

「通常化—平準化」再考： 2021年衆院選での選挙区レベルデータを用いた分析

岡 本 哲 和

はじめに

インターネットと政治に関する先行研究では、政党や政治家、あるいは候補者によるインターネット利用の状況を検証することによって、「通常化 (normalization)」と「平準化 (equalization)」の進捗度合いを検証することが主要な研究課題の1つであり続けてきた。本論文の目的は、「通常化」と「平準化」を生じさせている要因の解明を、2021年衆議院選挙時に著者が実施した2021年衆院選候補者によるインターネット利用状況調査の結果を用いて試みることにある。

本論文の構成は次のとおりである。最初に、通常化—平準化をめぐる先行研究を検討した上で、その問題点を指摘する。後述するように、その大きな問題点の1つは、「なぜ」通常化（あるいは平準化）が生じるかという問いに対して十分に取り組んでこなかったことにある。その問いに答えるべく、本論文では2021年衆院選のデータを用いた分析を行う。まず同選挙区における候補者のインターネット利用状況を概観した上で、候補者レベルのデータで全体的な通常化—平準化の進捗状況を確認する。続けて、小選挙区単位に焦点を合わせ、そこでの通常化—平準化の度合いを測る新たな指標を作成する。その指標を被説明変数とする分析を行うことにより、「通常化（あるいは平準化）を生じさせる要因は何か」という問いに対し、一定の回答を与えることを試みたい。

I. 「通常化—平準化」をめぐる先行研究とその問題点

1. 「通常化—平準化」をめぐる先行研究

「通常化（normalization）」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状態、たとえば現実の世界と同様にサイバースペースでも大政党が中小政党より強い存在感を示しているような状態を指す。それに対して「平準化」とは、資金や人材などのリソースに乏しい中小政党などのアクターであっても、インターネットを積極的に利用することでサイバースペースでは強い存在感を示すことができている状態と捉えられる（Margolis, Resnick and Wolfe 1999）。

各国を対象とする先行研究では、通常化の進行を支持する結果が比較的多く示されてきた（Hindman 2008; Koc-Michalska, Jacobs and Spierings 2016, Lilleker, Smith and Weissmann 2016, 岡本 2017）。しかし、利用への障壁が比較的低く情報の拡散力にも富んだソーシャル・メディアの登場は、平準化への注目を促しつつある（De Marco, Robles, Moya-Gomez, and Daniel Gomez 2022）。これに関しては、ソーシャル・メディアの利用については通常化が進んでいないことをイギリスの2010年総選挙についての分析によって示した Southern (2014) や、2010年のアメリカ中間選挙のデータを用いてツイッター利用における平準化の進行を示唆した Yang and Kim (2017)、またアメリカにおける連邦レベルの選挙および州レベルの選挙のデータによって資金面で劣位にある候補者ほどより積極的にフェイスブックの広告を選挙運動に用いていたことを明らかにした Fowler, Franz, Martin, Peskowitz and Ridout (2021) などの研究がある。日本についても、上ノ原（2014）では2013年参議院選挙の候補者によるソーシャル・メディア利用の分析を通して、平準化が進行する可能性があることが示唆されている。

2. 先行研究の問題点

これらの通常化と平準化を検証した研究のほとんどは、一国を単位として行われてきた。すなわち、特定の国（の選挙）に焦点を合わせて、そこにおいて通常化と平準化のどちらが生じているのかを明らかにしようとしてきた。このような方法に基づく研究の問題点は、「何が通常化（あるいは平準化）をもたらすのか」という、その原因をめぐる問いに十分に答えることができないことにある。理由は、それらが単一事例（ $N=1$ ）しか扱っていないからである。もちろん、一国の一事例のみを対象とする研究においても、それとは別の国の事例を扱った研究に言及することによって「比較」がなされることはある。だが、国によって選挙制度や選挙の競争状況、あるいは一般的なインターネットの普及度などは異なる。通常化—平準化に影響を及ぼしている要因を明らかにするために、これらの違いがもたらす影響をコントロールすることは大抵の場合困難である。また、後述するように、通常化及び平準化の概念の捉え方についても、研究ごとに微妙な違いが存在する。

通常化—平準化に影響を及ぼす要因については、アメリカやイギリス、スペイン、ポルトガルなどを対象として通常化—平準化の検証を試みている諸研究の分析結果から、メタ分析と質的比較分析（QCA）を用いてそれを明らかにしようとしたStrandberg（2008）のような先見性を備えた研究も存在するが、あくまで例外的であった。

