

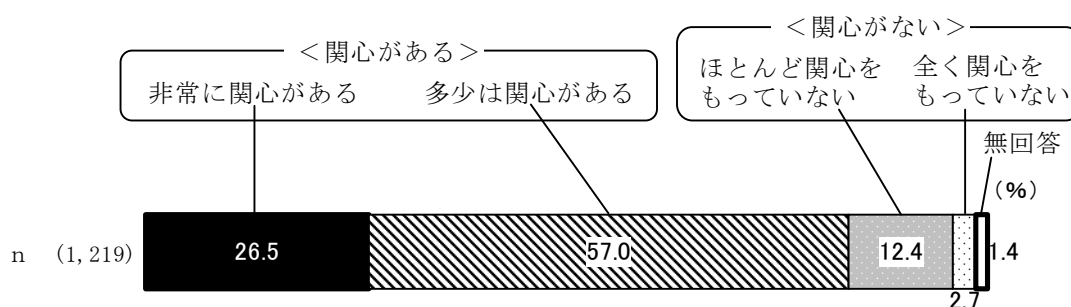
2 選挙について

2-1 国や地方の政治についての関心度

◎＜関心がある＞が83.5%

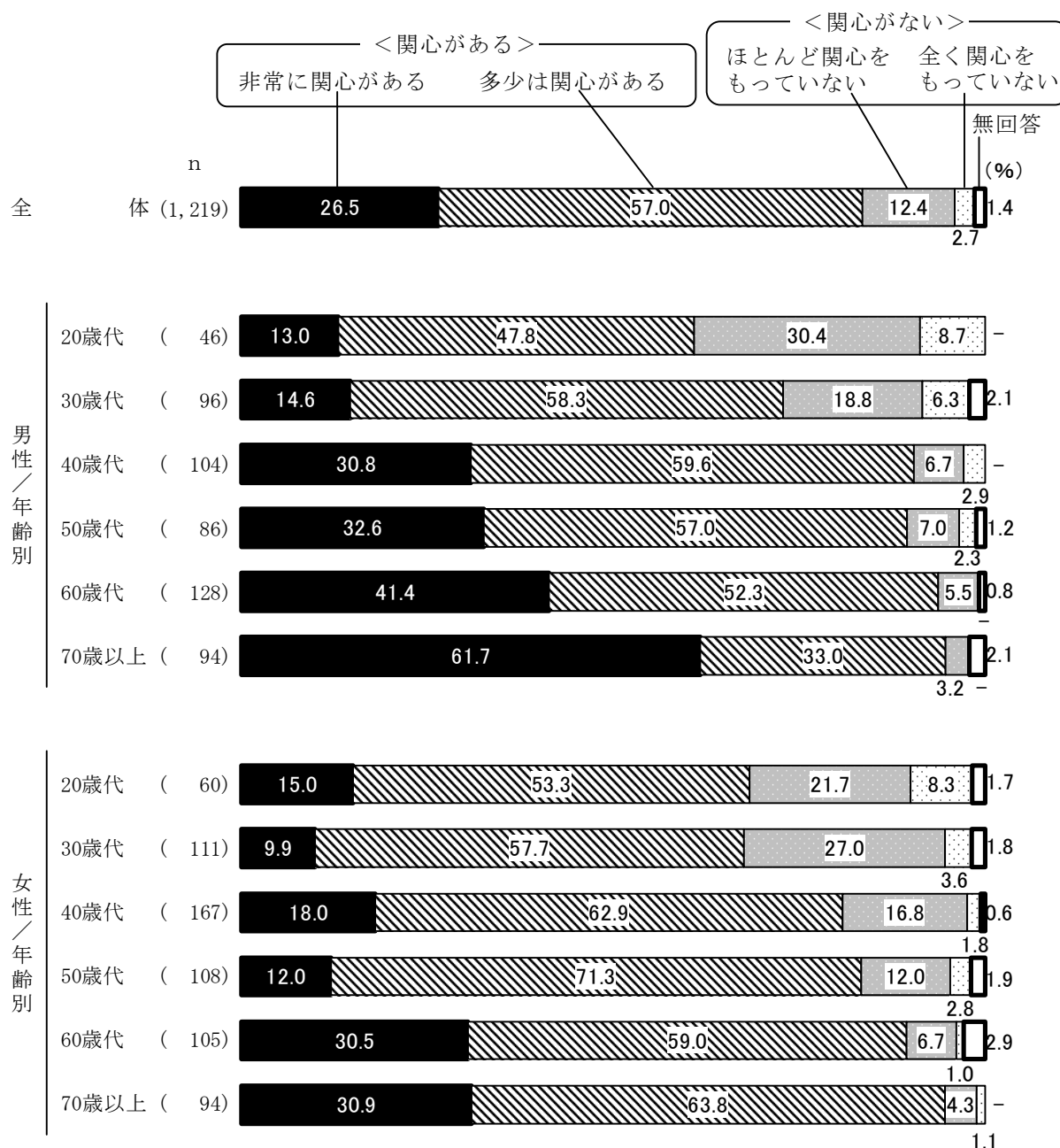
問8 あなたは、ふだん国や地方の政治についてどの程度関心を持っていますか。(○は1つだけ)

図表2-1 国や地方の政治についての関心度



国や地方の政治についての関心度は、「非常に関心がある」(26.5%)と「多少は関心がある」(57.0%)を合わせた＜関心がある＞が83.5%と多くなっています。一方「ほとんど関心をもっていない」(12.4%)と「全く関心をもっていない」(2.7%)を合わせた＜関心がない＞は15.1%となっています。

図表2-2 国や地方の政治についての関心度（性／年齢別）



性／年齢別では、＜関心がある＞は、男女ともに高い年代ほど多くなる傾向で、「非常に関心がある」が男性の70歳以上（61.7%）で6割を超えています。一方＜関心がない＞は、男女ともに低い年代ほど多くなる傾向で、「全く関心をもっていない」は、男性の20歳代（8.7%）と30歳代（6.3%）、女性の20歳代（8.3%）で5%を超えています。

(第1回アンケート)

2-2 平成25年10月に行われた川崎市長選挙の投票状況

◎「投票に行った」が66.6%

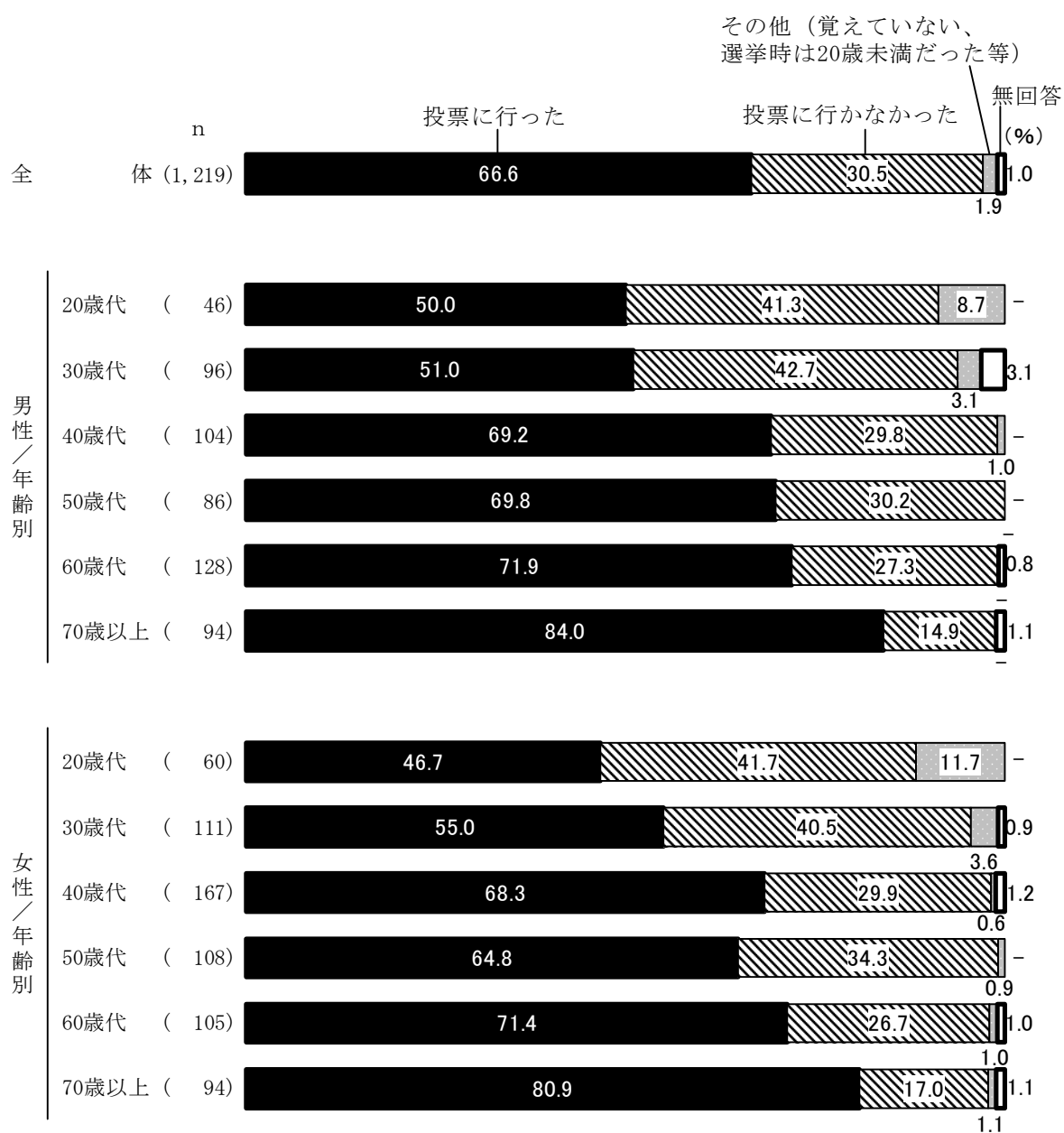
問9 昨年10月に川崎市長選挙が行われましたが、あなたは投票に行きましたか。(○は1つだけ)

