

連合兵庫 連合 第10回政治 アンケート調査 報告会

2026年7月25日

(公社)国際経済労働研究所
労働政治研究事業部



国際経済労働研究所について

- 戦後半世紀(75年以上)にわたり、日本の「**労働調査運動**」を担ってきた公益の調査研究機関
- 「**自立的な労働運動のためには自前の調査研究機関が必要**」という考えのもと労働運動に資する調査・研究を展開
 - 労働運動体が自分たちの知りたいことを自分たちで調査するための拠点



研究所のあゆみ

- 1948 関西労働調査会議
自律的な労働運動のための調査研究機能
家計調査（マーケットバスケット方式）
- 1961 (社団法人) 労働調査研究所（労働組合主義）
横断賃率論（仕事別賃金：松下）
- 1988 ON・I・ON（1989：ON・I・ON統合報告書）
- 1990 ON・I・ON 2プロジェクト
ON・I・ON研究会・調査委員会（1991）
（トヨタ、松下、全通、金属機器、全国ガスなど）
- 1993 (社団法人) 国際経済労働研究所
- 1996 ON・I・ON 2 総合報告書
- 2002 日本型企业統治研究会
→ その後、労使・海外へ展開
- 2013 公益社団法人移行

本調査について



- 連合「第10回政治アンケート調査」の質問項目を
経労研「第58回共同調査」に組み込んで実施
- 衆院選の総括だけでなく今後の選挙(とくに統一地方選)に向けたヒントを得ることも目的
- 第58回共同調査は「**コミュニティ・ウェルビーイングの向上とアドボカシー(=政策への働きかけ)**」がテーマ
- 調査をつうじて有権者のことを知り、それを地方選挙に向けたプランニングに活かすならば、本調査はコミュニティ・ウェルビーイングの向上をめざすアドボカシーの一環と位置づけられる→第58回に組み込み

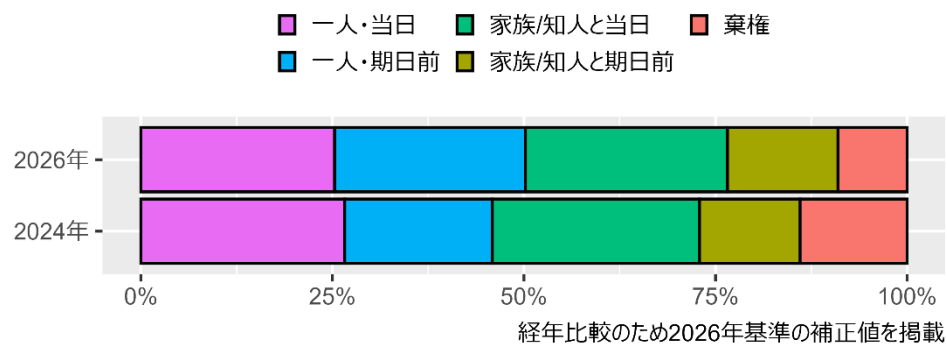
調査概要・分析について

- 調査期間：2026年4月
- 調査協力者：連合近畿ブロックの労働組合員
- 連合兵庫 有効回収数(率)：2360件 (94.4%)
 - **役員経験者が70%を占め前回調査(2024衆院選)の約60%を上回る**
 - 前回調査との比較の際は、前回調査データの役員比率を今回調査の比率に合わせて補正
- 単年の比較は、比較の軸となる属性以外の条件を揃える補正あり(例：ジェンダー比較をする場合、年齢と役員経験を等しく揃える)

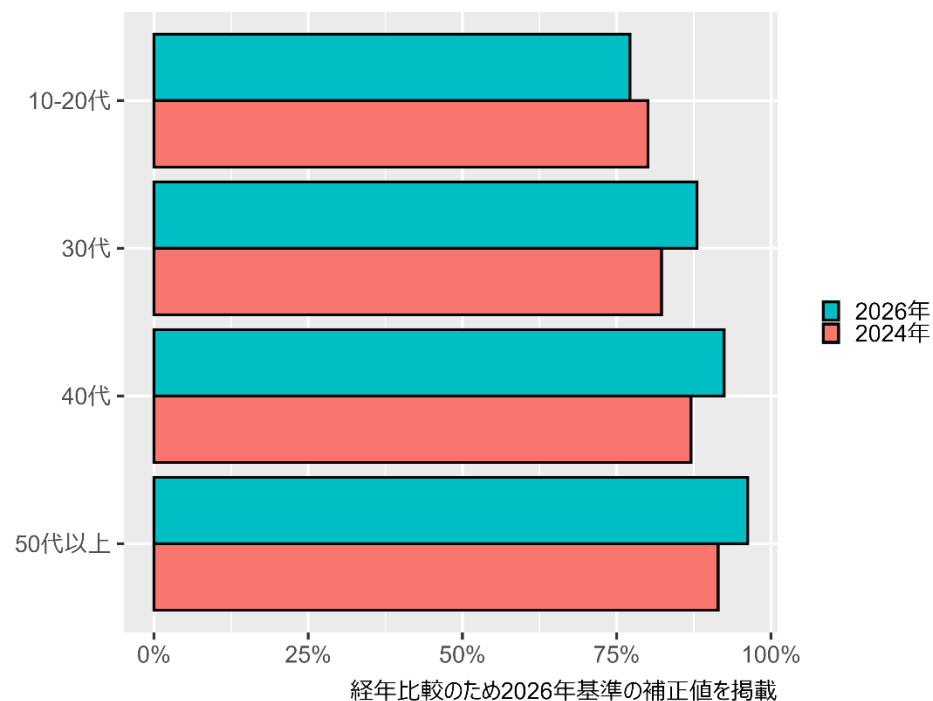
投票行動の傾向

投票率

投票

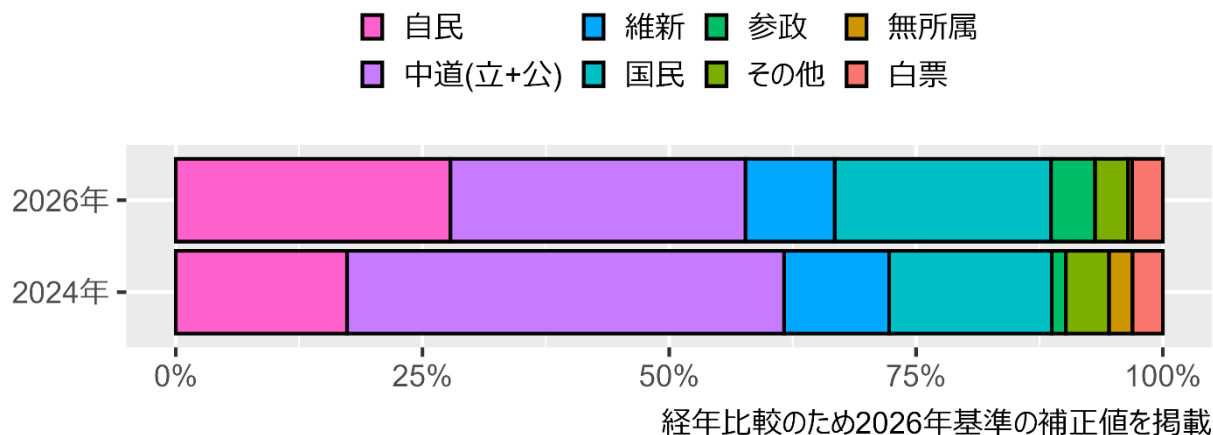


投票率

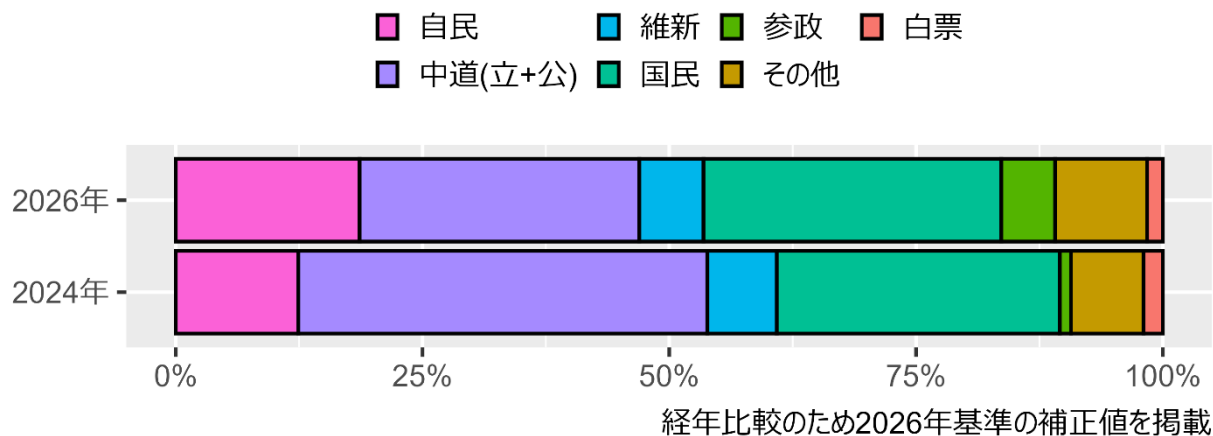


投票先

投票先(選挙区)

