

2015年2月2日

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、河北新報社、静岡新聞社、中日新聞社
 京都新聞、神戸新聞社、中国新聞社、西日本新聞社
 日刊スポーツ新聞社、報知新聞社

**衆院選で新聞読者の約84%が投票。ネット選挙運動の浸透は進まず
 ～17紙共同「第47回衆議院議員選挙 投票行動調査」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17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、河北新報、東京新聞、静岡新聞、中日新聞、京都新聞、神戸新聞、中国新聞、西日本新聞、サンケイスポーツ、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にした共同調査として、昨年12月に第47回衆議院議員選挙投票行動調査を実施しました。(共同調査は2013年7月の参院選でも実施しています)

■ 衆院選で投票したのは新聞読者の約84%

12月14日が投票日だった第47回衆議院議員選挙の投票状況について聞いたところ、当日投票59.4%、期日前投票が24.4%で、投票した人は合わせて83.8%でした。実際の投票率(総務省発表、小選挙区)は52.66%(期日前を含む)ですので、新聞読者の投票率の高さが際立っています。なお、一昨年7月の参院選時の調査でも、投票した人の割合は85.6%(実際投票率52.61%)と同様の結果でした。

■ 半数の投票者が投票日の1週間前で投票先を決めていない

投票した人に投票先を決めたタイミングを聞いたところ、「公示日より前(12月1日より前)」が政党35.1%、候補者27.0%でした。一方で「投票日1週間前以降(12月8日以降)」が政党47.4%、候補者51.5%と、約半数の人が選挙戦の前半では投票先を決めていないことが分かりました。うち「投票日前日」は政党が9.9%、候補者10.5%、「当日」が政党は17.4%、候補者19.5%と、約3割が直前まで投票先を悩んでいたようです。

■ 重視した政策は「経済政策・景気対策」、「消費税の見直し」もスコアを伸ばす

《投票する際に重視した政策や課題》は、トップは「経済政策・景気対策」で40.4%、参院選時に最もスコアが高かった「原発・エネルギー政策」は6.9ポイントスコアを落とし2番目でした。3番目は6.6ポイントアップした「消費税の見直し」(35.5%)が入りました。

この他に参院選時とスコアに差があった課題は、上がったものとしては「格差是正」(10.7%→19.0%)、「領土・領海・沖縄米軍基地以外の安全保障」(9.5%→15.4%)、下がったものは「憲法改正」(32.7%→25.8%)、「TPP交渉・参加の是非」(26.1%→12.9%)などがあります。

■ 情報源は「新聞記事」(70%)がダントツ。次はテレビ番組(37%)

投票先を決める際に参考にした情報としては一昨年7月の参院選同様、「新聞記事」が70.1%で群を抜きました。続くのは「テレビ番組(政見放送以外)」(37.6%)と「選挙公報」(28.1%)です。いずれのメディアも前回調査時からスコアがほぼ変わっていません。

新聞が情報源として活用される理由として、普段から選挙に関する情報源として高く評価されていることがあげられます。特に「政党や候補者に関する情報をじっくりと見ることができる」(新聞の報道、解説などの記事=51.5%、テレビの報道、解説などの番組=23.8%)、「情報の内容が信頼できる」(新聞の報道、解説などの記事=54.3%、テレビの報道、解説などの番組=30.2%)などの項目で、他のメディアに比べスコアが高くなっています。

■ 浸透が進まないネット選挙運動

先の衆院選は、いわゆるネット選挙運動が解禁されてから2回目の国政選挙になります。しかしながら今回の調査で参考にした情報源「政党や候補者のサイト」は 5.7%(一昨年参院選:7.4%)、「ソーシャルメディア・SNS」は4.0%(同5.5%)となるなど、解禁となった一昨年7月の参院選時から横ばいの低いスコアでした。また実際の行動として「政党や候補者のホームページを見に行った」は14.6%(同16.8%)、「政党や候補者の SNS のアカウントなどを登録した」は 3.3%(同 4.3%)、「メール受信のための情報登録をした」は 2.5%(同 3.3%)とやはり低く、少なくとも新聞読者については、ネット選挙運動の浸透はまだまだのようです。

【調査概要】

調査対象者： 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、宮城県、静岡県、広島県、福岡県

標本抽出方法： 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： 7,644 人(一般紙=1 パネル約 300 人×24 パネル、スポーツ紙=1 パネル約 150 人×3 パネル)

