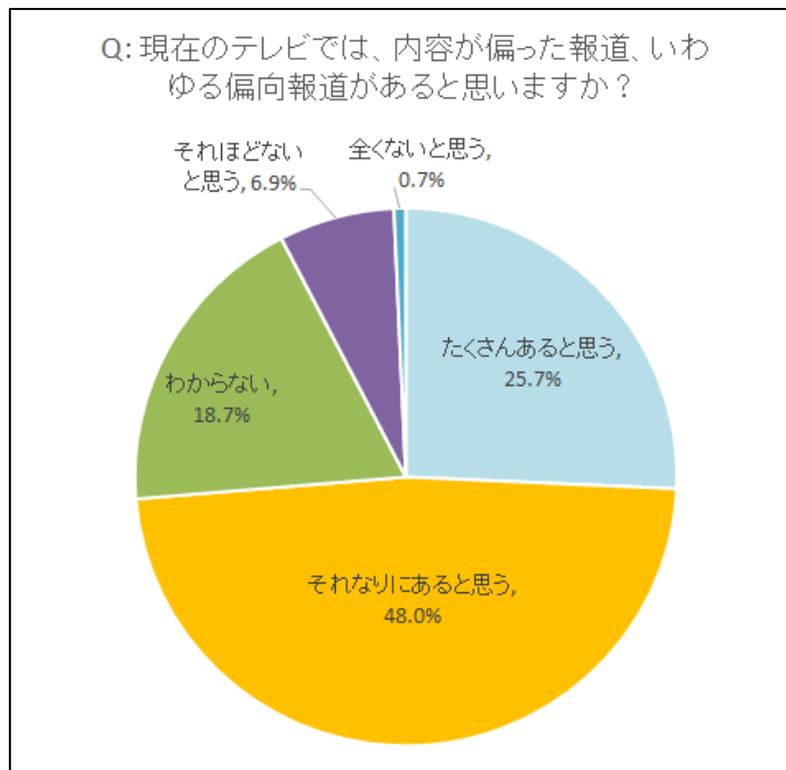


電話世論調査でも「テレビに偏向報道がある」が7割

「偏向番組スポンサーの商品を買いたくない」が3割

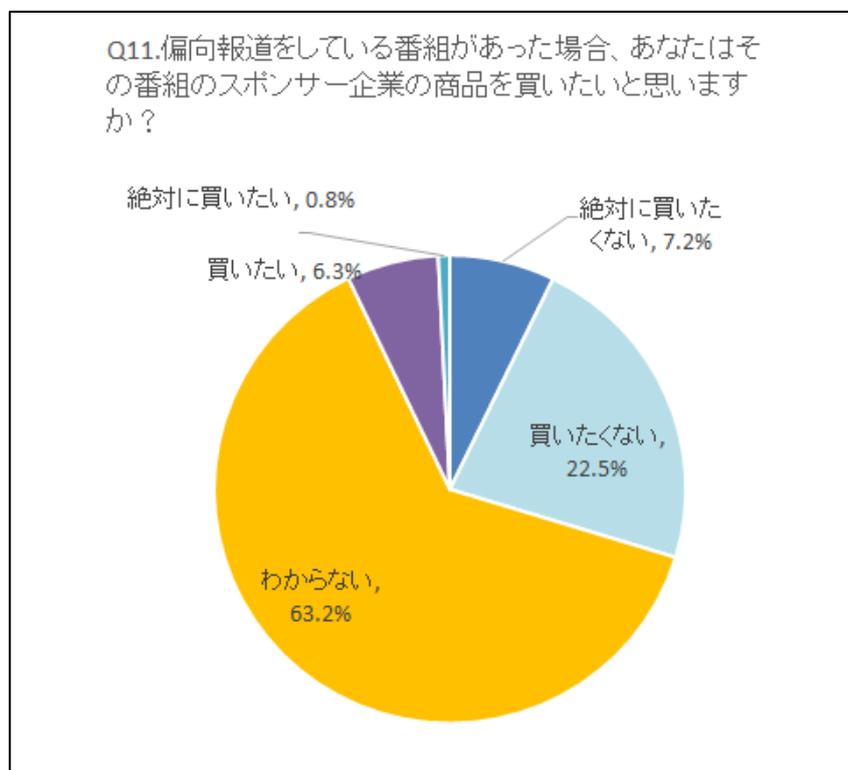
テレビの偏向報道を監視する団体、放送法遵守を求める視聴者の会(所在地：東京都港区、代表理事：百田 尚樹、以下 視聴者の会)は、平成30年3月30日から4月1日の期間、テレビの一般視聴者を対象に偏向報道に対する意識調査を行いましたので、調査結果をお知らせいたします。(調査対象者の属性等については下部参照)



