

NHK

文研フォーラム

2023秋

# デジタル時代のニュース 課題と処方箋

～ロイターデジタルニュースリポート2023から～

NHK放送文化研究所  
メディア研究部 税所玲子

ロイタージャーナリズム研究所

# ニック・ニューマン

ジャーナリスト／デジタル戦略アドバイザー

BBCの国際報道のエディターを経てBBC Newsのプロダクト開発責任者としてウェブサイト、ブログ、携帯電話向けのアプリなどの開発や、ソーシャルメディアのガイドライン策定に携わる。

デジタルニュースリポートの主筆として調査・分析を率いる





# ロイター研究所 デジタルニュースレポート 2023

2023年10月4日

主筆 ニック・ニューマン

@risj\_oxford | #DNR23



# 世界人口の半分を占める国と地域

6

大陸

46

の国と地域

サンプル数

93,000



# オンライン調査 2023年1月~2月上旬に実施

Country	Sample Size	Population	Internet Penetration
<b>Europe</b>			
UK	2,017	69m	95%
Austria	2,029	9.1m	88%
Belgium	2,025	11.7m	92%
Bulgaria	2,027	6.9m	70%
Croatia	2,024	4m	93%
Czech Republic	2,047	10.7m	87%
Denmark	2,033	5.8m	98%
Finland	2,027	5.6m	94%
France	2,078	66m	92%
Germany	2,002	84m	94%
Greece	2,023	10.3m	79%
Hungary	2,000	9.6m	89%
Ireland	2,035	5m	92%
Italy	2,106	60m	91%
Netherlands	2,022	17.2m	95%
Norway	2,022	5.5m	98%

Country	Sample Size	Population	Internet Penetration
Poland	2,030	38m	92%
Portugal	2,010	10.1m	88%
Romania	2,007	19m	78%
Slovakia	2,093	5.5m	90%
Spain	2,031	47m	93%
Sweden	2,064	10.2m	97%
Switzerland	2,037	8.8m	96%
Turkey	2,016	86m	85%
<b>Americas</b>			
USA	2,081	331m	90%
Argentina	2,014	46m	91%
Brazil	2,047	215m	83%
Canada	2,150	38m	94%
Chile	2,013	19m	97%
Colombia	2,036	52m	83%
Mexico	2,029	132m	67%
Peru	2,010	34m	87%

Country	Sample Size	Population	Internet Penetration
<b>Asia Pacific</b>			
Australia	2,025	26m	90%
Hong Kong	2,023	7.6m	92%
India	2,016	1,414m	60%
Indonesia	2,012	278m	76%
<b>日本</b>	<b>2,009</b>	<b>127m</b>	<b>93%</b>
Malaysia	2,015	33m	94%
Philippines	2,284	112m	91%
Singapore	2,025	5.9m	92%
South Korea	2,003	51m	97%
Taiwan	2,037	24m	95%
Thailand	2,028	70m	88%
<b>Africa</b>			
Kenya	2,025	56m	85%
Nigeria	2,025	211m	73%
South Africa	2,013	60m	58%

Polling by  
**YouGov**

Supported by



Spanish translation by



NHK BUNKEN 文庫フォーラム2023秋



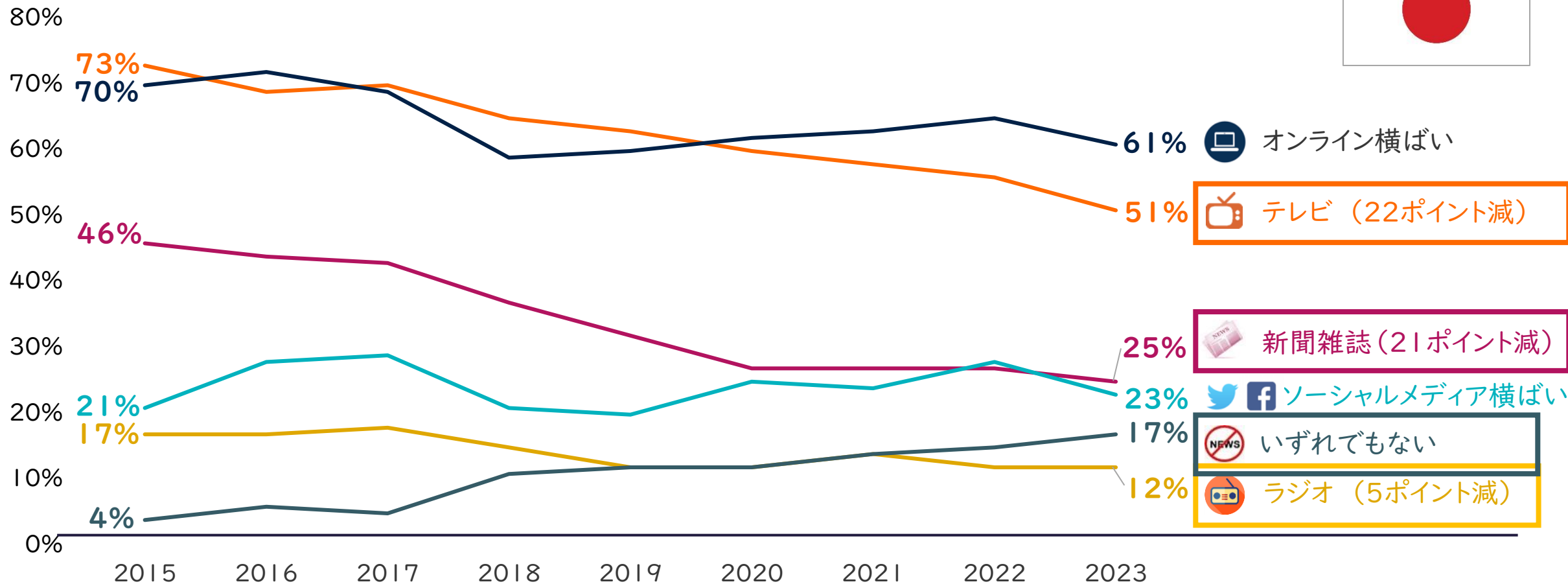
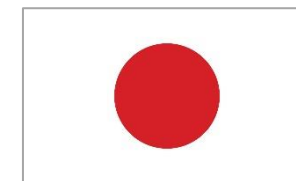
# メディア環境の変化

