



## Z世代の政治に関する意識調査 2022年版

投票意向は7割超！理想の政治家は「いない」が約9割。  
Z世代が抱く政治家に対するイメージと理想の政治家とは？

株式会社SHIBUYA109エンタテインメント(本社：東京都渋谷区、社長：石川 あゆみ)が運営する若者マーケティング研究機関『SHIBUYA109 lab. (読み：シブヤイチマルキューラボ)』は、選挙権を持つ18歳以上の大学生などのZ世代を対象に、外部調査パネルによるWEB調査とSHIBUYA109 lab.独自ネットワークによるインタビューから「Z世代の政治に関する意識調査」を行いました。



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

### 【Z世代の政治に関する意識調査トピックス】

**【1】投票意向は7割超。一方で、日本の政治に「期待している」は18.5%にとどまる。**

投票意向の有無に関わらず、Z世代全体として日本の政治にあまり期待していない傾向にあることがわかりました。

**【2】約8割のZ世代が情報収集に慎重な姿勢を示す。  
平均3.6個のメディアを確認する彼らのチェックポイントとは。**

複数のメディアから情報を収集していることが判明し、「テレビの情報も見た上で、皆の意見がどうなのかをTwitterで見る」など、情報源を使い分けながら収集している実態がわかりました。

**【3】政治について「話しにくい」と感じるのは約4割。  
協調性の高いZ世代の“政治の話題”に対するスタンスとは。**

政治の話共有する相手として「家族」が1位に挙がりました。政治はセンシティブな話題と捉えられており、親しい間柄で話し合うトピックになっているようです。

**【4】理想の政治家は「いない」が約9割。Z世代が望むのは「多様な国民の声が届く政治」。**

グループインタビューでは政治家になってほしい人物像として「様々な人と接点を持つことができる人」「ネットも活用し様々な視点に立てる人」などの意見が聞かれ、「若者を含むより幅広い『国民の声』を聞いてほしい」というZ世代の思いが感じられました。

**【5】SHIBUYA109 lab.所長が分析！意見を持つことより多様な意見を知ることを重視。  
Z世代の情報接触におけるバランス感覚。**

政治に限らず、彼らは自分の意見を持ち掲げることよりも、多様な意見の存在を知ることにより重きを置いています。そのため一つの情報について、複数メディアを駆使しながら多角的な視点から情報を吟味し、同時に他者の意見も確認しています。

※公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

SHIBUYA109 lab./ <https://shibuya109lab.jp>

※本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

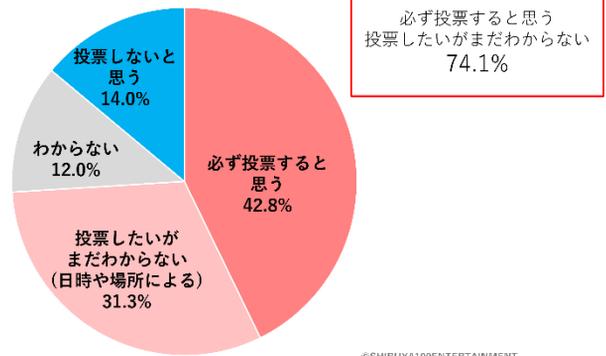
※TWITTER、TWEET(ツイート)、RETWEET(リツイート)、TwitterのロゴはTwitter, Inc.またはその関連会社の登録商標です。

**【1】投票意向は7割超。一方で、日本の政治に「期待している」は18.5%にとどまる。**

まず「今後、選挙があれば投票すると思いますか」※図1と聞いてみたところ、「必ず投票すると思う(42.8%)」「投票したいがまだわからない(日時や場所による)(31.3%)」という回答が得られ、約7割以上のZ世代に投票意向があることがわかっています。

