

【報道関係各位】

【速報】参院選 有権者2,000人緊急意識調査

～ネット選挙の投票行動への影響は限定的。公示後もネット上の政治情報の閲覧伸びず～

- 棄権率は、若年層ほど高く
- 安倍政権政策への批判や不安は、投票に結びつかず
- 棄権者の6割は投票の意思を持っていた
- 公示後のインターネット情報の閲覧率は約3割で、公示前とほとんど変わらず
- 若年層ほど投票先の判断にインターネット上の情報が影響

2013年7月22日

株式会社マクロミル

(証券コード:東証一部 3730)

株式会社マクロミル(本社:東京都港区、代表取締役会長兼社長:杉本哲哉)は、全国の有権者2,000人を対象に、今回の参議院選挙に関する投票行動調査を実施いたしました。特に「投票しなかった人」の意識に焦点を当て、ネット選挙運動解禁の影響などについて調査しました。

調査手法はインターネットリサーチ。調査期間は投票締切直後の2013年7月21日(日)20時から2013年7月22日(月)8時まで。

<調査概要>

- 調査対象:全国20～69歳の男女(マクロミルモニタ会員)
- 有効回答数:2,000サンプル(内、参議院選挙投票棄権者539サンプル)
- 割付方法:平成22年国勢調査による性別年齢別人口比率に基づく割付
- 調査方法:インターネット調査
- 実施期間:2013年7月21日(日)20時～7月22日(月)8時
- 実施機関:株式会社マクロミル

<サイトURL>

http://www.macromill.com/r_data/20130722election/index.html

－ 本件の調査結果の引用・転載、取材等に関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル 広報室: 度会(わたらい)、大石

