

世論調査の結果(概要)

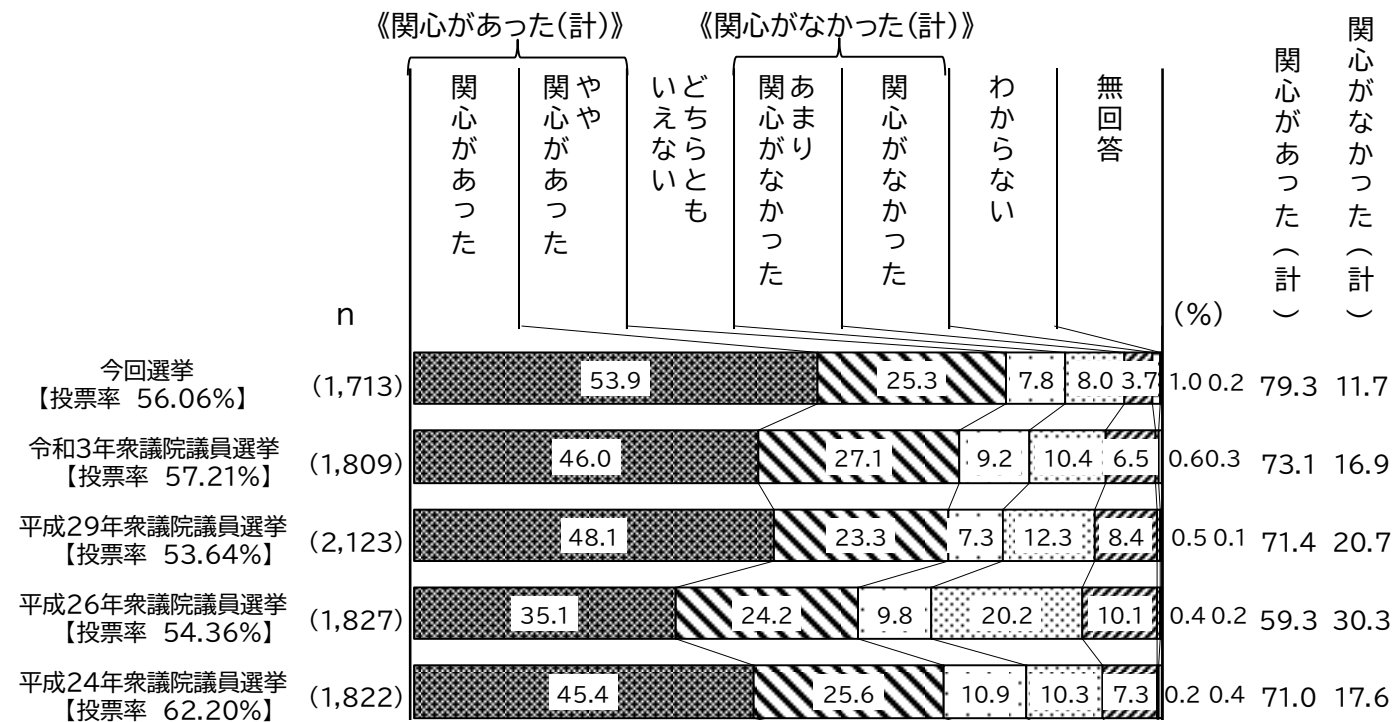
(令和6年10月27日執行衆議院議員選挙)

- 1 選挙への関心度では全体の約8割が「関心があった」と回答
- 2 20歳代から40歳代の投票先決定に最も役に立つ情報はホームページ・SNS
- 3 投票に際し選挙関連の動画の影響を受けたと回答した割合が前回選挙より大幅に増加

