

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、中日新聞社、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90.1%、参考にした情報源は新聞70.9%、ネット31.1%
－「第50回衆議院議員総選挙に関する9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)」参加社のうち9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、中日新聞)は、各紙の読者モニターを対象として10月から11月にかけて、「第50回衆議院議員総選挙に関する共同調査」を実施しました。

共同調査は、過去に2021年10月の第49回衆議院議員総選挙、2022年7月の第26回参議院議員通常選挙の直後にも実施しており、有権者の意識の変化も見て取れました。

■新聞読者の衆院選投票率は90.1%

10月27日が投開票日だった第50回衆議院議員総選挙での投票状況を聞いたところ、有権者の90.1%が投票したと回答しました。年代別で見ると、29歳以下の若年層でも84.0%、その他の世代ではいずれも9割前後の人が投票していました。

2022年の参院選後の調査では、投票した人の比率は87.7%で、今回はそれより2.4ポイント上昇しています。

総務省が発表した今回の選挙における投票率53.9%と比べて非常に高く、依然として新聞読者は政治・選挙に関心が高いことがうかがえます。

■重視した政策は「経済政策・景気対策」、「政治改革(政治とカネ等)」は2番目

投票時に重視した政策や課題について聞いたところ、最も高かったのは「経済政策・景気対策」(50.1%)、次いで「政治改革(政治とカネ等)」(41.5%)でした。

この2つの項目を年代別に見ると、「経済政策・景気対策」は29歳以下が42.1%とやや低い以外は、いずれも50%前後と年代による差はあまりないのに対し、「政治改革(政治とカネ等)」は60代こそ49.5%でしたが、他の年代は40%程度かそれ以下、30代においては28.8%でした。「経済政策・景気対策」は2022年の調査では43.7%で、そこから6.4ポイントも上昇しており、有権者の関心が年々高まっているようです。

なお、3番目以降は「雇用・労働政策」27.1%、「年金制度」24.7%、「財政再建」24.5%、「医療・介護制度」23.7%、「外交・安全保障」22.9%と続き、2021年の第49回衆院選後に実施した共同調査で47.9%だった「新型コロナウイルス対策」は、今回は2.4%とほとんど重視されませんでした。

■参考にした情報源は「新聞」70.9%、「ネット」は31.1%

投票先を決める際に参考にした情報源は、メディア別では「新聞」*1が最も高く70.9%、次いで「テレビ」*2が47.5%、「インターネット」*3は31.1%でした。2022年の参院選後の調査結果と比べると、新聞(71.1%)はほぼ横ばい、テレビ(41.8%)は5.7ポイント上昇、ネット(29.0%)は2.1ポイントの上昇に留まりました。昨今、選挙においてもネットの影響力が注目されていますが、少なくとも新聞読者は新聞を一番の情報源としている傾向が引き続きみられることが分かりました。

なおインターネットを個別に見ると、トップは「ソーシャルメディア・SNS」で11.6%、「新聞社のニュースサイト」が11.2%で続き、「動画投稿サイト」は5.8%でした。

マスメディア以外では、「選挙公報」が35.3%、「選挙ポスター・ビラ」が15.2%、「政党の政権公約集」が13.9%でした。

*1「新聞記事」「新聞広告」の少なくとも1つ以上を選んだ人の割合

*2「テレビ番組(政見放送以外) テレビの政見放送」「テレビCM」の少なくとも1つ以上を選んだ人の割合

*3「新聞社のニュースサイト」「政党や候補者のサイト」「ソーシャルメディア・SNS」「動画投稿サイト」「その他のインターネットサイト」の少なくとも1つ以上を選んだ人の割合

■ネット選挙運動では、動画広告閲覧が伸長

政党や候補者のインターネット上での情報発信について、複数回答方式で聞きました。トップは「政党や候補者のホームページを見た」で17.8%、次いで「政党の動画広告を見かけた」で、わずか1ポイント差の16.8%でした。動画広告は2022年の調査(14.4%)より2.4ポイント上昇しており、特に29歳以下は18.9%から25.8%となるなど、若い世代が動画に注目する傾向が高くなっています。一方で「政党や候補者が登場する動画配信を見た」は2022年が11.1%から今回は10.8%で、ほぼ横ばいでした。

