【速報】依然として「テレビに偏向報道がある」が７割

「偏向番組スポンサーの商品を買いたくない」が４人に１人以上

テレビの偏向報道を監視する団体、一般社団法人放送法遵守を求める視聴者の会(所在地：東京都港区、代表理事：百田　尚樹、以下 視聴者の会）は、平成 31 年４月４日（木）～4 月７日（日）の期間、テレビの一般視聴者を対象に偏向報道に関する意識調査を行いましたので、調査結果をお知らせいたします。（調査対象者の属性等については下部参照）

調査名：テレビ報道に関する世論調査
調査手法：ＲＤＤ方式 ※1 による電話調査
調査期間： ４月４日（木）～4 月７日（日）
　　※実施した時間帯は、午前９時～午後９時
調査対象者：全国 18 歳以上の男女
有効回答数： 1,000（有効回収率 ※2　21.4%）
設問数：14 問
集計方法：回答者の性別、年代別の構成比が国勢調査の性年代比率に近づくよう重み付けを行い補正（ウェイトバック集計）

※1　ＲＤＤ（Random Digit Dialing）方式
調査対象となる電話番号を無作為に選び出す手法のことで、電話番号はコンピューターでランダムに作成します。近年、若い世代を中心に固定電話を契約せず携帯電話だけを使用している人が増えていることから、本調査では固定電話の番号と携帯電話の番号を作成し調査対象としました。

※2　有効回収率：有効回答数 ÷ 有効番号数
“18 歳以上の人がいる世帯につながった番号（固定電話）＋　18 歳以上の人につながった番号（携帯電話）” を「有効番号」とし、「有効番号」のうち、有効回答を得られた割合を、「有効回収率」としました。

なお、今回は昨年（平成 30 年３月 30 日（木）～平成 30 年４月１日（日））に行った同様の意識調査と重なる設問もありましたので、「（１）昨年の調査結果との比較」、「（２）今年新たに行った調査結果の概要」の２部構成でご報告します。

（1）昨年の調査結果との比較

以下 3 点の設問に関しては昨年同様の設問を設け、一般視聴者の意識の変化を調査しました。

①偏向報道があると思うか否か

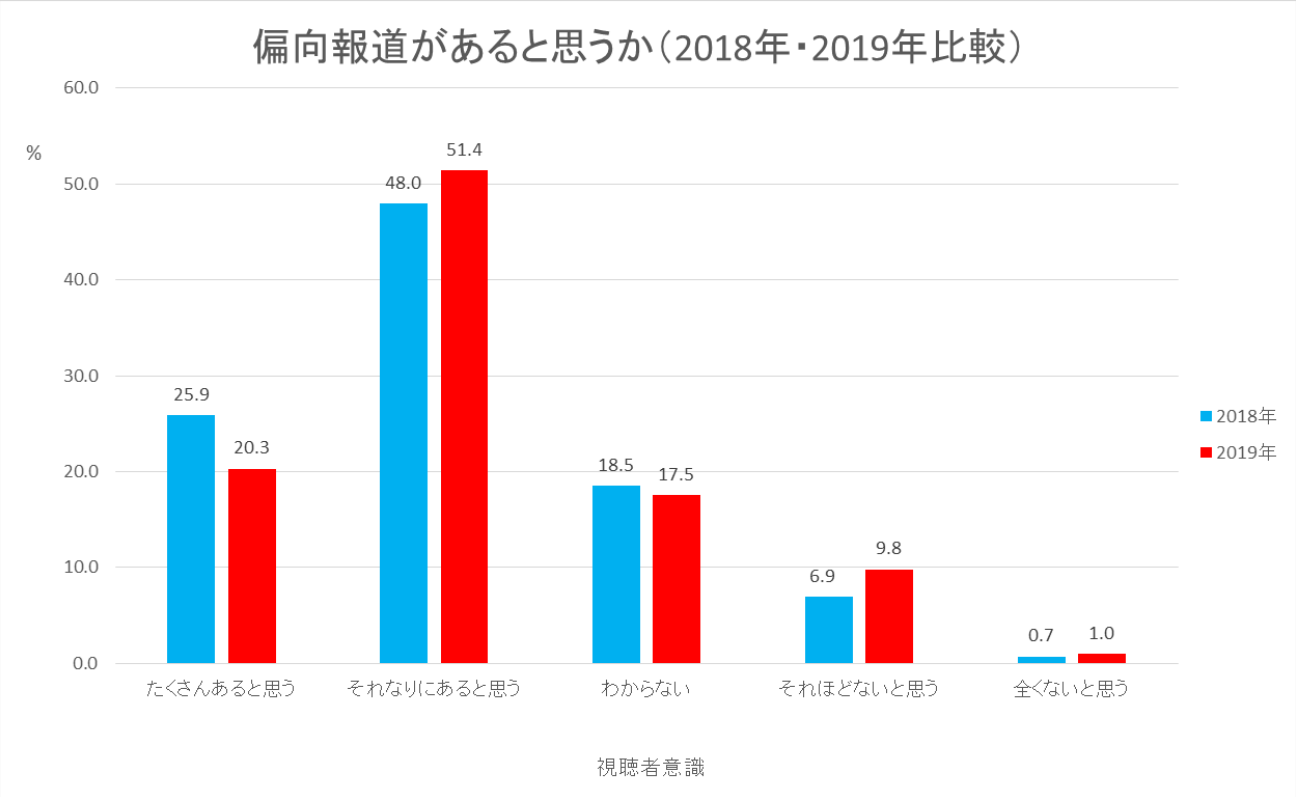
②偏向報道スポンサー商品の購買意欲

③テレビの視聴時間とよく見るニュース番組

下記にてグラフを比較いたします。

①偏向報道があると思うか否か

「現在のテレビでは、内容が偏った報道、いわゆる偏向報道があると思いますか？」という設問を投げかけたところ、2018 年と比較して 2019 年は下記の通りとなりました。



