

インターネット上の情報が投票行動にもたらす効果は、 ボリュームより即時（リアルタイム）性

～平成 26 年 2 月執行東京都知事選挙に関する世論調査の概要について～

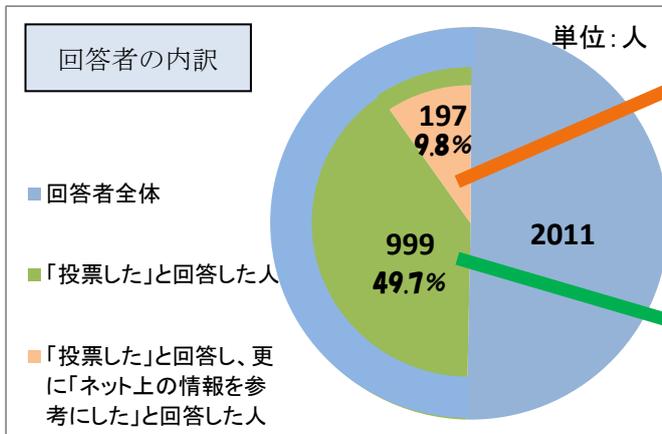
実施の対象と概要

- ・ 26 年 2 月 9 日執行東京都知事選挙
- ・ 回答者数：2,011 人（対象 3,000 人） ・ 個別面接聴取法（2 月 26 日～3 月 23 日）

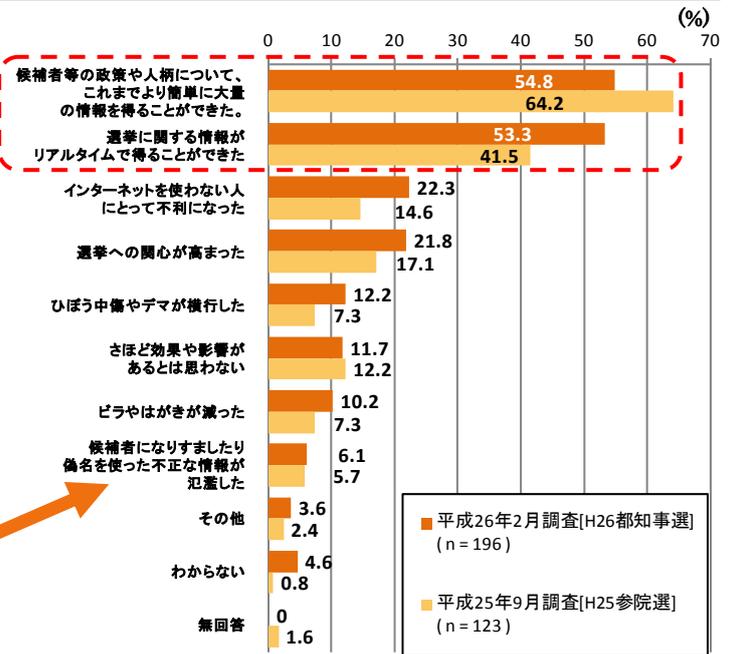


1 インターネット上の選挙関連情報が投票行動へ与える効果・影響について

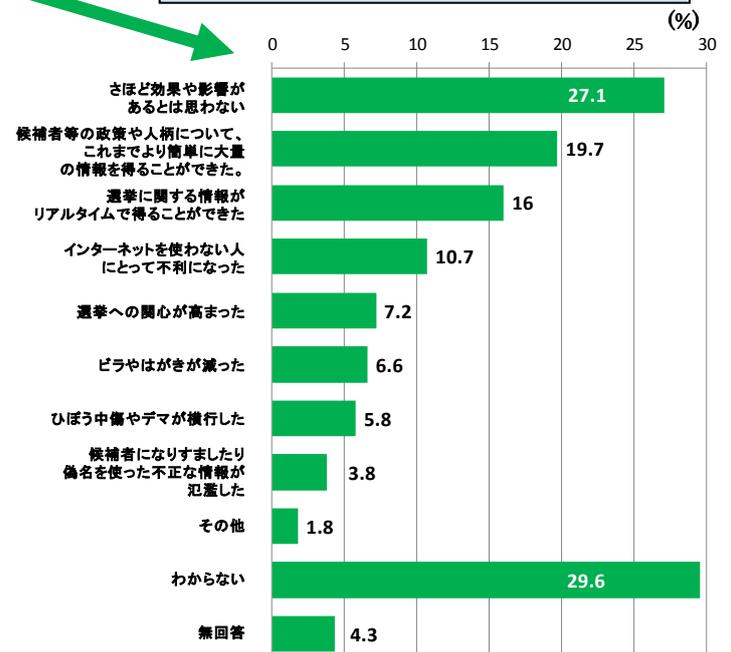
- ・ 投票したと回答した人のうち、ネット上の情報を「参考にした（計）」と回答した人（197 人、回答者全体の 9.8%）について、H25 年執行参議院議員選挙に関する世論調査（平成 25 年 9 月実施）と比較すると、選挙関連情報を得る手段としてインターネットを使うメリットに、情報のボリュームを挙げた人が減ったのに対し、即時（リアルタイム）性を挙げた人が増えた。
 - ①候補者の政策や人柄について、これまでより簡単に大量の情報を得ることができた→9.4 ポイント減少
 - ②選挙に関する情報がリアルタイムで得ることができた→11.8 ポイント増加



