

第17回  
メディアに関する全国世論調査  
(2024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」66.7点、2位「新聞」65.9点、3位「民放テレビ」60.4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」40%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」>

## 《生成 AI》

5. 生成 AI と聞いて思い浮かぶものは？ ..... 7  
    <「対話型 AI」60%>
6. 普段、生成 AI を使うことは？ ..... 8  
    <「使っている」14%、「使ったことはない」69%>
7. 生成 AI の開発と規制はどうすべき？ ..... 9  
    <「政府は規制を強化すべき」60%、「政府は規制を最小限に」19%>
8. 生成 AI がニュース記事を書くことについての印象は？ ..... 10  
    <「人の判断が入らず、フェイクニュースがまぎれこむ」49%>
9. 生成 AI が書いたニュース記事が増えることは？ ..... 11  
    <「よいと思う」16%、「よくないと思う」57%>
10. 生成 AI で作られたフェイクニュースにだまされない？ ..... 12  
    <だまされない「自信がある」11%、「自信がない」88%>
11. AI に自分の仕事が取って代わられると思う？ ..... 13  
    <「取って代わられる」49%、「取って代わられない」29%>
12. 生成 AI の普及によって将来の社会がよくなる？ ..... 15  
    <「よくなると思う」44%、「よくなると思わない」54%>

## 《日本の安全保障》

13. 日本が軍事攻撃を受ける不安は？ ..... 16  
    <「不安を感じる」78%、「不安を感じない」22%>
14. 台湾をめぐる中国の武力行使への危機感は？ ..... 17  
    <「危機感を持っている」79%、「危機感を持っていない」21%>
15. 中国が台湾を軍事的に攻撃した場合の日本の関与は？ ..... 18  
    <「自衛隊は戦闘に不参加、武器弾薬の後方支援」30%>
16. 世界平和への最大の脅威になっている国は？ ..... 19  
    <「ロシア」41%、「中国」27%>

17. 世界各国で連携して取り組むべき課題は？ ..... 20  
    <「戦争や地域紛争の終結・抑止」74%>

### 《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  
    <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>
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「民放テレビ」「NHK テレビ」「インターネット」「新聞」>
20. ニュースを読んだり見聞きしたりするのはいつ、どこで？ ..... 24  
    <新聞は「自宅(午前中)」、民放テレビとNHK テレビは「自宅(夕方以降)」>
21. 大きなニュースを入手するメディアは？ ..... 26  
    <「民放テレビ」72%、「インターネット」64%、「NHK テレビ」54%、「新聞」36%>
22. どのメディアで各分野の情報を得る？ ..... 27  
    <全分野で民放テレビが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」48%、「読まない」40%>
24. 月ぎめ新聞の購読状況は？ ..... 30  
    <54%が購読、購読率は昨年より低下>
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」49%>
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」46%、「知らない」53%>
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」(71%)、2位「ロイター通信」(67%)>

### 《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41%、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」51%>
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42%、「購読しない・読まない」が44%>

## 《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71%>
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82%、SNSは若い世代ほど多い>
36. インターネットニュースを見る時に出所を気にするか？ …………… 44  
    <「気にする」46%、「気にしない」54%>
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」66.7点、2位「新聞」65.9点、3位「民放テレビ」60.4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66.7点、次いで「新聞」が65.9点、「民放テレビ」が60.4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「民放テレビ」（前回調査比1.4点低下）、「ラジオ」（同1.1点低下）、「インターネット」（同1.0点低下）、「新聞」（同0.6点低下）、「NHK テレビ」（同0.3点低下）はいずれも低下した。
- 性別、年代別に見ると、「NHK テレビ」、「新聞」は全ての年代で上位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20～30代、50代で1位に挙げられた。

図1-1 各メディアの信頼度

(n=2,906)

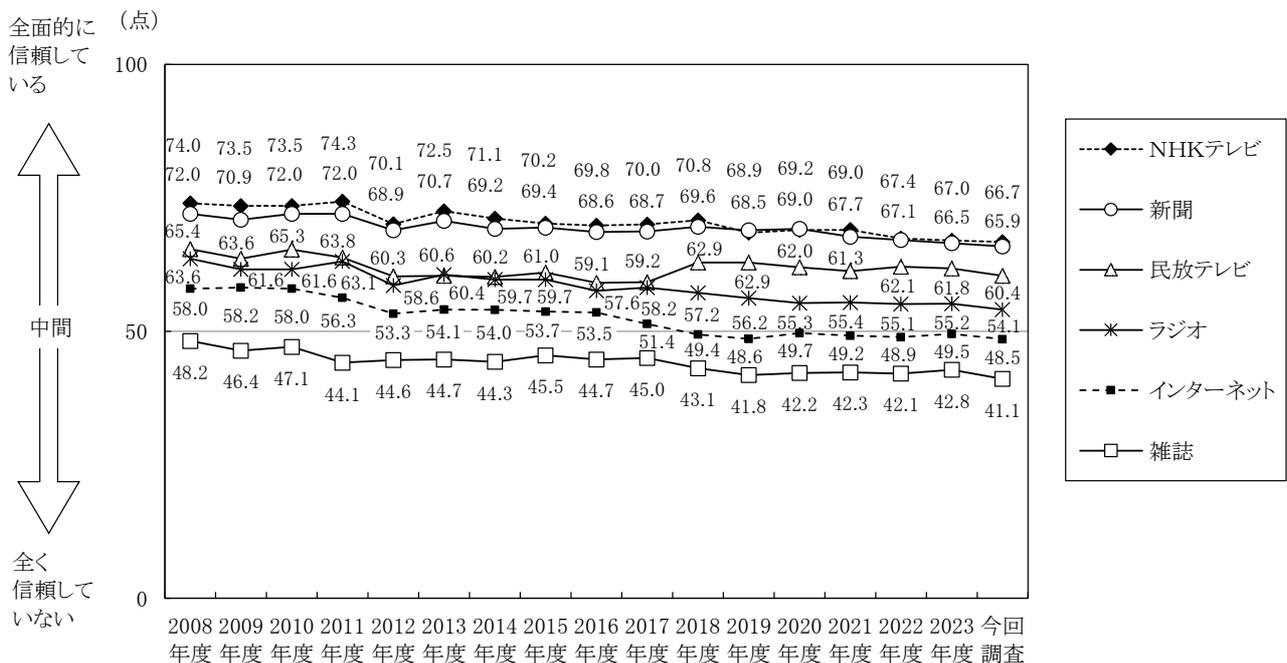


表 1-1 各メディアの信頼度（性・年代別）

(点)

	1 位	2 位	3 位	4 位	5 位	6 位
総 数	NHKテレビ 66.7	新聞 65.9	民放テレビ 60.4	ラジオ 54.1	インターネット 48.5	雑誌 41.1
男 性	NHKテレビ 64.7	新聞 63.9	民放テレビ 58.5	ラジオ 53.4	インターネット 48.9	雑誌 40.2
女 性	NHKテレビ 68.6	新聞 67.8	民放テレビ 62.2	ラジオ 54.8	インターネット 48.1	雑誌 42.0
18-19歳	NHKテレビ 61.4	新聞 56.1	民放テレビ 52.5	ラジオ 48.8	インターネット 48.2	雑誌 39.9
20 代	新聞 63.2	NHKテレビ 62.3	民放テレビ 59.6	ラジオ 56.6	インターネット 52.8	雑誌 45.4
30 代	新聞 61.3	NHKテレビ 60.5	民放テレビ 56.6	ラジオ 53.1	インターネット 50.7	雑誌 42.8
40 代	NHKテレビ 63.6	新聞 63.0	民放テレビ 58.5	ラジオ 55.5	インターネット 51.8	雑誌 44.1
50 代	新聞 64.5	NHKテレビ 64.1	民放テレビ 58.8	ラジオ 53.4	インターネット 51.2	雑誌 42.0
60 代	NHKテレビ 68.2	新聞 66.4	民放テレビ 62.3	ラジオ 54.7	インターネット 49.2	雑誌 39.4
70代以上	NHKテレビ 72.9	新聞 71.1	民放テレビ 63.3	ラジオ 53.1	インターネット 41.2	雑誌 37.6

## 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17.8%で最も多く、次いで、「情報が分かりやすい」が16.0%、「社会的影響力がある」が13.7%だった。また、「何となく」と回答した人の割合は9.8%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20代と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、18～19歳と30代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=2,906)

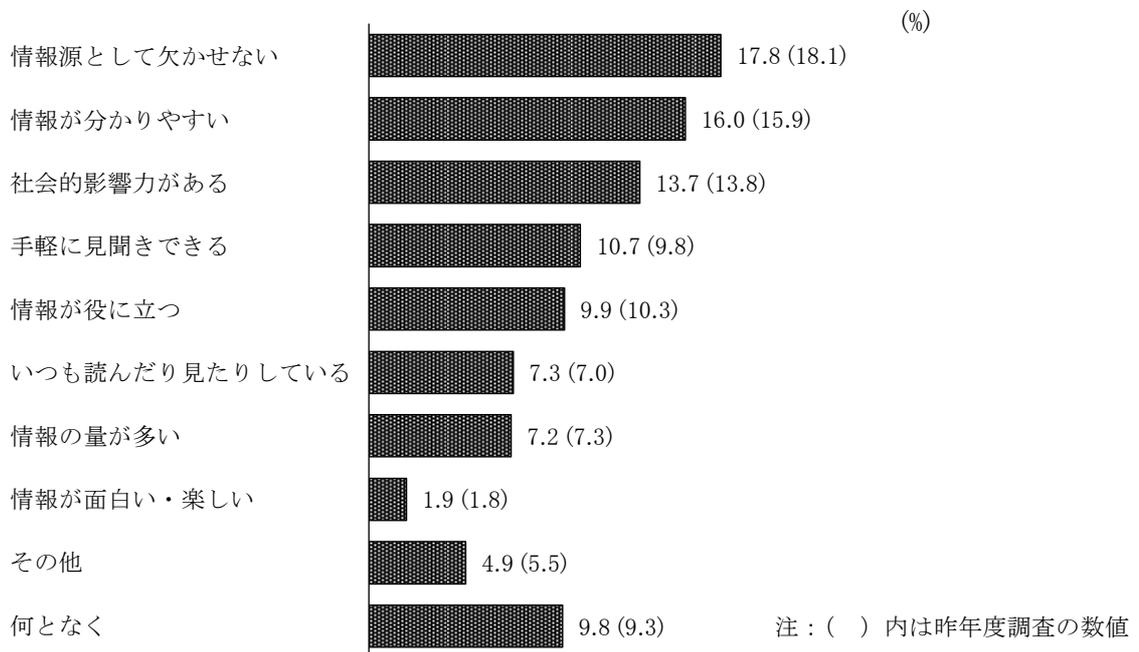
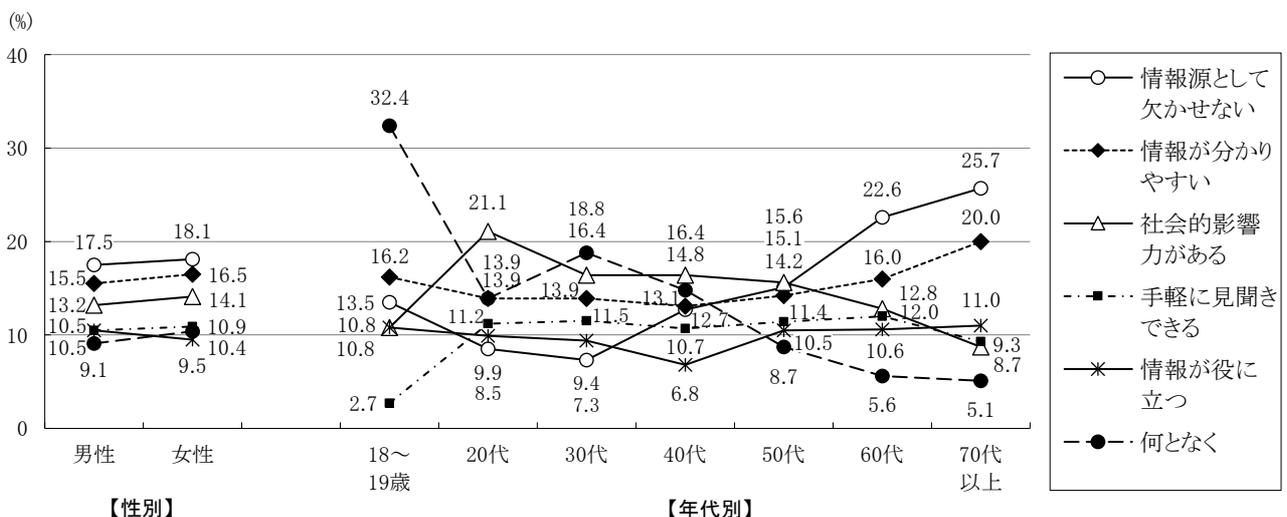


図2-2 各メディアの信頼度得点をつけた要因（性・年代別）



### 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9％

理由は「特定の勢力に偏った報道をしているから」40％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5.3%と最も多かった。一方、「低くなった」は「民放テレビ」が13.9%、「雑誌」が12.4%、「インターネット」が11.8%と多かった。昨年度調査と比べると、「高くなった」が1ポイント未満ではあるが、全てのメディアで低下した。「低くなった」では、民放テレビが2.4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」（36.4%）が最も多かった。「公正・中立な立場で報道しているから」（26.4%）は、昨年度（21.0%）より5.4ポイント増加した。
- ・新聞の信頼感が「低くなった」と答えた人にその理由を聞いたところ、「特定の勢力に偏った報道をしているから」（40.4%）が最も多かった。昨年度（49.4%）より9.0ポイント減少した。「政府や財界の主張通りに報道するだけだから」（22.4%）は、昨年度（14.1%）より8.3ポイント増加した。

図3-1 各メディアの信頼感の変化

(n=2,906)

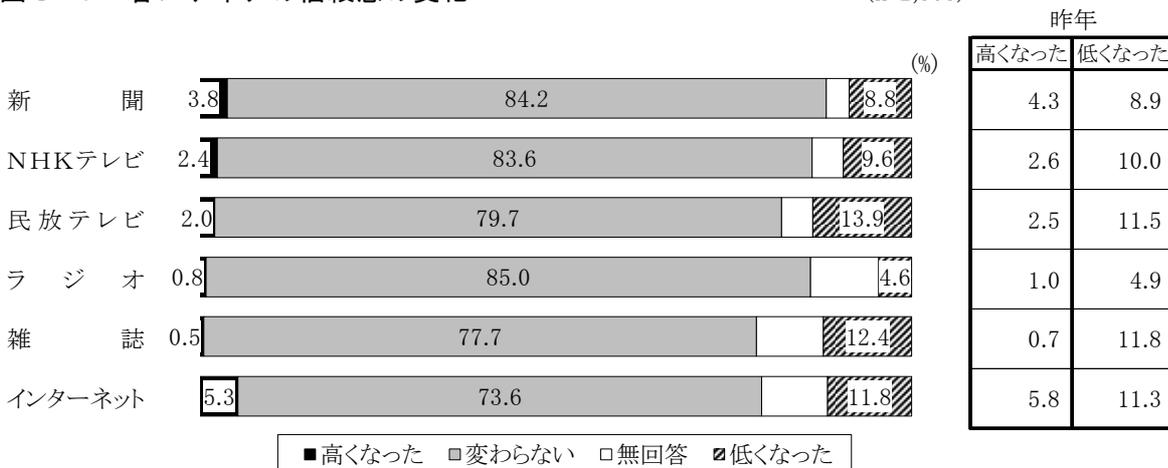


図3-2 新聞の信頼感が高くなった理由 (n=110)

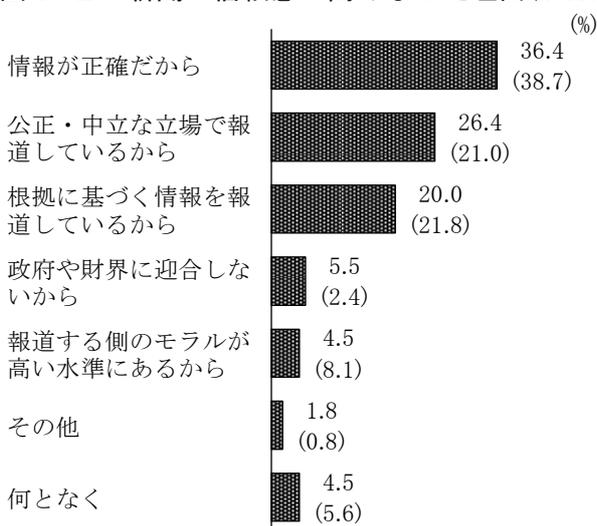
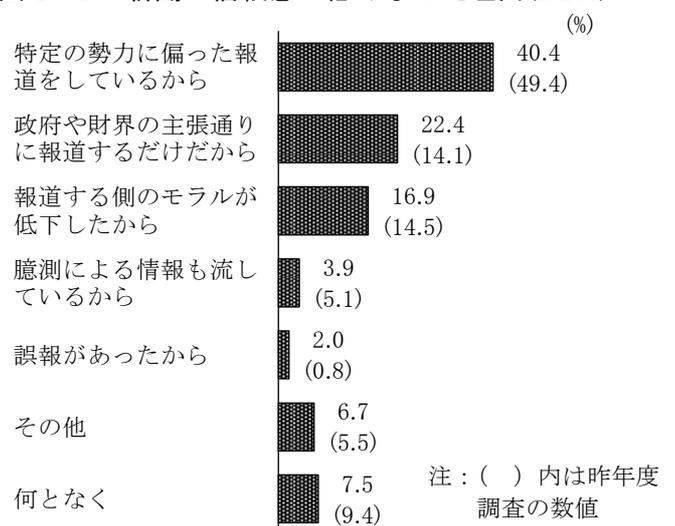


図3-3 新聞の信頼感が低くなった理由 (n=255)



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」「社会的影響力がある」ではNHK テレビが1位に、「情報が面白い・楽しい」「情報が分かりやすい」では民放テレビが1位に、「手軽に見聞きできる」「情報源として欠かせない」「情報の量が多い」「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」が2.2ポイント、民放テレビは「情報が役に立つ」が2.4ポイント、それぞれ増加した。一方、新聞は「情報が信頼できる」(3.0ポイント)、「情報の量が多い」(2.5ポイント)、「社会的影響力がある」(2.4ポイント)、「手軽に見聞きできる」(2.1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70%台で1位だった。「情報が信頼できる」では、NHK テレビと新聞は、40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=2,906)

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
情報が信頼できる	NHKテレビ 59.0 (56.8)	新聞 49.2 (52.2)	民放テレビ 41.2 (42.4)	インターネット 19.5 (19.9)	ラジオ 9.4 (9.7)	雑誌 1.9 (2.6)
社会的影響力がある	NHKテレビ 52.4 (52.7)	民放テレビ 51.0 (52.7)	インターネット 48.3 (48.0)	新聞 38.0 (40.4)	ラジオ 5.6 (6.2)	雑誌 4.6 (4.6)
情報が面白い・楽しい	民放テレビ 56.4 (57.7)	インターネット 54.2 (52.7)	NHKテレビ 18.8 (18.6)	新聞 16.4 (18.1)	雑誌 10.0 (9.9)	ラジオ 7.9 (8.2)
情報が分かりやすい	民放テレビ 54.3 (55.1)	NHKテレビ 43.8 (43.5)	インターネット 37.9 (37.5)	新聞 31.3 (32.3)	ラジオ 6.2 (6.8)	雑誌 2.9 (3.2)
手軽に見聞きできる	インターネット 65.4 (63.9)	民放テレビ 48.7 (48.3)	NHKテレビ 31.3 (30.4)	新聞 25.6 (27.7)	ラジオ 9.4 (10.7)	雑誌 4.0 (3.9)
情報源として欠かせない	インターネット 54.4 (54.5)	民放テレビ 45.9 (45.2)	NHKテレビ 40.7 (38.7)	新聞 35.1 (35.1)	ラジオ 7.7 (8.8)	雑誌 2.7 (3.1)
情報の量が多い	インターネット 52.0 (51.0)	民放テレビ 38.6 (38.1)	新聞 29.8 (32.3)	NHKテレビ 27.5 (28.1)	雑誌 3.4 (3.3)	ラジオ 3.3 (3.4)
情報が役に立つ	インターネット 51.3 (49.7)	民放テレビ 49.1 (46.7)	NHKテレビ 41.4 (41.0)	新聞 35.2 (36.9)	ラジオ 7.8 (8.8)	雑誌 7.0 (6.4)

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）

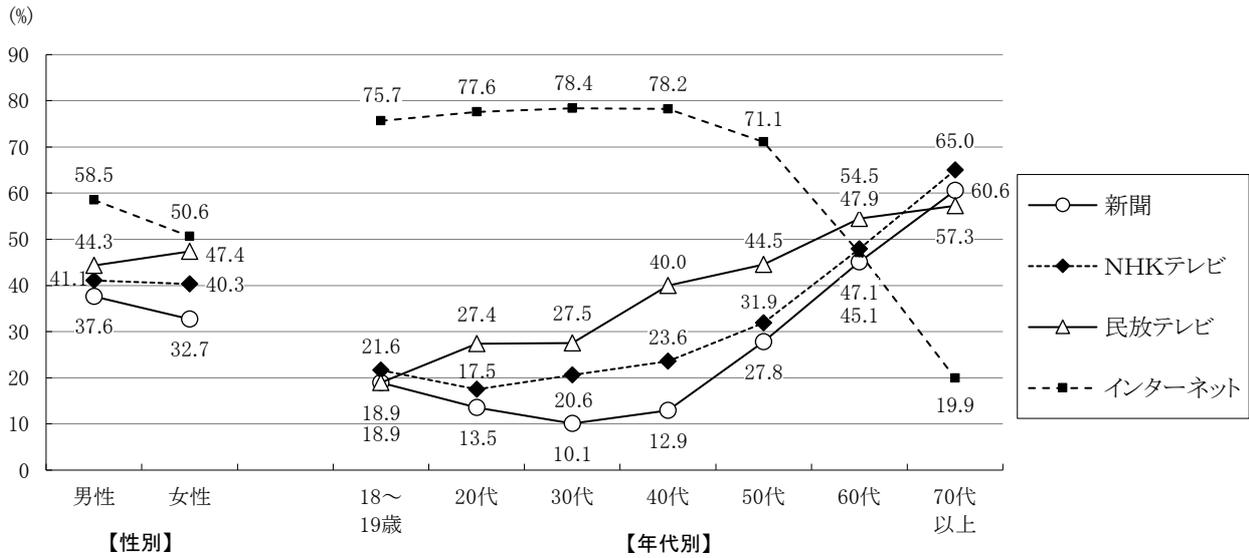


図 4-2 「情報が信頼できる」とした人の割合（性・年代別）

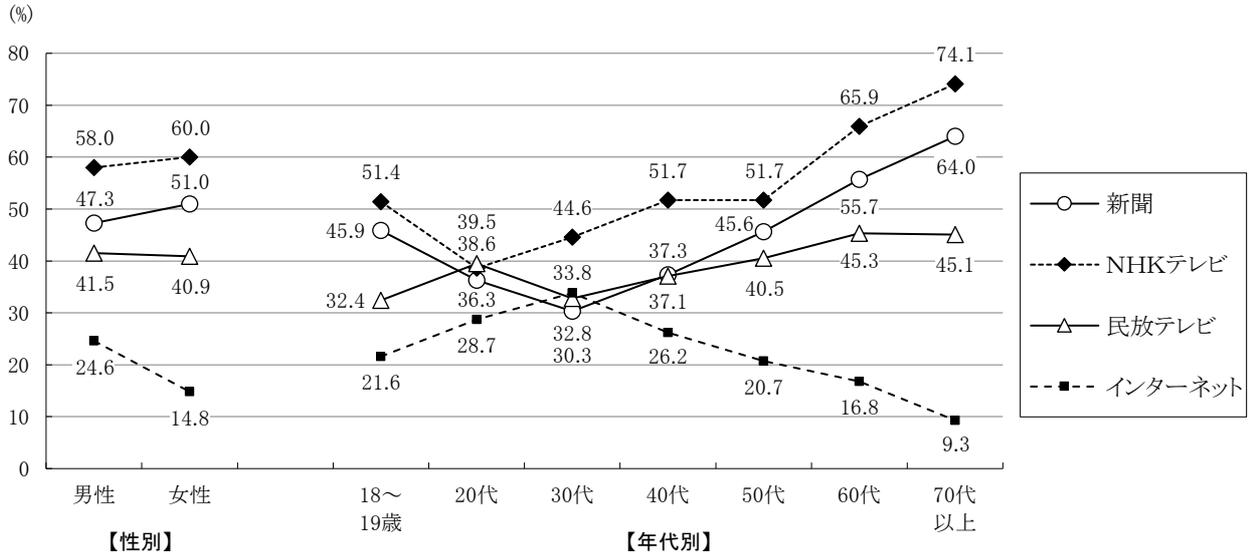
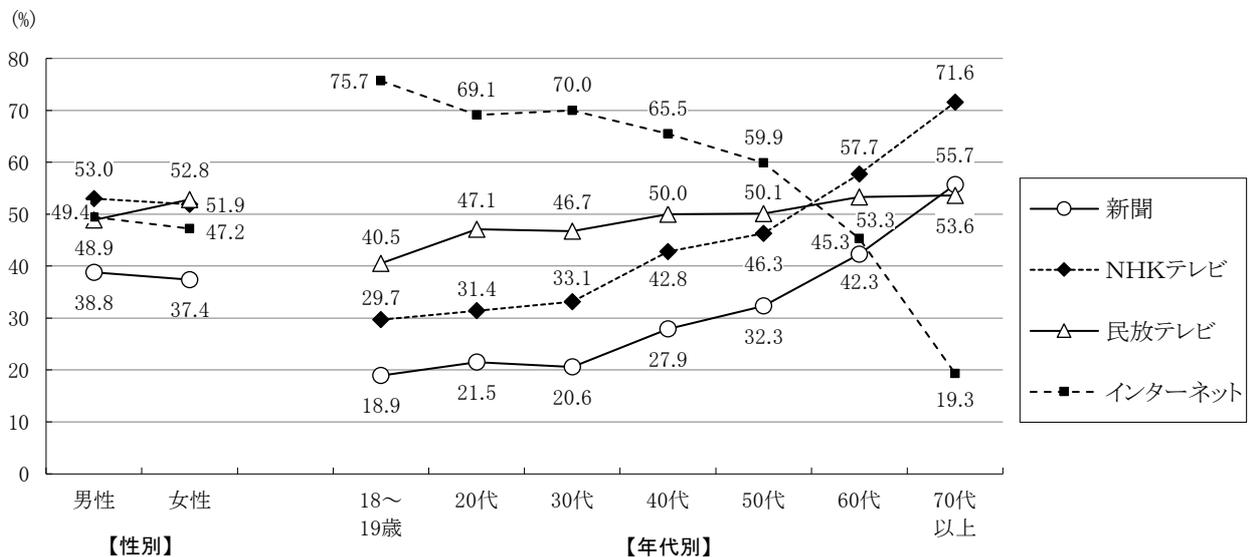


