

ネット選挙解禁に伴うネットメディアが投票行動に 与える影響

政経学部法律政治学科 4年 谷井 雄介
政経学部経済学科 3年 佐藤 佑一

目次

1. はじめに
2. 先行研究
3. 理論と仮説の提示
4. データ
5. 分析結果
6. 結論

1. はじめに

2013年7月21日、参議院選挙においてインターネット選挙運動¹(以下、ネット選挙)が解禁となった。選挙におけるインターネットの影響については、従来から様々に論じられてきた。その主張の多くはアンケート調査を紹介するものであり、実証的な分析は行われてこなかった。そこで本論文では、実際にネット選挙が適用された2013年の参議院選挙のデータを基に、ネットメディアの有用性に関して実証的な分析を行う。

本論文では、ネットメディアの中でもツイッター²に焦点をあて、候補者のツイッターにおける活動が、選挙での得票数に影響を与えているか否かを分析する。ツイッターに焦点をあてる理由は2点ある。1点目は、ツイッターが数値化可能な変数であることである。変数を数値化できなければ、実証的な検証を実行することはできない。2点目はツイッターにおける「ツイート」「返信」「フォロー」³といった機能が、候補者と有権者との間に双方向の関係を作り出していると考えられるためである。換言すれば、ツイッターは候補者と有権者との間に従来は存在しなかった絆をもたらす可能性を秘めたツールだと言える。そうであれば、候補者はツイッターの機能を有効活用し、有権者の支持を得ることで当選する可能性を大きくすることも可能なはずである。本論文では候補者のツイート数は得票数に影響を与えていないまでも、フォロワー⁴数は得票数に影響を与えているという結果が得られた。

第2節では、メディアとしてのネットと政治の関連についての先行研究を紹介する。第3節では、理論と仮説を提示する。第4節では、本論文の分析モデルや使用するデータの解説とその解釈を行う。第5節では、分析結果とその解釈を行う。第6節では、結論と本論文の結論に基づいて、今後の研究とその展望について述べる。

2. 先行研究

ここでは投票行動とネットメディアの投票に与える影響力に関する2種類の先行研究について概観する。有権者の投票行動に関する先行研究としては、『投票行動』が挙げられる(三宅 1989 : p.63)。三宅は1983年の総選挙の調査(JES)データを用いて、同年総選挙での有権者の投票候補者と投票基準を実証的に分析し、有権者によく知られている候補者ほど好感をもたれるという結果を得た。そして、「認知度と好悪の評価度には高い相関があり、よく知れば知るほど好きになるという関係がある」と結論づけている(三宅 1989 : p.64)。この三宅の理論は「政治的イメージ」と呼ばれる。これは、テレビの普及が政治リーダーの日常や表情を細かくとらえることで、大衆からはより強い親近感を得るようになるという理論である。つまり、候補者と有権者の距離を縮めるツールの存在は、候補者にとって選挙を戦う上で有利になると考えられる。

ネットメディアの影響力に関する先行研究としては、影響力があるという意見とないという意見の相反する意見が存在する。例えば、毎日新聞に取り上げられた記事⁵では2012年12月の衆議院総選挙後にマーケティング会社を実施した調査を基に、「最も投票に影響を及ぼしたメディアとして、インターネットを挙げる人がテレビ、新聞を抜いた」と述べている。他方、時事ドットコムの記事⁶では有権者が投票行動を決める上で、候補者がインターネットで発信した情報は86.5%の有権者が参考にせず、参考にしたという13.4%を大きく上回ると報道している。そのため、ネット選挙は「有権者へのインパクトは限定的で、浸透に課題を残した」と述べている。双方に共通する点は、両者はアンケート調査をその見解のより所としている点である。本論文では、アンケート調査を使うのではなく、集計データを使った実証分析を行うことで、従来とは異なる分析の視点を提供できる。

さらに、ソーシャルメディアの影響力の拡大については、遠藤による『間

メディア社会における<世論>と<選挙>』を挙げることができる(遠藤 2011 : p.139)。ここで遠藤は、2013年参議院選挙での「年代別ソーシャルメディア利用率は若年層でかなり高くなってきており、すなわち将来的には、ソーシャルメディアの影響力はかなり大きくなっていることが予想される」ことを主張している。

以上が、投票行動とネットメディアの投票に与える影響力に関する主な先行研究である。本論文では三宅の唱える政治的イメージ理論を新たな視点から検証する。新たな視点とは、分析の対象をテレビなどの既存メディアではなく、ソーシャルメディアといった新興メディアを使うという意味である。

