



PRODUCED BY Leverages

若者が選挙に行く理由、
フリーターは「慣習」、正社員は「義務感」から

若者の選挙に関する実態調査



レバレッジズ株式会社が運営するフリーター・既卒・第二新卒向け就職支援サービス ハタラクティブ(<https://hataractive.jp/>)は今年で第7弾となる「若者しごと白書2025」をリリースしました。本リリースでは、「若者しごと白書」に掲載している選挙に関する項目の中から、雇用形態などの属性別に比較した調査結果の一部を抜粋し、ご紹介いたします。

白書全文はこちらよりダウンロードが可能です。

<https://hataractive.jp/partner/whitepaper/youthwork2025/>

<調査サマリー>

1. 若者の投票経験に20pt以上の差、雇用形態・学歴で大きな違い
2. 若者が選挙に行く理由、フリーターは「慣習」、正社員は「義務感」から
3. 政府への無関心層、高卒フリーターは大卒正社員の約2.2倍の差に

1.若者の投票経験に20pt以上の差、雇用形態・学歴で大きな違い

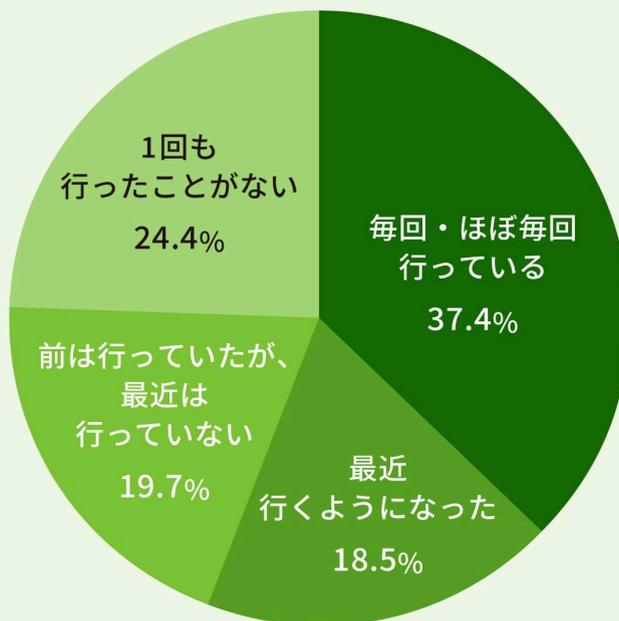
投票に行く頻度について調査したところ、約4割が「毎回・ほぼ毎回行っている」と回答しました。「1回も行ったことがない(24.4%)」と回答した人は2割程度となり、若者の7割以上は1度でも選挙に行ったことがあることが明らかになりました。

一方で、継続的に投票に足を運ぶ層と、そうでない層に二極化する傾向も見られます。こうした分断をいかに埋めていくかが、今後の投票率向上に向けた重要な課題といえるでしょう。

雇用形態・学歴別に投票習慣を比較すると、「毎回・ほぼ毎回行っている」と回答した人の割合は高卒フリーターでは26.8%にとどまる一方で、大卒正社員では47.6%と、20pt以上の差が見られました。

