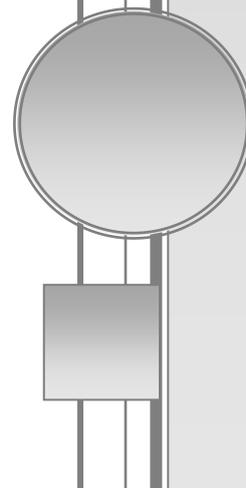


インターネット選挙運動解禁に関する  
調査報告書

平成 26 年 3 月



## 調査報告書目次

はじめに	2 P
<b>【1】国政選挙に関する調査</b>	
(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)	3 P
(2) 投票先を決める時、参考にしたい(参考にした)インターネット上の選挙情報源は何か	5 P
(3) 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)	7 P
(4) インターネット選挙運動に今後期待すること	9 P
<b>【2】地方選挙に関する調査</b>	
I 調査設計	10 P
II 調査結果の概要	
<調査対象者のインターネットの利用状況>	11 P
(1) インターネット選挙運動の認知度	12 P
(2) インターネット選挙運動の理解度	14 P
(3) インターネット選挙情報への接触	24 P
(4) インターネット選挙情報の今後の活用方法	33 P
(5) インターネット選挙運動がもたらす影響	34 P
(6) その他	35 P
おわりに	36 P
<b>【付録】インターネット選挙運動調査の各設問の単純集計</b>	37 P

## インターネット選挙運動解禁に関する調査報告書

### はじめに

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用文書  
図画の頒布が解禁され、同年 5 月 26 日に施行された。国政選挙としては、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）から、インターネ  
ット等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）が可能となり、  
その成果が注目された。その後年内に幾つかの地方選挙が行われたが、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  
いった声もある。

このことを踏まえ、本報告書は、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。

## [1] 国政選挙に関する調査

インターネット選挙運動の解禁は、多くのメディアに頻繁に取り上げられ、また、新聞など報道各社は、参院選における有権者の投票行動を探るための世論調査の中で、インターネット選挙運動の解禁に対する調査を行った。主要新聞各社の実施状況を示すと〔表1-1〕の通りであるが、これ以外にテレビ局やインターネット関連の会社も、同様の調査を行っている。

〔表1-1〕インターネット選挙運動解禁に関する新聞各社の世論調査（例）

調査元	NO.	実施日	調査方法
朝日新聞	1	①6月29～30日、②7月6～7日	「朝日RDD」方式
	2	①6月28～29日、②7月5～6日、③7月12～13日	インターネット調査
	3	7月26～27日	インターネット調査
	4	7月21日	出口調査
読売新聞	5	6月28～30日	電話聴取法(RDD)
	6	7月22-23日	電話聴取法(RDD)
日本経済新聞	7	7月22-23日	インターネット調査
毎日新聞	8	6月29～30日	電話聴取法(RDD)
	9	7月13～14日	電話聴取法(RDD)
産経新聞	10	6月22～23日	電話聴取法(RDD)
	11	7月13～14日	電話聴取法(RDD)
	12	7月27～28日	電話聴取法(RDD)

それらの調査は、質問の内容も、調査方法も、調査日も区々であるが、類似する質問として、「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（したか）」、「参考にしたい（した）インターネット上の情報源は何か」、「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）」、「インターネット選挙運動に今後期待すること」を取り上げ、それらの調査結果を見てみる。

### (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）」

類似の質問として扱った各社の質問の内容を例示すれば、下記の通りである。

- ・朝日新聞「今度の参議院選挙から、インターネットによる選挙運動ができるようになりました。投票先を決めるとき、インターネットの情報をどの程度参考にするとお考えですか」
- ・読売新聞「参議院選挙で、投票する候補者や政党を決めるとき、インターネットで、候補者や政党が発信する情報や、投票の呼びかけなどを、参考にしようとお考えですか（参考にしましたか）」

- ・毎日新聞「ネットを使った候補者や政党の投票の呼びかけを投票の参考にしますか」
- ・産経新聞「参議院選挙の投票にあたって政党や候補者に関するネットからの情報を参考にしますか。参考にしませんか」

読売、毎日、産経の各社が対象となる情報を“政党や候補者からの情報”としているのに対し、朝日は“インターネットによる選挙運動情報”と幅広く捉えている。また収集した調査データの中には正確な設問文が把握できず、新聞紙上で掲載された数値を引用しているだけのものもある。このため個々の調査結果を単純に比較することは精緻さを欠くことになるが、大まかな傾向は捉えられると考える。これらの質問に対する回答を「大いに参考にする」「ある程度参考にする」を含めて「参考にする」として扱い、〔表1-2〕に整理した。

〔表1-2〕 インターネット上の選挙運動情報を参考にするか、したか

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。

参院選の公示日前(7/3以前)、公示日以降(7/4以降)、選挙後(7/21以降)と3つの区分で、各社の調査結果の推移を見ていく。

まず各社のRDD調査を見ると、公示日以前では、インターネット選挙運動を解禁する法改正が成立した(4月19日)直後の4月20~21日に実施された毎日新聞の調査で、半数以上の56%が「参考にする」と回答している。その後6月に入り、参院選の公示日(7月4日)の直前の6月末の調査では、各社とも4割前後の人が「参考にする」と回答しているが、公示日以降の7月15日前後の調査では、「参考にする」は毎日新聞(7月13~14日)が34%、産経新聞(7月13~14日)が31%、朝日新聞(7月13~14日)が29%へ夫々低下し、読売新聞は2回の調査(7月4~5日、7月14~16日)とも2割を切っている(18%、

16%)。選挙後のRDD調査は読売新聞(7月22~23日)しかないが、「参考にした」は8%と一桁台まで低下した。(公財)明るい選挙推進協会(以下「明推協」という)が参院選後に全国の有権者3,000人(回答者2,019人)を対象に行った郵送調査(調査実施時期:9月18日~10月24日、以下「明推協調査」という)の調査結果(8.7%)に極めて近い。

選挙後の調査は出口調査(7月21日)で行われているものが多い。朝日新聞の出口調査では「参考にした」人が23%を占めるが、時事通信社は13.4%、共同通信社10.2%で、読売新聞のRDD調査や明推協に近い。NHKは調査方法がインターネット調査法で、対象がネットユーザーであるが、選挙期間中の調査(7月13~14日)では「参考にする」は34.4%で、同時期に実施された他社のRDD調査より高い(但し、毎日新聞の34%とほぼ同じ)。選挙後は16%で、読売新聞のRDD調査、時事通信、共同通信の出口調査より高い。明推協調査は、調査方法や実施時期等が他社と異なるものの、「参考になった」割合は8.7%、「参考にならなかった(「ネット選挙運動を利用しなかった」を含む)」割合は91.2%と、選挙後の読売新聞の調査や両通信社の出口調査の結果に近い。

改正法成立時や選挙の公示前には高い数値となったが、総じて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割前後であったと言うことができよう。

(2)「投票先を決めるとき、参考にしたい(参考にした)インターネット上の選挙情報源は何か」〔表1-3〕

類似の質問として扱った各社の質問内容を例示すれば、下記のとおりである。

- ・読売新聞「インターネットで候補者や政党が発信する情報や、投票の呼びかけなどで、具体的に参考にしたいもの(参考にしたもの)をいくつか選んでください」
- ・朝日新聞「ネット選挙運動の解禁で投票先を決める際、参考にしたい(参考にした)ネット上の情報源は何ですか(複数回答)」
- ・日経新聞「政党や候補者が発信したネット情報では何を見ましたか(複数回答)」

〔表1-3〕投票先を決める際に参考にしたい（参考にした）インターネット上の情報源

調査法	調査元	選択肢	公示日前	公示日以降	選挙後
			①	②	③
ネット モニター調査	朝日新聞 (複数回答) ①6/28~29実施 ②7/12~13実施	報道機関などのニュースサイト	37%	34%	
		政党や候補者のホームページやブログ	31	12	
		政党や候補者の政策が比較できるサイト	31	9	
		候補者のフェイスブック	3		
		候補者のツイッター	3		
	日本経済新聞 (複数回答) ③7/22-23実施	公式HP・ブログ			17%
		ツイッター			6
		ネット広告			5
		フェイスブック			5
		動画サイト			3
RDD調査	読売新聞 (複数回答) ①6/28~30実施	ホームページやブログ	27.2		4.5
		動画サイト	12.2		1.7
	③7/22-23実施	ツイッター	8.5		1.7
		フェイスブック	9.9		2.2
		電子メール(メールマガジンを含む)	7.5		0.4
		その他			0.2
		答えない	3.1		1.8
郵送調査	東大 谷口研究室 ③7/20~8月末実施	政党・政治家からの電子メール			1.1
		政党・政治家のウェブサイト・ブログ			3.4
		政党・政治家のSNS(ツイッター、フェイスブックなど)			3.5
		政党・政治家以外による掲示板・ブログ・SNSでの選挙関係の書き込み			4.6
		上記のどれも見ていない			90.4
	明推協調査 (複数回答) ③9/18~10/24実施	政党や候補者のHP・ブログ・SNSを見た			8.5
		政党や候補者のメルマガを受信した			1.1
		自らのブログやSNSで特定の政党や候補者、政策を応援または批判した(拡散を含む)			0.5
		政党や候補者とネットを介して交流した			0.1
		利用しなかった			74.0

\*上記の読売新聞と日本経済新聞の質問は、「参考にするか(したか)」ないし「見たか」という質問に「参考にする(した)」ないし「見た」と回答した人を対象にした二次的質問であり、公表されていた数値は、「参考にする(した)」ないし「見た」と回答した人を母数としていたが、〔表1-3〕では、調査対象者全員を母数として再計算した。

この質問についても、公示日前、公示日以降、選挙後と段階的に見てみる。

公示日前の読売新聞調査(RDD調査、6月28~30日)を見ると、「ホームページやブログ」(27.2%)、「動画サイト」(12.2%)が参考にしたい情報源として挙がっているが、これ以外の「ツイッター」「フェイスブック」「電子メール」などは1割に満たない。朝日新聞調査(インターネット調査、6月28~29日)を見ると、選択肢に「報道機関などのニュースサイト」があり、これが最も高い選択率(37%)であった。「政党や候補者のホームページやブログ」の選択率は31%で、同時期の読売新聞調査に比べると高い。これは、主として、朝日新聞調査の対象がネットユーザーであることによるものと思われる。しかし、「ツイッター」や「フェイスブック」は読売新聞より少ない。なお、選択肢として「政党や候補者の

政策が比較できるサイト」も挙げられており、「政党や候補者のホームページやブログ」と同じ比較の高い選択率となっている。

公示日以降は、該当する質問は朝日新聞調査(インターネット調査、7月12～13日)だけだが、各選択肢の選択率を公示日前に比べると、「ニュースサイト」には大きな変動はないが、「政党や候補者のホームページやブログ」及び「政党や候補者の政策が比較できるサイト」は、公示前の3分の1程度となっている(12%と9%)。候補者のフェイスブックやツイッターへの回答は「0」となっている。

