

京都市 選挙管理委員会 御中

【報告書】京都市長選挙に関する調査

2024/3/14

株式会社読売連合広告社

YOMIREN

目次

調査設計	・・・02
調査フロー	・・・03
回収数	・・・04
回答者プロフィール	・・・05
調査結果まとめ	・・・07
調査結果詳細（グラフ集）	・・・08

調査設計

調査目的	2024年2月4日に実施された京都市長選挙に関する広告の効果測定及び、意識調査を行う
調査エリア	京都市
調査対象者	18歳～69歳 男女 ※ただし、マスコミ及び調査関連従事者を除く
サンプル数	本調査:796サンプル ※分析対象者は、事前調査回答者1,000サンプルすべてに事後調査の回答を依頼した上での回答完了者 796サンプル
割付	※事前調査は、性別2区分×年代5区分等、及び、提示した広告2パターン別に、構成比で割付。 事後調査は回答していないサンプルがいるため、実際の回収数は出たなり。実際の回収数の詳細は次ページに掲載。
調査期間	事前：2024年1月15日(月)～20日(土) 事後：2024年2月5日(月)～ 12日(月)
調査手法	インターネット定量調査

調査フロー

【事前調査】

1,000サンプルに対して、同じ設問で聴取
途中で「京都市長選挙」に関しての説明として
2種類の広告をそれぞれA群500サンプル、B群500サンプルに提示

A群



B群

2月4日（日）
京都市長選挙

【事後調査】

選挙終了後、事前調査回答者全員に回答を依頼
A群・B群ともに同じ設問で聴取
A群404サンプル、B群392サンプルが回答

回収数

閲覧した広告	性別	年代別	北区	上京区	左京区	中京区	東山区	下京区	南区	右京区	伏見区	山科区	西京区
A群 	男性	18-29歳	5	2	5	3	0	2	1	1	7	2	1
		30-39歳	2	2	1	3	0	2	4	4	4	2	3
		40-49歳	4	3	6	4	1	3	4	5	10	5	3
		50-59歳	4	2	5	4	1	2	4	7	10	4	7
		60-69歳	3	2	5	3	1	2	2	6	9	4	5
	女性	18-29歳	1	4	5	2	2	3	2	4	8	3	2
		30-39歳	3	1	4	4	0	3	3	7	5	3	3
		40-49歳	4	3	4	5	0	4	3	8	9	5	5
		50-59歳	5	2	6	5	1	3	3	6	8	4	4
		60-69歳	4	2	3	3	1	2	3	6	8	3	4
閲覧した広告	性別	年代別	北区	上京区	左京区	中京区	東山区	下京区	南区	右京区	伏見区	山科区	西京区
B群 2月4日（日） 京都市長選挙	男性	18-29歳	2	0	3	4	0	2	1	4	5	1	0
		30-39歳	1	0	4	3	1	2	2	4	5	1	2
		40-49歳	4	3	6	3	1	2	4	6	10	3	4
		50-59歳	4	2	4	2	1	3	4	7	11	5	6
		60-69歳	3	2	5	3	0	2	3	7	8	5	5
	女性	18-29歳	2	2	5	3	3	2	2	3	7	4	4
		30-39歳	2	1	3	4	1	3	2	4	6	3	3
		40-49歳	3	3	5	6	1	4	3	6	8	5	5
		50-59歳	5	3	3	4	1	3	3	7	7	4	6
		60-69歳	4	2	4	3	1	2	3	7	9	4	4

A群合計
404

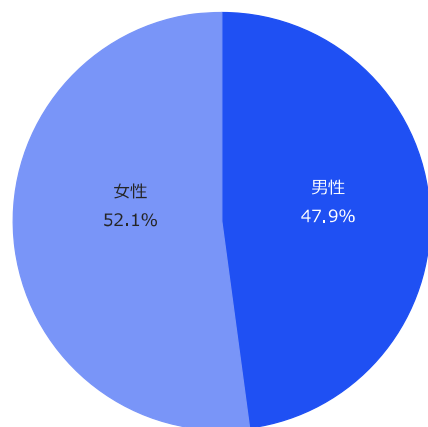
B群合計
392

単位：人

※事前調査は、性別2区分×年代5区分等、及び、提示した広告2パターン別に、構成比で割付。
事後調査に回答していないサンプルがいるため、上記の通り、実際の回収数は出たなり。