首都圏：朝日、産経、日本経済、毎日、読売、東京、サンケイスポーツ、スポーツ報知、日刊スポーツ

近畿圏：朝日、産経、毎日、読売、京都、神戸

※京都新聞は滋賀県、京都府のみ、神戸新聞は兵庫県のみ

中京圏：朝日、読売、中日

北海道：朝日、読売、北海道

宮城県：河北新報

静岡県：静岡

広島県：中国

福岡県：朝日、読売、西日本

回収数(率)： 5,337 人【69.8%】 このうち、今回の衆院選で選挙権を有していた 5,193 人が回答

実査日： 2014 年 12 月 15 日(月)～25 日(木)

【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。

15年4月からは新たに新潟日報、信濃毎日新聞、山陽新聞の3紙が加わり、参加紙は18社19紙*になります(東京新聞と中日新聞は中日新聞社発行)。

調査エリアは、現在の首都圏、近畿圏、中京圏、北海道、宮城県、静岡県、広島県、福岡県に、新たに新潟県、長野県、岡山県が加わり、47都道府県中21都道府県で実施可能となります。

*サンケイスポーツは2015年3月をもって休止となります。

＜本件に関するお問い合わせ先: J-MONITOR連絡協議会広報幹事＞

毎日新聞東京本社 広告局計画管理部 佐々木(03-3212-3283)

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。2014年度幹事社は毎日新聞社です。

J-MONITOR公式サイト <http://www.j-monitor.net/>

<参考資料>

●衆院選投票状況（対象：有権者）

	投票した計	投票した日に行つて	た期日前投票をし	か投票に行かな
全体 (n=5, 193)	83.8	59.4	24.4	16.2
29歳以下 (n=622)	73.8	57.2	16.6	26.2
30代 (n=848)	78.4	53.8	24.6	21.6
40代 (n=1, 098)	81.3	60.3	21.0	18.7
50代 (n=1, 134)	84.6	60.4	24.2	15.4
60代 (n=1, 491)	92.4	62.2	30.2	7.6

●投票先決定時期 政党（対象：投票者）

	1 2 月 1 日 以前（選挙公示日より）	1 2 月 2 日 まで（公示日か）	1 2 月 3 日 まで（投票日前）	1 2 月 4 日 まで（投票日）	1 2 月 5 日 まで（投票日）	1 2 月 6 日 まで（投票日）	覚えていない・わからない
全体 (n=4, 353)	35.1	14.6	20.1	9.9	17.4	2.9	
29歳以下 (n=459)	22.4	10.9	21.6	13.9	25.5	5.7	
30代 (n=665)	29.6	12.3	20.3	11.4	22.9	3.5	
40代 (n=893)	29.0	13.3	19.3	10.5	24.2	3.7	
50代 (n=959)	38.1	14.1	19.4	9.3	16.9	2.3	
60代 (n=1, 377)	43.8	18.1	20.4	8.0	8.1	1.6	

●投票先決定時期 候補者（対象：投票者）

	1 2 月 1 日 以前（選挙公示日より）	1 2 月 2 日 まで（公示日か）	1 2 月 3 日 まで（投票日前）	1 2 月 4 日 まで（投票日）	1 2 月 5 日 まで（投票日）	1 2 月 6 日 まで（投票日）	覚えていない・わからない
全体 (n=4, 353)	27.0	18.6	21.4	10.5	19.5	2.9	
29歳以下 (n=459)	15.9	12.9	19.2	14.6	32.0	5.4	
30代 (n=665)	22.9	15.2	21.7	12.2	24.5	3.6	
40代 (n=893)	21.1	17.0	21.5	10.9	25.9	3.7	
50代 (n=959)	28.7	17.6	22.6	9.6	19.0	2.5	
60代 (n=1, 377)	35.4	23.7	21.2	8.8	9.2	1.6	

●投票する際に重視した政策や課題（対象：投票者）

	今回 (n=4,353)	前回 (n=3,756)
経済政策・景気対策	40.4	39.6
原発・エネルギー政策	38.0	44.9
消費税の見直し	35.5	28.9
年金制度	32.5	35.4
医療・介護制度	26.7	28.9
財政再建（消費税以外の税制、各省庁予算見直し等）	26.3	23.9
憲法改正	25.8	32.7
雇用・労働政策（労働者派遣法改正など含む）	24.5	26.4
外交・安全保障（領土・領海問題）	24.4	25.4
子育て支援	19.5	16.3
特定秘密保護法の施行	19.5	
格差是正	19.0	10.7
震災復興（被災地・被災者支援）	18.4	22.6
外交・安全保障（沖縄米軍基地問題）	16.0	18.3
領土・領海・沖縄米軍基地以外の外交・安全保障	15.4	9.5
地方創生（地域活性化・人口減少対策）	14.5	
公務員制度改革	13.9	12.2
選挙制度改革	13.7	8.8
T P P 交渉・参加の是非	12.9	26.1
特に重視したものはない	10.8	9.4
教育制度改革	9.7	12.1
防災対策（道路・橋脚・トンネル・港湾など老朽化対策を含む）	9.6	9.1
女性の活躍推進	9.0	
地方分権	6.7	5.5
その他	4.6	4.0

