

朝日新聞社、産経新聞社、日本経済新聞社、毎日新聞社
読売新聞社、北海道新聞社、新潟日報社、静岡新聞社
中日新聞社、神戸新聞社、中国新聞社、西日本新聞社
報知新聞社、日刊スポーツ新聞社

重視した政策テーマは「憲法改正」と「消費増税是非」
— 「第48回衆議院議員選挙に関する15紙共同調査」結果より —

新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR（ジェイ・モニター）」に参加する15新聞（朝日新聞、産経新聞、日本経済新聞、毎日新聞、読売新聞、北海道新聞、東京新聞、新潟日報、静岡新聞、中日新聞、神戸新聞、中国新聞、西日本新聞、スポーツ報知、日刊スポーツ）は各紙の読者モニターを対象として10月、「第48回衆議院議員選挙に関する共同調査」を実施しました。（2016年7月の参院選では19紙共同で実施しています）

■ **新聞読者、衆院選で87%が投票**

10月22日投票の第48回衆議院議員選挙の投票状況を聞いたところ、有権者の86.8%が投票しました。2016年7月の参議院選挙時の調査と比べて、0.7ポイント上昇しました。総務省が発表した小選挙区の投票率は53.7%だっただけに、新聞読者の関心の高さがうかがえます。

投票日当日に投票した人は50.0%と同8.4ポイント低下しました。一方、期日前投票した人は36.8%と同9.1ポイント上昇しました。期日前投票について年代別に見ると、60代が44.1%で最も高くなりました。

■ **過半数が残り1週間以内に投票先を決定**

投票先を決めたタイミングを聞いたところ、公示日前の「10月9日以前」は政党で27.6%、候補者で23.1%にとどまりました。

一方、投票日まで1週間以内の「10月15日以降」は政党で53.4%、候補者で54.9%でした。1週間前までに投票先を決めていた人は半数未満でした。突然の解散や野党の分裂で、投票先を悩んでいた様子が見えます。

■ **重視した政策は憲法改正や消費増税の是非**

投票する際に重視した政策や課題のトップは「憲法改正」で44.0%でした。これに「消費増税の是非・使い道の変更」40.8%、「原発・エネルギー政策」35.9%、「外交・安全保障（北朝鮮問題）」33.1%などと続きます。

「消費増税」は2016年7月の参議院選挙時の調査と比べて18.2ポイント上昇し、関心が高まっています。「原発・エネルギー」も8.2ポイント高くなりました。

■ 参考にした情報、新聞に加えテレビも

投票先を決める際に参考にしたメディアは、「新聞」が 74.8%でトップ。これに「テレビ」59.3%、「インターネット」26.3%、「ラジオ」5.7%と続きます。

情報ジャンル別では「新聞記事」が 73.4%で最も高く、政見放送以外の「テレビ番組」50.7%、「選挙公報」32.2%、テレビの「政見放送」18.8%、マニフェストなど「政党の政権公約集」15.5%、「新聞広告」14.4%などと続きます。新聞に加え、テレビなどマスメディアが情報源として参考にされている一方で、インターネットはまだまだといえそうです。

■ 政治関連情報に日ごろ接触が 80%

政治関連の記事やニュースを見るかどうかを聞いたところ、「よく見る」32.1%、「まあ見る」48.0%となり、見る人の合計は 80.1%となりました。

見る人の割合は男性では 86.1%と、女性を 12.4 ポイント上回ります。年齢が高くなるほど上昇する傾向にあり、60代では 90.1%になります。

新聞読者は政治に関する情報に日ごろからよく接触しており、社会への関心が高いといえるでしょう。

【調査概要】

調査対象者：調査対象地域に居住し、当該新聞を購読している 15 歳～69 歳の男女個人

調査エリア：首都圏（東京・神奈川・埼玉・千葉）

近畿圏（大阪・京都・兵庫・滋賀・奈良・和歌山）

中京圏（愛知・岐阜・三重）

北海道、新潟県、静岡県、広島県、福岡県

抽出方法：新聞広告及びインターネット調査モニターパネルからの公募。応募者を各紙ごとに全国新聞

総合調査(J-READ※)の当該地域・対象者の性×年齢・職業・家族人数等の属性に従い割付

調査方法：パソコンを利用したウェブ調査

調査実施機関・レターヘッド：株式会社ビデオリサーチ

標本サイズ：7,181 人

1 パネル約 300 人×24 パネル

首都圏：朝日、産経、日本経済、毎日、読売、東京、スポーツ報知、日刊スポーツ

近畿圏：朝日、産経、毎日、読売、神戸

※神戸新聞は兵庫県のみのみ

中京圏：朝日、中日 北海道：朝日、北海道 新潟県：新潟

静岡県：静岡 広島県：中国 福岡県：朝日、毎日、読売、西日本

回収数(率)：5,305 人【73.9%】

実査日：2017 年 10 月 23 日(月)～30 日(月)