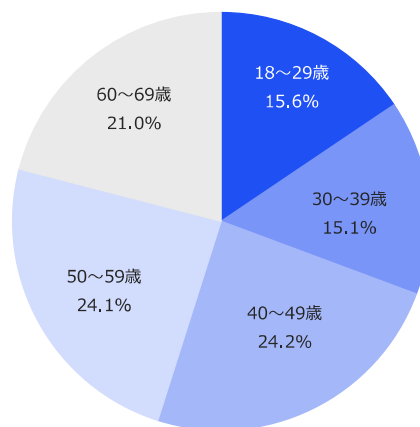
回答者プロフィール

性別



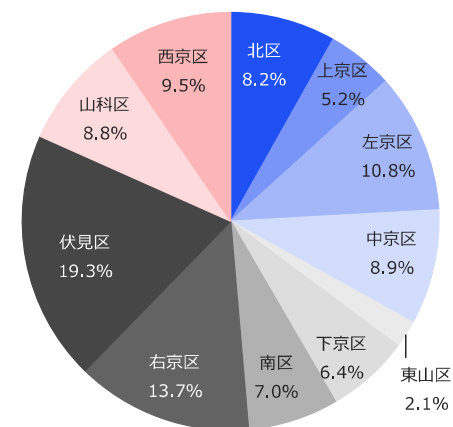
(n=796)

年齢



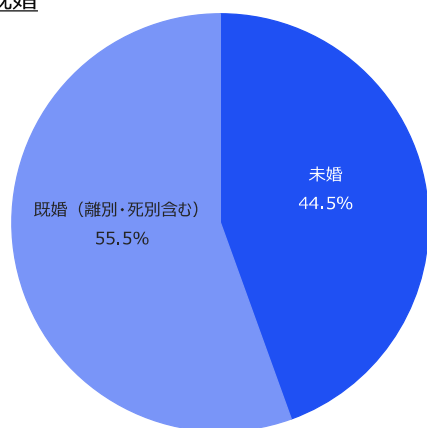
(n=796)

居住地別



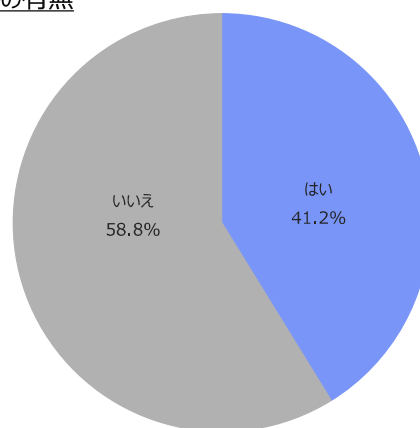
(n=796)

未婚



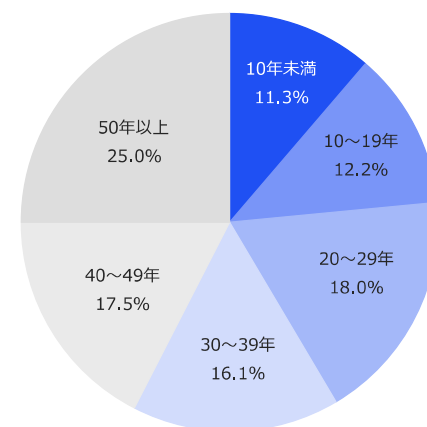
(n=796)

子供の有無



(n=796)

