

2013年8月27日

住信 SBI ネット銀行株式会社

報道関係者各位

**ネット選挙解禁と2013年参院選における有権者の行動実態調査**

住信 SBI ネット銀行株式会社 (URL : <http://www.netbk.co.jp/>、本社 : 東京都港区、代表取締役社長 : 川島克哉、以下「住信 SBI ネット銀行」という) は、住信 SBI ネット銀行の口座を保有する全国のお客さまに「ネット選挙解禁と2013年参院選における有権者の行動実態調査」を実施し、1,375人より回答をいただきました。

## [調査概要]

調査期間 : 2013年7月23日~7月29日 調査方法 : インターネットリサーチ

調査対象 : 住信 SBI ネット銀行の個人顧客で、全国20歳以上の男女1,375名

(20代 : 83名、30代 : 213名、40代 : 341名、50代 : 388名、60代 : 350名)

調査協力機関 : ネットエイジア株式会社

**Summary****■2013年参院選、投票率の低さが課題。投票しなかった理由は？**

投票を行わなかった理由「投票しても情勢に変化なし」4人に1人、男性よりも女性の方が政治に対して無力感

20代の投票理由「日本の経済が良い方向に進んでほしいから」半数強、若年層の経済浮揚への期待感強し

**■実際にはネット選挙運動に参加した？投票行動に影響を与えたネットメディアは？**

ネット選挙運動に参加 Facebook利用者の13%

投票行動においてネットから影響を受けた Twitter利用の投票者の46%

投票行動に対する影響力が高いネットメディア 1位「政党・候補者のホームページ・ブログ」、2位「Yahoo!」

ネット選挙戦略の鍵となるネットメディアは？「ニコニコ動画」は20代、「Yahoo!」は30代の投票行動に影響力発揮

**■参院選後の政治情報収集にあたり参考にしたいネットメディアは？**

参院選後、政治情報は「ニュースサイトから」が6割半とネットメディアで最多、20代では「動画共有サイトから」4割強

「政党の公式アプリ」を今後の情報源とするのは若年層よりシニア層、60代Facebook利用者では4割に

**■ネット選挙解禁による変化や影響は？**

ネット選挙解禁の効果「若年層の政治への参加が推進された」20代の4割

「ネット投票の実現に向けて、世論の意識が高まった」3割強

ネット選挙解禁の評価「未成年者の選挙運動の禁止に関する情報周知が未徹底」4割半

「ネット投票ができるという誤解が生じた」6割

「SNSでのなりすましやデマ等で有権者が惑わされた」20代の47%が懸念

**■参院選後に進めてほしい経済政策は？**

参院選後、進めてほしい経済政策 1位「財政の健全化」、2位「経済成長戦略」、3位「社会保障改革」

「若者の雇用環境の改善」に20代の55%が期待

前進を期待している経済政策「TPP推進」は5人に1人、「消費税増税」は9人に1人

**■ 報道関係の皆様へ ■**

本ニュースレターの内容の転載にあたりましては、  
「住信 SBI ネット銀行株式会社 調べ」と付記のうえ  
ご使用くださいますよう、お願い申し上げます。

■このリリースに関するお問い合わせや取材、資料ご希望の方は下記までご連絡ください

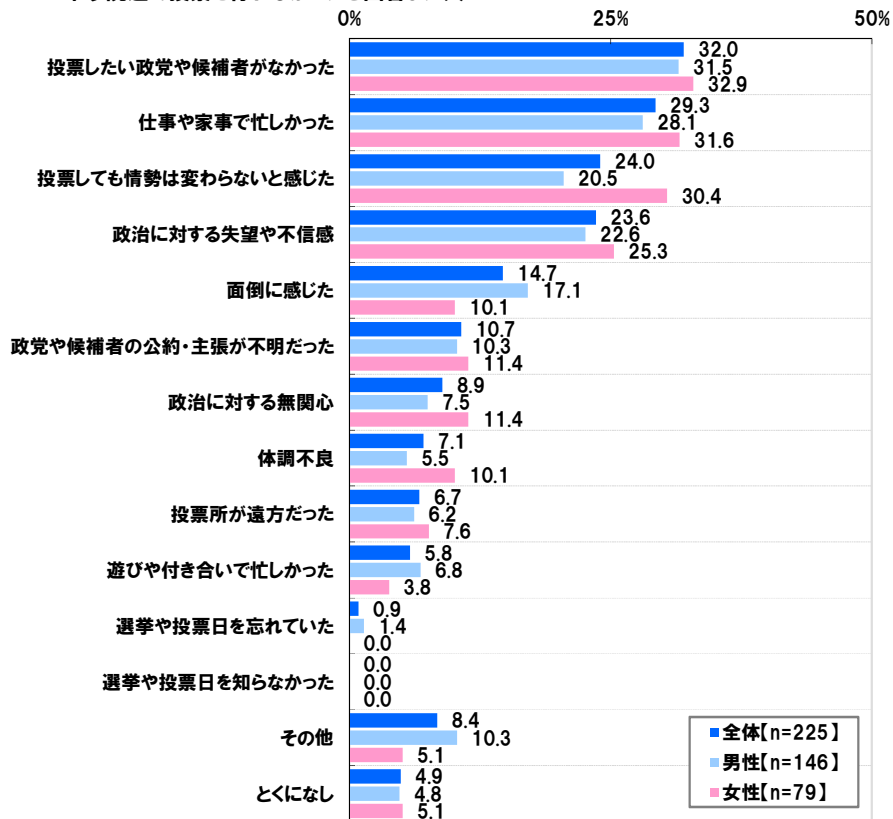
## 調査結果

- ◆ 投票を行わなかった理由「投票しても情勢に変化なし」4人に1人、男性よりも女性の方が政治に対して無力感
- ◆ 「投票したのは、国民としての大切な権利や義務だと認識したから」投票者の7割、中国地方では8割半ばに
- ◆ 20代の投票理由「日本の経済が良い方向に進んでほしいから」半数強、若年層の経済浮揚への期待感強し

