

2025年 新聞およびWeb利用に関する総合調査

結果集計

2026年3月

朝日新聞社

メディア事業本部マーケティング部

～ 目 次 ～

A. 調査の概要

1. 調査の設計	I
2. 回収状況	II

B. 調査の結果（図表）

1. 情報とメディア	-1-
メディアの印象（図表1）	-1-
1日あたりのメディア接触時間（図表2）	-3-
メディア接触時間帯（図表3）	-5-
パソコンでのインターネット利用目的（図表4）	-9-
スマートフォン・携帯電話でのインターネット利用目的（図表5）	-9-
タブレットでのインターネット利用目的（図表6）	-10-
2. 新聞の購読や閲読について	-11-
月ざめ購読新聞（図表7）	-11-
月ざめ購読新聞がない人の無購読期間（図表8）	-11-
月ざめ購読新聞の購読理由（図表9）	-12-
月ざめ購読新聞の購読決定者（図表10）	-13-
月ざめ購読新聞の購読料の月額（図表11）	-13-
月ざめ購読にかかわらず、普段読んでいる新聞（図表12）	-14-
主に読んでいる新聞（図表13）	-14-
普段読んでいる新聞の閲読時間（図表14）	-15-
新聞閲読時間帯（図表15）	-15-
主に読んでいる新聞で普段読んでいる記事（図表16）	-17-
主に読んでいる新聞の記事に対する満足度（図表17）	-18-
主に読んでいる新聞の記事に対する項目別評価（図表18）	-19-

3. 新聞で重視する点	-20-
新聞の良し悪しを評価する際の重視点（図表19）	-20-
4. 回答者の属性	-21-
性（図表20）	-21-
年齢（図表21）	-21-
未婚（図表22）	-22-
居住年数（図表23）	-22-
職業（図表24）	-23-
学歴（図表25）	-23-
世帯年収（図表26）	-24-
世帯構成（図表27）	-24-
家族人数（図表28）	-25-
住居形態（図表29）	-25-

A. 調査の概要

1. 調査の設計

- (1) 調 査 地 域 : 全国
- (2) 調 査 対 象 : 15歳以上の男女個人
- (3) 標 本 サ イ ズ : 9000
- (4) 抽 出 方 法 : 無作為抽出法
- (5) 調 査 方 法 : 留置記入依頼法
- (6) 調 査 時 期 : 2025年9月4日（木）～ 9月28日（日）
- (7) 実 査 機 関 : 一般社団法人 中央調査社

2. 回収状況

(1) 回収数 4,851

(2) 母集団の構成、標本の構成

	＊ 母集団 ＊		＊ 回収標本 ＊	
	(N数)	構成比 (%)	(n数)	構成比 (%)
全 体	107,452,857	100.0	4,851	100.0
(性 別)				
男 性	52,027,697	48.4	2,242	46.2
女 性	55,425,160	51.6	2,609	53.8
(年 齢 別)				
15 ～ 19 歳	5,457,207	5.1	213	4.4
20 ～ 29 歳	11,775,169	11.0	329	6.8
30 ～ 39 歳	12,838,200	11.9	480	9.9
40 ～ 49 歳	16,499,468	15.4	744	15.3
50 ～ 59 歳	17,781,159	16.5	865	17.8
60 ～ 69 歳	14,626,192	13.6	823	17.0
70 ～ 79 歳	16,061,980	14.9	892	18.4
80 歳 以 上	12,413,482	11.6	505	10.4
(性 ＊ 年 齢 別)				
男 性 ＊ 15 ～ 19 歳	2,796,062	2.6	97	2.0
男 性 ＊ 20 ～ 29 歳	6,031,059	5.6	161	3.3
男 性 ＊ 30 ～ 39 歳	6,567,806	6.1	230	4.7
男 性 ＊ 40 ～ 49 歳	8,416,635	7.8	332	6.8
男 性 ＊ 50 ～ 59 歳	8,998,652	8.4	393	8.1
男 性 ＊ 60 ～ 69 歳	7,217,181	6.7	381	7.9
男 性 ＊ 70 ～ 79 歳	7,436,979	6.9	420	8.7
男 性 ＊ 80 歳 以 上	4,563,323	4.2	228	4.7
女 性 ＊ 15 ～ 19 歳	2,661,145	2.5	116	2.4
女 性 ＊ 20 ～ 29 歳	5,744,110	5.3	168	3.5
女 性 ＊ 30 ～ 39 歳	6,270,394	5.8	250	5.2
女 性 ＊ 40 ～ 49 歳	8,082,833	7.5	412	8.5
女 性 ＊ 50 ～ 59 歳	8,782,507	8.2	472	9.7
女 性 ＊ 60 ～ 69 歳	7,409,011	6.9	442	9.1
女 性 ＊ 70 ～ 79 歳	8,625,001	8.0	472	9.7
女 性 ＊ 80 歳 以 上	7,850,159	7.3	277	5.7
(地 区 別)				
北 海 道	4,525,108	4.2	241	5.0
東 北	7,414,170	6.9	345	7.1
関 東	37,215,873	34.6	1,582	32.6
甲 信 越	4,345,238	4.0	223	4.6
北 陸	2,497,712	2.3	132	2.7
東 海	12,570,431	11.7	567	11.7
近 畿	17,445,996	16.2	747	15.4
中 国	6,134,486	5.7	314	6.5
四 国	3,197,547	3.0	151	3.1
九 州	12,106,296	11.3	549	11.3

(母集団は、2024年1月1日住民基本台帳ベース)

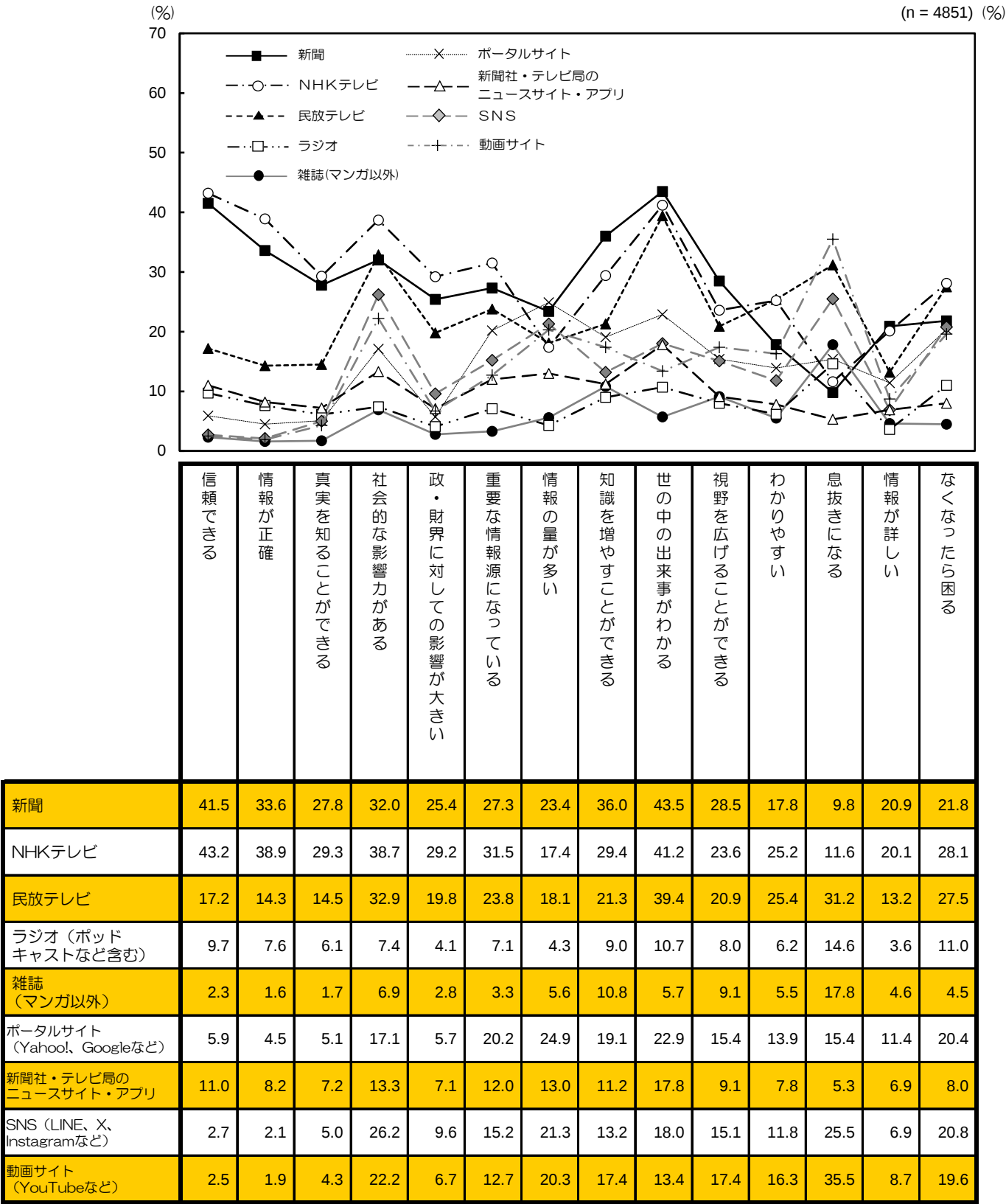
B. 調査の結果（図表）

図表で用いた記号等の意味は、次のとおりである。

- ・0.0：回答者はいるが、回答率の小数点第2位を四捨五入した結果、「0.0」となったものを示す。
- ・－：回答者がいなかったことを示す。

1. 情報とメディア

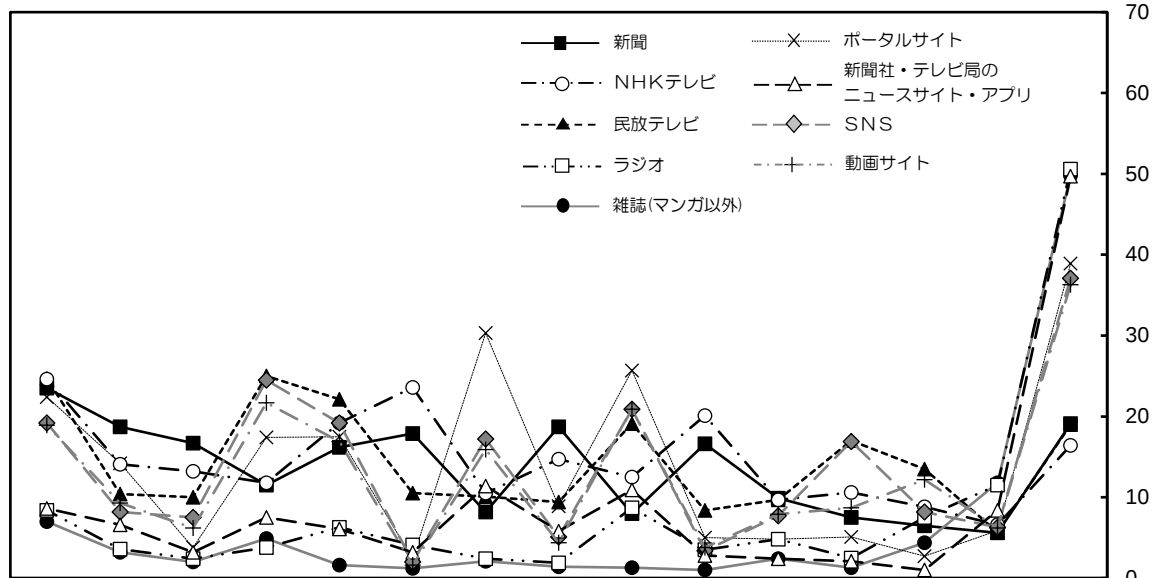
(図表1) メディアの印象 (全体) ※メディアごとに複数回答



(図表1) メディアの印象(全体)

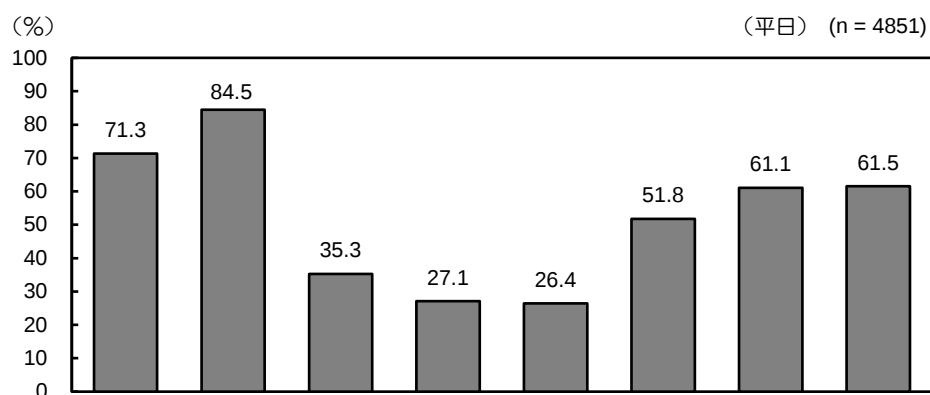
※メディアごとに複数回答

(n = 4851) (%)



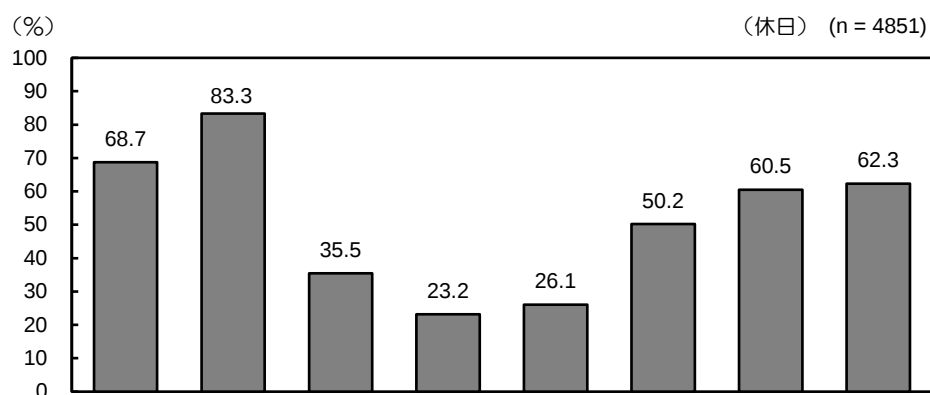
	日常生活に役立つ	仕事に役立つ	権力に対するチェック機能を果たしている	まわりで話題になる情報が多い	日常生活に欠かせない	プライバシーや人権に気を配っている	知りたい情報がすぐにわかる	情報の重要性が一目でわかる	情報を得るコストが安い	いろいろな情報を公平に取り上げている	読者(視聴者)・利用者の意見を反映している	家族とつながることができる	安らぎを感じることができる	あてはまるものはない	わからない
新聞	23.5	18.7	16.7	11.5	16.2	17.9	8.2	18.7	8.0	16.6	9.9	7.5	6.5	5.6	19.1
NHKテレビ	24.6	14.1	13.2	11.8	19.2	23.6	10.5	14.7	12.5	20.1	9.7	10.6	8.8	6.6	16.4
民放テレビ	24.7	10.4	10.0	25.0	22.1	10.5	10.1	9.4	19.1	8.4	9.7	17.0	13.5	5.7	19.0
ラジオ(ポッドキャストなど含む)	8.4	3.6	2.4	3.8	6.3	4.1	2.4	1.9	8.7	3.5	4.8	2.5	7.5	11.5	50.6
雑誌(マンガ以外)	7.0	3.2	2.0	4.9	1.6	1.2	2.1	1.4	1.3	1.0	2.4	1.3	4.4	11.8	49.8
ポータルサイト(Yahoo!、Googleなど)	22.4	14.2	3.8	17.4	17.5	2.4	30.3	8.9	25.7	5.0	4.8	5.1	2.7	5.9	38.9
新聞社・テレビ局のニュースサイト・アプリ	8.6	6.6	3.2	7.5	6.1	3.2	11.4	5.8	10.9	2.8	2.4	2.1	1.0	8.4	49.7
SNS(LINE、X、Instagramなど)	19.2	8.2	7.5	24.5	19.2	2.0	17.2	5.1	20.9	3.4	7.7	16.9	8.2	6.3	37.1
動画サイト(YouTubeなど)	18.9	9.3	6.2	21.7	16.9	1.6	15.9	4.4	20.9	3.8	7.9	8.7	12.2	6.2	36.3

