

若年女性の投票行動と新しいメディア

—第44回衆議院選挙のアンケート調査から—

皆吉淳平*・柴田邦臣**

要 約

本稿は、2005年におこなわれた第44回衆議院選挙において、若い女性層が、どのようなメディアから影響を受け、その結果としてどのように考え、投票したのかを探ることを目的としている。予想外の結果となった今回の総選挙は記憶に新しいが、特筆すべき点として、これまで選挙に関心のなかった若年層が郵政解散選挙の「劇場型政治」に“踊らされる”かのように影響を受けて与党支持に流れたこと、ブログやWebなどの新しいメディアが投票行動に影響を与えたと考えられていることなどがある。そこで本稿では、その現状を探るためにアンケート調査をおこなった。調査の結果を分析すると、若年女性層の投票行動は、特に「劇場型政治」に“踊らされて”投票をしたとは言えないことがわかった。また、ブログなどの新しいメディアはほとんど影響を与えていなかった。一方で、若年女性層の投票行動にもっとも影響を与えていたのは家族であり、各種のメディアよりも家族の中でのさまざまな情報交換に信頼を置いている傾向を確認することができた。

1. 調査の背景

近年、日本社会が変化のターニングポイントを迎えているという認識が共有されつつある。特に2005年は、日本の政治史上に残る変貌の年であった。その象徴となっているのが、第44回衆議院選挙（総選挙）である。劇的なその結果のインパクトは、選挙よりしばらくたった今でも、なお記憶に新しい。

すでに知られているように、第44回衆議院選挙はさまざまな意味で、それまでの選挙とは異なっていた。論点が「郵政民営化」一つに絞られたワ

ン・イシュー選挙であったなど、特徴はいくつもあるが、やはりまず衝撃的であったのは、その結果であろう。地滑りの的に勝利した自民・公明両党の与党による獲得議席は、衆議院の再可決権として、そして憲法改正発議などの点でこれまで心理的なラインと言われていた三分の二をあっさり上回る68.2%の占有率にまでになった。憲政史上初めてのその結果がどれほど予測不可能であったかは、勝った与党の張本人も、負けた野党の当事者も、一様に口を揃えて驚いていることから窺い知れよう。

今回の選挙の投票率も、刮目に値することの証

*慶應義塾大学大学院社会学研究科

**大妻女子大学社会情報学部

左である。回を繰り返すごとに落ちるばかりと思われていた投票率は、70%近くまで回復し、まるで政治の季節が再び到来したかのような盛り上がりであった。その意味で今回の総選挙は、マスメディアによって喧伝されたとおりの「政治のバブル」「劇場型政治」であったといえる。このような政治意識の高揚、そして、その結果による与党の地滑り的な大勝利は、主に2つの点から説明されてきた。

(1) 若者の投票行動の結果であること

まず、以上の変化の担い手、つまり与党に投票したのが若者であった、という言説である。たとえば金子勝は、今回の総選挙の結果を、「若者酔わせた小泉劇場」としている(金子 2005)。具体的には当時の小泉首相が作り出した「劇場型政治」によって、若者、そしてそのなかでも「金銭的に苦しい者」が積極的に小泉支持に流れたとされている。

実際のところ、「無党派層が与党ではなく、小泉首相の支持として流れた」という分析は多く、ある程度の妥当性があると思われる。この要因である「劇場型政治」については、すでに多くの論者によって言及されてきた(池田 2004ほか)。そのなかでも特に今回の総選挙で注目されるのは、これまであまり投票行動をとらず、よって選挙結果に大きな影響を与えてこなかったと考えられてきた「若者」が積極的に選挙に行き、与党に投票したことが、投票率を押し上げるとともに、今回の結果の一因となったと考えられている点である。

これらの議論では、無党派層であった若者が自主的に与党に投票したというよりは、むしろワンフレーズ・ポリティクスや“抵抗勢力との戦い”をメディア上で演出する〈小泉劇場〉に飲み込まれた結果として、まさにメディアに“踊らされて”与党に投票したと考えられている。さらには若年層の中の「下流」にその傾向が強いという分析結果さえある。例えば宮台らは、平成不況の深刻化・雇用体制の変化ゆえの過剰労働性に晒された「都市的弱者」の不安(宮台ほか2006: 272-

275)が、与党への投票行動に繋がったとしている。このように、近年進行しているとされる格差社会と関連付けられて理解される傾向もある。

(2) ブログなどのICTを利用した「新しいメディア」が影響を与えたこと¹⁾

これらの変化がマスコミに十分予測できなかった理由として、新しいメディアの影響が指摘されている。例えば遠藤は、アメリカの大統領選挙との類似から、今回の総選挙に対するインターネットの影響に言及している(遠藤 2006)。ブログやメールマガジンなどが影響をもちうる可能性は、選ばれる政党側も認識しており、投票前の2005年8月には、自民党がブログとメールマガジンの発信者33人を招いて懇談会を開いていた。そのなかで自民党側はブログを「メディアとして無視できない存在になっていると実感している」との見解を示していた(湯川ほか2006: 185)。今回の総選挙を表すキーワードとして「史上初めてのブログ選挙」と言われることさえあった(湯川ほか2006: 188)。

これらの議論と総選挙の与党大勝という成果を重ね合わせると、ブログやメルマガなど、インターネット上の新しいメディアが、従来のマスメディアには予測不可能な影響を与え、有権者を与党支持に導いたと考えてもおかしくはない。このように、インターネットを主に利用している若者層が影響を受けて与党支持に傾いたとも考えられる。

それらの意見は総じて、若者で、ネットユーザーの、浮動層が“お祭り気分で与党に流れた”帰結として、今回の総選挙を考える傾向が見て取れる。しかし、これらの説明が指摘する“若者層”“ネットユーザー層”の像は、実際に大妻女子大学社会情報学部で、ネットを日々使用している若者と対座している著者らの実感と大きく食い違っていると云わざるを得ない。

それでは本当に若者が、新しいメディアによって与党支持に傾き、今回の総選挙の結果に影響を与えていたのだろうか。さらにいえば、今回の総選挙で若者は、どのように考え、どのようなメ

ディアの影響を受けていたのだろうか。幸いにも、著者らが関わる大妻女子大学社会情報学部は、その学部の特性から、ネットなどの新しいメディアを頻繁に利用している若者が多い。また、誤解を恐れずにいえば、中堅私立大学ゆえに経済的に必ずしも恵まれていない層の学生も多いと考えられる。また小泉支持層に女性が多いと言われること、若い女性は浮動層として投票する傾向があると偏見も含めて思われがちであることを考えると、大妻女子大学の学生たちが、今回の選挙でどのような投票行動を示し、それがどのメディアの影響であったのかを探る価値は、極めて大きいと考えられよう。

そこで本稿は、実際にその動向を決定したといわれる層と日々付き合っている視点から、直接聞いてみることを試みた。具体的には、学生を対象にアンケート調査を実施し、彼女らの投票行動とメディアの影響を分析すると共に、その要因と背景を探る。その作業を通して、若者の投票行動と、メディアの関係を把握する契機を得ることが、本稿の目的である。