@risj\_oxford | #DNR23



# 日本のニュース源 — テレビ、新聞雑誌、オンライン、ソーシャルメディア

テレビ、新聞の利用低下 オンラインは減少分を埋め切れず



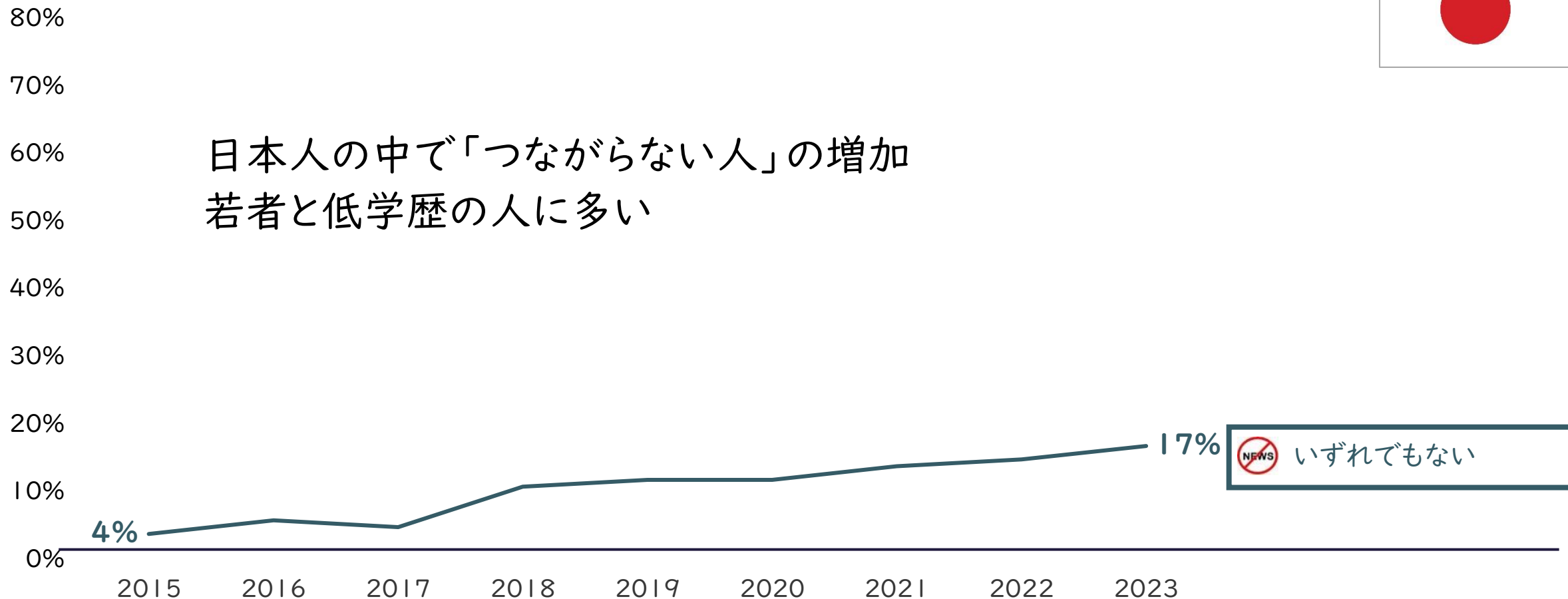
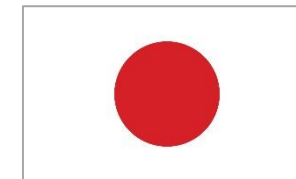
Q3. Which, if any, of the following have you used in the last week as a source of news? Base: Total 2013-22 samples (most n ~ 2000). Note: No data for 2014 due to a scripting error. \*The figure for no news would have been 4% without a methodology change where we previously excluded those who said they consumed no news in last month.





# 日本のニュース源 — テレビ、新聞雑誌、オンライン、ソーシャルメディア

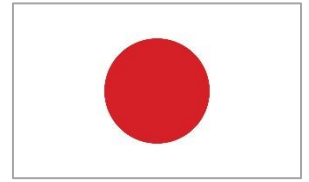
テレビ、新聞の利用低下 オンラインは減少分を埋め切れず



Q3. Which, if any, of the following have you used in the last week as a source of news? Base: Total 2013-22 samples (most n ~ 2000). Note: No data for 2014 due to a scripting error. \*The figure for no news would have been 4% without a methodology change where we previously excluded those who said they consumed no news in last month.