本論文では国や一つの地域全体ではなく、選挙区レベルでの分析を行う。それによって、各選挙区における通常化—平準化の進行状況についてのケースを一定数確保することが可能となる。選挙区ごとの状況の分散を利用することにより、通常化—平準化の進行状況の違い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い。

Ⅱ．2021年衆院選候補者によるインターネットの利用状況

1．候補者全体の利用状況

最初に、2021年衆院選の候補者による全体的なインターネット利用状況について概観しておく。対象は、同選挙における1051名の候補者であり、2021年10月19日の公示日から10月31日の投票日までの期間に調査を行った¹⁾。

図1にはウェブサイト、ツイッター、フェイスブックの3つのツールについて、全候補者における利用割合を示した。比較のため、2014年と2017年の衆院選における候補者の利用率も示している²⁾。

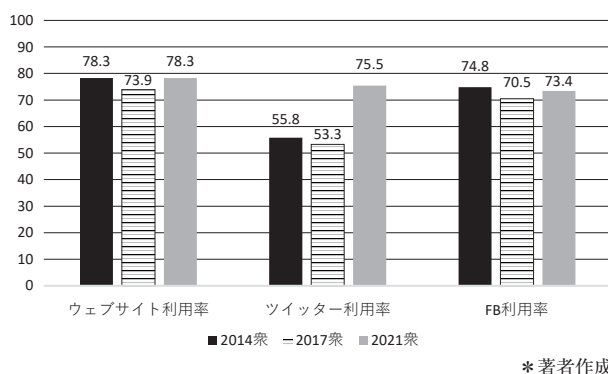
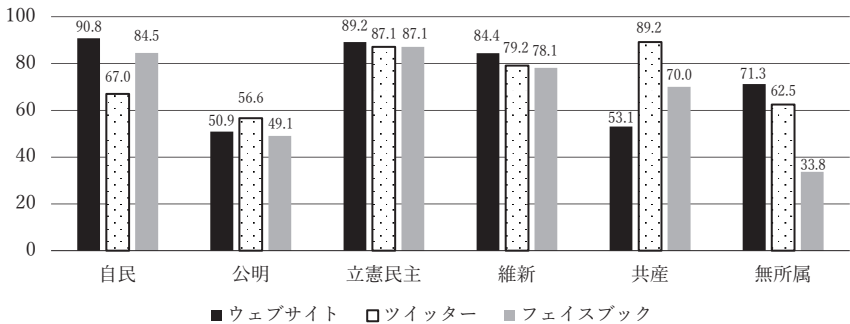


図1 候補者全体におけるウェブサイト・ツイッター・フェイスブック利用率（％）

ウェブサイトとフェイスブックでは、利用率が選挙のたびに一貫して上昇していくといった傾向は見い出せない。利用率は70パーセント台で推移している。それに対して、ツイッターではやや異なる傾向が見出される。すなわち、2014年と2017年の衆院選におけるツイッター利用率は、いずれも50パーセント台半ばであったが、2021年衆院選では75.5パーセントと20ポイント近く上昇している。この理由については現時点で説明できない。

2. 政党別の利用状況

次に、政党別の利用率について見てみる（図2参照）。ウェブサイト、ツイッター、フェイスブックのいずれにおいても、自民党、立憲民主党、日本維新の会の利用率が高くなっている。それと比較して、公明党、共産党、無所属の利用率は相対的に低かった。自民党の利用率が高かったこと、そして共産党および無所属の利用率が低かったことは、通常化を支持する結果とも見なし得る。だが、共産党については、ツイッターの利用率のみがきわめて高い。ここで示した政党等の中では、最も高い利用率であった。他方、自民党においては、ツイッターの利用率は比較的低くなっていたことが特徴的である。



* 著者作成

図2 政党別のインターネット利用率 (%)

3. 候補者の地位ごとの利用状況

最後に、候補者の地位ごとで利用率にどのような違いがあるかを確認する。ここでは、候補者の地位を「前職」と「新人」に区分する。新人には元職の候補者は含めていない。図3では、ウェブサイト、ツイッター、フェイスブックのそれぞれの利用率を、前職と新人とに分けて示した。これら3つのインターネット・ツールに共通する特徴は、前職の利用率が新人のそれを上回っていることである。具体的な数字は省略するが、2014年衆院選や2017年衆院選等の過

去の衆議院選挙でも、同様の傾向が見出されている（岡本 2021）。ただし、ウェブサイトおよびフェイスブックと比較して、ツイッターでは前職と新人の間の利用率の差は相対的に小さくなっていた。

