

平成22年執行参議院議員選挙に関する 世論調査の概要について

平成22年7月11日執行参議院議員選挙に関する世論調査の結果がまとまりましたので、その概要についてお知らせします。

I 調査の目的等

平成22年執行の参議院議員選挙において、都内の有権者が示した選挙に対する意識、投票行動、選挙公報や広報媒体との接触状況、期日前投票の認知状況などを調査し、今後の選挙の管理執行や選挙啓発の参考とする。

- 調査地域・対象 東京都全域（島部を除く）に居住する満20歳以上の男女個人
- 調査対象数・回収数 対象数：3,000人、回収数：2,005人（回収率：66.8%）
- 調査方法・期間 個別面接聴取法、平成22年 9月10日（金）～ 同年 9月26日（日）

II 主な調査結果

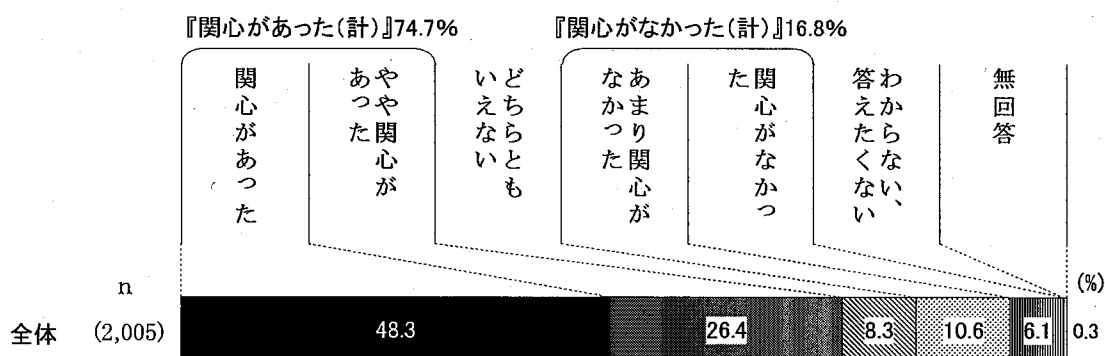
- 1 選挙に関する都民の意識
選挙への関心度
⇒「関心があった」が74.7%、2ページ（1）参照
- 2 投票行動
候補者の選定基準（「政党重視」か「候補者（人物）重視」か）
⇒「政党重視」(56.3%)が「候補者（人物）重視」(28.5%)を上回る
8ページ（5）参照
- 3 期日前投票の認知度
期日前投票の認知度
⇒「以前から知っている」(94.7%)と「今回知った」(0.9%)で95.7%の認知度
11ページ（1）参照
- 4 選挙公営と選挙啓発
接触した媒体（見聞きした選挙情報）
⇒1位「テレビ・ラジオの選挙報道」(86.5%)、2位「候補者のポスター」(77.9%)
15ページ（4）参照

Ⅲ 調査結果の概要

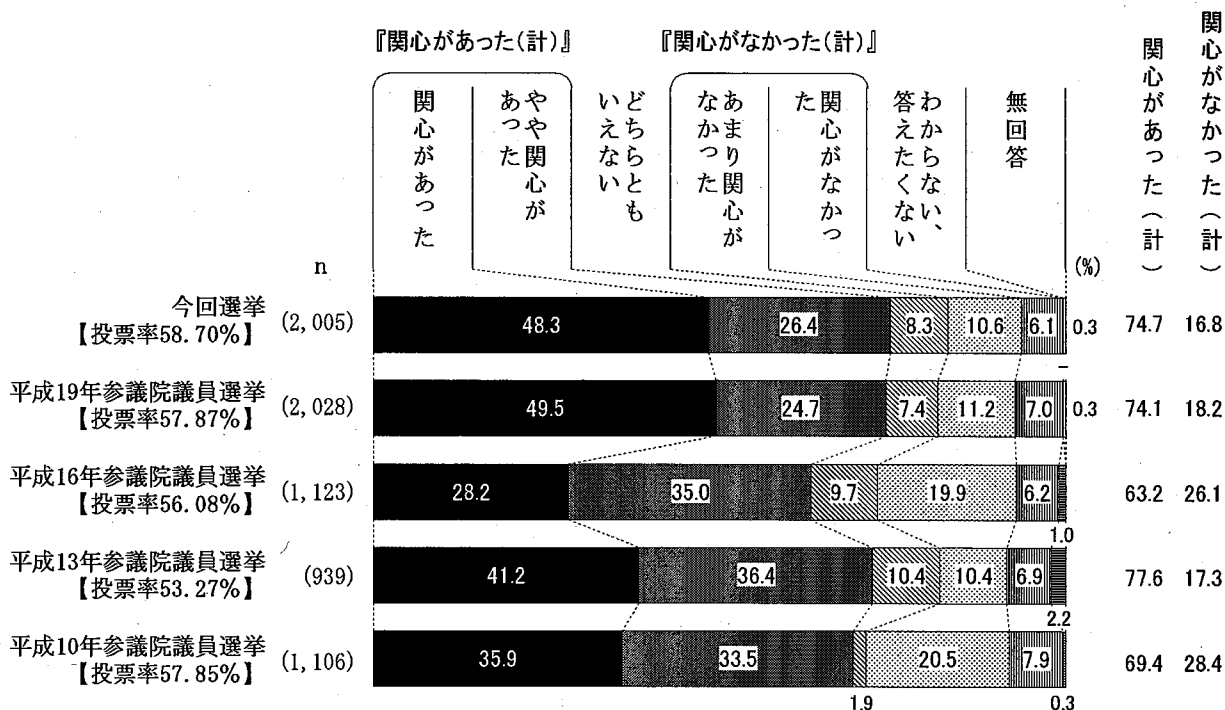
1 選挙に対する都民の意識

(1) 選挙への関心度 (本文15ページ)

