

2012年9月11日

報道関係者 各位

ライフネット生命保険株式会社

～ライフネット生命、ネット選挙に関する調査～

**選挙への参加率、「積極的な参加」50代 83.5%、20代は 62.0%**

**ネット選挙解禁前でも「インターネット」は「街宣車」や「選挙ポスター」よりも影響大  
候補者選びは「公約・マニフェスト」で8割、4人に1人は「外見の良さで選ぶ」**

**ネット選挙解禁したら「投票意欲アップ」5割半**

**ネット選挙解禁に10代が高い志向 「候補者応援」37.0%、「将来、立候補を検討」17.5%**

**過半数が「ネット上での意見・政策を比較検討して、候補者選定したい」**

**ネット選挙解禁後、10代の3人に1人は「Twitter」での情報収集に期待  
ネット選挙時代にマッチしたネット媒体 10代・20代の2割が選ぶ「ニコニコ動画」**

**政治家へのネット献金に前向き 僅か 8.4%**

**首相公選制 賛成派 67.5% 反対派 32.5%、10代では2人に1人が反対派**

**次期総選挙の重要な争点は？ 「消費増税」3割半、「脱原発」2割、「TPP」「地方自治」5%前後**

インターネットを活用して新しい生命保険サービスを提供するライフネット生命保険株式会社（本社：東京都千代田区、代表取締役社長 出口治明）は2012年7月19日～7月23日の5日間、15歳～59歳の男女を対象に、ネット選挙に関する調査をモバイルリサーチ（携帯電話によるインターネットリサーチ）で実施、1,000名の有効回答を集計しました。

## ※「ネット選挙」とは・・・

インターネットを選挙に活用することを意味し、候補者やその支援者がインターネットを通じて情報提供や投票のよびかけといった選挙活動を行うことを指しています。また、有権者が投票を行う際にインターネットからでも投票が可能な選挙制度をネット選挙として扱っている場合もあります。

## アンケート総括

- **選挙への参加率、「積極的な参加」50代 83.5%、20代は 62.0%**
- **候補者選定へ影響を与える情報源は、「テレビ」「新聞」「家族や友人の意見」が中心  
ネット選挙解禁前でも「インターネット」は「街宣車」や「選挙ポスター」よりも影響大**
- **候補者選びは「公約・マニフェスト」で8割、4人に1人は「外見の良さで選ぶ」**

まず、対象者の選挙への参加率の現状を把握するため、国政選挙の投票にどの程度参加しているか（不在者投票も含む）を聞いたところ、「毎回参加している」と「ほぼ参加している」を合わせた

ライフネット生命保険株式会社

Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.

『アクティブ層』が 7 割(71.8%)となりました。年代別で比較すると、50 代は『アクティブ層』が(83.5%)と高い参加率を示しているのに対し、20 代は(62.0%)と平均を下回り、50 代とは 20 ポイント近い差が表れ若年層の選挙離れが窺える結果となりました。

次に、現時点での候補者選定への情報の影響度について実態を探りました。

これまでの国政選挙で投票した経験のある 736 名に対し、既存の情報源は候補者選定にどの程度影響を与えるかを質問したところ、『テレビの情報』が最も『影響を与える(計)』の割合が高く 5 割半(55.8%)、次いで『新聞の情報』が 5 割(51.4%)、『家族や友人の意見』が 4 割(40.9%)で続きました。『インターネットの情報』では、『影響を与える(計)』が 3 割(30.0%)となり、現状は選挙期間中に候補者がホームページの更新をするなど、得票に繋がると判断される情報発信などが禁止されている状況ながらも、『街宣車からの挨拶』(23.5%)や『選挙ポスター』(20.7%)といった、既存の選挙活動よりも有権者に影響を与えている割合が大きくなりました。

また、20 代では、『インターネットの情報』はテレビや新聞の情報、家族や友人の意見に次いで 4 番目に『影響を与える(計)』(44.8%)の割合が大きい情報源となりました。

また、どういった要素で候補者を選んでいるかについても質問したところ、『公約やマニフェストで選ぶ』の項目で『あてはまる(計)』とした割合が最も高く 8 割(79.1%)となり、次いで『好感度や人柄で選ぶ』が 7 割半(73.9%)となりました。また、『外見の良さで選ぶ』では 2 割半(26.4%)、『握手されると弱い』では 1 割(12.5%)となりました。

## ■ ネット選挙解禁したら「投票意欲アップ」5 割半

## ■ ネット選挙解禁に 10 代が高い志向 「候補者応援」37.0%、「将来、立候補を検討」17.5%

現在、日本では選挙期間中に候補者や第三者がインターネットを利用して選挙活動を行うことが禁止されていますが、これらが解禁された場合、どのような変化が起こるのでしょうか。

全回答者(1,000 名)に対し、ネット選挙が解禁されたら政治や選挙に対する意識・行動はどのように変化すると思うかを質問したところ、『候補者の情報収集により積極的になると思う』の項目で『あてはまる(計)』との回答が 5 割半(55.3%)となりました。そのほか、『あてはまる(計)』の同意率が高かった項目は『投票参加の意欲が高まると思う』(54.9%)と『政治に関する興味が高まると思う』(54.9%)で、それぞれ 5 割半となりました。ネット選挙の解禁によって、政治に対する関心・投票意欲の向上が見込めそうです。

年代別で比較をすると、『投票参加の意欲が高まると思う』では 10 代で『あてはまる(計)』が 6 割半(64.0%)、『政治に関する興味が高まると思う』では 20 代が 6 割(61.0%)となりました。

また、ネット選挙の解禁によって、応援する候補者に対する投票の呼びかけなどをインターネット上で行うことが可能になりますが、『候補者に対する支援をしてみたいと思う』では 10 代で 37.0%、20 代で 22.0%が同意を示しています。また、『将来、立候補を検討してみたいと思う』では 10 代で『あてはまる(計)』が 17.5%と他の年代と比較して高くなりました。ネット選挙の解禁は、特に若年層に対し、政治への参加意欲を向上させる影響を与えそうです。

- **過半数が「ネット上での意見・政策を比較検討して、候補者選定したい」**
- **ネット選挙解禁後、10代の3人に1人は「Twitter」での情報収集に期待**
- **ネット選挙時代にマッチしたネット媒体 10代・20代の2割が選ぶ「ニコニコ動画」**

