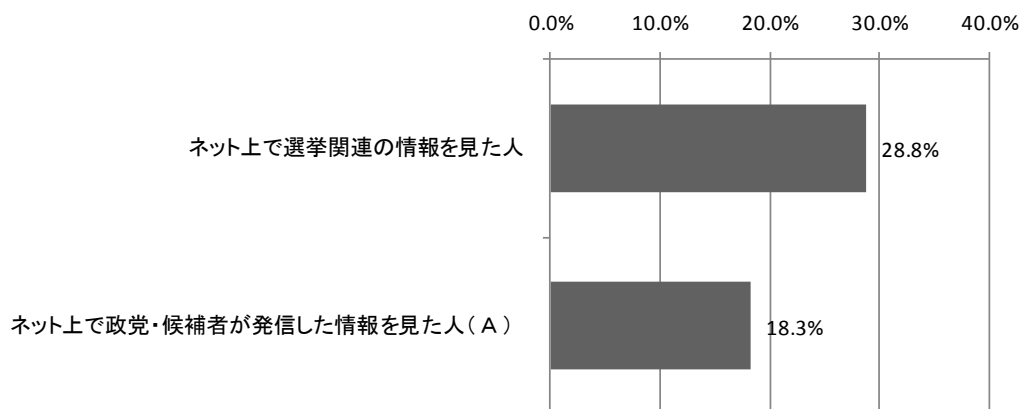


「参議院選挙におけるネット選挙解禁が有権者に与える影響調査」結果速報

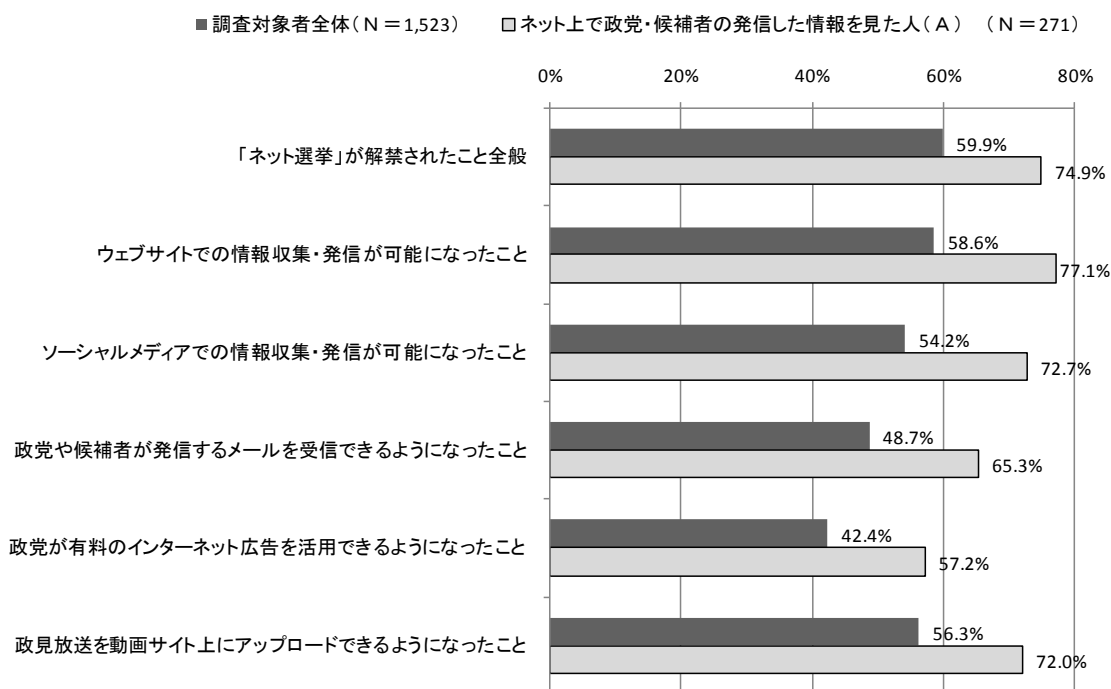
1. ネット上の「選挙関連情報」「政党・候補者が発信した情報」への接触状況

調査対象者（首都圏 N=1,523）のうち、選挙期間中にインターネット上で選挙関連の情報を見た人は28.8%（N=1,500）。「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人（A）」は18.3%（N=1,482）。



