

2016年8月31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、新潟日報社
信濃毎日新聞社、静岡新聞社、中日新聞社、京都新聞社
神戸新聞社、山陽新聞社、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

選挙権年齢引き下げで、「選挙」を話題に
—19紙共同「第24回参議院議員選挙 投票行動調査」結果—

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19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、新潟日報、信濃毎日新聞、静岡新聞、中日新聞、京都新聞、神戸新聞、山陽新聞、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にした共同調査として、7月に第24回参議院議員選挙 投票行動調査を実施しました。(共同調査は2014年12月の衆院選でも実施しています)

■ **参院選で投票したのは新聞読者の約86%**

7月10日が投票日だった第24回参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58.4%、期日前投票が27.7%で、投票した人は合わせて86.1%でした。実際の投票率(総務省発表・期日前を含む)は、選挙区54.7%、比例代表54.7%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、2014年12月の衆院選時の調査でも、投票した人の割合は83.8%(実際投票率52.7%、小選挙区)と同様の結果でした。

■ **約3割が投票日の前日または当日に投票先を決定**

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、「投票日前日(7月9日)」は政党が9.9%、候補者11.6%、「当日(7月10日)」は政党が18.1%、候補者20.4%でした。政党(27.9%)、候補者(32.0%)ともに3割前後の有権者が、投票日前日または当日に投票先を決めていることが分かりました。一方で、「公示日より前(6月22日より前)」は政党30.8%、候補者18.0%、「公示日から投票日2日前(6月23日～7月8日)」では政党37.9%、候補者46.8%となっています。

■ **18歳～20歳の新有権者は「選挙」を話題に**

公職選挙法の改正により今回の参議院選挙から選挙権年齢が20歳以上から18歳以上に引き下げられましたが、このことへの認知を尋ねました。99.5%が「知っていた」と答え、新聞読者は事前に十分認知していたことがわかりました。本人や家庭での、選挙における態度の変化について尋ねたところ、18歳、19歳、20歳の新たに選挙権を得られた有権者(n=99)では、「テレビのニュース番組をよく見るようになった」(33.3%)、「家族や友人と政治や社会について話題にするようになった」(33.3%)、「学校や職場で18歳以上選挙権のことが話題になった」(31.3%)、「新聞記事をよく読むようになった」(25.3%)など、全体と比較してスコアが高く、家庭や学校、職場などで「選挙」を話題にしたことがうかがえます。

■ 重視した政策は「憲法改正」、「経済政策・景気対策」

投票する際に重視した政策や課題は、トップは「憲法改正」で(前回衆院選時 25.8%→今回 40.9%)、前回の衆院選時に最もスコアが高かった「経済政策・景気対策」(40.4%→36.4%)が続きました。この他に衆院選時のスコアと差が大きかったのは、「消費税の見直し」(35.5%→22.6%)、「原発・エネルギー政策」(38.0%→27.7%)などでした。新有権者(n=86)でも、「憲法改正」(41.9%)が最も多く挙げられ、「安保法制への対応」(30.2%)、「雇用・労働政策」(24.4%)が続きました。

■ 情報源は「新聞記事」(70%)がダントツ。次はテレビ番組(38%)

投票先を決める際に参考にした情報としては前回の衆院選同様、「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)」(37.8%)と「選挙公報」(33.6%)です。新聞が選挙に関する情報源として高く評価されていることが分かります。いわゆるネット選挙が解禁されてから一定の期間が過ぎましたが、「政党や候補者のサイト(5.7%→6.1%)」や「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)」(4.0%→5.8%)は横ばいでした。一方、18歳、19歳、20歳の新たに選挙権を得られた人では、「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)」(12.8%)などのインターネット関連を30.2%が情報源として挙げるなど、一定の浸透があったようです。

