



중앙선거관리위원회
NATIONAL ELECTION COMMISSION

제19대 대통령선거 유권자 의식조사 2차 조사 결과 보고서

I. 조사 개요

1. 조사 목적

본 조사는 대통령 선거의 관심 및 투표참여 행태, 선거 분위기 등에 대한 유권자 의식과 태도를 조사하여 향후 선거에 대한 국민의 관심과 참여를 높이고, 공명선거 실현 및 발전 방안을 마련하기 위한 기초자료로 활용

2. 조사 설계

구분	내용
조사 대상	· 전국 17개 시도 거주 만 19세 이상 성인 남녀
조사 규모	· 총 1,500명
표본 오차	· 95% 신뢰수준에서 $\pm 2.5\%$ Point
조사 방법	· CATI(Computer Aided Telephone Interview)를 활용한 전화면접조사
표본 추출	· 성·연령·지역 인구에 따른 비례할당 추출
표본 프레임	· 유선전화 RDD + 무선전화 RDD (Dual Frame)
응답률	· 15.2% (유선전화 10.7%, 무선전화 26.3%) ※ 응답률=(응답완료)/(응답완료+거절+중단) X 100
조사 기간	· 2017년 4월 28일(금) - 29일(토) (총 2일간)

3. 조사 내용

구분	조사 항목
관심도 및 투표 참여 의식	▪ 제19대 대통령선거 관심도
	▪ 투표 참여 의향
	▪ 투표 참여 의향이 없는 이유
	▪ 사전투표 인지도
	▪ 투표 예정일
	▪ 사전투표 이유
	▪ 투표 후보 결정 여부
	▪ 지지후보 선택 시 중요 고려 사항
정책·공약 인지도	▪ 후보자 선택에 필요한 정보 획득 경로
	▪ 후보자들의 정책·공약 인지도
	▪ 후보자간 정책대결 선거로서의 평가
	▪ 정책대결 선거가 되지 않는 이유
선거·투표 효능감	▪ 선거가 국가의 미래에 미치는 영향
	▪ 선거가 일상생활 및 삶의 질에 미치는 영향
	▪ 선거에서 내 한 표의 중요성
선거 분위기 및 불법선거운동	▪ 제19대 대통령선거 공명성 평가
	▪ 공명성이 낮다고 생각하는 이유
	▪ 후보자들의 선거법 준수 여부
	▪ 후보자들의 선거법 준수 여부 반영 정도
	▪ 불법 선거운동 경험 여부
	▪ 선거법 위반행위 신고 및 제보 의향
	▪ 선거법 위반행위를 신고하지 않는 이유
선관위 활동 평가	▪ 선관위 단속활동 신뢰도
	▪ 선관위 활동 평가
	▪ 선관위 공명선거 홍보활동 평가
	▪ 선관위 역점 과제

4. 표본 특성

		계	
		사례수	%
전체		1,500	100.0%
성별	남성	743	49.5%
	여성	757	50.5%
연령별	만19-29세	261	17.4%
	30대	267	17.8%
	40대	310	20.7%
	50대	298	19.9%
	60대	192	12.8%
	70세 이상	172	11.5%
권역별	서울	296	19.7%
	인천/경기	446	29.7%
	대전/세종/충청	161	10.7%
	광주/전라	150	10.0%
	대구/경북	153	10.2%
	부산/울산/경남	232	15.5%
	강원/제주	62	4.1%
직업별	화이트칼라	411	27.4%
	블루칼라	232	15.4%
	자영업	235	15.7%
	가정주부	44	2.9%
	학생	317	21.1%
	농림수산업	119	7.9%
	무직/기타/무응답	142	9.5%
학력별	중졸 이하	183	12.2%
	고졸	394	26.3%
	대재 이상	905	60.4%
	모름/무응답	17	1.1%
소득별	200만원 이하	300	20.0%
	201-500만원 이하	630	42.0%
	501만원 이상	388	25.9%
	모름/무응답	182	12.1%

5. 가중값 배율

		조사완료(A)		목표할당(B)		가중값 배율(B/A)
		사례수	%	사례수	%	
전체		1,515	100.0%	1,500	100.0%	0.99
성별	남성	770	50.8%	743	49.5%	0.96
	여성	745	49.2%	757	50.5%	1.02
연령별	만19-29세	234	15.4%	261	17.4%	1.12
	30대	236	15.6%	267	17.8%	1.13
	40대	296	19.5%	310	20.7%	1.05
	50대	334	22.0%	298	19.9%	0.89
	60대	222	14.7%	192	12.8%	0.86
	70세 이상	193	12.7%	172	11.5%	0.89
	지역별	서울	297	19.6%	296	19.7%
부산		104	6.9%	103	6.9%	0.99
대구		76	5.0%	73	4.9%	0.96
인천		85	5.6%	85	5.7%	1.00
광주		41	2.7%	41	2.7%	1.00
대전		43	2.8%	43	2.9%	1.00
울산		33	2.2%	33	2.2%	1.00
세종		13	0.9%	12	0.8%	0.92
경기		366	24.2%	361	24.1%	0.99
강원		44	2.9%	44	2.9%	1.00
충북		47	3.1%	46	3.1%	0.98
충남		61	4.0%	60	4.0%	0.98
전북		53	3.5%	53	3.5%	1.00
전남		57	3.8%	56	3.7%	0.98
경북		81	5.3%	80	5.3%	0.99
경남		96	6.3%	96	6.4%	1.00
제주		18	1.2%	18	1.2%	1.00

