

インターネット利用の解禁は 日本の選挙を変えるのか

——実証分析に基づく予想——

岡 本 哲 和

は じ め に

2010年5月に与党民主党と自民党を含む野党は、同年7月に実施予定の参議院選挙から、インターネットの選挙キャンペーンへの利用が可能となるように公職選挙法を改正することで合意した。だが、同年6月の鳩山由紀夫首相の辞任表明による政治的混乱の影響で、その実施は見送られることになった。本稿執筆時点（2011年7月）においても、それを目的とする公職選挙法改正は実現していない。だが、近い将来には選挙キャンペーンにおけるインターネット利用が可能となることはほぼ確実といえる。

日本におけるインターネット解禁（ここでは「インターネット解禁」を、「選挙キャンペーン手段としてのインターネットの利用解禁」を意味するものとして用いる。以下同じ。）は、規範的な意義を持つだろう。有権者は、これまで以上に候補者に関する情報を容易に入手できるようになるかもしれない。選挙キャンペーン費用が低下する可能性もある。そもそも、21世紀においてインターネットによる選挙キャンペーンが禁止されているのは、「世界に恥じるべき」（カーティス 2009）ことであるとの指摘もある。

だが、ここでは解禁が実現した場合の研究上の意義を強調しておきたい。第1に、インターネット解禁は政治学研究における自然実験（natural experiment）として重要である。選挙制度が政治的帰結に及ぼす影響を検証するための一つの方法は、制度が実際に変更されるケースを利用して、事前と事後の比較を行うことである（Giannetti and Grofman 2011）。インターネット解禁は、広い意味

での選挙ルールの変更にあたる。候補者や有権者の行動などに対して、それがどのような影響を及ぼすかはひじょうに興味深い問題である。しかも、選挙キャンペーンにおけるインターネット利用が原則禁止から解禁へと移行するケースは、きわめてまれといってよい。それゆえ、インターネットが政治に与える効果について検証を行うために、日本のケースは世界的に見ても貴重である。

第2に、インターネット解禁は選挙キャンペーンの研究にとっても重要なケースを提供する。選挙キャンペーンに関するこれまでの研究の多くは、それが選挙結果や得票などに対してもたらす効果を扱ったものであった。一方で、異なる制度やルールの間で、どのように選挙キャンペーンのスタイル自体が変わるかという問題に対しては、あまり関心が払われてこなかった (Ma and Choy 2003)。日本についても、事例研究の方法を用いて選挙制度改革が選挙キャンペーンに及ぼした影響を検証した大嶽編 (1997) などのをのぞけば、研究は十分に行われていない。

候補者にとっては、選挙キャンペーンとは自分への投票を促すためのメッセージを伝えるものである (Davis, Baumgartner, Francia, and Morris 2008)。インターネット解禁が候補者によるメッセージの発信形態やその内容をどのように変化させるかは、日本における選挙キャンペーン自体に関心を持つ研究者にとっても興味深い問題である。

本稿では、インターネット利用が解禁された場合の影響、とりわけ候補者による情報発信への影響に焦点を合わせて検討を行う。解禁後の状況において、候補者による情報発信の様態がどのように変わるのか、あるいは変わらないのかを、著者が行ってきたインターネットと選挙に関する調査・分析の結果を基にして予測することが目的である。

ここで重要となるのは、候補者による情報発信について考える場合に、その変化の指標として何に注目するかという問題である。これまでの研究では、選挙活動の変化を測定する際には、それに費やされる時間や資金などが指標として用いられてきた (Giebler and Wüst 2011)。候補者が、たとえばウェブサイト

の作成や運用に、どれだけの時間や費用を使うかは興味深い問題であり、そのデータを用いた研究は今後必要となってくる。しかしながら、それに関する過去のデータは利用できないため、そこからインターネット解禁後の状況を推測することはむずかしい。

そこで本稿では、「通常化 (normalization)」および「平準化 (equalization)」の2つを、情報発信行動の状況を示すための指標として用いる。

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。効果的なウェブサイトを開設し、運営していくためには、専門家を雇用するなどのコストがかかる。このことは、動員できるリソースが少ない中小政党や新人候補などによるインターネットの利用を、制限するような作用を及ぼす可能性がある。結果的に、大政党もしくは現職の議員などが、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るようになる (Margolis, Resnick, and Levy 2003)。

それとは逆に、インターネットによって、中小政党や新人候補といったアクターが存在感を強めるようになる、というのが平準化である。インターネットの特質の1つは、比較的低いコストで大量の情報を発信できることにある。このような特質が、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有利に働くということが、平準化の根拠となる (Margolis, Resnick, and Wolfe 1999)。

インターネットと政治に関するこれまでの研究では、国ごとで、あるいは異なる選挙レベルおよび選挙制度の下で、通常化と平準化のどちらが生じているのかを明らかにすることが重要な問題であった。選挙ルール変更後の日本の選挙では、どちらの現象が生じる可能性が高いのかについて予測を行うことが本稿の課題となる。通常化—平準化の基準については、「あまりにも単純化された (oversimplified)」ものであるとの批判もある (Ward and Gibson 2009)。しかし、同基準はさまざまな国を対象とした多くの研究ですでに用いられており¹⁾,

1) たとえば、アメリカについては Margolis, Resnick and Tu (1997), アメリカとイギリスについては Gibson, Margolis, Resnick, and Ward (2003), ドイツにつ

先行研究との比較が可能であるという点で大きな利点を持つ。

通常化と平準化に関して、これらのどちらが妥当かを考える際には、次の2つのレベルを区別する必要があると上ノ原（2010）は指摘している。第1は、サイバースペースでの情報発信における積極性のレベルである。第2は、サイバースペースで発信された情報が、どれだけ有権者に届いているか、さらにその情報がどれだけ有権者に対して影響を与えているかというレベルである。本稿もこの見方を採用して、それぞれのレベルにおけるインターネット解禁の影響について検討していく。

構成は以下のとおりである。第1章ではインターネット解禁自体が内生変数であるとの議論を行った上で、著者らが国会議員を対象に実施した調査結果を基にして、解禁の効果は限定的なものになる可能性が高いことを示す。それゆえ解禁後においても、すでにサイバースペースで生じている状況には、さほどの変化はないというのが著者の立場である。

そうであるならば、解禁後の状況を予測するためには、現状の把握が必要となる。第2章では、候補者による情報発信の積極性について、情報発信自体の有無、および発信された情報の内容とその発信形態の2つに焦点を合わせて、これまでの状況について検討する。

つづく第3章においては、インターネットを用いた候補者による情報発信の効果に焦点を合わせる。第1に候補者による情報発信がどれだけ多くの受け手を獲得しているのか、第2にそれが選挙での勝敗および得票とどの程度関係を持っているか、という2つの面から、通常化と平準化のいずれが日本において生じてきているのかを検証する。最後に、これらの検討結果を踏まえて、インターネット解禁後の状況についての議論を行うことにする。

ゝいては Schweitzer (2005)、ギリシア、ポルトガル、イタリア、スペインについては Cuncha, Martin, Newell and Ramiro (2003)、オーストラリアについては Gibson and Ward (2003)、イギリス、スウェーデン、ポルトガル、欧州議会については Vicente-Merino (2007) などがある。

1. どのように選挙制度が変わるのか

1.1. 内生変数としてのインターネット解禁

インターネット解禁がもたらす影響について考察するためには、そもそも「解禁」とは何を意味するかを明らかにしておく必要がある。日本で利用が「解禁」になったとしても、それによってインターネットが選挙キャンペーン手段として、まったく自由に利用できるようになるとはかぎらない。一言で「インターネット」といっても、そこにはメールやウェブサイト、ツイッターなどの様々な手段が含まれる。それらをすべて利用可とするのか、それとも選択的にしか利用を認めないのかは重要な問題となるだろう。さらに、ウェブサイトだけを取り上げてみても、候補者自身によるものもあれば、それ以外の人や団体によるもの（支持者によるサイトなど）もあり得る。どこまでの範囲で選挙キャンペーンでの利用を認めるかについても議論となるだろう。それゆえ、変数として「インターネット利用」を取り扱う場合には、それを「(全面) 解禁」か、それとも「禁止」かの二値をとるものではなく、「どれだけ」利用可能なのかという連続量で示されるものと見なす方がより適切である。

選挙キャンペーンにおけるインターネット利用に関して、「先進的」であるとは一般に見なされている国でも、それに対して一定の制限が加えられる例は見出し得る。アメリカでは、2006年に連邦選挙管理委員会による連邦選挙運動規則改正が行われ、インターネット広告は選挙運動法で規制されることになった。州レベルにおいても、フロリダ州をはじめ各州で規制の動きが見られる(湯浅 2010)。韓国でも、選挙に関わるインターネット利用に対しては、規制が強化されてきている(李 2011)。

それでは、変数としてのインターネット利用は、どのような要因によって規定されるのか。日本においては、利用解禁は選挙ルールの変更にあたる。従来、選挙ルールの変更は、権力を保持する人たちの自己利益を守るような形で実施されると指摘されてきた(Bowler, Donovan, and Karp 2006)。特定の選挙ルールの下で選出された議員は、そのルールによって「当選」という利益を得ている