続いて、全回答者(1,000名)に対し、ネット選挙が解禁した場合、どんなインターネット上の情報を重要視して候補者の選定をするか質問したところ、『重要視する(計)』の回答が最も多かったのは、『候補者本人が発信する情報』で6割半(66.6%)、僅差で『候補者と有権者のネット上での対話内容』(64.6%)と『政策比較サイトでの情報や評価』(63.6%)が過半数で続きました。ネット選挙が解禁されたら、候補者の意見や政策、評価を比較・検討して候補者を選定したいと考えられているようです。また、『掲示板やソーシャルメディア上での評価』は4割半(43.9%)、『影響力のあるブロガーからの評価』は3割(32.0%)と第三者の評価を気にする意見も見られました。ソーシャルメディア上の世論も参考にしたいという欲求があることが窺えます。

次に、ネット選挙が解禁された際の情報源について質問を行いました。

全回答者(1,000名)に対し、ネット選挙が解禁された場合、候補者の情報を入手するのに適していると思うインターネットネットメディアはどこかを複数回答形式で質問したところ、トップは「候補者のホームページ」で7割(71.0%)、次いで「候補者のブログ」(44.8%)、ポータルサイトの「Yahoo!」(32.9%)が続きました。候補者が発信する公式の情報やポータルサイトに掲載される情報が信頼できる情報源として期待されるようです。

また10代・20代からは、SNS、ミニブログや動画共有サイトなどのソーシャルメディアも情報源として適しているとの回答が多くなり、「Twitter」(10代35.0%、20代29.5%)、「YouTube」(10代29.5%、20代28.5%)、「ニコニコ動画」(10代19.5%、20代20.0%)などが他年代に比べて高い割合となりました。SNS・ミニブログ上で候補者が意見を述べて質疑応答をしたり、動画共有サイトで候補者が演説を公開したり、といったことが期待されているのかもしれません。

- **政治家へのネット献金に前向き 僅か 8.4%**
- **首相公選制 賛成派 67.5% 反対派 32.5%、10代では2人に1人が反対派**
- **次期総選挙の重要な争点は「景気対策」「消費増税」「雇用・失業対策」**  
**「消費増税」が重要な争点 3割半、「脱原発」2割、「TPP」「地方自治」は5%前後**  
**「被災地復興」では10代が3人に1人で突出、10代は「少子化対策」「教育改革」を注視**

選挙活動でのインターネット利用が盛んな米国では、インターネットを使ったネット献金が浸透していますが、日本にはネット献金が広まる土壌はあるのでしょうか。

全回答者(1,000名)に対し、インターネットを利用したクレジットカード決済の少額寄附について、応援する政治家に対する寄附に前向きかどうかを質問したところ、「前向きに検討したい」は1割未満(8.4%)にとどまりました。年代別で比較をすると、10代(10.5%)や20代(12.5%)で「前向きに検討したい」がやや高くなり、特に、20代のアクティブ層(投票に毎回/ほぼ参加している方)では、1割半(16.1%)となりました。政治への参加意欲のある若年層は、ネット献金を比較的前向きに検討しているようです。

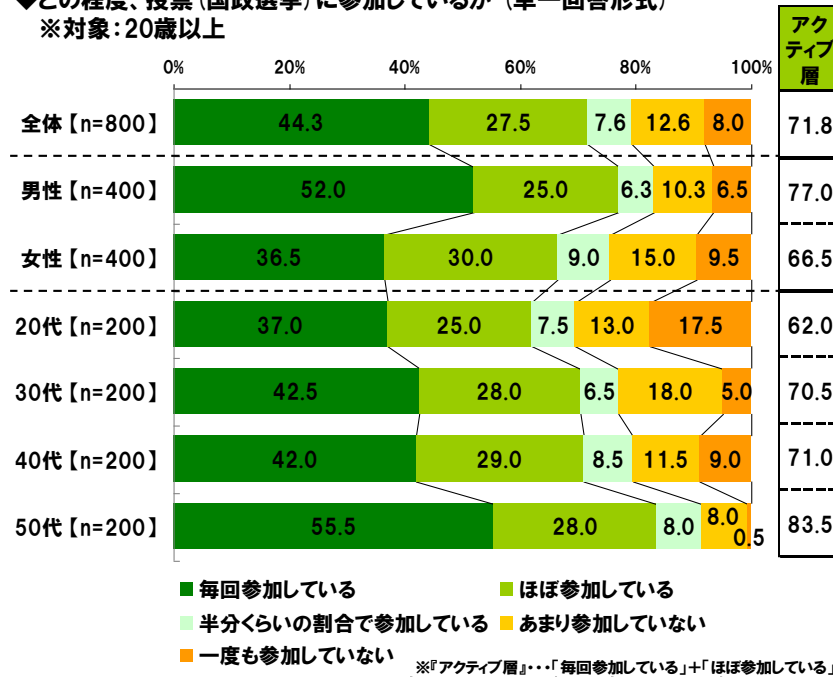
続いて、国民が首相を直接選ぶ“首相公選制”について、メリットとデメリットを説明したうえで賛成か反対か質問したところ、『賛成派』(67.5%)が『反対派』(32.5%)を上回りました。

年代別で比較をすると、『反対派』は若年層で多く、10代では約半数(49.0%)となりました。また、『賛成派』の割合は、これまで投票に参加している割合が高い層ほど高くなり、アクティブ層では7割半(74.1%)となりました。

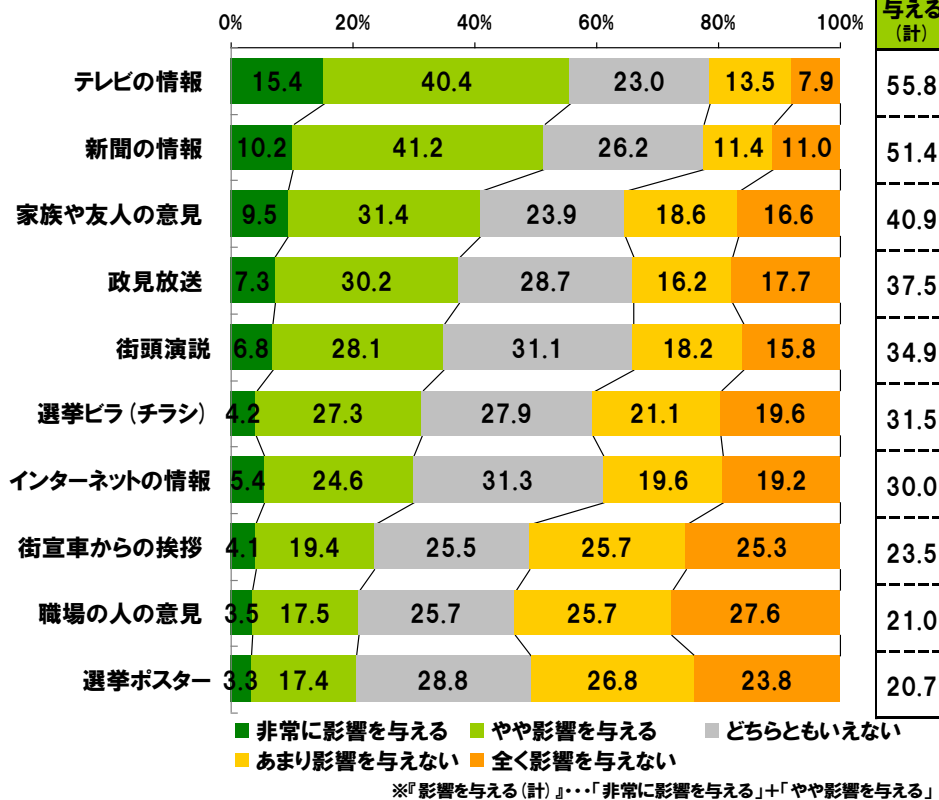
最後に、次期総選挙(衆議院議員総選挙)の重要な争点を限定回答形式(回答数3つまで)で質問したところ、最も高かったのは「景気対策」で3割半(36.8%)、僅差で「消費増税」(35.5%)、次いで「雇用・失業対策」(30.1%)が続きました。また、関連報道がよく話題に上る「脱原発」は2割(20.4%)、「TPP」(6.1%)、「地方自治」(4.4%)は5%前後という結果となりました。

