



# 総選挙・無投票者調査 【報告書】

2012.12.27  
株式会社 ジャパン・マーケティング・エージェンシー

Japan **JMA** Marketing Agency

# ■総選挙・無投票者調査報告書

総計 26ページ

## 調査概要

2P

【1】回答者基礎属性 3-7P

【2-1】無投票理由について | 基礎属性別・全体動向 8-11P

【2-2】無投票理由について | 前回選挙からの変化 12-14P

【2-3】無投票理由について | テキストマイニング分析 15-17P

【無投票者調査・総括】 23-25P

【本調査へのお問い合わせについて】 26P

# 調査概要

調査目的：2012年衆議院議員選挙における無投票（白紙投票）者の意識の把握

調査方法： インターネット調査

調査エリア： 全国（居住地域で割付を実施）

サンプリング方法： JMAモニターサンプルに対するランダム配信

調査対象： 20-69歳 男女 ／ 2012年12月衆議院総選挙 無投票者及び、白紙票投票者

サンプル数： 計1000人を平成22年度国勢調査・20歳以上の地域別・男女別人口データを元に、以下のとおり割付。

	合計（人）	男性（人）	女性（人）
全国	1000	480	520
北海道地方	44	20	24
東北地方	73	34	39
東京都	105	52	53
関東地方（東京以外）	230	114	116
中部地方	169	82	87
近畿地方	177	84	93
中国地方	59	28	31
四国地方	31	14	17
九州地方	112	52	60

調査期間： 2012年12月19日(水)～21日(金)

調査実施機関：株式会社 ジャパン・マーケティング・エージェンシー（略称：JMA）による自主企画調査

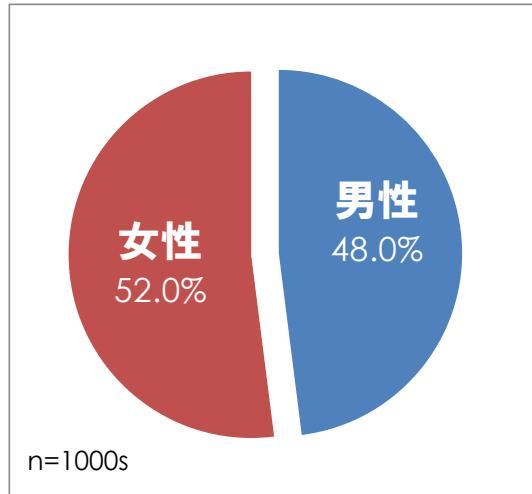
# 【1】回答者基礎属性

# 【1】回答者基礎属性

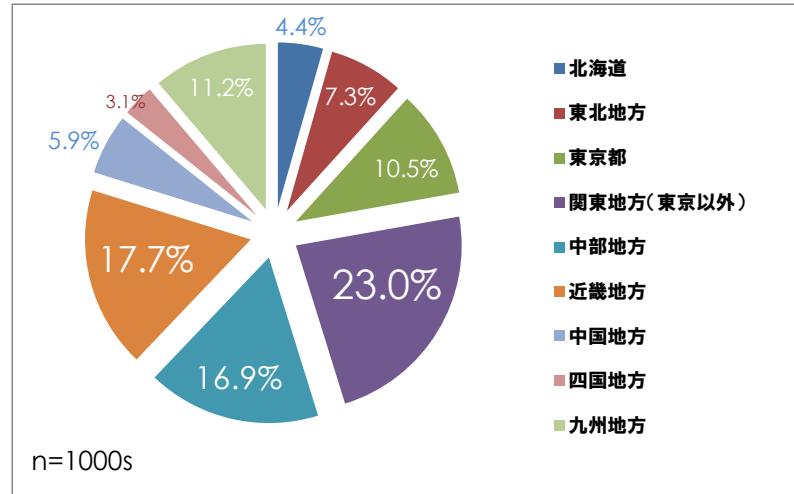
●居住地・男女比・年代構成比は、平成22年度国勢調査・20歳以上の地域別・男女別人口データを元に割付。