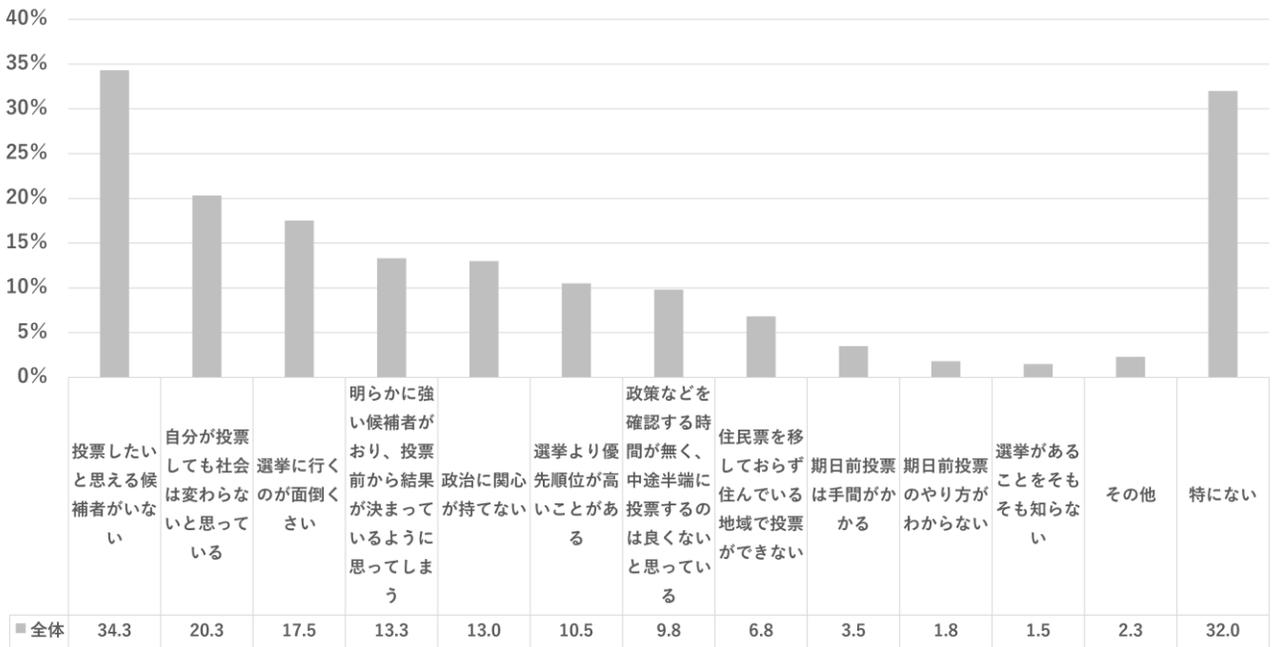
グループインタビューでは、「投票しない人は不満を言う資格がないと思うので、不満を含めた意見を言うためにも投票する」「自分にできることは行動に移したいので投票する」という意見が出るなど、政治について意見を持ち、不満に対して行動に移そうとするZ世代の姿が見られました。

図1 Q.あなたは今後、選挙があれば投票すると思いますか。(単一回答)  
n=400(男性:200/女性:200)



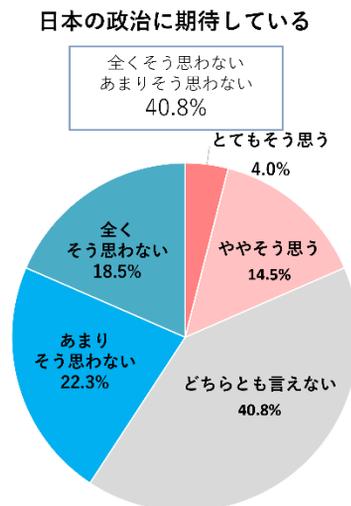
一方で、投票に行きにくいと感じる理由※図2を聞いてみると、「投票したいと思える候補者がいない(34.3%)」「自分が投票しても社会は変わらないと思っている(20.3%)」が回答数として多く、政治に対する期待感の低さが投票のハードルに繋がっているようです。

図2 Q.あなたが投票に行きにくいと感じる理由を教えてください。(複数回答)  
n=400(男性:200/女性:200)



実際に、Z世代の政治に対する期待感※図3について調査したところ、「日本の政治に期待している」のはわずか18.5%となりました。投票意向の有無に関わらず、Z世代全体として日本の政治にあまり期待していない傾向があることがわかります。

図3 Q.政治に関してあなたのお気持ちを教えてください。(単一回答)  
n=400(男性:200/女性:200)



