

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
神戸新聞社、山陽新聞社、中国新聞社、西日本新聞社
日刊スポーツ新聞社

新聞読者の参院選投票率は 84.1%

— 「第 25 回参議院議員選挙に関する 18 紙共同調査」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 18 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、日刊スポーツ）は各紙の読者モニターを対象として 7 月、「第 25 回参議院議員選挙に関する共同調査」を実施しました。（2017 年 10 月の衆院選では 15 紙共同で調査を実施しています）

■新聞読者の参院選投票率は 84.1%

7 月 21 日が投票日だった第 25 回参議院議員選挙の投票状況を聞いたところ、有権者の 84.1%が投票したと回答しました。そのうち投票日当日に投票した人は 52.0%、期日前投票をした方は 32.1%となりました。2017 年 10 月の衆議院選挙の調査時（投票した・計：86.8%）と比べて 3 ポイント程度低下しましたが、総務省が発表した実際の投票率 48.8%と比べると、依然新聞読者の投票率は高く、選挙に関心のある人が非常に多いことが伺えます。

■半数近くが投票日前 1 週間以内に候補者を決定

投票先決定時期について聞いたところ、有権者の約 8 割が投票日前までに政党と候補者を決定していると回答しました。政党を決定したタイミングについては「選挙公示日より前」が 32.0%で最も高く、選挙前から支持する政党を決めている人が多かったことがわかります。候補者でみると「投票日 1 週間前～2 日前」が 25.2%と最も高く、投票日までの 1 週間以内に候補者を決定している人が多い結果となりました。

また男女別でみると女性よりも男性の方が投票先（政党・候補者）を早めに決める傾向が見られます。年代別でみると年齢が高くなるにつれ、投票先の決定が早くなる傾向にあるようです。

■重視した政策は「年金制度」、「消費増税の是非・使い道の変更」

投票する際に重視した政策や課題のトップは「年金制度」の 44.4%でした。これに「消費増税の是非・使い道の変更」39.0%、「経済政策・景気対策」32.8%、「憲法改正」30.8%が続きます。

「年金制度」は「老後 2000 万円問題」のニュースによる影響からか、前回調査時と比べて 17.7 ポイント上昇しました。一方、前回トップだった「憲法改正」は 13.2 ポイント低下しました。

また年代別でみると、女性 40 代以下の「子育て支援」、男女 60 代では「年金制度」、「原発・エネルギー政策」、「憲法改正」などが全体に比べ高く、複数の政策を重視していることがわかりました。

■最も参考にした情報源は「新聞」、その中でも「新聞記事」がトップ

投票先を決める際に参考にした情報源は「新聞・計」が71.6%で圧倒的な支持を得ました。これに「テレビ・計」44.1%、「インターネット・計」26.0%、「ラジオ・計」3.7%と続きます。「新聞・計」は2017年10月と比べほぼ横ばいだったのに対し、「テレビ・計」が15ポイント以上前回の調査時よりも低い結果となりました。

情報ジャンル別でみると「新聞記事」が68.8%でトップ。大きく離れて「選挙公報」35.4%、「テレビ番組（政見放送以外）」31.1%、「テレビの政見放送」19.5%、「新聞広告」16.6%と続き、新聞からの情報が高く評価されていることがわかります。

※新聞・計:新聞記事/新聞広告いずれか接触

※テレビ・計:テレビ番組(政見放送以外)/テレビ番組の政見放送/テレビCMいずれか接触

※ラジオ・計:ラジオ番組(政見放送以外)/ラジオ番組の政見放送/ラジオCMいずれか接触

※インターネット・計:新聞社ニュースサイト/政党や候補者のサイト/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)

/動画投稿サイト(YouTube、ニコニコ動画など)/その他のインターネットサイトいずれか接触

■インターネットの活用はゆるやかに増加傾向

政党、候補者によるインターネット上での情報発信に接触した人の割合は31.0%と、前回調査の26.6%から微増という結果となりました。その中で「政党や候補者のホームページを見た」が15.4%と最も高く、続いて「政党の動画広告を見かけた」が12.5%、「政党や候補者が登場する動画配信を見た」が9.2%と続きました。また性別でみると男性の方が女性よりも積極的にインターネットから情報を得ていることが伺えます。特に男性29歳以下では約半数がネット上の選挙情報と接触しており、「政党や候補者のホームページを見た」、「政党の動画広告を見かけた」は全体より10ポイント以上上回る結果となりました。

【アンケート概要】

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・タブレット・スマートフォ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: 8,063人

1 パネル約300人×27 パネル

首都圏: 朝日、産経、日本経済、毎日、読売、東京、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、北海道 宮城県:河北新報

新潟県:新潟日報 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、毎日、西日本

回収数(率): 5,537人(68.7%)