Ⅱ. 조사 결과

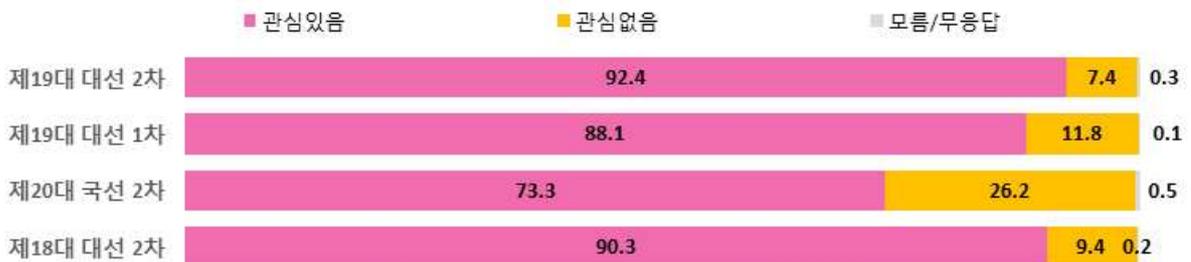
1. 대통령선거 관심도 및 투표참여 의향

■ 선거 10일전, '선거 관심도' 92.4%, '반드시 투표할 것' 86.9%

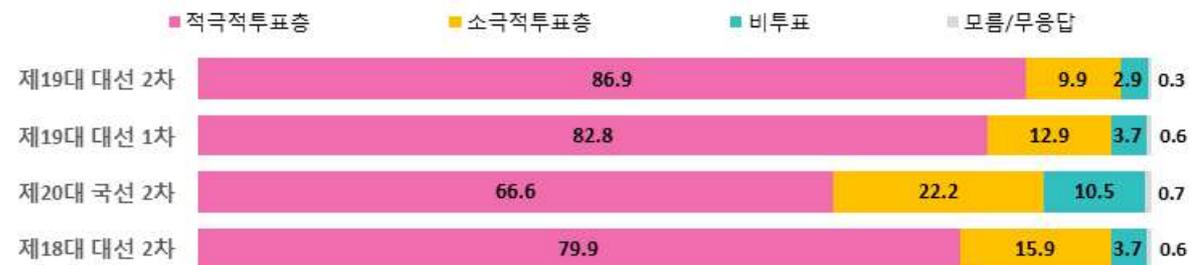
- 1차 조사 시점 대비, 관심도 및 적극적 투표의향 4%p 이상 상승
- 20-40대 선거 관심도 및 투표의향 지난 조사 대비 큰 폭 상승

- ▶ 제19대 대통령 선거에 '관심이 있다'는 응답은 92.4%, '투표할 것이다'는 응답은 86.9%로 1차 조사 대비 선거 관심도 및 투표의향이 모두 4%p 이상 상승했으며, 18대 대선에 비해서도 높은 수준임.
- ▶ 선거를 10일 앞둔 시점, 20-40대의 높은 선거 관심도 및 투표의향은 여전히 유지되고 있는 반면, 60대는 지난 대선 대비 관심도 및 투표의향이 다소 낮았음.

< 제19대 대통령선거 관심도 (n=1,500, %) >



< 제19대 대통령선거 투표의향 (n=1,500, %) >



연령별 (%)	사례수	대통령선거 관심도				적극 투표 의향			
		제19대 대선 2차	제19대 대선 1차	제18대 대선(2차)	증감률 (2차-1차)	제19대 대선 2차	제19대 대선 1차	제18대 대선(2차)	증감률 (2차-1차)
전체	(1500)	92.4	88.1	90.3	+4.3	86.9	82.8	79.9	+4.1
19 - 29 세	(261)	94.7	84.5	85.1	+10.2	87.2	84.2	74.5	+3.0
30 대	(267)	96.2	89.0	91.5	+7.2	91.2	80.9	71.8	+10.3
40 대	(310)	96.0	90.9	89.0	+5.1	87.5	81.7	78.3	+5.8
50 대	(298)	90.5	88.6	90.9	+1.9	85.5	82.7	82.8	+2.8
60 대	(192)	84.4	89.8	94.7	-5.4	80.8	84.7	91.5	-3.9
70세 이상	(172)	88.5	83.9		+4.6	87.7	84.0		+3.7

※ 60세 이상(60대 + 70세 이상) 분석 결과

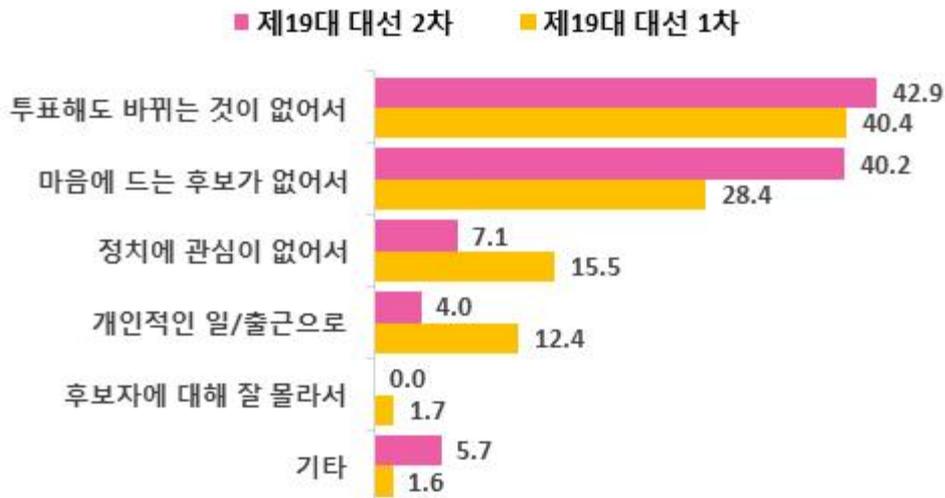
대통령선거 관심도 : 1차 87.0%, 2차 86.3%, 적극 투표 의향 : 1차 84.3%, 2차 84.1%

