

2003年衆院選における候補者ウェブサイトの分析

岡本 哲和*

要 旨

本稿の目的は、2003年11月7日に実施された衆議院選挙のデータを利用して、候補者がどのような内容のウェブサイトを開設しているのか、またその内容に影響を及ぼす要因は何かという問題を、数量分析を用いて明らかにすることである。相互作用性、情報提供、プレゼンテーション、アクセスの容易性の4つの基準に従って各ウェブサイトの充実度を測る指標を作成し、それを従属変数として順序プロビットによる分析を行った。その結果として、立候補タイプや候補者の社会的属性とともに、所属政党および候補者の地位がサイトの充実度に影響を及ぼしていたことが明らかになった。このような分析結果は、他の先進諸国と同様に我が国においても「通常化」の現象が進行しつつあることを示唆している。

Candidates' Use of the Internet in the 2003 Japanese General Election

Tetsukazu OKAMOTO

Abstract

The purpose of this paper is to investigate the type of websites used by electoral candidates. Taking data from Japan's General Election, November 2003, I will study what factors affect the contents of their websites. Through content analysis of 682 candidate websites, I have produced an index to measure the degree of "sophistication" of each website drawing mainly on the following: (1) interactive-ness, (2) information provision, (3) presentation/appearance, (4) accessibility. An ordered probit was employed as statistical model to estimate the impact of various factors, including the socioeconomic status of the candidates. My findings reveal that party affiliation and incumbency are strong predictors of website contents. Candidates from major parties or those seeking re-election are more likely to go online and have more sophisticated websites. I conclude by suggesting that the process of "normalization", the fact that cyberspace reflects the real world, is inevitable in Japanese politics.

*関西大学総合情報学部

はじめに

我が国においても、インターネットの政治利用は拡大してきている。すべての主要政党および多くの国会議員はインターネットを用いた情報発信活動を行っているし、後に述べるように現時点では公職選挙法による制限があるものの、選挙の立候補者が自らのウェブサイトを開設することも一般的になってきている。著者は我が国の国政選挙における候補者ウェブサイト进行分析対象とする研究を進めてきており、これまで2000年衆院選および2001年参院選についての調査と分析を行ってきた⁽¹⁾。本稿はその研究の一環としての位置を占めるものであり、2003年11月7日に実施された第43回衆議院選挙における各候補者のウェブサイトを対象とする。そこでの目的は、それらのウェブサイトの開設およびその内容に影響を及ぼしている要因を数量分析によって明らかにすることにある。

2000年衆院選および2001年参院選の分析では、候補者がウェブサイトを開設しているかどうかに関心を合わせた上で、それに影響を及ぼしている要因は何なのかという問題を主として取り扱ってきた。それに対して、本稿ではウェブサイトの開設・非開設のみならず、候補者がどのような内容のサイトを開設しているかを問題として取り上げる。具体的には、内容分析の手法を用いて各サイトの内容を数値化して、それを従属変数とした統計分析を行い、それらの内容を規定する要因を明らかにすることを試みる。

総務省は2001年10月に「IT時代の選挙運動に関する研究会」（座長：蒲島郁夫東京大学教授）を発足させて、インターネットの選挙利用のあり方についての検討を行った。2002年8月に発表された同研究会による報告書は、「インターネットを選挙運動の手段として活用すべきであり、その方向での立法化が望まれる」と結論付けている⁽²⁾。本稿の執筆時点ではこの趣旨に沿った公職選挙法の改正は行われていないものの、改正が実現すれば候補者によるウェブサイトの開設の動きは加速されるに違いない。そうでなくとも、後に示すように、我が国においても候補者がウェブサイトを開設する割合は高まってきている。このような傾向が今後なおも続く予想されるならば、単にサイトの開設もしくは非開設を問題とするような分析は、早晩意義をほとんど持たなくなるであろう。そのような状況で重要な研究対象となるのは、サイトの内容自体であると考えられる。しかも、候補者自身がどのような情報をどのような形で発信しているかについての研究は、我が国では選挙公約や選挙ポスターなどの媒体を扱ったものを除いてはほとんどないといってよい⁽³⁾。この点においても、本稿における分析は一定の意義を持ちうると思われる。

本稿の構成は以下のとおりである。第1章でウェブサイト調査の方法とデータ全体の概要について説明を行った上で、第2章では候補者によるウェブサイトの開設状況について概観する。特に、所属政党、候補者の地位、立候補タイプおよび候補者の社会的属性の4つの要因に焦点を合わせて、それらとサイト開設との関連を、ひとまずは2変数間の関係のみに注目して明らかにする。続く第3章では、本稿で用いられるウェブサイトを対象とした内容分析の方法につ

いて説明する。第4章ではウェブサイトの内容に関するデータの概要を示し、最後の第5章において、その内容に影響を及ぼす要因を明らかにするために多変量解析の手法を用いた分析を行って、その結果を検討する。

1. 調査方法とデータの概要

本章では、2000年6月3日に実施された第42回衆議院選挙について著者が行った調査の結果および分析との比較を行いつつ、2003年衆院選における候補者ウェブサイトの開設状況について概観する。

最初に、調査の方法について説明する。我々は、各政党の立候補予定者が確定し始めた時期にあたる2003年10月1日から公示日前日であった2003年10月27日までの期間、そして10月28日から投票日前日の11月8日までの公示期間中において、各政党のウェブサイトおよびYahoo! Japan や Google などの代表的な検索サイトを用いて、各候補者がウェブサイトを開設しているかどうかを確認する作業を行った。ここで留意すべきは、一口にウェブサイトといってもその形態や内容は様々なことである。カールソンらはURLのドメインを一つの基準として、候補者によるウェブサイトのタイプを「独立型」および「依存型」の2つに分類した。独立型とは、独自のドメイン名を取得して、候補者が個人としてウェブサイトを開設しているタイプである。一方、依存型とは、候補者の写真やプロフィール、あるいは公約などの情報が提示されていて個人によるウェブサイトの体裁をとっていることが多いが、それらが実は政党の地方支部や他の候補者によるウェブサイトなどに置かれているタイプのサイトを指している⁽⁴⁾。今回の調査では、候補者によるウェブサイトがいずれのタイプに属するかについても明らかにしている。

今回の選挙における候補者ウェブサイトの開設状況について概観しておきたい。まず、独立型もしくは依存型を問わず、いずれかのタイプのウェブサイトを開設している候補者の数は、全候補者1159名のうち688名（約59.36パーセント）であった。ただし、その中にはサイトを開設していたことが確認できたものの、公示期間中にアクセスが不可能であったり、公職選挙法への配慮から公示期間中はサイトを閉鎖する旨のメッセージが表示されていたりした6ケースが含まれている⁽⁵⁾。前回の2000年衆院選時に行った調査では、全候補者1404名中ウェブサイトを開設していたものは全体の約28.4パーセントにあたる399名である。約3年の期間において、開設率は30.9ポイントと比較的大きな上昇幅を示していることになる。総務省の調査によれば、2000年末の時点での我が国におけるインターネットの人口普及率は37.1パーセント（利用者数は4708万人）であったが、2003年末には60.6パーセント（利用者数は7730万人）と23.5ポイント上昇している⁽⁶⁾。ウェブサイトを開設している候補者の増加は、社会におけるこのようなインターネット普及率の上昇と軌を一にしているといっていよい。

次に、カールソンらの基準に従って各ウェブサイトを独立型および依存型に分類した上で、

それぞれの総数について検討する。独立型については662名の候補者によるウェブサイトがそれに該当しており、残りの26名によるサイトが依存型にあたる。ウェブサイトを開設している688名の候補者のうちで独立型が占める割合は約96.2パーセントとなり、大多数が独立型ということになる。残念ながら我々による2000年衆院選についての調査では、独立型ウェブサイトと依存型のそれとを区別するデータを持ち合わせていないため、それとの比較はできない。ただし、2001年7月29日に実施された第19回参議院選挙における候補者ウェブサイトについては、2つのタイプを区別したデータが利用可能である⁽⁷⁾。2001年参院選では、独立型および依存型のいずれかのウェブサイトを開設していた候補者は442名（全候補者496名中、約89.1パーセント）であり、そのうちの約57.2パーセントにあたる253名の候補者によるサイトが独立型に分類された。両選挙を隔てる約2年間の間に、独立型の占める比率は大幅に増加していることになる。

一般的に依存型のサイトは独立型のそれと比較して、提供されている情報の量や内容は限定的であり、サイト自体の構成も単純なものとなる傾向が調査では見出せた。同様の傾向は、カールソンらによるフィンランドの選挙における候補者ウェブサイトについての調査においても見いだされている⁽⁸⁾。もちろん、両選挙における候補者の社会的属性の違いや、それぞれにおいて採用されている選挙制度の違いなどを考慮する必要もあるだろうが、2003年衆院選における独立型ウェブサイトの大幅な増加は、社会でのインターネットの普及に従って候補者の側もいっそう「充実した」サイトを開設するようになったことを示しているとも捉えられる。

2. 候補者ウェブサイトの開設要因

候補者によるウェブサイトの開設は様々な要因とどのような関係を持っているのか。本稿では、所属政党、立候補タイプ、候補者の地位、そして候補者の社会的属性の4つの要因を取り上げて、それらとの関連について検討してみたい。なお、上記の依存型に該当するウェブサイト数がきわめて少数であったこと、そして2000年衆院選についてのデータとの比較がより明確になるとの理由から、以下では独立型と依存型のウェブサイトを区別せず、一括して「ウェブサイト開設」として扱うことにする。また、特に断りがない限り、サイトの開設・非開設に関わる以下の数字は前述のように公示期間中にアクセスが不可能となっていた6ケースを含めたものである。

2.1 所属政党

ウェブサイトを開設している候補者数の政党別内訳は、自民党273名（同党からの候補者336名中の81.2パーセント）、民主党230名（同277名中の83.0パーセント）、公明党32名（同55名中の58.2パーセント）、社民党26名（同65名中の40.0パーセント）、共産党68名（同316名中の21.5パーセント）、保守党9名（同11名中の81.8パーセント）、無所属・諸派50名（総候補者99名中

の50.5パーセント)となっている。なお、「無所属・諸派」には、自由連合、尊命、無所属の会が含まれている。これを2000年衆院選のデータと比較したのが図2-1-1である。ただしこの図では、前回選挙との対比をより明確に示すために、2000年の自由党候補者については民主党に含めていること(337名中169名)、そして衆院選直後の2003年11月に解党して自民党に合流した保守新党からの候補者(2000年衆院選時には保守党)については、2000年および2003年の両方で自民党に含めている。また、2000年の無所属・諸派には、自由連合、無所属の会、改革クラブ、新社会党が含まれている。共産党については2000年総選挙時には党の方針として議員および候補者個人がウェブサイトを開設することを認めておらず、政党のウェブサイトによって一本化することを党の方針としていた⁽⁹⁾。ここでは2000年との比較が主目的であるため、図2-1-1には同党についてのデータは含めていない。

同図が示すように、2000年と比べて、2003年ではどの政党も開設率が上昇しており、全体的に候補者によるウェブサイトの利用は増加傾向にあると見てよい。特に、2000年での開設率が40.8パーセントであり、51パーセントの民主党にやや水をあけられていた自民党は、2003年には40ポイント以上の増加を示している。社民党も4.8パーセントから40.0パーセントへと35.2ポイントの比較的高い伸びとなっているが、前回の開設率自体がかなり低かったため、共産党とともに各政党の中では相対的に低い水準にとどまるという結果となった。

2003年のデータでは、80パーセント以上のサイト開設率を示しているのは自民党と民主党のみである。民主党は従来からインターネットの選挙利用に積極的な姿勢を示しており、2000年に続いて候補者のサイト開設率が第一位となったことも当然といえる。その一方で、自民党の

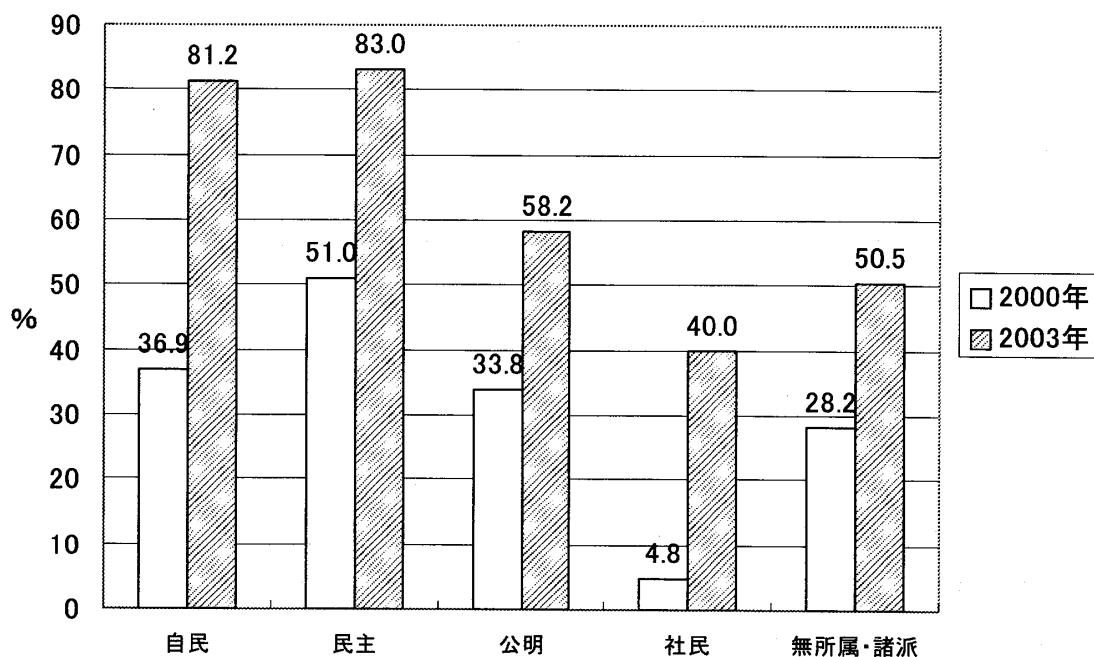


図2-1-1：政党ごとのウェブサイト開設率

サイト開設率が顕著な伸びを示して民主党とほぼ肩を並べるようになったことは興味深い。2003年衆院選の投票結果は、自民党と民主党による2大政党制の到来可能性をうかがわせるものとなった⁽¹⁰⁾。2003年でのウェブサイト開設率の状況は、インターネットの利用においてもまた、2大政党化が進行している可能性があることを示唆しているとも捉えられるだろう。

