

「選挙に行った方がモテる」論の調査

選挙に行く人の方が、告白された回数が**15%多い**「しっかりした大人」という印象が「選挙に行く人の方がモテる」につながる可能性あり

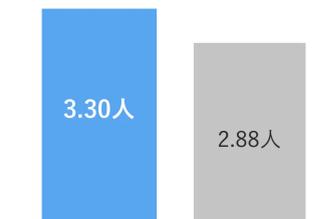
bondavi株式会社(神奈川県横浜市、代表取締役:戸田大介)は、日本の選挙における投票率低迷を背景に、投票率向上に資する事実を把握するため、「投票行動と交際関係」について調査を実施しました。主眼としたのは、特に問題が深刻な若年層にとって投票のモチベーションとなり得る「異性への魅力(モテ度)」と、投票行動の関係性。

結果として、「およそ5人に4人は、選挙に行く異性に好感を抱く」、選挙に行く人の方が「交際経験(交際したことのある人数)が約24%多い」「現在パートナーがいる割合が約6ポイント高い」など、「選挙に行った方がモテる」という結論を導くデータが数多く確認されました。また、選挙に行く異性に魅力を感じる理由として「責任感を感じる」「信頼できそう」などが挙げられ、「しっかりした大人」という印象が好感につながると考えられます。

集計結果

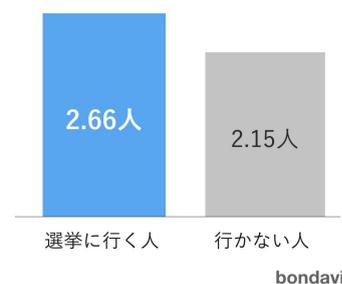
データ1. 選挙に行く人の方が、告白された回数が約15%多い

これまで告白された回数



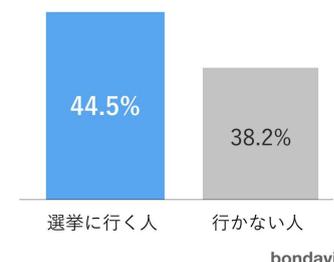
データ2. 選挙に行く人の方が、交際経験(交際したことのある人数)が約24%多い

これまでに交際したことのある人数



データ3. 選挙に行く人の方が、現在パートナーがいる割合が約6ポイント高い

現在、パートナー(配偶者 or 恋人)がいる人の割合



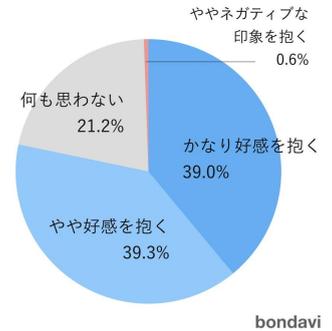
【本件に関するお問い合わせ】

bondavi株式会社 広報担当 森下りの Mail: pr@bondavi.jp

データ4. およそ5人に4人は、選挙に行く異性に好感を抱く

好感を抱く理由は「責任感を感じる」「しっかりしている印象」「知的な印象」などが挙げられた。また、「何も思わない」と回答した人について、「選挙に行くのは当然だから」との回答が目立ち、「選挙に行ってもプラスにはならないが、行かないとネガティブな印象となる」可能性が示唆された。

選挙に行っている異性に対してどう感じるか



「好感を抱く」と回答した人の声

- 適当に生きてないんだなあって感じるから(10代男性)
- 政治に関心を持っていて知的な印象を受けるから(10代女性)
- 自分のこと以外にも周りのこと、世間のことをちゃんと考えてそう(20代男性)
- しっかりしている印象、親に紹介できる(20代女性)
- 逆に、行かない人が嫌すぎるので、相対的に好感度が上がります(30代男性)
- 当然のことを当然にできる人だな、信頼できそうだな、と思うので。(30代女性)
- 当たり前前のことを当たり前前にはできるのは素直に素晴らしいから。(40代男性)
- 自分の意見を持っている人が好きなので。(40代女性)
- 傍観者になる事なく世の中を見ているのだなと思うから。(50代女性)

