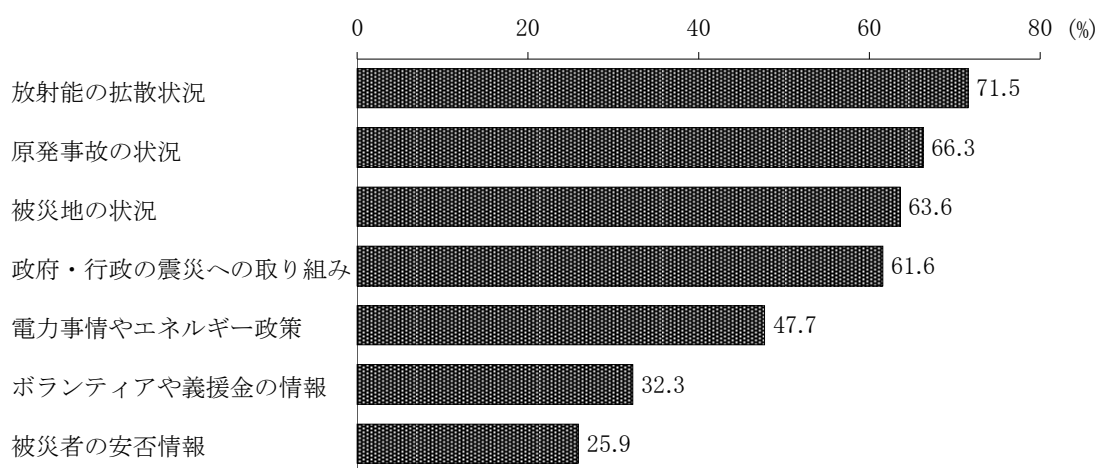
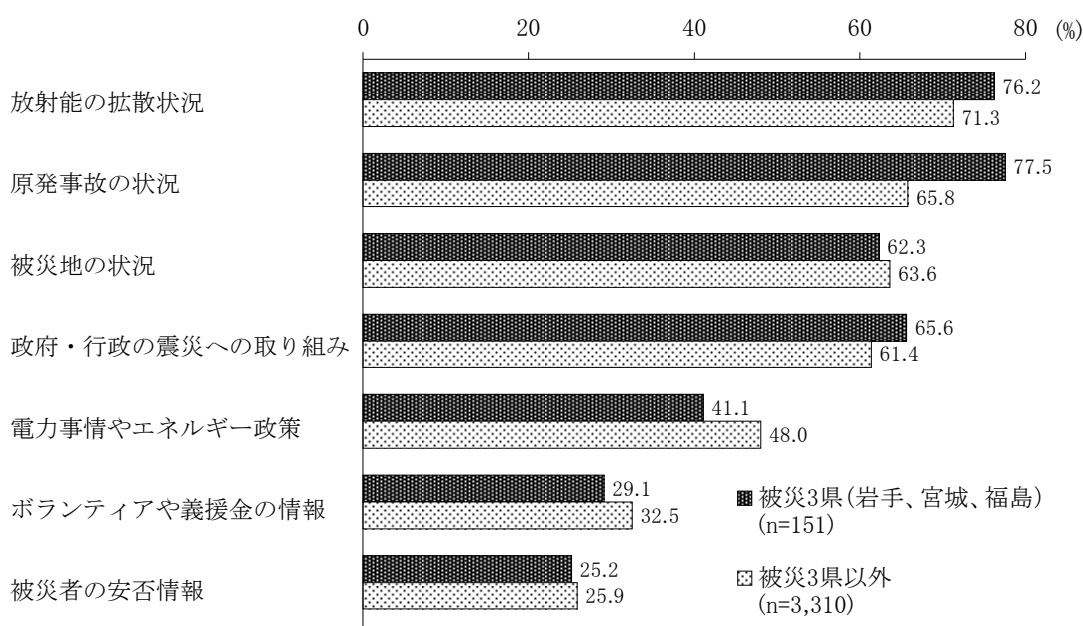


図9-2 東日本大震災に関する報道で今後新聞に望むこと (被災3県、被災3県以外)



10. 新聞の原発事故報道についてどう思う？

- － 「**確実情報に限定して報道**」が56%、
「**不確かでも最悪のシナリオを含めて報道**」が27%。－

・新聞の原発事故報道について、「A：新聞は、読者にパニックを起こさせないために、その時点で確実と思われる情報に限定して報道した方がよい」と考える確実情報限定派の割合は56.3%と過半数に及び、様々な情報が錯綜する中で、新聞には本当に信じられる確かな情報だけを載せてほしいという意見が優勢となった。一方、「B：新聞は、ある程度不確かでも、専門家による最悪のシナリオを含めて報道し、読者の判断に委ねるのがよい」と考える不確実情報容認派の割合は26.5%と、多少不確かでも持っている情報はすべて出してほしいという意見の人も4人に1人の割合でいる。

・被災3県と被災3県以外で比較すると、確実情報限定派の割合が、被災3県（54.3%）、被災3県以外（56.4%）共に半数を超えた。

※ 確実情報限定派：「Aに近い」＋「どちらかといえばAに近い」
不確実情報容認派：「どちらかといえばBに近い」＋「Bに近い」

図 10-1 新聞の原発事故報道姿勢についての意見

(n=3,461)

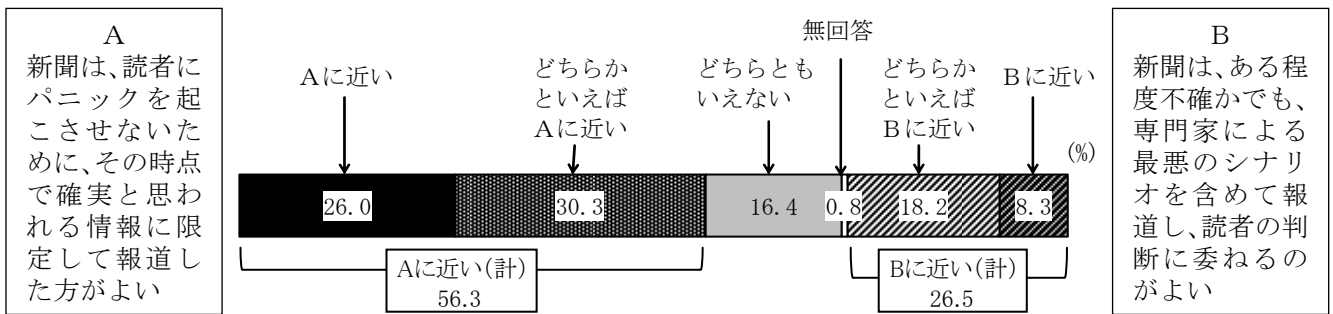
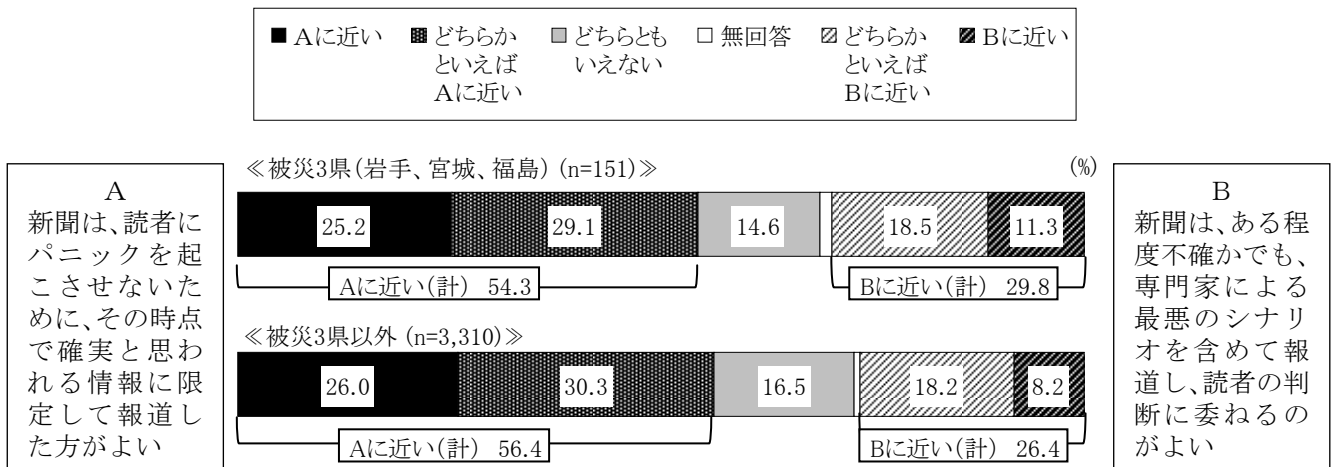


図 10-2 新聞の原発事故報道姿勢についての意見（被災3県、被災3県以外）



11. 東日本大震災を境に、新聞に対する信頼感は？

— 「高くなった」と回答した人が19%。被災3県では29%にのぼる。 —

- ・東日本大震災を境に新聞に対する信頼感の変化を聞いたところ、「変わらない」と回答した人の割合が77.9%を占め、「高くなった」と「どちらかといえば高くなった」を合わせた「高くなった（計）」と回答した人の割合は18.6%である。「低くなった」と「どちらかといえば低くなった」を合わせた「低くなった（計）」と回答した人の割合は2.9%とわずかである。
- ・被災3県と被災3県以外で比較すると、共に「変わらない」と回答した人の割合が68.9%、78.3%と多数を占めるが、「高くなった」と回答した人の割合は、被災3県（29.1%）の方が、被災3県以外（18.1%）に比べ11ポイント高い。

図 11-1 東日本大震災後の新聞に対する信頼度変化

(n=3,461)

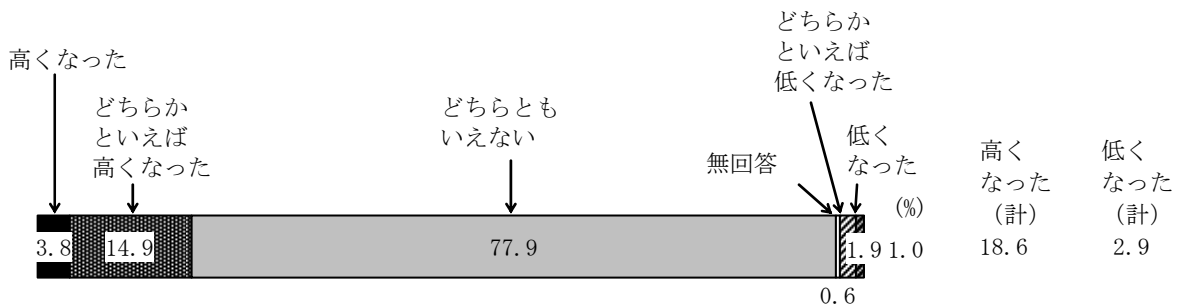
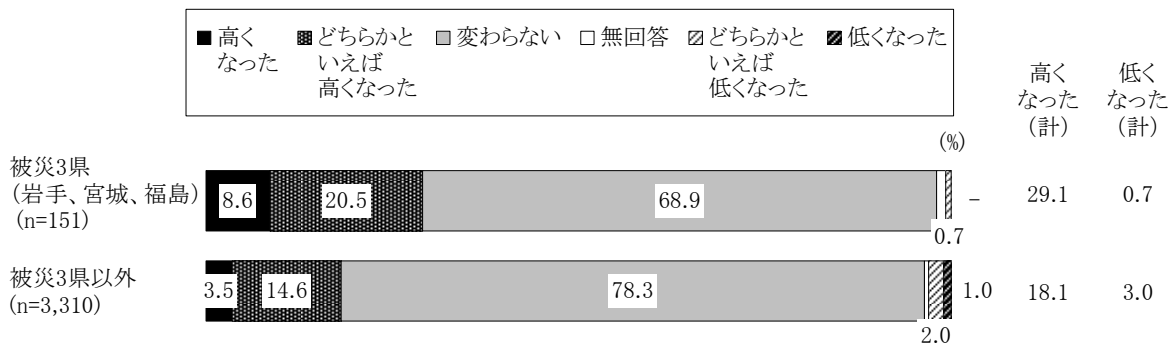


図 11-2 東日本大震災後の新聞に対する信頼度変化（被災3県、被災3県以外）



《新聞への意見》

12. 新聞についてどう思う？（＊）

— 情報の「多様性」「正確性」「責任感」に高い評価。 —
「多種多様な情報を知ることができる」が72%

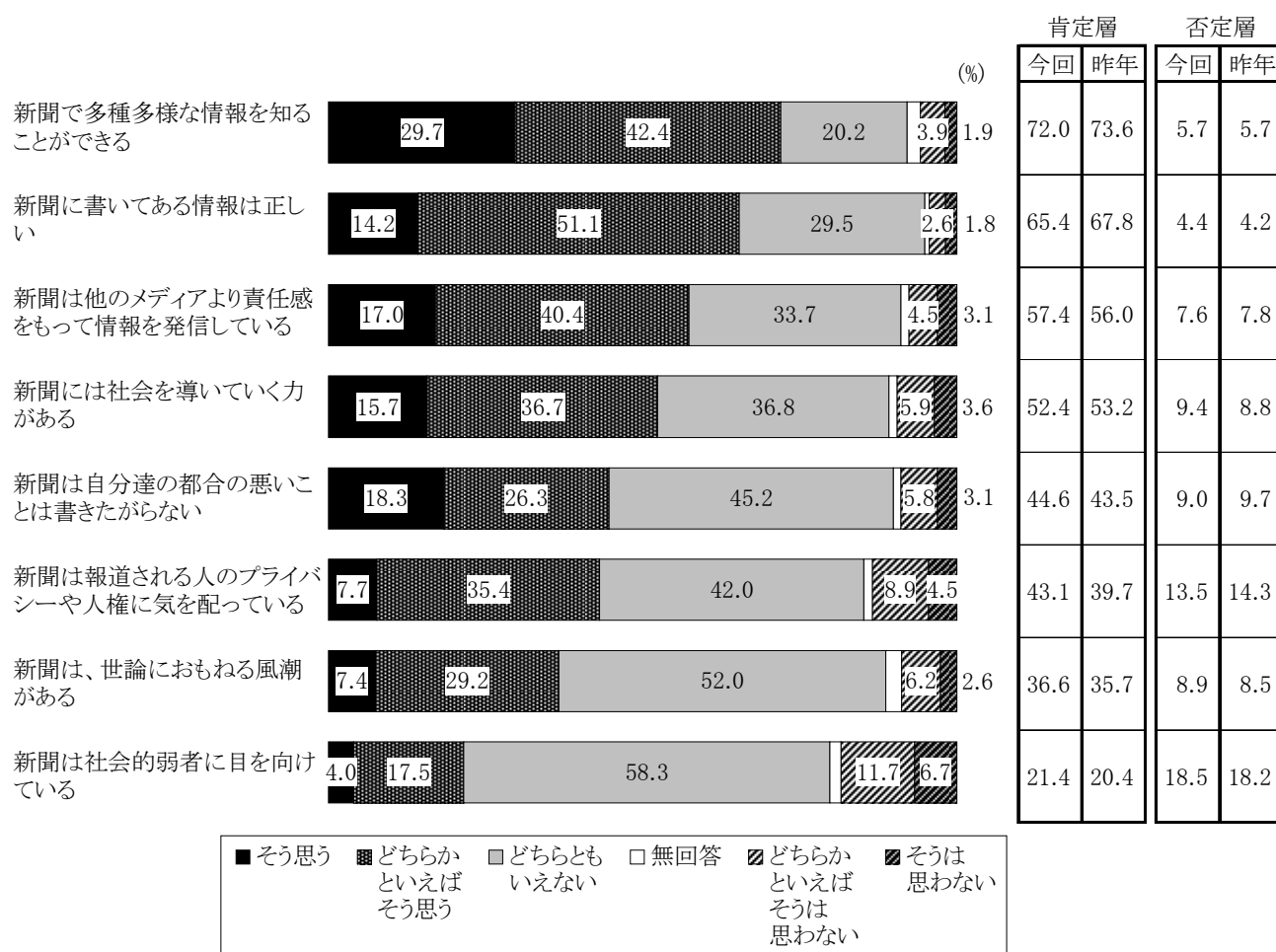
- ・新聞についての印象や意見について、肯定層の占める割合を比較すると、「新聞で多種多様な情報を知ることができる」（72.0％）が最も多く、次いで、「新聞に書いてある情報は正しい」（65.4％）、「新聞は他のメディアより責任感をもって情報を発信している」（57.4％）、「新聞には社会を導いていく力がある」（52.4％）の順に多くなっており、新聞が発信している情報に対しての評価は高い。
- ・他方、「新聞は報道される人のプライバシーや人権に気を配っている」と「新聞は社会的弱者に目を向けている」で、否定層がそれぞれ13.5％、18.5％を占め、新聞の報道倫理に対しては比較的厳しい目が向けられている。
- ・昨年度調査と比較すると、最も増減の大きかったのは、「新聞は報道される人のプライバシーや人権に気を配っている」の肯定層の3.4ポイント増であるが、その他の項目は変動が小さい。

※肯定層：「そう思う」＋「どちらかといえばそう思う」

否定層：「どちらかといえばそうは思わない」＋「そうは思わない」

図 12-1 新聞についての印象や意見

(n=3,461)



- ・「新聞で多種多様な情報を知ることができる」の肯定層はどの年代でも多く、18-19歳及び40代以上で7割を超え、20代と30代でも6割台となっている。世代を問わず、幅広い情報を得られる媒体という点が評価されていることが分かる。
- ・「新聞は他のメディアより責任感をもって情報発信している」の肯定層は、20代以降、年代が上がるほど増加し、30代以上で半数を超えている。
- ・「新聞は社会的弱者に目を向けている」の否定層は、20代で3割と最も多い。また、30代以下では、否定層が肯定層を上回っている。

図 12-2 「新聞で多種多様な情報を知ることができる」(性・年代別) (n=3,461)