図表2-3 平成25年10月に行われた川崎市長選挙の投票状況



平成25年10月に行われた川崎市長選挙の投票状況は、「投票に行った」が66.6%、「投票に行かなかった」が30.5%となっています。

図表2-4 平成25年10月に行われた川崎市長選挙の投票状況（性／年齢別）



性／年齢別では、「投票に行った」は、男女ともにおおむね高い年代ほど多くなる傾向で、一方「投票に行かなかった」は、男女ともにおおむね低い年代ほど多くなる傾向です。

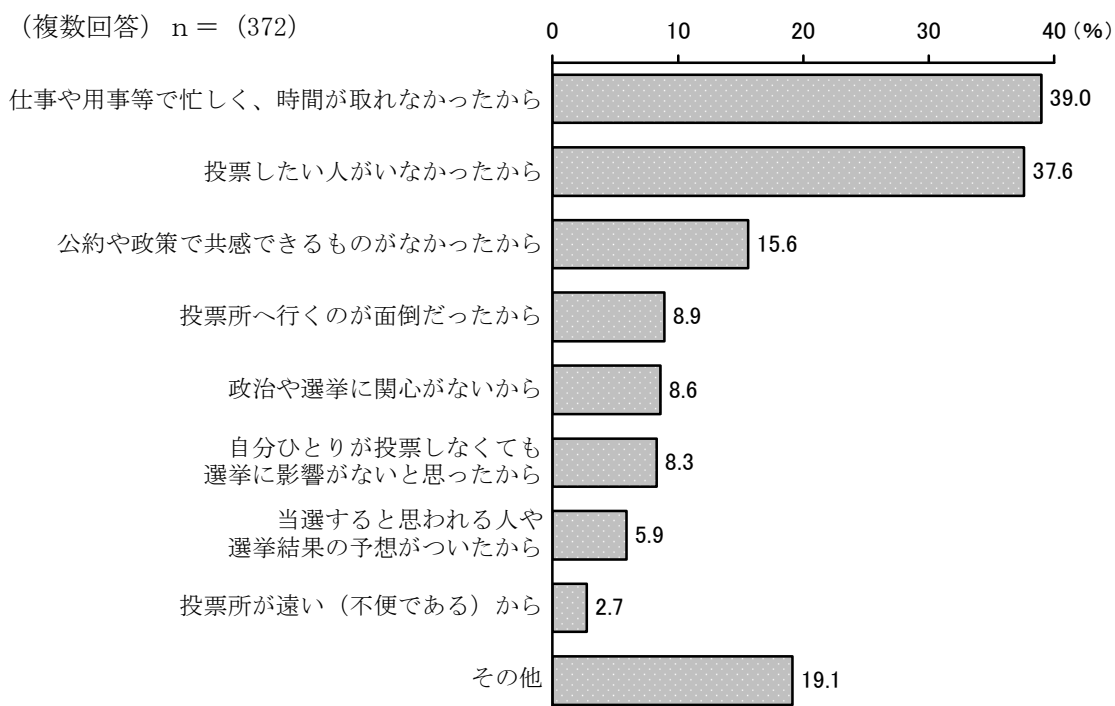
2-3 投票に行かなかった理由

◎「仕事や用事等で忙しく、時間が取れなかったから」が39.0%

「問9で、『投票に行かなかった』と回答した方にうかがいます。」

問9-1 投票に行かなかった理由は何ですか。(あてはまるもの全てに○)

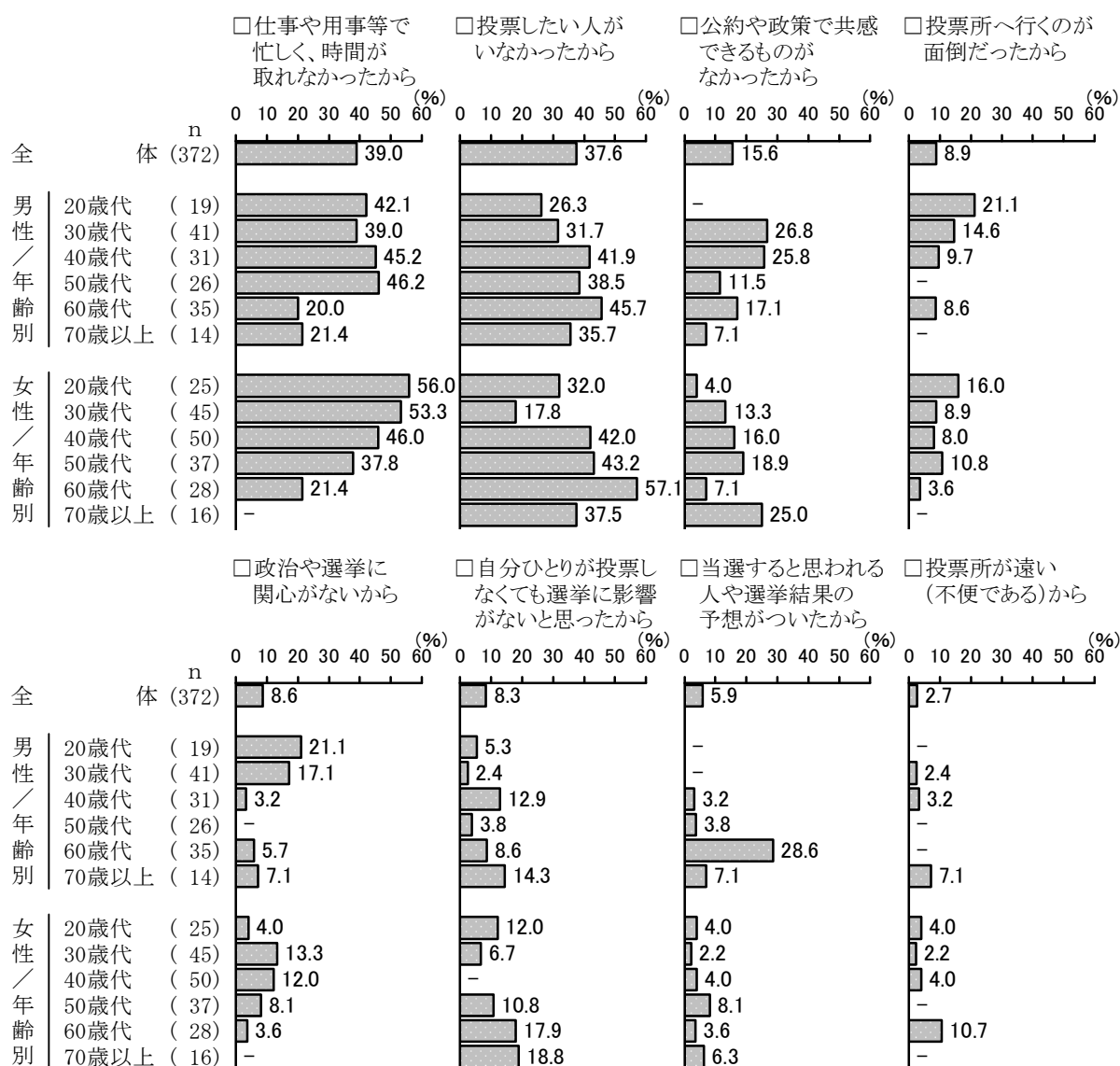
図表2-5 投票に行かなかった理由



投票に行かなかった理由は、「仕事や用事等で忙しく、時間が取れなかったから」(39.0%)が最も多く、次いで「投票したい人がいなかったから」(37.6%)、「公約や政策で共感できるものがなかったから」(15.6%)の順となっています。

また、「投票所が遠い(不便である)から」(2.7%)が最も少なくなっています。

図表2-6 投票に行かなかった理由（性／年齢別、上位8項目）



性／年齢別では、「仕事や用事等で忙しく、時間が取れなかったから」は、男女ともに20歳代から50歳代までで3割台後半から5割台半ばと多く、「投票したい人がいなかったから」はどの年齢層でも全体的に多くなっています。

また、「投票所へ行くのが面倒だったから」及び「政治や選挙に関心がないから」は、男女とも20歳代から40歳代で比較的多く、「当選すると思われる人や選挙結果の予想がついたから」は、男性の60歳代（28.6%）が突出して多くなっています。