この結果から、正社員の方がフリーターよりも、また、大卒の方が高卒よりも、継続的に投票に行く傾向が強いことがわかります。

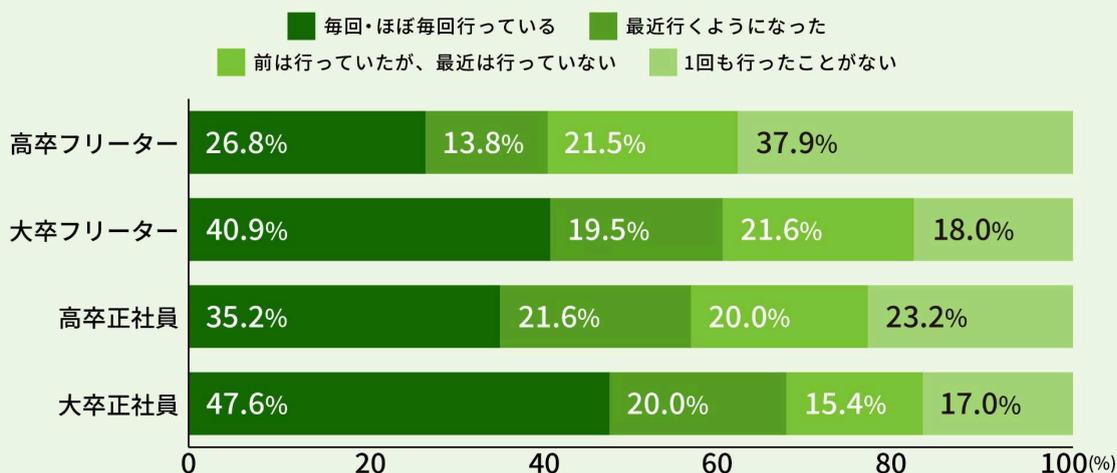
投票に行く頻度



ハラクティブ
PRODUCED BY Leverages

※回答数：2000人

投票に行く頻度【雇用形態・学歴別】



ハラクティブ
PRODUCED BY Leverages

※回答数：フリーター 1,000人、正社員 1,000人

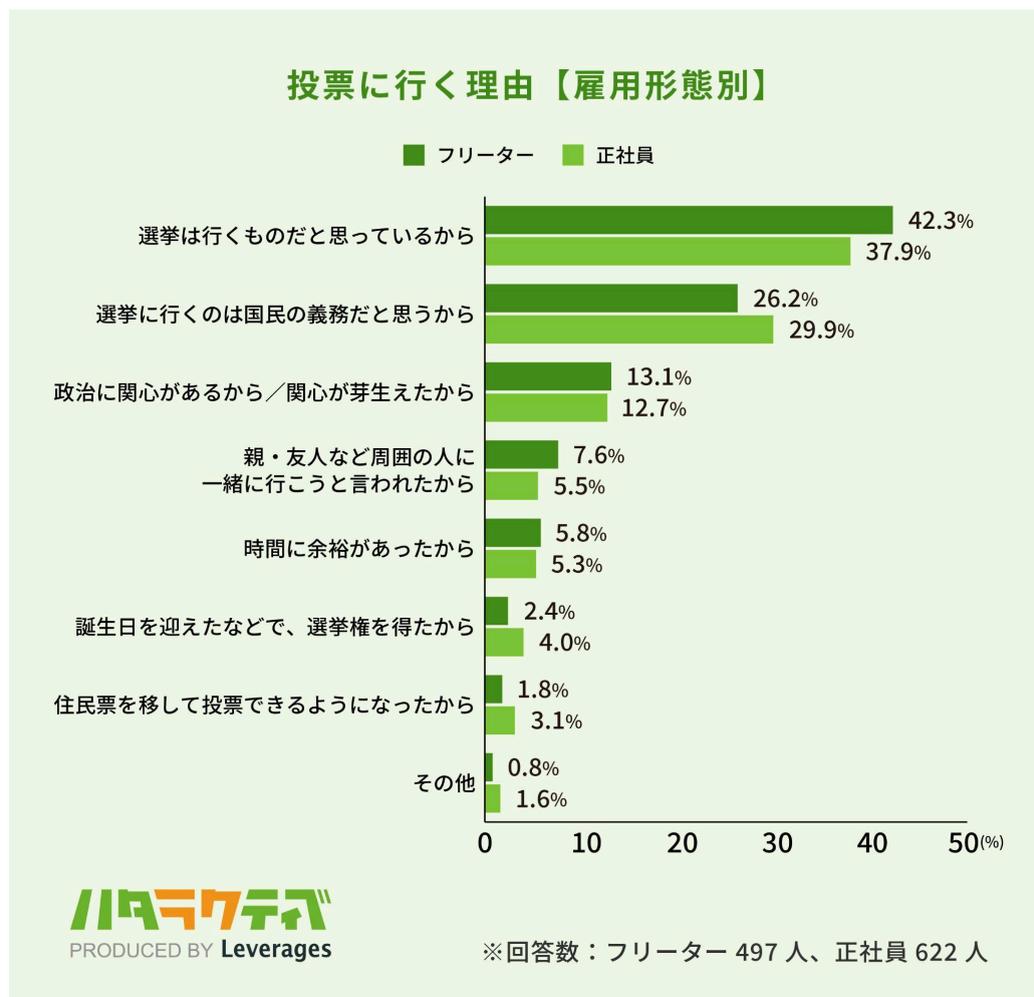
2.若者が選挙に行く理由、フリーターは「慣習」、正社員は「義務感」から

投票に行く理由について尋ねたところ、フリーター・正社員共に最も多かったのは「投票は行くものだと思っているから」、次いで「投票に行くのは国民の義務だと思うから」でした。