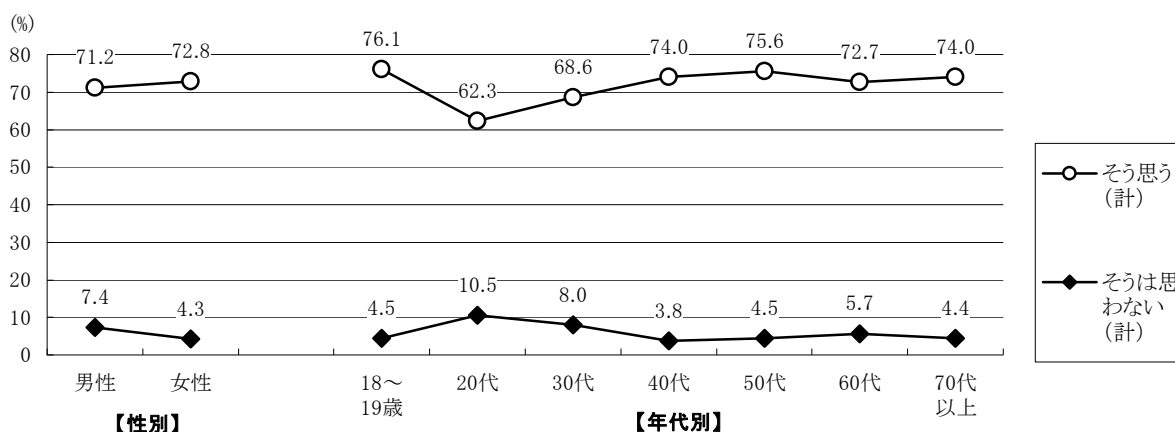


図 12-3 「新聞は他のメディアより責任感をもって情報発信している」(性・年代別) (n=3,461)

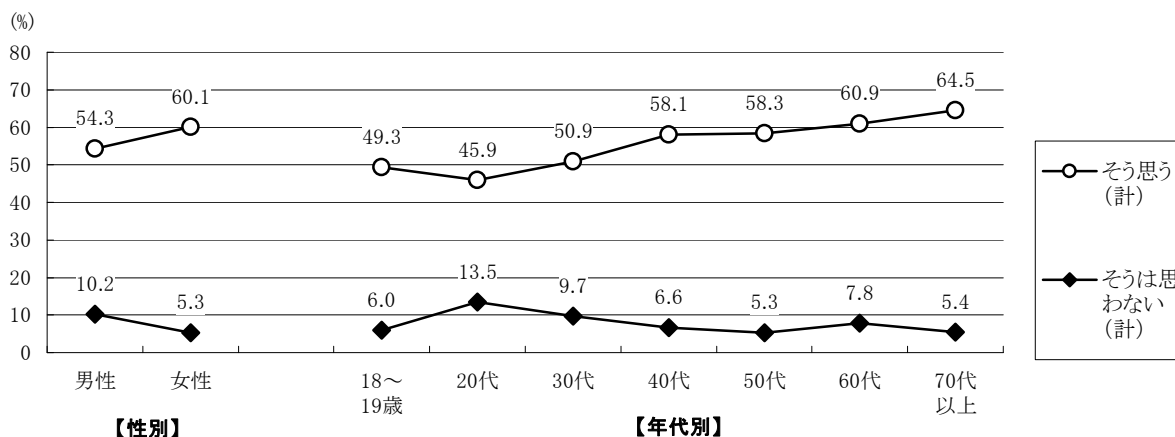
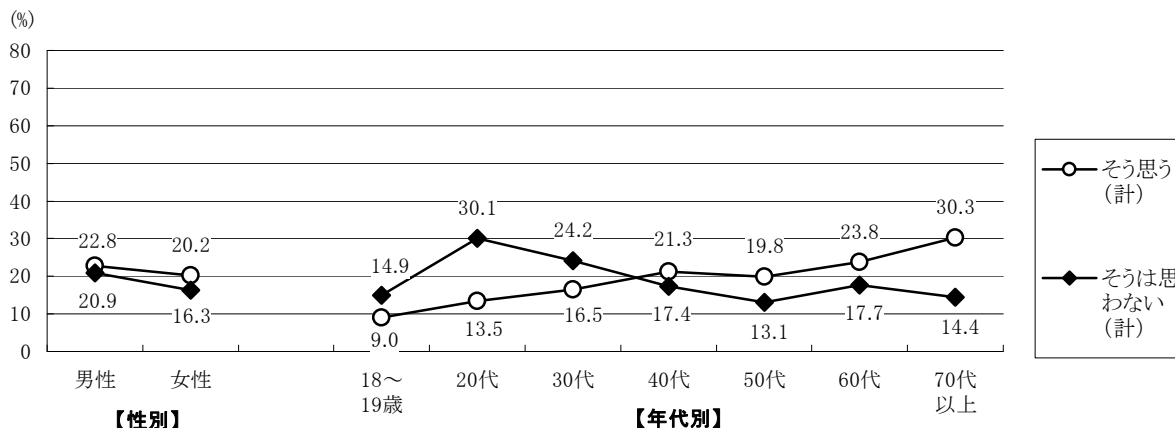


図 12-4 「新聞は社会的弱者に目を向けている」(性・年代別) (n=3,461)



13. 新聞の政治に対する態度についてどう思う？（＊）

－ 「不正を追及」「客観的な視点」に4割前後が肯定。

「政治家についてすべて報道している」には変わらず厳しい評価。－

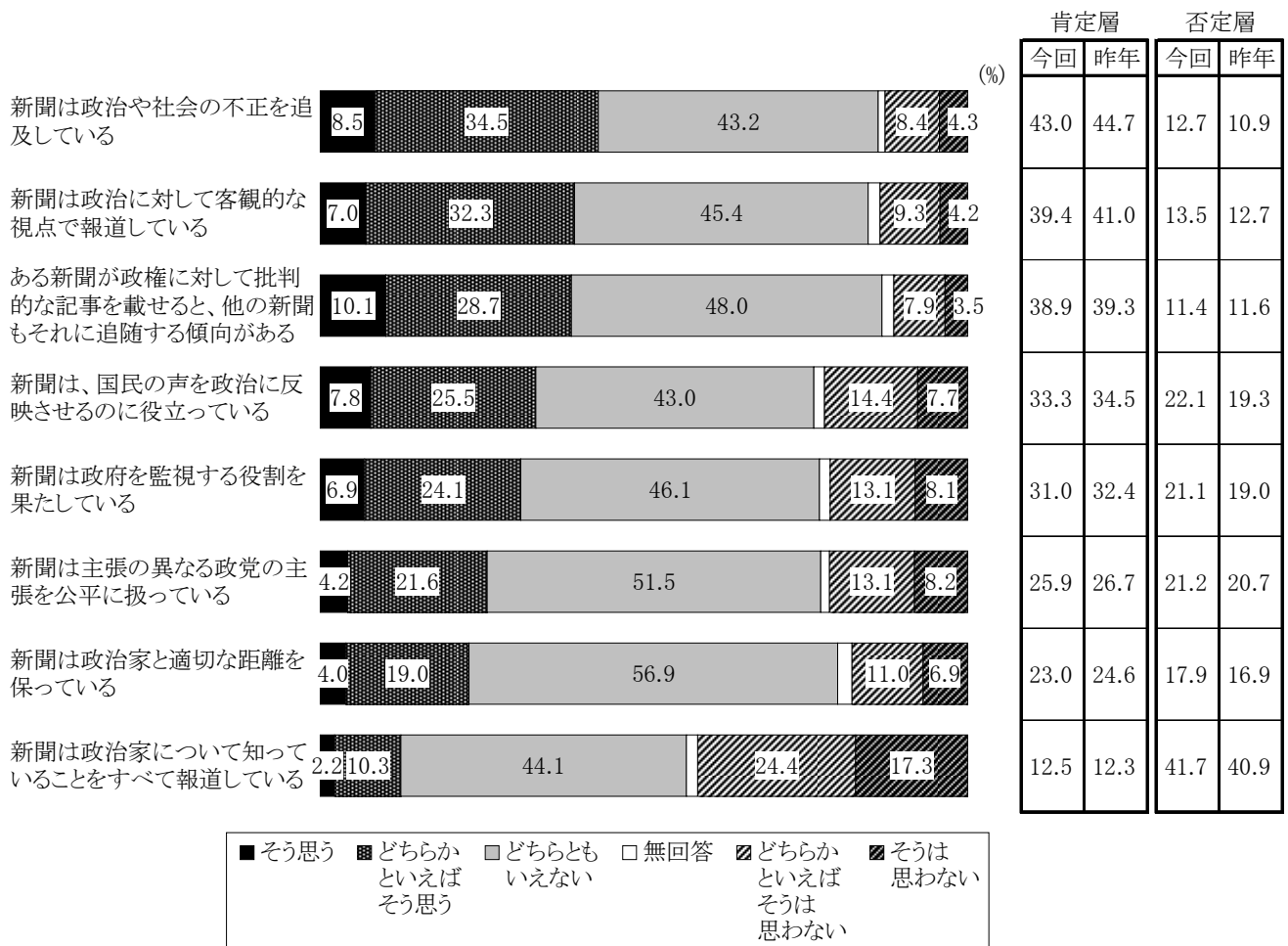
- ・新聞と政治の関係についての意見に関して、肯定層の占める割合を比較したところ、「新聞は政治や社会の不正を追及している」（43.0％）が最も多く、次いで、「新聞は政治に対して客観的な視点で報道している」（39.4％）、「ある新聞が政権に対して批判的な記事を載せると、他の新聞もそれに追随する傾向がある」（38.9％）が多くなっている。
- ・新聞と政治家の関わりに関する項目については評価が低い傾向にある。「新聞は政治家について知っていることをすべて報道している」の否定層が41.7％に上り、「新聞は政治家と適切な距離を保っている」の肯定層が23.0％にとどまるなど評価が厳しい。
- ・昨年度調査と比較すると、いずれも3ポイント以内の増減にとどまり、評価に変化はないと言える。

※肯定層：「そう思う」＋「どちらかといえばそう思う」

否定層：「どちらかといえばそうは思わない」＋「そうは思わない」

図 13-1 新聞と政治についての意見

(n=3,461)



- ・「新聞は政治や社会の不正を追及している」の肯定層は、20代（29.8%）で最も少なく、それ以降年代が上がるにつれて多くなっている。30代以上では、年代の上昇と共に否定層との差も大きく開いている。
- ・「新聞は政治に対して客観的な視点で報道している」は、20代と30代で肯定層が少なく、18-19歳と60代以上で肯定層が多くなっている。また、女性よりも男性で否定層が5ポイントほど多い。
- ・「新聞は政府を監視する役割を果たしている」は、30代以下で否定層が多く、特に20代では肯定層を大きく上回っている。

図 13-2 新聞は政治や社会の不正を追及している（性・年代別）

(n=3,461)

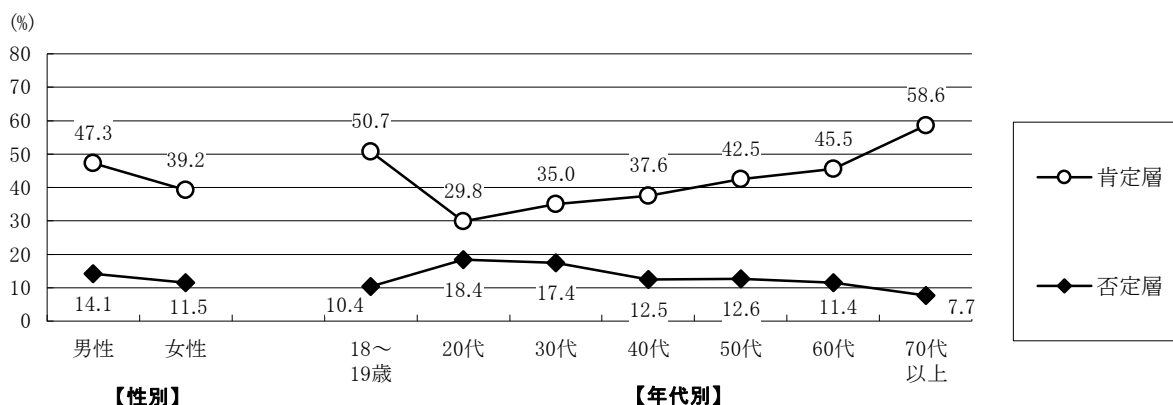


図 13-3 新聞は政治に対して客観的な視点で報道している（性・年代別）

(n=3,461)

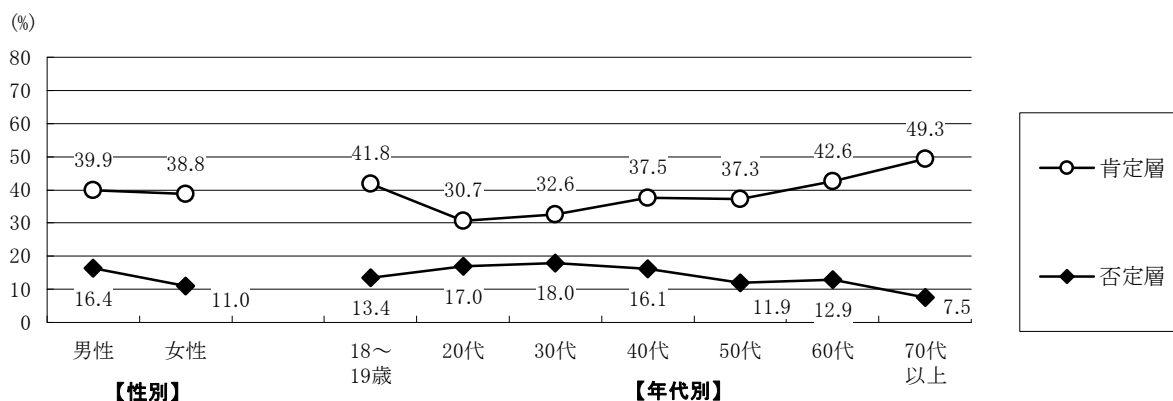
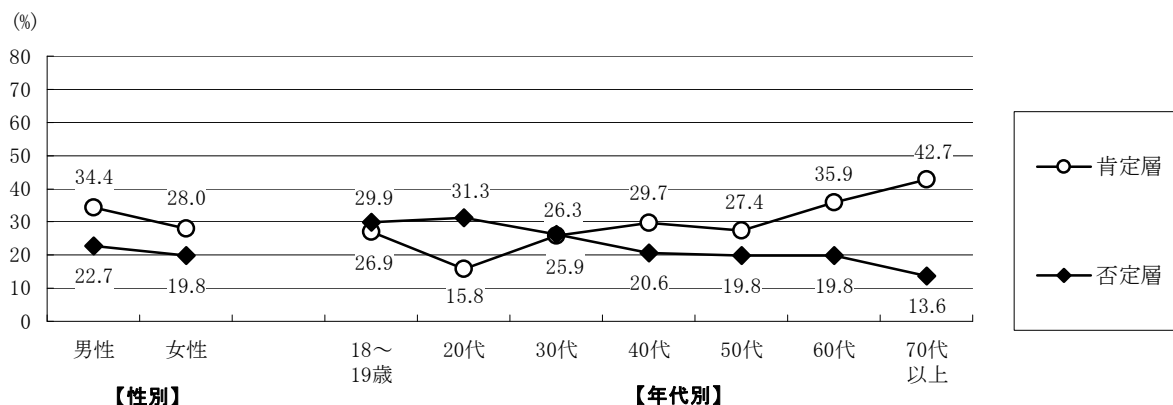


図 13-4 新聞は政府を監視する役割を果たしている（性・年代別）

(n=3,461)



14. 新聞の政治的立場についてどう思う？（*）

— 欧米のように政治色を出すことに否定的なのは昨年度と変わらず。 —
 「独自色」は14%、「不偏不党」は67%

- ・新聞の政治的立場について、「A：新聞は、それぞれ独自の政治色をはっきり出した方がよい」と考える独自色派は14.4%で、「B：新聞は、1つの政党に偏ることなく不偏不党を貫くべきだ」と考える不偏不党派が67.3%と多く、欧米のように新聞に政治色を出すことに否定的な意見が圧倒的多数を占めていた。この結果は昨年度と同様である。
- ・年代別に見ると、不偏不党派はいずれの年代でも6～7割（60.4～73.7%）を占め、独自色派（10.0～17.5%）を大きく上回っており、新聞は不偏不党であるべきとの意見が強いことが分かる。
- ・昨年度調査と比較すると、不偏不党派優位の傾向は変わらないが、18-19歳と30代では不偏不党派が減少している。

※独自色派：「Aに近い」+「どちらかといえばAに近い」
 不偏不党派：「どちらかといえばBに近い」+「Bに近い」

図 14-1 新聞の政治的立場についての意見 (n=3,461)

