

新聞の地域別普及率と国政選挙における政党得票率の分析 Newspapers' Market Shares and Results of National Elections in Japan

金子 智樹¹，細貝 亮²
Tomoki KANEKO and Ryo HOSOGAI

¹ 東京大学大学院法学政治学研究科 Graduate Schools for Law and Politics at the University of Tokyo

² 株式会社世論総合研究所 Public Opinion Research Institute Corporation

要旨・・・一般に、読売新聞、日本経済新聞、産経新聞の読者は右寄り、朝日新聞と毎日新聞の読者は左寄りと言われることがあるが、日本の有権者には、どの新聞を読んでいるかによって国政選挙の投票先にも違いが見られるのだろうか。また、そういった関係は近年拡大傾向にあるのだろうか。この問いに取り組むため、本稿では地域別新聞普及率と衆議院選挙の投票先政党に関する独自のデータセットを構築・分析した。その結果、日本経済新聞と産経新聞の普及率と自民党得票率の間に正の相関が、朝日新聞の普及率と自民党得票率の間に負の相関が存在すること、それらの関係は時系列的に変化しているが必ずしも各紙購読者層間の分極化が拡大しているとは言えないこと、特に産経新聞購読と自民党投票の間に固有の関連が認められること、などが分かった。

キーワード マスメディア、新聞、政治コミュニケーション、選挙、世論

1. 問題意識

日本は世界有数の新聞大国であり¹、政治的な情報を有権者に伝達させるマスメディアとして、新聞は今なお重要であると言って良い。確かに新聞部数自体は減少傾向にあり、インターネットの発達に伴ってウェブ経由での情報接触も盛んになっているのは事実である。しかし、例えばインターネットのポータルサイトに掲載される政治記事の多くが既存のマスメディアが配信しているものであることを考えると、政党や政治家に対する密な取材や有益な問題提起を行うことができる媒体として、新聞の存在感は大きい。

一方、近年では有権者のマスメディア不信と絡める形で、各新聞社の論調の「偏り」が指摘・批判されることも増えている。またマスメディアの分極化が進む米国同様、日本の新聞社も論調がブロック化していると考えられている。そうだとすれば、日本の有権者の政治意識や投票行動も、普段読んでいる新聞の差異によって特徴付けられているのかもしれない。

しかし、日本の政治コミュニケーション分野において、有権者の購読新聞と投票行動を真正面から分析した先行研究は意外にも少ないのが実情である。また後述するように、一般的に用いられている有権者調査のデータを分析しただけでは得られる知見に限界があるという課題も存在すると思われる。

そこで本稿では、地域別の新聞普及率という独自のデータを収集した上で、国政選挙の結果とマージしたデータセットを構築し、両者の関係を分析することにした。「読んでいる新聞によって投票先選択がどのように異なるのか」というテーマは、政治学やマス・コミュニケーションの研究者のみならず、一般社会の関心も高いと考えられる。

2. 論点と本稿の仮説

日本の大手全国紙（読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、日本経済新聞、産経新聞）の論調に差異がある、という主張自体は目新しいものではない。もちろん、日本の新聞社の多くは不偏不党性や政治的中立性を建前としているのだが、読売新聞、日本経済新聞、産経新聞は右寄り、朝日新聞や毎日新聞は左寄り、というイメージは一般的なものである（谷口 2015）。各新聞の

¹ 日本新聞協会が2016年に行った調査の結果（<http://www.pressnet.or.jp/data/circulation/circulation01.php> 2017年9月30日最終アクセス）によれば、1世帯当たりの新聞部数は0.78である。2000年時点では1.13であったことを踏まえると、日本人の新聞離れは確かに重要な論点であるのだが、ニュース媒体としての新聞を研究する意義は当面は失われまいであろう。

論調を比較分析する先行研究は古くから蓄積されており²、近年ではTPP参加の是非³や安倍政権の集団的自衛権行使容認閣議決定といったテーマを巡って、新聞間の論調の違いに注目が集まっている。特に、朝日新聞の従軍慰安婦報道に関する問題などに関連させる形で、右寄りとされる新聞やその読者からの朝日新聞や毎日新聞への批判が見受けられるところである。