質問の結果、「(偏向報道が)たくさんあると思う」・「(偏向報道が)それなりにあると思う」と答えた人が合計73.7%となり、一般視聴者の4人に3人が偏向報道の存在を認識していることが分かった。

また、「わからない」と答えた人が全体の約2割を占めているが、今回の世論調査では1日あたりのテレビの視聴時間が1時間以内である人が26.7%に上り、「ニュース番組は見ない」と答えた人が18.2%に上ることが判明している。相関関係は現時点では不明だが、テレビ番組をほとんど見ない人や、バラエティ番組などは視聴しても報道番組は見ない人

が、偏向報道の存在について「分からない」と答えている可能性も想定できる。(視聴時間については Q4 参照)



質問の結果、「(偏向報道を行う番組のスポンサー商品を)絶対においいたくない」・「(偏向報道を行う番組のスポンサー商品を)おいいたくない」と答えた人が、合計 29.7%に上った。

平成 29 年 12 月に当会が行ったネット世論調査でも、今回の Q11 と同じ質問を一般視聴者に投げかけたが、その際は「(偏向報道を行う番組のスポンサー商品を)絶対においいたくない」14.9%、「(偏向報道を行う番組のスポンサー商品を)おいいたくない」32.6%、「気にしない」51.2%、「(偏向報道を行う番組のスポンサー商品を)おいいたい」1.3%という結果であった。(参考 <http://housouhou.com/2017/12/30/henkouhoudou1712/>)

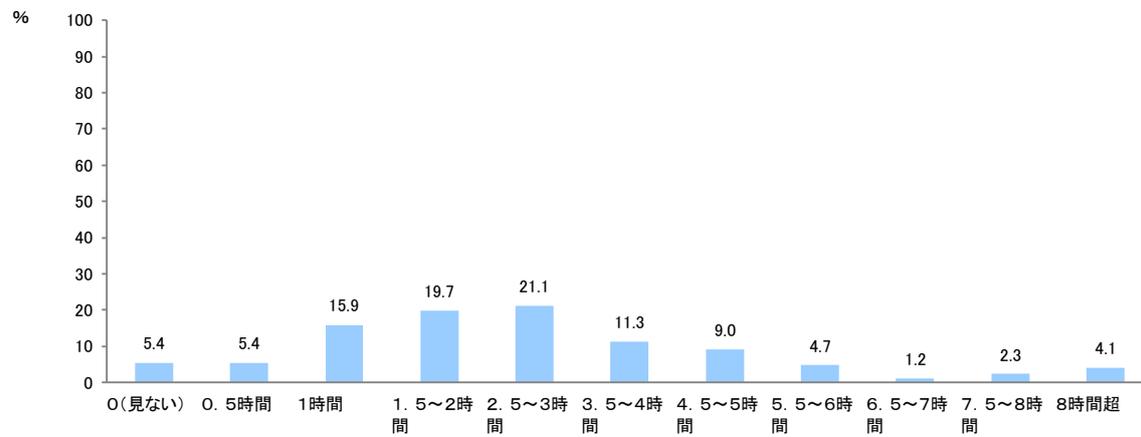
今回の RDD 調査と前回のネット世論調査の回答には数値的な隔りがあった。しかしながら、異なる媒体を用いた調査により、最低でも国民の 3 割以上は偏向報道を行う番組のスポンサーについて悪印象を抱いており、(偏向報道を行う番組の)スポンサーである事実を知ることによって商品の購買意欲が低下することが分かった。