年代別に比較をすると、現時点で選挙権を有さない10代では、「被災地復興」(32.0%)や「震災・防災対策」(23.5%)、「少子化対策」(19.0%)、「教育改革」(15.5%)で他年代よりも高くなりました。20代では「雇用・失業対策」(36.0%)が他年代よりも高く、30代では「社会保障改革」(31.0%)、40代では「消費増税」(42.0%)、50代では「雇用・失業対策」(36.0%)や「公務員削減」(20.5%)がそれぞれ高くなり、各年代で特徴がみられました。また、居住地域別で比較すると、東北地方では「被災地復興」(35.1%)や「除染」(21.6%)が他地域よりも高く、東海地方では「脱原発」(28.6%)や「震災・防災対策」(23.4%)、北陸・甲信越地方では「景気対策」(49.2%)や「震災・防災対策」(24.6%)がそれぞれ高くなりました。

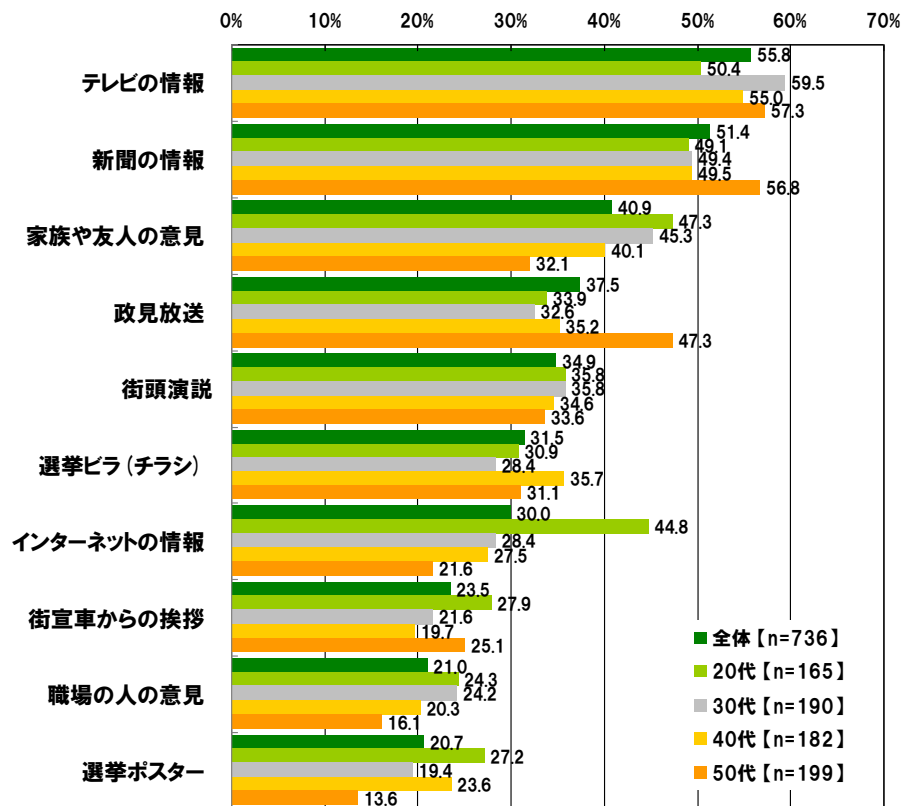
◆どの程度、投票(国政選挙)に参加しているか(単一回答形式)  
※対象:20歳以上



◆既存の情報源は、候補者選定にどの程度影響を与えるか  
(項目毎に単一回答形式) ※対象:投票経験者[n=736]

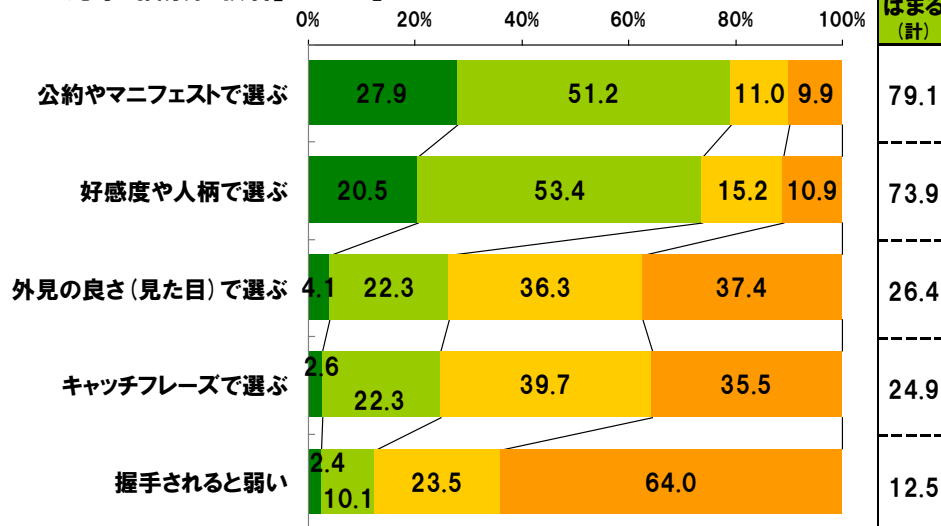


◆候補者選定に影響を与える情報源 (単一回答形式より集計)  
 ※対象:投票経験者[n=736]