図 4-3 「社会的影響力がある」とした人の割合（性・年代別）



## 《生成AI》

### 5. 生成AIと聞いて思い浮かぶものは？

— 「対話型AI」60% —

- 生成AIと聞いて思い浮かぶものとしては、「質問に論理的な文章で回答する対話型AI」と答えた人が60.2%で最も多く、以下、「既存のコンテンツを学習して新たな画像・動画を生み出す画像・動画生成AI」が40.6%、「文章を本物の人間のように読む音声生成AI」が40.2%、「キーワードなどの手掛かりから物語や講演台本などを作成する原稿生成AI」が30.3%だった。なお、「何も思い浮かばない」は17.0%だった。
- 性別に見ると、「質問に論理的な文章で回答する対話型AI」「既存のコンテンツを学習して新たな画像・動画を生み出す画像・動画生成AI」「キーワードなどの手掛かりから物語や講演台本などを作成する原稿生成AI」は女性より男性の方が多かった。年代別に見ると、全ての年代で「質問に論理的な文章で回答する対話型AI」を挙げた人が最も多かった。

図5-1 生成AIと聞いて思い浮かぶもの

(複数回答、n=2,906)

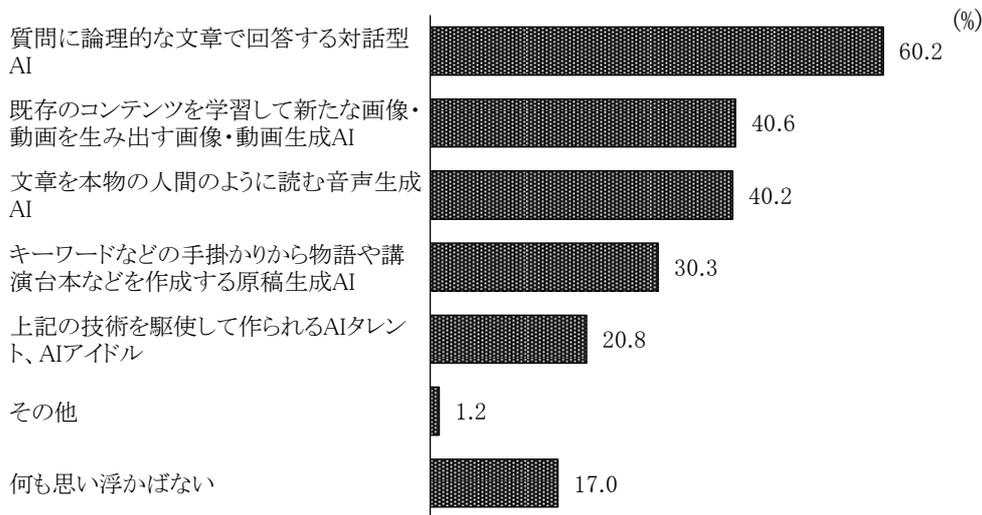
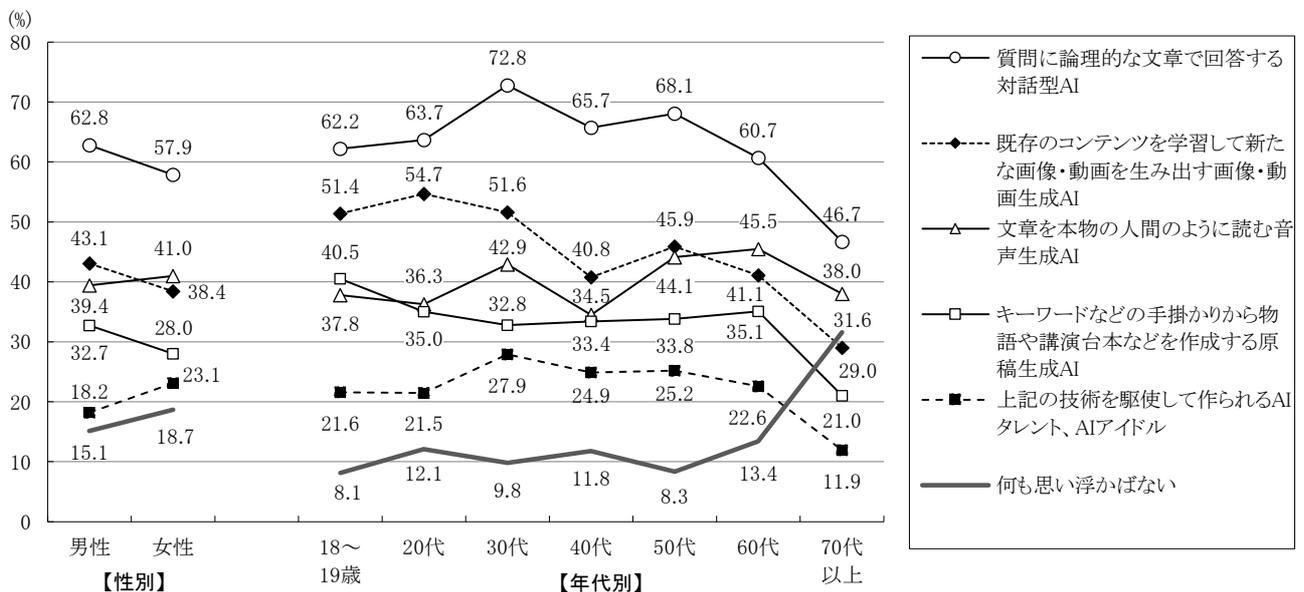


図5-2 生成AIと聞いて思い浮かぶもの（性・年代別）



## 6. 普段、生成 AI を使うことは？

— 「使っている」14%、「使ったことはない」69% —

・生成 AI を使っている人の割合は、14.1%（「個人的に趣味や生活で使っている」7.7%、「業務や仕事で使っている」7.2%、「学習（学校の課題など）で使っている」2.6%のいずれかを回答した人）、  
「使っていないが使用された文章、画像、映像などには触れている」は16.9%だった。「使ったことはない」と回答した人が68.5%を占めた。

・性別に見ると、使っている人の割合は女性（10.2%）より男性（18.3%）の方が多く、年代別に見ると、年代が低いほど使っている人の割合が多かった。

※「使っている（計）」＝「個人的に趣味や生活で使っている」「業務や仕事で使っている」「学習（学校の課題など）で使っている」のいずれかを回答した人

図 6-1 生成 AI の使用

（複数回答、n=2,906）

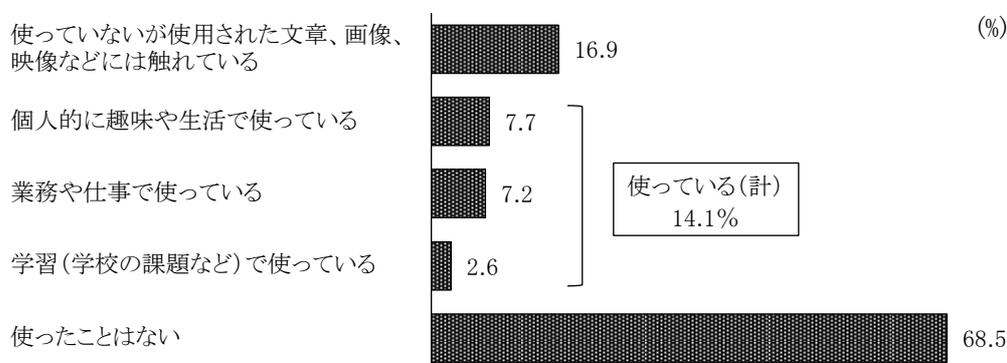
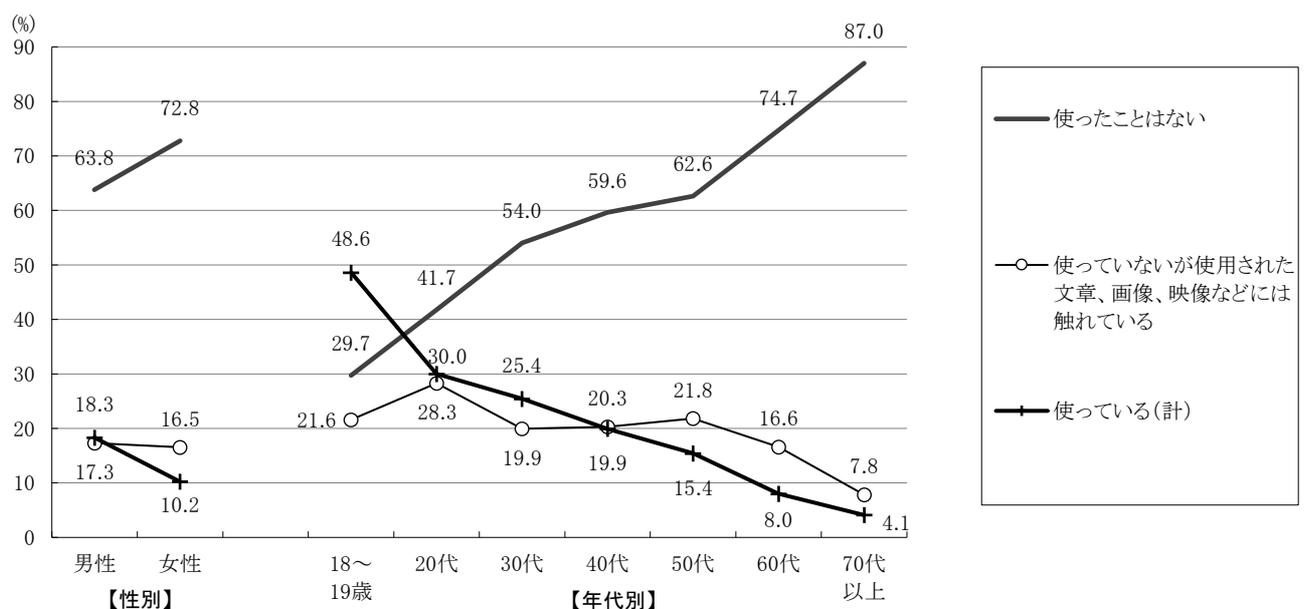


図 6-2 生成 AI の使用（性・年代別）



## 7. 生成 AI の開発と規制はどうか？

— 「政府は規制を強化すべき」60%、「政府は規制を最小限に」19% —

- ・生成 AI の開発と規制については、「生成 AI の開発、利用の分野で世界に後れをとらないために、フェイクニュースや著作権侵害などの悪影響があったとしても、政府は規制を最小限にとどめるべきだ」という意見に近いと答えた人が 19.1%（「Aに近い」5.6%と「どちらかと言えばAに近い」13.5%の計）にとどまり、「生成 AI の開発、利用の分野で世界に後れをとることになっても、フェイクニュースや著作権侵害などの悪影響を排除するため、政府は規制を強化すべきだ」という意見に近いと答えた人が 59.7%（「Bに近い」28.0%と「どちらかと言えばBに近い」31.7%の計）と半数を超えた。
- ・性別に見ると、「B 政府は規制を強化すべきだ」という意見に近いと答えた人は、男性（57.5%）より女性（61.7%）の方が多かった。年代別に見ると、「B 政府は規制を強化すべきだ」という意見に近いと答えた人は、50～60代で多く約 65%だった。「A 政府は規制を最小限にとどめるべきだ」という意見に近いと答えた人は、年代が低いほど割合が高くなる傾向が見られた。

※「Aに近い（計）」＝「Aに近い」＋「どちらかと言えばAに近い」  
 「Bに近い（計）」＝「どちらかと言えばBに近い」＋「Bに近い」

図 7-1 生成 AI の開発と規制

(n=2,906)

- A 生成 AI の開発、利用の分野で世界に後れをとらないために、フェイクニュースや著作権侵害などの悪影響があったとしても、政府は規制を最小限にとどめるべきだ
- B 生成 AI の開発、利用の分野で世界に後れをとることになっても、フェイクニュースや著作権侵害などの悪影響を排除するため、政府は規制を強化すべきだ

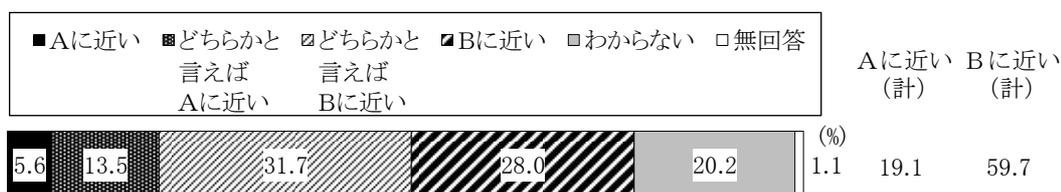
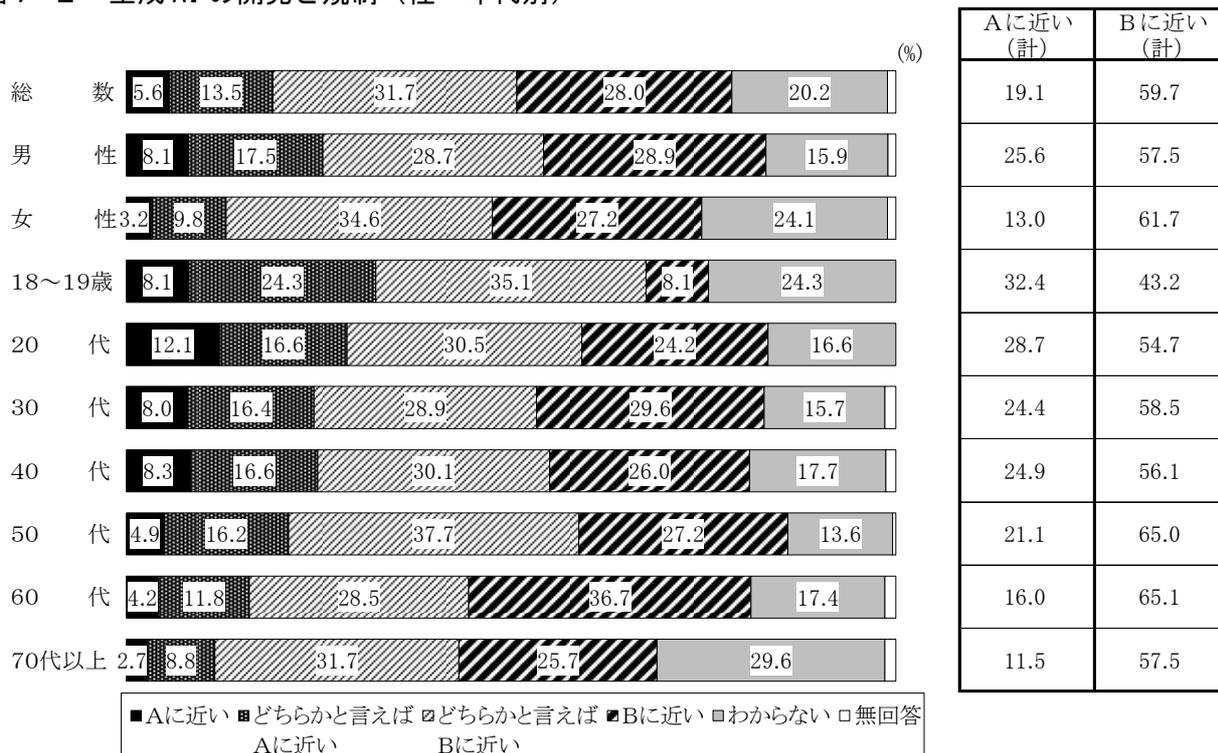


図 7-2 生成 AI の開発と規制（性・年代別）



## 8. 生成AIがニュース記事を書くことについての印象は？

— 「人の判断が入らず、フェイクニュースがまぎれこむ」49% —

- ・生成AIがニュース記事を書くことについて印象を尋ねた。「人の判断が入らず、フェイクニュースがまぎれこむ危険がある」が最も多く48.9%、次いで「記事の責任の所在があいまいになる」が44.5%、「メディア間で似たような記事ばかりになる」が28.4%とネガティブな印象が上位に挙げられた。「生成AIに任せられることは任せて、記者はより必要な仕事に時間をさける」は21.1%、「膨大な情報を参照して記事が書ける」は20.9%、「記者の主観を排除し、正確性や中立性が確保できる」は20.4%、「人件費が節約され、新聞、雑誌、ネットニュースの価格が安くなる」は17.2%だった。
- ・性別、年代別に関わらず、「人の判断が入らず、フェイクニュースがまぎれこむ危険がある」と「記事の責任の所在があいまいになる」に意見が集中した。

図8-1 生成AIがニュース記事を書くことについての印象 (複数回答、n=2,906)

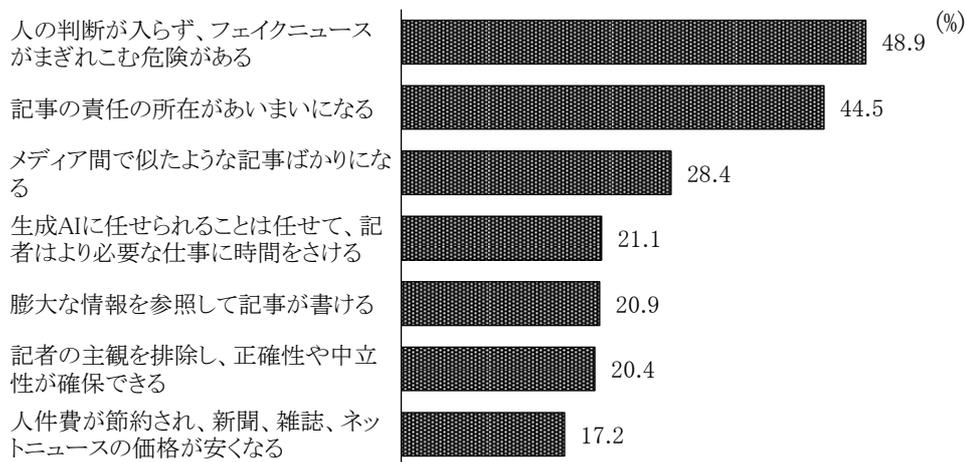
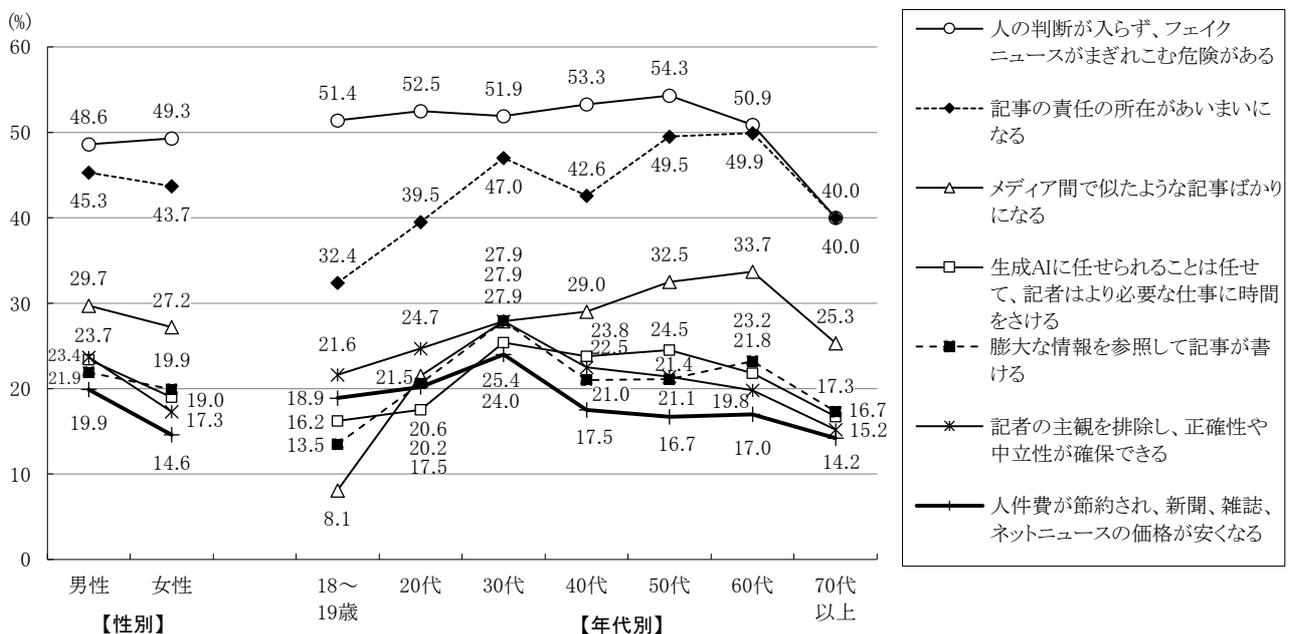


図8-2 生成AIがニュース記事を書くことについての印象 (性・年代別)



## 9. 生成 AI が書いたニュース記事が増えることは？

— 「よいと思う」16%、「よくないと思う」57% —

- ・生成 AI が書いたニュース記事が増えることについてどう思うか尋ねたところ、「よいと思う」と答えた人の割合は15.5%（「よいと思う」2.0%と「どちらかと言えばよいと思う」13.5%の計）で、「よくないと思う」と答えた人が56.7%（「よくないと思う」18.5%と「どちらかと言えばよくないと思う」38.1%の計）と上回った。なお、「わからない」が27.4%だった。
- ・性別に見ると、「よいと思う」は女性（10.7%）より男性（20.6%）の方が高かった。年代別に見ると、「よくないと思う」は、20代以上で過半数を占め、中でも50～60代で60%前後と高かった。一方、「よいと思う」は18～19歳（24.3%）と30代（23.0%）で高かった。

※「よいと思う（計）」＝「よいと思う」＋「どちらかと言えばよいと思う」

「よくないと思う（計）」＝「どちらかと言えばよくないと思う」＋「よくないと思う」

図9-1 生成 AI が書いたニュース記事が増えることへの賛否

(n=2,906)

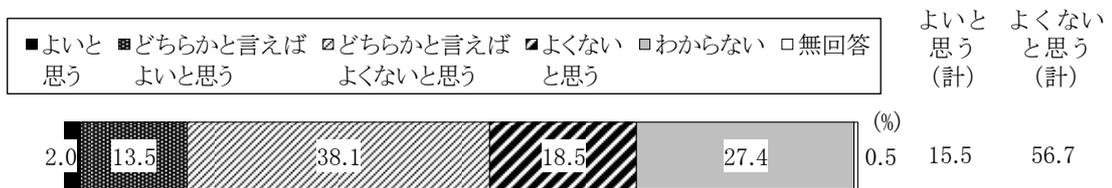
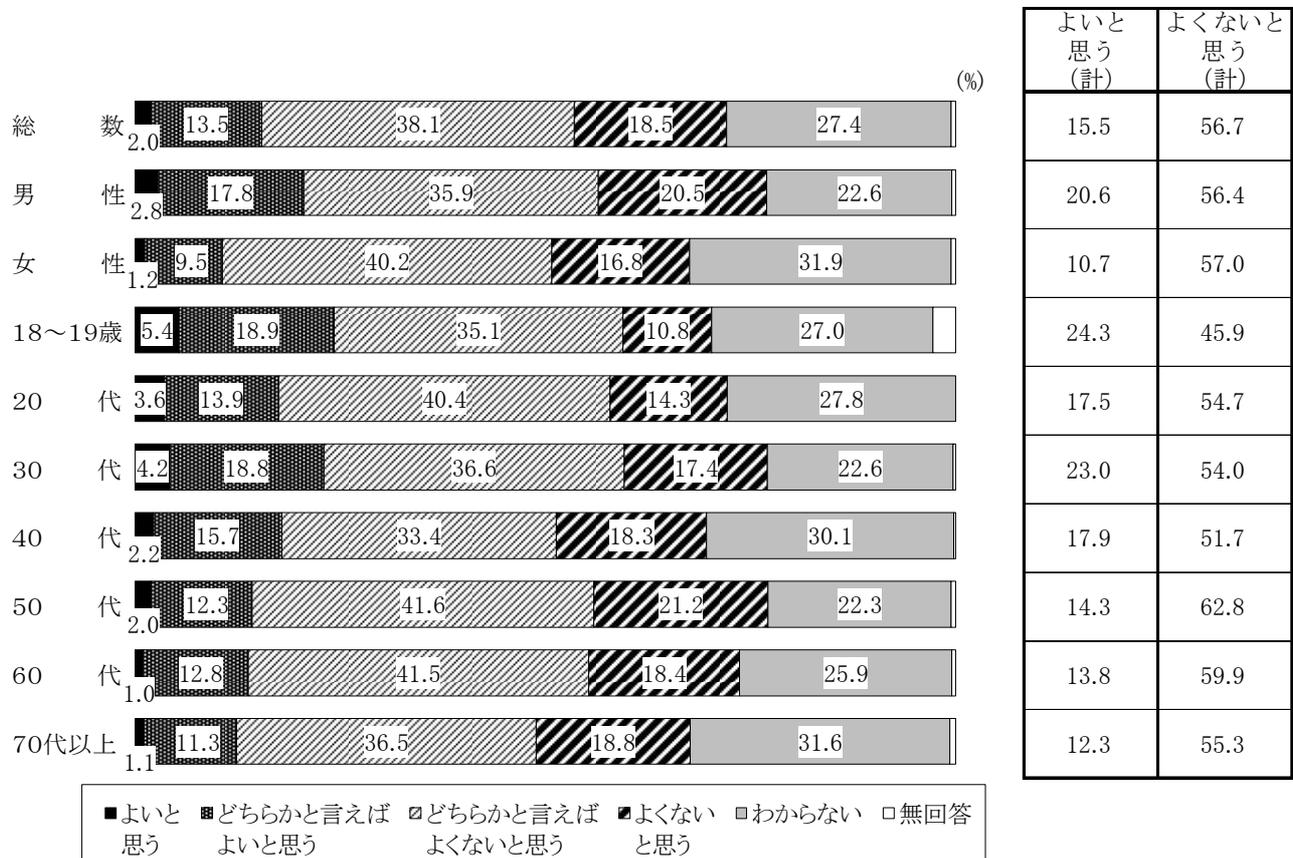


図9-2 生成 AI が書いたニュース記事が増えることへの賛否（性・年代別）



## 10. 生成 AI で作られたフェイクニュースにだまされない？

— だまされない「自信がある」11%、「自信がない」88% —

- ・生成 AI で作られたフェイクニュースにだまされない「自信がある」と答えた人は11.1%（「自信がある」1.5%と「どちらかと言えば自信がある」9.6%の計）にとどまり、「自信がない」と答えた人が87.9%（「自信がない」44.3%と「どちらかと言えば自信がない」43.6%の計）に上った。
- ・性別に見ると、「自信がない」と答えた人は、男性（85.2%）よりも女性（90.3%）の方が多かった。
- ・年代別に見ると、「自信がない」と答えた人は、年代が上がるほど高くなる傾向が見られた。

