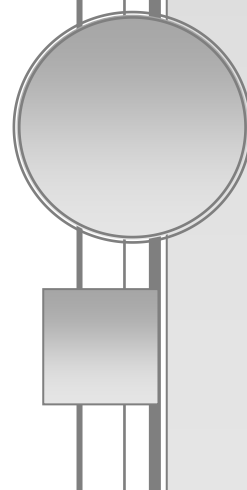


インターネット選挙運動解禁に関する
調査報告書
(東京都知事選挙)

平成 26 年 3 月



調査報告書目次

はじめに	2 P
I 調査設計	2 P
II 調査結果の概要	3 P
(1) インターネット選挙運動の認知度	4 P
(2) インターネット選挙運動の理解度	6 P
(3) インターネット選挙情報への接触	18 P
(4) インターネット選挙情報の今後の活用方法	28 P
(5) インターネット選挙運動がもたらす影響	29 P
おわりに	30 P
【付録】 インターネット選挙運動調査の各設問の単純集計	31 P

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)

はじめに

前回の東京都知事選挙（以下「都知事選」という）は平成 24 年 12 月 16 日に、第 46 回衆院選との同日選挙により行われた。それから約 14 月後、再び任期途中の知事の辞任により、平成 26 年 2 月 9 日、都知事選は執行された。これまで統一地方選挙の中で行われてきた都知事選は、上記の前回都知事選で統一選から外れ、今回、初の単独執行による選挙となった。投票日の前日には東京地方は記録的な大雪に見舞われ、選挙の執行に少なからず影響を与えた。今回の都知事選の候補者は 16 名であった。ほとんどの候補者は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た。またネット事業者や NPO 法人などがインターネット上での討論会の開催や、ツイッターを用いて候補者に質問をすることなどを企画し、新聞紙上等をたびたび賑わせた。

本報告書はこれらのことを踏まえ、先に宮城県・広島県、堺市・川崎市・神戸市の首長選挙を対象に実施した調査に、急遽、今回の都知事選も調査対象に加え、当該都知事選でのインターネット選挙運動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。

I 調査設計

(1) 調査方法

調査方法はテーマが「インターネット選挙運動」であること、及び先に宮城県・広島県、堺市・川崎市・神戸市の首長選挙を対象とした同主旨の調査を、「インターネットモニター」を対象としたインターネット調査により実施したことから（以下「5 団体モニター調査」という）、今回の都知事選の調査もインターネットモニター調査とした（以下「都知事選モニター調査」という）。また、最近は若年層を中心にスマートフォンなどのモバイルの普及が急速に高まっており、その影響からか、特に若い世代では PC の利用時間が減少していることも伝えられていることから、本調査は 5 団体モニター調査と同じく、モバイルユーザーのモニターを対象に実施することとし、モバイル利用が少ない 60 歳以上は、PC ユーザーのモニターで補完した。

(2) 調査の実施時期

平成 26 年 2 月 14 日から 2 月 17 日

(3) 標本

都内在住の満 20 歳以上の男女 2,000 人を対象とし、年齢別男女数に比例して、以下の標本抽出を行った。なお、5 団体モニター調査の標本数も比較のため、併記した。

① 標本数

		性別		年齢					計
		男性	女性	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	
都知事選		979	1021	293	382	393	275	657	2000
5団体		997	1003	284	367	326	307	716	2000
5 団 体 内 訳	宮城県	299	304	91	107	95	99	211	603
	広島県	356	356	92	127	112	110	271	712
	堺市	75	75	19	28	25	21	57	150
	川崎市	128	129	44	57	49	35	72	257
	神戸市	139	139	38	48	45	42	105	278

② 標本割合

(%)

		性別		年齢				
		男性	女性	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上
都知事選		49.0	51.1	14.7	19.1	19.7	13.8	32.9
5団体		49.9	50.2	14.2	18.4	16.3	15.4	35.8
5 団 体 内 訳	宮城県	49.6	50.4	15.1	17.7	15.8	16.4	35.0
	広島県	50.0	50.0	12.9	17.8	15.7	15.4	38.1
	堺市	50.0	50.0	12.7	18.7	16.7	14.0	38.0
	川崎市	49.8	50.2	17.1	22.2	19.1	13.6	28.0
	神戸市	50.0	50.0	13.7	17.3	16.2	15.1	37.8

* 数値は小数点第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100にならない（以下同じ）。

都知事選モニター調査と5団体モニター調査の標本割合を見てみると、性別では5団体モニターは男女の差がほとんどないが、都知事選モニターは女性の方が若干多い。

年代別では20～40歳代はわずかながら都知事選モニターの方が多い。50歳代以降は5団体モニターの方が多い。概して都知事選モニター調査の方が対象者の年齢が若干若いと言える。

II 調査結果の概要

調査結果は、5団体モニター調査との対比を中心に見ていくこととする。

分析にあたっての前提として調査対象者のインターネットの利用状況を5団体モニターの調査対象者と対比する（表1）。

まずインターネットの利用時間を見ると、「1時間未満」は5団体モニターの方が多いが、「1時間以上3時間未満」は、若干ながら全ての年代において都知事選モニターの方が多い。「3時間以上5時間未満」、「5時間以上」でも同様の傾向にあり、都知事選モニターの方が5団体モニターよりインターネットの利用時間が若干長いといえることができる。

表1 都知事選及び5団体の調査対象者のインターネット利用時間(全体・年代別) (%)

	1時間未満		1時間以上3時間未満		3時間以上5時間未満		5時間以上	
	都知事選	5団体	都知事選	5団体	都知事選	5団体	都知事選	5団体
全体(n=2000)	24.5	28.2	50.7	49.0	16.9	15.7	8.0	7.2
20歳代(都:293、5団体:284)	16.4	21.5	51.9	48.6	19.1	17.6	12.6	12.3
30歳代(都:382、5団体:367)	22.5	30.5	54.2	54.2	16.5	9.5	6.8	5.7
40歳代(都:393、5団体:326)	31.3	36.2	49.4	46.9	12.0	14.1	7.4	2.8
50歳代(都:275、5団体:307)	36.7	46.6	46.2	44.3	12.0	6.8	5.1	2.3
60歳以上(都:657、5団体:716)	19.9	18.2	50.8	49.4	21.2	22.5	8.1	9.9

次にインターネットの利用方法を見てみる（複数回答）（表2）。都知事選モニター、5団体モニターとも最も選択率が高かったのは電子メールで、次いでLINE、フェイスブック、ツイッターの順となっている。選択割合はいずれも都知事選モニターの方が高い。特にフェイスブック、ツイッターは両者の開きが大きい。

表2 都知事選及び5団体の調査対象者のインターネット利用方法（全体・年代別） (%)

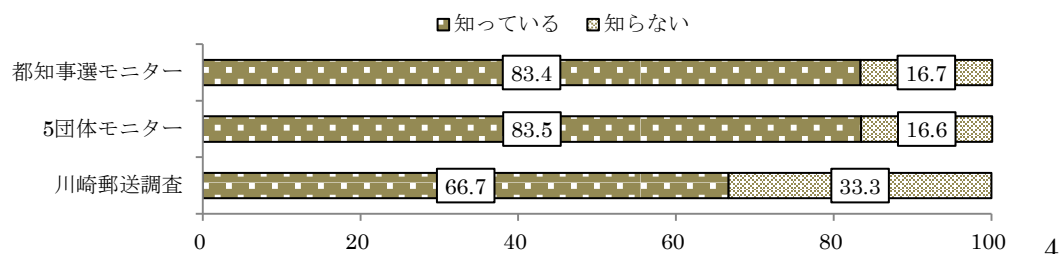
	ホームページを開設		ブログを開設		フェイスブックを開設		ツイッターを利用		LINEを利用		電子メールを利用		どれも該当しない	
	都知事選	5団体	都知事選	5団体	都知事選	5団体	都知事選	5団体	都知事選	5団体	都知事選	5団体	都知事選	5団体
全体(n=2000)	5.4	5.3	8.7	7.2	28.4	22.9	18.7	13.3	45.5	44.6	72.0	65.5	11.7	13.4
20歳代(都:293、5団体:284)	2.0	4.6	10.9	9.2	49.1	48.6	34.8	30.3	75.8	84.2	59.7	47.2	6.5	4.6
30歳代(都:382、5団体:367)	4.5	5.2	11.8	7.9	42.4	34.1	23.6	12.8	66.0	68.1	67.8	62.9	9.4	9.0
40歳代(都:393、5団体:326)	4.8	4.0	8.7	5.8	28.5	20.9	18.8	15.0	59.8	58.3	74.0	65.6	9.7	9.8
50歳代(都:275、5団体:307)	6.2	3.9	6.5	4.9	20.0	15.6	13.5	10.1	50.5	53.4	74.5	65.5	10.5	13.0
60歳以上(都:657、5団体:716)	7.3	6.8	6.8	7.7	14.5	11.0	10.8	7.3	9.3	6.7	77.6	73.9	17.0	20.9

(1) インターネット選挙運動の認知度

ア インターネット選挙運動についての認知度を調べるため、調査対象者全員に「あなたは、昨年7月の参院選からインターネットを使用した選挙運動が解禁されたことをご存知ですか」と尋ねた。その結果、83.4%が「知っている」、16.7%が「知らない」と答えた。この結果は、5団体モニター調査とほぼ同じである（図1）。

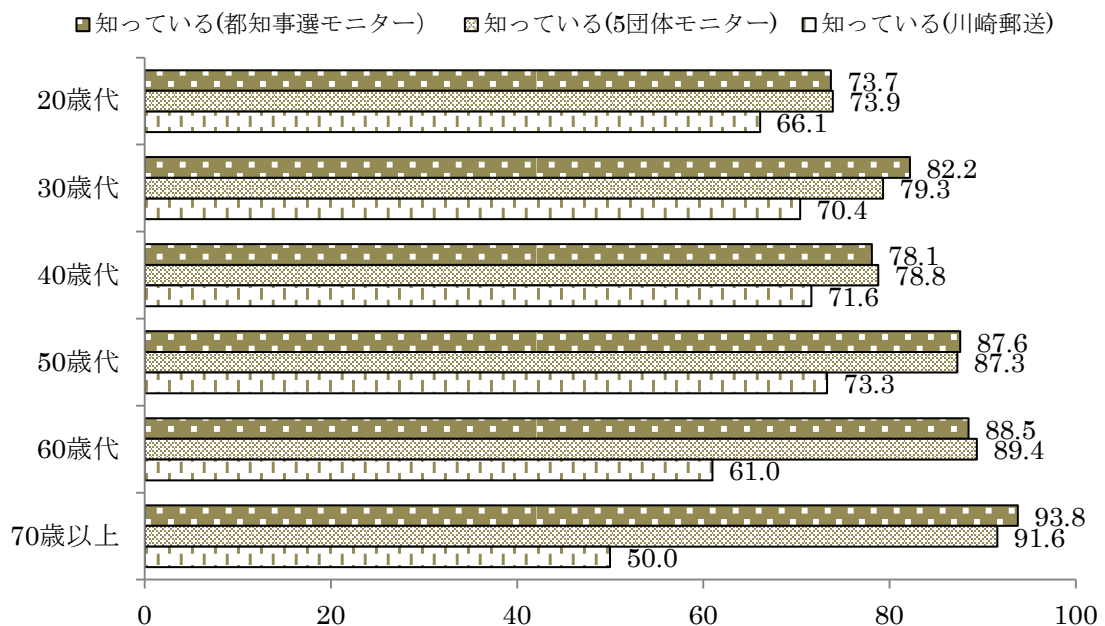
5団体モニター調査と同時に川崎市のみで実施した郵送調査（以下「川崎郵送調査」という）では、「知っている」が66.7%、「知らない」が33.3%と、かなり異なっていた。これは川崎郵送調査の調査対象者には「インターネットを利用しない人」（22.6%）が含まれていたためであり、この点を考慮すると、東京都の有権者についても概ね6～7割程度がインターネット選挙運動の解禁を認知していたと推察される。

図1 都知事選及び5団体のインターネット選挙運動解禁の認知率



イ 都知事選モニター調査及び5団体モニター調査、川崎郵送調査において「知っている」と回答した人を年代別に見てみる（図2）。都知事選モニター、5団体モニターは各年代とも7割以上が認知しており、年齢の高まりとともに徐々に増加している。各年代の認知率もほぼ等しい。一方、川崎郵送調査は、50歳代までは年齢の上昇とともに認知率も少しずつ上がるが、60歳以上になると大きく低下し、都知事選モニター、5団体モニターと逆行する。これは川崎郵送調査において「インターネットを利用しない」と答えた人が高齢者に多いからであろう。

図2 インターネット選挙運動解禁の認知率（年代別）



ウ 次に、インターネット選挙運動の認知度と調査対象者の属性との関係について見ていく（表3）。

性別では、「知っている」と回答した割合は、男女とも都知事選モニター調査と、5団体モニター調査の違いはほとんどなく、男性が88.0%、88.7%、女性が78.8%、78.3%とほぼ同じである。

職業別では、都知事選モニター調査の「派遣社員」（69.8%）、5団体モニター調査の「学生」の「知っている」割合が低い（73.2%）。

学歴別では、いずれの調査も「大学・大学院卒」の「知っている」割合が高く、「中学校（旧制高等小学校を含む）卒」は低い。

支持政党の有無ではいずれの調査も、「ふだんから支持する政党がある」は、「知っている」割合が高く、以降、段階的に低下していく。

同じく国の政治への関心との関係でも、「関心を持っている」人は「知っている」割合が高く、「全く関心を持っていない」に向かうにつれ低下していく。このことは地域の政治への関心との関係でも同様の傾向が見られる。

表3 インターネット選挙運動の認知度と調査対象者の属性について (%)

	選択肢	知っている		知らない	
		都知事選	5団体	都知事選	5団体
性別	男性(n=都:979、5団体:997)	88.0	88.7	12.0	11.3
	女性(都:1021、5団体:1003)	78.8	78.3	21.2	21.7
職業	経営者、役員、管理職(都:221、5団体:171)	87.3	91.2	12.7	8.8
	正社員、正職員(都:682、5団体:680)	83.1	82.9	16.9	17.1
	派遣社員(都:63、5団体:48)	69.8	75.0	30.2	25.0
	家族従業(都:20、5団体:24)	80.0	83.3	20.0	16.7
	パート、アルバイト等(都:318、5団体:379)	78.9	81.3	21.1	18.7
	専業主婦(夫)(都:357、5団体:379)	82.6	81.0	17.4	19.0
	学生(都:51、5団体:41)	86.3	73.2	13.7	26.8
	仕事をしていない(都:222、5団体:258)	89.2	89.9	10.8	10.1
	その他(都:66、5団体:62)	89.4	80.6	10.6	19.4
学歴	中学校(旧制高等小含む)卒(都:39、5団体:34)	69.2	70.6	30.8	29.4
	高校(旧制中学含む)卒(都:504、5団体:733)	79.8	82.7	20.2	17.3
	高専・短大・専修学校卒(都:493、5団体:485)	78.7	79.0	21.3	21.0
	大学・大学院卒(都:952、5団体:734)	88.6	88.3	11.4	11.7
	わからない(都:12、5団体:14)	58.3	57.1	41.7	42.9
政党支持	ふだんから支持する政党がある(都:299、5団体:316)	91.0	89.9	9.0	10.1
	支持するまでではないが、好ましいと思っている政党がある(都:623、5団体:701)	88.8	88.9	11.2	11.1
	支持する、または好ましいと思っている政党はない(都:889、5団体:767)	82.6	82.4	17.4	17.6
	わからない(都:189、5団体:216)	57.1	60.2	42.9	39.8
関心の政治への	非常に関心を持っている(都:485、5団体:468)	95.3	96.4	4.7	3.6
	多少は関心を持っている(都:1139、5団体:1128)	84.9	84.3	15.1	15.7
	あまり関心を持っていない(都:291、5団体:308)	68.4	66.6	31.6	33.4
	全く関心を持っていない(都:63、5団体:74)	52.4	70.3	47.6	29.7
	わからない(都:22、5団体:22)	27.3	45.5	72.7	54.5
関心地域の政治への	非常に関心を持っている(都:362、5団体:334)	92.0	93.1	8.0	6.9
	多少は関心を持っている(都:1111、5団体:1119)	85.7	86.0	14.3	14.0
	あまり関心を持っていない(都:432、5団体:442)	75.5	73.3	24.5	26.7
	全く関心を持っていない(都:73、5団体:83)	61.6	72.3	38.4	27.7
	わからない(都:22、5団体:22)	50.0	54.5	50.0	45.5

