

2017年10月衆院選挙を新聞報道から分析する

－ 3 極政党・党首の露出度比較を通して

梶 山 卓 司

Analysis of the general election from newspaper reports in October, 2017

-through an exposure degree comparison of the names of 3 pole political
parties, party leaders

Takuji KAJIYAMA

要 旨

2017年9月25日の衆院解散表明から公示、投票（10月22日）までの選挙報道を分析・検証する。選挙前は、「森友・加計問題」や自民党議員の不祥事などで自民劣勢との観測報道が目立ったが、野党の離合集散が影響してか自民・公明の与党陣営が現有勢力を維持する結果となった。一連の推移を、全国紙を中心とする新聞各紙はどう報じたのか。本稿では自民、希望、立憲民主の主要3政党に絞り、各紙選挙報道における3党首の名前や党名の露出度を調査・分析した。

「選挙予測報道が投票行動にもたらす影響を『アナウンスメント効果 (announcement effects)』と総称する⁽¹⁾」が、「定説は確立されていない」⁽²⁾のが現状である。だが、アナウンスメント効果を視野に置きつつ、本論文では予測報道に加えて、主に日々の選挙報道の中で最も目につきやすい見出しと写真を取り上げ、その露出度と選挙結果との関連性を考察する。

キーワード：衆院選、選挙報道、アナウンスメント効果、投票行動

1. はじめに

今回の衆院選報道をさまざまな角度から分析、検証した論文は数多くある。

9月25日、安倍晋三首相の解散表明と同時に、小池百合子・東京都知事が新党「希望の党」（以下、希望と表記）を立ち上げて以降、メディアは今選挙を「安倍自民」と「小池希望」による「2極対決」と位置付け、報道した。本稿でも当初はこの2極に絞って調査・検証を進めた。しかし、10月2日に民進党から分裂した枝野幸男元幹事長を中心とするグループが新党「立憲民主党」（以下、立憲と表記）を結成したことで、メディアは2極に「枝野立憲」を加えた「3極の対決」の報道に変わった。

本稿でも、当初は「安倍・自民」と「小池・希望」の2極で、次いで「枝野・立憲」を加えた3政党・党首のメディア（新聞）露出度を中心に分析、検証した。今選挙を新聞各紙はどう報じたのか、一連の選挙報道が有権者の投票行動に何らかの影響を与えた可能性はあるか、を考察するのが目的である。

新聞離れが進み、選挙報道が有権者に影響を与えたと考える余地は少ないかもしれない。しかし、今選挙では新聞読者の74.8%が新聞報道を参考に投票先を決めたことが、全国の15紙による共同調査で明らかになった⁽³⁾。投票するための情報源として最も活用されたのが新聞であり、次いでテレビ、インターネットだった。

今も新聞報道を投票行動の判断材料にする有権者が多いという調査結果である。

新聞各紙の選挙報道や社説などの論調が有権者の投票行動に影響するかどうかは未知数であるが、それを完全に否定することもできないだろう。そのうえで、本稿では先にも述べたように日々の紙面における見出しと写真の掲載頻度に絞り、選挙結果とどう関連しているかについて考察した。

読者、とくに講読者は新聞を詳細に読まなくても、見出しや写真を目にする機会が多いと考えるからである。それだけでも有権者の投票行動に何らかの影響をもたらしているのではないかと仮説を立てた。その答えを導き出すため、①第1期＝首相の解散表明と「2極の対決」時②第2期＝立憲民主党旗揚げ以

降の「3極の対決」時③第3期＝公示後から投票前日まで一の3期に分けて調査・分析を行った。

2. 「2極、3極の対決」からみる各政党・党首の新聞露出度

比較・検証の対象とした新聞は、朝日・読売・毎日・産経・日経の全国紙5紙と地元紙の神戸新聞の計6紙である。すべて朝刊（公示日の夕刊含む）の関西版紙面を読み比べた。内容は1面から社会面までに取り上げた選挙報道に限り、地域面は除外した。