なお、その他の結果の概要については、以下に記載する。

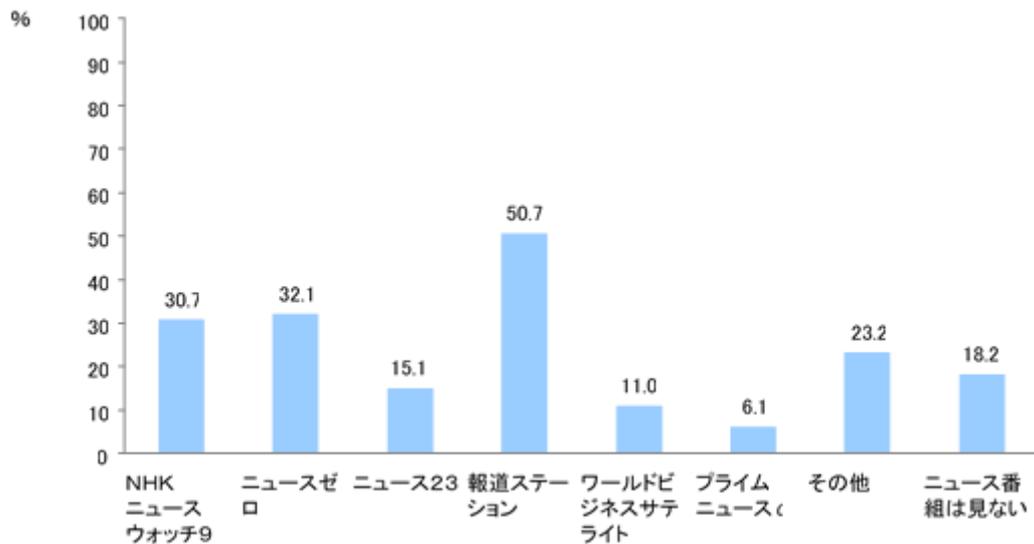
### <結果の概要>

#### ■テレビの視聴時間とよく見るニュース番組について

##### Q.1日あたりのテレビの視聴時間

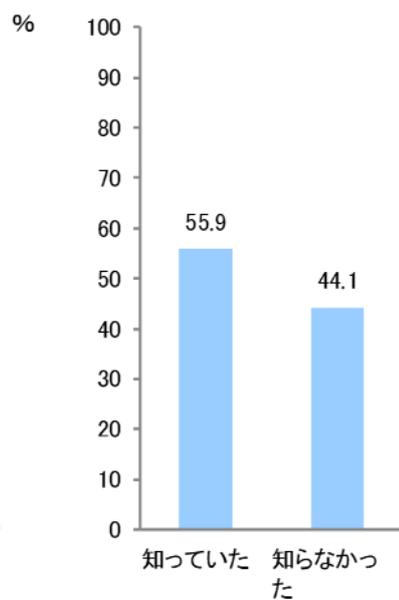


##### Q.よく見るニュース番組について

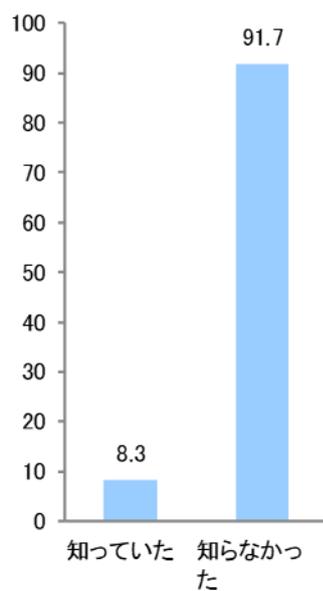


## ■誤った報道の訂正について

Q. TBSの『ひるおび』という番組で、小池百合子東京都知事が2016年8月に就任挨拶をした際、「当時の都議会議長 自民党の川井重勇が握手を拒否した」という報道がありました。このニュースをご存知でしたか？



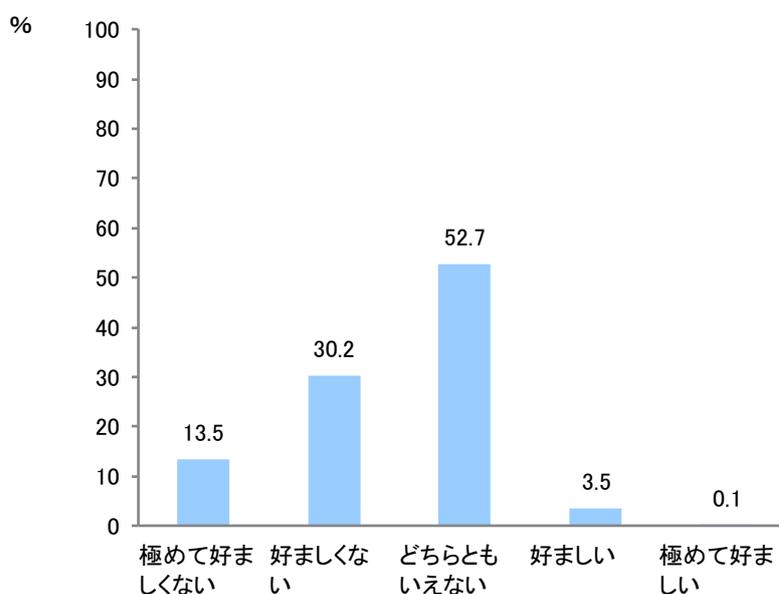
Q. このニュースは2017年7月6日放送の番組内で「放送内容に誤りがあった」として訂正されました。この訂正報道について、ご存知でしたか？



## ■報道しない自由について

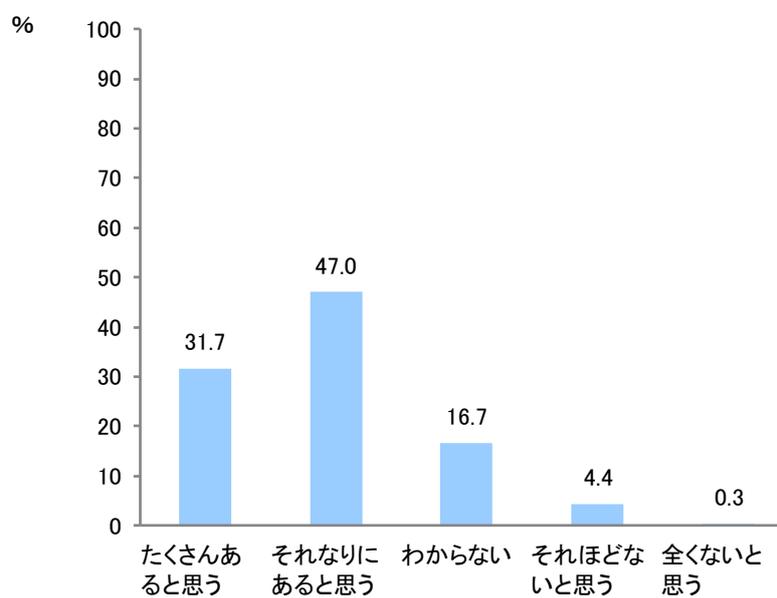