と一般的に考えられる。議員の地位にあるものは、自らの再選を危うくするような形で現行ルールの変更には、簡単に同意しないであろう。あるいは、自らの再選確率を高めるか、あるいはそれに影響を及ぼさないような内容のルール変更にのみ同意するであろう。インターネット利用についても、「どれだけ」解禁されるかは、議員の利益によって影響を受けると考えられる。すなわち、インターネット利用は政治の様態に一定の影響を及ぼすかもしれないが、同時にその利用形態は政治的要因からも影響を受ける²⁾。たとえば玄(2011)は、韓国におけるインターネット規制は、政府の政治的意図にもとづいて行われてきていると指摘している。この点で、選挙キャンペーンにおけるインターネット利用は、議会構成や議員の選好などによって形成される政治状況の内生変数と見なされるべきである³⁾。

1.2. インターネット利用解禁に対する議員の態度

日本でインターネット利用が解禁される場合、どのような内容になる可能性が高いのかを検討していきたい。この問題に関する議員の選好がわかりやすい形であらわれていると考えられるのは、議員が所属する政党の態度ないしは行動である。民主党は1998年に公職選挙法の改正案を提出して以来、インターネット利用に積極的であると見なされてきた。また、自民党はかつてインターネット利用について慎重な態度を示していたが、2005年衆院選以降には積極方針に転換したともいわれる⁴⁾。

このような政党の態度や行動には所属議員の利益がもちろん反映されているだろうが、インターネット利用を解禁すべきかどうか、あるいはどこまで解禁

2) 選挙制度自体を内生変数と見なす必要があることについては、Lin (2011) を参照のこと。

3) 清原(2011)は、技術が政治システムを変えるのか、それとも政治システムのあり方によって技術の使い方が決定されるのかという点は、インターネットと選挙を研究する政治学研究者にとって重要な検討課題であると指摘している(p. 4)。

4) 2005年衆院選において、無党派層の支持を得て多数の議席を獲得したことがその理由であるといわれている(小倉 2010)。

すべきかについて、すべての議員が同じ考えを持つとは考えにくい。支持基盤の強さや、選挙キャンペーンで動員可能なリソースは議員によって異なるため、選挙ルールの変更が及ぼす影響も個々の議員によって異なってくるだろう。McElwain (2008) は、選挙ルールの変更をめぐっては、「政党間の対立 (conflicts between political parties)」のみではなく、「政党内 (intraparty) 対立」が生じ得ると指摘している。インターネット解禁についても、同一政党内の議員間で見解が分かれている可能性がある。

そのような対立が実際に生じているかどうかを確かめてみよう⁵⁾。用いるデータは、著者らが2009年3月に実施した国会議員に対するサーベイ調査の結果である⁶⁾。インターネット解禁に関して今後のあり方をどう考えるかについての質問を行い、選択肢を示した上で、自分の考えに最も近いものを1つだけ選ぶという形式で回答が行われた。その結果は、表1-2-1で示されている。

「今後も認めるべきではない」という否定的意見は、全体の1.9パーセントでしかない。一方で「利用を全面的に自由にするべき」という全面賛成の意見も多数派とはなっていない。6割以上が、インターネット利用に肯定的でありつつも、全面的な解禁には反対という慎重な態度を示している。

次に、政党間で態度の違いが存在するかどうかについて検討する。表1-2-2はインターネットの選挙キャンペーン利用についての回答結果を、所属政党ごとにまとめたものである。「全面的に自由にするべき」の割合を見ると、民主党の割合 (34.04パーセント) が比較的高くなっている。一方、自民党ではそ

5) 本節の記述は、岡本・石橋・脇坂 (2011) に基づいている。調査の詳細については同論文を参照のこと。

6) 対象はすべての衆議院議員および参議院議員 (ただし、衆議院議員1名分の欠員を除く) であり、調査票を郵送する形で調査を実施した。回答の返送は、紙媒体の調査票を郵送するか、あるいはこちらで指定した URL から回答入力用フォームのファイルをダウンロードし、回答入力後にそれをメールの添付ファイルとして送付するかのいずれかによって行われた。結果として、105名から有効回答が得られた。回収率は14.6パーセントである。調査が実施されたのは、自民党麻生政権の下で衆議院解散・総選挙の可能性が高まっていた時期であった。このような当時の政治状況が、回収率の低さにつながった可能性もある。

インターネット利用の解禁は日本の選挙を変えるのか

表 1-2-1：インターネットの選挙運動利用に関する議員の意見

	(人)	(%)
利用を全面的に自由にするべき	27	26.21
制限を残しつつ現在よりも自由にするべき	70	67.96
今後も認めるべきではない	2	1.94
その他	4	3.88
合 計	103	100

表 1-2-2：インターネットの選挙運動利用について（政党別）

インターネットの選挙運動利用 についての考え	民主	自民	公明	共産	社民	新党大地 新党日本 無 所 属
全面的に自由にするべき	16	7	1	1	1	1
制限を残しつつ現在よりも自由 にするべき	29	25	8	1	1	6
今後も認めるべきではない	0	2	0	0	0	0
その他	2	1	1	0	0	0
合 計 (人)	47	35	10	2	2	7

の割合（20.00パーセント）が、民主党のそれよりも低い。なお、インターネット利用を「今後も認めるべきではない」と回答した2名は、いずれも自民党議員であった。調査時には自民党と連立を組んでいた公明党の議員においても、「全面的に自由にするべき」との回答割合（10.00パーセント）は低くなっている。また、新党大地・新党日本・無所属議員も、その多くが慎重な態度を示していた。以上のように、インターネット解禁については、所属政党によって態度の違いがあることをうかがわせる結果が示された。すなわち、民主党は積極的であり、長期間にわたって政権の座についていた自民・公明の両党は、いずれも慎重な態度を示す傾向にある。

所属政党を含めて、他にどのような要因がインターネット解禁に対する議員の態度に影響を及ぼしているのかを、多変量解析の方法を用いて確かめることにする。従属変数は、これまで用いてきたインターネット解禁についての回答結果である。「今後も認めるべきではない」との回答はわずか2ケースであっ

たため、それらを「制限を残しつつ現在よりも自由にするべき」に含めて、インターネット利用について「全面的に解禁」すべきと考えているか、それとも「慎重」か、の2値をとるように操作化を行った。「その他」については、自由回答の内容から判断して、これら2つのカテゴリーへの振り分けを行っている⁷⁾。

独立変数は、「所属政党」「所属議院」「選挙制度」「当選回数」「(前回選挙での)接戦度」である。加えて、「年齢」「性別」「学歴」をコントロール変数として用いた⁸⁾。ロジスティック回帰分析による結果は、表1-2-3にまとめられている。5パーセント以下の水準で有意な影響を及ぼしていた変数はなかった。以下の議論が10パーセントの有意水準を適用したものであることに留意した上で、検討を行っていくことにする。

まず、いずれの分析モデルでも所属政党による違いは見いだされなかった。インターネット解禁をめぐっては、「政党間対立」が生じる可能性は、実はさ

7) 「選挙運動全体の見直しが必要であり、その中で制限の緩和について議論すべき。」「(選挙運動でインターネットが用いられるようになると)セキュリティの問題が危惧される。」「選挙妨害目的で利用されることが多く、自由化しても『トイレの落書き』がネット上で氾濫するだけ。」と回答した3ケースは「慎重」へ、「より自由に用いられるようにすべき」と回答した1ケースは「全面的解禁」へと、それぞれ振り分けを行った。

8) 「所属政党」は、「民主党」「自民党」「公明党」の3つのダミー変数であり、参照基準は、それ以外の政党所属および無所属の議員となる。「所属議院」は、衆議院を1、参議院を0とするダミー変数である。

「選挙制度」変数としては、「参議院の比例選出議員」を参照基準として、「参議院の選挙区選出議員」「衆議院の小選挙区選出および比例での復活当選議員」「衆議院の比例選出議員(重複立候補以外)」の3つのダミー変数を分析に加えた。

「接戦度」については、以下のように操作化を行っている。衆議院議員については、小選挙区における本人の得票数から次点候補者得票数を引き、それを当該選挙区全体の有効投票数で割った値である。参議院議員については、選挙区における本人の得票数から最上位落選者得票数を引いたものを、選挙区全体の有効投票数で割った値を用いた。なお、衆参それぞれの比例選出議員(衆議院選挙における復活当選を含む)については、接戦度の影響を検証する分析からは取り除いている。

性別は男性を1、女性を0とするダミー変数、学歴は4年制大学・短期大学卒業以上(中退も卒業と見なしている)を1、それ以外を0とするダミー変数である。

表 1-2-3: インターネット利用解禁についての態度に
影響を及ぼす要因 (ロジスティック回帰)

Model	(1)	(2)	(3)
独立変数	係数	係数	係数
自民	-.631 (.838)	-.578 (.862)	18.358 (17735.862)
民主	.325 (.780)	.323 (.821)	19.564 (17735.862)
公明	-1.283 (1.269)	-1.359 (1.316)	19.513 (17735.862)
衆議院議員	.604 (.642)	— —	— —
参議院選挙区	— —	-1.529* (.849)	-2.238* (1.160)
衆議院小選挙区 ⁽¹⁾	— —	-0.205 (.778)	— —
衆議院比例	— (1.136)	-.206 —	— —
当選回数	-.156 (.173)	-.125 (.177)	-.490* (.294)
接戦度	— —	— —	6.376* (3.822)
年齢	-.001 (.027)	-.014 (.028)	.013 (.043)
性別	.561 (.645)	.458 (.656)	.850 (.956)
学歴	.481 (.881)	.603 (.912)	-.162 (1.298)
定数	-1.620 (1.968)	-.285 (2.134)	-20.185 (17735.862)
Nagelkerke R ²	.099	.144	.232
-2LL	113.181	109.690	53.274
N	103	103	61

* $p < .10$.