※項目毎に『影響を与える(計)』の値をグラフ化

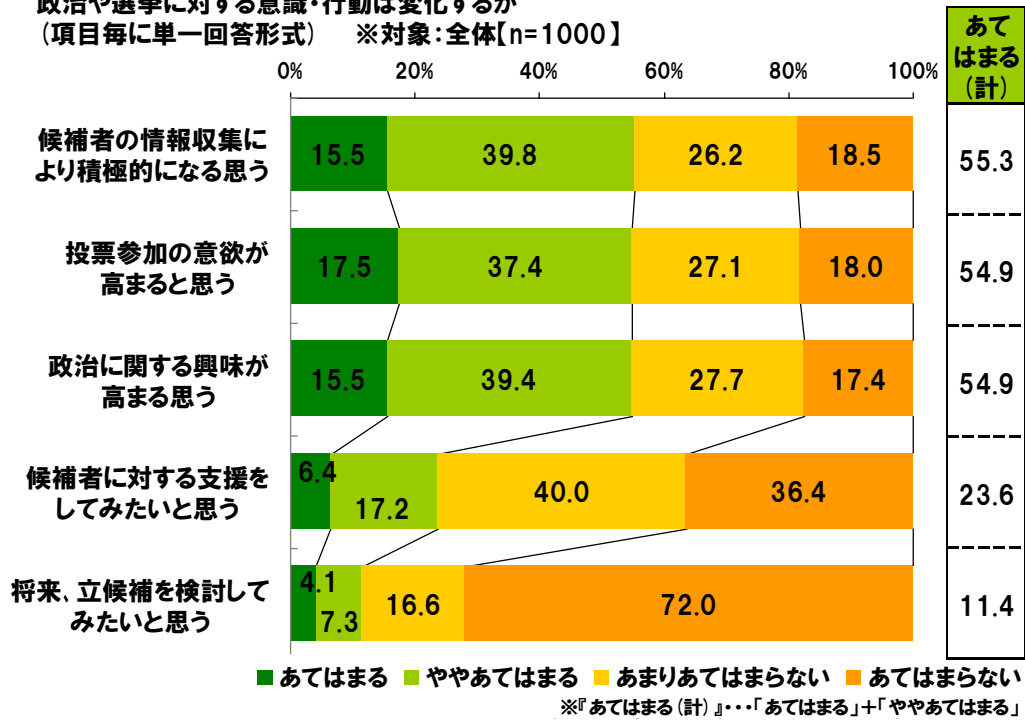
◆候補者を選ぶ要素として、どの程度あてはまるか  
 (項目毎に単一回答形式)  
 ※対象:投票経験者[n=736]



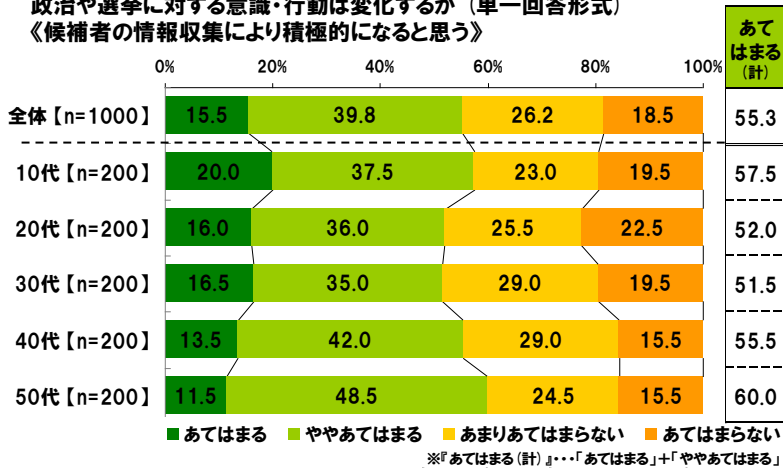
■あてはまる ■どちらかといえばあてはまる ■どちらかといえばあてはまらない ■あてはまらない

※『あてはまる(計)』・・・『あてはまる』+『どちらかといえばあてはまる』

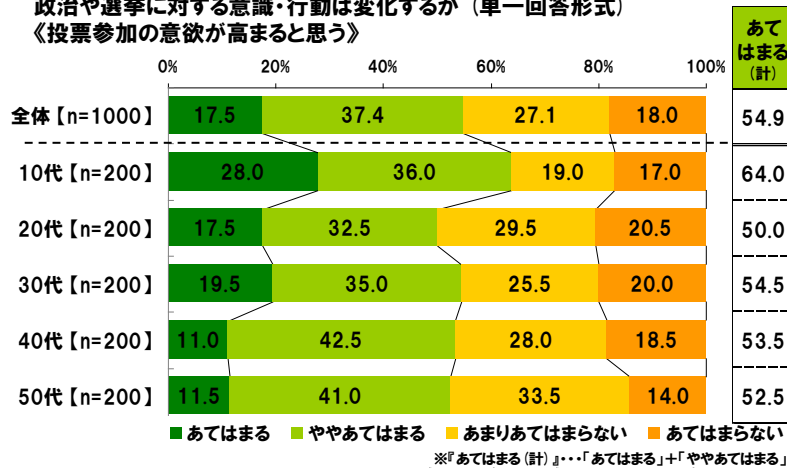
◆ネット選挙が解禁されたら、  
政治や選挙に対する意識・行動は変化するか  
(項目毎に単一回答形式) ※対象:全体[n=1000]



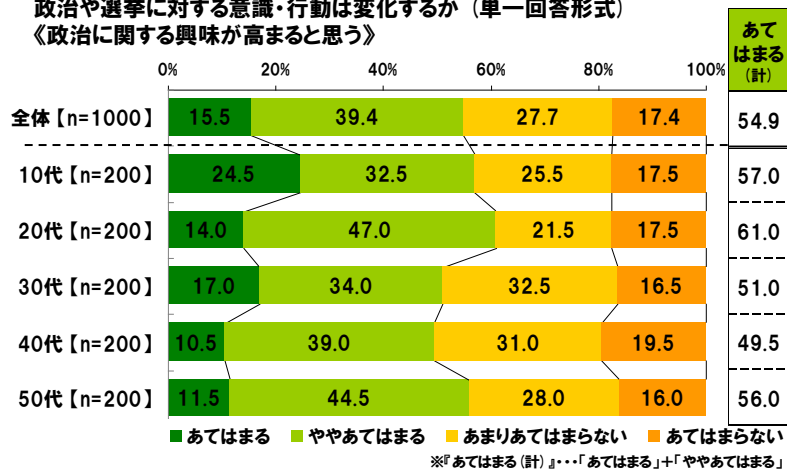
◆ネット選挙が解禁されたら、  
政治や選挙に対する意識・行動は変化するか（単一回答形式）  
《候補者の情報収集により積極的になると思う》