2013年7月21日に投開票が行われた第23回参議院議員通常選挙(以下、2013年参院選)。今回の選挙においても、投票率の低さが指摘されていますが、投票を行った人、または行わなかった人は、どのような背景でその行動をとったのでしょうか。20歳以上の男女1,375人に対し、2013年参院選で投票を行ったか聞いた上で、行った理由や行わなかった理由を質問しました。

まず、「投票を行わなかった」と回答した人(225名)にその理由を聞いたところ、最多は「投票したい政党や候補者がなかった」(32.0%)となり、次いで「仕事や家事で忙しかった」(29.3%)、「投票しても情勢は変わらないと感じた」(24.0%)、「政治に対する失望や不信感」(23.6%)、「面倒に感じた」(14.7%)という結果になりました。仕事や家事などの個人的な理由や、自分が投票しても情勢に変化は無いと考えたという理由が一部見られたものの、政治に対する消極的な姿勢や、漠然とした無関心が窺える結果となっています。また、「投票しても情勢は変わらないと感じた」と回答した割合は、男性(20.5%)よりも女性(30.4%)が高く、女性の方が政治に対して何らかの無力感を感じている実態が明らかになりました。

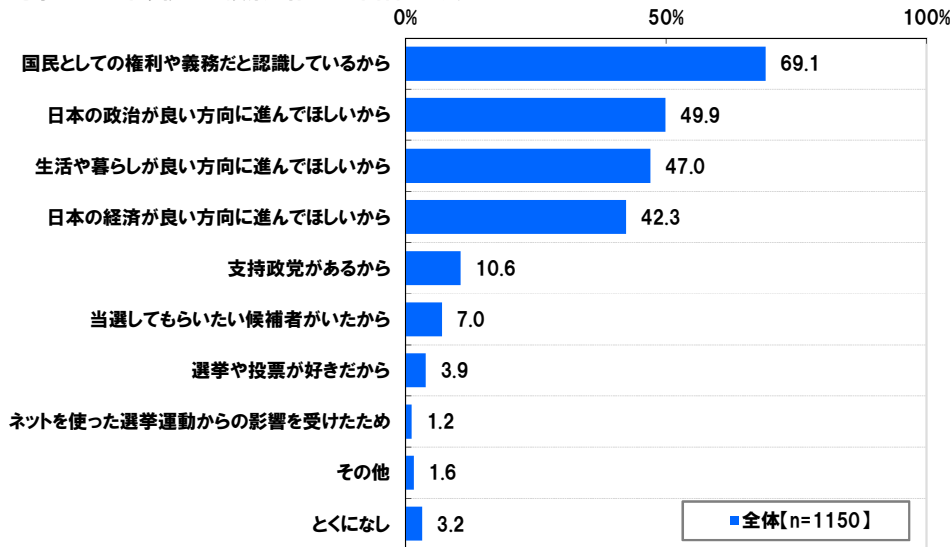
◆2013年参院選で投票しなかった理由  
(複数回答形式)  
対象:2013年参院選で投票を行わなかったと回答した人



一方、「投票を行った」と回答した人(1,150名)にその理由を聞いたところ、最多は「国民としての権利や義務だと認識しているから」が7割(69.1%)となりました。投票した人の一票に込められた思いとして、投票は国民としての大切な権利であるとの認識が背景にあることが窺えました。地方別で比較すると、中国地方の投票者がこの理由を回答した割合が高く、8割半ば(84.4%)に達したのに対し、九州・沖縄地方(59.7%)では、6割を切るなど、選挙に対する考え方における地方差が明確に表れました。また、「日本の経済が良い方向に進んでほしいから」と回答した割合は、20代で51.5%と突出して高く、特に若年層が日本経済の成長に対する期待を抱き、一票を投じた割合が高いという実態が見えました。

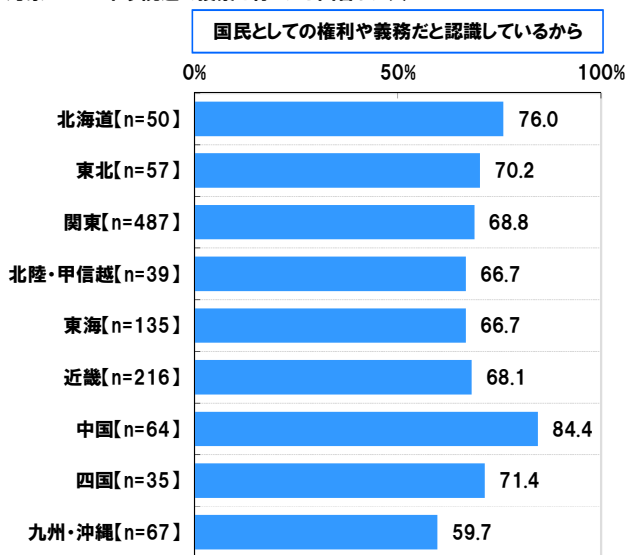
◆2013年参院選で投票した理由  
(複数回答形式)

