

世論調査の結果(概要)

(令和6年7月7日執行東京都知事選挙)

- 1

選挙への関心度では全体の約9割が「関心があった」と回答
- 2

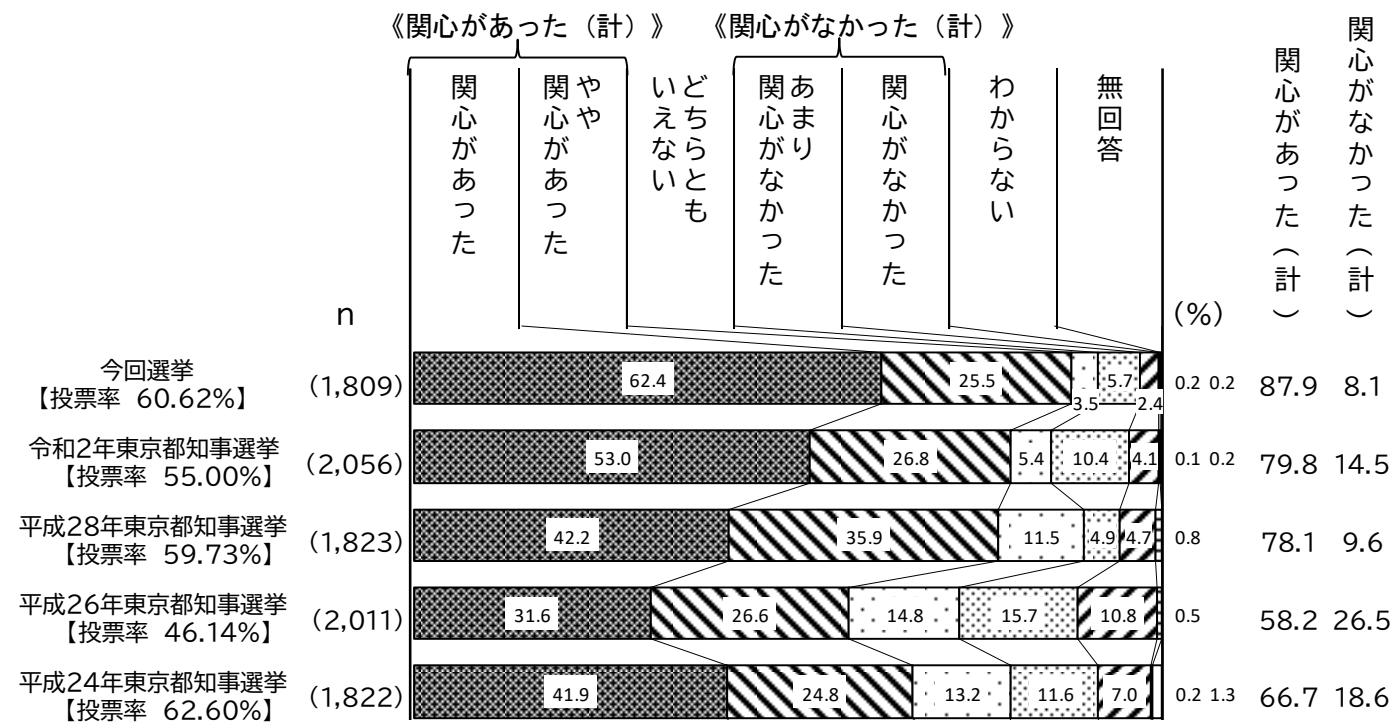
投票者の約6割がテレビ・ラジオの選挙報道が候補者選定に役立ったと回答
- 3

前回都知事選と比較して動画共有サイトでの動画を参考にした割合が増加

○調査概要

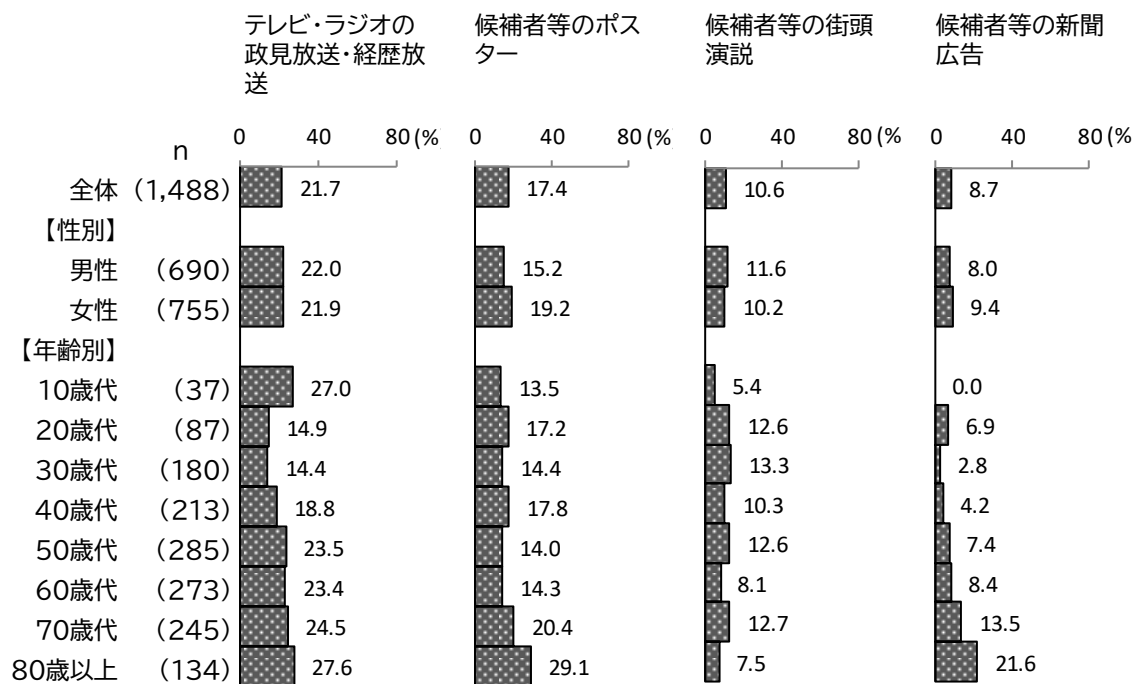
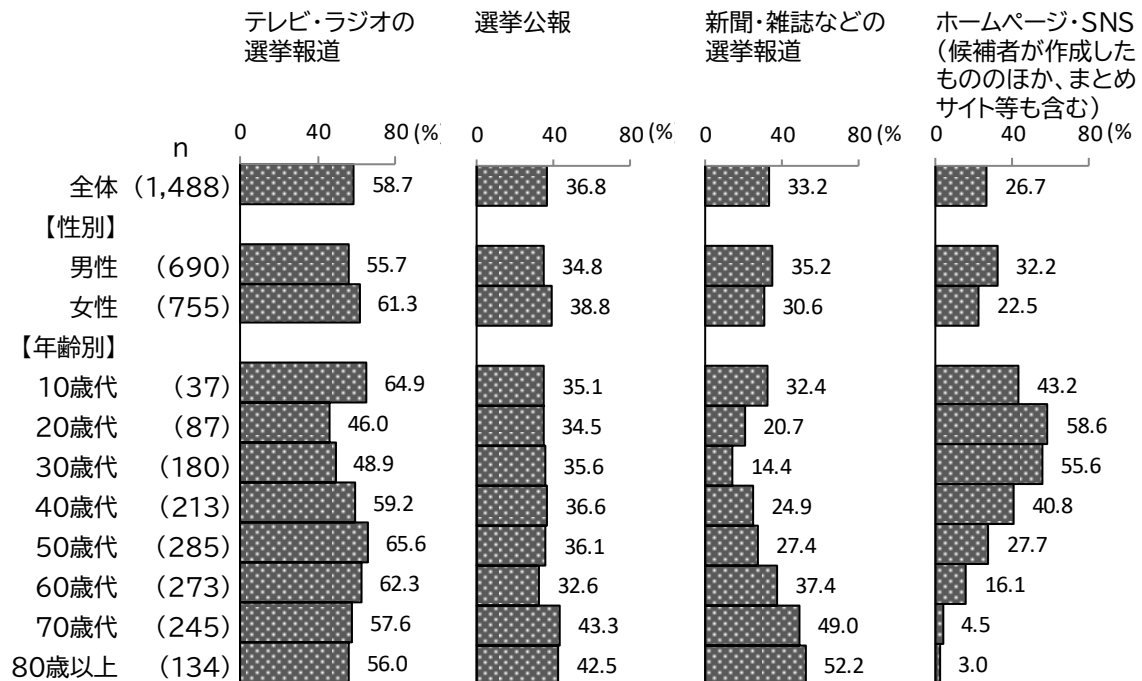
調査地域	東京都全域(島部を除く)
調査方法	調査票配送法(調査票返送及び Web ページによる回答)
調査対象	調査地域に居住する満 18 歳以上の有権者
調査対象数	4,000 人
調査回収率	45.2%(1,809 件)

1 選挙への関心度では全体の約9割が「関心があった」と回答



前回の令和2年に行われた東京都知事選挙の調査結果と比較すると、「関心があった」が6割を超え、9.4ポイント増加。「関心があった(計)」は約9割と、平成24年以降の東京都知事選挙では、最も高い割合となっている。