以下、解散表明時から順を追って見ていく。

2.1 第1期：安倍首相の解散表明から民進分裂まで（9月26日朝刊～10月2日朝刊）

9月25日の安倍首相の解散表明と小池新党の立ち上げ表明を、翌日の各紙朝刊はいずれも1面トップで取り上げた。新聞は「安倍自民」と「小池希望」の動きを紹介する中で、今選挙は「安倍 vs. 小池」という2極の争いになると位置付けた。社説やコラムでは、朝日、毎日が安倍政権による「1強政治」「大義なき解散」と批判した。読売は社説で『解散の大義がない』との野党の批判は筋違いであると朝日、毎日と反対の立場をとり、産経は1面コラムで「未曾有の危機迫り解散決断」と、安倍首相がいうところの「国難突破」の選挙であるとした。

全国紙5紙と神戸の26日の紙面をみると、「安倍・首相・自民」は見出しで43回（写真23枚）、「小池・希望」は見出しで38回（写真19枚）を数え、安倍自民の方が多かった。しかし、翌27日朝刊では「安倍・首相・自民」の見出しが22回（写真9枚）、「小池・希望」の見出しが31回（写真7枚）と、見出しの数は「小池・希望」の方が多くなった。以降、「小池・希望」の露出度の多さは「枝野・立憲」が旗揚げする10月2日まで続き、露出度は見出し、写真とも「小池・希望」が群を抜く。各紙とも同様の紙面展開が続いたのである。（表1参照）

ところが、「小池・希望」による公認候補の選別方針が判明した9月30日からは、各紙とも批判的な記事が目立つようになった。小池希望の存在感が紙面

から急激に薄れていったのである。読売が29日朝刊1面で「小池氏 候補者選別の意向」、3面で「『排除の論理』希望の選別に憶測」などといった記事を掲載すると、各紙の30日朝刊紙面には「排除」「踏み絵」といった見出しが並んだ。

結局のところ、「安倍 vs. 小池」の2極対決となった第1期は、「安倍・首相・自民」は見出し165回、写真74枚、「小池・希望」は見出し299回、写真106枚。それぞれ批判的な記事を含めるとはいえ、「小池・希望」の露出度が見出し、写真とも圧倒的に多い結果となった。

表1：自民党、希望の党の党首・政党名の露出度比較
首相の解散表明から～（2017.9.26～10.2）

	安倍・首相・自民		小池・希望	
	見出し	写真	見出し	写真
朝 日	34	13	55	26
読 売	27	13	47	20
毎 日	30	16	50	15
産 経	24	13	44	12
日 経	22	9	47	13
神 戸	28	10	56	20
計	165	74	299	106

2.2 第2期：立憲民主党の結成から公示前日まで（10月3日朝刊～10月9日朝刊）

新党「立憲」が結成された翌3日の朝刊各紙は、扱いの差こそみられたが、すべて1面で「立憲」立ち上げを伝えた。読売を除く5紙の1面はほとんど立憲を中心とした内容になり、1面から「安倍・自民」の見出し、写真が消えた。

朝日が「立憲民主党 枝野氏ら結成」、読売が「枝野氏 左派系で新党」「民進分裂『立憲民主党』結成表明」、毎日が「枝野氏『立憲民主党』結成」「菅・長妻氏参加表明」と大きく扱うなど、この日を境に、希望に代わって「枝野・立憲」が注目株になった。日経が1面トップで「衆院選3極固まる」の見出しを付けると、各紙も翌日からこれまでの「2極対決」から「3極の争い」へと

切り替えた。以降、「自民・公明」「希望・維新」「立憲・共産・社民」を対比させる紙面展開が続いた。

「小池・希望」に対して厳しい報道がみられるようになったのも、このあたりからである。4日朝刊の各紙をみると、朝日「希望、数合わせ優先」「立憲民主には対立候補」、読売「希望迷走『排除』の末」、毎日「希望、民進系押しのけ」「立憲には刺客」、神戸「希望強硬 立憲民主つぶし」などの見出しが紙面に躍った。