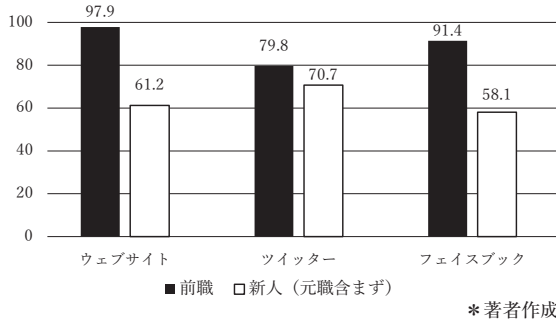


図3 候補者の地位別の利用状況 (%)

Ⅲ. 候補者レベルに注目した通常化—平準化の状況

1. 候補者全体で見た通常化—平準化の状況

通常化—平準化に影響を及ぼす要因についての検証を行う前に、候補者レベルのデータを用いて2021年衆院選全体における通常化—平準化の全体的な状況を確認しておく。被説明変数は、「候補者によるインターネット利用度」である。これに関して、従来の研究ではウェブサイトやツイッターなどのインターネット・ツールの利用の有無や情報の更新頻度などの項目をポイント化して、それらを加算した指標等が用いられてきた（Hansen & Karina 2014: 212, Koc-Michalska, Lilleker, Surowiec, and Baranowski 2014: 192-193）。

ここでは、「ウェブサイト」「ツイッター」「フェイスブック」のそれぞれを、各候補者が利用している場合には1ポイントを、利用していない場合には0ポイントを割り当て、候補者ごとに加算したものを指標とする（以下「インターネット利用度」と表記）。ポイントが高いほど、より積極的にインターネット

を利用していると見なされる³⁾。ただし、この指標は利用の有無のみに焦点を合わせたものであり、情報の更新頻度などの実際の利用状況は考慮されていない。

インターネット利用度について、候補者1051名全体の平均値は2.27、標準偏差は1.01であった。平均値は比較的高く、積極的にインターネットを利用している候補者が多いことが分かる。利用度が最大の3ポイントだった候補者は609名（全体の57.9パーセント）であった。その一方で、最少の0ポイントの候補者が108名（同10.3パーセント）存在している。2013年のネット選挙解禁から8年後に実施された選挙でも、ウェブサイト、ツイッター、フェイスブックのいずれも利用していない候補者が一定程度いることがわかる。

2. 分析の手順とその結果

通常化かあるいは平準化かを判断するためには、「だれが（積極的に）インターネットを利用していたか」（Southern and Lee 2019: 181-182）、あるいは「インターネットを利用したことによる影響が大きかった（小さかった）のはだれだったのか」（Gainous, Segal, and Wagner 2018）等の基準が主に用いられてきた。ここでは前者の基準、すなわち「だれがインターネットを利用していたか」を採用してその判断を行う。「通常化」か「平準化」かの判断を行うにあたって注目すべきインターネット利用主体の特徴としては、「候補者の地位（前・現職かどうか）」「政党のサイズ」「資金の多寡」の3つがあるとSouthern（2015）は指摘する（pp.6-7）。すなわち、「現（前）職が新人候補と比較してより積極的にインターネットを利用している場合」、「大政党（の政治家や候補者）が中小政党（の政治家や候補者）と比較してより積極的にインターネットを利用している場合」、そして「資金リソースを豊富に有している政治家や候補者ほどより積極的にインターネットを利用している場合」には通常化が、逆の場合には平準化が、それぞれ進行していると見なされることになる。

これら3つの基準のうち、「資金の多寡」についてはそれを測るための候補者

ごとの適切なデータが利用できない。また、各候補者の資金リソースが潤沢であるかどうかは、候補者の地位や所属政党ともある程度関連すると考えられる。それゆえ、ここでは「候補者の地位」および「所属政党」の2つに焦点をあてる。

「候補者の地位」については、候補者が前職である場合は「1」、新人あるいは元職である場合は「0」となるダミー変数を説明変数として分析に用いる。前職ダミー変数がインターネット利用に対して有意な正の影響を及ぼしていた場合には通常化が、そうでなかった場合には平準化が、それぞれ生じていると見なされる。

「政党の規模」については、候補者の所属政党に注目して、「公明党」「立憲民主党」「日本維新の会」「共産党」「国民民主党」「その他の政党」の6つのダミー変数を説明変数に用いる。参照基準は、最も有力な（規模の大きい）政党である自民党の候補である。政党ダミー諸変数の影響と通常化—平準化の進行との関係についての解釈はさほど簡単ではないが、「その他の政党」ダミー変数や共産党ダミー変数などが有意な正の影響を及ぼしていた場合には、比較的明確な形で平準化が生じていたと解釈できる。ここでの分析は探索的なものとなるが、日本の選挙を対象とした先行研究では、通常化の進行を示す結果が多く示されてきた（岡本 2017）。