2. 調査の概要

前述したように、第44回衆議院選挙における投票行動と各メディアの影響を知るためのアンケートを「メディア投票行動調査 in 大妻2005」として作成し、実施した²⁾。実施期間は2005年10月18日～21日であり、調査対象は、大妻女子大学社会情報学部の2～4年のうち、自主的に協力してくれたものである³⁾。アンケートは、その趣旨、公刊発表の方法などを十分に説明したうえで自由に協力してくれる意志を示した者に対して、完全に匿名化して実施され、その情報も個人が特定できないよう厳に適切に管理され、分析された。総配布数479に対して有効回答数257で、有効回答率53.7%であった。

また、前述の目的以外に、本調査は以下のような成果を得ることができると思われた。まず、被験者がまさに若年の女性であるため、表面的にはわかりにくい、現代の若者の選挙や政治に対する

意識と、その背景を把握することができる。次に、被験者がまさに新しいメディアを使う主役であるため、WebやブログなどのICTをもちいた新しいメディアと、投票行動、政治意識のつながりを知ることができると思われる。

さらに、選挙での投票行動とメディアの関係以外にも、以下の2つの効果が期待できた。まず、大妻女子大生の現状とメディア利用の動向を知る基礎資料としての可能性である。調査では被験者の年齢、経済状況などもフェイス項目として、かつテレビ、新聞などのマスメディアの視聴時間や、Web、ブログなどの新しいメディアの利用時間なども聞いた。そのため、現在の大妻女子大生のメディア利用状況が、どのようなものかについて、基礎的な事実を知ることでもできる。本学の学生たちが実際にどのようにメディアを利用しているのかを定期的に聞いている調査はほとんどないと思われるため、簡易版ではあるが女子大生の置かれている現状を捉える基礎データとしての役割も果たしうるかもしれない。

また、本調査の結果は、被験者である学生の利益を念頭に、授業での還元も企画され、実際に授業中での解説もおこなった。これによって、学生が調査の結果を知るだけでなく、自分たちの社会的な意識や同年代の考えていることを認識できるという教育効果も期待できる。大学内でおこなわれる調査として、このような被験者である学生への直接的な利益も念頭に入れて実施された点も、特に記しておきたい⁴⁾。

3. 調査結果

本節からはアンケート調査の結果を整理する。その成果は大きく三つの側面にまとめて示すことができるであろう。三つの側面とは、回答者の生活状況、メディア利用状況、投票行動である。

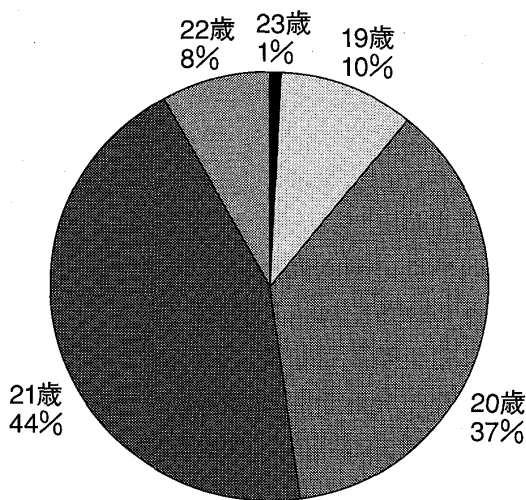
a. 生活状況について（フェイスシート項目）

まず生活状況として回答者の年齢、居住形態、自由に使えるお金に関する項目の結果を示す。

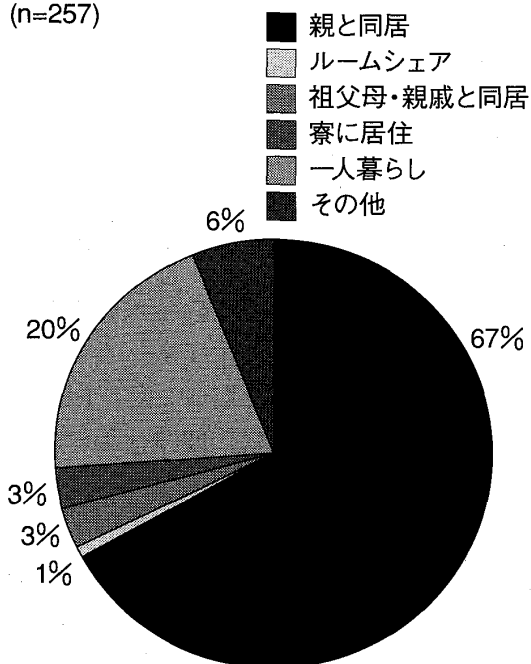
アンケート時点での回答者の年齢は、19歳

9.5%, 20歳36.9%, 21歳44.8%, 22歳および23歳8.7%であった。選挙権を得てから初めて国政選挙を迎える20歳と21歳が全体の8割以上を占めていたことになる⁵⁾(図1)。この女子学生たちの三分の二(67.3%)が親と同居している。一人暮らしをしているのは、全体の2割(20.2%)であった(図2)。

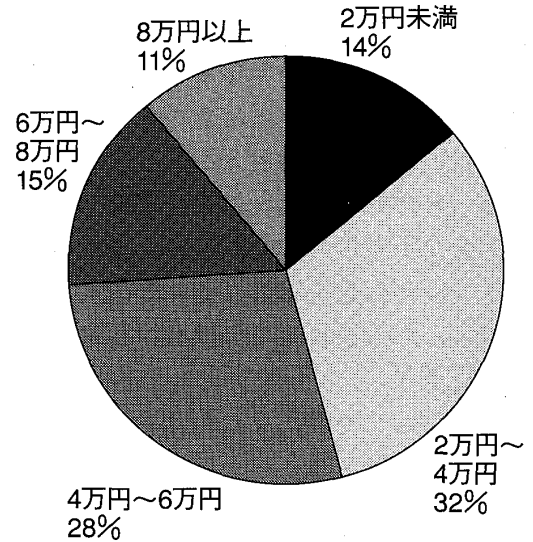
【図1】
あなたの年齢は満でいくつですか(FQ1)
(n=252)



【図2】
あなたは現在、どなたかと同居していますか？
それとも一人暮らしですか？該当するものを
1つ選んでください。(FQ2)
(n=257)



【図3】
あなたが自由につかえるお金は、いくらぐらい
ですか？1ヶ月につかえる額です、該当するもの
を1つ選んでください。(FQ3)
(n=255)



女子学生が1ヶ月に自由に使える金額は2万円から6万円の範囲に全体の6割が集まった。中央値は4万円から6万円であった。1ヵ月に自由に使える金額が8万円以上という回答が10.6%あったのに対して、2万円未満という回答も14.1%あり、格差が生じていることがわかる(図3)。

b. メディア利用・メディア環境について

メディア利用およびメディア環境については、アンケートの後半で設問が用意されている。先に整理しておきたい。まずQ10で「あなたは、次のメディアを毎日どのくらい視聴・購読していますか？それぞれの項目について、1日あたりの時間を書いてください。」として、1日にテレビ、ラジオ、新聞、雑誌をどのくらい視聴・購読するかを聞いた。その結果、テレビはほぼ全回答者が視聴しており、新聞と雑誌では読んでいないとする回答がそれぞれ約3割、約4割あった。ラジオについては、全体の8割以上が聴いていないという回答だった。テレビは9割以上が1時間以上視聴しており、中央値で毎日2時間ほどテレビをみているとの結果となった。新聞を購読している人の中では約75%が、10分から30分の時間を割くとの回答だった。雑誌に関しても、購読している人