TEL: 03-6716-0707 MAIL: press@macromill.com

URL: <http://www.macromill.com/>

【速報】参院選 有権者2,000人緊急意識調査

～ネット選挙の投票行動への影響は限定的。公示後もネット上の政治情報の閲覧伸びず～

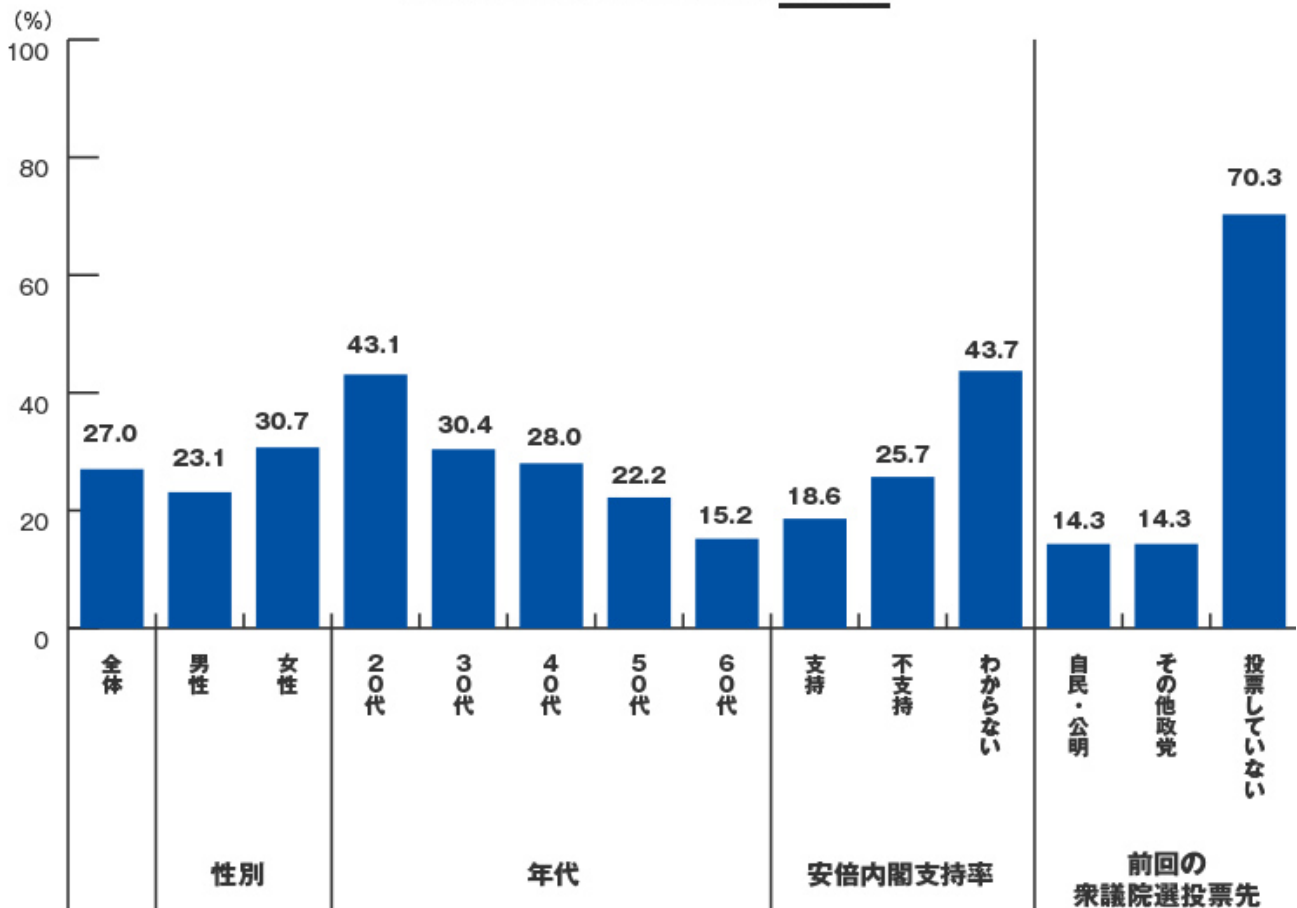
■ 棄権率は、若年層ほど高く

アンケートに回答した人のうち、7月21日の参議院選挙に「投票した」と回答した人は73%、「投票しなかった」と回答した人は27%でした。（※「政治に関するアンケート」と題した調査への協力による調査結果。総務省発表の投票率とは異なる。）若年層ほど棄権した割合が高いことがわかりました。

■ 安倍政権政策への批判や不安は、投票に結びつかず

安倍内閣の支持別（※参議院選挙の投票日までの間、安倍内閣を支持していたか）でみると、「支持していた」と回答した人の棄権率が19%であるのに対して、「支持していなかった」「わからない」と回答した人の棄権率はそれぞれ26%、44%と高く、安倍政権の政策への批判や不安は、投票には結びつかなかったことがわかります。