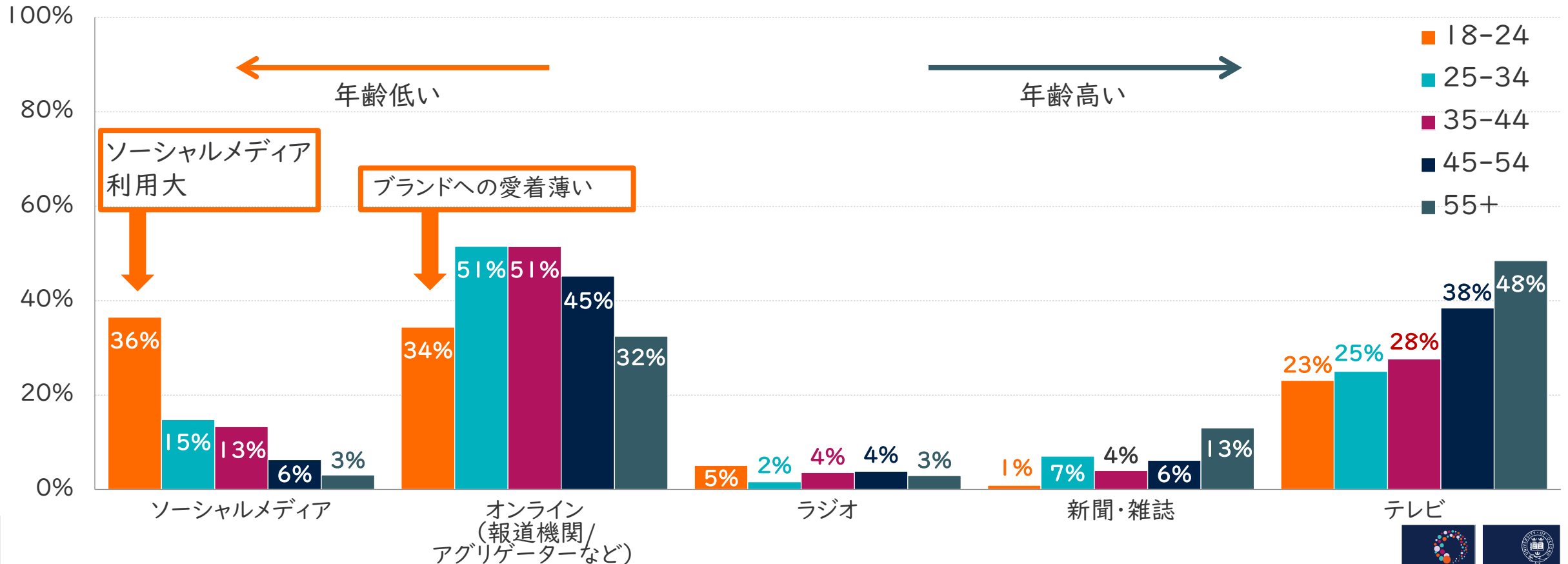


# ニュースを得る習慣 世代間の違い



## 年代別の主なニュース源

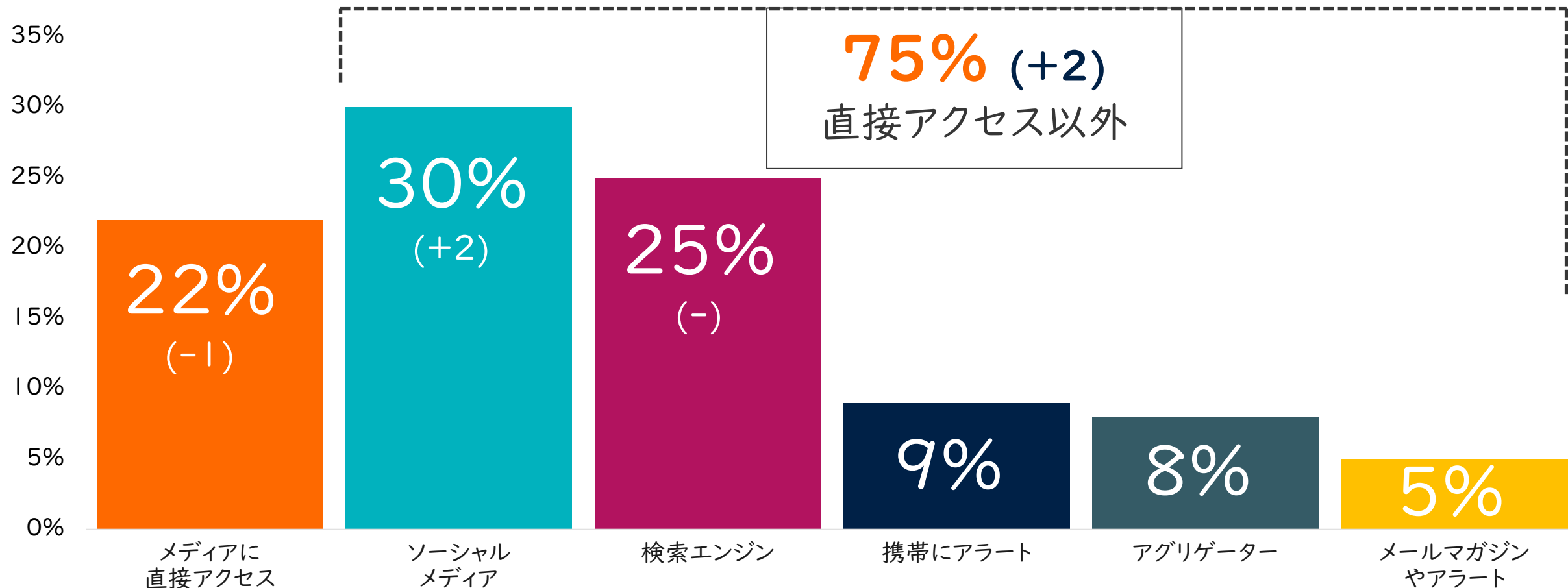
18~24歳の36%「ソーシャルメディア」 55歳以上の48%「テレビ」



Q4. You say you've used these sources of news in the last week, which would you say is your MAIN source of news?  
Base: Japan



# オンラインでのニュースの入手経路（世界平均）



Q10a\_new2017. Which of these was the **\*\*MAIN\*\*** way in which you came across news in the last week? Base All 2023: 86 | 20