(2) インターネット選挙運動の理解度

ア インターネット選挙運動の個々の事例に対する理解度を調べるため、先に実施した5団体モニター調査と同じく、7つの事例を示し、「候補者以外の方」ができるようになったかどうかを尋ねた。以下、各設問についての都知事選モニター調査の結果を年代別にまとめるとともに、先の5団体モニター調査結果を併記し、それぞれの調査の正答率等を比較する。

なお、これらの設問はインターネット選挙運動の解禁を「知っている」と回答した人に対して行っているが、本報告書では、調査対象者全員（各2,000人）を母数とし、解禁されたことを「知らない」と答えた人も「わからない」に含めて計算している。

Q 1 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」

この設問の答は「できる」だが、都知事選モニター調査の正答率は17.4%で、7問中最も低かった。また他の6問と異なり、「できない」の誤答率が正答率より22.9ポイント多い40.3%となっている(図3)。この傾向は5団体調査と同じであるが、正答率は5団体モニター調査の方が若干高く、誤答率は都知事選モニター調査の方が高い(図4)。

年代別では、都知事選モニター調査では20歳代の23.2%から年代が上がるごとに正答率は微減していき、高齢層が全体の正答率を引き下げている。5団体モニター調査は正答率に差異はあるものの明確な違いは見いだせない。

図3 都知事選モニター調査

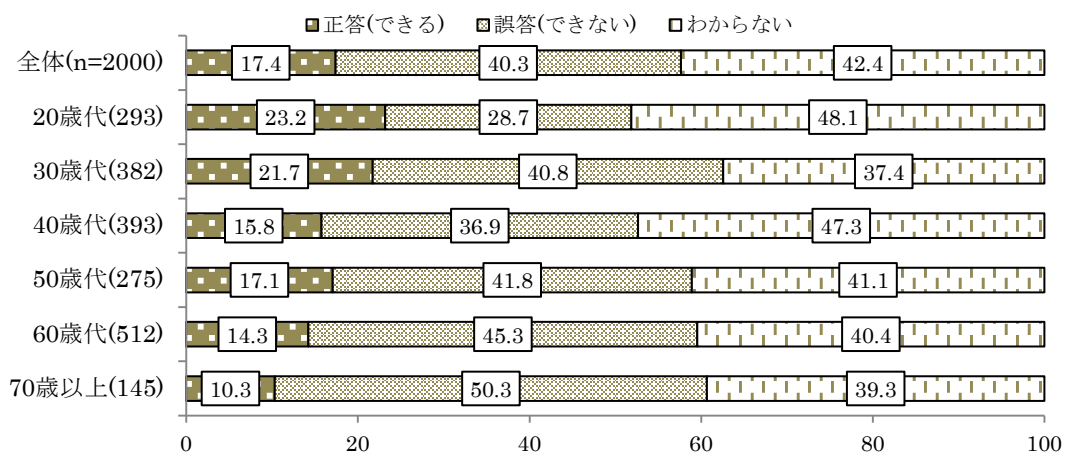
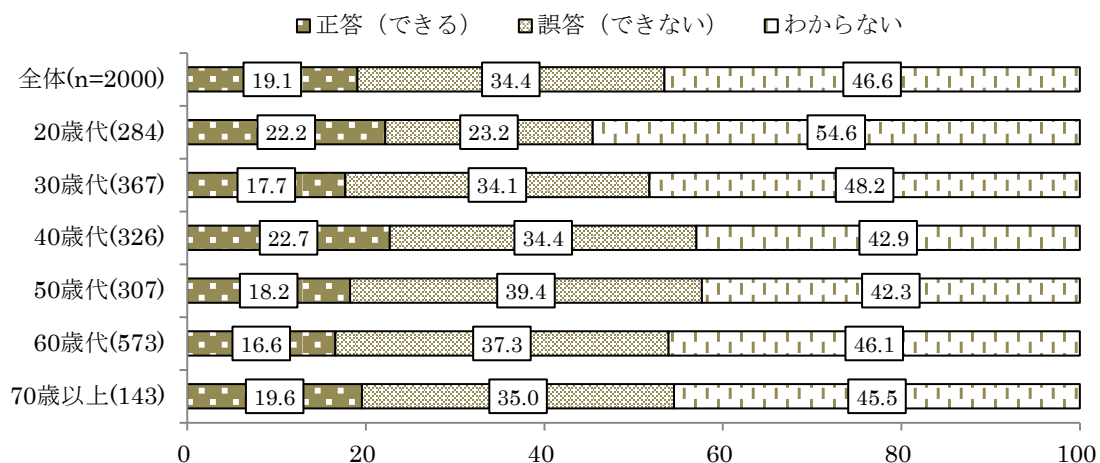


図4 5団体モニター調査



Q 2 候補者以外の方が「メールにより特定の候補者へ投票を呼びかけること」

この設問の答は「できない」で、都知事選モニター調査の正答率は 51.5%と半数の人が正解している。年代別では 20 歳代と 40 歳代が低く、30 歳代及び 50 歳代以降は 5 割を超えているが、全体として大きな違いはない（図 5）。

5 団体モニター調査の全体の正答率は 45.5%で、都知事選モニター調査の方が高い（図 6）。年代別は都知事選モニター調査と同じく 20 歳代と 40 歳代に加え、70 歳以上も低い。

図 5 都知事選モニター調査

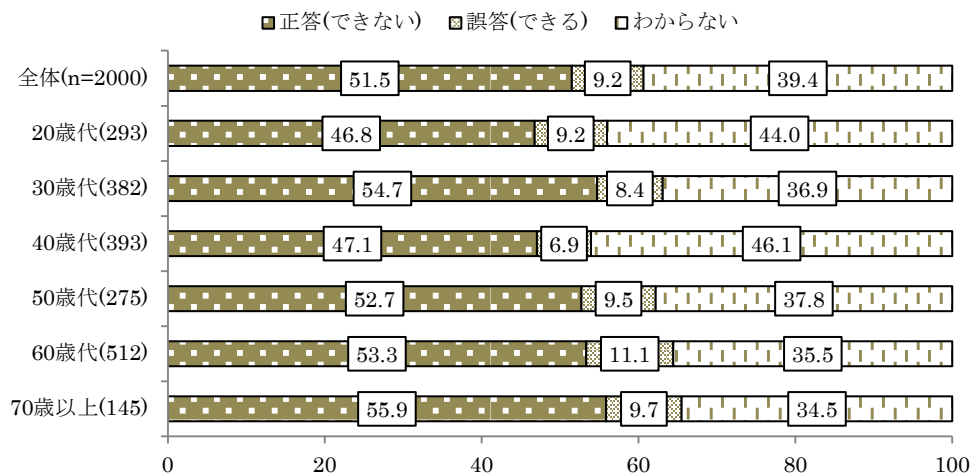
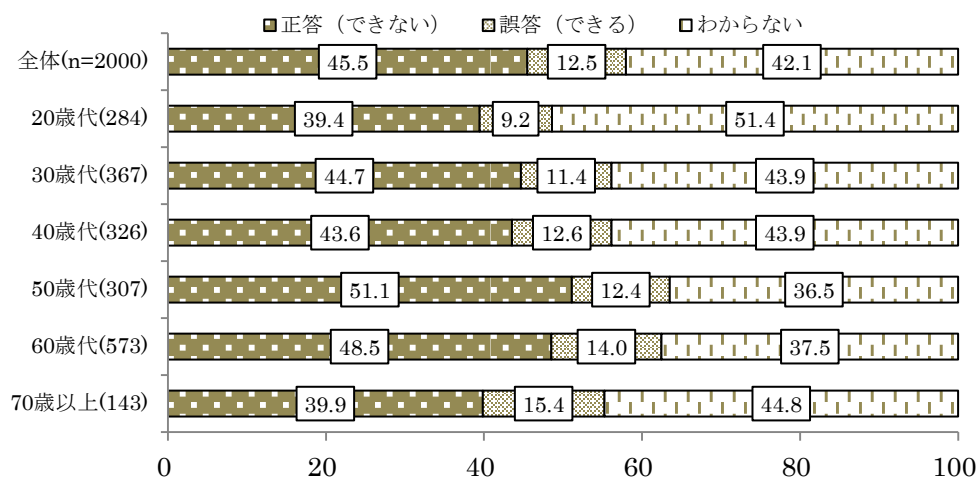


図 6 5 団体モニター調査



Q 3 候補者以外の方が「特定の候補者からの選挙運動メールを転送すること」

この設問の答は「できない」で、都知事選モニター調査の正答率は43.3%であった。
年代別では、20歳代が若干低い、他の年代に大きな違いは見られない（図7）。

5団体モニター調査は、20歳代に加えて70歳以上が低いことを除けば、全体の正答率も都知事選モニター調査とほぼ同じである（図8）。

図7 都知事選モニター調査

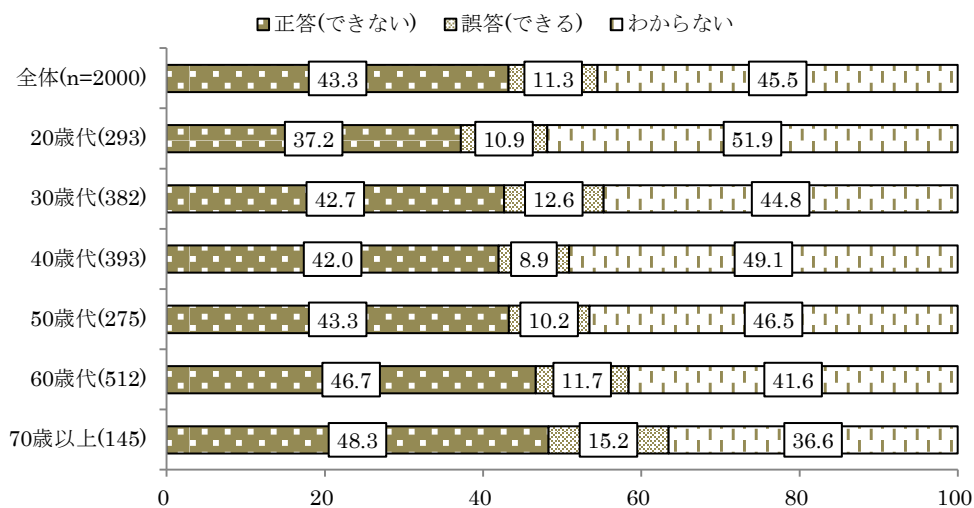
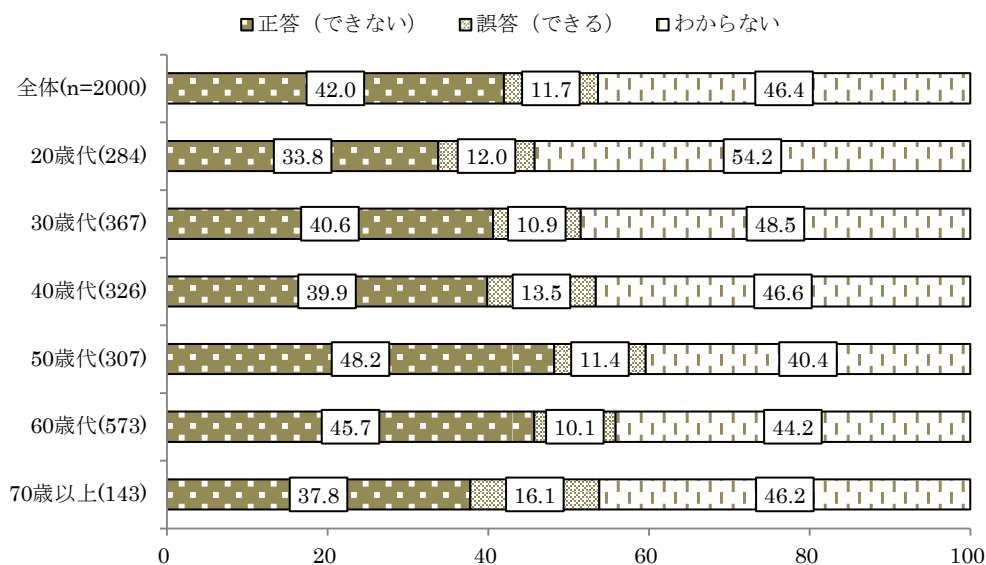


図8 5団体モニター調査



Q 4 「未成年者がツイッターを使って選挙運動すること」

未成年者の選挙運動の可否を尋ねたものであり、答は「できない」である。都知事選モニター調査の正答率は 53.2%で、5 団体モニター調査の正答率とほぼ同じであった（図 9、図 10）。20～50 歳代までは年代が上がるにつれて、正答率が高まる傾向にあり、70 歳以上が 69.7%と最も高くなる。他の設問と異なり、年代による違いがかなりはっきり出ており、20 歳代で正しく理解している人は 4 割に満たない（37.9%）。

5 団体モニター調査の年代別正答率は、都知事選モニター調査とは若干異なるが、20 歳代が最も低い点（40.1%）は変わらない。

図 9 都知事選モニター調査

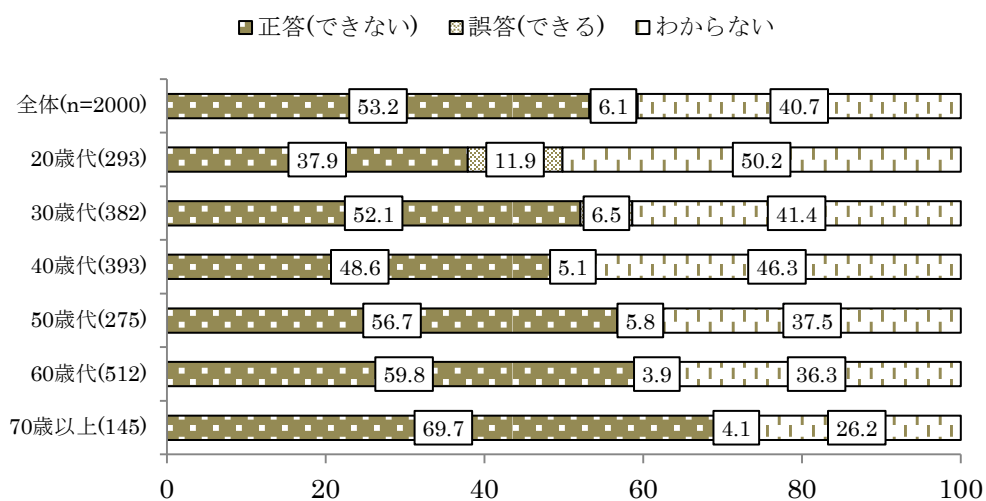
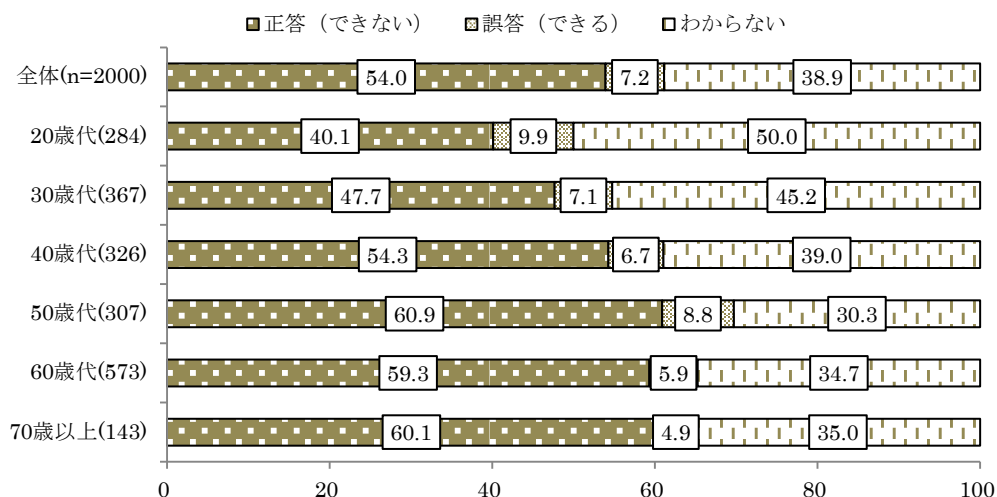