【表1】各メディアの利用状況

	テレビ (分/1日) (q10a)	ラジオ (分/1日) (q10b)	新聞 (分/1日) (q10c)	雑誌 (分/1日) (q10d)	ネット利用 (時間/週) (q11)	ネット経験 (年) (q12)
度数	252	252	252	251	249	248
有効 欠損値	5	5	5	6	8	9
平均値	163.94	11.70	20.11	21.57	9.68	4.94
中央値	120.00	.00	10.00	10.00	6.00	5.00
標準偏差	107.086	40.253	47.012	48.803	10.014	2.128

【表2】各メディアの利用状況

テレビ

	度数	パーセント
0分	2	0.8
30分以下	16	6.3
30分～1時間	34	13.5
1～2時間	76	30.2
2～3時間	64	25.4
3～4時間	33	13.1
4～5時間	15	6.0
5時間以上	12	4.8
合計	252	100.0

ラジオ

	度数	パーセント
0分	210	83.3
30分以下	22	8.7
30分～1時間	9	3.6
1～2時間	6	2.4
2～3時間	3	1.2
3～4時間	1	0.4
4～5時間	1	0.4
5時間以上	0	0.0
合計	252	100.0

新聞

	度数	パーセント
0分	78	31.0
30分以下	146	57.9
30分～1時間	26	10.3
1～2時間	1	0.4
2～3時間	0	0.0
3～4時間	0	0.0
4～5時間	0	0.0
5時間以上	1	0.4
合計	252	100.0

雑誌

	度数	パーセント
0分	100	39.8
30分以下	118	47.0
30分～1時間	28	11.2
1～2時間	4	1.6
2～3時間	0	0.0
3～4時間	0	0.0
4～5時間	0	0.0
5時間以上	1	0.4
合計	251	100.0

の約7割が10分から30分の時間を割いていた。同じマスメディアでも女子大生の利用実態としては、活字メディアに対して、映像メディアの優位が明瞭にでている(表1, 表2)。

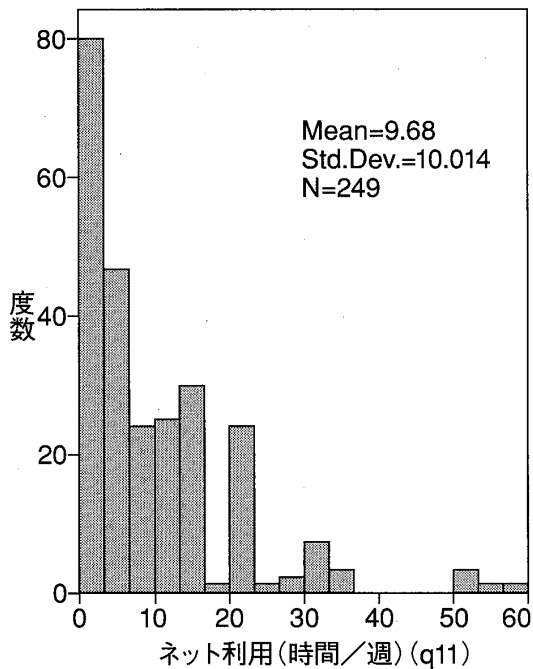
ネットの利用についてはQ11で「あなたは、インターネットをどのくらい利用していますか？

1週間にインターネットを使う時間の合計を書いてください。」として、1週間あたりの利用時間を聞いた。その結果、中央値では週6時間、平均値では9時間半以上となった。一日あたりに換算すると、1時間弱から1時間半ほどになる。しかしながら、週当たり2時間以下という回答が全体

の約四分の一 (24.1%) を占めていることを鑑みると、ネットのヘビーユーザと、利用しないわけではないがそれほど長時間の利用をしていない層とが、なだらかに分布していることがわかる⁶⁾ (図4)。

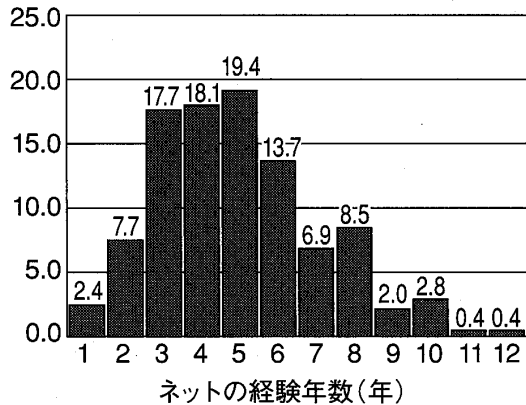
続く Q12では「あなたがインターネットを利用するようになってから、どのくらい経ちますか? 経験年数を書いてください。」として、ネットを利用するようになってから、どのくらい経つかを聞いた。7割以上 (72.2%) がネット経験4年以上との回答だった。このことから、多くの学生は、大学入学以前にネットをはじめていること

【図4】



【図5】

あなたがインターネットを利用するようになってから、どのくらい経ちますか? (Q12) (n=248)

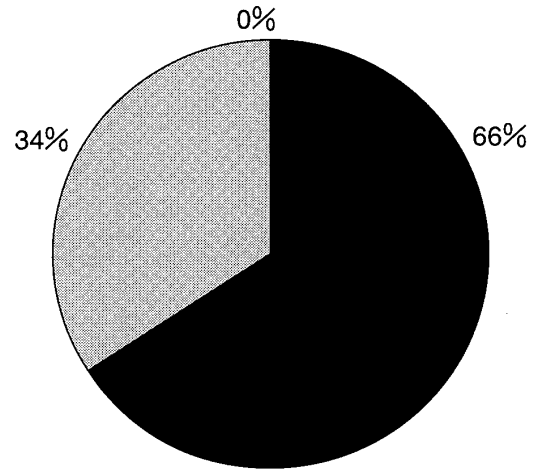


がわかる (図5)。加えて、「あなたは自宅にパソコンを持っていますか?」(Q13) と聞くと、「自分専用のパソコンがある」(66.0%) および「家族や同居人と共用のパソコンがある」(33.6%) との回答で99%以上となった。さらに全体の三分の二は、自分専用のパソコンを所有していると答

【図6】

あなたは自宅にパソコンを持っていますか。(Q13) (n=250)

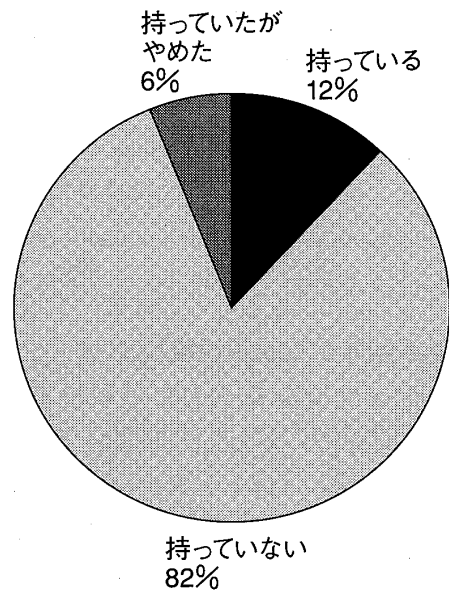
- 自分専用のパソコンがある
- 家族や同居人と共同のパソコンがある
- 自宅にパソコンは無い