「ネット上の情報を参考にした」と回答した人への調査結果



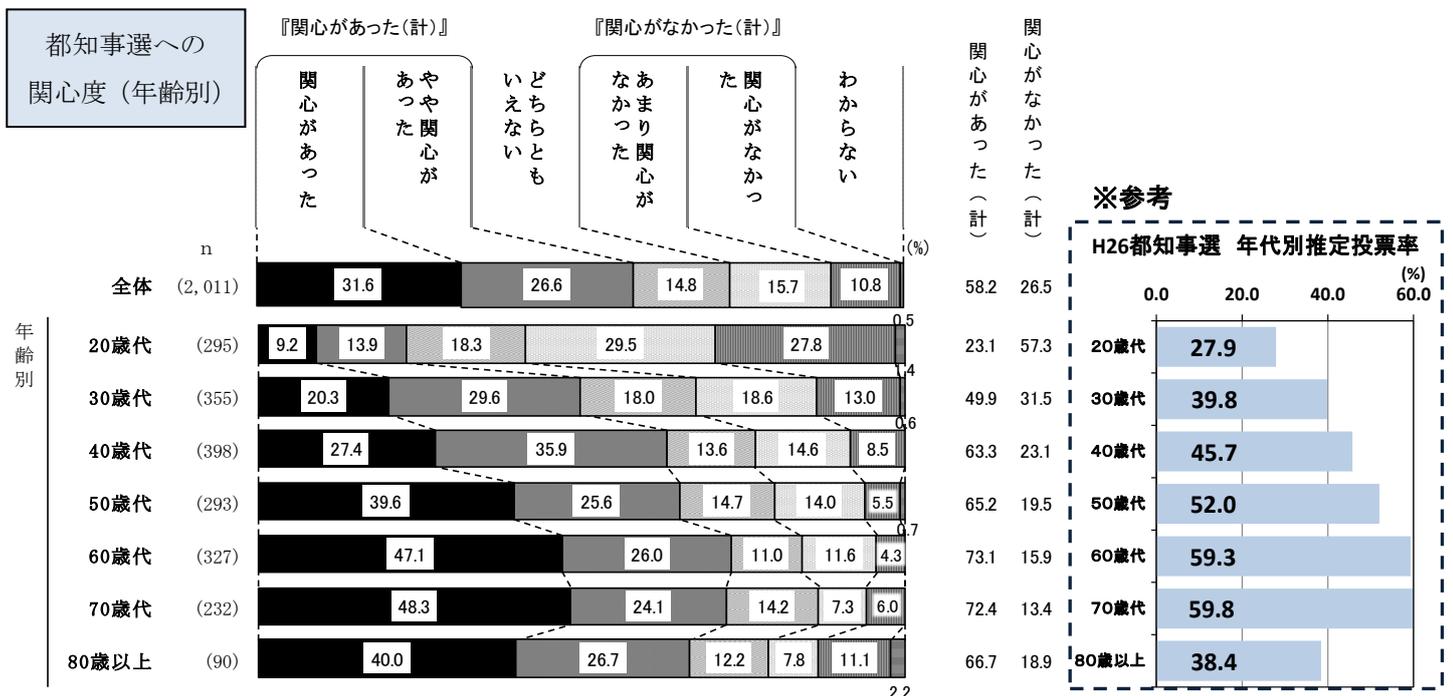