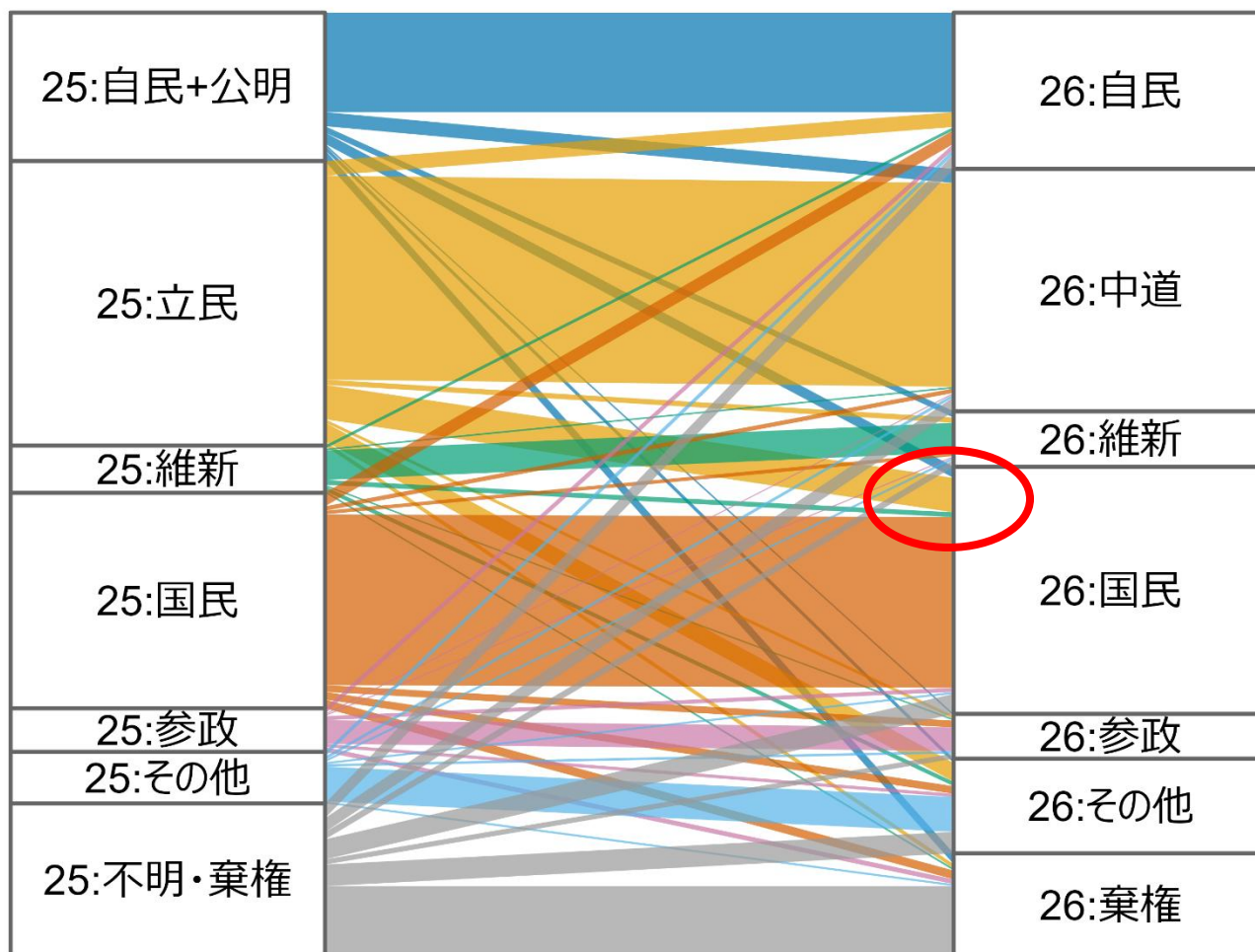


投票先(比例代表)



投票先の推移(25参→26衆)

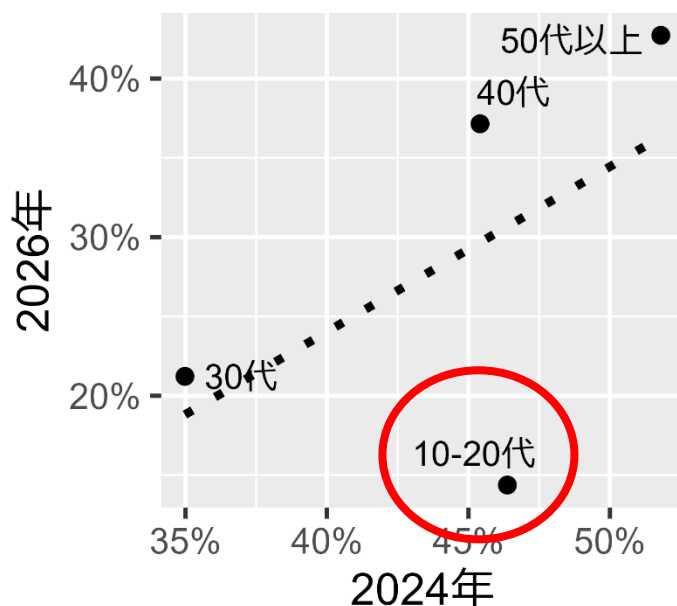
2025参→2026衆(比例)



