

2014年衆議院選挙におけるネット選挙解禁情報への接触  
Survey research on information behavior  
during the 2014 House of Representatives election campaign

橋元良明	HASHIMOTO, Yoshiaki	小笠原盛浩	OGASAHARA, Morihiro
河井大介	KAWAI, Daisuke	長濱憲	NAGAHAMA, Ken

目次

調査から得られた主な知見.....	橋元良明
0. 調査の概要	
0.1 調査の目的.....	橋元良明
0.2 方法、概要.....	河井大介
0.3 基本説明変数.....	河井大介
1. 投票行動	
1.1 投票行動（事後問5）.....	河井大介
1.2 投票政党（事後問6）.....	小笠原盛浩
1.3 投票先決定時期（事後問7）.....	小笠原盛浩
2. ネットとソーシャルメディアの利用	
2.1 ネットの利用時間（事後問10）.....	小笠原盛浩
2.2 ソーシャルメディアの利用（事後問1）.....	小笠原盛浩
3. ネット選挙解禁情報等への接触と信頼	
3.1 各情報源への接触の有無（「見た」人）（事後問11）.....	橋元良明
3.2 各メディア選挙情報への信頼（事後問12）.....	河井大介
4. 争点（事前問4、事後問8）.....	長濱憲
5. 支持政党と政党イメージ	
5.1 支持政党（事前問2、事後問3）.....	小笠原盛浩
5.2 各党のイメージ（事前問3、事後問4）.....	長濱憲
6. ネット選挙解禁への評価（事後問13）.....	橋元良明

7. 政治関心その他

- 7.1 政治関心（事前問 5 (1)～(5)、事後問 9 (1)～(5)）.....小笠原盛浩  
7.2 その他（事前問 5、事後問 9 で上記以外）.....長濱憲

< 補足資料 >

質問票と単純集計結果

## 【主な知見】

[ ]内は本文中の章節番号

1. 調査対象者（首都圏 N=2,571）のうち、選挙期間中「ネット選挙解禁情報」（＝政党・候補者が発信した情報＝2013年に新たに解禁されたネット情報、0.3参照）に接した人は16.1%。また、選挙期間中にインターネット上の選挙関連情報に接した人は40.2%。[3.1]

2013年7月の参議院選挙では、ネット選挙解禁情報に接した人は18.3%。今回の衆議院選挙では、2013年の参院選挙のときより、ネット選挙解禁情報に接した人の比率は低かった。

ネット選挙解禁情報に接した人の割合は、年齢層別でみると20代22.9%、30代17.1%、40代12.6%、50代14.8%、性別でみると男性18.7%、女性12.7%、投票の有無別でみると投票に行った人で19.9%、投票に行かなかった人で7.6%であった。

2013年の参議院選挙時にインターネット上の選挙関連情報に接した人は28.8%で、今回の40.2%はそれより上昇しているが、個別項目別に見れば、増加したのは主に「ポータルサイト・ニュースサイト」で、23.4%から34.1%に増加した。他の項目は全体的にむしろ低下している。

2. 選挙期間中、選挙に関する情報に接した情報源で多かったのは「テレビ（66.4%）」「新聞（44.5%）」「インターネットのポータルサイト・ニュースサイト（34.1%）」「選挙公報（25.8%）」。[3.1]

3. 調査対象者全員の「ネット選挙の解禁」に対する肯定的な評価は55.7%。一方、ネット選挙解禁情報に接した人に限定すると、78.7%と高い割合で肯定的に評価していた。[6]

調査対象者全体を見た場合、「ネット選挙の解禁」に対する全般的肯定的な評価（「評価しているか」という質問に対し「そう思う」「ややそう思う」の合計比率）は55.7%だった。2013年の参議院選挙時のこの比率は59.9%で、全般的評価としてわずかに低下した。

全般的評価を年齢層別にみると、肯定的評価の比率は20代57.9%、30代58.2%、40代53.6%、50代54.0%であった。

その他の項目では、「選挙に関連した情報を得やすくなった」への評価47.3%、「政党・

候補者とやりとりしやすくなった」への評価 36.6%であった。

ネット選挙解禁情報に接した有権者に限定すると、全般的に肯定的な評価は 78.7%で、「選挙に関連した情報を得やすくなった」への評価 74.3%、「政党・候補者とやりとりしやすくなった」への評価 60.3%であった。

4. 今回の選挙で重視した争点（ひとつ回答）で、選択比率の高かったのは「景気回復（30.6%）」「消費税引き上げ（7.5%）」「雇用問題（4.0%）」「年金・社会保障問題（3.9%）」「原子力発電所再稼働（3.8%）」。一方で「重視した争点はない（33.2%）」を選んだ人も多かった。[4]

5. 「政治問題に関心がある」という質問に対し、「はい」は 19.1%。[7.1]

6. 調査対象者の今回の投票率は 67.6%に対し、ネット選挙解禁情報に接した人においては 84.5%。[1.1]

2013年参議院選挙時の調査では、調査対象者の投票率は 70.7%、ネット選挙解禁情報に接した人の投票率は 86.2%。調査対象者における投票率も若干低下した。

## 0. 調査の概要

### 0.1 調査の目的

第47回衆議院選挙の投票は2014年12月14日(日)に実施された(公示は12月2日(火))。公職選挙法の改正により、いわゆる「ネット選挙解禁」となった最初の国政選挙は、2013年7月21日に実施された第23回参議院選挙であるが、衆議院選挙としては今回が初めてとなる。

ネット選挙解禁により、主に以下のことが可能になった。

- (1) 政党や候補者がホームページ、ブログ、ソーシャルメディアで、政策等をアピールし、支持を呼びかけること。当然、改正前には規制されていた選挙期間中のホームページの更新も可能である。
- (2) 有権者がツイッター等で、特定の候補者への投票を呼びかける投稿をすること。
- (3) 候補者が自らの演説をネット動画で中継したり、動画配信したりすること。
- (4) 候補者や政党が投票を求めるメールを送信すること。ただし、送信者に自らのメールアドレスを通知し、受信者が同意していなければならない。
- (5) 政党がバナー広告を掲載すること。

また、ネット選挙解禁は、以下のような目的、あるいはメリットのために実施されたとされている(詳細は下記の文献参照)。

橋元良明・小笠原盛浩・河井大介・長濱憲・菅野千尋(2014) ネット選挙解禁はどう受け入れられたかーパネル調査による選挙情報利用行動の実態、『東京大学大学院情報学環 情報学研究調査研究編』No.30, pp.111-184.

- (a) 候補者と有権者の対話の促進
- (b) 有権者の関心向上
- (c) 選挙費用の低減
- (d) 議題の可視化、政策本位の選挙の実現

日本における「ネット選挙運動解禁選挙」に関し2013年7月の参議院選挙の際、「ネット選挙解禁情報」への接触や、その影響を見るために我々はアンケート調査を実施した(上述文献参照)。結果的にネット選挙解禁情報に接触した人は18.3%であり、テレビや新聞などのマスメディアの選挙関連情報への接触に比べ低い数字であった。

それは参議院選挙であるから低かったのか、衆議院選挙ではネット選挙解禁情報への接触率は上昇するのか、またネット選挙解禁は、衆議院選挙ではどのような影響をもつのか、どう評価されたのか、そうした問題意識をもって我々は再びネット調査を実施した。

## 0.2 方法、概要

前節で示した目的を明らかにするため、野村総合研究所の「INSIGHT SIGNAL」サービスを利用し、同一回答者に衆議院議員選挙の公示直前と投票終了直後の2回回答させるインターネット・パネル調査を行った。調査対象はINSIGHT SIGNALのモニターで首都圏(1都6県)に在住の20～59歳の男女の3,032名。第1回調査は、衆議院議員選挙の公示前(2014年11月29日(土)～30日(日))に実施し3,032サンプルを回収、第2回調査は、衆議院議員選挙の投票終了後(2014年12月20日(土)～21日(日))に実施し2,571サンプルを回収した。両者に回答した最終的な有効回答数は2,571サンプルであった。

事前調査の質問項目は、政治関心、支持政党、争点重要性など合計5問である。また、事後調査の質問項目は、投票の有無、政治関心、支持政党、選挙期間中のメディア(ネットやソーシャルメディアを含む)接触、選挙情報の各メディアへの信頼性、争点重要性、ネット選挙解禁に対する評価など合計13問である。

サンプルの基本属性を確認すると、20代が少なく男性が女性よりも多い傾向であった(表0.2.1)。

表 0.2.1 サンプルの基本属性

	N	全体	男性	女性
全体	2,571	100.0%	56.0%	44.0%
20代	380	14.8%	46.3%	53.7%
30代	785	30.5%	57.1%	42.9%
40代	715	27.8%	59.2%	40.8%
50代	691	26.9%	56.7%	43.3%

※性別では年代それぞれに対する比率を示し、年層別の全体は全体(N=2,571)に対する比率を示す。

※性と年代でカイ自乗検定を行った結果、危険率1%水準で有意な偏りがみられた(カイ自乗値=17.87、p=.0005)。

## 0.3 基本説明変数(投票の有無、政党・候補者のネット発信情報への接触有無)

基本的な説明変数として、性、年代、投票の有無、ネット選挙解禁情報への接触の有無を設定した。1章以降の分析ではこの基本的な説明変数を1つの軸として分析を行う。

### (1) 投票の有無

2014年12月の衆議院議員選挙への投票の有無は重要な説明変数となる。投票の有無は、事後調査の問5で投票した人と投票しなかった人に分けた<sup>1</sup>。投票行動についての詳細な分析は1章で行うため、ここでは基本属性項目についてのみ確認した(表0.3.1)。今回のサンプルにおける投票率は全体で67.6%、男性(70.9%)が女性(63.3%)より高く、高年齢層ほど高く、ネット選挙解禁情報接触者(84.5%)が非接触者(64.4%)より高い。

<sup>1</sup> 事後調査問5で選挙権がなかった人(N=49)は、欠損値として処理した。

表 0.3.1 投票有りの比率と基本属性との関係

	N	投票有り	カイ自乗値	
全体	2,522	67.6%		
男性	1,413	<b>70.9%</b>	16.431 ***	
女性	1,109	63.3%		
20代	367	62.1%	11.176 *	
30代	762	66.3%		
40代	705	67.7%		
50代	688	<b>71.8%</b>		
ネット選挙 解禁情報	接触 非接触	401 2,121	<b>84.5%</b> 64.4%	62.682 ***

※カイ自乗値横の記号は、それぞれのカテゴリと投票の有無によるカイ自乗検定の結果。\*\*\*:  $p < .001$ 、\*:  $p < .05$  で有意な偏りがあることを示す。

## (2) 「ネット選挙解禁情報」(政党・候補者のネット発信情報)への接触有無

ネット選挙解禁における重要な変化は、選挙期間中に政党や立候補者がネット上のコンテンツを更新することが可能になったことである。そこで、「ネット選挙解禁情報」(=選挙期間中の政党・候補者のネット発信情報)への接触の有無による比較を行う。ネット選挙解禁情報への接触有無は、事後調査問 11 において、「政党のウェブサイト(ブログを含む)」、「候補者のウェブサイト(ブログを含む)」、「政党・候補者のソーシャルメディア」、「政党・候補者のメール、メールマガジン」、「政党・候補者のネット広告」、「政党や候補者のネット動画」の6項目で、いずれか1つでも「選挙期間中に1回」以上見ている人をネット選挙解禁情報への接触有として定義した。詳細な分析は3章1節で行うため、ここでは基本的な属性項目についてのみ確認しておく(表0.3.2)。

ネット選挙解禁情報への接触者は、全体の16.1%(413サンプル)、男性(18.7%)が女性(12.7%)より多く、20代(22.9%)と30代(17.1%)で平均よりも多い。また、投票の有無では、投票に行った人(19.9%)が行かなかった人(7.6%)より多い。

表 0.3.2 ネット選挙解禁情報への接触有の比率と基本属性との関係

	N	比率	カイ自乗値
全体	2,571	16.1%	
男性	1,439	<b>18.7%</b>	16.763 ***
女性	1,132	12.7%	
20代	380	<b>22.9%</b>	21.018 ***
30代	785	<b>17.1%</b>	
40代	715	12.6%	
50代	691	14.8%	
投票	1,704	<b>19.9%</b>	62.682 ***
非投票	818	7.6%	

※カイ自乗値横の記号は、それぞれのカテゴリとネット選挙解禁情報への接触有無によるカイ自乗検定の結果。\*\*\*:  $p < .001$  で有意な偏りがあることを示す。

### (3) ネットでの選挙関連情報への接触有無（参考）

ネットで選挙関連の情報にどの程度の人が接していたのかを確認した。ネットでの選挙関連情報への接触有無は、事後調査問 11 のうち、ネットでの選挙関連情報に関する以下の 11 項目（(4)～(15)）において、いずれか 1 つでも「選挙期間中に 1 回」以上見ている人をネットでの選挙関連情報への接触有として定義した。

ネットでの選挙情報	ネット選挙解禁情報	(1) テレビ（政見放送を除く）
		(2) 政見放送
		(3) 新聞
		(4) 政党のウェブサイト（ブログを含む）
		(5) 候補者のウェブサイト（ブログを含む）
		(6) 政党・候補者のソーシャルメディア
		(7) 政党・候補者のメール、メールマガジン
		(8) 政党・候補者のネット広告
		(9) 政党や候補者のネット動画
		(10) テレビ局のウェブサイト・ソーシャルメディア
		(11) 新聞社のウェブサイト・ソーシャルメディア
		(12) ジャーナリスト、有名ブロガー、有名人のウェブサイト・ソーシャルメディア
		(13) インターネットのポータルサイト（Yahoo! など）・ニュースサイト
		(14) まとめサイト（NAVER まとめなど）の選挙に関連した情報
		(15) 匿名電子掲示板（2ちゃんねるなど）の選挙に関連した情報
		(16) 選挙公報

詳細な分析は 3 章 1 節で行うため、ここでは基本的な属性項目についてのみ確認した（表 0.3.3）。ネットでの選挙関連情報への接触者は、全体の 40.2%、男性（45.9%）が女性（33.0%）より多く、20 代（42.1%）と 30 代（42.8%）で平均よりも多い。また投票に行った人（46.5%）が行かなかった人（27.4%）より多い。

表 0.3.3 ネットでの選挙関連情報への接触有無と基本属性との関係

	N	比率	カイ自乗値
全体	2,571	<b>40.2%</b>	
男性	1,439	<b>45.9%</b>	43.353 ***
女性	1,132	33.0%	
20 代	380	<b>42.1%</b>	6.798 †
30 代	785	<b>42.8%</b>	
40 代	715	40.0%	
50 代	691	36.5%	
投票	1,704	<b>46.5%</b>	84.259 ***
非投票	818	27.4%	

※カイ自乗値横の記号は、それぞれのカテゴリとネットでの選挙関連情報への接触有無によるカイ自乗検定の結果。\*\*\*:  $p < .001$ 、†:  $p < .10$  で有意な偏りがあることを示す。

## 1. 投票行動

### 1.1 投票行動

投票行動について、2014年12月の衆議院議員選挙に投票に行ったか（事後調査問5）で質問をしている。ここでは「選挙権がなかった」と回答した人（N=49）を除いて分析した。

#### 1.1.1 投票行動の傾向

2014年12月の衆議院議員選挙での投票有無を確認した結果が図1.1.1である。それぞれ、選挙権のなかった人を除いた投票率を示している。事後調査で2014年12月の衆議院議員選挙で投票に行った人は67.6%であった。実際の今回の衆議院議員選挙での投票率は53.1%<sup>2</sup>、2013年7月の参議院議員選挙の投票率は52.2%<sup>3</sup>であり、本調査の投票率は若干高い傾向がある。性別での投票率は女性（63.3%）より男性（70.9%）が高く、また年齢層が高くなるほど高い傾向が示された。また、ネット選挙解禁情報への接触者（84.5%）は非接触者（64.4%）より高い傾向が示された。

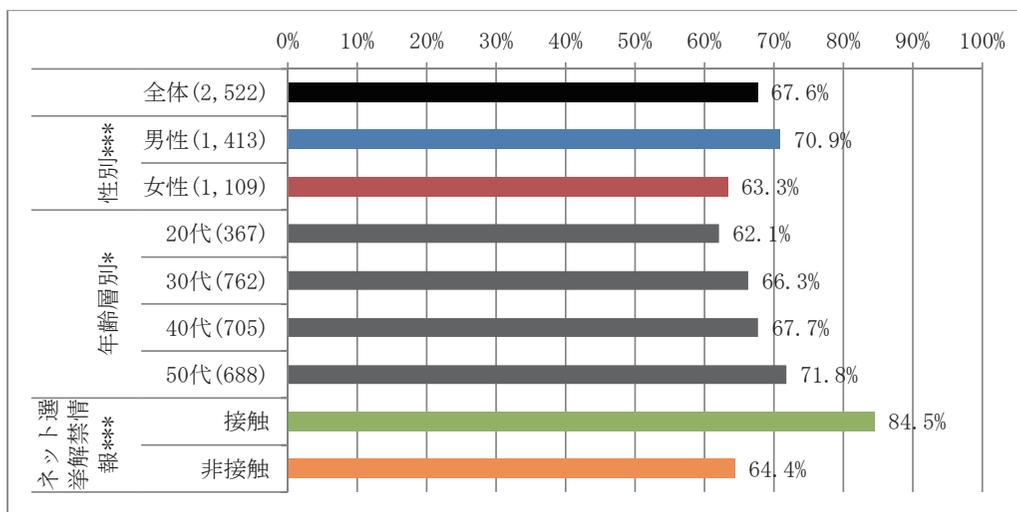


図 1.1.1 投票行動の傾向

※それぞれ、「選挙権はない」を除いた投票率。

※表側の記号は、年層でカイ自乗検定の結果、\*\*\*: p<.001、\*: p<.05 で有意な偏りがあることを示す。

※年齢層別では、調整済み標準化残差分析の結果、20代と50代で5%水準で有意であった。

#### 1.1.2 メディア利用の投票行動への影響

<sup>2</sup> 総務省第47回衆議院議員選挙発表資料 (<http://www.soumu.go.jp/senkyo/47sansokuhou/>) より、今回の調査と同じ地域（1都6県）の投票率を算出した（60歳以上を含む）。全国では52.7%。

