

ネット選挙解禁の効果を検証する

——2013年参院選での投票意思決定に対する影響の分析——

岡 本 哲 和
石 橋 章 市 朗
脇 坂 徹

目 次

はじめに

1. 調査とデータの概要
2. インターネット選挙情報への接触状況
3. インターネット選挙情報に接触した理由
4. インターネット選挙情報への接触効果
5. 多変量解析：インターネット選挙情報への接触の効果

おわりに

はじめに

2013年4月19日に公職選挙法改正法案が成立したことで、インターネットを選挙運動の手段として用いることが日本でも可能となった¹⁾。そして、同年7月21日に投票が行われた第23回参議院選挙は、「インターネット選挙運動解禁」（以後、「ネット選挙解禁」との表現を用いる。）後に実施された最初の国政選挙となった。この点で、同選挙は選挙の歴史における1つの転換点として、今後も記憶されつづけることになるであろう。

同選挙の実施前には、ネット選挙解禁の影響に関して、メディア等による様々な予想が行われた。その中には、候補者と有権者との関係の緊密化や投票率の上昇、あるいは選挙への関心の高まりなどの、一定の期待が含まれていたものも少なからず見受けられた。

しかし、投票日以後のネット選挙解禁についての論調は、一転して否定的に

1) 公職選挙法改正に至るまでの経緯については、佐々木（2013）を参照のこと。

なっていく。新聞には、「期待外れ」「不発」あるいは「肩すかし」などの言葉が見出しに踊った。メディア等によって行われた様々な世論調査でも、インターネット上の選挙情報を参考にした人の割合は概ね低かったという結果が示されている²⁾。

専門家によっても、その影響については消極的な評価がなされている。たとえば、西田(2013)は、選挙を全体的に見て「誰の目から見ても、ネット選挙の解禁の影響だといえる大規模な変化は起きなかった」と指摘する(p. 8.)。また、読売新聞政治部(2014)は、2013年参院選において投票率の上昇が見られなかったという理由から、ネット選挙の効果はなかったという見方を示している(p. 84.)³⁾。

だが、果たしてそうだったのか。本論文の目的は、2013年参院選におけるネット選挙解禁の効果を、あらためて検証することにある。上記のマスメディアによる見方の多くは、印象論に過ぎない。解禁の効果を検証するのであれば、投票率などの従属変数に影響を及ぼす他の要因の存在も考慮せねばならないが、そのような手続きが踏まれている分析例は見当たらない。また、解禁前のデータとの適切な比較によって効果を検証している例も、管見では見出せない。ここでは、これらの問題点を克服すべく、2013年参院選時にわれわれが実施したインターネット・ユーザーを対象とする調査結果および過去に実施した同様の調査結果を用いて、実証分析を行う。

その前に、ネット選挙の効果に関して、それによってどのような変化がもたらされる可能性があるかについて整理しておこう。

第1に、「だれが」インターネットを使うかが変わる可能性がある。インターネットを選挙運動手段として用いる候補者の特徴や、インターネットを選

2) 総務省(2014)では、ネット選挙解禁について新聞等が行った調査の結果が整理されている。

3) もっとも、人羅(2013)や佐々木(2013)は、ネット選挙解禁が何らかの効果を及ぼしたかどうかについては、さらなる検証が必要であると指摘している。また、2013年参院選におけるネット選挙についての全体的な検討については、清原・前嶋・李(2013)を参照のこと。

選挙関連情報の獲得手段として用いる有権者の属性などが、解禁によって変わるかどうかは興味深い問題となる。

第2に、「どのように使われるか」が変わる可能性がある。たとえば解禁によって、候補者が開設するウェブサイトのコンテンツがより洗練されたものになることも考えられる。

上記の2つの可能性に関して、これまでの日本の選挙では、通常化という現象、すなわち大政党や現職候補者といった比較的豊富にリソースを有するアクターがより積極的にインターネットを用いるという現象が見いだされてきた。さらに、インターネットを用いているかどうかというだけでなく、そこにおける情報提供の形式およびその内容の洗練度合いについても、同様の傾向が生じていると指摘されてきた(岡本 2006)。ネット選挙解禁が、このような現象の進行に一定の歯止めをかけるのか、あるいはさらにその進行を加速させるかどうかを検証することは、今後の重要な研究課題である。

第3に、投票行動が変わる可能性がある。先行研究では、インターネットを介した情報接触によって、投票先の変更がもたらされる場合があることが明らかにされている(岡本・石橋・脇坂 2012)。このようなインターネットの影響が、ネット解禁によってより大きなものになることも予想できる。

そして、この第3の可能性との関係で、第4に選挙結果も変わる可能性がある。インターネットが十分に多くの有権者の投票先の変更をもたらした場合、あるいは勝敗の鍵を握る一部の人々の投票先を変え得た場合には、選挙結果が変わる。これは、インターネットの影響が最も大きく明白な形で現れるケースである。

以上の4つのうち、本論文では第3の可能性、すなわち、ネット選挙解禁が有権者の投票行動におよぼした影響について検証する。具体的には、インターネットを介した選挙情報との接触が投票先の選択に影響を及ぼす確率に焦点を合わせて、それがネット選挙解禁の前後の選挙で変化したかどうかを、われわれが実施した調査をつうじて明らかにすることを試みる。日本におけるネット選挙解禁は、一種の自然実験である。選挙運動手段としてのインターネット利

用が、禁止から解禁へと移行するケースは、これまではきわめてまれであった。このことが、有権者あるいは候補者の行動にどのような影響を及ぼすかは、政治学的にきわめて興味深い問題である。