2. 「ネット選挙」解禁への評価

調査対象者全員の「ネット選挙の解禁」に対する肯定的な評価は59.9%、特に20代が67.5%と評価が高かった。「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人（A）」に限定すると、74.9%（うち20代は80.0%）と高い割合で肯定的に評価していた。



3. 「政党・候補者が発信した情報」への評価と信頼性

調査対象者で「政党・候補者の発信する選挙情報」が「役に立った」という人が10.6%、「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人（A）」に限定すると57.9%。

調査対象者で「政党・候補者の発信する選挙情報」が「信頼できた」という人が10.9%、「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人（A）」に限定すると59.4%だった。

4. テレビへの評価と信頼性

調査対象者で「テレビ」の選挙情報が「役に立った」という人が53.7%、「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人（A）」に限定すると70.8%。

調査対象者でテレビの選挙情報が「信頼できた」という人が58.5%、「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人（A）」に限定すると71.9%だった。

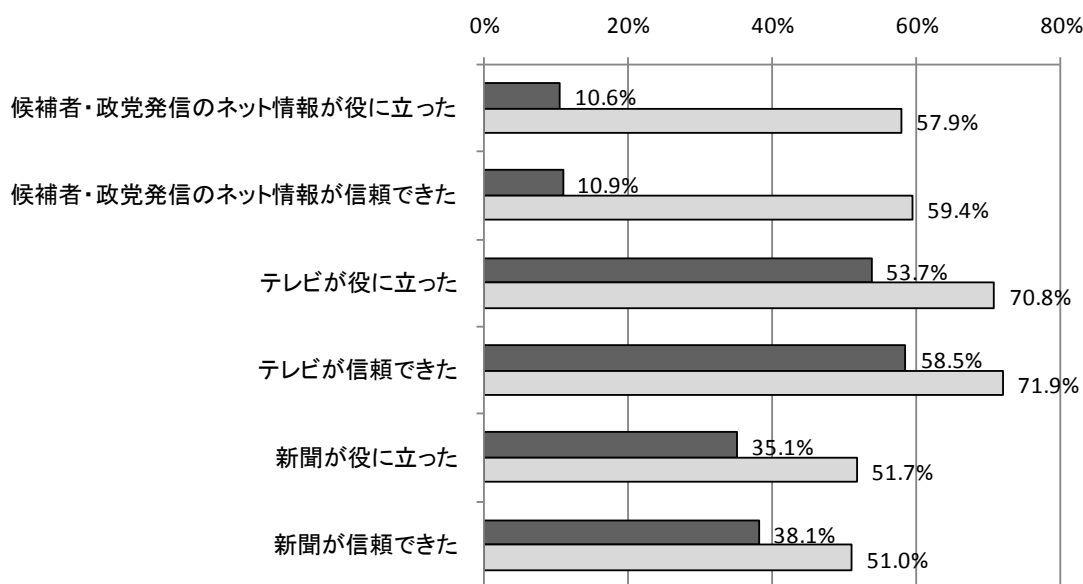
5. 新聞への評価と信頼性

調査対象者で「新聞」の選挙情報が「役に立った」という人が35.1%、「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人（A）」に限定すると51.7%。

調査対象者で新聞の選挙情報が「信頼できた」という人が38.1%、「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人（A）」に限定すると51.0%だった。