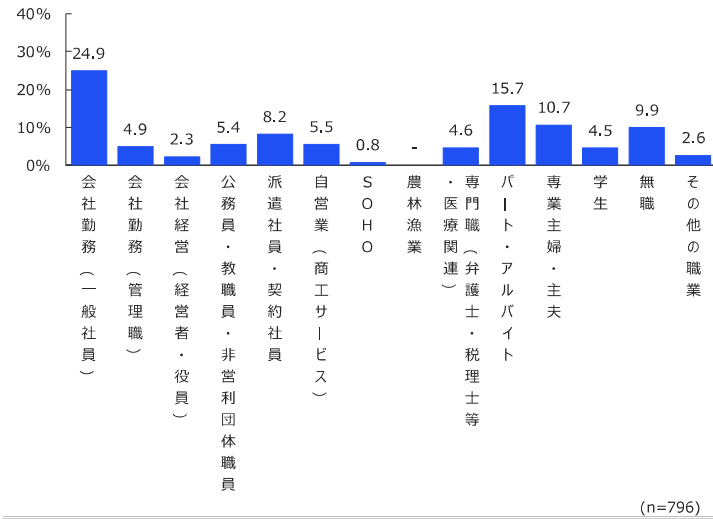
京都市居住年数



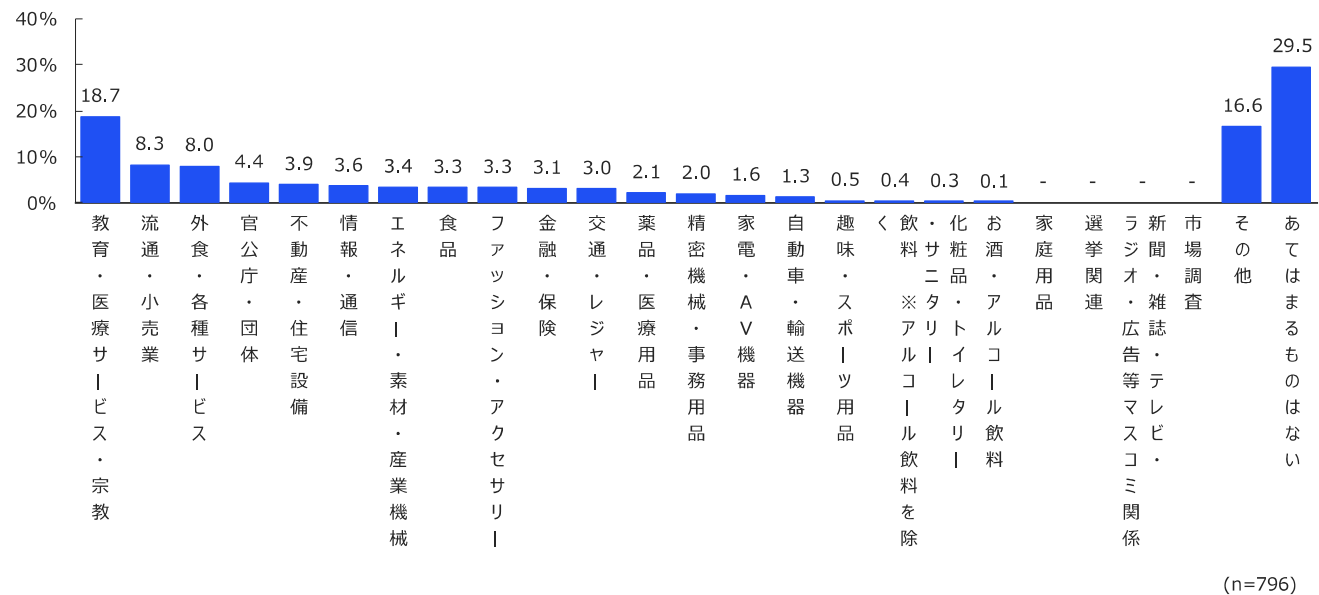
(n=796)

回答者プロフィール

職業



業種



調査結果まとめ



京都市長選挙広告施策の効果

事前調査時の投票予定者が59.0%。実際に投票した人が62.7%となっており、事前調査より実際の投票率が3.7ポイント上昇している。閲覧した広告によって、事前の投票予定や実際の投票率に差はなかった。

「普段よく目にする広告」で「YouTube広告」が3位となっているが、「印象に残った広告」では10位となっている。内容をより印象に残るものにする事で、選挙に対する意識や関心が高まると考えられる。

（「インターネット広告（Google/Yahoo!）」「SNS（Instagram/LINE）広告」も同傾向の結果となっている。）

京都市の行政や選挙に対する意識や関心

力を入れてほしい行政サービスは、「地下鉄やバスなどの交通施策」が41.1%で最も高い。

左京区在住者で「地下鉄やバスなどの交通施策」、上京区で「観光や伝統産業の育成などの地域活性化施策」が全体と比較して高い等、地域差がある。

京都市長選挙について話題にした相手は、「家族」が42.3%で突出して高い。一方で「誰とも話題にしていない」も44.2%となっている。



調査結果詳細（グラフ集）

事前調査時の投票予定

事前調査

- 事前調査時の投票予定は、「はい」が59.0%となっている。
- 男性の方が女性に比べて投票予定の人が多い。
- 閲覧した広告によって投票予定に差はない。

			(%)		
			はい	いいえ	まだ決めていない
n=					
全体			796	59.0	10.1 30.9
閲覧した広告別	A群	404	59.4	9.7	30.9
	B群	392	58.7	10.5	30.9
性別	男性	381	69.6	7.3	23.1
	女性	415	49.4	12.5	38.1
年代別	18～29歳	124	50.8	18.5	30.6
	30～39歳	120	58.3	15.8	25.8
	40～49歳	193	53.9	8.8	37.3
	50～59歳	192	58.3	5.7	35.9
	60～69歳	167	72.5	6.0	21.6
居住地別	北区	65	67.7	13.8	18.5
	上京区	41	61.0	4.9	34.1
	左京区	86	62.8	5.8	31.4
	中京区	71	66.2	5.6	28.2
	下京区	51	41.2	17.6	41.2
	南区	56	62.5	3.6	33.9
	右京区	109	63.3	9.2	27.5
	伏見区	154	54.5	13.6	31.8
	西京区	76	59.2	11.8	28.9
	東山区・山科区	87	52.9	10.3	36.8
投票状況別	投票日に投票	339	80.8	2.9	16.2
	期日前投票	160	83.8	1.9	14.4
	投票していない	273	21.6	23.8	54.6
	その他	24	12.5	8.3	79.2