2.2 候補者の地位

インターネットと政治との関係に関して、近年の研究では主として次の2つの仮説が提示されてきている。第1は「平準化 (equalization) 仮説」である。インターネットの特質の一つとして、比較的低いコストで大量の情報を発信できることが挙げられる。このような特質は、動員可能な資金や人員の面で劣位にあるアクターにとってキャンペーン手段としてのインターネットをより魅力的なものとすると考えられる。そのため、主要政党よりも中小政党やそこに属する政治家の方が積極的にインターネットを活用する傾向があるというのが平準化仮説である⁽¹¹⁾。第2は「通常化 (normalization)」仮説である。通常化とは、現実の政治の様態がインターネット空間上にも反映されている現象を意味する。インターネットは従来の多くのメディアと比較して、低コストで大量の情報発信を可能とする側面を持っている。このような特質は、カネもしくは人などのリソースを持たないアクターにとって有利に働くと考えられるだろう。だが実際には、ウェブ技術が高度化するにつれて、効果的なウェブサイトを開設し、さらにそれを継続的に運営していくためには高度な技術を身につけた専属のスタッフなどを雇用することが必要になってきている。このことは確固たる財政基盤を有しない小政党や新人候補によるインターネットの積極的利用を制限する作用を及ぼし、結果的に大政党もしくは現職の議員の方が、現実の世界と同じようにサイバースペースにおいても存在感を強めているとするのが通常化仮説である⁽¹²⁾。

候補者の地位に関していえば、前職の候補者は新人や元職よりも相対的に動員できるリソースを多く持つと一般的に考えられるだろう。それゆえに、もし通常化が我が国においても進行しているならば、前職のウェブサイト開設率はそれ以外の候補者の開設率よりも高いと予想される。一方で、前職の開設率がそれ以外の候補者のそれよりも低くなっている場合、もしくは両者の間に差がない場合には平準化の傾向が現れていると解釈できるだろう。

ここでは候補者の地位をまず前職とそれ以外の候補者とに分類し、ウェブサイトの開設状況に違いがあるかどうかを見てみたい。表2-2-1に示されているように、前職では418名中91.9パーセントにあたる384名、それ以外では741名中41パーセントにあたる304名がウェブサイトを開設していた。前職の方がそれ以外の候補者よりも、きわめて高い開設率を示していることになる。カイ二乗検定によっても、両者の間には1パーセント未満の水準で有意な差があることが確かめられる。2000年衆院選では、前職の開設率は53.9パーセント (434人中234人)、それ以外の候補者の開設率は24パーセント (637人中153人) となっていた ($\chi^2=99.987$, $p<.000$)。この結果と2003年の結果とを比較してみれば、前職およびそれ以外の候補者の双方ともに開設

表2-2-1：候補者の地位ごとのウェブサイト開設者数および開設率

	開設	非開設	合計
前職	384 (91.9%)	34 (8.10%)	418
それ以外	304 (41.0%)	437 (59.0%)	741
合計	688	471	1159

$\chi^2 = 286.343, p < .000$

率は比較的大きな伸びを示しているが、とりわけ38ポイントの上昇を示している前職においてそれは顕著である。先述のように2003年衆院選では自民党および民主党候補者の開設率が他党よりも高い値を示していたことと併せて、これらの結果は通常化仮説を部分的に支持するものであると解釈できる。このことについてのより厳密な分析と議論は、後に行うことにしたい。

2.3 立候補のタイプ

衆議院の選挙制度においては、立候補のタイプは小選挙区と比例代表の重複立候補者、小選挙区のみ候補者、比例代表のみ候補者の3つに分類できる。これらの立候補タイプごとのウェブサイトの開設率は、小選挙区と比例代表の重複立候補者が80.2パーセント（612名中491名）、小選挙区のみ候補者が30.9パーセント（414名中128名）、比例代表のみ候補者が51.9パーセント（133名中69名）であった（表2-3-1参照）。立候補タイプによって開設率に違いのあることは、カイ二乗検定により1パーセント未満の水準でも確かめられている。この結果を、2000年衆院選のデータと比較してみたい（図2-3-1参照）。そこでのサイト開設率は、重複立候補者が47.2パーセント（665人中314人が開設）、小選挙区のみ候補者が19.3パーセント（233人中45人が開設）、比例代表のみ候補者が16.2パーセント（173人中28人）であった⁽¹³⁾。いずれの立候補タイプにおいても、2003年選挙においては開設率が上昇していることになる。ま

表2-3-1：立候補タイプごとのウェブサイトの開設者数および開設率

	開設	非開設	合計
重複立候補	491 (80.2%)	121 (19.8%)	612
小選挙区のみ	128 (30.9%)	286 (69.1%)	414
比例代表のみ	69 (51.9%)	64 (48.1%)	133
合計	688	471	1159

$\chi^2 = 252.399, p < .000$

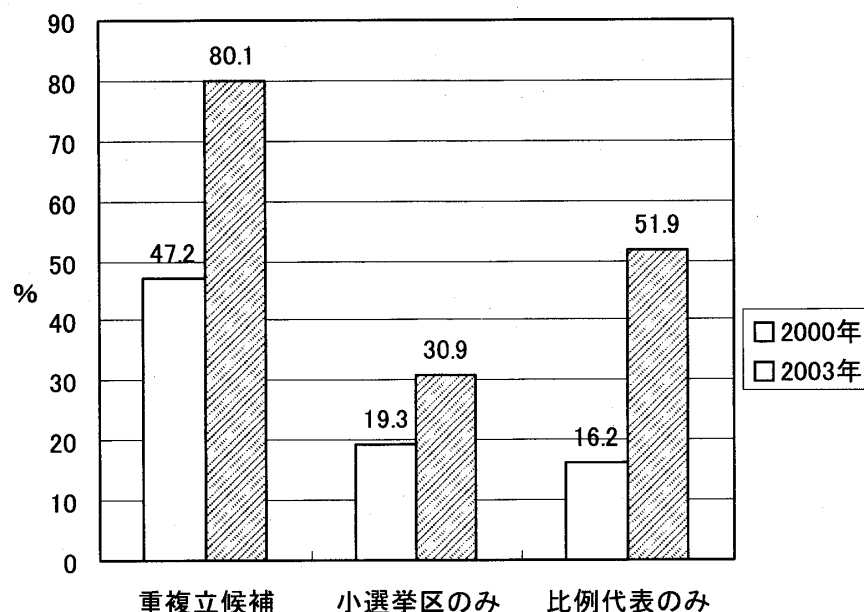


図2-3-1：立候補タイプ別の開設率（2000年衆院選との比較）

た、重複立候補者の開設率が他の2つのタイプの候補者のそれよりもかなり高くなっていることは、両選挙に共通してみられる特徴である。

その一方で、小選挙区のみと比例代表のみの候補者との間で開設率は逆転しており、2003年では小選挙区のみと比例代表のみの候補者が最も低くなっている。今回このような結果が生じた原因としては、第1に政党の中でもっとも開設率が低かった共産党において、小選挙区のみと比例代表のみの候補者が占める割合が316名中269名（85.1パーセント）と他の政党よりもきわめて高くなっていること、第2に比例代表での候補者が存在していない無所属・諸派候補者の開設率が比較的低くとどまっていることなどが考えられる。

2.4 候補者の社会的属性

ウェブサイトの開設には、年齢や学歴などの候補者の社会的属性も一定の影響を及ぼしていると考えられている⁽¹⁴⁾。ここでは、年齢、学歴、性別の3つを取り上げて検討する。

年齢との関連から見ていきたい。全候補者の平均年齢は50.98才であり、最年少および最年長はそれぞれ25才と84才である。ただし、年齢は公示日にあたる2003年10月28日時点でのものである。ウェブサイトを開設している候補者についてはその平均年齢は51.09才であり、開設していない候補者のそれは50.84才であった。一般的には若い候補者の方が情報技術に対する親近性が高いとも考えられるが、ここでの結果はウェブサイトを開設している候補者の方が平均年齢は高くなっている。このような傾向は、2000年衆院選においても見られたものである⁽¹⁵⁾。いずれにせよその年齢差はわずかであり、両者の平均年齢の間には10パーセント水準

においても有意な差は見られなかった。

学歴については、候補者を大学卒業以上とそれ以外の2つのカテゴリーに分けてウェブサイト開設との関連を検討することにする。ただし、ここでは大学中退および短大卒業の場合も大卒以上と見なしている。大卒以上の学歴を持つ候補者1006名のうち、64.8パーセントにあたる652人がウェブサイトを開設していた。その一方で、それ以外の学歴を持つ候補者については、その内の23.5パーセント（153人中36人）しかウェブサイトを開設していない。カイ二乗検定によっても、両者の間には1パーセント未満の水準で開設率に違いがあることが示される（ $\chi^2=93.816$, $p<.000$ ）。2000年衆院選では、大卒以上とそれ以外のいずれのカテゴリーでもサイトの未開設者の割合の方が多数を占めていた⁽¹⁶⁾。2003年衆院選においては、学歴による開設率の違いがより顕著に現れたことになる。学歴が情報技術への親近度合を示す有効な指標であるとするならば、この結果は予想通りである。

性別に関しては、男性候補者1010名の内の61.7パーセントにあたる623名がサイトを開設していた一方で、女性候補者ではその割合が45パーセント（149名中67名）と相対的に低くなっている傾向が見られる。この違いは1パーセント未満の水準で有意であることが確かめられている（ $\chi^2=15.062$, $p<.000$ ）。2004年度版の『インターネット白書』によれば、一般的なインターネット利用者の性別構成比は男性が53.2パーセント、女性が46.8パーセントとなっている。ここでの結果はこのようなインターネット利用者の属性を反映したものかもしれないが、一般的なインターネット利用者においては性別の差は急速に縮まってきているとの見方もある⁽¹⁷⁾。候補者もしくは政治家のインターネット利用においても、同様の傾向が今後見られるようになるかどうかは興味深い問題である。

3. ウェブサイトの内容についての分析

これまでは、候補者がウェブサイトを開設しているかどうかだけを取り上げて検討を行ってきた。本章からは、「どのような」サイトを開設しているのか、すなわち、サイトの内容に注目して分析を行っていきたい。

3.1 先行研究

諸外国においても、政治家や政党、あるいは候補者が情報発信のツールとしてインターネットを用いることはごく一般的となりつつある。このような状況の中で、政治学の分野でも、ウェブサイトの内容を分析対象とする研究は近年増加しつつある。たとえば、R・ギブソンやS・ウォードらを中心とするグループは、アメリカおよびイギリスや、オーストラリア、ドイツなどの諸先進国に焦点を合わせて、そこにおける政党、議員あるいは選挙の候補者によるウェブサイトの内容を対象とする分析を精力的に行っている⁽¹⁸⁾。また、ギリシャ、スペイン、ポルトガル、そしてイタリアなどの南欧諸国やルーマニア、あるいは韓国などを対象とした同様の

研究も行われつつある⁽¹⁹⁾。日本については、著者が行った衆議院議員によるウェブサイトを対象としたものや、山本竜大による地方議員ウェブサイトの研究などが挙げられる⁽²⁰⁾。具体的な分析手法などについてはそれぞれ違いも見受けられるものの、ウェブサイトの内容を数値として表した上で、それに影響を及ぼしている要因を明らかにすることを試みた実証研究であるという点でこれらは共通の特徴を持つ。同様のアプローチと問題関心に従って、以下では2003年衆院選における候補者ウェブサイトの内容を対象として分析を進めることにする。

3.2 内容分析の単位

ウェブサイトを対象として内容分析を行う場合に直面することになる問題の一つは、サイトの内容もしくはその存在自体の「不安定さ (instability)」である。紙や録音テープなどの媒体に固定された記録とは異なり、ウェブサイト上で提供されている内容は更新によって絶えず変化し、いったん更新が行われたならばそれ以前の内容を入手することは困難となることが多い⁽²¹⁾。この点については、我が国においては選挙期間中のウェブサイトの更新は公職選挙法違反となる可能性があるとの解釈が一般的になされているため (2005年4月15日現在)、研究対象の安定性はかなりの程度まで担保されていると考えられる。

内容分析を行うために次に重要となるのは、ウェブサイトのどのような機能に着目してコーディングを行うかという問題である。これに関して、ギブソンとウォードは政党および候補者によるウェブサイトについての内容分析を行うための基準を提示した⁽²²⁾。彼女らによる基準は、現在では比較的多くの研究者によって実際に用いられたり、あるいは参考とされたりしている。本稿においても、ギブソンらによる基準を援用して分析を行いたい。とりわけ注目するのは、ウェブサイトの4つの機能、すなわち、相互作用性、情報提示、プレゼンテーション、アクセスの容易性である。ウェブサイトが有するこれらの機能を測るために、採用したコーディングの方法を、各機能についての説明とともに以下に示す。なお、ここでのコーディングの方針は、著者が日本の衆議院議員によるウェブサイトを対象とした内容分析に行った際に用いたものに基本的に従っている⁽²³⁾。

(I) 相互作用性 (interactivity)

相互作用性とは、インターネットの特質の一つである双方向的もしくは多方向的な情報の流れに関わる基準である。ここでは、メールアドレスおよび他のホームページへのリンクの所在に主たる焦点を合わせた上で次のように操作化を行って、ウェブサイト上でどれだけ相互作用性の実現されているかを測ることにする。

- (1) 候補者自身のメールアドレスへのリンクが張られている場合は1、それ以外は0。
- (2) 所属政党のウェブサイトへのリンクが張られている場合には1、それ以外は0。
- (3) オンライン献金が可能である場合には1、それ以外は0。
- (4) 掲示板が設置されている場合は1、それ以外は0。

(II) 情報提示 (information provision)