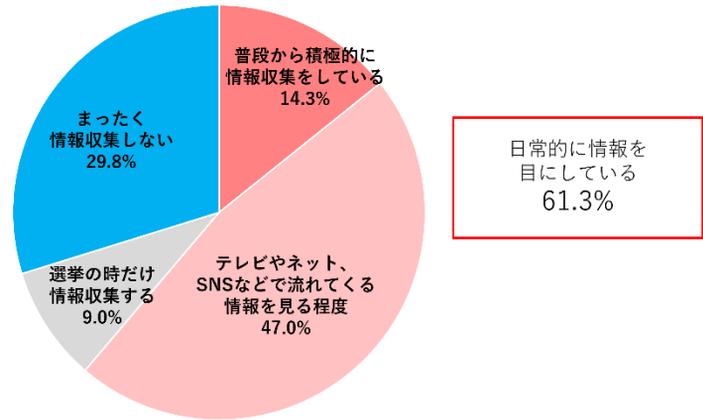
**【2】 約8割のZ世代が情報収集に慎重な姿勢を示す。平均3.6個のメディアを確認する彼らのチェックポイントとは。**

次に、政治関連の情報収集実態※図4について聞きました。選挙前だけでなく、日常の中で政治関連の情報を目にしているという回答者は61.3%となり、半数以上のZ世代が日常的に政治に関する情報に触れていることがわかります。

普段の政治に関する情報収集の媒体※図5は「テレビ(67.0%)」「ニュースサイト・アプリ(39.0%)」「Twitter(37.3%)」と、マスメディアも活用しながら情報収集しています。また、一人あたりの平均チェック数は3.6個となり、複数のメディアから情報を収集していることがわかります。グループインタビューで聞いてみると「食事の時にテレビをつけて、特に番組を選んだりせず、その時に放送しているニュースを見ている」「テレビの情報も見た上で、皆の意見がどうなのかをTwitterで見る」など、情報源を使い分けながら収集していることがわかります。

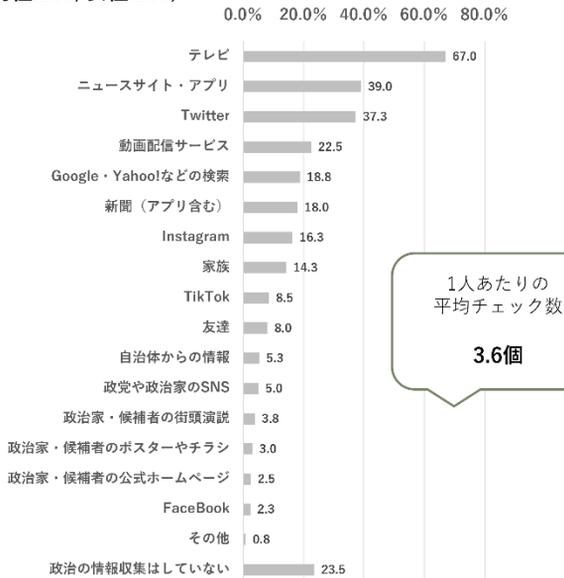
さらに、SNS・マスメディア問わず日々膨大な量の情報に接しているZ世代は、非常に高い情報リテラシーを持っています。情報を収集している時に気をつけていること※図6が一つでもあると回答したのは、全体の約8割となりました。気をつけていることとして「情報発信源を確認する」が1位となり、Z世代は、情報の性質を厳しく見極めながら情報を得ていることがわかります。

図4 Q.あなたの政治関連の情報収集に対する姿勢として当てはまるものを教えてください。(単一回答)  
n=400(男性:200/女性:200)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

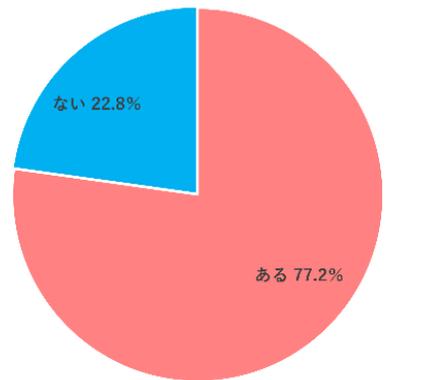
図5 Q.あなたは政治についてどのように情報収集をしていますか。普段の情報収集方法について、それぞれ教えてください。(複数回答)  
n=400(男性:200/女性:200)