<sup>3</sup> 総務省第23回参議院議員選挙結果調 ([http://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo\\_s/data/sangiin23/](http://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo_s/data/sangiin23/)) より、今回の調査と同じ地域（1都6県）の投票率を算出した（60歳以上を含む）。全国では52.6%。

次にメディア利用が投票行動にどのような影響を与えたのかを確認した。特に、ネット選挙解禁の1つの目的として、投票率を上げることが挙げられている。そこで、投票の有無を目的変数としたロジスティック回帰分析を行った。「①性別」（男性=1、女性=0）、「②年齢」、ふだんの「③政治的関心有無」（事前調査問5(1)、「政治的関心がある」に対し「あてはまる」=1、「あてはまらない」=0）を統制変数とした。また、選挙期間中のメディア利用として、事後調査問11より、「④テレビでの選挙情報接触有無」（「(1)テレビ（政見放送を除く）」、「(2)政見放送」）、「⑤新聞での選挙情報接触有無」、「⑥ネット選挙解禁情報接触」、および「⑦政党候補者以外ネットでの選挙情報接触有無」（いずれも接触者1、非接触者0）を説明変数としたロジスティック回帰分析を行った（表1.1.1）。さらに、投票率が低いといわれている若年層での投票率へのネット選挙解禁情報接触の効果を検討するため、年代に分けたロジスティック回帰分析も合わせて行った。

分析の結果、全体ではネット選挙情報への接触は投票有無に性の影響を与えているが、年齢層別にみた場合、20代では有意な影響は見られず、30代および40代で有意な正の影響が見られた。つまり、20代で投票に行く人はネットよりもむしろ新聞で選挙に関する情報をよく見ており、30～40代では新聞だけでなくネットでの選挙情報に接する傾向があるといえる。

表 1.1.1 メディア接触による投票行動への影響を示すロジスティック回帰分析

	全体	20代	30代	40代	50代
N	2,522	367	762	705	688
①性別（男性1、女性0）	0.0343	0.1290 *	-0.0029	0.0265	0.0405
②年齢	0.0588 *				
③政治的関心有無	0.2268 ***	0.1517 *	0.2787 ***	0.2325 ***	0.2009 ***
④テレビでの選挙情報接触有無	0.0482 †	0.0614	0.0703	0.0261	0.0366
⑤新聞での選挙情報接触有無	0.2275 ***	0.2916 ***	0.1679 **	0.2753 ***	0.2199 ***
⑥ネット選挙解禁情報接触有無	<b>0.1187 ***</b>	0.0189	<b>0.1804 **</b>	<b>0.1594 *</b>	0.0814
⑦政党候補者以外 ネットでの選挙情報接触有無	0.0634 *	0.0451	0.1143 *	0.0559	0.0228
Waldカイ自乗	233.63 ***	39.02 ***	76.54 ***	68.36 ***	47.50 ***

※有無は有=1、無=0。

※数値は標準化偏回帰係数。

※標準化偏回帰係数の横の記号は、\*\*\*：p<.001、\*\*：p<.01、\*：p<.05、†：p<.10。

## 1.2 投票政党

事後調査問 6 では衆議院議員選挙の選挙区選挙と比例代表選挙で投票した政党をたずねており、図 1.2.1 に投票者に占める各政党の得票率を示した（「政党名は覚えていない」を除く）。与党が定数の 3 分の 2 以上の議席を獲得して圧勝と報道されていた通り、自由民主党に投票した人の比率は選挙区で 39.1%、比例代表で 28.1%であり、2 位の民主党（選挙区：17.4%、比例代表：13.7%）の 2 倍以上の得票率である。自由民主党の比例代表選挙の得票率は、選挙区選挙と比べて 10 ポイント以上も低くなっている。事前に圧倒的な優勢が伝えられた自由民主党の「勝ちすぎ」を有権者が警戒して比例代表選挙でバランスを取ろうとしたことや、突然の国会解散・総選挙で政党の選挙対策が不十分であり、自選挙区に投票したい政党の候補者がいなかったことなどが考えられる。

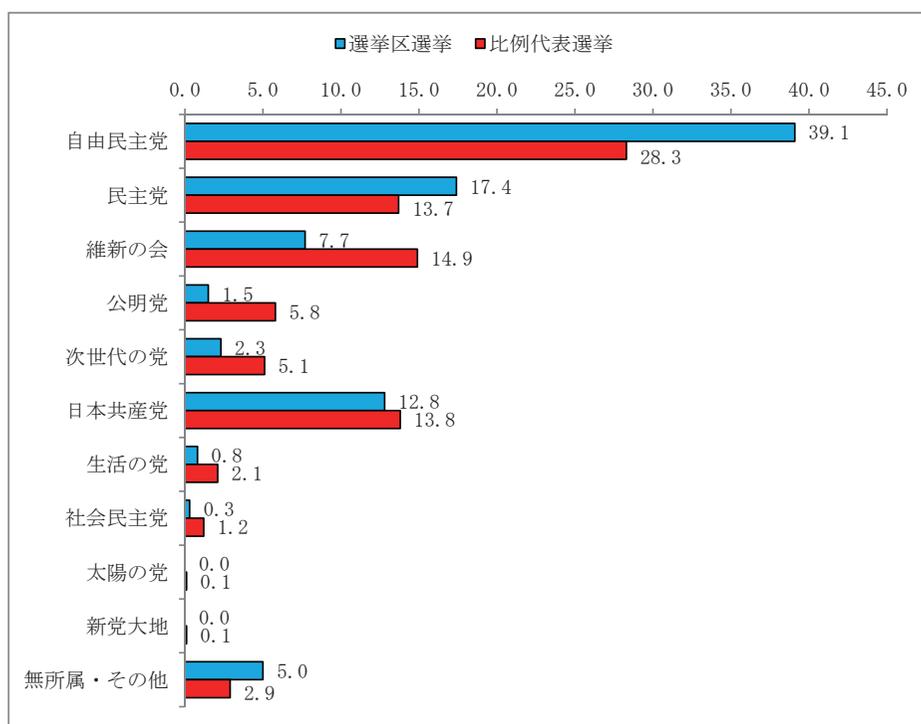


図 1.2.1 政党別得票率（単位：％） n=1704（投票者）

次に、政党の得票率を属性等別（性別、年層別、ネット選挙解禁情報接触有無別）に比較した（表 1.2.1、表 1.2.2）。なお、表に記載しているのは得票率が 5%以上の政党（自由民主党、民主党、日本維新の会、公明党、次世代の党、日本共産党）のみとしている。

表 1.2.1 選挙区・比例代表選挙の政党別得票率（属性等別①） 単位：％

		男性	女性	※	20代	30代	40代	50代
		(n=1002)	(n=702)		(n=228)	(n=505)	(n=477)	(n=494)
選挙区	自由民主党	40.0	37.9	ns	42.1	43.6*	37.3	35.0*
	民主党	18.0	16.7	ns	14.9	15.4	17.8	20.2*
	日本維新の会	8.3	7.0	ns	5.7	7.7	7.3	9.1
	公明党	1.1	2.0	ns	1.3	1.8	1.5	1.2
	次世代の党	2.6	1.9	ns	2.6	2.4	2.1	2.2
	日本共産党	12.3	13.5	ns	10.5	10.5	13.8	15.2
比例代表	自由民主党	29.1	27.2	ns	34.2*	32.7**	23.7**	25.7
	民主党	14.5	12.7	ns	10.5	13.5	12.8	16.4*
	日本維新の会	16.0	13.4	ns	11.0	14.5	16.6	15.6
	公明党	5.1	6.8	ns	7.0	5.0	5.5	6.5
	次世代の党	5.7	4.3	ns	5.3	5.5	6.7	3.0*
	日本共産党	12.7	15.4	ns	11.0	11.9	14.9	16.0

※調整済み標準化残差分析の結果 \*：p<0.05、\*\*：p<0.01

表 1.2.2 選挙区・比例代表選挙の政党別得票率（属性等別②） 単位：％

		ネット選挙解禁	非接触	※
		情報接触(n=339)	(n=1365)	
選挙区	自由民主党	37.7	45.1	*
	民主党	16.2	17.7	ns
	日本維新の会	6.5	8.1	ns
	公明党	2.7	1.2	*
	次世代の党	3.2	2.1	ns
	日本共産党	10.3	13.4	ns
比例代表	自由民主党	32.2	27.4	ns
	民主党	13.3	13.8	ns
	日本維新の会	10.6	16.0	*
	公明党	6.5	5.6	ns
	次世代の党	9.4	4.0	**
	日本共産党	12.4	14.1	ns

※調整済み標準化残差分析の結果 ns：not significant \*：p<0.05 \*\*：p<0.01

性別では、選挙区・比例代表ともに政党得票率で有意な差異はみられなかった。年層別では、自由民主党の得票率が若い年齢層では高く、年齢層が高くなるほど低下していく傾向が見られる。50代は民主党の得票率が高く、次世代の党の得票率が低い。

ネット選挙解禁情報接触有無別では、接触層は選挙区選挙での自由民主党の得票率が低く、公明党の得票率が高い。比例代表選挙では接触層は日本維新の会の得票率が低く、次世代の党の得票率が高い。ネット上の右派に人気がありネット動画やツイッターなどで活発にネット選挙運動を展開した次世代の党の得票率が、ネット選挙解禁情報接触層で統計的に有意に高くなっていることは興味深い。

### 1.3 投票先決定時期

2014年衆議院議員選挙で投票した人が、投票先を決定した時期を示したものが図1.3.1である（事後問7）。公示日（12月2日）より前の早い段階で投票先を決定していた調査対象者は選挙区選挙で19.3%、比例代表選挙で21.3%であり、投票日当日（12月14日）に決定した人は選挙区38.7%、比例代表38.6%である。投票日当日に投票先を決定した人は約4割であり、2013年参議院選挙と比較しても6%以上高い比率である。本選挙が突然の国会解散で唐突に実施されたことが、有権者の投票先の検討を困難にしていた可能性がある。

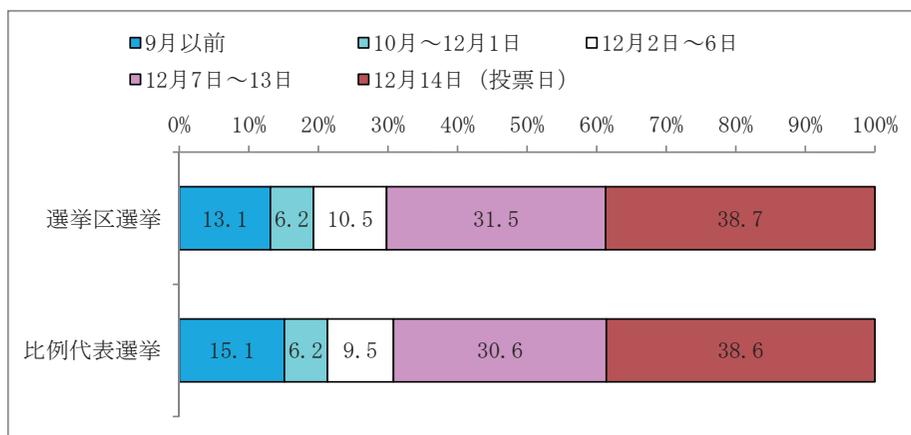


図 1.3.1 投票先決定時期（単位：％）

次に、投票先決定時期を公示日前（「9月以前」＋「10月～12月1日」）、公示日～投票前日（「12月2日～6日」＋「12月7日～13日」）、投票日の3つの期間にカテゴリを統合し、属性等による分布を比較した。

選挙区選挙・比例区選挙ともにパターンは共通している。性別では男性が女性より公示日前に投票先を決定している率が高く、年層別では50代が早期に投票先を決定し、投票日当日に決める比率が低い。ネット選挙解禁情報への接触有無別では、接触群が非接触群よりも早い時期に投票先を決定している（表1.3.1、表1.3.2）。「政治問題に関心がある」と回答した人（事後問9）ほど早い時期に投票先を決定していることから（表1.3.3）、属性による投票先決定時期の違いは、政治関心の高さが原因と考えられる。

表 1.3.1 選挙区選挙投票先決定時期（属性等別 単位：％）

	公示日まで	公示日～ 投票日前	投票日	※
男性 (n=1002)	<b>22.2</b>	40.5	37.3	**
女性 (n=702)	<b>15.2</b>	44.0	40.7	
20代 (n=228)	17.1	45.6	37.3	†
30代 (n=505)	18.8	40.6	40.6	
40代 (n=477)	17.4	40.0	<b>42.6</b>	
50代 (n=494)	<b>22.7</b>	43.5	<b>33.8</b>	
ネット選挙解禁情報接触 (n=1365)	<b>28.0</b>	44.0	<b>28.0</b>	***
非接触 (n=339)	<b>17.1</b>	41.5	<b>41.4</b>	

※カイ二乗検定の結果 †：p<0.10、\*\*：p<0.01、\*\*\*：p<0.001 太字  
太字は調整済み標準化残差分析の結果、5%水準で有意なセル

表 1.3.2 比例代表投票先決定時期（属性等別 単位：％）

	公示日まで	公示日～ 投票日前	投票日	※
男性 (n=1002)	<b>24.4</b>	38.3	37.3	**
女性 (n=702)	<b>17.0</b>	42.6	40.5	
20代 (n=228)	17.5	43.9	38.6	*
30代 (n=505)	20.6	38.6	40.8	
40代 (n=477)	19.1	39.8	41.3	
50代 (n=494)	<b>25.9</b>	40.3	<b>33.8</b>	
ネット選挙解禁情報接触 (n=1365)	<b>30.1</b>	41.9	<b>28.0</b>	***
非接触 (n=339)	<b>19.1</b>	39.6	<b>41.2</b>	

※カイ二乗検定の結果 \*：p<0.05、\*\*：p<0.01、\*\*\*：p<0.001  
太字は調整済み標準化残差分析の結果、5%水準で有意なセル

表 1.3.3 投票先決定時期と政治問題への関心（単位：％）

	公示日まで	公示日～ 投票日前	投票日	※
関心あり（選挙区）	<b>25.4</b>	<b>50.3</b>	<b>24.2</b>	***
関心なし（選挙区）	<b>17.3</b>	<b>39.1</b>	<b>43.6</b>	
関心あり（比例区）	<b>30.5</b>	<b>47.3</b>	<b>22.1</b>	***
関心なし（比例区）	<b>18.2</b>	<b>37.6</b>	<b>44.2</b>	

※カイ二乗検定の結果 \*\*\*：p<0.001  
太字は調整済み標準化残差分析の結果、5%水準で有意なセル

## 2. ネットとソーシャルメディアの利用

### 2.1 ネットの利用時間

ふだんパソコンからのインターネット利用（PC ネット）、スマートフォンを除く携帯電話からの利用（携帯ネット）、スマートフォンからのインターネット利用（スマホネット）を行っている調査対象者（行為者）について、ふだんの利用時間と選挙期間中の利用時間を比較したものが図 2.1.1 である（事後調査問 10）。

PC ネットは 169.4 分から 164.6 分、携帯ネットは 74.8 分から 67.3 分、スマホネットは 82.5 分から 79.1 分へと、どのインターネット利用形態でも選挙期間中は利用時間が有意に減少している。

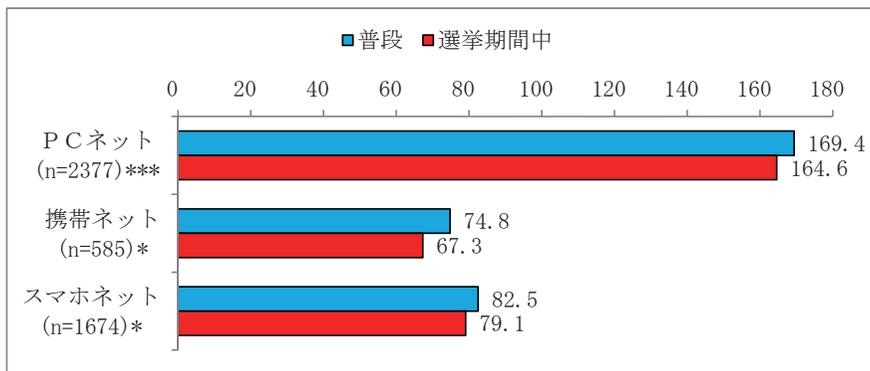


図 2.1.1 ネット利用時間（単位：分）

※対応ある 2 群の t 検定の結果 \*: $p < 0.05$ 、\*\*\*: $p < 0.001$

属性等別（性別、年層別、ネット選挙解禁情報の接触有無別、投票有無別）に、ふだんと選挙期間中のネット利用時間を比較したものが表 2.1.1 である。表の行方向に記載の記号（※）は属性等別の平均値の差の検定結果（独立したサンプルの t 検定・分散分析）、列方向に記載の記号（★）はふだんと選挙期間中の平均値の検定結果（対応のあるサンプルの t 検定）である。表 2.1.1 の年層別の数値右に記載の a~c の符号は、Games-Howell 法による多重比較の結果同符号間で 5% の有意差がないことを示す。