属性別の参議院選挙の棄権率

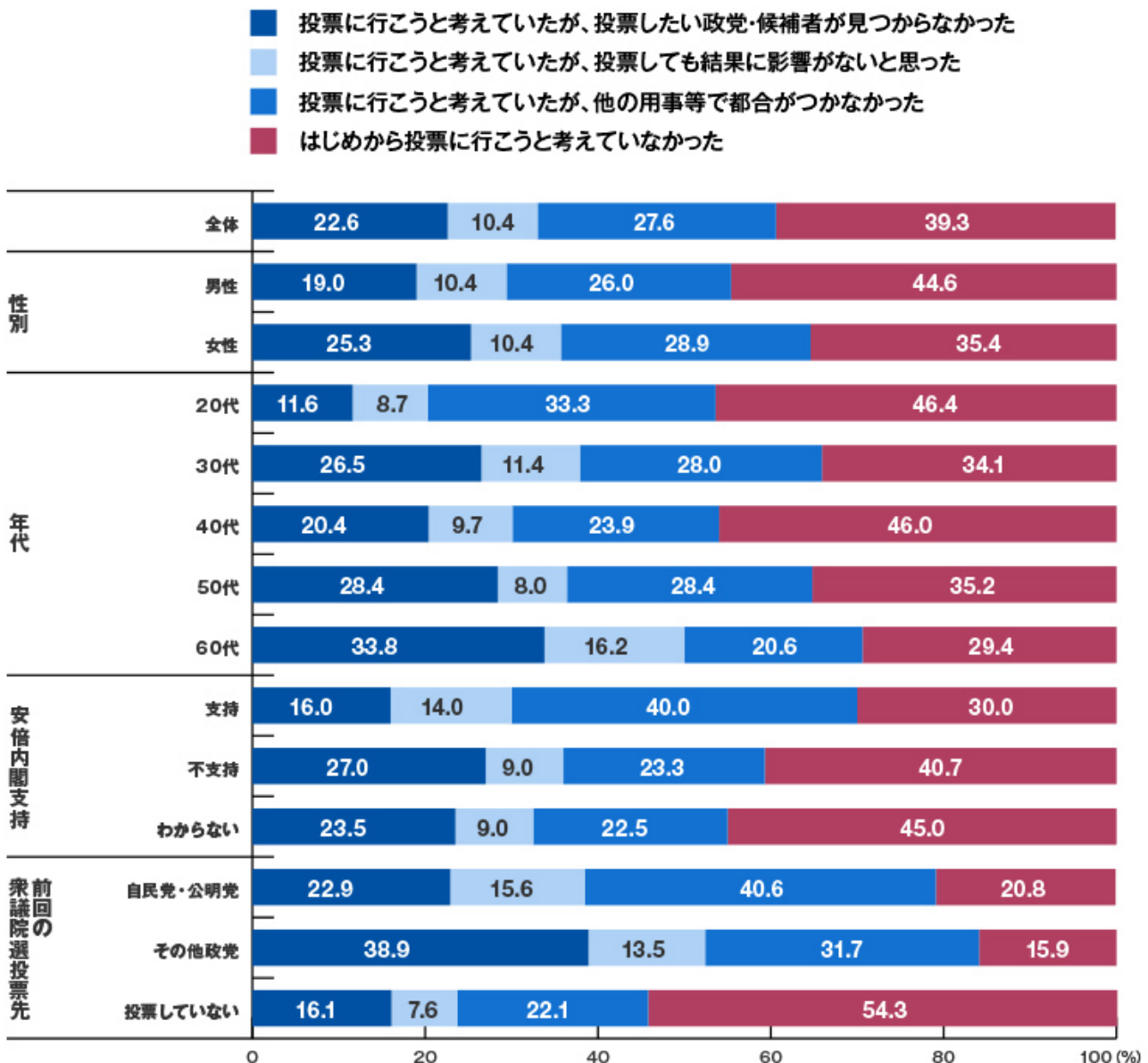


■ 棄権者の6割は投票の意思を持っていた

棄権者に対して「投票に行かなかった理由」を質問したところ、「投票に行こうと考えていたが、都合がつかなかった」28%、「投票に行こうと考えていたが、投票したい政党・候補者が見つからなかった」23%、「投票に行こうと考えていたが、投票しても結果に影響がない」10%となり、全体の61%は投票の意思を持っていたことがわかりました。

また、昨年末に行われた衆議院選挙で、(自民・公明以外の)その他の政党に投票した人の39%が、今回の選挙で「投票したい政党・候補者が見つからなかった」と回答しており、投票先に苦慮した様子がうかがえました。