ギブソンとウォードは、政党がオンライン上で実施する機能の一つとして「情報提示 (information provision)」を挙げている。彼女らに従えば、それは政党の歴史や政策、あるいは活動などについての情報を一般の有権者に提供しようとする試みを意味している。選挙での集票というよりも、むしろ教育的ないしは社会化 (socializing) を目的とするものとして情報提供が捉えられていることになる⁽²⁴⁾。ただし、政党によるあらゆる行動は、程度の差こそあれ何らかの形で集票行動と結びついていると考えることに無理はないであろう。実際、ギブソンらもそのことを認めている。また、本稿の分析対象は選挙の候補者であり、候補者がオンラインで行う情報提供行動は、より直接的に当選目的に結びついていると見なすこともさほど無理ではないだろう。それゆえ、ここでは情報提示の機能をギブソンらよりもやや広く捉えて、候補者に関わる何らかの情報がウェブサイト上で提供されていることと定義する。この定義に従って、次に示す5つの変数の選択とその操作化を行った。

- (1) 候補者のプロフィールが掲載されている場合は1、それ以外は0。
- (2) 候補者の顔写真が掲載されている場合は1、それ以外は0。
- (3) メールマガジンの申し込みが可能である場合は1、それ以外は0。
- (4) 個人後援会への入会案内が記載されている場合には1、それ以外は0。
- (5) 献金振込先の記載がある場合には1、それ以外は0。

上で説明した情報提示は、「どのような」情報がウェブサイト上で提供されているかに関するものである。それとともに、ウェブサイトの内容について検討する際には、「どのように」情報が発信されているかについても注意が払われねばならない。インターネットは従来のメディアに比べて情報の表現方法がきわめて豊かであり、さらにその表現方法の選択についての広い余地が情報を発信する側に与えられているからである。ギブソンとウォードはインターネットを介した情報の発信形態に関わる機能を、「サイト・デリバリー (site delivery)」と名付けている⁽²⁵⁾。ここではギブソンとウォードによる議論を参考にして、「プレゼンテーション」と「アクセスの容易性」の2つをサイト・デリバリーに関連する基準として選択した。以下、順に説明していきたい。

(III) プレゼンテーション (presentation)

プレゼンテーションとは、ウェブサイトのいわば「マルチメディア化」を表す基準である。プレーンな文字テキストのみを用いるよりも、画像や動画、そして音声などの多様な形態を通じて情報を発信する方が有権者へのアピール度は高くなると一般的に考えられるだろう⁽²⁶⁾。ここではプレゼンテーションの度合いを測定するために、次のように変数を選択して操作化を行った。

- (1) 音声情報が提供されている場合は1、それ以外は0。

(2) 動画情報が提供されている場合は1, それ以外は0.

(3) flash が使用されている場合は1, それ以外は0.⁽²⁷⁾

(IV) アクセスの容易性 (accessibility)

ウェブサイトによって情報を発信する場合に重要となるのは、プレゼンテーションで表されるようなウェブサイト自体の見栄えのみではなく、サイトの閲覧者に対する様々な配慮である。アクセスの容易性とは、その配慮がどれだけ払われているかを測るための基準と見なされる。そこでは、ウェブサイト自体の所在を容易に確認できるか、閲覧者が望む情報をサイト上で容易に見つけることができるか、そしてユーザーの環境に関わりなく快適なアクセスが実現されているかという点が重要になってくる。これらの点から選択した変数は以下のとおりである。

(1) ウェブサイト内に更新情報の紹介がある場合には1, それ以外は0.

(2) フレーム有り無しの選択ができる場合には1, それ以外は0.

(3) 英語ページが用意されている場合には1, それ以外は0.

(4) ページ全体に対するリンク付きインデックスが存在している場合には1, それ以外は0.

(5) Yahoo! Japan にウェブサイトが登録されている場合には1, それ以外は0.

(6) ウェブサイト内の検索が可能であれば1, それ以外は0.

(7) 携帯電話対応の専用ページが用意されている場合には1, それ以外は0.

これら4つの基準に従った合計19の変数についての度数分布は、表3-2-1に示されているとおりである。なお、ここでは688名のウェブサイト開設者のうちで、公示期間中のアクセスが何らかの理由で不可能であり、サイト内容の調査を行えなかった6名分を除く682のウェブサイトを分析対象としている。

各項目の中で特に高い割合を示しているのは、候補者のプロフィールと候補者の顔写真、そしてYahoo! Japan への登録の3つであり、いずれもほぼ100パーセントに近い値を示している。顔写真とプロフィールは個人をアピールする際のいわば基本的な情報であり、ほとんどのウェブサイトがそれらを提供していることは当然であるともいえるだろう。それらとともに、相互作用性の基準に含まれる「候補者自身のメールアドレスへのリンク」および「所属政党のウェブサイトへのリンク」も、それぞれ89パーセントおよび73.16パーセントと、比較的高い割合を示している。

その一方で、サイト・デリバリーに関わる変数については、いくつかの例外を除いて全体的に低い割合となっている。とりわけ、アクセスの容易性に関する変数は、更新情報の紹介およびYahoo! Japan への登録を除いて、すべて10パーセント未満の値となっている。これらから見る限り、候補者のウェブサイトの多くは、候補者自身をアピールすることと比較して、アクセスする側への配慮が相対的に乏しいとも考えられるだろう。

それでは、候補者によるウェブサイトの内容を基準として、そこから何らかのパターンを抽出することは可能なのか。詳細な結果は省略するが、上記のすべての変数を投入して多重対応

表3-2-1：ウェブサイトの内容に関わる各変数の度数分布

変数	度数	ウェブサイト開設者中の割合	変数	度数	ウェブサイト開設者中の割合
候補者自身のメールアドレスへのリンク	607	89.003%	更新情報の紹介	409	59.971%
所属政党のウェブサイトへのリンク	499	73.167%	フレーム有り無し の選択	4	0.587%
オンライン献金	6	0.880%	英語ページが用意	34	4.985%
個人後援会によるウェブサイトへのリンク	21	3.079%	ページ全体に対するリンク付きインデックス	43	6.305%
掲示板	72	10.557%	Yahoo! Japanへの登録	664	97.361%
候補者のプロフィール	670	98.240%	ウェブサイト内の検索	24	3.519%
候補者の顔写真	670	98.240%	携帯電話対応	62	9.091%
メールマガジンの申し込み	126	18.475%	音声情報	65	9.531%
個人後援会への入会案内が記載	221	32.405%	動画情報	100	14.663%
献金振込先の記載	94	13.783%	flash の使用	80	11.730%

N = 682

分析および主成分分析を行ってみたところ、そこから明確なサイトのタイプを抽出することはきわめて困難であった。

そこで、前述の相互作用性、情報提示、プレゼンテーション、アクセスの容易性の4つの機能に注目して、これらの機能間に何らかの関係性が見いだせるかどうかを確かめてみた。具体的には、機能ごとにそれらを構成する変数の値をウェブサイトごとに加算し、それぞれの機能の充実度を測るための指標を作成した。ただし、ここではすべての変数について、該当する場合には1ポイント、そうでない場合には0ポイントを与える処理を行っており、各変数の重要性を考慮するための重み付けはなされていない。

各指標についての基本統計は表3-2-2に示されている。一見して、アクセスの容易性についての指標値が低めになっていること、そしてプレゼンテーションの指標値にもまた同様の傾向が現れていることがここからでも見て取れる。これらの指標間の順位相関係数は表3-2-3に示されている。4つの指標のすべての組み合わせにおいて、有意な正の相関関係が見いだせる。相関係数自体はいずれも0.102から0.291とさほど大きなものではないことに注意すべきではあるが、いずれか1つの機能において高いポイントを示しているウェブサイトは、他のいずれの

表3-2-2：各指標の記述統計

	最小値	最大値	平均値	標準偏差
相互作用性	0	3	1.7375	0.6681
情報提供	0	5	2.6129	0.8288
プレゼンテーション	0	5	1.8079	0.8498
アクセスの容易性	0	3	0.3592	0.6929

表3-2-3：各指標間の相関係数

	相互作用性	情報提供	プレゼンテーション	アクセスの容易性
相互作用性	*	0.223**	0.102**	.251**
情報提供	0.223**	*	0.150**	.291**
プレゼンテーション	0.102**	0.15**	*	.202**
アクセスの容易性	.251**	.291**	.202**	*
N = 682	** は1パーセント水準で有意			

機能についてもポイントが高くなる傾向にあることが示されている。

4. ウェブサイトの内容に影響を及ぼす要因

第3章で示されたウェブサイトの内容は、どのような要因と関連を持っているのだろうか。この問いに関して、まず所属政党、候補者の地位、立候補タイプ、候補者の社会的属性の4つに焦点を合わせて、サイトの内容に関わる4つの指標との関係について順に検討していきたい。

4.1 所属政党

図4-1-1から図4-1-4は、所属政党ごとの各指標の平均値を示したものである。なお、保守新党からの候補者11名については自民党に含めている。4つの指標に共通する明確なパターンは見出し難いが、いずれの指標においても共産党が他党よりも低めとなっている傾向がうかがえる。自民党と民主党とを比較してみると、相互作用性および情報提供については民主党が上回っているものの、プレゼンテーションおよびアクセスの容易性では自民党がより高い値を示しているのがわかる。プレゼンテーションおよびアクセスの容易性の2つはサイト・デリバリーに関わる基準であり、自民党候補者によるウェブサイトが情報の発信形態の点では高いパフォーマンスを示す傾向にあることが見て取れる。