本論文の構成は以下のとおりである。第1章では、われわれが実施した調査と、それによって得られたデータの概要について説明する。第2章および第3章では、インターネット・ユーザーの2013年参院選における選挙情報との接触状況、そしてその接触の理由について、過去の選挙との比較で調査の結果を紹介する。続く第4章では、インターネット選挙情報との接触が及ぼした効果に注目する。これに関する調査結果を概観した後に、第5章では投票行動への効果に焦点を合わせて、2013年におけるネット選挙解禁がそれに対して何らかの影響を及ぼしていたかどうかを、多変量解析の手法を用いて検証する。「おわりに」でも述べられるように、ネット選挙解禁の効果について、今後も進められるべき検証作業の第一歩として本論文は位置づけられている。

1. 調査とデータの概要

われわれの主たる分析対象は、2013年参議院選挙に関する情報に、インターネットで接触した経験を持つインターネット・ユーザーである。対象についての調査は、次のように実施された。まず、投票日の3日後にあたる7月24日に、ネット調査会社に委託して予備調査を実施した。具体的には、同調査会社に登録しているモニターから50799サンプルを無作為に抽出し、公示期間（7月4日～7月20日）および投票日（7月21日）の前後の期間に、「候補者が開設しているホームページ」「候補者によるツイッター」「候補者によるフェイスブック」⁴⁾のいずれかに接触した経験を持つ3409名をそこからさらに抽出した。続いて、その3409名を対象として2013年7月26日から同年7月27日までの期間に調査会社のウェブサイトを通じて質問を行い、結果として1236名から回答を得

4) 調査の質問文および選択肢では、「ホームページ」および「Facebook（フェイスブック）」との表記を用いているが、本論文では基本的に、それぞれ「ウェブサイト」および「フェイスブック」と表記する。

ネット選挙解禁の効果を検証する

た。本論文では、その1236名の回答者を、インターネットによる2013年参院選情報への接触者のサンプルとして分析を行う。

加えて、2010年参院選および2012年衆院選時に、インターネットで選挙情報に接触した有権者についてのデータを分析に用いる。これは、ネット選挙解禁の前と後との違いを検証するためである。いずれのデータも、2013年参院選調査と同様の手続きによって、われわれが実施した調査から得られたものである⁵⁾。

このように、われわれのサンプルは一般的な有権者からではなく、インターネット・ユーザーから抽出されている。それゆえ、データには何らかのバイアスがかかっているとの批判も考えられ得る。だが、本論文の主たる目的は、一般的にどのような人々がインターネットから影響を受けたかを明らかにすることよりも、インターネットによる投票行動への影響に対して、ネット選挙解禁が何らかの変化を及ぼしたかどうかを検証することにある。テレビなどの選択

5) 2012年衆院選におけるネット・ユーザー調査は、次のように実施された。まず、2012年12月16日の投票日の2日後にあたる12月18日に、ネット調査会社に委託して予備調査を実施した。そこにおいて、調査会社に登録しているモニターから無作為に抽出したサンプルの中から、公示期間および投票日（12月4日～12月16日）の前後の期間に、「政党のホームページ」、「政党のフェイスブック」、「政党のツイッター」、「候補者が開設しているホームページ」、「候補者によるツイッター」、「候補者によるフェイスブック」のいずれかに接触した経験を持つ有権者として1986名を抽出した。その1986名を対象として、2012年12月21日から2012年12月22日までの期間に質問調査を行った。最終的に回答が得られた824名を、2012年衆院選におけるインターネット選挙情報接触者のサンプルとして分析に用いる。

また、2010年参院選については、ネット調査会社に登録しているモニターから無作為に抽出されたサンプルに対して、予備調査として「今回の参議院議員選挙に関して、公示期間および投票日（2010年6月24日～7月11日）の前後に、あなたは選挙についての情報に、どのようなメディアや経路で接触しましたか」との質問を行った。これに対して、「インターネット」と回答したのは4661人であった。さらに、その4661名の中から無作為抽出によって選ばれた840名を対象として、2010年7月16日から18日までの期間に質問調査を行った。この結果、有効な回答が得られた618名が、2010年参院選におけるインターネット選挙情報接触者のサンプルである（同調査のデータを用いた分析結果としては、岡本・石橋・脇坂（2012）を参照のこと）。なお、どちらの調査も、質問フォームが用意されたウェブサイト回答者がアクセスする形で実施された。

表1：サンプルの基本的属性

	2010年参院選	2012衆院選	2013年参院選
平均年齢	39.41	42.55	43.29
女性割合(%)	42.23	36.89	42.47
N	618	824	1236

的認知が生じにくいメディアとは異なって（竹下 1998：86）、インターネットは、選択性の高いメディアであるといわれる（Katz and Rice 2002）。この点に関して、インターネットによる選挙情報への接触を促している諸要因からの影響は、われわれのサンプルではすでに一定程度コントロールされていると考えられる。そのため、ネット選挙解禁の影響に焦点を合わせた分析を行う上で、われわれのサンプルは利点を持っている。

表1では、各調査で得られたサンプルの基本的属性を比較している。サンプル数に差が見られるものの、平均年齢および性別の割合については顕著な違いはない。以下においては、これらを用いて分析を進めていく。