対象:2013年参院選で投票を行ったと回答した人



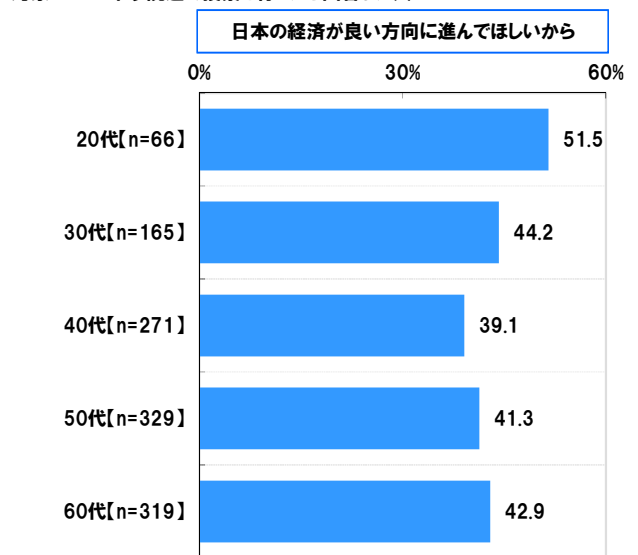
◆2013年参院選で投票した理由  
(複数回答形式)

対象:2013年参院選で投票を行ったと回答した人



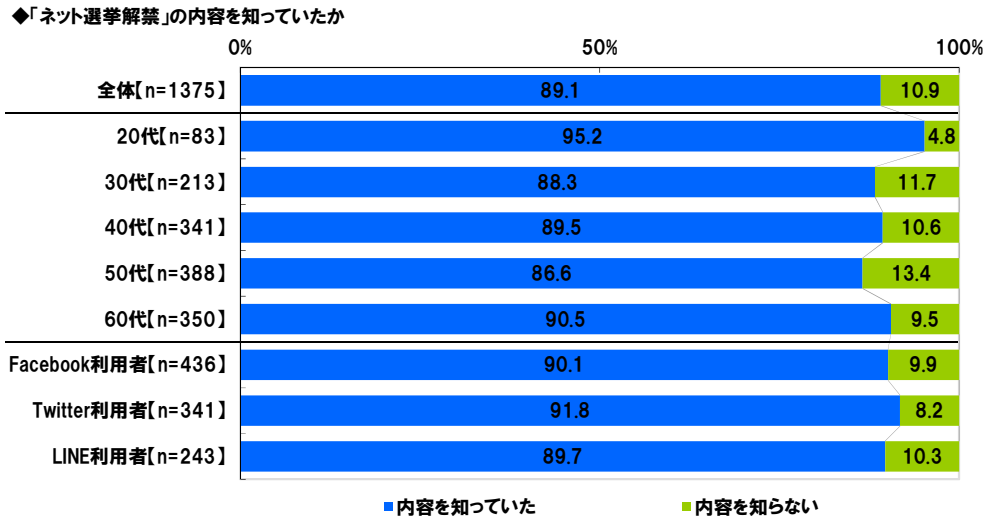
◆2013年参院選で投票した理由  
(複数回答形式)

対象:2013年参院選で投票を行ったと回答した人

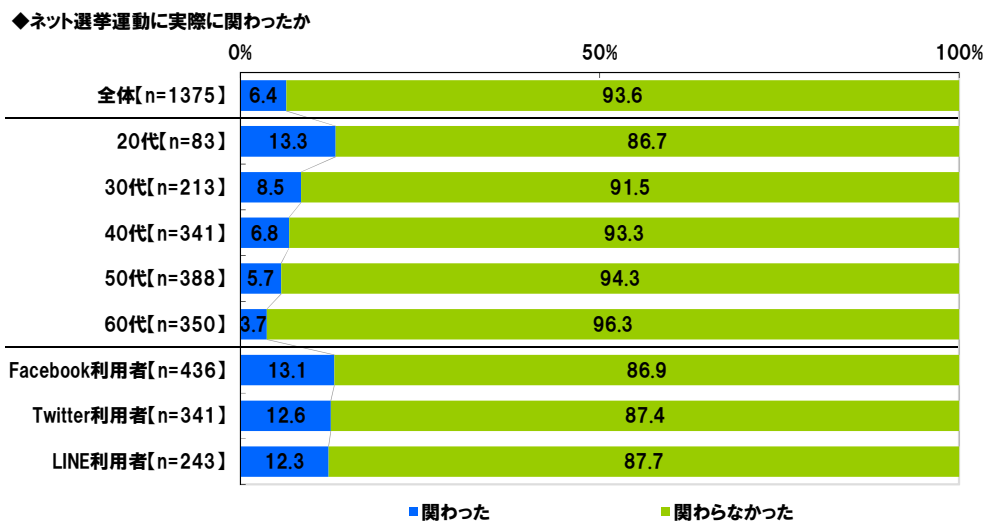


- ◆ ネット選挙運動に参加 Facebook利用者の13%
- ◆ 投票行動においてネットから影響を受けた Twitter利用の投票者の46%
- ◆ 投票行動に対する影響力が高いネットメディア 1位「政党・候補者のホームページ・ブログ」、2位「Yahoo!」
- ◆ ネット選挙戦略の鍵となるネットメディアは？ 「ニコニコ動画」は20代、「Yahoo!」は30代の投票行動に影響力発揮