読売新聞による選挙後の調査では、参考にしたネット情報源は、いずれの選択肢も公示日前に比べてかなり少なく、「ホームページやブログ」を「参考にした」人は4.5%となっている。「ツイッター」や「フェイスブック」はわずか1～2%の回答しか得ていない。選挙後に郵送調査により実施した東大 谷口研究室・朝日新聞の共同調査(7月20日～8月末)と明推協調査の結果を見ると調査時期に1月程度の違いはあるものの「政党や候補者のHP・ブログ・SNS」(谷口・朝日：6.9%、明推協：8.5%)、「政党や候補者の電子メール、メルマガ」(谷口・朝日：1.1%、明推協：1.1%)は同様の結果となっている。また「政党や候補者のHP・ブログ・SNS」は選挙後の読売新聞の調査結果とも近い(8.4%)。これらの調査に比べ、日本経済新聞の調査結果(インターネット調査、7月22～23日)が高くなっているのは、調査対象者がネットユーザーに限られているからと考えられる。

(3) 「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)」〔表1-4〕

- ・朝日新聞「ネット選挙運動の解禁で政治への関心が高まる(高まった)と思いますか」
- ・リサーチバンク「ネットユーザーや(投票率の低いと言われる)若年層の政治への関心・理解度が高まると思いますか」

〔表1-4〕 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)

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			

朝日新聞、ライフメディアサイトのリサーチバンクともに「公示日前」は半数程度の人(46%、53.3%)が「高まると思う」と回答している。しかし、朝日新聞調査の場合、「公示日以降」の7月12～13日になると、「高まった」と回答したのは、16%となっている(リサーチバンク調査はその後の推移は不明)。朝日新聞調査(インターネット調査)はこの設問の他にも〔表1-5〕のような類似の質問を行っているが、調査結果はほとんど変わらない。

〔表1-5〕投票に行きたくなるか

質問：インターネット選挙運動の解禁で、投票に行きたくなる（行きたくなかった）と思いますか	調査日			
	6月28～29日		7月12～13日	
	思う	思わない	思う	思わない
	36%	62%	15%	77%

以上見たように、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。

政治選挙サイトの「政治山」は7月21～22日に行ったインターネット調査で「今回の参議院議員選挙からいわゆる「ネット選挙」が解禁されましたが、期待外れだったことは何ですか(複数回答)」という質問を行っている。その結果は〔表1-6〕のとおりで、「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。

〔表1-6〕期待外れだったことは何ですか

選択肢	%
もともと期待していなかった	48.7
インターネットで投票できなかった	22.1
思ったより投票率が上がらなかった	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	18.1
街宣車が減らなかった	8.8
政党や候補者の情報発信が足りなかった	8.5
政党や候補者の情報や政策を比較できなかった	5.8
候補者の発言や実績を調べられなかった	5.2
有権者や識者の多種多様な意見を知ることができなかった	4.3
どの候補者や政党に投票していいか分からなかった	4.1
政党や候補者と交流できなかった	3.4
自ら政策に対する意見を発信できなかった	2.5
有権者が選挙運動のメールを送れなかった	2.4
特定の政党や候補者を応援できなかった	2.3
自ら政党や候補者の情報を発信できなかった	2.3
その他	2.1

(4) 「インターネット選挙運動に今後期待すること」

しからば、有権者はインターネット選挙運動の今後をどのように見ているのであろうか。

この点については、7月26～27日の朝日新聞調査(インターネット調査)で、幾つかの選択肢の中から複数で回答してもらっている。また、〔2〕地方選挙に関する調査で述べるように、今回新たに実施した本調査でも同様の質問を行った。その結果を〔表1-7〕に示す。

〔表1-7〕インターネット選挙運動に今後期待すること

調査法	調査元	選択肢	%	
インターネット調査	朝日新聞 (複数回答) 7/26～27実施	候補者や政党が掲げる政策をわかりやすく伝える	45 %	
		マスコミがあまり報じない情報の発信	39	
		候補者が有権者からの質問に直接答える	29	
		選挙期間中に限らない情報の発信	24	
		これまでの形にとられないユニークな選挙運動	20	
		ネット上で候補者同士が論戦を交わす	18	
		有権者もメールを使った選挙運動ができるようにする	10	
		当選して欲しい候補者に対する支援活動の広がり	8	
		当選して欲しくない候補者に対する落選運動の広がり	8	
		投票を依頼するメールを、候補者や政党から誰にでも送信できるようにする	3	
		明推協調査(今回) (複数回答) 26/1/20～24実施	候補者や政党が、政策の違いをわかりやすく伝える	39.4
			マスコミがあまり報じない情報を発信する	31.4
			候補者が有権者との直接のやりとりを積極的に行う	13.5
			インターネットを活用したユニークな選挙運動を行う	12.0
インターネット上で候補者同士が論戦を交わす	15.5			
投票を依頼するメールを、候補者や政党から誰にでも送信できるようにする	3.2			
有権者もメールを使った選挙運動ができるようにする	5.0			
その他	0.9			
特に期待するものはない	29.2			
わからない	12.0			

朝日新聞、本調査ともに今後期待することとして「候補者や政党が掲げる政策をわかりやすく伝える」(朝日：45%、本調査：39.4%)への回答が最も多く、次いで「マスコミがあまり報じない情報の発信」(朝日：39%、本調査：31.4%)となっている。調査時期が異なり、選択肢は必ずしも同じではないものの、回答結果に大きな違いはない。

## [2] 地方選挙に関する調査

### I 調査設計

#### (1) 調査対象選挙

調査実施時期（平成 26 年 1 月）から遡り有権者の選挙への記憶が出来るだけ残っている地域を優先するとともに、地域的な偏りが生じないよう各地域の人口構成比を勘案して調査対象地域を選定した。その結果、以下の 2 知事選挙（宮城県・広島県）、3 政令指定都市市長選挙（堺市、川崎市、神戸市）を調査対象とした。

選挙名	投票日	立候補者数	当日有権者数	投票者数	投票率	前回投票率	投票日当日の天候
宮城県知事選挙	H25.10.27	2	1,884,084	689,274	36.58	46.57	晴れ一時雨
広島県知事選挙	H25.11.10	2	2,299,697	735,257	31.97	33.71	雨のち晴れ
堺市長選挙	H25.09.29	2	675,334	342,341	50.69	43.93	晴れ一時雨
川崎市市長選挙	H25.10.27	5	1,138,283	373,616	32.82	36.09	曇り(ところにより一時雨)
神戸市長選挙	H25.10.27	3	1,236,761	452,010	36.55	31.51	晴れ

#### (2) 調査方法

調査方法はテーマが「インターネット選挙運動」であることから、まずはインターネット利用者の反応や考えを探ることが妥当と考え、「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「ネットモニター調査」という）を採用した。ネットモニター調査は、従来、PCユーザーのモニターを対象に実施されてきているが、最近で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との調査結果もある。このため、本調査では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た。但し、60 歳以上はモバイル利用が少ないため、PCユーザーのモニターを補完した。

また当該ネットモニター調査の結果の「客観性」を検証するため、調査対象地域の中から川崎市のみではあるが、選挙人名簿から標本を抽出した郵送調査も併せて実施し、必要に応じてネットモニター調査と対比した。

#### (3) 調査の実施時期

- ① ネットモニター調査 平成 26 年 1 月 20 日から 24 日
- ② 郵送調査 平成 26 年 1 月 17 日から 2 月 21 日

#### (4) 標本数

##### ① ネットモニター調査

ネットモニター調査の標本数は2,000とし、5つの団体の人口に応じてサンプル数を割り振った。また、当該団体の年齢別男女数に比例して、標本抽出を行った(表1)。

表1 ネットモニター調査の標本数

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	合計
宮城県	91	107	95	99	211	603
広島県	92	127	112	110	271	712
堺市	19	28	25	21	57	150
川崎市	44	57	49	35	72	257
神戸市	38	48	45	42	105	278
合計	284	367	326	307	716	2000

##### ② 郵送調査

回答者数500を目標に、川崎市全区の選挙人名簿より無作為に計750の標本を抽出して行った。しかし、有効回収数は412であった(回収率:54.9%)(表2)。

なお、当該郵送調査と川崎市のネットモニター調査とを比較する際には、上記の川崎市の標本数257に243を加えて500とした。

表2 川崎市調査の標本数

	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代	60歳以上	NA	合計
郵送調査	56	81	88	75	111	1	412
ネット調査	85	112	95	68	140		500

## II 調査結果の概要

### <調査対象者のインターネットの利用状況>

まず、ネットモニター調査全体(2県3市、回答者2,000人、以下「モニター全体調査」という)と川崎市のネットモニター調査(回答者500人、以下「川崎モニター調査」という)及び郵送調査(回答者412人、以下「川崎郵送調査」という)の調査対象者のインターネットの利用状況を見てみる(表3)。

ネットモニター全体調査と川崎ネットモニター調査との間には、大きな違いはないが、川崎郵送調査では、インターネットを利用しない人が22.6%となっており、当然のことながらインターネットの利用時間は少なくなっている。以下の調査結果は、このことに留意しながら見る必要がある。

表3 調査対象者のインターネット利用状況

(%)

	1日のネット利用時間					
	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	ネットは利用しない(郵送のみ)	NA(郵送のみ)
モニター全体調査 (n=2000)	28.2	49.0	15.7	7.2	-	-
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	22.6	0.7

(%)

	ネットの利用方法									
	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	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	ネットは利用しない(郵送のみ)	NA(郵送のみ)	
モニター全体調査	5.3	7.2	22.9	13.3	44.6	65.5	13.4	-	-	
川崎モニター調査	6.2	8.6	27.0	19.4	47.6	72.0	10.6	-	-	
川崎郵送調査	4.4	5.3	20.4	11.7	31.1	59.7	11.7	22.6	0.2	

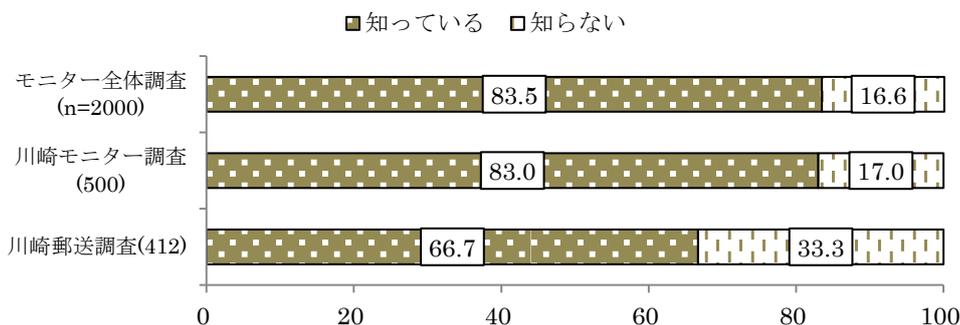
\* 数値は小数点第2位を四捨五入しているため、合計しても必ずしも100にならない(以下同じ)。

(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、モニター全体調査では、83.5%が「知っている」、16.6%が「知らない」と回答している(図1)。

この全体調査の結果と、同時期に川崎市を対象に行った川崎モニター調査及び川崎郵送調査の結果と比較すると、川崎モニター調査はモニター全体調査とほぼ同じ結果だが、川崎郵送調査は「知っている」が66.7%、「知らない」が33.3%と、かなり異なっている。これは、モニター全体調査がインターネットと親和性の高い有権者を対象にしているのに対し、郵送調査はインターネットを利用しない人まで調査対象にしていることから生ずる当然の違いだと考えられる。モニター全体調査と川崎モニター調査がほとんど同じ結果であったことを踏まえると、調査対象5団体の有権者については、概ね6~7割程度が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 インターネット選挙運動が解禁されたことを知っていますか