2. インターネット選挙情報への接触状況

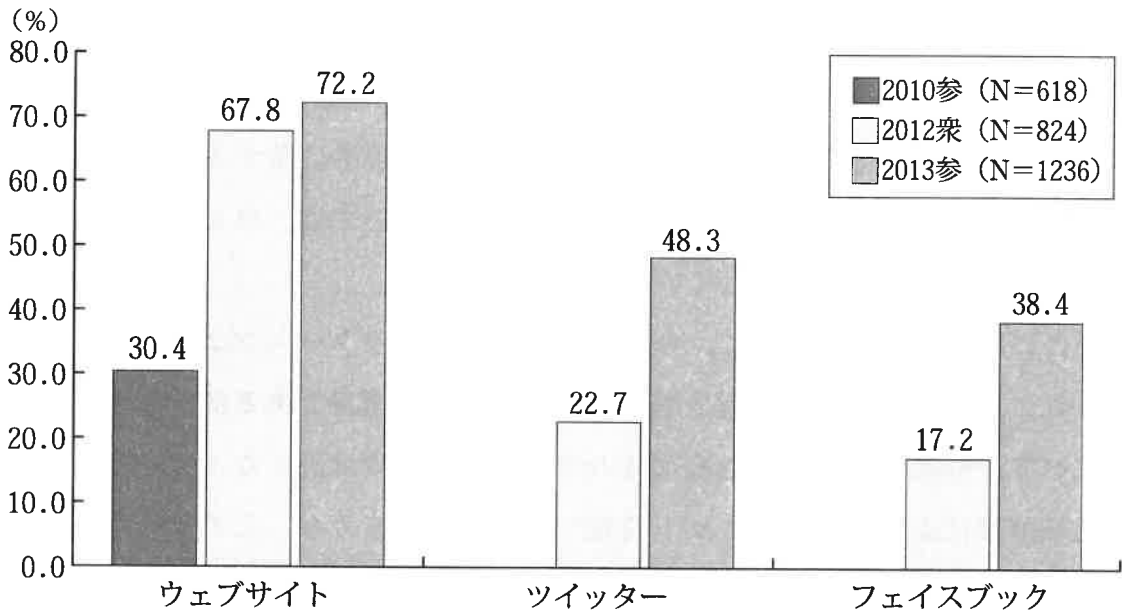
最初に、インターネット上の選挙関連情報に、どれぐらいの割合のネット・ユーザーが接触していたのかを明らかにする。

選挙に関わる情報といっても、その種類が多様であることは言うまでもない。主たる発信元も、候補者、政党、マスメディアなどと多岐にわたる。発信手段についても、従来からのウェブサイトや電子メールに加えて、ツイッターやフェイスブックなどのソーシャル・メディアも用いられるようになってきた。2013年のネット選挙解禁がもたらした関心の高まりによって、インターネットを通じた選挙情報への接触状況に関する各種の調査結果がマスメディア等を通じて報告されてはいるが⁶⁾、発信手段および発信元の捉え方や、調査対象者等

6) たとえば、日本経済新聞社が2013年7月4日の公示日とその翌日に実施したインターネット調査の結果では、政党や候補者が発信した情報をインターネットで見たという回答の割合は25パーセントであった（『日本経済新聞』2013年7月9日朝ノ

ネット選挙解禁の効果を検証する

図1：(小) 選挙区候補者が発信した情報への接触経験率（ツール別）



も様々であるため、それらの数字を直接比較することには問題がある。また、われわれによる調査の結果と、それらの数字とを単純に比較することもできない。

ここではインターネット情報の発信元として、選挙の候補者に焦点を合わせる。そして、候補者がウェブサイト、ツイッター、そしてフェイスブックの3つの手段を用いて発信した情報に、どれほどのネット・ユーザーが接触していたのかを明らかにする。

ネット選挙解禁の前後で比較してみたい。図1は、候補者がインターネット

（刊）。また、NHKによる調査では、2013年参院選についての情報を得るためにインターネットを「よく利用した」と回答した人の割合は8.6パーセント、「ときどき利用した」と回答した割合は12.8パーセントであったとの結果が示されている（河野・小林 2014）。岩崎（2013）では、独自に実施された東京都内の投票所における出口調査の結果が紹介されている。それによると、選挙情報を獲得するためにインターネットを利用した有権者の割合は24.38パーセントであった。明るい選挙推進協会が選挙後に実施した有権者調査では、「今回の参院選で、あなたが見たり聞いたりしたもの」としてインターネットによる選挙運動（政党や候補者のHP、ブログ、SNS等）を上げた人の割合は、7.5パーセントである。テレビにおける候補者の政見放送・経歴放送（40.8パーセント）や選挙公報（35.9パーセント）と比較すると、低い割合に留まっていることがわかる（明るい選挙推進協 2014）。

で発信していた情報に、どれだけの人が接触していたかを比較したものである。なお、ここでの候補者とは、2012年衆院選では小選挙区候補者を、2013年参院選では選挙区候補者を、それぞれ指している。2010年参院選時にわれわれが行った調査では、ツイッターとフェイスブックへの接触に関する質問は実施しなかった。そのため、同選挙における情報接触については、ウェブサイトについての調査結果のみを掲示している。

そこに示されているように、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、ネット選挙解禁前の最後の国政選挙である2012年衆院選時と比べて、解禁後の2013年参院選時の方が接触経験率は高くなっている。ネット選挙解禁によるインターネット情報への関心の高まりが、このような結果をもたらしている可能性もある。ただし、ウェブサイトへの接触経験率について見れば、2012年衆院選時では2010年参院選時と比較して37.4ポイントの顕著な伸びを示しているが、2012年衆院選時と2013年参院選との間では、ほとんど差はない。

一方、ツイッターとフェイスブックにおいては、それらへの接触経験率の増加の程度は前者では25.6ポイント、後者では21.2ポイントと、比較的大きくなっている。ネット選挙解禁による効果をうかがわせる結果である。もっとも、これら2つは相対的に新しいツールであり、普及速度も迅速である。そのため、単なる利用者数の増加が、このような結果をもたらしている可能性も否定できないだろう⁷⁾。

3. インターネット選挙情報に接触した理由

次に、有権者がインターネットで選挙情報に接触したのが、どのような理由によるものであったのかを明らかにする。ここでは、選挙区での候補者によるウェブサイト、ツイッター、そしてフェイスブックのそれぞれに接触経験を有

7) 岩崎 (2013) で紹介された出口調査の結果では、2013年参院選に関する情報を入力したツールとしては、ウェブサイト、フェイスブック、ツイッターの順で利用者が多かったことが示されている (p. 30)。

ネット選挙解禁の効果を検証する

表2：(小) 選挙区候補者ウェブサイトへのアクセス理由 (複数回答)(%)

	2010参	2012衆	2013参
どの候補者に投票するかを決めるときの参考にするため	48.0	59.2	57.1
その候補者がどのような政策や公約などを持っているかを知るため	61.9	66.0	63.2
自分が投票しようと思っていた候補者のウェブサイトだったから	17.7	23.1	19.7

2010参：N=294, 2012衆：N=559, 2013参：N=892.