◇『関心があった(計)』は7割台半ばで、前回に比べて0.6ポイント増加している。



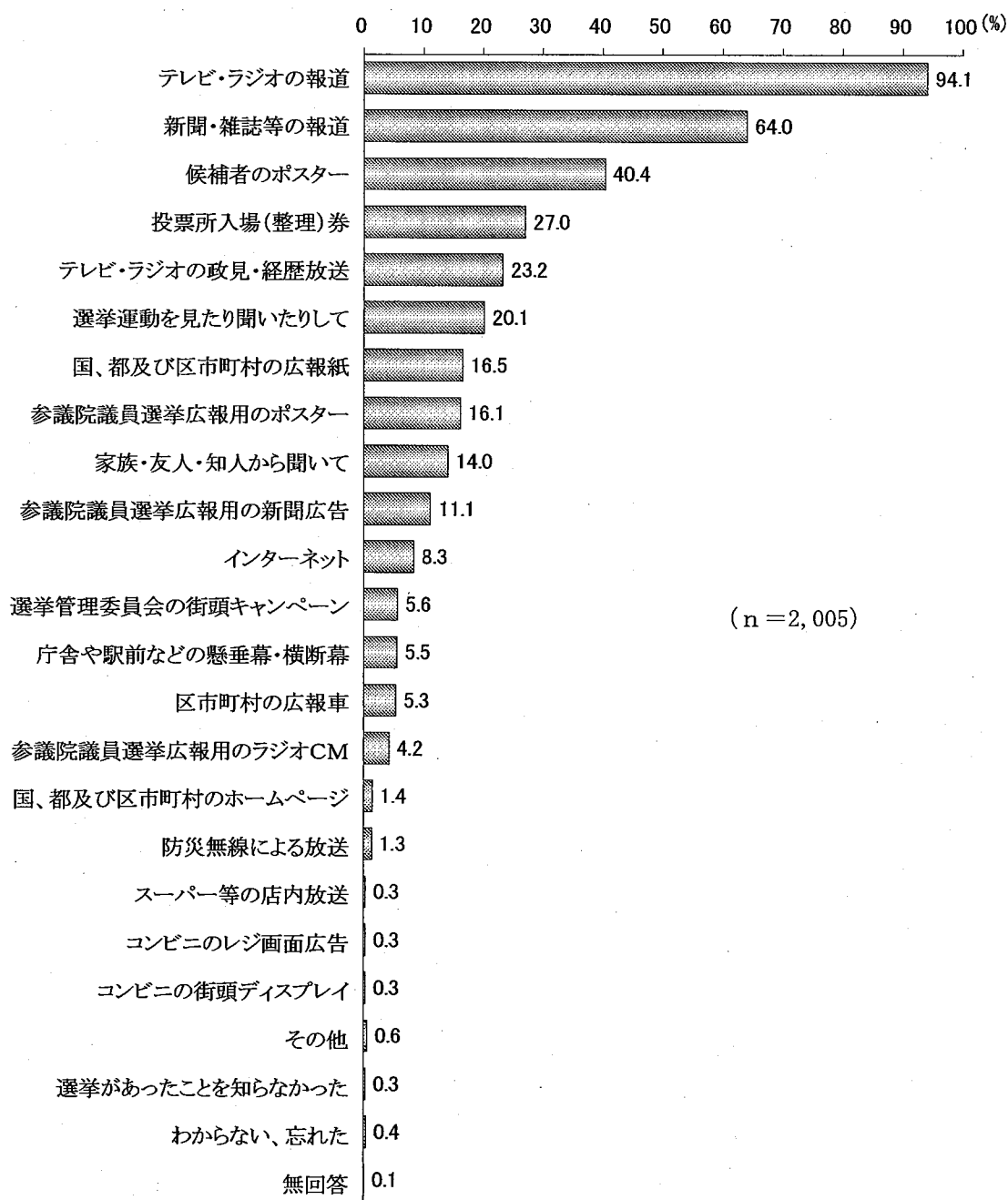
時系列比較



注：平成16年までの選択肢は、「かなり関心があった」「少しは関心があった」「どちらともいえない」「あまり関心がなかった」「まったく関心がなかった」「わからない、答えたくない」

(2) 選挙の認知経路「選挙が行われることを何で知りましたか」(本文 19 ページ)

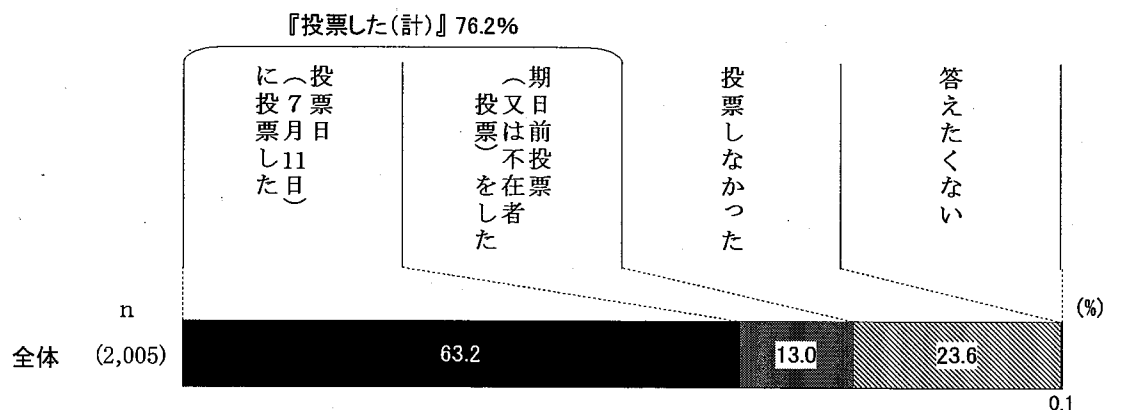
◇「テレビ・ラジオの報道」が9割を超えて最も多く、「新聞・雑誌等の報道」が6割台半ばで続いている。



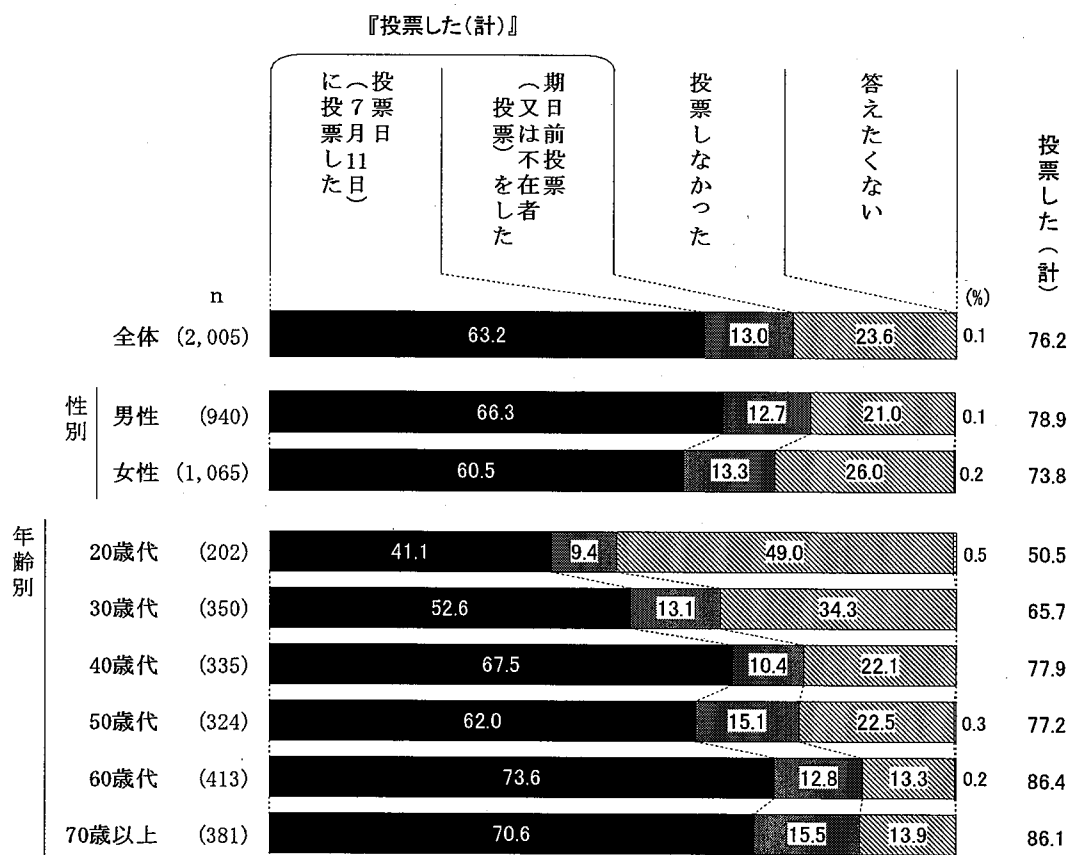
2 投票行動

(1) 投票への参加状況 (本文29ページ)