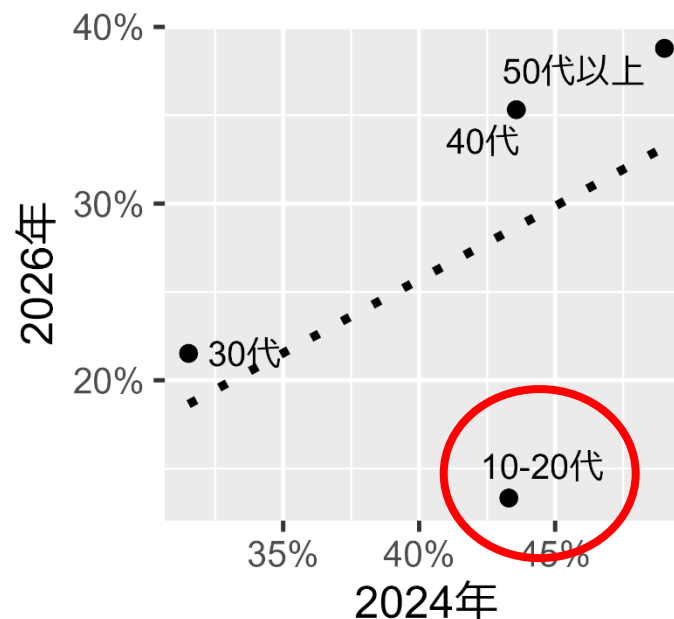
年齢別・投票先の推移

年齢別・中道(立民+公明)シェア

選挙区



比例代表



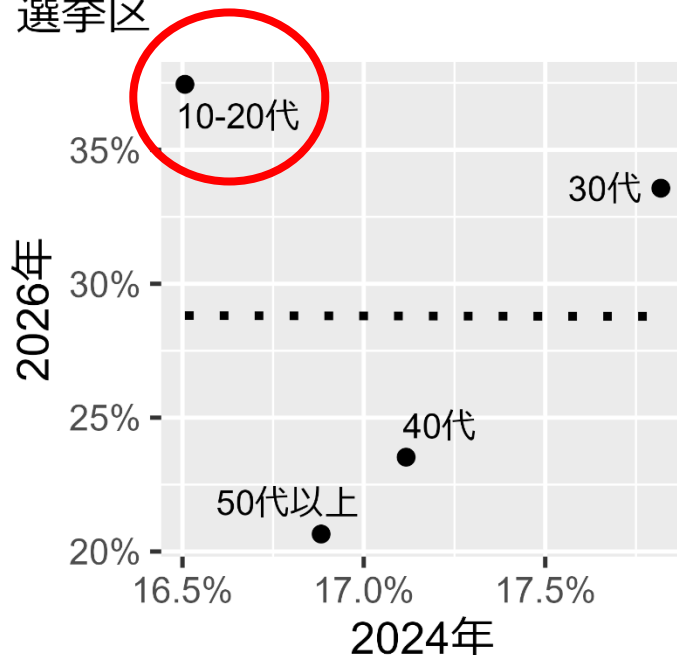
経年比較のため2026年基準の補正値を掲載

近畿ブロック全体で見ると、10-20代の変化は他の年齢層に比べて大きくない。10-20代の変化の大きさは兵庫の特徴

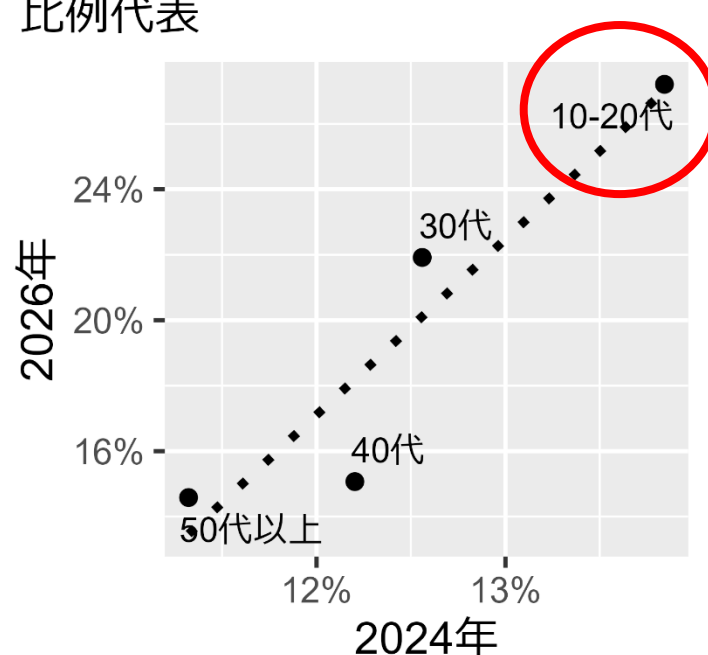
年齢別・投票先の推移

年齢別・自民シェア

選挙区



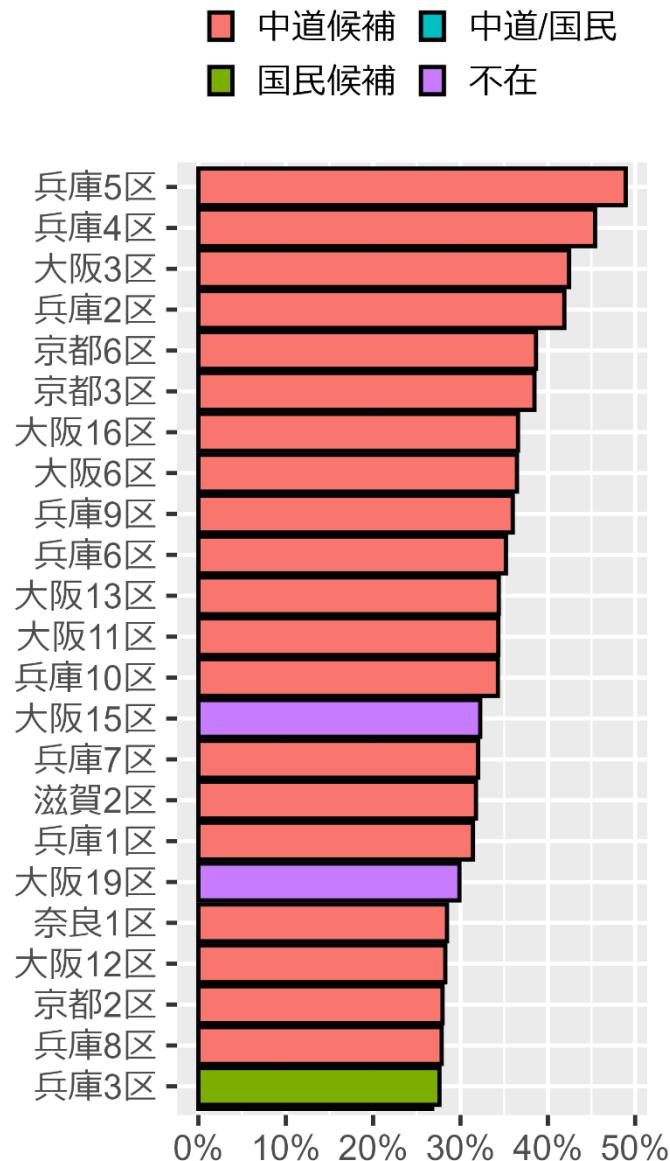
比例代表



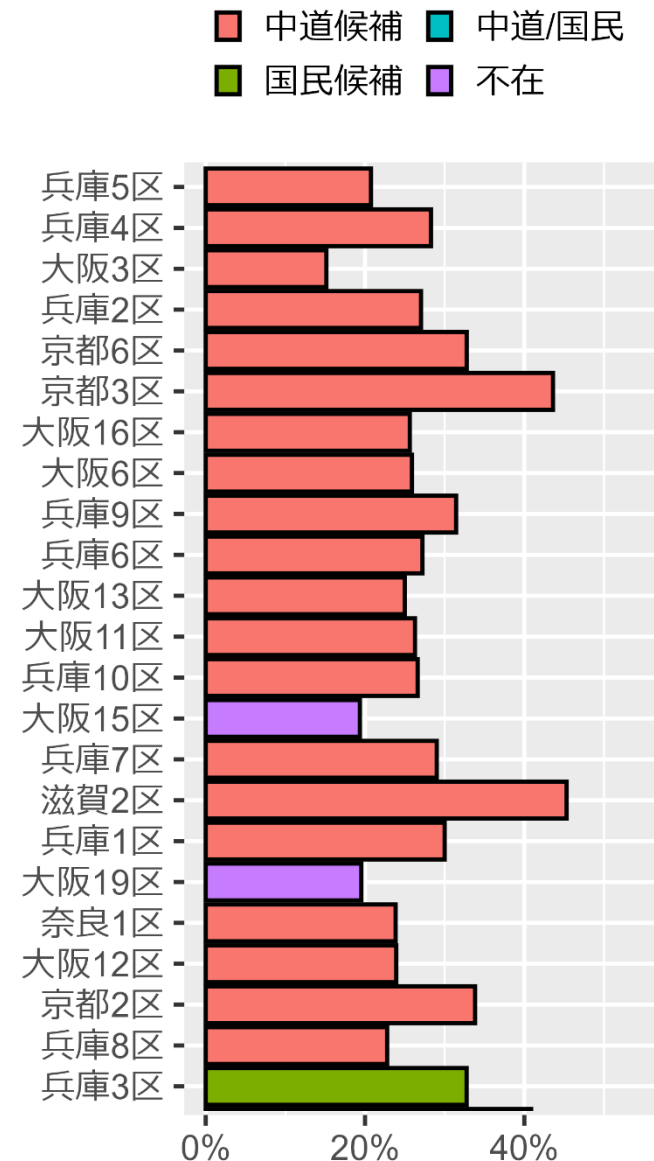
経年比較のため2026年基準の補正値を掲載

選挙区では中道を離れた票が自民に入った部分もありえる
比例では国民がある程度受け皿となっていたと見られる

中道シェア(選挙区)



国民シェア(比例代表)



選挙のイメージ・受けとめ

投票姿勢

選挙では、「ぜひ○○党に投票したい」と思って投票できるときもあれば、「必ずしも○○党がよいわけではないが、他の政党よりはましだから」という理由で投票せざるをえないときもあります。今回の【比例代表】でのあなたの投票は、どちらに近かったでしょうか。