※n=30未満は参考値。

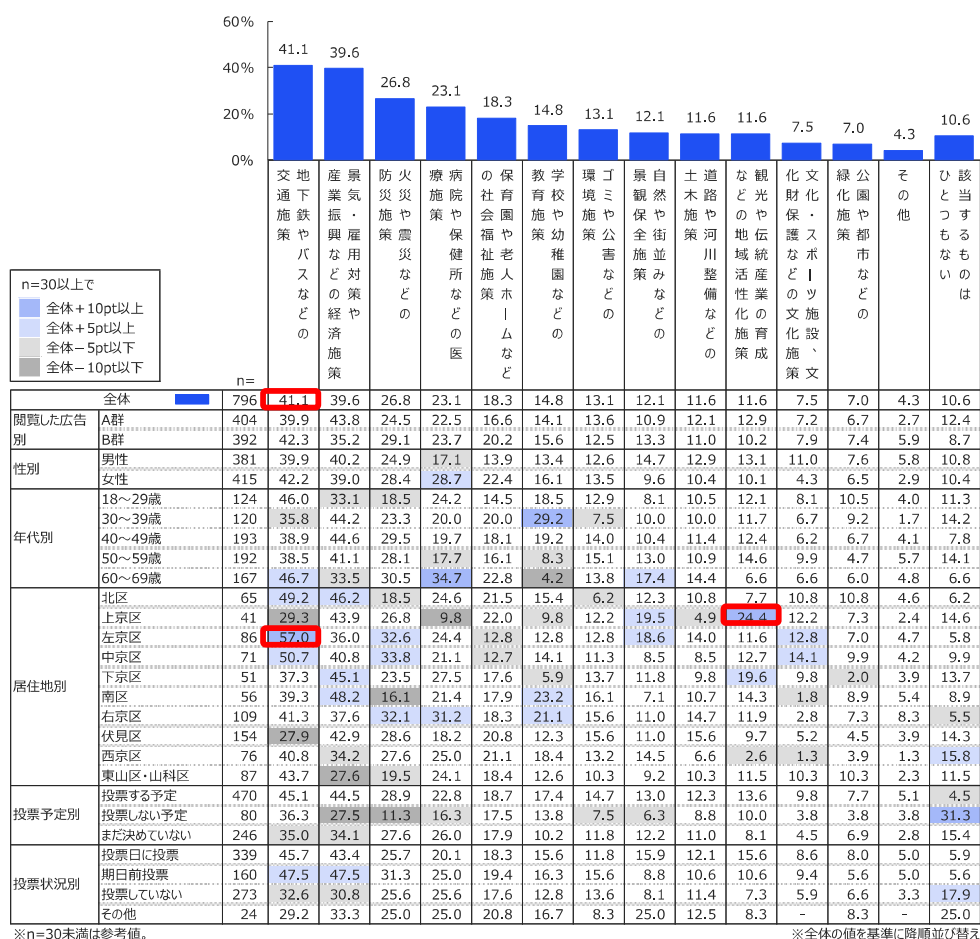
Q2 この京都市長選挙では、あなたは投票に行く予定かどうかお聞かせください。(SA)

力を入れてほしい行政サービス

事前調査

■ 力を入れてほしい行政サービスは、「地下鉄やバスなどの交通施策」が41.1%で最も高い。以下、「景気・雇用対策や産業振興などの経済施策」が39.6%、「火災や震災などの防災施策」が26.8%で続く。