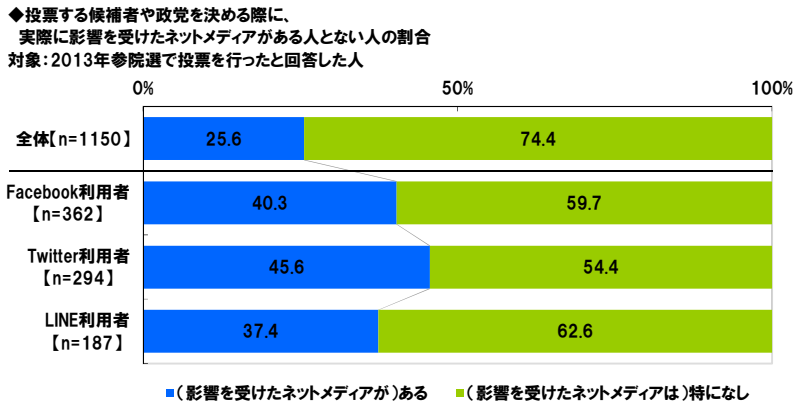
2013 年参院選では、ネット選挙が解禁されました。まず「ネット選挙解禁」自体が、認知されていたか聞いてみました。全回答者(1,375)名に対し、「ネット選挙解禁」の内容を知っていたかどうか質問したところ、「内容を知っていた」が 9 割(89.1%)となり、ほとんどの人が内容を認知していたことがわかりました。



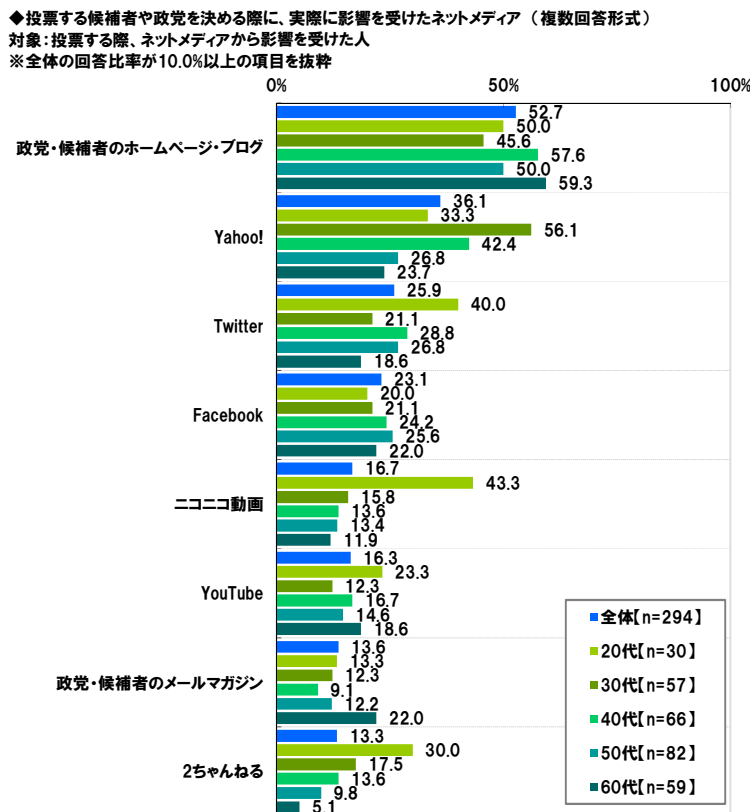
また、2013 年参院選では、実際にはどの程度の方がネット選挙運動に参加したのでしょうか。全回答者(1,375)名に対し、ネット選挙運動に実際に関わったか聞いたところ、関わった人は 6.4%に留まりました。関わった割合は若年層で高くなる傾向が見られ、20代では 13.3%となっており、他年代よりもネット選挙運動に積極的に取り組もうとする姿勢があったようです。また、Facebook や Twitterなどのソーシャルメディアを利用している回答者は、ネット選挙運動に関わった割合が全体より2倍ほど高くなり、「Facebook利用者(436名)」では13.1%、「Twitter利用者(341名)」では12.6%、「LINE利用者(243名)」では12.3%が関わったと回答しています。ネット選挙運動参加には、ソーシャルメディアに対するリテラシーの高さも関係しているのではないのでしょうか。



続いて、2013年参院選で投票を行った人(1,150名)に対し、投票する候補者や政党を決める際に、実際に影響を受けたネットメディアについて質問したところ、「(影響を受けたネットメディアは)特になし」(74.4%)が最多となりました。また、投票行動でネットから影響を受けた割合が高かったのはソーシャルメディアを利用している投票者で、「Facebook 利用の投票者(362名)」では40.3%、「Twitter 利用の投票者(294名)」では45.6%、「LINE 利用の投票者(187名)」では37.4%が影響を受けたネットメディアがあると回答しています。



さらに、投票する際、ネットメディアから影響を受けた人(294名)がどのようなネットメディアから影響を受けたかをみると、「政党・候補者のホームページ・ブログ」から5割強(52.7%)が影響を受けたと回答し、最多となりました。次いで、政治・選挙の専門ページである「Yahoo!みんなの政治」を展開する「Yahoo!」からの影響を受けたとの回答が3人に1人(36.1%)となっています。また、ソーシャルメディアである「Twitter」(25.9%)や「Facebook」(23.1%)からの影響を受けたとの回答はそれぞれ4人に1人となりました。全体的には、政党や候補者の公式なホームページやブログから影響を受けたとの回答が最多となりましたが、多角的な視点で情報を発信する「Yahoo!」や、候補者からのタイムリーなライブ感のある情報を直接得ることが出来るソーシャルメディアからの影響を受けたとの回答も見られました。年代別で際立った特徴が表れたのは20代・30代で、20代では2位に「ニコニコ動画」(43.3%)、3位に「Twitter」(40.0%)が約4割で上位に、30代では「Yahoo!」(56.1%)が半数を超えて1位になりました。次回の国政選挙では、各ネットメディアの影響について、世代ごとの影響を見据えた戦略の立案が選挙戦の重要な鍵を握る可能性があるのではないのでしょうか。