カッコ内は標準誤差。

(1) 重複立候補・復活当選含む

ほど高くないことになる。注目すべきは、当選回数の影響である。同変数は、分析モデル (3) において有意な影響を及ぼしていた。係数の符号は負である。当選回数の多い議員ほど、インターネット解禁に消極的であることになる。新党さきがけ元代表の武村正義は1994年の選挙制度改革に関して、当選回数の多い議員ほど反対する傾向があったと述べている。当選回数が多くなるほど、現行の選挙制度が自らに有利に働いているとの認知

を持ちやすく、その変更が自分の再選を危うくするとの考えも持ちやすいからである（御厨・牧原編 2010）。得られた分析結果は、このような見方と適合的である。

さらに、「接戦度」が有意な正の影響を及ぼしていたことにも注目する必要がある。同変数では、値が大きいほど選挙に弱いことを意味する。それゆえ、選挙に弱い議員ほど、インターネット解禁に積極的であることが示されている。

1.3. 解禁された場合のインターネット利用形態・範囲についての予想

インターネット解禁をめぐっては、当選回数および選挙での強さの違いによって政党内対立が生じる可能性があること、さらに、当選回数の少ない議員ほど、また選挙に弱い議員ほど、解禁に積極的な傾向があることが前節で示された。これは、各政党の中でインターネット解禁を望むような議員の影響力は、強くはないであろうことを示唆している。言い換えると、当選回数の多い議員、また選挙に強い議員はインターネット解禁に消極的である。そのような議員は、党内で相対的に強い影響力を持っていることが多いであろう。以上のことから、インターネット解禁の実現は簡単ではないことがわかる。

もちろん、政党内の力関係だけで、選挙ルールのあり方が決定されるわけではない。たとえば、世論の動きなどはルールの変更に一定の影響を及ぼし得る。だが、その場合でも、党内の力関係はやはり重要であると考ええる。世論や情報技術の普及、また諸外国でのオンライン選挙キャンペーンの隆盛などの諸要因が、すべてインターネット解禁を促すように働いたとしても、議員間の対立は、それを抑制するような作用を及ぼすだろう。

これらのことから、日本でインターネット利用が解禁されたとしても、その範囲はきわめて限定的なものにとどまるであろうと考えられる。もっとも、だが、どのような手段を、どのように利用できるようになるかについては具体的に予測するのは困難であるが、先述の2010年4月における与野党合意の内容が手がかりの一つとなる。そこでは、選挙期間中におけるウェブサイトの更新は認められていたが、メールの使用は禁止されていた。ツイッターの使用につ

いても、自粛することになっていた。また、有権者がインターネットを用いた選挙キャンペーンを行うことも認められてはいなかった（前嶋 2011）。これに沿った内容で、公職選挙法が改正される可能性は高いだろう。つまり、解禁の範囲は基本的に、候補者自身によるウェブサイトを用いた選挙キャンペーンに限定されると予想される。

問題は、これが現状——現行の公職選挙法（2011年8月現在）によって、インターネットによる選挙キャンペーンが認められていない状態——と比べて、どれだけ大きな変化なのか、ということである。ウェブサイトによる情報発信が、公職選挙法第142条1項における「文書図画の頒布」にあたると解釈されてきた一方で、後に見るように、実質的にはウェブサイトの利用は「解禁状態」（岡本 2006）に近くなっていた。これは、選挙期間中にウェブサイトの内容が更新されない限りは、また、サイト上で直接的に投票を呼びかけることがない限りは、「選挙運動」ではなく「政治活動」と見なされる、と一般的に解釈されてきたからである。要するに、上述のような内容で「解禁」が実現したとしても、候補者によるウェブサイトの利用状況には、さほど大きな変化は生じないであろう⁹⁾。それゆえに、インターネット解禁後に起こりうる状況は、すでに生じている状況の延長線上にあると予想される。このような見方に基づいて、候補者による情報発信状況についての予測を行っていくことにする。

2. 候補者による情報発信の積極性に関する予測

まず、候補者による情報発信の積極性がどのような状況になる可能性があるかについて検討する。情報発信の積極性を測る指標としては、次の2つが考えられる。第1は、そもそもインターネットで情報を発信しているかどうか、ということである。ハガキやビラ、演説などの「プレモダンの」（Norris 2000）な

9) 三浦（2010）および松田（2011）は、インターネットが解禁されたとしても、ビラやポスターなどの従来型的手段はこれまでと同様に使われることになるだろうと予想している。また、Giebler and Wüst（2011）は2009年欧州議会議員選挙のデータを用いて、伝統的な運動手段を積極的に用いている候補者ほど、インターネットも積極的に利用していることを明らかにしている。

キャンペーン手段だけでなく、ウェブサイトやメールなどを有権者とのコミュニケーション手段として用いているかどうかが基準となる。第2は、インターネットで発信された情報の内容および、その発信形態に注目するものである。すなわち、発信された情報量の多さや質の高さ、また情報発信手段の洗練度合いが積極性の指標となる。これらの指標を用いつつ、日本での状況について順次検討していこう。

2.1. インターネットによる情報発信の有無

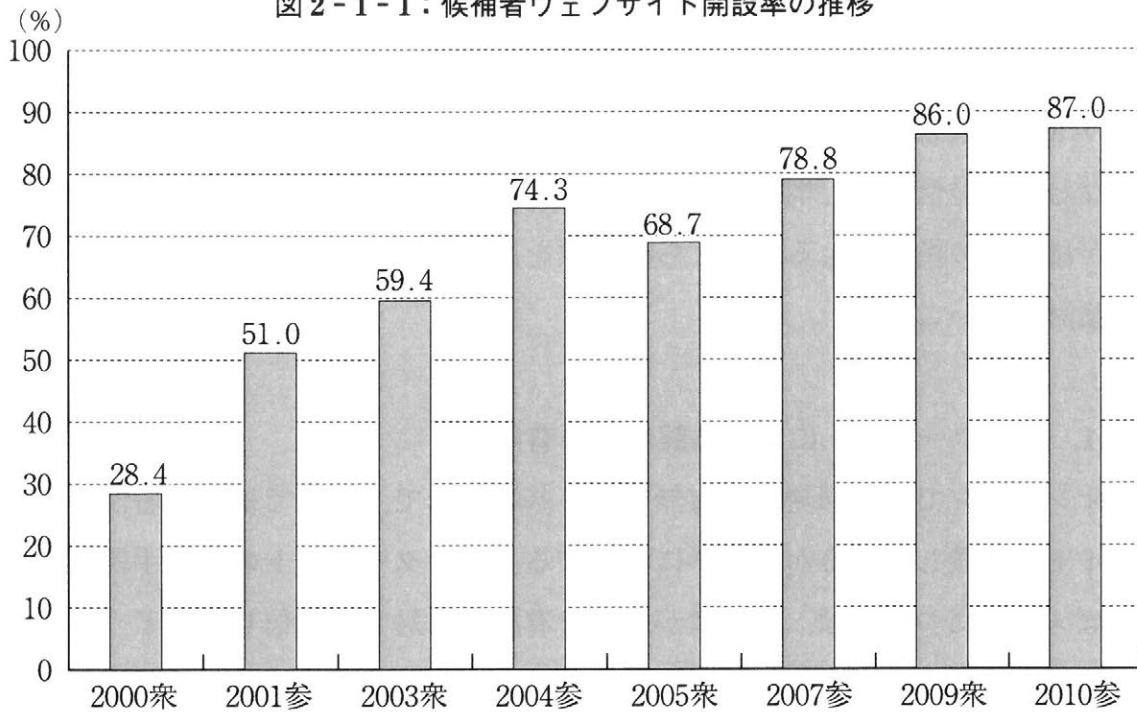
オンラインでの情報発信の有無を測る基準として、ここでは候補者がウェブサイトを開設しているかどうか注目する。インターネットの他の手段、たとえばメールについては、候補者がそれを有権者に対して発信したかどうかについてのデータは利用できない¹⁰⁾。ブログおよびツイッターは比較的最近利用され始めたものであり、これらの利用状況についてのデータは十分に蓄積されていない¹¹⁾。本稿では過去のデータに基づいた予測を試みているため、これらの利用状況は十分に把握できない。それに対し、政党、議員や候補者によるウェブサイトは比較的早い時期から分析の対象とされてきており、日本を対象とした研究も蓄積されてきている。このような理由から、以下では基本的にウェブサイトに焦点を合わせて議論を進めていく。