※「自信がある（計）」＝「自信がある」＋「どちらかと言えば自信がある」

「自信がない（計）」＝「どちらかと言えば自信がない」＋「自信がない」

図 10-1 生成 AI で作られたフェイクニュース

(n=2,906)

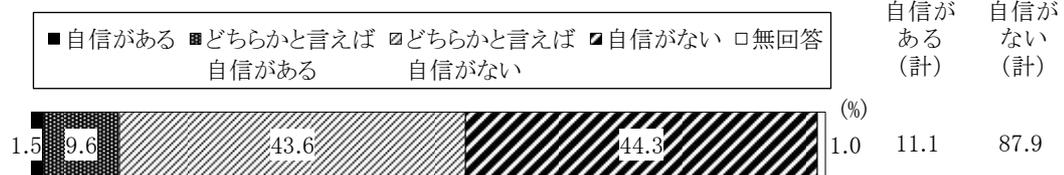
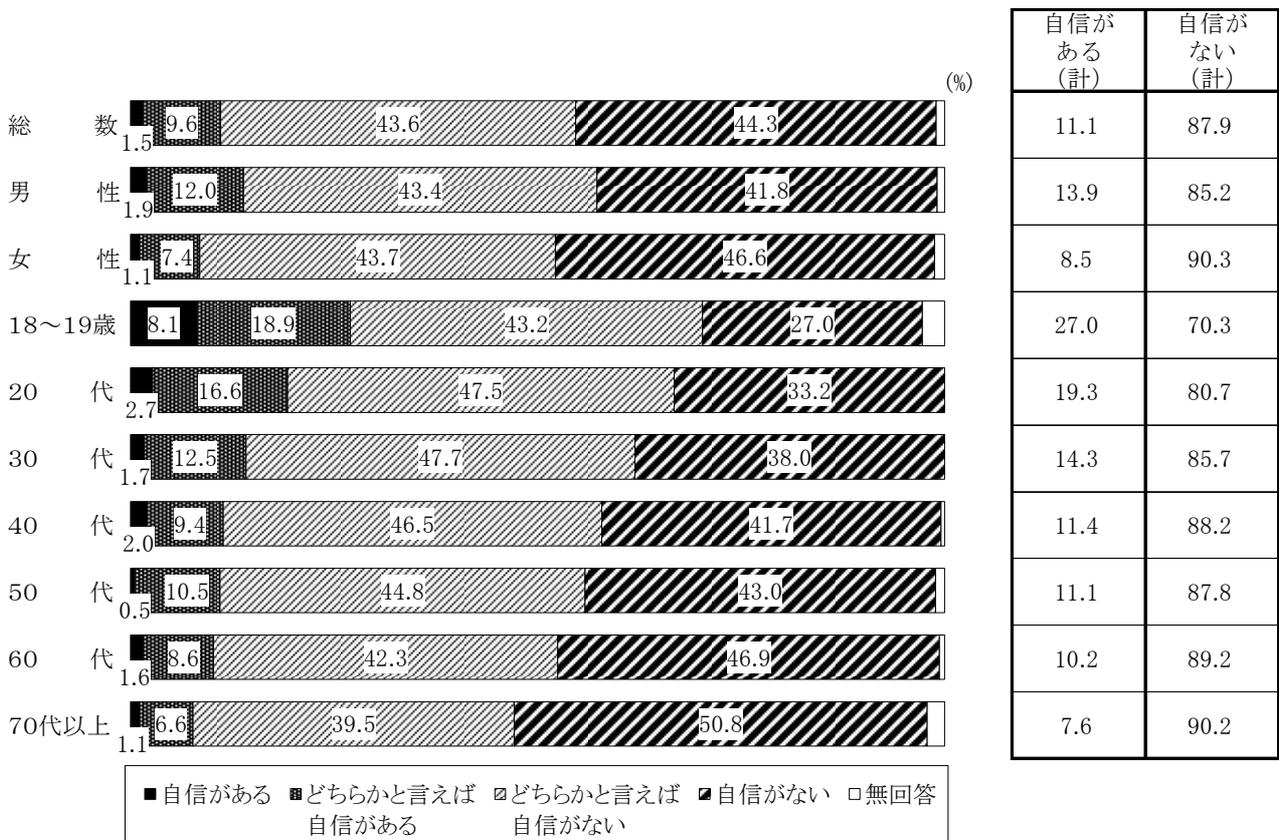


図 10-2 生成 AI で作られたフェイクニュース（性・年代別）



# 11. AI に自分の仕事が取って代わられると思う？

— 「取って代わられる」49%、「取って代わられない」29% —

- ・ AI に自分の仕事が取って代わられると思うか尋ねた。「取って代わられる」と答えた人の割合は49.1%（「かなりの部分を取って代わられる」6.6%と「部分的に取って代わられる」42.4%の計）、「ほとんど取って代わられない」は28.5%だった。なお、「わからない」は22.0%だった。
- ・ 「取って代わられる」と答えた人は、性別に見ると男性、年代別に見ると50代以下で半数を超えた。

※ 「取って代わられる（計）」 = 「かなりの部分を取って代わられる」 + 「部分的に取って代わられる」

図 11-1 AI に自分の仕事が取って代わられるか

(n=2,906)

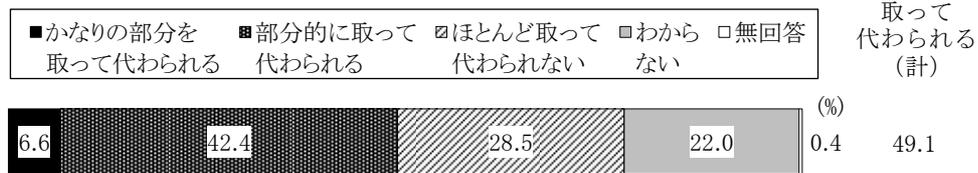
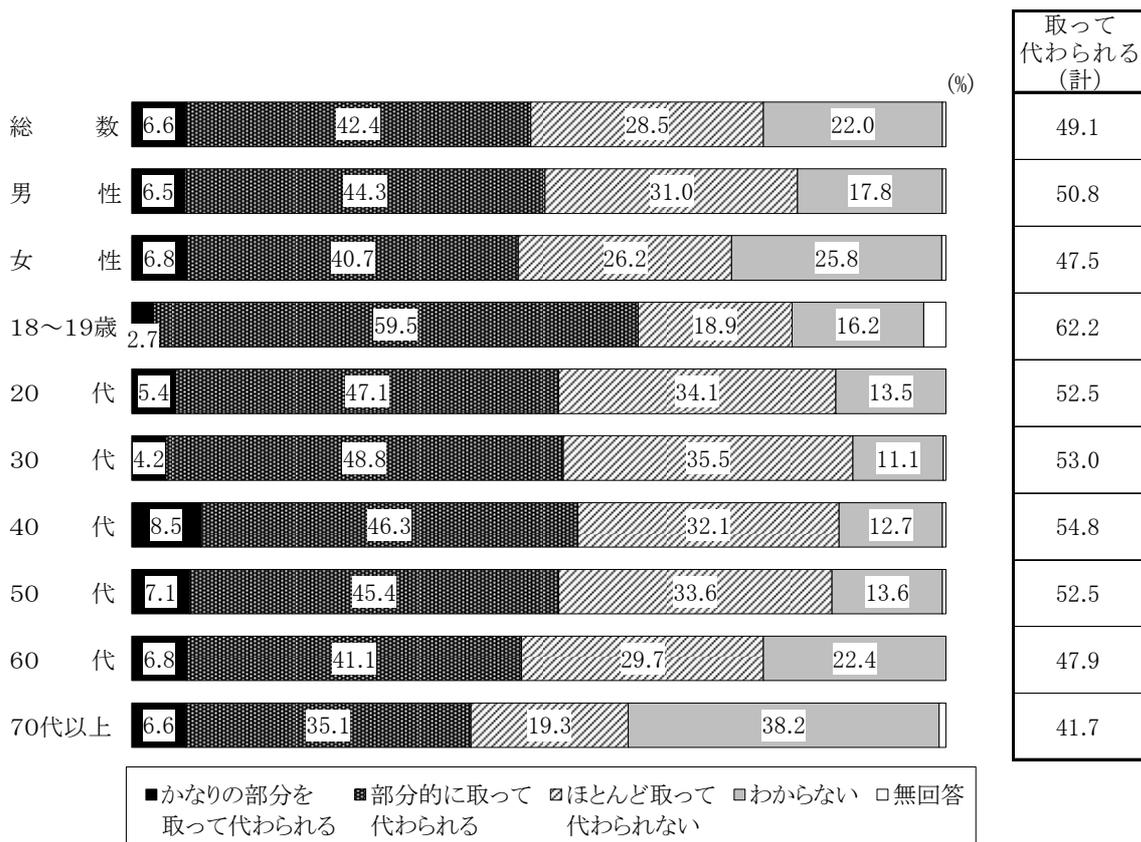
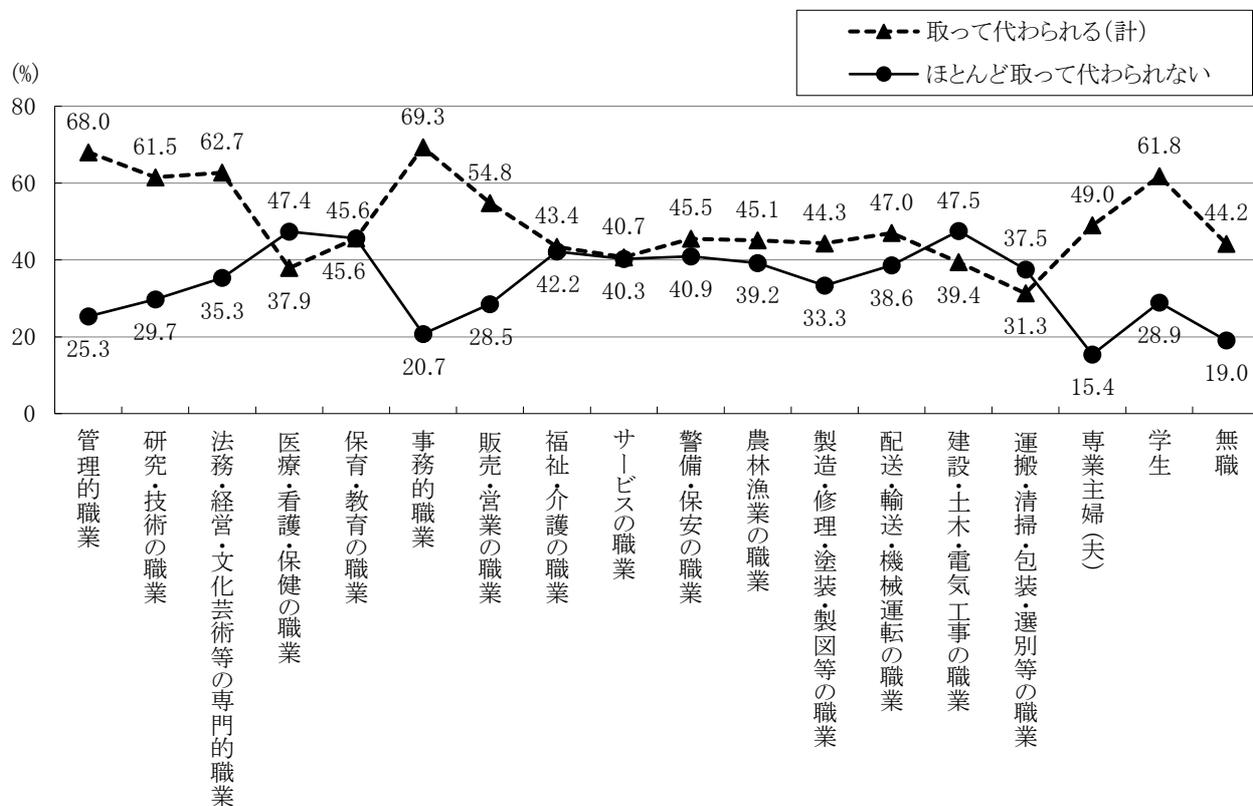


図 11-2 AI に自分の仕事が取って代わられるか（性・年代別）



・職業別に見ると、「取って代わられる」と答えた人は、事務的職業（69.3%）、管理的職業（68.0%）が70%近く、法務・経営・文化芸術等の専門的職業（62.7%）、研究・技術の職業（61.5%）が60%強と高かった。

図 11-3 AI に自分の仕事が取って代わられるか（職業別）



## 12. 生成 AI の普及によって将来の社会がよくなる？

— 「よくなると思う」44%、「よくなると思わない」54% —

- ・生成 AI の普及によって将来の社会が「よくなると思う」と答えた人が 44.2%（「よくなると思う」4.7%と「どちらかと言えばよくなると思う」39.5%の計）、「よくなると思わない」と答えた人が 54.2%（「よくなると思わない」17.0%と「どちらかと言えばよくなると思わない」37.2%の計）だった。
- ・性別に見ると、「よくなると思う」と答えた人は、男性の 50.6%に対し女性が 38.2%と、男性の方が 12.4 ポイント多かった。年代別に見ると、「よくなると思う」は、年代が低いほど割合が高くなり、40 代以下で「よくなると思わない」の割合を上回った。

※「よくなると思う（計）」＝「よくなると思う」＋「どちらかと言えばよくなると思う」

「よくなると思わない（計）」＝「どちらかと言えばよくなると思わない」＋「よくなると思わない」

図 12-1 生成 AI の普及と将来の社会

(n=2,906)

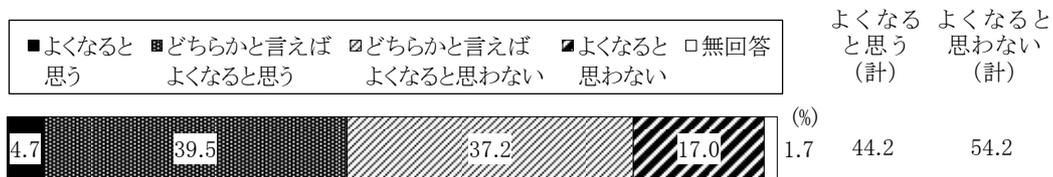
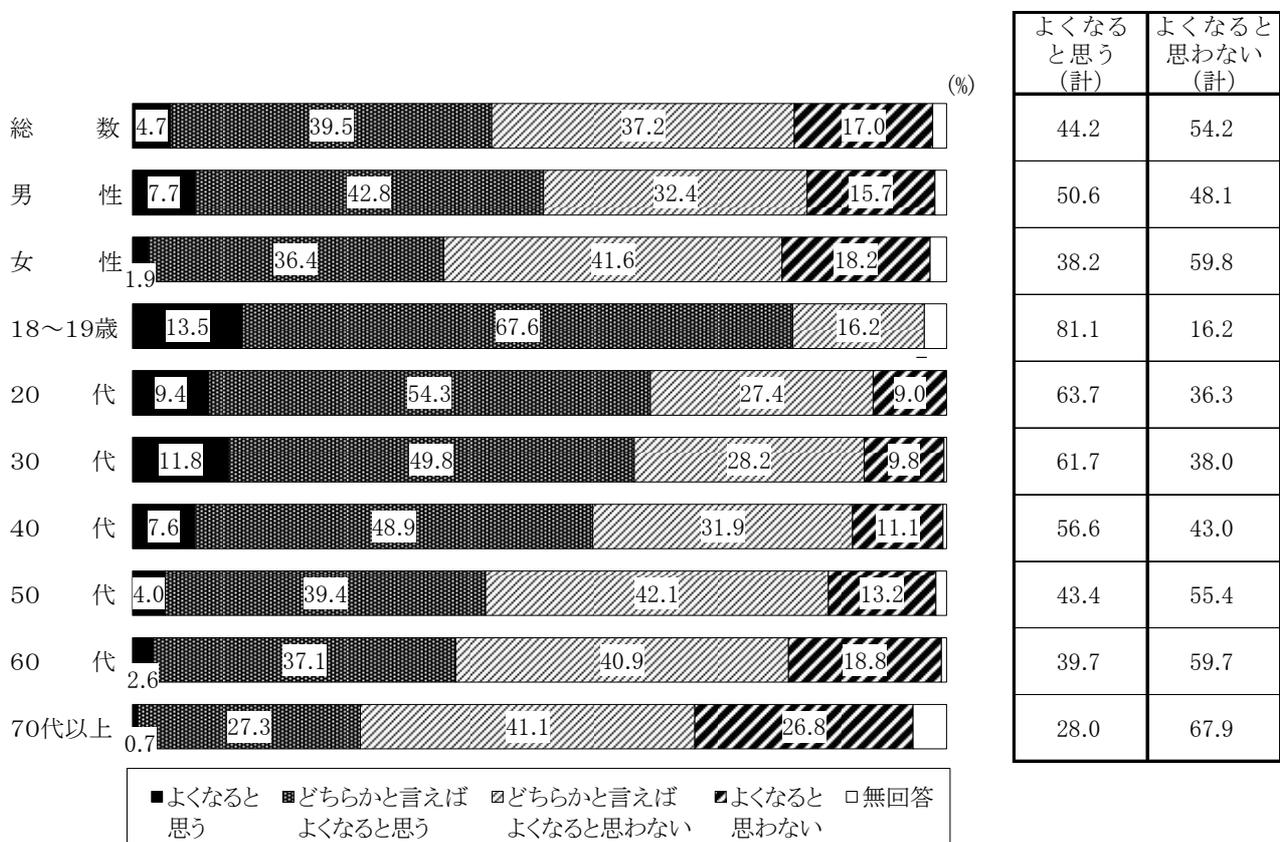


図 12-2 生成 AI の普及と将来の社会（性・年代別）



## 《日本の安全保障》

### 13. 日本が軍事攻撃を受ける不安は？（＊）

－ 「不安を感じる」 78%、「不安を感じない」 22% －

- ・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 77.7%（「とても不安を感じる」21.0%と「どちらかと言えば不安を感じる」56.7%の計）で、「不安を感じない」と答えた人の 21.6%（「まったく不安を感じない」 3.0%と「どちらかと言えば不安を感じない」 18.6%の計）を大きく上回った。
- ・「とても不安を感じる」は、2022 年度から 2023 年度に 5.8 ポイント増加したが、今回調査では 3.6 ポイント減少した。
- ・年代別に見ると、「不安を感じる」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。

※「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 13-1 日本が軍事攻撃を受ける不安

(n=2,906)

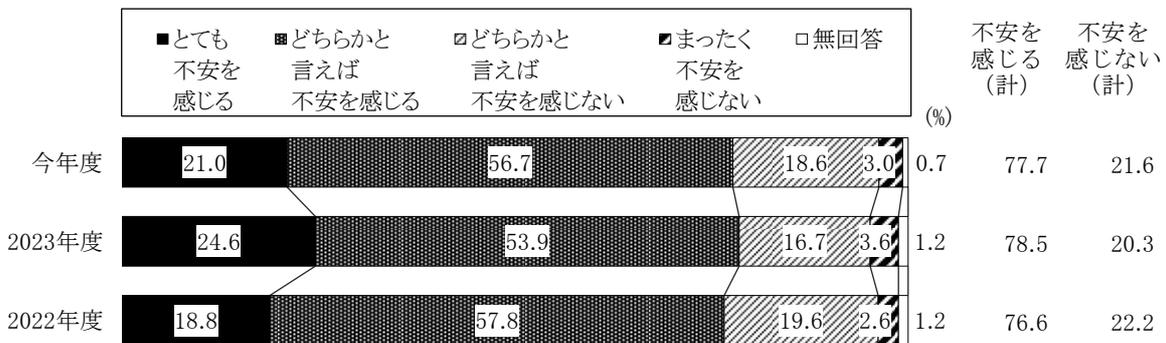
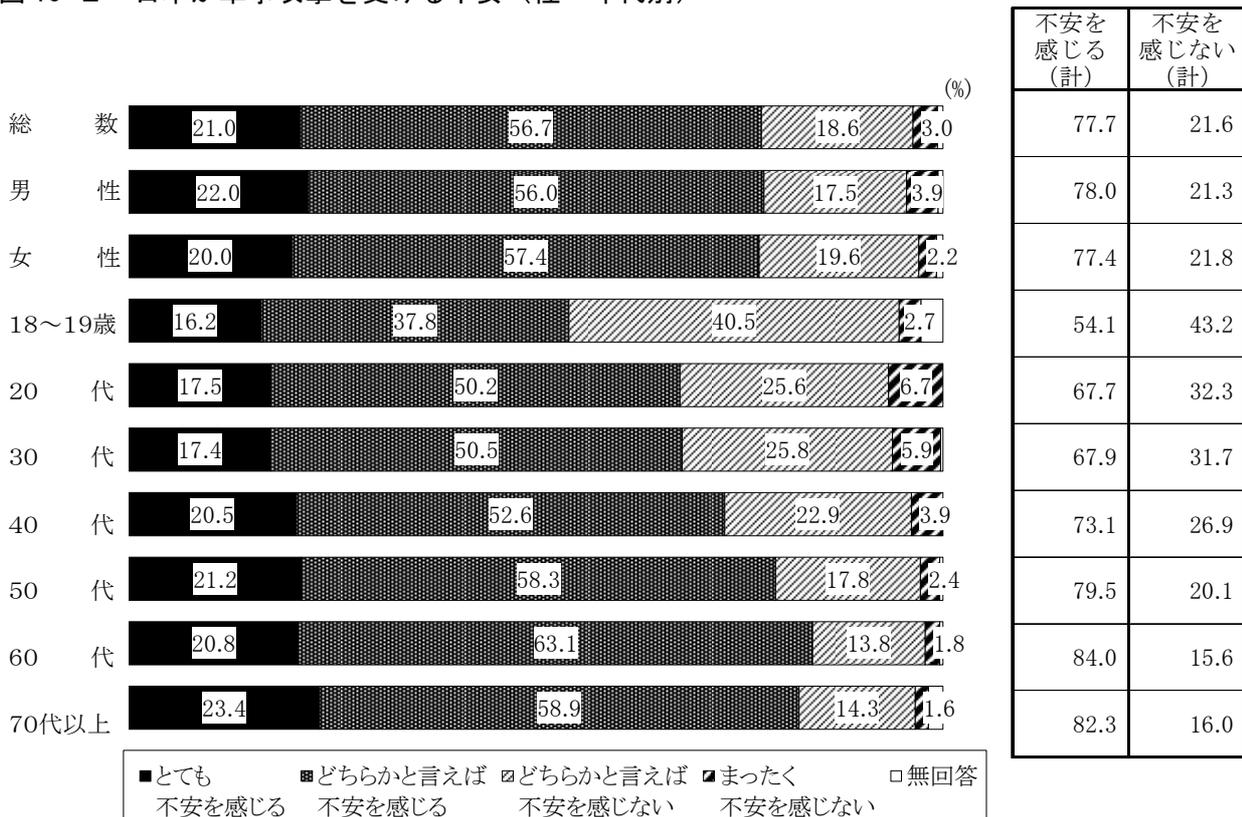


図 13-2 日本が軍事攻撃を受ける不安（性・年代別）



# 14. 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」21% －

- ・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78.5%（「非常に危機感を持っている」20.3%と「どちらかと言えば危機感を持っている」58.3%の計）で、「危機感を持っていない」と答えた人の20.8%（「まったく危機感を持っていない」2.7%と「どちらかと言えば危機感を持っていない」18.1%の計）を大きく上回った。
- ・「非常に危機感を持っている」は、2022年度から2023年度に3.8ポイント増加したが、今回調査では5.4ポイント減少した。
- ・性別にみると、「危機感を持っている」は、女性（76.2%）より男性（81.1%）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 14-1 台湾をめぐる中国の武力行使への危機感

(n=2,906)

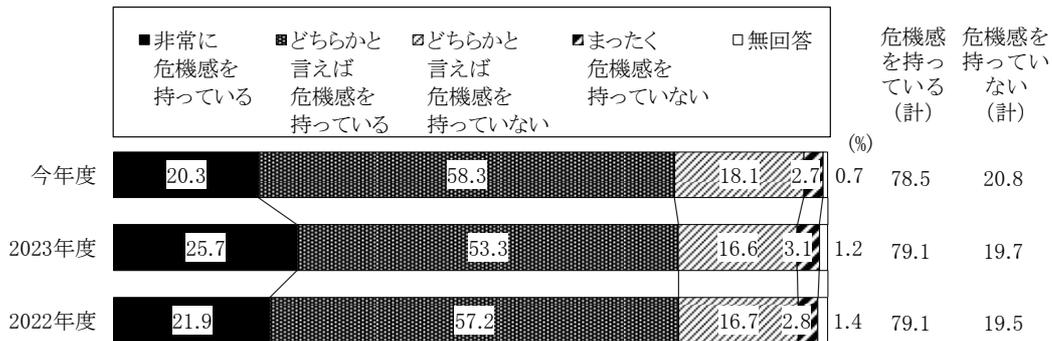
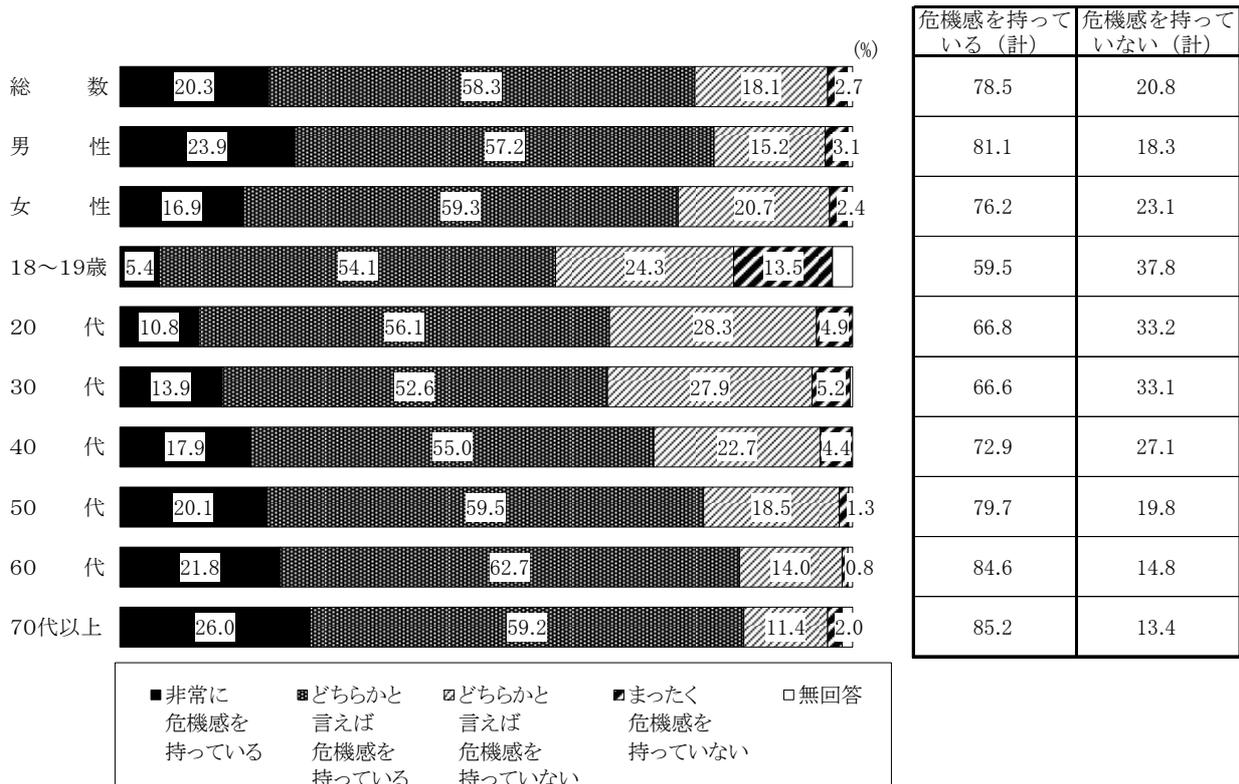