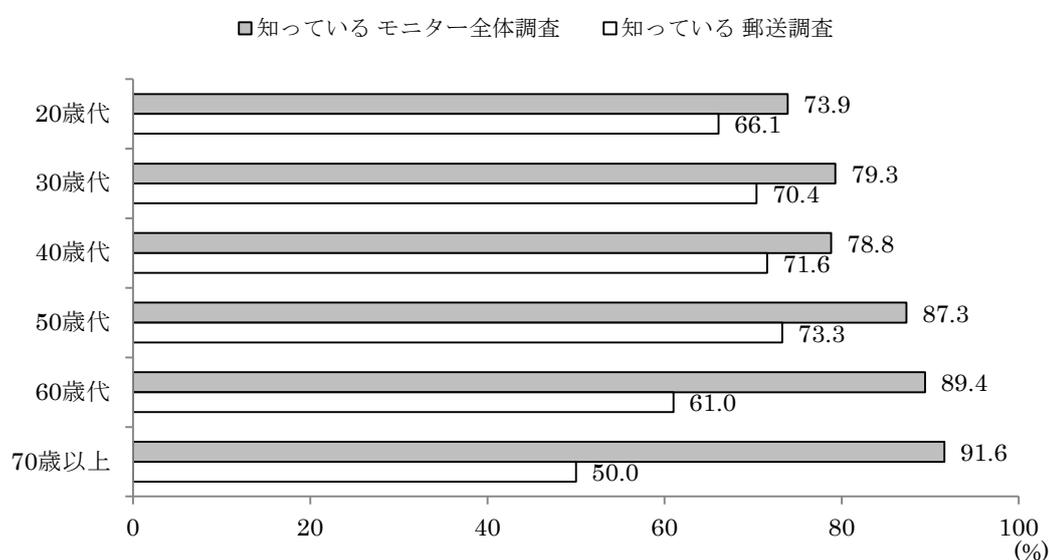


イ モニター全体調査及び川崎郵送調査において「知っている」と回答した人を年代別に見てみる（図2）。

まずモニター全体調査では、いずれの年代も7割を超えており、年齢の高まりとともに徐々に増加している。

一方、郵送調査は、50歳代までは年齢の上昇とともに認知率も若干上がるが、60歳以上になると大きく低下し、モニター全体調査とは逆方向になっている。インターネット選挙運動解禁の認知度は、年齢が上昇するにつれて、モニター調査対象者と郵送調査対象者の違いが大きくなっている。

図2 インターネット選挙運動が解禁されたことを知っていますか（年代別）



ウ 次に、モニター全体調査で、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を見てみる（表4）。

性別では、「知っている」と回答した割合は、男性の方が女性より高い（88.7%対78.3%）。

職業別では、「経営者、役員、管理職」は「知っている」割合が高く（91.2%）、「学生」は低い（73.2%）

学歴別では、「大学・大学院卒」の人は「知っている」割合が高く（88.3%）、「中学校（旧制高等小学校を含む）卒」の人は低い（70.6%）。

支持政党の有無では、「ふだんから支持する政党がある」人と「支持するのはないが好ましいと思っている政党がある」人は「知っている」割合が高い（89.9%、88.9%）。

政治への関心との関係では、国の政治に「関心を持っている」人は「知っている」割合が高く（「非常に」＝96.4%、「多少は」＝84.3%）、「関心を持っていない」人は低い（「あまり」＝66.6%、「全く」＝70.3%）。地域の政治への関心との関係でも同

様な傾向が見られる。

表4 インターネット選挙運動が解禁されたことを知っていますか（属性別）

		(%)	
		知っている	知らない
性別	男性	88.7	11.3
	女性	78.3	21.7
職業別	経営者、役員、管理職	91.2	8.8
	正社員、正職員	82.9	17.1
	派遣社員	75.0	25.0
	家族従業	83.3	16.7
	パート、アルバイト等	81.3	18.7
	専業主婦(夫)	81.0	19.0
	学生	73.2	26.8
	仕事をしていない	89.9	10.1
	その他	80.6	19.4
学歴	中学校卒(旧制高等小含む)	70.6	29.4
	高校卒(旧制中学含む)	82.7	17.3
	高専・短大・専修学校卒	79.0	21.0
	大学・大学院卒	88.3	11.7
	わからない	57.1	42.9
政党支持	ふだんから支持する政党がある	89.9	10.1
	支持するのはないが、好ましいと思っている政党がある	88.9	11.1
	支持する、または好ましいと思っている政党はない	82.4	17.6
	わからない	60.2	39.8
国の政治への関心	非常に関心を持っている	96.4	3.6
	多少は関心を持っている	84.3	15.7
	あまり関心を持っていない	66.6	33.4
	全く関心を持っていない	70.3	29.7
	わからない	45.5	54.5
地域の政治への関心	非常に関心を持っている	93.1	6.9
	多少は関心を持っている	86.0	14.0
	あまり関心を持っていない	73.3	26.7
	全く関心を持っていない	72.3	27.7
	わからない	54.5	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、7つの事例を示し、候補者以外の人ができるようになったかどうか尋ねた。以下、各質問についてのモニター全体調査の結果を年代別にまとめるとともに、正答者の割合を川崎郵送調査と比較する。なお、これらの質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、集計では、調査対象者全員（モニター全体調査は2,000人、川崎郵送調査は412人）を母数とし、解禁を「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。

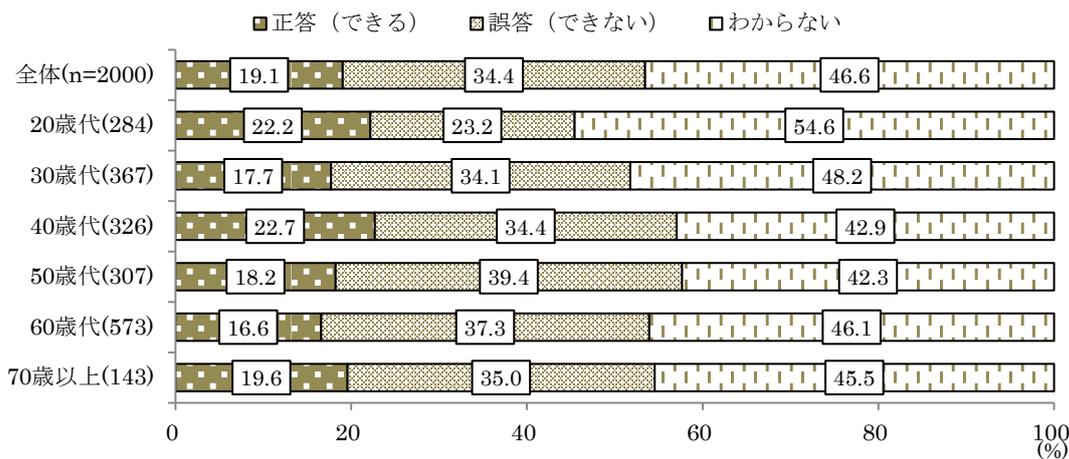
**Q1 候補者以外の方が「フェイスブックやツイッターを利用して特定候補者への投票を呼びかけること」**

この設問の答は「できる」だが、モニター全体調査の正答率は19.1%で、7問中最も低かった(図3)。さらに、他の6問と異なり、「できない」と誤答した人(34.4%)の方が正答者より多かった。年代別の正答率には若干の差はあるが、特別な傾向を見出すことは難しい。

川崎モニター調査の正答率は19.4%で、モニター全体調査とほとんど変わらない。

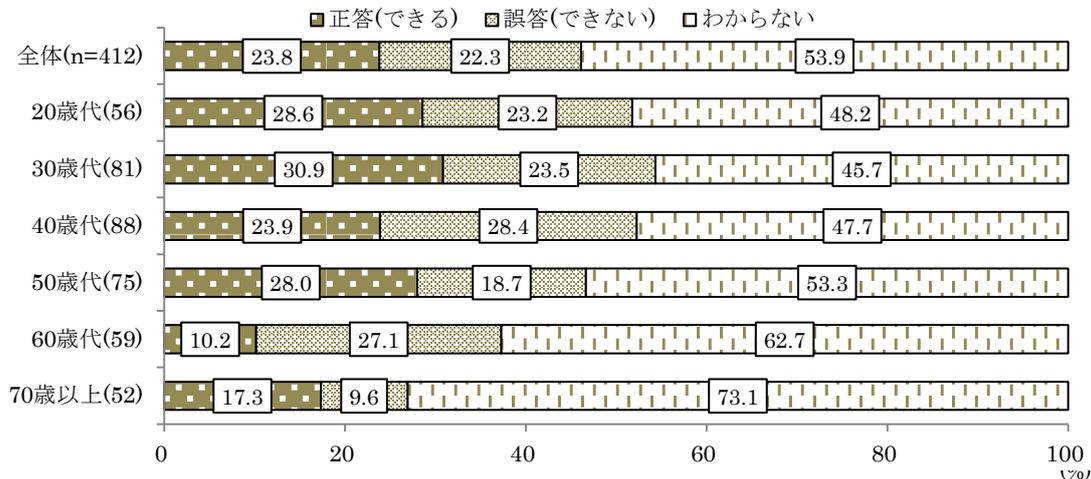
一方、川崎郵送調査の正答率は23.8%で、他の6問と異なり、モニター調査の正答率(19.4%)より高い(図4)。7問中正答率が最も低いことと考え合わせると、インターネットを利用するかどうかを問わず、候補者以外の方が「特定候補者への投票を呼びかける」ことはそれ自体が禁止されていると誤解している有権者が多いのかも知れない。

**図3 モニター全体調査**



なお、川崎郵送調査の結果を年代別に見ると、20歳代から50歳代までは正答率に大きな違いはないが、60歳代以上になると、正答率が大きく低下する。

**図4 川崎郵送調査**

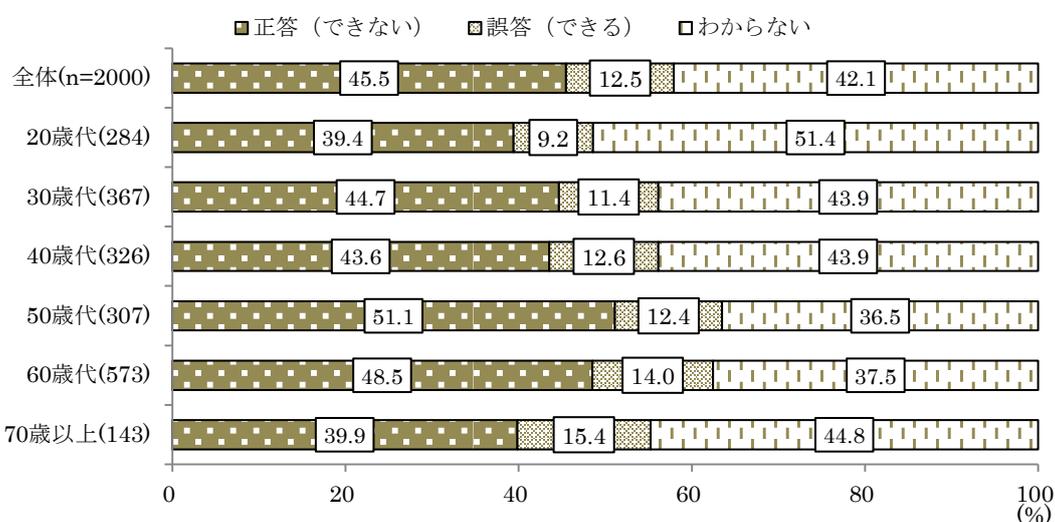


## Q2 候補者以外の方が「メールにより特定の候補者へ投票を呼びかけること」

この設問の答は「できない」で、モニター全体調査の正答率は45.5%であった(図5)。年代別では20歳代と70歳以上が低く、50歳代、60歳代が高いが、大きな違いはない。