■ '투표 해도 바뀌는 것 없어', '마음에 드는 후보 없어서' 투표 안 해

▶ 이번 선거에서 '투표할 생각이 없다'(별로 없다 + 전혀 없다, n=44)는 유권자는 그 이유로 '투표를 해도 바뀌는 것이 없어서'(42.9%), '마음에 드는 후보가 없어서'(40.2%)를 꼽는 응답이 가장 많았음. 다음으로, '정치에 관심이 없어서'(7.1%), '개인적인 일/출근'(4.0%) 등을 꼽았음.

▶ 한편, '마음에 드는 후보가 없어서' 투표할 생각이 없다는 응답은 1차 조사 시점 대비 눈에 띄게 증가했으며, 제20대 국선 및 제18대 대선보다도 높은 수준임.

< 투표하지 않는 가장 큰 이유 (비투표 의사층 : n=44, %) >



역대 선거 "비투표" 이유(%)	제19대 대선		제20대 국선		제18대 대선	
	1차	2차	1차	2차	1차	2차
투표를 해도 바뀌는 것이 없어서	40.4	42.9	52.9	49.1	39.8	22.4
마음에 드는 후보가 없어서	28.4	40.2	7.8	10.4	12.9	36.3
정치에 관심이 없어서	15.5	7.1	15.5	20.4	26.7	22.2
개인적인 일/출근 등으로	12.4	4.0	9.3	7.3	11.8	9.6
후보자에 대해 잘 몰라서	1.7	0.0	7.9	10.0	0.0	4.1
기타	1.6	5.7	6.6	2.4	8.7	5.4

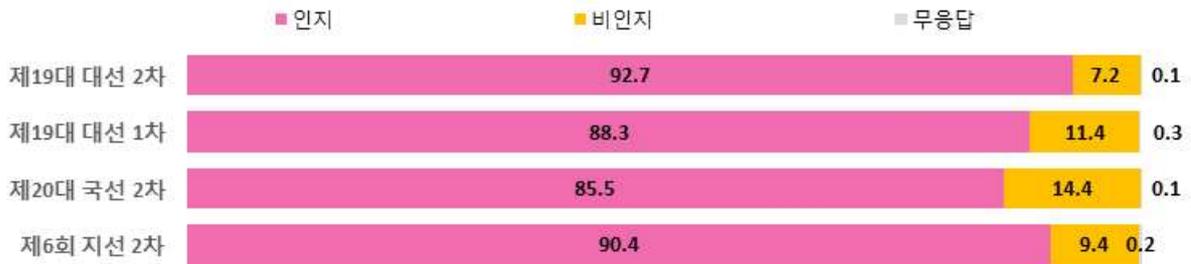
2. 사전투표 인지도 및 투표 예정일

■ 유권자 10명 중 9명은 사전투표 '알고 있다'

- 유권자 절반 이상(55.9%)은 사전투표 '잘 알고 있어', 사전투표 인지 정착 단계

- ▶ 5월 4일-5일에 실시되는 사전투표에 대해 유권자의 55.9%가 '잘 알고 있었다'고 응답하여 제20대 국선 2차(41.6%) 대비 약 10%p 이상 상승함. 또한 '대략적으로 알고 있었다'는 28.5%, '이름정도만 들어봤다'가 8.3%로 나타나 유권자의 92.7%는 사전투표를 인지하고 있는 것으로 나타남.
- ▶ 사전투표에 대해 '잘 알고 있다'는 응답은 제20대 국선 및 제6회 지선 당시 40% 초반 수준을 보였으나, 이번 대선에서는 유권자의 절반 이상이 사전투표에 대해 잘 알고 있는 것으로 나타남.
: 2014년 시행 이후 3회째를 맞고 있는 사전투표는 지속적 홍보 노력으로 정착 단계를 맞고 있는 것으로 보임.

< 사전투표 인지도 (n=1,500, %) >



사전투표 인지도(%)	잘 알고 있었다	대략적으로 알고 있었다	이름정도만 들어봤다	전혀 모르고 있었다	무응답
제19대 대선 2차	55.9	28.5	8.3	7.2	0.1
제19대 대선 1차	44.5	32.1	11.8	11.4	0.3
제20대 국선 2차	41.6	29.9	14.0	14.4	0.1
제20대 국선 1차	33.9	31.0	16.2	18.7	0.2
제6회 지선 2차	44.1	33.3	13.0	9.4	0.2
제6회 지선 1차	34.0	31.3	16.4	18.0	0.3