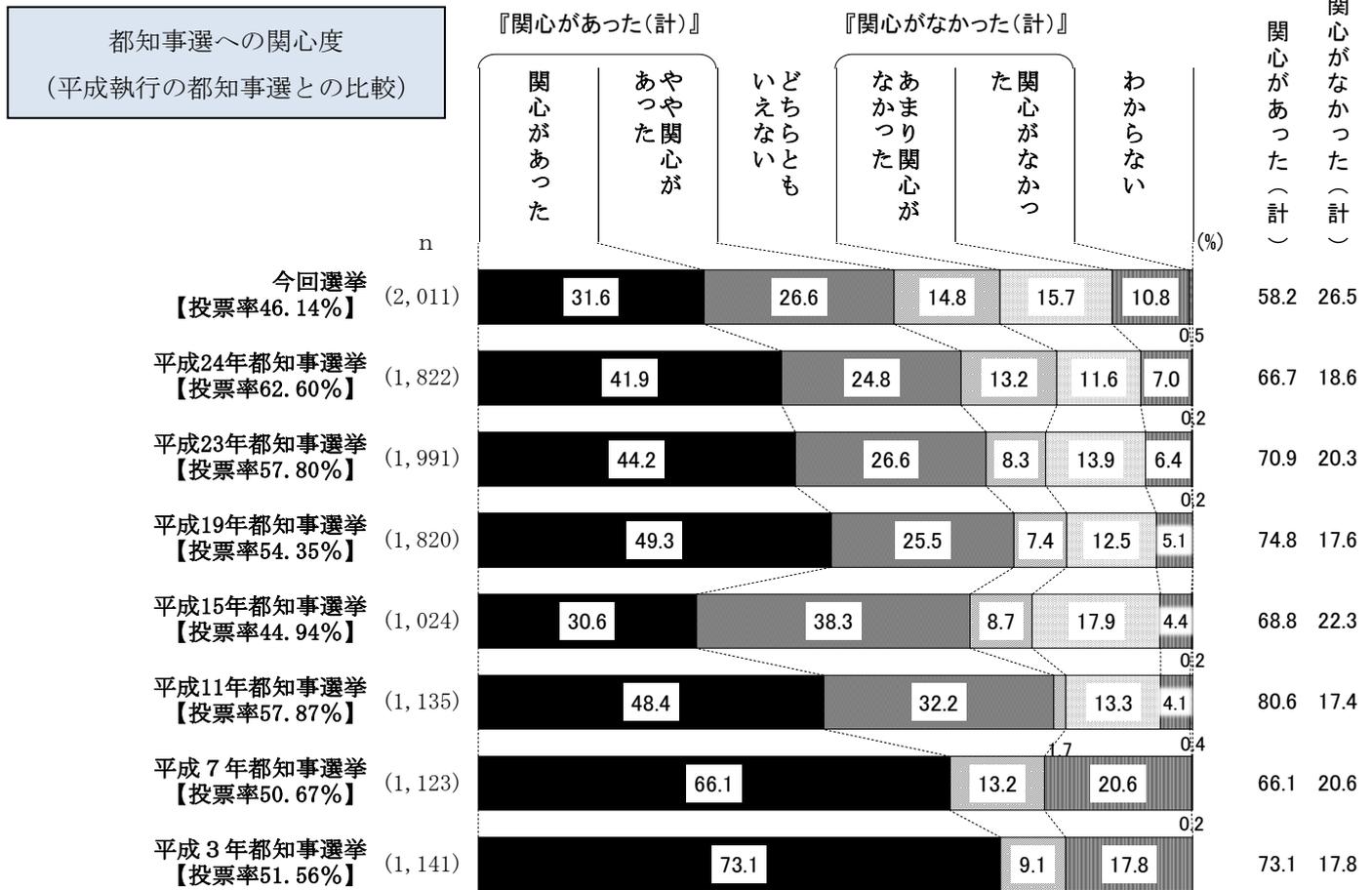
「投票した」と回答した人の調査結果