している有権者のうち、「どの候補者に投票するかを決めるときの参考にするため」「候補者がどのような政策や公約などを持っているかを知るため」「自分が投票しようと思っていた候補者のウェブサイト（もしくはツイッター、あるいはフェイスブック）だったから」の各理由を選んだ回答者の割合（複数回答可）を示す。比較のために、2010年参院選および2012年衆院選時調査の結果も合わせて検討を行う。前述のように、ツイッター、そしてフェイスブックについては、2010年参院選時の調査では質問が行われなかったために結果を示していない。また、2012年衆院選の調査結果は、小選挙区候補者によるウェブサイト・ツイッター・フェイスブックへの接触経験についてのものである。

候補者によるウェブサイトから見ていこう（表2参照）。2013年参院選において、最も多くの回答者が接触理由として挙げたのは「その候補者がどのような政策や公約などを持っているかを知るため」であった。その割合は60パーセントを超えている。次いで多かったのが「どの候補者に投票するかを決めるときの参考にするため」であり、こちらの選択肢についても50パーセントを超える回答者が選択している。有権者がインターネットで選挙情報に接触する理由の1つとして、D'Alesio (1997) は投票先を決定するための情報収集を挙げた。その上で、アメリカにおいて多くの有権者が、そのような目的で選挙時にインターネットを利用している可能性があることを示唆している。同様にわれわれの調査結果でも、比較的多くの人たちが投票意思決定を目的として候補者サイトにアクセスしていることが示されている。

その一方、「自分が投票しようと思っていた候補者のウェブサイトだったから」という理由を挙げた回答者の割合は20パーセント未満に留まった。インターネットが有権者の行動におよぼす影響を限定的にとらえる見方は、インターネットへの接触が選択的に行われていることをその理由として挙げる⁸⁾。われわれの調査では、このようなインターネットの限定効果説から予想されるものとは、異なった結果が示されていることになる。

2013年参院選調査結果によって示された上記の傾向は、2010年参院選調査および2012年衆院選調査でも見いだせる。すなわち、両選挙でも「政策や公約を知るため」に候補者ウェブサイトアクセスしたと回答した人の割合が最も多くなっており、「投票先を決めるため」がそれに続く。「投票しようと思っていた候補者のウェブサイトだから」を理由として挙げた回答者の割合は、これら2つの理由と比較してかなり低い。

これらの点から見る限りでは、ネット選挙解禁の前後において、ネット・ユーザーによる候補者サイトへの接触行動に明確な変化があったとは言いがたい。特に、ネット選挙解禁前の最後の国政選挙となった2012年衆院選時と、その約7か月後に実施された2013年参院選時とでは、いずれの接触理由においてもほとんど数字の変化は見られない。もちろん、有権者の選挙についての関心などの点を考慮すると、政権の直接的な選択につながる衆議院選挙と、そうではない参議院選挙とを単純に比較することには問題があるだろう。しかしながら、2010年参院選時の調査結果を見てみても、回答割合の数値で見た3つの接触理由間の相対的な関係だけでなく、各理由における回答割合の絶対的な数値についてもさほどの違いは見いだせない。

ツイッターについてはどうか。表3からは、候補者ウェブサイトへの接触理由についての結果と比較して、それほど顕著な違いは見られないことがわかる。

8) たとえば、Druckman, Kifer and Parkin (2009) はアメリカにおける調査結果を用いて、より頻繁に候補者サイトにアクセスしているのは投票先が未定の有権者よりも、その候補者をすでに支持している人たちであるからこそ、候補者ウェブサイトのデザイン担当者はあえて投票先が未定の有権者をターゲットとするデザインを行っている指摘している。

ネット選挙解禁の効果を検証する

表3：(小) 選挙区候補者ツイッターへのアクセス理由 (複数回答)(%)

	2012衆	2013参
どの候補者に投票するかを決めるときの参考にするため	50.8	37.5
その候補者がどのような政策や公約などを持っているかを知るため	54.5	48.1
自分が投票しようと思っていた候補者のウェブサイトだったから	24.1	18.3

2012衆：N=187, 2013参：N=597.

表4：(小) 選挙区候補者フェイスブックへのアクセス理由 (複数回答)(%)

	2012衆	2013参
どの候補者に投票するかを決めるときの参考にするため	56.3	41.5
候補者がどのような政策や公約などを持っているかを知るため	60.6	52.6
自分が投票しようと思っていた候補者のウェブサイトだったから	23.9	18.3

2012衆：N=142, 2013参：N=475.

