

## ネット選挙元年

# 「ソーシャル・メディア(SNS)は、若者の選挙への関心を 幅広く喚起できるのか」

## < 公表 >

株式会社日本リサーチセンター（本社：東京都中央区、社長：鈴木稲博）は、昭和 35 年に設立された民間の調査研究機関です。民間企業および官公庁のために各種の調査研究を行っております。

この 6 月に全国に在住の 15～79 才の男女個人 1,200 名を対象に「ソーシャル・メディアによる見聞き／発信状況」「見聞き／発信するジャンル」について訪問留置調査を実施いたしました。

ソーシャル・メディアの使用状況については、インターネットリサーチによる同種の調査結果は数多くあるものの、そのデータは、インターネットを使用し、かつ調査会社のインターネットパネルに登録している対象者を前提とした調査であり、そのデータのみではソーシャル・メディアの使用状況を正確に把握することは難しいことから、**より標本代表性が高い標本抽出を行い訪問留置法により調査したものです。**

参院選ではネット選挙が本格的に解禁されますが、その核となるであろうソーシャル・メディアの利用状況をできるだけ正確に把握しておくことは、今後に向けてますます重要になると考えています。

### （質問 1）

あなたは、**ふだん**次のコミュニケーション手段で情報の受信（見聞き）や発信（書き込み・発言）をどの程度おこなっていますか。（SA）

（※仕事での受信／発信は除く）

### （質問 2）

あなたは、**ふだん**次のようなコミュニケーション手段を使って、どのようなジャンルの情報を見聞きしていますか。（MA）

（※仕事での受信／発信は除く）

2013 年 7 月 5 日

株式会社 日本リサーチセンター

東京都中央区日本橋本町 2 - 7 - 1

電話:03-6667-3452 FAX:03-6667-3471

代表取締役社長：鈴木稲博

<http://www.nrc.co.jp/>

担当：新商品開発委員会 担当 小口・廣澤

### 《 引用・転載時のクレジット表記のお願い 》

本リリースの引用・転載の際は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。  
調査結果のグラフ・表をご利用の場合は、データ部分に当社クレジットの掲載をお願い致します。

## ■調査概要

- 調査対象 : 全国 47 都道府県の 15~79 歳までの男女個人
- 有効回収数 : 1200 人 (※エリア・都市規模と性年代構成は、日本の人口構成比に合致するよう割付実施)
- 抽出方法 : 住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割当て
- 調査方法 : 調査員による個別訪問留置調査  
(NOS[日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ]による毎月調査)
- 調査期間 : 2013 年 6 月 5 日 (水) ~ 6 月 17 日 (月)

## ■調査結果 (1)

- Facebook など SNS による日頃の見聞きの状況をみると、**6~8割が「まったく見聞きしていない」**。ただし年代別では**SNSによって10代~30代を中心に3~8割弱をカバレッジ**できているものもある。
- 一方、見聞きするジャンルのうち、政治・選挙については「**テレビ(49.8%)**」が高く、SNS では「**Twitter(11.1%)**」が1割、他は1ケタにとどまる。

Q1-1 日頃、見聞きする回数 (メディア別) (SA)

(%)

n=1200	まったく見聞きしていない	週1回未満の見聞きである	週1~2回見聞きしている	週3~5回見聞きしている	ほぼ毎日見聞きしている	無回答
Facebook (フェイスブック)	71.9	4.8	2.8	3.2	10.7	6.7
Twitter (ツイッター)	7.6	3.1	1.5	1.7	6.5	7.7
LINE (ライン)	6.5	2.8	3.0	2.1	21.0	6.0
mixi (ミクシィ)	8.2	3.9	1.9	0.8	3.1	7.5
GREE (グリー)	8.6	1.8	1.4	0.3	2.3	7.8
Google+ (グーグルプラス)	7.9	4.1	2.6	2.2	3.3	8.4
上記以外のソーシャル・ネットワーキング・サービス ※1	8.6	1.0	1.1	0.4	1.8	8.9
2ちゃんねる	8.1	5.4	1.8	1.3	2.1	8.1
ブログサイト ※2	7.6	5.2	3.3	2.0	4.3	8.7
Yahoo!等のWeb-別サイト	6.1	6.4	5.4	6.0	12.4	7.8
YouTube等の動画サイト	5.4	14.3	10.1	6.2	7.8	7.7
目的に特化したWeb-別サイト ※3	5.8	11.3	8.3	6.3	7.6	8.3
テレビ	10.2	2.3	2.5	5.6	77.1	2.3