それでは日本の有権者は、どの新聞を読んでいるかによって政治意識や投票行動が（他の新聞読者と比べて）異なっているのだろうか。このリサーチクエスションは基本的なもののようにも思われるのだが、日本の政治コミュニケーション分野において購読新聞の差異に注目した先行研究は実はそれほど多くない。全国紙の議題設定効果を分析した竹下（2008）、2005年衆院選時の各新聞の刺客報道と有権者の政治意識を分析した稲増・池田（2007）⁴、1993年衆院選時の新党への投票行動と新聞の関係を分析した白崎（2013）、新聞定期購読者層の左右イデオロギーを比較した谷口（2015）などの例はあるが、「××新聞を読んでいるひとは〇〇党に投票する傾向がある」というテーマを主たる関心とする研究は乏しいのである。

筆者はその1つ目の理由として、近年の研究関心がマスメディア接触の効果の検証に集まっていることで、日常的に接触しているマスメディアと有権者の投票行動をシンプルに比較することの意義が看過されていることがあるのではないかと考える。もちろん、「強力効果論→限定効果論→新効果論」というマス・コミュニケーション研究の潮流の中で、マスメディアの単純な説得効果ではなく、フレーミング効果やプライミング効果といった新たな影響力の考察が重要になっていることに異論は無い。また、自分のイデオロギーや政策選好に沿ったマスメディアに接触するという「選択的接触」も存在する⁵。しかし、日本の全国紙の存在感を踏まえれば、新聞購読と投票行動の関連性をまず指摘しておくことには意義が認められるだろう。

2つ目の理由として、有権者調査データの分析における限界が指摘できる。一般的に有権者の政治意識とマスメディア接触を分析する際には、有権者調査における回答を用いるのが普通である。例えば、図1は2012年衆院選時に実施された東京大学谷口研究室・朝日新聞共同有権者調査のデータを用いて、定期購読している新聞別に比例区の自民党投票者比率をまとめたものである⁶。図1からは、産経新聞、読売新聞、日本経済新聞、毎日新聞、朝日新聞の順に、その新聞を定期購読している人ほど自民党への投票可能性が高いことが読み取れる。しかし有権者調査に内在する課題として、調査への回答者⁷が有権者全体を代表しているわけではない、という点が存在する。調査に回答する対象者は政治関心が高い人が多い。換言すれば、図1から推測される購読新聞間の投票行動の差異ほどは、実際の各新聞の読者間の投票行動のバリエーションは大きくない可能性がある。また、一般に有権者調査はパネル調査であっても長いスパンで回答者を追跡することは困難であるため、マスメディア接触パターンの変化を分析することが難しいという課題もある。

図1 有権者調査における定期購読新聞ごとの自民党投票者比率（2012年衆院選・比例区）



そこで筆者は、有権者調査というマイクロデータではなく、各地域の新聞普及率と選挙結果というマクロな集計データをマージして分析する、という着想に至った。全国の地域別新聞普及率データを用いることで、言わば日本の有権者全員の購読新聞と投票行動の関係を分析することが可能になる。またこれらのデータは各年のものを入手できるので、時系列的な変化を考察することも可能になる。本稿ではこれらの利点を踏まえ、衆議院選挙の選挙結果と各紙の購読状況を分析することにしよう。

データの説明は次章に譲り、ここでは本稿の仮説を提示しておきたい。まず、本稿執筆時点で直近の衆議院選挙である2014年衆院選の比例区投票先と購読新聞の関係が、図1で示したような有権者調査の分析結果や一般的な理解とどの程度沿っている

² 例えば、半谷（1964）など。

³ TPP問題では全国紙が一枚岩だった（藤田 2013）という面もあり、必ずしも全国紙間で論調が分かるとは限らない。

⁴ ただし、そこでは投票行動との有意な関連性は見られなかった。

⁵ アメリカの政治的分極化と選択的接触に関する先行研究として、Iyengar & Hahn (2009)、Stroud (2010) などがある。

⁶ データとコードブックは、同調査の公式ウェブサイト (<http://www.masaki.j.u-tokyo.ac.jp/utas/utasindex.html>) からダウンロードした（2017年9月10日最終アクセス）。

