

研究ノート

「SDGs 調査記事」から見る新聞報道の在り方と今後に関する考察

細 川 光 法

要約

2023年4月北海道新聞に「新聞読者 SDGs を重視」との見出しで、新聞協会の調査結果が報道された。この記事では新聞読者がいかにも新聞と関わりの少ない人よりも SDGs を理解していると読むことができる。しかし大手広告代理店電通の調査では SDGs は理解している国民は多いものの、その情報源はテレビや SNS など、新聞はあまり高い数値ではない。このような結果が出るのは、新聞協会が調査で定義した新聞読者が非常に無理があるものになっているからである。これではこの記事はミスリードを誘うものと言っていい。新聞は部数は減っているものの、信頼度は高い。今後は一方的な記事を書き載せるだけでなくバランスのとれた記事を掲載し、公平性を保つことで信頼は維持できるだろう。新聞への風当たりは強いが、この公平ということを意識していくことがさらに必要だろう。

1. はじめに

ここ数年マスコミが「持続可能な開発目標 (SDGs)」に関する事柄を報道することが増えており、読者も認識が深まっているのではないだろうか。新聞も例外ではなく、盛んに紙面に掲載している。そのことに関しては、本来の「伝える」という報道の役割を果たしており、大変喜ばしいことだと思う。

「新聞読者 SDGs を重視」。2023年4月21日の北海道新聞の24面に小さいながらもこのような見出しの記事が掲載された。日本新聞協会が行ったアンケート結果を記事にしたものであるが、その内容は「週に1度以上紙媒体や電子版などを通じ新聞に触れる『新聞読者』の5割以上がSDGsの内容まで把握している」というものである。

この記事だけを読んでいると、特に問題はないように見えるが、この調査結果が詳細に書かれている日本新聞協会の調査結果と他の媒体が行った

SDGs の調査結果には大きな隔たりがあり、疑問を感じる面が多々あった。

この調査を行うこと自体問題はないが、他のアンケート結果と比較した上で、この記事自体が「新聞の優位性」を宣伝するかのようないわゆる「提灯記事」に近いような気がした。これは新聞に掲載する上で適切だったかどうか、日本新聞協会と他の媒体が行ったアンケートを見て考えたいと思う。

2. 日本新聞協会のアンケート結果の概要

それでは、まず日本新聞協会が公表しているアンケート結果を詳しくみていこう。この調査は「SDGs・SNSの視点からみた新聞メディア・新聞広告-社会課題と情報発信をめぐる意識調査」¹⁾と題されており、調査は「SDGsと新聞メディア」と「SNSと新聞広告」の2つのアンケートから成り立っている。

この論考では「SDGsと新聞メディア」の結果

を中心に見ていきたいと思う。アンケートは2023年1月に全国の15～79歳の男女1200人にインターネットで聞いており、そのうち「SDGsとメディア」は1000人が対象である²⁾。また、ここで言っている「新聞」とは紙媒体だけでなく、電子版やインターネット経由で情報を、週1回以上接している人を「新聞読者」、それ以外を「新聞低関与者」として集計している³⁾。

調査ではまず「SDGs」「カーボンニュートラル・脱炭素」の詳細認知度を聞いている。それによると「SDGs」に関しては、新聞読者(n=525)は52.8%であり、新聞低関与者(n=475)は32.8%。20ポイント新聞読者が高い。

「カーボンニュートラル・脱炭素」では新聞読者43.0%、新聞低関与者は22.5%となっている。新聞読者が20.5ポイント高くなっている。

次に「SDGs」「カーボンニュートラル・脱炭素」への関心度について尋ねている。「SDGsに関心がある」と答えた新聞読者(n=473)は69.1%、新聞低関与者(n=394)は48.5%で新聞購読者が20.6ポイント高い。また「カーボンニュートラル・脱炭素」も新聞読者(n=470)は65.1%、新聞低関与者(n=357)は44.0%でこちらも21.1ポイント新聞読者が高くなっている。

また「SDGsに関連した個人の行動」について12項目を挙げアンケートをしている(新聞読者n=525、新聞低関与者n=475)。「ゴミの分別をしっかりと行う」では新聞読者が84.4%、新聞低関与者が71.2%と13.2ポイント新聞読者が上回っている。「買い物でエコバッグを使用する」は新聞読者が83.8%、新聞低関与者は73.7%と、新聞読者が10.1ポイント高い。