これまでの選挙で、どれぐらいの候補者がウェブサイトを開設していたのかについて検討しよう。図2-1-1は2000年衆議院選挙から2010年参議院選挙までの国政選挙における、候補者中のサイト開設率の推移を示したものである。著者が調査を開始した2000年衆議院選挙では、ウェブサイトを開設している候補者は30パーセントに満たなかった。だが、10年後の2010年参議院選挙では、90パーセント近い候補者（437名の候補者のうち380名）がウェブサイトを開設していた。アメリカをはじめとする先進諸国では、政治家や候補者によるウェブ

10) 本稿の執筆時点で、メールを用いた選挙運動は公職選挙法違反と見なされている。

11) 候補者のツイッター利用については、2010年参院選でのデータを用いた中西(2011)がある。

図 2-1-1：候補者ウェブサイト開設率の推移



*筆者による調査データから作成

ブサイトの利用は成熟段階に達しつつあるといわれる (Davis, Baumgartner, Francia, and Morris 2009: 15)。候補者によるウェブサイトの開設率に注目する限りは、日本もすでに成熟段階に入っていると考えられる。つまり、インターネット利用が禁止されている状況においても、ほとんどすべての候補者がサイトを開設していた。しかも最近の選挙では、選挙期間中でもサイトをアクセス可能な状態に置いていた候補者が大半を占めるようになっている。

インターネットが解禁されたときに、サイト開設率が下がることは考えにくい。これまでと同様に、ほとんどすべての候補者がサイトを開設する状況が続くであろう。通常化—平準化の基準に照らすならば、このような状況はどう解釈されるのか。候補者によるウェブサイトの開設を基準とした場合には、中小政党の候補者に比べて大政党の候補者の方が、また新人候補もしくは当選回数の少ない候補と比べて当選回数の多いベテラン候補の方が開設率が高くなっているときには、通常化が進行していると思なされる。逆の場合には、平準化が現れていると考えられる。ほとんどすべての候補者がサイトを開設することは、大政党の候補者も中小政党の候補者も、あるいは現職候補も新人も、

同等にサイトを開設しているということになる。これを、平準化の現れと見なすことも可能かもしれない。

ただし、情報発信の有無とは別の基準に照らした場合には、異なった結果が得られるかもしれない。次節では、発信された情報の内容とその発信形態に注目して、検討を加える。

2.2. インターネットが発信された情報の内容および発信形態

これまでのインターネットと政治に関する研究では、情報の内容と発信形態に関する指標として、ウェブサイトの洗練度（あるいは充実度）がよく用いられてきた（Lilleker and Jackson 2011: 43）。一般的には、サイト上で特定の情報や機能が提供されているかどうかを内容分析（content analysis）を用いて調査し、その結果を数値化することによって洗練度ないしは充実度の指標が作成される。大政党の候補者によるウェブサイトが、中小政党あるいは無所属候補のそれに比べて洗練度がより高くなっていたならば、それは通常化が進行していることを意味する。逆に、中小政党あるいは無所属候補によるサイトの方が高くなっている場合、もしくは両者の間に差がない場合には、平準化が進行していることになる。また、前（現）職とそれ以外の候補者とを比較して、前者の洗練度が高い場合には通常化が、逆に後者の方が高くなっている（もしくは両者の間に差がない）場合には平準化が、それぞれ生じていることになる。

日本の選挙についてのデータを用いた先行研究を検討することにより、インターネット解禁の影響について予想を行うことにしよう。岡本（2005, 2006, 2007）はそれぞれ2003年衆院選、2004年参院選、2005年衆院選を対象として、候補者ウェブサイトについての内容分析を行っている。そこでは、Gibson and Ward（2000）で提示された枠組みを援用しつつ、「相互作用性」「情報提供」「アクセスの容易性」「プレゼンテーション」の4つの基準に基づいてサイトの充実度を測る指標が作成された上で、それに対して影響を及ぼしている要因を明らかにすることが試みられている。表2-2-1は、それらの結果の概要である。特に、通常化と平準化の判断に関わる変数である「所属政党」および

表 2-2-1：サイトの充実度に影響を及ぼしていた変数の一覧

	03年衆院選	04年参院選	05年衆院選
所属政党（自民党）			
民主党	×	×	+
公明党	×	—	+
社民党	—	×	×
共産党	—	—	—
無所属・諸派	×	—	+
前・現職（それ以外）	+	+	+

＋：有意な正の影響有り

－：有意な負の影響有り

×：有意な影響なし

*カッコ内は参照基準

「候補者の地位（前・現職かどうか）」についての結果を示した。表中の「＋」は、各選挙についての分析において左側の変数が有意な正の影響を及ぼしていることを、そして「－」は有意な負の影響を及ぼしていることを、それぞれ意味している。また「×」は、その変数が有意ではなかったことを表す¹²⁾。

12) 岡本（2005, 2006, 2007）において、充実度の作成に用いられた項目は以下のとおりである。

[相互作用性]

- ① 候補者自身のメールアドレスへのリンク
- ② 所属政党のウェブサイトへのリンク
- ③ 個人後援会によるサイトへのリンク
- ④ オンライン献金
- ⑤ 掲示板

[情報提供]

- ⑥ 候補者のプロフィール
- ⑦ 候補者の顔写真
- ⑧ メールマガジンの申し込み
- ⑨ 個人後援会への入会案内が記載
- ⑩ 献金振込先の記載

[アクセスの容易性]

- ⑪ 更新情報の紹介
- ⑫ フレーム有り無しの選択
- ⑬ 英語ページの用意
- ⑭ ページ全体に対するリンク付きインデックス



候補者の所属政党から検討していこう。参照基準は自民党である。2005年衆院選では民主党候補者のサイトの充実度が自民党候補者のそれよりも高くなる傾向が見られたが、それ以前の2回の選挙では両者の間に有意な差はなかった。公明党および無所属・諸派については、選挙ごとに異なった結果が現れている。社民党は、2003年衆院選においては自民党よりも充実度が低くなる傾向が見いだされたが、それ以降は差がない。注目すべきは共産党である。3回の選挙をとおして、自民党と比較して充実度が低いという一貫した傾向が見られる。次に候補者の地位に目を向けると、前（現）職によるウェブサイトの充実度が、それ以外の候補のそれよりも高くなるという一貫した傾向が見いだされる。

以上のように、所属政党に関しては必ずしも明確な結果が得られているわけではないものの、情報発信の内容を基準とした場合には、日本では通常化が進行してきたといえる。同様の結果は、より最近の選挙を対象とした分析においても得られている。中西（2011）は2011年参議院選挙における候補者サイトを対象として、岡本（2005, 2006, 2007）と同様に「相互作用性」「情報提供」「アクセスの容易性」「プレゼンテーション」の4つの基準に従って内容分析を行った。その結果として、民主党および自民党候補者によるサイトの充実度が、他党の候補者によるサイトのそれを上回っていたことが明らかにされている¹³⁾。

⑮ Yahoo! Japan への登録

⑯ ウェブサイト内の検索

⑰ 携帯電話対応

[プレゼンテーション]

⑱ 音声情報

⑲ 動画情報

⑳ flash の使用

候補者のウェブサイト到这らが存在している場合には1ポイント、存在しない場合は0ポイントを与えて、候補者ごとに加算したポイントをサイトの充実度としている。ただし、2003年衆院選の分析では、「個人後援会によるサイトへのリンク」は用いられていない。各選挙について複数の分析が行われているが、表2-2-1に示したのは、すべての候補者を対象とする分析の結果である。有意かどうかについては、5パーセント水準で判断している。

13) ただし、みんなの党については、サイトの充実度が民主・自民両党と同様に高かったと指摘されている。

前章では、インターネットが解禁されたとしても、候補者による情報発信行動にさほど変化は生じないと予想できる理由を提示した。それに従えば、先行研究で示された通常化の傾向が、解禁後も続いて見られる可能性が高いことが、情報の内容および発信形態についての分析結果から予想される。

3. 情報発信効果についての予測

先述のように、通常化と平準化について検討する際には、どれだけの有権者にサイバースペースで発信された情報が届いているか、さらにその情報がどれだけ有権者に対して影響を与えているかということも基準となる（上ノ原 2010）。本章では、これら2つの基準に照らして、日本において通常化と平準化のいずれが生じてきたかをそれぞれ検討する。その結果を基にして、最後にインターネット解禁後の状況についての議論をおこなう。

3.1. どれだけ多くの有権者に発信された情報が届いているか

最初に、候補者によって発信された情報が、どれだけ多くの有権者に届いているかという問題に注目する。候補者がサイト上でいくら積極的に情報発信を行っていたとしても、その情報が有権者に十分届いていなければ、候補者が期待しているようなアピール効果もほとんどないだろう。

これに関しては、情報の発信元によって、そこへの接触頻度に違いが生じているかどうか注目する必要がある。すなわち、通常化が進行しているならば、より多くの有権者が大政党や現・前職候補者が発信した情報に接触していることになる。一方、中小政党の候補者あるいは新人候補者の発信した情報がより多くの有権者に届いている場合——あるいは、大政党と中小政党、もしくは現・前職候補者と新人候補者との間で差がない場合——には、平準化が生じていると見なされることになる。

