

## インターネット選挙運動解禁に関する調査報告書（概要版）

### <調査目的等>

平成 25 年 4 月の公職選挙法の改正によりインターネットを利用した選挙運動（以下「インターネット選挙運動」という）が解禁され、同年 5 月 26 日に施行された。同年 7 月 21 日に行われた第 23 回参議院議員通常選挙（以下「参院選」という）が、初めて適用となる選挙となり、その成果が注目された。一方で、インターネット選挙運動は、候補者と有権者の距離が近い地方選挙にこそ、効果があるのではないかといたった声もある。

そこで、本調査は、①「国政選挙に関する調査」として、参院選に関しマスコミ等が行ったインターネット選挙運動解禁に関するアンケート調査結果の収集・分析を行うとともに、②「地方選挙に関する調査」として、参院選以降に行われた都道府県及び指定都市の首長選挙の中からいくつかを選び、その有権者に対してインターネット選挙運動解禁に関するアンケート調査を行い、その結果を分析し、インターネット選挙運動解禁が有権者にもたらした影響や今後の課題等を整理しようとしたものである。

なお、本調査開始後、任期途中の知事の辞任により、平成 26 年 2 月 9 日に東京都知事選挙が執行されたことから、急遽、東京都知事選挙についても本調査と同様の調査を行った。（概要は P7、8 参照）

### <調査設計>

#### 1 国政選挙に関する調査

##### （1）調査対象選挙、調査方法

参院選に関し、マスコミ等が行ったインターネット選挙運動解禁に関するアンケート調査結果の収集・分析

#### 2 地方選挙に関する調査

##### （1）調査対象選挙

参院選以降に行われた都道府県及び政令指定都市の首長選挙のうち、2 知事選挙（宮城県、広島県）及び 3 政令指定都市市長選挙（堺市、川崎市、神戸市）

##### （2）調査方法

「インターネットモニター」によるインターネット調査（以下「モニター全体調査」という）及び郵送調査（郵送調査は川崎市のみ実施）

##### （3）調査の実施時期

- ・モニター全体調査 平成 26 年 1 月 20 日から 24 日
- ・郵送調査 平成 26 年 1 月 17 日から 2 月 21 日

##### （4）標本数

- ・モニター全体調査 2,000
- ・郵送調査 有効回収数 412（回収率 54.9%）

## <主な調査結果>

### 1 国政選挙に関する調査

#### (1) 「インターネット上の選挙運動情報を参考にしようと思うか（選挙前）、参考にしたか（選挙後）」

4月の法改正直後は56%が「参考にする」と回答していたが、参院選の公示前では4割前後となり、調査を重ねるごとに「参考にする」割合は低下し、実際に「参考にした」割合は1割前後であった。

調査法	調査元	公示日前(7/3以前)			公示日以降(7/4以降)			選挙後(7/21以降)		
		調査日	参考にする	参考にしない	調査日	参考にする	参考にしない	調査日	参考にした	参考にしなかった
RDD調査	朝日新聞	6/29~30	42 %	55 %	7/6~7	34 %	63 %			
					7/13~14	29	67			
	読売新聞	6/8~10	38	55	7/4~5	18	78	7/22~23	8 %	90 %
		6/28~30	34	56	7/14~16	16	81			
	毎日新聞	4/20~21	56	38	7/13~14	34	60			
産経新聞	6/22~23	37.0	60.9	7/13~14	31.0	65.1				
ネットモニター調査	NHK放送文化研究所				7/13~15	34.4	59.4	7/22~26	16	80.9
出口調査	朝日新聞							7/21	23	29
	時事通信							7/21	13.4	86.5
	共同通信							7/21	10.2	86.1
郵送調査	明推協調査							9/18~10/24	8.7	91.2

\*上記の調査データ（数値）は、各社が報じた通りとしている。

#### (2) 「インターネット選挙運動の解禁により政治への関心は高まるか(高まったか)」

参院選の「公示日前」は半数程度の人が「高まると思う」と回答しているが、「公示日以降」になると、「高まった」と回答したのは、16%となっている。

調査方法	調査元	公示日前			公示日以降		
		調査日	思う	思わない	調査日	思う	思わない
インターネット調査	朝日新聞	6/28~29	46 %	53 %	7/12~13	16	78
	リサーチバンク	6/24~26	53.3	46.7			

