

# 自民党の敗北と SNS の勝利

## ●投票率が上がれば国民民主党が第1党になったかも

2024年10月の衆議院議員総選挙で、自民党が敗北した。その大きな理由は裏金問題だろうが、国民民主党の「国民の懐を増やす」「103万円の壁をなくす」あるいはれいわ新撰組の「消費税廃止」などの直接的な経済的提案が物価高に苦しむ国民に響いたことがあるのは言うまでもない。

そこで選挙結果を分析すべく、「第5消費調査」では衆議院議員総選挙比例区でどこに投票したかも質問した。結果は概ね予想通りであるが、一般国民がその予想を数字で裏付けることはできないので、本章ではそこを具体的に書く。

まず投票結果を見ると、国民民主党が17%で最多だった。これは選挙時の放送局の出口調査よりもかなり多いので、実態とは異なると思うが、サンプルの年齢が20-54歳と若く大都市居住者が多かったことが影響したのだろう。県別に見ると国民民主党への投票率は東京都では26%だった。ちなみに維新は大阪府では24%であり、全国の6%より非常に多い。

ちなみに「どこに投票したか忘れた」人も8%いる。浮動票というのはそういうものなのだろう。

図表 6-1 2024 年 10 月の衆議院選挙比例区でどの政党に投票したか 20  
-54 歳男女

	合計	東京都	大阪府
n	1750	237	118
自由民主党	14.3%	15.2%	13.6%
公明党	2.2%	3.0%	2.5%
立憲民主党	11.0%	9.3%	5.1%
国民民主党	16.8%	25.7%	12.7%
日本維新の会	5.7%	5.5%	23.7%
れいわ新選組	3.9%	4.2%	2.5%
日本共産党	2.3%	3.0%	5.1%
その他の政党	3.5%	4.6%	3.4%
どこに投票したか忘れた	8.1%	7.6%	5.1%
投票しなかった	32.1%	21.9%	26.3%

資料：カルチャースタディーズ研究所「第五消費調査第 2 回」2025 年 1 月

## ●就職氷河期最悪世代から投票先政党が変化

男女5歳別の割合は以下である。国民民主党への投票者は30-50代男性と30-34歳女性の割合が多かった（スペースの都合で「投票しなかった」「どこに投票したか忘れた」は除く。以下同）。最近NHKを辞めて国民民主党から立候補することを決めた39歳の女性アナウンサーがいたが、こうした現象をこのアンケートはある程度裏付けている。

図表6-2 2024年参院選・男女5歳別政党投票率

	合計	自民	公明	立憲	国民	維新	れいわ	共産	その他
合計	1750	14.3%	2.2%	11.0%	16.8%	5.7%	3.9%	2.3%	3.5%
男性 20-24歳	113	11.5%	1.8%	8.8%	21.2%	5.3%	2.7%	4.4%	4.4%
男性 25-29歳	102	14.7%	2.0%	6.9%	15.7%	6.9%	2.0%	2.9%	2.9%
男性 30-34歳	116	19.0%	1.7%	13.8%	22.4%	1.7%	3.4%	0.9%	1.7%
男性 35-39歳	100	15.0%	2.0%	13.0%	25.0%	10.0%	5.0%	4.0%	2.0%
男性 40-44歳	148	23.0%	2.0%	8.8%	20.9%	4.7%	8.8%	2.7%	2.0%
男性 45-49歳	157	20.4%	1.3%	10.2%	21.7%	5.7%	4.5%	2.5%	3.8%
男性 50-54歳	140	17.9%	2.9%	17.9%	20.7%	10.7%	4.3%	1.4%	6.4%
女性 20-24歳	116	6.0%	1.7%	9.5%	6.0%	5.2%	3.4%	1.7%	2.6%
女性 25-29歳	78	10.3%	1.3%	6.4%	11.5%	2.6%	1.3%	2.6%	1.3%
女性 30-34歳	133	6.8%	0.8%	6.0%	20.3%	6.8%	4.5%	0.0%	2.3%
女性 35-39歳	119	9.2%	3.4%	8.4%	14.3%	5.0%	5.0%	0.8%	2.5%
女性 40-44歳	130	16.2%	5.4%	8.5%	6.2%	5.4%	1.5%	1.5%	6.2%
女性 45-49歳	154	13.0%	1.9%	9.1%	19.5%	2.6%	3.2%	3.2%	5.2%
女性 50-54歳	144	13.2%	2.8%	23.6%	7.6%	6.3%	2.8%	4.2%	4.2%