◆ネット選挙が解禁されたら、  
政治や選挙に対する意識・行動は変化するか（単一回答形式）  
《投票参加の意欲が高まると思う》

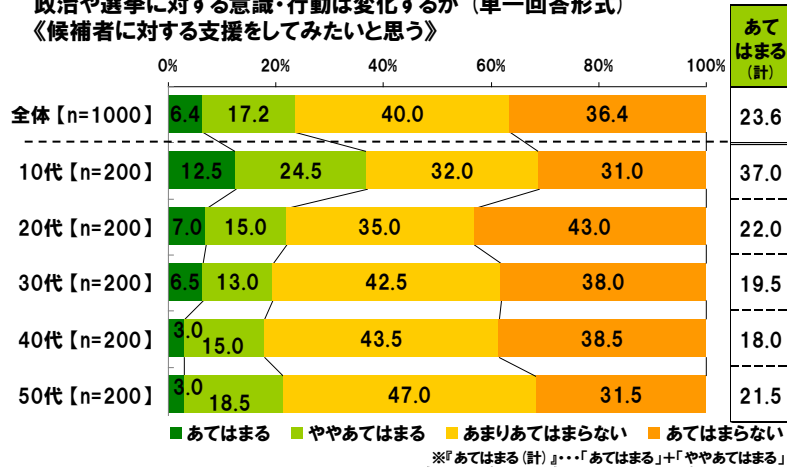


◆ネット選挙が解禁されたら、  
政治や選挙に対する意識・行動は変化するか（単一回答形式）  
《政治に関する興味が高まると思う》

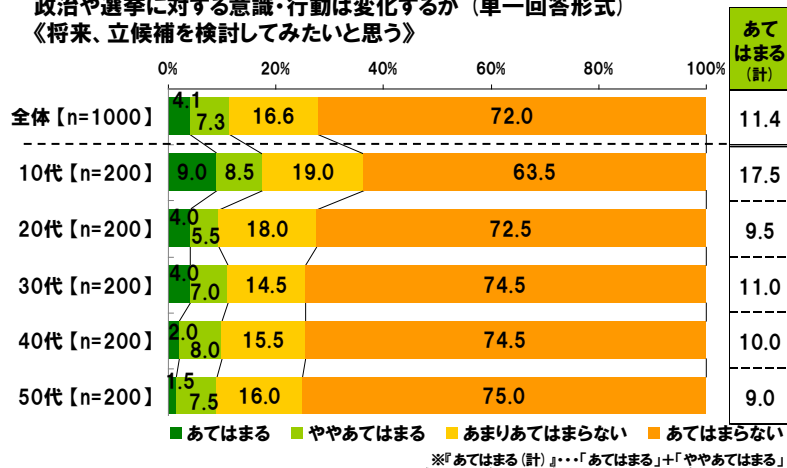




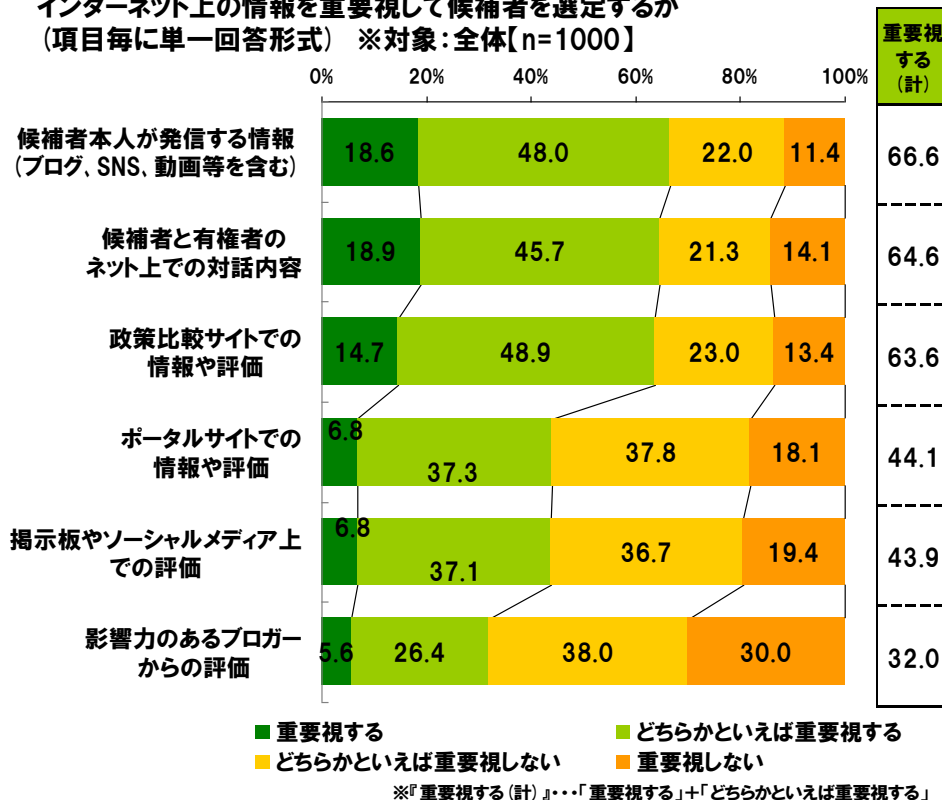
◆ネット選挙が解禁されたら、  
政治や選挙に対する意識・行動は変化するか (単一回答形式)  
《候補者に対する支援をしてみたいと思う》