検証のために用いるデータと調査方法について説明しておこう。どれだけの有権者に情報が届いているかについては、候補者ウェブサイトへのアクセス数

を指標とした¹⁴⁾。対象は、2007年および2010年参議院選挙である。両選挙における候補者のサイトにアクセスカウンターが設置されているかどうかを確認した上で、それらのアクセスカウンター上に表示されたアクセス数を、公示日から投票日までの期間およびその前後2日間にわたって毎日計測した。それにより、116の候補者サイト（2007年参院選では72、2010年参院選では44）で、公示日から投票日までの期間（2007年参院選では7月12日から29日、2010年参院選では6月24日から7月11日）における1日ごとのアクセス数データが得られた¹⁵⁾。サンプルの内訳は表3-1-1に示した。以後の分析にはこのデータを用いる¹⁶⁾。

アクセス数のデータによって、通常化と平準化についての検証を行うことにしよう。ここでは、サイトに多くのアクセスがあった場合には、候補者による情報がそれだけ多くの有権者に届いていると見なすことにする¹⁷⁾。通常化が進行しているならば、大政党の候補者および現職候補者によるサイトが相対的に

14) アクセスカウンターのデータを用いた著者らによる研究発表 (Okamoto and Ishibashi 2010) に対しては、技術的な問題点を理由として、Alexander H. Trechsel (European University Institute) からの批判があった。他の方法としては、Hindman (2009) や Haynes and Pitts (2009), 山本 (2005, 2008) などのように、Hitwise や Alexa などのインターネット関連企業によって提供されたデータを使用することが考えられる。しかし、同一選挙の候補者の中から一定数以上のサンプルを確保することは、この方法によってはきわめて困難である。

15) 2007年参院選におけるサイトの開設率は78.8パーセント (377人中297人)、2010年参院選では87.0パーセント (437人中380人) であった。そのうち、サイトにアクセスカウンターが設置してあったケースは、2007年では78 (サイト開設者中の26.3パーセント)、2010年では50 (サイト開設者中の13.2パーセント) である。アクセスカウンターを設置していても、技術的な問題で数字が計測できなかったケースや、数字が明らかに不自然な動きを示していたケースは除外している。

16) 公示期間アクセス数の1人あたり平均値は7,563.21 (標準偏差は9,806.82)、中央値は4,990、最小値は399、最大値は64,573であった。

17) このような前提には問題があることも認めざるを得ない。アクセス数の中には、サイト運営などに携わる関係者によるものや、未成年者や外国人などの投票権を有していない人々によるものも含まれている可能性がある。ここで用いるデータには、だれが候補者サイトにアクセスしたかという情報は含まれていないことに注意する必要がある。

表 3-1-1: アクセス数データサンプルの概要

2007年参院選			2010年参院選		
	(人)	(%)		(人)	(%)
民主	22	30.56	民主	11	25.00
自民	19	26.39	自民	5	11.36
公明	1	1.39	公明	0	0.00
共産	9	12.50	共産	15	34.09
社民	4	5.56	社民	2	4.55
国民新党	1	1.39	国民新党	1	2.27
その他・無所属	16	22.22	その他・無所属	6	13.64
—	—	—	みんなの党	2	4.55
—	—	—	たちあがれ日本	2	4.55
現職	25	34.72	現職	12	27.27
現職以外	47	65.28	現職以外	32	72.73
選挙区	43	59.72	選挙区	33	75.00
比例代表	29	40.28	比例代表	11	25.00

注) 小数点以下の四捨五入により、合計は必ずしも100%になっていない。

多くのアクセスを集めているだろう。逆に、中小政党および現職以外の候補者によるサイトに多くのアクセスがあったならば、平準化が進行していると考えられる。

政党による違いが見られるかどうかについて、まず検討を行うことにする。表 3-1-2 では、民主・自民党候補者とそれ以外の政党からの候補者との間で、アクセス数の比較を行っている。2007年参院選では民主・自民党候補者における 1 人あたり平均アクセス数は 7,171.59 であったのに対して、民主・自民以外の候補者のそれは 9,933.16 であった。これは、平準化仮説に適合的な結果である。しかし、マン・ホイットニーの検定では、両者の間に有意な差はなかった ($p=.833.$)。2010年参院選の結果に目を移せば、民主・自民党候補者の平均は 6,999.63、それ以外の候補者のそれは 5,834.82 となっており、今度は民主・自民党候補者へのアクセス数が多くなっている。これについては、マン・ホイットニーの検定によって有意な差が見いだされている ($p=.043.$)。

現職とそれ以外との違いについてはどうか。表 3-1-3 に示されているよう

表3-1-2: 民主・自民党候補者とそれ以外の政党候補者とのアクセス数比較

	2007参		2010参		2007・2010参	
	民主・自民	それ以外	民主・自民	それ以外	民主・自民	それ以外
平均	7,171.59	9,933.16	6,999.63	5,834.82	7,123.32	7,988.19
中央値	5,752.00	5,197.00	5,265.50	3,072.00	5,686.00	4,410.00
標準偏差	8,590.98	13,603.06	4,601.75	8,541.20	7,641.73	11,572.94
最小値	2,025	440	2,635	399	2,025	399
最大値	57,358	64,572	19,704	39,040	57,358	64,573
N	41	31	16	28	57	59

表3-1-3: 現職候補者とそれ以外の候補者とのアクセス数比較

	2007参		2010参		2007・2010参	
	現職	それ以外	現職	それ以外	現職	それ以外
平均	6,141.76	9,540.83	7,909.67	5,639.16	6,715.14	7,960.41
中央値	4,543.00	5,854.00	5,270.00	3,934.50	4,845.00	5,197.00
標準偏差	4,482.35	13,160.69	5,210.76	7,946.39	4,732.30	11,443.67
最小値	440	505	2,635	399	440	399
最大値	19,230	64,573	19,704	39,040	19,704	64,573
N	25	47	12	32	37	79

に、2007年参院選では現職以外の候補者における平均アクセス数が現職のそれを上回っている。だが、これについても両者の間に有意な差はない ($p = .566$.)。ところが2010年参院選では、現職のアクセス数がそれ以外の候補者よりも多くなっている ($p = .037$.)。

以上の結果は、発信された情報がどれだけ多くの有権者に届いているかについて見た場合には、2007年参院選から2010年参院選にかけて通常化が進行した可能性があることを示唆している¹⁸⁾。

3.2. 発信された情報が、選挙結果にどれだけ影響を与えているか

前節では、どれだけ多くの有権者が情報に接触したかという問題を取り扱っ

18) 2003年衆院選および2005年衆院選では、当選回数が多い候補者のサイトほど多くのアクセスを集める傾向があることが示されている(岡本・石橋・脇坂 2004, 2008)。

た。だが、情報との接触によって情報の受け手である有権者がどのような影響を受けるかは、それとはまた別の問題である。本節では、候補者によって発信された情報が有権者に対して影響を及ぼしているかどうか、そして、それが選挙結果とどのように関係しているかという観点から、インターネット解禁の影響について考察していく。

候補者による情報発信が有権者に及ぼす影響としては、選挙についての知識および関心の増加や投票参加の促進、あるいは投票意思の改変などが考えられる。インターネットがもたらす投票参加や投票意思への影響は、選挙結果にも影響が及ぶという点で重要である。ただし、インターネットの効果が存在していたとしても、その効果の強さは候補者間あるいは政党間で均等であるとはかぎらない。効果が大政党の候補者および現職候補者において強くなる傾向があるならば、それは通常化を示すものと見なされる。逆に、中小政党および新人候補における影響の方が強い場合（もしくは、大政党と中小政党、現職候補者とそれ以外の候補者の間で差がない場合）には、平準化が進行していると考えられる。

このことについて検証を行うために、まず候補者ウェブサイトへのアクセス数と、その候補者の当落との関連について分析を行ってみる。有権者が候補者サイトに接触することが、その候補者への投票を促す効果を持ち得るならば、サイトへのアクセスが多いほど、その候補者の当選確率は高まるだろうと一般的には予想される。だが、サイトへのアクセスが及ぼす効果が候補者間で異なるならば、アクセス数と選挙結果との関連についても候補者間で違いが生じる可能性があるだろう。大政党および現職候補者で、アクセス数が当選確率に及ぼす正の影響が相対的に大きい場合には通常化が、逆に中小政党および新人候補でその影響がプラスに大きい場合には平準化が、それぞれ生じていると考えられる。

ここでの従属変数は、候補者の当落である（当選の場合は1、落選の場合は0とするダミー変数）。関心の中心となる独立変数は、候補者ウェブサイトへのアクセス数となる。これについては前節と同様に、公示日から投票日までの

アクセス数を用いる¹⁹⁾。用いるデータは、2007年および2010年参議院選挙における候補者についてのものである。アクセス数以外の独立変数としては、「2010年参院選立候補」「選挙区立候補」「所属政党（現職候補者とそれ以外の候補者を対象とする分析で使用）」「現職候補（民主・自民の候補者を対象とする分析とそれ以外の候補者を対象とする分析で使用）」「年齢」「学歴」「性別」を、コントロール変数として使用した²⁰⁾。

アクセス数が及ぼす影響を比較するために、民主・自民の候補者を対象とする分析とそれ以外の候補者を対象とする分析、さらに現職候補者とそれ以外の候補者をそれぞれ対象とする分析を行った。その結果、現職候補者およびそれ以外の候補者を対象とする分析のいずれにおいてもアクセス数は当選確率に有意な影響を及ぼしていなかったため、民主・自民の候補者およびそれ以外の候補者を対象とするロジスティック回帰分析の結果のみを表3-2-1に示した²¹⁾。