【図7】

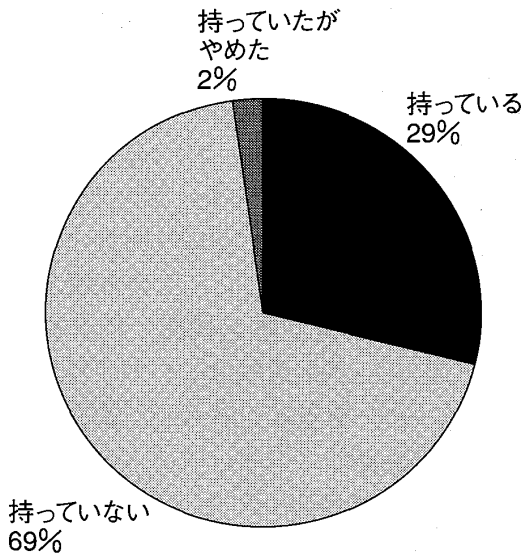
あなたは自分のホームページやブログを持っていますか? (Q14)

a) ホームページ (n=243)



【図8】
あなたは自分のホームページやブログを持っていますか？(Q14)

a)ぶろぐ(blog)(n=246)



えている⁷⁾。パソコンは一家に1台ではなく、一人1台の時代になっていることがわかる(図6)。

パソコンおよびネットの利用は進んでいる傾向があるが、より積極的に情報発信メディアとして利用している状況に関する設問として、ホームページおよびブログの所有経験の有無を聞いた(Q14「あなたは自分のホームページやブログを持っていますか?」)。ホームページについては、18.1%が「持っている」あるいは「持っていたがやめた」と回答しており、所有経験があった。それに対してブログでは、28.9%が「持っている」と回答しており、「持っていたがやめた」を含めると、約3割に所有経験があった。ホームページよりもブログの方が、より身近な手段となっていることが伺える(図7、図8)。しかしながら、ホームページもブログも所有した経験がない(「持っていない」と回答した層が64.6%おり、週当たりのネット利用時間の分布も踏まえると、学生の中でも、ヘビーユーザとそうでないユーザに分化しており、ネットの利用の仕方に濃淡があることは明らかである(表3)。

【表3】

HP所有経験とブログ所有経験のクロス表

		ブログ所有経験	
		有り	無し
HP 所有経験	有り	14.2%	3.8%
	無し	17.5%	64.6%

c. 投票行動①：投票率について

ここまでは、生活状況およびネット利用などの基礎的なアンケートの結果を示してきた。以下では、すなわち投票行動に関する設問の集計結果を、若干の考察を交えながら三つの側面に分けて示していく。投票率について、投票行動および支持政党について、投票行動に対するメディアの影響についての三つの側面である。

まずQ1で「あなたは、2005年9月11日に投票された衆議院選挙(第44回衆議院議員総選挙)に投票しましたか?このなかから1つ選んでください。」として直接、投票の有無を聞いた。この結果から求めた本調査での単純な投票率は、48.2%であった。この数字は、選挙全体の投票率(小選挙区67.51%：比例区67.46%)を大きく下回ったものである。学生の投票意欲は低いと言わざるを得ないのだろうか(図9)。

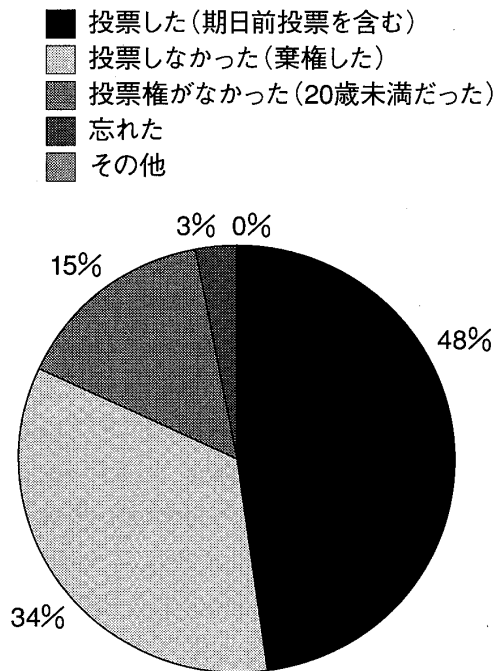
ここで留意しておきたいのは、回答者の4割以上がアンケート時点で20歳以下だということである。Q1の選択肢の中から、「投票権がなかった(20歳未満だった)」との回答が34票あった。加えて、投票しなかった理由を尋ねるQ5においても、「投票権がなかった」との選択肢を設けた。Q1との重複を除くと、Q5において1票が選挙時点において投票権が無かったとの回答をしていた。そこで、全体の有効票255から、未成年だった分として、Q1より34を、Q5より1を引くと220となる。この220票を分母として算出した、未成年分を差し引いた投票率は、55.9%となった。

単純な投票率に比べれば、より全体の投票率に近づいたが、依然として、10ポイント程度の開きがある。やはり、投票意欲は低かったのだろうか。そこで、棄権した回答者の投票しなかった理

由を見てみたい。先ほども言及したQ5では、「あなたは、どうして投票しなかったのですか？あてはまるものを、このなかから3つまで選んでください。」として、不投票の理由を聞いた。そ

【図9】

あなたは2005年9月11日に投開票された衆議院選挙(第44回衆議院議員選挙)に投票しましたか？(Q1) (n=255)



の結果に、先ほども言及したQ1における「投票権がなかった」との回答を加味し、まとめたものが表4である。投票しなかった理由として、「旅行や用事があり都合が悪かった」、「投票権がなかった」、「住民票を移していなかった」が上位3つの理由であった。このうち「住民票」と「投票権」という制度上の問題で投票しなかったとの回答が、投票しなかった理由のうち約半数を占めていることがわかる。

ここで、「投票権がなかった」という回答と「住民票を移していなかった」という回答の重複は見られないことを踏まえて、こうした制度上の問題を除いて補正した投票率を再度、算出してみよう。棄権した人の不投票理由として「住民票を移していなかった」を選んだ31人が、未成年だったとの回答者と重複していないので、未成年分とともに全体の有効票から引くと、189となる。すると住民票分を差し引いた投票率は、65.1%となった。この値は、この衆議院議員総選挙全体の投票率(小選挙区67.51%：比例区67.46%)と大きく変わらない値である。この結果は、住民票の移動という義務の履行状況が思わしくないということと同時に、女子学生の選挙への投票意欲が、著しく低いものではないことを示しているだろう。

【表4】投票しなかった理由(Q1およびQ5より)

	度数	(%)
旅行や用事があり都合が悪かった	36	27.3%
投票権がなかった	35	26.5%
住民票を移していなかった	31	23.5%
どの候補や政党に投票すればいいのかよくわからなかった	15	11.4%
ダルかった(面倒)	10	7.6%
投票しても意味がないと思った	10	7.6%
興味がなかった	9	6.8%
その他	6	4.5%
体調が悪かった	4	3.0%
天気が悪かった	3	2.3%
合計	159	120.5%