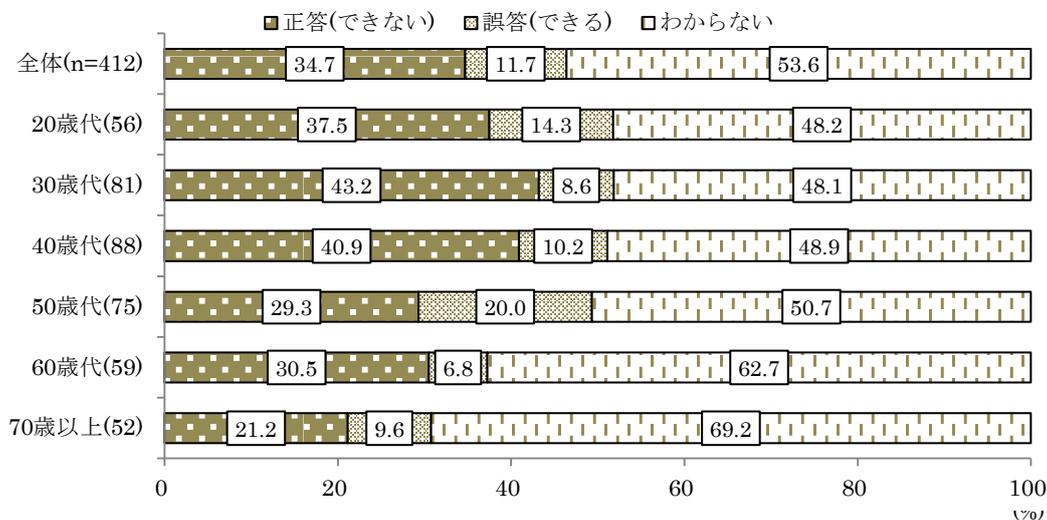
川崎モニター調査の正答率は45.6%で、モニター全体調査とほとんど同じである。一方、川崎郵送調査の正答率は34.7%で、モニター全体調査に比べてかなり低い(図6)。後述するようにQ3、4、5、6でも同様の傾向にある。

図5 モニター全体調査



なお、川崎郵送調査の結果を年代別に見ると、20歳代から40歳代までは正答率に大きな違いはないが、50歳代以上になると大きく低下している。

図6 川崎郵送調査

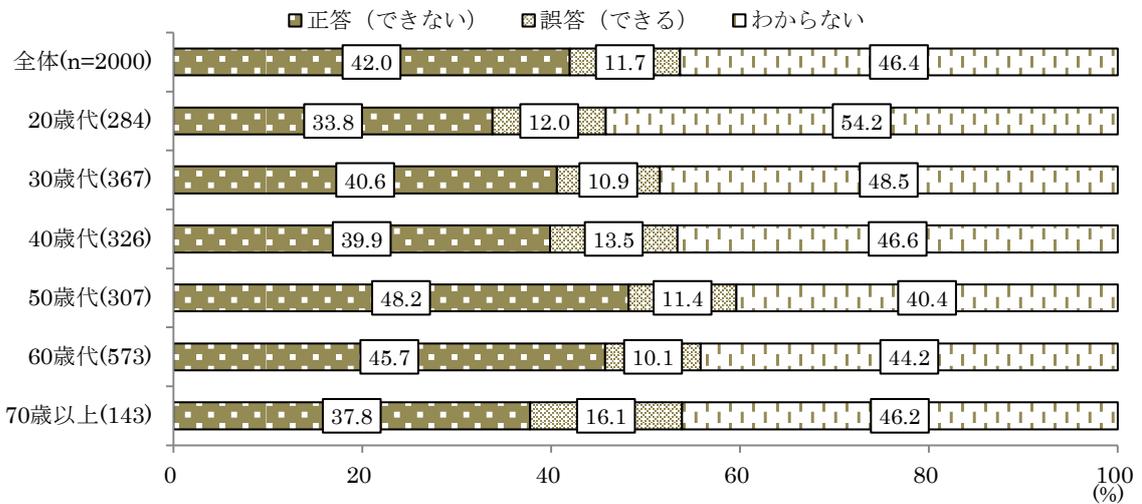


### Q3 候補者以外の方が「特定の候補者からの選挙運動メールを転送すること」

この設問の答は「できない」で、モニター全体調査の正答率は42.0%であった(図7)。年代別では、Q2と同じく20歳代と70歳以上が低く、50歳代、60歳代が高いが、大きな違いはない。

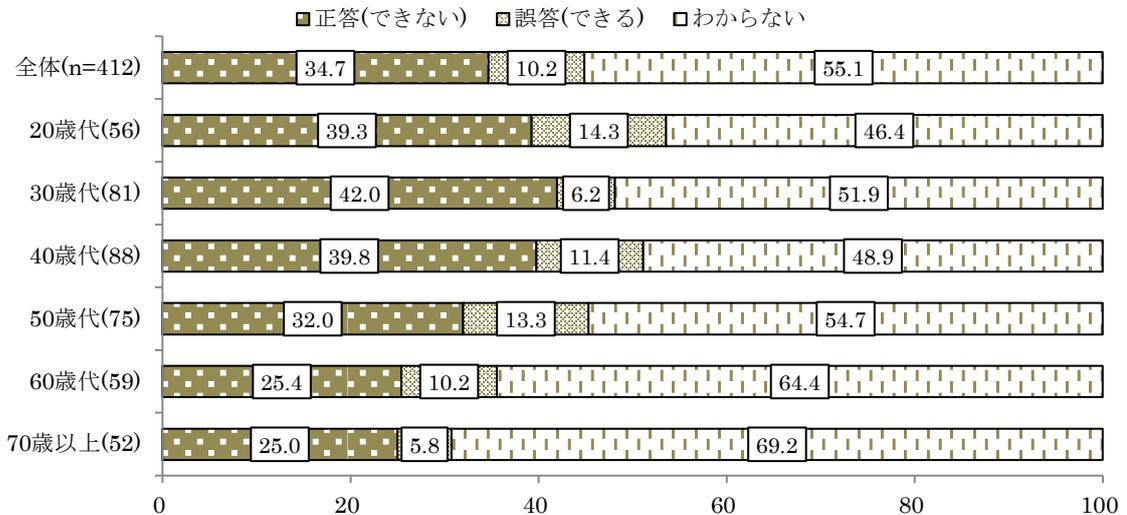
川崎モニター調査の正答率は39.2%で、モニター全体調査の正答率より若干低かった(図8)。一方、川崎郵送調査の正答率は34.7%で、Q2と同じくモニター全体調査に比べてかなり低い。

図7 モニター全体調査



なお、川崎郵送調査の結果を年代別に見ると、20歳代から40歳代までは正答率に大きな違いはないが、50歳代以上になると大きく低下している。

図8 川崎郵送調査

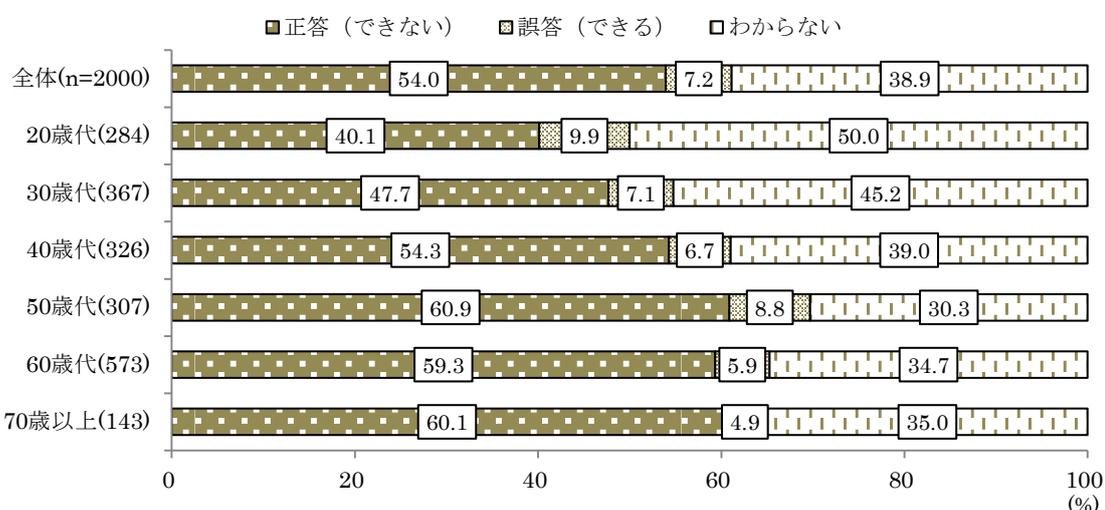


#### Q 4 「未成年者がツイッターを使って選挙運動すること」

未成年者の選挙運動の可否を問う設問であり、答は「できない」である。モニター全体調査の正答率は、54.0%と7つの設問中最も高かった（図9）。20～50歳代までは年代が上がるにつれて正答率が高まり、以降の年代はほぼ同じ正答率である。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割であった。

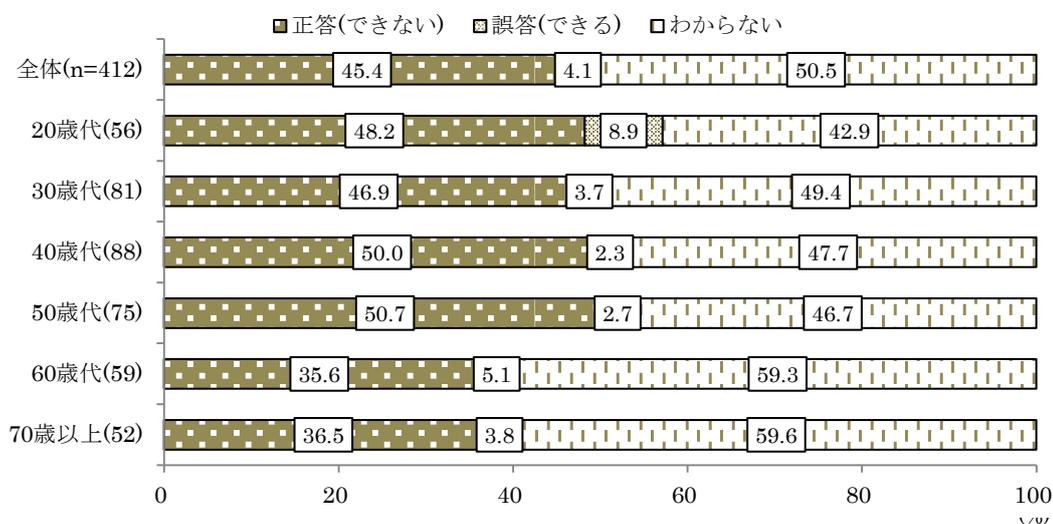
川崎モニター調査の正答率は51.4%で、モニター全体調査の正答率より若干低かった。川崎郵送調査の正答率は更に低く45.4%であった（図10）。