- ・ 「投票した」と回答した人（999 人、回答者全体の 49.7%）では、「さほど効果や影響があると思わない」（27.1%）、「わからない」（29.6%）と、インターネット上の選挙関連情報が持つ投票行動への影響力をあまり感じていない。
- ・ 効果・影響について、「候補者や人柄について、これまでより簡単に大量の情報を得ることができた」（19.7%）、「選挙に関する情報がリアルタイムで得ることができた」（16.0%）と肯定的な評価が目立った。

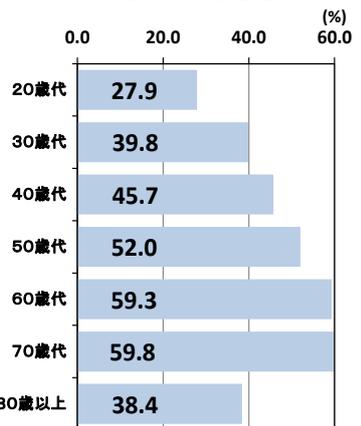
2 選挙への関心度が、平成に執行された8回の都知事選で過去最低

- ・「関心があった」・「やや関心があった」は58.2%で、平成に執行された都知事選の中で過去最低
- ・「関心がなかった」・「あまり関心がなかった」は26.5%で、平成に執行された都知事選の中で過去最高
- ・今回選挙の投票率は46.14%で、平成に執行された選挙の中では平成15年都知事選（44.94%）に次いで2番目に低い投票率
- ・年代別にみると、20歳代の「関心があった（計）」が23.1%、「関心がなかった（計）」が57.3%と最も関心度が低い（平成24年都知事選では、20歳代は「関心があった（計）」が53.4%、「関心がなかった（計）」が29.4%）。
- ・各年代の関心度と各年代の投票率は同様の傾向がある。



※参考

H26都知事選 年代別推定投票率 (%)



3 投票の棄権理由で雪の影響を挙げる人が4割

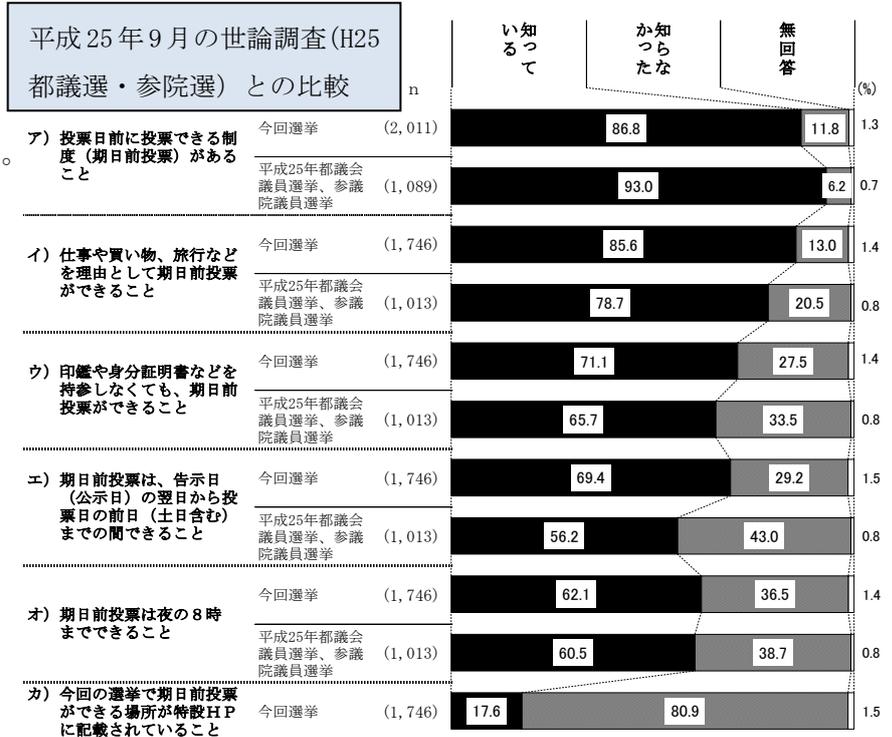
- ・「投票しなかった」と回答した人に投票を棄権した理由を聞いたところ、雪の影響が41.6%
- ・前回都知事選挙の調査（平成25年5月実施）と比較すると、全体的な傾向に大きな変化はないものの、「政治や選挙には関心がないから」が4.4ポイント、「候補者の人柄や政策がわからなかったから」が7.5ポイント減少

4 期日前投票の制度内容の認知度は向上

- ・期日前投票の認知度は、平成25年9月の世論調査（H25年都議選・H25参院選）と比べると若干の減少

（6.2ポイント）があったが、以下3つの期日前投票の制度内容について、平成25年9月の世論調査の結果と比較すると、認知度が高くなっている。

- ①仕事や買い物、旅行などを理由として期日前投票ができること
- ②印鑑や身分証明書などを持参しなくても、期日前投票ができること
- ③期日前投票は、告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



5 選挙啓発ポスターの評価

- ・平成26年都知事選挙啓発ポスター（東京都選挙管理委員会作成）のデザインについて、以下のとおり好印象を持っている人が多かった。

- ①「デザインが気に入った」（16.4%）
- ②「あまり選挙らしさを感じないので良い（気に入った）」（15.5%）
- ③「目立つ配色やデザインがよい」（14.1%）

- ・年代別にみると、20歳代が最も好印象を持っていることがわかった。



〈平成26年東京都知事選挙啓発ポスター〉