⁷ なお、同調査の有効回答率は63.3%であった。

かを検証するため、以下の仮説を設定する。

仮説① 2014年衆院選において、産経新聞、読売新聞、日本経済新聞の普及率が高い地域ほど、比例区の自民党得票率が高い。他方で、朝日新聞や毎日新聞の普及率が高い地域ほど、比例区の自民党得票率は低い。

次に、もし仮説①のような状況が確認されたとして、そういった傾向は時系列的にどのように変化しているのかを考察する。先述したように、例えば集団的自衛権や共謀罪法案に対する各紙の論調が割れていることを踏まえると、購読新聞ごとの自民党投票可能性の差異は拡大している可能性があるだろう。共和党支持者がFOXニュース、民主党支持者がCNNやMSNBCを視聴する傾向にあるという米国のように、日本でも接触メディアによる有権者の分極化は生じているのだろうか。そこで、以下の仮説を設定することにした。

仮説② 各全国紙の普及率と自民党得票率の相関の差異は、2000年から2014年にかけて拡大した。

また、各地域において、新聞普及率と自民党得票率の間に独自の相関がどの程度認められるかも検証することにした。 「××新聞を読んでいる人は元から自民党を支持する傾向にあった」といった要因が存在する場合、各年の選挙を個別に分析して自民党得票率との相関が析出されても、購読新聞の効果を主張することは難しい。もちろん本稿の基本的な関心は現在の各紙の普及率と自民党得票率の間の単純な相関関係を提示することにある（仮説①）のだが、購読新聞の変化と自民党得票率の変化の関係を分析することも有益であろう。そこで以下の仮説も検証する。

仮説③ 各地域に固有の時不変の要因をコントロールしても、仮説①と同様の各紙普及率と自民党得票率の関係が（部分的にであれ）存在する。

なお、以上のいずれの仮説においても、「購読新聞の変化→投票先政党の変化」という方向の因果関係を主張しているわけではない点には留意されたい。「有権者の党派性や政策選好が変化したことによって新聞購読パターンも変えた」という可能性も十分想定できる。この点は両変数の変動を考察する仮説③においても同様である。本稿の分析の射程には因果の向きは含まれておらず、あくまで新聞購読と投票先選択の相関の存在やその程度を考察することがリサーチクエストである。

3. データの説明

本稿の分析では、地域別の各全国紙の普及率をデータ化するため⁸、日本ABC協会が継続的に発行している『新聞発行人レポート 市郡別』⁹を利用する。同資料には、各都道府県の市、区、郡ごとの新聞部数が掲載されている¹⁰。その部数を同年の世帯数¹¹で割ることにより、地域別の各新聞の普及率を算出した。ただし、沖縄県に関しては全国紙がほとんど購読されていないため分析から除外される。その上で、北海道の振興局内の郡や東京都の島嶼を覗いた1260の地域（市、区、郡）が分析単位となる。

考察の対象とする投票行動は、2000年～2014年の6回の衆院選比例区における各地域の政党別得票率である。主に自民党の得票率を分析するが、他政党の得票率も適宜検討することにした。

本章での計量分析に入る前に、各紙の普及率の分布を確認しておこう。図2は2014年のデータに関して、X軸に各地域の都市度（人口密度を対数変換したもの）、Y軸に各紙の普及率をプロットしたものである。図2からは、読売新聞は都市度に関係なく各地域に普及していること、朝日新聞と毎日新聞は都市部の方が普及率が高い傾向にあること、日本経済新聞は普及率自体は大手紙に比べて低いものの大都市で広く読まれていること、産経新聞は全体的には普及率はあまり高くないこと¹²、などが読み取れる。一口に全国紙と言っても、地域ごとに普及率には大きなバリエーションが見出されるのである。