■ 左京区在住者で「地下鉄やバスなどの交通施策」、上京区で「観光や伝統産業の育成などの地域活性化施策」が全体と比較して高い。



※n=30未満は参考値。

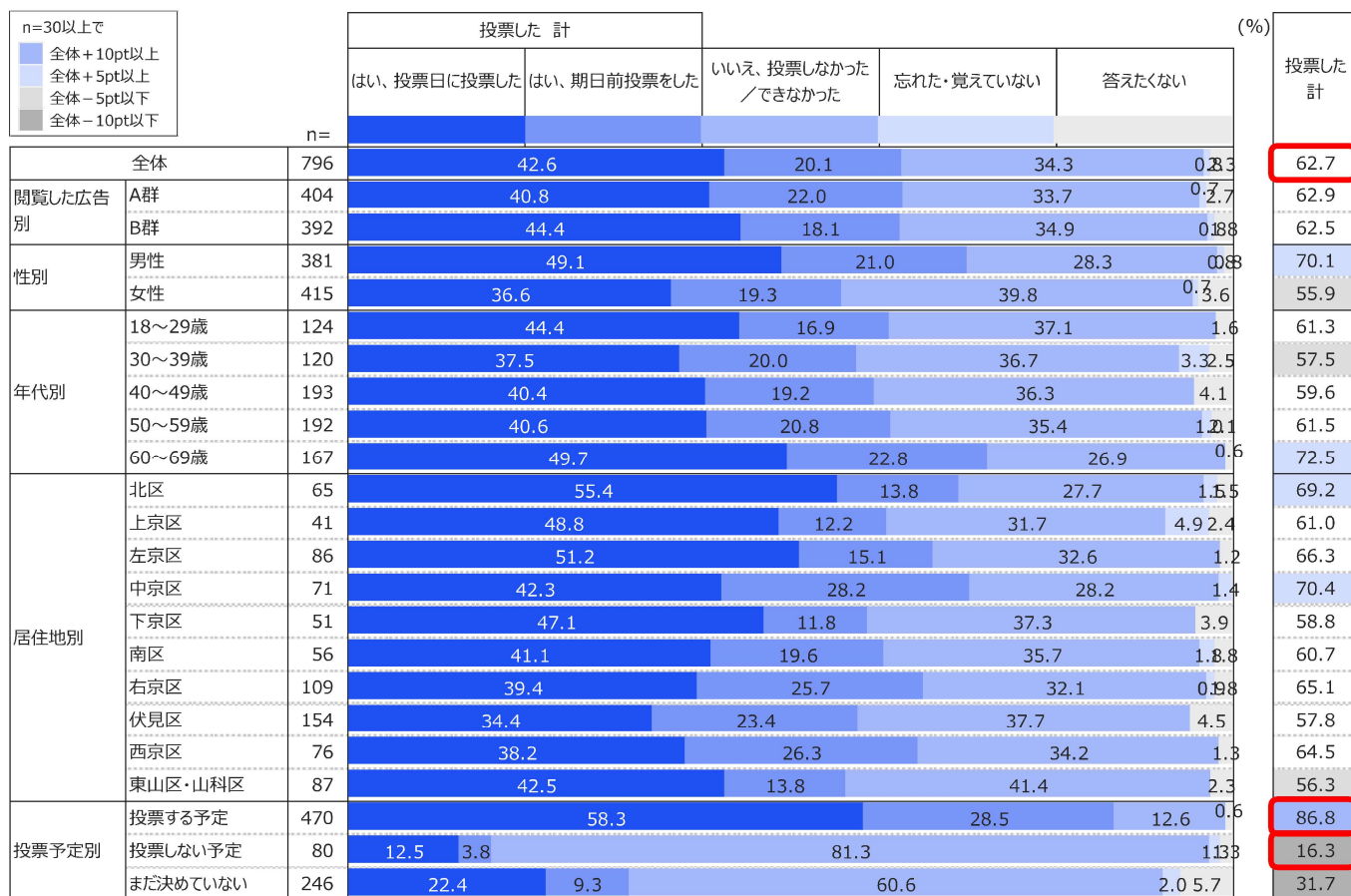
※全体の値を基準に降順並び替え

Q3 次にあげる行政サービスのうち、あなたが今後力を入れてほしいと感じているものについて、当てはまるものを3つまでお聞かせください。(MA)

投票状況

事後調査

- 投票状況は「投票した 計（投票日に投票した＋期日前投票をした）」が62.7%となっている。
- 閲覧した広告によって投票した層に差はない。
- 事前調査時に投票を予定していた人のうち86.8%が投票している。投票を予定していなかった人のうち16.3%が投票している。