3. 理論と仮説の提示

本論文では、第2節で紹介した「有権者との距離が近い候補者は好かれる」という、有権者と投票行動に関する三宅の理論を用いる。この理論から、以下の仮説を引き出すことができる。

仮説：ツイッターのフォロワー数とツイート数が多い候補者ほど、参議院選挙における得票数が多い。

本論文における「候補者」とは、2013年に7月21に行われた第23回参議院選挙の選挙区選出議員を指し、比例区選出議員は分析から除外する。除外する理由としては、本論文で分析するのは、候補者個人の行動が候補者の選挙結果に与える影響なので、政党名を記入する比例区は分析対象としては不適當であるためである。

図1は本論文で扱う分析モデルである。このモデルにおける従属変数は候補者の「得票数」である。従属変数は「フォロワー数」と「ツイート数」である。「フォロワー数」は、フォロワーの多さがそのまま候補者に対して親しみを持っている有権者の数を表していると言えるだろう。「ツイート数」は、

ツイッターでの発言が多ければ、その分有権者の目に触れる機会が多くなるため、親近感が増すはずである。以上が上記の理論から分析に用いる仮説を導き出した理由である。

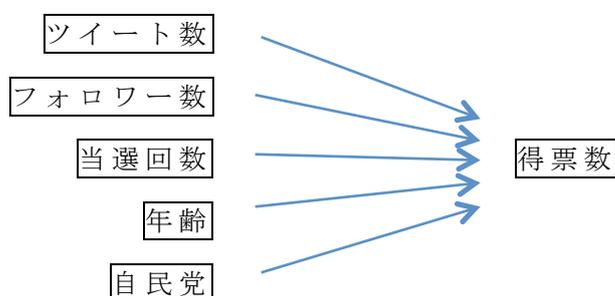


図 1：独立変数と従属変数分析モデル

(注：著者が作成)

また、これら独立変数以外に従属変数に影響を与えていると考えられる要因として、「当選回数」、「年齢」、「自民党ダミー」の 3 つのコントロール変数を分析モデルに含めた。「当選回数」を考慮する理由は、当選を重ねた候補者ほど選出区における地盤を強固にすることで固定票の獲得と、知名度の獲得が予想されるためである。つまり、政治家に必要な 3 バン⁷のうち、地盤、看板を手にしてしていると予想される。「年齢」を考慮する理由は、高齢の議員であるほど当選回数が多く、得票数が多いと考えられるためである。「自民党」を考慮する理由は、本参議院選挙の時点で政権与党であるため選挙で有利であろうと考えられるためである。

4. データ

本論文では、2013 年の参議院選挙における小選挙区の候補者 271 名中、ツイッターをやっていない 67 名を除いた 204 名を分析対象とする。独立変数で使用する「フォロワー数」と「ツイート数」は 7 月 21 日 20 時における候補者本人のツイッターアカウントから著者が集計した。従属変数である「得

票数」とコントロール変数である「年齢」「当選回数」「自民党議員」は「Yahoo! みんなの政治：参議院選挙 2013」に掲載されていた候補者の経歴を参照した。

表 1 は、本論文で使ったデータの記述統計である。左端から順に、変数名、平均、標準偏差、最小値、最大値を表している。本論文における従属変数である「得票数」は最小値が 4,371 であり最大値 1,130,652 であることを示しており、候補者全体の得票数の平均が 197,994 であることがわかる。「自民党議員」については、候補者が自民党議員である場合は 1、そうでない場合には 0 という値を割り振っているため、最小値は 0 で最大値は 1 となっている。表の左下にある N=204 とは、今回分析する候補者の観測数を示している。

表 1: 記述統計

	平均	標準偏差	最小値	最大値
得票数	197,994	231,860	4,371	1130,652
フォロワー数	3,512	18,650	1	209,057
ツイート数	1,259	3,255	1	30,472
年齢	49	10.63	30	85
当選回数	0.34	0.77	0	4
自民党議員	0.13	0.33	0	1

N=204

(注：著者が作成)

図 2 は「得票数」と「フォロワー数」の相関を示した散布図とグラフである。縦軸は「得票数」を表しており、上に行くほど、候補者の得票数が高いことを示している。横軸は「フォロワー数」を表しており、右に行くほど、フォロワー数が多くなることを示している。2 つの変数の相関係数⁸は 0.22 であり、両者の間には正の相関が見られ、予測通りの結果と言える。