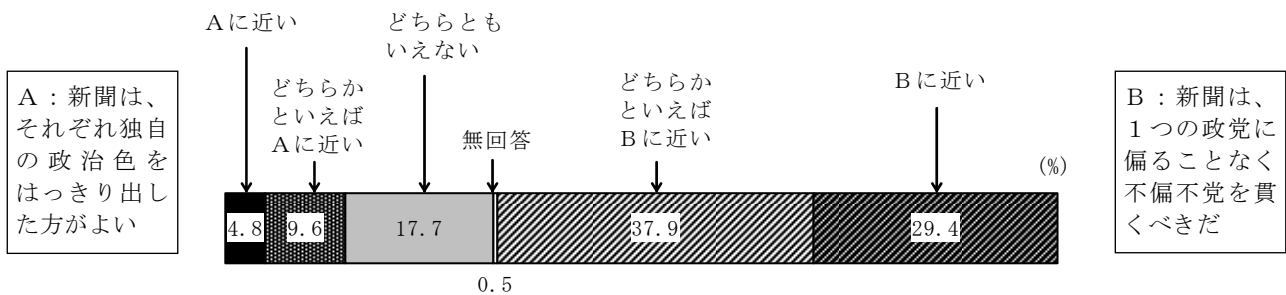
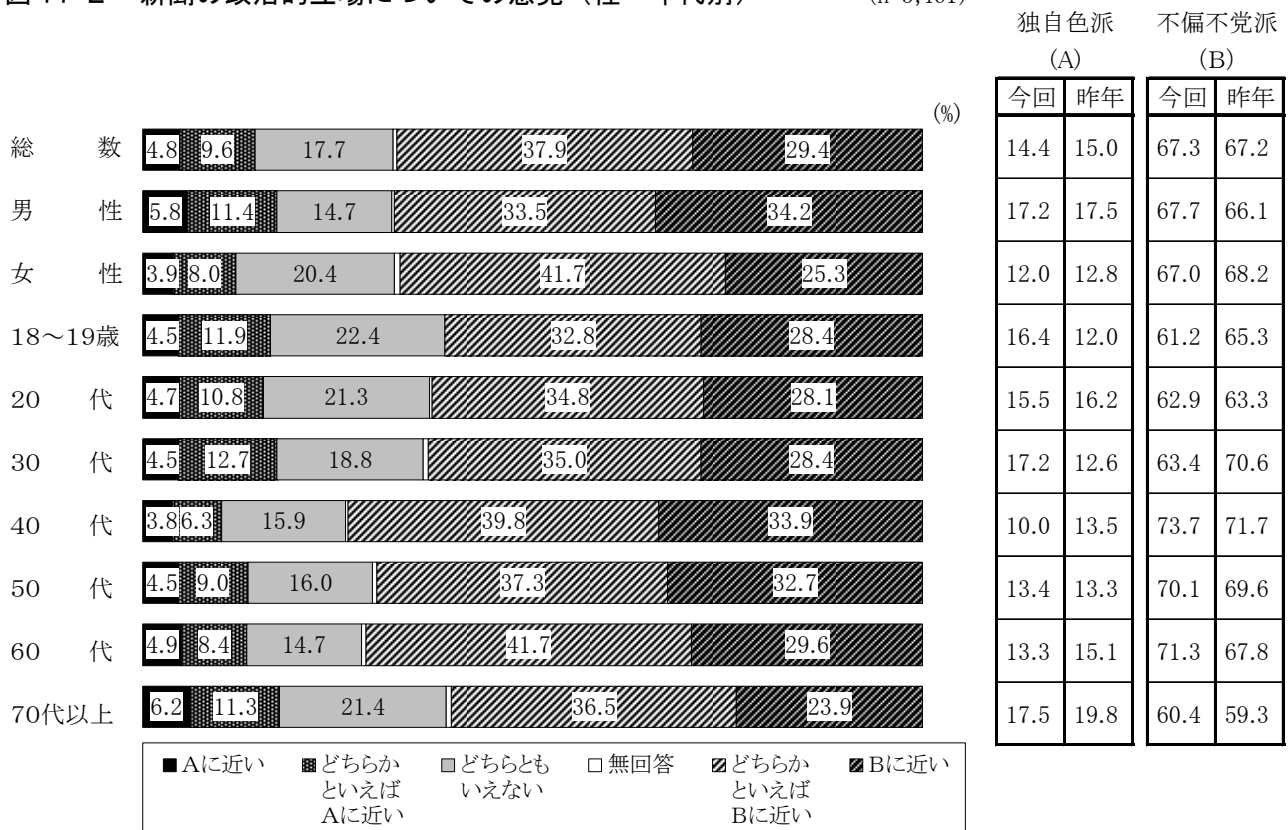


図 14-2 新聞の政治的立場についての意見（性・年代別） (n=3,461)



15. 新聞の記事の満足度は？（*）

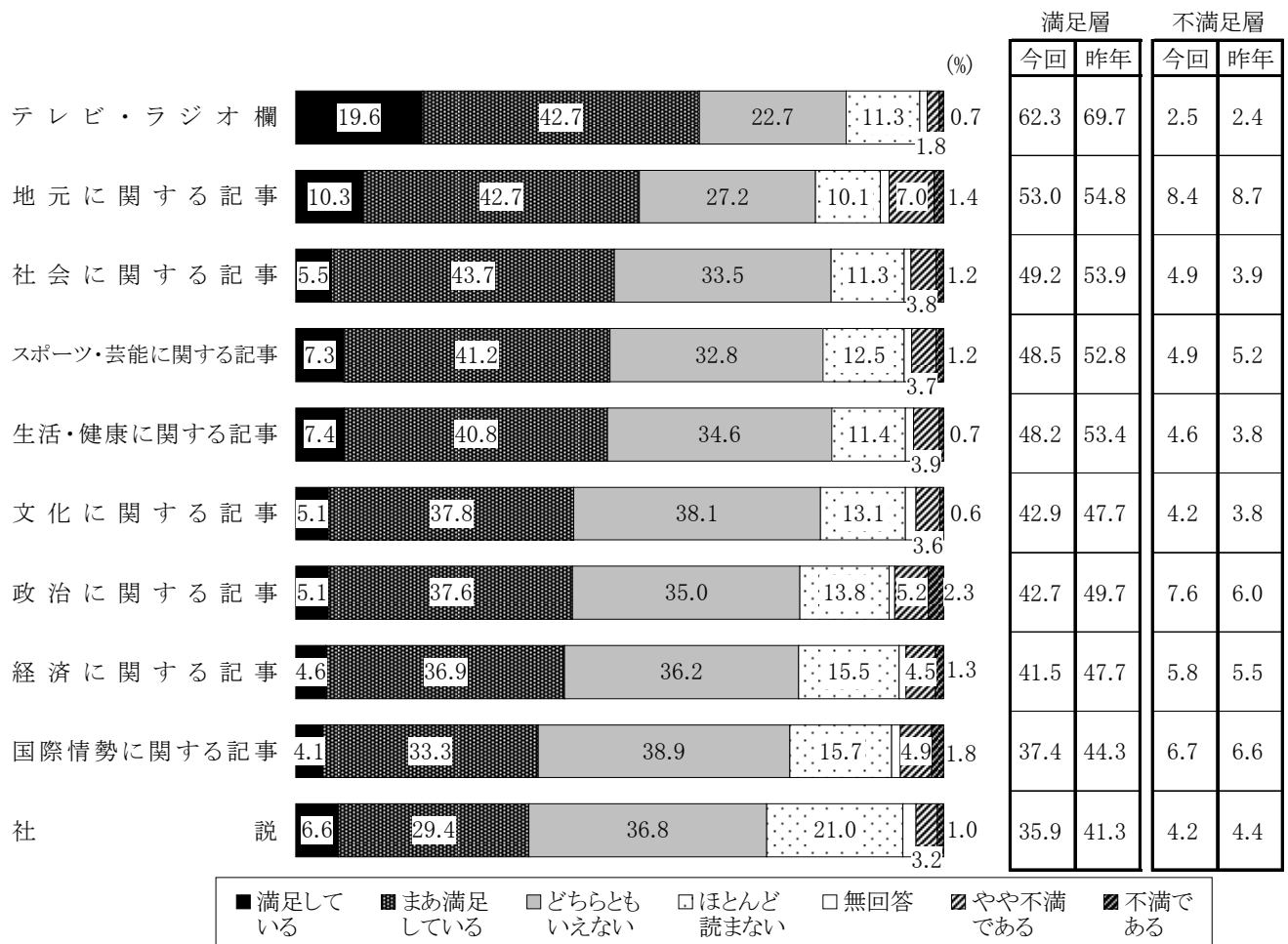
— ラ・テ欄、地元記事、社会記事など、身近な記事の満足度が高い。 —

- ・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62.3%と6割を占め、テレビ・ラジオなど他のメディアへの窓口として新聞を利用する人が多いことが分かる。次いで「地元に関する記事」（53.0%）、「社会に関する記事」（49.2%）、「スポーツ・芸能に関する記事」（48.5%）、「生活・健康に関する記事」（48.2%）で満足層が5割前後と、生活に密着した身近な記事の満足度が高かった。
- ・「社説」「国際情勢に関する記事」の満足層は3割台後半（35.9%、37.4%）と少ないが、不満足層も1割（4.2%、6.7%）を下回っており、「どちらともいえない」や「ほとんど読まない」が多く、閲読度が低いことがうかがえる。
- ・昨年度調査との比較では、全項目について、不満足層に変化は見られないが、満足層はのきなみ減少している。

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

図 15-1 新聞の記事の満足度

(n=3,461)



- ・「テレビ・ラジオ欄」は、満足層は40代で最も高くなっているが、年代差は小さくすべての年代で最も満足度が高くなっている。「地元に関する記事」「社会に関する記事」は満足層は年代が上がるにつれて多くなる傾向が見られ、特に「地元に関する記事」は最も少ない18-19歳と最も多い70代以上の差が大きい。
- ・「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度が高くなっている。年代別に見ると、20代で最も少なく、政治記事と国際情勢記事は30代以降は年代が上がるにつれ満足層が増えているが、経済記事は40代で最も満足層が多い。

図 15-2 テレビ・ラジオ欄、地元、社会に関する記事に満足している人の割合
(性・年代別)

(n=3,461)

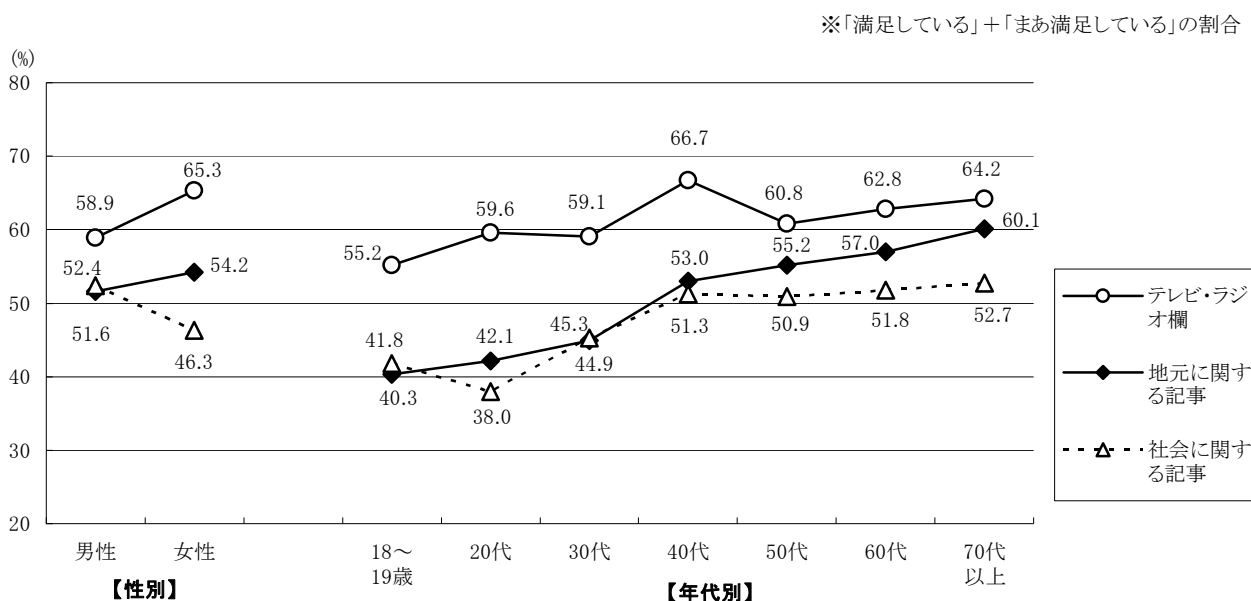
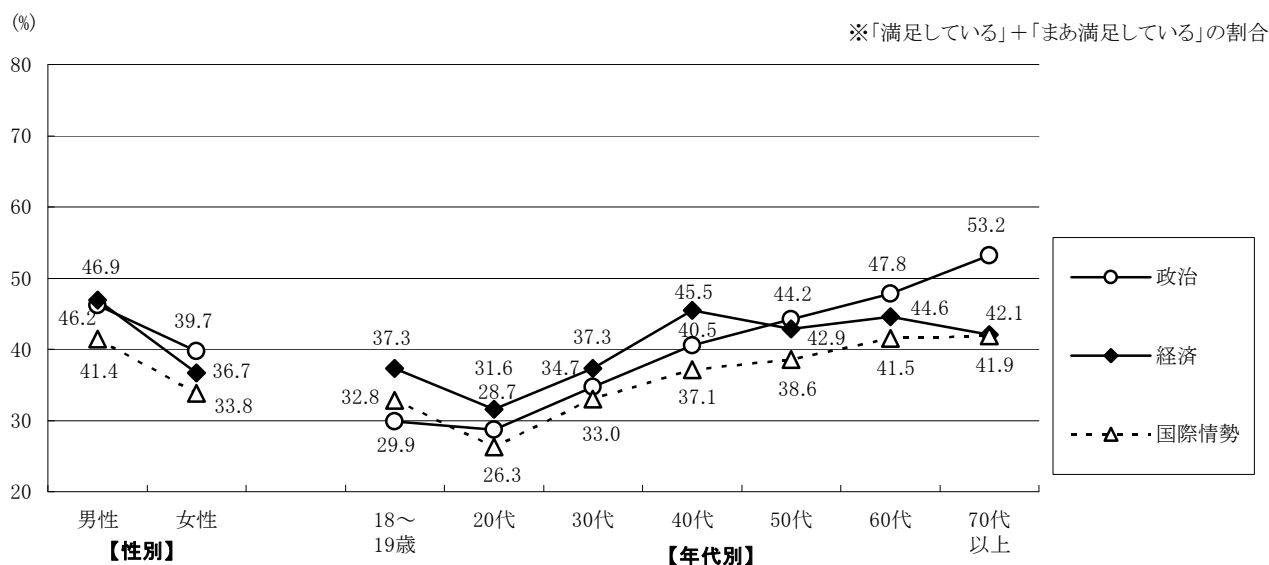


図 15-3 政治、経済、国際情勢に関する記事に満足している人の割合
(性・年代別)

(n=3,461)



16. 新聞全般の満足度は？（＊）

－ 満足している人は60%、不満な人は7%。高年齢層ほど満足度が高い。 －

- ・新聞全般について、「満足している」は13.0%、「やや満足である」は47.0%であり、この2つを合わせた満足層は60.0%を占める。「やや不満である」と「不満である」を合わせた不満層は6.8%と少数である。
- ・年代別に見ると、満足層は20代（42.1%）が最も少なく、30代以降年代が高くなるほど多くなっていく。30代以下では半数を下回るのに対し、40代以上では6割を超えている。一方、不満層は30代（10.0%）で最も多いが、他の年代では1割未満となり、圧倒的に満足層の方が多くなっている。

※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 16-1 新聞全般の満足度

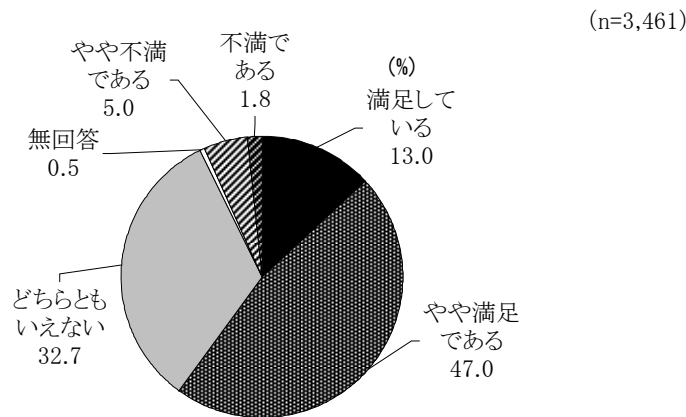
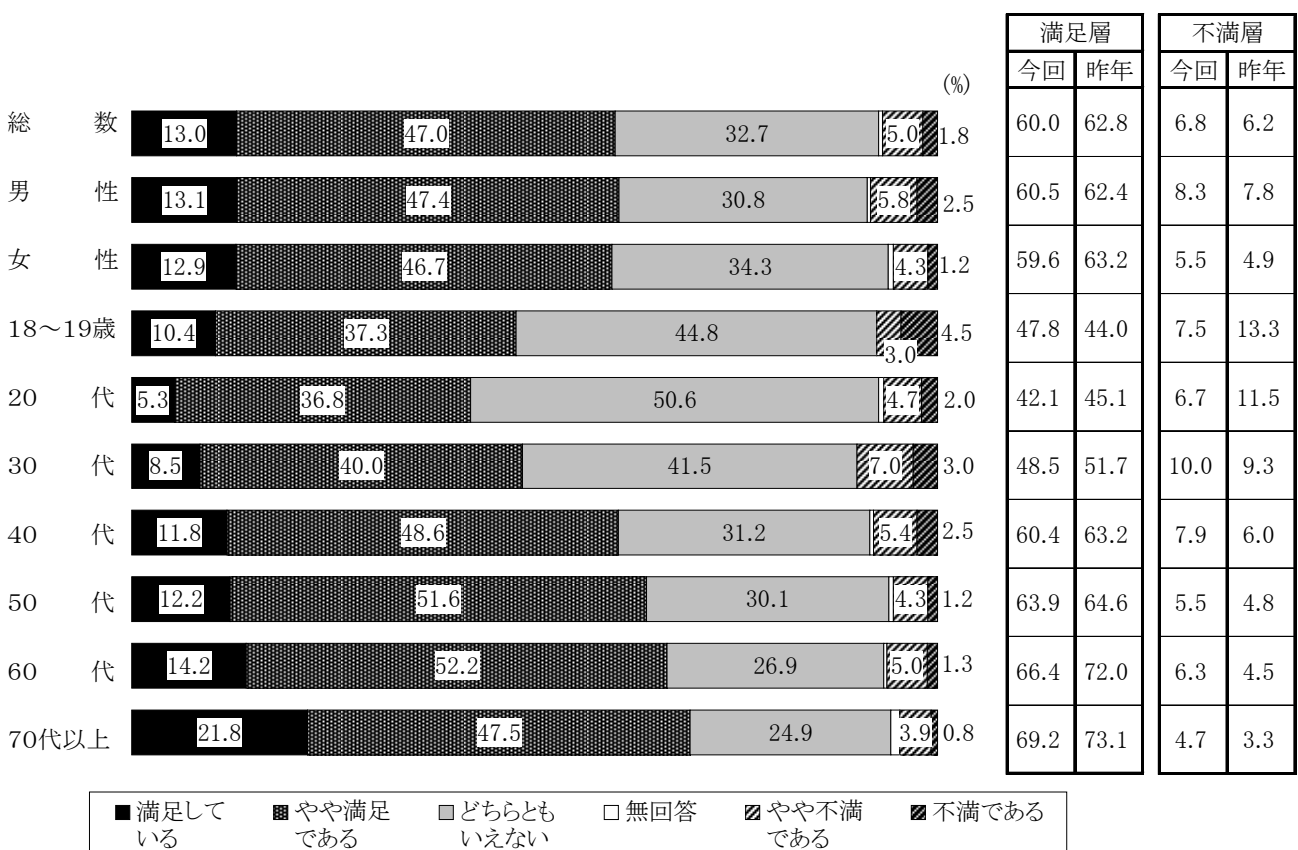