(図表2) 1日あたりのメディア接触時間(全体・平日) ※ グラフは「利用する人」の割合



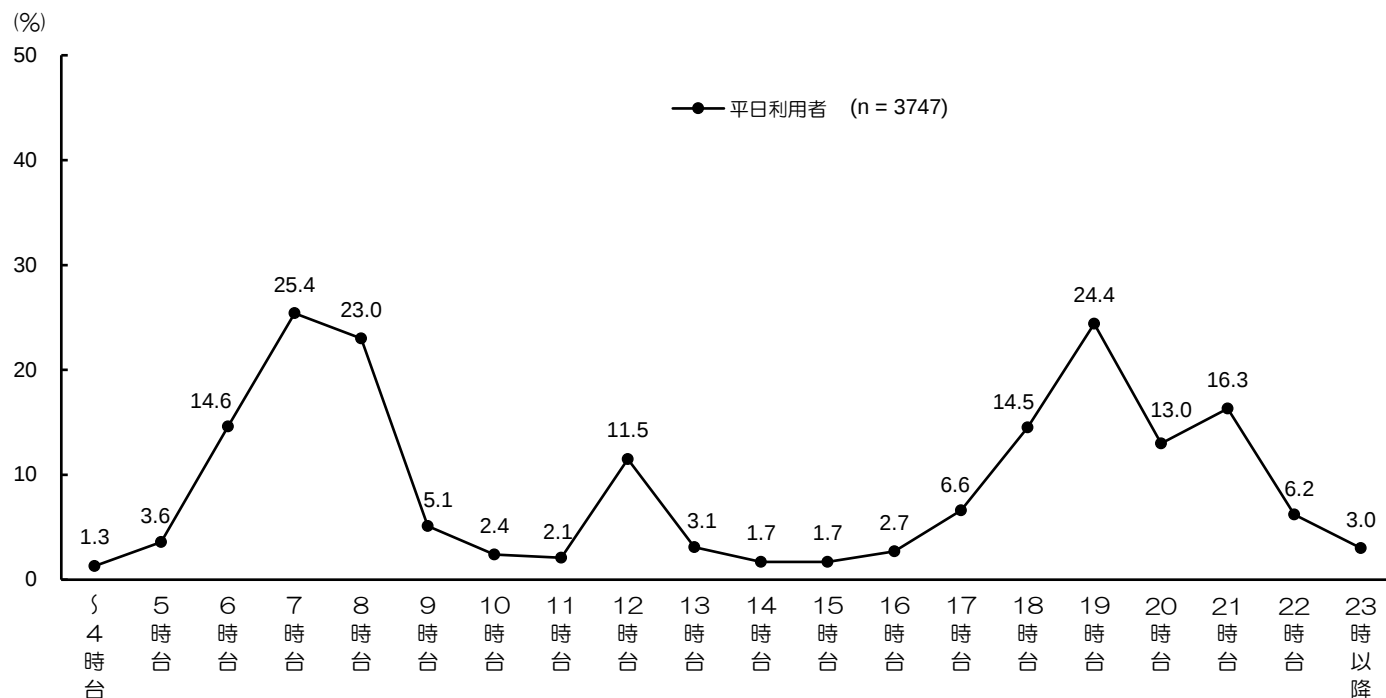
	放送メディア				雑誌・インターネット			
	NHKテレビ(地上波)を見る	民放テレビ(地上波)を見る	BS・CS・ケーブルテレビを見る	ラジオ(ポッドキャストなどを含む)を聴く	雑誌(マンガ以外)を読む	ウェブサイトを利用する	SNS(LINE、X、Instagramなど)を利用する	動画サイト(YouTube、Netflixなど)を利用する
10分未満	11.5	5.8	7.9	8.7	11.8	9.2	7.9	5.8
10～20分未満	8.1	3.2	1.5	2.4	3.4	6.4	5.8	2.9
20～30分未満	8.9	5.9	2.7	3.3	4.3	9.7	9.5	6.6
30～40分未満	4.8	3.1	1.2	1.6	1.4	4.1	4.5	3.8
40～50分未満	1.8	1.7	0.8	0.9	0.5	1.7	2.4	1.8
50分～1時間未満	10.8	11.8	5.1	3.0	2.3	7.2	8.7	8.9
1時間～1時間30分未満	9.9	11.8	4.5	2.0	1.4	5.8	7.5	8.0
1時間30分～2時間未満	6.2	10.7	4.4	1.3	0.4	3.1	5.0	7.8
2時間～3時間未満	5.2	13.9	4.3	1.2	0.4	2.6	4.6	7.9
3時間～4時間未満	2.0	7.7	1.5	0.9	0.2	0.9	2.2	3.9
4時間～5時間未満	0.9	3.2	0.6	0.6	0.0	0.3	1.0	1.8
5時間以上	1.1	5.8	0.9	1.3	0.1	0.8	2.0	2.5
その行為はしない(0分)	22.8	10.7	52.6	58.4	58.3	33.4	25.9	25.6
無回答	6.0	4.9	12.1	14.5	15.3	14.9	13.0	12.9
全体平均時間(分)	47.3	100.5	30.7	19.3	8.5	31.4	49.3	64.6
利用する人の平均時間(分)	62.4	113.2	76.5	60.9	27.1	51.6	70.2	91.5
利用する人(人)	3458	4097	1712	1317	1282	2511	2964	2984

(図表2) 1日あたりのメディア接触時間(全体・休日) ※ グラフは「利用する人」の割合

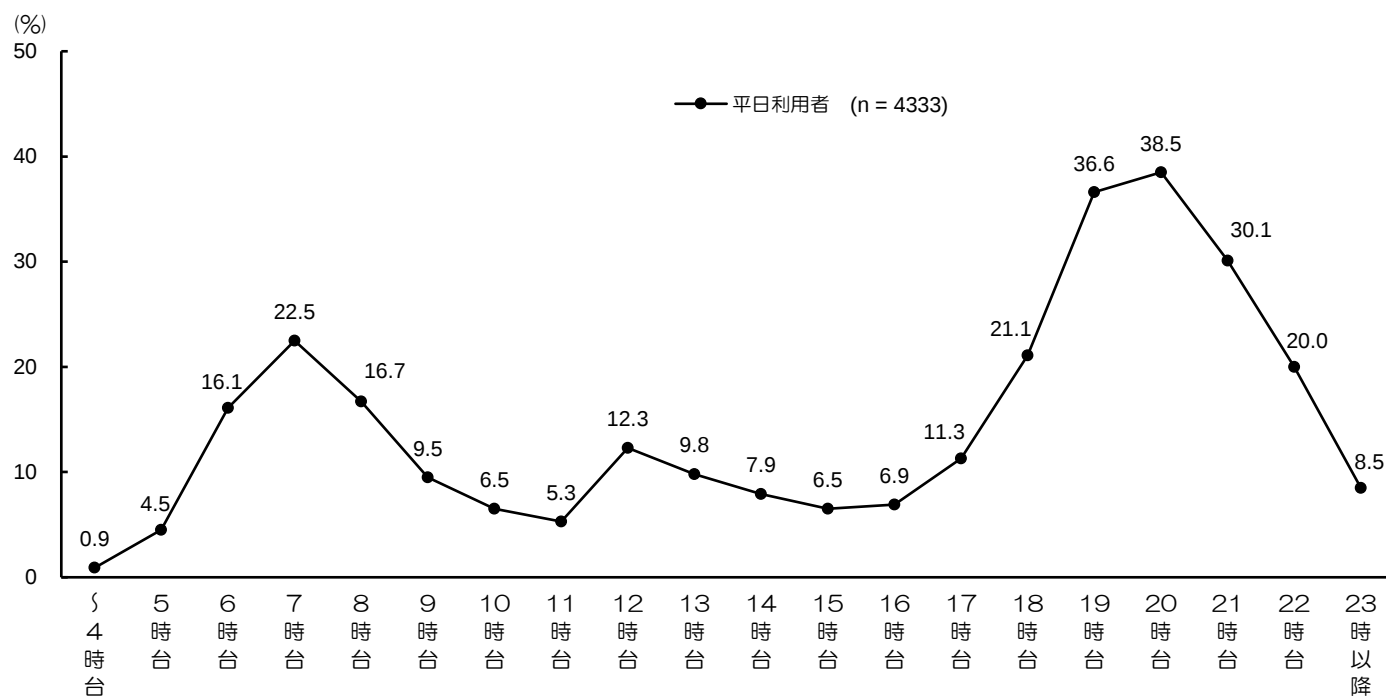


	放送メディア				雑誌・インターネット			
	NHKテレビ(地上波)を見る	民放テレビ(地上波)を見る	B・S・C・ケーブルテレビを見る	ラジオ(ポッドキャストなどを含む)を聴く	雑誌(マンガ以外)を読む	ウェブサイトを(ホームページ)を利用する	スマートフォン、タブレット、PCなどを利用する	動画サイト(YouTubeなど)を利用する
10分未満	11.0	4.7	7.2	8.8	10.5	8.2	7.1	4.9
10～20分未満	6.0	2.3	1.2	1.5	2.8	5.4	4.8	2.3
20～30分未満	8.2	4.3	2.5	2.7	4.1	8.9	8.4	5.1
30～40分未満	3.9	2.6	1.3	1.2	1.9	4.0	4.2	3.0
40～50分未満	2.4	2.0	1.0	0.8	0.7	2.0	2.7	1.9
50分～1時間未満	10.7	11.0	4.5	2.8	3.0	7.3	8.4	8.1
1時間～1時間30分未満	10.2	10.8	4.7	1.5	1.6	5.8	7.0	7.4
1時間30分～2時間未満	6.6	10.7	4.2	1.0	0.6	3.7	5.6	8.1
2時間～3時間未満	5.5	14.7	5.2	1.3	0.4	2.7	5.1	9.1
3時間～4時間未満	2.3	8.3	1.6	0.6	0.3	1.1	2.9	5.1
4時間～5時間未満	0.8	4.4	0.9	0.2	0.1	0.4	1.6	2.7
5時間以上	1.2	7.5	1.1	0.8	0.1	0.7	2.7	4.7
その行為はしない(0分)	24.9	11.9	52.3	61.4	58.5	34.9	25.8	25.1
無回答	6.4	4.8	12.2	15.4	15.4	15.0	13.7	12.6
全体平均時間(分)	48.7	110.4	34.2	14.4	9.8	32.7	56.4	79.2
利用する人の平均時間(分)	66.3	126.1	84.6	52.6	31.9	55.4	80.4	111.1
利用する人(人)	3333	4043	1723	1127	1266	2434	2935	3022