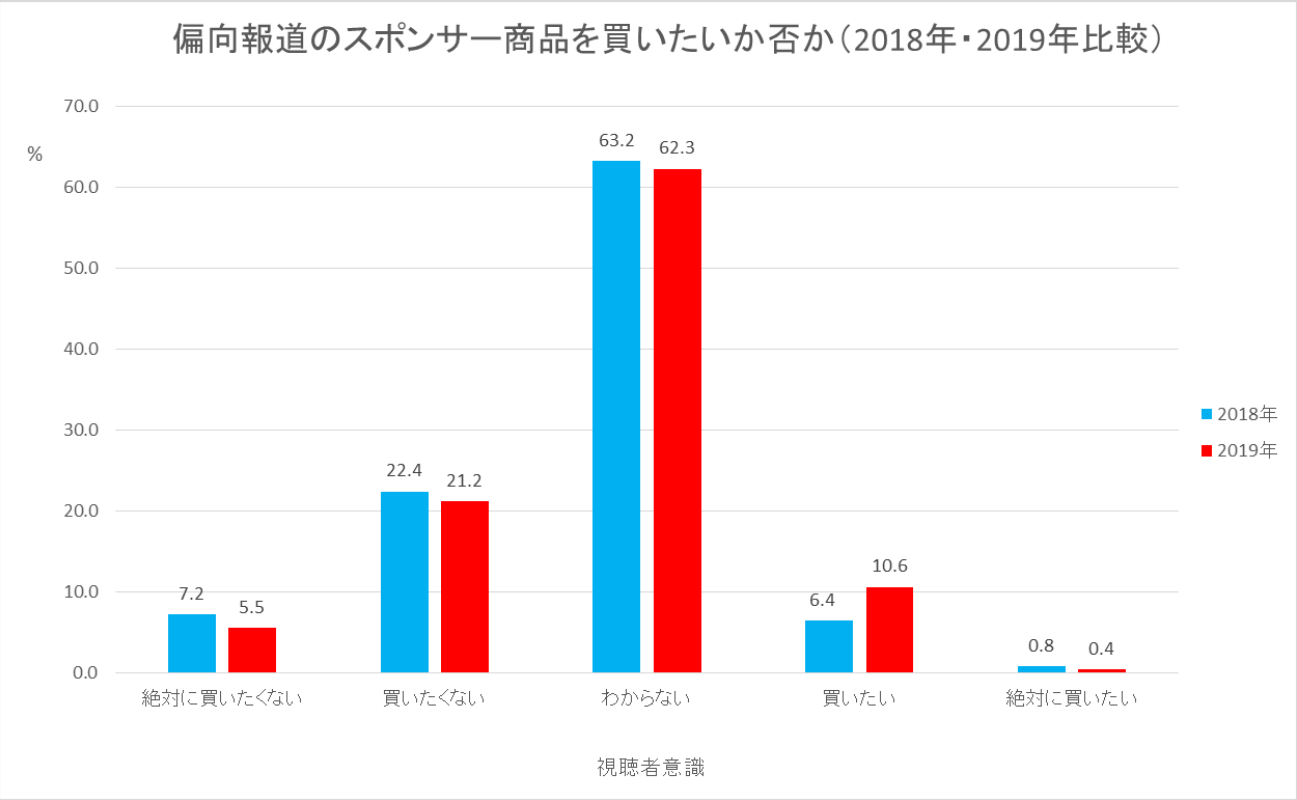
	たくさんあると思う	それなりにあると思う	わからない	それほどないと思う	全くないと思う
2018年	25.9	48.0	18.5	6.9	0.7
2019年	20.3	51.4	17.5	9.8	1.0

2018 年調査と顕著な違いは見られませんでしたが、「（偏向報道が）たくさんあると思う・それなりにあると思う」を合計した結果が 71.7%となり、依然として一般視聴者が内容が偏っている可能性を認識したうえで、テレビ報道を視聴していることが判明しました。

2015 年の安保法制報道をはじめとして、数年前までは明らかな偏向報道（「賛成意見を取り上げる時間と反対意見を取り上げる時間に明らかな差異がある」ケースなど）が存在していましたが、最近の視聴者の会の調査ではそのような明らかな偏向報道が減少し、字幕・テロップ・出演者の意見・番組構成などによる偏向報道が増加していることが分かっています。字幕・テロップ・出演者の意見・番組構成などを用いた偏向報道は、一般視聴者がすぐには偏向報道だと認識できない作りになっていますが、そのような中でも、一般視聴者は内容が偏った番組が存在していることを認識しつつ報道番組を見ていることが今回の調査で判明しました。

②偏向報道スポンサー商品の購買意欲

「偏向報道をしている番組があった場合、あなたはその番組のスポンサー企業の商品を買いたいと思いますか？」という設問を投げかけたところ、2018 年と比較して 2019 年は下記の通りとなりました。



	絶対に買いたくない	買いたくない	わからない	買いたい	絶対に買いたい
2018年	7.2	22.4	63.2	6.4	0.8
2019年	5.5	21.2	62.3	10.6	0.4

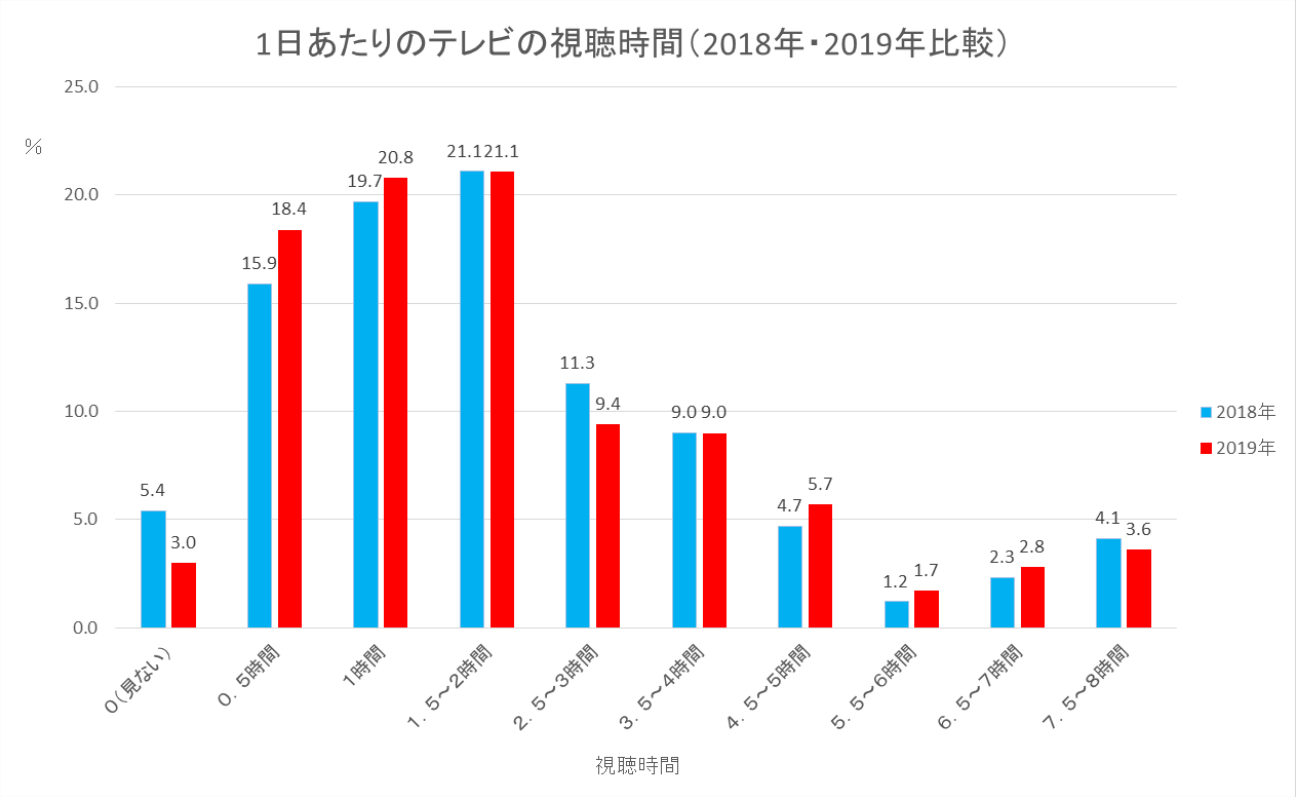
こちらも 2018 年調査と顕著な違いは見られませんでしたが、「絶対に買いたくない・買いたくない」を合計した結果は 26.7%となっており、依然として高い割合となっています。