投票しなかった理由

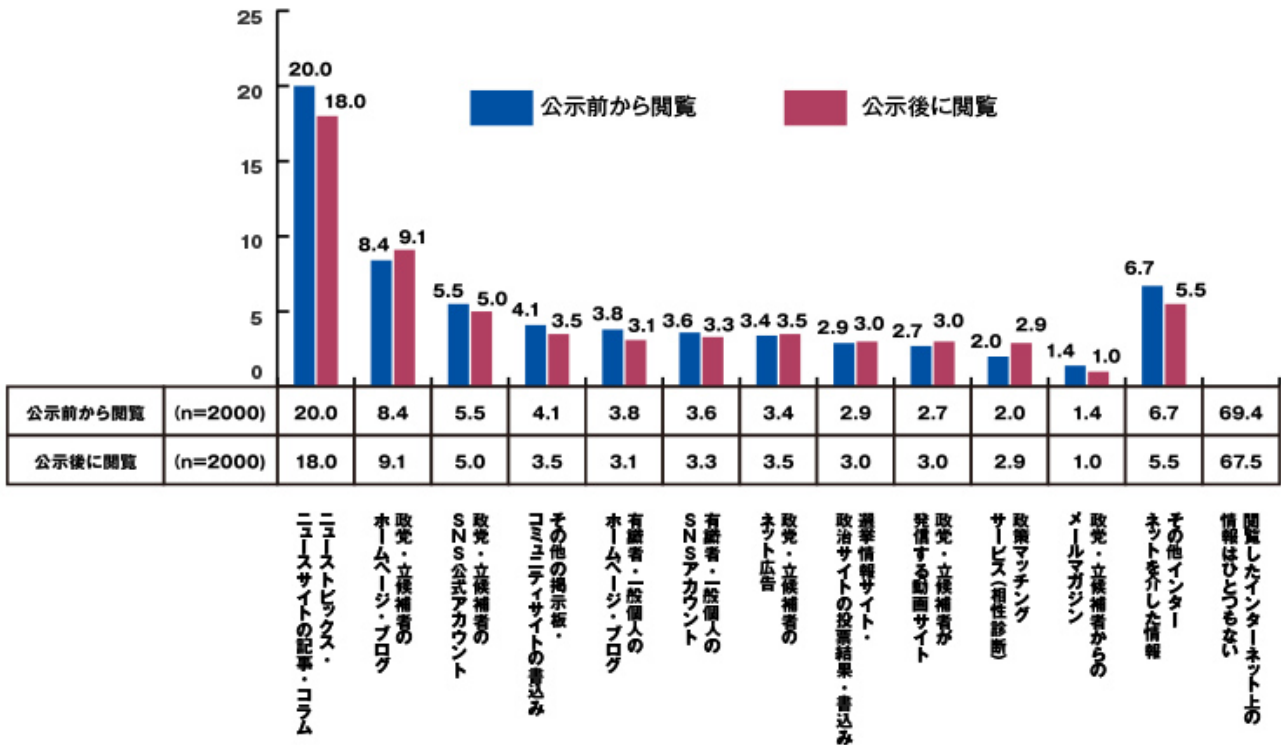


■ 公示後のインターネット情報の閲覧率は約3割で、公示前とほとんど変わらず

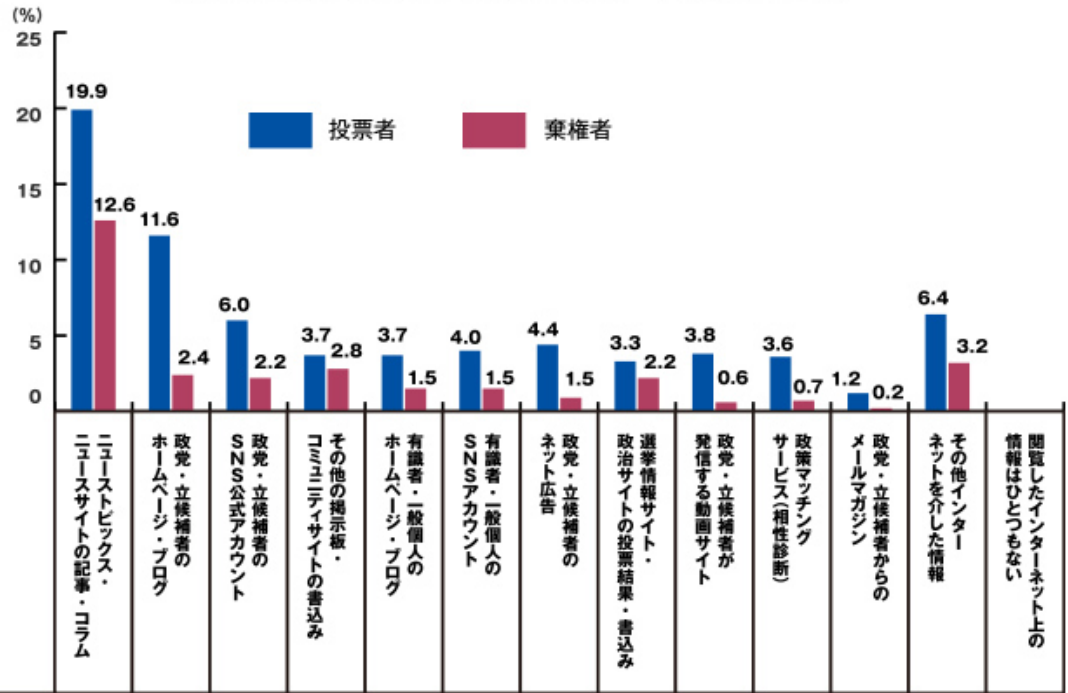
ネット選挙の解禁に伴い、公示後のインターネットによる情報発信が緩和されましたが、公示後に何かしらのインターネット上の政治情報を閲覧した人は33%で公示前の閲覧者31%と比べほとんど変化がありませんでした。