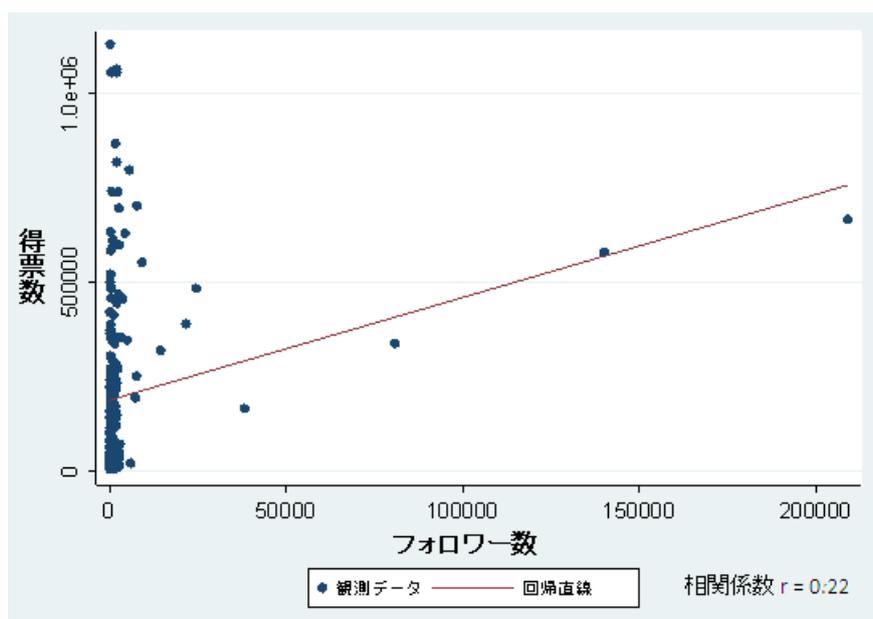


図 2 : 2013 年 7 月 21 日参議院選挙候補者の得票数とフォロワー数の関係
 (注 : Stata12 を使って著者が作成)

図 3 は「得票数」と「ツイート数」の相関を示した散布図とグラフである。縦軸は図 2 と同様である。横軸は「ツイート数」を表しており、右に行くほど、ツイート数が多くなることを示している。2 つの変数の間には若干の正の相関が見られ、相関係数は 0.02 であるため、かなり弱い正の相関があると考えられる。

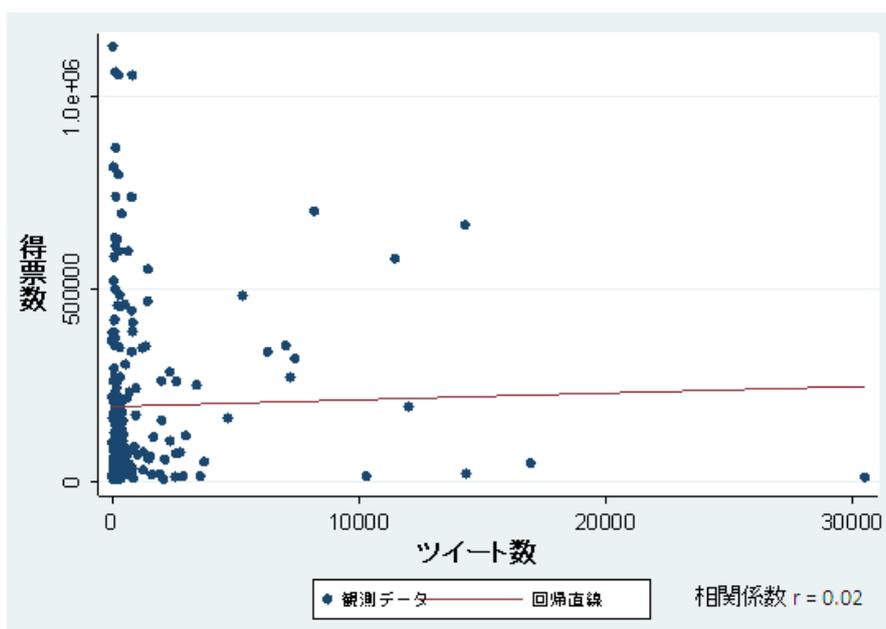


図 3：2013 年参議院選挙候補者の得票数とツイート数の関係
 (注：Stata12 を使って著者が作成)

5. 分析結果

表 2 は「候補者の得票数」を従属変数とした重回帰分析の結果を示している。予測欄にあるそれぞれのプラス・マイナス記号は独立変数の係数の正負を予測したものである。結果欄の数値はそれぞれの独立変数の係数を表している。この重回帰分析から得られた結果は次の 5 点である。

表 2 重回帰分析の結果

独立変数	予測	結果	P 値 ⁹
フォロワー数	+	1.39	0.09
ツイート数	+	-2.31	0.61
年齢	+	-2998	0.13
当選回数	+	83532	0.00
自民党議員	+	263986	0.00

N = 204

Prob>F¹⁰ : 0.00

補正 R²¹¹ : 0.31

(注：著者が作成)