◇『投票した(計)』は7割台半ばを超えているが、実際の投票率は、58.70%となっている。この傾向は、過去の調査時と同様である。

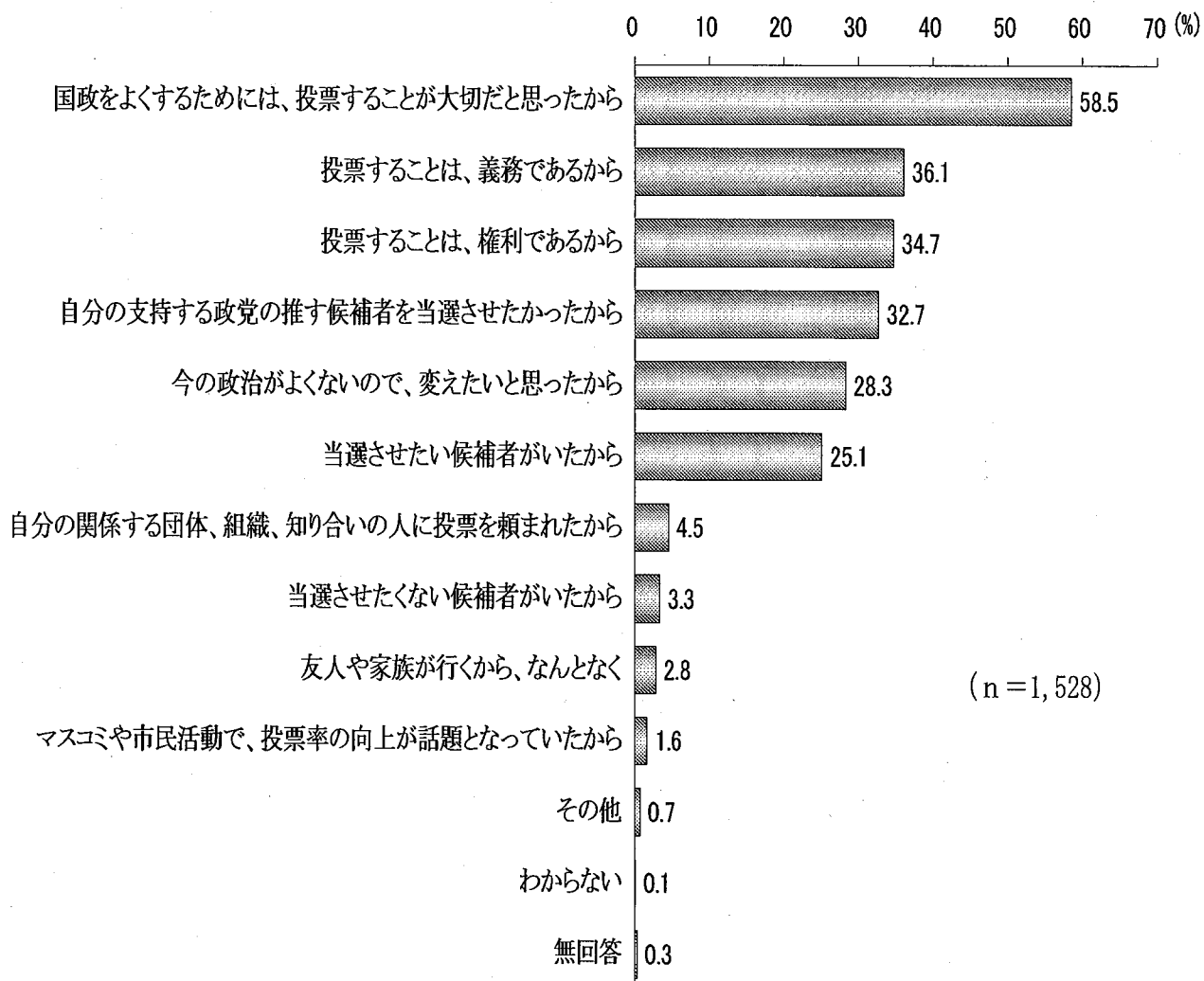


性別・年齢別投票状況



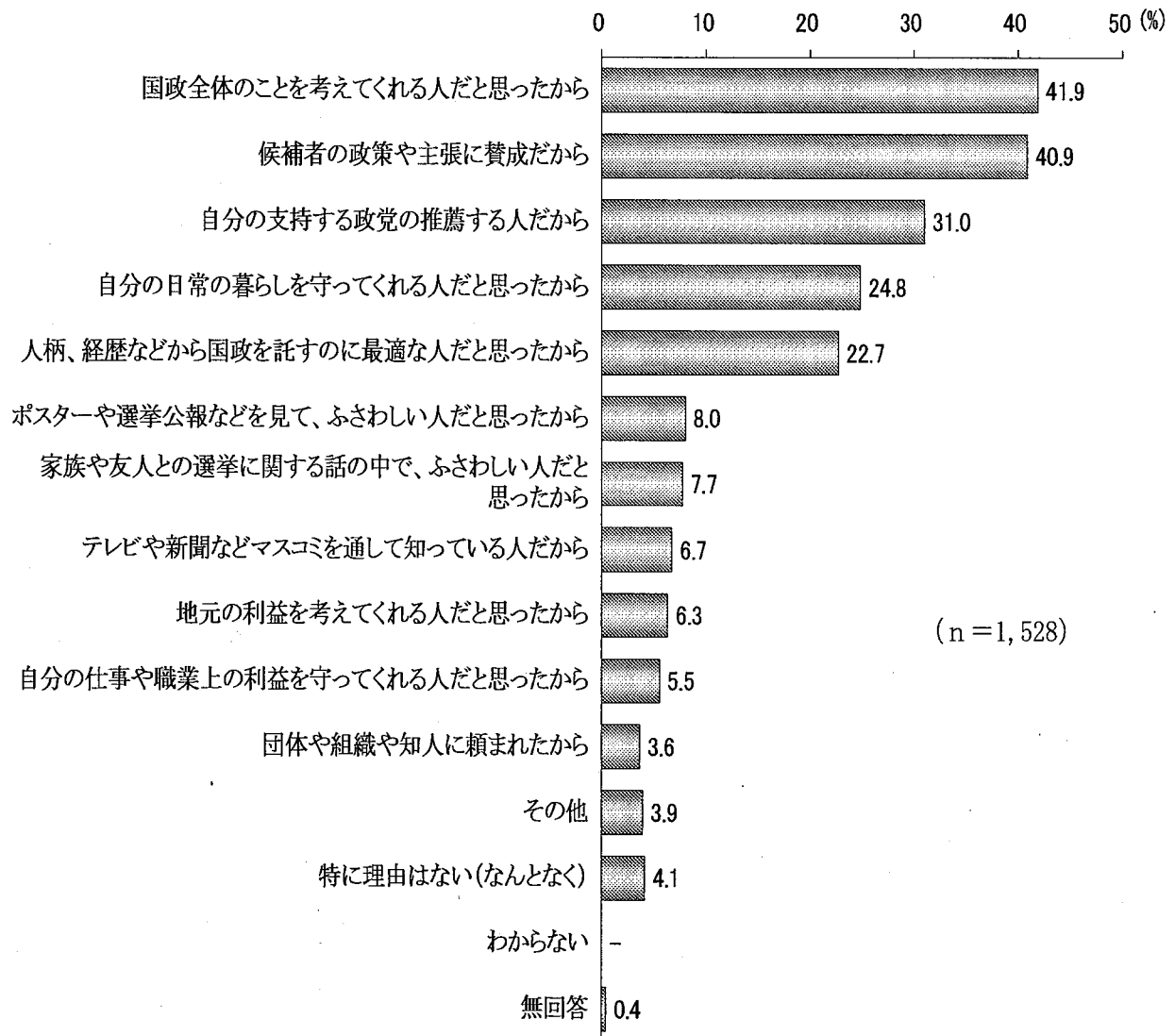
(2) 投票の動機 (本文35ページ)