図 14-2 台湾をめぐる中国の武力行使への危機感（性・年代別）



# 15. 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」30% —

- ・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29.6%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28.5%、「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24.6%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12.6%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、40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、50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 15-1 中国が台湾を軍事的に攻撃した場合の日本の関与 (n=2,906)

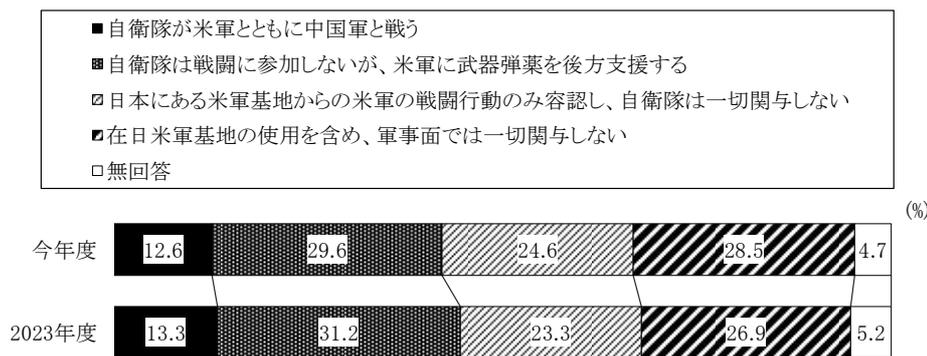
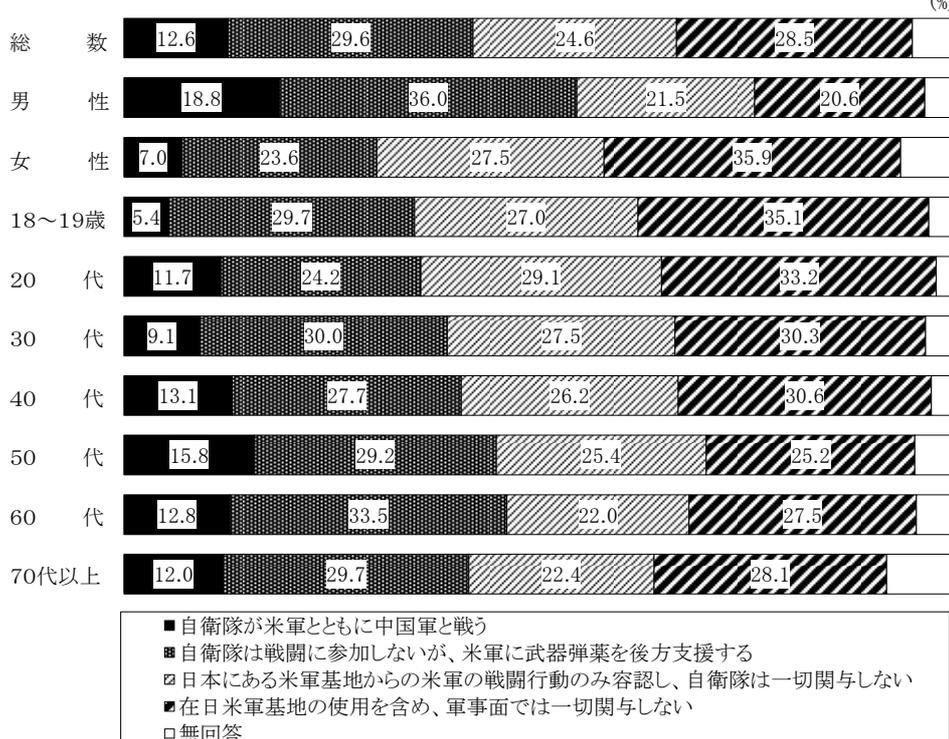


図 15-2 中国が台湾を軍事的に攻撃した場合の日本の関与（性・年代別） (%)



## 16. 世界平和への最大の脅威になっている国は？

－ 「ロシア」41%、「中国」27% －

- ・現在、どの国が世界平和への最大の脅威になっていると思うか尋ねたところ、「ロシア」と答えた人が最も多く40.7%、次いで「中国」27.0%、「北朝鮮」15.7%だった。
- ・この質問は、当会が実施した「諸外国における対日メディア世論調査（第10回）」でも、米国、英国、フランス、韓国、タイに対して尋ねている。参考までに結果を載せておく。
- ・年代別に見ると、20代では「北朝鮮」が2位に挙げられた。

表 16-1 世界平和への最大の脅威になっている国

(n=2,906)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位
今回調査	ロシア 40.7	中国 27.0	北朝鮮 15.7	米国 6.6	日本 3.2	イスラエル 1.8	イラン 0.9	ウクライナ 0.5
米国	ロシア 37.6	中国 26.6	イラン 12.8	北朝鮮 9.3	米国 7.3	イスラエル 4.3	日本 1.2	ウクライナ 0.9
英国	ロシア 48.6	中国 10.8	米国 8.8	イスラエル 7.5	イラン 5.3	北朝鮮 0.6	ウクライナ 0.4	日本 0.4
フランス	ロシア 40.5	イラン 12.8	イスラエル 10.2	米国 9.2	北朝鮮 8.9	中国 8.7	ウクライナ 1.7	日本 0.3
韓国	北朝鮮 28.3	ロシア 21.9	中国 19.6	米国 12.4	日本 6.5	イスラエル 6.1	イラン 2.2	ウクライナ 0.7
タイ	ロシア 21.8	イスラエル 15.4	米国 10.5	ウクライナ 10.4	北朝鮮 9.2	イラン 7.1	中国 0.3	日本 0.3

表 16-2 世界平和への最大の脅威になっている国（性・年代別）

(%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位
全体	ロシア 40.7	中国 27.0	北朝鮮 15.7	米国 6.6	日本 3.2	イスラエル 1.8	イラン 0.9	ウクライナ 0.5
男性	ロシア 40.5	中国 32.3	北朝鮮 13.6	米国 5.4	日本 2.7	イスラエル 1.9	イラン 0.7	ウクライナ 0.4
女性	ロシア 40.8	中国 22.1	北朝鮮 17.6	米国 7.7	日本 3.7	イスラエル 1.7	イラン 1.1	ウクライナ 0.6
18～19歳	ロシア 45.9	中国 16.2	北朝鮮 10.8	米国 8.1	日本 8.1	ウクライナ 1.7	イスラエル 1.1	イラン -
20代	ロシア 38.6	北朝鮮 22.9	中国 18.8	米国 9.0	イスラエル 3.6	日本 2.7	ウクライナ 1.4	イラン 0.9
30代	ロシア 42.9	中国 19.5	北朝鮮 18.8	米国 10.5	イスラエル 2.1	日本 1.7	イラン 1.4	ウクライナ 0.7
40代	ロシア 38.2	中国 28.2	北朝鮮 17.0	米国 7.6	イスラエル 2.4	日本 2.2	イラン 1.1	ウクライナ 0.7
50代	ロシア 41.9	中国 26.7	北朝鮮 14.7	米国 6.9	イスラエル 2.0	日本 1.8	イラン 1.5	ウクライナ 0.4
60代	ロシア 41.1	中国 29.1	北朝鮮 15.4	日本 5.0	米国 4.8	イスラエル 1.2	イラン 0.6	ウクライナ -
70代以上	ロシア 40.5	中国 30.4	北朝鮮 12.8	米国 4.8	日本 4.0	イスラエル 1.2	ウクライナ 0.6	イラン 0.5

# 17. 世界各国で連携して取り組むべき課題は？

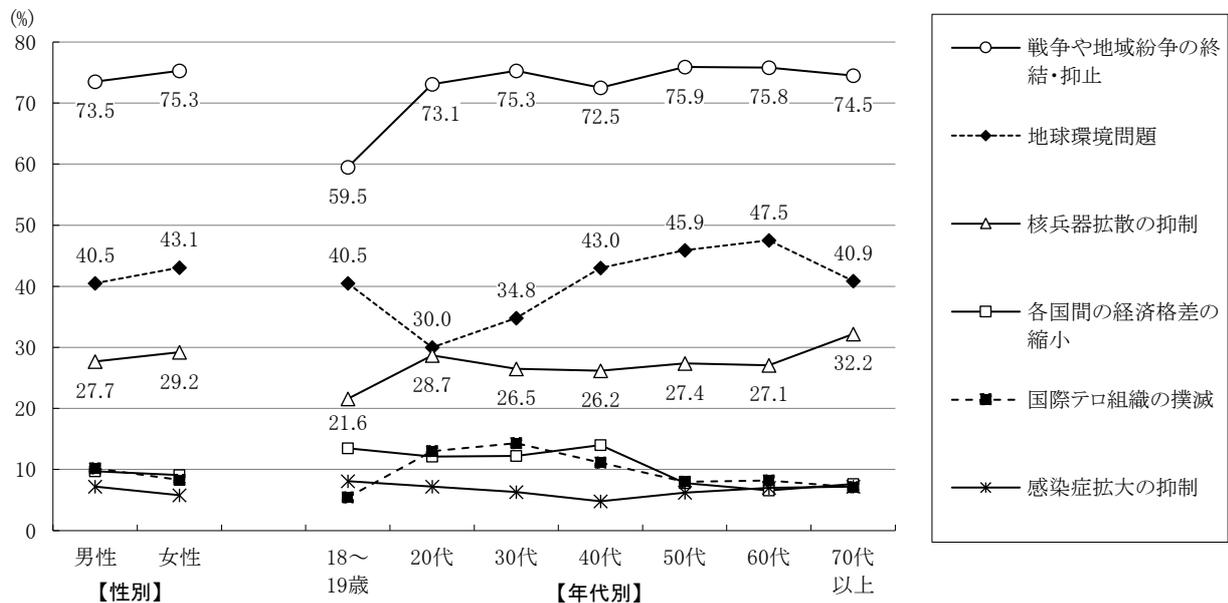
— 「戦争や地域紛争の終結・抑止」74% —

- ・最近の世界情勢を踏まえて、世界各国で連携して取り組むべき課題は何か尋ねたところ、「戦争や地域紛争の終結・抑止」と答えた人が最も多く74.4%、次いで「地球環境問題」41.9%、「核兵器拡散の抑制」28.5%だった。
- ・この質問は、当会が実施した「諸外国における対日メディア世論調査（第10回）」でも、米国、英国、フランス、韓国、タイに対して尋ねている。参考までに結果を載せておく。
- ・性別、年代別に関わらず、「戦争や地域紛争の終結・抑止」と答えた人が最も多く、次いで「地球環境問題」が挙げられ、共通の問題意識を持っていることが分かった。

表 17-1 世界各国で連携して取り組むべき課題 (2つまで複数回答、n=2,906) (%)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位
今回調査	戦争や地域紛争の終結・抑止 74.4	地球環境問題 41.9	核兵器拡散の抑制 28.5	各国間の経済格差の縮小 9.4	国際テロ組織の撲滅 9.2	感染症拡大の抑制 6.5
米国	戦争や地域紛争の終結・抑止 52.0	国際テロ組織の撲滅 44.0	地球環境問題 32.8	核兵器拡散の抑制 32.3	感染症拡大の抑制 21.8	各国間の経済格差の縮小 15.3
英国	戦争や地域紛争の終結・抑止 47.7	地球環境問題 31.3	国際テロ組織の撲滅 30.0	核兵器拡散の抑制 22.2	感染症拡大の抑制 20.4	各国間の経済格差の縮小 17.5
フランス	国際テロ組織の撲滅 44.8	戦争や地域紛争の終結・抑止 41.8	地球環境問題 35.4	各国間の経済格差の縮小 27.0	核兵器拡散の抑制 24.2	感染症拡大の抑制 13.1
韓国	戦争や地域紛争の終結・抑止 54.3	地球環境問題 50.9	核兵器拡散の抑制 35.2	各国間の経済格差の縮小 18.3	国際テロ組織の撲滅 16.9	感染症拡大の抑制 14.3
タイ	戦争や地域紛争の終結・抑止 56.2	感染症拡大の抑制 32.2	核兵器拡散の抑制 31.4	各国間の経済格差の縮小 25.5	地球環境問題 24.9	国際テロ組織の撲滅 20.6

図 17-1 世界各国で連携して取り組むべき課題（性・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？（\*）

#### － 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85.1%、インターネットのニュースが74.3%、NHK テレビのニュースが71.7%、新聞が53.7%、ラジオのニュースが28.8%だった。
- ・毎日の接触率は、民放テレビのニュースが48.8%、インターネットのニュースが47.0%、NHK テレビのニュースが36.9%、新聞が36.1%、ラジオのニュースが8.5%だった。
- ・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3.8ポイント、民放テレビのニュースが昨年度から2.5ポイント低下した。毎日の接触率は、新聞が昨年度から3.1ポイント、民放テレビのニュースが昨年度から1.9ポイント低下した。

図 18-1 ニュースとの接触頻度

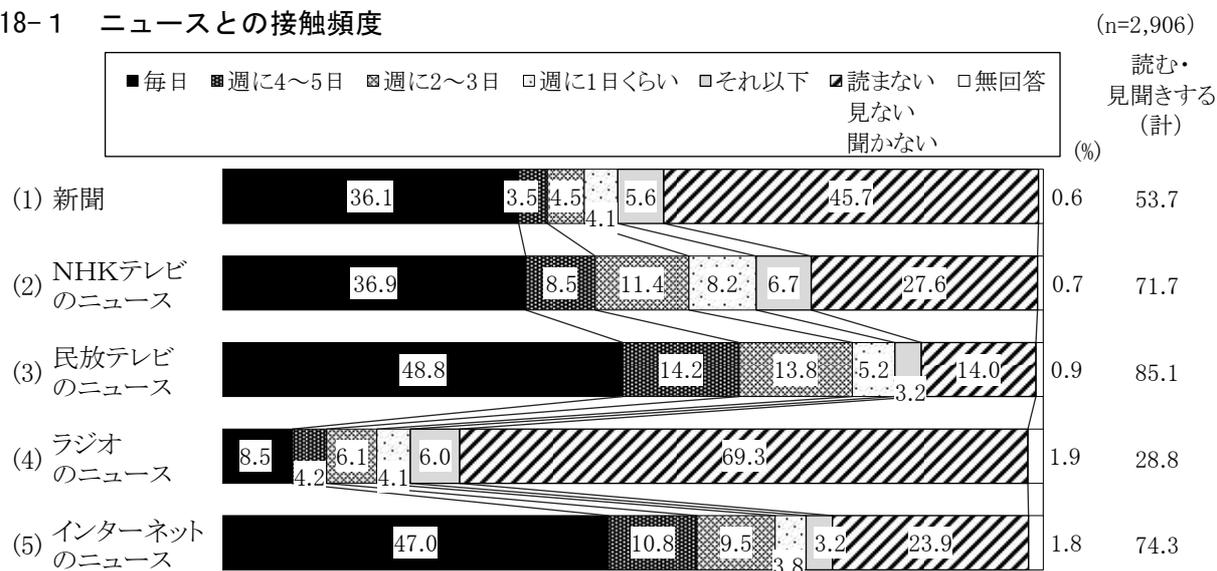
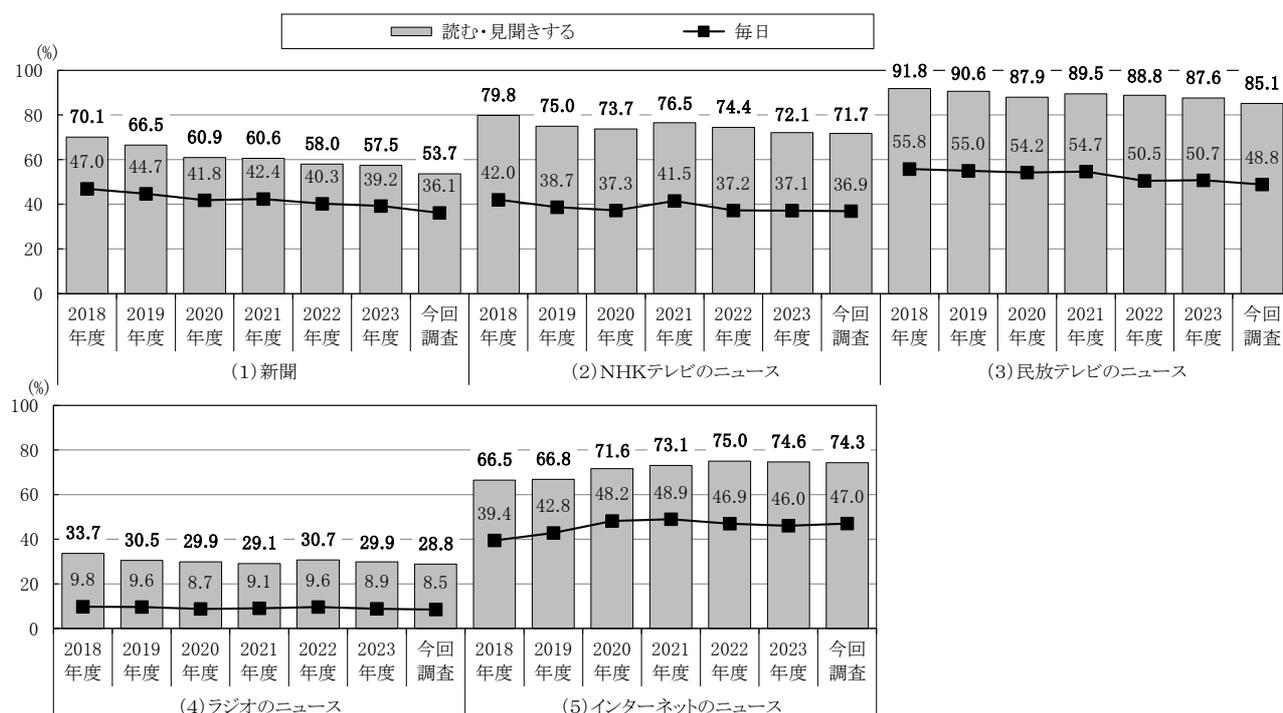


図 18-2 ニュースとの接触頻度（時系列）



- ・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%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・年代別）

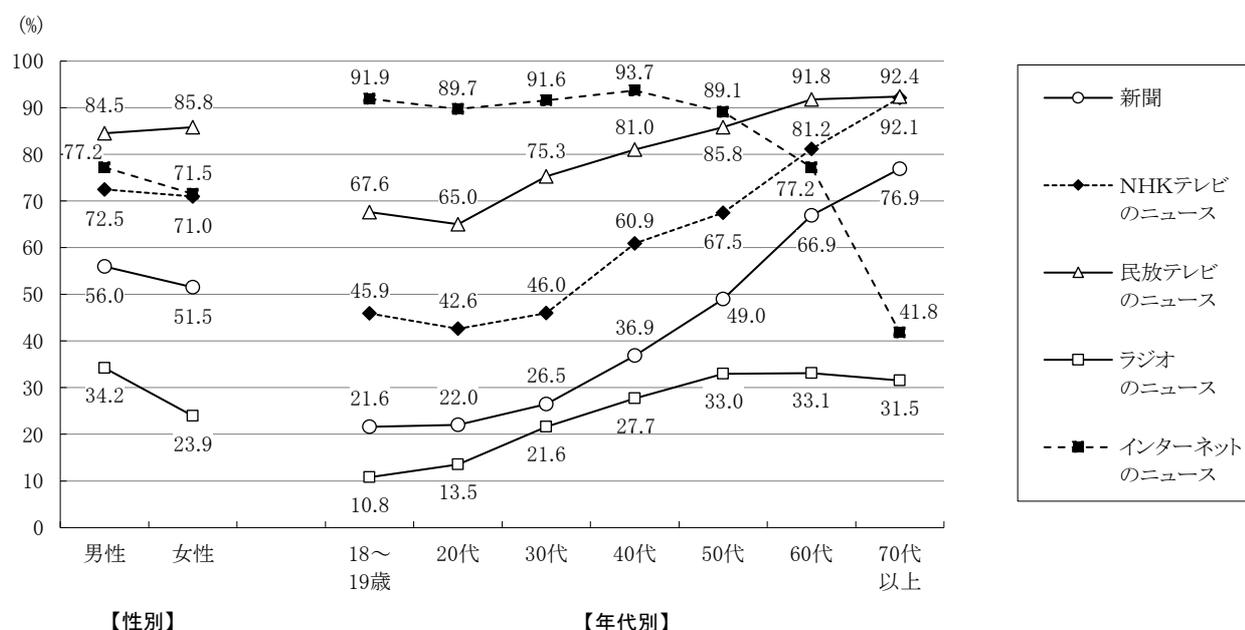
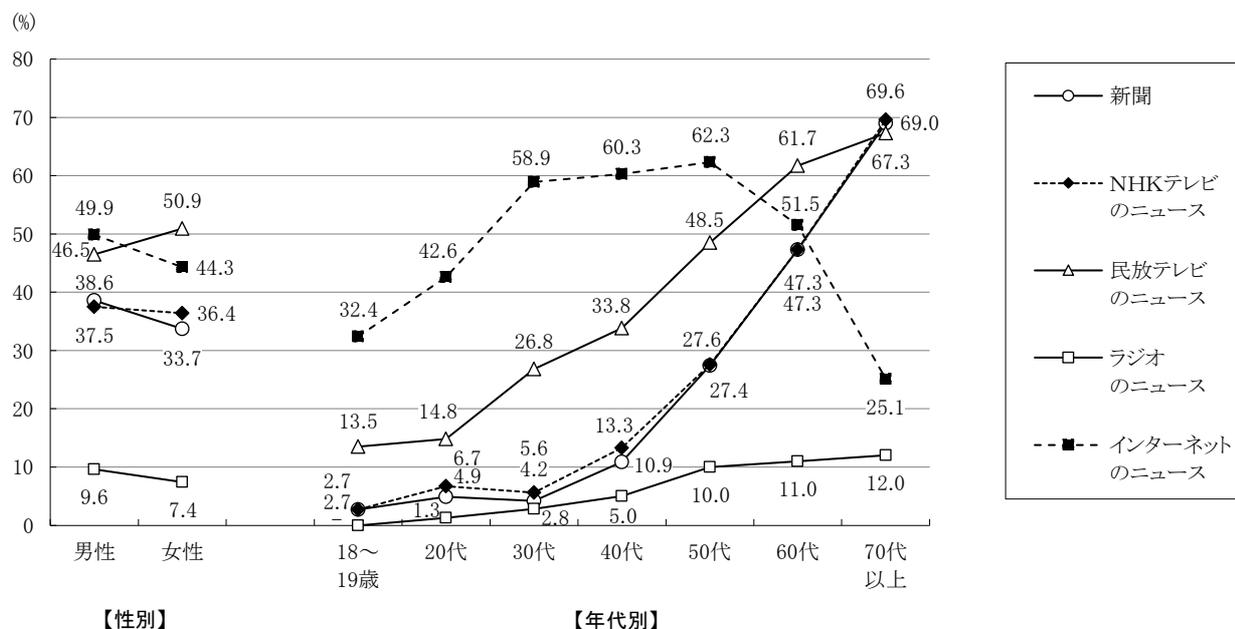


図 18-4 ニュースを「毎日読む・見聞きする」人の割合（性・年代別）



# 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? (\*)

## ー 接触時間の長い順は「民放テレビ」「NHK テレビ」「インターネット」「新聞」 ー

- ・ニュースとの接触時間については、平均接触時間が長い順に、民放テレビのニュースが34.4分、NHK テレビのニュースが27.9分、インターネットのニュースが26.1分、新聞が24.0分、ラジオのニュースが22.0分だった。
- ・昨年度調査からは、新聞が1.6分、NHK テレビと民放テレビが1.1分、それぞれ短くなった。
- ・性別に見ると、ニュースの接触時間は民放テレビが4.0分、女性の方が長く、インターネットが3.8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代で接触時間が最も長かった。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30代で最も短く、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=2,906)