第 1 に、候補者が使っているツイッターの「フォロワー数」が 1 人増えると、その候補者の「得票数」が約 1.39 票増えることがわかった。この結果は、独立変数「フォロワー数」の P 値が 0.09（10%未満）であることから、統計的な根拠がある。予想通り、ツイッターにおける認知度が、そのまま得票数に繋がるのだと言える。

第 2 に、候補者の「ツイート数」と「得票数」の間には、予想に反して、何の関係も無いことがわかった。ツイートはフォローと異なり、候補者主体の行動であるため、有権者からの得票数に結びつかない可能性がある。

第 3 に、「年齢」と「得票数」の間には、予想に反して、何の関係も無かったことがわかった。近年の衆議院選挙においては、当選者が若返っている現象が見られるが、参議院選挙においては、同様の現象は見られないことが確認できた。

第 4 に、「当選回数」が 1 回増えると、その候補者の「得票数」が約 83,531 票増えることがわかった。予想通り、今回の参議院選挙ではベテランの議員ほど票数を伸ばしていることが裏付けられた。

第 5 に、「自民党議員」であれば、その候補者の「得票数」が約 263,986 票増えることがわかった。2013 年の参議院選挙では、自民党が新たに 32 議席獲得したことを裏付ける結果となった。

6. 結論

本論文では、ネット選挙におけるネットメディアに注目し、2013 年の参議院議員の候補者が使うツイッターの頻度と得票数について実証分析を行った。その結果、候補者の得票数にはフォロワー数が影響しているが、ツイート数は全く関係がないことがわかった。この事は、候補者が使うツイッターにおけるフォロワー数を増やすことで、得票数を増やし、当選する可能性を高めることを示している。

今後の研究課題としては、参議院選挙ばかりではなく、衆議院選挙におい

でもツイッターにおける活動が候補者の得票数に影響を与えるのかどうかを検証することである。今後は、参議院選挙におけるソーシャルメディアが当落に与える影響に関してさらに検証すると同時に、もう1つの国政選挙である衆議院選挙におけるソーシャルメディアが当落に与える影響を慎重に見極める必要があると思われる。

《注》

- 1 何人も、ウェブサイト等(電子メールを利用する方法を除く)を利用する方法により、選挙運動を行うこと(改正公職選挙法第142条の3第1項)。
- 2 Twitter(ツイッター)は、利用者が140文字以内の「ツイート」と呼ばれるメッセージを投稿することができる情報ネットワーク。
- 3 特定のツイッターユーザーの投稿を閲覧できるよう、登録すること。
- 4 特定のツイッターユーザーをフォローする他ユーザーのこと。
- 5 「ネット選挙：カネ次第 参院選が商機、業界台頭 議員秘書 「金権選挙に拍車」
- 6 「86%が参考にせず＝ネット選挙浸透に課題 - 出口調査」
- 7 候補者が選挙に当選するために「地盤」「看板」「鞆」の3バンが重要だと言われてきた。地盤は集票基盤であり、鞆は政治資金であり、看板は候補者の知名度である。
- 8 相関関係の強さの度合いを表す指標である。1に近いほど正の相関を示し、0に近いほど無相関であることを示す。
- 9 ある独立変数が従属変数に対して、本当に影響を与えているかを示す値。値が0に近ければ、実際に影響を与えていると判断される。
- 10 今回の重回帰分析全体の説明力を表している。値が0に近いほど、そのモデルは母集団においても一定の説明力を持つことを示す。
- 11 従属変数の分散に対して、どの程度の説明できたかを表す値。この場合、補正 R^2 : 0.31により、得票数の分散の31%を説明できたことを示す。

参考文献

- 川崎桂吾、青島顕「ネット選挙：カネ次第 参院選が商機、業界台頭 議員秘書「金権選挙に拍車」」毎日新聞(夕刊)3月15日(2013)：掲載ページ不詳
- “86%が参考にせず＝ネット選挙浸透に課題 - 出口調査”。時事ドットコム。<http://www.jiji.com/jc/zc?k=201307/2013072100263>。(参照 2013-07-21)
- 遠藤薫『間メディア社会における<世論>と<選挙>』東京：東京電機大学出版局,2011
- 三宅一郎『投票行動』東京：東京大学出版会,1989
- 猪口孝、大澤真幸、岡沢憲英、山本吉宣、スティーブ・R・リード『縮刷版 政治学辞典』東京：弘文堂,2004
- “Yahoo!みんなの政治：参議院選挙 2013”。Yahoo!JAPAN。<http://senkyo.yahoo.co.jp/vmatch/>。(2013-07-21)