●性別は割付けを実施しており、男性48%、女性52%。年齢は40~49歳が33.2%を占め、未既婚については、未婚が約3割、既婚が約6割となった。

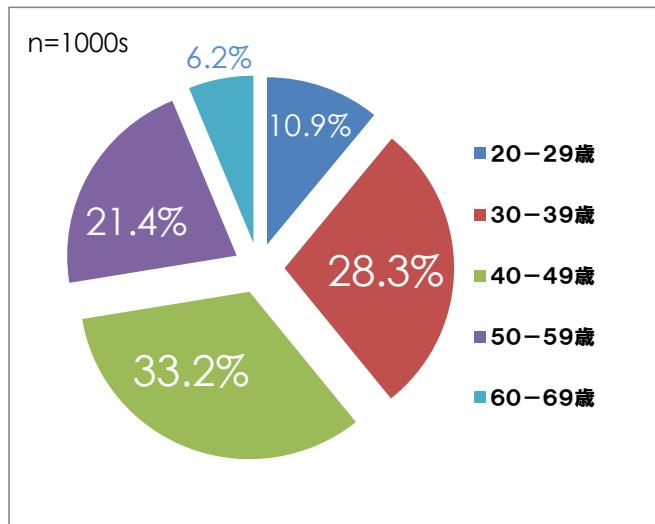
性別



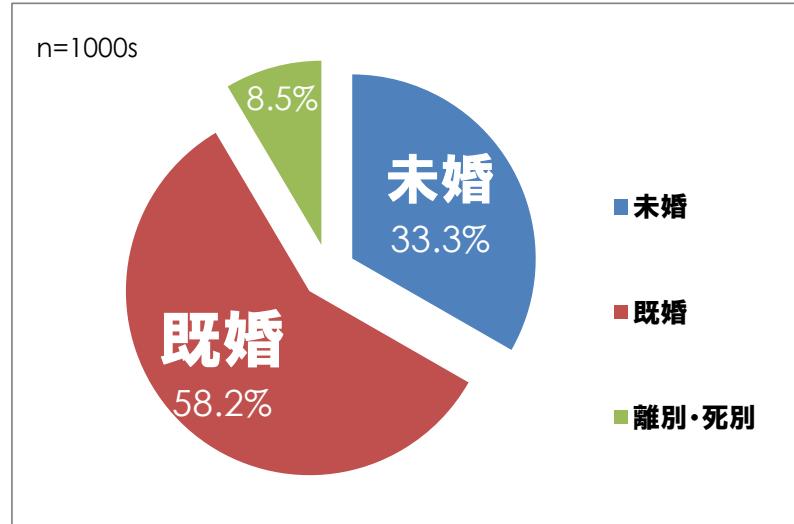
地域



年代



未既婚

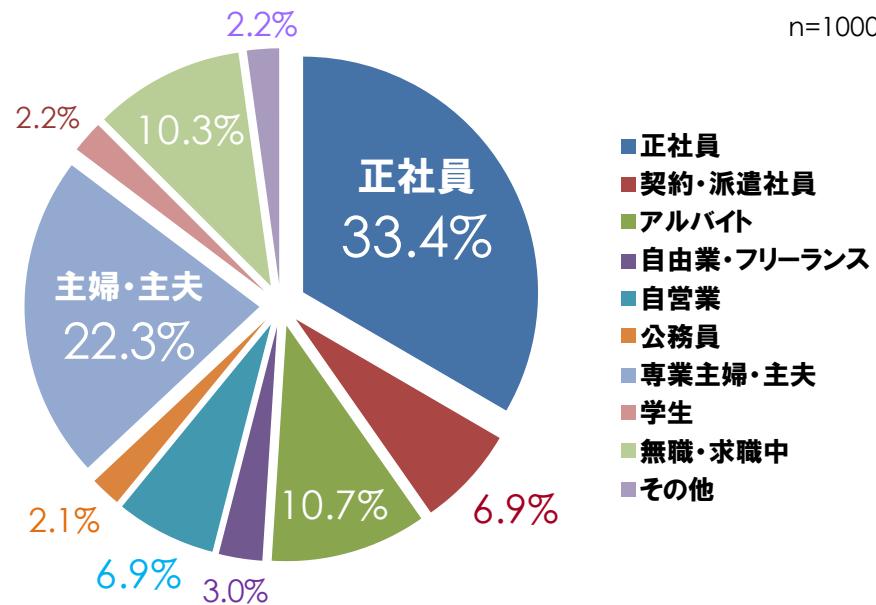


# 【1】回答者基礎属性

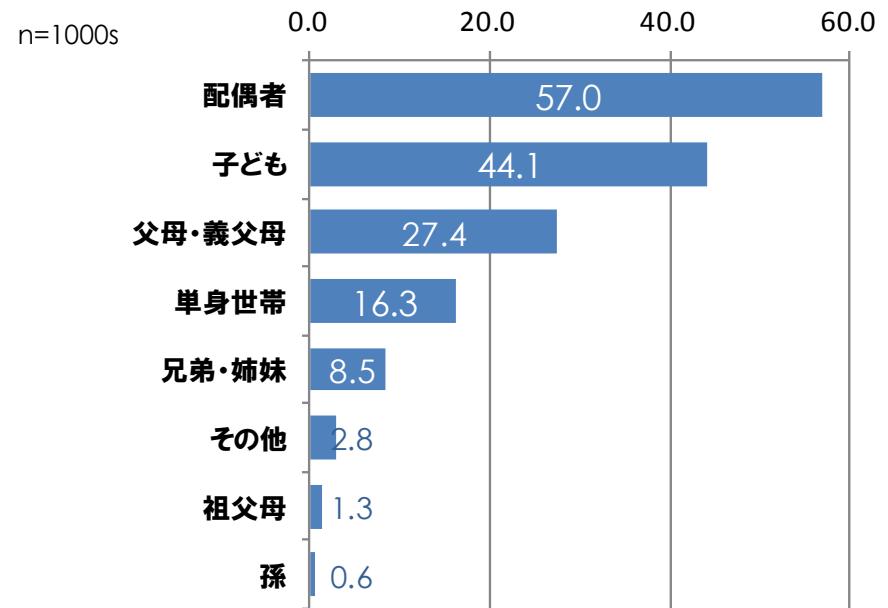
●職業は正社員が最も多く33%、続いて専業主婦／主夫が22%で2位にあがった。

●現在同居している家族としては57%が配偶者と同居、16%が一人暮らしとなった。

職業



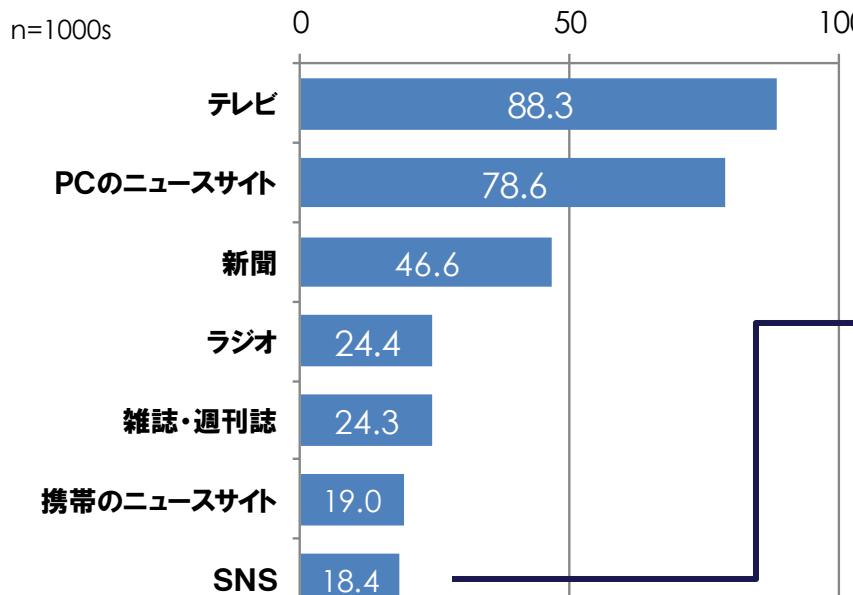
家族構成



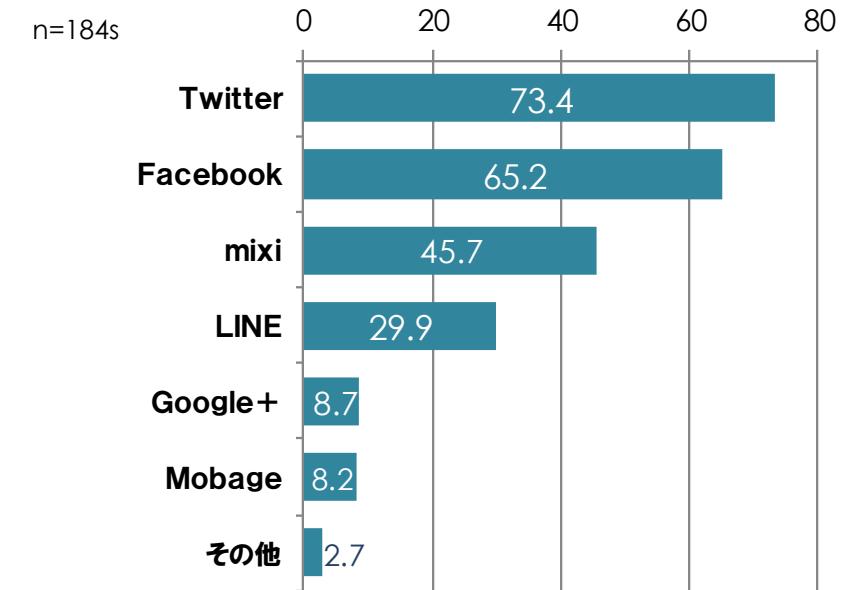
# 【1】回答者基礎属性

- 普段使っている情報源について聴取したところ、テレビが9割近い使用率で最上位に。続いてパソコンのニュースサイトも8割近い使用率であった。
- Twitter, mixiなどのソーシャルネットワークサービス(SNS)の利用は18%にとどまった。
- 使用SNSの内訳では、twitterが73%でトップ。次点にFacebookがあがる結果となった。