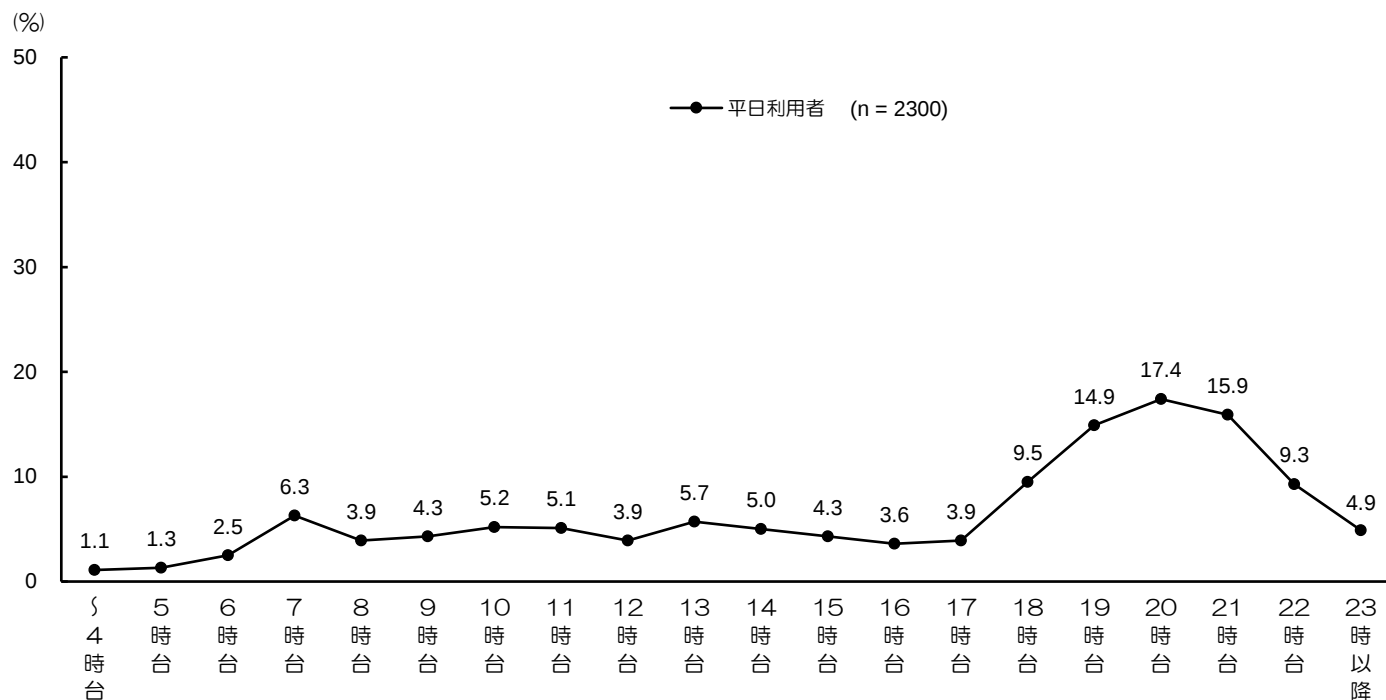
(図表3-1) メディア接触時間帯(平日) NHKテレビ(地上波)を見る



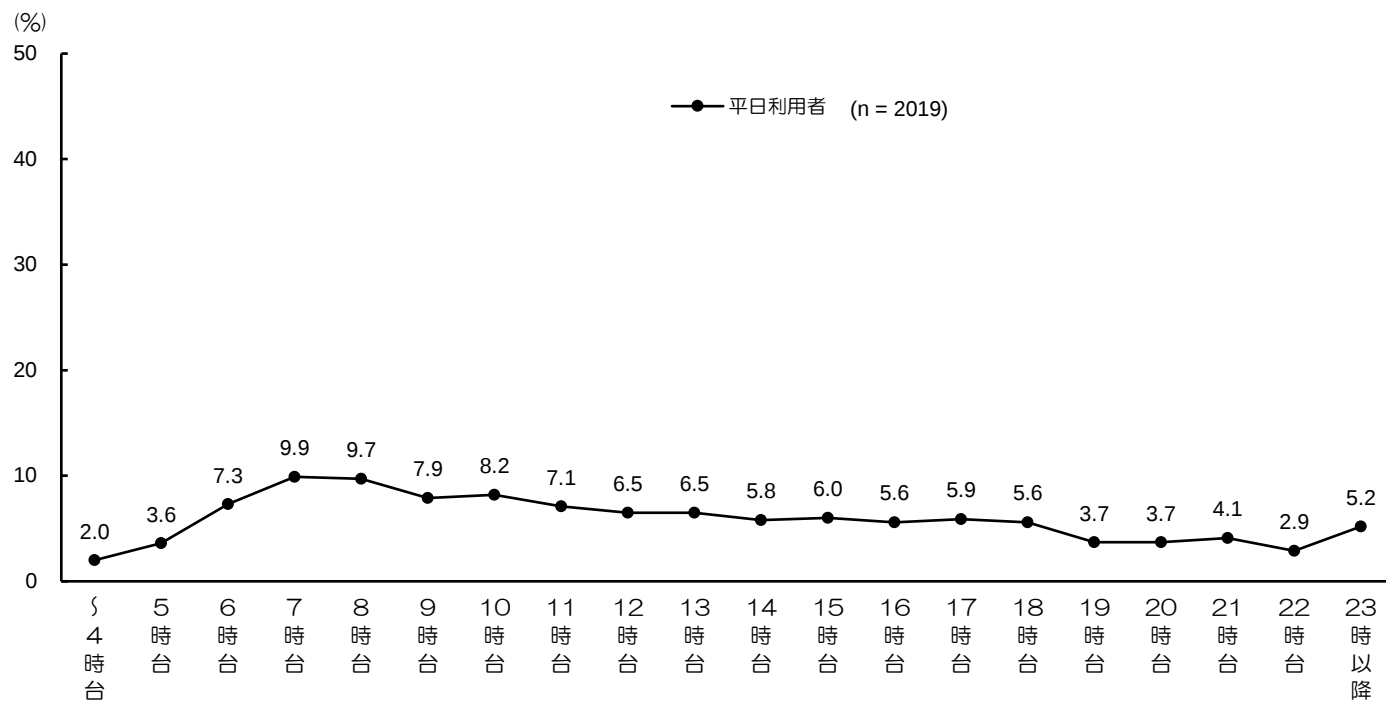
(図表3-2) メディア接触時間帯(平日) 民放テレビ(地上波)を見る



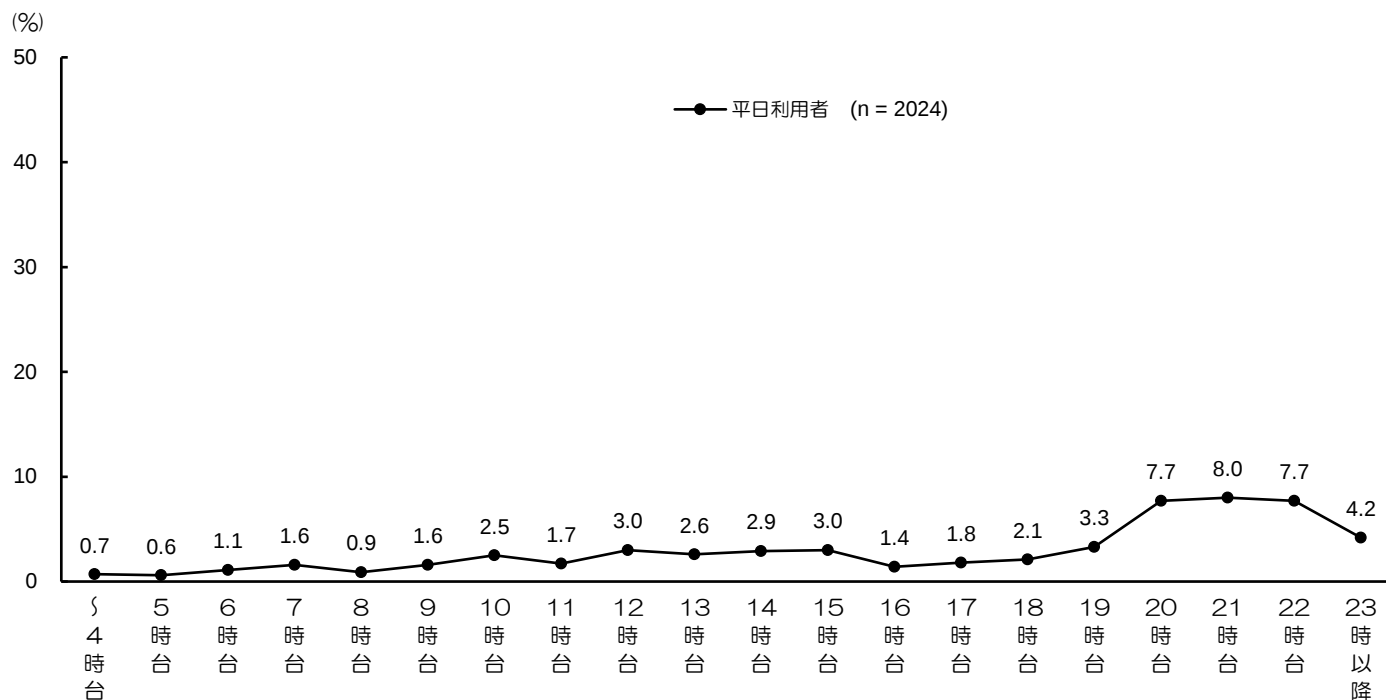
(図表3-3) メディア接触時間帯（平日） BS・CS・ケーブルテレビを見る



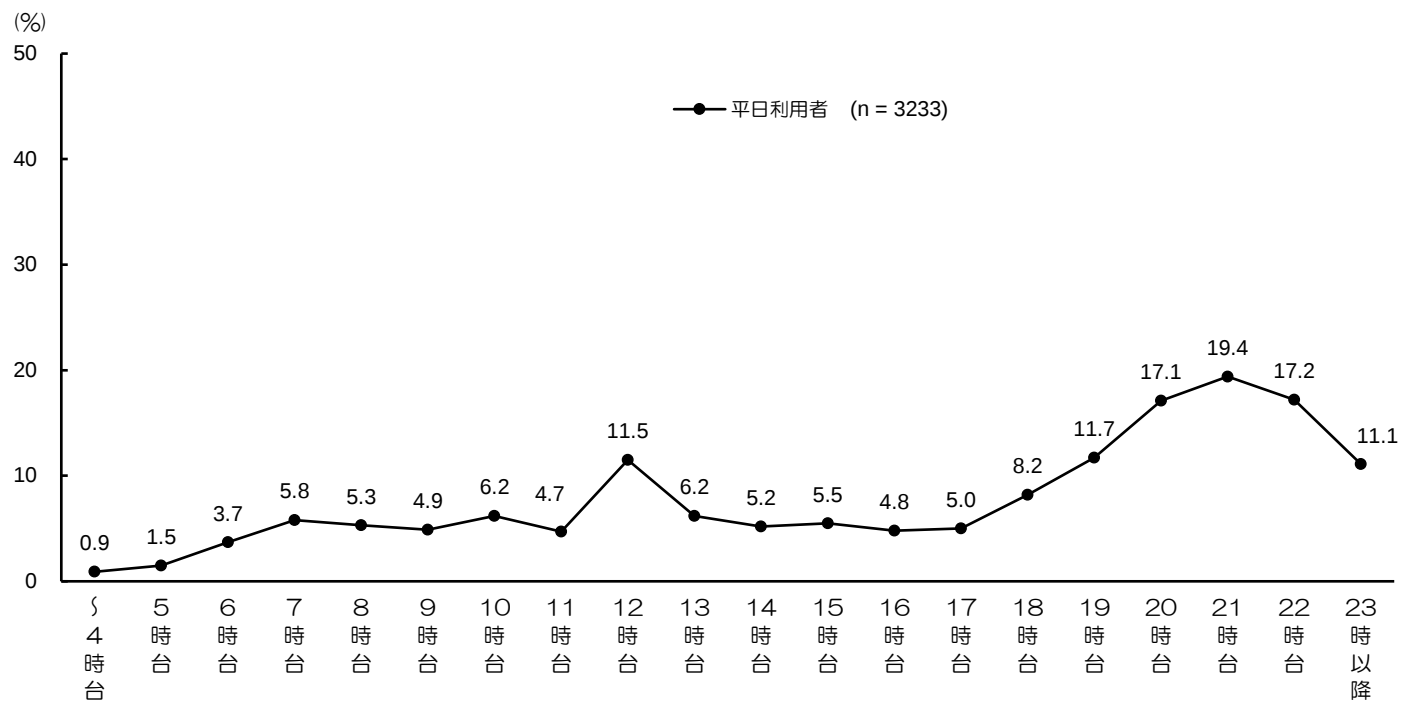
(図表3-4) メディア接触時間帯（平日） ラジオ（ポッドキャストなどを含む）を聴く



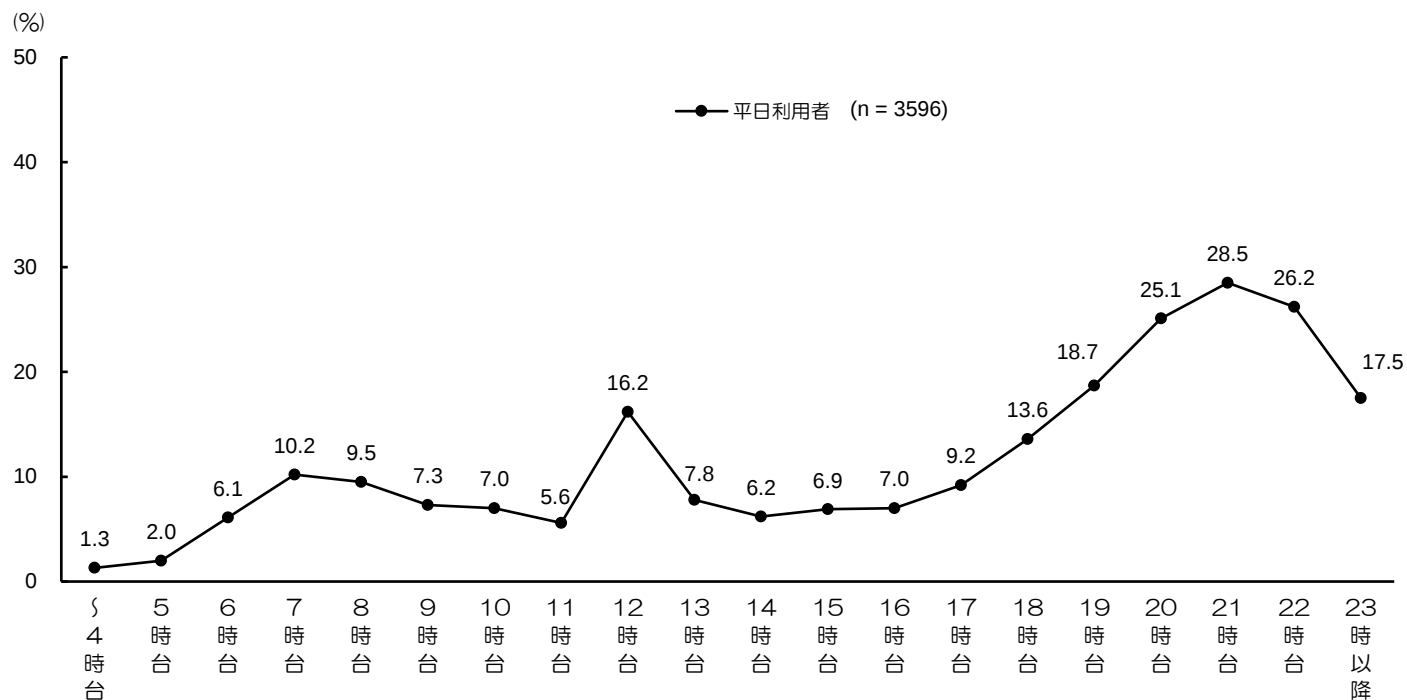
(図表3-5) メディア接触時間帯（平日） 雑誌（マンガ以外）を読む



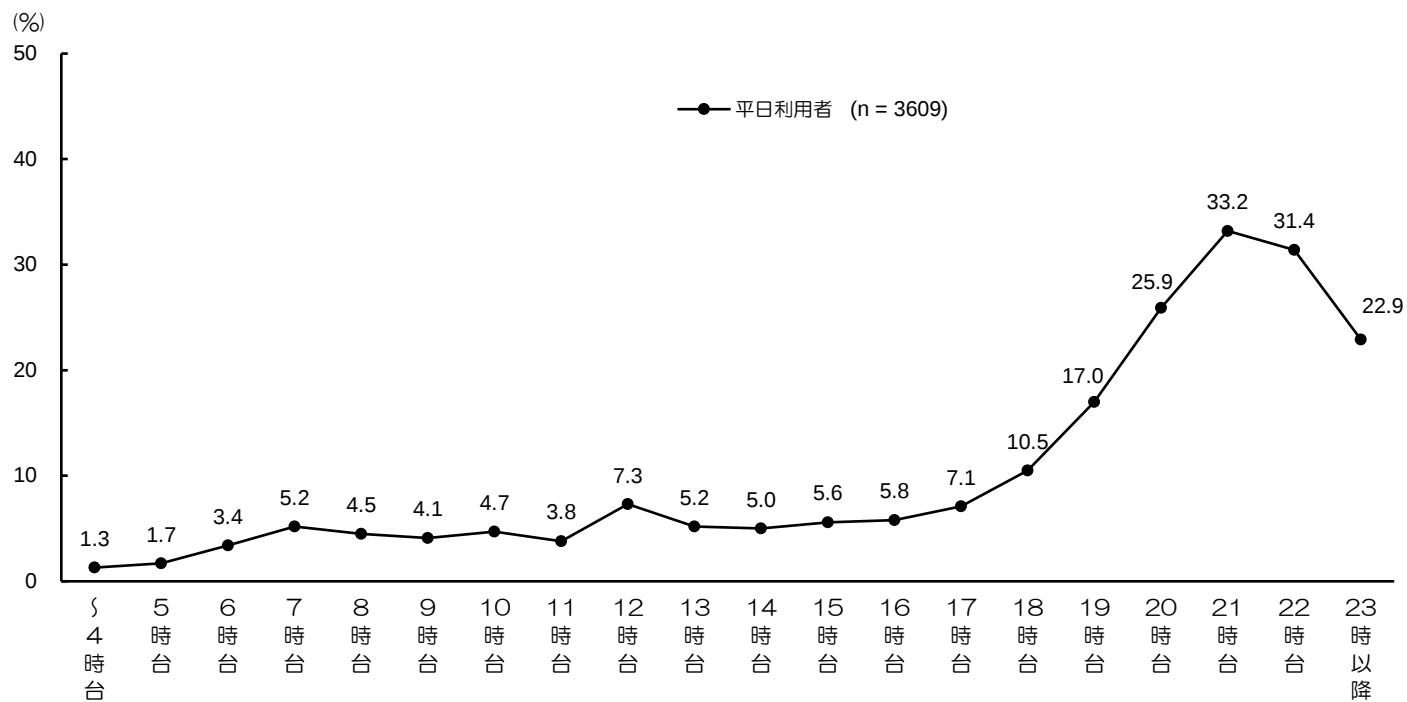
(図表3-6) メディア接触時間帯（平日） ウェブサイト（ホームページ・ブログ）を利用する



