

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、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

新聞読者の衆院選投票率は 90.3%

—「第49回 衆議院議員選挙に関する 16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 16 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、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 11月、「第49回 衆議院議員選挙に関する共同調査」を実施しました。（2019年7月の参院選では 18 紙共同で調査を実施しています）

■新聞読者の衆院選投票率は 90.3%

10月31日が投開票日だった第49回衆議院議員選挙の投票状況を聞いたところ、有権者の9割を超える 90.3%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 53.8%、期日前投票をした方は 36.5%となりました。年代別でみると、29歳以下の若年層でも投票率は84.6%に及びます。

2019年7月の参議院選挙の調査時（投票した・計：84.1%）と比べて 6.2ポイントも上昇し、総務省が発表した実際の投票率55.9%と比べても、依然として新聞読者の投票率は高く、選挙・政治に関心のある人が非常に多いことが伺えます。

■政党、候補者の投票先決定は「公示日より前」が最多

投票先決定時期について聞いたところ、有権者の約 8割超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 34.7%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。候補者でみても同様に、「選挙公示日より前」が 28.1%と最も高いことが確認できました。その一方で、政党、候補者とも、公示日から投票日前日の、いわゆる選挙運動期間中に半数前後の有権者が投票先を決めたことを確認しました。

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「新型コロナウイルス対策」、「経済政策・景気対策」

投票する際に重視した政策や課題のトップは、「新型コロナウイルス対策（国民個人）」の 46.7%でした。これに「経済政策・景気対策」41.2%、「医療・介護制度」30.6%、「年金制度」26.5%、「格差是正・貧困対策」25.9%が続きます。

「新型コロナウイルス対策」については、「国民個人」および「企業・事業所」対応を合わせると計47.9%と、半数近くの有権者が注視していたことがわかります。一方、前回トップだった「年金制度」は 17.9 ポイント低下しました。

また、性・年代別でみると、女性29歳以下の「女性の活躍推進」「LGBTQ・SOGI」、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」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 73.5%で圧倒的な支持を得ました。これに「テレビ・計」50.1%、「インターネット・計」28.4%、「ラジオ・計」5.1%と続きます。

情報ジャンル別でみると「新聞記事」が71.2%でトップ。大きく離れて「テレビ番組（政見放送以外）」40.5%、「選挙公報」33.0%、「テレビの政見放送」17.6%、「新聞広告」17.4%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 34.4%と、前回調査の 31.0%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 17.1%と最も高く、続いて「政党の動画広告を見かけた」が 14.5%、「政党や候補者が登場する動画配信を見た」が 8.8%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 歳以下では半数超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」28.1%、「政党の動画広告を見かけた」26.0%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： 7,177 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、日刊スポーツ

近畿圏：朝日、産経、毎日、読売

中京圏：朝日、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)： 5,301 人(73.9%)

実査日： 2021年11月1日～11月7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15社 16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。

＜アウトプットイメージ＞

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＞

河北新報社 東京支社営業部 高橋柊介 (090-1492-2973)

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。2021年度幹事社は河北新報社です。

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

＜転載・引用について＞

■ 転載について

J-MONITOR連絡協議会の承諾無く、コピー・加工することを禁止します。掲載しているデータや情報をテレビ、ラジオでの放送や、ネットメディア、新聞、雑誌・書籍等に利用したい場合、J-MONITOR 連絡協議会 までお問い合わせください。

■ 引用について

以下に該当する際はお断りしています。

- ・ 企業、個人等を誹謗中傷するおそれがある場合
- ・ 公序良俗に反すると判断される場合
- ・ 犯罪的行為に結びつくおそれがある場合
- ・ その他、当会で不適当と判断した場合

■ 著作権について

掲載される文章、写真、イラスト、グラフ、数表 等に関する著作権は、当会に帰属します。

■ 免責事項など

J-MONITOR サイトの各コンテンツの掲載にあたっては、充分注意、確認をしておりますが、その正確性や妥当性等について当会は責任を負いません。当該情報によるいかなる損害についても、J-MONITOR連絡協議会は責任を負いません。

<参考資料>

●衆院選投票状況（対象：有権者）%

	全体	投票した・計	10月31日(日)の投票日に行って投票した	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かった
全体【2021年11月】	5,226	90.3	53.8	36.5	9.7	-
全体【2019年7月】	5,457	84.1	52.0	32.1	15.9	-

●衆院選投票状況（対象：有権者）%

	全体	投票した・計	10月31日(日)の投票日に行って投票した	期日前投票をした	投票に行かなかった	
全体	5,226	90.3	53.8	36.5	9.7	
年代別	29歳以下	651	84.6	53.3	31.3	15.4
	30代	568	85.6	51.9	33.6	14.4
	40代	1,071	89.3	55.8	33.4	10.7
	50代	1,225	90.0	56.0	34.0	10.0
	60代	1,711	95.0	51.8	43.2	5.0