資料：カルチャースタディーズ研究所「第五消費調査第2回」2025年1月

## ●投票政党別の階層意識と物質志向

以下では投票政党別に集計をする。投票政党別の階層意識は、れいわは「下」が68%と最も多く、経済的に苦しい国民の支持が厚いことがわかる。

共産党は「上」がいちばん多く、次いで立憲民主党で「上」が多い。高学歴支持者が多いためだと思われる。以下、自民党、維新、国民民主党と続く。

「心重視」「やや心重視」の合計が一番多いのは立憲民主党である。ついでれいわ、自民、その他と続く。

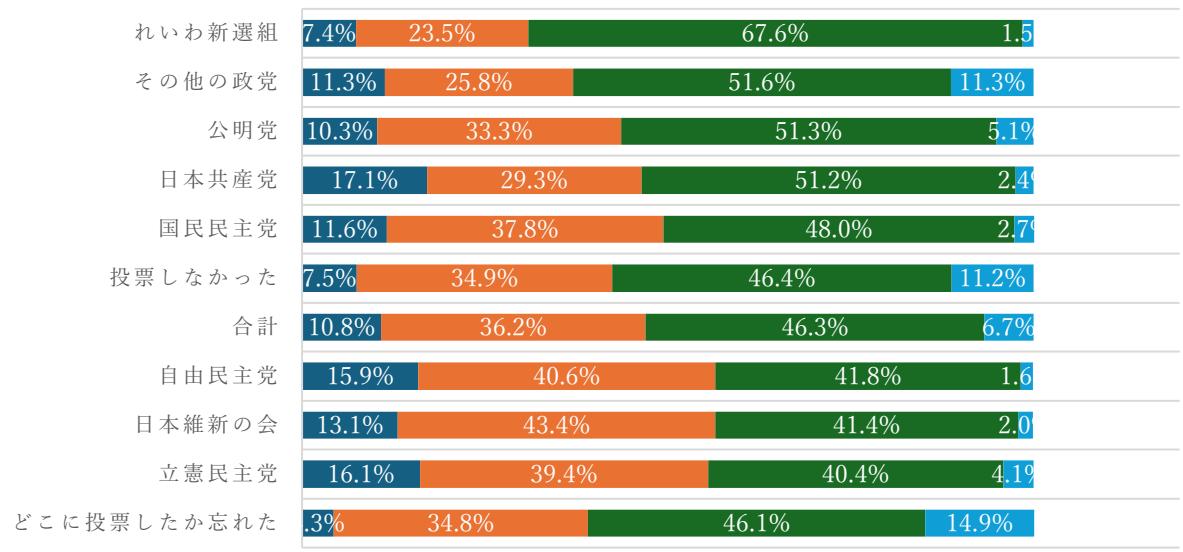
「物重視」「やや物重視」の合計が多いのは、「投票しなかった」「公明党」「共産党」である。

れいわは、階層意識が低いが「心重視」が多いので、所得の上昇は求めているが贅沢を望むのではなく、最低限の物質的基盤を用意してくれれば、心豊かに暮らしていきたいという価値観の人たちに支持されていると言える。

共産党は、階層意識が高いが「心重視」が少ない。投票者自身は物質的にさほど困っている人たちだとは思えないでの、「心重視」が多くてよいはずだ。だが唯物論的イデオロギーの立場から「物重視」と考えている可能性がある。