さらに、6日朝刊では朝日が「安倍おろしも」「小池氏 退陣させ連立狙う?」、毎日が「小池氏あいまい戦略」「首相退陣で連立も」、日経が「小池氏、連立に含み」と伝えた。このように小池希望の姿勢を疑問視する内容の記事が目立ち、小池希望の真の狙いは、安倍首相以外の自民グループと連立を組むことではないかなどという憶測記事も出るようになる。安倍自民に代わりうる受け皿として新党「希望」が結成された時の持ち上げぶりとは雲泥の差である。

各紙が「立憲」結成について報道した10月3日から公示前の10月9日までの第2期、選挙に関する記事のうち見出しと写真掲載の回数を比較した。(表2 参照)

表2：自民党、希望の党の党首・政党名の露出度比較
立憲民主党結成から～(2017.10.3～10.9)

	安倍・首相・自民		小池・希望		枝野・立憲	
	見出し	写真	見出し	写真	見出し	写真
朝 日	34	8	38	8	26	2
読 売	24	8	43	9	21	4
毎 日	19	8	33	10	25	11
産 経	23	5	45	11	18	7
日 経	27	4	42	11	14	1
神 戸	26	5	43	9	23	8
計	153	38	244	58	127	33

7日間の朝刊紙面で「安倍・首相・自民」の見出しが登場したのは153回（写真38枚）、「小池・希望」は244回（写真58枚）、「枝野・立憲」は127回（写真33枚）を数えた。この期間中の報道が小池批判に傾いたこともあるが、各紙とも「小池・希望」を圧倒的に多く取り上げたことが分かる。

日付ごとに詳細に見ると、8日朝刊までは「小池・希望」の扱いが最も多かった。だが、9日朝刊では「安倍・自民」の見出しが6紙合わせて31回（写真2枚）となり、「小池・希望」22回（写真1枚）を逆転した。「枝野・立憲」は6回（写真1枚）と地味な扱いであるが、ここから「枝野・立憲」の露出回数が増えていく。

一転して「安倍・自民」の露出度が高くなった背景には、自公与党が「300議席」に迫る勢いという各紙の世論調査結果が、報道する側にも何らかの影響を与えた可能性が考えられる。当初は、希望の誕生で選挙戦への期待感をにじませるような報道だったが、与党優勢が変わらない世論の動向をみて新聞自ら選挙への熱が冷めてしまったのではないだろうか。裏付ける確証はないが、各紙の一連の選挙報道を読み解くと、そんな思いになる。

今回の選挙報道は、各紙とも3極の動きを追うことに集中しすぎたためか、政策論争に関する報道が目立たなかったといえる。各紙紙面の違いとえば、朝日、毎日が連日のように「森友・加計問題」と憲法改正に焦点を当てた報道だったのに対し、読売、産経は安倍首相が主張する憲法改正と消費増税使途変更の是非を争点とする報道を続けた。選挙に対する各紙論調の違いが有権者の投票行動にどう影響したかも興味深い課題である。

2.3 第3期：公示以降、投票前日まで（10月11日朝刊～10月21日朝刊）

選挙公示となると、日本のメディアは不偏不党、公正な報道を貫く。選挙報道の基本だからである。それを前提に公示以降の各紙の選挙報道を比較する。主要政党の扱いなどに関しては、おおむね各紙とも大差はなかったといえる。

ただ、公示から投票前日の10月21日まで（第3期）に各紙が取り上げた各政党、代表名の回数を比較すると（表3参照）、「安倍・首相・自民」が最多で224回（写真51枚）、「小池・希望」が159回（写真44枚）、「枝野・立憲」が77回（写真35枚）

表3：自民党、希望、立憲の党首・政党名の露出度比較
公示後から投票前日まで（2017.10.11～10.21）

	安倍・首相・自民		小池・希望		枝野・立憲	
	見出し	写真	見出し	写真	見出し	写真
朝 日	56	16	30	11	16	9
読 売	35	11	23	11	18	10
毎 日	38	7	21	5	12	6
産 経	34	9	29	8	13	5
日 経	27	4	24	4	10	2
神 戸	34	4	32	5	8	3
計	224	51	159	44	77	35