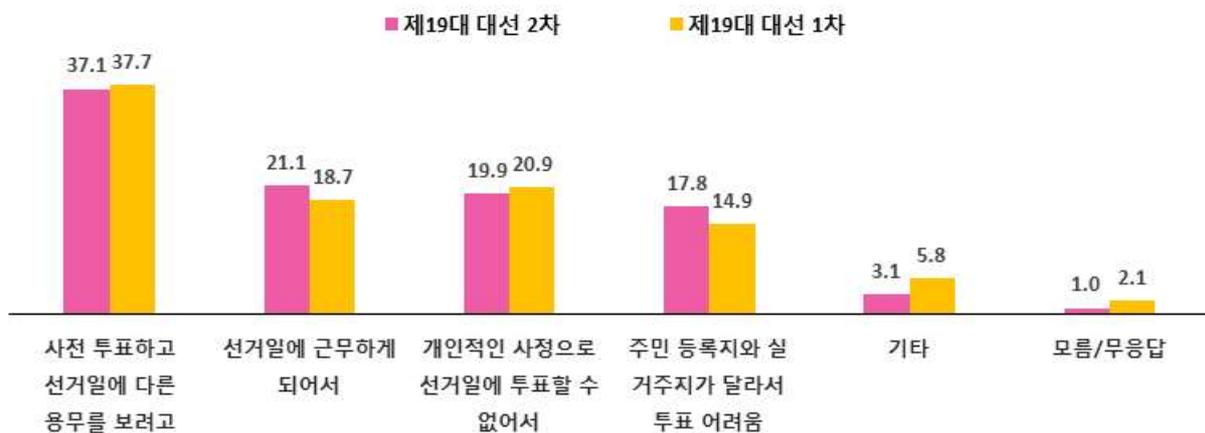
■ 투표 의향층의 74.8%는 5월 9일 선거일에 투표 사전투표 이유, '사전투표 후 선거일에 다른 용무를 보려고' 37.1%

- ▶ 이번 대통령선거에서 투표의향이 있다는 유권자 중 74.8%는 '선거일인 5월 9일에 투표 하겠다'고 응답했으며, 사전투표일에 투표할 것이라는 응답은 20.9%로 나타남.
- ▶ 사전투표 의향층(n=304)은 사전투표를 하고자 하는 이유로는 '사전투표하고 선거일에 다른 용무를 보려고'가 37.1%로 가장 많았으며, 다음으로 '선거일에 근무'(21.1%), '개인적인 사정으로 선거일 투표 불가'(19.9%), '주민등록 거주지가 달라 투표 어려움'(17.8%) 등의 순임.

< 투표 예정일 (투표 의향층 : n=1,452, %) >



< 사전투표예정자의 사전투표 이유 (사전투표응답자 : n=304, %) >



3. 투표 후보 결정 여부 및 고려사항

■ 응답자의 70.8%는 투표 후보 결정, '인물/능력', '정책/공약'이 중요

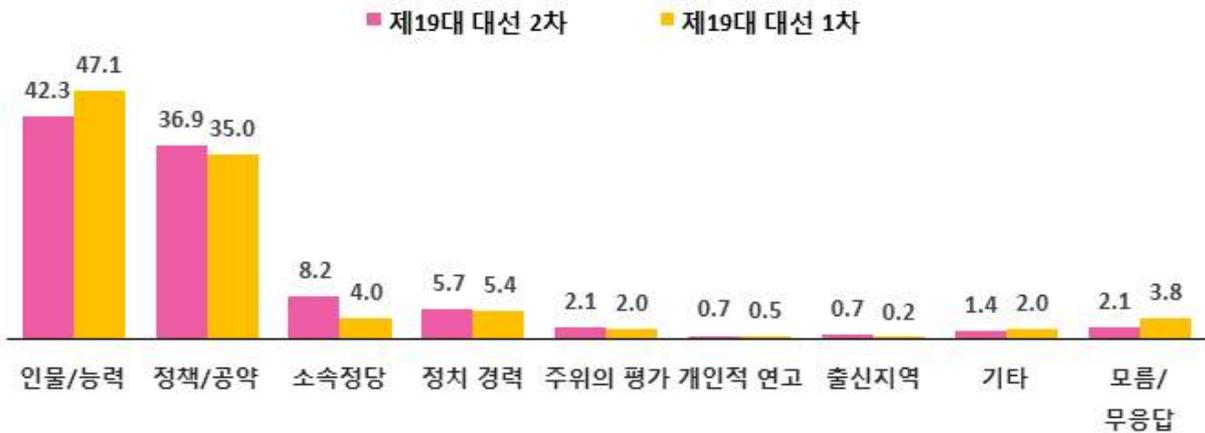
- 제18대 대선 대비 '투표 후보를 결정했다'는 응답은 다소 감소

- ▶ 선거 10일전, 이미 '투표할 후보를 결정했다'는 응답은 70.8%, '아직 결정하지 못했다'는 응답은 29.2%로 나타남. 지난 18대 대선 같은 시기에 비해 '후보를 결정했다'는 응답(76.7%)은 다소 감소함.
- ▶ 지지후보 선택 시 중요 고려사항에 대해서는, '인물/능력' 42.3%, '정책/공약' 36.9%로 가장 많았으며, '소속정당', '정치 경력' 등은 10% 미만임.