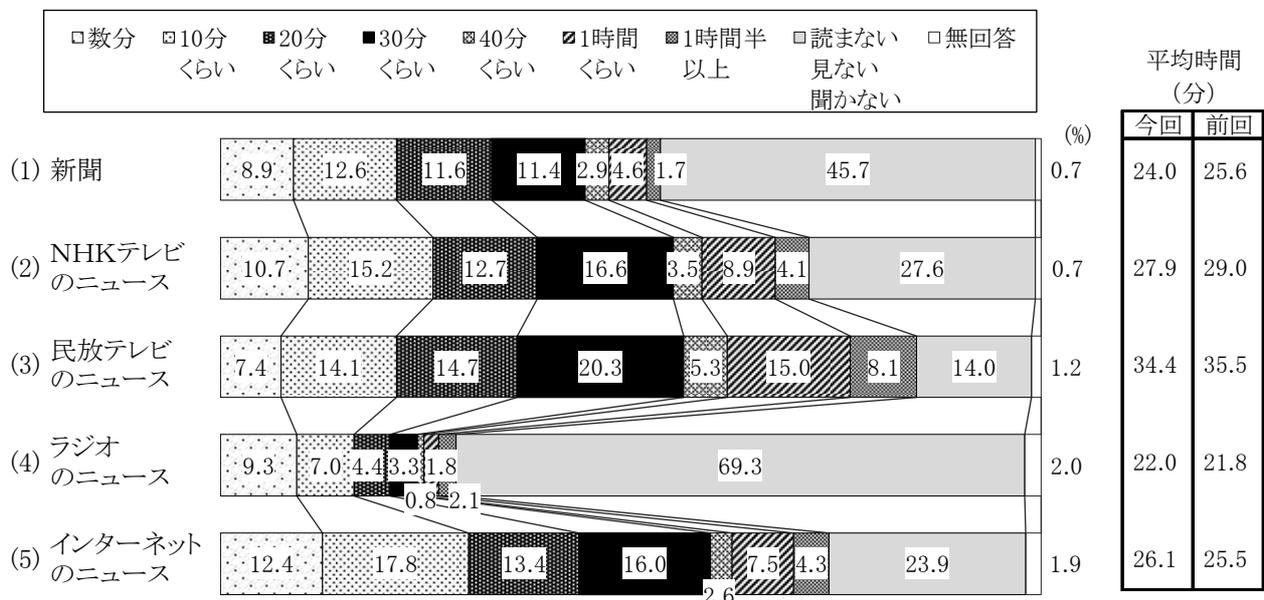
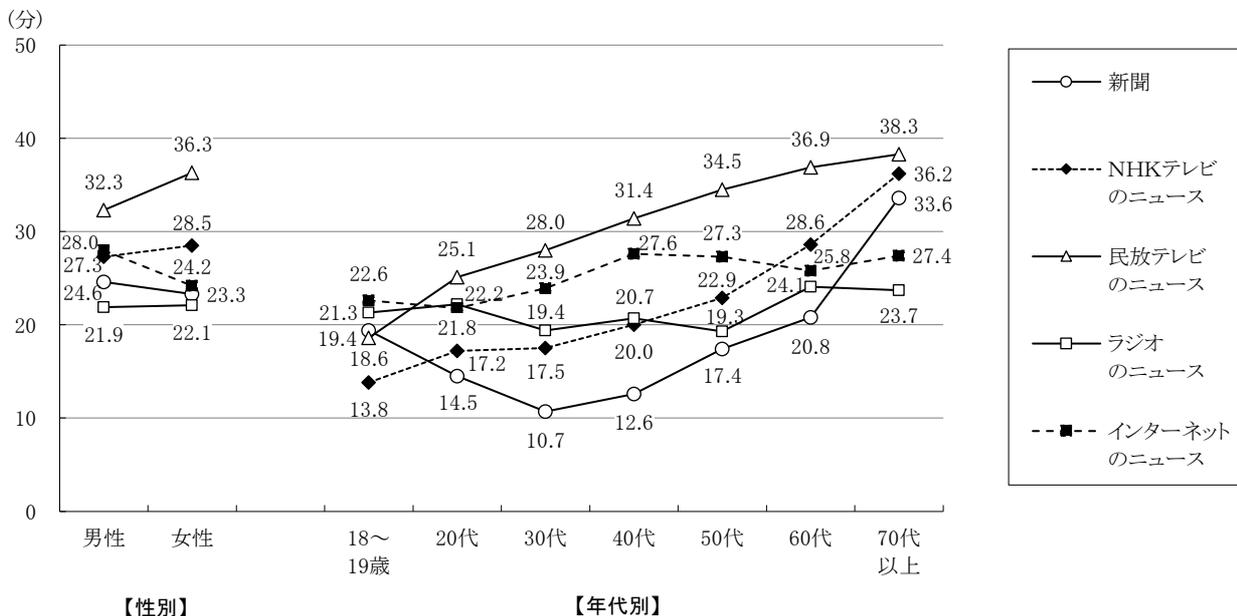


図 19-2 ニュースとの接触時間 (平均) (性・年代別)



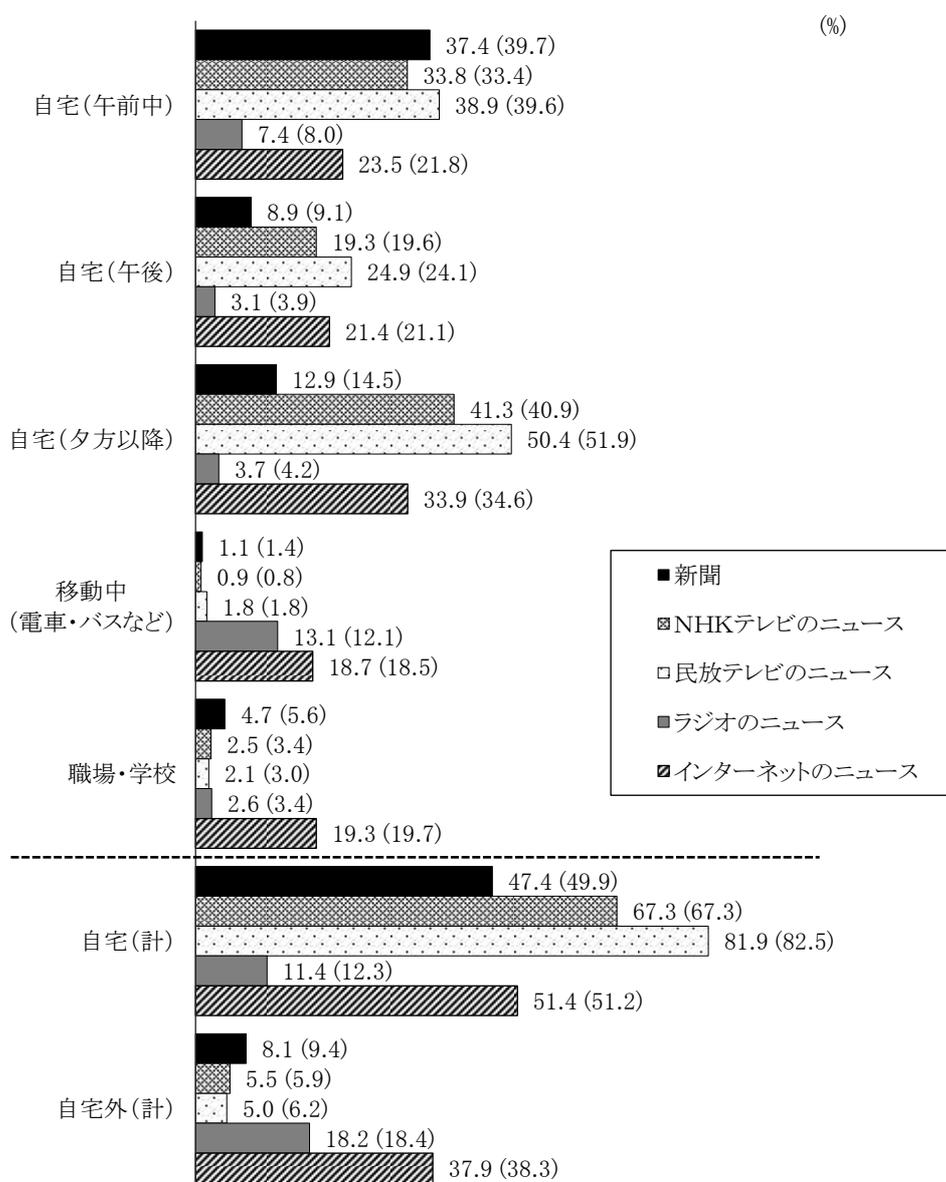
## 20. ニュースを読んだり見聞きしたりするのはいつ、どこで？（＊）

### － 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37.4%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50.4%、NHK41.3%)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33.9%で最も多いが、「職場・学校」(19.3%)、「移動中(電車・バスなど)」(18.7%)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2.3ポイント減だった。

図 20-1 ニュースと接触する場所

(複数回答、n=2,906)



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

図 20-2 「自宅（計）」と回答した人の割合（性・年代別）

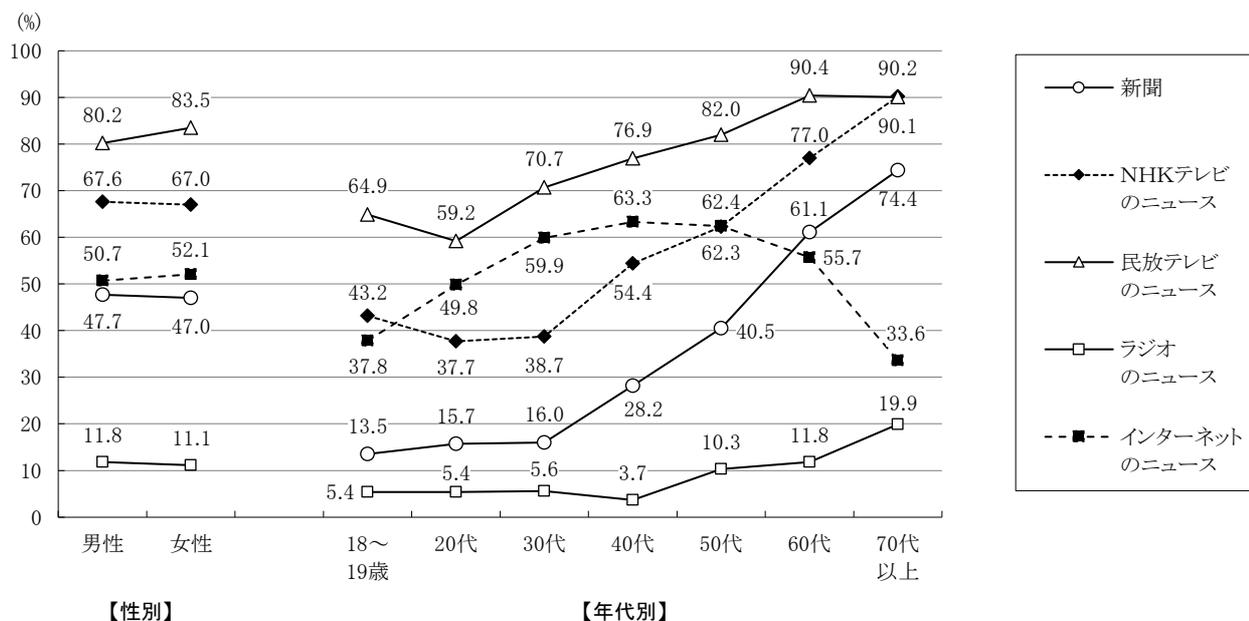
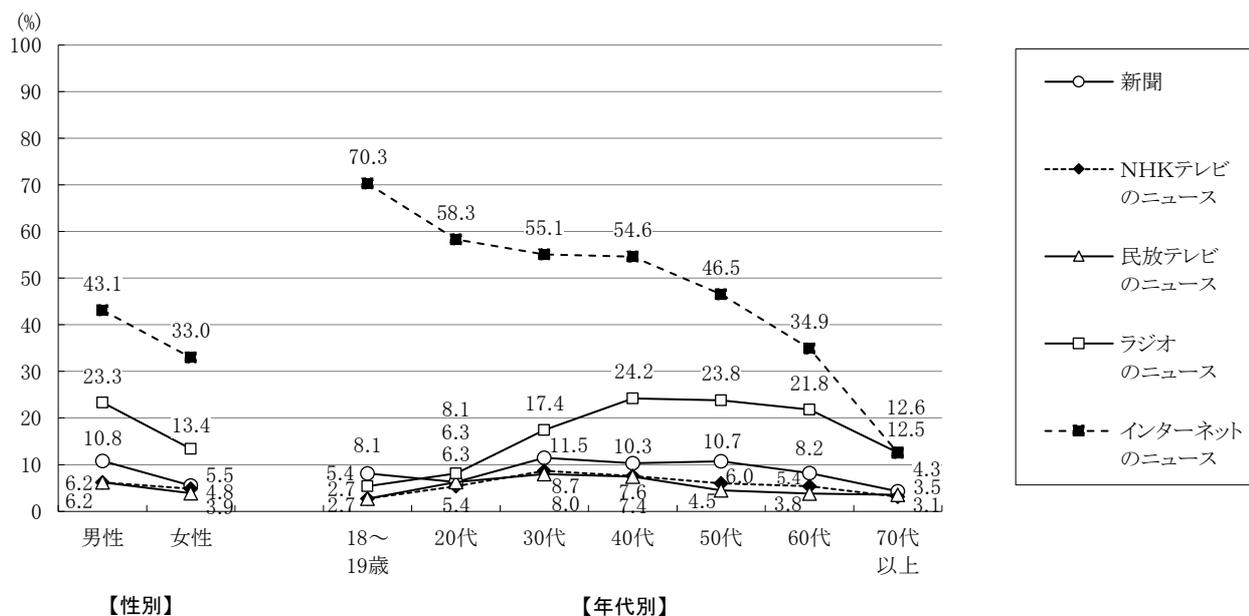


図 20-3 「自宅外（計）」と回答した人の割合（性・年代別）



## 21. 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」64%、「NHK テレビ」54%、  
「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71.6%で最も多く、インターネットが63.7%、NHK テレビが53.9%、新聞が36.1%、ラジオが12.5%だった。
- ・昨年度調査と比較すると、新聞が3.1ポイント減少した。
- ・性別に見ると、民放テレビは5.1ポイント女性の方が多いが、インターネットは7.0ポイント、NHK テレビは2.2ポイント、新聞は3.8ポイント、ラジオは3.3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、40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=2,906)

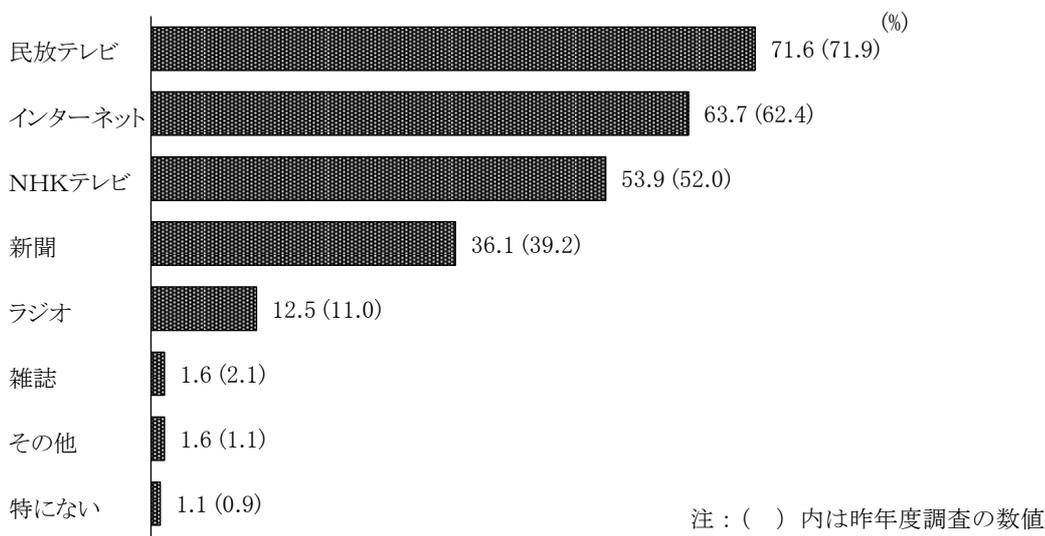
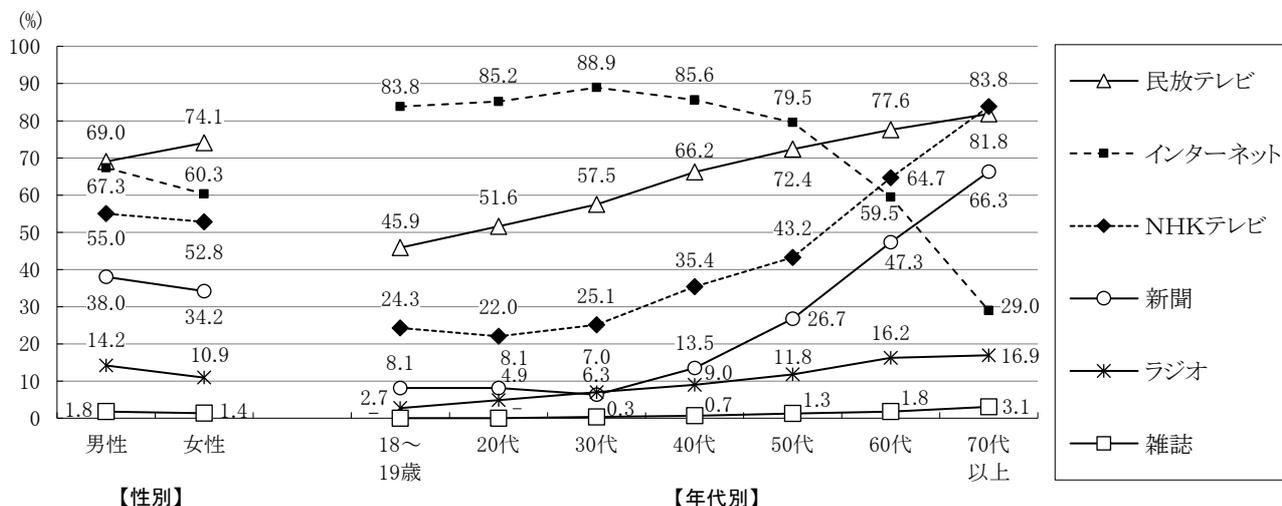


図 21-2 大きなニュースの情報源（性・年代別）



## 22. どのメディアで各分野の情報を得る？（＊）

### － 全分野で民放テレビが1位 －

- ・ 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、経済に関する事で「NHKテレビ」、スポーツ・芸能、社会、生活・健康、文化、地域に関する事で「インターネット」が挙げられた。「新聞」は地域に関する事で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、新聞の経済に関する事が4.3ポイント減少し、インターネットの地域に関する事が3.8ポイント増加した。
- ・ 性別に見ると、「政治に関する事」「社会に関する事」「地域に関する事」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、「政治に関する事」「社会に関する事」「地域に関する事」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「政治に関する事」「社会に関する事」は50代以下で、「地域に関する事」は20～50代でいずれも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。「政治に関する事」「社会に関する事」は40代以下、「地域に関する事」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=2,906)

	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・芸能に関する事	民放テレビ 68.9 (68.9)	インターネット 58.4 (58.3)	NHKテレビ 37.4 (35.6)	新聞 31.6 (32.7)	ラジオ 7.9 (8.7)	雑誌 5.0 (5.1)	4.7 (4.7)
社会に関する事	民放テレビ 65.0 (65.8)	インターネット 50.8 (48.5)	NHKテレビ 47.9 (48.3)	新聞 36.9 (38.7)	ラジオ 8.6 (9.1)	雑誌 1.9 (2.3)	4.3 (4.3)
政治に関する事	民放テレビ 62.1 (61.9)	NHKテレビ 51.3 (51.3)	インターネット 45.0 (42.5)	新聞 36.3 (39.0)	ラジオ 8.2 (8.0)	雑誌 1.8 (1.7)	6.7 (7.5)
国際情勢に関する事	民放テレビ 60.8 (60.0)	NHKテレビ 49.8 (49.2)	インターネット 45.2 (43.6)	新聞 32.8 (35.4)	ラジオ 7.1 (7.6)	雑誌 1.7 (1.9)	6.8 (7.6)
経済に関する事	民放テレビ 58.4 (58.2)	NHKテレビ 45.9 (45.0)	インターネット 45.1 (43.0)	新聞 32.9 (37.2)	ラジオ 7.3 (7.2)	雑誌 1.9 (2.3)	7.7 (8.3)
生活・健康に関する事	民放テレビ 58.1 (58.3)	インターネット 57.5 (56.1)	NHKテレビ 40.0 (39.0)	新聞 30.1 (32.5)	雑誌 10.7 (11.6)	ラジオ 7.4 (7.5)	5.6 (6.0)
文化に関する事	民放テレビ 55.1 (55.1)	インターネット 48.2 (45.8)	NHKテレビ 38.8 (39.3)	新聞 32.3 (34.8)	ラジオ 6.4 (7.1)	雑誌 6.3 (6.5)	8.8 (9.2)
地域に関する事	民放テレビ 53.9 (53.3)	インターネット 45.6 (41.8)	新聞 37.7 (40.3)	NHKテレビ 34.5 (33.7)	ラジオ 7.5 (7.8)	雑誌 2.9 (3.0)	6.3 (6.9)

注：( ) 内は昨年度調査の数値

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

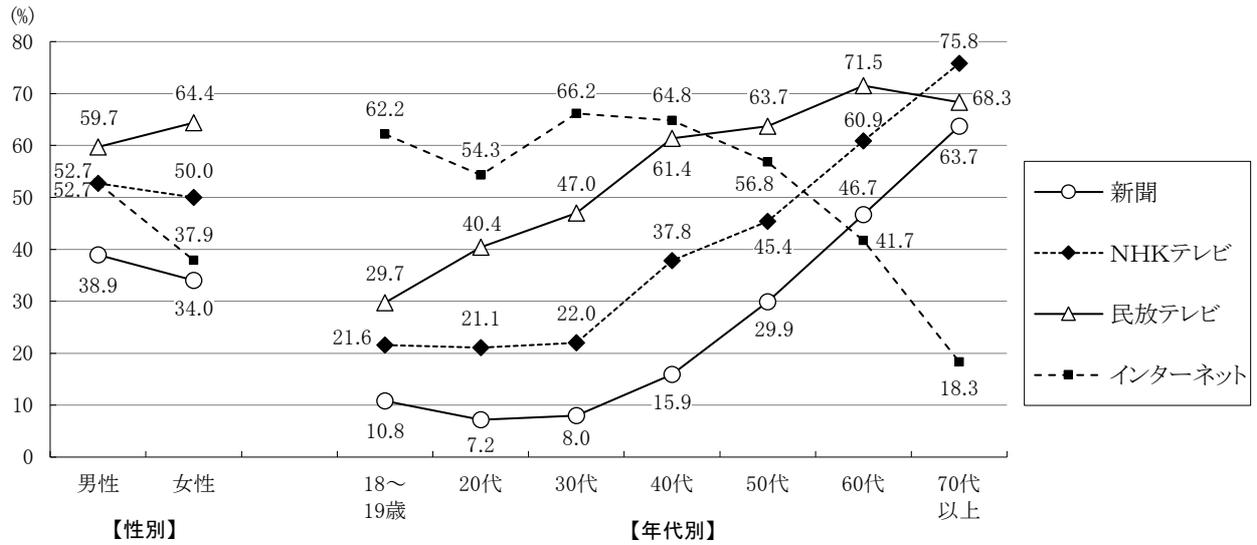


図 22-2 「社会に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）

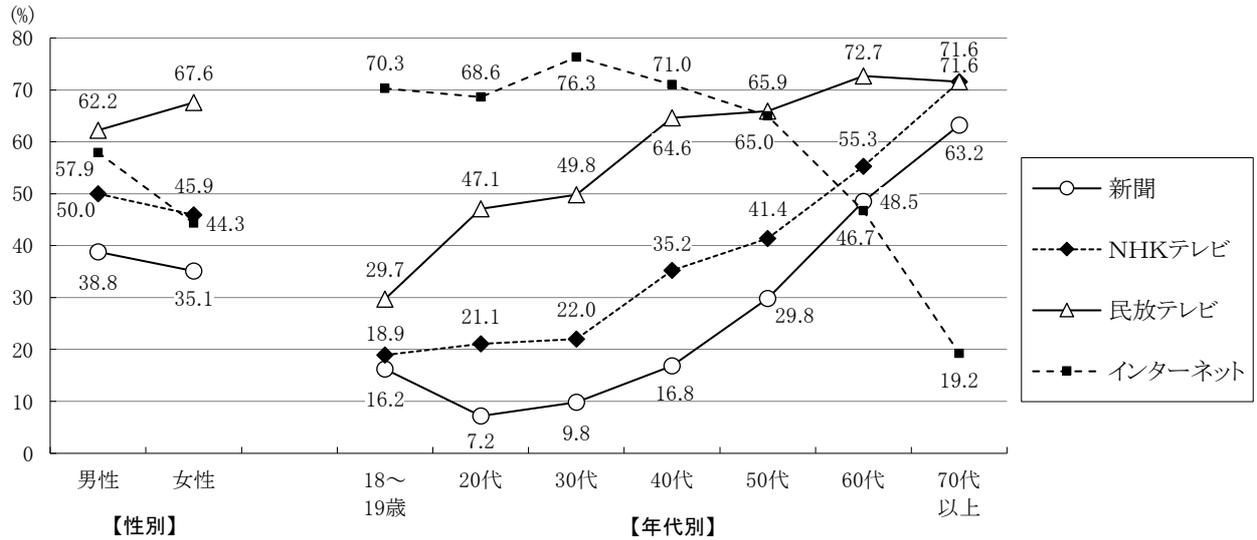
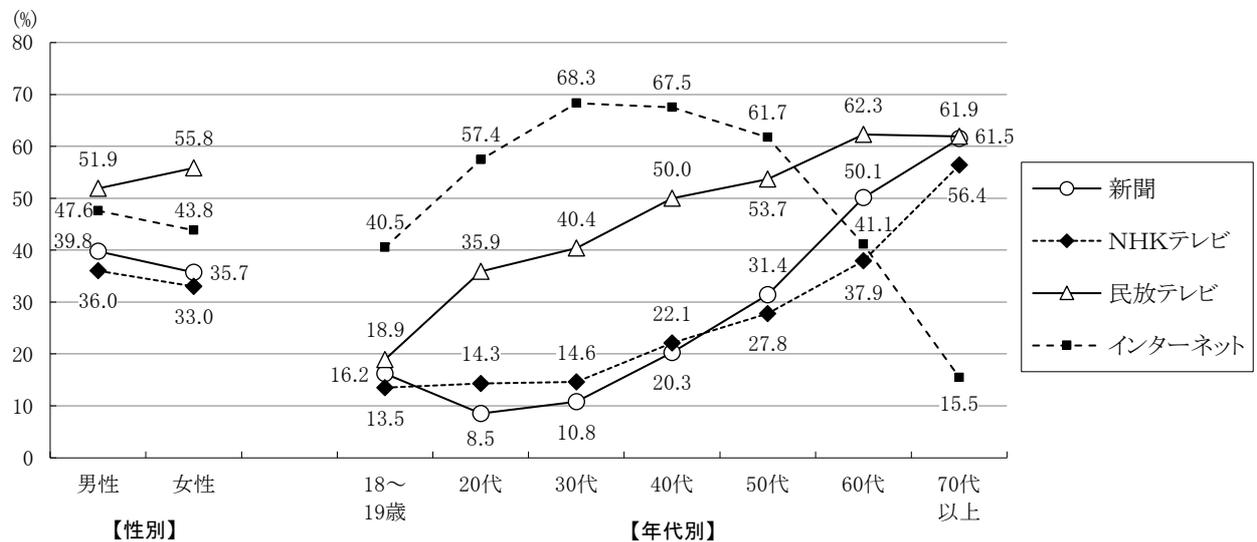


図 22-3 「地域に関すること」を読んだり見たりするメディア（性・年代別）



## 《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」48%、「読まない」40% —

- ・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47.9%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」（6.5%）、「ポータルサイトなどで閲覧できる新聞記事」（5.7%）、「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」（1.9%）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39.5%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4.3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20～30代で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74.9%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 23-1 新聞の読み方（時系列）