Q1-1 日頃、見聞きする回数 (メディア別×年代別) (SA)

※週1回未満の見聞き~ほぼ毎日見聞きしている比率の年代別小計

(%)

	15~19才 n=72	20~29才 n=156	30~39才 n=203	40~49才 n=205	50~59才 n=186	60~69才 n=221	70~79才 n=157
Facebook (フェイスブック)	31.9	52.5	31.1	24.4	11.2	5.4	3.8
Twitter (ツイッター)	50.0	33.3	10.4	12.2	2.7	3.6	3.8
LINE (ライン)	79.2	66.1	43.3	31.2	12.9	4.1	0.6
mixi (ミクシィ)	23.6	22.5	16.8	9.3	3.8	1.4	0.6
GREE (グリー)	15.2	12.8	8.9	7.4	1.6	0.9	0.7
Google+ (グーグルプラス)	19.4	19.9	19.7	12.2	9.2	4.9	4.5
上記以外のソーシャル・ネットワーキング・サービス	12.5	8.3	6.9	2.9	2.1	1.9	1.3
2ちゃんねる	22.2	23.7	12.3	12.2	7.6	2.7	2.5
ブログサイト	27.7	26.9	19.7	21.0	10.2	3.2	3.2
Yahoo!等のWeb-別サイト	38.8	33.3	41.9	50.2	31.2	13.1	5.1
YouTube等の動画サイト	63.9	66.0	51.2	52.7	34.9	10.9	6.4
目的に特化したWeb-別サイト	29.1	46.8	45.3	47.3	34.4	19.5	7.1
テレビ	90.3	85.9	84.7	93.1	91.4	83.3	85.3

Q1-2 日頃、見聞きするジャンル (メディア別) (MA)

※メディア別の「Q1-1 日頃、見聞きする」ベースでの集計

(%)

	n	政治・選挙	家庭・子供	芸能・エンタメ
Facebook (フェイスブック)	257	5.1	37.7	10.5
Twitter (ツイッター)	153	11.1	9.8	41.2
LINE (ライン)	346	0	33.2	8.1
mixi (ミクシィ)	116	2.6	16.4	22.4
GREE (グリー)	70	1.4	2.9	21.4
Google+ (グーグルプラス)	145	7.6	10.3	33.1
上記以外のソーシャル・ネットワーキング・サービス	52	1.9	13.5	21.2
2ちゃんねる	127	11.8	5.5	45.7
ブログサイト	176	5.1	11.4	30.1
Yahoo!等のWeb-別サイト	363	17.1	12.1	44.1
YouTube等の動画サイト	460	2.6	4.3	48.5
目的に特化したWeb-別サイト	401	6.2	9.5	15.5
テレビ	1050	49.8	23.2	66.3
家族・友人・知人等との対面での会話	856	20.8	60.0	28.7

<参考>

表側の各メディアについて調査票上に以下を注記した。

※1・・・他の参加者とWeb-別上のコミュニティを通して交流ができるサイトのこと。

(サイト主催者からの一方的な情報提供のみが行なわれているサイトは除きます)

※2・・・受信は自分以外が開設したブログ (個人・法人は不問)、発信は自分が開設したブログ としてお答えください。

※3・・・食べログ、 Tripadvisor、価格.com (加納) など、一定のテーマや機能に特化したWeb-別サイトのこと。

※複数のジャンル (MA) のうち政治・選挙他3種類に関する見聞きのデータを抽出

## ■調査結果（2）

- Facebook などの SNS による日頃の発信状況をみると、**6～8割が「まったく発信していない」**。  
ただし年代別では **SNSによって10代～30代を中心に3～7割強をカバレッジ**できているものもある。
- 一方、発信するジャンルのうち、政治・選挙については「**家族・友人・知人等と対面の会話（26.9%）**」  
**が高く、SNSはいずれも1ケタにとどまる。**