性別のネット利用時間比較では、ふだん・選挙期間中を問わずスマホネットの利用時間は女性が男性よりも長い。また、ふだんの PC ネットの利用時間は男女に有意差がないが、選挙期間中は男性のほうが有意に長い。言い換えると、選挙期間中は女性のほうが PC ネット利用時間の減少が大きい。

年層別では、ふだん・選挙期間中を問わず高い年層ほど携帯ネットの利用時間が短くなっている。

ネット選挙解禁情報の接触有無別の比較では、ふだん・選挙期間中を問わず接触群と非接触群の間にはインターネット利用時間の有意な差はない。接触群はふだんと選挙期間中のインターネット利用時間に有意差がない一方で、非接触群では選挙期間中のインターネット利用時間が有意に減少していた。

投票有無別の比較では、投票群が非投票群よりもふだんのPC ネット利用時間が長い傾向にある。スマホネット利用時間が投票群より非投票群のほうが長いのは、スマートフォン利用者の年齢層がふだんと選挙期間中のネット利用時間に差がないが、低年齢層ほどスマートフォンの利用率が高く、また投票率が低いためであろう。

表 2.1.1 ふだん・参院選期間中のネット利用時間（属性等別 単位：分）

	PC ネット (n=2377)			携帯ネット (n=585)			スマホネット (n=1674)		
	普段	選挙中	★	普段	選挙中	★	普段	選挙中	★
男性 (n=1132)	173.1	170.0	†	70.5	68.5		75.6	73.5	†
女性 (n=1479)	164.8	157.3	**	82.2	65.3	*	91.0	86.2	†
※		*					**	**	
20代 (n=380)	179.0b	172.2	*	102.5b	96.4c	*	113.9c	113.1a	
30代 (n=735)	154.1a	150.1	†	82.8ab	78.2bc	**	87.0b	84.1b	†
40代 (n=715)	173.7ab	169.7	†	60.2a	61.1ab		76.0b	72.6b	**
50代 (n=691)	176.7b	171.1	†	61.4a	36.5a	†	55.4a	49.0c	
※	**	*		*	***		***	***	
ネット選挙解禁 情報接触 (n=413)	188.5	189.0		83.0	75.6		89.2	85.2	
非接触 (n=2158)	165.7	160.0	***	72.2	64.6	*	81.1	77.9	*
※									
投票 (n=1704)	167.0	164.3	*	71.9	67.3	*	78.8	78.0	
非投票 (n=818)	176.0	166.8	**	80.2	66.9		89.3	81.4	*
※	**	**					*		

※独立したサンプルの t 検定・分散分析の結果 ★対応のある 2 群の t 検定の結果

† : p<0.1、\* : p<0.05、\*\* : p<0.01、\*\*\* : p<0.001

## 2.2 ソーシャルメディアの利用

各種ソーシャルメディアの利用率、書込みをしている人の比率をまとめたものが図 2.2.1 である（事後調査問 1）。ここに挙げられたソーシャルメディアサービスのうちいずれか 1 つでも利用している人の比率（汎ソーシャルメディア利用率）は、72.7%であった。

利用率が最も高いソーシャルメディアサービスは LINE であり、Facebook、Twitter、mixi と続く。Facebook、Twitter、mixi では半数程度の利用者が見るだけでなく書込みも行っているが、LINE 利用者では見ているだけの人が約 4 分の 3(73.4%)を占めている。

図 2.2.1 ソーシャルメディア利用率（単位：％）

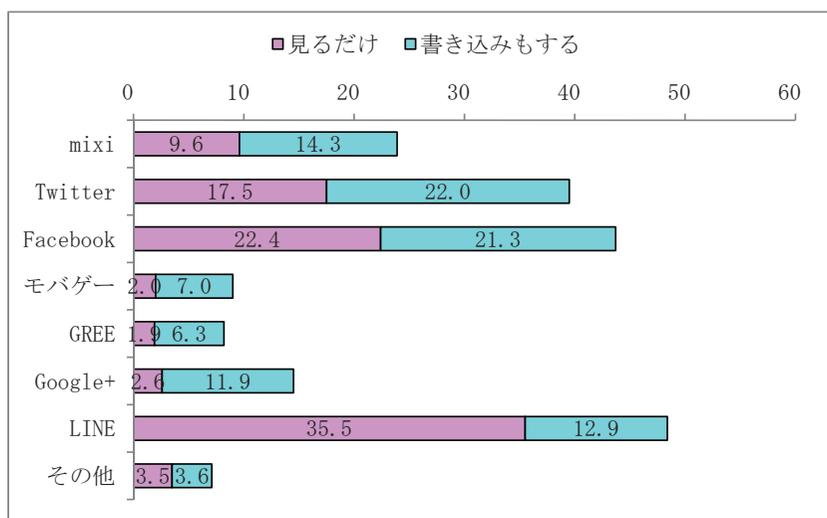


表 2.2.1、表 2.2.2 では、属性等別（性別・年層別・ネット選挙解禁情報接触有無別・投票有無別）に mixi、Twitter、Facebook、LINE について利用率・書込率（当該ソーシャルメディア利用者に占める書き込みする人の比率）を比較している。

性別では Facebook の利用率は男性が有意に高く、LINE の利用率は女性が高い。年層別では若年層ほどソーシャルメディア利用率が全般に高く、Twitter の書込率は高年齢層ほど高くなっている。ネット選挙解禁情報接触の有無別では、接触者ほどソーシャルメディア利用率が全般に高い。これはネット選挙運動がソーシャルメディア上を中心に展開されていたことの現れであろう。ただし Twitter の書き込み率は非接触者のほうが有意に高い。投票の有無別では、無投票層の LINE 利用率が投票層よりも高くなっているが、これは若年層ほど LINE 利用率が高く、かつ投票率が低いためであろう。

表 2.2.1 性別・年層別の利用率・書込率（単位：％）

	男性	女性	※	20代	30代	40代	50代	※
mixi 利用率	23.7	24.0		<b>28.7</b>	<b>29.8</b>	23.9	<b>14.3</b>	***
書込率	58.4	61.8		67.0	58.5	58.5	57.6	
Twitter 利用率	40.6	38.2		<b>58.4</b>	<b>43.6</b>	37.2	<b>26.9</b>	***
書込率	58.2	52.3	†	<b>46.8</b>	<b>50.6</b>	<b>60.9</b>	<b>68.3</b>	***
Facebook 利用率	46.3	40.4	**	47.4	<b>47.0</b>	43.8	<b>37.8</b>	**
書込率	49.2	47.9		46.7	45.8	47.6	<b>55.6</b>	†
LINE 利用率	45.7	51.9	**	<b>68.2</b>	<b>56.1</b>	45.5	<b>31.8</b>	***
書込率	25.0	28.4		<b>20.8</b>	26.6	27.7	31.8	†
汎ソーシャル メディア利用率	71.9	73.8		<b>85.0</b>	<b>78.3</b>	73.4	<b>58.8</b>	***

※カイ二乗検定結果 †：p<0.1、\*\*：<0.01、\*\*\*：p<0.001

年層比較欄の太字は、調整済み標準化残差分析の結果、5%水準で有意のセル

表 2.2.2 ネット選挙解禁情報接触別・投票有無別の利用率・書込率（単位：％）

	ネット選挙 解禁情報接触	非接触	※	投票有	投票無	※
mixi 利用率	36.8	21.4	***	24.7	21.5	†
書込率	55.3	61.4		60.6	58.5	
Twitter 利用率	57.6	36.1	***	40.5	36.9	†
書込率	48.3	58.0	**	54.6	58.6	
Facebook 利用率	59.8	40.6	***	44.4	41.9	
書込率	45.3	49.7		48.4	49.3	
LINE 利用率	55.0	47.1	**	46.1	52.0	**
書込率	24.2	27.1		25.5	28.0	
汎ソーシャル メディア利用率	83.1	70.7		72.7	72.4	

※カイ二乗検定結果 †：p<0.1、\*\*：p<0.01、\*\*\*：p<0.001

### 3. ネット選挙解禁情報等への接触と信頼

#### 3.1 各情報源への接触の有無（「見た」人）

事後質問の問 11 では「(1)テレビ」以下、“マスメディア”“各種ネット情報”“その他の情報源”にまたがって、16 の主な情報源を列挙し、選挙期間中の接触頻度について尋ねた。その結果から、「まったく見ていない」人を除き、期間中 1 回でも見たという人を「接触者」として、回答比率を見たのが図 3.1.1 である（頻度の分布については末尾の単純集計結果を参照）。また、表 3.1.1 には、男女別の比率および今回の調査に対応する参議院選挙時調査の結果を付記した。

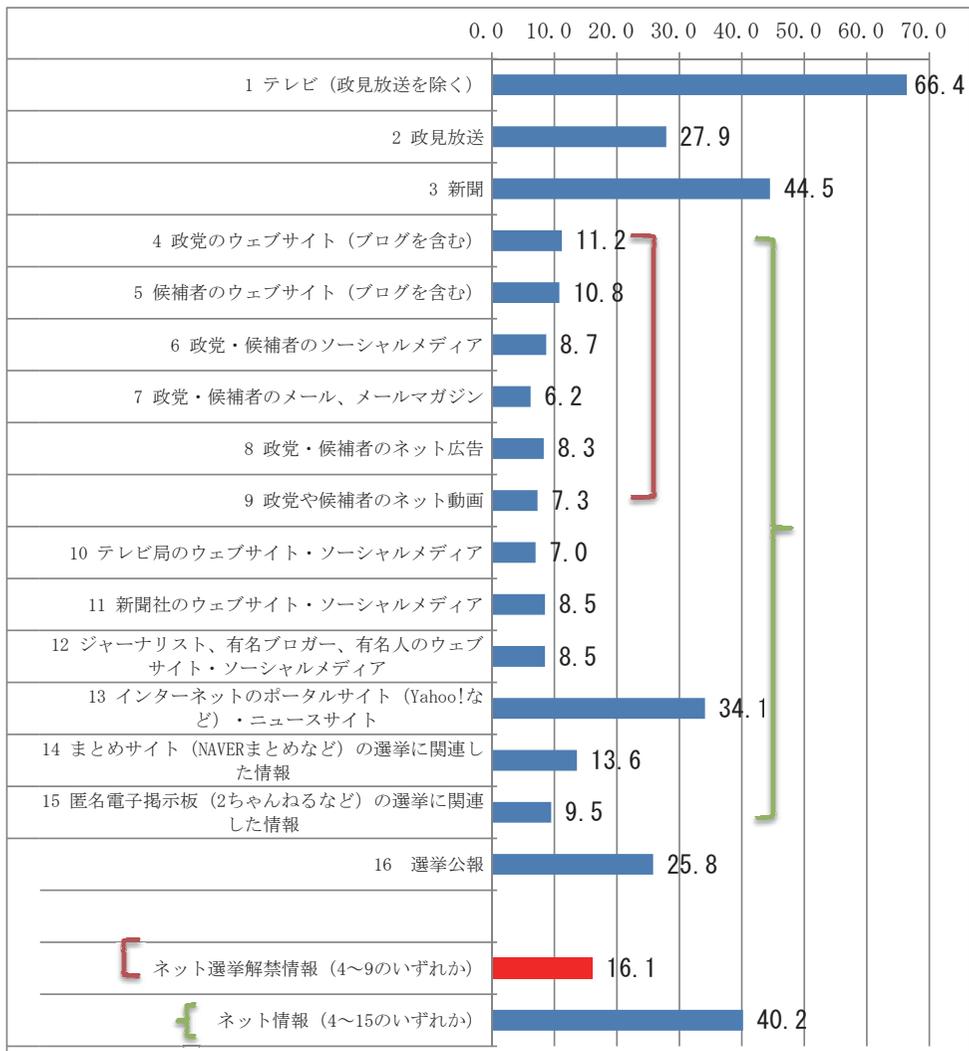


図 3.1.1 選挙期間中、選挙関連情報への接触率（1 回でも「見た人」の比率） 単位：%  
(N=2,571)

表 3.1.1 各情報源への接触度（「見た人」の比率）、全体と男女別（問 11 より） 単位：%

	全体中 (%)	N (見た人)	男女別		有意 差*	2013年 参議院 選挙
			男性	女性		
1 テレビ（政見放送を除く）	66.4	1708	66.2	66.8	ns	70.7 <sup>※1</sup>
2 政見放送	27.9	707	28.4	27.2	ns	38.5
3 新聞	44.5	1145	49.1	38.8	***	47.7
4 政党のウェブサイト（ブログを含む）	11.2	289	13.3	8.6	***	16.3 <sup>※2</sup>
5 候補者のウェブサイト（ブログを含む）	10.8	277	12.8	8.2	***	
6 政党・候補者のソーシャルメディア	8.7	223	10.6	6.3	***	12.8
7 政党・候補者のメール、メールマガジン	6.2	160	8.1	3.8	***	10.6
8 政党・候補者のネット広告	8.3	213	10.6	5.3	***	14.0
9 政党や候補者のネット動画	7.3	188	9.3	4.8	***	
10 テレビ局のウェブサイト・ソーシャルメディア	7.0	181	8.8	4.9	***	12.5 <sup>※3</sup>
11 新聞社のウェブサイト・ソーシャルメディア	8.5	218	11.1	5.1	***	13.6 <sup>※4</sup>
12 ジャーナリスト、有名ブロガー、有名人のウェブサイト・ソーシャルメディア	8.5	219	10.6	5.8	***	14.9 <sup>※5</sup>
13 インターネットのポータルサイト（Yahoo!など）・ニュースサイト	34.1	877	39.5	27.3	***	24.9
14 まとめサイト（NAVERまとめなど）の選挙関連情報	13.6	349	15.7	10.9	***	—
15 匿名電子掲示板（2ちゃんねるなど）の選挙関連情報	9.5	243	12.4	5.7	***	—
16 選挙公報	25.8	663	25.8	25.8	ns	40.5
<b>ネット選挙解禁情報（4～9のいずれか）</b>	<b>16.1</b>	<b>413</b>	<b>18.7</b>	<b>12.7</b>	<b>***</b>	<b>18.3</b>
ネット情報（4～15のいずれか）	40.2	1034	45.9	33.0	***	28.8

※1 元調査ではNHK、民放と分かれていたのを、「いずれかに接触」の数値にした。

※2 元調査では、「政党・候補者のウェブサイト（動画を含む）」と2つが一緒になっていた。

※3※4※5 元調査ではウェブサイトとソーシャルメディアに分かれていたのを、「いずれかに接触」の数値にした。

**全体の分析母数はN=2,571。本章中、図表とくに表記がなければ分析対象は「調査対象者全体」のN=2,571。**  
有意差\*：「見た／見ない」と男女のカイ自乗検定。\*\*\* p<.001, \*\* p<.01, ns 有意差なし。表 4.1.2 についても有意性水準はカイ自乗検定で同じ意味。

選挙情報に接したメディアとして最も比率が高かったのは「テレビ」の66.4%であった。次いで「新聞（44.5%）」、「ネットのポータルサイト（34.1%）」と続く。参議院選挙時と比べると、テレビも新聞も比率が減少している。

ネット選挙解禁によって新たに得ることができるようになった情報（図表の4～9のいずれか）に接した人は**16.1%**で、これは2013年の参議院選挙時の18.3%よりさらに比率が低下した。また、その他のネット情報も含め、インターネット上の選挙情報のいずれかに接した人は40.2%であり、参議院選挙時の28.8%より増加した。とは言え、ネット情報で実際に増加したのは「ポータルサイト/ニュースサイト」だけであり、あとの個別項目ではすべて参議院選挙時より減少している。

男女別に比較すると「新聞」情報への接触率は男性の方が高く、ネット関連もすべて男性の方が有意に高い。ネット選挙解禁情報への接触率は、男性18.7%、女性12.7%であった。