図9 モニター全体調査



なお、川崎郵送調査の結果を年代別に見ると、20歳代から50歳代までは正答率に大きな違いはないが、60歳代以上になると大きく低下している。

図10 川崎郵送調査

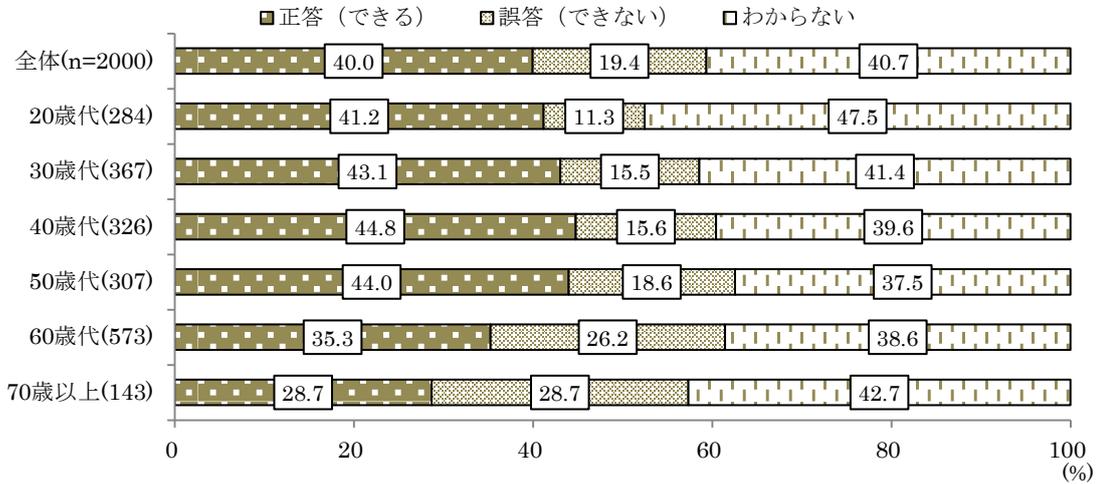


**Q 5 候補者以外の方が「候補者の街頭演説を録画し、インターネット上で公開すること」**

この設問の答は「できる」で、モニター全体調査の正答率は、40.0%であった（図1 1）。20歳代から50歳代の正答率には大きな違いはないが、60歳代以上になると低下する。同じネットモニターでも、高齢者は動画の録画・公開には馴染みの無い人が多いからかも知れない。

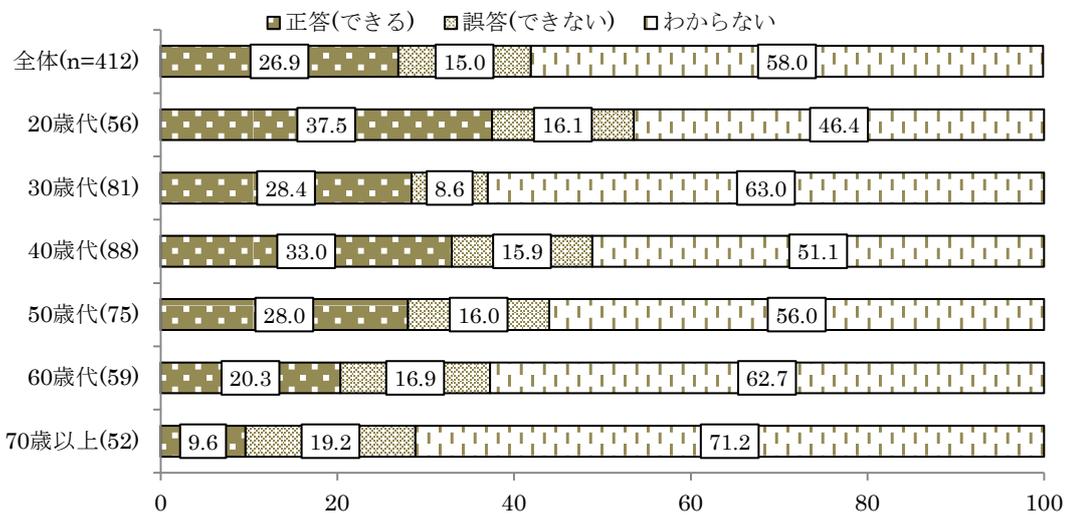
川崎モニター調査の正答率は39.2%で、モニター全体調査とほとんど同じである。一方、川崎郵送調査の正答率は26.9%で、モニター全体調査に比べてかなり低い（図1 2）。

**図 1 1 モニター全体調査**



なお、川崎郵送調査の結果を年代別に見ると、20歳代の正答率が最も高く、以下年齢が上がるにつれて正答率が低下する傾向にある。特に60歳以上の正答率は低い。

**図 1 2 川崎郵送調査**

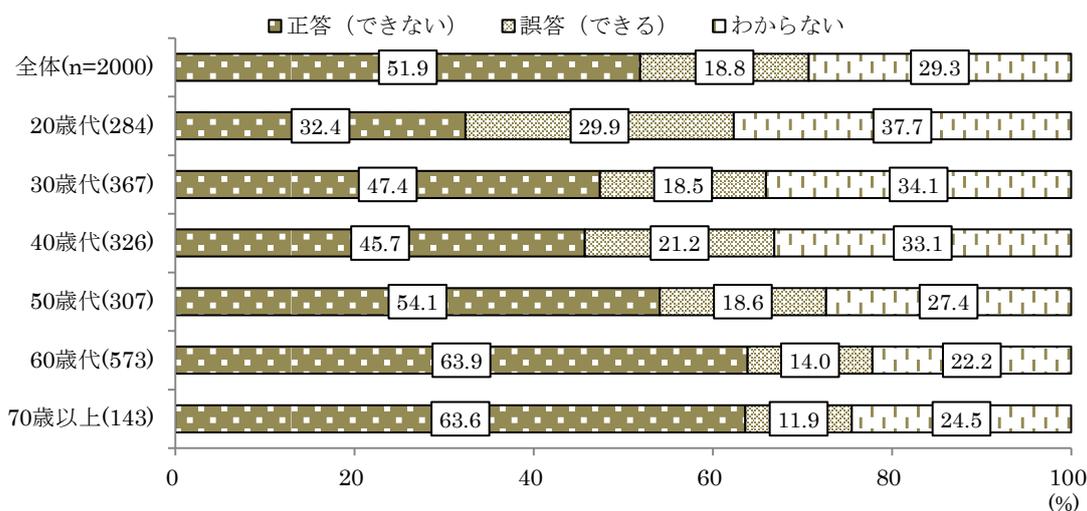


## Q6 「インターネットを利用して投票すること」

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。モニター全体調査の正答率は51.9%で、7つの設問中2番目に高かった(図13)。しかし、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。「できる」と誤答した人は全体で18.8%、20歳代では29.9%となっている。今回のインターネット選挙運動の解禁については、国会での法案審議の時期から国民の関心が高く、マスコミもその審議状況を随時報道したが、一部の報道で、見出しに「ネット選挙解禁」との表現が使われたため、それが一人歩きしてしまい、そのことによる誤解が依然として大きく残っていると言える。

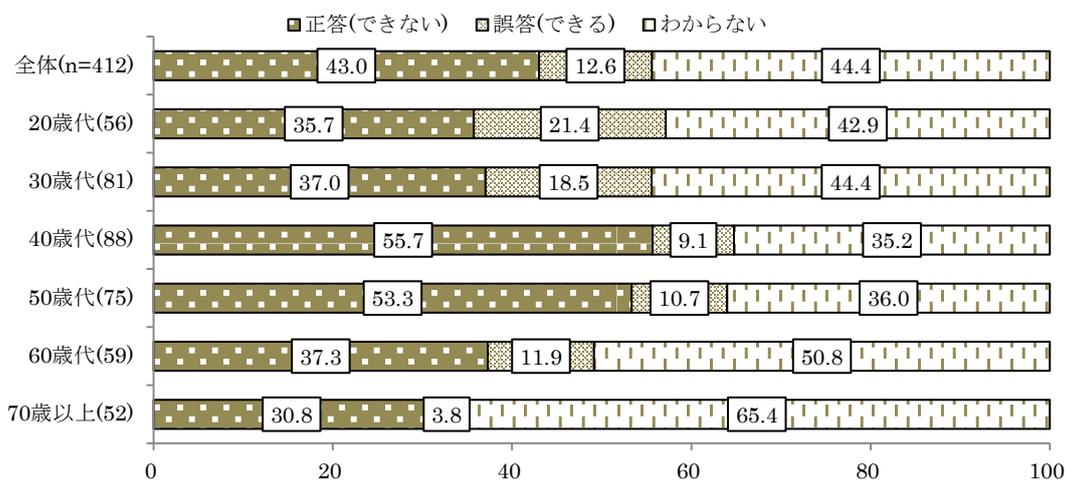
川崎モニター調査の正答率は48.6%で、モニター全体調査の正答率より若干低かった。川崎郵送調査の正答率は更に低く43.0%であった(図14)。

図13 モニター全体調査



なお、川崎郵送調査の結果を年代別に見ると、40歳代、50歳代の正答率が高く、70歳以上は低い。20歳代、30歳代、60歳代の正答率は余り変わらない。

図14 川崎郵送調査

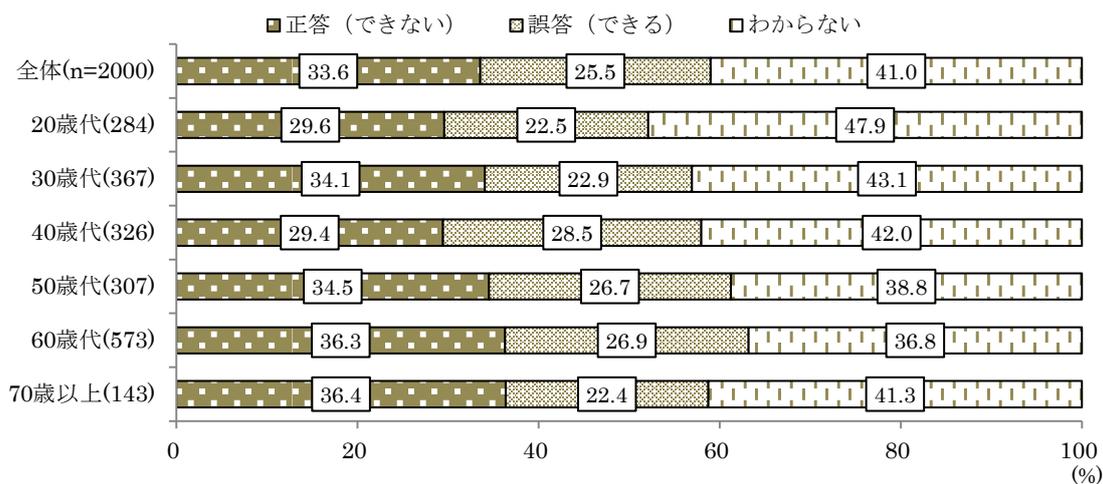


### Q7 「選挙期間外にフェイスブックやツイッターなどを使って選挙運動すること」

「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。モニター全体調査の正答率は 33.6%と低く、年代による大きな違いも見られない（図15）。