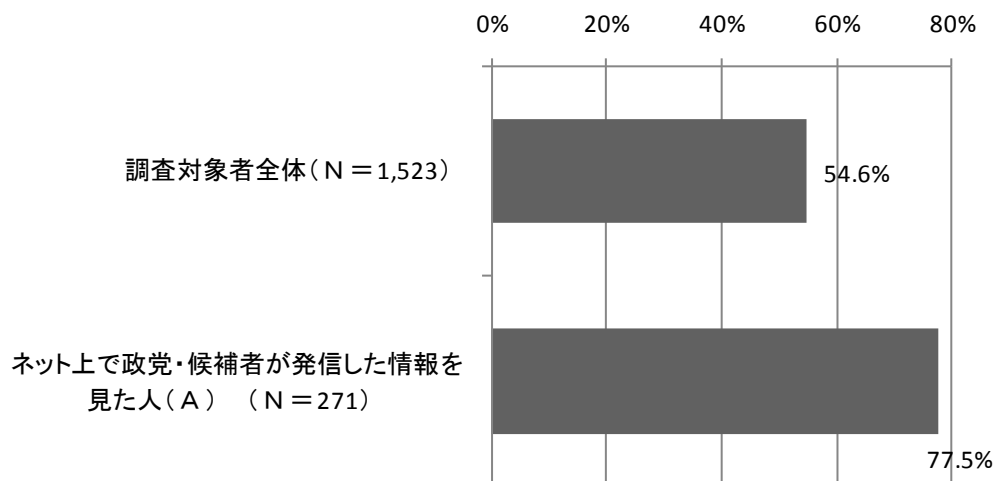
■ 調査対象者全体（N=1,523）

□ ネット上で政党・候補者の発信した情報を見た人（A）（N=271）



6. 政治関心度

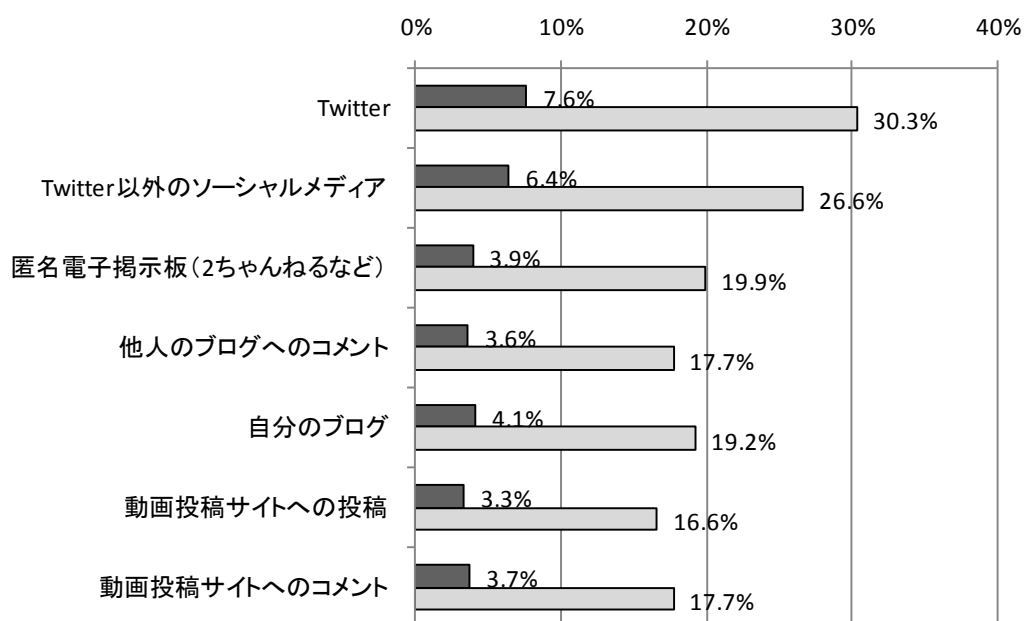
調査対象者で「政治問題に関心がある」という人は54.6%、「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人(A)」に限定すると77.5%とさらに政治的関心が高かった。



7. インターネット上の選挙に関する書き込み状況

「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人(A)」のうち、もっとも多く書き込んだのは、Twitterで30.3%。いずれかに書き込んだ人は35.1%となった。