⁸ なお本稿で分析対象とするのは全国紙5紙であり、各都道府県の地方紙は含まれていない。ただし、地方紙の論調に関しても近年注目が集まっており（農山漁村文化協会編2017、金子2017）、今後の研究で分析対象としたい。

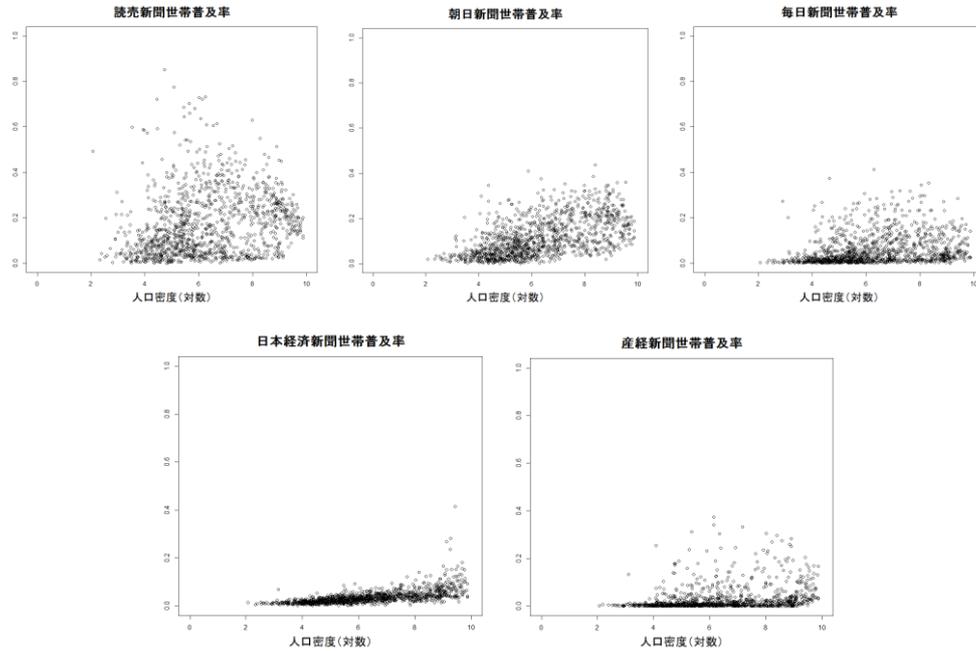
⁹ なお、日本ABC協会の発行部数データの信頼性については疑問が呈されることがある。すなわち、各新聞社は自社の発行部数を水増しするために販売店に過剰な部数の新聞を買い取らせる「押し紙」行為を行っており、同協会のレポートもこれを反映している、というものである。筆者もある程度の「押し紙」行為の存在は否定しないが、それらの行為が衆院選の投票行動と関係しているとは考える合理的な理由は無く、同資料は学術研究に資する有益なデータだと考える。なお、押し紙行為に関しては清水（1978）、黒藪（2017）などで論じられている。

¹⁰ ただし、都道府県や市区郡によっては、一部の新聞の部数データが欠落している場合がある。こういったケースでは同地域のその新聞のデータは欠損値として取り扱う。なお市区町村の合併を考慮してパネルデータを作成する都合上、過去に遡るに従ってデータを利用できる市区郡は少なくなっている。また、極端な外れ値の処理を適宜行った。

¹¹ 地域別の世帯数は、総務省が毎年行っている「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」における日本人世帯数のデータを用いている。高齢化率や人口密度の算出においても同資料を利用した。

¹² 産経新聞は特に近畿圏で普及率が高いものの、北海道や九州南部では非常に普及率が低いなど、地域ごとの差異が大きい。

図2 都市度と各新聞の世帯普及率 (2014年)