※J-READ(全国新聞総合調査)：(株)ビデオリサーチが年 1 回、全国 47 都道府県で主要新聞(約 110 紙)の閲読状況などを測定する調査。

【J-MONITORとは】

J-MONITORは新聞広告の広告効果測定を主目的とした新聞社共通の調査プラットフォームです。広告効果の測定システムを標準化・第三者化し、客観的な広告効果指標を確立することを目的として2011年4月にスタートしました。調査の運営・管理は、第三者機関である株式会社ビデオリサーチが行い、共通の手続き・手順で各新聞社の読者モニターを募集・管理し、同じ条件・方法で紙面調査を実施しています。

J-MONITORで行われる調査は2種類あり、一つは新聞に掲載された個々の広告についての掲載後の反響・効果測定で、広告主にフィードバックされます。もう一つは、広告計画立案のための指標データを蓄積する調査です。面や広告がどのくらい見られたかを示す面別接触率・広告接触率を調べており、主に広告会社を対象にデータを販売(販売代理:ビデオリサーチ)しています。

現在の参加紙は18社19紙※です(※東京新聞と中日新聞は中日新聞社発行)。

<本件に関するお問い合わせ先: J-MONITOR連絡協議会広報幹事>

日本経済新聞 クロスメディア営業局 企画部 渡辺(080-8128-3592)

問い合わせメールアドレス press@j-monitor.net

J-MONITORでは広報窓口を参加新聞社の持ち回りで務めます。2017年度幹事社は日本経済新聞社です。

J-MONITORオフィシャルサイト <http://www.j-monitor.net/>

<参考資料>

●衆院選投票状況 (対象:有権者) %

		(n=有権者)	投票した計	票の1 し投0 た票月 日2 に2 行日 っ(て日 投)	期 日 前 投 票 を し た	投票 に 行 か な か っ た
全体		(5,226)	86.8	50.0	36.8	13.2
性別	男性	(2,670)	88.6	51.5	37.1	11.4
	女性	(2,556)	84.9	48.4	36.5	15.1
年代別	29歳以下	(483)	81.0	47.4	33.5	19.0
	30代	(727)	80.5	48.1	32.3	19.5
	40代	(1,136)	84.0	51.1	32.9	16.0
	50代	(1,244)	87.8	53.1	34.6	12.2
	60代	(1,636)	92.5	48.3	44.1	7.5

●投票先決定時期 **政党** (対象:投票者) %

		(n=投票者)	1 週 間 以 内 票 日 以 降 で 決	1 公 示 日 よ り 前 前 (選	ま で の 間 (初 ま の 土 曜 日 示	日 か ら 最 初 の 土 曜 日 示	前 日 以 前 の 日 示	日 の 前 日 (投 票	日 当 日 (投 票	ら 覚 え て い な い ・ わ か
全体		(4,535)	53.4	27.6	16.1	29.8	10.3	13.3	2.9	
性別	男性	(2,365)	48.8	33.3	15.9	27.0	9.5	12.2	2.0	
	女性	(2,170)	58.5	21.4	16.3	32.9	11.2	14.5	3.8	
年代別	29歳以下	(391)	60.1	21.2	13.3	30.2	11.5	18.4	5.4	
	30代	(585)	63.1	22.6	11.1	32.5	12.1	18.5	3.2	
	40代	(954)	59.0	24.9	13.2	30.6	10.5	17.9	2.8	
	50代	(1,092)	54.4	27.2	15.3	31.1	10.4	12.8	3.1	
	60代	(1,513)	43.8	33.2	21.2	27.2	9.1	7.4	1.9	

●投票先決定時期 **候補者** (対象:投票者) %

		(n=投票者)	1 週 間 以 内 票 日 以 降 で 決	1 公 示 日 よ り 前 前 (選	ま で の 間 (初 ま の 土 曜 日 示	日 か ら 最 初 の 土 曜 日 示	前 日 以 前 の 日 示	日 の 前 日 (投 票	日 当 日 (投 票	ら 覚 え て い な い ・ わ か
全体		(4,535)	54.9	23.1	18.8	29.7	10.7	14.5	3.3	
性別	男性	(2,365)	51.0	27.5	19.3	28.1	9.2	13.8	2.2	
	女性	(2,170)	59.1	18.2	18.2	31.4	12.4	15.3	4.5	
年代別	29歳以下	(391)	65.7	15.9	12.3	33.2	11.8	20.7	6.1	
	30代	(585)	65.1	18.5	12.8	33.2	12.1	19.8	3.6	
	40代	(954)	59.7	21.3	15.6	29.1	11.1	19.5	3.4	
	50代	(1,092)	54.7	22.6	19.5	29.8	10.5	14.4	3.2	
	60代	(1,513)	45.2	28.2	24.2	27.6	9.7	7.9	2.4	