実査日: 2019年7月22日～7月27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。

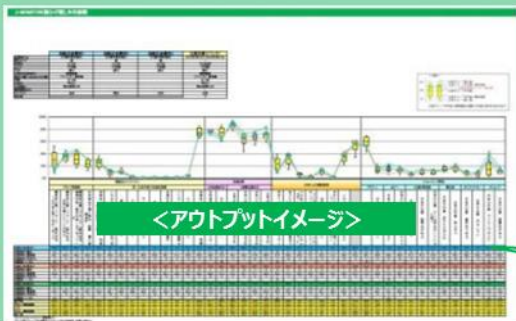
【J-MONITORとは】

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17社18紙※です(※東京新聞と中日新聞は中日新聞社発行)。

J-MONITOR定型調査比較ツールについて



個別定型調査の共通報告書ツール「J-MONITOR定型調査比較ツール」は、当該広告のデータについて、比較グループ(全ピークル平均、自紙平均、当該広告と同じ業種・段数・広告種類での平均値など)のグラフと、視覚的に比較することが可能です。詳細およびご利用の際は、各紙にご相談ください。

グラフのほか、当該広告の比較グループの中での順位、偏差値、有意差判定などの分析も可能です。

＜本件に関するお問い合わせ先: J-MONITOR 連絡協議会広報幹事＞
 産経新聞東京本社 メディア営業局 業務推進部 橋本(03-3275-8656)
 お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。2019年度幹事社は産経新聞社です。

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

<参考資料>

●参院選投票状況（対象：有権者）%

	投票した・計	7月21日（日）の投票 日に行つて投票した	期日前投票をした	投票に行かなかった	選挙権を持っていないかつ	
全体【2019年7月】	5457	84.1	52.0	32.1	15.9	-
全体【2017年10月】	5226	86.8	50.0	36.8	13.2	-

●投票先決定時期 政党（対象：投票者）%

	投票日前決定者・計	7月3日以前（選挙公示 日より前）	7月4日（公示日）から約1週間	7月1日（投票日）1週間前	7月20日（投票日の前 日）	7月21日（投票日当 日）	覚えていない・わからない		
全体	4590	80.8	32.0	16.5	21.9	10.5	15.1	4.0	
性別	男性	2382	82.7	37.1	16.1	19.4	10.1	14.1	3.2
	女性	2208	78.9	26.5	16.9	24.6	10.9	16.2	4.9
年代別	29歳以下	514	68.9	18.5	14.0	20.8	15.6	24.5	6.6
	30代	643	75.3	23.3	16.0	24.0	12.0	19.8	5.0
	40代	898	75.5	25.9	14.7	23.3	11.6	19.8	4.7
	50代	1047	81.9	34.4	17.9	20.3	9.4	14.2	3.8
	60代	1488	89.9	42.3	17.7	21.6	8.3	7.7	2.4

●投票先決定時期 候補者（対象：投票者）%

	投票日前決定者・計	7月3日以前（選挙公示 日より前）	7月4日（公示日）から約1週間	7月1日（投票日）1週間前	7月20日（投票日の前 日）	7月21日（投票日当 日）	覚えていない・わからない		
全体	4590	79.4	21.5	21.0	25.2	11.6	16.5	4.1	
性別	男性	2382	81.0	26.5	21.5	22.0	11.0	15.7	3.4
	女性	2208	77.6	16.2	20.5	28.7	12.3	17.5	4.9
年代別	29歳以下	514	67.5	13.8	14.8	23.3	15.6	24.9	7.6
	30代	643	73.7	16.3	19.9	24.4	13.1	21.0	5.3
	40代	898	74.2	16.3	17.7	27.4	12.8	21.0	4.8
	50代	1047	79.5	22.2	21.6	25.3	10.4	16.8	3.7
	60代	1488	89.0	29.2	25.1	24.8	9.8	8.8	2.2

●重視した政策や課題 (対象：投票者／複数回答) %

	2019年	2017年
	7月 (4,590)	10月 (4,535)
1. 年金制度	44.4	26.7
2. 医療・介護制度	26.0	24.1
3. 教育制度改革	10.9	13.1
4. 子育て支援	19.1	22.0
5. 雇用・労働政策 (働き方改革を含む)	23.7	20.0
6. 原発・エネルギー政策	20.1	35.9
7. 財政再建 (消費税以外の税制、各省庁予算見直し等)	21.9	21.7
8. 消費増税の是非・使い道の変更	39.0	40.8
9. 経済政策・景気対策	32.8	29.3
10. TPPなど経済協定の是非	4.5	5.5
11. 外交・安全保障 (北朝鮮問題)	15.2	33.1
12. 外交・安全保障 (領土・領海問題)	14.6	17.4
13. 外交・安全保障 (沖縄米軍基地問題)	12.9	14.4
14. 外交・安全保障 (安全保障関連法)	17.3	23.3
15. その他の外交・安全保障	9.1	8.8
16. 格差是正	15.2	15.1
17. 地方分権	5.7	4.3
18. 憲法改正	30.8	44.0
19. 選挙制度改革	6.1	6.4
20. 公務員制度改革	6.0	7.3
21. 震災復興、被災地・被災者支援	12.5	12.4
22. 防災対策 (道路、橋脚、トンネル、港湾など老朽化対策も含む)	10.1	9.0
23. 地方創生・人口減少対策	11.8	9.7
24. 女性の活躍推進	11.1	7.9
25. 児童虐待防止	6.9	
26. LGBTQ・SOGI	3.7	
27. 移民・外国人労働者受け入れ	5.7	
28. 与党の国会運営の是非	16.1	18.8
29. その他	5.3	3.4
30. 特に重視したものはない	8.6	8.5