（複数回答、n=2,906）

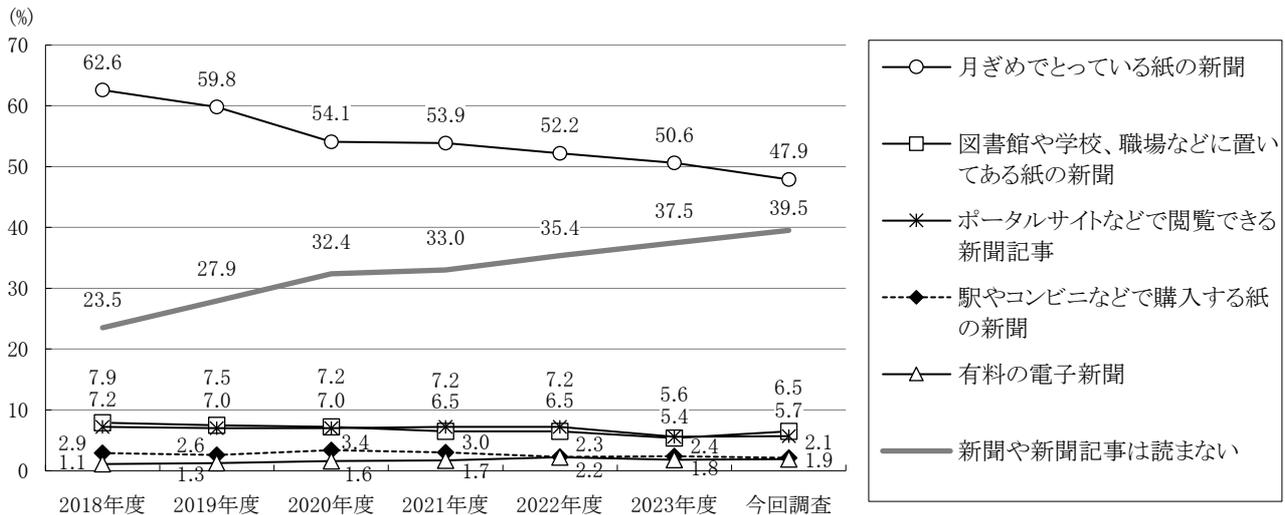
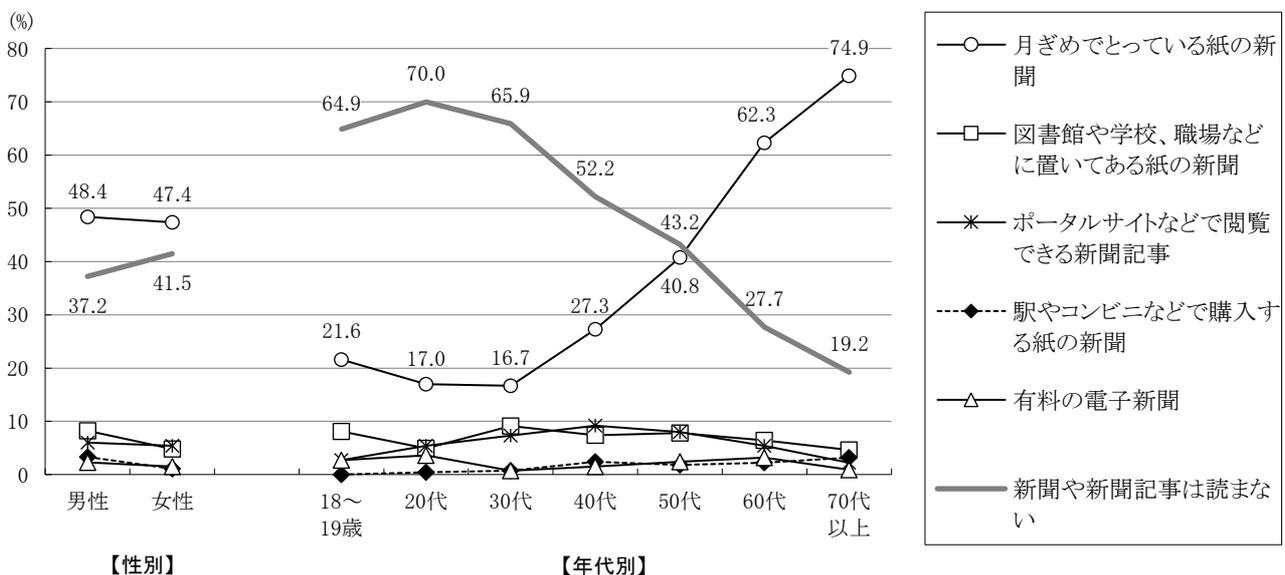


図 23-2 新聞の読み方（性・年代別）



## 24. 月ぎめ新聞の購読状況は？（＊）

— 54%が購読、購読率は昨年から低下 —

- ・ 自宅で月ぎめ新聞を購読している人は53.8%だった。新聞の種類を見ると、「全国紙」を購読している人が47.6%、「県紙・地方紙」を購読している人が40.1%、「ブロック3紙」を購読している人が13.2%だった。また、全国紙を購読している人のうち、「紙の新聞」が92.9%、「電子新聞」が3.1%、「両方」が3.6%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（58.1%）より4.3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0.8ポイント減、県紙・地方紙は2.3ポイント減、ブロック3紙は0.7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22.6%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76.7%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50代で9.2ポイント、30代で8.9ポイント、70歳以上で6.0ポイント、40代で5.1ポイント、60代で2.9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=2,906)

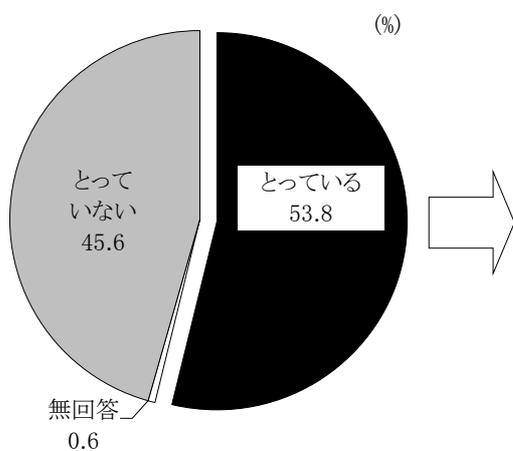


図 24-2 月ぎめでとっている新聞の種類  
(複数回答、n=1,562)

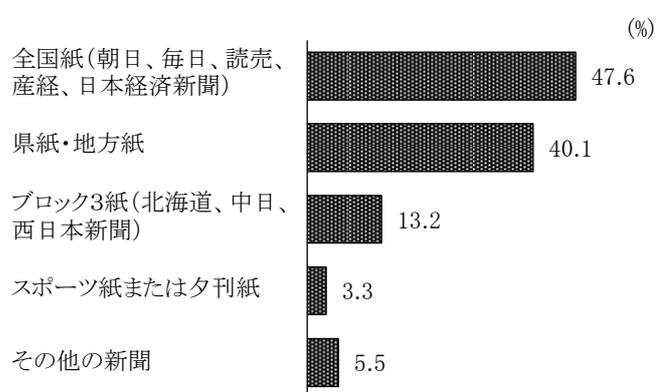


図 24-3 全国紙の購読は紙の新聞か電子新聞か  
(n=744)

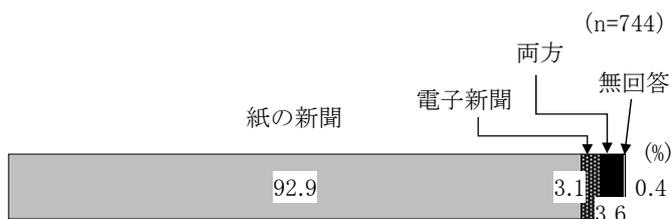


図 24-4 月ぎめでとっている新聞（時系列）

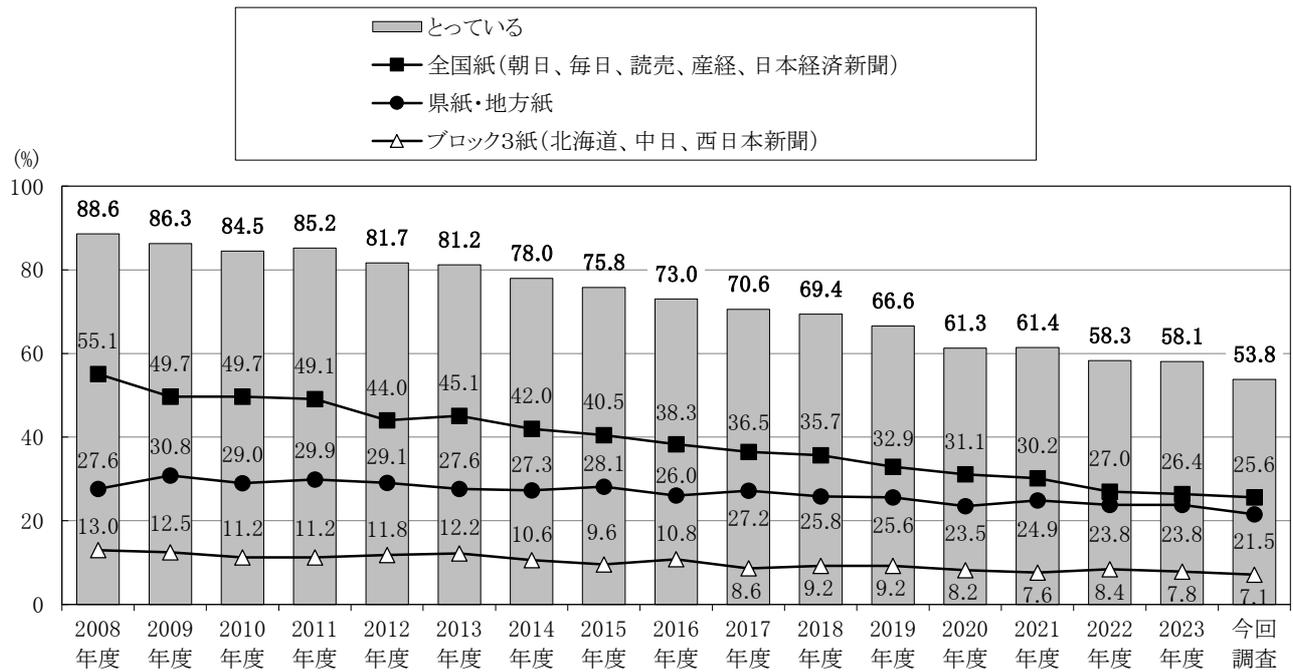
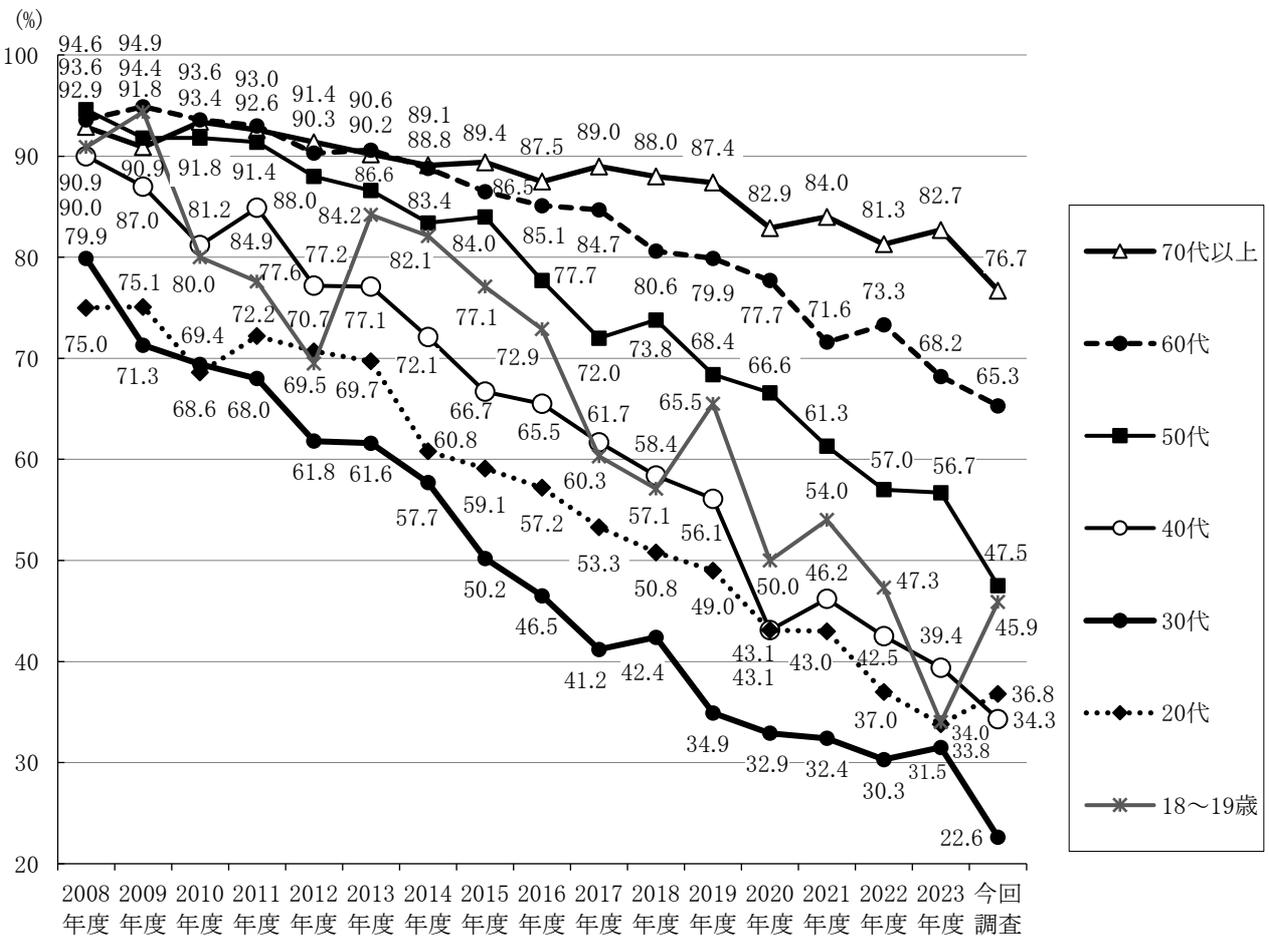


図 24-5 月ぎめで新聞をとっている人の割合（年代別、時系列）



(月ぎめで新聞をとっている人に) (全体の 53.8%)

## 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」49% —

- ・月ぎめで新聞をとる理由としては、「新聞を読むのが習慣になっているから」を挙げる人が 48.5%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」(37.3%)、「毎日、自宅に届けてくれるから」(31.6%)、「新聞で世間の動きが大体分かるから」(31.3%)、「新聞の情報は、自分に役立つから」(27.7%) 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 2.0 ポイントの減少となった。
- ・性別に見ると、「新聞で世間の動きが大体分かるから」は、男性の方が 4.2 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=1,562)

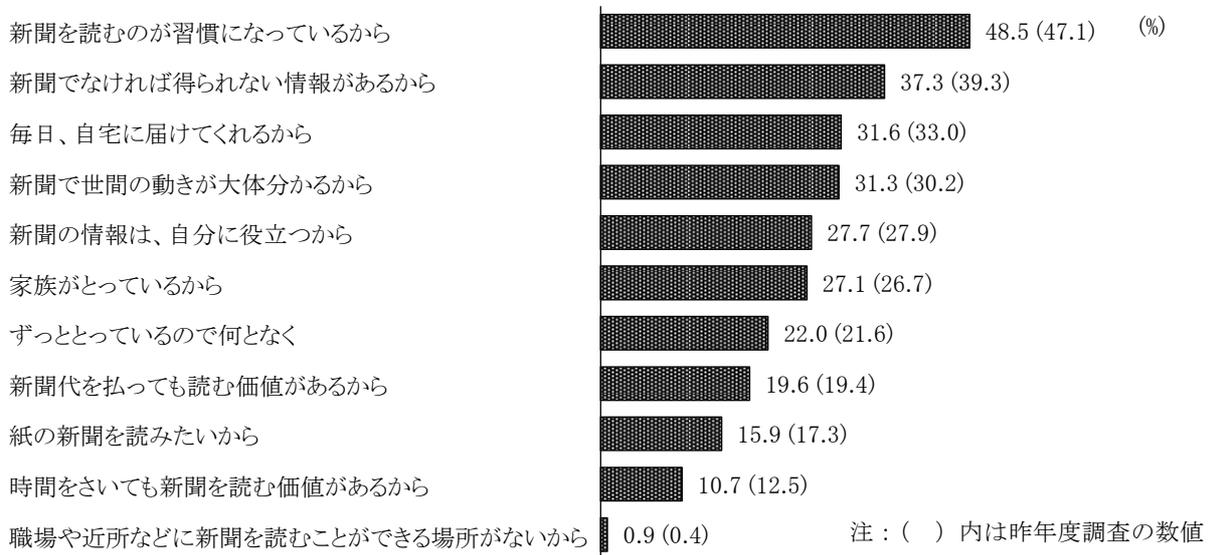
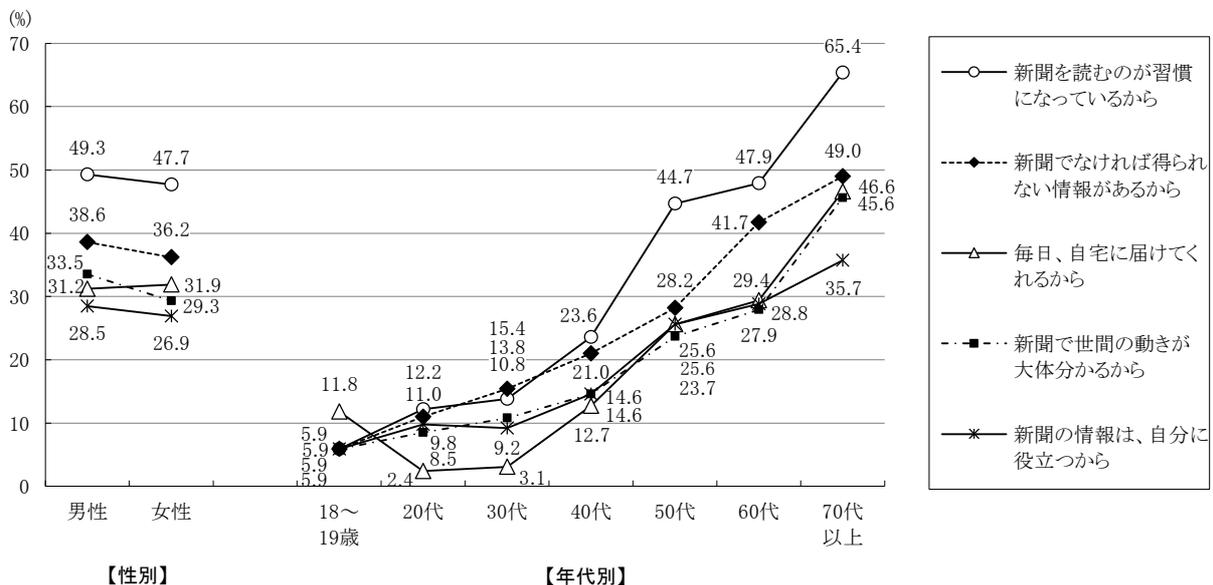


図 25-2 月ぎめで新聞をとる理由（上位 5 位）（性・年代別）



(月ぎめで新聞をとっていない人に) (全体の 45.6%)

## 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 75.5% だった。次いで、「新聞の購読料は高いから」(39.3%)、「新聞を読む習慣がないから」(24.9%)、「新聞を読む時間がないから」(22.1%)、「紙の新聞は、処分が面倒だから」(20.8%) を挙げる人が多かった。前回調査と比較すると、「新聞を読む時間がないから」が 2.7 ポイント、「新聞を読む習慣がないから」が 2.5 ポイント、「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」が 2.1 ポイント減少した。
- ・性別に見ると、「新聞を読む時間がないから」が 9.6 ポイント、「新聞を読む習慣がないから」が 4.9 ポイント、「紙の新聞は、処分が面倒だから」が 2.9 ポイント女性の方が多かった。「テレビやインターネットなど他の情報で十分だから」と「新聞の購読料は高いから」はともに 3.3 ポイント男性の方が多かった。
- ・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代で他の年代より多く 45.2% だった。

図 26-1 月ぎめで新聞をとらない理由

(複数回答、n=1,326)

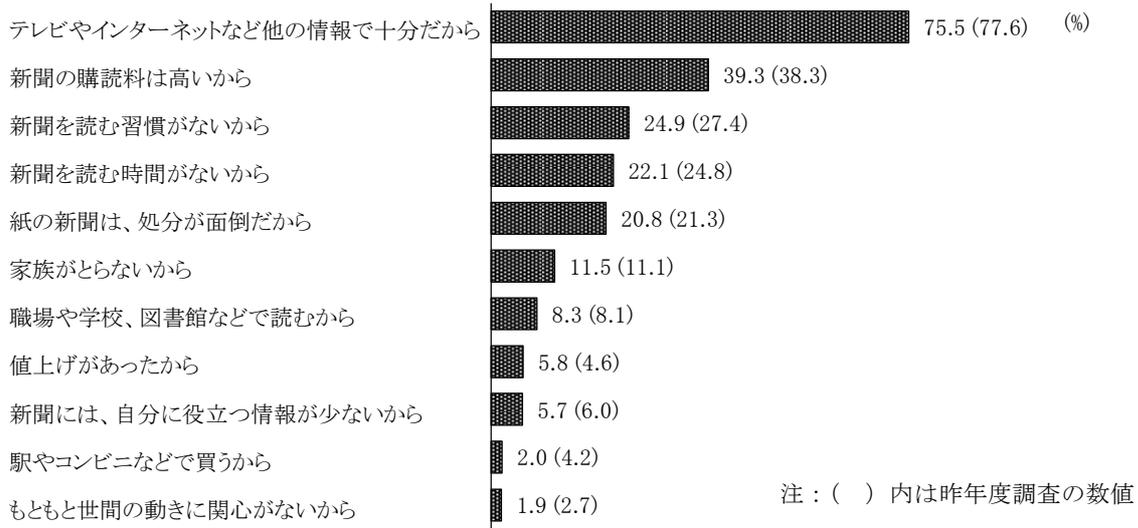
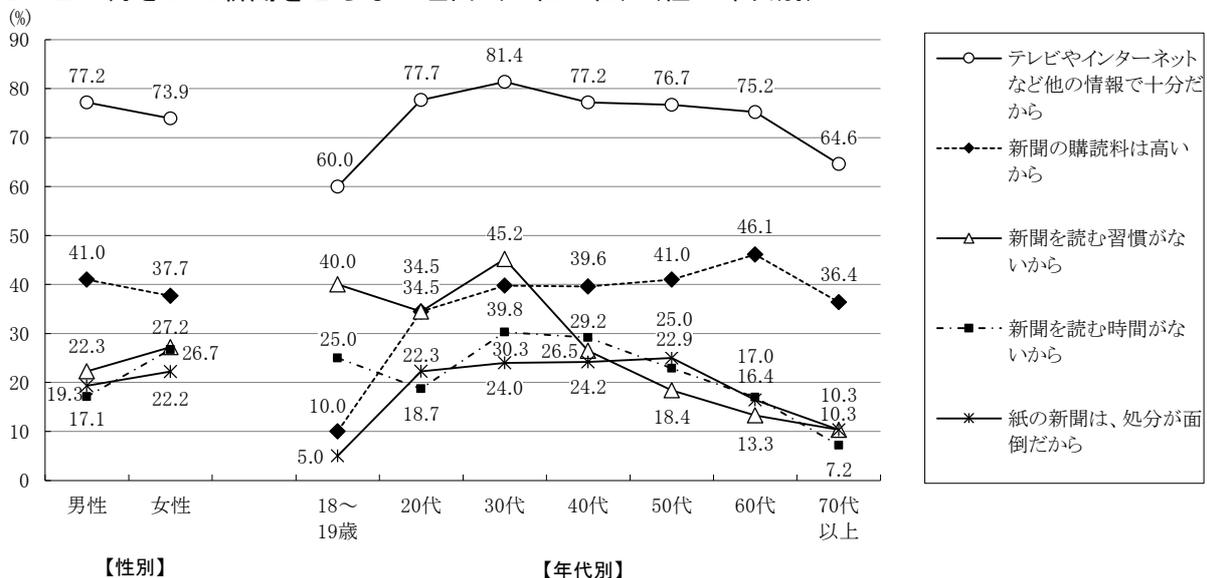


図 26-2 月ぎめで新聞をとらない理由 (上位 5 位) (性・年代別)



## 27. 通信社の役割を知っている？（＊）

－ 「知っている」46%、「知らない」53% －

- ・通信社が新聞社や放送局、インターネットサイトなどにニュースを配信していることを「知っている」人は45.7%、「知らない」人は53.2%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18～19歳で3.4ポイント、40代で3.5ポイント減少した。一方、20代で4.3ポイント増加した。
- ・性別で見ると、「知っている」人は、女性（40.9%）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、50～60代で他の年代より多く50%台だった。

図 27-1 通信社の役割の認知

(n=2,906)