1人あたりの平均チェック数  
**3.6個**

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

図6 Q.あなたが政治に関する情報収集において、気をつけていることや工夫していることがありますか。(単一選択) n=311(男性:161/女性:150)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

**Z世代の政治に関する情報収集で気をつけていること**

<p><b>1位</b></p> <p>情報発信源を確認する (48.9%)</p> <p>SNSでは有名なメディアなど信頼できるアカウントから発信された情報を見ている</p> <p>動画配信者の作成した動画でなくテレビ番組公式の切り抜き動画を見るようにしている</p>	<p><b>2位</b></p> <p>偏った情報にならないように様々な意見を確認する (43.1%)</p> <p>Twitterで言い争いしているのを見て意見が偏るのは怖いと思っている</p> <p>トレンドの把握としてはTwitterをみるのが、偏った意見が多いのでニュースはあまり調べないように意識している</p>	<p><b>3位</b></p> <p>一般の人の声も確認するため、ニュースのコメントやSNSでの反応を見る (33.4%)</p> <p>コメント欄で討論をしているのを見て、他の人の意見も確認している</p> <p>SNSに自分は書き込まないが、他人の価値観を知るために利用している</p>	<p><b>4位</b></p> <p>自分とは反対の意見も積極的に確認するようにしている (24.8%)</p> <p>賛成と反対の立場のどちらの声も聴く必要があると思っている</p> <p>Twitterの意見を見ながら、自分の意見は別で持つ</p>
---	---	--	---