これ以外にも、「節電・節水など省エネルギーに努める」など環境や地域社会への関わりなどについて聞いているが、どの項目でも新聞読者が新聞低関与者よりも10ポイント以上高い結果が出ている。

この調査結果についてアンケートを行った日本新聞協会広告委員会は「社会課題への理解が高い新聞読者」「持続可能な社会の実現に向けた取り

組みに関心が高い新聞読者」「新聞読者は地域社会を重視、社会課題解決に向け行動」として、新聞読者が「SDGs」に強い関心を持っているとしてまとめている⁴⁾。

このようにアンケート結果は新聞読者が大変「SDGs」に関して理解した上、行動に移していることが如実に表れており、新聞の「SDGs」に関する報道が、国民への理解に大きく貢献していることが分かる。これは、新聞というメディアによって大変有意義なことである。

3. 電通「SDGs調査」との乖離とその原因

これまで、日本新聞協会の調査結果を見てきたが、このことで新聞報道が「SDGs」に関して国民の理解を助けているという印象は受けたであろう。

しかし、これと同様に大手広告会社電通が2018年から2023年まで行っていた「SDGsに関する生活者調査」⁵⁾の結果を見ると疑問に思わざるを得ない。この調査は全国の10～70代の男女計1400人を対象に行われていた。この調査の2023年2月に行われた調査結果を見てみる⁶⁾。この調査は新聞協会が行ったアンケートと同時期であることから、結果を比較することに問題はほぼないと思われる。

この調査ではまず「SDGsの認知度」について聞いており91.6%となっている。また「内容まで含めてよく知っている」人は40.4%に達しており、国民の間にSDGsが浸透していることが明らかにしている。

また「SDGsの印象」については「とても良い印象」が9.7%、「良い印象」が32.1%、「どちらかというとも良い印象」が45.4%となり、総計で87.3%がSDGsに好印象を持っている⁷⁾。

サステナビリティに関連する15のテーマ⁸⁾の認知度については「食品ロス」92.6%、「ジェンダー平等」90.2%、「再生可能エネルギー」90.1%が上位3項目を占め、理解度は「食品ロス」35.9%、「再生可能エネルギー」24.1%、「ジェンダー平等」

22.8%の順である。

ここまでは、SDGs への国民の意識が高いことが明らかになった。ところが、次の調査結果を見ると、日本新聞協会の調査が少し不可思議に思われる点が出てくる。それはSDGsの認知経路が「テレビ」が63.5%でトップ。「報道機関や情報機関のWEB・SNS・アプリ」が37.6%と続く。「新聞」は23.8%で3位である。新聞は3番目ではあるものの1位の「テレビ」に39.7ポイントもの大幅な差をつけられていることが分かる。また2位の「報道機関や情報機関のWEB・SNS・アプリ」にも13.8ポイントの差である。ここで「報道機関や情報機関」というのは果たしてどこまでの範囲を指しているのかは分からない。しかし、新聞はもちろん含まれるもののテレビや週刊誌などの他のマスメディアからも相当数あると思われる。

つまり、新聞からSDGsの情報を得ている国民はそれほど多くないと思われる。これには日本新聞協会のアンケートにおける「新聞読者」の定義の仕方が、相当無理があるからである。先にも述べたように日本新聞協会広告委員会の「新聞読者」は「『紙』の新聞だけでなく電子版やインターネット経由で新聞の情報を見聞きする人を含め、週1回以上接している人を『新聞読者』」としている。

新聞読者というと、自分もしくは家庭で新聞を購読している人もしくは電子版を購入している人と見るのが自然であろう。調査のサンプル数も「新聞読者」が上回っており新聞購読者が多いような印象を受ける。このような条件にしては、果たしてこの調査は有意義なものにとらえていいものか。疑問に思わざるをえない。

4. 今回の調査と新聞報道

今回の調査はこのようなある意味「意図的」に「新聞読者」をカサ増しして調査を行っている。現に本当の意味での新聞購読者数は減少している。日本新聞協会の調査によると、2024年10月現在の発行部数は2661万6578部と前年の2023年の同時期の2859万486部よりも率にして約7

%あまり落ちている。

一般紙だけに限定しても24年は2493万8756部で前年の2667万4129部より約6.5%下がっている。また一世帯当たりの部数は0.45で23年の0.49より下がっている⁹⁾。また世帯数は24年は5873万8888戸であり、23年の5849万3428戸よりも24万5640戸多くなっているため、単純に新聞を取らない人が増えていると考えていいだろう。