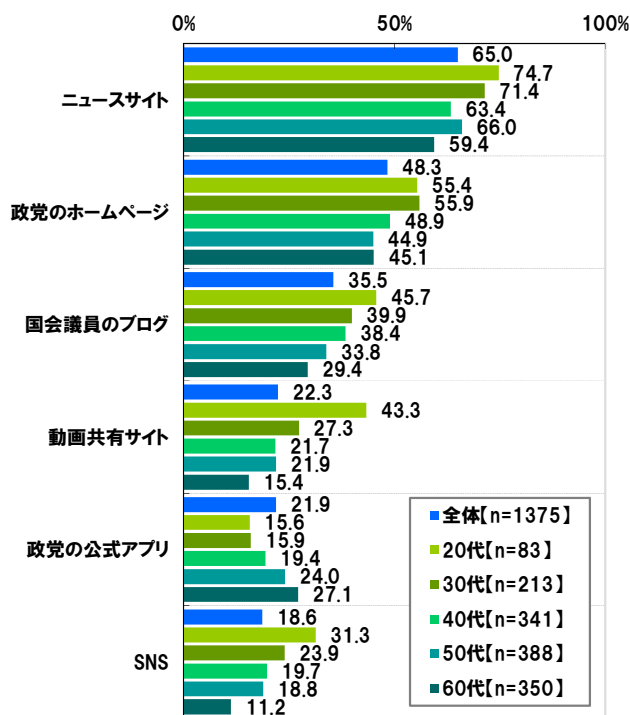


- ◆ 参院選後、政治情報は「ニュースサイトから」が6割半とネットメディアで最多、20代では「動画共有サイトから」4割強
- ◆ 「政党の公式アプリ」を今後の情報源とするのは若年層よりシニア層、60代Facebook利用者では4割に

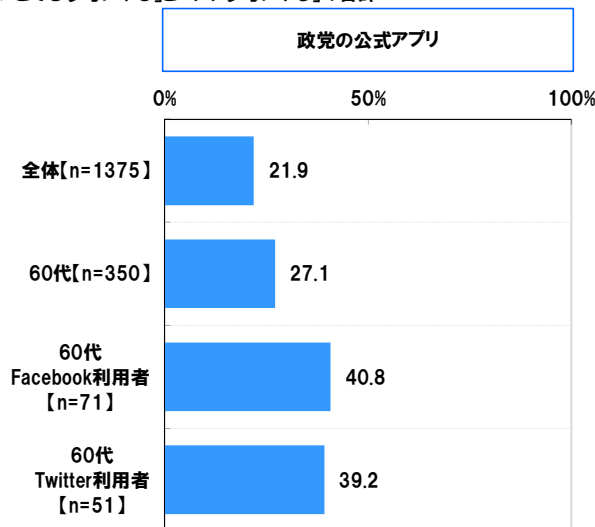
有権者は今後、政治に関する情報を得る際の参考として、どのようなインターネットメディアを利用したいと考えているのでしょうか。全回答者(1,375)名に対し、今後、政治や政党、国会議員に関する情報をネットから入手していくにあたり、参考にするメディアの種類を聞きました。「参考にする」と回答した割合が最も高かったのは、1位「ニュースサイト」(65.0%)で、3人に2人は今後の政治関連情報の収集で参考になると回答し、政治や選挙における今後のニュースサイトの役割に大きな期待がよせられていることを窺わせる結果となりました。2位と3位にはオフィシャルなページである「政党のホームページ」(48.3%)、「国会議員のブログ」(35.5%)が続いています。

「ニュースサイト」「政党のホームページ」「国会議員のブログ」は、どの年代においても「参考にする」と回答した割合が多く、いずれも1位～3位となりましたが、年代別にみると、20代では「動画共有サイト」(43.3%)と「SNS」(31.3%)の割合が全体より10ポイント以上高くなりました。動画共有サイトやSNSは、政治について情報収集する際に参考となるメディアであるとの認識が、20代では他年代よりも高くなっています。また、他の年代と比較し、特に60代で高くなったのは「政党の公式アプリ」で約3割(27.1%)となりました。「政党の公式アプリ」は若年層20代(15.6%)で今後の利用意向が低く、若年層よりもシニア層に受け入れられる結果となっています。また、ソーシャルメディア利用者においても利用意向は高く、60代Facebook利用者では4割(40.8%)に達しました。今後、シニア層に対する政党の効果的な広報活動ツールとなる可能性がありそうです。

◆今後、政治や政党、国会議員に関する情報をネットから入手していくにあたり、参考にする予定のメディアの種類 (単一回答形式)  
※「とても参考にする」と「やや参考にする」の合計



◆今後、政治や政党、国会議員に関する情報をネットから入手していくにあたり、参考にする予定のメディアの種類 (単一回答形式)  
※「とても参考にする」と「やや参考にする」の合計