この結果をそのまま実生活に当てはめると、「購入を検討している商品の販売者が偏向報道番組のスポンサーだった場合、4 人に 1 人以上の購入検討者がその商品の購入をためらう」と考えることも可能です。

以前、視聴者の会が行ったインターネット上でのアンケート調査「視聴者の会が株式を購入するべき偏向報道番組のスポンサー企業（http://housouhou.com/2018/12/20/henkou1220/）」（対象は視聴者の会会員のみ、例示したスポンサー企業は上場企業のみ）では、「セブン&アイ HD」・「サントリー（サントリー食品インターナショナル）」・「ライオン」・「Panasonic」・「大和ハウス工業」・「NTT 東日本・西日本」・「アサヒビール（アサヒグループホールディングス）」などの企業について「株式を視聴者の会で購入するべきである」とする意見が多い傾向にありました。今回の調査でも、偏向報道番組のスポンサーとなることで消費者の購買意欲が減少する可能性があることが判明したため、視聴者の会では今後の活動の中で今回の調査結果を用いたスポンサー企業への注意喚起等を行っていきたいと考えています。

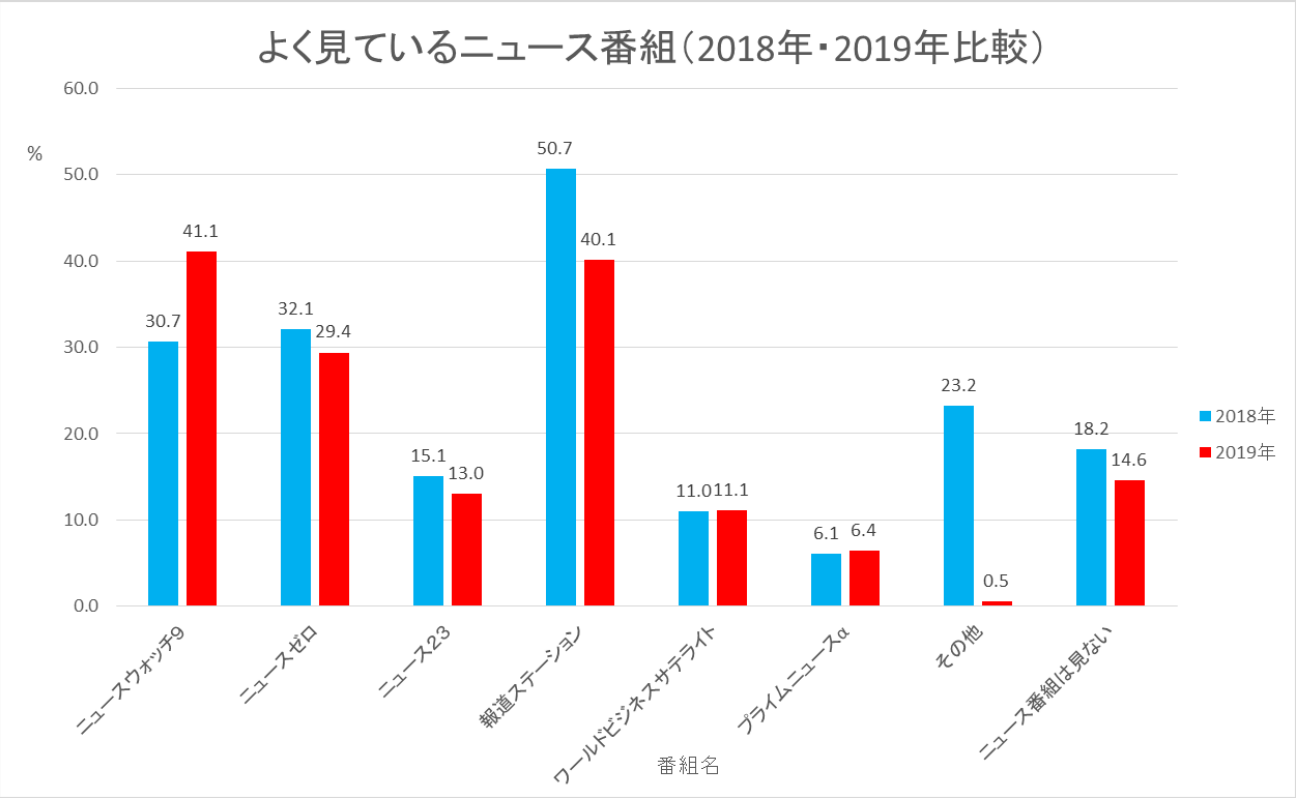
③テレビの視聴時間とよく見るニュース番組

「あなたは、1 日に平均何時間くらい、テレビを見ますか？」及び「これから読み上げるニュース番組の中に、あなたがよく見ているものがあれば、いくつでもお知らせください。」という設問を投げかけたところ、2018 年と比較して 2019 年は下記の通りとなりました。