図 10 5 団体モニター調査



Q 5 候補者以外の方が「候補者の街頭演説を録画し、インターネット上で公開すること」

この設問の答は「できる」で、都知事選モニター調査の正答率は、36.8%であった。年代別では20～30歳代は45%前後と高く、40～70歳以上は30%前後へ低下している（図11）。

5団体モニター調査の正答率は、都知事選モニター調査より若干高い。これは40歳代及び50歳代の正答率が高いためであり、50歳代までは41～44%程度で推移し、60歳以上は低下する（図12）。

図11 都知事選モニター調査

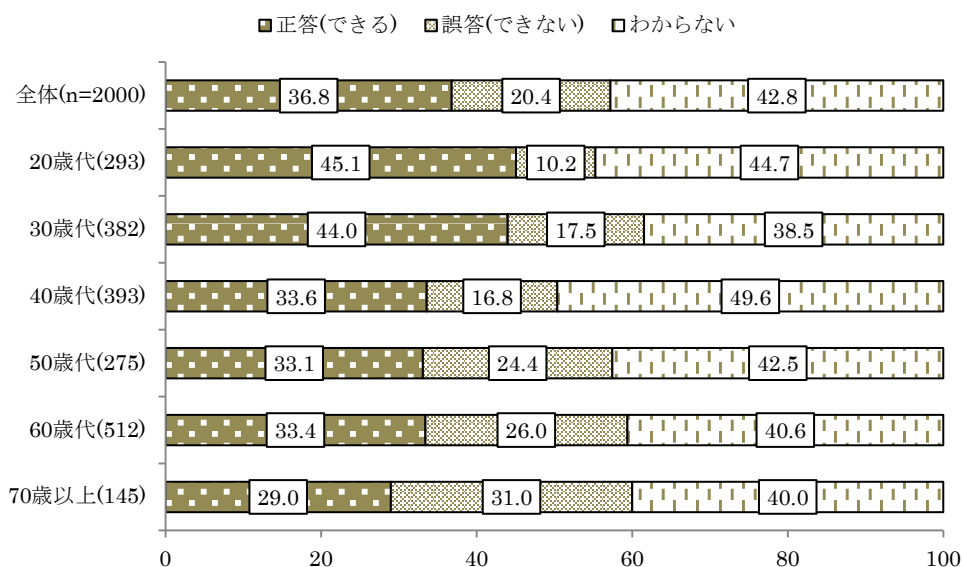
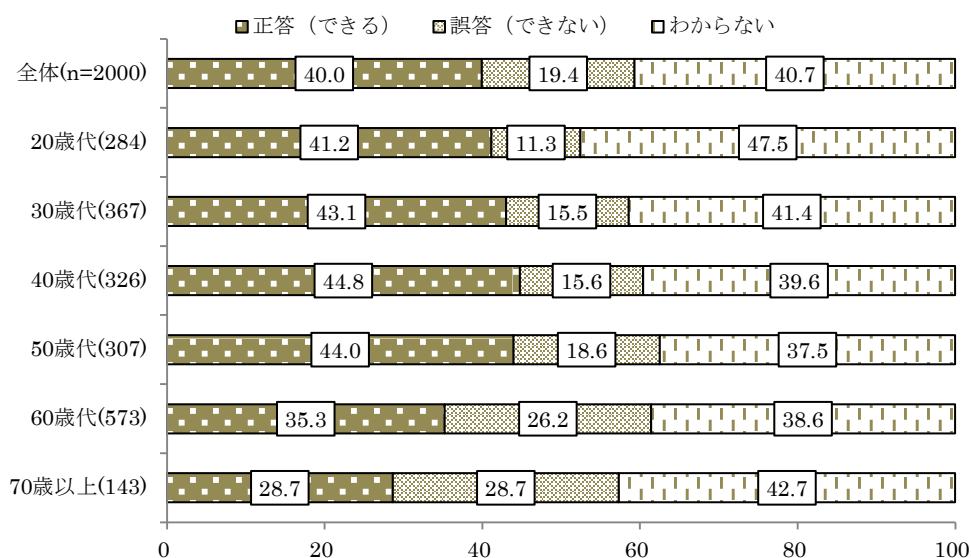


図12 5団体モニター調査



Q 6 「インターネットを利用して投票すること」

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。都知事選モニター調査の正答率は57.3%で、7つの設問中最も高かった。年代別では、20歳代の正答率が46.1%と最も低く、年代の高まりとともにほぼ比例して高くなる（図13）。

5団体モニター調査の正答率も全体では51.9%と5割を超えているが、都知事選モニター調査より低い。年代別の構図は都知事選モニター調査と同じで、20歳代は32.4%とかなり低い（図14）。

図13 都知事選モニター調査

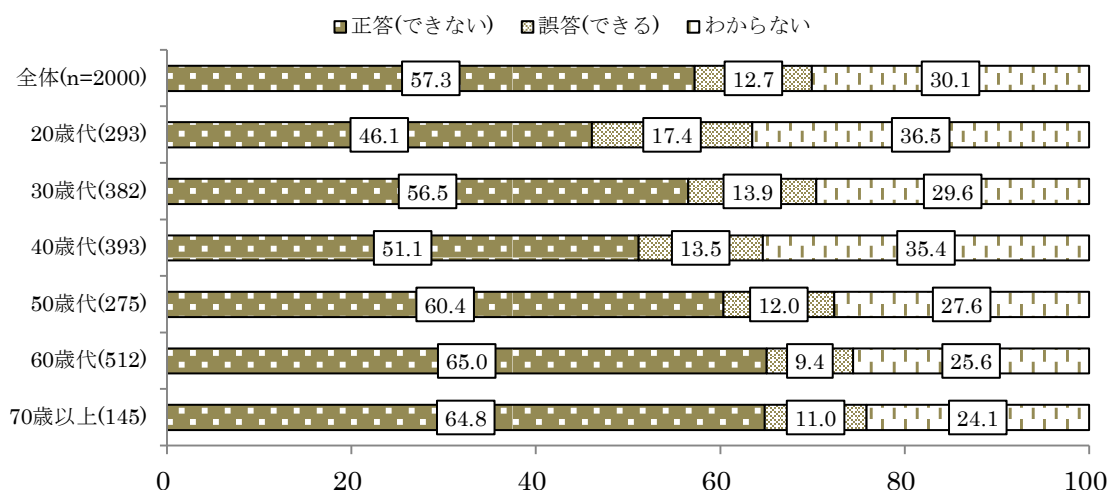
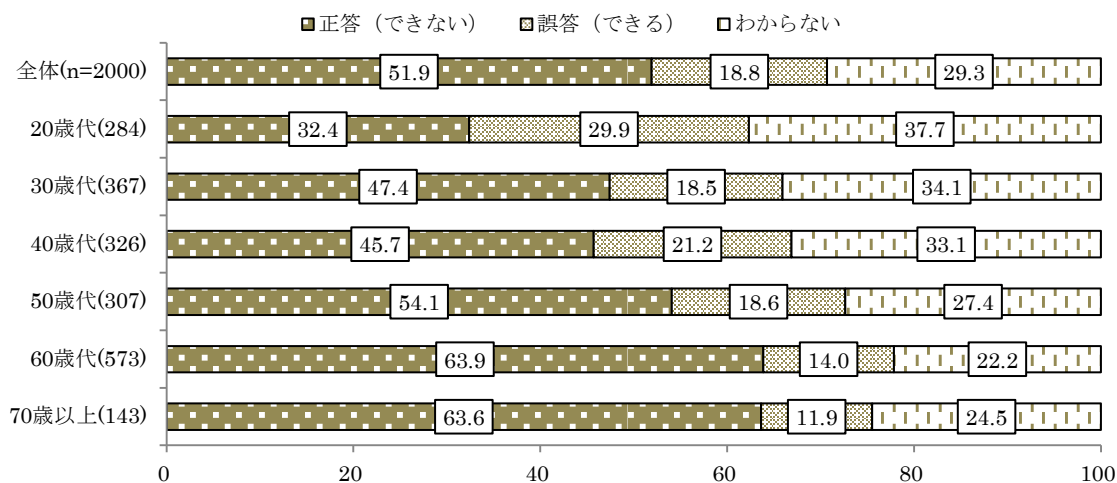


図14 5団体モニター調査



Q 7 「選挙期間外にフェイスブックやツイッターなどを使って選挙運動すること」

「選挙運動期間」に対する知識を問う設問であり、答は、候補者であろうとなかろうと「できない」である。都知事選モニター調査の正答率は 36.6%と低く、年代別では 70 歳以上（50.3%）を除き、大きな違いは見られない（図 1 5）。

5 団体モニター調査の正答率も 33.6%と同様の結果であった。各年代の正答率も 70 歳以上を除き、都知事選モニター調査と同じ様相となっている（図 1 6）。

「できる」と誤答した人が 23.3%おり、5 団体モニター調査と同じく、Q 1 で「できる」と答えた人（17.4%）より多いのは「特定候補者への投票を呼びかけること」が「選挙運動」の一つであるということの周知が足りなかったということであろうか。あるいは、有権者に求められているのは、選挙で一票を投じることで、候補者を取り巻く選挙運動には、当事者でない限りは関心がないことをも表しているように思える。

図 1 5 都知事選モニター調査

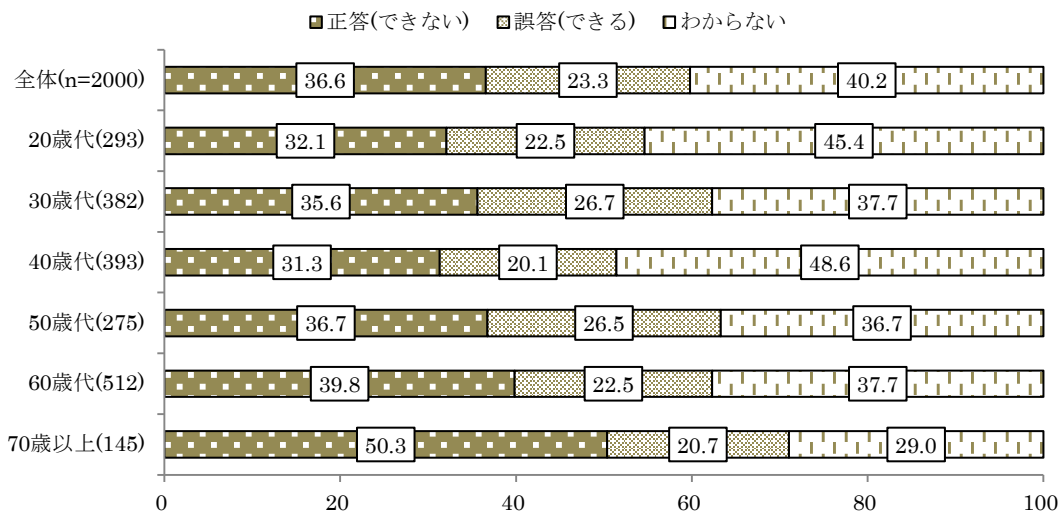
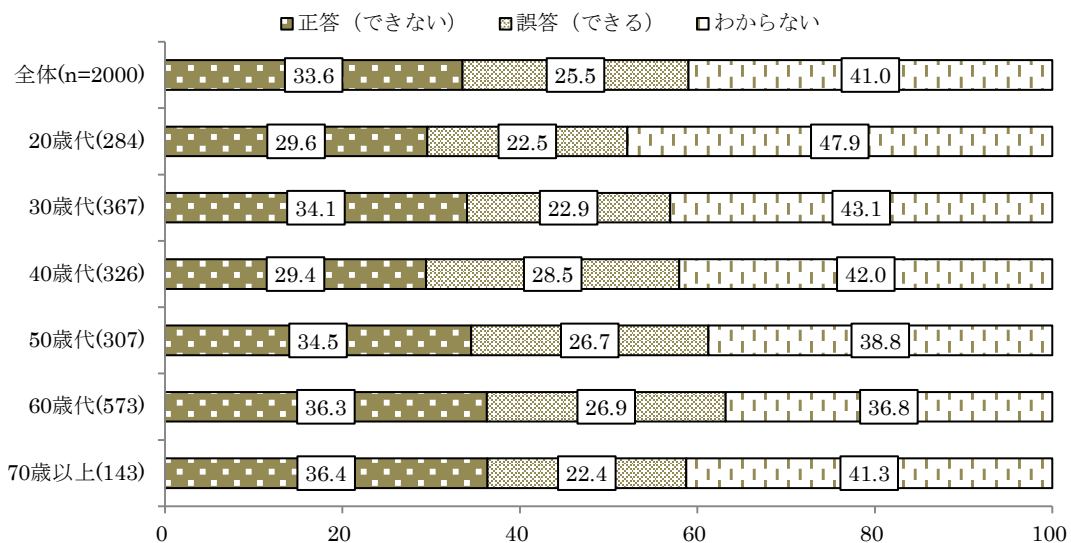


図 1 6 5 団体モニター調査



イ 調査対象者の属性と各設問への回答の関係をみると、性別では、5 団体モニター調査と同じく各設問とも、男性の方が女性より正答率が高い（表 4）。例えば、Q 6 の「インターネットを利用して投票すること」の正答率は、男性が 62.9%、女性が 51.8%であった。ただ、女性は、概して誤答率より「わからない」の割合が高い。

表 4 インターネット選挙運動への理解度（性別）

例：インターネットを利用して投票すること

(%)

	正答(できない)	誤答(できる)	わからない
全体(n=2000)	57.3	12.7	30.1
男性(979)	62.9	12.2	24.9
女性(1021)	51.8	13.2	35.0

学歴別では、概して「大学・大学院卒」の正答率が高く、例えば、Q 6 の「インターネットを利用して投票すること」の正答率は 66.5%であった（表 5）。ただし、Q 1 の「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」の正答率は 21.1%に止まっている（表 6）。5 団体モニター調査は大学・大学院卒の正答率が高い傾向を示したが、都知事選モニター調査では、全問、学歴が上がるほど正答率が高まる結果となっている。

表 5 インターネット選挙運動への理解度（学歴別）

例：インターネットを利用して投票すること

(%)

	正答(できない)	誤答(できる)	わからない
全体(n=2000)	57.3	12.7	30.1
中学校卒(39)	23.1	12.8	64.1
高校卒(504)	47.0	16.5	36.5
高専・短大・専修学校卒(493)	53.1	13.8	33.1
大学・大学院卒(952)	66.5	10.0	23.5
その他(12)	33.3	25.0	41.7

表 6 インターネット選挙運動への理解度（学歴別）

例：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

(%)

	正答(できる)	誤答(できない)	わからない
全体(n=2000)	17.4	40.3	42.4
中学校卒(39)	10.3	25.6	64.1
高校卒(504)	13.1	35.1	51.8
高専・短大・専修学校卒(493)	15.4	38.9	45.6
大学・大学院卒(952)	21.1	44.1	34.8
その他(12)	8.3	50.0	41.7

国の政治への関心との関係では、5 団体モニター調査と同じく、いずれの設問も「非常に関心を持っている」人の正答率が最も高く、以下関心が薄くなるにつれて正答率が下がっている。例として「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」についての結果を示すと表 7 のとおりである。

表 7 インターネット選挙運動への理解度（国の政治への関心の有無）

例：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 (%)