表 3.1.2 各情報源への接触度／年層別、投票の有無別、  
ネット選挙解禁情報接触別(問 11 より) 単位:%

	年層別					投票・非投票			ネット解禁情報 接触・非接触		
	20代	30代	40代	50代	有意差	投票	非投票	有意差	接触	非接触	有意差
1 テレビ(政見放送を除く)	71.6	64.7	62.7	69.5	**	71.8	56.0	***	87.2	62.5	***
2 政見放送	26.8	27.5	25.5	31.4	ns	33.3	16.6	***	65.9	20.6	***
3 新聞	37.9	36.8	43.6	57.9	***	53.4	26.7	***	73.6	39.0	***
4 政党のウェブ*サイト(含*ブログ*)	18.4	11.6	9.7	8.5	***	13.9	5.1	***	70.0	0.0	***
5 候補者のウェブ*サイト(含*ブログ*)	17.4	12.1	9.5	6.9	***	13.4	4.6	***	67.1	0.0	***
6 政党・候補者のソーシャルメディア	13.7	9.3	6.9	7.1	***	10.6	3.9	***	54.0	0.0	***
7 政党・候補者のメール*メルマガ*	9.7	6.6	5.0	5.1	**	7.0	3.7	***	38.7	0.0	***
8 政党・候補者のネット広告	13.4	8.3	5.7	8.1	***	9.7	4.6	***	51.6	0.0	***
9 政党や候補者のネット動画	12.6	6.9	5.7	6.5	***	8.4	4.4	***	45.5	0.0	***
10 テレビ*局のウェブ*サイト*ソーシャルメディア	11.1	7.8	5.9	5.2	**	7.9	4.3	***	39.5	0.8	***
11 新聞社のウェブ*サイト*ソーシャルメディア	11.8	8.3	7.4	8.0	ns	10.2	4.3	***	40.7	2.3	***
12 ジャーナリスト、有名ブロガー、有名人のウェブ*サイト*ソーシャルメディア	13.7	8.4	8.0	6.4	***	10.0	4.4	***	40.9	2.3	***
13 インターネットのポータルサイト(Yahoo!など)・ニュースサイト	35.5	35.5	35.0	30.8	ns	38.8	24.6	***	73.4	26.6	***
14 まとめサイト(NAVERまとめなど)の選挙に関連した情報	18.7	13.9	13.7	10.3	**	15.6	8.8	***	52.8	6.1	***
15 匿名電子掲示板(2ちゃんねるなど)の選挙に関連した情報	15.5	10.1	9.1	5.8	***	10.6	6.1	***	42.6	3.1	***
16 選挙公報	24.7	20.0	26.0	32.7	***	33.7	9.3	***	62.7	18.7	***
<b>ネット選挙解禁情報(4~9のいずれか)</b>	22.9	17.1	12.6	14.8	***	19.9	7.6	***	100.0	0.0	***
ネット情報(4~15のいずれか)	42.1	42.8	40.0	36.5	ns	46.5	27.4	***	100.0	28.8	***

表 3.1.2 はメディア毎の選挙関連情報接触率を年層別、投票の有無別、ネット解禁情報接触・非接触別に見たものである。

年層別にみれば、テレビは20代、50代で高い。新聞は40代以上で高くなっている。ネット関連情報では、概して若年層ほど高くなっている。「ネット選挙解禁情報」への接触に関しては、20代が最も高く(22.9%)、次いで30代、50代、40代の順になっている。

投票の有無別では、すべての項目で有意に投票した人の方が接触率が高い。

ネット選挙解禁情報への接触/非接触別でも、すべての項目で「ネット選挙解禁情報への接触者」の方が非接触者より接触率が有意に高い。ネット選挙解禁情報への接触者は、ネット関連の情報源だけでなく、テレビ、新聞、選挙公報など、非ネット系情報源の選挙関連情報への接触率も高くなっており、選挙への関心が高いことを反映している。

### 3.2 各メディア選挙情報への信頼（事後問 12）

各メディアで、選挙期間中で投票の際に利用した情報源で信頼できたものを選択させた（事後調査問 12）結果を全体と利用有無別（事後調査問 11）に示したものが図 3.2.1 である。全体では、「テレビ（政見放送を除く）」や「新聞」といったマスメディアの情報への信頼度は高く、伝統的な「選挙公報」も高い。一方で、約半数があてはまるものがないと回答している。利用者のみでは、いずれも「信頼できる」と回答した人の割合が高くなるが、特に「(4) 政党のウェブサイト（ブログを含む）」や「候補者のウェブサイト（ブログを含む）」といったネット選挙情報のうち政党や候補者のウェブサイト(ブログを含む)で、利用者のみの場合、高い割合を示した。

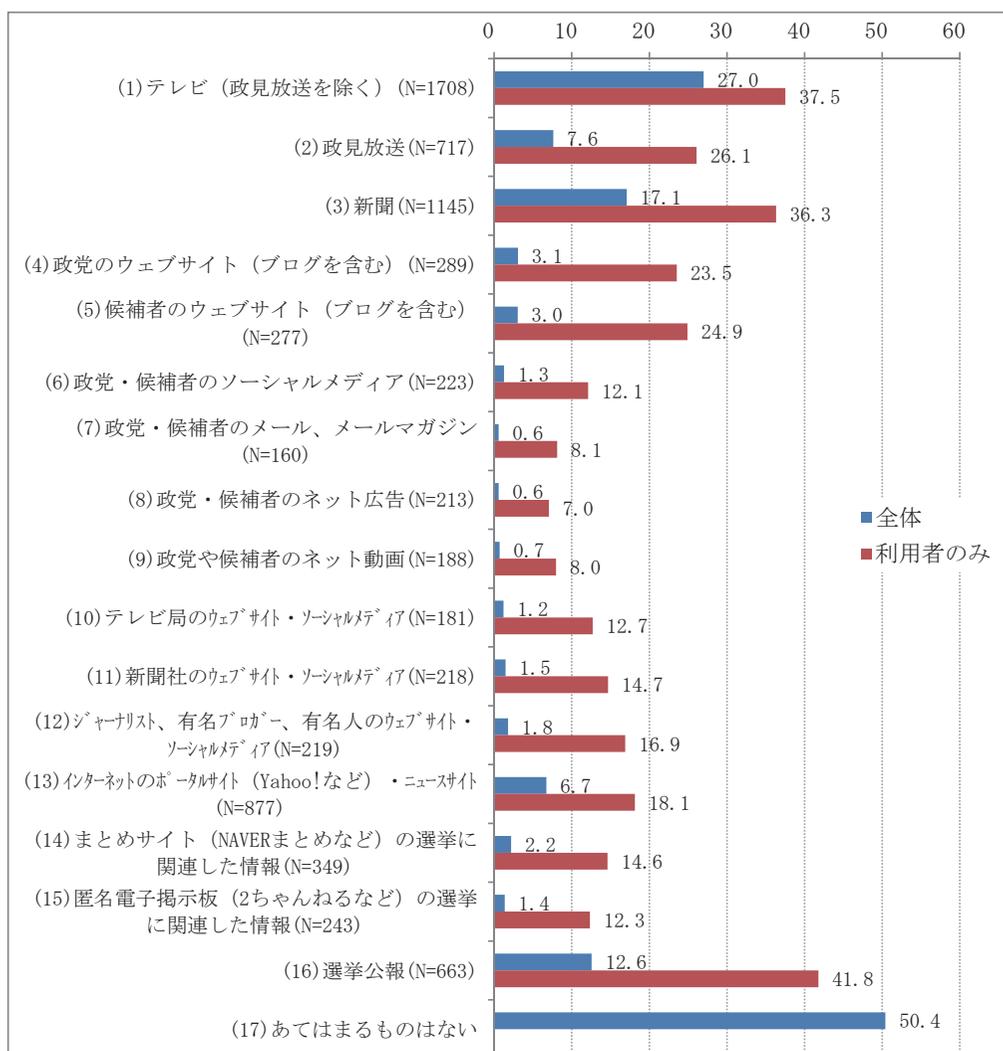


図 3.2.1 各情報源への信頼性評価：「信頼できた」比率 単位：%

※項目横の N は利用者からのサンプル数。全体でのサンプル数は 2,571。

次に、表 3.2.1 は各情報源への信頼性評価を性別に見たものである。表に示される通り、「政見放送」「インターネットのポータルサイト・ニュースサイト」「選挙公報」で男性より女性で「信頼できる」と回答した人の割合が高かった。

表 3.2.1 各情報源への信頼性評価／性別 (事後調査問 12 より) 単位: %

N	性別		カイ自乗値	
	男性 1,439	女性 1,132		
1	25.6	28.8	3.34	†
2	6.3	<b>9.3</b>	7.84	**
3	18.0	15.9	1.97	ns
4	3.2	2.9	0.17	ns
5	3.2	2.8	0.29	ns
6	1.4	1.1	0.29	ns
7	0.6	0.5	0.10	ns
8	0.8	0.3	3.54	†
9	0.9	0.4	1.94	ns
10	1.4	1.0	0.93	ns
11	1.8	1.1	2.43	ns
12	2.4	1.1	6.12	*
13	8.3	<b>4.7</b>	13.50	***
14	2.4	1.9	0.52	ns
15	1.7	1.0	2.29	ns
16	11.3	<b>14.1</b>	4.54	*
17	50.5	50.4	0.00	ns

※ カイ自乗値横の記号は、年齢層と信頼有無でのカイ自乗検定の結果\*\*\*: p<.001、\*\* : p<.01、\* : p<.05、† : p<.10 で有意な偏りがあることを示す。

表 3.2.2 各情報源への信頼性評価／年齢層別 (事後調査問 12 より) 単位: %

N	年齢層別				カイ自乗値
	20代 380	30代 785	40代 715	50代 691	
1	28.9	26.8	25.2	28.1	2.37 ns
2	5.8	7.3	7.8	8.8	3.43 ns
3	<b>11.3</b>	<b>12.6</b>	17.2	<b>25.2</b>	52.02 ***
4	4.5	<b>4.3</b>	2.5	<b>1.4</b>	13.55 **
5	<b>5.3</b>	3.7	2.8	<b>1.3</b>	14.76 **
6	1.6	<b>2.0</b>	<b>0.6</b>	1.0	7.15 †
7	0.3	1.0	0.3	0.6	4.38 ns
8	0.5	1.0	0.3	0.4	3.99 ns
9	0.8	1.0	0.6	0.4	2.10 ns
10	1.6	1.1	1.3	1.0	0.70 ns
11	1.6	1.7	0.8	1.9	2.97 ns
12	2.4	2.2	1.7	1.2	2.98 ns
13	7.6	8.2	6.2	5.2	5.95 ns
14	3.4	2.8	1.8	<b>1.2</b>	8.00 *
15	2.1	<b>2.4</b>	0.7	<b>0.4</b>	14.88 **
16	<b>8.7</b>	<b>9.4</b>	11.7	<b>19.1</b>	39.57 ***
17	<b>55.3</b>	51.8	52.2	<b>44.3</b>	15.49 **

※ カイ自乗値横の記号は、年齢層と信頼有無でのカイ自乗検定の結果\*\*\*: p<.001、\*\* : p<.01、\* : p<.05、† : p<.10 で有意な偏りがあることを示す。

※ 太字は、調整済み標準化残差分析の結果 5% 水準で有意なセル。

さらに、表 3.2.2 は各情報源への信頼性評価を年齢別に見たものである。表に示される通り、紙媒体・文字主体である「新聞」「選挙公報」について高齢層ほど信頼できると評価している。一方、インターネット系のうち「政党のウェブサイト（ブログを含む）」「候補者のウェブサイト（ブログを含む）」「まとめサイト（NAVER まとめなど）の選挙に関連した情報」「匿名電子掲示板（2ちゃんねるなど）の選挙に関連した情報」などは若年齢層の方が「信頼できる」と答えている。

次に、ネット選挙解禁情報接触有無別、投票有無別の各情報源への信頼性評価を分析した結果が表 3.2.3 である。ネット選挙解禁情報接触者は非接触者に比べて、ほとんどの項目で信頼できると回答する人の割合が高く、投票者は非投票者に比べて一部の項目（「政党・候補者のメール、メールマガジン」「政党・候補者のネット広告」「政党や候補者のネット動画」「テレビ局のウェブサイト・ソーシャルメディア」「匿名電子掲示板（2ちゃんねるなど）の選挙に関連した情報」）を除き信頼できると回答する人の割合が高い。

表 3.2.3 各情報源への信頼性評価／ネット選挙情報接触有無別・投票有無別

(事後調査問 12 より)

単位:%	ネット選挙 解禁情報接触有無			投票有無		
	有	無	カイ自乗値	有	無	カイ自乗値
	N	413	2,158	1,704	818	
1 テレビ（政見放送を除く）	37.0	25.1	25.23 ***	30.6	20.2	30.21 ***
2 政見放送	16.9	5.8	60.76 ***	9.8	3.5	30.17 ***
3 新聞	24.0	15.8	16.52 ***	21.7	8.3	68.68 ***
4 政党のウェブサイト（ブログを含む）	17.9	0.2	364.07 ***	4.3	0.6	24.88 ***
5 候補者のウェブサイト（ブログを含む）	17.7	0.2	358.57 ***	4.0	1.0	17.16 ***
6 政党・候補者のソーシャルメディア	7.7	0.0	162.29 ***	1.8	0.4	8.31 **
7 政党・候補者のメール、メールマガジン	3.1	0.1	55.78 ***	0.6	0.2	1.73 ns
8 政党・候補者のネット広告	3.6	0.0	78.84 ***	0.8	0.2	2.51 ns
9 政党や候補者のネット動画	4.4	0.0	94.72 ***	0.9	0.4	2.06 ns
10 テレビ局のウェブサイト・ソーシャルメディア	5.1	0.5	62.15 ***	1.5	0.6	3.44 †
11 新聞社のウェブサイト・ソーシャルメディア	5.8	0.6	63.44 ***	2.1	0.4	10.60 **
12 ジャーナリスト、有名ブlogger、有名人のウェブサイト・ソーシャルメディア	5.6	1.1	40.01 ***	2.3	0.6	9.51 **
13 インターネットのポータルサイト（Yahoo!など）・ニュースサイト	15.7	5.0	63.64 ***	8.4	3.7	19.31 ***
14 まとめサイト（NAVER まとめなど）の選挙に関連した情報	7.5	1.2	65.55 ***	2.7	1.1	6.63 *
15 匿名電子掲示板（2ちゃんねるなど）の選挙に関連した情報	4.1	0.8	27.81 ***	1.6	0.7	3.44 †
16 選挙公報	15.3	12.0	3.24 †	17.7	2.7	110.99 ***
17 あてはまるものはない	22.8	55.7	150.46 ***	39.8	71.1	216.61 ***

※カイ自乗値横の記号は、年齢層と信頼有無でのカイ自乗検定の結果\*\*\*: p<.001, \*\*: p<.01, \*: p<.05, †: p<.10 で有意な偏りがあることを示す。

#### 4. 争点

事前質問の間4では「(1)景気回復」以下、21の選択肢を回答者に提示し、衆議院選挙の投票の際に最も重視する予定の争点について1つ選んでもらった。

各選択肢が選ばれた比率を記したのが表4.1.1である(回答者全体の傾向と合わせて、男女別の比率、年層別の比率、選挙時の投票の有無別の比率、「ネット選挙解禁情報」への接触別の分析結果もあわせて記した)。

表4.1.1 投票時に最も重視する予定の争点  
 /全体と男女別、年層別、投票の有無別、「ネット選挙解禁情報」接触別(事前問4より)  
 単位:%、N=2,571(投票の有無に関する分析時のみN=2,522)

	全体	性別		年齢層				投票有無		ネット選挙解禁情報	
		男性	女性	20代	30代	40代	50代	投票	非投票	接触	非接触
景気回復	34.1	38.1	29.1	24.7	32.1	38.5	37.0	37.7	27.5	38.5	33.3
雇用問題	3.7	4.0	3.4	4.5	4.2	3.1	3.5	3.7	3.8	4.8	3.5
消費税引き上げ	11.5	9.3	14.3	12.1	14.1	10.9	8.8	11.4	11.9	10.4	11.7
TPP(環太平洋経済連携協定)	0.6	0.6	0.5	0.5	0.6	0.7	0.4	0.7	0.2	1.5	0.4
対中国外交問題	1.1	1.4	0.7	1.1	1.3	1.0	1.0	1.2	0.7	2.4	0.8
対韓国外交問題	0.5	0.8	0.3	0.5	1.0	0.3	0.3	0.6	0.5	1.9	0.3
沖縄基地問題	0.2	0.3	0.1	0.3	0.1	0.0	0.4	0.2	0.1	0.7	0.1
原子力発電所再稼働	3.7	3.7	3.6	1.1	3.3	4.3	4.8	4.6	1.7	3.9	3.6
女性の活躍推進	0.2	0.1	0.4	0.3	0.3	0.1	0.3	0.2	0.2	1.2	0.0
憲法改正	1.4	1.1	1.8	2.4	0.9	0.3	2.6	1.8	0.6	2.2	1.3
国会議員定数削減	4.6	5.2	3.9	2.6	4.3	3.6	7.1	4.5	5.0	3.1	4.9
教育問題	0.5	0.3	0.8	0.8	0.8	0.6	0.1	0.8	0.1	0.2	0.6
年金・社会保障問題	6.1	5.1	7.3	3.7	3.1	7.0	9.8	6.4	5.7	4.6	6.3
子育て支援	3.3	1.9	4.9	4.7	5.1	2.9	0.7	2.5	5.0	1.7	3.6
地方分権	0.2	0.3	0.0	0.3	0.1	0.1	0.3	0.3	0.0	0.2	0.2
震災復興	0.9	0.7	1.1	0.8	0.9	1.0	0.7	0.9	0.7	1.2	0.8
集团的自衛権	2.0	2.1	1.9	2.6	1.4	1.5	2.7	2.5	0.9	3.6	1.7
特定秘密保護法	0.6	0.8	0.4	0.5	0.3	0.7	1.0	0.9	0.0	1.5	0.5
閣僚の政治資金問題	0.6	0.8	0.4	0.0	0.5	0.8	0.9	0.7	0.5	0.0	0.7
その他の争点	1.4	1.7	1.0	2.4	0.6	2.4	0.7	1.7	0.7	2.4	1.2
重視した争点はない	22.8	21.7	24.1	34.2	25.0	20.1	16.6	16.6	34.0	13.8	24.5
有意水準		***		***				***		***	