NOTE: number of markets grew from 36 in 2018 to 46 in 2021 onwards










# 国や地域によって大きな違い

メディア組織に直接アクセスが多い

国	直接アクセス	ソーシャルメディア	検索 + アグリゲーター
 フィンランド	63%	13%	17%
 ノルウェー	59%	12%	20%
 デンマーク	50%	16%	18%
 イギリス	47%	19%	16%





ソーシャルメディアが多い

国	直接アクセス	ソーシャルメディア	検索 + アグリゲーター
 タイ	7%	64%	23%
 フィリピン	8%	53%	25%
 マレーシア	17%	48%	24%
 インドネシア	19%	36%	36%
 シンガポール	25%	36%	23%

北ヨーロッパはメディアのサイトへの直接訪問が多い

その他は検索エンジンやソーシャルメディアの影響力が大きい

アグリゲーターが多い

国	直接アクセス	ソーシャルメディア	検索 + アグリゲーター
 韓国	6%	18%	66%
 日本	12%	10%	65%
 台湾	11%	14%	50%
 インド	12%	28%	43%

Q10a\_new2017. Which of these was the main way in which you came across news in the last week?  
Base: All who used a news gateway in the last week in each market ≈ 2000.0

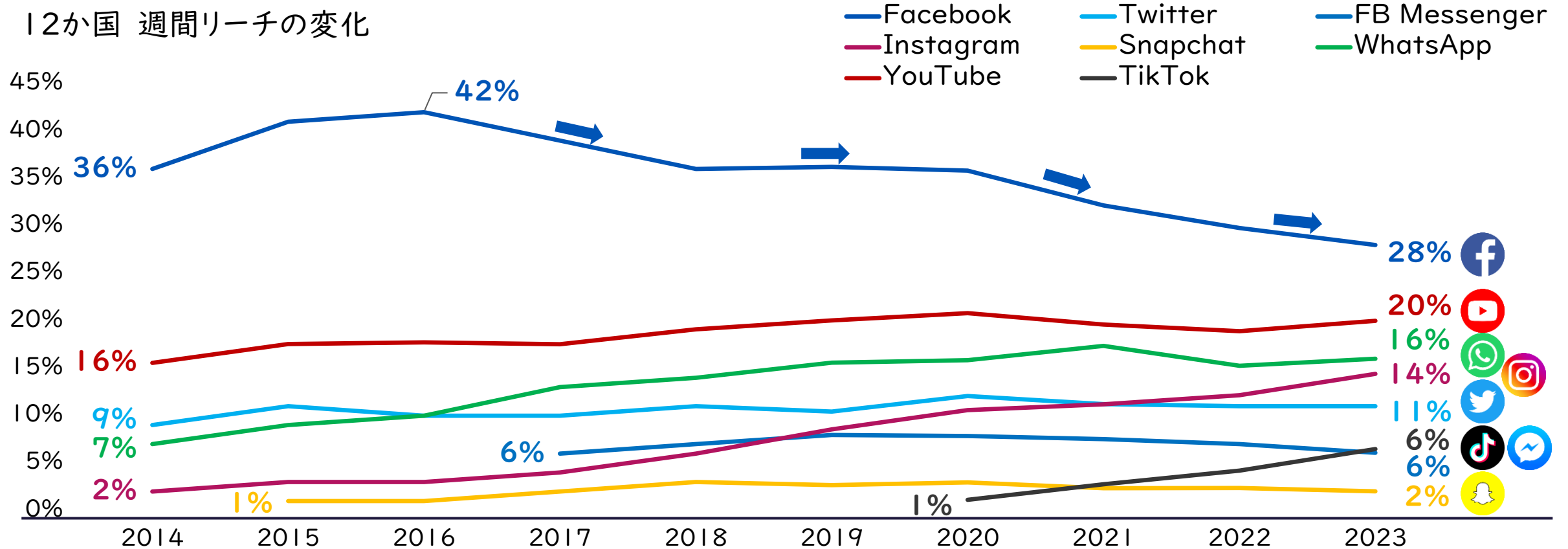
# ソーシャルメディアの変化

@risj\_oxford | #DNR23



# Facebook の影響力 低下

動画系のYouTube, Instagram, TikTokの影響力拡大

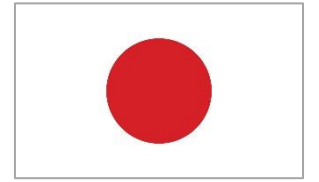


Q12B. Which, if any, of the following have you used for news in the last week? Please select all that apply  
 Base: 24591 'Main' 12 market average: UK, USA, Germany, France, Spain, Italy, Ireland, Denmark, Finland, Australia, Brazil & Japan.  
 NOTE: 10 market average for 2014 exl Australia & Ireland











# 日本では 海外と違うソーシャルメディアが人気



他国に比べて Facebookの利用は少ない  
YouTube、Twitter、Lineの利用の方が多い

順位	ブランド	ニュース目的 で利用	すべての の目的
1	 YouTube	26% (+4)	58%
2	 Twitter	16% (-2)	32%
3	 Line	13% (-3)	38%

順位	ブランド	ニュース目的 で利用	すべての の目的
4	 Instagram	4% (-)	23%
5	 Facebook	4% (-1)	14%
6	 Tik Tok	3% (+1)	9%