※Q1の有効票255から「投票した(期日前投票を含む)」と回答した123を引いた132で度数を割った数値が「%」欄。

d. 投票行動②：投票および支持政党について

それでは、実際にどのような投票行動をとったのか、結果を見ていこう。まずQ1で投票したと回答した人には、Q2において「小選挙区（個人への投票）では、どの政党の候補に投票しましたか？」と聞いた。小選挙区において、現実に投票した人のうち、自民党の候補者へ投票した人は41.0%、民主党の候補者に投票した人が36.1%となった。5ポイント程ではあるが、自民党が優位となった。それに対して、現実に投票権がなかった人に仮定的な投票行動を聞いたのが、Q6の「もし投票できたとしたら、小選挙区（個人への投票）では、どの政党の候補に投票しましたか？」という設問である⁸⁾。仮定的な投票の結果は、自民党の候補者への投票が38.8%、民主党の

候補者への投票が22.5%となった。実際の投票に比べて、その差は16ポイントへと広がっている。

同様に、比例区については、投票した人にはQ3で「比例区（政党への投票）では、どの政党の候補に投票しましたか？」と投票行動を聞き、投票しなかった人にはQ7で「もし投票できたらとしたら、比例区（政党への投票）では、どの政党の候補に投票しましたか？」と仮定した投票行動を聞いた。比例区での実際の投票行動では、自民党への投票が41.8%、民主党への投票行動が31.1%で、その差は10ポイント以上になり、小選挙区の5ポイントよりも差が開く結果となった。同じ傾向は規定的な比例区への投票行動でも見られ、自民党が38.6%、民主党が20.5%で18ポイントの差が開いていた⁹⁾。

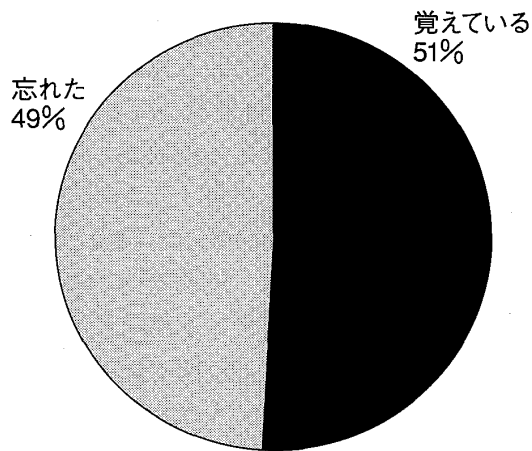
【表5】投票：小選挙区

	度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効				
自民	100	38.9	39.8	39.8
民主	73	28.4	29.1	68.9
公明	3	1.2	1.2	70.1
共産	14	5.4	5.6	75.7
社民	4	1.6	1.6	77.3
その他の政党	1	.4	.4	77.7
無所属	1	.4	.4	78.1
わからない／忘れた／誰でも	30	11.7	12.0	90.0
白票	14	5.4	5.6	95.6
その他	11	4.3	4.4	100.0
合計	251	97.7	100.0	
欠損値	6	2.3		
合計	257	100.0		

【表6】投票：比例区

	度数	パーセント	有効パーセント	累積パーセント
有効				
自民	100	38.9	40.2	40.2
民主	64	24.9	25.7	65.9
公明	7	2.7	2.8	68.7
共産	10	3.9	4.0	72.7
社民	12	4.7	4.8	77.5
その他の政党	3	1.2	1.2	78.7
どこでも／忘れた	31	12.1	12.4	91.2
白票	13	5.1	5.2	96.4
その他	9	3.5	3.6	100.0
合計	249	96.9	100.0	
欠損値	8	3.1		
合計	257	100.0		

【図10】
あなたは小選挙区で投票した候補者の名前を、
覚えていますか？(Q4) (n=121)



以上の結果を統合した結果が、小選挙区¹⁰⁾については表5、比例区¹¹⁾については表6である。なお今後の分析においては、この統合したデータを用い、「与党 vs 野党」という形で対比していく¹²⁾。

ところで、「劇場型に踊らされた人は投票者本人への意識が希薄 (=名前をすぐに忘れる)」と思われるが、実際に投票した候補者の名前を覚えているか聞いたところ (Q4「あなたは、小選挙区で投票した候補者の名前を、覚えていますか？」)、約半数が、投票者の名前を忘れていた (図10)。一方で、特に自民党に投票した場合に候補者の名前を忘れる、という傾向も見出すことは出来なかった¹³⁾。

以上の実際および仮定的な投票行動とは別に、「あなたは普段、どの政党を支持していますか？このなかから1つ選んでください。」として支持政党を聞いた (Q8)。自民党を支持政党として挙げているのが24.9%、同じく民主党は9.5%となった (表7)。こうした既存の政党の支持に対して、目を引くのは、いわゆる「無党派」層である。「支持政党なし」が31.6%となっているだけでなく、「わからない」も23.7%となっている。積極的に支持政党なしと回答している無党派層だけではなく、「どの政党を支持しているのかわからない」、あるいは、「どの政党を支持すればいいのかわからない」という消極的な無党派層が

【表7】あなたは普段、どの政党を支持していますか？(Q8)

	度数	支持率 (%)
自民党	63	24.9
民主党	24	9.5
共産党	8	3.2
公明党	4	1.6
社民党	2	0.8
その他の政党や団体	0	0.0
言えない	8	3.2
支持政党なし	80	31.6
わからない	60	23.7
その他	4	1.6
合計	253	100.0

形成されているのだと言えるだろう。こうした積極的あるいは消極的な無党派層が、全体の半数近くを占めている。この無党派層の動向が、選挙結果に影響を与えていることは明白である。

この数字を、NHK放送文化研究所による政治意識月例調査の結果と比較してみよう。2005年8月の自民党支持率は35.3%、民主党13.7%、「支持なし」は36.3%となっている。同年9月には、自民党42.4%、民主党17.7%、支持なし25.6%と数字は変動している。こうした世論調査と比較すると、「わからない」という選択肢を設けた点に鍵があったと考えられる。つまり、どの政党を支持しているのか、あるいは支持すればいいのか「わからない」という状況にある場合、無理矢理にいずれかの政党を支持するのではなく、消極的に見えようが、正直に「わからない」と回答しているのである。ここには、「劇場型選挙で、メディアの言説を安易に受け入れる若者」というイメージとは異なる、ある種の慎重さが垣間見えるのではないだろうか。

そして、この「わからない」と回答した層が、何に影響を受けて、どのような投票行動をとったのか、という点が、第44回衆議院選挙において自民党が圧勝した要因の鍵になるのではないだろうか。この点に関しては、分析とともに後述する。