【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、宮城県、新潟県、長野県、静岡県、岡山県、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： 8,496人
1パネル約300人×29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、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
新潟県：新潟 長野県：信濃毎日 静岡県：静岡
岡山県：山陽 広島県：中国 福岡県：朝日、読売、西日本
- 回収数(率)： 6,128人【72.1%】 このうち、今回の参院選で選挙権を有していた6,060人が回答
- 実査期間： 2016年7月11日(月)～17日(日)

※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＞
朝日新聞東京本社 メディアビジネス局 業務推進部 小島(03-5540-7767)
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。2016年度幹事社は朝日新聞社です。

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

<参考資料>

●参院選投票状況（対象：有権者）%

		7月10日（日）の投票 日に行つて投票した	期日前投票をした	投票に行かなかつた	投票した計
全	体(n=6,060)	58.4	27.7	13.9	86.1
年 代 別	29歳以下(n=664)	55.7	24.1	20.2	79.8
	30代(n=937)	55.6	26.9	17.5	82.5
	40代(n=1,285)	58.2	26.0	15.8	84.2
	50代(n=1,359)	59.7	25.4	14.9	85.1
	60代(n=1,815)	59.9	32.4	7.7	92.3

●投票先決定時期 政党（対象：投票者）%

		6月22日以前（選挙公 示日）	6月23日（公示日）から7月12日（週 間）	7月3日（投票日）から7月8日（週 間）	7月9日（投票日の前 日）	7月10日（投票日当 日）	覚えていない・わからな い	計 投票日 公示日から2日前まで決 定者計	計 投票日 前日・当日決定者
全	体(n=5,218)	30.8	15.4	22.6	9.9	18.1	3.3	37.9	27.9
年 代 別	29歳以下(n=530)	15.7	10.2	25.7	14.9	27.2	6.4	35.8	42.1
	30代(n=773)	22.9	14.2	22.8	9.6	26.3	4.3	37.0	35.8
	40代(n=1,082)	27.0	14.1	21.0	11.4	22.8	3.7	35.1	34.2
	50代(n=1,157)	32.5	13.9	23.2	9.4	17.7	3.3	37.1	27.1
	60代(n=1,676)	40.6	19.3	22.1	7.8	8.5	1.7	41.4	16.3

●投票先決定時期 候補者（対象：投票者）%

		6月22日以前（選挙公 示日）	6月23日（公示日）から7月12日（週 間）	7月3日（投票日）から7月8日（週 間）	7月9日（投票日の前 日）	7月10日（投票日当 日）	覚えていない・わからな い	計 投票日 公示日から2日前まで決 定者計	計 投票日 前日・当日決定者
全	体(n=5,218)	18.0	19.9	26.9	11.6	20.4	3.2	46.8	32.0
年 代 別	29歳以下(n=530)	8.1	12.5	28.3	17.0	28.5	5.7	40.8	45.5
	30代(n=773)	12.9	17.6	25.6	11.1	28.2	4.5	43.2	39.3
	40代(n=1,082)	15.0	17.6	25.6	12.5	25.8	3.6	43.2	38.3
	50代(n=1,157)	20.3	17.5	27.3	11.9	19.7	3.2	44.9	31.6
	60代(n=1,676)	23.8	26.5	27.6	9.2	11.3	1.6	54.1	20.5

●18歳以上選挙権認知（対象：全体）%

		知っていた	知らなかった
全体 (n=6,128)		99.5	0.5
年代別	29歳以下 (n=729)	98.5	1.5
	30代 (n=938)	99.3	0.7
	40代 (n=1,286)	99.5	0.5
	50代 (n=1,360)	99.8	0.2
	60代 (n=1,815)	99.8	0.2