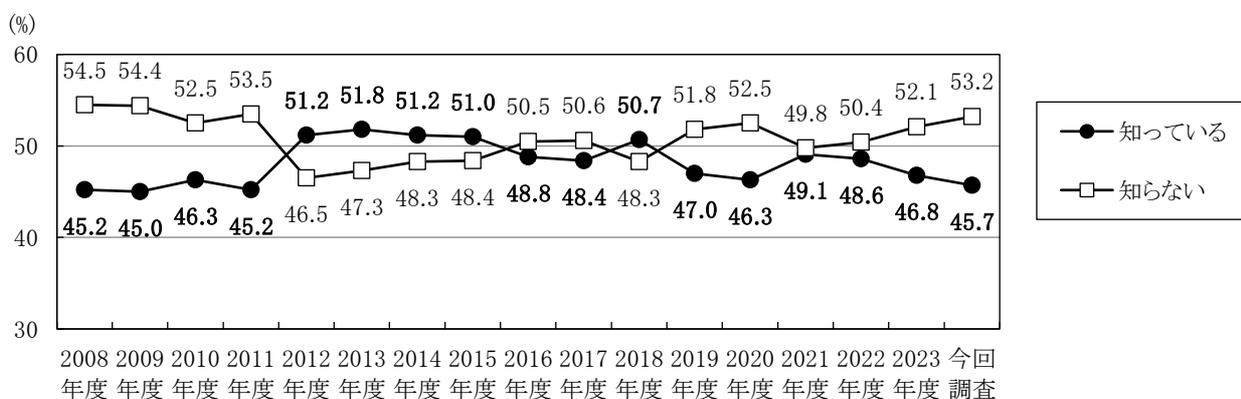
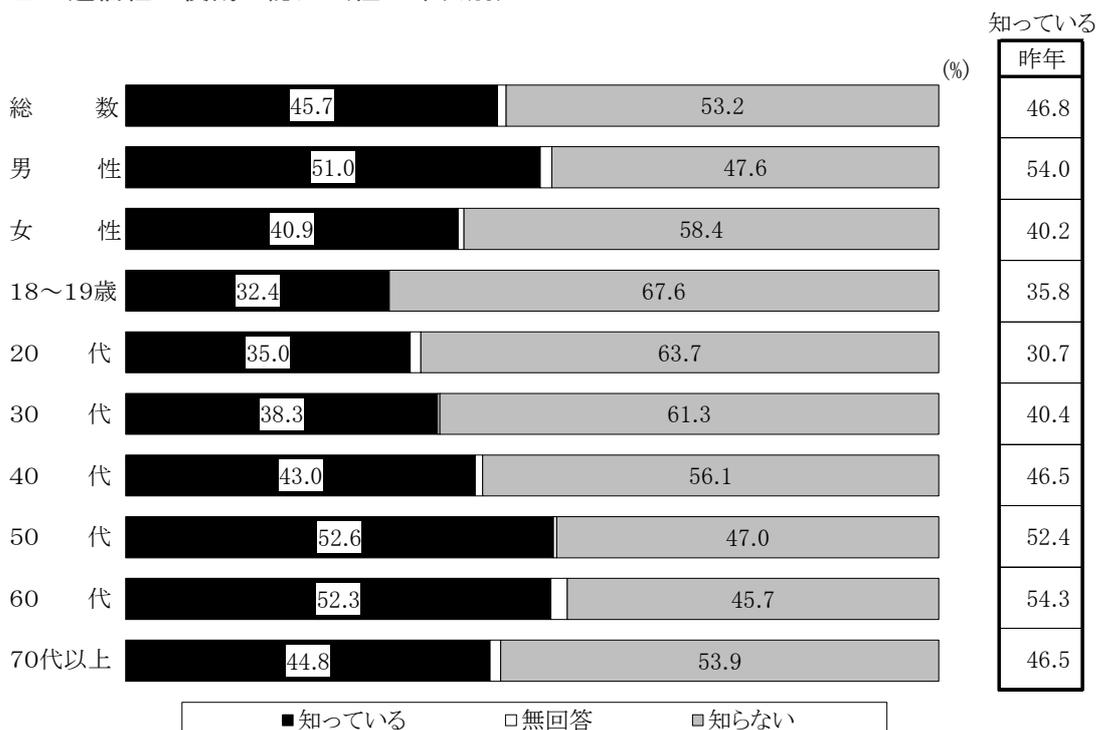


図 27-2 通信社の役割の認知（性・年代別）



## 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」(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80.0%だった。最も知名度が高いのは「共同通信」で71.2%の人が挙げた。次いで「ロイター通信」が67.2%、「時事通信」が47.5%、「AP通信」が40.4%、「新華社通信」が29.5%だった。
- ・年代別に見ると、40代以上では「共同通信」の知名度が最も高く、30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=2,906)

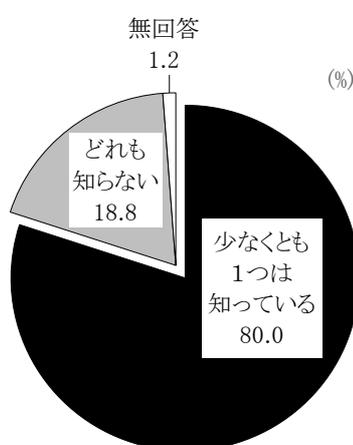


図 28-2 知っている通信社 (複数回答、n=2,906)

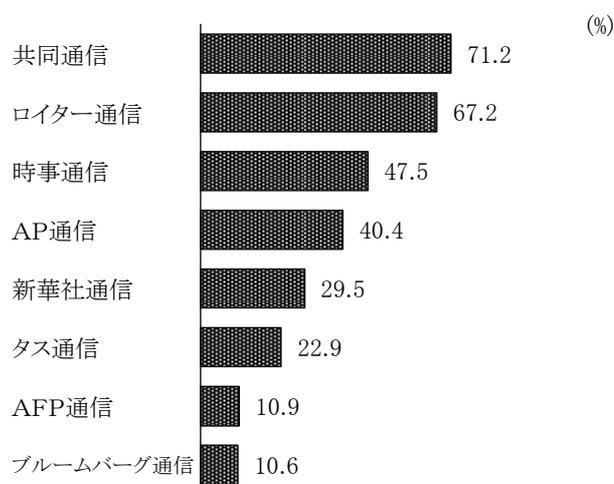


表 28-1 知っている通信社 (性・年代別)

	1位	2位	3位	4位	5位
総数	共同通信 71.2	ロイター通信 67.2	時事通信 47.5	AP通信 40.4	新華社通信 29.5
男性	共同通信 76.2	ロイター通信 69.2	時事通信 55.7	AP通信 46.2	新華社通信 35.9
女性	共同通信 66.6	ロイター通信 65.4	時事通信 39.9	AP通信 35.0	新華社通信 23.6
18-19歳	ロイター通信 37.8	共同通信 35.1	時事通信	AP通信 16.2	ブルームバーグ通信/APF通信/タス通信/新華社通信 2.7
20代	ロイター通信 51.1	共同通信 49.8	時事通信 27.8	AP通信 24.2	AFP通信/新華社通信 9.4
30代	ロイター通信 66.2	共同通信 65.2	時事通信 40.8	AP通信 40.1	新華社通信 13.6
40代	共同通信 77.7	ロイター通信 75.3	時事通信 53.1	AP通信 49.3	新華社通信 25.3
50代	共同通信 77.7	ロイター通信 77.1	時事通信 52.8	AP通信 52.3	新華社通信 34.7
60代	共同通信 77.4	ロイター通信 73.1	時事通信 53.7	AP通信 43.9	新華社通信 39.1
70代以上	共同通信 69.1	ロイター通信 58.9	時事通信 46.2	新華社通信 34.7	タス通信 32.0

## 《新聞への意見》

### 29. 新聞の記事の満足度は？（＊）

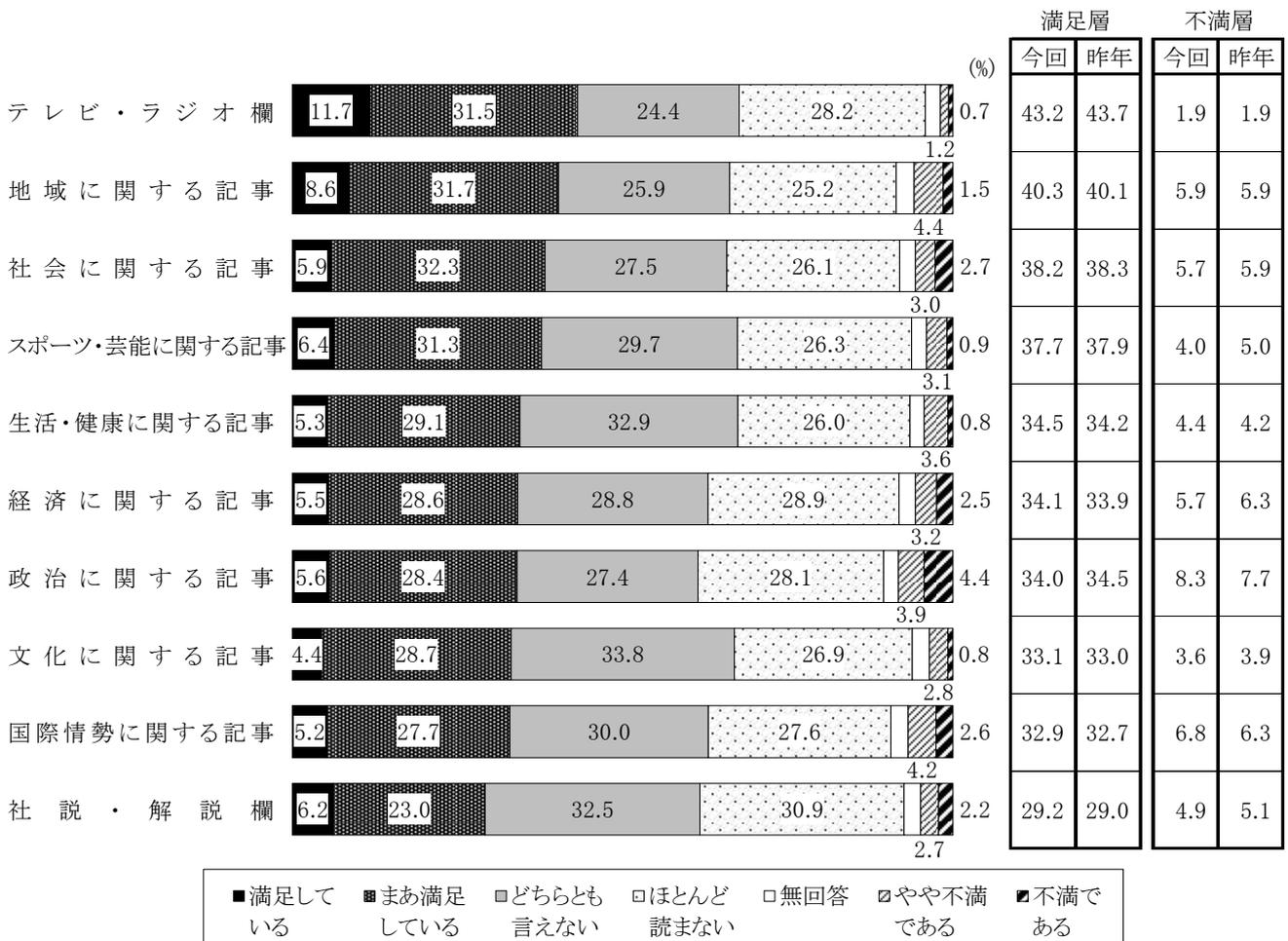
－ ラ・テ欄、地域記事、社会記事など、身近な記事の満足度が高い －

- ・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43.2%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40.3%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」「政治に関する記事」「経済に関する記事」「生活・健康に関する記事」「スポーツ・芸能に関する記事」「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。
- ・昨年度調査からは、満足層、不満層ともに1ポイント未満の変化だった。

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

図 29-1 新聞の記事の満足度

(n=2,906)



- ・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6.3ポイント、「地域に関する記事」は5.0ポイント、男性より女性が多く、「社会に関する記事」は2.6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 29-2 テレビ・ラジオ欄、社会、地域に関する記事に満足している人の割合（性・年代別）

※「満足している」+「まあ満足している」の割合

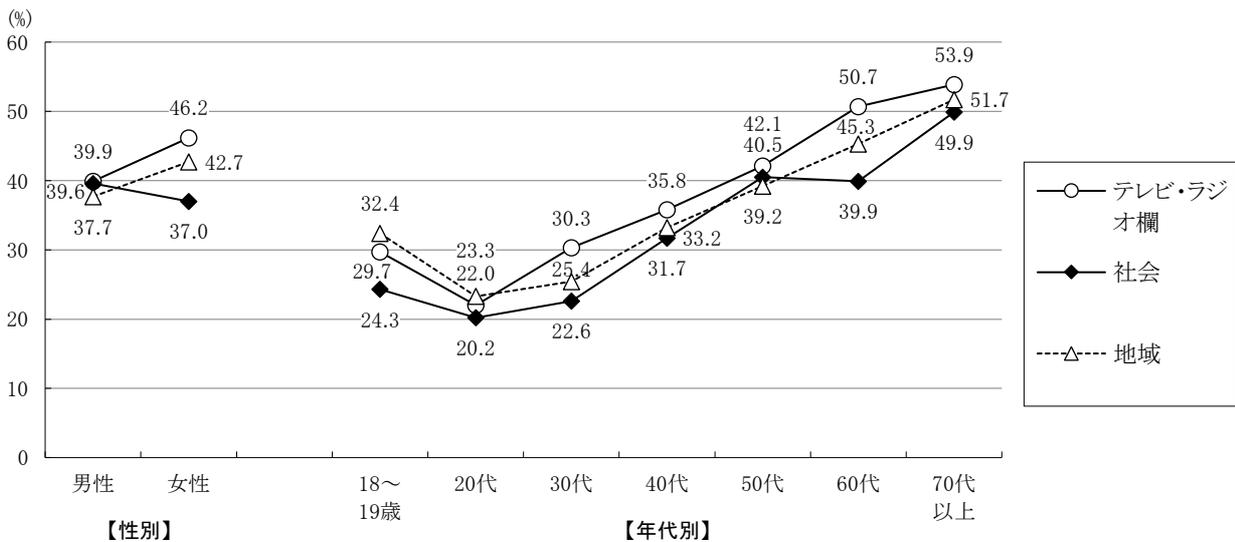
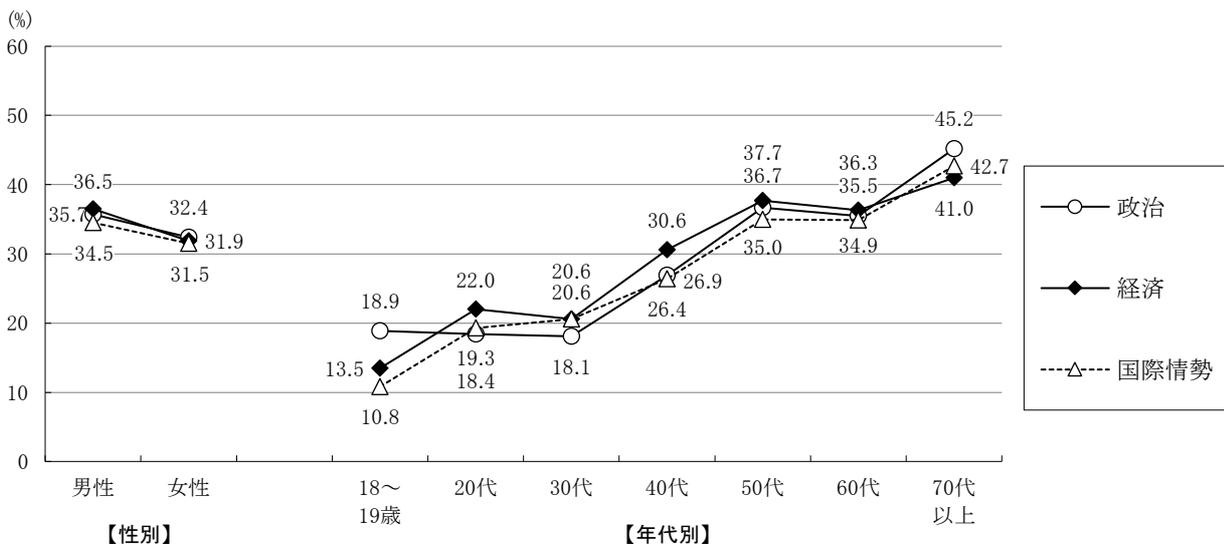


図 29-3 政治、経済、国際情勢に関する記事に満足している人の割合（性・年代別）

※「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41%、不満な人は10% －

- ・新聞全般について、「満足している」は11.5%、「やや満足である」は29.1%であり、この2つを合わせた満足層は40.6%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9.8%と少数だった。満足層は昨年から横ばいだった。
- ・年代別に見ると、満足層は30代で22.0%と最も少なく、年代の上昇とともに多くなり、70代以上で56.8%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30代で65.2%と最も多くなった。不満層は20～60代で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=2,906)

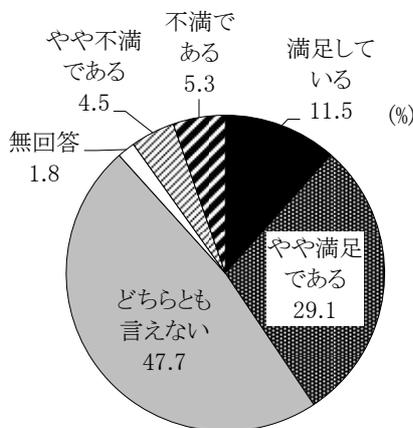


図 30-2 新聞全般の満足度（時系列）

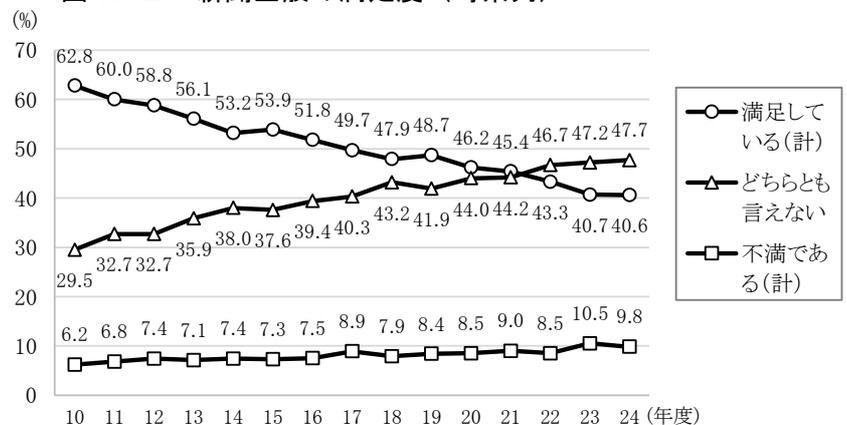
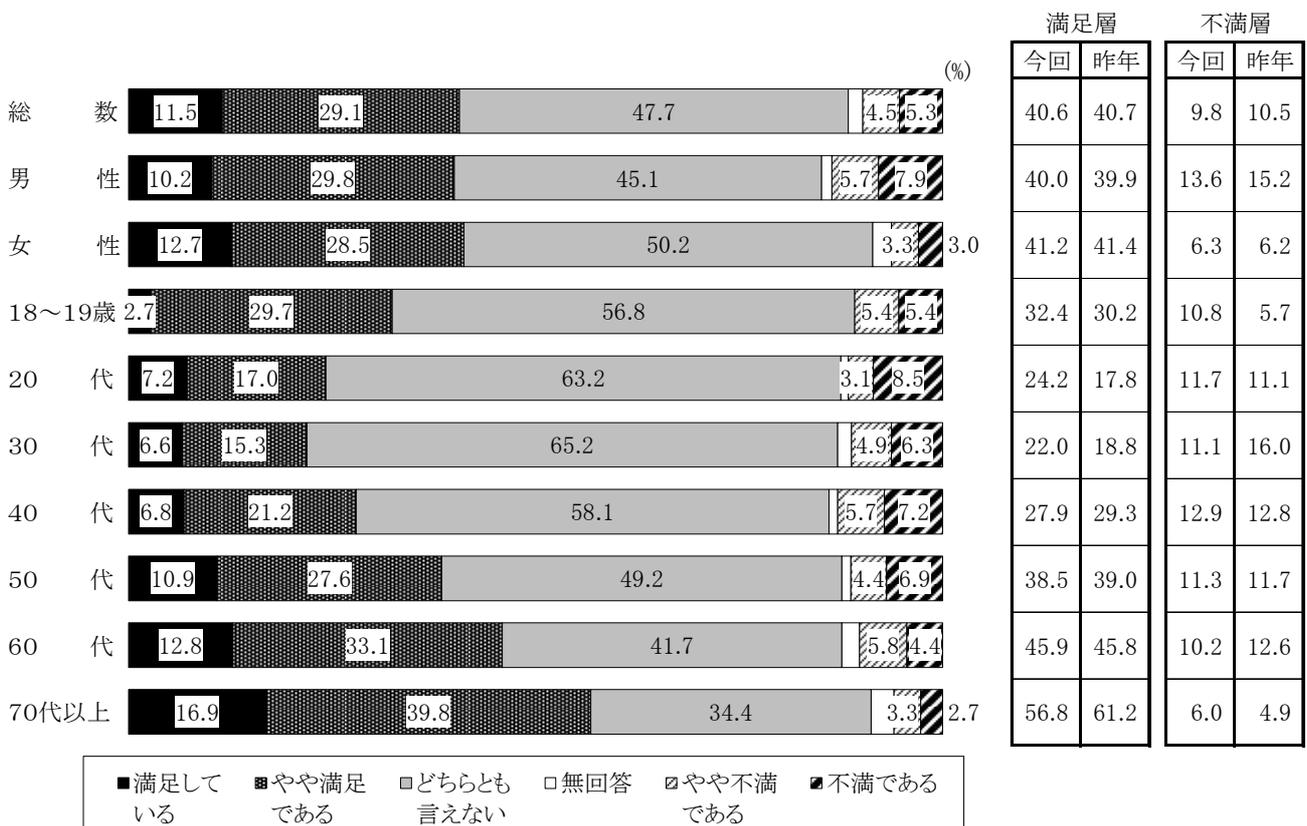


図 30-3 新聞全般の満足度（性・年代別）



### 31. 戸別配達をどう思う？（＊）

#### － 日本独特の戸別配達制度、「続けてほしい」51% －

- ・戸別配達については、「ぜひ続けてほしい」は27.4%、「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51.4%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32.7ポイント、昨年度(54.9%)からは3.5ポイントの減少となった。年代別に見ると、30代以上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(22.3%)で最も少なく、以降、70代以上(74.9%)にかけて、年代が上がるに従って多くなった。

※『続けてほしい(計)』＝「ぜひ続けてほしい」＋「できれば続けてほしい」

図 31-1 戸別配達の存続 (n=2,906)

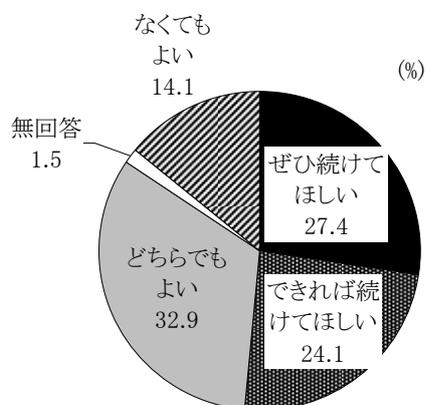


図 31-2 『続けてほしい(計)』割合 (時系列)

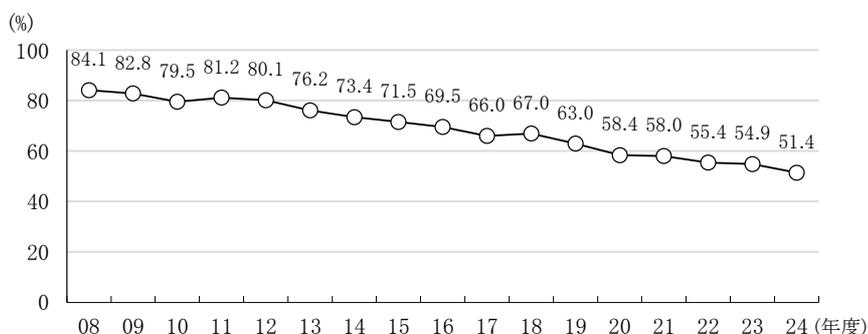
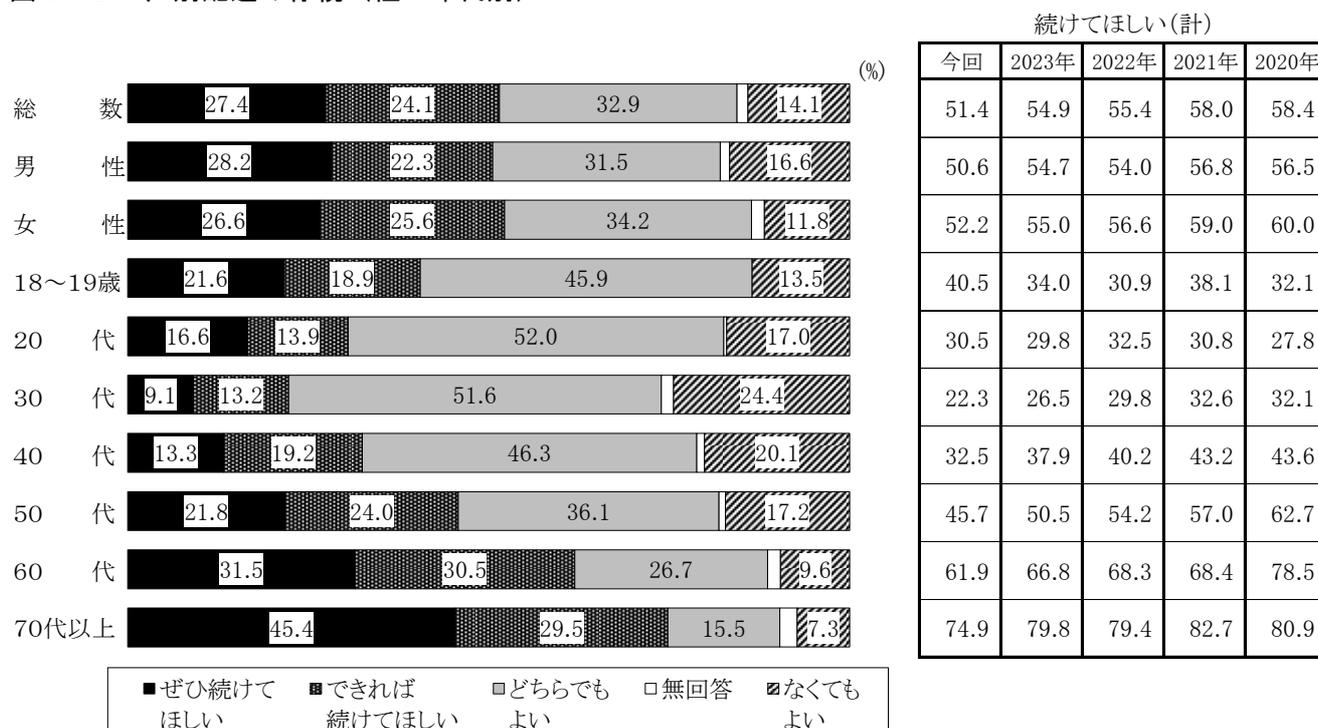


図 31-3 戸別配達の存続 (性・年代別)



## 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16.4%、「少し高い」は36.8%で、両者を合わせた『高い(計)』は53.2%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1.9%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、20代で64.6%と最も多かった。一方、「妥当である」は20代(31.8%)で最も少なく、年代が高いほど多くなり70代以上で51.8%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=2,906)

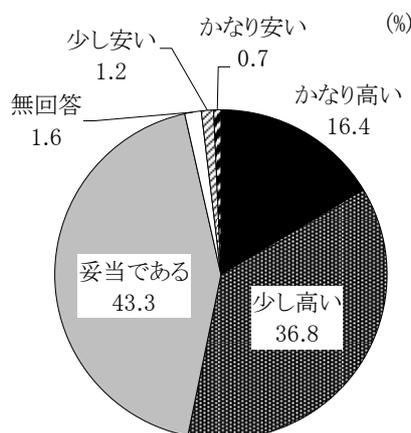


図 32-2 新聞の購読料 (時系列)