< 투표 후보 결정 여부 (투표 의향층 : n=1,452, %) >



< 지지후보 선택 시 중요 고려사항 (투표 의향층 : n=1,452, %) >



후보 선택 기준(%)	인물/능력	정책/공약	소속정당	정치경력	주위의 평가	개인적 연고	출신지역	기타	모름/무응답
제19대 대선 2차	42.3	36.9	8.2	5.7	2.1	0.7	0.7	1.4	2.1
제19대 대선 1차	47.1	35.0	4.0	5.4	2.0	0.5	0.2	2.0	3.8
제18대 대선 2차	26.4	48.7	4.8	9.5	3.2	0.3	0.4	1.9	4.8
제17대 대선 2차	37.8	38.8	9.2	4.0	4.4	1.0	0.6	1.9	2.3

4. 정책·공약 인지도 및 정보 획득 경로

■ 후보자 정책·공약 인지도 89.9%로 지난 대선 대비 높은 수준

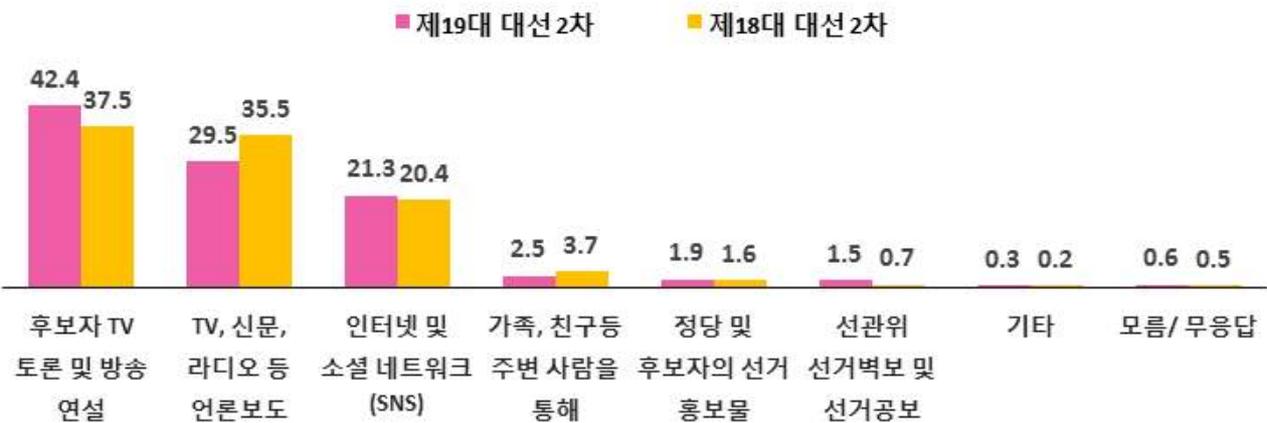
- 후보 선택에 필요한 정보 'TV 토론 및 방송 연설'을 통한 획득 가장 많아

- ▶ 유권자 10명 중 9명 가량은 후보자의 정책·공약을 인지(매우 14.2% + 어느 정도 75.6%)하고 있다고 응답하였으며, 지난 18대, 17대 대선 같은 시기보다 정책·공약 인지도는 증가함.
- ▶ 후보자 선택에 필요한 정보 획득 경로로 '후보자 TV 토론 및 방송 연설'이라는 응답은 지난 18대 대선 대비 높아진 반면, 'TV, 신문, 라디오 등 언론보도' 응답은 낮아짐.

< 정책·공약 인지도 (n=1,500, %) >



< 후보자 선택에 필요한 정보 획득 경로 (n=1,500, %) >



※ 제18대 대선 2차 조사 결과는 1,2순위 응답 중 1순위 응답만으로 산출한 결과임

5. 후보자간 정책대결 선거로서의 평가

■ 이번 대선, '정책대결 선거로 치러지고 있다' 57.4%

- 정책대결을 가로막는 요인으로는 후보자간 '네거티브'를 꼽는 응답이 가장 많아

- ▶ 이번 대선이 후보자간 정책대결 선거로 치러지고 있는지에 대해, 응답자의 57.4% (매우 11.2% + 어느 정도 46.2%)는 긍정적으로 평가했으며, 36.9%는 부정적(전혀 8.2% + 별로 28.7%)으로 평가함.
- ▶ 정책대결 선거가 되지 않는 이유로는 '정책보다는 상호 비방에 초점을 맞추기 때문에'라는 응답이 51.8%로 가장 많았음. 다음으로, '표와 인기를 의식한 정책들을 남발하고 있어서' 26.7%, '정책을 논할 기회가 별로 없어서' 8.2% 등의 순임.

< 후보자간 정책대결 선거로서의 평가 (n=1,500, %) >



< 정책대결 선거가 되지 않는 이유 (부정 평가자 : n=533, %) >

정책대결 선거가 되지 않는 이유(%)	제19대 대선 2차	제18대 대선 2차	제17대 대선 2차
	(n=533)	(n=516)	(n=643)
정책보다는 상호 비방에 초점을 맞추기 때문에	51.8	27.5	56.8
표와 인기를 의식한 정책들을 남발하고 있어서	26.7	34.3	-
정책을 논할 기회가 별로 없어서	8.2	23.3	16.5
흥미를 끌만한 정책이 없어서	6.8	6.9	12.9
대선 자체에 대한 국민들의 관심이 낮아서	3.6	3.2	5.6
기타	0.5	2.0	1.3
모름/무응답	2.4	2.9	2.2