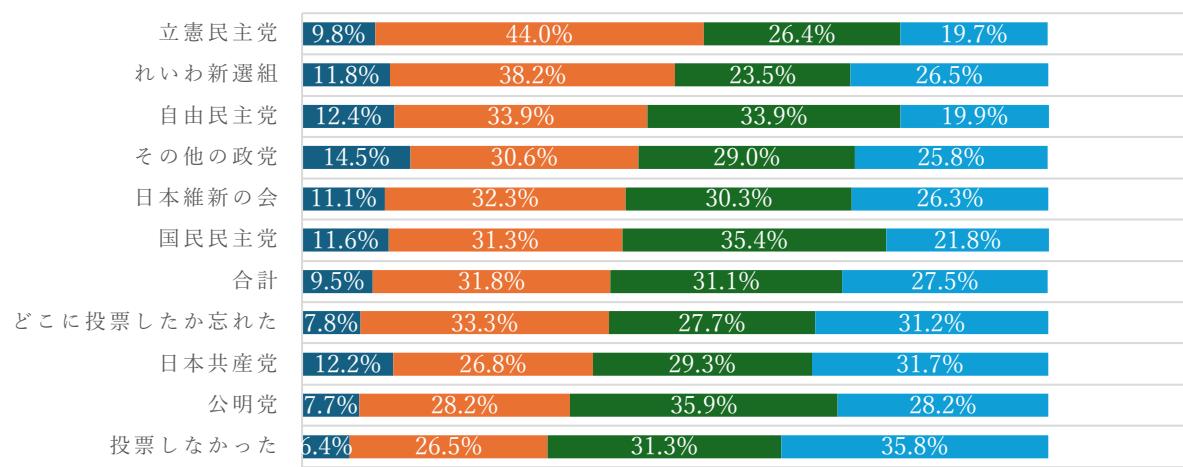
図表6-3 投票政党別・階層意識  
「下」が多い順

■上 ■中 ■下 ■わからない



図表6-4 投票政党別・心か物か  
「心重視」「やや心重視」の合計が多い順

■心重視 ■やや心重視 ■やや物重視 ■物重視



資料：カルチャースタディーズ研究所「第五消費調査第2回」2025年1月

## ●選挙は youtube の時代

今回の選挙では SNS の力が大きな影響を与えたと言われた。そこで「あなたは日頃、政治、経済、社会についての情報や物の見方を何から得ますか」という質問をした（複数回答）。

結果は 1 位がテレビで 55%、2 位が SNS 以外のインターネット情報で 33%、4 位が youtube で 32% だった。新聞は 17% と少ない。

だが youtube などがなかったらどうかと考えると、テレビ 80%、新聞 40% だったかもしれないのだから、最近の変化は巨大である。

投票政党別に情報源の割合を見ると、自民、公明、立憲民主党はテレビや新聞が多い。

国民民主党は youtube、X、SNS 以外のインターネット情報が他党より多い。テレビと新聞の割合は少ない。

また国民民主党と維新は会社の上司・先輩・同僚なども多めである。

その他の政党も youtube が 60%、X が 52%、INSTAGRAM が 19% と、SNS の割合が最も多い。マンガ・アニメも 8% いる。テレビと新聞は少ない。そしてなぜか家族が 36% を占める。

東京都知事選で 2 位になった石丸伸二も SNS 戦略が功を奏したと言われるが、おそらく「その他の政党」と同じような傾向があったと思われる。

図表 6-5 投票政党別・情報源 国民民主党で多い順

	合計	自民	公明	立憲	国民	維新	れいわ	共産	その他
N	1,750	251	39	193	294	99	68	41	62
テレビ	55.1%	64.9%	74.4%	71.5%	54.1%	63.6%	60.3%	58.5%	53.2%
X(twitter)	32.6%	33.1%	30.8%	22.3%	49.7%	34.3%	41.2%	34.1%	51.6%
YouTube	31.7%	40.6%	33.3%	25.9%	46.3%	32.3%	48.5%	26.8%	59.7%
上記ではないインターネット上の情報	32.9%	37.1%	23.1%	42.5%	42.5%	32.3%	30.9%	41.5%	40.3%
新聞	17.4%	25.5%	17.9%	29.0%	18.7%	25.3%	29.4%	26.8%	16.1%
家族	15.9%	19.5%	20.5%	17.1%	17.7%	14.1%	14.7%	22.0%	35.5%
LINE	16.2%	22.3%	28.2%	16.6%	17.0%	20.2%	8.8%	14.6%	17.7%
友人や知人	10.9%	14.3%	10.3%	12.4%	12.9%	17.2%	17.6%	9.8%	12.9%
Instagram	10.7%	13.5%	12.8%	9.3%	9.9%	11.1%	11.8%	7.3%	19.4%
会社の上司・先輩・同僚など	5.3%	6.4%	2.6%	5.7%	8.2%	10.1%	7.4%	2.4%	4.8%
特がない	14.9%	6.4%	12.8%	3.6%	6.5%	6.1%	4.4%	4.9%	3.2%
TikTok	6.3%	6.0%	10.3%	5.7%	6.1%	8.1%	14.7%	4.9%	3.2%
特定の有名人	3.7%	5.2%	7.7%	2.6%	6.1%	6.1%	4.4%	4.9%	6.5%
Facebook	3.9%	6.4%	7.7%	4.7%	5.4%	8.1%	2.9%	4.9%	6.5%
書籍	4.5%	8.0%	7.7%	5.7%	5.4%	5.1%	14.7%	2.4%	9.7%
マンガ・アニメ	4.5%	6.4%	7.7%	4.1%	4.4%	3.0%	7.4%	0.0%	8.1%
その他	1.0%	0.8%	2.6%	3.1%	0.7%	1.0%	0.0%	0.0%	3.2%
学校などの教師	0.7%	1.6%	0.0%	1.6%	0.3%	2.0%	0.0%	0.0%	1.6%