◇「国政をよくするためには、投票することが大切だと思ったから」が約6割と最も多く、「投票することは、義務であるから」、「投票することは、権利であるから」が続いている。



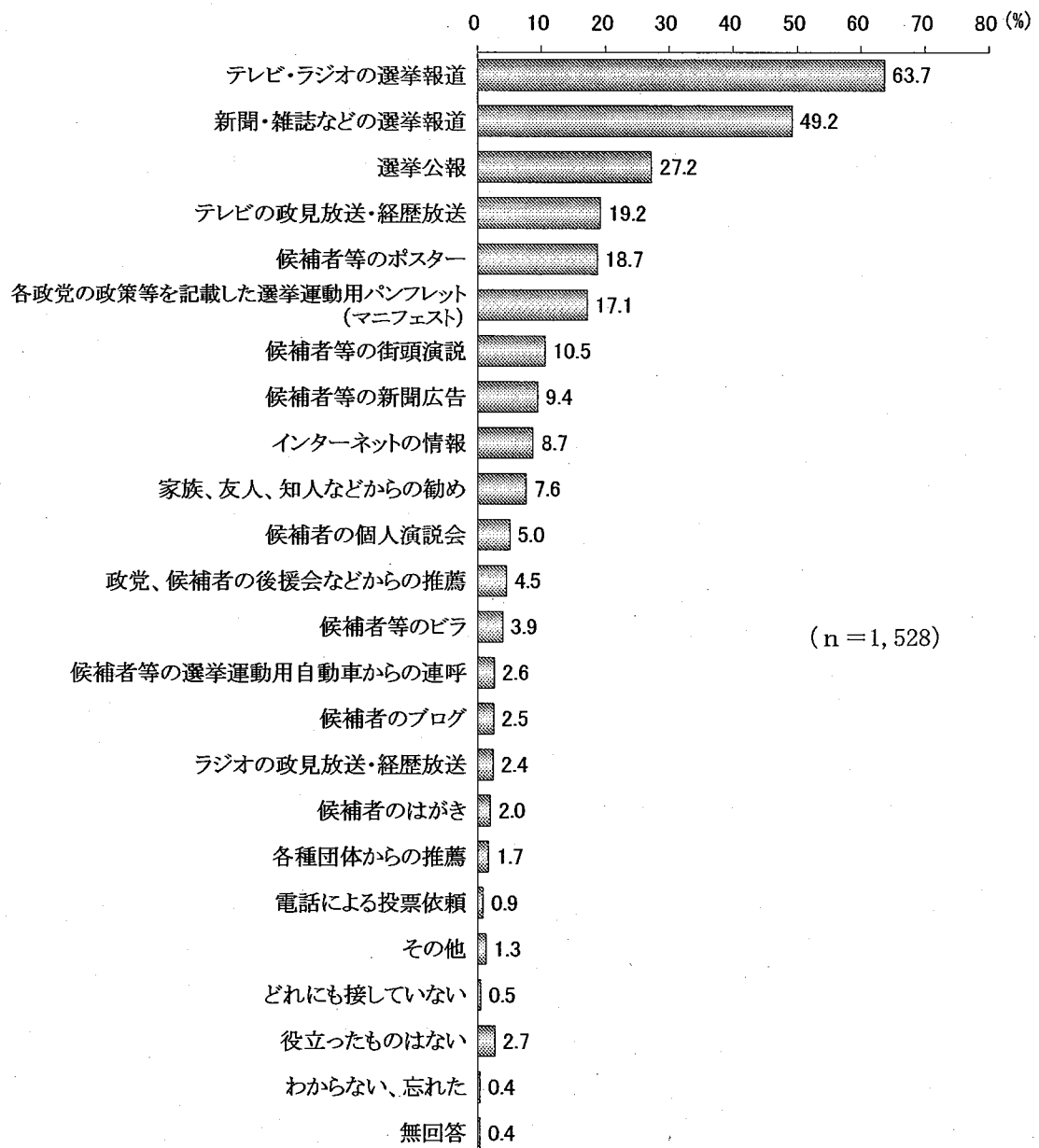
(3) 投票した候補者の選定理由（本文40ページ）

◇「国政全体のことを考えてくれる人だと思ったから」が4割を超えて最も多く、「候補者の政策や主張に賛成だから」、「自分の支持する政党の推薦する人だから」と続いている。



(4) 候補者の選定に役立った媒体(本文45ページ)

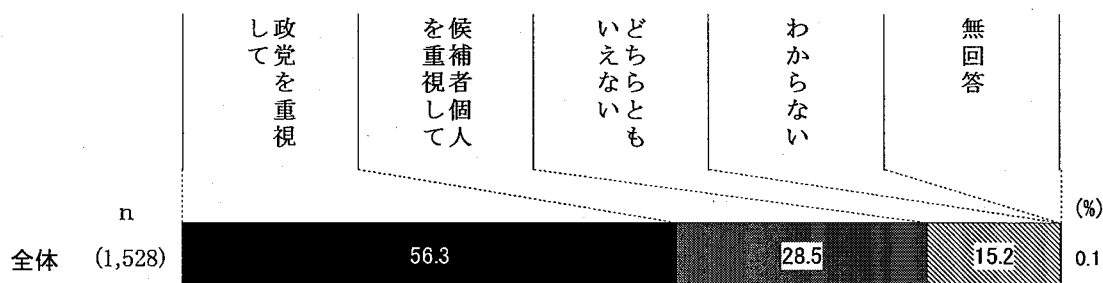
◇「テレビ・ラジオの選挙報道」が6割を超えて最も多く、続いて「新聞・雑誌などの選挙報道」が約5割とマスコミ報道が上位を占めており、「選挙公報」が約3割でそれらに続いている。