図 16-2 新聞全般の満足度（性・年代別）

(n=3,461)



《生活の中の新聞》

17. 新聞を読んでいる人は？（*）

－ 「読んでいる」は朝刊83%、夕刊31%、減少傾向に歯止め。 －

- ・朝刊を読んでいる人は82.6%と8割を超え、朝刊が日常生活に浸透していることが分かる。内訳を見ると、「毎日」読んでいる人（61.4%）が6割を超えている。「毎日」読んでいる人は年代が上がるほど増加し、50代では7割台（72.3%）、60代以上では8割前後（79.1%、81.2%）となっている。
- ・昨年度調査と比較すると、朝刊を読んでいる人は30代と40代でわずかに増加しているが、他の年代では減少した。中でも18-19歳で10ポイントの減少となっている。

図 17-1 新聞（朝刊）の閲読頻度

(n=3,461)

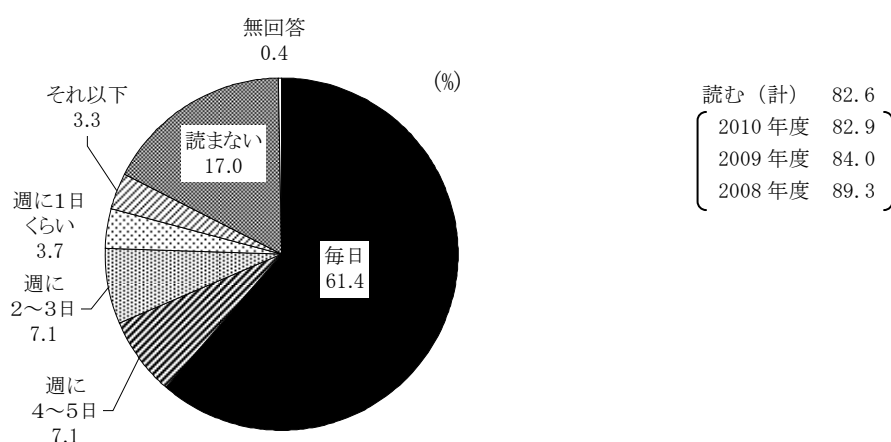


図 17-2 新聞（朝刊）の閲読頻度（読む（計））

（性・年代別）

(n=3,461)

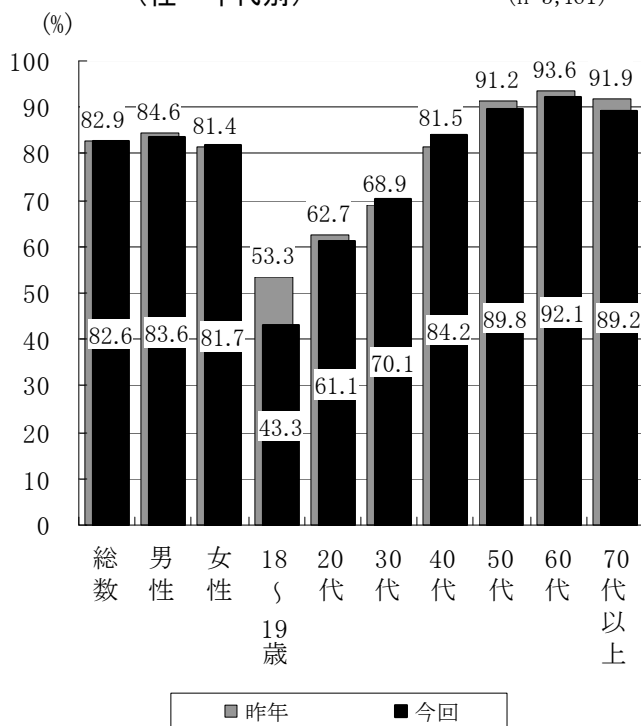
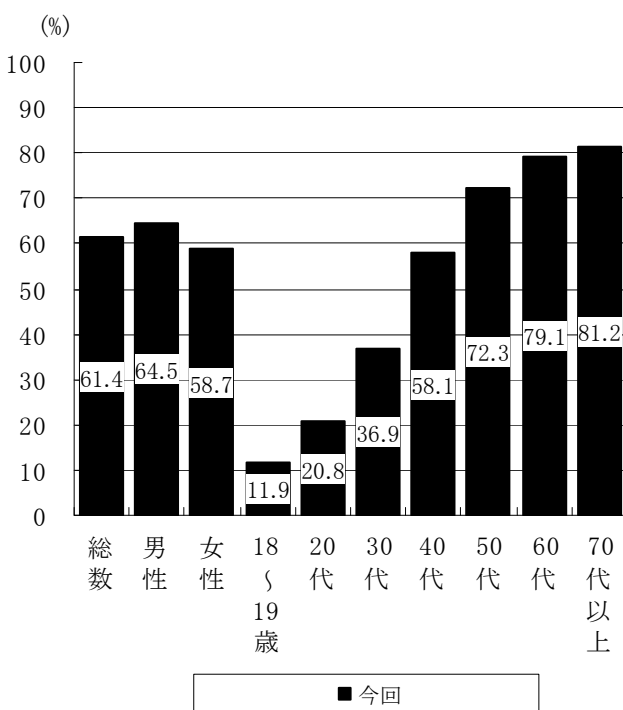


図 17-3 新聞（朝刊）の閲読頻度（毎日）

（性・年代別）

(n=3,461)



- ・夕刊を読む人は30.5%で、調査開始の2008年度から2010年度まで減少傾向にあったが、今回は2010年度と同程度であった。そのうち「毎日」読んでいる人は20.2%と5人に1人の割合にとどまっている。
- ・夕刊を読む人は40代で3ポイント、50代で6ポイント、昨年度よりも減少しているが、18-19歳では5ポイント増加している。

図 17-4 新聞（夕刊）の閲読頻度

(n=3,461)

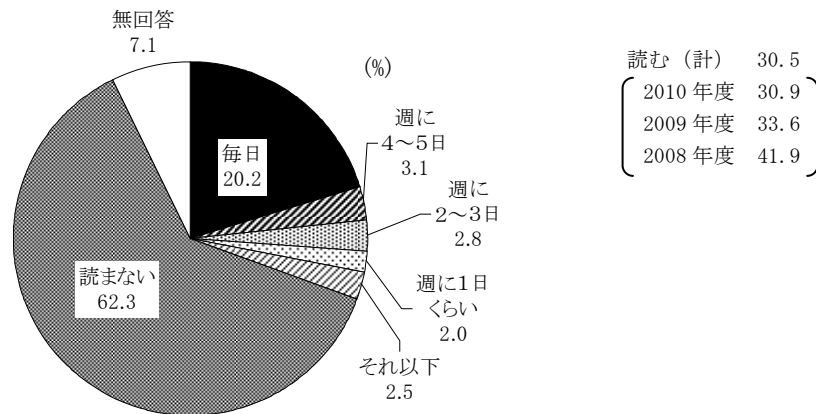


図 17-5 新聞（夕刊）の閲読頻度（読む（計））
（性・年代別） (n=3,461)

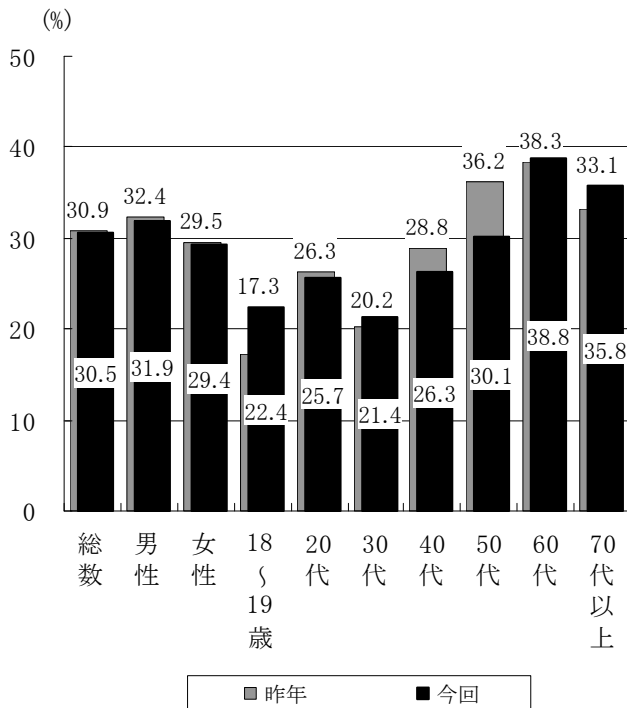
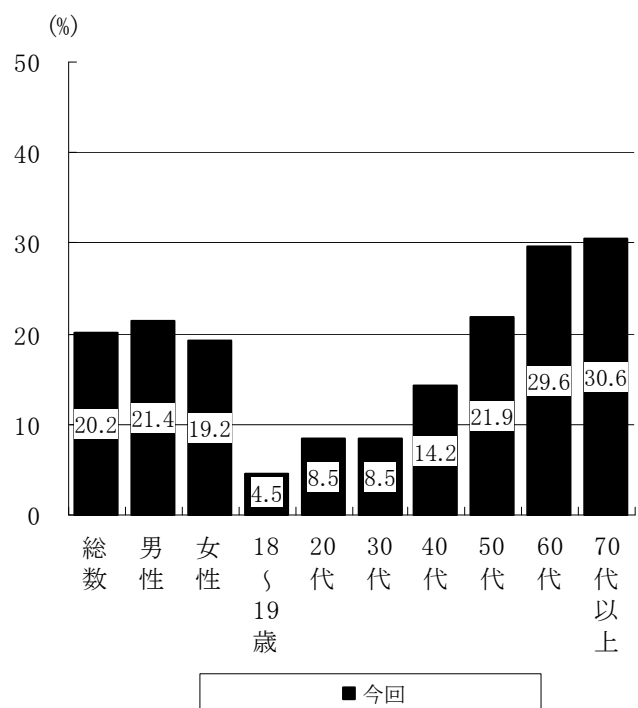


図 17-6 新聞（夕刊）の閲読頻度（毎日）
（性・年代別） (n=3,461)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の 83.1%)

18. 新聞を読む時間は？（＊）

— 平均時間は 28 分で昨年度と変わらず。若い世代ほど短い。 —

- ・新聞を読む時間は、1 日平均で 27.5 分で、昨年度とほぼ同じである。
- ・年代別に見ると、平均時間は 60 代以上では 30 分（32.8 分、40.2 分）を超えているが、30 代では 18.0 分と 10 分台に減少し、20 代 14.1 分、18-19 歳 13.2 分と年代が下がるほど短くなっている。若い年代での新聞離れが見てとれる。
- ・昨年度調査と比較すると、平均時間が最も増加したのは 18-19 歳で 3.2 分長くなった。一方、最も減少したのは 40 代で 1.9 分短くなった。

図 18-1 新聞を読んでいる人 (n=3,461)

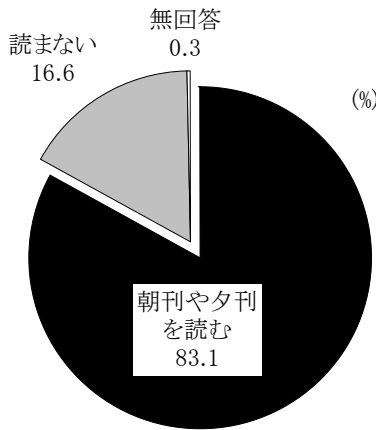


図 18-2 新聞の 1 日の閲読時間 (n=2,875)

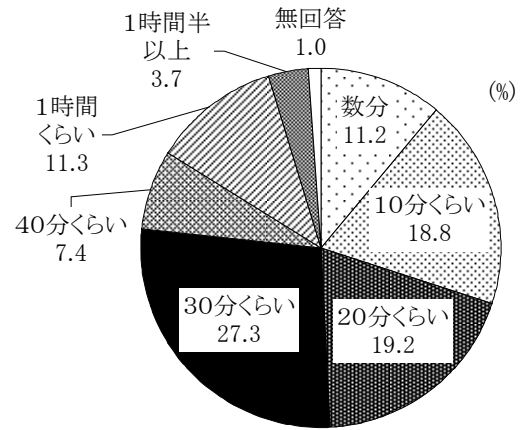
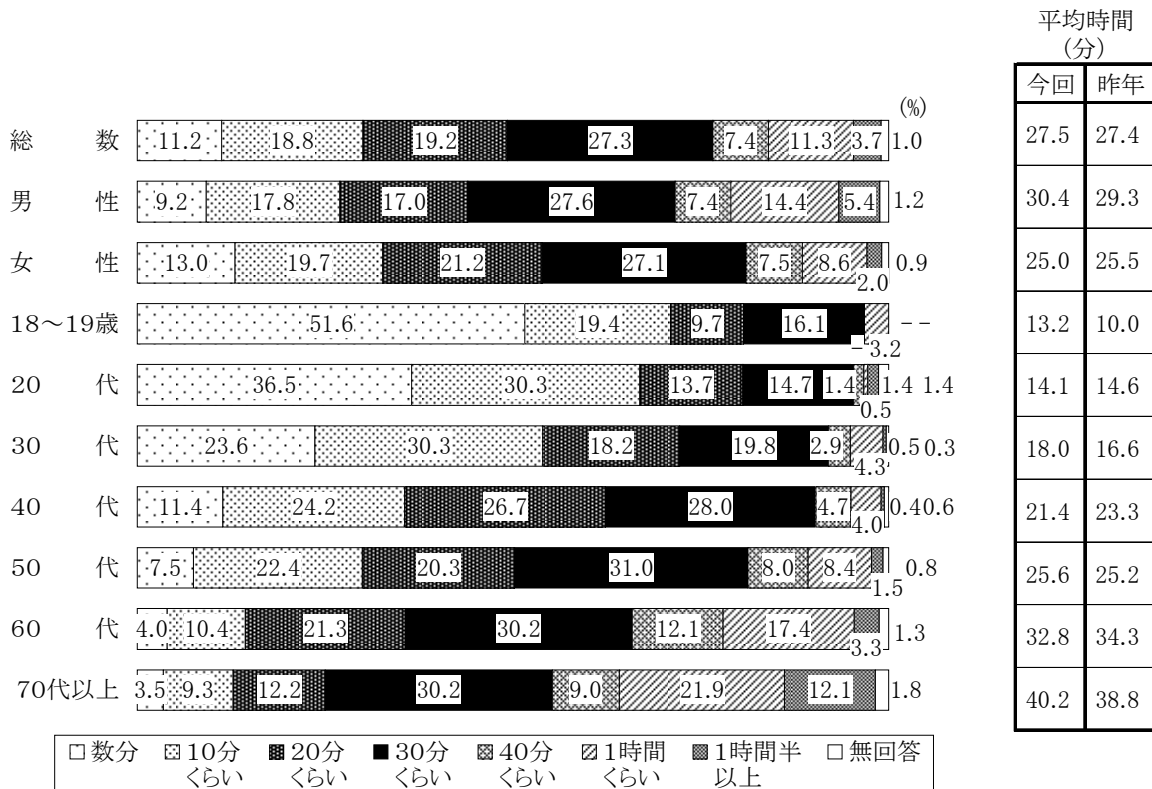


図 18-3 新聞の 1 日の閲読時間（性・年代別） (n=2,875)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の 83.1%)

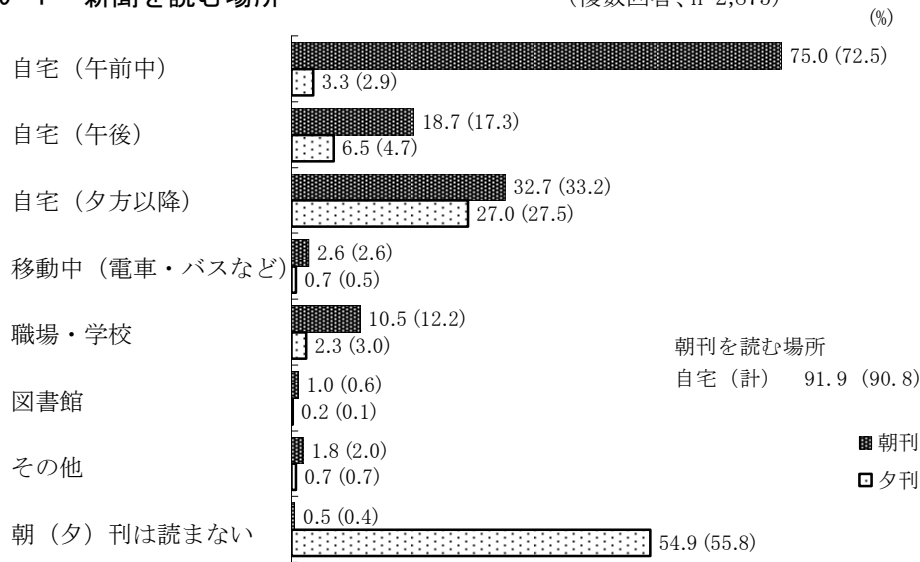
19. 新聞を読む場所は？ (*)

— 新聞を読むのは朝刊、夕刊共に自宅が中心。 —

- ・新聞を読む場所としては、朝刊は「自宅 (午前中)」(75.0%) をあげる人が7割を超え、圧倒的に多い。次いで、「自宅 (夕方以降)」(32.7%)、「自宅 (午後)」(18.7%)、「職場・学校」(10.5%) が続き、すべての時間帯を合わせると「自宅」をあげた人は91.9%に上る。夕刊も「自宅 (夕方以降)」が27.0%で最も多くなっている。
- ・朝刊について年代別に見ると、「自宅 (午前中)」は年代が上がるほど増加し、70代以上では9割(93.2%)を超える。「自宅 (夕方以降)」は18-19歳で半数近く(48.4%)、20代から50代で3割台後半(35.2~39.8%)となっている。「職場・学校」は20代から50代で1割台半ば(13.8~15.2%)となっている。