e. 投票行動③：メディアの影響について

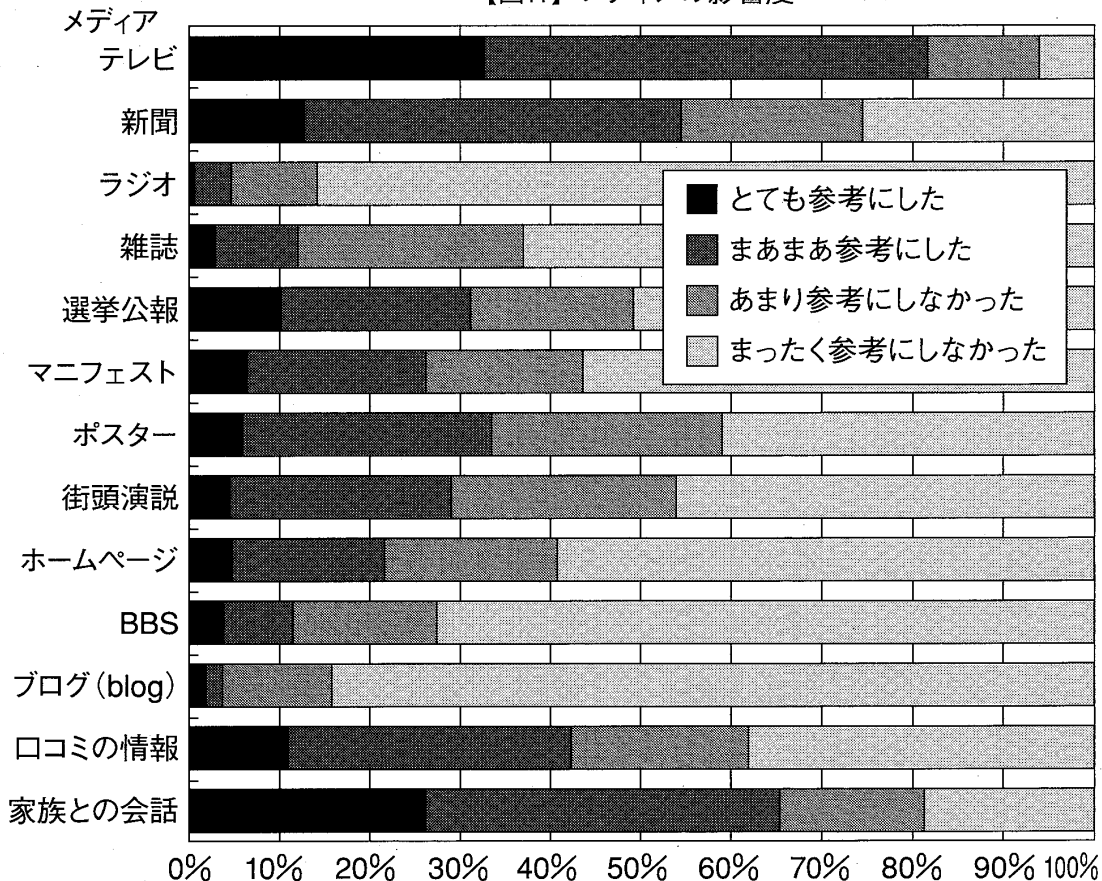
近年のネット環境の整備に伴い、選挙に関して様々な媒体からの情報収集が可能になっている。その一方で、本調査が対象とした衆議院選挙は「劇場型」と揶揄されたように、投票行動に与えるテレビの影響力の大きさが指摘されている。そこで選挙について、どのメディアをどの程度参考にしたのかを尋ねた。Q9では、「あなたは選挙について、次のメディアをどのくらい参考にしましたか？それぞれの項目についてあてはまる数字を1つ選んでください」として、選挙および投票に際して参照されるであろうメディアの主観的な影響度を聞いた¹⁴⁾。

「とても参考にした」に「まあまあ参考にした」を加えたものを「参考にした」として考えると、テレビ (81.6%)、家族との会話 (65.6%)、新聞 (54.5%)、口コミの情報 (42.4%) という4つのメディアが、40%以上の人に参考にされたものとなっている。以下、ポスター (33.5%)、

選挙公報 (31.2%)、街頭演説 (29.0%)、マニフェスト (26.4%) と続いている (図11)。それに対して、「ネット系」のメディアでは、ホームページ (21.6%)こそマニフェストに次いで参考にされていたが、BBS (11.4%)、ブログ (3.5%)などは、既存のメディアに対して参考にしたと回答した人は非常に少なかったと言える¹⁵⁾。

既存のマスメディアとして、テレビや新聞が参考にされることは当然の結果と考えられる。その一方で、家族との会話や口コミの情報が参考にされていることは、留意すべき結果ではないだろうか。この4つのメディアについて、影響度¹⁶⁾と居住形態¹⁷⁾とのクロス表を作成し、 χ^2 乗検定を行なうと、新聞を除いて、有意な結果は得られなかった¹⁸⁾。この結果からは、特に、家族との会話を参考にする上で、家族と同居していようが一人暮らししていようが、居住形態との関係がない、ということがわかる。つまり、それだけ家族との会話が、参考にされているのである。

【図11】メディアの影響度



4. 投票行動に影響を与えたもの：クロス集計による分析

ここまで、単純集計の結果を中心に紹介、考察してきた。以下では、特に投票行動¹⁹⁾に何が影響を与えたのか、という問いに焦点をあて、クロス表を用いた分析を中心とした検討をしていく。

まず、FQ3の自由に使えるお金の額によって、投票行動に影響があるかどうか分析するために、つまりこの二つの変数は独立なのではないかという仮説を立て、クロス表を作成し、 χ^2 乗検定を行なった²⁰⁾。すると、小選挙区において、比例区においても、有意な結果は得られなかった。つまり、投票行動は、自由に使えるお金の額の影

響を受けていないことになる。

それでは、何が投票行動に影響を与えたのだろうか。そこで改めて本研究の主眼であるメディアの利用状況に焦点をあててみよう。投票行動毎に、参考にしたメディアの平均値²¹⁾を一覧にしたのが表8である。相対的な値の大きさに着目すると、テレビと家族との会話を参考にしたとの回答が突出している。それに対して「ネット系」のメディアであるホームページ、BBS、ブログの影響力が大きくないことを、改めて確認できる。

しかしながら、与党へ投票したグループと野党へ投票したグループの差異に着目すると、必ずしも明瞭な差が見られるわけではない。統計的には、与党へ投票したグループはテレビをより参考

【表8】投票行動とメディアの影響（小選挙区）

メディア		投票行動 (小選挙区の投票先)			合計
		自公	野党	その他	
テレビ	平均値	2.25	2.02	1.86	2.08
	度数	102	91	56	249
新聞	平均値	1.37	1.63	1.09	1.40
	度数	102	91	56	249
家族	平均値	1.94	1.84	1.16	1.73
	度数	101	90	56	247
口コミ	平均値	1.34	1.12	0.84	1.15
	度数	102	91	56	249
ホームページ	平均値	0.63	0.70	0.61	0.65
	度数	102	91	56	249
BBS	平均値	0.35	0.53	0.36	0.42
	度数	102	91	56	249
ブログ	平均値	0.21	0.22	0.20	0.21
	度数	102	91	56	249
ポスター	平均値	1.12	0.97	0.77	0.98
	度数	101	91	56	248
選挙公報	平均値	0.91	1.17	0.45	0.90
	度数	101	90	56	247
街頭演説	平均値	0.99	0.87	0.68	0.88
	度数	102	91	56	249
マニフェスト	平均値	0.66	1.08	0.41	0.76
	度数	101	91	56	248

にした、ということと、野党に投票したグループがマニフェストをより参考にした²²⁾ということが言えるのみである²³⁾。マニフェストを重視する選挙活動をはじめたのが野党・民主党であることを鑑みれば、野党へ投票したグループが、マニフェストをより参考に行っていることは当然であり、マニフェストを参考にしたことが野党への投票につ