となった。見出しと写真に関する限り、公示後は一転して「安倍・首相・自民」の露出度が高くなったのである。各党それぞれへの批判的な記事があるとはいえ、特定の政党と党首名が頻繁に見出しに登場すると、有権者の投票行動に多少とも影響を与えた可能性があるのではないかと推察する。

公示後の新聞各紙は「自・公」「希・維」「立・共・社」の3極の争いとして報道してきた。言いかえれば、選挙報道の軸は常に、この3極の枠の中に置かれ、その対比と各党の浮沈ぶりを浮き立たせる報道に終始した側面がある。

そんな中、公示以降、紙面から露出度が少なくなったのが、「小池・希望」である。「3極激突」「3極対決」の見出しは公示後も使われた一方、公示翌日の10日朝刊や公示後初の週末選挙戦を紹介した15日朝刊では安倍と小池の2党首の写真を他党首より大きく扱った新聞が多かった。だが、このあたりから「小池・希望」の露出度が落ちていく。公示後の「小池・希望」の露出度が激減したことを表3が示している。

露出度の低下は、支持率が下がった世論調査の結果と関連する可能性もあるだろう。各紙の紙面からは、希望の凋落ぶりを伝える記事や論調が目立ち、代わって「枝野・立憲」の見出し、写真が目立つようになった。公示直前に結成されたとはいえ、16日以降は各紙面の中で「小池・希望」と並ぶ露出度を見せるようになっていた。

「枝野・立憲」の露出度は、6紙全体では「安倍・自民」「小池・希望」より落ちるものの、とくに終盤になって見出しや写真で取り上げられる回数が増えた。最終的に「枝野・立憲」が希望を抜き、野党第1党になったが、これについても3極の浮沈と合わせた露出度の増減が、有権者の投票行動に影響を与えた可能性は否定できないだろう。

2.4 紙面内容の比較

今選挙における各紙の報道内容についても比較・検証しておきたい。

6紙共通していたのは「安倍政権5年の審判」、すなわち安倍政権の信任投票という見方だった。一方、取り上げた方が違ったのは、今選挙で有権者に何を問うか、という争点であった。

安倍首相は解散総選挙の大義として「国難」と位置付けて対北朝鮮政策の強化を訴え、2年後実施予定の消費増税の使途変更を挙げた。この二つの争点を、そのまま今選挙の争点として報道したのは、読売と産経である。朝日と毎日、神戸は憲法改正、増税、原発問題に加えて「森友・加計問題」を連日のように争点に取り上げた。日経は経済政策と財政健全化、社会保障政策だった。

さらに、産経は13日朝刊1面で「左傾の源は憲法学」「『護憲一辺倒』信仰のごとく」との見出しを掲げ、連載「戦後72年弁護士会」を始めた。戦後弁護士会の活動を通して護憲派を批判する内容である。13日といえば、まだ選挙戦真最中である。メディアは特定政党に偏らない選挙報道を心掛けるものであるが、産経はむしろ堂々とこの種の報道を展開した。近年、社説などで各紙論調の違いが際立つようになってきているが、一般記事でもこの傾向が表れてきたといえる。

見出しの扱い一つとっても、次のような傾向がみられる。

12日朝刊の各紙はいずれも、自公で現有議席に近い300議席を確保する可能性が高いとする世論調査結果（序盤情勢）を掲載した。6紙ともほぼ同じような予測議席数となり、朝日以外の5紙は「自民 単独過半数の勢い」（読売）、「自公300議席超の勢い」（毎日）などと調査結果を大きく扱った。朝日はこの日「自民堅調 希望伸びず」と具体的な数字を見出しに取らなかったが、14、15日朝刊では見出しでも取りあげた。この時間差の背景を推し測ると、結果分析をよ