●重視した政策や課題 TOP10×性年代 (対象：投票者／複数回答) %

	年金制度	消費増税の是非・使い道の変更	経済政策・景気対策	憲法改正	医療・介護制度	雇用・労働政策 (働き方改革を含む)	財政再建 (消費税以外の税制、各省庁予算見直し等)	原発・エネルギー政策	子育て支援	外交・安全保障 (安全保障関連法)		
全体	4590	44.4	39.0	32.8	30.8	26.0	23.7	21.9	20.1	19.1	17.3	
性年代別	男性29歳以下	262	29.8	33.2	30.2	32.4	16.0	21.4	18.7	14.5	11.8	20.6
	男性30代	341	33.7	40.2	32.3	25.2	21.1	27.0	22.0	15.0	22.6	18.5
	男性40代	462	33.5	34.6	34.0	23.6	21.9	24.5	21.0	14.9	18.0	13.2
	男性50代	539	47.5	34.5	33.8	27.8	20.6	24.1	22.8	18.4	8.9	16.7
	男性60代	778	57.5	42.2	40.6	40.0	29.4	20.4	30.8	31.9	17.1	26.2
	女性29歳以下	252	30.2	40.5	21.4	33.3	15.5	25.8	15.1	10.3	24.2	7.9
	女性30代	302	37.1	42.1	24.8	25.2	23.8	23.5	16.9	16.2	34.8	10.3
	女性40代	436	34.6	33.0	28.4	24.1	27.1	25.9	17.0	15.1	26.1	11.2
	女性50代	508	45.9	37.6	29.7	30.1	28.7	25.0	20.3	19.7	14.6	15.4
	女性60代	710	58.3	45.9	36.3	35.8	37.0	22.5	22.1	24.6	21.1	20.4

●投票する際に参考にした情報源 (対象：投票者／複数回答) %

	2019年 7月	2017年 10月
	(4,590)	(4,535)
新聞・計	71.6	74.8
テレビ・計	44.1	59.3
ラジオ・計	3.7	5.7
インターネット・計	26.0	26.3
1. 新聞記事	68.8	73.4
2. 新聞広告	16.6	14.4
3. テレビ番組 (政見放送以外)	31.1	50.7
4. テレビの政見放送	19.5	18.8
5. テレビCM	2.2	2.6
6. ラジオ番組 (政見放送以外)	2.4	4.3
7. ラジオの政見放送	1.8	1.7
8. ラジオCM	0.6	0.4
9. 雑誌	1.9	3.7
10. 選挙公報	35.4	32.2
11. 政党の政権公約集 (マニフェストなど)	12.5	15.5
12. 政党の機関紙	5.4	5.2
13. 選挙ポスター・ビラ	14.5	13.0
14. 街頭演説・講演会・宣伝カー	7.3	9.7
15. 新聞社のニュースサイト	10.1	13.4
16. 政党や候補者のサイト	6.1	6.2
17. 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)	9.1	7.1
18. 動画投稿サイト (YouTube、ニコニコ動画など)	3.8	2.4
19. その他のインターネットサイト	7.5	8.1
20. 家族・知人などの話	13.3	12.9
21. 参考にした情報は無い・わからない	4.6	5.2

●政党、候補者によるインターネット上での情報発信への接触 (対象：全員／複数回答) %

		イン ター ネ ット 接 触 ・ 計	ベ ー ジ を 見 た	た 信 の た め の 情 報 の 登 録 を し 受	カ ウ ン ト を 登 録 し た	動 画 配 信 を 見 た	た 政 党 の 動 画 広 告 を 見 か け	は こ の 中 に あ て は ま る も の	
全	体【2019年7月】	5537	31.0	15.4	1.9	3.6	9.2	12.5	69.0
性 ・ 年 代 別	男性29歳以下	378	52.4	26.7	4.2	10.6	18.3	24.1	47.6
	男性30代	413	46.5	27.4	4.4	7.5	15.7	19.6	53.5
	男性40代	555	35.5	17.7	3.1	4.1	8.6	12.8	64.5
	男性50代	612	33.2	19.3	1.8	3.9	8.8	10.5	66.8
	男性60代	850	28.5	14.2	1.4	2.0	10.7	11.1	71.5
	女性29歳以下	359	35.4	15.9	1.7	4.2	8.4	16.4	64.6
	女性30代	400	26.3	12.3	1.0	3.0	5.8	10.5	73.8
	女性40代	541	22.9	10.5	1.5	2.4	4.3	10.4	77.1
	女性50代	621	23.2	9.8	1.6	2.6	7.2	9.8	76.8
女性60代	808	22.8	9.5	0.6	1.2	7.3	8.8	77.2	
全	体【2017年10月】	5305	26.6	14.6	1.4	3.0	6.1	9.9	73.4

以上