普段使っている情報源



普段使っているSNS



# 【1】回答者基礎属性

●自身の経済的な状況について、「余裕がある」から「余裕が無い」までを聴取。

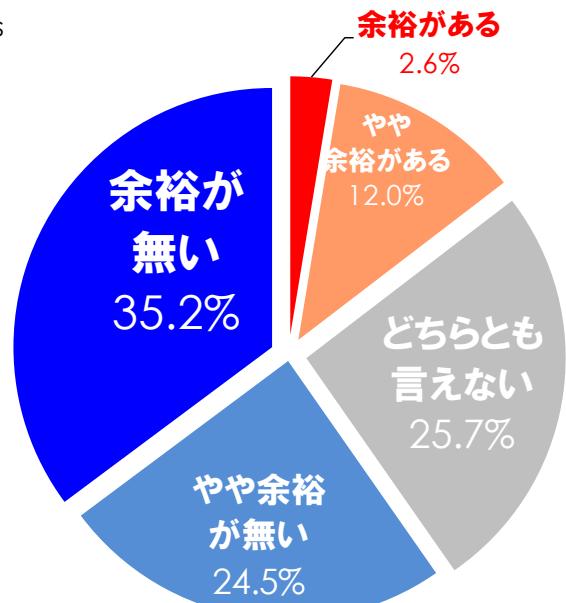
余裕が無いが35.2%で最も多くを占めた。「余裕がある」はわずかに2.6%で最低。