この部数の減少傾向は新聞協会のホームページで見ると2000年以降減り続けている¹⁰⁾。読者も直観で分かるだろうが、部数減は新聞社の経営にもすぐに影響が出てくる。

これにはスマートフォンやデジタル新聞の普及によってニュースというものが簡単に手に入る時代になったからと思われるが、この論考ではここまでは検討しないこととするので、ここでやめておく。

それでは、新聞自体の信頼が損なわれてしまったのかというと、そうではない。総務省情報通信政策研究所の2023年の調査¹¹⁾によると「各メディアの信頼度」では新聞が61.1%でトップ。以下テレビ60.7%、インターネット28.9%、雑誌18.3%である。またインターネット利用者と非利用者に分けた場合でも利用者では60.9%で首位、非利用者でもテレビに次いで2位であるが75.0%と高い数字になっている。

まだまだ新聞の信頼度は高いのである。しかしながら新聞の部数は減っているのは、わざわざ月に4000円ほど払って情報を手に入れるということが国民の意識として重要ではなくなっているのではないだろうか。

では、その新聞に新聞記事としてそんなに大きくないスペースであるものの、「新聞読者 SDGs 重視」という見出しで載せるというというのは、やはりミスリードの記事であると言わざるを得ない。この見出しでは新聞読者がいかにも意識が高く、新聞を読むことは非常に有意義なことであるとの印象を読者に与えかねない。

新聞の見出しに厳しい字数制限があるのは、

重々承知している。しかしながら、このような見出しにせざるを得ない記事ならば、やはり新聞協会の「提灯記事」のようにも受け取られかねない。このような記事は新聞情報の信頼を維持するためにも、長い目で見てやめた方がいいと考える。

このような記事があるだけで、現在は高い水準を保っている新聞への信頼が徐々に下がってしまい、新聞は必要ないという国民が今後も増えていく要因にもなりかねない。

5. 今後の新聞の在り方

残念ながら新聞はこれまでの時代の流れから見ると、これから部数が減っていくのは間違いない。ただ、このような記事を書き載せていては自分で自分の首を絞めるだけである。新聞は情報への読者からの信頼がなければ意味をなさない。20世紀までのような、情報を新聞やテレビだけから得るという時代ではない。

では、新聞報道が信頼を保つにはどうしたらいいのか。残念ながら妙案はない。ただ愚直に真実を報道する姿勢を保ち続けることが重要だと考える。

しかし、現在新聞はその役割をしっかりと担っているか。国民の中では段々と新聞は偏向報道をしていると思われるような雰囲気が醸成されつつある。

特に2024年に行われた兵庫県知事選では、テレビも含めてマスコミの信頼に大きく疑問が付いたのは記憶に新しいだろう。

これまでの取材の仕方、つまり一方からの意見だけを取り上げて事実と認定して報道するという姿勢は大きく変えざるを得ないと思う。

「公平」とは言いつつも、当事者のみの取材に加えて反対側の意見のしっかり載せてバランスを取ることが重要である。この取材方法はさまざまな情報取得方法(SNSなど)が発達しているものの、大変手間がかかるものである。ただ、この手間を惜しんで、一方の対象者だけの考えを載せれば、大変な誤報につながる。そのようなミスをした

ら、動画サイトなどで大々的に取り上げられるのは当然であり、その新聞社は「炎上」するのは目に見えている。

このことが、自分の新聞社の経営に負の影響を与えるばかりでなく、「新聞」という報道機関の信頼を大きく損なうことになる各社の記者がかなりの自覚を持っていなければならない。このような公平の厳密性を重視する報道を続けていくなれば、確かに部数は減っていくかもしれないが、新聞への信頼は保つことができ、紙媒体としてではないにしても、デジタル版などで信頼のおけるメディアとして認知されると思われる。

この意識改革が新聞記者たちができたならば、今後の新聞の報道も決して暗いものではない。

6. おわりに

2024年9月4日の北海道新聞24面に「クスサン 今年も群れ」という記事が四段34行という結構目に入りやすい大きさの記事が掲載された。クスサンとは体調10センチ強の大型の蛾であり毒などの害は一切ない。この記事の本文の始まりは「急に飛び回って気持ち悪すぎる」という街の人のコメントから始まる。私はこの記事に大変な違和感を覚えた。