19) アクセス数については、自然対数変換を施した値を分析に用いる。

20) 各変数の操作化手順については以下のとおりである。

「2010年参院選立候補」……2010年参院選での立候補を1，2007年参院選での立候補を0とするダミー変数。

「選挙区立候補」……選挙区立候補での立候補を1，比例での立候補を0とするダミー変数。

「所属政党（現職候補者とそれ以外の候補者を対象とする分析で使用）」……「民主党」「自民党」「共産党」の3つのダミー変数。参照基準は、それ以外の政党所属および無所属候補者。政党によっては十分なサンプル数を確保することができなかったため、その政党に所属しているかどうかというダミー変数の1つの値（1か0）が、従属変数である「候補者の当落」における1つの値（1か0）を完全に説明できるという perfect prediction の問題が生じることになった。その問題を回避するため、政党所属のダミー変数は上記の3つに限定している。

「現職候補（民主・自民の候補者を対象とする分析とそれ以外の候補者を対象とする分析で使用）」……現職候補者を1，それ以外の候補者を0とするダミー変数。

「年齢」……投票日における実年齢。

「学歴」……短大・4年制大学卒業以上（中退は卒業と見なす）を1，それ以外を0とするダミー変数。

「性別」……男性候補者を1，女性候補者を0とするダミー変数。

21) 現職候補を対象とした分析では、回帰式自体が有意ではなかった。

表 3-2-1: 当落を従属変数とするロジスティック回帰分析の結果

Model	(1)民主・自民	(2)民主・自民以外	(3)候補者全体
アクセス数 (ln)	1.986*** (.722)	.082 (.448)	.615* (.321)
2010立候補	1.378* (.805)	.320 (1.210)	-.925 (.607)
選挙区立候補	2.312*** (.793)	— —	.057 (.539)
現職	0.219 (.751)	3.171*** (1.055)	1.343** (.590)
民主党	— —	— —	2.662*** (.774)
自民党	— —	— —	.951 (.827)
共産党	— —	— —	.065 (1.098)
年齢	.020 (.751)	.016 (.057)	-.032 (.028)
学歴	2.980* (1.655)	.645 (1.465)	-.840 (.807)
性別	1.541 (1.170)	.496 (1.371)	.581 (.811)
定数	-15.308 7.084	5.594 (4.398)	-5.516 (3.297)
Nagelkerke R ²	.421	.366	.454
-2LL	57.018	27.341	99.798
N	57	59	116

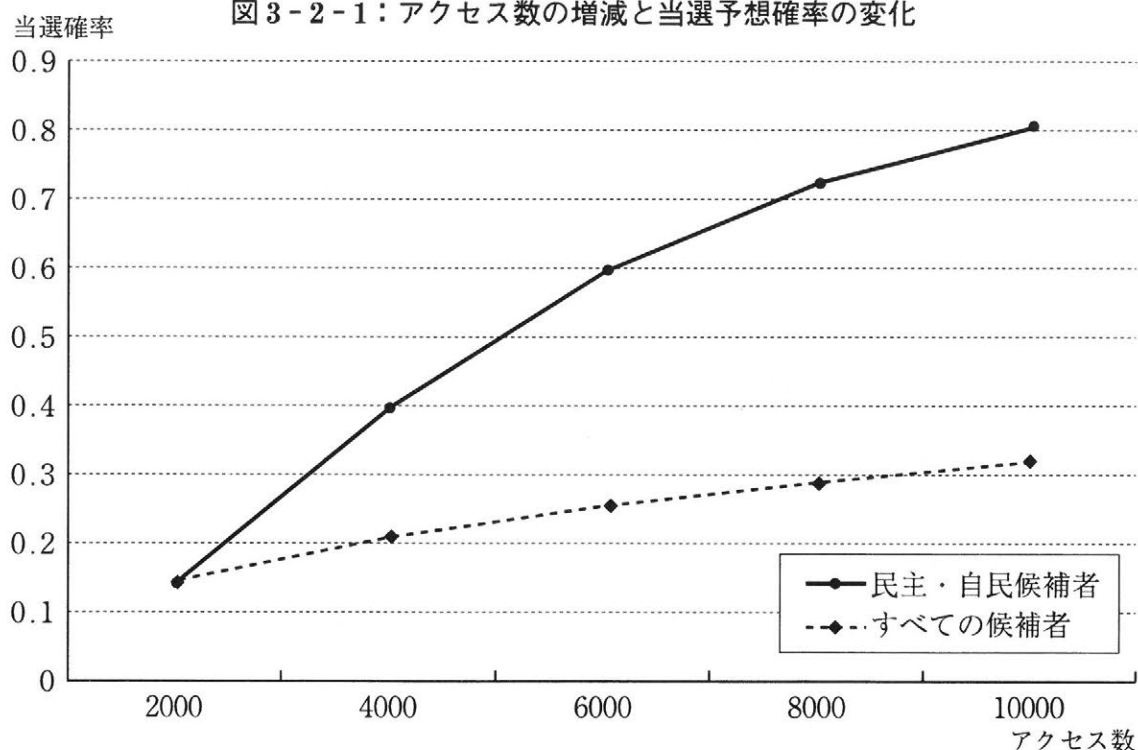
* p<.10, ** p<.05, *** p<.01

カッコ内は標準誤差。

加えて、すべての候補者を対象とする分析の結果も、比較のために Model (3) として同表中で示している。

民主・自民の候補者について見れば (Model (1) 参照), アクセス数は当選確率に正の影響を及ぼしていた。民主・自民の候補者では、候補者サイトへのアクセスが増えるほど当選確率が高まっていることになる。それに対して、民主・自民以外の候補者では、係数の符号こそ正となっているものの、アクセス

図 3-2-1: アクセス数の増減と当選予想確率の変化



数は有意な影響を及ぼしてはいなかった (Model (2) 参照²²⁾)。これらは通常化を支持する結果である。ロジスティック回帰分析では、回帰係数の値から変数の影響を直接的に解釈することが困難であるため、アクセス数以外の独立変数の値を一定（この場合は平均値）に保った上で、アクセス数の増減が候補者の当選予想確率にどのような変化を及ぼし得るかを図 3-2-1 で示した²³⁾。民主・自民の候補者では、アクセス数が 2000 から 10000 へと 5 倍になった場合には、当選確率は 14.26 パーセントから 80.24 パーセントへと大きく高まる。それに比べ、すべての候補者では、当選確率の変化は 14.72 パーセントから 31.72 パーセントにとどまっている。

22) サンプル中の民主・自民以外の候補者では、選挙区での候補者はすべて落選していた。ここでも perfect prediction の問題が生じることになるため、民主・自民以外の候補者を対象とする分析では、「選挙区立候補」を分析モデルに含めていない。一方、民主・自民の候補者を対象とする分析モデルでは、「選挙区立候補」を含めた分析の結果を示している。同変数を除いた分析も行ったが、結果にはほとんど違いはなかった。

23) アクセス数については、自然対数変換した値を分析では用いているが、図中ではそれを実アクセス数に再変換した値を X 軸の目盛として示している。

しかしながら、すでに述べたように、現職候補者とそれ以外との候補者との間には、アクセス数が当選確率に及ぼす影響についての違いは見いだせなかった。これは、平準化を支持する結果であると解釈することも可能である。それゆえ、当落への影響という点から見れば、通常化仮説は部分的に支持されたに過ぎない。

もっとも、選挙の勝敗自体は、選挙制度や候補者の数、また他の候補者の強さなどの諸要因によっても影響を受けている。そこで、より直接的に候補者サイトへのアクセスが及ぼす影響を検証するために、候補者の得票数に注目する。有権者が候補者サイトに接触することが投票行動に影響を及ぼしているのならば、サイトへのアクセスが多い候補者ほど多くの票を獲得していると考えられるだろう。しかしながら、その効果についても候補者間で違いが生じているかもしれない。つまり、大政党および現職候補者でアクセス数が得票に及ぼす影響が相対的に大きい場合には通常化が、逆に中小政党および新人候補でその影響が大きい場合には平準化が、それぞれ生じていると考えられる。

回帰分析によって得られたアクセス数の係数に注目して、それらの符号と大きさから、通常化と平準化についての検証を行うことにしよう²⁴⁾。アクセス数以外の独立変数としては、当落の区別を従属変数とした上記の分析と同様に、「2010年参院選立候補」「選挙区立候補」「所属政党（現職候補者とそれ以外の候補者を対象とする分析で使用）」「現職候補（民主・自民の候補者を対象とする分析、およびそれ以外の候補者を対象とする分析で使用）」「年齢」「学歴」「性別」を用いた。

通常最小二乗法を用いた分析の結果は、表3-2-2で示されている。参考のために、すべての候補者を対象とする分析の結果もModel (5) として示してある²⁵⁾。民主・自民候補を対象としたModel (1) では、候補者サイトへのアクセ

24) 得票数についても、自然対数変換を施したデータを分析に用いる。

25) 有権者があらかじめ投票しようと考えている候補者のサイトにアクセスする傾向があるならば、アクセス数と得票数との間には相互作用が生じる（岡本・石橋・脇坂 2009）。この場合、通常最小二乗法による分析には問題が生じる可能性があるが、ここではアクセス数と得票数との関係を一方向的なものとして分析を行っている。