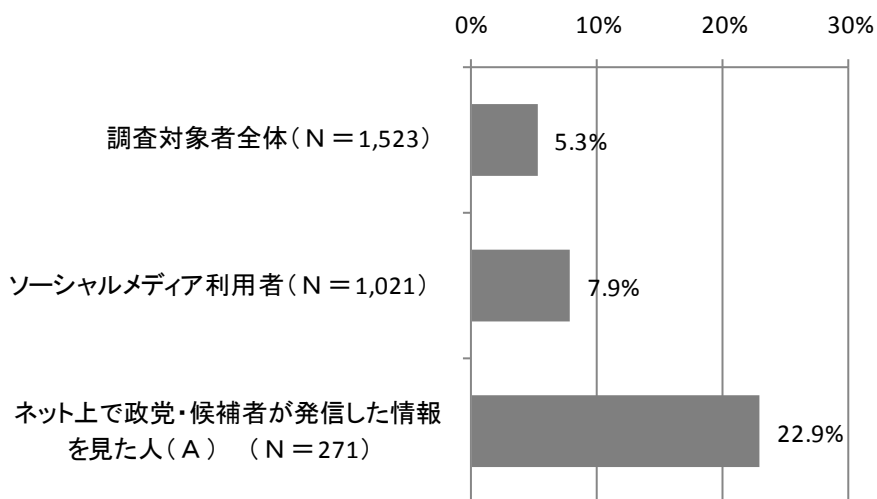
■ 調査対象者全体 (N = 1,523) □ 政党・候補者が発信した情報を見た人(A) (N = 271)



8. ソーシャルメディアでの政党・候補者へのフォロー状況

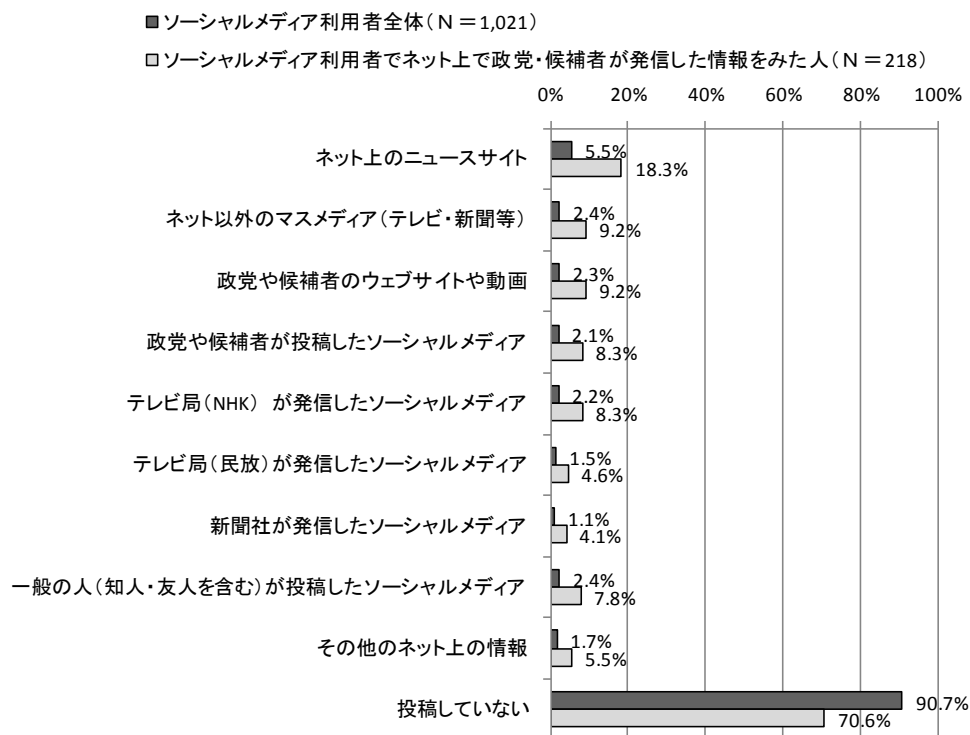
調査対象者全体の 5.3%、調査対象者中のソーシャルメディア利用者 (N=1,021、調査対象者の 67.0%) の 7.9%がソーシャルメディアで政党・候補者をフォローしていた。「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人 (A) (N=271)」に限ると 22.9%がソーシャルメディアで政党・候補者をフォローしていた。