法律が施行されたのが、参院選の直前であったため、多くのマスコミで記事として取り上げられたことにより、インターネット選挙運動の解禁は、参院選が始まる前には有権者の多くの関心を集めたが、実際に選挙期間中にインターネット上の選挙運動に接触し、それを参考にした人は、関心が高かった割には少なかった。

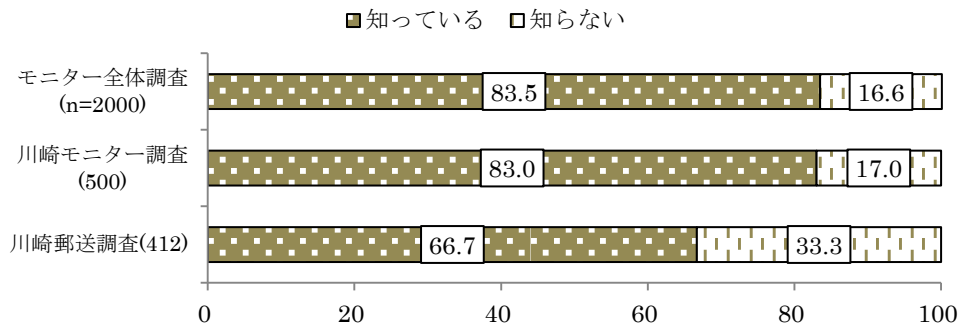
#### (3) 「今回の参院選からインターネット選挙運動が解禁されたが、期待外れだったことは何か」

政治選挙サイトの「政治山」が7月21~22日に行ったインターネット調査の結果によると、「もともと期待していなかった」が48.7%、次いで「インターネットで投票できなかった」が22.1%、「思ったより投票率が上がらなかった」が18.2%、「思ったよりサイトやサービスが盛り上がらなかった」が18.1%であった。

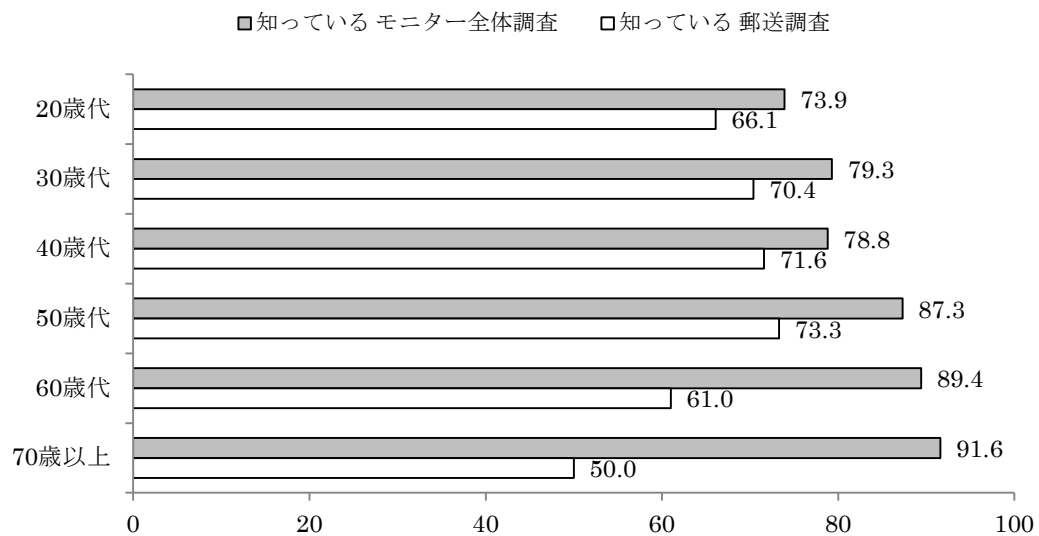
## 2 地方選挙に関する調査

### (1) インターネット選挙運動の認知度

参院選からインターネット選挙運動が解禁されたことについて、インターネット利用者（モニター全体調査）については、8割以上が知っているが、インターネットを利用していない人を含める（郵送調査）と、6～7割程度となる。