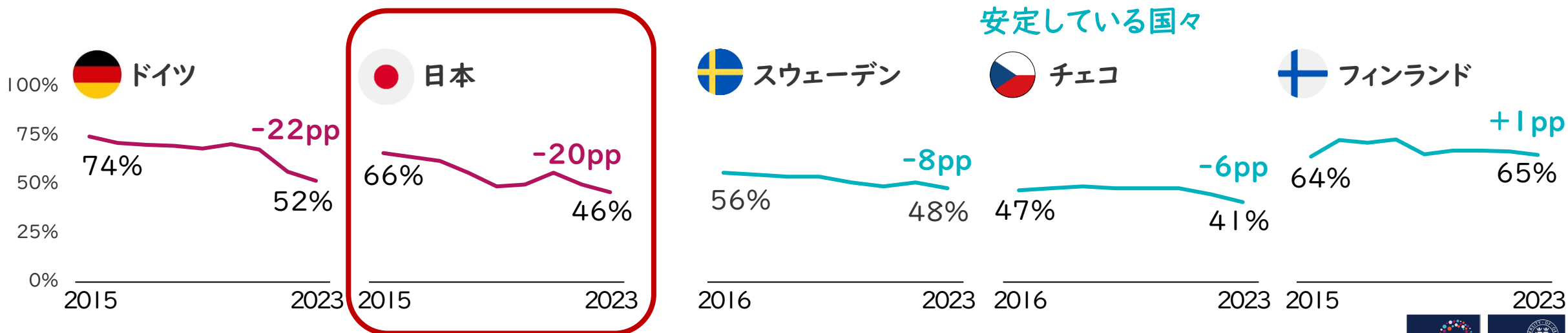
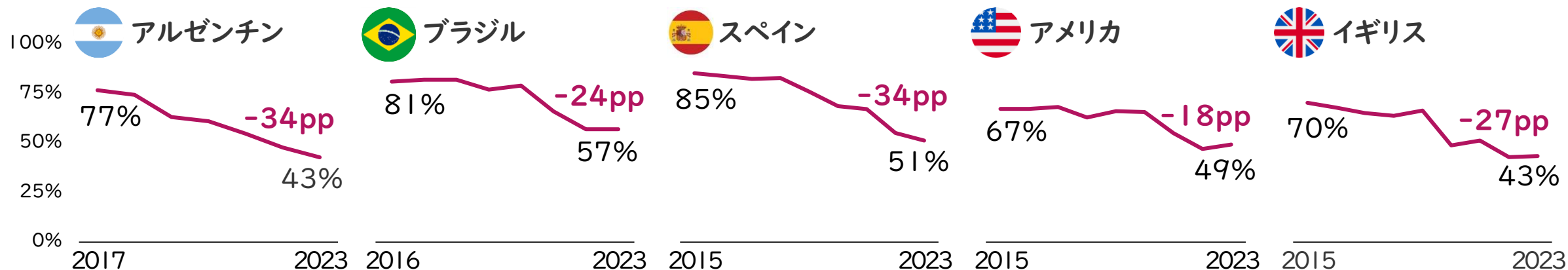
# ニュースへの関心低下

@risj\_oxford | #DNR23



# 一部の国で「ニュースへの関心」低下

## 減少幅が大きい国



Q1c. How interested, if at all, would you say you are in news? Net: Extremely/Very

Base 2023; Spain: 2031, Italy: 2106, UK: 2107, Brazil: 2047, Germany: 2002, Finland: 2027, Czech Republic: 2047, Netherlands: 2022