※ 有意水準:各争点について「最も重視した/最も重視しない」と男女、年層、衆議院選挙での投票有無、「ネット選挙解禁情報」への接触有無についてカイ二乗検定を実施。\*\*\* p<.001。表4.1.2でも有意水準はカイ二乗検定結果について同じ意味を表す。

分析の結果、投票時に最も重視する予定の争点として挙げられた比率が最も高かったのは「景気回復」の34.1%で、次いで「消費税引き上げ(11.5%)」、「年金・社会保障問題(6.1%)」の順番だった。男女別でみると、「景気回復」は男性の方が最も重視の割合が高く、「消費税引き上げ」「年金・社会保障問題」は女性の方が最も重視の割合が高かった。

また、年層別で見た場合は「消費税引き上げ」最も重視の割合は20代・30代が高く、「景気回復」「年金・社会保障問題」最も重視の割合は40代・50代の方が高かった。投票の有無と「ネット選挙解禁情報」への接触については、投票者や「ネット選挙解禁情報」接触者の方が「景気回復」最も重視の割合が高い傾向が見られた。

なお、選挙後に実際に有権者が最重視した争点について、事後調査の間8から同様の分析を行った結果が表4.1.2である。

表 4.1.2 調査対象者が投票時に最重視した争点  
 /全体と男女別、年層別、投票の有無別、ネット選挙解禁情報接触別（事後問8より）  
 単位：％、N=2,571、投票の有無別分析のみN=2,522

	全体	性別		年齢層				投票有無		ネット選挙 解禁情報	
		男性	女性	20代	30代	40代	50代	投票	非投票	接触	非接触
景気回復	30.6	33.7	26.7	27.1	29.3	34.3	30.2	34.4	23.3	38.0	29.2
雇用問題	4.0	4.2	3.7	3.9	4.3	3.6	3.9	3.9	4.3	4.8	3.8
消費税引き上げ	7.5	7.3	7.9	7.4	8.2	7.1	7.4	7.8	7.1	9.7	7.1
TPP（環太平洋経済連携協定）	0.2	0.2	0.2	0.0	0.5	0.0	0.1	0.2	0.1	0.5	0.1
対中国外交問題	0.9	1.2	0.6	0.0	0.6	0.8	1.9	1.2	0.4	1.7	0.8
対韓国外交問題	0.5	0.7	0.4	0.3	1.0	0.4	0.3	0.6	0.4	1.9	0.3
沖縄基地問題	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	0.3	0.2	0.0	0.0	0.1
原子力発電所再稼働	3.8	3.5	4.1	1.8	3.7	3.5	5.2	5.0	1.5	4.8	3.6
女性の活躍推進	0.1	0.0	0.2	0.0	0.1	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.1
憲法改正	1.9	1.7	2.2	1.8	1.7	1.4	2.9	2.5	0.7	2.7	1.8
国会議員定数削減	2.4	3.3	1.3	1.1	2.4	1.8	3.8	2.7	1.7	3.4	2.2
教育問題	0.5	0.4	0.5	0.5	0.5	0.7	0.1	0.5	0.4	0.7	0.4
年金・社会保障問題	3.9	3.3	4.8	2.9	2.2	3.6	6.8	4.8	2.3	3.9	3.9
子育て支援	2.9	1.8	4.2	2.6	5.2	2.5	0.7	2.4	3.9	1.5	3.2
地方分権	0.2	0.1	0.2	0.3	0.0	0.3	0.1	0.2	0.0	0.5	0.1
震災復興	0.7	0.7	0.8	0.5	0.3	1.0	1.2	0.9	0.4	1.5	0.6
集团的自衛権	2.2	2.2	2.2	2.4	1.5	2.2	2.7	3.1	0.4	5.1	1.6
特定秘密保護法	0.6	0.8	0.4	0.8	0.4	0.3	1.2	0.8	0.1	1.2	0.5
閣僚の政治資金問題	0.4	0.6	0.1	0.3	0.1	0.4	0.7	0.4	0.5	0.2	0.4
その他の争点	3.3	3.5	3.0	3.4	2.8	4.1	3.0	4.7	0.6	3.9	3.2
重視した争点はない	33.2	30.6	36.6	42.9	35.0	31.7	27.4	23.5	52.0	14.0	36.9
有意水準		***		***				***		***	

その結果、「景気回復」「消費税引き上げ」「年金・社会保障問題」などいずれの争点についても、選挙期間前と比較して最重視の割合が減った一方で、「重視した争点はない」との回答が選挙期間前の22.8%から33.2%へと大幅に増えていた。特に、衆議院選挙の非投票者で34.0%から52.0%へと大幅に増加しており、重視した争点が無かったことが、投票に行かなかった一因となった可能性を示唆している。

一方で、「ネット選挙解禁情報」への接触者については「重視した争点はない」との回答割合がほとんど増えていないことから、「ネット選挙解禁情報」への接触の結果、もしくはその他の属性など、何らかの理由で争点の選択が促された可能性が示唆されている。

## 5. 支持政党と政党イメージ

### 5.1 支持政党

政党に対する態度が選挙の前後でどのように変化したか、政党別に選挙前・選挙後の支持・不支持を比較したものが図 5.1.1 である。本節では事前調査問 2、事後調査問 3 の政党別支持の度合い（5 件法）のうち「支持している」「やや支持している」を「支持」、それ以外を「不支持」とカテゴリを統合して分析している。

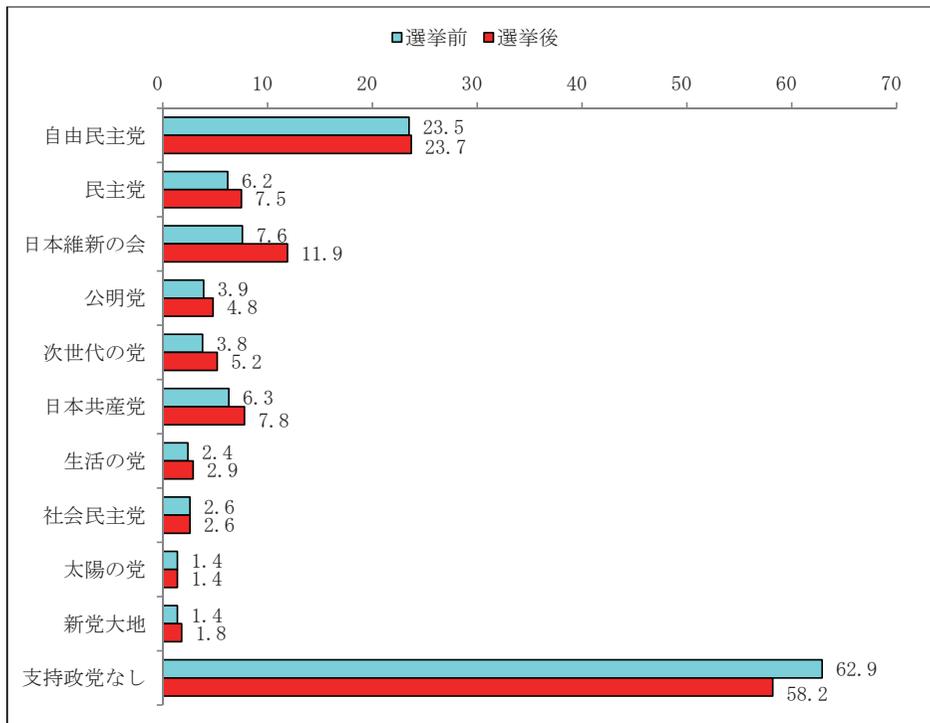


図 5.1.1 選挙前・後と支持政党（単位：％）

選挙前・後で「支持政党なし」（どの政党にも「支持」と回答していない）が 62.9% から 58.2% へ減少する一方で、各政党の支持率は上昇している。特に日本維新の会は 7.6% から 11.9% へと大幅に上昇している。

選挙前・後の政党支持の態度変化と属性等別（性別・年層別・ネット選挙解禁情報接触有無別、投票有無別）の関連について、図 5.1.1 で得票率が 5% 以上の政党と「支持政党なし」を対象に分析を行った（表 5.1.1、表 5.1.2）。

性別では、公明党・次世代の党で男性のほうが態度変化の率が高い。年層別の態度変化の差異はほとんど見られない。

表 5.1.1 選挙前・後で政党支持態度変化があった比率（属性等別① 単位：％）

	男性 (n=1439)	女性 (n=1132)	※	20代 (n=380)	30代 (n=785)	40代 (n=715)	50代 (n=691)	※
自由民主党	9.5	9.0	ns	9.7	8.4	11.2	8.1	ns
民主党	6.1	5.5	ns	7.6	4.6	5.0	7.1	†
維新の党	9.7	8.7	ns	10.8	7.5	9.8	10.0	ns
公明党	4.1	1.6	***	4.2	2.5	3.4	2.5	ns
次世代の党	5.2	2.3	***	4.2	3.3	4.9	3.5	ns
日本共産党	6.6	5.2	ns	6.8	5.5	6.7	5.4	ns
支持政党なし	17.0	16.9	ns	16.3	14.8	18.5	18.1	ns

※カイ二乗検定の結果 ns:not significant † : p<0.1、\*\*\* : p<0.001

表 5.1.2 選挙前・後で政党支持態度変化があった比率（属性等別② 単位：％）

	ネット選挙 解禁情報接触 (n=1066)	非接触 (n=442)	※	投票有 (n=271)	投票無 (n=1211)	※
自由民主党	13.6	8.5	**	9.9	8.2	ns
民主党	10.9	4.9	***	7.3	2.8	***
維新の党	16.2	8.0	***	11.0	6.0	***
公明党	7.3	2.2	***	3.6	1.7	**
次世代の党	12.1	2.4	***	5.1	1.5	***
日本共産党	11.6	4.9	***	7.3	3.5	***
支持政党なし	19.9	16.4	†	19.0	12.8	***

※カイ二乗検定の結果 ns:not significant \*\* : p<0.01、\*\*\* : p<0.001

ネット選挙解禁情報接触有無別では、すべての政党と「支持政党なし」で、接触群のほうが非接触群よりも態度変化の率が高い。投票有無別では、自由民主党を除き投票群のほうが非投票群よりも有意に態度変化の率が高い。2013年参議院議員選挙と同様に、本選挙でも自由民主党のみ投票の有無と態度変化の有無の間に有意な関連が見られなかった。

この結果についてさらに詳しく分析するため、ネット選挙解禁情報接触有無別に、得票率5%以上の各政党と「支持政党なし」の態度変化を比較したものが図5.1.2である。

どの政党についても接触群のほうが非接触群よりも選挙前の支持（「選挙前後とも支持」＋「選挙前支持選挙後不支持」）の比率が高い。逆に選挙前の「支持政党なし」は非接触群のほうが接触群よりも比率が高い（「選挙前後とも支持」＋「選挙前支持選挙後不支持」）。また、選挙前の不支持から選挙後の不支持への比率も接触群のほうが非接触群よりも比率が高い。接触群のほうが非接触群よりも政治関心が高いことが、政党を支持する比率や政党支持の態度を考え直す比率を高くしていると考えられる。

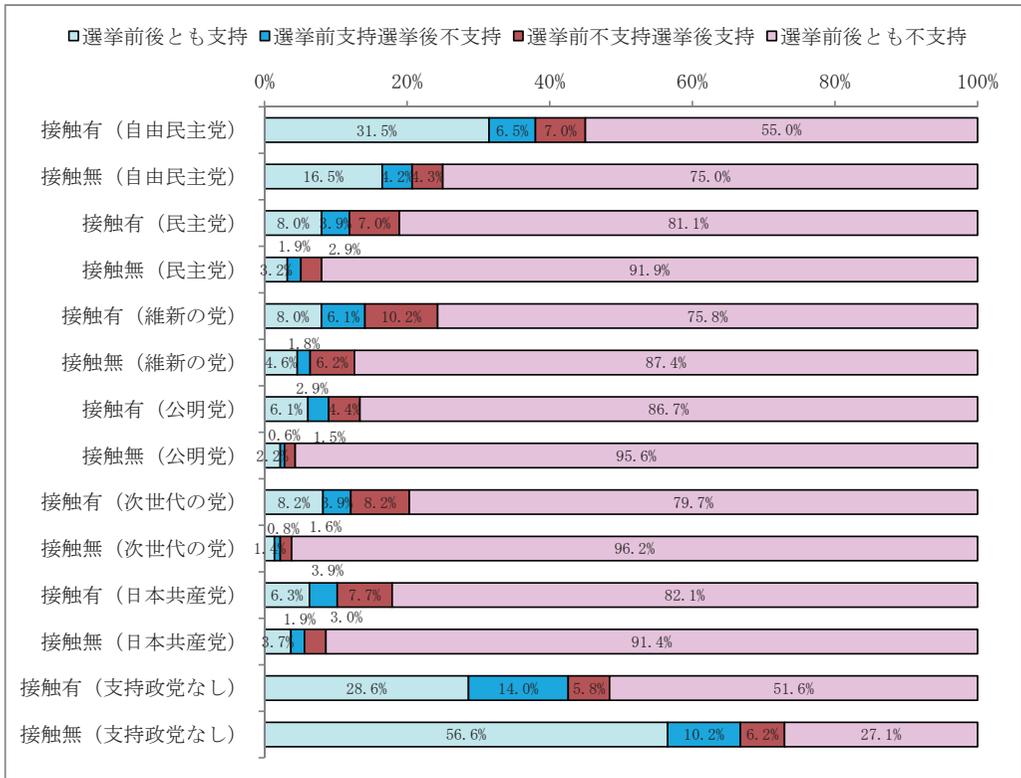


図 5.1.2 ネット選挙情報接触有無別・各政党支持態度変化（単位：％）

※サンプルサイズ 接触：n=413、非接触：n=2158

図 5.1.3 では態度変化の方向性（支持→不支持、不支持→支持）別、選挙前の政党支持・不支持別に、態度変化が生じた比率のカイ二乗検定（片側検定）を行った。

自由民主党不支持・民主党不支持・維新の党支持・公明党不支持・次世代の党不支持・「支持政党なし」では、ネット解禁情報接触群のほうが非接触群よりも態度変化率が有意に高い。「支持政党あり」では、非接触群のほうが接触群よりも有意に態度変化率が高い。

全般に政党不支持群のほうが支持群よりも、ネット解禁情報接触群のほうが非接触群よりも態度変化率が高い傾向が見られる。政党不支持のほうが支持よりも態度が不確実であり（不支持群には「どちらでもない」の回答者が含まれる）、ネット解禁情報接触群は政治問題への関心が高いため、オリエンテーション欲求<sup>4</sup>が高く態度変化が生じやすいためではないか。なお、維新の党支持の場合だけはこのパターンから外れており、興味深い。

<sup>4</sup> 竹下俊郎 (2008) 『メディアの議題設定機能－マスコミ効果研究における理論と実証』学文社

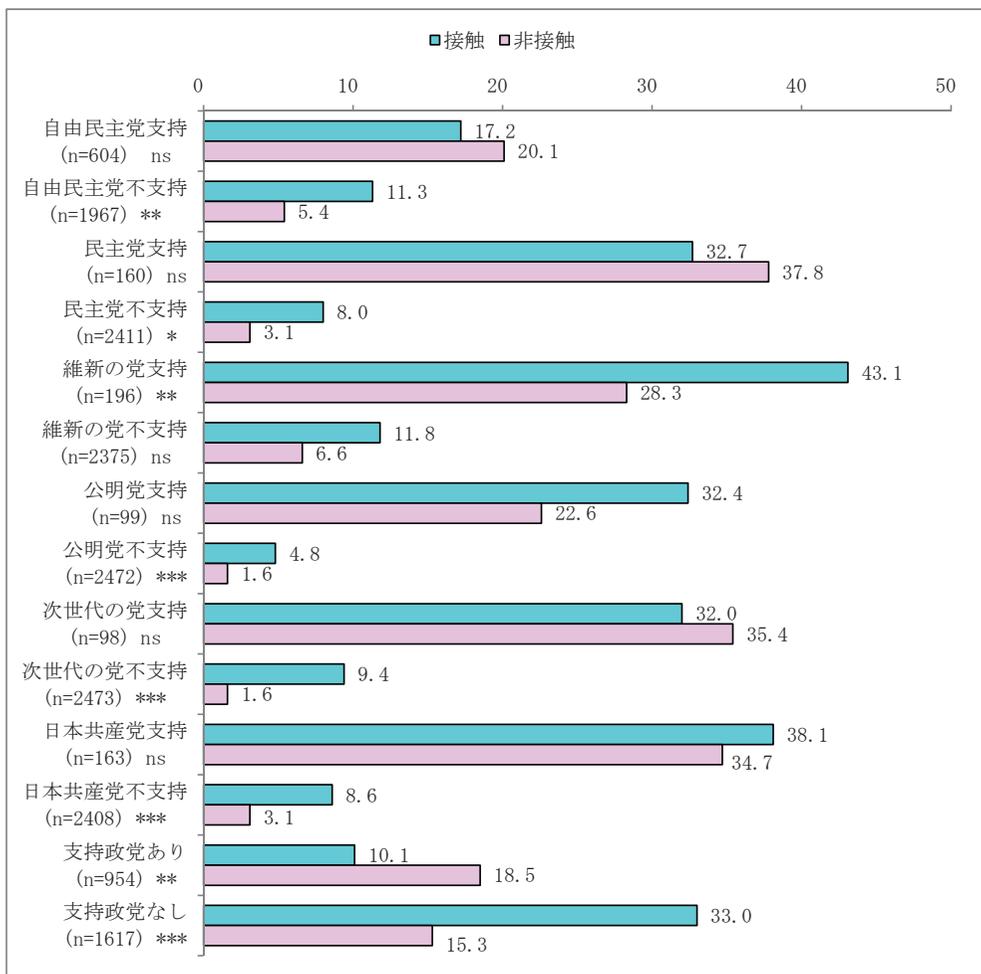


図 5.1.3 政党支持・不持別 ネット選挙情報接触と態度変化率 (単位: %)