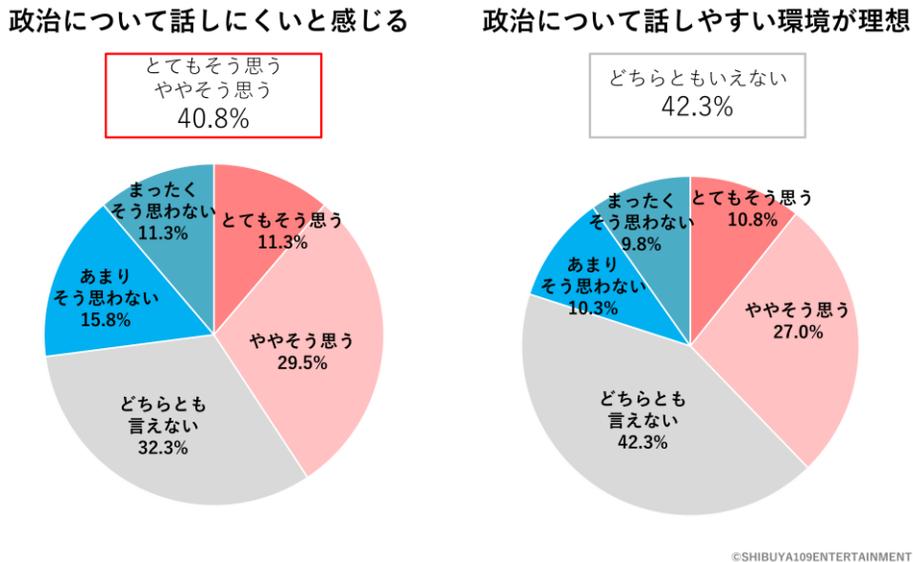


©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

**【3】政治について「話にくい」と感じるのは約4割。協調性の高いZ世代の“政治の話題”に対するスタンスとは。**

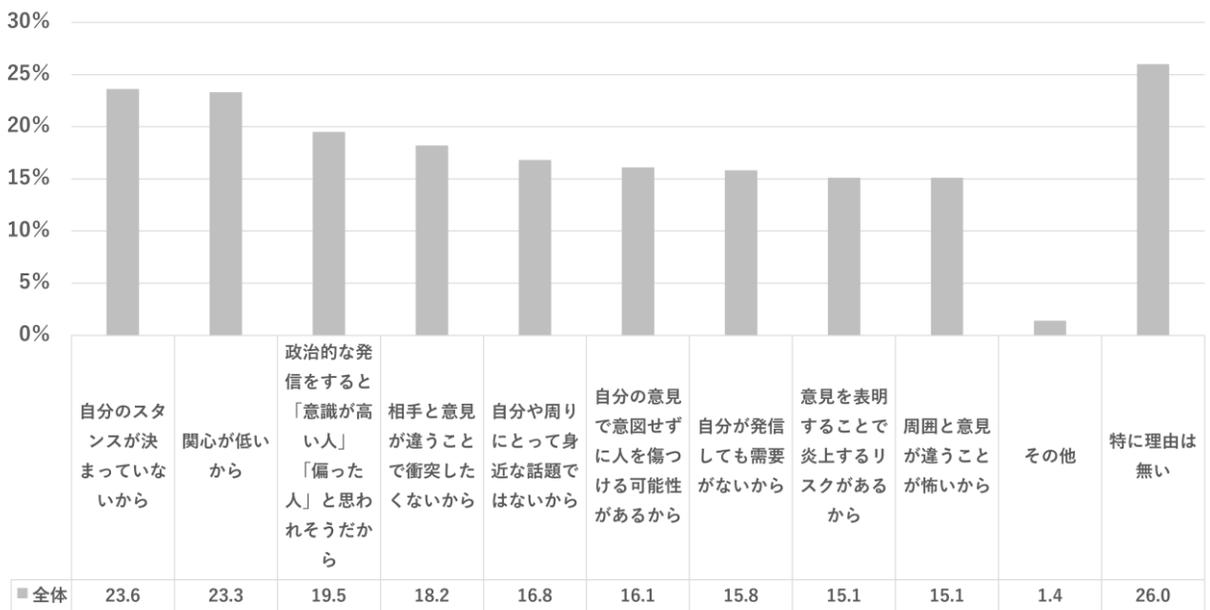
政治にまつわる話題の共有※図7について、政治の話「話にくいと感じる」人は全体の4割程度となりました。ただし、「周り話しやすい環境が理想か」という問いかけに対しては「どちらとも言えない」という回答が42.3%と高い数値になり、政治というトピックがZ世代の中でセンシティブな話題として捉えられていることがわかります。グループインタビューでも、「政治に関する思想は話さない。政治にまつわる考え方などの話をしたいが、『相手が話すのが嫌だったら?』と考えると心配」「SNS上での発信でも、自分の意見は言わないようにしている。自分の意見が誰かの気持ちに影響を与える可能性もあるので怖い」などの意見が聞かれました。

図7 Q.政治に関してあなたのお気持ちをそれぞれ教えてください。(単一回答)  
n=400(男性:200/女性:200)



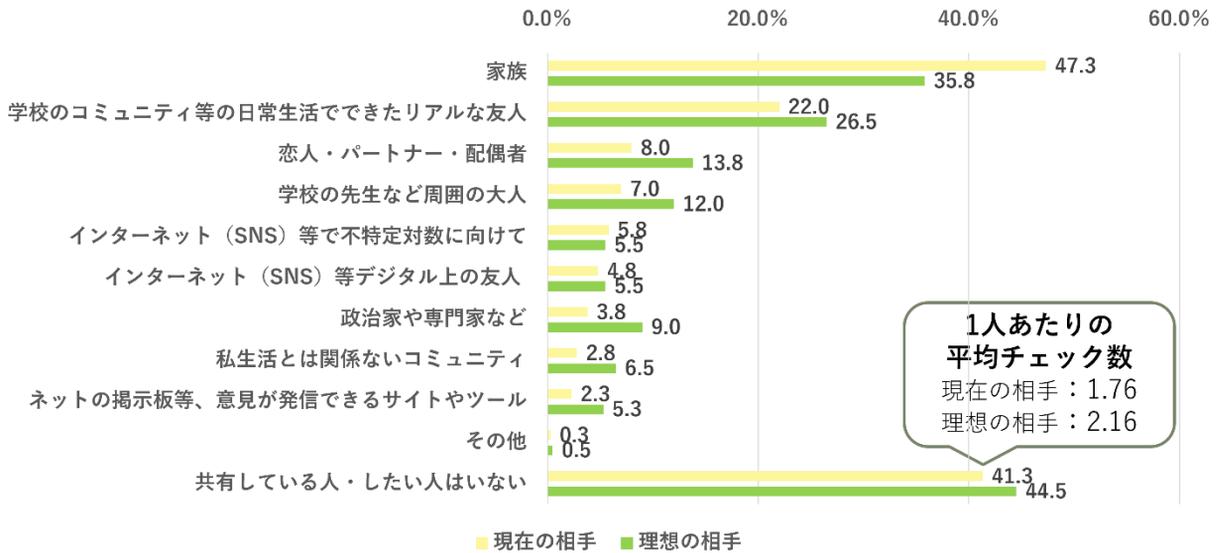
政治の話題が話にくい理由※図8としては、全体では「自分のスタンスが決まっていないから(23.6%)」が最も多い回答となりました。グループインタビューでは、特定の問題に対して「どちらが悪いと言い切るのは難しい。私たちが目にするニュースは何らかの偏りがあると思うので、そこから一概に善悪を決めつけることはできない」といった声もあり、多様な意見に耳を傾けているからこそ、白黒つけることを避ける傾向が見られました。