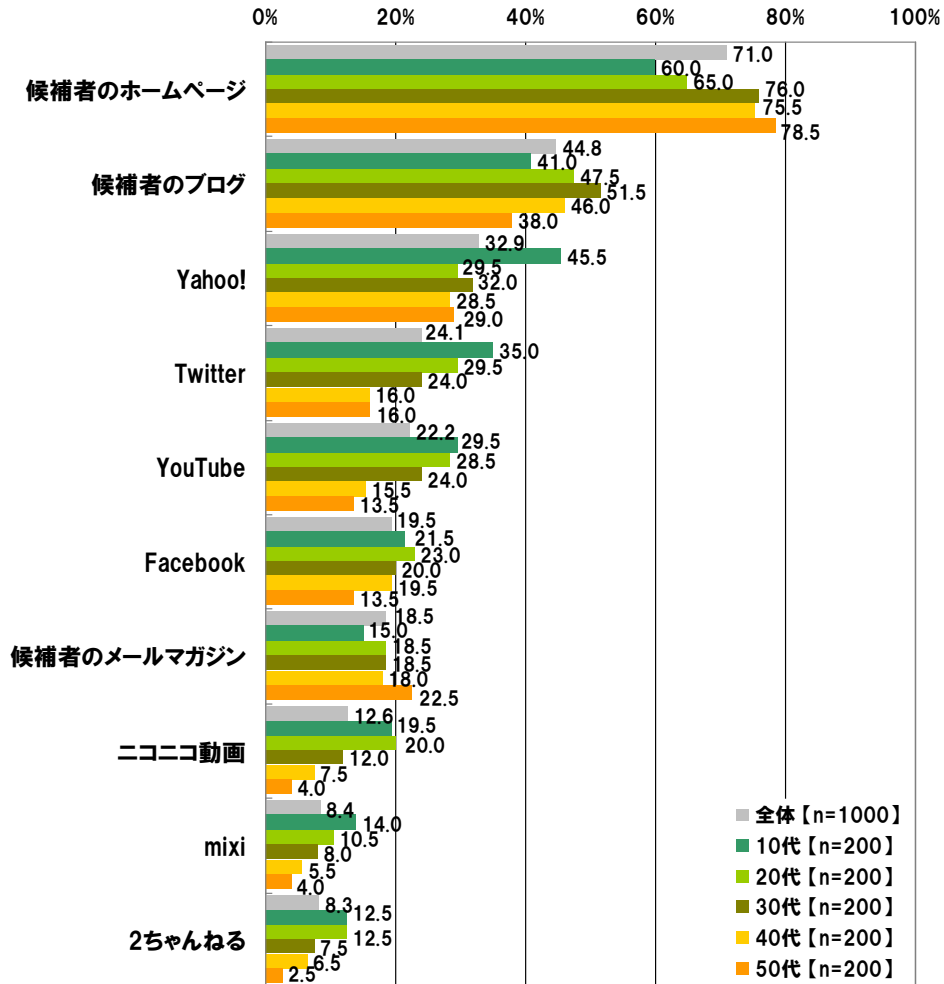
◆ネット選挙が解禁されたら、  
政治や選挙に対する意識・行動は変化するか (単一回答形式)  
《将来、立候補を検討してみたいと思う》



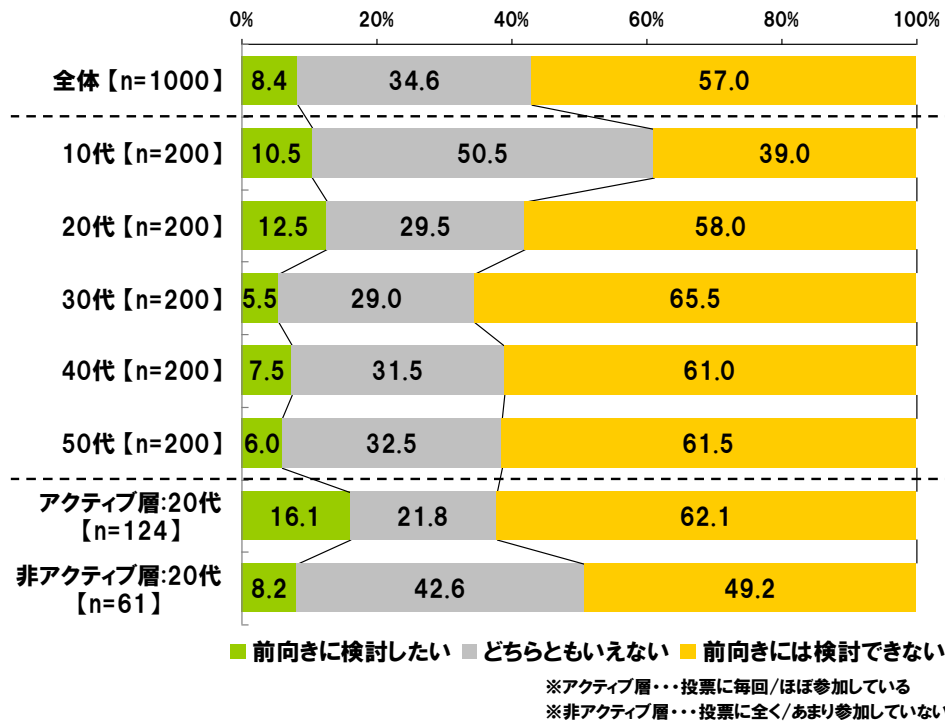
◆ ネット選挙が解禁された場合、インターネット上の情報を重要視して候補者を選定するか  
 (項目毎に単一回答形式) ※対象:全体[n=1000]



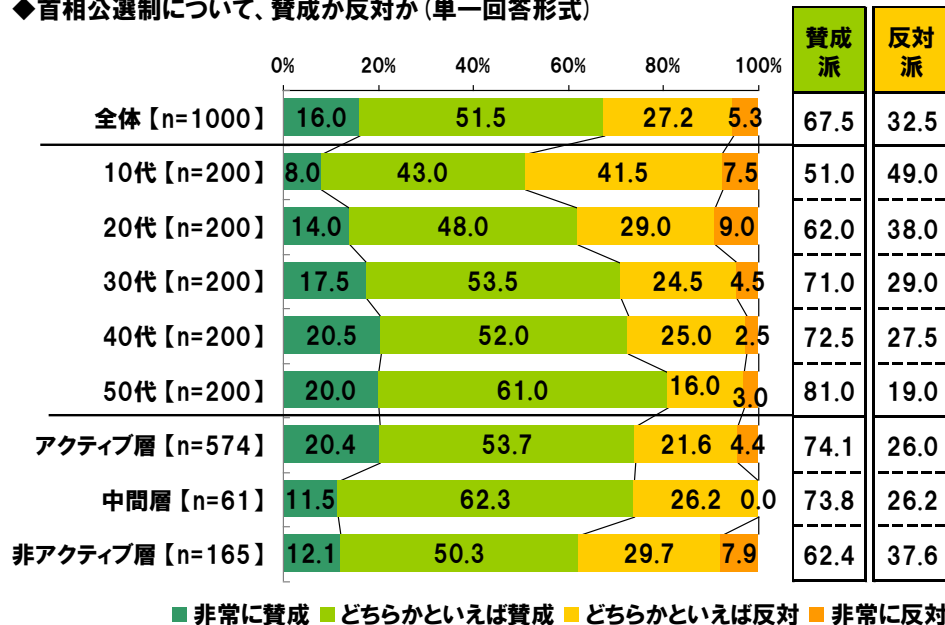
◆ネット選挙が解禁された場合、  
候補者の情報を入手するに適していると思うインターネットメディア  
(複数回答形式) ※上位10位までを表示