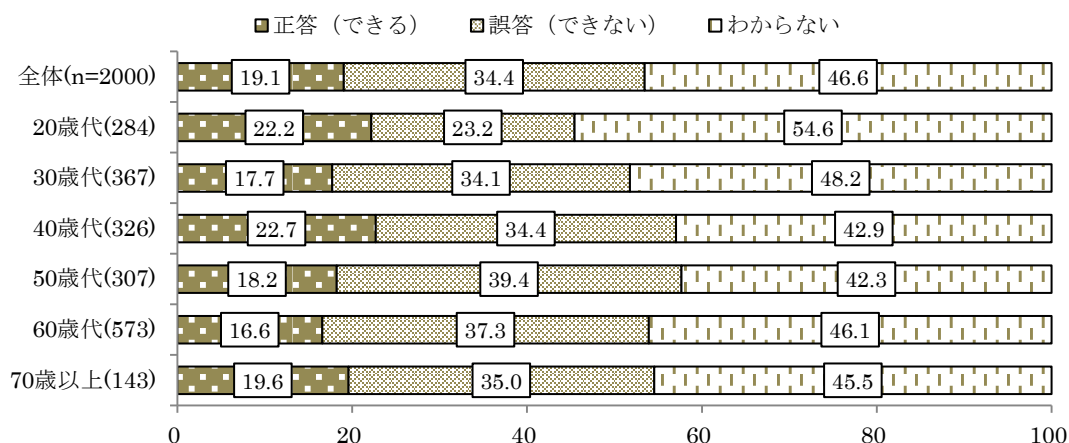
なお、年代別にみると、以下のとおりとなっており、モニター全体調査では、年齢の高まりとともに認知度も上昇しているが、郵送調査では、60歳以上になると認知度が大きく低下する。



## (2) インターネット選挙運動の理解度 (モニター全体調査)

### Q 候補者以外の方が「フェイスブックやツイッターを利用して特定候補者への投票を呼びかけること」ができるか。

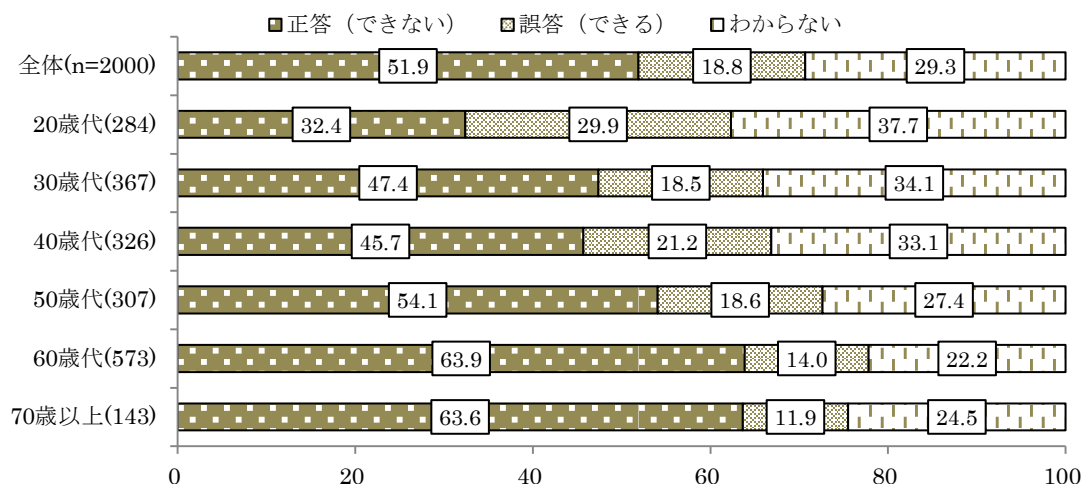
この設問の答は「できる」だが、モニター全体調査の正答率は 19.1%で、全問中正答率が最も低かった。インターネットを利用するかどうかを問わず、候補者以外の方が「特定候補者への投票を呼びかける」ことはそれ自体が禁止されていると誤解している有権者が多いのかも知れない。



※ネット選挙運動の解禁を「知らない」と答えた人は「わからない」に含む。

### Q 「インターネットを利用して投票すること」ができるか。

この設問の答は、候補者であろうとなかろうと「できない」である。モニター全体調査の正答率は 51.9%であったが、年代が下がるほど正答率は低く、20歳代の正答率は 32.4%であった。依然として「インターネット選挙運動解禁」を「インターネット選挙解禁」と誤解している人が多い。