雇用形態別では「選挙は行くものだと思っているから」と回答した割合はフリーターの方が正社員よりも4ptほど高く、投票行動を慣習として捉えている傾向が伺えます。

「親・友人など周囲の人に一緒に行こうと言われたから(7.6%)」と回答した割合も、フリーターの方が正社員(5.5%)よりも高く、周囲の人間関係が投票行動に影響する度合いも相対的に大きいことが考えられます。

一方で、「国民の義務だから」と回答した割合は、正社員の方が高く、正社員の方がより義務感に基づいて投票している傾向が見られました。「選挙権を得たから」や「住民票を移したから」といったライフイベントや手続きに関連する理由も、正社員の方が高い割合を示しており、選挙権の獲得を「義務を果たす機会」として捉える意識が投票行動に結びついている可能性があります。



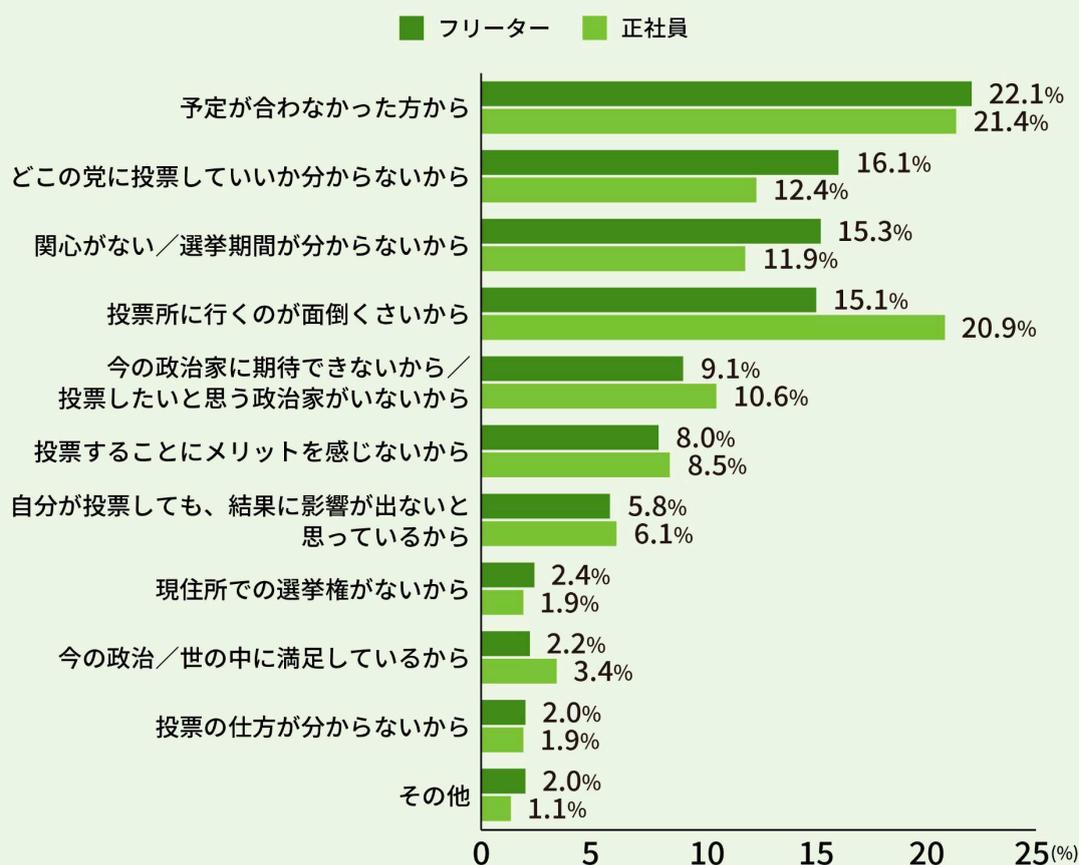
投票に行かない理由として、フリーター・正社員共に「予定が合わなかったから」が最も多く、次いで「どこの党に投票していいかわからないから」「関心がない／選挙期間がわからないから」と続きます。