表3-2-2：得票数（ln）を従属変数とする OLS の結果

Model	(1)民主・自民	(2)民主・自民以外	(3)現職	(4)現職以外	(5)候補者全体
独立変数	係数 ⁽¹⁾	係数	係数	係数	係数
アクセス数 (ln)	.346*** (.111)	.270* (.136)	.494*** (.158)	.241* (.122)	.266** (.101)
2010立候補	-.644*** (.142)	.135 (.349)	-.478* (.280)	-.367 (.284)	-.382* (.210)
選挙区立候補	1.458*** (.135)	.398 (.406)	1.407*** (.253)	.751*** (.279)	.730*** (.208)
現職	.280* (.142)	1.685*** (.540)	—	—	.897*** (.235)
民主党	—	—	-.697* (.375)	1.751*** (.353)	1.377*** (.277)
自民党	—	—	-.732* (.392)	1.580*** (.418)	1.161*** (.306)
共産党	—	—	-.770 (.522)	.679* (.385)	.532* (.320)
年齢	.001 (.007)	-.023 (.017)	-.005 (.013)	-.005 (.012)	-.007 (.010)
学歴	-.548** (.261)	.640 (.403)	-.395 (.382)	.388 (.352)	.260 (.290)
性別	.138 (.209)	-.573 (.434)	.942** (.413)	-.329 (.351)	-.247 (.287)
定数	8.633*** (1.189)	9.038*** (1.318)	7.732*** (1.495)	8.005*** (1.307)	8.118*** (1.060)
調整済 R ²	.716	.225	.596	.418	.482
F	21.158***	3.402***	6.900***	7.218***	11.693***
N	57	59	37	79	116

(1) 回帰係数はすべて非標準化係数

* p<.10, ** p<.05, *** p<.01

カッコ内は標準誤差。

ス数は得票数に対して、1パーセント水準で有意な正の影響を及ぼしている。サイトへのアクセス数が増えるほど、その候補者はより多くの票を獲得する傾向があることが示されている。独立変数としてのアクセス数と従属変数として

の得票数はともに自然対数変換を施された値なので、アクセス数の1パーセントの増加は、得票数を0.346パーセント増加させる影響を及ぼしていることになる。それに対して、民主・自民以外の候補者を対象とする Model (2) ではアクセス数の係数は正であったが、Model (1) と比較して0.270 とその値は小さい。しかも、5パーセント水準においては有意ではなかった(10パーセント水準においてのみ有意)。

現職候補者を対象とした Model (3) とそれ以外の候補者を対象とした Model (4) を比較しても、アクセス数の影響について上と同様の違いが表れている。Model (3) では、アクセス数は1パーセント水準で有意な正の影響を及ぼしている。すなわち、アクセス数の1パーセントの増加は、得票数を0.494パーセント増加させる効果がある。一方、Model (4) ではアクセス数の係数は0.241 と相対的に小さく、しかも10パーセント水準においてのみ有意であった。

このように、サイトへのアクセスが得票に及ぼす効果は、民主・自民といった大政党の候補者において、そして現職候補者において、より大きくなっていることが明らかになった。これらは、明確に通常化を支持する結果である。

本章では、どれだけ多くの有権者にサイバースペースで発信された情報が届いているか、そして、その情報が有権者を介してどのように選挙結果に影響を与えているか、という2つの基準を用いて、これまでの日本の選挙における状況についての検討を行った。選挙での当落を従属変数とする分析では必ずしも明確な結果は得られなかったものの、これら2つのいずれの基準から見ても、日本では通常化が進行している可能性がかなり高いことがそれによって明らかになった。すでに述べたように、インターネット解禁後に起こりうる状況は、すでに生じている状況の延長線上にあるというのが本稿での予想である。それゆえ、情報発信の範囲と効果の点から見ても、インターネット解禁後においては通常化の傾向が続く可能性の高いことが予想される。

おわりに

本稿では、インターネット利用が解禁された場合の影響について、候補者に

よる情報発信に焦点を合わせて検討を行ってきた。それによって明らかにされたのは、次のことである。

第1に、インターネット利用が解禁された場合でも、それが及ぼす影響は限定的なものになる可能性が高い。国会議員を対象としたインターネット利用に関する調査結果は、当選回数の多い議員ほど解禁に慎重であることを示している。そのような議員の影響力は相対的に強いと考えられるために、解禁の範囲は制限されたものになるだろう。それゆえに、解禁後における候補者の情報発信行動には、大きな変化は期待できない。

第2に、候補者による情報発信の積極性について見れば、日本ではこれまで通常化が進行してきたといえる。候補者ウェブサイトの開設率については、現状でもすでに飽和状態になりつつある。だが、サイトから発信される情報の内容および発信形態に注目すれば、中小政党よりも大政党の候補者の方が、また新人候補者よりも前・現職候補者の方が相対的に優位であることが、先行研究についての検討から明らかにされた。

第3に、候補者による情報発信がもたらす効果について見ても、通常化の進行が確認された。現職候補者によるウェブサイトは、新人候補者によるそれよりも多くのアクセスを集める傾向があった。これは、前者が発信する情報が、より多くの有権者に届いている可能性があることを示唆している。また、発信された情報が選挙結果に与える影響についても、大政党および現職候補者の優位性が見いだされている。とりわけ、ウェブサイトへのアクセス数が得票に及ぼす影響は、中小政党よりも大政党の候補者において、そして新人候補者よりも現職候補者において、相対的に大きかった²⁶⁾。

26) 本稿の基となっている2011年度日本選挙学会研究大会での著者の報告に対して、「インターネットの選挙運動利用が大政党に有利に作用するならば、なぜこれまで政権党はインターネット解禁に消極的であったのか」との質問が池田謙一氏（東京大学）から寄せられた。これに関しては、次の2つの理由が考えられる。第1は、インターネットの効果を政権党が正確に認識していなかったことである。選挙制度の変更にあたっては、政治家がその帰結を必ずしも正確に予想しているわけではないと Andrews and Jackman (2005) は指摘している。第2は、政党内権力の偏り

以上のことから、「インターネット解禁後も、日本では通常化の状態が継続する」というのが本稿における予想である。すなわち、大政党および現（前）職候補者が、情報発信の程度およびその効果の点で優位となる状況がつづくであろう。

もっとも、この予想はせいぜい短期的なものにとどまる。中・長期的な予想を社会現象について行うのは、きわめて困難だからである。また、本稿では取り上げなかった要因が重要となる可能性もある。Strandberg (2008) は先行研究についてのメタ分析を行って、通常化か平準化かを国ごとに規定する要因を明らかにしようと試みた。その結果として、民主主義が根付いていること、インターネット上でのメディア規制が緩やかであること、ネット以外（オフライン）でのメディア規制が厳しいことが、平準化を生じさせる条件であると指摘している。日本では、選挙キャンペーンにおける新聞やテレビなどの使用はかなりきびしく制限されている（岩淵 1997）。このような制限が放置される一方でインターネット利用のみが緩和された場合には、その影響は平準化を促すように作用することも考えられる²⁷⁾。

さらに、本稿が対象とした情報発信手段がウェブサイトのみであったことにも注意しておく必要がある。最近では、ウェブサイトだけでなくツイッターやフェイスブックなどを情報発信のツールとして利用する政治家が増えてきている。これらの諸手段についても解禁が行われた場合には、また異なった状況が候補者間の競争空間に生じ得るかもしれない。そのときには、遠藤 (2007) が選挙キャンペーン手段ごとに投票率および得票への影響を測定したように、ツイッターやウェブサイトなどの情報伝達手段ごとに検討と比較が行われる必要

ㄨ 在性である。インターネット解禁が政党全体にとってはプラスの効果をもたらすとしても、党内に少数の有力者が存在し、彼（女）らがその効果をマイナスと認知している場合には、利用解禁に向けたルールの変更は困難となるだろう。これらはいずれも仮説であり、今後の検証が必要である。

27) これらとともに、インターネットを用いた情報発信の積極性を測る際に、連続量の指標を用いた場合には平準化の結果が得られやすくなると Strandberg (2008) は指摘する。

がある。

いずれにせよ、ここで示した予想はインターネット解禁後の選挙において、継続的に確かめられる必要がある。すでに述べたように、日本におけるインターネット解禁は、候補者による情報発信行動に対して選挙ルールの変更が及ぼす影響を検証するための、貴重な自然実験の場を提供してくれるのである。

（謝辞） 本稿は、2011年度日本選挙学会研究大会・分科会 C 社会心理部会「インターネット解禁に伴う選挙運動の変化」（関西学院大学上ヶ原キャンパス，2011年5月14日）において発表された「インターネットの解禁は選挙キャンペーンをどのように変えるのか—実証研究からの予想—」に加筆・修正を行ったものである。企画委員の岡田陽介氏（慶應義塾大学），司会の川上和久氏（明治学院大学），報告者の小林哲郎氏（国立情報学研究所）および萩原雅之氏（マクロミルネットリサーチ総合研究所），討論者の岡田浩氏（金沢大学）および三浦博史氏（アスク株式会社），有益な御質問をいただいた池田謙一氏（東京大学）に深く感謝する。