「何も思わない」と回答した人の声

- 行くのが当然なので...(10代女性)
- パートナーの自由なので(20代女性)
- 選挙に行っているからといって好感を抱きはしないが、逆に行かないことを知ったらややネガティブな印象を持ちます。(30代男性)
- 当然のことだと思うから。逆に行かない場合はネガティブな印象になる(40代女性)

関連情報

選挙に行く人が「行く理由」

【本件に関するお問い合わせ】

bondavi株式会社 広報担当 森下りの Mail: pr@bondavi.jp



- 自分の国の政治をよくするに唯一できることだから。(10代女性)
- 権利を行使せずに現状に不満を抱くだけの人にはなりたくないから。(20代男性)
- 以前は行く意味を感じていなかったが、社会に対して思うことが出てきてから必ず行くようになった(20代Xジェンダー)
- 一般国民が直接国会に意思表示できる唯一の機会だから。たとえ各党の議席が前回までと変化がなくとも、若年層のうちどのくらいの人が投票に行ったかを見て、議会での議論の方向も変わりうるだろうと考える。「結果」だけ見れば当然人口の多い高齢者層が支持する政策が繰り広げられるように思われるが、例えば20代・30代の投票率が例えば10%だけでも上がっただけで、かなり国の政策に変化は出るであろうと思う。それを担う一人として責任を持って投票している。(30代女性)
- 国民の義務として意思表示している。(40代男性)
- 時々の世情を見て、雰囲気であらぬ方向に流れぬよう、また、国民生活が正しく守られるようにという意思表示のため。(50代女性)

選挙に行かない人が「行かない理由」

- めんどくさい(10代女性)
- 何も変わらないと思うから 非生産的 自分に時間を使いたい(20代男性)
- 誰に投票するか決めて投票に行く時間が無い(20代女性)
- 投票に行くのが面倒。(30代男性)
- 面倒、行っても行かなくても結果(当選者)が変わらない(30代女性)

集計条件

回答者数 : 359人

集計期間 : 2023年4月3日 ~ 2023年4月4日

方法 : インターネット調査

考察 | 選挙に行く人の方がモテる理由は、「しっかりした大人」という印象

【本件に関するお問い合わせ】

bondavi株式会社 広報担当 森下りの Mail: pr@bondavi.jp



以上の結果より、「選挙に行く人の方が、異性に対する魅力が強い(モテる)」論を裏付けるデータが確認されました。何故、このような傾向があるのでしょうか。

まず、選挙に行く人に好感を感じる理由として、「責任感がある」「主体的に生きている」「信頼できそう」などが挙げられました。

また、ここで考慮しておきたい点があります。それは、投票権を持っている時点で、その人は法的に、自分で判断ができる「大人」とみなされているという点です。もしかすると、年齢の低い頃は「不良の方がカッコいい」という風潮が多少あるかもしれません。

しかし、多くの大人は「不良がかっこいい」などとは思いません。選挙権を持つ年齢に達した人が魅力を感じるのは、もっと大人な異性。責任感や主体性を持ち、信頼できる言動をとる、そんなしっかりした大人な異性こそに自然な好意を感じる。そのような傾向が、今回の結果となって現れたのではないのでしょうか。

本調査の背景 | 若者の立場で考えたら、「モテたい」に至る

日本は選挙での投票率が低いと言われており、特に若者の投票率低迷は深刻です。

詳しくは割愛しますが、これは一般的に、国を悪い方向へと追いやる要因と考えられており、解決策について議論されています。bondavi株式会社も、この問題を受けて「何か我々にできることはないか」と考えました。そして、「三日坊主を克服するアプリ」や「やる気がなくても勉強できるアプリ」などを作ってきた経験から学んだ鉄則「相手の立場で考える」を適用して考えてみました。