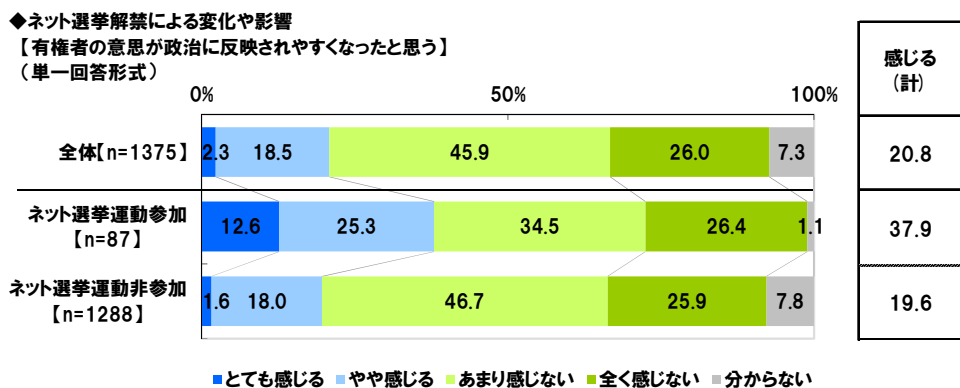
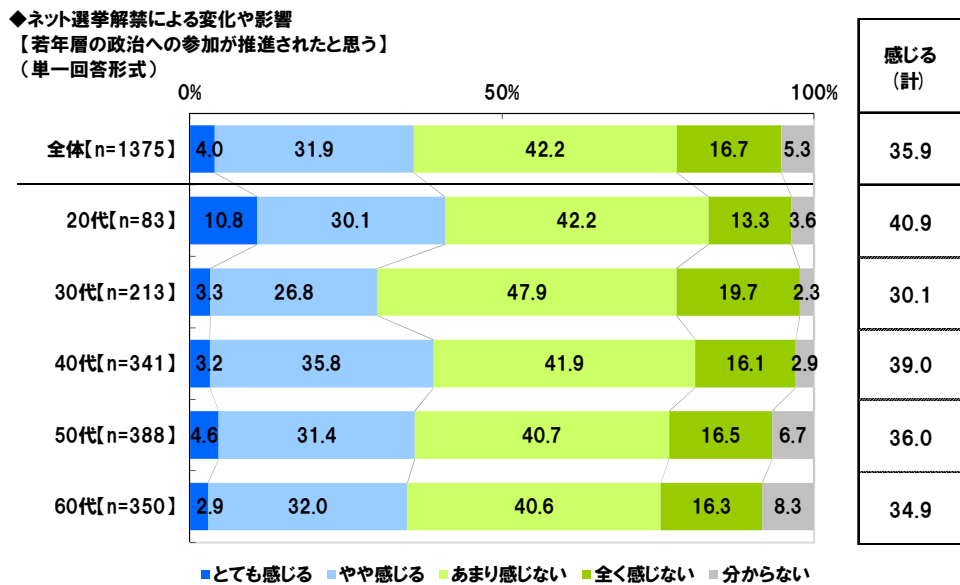


- ◆ ネット選挙解禁の効果「若年層の政治への参加が推進された」20代の4割
- ◆ 「ネット投票の実現に向けて、世論の意識が高まった」3割強
- ◆ 「選挙運動にかかる費用が削減された」2割弱
- ◆ ネット選挙解禁の評価「未成年者の選挙運動の禁止に関する情報周知が未徹底」4割半
- ◆ 「ネット投票ができるという誤解が生じた」6割
- ◆ 「SNSでのなりすましやデマ等で有権者が惑わされた」20代の47%が懸念

2013 年参院選を終え、有権者は今回のネット選挙解禁により、政治や選挙にどのような変化を感じたのでしょうか。全回答者(1,375)名に対し、ネット選挙解禁による変化や影響に関する項目を提示し、各項目についての同意率を明らかにしました。

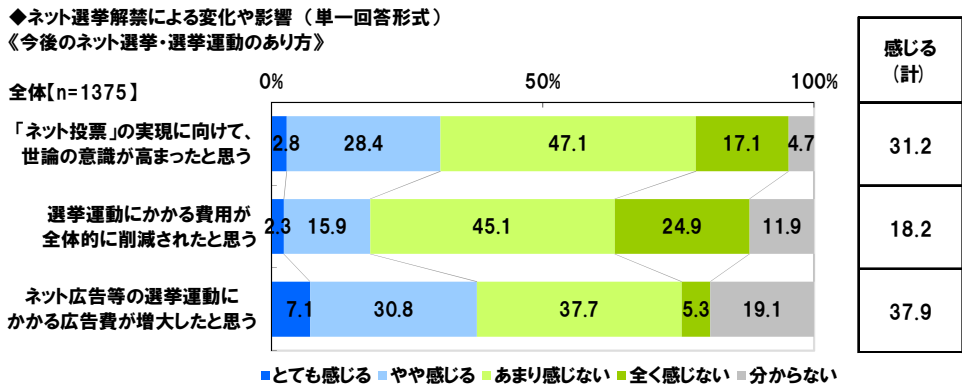
ネット選挙解禁によるメリットとして、若者の政治離れを食い止め、投票率を上げる効果が期待されましたが、実際は結果をどのように評価しているのでしょうか。【若年層の政治への参加が推進されたと思う】では、同意率は 3 割半(35.9%)となり、20 代では他年代より高く、4 割(40.9%)となっています。

また、【有権者の意思が政治に反映されやすくなったと思う】では、同意率は 2 割(20.8%)に留まりましたが、実際に今回「ネット選挙運動に参加した人(87名)」では 37.9%となり、全体より約 17 ポイント高くなっています。