資料：カルチャースタディーズ研究所「第五消費調査第2回」2025年1月

### ●今すぐメリットのある政策に期待

また「あなたは今後の政治について何を期待しますか」という質問への回答（複数回答）を投票政党別に集計すると、国民民主党は「所得税や消費税を安くする」「給料を増やす」「現在払う年金や健康保険料を安くする」が他党への投票者より多い。

立憲民主党と共産党は「災害への対応を十分に行う」「これからも絶対に戦争をしない・戦争に巻き込まれないようにする」が多く、つまり今現在すぐに欲しい政策ではない。ただし立憲は「学費・教育費・資格取得費用を安くする（ただにする）・奨学金をもらいやすくする（返済しやすくする）」も多い。

その他の政党への投票者は「新しいタイプの政治家の登場」が26%と最も多い。やはり石丸支持者と共通していると思われる。

図表6-7 投票政党別・政治への期待～国民民主党で多い順

	合計	自民	公明	立憲	国民	維新	れいわ	共産	その他
N	1750	251	39	193	294	99	68	41	62
所得税や消費税を安くする	53.5%	42.6%	53.8%	56.5%	70.7%	56.6%	55.9%	63.4%	69.4%
給料を増やす	50.9%	53.0%	64.1%	52.3%	57.5%	51.5%	47.1%	56.1%	38.7%
物価を下げる・食費を安くする	48.3%	37.1%	61.5%	53.4%	53.4%	51.5%	54.4%	51.2%	46.8%
現在払う年金や健康保険料を安くする	34.0%	30.7%	38.5%	41.5%	41.2%	30.3%	36.8%	31.7%	40.3%
災害への対応を十分に行う	31.5%	33.5%	35.9%	46.1%	34.0%	29.3%	33.8%	51.2%	37.1%
将来年金をもっとたくさんもらえるようにする	33.8%	36.3%	33.3%	35.8%	31.3%	37.4%	38.2%	34.1%	40.3%

これからも絶対に戦争をしない・戦争に巻き込まれないようにする	28.9%	27.1%	38.5%	42.0%	24.8%	23.2%	36.8%	48.8%	41.9%
学費・教育費・資格取得費用を安くする(ただにする)・奨学金をもらいやすくする(返済しやすくする)	18.5%	16.3%	23.1%	25.4%	21.1%	19.2%	25.0%	22.0%	16.1%
非正規雇用や自由業・自営業でも安心して働けるような支援をする	19.6%	16.7%	28.2%	23.8%	21.1%	20.2%	29.4%	24.4%	21.0%
子どものいる家庭を経済的に支援する	18.5%	18.3%	25.6%	27.5%	20.4%	17.2%	25.0%	12.2%	17.7%
医療費を安くする	22.8%	20.3%	28.2%	28.5%	17.0%	16.2%	30.9%	26.8%	19.4%
何歳になっても働けるような社会にする	16.8%	21.5%	23.1%	18.7%	16.7%	24.2%	14.7%	17.1%	17.7%
住宅の価格・家賃を安くする	18.0%	14.3%	23.1%	20.2%	16.3%	19.2%	30.9%	22.0%	12.9%
新しいタイプの政治家の登場	11.9%	6.8%	10.3%	14.0%	15.6%	19.2%	17.6%	12.2%	25.8%
貧しい人を経済的に支援する	16.4%	11.2%	28.2%	21.2%	12.6%	10.1%	39.7%	34.1%	14.5%
確実に増える資産形成を誰でもできるようにする	10.9%	7.6%	15.4%	15.0%	11.9%	14.1%	16.2%	14.6%	11.3%
女性の給料を上げる・女性がもっと給料の高い仕事につきやすくする	12.1%	8.0%	5.1%	17.6%	10.5%	9.1%	23.5%	14.6%	11.3%
ひとり親の家庭を経済的に支援する	10.9%	10.4%	15.4%	17.1%	9.2%	10.1%	11.8%	17.1%	11.3%
定年を70歳まで延長する	6.6%	8.8%	15.4%	6.7%	8.2%	10.1%	2.9%	4.9%	4.8%