	正答(できる)	誤答(できない)	わからない
全体(n=2000)	17.4	40.3	42.4
非常に関心を持っている(485)	23.5	51.8	24.7
多少は関心を持っている(1139)	16.8	41.0	42.2
あまり関心を持っていない(291)	13.1	24.1	62.9
全く関心を持っていない(63)	7.9	23.8	68.3
わからない(22)	0.0	9.1	90.9

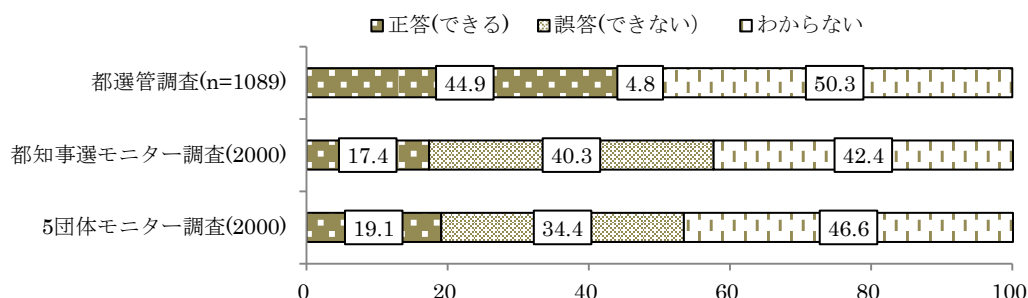
ウ 都選管調査との比較

東京都選挙管理委員会は、昨年 6 月の都議選及び 7 月の参院選について、参院選後の 9 月に、都内在住の有権者（標本 1,800、回収 1,089）を対象に面接調査法による意識調査を実施した（以下「都選管調査」という）。その調査の中には、本問と類似する設問がある。そこでは「今回の参議院議員選挙からインターネットを使用した選挙運動（ネット選挙）が解禁されたことを知っていますか」と前段で問い、「知っている」と答えた人（79.5%）に「ネット選挙について知っていることを教えてください」として、「フェイスブックやツイッターなどを利用した選挙運動」等が「できる」か「できない」かを聞いている。その調査結果と本調査の結果を比較してみよう。

なお、本報告書においては都選管調査の母数は回収数 1,089 とし、インターネット選挙運動の解禁を「知らない」と回答した人は、「わからない」に含めて計算した。

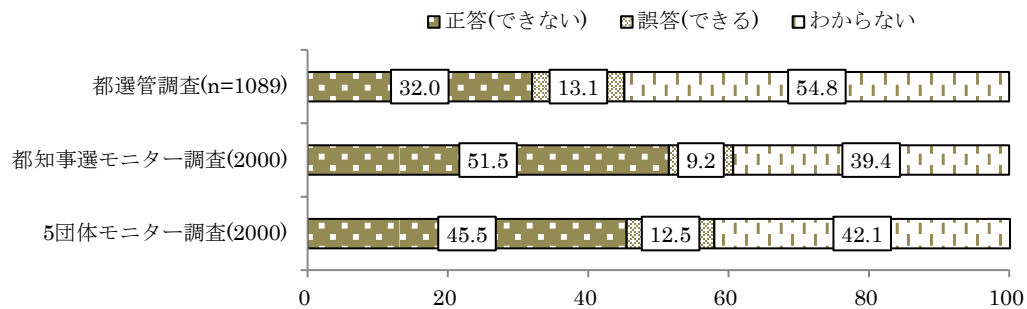
設問① 都選管調査：フェイスブックやツイッターなどを利用した選挙運動

本調査：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

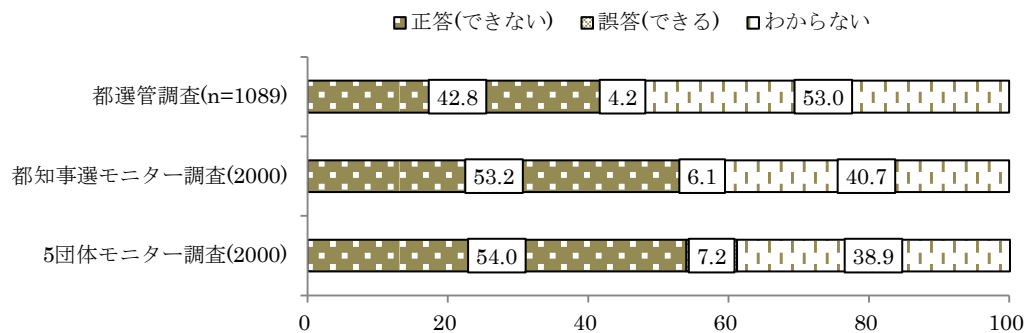


設問② 都選管調査：候補者や政党等ではない一般の人が、メールにより特定の候補者へ投票するように呼びかけること

本調査：メールにより特定の候補者へ投票するよう呼びかけること

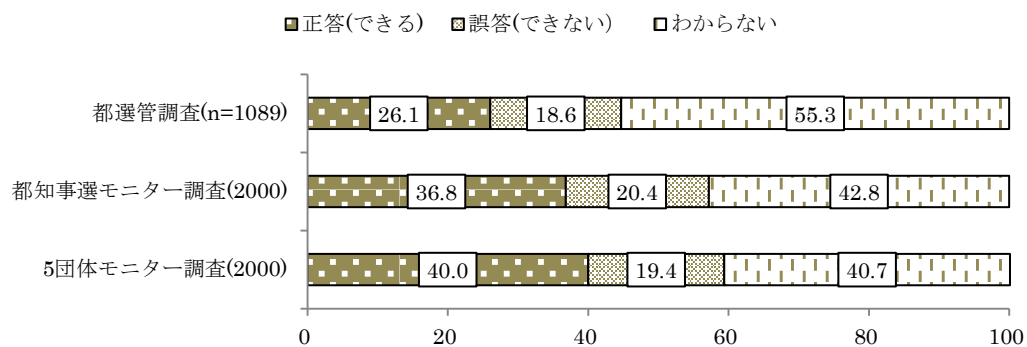


設問③ 未成年者がツイッターなどを使って選挙運動すること（両調査とも同じ設問文）



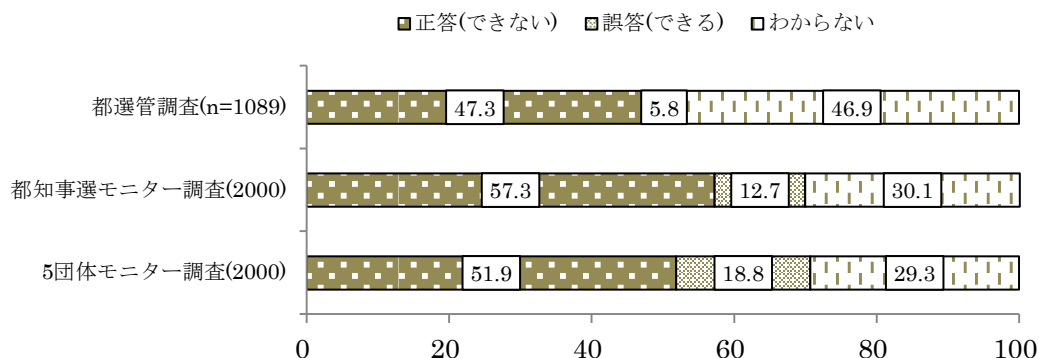
設問④ 候補者の街頭演説を録画し、インターネット上で公開すること

（両調査とも同じ設問文）



設問⑤ 都選管調査：インターネットを利用した投票

本調査：インターネットを利用して投票すること



上記の設問中①を除き②から⑤は設問の内容が全く同じかほぼ同じであり、設問②は約 20 ポイント、③から⑤は約 10 ポイント、本調査の方が都選管調査より正答率が高い。

これは、本調査はネットモニターを対象としているのに対し、都選管調査はインターネットを利用しない人も対象にしていること、調査時点が 5 ヶ月異なること等によるものと考えられる。設問①だけ、都選管調査の正答率が大きく上回っているが、これは本調査が「候補者以外の方」に限定しているのに対し、都選管調査は、候補者も含めて考えることができるため、この違いが大きく出たのではないかと考える。前記のとおり、選挙運動は候補者と関係者がするもので、一般の人は関係がないという誤解があるのではないかとと思われる。

エ 以上のインターネット選挙運動の理解度に関する設問への回答状況を鳥瞰すると、都知事選モニター調査において正答率が 5 割を超えたのは 7 問中 3 問のみで、中には正答率が 2 割に満たないものもあった。5 団体モニター調査結果との比較では、各設問とも回答結果が類似しており、調査対象者である「ネットモニター」の特性が見られた。参考までに、7 つの設問すべてに正答した人は「インターネット選挙運動の解禁」を「知っている」と回答した 1,667 名の中で、37 名であった。都選管調査との比較では、設問文等の違いがある 1 つを除き、他はすべて都知事選モニター調査が上回っている。ネットを利用しない人を含む都選管調査の調査結果を踏まえると、有権者全体としての正答率はさらに低いと考えられる。このように、インターネット選挙運動についての正しい知識はまだまだ広まっていない。加えて Q 7 のように事前運動の禁止など、インターネット選挙運動以前の基礎的な知識も十分な理解を得られているとは言えない。今後、より丁寧な周知広報が必要である。

オ 投票行動との関係

今回の調査では、調査対象者全員に「あなたは東京都知事選挙で、投票に行きましたか」と尋ねている。その結果、66.6%の人が投票に行ったと回答している。実際の投票率は 46.14%で、20.4 ポイント高い結果となっている。このような政治や選挙への意識調査に協力する人は実際、投票に行っている人が多く、逆に棄権して

いる人は調査にも協力しないということがよく言われている。今回の調査にもその影響が及んでいるものとする。

このようなことに留意しつつ、ここではインターネット選挙運動への理解度と投票行動の関係を見るため、事例としてＱ２の「メールにより特定の候補者へ投票するように呼びかけ」とＱ６の「インターネットを利用して投票すること」を取り上げ、それぞれの設問に対する正答者と正答できなかった人との投票行動の違いを検証した。

その結果、以下に示すように、いずれの事例でも、正答者の方が正答できなかった人よりも投票に行っていることが分かった（表８・９）。

表８ 例１「メールにより特定の候補者へ投票するように呼びかけ」 (%)

	全体	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	1667	69.9	29.8	0.4
正答(できない)	1030	71.7	28.0	0.3
誤答(わからない含む)	637	66.9	32.7	0.5

表９ 例２「インターネットを利用して投票すること」 (%)

	全体	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	1667	69.9	29.8	0.4
正答(できない)	1145	74.4	25.4	0.2
誤答(わからない含む)	522	60.0	39.3	0.8

(３) インターネット選挙情報への接触

ア 調査対象者全員に、都知事選と昨年７月に行われた参院選でのインターネットの利用の有無について尋ねた。具体的には、「あなたは、〇〇選挙のときにインターネットをどのように利用しましたか」と問い、下記のうち あてはまるものを全て選んでもらった（複数回答）。

- ①「候補者や政党の HP・ブログ・SNS を見た」
- ②「候補者や政党からメールを受け取った」
- ③「自分自身が特定の候補者を応援または批判する情報発信をした」
- ④「候補者や政党とインターネットを通じて交流した」
- ⑤「動画共有サイトを利用して選挙関連の動画を見た」
- ⑥「ニュースサイトや選挙情報サイトを見た」
- ⑦「その他」
- ⑧「利用しなかった」

なお、都知事選では選択肢として下記を追加したがこれについては後述する。

- ①「候補者によるインターネット討論会を見た」
- ②「政策などのつぶやきを解析したビッグデータを見た」
- ③「候補者の政策との一致度がわかるサービスを利用した」

この設問に関する都知事選モニター調査の結果を、20～30 歳代、40～50 歳代、60 歳以上の三つの世代に分けて、都知事選と参院選の 2 つの選挙で比較してみる(表 1 0)。

上記の選択肢の中で、①～④はインターネット選挙運動解禁に伴って可能となったものであるが、これらを選択した人の割合はいずれも少なく、①～④をあわせても、都知事選では全世代で 14.3%、参院選では全世代で 13.7%となっている(以下、①～④を合わせたものを「インターネット選挙運動情報」という)。大きな差はないが、都知事選の方が若干高く出ている。年代別では、都知事選、参院選ともに、20～30 歳代が多い。60 歳以上とでは約 10 ポイントの差がある。年代を問わず、インターネット選挙運動情報の中で最も多く選択されたのは、①の「候補者や政党の HP・ブログ・SNS を見た」であった。

⑤～⑦を含め、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合計は、都知事選が全世代で 49.0%、参院選が全世代で 43.1%である(以下、①～⑦を合わせたものを「インターネット選挙情報」という)。ここでも都知事選の方が高い。年代別では、都知事選、参院選ともに、20～30 歳代の接触率が高く、都知事選では 60 歳以上との間には 30 ポイント以上、参院選でも約 30 ポイントの違いがある。なお、都知事選では 62.3%の人が、参院選では 68.1%の人が「利用しなかった」と答えている。

表 1 0 インターネット選挙情報への接触度(都知事選モニター調査) (%)

		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

*①～⑦への選択割合は、年代別の「利用した」割合が母数となっているが複数回答のため、「ネット選挙情報への接触の累計(①～⑦)」と「利用しなかった」を合計すると 100%を超える(表 11 も同じ)。

これらの調査結果を 5 団体モニター調査と比較すると、全体として都知事選モニター調査の方が接触率が高い(表 1 1)。特に、地方選におけるネット選挙運動情報への接触度は、東京都の方が 5 団体よりかなり高くなっている(都:14.3%、地方選:10.7%)。年代別に見ると 20～30 歳代と 40～50 歳代の接触度は 1.5 倍程の差がある(18.2% : 12.5%、15.9% : 10.9%)。ネット選挙情報全体をみても東京都の方が 5 団体より接触

度が高く(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%)。

どの媒体への接触度が高いかは、都知事選モニター調査、5団体モニター調査とも同様の傾向にある。

表1-1 インターネット選挙情報への接触度(5団体モニター調査) (%)

		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(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(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

次に、上記の設問で①～⑦のインターネット選挙情報に接触したと回答した人に対し、「インターネットによって得られた情報は投票に関して参考になりましたか」と尋ねた。

都知事選、参院選ともに接触した人の7割強の人は「参考になった」(「多少は」を含む)と回答している。インターネット選挙情報への接触は都知事選の方が多かったが、参考になったとする有用度は参院選の方が若干高い(表1-2)。

表1-2 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(都知事選モニター調査) (%)

	全体		20～30歳代		40～50歳代		60歳以上	
	都知事選 (n=754)	参院選 (638)	都知事選 (333)	参院選 (284)	都知事選 (275)	参院選 (231)	都知事選 (146)	参院選 (123)
参考になった	19.0	17.4	23.4	20.1	17.1	15.2	12.3	15.4
多少は参考になった	57.8	62.4	55.3	61.3	58.2	65.8	63.0	58.5
小計	76.8	79.8	78.7	81.4	75.3	81.0	75.3	73.9
参考にならなかった	12.2	11.3	9.9	8.8	11.6	9.5	18.5	20.3
わからない	11.0	8.9	11.4	9.9	13.1	9.5	6.2	5.7

5団体モニター調査では地方選、参院選ともに接触した人の7割の人は「参考になった」(「多少は」を含む)と回答している。地方選よりも参院選の方が若干有用度が高いという回答になっている(表1-3)。

表 1 3 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 (5 団体モニター調査)
(%)

	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

なお、上記の表 1 2、1 3 はインターネット選挙情報に接触した人を母数としている。
調査対象者を母数にして、参考になった人の割合を示すと表 1 4、1 5 のとおりで、
「参考になった」（「多少は」を含む）と回答した人の割合は、都知事選では 29.0%、
参院選で 25.5% で、5 団体モニター調査より高く、特に都知事選は 5 団体の首長選挙より
かなり高い。

表 1 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
(都知事選モニター調査：母数は調査対象者全員(2000))
(%)