【表9】小選挙区への投票行動と「テレビ」の影響

投票先 (小選挙区)		テレビ		合計
		参考にした	参考にせず	
自公	度数	90	12	102
	期待度数	83.2	18.8	102
	行の%	88%	12%	100%
野党	度数	72	19	91
	期待度数	74.2	16.8	91
	行の%	79%	21%	100%
その他	度数	41	15	56
	期待度数	45.7	10.3	56
	行の%	73%	27%	100%
合計	度数	203	46	249
	期待度数	203	46	249
	行の%	82%	18%	100%

χ^2 乗検定 $p=0.05062$

χ^2 乗値 5.967 自由度 2

ながったとは考えにくい²⁴⁾。

それでは、テレビの影響によって、与党への投票行動が促されたのだろうか。そこで小選挙区への投票行動とテレビを参考にしたか否かでのクロス表をみると、有意な結果は得られない(表9)。与党へ投票したグループと野党へ投票したグループの2群を抽出し、テレビを含む参考にしたメディアとのクロス表を作成すると、 χ^2 乗検定で有意な結果が得られるのは、わずかにマニフェストのみとなった。そのマニフェストにしても、「参考にした」との回答は、与党への投票者で約2割、野党への投票者でも約4割であり、半数以上の人が、マニフェストを参考に行っていない。このようにそれぞれのメディアを分析していくと、その影響力によって、与党(あるいは野党)への投票行動が促されたと言えないことがわかる²⁵⁾。

それでは、与党の勝利を導いた要因は何だったのだろうか。ここで改めて無党派層に注目してみると、支持政党を聞く設問において、「支持政党なし」あるいは「わからない」と回答した「無党派層」は、全体の半数以上を占めていた(表7参照)。彼女らに注目して、投票行動を見てみる。先に触れたように支持政党を聞いたQ8の回答

【表10】支持政党と投票行動(小選挙区)

支持政党(Q8)		投票先(小選挙区)			合計
		自公	野党	その他	
政党支持	度数	55	41	1	97
	期待度数	39.5	36.2	21.4	97
	行の%	56.7%	42.3%	1.0%	100%
積極的無党派	度数	24	32	23	79
	期待度数	32.1	29.5	17.4	79
	行の%	30.4%	40.5%	29.1%	100%
消極的無党派	度数	17	15	28	60
	期待度数	24.4	22.4	13.2	60
	行の%	28.3%	25.0%	46.7%	100%
合計	度数	96	88	52	236
	期待度数	96.0	88.0	52.0	236
	行の%	40.7%	37.3%	22.0%	100%

χ^2 乗検定 $p<0.01$

【表11】 支持政党と投票行動（比例区）

支持政党 (Q8)		投票先 (小選挙区)			合計
		自公	野党	その他	
政党支持	度数	57	38	2	97
	期待度数	41.0	35.6	20.3	97
	行の%	58.8%	39.2%	2.1%	100%
積極的無党派	度数	21	36	22	79
	期待度数	33.4	29.0	16.5	79.0
	行の%	26.6%	45.6%	27.8%	100%
消極的無党派	度数	21	12	25	58
	期待度数	24.5	21.3	12.1	58
	行の%	36.2%	20.7%	43.1%	100%
合計	度数	99	86	49	234
	期待度数	99	86	49	234
	行の%	42.3%	36.8%	20.9%	100%

χ^2 乗検定 $p < 0.01$

を、既存政党への支持を「政党支持」として統合し、「支持政党なし」を「積極的無党派」と命名し、「わからない」を「消極的無党派」として、あわせて三つのグループの投票行動をまとめたものが、表10と表11である。政党支持層のうち、3分の2が与党支持であったが、投票行動においては、その差が縮小している。つまり、与党支持層（特に自民党支持層）からも野党への投票があったことが伺える。ただし、それでも与党優位に変わりはない。一方で、「積極的無党派」では、野党への投票が多くなっていた。また「消極的無党派」層では、与党への投票が多くなった。この傾向は特に比例区での投票に顕著であった。その結果、総合すると与野党の得票が拮抗しつつも、与党優位は動かなかった。つまり、野党が与党を逆転するために必要であったのは無党派層の取り込みであったが、無党派層が2つに割れそれに失敗した、あるいは成功しなかったことによって、野党は敗北したことがわかる。

それでは、より積極的に与党を勝利に導いた要因は何であったのだろうか。ここで改めて注目すべきなのは、メディアとしての「家族の意見」の影響である。小選挙区への投票行動と「家族の意見」との関係性をクロス表にしたものが、表12であ

【表12】 小選挙区への投票行動と「家族の意見」の影響

投票先 (小選挙区)		家族の意見		合計
		参考にした	参考にせず	
自公	度数	71	30	101
	期待度数	66.2	34.8	101
	行の%	70.3%	29.7%	100%
野党	度数	66	24	90
	期待度数	59.0	31.0	90
	行の%	73.3%	26.7%	100%
その他	度数	25	31	56
	期待度数	36.7	19.3	56
	行の%	44.6%	55.4%	100%
合計	度数	162	85	247
	期待度数	162.0	85.0	247
	行の%	65.6%	34.4%	100%

χ^2 乗検定 $p < 0.01$

る²⁶⁾。これを投票行動とテレビとの関係をクロス表にした表9と比べると、家族の“メディア”としての特性が浮かび上がってくる。

すでに見てきたように、テレビは、家族以上に投票に際して参考にされている。しかしながら、二つのメディアを比べたときの大きな違いは、投票行動で「その他」を選択した人たちである。「そ

【表13】 政党支持と「家族の意見」の影響

支持政党		家族の意見		合計
		参考にした	参考にせず	
政党支持	度数	75	25	100
	期待度数	65.3	34.7	100
	行の%	75.0%	25.0%	100%
無党派	度数	81	58	139
	期待度数	90.7	48.3	139
	行の%	58.3%	41.7%	100%
合計	度数	156	83	239
	期待度数	156	83	239
	行の%	65.3%	34.7%	100%

χ^2 乗検定 $p < 0.01$

の他」に関してみると、テレビを参考にした人は73%であり、この値は与党や野党に投票した人と大きな違いはない。それに対して「家族の意見」では、約45%の人が参考にしたと回答しているに過ぎない。この値は、与野党に投票した人の70%以上が家族の意見を参考に行っていることと比べて、低い値となっている。そしてこの傾向は、比例区でも同様である。

「その他」に含まれる選択肢は、投票行動に対する関心が低いことを示すものとして理解できる²⁷⁾。つまり、テレビは、どのような人々にも参考にされている一方で、家族の意見は、「投票する」という意欲の高い人々に限定して参考にされていると言えるであろう。さらにこのことから、テレビに対して家族は、「投票」に際して意見を交換し、最終的に参考にされるような、まさにメディアだと言えるのではないだろうか。

それだけではなく「家族の意見」を参考にする割合は、政党を支持する層と特定の政党を支持しない層との間でも異なっている。既存の政党を支持すると回答している層では、家族の意見を参考にしたのが、4分の3となっている。それに対して、「支持政党なし」あるいは「わからない」と回答した「無党派層」では、その割合が60%以下になっている（表13）。ここからも、より積極的に政党を支持するという政治意識の高い層においては「家族の意見」も、より高い割合で参考に

【表14】 居住形態と投票

		投票したか		合計
		投票した	投票しなかった	
居住形態	親と同居	96 68.6%	44 31.4%	140 100%
	その他同居	10 41.7%	14 58.3%	24 100%
	一人暮らし	17 37.0%	29 63.0%	46 100%
合計		123 58.6%	87 41.4%	210 100%