	0（見ない）	0. 5時間	1時間	1. 5～2時間	2. 5～3時間	3. 5～4時間	4. 5～5時間	5. 5～6時間	6. 5～7時間	7. 5～8時間	8時間超
2018年	5.4	5.4	15.9	19.7	21.1	11.3	9.0	4.7	1.2	2.3	4.1
2019年	4.5	3.0	18.4	20.8	21.1	9.4	9.0	5.7	1.7	2.8	3.6

こちらも 2018 年調査と顕著な違いは見られませんでした。2018 年の調査では、年齢別・男女別に分析した詳細データによって、年齢や男女の違いによって視聴時間に明らかな差異があることが判明しましたが、今年も年齢別・男女別による調査を行う予定です。（2018 年の結果については（http://housouhou.com/2018/06/11/henkounenrei/）を参照。）



	ニュースウォッチ9	ニュースゼロ	ニュース23	報道ステーション	ワールドビジネスサテ	プライムニュースα	その他	ニュース番組は見ない
2018年	30.7	32.1	15.1	50.7	11.0	6.1	23.2	18.2
2019年	41.1	29.4	13.0	40.1	11.1	6.4	0.5	14.6

こちらも 2018 年調査と顕著な違いは「その他」の選択肢以外では見られませんでしたが、全体としてみたときに、民法各局の視聴者数が減少し、NHK「ニュースウォッチ 9」の視聴者数が増加しているようにも思えます。

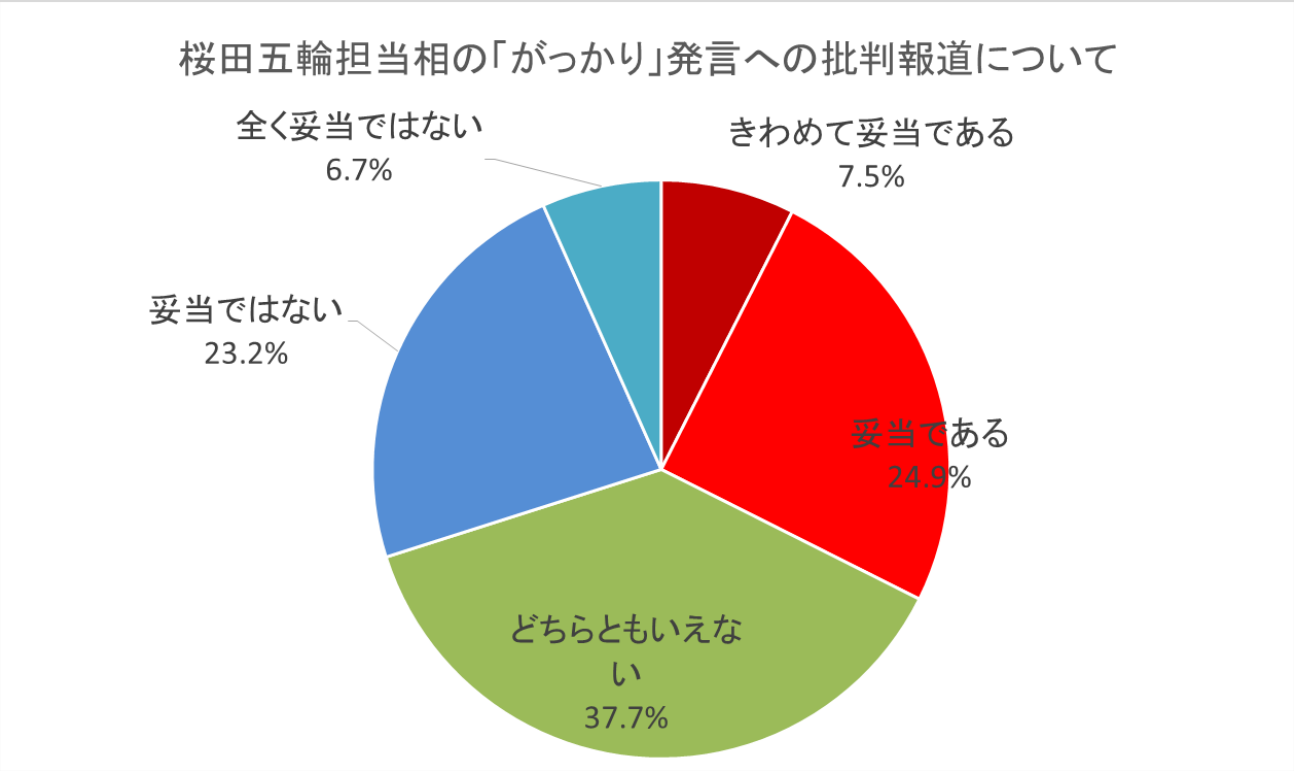
また、「その他」の選択肢については、今後分析していく予定です。

（２）今年新たに行った調査結果の概要
今回の調査では、以下 5 点の質問について新設し、調査を実施しました。

①桜田大臣「がっかり」発言に関する報道の妥当性について
②桜田大臣「がっかり」発言の「悪意ある切り取り」批判に関する妥当性について
③NHK 職員（番組制作部署に所属）による政治活動の妥当性について
④安倍内閣の支持について
⑤支持する政党について

下記にて、各設問に関する調査結果をご報告します。

①桜田前五輪担当大臣「がっかり」発言に関する報道の妥当性について
「2 月 12 日、競泳の池江璃花子選手が病気を公表した件について、桜田義孝五輪担当相が「本当にがっかりしている」などと語ったことが一斉に批判されました。この報道は妥当だと思われますか？」という設問を投げかけたところ、下記の通りとなりました。