	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
参考になった	7.2	5.6	11.6	8.4	7.0	5.2	2.7	2.9
多少は参考になった	21.8	19.9	27.3	25.8	24.0	22.8	14.0	11.0
計	29.0	25.5	38.8	34.2	31.0	28.0	16.7	13.9
参考にならなかった	4.6	3.6	4.9	3.7	4.8	3.3	4.1	3.8
わからない	4.2	2.9	5.6	4.1	5.4	3.3	1.4	1.1
利用しなかった	62.3	68.1	50.7	57.9	58.8	65.4	77.8	81.3

表 1 5 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
(5 団体モニター調査：母数は調査対象者全員(2000))
(%)

	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
参考になった	4.3	4.5	4.9	5.8	4.4	3.6	3.6	3.9
多少は参考になった	14.9	17.1	16.3	17.7	17.7	20.1	11.0	13.8
計	19.2	21.5	21.2	23.5	22.1	23.7	14.7	17.7
参考にならなかった	5.1	4.3	5.8	5.2	5.1	3.9	4.5	3.6
わからない	2.9	2.4	3.2	2.5	3.8	3.8	1.7	1.0
利用しなかった	72.9	71.9	69.7	68.8	69.0	68.6	79.2	77.7

ウ 次に選択肢ごとに参考になったか否かを見ていく。都知事選モニター調査で最も
「参考になった（「多少は」を含む）」のは、都知事選では「動画共有サイトを利用し
て選挙関連の動画を見た」（93.0%）、次いで「候補者や政党のHP・ブログ・SNS
を見た」（90.3%）であった。参院選でも「動画共有サイトを利用して選挙関連の動

画を見た」(93.9%)が多く、次いで「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」(90.0%)であった。但し、該当数が20と少ない点は留意する必要がある(表16)。

5団体モニター調査で最も参考になったのは、地方選では「候補者や政党のHP・ブログ・SNSを見た」(89.0%)、次いで「候補者と政党とインターネットを通じて交流した」(85.7%)となっている。但し、「交流した」は該当数が14と少ない。参院選は「候補者や政党からメールを受け取った」(93.8%)、次いで「候補者や政党のHP・ブログ・SNSを見た」(89.0%)であった(表17)。

表16 インターネット上の選挙情報は参考になったか(都知事選モニター調査) (%)

	参考になった		多少は参考になった		小計		参考にならなかった		わからない	
	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	都知事選	参院選
候補者や政党のHP・ブログ・SNSを見た(都知事選n=237、参院選216)	32.1	31.0	58.2	57.9	90.3	88.9	6.3	7.9	3.4	3.2
候補者や政党からメールを受け取った(都9、参17)	66.7	41.2	22.2	47.1	88.9	88.3	11.1	11.8	0.0	0.0
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(都27、参20)	40.7	35.0	44.4	55.0	85.1	90.0	11.1	5.0	3.7	5.0
候補者や政党とインターネットを通して交流した(都10、参20)	30.0	55.0	60.0	25.0	90.0	80.0	0.0	20.0	10.0	0.0
動画共有サイトを利用して選挙関連の動画を見た(都85、参66)	41.2	40.9	51.8	53.0	93.0	93.9	3.5	6.1	3.5	0.0
ニュースサイトや選挙情報サイトを見た(都594、参518)	15.8	15.6	59.8	64.5	75.6	80.1	11.8	10.0	12.6	9.8
その他(都14、参4)	35.7	25.0	14.3	0.0	50.0	25.0	21.4	50.0	28.6	25.0

表17 インターネット上の選挙情報は参考になったか(5団体モニター調査) (%)

	参考になった		多少は参考になった		小計		参考にならなかった		わからない	
	地方選	参院選	地方選	参院選	地方選	参院選	地方選	参院選	地方選	参院選
候補者や政党のHP・ブログ・SNSを見た(n=地方173、参208)	31.2	27.9	57.8	61.1	89.0	89.0	8.1	7.2	2.9	3.8
候補者や政党からメールを受け取った(地11、参16)	18.2	25.0	54.5	68.8	72.7	93.8	18.2	6.3	9.1	0.0
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(地13、参8)	30.8	25.0	38.5	37.5	69.3	62.5	15.4	37.5	15.4	0.0
候補者や政党とインターネットを通して交流した(地14、参12)	35.7	41.7	50.0	33.3	85.7	75.0	14.3	8.3	0.0	16.7
動画共有サイトを利用して選挙関連の動画を見た(地34、参50)	32.4	34.0	44.1	50.0	76.5	84.0	20.6	14.0	2.9	2.0
ニュースサイトや選挙情報サイトを見た(地420、参426)	14.5	15.0	54.5	60.6	69.0	75.6	19.5	16.0	11.4	8.5
その他(地8、参2)	12.5	0.0	25.0	50.0	37.5	50.0	37.5	0.0	25.0	50.0

調査結果はそれぞれの調査地域での選挙運動や選挙に関する報道等に盛り上がりがあったか否か、などが基になっていることは言うまでもない。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、後述の選択肢にあるような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ボ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(P25 参照)。加えて調査は投票日直後に

行ったため、これらのことが調査対象者の記憶に残っていたことなどから、都知事選モニター調査(都知事選)が 5 団体モニター調査(地方選)や参院選より接触度や有用度が高かった要因と考えられる。

エ 本調査では、選挙情報に限らず、「あなたは、主にどの端末でインターネット画面を見ることが多いですか」と尋ね、更に「あなたはインターネットを 1 日何時間ぐらい利用しますか」、「あなたは、ふだん、インターネットのどのようなサイトにアクセスしますか」、「あなたはインターネットをどのように利用していますか」と尋ねている。その結果を 5 団体調査と対比すると表 1 8 のとおりである。

利用端末は、「主にパソコン」を利用する者は、都知事選モニター調査の方が 5 団体モニター調査より多く、特に 20～30 歳代、40～50 歳代は約 10 ポイント上回っている。逆に「スマートフォン利用者」は、20～30 歳代、40～50 歳代で 5 団体モニターが都知事選モニターを約 10 ポイント上回っている。

普段、アクセスするサイトでは、「ニュースサイト」、「趣味のサイト」、「SNS」は、都知事選モニターの 20～30 歳代が約 5～10 ポイントの幅で上回っている。

利用方法を見ると、「フェイスブックを開設している」が都知事選モニターの 20～30 歳代で約 5 ポイント、40～50 歳代でも約 7 ポイント多い。しかし、総じて大きな違いはない。

表 1 8 インターネットの利用法 (都知事選・5 団体モニター)

(%)

		全体		20～30歳代		40～50歳代		60歳以上	
		都知事選 (n=2000)	5団体モニター (2000)	都知事選 (675)	5団体モニター (651)	都知事選 (668)	5団体モニター (633)	都知事選 (657)	5団体モニター (716)
主な 端 末	主にパソコンでネットを利用する	57.4	53.3	32.1	21.0	44.8	36.5	96.2	97.5
	主にスマートフォンでネットを利用する	35.9	40.4	60.9	70.0	45.2	54.5	0.8	0.8
	主にタブレットでネットを利用する	4.0	3.7	2.8	3.4	6.4	6.5	2.6	1.4
	主に携帯電話でネットを利用する	2.8	2.7	4.1	5.5	3.6	2.5	0.5	0.3
利用 時 間	1時間未満	24.5	28.2	19.9	26.6	33.5	41.2	19.9	18.2
	1時間以上3時間未満	50.7	49.0	53.2	51.8	48.1	45.7	50.8	49.4
	3時間以上5時間未満	16.9	15.7	17.6	13.1	12.0	10.6	21.2	22.5
	5時間以上	8.0	7.2	9.3	8.6	6.4	2.5	8.1	9.9
ア ク セ ス サ イ ト	ニュースサイト	77.1	70.9	77.8	66.8	77.1	73.0	76.3	72.8
	趣味のサイト	60.5	59.9	64.0	59.9	59.9	60.0	57.4	59.8
	SNSなどのコミュニティサイト	33.3	28.6	54.4	49.3	30.5	26.7	14.5	11.3
	通信販売のサイト	42.8	43.0	35.3	33.8	42.8	42.3	50.5	51.8
	動画サイト	28.0	26.8	34.7	35.6	25.6	22.9	23.6	22.2
	その他	3.4	3.7	0.4	0.5	1.2	1.9	8.7	8.2
利 用 方 法	ホームページを開設している	5.4	5.3	3.4	4.9	5.4	3.9	7.3	6.8
	ブログを開設している	8.7	7.2	11.4	8.4	7.8	5.4	6.8	7.7
	フェイスブックを開設している	28.4	22.9	45.3	40.4	25.0	18.3	14.5	11.0
	ツイッターを利用している	18.7	13.3	28.4	20.4	16.6	12.6	10.8	7.3
	LINEを利用している	45.5	44.6	70.2	75.1	56.0	55.9	9.3	6.7
	電子メールを利用している	72.0	65.5	64.3	56.1	74.3	65.6	77.6	73.9
	どれも該当しない	11.7	13.4	8.1	7.1	10.0	11.4	17.0	20.9

これらの調査結果とインターネット選挙情報への接触状況との関係を都知事選モニター調査で見てみる（表19）。

インターネットに接続する際の端末の違いでは、①～④のインターネット選挙運動情報への接触は、「主にタブレットでネットを利用する」人が比較的多いが、それでも累計で17.7%である。①～⑦のインターネット選挙情報に接触した人も「主にタブレットでネットを利用する」人が最も多い（累計で54.4%）。

インターネット利用時間による違いでは、インターネット選挙運動情報についてはインターネットの利用時間が長くなるほど接触率も高くなるが、「3時間以上5時間未満」「5時間以上」のヘビーユーザーでも累計で18.1%、20.2%である。一方、個々のインターネット選挙情報への接触を見ると、必ずしも、インターネットの利用時間が長いほど接触度が高まる傾向にはない。

ふだんアクセスするサイトとの関連では、「SNSなどのコミュニティサイト」、「動画サイト」にアクセスする人の接触度が比較的高い（ネット選挙運動情報の累計でSNS：24.8%、動画サイト：21.4%）。

インターネットの利用方法との関連では、「ホームページ」「ブログ」「フェイスブック」を開設及び「ツイッター」を利用している人は、インターネット選挙運動情報及びインターネット選挙情報への接触度が比較的高い。特に「ツイッター」利用者の接触度は高い。これらの傾向は5団体モニター調査と同じである。

表19 インターネットの利用状況とインターネット選挙情報への接触の関係
(都知事選モニター調査) (%)

		①候補者 や政党のHP・ ブログ・SNSを見た	②候補者 や政党から メールを受け取った	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	④候補者 や政党とイ ンターネット を通して交 流した	ネット選挙 運動情報 への接触 の累計 (①～④)	⑤動画共 有サイトを 利用して選 挙関連の 動画を見た	⑥ニュース サイトや選 挙情報サイ トを見た	⑦その他	ネット選挙 情報への 接触の累 計(①～⑦)	利用した	利用しな かった
主 な 端 末	主にパソコンでネットを利用する(n=1148)	12.2	0.5	1.1	0.6	14.4	4.5	28.4	0.8	48.1	36.1	63.9
	主にスマートフォンでネットを利用する(718)	11.8	0.3	1.7	0.0	13.8	4.0	33.3	0.6	51.7	41.5	58.5
	主にタブレットでネットを利用する(79)	12.7	0.0	2.5	2.5	17.7	3.8	31.6	1.3	54.4	40.5	59.5
	主に携帯電話でネットを利用する(55)	3.6	1.8	0.0	1.8	7.2	1.8	7.3	0.0	16.3	16.4	83.6
利 用 時 間	1時間未満(489)	6.1	0.0	0.2	0.2	6.5	2.2	20.0	0.2	28.9	24.9	75.1
	1時間以上3時間未満(1014)	13.5	0.2	1.6	0.3	15.6	4.5	32.1	0.7	52.9	40.5	59.5
	3時間以上5時間未満(338)	13.9	1.5	1.5	1.2	18.1	6.2	33.1	0.3	57.7	43.2	56.8
	5時間以上(159)	14.5	1.3	3.1	1.3	20.2	4.4	36.5	3.1	64.2	47.2	52.8

表 19 インターネットの利用状況とインターネット選挙情報への接触の関係（続き）

		①候補者 や政党のHP・ブログ・ SNSを見た	②候補者 や政党から メールを受け取った	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	④候補者 や政党とイ ンターネット を通して交 流した	ネット選挙 運動情報 への接触 の累計 (①～④)	⑤動画共 有サイト を利用して選 挙関連の 動画を見た	⑥ニュース サイトや選 挙情報サイ トを見た	⑦その他	ネット選挙 情報への 接触の累 計(①～⑦)	利用した	利用しな かった
ア ク セ ス サ イ ト	ニュースサイト(1541)	14.1	0.5	1.6	0.6	16.8	5.1	35.2	0.8	56.0	47.2	52.8
	趣味のサイト(1209)	13.2	0.6	1.2	0.6	15.6	4.5	32.7	0.7	59.9	47.2	52.8
	SNSなどのコミュニティサイ ト(666)	20.7	0.9	2.6	0.6	24.8	6.5	36.8	0.8	52.6	47.2	52.8
	通信販売のサイト(856)	11.4	0.7	1.3	0.7	14.1	4.6	31.0	0.7	63.3	47.2	52.8
	動画サイト(560)	17.9	0.7	2.1	0.7	21.4	8.9	39.6	1.1	50.9	47.2	52.8
	その他(68)	4.4	0.0	0.0	0.0	4.4	2.9	13.2	1.5	80.9	47.2	52.8
利 用 方 法	ホームページを開設してい る(107)	20.6	2.8	5.6	2.8	31.8	9.3	29.9	1.9	72.9	42.1	57.9
	ブログを開設している(174)	21.8	1.7	5.7	2.3	31.5	4.0	33.9	1.7	71.1	47.7	52.3
	フェイスブックを開設してい る(568)	20.2	1.4	3.0	1.1	25.7	7.4	38.7	0.9	72.7	51.2	48.8
	ツイッターを利用している (374)	28.9	1.6	3.7	1.3	35.5	10.7	43.0	1.1	90.3	58.8	41.2
	LINEを利用している (909)	15.7	0.3	1.2	0.2	17.4	5.3	35.8	0.6	59.1	44.8	55.2
	電子メールを利用している (1440)	13.5	0.5	1.5	0.6	16.1	5.0	32.8	0.9	54.8	40.8	59.2
	どれも該当しない(234)	3.4	0.0	0.0	0.9	4.3	0.9	17.1	0.4	22.7	20.9	79.1

*①～⑦の選択割合は、「主な端末」、「利用時間」、「アクセスサイト」、「利用方法」の各選択肢の「利用した」割合が母数となっ
ているが複数回答のため、「ネット選挙情報への接触の累計(①～⑦)」と「利用しなかった」を合計すると100%を超える(表20
も同じ)。

オ インターネット選挙運動情報への接触を性別で見ると、累計で男性が17.6%、女性
が10.8%と男女差が大きい(表20)。ニュースサイト等を含めたインターネット
選挙情報への接触も男性の57.1%に対し、女性は40.8%と少ない。

学歴との関連では、学歴が高くなるほど接触度が増す傾向となっている。

インターネット選挙運動情報への接触と政治的関心との関係を見ると、「自分の住
んでいる地域の政治に非常に関心を持っている」人は、累計で24.6%が「候補者や政
党のHP・ブログ・SNSをみた」と答えているが、その他のインターネット選挙運動
情報への接触は1.7～2.8%である。「非常に関心を持っている」人のうちニュースサ
イト等を含めたインターネット選挙情報に接触した人は83.8%で、政治への関心が薄
くなるほど接触度は下がっている。

支持政党の有無についてもインターネット上の選挙情報への接触との相関が見ら
れるが、政治的関心ほど強くない。

以上の傾向は5団体モニター調査と同じである。

表 2 0 インターネット選挙情報への接触（都知事選モニター調査・性別、学歴別等）
(%)