Q. (日本人医師、医療ジャーナリストの村中璃子さんが、子宮頸がんワクチンについて、科学的に正しい証拠に基づき、ワクチンは科学的に安全であるという多数の記事を書き、このジャーナリストとしての功績に科学界で大変権威のある賞が与えられましたが、日本のメディアは、ワクチンの危険性を強調する報道を行い、村中さんの受賞は報道されませんでした。)

いわゆる「報道しない自由」と言われているものですが、これについてどう思いますか？



※「報道しない自由」とは、国民の知る権利のために報道機関が有する報道の自由に対して、時には報道機関が報道しないことによって国民に知らせないことも自由になってしまうという危険性を示す用語のことです

Q. テレビが重要な出来事について報じない、いわゆる「報道しない自由」は、他の事件でもあると思いますか？



## ■ 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で重み付けを行って集計した。

#### ・ 仕様

設問数：13 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

<b>架電した電話番号の数 合計</b>	<b>18,543</b>
<b>【無効番号】</b>	<b>14,594</b>
コール音のみ/話し中/留守電	11,040
事務所/FAX/データ専用回線	2,095
対象外 (18 歳以上の人がない等)	1,459
<b>【有効番号】</b>	<b>3,949</b>
有効回収	1,000
拒否	2,908
18 歳以上の人期間中不在	41