●現在、自身をどの程度幸せだと思うかについて、10~0点で聴取。5点とつけた人が19.2%と最も多く、平均値は5.58となった。

10点とつけた人が5.1%、0点が4.8%であり、中央に集中するだけでなく両極的回答も見られた。

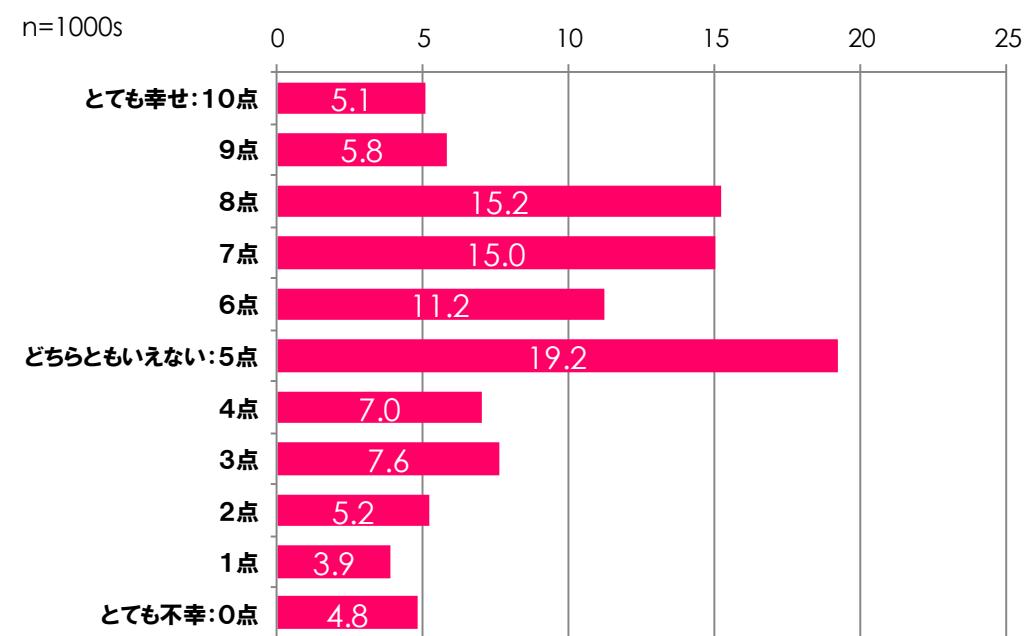
経済的な余裕

n=1000s



幸福度

n=1000s



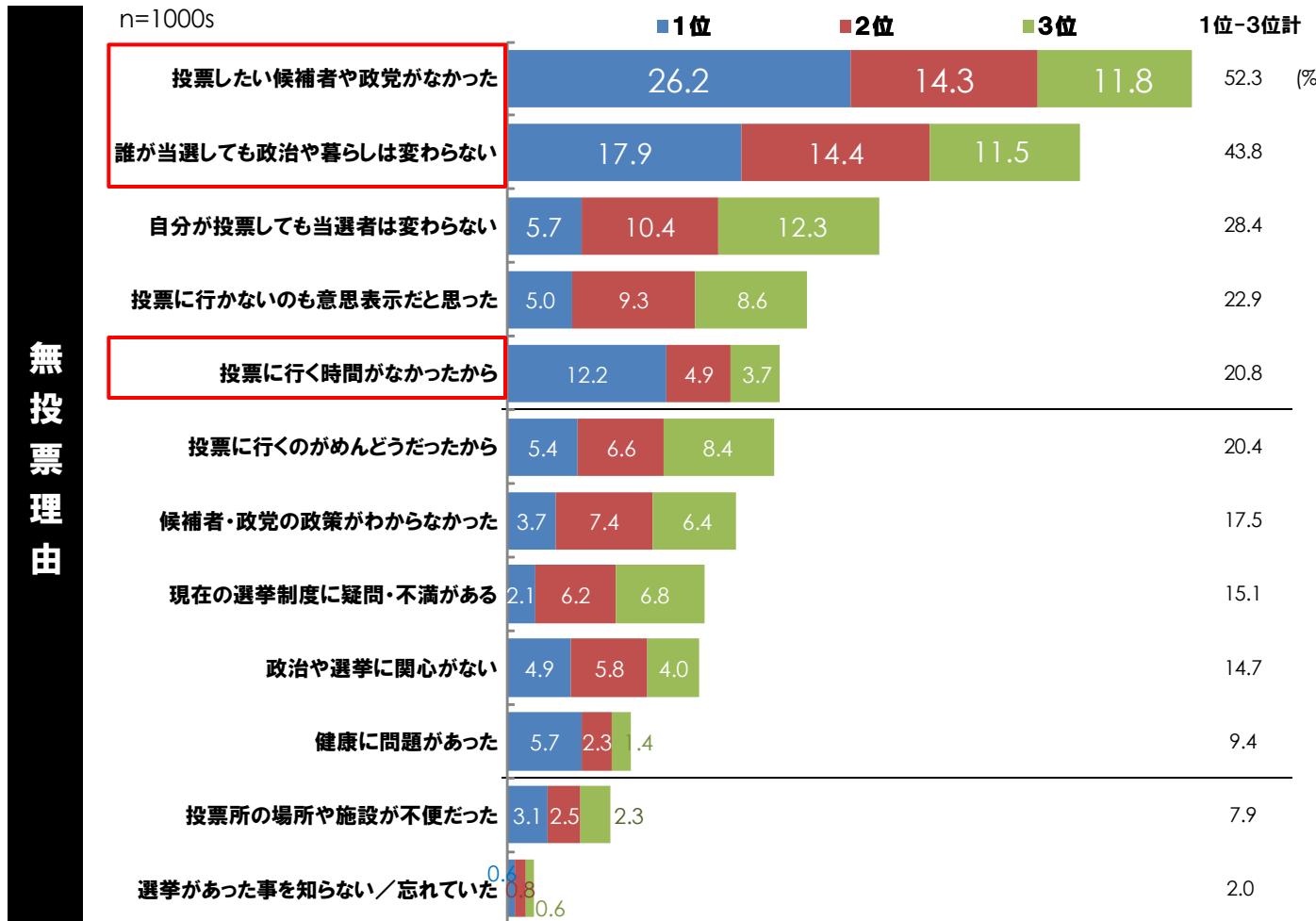
## 【2-1】無投票理由 基礎属性別

## 【2-1】無投票理由

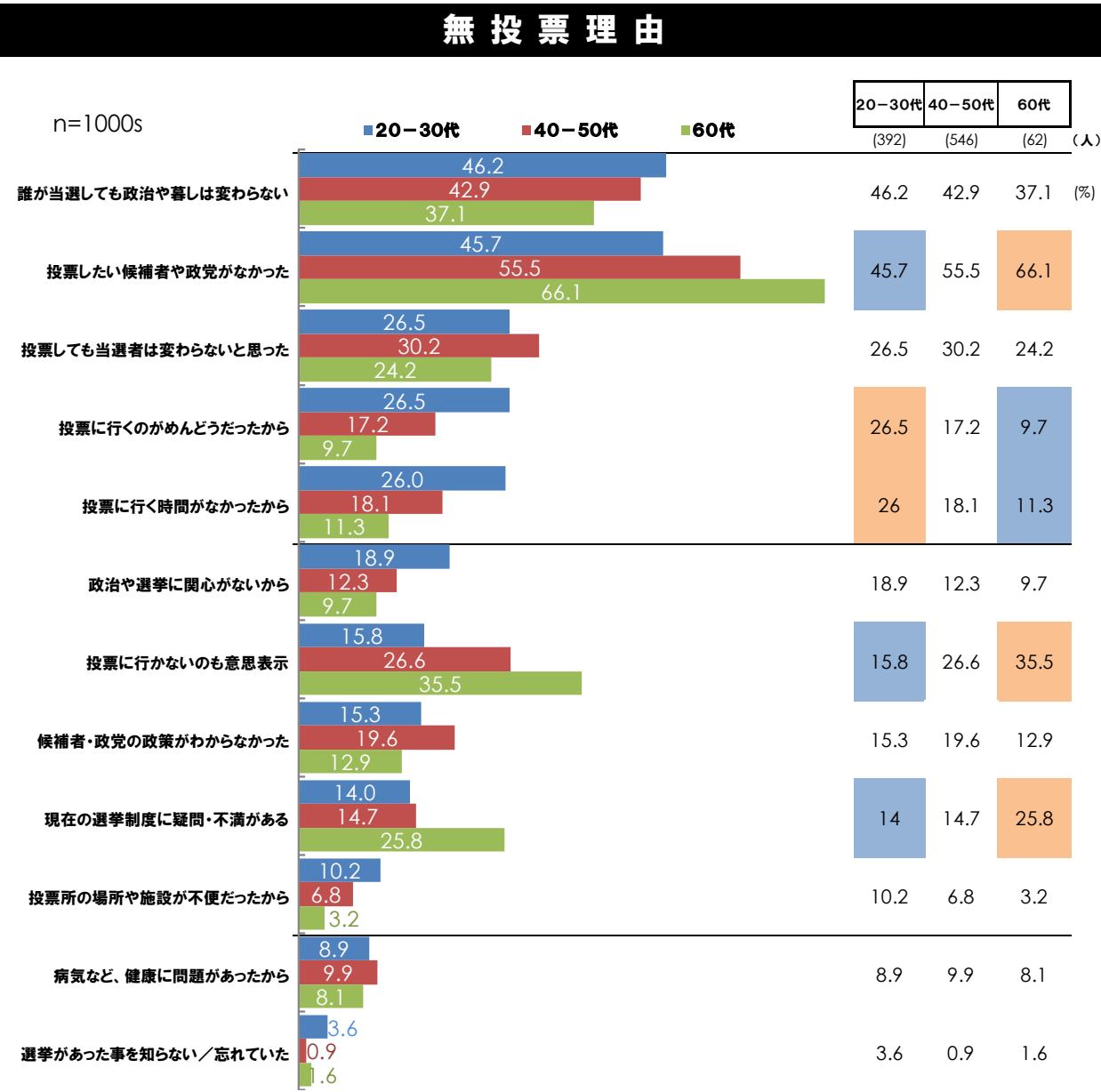
無投票(または白紙投票)の理由を順位付けで聴取。

1位~3位の合計では、「投票したい候補者や政党がなかった」「誰が当選しても政治や暮らしは変わらない」が全体の最上位・二位となり、政治への不信感・諦めの気持ちが根強いことがうかがえた。

「投票に行く時間がなかった」も1位にあげた人が12%と高くなっています、時間的な制約も要因の一つとなっている様子。



## 【 2-1 】 無投票理由



無投票の理由を、年代別に比較した。

●特に年代差が大きく出たのは、「投票したい候補者や政党がなかった」「投票に行かないのも意思表示だと思った」「現在の選挙制度に疑問・不満がある」で、どの項目も高齢者の方が高い結果に。高齢者ほど選挙への関心は高いものの、政治や制度への不満感・不も強いという傾向が見られた。

●逆に若年層は、「投票に行くのがめんどうだったから」「誰が当選しても政治や暮らしは変わらない」「政治や選挙に关心がない」の数字が高齢者と比べ高くなつており、そもそも選挙や政治参加に対するモチベーションの低さがうかがえる結果となった。

●また、「投票に行く時間がなかったから」も若年層のほうが高く、投票に割く時間の無さが相対的に目立つ結果となった。

## 【 2-1 】 無投票理由

地域別に無投票理由の特徴をみた。東京では「投票したい候補者や政党がなかった」「投票しても当選者は変わらないと思った」が全体と比べやや高いが、

「誰が当選しても政治や暮らしは変わらない」は低い。

震災後初の衆議院選挙となった東北では、「候補者・政党の政策がわからなかった」「誰が当選しても政治や暮らしは変わらない」が全体に比べ高い。

その他、北海道、東北で「投票所の場所や施設が不便だったから」が高いのも特徴的。また、「投票に行く時間がなかったから」は東京でやや高い。

※四国は各数値の差が大きいが、標本数が少ないため留意が必要

無投票理由

		投票したい候補者や政党がわからなかった	候補者・政党の政策がわからなかった	現在の選挙制度に疑問・不満がある	投票しても当選者は変わらないと思った	投票に行かない・白紙投票も意思表示	誰が当選しても暮らしは変わらないと政治や暮らしは変わらない	政治や選挙に关心がないから	投票に行く時間がなかったから	病気など、健康に問題があったから	投票所の場所や施設が不便だったから	選挙があつた事を知らない	投票に行くのがめんどうだつたから	
		標本数												
<b>全体</b>		(1000)	52.3	17.5	15.1	28.4	22.9	43.8	14.7	20.8	9.4	7.9	2.0	20.4
<b>北海道</b>		(44)	47.7	11.4	13.6	31.8	15.9	54.5	13.6	11.4	4.5	13.6	2.3	18.2
<b>東北</b>		(73)	52.1	23.3	11.0	27.4	16.4	61.6	15.1	21.9	5.5	11.0	2.7	27.4
<b>関東(東京以外)</b>		(230)	53.0	16.5	13.9	23.9	23.0	41.3	12.6	21.7	9.6	8.7	0.9	20.0
<b>東京</b>		(105)	58.1	19.0	16.2	33.3	26.7	37.1	11.4	24.8	7.6	7.6	1.9	18.1
<b>中部</b>		(169)	51.5	15.4	14.8	26.6	24.9	40.2	16.6	21.3	12.4	6.5	1.2	20.7
<b>近畿</b>		(177)	49.2	18.1	14.1	29.9	19.2	44.6	15.8	23.2	11.3	6.8	3.4	18.1
<b>中国</b>		(59)	50.8	10.2	11.9	33.9	40.7	52.5	16.9	15.3	6.8	6.8	1.7	20.3
<b>四国</b>		(31)	41.9	22.6	25.8	35.5	32.3	48.4	22.6	19.4	6.5	-	3.2	22.6
<b>九州</b>		(112)	57.1	21.4	20.5	27.7	17.0	37.5	14.3	17.0	9.8	8.9	2.7	22.3