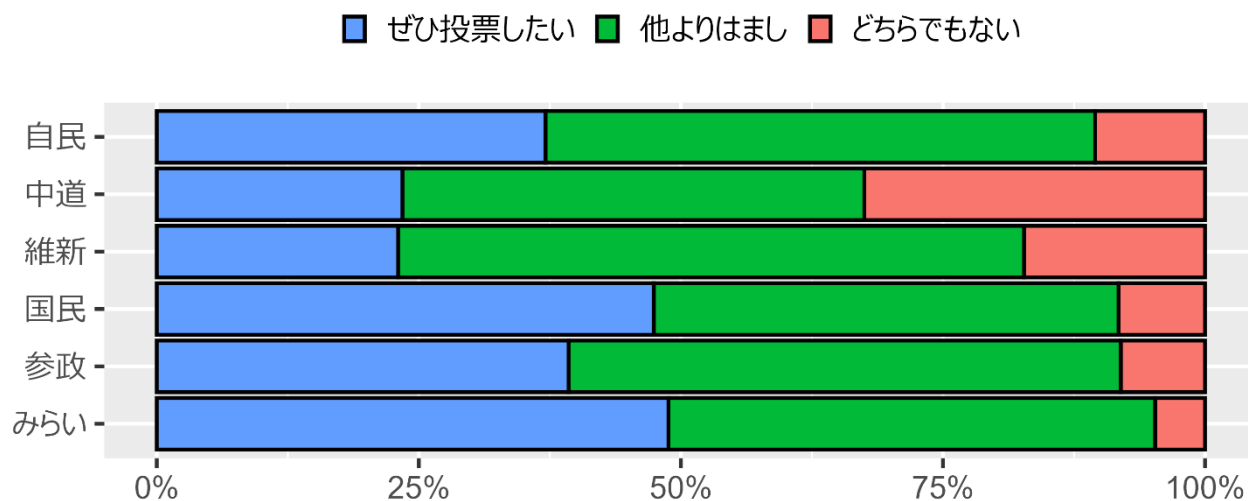
1. 「ぜひ投票したい」のほうが近い
2. 「必ずしもよいわけではないが、他の政党よりはましだから」のほうが近い
3. どちらもあてはまらない

中道投票者は“もやもや”

- 中道に投票した組合員は「ぜひ中道に」でも「他よりはましだから中道」でもなく「どちらでもない」が多い→「他よりはましなだけ」とまでは否定できない“もやもや”が現れている

投票姿勢(比例代表)

投票先(比例)別

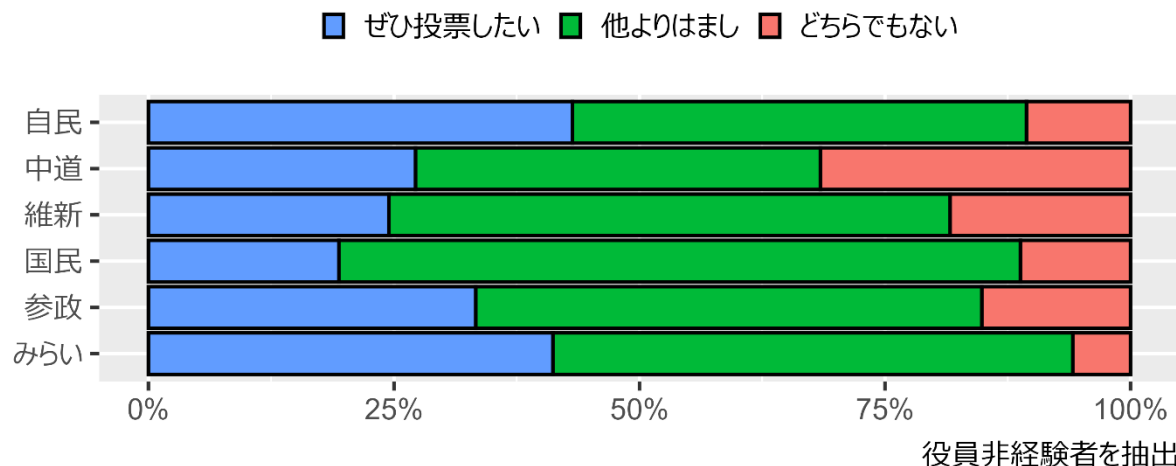


国民に投票したとしても…

- 一般組合員だけで見ると、国民民主党に投票した場合も「他よりましだから」が多い
- 中道に投票しても“もやもや”、中道を避けてもやや不本意…という状況がうかがわれる

投票姿勢(比例代表)

投票先(比例)別

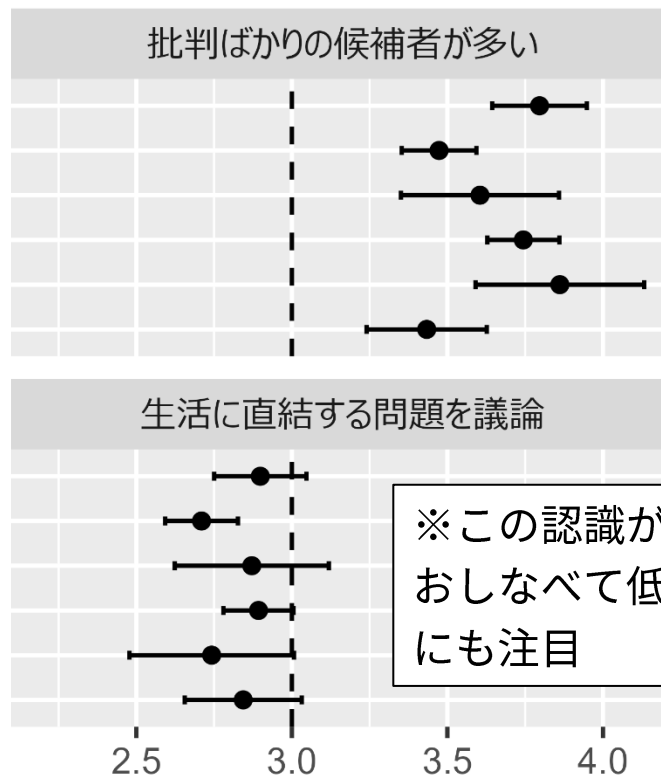
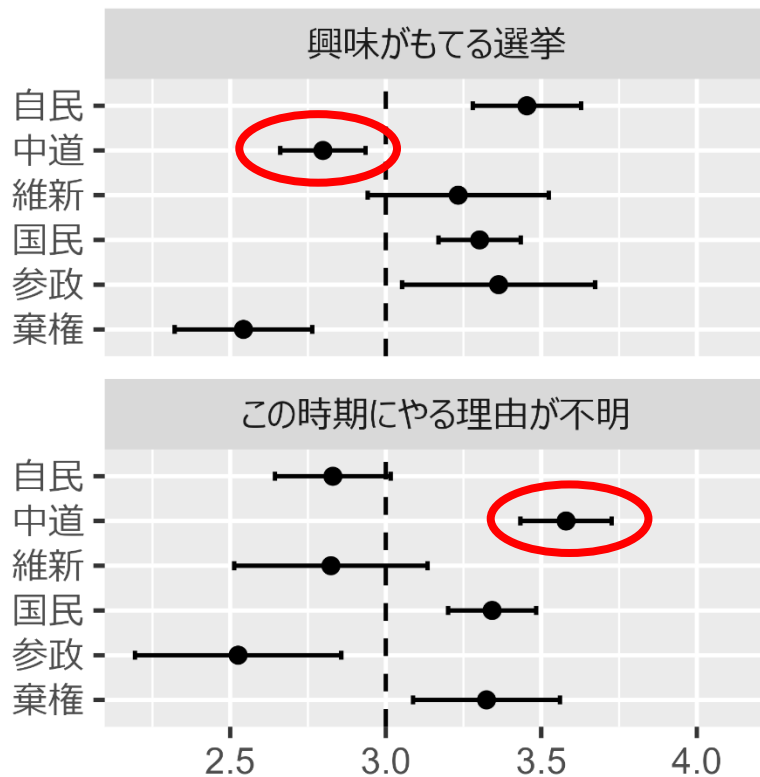


選挙イメージ(1～5点)

- 全体的に見て、興味をもてる選挙だった
- 他の候補者や政党の批判ばかりしている候補者が多かった
- この時期に衆議院を解散して選挙をする理由が、よく分からなかった
- 有権者の生活に直結する問題(物価高、社会保障など)について、候補者や政党は十分に議論していた
- (選挙に関して見聞きする情報が、自分には難しくて分からなかった) ※本スライドでは非掲載