■投票先は、政党、候補者とも8割が前日までに決めた

なお投票先決定時期については、政党、候補者ともに回答者の8割以上が投票日前日までに決めたと回答しています。

投票先の政党を決めたタイミングでは、選挙公示日より前にあたる「10月14日以前」が30.1%と最も多く、投票日1週間前~2日前にあたる「10月20日~10月25日まで」(27.1%)が次いで多くなりました。

一方、候補者については、投票日1週間前~2日前が28.3%と最も多く、選挙公示日より前(24.8%)が次いでいます。投票先の候補者については選挙運動期間中に投票先を決めた人が多いことが調査結果からうかがえます。

また、年代別に見ると、選挙公示日前から投票先の政党・候補者を決めていた比率は若年層ほど少なくなり、選挙運動期間中に投票先を決める傾向にあることが分かりました。

【アンケート概要】

- 調査対象者： 調査対象地域に居住し、当該新聞を購読する 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、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。応募者各紙ごとに全国新聞総合調査(J-READ※)及び ACR/ex*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・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
- 回答者数： 3,484 人
首都圏:朝日、産経、日本経済、毎日、読売、東京
近畿圏:朝日、産経、毎日、読売
中京圏:中日
北海道:北海道 宮城県:河北新報 福岡県:朝日
- 実査日： 2024 年 10 月 28 日~11 月 4 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 100 紙)の閲読状況などを測定する単媒体調査。ACR/ex 同社が主要 7 地区で毎年実施している、生活者の「意識」「商品」「メディア関与」などを網羅的に調査

【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 13 社 14 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

問い合わせ先メールアドレス press@it.videor.co.jp

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

<参考資料>

今回調査の属性別は7ページ目以降に掲載

●投票状況（対象：有権者・調査で「選挙権を持っていなかった」と回答した人を除外）

（単位：％）	今回(2024年衆院選) n=3,458	2022年参院選 n=5,097	2021年衆議選 n=5,226
投票した計	90.1	87.7	90.3
投票日に行って投票した	53.1	51.2	53.8
期日前投票をした	37.0	36.5	36.5
投票に行かなかった	9.9	12.3	9.7
選挙権を持っていなかった	—	—	—

●投票先**政党**を決めた時期（対象：投票者）

（単位：％）	今回(2024年衆院選) n=3,115	2022年参院選 n=4,468	2021年衆議選 n=4,721
選挙公示日前	30.1	28.6	34.7
選挙運動期間中 計	52.5	53.4	48.6
（公示日から最初の土曜日までの間）	13.2	16.1	13.7
（投票日1週間前～2日前）	27.1	26.1	24.1
（投票日の前日）	12.2	11.2	10.8
投票日当日	13.6	14.1	13.4
覚えていない・わからない	3.8	4.0	3.4

●投票先**候補者**を決めた時期（対象：投票者）

（単位：％）	今回(2024年衆院選) n=3,115	2022年参院選 n=4,468	2021年衆議選 n=4,721
選挙公示日より前	24.8	18.7	28.1
選挙運動期間中 計	57.5	60.9	55.4
（公示日から最初の土曜日までの間）	16.5	19.9	18.5
（投票日1週間前～2日前）	28.3	28.8	25.9
（投票日の前日）	12.7	12.2	11.0
投票日当日	13.8	16.3	13.1
覚えていない・わからない	3.9	4.0	3.4