		①候補者や 政党のHP・ブ ログ・SNSを 見た	②候補者や 政党からメー ルを受け取っ た	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	④候補者や 政党とイン ターネットを通 じて交流した	ネット選挙運 動情報への 接触の累計 (①～④)	⑤動画共有 サイトを利用 して選挙関連 の動画を見た	⑥ニュースサ イトや選挙情 報サイトを見 た	⑦その他	ネット選挙情 報への接触 の累計 (①～⑦)	利用した	利用しな かった
性別	全体(n=2000)	11.9	0.5	1.4	0.5	14.3	4.3	29.7	0.7	49.0	37.7	62.3
	男性(979)	14.2	0.6	2.1	0.7	17.6	5.6	33.5	0.4	57.1	44.4	55.6
	女性(1021)	9.6	0.3	0.6	0.3	10.8	2.9	26.1	1.0	40.8	31.2	68.8
学 歴 別	全体(n=2000)	11.9	0.5	1.4	0.5	14.3	4.3	29.7	0.7	49.0	37.7	62.3
	中学校卒(39)	5.1	0.0	2.6	0.0	7.7	0.0	12.8	0.0	20.5	15.4	84.6
	高校卒(504)	7.5	0.0	1.0	0.4	8.9	2.4	19.6	0.6	31.5	26.8	73.2
	高専・短大・専修学校卒(493)	11.4	0.2	0.8	0.0	12.4	4.7	29.4	0.8	47.3	36.1	63.9
	大学・大学院卒(952)	14.8	0.8	1.7	0.8	18.1	5.3	36.1	0.7	60.2	45.5	54.5
	その他(12)	0.0	0.0	8.3	0.0	8.3	0.0	8.3	0.0	16.6	16.7	83.3
地 域 の 政 治 へ の 関 心	全体(n=2000)	11.9	0.5	1.4	0.5	14.3	4.3	29.7	0.7	49.0	37.7	62.3
	非常に関心を持っている(362)	24.6	1.9	2.8	1.7	31.0	9.4	42.3	1.1	83.8	55.2	44.8
	多少は関心を持っている(1111)	11.0	0.1	1.3	0.2	12.6	4.1	31.2	0.6	48.5	39.2	60.8
	あまり関心を持っていない(432)	4.9	0.2	0.7	0.5	6.3	1.2	19.9	0.2	27.6	24.3	75.7
	全く関心を持っていない(73)	6.8	0.0	0.0	0.0	6.8	1.4	9.6	1.4	19.2	16.4	83.6
	わからない(22)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	4.5	4.5	9.0	9.1	90.9
政 党 支 持 の 有 無	全体(n=2000)	11.9	0.5	1.4	0.5	14.3	4.3	29.7	0.7	49.0	37.7	62.3
	ふだんから支持する政党がある (299)	15.1	2.0	4.7	1.3	23.1	7.4	30.1	0.7	61.3	42.1	57.9
	支持するのはいないが、好ましいと 思っている政党がある(623)	15.4	0.3	1.3	0.3	17.3	5.8	36.8	0.6	60.5	46.5	53.5
	支持する、または好ましいと思っ ている政党はない(889)	10.5	0.1	0.6	0.3	11.5	2.6	27.2	0.9	42.2	33.6	66.4
	わからない(189)	1.6	0.0	0.0	0.5	2.1	2.1	17.5	0.0	21.7	20.6	79.4

カ インターネット選挙情報への接触（新規設問）

インターネット選挙情報への接触について、都知事選にのみ、以下の設問を加えて尋ねた。

- ①「候補者によるインターネット討論会を見た」
- ②「政策などのつぶやきを解析したビッグデータを見た」
- ③「候補者の政策との一致度がわかるサービスを利用した」

これらの情報への接触は表 2 1 のとおりで、全体としての接触度はいずれも少ない。

年代別では 20～30 歳代の接触が、他の年代を若干上回っているが、最も接触した「政策などのつぶやきを解析したビッグデータを見た」でさえ 4.3%であった。しかし、これらの情報を積極的に取りにいった有権者がそれだけいた、という見方もできる。

表 2 1 インターネット選挙情報（新規選択肢・年代別）
(%)

	全体 (n=2000)	20～30歳代 (675)	40～50歳代 (668)	60歳以上 (657)
①候補者によるインターネット討論会を見た	2.8	3.6	2.1	2.6
②政策などのつぶやきを解析したビッグデータを見た	2.1	4.3	1.2	0.8
③候補者の政策との一致度がわかるサービスを利用した	2.1	4.0	1.2	1.1

性別、学歴等調査対象者の属性との関係は、既に見た他のインターネット選挙情報への接触の関係と特に異なったものはない（表 2 2）。

表 2 2 インターネット選挙情報への接触（新規選択肢・属性別）（％）

		①候補者によるインターネット討論会を見た	②政策などのつぶやきを解析したビッグデータを見た	③候補者の政策との一致度がわかるサービスを利用した	計
性別	全体(n=2000)	2.8	2.1	2.1	7.0
	男性(979)	3.9	2.2	2.5	8.6
	女性(1021)	1.7	2.0	1.8	5.5
学歴別	全体(n=2000)	2.8	2.1	2.1	7.0
	中学校卒(39)	0.0	0.0	0.0	0.0
	高校卒(504)	1.8	0.6	1.0	3.4
	高専・短大・専修学校卒(493)	2.0	0.8	1.4	4.2
	大学・大学院卒(952)	3.8	3.7	3.2	10.7
	その他(12)	0.0	0.0	0.0	0.0
地域の政治への関心	全体(n=2000)	2.8	2.1	2.1	7.0
	非常に関心を持っている(362)	8.6	4.4	3.3	16.3
	多少は関心を持っている(1111)	1.9	1.8	2.3	6.0
	あまり関心を持っていない(432)	0.7	1.4	0.7	2.8
	全く関心を持っていない(73)	0.0	0.0	1.4	1.4
	わからない(22)	0.0	0.0	4.5	4.5
政党支持の有無	全体(n=2000)	2.8	2.1	2.1	7.0
	ふだんから支持する政党がある(299)	6.0	3.7	2.3	12.0
	支持するのではないが、好ましいと思っている政党がある(623)	3.4	2.4	2.6	8.4
	支持する、または好ましいと思っている政党はない(889)	1.7	1.8	1.8	5.3
	わからない(189)	0.5	0.0	1.6	2.1

キ 投票行動との関係

インターネット選挙情報への接触度と投票行動の関係を見るため、表 2 0 の①～⑦のネット選挙情報を利用した人と利用しなかった人を区分して、それぞれの投票行動を見た。その結果は、表 2 3 に示すように、インターネット選挙情報を利用した人の 74.3% が投票に行ったと回答しており、利用しなかった人より 12.4 ポイント高かった。

表 2 3 インターネット上の選挙情報の利用と投票行動（都知事選モニター調査）（％）

	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)	66.6	32.7	0.8
利用した(754)	74.3	25.6	0.1
利用しなかった(1246)	61.9	36.9	1.2

(4) インターネット選挙運動の今後の活用方法

以上見たように、インターネット選挙運動への接触率は、現段階では決して高いとはいえないが、有権者は、インターネット選挙運動について、今後どのような活用を期待しているのであろうか。本調査では、全ての調査対象者に「あなたは、インターネット選挙運動に、今後どのような活用を期待しますか」と尋ね、いくつかの選択肢を示して、幾つでも選んでもらった（表24）。

表24 インターネット選挙運動の今後の活用方法（都知事選モニター調査） (%)

	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)	42.6	35.3	14.0	11.5	17.4	3.6	6.1	2.0	27.1	11.3
20～30歳代(675)	48.1	42.7	13.8	15.4	18.7	3.3	5.0	2.4	17.6	12.3
40～50歳代(668)	44.8	37.0	15.9	11.8	15.9	3.9	6.0	1.6	24.1	10.5
60歳以上(657)	34.6	26.0	12.3	7.0	17.5	3.7	7.3	1.8	39.7	11.1

この設問への回答を見ると、全体では、42.6%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、次いで 35.3%の人が「マスコミがあまり報じない情報を発信する」と回答しており、投票にあたっての判断基準になる情報が求められていると言える。一方で「特に期待するものはない」が 27.1%、「わからない」が 11.3%と合わせて 38.4%に上る。年代別にみても基本的な傾向は変わらないが、60歳以上は、「特に期待するものはない」と「わからない」を合わせた割合が 50.8%と半数に上っている。概して各項目への選択率は5団体モニター調査より高い（5団体モニター：政策の違いをわかりやすく：39.4%、マスコミ：31.4%、候補者同士が論戦：15.5%など）。

続いて、「あなたは、東京都知事選挙のときに、インターネットをどのように利用しましたか」という質問に「利用しなかった」と答えた人、また「インターネットによって得られた情報は、投票に関して参考になりましたか」という質問に「参考にならなかった」と答えた人がどのようなことを期待しているかを見してみる（表25）。

「利用しなかった」人のうち「特に期待するものはない」と回答した人と「わからない」と回答した人を合わせると 54.4%と半数を超える。しかし、30.3%の人は「候補者や政党が、政策の違いをわかりやすく伝える」を、22.9%の人は「マスコミがあまり報じない情報を発信する」を選んでおり、これらは5団体モニター調査結果とほとんど同じであった。

インターネットを利用したけれど「参考にならなかった」と回答した人のうち「特に期待するものはない」と答えた人は 20.7%であった。46.7%の人は「候補者や政党が、政策の違いをわかりやすく伝える」を、42.4%の人は「マスコミがあまり報じない情報を発信する」を選んでおり、総じて5団体モニター調査より期待度は高かった。

表 2 5 インターネット選挙運動の今後の活用方法（利用しなかった人等）

(%)

	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的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
利用しなかった(n=1246)	30.3	22.9	8.7	6.7	10.0	1.8	3.1	1.6	37.6	16.8
参考にならなかった(92)	46.7	42.4	19.6	14.1	26.1	2.2	8.7	2.2	20.7	2.2

(5) インターネット選挙運動がもたらす影響

調査対象者全員に「インターネットを使用した選挙運動が解禁されたことにより、日本の政治や選挙にどのような影響をもたらすことが期待できますか。あなたの意見に近いものを一つ選んで下さい」と尋ね、6つの選択肢から一つ選んでもらった。

最も多かったのは「若年層の投票率が向上する」の36.8%で、「有権者の政治への関心が高まる」の14.3%、「有権者と政治家との距離が縮まる」の11.8%が続いている（表26）。ただし、「わからない」と答えた人が28.3%あった。若干の数値の違いはあるものの5団体モニター調査の結果と傾向は変わらない。

表 2 6 インターネット選挙運動がもたらす影響

(%)

	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 具体的に:	わからない
全体(n=2000)	6.2	11.8	14.3	36.8	2.8	28.3
20～30歳代(675)	6.2	12.6	18.2	33.3	2.8	26.8
40～50歳代(668)	6.6	12.6	14.4	37.0	3.0	26.5
60歳以上(657)	5.6	10.2	10.0	40.0	2.6	31.5

【おわりに】

今回の都知事選挙の候補者のほとんど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た。候補者によってはインターネットを通じて意見を募集し、それを基にした政策を発表したり、また街頭ではなくインターネット上を中心に選挙活動を行うなど、「インターネット」は少なからず注目された。

これに呼応するかのように、インターネット事業者やNPO法人などが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インターネット選挙運動に関連した話題は事欠くことはなかった。

しかし、各候補者のインターネット利用法やその支援者などの活動等の報道が多かったことに比べ、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。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調査対象者全員に尋ねているが、回答の多くは「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」などに集まった。同じ情報でも希少な情報であったり、政策の違いについての情報は見てみたいとしており、また「候補者との交流」を望む声もあった。実際に、ツイッターを通じて候補者に意見を出したところ、反応があったことで「候補者を近くに感じる事ができた」といった報道もあった。

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。

インターネット選挙運動への接触は有権者からはハードルが高いと思える反面、接触した後は、候補者に意見を出すなど現実的には難しかったり、煩わしいことも気軽にできるといった面も持ち合わせている。候補者サイドも有権者から意見を聞けるなど交流をすることは決してマイナスなことではないはずである。

この点を生かしていくことで、今後の国政、地方選挙でのインターネット選挙運動の可能性が広がるものと考ええる。今後も、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。

「インターネット選挙運動解禁(東京都知事選)」単純集計
(モニター全体調査(全体2000s)＋川崎モニター調査(500s)・川崎郵送調査(412s)含む)

Q1 あなたは、今の日本の政治に、どの程度満足していますか。(回答は1つ)

	n=	かなり満足	まあ満足	どちらともいえない	やや不満	かなり不満	その他	(%)
東京都	2,000	0.9	9.9	30.4	28.8	29.6	0.5	
全体	2,000	1.1	10.5	29.2	27.4	31.4	0.5	
宮城県	603	0.8	9.6	31.7	26.9	30.5	0.5	
広島県	712	1.5	10.0	26.3	27.8	34.0	0.4	
堺市	150	2.0	5.3	32.0	30.0	30.7	0.0	
川崎市	257	0.8	12.5	27.6	29.2	28.8	1.2	
神戸市	278	0.4	14.4	31.3	24.1	29.5	0.4	
		かなり満足	まあ満足	どちらともいえない	やや不満	かなり不満	その他	NA
川崎モニター調査	500	0.6	11.4	27.6	29.8	30.0	0.6	—
川崎郵送調査	412		13.8	26.0	35.4	23.8	0.5	0.5

Q2 あなたは、日本の国の政治についてどの程度関心を持っていますか。(回答は1つ)

	n=	非常に関心を持っている	多少は関心を持っている	あまり関心を持っていない	全く関心を持っていない	わからない	(%)
東京都	2,000	24.3	57.0	14.6	3.2	1.1	
全体	2,000	23.4	56.4	15.4	3.7	1.1	
宮城県	603	24.2	57.0	14.1	3.2	1.5	
広島県	712	24.2	55.9	15.4	3.8	0.7	
堺市	150	22.0	58.7	14.0	3.3	2.0	
川崎市	257	25.3	51.4	16.7	5.4	1.2	
神戸市	278	18.7	59.7	17.6	3.2	0.7	
川崎モニター調査	500	23.6	55.0	16.0	4.2	1.2	
川崎郵送調査	412	25.7	58.0	13.6	1.7	1.0	

Q3 あなたは、自分が住んでいる地域の政治についてどの程度関心を持っていますか。(回答は1つ)

	n=	非常に関心を持っている	多少は関心を持っている	あまり関心を持っていない	全く関心を持っていない	わからない	(%)
東京都	2,000	18.1	55.6	21.6	3.7	1.1	
全体	2,000	16.7	56.0	22.1	4.2	1.1	
宮城県	603	19.9	58.4	17.9	2.7	1.2	
広島県	712	15.2	56.3	23.5	3.9	1.1	
堺市	150	22.0	56.0	18.0	3.3	0.7	
川崎市	257	14.8	51.0	24.5	8.9	0.8	
神戸市	278	12.6	54.3	27.7	4.0	1.4	
川崎モニター調査	500	14.4	52.4	25.4	6.6	1.2	
川崎郵送調査	412	16.0	54.4	24.3	3.9	1.5	

Q4 あなたは、昨年7月の参院選からインターネットを使用した選挙運動が解禁されたことをご存知ですか。

	n=	知っている	知らない	(%)
東京都	2,000	83.4	16.7	
全体	2,000	83.5	16.6	
宮城県	603	84.4	15.6	
広島県	712	83.8	16.2	
堺市	150	85.3	14.7	
川崎市	257	80.2	19.8	
神戸市	278	82.4	17.6	
川崎モニター調査	500	83.0	17.0	
川崎郵送調査	412	66.7	33.3	

Q5-①インターネット選挙運動の解禁によって、下記の事柄は候補者以外の方ができるようになったと思いますか。
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

	n=	できる	できない	わからない		(%)
東京都	2,000	17.4	40.3	42.4		
全体	2,000	19.1	34.4	46.6		
宮城県	603	19.6	33.2	47.3		
広島県	712	18.5	34.8	46.6		
堺市	150	18.7	40.0	41.3		
川崎市	257	20.6	31.1	48.2		
神戸市	278	18.0	36.0	46.0		
		できる	できない	わからない	NA	Q4で「知らない」と回答
川崎モニター調査		19.4	34.4	46.2	—	—
川崎郵送調査		23.8	22.3	20.1	0.5	33.3