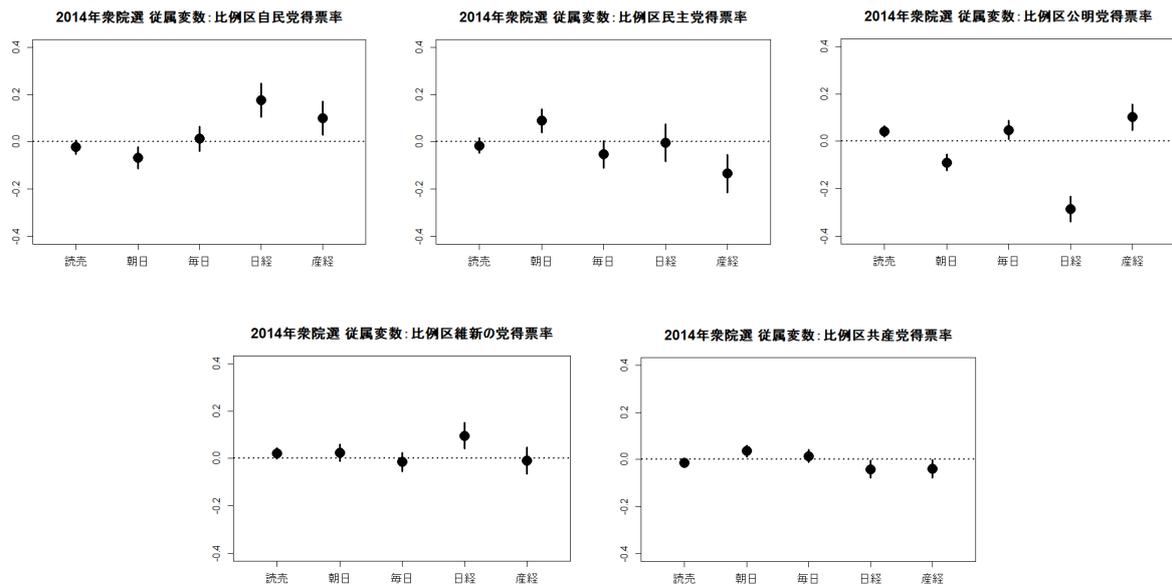
4. 計量分析

(1) 仮説①の分析 2014年衆院選の各紙普及率と政党別得票率

まず本節では仮説①の分析に取り組む。現在の日本において、全国紙の普及率と国政選挙の結果（特に自民党得票率）に有意な関係は見出だせるのだろうか。

具体的には、地域ごとの衆院選比例区の各政党得票率を従属変数、独立変数を各全国紙普及率とする重回帰分析を行う。ただし、新聞の普及状況は都道府県ごとの多様性¹³があると考えられるため、都道府県の固定効果を投入する。また、都市度（人口密度の対数）、世帯数（対数）、高齢化率といった諸変数もコントロールする。主要な結果は図3（各新聞普及率の係数の点推定値と95%信頼区間をプロットしたもの）に示した。

図3 各新聞の普及率と政党別得票率 (2014年衆院選比例区)



¹³ このため、日本のメディアシステムは「分『県』的」と表現されることがある（逢坂2006）

結果を確認しよう。まず自民党得票率に関しては、日本経済新聞や産経新聞の普及率が高い地域ほど統計的に有意に高いことが分かった。逆に朝日新聞の普及率とは有意な負の相関が認められる。例えば産経新聞については、普及率が1%高くなると、自民党得票率は0.1%高くなる計算である。他方で毎日新聞に関しては係数は統計的に有意ではなく、読売新聞も同様であった。読売新聞の普及率と自民党得票率に正の相関が無い、という点は興味深い。すなわち、仮説①は部分的に支持された、と解釈すべきであろう。

他の政党についても確認しておこう。民主党に関しては自民党と逆に、朝日新聞普及率が高い地域ほど得票率が高く、産経新聞普及率とは負の関係にある。公明党については日本経済新聞と強い負の相関が存在する点が特徴的である¹⁴。また維新の党は新自由主義的政策を掲げているため、日本経済新聞の普及率と得票率が正相関していることは納得できる。共産党に関しては、全国紙の購読と投票行動の間に目立った関係は見出せない。

(2) 仮説②の分析 2000年～2014年の自民党得票率と新聞普及率：分極化は進展しているのか？

次に、前節で見たような各紙普及率と自民党得票率の関係が時系列的にどのように変化してきたのかを確認する。図4は、前節と同様に各年の衆院選時のデータを用いて行った重回帰分析の推定結果である。