「自分が若者なら、何を求めているか」

「どうしたら、選挙に行きたくなるか」

すると、自然に浮かび上がってきたのは、「モテたい」という素直な感情。

ということは、「選挙に行くとモテる」という事実さえあれば、投票率が上がる可能性があります。そのような背景から実施した本調査。まさにそのような結果が確認され、本当に良かったと思います。

若者を含めた一人一人の意見が議会に届き、日本社会がより良いものとなることを切に願い、本調査結果を公開します。

<参考資料>

会社概要

元・広告代理店データアナリストの社長が創業したアプリ開発ベンチャー。

【本件に関するお問い合わせ】

bondavi株式会社 広報担当 森下りの Mail: pr@bondavi.jp



「特別じゃない毎日を豊かに」という理念のもと、日常が少し良くなるようなアプリの開発・運営を行っている。社長のこだわりから、広告掲載やアプリ内課金をおこなわず、「ユーザーの善意（寄付）」のみによる黒字化に挑戦中。有料プロモーションを一切せず、アプリの品質向上のみで現在500万ダウンロード数を突破。

bondavi株式会社代表：戸田大介の詳細プロフィールは[こちら](#)

HP: <https://bondavi.jp/> 1分でわかる会社紹介: <https://bondavi.jp/one-min>

主なアプリ 詳細は[こちら](#)

<p>継続する技術</p> 	<p>元・筋金入りの三日坊主が作った習慣化アプリ。App store平均評価、評価数、習慣化検索順位、全て1位の国内NO.1習慣化アプリ。このアプリで毎月約12000人が30日の習慣化に成功している。目標は一つ、かつ5分以内でできるものしか設定できないなど、三日坊主になるメカニズムを研究し、誰でも続けられるような仕様となっている。</p>
<p>集中</p> 	<p>人間の集中力を高め、効率よく作業ができる時間配分を行う時間管理術、ポロモードテクニックに基づいたアプリ。こまめに休憩を促し、効率良い集中力の維持をサポート。アプリ内アンケートでは90%以上が集中力向上を実感、1000時間達成したユーザーからは、国家資格や漫画家デビューなど多数の結果が届いている。また、近年注目が集まっているリスキリングの一環として、学校や法人向けの導入も加速している。</p>
<p>ひよこフィルター</p> 	<p>メンタルの弱い社長が作った、苦手な言葉をひよこに変えるアプリ。サファリ内で検索すると、苦手と設定した言葉は全てピヨピヨに置き換わる仕様。元々メンタルの弱い社長が自分のメールに使うため、PC用に開発された。スマホ版ひよこフィルターのリクエストが殺到したため、少しでもみなさんの日常がひよこフィルターによって豊かになればという思いからスマホ版も2021年8月に開発、公開された。</p>

主なメディア掲載歴

news zero、めざましどようび、THE TIME、す・またん！（読売テレビ）、nicola、Tarzan日経WOMEN、まいにちdoda、FMヨコハマ、FM cocolo、News Crush、Yahoo!ニュース、ライフハッカー、ICT教育ニュース、NewsPicks、STUDAY HACKER、@DIME、マイナビウーマン、スマートニュース、デイリースポーツOnline、よるず〜ニュースなど
詳細は[こちら](#)

ご取材可能なこと

- ①習慣化に関すること
 - ・データ分析に基づいた人が継続できない理由や継続するためのコツについて
 - ・継続できるようになるデザイン設計や、アプリの節々に込められた思い
- ②集中に関すること
 - ・集中力を最大化するための、データ分析に基づくデザイン設計について
 - ・やる気やモチベーションを維持するために必要なこと
- ③国内No..1アプリへと成長するまでの開発秘話
- ④社長が広告やアプリ内課金は一切行わずユーザーファーストを貫く信念
- ⑤無駄機能という新しいビジネスモデルについて

【本件に関するお問い合わせ】

bondavi株式会社 広報担当 森下りの Mail: pr@bondavi.jp