すなわち、2012年衆院選および2013年参院選のいずれにおいても「政策や公約を知るため」と回答した人が最も多く、それに次ぐのは「投票先を決めるため」となっている。「投票しようと思っていた候補者によるものだったから」という理由が占める割合が、それら2つと比べて低くなっていることは、ウェブサイトの場合と同様である。同じ傾向は、フェイスブックへの接触理由についての結果からも容易に見いだせる (表4参照)。

4. インターネット選挙情報への接触効果

Sudulich Wall and Baccini (2014) や Strandberg (2014) などの先行研究は、インターネットを通じた選挙情報との接触が有権者に何らかの影響を及ぼすと主張している。ここでも、2013年参院選におけるインターネット選挙情報との接触が有権者に及ぼした影響、とりわけその投票行動に及ぼした影響に注目する。

その影響について、2013年参院選におけるネット選挙解禁との関連で分析を行ったものとして橋元（2014）がある。そこでは、「2013年参院選に関するインターネット情報」が「ネット選挙解禁情報」と表現されている。その上で、その「ネット選挙解禁情報」への接触の有無が、支持政党の変化、あるいは選挙で重視する争点の変更などの有権者側の認知と、何らかの関連があったかどうかを検証している⁹⁾。

注意すべきは、このように捉えられた「ネット選挙解禁情報」の効果は、ネット選挙解禁「自体」の効果とは異なることである。ネット選挙解禁それ自体の効果を検証するためには、少なくとも橋元（2014）がいう「ネット選挙解禁情報」との接触がもたらした効果と、ネット選挙解禁「前」の情報との接触によるそれとを比較せねばならない。本論文では、このような手続きを通して2013年ネット選挙解禁が投票行動に及ぼした効果の検証を試みる。

われわれの調査には、情報接触によって何らかの影響を受けたかどうか、そして影響を受けた場合にはそれはどのようなものであったかを問う質問が含まれている。これについて、ネット選挙解禁前に実施された2012年衆院選および2010年参院選と、解禁後の2013年参院選とを比較する形で、その回答状況を示すことにする。なお、上記の情報接触理由と同様に、ツイッターおよびフェイスブックへの接触効果については、2010年参院選調査では質問を行っていない。

候補者によるウェブサイトから検討をはじめよう（表5参照）。ウェブサイトへ接触した結果についての「選挙への関心が高まった」「投票先を決めるのに役立った」「その候補者に投票しようと思った¹⁰⁾」の3つの選択肢のうち、2013年参院選では「投票先を決めるのに役立った」を選んだ回答者が、約半数と最も多かった。これに関し、橋元・小笠原・河井・長濱・菅野（2014）では、投票に際してどのようなネット情報が役立ったかについて、首都圏の有権者を対象とした調査の結果が紹介されている。それによれば、政党・候補者のウェ

9) 同じデータを用いた分析として、小笠原（2014）がある。

10) 2010年参院選調査では、選択肢の文言は「その候補者に投票することになった」となっている。

ネット選挙解禁の効果を検証する

表5：(小) 選挙区候補者ウェブサイトへアクセスした結果 (複数回答)(%)

	2010参	2012衆	2013参
選挙への関心が高まった	31.0	28.1	31.1
投票先を決めるのに役立った	50.7	56.0	49.9
その候補者に投票しようと思った	15.6	22.7	30.7

2010参：N=294，2012衆：N=559，2013参：N=892.

ウェブサイトへのアクセス経験を持つ人の51.7パーセントが、そこで接触した情報が投票に役に立ったと回答している (pp. 160-161.)。この数字は、われわれの調査結果と同様の傾向を示すものといえる。

2013年参院選調査で「投票先を決めるのに役立った」に次いで多かったのは、「選挙への関心が高まった」という回答である。その割合は30パーセントを上回っていた。3つの選択肢の中で最も割合が低かったのは、「その候補者に投票しようと思った」であった。ただし、これについても30パーセントを超える回答者が選択しており、「選挙への関心が高まった」との差はわずか0.4ポイントとなっている。

「投票先を決めるのに役立った」の割合が最も高く、その一方で「その候補者に投票しようと思った」が最も低かったとの結果は、2010年参院選および2012年衆院選でも同様である。この点については、ネット選挙解禁を挟んだ選挙間における明白な違いは見いだせない。だが、個々の選択肢に注目して、それについての回答状況の推移を見た場合には、別の特徴が現れてくる。すなわち、「選挙への関心が高まった」および「投票先を決めるのに役立った」の2つの選択肢について見れば、ネット選挙解禁の前後、すなわち2010年参院選および2012年衆院選と2013年参院選との間で、回答割合の高さについてほとんど変わりはない。「投票先を決めるのに役立った」では、2013年参院選の方が解禁前の2つの選挙よりも低くなってしまっている。その一方で、「その候補者に投票しようと思った」との回答割合は徐々に増える傾向を示しており、2013参院選で最も高くなっている。2010年参院選と比較すれば、15.1ポイントの増加である。

表6：(小) 選挙区候補者ツイートへアクセスした結果（複数回答）（%）

	2012衆	2013参
選挙への関心が高まった	45.5	36.5
投票先を決めるのに役立った	47.6	39.7
その候補者に投票しようと思った	16.6	27.3

2012衆：N=187, 2013参：N=597.

表7：(小) 選挙区候補者フェイスブックへアクセスした結果（複数回答）（%）

	2012衆	2013参
選挙への関心が高まった	45.1	34.9
投票先を決めるのに役立った	52.8	43.8
その候補者に投票しようと思った	26.8	28.4

2012衆：N=142, 2013参：N=475.