資料：カルチャースタディーズ研究所「第五消費調査第2回」2025年1月

投票政党別に日本の将来への不安を集計し、国民民主党と自由民主党の差が大きい順に並べたのが表である。国民民主が自民より多いのは「円安で輸入価格が上昇し、生活を圧迫する」「社会不安が増したり、治安が悪化したりする」「少子・高齢化によって経済成長が止まる」「人手不足によって、社会・経済が衰退する」「地域格差、都市集中と過疎化が進行する」「海外からの労働者等の流入が増え、従来の均質な日本文化が崩壊する」「ロシア・中国と、民主主義国家との対立激化」である。比較的切迫した現在進行形の問題である。

立憲が国民民主より多いのは「景気低迷が続き、高い失業率や就職難が恒常化する」「個人経済力格差によって医療・福祉・教育の機会格差が生じる」「階層の固定化が進み、不公平感が増す」「サイバー攻撃、個人情報の漏洩など情報化に伴う犯罪・事故が増える」である。立憲と比べるとやや長期的なトレンドへの不安が多いように思われる。

図表6-8 投票政党別・日本の将来への不安 国民民主党と自由民主党の差が大きい順

	合計	自民	国民	立民	維新	れいわ	国民-自民
n	1750	251	294	193	99	68	
円安で輸入価格が上昇し、生活を圧迫する	46.9%	33.9%	53.4%	63.7%	55.6%	51.5%	19.5%
社会不安が増したり、治安が悪化したりする	31.2%	23.1%	40.8%	36.3%	30.3%	39.7%	17.7%
少子・高齢化によって経済成長が止まる	42.4%	37.8%	54.1%	55.4%	41.4%	41.2%	16.3%
人手不足によって、社会・経済が衰退する	34.6%	27.9%	42.9%	47.2%	45.5%	23.5%	15.0%