盛り上がりには寄与しない与党批判

選挙への関心と印象 投票先(比例)別



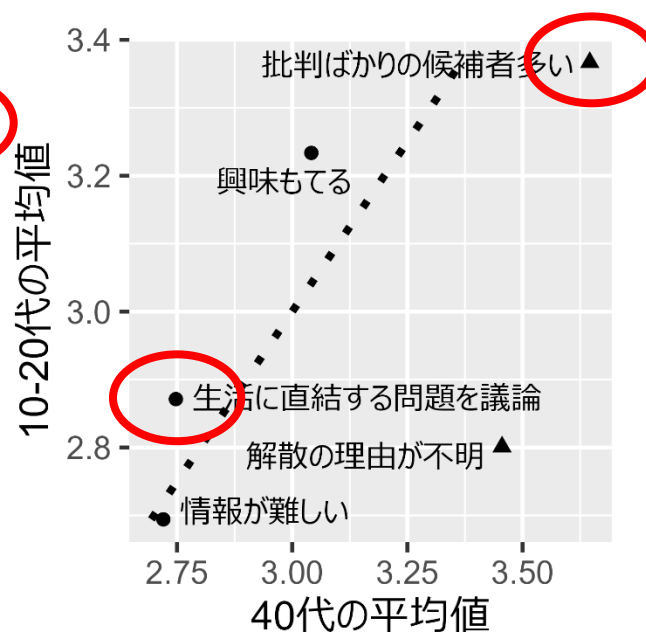
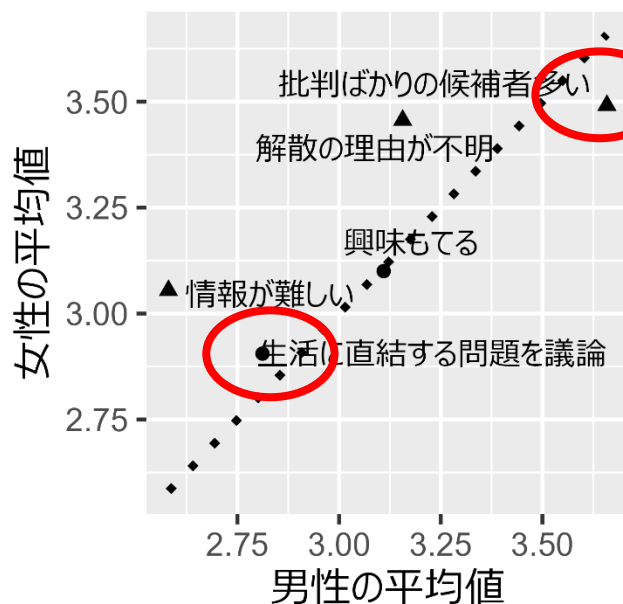
※この認識が
おしなべて低い点
にも注目

属性の構成比の差を補正済。左右のバーは誤差

浸透する“批判ばかり”イメージ

- グループ間で差はあるとはいえ、批判ばかりだった＋生活に直結する問題の議論は不十分という印象は広く浸透している

選挙への関心と印象



▲は統計的に差が認められる点

統一地方選へ向けて

投票時に重視する政策

- 選挙では、政党や候補者がさまざまな政策や問題について、賛否や意見を表明します。次にあげる政策や問題に関する、政党や候補者の賛否や意見は、あなたが投票先を決めるうえでどれくらい重要なチェック項目になると思いますか

※調査票では各項目に具体例など付記

成長戦略に関する意見	憲法改正に～
インテリジェンス政策に～	企業献金・団体献金の規制に～
「移民」の規制に～	エネルギーに～
食料安全保障に～	社会保険料の引き下げに～
教育無償化の範囲拡大に～	旧統一教会と政治の関係の究明に～
医療費の自己負担額引き上げに～	選択的夫婦別姓に～
防衛費の増額に～	消費税減税に～
国会の予算削減に～	

投票時に重視する政策

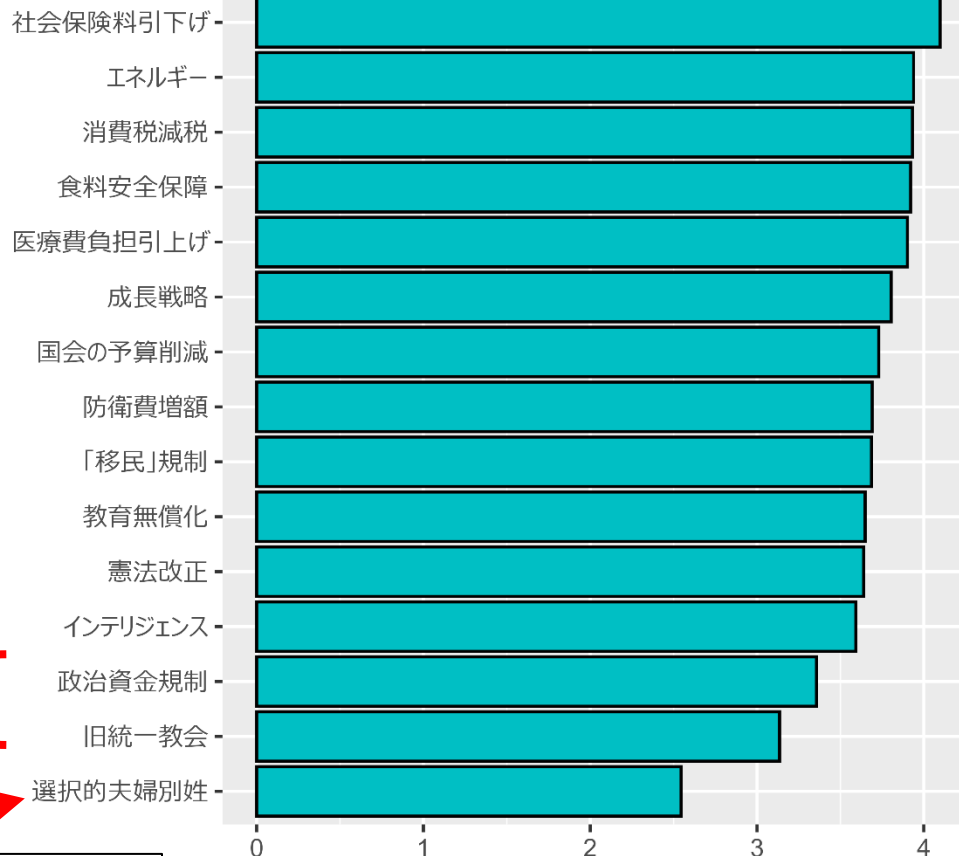
投票時に重視する政策

支出と可処分所得関連
政党・候補者を問わず
基本政策として必要

グループ間でのばら
つきに注視する必要
※次スライド参照

野党が争点化
を狙った点は下位

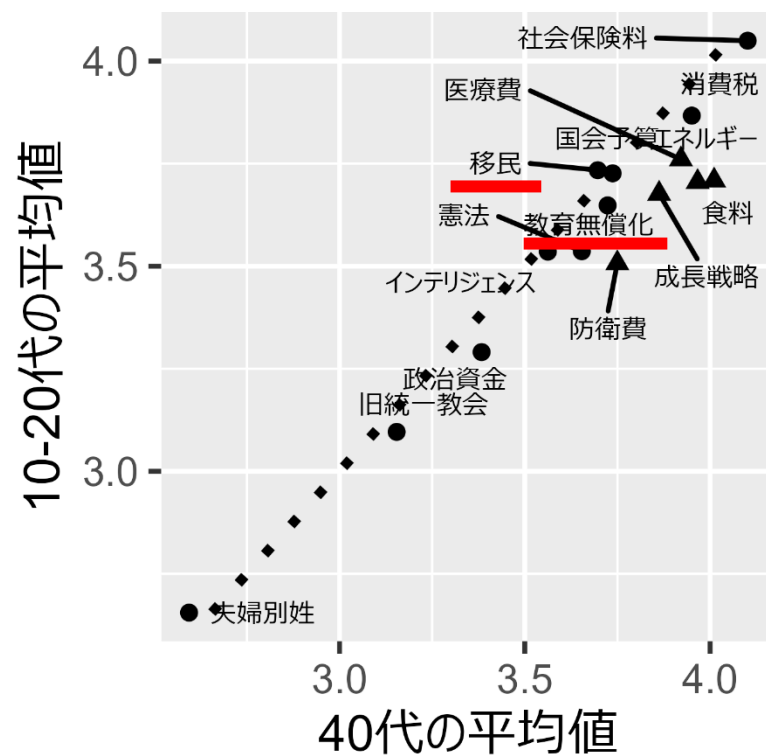
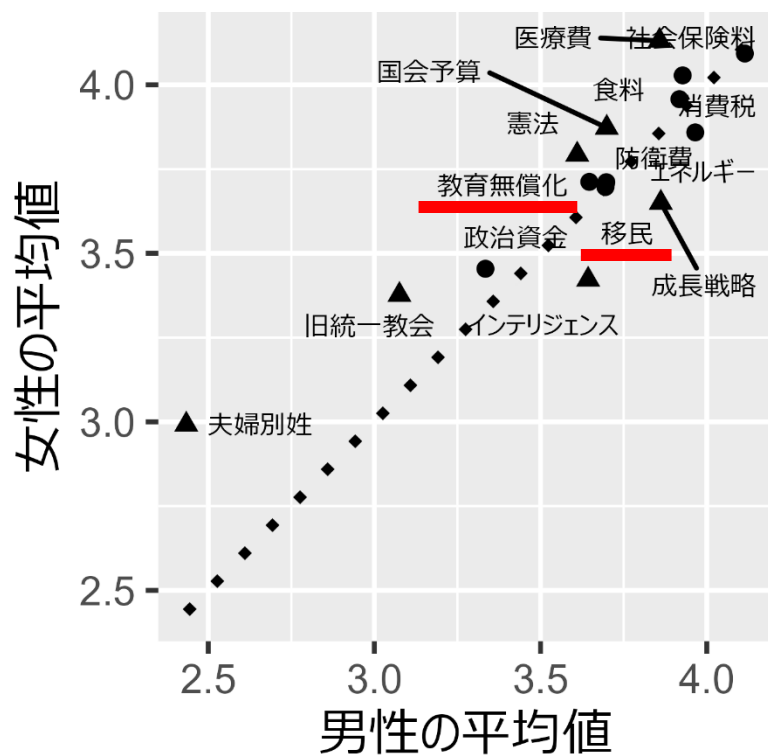
大きく下がるのは
一部には男性の回答が多いため