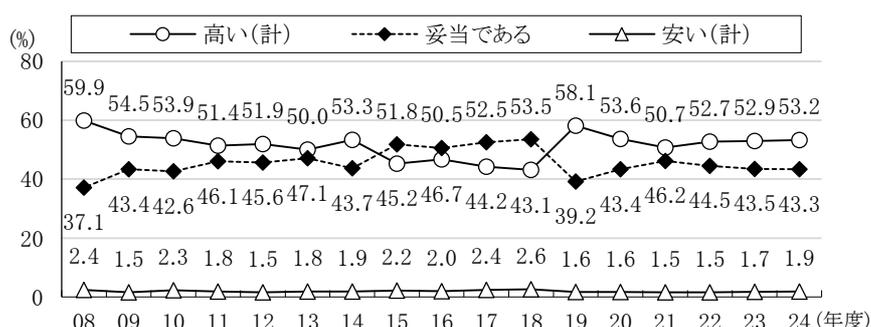
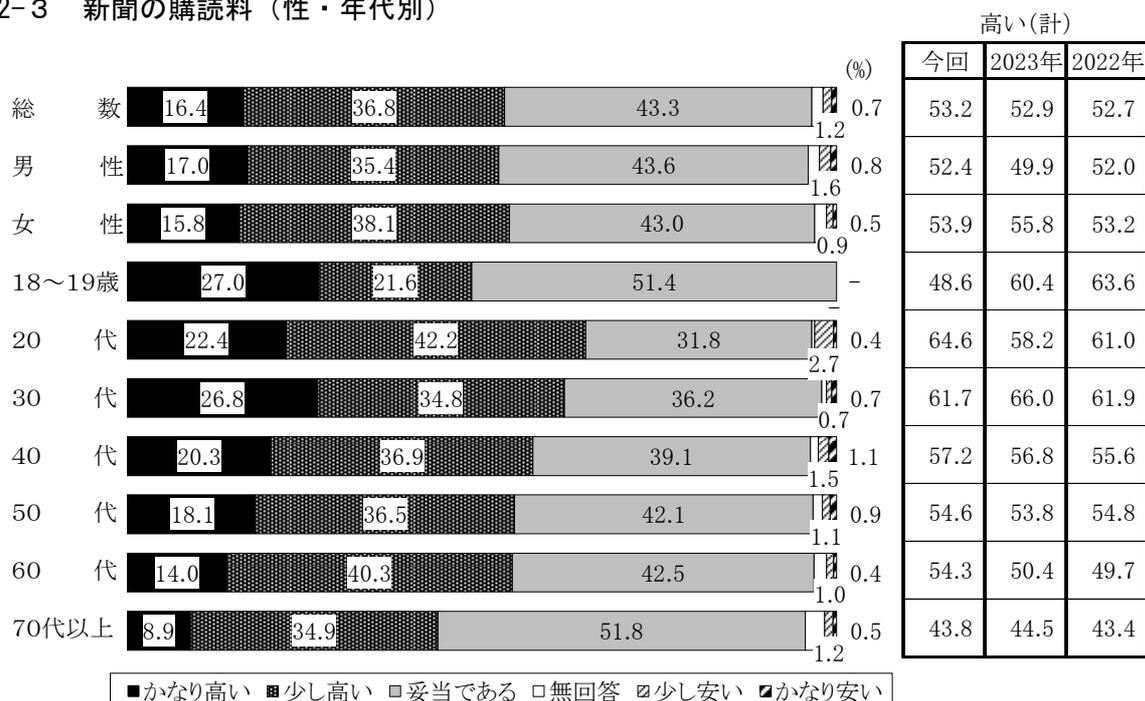


図 32-3 新聞の購読料 (性・年代別)



### 33. 今後、新聞とどう接する？（\*）

— 「紙の新聞を購読する」が42%、「購読しない・読まない」が44% —

- ・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42.4%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27.9%と2018年度20.4%から、「無料でも新聞は読まない」は16.3%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（9.0%）から年代の上昇とともに割合も多くなり70代以上で72.0%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20～30代で30%前後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=2,906)

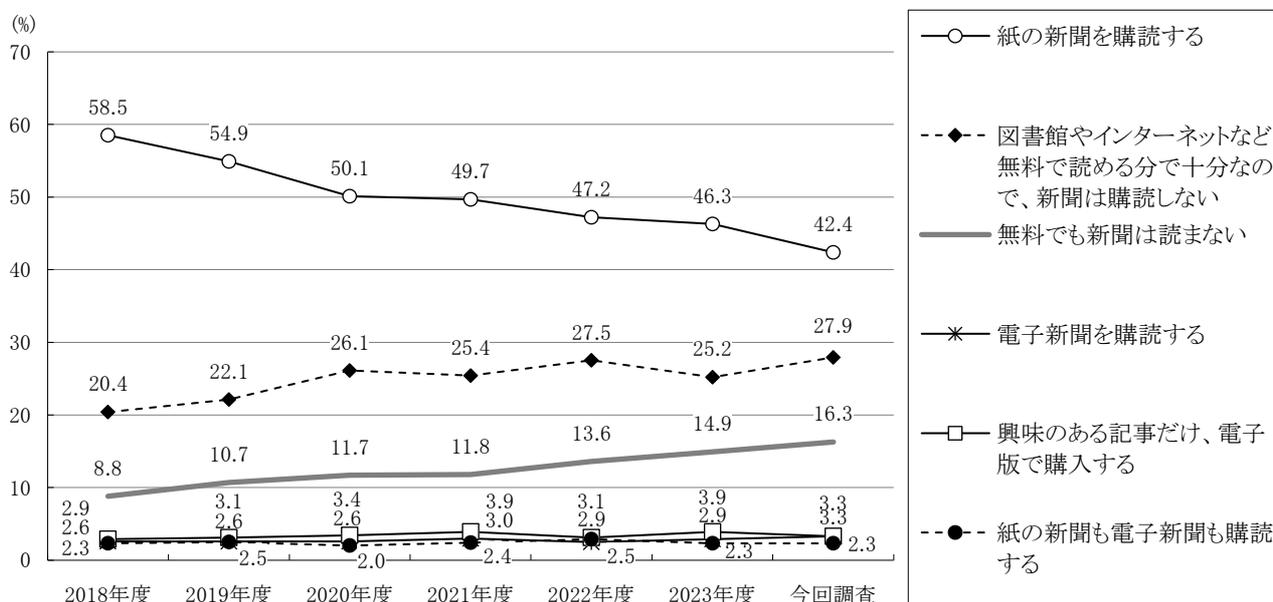
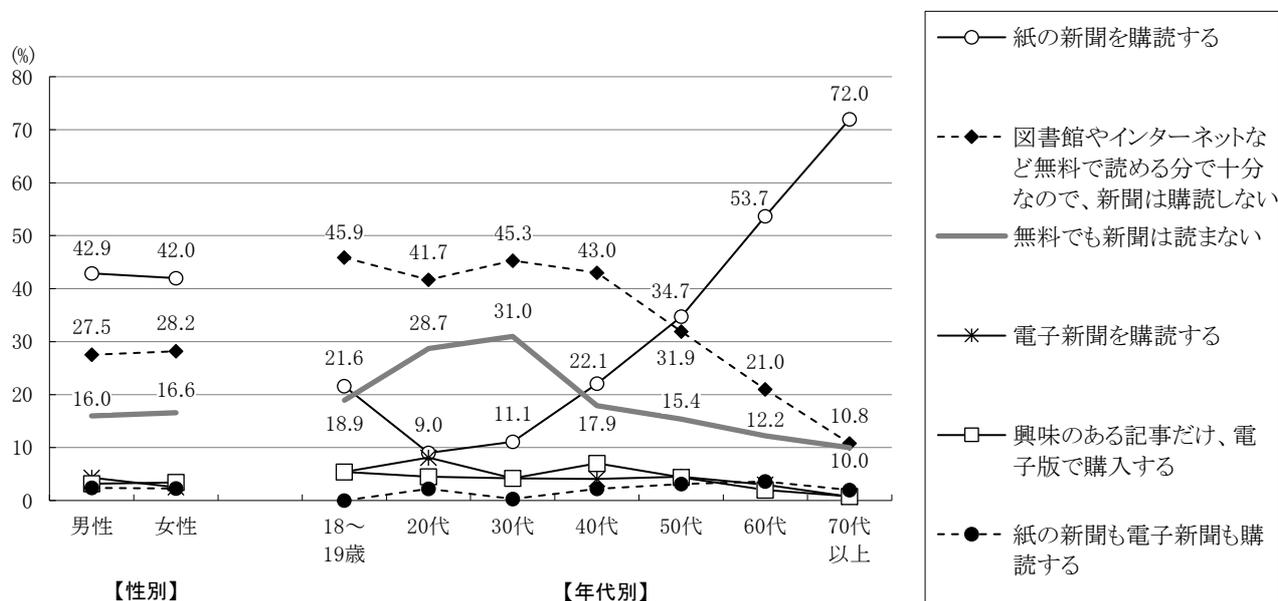


図 33-2 今後の新聞との接し方（性・年代別）



## 《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 78.4%)

### 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 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 94.3%と突出して多かった。次いで「パソコン」が 28.8%、「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 70.8%、「パソコンとモバイル」が 24.7%、「パソコンのみ」が 4.1%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（59.7%）より女性（81.9%）で多く、年代別では、70代以上の 62.4%から 20代の 82.0%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 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=2,277）

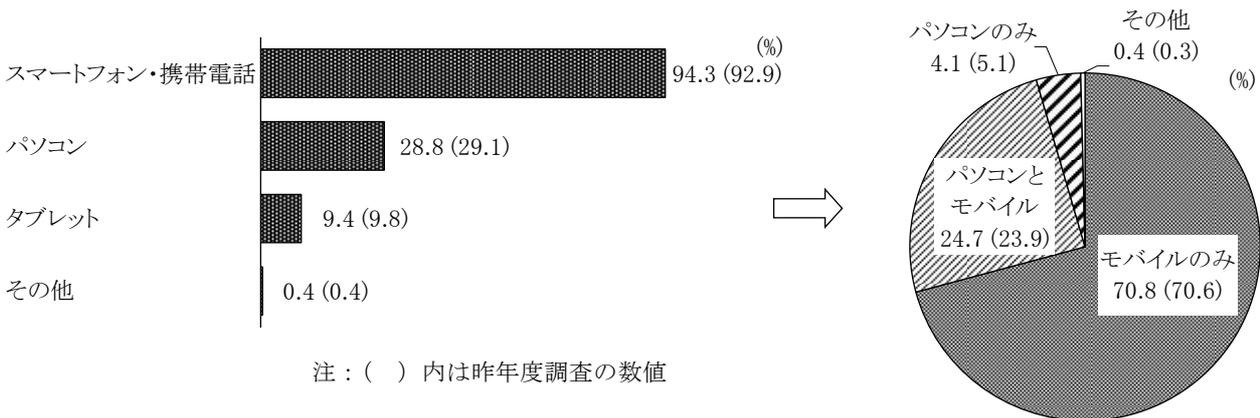
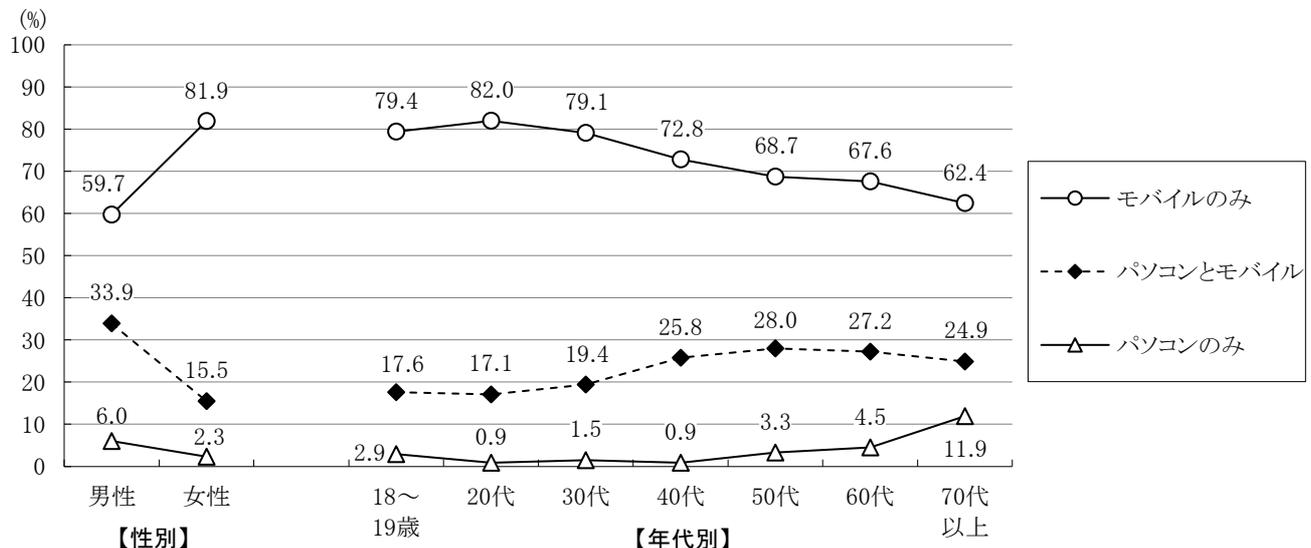


図 34-2 インターネットニュースを見る時に使用する機器（性・年代別）



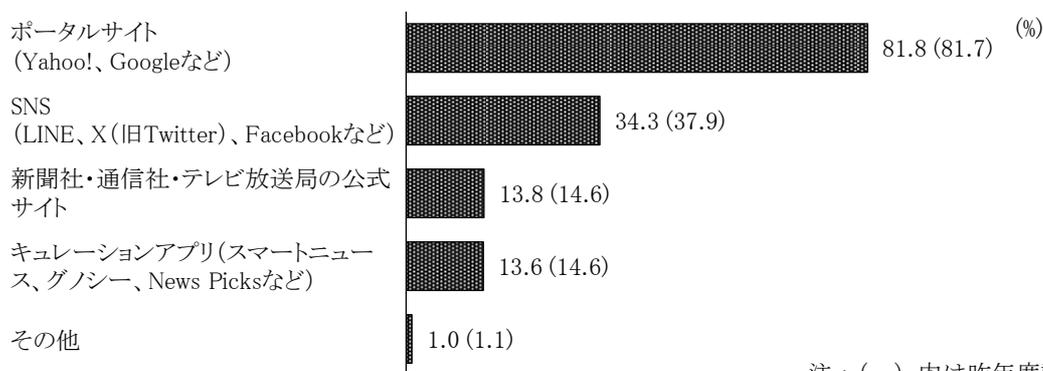
(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 78.1%)

### 35. インターネットニュースを見る時、アクセスするのは? (\*)

— ポータルサイトが 82%、SNS は若い世代ほど多い —

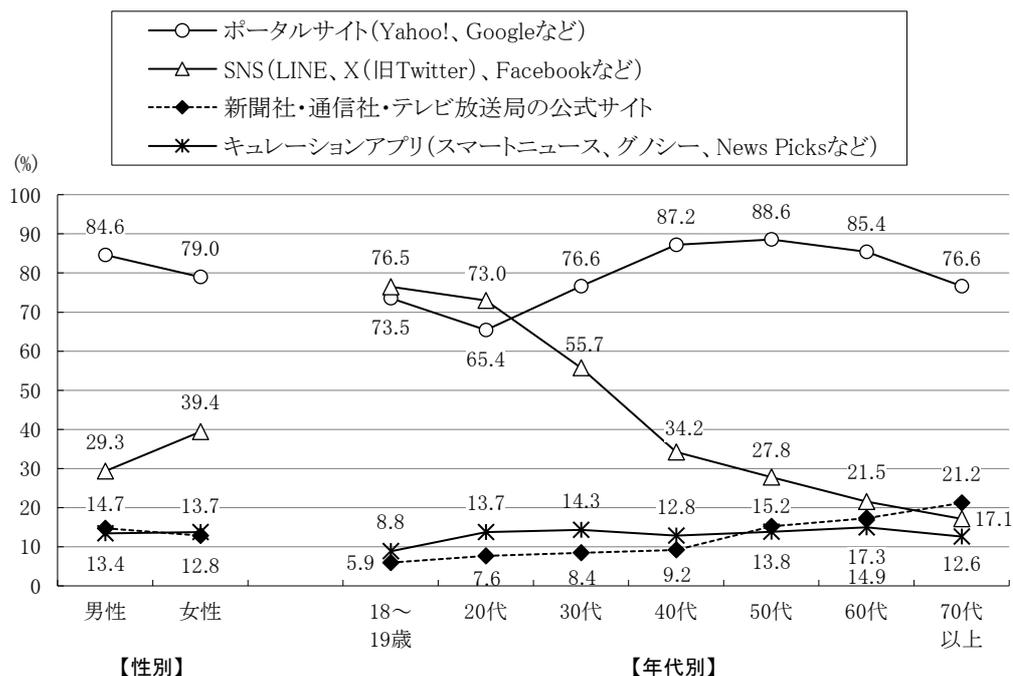
- ・インターネットニュースを見るサイトを質問したところ、「ポータルサイト (Yahoo!、Google など)」(81.8%) が突出して多かった。以下、「SNS (LINE、X (旧 Twitter)、Facebook など)」(34.3%)、「新聞社・通信社・テレビ放送局の公式サイト」(13.8%)、「キュレーションアプリ (スマートニュース、グノシー、News Picks など)」(13.6%) だった。
- ・年代別に見ると、30 代以上では「ポータルサイト (Yahoo!、Google など)」、20 代以下では「SNS (LINE、X (旧 Twitter)、Facebook など)」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 21.2%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=2,271)



注: ( ) 内は昨年度調査の数値

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



(インターネットニュースを見ている人に) (全体の 78.3%)

### 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? (\*)

— 「気にする」46%、「気にしない」54% —

- ・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 45.9% (「いつも気にする」12.5%と「まあ気にする」33.4%の計)、「気にしない」と答えた人が 54.1% (「全く気にしない」14.4%と「あまり気にしない」39.7%の計) だった。
- ・年代別では 18~19 歳で「気にする」が 50%を超えたが、それ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 代と 70 代以上で多く 50% 台後半だった。

※『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 36-1 インターネットニュースの出所

(n=2,276)

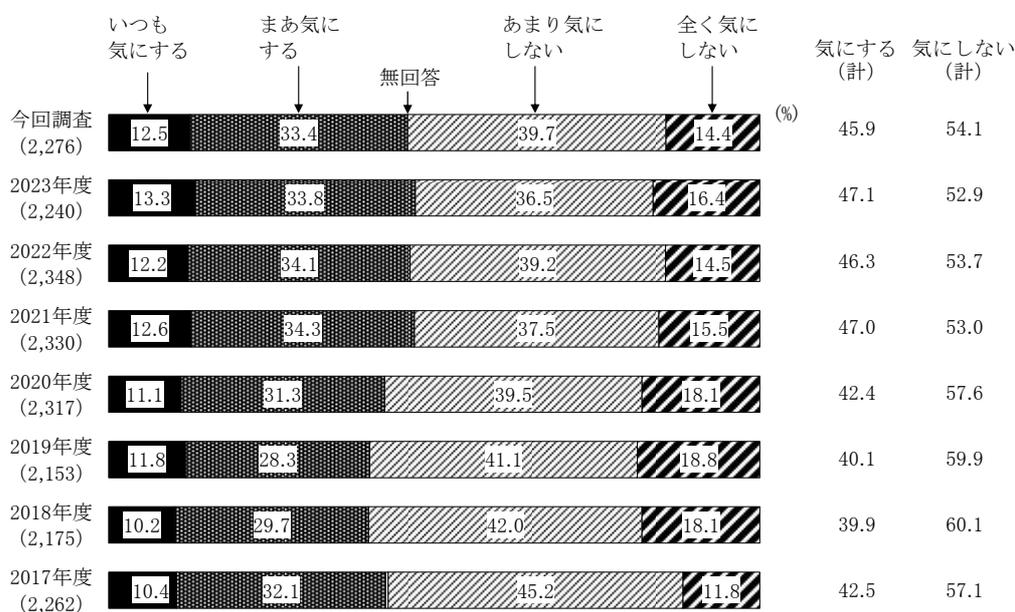
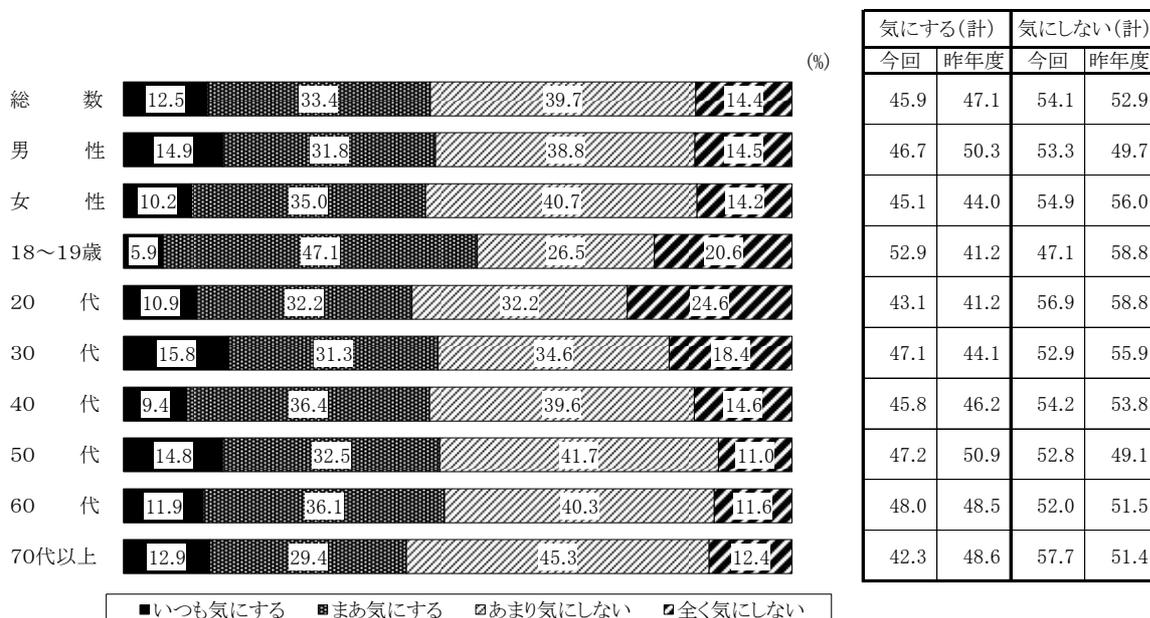


図 36-2 インターネットニュースの出所 (性・年代別)



### 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？（＊）

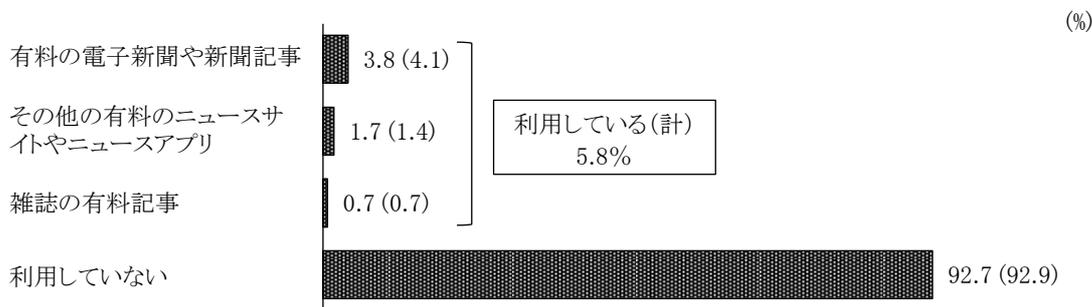
－ 利用していないが 93%、

「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 92.7%と大半を占めた。利用している回答では、「有料の電子新聞や新聞記事」が 3.8%、「その他の有料のニュースサイトやニュースアプリ」が 1.7%、「雑誌の有料記事」が 0.7%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。

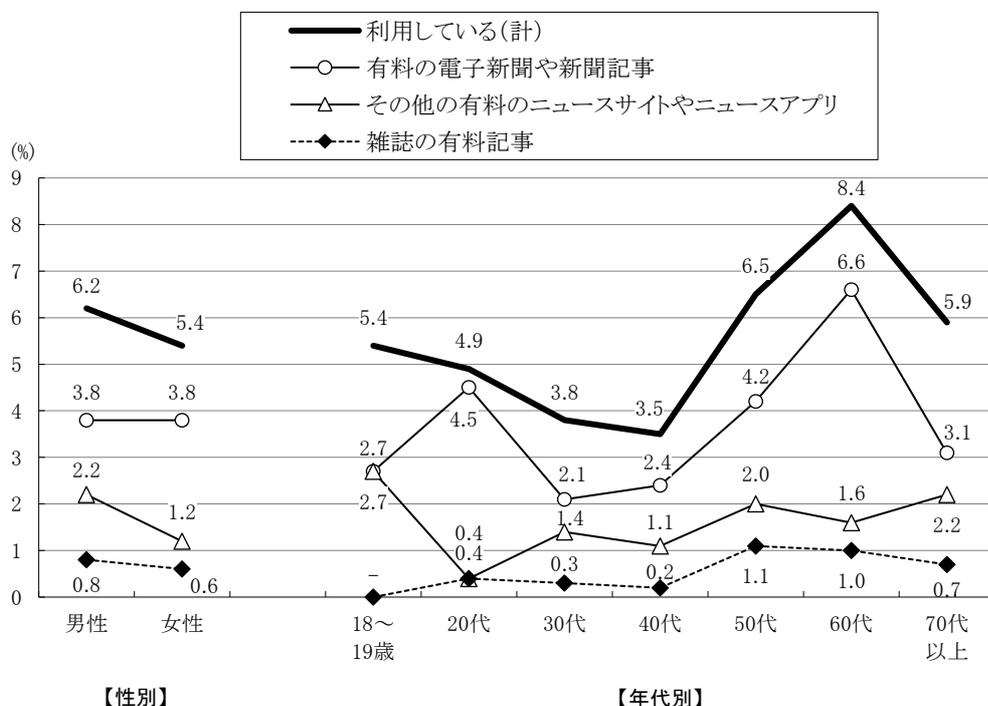
図 37-1 インターネットニュースの有料サービスの利用

(複数回答、n=2,906)



注：( ) 内は昨年度調査の数値

図 37-2 インターネットニュースの有料サービスの利用（性・年代別）



## 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 2,906（58.1%）

### <性別>

総数	男性	女性
2,906	1,396	1,510
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

2024年7月19日から8月18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
37	223	287	458	551	499	851
1.3%	7.7%	9.9%	15.8%	19.0%	17.2%	29.3%

第17回 メディアに関する全国世論調査（2024年）

2024年10月12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