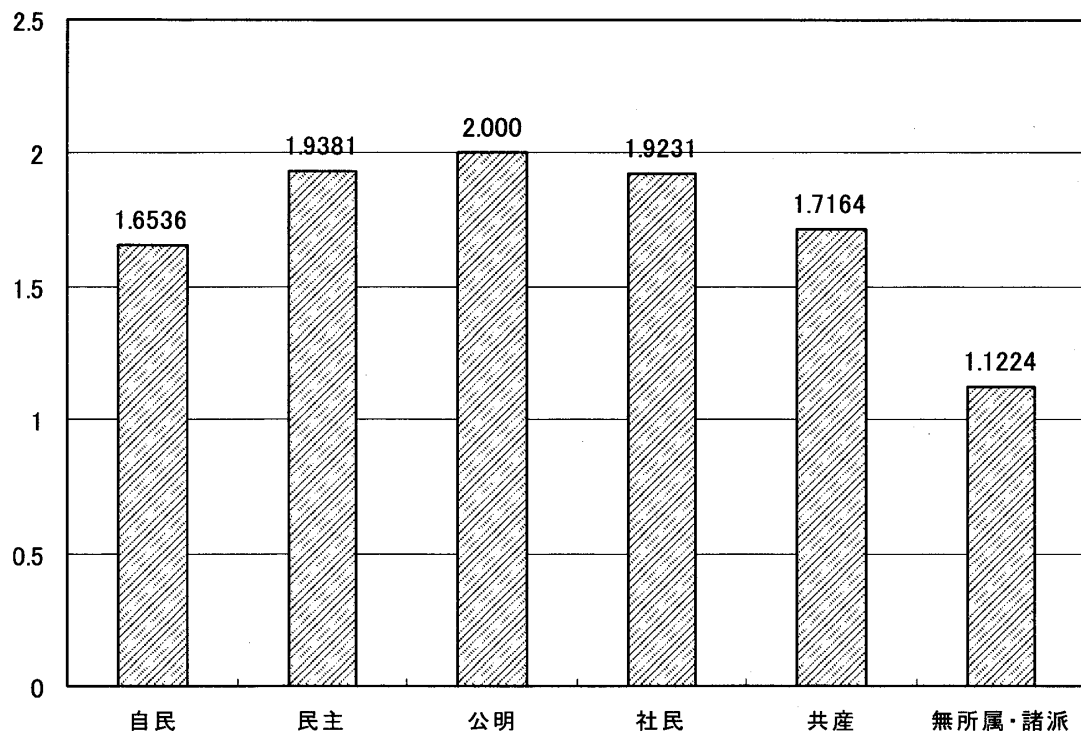


図4-1-1：相互作用性の平均（政党ごと）

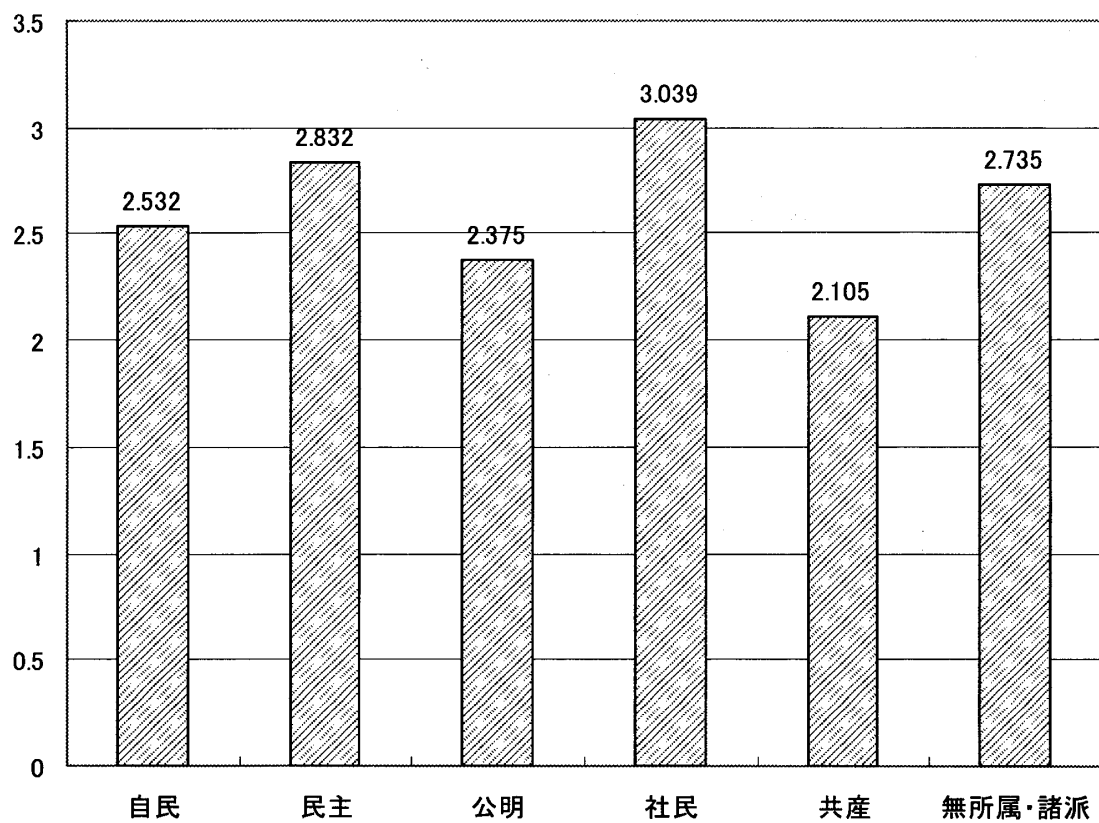


図4-1-2：情報提供の平均（政党ごと）

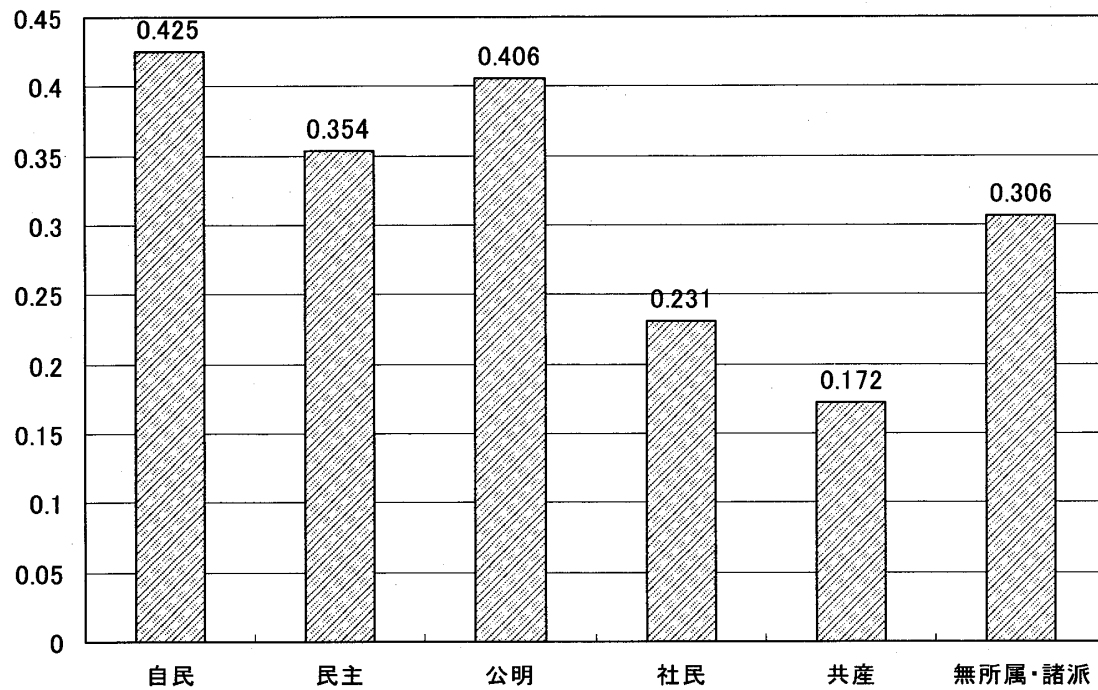


図4-1-3：プレゼンテーションの平均（政党ごと）

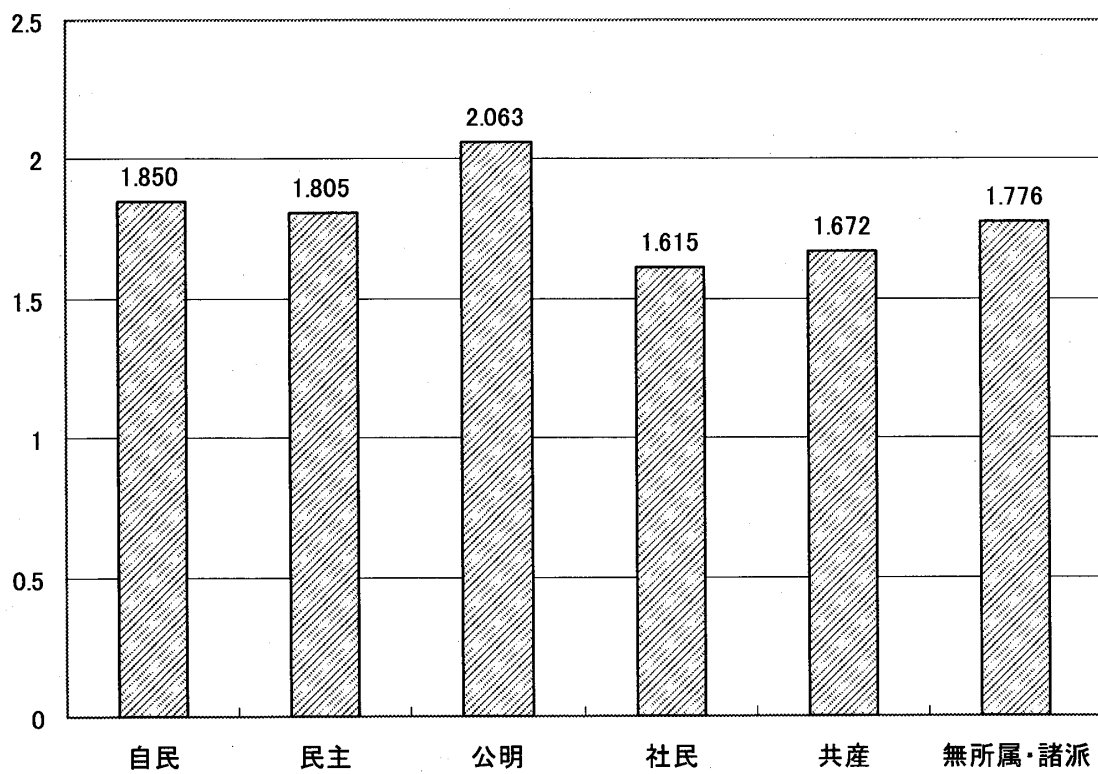


図4-1-4：アクセスの容易性の平均（政党ごと）

4.2 候補者の地位

候補者の地位に関しては、前職とそれ以外の候補者で各指標の平均値に違いがあるかどうかを調べてみた（図4-2-1）。興味深いことに、4つの指標すべてにおいて前職がそれ以外の候補者よりも高い値を示している。マン・ホイットニーの検定を用いたところ、プレゼンテーションを除いて（ $U=54070$, $p=.10$ ），すべての指標において5パーセント水準で有意な差が見いだせた⁽²⁸⁾。ここで用いた4つの指標がウェブサイトの充実度合いを一定程度表しうるものであると見なすならば、前職候補によるウェブサイトはそれ以外の候補によるそれよりも、いっそう充実したものになっている傾向があるといえる。この結果は、ウェブサイトの有無だけではなく、ウェブサイトの内容から見ても、前述の通常化が進行している可能性があることを示している。

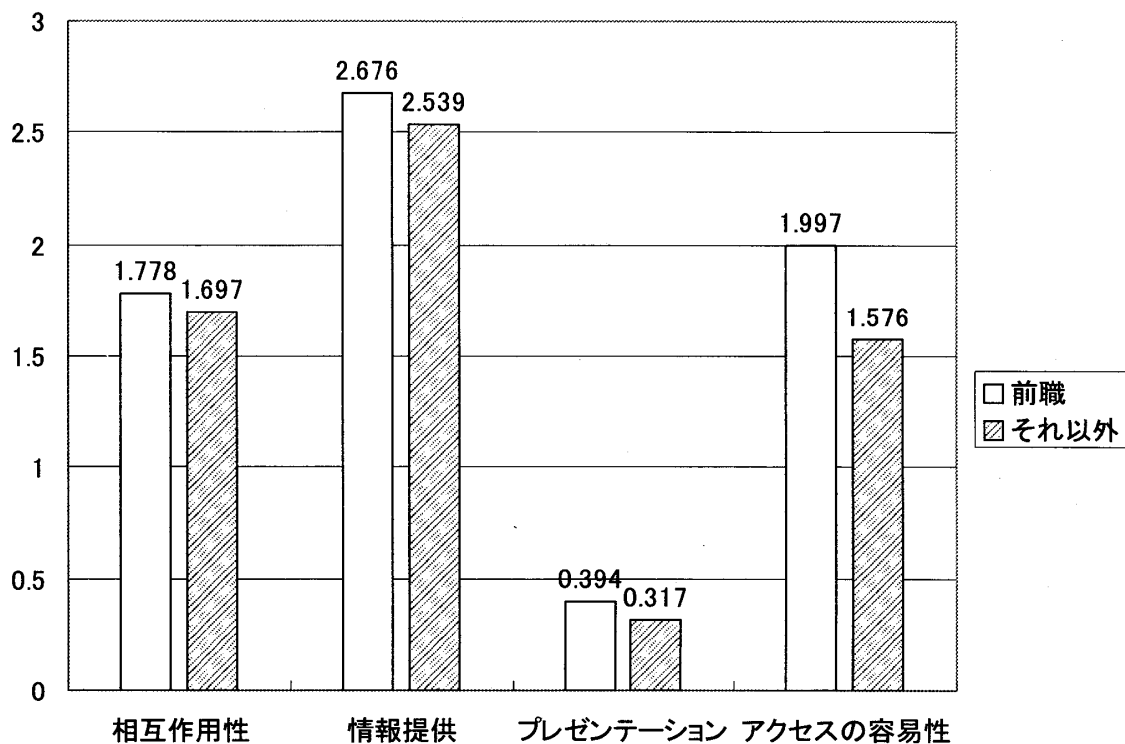


図4-2-1：各指標の平均（候補者の地位ごと）

4.3 立候補タイプ

立候補タイプに関して各指標の平均値を見れば、相互作用性を除いては、比例のみの候補者のそれが最も低くなっている（図4-3-1参照）。クラスカル・ウォリスの検定によって、アクセスの容易性以外については、いずれも5パーセント水準で差があることが確かめられている⁽²⁹⁾。自己アピールに関わる指標である自己情報提示の値が低くなっていること、そしてサイト自体の「華やかさ」を測るプレゼンテーションにおいても比例代表のみの候補者のそれが最も低くなっていることについては、異なった選挙制度が候補者に及ぼす誘因の違いによって

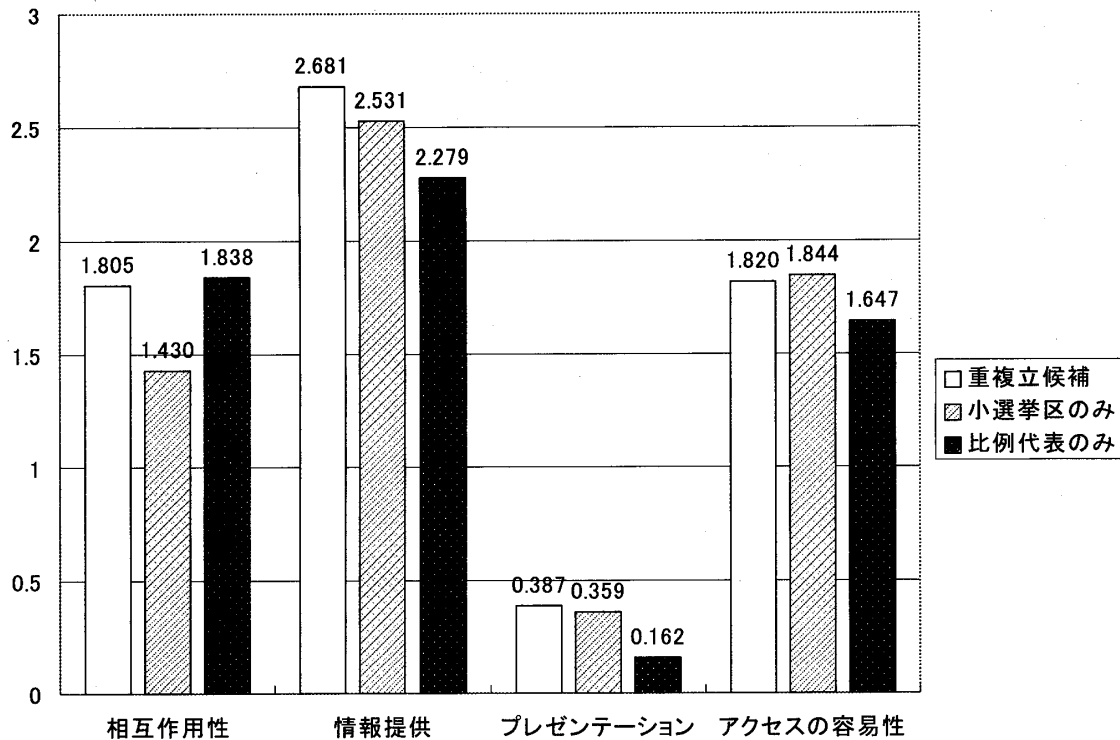


図4-3-1：各指標の平均（立候補タイプごと）

説明可能であるかもしれない。この問題については後述する。

4.4 社会的属性

候補者の社会的属性に関しては、年齢、学歴、性別の3つに焦点を合わせる。まず、年齢との関係から見ていきたい。図4-4-1は候補者の年齢を、39才以下、40から49才、50から59才、60才以上の4つのカテゴリーに分類して、ウェブサイトの内容についての各基準の平均値をカテゴリーごとに示したものである。ここから判断する限りは、年齢とウェブサイトの内容との間に何らかの関連があるとは言い難い。相互作用性と情報提供においては、年齢が若くなるほどその平均値が上昇していく傾向が見られるが、その程度はわずかである。結果は省略するが、クラスカル・ウォリスの検定を用いた分析でも、4つの基準のいずれにおいても年齢カテゴリー間に有意な差は見いだせなかった。

学歴については、4つの基準のすべてにおいて大卒以上の候補者の平均値がそれ以外の候補者のそれを上回っている（図4-4-2参照）。学歴の高い候補者ほど情報技術への親近性が高く、それゆえに内容の充実したウェブサイトを開設している傾向があるだろうとの一般的な予想に適合的な結果ではあるものの、年齢の場合と同じくその差は大きなものではない。マン・ホイットニーの検定による結果でも、5パーセント水準で有意な差があることが示されたのはアクセスの容易性のみであった⁽³⁰⁾。