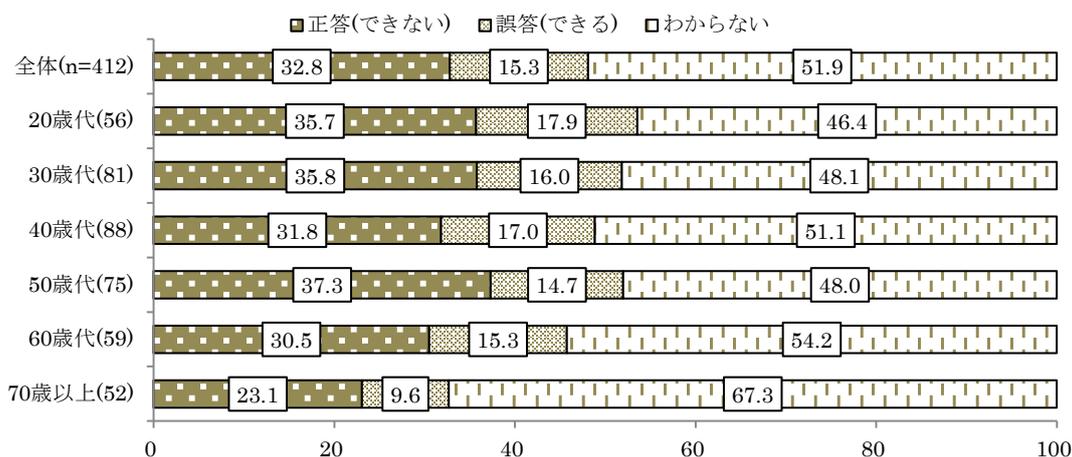
「できる」と誤答した人が 25.5%いるが、Q1の選挙期間内における「フェイスブックやツイッターを利用して特定候補者への投票を呼びかけること」に「できる」と答えた人（19.1%）よりも多かったこととの関係は、どう理解すればいいのであろうか。Q1に「できない」と答え、Q7に「できる」と答えた人たちが多数いるという事実は、「特定候補者への投票の呼びかけ」が「選挙運動」の一つであることの周知が足りなかったということであらうか。あるいは、有権者に求められているのは、選挙で一票を投じることで、候補者を取り巻く選挙運動には、当事者でない限りは関心がないことをも表しているように思える。

図15 モニター全体調査



なお、川崎郵送調査の結果を年代別に見ると、20歳代～60歳代は正答率に大きな違いはないが、70歳以上の正答率が低い（図16）。

図16 川崎郵送調査



イ 調査対象者の属性と各設問への回答の関係を見ると、男女別では、各設問とも、男性の方が女性より正答率が高く、例えば、Q6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59.7%、女性が44.2%であった(表5)。ただ、女性は、概して誤答率も低く、「わからない」が男性よりかなり多くなっている。

表5 インターネット選挙運動の理解度(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)	51.9	18.8	29.3
男性(997)	59.7	18.1	22.3
女性(1003)	44.2	19.5	36.3

学歴別では、概して「大学・大学院卒」の正答率が高く、例えば、Q6の「インターネットを利用して投票すること」の正答率は69.1%であった(表6)。ただし、Q1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23.5%に止まっている(表7)。

表6 インターネット選挙運動の理解度(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)	51.9	18.8	29.3
中学校卒(旧制高等小含む)(24)	41.7	33.3	25.0
高校卒(旧制中学含む)(606)	57.9	25.4	16.7
高専・短大・専修学校卒(383)	58.7	24.0	17.2
大学・大学院卒(648)	69.1	18.8	12.0
わからない(339)	1.2	0.0	98.8

表7 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)	19.1	34.4	46.6
中学校卒(旧制高等小含む)(24)	37.5	8.3	54.2
高校卒(旧制中学含む)(606)	21.8	38.9	39.3
高専・短大・専修学校卒(383)	22.5	41.5	36.0
大学・大学院卒(648)	23.5	44.6	31.9
わからない(339)	0.6	0.6	98.8

国の政治への関心との関係では、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「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」の結果を示すと表8のとおりである。

表8 インターネット選挙運動の理解度（政治的関心との関係）

例：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

	正答(できない)	誤答(できる)	わからない
全体(n=2000)	45.5	12.5	42.1
非常に関心を持っている(468)	55.8	19.7	24.6
多少は関心を持っている(1128)	46.4	11.8	41.8
あまり関心を持っていない(308)	33.1	6.5	60.4
全く関心を持っていない(74)	31.1	4.1	64.9
わからない(22)	4.5	4.5	90.9

ウ 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、モニター全体調査において正答率が5割を超えたのは7問中2問のみで、中には正答率が2割に満たないものもあった。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1,669名の中で、48名であった。ほとんどの設問（7問中6問）は、モニター全体調査より郵送調査の方が正答率が低いので、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が、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とは言えない。今後、より丁寧な周知広報が必要である。

なお、モニター全体調査は、川崎郵送調査に比べると、多くの設問において年代別の違いが明確ではなかった。モニター全体調査は、インターネットに関連する質問には、世代別の特性よりもネットモニターとしての特性の方が強く出るのではないかと思われる。

#### エ 投票行動との関係

後述するように、本調査では、参院選後に調査対象地域で行われた知事選挙又は指定都市市長選挙で投票に行ったか、行かなかったかを尋ねている。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Q5の「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」（表9）とQ6の「インターネットを利用して投票すること」（表10）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 9 インターネット選挙運動の理解度と投票行動

Q 5 「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」への回答との関係 (%)

	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
正答(799)	65.5	34.3	0.3
誤答(わからない含む)(1201)	59.5	38.7	1.7

表 10 インターネット選挙運動の理解度と投票行動

Q 6 「インターネットを利用して投票すること」への回答との関係 (%)

	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
正答(1038)	71.7	28.1	0.2
誤答(わからない含む)(962)	51.4	46.5	2.2

### (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、各調査地域で行われた知事選挙又は指定都市市長選挙と昨年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。

- 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」

この設問に関するモニター全体調査の結果を、20～30歳代、40～50歳代、60歳以上の3つの世代に分けて、知事選挙等の地方選挙と参院選の2つの選挙で比較してみる(表11)。

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、地方選挙では全世代で 10.7%、参院選では全世代で 12.2%である（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）。参院選の方が若干高く出ているものの、大きな違いは見られない。年代別では、地方選挙、参院選ともに、20～30 歳代が若干多く、60 歳以上が若干少ないが、大きな違いはない。年代別の差が小さいのは、モニター調査の特性が出たものと思われる。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累計は、地方選挙が全世代で 33.8%、参院選が全世代で 36.1%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）。ここでも参院選の方が若干高く出ているが、大きな違いは見られない。年代別では、地方選挙、参院選ともに、20～30 歳代が若干多く、60 歳以上との間には 10 ポイントほどの違いがある。地方選挙では 72.9%の人が、参院選では 71.9%の人が「利用しなかった」と答えている。

同じ設問に対する調査結果を川崎モニター調査で見ると（表 1 2）、川崎市長選挙において ①～④のインターネット選挙運動情報に接触した割合の累計は 12.2%、参院選では 13.8%で、いずれもモニター全体調査（10.7%、12.2%）より多い。①～⑦のインターネット選挙情報に接触した割合の累計は、川崎市長選挙が 39.2%、参院選が 41.6%で、こちらもモニター全体調査（33.8%、36.1%）より多い。川崎市の有権者は調査 5 団体の中では、インターネットを利用した選挙情報への接触度が高いとすることができる。

一方、同じ設問に対する調査結果を川崎郵送調査で見ると（表 1 3）、川崎市長選挙において①～④のインターネット選挙運動情報に接触した割合の累計は 11.2%、参院選では 12.9%で、いずれも川崎モニター調査（12.2%、13.8%）より少ない。①～⑦のインターネット選挙情報を選択した割合の累計は、川崎市長選挙が 29.2%、参院選が 41.1%で、こちらも川崎モニター調査（39.2%、41.6%）より少ない。

この郵送調査においては年代の違いが大きく、20～30 歳代と 60 歳以上の接触度には大きな開きがある。この傾向は、参院選後に明推協が全国の有権者 3,000 人を対象に行った郵送調査の結果（表 1 4）とほぼ同じである。（ただし、川崎郵送調査の方が 20～30 歳代の接触度が高く、全世代でも高くなっている。）

以上のことから、モニター調査は郵送調査よりも接触度が若干高く、年代による違いが小さいことに留意する必要がある。

表11 インターネット選挙情報への接触度（モニター全体調査）

（%）

	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(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	

表12 インターネット選挙情報への接触度（川崎モニター調査）

（%）

	全体(n=500)		20～30歳代(197)		40～50歳代(163)		60歳以上(140)		
	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	11.2	12.6	14.2	14.2	11.7	14.1	6.4	8.6
	②候補者や政党からメールを受け取った	0.2	0.4	0.0	0.0	0.6	1.2	0.0	0.0
	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	0.2	0.2	0.5	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	④候補者や政党とインターネットを通して交流した	0.6	0.6	0.5	0.5	0.6	1.2	0.7	0.0
ネット選挙運動情報への接触の累計(上記①～④)	12.2	13.8	15.2	15.2	12.9	16.5	7.1	8.6	
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	1.4	2.4	1.0	1.0	1.8	4.3	1.4	2.1
	⑥ニュースサイトや選挙情報サイトを見た	25.2	25.4	24.4	27.4	31.9	30.7	18.6	16.4
	⑦その他	0.4	0.0	0.5	0.0	0.0	0.0	0.7	0.0
ネット選挙情報への接触の累計(上記①～⑦)	39.2	41.6	41.1	43.6	46.6	51.5	27.8	27.1	
利用した	33.2	33.8	34.0	34.5	39.9	42.3	24.3	22.9	
利用しなかった	66.8	66.2	66.0	65.5	60.1	57.7	75.7	77.1	

表13 インターネット選挙情報への接触度（川崎郵送調査）

(%)

	全体(n=412)		20～30歳代(137)		40～50歳代(163)		60歳以上(111)		
	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	10.0	11.4	18.2	21.9	9.8	10.4	0.0	0.0
	②候補者や政党からメールを受け取った	0.5	0.5	0.0	0.0	1.2	1.2	0.0	0.0
	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	0.5	0.0	0.0	0.6	0.6	1.8	0.9
	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		0.0	0.0	0.6	0.0	0.9
ネット選挙運動情報への接触の累計(上記①～④)		11.2	12.9	18.2	21.9	11.7	12.9	1.8	1.8
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	1.0	3.2	1.5	4.4	1.2	4.3	0.0	0.0
	⑥ニュースサイトや選挙情報サイトを見た	15.5	23.5	25.5	38.7	14.1	22.7	5.4	6.3
	⑦その他	1.5	1.5	0.7	0.0	1.2	1.8	2.7	2.7
ネット選挙情報への接触の累計(上記①～⑦)		29.2	41.1	46.0	65.0	28.2	41.7	9.9	10.8
利用した		21.8	29.8	33.6	48.2	20.2	27.6	9.9	10.8
利用しなかった		73.3	62.4	65.7	48.2	77.9	66.9	76.6	73.9
NA(上記の選択肢に対する)		4.9	7.8	0.7	3.6	1.8	5.5	13.5	15.3