●選挙制度改正による態度変容（対象：全体／複数回答）%

		新聞記事をよく読むようになった	テレビを見るのようになった	インターネットを見るようになった	家族や友人と政治や社会について話題にするようになった	政治活動・集会などに興味を持つようになった	選挙権のことが話題になった	学校や職場で18歳以上	その他	特に変わったことはない
全体 (n=6,128)		13.9	15.4	7.0	10.3	2.0	7.1	0.5	67.9	
年代別	29歳以下 (n=729)	16.2	19.1	11.7	13.6	5.8	13.3	0.3	54.6	
	30代 (n=938)	13.8	14.0	6.7	7.5	1.4	5.8	0.2	70.7	
	40代 (n=1,286)	13.7	15.4	7.2	12.4	1.7	8.8	0.2	65.9	
	50代 (n=1,360)	12.6	15.4	6.4	12.6	1.5	7.4	0.7	66.6	
	60代 (n=1,815)	14.2	14.6	5.5	7.2	1.3	3.9	0.8	74.3	
新有権者 (n=99)		25.3	33.3	18.2	33.3	14.1	31.3	1.0	27.3	

●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）%

	今回(n=5,218)	新有権者(n=86)	前回(n=4,353)
憲法改正	40.9	41.9	25.8
経済政策・景気対策	36.4	22.1	40.4
年金制度	31.1	19.8	32.5
安保法案への対応	30.4	30.2	
医療・介護制度	27.7	19.8	26.7
原発・エネルギー政策	27.7	15.1	38.0
子育て支援	27.2	20.9	19.5
雇用・労働政策	26.6	24.4	24.5
財政再建(消費税以外の税制、各省庁予算見直し等)	22.8	16.3	26.3
消費税の見直し	22.6	19.8	35.5
外交・安全保障(領土・領海問題)	19.6	10.5	24.4
格差是正	17.0	15.1	19.0
外交・安全保障(沖縄米軍基地問題)	14.4	10.5	16.0
地方創生(地域活性化・人口減少対策)	13.4	16.3	14.5
領土・領海・沖縄米軍基地以外の外交・安全保障	12.6	8.1	15.4
教育制度改革	11.5	20.9	9.7
TPP交渉への対応	11.4	19.8	12.9
東日本震災復興(被災地・被災者支援)	10.4	5.8	18.4
女性の活躍推進	10.4	18.6	9.0
特定秘密保護法への対応	9.5	2.3	19.5
公務員制度改革	9.3	7.0	13.9
熊本震災復興(被災地・被災者支援)	9.2	3.5	
防災対策(道路・橋脚・トンネル・港湾など老朽化対策を含む)	8.1	3.5	9.6
選挙制度改革	7.1	4.7	13.7
地方分権	5.5	0.0	6.7
障害者差別解消法の遵守	4.8	3.5	
ヘイトスピーチ規制法の遵守	3.4	5.8	
LGBTの権利尊重	1.9	4.7	

*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／複数回答・降順）%

	今回(n=5,218)	新有権者(n=86)	前回(n=4,353)
新聞記事	70.1	62.8	70.1
テレビ番組(政見放送以外)	37.8	31.4	37.6
選挙公報	33.6	22.1	28.1
テレビの政見放送	18.0	12.8	17.7
新聞広告	16.8	15.1	16.5
家族・知人などの話	14.5	18.6	14.5
選挙ポスター・ビラ	14.1	19.8	13.8
政党の政権公約集(マニフェストなど)	12.9	11.6	15.4
新聞社のニュースサイト	10.8	4.7	13.3
その他のインターネットサイト	7.6	16.3	6.9
街頭演説・講演会・宣伝カー	7.5	10.5	9.0
政党や候補者のサイト	6.1	9.3	5.7
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)	5.8	12.8	4.0
政党の機関紙	5.2	4.7	7.9
ラジオ番組(政見放送以外)	3.6	4.7	3.6
雑誌	3.1	0.0	2.9
テレビCM	2.9	2.3	3.7
ラジオの政見放送	1.7	0.0	2.3
動画投稿サイト(YouTube、ニコニコ動画など)	1.6	2.3	1.5
ラジオCM	0.6	1.2	0.5
新聞計	72.7	67.4	72.3
テレビ計	48.7	38.4	48.6
ラジオ計	5.0	4.7	5.5
インターネット計	23.2	30.2	23.4

以上