○調査概要

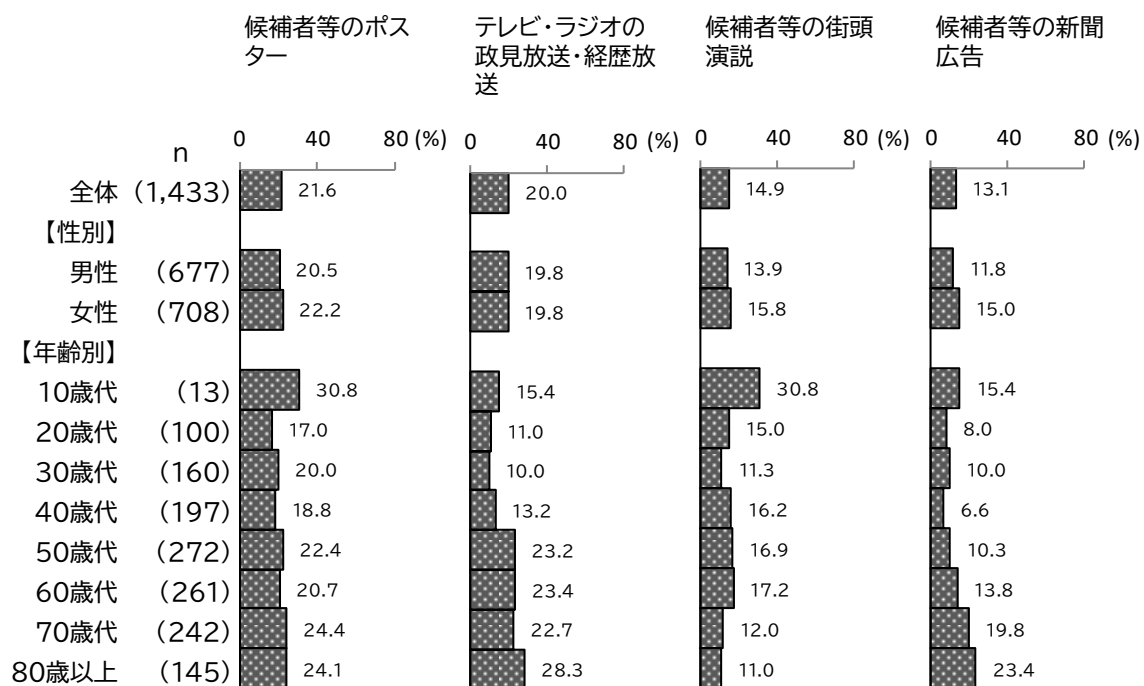
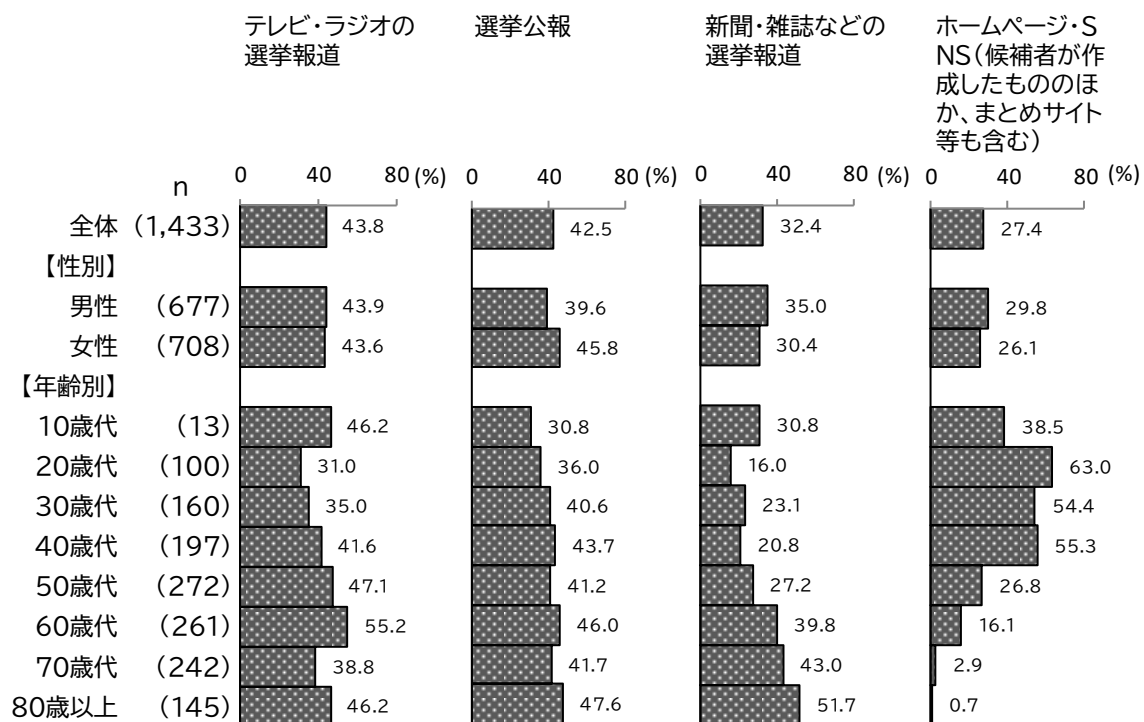
調査地域	東京都全域(島部を除く)
調査方法	調査票配送法(調査票返送及び Web ページによる回答)
調査対象	調査地域に居住する満 18 歳以上の有権者
調査対象数	4,000 人
調査回収率	42.8%(1,713 件)

1 選挙への関心度では全体の約8割が「関心があった」と回答



「関心があった」が5割を超え、前回(令和3年)の調査結果と比較すると7.9ポイント増加。「関心があった(計)」は約8割と、平成24年以降の衆議院議員選挙では、最も高い割合となっている。