●投票時に重視した政策や課題（複数回答方式で聴取、対象：投票者）

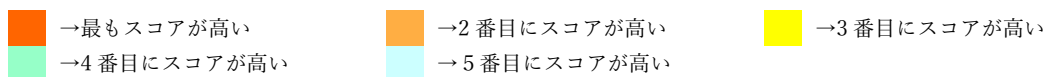
（単位：％）

	今回(2024年衆院選) n=3,115	2022年参院選 n=4,468	2021年衆議選 n=4,721
経済政策・景気対策	50.1	43.7	41.2
政治改革（政治とカネ等）	41.5	—	—
雇用・労働政策（働き方改革を含む）	27.1	23.4	25.1
年金制度	24.7	25.1	26.5
財政再建（消費税以外の税制、各省庁予算見直し等）	24.5	21.7	24.4
医療・介護制度	23.7	23.5	30.6
外交・安全保障 *1	22.9	33.0	25.9
格差是正・貧困対策	19.3	21.2	25.9
与党の国会運営の是非	18.3	11.8	19.7
原発・エネルギー政策	18.2	28.7	25.4
子育て支援・子づくり支援・不妊治療支援	18.0	21.4	21.7
震災復興、被災地・被災者支援	15.6	8.9	12.6
憲法改正	14.8	26.4	16.0
選択的夫婦別姓制度の是非	13.6	—	—
防災対策（道路、橋脚、トンネル、港湾など老朽化対策も含む）	13.5	9.9	13.2
教育制度改革	11.6	12.0	12.1
女性の活躍推進	10.7	14.5	13.5
地方分権・地方創生・人口減少対策 *2	10.3	12.9	15.0
選挙制度改革	6.7	6.1	7.2
LGBTQ・SOGI	6.1	6.0	8.0
デジタル・IT推進政策	5.4	6.6	9.6
児童虐待防止	3.9	6.1	7.5
新型コロナウイルス対策 *3	2.4	24.9	47.9
その他	6.3	3.9	6.8
特に重視したものはない	7.4	10.0	8.7

*1 「外交・安全保障」は、2022年、2021年は「外交・安全保障（安全保障関連法）」「外交・安全保障（領土・領海問題）」「外交・安全保障（北朝鮮問題）」「外交・安全保障（沖縄米軍基地問題）」「その他の外交・安全保障」のうち一つ以上選んだ人の計

*2 「地方分権・地方創生・人口減少対策」は、2022年、2021年は「地方分権」＋「地方創生・人口減少対策」のうち一つ以上選んだ人の計

*3 「新型コロナウイルス対策」は、2022年、2021年は「新型コロナ対策（国民個人）」＋「新型コロナ対策（出口戦略）」＋「新型コロナ対策（企業・事業所）」のうち一つ以上選んだ人の計



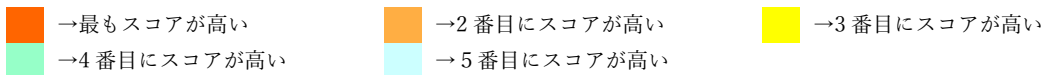
●投票する際に参考にした情報源（複数回答方式で聴取、対象：投票者）

（単位：％）

今回(2024 年衆院選) 2022 年参院選 2021 年衆議選
n=3,115 n=4,468 n=4,721

	今回(2024 年衆院選) n=3,115	2022 年参院選 n=4,468	2021 年衆議選 n=4,721
新聞計	70.9	71.1	73.5
テレビ計	47.5	41.8	50.1
ラジオ計	4.7	4.1	5.1
ネット計	31.1	29.0	28.4

新聞記事	68.9	68.0	71.2
テレビ番組（政見放送以外）	39.4	28.5	40.5
選挙公報	35.3	34.5	33.0
新聞広告	15.3	18.5	17.4
選挙ポスター・ビラ	15.2	13.4	14.6
テレビの政見放送	14.9	19.0	17.6
政党の政権公約集（マニフェストなど）	13.9	12.8	14.7
ソーシャルメディア・SNS（X、フェイスブックなど）	11.6	10.7	9.7
新聞社のニュースサイト	11.2	10.0	11.6
家族・知人などの話	10.5	11.2	12.8
その他のインターネットサイト	9.0	8.3	8.9
街頭演説・講演会・宣伝カー	7.9	5.6	8.1
政党や候補者のサイト	7.1	7.6	6.8
動画投稿サイト（YouTube、ニコニコ動画、TikTok など）	5.8	4.8	3.2
政党の機関紙	5.3	5.3	5.8
ラジオ番組（政見放送以外）	3.7	2.6	3.9
テレビ CM	2.2	2.3	2.8
雑誌	1.7	1.6	2.2
ラジオの政見放送	1.3	1.7	1.6
ラジオ CM	0.4	0.5	0.6
参考にした情報はない・わからない	4.3	4.7	4.5