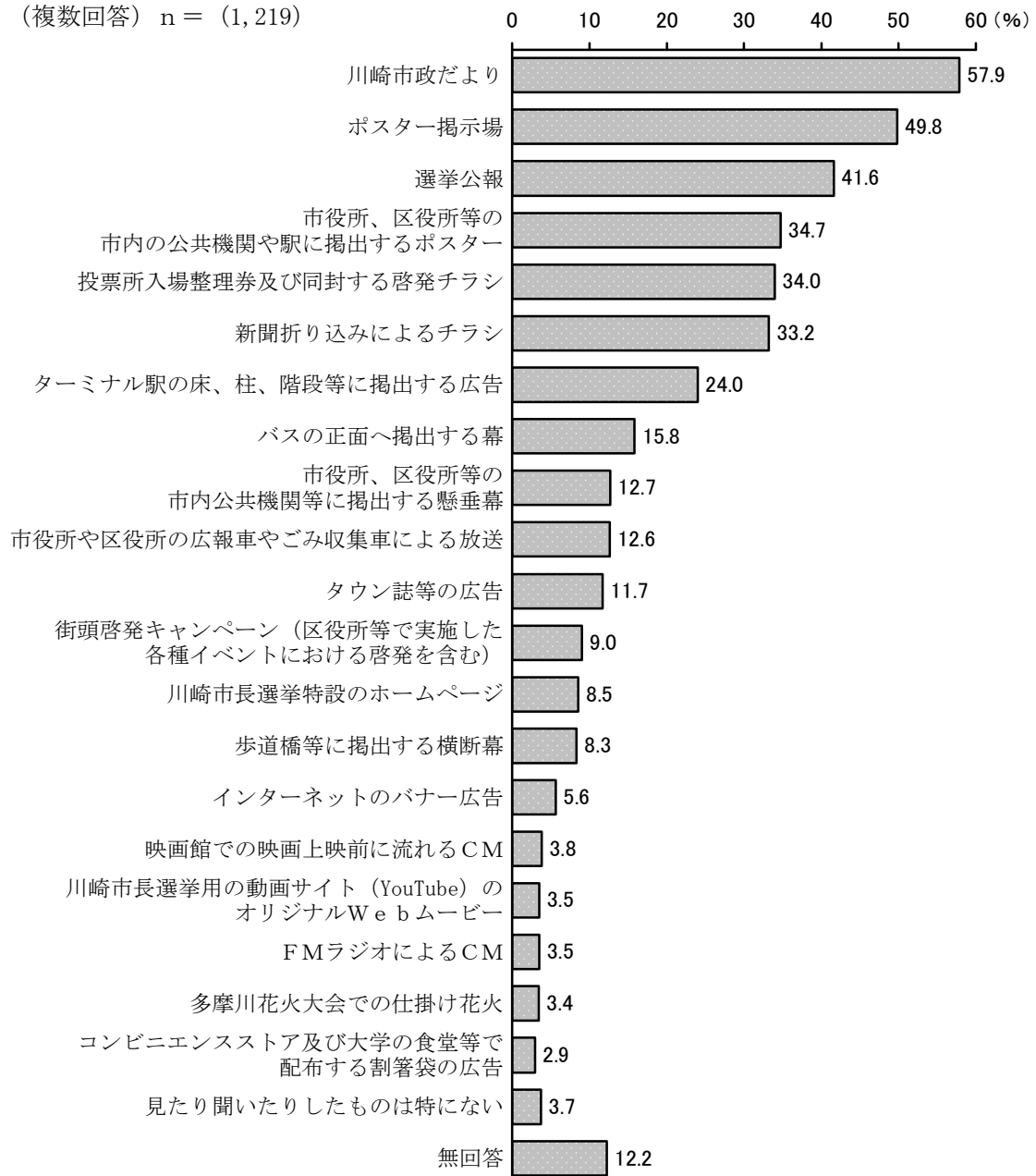
2-4 情報源として実際に見たり、聞いたりしたもの

◎「川崎市政だより」が57.9%

問10 昨年10月の川崎市長選挙で、市からの選挙についての情報源として実際に見たり、聞いたりしたものは何ですか。(あてはまるもの全てに○)

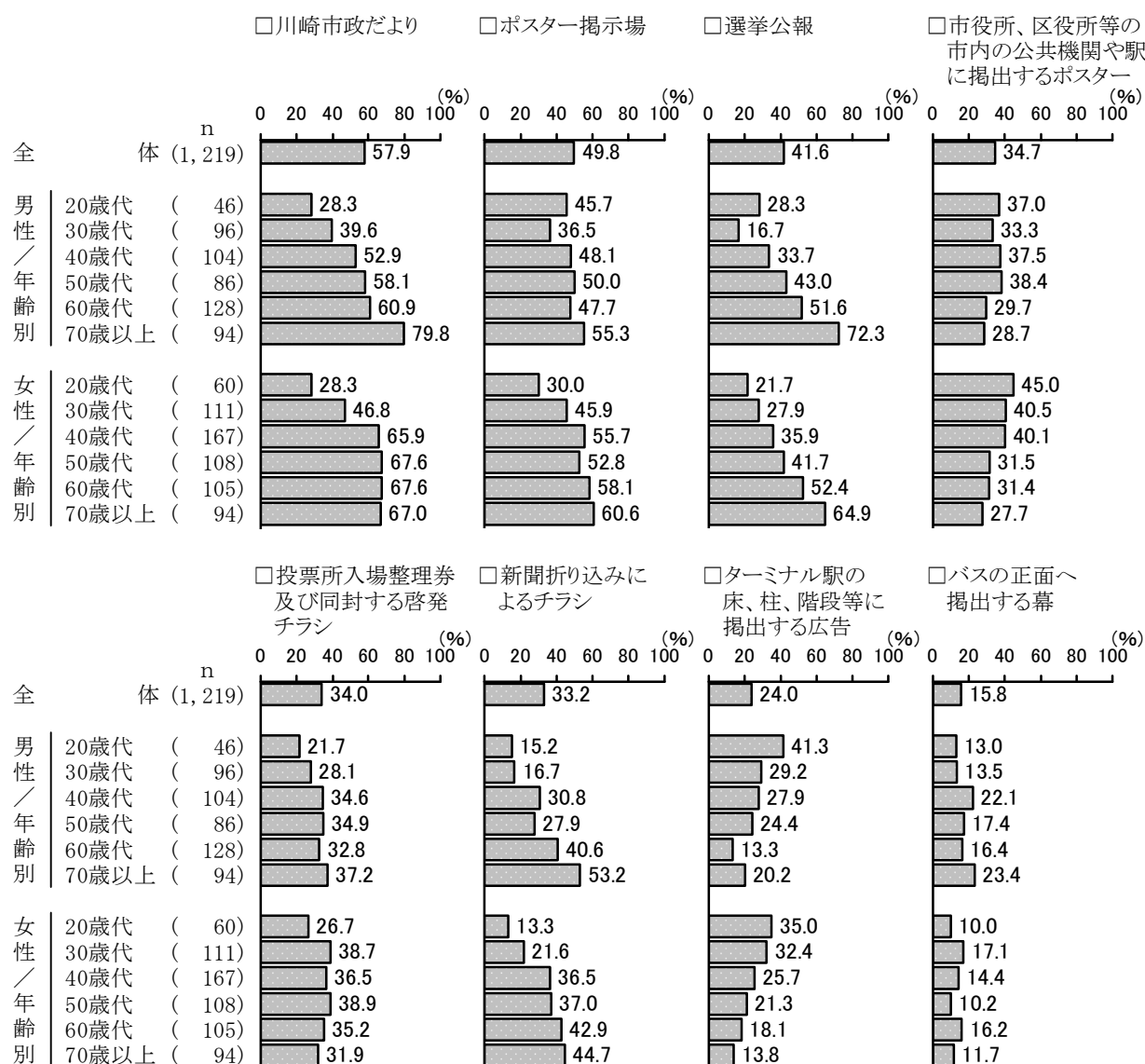
図表2-7 情報源として実際に見たり、聞いたりしたもの

(複数回答) n = (1, 219)



情報源として実際に見たり、聞いたりしたものは、「川崎市政だより」(57.9%)が最も多く、次いで「ポスター掲示場」(49.8%)、「選挙公報」(41.6%)、「市役所、区役所等の市内の公共機関や駅に掲出するポスター」(34.7%)、「投票所入場整理券及び同封する啓発チラシ」(34.0%)の順となっています。

図表2-8 情報源として実際に見たり、聞いたりしたもの（性／年齢別、上位8項目）



性／年齢別では、「川崎市政だより」、「選挙公報」、「新聞折り込みによるチラシ」の三つで、男女ともにおおむね高い年代ほど多くなる傾向で、特に「川崎市政だより」は男性の70歳以上（79.8%）で、「選挙公報」は男女ともに70歳以上（男性：72.3%、女性：64.9%）で特に多くなっています。