選択肢に1~5点を割り当てて平均値を算出

重視度の比較(1)

重視する政策



▲は統計的に差が認められる点

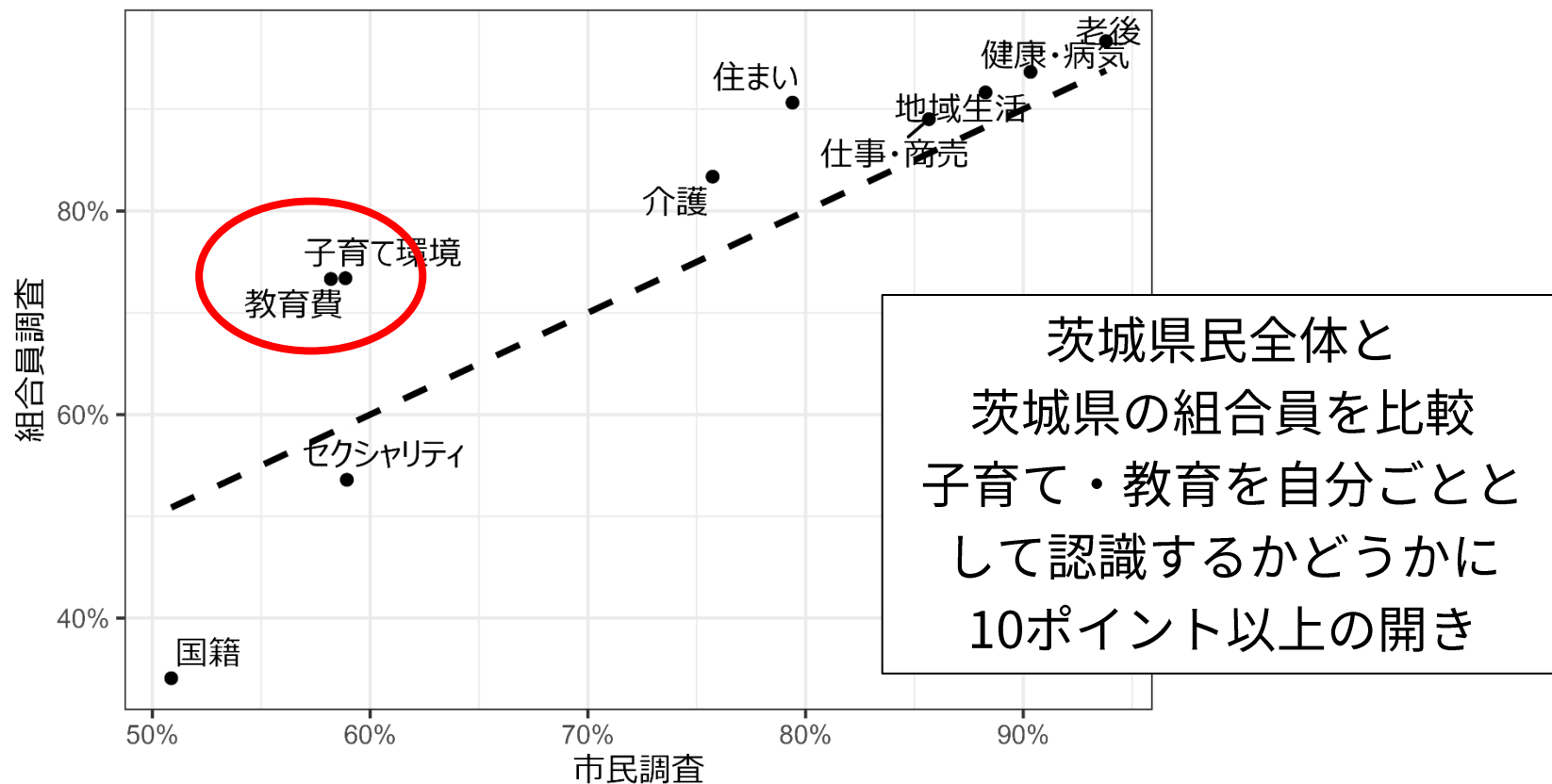
重視度の比較(2)

- 憲法(平和)や防衛・インテリジェンスなどは比較的特定の層において重視されやすい
- 重視度がまあまあ高い＋グループ間のばらつきが小さい項目としては教育(無償化)、“移民”
→物価高対策や社会保障の問題に比べて後景化しがちだが、基本政策として期待されている可能性がある
 - 人口減少を見据えた次世代の設計が現役世代の関心として強いのは理解可能
 - ただし、人口一般に比べて組合員の教育重視が強い可能性には注意

(参考)第58回共同調査@茨城

[紹介記事URL](#)

自分事としての認識率



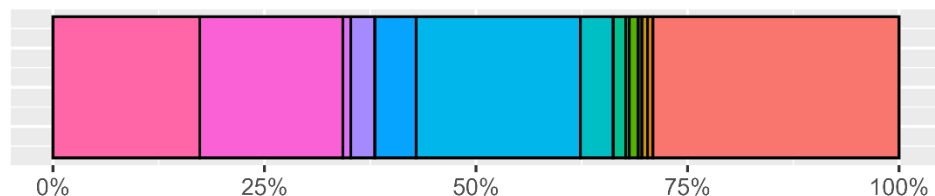
政党支持率

支持率では自民・立民が拮抗
立民・中道計と国民がほぼ同率
近畿B全体で構成組織別に見ると、立民・中道支持はやや弱体化懸念がある

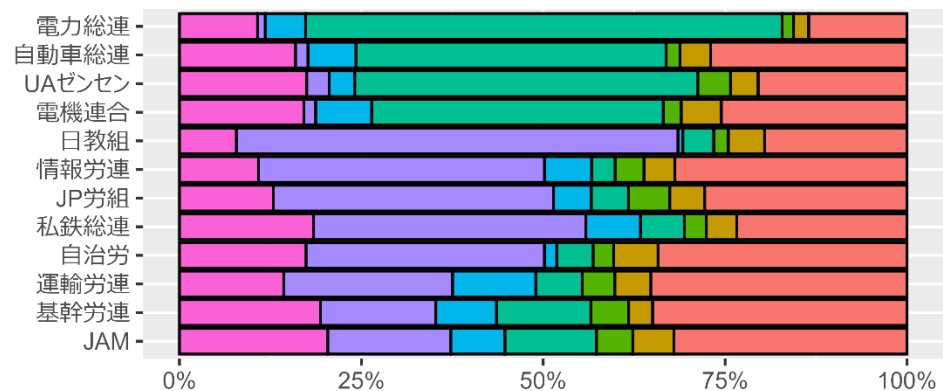
支持政党(近畿ブロック)