り慎重にとの意向が働いた要因が大きいのだろう。合わせて、解散表明前後の安倍自民の急落ぶりから与党優勢に変わったことへの意外性も少なからず左右したのではないか、と考える。

序盤情勢を受けての続報の形で、読売は翌13日朝刊で「自公 引き締め図る」「さらに上積みへ失言警戒」などの見出しで自公幹部の発言を紹介した。朝日、神戸も同様の記事を掲載した。自民優勢の調査結果を受け、「どうせ強いなら自民に投票しない」という有権者の投票行動への影響を警戒する自民の思いをそのまま読者に伝えた記事である。これをみると、メディアが世論調査結果に基づいた情勢予測記事を掲載しながら、自らそのアナウンスメント効果を打ち消すような報道をしているようにも映る。こうした報道が最近よく見受けられる。

3. 世論調査報道と分析

次に、選挙報道には付き物の情勢分析報道を取り上げる。

選挙となると、新聞各紙は情勢分析を行うために大規模な世論調査を実施し、調査結果を選挙戦の序盤から終盤にかけて報道する。今選挙で、その世論調査結果がどう報道されたかについてみる。

3.1 序盤情勢

各紙とも公示翌日の10月12日朝刊で世論調査結果を序盤情勢として取り上げた。先に述べたように、朝日は「情勢調査概況」として「自民堅調 希望伸びず」「立憲民主に勢い」との見出しで本記のみ紹介し、詳報は14、15日朝刊で伝えた。これに対し、読売、毎日、産経、日経、神戸（共同調査）はいずれも、自公で300議席をうかがう、ないし超えるかとの調査結果を大きな見出しで詳しく報道した。序盤の自民優勢の傾向は終盤に入っても変わらず、そのままほぼ世論調査通りの開票結果になった。

序盤情勢の報道内容と開票結果が異なったのは、希望と立憲の予想獲得議席数である。希望について、各紙は最終議席予測ラインを「60」に設定（日経は70）し、立憲は「30～40」と現有勢力の2倍前後とみた。ところが、最終的

には立憲55、希望50となった。当初は各紙とも希望が野党第1党になると予測したが、その座は立憲が奪い、各紙とも序盤では読み切れなかったのである。野党支持の有権者は、この段階では希望の方に期待していたのだろう。

注目するのは、安倍内閣の支持率である。序盤を見る限り、朝日では安倍内閣を「評価する」43%、「評価しない」41%で、評価の方が少し上回った。日経は「支持しない」が48%で、「支持する」37%を引き離した。読売も「支持しない」48%で、「支持する」は37%。毎日（16日朝刊）は「衆院選後も安倍さんが首相を続けた方がよいと思うか」の設問に対し「よいとは思わない」が47%で「よいと思う」37%を上回る、日経とほぼ同じ結果となった。

自民圧勝の予測とは違い、安倍内閣を「支持しない」有権者が多いの中で始まった選挙戦だった。

3.2 中盤、終盤情勢

選挙戦が進むにつれ、自民優勢の傾向はその後どう変わり、報道されたか。

毎日が中盤情勢を16日朝刊で取り上げ、他5紙は17日から20日にかけて終盤情勢の詳細を伝えた。

それによると、各紙ともほぼ同じ傾向で、自民圧勝の傾向はその後も続いた。予測獲得議席数を示す1面見出しには「300」の数字が躍り、産経と神戸は「310」の予測値を出した。自民大勝の空気は最後まで消えず、各紙とも同様に伝え続けた。

序盤では希望と立憲の予測議席数が実際とは異なる結果になったと述べたが、終盤ではまた違う結果が出た。有権者の比例投票先調査に基づき、朝日は立憲が希望を抜いて野党第1党になると予測した。読売は希望が「57」に届くかどうか、立憲については「15」から大きく伸ばしそうとの見方で、依然、希望が立憲を上回るとした。産経は「立憲優位、希望40台になる可能性も」、日経は両党互角で最大獲得予測値は希望の方が多いと読んだ。毎日は希望を「54」、立憲を「40台」とみた。神戸は希望「50程度」で立憲は50近くになる可能性もあると伝えた。