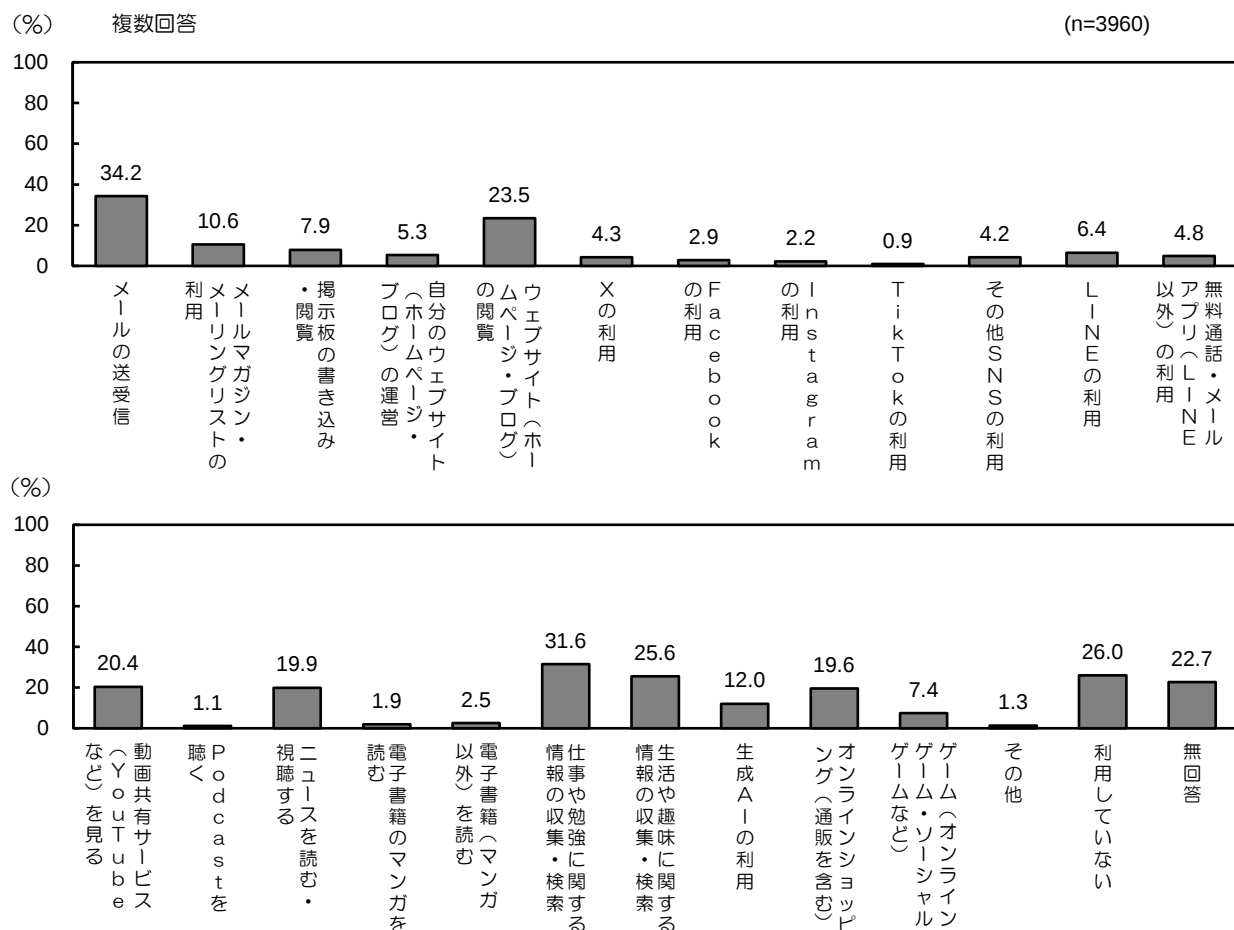
(図表3-7) メディア接触時間帯(平日) SNS (LINE、X、Instagramなど) を利用する



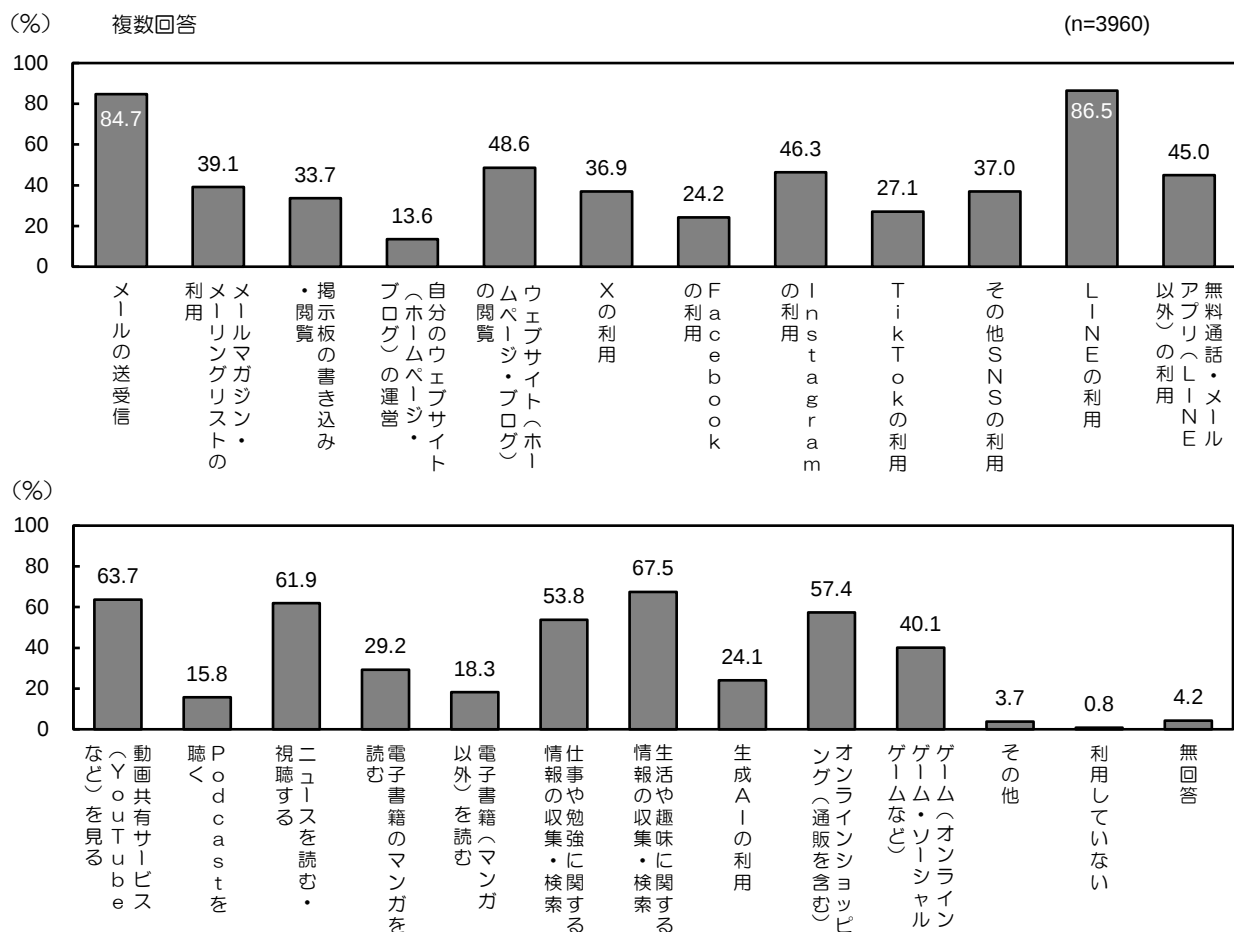
(図表3-8) メディア接触時間帯(平日) 動画サイト (YouTube、Netflixなど) を利用する



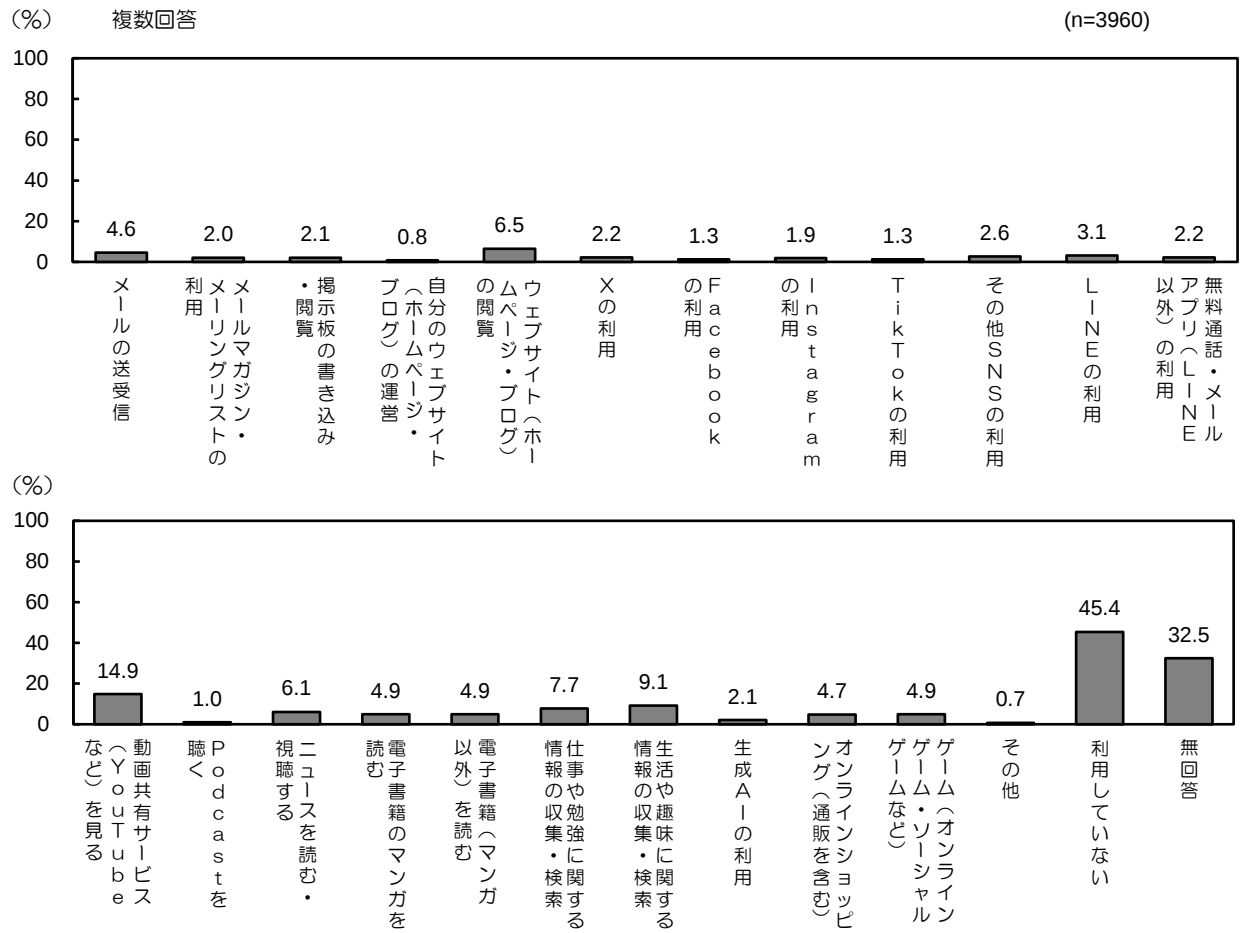
(図表4) パソコンでのインターネット利用目的 (インターネット利用者)



(図表5) スマートフォン・携帯電話でのインターネット利用目的 (インターネット利用者)

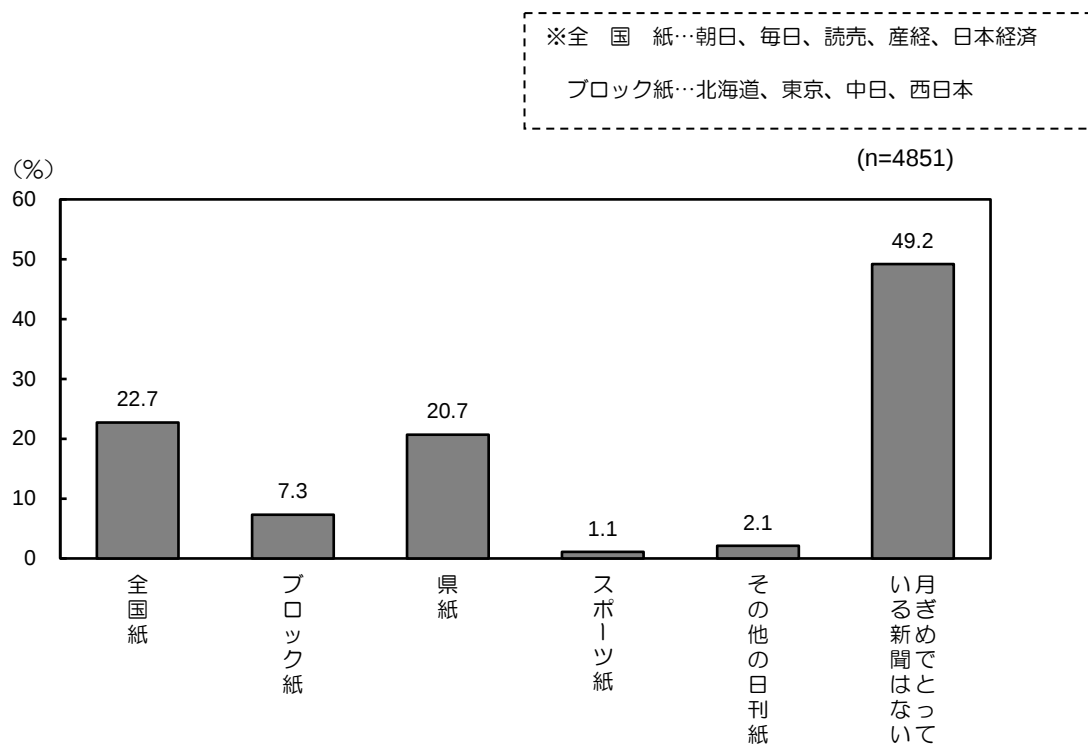


(図表6) タブレットでのインターネット利用目的(インターネット利用者)