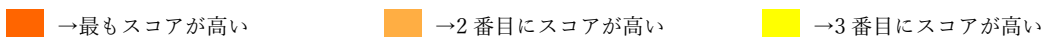


● ネット選挙運動との関わり（複数回答方式で聴取、対象：投票者）

（単位：％）

今回(2024 年衆院選) 2022 年参院選 2021 年衆議選
n=3,115 n=4,468 n=4,721

政党や候補者のホームページを見た	17.8	18.8	17.1
政党の動画広告を見かけた	16.8	14.4	14.5
政党や候補者が登場する動画配信を見た	10.8	11.1	8.8
政党や候補者の SNS アカウントを登録した	3.7	4.1	3.8
政党や候補者のメール受信のための情報登録をした	1.8	2.4	2.3
この中にあてはまるものはない	62.8	62.9	65.6



< 参考資料 >

今回調査の属性別は 7 ページ目以降に掲載

●投票状況（対象：有権者・調査で「選挙権を持っていなかった」と回答した人を除外）

(単位：%)	全体	男性	女性	29歳以下	30代	40代	50代	60代
	n=3458	n=1597	n=1861	n=368	n=235	n=600	n=1050	n=1205
投票した 計	90.1	92.4	88.1	84.0	87.2	88.3	90.7	92.9
投票日に行って投票した	53.1	55.7	50.9	53.8	52.8	54.7	55.4	50.1
期日前投票をした	37.0	36.8	37.2	30.2	34.5	33.7	35.2	42.7
投票に行かなかった	9.9	7.6	11.9	16.0	12.8	11.7	9.3	7.1

●投票先政党を決めた時期（対象：投票者）

(単位：%)	全体	男性	女性	29歳以下	30代	40代	50代	60代
	n=3115	n=1476	n=1639	n=309	n=205	n=530	n=952	n=1119
選挙公示日前	30.1	36.2	24.6	17.8	22.9	25.3	31.2	36.2
選挙運動期間中 計	52.5	47.8	56.8	57.3	51.7	52.5	51.5	52.3
(公示日から最初の土曜日までの間)	13.2	13.3	13.1	9.1	15.6	12.5	12.5	14.7
(投票日1週間前～2日前)	27.1	23.6	30.3	34.0	22.0	26.0	27.4	26.5
(投票日の前日)	12.2	10.9	13.4	14.2	14.1	14.0	11.6	11.1
投票日当日	13.6	12.9	14.2	20.4	17.6	17.9	13.3	9.1
覚えていない・わからない	3.8	3.1	4.4	4.5	7.8	4.3	4.0	2.4

●投票先候補者を決めた時期（対象：投票者）

(単位：%)	全体	男性	女性	29歳以下	30代	40代	50代	60代
	n=3115	n=1476	n=1639	n=309	n=205	n=530	n=952	n=1119
選挙公示日より前	24.8	30.6	19.5	13.6	18.0	19.1	26.4	30.4
選挙運動期間中 計	57.5	52.1	62.3	59.6	58.0	58.1	57.3	56.9
(公示日から最初の土曜日までの間)	16.5	16.9	16.0	12.0	16.6	15.3	16.1	18.6
(投票日1週間前～2日前)	28.3	23.8	32.3	31.7	26.8	28.5	28.9	27.1
(投票日の前日)	12.7	11.4	14.0	15.9	14.6	14.3	12.3	11.2
投票日当日	13.8	14.0	13.6	22.7	16.6	18.5	12.3	9.9
覚えていない・わからない	3.9	3.3	4.5	4.2	7.3	4.3	4.1	2.9