Q5-②インターネット選挙運動の解禁で、下記の事柄は候補者以外の方ができるようになったと思いますか。
メールにより特定の候補者へ投票するよう呼びかけること

	n=	できる	できない	わからない		(%)
東京都	2,000	9.2	51.5	39.4		
全体	2,000	12.5	45.5	42.1		
宮城県	603	10.4	46.6	43.0		
広島県	712	15.4	43.4	41.2		
堺市	150	15.3	46.0	38.7		
川崎市	257	10.1	45.1	44.7		
神戸市	278	9.7	48.6	41.7		
		できる	できない	わからない	NA	Q4で「知らない」と回答
川崎モニター調査		11.6	45.6	42.8	—	—
川崎郵送調査		11.7	34.7	19.9	0.5	33.3

Q5-③インターネット選挙運動の解禁で、下記の事柄は候補者以外の方ができるようになったと思いますか。
特定の候補者からの選挙運動メールを転送すること

	n=	できる	できない	わからない		(%)
東京都	2,000	11.3	43.3	45.5		
全体	2,000	11.7	42.0	46.4		
宮城県	603	12.1	42.1	45.8		
広島県	712	11.8	40.7	47.5		
堺市	150	14.7	45.3	40.0		
川崎市	257	10.1	40.1	49.8		
神戸市	278	10.4	44.6	45.0		
		できる	できない	わからない	NA	Q4で「知らない」と回答
川崎モニター調査		12.0	39.2	48.8	—	—
川崎郵送調査		10.2	34.7	20.9	1.0	33.3

Q5-④インターネット選挙運動の解禁で、下記の事柄は候補者以外の方ができるようになったと思いますか。
未成年者がツイッターなどを使って選挙運動すること

	n=	できる	できない	わからない		(%)
東京都	2,000	6.1	53.2	40.7		
全体	2,000	7.2	54.0	38.9		
宮城県	603	7.1	55.4	37.5		
広島県	712	7.2	53.4	39.5		
堺市	150	5.3	60.7	34.0		
川崎市	257	8.6	46.3	45.1		
神戸市	278	7.2	55.8	37.1		
		できる	できない	わからない	NA	Q4で「知らない」と回答
川崎モニター調査		6.8	51.4	41.8	—	—
川崎郵送調査		4.1	45.4	16.7	0.5	33.3

Q5-⑤インターネット選挙運動の解禁で、下記の事柄は候補者以外の方ができるようになったと思いますか。
候補者の街頭演説を録画し、インターネット上で公開すること

	n=	できる	できない	わからない		(%)
東京都	2,000	36.8	20.4	42.8		
全体	2,000	40.0	19.4	40.7		
宮城県	603	39.3	19.7	41.0		
広島県	712	39.7	19.2	41.0		
堺市	150	46.7	22.7	30.7		
川崎市	257	37.4	16.3	46.3		
神戸市	278	40.6	20.1	39.2		
		できる	できない	わからない	NA	Q4で「知らない」と回答
川崎モニター調査		39.2	19.4	41.4	—	—
川崎郵送調査		26.9	15.0	24.0	0.7	33.3

Q5-⑥インターネット選挙運動の解禁で、下記の事柄は候補者以外の方ができるようになったと思いますか。
インターネットを利用して投票すること

	n=	できる	できない	わからない		(%)
東京都	2,000	12.7	57.3	30.1		
全体	2,000	18.8	51.9	29.3		
宮城県	603	17.9	52.1	30.0		
広島県	712	18.3	53.1	28.7		
堺市	150	20.7	56.0	23.3		
川崎市	257	22.6	44.7	32.7		
神戸市	278	17.6	52.9	29.5		
		できる	できない	わからない	NA	Q4で「知らない」と回答
川崎モニター調査		23.0	48.6	28.4	—	—
川崎郵送調査		12.6	43.0	10.0	1.2	33.3

Q5-⑦インターネット選挙運動の解禁で、下記の事柄は候補者以外の方ができるようになったと思いますか。
選挙期間外にフェイスブックやツイッターなどを使って選挙運動をすること

	n=	できる	できない	わからない		(%)
東京都	2,000	23.3	36.6	40.2		
全体	2,000	25.5	33.6	41.0		
宮城県	603	22.7	37.6	39.6		
広島県	712	25.8	33.4	40.7		
堺市	150	31.3	32.7	36.0		
川崎市	257	23.0	31.9	45.1		
神戸市	278	29.5	27.0	43.5		
		できる	できない	わからない	NA	Q4で「知らない」と回答
川崎モニター調査		23.4	33.6	43.0	—	—
川崎郵送調査		15.3	32.8	18.0	0.7	33.3

Q6 あなたは、ふだん政治や選挙の情報をどの程度得ていますか。(回答は1つ)
「テレビ」からはどの程度政治や選挙の情報を得ていますか。

	n=	まったく得ていない	あまり得ていない	ほどほど	ある程度得ている	非常に得ている	(%)
東京都	2,000	4.3	17.7	38.1	34.9	5.1	
全体	2,000	2.8	16.3	37.7	37.0	6.3	
宮城県	603	3.0	14.8	39.8	35.8	6.6	
広島県	712	2.7	16.3	37.5	37.5	6.0	
堺市	150	2.7	15.3	36.7	38.0	7.3	
川崎市	257	2.7	19.5	36.6	35.8	5.4	
神戸市	278	2.9	17.3	34.9	38.8	6.1	
		まったく得ていない	あまり得ていない	ほどほど	ある程度得ている	非常に得ている	NA
川崎モニター調査	500	3.8	17.0	38.4	35.6	5.2	—
川崎郵送調査	412	1.7	9.7	30.6	46.1	10.7	1.2

Q6 あなたは、ふだん政治や選挙の情報をどの程度得ていますか。(回答は1つ)
「ラジオ」からはどの程度政治や選挙の情報を得ていますか。

	n=	まったく得ていない	あまり得ていない	ほどほど	ある程度得ている	非常に得ている	(%)
東京都	2,000	56.5	20.9	14.1	7.4	1.2	
全体	2,000	48.6	26.0	14.6	9.5	1.3	
宮城県	603	38.1	30.5	18.2	11.3	1.8	
広島県	712	47.9	25.6	14.6	11.2	0.7	
堺市	150	56.0	26.0	11.3	4.7	2.0	
川崎市	257	62.6	19.8	10.1	5.8	1.6	
神戸市	278	56.1	23.0	12.6	7.2	1.1	
		まったく得ていない	あまり得ていない	ほどほど	ある程度得ている	非常に得ている	NA
川崎モニター調査	500	59.4	18.4	13.4	7.8	1.0	—
川崎郵送調査	412	66.3	17.7	8.0	4.9	1.2	1.9

Q6 あなたは、ふだん政治や選挙の情報をどの程度得ていますか。(回答は1つ)

「新聞」からはどの程度政治や選挙の情報を得ていますか。

	n=	まったく得て いない	あまり得て いない	ほどほど	ある程度得 ている	非常に得て いる	(%)
東京都	2,000	20.0	17.7	27.4	27.3	7.7	
全体	2,000	16.0	16.7	25.3	34.2	7.8	
宮城県	603	14.4	16.1	26.2	35.0	8.3	
広島県	712	14.7	16.6	26.7	33.8	8.1	
堺市	150	15.3	17.3	28.7	32.7	6.0	
川崎市	257	22.6	17.9	21.4	31.9	6.2	
神戸市	278	16.9	16.9	21.6	36.3	8.3	
		まったく得て いない	あまり得て いない	ほどほど	ある程度得 ている	非常に得て いる	NA
川崎モニター調査	500	23.0	17.2	25.0	29.2	5.6	—
川崎郵送調査	412	18.4	16.5	20.1	36.2	7.3	1.5

Q6 あなたは、ふだん政治や選挙の情報をどの程度得ていますか。(回答は1つ)

「雑誌」からはどの程度政治や選挙の情報を得ていますか。

	n=	まったく得て いない	あまり得て いない	ほどほど	ある程度得 ている	非常に得て いる	(%)
東京都	2,000	40.3	33.9	18.8	6.5	0.5	
全体	2,000	39.4	35.3	19.0	5.9	0.6	
宮城県	603	36.2	36.0	22.6	4.8	0.5	
広島県	712	38.9	34.3	18.8	7.4	0.6	
堺市	150	47.3	32.7	14.0	4.7	1.3	
川崎市	257	41.6	33.5	19.5	4.7	0.8	
神戸市	278	41.4	39.2	13.7	5.8	0.0	
		まったく得て いない	あまり得て いない	ほどほど	ある程度得 ている	非常に得て いる	NA
川崎モニター調査	500	41.0	33.2	20.2	5.0	0.6	—
川崎郵送調査	412	43.7	35.2	12.9	6.6		1.7

Q6 あなたは、ふだん政治や選挙の情報をどの程度得ていますか。(回答は1つ)

「パソコンでのインターネット」からはどの程度政治や選挙の情報を得ていますか。

	n=	まったく得て いない	あまり得て いない	ほどほど	ある程度得 ている	非常に得て いる	(%)
東京都	2,000	22.7	25.2	25.7	20.0	6.5	
全体	2,000	20.5	28.6	27.2	19.4	4.5	
宮城県	603	19.4	28.5	27.9	20.2	4.0	
広島県	712	22.5	30.8	26.8	15.4	4.5	
堺市	150	19.3	32.0	24.0	20.0	4.7	
川崎市	257	20.2	23.0	27.6	23.3	5.8	
神戸市	278	18.3	26.6	27.7	23.4	4.0	
		まったく得て いない	あまり得て いない	ほどほど	ある程度得 ている	非常に得て いる	NA
川崎モニター調査	500	19.4	23.6	30.2	22.0	4.8	—
川崎郵送調査	412	38.3	18.7	18.9	15.5	6.1	2.4

Q6 あなたは、ふだん政治や選挙の情報をどの程度得ていますか。(回答は1つ)

「携帯電話・スマートフォン・タブレットなどの利用」からはどの程度政治や選挙の情報を得ていますか。

	n=	まったく得て いない	あまり得て いない	ほどほど	ある程度得 ている	非常に得て いる	(%)
東京都	2,000	35.5	22.2	21.5	16.8	4.1	
全体	2,000	35.9	26.1	20.6	14.7	2.9	
宮城県	603	33.0	28.7	21.7	14.4	2.2	
広島県	712	38.1	25.6	20.6	13.1	2.7	
堺市	150	41.3	24.0	17.3	14.0	3.3	
川崎市	257	31.9	28.0	19.1	16.3	4.7	
神戸市	278	37.1	21.2	20.9	18.0	2.9	
		まったく得て いない	あまり得て いない	ほどほど	ある程度得 ている	非常に得て いる	NA
川崎モニター調査	500	30.2	25.6	23.6	16.6	4.0	0.0
川崎郵送調査	412	46.8	18.4	15.0	12.9	3.9	2.9

Q7 それでは、あなたは、東京都知事選挙で、投票に行きましたか。(回答は1つ)

n=		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	実 際 の 投 票 率
東京都	2,000	66.6	32.7	0.8	46.14
全体	2,000	61.9	37.0	1.2	
宮城県	603	64.7	34.2	1.2	36.58
広島県	712	58.1	40.6	1.3	31.97
堺市	150	74.7	24.7	0.7	50.69
川崎市	257	56.4	41.6	1.9	32.82
神戸市	278	63.7	36.0	0.4	36.55
川崎モニター調査	500	60.4	37.2	2.4	32.82
川崎郵送調査	412	55.1	44.4	0.5	32.82

Q8 投票に行かなかったのはなぜですか。(回答はいくつでも)

n=		自分の支持 政党や候補 者が当選す る見込みが なかった	公約に共感 できる候補 者がいな かった	誰が立候補 しているの か知らな かった	候補者の違 いがよくわ からなかつ た	誰が当選し ても同じな ので	誰に投票す べきか、参 考となる情 報がなかつ た	適当な候補 者がいな かった	自分一人く らい棄権し ても結果は 変わらない ので	都道府県 (市区)の政 治のことは 良くわから ないので	投票所に出 かけるのが 面倒だった ので
東京都	653	4.9	17.0	0.6	4.4	13.3	4.9	16.8	6.7	0.8	8.3
全体	739	4.2	14.6	4.7	9.3	24.9	9.1	12.3	10.7	3.8	7.4
宮城県	206	5.3	10.2	3.9	9.7	23.8	5.8	10.7	14.1	3.4	7.3
広島県	289	3.1	15.6	2.8	9.0	24.9	8.7	12.5	8.7	3.5	7.3
堺市	37	10.8	18.9	5.4	10.8	27.0	8.1	13.5	13.5	5.4	8.1
川崎市	107	4.7	16.8	9.3	10.3	21.5	14.0	10.3	11.2	4.7	7.5
神戸市	100	2.0	17.0	7.0	8.0	30.0	12.0	17.0	8.0	4.0	8.0
川崎モニター調査	186	4.8	19.4	7.0	12.4	21.0	14.5	14.5	10.2	6.5	5.9
川崎郵送調査	183	3.8	16.4	11.5	17.5	23.5	13.7	15.8	10.9	7.7	8.8

(前表からのつづき) Q8 投票に行かなかったのはなぜですか。(回答はいくつでも)

n=		投票日当日 に仕事の予 定が入って いたので	投票日当日 に仕事以外 の予定が入 っていたの で	選挙がある ことを知ら なかった	投票日を忘 れていたの で	選挙によつ て政治はよ くならない と思った	今の政治を 変える必要 がないと思 った	病気だった ので	体調がすぐ れなかった ので	天候が悪 かった	その他	わからない	答えたく ない
東京都	653	11.6	8.9	0.3	2.5	6.0	0.2	4.7	10.3	35.4	5.1	0.9	3.8
全体	739	16.6	14.6	1.5	3.0	7.6	0.9	2.6	6.2	0.7	6.4	2.0	4.2
宮城県	206	13.1	16.0	2.4	3.9	8.3	0.5	1.9	5.3	1.0	6.8	2.9	5.8
広島県	289	20.1	12.8	0.7	2.1	8.0	1.7	3.1	6.2	0.7	8.7	1.4	3.5
堺市	37	18.9	5.4	0.0	0.0	5.4	0.0	2.7	8.1	0.0	5.4	0.0	10.8
川崎市	107	12.1	18.7	2.8	5.6	5.6	0.0	1.9	4.7	0.0	5.6	4.7	1.9
神戸市	100	18.0	16.0	1.0	2.0	8.0	1.0	3.0	9.0	1.0	0.0	0.0	3.0
川崎モニター調査	186	12.9	14.5	2.7	7.5	7.5	0.0	1.6	4.3	0.0	4.3	3.8	3.2
川崎郵送調査	183	21.9	21.9	1.1	5.5	7.1	0.5	4.9	6.6	0.5	13.1		

Q9 あなたは、東京都知事選挙のときに、インターネットをどのように利用しましたか。(複数可)

n=		候補者や政 党のHP・ブ ログ・SNS を見た	候補者や政 党からメー ルを受け 取った	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	候補者や政 党とインター ネットを通し て交流した	動画共有サ イトを利用し て選挙関連 の動画を見 た	ニュースサ イトや選挙 情報サイト を見た	その他 具体的に:	利用しな かった	候補者によ るインター ネット討論 会を見た	政策などの つぶやきを 解析した ビッグデー タを見た	候補者の政 策との一致 度やわかる サービス を利用した	
東京都	2,000	11.9	0.5	1.4	0.5	4.3	29.7	0.7	62.3	2.8	2.1	2.1	
全体	2,000	8.7	0.6	0.7	0.7	1.7	21.0	0.4	72.9				
宮城県	603	8.8	1.2	0.5	0.8	1.8	18.7	0.3	74.6				
広島県	712	7.4	0.4	0.6	0.7	1.8	19.2	0.4	74.9				
堺市	150	10.7	0.0	0.7	0.0	2.7	29.3	0.7	66.7				
川崎市	257	10.9	0.0	0.4	0.8	0.8	27.2	0.4	65.4				
神戸市	278	8.3	0.4	1.4	0.7	1.4	20.1	0.4	74.5				
		候補者や政 党のHP・ブ ログ・SNS を見た	候補者や政 党からメー ルを受け 取った	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	候補者や政 党とインター ネットを通し て交流した	動画共有サ イトを利用し て選挙関連 の動画を見 た	ニュースサ イトや選挙 情報サイト を見た	その他 具 体的に:	利用しな かった			NA	
川崎モニター調査	500	11.2	0.2	0.2	0.6	1.4	25.2	0.4	66.8				—
川崎郵送調査	412	10.0	0.5	0.7		1.0	15.5	1.5	73.3				4.9