候補者のウェブサイトへアクセスした結果「その候補者に投票しようと思った」ことが、候補者ウェブサイトへのアクセスによる投票意思の改変効果によってもたらされたものか、それとも補強効果によってもたらされたものかについては、ここでの結果だけでは明らかにできない。だが、他の選択肢との比較で見れば、「その候補者に投票しようと思った」との回答は、インターネットでの情報接触がより強く直接的な影響を及ぼした結果であるとも考えられる。それゆえ、ここでの結果は、インターネット情報との接触によって強い影響を受けた有権者が、ネット選挙解禁後はより多くなった可能性があることを示唆している。

ツイッターとフェイスブックについての調査結果もまた、上の見方を支持している。表6が示すように、候補者によるツイートにアクセスした結果として、「選挙への関心が高まった」および「投票先を決めるのに役立った」と回答した人の割合は、2012年衆院選と比較してむしろ2013年参院選の方が低くなっている。同様の傾向は、候補者によるフェイスブックへのアクセスの結果を示した表7にも現れている。だが一方で、「その候補者に投票しようと思った」との回答割合は、ツイートとフェイスブックのいずれにおいても2013年参院選の方が高い。特に、ツイートへのアクセスについては、10ポイント以上も増加しているこ

とがわかる。

5. 多変量解析：インターネット選挙情報への接触の効果

上で検討した記述統計の結果が示すように、2013年参院選におけるネット選挙解禁はネット・ユーザーの投票行動に対して、一定の影響を及ぼしていた可能性がある。本章では多変量解析を用いて、これについての検証をより厳密に行う。

そのためには、上述のようにネット選挙解禁後の2013年参院選と解禁前の選挙とを比較して、インターネット情報との接触が投票行動におよぼした影響について、両者の間に差が存在するかどうかを確かめねばならない。ここで比較対象とする選挙は、2010年参院選である。情報技術の発達・普及がもたらす影響をコントロールするためには、より直近の国政選挙である2012年衆院選との比較を行う方がより適切かもしれない。だが、政権選択選挙である衆院選と、そうではない参院選とでは、選挙の重要性についての有権者による認識や投票行動は異なってくる（今井・日野 2011）。このような違いによってもたらされる効果の存在を考慮するために、同じレベルの選挙を比較することにする。分析にあたっては、われわれが2010年参院選および2013年参院選のそれぞれで実施した調査データをマージしたものをを用いる¹¹⁾。

さらに、ネット選挙解禁以外に投票意思決定に影響を及ぼす可能性がある様々な要因からの影響をできるかぎりコントロールするために、分析対象を (a) 選挙区の候補者ウェブサイトのみアクセスし、かつ比例代表候補によるウェブサイトにはアクセスしていないと回答した人、(b) 選挙区で自民党候補もしくは民主党候補に投票したと回答した人、の2つの条件に該当する回答者

11) 言うなれば、2013年参院選調査における回答者グループは処置群、2010年参院選調査における回答者グループは対照群として取り扱われる。すでに述べたように、2010年参院選および2013年参院選のどちらの調査においても、サンプルは選挙に関する情報にインターネットで接触した経験を持つネット・ユーザーの中から無作為に抽出されている。それゆえ、両グループへの回答者の割り当ては、混同的には (confounded) 行われていないといえる。

に限定した。なお、上述のように、2010年参院選時の調査ではツイッターおよびフェイスブックとの接触についての質問は行われていないため、分析の対象としない。

上記の(a)を条件とした理由は、インターネットによる情報収集行動の積極性が投票意思の決定と何らかの関係があると考えたからである。選挙区候補者のウェブサイトと比例代表候補者のウェブサイトの双方にアクセスする人は、どちらか片方にしかアクセスしない人よりも積極的に情報収集行動を行っているとは一般的には考えられる。これに関し、岡本・石橋・脇坂(2012)はインターネット・ユーザーを対象とした2010年参院選に関する調査データの分析によって、インターネット利用の積極性と、投票先決定におけるインターネットからの影響の受けやすさとの間には関連があると指摘している。このような違いがもたらす影響を考慮するために、分析対象の限定を行った。

加えて、有権者の投票先とインターネットからの影響の受けやすさの間にも関係があることが、2011年大阪市長選挙を分析対象とした岡本・石橋・脇坂(2014)によって明らかにされている。そのために、(b)の投票先に関する条件によって対象の限定を行った上で、自民党候補投票者と民主党候補投票者のそれぞれに対して、分析を別々に行うこととする。

ここで最も注目するのは、インターネットでの選挙情報との接触が、より直接的に投票先の選択を促すような影響を及ぼしたかどうかということである。そこで、選挙区の候補者ウェブサイト 접촉の結果として「その候補者に投票しようと思った」かどうか、を本分析での従属変数とする。この変数は「その候補者に投票しようと思った」と回答した場合を1、そうでない場合を0とするダミー変数である。

独立変数として最も関心があるのは、2013年参院選ダミー変数(2013年参院選の場合には「1」、2010年参院選の場合には「0」の値をとる)である。インターネット情報との接触が投票意思決定に及ぼす影響が、ネット選挙解禁によって強まっていたとするならば、このダミー変数は正の影響を及ぼすと予想される。

ネット選挙解禁の効果を検証する

この変数以外に、以下で説明するように (1) 候補者ウェブサイトへの接触理由, (2) 政党支持, (3) 政治知識, (4) 回答者の個人的属性に関わる変数を、それぞれコントロール変数として加えた。その理由と各変数についての説明は以下のとおりである。

インターネット情報との接触がもたらす結果には、接触へと至った動機が関係しているとも考えられる。たとえば、当初から投票先を決めるための参考にしようと考えて候補者ウェブサイトアクセスした場合とそうでない場合とでは、情報との接触から受ける影響の程度にも違いが生じるかもしれない。そこで、「あなたの選挙区の候補者によるホームページを見た理由は何だったのでしょうか。」という質問（複数回答可）に対して、「どの候補者に投票するかを決めるときの参考にしようと思ったから」と回答した場合を1、それ以外を0とするダミー変数を投入する。一般的に考えれば、この変数の予想される影響は正である。また、多くの先行研究が示すように、政党支持は投票行動の重要な規定要因と考えられている。そのため自民党候補投票者を対象とする分析モデルには自民党支持ダミー変数を、民主党候補投票者についての分析モデルには民主党支持ダミー変数を、それぞれ加える。