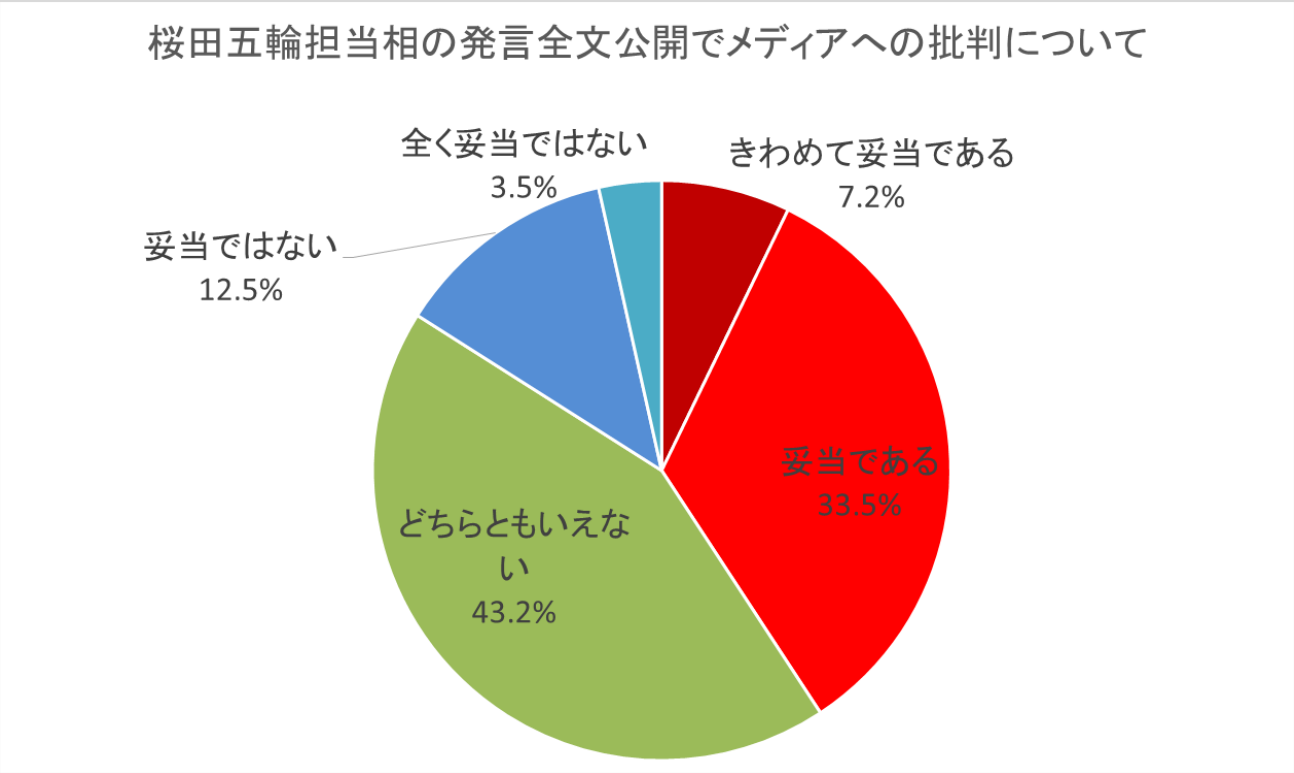
桜田前五輪担当大臣のいわゆる「がっかり」発言については当初発言の全文が公開されず、「がっかりしている」という発言部分のみが切り取って報道され、批判的な論調が大多数を占めていました。今回は「がっかり」発言そのものへの妥当性ではなくその報道について妥当性を質問しましたが、「きわめて妥

当である・妥当である」と「どちらともいえない」と「まったく妥当ではない・妥当ではない」に結果を3分割すると、おおよそ同程度の割合となる結果になりました。

問題発言の多い政治家への批判的意見はほとんどの一般視聴者が持っていると推定されますが、そのような問題発言を取り上げる際の報道機関の報道姿勢についても批判的意見をもつ一般視聴者が少なからず存在することが分かりました。

次に、この発言がいわゆる「(テレビ番組による) 切り取り」であると批判されたことについて、調査しました。

②桜田前五輪担当大臣「がっかり」発言の「悪意ある切り取り」批判に関する妥当性について
「２月１４日に、桜田氏の発言の全文が公開されると、「全体を読めば穏当で、メディアの悪意ある切り取りこそが問題だ」とする批判が強まりました。この批判は妥当だと思われますか。」という設問を投げかけたところ、下記の通りとなりました。

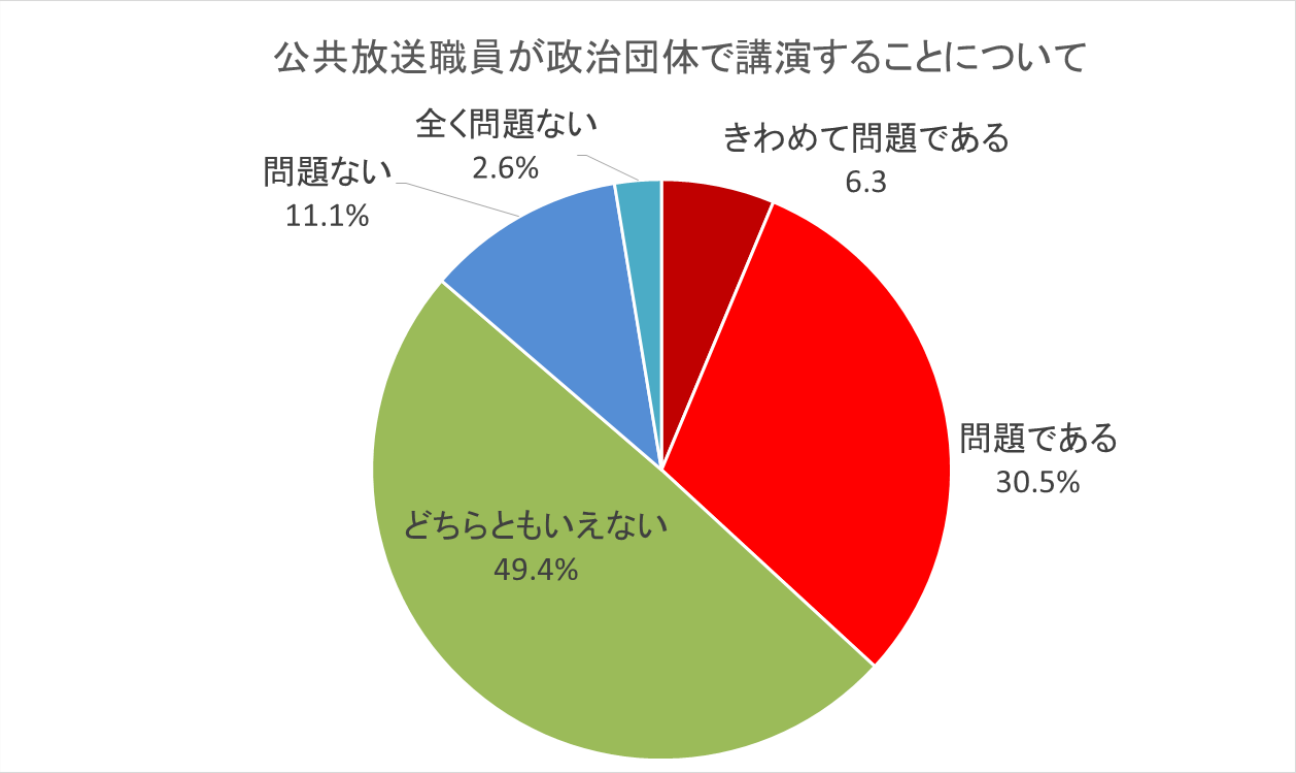


一般視聴者からメディアへの批判について、「きわめて妥当である・妥当である」と答えた回答者が40.7%、「どちらともいえない」と答えた回答者が43.2%、「全く妥当ではない・妥当ではない」と答えた回答者が16%という結果になりました。