「候補者の地位」と「政党の規模」に関わる変数以外に、コントロール変数として次のような変数を加えた。選挙制度の影響については、「小選挙区単独候補ダミー」と「比例単独候補ダミー」の2つを投入する。参照基準は「重複立候補」である。さらに候補者の個人的属性についての変数として、「年齢」「学歴」「性別」の3つを用いる。学歴は大卒以上（中退を含む）を「1」、それ以外を「0」とするダミー変数、性別については男性を「1」、女性を「0」とするダミー変数である。

結果は図4に示した。分析モデルは定数項を含んでいるが、その結果は示していない。最も関心のある変数である「候補者の地位」と「政党の規模」の2

「通常化—平準化」再考（岡本）

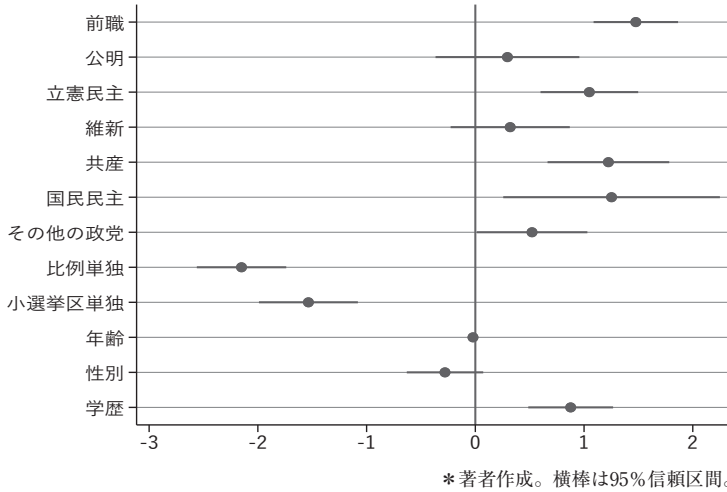


図4 ネット利用度を従属変数とする順序ロジットの結果

つの結果にのみ焦点を合わせて説明し、残りの変数については解釈を省略する。前職ダミー変数は、有意な正の影響を及ぼしていた。通常化を支持する結果といえる。その一方で、政党に関する変数については、必ずしも通常化を支持するような結果が示されているわけではない。「立憲民主党」「共産党」「国民民主党」「その他の政党」の4つの変数は、候補者のインターネット利用度に有意な正の影響を及ぼしていた。参照基準である自民党の候補者と比較して、これらの政党の候補者の方がより積極的にインターネットを利用している確率が高いことになる。これはむしろ、平準化の進行を支持する結果と解釈できる。

上記の結果は、通常化か平準化かの判定は必ずしも容易ではないこと、そして、具体的にどのような状態を通常化（あるいは平準化）と見なすかが重要であることをあらためて示している。

IV. 選挙区レベルにおける「通常化—平準化」の検証

1. 連続量としての通常化—平準化

すでに述べたように、前章で行ったような一国全体を対象とする分析（N=1の分析）では、通常化と平準化のどちらの状態が生じているかを判定できたとしても、どのような要因がその状態を生じさせたかを明らかにすることは困難である。そこで本章では、選挙区レベルにおける「通常化—平準化」の状況に焦点を合わせる。対象とするのは、2021年衆院選での289の小選挙区である。各選挙区における「通常化—平準化」の度合いを測定し、選挙区ごとの度合いの違いに対して、どのような要因が影響を及ぼしていたかを明らかにする。

従来の「通常化か平準化か」についての基準は、カテゴリー的に捉えられてきた。すなわち、候補者の地位や政党の規模などの基準に沿ってインターネットの利用状況を検証した上で、現実を「通常化か、それとも平準化か」のどちらかに属するものと判断してきた。

それに対し、ここでは「通常化—平準化」を連続量で表される「程度」の問題として捉える。その上で、次の2つの考え方を用いて、通常化—平準化の程度を測定するための指標を新たに作成して分析に用いる。第1は、「通常化—平準化」を一次元の尺度として捉える考え方である。すなわち、一方の極を「強い」通常化と、そして他方の極を「強い」平準化を示すものと捉えて、各選挙区の状況が尺度を表す直線上の点に位置づけられると考える。一方の極により近いほど、その状況を「より通常化」に、他方の極に近いほど「より平準化」に近いと見なすことにする（図5参照）。