※各項目、全体の数値との差が5ポイント以上のセルをハッキング

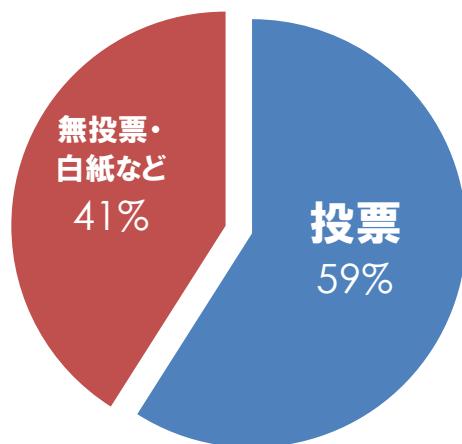
## 【2-2】無投票理由 前回選挙からの変化

## 【2-2】無投票理由 | 前回選挙からの変化

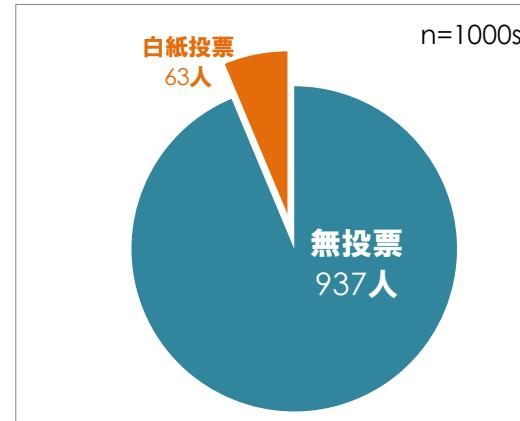
今回の調査対象である「無投票者」と「白紙投票者」について、前回2009年の衆議院選挙での投票行動を聴取した。

今回無投票者・白紙投票者の中で、前回選挙では投票していた人は約46%、前回無投票だった人も約46%と、ほぼ半々になった。

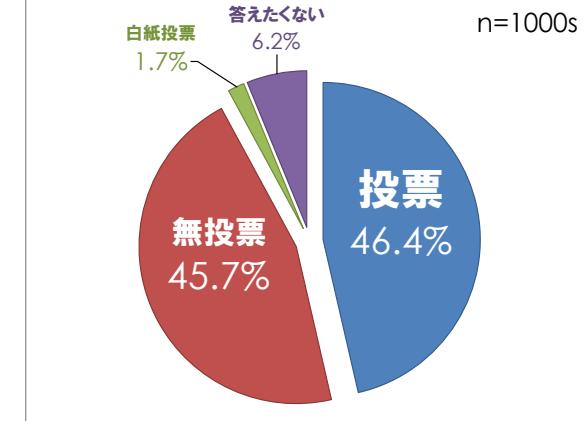
全 体 投 票 行 動 (総務省発表)



投 票 行 動 (本調査対象者)