最初の設問「現在のテレビでは、内容が偏った報道、いわゆる偏向報道があると思いますか？」では、約7割の回答者が「(偏向報道が）たくさんあると思う・それなりにあると思う」と回答していましたが、桜田前五輪担当大臣「がっかり」発言問題では、偏向報道の一種であるメディアの「切り取り」について好ましくないと考え、批判は妥当であると考える意見が少なからず存在することが分かりました。

「どちらともいえない」の意見も約4割でしたが、今回の桜田前五輪担当大臣の発言については「政治家であるならば、メディアに編集されても誤解を受けない発言をするべきだ」という意見も一般視聴者の中に一定数存在しています。そのため、今回のような具体例による設問ではなく、マスコミによる「切り取り」の賛否を問う設問の場合には、今回とは異なる結果となる可能性も考えられます。

③NHK職員（番組制作部署に所属）による政治活動の妥当性について
「維新の会足立康史議員の国会質問によって、ＮＨＫ職員の今理織（こん　みちおり）氏が、皇室廃止を求める「9条の会」の依頼を受けて講演をしていたことが発覚しました。今氏は当時、第一制作センター文化福祉番組部でデスクを務めていました。ＮＨＫの番組制作部署にいる職員がこのような政治団体で講演することについてどのように思われますか？」という設問を投げかけたところ、下記の通りとなりました。

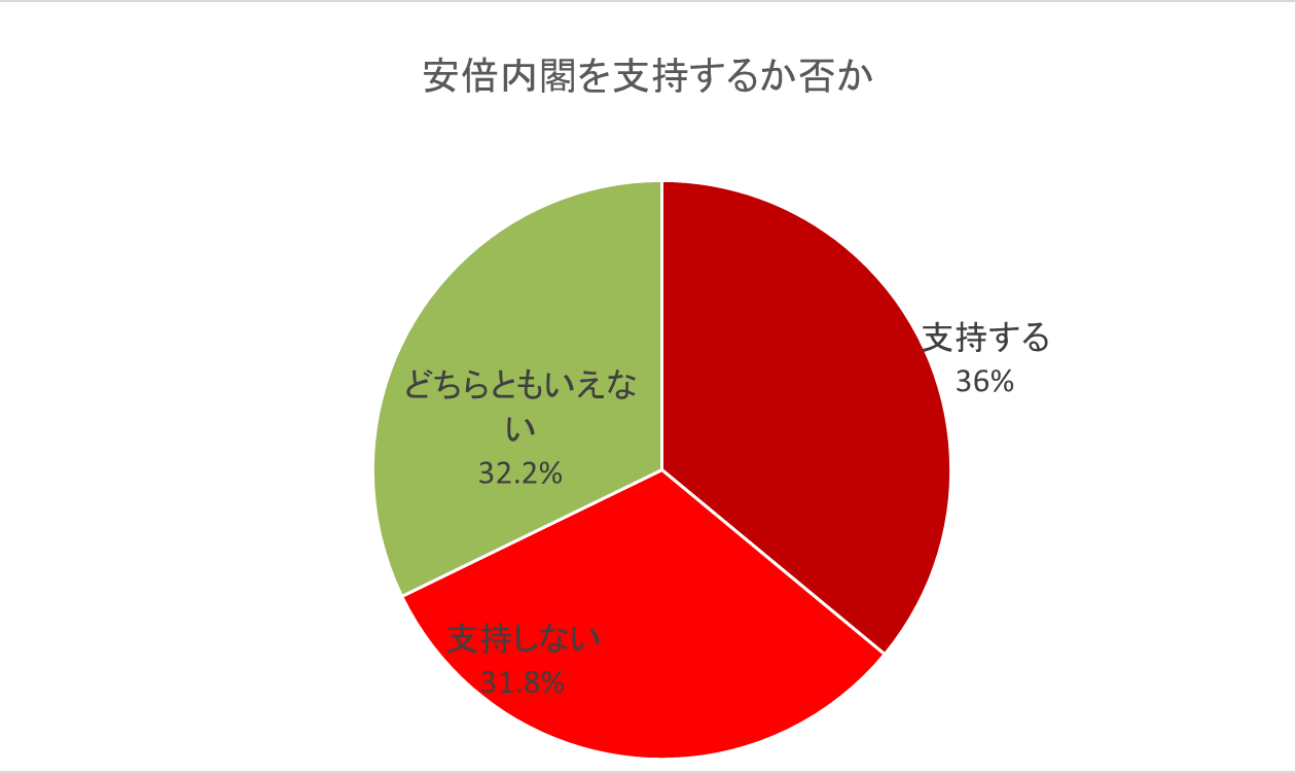


公共放送職員の政治団体での講演については、「どちらともいえない」と答えた回答者が約半数となりました。この問題については、インターネット上では様々な媒体で取り上げられていましたが、テレビをは

じめとしたマスコミではほとんど報じられませんでした。そもそもこの問題について知らない回答者も「どちらともいえない」と答えた回答者の中にはいたと推察されます。

また、残りの半数については「きわめて問題である・問題である」と答えた回答者が 36.8%、「全く問題ない・問題ない」と答えた回答者が 13.7%でした。賛否がはっきりしている回答者だけ抽出すれば、「きわめて問題である・問題である」と答えた回答者は「全く問題ない・問題ない」と答えた回答者の 2 倍以上となっており、公共放送職員の政治団体での講演を問題視する一般視聴者は多いことが分かりました。