というのは、この記事は蛾＝気持ち悪い虫という前提から始まっているからである。ほとんどの人はそう思うのは分かっているが、私は蛾が嫌いではない。これを蛾＝気持ち悪い虫というところから始める記事の意味が分からない。蛾は嫌いな虫と思わなければいけない意味などあるだろうか。この記事はクスサンが大量発生する事実を伝えれば済むわけで街の人のクスサンに対する感じ方など主観的な意見を伝える必要は全くない。明らかにこのようなコメントを載せることで、クスサンの印象操作を無意識のうちにやっているとしたか思えない。

「たかが蛾の記事でそんな目くじらを立てなくても…」と読者は思うだろうが、公平を謳う新聞の記事ならば印象操作は排除されなければならな

い。このクスサンの記事のようなことが政治や経済、事件などで行われないという保障はだれができるであろうか。

新聞の SDGs の小さな記事にも同じことを私は感じたため、このような今後の新聞報道まで展開した短い論考を書こうと思ったのである。

私は新聞が嫌いなわけではない。それどころか、新聞にはとても好意的である。それがゆえに昨今の「マスゴミ」「偏向報道」「オールドメディア」と言われている新聞の存在価値の低下が大変心配である。このような論考を書いたのは、現在新聞記者をしている方にとっては大変なおせっかいではあるかもしれないが、それでも書かざるを得ない状況だと思ったのである。作家で元外務省首席分析官である佐藤優氏は「インターネットの世界でも、飛び交う情報のベースは新聞にたどり着くことが多い。ならば元の新聞を読むのが一番いい」¹²⁾と述べている。

私もこの考えに完全に同意する。これからの新聞報道がどうなっていくかは、時を経ないと分からない。今後も信頼される報道機関として新聞が存続していくことを願うばかりである。

新聞の負の側面がクローズアップされるばかりではあるが、これからもさまざまな取材方法を駆使して、有意義な報道をしてくれることを期待している。

新聞は「社会の公器」である。その立場が失われるかどうかの岐路に立っていることを新聞経営者ならびに新聞記者たちは肝に銘じなければならない。

注

1) 一般社団法人 日本新聞協会広告委員会 2023

年 4 月 20 日公表

<https://www.pressnet.or.jp/adarc/data/SDGs/pdf/PR-SDGs.pdf>

2) なお新聞協会の調査は「日本の人口構成比に応じて抽出した」となっている。

<https://www.pressnet.or.jp/adarc/data/SDGs/index.html>

3) 調査概要は 1) を参照。

4) 2) に同じ。

5) ここで「行われていた」という表現を使ったのは、2024 年にはこの調査が行われていないからである。今後調査が再開される可能性もあるが、現在のところ不明のため過去形を使っている。

6) 電通 第 6 回「SDGs」に関する生活者調査 2023 年 5 月 12 日公表

<https://www.dentsu.co.jp/news/item-cms/2023009-0512-2.pdf>

7) この調査の「注」には「本調査における構成比(%)は小数点以下第 2 位を四捨五入しているため、合計すると 100%にならないことがあります」とあり、ここで述べている総計も若干の誤差が出ることに注意願いたい。

8) これは調査の注意書きには「電通 Team SDGs が、サステナビリティに関連するテーマを 15 個選出」とされている。

9) 日本新聞協会ホームページより 2024 年 12 月 25 日検索

<https://www.pressnet.or.jp/data/circulation/circulation01.php>

10) 9) に同じ。2024 年 12 月 25 日検索

11) 令和 5 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書 概要 p14 2024 年 12 月 25 日検索

https://www.soumu.go.jp/main_content/000952987.pdf

12) 北海道新聞 2024 年 10 月 17 日 26 面

Considerations on the state and future of newspaper reporting based on “SDGs research articles”

HOSOKAWA Mitsunori

Abstract

In April 2023, the Hokkaido Shimbun newspaper reported the results of a survey conducted by the Japan Newspaper Publishers & Editors Association under the headline “Newspaper Readers Place Importance on SDGs.” This article suggests that newspaper readers understand the SDGs better than people who have little contact with newspapers. However, a survey conducted by major advertising agency Dentsu found that although many people understand the SDGs, their sources of information are television and SNS, and newspapers do not rank very highly. This result is due to the fact that the definition of newspaper readers as defined by the Japan Newspaper Publishers & Editors Association in the survey is very unreasonable. This article is misleading. Although the circulation of newspapers is declining, they are highly trusted. In the future, newspapers will be able to maintain their credibility by publishing balanced articles rather than just one-sided articles, and maintaining fairness. Newspapers face strong criticism, but it will be even more important to be conscious of this fairness.