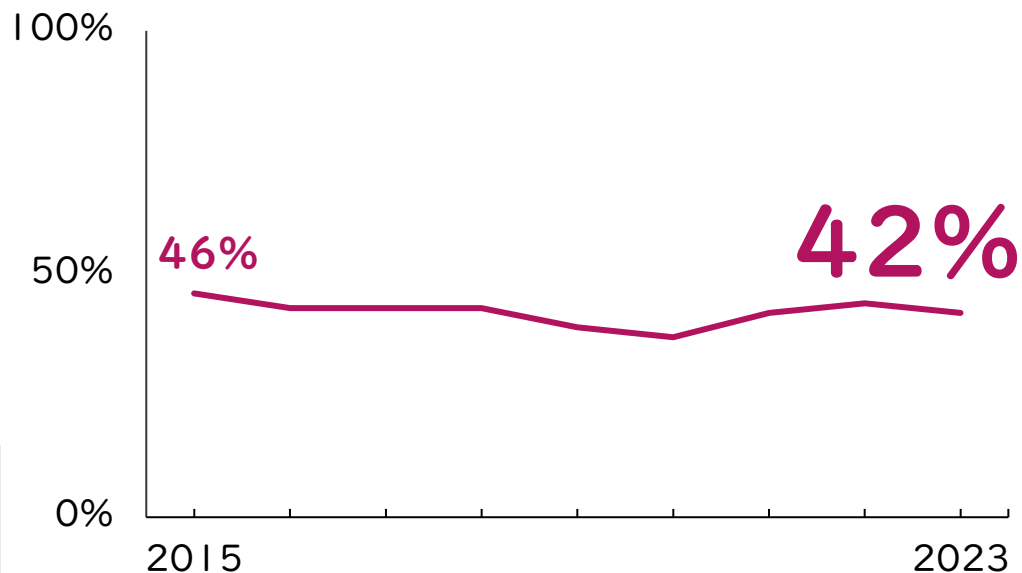


# 「ニュースへの信頼」は徐々に低下

日本

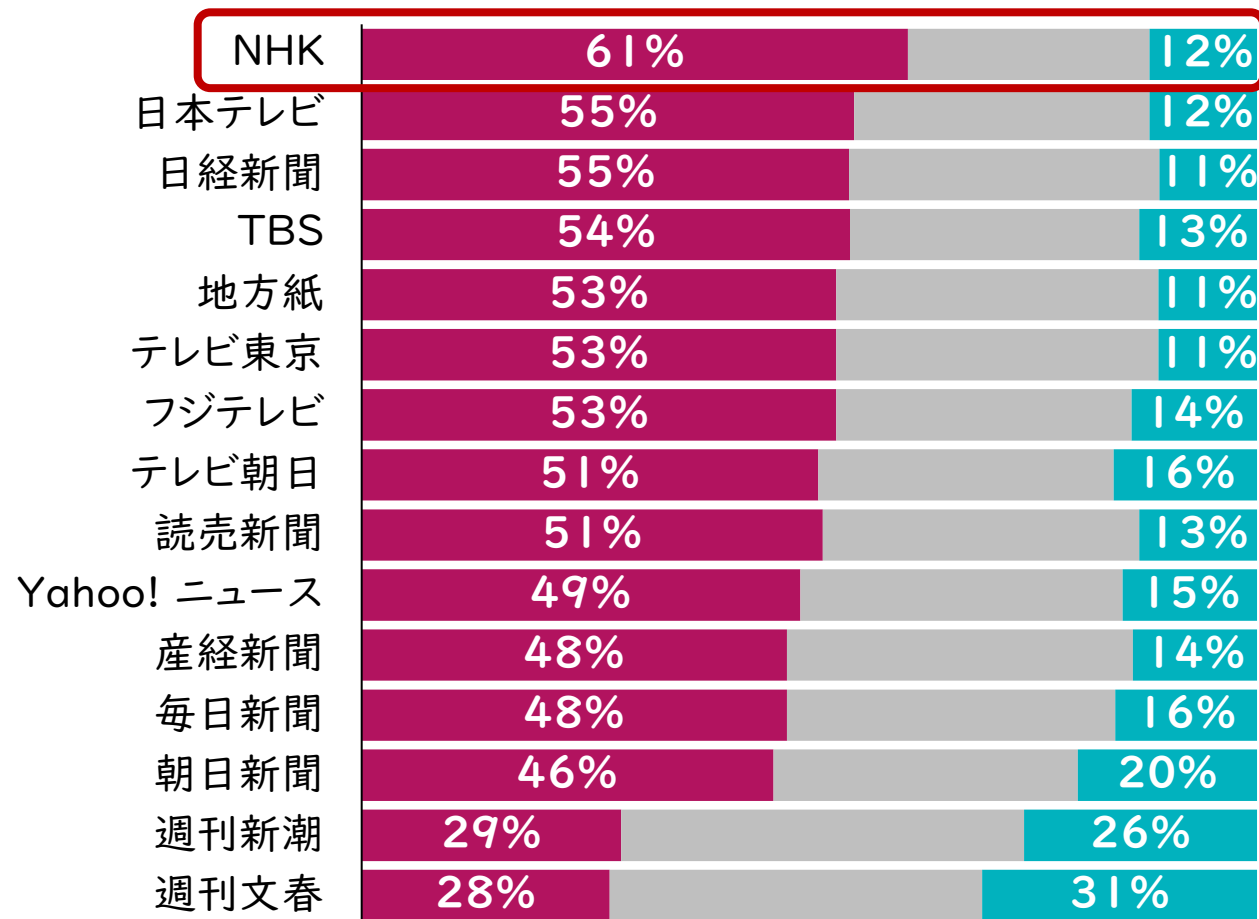
- 信頼の低下は他の国・地域より緩やか
- 公共放送が最も信頼高い
- 若者層を中心に 無関心 報道機関へ不信も

信頼の推移 2015-23



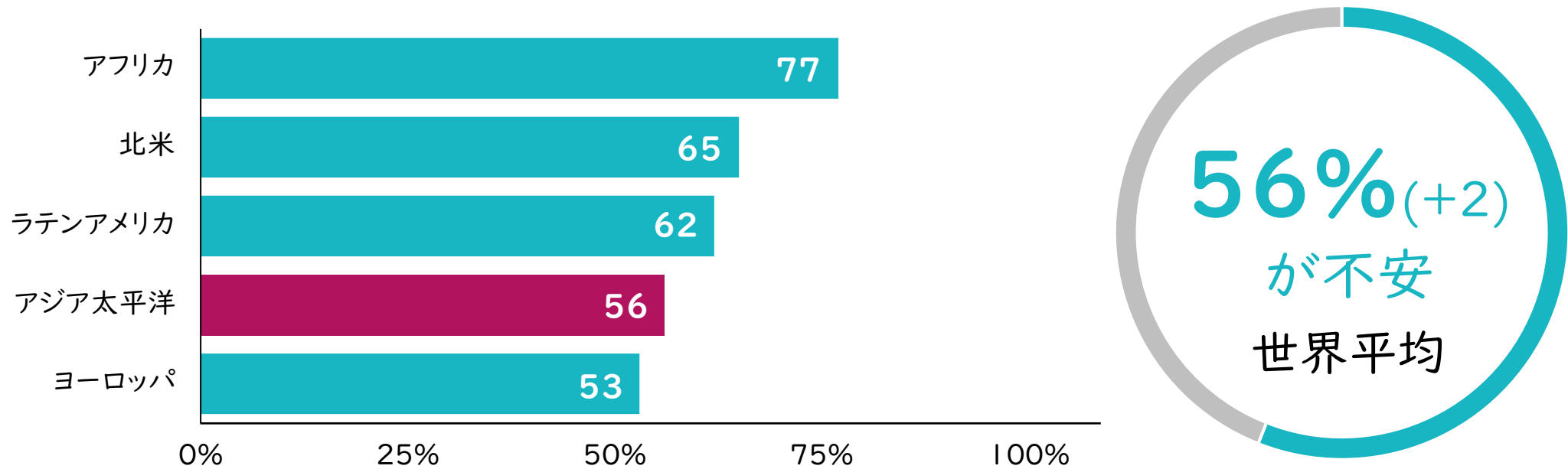
ブランドの信頼 (視聴者の評価に基づく)

■ 完全に信頼できる ■ どちらでもない ■ 全く信頼できない



# 誤情報・偽情報への不安

アジアではフィリピンとインドネシアで高く 日本は低い(52%)