※カイ二乗検定結果 (片側検定) ns=not significant、\*: p<0.05、\*\*: p<0.01、\*\*\*: p<0.001

最後に、政治問題関心度 (事前問 5 項目 1) 別に政党支持態度変化を比較したものが表 5.1.3 である。次世代の党と日本共産党では、政治問題に関心あり群のほうが関心なし群よりも態度変化率が高い。

表 5.1.3 政治関心度高低別 政党支持態度変化率

	自由民主党	民主党	維新の党	公明党	次世代の党	日本共産党	支持政党なし
政治問題関心有	9.7%	6.2%	10.5%	3.0%	6.4%	9.0%	18.0%
政治問題関心無	9.2%	5.7%	9.0%	3.0%	3.4%	5.3%	16.7%
※	ns	ns	ns	ns	**	**	ns

※カイ二乗検定結果 (片側検定) ns: not significant、\*\*: p<0.01

## 5.2 各党のイメージ

今回の衆議院選挙に候補を出した政党の中から10政党について、事前調査の問3で政党イメージを調査対象者に提示し、印象があてはまる選択肢を全て選んでもらった。

調査結果の中から、「自由民主党」のイメージについて、各選択肢が回答された比率を記載したものが表5.2.1である（男女別の比率、年層別の比率、選挙後の投票有無別の比率、「ネット選挙解禁情報」接触別の結果をあわせて記した）。

「自由民主党」のイメージについて、「あてはまる印象がない」という回答を除けば、最も回答比率が高かったのは「実行力や実績がある（14.9%）」で、次いで「党首にリーダーシップがある（14.0%）」となった。

また、「自由民主党」のイメージに関する回答比率は、全体的に「男性」「投票者」「『ネット選挙解禁情報』接触者」の方が高かった。

表 5.2.1 「自由民主党」のイメージ  
 /全体と男女別、年層別、投票の有無別、「ネット選挙解禁情報」接触別（事前問3より）  
 単位：％、N=2,571、投票の有無別分析のみN=2,522

	全体	性別			年齢層					投票有無			ネット選挙解禁情報		
		男性	女性	有意水準	20代	30代	40代	50代	有意水準	投票	非投票	有意水準	接触	非接触	有意水準
ビジョンがある	6.1	7.6	4.3	***	7.9	6.2	6.0	5.2	ns	7.4	3.5	***	13.1	4.8	***
党首にリーダーシップがある	14.0	14.8	13.0	ns	11.6	12.6	14.4	16.5	†	17.1	8.2	***	22.3	12.4	***
好感が持てる	4.6	5.3	3.6	*	5.3	5.7	3.6	3.8	ns	5.9	1.8	***	8.7	3.8	***
革新的で新しいことを起こせる	2.3	2.4	2.1	ns	4.7	2.4	2.0	1.0	**	2.4	2.0	ns	5.6	1.6	***
クリーンな	1.4	1.6	1.1	ns	3.9	1.8	0.4	0.4	***	1.4	1.3	ns	2.7	1.1	*
市民感覚がある	1.7	1.5	1.9	ns	2.4	2.3	1.1	1.3	ns	1.7	1.7	ns	3.4	1.4	**
熟意が伝わる	3.8	3.8	3.9	ns	5.0	4.6	3.5	2.6	ns	4.9	1.8	***	7.7	3.1	***
組織力やチームワークがある	9.2	10.3	7.8	*	5.8	9.0	9.5	10.9	†	11.2	5.1	***	16.2	7.8	***
公約が評価できる	4.0	5.4	2.2	***	6.1	4.7	3.1	2.9	*	5.3	1.0	***	9.4	2.9	***
実行力や実績がある	14.9	17.2	12.0	***	12.4	14.3	13.8	18.2	*	18.2	8.6	***	25.2	13.0	***
責任感がある	7.6	9.3	5.5	***	5.0	9.2	7.0	8.0	†	9.5	3.9	***	13.8	6.4	***
政策がよく理解できる	4.6	6.0	2.7	***	5.3	4.1	4.3	4.9	ns	5.6	2.4	***	10.2	3.5	***
あてはまる印象がない	59.1	54.8	64.6	***	57.1	58.7	61.8	57.9	ns	54.6	69.3	***	36.6	63.4	***
政党名を知らない	3.5	4.0	2.8	†	7.9	4.7	2.0	1.3	***	2.3	5.0	***	2.4	3.7	ns

※ 有意水準：「あてはまる／あてはまらない」と男女、年層、衆議院選挙での投票有無、「ネット選挙解禁情報」への接触有無でカイ二乗検定。\*\*\* $p<.001$ 、\*\* $p<.01$ 、\* $p<.05$ 、† $p<.10$ 、ns 有意差なし。  
 表5.2.2以降の5章2節中でも有意水準はカイ二乗検定について同じ意味を表す。

また、有権者の「自由民主党」へのイメージについて、選挙後の問4についても同様の分析を行った結果が表5.2.2である。こちらでも選挙前と同様の傾向が見られた。

なお、「自由民主党」以外の政党についても、「投票した人」「『ネット選挙解禁情報』の接触者」の方が、各政党のイメージに関する選択肢に回答した割合が高い傾向が見られた。この傾向は、選挙期間の前と後のどちらについても同じであった。投票したり「ネット選挙解禁情報」に接触したりする人は、それ以外の人よりも政治的な情報への接触機会が多く、各政党に関する情報を多く得ている可能性が示唆される結果となった。下記に民主党に関する事前・事後の分析結果のみ抜粋して記載する（表5.2.3、表5.2.4）。

表 5.2.2 「自由民主党」のイメージ

／全体と男女別、年層別、投票の有無別、「ネット選挙解禁情報」接触別（事後問 4 より）  
 単位：％、N=2,571、投票の有無別分析のみ N=2,522

	全体	性別			年齢層					投票の有無			ネット選挙解禁情報		
		男性	女性	有意水準	20代	30代	40代	50代	有意水準	投票	非投票	有意水準	接触	非接触	有意水準
ビジョンがある	6.0	7.2	4.4	**	6.8	5.9	5.9	5.6	ns	7.1	3.7	***	14.0	4.4	***
党首にリーダーシップがある	17.0	18.9	14.5	**	12.6	17.1	18.5	17.7	†	20.4	10.4	***	22.5	15.9	**
好感が持てる	4.4	4.5	4.2	ns	4.7	4.7	3.9	4.3	ns	5.3	2.3	***	9.2	3.5	***
革新的で新しいことを起こせる	3.0	3.2	2.7	ns	5.3	2.7	2.8	2.2	*	3.6	1.7	**	7.7	2.0	***
クリーンな	1.2	1.5	0.8	ns	1.8	1.4	0.7	1.0	ns	1.1	1.3	ns	3.4	0.7	***
市民感覚がある	2.1	2.4	1.7	ns	3.2	2.7	1.8	1.2	†	2.6	1.1	*	6.1	1.3	***
熱意が伝わる	4.8	4.7	4.9	ns	5.5	4.7	4.6	4.6	ns	5.8	2.7	***	9.9	3.8	***
組織力やチームワークがある	11.2	12.2	9.9	†	8.7	10.4	11.6	12.9	ns	14.0	5.5	***	20.3	9.4	***
公約が評価できる	3.3	4.2	2.2	**	3.7	3.9	2.8	3.0	ns	4.0	2.0	**	7.7	2.5	***
実行力や実績がある	18.2	20.8	14.8	***	11.6	16.9	20.1	21.3	***	22.2	10.8	***	29.5	16.0	***
責任感がある	7.8	10.1	4.9	***	6.1	8.7	7.6	8.0	ns	9.3	4.8	***	13.1	6.8	***
政策がよく理解できる	5.4	6.9	3.4	***	3.9	6.4	4.2	6.2	ns	6.7	2.9	***	12.6	4.0	***
あてはまる印象がない	57.1	52.3	63.2	***	60.0	58.0	56.8	54.8	ns	51.8	68.8	***	33.2	61.7	***
政党名を知らない	2.4	2.7	2.0	ns	6.6	2.8	1.5	0.6	***	1.4	3.3	**	1.7	2.5	ns

表 5.2.3 「民主党」のイメージ

／全体と男女別、年層別、投票の有無別、「ネット選挙解禁情報」接触別（事前問 3 より）  
 単位：％、N=2,571、投票の有無別分析のみ N=2,522

	全体	性別			年齢層					投票の有無			ネット選挙解禁情報		
		男性	女性	有意水準	20代	30代	40代	50代	有意水準	投票	非投票	有意水準	接触	非接触	有意水準
ビジョンがある	1.4	1.9	0.8	*	2.9	0.9	1.7	1.0	*	1.5	1.3	ns	2.4	1.3	†
党首にリーダーシップがある	1.4	1.0	1.9	†	3.2	1.0	1.4	1.0	*	1.5	1.2	ns	3.1	1.1	**
好感が持てる	2.0	2.7	1.1	**	2.4	1.7	2.0	2.3	ns	2.6	0.5	***	3.4	1.8	*
革新的で新しいことを起こせる	2.2	2.1	2.3	ns	2.6	3.3	1.3	1.6	*	2.8	0.7	***	4.8	1.7	***
クリーンな	1.2	1.4	1.1	ns	2.1	1.4	1.3	0.6	ns	1.3	1.0	ns	2.9	0.9	***
市民感覚がある	3.7	3.6	3.7	ns	3.9	2.3	4.2	4.5	ns	4.5	2.1	**	6.3	3.2	**
熱意が伝わる	2.4	2.4	2.4	ns	2.4	2.5	2.5	2.0	ns	2.9	1.5	*	5.3	1.8	***
組織力やチームワークがある	2.2	2.0	2.4	ns	3.7	2.2	1.5	2.0	ns	2.2	2.2	ns	3.6	1.9	*
公約が評価できる	1.3	1.7	0.8	†	2.1	1.1	1.1	1.2	ns	1.4	0.9	ns	2.4	1.1	*
実行力や実績がある	1.8	1.9	1.6	ns	2.9	1.9	1.5	1.3	ns	1.9	1.6	ns	3.4	1.5	**
責任感がある	1.2	1.1	1.2	ns	2.4	1.3	0.7	0.9	†	1.2	1.0	ns	2.4	0.9	**
政策がよく理解できる	1.4	1.7	1.1	ns	1.6	1.7	1.5	1.0	ns	1.7	1.0	ns	3.4	1.1	***
あてはまる印象がない	79.9	78.5	81.8	*	70.0	79.7	82.8	82.6	***	79.3	82.5	†	67.1	82.4	***
政党名を知らない	4.1	4.6	3.4	ns	8.9	4.7	2.5	2.3	***	3.2	4.9	*	3.4	4.2	ns

表 5.2.4 「民主党」のイメージ

／全体と男女別、年層別、投票の有無別、「ネット選挙解禁情報」接触別（事後問 4 より）  
 単位：％、N=2,571、投票の有無別分析のみ N=2,522

	全体	性別			年齢層					投票の有無			ネット選挙解禁情報		
		男性	女性	有意水準	20代	30代	40代	50代	有意水準	投票	非投票	有意水準	接触	非接触	有意水準
ビジョンがある	1.5	1.5	1.6	ns	1.6	1.7	2.0	0.9	ns	1.8	1.0	ns	3.6	1.1	***
党首にリーダーシップがある	1.2	1.0	1.3	ns	3.2	1.0	1.0	0.4	***	1.0	1.3	ns	3.1	0.8	***
好感が持てる	2.0	2.4	1.4	†	2.6	2.2	2.0	1.4	ns	2.6	0.6	***	5.6	1.3	***
革新的で新しいことを起こせる	2.1	2.8	1.2	**	1.8	1.5	2.2	2.7	ns	2.6	1.2	*	4.1	1.7	**
クリーンな	1.9	2.1	1.6	ns	1.8	2.0	1.8	1.7	ns	2.1	1.5	ns	5.1	1.3	***
市民感覚がある	4.4	5.1	3.5	†	3.7	3.4	4.2	6.1	†	5.5	2.2	***	7.7	3.8	***
熱意が伝わる	2.1	2.2	1.9	ns	2.6	1.8	1.5	2.6	ns	2.5	1.3	†	4.8	1.5	***
組織力やチームワークがある	2.4	2.1	2.8	ns	3.9	2.5	2.4	1.4	†	2.5	1.8	ns	4.8	1.9	***
公約が評価できる	1.6	1.7	1.4	ns	1.6	1.3	1.7	1.7	ns	1.9	0.7	*	3.9	1.1	***
実行力や実績がある	1.8	1.6	1.9	ns	3.9	1.4	1.5	1.2	**	2.2	0.9	*	4.1	1.3	***
責任感がある	1.4	1.7	1.0	ns	1.8	1.7	1.1	1.0	ns	1.5	0.9	ns	3.4	1.0	***
政策がよく理解できる	1.8	2.4	1.1	**	2.1	2.0	1.8	1.4	ns	2.4	0.6	**	3.9	1.4	***
あてはまる印象がない	80.2	78.2	82.8	**	72.9	81.0	82.5	80.9	**	78.8	84.7	***	63.4	83.4	***
政党名を知らない	3.1	3.8	2.2	*	7.1	3.6	2.4	1.0	***	2.4	3.4	ns	3.4	3.0	ns

## 6. ネット選挙解禁への評価

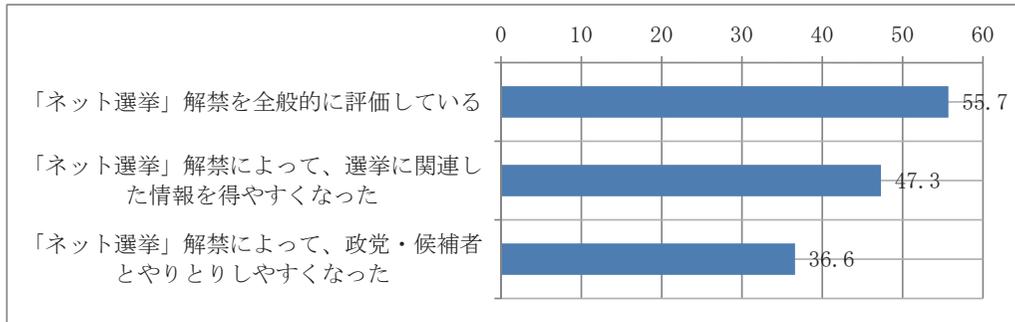


図 6.1 ネット選挙に対する評価（「評価している人」の比率） 単位：%（N=2,571）

表 6.1 ネット選挙への評価 全体、男女別（「評価している人」の比率） 単位：%

	全体中	N(人) (評価した人)	男女別			2013年参議院選挙時
			男性	女性	有意差*	
「ネット選挙」解禁を全般的に評価している	55.7	1433	58.6	52.1	**	59.9
「ネット選挙」解禁によって、選挙に関連した情報を得やすくなった	47.3	1216	47.3	47.3	ns	
「ネット選挙」解禁によって、政党・候補者とやりとりしやすくなった	36.6	341	37.4	35.6	ns	

全体の分析母数は N=2,571。表 6.2 も同様。

有意差\*：「肯定的に評価した人と評価しなかった人」と男女のカイ自乗検定。

\*\*\* p<.001, \*\* p<.01, ns 有意差なし。表 7.2 についても有意性水準はカイ自乗検定で同じ意味。

表 6.2 ネット選挙への評価（「評価している人」の比率）

投票の有無別、ネット選挙解禁情報接触／非接触別 単位：%

	年層別					投票/非投票別			ネット選挙解禁情報接触		
	20代	30代	40代	50代	有意差	投票	非投票	有意差	接触	非接触	
「ネット選挙」解禁を全般的に評価している	57.9	58.2	53.6	54.0	ns	60.7	45.8	***	78.7	51.3	***
「ネット選挙」解禁によって、選挙に関連した情報を得やすくなった	50.8	51.7	43.2	44.6	**	50.5	40.7	***	74.3	42.1	***
「ネット選挙」解禁によって、政党・候補者とやりとりしやすくなった	38.9	41.7	32.3	34.0	***	40.0	29.6	***	60.3	32.1	***

今回の調査では、事後調査でいくつかの角度から「ネット選挙解禁」に対する評価について質問した。尋ねた項目は図 6.1 に示した 3 項目である。

質問に対する回答比率の詳細な分布は巻末の「単純集計結果（事後問 13）」を参照されたい。

ここでは、ともかく「そう思う」と「ややそう思う」を合わせた回答比率を図 7.1 に示す。図に示される通り、全般的に評価していると答えた人は 55.7%であった。その他「ネット選挙解禁によって、選挙に関連した情報を得やすくなった」が 47.3%、「ネット選挙解禁によって、政党／候補者とやりとりしやすくなった」が 36.6%であった。