2 投票者の約6割がテレビ・ラジオの選挙報道が投票先の選定に役立ったと回答

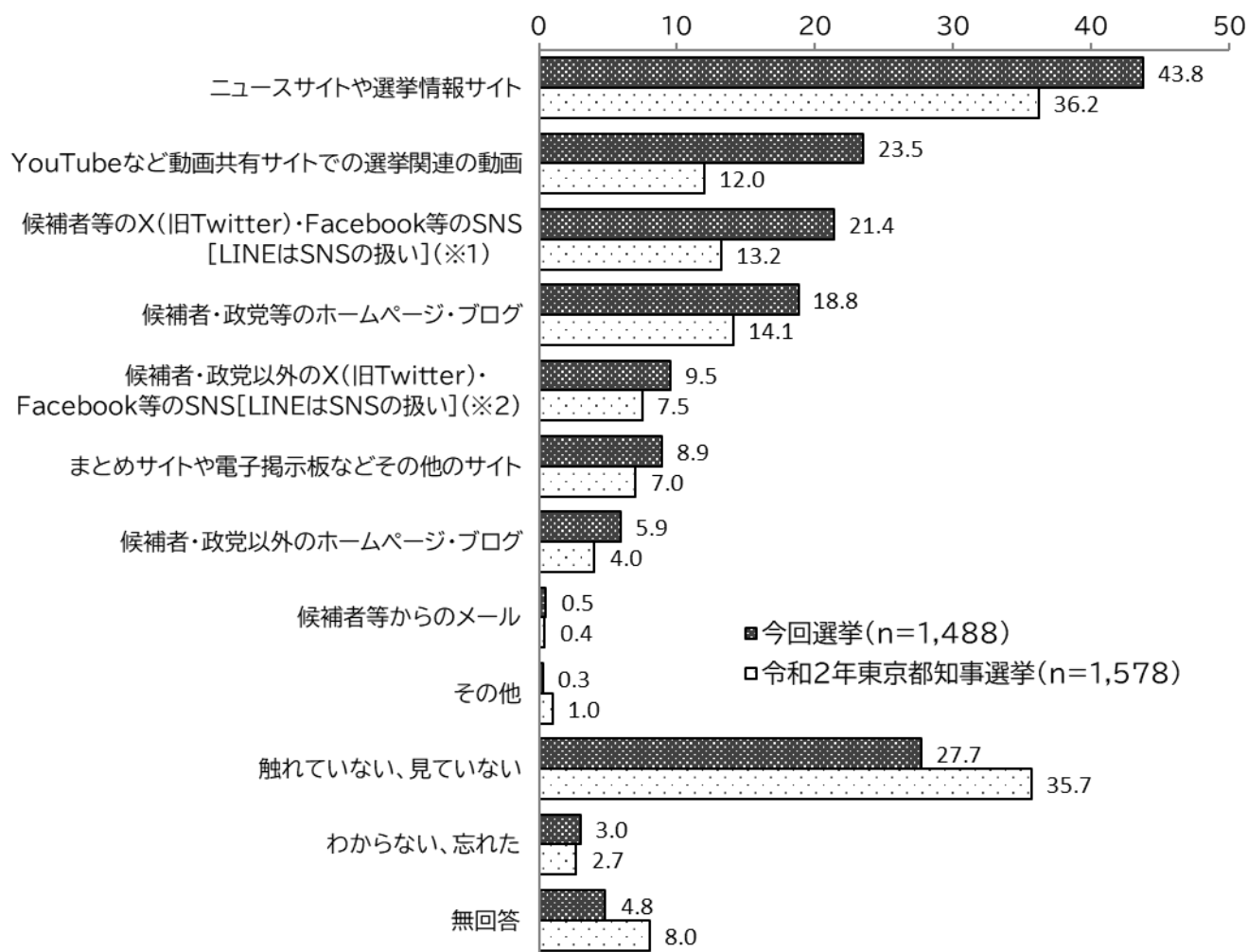


投票した方のうち、投票先を決めるうえで役に立ったものを尋ねたところ、全体の約6割が「テレビ・ラジオの選挙報道が役に立った」と回答。

年代別では、40歳代以上の各年代において約6割を占めている。

一方、20歳代、30歳代では「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)」が6割近くにのぼり、世代間の差が明確であることが伺える。

3 前回都知事選と比較して動画共有サイトでの動画を参考にした割合が増加



投票した方が実際に触れ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4割台と最も高く、前回選挙と比較して7.6ポイント増加。

また、「YouTube など動画共有サイトでの選挙関連の動画」では11.5ポイント増と前回選挙の2倍近くの伸びを示している。

さらに「候補者等の X(旧 Twitter)・Facebook 等のSNS」、「候補者、政党等のホームページ・ブログ等」が増加しており、候補者が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
丸山・田宮
電話 03-5000-7260