Q\_FAKE\_NEWS\_I. Please indicate your level of agreement with the following statement. Thinking about online news, I am concerned about what is real and what is fake on the internet. *Base = 2000 in each market*

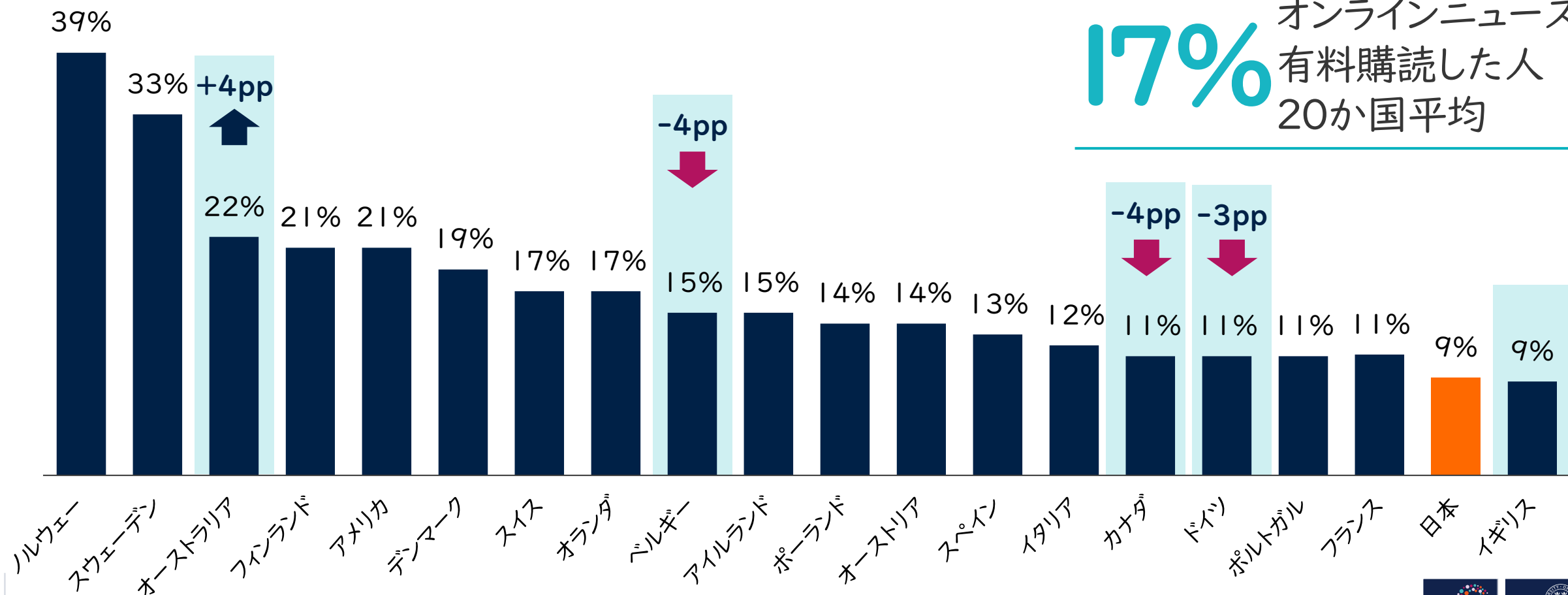
# メディア経営の困難

@risj\_oxford | #DNR23



# オンラインニュースの有料購読は伸び悩みか？

オーストラリアで2年連続増加 ベルギー、カナダ、ドイツは減少



**17%** オンラインニュース  
有料購読した人  
20か国平均

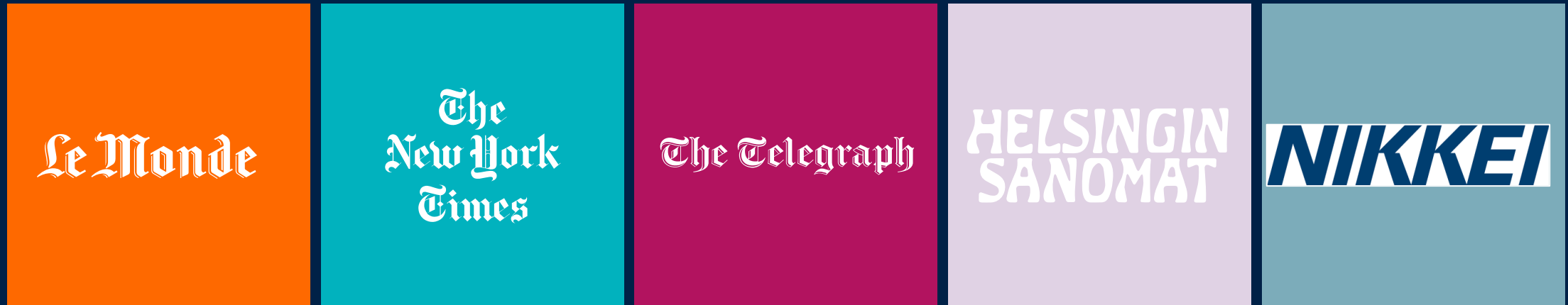
Q7a. Have you paid for ONLINE news content, or accessed a paid for ONLINE news service in the last year ?  
(This could be digital subscription, combined digital/print subscription or one off payment for an article or app or e-edition)  
Base = 2000 in each market