●投票先決定時期 **政党** (対象:投票者) %

			投票前決定者・計	10月18日以前(選挙公示日より前)	10月19日～10月23日まで(公示日から最初の土曜日までの間)	10月24日～10月29日まで(投票日1週間前～2日前)	10月30日(投票日の前日)	10月31日(投票日当日)	覚えていない・わからない
全体		4,721	83.2	34.7	13.7	24.1	10.8	13.4	3.4
性別	男性	2,357	84.0	39.0	14.1	21.6	9.3	12.8	3.2
	女性	2,364	82.5	30.3	13.3	26.6	12.2	14.0	3.6
	29歳以下	551	74.4	17.8	13.1	26.9	16.7	20.7	4.9
	30代	486	78.0	24.3	13.4	24.1	16.3	18.7	3.3
	40代	956	78.9	29.7	12.3	26.2	10.7	18.1	3.0
	50代	1,102	82.3	34.9	13.1	23.0	11.3	13.0	4.7
	60代	1,626	91.0	46.2	15.3	22.7	6.9	6.8	2.2

●投票先決定時期 **候補者** (対象:投票者) %

			投票前決定者・計	10月18日以前(選挙公示日より前)	10月19日～10月23日まで(公示日から最初の土曜日までの間)	10月24日～10月29日まで(投票日1週間前～2日前)	10月30日(投票日の前日)	10月31日(投票日当日)	覚えていない・わからない
全体		4,721	83.5	28.1	18.5	25.9	11.0	13.1	3.4
性別	男性	2,357	83.7	32.4	19.2	22.7	9.4	13.2	3.1
	女性	2,364	83.3	23.8	17.9	29.1	12.6	13.0	3.7
	29歳以下	551	75.0	14.0	16.5	29.4	15.1	20.0	5.1
	30代	486	77.8	18.3	16.9	26.5	16.0	17.7	4.5
	40代	956	79.8	24.7	16.5	26.8	11.8	17.1	3.1
	50代	1,102	82.2	27.0	18.1	25.6	11.5	13.2	4.6
	60代	1,626	91.1	38.4	21.2	24.2	7.3	7.0	1.8

●重視した政策や課題（対象：投票者／複数回答）%

	2021年11月 n=4,721	2019年7月 n=4,590
1 新型コロナウイルス対策(国民個人)	46.7	
2 経済政策・景気対策	41.2	32.8
3 医療・介護制度	30.6	26.0
4 年金制度	26.5	44.4
5 格差是正・貧困対策	25.9	15.2
6 原発・エネルギー政策	25.4	20.1
7 雇用・労働政策(働き方改革を含む)	25.1	23.7
8 財政再建(消費税以外の税制、各省庁予算見直し等)	24.4	21.9
9 消費増税の是非・使い道の変更	23.5	39.0
10 子育て支援・子づくり支援・不妊治療支援	21.7	19.1
11 与党の国会運営の是非	19.7	16.1
12 新型コロナウイルス対策(企業・事業所)	17.5	
13 外交・安全保障(安全保障関連法)	16.2	17.3
14 憲法改正	16.0	30.8
15 外交・安全保障(領土・領海問題)	15.5	14.6
16 女性の活躍推進	13.5	11.1
17 外交・安全保障(北朝鮮問題)	13.3	15.2
18 防災対策(道路、橋脚、トンネル、港湾など老朽化対策も含む)	13.2	10.1
19 震災復興、被災地・被災者支援	12.6	12.5
20 教育制度改革	12.1	10.9
21 地方創生・人口減少対策	11.4	11.8
22 外交・安全保障(沖縄米軍基地問題)	10.2	12.9
23 デジタル・IT 推進政策	9.6	
24 特に重視したものはない	8.7	8.6
25 その他の外交・安全保障	8.4	9.1
26 LGBTQ・SOGI	8.0	3.7
27 児童虐待防止	7.5	6.9
28 選挙制度改革	7.2	6.1
29 その他	6.8	5.3
30 公務員制度改革	6.3	6.0
31 地方分権	6.2	5.7
32 移民・外国人労働者受け入れ	5.1	5.7
33 TPP など経済協定の是非	4.4	4.5