図 19-1 新聞を読む場所

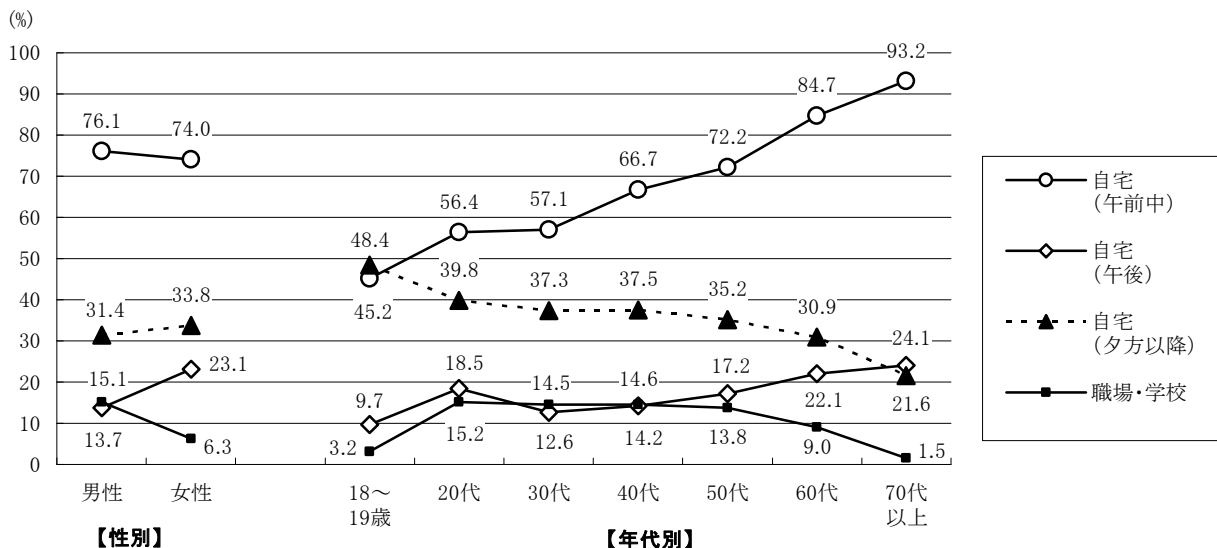
(複数回答、n=2,875)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 19-2 新聞 (朝刊) を読む場所 (性・年代別)

(複数回答、n=2,875)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の 83.1%)

20. 新聞を読む理由は？（＊）

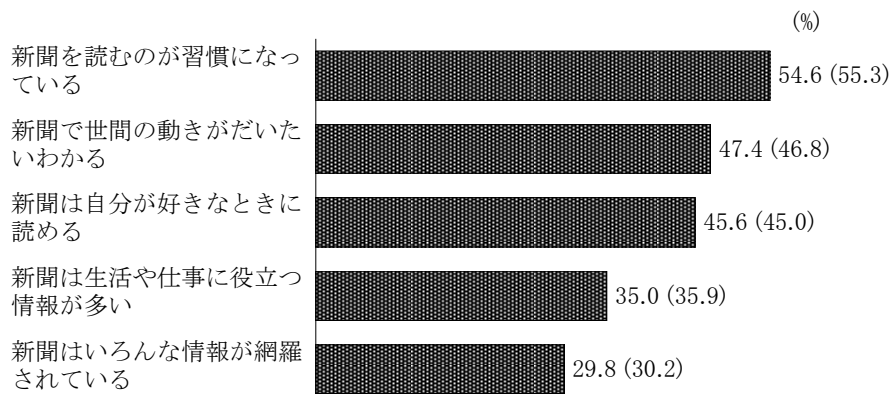
－ 新聞を読むことは生活の一部。

1位「習慣になっている」、2位「世間の動きがわかる」

- ・新聞を読む理由としては、「新聞を読むのが習慣になっている」(54.6%)をあげる人が半数強と最も多く、新聞を読むことが生活の一部となっていることがうかがえる。次いで、「新聞で世間の動きがだいたいわかる」(47.4%)、「新聞は自分が好きなきに読める」(45.6%)をあげる人が多い。
- ・年代別に見ると、「新聞を読むのが習慣になっている」は年代が上がるほど増加し、70代以上(69.5%)が最多。一方、20代以下では2割(19.4%、23.7%)にとどまる。20代では「新聞は自分が好きなきに読める」が新聞を読む理由として最も多くあげられており、新聞の手軽さが多様な生活スタイルをとる若い世代にとって、利点となっていることがうかがえる。

図 20-1 新聞を読む理由

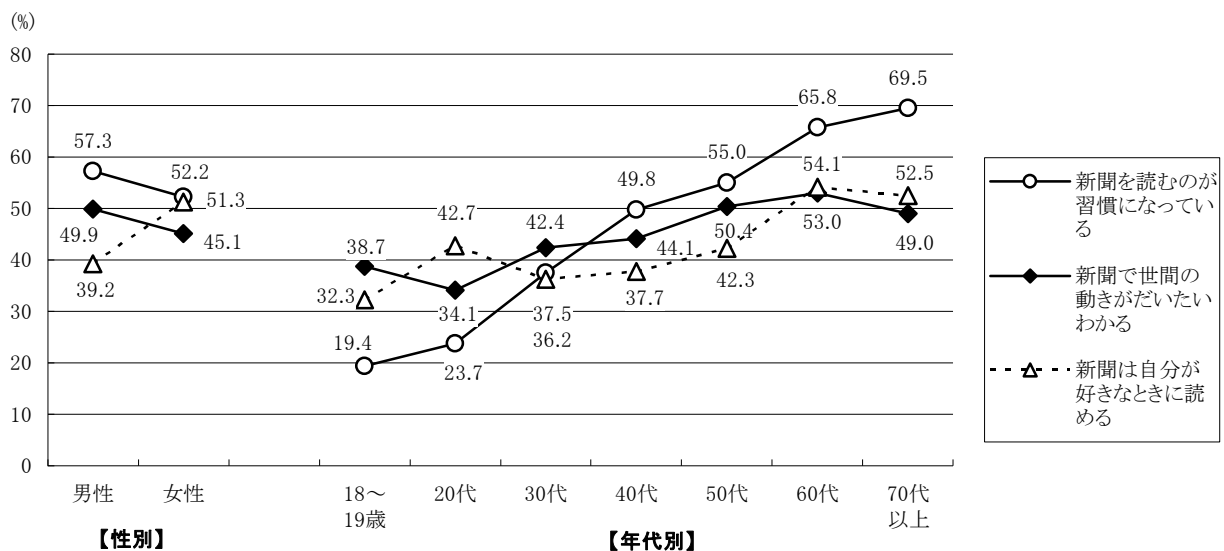
(複数回答、n=2,875)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 20-2 新聞を読む理由（性・年代別）

(複数回答、n=2,875)



(朝刊や夕刊を読んでいる人に) (全体の 83.1%)

21. よく読む新聞記事は？（＊）

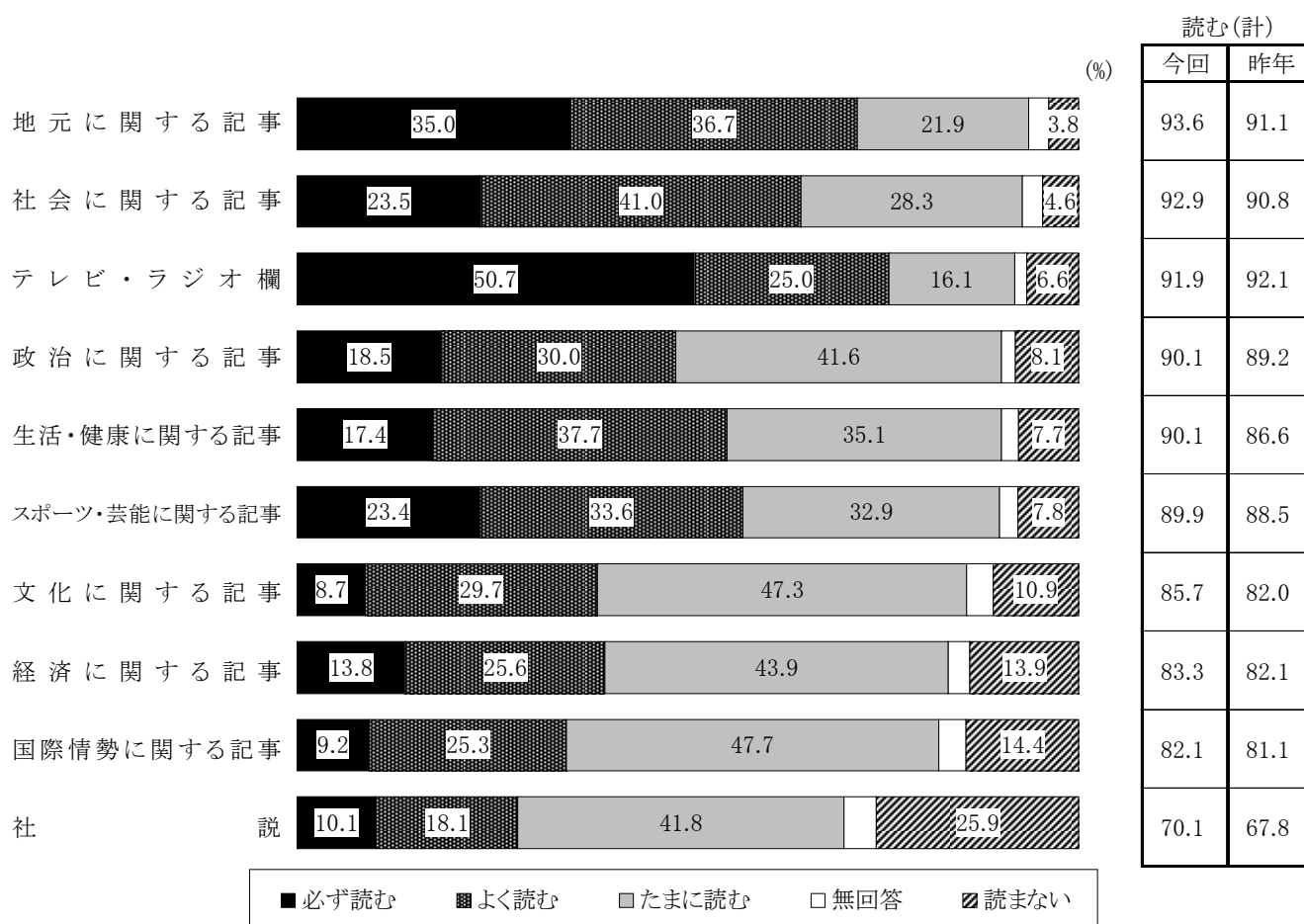
－ 身近な記事が人気。1位「地元記事」、2位「社会記事」、3位「ラ・テ欄」 －

- ・よく読む新聞の記事については、「必ず読む」「よく読む」「たまに読む」を合わせた『読む(計)』は「地元に関する記事」(93.6%)が最も多く、次いで「社会に関する記事」(92.9%)、「テレビ・ラジオ欄」(91.9%)が多くなっており、生活に密着した身近な記事がよく読まれていた。
- ・一方、「社説」は、『読む(計)』が7割(70.1%)にとどまり、「読まない」が25.9%と最も多くなっている。

※『読む(計)』＝「必ず読む」＋「よく読む」＋「たまに読む」

図 21-1 新聞でよく読む記事

(n=2,875)



(朝刊や夕刊を「読まない」と答えた人に) (全体の 16.6%)

22. 新聞を読まない理由は？ (*)

- 1位は「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」(67%)、
2位「新聞を取っていないから」(42%)。 —

- ・新聞を読まない理由としては、「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」(66.5%)をあげる人が6割を超え、最も多い。次いで、「新聞を取っていないから」(41.5%)、「新聞は高いから(お金がかかるから)」(27.6%)の順になっている。新聞以外のメディアへの接触が新聞離れの大きな要因となっていることがうかがえる。
- ・年代別に見ると、「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」が70代以上を除き、最も大きな理由となっているが、特に20代から40代では7割を超える。70代以上では「新聞を取っていないから」が最大の理由となっている。また、「新聞は高いから(お金がかかるから)」は、30代(39.6%)をピークとする曲線を描いている。
- ・昨年度調査と比較すると、「新聞を取っていないから」が4ポイント、「新聞を読む時間がないから」が7ポイント減少している。

図 22-1 新聞を読まない人 (n=3,461)

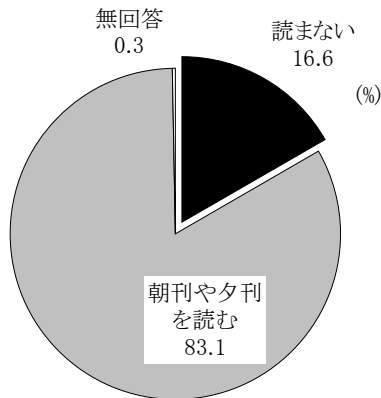
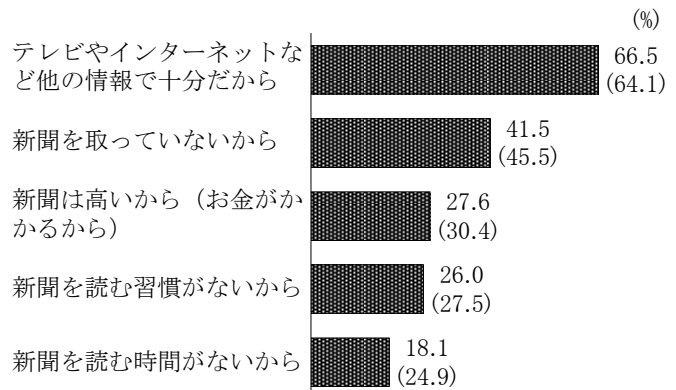


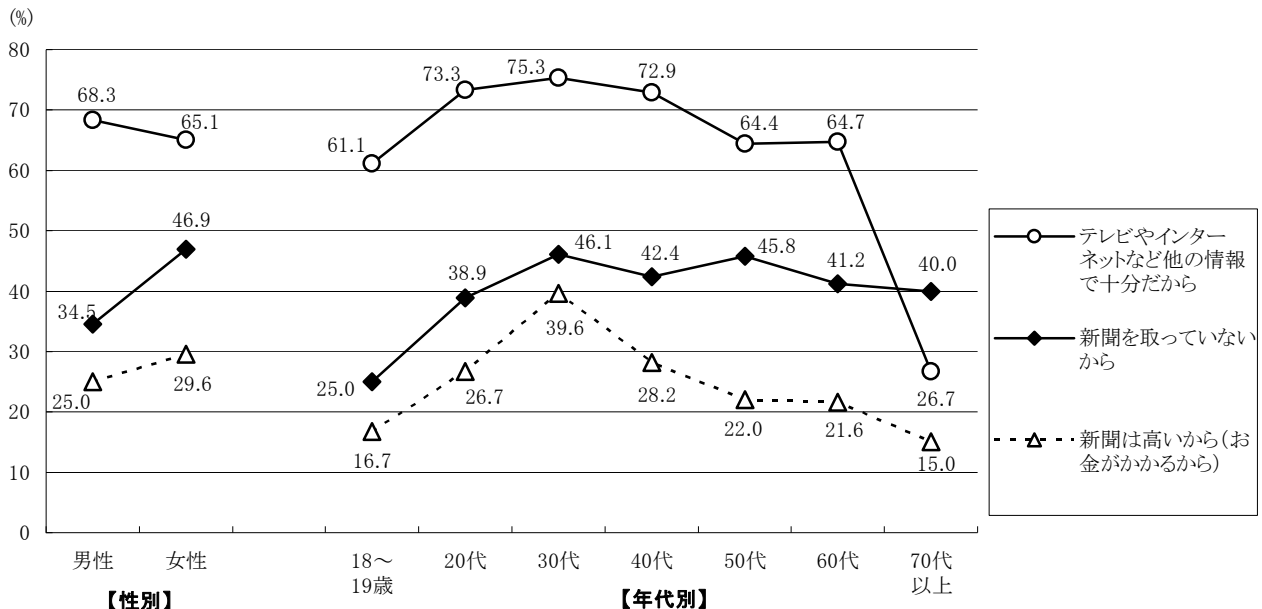
図 22-2 新聞を読まない理由 (複数回答、n=576)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 22-3 新聞を読まない理由(性・年代別)

(複数回答、n=576)



23. 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」81%。減少傾向から増加に転じる。－

- ・戸別配達については、「ぜひ続けてほしい」は63.1%、「できれば続けてほしい」は18.1%であり、両者をあわせた『続けてほしい(計)』は81.2%である。毎日決まった時間に自宅に直接新聞が届くという戸別配達へのニーズは高い。
- ・年代別に見ると、『続けてほしい(計)』は20代（59.6%）で最も少なく、30代以降、年代が高いほど多くなり、60代以上では9割（89.1%、90.7%）を占める。
- ・過去の調査と比較すると、『続けてほしい(計)』の割合は、調査開始の2008年度以来、減少傾向にあったが、今回調査では増加に転じた。年代別に見ると、2010年度調査で大きく減少した18-19歳で増加が14ポイントと大きくくなっているほか、30代から50代でも2～4ポイント増加している。

※『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 23-1 戸別配達の存続

(n=3,461)