その一方で、「ターミナル駅の床、柱、階段等に掲出する広告」はおおむね低い年代ほど多くなる傾向で、特に男性の20歳代で41.3%、女性の20歳代で35.0%となっています。また、「市役所、区役所等の市内の公共機関や駅に掲出するポスター」も女性では同じような傾向で、特に女性の20歳代で45.0%となっています。

これらの結果から、高い年代は自宅に配送される紙媒体を見ることが多く、低い年代は屋外に掲出される広告等を目にすることが多い傾向があるといえます。

2-5 情報源として投票する際に役に立ったもの

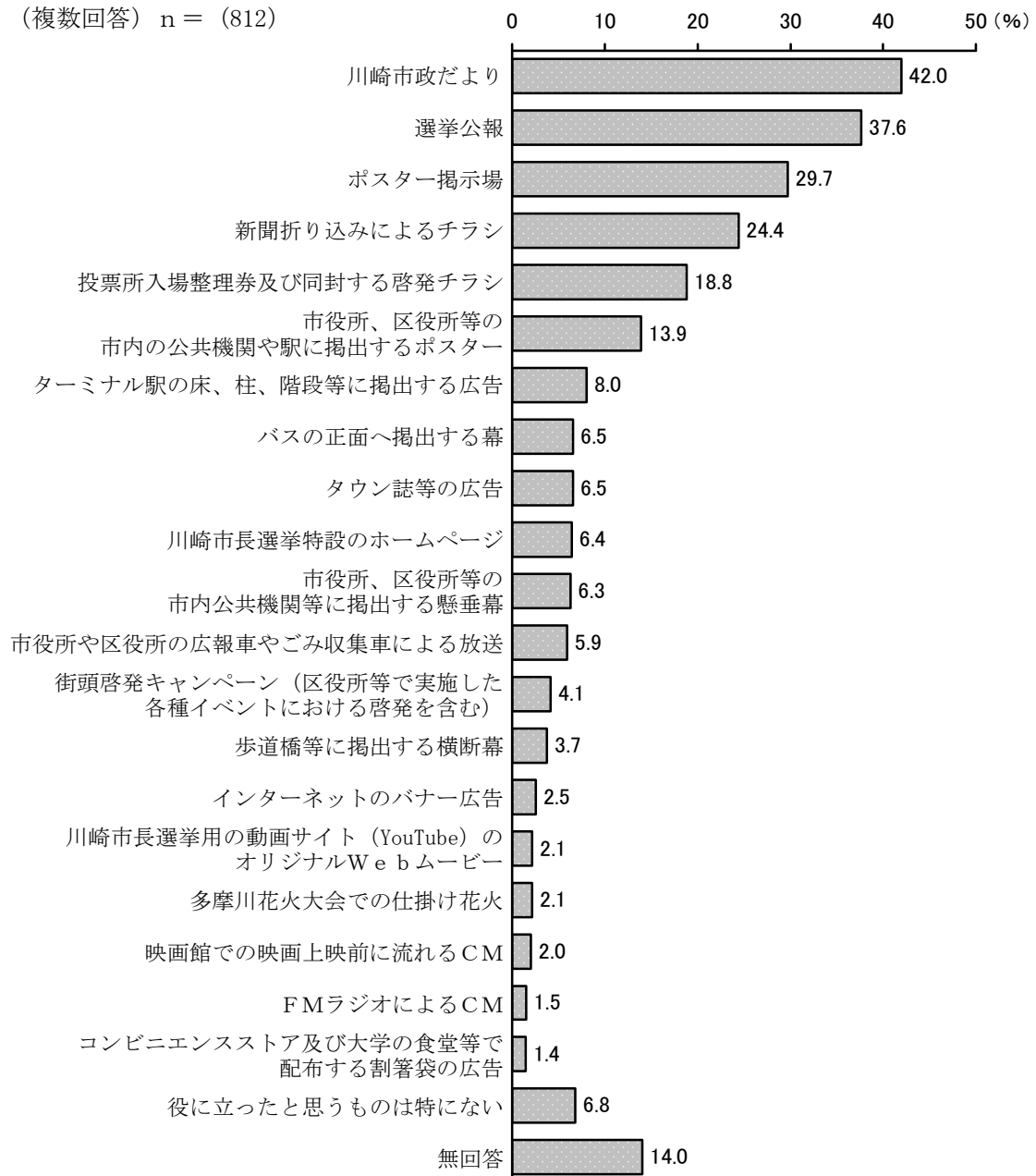
◎「川崎市政だより」が42.0%

「問9で、『投票に行った』と回答した方にうかがいます。」

問11 問10で「見たり、聞いたりしたもの」のうち、投票する際に役に立ったと思うものは何ですか。(あてはまるもの全てに○)

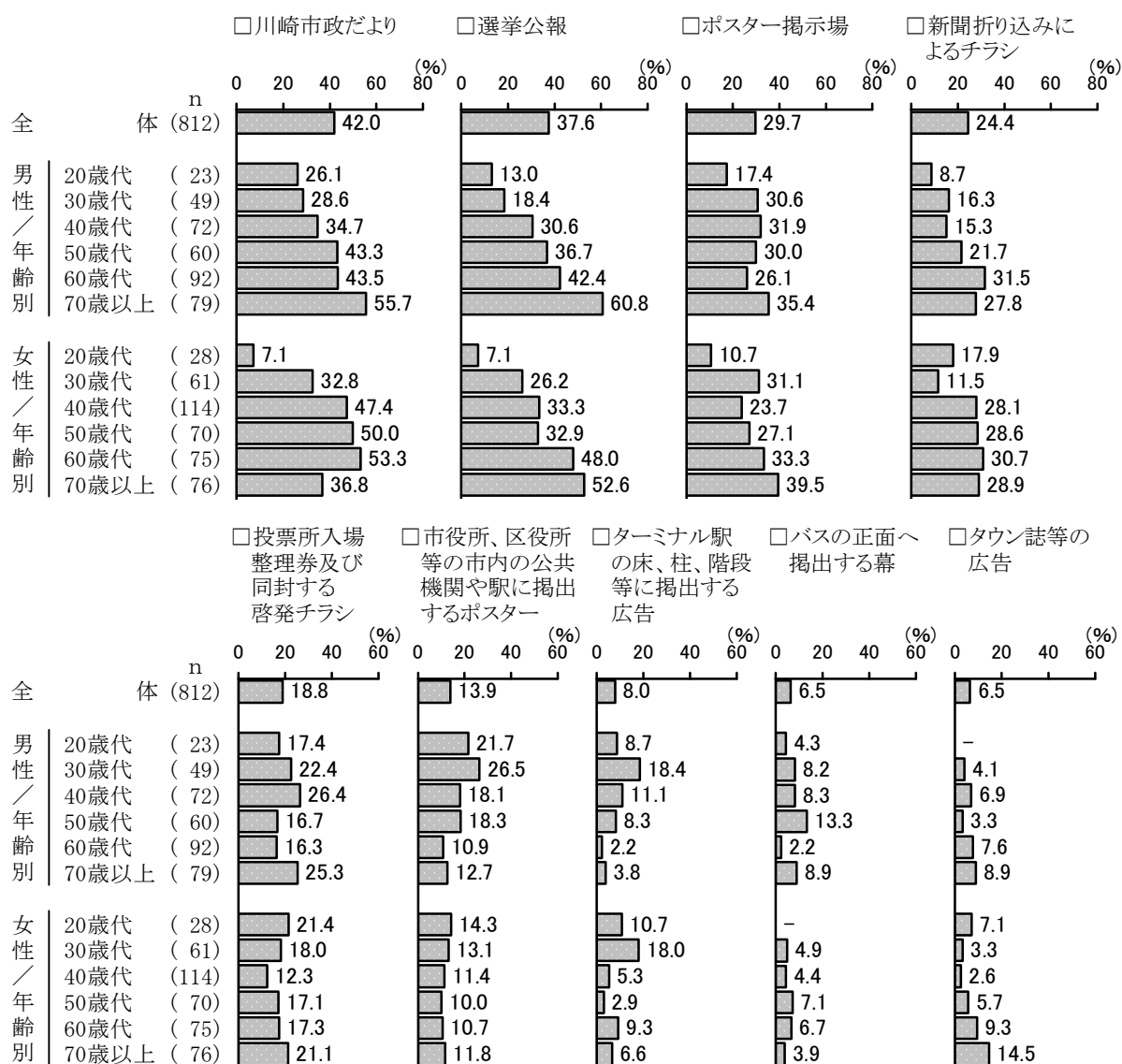
図表2-9 情報源として投票する際に役に立ったもの

(複数回答) n = (812)



情報源として投票する際に役に立ったものは、「川崎市政だより」（42.0%）が最も多く、次いで「選挙公報」（37.6%）、「ポスター掲示場」（29.7%）、「新聞折り込みによるチラシ」（24.4%）、「投票所入場整理券及び同封する啓発チラシ」（18.8%）の順となっています。

図表2-10 情報源として投票する際に役に立ったもの（性／年齢別、上位8項目）



性／年齢別では、「川崎市政だより」、「選挙公報」の二つで、男女ともにおおむね高い年代ほど多くなる傾向で、特に「川崎市政だより」は男性の70歳以上（55.7%）で、「選挙公報」は男女ともに70歳以上（男性：60.8%、女性：52.6%）で特に多くなっています。「ポスター掲示場」も男女ともに70歳以上（男性：35.4%、女性：39.5%）で多くなっています。