ソーシャルメディアで政党・候補者をフォロー



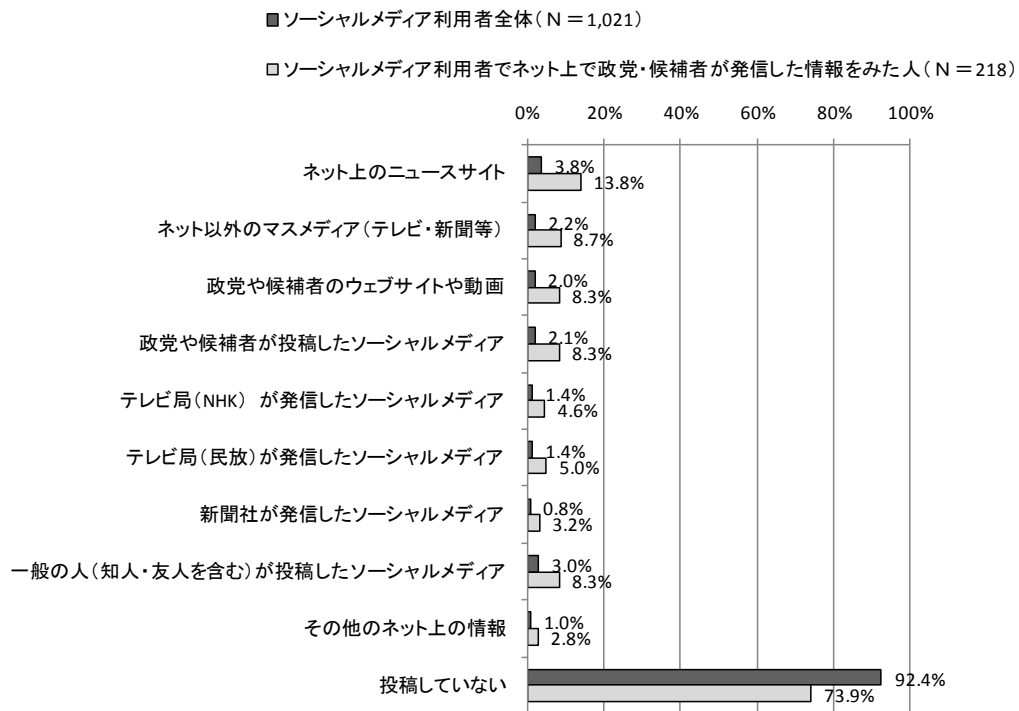
9. ソーシャルメディアでの投稿（ツイートなど）状況

ソーシャルメディア利用者（N=1,021）のうち、選挙期間中に選挙についてソーシャルメディアに投稿（ツイートなど）した人の割合は9.3%。「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人（A）」のうちソーシャルメディア利用者に限ると、29.4%がソーシャルメディアに投稿（ツイートなど）していた。