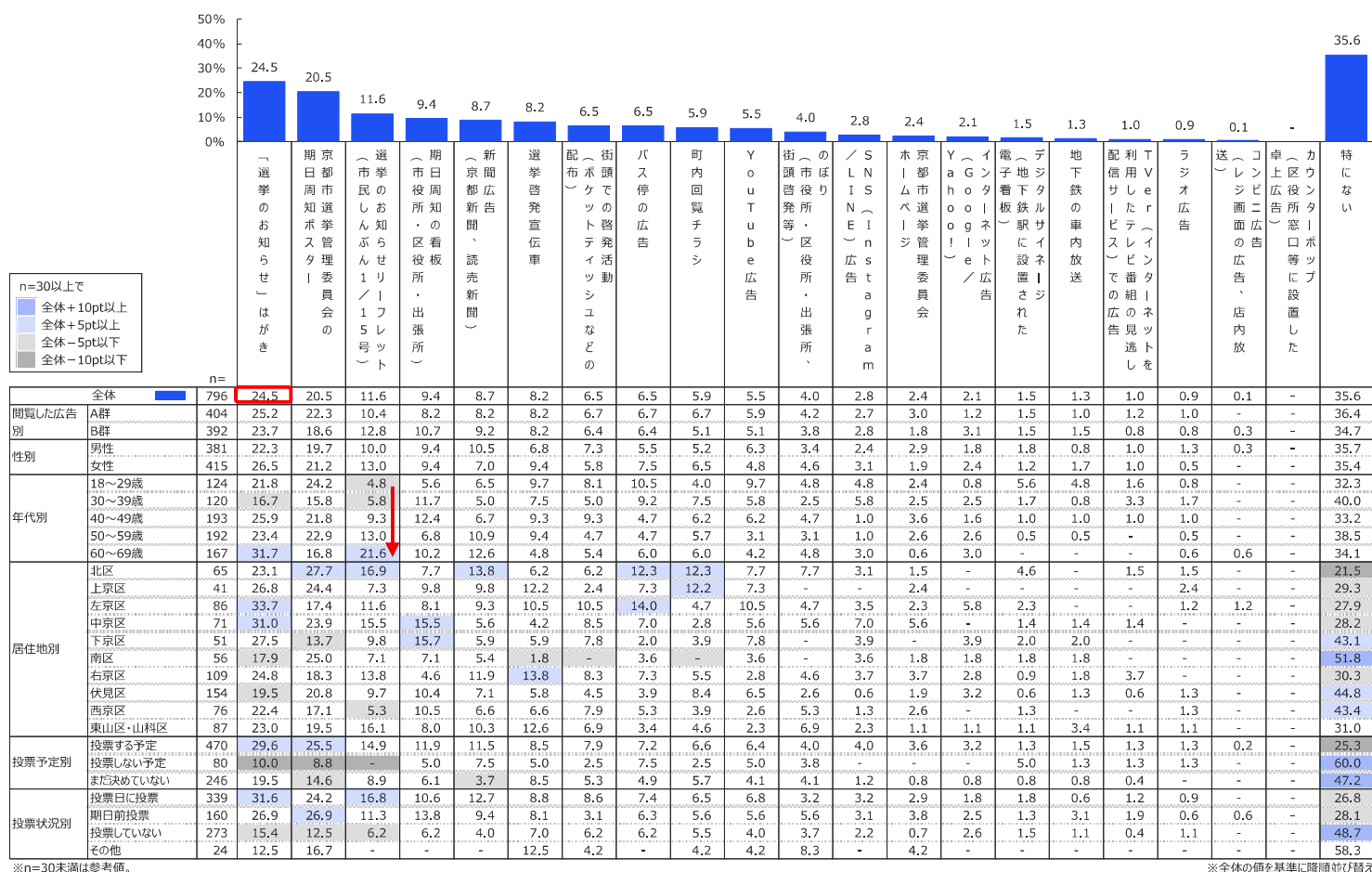


AQ1 あなたは、今回行われた京都市長選挙で投票したかどうかお聞かせください。(SA)

印象に残った広告

事後調査

- 印象に残った広告は、「選挙のお知らせはがき」が24.5%で最も高い。以下、「京都市選挙管理委員会の期日周知ポスター」が20.5%、「選挙のお知らせリーフレット（市民しんぶん1/15号）」が11.6%で続く。
- 高齢層ほど「選挙のお知らせリーフレット（市民しんぶん1/15号）」が高い。