※ 제17대 대선 2차 조사 결과는 위의 응답내용 외 '유권자들이 정책에 관심이 없어서'가 4.7%임

6. 선거 · 투표 효능감

■ 유권자 10명 중 7명 이상은 내 한 표가 '중요하다'고 인식

- 선거를 통해 국가 전체의 미래를 결정 60.5%, 일상생활과 삶의 질 결정 41.9%

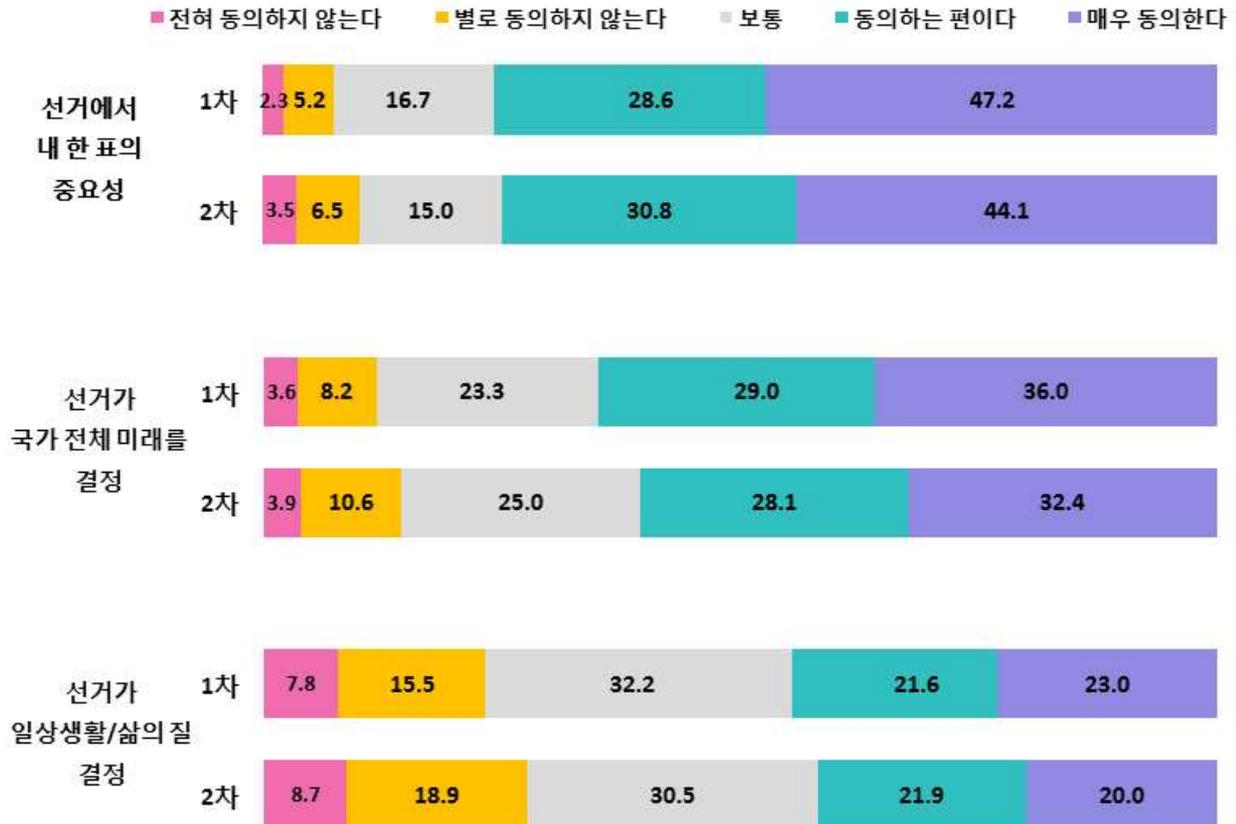
▶ 선거·투표 효능감에 대해 조사한 결과, '선거에서 내 한 표는 결과에 중요한 영향을 미친다'는 의견에 대해 유권자의 74.9%가 동의한다고 응답함.

: 직접적인 투표 행위(내 한 표)의 중요성에 대해 높은 수준의 효능감을 보임.

▶ 또한, '선거를 통해 국가 전체의 미래가 달라질 수 있다'는 의견에는 유권자의 60.5%, '선거를 통해 나의 일상생활과 삶의 질이 달라질 수 있다'는 의견에는 41.9%가 동의한다고 응답함.

: 선거 과정을 통해 기대할 수 있는 거시적 효능감(국가 전체 미래)은 공감하는 것으로 보이나, 나의 일상생활·삶의 질에 대한 직접적 변화 기대감은 다소 낮은 수준을 보였음.