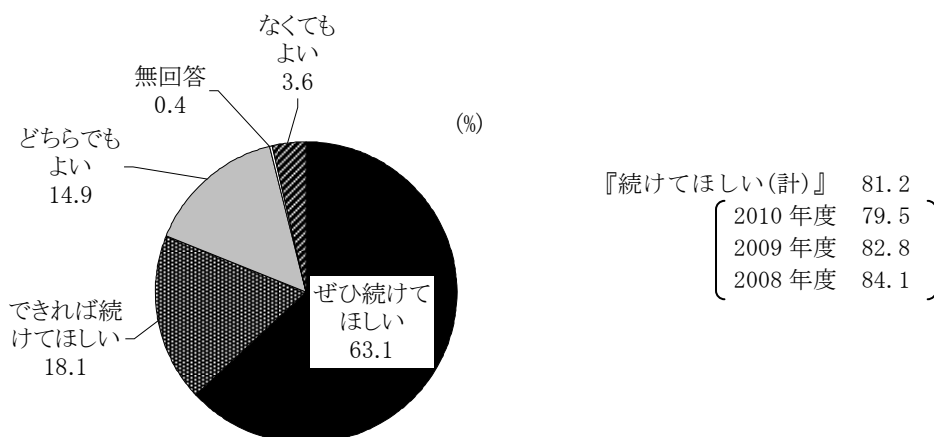
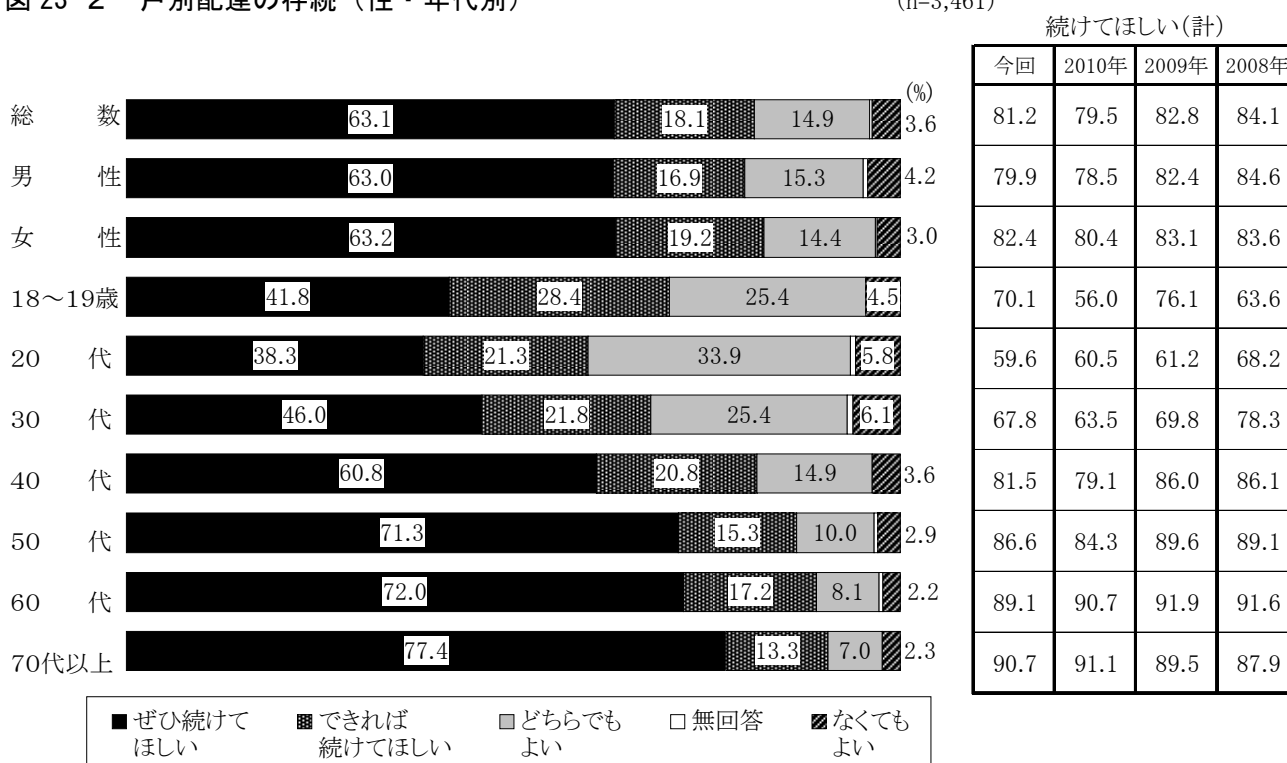


図 23-2 戸別配達の存続（性・年代別）

(n=3,461)



24. 夕刊の発行をどう思う？（*）

－ 「続けてほしい」は22%。減少傾向から転じて、若干の増加。 －

- ・夕刊の発行については、「ぜひ続けてほしい」は9.8%、「できれば続けてほしい」は12.3%であり、両者を合わせた『続けてほしい(計)』は22.0%である。一方、「なくてもよい」は34.0%である。夕刊の発行を続けてほしいという層は2割にとどまり、夕刊の発行への要望は強いとは言えない。
- ・年代別に見ると、夕刊の発行を続けてほしい人は、最も多い70代以上であっても3割（27.7%）を下回る。20代から40代では2割（15.3%～18.8%）を切っている。どの世代においても、夕刊はなくてもよいと考える人が多い傾向にあり、20代以上ではいずれも『続けてほしい(計)』の割合を上回る。
- ・過去の調査と比較すると、夕刊の発行への要望は、調査開始の2008年度以来、減少傾向にあったが、今回調査ではわずかながら増加に転じた。年代別に見ると、2010年度調査から今回にかけては、18-19歳で増加が9ポイントと大きくなっている。

※『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 24-1 夕刊発行の存続

(n=3,461)

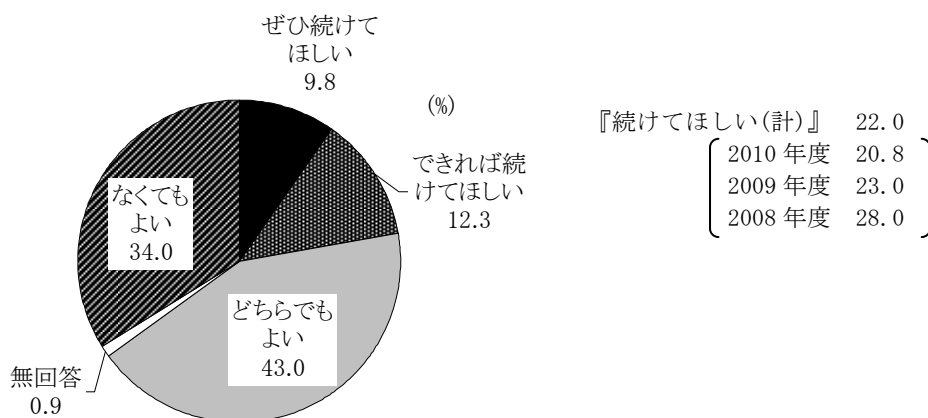
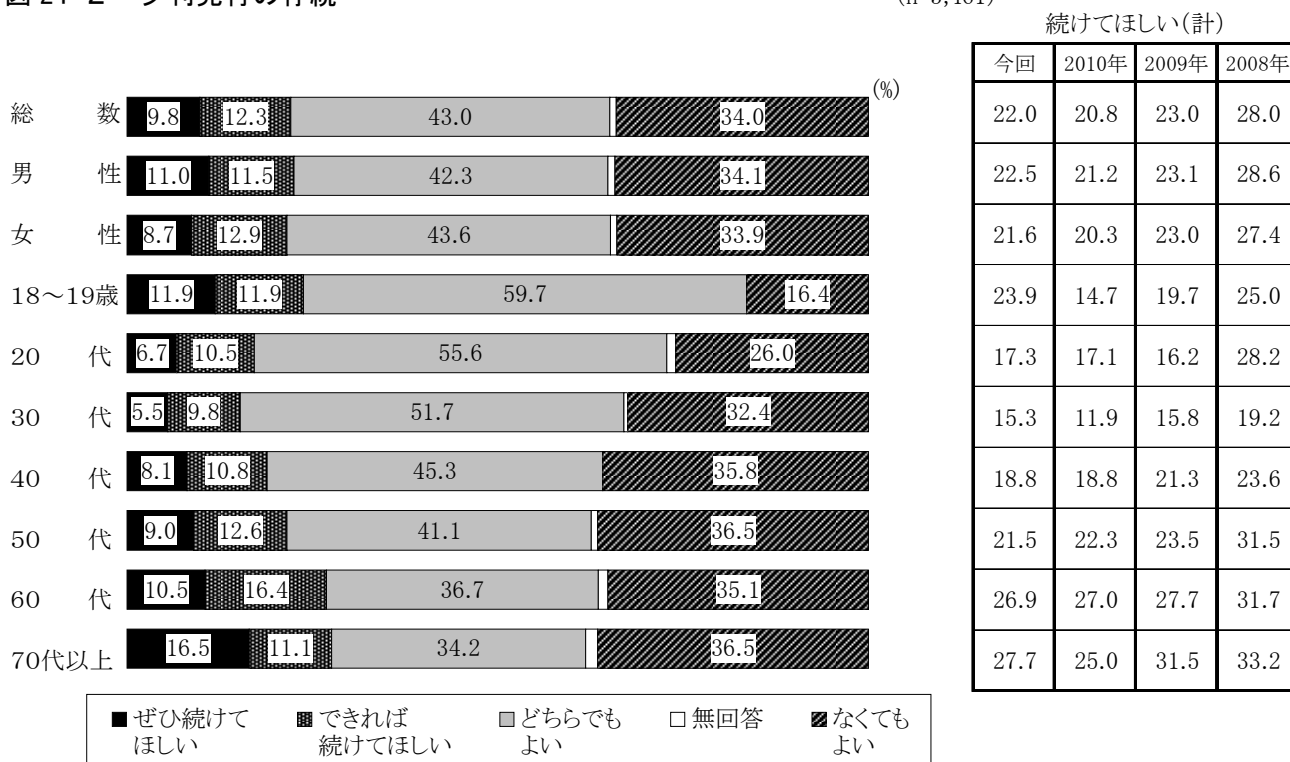


図 24-2 夕刊発行の存続

(n=3,461)



25. 月ぎめ新聞の購読状況は？（＊）

－ 85%が購読。30代で購読68%と最も少ない。 －

- ・ 自宅で月ぎめで新聞を購読している人は 85.2%と 8 割を超えている。新聞の種類を見ると、「全国紙」を購読している人が 57.6%、「県紙・地方紙」を購読している人が 35.1%、「ブロック 3 紙」を購読している人が 13.2%となっている。また、全国紙を購読している人のうち、「2 紙以上」の購読は 7.2%と少なく、ほとんどが「1 紙のみ」（91.2%）の購読である。
- ・ 年代別で見ると、月ぎめ新聞を購読している人は、30 代では 7 割弱（68.0%）と最も少なく、20 代以下で 7 割台（72.2～77.6%）、40 代で 8 割台半ば（84.9%）、50 代以上で 9 割（91.4～93.0%）を超えている。
- ・ 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 代と 40 代でそれぞれ 4 ポイント増加している。

図 25-1 月ぎめでとっている新聞の有無 (n=3,461)

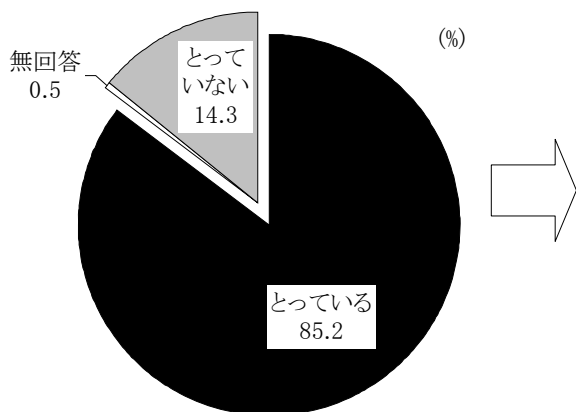


図 25-2 月ぎめでとっている新聞の種類 (複数回答、n=2,949)

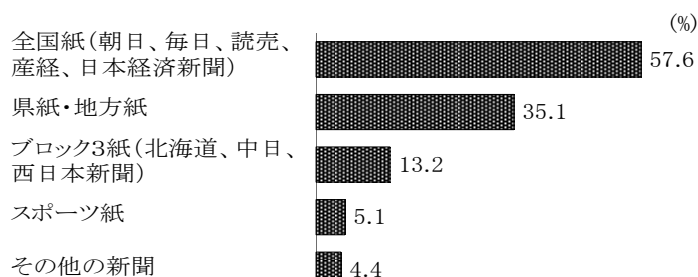


図 25-3 全国紙を何紙とっているか (n=1,700)

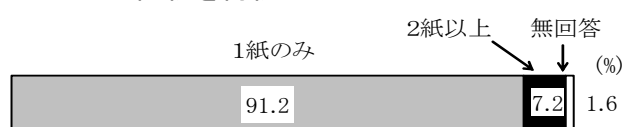
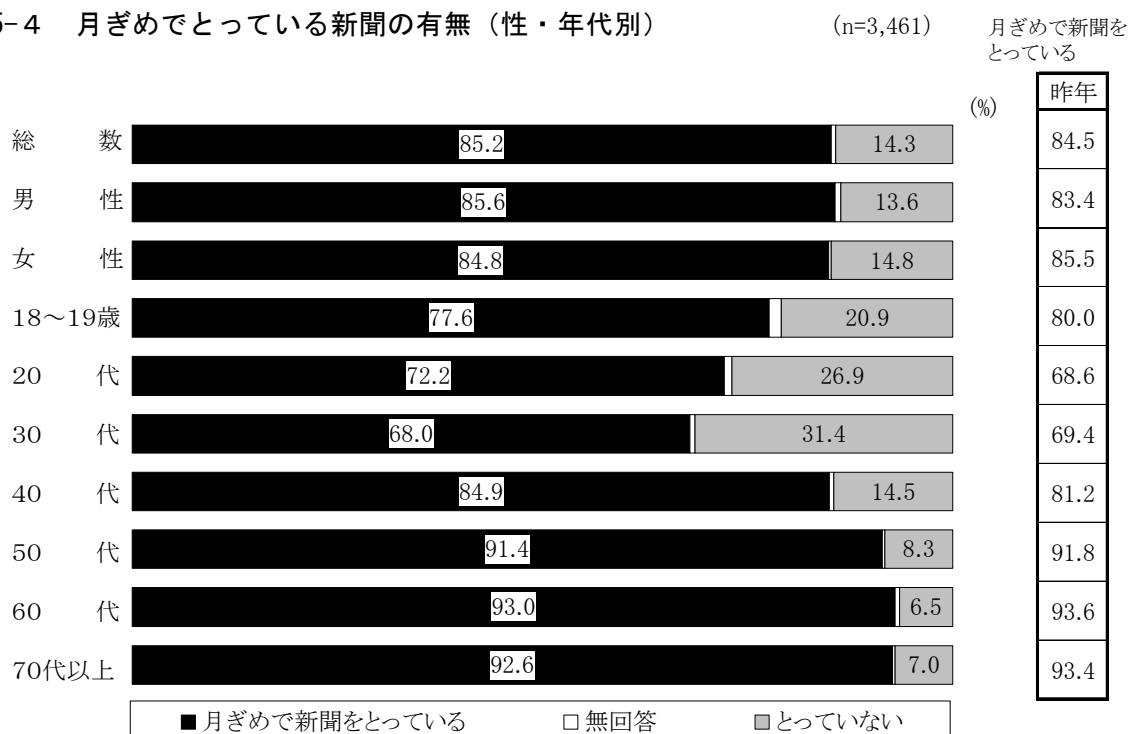


図 25-4 月ぎめでとっている新聞の有無（性・年代別） (n=3,461)



26. 新聞の購読料をどう思う？（*）

－ 「高い」とする人は51%。若い世代で負担感が大きい。 －

- ・新聞の1ヶ月の購読料（朝刊と夕刊のセットでおよそ4,000円）について、「かなり高い」は10.4%、「少し高い」は41.0%の回答であった。両者を合わせた『高い(計)』は51.4%となり、半数以上の人が購読料を負担に感じていることが分かる。「妥当である」は46.1%、「少し安い」と「かなり安い」を合わせた『安い(計)』は1.8%とごく少数にとどまっている。
- ・年代別に見ると、『高い(計)』は40代以下では5割（55.4～62.7%）を超えている。一方、60代以上では、『高い(計)』（45.3%、44.0%）を押さえ、「妥当である」とする人が半数以上（51.3%、53.5%）を占め、新聞に金額相応の価値を置いていることがうかがえる。
- ・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、減少傾向にある。

※『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 26-1 新聞の購読料

(n=3,461)

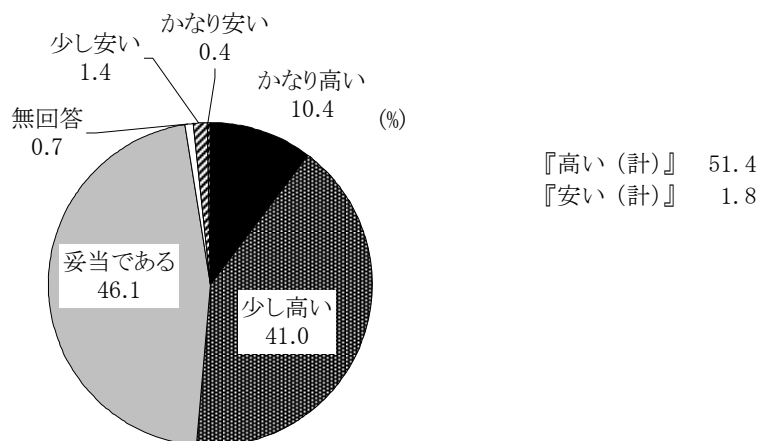
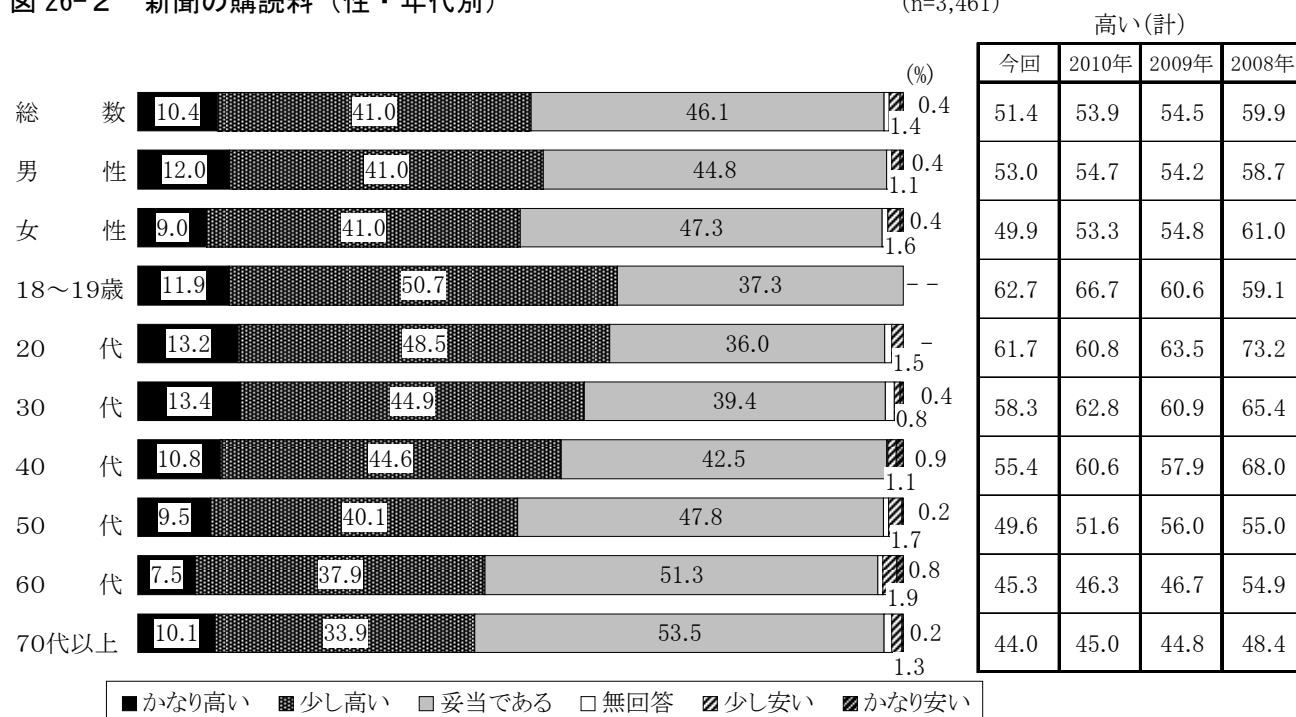