図8 Q.あなたが政治について周りと話にくいと感じる理由を教えてください。(複数回答)  
n=400(男性:200/女性:200)



政治の話共有する相手※図9についても、「家族(47.3%)」「リアルな友人(22.0%)」の回答数が多くなるなど、政治は親しい間柄で話し合うトピックになっているようです。特に政治に関心のある層を集めたグループインタビューでは、「家族とニュースを見ながら政治の話をする」という声も複数聞かれました。

図9 Q.政治に関する話を「現在共有している相手・場所」と「理想の共有相手・場所」をそれぞれ教えてください。(複数回答)  
n=400(男性:200/女性:200)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

SNSリテラシーの高いZ世代はSNSにおける投稿の影響力の大きさも意識しています。グループインタビューでは「SNSではちょっとした言葉のニュアンスで行き違いが起きることも多く、発信者も受信者も精神的にすり減ってしまうことがある。そのため最低限の発言に留め、発信する時は本アカウントとは別のアカウントを使用している」「いいと思うコメントであっても『いいね』は慎重に考えてから押している。バズってしまうと、正しい情報でなくても影響力を持ってしまうので、自分がその意見に同意している1人として見られてしまうことが怖い」といった意見もありました。

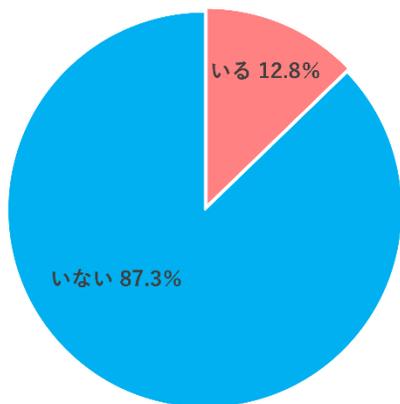
#### 【4】理想の政治家は「いない」が約9割。Z世代が望むのは「多様な国民の声が届く政治」。

最後に、Z世代はどのような政治を望んでいるのでしょうか。

まずは「あなたは理想の政治家がいますか」※図10と聞いたところ、約9割が「いない」と回答しました。

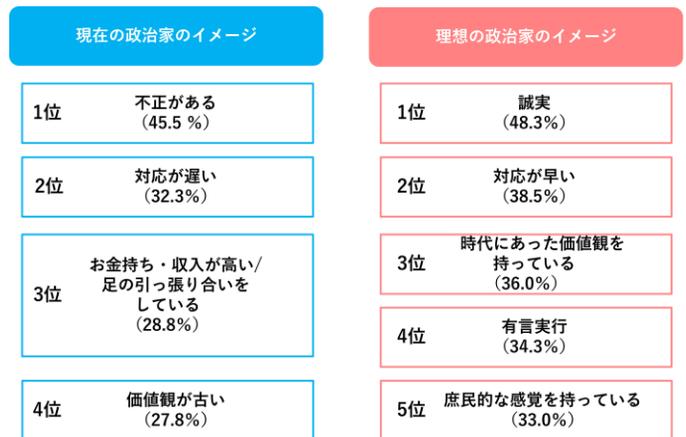
さらに、「政治家のイメージ」※図11を聞いてみると、全体では多かった回答順に「不正がある(45.5%)」「対応が遅い(32.3%)」となりました。