< 선거·투표 효능감 (n=1,500, %) >



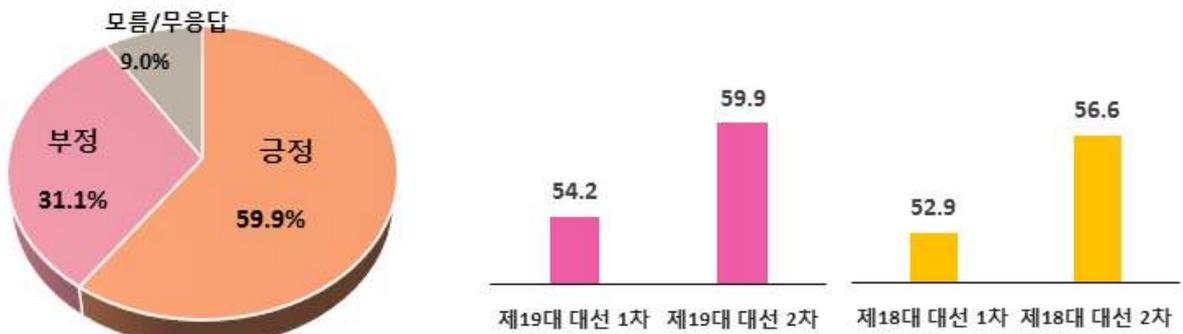
7. 공명선거 인식

■ 이번 대통령선거 '깨끗하게 치러지고 있다' 59.9%

- 역대 대선 대비 긍정 평가 상승, 선관위 등 관련 기관의 지속적 관리·감독 필요

- ▶ 이번 대통령선거의 분위기에 대해, '깨끗하다'는 긍정 평가가 59.9%로 절반 이상이었으며, '깨끗하지 못하다'는 부정 평가는 31.1%로 나타남. 선거 분위기 부정 평가자(n=466)는 그 이유로 '정당·후보자의 상호비방·흑색선전'(48.0%), '언론기관의 불공정한 보도'(28.5%)를 꼽는 의견이 많았음.
- ▶ 한편, 1차 조사 대비 상호비방·흑색선전을 꼽는 응답이 증가했음. 이는 선거일이 가까워짐에 따라 후보/정당의 과열된 선거운동으로 인한 영향으로 볼 수 있음.

< 제19대 대통령선거 공명성 (n=1,500, %) >



< 공명하지 않은 이유 (깨끗하지 못함 응답자 : n=466, %) >

공명하지 않은 이유(%)	제19대 대선		
	1차	2차	GAP (2차-1차)
정당·후보자의 상호비방·흑색선전	39.3	48.0	+8.7
언론 기관의 불공정한 보도	31.5	28.5	-3.0
후보자 팬클럽, 산악회 등 사조직	8.0	10.5	+2.5
검경의 소극적이고 편파적인 단속·처리	7.6	3.6	-4.0
후보자의 금품 제공과 유권자의 금품수수	3.8	2.3	-1.5
선관위의 소극적인 홍보 및 예방·조사활동	1.6	2.0	+0.4
공무원들의 선거개입	3.3	1.9	-1.4
기타	1.2	0.6	-0.5
모름/무응답	3.8	2.5	-1.3

8. 후보자의 선거법 준수도

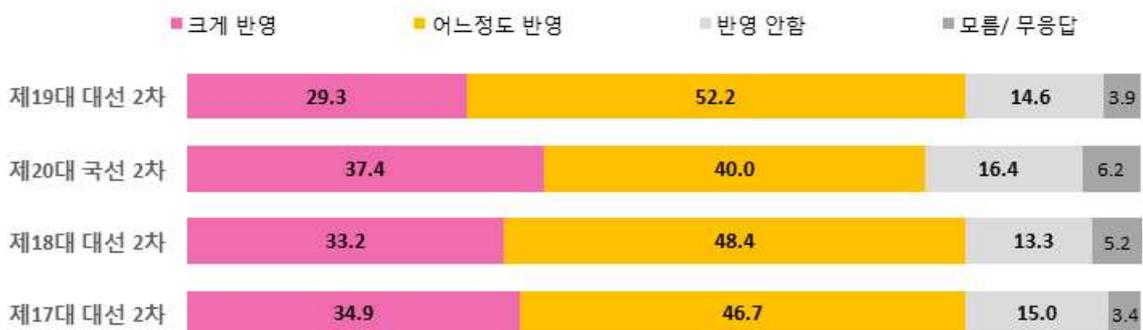
- 후보자들이 선거법을 준수하고 있는 것으로 인식하는 유권자 65% 수준
대부분의 유권자, 선거법 준수 여부를 투표 후보 결정 시 반영
- 지난 제20대 국선 대비, 후보자 '선거법 준수'에 대한 인식 상승

- ▶ 후보자의 선거법 준수 여부에 대해 '잘 지키고 있다'(매우 5.5% + 어느 정도 60.4%)는 긍정적 평가가 65.9%로 부정적 평가(22.3%)보다 높았음. 제20대 국선보다 10%p 가량 상승했으며, 제6회 지선과 비슷한 수준임.
- ▶ 한편, 이번 선거에서 후보자의 선거법 준수 여부를 '반영하겠다'는 응답은 81.5% (크게 반영 29.3% + 어느 정도 반영 52.2%)로 '반영하지 않겠다'(14.6%)는 응답보다 높았음.

< 후보자의 선거법 준수도 (n=1,500, %) >



< 투표 반영 여부 (n=1,500, %) >



9. 금품/향응 경험 및 선거법 위반행위 신고 여부

■ 금품/향응 직접 경험 또는 들어봤다 3.0%

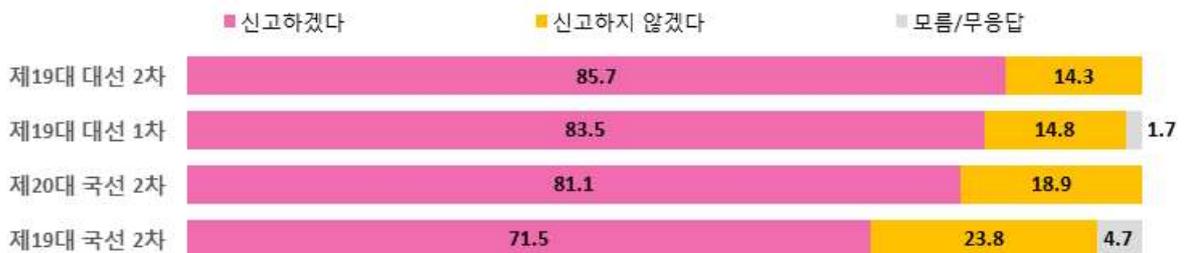
응답자 대다수는 '선거법 위반 행위 인지 시 신고하겠다', 지속적인 상승 - 미신고 이유로 '신고를 하든 안하든 달라지는 게 없어서', '신고가 번거롭고 귀찮아서'를 가장 많이 꼽았음