地域格差、都市集中と過疎化が進行する	23.8%	19.9%	<b>32.3%</b>	<b>35.8%</b>	25.3%	30.9%	12.4%
海外からの労働者等の流入が増え、従来の均質な日本文化が崩壊する	17.8%	15.9%	<b>27.6%</b>	20.7%	19.2%	20.6%	11.7%
ロシア・中国と、民主主義国家との対立激化	28.1%	29.9%	<b>41.2%</b>	32.6%	34.3%	25.0%	11.3%
景気低迷が続き、高い失業率や就職難が恒常化する	25.5%	<b>20.3%</b>	29.6%	<b>34.2%</b>	25.3%	<b>39.7%</b>	9.3%
個人経済力格差によって医療・福祉・教育の機会格差が生じる	24.3%	19.5%	27.9%	<b>35.8%</b>	27.3%	33.8%	8.4%
高齢化によって、医療・福祉・年金等の面で財政が悪化する	45.1%	43.4%	<b>51.7%</b>	<b>57.0%</b>	49.5%	36.8%	8.3%
階層の固定化が進み、不公平感が増す	15.0%	<b>10.8%</b>	18.7%	<b>22.3%</b>	13.1%	<b>32.4%</b>	7.9%
サイバー攻撃、個人情報の漏洩など情報化に伴う犯罪・事故が増える	23.1%	19.9%	26.5%	<b>32.6%</b>	27.3%	33.8%	6.6%
地球環境の悪化阻止のために様々な規制がかかり、日常生活が不便になる	11.5%	<b>6.4%</b>	12.9%	16.1%	14.1%	<b>23.5%</b>	6.5%
子供の教育水準が低下し、社会全体の活力が低下する	14.7%	13.1%	<b>19.0%</b>	16.6%	17.2%	<b>26.5%</b>	5.9%
新興国の企業の成長等によって日本企業の国際競争力が低下する	12.5%	10.4%	16.0%	<b>23.3%</b>	<b>22.2%</b>	11.8%	5.6%
新興国の追い上げや理系離れにより、日本の国際的な科学技術水準が低下する	13.7%	13.5%	<b>18.7%</b>	17.1%	<b>27.3%</b>	16.2%	5.2%
国民年金未納者への対応等による社会保障に対する不公平感が高まる	20.3%	17.5%	22.4%	<b>27.5%</b>	29.3%	17.6%	4.9%
海外から飛来するPM2.5等の大気汚染物質で、健康が損なわれる	11.2%	<b>7.6%</b>	12.2%	16.6%	15.2%	13.2%	4.6%
原発施設から放射性物質が拡散する	7.8%	<b>3.6%</b>	7.5%	12.4%	5.1%	<b>23.5%</b>	3.9%
新興国の購買力向上、国際紛争等によって食糧等の資源価格が高騰したり、入手しにくくなったりする	17.3%	17.1%	20.1%	<b>25.4%</b>	22.2%	22.1%	3.0%
遺伝子組み換え等科学の進歩を管理するルールが追いつかず、新しい問題が起こる	7.1%	6.0%	7.5%	<b>11.9%</b>	9.1%	13.2%	1.5%
近隣諸国との武力紛争が勃発し、経済、生活に大きな打撃を受ける	16.5%	17.9%	19.0%	<b>24.4%</b>	21.2%	16.2%	1.1%
EUが崩壊し、世界経済に悪影響を与える	4.3%	4.0%	5.1%	7.3%	4.0%	2.9%	1.1%
特になし	9.3%	<b>4.4%</b>	<b>5.4%</b>	<b>3.6%</b>	4.0%	5.9%	1.0%

情報やインターネットを使いこなせない人の生活の質が低下する	14.5%	13.1%	13.9%	16.1%	19.2%	14.7%	0.8%
地震や風水害等の天災の脅威が現実のものとなる	37.0%	35.9%	35.4%	49.7%	43.4%	42.6%	-0.5%
その他	1.3%	1.6%	1.0%	1.0%	0.0%	7.4%	-0.6%
大規模感染症が蔓延する(新型コロナウィルス、デング熱、エボラ出血熱など)	14.6%	13.9%	13.3%	20.7%	14.1%	19.1%	-0.6%
北朝鮮の弾道ミサイル発射、核開発により防衛不安が高まる	22.4%	25.1%	24.1%	29.5%	25.3%	14.7%	-1.0%
AIを始めとする技術進展により、自らが判断・決断する能力が低下する	13.8%	13.1%	11.6%	18.7%	23.2%	16.2%	-1.5%
AI・ロボットにより人間の職が奪われる	15.4%	15.1%	11.9%	21.8%	13.1%	19.1%	-3.2%

資料：カルチャースタディーズ研究所「第五消費調査第2回」2025年1月

### ●SNSは庶民感覚に近い

また情報源別に政治への期待を集計すると youtube や×の利用者は「所得税や消費税を安くする」「給料を増やす」が多い。

新聞利用者は「現在払う年金や健康保険料を安くする」「将来年金をもっとたくさんもらえるようにする」「医療費を安くする」といった福祉系が多く、これは新聞利用者の年齢が高いからであろう。

このように SNS を情報源とする人たちは、若い人が多いこともあり、より目の前の直接的なわかりやすいメリットのある政策への期待が大きい。そういう政策を、国民民主党やれいわ新撰組やその他の政党が SNS を使ってアピールしたのである。

ちなみに、SNS を情報源とする人が「所得税や消費税を安くする」や「給料を増やす」を期待しているからといって、彼ら自身がみな貧乏なわけではない。Youtube や×の利用者は階層意識では平均的である。投票先政党でみれば、階層意識「上」が多いのは自民党、立憲民主党、共産党であり、その意味ではこの3党のほうが庶民感覚から遊離しやすい。