10. ソーシャルメディアでの投稿の引用（シェアやリツイートなど）状況

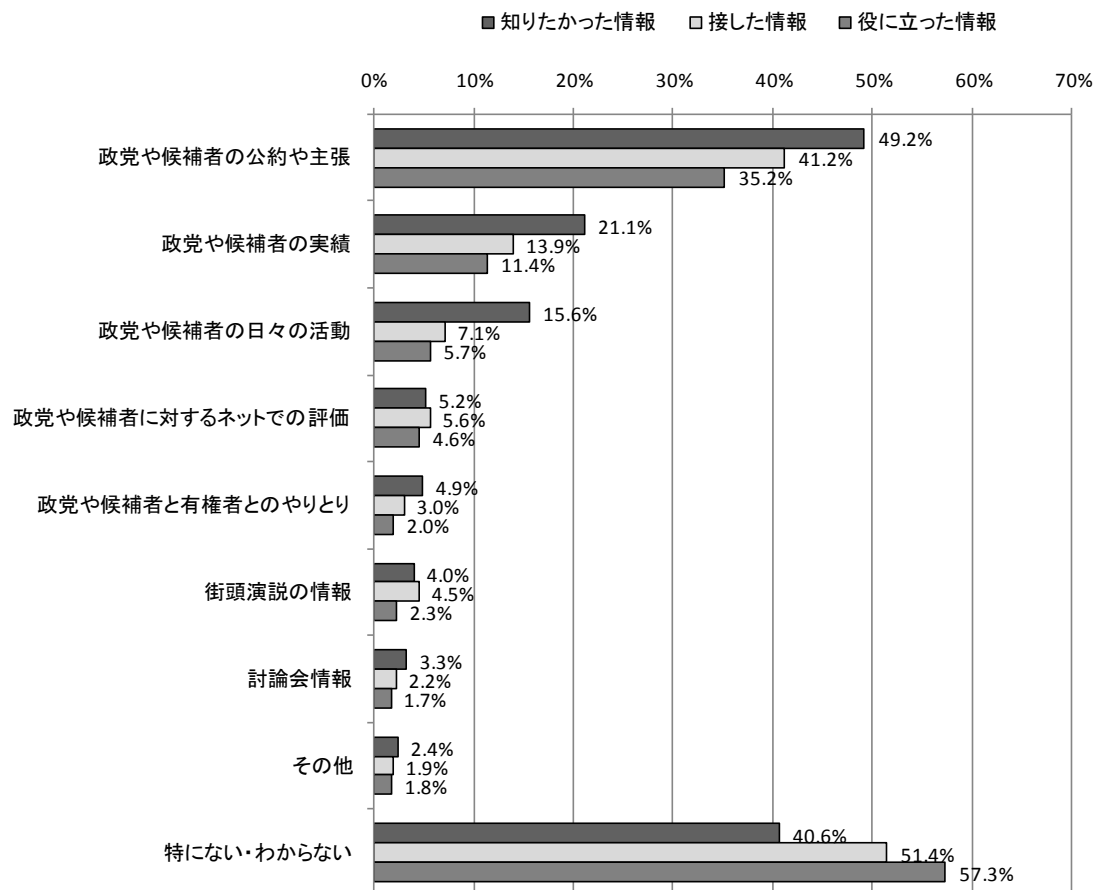
ソーシャルメディア利用者のうち、選挙期間中に選挙関連の記事や他人の投稿を引用（シェアやリツイートなど）した人は7.6%。「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人（A）」のうちソーシャルメディア利用者に限定すると、26.1%がソーシャルメディアで引用（シェアやリツイートなど）していた。