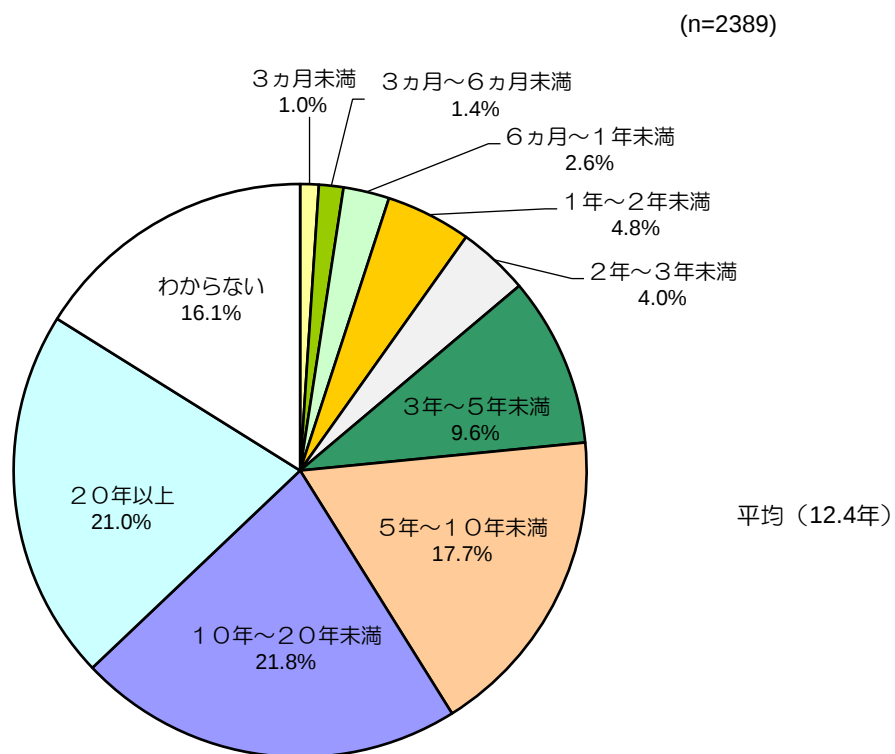


2. 新聞の購読や閲読について

(図表7) 月ぎめ購読新聞(全体)

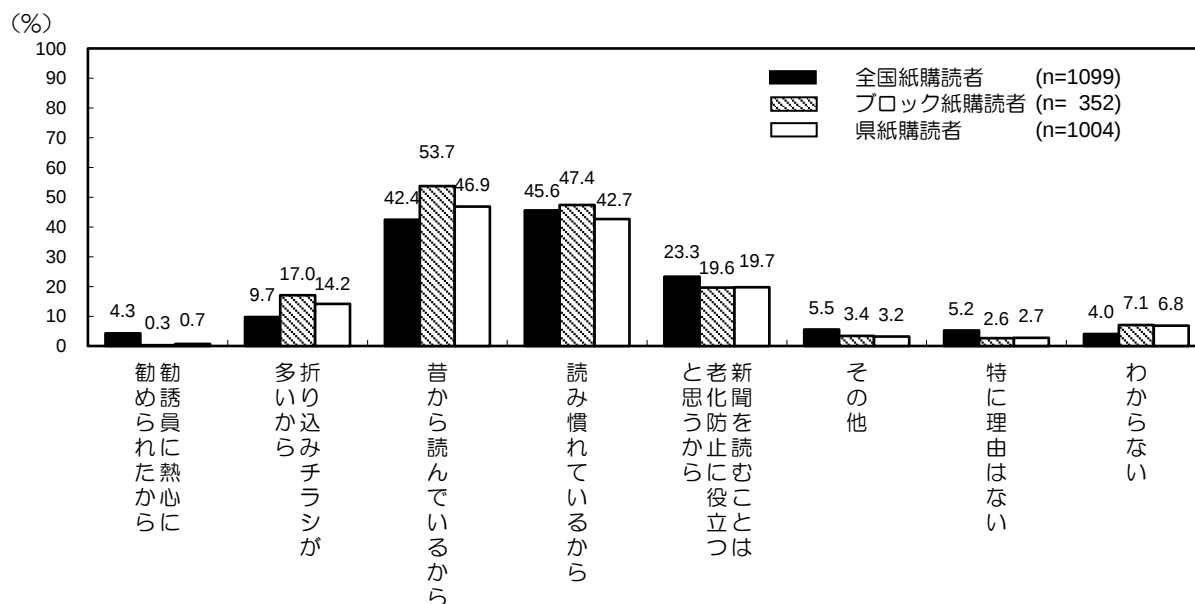
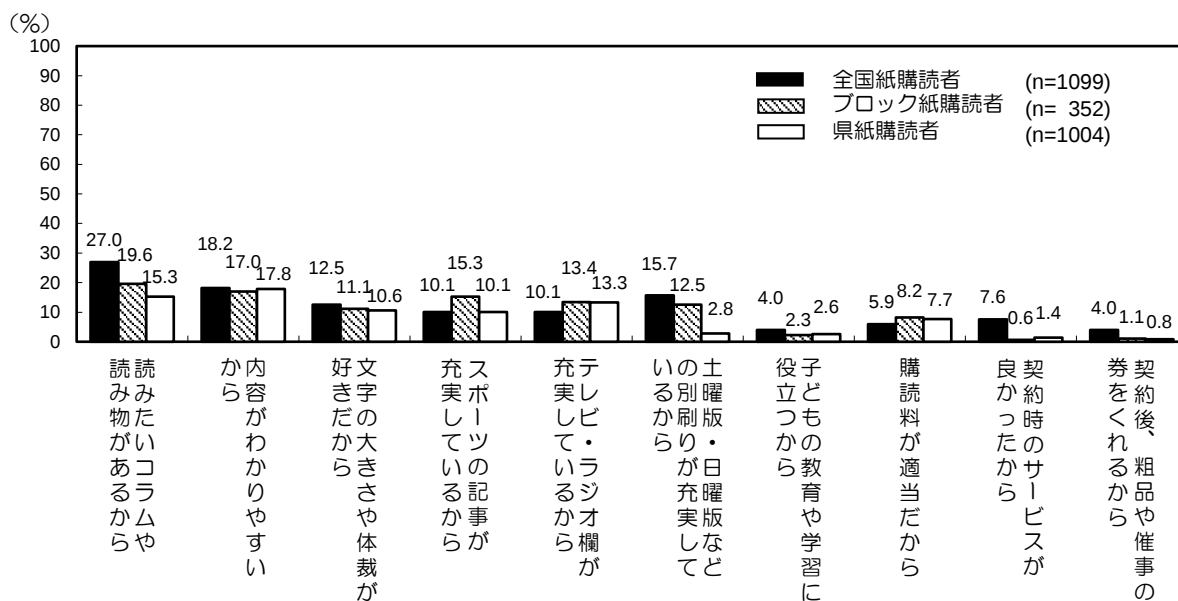
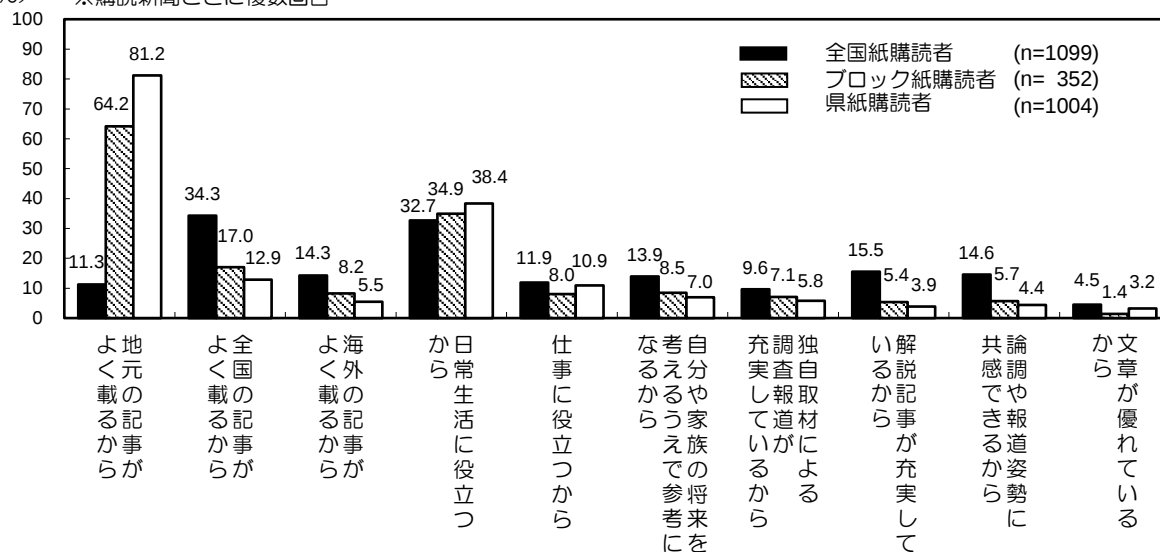


(図表8) 月ぎめ購読新聞がない人の無購読期間(無購読者)

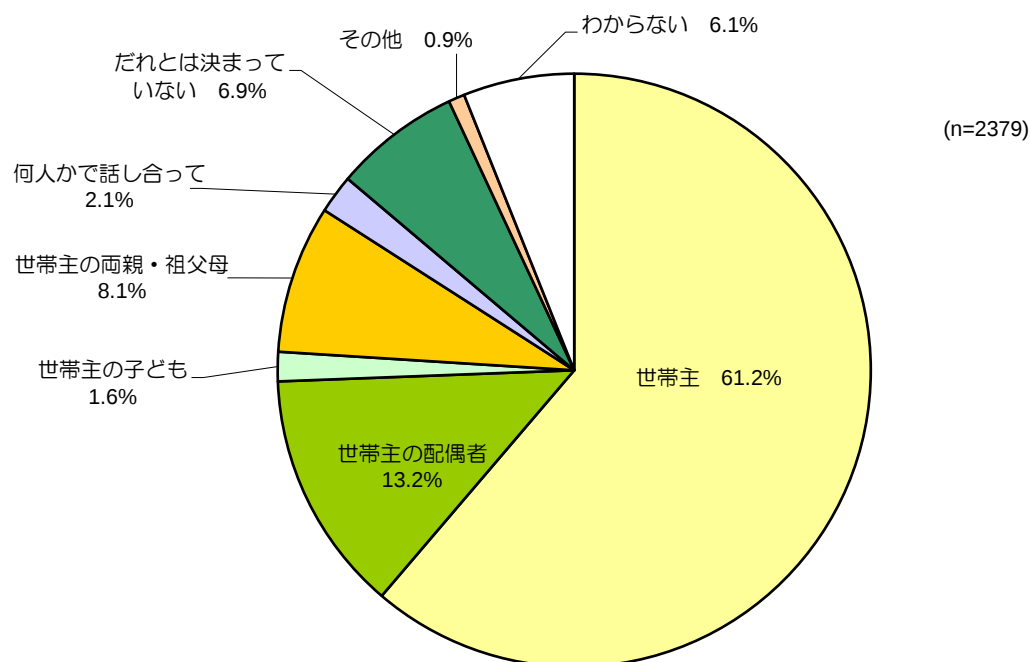


(図表9) 月ぎめ購読新聞の購読理由(全国紙・ブロック紙・県紙購読者)

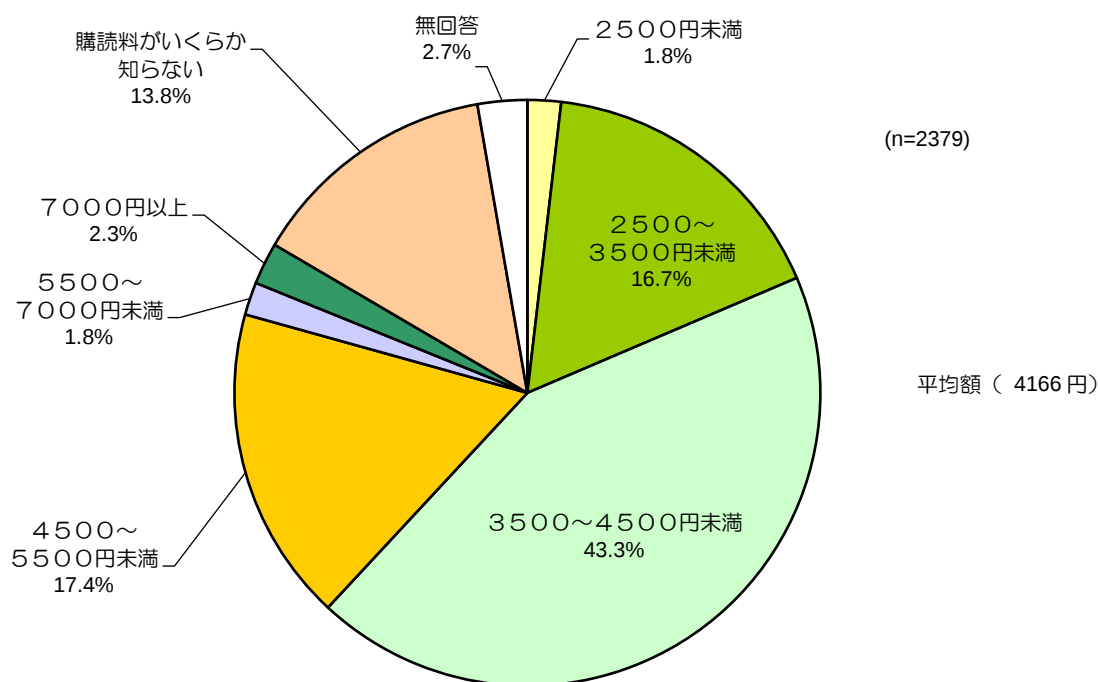
(%) ※購読新聞ごとに複数回答



(図表10) 月ぎめ購読新聞の購読決定者(全国紙・ブロック紙・県紙購読者)