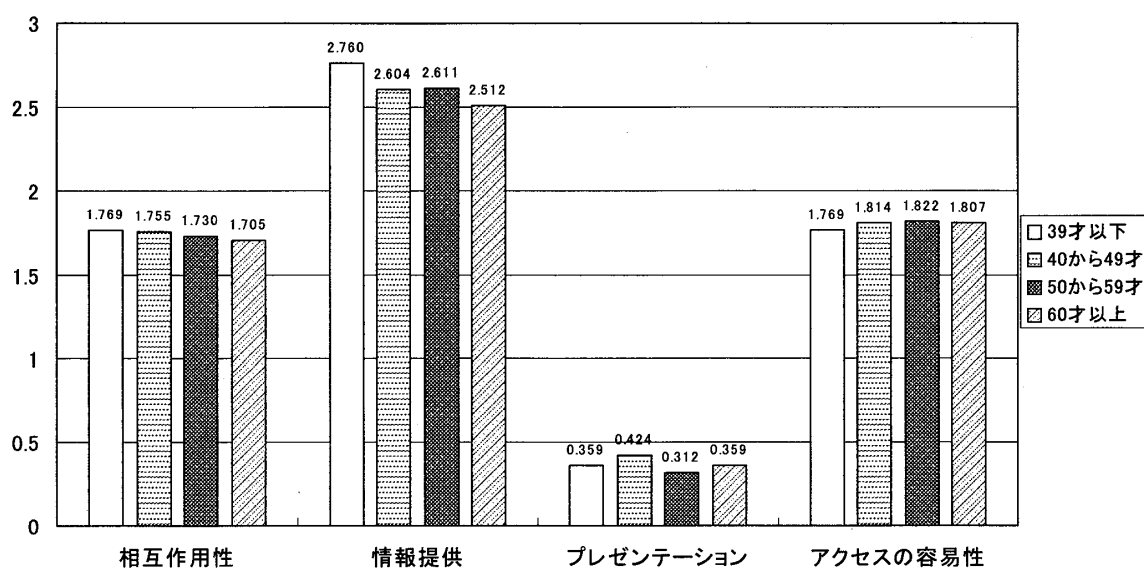


図4-4-1：各指標の平均（年齢カテゴリー別）

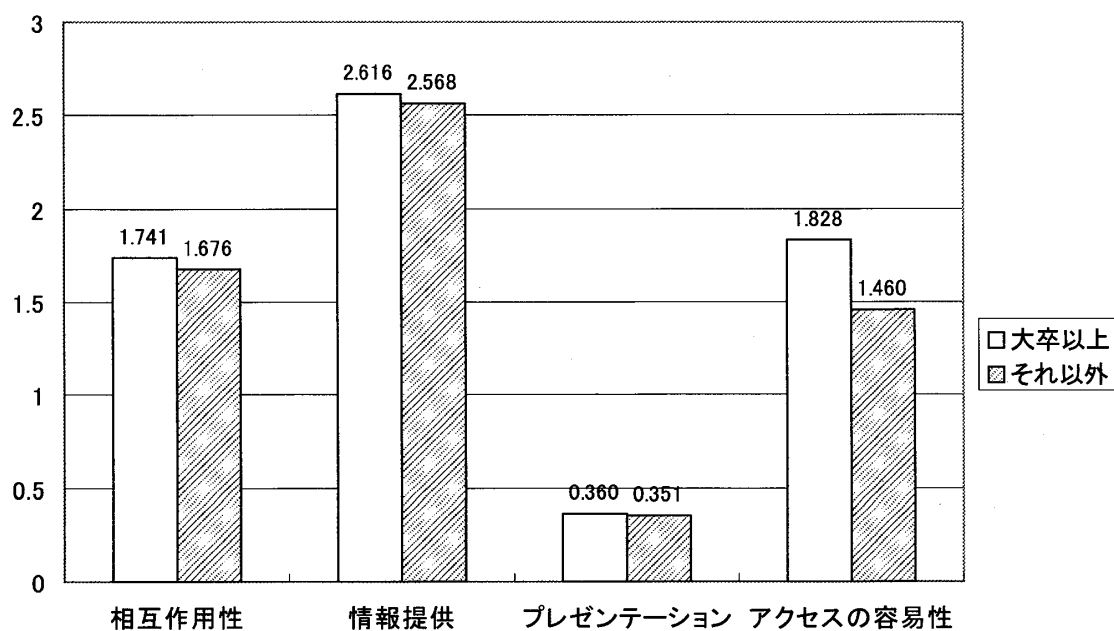


図4-4-2：各指標の平均（学歴ごと）

最後に、性別に目を向けてみたい（図4-4-3参照）。すでに見たように、ウェブサイトの開設自体との関係では、男性候補者の方がより高い割合でサイトを開設していた。ところが、サイトの内容に焦点を合わせてみれば、その差は逆転あるいは少なくとも消滅しているように見受けられる。プレゼンテーションの平均値では男性候補者が女性候補者を上回っているが、その他の3つの基準ではいずれも女性候補者の方が、わずかではあるが高い値を示している。マン・ホイットニーの検定では、4つの基準のいずれにおいても性別による有意な差は見いだせなかつ

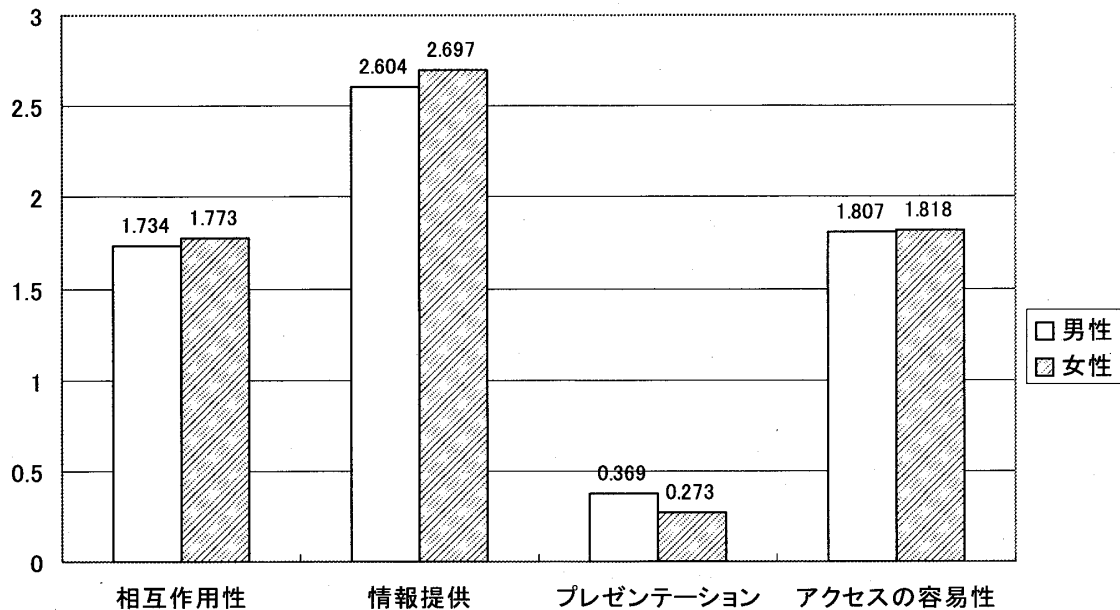


図4-4-3：各指標の平均（性別ごと）

た。インターネットの利用については、その積極度において男性が女性を上回っているとの指摘がこれまでなされてきた。特に、政治目的のインターネット利用については、その違いは特に顕著であるとの議論も行われている⁽³¹⁾。あくまで2変数のみを用いた分析であることに留意すべきではあるが、ここでの結果は後者の見方を支持するものであるといえる。

5. 多変量解析を用いた分析

本節においては、ウェブサイトの内容に影響を及ぼす要因についての検討をより厳密に行うために、多変量解析を用いた分析を行う。

5.1 従属変数および分析手法

選挙における候補者もしくは政治家によるウェブサイトの内容を従属変数とし、それに影響を及ぼす要因を数量分析を用いて明らかにすることを試みた先行研究としては、アメリカにおける知事選挙および上院議員選挙の候補者ウェブサイト分析対象としたグレアラによるものや、日本の衆議院議員によるウェブサイトを対象とする著者によるものなどがある。これらはいずれもウェブサイトの機能やそこから発信される情報の内容などに注目し、それらに該当する項目を抽出した上でそれぞれにポイントを与えることによってウェブサイトの内容についての変数を操作化している⁽³²⁾。

本稿では基本的にこれらの先行研究と同様のアプローチに従って、ウェブサイトの「充実度」

を従属変数とする分析を行う。ここで注意すべきは、いわゆるサンプル・セレクションの問題である。すなわち、ウェブサイトの内容に影響を及ぼしている要因がサイトの開設・非開設自体にも影響を及ぼしている場合には、開設しているケースのみを対象とする分析の結果にバイアスが生じて、信頼が置けないものになってしまう可能性がある⁽³³⁾。上で言及したグレアラによる研究はウェブサイト非開設のケースをあらかじめ排除した上でOLSを用いた回帰分析を行っているために、この問題を免れていない。

このような問題を回避するための手法としては、たとえばTobitモデルやヘックマンの2段階推定法などが挙げられる。これらを用いる場合には、第一段階としてウェブサイトの開設・非開設自体に影響を及ぼす要因についての分析を行い、第二段階としてウェブサイト開設のケース、すなわち従属変数としてのウェブサイトの内容が観察可能であるケースを対象として、それに影響を与えている要因についての分析を行うことになる⁽³⁴⁾。

ここで我々の分析において問題となるのは、ウェブサイトの内容に関わる上述の19の変数について、その重要性に応じて重み付けを行うためのある程度客観的な基準を今のところ持ち合わせていないことである。そのため、それらの変数を合成して得られる指標は、順序データとしての性格を強く持たざるを得ない。また、ここでは開設されているウェブサイトの内容もしくはサイトの開設・非開設自体に影響を及ぼす要因のみではなく、サイトが非開設であったケースとウェブサイトの内容の「程度」とを比較して、各要因が及ぼす影響を検討することにも関心がある。それゆえ、ここでは順序プロビットを用いた分析を行いたい。

具体的な従属変数の操作化の手順は以下のとおりである。まず、ウェブサイトの内容に関わる上記19の変数をすべて加算してその充実度を測る指標を作成する。つまり、ここでいう「充実」度とは、一つのウェブサイトにとどれだけ多くの機能が含まれているかを示すものである⁽³⁵⁾。先ほど示したように、4つの基準の間に、さほど強くはないものの一定の正の相関関係が存在していたことは、変数を加算して1つの指標を作成することに一定の根拠を与えているといえる。

この指標の平均値は6.5171（標準偏差は約1.95）、中央値は6である。最低値と最大値はそれぞれ1と13であり、すべての項目に該当しない0点のウェブサイトはなかった一方で、満点となったサイトもまた存在しなかった。次にこの指標を、1から3、4から6、7から9、そして10以上、という基準でカテゴリー分けした上で順に1から4までの値を割り当てた。それとともに、サイト非開設の場合には0ポイントを与えてそれらのケースを分析に含める。非開設の0ポイントから始まって、1ポイント以降値が増加していくごとにウェブサイトの充実度が上昇していくことになる。このような手続きを用いて、サンプル・セレクションの問題を回避することを試みたい⁽³⁶⁾。

5.2 独立変数

独立変数としては、すでに取り上げた所属政党、立候補タイプ、候補者の地位の3つの要因

を以下のように操作化して投入する。まず所属政党に関しては、自民党を参照基準として、民主党、公明党、社民党、共産党、無所属・諸派の5つのダミー変数を作成する。なお、ここでも保守党の候補者については自民党に含めている。また、無所属・諸派には、自由連合、尊命、無所属の会の候補者が含まれている。

立候補タイプは重複立候補を参照基準とし、「小選挙区のみ立候補」および「比例代表のみ立候補」の2つのダミー変数を作成した。候補者の地位は、前職の場合には1、それ以外には0の値をとるダミー変数である。

所属政党および候補者の地位に関わる変数については、その係数の符号を一意的に予想することはできない。その理由は、ここでの目的の一つが、先述の通常化もしくは平準化のどちらの現象が我が国において進行しつつあるのかを明らかにすることにあるからである。それゆえ、所属政党および候補者の地位についての分析は、探索的な性質を持たざるを得ない。

もし仮に自民党候補者によるウェブサイトがそれ以外の候補者によるウェブサイト以上に充実したものとなっているならば、我が国においても通常化の進行が見られると考えられる。それに加えて、民主党は自民党と並ぶ二大政党の一つとしての存在感を高めてきているため、両党の候補者によるサイトの充実度に差がほとんど見いだせないならば、それを通常化の表れと見なすことも可能であろう。一方で、社民党や共産党、そして無所属の候補者によるウェブサイトの充実度が、自民党もしくは民主党候補者のそれよりも高くなっていた場合、あるいはそれらの間に差が見られなかった場合には、インターネットの普及に伴って平準化が進行していると解釈することができる。

候補者の地位に関する予想は次のとおりである。新人候補と比較して前職の方が相対的に充実度の高いウェブサイトを開設している場合には通常化が進行している可能性があると思えるだろう。そしてその逆の場合には、平準化が進行していると解釈することができる。

立候補のタイプについては、我々による以前の研究において採用された仮説をここで再検証する⁽³⁷⁾。候補者にとっての最大の目的が当選にあるとの前提を置けば、ウェブサイトの開設はその確率を高めるための一手段と見なすことができるだろう。ただし、候補者がどのような選挙制度の下で立候補するかによって、有権者へのアピールのためにウェブサイトを用いようとする候補者側の誘因は変化すると予想される。すなわち、衆院選で採用されている厳格拘束名簿式では、有権者は候補者ではなく政党に投票する。そのため、比例代表のみの候補者においては、候補者個人がウェブサイトを用いて有権者に訴えかける必要度は低くなると考えられる。それに対して小選挙区のみ候補者は個人として有権者に訴えかける必要性が高くなるため、ウェブサイトをキャンペーン手段として用いることへの誘因は、比例代表のみの候補者と比べて相対的に強く働くと予想される。そこでの候補者は、より内容の充実したウェブサイトを開設することによって有権者を惹き付けようとするであろう。

重複立候補者については、小選挙区で落選しても比例代表で復活当選する機会が与えられている。ただし、復活当選の基準となる惜敗率は当該候補者の小選挙区における得票を基にして