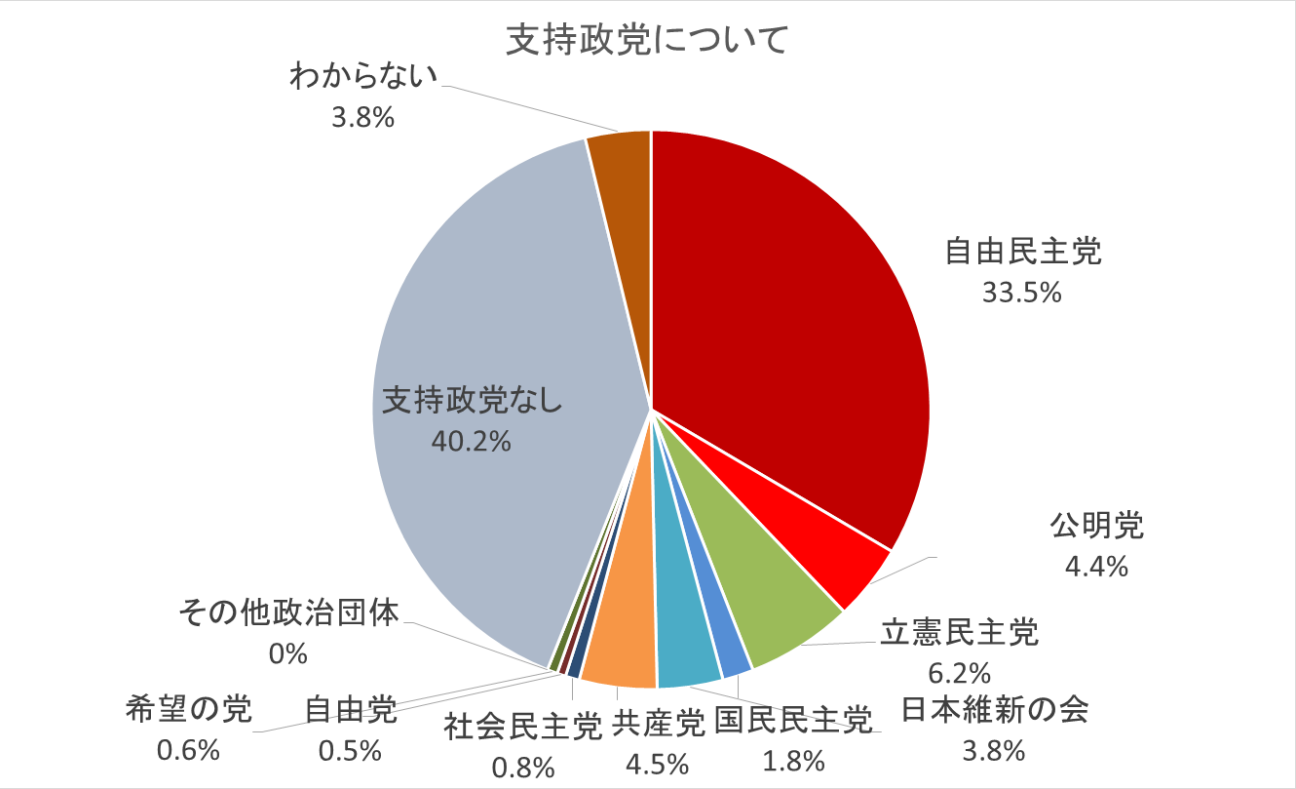
④安倍内閣の支持について
「安倍内閣を支持しますか？」という設問を投げかけたところ、下記の通りとなりました。



「支持する・支持しない・どちらともいえない」の割合がほとんど変わらない結果となりましたが、最も多いのは「支持する」という回答になりました。

同時期にマスコミ各社が行った結果と比較すると、視聴者の会の調査の方が「支持する」の割合が少し少ない結果となりましたが、同時期のマスコミ各社の調査でも「支持する」が「支持しない」を上回っており、視聴者の会の調査とマスコミ各社の調査はそれほど変わらない結果となりました。

⑤支持する政党について
「どの政党を支持しますか？」という設問を投げかけたところ、下記の通りとなりました。



こちらもマスコミ各社の調査結果と同じく、自由民主党優勢の結果となりました。安倍内閣の支持率と自由民主党の支持率が一致しないことから、安倍内閣の支持者の中には自由民主党の支持者以外も一定数存在していることが推測されます。

今回の RDD 調査では、テレビ報道に関して内容が偏っていることを視聴者が認識していることや、4 人に 1 人以上の視聴者は偏向報道番組のスポンサー商品について購買意欲を失う可能性があることが分かりました。

今回は視聴者の会有料会員や寄付者として平素より活動を支えていただいております皆様のご高恩を賜り、このような調査を実施することができました。理事・事務局一同、深く感謝申し上げます。

今後、視聴者の会では、スポンサー企業への注意喚起や今回のような各種調査、報道レポートの配信等を通じて、引き続き偏向報道の是正と国民の知る権利を守る活動を続けてまいります。

■今回の調査の対象者の属性や調査手法について

■調査の概要

・手法

テレビ、新聞等が世論調査を行う際に使われるＲＤＤ方式（Random Digit Dialing）という手法を使い、コンピューターで無作為に数字を組み合わせて番号を作り、電話をかけた。（固定電話・携帯電話）

国勢調査または総務省統計局の住民基本台帳に基づく人口構成比及び性年齢別12区分で重み付けを行って集計した。

・仕様

設問数：14問、有効回答数数：1,000件

・回答対象者

日本在住の男女

■調査の詳細

架電した電話番号の数　合計	**20,097**
【無効番号】	15,418
コール音のみ／話し中／留守電	11,944
事務所／FAX／データ専用回線	2,273
対象外（18歳以上の人がいない等）	1,201
【有効番号】	4,679
有効回収	1,000
拒否	3,624
18歳以上の人が期間中不在	55