※有効番号率(有効番号数÷架電した電話番号の数)=21.3%

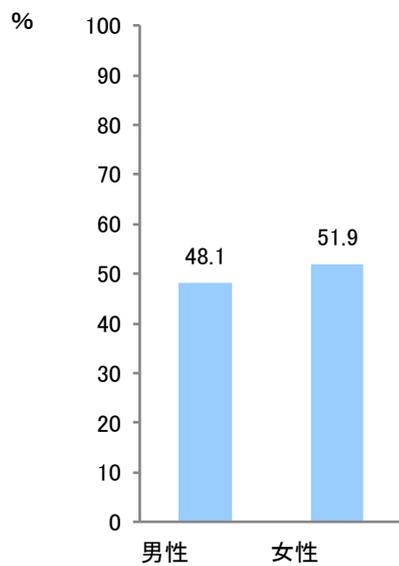
※有効回収率(有効回収数÷有効番号数)=25.3%

### ■ 備考

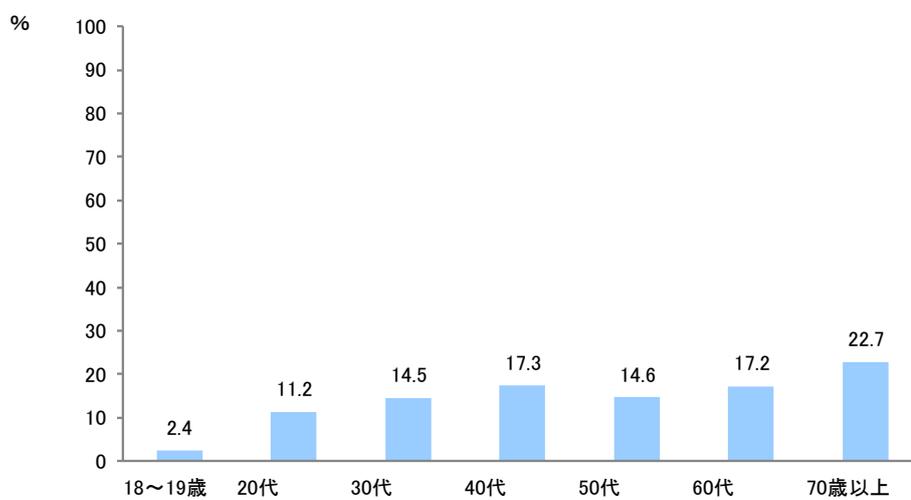
当会では、同時期に全く同じ質問を使ったネットサンプリング調査も実施した。

電話調査とネット調査を比較することによって、日本人のテレビに対する考え方、評価がより明らかになると期待している。データの比較分析等については後日改めて発表する予定。