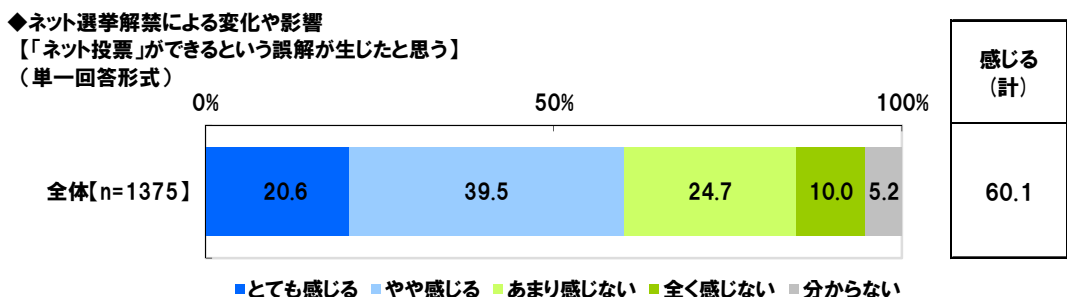
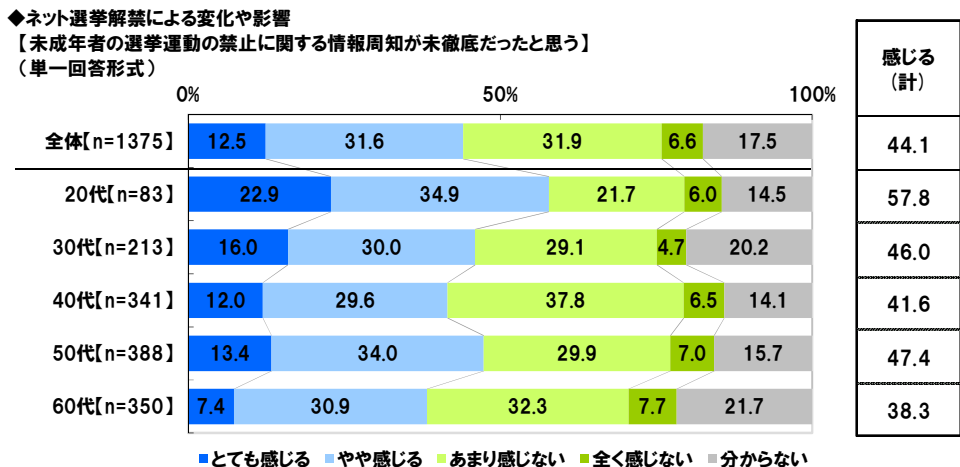
さらに、今後のネット選挙・選挙運動のあり方に関連した質問をしました。

投票率を根本的に上げる方法を議論する際に、「ネット投票」の是非が問われることもあります。【「ネット投票」の実現に向けて、世論の意識が高まったと思う】では、同意率が 3 割強(31.2%)となりました。また、ネット選挙解禁が選挙運動にかかる費用に対し、どのような影響を与えるかが事前に議論されていましたが、【選挙運動にかかる費用が全体的に削減されたと思う】では、同意率が 2 割弱(18.2%)に留まりました。一方で【ネット広告等の選挙運動にかかる広告費が増大したと思う】では、同意率が 4 割弱(37.9%)となりました。



続いて、今回のネット選挙解禁において一般的に不安視されたことについても質問しました。

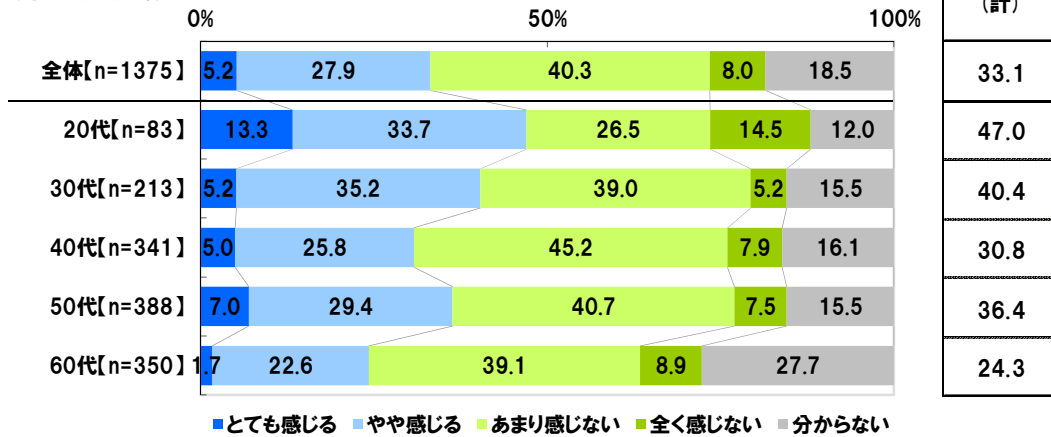
未成年者がソーシャルメディアでリツイートすることは違反行為ですが、十分な告知ではなかったとの意見が見られ、【未成年者の選挙運動の禁止に関する情報周知が未徹底だったと思う】では、同意率が 4 割半(44.1%)となり、20 代では 6 割近く(57.8%)となりました。また、【「ネット投票」ができるという誤解が生じたと思う】では、同意率が 6 割(60.1%)に達し、「ネット選挙」という言葉から誤解が生じたと問題視しています。そして、【SNS でのなりすましやデマ等で有権者が惑わされたと思う】では、同意率が 3 割強(33.1%)となりましたが、20 代では 47.0%と全体より約 14 ポイント高くなりました。今回の選挙においても、デマやネガティブキャンペーンとして、事実でない情報の拡散なども一部では発生していたことから、今後の対策の検討が必要ではないでしょうか。