前 回 の 投 票 行 動

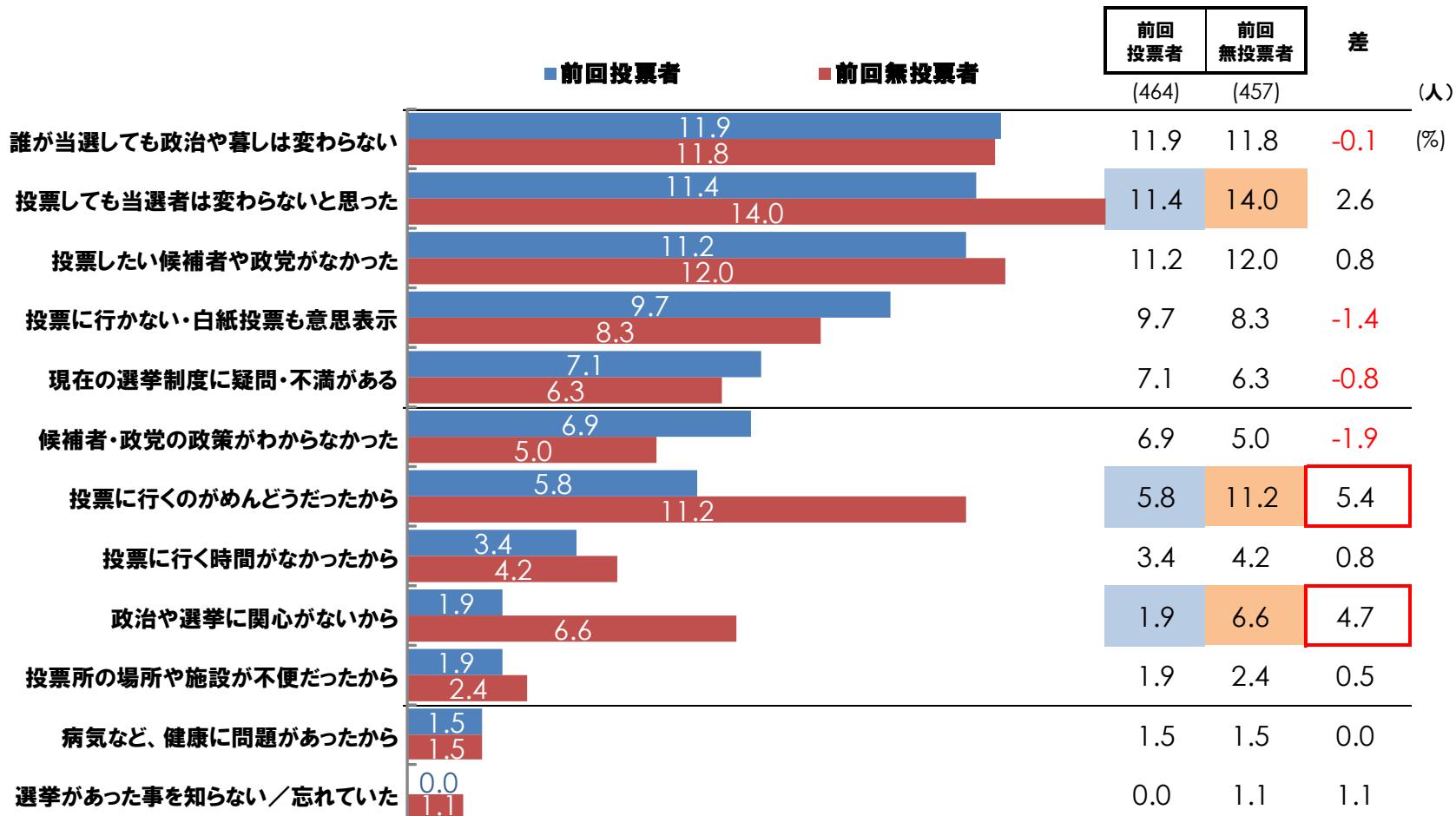


## 【 2-2 】 無投票理由 | 前回選挙からの変化

前回投票者と無投票者別に、今回の無投票理由をみた。

「投票に行くのがめんどうだったから」「政治や選挙に関心がないから」で無投票者の方が圧倒的に高くなり、

連続して無投票の者はやはりそもそも政治参加へのモチベーションが低いことがうかがえた。



※各項目最低値と最大値の差が2.5ポイント以上のセルをハッキング

## 【2-3】無投票理由 テキストマイニング分析

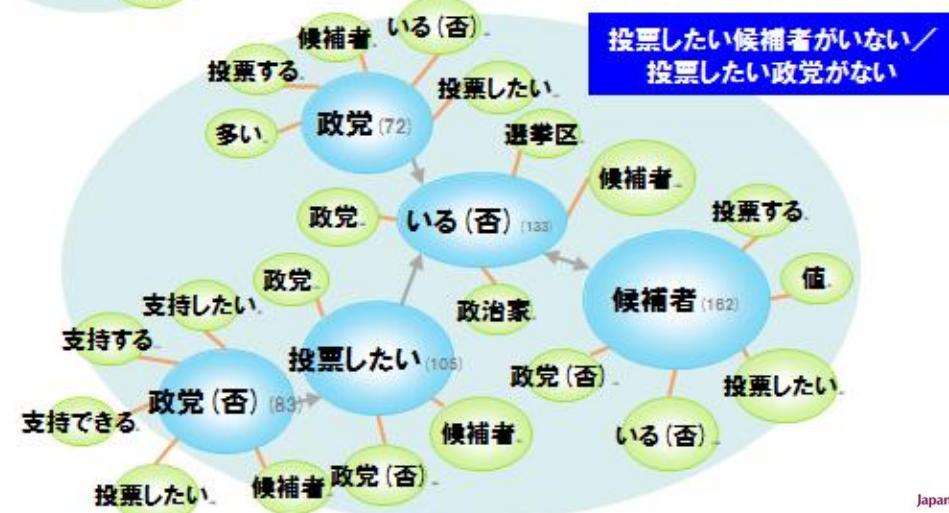
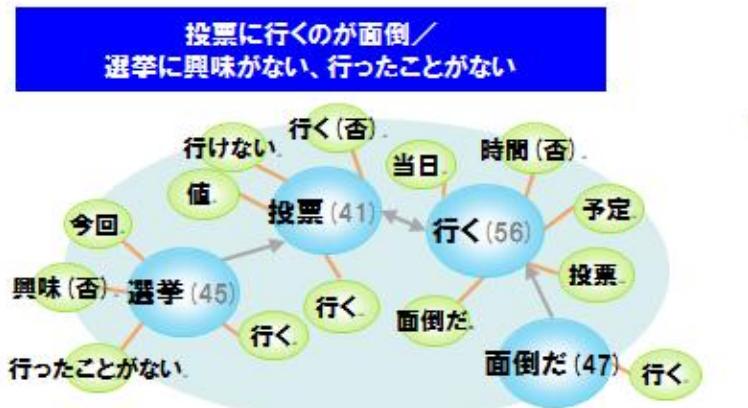
## 【2-3】無投票理由 | テキストマイニング分析

プリコードによる選択解答の他に、無投票理由を自由回答で聴取し、その内容をテキストマイニングソフトによって分析。

全体では大きく次のようなトピック群に分かれ、選択肢と同様の理由があがっていることが確認できた。

※青色の円は出現率上位の単語。緑の円はその係り受け(語句の間にある、「修飾する」「修飾される」の関係のこと)単語。

※グレーの矢印は、同時出現の関連性(共起の関係)の強い単語に引かれ、双方向の矢印は、お互いに最も関連性が強い単語同士に引かれている。



## 【2-3】無投票理由 | テキストマイニング分析

前回の選挙投票者／無投票者別に、テキストマイニング分析を行った。

各グループに特徴的な単語が黄色い円で表示され、その単語に対する係り受けが緑の円で表示されている。

これを見ると、前回投票者は「投票したい政党や候補者がいない」ことが多くトピックとしてあげられていることがわかる。

前回無投票者では「面倒」、「興味が無い」「政治に关心が無い」といった関心の無さ、「どの政党でも同じ」といった諦念を示す記述が多かったことが明確に見られた。



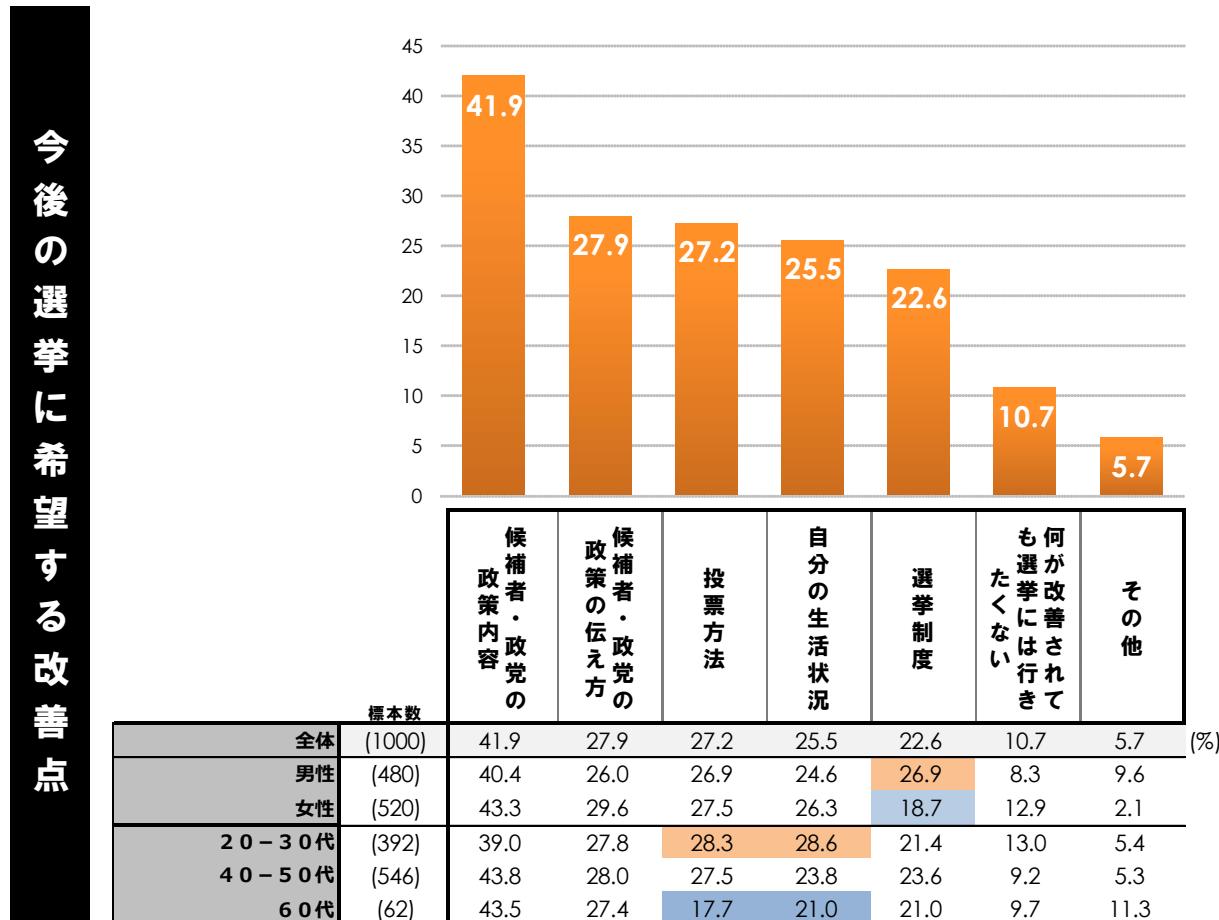
### 【3】今後の選挙について

### 【3】今後の選挙について

今後の選挙について、何が改善されれば選挙に行くと思うかを聴取した。(複数回答)