11. 選挙期間中に「知りたかった情報」

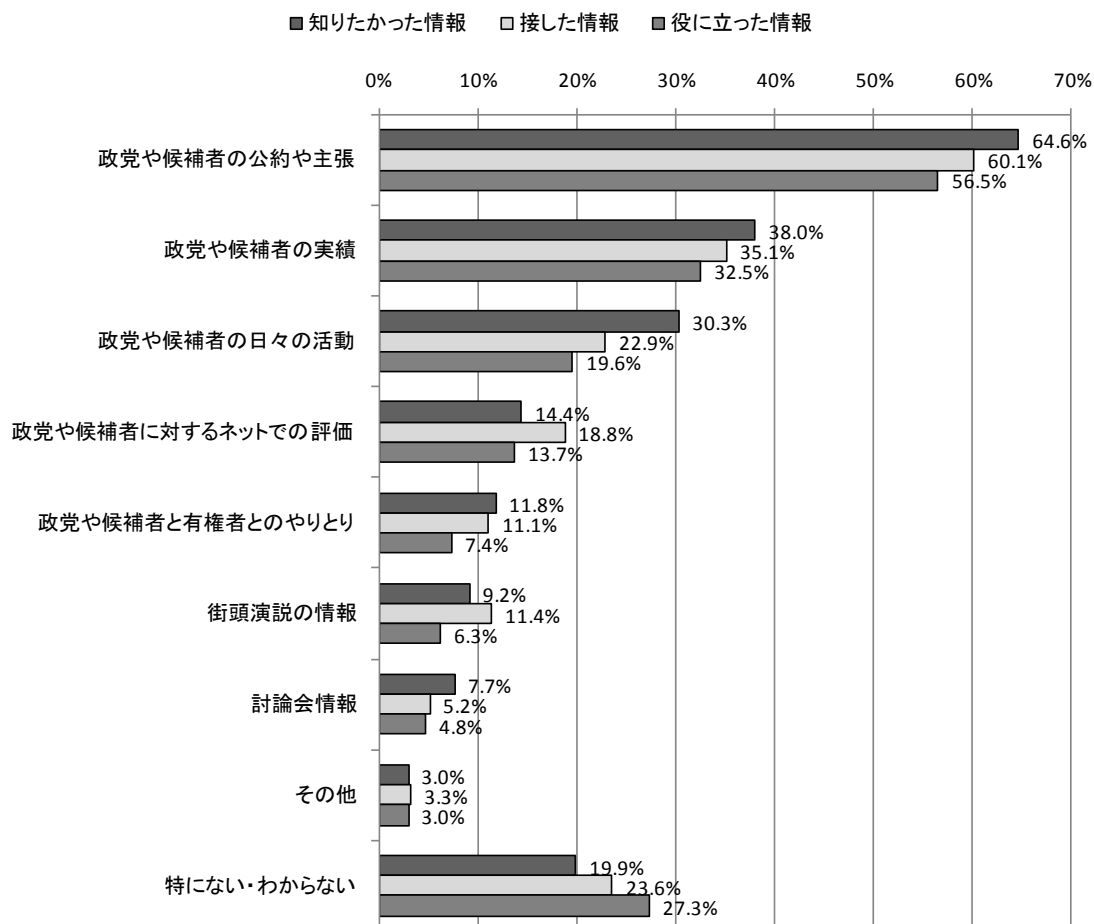
選挙期間中、「知りたかった情報」で最も比率が高かったのは、調査対象者全体では「政党や候補者の公約や主張」で 49.2%、その情報に接したのは 41.2%、その情報が役に立ったのは 35.2%。