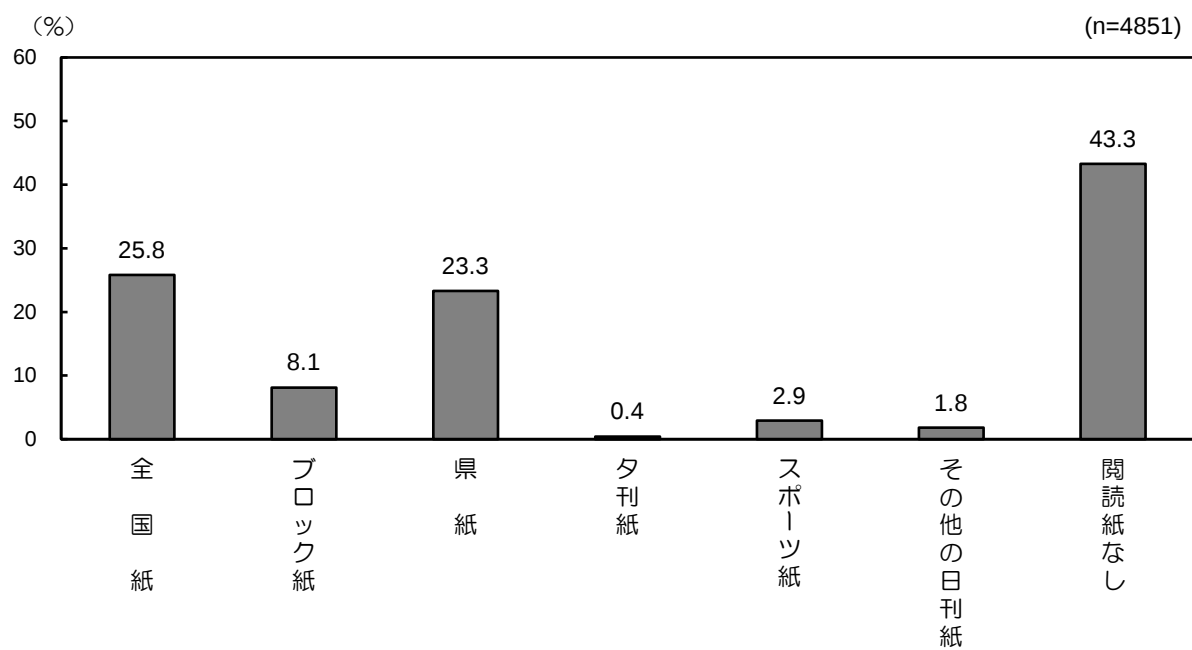


(図表11) 月ぎめ購読新聞の購読料の月額(全国紙・ブロック紙・県紙購読者)

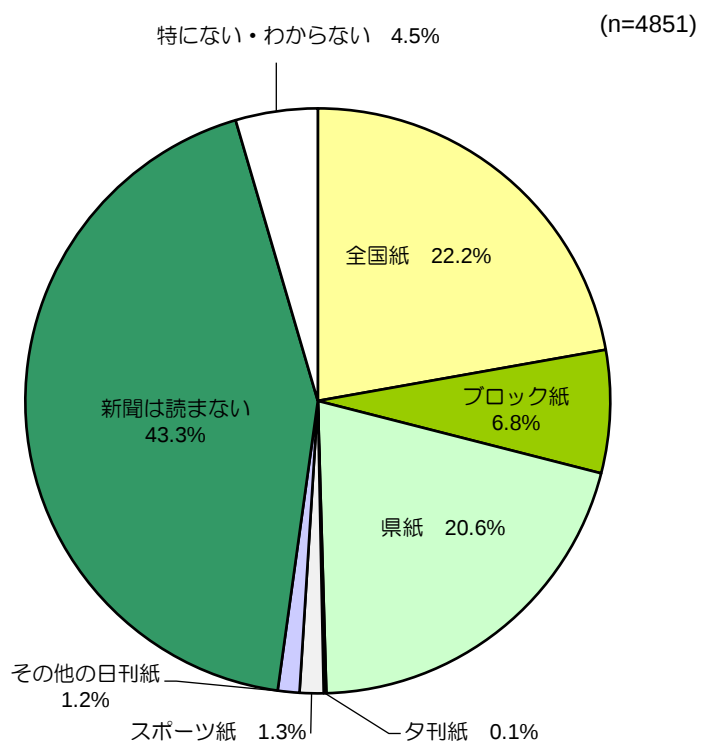


※ 複数の新聞を購読している場合は合計額。

(図表12) 月ぎめ購読にかかわらず、普段読んでいる新聞（全体）

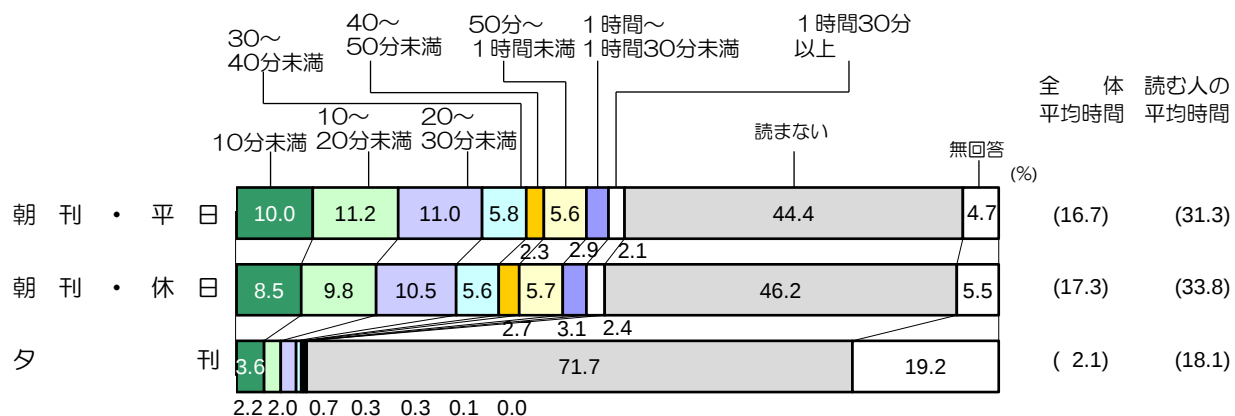


(図表13) 主に読んでいる新聞（全体）

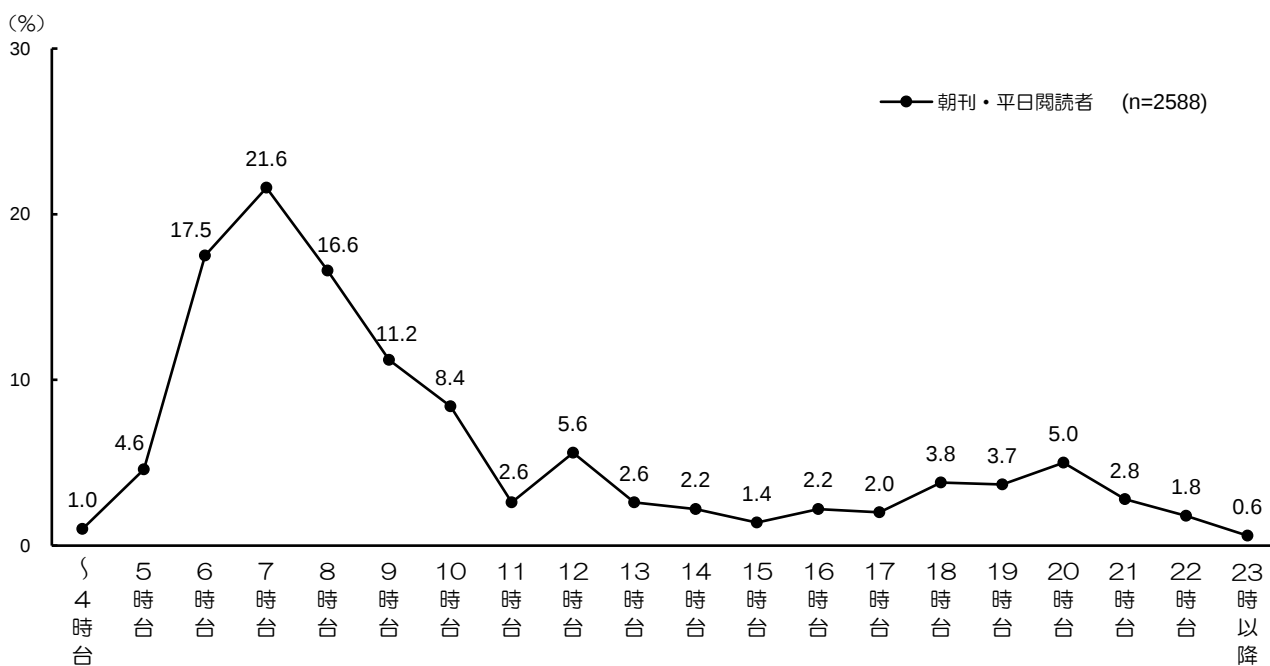


(図表14) 普段読んでいる新聞の閲読時間（全体）

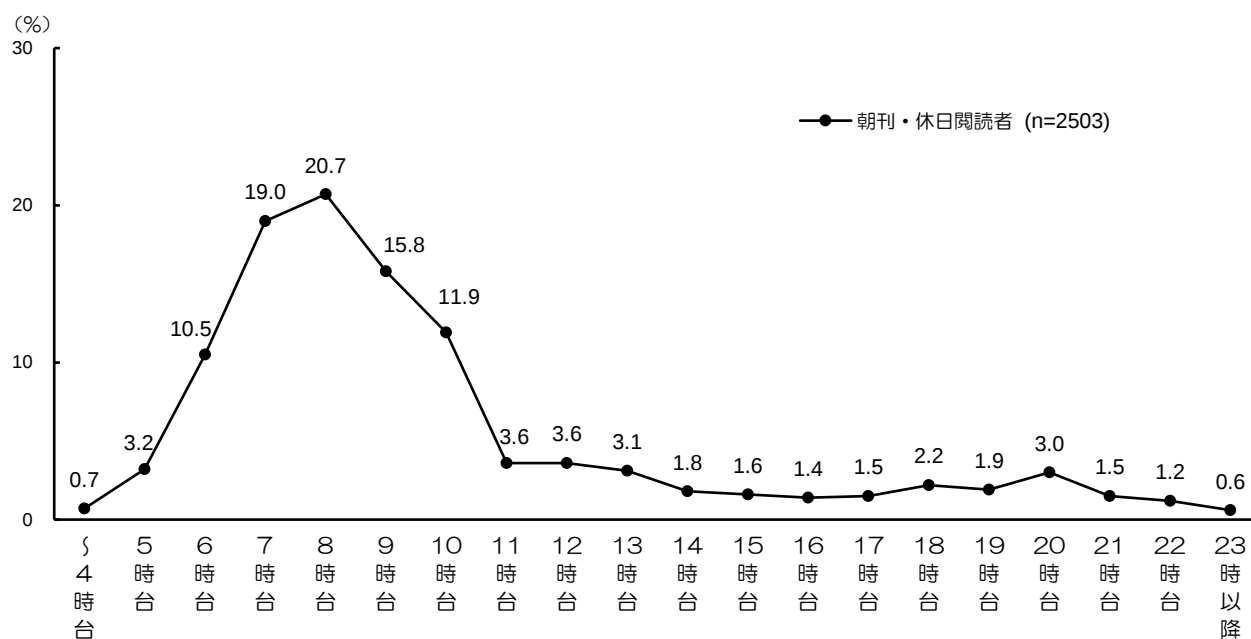
(n=4851)