\* 年齢について、NAの回答は除いた(全体には含まれている)。

表14 参考：インターネット選挙情報への接触度（明推協調査）

(%)

	全体 (1957)	20～30歳代 (476)	40～50歳代 (658)	60歳以上 (823)
政党や候補者のHP・ブログ・SNSを見た	8.5	16.6	9.9	2.9
政党や候補者のメルマガを受信した	1.1	0.8	1.8	0.7
自らのブログやSNSで特定の政党や候補者、政策を応援などした	0.5	0.8	0.4	0.2
政党や候補者とネットを介して交流した	0.1	0.0	0.1	0.1
小計	10.2	18.2	12.3	3.9
利用した	9.3	18.3	12.3	4.0
利用しなかった	74.0	78.0	81.3	65.4
わからない・NA	16.7	3.7	6.4	30.6

イ 次に、上記の質問で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。

モニター全体調査では地方選、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（表15）。地方選挙よりも参院選の方が若干有用度が高い。

表15 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）

	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、川崎モニター調査で「参考になった」と答えた人は、市長選挙で76.5%、参院選で78.7%、川崎郵送調査（表16）ではそれぞれ75.5%、84.5%で、モニター全体調査より若干多く、また、いずれも参院選の方が有用度が高かった。

表16 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（川崎郵送調査）

	全体		20～30歳代		40～50歳代		60歳以上	
	地方選 (n=90)	参院選 (123)	地方選 (46)	参院選 (66)	地方選 (33)	参院選 (45)	地方選 (11)	参院選 (12)
参考になった	22.2	13.8	32.6	18.2	15.2	11.1	0.0	0.0
多少は参考になった	53.3	70.7	52.2	69.7	60.6	75.6	36.4	58.3
計	75.5	84.5	84.8	87.9	75.8	86.7	36.4	58.3
参考にならなかった	10.0	5.7	4.3	3.0	18.2	6.7	9.1	16.7
わからない	14.4	9.8	10.9	9.1	6.1	6.7	54.5	25.0

なお、上記の表15及び表16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17及び表18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、モニター全体調査では、地方選挙で19.2%、参院選で21.5%、川崎郵送調査でもそれぞれ16.5%、25.2%

となる。これらの割合は、国政選挙におけるマスメディアの調査結果と符合する。

表17 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：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

表18 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  
(川崎郵送調査：母数は調査対象者全員(412))

(%)

	全体(n=412)		20～30歳代(137)		40～50歳代(163)		60歳以上(112)	
	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	4.9	4.1	10.9	8.8	3.1	3.1	0.0	0.0
多少は参考になった	11.7	21.1	17.5	33.6	12.3	20.9	3.6	6.3
計	16.5	25.2	28.5	42.3	15.3	23.9	3.6	6.3
参考にならなかった	2.2	1.7	1.5	1.5	3.7	1.8	0.9	1.8
わからない	3.2	2.9	3.6	4.4	1.2	1.8	5.4	2.7
利用しなかった	78.2	70.1	66.4	51.8	79.8	72.4	90.2	89.3

ウ 次に選択肢ごとに参考になったか否かを見ていく(表19)。最も「参考になった(「多少は」を含む)」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「候補者や政党とインターネットを通して交流した」(85.7%)であった。参院選では「候補者や政党からメールを受け取った」(93.8%)が最も多く、次いで「候補者や政党のHP・ブログ・SNSを見た」(89.0%)であった。但し、地方選で「候補者や政党とインターネットを通して交流した」人は14人、参院選で「候補者や政党からメールを受け取った」人は16人と全体数からすれば少数であったことに留意する必要がある。

なお、年代別に区分して見ても、特別な傾向は見られなかった。

表19 インターネット上の情報は参考になったか（モニター全体調査）

(%)

	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(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

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。その結果は、表20のとおりである。

表20 インターネットの利用状況（モニター全体調査）

(%)

		全体 (n=2000)	20～30歳代 (651)	40～50歳代 (633)	60歳以上 (716)
主な端末	主にパソコン(n=1066)	53.3	21.0	36.5	97.5
	主にスマートフォン(807)	40.4	70.0	54.5	0.8
	主にタブレット(73)	3.7	3.4	6.5	1.4
	主に携帯電話(54)	2.7	5.5	2.5	0.3
利用時間	1時間未満(564)	28.2	26.6	41.2	18.2
	1時間以上3時間未満(980)	49.0	51.8	45.7	49.4
	3時間以上5時間未満(313)	15.7	13.1	10.6	22.5
	5時間以上(143)	7.2	8.6	2.5	9.9
アクセスサイト	ニュースサイト(1418)	70.9	66.8	73.0	72.8
	趣味のサイト(1198)	59.9	59.9	60.0	59.8
	SNSなどのコミュニティサイト(571)	28.6	49.3	26.7	11.3
	通信販売のサイト(859)	43.0	33.8	42.3	51.8
	動画サイト(536)	26.8	35.6	22.9	22.2
	その他(74)	3.7	0.5	1.9	8.2
利用方法	ホームページを開設している(106)	5.3	4.9	3.9	6.8
	ブログを開設している(144)	7.2	8.4	5.4	7.7
	フェイスブックを開設している(458)	22.9	40.4	18.3	11.0
	ツイッターを利用している(265)	13.3	20.4	12.6	7.3
	LINEを利用している(891)	44.6	75.1	55.9	6.7
	電子メールを利用している(1309)	65.5	56.1	65.6	73.9
	どれも該当しない(268)	13.4	7.1	11.4	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見てみる  
(表21)。

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、「おも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15.1%である。①～⑦のインターネット選挙情報に接触した人も「おもにタブレットでネットを利用する」人が最も多いが、累計で5割程度である(49.4%)。

インターネット利用時間による違いでは、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多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13.5%、14.7%である。インターネット選挙情報への接触については、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くなっているわけではない。

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」にアクセスする人の接触度が比較的高い(インターネット選挙運動情報の累計で16.5%)。

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への接触度が比較的高いが、「LINE」を利用している人の接触度は高くない。

表21 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

(%)

	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	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	
ネット接続端末	おもにパソコンでネットを利用する(n=1066)	9.8	0.6	0.6	0.8	11.8	1.9	20.9	0.4	35.0	27.0	73.0
	おもにスマートフォンでネットを利用する(807)	7.2	0.5	0.7	0.6	9.0	1.2	20.9	0.4	31.5	26.5	73.5
	おもにタブレットでネットを利用する(73)	13.7	0.0	1.4	0.0	15.1	5.5	27.4	1.4	49.4	39.7	60.3
	おもに携帯電話でネットを利用する(54)	1.9	1.9	0.0	1.9	5.7	0.0	14.8	0.0	20.5	20.4	79.6
ネット利用時間	1時間未満(564)	3.0	0.4	0.4	0.2	4.0	0.2	17.2	0.4	21.8	20.2	79.8
	1時間以上3時間未満(980)	11.2	0.5	0.6	0.5	12.8	2.7	23.3	0.2	39.0	30.1	69.9
	3時間以上5時間未満(313)	9.6	1.0	1.0	1.9	13.5	1.9	21.7	0.3	37.4	29.4	70.6
	5時間以上(143)	11.2	0.7	1.4	1.4	14.7	0.7	18.9	2.1	36.4	28.7	71.3
普段アクセスするサイト	ニュースサイト(1418)	10.9	0.6	0.6	0.6	12.7	1.8	25.0	0.5	40.0	31.8	68.2
	趣味のサイト(1198)	9.3	0.6	0.8	0.7	11.4	1.8	23.0	0.4	36.6	29.0	71.0
	SNSなどのコミュニティサイト(571)	13.5	0.7	0.9	1.4	16.5	2.6	24.7	0.7	44.5	32.6	67.4
	通信販売のサイト(859)	9.7	0.2	0.6	0.6	11.1	2.2	23.5	0.3	37.1	29.0	71.0
	動画サイト(536)	12.1	0.2	0.4	0.6	13.3	3.4	25.7	0.7	43.1	32.6	67.4
	その他(74)	10.8	0.0	0.0	0.0	10.8	2.7	9.5	1.4	24.4	20.3	79.7
ネット利用法	ホームページを開設している(106)	20.8	0.9	2.8	1.9	26.4	4.7	16.0	0.9	48.0	34.9	65.1
	ブログを開設している(144)	20.1	1.4	2.1	2.8	26.4	4.9	23.6	0.7	55.6	38.2	61.8
	フェイスブックを開設している(458)	17.0	0.4	1.3	1.5	20.2	3.1	25.5	0.7	49.5	36.5	63.5
	ツイッターを利用している(リツイート含む)(265)	20.0	0.8	1.5	2.6	24.9	5.3	30.2	0.8	61.2	41.5	58.5
	LINEを利用している(891)	8.8	0.4	0.6	0.7	10.5	0.9	23.3	0.3	35.0	29.6	70.4
	電子メールを利用している(1309)	10.2	0.4	0.4	0.5	11.5	1.9	23.2	0.5	37.1	29.7	70.3
どれも該当しない(268)	3.0	0.4	0.0	0.4	3.8	1.1	13.1	0.4	18.4	15.3	84.7	

オ インターネットを利用した選挙運動情報への接触を性別で見ると、インターネット選挙運動情報へ接触した人の割合の累計は、男性が14.9%、女性が6.2%で男女差が大きい(表22)。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43.0%に対し、女性は24.3%と少ない。

学歴との関連では、「大学・大学院卒」は接触度が比較的高いが、はっきりとした傾向は見られない。

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興味を持っている」人は、20.7%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極めて少ない。「非常に興味を持っている」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累計で60.5%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を利用した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。

表22 インターネット選挙情報への接触(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
性別	男性(997)	12.4	0.6	1.0	0.9	14.9	2.6	25.0	0.5	43.0	33.1	66.9
	女性(1003)	4.9	0.5	0.3	0.5	6.2	0.8	17.0	0.3	24.3	21.1	78.9
学歴別	中学校卒(34)	5.9	0.0	2.9	0.0	8.8	0.0	26.5	0.0	35.3	29.4	70.6
	高校卒(733)	6.1	1.0	0.7	0.8	8.6	2.3	20.2	0.4	31.5	25.0	75.0
	高専・短大・専修学校卒(485)	6.6	0.4	0.6	0.2	7.8	1.2	17.7	0.6	27.3	24.3	75.7
	大学・大学院卒(734)	12.8	0.3	0.5	1.0	14.6	1.5	23.8	0.3	40.2	31.2	68.8
	わからない(14)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	14.3	14.3	85.7
地域の政治への関心	非常に興味を持っている(334)	20.7	0.0	1.8	0.9	23.4	4.2	32.0	0.9	60.5	44.3	55.7
	多少は興味を持っている(1119)	8.1	0.7	0.4	0.8	10.0	1.3	21.6	0.4	33.3	27.3	72.7
	あまり興味を持っていない(442)	2.7	0.7	0.2	0.2	3.8	1.4	14.0	0.0	19.2	17.9	82.1
	全く興味を持っていない(83)	1.2	0.0	1.2	1.2	3.6	0.0	10.8	0.0	14.4	12.0	88.0
	わからない(22)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100
政党支持の有無	ふだんから支持する政党がある(316)	11.7	0.9	1.6	2.2	16.4	2.8	24.7	0.6	44.5	33.5	66.5
	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(701)	12.4	0.4	0.9	0.1	13.8	2.6	24.0	0.7	41.1	32.1	67.9
	支持する、または好ましいと思っ ている政党はない(767)	5.7	0.5	0.3	0.5	7.0	0.8	20.1	0.1	28.0	23.9	76.1
	わからない(216)	2.3	0.5	0.0	0.9	3.7	0.5	9.3	0.0	13.5	13.0	87.0