※ネット選挙運動の解禁を「知らない」と答えた人は「わからない」に含む。

### (3) インターネット選挙情報への接触度（モニター全体調査）

参院選及び地方選において何らかの形でインターネットを利用して選挙情報に接触した割合の累計（下表①～⑦の累計）は、3割以上となっている。しかし、インターネット選挙運動の解禁に伴って可能となった①～④については、累計で1割程度となっている。

(%)

	全体(n=2000)		20～30歳代(651)		40～50歳代(633)		60歳以上(716)		
	地方選	参院選	地方選	参院選	地方選	参院選	地方選	参院選	
ネット選挙運動	①候補者や政党のHP・ブログ・SNSを見た	8.7	10.4	9.5	10.9	9.6	10.7	7.0	9.6
	②候補者や政党からメールを受け取った	0.6	0.8	0.8	1.1	0.2	0.3	0.7	1.0
	③自分自身が特定の候補者を応援又は批判する情報を発信した	0.7	0.4	1.1	0.9	0.5	0.0	0.4	0.3
	④候補者や政党とインターネットを通して交流した	0.7	0.6	1.1	0.5	0.6	0.8	0.4	0.6
ネット選挙運動情報への接触の累計(上記①～④)	10.7	12.2	12.5	13.4	10.9	11.8	8.5	11.5	
その他	⑤動画共有サイトを利用して選挙関連の動画を見た	1.7	2.5	1.2	2.9	1.9	2.2	2.0	2.4
	⑥ニュースサイトや選挙情報サイトを見た	21.0	21.3	22.6	23.8	25.1	24.3	15.9	16.3
	⑦その他	0.4	0.1	0.2	0.0	0.5	0.3	0.6	0.0
ネット選挙情報への接触の累計(上記①～⑦)	33.8	36.1	36.5	40.1	38.4	38.6	27.0	30.2	
利用した	27.1	28.1	30.3	31.2	31.0	31.4	20.8	22.3	
利用しなかった	72.9	71.9	69.7	68.8	69.0	68.6	79.2	77.7	

### (4) インターネット上の情報は投票に関して参考になったか（モニター全体調査）

インターネット上の情報を利用した人のうち、7割以上が参考になった（「多少は」を含む）と回答している。

(%)

	全体		20～30歳代		40～50歳代		60歳以上	
	地方選 (n=542)	参院選 (562)	地方選 (197)	参院選 (203)	地方選 (196)	参院選 (199)	地方選 (149)	参院選 (160)
参考になった	15.9	15.8	16.2	18.7	14.3	11.6	17.4	17.5
多少は参考になった	54.8	60.7	53.8	56.7	57.1	63.8	53.0	61.9
計	70.7	76.5	70.0	75.4	71.4	75.4	70.4	79.4
参考にならなかった	18.8	15.1	19.3	16.7	16.3	12.6	21.5	16.3
わからない	10.5	8.4	10.7	7.9	12.2	12.1	8.1	4.4

### (5) インターネット選挙情報への接触と投票行動の関係（モニター全体調査）

インターネット選挙情報を利用した人の 7 割以上が投票に行ったと回答しており、利用しなかった人の投票割合より高かった。

(%)

	行った(期日前投票、不在者投票を含む)	行かなかった	わからない
全体(n=2000)	61.9	37.0	1.2
利用した(542)	73.8	25.3	0.9
利用しなかった(1458)	57.5	41.3	1.2

### (6) インターネット選挙運動の今後の活用方法（モニター全体調査）

約 4 割の人が「候補者や政党が、政策の違いをわかりやすく伝える」と回答し、約 3 割の人が「マスコミがあまり報じない情報を発信する」と回答している。一方、「特に期待するものはない」との回答も約 3 割あった。

(%)

	候補者や政党が、政策の違いをわかりやすく伝える	マスコミがあまり報じない情報を発信する	候補者が有権者との直接のやりとりを積極的に行う	インターネットを活用したユニークな選挙運動を行う	インターネット上で候補者同士が論戦を交わす	投票依頼のメールを候補者や政党から誰にでも送信	有権者もメールを使った選挙運動ができるようにする	その他	特に期待するものはない	わからない
全体(n=2000)	39.4	31.4	13.5	12.0	15.5	3.2	5.0	0.9	29.2	12.0
20～30歳代(651)	41.5	29.2	12.1	15.2	11.4	2.8	4.9	0.9	23.7	14.6
40～50歳代(633)	41.4	36.8	13.0	12.3	17.7	2.2	3.3	0.9	25.8	10.6
60歳以上(716)	35.6	28.6	15.2	8.8	17.3	4.5	6.4	0.8	37.3	10.8