期日前投票など期日外にも投票できる仕組みはあるものの、他の予定よりも投票の優先度が低くなっており、投票の重要性を十分に感じていない層が一定数存在していると言えるでしょう。

雇用形態別で差が大きい理由を見ると、フリーターは正社員よりも「関心がない／選挙期間がわからないから」と感じており、正社員はフリーターよりも「今の政治家に期待できないから／投票したいと思う政治家がないから」「投票することにメリットを感じないから」と考えているようです。

フリーターは政治への関心が低いのに対し、正社員は政治への不信感や諦め、情報選択の難しさを感じている状況にあることが見受けられます。

投票に行かない理由【雇用形態別】



3.政府への無関心層、高卒フリーターは大卒正社員の約2.2倍の差に

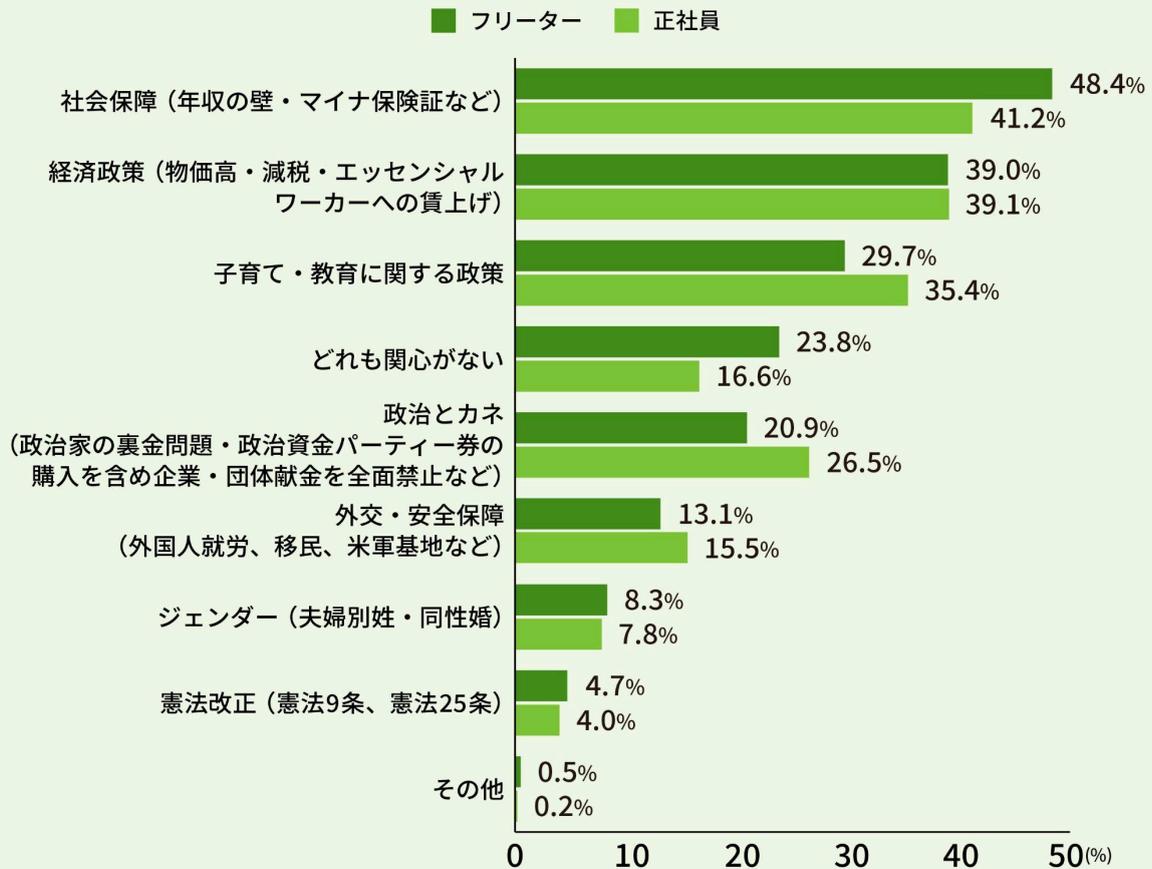
関心がある政策について調査したところ、フリーター・正社員共に「社会保障」への関心が最も高く、次いで「経済政策」「子育て・教育に関する政策」と続きました。