図4 各新聞の普及率と自民党得票率（2000年～2014年衆院選比例区）

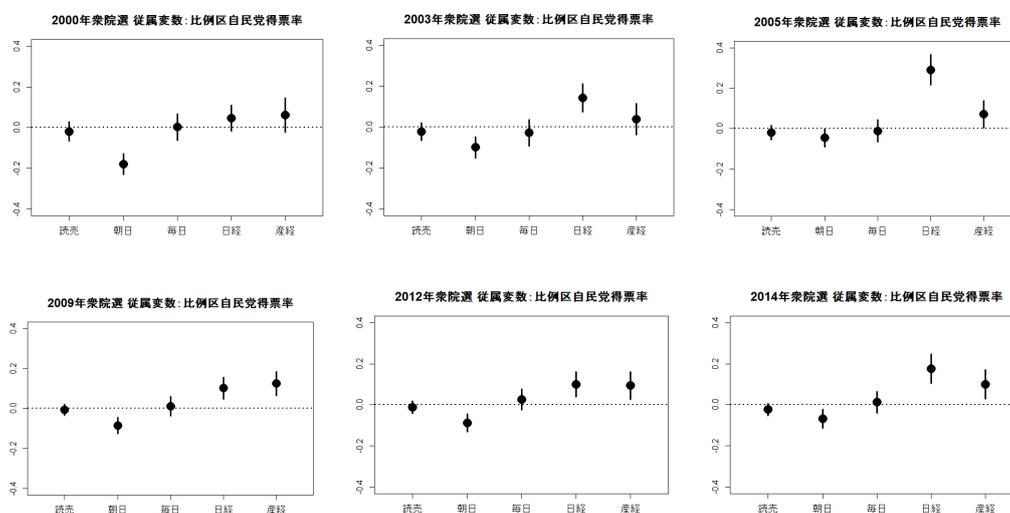


図4からは、2000年時に高かった朝日新聞普及率と自民党得票率の負の相関は近年では小さくなっていること、日本経済新聞や産経新聞の普及率と自民党得票率の正の相関が明確になってきていることが分かる。全体的には、日本の全国紙読者の政治的分極化が進展しているとは言えず、2000年時点の構造は全体的には継続していると解釈すべきであろう。また郵政民営化が争点になった2005年衆院選¹⁵やアベノミクスの是非が問われた2014年衆院選では特に日本経済新聞読者が多い地域ほど自民党得票率が高かったことから分かるように、選挙ごとの政治的状況の影響も大きいと言える。

(3) 仮説③の分析 2000年～2014年の自民党得票率のパネルデータ分析

最後に、前節で用いた2000年以降のデータをマージしてパネルデータ分析を行うことにより、自民党得票率の変動と各紙普及率の変動が固有に相関しているのかどうかを検証しよう。具体的には分析単位の各市区郡の固定効果を投入した重回帰分析を行うことで、その地域において時期ごとに変化しない要因の影響を排除する。また、時期×比例ブロックの固定効果も投入する。分析結果は図5に示した。

分析結果より、産経新聞に関しては、各地域に元から存在する党派性などの要因を完全に統制しても、「15年間で普及率が高くなった／低くなった地域ほど、自民党得票率も高くなった／低くなった」という有意な関係が存在することが分かった。他方で読売新聞については、地域間の多様性を統制してしまうと、普及率（の変化）は自民党得票率とむしろ負の関係にある。「読売新聞を読むことで保守的になる」といった（ありふれた）主張は誤っている可能性が高いのではないだろうか。

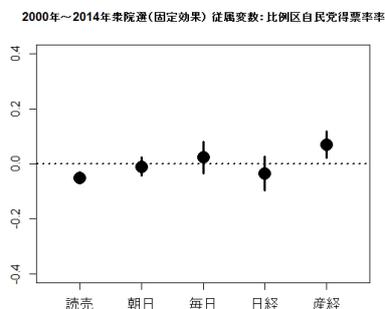
もちろん、産経新聞に関する上記の知見は、「産経新聞に接触したことで保守的になる」といった因果効果を意味するわけ