支持政党

自民 公明 維新 参政 共産 社民 その他
立民 中道 国民 みらい れいわ 保守 支持なし



自民 維新 参政 支持なし
中・立・公 国民 その他



属性の構成比を補正済

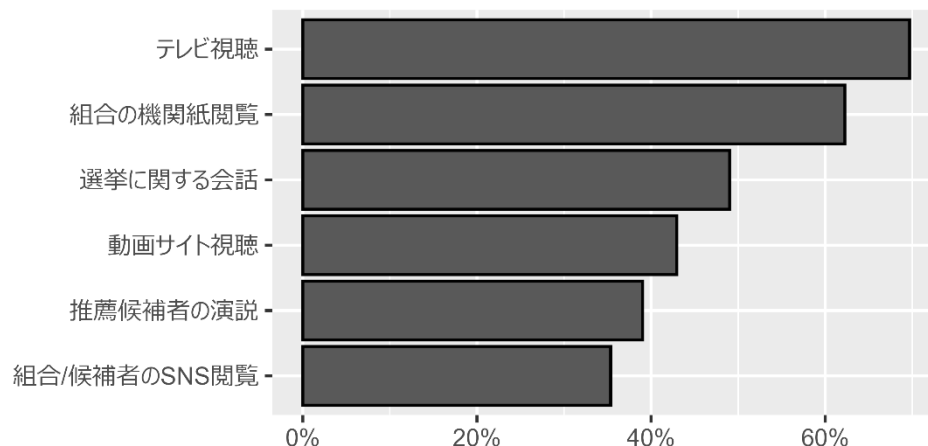
選挙期間中の行動

選挙期間中の行動

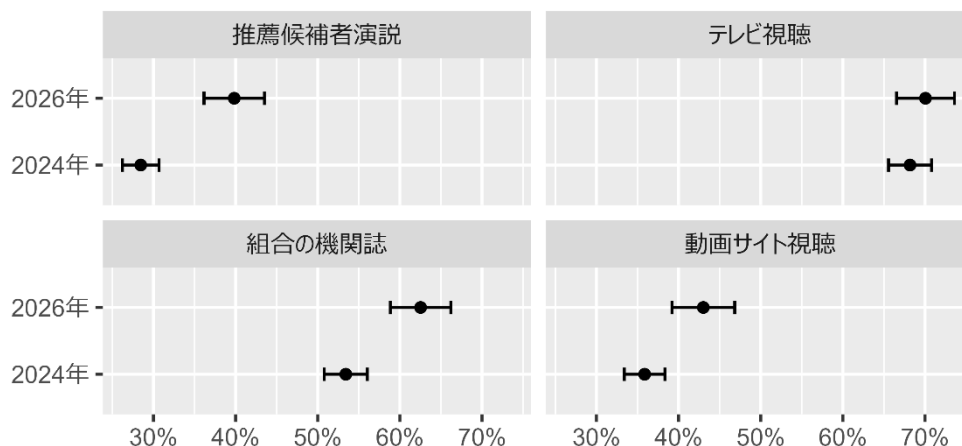
- 労働組合が推薦していた候補者の演説を聞いた(オンライン含む)
- 労働組合や連合の機関紙や広報紙で、選挙に関することを読んだ
- 動画サイト(YouTubeなど)で、選挙に関する動画を見た(広告として流れるものは含まず)
- テレビ(TVerなども含む)で、選挙に関する報道を見た
- 組合や、組合が推薦する候補者の、公式サイトやSNSにアクセスした
- 家族や友人との日常会話で、選挙の話題を自分から出すことがあった

アナログ優位はあまり変わらず

選挙期間中の行動:該当率



選挙期間中の行動:該当率



経年比較のため2026年基準の補正値を掲載

動画サイト視聴の
該当率は上がったが
機関誌閲覧などの
該当率も上昇



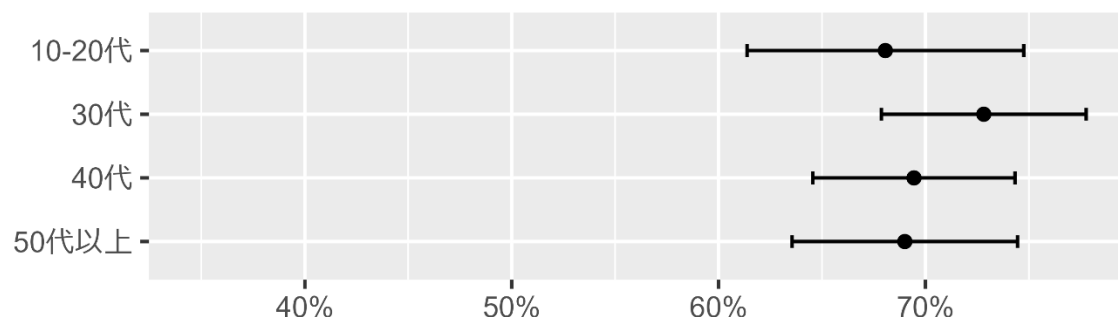
今回のほうが全体的
に“熱が入っていた”
と見るべきか

変化は中高年層にあり

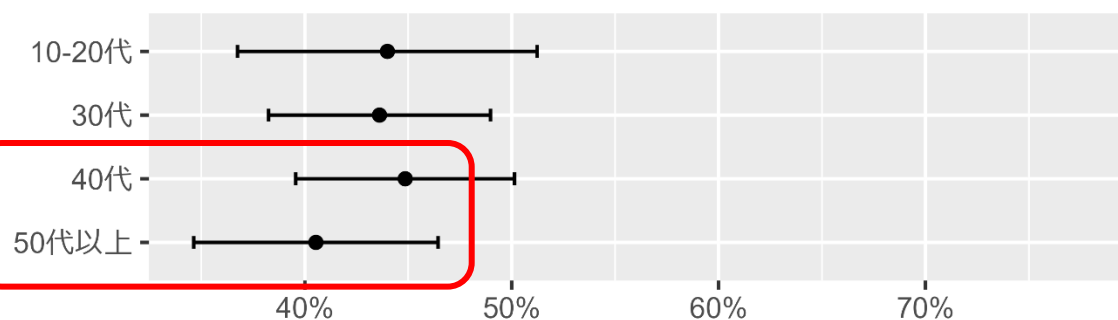
2024年はとくに
50代以上の動画
サイト利用率が
低かったが
今回は年齢層間の
差がなくなった
↓
動画サイトの
マスメディア化

選挙中の行動: 該当率

テレビ視聴



動画サイト視聴

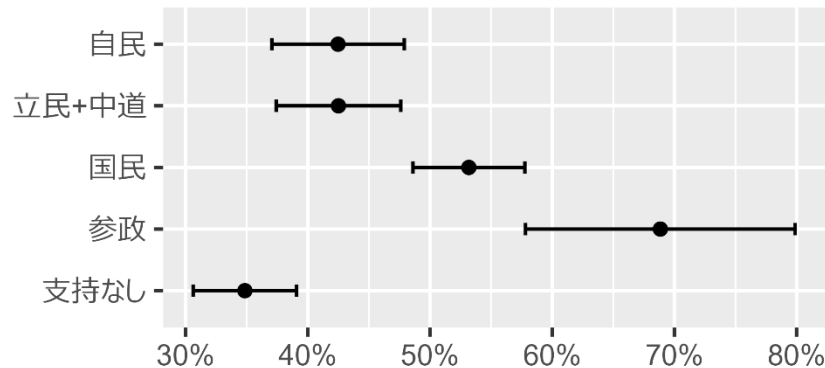


属性の構成比を補正済

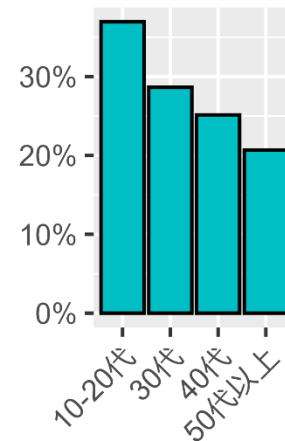
“関心による駆動”は変わらず

- 特定政党の支持者と支持なし層で動画サイトの利用率に大きな開き→接触するコンテンツが関心によって左右される性質は変わらない

動画サイト閲覧
支持政党別



支持なし層比率



左右のバーは誤差

投票の参考にした情報(選挙区)

- あなたが投票する候補者や政党を決めるにあたって参考にしたものは何ですか。(3つ以内で)

労働組合のチラシやビラ、機関紙	労働組合役員からの働きかけ
労働組合の集会(オンライン含む)	選挙公報
投票所に掲げられた名簿	候補者や政党の街頭演説
候補者や政党のポスター・チラシ	候補者や政党のホームページ
連合や構成組織・地方連合会等のHP	政策・公約(マニフェスト)の冊子
テレビなどの政見放送や政党討論会	新聞や週刊誌などの記事
支持依頼の電話、ハガキ	友人、知人、家族などからの依頼
XやFacebook、Instagram、TikTok	YouTubeなどの動画
もともと決まっていたので特にない [近畿B調査票では、ほかの選択肢と同時に選べない設定]	