※n=30未満は参考値。

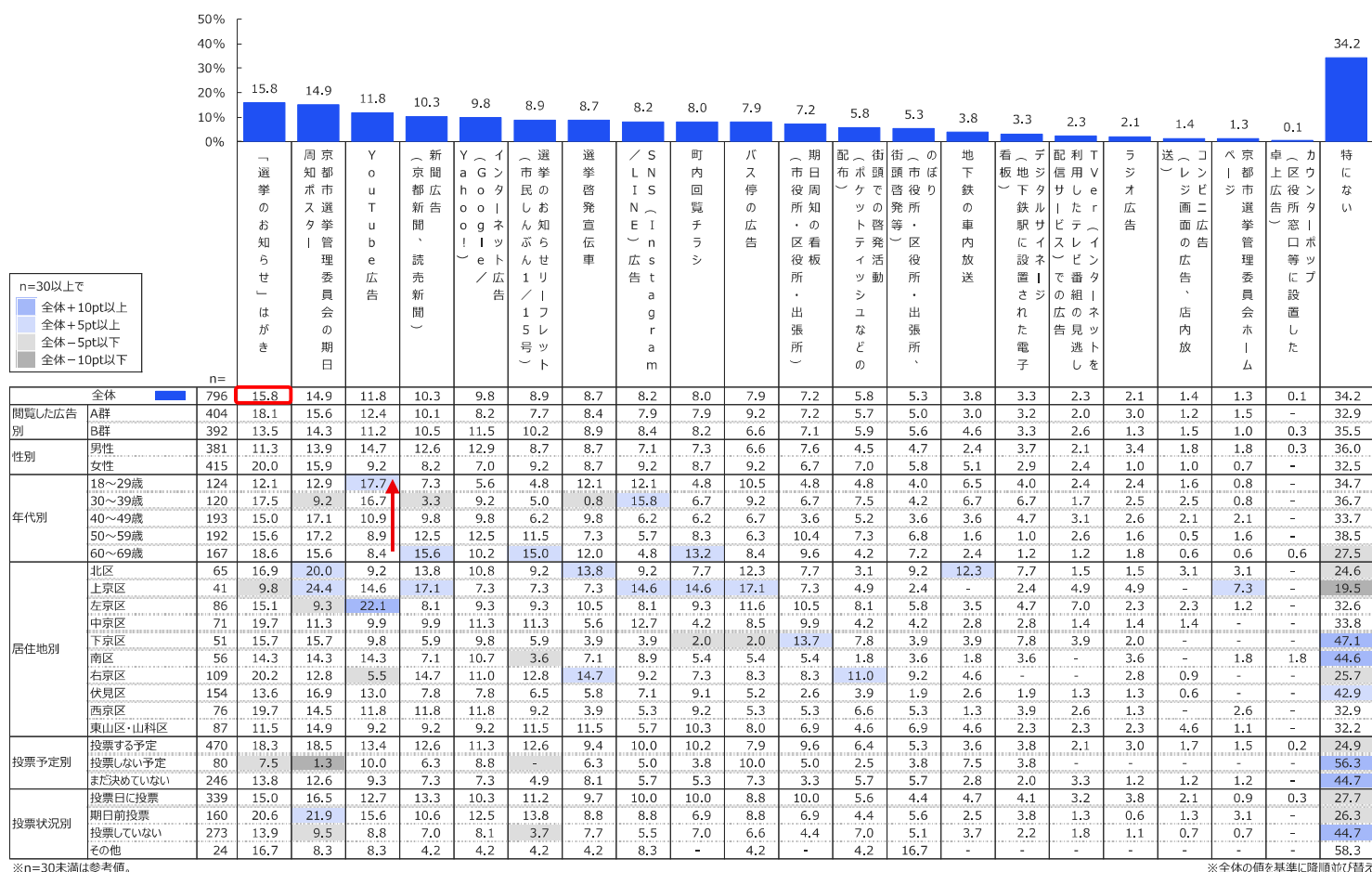
※全体の値を基準に降順並び替え

AQ2 京都市長選挙であなたが印象に残った広告や媒体について、当てはまるものを3つまでお聞かせください。(MA)

普段よく目にする広告

事後調査

- 普段よく目にする広告は、「選挙のお知らせはがき」が15.8%で最も高い。以下、「京都市選挙管理委員会の期日周知ポスター」が14.9%、「YouTube広告」が11.8%、「新聞広告（京都新聞、読売新聞）」が10.3%で続く。
- 若年層ほど「YouTube広告」が高い。