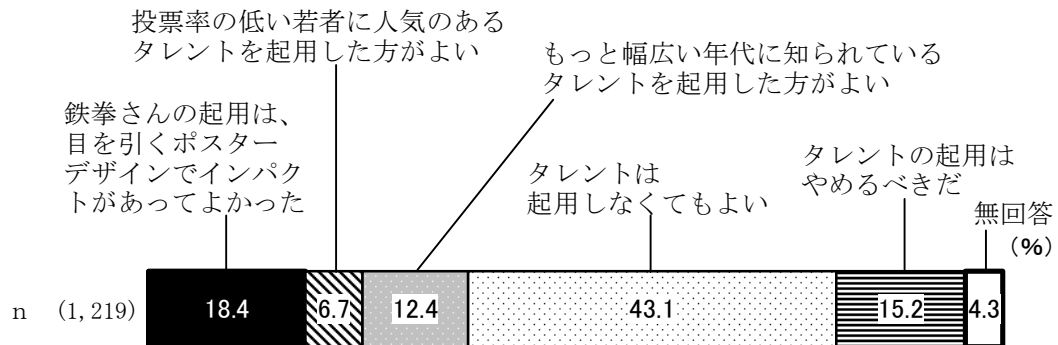
「ターミナル駅の床、柱、階段等に掲出する広告」は、男女ともに30歳代（男性：18.4%、女性：18.0%）で突出しています。

2-6 選挙啓発イメージキャラクターとしてのタレント起用

◎「タレントは起用しなくてもよい」が43.1%

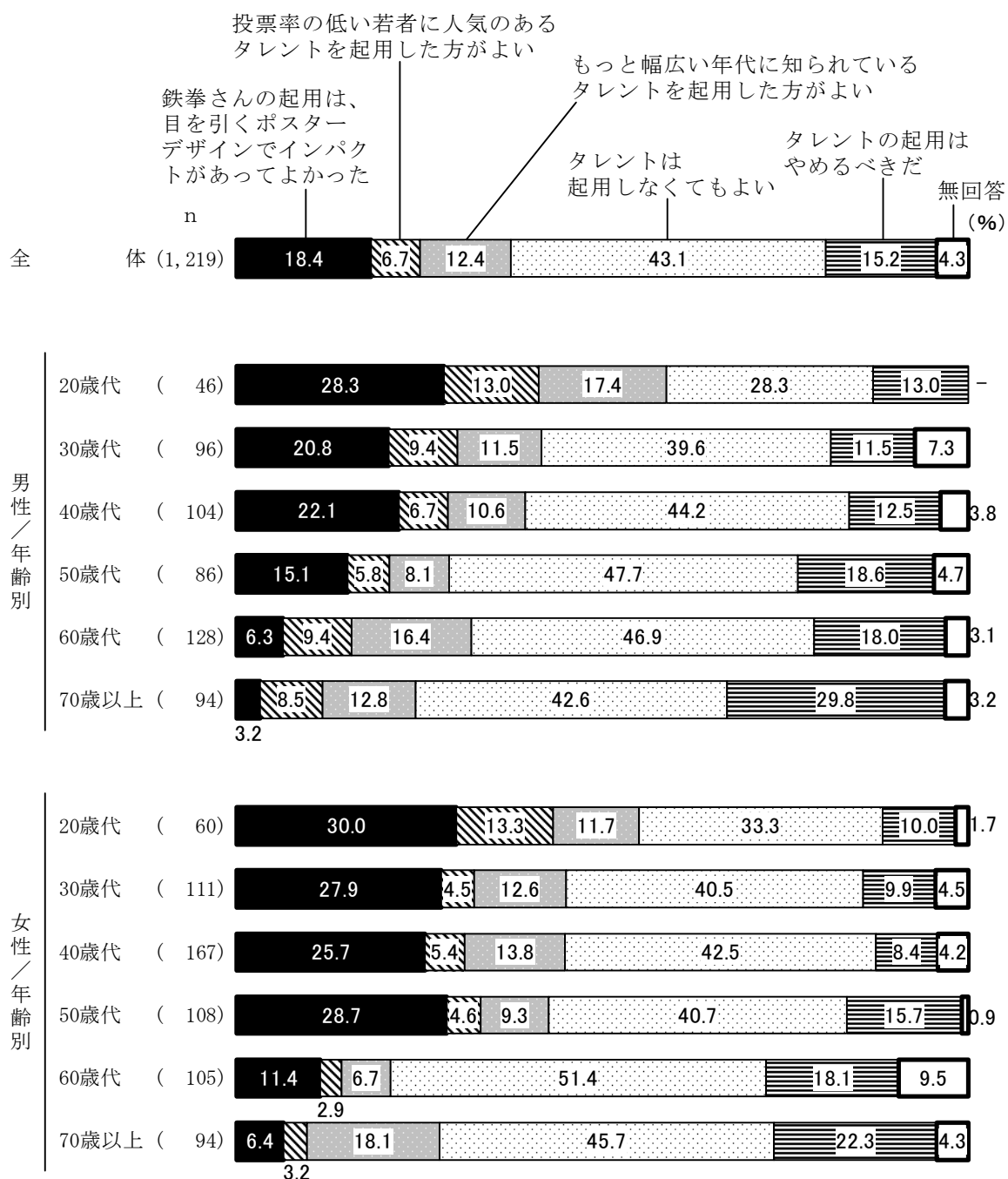
問12 昨年10月の川崎市長選挙の際に、啓発イメージキャラクターとしてお笑いタレントの鉄拳さんを起用しましたが、このことについてどう思いますか。(○は1つだけ)

図表2-11 選挙啓発イメージキャラクターとしてのタレント起用



平成25年10月の川崎市長選挙の際に、啓発イメージキャラクターとしてお笑いタレントの鉄拳さんを起用したことについてどう思うかについては、「鉄拳さんの起用は、目を引くポスターデザインでインパクトがあったよかった」は18.4%となっています。「タレントは起用しなくてもよい」(43.1%)が最も多く、「タレントの起用はやめるべきだ」は15.2%、「もっと幅広い年代に知られているタレントを起用した方がよい」は12.4%となっています。

図表2-12 選挙啓発イメージキャラクターとしてのタレント起用（性／年齢別）



性／年齢別では、「鉄拳さんの起用は、目を引くポスターデザインでインパクトがあつてよかった」は、男女ともにおおむね低い年代ほど多くなる傾向で、男性の20歳代から40歳代までで2割台、女性の20歳代から50歳代までで2割台後半となっています。特に女性の20歳代では3割に達しています。

その一方で、「タレントは起用しなくてもよい」、「タレントの起用はやめるべきだ」を合わせると、男女ともにおおむね高い年代ほど多くなる傾向で、男女ともに30歳代以降で5割を超えています。

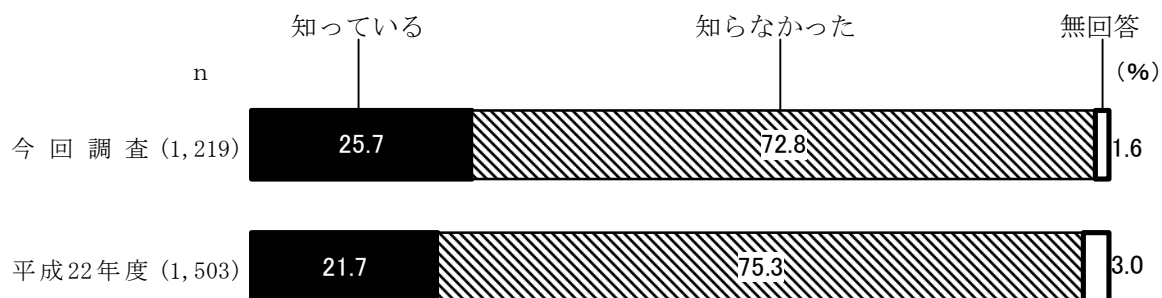
2-7 平成27年春に行われる川崎市議会議員選挙等の認知度

◎「知っている」は25.7%

問13 あなたは、平成27年春に川崎市議会議員選挙等が行われることを知っていますか。

(○は1つだけ)