表 6.1 には男女別と、2013 年の参議院選挙時の調査との比較（全般的評価のみ）、表 6.2 には年層別、投票の有無別、ネット選挙解禁情報接触／非接触別の結果を示した。

「全般的評価」として、2013 年参議院選挙時は 59.9%であったが、今回はそれよりやや比率が低下した。

男女別では全般的評価のみ有意差があり、女性より男性の方が評価する人の比率が高い。

年層別では、「情報を得やすくなった」「政党／候補者とやりとりしやすくなった」の項目において、20 代、30 代の方が、40 代以上の人より評価が高かった。

投票の有無別では、全項目において、投票した人の評価が高かった。ネット選挙解禁情報への接触の有無別では、やはり全項目において、接触した人の方が評価が高かった。もともとネット選挙解禁に寄せる期待が高いから接触したのであろうが、接触した結果の評価も悪くなかったと言える。

## 7. 政治関心その他

### 7.1 政治関心

図 7.1.1 は、事前調査（問 5）・事後調査（問 9）で政治関心に関連する項目（(1)～(5)）の選択比率を示したものである。全般に選択率が低く、「政治問題に関心がある」の回答が 2 割弱にとどまっている。これは複数回答選択方式の設問であったためではないか。<sup>5</sup>

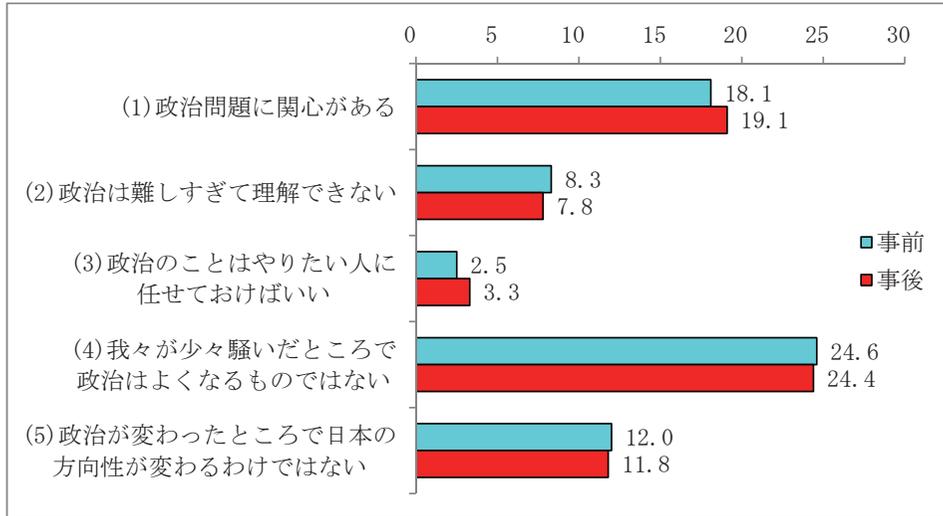


図 7.1.1 選挙前・後の政治関心（単位：％）

属性等別（性別、年層別、ネット選挙解禁情報接触有無別、投票有無別）に各項目の選択率を比較したものが表 7.1.1、表 7.1.2 である。性別では、選挙前・後ともに男性のほうが女性よりも項目(1)「政治に関心がある」の選択比率が有意に高く、女性のほうが政治関与に消極的な項目（(2)(4)(5)）の選択率が有意に高い。

年層別では、選挙後は年層が高くなるほど「政治に関心がある」の選択率が有意に高くなっている。選挙前・後ともに政治関与に消極的な項目（(2)(3)）の選択率は年層が高くなるほど高くなっているが、「政治は難しすぎて理解できない」の 20 代の選択率が選挙後に低下しているのは興味深い。

政治関心と関連が高いと考えられるネット選挙解禁情報接触別・投票有無別では予想される通り、接触群・投票有群ほど「政治に関心がある」の選択率が有意に高く、政治関与に消極的な項目（(2)(4)(5)）が有意に高い傾向がみられた。なお、(5)「政治が変わった

<sup>5</sup> 項目 2～項目 4 は政治的自己効力感関連の項目だが、選択率の低さもあって信頼性係数が低く（事前： $\alpha=0.397$ 、事後： $\alpha=0.498$ ）本稿では政治的自己効力感尺度として分析に用いることはしなかった。

ところで日本の方向性が変わるわけではない」の選択率が接触群で選挙後に低下していること（接触にもとづく諦観？）、(3)「政治のことはやりたい人に任せておけばいい」の選択率が非投票群で選挙後に低下していること（非投票の自己正当化？）は興味深い。

表 7.1.1 性別・年層別 選挙前・後の政治関心（単位：％）

		男性	女性	※	20代	30代	40代	50代	※
		(1) 政治に関心がある	前	23.0	11.9	***	15.3	18.0	18.3
	後	23.9	13.1	***	15.8	17.2	19.7	<b>22.6</b>	*
(2) 政治は難しすぎて理解できない	前	4.7	12.9	***	<b>16.1</b>	8.7	7.7	<b>4.3</b>	***
	後	4.6	11.8	***	13.7	9.0	<b>6.0</b>	<b>4.9</b>	***
(3) 政治のことはやりたい人に任せておけばいい	前	2.8	2.0	ns	<b>5.0</b>	2.4	2.0	1.7	**
	後	3.3	3.3	ns	<b>6.6</b>	3.2	2.5	2.3	**
(4) 我々が少々騒いだところで政治はよくなるものではない	前	21.5	28.5	***	21.8	26.1	25.5	23.6	ns
	後	20.7	29.1	***	25.8	24.3	24.6	23.4	ns
(5) 政治が変わったところで日本の方向性が変わるわけではない	前	10.3	14.1	**	12.6	12.2	13.1	10.1	ns
	後	10.3	13.7	**	12.9	12.6	11.2	10.9	ns

※カイ二乗検定の結果 ns: not significant、\*: p<0.05、\*\*: p<0.01、\*\*\*: p<0.001

年層比較欄の太字は、調整済み標準化残差分析の結果、5%水準で有意なセル

表 7.1.2 ネット選挙解禁情報接触・投票有無別 選挙前・後の政治関心（単位：％）

		接触	非接触	※	投票有	投票無	※
		(1) 政治に関心がある	前	29.8	15.9	***	23.5
	後	36.3	15.8	***	25.2	7.5	***
(2) 政治は難しすぎて理解できない	前	5.8	8.8	*	7.0	11.5	***
	後	4.8	8.3	**	6.0	11.2	***
(3) 政治のことはやりたい人に任せておけばいい	前	3.4	2.3	ns	2.2	3.3	ns
	後	2.9	3.3	ns	2.5	4.8	**
(4) 我々が少々騒いだところで政治はよくなるものではない	前	19.4	25.6	**	23.0	29.0	**
	後	18.9	25.4	**	23.1	27.9	*
(5) 政治が変わったところで日本の方向性が変わるわけではない	前	10.2	12.3	ns	10.1	16.4	***
	後	8.5	12.4	*	9.6	16.9	***

※カイ二乗検定の結果 ns: not significant、\*: p<0.05、\*\*: p<0.01、\*\*\*: p<0.001

## 7.2 その他

事前調査の間5で、国内政治や生活への満足度、消費税増税・原発再稼働・集団的自衛権などの争点、安倍内閣の支持などについて、選択肢の中から調査対象者の考えにあてはまるものを選んでもらった（複数回答可）。各選択肢の選択比率を見たものが表7.2.1である（男女別の比率、年層別の比率、衆議院選挙での投票有無別の比率、「ネット選挙解禁情報」接触別の分析結果をあわせて記した）。

表 7.2.1 政治・生活への満足度や争点に関する意見  
 ／全体と男女別、年層別、投票の有無別、「ネット選挙解禁情報」接触別（事前問4より）  
 単位：％、N=2,571、投票の有無別分析のみN=2,522

	全体	性別			年齢層				投票有無			ネット選挙 解禁情報			
		男性	女性	有意水準	20代	30代	40代	50代	有意水準	投票	非投票	有意水準	接触	非接触	有意水準
現在の国内政治に満足している	1.1	1.2	1.1	ns	2.1	1.4	0.8	0.6	ns	1.2	1.0	ns	2.7	0.8	**
現在の生活に満足している	3.7	3.9	3.4	ns	4.2	3.8	3.2	3.6	ns	4.6	1.7	***	4.8	3.4	ns
景気が回復している	4.4	6.0	2.5	***	4.7	4.1	5.2	3.9	ns	5.5	2.6	**	9.2	3.5	***
消費税は10%に増税すべきだ	10.5	14.7	5.0	***	8.2	9.8	10.8	12.2	ns	12.7	6.1	***	12.8	10.0	†
消費税増税を2017年4月に延期したのは良いことだ	25.2	25.2	25.2	ns	22.9	25.6	27.1	23.9	ns	27.5	21.4	***	28.1	24.6	ns
衆議院を解散したのは良いことだ	3.3	4.1	2.3	*	3.7	3.9	2.8	2.9	ns	4.0	1.7	**	8.0	2.4	***
原発は再稼働した方が良い	15.5	22.1	7.1	***	14.5	16.7	16.6	13.5	ns	16.8	13.1	*	22.0	14.2	***
集団的自衛権行使のための法整備を進めるべきだ	10.6	14.0	6.4	***	7.9	10.7	11.0	11.6	ns	13.0	6.1	***	19.1	9.0	***
安倍内閣を支持する	12.7	14.9	9.9	***	11.3	12.9	13.0	12.9	ns	16.3	5.6	***	23.0	10.7	***
あてはまるものはない	28.9	27.1	31.3	*	33.2	29.6	26.2	28.8	ns	24.4	36.4	***	19.6	30.7	***

※ 有意水準：「あてはまる／あてはまらない」と男女、年層、衆議院選挙での投票有無、「ネット選挙解禁情報」への接触有無でカイ二乗検定。\*\*\* p<.001, \*\* p<.01, \* p<.05, †<.1, ns 有意差なし。  
 表7.2.2でも有意水準はカイ二乗検定について同じ意味を表す。

選挙の争点や内閣支持について男女別での回答の偏りを見ると、「景気が回復している」「消費税は10%に増税すべきだ」「衆議院を解散したのは良いことだ」「原発は再稼働した方が良い」「集団的自衛権行使のための法整備を進めるべきだ」「安倍内閣を支持する」など、安倍内閣の政策を支持する回答の割合が男性で有意に高い傾向が見られた。

また、衆議院選挙での投票者や、「ネット選挙解禁情報」への接触者でも同様に、安倍内閣の政策を支持する割合が高い傾向が見られた。

また、調査対象者の考えについて、選挙後に実施した調査の間8でも同じ質問を提示した。その結果が表7.2.2である。

表7.2.2からも事前調査と同じ傾向が見られることから、安倍政権を支持する考えを持つ割合の高い人々の間では、選挙期間中にこれらの争点に対する考え方について大きな変動は生じなかったことが読み取れる。

表 7.2.2 政治・生活への満足度や争点に関する意見  
 /全体と男女別、年層別、投票の有無別、「ネット選挙解禁情報」接触別（事後問 8 より）  
 単位：%、N=2,571、投票の有無別分析のみ N=2,522

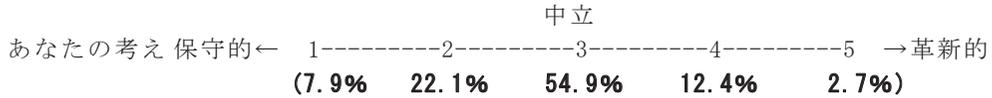
	全体	性別			年齢層					投票有無			ネット選挙 解禁情報		
		男性	女性	有意水準	20代	30代	40代	50代	有意水準	投票	非投票	有意水準	接触	非接触	有意水準
現在の国内政治に満足している	1.7	1.9	1.3	ns	2.1	2.3	1.3	1.2	ns	2.2	0.7	**	4.6	1.1	***
現在の生活に満足している	3.9	4.2	3.6	ns	3.7	4.1	3.8	4.1	ns	4.9	2.1	***	6.5	3.4	**
景気が回復している	5.8	7.5	3.5	***	4.5	7.0	5.3	5.5	ns	7.8	1.7	***	11.6	4.6	***
消費税は 10 に増税すべきだ	11.0	14.8	6.3	***	9.5	10.2	11.3	12.6	ns	13.5	6.4	***	13.1	10.7	ns
消費税増税を 2017 年 4 月に延期したのは良いことだ	23.6	22.7	24.7	ns	20.5	22.7	24.6	25.3	ns	26.3	18.8	***	29.5	22.5	**
衆議院を解散したのは良いことだ	3.2	4.7	1.3	***	3.4	2.7	3.2	3.6	ns	4.2	1.2	***	8.5	2.2	***
原発は再稼働した方が良い	15.0	21.3	7.0	***	15.8	16.4	15.5	12.4	ns	17.2	11.1	***	22.0	13.7	***
集团的自衛権行使のための法整備を進めるべきだ	10.7	14.2	6.1	***	7.4	10.3	12.4	11.0	†	13.0	6.0	***	18.2	9.2	***
安倍内閣を支持する	11.7	13.4	9.6	**	9.5	12.7	11.3	12.3	ns	14.8	6.0	***	19.9	10.2	***
あてはまるものはない	29.9	28.6	31.5	ns	31.6	31.3	29.4	27.8	ns	24.9	38.5	***	16.0	32.5	***

N=2,571

**【選挙とメディア利用に関するアンケート調査】（事前調査）**

<回答者：全調査対象者>

問 1. 政治的立場には保守的傾向、革新的傾向があるといわれています。非常に保守的を「1」、中立を「3」、非常に革新的を「5」とした場合に、あなたの考えに近いものをお知らせください。（ひとつだけ）【必須】



<回答者：全調査対象者>

問 2. あなたはふだん、以下の政党をどの程度支持していますか。（それぞれひとつだけ）【必須】

	1 支持している	2 やや支持している	3 どちらでもない	4 あまり支持していない	5 支持していない	6 政党名を知らない	支持している割合 (1+2)
(1) 自由民主党	6.9	16.6	38.8	9.8	27.1	0.8	23.5
(2) 民主党	1.1	5.1	40.0	15.7	37.0	1.1	6.2
(3) 維新の会	0.9	6.7	40.2	15.6	34.7	1.9	7.6
(4) 公明党	1.6	2.2	33.1	13.3	48.0	1.7	3.9
(5) 次世代の党	1.2	2.6	32.9	12.7	35.1	15.5	3.8
(6) 日本共産党	1.4	5.0	34.8	12.7	44.1	2.1	6.3
(7) 生活の党	0.6	1.8	32.7	13.5	39.2	12.3	2.4
(8) 社会民主党	0.4	2.2	34.7	13.9	45.4	3.3	2.6
(9) 太陽の党	0.4	1.1	31.8	12.3	37.5	16.9	1.4
(10) 新党大地	0.3	1.2	32.3	13.3	40.2	12.7	1.4

<回答者：全調査対象者>

問 3. あなたは以下の政党について、どのような印象を持っていますか。あてはまるものすべてお知らせください。(それぞれいくつでも)【必須】※表頭はランダム提示

	1 ビジョンがある	2 党首にリーダーシップがある	3 好感が持てる	4 革新的で新しいことを起こせる	5 クリーンな	6 市民感覚がある	7 熱意が伝わる	8 組織力やチームワークがある	9 公約が評価できる	10 実行力や実績がある	11 責任感がある	12 政策がよく理解できる	13 あてはまる印象がない	14 政党名を知らない
1. 自由民主党	6.1	14.0	4.6	2.3	1.4	1.7	3.8	9.2	4.0	14.9	7.6	4.6	59.1	3.5
2. 民主党	1.4	1.4	2.0	2.2	1.2	3.7	2.4	2.2	1.3	1.8	1.2	1.4	79.9	4.1
3. 維新の党	3.1	6.5	2.1	6.0	0.9	3.2	5.1	1.2	1.2	1.5	1.4	1.7	71.6	5.1
4. 公明党	2.1	1.6	2.0	1.3	2.6	3.0	2.8	7.3	2.1	2.1	1.8	2.3	76.7	4.5
5. 次世代の党	1.9	1.3	1.6	1.5	0.7	1.0	2.1	0.9	1.3	0.9	1.2	0.9	69.3	20.5
6. 日本共産党	3.7	1.8	2.0	1.7	5.1	4.8	4.2	4.7	2.4	0.9	1.9	2.9	73.9	4.7
7. 生活の党	1.2	1.4	0.9	1.3	0.8	2.3	1.3	0.9	0.9	0.7	0.9	0.8	73.3	17.2
8. 社会民主党	2.1	0.6	1.0	0.7	1.6	3.1	1.8	1.1	1.1	0.5	0.6	1.2	81.4	6.8
9. 太陽の党	1.1	0.9	1.0	0.7	0.7	0.7	1.1	0.6	0.8	0.7	0.8	0.7	69.8	22.5
10. 新党大地	1.0	1.4	1.1	0.9	0.5	1.1	1.6	0.6	0.6	0.7	0.7	0.6	73.2	18.2