全体を通して、フリーターと正社員の間で関心の高さに大きな差は見られませんでした。しかし、「子育て・教育に関する政策」「政治とカネ」については、正社員のほうがフリーターより関心が高い傾向が見受けられます。

政治や政策に対して「どれも関心がない」と回答した人は、フリーター・正社員ともに一定数見られたものの、フリーターの方がその割合は7.2pt高い結果となりました。最終学歴を加味して分析すると、「どれも関心がない」と回答した割合は、大卒の正社員に対して高卒のフリーターでは約2.2倍の差が見られ、若年層全体を見ても、学歴や雇用形態といった属性によって、政治や政策への関心にばらつきがあることが分かりました。

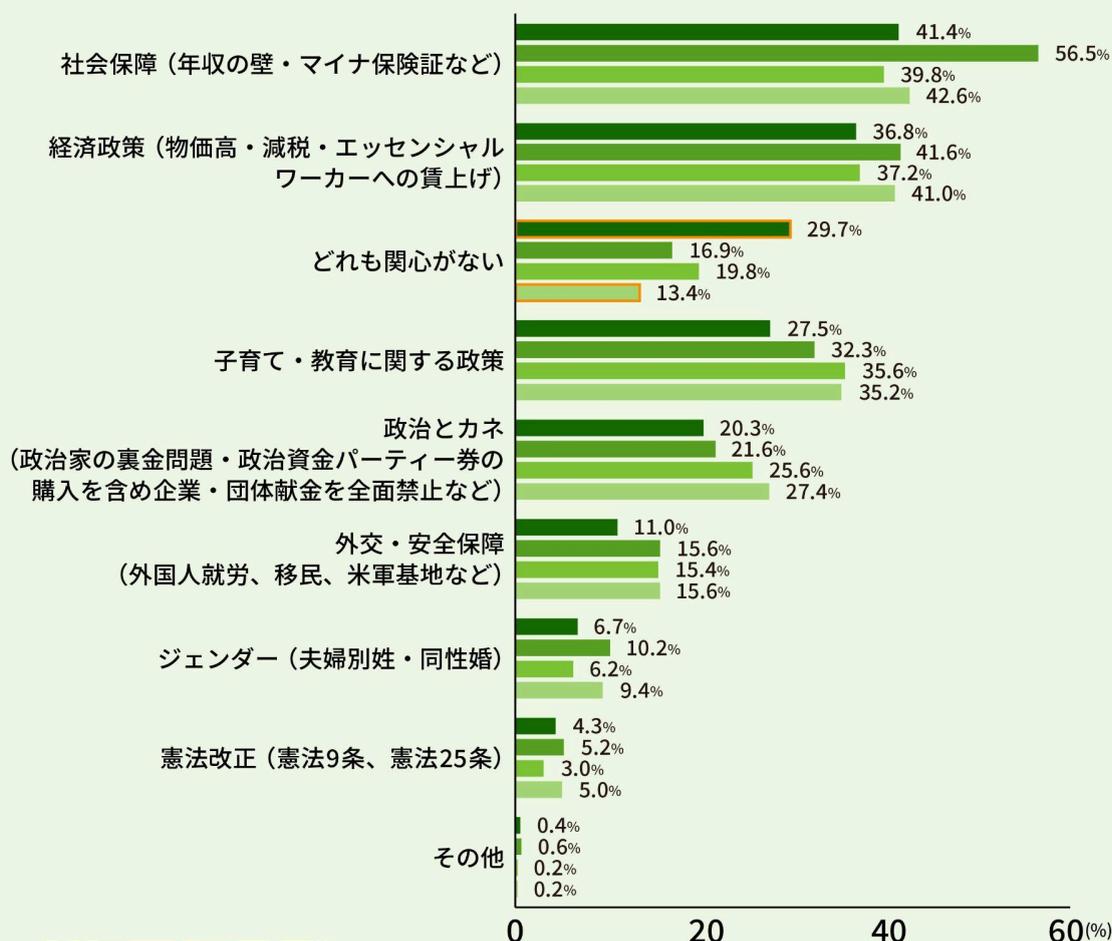
関心を持つ政策には共通点が多い一方で、最終学歴・雇用形態別による関心の度合いや優先順位に差異が生じていることがうかがえます。