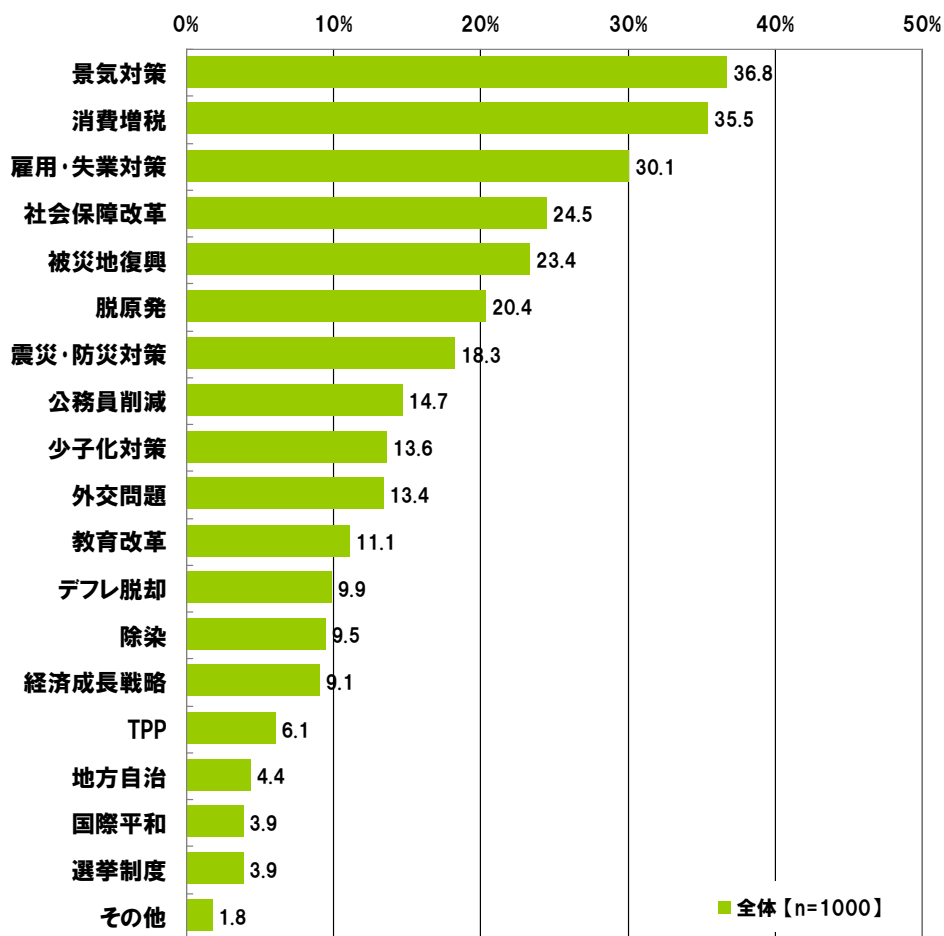
◆インターネット経由でのクレジットカードによる少額寄附について、  
 応援する候補者への寄附を検討したいか (単一回答形式)



◆首相公選制について、賛成か反対か (単一回答形式)

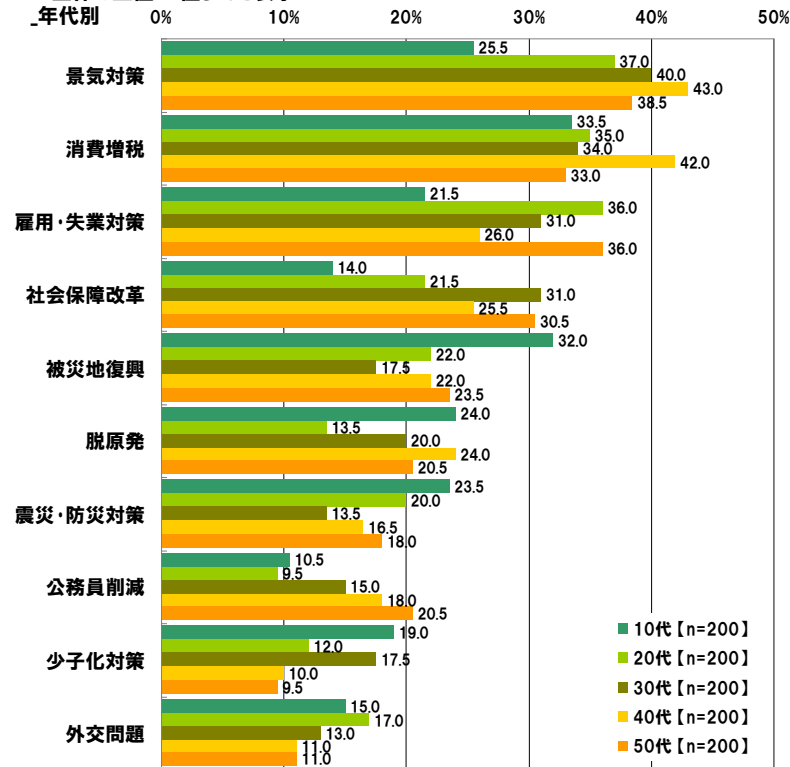


◆次期総選挙の重要な争点(限定回答形式:3つまで)



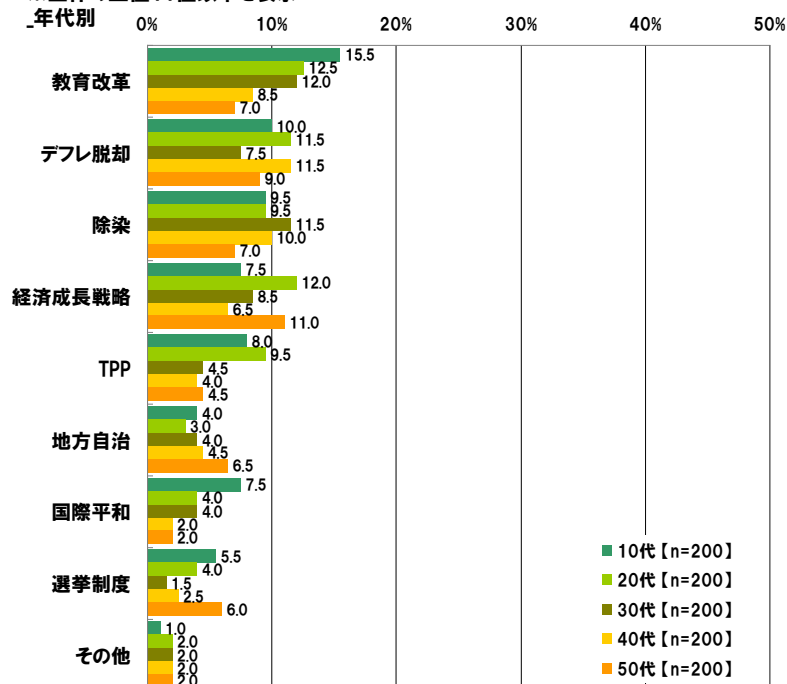
◆次期総選挙の重要な争点(限定回答形式:3つまで)