政治知識については、インターネットを通じた有権者の投票意思決定に関わる行動に対して、その多寡が影響を及ぼすことが指摘されている（岡本・石橋・脇坂 2012）。われわれが実施した2010年参院選と2013年参院選の調査では、どちらにおいても回答者の政治知識のレベルを測るための質問が含まれている。設問数は2010年参院選調査では4、2013年参院選では6である。ここでは各回答者の正答率を分析に用いる¹²⁾。

12) 政治知識を測定するための質問では、「カッコ内に入る言葉としてもっとも適当なものをお答えください。」として、自由回答形式で回答を求めた。質問文は以下のとおりである。

2010年参院選調査

- (a) 現在の自民党総裁は (1) である。
- (b) 去年の衆議院選挙の後から今回の参議院選挙の時まで、ずっと民主党との連立政権に参加していた政党は (2) である。
- (c) 憲法の規定によれば、国務大臣を任命できるのは (3) である。 ↗

個人的属性に関する変数は、年齢および性別（男性の場合「1」、女性の場合「0」）の2つである。分析方法としては、ロジスティック回帰分析を用いた。

分析結果は表8で示した。最も重要な2013年参院選ダミー変数に注目してみよう。自民党候補投票者を対象とした分析モデルでは、同変数は10パーセント水準で有意な正の影響を及ぼしていた。10パーセント水準とはいってもP値は0.051（z値は1.95）であり、5パーセント水準で有意である場合ときわめて近い数値となっている。民主党候補投票者を対象とした分析モデルについても、同変数は5パーセント水準で有意な影響を及ぼしている。係数の符号も同様に正であった。候補者ウェブサイトとの接触があった場合には、2010年参院選時と比較して2013年参院選時の方が、その候補者に投票することになった確率が高かったことを、この結果は意味している。

2013年参院選の影響の大きさを具体的に示したのが図2である。2013年参院選ダミー変数以外の独立変数の値を平均値に固定した上で、2010年参院選時と2013年参院選時とを比較して、上述の確率がどのように変化するかを直線で表している。自民党候補への投票者については、候補者サイトとの接触によって

-
- ㄨ (d) 今回の参議院選挙で、マニフェストに「いちばん。日本を守る責任」というキャッチフレーズをかかげた政党は（4）である。

2013年参院選調査

- (a) 日本国憲法の規定では、内閣総理大臣を任命するのは（1）である。
- (b) 衆議院議員の海江田万里氏は、（2）党の代表として2013年参議院選挙の指揮をとった。
- (c) 環太平洋経済連携協定（TPP）への参加について、「民主党」「公明党」「日本維新の会」「生活の党（生活）」「みんなの党」の5つの政党のうち、もっとも強い反対の姿勢を示している政党は（3）である。
- (d) 日本国憲法で、戦争放棄条項を含むのは第（4）条である。
- (e) 現在、アメリカ合衆国の副大統領に就いている人の名前は（5）である。
- (f) 2013年の通常国会では、衆議院選挙における小選挙区の数を「0（ゼロ）増（6）減」とする案を含む公職選挙法改正案が成立した。

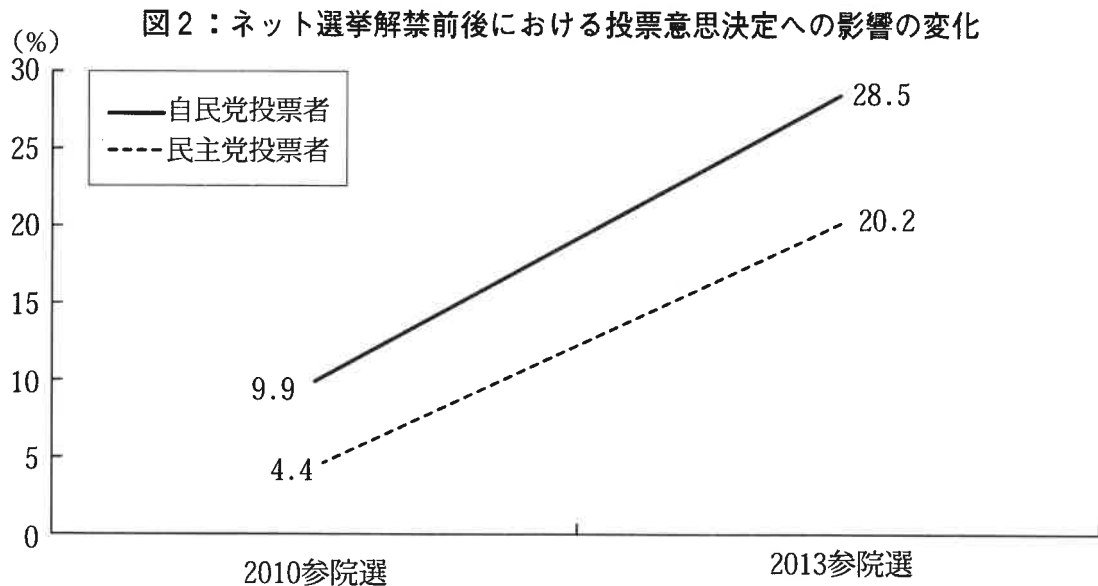
正答率の平均は、2010年参院選調査では0.71、2013年参院選調査では0.64であった。2010年調査の方がやや高くなっているが、標準化などの調整を施したデータを用いた場合でも、本文の以下に示す結果にはほとんど違いがなかった。

ネット選挙解禁の効果を検証する

表 8 : 「候補者サイトへの接触が投票を促したかどうか」を
従属変数とするロジスティック回帰分析の結果

Model	自民投票者	民主投票者
独立変数	係数	係数
2013年参院選	1.290*	1.686**
	(.660)	(.849)
投票先決定目的アクセス	.163	-.162
	(.478)	(.810)
政党支持	.879*	-.727
	(.522)	(.850)
政治知識	1.125	2.054
	(1.054)	(1.977)
性別	.676	-1.725*
	(.538)	(.896)
年齢	-.019	.047
	(.016)	(.030)
定数	-3.177**	-5.287**
	(1.252)	(2.248)
Pseudo R ²	.082	.212
N	115	73