参考情報クラスタを析出

- 複数回答形式は精度が悪いが、仮に精度が確保されても、16もの項目を見渡して傾向を把握するのは困難
- 「SNSは参考にするが組合関係は参考にしない」など、少数の選択パターンに分類できるとよい
- →潜在クラス分析という手法で対処。イメージとしては「データのなかに現れるパターンをなるべく少ないクラスタに分類するならどんな分類になるか」を統計的に推定するもの
- あらかじめ分類軸を設定するのではなく、さまざまな分類をデータにしらみつぶしに当てはめて、もっともフィットしたものを選ぶ(いわゆる“データドリブン”)

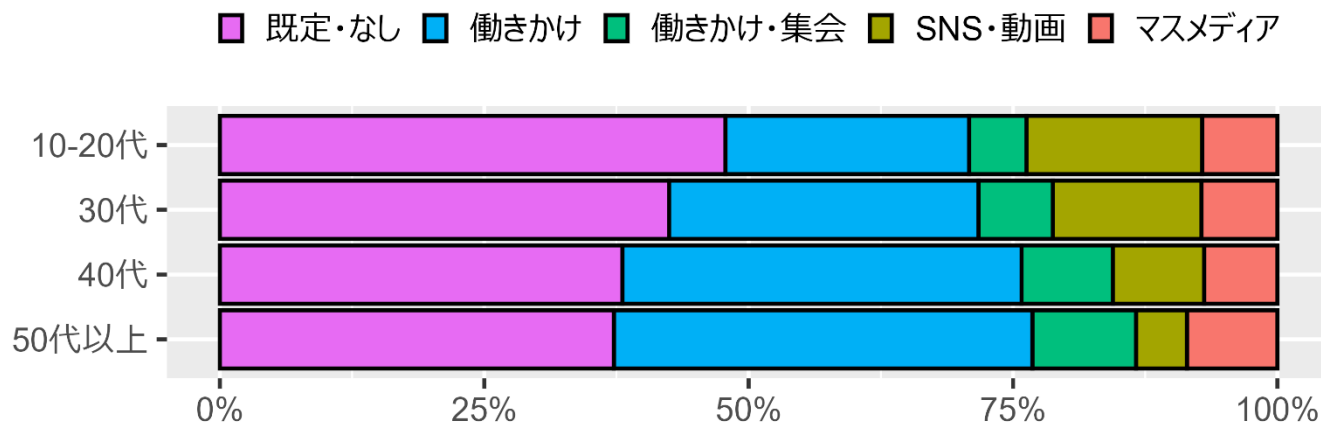
5つの参考情報クラスター

- **クラスター1「規定・なし」約40%**
いずれの項目も該当率が低い。すでに投票先が決まっていたか、とくに参考にしたものがないクラスター
- **クラスター2「組合の働きかけのみ」約35%**
組合の働きかけは参考にしているが、他はすべて低い
- **クラスター3「働きかけ＋集会」約7.5%**
働きかけに加えて組合の集会や機関誌も参考
- **クラスター4「SNS・動画サイト」約10%**
SNSと動画サイトのみ高い該当率を示すクラスター
- **クラスター5「マスメディア」約7.5%**
政見放送の該当率が高く、新聞もやや高い

5つの参考情報クラスタ

- もっとも若い層でもSNS・動画クラスタは15%程度であり、圧倒的マジョリティは「とくに何かを参考にしたわけではない」

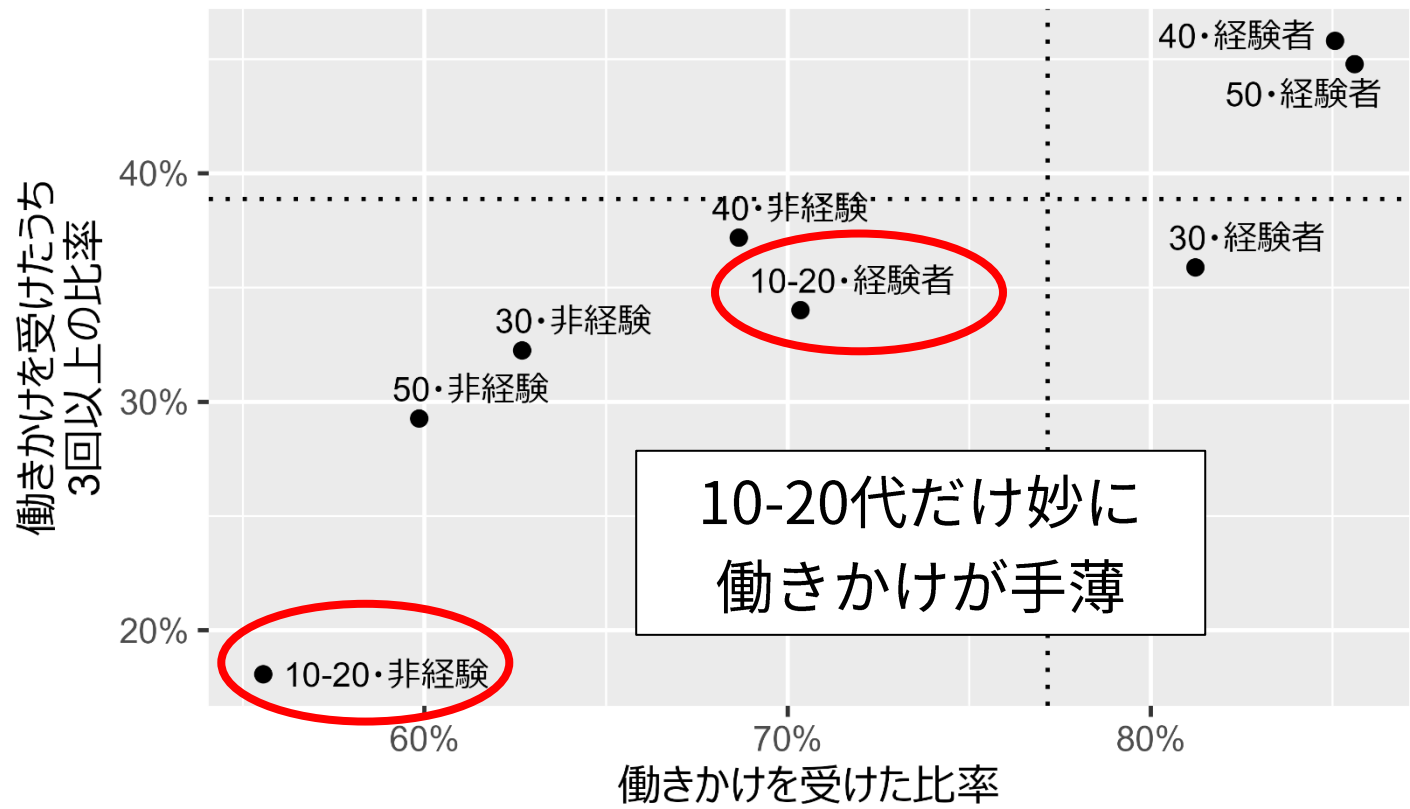
参考情報クラスタ(選挙区)



組合からの働きかけ

働きかけ

年齢・役員経験別



点線は全体平均

まとめ

- 政局としての関心はあったとしても、有権者の生活のための政策を競い合う機会というような意味での関心は低かったと思われる選挙
- 他党・他候補者の批判ばかりで政策論議が不足というイメージは広く浸透している懸念
- 中道改革連合への合流が票のロスにつながったのは組合員でも同様。多くの場合は国民民主党が受け皿になったと見られるが、その場合も組合員の納得感は低い

まとめ

- 家計の支出や可処分所得に関連する政策が重視されやすい傾向にあり(24年衆と同傾向)、世代間の差は小さい。権力監視や規制の優先度は低い
- 現役世代の組合員に限れば、教育や“移民”の問題も、(税や社会保障に関する基本政策があることを前提に)対応が期待されている可能性がある。現実的な“次世代のデザイン”の提示にたいする期待があるのではないか。

まとめ

- 動画サイトの利用は増加傾向に見えるが、それはマスメディア化と見るべきことであって、今後は“関心の壁”を乗り越えられるかどうか“カネ次第”という側面が強くなっていくのではないか
- 動画サイトやSNSを投票の参考としているのは若年層でも15%程度。何も参考にしていないクラスタのほうが圧倒的に多い
- 若年層が“コミュニケーション様式が異なる異質な存在”のように見られていないか？ 偏った“若者像”に注意が必要だと思われる