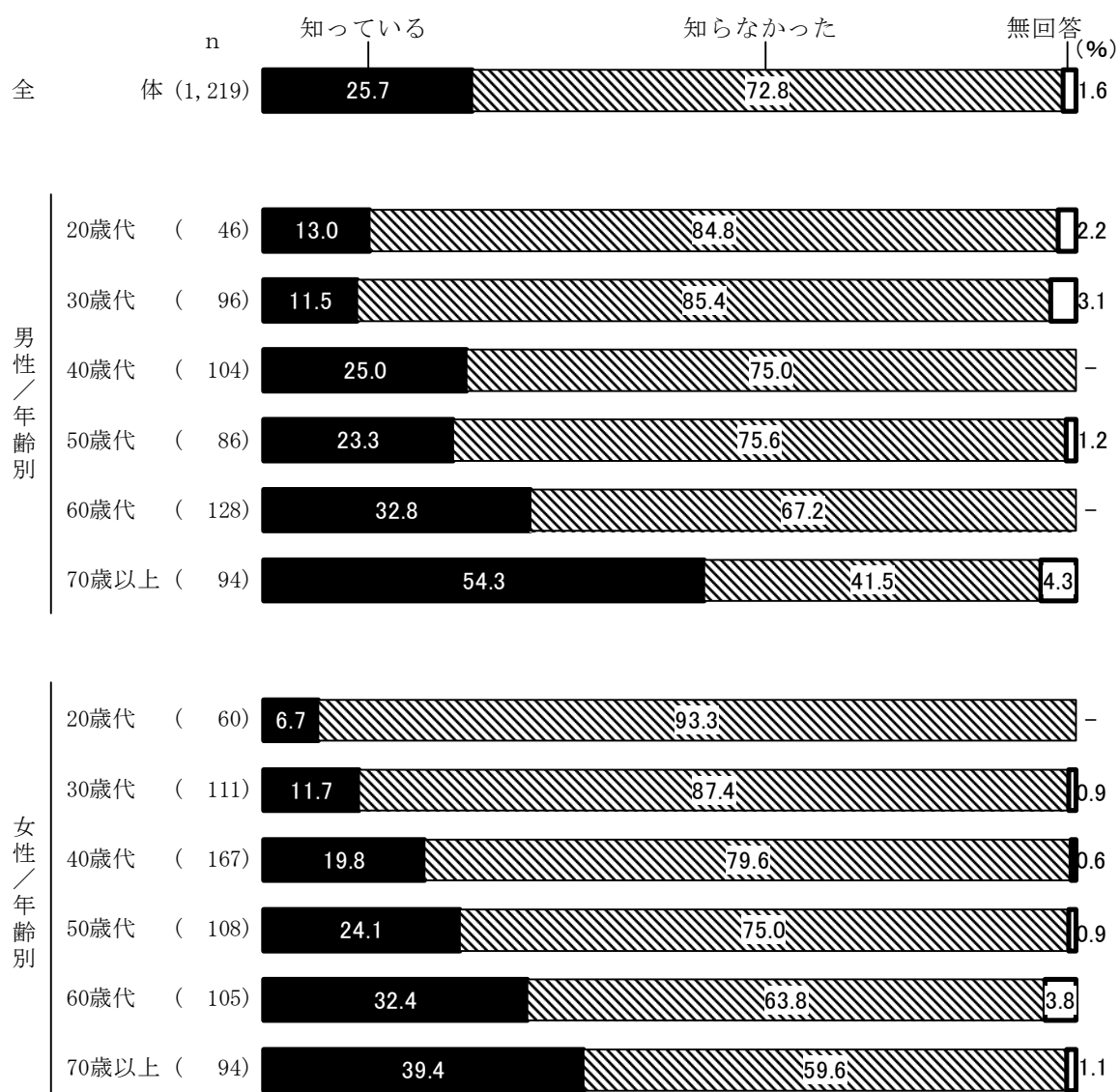
図表2-13 平成27年春に行われる川崎市議会議員選挙等の認知度



平成27年春に行われる川崎市議会議員選挙等の認知度は、「知っている」が25.7%、「知らなかった」が72.8%となっています。

平成22年度調査と比較すると、「知っている」は4.0ポイント増加し、「知らなかった」は2.5ポイント減少しています。

図表2-14 平成27年春に行われる川崎市議会議員選挙等の認知度（性／年齢別）



性／年齢別では、「知っている」は、男女ともにおおむね高い年代ほど多くなる傾向で、男女ともに60歳代以降で3割を超えています。特に男性の70歳以上（54.3%）では5割を超えています。

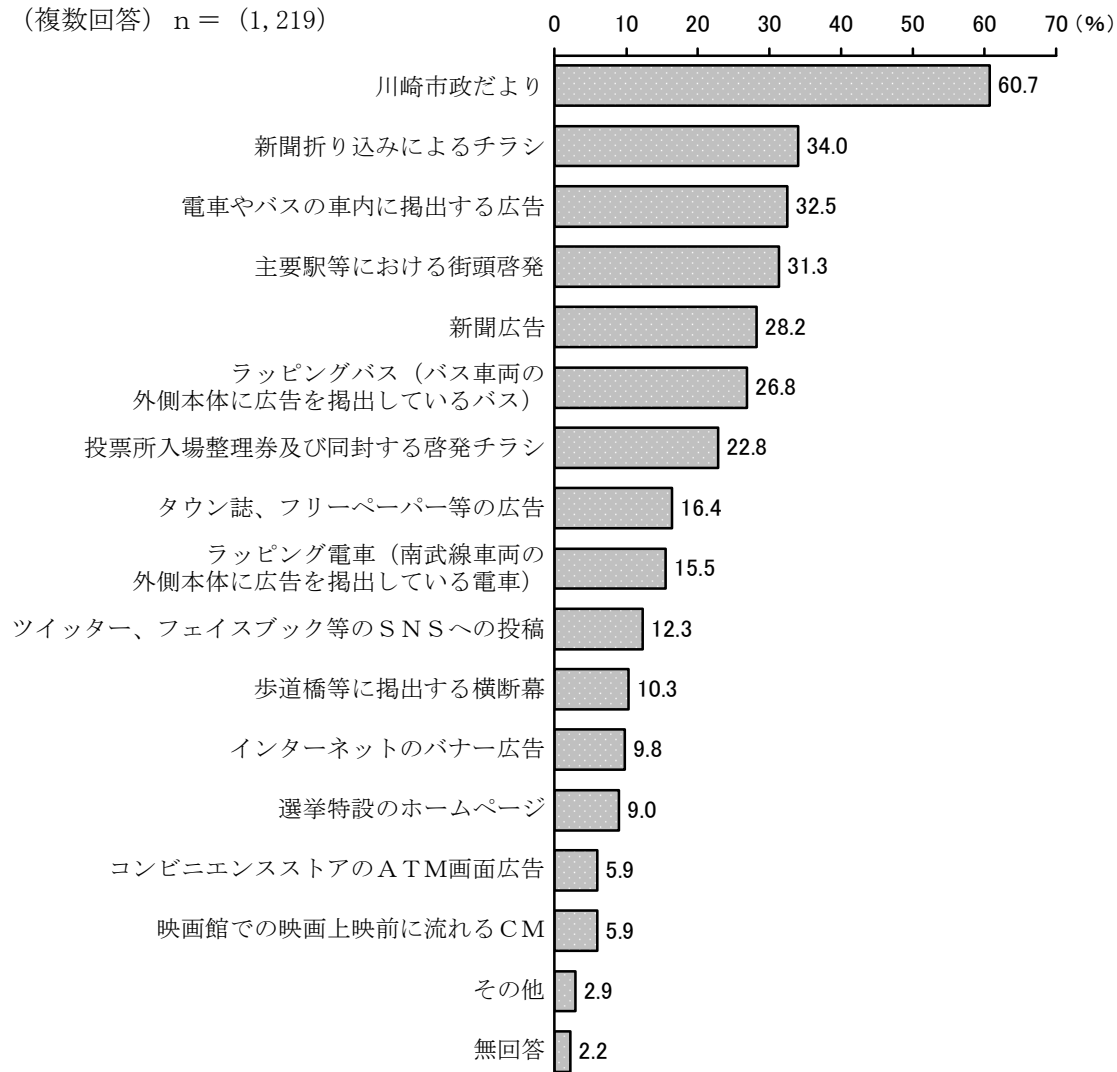
2-8 今後の選挙で効果的だと思う周知手段

◎「川崎市政だより」が60.7%

問14 あなたは、平成27年春に行われる川崎市議会議員選挙等の投票日・投票の場所・制度や方法を周知する手段として、効果的だと思うものは何ですか。(あてはまるもの全てに○)