この考え方に基づいて、本論文では「候補者の地位」と「政党の規模」に基

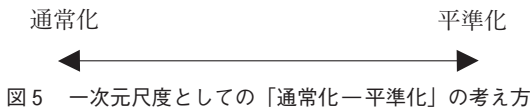


図5 一次元尺度としての「通常化—平準化」の考え方

づいた「通常化—平準化」の2種類の指標を作成し、被説明変数として使用する。

第2は、「すべての候補者の間でインターネットの利用の積極度にはほとんど差がない状態」、すなわち「民主化された (democratized)」状態を平準化と見なす考え方である (Gainous, Segal, and Wagner 2018: 719)。このような平準化の捉え方を「水平的平準化 (horizontal equalization)」と呼ぶことにする。

「通常化—平準化」を一次元の尺度として捉える上記の考え方では、「強い」平準化の状態は「現実世界では劣位にあるアクターが、優位にあるアクターをインターネット利用の点では大きく上回っている状態」と見なされることになる。実際にこのような状態がどれだけ実現しているかは別にして、このような状態を「平準化」と捉える見方は一般的であったし、もちろんそれが誤りであるというわけではない。

その一方で、「通常化—平準化」を一次元の尺度として捉える見方を採用すれば、「通常化—平準化」の尺度の中間に位置する点は、「通常化—平準化のどちらでもない」状態と見なされることになる。しかし、同尺度の中間点、すなわち「現実世界では劣位にあるアクターが、優位なアクターと同等にインターネットを利用している状態」もまた、「平準化」が実現している状態とも捉えることができる。その概念の元々の意味からしても、このような平準化の捉え方は妥当であると考ええる (Margolis, Resnick and Wolfe 1999)。それゆえ、候補者間のインターネット利用の類似度に注目して、「通常化か平準化か」ではなく「どれだけ平準化が進行しているか」を図るための指標として「水平的平準化指数」を作成して分析に用いる (図6 参照)。

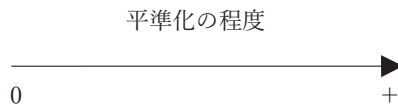


図6 水平的平準化指数の考え方

このような3種類の指標、すなわち（1）候補者の地位に基づく通常化—平準化指数、（2）政党の規模に基づく通常化—平準化指数、（3）水平的平準化指数の作成手続きについて、以下で説明する。

2. 候補者の地位に基づく通常化—平準化指数

現（前）職か新人かという候補者の地位は、通常化の進行を検証するための重要な基準であると Vaccari（2013）は指摘する。ここでは、前章で用いた「インターネット利用度」（最大値は3、最低値は0）を利用して、候補者の地位を基準とした選挙区単位での「通常化—平準化」の度合いを表す指標を作成する。具体的には、前職候補の利用度からそれ以外の候補による利用度を引いた数値を選挙区ごとに算出し、被説明変数として用いる。この指標では、数値が高いほど通常化が、逆に低いほど平準化が、それぞれ進行していると見なされる。なお、同一選挙区に複数の前職候補が存在する場合はそれらの平均値を用いて計算を行う。同様に、同一選挙区に複数の前職以外の候補が出馬している場合にも、それらの平均値を用いる。また、すべての候補者が前職、あるいはすべてが前職以外であった選挙区は分析から除いた。

3. 政党の規模に基づく通常化—平準化指数

「候補者の地位」とともに、「政党の規模」は通常化—平準化の進行状況を判断するための重要な基準として用いられてきた（Carlson and Strandberg 2007, Southern and Lee 2019, 岡本 2017）。これまでの研究では、政党の規模を基準とする場合には、当該政党が「大政党か」あるいは「それ以外の（中小）政党か」をある程度明確に区分した上で、両者のインターネット利用状況の比較が行われることが一般的であった。

政党の「大小」を判断するための通常の基準としては、議席数がまず考えられる。しかし、大小の区分を行うための明確な基準を設けることは容易ではない。本論文では、自民党のみを「大政党」と見なし、他の政党と区別する。そ

して、自民党候補のインターネット利用度からそれ以外の候補者におけるインターネット利用度を引いた値を、通常化—平準化の程度を示す2つ目の指標として扱う。候補者の地位による指標と同様に、数値が高いほど通常化が、逆に低いほど平準化が、それぞれ進行していると考ええる。同一選挙区で自民党以外の候補者が複数いる場合には、利用度の平均値を用いた。ただし、無所属で立候補し当選後に自民党に追加公認された候補者については、「自民党候補」ではなく「自民党以外の候補」として扱っている。自民党が候補者を擁立しなかった小選挙区については、分析から除いた。

4. 水平的平準化指数

水平的平準化指数は以下の式で定義される。

$$\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n |CNU_i - CNU_{\mu}| \times VSC_i / (1 - VSC_i)$$