●投票時に重視した政策や課題（複数回答方式で聴取、対象：投票者）

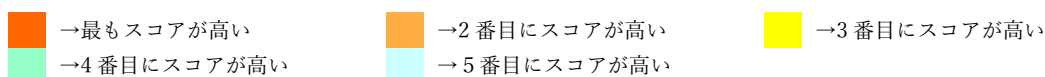
（単位：％）

	全体 n=3115	男性 n=1476	女性 n=1639	29歳以下 n=309	30代 n=205	40代 n=530	50代 n=952	60代 n=1119
経済政策・景気対策	50.1	53.2	47.3	42.1	48.3	49.8	51.4	51.7
政治改革（政治とカネ等）	41.5	45.7	37.8	31.4	28.8	35.8	41.4	49.5
雇用・労働政策（働き方改革を含む）	27.1	24.2	29.7	30.7	37.6	31.1	27.3	22.0
年金制度	24.7	24.6	24.8	13.9	22.0	20.9	22.4	31.9
財政再建（消費税以外の税制、各省庁予算見直し等）	24.5	25.2	23.9	19.4	24.4	23.6	24.6	26.3
医療・介護制度	23.7	21.1	25.9	19.1	22.4	22.6	21.7	27.3
外交・安全保障 *1	22.9	25.3	20.8	20.4	24.4	18.5	19.9	28.1
格差是正・貧困対策	19.3	19.0	19.6	20.1	21.0	19.2	19.2	18.9
与党の国会運営の是非	18.3	21.6	15.3	11.0	12.2	18.5	19.3	20.5
原発・エネルギー政策	18.2	20.9	15.7	14.9	15.6	16.2	17.1	21.4
子育て支援・子づくり支援・不妊治療支援	18.0	16.2	19.6	25.2	26.3	23.4	14.0	15.3
震災復興、被災地・被災者支援	15.6	15.0	16.2	11.0	16.6	11.1	15.1	19.3
憲法改正	14.8	15.0	14.5	13.9	15.1	11.1	15.1	16.4
選択的夫婦別姓制度の是非	13.6	12.1	15.0	13.9	15.1	12.6	11.2	15.7
防災対策（道路、橋脚、トンネル、港湾など老朽化対策も含む）	13.5	12.9	14.1	11.0	11.7	11.7	12.9	15.9
教育制度改革	11.6	10.8	12.3	15.9	16.6	12.1	10.8	9.9
女性の活躍推進	10.7	6.5	14.5	13.6	11.7	11.1	10.0	10.2
地方分権・地方創生・人口減少対策 *2	10.3	12.1	8.7	6.1	13.2	11.1	9.0	11.7
選挙制度改革	6.7	8.3	5.2	6.5	6.3	7.7	6.6	6.3
LGBTQ・SOGI	6.1	5.8	6.4	11.0	10.2	7.0	4.6	4.9
デジタル・IT 推進政策	5.4	6.9	4.0	8.4	6.8	5.5	5.1	4.4
児童虐待防止	3.9	3.4	4.3	3.6	4.4	4.0	3.6	4.0
新型コロナウイルス対策 *3	2.4	2.4	2.4	2.6	3.4	3.4	1.8	2.1
その他	6.3	7.6	5.2	4.5	2.4	6.6	6.8	7.0
特に重視したものはない	7.4	6.0	8.7	7.4	8.3	8.5	7.7	6.5

*1 「外交・安全保障」は、2022年、2021年は「外交・安全保障（安全保障関連法）」「外交・安全保障（領土・領海問題）」「外交・安全保障（北朝鮮問題）」「外交・安全保障（沖縄米軍基地問題）」「その他の外交・安全保障」のうち一つ以上選んだ人の計

*2 「地方分権・地方創生・人口減少対策」は、2022年、2021年は「地方分権」＋「地方創生・人口減少対策」のうち一つ以上選んだ人の計

*3 「新型コロナウイルス対策」は、2022年、2021年は「新型コロナ対策（国民個人）」＋「新型コロナ対策（出口戦略）」＋「新型コロナ対策（企業・事業所）」のうち一つ以上選んだ人の計



●投票する際に参考にした情報源（複数回答方式で聴取、対象：投票者）

（単位：％）

全体 n=3115 男性 n=1476 女性 n=1639 29歳以下 n=309 30代 n=205 40代 n=530 50代 n=952 60代 n=1119