¹⁴ 日本経済新聞購読層の経済的地位と公明党の主張する再配分政策のズレが要因として考えられる。

¹⁵ なお、同時期の日本経済新聞の社説は、郵政民営化を明確に支持するものであった。

ではない。自民党を支持するようになった人が産経新聞の購読を始めた、という現象や、自民党に愛想を尽かした人が産経新聞の購読を中止した、という行動も十分考えられる。しかし、産経新聞購読と有権者の投票行動には擬似因果ではない固有の相関が見出だせる、という発見は有意義だと思われる。

図5 各新聞の普及率と自民党得票率のパネルデータ分析



5. 結語

本稿の分析から、日本の各全国紙読者間で投票先政党に明確な違いが存在すること、そういった構造は15年間で変化が見られるものの分極化が進んでいるとは言えないこと、産経新聞を購読すること自体に固有の意味が見出だせること、などが明らかになった。また、読売新聞普及率と自民党得票率の間に正の相関が見られなかった点も興味深い。

本稿は管見の限り初めて、日本におけるマクロな新聞普及状況と選挙結果の関係を計量分析した研究であり、有権者調査データの分析とは異なる視点の知見を提供できたと考える。マクロなデータを用いたことで、もちろん有権者の政治意識を細かく分析することはできない反面、日本の有権者を取り巻くマスメディア環境と選挙結果の一対一の関係を分析することや、長期的な時系列比較を行うことが可能になるメリットは大きいと考えられる。

本稿の分析で残された部分として、「購読新聞の変化→投票行動の変化」という因果効果がどの程度存在するのかを検証できたわけではない点が挙げられる。マクロデータである以上難しいところではあるが、リサーチデザインを工夫することによって対処できる可能性もあり、今後の研究課題としたい。

データの出典

- 1) 総務省「住民基本台帳に基づく人口、人口動態及び世帯数調査」(2000年、2003年、2005年、2009年、2012年、2014年)
- 2) 日本ABC協会「新聞発行社レポート 市郡別」(2000年上半期、2003年上半期、2005年上半期、2009年上半期、2012年上半期、2014年上半期)

参考文献

- 1) 稲増一憲・池田謙一(2007)「マスメディアと小泉の選挙：メディアはコトバを与えたか、関心を高めたか」、池田謙一『政治のリアリティと社会心理：平成小泉政治のダイナミクス』、木鐸社
- 2) 逢坂巖(2006)「テレビ政治の社会学」、星浩・逢坂巖『テレビ政治国会報道からテレビタックルまで』、朝日新聞社
- 3) 金子智樹(2017)「日本の各地域における新聞普及率と選挙結果の関係の分析」2017年度日本選挙学会研究会報告論文
- 4) 黒藪哲哉(2017)『新聞の凋落と「押し紙」』、花伝社
- 5) 清水勝人(1978)『新聞の秘密』、日本評論社
- 6) 白崎護(2013)『メディアとネットワークから見た日本人の投票意識：社会学モデルの復権』、ミネルヴァ書房
- 7) 竹下俊郎(2008)『メディアの議題設定機能：マスコミ効果研究における理論と実証 増補版』、学文社
- 8) 谷口将紀(2015)『政治とマスメディア』、東京大学出版会
- 9) 半谷高雄(1964)「『憲法問題』に対する新聞論調の変遷」『新聞研究』、156,40-45
- 10) 農山漁村文化協会編(2017)『地方紙の眼力：改憲・安全保障・震災復興・原発・TPP・地方創生』、農山漁村文化協会
- 11) 藤田博司(2013)「新聞の立ち位置が問われている：TPP報道で露わになった全国紙と地方紙の乖離」『世界』、844,154-162
- 12) Iyengar, S., & Hahn, K.S.(2009). Red media, blue media: Evidence of ideological selectivity in media use. *Journal of Communication*, 59(1), 19-39.
- 13) Stroud, N.J.(2010). Polarization and partisan selective exposure. *Journal of communication*, 60(3), 556-576.