Q10 インターネットによって得られた情報は、投票に関して参考になりましたか。(回答は1つ)

	n=	参考になった	多少は参考になった	参考にならなかった	わからない	(%)
東京都	754	19.0	57.8	12.2	11.0	
全体	542	15.9	54.8	18.8	10.5	
宮城県	153	15.7	52.3	19.6	12.4	
広島県	179	13.4	57.5	16.8	12.3	
堺市	50	22.0	54.0	14.0	10.0	
川崎市	89	19.1	51.7	21.3	7.9	
神戸市	71	14.1	57.7	22.5	5.6	
		参考になった	多少は参考になった	参考にならなかった	わからない	NA
川崎モニター調査	166	22.3	54.2	15.7	7.8	—
川崎郵送調査	90	22.2	53.3	10.0	6.7	7.7

Q11 昨年の7月の参院選挙のときに、インターネットをどのように利用しましたか。(回答はいくつでも)

	n=	政党や候補者のHP・ブログ・SNSを見た	政党や候補者のメールを受け取った	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	政党や候補者とインターネットを通して交流した	動画共有サイトを利用して選挙関連の動画を見た	ニュースサイトや選挙情報サイトを見た	その他 具体的に:	利用しなかった	(%)
東京都	2,000	10.8	0.9	1.0	1.0	3.3	25.9	0.2	68.1	
全体	2,000	10.4	0.8	0.4	0.6	2.5	21.3	0.1	71.9	
宮城県	603	10.8	1.3	0.5	0.7	2.8	19.9	0.2	73.0	
広島県	712	9.4	1.0	0.4	0.8	2.2	20.1	0.1	72.5	
堺市	150	9.3	0.0	0.7	0.0	6.0	26.7	0.0	70.0	
川崎市	257	13.6	0.0	0.4	0.8	0.8	26.1	0.0	65.8	
神戸市	278	9.7	0.4	0.0	0.0	2.2	20.1	0.0	74.8	
		政党や候補者のHP・ブログ・SNSを見た	政党や候補者のメールを受け取った	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	政党や候補者とインターネットを通して交流した	動画共有サイトを利用して選挙関連の動画を見た	ニュースサイトや選挙情報サイトを見た	その他 具体的に:	利用しなかった	NA
川崎モニター調査	500	12.6	0.4	0.2	0.6	2.4	25.4	0.0	66.2	—
川崎郵送調査	412	11.4	0.5	0.5	0.5	3.2	23.5	1.5	62.4	7.8

Q12 インターネットによって得られた情報は、投票に関して参考になりましたか。(回答は1つ)

	n=	参考になった	多少は参考になった	参考にならなかった	わからない	(%)
東京都	638	17.4	62.4	11.3	8.9	
全体	562	15.8	60.7	15.1	8.4	
宮城県	163	14.1	63.2	16.0	6.7	
広島県	196	14.3	59.7	16.3	9.7	
堺市	45	22.2	62.2	11.1	4.4	
川崎市	88	18.2	56.8	15.9	9.1	
神戸市	70	17.1	61.4	11.4	10.0	
		参考になった	多少は参考になった	参考にならなかった	わからない	NA
川崎モニター調査	169	18.9	59.8	12.4	8.9	—
川崎郵送調査	123	13.8	70.7	5.7	8.1	1.6

Q13 あなたは、インターネット選挙運動について、今後どのような活用を期待しますか。(回答はいくつでも)

	n=	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 具体的に:	特に期待するものはない	わからない	(%)
東京都	2,000	42.6	35.3	14.0	11.5	17.4	3.6	6.1	2.0	27.1	11.3	
全体	2,000	39.4	31.4	13.5	12.0	15.5	3.2	5.0	0.9	29.2	12.0	
宮城県	603	37.5	30.8	11.1	12.6	14.1	2.3	5.3	0.7	29.9	11.9	
広島県	712	36.9	30.1	15.9	11.9	15.7	3.8	5.1	1.1	29.9	13.1	
堺市	150	40.0	36.0	16.7	11.3	16.0	4.0	6.7	0.0	30.0	8.0	
川崎市	257	44.4	33.1	11.7	12.8	19.8	4.7	5.4	2.3	23.7	12.5	
神戸市	278	44.6	32.0	12.6	10.4	13.7	1.8	2.5	0.0	30.6	10.8	
		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 具体的に:	特に期待するものはない	わからない	NA
川崎モニター調査	500	46.4	37.8	11.4	12.2	18.2	4.2	4.2	1.6	21.8	12.4	—
川崎郵送調査	412	54.9	38.1	14.8	16.0	15.0	1.5	2.4	3.9	16.7	12.4	1.9

Q14 インターネットを使用した選挙運動が解禁されたことにより、日本の政治や選挙にどのような影響をもたらすことが期待できますか。
あなたの意見に近いものを選んでください。

	n=	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	(%)
東京都	2,000	6.2	11.8	14.3	36.8	2.8	28.3	
全体	2,000	5.2	10.5	14.6	37.4	2.6	29.8	
宮城県	603	6.0	11.1	14.4	34.0	2.5	32.0	
広島県	712	3.9	11.0	13.8	38.3	2.9	30.1	
堺市	150	6.7	12.7	14.0	38.0	1.3	27.3	
川崎市	257	7.0	7.4	15.2	44.0	2.3	24.1	
神戸市	278	4.0	9.4	16.9	36.0	2.9	30.9	
		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 具体的に:	わからない	NA
川崎モニター調査	500	7.0	10.8	16.6	38.8	2.8	24.0	—
川崎郵送調査	412	3.4	11.4	11.4	32.0	18.7	21.6	1.5

Q15 あなたの性別をお答えください。(回答は1つ)

	n=	男性	女性	(%)
東京都	2,000	49.0	51.1	
全体	2,000	49.9	50.2	
宮城県	603	49.6	50.4	
広島県	712	50.0	50.0	
堺市	150	50.0	50.0	
川崎市	257	49.8	50.2	
神戸市	278	50.0	50.0	
		男性	女性	NA
川崎モニター調査	500	49.6	50.4	—
川崎郵送調査	412	50.7	48.8	0.5

Q16 あなたが最後に在籍した(または現在在籍している)学校を選んでください。(回答は1つ)

	n=	中学校(旧制 高等小含む)	高校(旧制 中学含む)	高専・短大・ 専修学校	大学(旧制 高専含む)	大学院(修 士・博士)	わからない	(%)
東京都	2,000	2.0	25.2	24.7	42.9	4.8	0.6	
全体	2,000	1.7	36.7	24.3	33.7	3.1	0.7	
宮城県	603	1.3	42.0	23.1	30.3	2.3	1.0	
広島県	712	2.1	38.6	25.0	30.6	3.2	0.4	
堺市	150	2.0	33.3	29.3	34.0	1.3	0.0	
川崎市	257	0.8	26.5	23.3	43.6	4.3	1.6	
神戸市	278	2.2	31.3	23.0	39.2	4.0	0.4	
		中学校(旧制 高等小含む)	高校(旧制 中学含む)	高専・短大・ 専修学校	大学(旧制 高専含む)	大学院(修 士・博士)	わからない	NA
川崎モニター調査	500	1.2	26.4	21.8	45.2	4.6	0.8	—
川崎郵送調査	412	7.0	26.7	24.0	36.9	4.1	0.7	0.5

Q17 あなたの職業は何ですか。(回答は1つ)

	n=	経営者、役 員、管理職	正社員、正 職員	派遣社員	家族従業	パート、アル バイト、契 約、臨時、 嘱託	専業主婦 (夫)	学生	仕事をし ていない	その他 具 体的に:	(%)
東京都	2,000	11.1	34.1	3.2	1.0	15.9	17.9	2.6	11.1	3.3	
全体	2,000	8.6	34.0	2.4	1.2	16.9	19.0	2.1	12.9	3.1	
宮城県	603	7.3	36.2	2.3	0.8	17.4	18.9	2.3	12.6	2.2	
広島県	712	8.8	32.7	2.7	1.8	15.7	19.5	1.1	12.8	4.8	
堺市	150	10.7	29.3	2.7	0.7	17.3	19.3	2.0	16.7	1.3	
川崎市	257	10.1	38.9	2.7	0.8	14.0	19.1	1.9	10.5	1.9	
神戸市	278	7.9	30.6	1.4	1.1	20.9	17.3	4.0	14.0	2.9	
		経営者、役 員、管理職	正社員、正 職員	派遣社員	家族従業	パート、アル バイト、契 約、臨時、 嘱託	専業主婦 (夫)	学生	仕事をし ていない	その他 具 体的に:	NA
川崎モニター調査	500	9.0	39.2	2.2	1.0	16.0	17.2	1.4	12.0	2.0	—
川崎郵送調査	412	12.6	32.0	1.5	0.5	18.0	17.7	2.7	10.0	3.6	1.5

Q18 あなた自身の世帯は、次のように分類した場合、どれにあたりますか。(回答は1つ)

	n=	1人世帯	一世代世帯 (夫婦だけ)	二世代世帯	三世代世帯	その他の世帯		(%)
東京都	2,000	26.6	29.0	38.0	3.6	2.9		
全体	2,000	19.0	31.7	41.3	5.4	2.8		
宮城県	603	20.7	31.2	39.0	7.1	2.0		
広島県	712	16.2	33.0	42.1	5.9	2.8		
堺市	150	12.7	31.3	46.7	6.0	3.3		
川崎市	257	25.3	28.8	38.5	3.9	3.5		
神戸市	278	19.8	32.4	43.5	1.1	3.2		
		1人世帯	一世代世帯 (夫婦だけ)	二世代世帯	三世代世帯	その他の世帯	わからない	NA
川崎モニター調査	500	24.2	29.6	38.4	4.4	3.4	0.0	—
川崎郵送調査	412	18.7	29.6	41.7	3.9	4.1	0.5	1.5

Q19 あなたは、ふだん支持する政党がありますか。(回答は1つ)

	n=	ふだんから 支持する政 党がある	支持するの はないが、 好ましいと 思っている 政党がある	支持する、 または好ま しいと思っ ている政党 はない	わからない		(%)
東京都	2,000	15.0	31.2	44.5	9.5		
全体	2,000	15.8	35.1	38.4	10.8		
宮城県	603	15.9	33.7	38.1	12.3		
広島県	712	14.5	38.1	36.9	10.5		
堺市	150	21.3	35.3	32.7	10.7		
川崎市	257	14.8	28.8	45.5	10.9		
神戸市	278	16.9	36.0	38.8	8.3		
		ふだんから 支持する政 党がある	支持するの はないが、 好ましいと 思っている 政党がある	支持する、 または好ま しいと思っ ている政党 はない	わからない	NA	
川崎モニター調査	500	14.4	28.4	47.2	10.0	—	
川崎郵送調査	412	13.6	40.0	39.3	5.1	1.9	

Q20 あなたは、おもにどの端末でインターネット画面を見ることが多いですか。(回答は1つ)

	n=	おもにパソ コンでネット を利用する	おもにス マートフォ ンでネットを 利用する	おもにタブ レットでネッ トを利用す る	おもに携帯 電話でネット を利用する		(%)
東京都	2,000	57.4	35.9	4.0	2.8		
全体	2,000	53.3	40.4	3.7	2.7		
宮城県	603	51.6	42.0	3.2	3.3		
広島県	712	53.4	40.6	3.7	2.4		
堺市	150	54.0	39.3	4.0	2.7		
川崎市	257	51.8	41.2	3.9	3.1		
神戸市	278	57.9	36.0	4.3	1.8		
		おもにパソ コンでネット を利用する	おもにス マートフォ ンでネットを 利用する	おもにタブ レットでネッ トを利用す る	おもに携帯 電話でネット を利用する	インターネッ トは利用し ない	NA
川崎モニター調査	500	50.8	42.4	4.2	2.6	—	—
川崎郵送調査	412	42.0	27.2	3.4	4.9	19.4	3.2

Q21 あなたはインターネットを1日に何時間ぐらい利用しますか。(回答は1つ)

	n=	1時間未満	1時間以上 3時間未満	3時間以上 5時間未満	5時間以上		(%)
東京都	2,000	24.5	50.7	16.9	8.0		
全体	2,000	28.2	49.0	15.7	7.2		
宮城県	603	28.0	50.7	15.8	5.5		
広島県	712	29.4	46.9	16.2	7.6		
堺市	150	20.0	52.0	16.0	12.0		
川崎市	257	31.1	47.9	15.2	5.8		
神戸市	278	27.3	50.0	14.4	8.3		
		1時間未満	1時間以上 3時間未満	3時間以上 5時間未満	5時間以上	NA	
川崎モニター調査	500	27.2	49.0	18.6	5.2	—	
川崎郵送調査	412	29.4	36.7	7.3	3.4	0.7	

Q22 あなたは、ふだん、インターネット上のどのようなサイトにアクセスしますか。(回答はいくつでも)

	n=	ニュースサ イト	趣味のサイ ト	SNSなどの コミュニティ サイト	通信販売の サイト	動画サイト	その他 具 体的に:	(%)
東京都	2,000	77.1	60.5	33.3	42.8	28.0	3.4	
全体	2,000	70.9	59.9	28.6	43.0	26.8	3.7	
宮城県	603	72.5	57.7	30.3	43.9	29.9	3.5	
広島県	712	68.0	62.4	26.8	43.7	25.3	4.4	
堺市	150	76.7	59.3	28.0	41.3	29.3	2.7	
川崎市	257	72.8	57.6	31.1	37.0	22.6	3.1	
神戸市	278	70.1	60.8	27.0	45.3	26.6	3.6	
		ニュースサ イト	趣味のサイ ト	SNSなどの コミュニティ サイト	通信販売の サイト	動画サイト	その他 具 体的に:	NA
川崎モニター調査	500	73.6	58.4	32.4	37.0	24.6	3.0	—
川崎郵送調査	412	56.1	46.1	23.8	24.5	22.8	9.5	0.7

Q23 あなたはインターネットをどのように利用していますか。(回答はいくつでも)

	n=	ホームペ ージを開 設してい る	ブログを 開設して いる	フェイスブ ックを開 設してい る	ツイッター を利用し ている (リツイ ート含む)	LINEを利 用してい る	電子メー ルを利用 してい る	どれも該 当しな い	(%)
東京都	2,000	5.4	8.7	28.4	18.7	45.5	72.0	11.7	
全体	2,000	5.3	7.2	22.9	13.3	44.6	65.5	13.4	
宮城県	603	5.0	7.3	20.4	13.4	40.8	64.7	13.8	
広島県	712	4.6	7.2	22.9	12.5	44.4	62.8	14.3	
堺市	150	6.7	8.0	20.7	10.7	44.0	65.3	14.0	
川崎市	257	6.6	8.2	28.0	16.3	47.5	69.6	11.3	
神戸市	278	5.8	5.8	24.8	13.3	50.7	70.1	11.9	
		ホームペ ージを開 設してい る	ブログを 開設して いる	フェイスブ ックを開 設してい る	ツイッター を利用し ている (リツイ ート含む)	LINEを利 用してい る	電子メー ルを利用 してい る	どれも該 当しな い	NA
川崎モニター調査	500	6.2	8.6	27.0	19.4	47.6	72.0	10.6	—
川崎郵送調査	412	4.4	5.3	20.4	11.7	31.1	59.7	11.7	0.2