### (7) インターネット選挙運動がもたらす影響（モニター全体調査）

「若年層の投票率が向上する」との回答が約 4 割と最も多く、「有権者の政治への関心が高まる」、「有権者と政治家との距離が縮まる」との回答もあったが、「わからない」との回答も約 3 割あった。

(%)

	政治や選挙の透明性が高まる	有権者と政治家との距離が縮まる	有権者の政治への関心が高まる	若年層の投票率が向上する	その他	わからない
全体(n=2000)	5.2	10.5	14.6	37.4	2.6	29.8
20～30歳代(651)	6.9	10.6	14.3	37.9	2.9	27.3
40～50歳代(633)	4.7	11.4	14.4	39.3	1.4	28.8
60歳以上(716)	3.9	9.5	15.1	35.2	3.4	33.0

## インターネット選挙運動解禁に関する調査報告書（東京都知事選挙）（概要版）

### <調査設計>

(1) 調査対象選挙

平成 26 年 2 月 9 日に行われた東京都知事選挙（以下「都知事選」という）

(2) 調査方法

「インターネットモニター」によるインターネット調査（以下「都知事選モニター調査」という）

(3) 調査の実施時期

平成 26 年 2 月 14 日から 17 日

(4) 標本数

都内在住の満 20 歳以上の男女 2,000 人

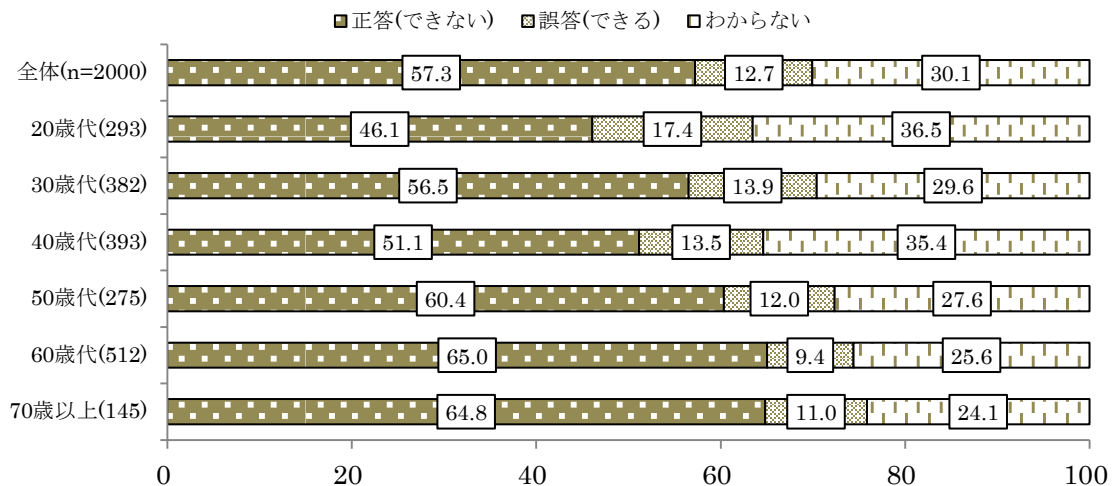
### <主な調査結果>

前述のモニター全体調査と同様の調査を行ったところ、ほぼ同様の傾向が見られた。ただし、以下の設問においては、モニター全体調査との違いが見られた。

(1) インターネット選挙運動の理解度

Q 「インターネットを利用して投票すること」ができるか。

この設問の答は、「できない」である。都知事選モニター調査の正答率は 57.3% であり、モニター全体調査（51.9%）（P4 参照）より高かった。特に、20 歳代の正答率は 46.1% とモニター全体調査（32.4%）よりかなり高くなっている。