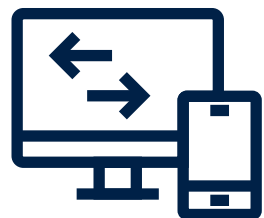
# ”1人勝ち“の傾向続く

大手高級紙が購読者を集める 米ではNYタイムズがワシントンポストとの差を拡大



政治、テクノロジー、ビジネスに特化した分野で成功例も

# まとめ



プラットフォーム  
の変化の影響大

親しみやすくエンタメ  
性高い、パーソナリティ  
が影響力もつ動画系  
フォーマットの利用が  
拡大 若者が牽引



エンゲージメント  
低下の懸念

ニュースへの関心低下  
特に若者層と低学歴  
ニュースあえて避ける  
人も



ビジネスモデル  
への圧力

景気低迷が広告と  
有力購読に影響  
報道機関の権力監視  
への影響も



信頼の回復が  
優先課題

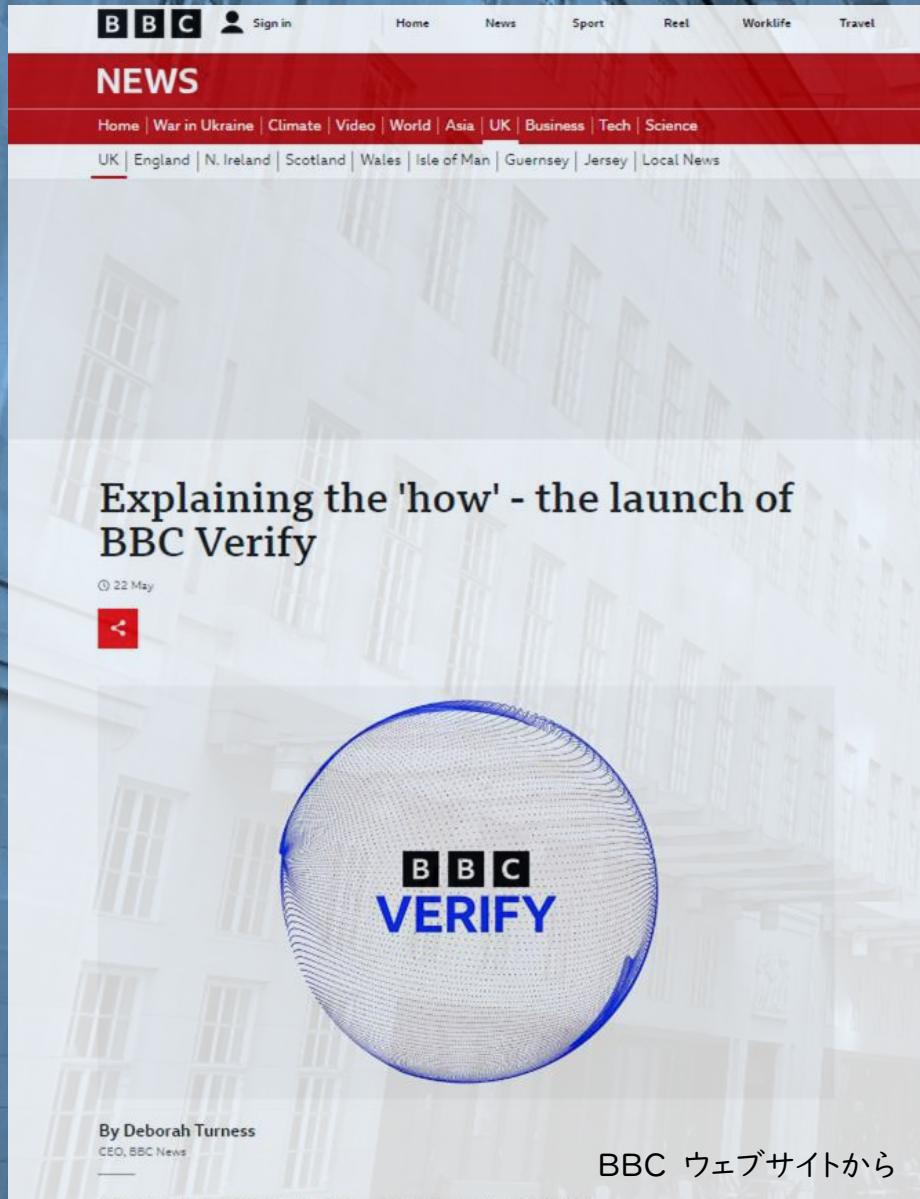
偽情報への懸念や  
政治の対立が  
ニュースへの信頼  
に影響

# ロイター研究所 デジタルニューズリポート 2023

@risj\_oxford | #DNR23







# 2023年に発足した “BBC Verify”

データ分析、偽情報・誤情報専門、  
デジタル専門家など60人のチーム

複雑な問題を正しく理解できるよう  
検証、分析、解説をわかりやすい形  
でプレゼンテーション



# NEWS

Home | War in Ukraine | Climate | Video | World | Asia | UK | Business | Tech | Science

World | Africa | Australia | Europe | Latin America | Middle East | US & Canada

See the cities  
inspiring our future:  
Transforming Cities

WATCH NOW

## The Russians hunting for cheap flats in occupied Mariupol

6 August



By Adam Robinson, Erwan Rivault and Olga Robinson  
BBC Verify

## New neighbourhood

Drag the slider to reveal the changes  
2 June 2022

2 August 2023



Source: Planet Labs PBC

BBC



The Nevsky complex is the main newbuild estate in the city

衛星写真を使って  
街の最新の様子について  
情報を集める

ソーシャルメディアなどを  
通じてコンタクトした  
現地の人々から取材

移住のため新居を探す  
ロシア人  
家を失ったウクライナ人の  
声を紹介

BBC News ウェブサイトから  
“The Russians hunting for cheap flats in occupied Mariupol”  
<https://www.bbc.com/news/world-66393949>



「ロイター・デジタルニュースリポート」デジタル版は  
こちらのサイトでご覧いただけます



Reuters Digital news report

<https://www.digitalnewsreport.org/>

概要は  
NHK放送文化研究所  
ホームページで  
ご紹介しています

「ロイター・デジタルニュースリポート」概要

<https://www.nhk.or.jp/bunken/>