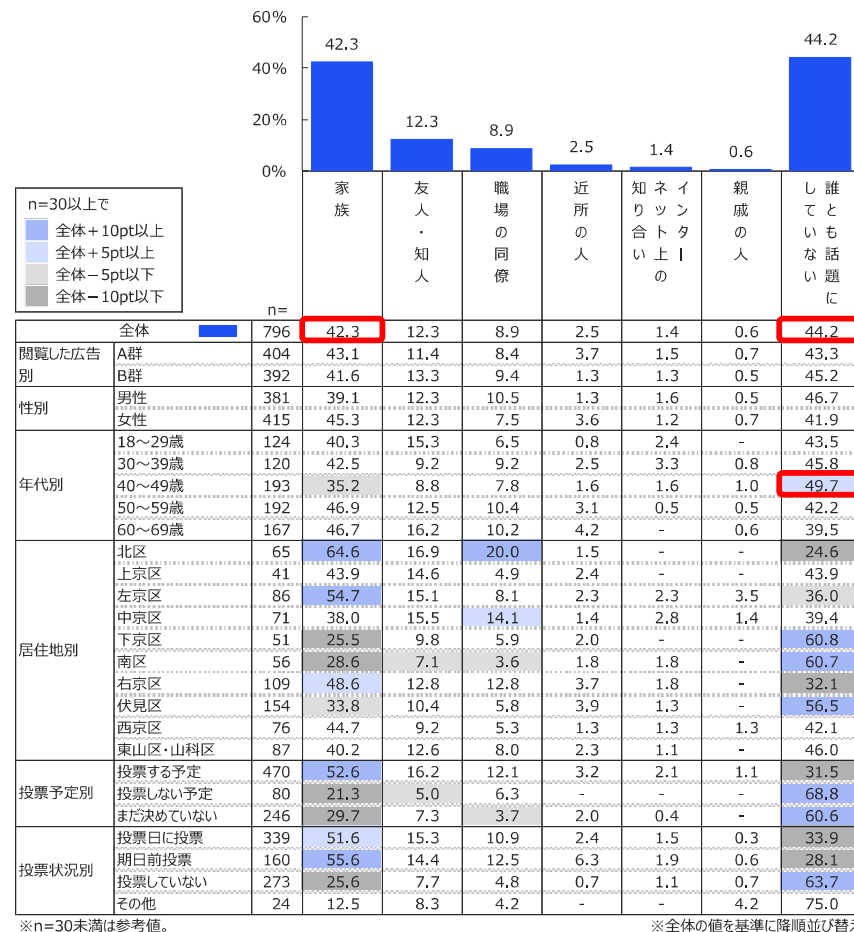


AQ3 今回の京都市長選挙とは別に、あなたがふだんよく目にしたり、印象に残ったりする広告や媒体について、当てはまるものを3つまでお聞かせください。(MA)

京都市長選挙について話題にした相手

事後調査

- 京都市長選挙について話題にした相手は、「家族」が42.3%で突出して高い。一方で「誰とも話題にしていない」も44.2%となっている。
- 閲覧した広告によって差はない。
- 40～49歳で「誰とも話題にしていない」が49.7%で他の年代より少し高い。



AQ4 今回の京都市長選挙について、次の人たちと話題になったことはありますか。当てはまる人をすべてお聞かせください。(MA)

居住年数

事後調査

- 居住年数は、「50年以上」が25.0%で最も高い。
- 上京区・中京区・北区で「10年未満」が1割半ばを超えている。

			(%)					
			10年未満	10～19年	20～29年	30～39年	40～49年	50年以上
n=								
閲覧した広告別	全体	796	11.3	12.2	18.0	16.1	17.5	25.0
	A群	404	11.4	13.6	18.1	16.6	17.1	23.3
性別	B群	392	11.2	10.7	17.9	15.6	17.9	26.8
	男性	381	9.4	10.8	17.1	17.1	18.1	27.6
年代別	女性	415	13.0	13.5	18.8	15.2	16.9	22.7
	18～29歳	124	29.0		12.9	58.1		
居住地別	30～39歳	120	20.0		20.8	8.3	50.8	
	40～49歳	193	6.2	19.2	13.0	12.4	49.2	
投票予定別	50～59歳	192	4.7	7.8	11.5	15.1	12.0	49.0
	60～69歳	167	5.4	2.4	8.4	8.4	12.6	62.9
投票状況別	北区	65	15.4	15.4	13.8	13.8	18.5	23.1
	上京区	41	17.1	12.2	14.6	14.6	24.4	17.1
投票状況別	左京区	86	14.0	11.6	20.9	10.5	20.9	22.1
	中京区	71	16.9	12.7	22.5	18.3	14.1	15.5
投票状況別	下京区	51	13.7	23.5	17.6	15.7	13.7	15.7
	南区	56	14.3	7.1	17.9	8.9	26.8	25.0
投票状況別	右京区	109	6.4	11.0	16.5	18.3	13.8	33.9
	伏見区	154	10.4	11.7	16.2	19.5	18.8	23.4
投票状況別	西京区	76	2.6	11.8	18.4	15.8	17.1	34.2
	東山区・山科区	87	10.3	9.2	20.7	18.4	11.5	29.9
投票状況別	投票する予定	470	10.2	12.3	17.4	15.5	17.7	26.8
	投票しない予定	80	17.5	11.3	22.5	18.8	15.0	15.0
投票状況別	まだ決めていない	246	11.4	12.2	17.5	16.3	17.9	24.8
	投票日に投票	339	10.3	12.7	18.3	15.3	15.6	27.7
投票状況別	期日前投票	160	9.4	10.6	21.3	14.4	19.4	25.0
	投票していない	273	13.2	12.5	16.1	16.8	18.7	22.7
投票状況別	その他	24	16.7	12.5	12.5	29.2	16.7	12.5

※n=30未満は参考値。

AQ4 あなたは京都市に何年くらいお住まいですか。断続的ににお住みになっているときは、他の都市でお住みになった期間を除き、京都市にお住まいの期間を合計してお答えください。／年(NU)