関心のある政策【雇用形態別】（3つまで）



関心のある政策【最終学歴・雇用形態別】（3つまで）

■ 高卒フリーター ■ 大卒フリーター ■ 高卒正社員 ■ 大卒正社員



ハラクティブ
PRODUCED BY Leverages

※回答数：高卒フリーター 538 人、高卒正社員 462 人
高卒・大卒正社員各 500 人

まとめ

選挙の度に若年層の投票率が注目される中、今回の調査では、若者の7割以上が少なくとも1回は投票に行った経験を持つことが明らかになりました。

投票の動機として、「選挙は行くものだと思っている」「国民の義務だと思う」といった慣習や規範意識が上位を占めており、必ずしも具体的な政策への関心が選挙に行く主な動機とはなっていないようです。

中でも、フリーターは「慣習」や「周囲からの誘い」が、正社員は「義務感」や「ライフイベント」が、それぞれ投票行動のきっかけとして相対的に強く作用している点に違いが見られました。

関心のある政策については、「社会保障」「経済政策」「子育て・教育政策」など生活に直結する分野への関心が高く、雇用形態に関わらず、若者が自身の生活基盤に関わる政策動向を注視している様子が伺えます。

一方で、正社員の方が「子育て・教育政策」や「政治とカネ」への関心がやや高い傾向があり、高卒フリーターでは約3人に1人が「どれも関心がない」と回答していることも特徴的です。

学歴や働き方の違いによって、日々直面する関心事や将来への見通しが異なることは、政治参加への意識や関心分野にも影響を及ぼしているのかもしれませんが。

<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・転載時には、必ず「ハタラクティブ 若者しごと白書2025」を明記ください。

<調査概要> 若者しごと白書2025

調査目的: 18歳~29歳のフリーター・正社員の働き方・キャリア観の把握

調査期間: 2024/11/11~2024/11/20

調査方法: インターネット調査

実査委託先: 楽天インサイト株式会社

調査対象: 18歳~29歳 男女

2024年11月時点で満18歳~29歳のフリーター、正社員男女

集計対象: 2,000人

発行年: 2025年2月

<集計対象(2,000人)内訳>

高卒フリーター 男性:101人

高卒フリーター 女性:437人

高卒正社員 男性:250人

高卒正社員 女性:250人

大卒フリーター 男性:110人

大卒フリーター 女性:352人

大卒正社員 男性:250人

大卒正社員 女性:250人

ハタラクティブ (<https://hataractive.jp/>)

ハタラクティブは、フリーターや既卒など正社員未経験の方や経験の浅い第二新卒向けの就職・転職支援サービスです。サービス登録者数は67万人※を超え、「仕事探しに“あなた”の正解を」というスローガンのもと、採用基準にマッチした求人を紹介するだけでなく、個々人にとって最適な支援を提供することに重点を置き、サービスを展開しております。※2024年4月時点

ハタラクティブ プラス (<https://hataractive-plus.jp/>)

「ハタラクティブ」が運営する、就職・転職のお役立ちメディア。若年層のキャリア形成を1人でも多く後押ししたいという想いから、主にフリーター・第二新卒・既卒の方の仕事探しに役立つ情報を発信しています。

Leverages Group (<https://leverages.jp/>)

本社所在地: 東京都渋谷区渋谷二丁目24-12 渋谷スクランブルスクエア24F/25F

代表取締役: 岩槻 知秀

資本金 : 5,000万円

設立 : 2005年4月

事業内容 : 自社メディア事業、人材関連事業、システムエンジニアリング事業、システムコンサルティング事業、M&Aアドバイザー事業、DX事業、メディカル関連事業、教育関連事業

社会の課題を解決し関係者全員の幸福を追求し続けることをミッションに、インターネットメディア・人材・システムエンジニアリング・M&A・不動産の領域で国や業界をまたいだ問題解決を行なっています。2005年の創業以来、黒字経営を継続し、2023年度は年商1149億を突破しました。各分野のスペシャリストが集うオールインハウスの組織構成と、業界を絞らないポートフォリオ経営で、時代を代表するグローバル企業を目指します。

本リリースに関する報道関係のお問い合わせ
レバレッジズ株式会社 広報部
TEL: 03-5774-2900 MAIL: pr@leverages.jp