●投票する際に重視した政策や課題（対象：投票者／複数回答・降順）%

	17年10月 衆院選	16年7月 参院選
	(n=投票者) (4,535)	(5,218)
憲法改正	44.0	40.9
消費増税の是非・使い道の変更	40.8	22.6
原発・エネルギー政策	35.9	27.7
外交・安全保障(北朝鮮問題)	33.1	
森友・加計学園問題	29.5	
経済政策・景気対策	29.3	36.4
年金制度	26.7	31.1
医療・介護制度	24.1	27.7
外交・安全保障(安全保障関連法)	23.3	
子育て支援	22.0	27.2
財政再建(消費税以外の税制、各省庁予算見直し等)	21.7	22.8
雇用・労働政策(働き方改革を含む)	20.0	26.6
与党の国会運営の是非	18.8	
外交・安全保障(領土・領海問題)	17.4	19.6
格差是正	15.1	17.0
外交・安全保障(沖縄米軍基地問題)	14.4	14.4
テロ等準備罪(「共謀罪」法)関連	14.1	
教育制度改革	13.1	11.5
震災復興、被災地・被災者支援	12.4	
特定秘密保護法関連	12.2	9.5
地方創生・人口減少対策	9.7	13.4
防災対策(道路、橋脚、トンネル、港湾など老朽化対策も含む)	9.0	8.1
その他の外交・安全保障 ※	8.8	12.6
女性の活躍推進	7.9	10.4
公務員制度改革	7.3	9.3
選挙制度改革	6.4	7.1
TPPなど経済協定の是非	5.5	11.4
地方分権	4.3	5.5
その他	3.4	3.5
特に重視したものはない	8.5	9.8

※前回調査時の選択肢名は「領土・領海・沖縄米軍基地以外の外交・安全保障」

●投票する際に参考にした情報（対象：投票者／複数回答・降順）%

	17年10月 衆院選	16年7月 参院選
	(n=投票者) (4,535)	(5,218)
新聞計	74.8	72.7
テレビ計	59.3	48.7
インターネット計	26.3	23.2
ラジオ計	5.7	5.0
新聞記事	73.4	70.1
テレビ番組(政見放送以外)	50.7	37.8
選挙公報	32.2	33.6
テレビの政見放送	18.8	18.0
政党の政権公約集(マニフェストなど)	15.5	12.9
新聞広告	14.4	16.8
新聞社のニュースサイト	13.4	10.8
選挙ポスター・ビラ	13.0	14.1
家族・知人などの話	12.9	14.5
街頭演説・講演会・宣伝カー	9.7	7.5
その他のインターネットサイト	8.1	7.6
ソーシャルメディア・SNS(ツイッター、フェイスブック、mixiなど)	7.1	5.8
政党や候補者のサイト	6.2	6.1
政党の機関紙	5.2	5.2
ラジオ番組(政見放送以外)	4.3	3.6
雑誌	3.7	3.1
テレビCM	2.6	2.9
動画投稿サイト(YouTube、ニコニコ動画など)	2.4	1.6
ラジオの政見放送	1.7	1.7
ラジオCM	0.4	0.6
参考にした情報はない・わからない	5.2	5.9

●政治関連情報への接触状況（対象：全員）%

		(n=全員)	見る計	見ない計	よく見る	まあ見る	あまり見ない	まったく見ない
全体		(5,305)	80.1	19.9	32.1	48.0	17.9	2.1
性別	男性	(2,707)	86.1	13.9	43.5	42.6	11.8	2.1
	女性	(2,598)	73.7	26.3	20.2	53.5	24.2	2.1
年代別	29歳以下	(552)	66.3	33.7	20.5	45.8	27.5	6.2
	30代	(730)	70.1	29.9	23.8	46.3	25.6	4.2
	40代	(1,136)	78.0	22.0	29.7	48.3	20.2	1.8
	50代	(1,246)	80.7	19.3	27.8	52.9	18.0	1.3
	60代	(1,641)	90.1	9.9	44.6	45.5	9.4	0.5

以上