IMJ調査レポート「選挙におけるインターネット活用実態調査」を発表

2012/12/19

株式会社アイ・エム・ジェイ
JASDAQ (4305)

選挙におけるインターネット活用実態調査
－ 投票までの思考と行動を徹底分解 －
最後の2日間に4割が投票先を決めている

株式会社アイ・エム・ジェイ（本社：東京都目黒区　代表取締役社長：櫻井 徹　以下、IMJ）は、「選挙の投票行動におけるインターネット活用実態調査」を実施いたしました。

調査期間は2012年12月17日、有効回答数は1,011名から得られました。

調査の狙い

2012年12月16日、第46回衆議院議員総選挙の投開票が行われ、インターネットを活用した選挙活動が注目されるなか、有権者の利用実態は一体どのようになっているのでしょうか。

今回、投票に至る課程を「体験」と捉え、投票までの時間軸に沿って情報取得元や思考・行動のパターンを明らかにすることを狙いました。

これは、昨今注目を浴びつつある顧客体験（ユーザー・エクスペリエンス）の視点から選挙の投票行動を捉え、可視化することでもあります。これまでの一般的な調査に比べ、今回の調査では時間軸の粒度を細かく（投票当日の行動を投票直前の数分前まで追うこと）定量的に把握することで、投票に至る行動および意思決定過程について新しい切り口での結果を得ることができました。

調査のトピック

1. 全体の40%超が投票直前の2日間で政党・候補者を確定

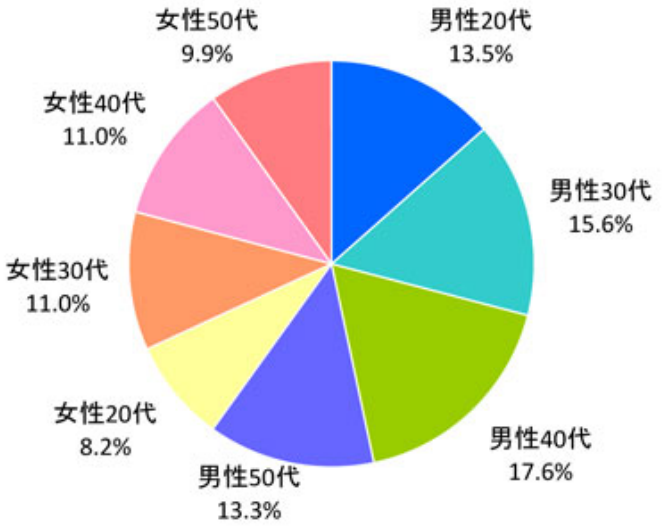
2. 投票日当日に政党・候補者を確定するのが全体の20%超、そのうちの40%が投票直前15分以内に政党・候補者を確定
3. メディア利用率はテレビが92%、最も影響したインターネットでは68%
4. 政策・マニフェストは投票に及ぼす影響は大きいが信頼度は相対的に低い
5. 全体の55%がインターネットの利用は「前回よりも増加」と回答し、84%が次回選挙以降も継続利用の意向あり
6. 「投票していない」と回答した人の67%が選挙関連の情報には「触れていない／わからない」
7. マニフェストおよび政策の個別論点は政党・候補者を決定する過程全般において参照される

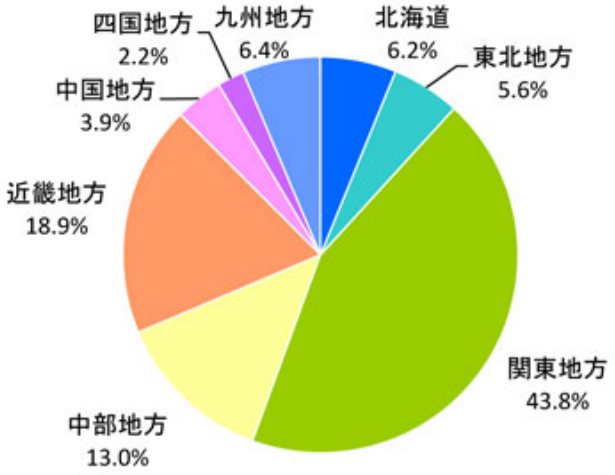
調査結果詳細

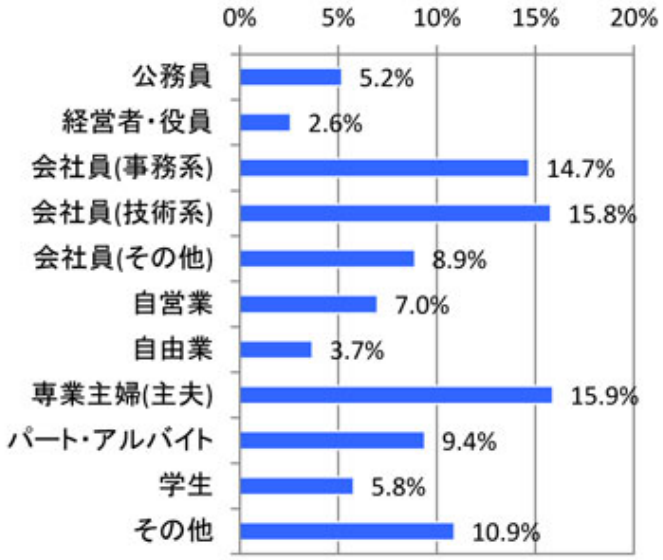
- 調査方法 ： インターネットリサーチ
- 調査地域 ： 全国
- 調査対象 ： 20～59歳の男女 ※調査会社が保有する調査パネル
- 有効回答数 ： 1,011サンプル
- 調査日時 ： （事前調査）2012年12月16日午後9時～12月17日
  （本調査） 2012年12月17日
- 対象者条件 ：2012年12月16日の第46回衆議院議員総選挙に投票し、選挙全般に関する情報をインターネットで閲覧した。

- 割付条件 ： 年代別のインターネット利用率を「平成24年11月総務省全国男女推計人口」を元に算出し、その割合に基づき事前調査を行った。
  本調査は事前調査での年代別の出現率で割付を行った。
  ※インターネット利用率は総務省「平成23年通信利用動向調査」を参照

回答者属性







※詳細は、以下の資料をご参照下さい。

【IMJ】_調査レポート(選挙におけるインターネット活用実態調査）［368KB］