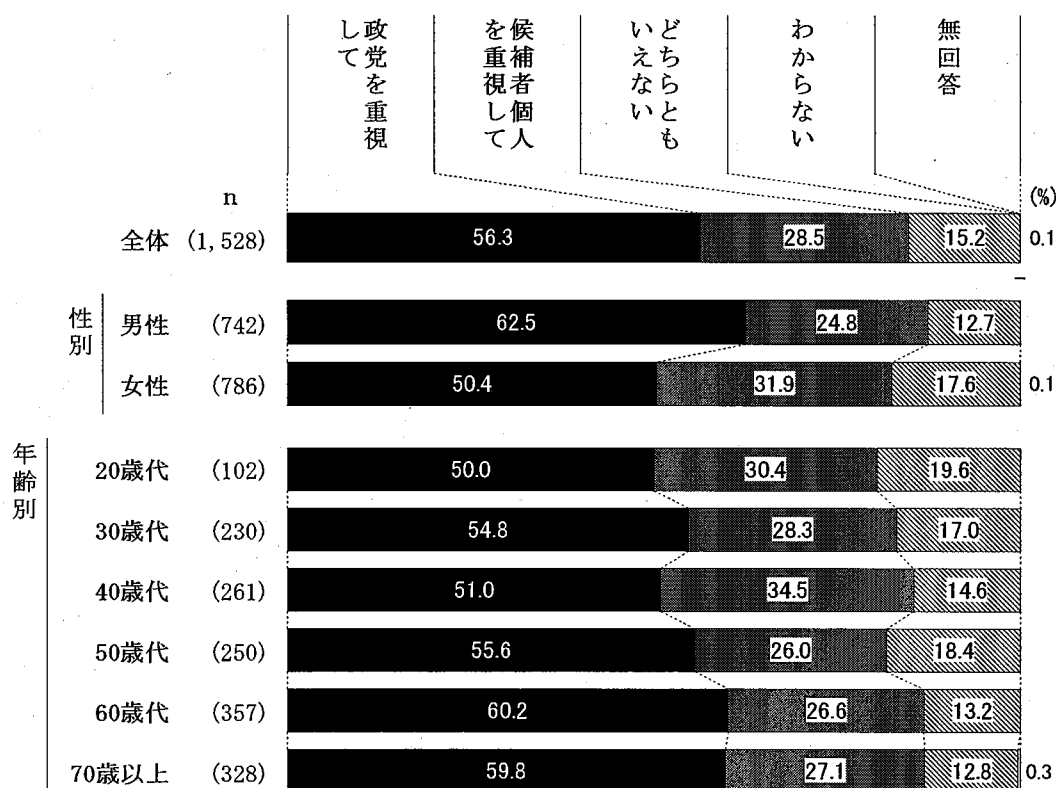
(5) 投票した候補者の選定基準「政党重視」か「候補者(人物)重視」か

(本文51ページ)

◇「政党を重視して」が5割を超え、「候補者個人を重視して」(28.5%)を大きく上回っている。「政党を重視して」を性別で比較すると、男性が女性を12.1ポイント上回っている。

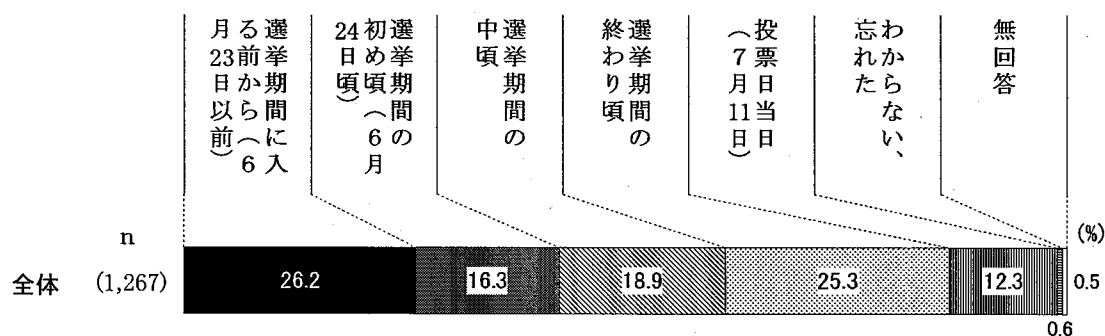


性別・年齢別比較

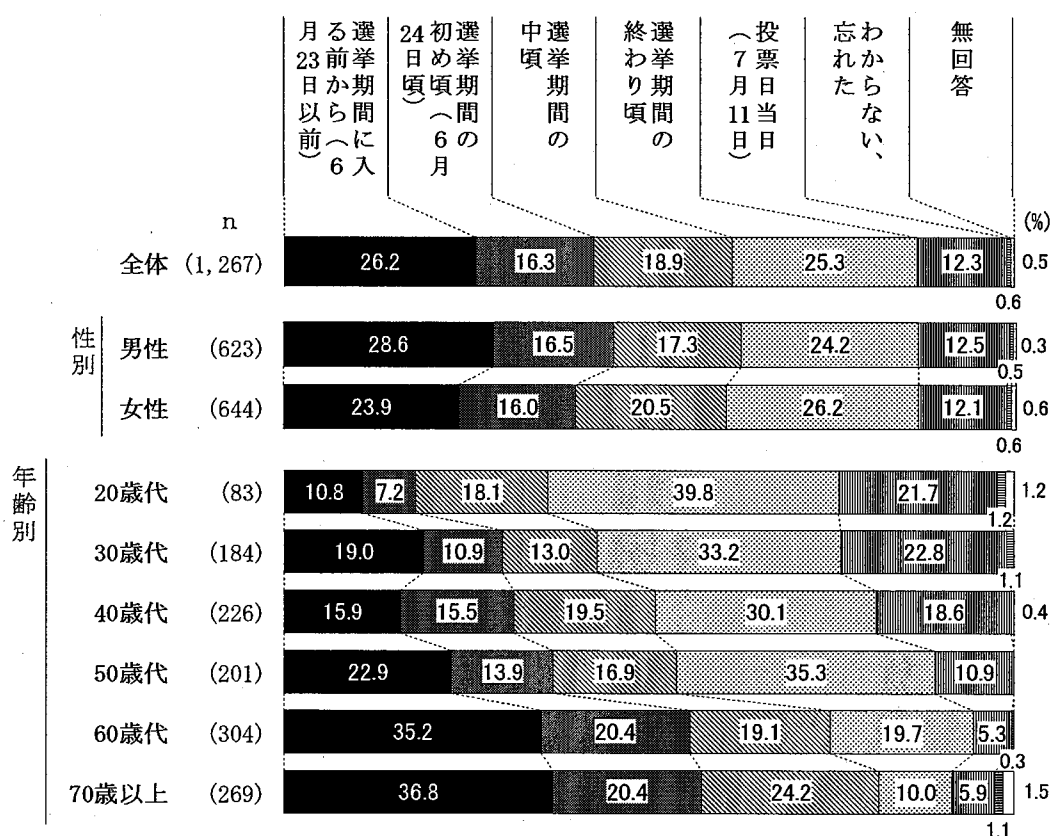


(6) 投票する候補者を決めた時期（本文55ページ）

◇「選挙期間に入る前から（6月23日以前）」が最も多く、「選挙期間の終わり頃」が続いている。年齢別の比較では、年齢の高い層ほど早い段階で投票する候補者を決めている。