算出されるため、候補者が個人として有権者に訴えかける必要性は小選挙区のみ候補者と同等に高いと見なされる⁽³⁸⁾。それゆえ、重複立候補者によるウェブサイトの開設率およびその充実度は、比例代表のみ候補者と比較して相対的に高くなるとの予想が成り立つ。

2000年総選挙のデータには、すでに述べたように候補者ウェブサイトの内容に関わる情報が含まれていないが、ウェブサイトの開設もしくは非開設を従属変数として行った分析では、比例代表のみ候補者のサイト開設率は重複立候補者よりも1パーセント未満の水準で有意に低くなっていたことが明らかにされている。また、現職の衆議院議員によるウェブサイトを対象として、2001年11月から12月にかけて収集したデータを基に行われたサイトの充実度を従属変数とする分析では、比例代表のみに立候補していた議員のウェブサイトの充実度は、これも1パーセント未満の水準で小選挙区のみ立候補者であった議員もしくは重複立候補者であった議員によるそれよりも有意に低いことが示された⁽³⁹⁾。2003年衆院選のデータを用いても、同様の結果が得られるかどうかはここでは焦点となる。

加えて、候補者によるウェブサイトの開設とその内容に影響を及ぼす可能性がある要因として、前回選挙における接戦度および選挙区特性の2つの変数を分析に投入する。

前回選挙における接戦度(closeness)について、まず説明しておきたい。ここでの接戦度とは、選挙結果がどれだけ僅差であったかを示すものである。前回選挙の結果が競争的なものであった場合には、当選者は次回選挙に対する危機感を強める。それとともに、僅差で落選した候補者ほど次回における当選確率が高いとの期待を持つだろう。その結果として、両者は次回選挙に向けて支持獲得のための努力をいっそう払うだろうと考えられる。先述のように候補者によるウェブサイトの開設が当選に向けての目的行動の一つであるとの前提を置くならば、結果として両者にとってサイト開設への誘因はよりいっそう強くなり、同時にその内容をより充実させることによって有権者へのアピールを活発に行おうとすると予想される⁽⁴⁰⁾。2001年に行われたイギリスの総選挙においては、競争的な選挙区における候補者ほどウェブサイトを開設している傾向があったとの分析結果が報告されている⁽⁴¹⁾。一方で、著者による我が国の2000年総選挙についての分析では、候補者によるウェブサイトの開設に対して接戦度は有意な影響を及ぼしていなかった⁽⁴²⁾。もっとも、これらの研究はいずれもサイトの有無のみを従属変数とするものであり、サイトの内容は考慮されていない。

ここでは接戦度の指標として、比例ブロックで同一順位中の当選者を重複立候補者の中から決定するために用いられる惜敗率を採用する。ただし、当選者については同選挙区での2位候補者の得票数を当選者の得票数で割ったものを用いる。それゆえ、この変数について期待される係数の符号は正となる。

選挙区特性については、各選挙区におけるインターネットの普及状況に注目する。インターネット利用者が多い選挙区からの候補者は、ウェブサイトが有効な自己アピールの手段であるとの認識を持ちやすいとも考えられる。そこでの候補者は、より充実度の高いウェブサイトを開設して有権者を惹き付けようとする行動をとると予想される⁽⁴³⁾。現在のところ利用できる

地域ごとのインターネット普及率に関するデータは都道府県レベルのものであり、市町村レベルもしくは小選挙区レベルでのデータは利用できないが、各地域の都市化の度合いとインターネット普及率との間には、所得や教育などの社会経済的要因を介して高い正の相関が見られると考えられる⁽⁴⁴⁾。そのため、ここではインターネット普及率の代理指標として、人口集中地区人口割合を用いることにする。2003年衆議院選挙区の区割りに基づく小選挙区ごとの人口集中地区人口割合データとしては、菅原琢によるものを用いた⁽⁴⁵⁾。同データにおいては、人口集中地区人口割合に基づいて、各小選挙区が「都市」「やや都市」「中間」「やや農村」「農村」の5つに分類されている。これら5つのカテゴリーに対して、「農村」から「都市」まで順に1から5までの値を与えて、その値が高くなるにつれて都市化が進むことを示すように操作化を行った。それゆえ、この変数の係数は正となることが期待される。

2000年衆院選についての分析では、インターネット普及率の代理指標としての都市化度はウェブサイトの開設自体に1パーセント未満の水準で有意な正の影響を及ぼしていた⁽⁴⁶⁾。同様の傾向は、衆議院議員が開設しているウェブサイトの充実度を従属変数とする分析においても見いだすことができる⁽⁴⁷⁾。

接戦度および選挙区特性の2つの要因に関しては、比例代表のみの候補者については該当するデータは存在しない⁽⁴⁸⁾。接戦度についてもここでは2000年衆院選時の小選挙区における得票データを利用するために、そのときに立候補していなかったもの、もしくは立候補していたとしても比例代表のみの候補者であったものは、分析の対象から除外せざるを得ない。このような理由から、2000年衆院選の時と同一の小選挙区から立候補したものに対象を限定したモデルを用意して、全候補者を対象とするモデルとは別に分析を行って接戦度および選挙区特性からの影響を検証することにする。

最後に、コントロール変数として、候補者の社会的属性に関わる年齢、学歴、性別の3つの変数を分析に投入する。年齢は2003年10月28日時点での実年齢、学歴は大卒以上を1、それ以外を0とするダミー変数（ただし大学中退および短大卒は大卒と見なしている）、性別は男性を1、女性を0とするダミー変数である。それぞれの係数の符号についての予想は、年齢変数が負、学歴変数が正となる。それぞれ、候補者の年齢が低いほど、そして学歴が高いほど、情報技術に対する関心が高く、知識も豊富であると考えられるからである。性別に関しては、2変数間の関係のみについて検討した先述の結果からは正の係数が期待されるが、一概には予想できない。

5.3 分析結果とその解釈

分析の結果は表5-3-1に示されている。双方のモデルにおいて5パーセント水準で有意となっているのは、年齢、前職ダミー、共産党ダミーの3つの変数である。年齢に関していえば、すでに見たとおり2変数間の関係のみに焦点を合わせた検討の結果では、ウェブサイトの開設およびその内容との明らかな関連は見いだせなかったが、他の変数からの影響をコントロールし

表5-3-1：ウェブサイトの充実度に影響を及ぼす要因（順序プロビット分析）

独立変数	モデル1			モデル2		
	係数	標準誤差	p値	係数	標準誤差	p値
小選挙区のみ立候補	-0.438	0.136	0.001	-0.047	0.188	0.801
比例代表のみ立候補	-0.616	0.133	0.000	*	*	*
前職	1.012	0.085	0.000	0.592	0.123	0.000
民主党	0.180	0.094	0.056	0.225	0.124	0.071
公明党	0.014	0.189	0.940	-0.119	0.415	0.774
社民党	-0.621	0.170	0.000	-0.437	0.260	0.094
共産党	-0.743	0.143	0.000	-1.268	0.238	0.000
無所属・諸派	0.080	0.179	0.653	-0.145	0.300	0.629
年齢	-0.013	0.003	0.000	-0.015	0.005	0.004
学歴	0.261	0.126	0.038	-0.020	0.226	0.927
性別	-0.616	0.110	0.268	0.094	0.175	0.591
DID人口比	*	*	*	0.210	0.040	0.000
接戦度(2000年)	*	*	*	0.515	0.268	0.055
N 1159				503		
LR χ^2 540.12***				239.61***		
*** p < .01				*** p < .01		

た後は予想どおりに負の影響を及ぼしていることになった。これらに加えて、すべての候補者を対象とするモデルでは、学歴、小選挙区のみ立候補ダミー、比例代表のみ立候補ダミー、社民党ダミーの4つの変数、そして前回選挙と同じ小選挙区で立候補した候補者のみを対象とする分析では、選挙区特性が有意な結果を示している。接戦度については、5パーセント水準では厳密には有意とはなっていない。

表5-3-2はこれら有意となった変数（年齢変数を除く）について、他のすべての変数の値を一定とした時に（ここでは平均値とした）、各変数の値の変化ごとにウェブサイトが非開設となる確率、およびウェブサイトの充実度が1から4までの各カテゴリーに入る確率を計算したものである⁽⁴⁹⁾。なお、民主党ダミー変数については、すべての候補者を対象とするモデルでの有意確率は0.056、小選挙区のみモデルでは0.05と厳密に5パーセント水準を満たしているわけではないが、参考として上記の確率を示してある。これについては接戦度も同様である。また、接戦度および選挙区特性の2つを除いては、いずれもすべての候補者を対象とするモデルでの計算結果である。

表5-3-2：順序プロビットによる結果の解釈^(a)

		充実度				
変数	非開設	1	2	3	4	
学歴						
大卒以上	0.375	0.037	0.380	0.194	0.014	
それ以外	0.478	0.038	0.343	0.134	0.007	
選挙制度						
重複立候補	0.305	0.034	0.393	0.245	0.024	
小選挙区のみ	0.499	0.038	0.333	0.123	0.006	
比例代表のみ	0.604	0.036	0.278	0.079	0.003	
候補者の地位						
前職	0.176	0.026	0.377	0.365	0.056	
それ以外	0.533	0.038	0.317	0.108	0.005	
所属政党						
自民党	0.319	0.035	0.392	0.234	0.020	
民主党	0.337	0.036	0.389	0.221	0.018	
社民党	0.619	0.036	0.269	0.073	0.002	
共産党	0.601	0.036	0.279	0.079	0.002	
選挙区の都市化度						
農村	0.295	0.047	0.468	0.179	0.011	
やや農村	0.227	0.042	0.479	0.234	0.018	
中間	0.169	0.035	0.472	0.294	0.030	
やや都市	0.121	0.029	0.448	0.359	0.048	
都市	0.084	0.022	0.408	0.413	0.072	
接戦度(2000年総選挙)						
最大値	0.120	0.029	0.447	0.357	0.048	
中央値	0.159	0.034	0.469	0.306	0.033	
最小値	0.245	0.043	0.478	0.218	0.016	

(a)他のすべての変数を平均値に固定した場合の結果

社会的属性の影響

まず、候補者の社会的属性に関わる変数から見ておきたい。既述のように、性別を除いては、すべての候補者を対象とするモデルにおいて学歴が、そして両方のモデルにおいて年齢が有意となっている。いずれの係数の符号も期待されたとおりであり、年齢は低いほど、そして学歴は高いほど、内容が充実しているウェブサイトを開設していることになる。学歴が及ぼす効果について表5-3-2を参照すれば、学歴が大卒以上である候補者がウェブサイトを開設していない確率は37.53パーセントである一方で、それ以外の学歴を持つ候補者のそれは47.75パーセントと約10ポイント上昇することになる。また、カテゴリー2以上の充実度が高いグループに所属する確率は大卒以上が58.79パーセントとなっているのに対して、それ以外の学歴では48.44

パーセントと低い目になっている。最も充実度が高いカテゴリー4のグループへの所属確率については、大卒以上はそれ以外よりも2倍以上になっている。

選挙制度

次に、選挙制度の影響について見てみたい。前回選挙と同じ小選挙区で立候補した候補者のみを対象とする分析では、小選挙区のみ立候補ダミー変数は有意とはならなかったが、すべての候補者を対象とするモデルでは同変数および比例代表のみ立候補ダミー変数の双方が1パーセント未満の水準で有意な影響を及ぼしている。係数の符号はいずれも負であった。

表5-3-2に従って、サイト開設およびその充実度に対する選挙制度ごとの影響について比較してみよう。サイトの「非」開設率を高い順に並べれば、比例代表のみの候補者で60.36パーセント、小選挙区のみ候補者で49.94パーセント、重複立候補者で30.48パーセントとなっている。比例代表のみの候補者のそれが最も高くなっているのは予想通りである。重複立候補者と比較して、比例代表のみの候補者がサイトを開設している確率が低くなる傾向があるという結果は2000年総選挙においても同様であり、衆院選で導入されている厳格拘束名簿方式の下では候補者個人がウェブサイトを開設して有権者の動員を図ろうとする誘因が低くなるとの仮説を支持するものである⁽⁵⁰⁾。一方で、重複立候補者の開設率が小選挙区のみ候補者と比べて有意に高くなっていることは予想に反する。2000年総選挙では、重複立候補者を参照基準とした分析で小選挙区のみ候補者ダミーの係数は負の符号を示していたものの、有意な影響を及ぼしていなかった⁽⁵¹⁾。

サイトの充実度に目を向ければ、カテゴリー1の充実度が最も低いグループに属する確率は3つの選挙制度でほとんど違いはない。しかし、カテゴリー3以上のグループに属する確率について見れば、重複立候補者は小選挙区のみ候補者の約2倍、比例代表のみ候補者の約3倍となっており、さらにカテゴリー4では、それぞれ約3倍および約9倍とその差はいっそう大きなものとなっている。ウェブサイトの開設自体だけではなく、充実度においても重複立候補者のそれが小選挙区のみ候補者よりも高くなる傾向があることについては予想とは異なるが、比例代表のみ候補者の充実度がそれ以外の候補者と比較してより低くなっていることについては予想どおりである。日本のような厳格拘束名簿式の下における比例代表のみ候補者にとっては、候補者が有権者に対して個人をアピールする必要性が低くなるため、サイトの開設率および充実度も相対的に低くなっている可能性があると考えられる。衆院選の場合には、いわゆるコストリカ方式などが用いられて小選挙区と比例代表との間で立候補タイプの交代が生じることがある。このようなケースの存在は、小選挙区と比例代表との間の違いを小さくする方向に影響を及ぼすと考えられる⁽⁵²⁾。ここでの結果は、「それにもかかわらず」違いが現れた可能性があることを意味しており、比例代表のみ候補者とそれ以外の候補者との比較に限って言えば、選挙制度が及ぼす影響はそれだけ強いと解釈できるだろう。