● 重視した政策や課題（一部抜粋）性年代（対象：投票者／複数回答）%

		全体	新型コロナウイルス対策(国民個人)	経済政策・景気対策	医療・介護制度	年金制度	格差是正・貧困対策	原発・エネルギー政策	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)	消費増税の是非・使い道の変更	子育て支援・子づくり支援・不妊治療支援	与党の国会運営の是非	新型コロナウイルス対策(企業・事業所)	女性の活躍推進	デジタル・ソシ推進政策	LGBTQ・SOGI
全体		4,721	46.7	41.2	30.6	26.5	25.9	25.4	25.1	24.4	23.5	21.7	19.7	17.5	13.5	9.6	8.0
性・年代別	男性 29 歳以下	269	42.8	42.4	16.7	13.0	20.8	20.1	23.0	21.2	24.2	15.6	13.0	20.8	7.8	14.9	12.3
	男性 30 代	246	38.6	42.3	22.4	25.2	23.6	22.0	30.5	22.8	21.5	24.0	17.1	17.9	7.7	14.6	8.1
	男性 40 代	470	42.1	43.0	22.1	23.2	21.7	21.7	25.1	21.5	20.0	21.5	23.0	21.1	4.7	10.0	4.3
	男性 50 代	541	46.0	44.5	24.8	26.1	24.6	24.0	23.1	22.2	25.0	14.6	22.9	21.4	6.1	11.8	5.5
	男性 60 代	831	49.1	48.4	32.6	36.5	31.4	37.5	23.3	31.4	24.4	16.8	32.6	13.2	12.4	10.8	6.6
	女性 29 歳以下	282	43.3	31.6	22.7	13.1	19.9	14.2	27.3	15.2	28.7	29.4	5.3	19.1	24.5	6.7	20.6
	女性 30 代	240	43.3	30.4	28.8	17.9	22.1	14.2	26.3	18.8	17.5	37.9	8.3	16.3	21.3	3.3	11.3
	女性 40 代	486	43.6	35.0	31.5	21.2	24.9	19.8	26.3	23.5	24.1	33.7	12.6	20.0	16.9	4.7	7.0
	女性 50 代	561	47.6	38.5	34.9	24.6	23.4	22.3	25.7	23.2	21.9	15.0	11.6	16.0	15.2	8.2	8.6
女性 60 代	795	54.8	42.1	44.4	35.1	31.4	31.8	25.0	28.4	24.5	22.6	23.9	15.3	19.0	9.9	6.7	

● 投票する際に参考にした情報源（対象：投票者／複数回答） %

		2021年11月 n=4,721	2019年7月 n=4,590
新聞・計		73.5	71.6
テレビ・計		50.1	44.1
ラジオ・計		5.1	3.7
インターネット・計		28.4	26.0
1	新聞記事	71.2	68.8
2	テレビ番組(政見放送以外)	40.5	31.1
3	選挙公報	33.0	35.4
4	テレビの政見放送	17.6	19.5
5	新聞広告	17.4	16.6
6	政党の政権公約集(マニフェストなど)	14.7	12.5
7	選挙ポスター・ビラ	14.6	14.5
8	家族・知人などの話	12.8	13.3
9	新聞社のニュースサイト	11.6	10.1
10	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)	9.7	9.1
11	その他のインターネットサイト	8.9	7.5
12	街頭演説・講演会・宣伝カー	8.1	7.3
13	政党や候補者のサイト	6.8	6.1
14	政党の機関紙	5.8	5.4
15	参考にした情報はない・わからない	4.5	4.6
16	ラジオ番組(政見放送以外)	3.9	2.4
17	動画投稿サイト(YouTube、ニコニコ動画など)	3.2	3.8
18	テレビ CM	2.8	2.2
19	雑誌	2.2	1.9
20	ラジオの政見放送	1.6	1.8
21	ラジオ CM	0.6	0.6

● 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） %

		全体	ネット接触・計	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	政党や候補者が登場する動画配信を見た	政党や候補者のSNSアカウントを登録した	政党や候補者のメール受信のための情報登録をした	「中にはあてはまるものはない」
全体		5,301	34.4	17.1	14.5	8.8	3.8	2.3	65.6
性・年代別	男性 29 歳以下	342	55.0	28.1	26.0	15.2	9.9	4.1	45.0
	男性 30 代	279	47.0	27.6	18.3	12.9	8.2	6.5	53.0
	男性 40 代	512	39.1	22.1	14.1	9.6	4.9	3.7	60.9
	男性 50 代	599	35.4	20.0	15.2	7.7	3.5	1.8	64.6
	男性 60 代	857	33.3	16.8	13.3	10.2	2.5	1.9	66.7
	女性 29 歳以下	375	44.0	22.4	18.1	8.8	6.4	2.9	56.0
	女性 30 代	292	30.1	14.7	15.1	2.7	2.7	1.0	69.9
	女性 40 代	561	29.4	14.1	12.5	5.3	3.0	1.4	70.6
	女性 50 代	627	26.6	10.5	12.8	7.5	2.2	1.0	73.4
女性 60 代	857	25.8	10.2	10.4	9.5	1.8	1.9	74.2	

以上