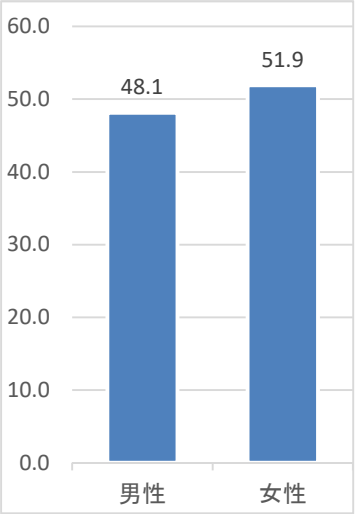
※有効番号率（有効番号数÷架電した電話番号の数）＝23.3%

※有効回収率（有効回収数÷有効番号数）＝21.4%

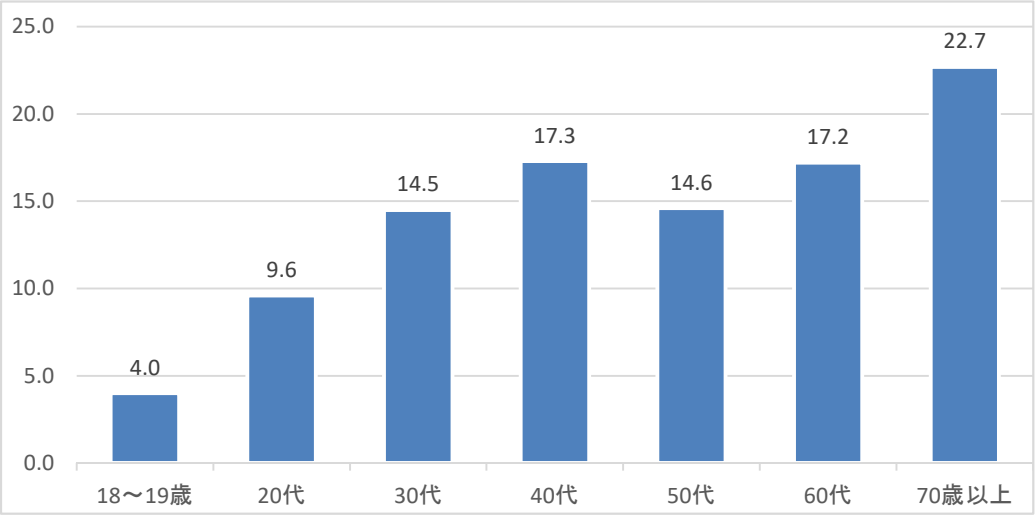
■備考

視聴者の会では、同時期にネットサンプリング調査も実施しました。ネットサンプリング調査の結果についても、昨年同様、後日公表する予定です。

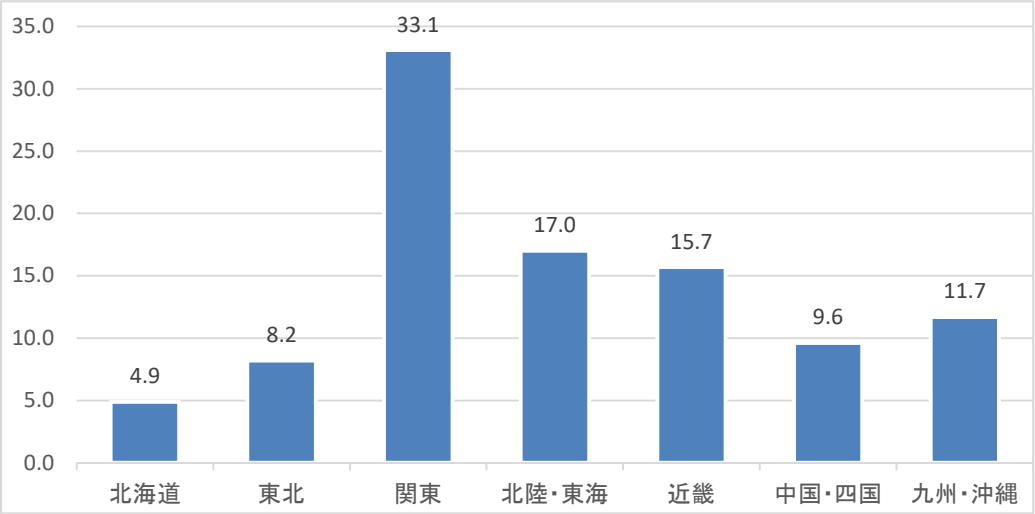
※性別について



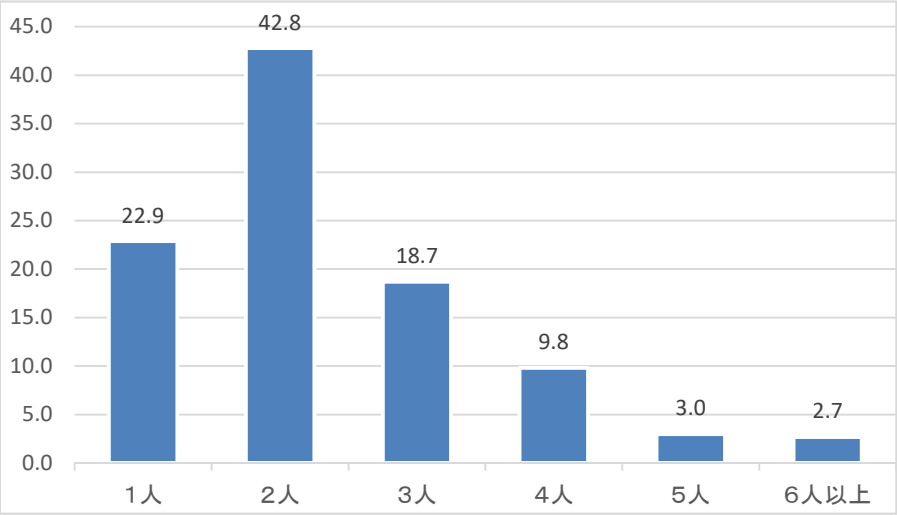
※年齢について



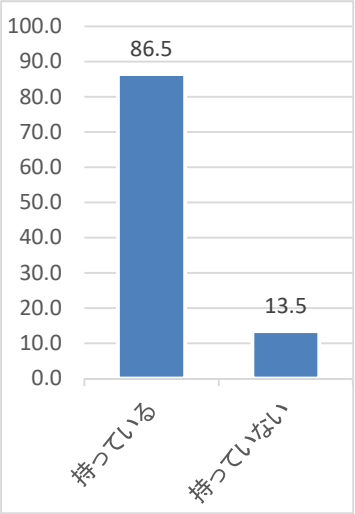
※居住地域について



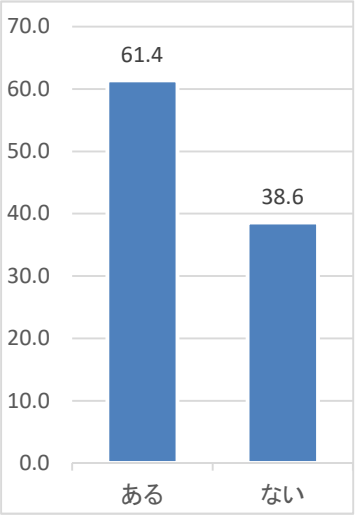
※同居している 18 歳以上の人数について



※（固定電話回答者向け）携帯電話の保有状況



※（携帯電話回答者向け）固定電話の保有状況



以上