それに対して、重複立候補者と小選挙区のみ候補者との間で違いがあるという予想に反した結果はどのように説明されるのか。第1に考えられるのは、元来選挙に強い候補者が小選挙区のみで立候補している可能性である。この場合、個人アピールの手段としてのウェブサイトを開設することへの誘因は、小選挙区のみ候補者にとっては低くなるだろう。第2は、小選挙区のみで立候補している候補者の中には、最初からほとんど当選の見込みがないものが多く含まれている可能性である。このような候補者は、最初から得票のための努力をほとんど行わないのかもしれない。もちろん、これら2つの要因は併存しうるし、その時には小選挙区のみ候補者がウェブサイトを利用する度合いはいっそう低くなると考えられる。2003年衆院選の結果を見れば、小選挙区における重複立候補者の平均得票率が39.27パーセントであったのに対し、小選挙区のみ候補者のそれは14.4パーセントであった。この数字は上述の第2の可能性を支持するものであり、特に300選挙区すべてに候補者を立てて1議席も獲得できなかった共産党候補者の存在がそこに反映されていると思われる。ただし、順序プロビットによる分析では、共産党候補が及ぼす影響はコントロールされていることにも注意する必要がある。いずれにせよ、衆院選における候補者ウェブサイトについては、我々は選挙2回分のデータしか持ち合わせていない。選挙制度が及ぼす影響を検証するためには、さらに継続的な調査と分析が必要であろう。

候補者の地位

候補者の地位に関しては、それが及ぼす効果は特に大きいことが明らかになった。前職がウェブサイト非開設である確率はわずか17.60パーセントであるが、それ以外の候補者については53.27パーセントと3倍以上の値を示している。2000年衆院選のデータを用いた分析でも、前職ダミーは1パーセント以下の水準でサイトの開設に有意な正の影響を及ぼしていた。2001年の参議院選挙についても同様に、現職ダミー変数が有意な影響を及ぼしている⁽⁵³⁾。

サイトの充実度に目を移せば、最も低いカテゴリー1では前職以外の候補者の所属確率が相対的に高くなっている。それ以上に充実度が高くなってくると、前職がそれらに所属する確率はそれ以外の候補者と比べて高くなっていく傾向が見られる。特に、カテゴリー3では前職の所属確率はそれ以外の候補者の3倍以上、カテゴリー4では約12倍にもなっている。前職のサイト開設率が高く、しかも内容が充実したサイトを保有している傾向があるとの結果は、前述の通常化仮説を支持するものである。

所属政党

候補者の地位においてみられた傾向は、所属政党に関わる変数の結果からも見いだすことができる。ここでの参照基準は自民党候補者であり、すべての候補者を対象とするモデルでは、

社民党および共産党ダミー変数が1パーセント未満で有意な負の影響を及ぼしている。小選挙区からの候補者を対象とするモデルでも共産党ダミー変数は1パーセント未満で有意であり、社民党ダミーは10パーセント水準だが有意となっている。これらは、自民党候補者と比べて社民党および共産党候補者はサイトを開設している確率が低いという可能性、さらに両党の候補者によるサイトは自民党候補者のそれよりも内容の充実度が低くなっているという可能性を示している。民主党ダミーの係数はすべての候補者を対象とするモデルで正となっているが、その有意確率は.056であり厳密には5パーセント水準を満たしていない。小選挙区からの候補者を対象とするモデルでも、同変数は5パーセント水準では有意とはならなかった。すなわち、サイトの開設およびその充実度に関しては、自民党と民主党の候補者との間では厳密には違いがあるとはいえないことになる。

ここで、比較のために2000年衆院選のデータを用いた分析の結果を示しておこう。ただし、そこで用いた従属変数は各候補者がウェブサイトを開設しているかどうかについてのダミー変数であり、ウェブサイトの内容は考慮されていない。また、先述の理由で共産党候補者は分析のサンプルから排除されていることにも留意しておく必要がある。2000年衆院選で、自民党候補者を参照基準とした上で、所属政党に関わる変数で5パーセント水準において有意な影響を及ぼしていたのは、民主党、社民党、自由連合の3つのダミー変数であった⁽⁵⁴⁾。もっとも、小選挙区からの立候補者に対象を限定した分析では、自由連合ダミー変数は10パーセント水準でも有意な影響を及ぼしていなかった（なお、自由連合ダミー変数の係数はマイナスであった。）。また、2003年衆院選では自由連合からの立候補はわずか1名であった。それゆえ、ここでは民主党および社民党の2つだけに注目する。

2000年衆院選データでは民主党および社民党ダミー変数の係数は正であり、両党からの候補者は自民党の候補者以上にウェブサイトの開設率が高かったことになる。民主党はインターネットの選挙利用を解禁するための公職選挙法の改正案を1998年に国会に提出したこともあり、インターネットの選挙利用には特に積極的であると見られていた。なお、同党は2004年にも同趣旨の法案を提出している。それに対し自民党は、2000年衆院選頃の時期には、インターネットの利用者が有権者のごく一部であること、また匿名者によるネガティブ・キャンペーンの危険性があることなどの理由から、インターネットを選挙手段として解禁することには消極的な姿勢をとっていた⁽⁵⁵⁾。2000年衆院選の分析結果は、このような両党のインターネットに対する姿勢の差が反映されたものであるとも考えられる。

社民党については、1996年衆院選で議席を30から15へと半減させており、2000年衆院選ではそれを上回る19議席を獲得したものの、党勢の退潮は明らかになっている。2000年衆院選の分析結果は、議席数においては共産党にも後塵を拝していた同党の候補者が、自民党候補者よりも有意に高い確率でウェブサイトを開設していたことを示している。大政党に対して中小政党がサイバースペースにおいては存在感を持つという平準化の現れとして、この結果を解釈することもその時点では可能だっただろう。

ところが、2003年衆院選の分析結果では、自民党に対して民主党ダミー変数の係数は正となっているものの、すでに述べたようにそれ自体は厳密な5パーセント水準では有意な影響を及ぼしてはいない。これは、インターネットの利用についていえば、自民党と民主党との間では、わずか3年でその差がほぼ消滅している可能性があることを示している。すなわち、今や自民党候補者は民主党候補者とほとんど差のないレベルでインターネットを活用しているといえる。

社民党については、すでに述べたように2003年衆院選データにおける同党ダミーの係数は負となっている。これは、社民党候補者のウェブサイト利用程度は約3年の期間を経て、自民党候補者のそれに逆転されたことを意味する⁽⁵⁶⁾。

これらの結果は、平準化は政治の場におけるインターネットの揺籃期とも呼ぶべき2000年前後の時期において生じた一時的な現象であり、その後は政治目的でのインターネット利用が一般的になるにつれて、通常化が進行している可能性があることを示している。表5-3-2に示された政党ダミー変数に関連する確率は、その見方をさらに補強している。明らかに、自民党と民主党、そして社民党と共産党がそれぞれ似通ったパターンを示しており、しかも双方のグループが対照的な特徴を示していることは興味深い。自民・民主についてはいずれもサイトを開設している確率は70パーセント近くになっている一方で、社民・共産は非開設となる確率が60パーセントを超えている。ウェブサイトの内容については、充実度の最も低いカテゴリー1への所属確率は4党ともほとんど変わりはないものの、充実度2以上のカテゴリーに所属する確率は自民・民主で60パーセント台前半、社民・共産では30パーセント台前半と際だった違いを見せている。特にカテゴリー3への所属確率では自民・民主は社民・共産の約3倍であり、さらに充実度の最も高いカテゴリー4ではおよそ6～8倍以上と大きく差が開いている。順序プロビットを用いたこれらの分析結果は、サイトの内容の点からみても、サイバースペース上で現実世界と同様の「2大政党化」が進行している可能性があることを示唆している。

最後に、小選挙区からの候補者のみを対象とする分析に投入した2つの変数の効果について検討する。選挙区の都市化度および前回選挙での接戦度の2つは、いずれも1パーセント未満の水準で有意な正の影響を及ぼしている。

選挙区特性

都市化度の係数が正であることは、選挙区の都市化が進むほどそこからの候補者はウェブサイトを開設している確率が高くなり、さらにそのサイトの内容もより充実したものとなる傾向があることを意味している⁽⁵⁷⁾。ここでの都市化度はインターネット普及率の代理指標と見なされており、選挙区におけるインターネット利用者が増えるほど候補者はウェブサイトを有効な手段と見なし、それをより積極的に利用する傾向があるとの仮説は支持されている。サイトの開設率についてみれば、選挙区の都市化が進むにつれてその確率は順に高くなっている（すなわち、非開設となる確率は順に低下している）。また、最も充実度の低いカテゴリー1へ

の所属確率も、都市化の進捗とは逆向きに徐々に高くなっていることがわかる。カテゴリー2については都市化度との関連は希薄であるが、カテゴリー3および4では都市化が進むにつれてそれぞれへの所属確率が高くなっていく。カテゴリー3では、都市選挙区における候補者のそこへの所属確率は農村選挙区のそれに対して約2.30倍となり、カテゴリー4では約6.74倍にもなっている。

前回選挙の接戦度

接戦度については係数の符号は正であり、10パーセント水準であることに注意せねばならないが、前回選挙が競争的であるほど候補者は充実した内容のウェブサイトを開設する傾向があるとの仮説は一応支持されている。接戦度が及ぼす具体的な影響を見るために、表5-3-2では分析対象となる候補者の中から接戦度（前回選挙での惜敗率）が最大値（0.9967）、最小値（0.0611）、中央値（0.6688）のケースを取り出して、それぞれの値において従属変数の各カテゴリーに所属する確率がどのように変化しているかを示した。そこから明らかなように、非開設および充実度のカテゴリー1および2では、接戦度が最大から最小のカテゴリーへと移るにつれて、そこへの所属確率は高くなっている。たとえば、ウェブサイトの開設を例にとれば、接戦度が最大であった候補者がウェブサイトを開設している確率は88.0パーセントになっているが、最低である候補者のそれは約75.5パーセントに留まる。その一方で、充実度が高いカテゴリー3および4では、接戦度が最小から最大へと移っていくに従ってそこへの所属確率は徐々に高くなっていく傾向が見いだせる。特にカテゴリー4では、接戦度が最大の時の所属確率は最小の時の3倍以上にもなっている。

2000年衆院選の分析では、接戦度は有意な影響を及ぼしてはいなかった。今回の2003年衆院選で同変数が有意になったことは、前回選挙時と比較してインターネットが有効な動員手段であるとの認識を持つ候補者が増加している可能性を示唆している。

おわりに

以上の分析から明らかになったのは、次の事柄である。第1は、我が国においても通常化が進行している可能性があることである。所属政党に関して言えば、自民党および民主党といった主要政党からの候補者が、それ以外の候補者よりも高い確率でウェブサイトを開設しているし、またその内容もより充実したものとなる傾向があることが明らかになった。同様のことは、前職以外の候補者と比較した場合の前職候補者にもあてはまる。他の国に目を向けても、アメリカやイギリス、そしてドイツなどにおける候補者ウェブサイトの研究で、通常化が進行している可能性が示唆されている⁽⁵⁸⁾。さらに、このような傾向の存在は、我が国における2000年衆院選および2003年参院選についての分析からも支持されている⁽⁵⁹⁾。

第2は、候補者によるウェブサイトの開設とその内容に対して、選挙制度が一定の影響を及ぼしていることである。これについても、2000年衆院選、そして2001年参院選についての分析に引き続いて、仮説が支持される形となった。その仮説は、候補者の最大目標が当選にあると見なした上で、ウェブサイトの開設がその確率を高めるための一手段であるとの前提に基づいて構築されたものである。ただし、提示されたすべての仮説がここで支持されたわけではない。上述したように、重複立候補者が小選挙区のみ立候補者よりも有意に高い確率で充実した内容のウェブサイトを開設していたことは、当初の予想とは反する。これについては、候補者もしくは議員に対するインタビュー調査の実施などを含めて、今後もさらに検証を重ねていく必要がある。同じレベルの選挙で複数の制度が併存する日本は、欧米などにおける多くの国と比較して、選挙制度の影響を検証するためのより理想的なケースとなり得るからである。

第3は、選挙区特性および前回選挙の接戦度が、ウェブサイトの開設とその内容に予想された影響を及ぼしていたことである。この結果は、ウェブサイトが有効なキャンペーン手段であるとの認識を、多くの候補者がすでに有している可能性を示唆している。

もちろん、本稿で示されたこのような結果は確定的なものではない。インターネットのような新しい技術はそれ自体きわめて速いスピードで変化していくし、それとともに社会とそのような技術との関係も変容を遂げる。現在における技術と政治との関係を取り扱った研究の成果は、どのようなものであれスナップショット的な性質を持たざるを得ない。それゆえ、今後もさらに調査を継続して、本稿で提示した仮説の検証を続けていく必要がある。R・クロッツが述べるように、インターネットに関わる分析において求められるのは、ある程度同じような分析枠組を用いて継続的な調査を行い、そこから一定の傾向を抽出し、さらに現実的な予測を行うことだからである⁽⁶⁰⁾。

付記) 本研究は文部科学省の科研費(課題番号16653012)の助成を得た。

また、本研究に関わる調査の実施については、関西大学法学部専任講師・石橋章市朗氏、関西大学法学部非常勤講師・脇坂徹氏、関西大学大学院総合情報学研究科博士課程後期課程・田中智和氏の協力を得た。ここに記して感謝したい。

注

- (1) 岡本哲和「2000年衆院総選挙における候補者ホームページの分析」『レヴェイアサン』29号、2001年、141-154ページ。同「サイバースペースにおける選挙——2001年参院選候補者データによる分析——」情報政治制度研究班『IT革命下における制度の構築と変容』研究双書第128冊(関西大学経済政治研究所、2002年3月)、65-95ページ。なお、2004年7月11日に実施された参院選についても同様の調査と分析を行っている。その結果については別稿を用意する予定であるが、本稿ではそのデータおよび結果を取り扱っていない。
- (2) <<http://www.soumu.go.jp/singi/pdf/houkokusho.pdf>>ただし、報告書ではホームページに限って選挙利用を可能にすべきと述べられている。