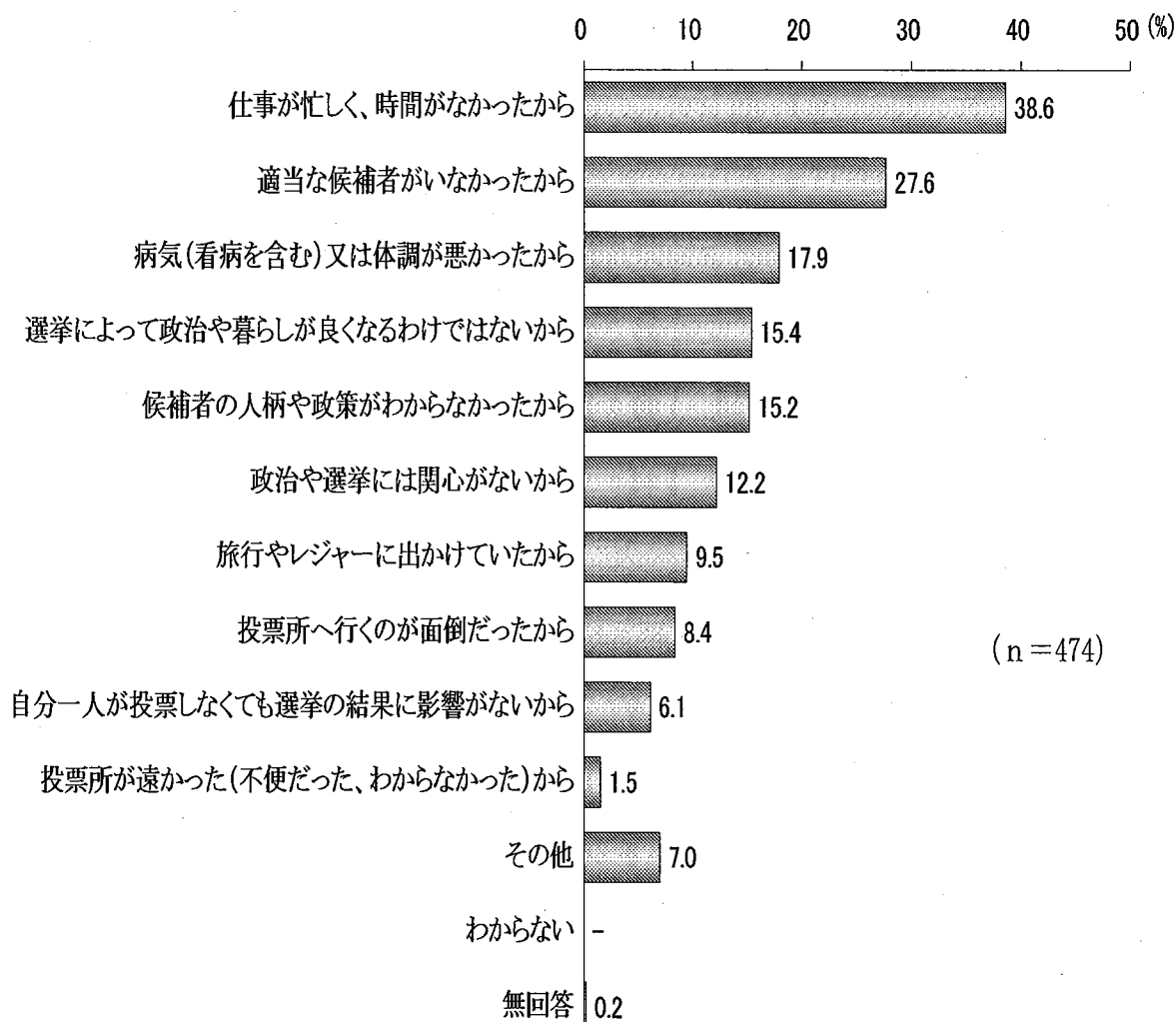


性別・年齢別比較



(7) 棄権理由 (本文60ページ)

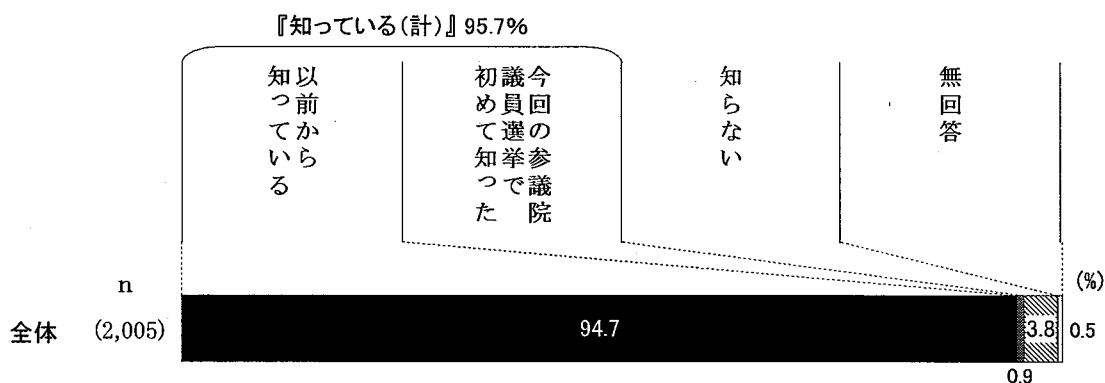
◇「仕事が忙しく、時間がなかったから」が約4割で最も多く、やや差があって「適当な候補者がいなかったから」が2割台後半で続いている。