終盤情勢を総合すると、この段階でも立憲の躍進は予測できなかったのだろ

う。終盤ぎりぎりになって立憲を選択した有権者が多かった、と推察できる。

安倍内閣の評価については、序盤同様、日経では不支持47%で、支持38%を上回った。朝日は不支持40%、支持38%と今度は逆転した。自民寄りの論調が目立つ産経の調査でも支持42.5%に対し、不支持は46.3%だった。繰り返すが、最後まで安倍内閣への不信感が根強い中で行われた選挙だったのである。

「安倍首相にはそろそろ代わってほしいが、とはいえ、今の野党には政権を任せられない」—そんな有権者の思いが与党圧勝につながったように見える。各紙の出口調査でも、与党への批判票が今回は立憲と希望に分散したことで自民有利に働いた、と分析している。

3.3 比例区投票先調査の推移

比例区投票先に関する各紙の世論調査結果（表4参照）からも、選挙報道との関係性を分析したい。

自民を比例区の投票先にと回答した有権者の比率について、朝日では序盤の35%から徐々に落ち込んだのに対し、他紙は概ね、30%前後の横ばい状態と伝えた。自民の確定得票率が33.3%だったことをみても妥当な調査結果である。

これに対し、序盤と終盤の落差が大きかったのは希望である。各紙とも序盤では自民に次ぐ投票先となったが、公示以降は希望離れが進み、当初の18%から終盤では9%（毎日）に落ち込むなど、各紙とも同じような結果となった。

一方、立憲は公示日直前の結成以降、支持率を押し上げた。序盤ではせいぜい7%どまりだったが、終盤では17%～18%（読売、日経、朝日）まで伸び、希望に代わる第2党をうかがう勢いを見せた。確定得票率19.9%にほぼ近い結果となったのである。

表4からも、自民は序盤から堅調で、希望が公示以降に支持率を低下させ、代わって立憲が着実に支持層を固めたことが読める。各紙の選挙予測報道が、投票結果とさして変わらない内容になったのである。3極の政党・党首の紙面露出度と併せてみても、有権者の投票行動は報道内容とはほぼ平行する形でとられたとみることもできる。

前回2014年12月の衆院選挙をめぐる論文で、谷口将紀（2015）は「ふたを開

表4：有権者の比例区投票先の推移（各紙の世論調査結果から作成）

	自 民	希 望	立憲民主
	比例区投票先%（掲載日）	比例区投票先%（掲載日）	比例区投票先%（掲載日）
朝日	35(10. 5)→34(10.19)→28(10.25)	12(10. 5)→11(10.19)→ 7(10.25)	7(10. 5)→13(10.19)→18(10.25)
読売	34(9.30)→32(10. 9)→33(10.20)	19(9.30)→13(10. 9)→13(10.20)	— 7(10. 9)→17(10.20)
毎日	29(9.28)→29(10.16) —	18(9.28)→ 9(10.16) —	— 10(10.16) —
産経	— 32.9(10.17) —	— 15(10.17) —	— 14.6(10.17) —
日経	— 34(10.12)→33(10.25)	— 16(10.12)→13(10.25)	— 13(10.12)→17(10.25)
神戸	24(10. 2)→33.6(10.13) —	14.8(10. 2)→12.7(10.13) —	— 9.1(10.13) —

けてみれば、さして変化のない選挙であった」⁽⁴⁾と述べている。さらに、「マスメディアの世論調査においては早くから自民大勝が示唆され、さらに公示後の情勢調査に基づく報道になると自民党が議席を伸ばして単独で300議席を超え、中盤以降は3分の2をうかがうという予測まで見られた」とある。