ここで、 CNU_i は候補者*i*のネット利用度、 CNU_{μ} は小選挙区の候補者ネット利用度平均、そして VSC_i は候補者*i*の小選挙区得票率である。つまり、小選挙区ごとに候補者によるインターネット利用度の平均値を求めて、各候補者のインターネット利用度からその平均値を引いた値の絶対値を求める。その絶対値の選挙区ごとの平均値は、すべての候補者のインターネット利用度が同じならば0となる。0となっている場合が「水平的平準化」が完全に実現している状態である。逆に、候補者の間でインターネット利用度にばらつきが生じている場合には、選挙区ごとの平均値は大きくなる。さらに、この値の絶対値に各候補者の「得票率/(1-得票率)」を掛け合わせた上で、選挙区ごとの平均値を求める⁴⁾。すなわち、加重平均を算出して、それを各選挙区における平準化の状況を示すものと捉えることにする。ただし分析には、平準化が進行しているほど値が大きくなるようにリスケーリングしたものを平準化の指標として用いた⁵⁾。

すでに述べたように、水平的平準化指数が示すのは「平準化の度合いがどれだけ高い（低い）か」ということであり、平準化の度合いが高い（低い）こと

が通常化の度合いが低い（高い）ことを意味するわけではない。また、同指数では小選挙区における候補者間のインターネット利用度が同等であるほど平準化の度合いが高いことになるが、そのことは必ずしも利用度が高いことを意味しない。

分析に用いる3つの被説明変数については、記述統計を表1に示した。

表1 被説明変数の記述統計

	平均	標準偏差	最小値	最大値	N
候補者の地位	0.41	0.92	-2	3	232
政党規模	0.26	0.82	-2	3	270
平準化指標	2.86	0.38	0	3.149	289

* 著者作成

5. 説明変数

通常化と平準化を生じさせる要因について、メタ分析とQCAを用いてその検証を試みた例外的な研究であるStrandberg（2008）では、国ごとのメディアの自由度および選挙制度との関係が指摘されている。だが、本研究は日本の衆院選小選挙区を対象としているため、これらの要因が各選挙区に異なる影響を及ぼしているとは考えられない。ここで行う通常化—平準化の程度に影響を及ぼす要因についての検証は、ある程度探索的なものにならざるを得ない。

ここでは説明変数として、各選挙区における「有力候補者数」「人口密度」「投票率」の3つを用いる。

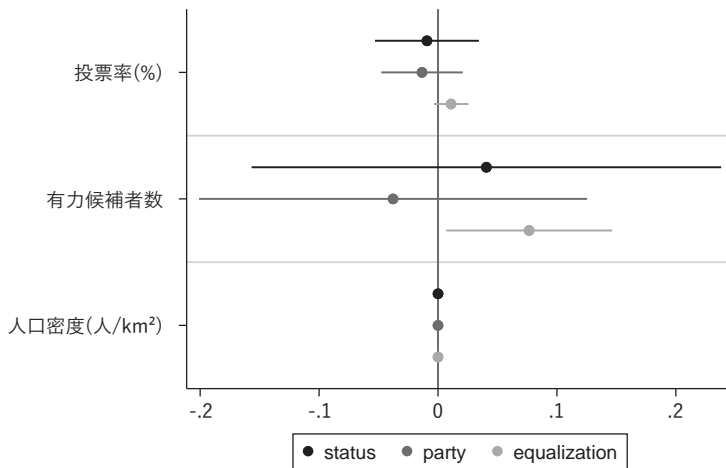
LT指数の考え方を応用した有力候補者数は、各選挙区における競争度を示す変数である（川人 2004: 83-85）。有力候補者が多い小選挙区ほど、すなわち競争度が高い小選挙区ほど、各候補者はより積極的にインターネットを利用するため平準化が進む可能性が高いとも予想できる。

小選挙区ごとのインターネット普及度の違いも通常化—平準化の程度に影響を及ぼす可能性があると考えられるが、小選挙区ごとのデータは利用できない。

そこで、人口密度をインターネット普及度の代理変数として用いる。分析には、西沢明氏（東京大学空間情報科学研究センター客員研究員）が作成した2015年度国勢調査結果に基づく小選挙区ごとの人口密度（人／km²）を用いた⁶⁾。人口密度が高い選挙区ほどインターネット普及度が高く、どの候補者も積極的にインターネットを利用しようとするため平準化が進む可能性が高いとも考えられるが、一概には予想できない。また、投票率は各小選挙区の特徴を示す変数である。それが与える影響も予想できない。なお、分析では各都道府県の固定効果も考慮している。