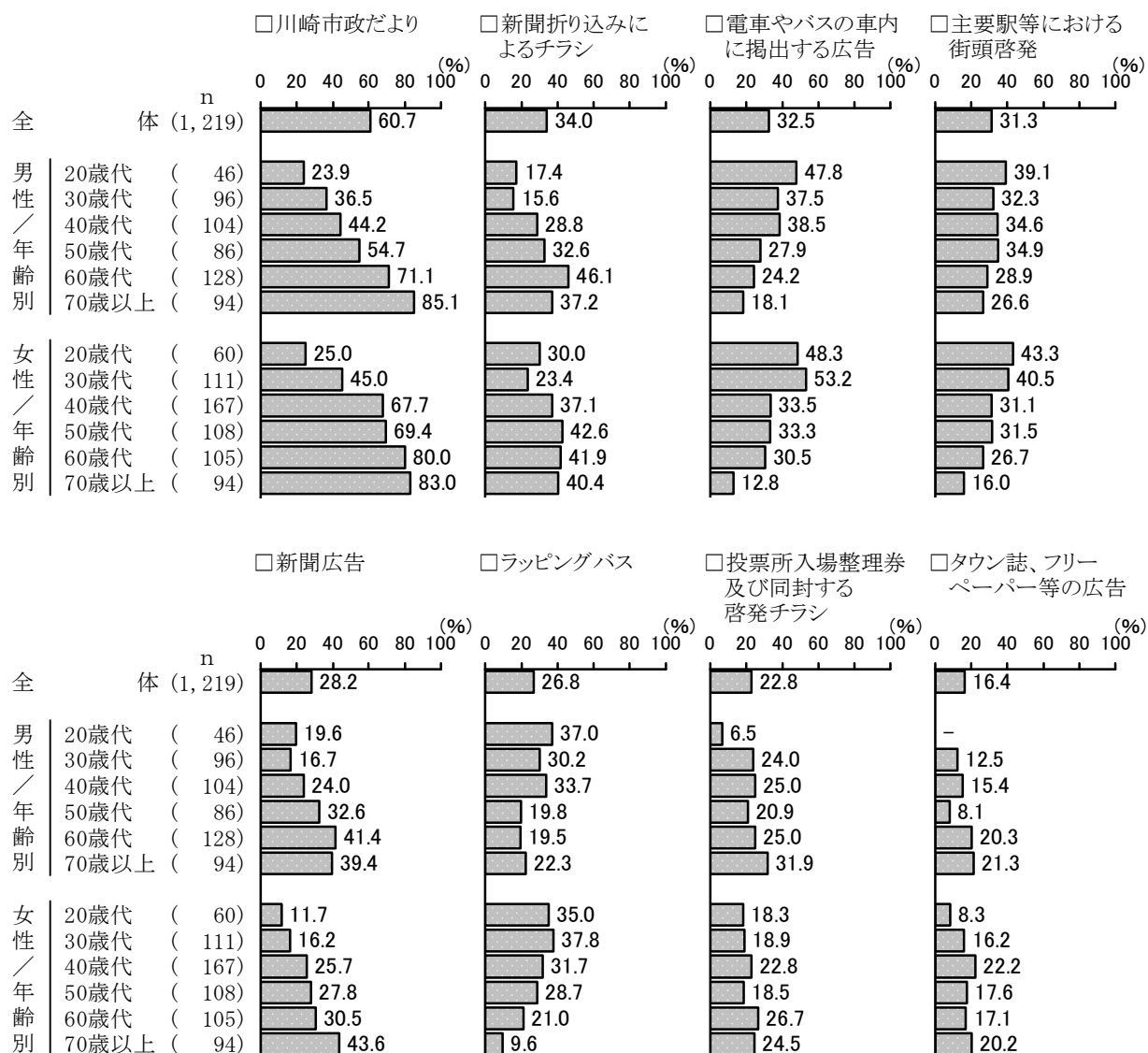
図表2-15 今後の選挙で効果的だと思う周知手段

(複数回答) n = (1, 219)



今後の選挙で効果的だと思う周知手段は、「川崎市政だより」(60.7%)が最も多く、次いで「新聞折り込みによるチラシ」(34.0%)、「電車やバスの車内に掲出する広告」(32.5%)、「主要駅等における街頭啓発」(31.3%)、「新聞広告」(28.2%)の順となっています。

図表2-16 今後の選挙で効果的だと思う周知手段（性／年齢別、上位8項目）



性／年齢別では、「川崎市政だより」は、男女ともにおおむね高い年代ほど多くなる傾向で、特に男性の70歳以上（85.1%）、女性の60歳代（80.0%）、70歳以上（83.0%）で多くなっています。

その一方で、「電車やバスの車内に掲出する広告」、「主要駅等における街頭啓発」の二つは、男女ともにおおむね低い年代ほど多くなる傾向で、特に「電車やバスの車内に掲出する広告」は女性の30歳代（53.2%）では5割を超えています。

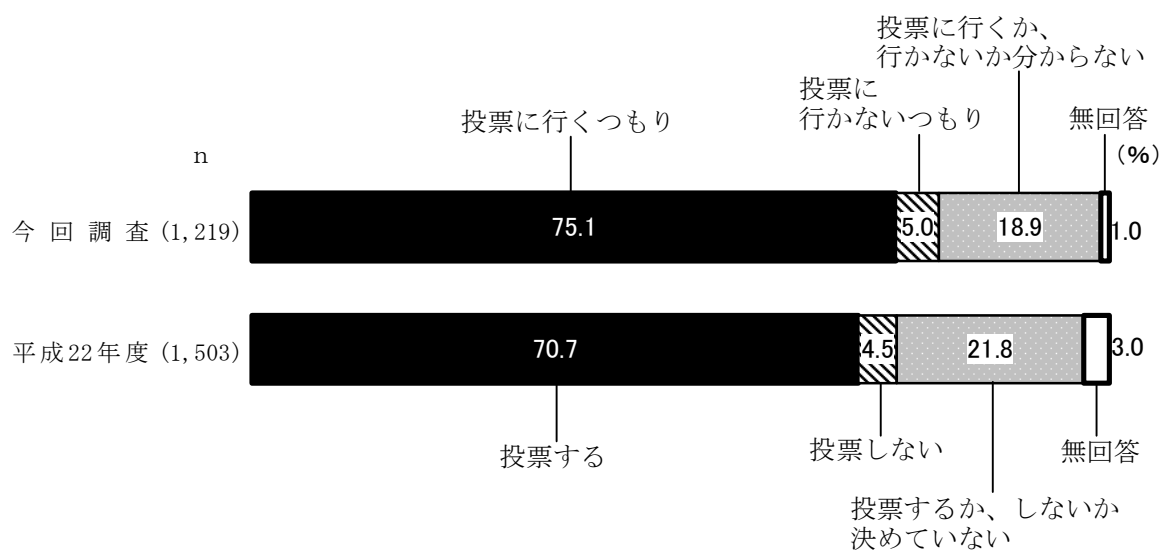
2-9 平成27年春に行われる川崎市議会議員選挙等の投票意向

◎「投票に行くつもり」が75.1%

問15 あなたは、平成27年春に行われる川崎市議会議員選挙等の投票に行きますか。

(○は1つだけ)

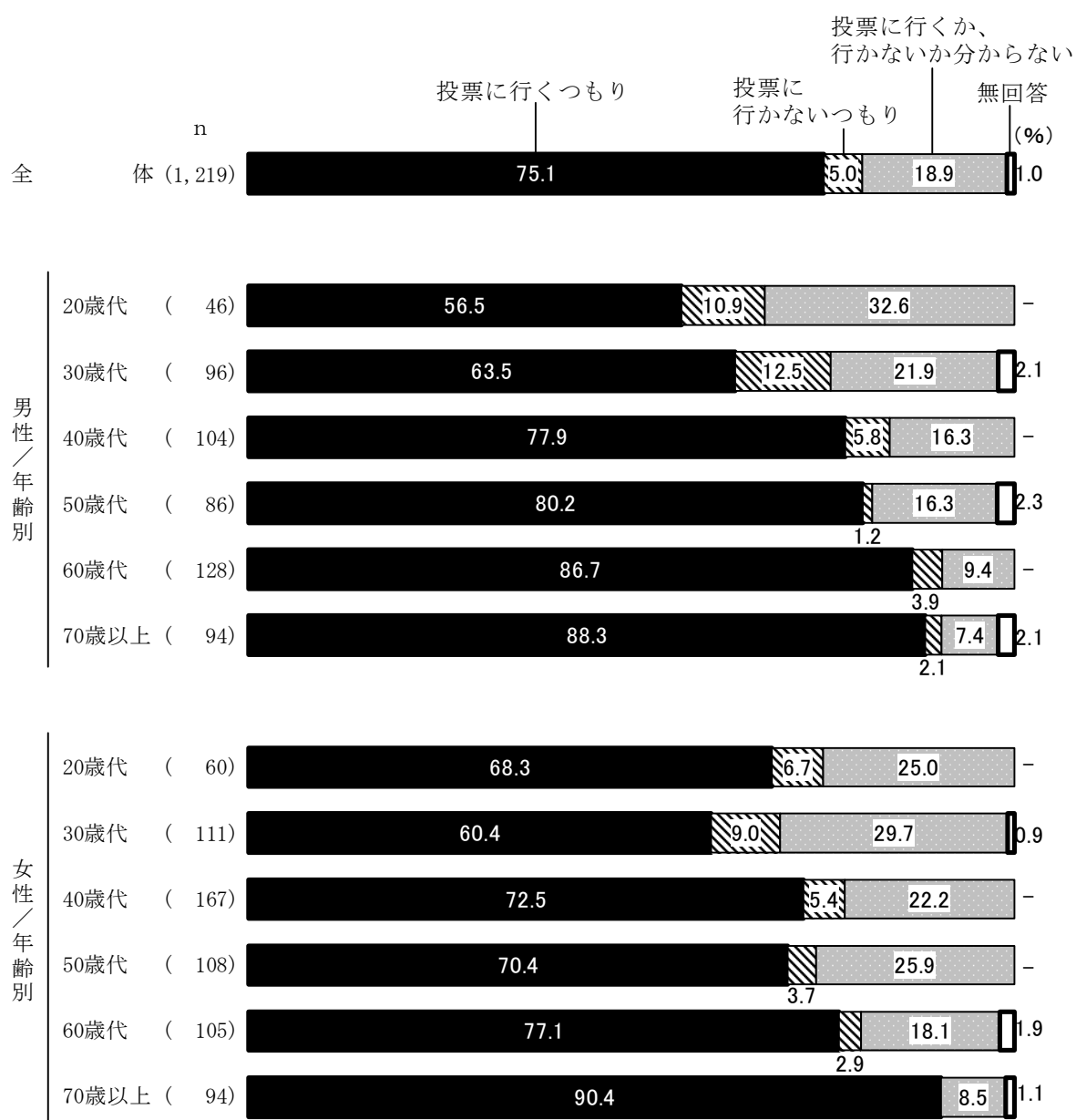
図表2-17 平成27年春に行われる川崎市議会議員選挙等の投票意向



平成27年春に行われる川崎市議会議員選挙等の投票意向は、「投票に行くつもり」(75.1%)が最も多く、「投票に行かないつもり」は5.0%、「投票に行くか、行かないか分からない」は18.9%となっています。