図 26-2 新聞の購読料（性・年代別）

(n=3,461)



27. 通信社の役割を知っている？（＊）

－ 特に若い世代で「役割を知っている人」は少ない。 －
 「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45.2%、「知らない」人は53.5%であった。
- ・性別で見ると、「知っている」人は、女性（39.7%）よりも男性（51.5%）に多い。
- ・年代別に見ると、通信社の役割を「知っている人」は、18-19歳では35.8%、20代では30.1%と少なく、年代が上がると共に増加し、50代で54.0%と最も多くなり、50代以降は年代が上がるにつれて減少している。
- ・過去の調査と比較しても、「知っている」人の割合はほとんど変わらない。年代別に昨年度調査と比較すると、18-19歳、30代、70歳以上では「知っている」が増加し、20代、40代では減少している。

図 27-1 通信社の役割の認知

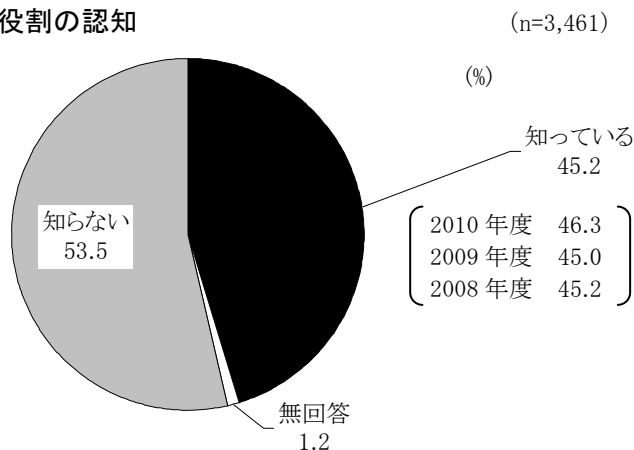
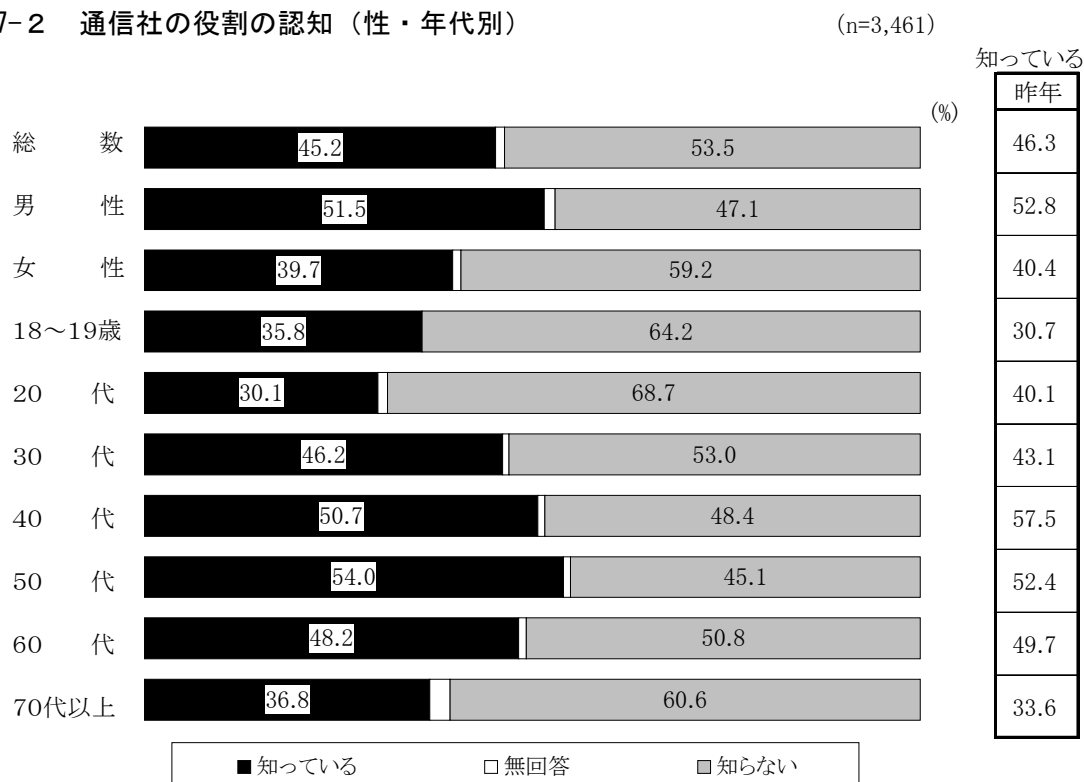


図 27-2 通信社の役割の認知（性・年代別）



28. 見たり聞いたりしたことがある通信社は？（＊）

－ 1位「共同通信社」（69%）、2位「ロイター通信」（68%）で順位変わらず。－

- ・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あげた人は80.3%である。最も知名度が高いのは「共同通信社」で69.3%の人があげている。次いで「ロイター通信」が67.6%、「AP通信」が50.0%、「時事通信社」が42.8%、「新華社」が40.3%となっている。
- ・年代別に見ると、50代以上では「共同通信社」の知名度が最も高いが、40代以下では「ロイター通信」が最も高い。
- ・過去の調査と比較すると、今回調査では、「時事通信社」と「新華社」の順位が入れ替わったが、比率には大きな変化は見られない。

図 28-1 知っている通信社の有無 (n=3,461)

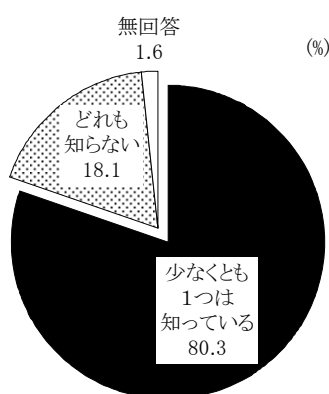
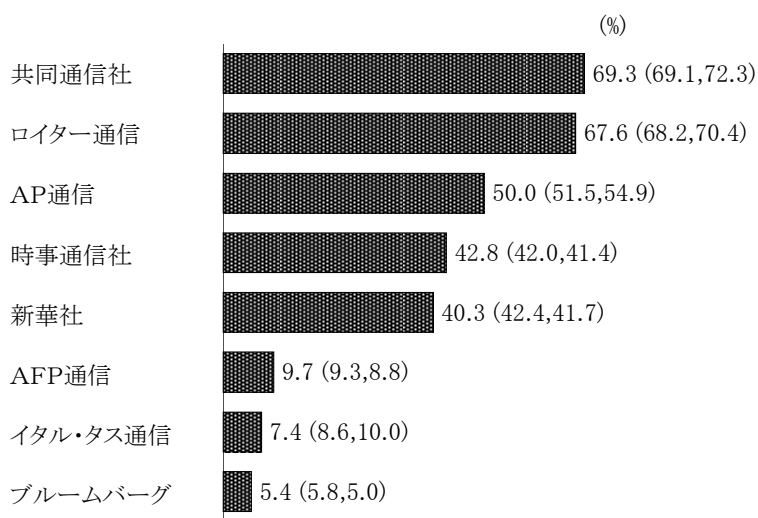


図 28-2 知っている通信社 (複数回答、n=3,461)



注：（ ）内は左から 2010 年度調査、2009 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=3,461)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位
総 数	共同通信社 69.3	ロイター通信 67.6	AP通信 50.0	時事通信社 42.8	新華社 40.3
男 性	共同通信社 74.9	ロイター通信 69.5	AP通信 56.2	時事通信社 50.1	新華社 46.3
女 性	ロイター通信 65.9	共同通信社 64.4	AP通信 44.6	時事通信社 36.4	新華社 35.0
18-19歳	ロイター通信 53.7	共同通信社 43.3	時事通信社 31.3	AP通信 31.3	新華社 20.9
20 代	ロイター通信 67.5	共同通信社 54.1	AP通信 52.6	時事通信社 33.6	新華社 24.3
30 代	ロイター通信 75.6	共同通信社 72.5	AP通信 60.8	時事通信社 46.6	新華社 35.2
40 代	ロイター通信 79.0	共同通信社 75.1	AP通信 65.1	時事通信社 47.7	新華社 43.5
50 代	共同通信社 79.0	ロイター通信 75.0	AP通信 55.8	新華社 47.8	時事通信社 46.6
60 代	共同通信社 72.9	ロイター通信 65.8	新華社 48.2	時事通信社 45.2	AP通信 44.4
70代以上	共同通信社 59.1	ロイター通信 47.0	新華社 35.5	時事通信社 34.7	AP通信 29.3

《新聞のこれからとインターネット》

29. インターネットのニュースをどの程度見る？（*）

- 「インターネットニュースを毎日見る」20代、30代では半数近く。
30代以下では朝刊の閲読率を上回る。

- インターネットのニュースを閲覧している人は55.2%と半数を超えている。内訳を見ると、「毎日」見ている人（25.1%）が4人に1人の割合になっている。
- 年代別に見ると、インターネットのニュースを閲覧している人は若年層に多く、特に30代以下では8割(84.5~92.4%)を超え、新聞朝刊の閲読率を上回った。インターネットのニュースを「毎日」見ている人は20代、30代では半数近く（48.8%、47.5%）に達している。
- 過去の調査と比較すると、大きな変化は見られない。

図 29-1 インターネットニュースの閲覧状況

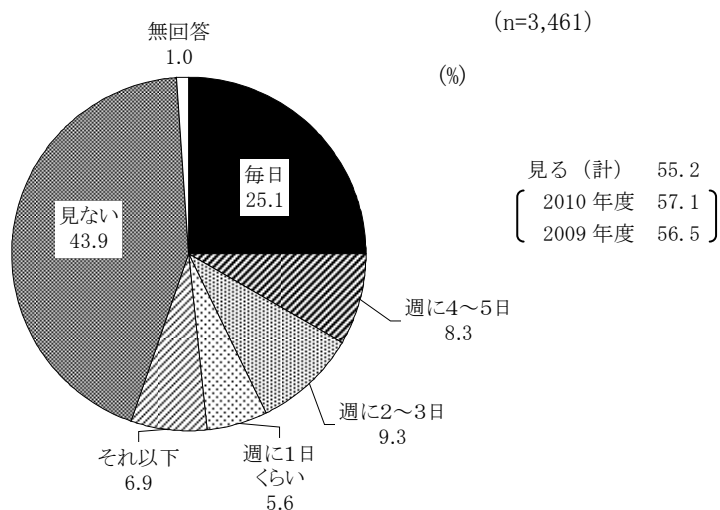


図 29-2 インターネットニュースの閲覧状況 (見る(計)) (性・年代別) (n=3,461)

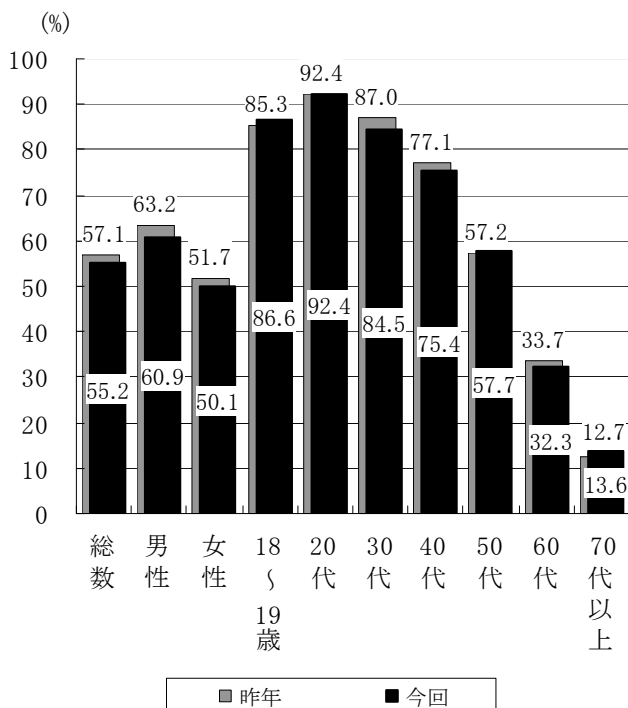
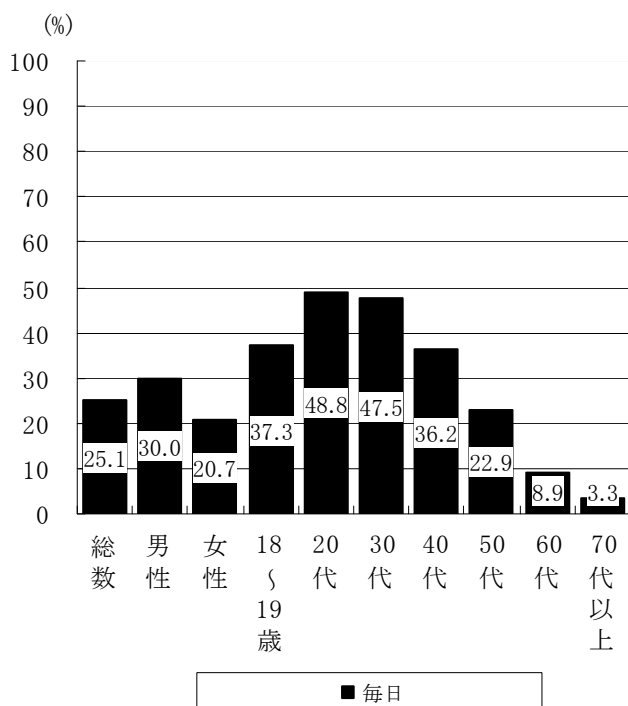


図 29-3 インターネットニュースの閲覧状況 (毎日) (性・年代別) (n=3,461)



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 55.2%)

30. よく見るインターネットニュースの記事は? (*)

- 1位「スポーツ・芸能に関する記事」(71%)、
- 2位「社会に関する記事」(53%) -

- ・よく見るインターネットニュースの記事としては、「スポーツ・芸能に関する記事」(71.2%)をあげる人が7割を超え、最も多く、次いで、「社会に関する記事」(53.4%)をあげる人が半数を超えている。
- ・性別に見ると、「政治に関する記事」「経済に関する記事」は男性の方が多く、「生活・健康に関する記事」は女性の方が多くなっている。
- ・年代別に見ると、「スポーツ・芸能に関する記事」は30代以下で8割(80.9~81.0%)と多くなっている。
- ・過去の調査と比較すると、「政治に関する記事」が昨年度より5ポイント増加した。

図 30-1 インターネットニュースでよく読む記事 (複数回答、n=1,909)