6. 分析の結果

OLSを用いた分析結果は図7に示されている。固定効果についての結果は省略した⁷⁾。候補者の地位に基づく指標を用いた分析モデル（status）においては、5%水準で有意な影響を及ぼしていた主要な説明変数はなかった。参考として係数の符号に注目しておくと、投票率では負、有力候補者数および選挙区人口



* 著者作成。横棒は95%信頼区間。

図7 通常化—平準化の程度を被説明変数とするOLSの結果

密度では正となっている。選挙の競争度が高い選挙区ほど、また人口密度が高く都市度が進んだ選挙区ほど通常化が進むことを示唆している。この結果は一般的な予想とは逆のものとなっている。

政党の規模に基づく指標を用いた分析モデル（party）でも、主要な説明変数の中で有意な影響を及ぼしていたものはない。係数の符号を見ると、投票率では負、選挙区人口密度では正となっていた。これらは候補者の地位に基づく指標での分析結果と同じである。その一方で、有力候補者数の係数は負となっている。

水平的平準化指数を用いた分析モデル（equalization）では、有力候補者数が有意な正の影響を及ぼしていた。有力候補者の数が多いほど、すなわち競争度の高い小選挙区ほど、（インターネット利用について候補者間の差が小さいという意味での）平準化が進行していたことになる⁸⁾。

ただし、先述のように、水平的平準化指数が高いことは、選挙区で各候補者がより積極的にインターネットを利用していることを必ずしも意味するものではない。そこで、平準化の進行が候補者によるネット利用の積極性とどのように関連していたかを確かめるために、選挙区ごとの水平的平準化指数と候補者によるインターネット利用度の選挙区平均との間の相関係数を求めた。その結果、両者間のピアソンの相関係数は0.59（ $P < 0.01$ ）となった。平準化が進んでいた選挙区ほど、そこでの候補者がより積極的にインターネットを利用していたことになる。この結果は一般的な予想とも合致しているといえる。

おわりに

以上のように、選挙区レベルにおける通常化—平準化の進行度合いに焦点を合わせた分析からは、選挙区での競争度が高まるほど水平的な平準化が進む傾向があるとの結果が示された。これまで試みられなかった選挙区を単位とした分析と新たな指標の利用によって、平準化の程度を規定する要因の存在が示唆

されたことは、インターネットと政治をめぐる研究に対しては一定の意義を持つと考える。

ただし、本論文で示されたのは、平準化に影響を及ぼしている可能性のある要因のみである。通常化の程度に影響を及ぼしている要因については、明らかにすることができなかった。通常化—平準化の程度を示す指標の再検討とともに、今後の課題となる。

付記：本論文は、2022年度日本政治学会研究大会でのセッション「2021年衆院選と地域政治：候補者の選挙活動と有権者の政治意識」（2022年10月2日 於：龍谷大学深草キャンパス）での報告論文を基として、加筆・修正を行ったものである。セッションを企画された芦立秀朗氏（京都産業大学）、当日に司会を担当された白鳥浩氏（法政大学）、討論者の河村和徳氏（東北大学）および竹田香織氏（福島学院大学）、そしてフロアからご質問とコメントをいただいた方々に深く感謝の意を表したい。

本研究はJSPS科研費22K01319の助成を受けた。

注

- 1) 調査の実施にあたっては、内田龍之介氏（関西大学講師）にご協力いただいた。ここに記して感謝の意を表する。
- 2) いずれの利用率も、報告者の調査に基づくものである。なお、本節の内容の一部は、岡本（2022）に依拠している。また、2000年衆院選から2019年参院選までの国政選挙における候補者のインターネット利用状況の推移については、岡本（2021）を参照。
- 3) Vergeer, Tkach-Kawasaki and Lee（2020）は、Mokken scale analysisを用いて項目ごとの重みを付け、それに基づいて各項目のポイントを加算する際の順序づけを行うという方法でインターネット利用度の指標を作成している。だが、本論文で扱う項目数は3と比較的少ないため、単純に加算する方法でも問題はないと考える。いずれにせよ、インターネット利用度を測るための指標の作成は今後の課題である。
- 4) この指標の作成にあたっては、Gidron, Adams, and Horne（2020: 17-18）、善教（2021）を参考にした。
- 5) 289の小選挙区のうち、本文で説明した加重平均の値が最大だったのは香川3区である。その値（3.149）を各選挙区のそれから引いた値の絶対値を平準化の指標とした。
- 6) <<https://home.csis.u-tokyo.ac.jp/~nishizawa/senkyoku/>> 2022年8月24日にアクセス。