## (2) インターネット選挙情報への接触度

モニター全体調査と比較すると、インターネット選挙運動の解禁に伴って可能となった下表①～④の都知事選（地方選）における累計については、都知事選モニター調査の方が高くなっている（都知事選：14.3%、地方選：10.7%）（P5 参照）。また、都知事選（地方選）において何らかの形でインターネットを利用して選挙情報に接触した割合の累計（下表①～⑦の累計）についても、都知事選モニター調査の方が高く（49.0%：33.8%）、特に、20～30歳代は、1.7倍程度となっている（62.6%：36.5%）。

		(%)							
		全体(n=2000)		20～30歳代(675)		40～50歳代(668)		60歳以上(657)	
		都知事選	参院選	都知事選	参院選	都知事選	参院選	都知事選	参院選
ネット選挙運動	①候補者や政党のHP・ブログ・SNSを見た	11.9	10.8	15.7	13.6	13.8	12.4	5.9	6.2
	②候補者や政党からメールを受け取った	0.5	0.9	0.3	0.4	0.6	1.2	0.5	0.9
	③自分自身が特定の候補者を応援又は批判する情報を発信	1.4	1.0	1.9	1.6	1.2	0.9	0.9	0.5
	④候補者や政党とインターネットを通して交流した	0.5	1.0	0.3	1.3	0.3	0.7	0.9	0.9
ネット選挙運動情報への接触の累計(①～④)		14.3	13.7	18.2	16.9	15.9	15.2	8.2	8.5
その他	⑤動画共有サイトを利用して選挙関連の動画を見た	4.3	3.3	5.3	4.4	4.5	3.4	2.9	2.0
	⑥ニュースサイトや選挙情報サイトを見た	29.7	25.9	38.1	34.2	33.2	28.4	17.5	14.8
	⑦その他	0.7	0.2	1.0	0.1	0.3	0.0	0.8	0.5
ネット選挙情報への接触の累計(①～⑦)		49.0	43.1	62.6	55.6	53.9	47.0	29.4	25.8
利用した		37.7	31.9	49.3	42.1	41.2	34.6	22.2	18.7
利用しなかった		62.3	68.1	50.7	57.9	58.8	65.4	77.8	81.3

今回の都知事選では、ほとんどの候補者がホームページやブログ、SNS（フェイスブック、ツイッター等）、動画サイト等を駆使して自身の政策等を訴えた。また、候補者によるインターネット上の討論会や政策などのつぶやきを解析したビッグデータ、候補者の政策との一致度を見るポートマッチなどをネット事業者やNPO法人などが企画し、都知事選の盛り上げを図った。こうしたことが、都知事選が地方選より接触度が高かった要因であると考えられる。



## 調査全体から見える方向性

前述したように、都知事選においては、ほとんどの候補者がホームページやブログ、ツイッターなどの SNS を用いインターネット上でも選挙運動を展開し、インターネット事業者や NPO 法人なども、インターネット討論会や候補者への意見公募などを企画するなど盛り上がりを見せ、それに関する報道も多かった。しかし、実際の投票率を見ると、有権者全般の盛り上がりはあまり見られなかったと言える。

報道等では、候補者の演説等の配信やイメージ戦略、また街頭演説等の告知などのためにインターネットは利用されていたが、インターネットが持つ特性である「双方向性」を生かせず、一方通行の情報発信となってしまう点が指摘されていた。

本調査では、インターネット選挙運動について、今後、期待する活用方法を尋ねているが、地方選、都知事選のいずれにおいても、「候補者や政党が政策の違いをわかりやすく伝える」、「マスコミがあまり報じない情報を発信する」の 2 つに回答が集中している。

選挙時の情報には、選挙管理委員会が提供するものや報道各社によるものもあり、有権者によってはそれだけでも十分な選挙情報になり得る。それらに比べインターネット上の情報は、「自ら探す」という作業が含まれてくるため、接触へのハードルは自然と高くなる。だからこそ、そこにはいかないと読めない、またはそこでしか見られない等の付加価値を持たせていくことは必然と思え、有権者もその点を期待していると考えられる。とりわけ、ややもすれば有権者の関心がいまひとつで、実際に低投票率傾向にある地方の選挙においては、インターネットを通じた候補者や政党に関する情報（とりわけ客観性の高い情報）の提供の効果が期待される。

今後、政党、候補者がこの機会を捉え、インターネットでの選挙運動解禁を有効に活用し有権者が求めている情報を提供できるよう、インターネット選挙運動解禁の定着に向けて、さらなる周知啓発を行っていくことが必要である。