また棄権者は投票者に比べて閲覧率が低く、これらの情報に対する関心が低かったものと思われます。

公示前・公示後に閲覧したことがある政党・立候補者の情報



公示後に関覧したことがある政党・立候補者の情報



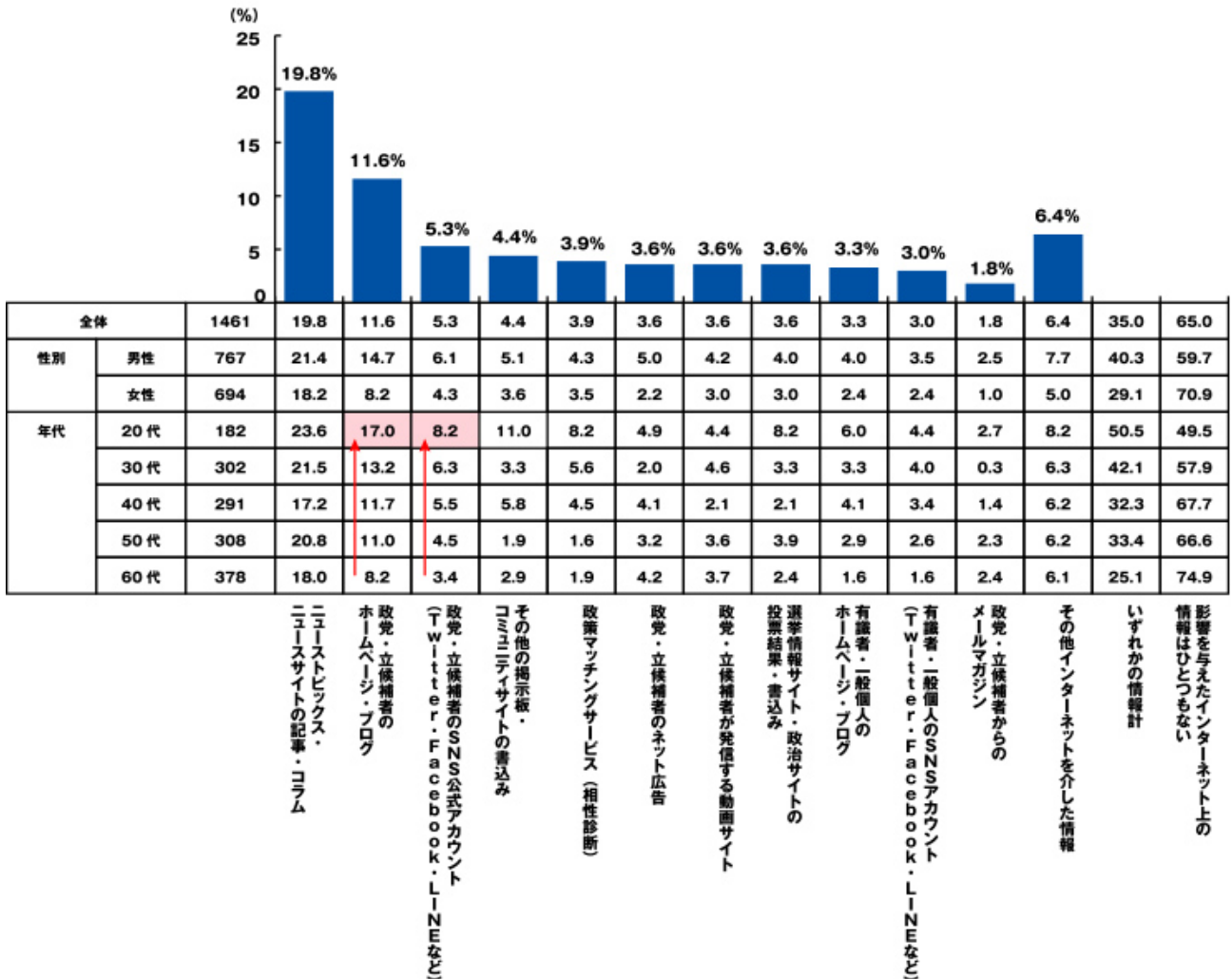
全体	(n=2000)	18.0	9.1	5.0	3.5	3.1	3.3	3.5	3.0	3.0	2.9	1.0	5.5	67.5
投票者	(n=1461)	19.9	11.6	6.0	3.7	3.7	4.0	4.4	3.3	3.8	3.6	1.2	6.4	62.8
棄権者	(n=539)	12.6	2.4	2.2	2.8	1.5	1.5	0.9	2.2	0.6	0.7	0.2	3.2	80.1

■ 若年層ほど投票先の判断にインターネット上の情報が影響

次に、投票者に対して、“投票先を選ぶ際の判断に影響を与えたインターネット上の情報”を複数回答で質問したところ、65%が「影響を与えたインターネット上の情報はない」と回答し、選挙への影響は限定的だったと考えられます。

「政党・立候補者のホームページ・ブログ」や「政党・候補者の SNS 公式アカウント」などは、若年層ほど影響度が高くなる傾向が見られました。

インターネット上の情報が投票先を選ぶ際の判断に影響を与えた人の割合



※調査結果の引用・転載、研究員への取材などもお気軽にお問い合わせください。

<研究員プロフィール>

株式会社マクロミル 執行役員
芦沢 広直

株式会社電通リサーチに入社し、調査企画部、市場調査事業の営業企画部門統括を経て、2009年4月マクロミル入社。2010年1月より、執行役員としてリサーチのプランニング・提案・分析を行うソリューション事業本部の統括を担当。2010年4月より、ネットリサーチ総合研究所 担当を兼任。マーケティングリサーチに関するワークショップ・各種研修講師実績多数。

－ 本件の調査結果の引用・転載、取材等に関するお問い合わせ先 －

株式会社マクロミル 広報室：度会 (わたらい)、大石
TEL：03-6716-0707 MAIL：press@macromill.com
URL：<http://www.macromill.com/>