<調査対象者全体>



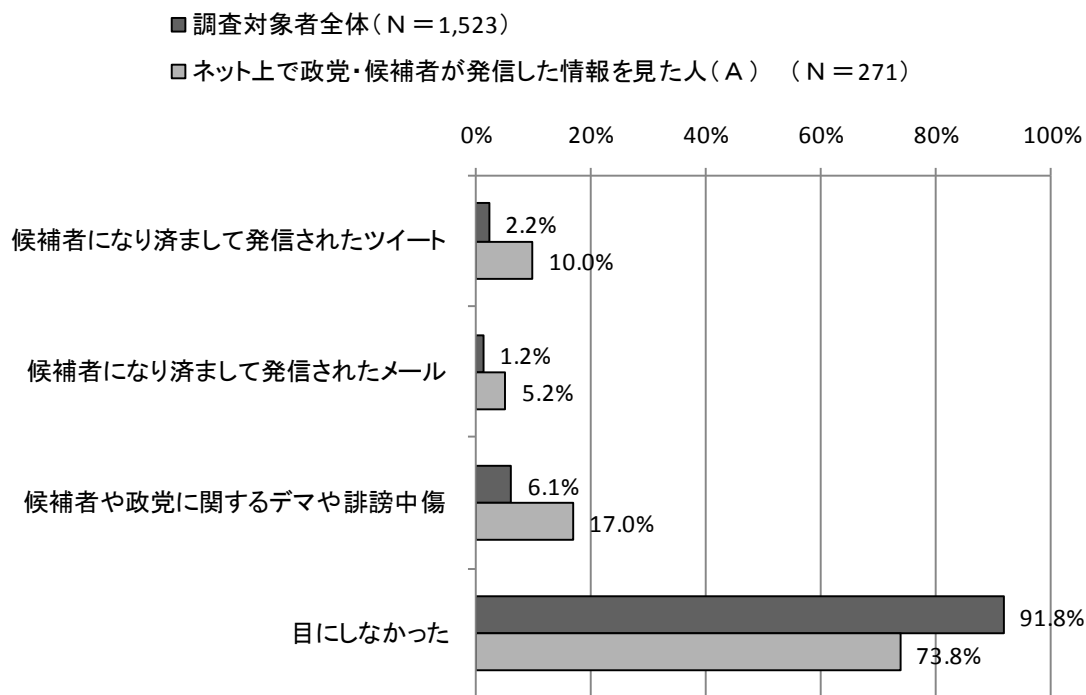
「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人（A）」に限定すれば、「知りたかった情報」で最も比率が高かったのは、「政党や候補者の公約や主張」で64.6%、その情報に接したのは60.1%、その情報が役に立ったのは56.5%。

< 「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人（A）」 >



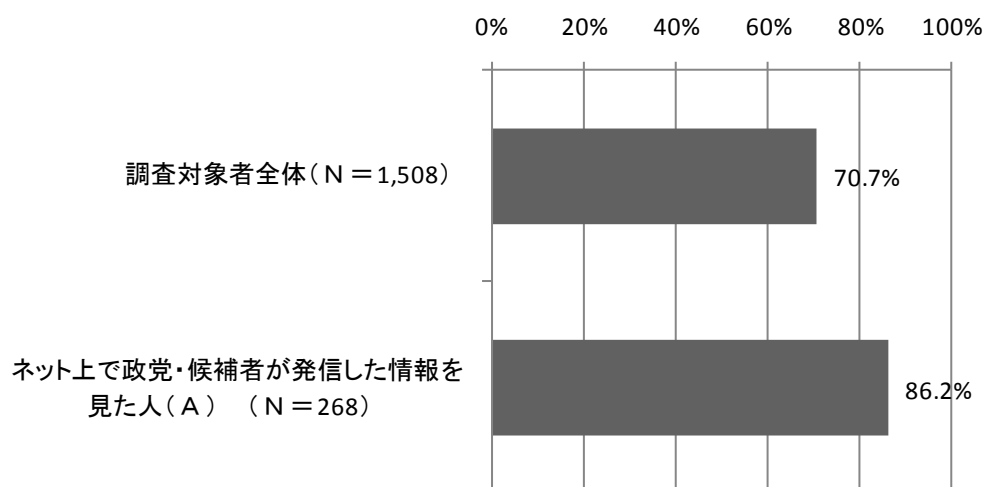
12. 選挙期間中の「デマや誹謗中傷」「なりすまし」への接触状況

調査対象者のうち、選挙期間中にインターネット上で「候補者になりすまして発信されたツイート」を見たという人は2.2%、「候補者になりすまして発信されたメール」を見たという人が1.2%。「候補者や政党に関するデマや誹謗中傷」を見た人は6.1%だった。91.8%の人は上記のいずれも目にしなかったと答えた。



13. 調査対象者の投票状況

調査対象者の今回の投票率は70.7%に対し、「選挙期間中にインターネット上で政党・候補者が発信した情報を見た人 (A)」は86.2%。



<お願い>本調査内容を転載・引用する場合、転載者・引用者の責任で行うとともに、弊社の調査結果である旨を明示してください。