なお，本研究は独立行政法人日本学術振興会の科研費（22530145）の助成を得た。

引用文献

- 岩渕美克（1997）「日本における選挙キャンペーンとマスメディア」『政経研究』第33巻，第4号，125-143ページ。
- 上ノ原秀晃（2010）「2010年度第1回研究会：日本のインターネット選挙運動」『情報通信学会誌』第95号，95-98ページ。
- 遠藤奈加（2007）「選挙運動と投票参加——選挙運動媒体が投票率と地域の得票構造に及ぼす影響」『レヴェイアサン』第41号，97-116ページ。
- 大嶽秀夫編（1997）『政界再編の研究：新選挙制度による総選挙』有斐閣。
- 岡本哲和（2005）「2003年衆院選における候補者ウェブサイトの分析」『情報研究』第23号，1-36ページ。
- （2006）「市民社会におけるインターネットと選挙——2004年参院選候補者ウェブサイトの分析——」『年報政治学2005-II：市民社会における政策過程と政策情報』，木鐸社，87-104ページ。
- （2007）「候補者ウェブサイトについての数量分析——2005年衆院選データを用いて」『情報研究』第26号，11-35ページ。
- 岡本哲和・石橋章市朗・脇坂 徹（2004）「2003年衆院選における候補者ウェブサイトへのアクセス状況」『関西大学法学論集』第54巻第2号，91-119ページ。
- （2008）「有権者の候補者ウェブサイトに対する接触行動——2005年衆院選

- における候補者ウェブサイトへのアクセスデータおよび有権者へのネット調査を用いた分析——」『政策創造研究』第1号, 47-93ページ。
- 岡本哲和・石橋章市朗・脇坂 徹 (2009) 「候補者によるウェブサイトは得票に影響を及ぼすのか——2007年参院選データによる分析」関西大学『法学論集』第59巻, 第3・4号, 279-315ページ。
- (2011) 「国会議員とインターネット——議員サーベイ調査を用いた分析——」関西大学『法学論集』第61巻, 第2号, 46-88ページ。
- 小倉一志 (2010) 「インターネットにおける選挙運動規制に関する一考察」『札幌法学』第21巻, 第2号, 105-133ページ。
- カーティス, ジェラルド (山岡清二・大野一訳) (2009) 『代議士の誕生』日経 BP 社, 20ページ。
- 清原聖子 (2011) 「アメリカのインターネット選挙キャンペーンを支える文脈要因の分析」清原聖子・前嶋和弘編『インターネットが変える選挙——米韓比較と日本の展望』慶應義塾大学出版会, 所収, 1-25ページ。
- 玄 武岩 (2011) 「凋落するネット選挙, 勃興するネット政治——韓国のネット規制と新たなデジタル・デモクラシー」清原・前嶋編所収, 83-114ページ。
- 中西豪士 (2011) 「インターネットを利用した選挙運動の有効性と新たな投票行動の可能性: 2010年参議院選挙における政党・候補者のウェブサイト, ツイッター等の調査を中心に」立教大学大学院21世紀社会デザイン研究科比較組織ネットワーク学専攻修士論文。
- 前嶋和弘 (2011) 「米韓インターネット選挙と日本——変わる戦術, 変わる政治」清原・前嶋編所収, 147-170ページ。
- 松田 馨 (2011) 『選挙は誰のためにあるのか。』日本地域社会研究所。
- 三浦博史 (2010) 『ネット選挙革命: 日本の政治は劇的に変わる』PHP 研究書。
- 御厨 貴・牧原出編 (2011) 『聞き書: 武村正義回顧録』岩波書店。
- 山本竜大 (2005) 「2003年衆議院選挙における候補者ホームページとその政策・公約に関する分析」『選挙学会紀要』第5号, 79-95ページ。
- (2008) 「インターネット登場後の現代日本政治における政治情報の研究」東京工業大学大学院社会理工学研究科価値システム専攻博士論文。
- 湯浅塾道 (2010) 「アメリカにおけるインターネット選挙運動の規制」『九州国際大学法学論集』第17巻, 第1号, 71-115ページ。
- 李 洪千 (2011) 「韓国におけるインターネット選挙——2002年と2007年の大統領選挙の比較」清原・前嶋編所収, 51-81ページ。
- Andrews, Josephine T. and Robert W. Jackman (2005) “Strategic fools: electoral rule choice under extreme uncertainty,” *Electoral Studies*, Vol. 24, No. 1, pp. 65-84.

- Bowler, Shaun, Todd Donovan, and Jeffrey A. Karp (2006) "Why Politicians Like Electoral Institutions: Self-Interest, Values, or Ideology?" *The Journal of Politics*, Vol. 68, No. 2, pp. 434-446.
- Cuncha, Carlos., Irene Martin, James Newell and Luis Ramiro (2003) "Southern European Parties and Party Systems, and the New ICTs," in Rachel Gibson, Paul Nixon and Stephen Ward (eds.), *Political Parties and the Internet: Net Gain ?*, Routledge, pp. 70-97.
- Davis, Richard., Jody C. Baumgartner, Peter L. Francia, and Jonathan S. Morris (2009) in "The Internet in U. S. Election," Andrew. Chadwick and Philip N. Howard (eds.), *Routledge Handbook of Internet Politics*, Routledge, pp. 13-24.
- Giannetti, Daniela. and Bernard Grofman (2011) "Introduction: Long-Run Consequences of Electoral Rules Change: Comparing Italy and Japan," in Daniela Giannetti and Bernard Grofman(eds.), *A Natural Experiment on Electoral Law Reform: Evaluating the Long Run Consequences of 1990s Electoral Reform in Italy and Japan*, Springer, pp. 1-12.
- Gibson, Rachel. and Stephen Ward (2000) "A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites," *Social Science Computer Review*, Vol. 18, No. 3, pp. 301-319.
- Gibson, Rachel. K., Michael Margolis, David Resnick, and Stephen J. Ward (2003) "Election Campaigning on the WWW in the USA and UK: A Comparative Analysis," *Party Politics*, Vol. 9, No. 1, pp. 47-75.
- Gibson, Rachel., and Stephen Ward (2003) "Letting the Daylight in? Australian Parties' Use of the World Wide Web at the State and Territory Level," in Gibson, Nixon and Ward (eds.), pp. 139-160.
- Giebler, Heiko. and Andreas M. Wust (2011) "Campaigning on an Upper Level? Individual Campaigning in the 2009 European Parliament Elections in Its Determinants," *Electoral Studies*, Vol. 30, No. 1, pp. 53-66.
- Haynes, Audrey A. and Brian Pitts (2009) "Making an Impression: New Media in the 2008 Presidential Nomination Campaigns," *PS: Political Science and Politics*, Vol. 42, No. 1, pp. 53-58.
- Hindman, Matthew. (2009) *The Myth of Digital Democracy*, Princeton University Press.
- Lilleker, Darren. and Nigel Jackson (2011) *Political Campaigning, Elections and the Internet: Comparing the US, UK, France and Germany*, Routledge.
- Lin, Jih-wen. (2011) "The Endogenous Change in Electoral Systems: The Case of SNTV," *Party Politics*, Vol. 17, No. 3, pp. 365-384.

- Ma, Ngok and Chi-keung Choy (2003) "The Impact of Electoral Rule Change on Party Campaign Strategy," *Party Politics*, Vol. 9, No. 3, pp. 347-367.
- Margolis, Michael., David Resnick, and Chin-chang Tu (1997) "Campaigning on the Internet: Parties and Candidates on the World Wide Web in the 1996 Primary Season", *Harvard International Journal of Press/Politics*, Vol. 2, No. 1, pp. 59-78.
- 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*, Vol. 4, No. 4, pp. 25-47.
- Margolis, Michael., David Resnick, and Jonathan Levy (2003) "Major Parties Dominate, Minor Parties Struggle: US Elections and the Internet," in Gibson, Nixon and Ward (eds.), pp. 53-69.
- McElwain, Kenneth Mori. (2008) "Manipulating Electoral Rules to Manufacture Single-Party Dominance," *American Journal of Political Science*, Vol. 52, No. 1, pp. 32-47.
- Norris, Pippa. (2000) *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*, Cambridge University Press.
- Okamoto, Tetsukazu. and Shoichiro Ishibashi (2010) "Do Candidates' Websites Have an Impact on the Vote?: Empirical Evidence from the 2007 Upper House Election in Japan," Paper Prepared for European Union Democracy Observatory Conference: Internet and Voting, at European University Institute, Florence, Italy, June 4, 2010.
- Schweitzer, Eva Johanna. (2005) "Election Campaigning Online: German Party Websites in the 2002 National Elections," *European Journal of Communication*, Vol. 20, No. 3, pp. 327-351.
- Strandberg, Kim. (2008) "Online Electoral Competition in Different Settings: A Comparative Meta-Analysis of the Research on Party Websites and Online Electoral Competition," *Party Politics*, Vol. 14, No. 2, pp. 223-244.
- Vicente-Merino, M. Rosa. (2007) "Websites of Parliamentarians across Europe," *Journal of Legislative Studies*, Vol. 13, No. 3, pp. 441-457.
- Ward, Stephen. and Rachel Gibson (2009) "European Political Organizations and the Internet: Mobilization, Participation, and Change," in Chadwick and Howard (eds.), pp. 25-39.