Q2-1 日頃、発信する回数（メディア別）（SA）

	n=1200 (%)					
	まったく発信していない	週1回未満の発信である	週1～2回発信している	週3～5回発信している	ほぼ毎日発信している	無回答
Facebook (フェイスブック)	79.4	6.4	1.8	1.0	2.1	9.3
Twitter (ツイッター)	82.1	1.8	1.3	1.3	2.8	10.7
LINE (ライン)	68.3	4.6	2.8	3.3	12.4	8.6
mixi (ミクシィ)	85.0	2.3	0.5	0.7	0.8	10.8
GREE (グリー)	85.9	1.0	0.3	0.3	0.8	11.7
Google+ (グーグルプラス)	85.5	1.0	0.5	0.3	0.8	11.9
上記以外のソーシャル・ネットワーク・サービス	86.2	1.2	0.3	0.2	0.5	11.7
2ちゃんねる	86.8	1.1	0.4	0.2	0.3	11.3
ブログサイト	84.9	2.2	0.6	0.3	0.9	11.2
Yahoo!等のポータルサイト	86.3	1.0	0.3	0.5	0.8	11.2
YouTube等の動画サイト	85.6	1.2	0.8	0.4	0.9	11.1
目的に特化したインターネットサイト	84.3	1.5	1.3	0.6	0.8	11.5

Q2-1 日頃、発信する回数（メディア別×年代別）（SA）

※週1回未満の発信～ほぼ毎日発信している比率の年代別小計

	n (%)						
	15～19才 n=72	20～29才 n=156	30～39才 n=203	40～49才 n=205	50～59才 n=186	60～69才 n=221	70～79才 n=157
Facebook (フェイスブック)	13.9	32.1	17.8	14.1	2.6	2.3	0.6
Twitter (ツイッター)	41.7	23.0	2.9	5.8	0.5	0.5	0.6
LINE (ライン)	72.2	53.2	35.0	24.3	8.0	2.3	0.6
mixi (ミクシィ)	13.9	8.3	7.4	4.4	1.1	0	0.6
GREE (グリー)	8.3	6.4	2.9	3.5	0	0	0
Google+ (グーグルプラス)	6.9	4.5	4.4	2.4	1.0	0.9	0.6
上記以外のソーシャル・ネットワーク・サービス	5.5	3.9	3.9	2.0	1.1	0.4	0.6
2ちゃんねる	5.5	3.2	2.9	3.0	0	0.4	0.6
ブログサイト	6.9	7.7	4.9	5.3	2.1	1.8	0.6
Yahoo!等のポータルサイト	9.7	3.2	2.4	3.4	2.1	0.9	0.6
YouTube等の動画サイト	15.3	8.3	2.9	2.9	1.0	0.9	0
目的に特化したインターネットサイト	6.9	4.5	4.9	3.4	3.2	4.0	4.5
家族・友人・知人等との対面での会話	54.2	60.9	68.5	70.7	69.9	62.4	71.3

Q2-2 日頃、発信するジャンル（メディア別）（MA）

※メディア別の「Q2-1 日頃、発信する」ベースでの集計

(%)

	n	政治・選挙	家庭・子供	芸能・エンタメ
Facebook (フェイスブック)	136	0.7	47.8	5.9
Twitter (ツイッター)	87	6.9	17.2	26.4
LINE (ライン)	277	0.7	40.1	10.5
mixi (ミクシィ)	50	2.0	38.0	20.0
GREE (グリー)	29	3.4	24.1	20.7
Google+ (グーグルプラス)	31	6.5	19.4	29.0
上記以外のソーシャル・ネットワーク・サービス	26	7.7	19.2	15.4
2ちゃんねる	23	13.0	13.0	43.5
ブログサイト	47	8.5	31.9	25.5
Yahoo!等のポータルサイト	31	9.7	16.1	22.6
YouTube等の動画サイト	40	0	7.5	32.5
目的に特化したインターネットサイト	51	9.8	15.7	17.6
家族・友人・知人等との対面での会話	798	26.9	67.0	37.1

※複数のジャンル（MA）のうち政治・選挙他3種類に関する発信データを抽出

SNS によっては若年層をある程度カバレッジできているので、今後の選挙戦の盛り上がり次第で SNS 上での政治・選挙の見聞き・発信がさらに高まっていくのかどうか、ネット選挙のこれからに注目していきたい。

なお、日本リサーチセンターでは同じ調査内容で7月3日（水）～7月15日（月）の期間にて、調査を実施しており、その結果については参議院議員選挙後にプレスリリースする予定です。

以上