	全体	男性	女性	29歳以下	30代	40代	50代	60代
新聞計	70.9	71.9	70.1	55.3	63.4	68.1	70.5	78.4
テレビ計	47.5	47.2	47.8	35.0	39.5	41.1	48.7	54.4
ラジオ計	4.7	6.4	3.2	4.2	2.9	4.2	4.1	6.0
ネット計	31.1	34.7	27.9	46.9	37.1	34.2	28.5	26.5

新聞記事	68.9	70.1	67.7	53.7	60.5	65.5	68.6	76.4
テレビ番組（政見放送以外）	39.4	40.7	38.3	28.8	35.6	32.6	40.9	45.0
選挙公報	35.3	32.5	37.9	31.4	35.6	34.5	34.3	37.6
新聞広告	15.3	13.8	16.7	12.9	14.1	17.2	15.2	15.5
選挙ポスター・ビラ	15.2	12.6	17.5	20.7	15.1	17.0	16.1	12.1
テレビの政見放送	14.9	12.9	16.7	12.0	9.3	14.3	14.3	17.4
政党の政権公約集（マニフェストなど）	13.9	15.2	12.7	15.2	19.0	13.8	13.3	13.1
ソーシャルメディア・SNS（X、フェイスブックなど）	11.6	13.1	10.1	25.2	14.6	14.9	10.3	6.7
新聞社のニュースサイト	11.2	14.2	8.6	13.6	10.2	10.4	10.0	12.2
家族・知人などの話	10.5	6.2	14.4	16.2	6.8	9.4	11.0	9.7
その他のインターネットサイト	9.0	9.7	8.4	13.6	11.7	9.4	8.1	7.9
街頭演説・講演会・宣伝カー	7.9	7.3	8.4	12.3	8.3	10.2	8.3	5.2
政党や候補者のサイト	7.1	8.3	6.0	13.6	11.2	8.5	5.0	5.5
動画投稿サイト（YouTube、ニコニコ動画、TikTokなど）	5.8	8.0	3.8	8.1	5.9	7.2	6.3	4.0
政党の機関紙	5.3	5.2	5.3	3.9	4.9	5.7	4.8	5.9
ラジオ番組（政見放送以外）	3.7	5.5	2.0	3.2	2.0	3.8	3.2	4.5
テレビCM	2.2	2.8	1.6	2.9	2.4	3.0	2.4	1.4
雑誌	1.7	3.0	0.6	0.6	2.4	1.5	1.3	2.4
ラジオの政見放送	1.3	1.2	1.3	1.0	0.5	0.8	1.3	1.7
ラジオCM	0.4	0.7	0.2	1.3	0.5	0.4	0.4	0.3
参考にした情報はない・わからない	4.3	4.9	3.7	5.8	3.4	4.2	4.6	3.8

→最もスコアが高い
 →2番目にスコアが高い
 →3番目にスコアが高い
 →4番目にスコアが高い
 →5番目にスコアが高い

● ネット選挙運動との関わり（複数回答方式で聴取、対象：投票者）

（単位：％）

全体 n=3115 男性 n=1476 女性 n=1639 29歳以下 n=309 30代 n=205 40代 n=530 50代 n=952 60代 n=1119

政党や候補者のホームページを見た	17.8	21.4	14.7	25.3	22.0	21.3	15.7	14.7
政党の動画広告を見かけた	16.8	18.3	15.4	25.8	15.3	17.3	16.7	13.9
政党や候補者が登場する動画配信を見た	10.8	13.3	8.7	15.3	9.7	10.3	10.8	9.7
政党や候補者のSNSアカウントを登録した	3.7	4.9	2.7	7.2	3.8	3.7	3.2	3.0
政党や候補者のメール受信のための情報登録をした	1.8	2.6	1.2	2.8	2.1	2.0	1.7	1.4
この中であてはまるものはない	62.8	58.4	66.6	48.1	58.9	60.9	64.4	68.0

→最もスコアが高い
 →2番目にスコアが高い
 →3番目にスコアが高い

<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、当会で不相当と判断した場合

■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。