平成22年度調査と比較すると、「投票に行くつもり」は平成22年度(「投票する」)に比べて4.4ポイント増加しています。

図表2-18 平成27年春に行われる川崎市議会議員選挙等の投票意向（性／年齢別）



性／年齢別では、「投票に行くつもり」は、男性では高い年代ほど多くなる傾向で、女性では70歳以上（90.4%）で9割を超えています。その一方で、男性の20歳代（56.5%）では5割台にとどまっています。

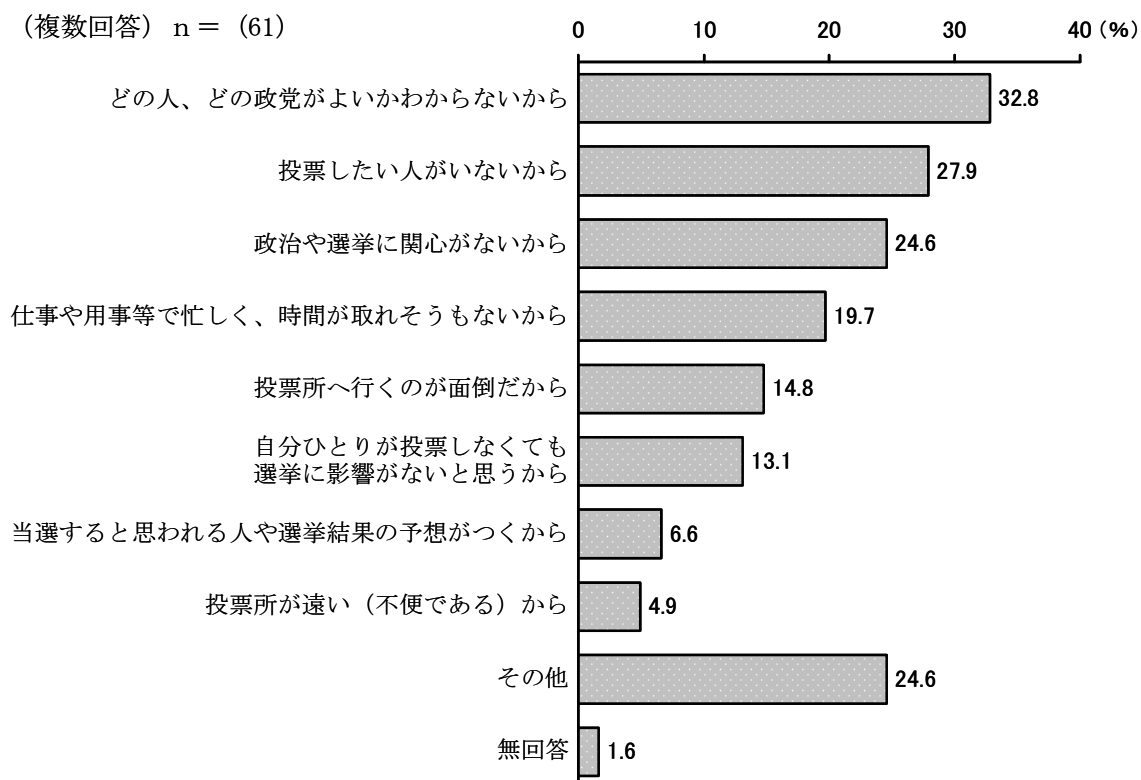
2-10 投票に行かない理由

◎「どの人、どの政党がよいかわからないから」が32.8%

「問15で、『投票に行かないつもり』と回答した方にうかがいます。」

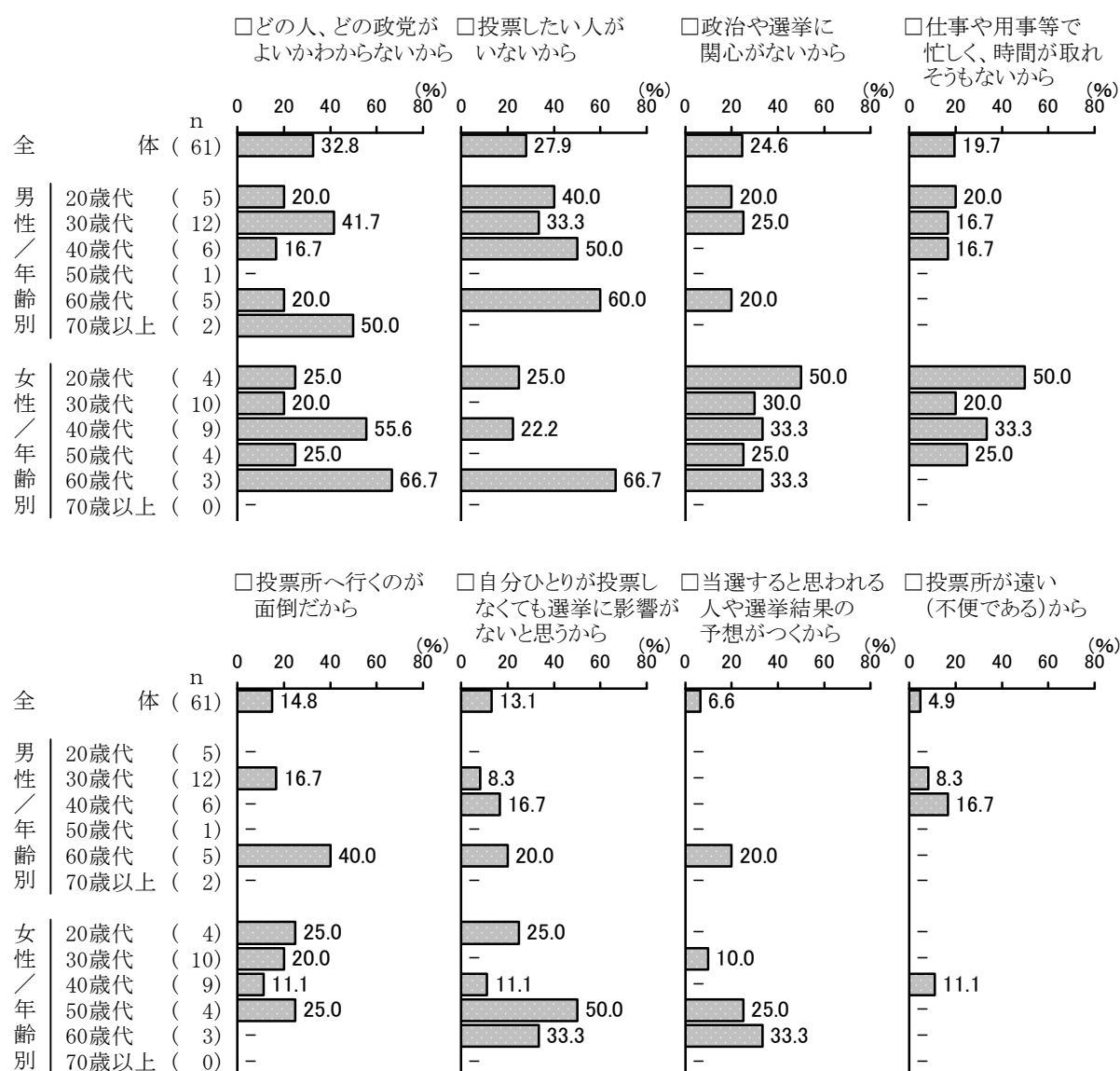
問15-1 投票に行かない理由は何ですか。(あてはまるもの全てに○)

図表 2-19 投票に行かない理由



投票に行かない理由は、「どの人、どの政党がよいかわからないから」(32.8%)が最も多く、次いで「投票したい人がいないから」(27.9%)、「政治や選挙に関心がないから」(24.6%)、「仕事や用事等で忙しく、時間が取れそうもないから」(19.7%)、「投票所へ行くのが面倒だから」(14.8%)の順となっています。

図表2-20 投票に行かない理由（性／年齢別、上位8項目）



性／年齢別では、「投票に行かないつもり」と答えた人が少ないため、結果を参考に掲載します。