※全体の上位10位までを表示

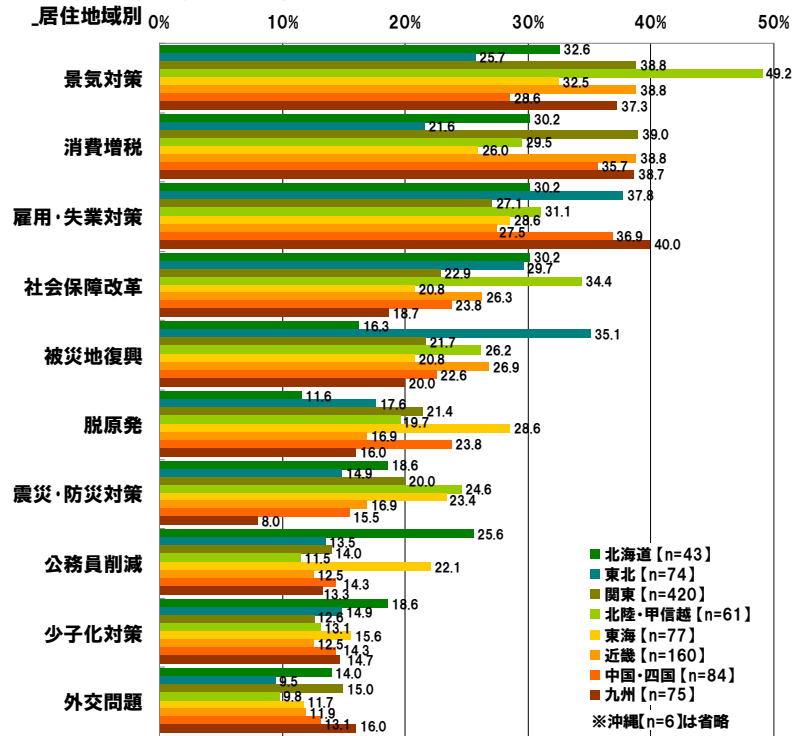


◆次期総選挙の重要な争点(限定回答形式:3つまで)

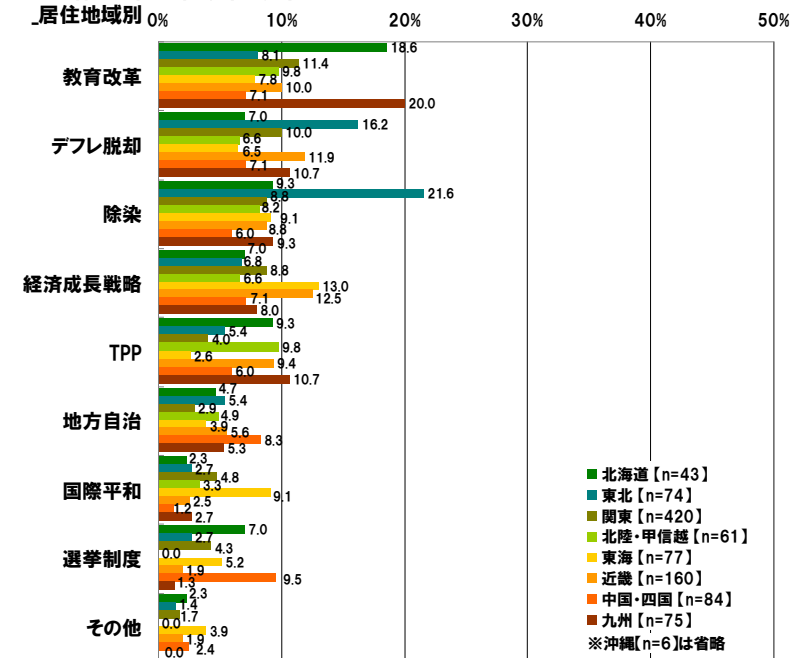
※全体の上位11位以下を表示



◆次期総選挙の重要な争点(限定回答形式:3つまで)  
※全体の上位10位までを表示



◆次期総選挙の重要な争点(限定回答形式:3つまで)  
※全体の上位11位以下を表示



## ■■ 調査概要 ■■

- 調査タイトル: ネット選挙に関する調査
- 調査対象: ネットエイジアリサーチのモバイルモニター会員を母集団とする  
15歳～59歳の男女  
(男女各500名、10代・20代・30代・40代・50代各200名)
- 調査期間: 2012年7月19日～7月23日
- 調査方法: モバイルリサーチ
- 調査地域: 全国
- 有効回答数: 1,000サンプル(有効回答母数から1,000サンプルを抽出)
- 実施機関: ネットエイジア株式会社

## ■■ 報道関係者様へのお願い ■■

本リリース内容の転載にあたりましては、「ライフネット生命調べ」という表記をお使い頂けますよう、お願い申し上げます。

- 会社名 : ライフネット生命保険株式会社
- 代表者名 : 代表取締役社長 出口 治明
- 設立 : 2006年10月
- 所在地 : 東京都千代田区麴町二丁目14番地2 麴町NKビル
- 業務内容 : インターネットを利用した生命保険の販売
- ホームページ : <http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

## 本件に関する報道関係者のお問い合わせ先

ライフネット生命保険株式会社 マーケティング部: 関谷  
TEL:03-5216-7900

調査協力会社: ネットエイジア株式会社

◆ ライフネット生命について URL: <http://www.lifenet-seimei.co.jp/>

ライフネット生命保険は、相互扶助という生命保険の原点に戻り、「正直に経営し、わかりやすく、安くて便利な商品・サービスの提供を追求する」という理念のもとに設立された、インターネットを主な販売チャネルとする新しいスタイルの生命保険会社です。インターネットの活用により、高い価格競争力と24時間いつでも申し込み可能な利便性を両立しました。徹底した情報開示やメール・電話・対面での保険相談などを通じて、お客さまに「比較し、理解し、納得して」ご契約いただく透明性の高い生命保険の選り方を推奨し、「生命(いのち)のきずな＝ライフネット」を世の中に広げていきたいと考えています。

ライフネット生命保険株式会社

Copyright© LIFENET INSURANCE COMPANY All rights reserved.