*網掛けは前回調査なし

●投票する際に参考にした情報（対象：投票者）

	全体 (n=4,353)	前回 (n=3,756)
新聞記事	70.1	70.0
テレビ番組（政見放送以外）	37.6	36.6
選挙公報	28.1	29.8
テレビの政見放送	17.7	16.9
新聞広告	16.5	16.8
政党の政権公約集（マニフェストなど）	15.4	15.5
家族・知人などの話	14.5	14.4
選挙ポスター・ビラ	13.8	14.6
新聞社のニュースサイト	13.3	11.7
街頭演説・講演会・宣伝カー	9.0	7.5
政党の機関紙	7.9	7.0
その他のインターネットサイト	6.9	6.1
政党や候補者のサイト	5.7	7.4
ソーシャルメディア・SNS	4.0	5.5
テレビCM	3.7	3.2
ラジオ番組（政見放送以外）	3.6	2.7
雑誌	2.9	2.9
ラジオの政見放送	2.3	1.5
動画投稿サイト	1.5	2.2
ラジオCM	0.5	0.3
参考にした情報はない・わからない	7.2	6.1

● ネット選挙運動に関して取った行動（対象：投票者）

	全体 (n=4,353)	前回 (n=3,756)
政党や候補者のホームページを見に行った	14.6	16.8
政党や候補者のSNSのアカウントなどを登録した	3.3	4.3
政党や候補者のメール受信のための情報登録をした	2.5	3.3

● 普段の選挙に関する情報源（対象：有権者）

(n=5,193)

	新聞の報道、解説などの記事	テレビの報道、解説などの番組	この中にはない	政党や候補者の新聞広告	選挙公報	政党の政権公約集（マニフェストなど）	テレビの政見放送	新聞社のニュースサイト	街頭演説や講演会	政党や候補者の選挙ポスター、はがき、ビラ	政党のテレビCM	政党や候補者のサイト	その他のインターネットサイト	ソーシャルメディア・SNS	動画投稿サイト
投票に行こうと思うきっかけになる	57.2	43.3	23.5	14.2	16.6	11.5	11.4	10.1	8.9	8.5	6.3	3.1	3.8	2.8	1.8
情報の内容が信頼できる	54.3	30.2	21.1	9.5	14.6	6.8	9.1	8.1	3.4	3.0	2.6	2.5	2.0	1.5	0.9
投票する政党（国政選挙の比例代表）の決定に役立つ	60.1	46.2	13.6	17.3	19.5	16.0	13.9	11.4	7.2	7.1	5.7	4.3	4.2	2.9	1.5
投票する候補者の決定に役立つ	54.1	39.0	14.0	15.8	20.5	12.1	13.9	9.2	10.5	9.9	3.8	5.3	3.8	2.6	1.6
政党や候補者の公約の内容を知るきっかけになる	55.8	39.7	10.9	19.6	21.1	16.4	15.5	8.5	8.4	9.4	6.8	4.9	3.5	2.7	1.7
政党や候補者の公約の内容がわかりやすい	46.6	32.9	15.5	14.4	16.9	12.4	11.8	6.7	6.0	7.1	4.0	4.3	2.6	1.9	1.2
政党や候補者に関する情報を比較して見ることができる	53.5	31.8	13.6	13.2	20.1	9.5	10.5	7.9	3.2	4.6	2.9	3.1	3.6	1.6	1.1
政党や候補者に関する情報をじっくりと見ることができる	51.5	23.8	14.2	13.7	19.1	11.8	10.0	6.5	4.9	5.5	2.5	5.9	3.5	2.1	1.3
選挙の動向がわかりやすい	54.4	47.4	14.4	7.1	5.9	3.1	5.9	9.6	2.6	2.1	2.5	1.5	3.8	2.3	1.0
政党の姿勢や特徴の理解に役立つ	53.4	39.6	14.2	12.8	12.5	11.1	10.5	8.0	5.0	4.8	4.7	3.4	3.4	2.1	1.0