3 期日前投票の認知度

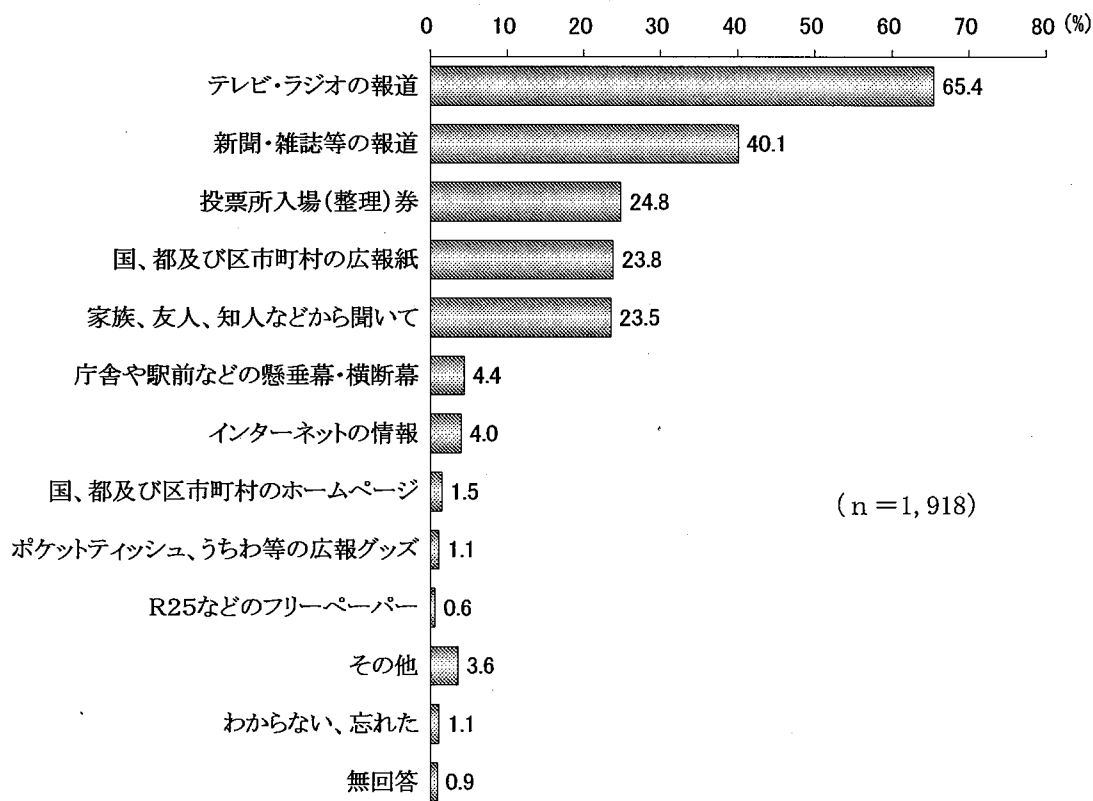
(1) 期日前投票の認知度 (本文65ページ)

◇『知っている(計)』が9割台半ばに達している。



(2) 期日前投票の認知経路 (本文69ページ)

◇「テレビ・ラジオの報道」が6割台半ばで最も多く、大きく差があって「新聞・雑誌等の報道」が4割、「投票所入場(整理)券」、「国、都及び区市町村の広報紙」、「家族、友人、知人などから聞いて」が2割台で続いている。

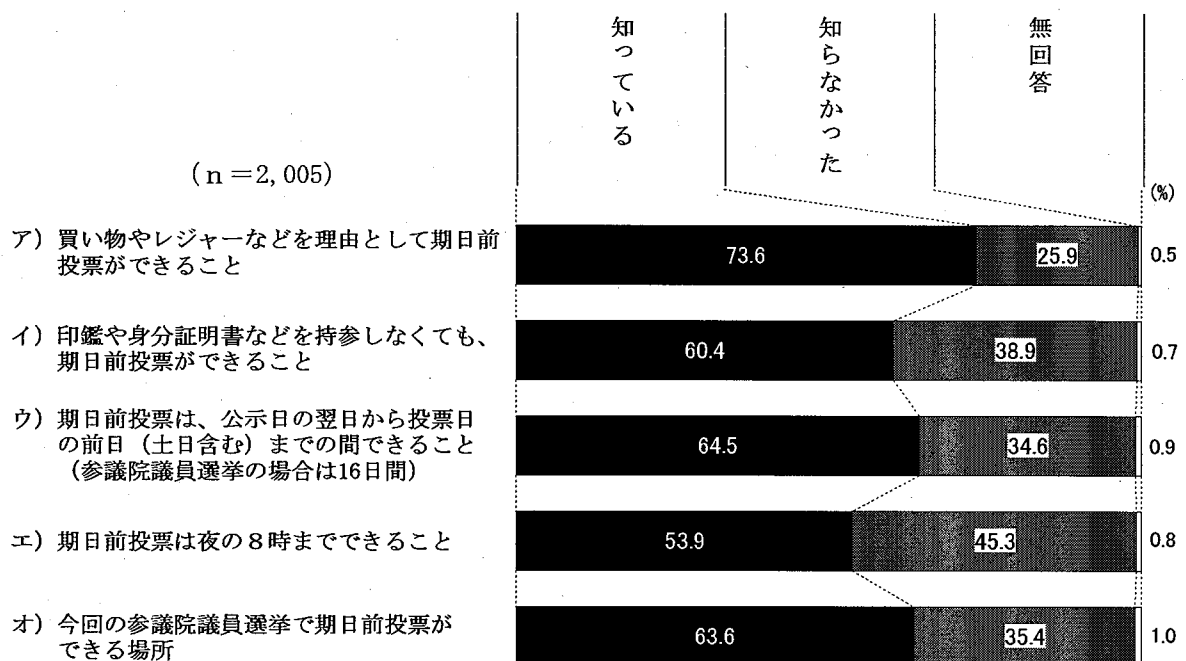


(3) 期日前投票制度の認知度 (本文 73 ページ)

◇ “買物やレジャーなどを理由として期日前投票ができること” は、「知っている」が7割台に達している。

◇ “期日前投票は、公示日の翌日から投票日の前日（土日含む）までの間できること”、“今回の参議院議員選挙で期日前投票ができる場所”、“印鑑や身分証明書を持参しなくても、期日前投票ができること” は、いずれも「知っている」が約6割となっている。

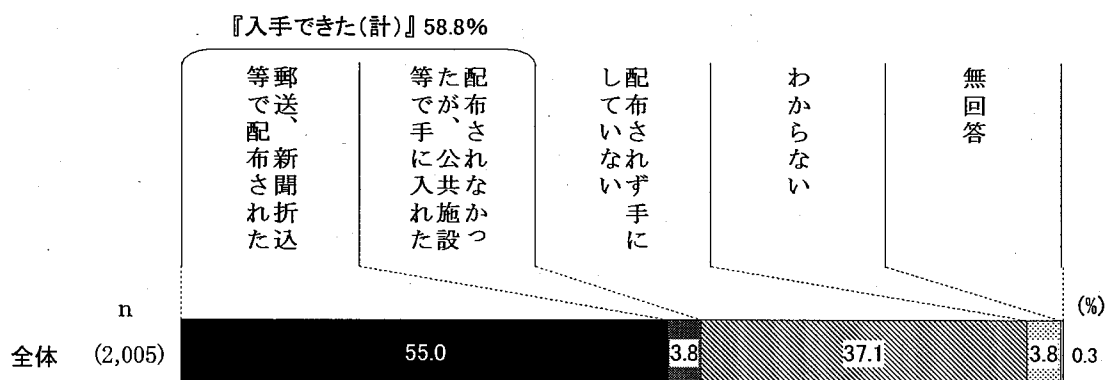
◇ “期日前投票は夜の8時までできること” は、「知っている」が5割台半ばで最も低くなっている。