- 7) 独立変数間の分散拡大要因 (VIF) は、候補者の地位に基づく指標を被説明変数とする分析モデルで最大は9.34、平均は2.69、政党の規模に基づく指標を被説明変数とする分析モデルで最大は7.23、平均は2.43、水平的平準化指数を被説明変数とする分析モデルで最大は8.25、平均は2.53であった。すべての分散拡大要因が10以下であったため、多重共線性は特に問題とはならないと考える。
- 8) ただし、平準化が進むことによって選挙の競争度が高まった可能性もある。検証については今後の課題としたい。ご指摘をいただいた芦立秀朗氏 (京都産業大学) に対し、感謝の意を表する。

引用文献

- 上ノ原秀晃 (2014) 「2013年参議院選挙におけるソーシャル・メディア—候補者たちは何を「つぶやいた」のか—」『選挙研究』30(2): 116-128.
- 岡本哲和 (2017) 『日本のネット選挙：黎明期から18歳選挙権時代まで』法律文化社。
- 岡本哲和 (2021) 「日本における候補者のインターネット利用：2000-2019」『関西大学法学論集』71(3): 1-48.
- 岡本哲和 (2022) 「候補者と有権者はネットをどのように使ったのか：二〇二一年衆院選調査による概観」白鳥浩編著『二〇二一年衆院選：コロナ禍での模索と「野党共闘」の限界』法律文化社、290-306.
- 川人貞史 (2004) 『選挙制度と政党システム』木鐸社。
- 善教将大 (2021) 「大阪における感情的分極化」『選挙研究』37, 18-32.
- Carlson, Tom. and Kim Strandberg. 2007. "Finland: the European Parliament election in a candidate-centered electoral system." in Randolph Kluver, Nicholas Jankowski, Kirsten Foot, and Steven M. Schneider (eds.), *The Internet and National Elections: A Comparative Study of Web Campaigning*. London: Routledge: 29-42.
- De Marco, Stefano, José Manuel Robles, Borja Moya-Gomez, and Daniel Gómez. 2022. "The Un-Connectivity of Connective Parties: Analyzing the Online Interaction Patterns of Unidos Podemos in Spain." *Journal of Political Marketing*. <https://doi.org/10.1080/15377857.2022.2030848>.
- Fowler, Erika Franklin, Michael M. Franz, Gregory J. Martin, Zachary Peskowitz, and Travis N. Ridout. 2021 "Political Advertising Online and Offline". *American Political Science Review* 115(1): 130-49.
- Gainous, Jason, Andrew Segal, and Kevin Wagner. 2018. "Is the equalization/normalization

- lens dead? Social media campaigning in US congressional elections.” *Online Information Review* 42(5): 718–31.
- Hansen, K. M. and K. Kosiara-Pedersen. 2014. “Cyber-Campaigning in Denmark: Application and Effects of Candidate Campaigning.” *Journal of Information Technology & Politics* 11(2): 206–219.
- Jacobs, Kristof and Niels Spierings. 2016. *Social Media, Parties, and Political Inequalities*. New York, NY: Palgrave Macmillan.
- Koc-Michalska, Karolina., Darren G. Lilleker, Pawel Surowiec, and Pawel Baranowski. 2014. “Poland’s 2011 Online Election Campaign: New Tools, New Professionalism, New Ways to Win Votes.” *Journal of Information Technology & Politics* 11(2): 186–205.
- Gidron, Noam., James Adams, and Wikk Horne. 2020. *American Affective Polarization in Comparative Perspective*. New York: Cambridge University Press.
- Margolis, Michael., David Resnick, and Joel D. Wolfe. 1999. “Party Competition on the Internet in the United States and Britain.” *Harvard International Journal of Press / Politics* 4(4): 25–47.
- Southern, Rosalynd. 2014. “Is Web 2.0 Providing a Voice for Outsiders? A Comparison of Personal Web Site and Social Media Use by Candidates at the 2010 UK General Election.” *Journal of Information Technology & Politics* 12(1): 1–17.
- Southern, Rosalynd. and Benjamin J. Lee. 2019. “Politics as usual? Assessing the extent and content of candidate-level online campaigning at the 2015 UK general election.” *Journal of Elections, Public Opinion and Parties* 29(2): 179–98.
- Vergeer, Maurice., Leslie Tkach-Kawasaki and Junku Lee. 2020. “Individual and contextual determinants of adoption of online media services in the 2017 lower house election campaign in Japan.” *Telematics and Informatics* 50: 101399.
- Yang, Jung Hwan and Young Mie Kim (2017) “Equalization or normalization? Voter-candidate engagement on Twitter in the 2010 U.S. midterm elections.” *Journal of Information Technology & Politics* 14(3): 232–47.