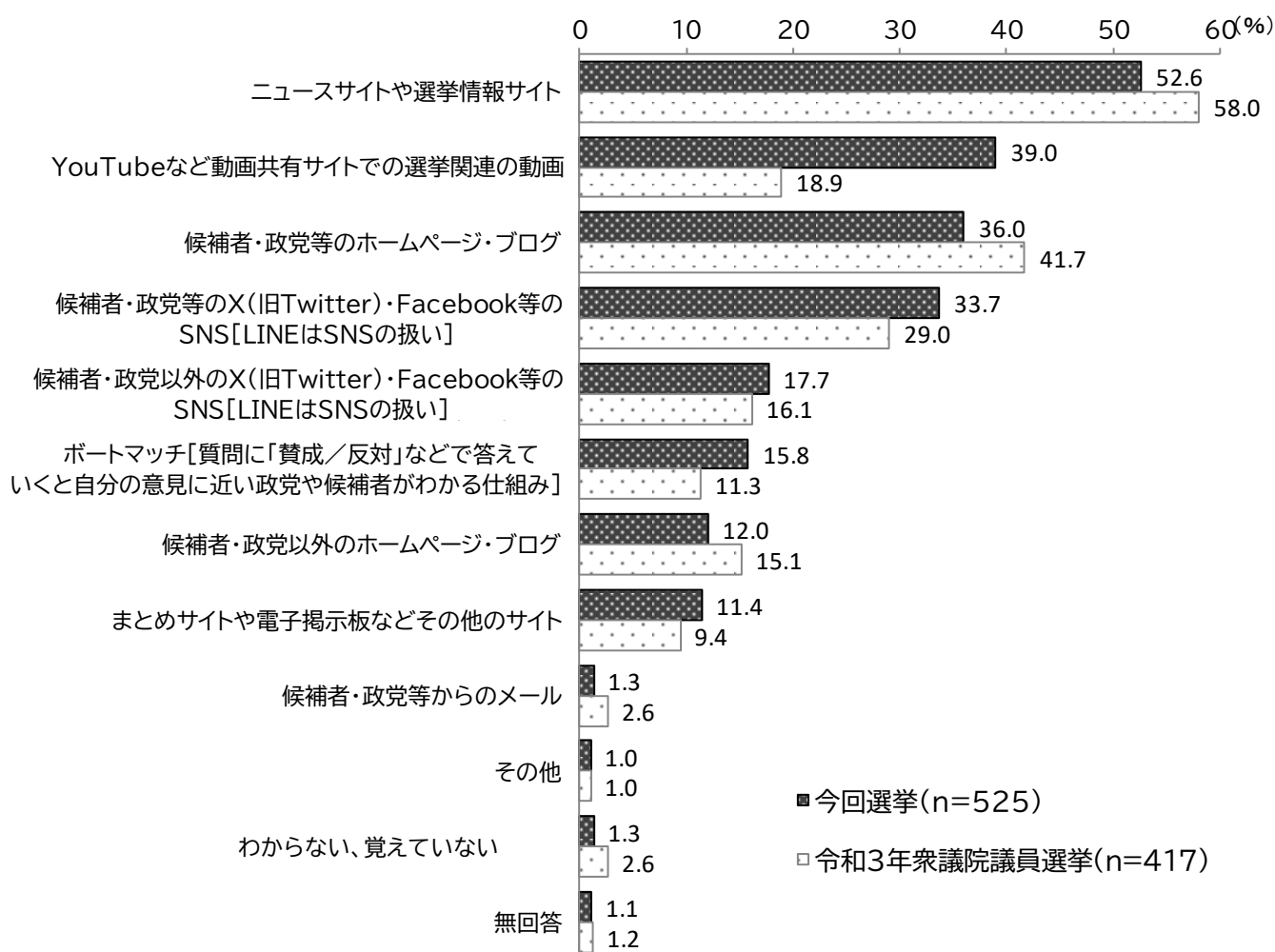
2 20歳代から40歳代の投票先決定に最も役に立つ情報はホームページ・SNS



投票した方のうち、投票先を決めるうえで役に立ったものを尋ねたところ、全体の約4割が「テレビ・ラジオの選挙報道が役に立った」と回答。

一方、年代別でみると、20歳代が6割強、30歳代、40歳代では5割強が「ホームページ・SNS(候補者が作成したものほか、まとめサイトも含む)」をあげており、世代によって違いが明確となった。

3 投票に際し選挙関連の動画の影響を受けたと回答した割合が前回選挙より大幅に増加



投票するにあたり影響を受けたネット上の情報では、「ニュースサイトや選挙情報サイト」が5割台と最も高いが、前回選挙と比較して5.4ポイント減少。

一方で、「YouTube など動画共有サイトでの選挙関連の動画」では20.1ポイント増と前回選挙から大幅な伸びを示している。

さらに「候補者、政党等のホームページ・ブログ等」は減っているものの、「候補者等の X(旧 Twitter)・Facebook 等のSNS」が増加しており、候補者がリアルタイムで発信している媒体に触れる機会が増えていることが伺える。

【本件問合せ先】
東京都選挙管理委員会事務局選挙課
電話 03-5000-7260