- ▶ 금품/향응 제공 등 선거법 위반 행위 경험은 제19대 국선 이후 꾸준히 감소하는 추세를 보이고 있음. 또한, 선거법 위반 행위 인지 시 '신고하겠다'는 응답도 지속적으로 상승해 이번 대선에서는 85.7%로 나타남.
- ▶ 한편, 선거법 위반 행위 인지시 신고하지 않겠다는 응답자(n=214)는 그 이유로 '신고를 하든 안하든 달라지는 게 없어서'(36.8%), '신고가 번거롭고 귀찮아서'(26.5%)를 꼽는 응답이 가장 많았음.

< 금품/향응 경험 여부 (n=1,500, %) >



< 선거법 위반행위 인지 시 신고 의향 (n=1,500, %) >



선거법 위반행위 미신고 이유(%) (n=214)	제19대 대선 2차	제20대 국선 2차	제19대 국선 2차
신고를 하든 안하든 달라지는 게 없어서	36.8	32.7	40.7
신고가 번거롭고 귀찮아서	26.5	23.0	24.3
신고를 해도 즉각적인 조치가 없기 때문에	12.9	10.1	12.9
나와는 무관한 일이라고 생각되므로	12.1	12.2	9.3
신원이 노출되어 불이익을 받을 수 있기 때문에	6.1	9.2	8.1
기타	0.4	7.9	2.5
모름/무응답	5.2	4.9	2.1

10. 선거관리위원회 활동 평가

■ 선관위 단속활동 '신뢰한다' 60.6%, 중립·공정성 '잘하고 있다' 65.8% - 선관위의 활동 및 중립·공정성 긍정 평가는 1차 조사 대비 상승

- ▶ 선관위의 단속활동에 대해, '신뢰한다'는 긍정 평가는 60.6%로 '신뢰하지 않는다'는 부정 평가(33.8)보다 높았으며, 지난 제20대 국선 및 18대 대선 대비 상승함.
- ▶ 또한, 이번 대통령선거에서 선거관리위원회의 활동 및 직무 수행 공정성에 대해, '잘하고 있다'는 긍정 평가가 65.8%로 부정 평가(23.0%)보다 높았으며, 1차 조사 대비 8%p 가량 상승했음.

< 선관위 단속활동 신뢰도 (n=1,500, %) >



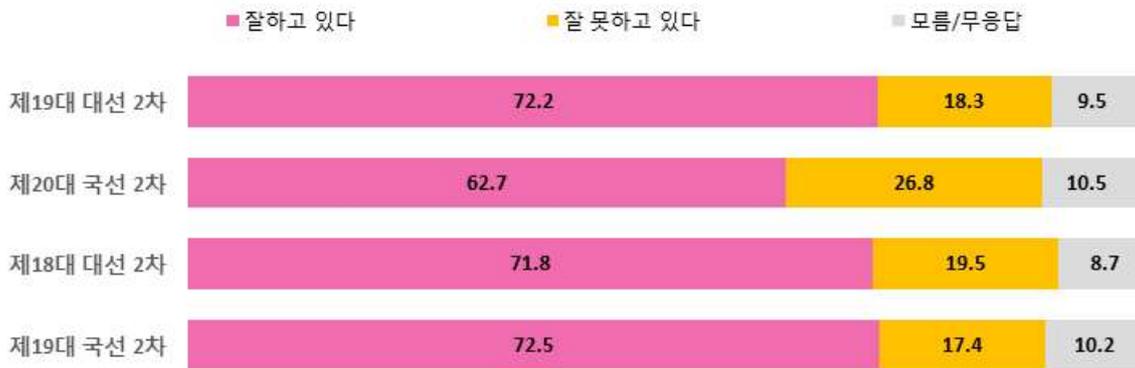
< 선관위 활동 및 중립·공정성 평가 (n=1,500, %) >



■ 선관위의 매체 활용 홍보활동, '잘하고 있다' 72.2%
선관위의 역점 분야는 '투표/개표 등 선거사무의 공정한 관리'
 - 짧은 대선 준비기간에도 불구하고 선관위 활동에 긍정적 평가가 대부분

- ▶ 선관위가 TV·라디오광고, 현수막, 포스터, 버스광고, 인터넷 등 각종 홍보매체를 통해 실시하는 공명선거 홍보활동에 대해 긍정평가(72.2%)가 부정평가(18.3%)보다 크게 높았음.
- ▶ 한편, 선관위의 역점 과제에 대해서는, '투·개표 등 선거사무의 공정한 관리'(41.3%)를 꼽는 응답이 가장 많았으며, 다음으로 '선거 사범에 대한 철저한 조사 및 조치'(18.0%), '후보자들의 정책에 대한 홍보'(11.9%) 등의 순을 보임.

< 선관위의 매체를 활용한 홍보활동 평가 (n=1,500, %) >



< 선관위 역점 과제 (n=1,500, %) >