「候補者・政党の政策内容」が他の選択肢に大きく差をつけて最上位となった。以降、「候補者・政党の政策の伝え方」「投票方法」「自分の生活状況」がほぼ横並いで続き、「何が改善されても選挙には行きたくない」は10ポイントで最下位。男性のほうが女性よりも「選挙制度」への改善希望が多かった。

年代別にみると、60代で「投票方法」が低く、20-30代で「自分の生活状況」がやや高くなる結果となった。



※各項目・各セルで最低値と最大値の差が5ポイント以上のセルをハッキング

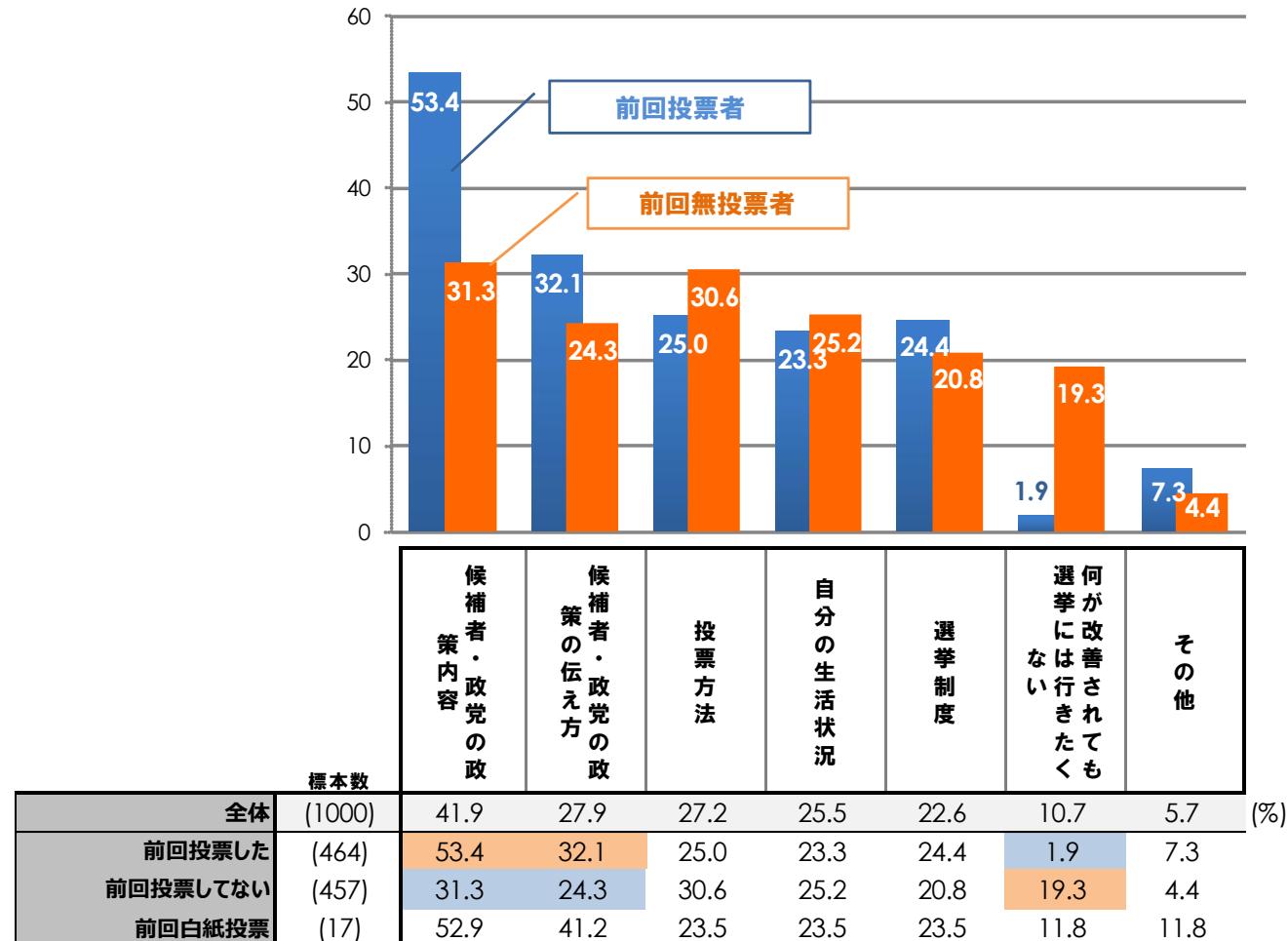
### 【3】今後の選挙について

前回投票行動別に改善点をみた。

「候補者・政党の政策内容」に大きな差がみられ、前回投票者の方が無投票者よりも22.1ポイント高かった。また、「政策の伝え方」も前回投票者の方が高い。このことから、前回投票したが今回しなかった人は、今後、候補者の政策内容が改善されれば、投票意向は高くなると考えられる。

逆に、前回無投票者では「何が改善されても選挙には行きたくない」が約19%と高くなったのも特徴的で、連続して無投票の人の政治参加への意欲の低さが浮き彫りとなった形。

今後の選挙に希望する改善点



※各項目、白紙投票者を除き、最低値と最大値の差が5ポイント以上のセルをハッキング

### 【3】今後の選挙について

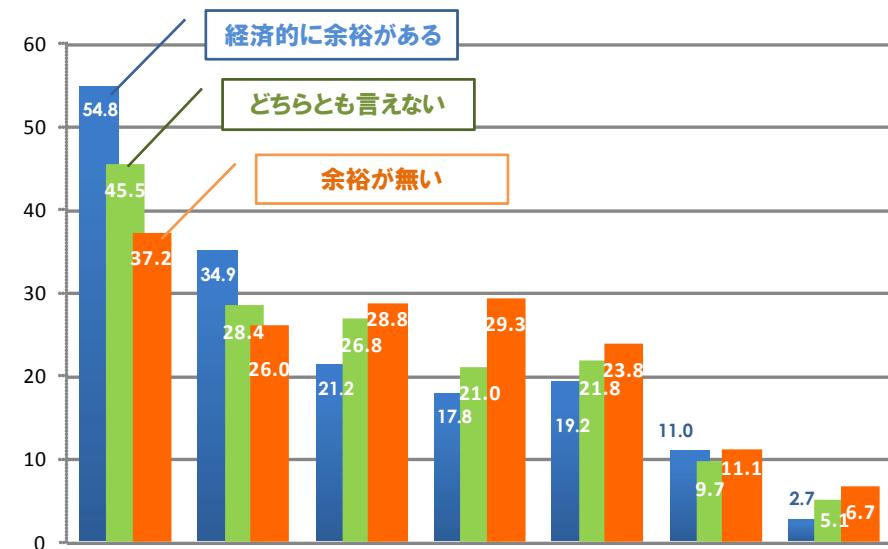
自身の経済的な状況について【余裕がある+やや余裕がある計】と、【どちらとも言えない】、【余裕が無い+やや余裕が無い計】の三段階で比較した。