4 選挙公営と選挙啓発

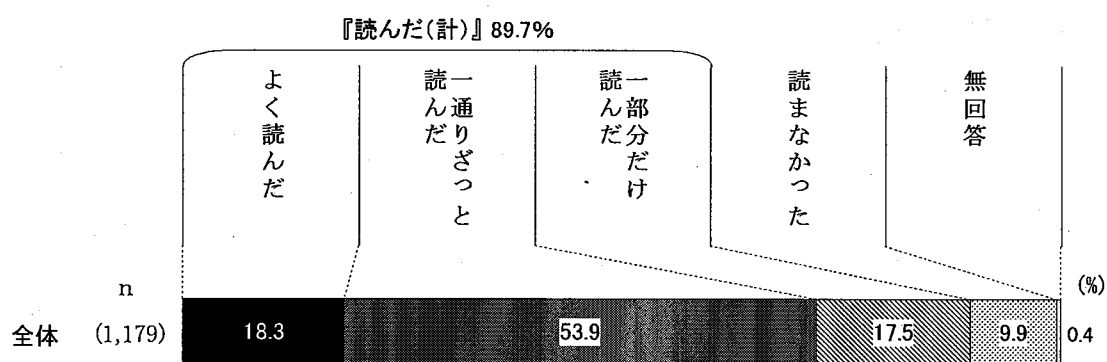
(1) 選挙公報の入手方法 (本文88ページ)

◇『入手できた(計)』が約6割であるが、『配布されず手にしていない』も約4割に達している。



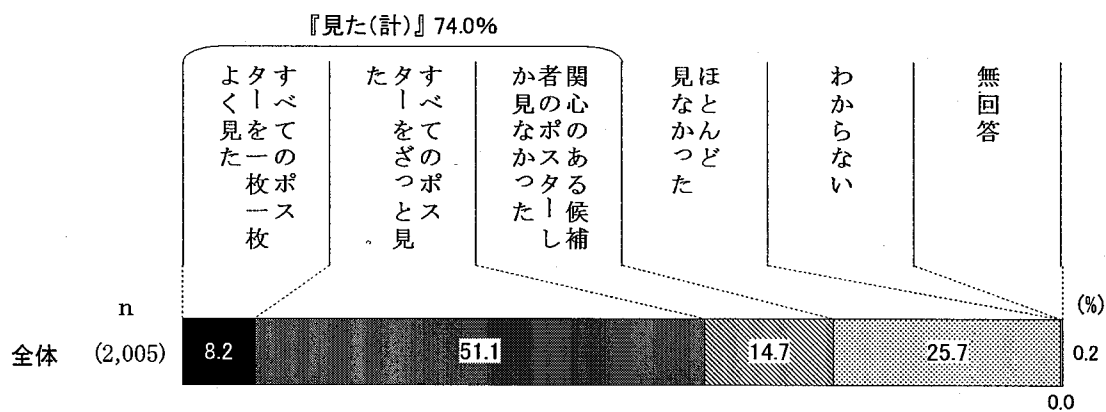
(2) 選挙公報の閲読状況 (本文93ページ)

◇『読んだ(計)』が約9割となり、「読まなかった」は9.9%に留まっている。



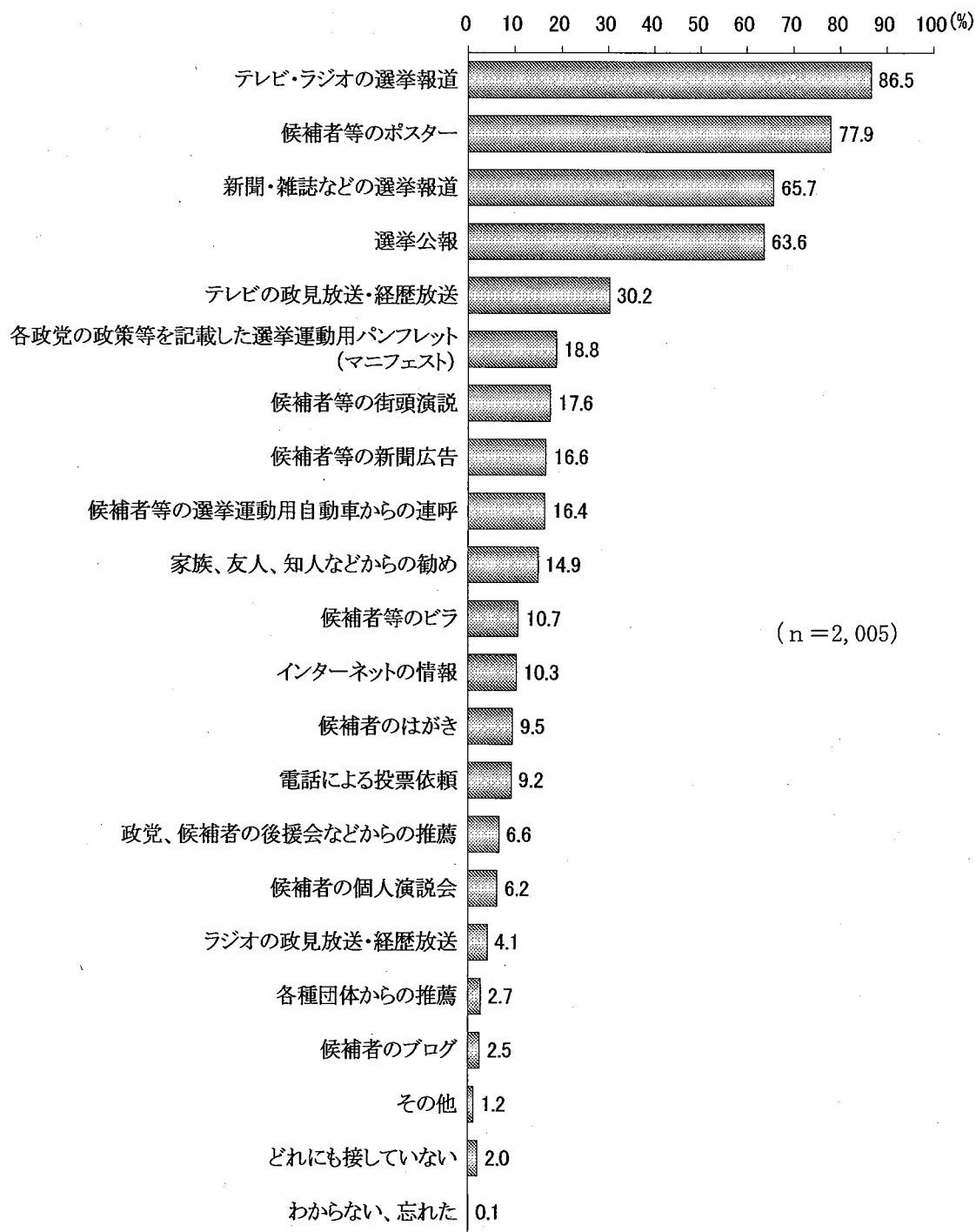
(3) 選挙ポスターとの接触状況（本文97ページ）

◇『見た（計）』が7割半ばに達し、「ほとんど見なかった」は2割台半ばとなっている。



(4) 接触した媒体（見聞きした選挙情報）（本文101ページ）

◇「テレビ・ラジオの選挙報道」が約8割台半ばで最も多く、「候補者等のポスター」が7割台後半、「新聞・雑誌などの選挙報道」、「選挙公報」が6割台半ばと続いている。



(5) 啓発媒体との接触状況 (本文106ページ)

◇「新聞に掲載した広告」が4割台半ばで最も多く、「駅貼りポスター」、「区市町村の広報紙」、「ラジオCM」が2割弱で続いている。また、「見たり聞いたりしたものはない」(21.0%) も2割を超えている。