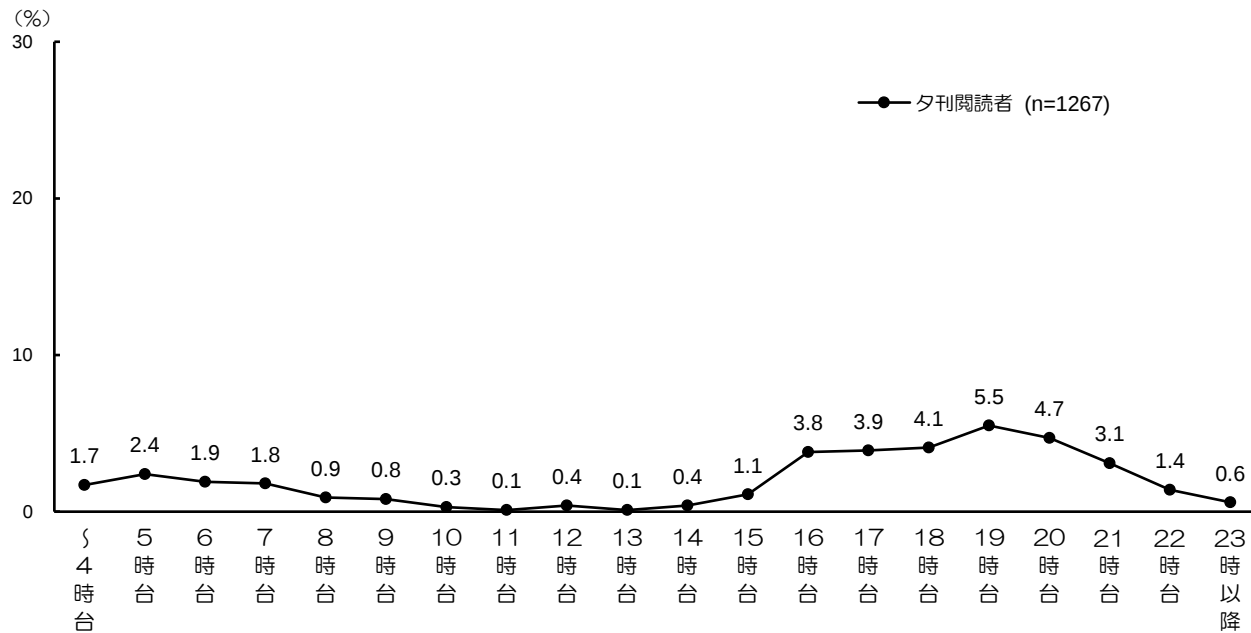
(図表15-1) 新聞閲読時間帯（新聞閲読者 朝刊・平日）



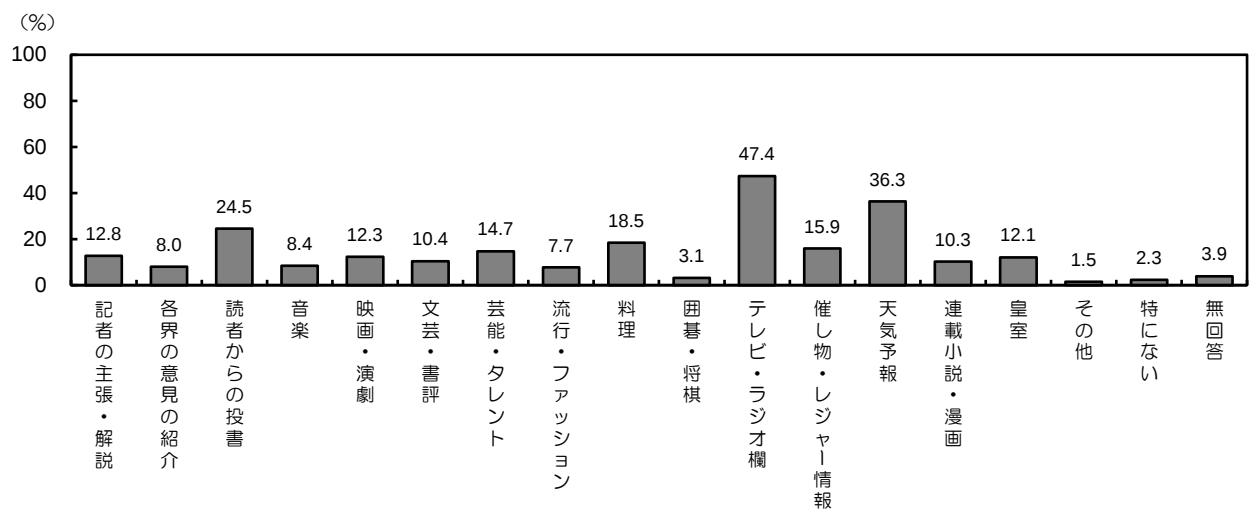
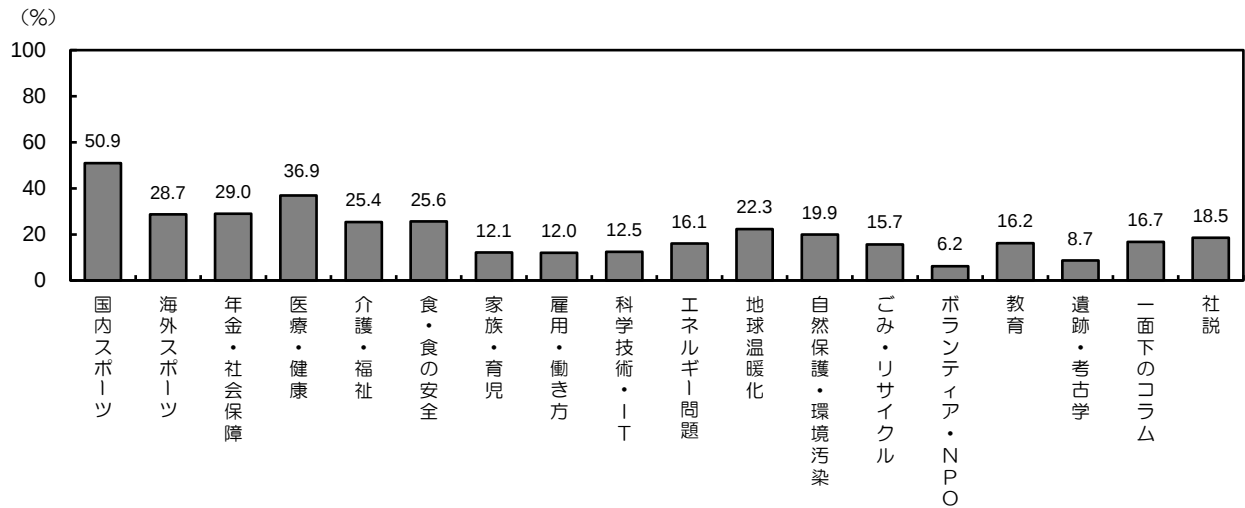
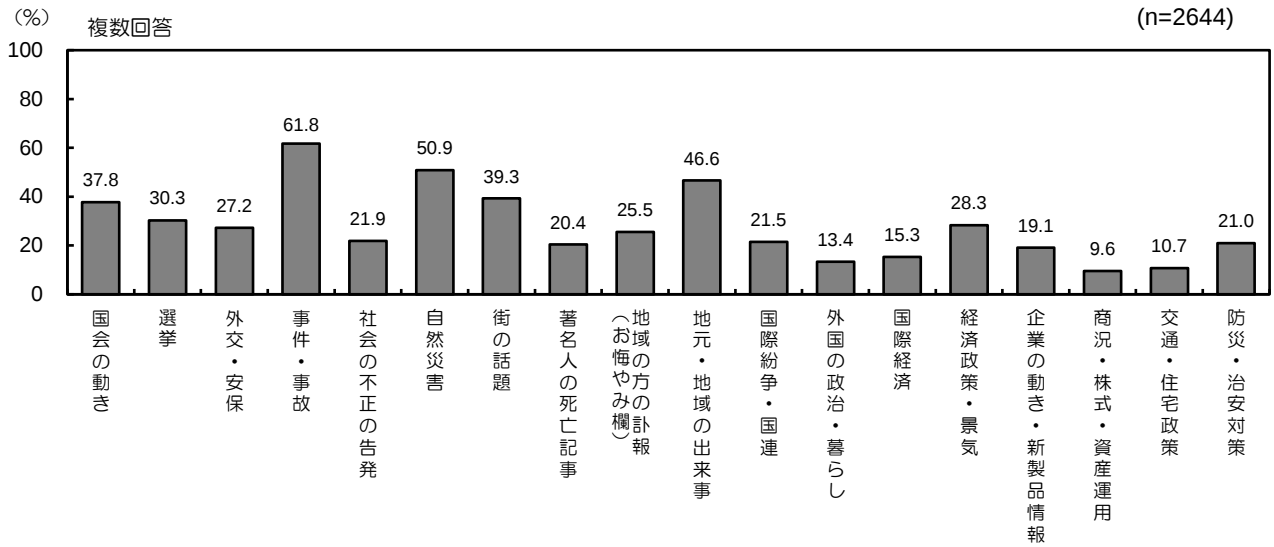
(図表15-2) 新聞閱讀時間帶 (新聞閱讀者 朝刊・休日)



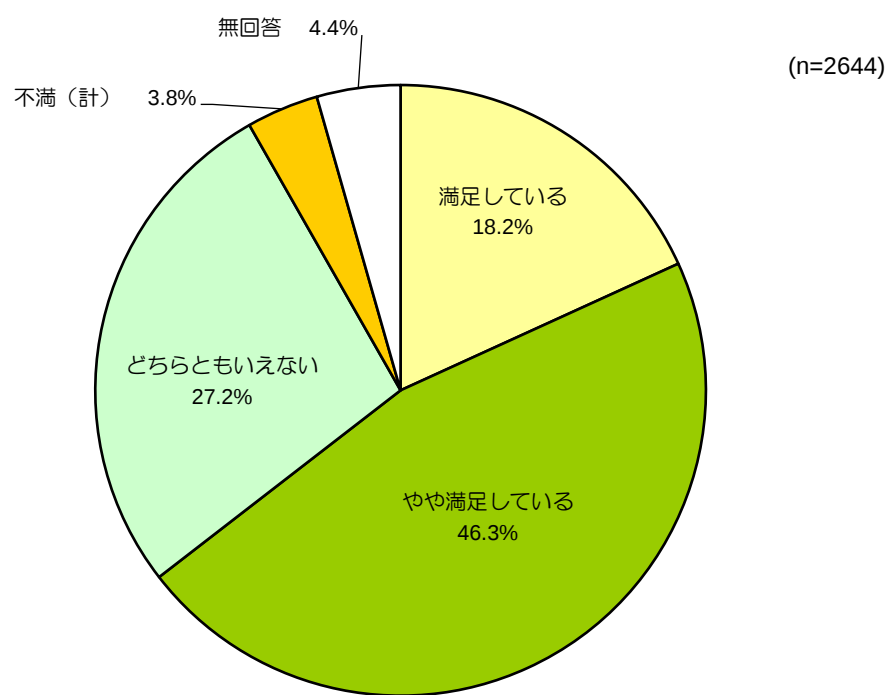
(図表15-3) 新聞閱讀時間帶 (新聞閱讀者 夕刊)



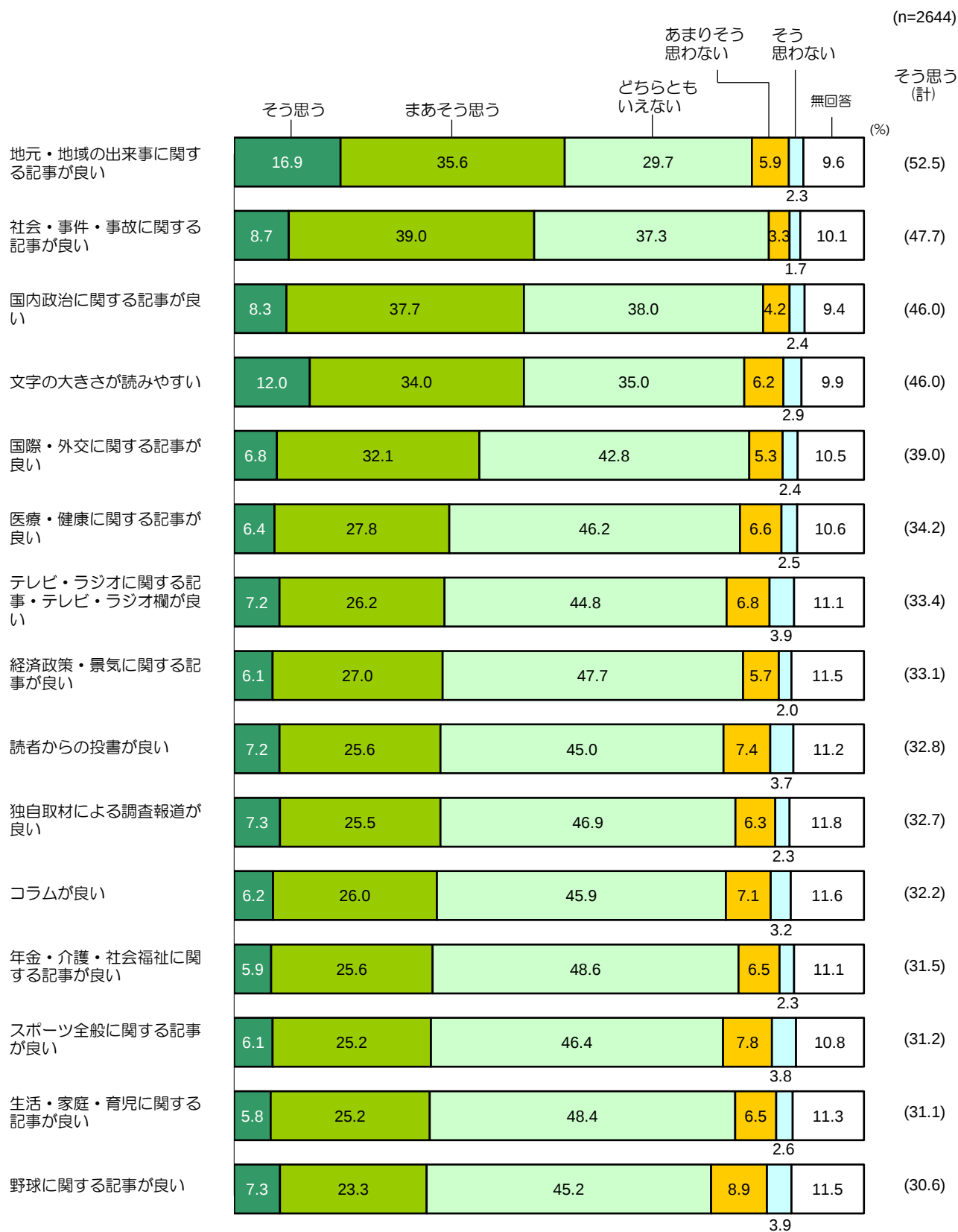
(図表16) 主に読んでいる新聞で普段読んでいる記事(新聞読者)



(図表17) 主に読んでいる新聞の記事に対する満足度（新聞読者）

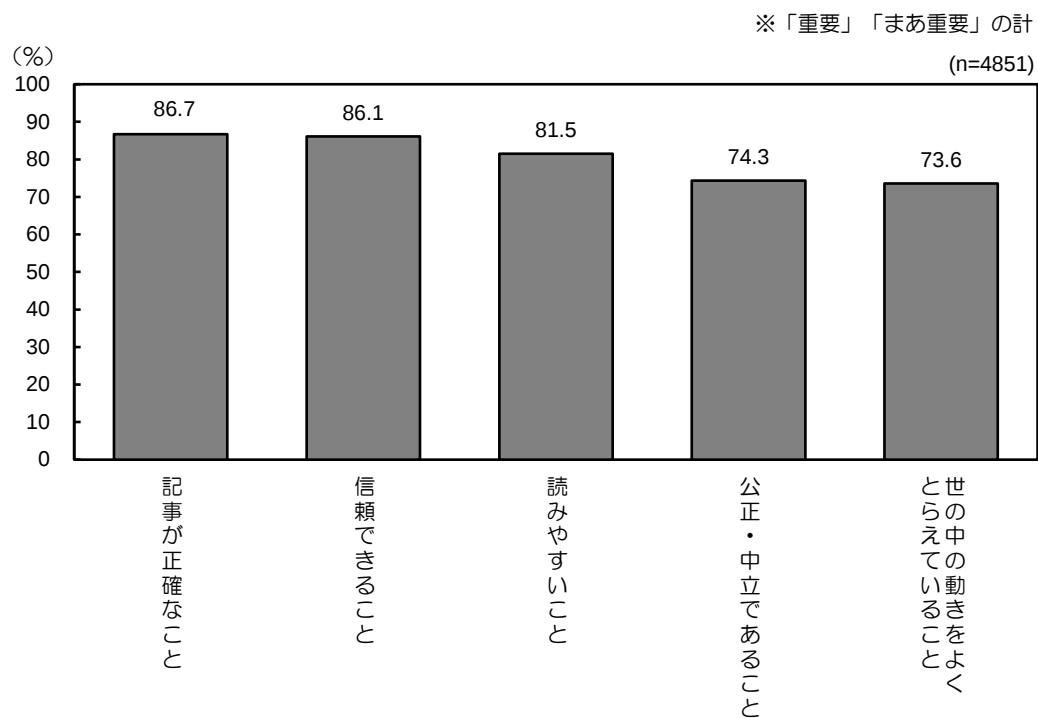


(図表18) 主に読んでいる新聞の記事に対する項目別評価（新聞読者 上位15項目）



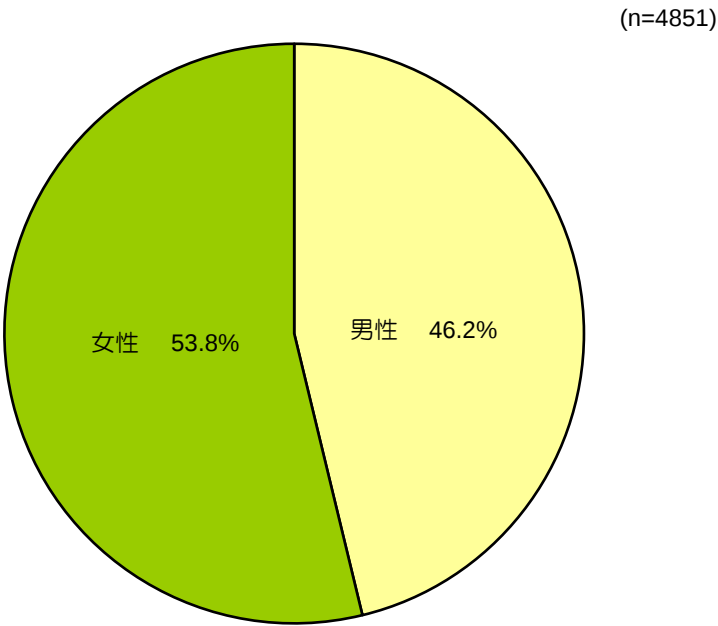
3. 新聞で重視する点

(図表19) 新聞の良し悪しを評価する際の重視点(全体 上位5項目)