図10 Q.あなたは理想の政治家がいますか。(単一回答)  
n=400(男性:200/女性:200)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

図11 Q.あなたが現在、政治家に持っているイメージと投票したいと思う政治家のイメージを教えてください。(複数回答)  
n=400(男性:200/女性:200)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

グループインタビューにて政治への不満を聞いてみると、「経済格差を感じる。豊かな人からしっかりお金をとって、福祉などへの投資に回して欲しい」「教育にもっとお金を使ってほしい」「幅広い人に目を向ける施策をしてほしい」という意見が聞かれ、資産や施策の偏りに対する不満が感じられる意見が出ました。また、その背景に「政治家が一般的な生活感覚とは乖離した別の世界の人に感じる」「企業経験のある人に政治家になってほしい」など、既存の政治家に対する不満も聞かれています。

一方で「理想の政治家のイメージ」を聞くと、「誠実(48.3%)」「対応が早い(38.5%)」などが回答数で上位になっており、現在のイメージと真逆になっていることがわかりました。SHIBUYA109 lab.の過去調査にて、Z世代のSNS活用について調査した際、インフルエンサーを支持する理由として、丁寧な対応や誠実さが挙げられていました。

これらの結果からは、Z世代が信用に足る人物だと判断する上で「誠実さ」を重要視していることを示しています。



SHIBUYA109 lab.のHPより、本WEB調査の無料グラフレポートを配布しております。  
ぜひ、以下よりご連絡ください。

[https://shibuya109lab.jp/product/?utm\\_source=prtimes.jp&utm\\_medium=referral&utm\\_campaign=release20220519](https://shibuya109lab.jp/product/?utm_source=prtimes.jp&utm_medium=referral&utm_campaign=release20220519)

## ■アンケート調査概要

### ①WEB調査

調査期間：2022年4月

調査パネル：外部調査会社のアンケートパネルを使用

居住地：一都三県

性別：男女

年齢：18～24歳

対象：大学生・短大・専門学校生

回答者数：400名(男性200名/女性200名)

※回答率(%)は小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位までを表示しているため、合計数値は必ずしも100%とはならない場合があります。

### ②SHIBUYA109 lab.による定性調査

・グループインタビュー

対象者条件：大学生 男子4名、女子4名 2G 合計8名

※その他過去定性調査をもとに考察

## ■SHIBUYA109 lab.概要



SHIBUYA109 lab.

株式会社SHIBUYA109エンタテインメントが運営する新しい世代に特化した若者調査機関。  
SHIBUYA109のターゲットである「around20(15～24歳)」を中心に彼らの実態を調査し、  
SHIBUYA109独自の視点から分析している。

設立：2018年5月17日

所長：長田麻衣(株式会社SHIBUYA109エンタテインメント所属)

ホームページ：<https://shibuya109lab.jp>

## ■SHIBUYA109 lab.所長 長田麻衣(おさだ・まい)

総合マーケティング会社にて、主に化粧品・食品・玩具メーカーの商品開発・ブランディング・ターゲット設定のための調査やPRサポートを経て、2017年に株式会社SHIBUYA109エンタテインメントに入社。

SHIBUYA109マーケティング担当としてマーケティング部の立ち上げを行い、2018年5月に若者研究機関「SHIBUYA109 lab.」を設立。現在は毎月200人の「around20」と接する毎日過ごしている。

## ■株式会社SHIBUYA109エンタテインメント概要



SHIBUYA109渋谷店(東京都・渋谷区)を中心とした4つの施設を展開。「Making You SHINE! -新しい世代の“今”を輝かせ、夢や願いを叶える-」の企業理念を掲げ、これからの担う新しい世代の今を輝かせ、夢や願いを叶えるため、商業施設運営に留まらないエンタテインメント事業展開を行う。

設立：2017年4月3日

代表取締役：石川 あゆみ

ホームページ：<https://www.shibuya109.co.jp/>