経済的な余裕がある者のはうが、「政策の内容」「政策の伝え方」といった政策関連の改善点を希望する傾向にあった。

対して、余裕が無い者では「投票方法」「選挙制度」など、選挙そのもののやり方に改善を求める傾向がみられたほか、

「自分の生活状況」の数値が高くなったのが特徴的であった。

今後の選挙に希望する改善点



		標準数								
		全体	(1000)	41.9	27.9	27.2	25.5	22.6	10.7	5.7 (%)
余裕がある	(146)	54.8		34.9	21.2	17.8	19.2	11.0	2.7	
どちらとも言えない	(257)	45.5		28.4	26.8	21.0	21.8	9.7	5.1	
余裕が無い	(597)	37.2		26.0	28.8	29.3	23.8	11.1	6.7	

※各項目最低値と最大値の差が10ポイント以上のセルをハッキング

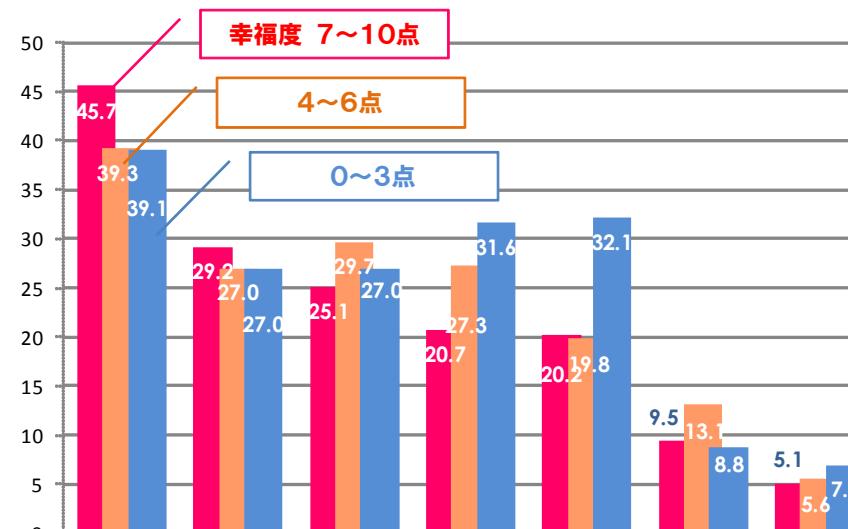
### 【3】今後の選挙について

自身の幸福度を【7-10点】【4-6点】【0-3点】の三段階で比較した。

幸福度が高い者の方が、「政策の内容」の改善点を希望し、幸福度が低いほど「選挙制度」に改善を求める傾向がみられ、この二項目は前ページの経済的な余裕と同様の傾向を見せた。

経済的余裕と同様に、幸福度の低い者が「自分の生活状況」が改善されれば投票に行く、と回答しているのも特徴的。

#### 今後の選挙に希望する改善点



	標本数	全般	7~10点	4~6点	0~3点		
全体	(1000)	41.9	27.9	27.2	25.5	22.6	10.7 5.7 (%)
幸福度 7~10点	(411)	45.7	29.2	25.1	20.7	20.2	9.5 5.1
4~6点	(374)	39.3	27.0	29.7	27.3	19.8	13.1 5.6
0~3点	(215)	39.1	27.0	27.0	31.6	32.1	8.8 7.0

※各項目最低値と最大値の差が10ポイント以上のセルをハッティング



## 【無投票者調査・総括】

# 【無投票者調査・総括】

## 全体の傾向

- 無投票の理由としては、「投票したい候補者や政党がなかった」「誰が当選しても政治や暮らしは変わらない」が全体の上位にあがり、政治への不信感・諂ひの気持ちが広く浸透していることが確認された。
- 年代別の分析では、高齢者の方が選挙への関心は高いものの、政治や制度への不満感・不信感も強いことがうかがえる結果に。逆に、若年層(20-30代)は「投票に行くのがめんどう」「関心がない」といった項目の数値が高く、政治参加へのそもそもモチベーションが相対的に低いことがわかった。

## 今後選挙について希望する改善点

- 希望する改善点としては、「候補者・政党の政策内容」が他の項目に大きな差をつけて最上位(41.9%)となり、政策内容への要望の強さが明確となった。
- 「何が改善されても選挙には行きたくない」は10.7%で最下位になったことから、今後の改善によっては全体の投票率が上がる余地が十分にあるものと思われる。
- 投票方法(27.2%)、選挙制度(22.6%)の改善を求める声も多く、無投票理由に「時間がなかった」回答も若年層(26%)や東京居住者(24.8%)を中心<sup>に</sup>に高かったことから、議論の的となるインターネット投票を初めとした投票方法の見直しも、ある程度投票率改善につながるものと推測される。
- 自身の幸福度を低く評価する者、経済的に余裕が無い者の多くが、今後「自分の生活状況」が改善されれば投票に行くと回答しており、自らの政治参加によって生活状況を良くしていくのではなく、その逆の発想になっている傾向が特徴的であった。

# 【無投票者調査・総括】

## 前回選挙からの変化

2012年衆議院選挙での投票率は、前回衆議院選挙の69%から、59%と大きく低下した(総務省発表)ことが大きく話題となった。

本調査では、対象者となった無投票・白紙投票者の半数近く(46.4%)が前回選挙では投票していたことが明らかになり、

前回投票者と無投票者の態度の違いに着目した。

●前回投票者と無投票者では、今回の無投票理由として「候補者・政党の政策内容」に大きな差がみられ、前回投票者のほうが22.1ポイント高い。

また、希望する改善点として「政策の伝え方」も前回投票者の方が高い。

このことから、前回投票→今回無投票の人については、今後、政策内容とその伝え方の改善により、投票意向は上向きになると考えられる。

●逆に、前回無投票者は、「何が改善されても選挙には行きたくない」が約19%と、前回投票者の約10倍も高い数値となった。

また、自由回答のテキストマイニング分析でも、連続して無投票の人びとの政治参加への意欲の低さが浮き彫りとなり、

投票意向に改善の余地がほとんどない層も一定数いることが明らかになった。

# 【無投票者調査へのお問い合わせについて】

本レポートは、株式会社ジャパン・マーケティング・エージェンシーの自主調査として無償でご提供させて頂いております。

より詳しいデータに関しましては、有償にて以下のものをご提供させていただきます。

1) 全設問データ

2) 全集計データ（各分析軸を含む（性年代別、居住地別、使用メディア別、幸福度別など）

ご興味、ご関心のある方は、下記お問い合わせ先までお気軽にご連絡ください。

## ■お問い合わせ先

企画部 牛堂（うしどう）／小林

TEL:03-3496-0131 / FAX:03-3464-7996

e-mail: [mushido@jma-net.com](mailto:mushido@jma-net.com)

（※受付時間 平日10:30～12:30／13:30～18:00）

## 【自主調査レポートの引用・転載について】

自主調査レポートの著作権は、株式会社 ジャパン・マーケティング・エージェンシーに帰属します。

「株式会社 ジャパン・マーケティング・エージェンシー」を出典元として記載していただければ、自由に引用・転載が可能です。

「引用の箇所」と「それ以外の箇所」が明確に区別できるようにご掲載ください。

「出版物への掲載」や「商用利用」の際は、事前にご連絡をくださいますようお願いします。

レポート内のテキストや数表、グラフなどを加工・編集してご利用されたい場合は、事前にご連絡をくださいますようお願いします。