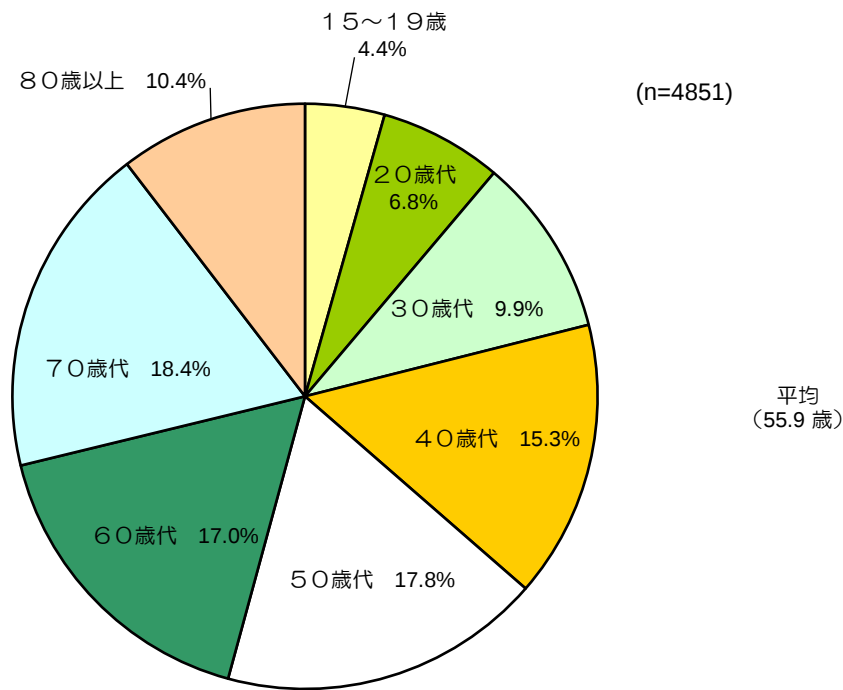


4. 回答者の属性

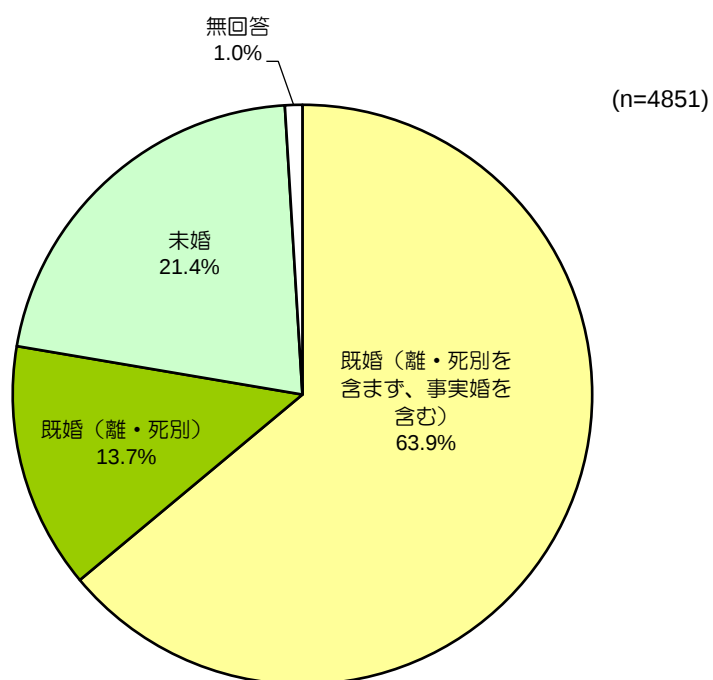
(図表20) 性



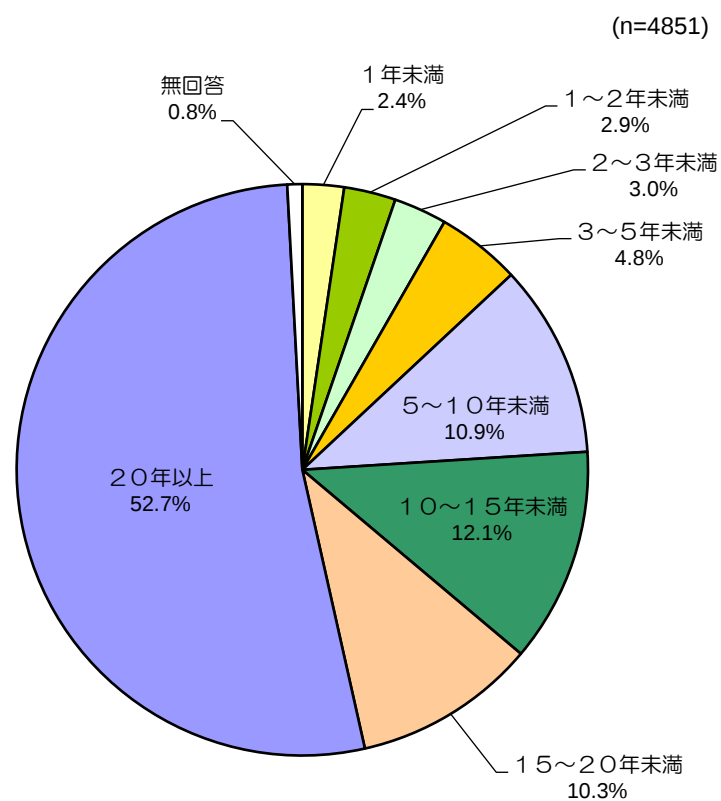
(図表21) 年齢



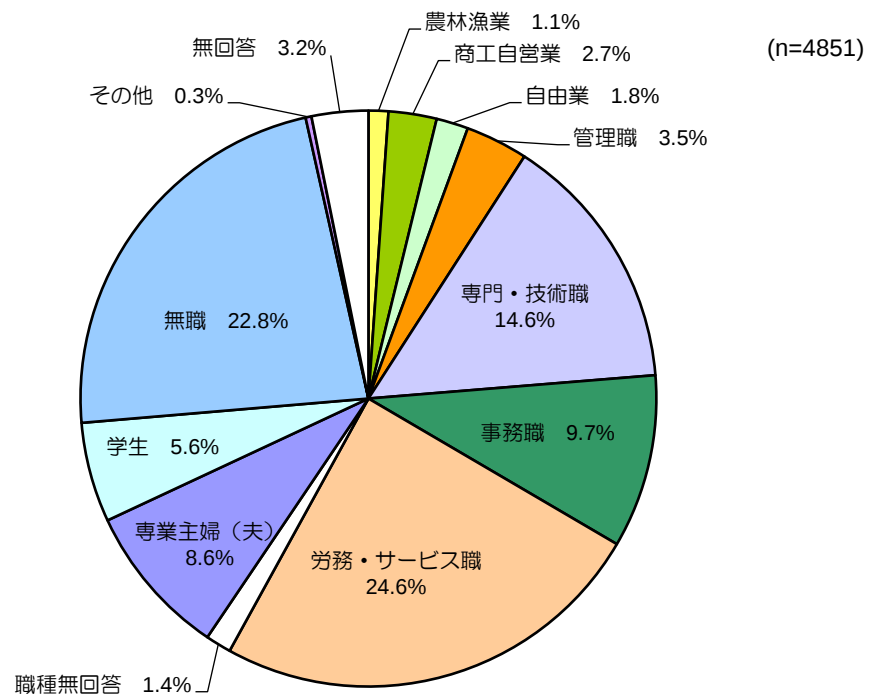
(図表22) 未婚



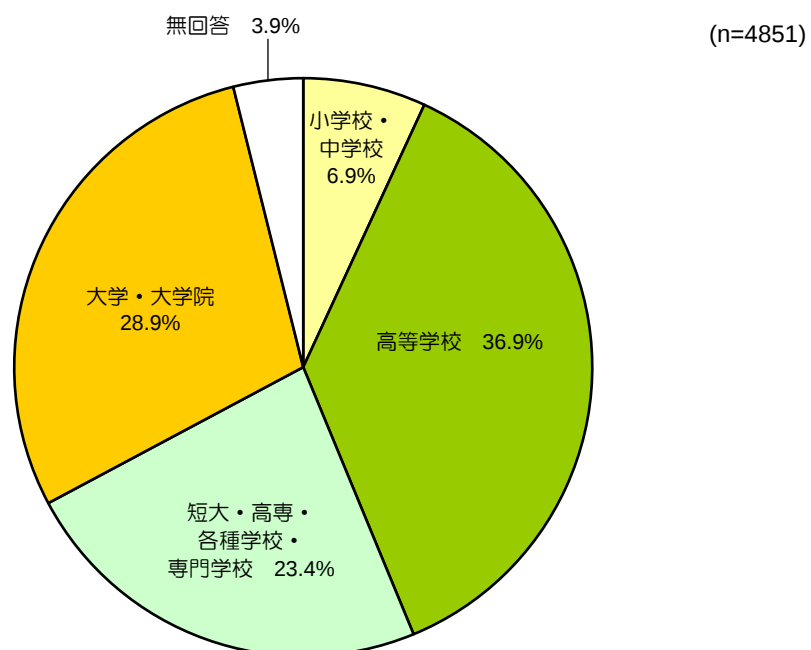
(図表23) 居住年数



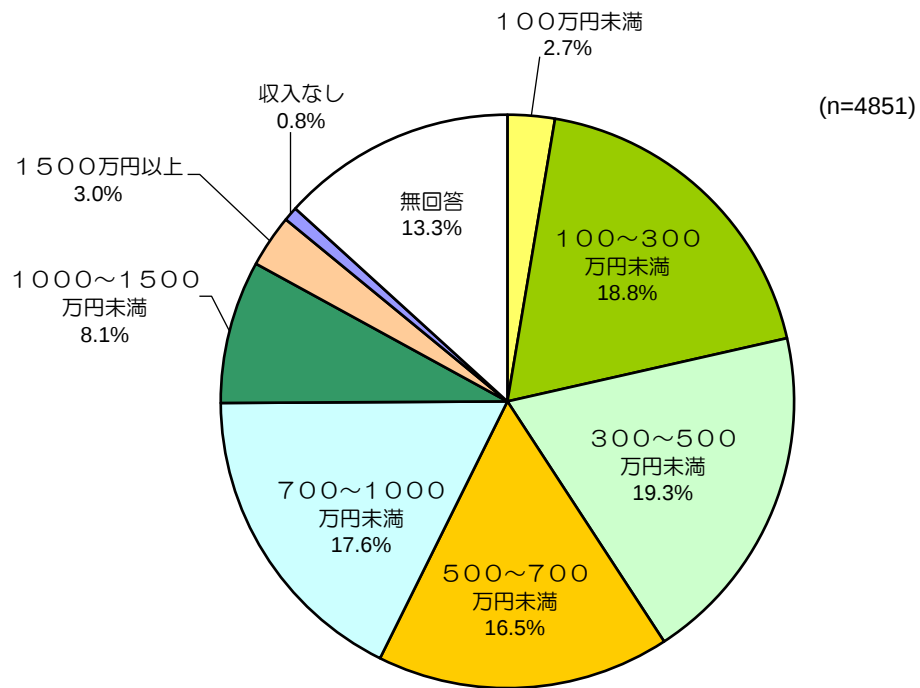
(図表24) 職業



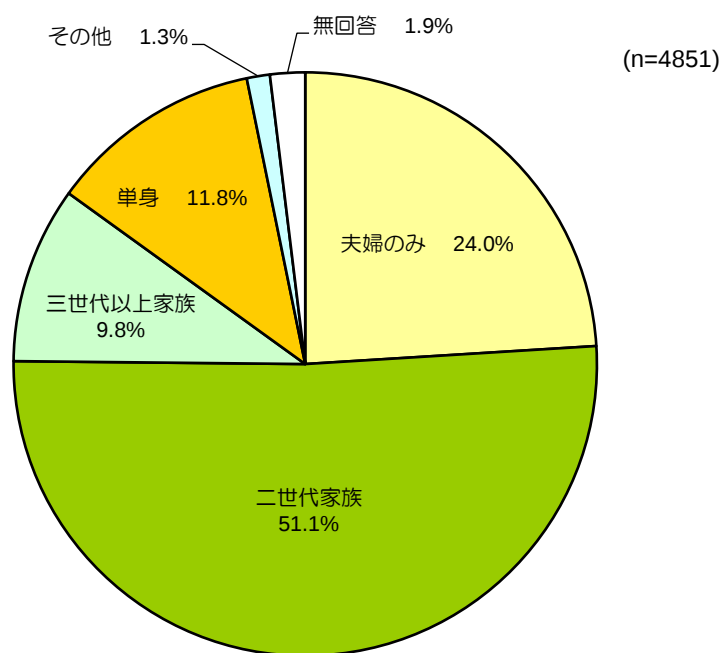
(図表25) 学歴



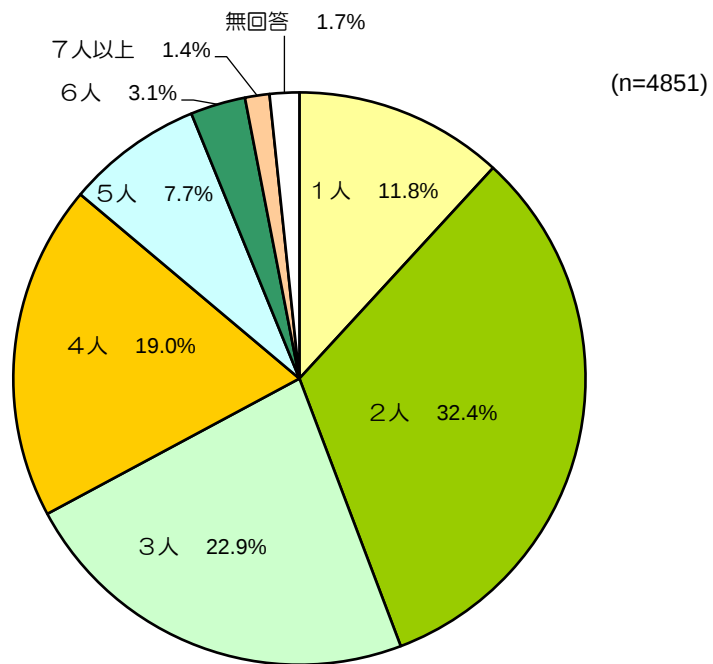
(図表26) 世帯年収



(図表27) 世帯構成



(図表28) 家族人数



(図表29) 住居形態