*p<.10, **p<.05. カッコ内は標準誤差。



その候補者に投票するようになる確率は、2010年参院選で9.9パーセントであった。それに対し2013年参院選では、28.5パーセントと18.6ポイント増加し

ている。民主党候補への投票者では4.4パーセントから20.2パーセントへと、2013年参院選で15.8ポイント高くなっている。このように、ネット選挙解禁の前後において、インターネット情報接触と投票行動の関係に関して変化が生じていることが明らかになった。この結果は、ネット選挙解禁が一定の影響を及ぼした可能性があることを表している。

おわりに

2010年参院選と解禁後の2013年参院選とを比較した場合、候補者サイトとの接触によってその候補者に投票するようになる確率は、後者において有意に高くなっていたことが以上の分析で示された。このことは、「期待外れ」あるいは「不発」などの一般的な評価とは異なり、ネット選挙解禁が一定の効果を及ぼしていた可能性を示唆している。

ただし、どのような回路でネット選挙解禁が投票行動に影響を及ぼしたかについては、未解決の問題として残っている。これに関しては、第1に候補者が発信する情報の質および量あるいは発信方法自体が変化した可能性、あるいは第2に情報の受け手である有権者側の意識や考え方が解禁によって変化した可能性などが考えられるだろう。残念ながら、これらについてはデータの制限等の理由により検証できない。

いずれにせよ、ここで示した結果は、「二次的選挙」である参院選でのデータから導き出されたものである。筆者らがネット選挙解禁後初めてとなる衆議院選挙で予定している調査の実施及びその分析を通して、現時点より確定的な結論が得られることになる。

引用文献

明るい選挙推進協会（2014）『第23回参議院議員通常選挙全国意識調査:調査結果の概要』公益財団法人明るい選挙推進協会〈<http://www.akaruisenkyo.or.jp/060project/066search/1268/>〉2014年10月28日にアクセス。

今井亮祐・日野愛郎（2011）「『二次的選挙』としての参院選」『選挙研究』第27巻、第2号、5-19ページ。

ネット選挙解禁の効果を検証する

- 岩崎正洋 (2013) 「ネット選挙は若者の目を政治に向けることができたのか」『公明』94号, 26-31ページ。
- 岡本哲和 (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。
- 岡本哲和・石橋章市朗・脇坂 徹 (2012) 「ウェブサイトへのアクセスと投票意思決定行動との関連——2010年参院選有権者調査データを用いた分析——」関西大学『法学論集』第62巻, 第2号, 189-213ページ。
- (2014) 「ネットはだれに影響を与えたか—— 2011年大阪市長選の分析——」関西大学『法学論集』第63巻, 第5号, 105-130ページ。
- 小笠原盛浩 (2014) 「ソーシャル・メディア上の政治コミュニケーションとマスメディア」『マス・コミュニケーション研究』85号, 63-80ページ。
- 清原聖子・前嶋和弘・李 洪千 (2013) 「鼎談: 2013年参院選に見るネット選挙運動の将来」清原聖子・前嶋和弘編著『ネット選挙が変える政治と社会: 日米間に見る新たな「公共圏」の姿』慶應義塾大学出版会, 所収, 167-193ページ。
- 河野 啓・小林利行 (2014) 「自民大勝の背景と有権者の受け止め方: 『参院選後の政治意識・2013』調査から」『放送研究と調査』第64巻, 第1号, 30-57ページ。
- 佐々木 勝 (2013) 「インターネット選挙運動を解禁する公職選挙法一部改正の経緯」『Research Bureau 論究』10号, 276-292ページ。
- 総務省 (2014) 『インターネット選挙運動解禁に関する調査報告書』〈http://www.soumu.go.jp/main_content/000293493.pdf〉2014年10月5日にアクセス。
- 竹下俊郎 (1998) 『メディアの議題設定機能』学文社。
- 西田亮介 (2013) 『ネット選挙とデジタル・デモクラシー』NHK 出版。
- 橋元良明・小笠原盛浩・河井大介・長濱 憲・菅野千尋 (2014) 「ネット選挙解禁はどう受け入れられたか: パネル調査による選挙情報利用行動の実態」『東京大学大学院情報学環情報学研究: 調査研究編』30, 111-184ページ。
- 人羅 格 (2013) 「平成25年参院選とネット選挙運動解禁」『選挙』第66巻, 9号, 13-19ページ。
- 読売新聞政治部 (2014) 『基礎からわかる選挙制度改革』信山社。
- D'Alessio, D. (1997) "Use of the World Wide Web in the 1996 US Election," *Electoral Studies*, Vol. 16, No. 4, pp. 489-500.
- Katz, James. E. and Ronald. E. Rice (2002) *Social Consequences of Internet Use: Access, Involvement, and Interaction*, The MIT Press.
- Strandberg, Kim. (2014) "Mapping the Online Campaign Audience: An Analysis of Online Participation and Its Mobilizing Potential in the 2011 Finnish Parliamentary Campaign," *Journal of Information Technology & Politics*, Vol.

11, No. 3, pp. 276-290.

Sudulich, Maria., Matthew Wall and Leonardo Baccini (2014) “Wired Voters: The Effects of Internet Use on Voters’ Electoral Uncertainty,” *British Journal of Political Science*, Available on CJO 2014. doi:10.1017/S0007123413000513.

〈追記〉 本研究は独立行政法人日本学術振興会の科研費（25380183）の助成を得た。