<回答者：全調査対象者>

問 4. あなたが今回の衆議院選挙の投票の際、最も重視する予定の争点をお知らせください。(ひとつだけ)【必須】

- |        |                    |        |              |
|--------|--------------------|--------|--------------|
| (34.1) | 1 景気回復             | (4.6)  | 11 国会議員定数削減  |
| (3.7)  | 2 雇用問題             | (0.5)  | 12 教育問題      |
| (11.5) | 3 消費税引き上げ          | (6.1)  | 13 年金・社会保障問題 |
| (0.6)  | 4 TPP (環太平洋経済連携協定) | (3.3)  | 14 子育て支援     |
| (1.1)  | 5 対中国外交問題          | (0.2)  | 15 地方分権      |
| (0.5)  | 6 対韓国外交問題          | (0.9)  | 16 震災復興      |
| (0.2)  | 7 沖縄基地問題           | (2.0)  | 17 団体の自衛権    |
| (3.7)  | 8 原子力発電所再稼働        | (0.6)  | 18 特定秘密保護法   |
| (0.2)  | 9 女性の活躍推進          | (0.6)  | 19 閣僚の政治資金問題 |
| (1.4)  | 10 憲法改正            | (1.4)  | 20 その他の争点    |
|        |                    | (22.8) | 21 重視した争点はない |

<回答者：全調査対象者>

問 5. 政治や生活に対する以下の項目について、あなたの考えにあてはまるものをお知らせください。(いくつでも)【必須】※選択肢はランダム提示

- (18. 1) 1 政治問題に関心がある
- ( 8. 3) 2 政治は難しすぎて理解できない
- ( 2. 5) 3 政治のことはやりたい人に任せておけばいい
- (24. 6) 4 我々が少々騒いだところで政治はよくなるものではない
- (12. 0) 5 政治が変わったところで日本の方向性が変わるわけではない
- ( 1. 1) 6 現在の国内政治に満足している
- ( 3. 7) 7 現在の生活に満足している
- ( 4. 4) 8 景気が回復している
- (10. 5) 9 消費税は 10%に増税すべきだ
- (25. 2) 10 消費税増税を 2017 年 4 月に延期したのは良いことだ
- ( 3. 3) 11 衆議院を解散したのは良いことだ
- (15. 5) 12 原発は再稼働した方が良い
- (10. 6) 13 集団的自衛権行使のための法整備を進めるべきだ
- (12. 7) 14 安倍内閣を支持する
- (28. 9) 15 あてはまるものはない

## 【選挙とメディア利用に関するアンケート調査】(事後調査)

<回答者：全調査対象者>

問 1. あなたは、以下のソーシャルメディアについて見たり、書き込みをしたりしていますか。(それぞれひとつだけ)【必須】

	見るだけ	書き込みもする	使っていない	利用率
1 mixi	9.6	14.3	76.2	23.8
2 Twitter	17.5	22.0	60.5	39.5
3 Facebook	22.4	21.3	56.3	43.7
4 モバゲー	2.0	7.0	91.0	9.0
5 GREE	1.9	6.3	91.8	8.2
6 Google+	2.6	11.9	85.5	14.5
7 LINE	35.5	12.9	51.6	48.4
8 その他のソーシャルメディア	3.5	3.6	92.9	7.1

※汎ソーシャルメディア利用率は 72.7%

<回答者：全調査対象者>

問 2. あなたが最後に在籍、または現在在学中の学校は、次のどれですか。あてはまるものに1つだけ○をつけてください。(ひとつだけ)【必須】

- ( 1.1) 1 中学校(旧制小学校)
- (20.7) 2 高等学校(旧制中学校、高等女学校)
- (10.2) 3 専修学校・各種学校
- (11.7) 4 短期大学・高等専門学校
- (48.3) 5 大学(旧制高校、旧制高専)
- ( 7.9) 6 大学院
- ( 0.1) 7 その他

<回答者：全調査対象者>

問 3. あなたはふだん、以下の政党をどの程度支持していますか。(それぞれひとつだけ)【必須】

	1 し支 て持 いる	2 しや てや い支 る持	3 でも ちな い	4 し支 て持 いな い	5 し支 て持 いな い	6 知政 ら党 ない名 を	(1 支 持 率 + 2 )
(1) 自由民主党	8.9	14.7	33.6	9.8	31.7	1.2	23.7
(2) 民主党	1.0	6.5	33.6	14.5	42.7	1.5	7.5
(3) 維新の会	2.0	10.0	36.3	12.8	37.0	2.0	11.9
(4) 公明党	1.9	2.9	28.2	12.6	52.4	2.1	4.8
(5) 次世代の党	1.8	3.4	29.3	12.7	44.8	7.9	5.2
(6) 日本共産党	2.0	5.8	31.0	11.2	47.6	2.4	7.8
(7) 生活の党	0.9	2.0	29.4	11.5	48.1	8.1	2.9
(8) 社会民主党	0.7	2.0	30.4	11.4	52.0	3.5	2.6
(9) 太陽の党	0.4	1.1	26.5	11.4	45.4	15.3	1.4
(10) 新党大地	0.4	1.4	28.0	11.8	48.0	10.4	1.8

<回答者：全調査対象者>

問 4. あなたは以下の政党について、どのような印象を持っていますか。あてはまるものすべてお知らせください。(それぞれいくつでも)【必須】※表頭はランダム提示

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	ビジョンがある	党首にリーダーシップがある	好感が持てる	革新的で新しいことを起こせる	クリーンな	市民感覚がある	熱意が伝わる	組織力やチームワークがある	公約が評価できる	実行力や実績がある	責任感がある	政策がよく理解できる	あてはまる印象がない	政党名を知らない
1 自由民主党	6.0	17.0	4.4	3.0	1.2	2.1	4.8	11.2	3.3	18.2	7.8	5.4	57.1	2.4
2 民主党	1.5	1.2	2.0	2.1	1.9	4.4	2.1	2.4	1.6	1.8	1.4	1.8	80.2	3.1
3 維新の会	4.7	8.7	3.3	7.7	1.5	4.9	7.0	1.2	2.3	1.6	1.8	3.0	68.0	3.5
4 公明党	2.3	2.8	2.1	1.2	2.5	4.0	2.6	8.1	2.9	2.7	2.4	2.5	76.3	3.5
5 次世代の党	2.3	0.9	2.1	2.1	1.2	1.7	3.2	0.9	2.2	0.7	1.5	2.0	77.7	9.5
6 日本共産党	3.7	2.8	3.0	2.3	6.8	7.1	4.6	5.4	3.5	1.4	2.4	3.9	72.1	3.6
7 生活の党	1.1	2.3	1.3	1.1	1.2	3.3	1.3	0.7	1.5	0.6	0.9	1.2	78.8	9.7
8 社会民主党	1.1	0.8	1.7	1.0	2.0	3.1	1.4	1.1	0.9	0.6	1.0	1.2	83.1	5.2
9 太陽の党	0.9	0.9	1.1	0.9	0.9	0.9	1.3	1.1	0.6	0.5	0.8	0.7	75.1	17.0
10 新党大地	1.1	1.6	1.2	0.9	0.7	1.6	1.9	0.7	0.5	0.5	0.7	0.5	77.8	12.8

問 5. 12月14日に投票が行われた衆議院議員の選挙で、あなたは投票に行きましたか。(ひとつだけ)【必須】※不在者投票をした場合も「投票に行った」とお答えください。

- (66.3) 1 投票に行った  
 (31.8) 2 投票に行っていない  
 (1.9) 3 投票権がなかった

**問 6.** 今回の衆議院議員の選挙区選挙・比例代表選挙で、あなたが投票した候補者・政党をお知らせください。(それぞれひとつだけ)【必須】※選挙区選挙については、投票した候補者の所属政党名をお答えください。

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
	自由民主党	民主党	維新の会	公明党	次世代の党	日本共産党	生活の党	社会民主党	太陽の党	新党大地	無所属・その他の政党	政党名は覚えていない	投票していない
(1) 選挙区選挙	25.9	11.6	5.1	1.0	1.5	8.5	0.5	0.2	0.0	0.0	3.3	8.7	33.7
(2) 比例代表選挙	18.8	9.1	9.9	3.9	3.4	9.1	1.4	0.8	0.0	0.0	1.9	7.9	33.7
↓投票した人ベース (N=1,704)													
(1) 選挙区選挙	39.1	17.4	7.7	1.5	2.3	12.8	0.8	0.3	0.0	0.0	5.0	13.1	NA
(2) 比例代表選挙	28.3	13.7	14.9	5.8	5.1	13.8	2.1	1.2	0.1	0.1	2.9	12.0	NA

<回答者：問4の(1)(2)で1~13に1つでも記入した人(投票した人)>

**問 7.** 今回の衆議院議員の選挙区選挙・比例代表選挙のうち、あなたが投票した候補者・政党を決めたのはいつ頃ですか。(それぞれひとつだけ)【必須】

(N=1,704)	1	2	3	4	5
	9月以前	10月 (選挙公示前日まで)	11月 (投票日1週間前まで)	12月 (投票日の前日まで)	12月 (投票日の当日)
(1) 選挙区選挙の候補者選択時期	13.1	6.2	10.5	31.5	38.7
(2) 比例代表選挙の政党選択時期	15.1	6.2	9.5	30.6	38.6

<回答者：全調査対象者>

問 8. あなたが今回の衆議院選挙の投票の際、最も重視した争点をお知らせください。(ひとつだけ)【必須】※投票権のない人は、投票する場合を想定してお答えください。

- |        |    |                    |        |    |           |
|--------|----|--------------------|--------|----|-----------|
| (30.6) | 1  | 景気回復               | (2.4)  | 11 | 国会議員定数削減  |
| (4.0)  | 2  | 雇用問題               | (0.5)  | 12 | 教育問題      |
| (7.5)  | 3  | 消費税引き上げ            | (3.9)  | 13 | 年金・社会保障問題 |
| (0.2)  | 4  | T P P (環太平洋経済連携協定) | (2.9)  | 14 | 子育て支援     |
| (0.9)  | 5  | 対中国外交問題            | (0.2)  | 15 | 地方分権      |
| (0.5)  | 6  | 対韓国外交問題            | (0.7)  | 16 | 震災復興      |
| (0.1)  | 7  | 沖縄基地問題             | (2.2)  | 17 | 集团的自衛権    |
| (3.8)  | 8  | 原子力発電所再稼働          | (0.6)  | 18 | 特定秘密保護法   |
| (0.1)  | 9  | 女性の活躍推進            | (0.4)  | 19 | 閣僚の政治資金問題 |
| (1.9)  | 10 | 憲法改正               | (3.3)  | 20 | その他の争点    |
|        |    |                    | (33.2) | 21 | 重視した争点はない |

<回答者：全調査対象者>

問 9. 政治や生活に対する以下の項目について、あなたの考えにあてはまるものをお知らせください。(いくつでも)【必須】※選択肢はランダム提示

- |        |    |                             |
|--------|----|-----------------------------|
| (19.1) | 1  | 政治問題に関心がある                  |
| (7.8)  | 2  | 政治は難しすぎて理解できない              |
| (3.3)  | 3  | 政治のことはやりたい人に任せておけばいい        |
| (24.4) | 4  | 我々が少々騒いだところで政治はよくなるものではない   |
| (11.8) | 5  | 政治が変わったところで日本の方向性が変わるわけではない |
| (1.7)  | 6  | 現在の国内政治に満足している              |
| (3.9)  | 7  | 現在の生活に満足している                |
| (5.8)  | 8  | 景気が回復している                   |
| (11.0) | 9  | 消費税は10%に増税すべきだ              |
| (23.6) | 10 | 消費税増税を2017年4月に延期したのは良いことだ   |
| (3.2)  | 11 | 衆議院を解散したのは良いことだ             |
| (15.0) | 12 | 原発は再稼働した方が良い                |
| (10.7) | 13 | 集团的自衛権行使のための法整備を進めるべきだ      |
| (11.7) | 14 | 安倍内閣を支持する                   |
| (29.9) | 15 | あてはまるものはない                  |

<回答者：全調査対象者>

問 10. 以下のメディアについて、1日の平均利用時間を、「ふだん」と「今回の衆議院選挙の期間中」にわけてお知らせください。※利用していない人は「0」を記入ください。※今回の衆議院選挙の期間中とは、公示期間中の2014年12月2日～12月14日のことをさします。※「分」の方は最大「59」までにてお考えください。

	一日平均	ふだん	選挙期間中
1.	テレビを見る時間	164.4分(N=2,571)	149.3分(N=2,568)
2.	テレビでニュースなどの報道番組を見る時間	59.8分(N=2,561)	60.7分(N=2,564)
3.	新聞を読む時間(インターネットは含まない)	21.1分(N=2,569)	21.0分(N=2,568)
4.	パソコンやタブレット型端末でのインターネット利用時間	156.8分(N=2,568)	152.4分(N=2,569)
5.	携帯電話でのインターネット利用時間	17.0分(N=2,569)	15.4分(N=2,571)
6.	スマートフォンでのインターネット利用時間	53.7分(N=2,570)	51.6分(N=2,571)

<回答者：全調査対象者>

問 11. あなたは今回の衆議院選挙期間中（12月2日～12月14日）、選挙に関する情報を次のメディアで何回くらい見たり聞いたりしましたか。（それぞれひとつだけ）【必須】

	1 ほぼ毎日	2 週に数回	3 選挙期間中に数回	4 選挙期間中に1回	5 まったく見ていない	接 触 率
(1) テレビ（政見放送を除く）	31.9	11.7	16.7	6.1	33.6	66.4
(2) 政見放送	2.2	5.0	11.4	9.3	72.1	27.9
(3) 新聞	19.1	8.3	11.6	5.6	55.5	44.5
(4) 政党のウェブサイト（ブログを含む）	0.6	2.1	5.1	3.3	88.8	11.2
(5) 候補者のウェブサイト（ブログを含む）	0.7	1.6	5.1	3.4	89.2	10.8
(6) 政党・候補者のソーシャルメディア	0.8	1.9	3.8	2.1	91.3	8.7
(7) 政党・候補者のメール、メールマガジン	0.5	1.6	2.3	1.9	93.8	6.2
(8) 政党・候補者のネット広告	0.6	2.1	3.7	1.9	91.7	8.3
(9) 政党や候補者のネット動画	0.4	1.6	3.4	1.9	92.7	7.3
(10) テレビ局のウェブサイト・ソーシャルメディア	0.6	1.8	2.7	2.0	93.0	7.0
(11) 新聞社のウェブサイト・ソーシャルメディア	1.1	2.3	3.5	1.7	91.5	8.5
(12) ジャーナリスト、有名ブロガー、有名人のウェブサイト・ソーシャルメディア	0.9	1.9	4.2	1.5	91.5	8.5
(13) インターネットのポータルサイト（Yahoo!など）・ニュースサイト	14.5	7.3	9.3	3.1	65.9	34.1
(14) まとめサイト（NAVERまとめなど）の選挙に関連した情報	1.9	3.7	5.0	3.0	86.4	13.6
(15) 匿名電子掲示板（2ちゃんねるなど）の選挙に関連した情報	1.3	2.4	3.5	2.2	90.5	9.5
(16) 選挙公報	0.8	2.8	8.1	14.0	74.2	25.8

※ネット選挙情報接触率（4～9のいずれかに接触した人の割合）＝16.1%

<回答者：全調査対象者>

**問 12.** あなたが、今回の衆議院選挙で投票の際に利用した情報源で、信頼できたものをお知らせください。(いくつでも)【必須】

- (27.0) 1 テレビ(政見放送を除く)
- (7.6) 2 政見放送
- (17.1) 3 新聞
- (3.1) 4 政党のウェブサイト(ブログを含む)
- (3.0) 5 候補者のウェブサイト(ブログを含む)
- (1.3) 6 政党・候補者のソーシャルメディア
- (0.6) 7 政党・候補者のメール、メールマガジン
- (0.6) 8 政党・候補者のネット広告
- (0.7) 9 政党や候補者のネット動画
- (1.2) 10 テレビ局のウェブサイト・ソーシャルメディア
- (1.5) 11 新聞社のウェブサイト・ソーシャルメディア
- (1.8) 12 ジャーナリスト、有名ブロガー、有名人のウェブサイト・ソーシャルメディア
- (6.7) 13 インターネットのポータルサイト(Yahoo!など)・ニュースサイト
- (2.2) 14 まとめサイト(NAVERまとめなど)の選挙に関連した情報
- (1.4) 15 匿名電子掲示板(2ちゃんねるなど)の選挙に関連した情報
- (12.6) 16 選挙公報
- (50.4) 17 あてはまるものはない

<回答者：全調査対象者>

**問 13.** インターネットで選挙運動ができる「ネット選挙」が解禁されたことについて、どのようにお考えですか。(それぞれひとつだけ)【必須】※ネット選挙とは選挙期間中にソーシャルメディアやブログなどのインターネットで選挙運動ができることを指します。

	1 そう 思う	2 やや そう 思う	3 あ ま り そ う 思 わ ない	4 そ う 思 わ な い	思 う ( 1 + 2 )
(1) 「ネット選挙」解禁を全般的に評価している	14.5	41.3	27.8	16.5	55.7
(2) 「ネット選挙」解禁によって、選挙に関連した情報を得やすくなった	10.5	36.8	33.8	18.9	47.3
(3) 「ネット選挙」解禁によって、政党・候補者とやりとりしやすくなった	7.2	29.4	41.6	21.8	36.6