◆ネット選挙解禁による変化や影響

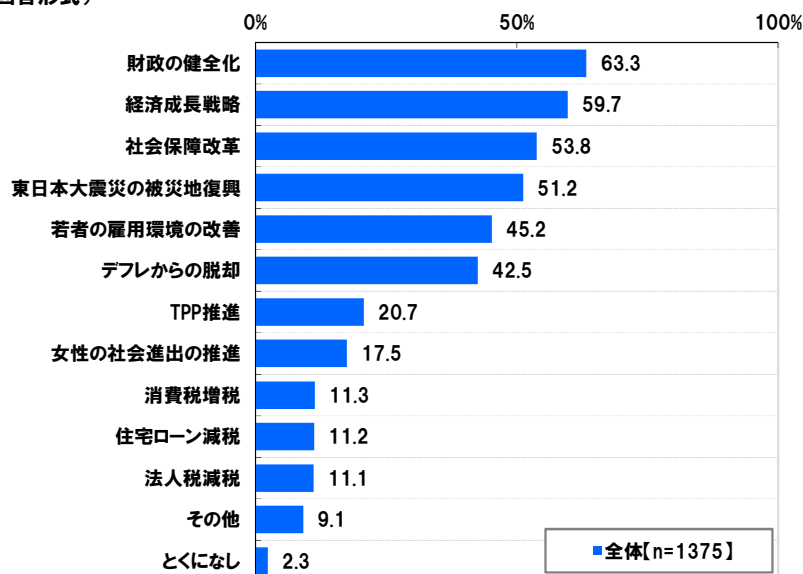
【SNSでのなりすましやデマ等で有権者が惑わされたと思う】  
(単一回答形式)



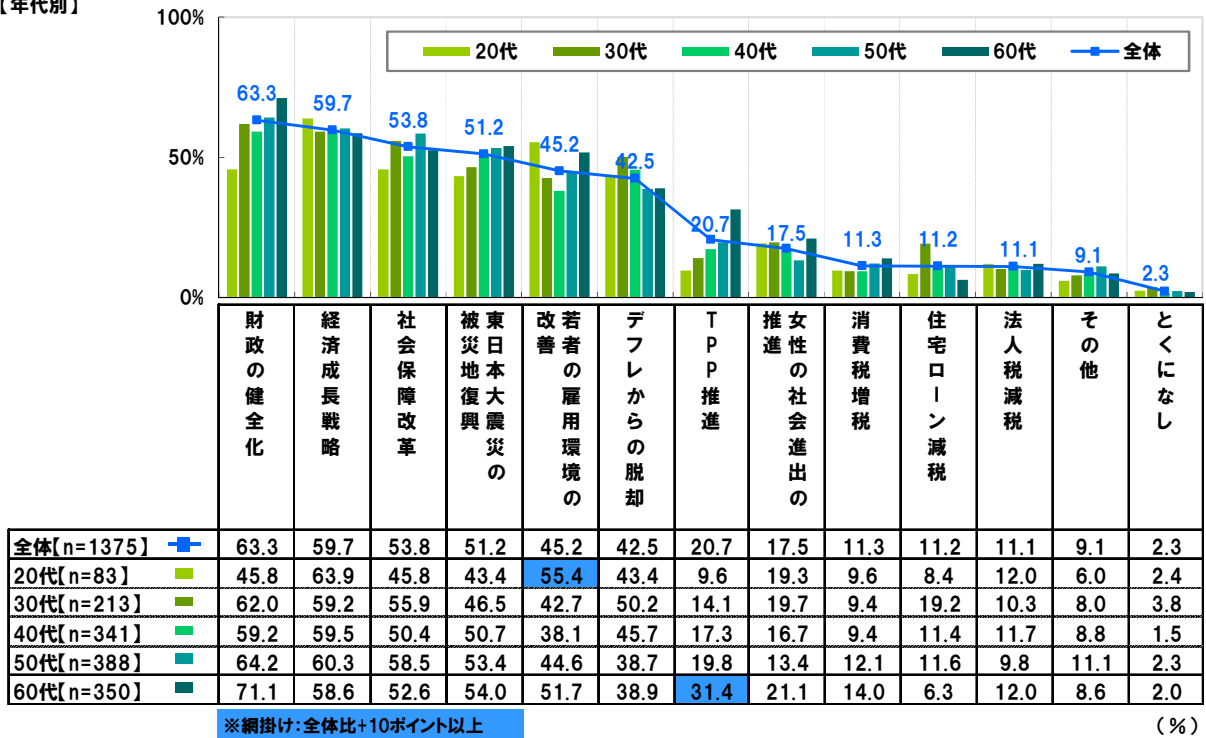
- ◆ 参院選後、進めてほしい経済政策 1位は「財政の健全化」、東北地方では「東日本大震災の被災地復興」
- ◆ 「若者の雇用環境の改善」に20代の55%が期待
- ◆ 前進を期待している経済政策 「TPP推進」は5人に1人、「消費税増税」は9人に1人

最後に、2013年参院選後の政府に期待する、前に進めてほしい経済政策を聞きました。1位は「財政の健全化」(63.3%)となり、2位「経済成長戦略」(59.7%)、3位「社会保障改革」(53.8%)、4位「東日本大震災の被災地復興」(51.2%)、5位「若者の雇用環境の改善」(45.2%)が続く結果となっています。年代別にみると、20代では「若者の雇用環境の改善」(55.4%)の割合が高く、2位にランクインしています。地方別でみると、東北地方では「東日本大震災の被災地復興」(74.2%)が最多で、「若者の雇用環境の改善」(59.7%)が続く結果となりました。また、TPP参加、来年4月の消費税8%への引き上げについての是非についての報道が増えていますが、前に進めてほしい経済政策として挙げた割合は、「TPP推進」(20.7%)が5人に1人、消費税増税(11.3%)が9人に1人という結果になりました。「TPP推進」は60代の支持が高く、進めてほしいとする割合は約3割(31.4%)となりました。

◆参院選後の政府に期待する、前に進めてほしい経済政策  
(複数回答形式)



◆参院選後の政府に期待する、前に進めてほしい経済政策（複数回答形式）  
【年代別】



◆参院選後の政府に期待する、前に進めてほしい経済政策  
(複数回答形式)