対して、国民民主党は階層意識「下」が48%、「その他の政党」は52%、れいわ新撰組は68%である。一般庶民はこの3党に期待したのである（共産党も51%）。

図表 6-9 情報源別の政策への期待 上位項目

	YouTube	X(twitter)	新聞
N	554	570	304
所得税や消費税を安くする	<b>58.1%</b>	<b>62.3%</b>	55.3%
給料を増やす	54.5%	<b>62.1%</b>	49.0%
物価を下げる・食費を安くする	49.8%	51.1%	<b>57.6%</b>
現在払う年金や健康保険料を安くする	36.3%	<b>40.5%</b>	39.1%
将来年金をもっとたくさんもらえるようにする	34.1%	35.6%	<b>40.8%</b>
災害への対応を十分に行う	30.5%	<b>34.9%</b>	<b>50.0%</b>
医療費を安くする	24.0%	23.7%	<b>29.9%</b>
これからも絶対に戦争をしない・戦争に巻き込まれないようする	<b>23.1%</b>	29.6%	<b>39.8%</b>
非正規雇用や自由業・自営業でも安心して働けるような支援をする	21.5%	<b>24.7%</b>	<b>28.0%</b>

資料：カルチャースタディーズ研究所「第五消費調査第2回」2025年1月

### ●無名の人がいきなり当選する時代

千代田区長選挙でも、さとうさおりが2位になった。当選した現職が10,703票なのに、さとう氏は6,474票も集めたのだ。

東京新聞によると「さとう氏は過去2年間でyoutube動画400本をあげ、フォロワーが30万人いる。選挙期間中にも20本近くの動画をアップし、「千代田区を減税特区にする」とアピール。メガネをかけているので「減税メガネ」と呼ばれて話題になり、再生回数は合計235万回を超えたという。

さとう氏は、茨城県出身で、きょうだいが多く家計が苦しい家庭に育ち、高校時代は都内に出てバイトでお笑いコンビを組んでいたという。

最初は医者を夢見るが、学費を払う余裕がないため、給料がもらえる防衛大を志望した。だが入学に必要な体重が足りず進学を諦め、飲食店のコンサル会社に就職した。

しかし苛烈な労働環境に耐えかね、公認会計士を目指し、働きながら専門学校に通い26歳で資格を取得した。大手監査法人に就職するも、同僚が子育てと仕事の両立ができず、過労で倒れる姿をみて、「企業の福利厚生では限界。政治しかない」と政治家を志した。

「政治家女子48党」を経て、NHK党に所属し、2023年の千代田区議選に出馬したが惨敗。そのころから、支援者の勧めでYouTubeを始めた。2024年の衆議院議員選で東京1区（千代田、新宿区）で無所属で出馬。約1万2000票を得る善戦を見せた（東京新聞ネット2025年2月3日06時00分より）。そして今回の千代田区長選挙である。

このように無名の人を一気に注目させる力がSNSにはある。なのにNHKの討論会では自民党から順番に話しをするだけである。小さな政党はあとまわし。まして無所属や新人は出る幕がない。だがSNSなら誰でも見る。そして誰もが共感できる言葉で話せばどんどん支持者が増える。

このようなSNSの政治への影響の流れは止められるものではない。国民が政治に自分たちが影響を与えることができるという「政治的有効感覚」が、テレビと新聞の時代には持てなかつたが、SNSの時代には持てるのだから、ますますこうした流れは加速し拡大するだろう。

だがそこには共感を求める国民はいても、冷静な判断をする国民は減る危険がある。そのときどきのノリによって、新しい芸能人を見つけるように政治家を選んでしまう危険が拡大するだろう。

ラジオ時代にはヒトラーやルーズベルトがラジオを使い、テレビ時代にはケネディがテレビを使って大衆の支持を得た。SNS時代の最初の巨大な政治家はトランプ大統領だが、1期務めて2期目は落選しても、また人気が復活して再選をした。いわば「SNS芸人」としてトランプはとても面白いのだ。

あるいは斎藤兵庫県知事のように、「みんなにいじめられて可哀想、それなのに街頭に一人で立って頭を下げる、本当は良い人なんじゃないの」という感情的なものがSNSで増幅される。感情に支配されて選挙に影響が出ることは今まであった。しかしそれが非常に短期間に増幅され拡散されるのがSNSの怖さであることは言うまでもない。