- (3) 選挙公約および選挙ポスターに関する分析としては、たとえば以下のようなものがある。品田裕「地元利益指向の選挙公約」『選挙研究』第16号、2001年、39-54ページ。小林良彰・堤英敬「選挙公約に関する計量分析(1)(2)(3・完)」、『選挙』第53巻、第1号、9-12ページ、同第2号、11-15ページ、同第3号19-23ページ、東大法・蒲島郁夫ゼミ編『選挙ポスターの研究』(木鐸社、2002年)。
- (4) Carlson, Tom., and Göran Djupsund, "Old Wine in New Bottle?: The 1999 Finnish Election Campaign on the Internet," *Harvard International Journal of Press / Politics*, Vol.6, No.1, Winter, 2001, pp.68-87.
- (5) 第43回衆院選時の公職選挙法の下では、ウェブサイトは「文書図画」にあたるとの解釈が一般的にはなされている。我が国における公職選挙法と選挙運動については、たとえば以下を参照のこと。大橋豊彦「インターネットと政党政治」北村公彦(代表)編『現代日本政党史録第6巻「総括と展望——将来の政党像」』(第一法規、2004年)所収、395および397ページ。
- (6) 総務省「平成15年通信利用動向調査の結果」〈http://www.soumu.go.jp/s-news/2004/pdf/040414_1_a.pdf〉。2004年5月7日にアクセス。
- (7) 岡本(2002)においては、そのタイプのデータを用いた分析が行われている。
- (8) Carlson and Djupsund, op.cit., p.71.
- (9) 『朝日新聞』2000年5月18日。
- (10) 読売新聞東京本社世論調査部編著『二大政党時代のあけぼの——平成の政治と選挙』(木鐸社、2004年)、29-31ページ
- (11) Margolis, Michael., David Resnick, and Joel D. Wolfe, "Party Competition on the Internet in the United States and Britain," *Harvard International Journal of Press/Politics*, Vol.4, No.4, 1999, pp.25-47.
- (12) Margolis, Michael., David Resnick, and Jonathan Levy, "Major Parties Dominate, Minor Parties Struggle: US Elections and the Internet," in Gibson, Rachel., Paul Nixon and Stephen Ward (eds.), *Political Parties and the Internet: Net Gain?*, Routledge, 2003, p.58.
- (13) なお、この結果にはすでに述べた理由で共産党候補者が含まれていないため、全体のケース数は実際の候補者数である1404名ではなく1071名となっている。これについては、以下で触れる2000年衆院選におけるサイト開設状況のデータにおいても同様であることを断っておきたい。
- (14) Gibson, Rachel., Wainer Lusoli and Stephen Ward, "Phile or Phobe? Australian and British MPs and the New Communications Technology", Paper prepared for presentation at the 100th Annual meeting of the American Political Science Association, Chicago, 2-5 September 2004. 〈<http://www.ipop.org.uk/>〉 2005年2月18日にアクセス。
- (15) 岡本(2001)、145ページ。
- (16) もっとも、2000年衆院選においては、1パーセント未満の水準で大卒以上の学歴を持つ候補者の開設率がより高くなっていることが示されている。同上、144-145ページ。
- (17) 財団法人インターネット協会監修『インターネット白書2004』(インプレス、2004年)、54ページ。
- (18) その代表的なものとしては、以下が挙げられる。Gibson, Rachel K., Michael Margolis, David Resnick, Stephen Ward, "Election Campaigning on the WWW in The US and UK: A Comparative Analysis," *Party Politics*, Vol.9, No.1, 2003, pp.47-76. Gibson, Rachel., and Stephen Ward, "Letting the Daylight in? Australian Parties' Use of the World Wide Web at the State and Territory Level," in Gibson, Nixon and Ward (eds.), op.cit., pp.139-160. Ward and Gibson, "On-line and On Message? Candidates Websites in the 2001 General Election," *British Journal of Politics and International Relations*, Vol.5, No.2, May 2003, pp.188-205.
- (19) Cunha, Carlos., Irene Martin, James Newell, and Luis Ramiro, "Southern European Parties and Party Systems, and the New ICT," in Gibson, Nixon and Ward (eds.), op.cit., pp.70-89.

- Mocan, Rodica., Gabriel Badescu and Cosmin Marian, "The Democratizing Potential of the Internet and Political Parties in Romania," in Gibson, Nixon, and Ward (eds.), *ibid.*, pp.161-174. Hague, Rod. and Seung-Yong Uhm, "Online Groups and Offline Parties: Korean Politics and the Internet," *ibid.*, pp.195-217.
- (20) 岡本哲和「政治家のホームページ・スタイル—衆議院議員ウェブサイトについての数量分析の試み—」日本選挙学会『選挙学会紀要』第1号, 2003年12月25日, 37-50ページ. 山本竜大「ホームページのコンテンツ分析からみる県議会議員とその政策情報」日本公共政策学会『公共政策研究』第4号, 2004年, 108-119ページ.
- (21) Weare, Christopher., and Wan-Ying Lin, "Content Analysis of the World Wide Web: Opportunities and Challenges," *Social Science Computer Review*, Vol.18, No.3, Fall 2000, p.287.
- (22) Gibson, Rachel., and Stephen Ward, "A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Site," *Social Science Computer Review*, Vol.18, No.3, Fall 2000, pp.301-319.
- (23) 岡本 (2003), 39-42ページ.
- (24) Gibson and Ward, "A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Site," p.305.
- (25) *ibid.*, p.308. ギブソンとウォードはサイト・デリバリーを, 「プレゼンテーション」「アクセスの容易性 (accessibility)」「ページ内巡回 (ナビゲーション) の容易性 (navigability)」「新鮮さ (freshness)」「応答性 (responsiveness)」「(サイト自体の) 可視性 (visibility)」の6つの基準に分類している. 本稿で用いる「プレゼンテーション」と「アクセスの容易性 (accessibility)」の基準はギブソンとウォードによるものと全く同一ではなく, 他の4つの基準をも参考にして作成されたものである.
- (26) *ibid.* プレゼンテーションは glitz factor とも呼ばれている.
- (27) フラッシュ (Flash) とは Macromedia 社が開発したアプリケーションの一つであり, アニメーションや音声を用いたコンテンツを作成するために使用される.
- (28) マン・ホイットニーの検定の結果は, 相互作用性については, $U=52937$, $p=.05$, 情報提供については $U=52044$, $p=.025$, アクセスの容易性については $U=41345$, $p=.000$ であった.
- (29) 相互作用性については, $\chi^2=34.113$, $p=.000$, 情報提供については $\chi^2=18.926$, $p=.000$, アクセスの容易性については $\chi^2=2.443$, $p=.295$, プレゼンテーションについては, $\chi^2=6.027$, $p=.049$, という結果であった.
- (30) アクセスの容易性についてのみ, 以下の結果を示す. $U=9260$, $p=.013$.
- (31) Bimber, Bruce., and Richard Davis, *Campaigning Online: The Internet in the U.S. Election*, Oxford University Press, 2003, p.104. 一方で, 近年においてはその差は消滅しつつあるとの見方もなされつつある. これについては以下を参照のこと. Mossberger, Karen., Caroline J. Tolbert, and Mary Stansbury, *Virtual Inequality: Beyond the Digital Divide*, Georgetown University Press, 2003, pp.122-123. Greer, Jennifer D., and Mark E. LaPointe, "Cyber-Campaigning Grows up: A Comparative Content Analysis of Websites for US Senate and Gubernatorial Races, 1998-2000," in Gibson, Rachel K., Andrea Römmele, and Stephen J. Ward (eds.), *Electronic Democracy: Mobilization, Organization and Participation via New ICTs*, Routledge, 2004, p.130.
- (32) Greer and LaPointe, *op.cit.*, pp.116-132. また, 岡本 (2003) を参照のこと.
- (33) Kennedy, Peter., *A Guide to Econometrics* (4th ed.), The MIT Press, 1998, p.251.
- (34) Heckman の2段階推定法を用いたウェブサイトの内容分析の例としては, 岡本「政治家のホームページ・スタイル—衆議院議員ウェブサイトについての数量分析の試み—」44-46ページを参照. また, 日本政治分析へのサンプル・セレクション・モデルの応用については, 以下を参照のこと. 建林正彦『議員行動の政治経済学——自民党支配の制度分析——』(有斐閣, 2003年).

- (35) なお、相互作用性、情報提供、プレゼンテーション、アクセスの容易性のそれぞれを従属変数とする分析も試みてみたが、その結果は19の変数をすべて加算することによって作成された従属変数を用いたものとほとんど変わりはない。
- (36) *Stata Base Reference Manual*, Vol.4, S-Z, Release 8, Stata Corporation, 2003, pp.258-260. なお、19の変数をすべて加算した充実度の指標をそのまま従属変数として、Torbitt モデルおよびヘックマンの2段階推定法を用いた分析も行ったが、有意となった独立変数とその係数の符号については、以下に述べる分析結果とほぼ同様であった。
- (37) 岡本 (2001), 147-148ページ。
- (38) McKean, Margaret., and Ethan Scheiner, "Japan's New Electoral System: La Plus Ça Change..." *Electoral Studies*, Vol.19, No.4, 2000, pp.447-477.
- (39) 岡本 (2003), 47ページ。
- (40) 岡本 (2001), 150-151ページ。
- (41) Ward and Gibson, op.cit., pp.195-197. ただし、そこでウォードとギブソンが接戦度の指標として用いているのは前回選挙における候補者の得票データではなく、2001年の当該選挙のデータである。
- (42) 岡本 (2001), 151ページ。
- (43) Ward, Stephen and Wainer Lusoli, "From Weird to Wired: MPs, the Internet and representative politics in the UK," Paper presented at the Annual Conference of the Political Studies Association, April 5-8, 2004, University of Lincoln, pp.12-13. <<http://www.ipop.org.uk/>> 2005年2月17日にアクセス。
- (44) Adler, E. Scott., Chariti E. Gent, and Cary B. Overmeyer, "The Home Style Homepage: Legislator Use of the World Wide Web for Constituency Contact", *Legislative Studies Quarterly*, Vol.33, No.4, 1998, p.593.
- (45) 同データは以下の URL から入手した。 <http://freett.com/sugawara_taku/data/2003did.html> 2005年2月9日にアクセス。
- (46) 岡本 (2001), 151-152ページ。ただし、2000年衆院選についての分析で用いた都市化度の指標は県民1人あたり所得であり、データは小選挙区単位のものではなく、都道府県ごとの簡略化されたものである。
- (47) 岡本 (2003), 48ページ。同分析で用いた小選挙区ごとの都市化のデータは、名取良太「選挙制度改革と利益誘導政治」『選挙研究』第17号、2002年、128-141ページ、に依っている。なお、公職選挙法の一部を改正する法律が2002年7月31日に公布され、同年8月31日から施行されて、20都道府県における衆議院の68小選挙区の区割りが変更された。2003年衆院選は、この新たな区割りに基づいて実施されている。名取が作成したデータはこの改正以前の選挙区を対象として作成されたものであるため、ここでは菅原によるデータを使用することにした。今回の区割り変更については、田中善一郎『日本の総選挙1946-2003』（東京大学出版会、2005年）、237および239-240ページ、を参照のこと。
- (48) 比例代表に関しては、比例ブロックごとの特性データを算出することはもちろん可能である。だが、それぞれの地域がかなり広範におよぶため、ここではそのデータを用いない。
- (49) Long, J. Scott., *Regression Models for Categorical Dependent Variables Using Stata*, Stata Press, 2001, pp.157-159. 分析にあたっては、Stata Ver.8 および Spost を用いた。 <<http://www.indiana.edu/~jslsoc/spost.htm>>
- (50) 岡本 (2001), 152ページ。
- (51) 同上152ページ。
- (52) Cox, Gary W., Frances M. Rosenbluth, and Michael F. Thies, Electoral Rules, Career Ambitions, and Party Structure: Comparing Factions in Japan's Upper and Lower Houses, *American Journal of Political Science*, Vol.44, No.1, 2000, p.116.

- (53) 岡本 (2002), 86ページ. なお, 2004年参院選についても同様の結果が得られている. 既述のように, それについての詳細な結果は別の論文において発表する予定である.
- (54) 岡本 (2001), 151-152ページ. ただし, 10パーセント水準では公明党ダミー変数が有意なプラスの影響を及ぼしていた.
- (55) Tkach-Kawasaki, Leslie M., "POLITICS@JAPAN: Party Competition on the Internet in Japan," *Party Politics*, Vol.9, No.1, 2003, pp.112.
- (56) 2001年の参院選では, 24名の社民党候補者の中で, 22名 (91.7パーセント) がウェブサイトを開設していた. そのうち, 独立型サイトは15名, 依存型は7名であった. それに対して, 自民党および民主党ではすべての候補者がサイトを開設している. 独立型サイトの割合は, 自民党については75名の候補者中の74名 (98.7パーセント), 民主党では63名の候補者中59名 (93.7パーセント) であった. ちなみに, 候補者数に占める独立型サイトの割合に関して他の政党に目を向ければ, 公明党で50パーセント (22名中11名), 自由党で67.7パーセント (31名中21名), 共産党で23.6パーセント (72名中17名) という状況になっていた. これについては, 岡本「サイバースペースにおける選挙—2001年参院選候補者データによる分析—」, 72-75ページを参照のこと. 衆院選と参院選のデータを単純に比較することには問題があるが, 2001年の時点ですでに同様の傾向が現れていたともいえる.
- (57) なお, 菅原によるデータに従って, 各小選挙区を「都市」「中間」「農村」の3つのカテゴリーに分類した変数, および人口集中地区人口割合の実数を用いた分析も行ってみたが, いずれの結果もここで示したものとほとんど違いはなかった.
- (58) Gibson, Rachel K., Andrea Römmel, and Stephen Ward, "German Parties and Internet Campaigning in the 2002 Federal Election," *German Politics*, Vol.12, No.1, 2003, pp.79-108. Margolis, Resnick, and Wolfe, op.cit. Margolis, Resnick, and Levy, op.cit. もっとも, ギリシャ, イタリア, スペイン, ポルトガルの政党ウェブサイトを対象とする分析では, 平準化が進行している可能性は必ずしも否定されるわけではないとの結果も示されている. Cunha, Martin, Newell, and Ramiro, op.cit., p.87. また, オーストラリアにおける政党の地方支部ウェブサイトを対象とする分析でも同様の議論が行われている. Gibson and Ward, "Letting the Daylight in? Australian Parties' Use of the World Wide Web at the State and Territory Level," p.153.
- (59) 岡本 (2001), および同 (2002) を参照のこと.
- (60) Klotz, Robert., "Internet Politics: A Survey of Practices," in Roderick P. Hart and Daron R. Shaw (eds.), *Communication in U.S. Elections: New Agenda*, Rowman & Littlefield Publishers, 2001, p.188.