## カ 投票行動との関係

後述するように、本調査では、参院選後に調査対象地域で行われた知事選挙又は指定都市市長選挙で投票に行ったか、行かなかったかを尋ねている。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22の①～⑦のインター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23に示すように、インターネット選挙情報を利用した人の73.8%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(57.5%)より16.3ポイント高かった。

表23 インターネット選挙情報への接触と投票行動の関係

	%		
	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

### (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は、現段階では一部の人に限られているが、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

	(%)									
	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

この質問への回答を見ると、全体では、39.4%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31.4%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29.2%、「わからない」が12.0%と合わせて41.2%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48.1%と半数近くに上っている。

続いて、「あなたは、昨年の知事選挙又は市長選挙で、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」と言う質問に「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半数の50.0%に上る。しかし、33.2%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、24.9%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、これらの期待に応えることによって、今後の利用の増加を図っていくことが必要である。

インターネットを利用したけど「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27.5%であった。38.2%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、27.5%の人は「マスコミがあまり報じない情報を発信する」を選び、今後に期待を繋いでいる。

表25 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(1458)	33.2	24.9	11.0	9.3	12.1	2.0	3.4	1.0	35.0	15.0
参考にならなかった(102)	38.2	27.5	11.8	14.7	18.6	2.9	4.9	1.0	27.5	6.9

#### (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（表26）。

最も多かったのは「若年層の投票率が向上する」の37.4%で、「有権者の政治への関心が高まる」の14.6%、「有権者と政治家との距離が縮まる」の10.5%が続いている。ただし、「わからない」と答えた人が29.8%あった。インターネットの活用により「政治」や「政治家」との距離感が和らぎ、その結果、投票率向上につながることも期待はできるが、そのためには前述の「候補者や政党が、政策の違いをわかりやすく伝える」

などの期待に応えるべく、情報の内容や提供手法等に一層の工夫が求められる。

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	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

これらの回答結果は、年代による違いがほとんど見られない。ネットモニターとしての共通性が伺われる。

なお、参院選後に郵送調査により実施した明推協調査を参考までに掲示する(表 2 7)。こちらは複数回答であるものの、各選択肢への回答割合は大きく変わらない。ただし、年代が高くなるにつれて「わからない」がかなり増加している。

表 2 7 インターネット選挙運動がもたらす影響 (明推協調査)

(%)

	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	特に期待するものはない	その他	わからない
全体(n=2019)	6.9	14.2	18.6	38.3	27.1	3.5	14.7
20～30歳代(476)	5.9	20.8	22.9	42.2	28.2	2.9	6.7
40～50歳代(658)	8.1	16.0	17.8	42.4	30.2	4.3	10.5
60歳以上(823)	6.6	9.4	16.6	33.3	24.1	3.4	22.4

\*年齢に対して無回答の 62 は上記の年齢区分に含まれていない。

#### (6) その他

今回の調査では、インターネット選挙運動に関わる設問だけではなく、調査対象者の投票行動についても尋ねている。例えば「あなたは知事選挙または市長選挙で、投票に行きましたか」などであるが、当該設問では今回調査した 5 団体の実際の投票率を 25 ポイント程上回る回答(「行った」)を調査対象者から得ている。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考えられる。この他、投票を棄権した理由など調査票全文と、単純集計を巻末に付している。

## 【おわりに】

「インターネット選挙運動に、今後どのような活用を期待するか」という質問に対しては、「候補者や政党が、政策の違いをわかりやすく伝える」が39%と最も高く、次いで「マスコミがあまり報じない情報を発信」が31%で、ほぼこの2つに集中している。これらの傾向は、郵送調査結果にも共通する。

一方で、ネットユーザー（インターネットモニター調査）の間では、「インターネット選挙運動解禁」により、「インターネットを利用して投票すること」が可能になったと誤解している人が、2割近く存在している。

彼ら有権者が求めていることは、判断や選択を支援する客観的な情報の入手であり、また、インターネット選挙運動の解禁という事実が、これまでの選挙運動の範囲をどう変えたか（あるいは変わらない点は何か）、有権者がどう関われるようになったかの正確な情報であろう。

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。

そうした情報の提供がなされている前提の上で、特定の政党や候補者からの働きかけや、候補者－有権者相互のやり取りといったインターネットが持っている「双方向性」という特性を生かすことが望まれているのではなかろうか。

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。

加えて、行政情報のオープンデータ化が進む昨今、選挙に関しても行政（例えば、選挙管理委員会）から社会へのデータ提供が望まれよう。

また、インターネットを通じた、選択や判断を支援するツール（比較参照ツール）の設定と提供については、任意団体として活動する各地の明るい選挙推進協議会の役割が要請されているようにも思われる。

こうした様々な取組み、試みを行うことで、有権者が正確な情報を基に選挙に関心を持つことが望まれる。

なお、本調査は、総合評価方式による入札の結果、公益財団法人 明るい選挙推進協会が請負い実施したものであり、本調査の設計、設問の作成及び調査のデータ集計等は埼玉大学社会調査研究センターと(株)インテージリサーチにご協力いただいた。

**「インターネット選挙運動解禁」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))

**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=							NA	%
	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		
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	
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>1.1</b>	<b>10.5</b>	<b>29.2</b>	<b>27.4</b>	<b>31.4</b>	<b>0.5</b>	
		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	
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
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>23.4</b>	<b>56.4</b>	<b>15.4</b>	<b>3.7</b>	<b>1.1</b>
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	
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
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>16.7</b>	<b>56.0</b>	<b>22.1</b>	<b>4.2</b>	<b>1.1</b>
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	
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
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>83.5</b>	<b>16.6</b>
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	NA	Q4で「知らない」と回答	
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		
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>19.1</b>	<b>34.4</b>	<b>46.6</b>		
		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		
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		
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>12.5</b>	<b>45.5</b>	<b>42.1</b>		
		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		
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		
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>11.7</b>	<b>42.0</b>	<b>46.4</b>		
		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		
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		
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>7.2</b>	<b>54.0</b>	<b>38.9</b>		
		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		
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		
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>40.0</b>	<b>19.4</b>	<b>40.7</b>		
		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		
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		
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>18.8</b>	<b>51.9</b>	<b>29.3</b>		
		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		
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		
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>25.5</b>	<b>33.6</b>	<b>41.0</b>		
		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	
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	
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>2.8</b>	<b>16.3</b>	<b>37.7</b>	<b>37.0</b>	<b>6.3</b>	
		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	
昨年6月以降、ずっと宮城県に住んでいる	603	38.1	30.5	18.2	11.3	1.8	
昨年6月以降、ずっと広島県に住んでいる	712	47.9	25.6	14.6	11.2	0.7	
昨年6月以降、ずっと堺市に住んでいる	150	56.0	26.0	11.3	4.7	2.0	
昨年6月以降、ずっと川崎市に住んでいる	257	62.6	19.8	10.1	5.8	1.6	
昨年6月以降、ずっと神戸市に住んでいる	278	56.1	23.0	12.6	7.2	1.1	
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>48.6</b>	<b>26.0</b>	<b>14.6</b>	<b>9.5</b>	<b>1.3</b>	
		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	
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	
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>16.0</b>	<b>16.7</b>	<b>25.3</b>	<b>34.2</b>	<b>7.8</b>	
		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	
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	
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>39.4</b>	<b>35.3</b>	<b>19.0</b>	<b>5.9</b>	<b>0.6</b>	
		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	
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	
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>20.5</b>	<b>28.6</b>	<b>27.2</b>	<b>19.4</b>	<b>4.5</b>	
		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	
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	
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>35.9</b>	<b>26.1</b>	<b>20.6</b>	<b>14.7</b>	<b>2.9</b>	
		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、上記日程の知事選挙または市長選挙で、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	(%)
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
全体	2,000	61.9	37.0	1.2	
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いかった	誰が立候補しているのかわからなかった	候補者の違いがよくわからなかった	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った	適当な候補者がいないかった	自分一人くらい棄権しても結果は変わらない	都道府県(市区)の政治のことは良くわからない	投票所に出かけるのが面倒だったので	(%)
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
全体	739	4.2	14.6	4.7	9.3	24.9	9.1	12.3	10.7	3.8	7.4
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	投票日当日に仕事以外の予定が入っていた	選挙があることを知らなかった	投票日を忘れていた	選挙によって政治はよくなるかと思わなかった	今の政治を変える必要がないと思わなかった	病気だったので	体調がすぐれなかった	天候が悪かった	その他	わからない	答えたくない	
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
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
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、昨年の知事選挙又は市長選挙で、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	(%)
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
全体	2,000	8.7	0.6	0.7	0.7	1.7	21.0	0.4	72.9
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
									NA

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				
	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															
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															
全体	542	15.9	54.8	18.8	10.5															
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															

(%)

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=	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									
	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																																			
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																															
全体	2,000	10.4	0.8	0.4	0.6	2.5	21.3	0.1	71.9																															
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																															

(%)

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				
	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															
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															
全体	562	15.8	60.7	15.1	8.4															
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															

(%)

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=	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									
	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																																			
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																													
全体	2,000	39.4	31.4	13.5	12.0	15.5	3.2	5.0	0.9	29.2	12.0																													
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																													

(%)

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							わからない	NA
	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	具体的な:				
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		
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>5.2</b>	<b>10.5</b>	<b>14.6</b>	<b>37.4</b>	<b>2.6</b>	<b>29.8</b>		
		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:	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=	性別		NA	
	男性	女性		
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	
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>49.9</b>	<b>50.2</b>	
		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=	学校					わからない	NA	
	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)			
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	
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>1.7</b>	<b>36.7</b>	<b>24.3</b>	<b>33.7</b>	<b>3.1</b>	<b>0.7</b>	
		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=	職業										
	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:	NA	
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	
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>8.6</b>	<b>34.0</b>	<b>2.4</b>	<b>1.2</b>	<b>16.9</b>	<b>19.0</b>	<b>2.1</b>	<b>12.9</b>	<b>3.1</b>	
		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:	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		
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		
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>19.0</b>	<b>31.7</b>	<b>41.3</b>	<b>5.4</b>	<b>2.8</b>		
		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	支持するのではないが、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	
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	
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>15.8</b>	<b>35.1</b>	<b>38.4</b>	<b>10.8</b>	
		ふだんから支持する政党がある	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	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		
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		
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>53.3</b>	<b>40.4</b>	<b>3.7</b>	<b>2.7</b>		
		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	
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	
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>28.2</b>	<b>49.0</b>	<b>15.7</b>	<b>7.2</b>	
		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:	
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	
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>70.9</b>	<b>59.9</b>	<b>28.6</b>	<b>43.0</b>	<b>26.8</b>	<b>3.7</b>	
		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	
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	
<b>全体</b>	<b>2,000</b>	<b>5.3</b>	<b>7.2</b>	<b>22.9</b>	<b>13.3</b>	<b>44.6</b>	<b>65.5</b>	<b>13.4</b>	
		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

(%)