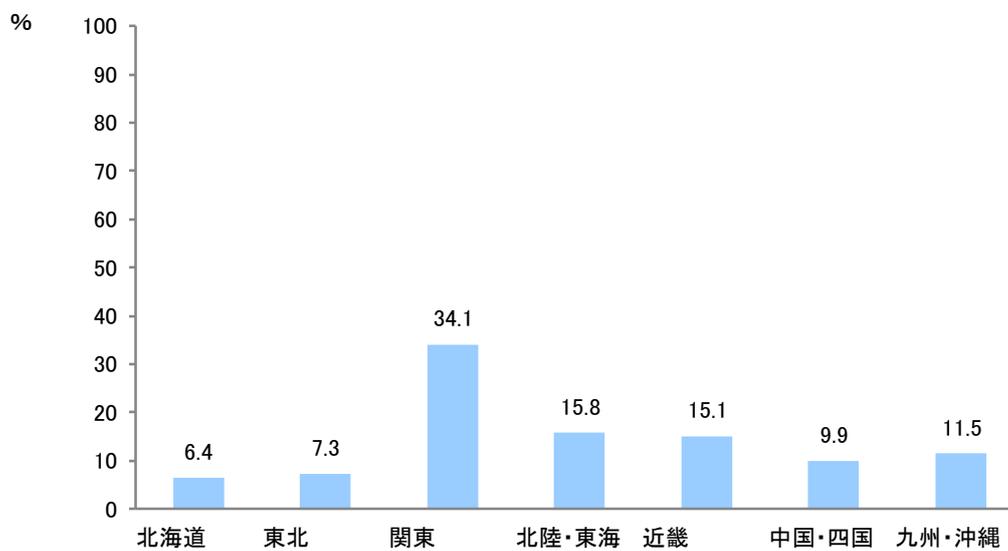
※性別について



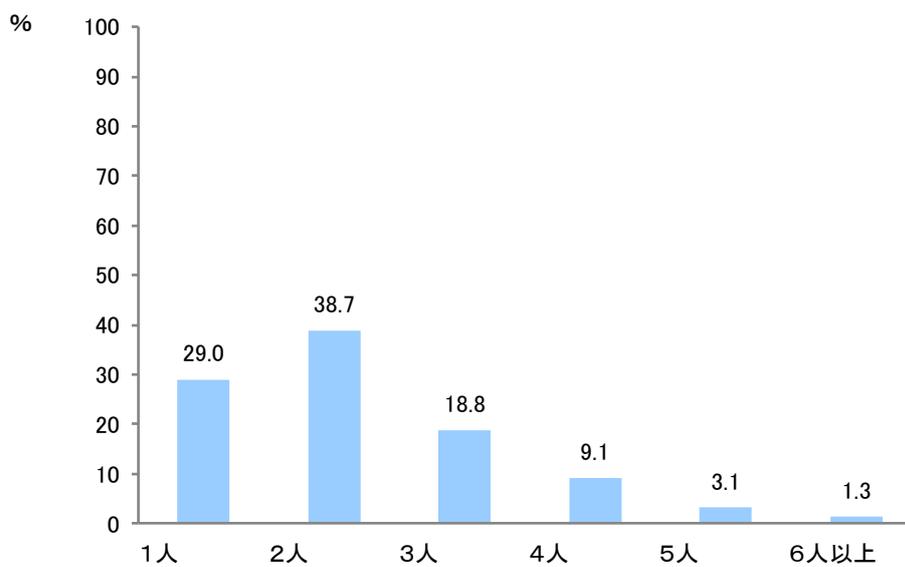
※年齢について



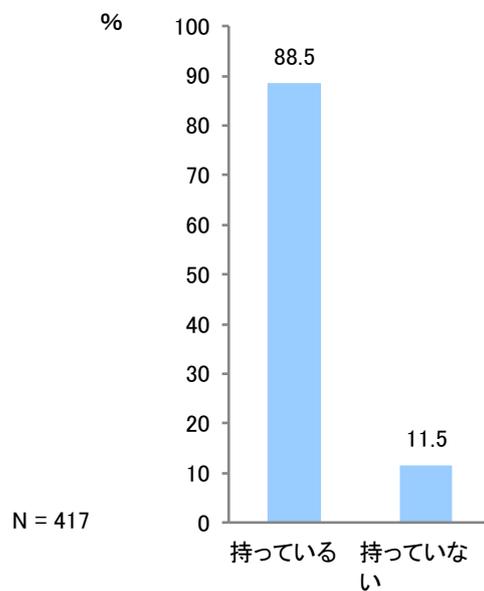
※居住地について



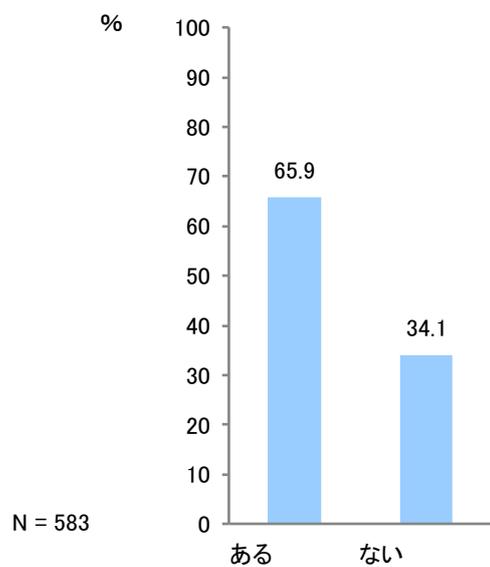
※同居している 18 歳以上の人数について



※（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