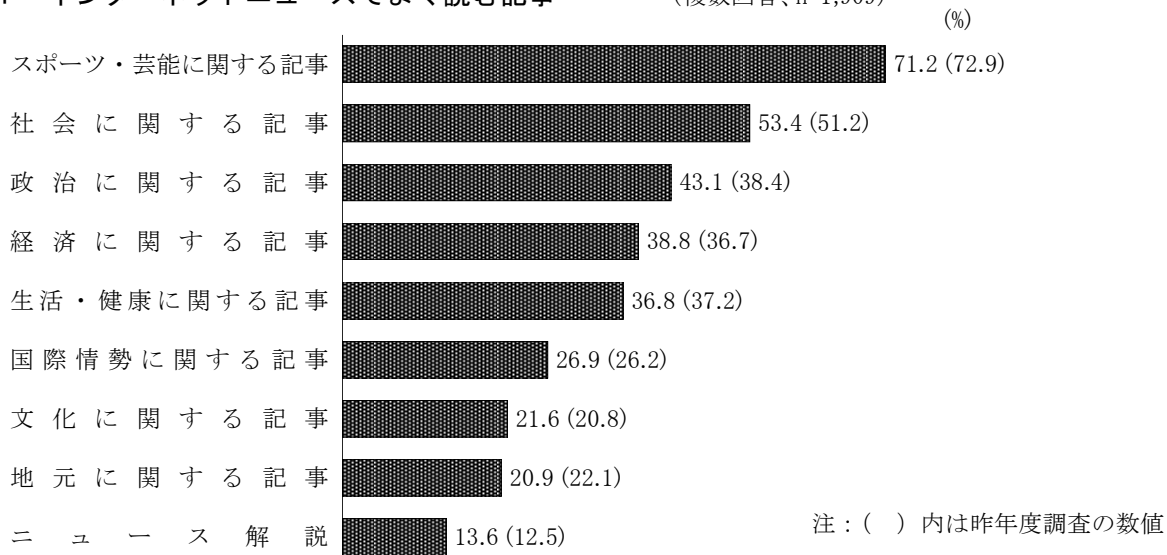
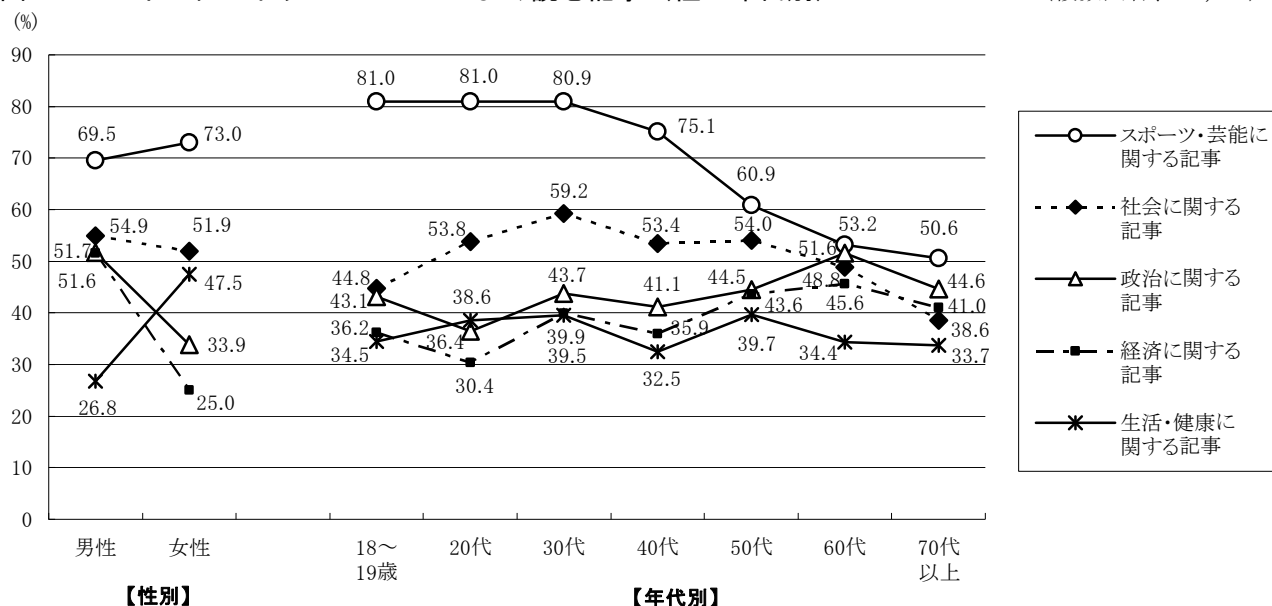


図 30-2 インターネットニュースでよく読む記事 (性・年代別) (複数回答、n=1,909)



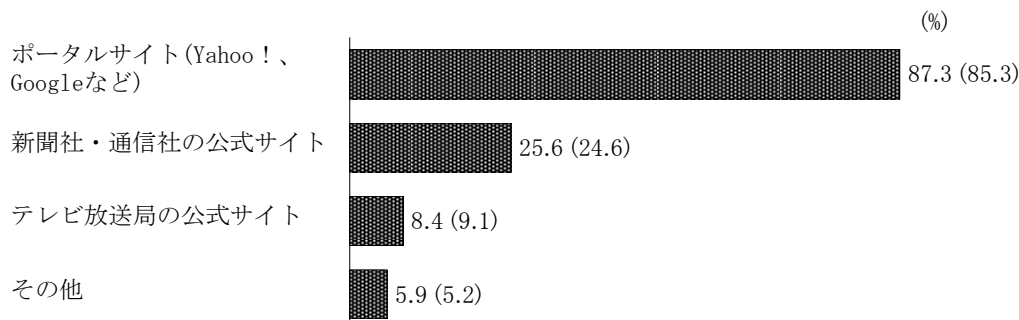
(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 55.2%)

31. インターネットニュースを見るサイトは？ (*)

— ポータルサイトが 87%、新聞社の公式サイトは 26%。 —

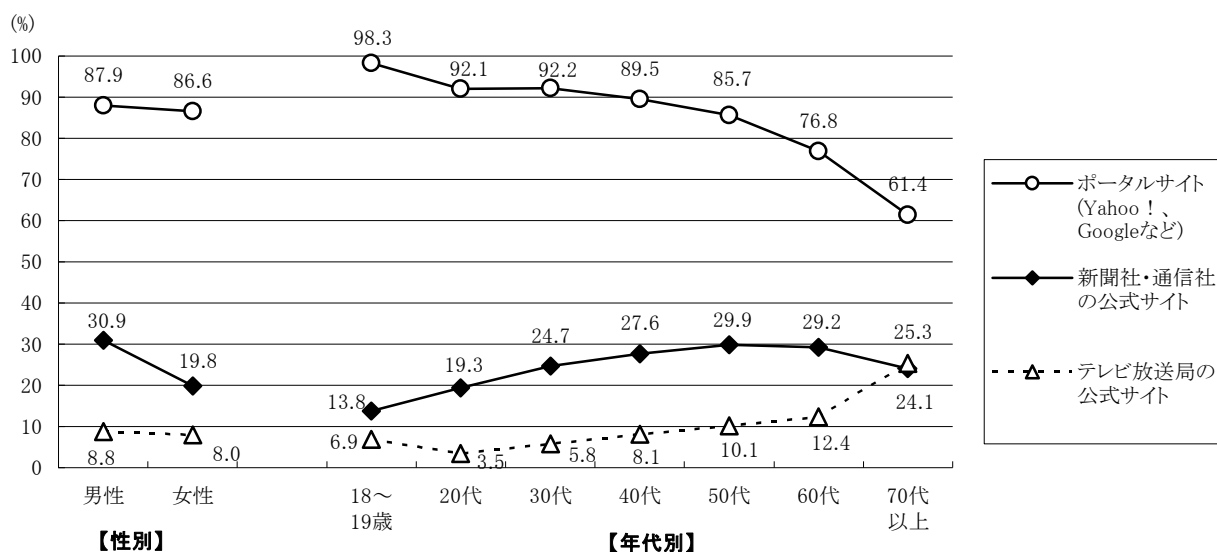
- ・インターネットニュースを見るサイトを質問したところ、「ポータルサイト(Yahoo!、Google など)」(87.3%) が突出して最も多かった。「新聞社・通信社の公式サイト」(25.6%)、「テレビ放送局の公式サイト」(8.4%) は大きく水をあけられているようだ。
- ・年代別に見ると、「ポータルサイト(Yahoo!、Google など)」はいずれの年代においても最も多く、30 代以下では 9 割 (92.1~98.3%) を超え、40 代以上では年代の上昇と共に少なくなるが、70 代以上でも 6 割 (61.4%) を超える。一方、「新聞社・通信社の公式サイト」「テレビ放送局の公式サイト」は年代が上がるほど多くなる傾向が見られる。
- ・過去の調査と比較すると、大きな変化は見られない。

図 31-1 インターネットニュースを見るサイト (n=1,909)



注：() 内は昨年度調査の数値

図 31-2 インターネットニュースを見るサイト (性・年代別) (n=1,909)



32. 将来の新聞の役割についてどう思う？（＊）

－ 「新聞が報道に果たす役割は大きい」が昨年度より2ポイント増と持ち直す。 －

新聞の役割減少派 37%、持続派 46%

- ・将来の新聞について、「A：インターネットなどの普及により新聞の役割が少なくなってくる」と考える役割減少派は 36.5%、「B：今までどおり、新聞が報道に果たす役割は大きい」と考える役割持続派は 46.1%と、役割持続派の方が多くなっている。
- ・年代別に見ると、役割持続派は年代が上がるほど多くなり、60代以上では6割前後（57.5%、63.3%）を占める。一方、30代以下では役割減少派が過半数（51.5～57.6%）と多く、持続派（24.9～29.0%）を上回っており、若い世代で将来、新聞がインターネットなどの影響を受けると見ている人が多いことが分かる。
- ・昨年度調査と比較すると、役割持続派は前回調査では全年代で減少したが、今回調査では30代と60代を除いて増加となった。また、役割減少派が40代以下で減少するなど、新聞の役割について再評価がなされていることがうかがえる。

※役割減少派：「Aに近い」＋「どちらかといえばAに近い」
 役割持続派：「どちらかといえばBに近い」＋「Bに近い」

図 32-1 将来の新聞についての意見

(n=3,461)

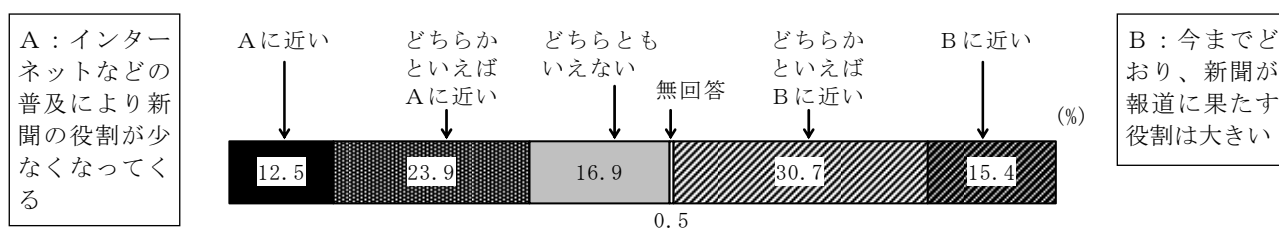
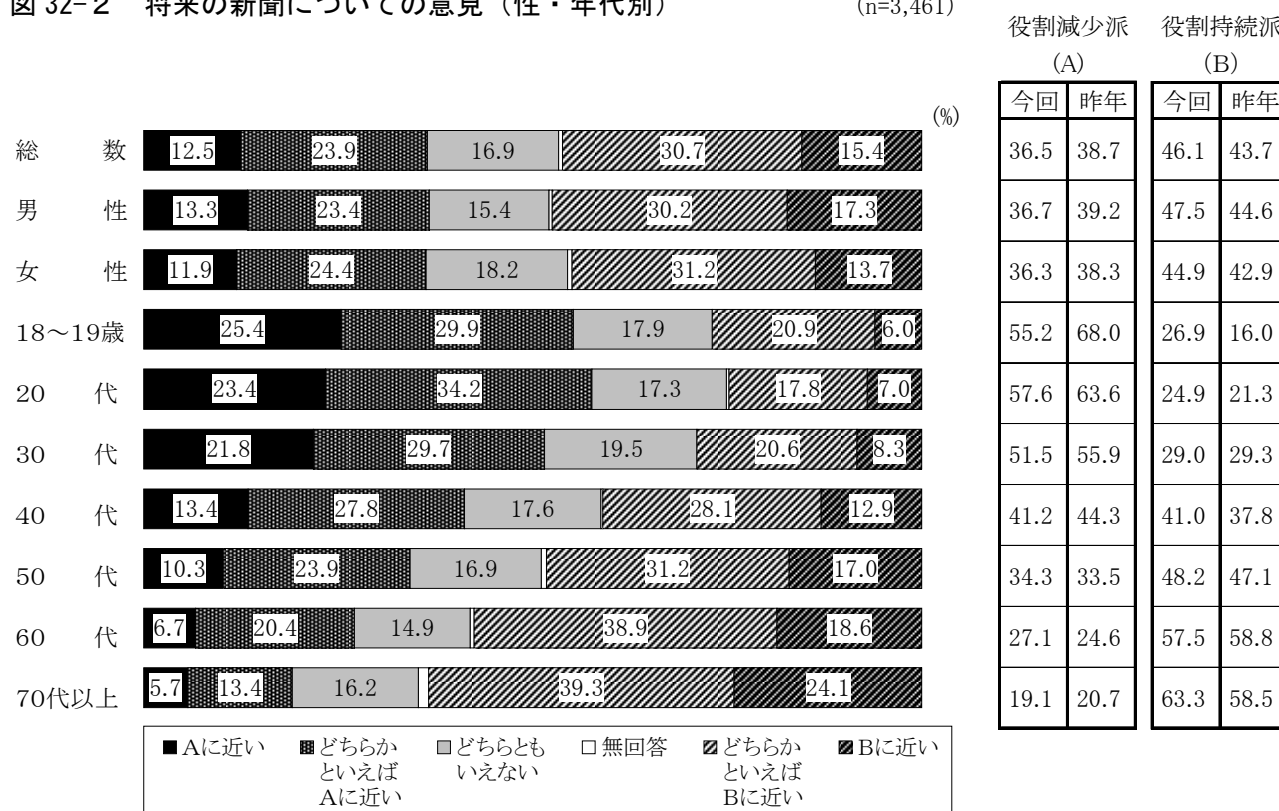


図 32-2 将来の新聞についての意見（性・年代別）

(n=3,461)

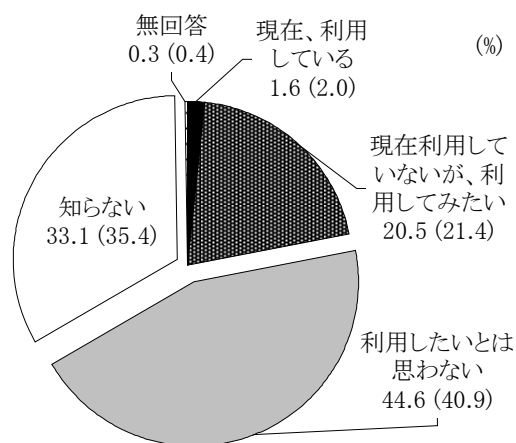


33. 電子新聞の利用意向は？（＊）

－ 「利用してみたい」 21%、40代以下では利用意向が30%前後。 －

- ・電子新聞について、「現在、利用している」が1.6%、「現在利用していないが、利用してみたい」が20.5%となっており、5人に1人が利用してみたいと回答している。「知らない」は33.1%であった。
- ・電子新聞の購読料としては「1,000円未満」が22.9%で最も多く、次いで「1,000円～2,000円未満」が10.8%となっている。
- ・電子新聞の利用意向を年代別に見ると、40代以下で利用意向が高く、3割前後（27.1～30.1%）が「利用してみたい」と回答している。

図 33-1 電子新聞の認知度と利用意向 (n=3,461)



注：（ ）内は昨年度調査の数値

図 33-2 電子新聞の許容購読料 (n=3,461)

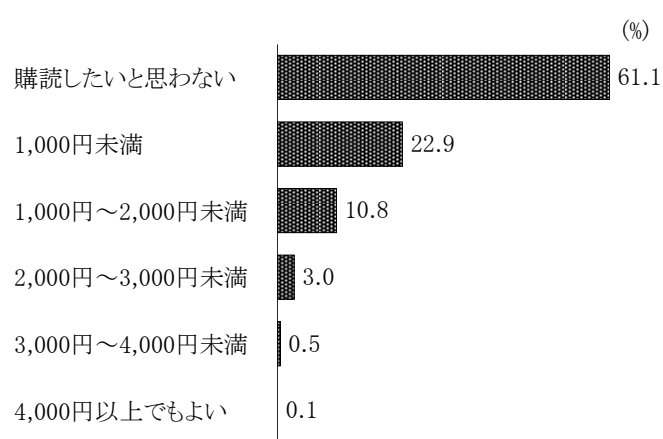
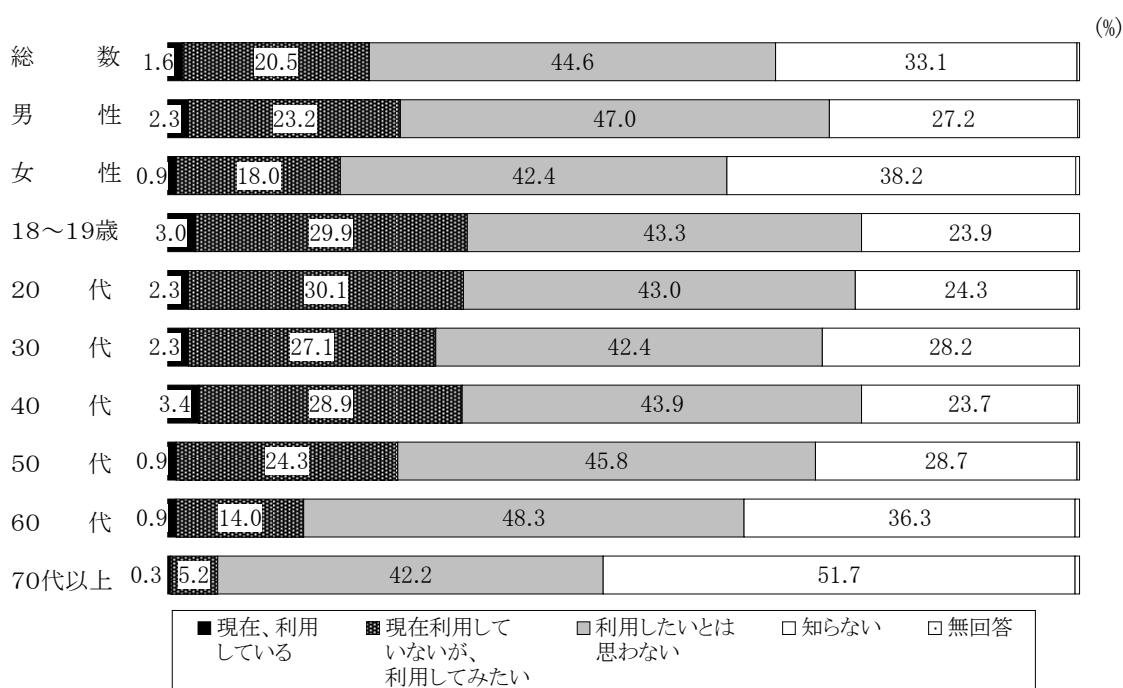


図 33-3 電子新聞の認知度と利用意向（性・年代別）

(n=3,461)



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 3,461（69.2%）

<性別>

総数	男性	女性
3,461	1,620	1,841
100.0%	46.8%	53.2%

●調査方法

専門調査員による訪問留置法

●実査時期

2011年9月

●調査委託機関

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
67	342	528	558	581	774	611
1.9%	9.9%	15.3%	16.1%	16.8%	22.4%	17.7%

第4回 メディアに関する全国世論調査（2011年）

2011年11月発行

発行 公益財団法人 新聞通信調査会

東京都港区虎ノ門1丁目5番16号

電話 03-3593-1081