これを読めば、この10月の総選挙の分析ではないかと思えるほどである。

萩原雅之（2015）は前回選挙について自民2閣僚の辞任などを要因に挙げ「解散直後には多くの専門家やメディアによって自民党は大きく議席を減らすという予測になったのも無理はない」⁽⁵⁾としている。今回も同様に自民議員の不祥事や森友・加計問題があり、解散前とよく似た状況だったのである。

総合すると、今選挙は、①前回選挙時と政治を取り巻く情勢が似通っていた②それなのに、メディアはまた同じような選挙報道をした③選挙結果も前回とさして変わらなかった—と分析できる。

政治も新聞などメディアも、3年前の前回選挙と同じことを繰り返しただけではないか、と思えてならない。

以上、公示前からの新聞における選挙報道を調査分析した。それをもとに、今回の選挙報道と選挙結果の関連性を考察し、まとめとする。

4. まとめ

今選挙の投票率は戦後2番目に低い53.68%となった。台風直撃下の悪天候だったとはいえ、投票率は低迷するばかりである。日本では投票率が低いと自

民有利になるといわれる。今回は前回同様、序盤の予測報道の内容がその後も変わらずに推移し、最終的に解散前の国会勢力図とほぼ変わらない結果になった。何のために解散総選挙を行ったのか、そんな疑問が浮かぶのも無理はない。「森友・加計問題」などで国民の支持を失いかけていた安倍首相があらためて国民の審判を受けて政権の固め直しを図った選挙でしかなかったともいえる。首相は解散直後、自公与党の勝敗ラインは過半数（233）との姿勢を示したが、そのラインをはるかに超える大勝となった。

選挙結果は公示前後の序盤情勢とともに表れていたことになる。自民中心の現政治体制を維持したいとする有権者の意識は変わらなかったのである。ということは、今回の新聞の選挙報道は有権者の投票行動に何ら影響を与えなかったのだろうか。それとも何らかの形で影響を与えたととらえられるのだろうか。答えを出すには大規模で詳細な調査研究が必要となるだろう。しかし、今選挙ではとりわけ希望と立憲の動きに報道が集中したことをみると、政党と党首の露出度を含めた報道内容の変化が有権者の投票行動に少なからず影響を与えた可能性もあるのではないかと考える。

冒頭で引用したように、全国15紙による共同調査の結果をあらためて取り上げたい。投票先を決めた時期について尋ねた質問に対し「投票日まで1週間以内」と答えた人が政党で53.4%、候補者で54.9%となり、「公示日より前」の政党27.6%、候補者23.1%を上回った。有権者の多くは選挙戦の中盤から終盤にかけて投票先を決めたとみることができる。

さらに、新聞読者の大半が「新聞を参考に投票先を決めた」と答えている。選挙終盤にかけての新聞報道が有権者の意思を動かすきっかけになった可能性はある。公示前後は「小池・希望」の露出度が圧倒的に高く、公示後は一転して安倍・自民の露出度が増した調査結果をみると、公示以降の各紙の選挙報道が投票行動に影響した可能性は捨てきれない。公示直前に新党を立ち上げた「枝野・立憲」が各紙の予想を超えて議席を伸ばした結果についても、終盤にかけて紙面の露出度が高くなったことと関連性があるのではないかと考える。

参考文献

- (1) 蒲島郁夫・竹下俊郎・芹川洋一「メディアと政治 改訂版」(2010) p 138
- (2) 谷口将紀「なぜ議席予測は外れたのか 『相場観』と『アナウンスメント効果』の検証」
(Journalism 2015 /4) p 71
- (3) 読売新聞2017年11月22日朝刊31面「衆院選投票 新聞参考74%」
- (4) 谷口将紀「なぜ議席予測は外れたのか 『相場観』と『アナウンスメント効果』の検証」
(Journalism 2015 /4) p68
- (5) 萩原雅之「選挙報道のデータ解析から見えてくる有権者意識の隠れた変化とは」
(Journalism 2015 /4) p 37

参考資料

朝日、読売、毎日、産経、日本経済、神戸の各新聞朝刊紙面（2017年 9 月26日～ 10月24日）