上段：度数 下段：居住形態における割合 (%)

χ^2 乗検定 $p < 0.001$ 欠損値47

されていることがわかる。

このように、メディアとしての「家族の意見」には「テレビ」とは異なる性質が見られる。テレビのようなマスメディアとは異なるものとして「家族」の存在が、選挙において大きな位置を占めているのであった。

さらに「家族」は、より根本的に「投票する」ということを促すものでもあった。投票したか否かを聞いたQ1と、居住形態を聞いたFQ2とをクロスさせてみると、「親と同居」している回答者の「投票率」が68%となっていることがわかる²⁸⁾（表14）。本調査の投票率についてはすでに述べたが、この「親と同居」層の投票率は、衆議院議員総選挙全体の投票率（小選挙区67.51%：比例区67.46%）とほぼ同じとなった。もちろん、投票率についての検討した際に明らかだったように、住民票を移していなかったという人が大きな影響を与えている。「一人暮らし」で「投票しなかった」29人のうち、23人までが住民票を移していなかったことを投票しなかった理由としている²⁹⁾。

ここで、アンケートの最後で設けられていた自由記述と比較してみたい。「Q17 あなたは今回の衆議院議員選挙に、なぜ投票したのですか？ または、なぜ投票しなかったのですか？ 自由に回答してください」の記述を見ると、「親や家族に言われたから投票しに行った」という意味の回

答が10票以上あった。このことを勘案すると、「住民票」という「一人暮らし」に対するマイナスの要因と、家族の勧めという「親と同居」に対するプラスの要因があることは、明らかであろう。

つまり、「投票する」という民主主義の基盤を掘り崩しているのは、住民管理の為の「住民票」の移動という制度的なものである。一方で「家族」の存在は「投票を促す」という意味で民主主義の苗床となっていることが示唆されている。

5. 結論

ここまでアンケート調査を分析してくるなかで、様々な論点を提示することができた。特に若年女性層の投票行動に影響を与えるものとしてクローズアップされてきたのは「家族」であった。そこで、以上の分析から、何を見いだすことができるのか、その結果をまとめ現代社会の文脈に再配置する作業によって、本稿の結論を得たい。

まず、若年層の女性がテレビのワイドショーに“踊らされる”かたちで投票したというイメージは、おそらく誤りである点は、最初に強調しておく必要があるだろう。本調査の対象は、女子大生という若年女性層で、経済的に特に恵まれているわけでもなく、“踊らされる若者”イメージで理解されている層であった。しかし、調査から浮かび上がってくる彼女らの投票行動は、他の年代、性別の層と大きな違いはなく、むしろイメージされている以上に冷静に情報を入手し、判断しようとしているように見受けられる結果ばかりである。つまり、いわゆる下層の“若い女性”だからといって、劇場型政治に踊らされるといった事実本調査からは見あたらないのである。

それでは、先の選挙で与党が大勝した理由は何であったのだろうか。本調査は特定の層に焦点を当てたものであるため、そのすべての原因に踏み込むことはできない。しかしそのような特定層を分析するだけでも、その選挙結果を生み出した要因が透けて見えている。

今回の調査結果を詳細に見ていくなかで、やは

り興味深いのは無党派の動向であった³⁰⁾。本調査では積極的な無党派と消極的な無党派を抽出して分析し、積極的な無党派が野党に投票しがちであったのに対して、消極的な無党派が与党に投票する傾向があったことを明らかにした。従来の日本の選挙研究では、明確な支持政党が無い無党派は与野党どちらかの大勝を望まず、勝ちそうな政党がある場合はその対立政党に投票してバランスをとろうとしがちだとされてきた。そのような〈 balanサー〉役を担おうとする層は、牽制的投票者・流動的投票者という意味での「バッファプレイヤー」や、選挙のたびに投票政党の「使い分けをする」という「そのつど支持」層(松本2006: 49)に重なって見える。このように無党派の大半は、いわゆる「与野党伯仲」という結果を求めがちだと思われており、だからこそそのようなバランス感覚が働かず、与党大勝となった今回の結果は、予想外なものとなったのである。ただし本調査結果を見てみると、積極的無党派は野党に投票することが多く、従来のバランスをとりに行く投票行動に近い動きをしている。しかし、消極的な無党派は与党に投票していた。本調査だけではわからないが、おそらくこの層は、従来の選挙では棄権しがちであったとおもわれるし、投票しても積極的無党派とあまり変わらない投票行動をとっていたと予想される。その層が与党に投票することで、無党派の支持が割れる結果となった。つまり彼らの投票行動は、与野党伯仲を求めた〈 balanサー〉の効果を打ち消す形で働いたのである。これら無党派を中心とした〈 balanサー〉の投票行動が、結果的に都市型政党の民主党を中心とした野党の得票を支えてきたことを踏まえると、野党の得票が下がりそのまま与党の得票率が上昇したことで、そもそも組織票が多かった与党有利の下地ができていたことが理解できる。そこに小選挙区制という制度的特徴が加わり、今回の総選挙の結果になったと考えられよう。

本調査のように特定の年代・性別に絞った調査では、これ以上の要因分析は難しい。ただし、今回の選挙結果の要因として、やはり若年女性層の動向が大きく寄与していたであろうことは確認で

表15 メディア同士の相関係数

	テレビ	新聞	ホームページ	BBS	ブログ	街頭演説	公報	マニフェスト	ポスター	口コミ	家族(q9p)
テレビ	1	.234(**)	.142(*)	0.100	0.042	.201(**)	0.089	.186(**)	.297(**)	.238(**)	.147(*)
新聞	.234(**)	1	.175(**)	0.011	0.000	.241(**)	.495(**)	.316(**)	.228(**)	.150(*)	.275(**)
ホームページ	.142(*)	.175(**)	1	.517(**)	.380(**)	0.076	.152(*)	.286(**)	.155(*)	.161(**)	-0.008
BBS	0.100	0.011	.517(**)	1	.657(**)	.149(*)	0.123	.213(**)	.129(*)	.205(**)	0.019
ブログ	0.042	0.000	.380(**)	.657(**)	1	.129(*)	.135(*)	.143(*)	0.096	.193(**)	-0.047
街頭演説	.201(**)	.241(**)	0.076	.149(*)	.129(*)	1	.323(*)	.153(*)	.369(**)	.249(**)	.213(**)
公報	0.089	.495(**)	.152(*)	0.123	.323(*)	.323(*)	1	.519(**)	.269(**)	.183(**)	.249(**)
マニフェスト	.186(**)	.316(**)	.286(**)	.213(**)	.143(*)	.153(*)	.519(**)	1	.301(**)	0.102	.128(*)
ポスター	.297(**)	.228(**)	.155(*)	.129(*)	0.096	.369(**)	.269(**)	.301(**)	1	.338(**)	.193(**)
口コミ	.238(**)	.150(**)	.161(**)	.205(**)	.193(**)	.249(**)	.183(**)	0.102	.338(**)	1	.494(**)
家族	.147(*)	.275(**)	-0.008	0.019	-0.047	.213(**)	.249(**)	.128(*)	.193(**)	.494(**)	1

** .1%水準で有意 (両側) のもの。

* .5%水準で有意 (両側) のもの。

43の関係に有意な相関。12の関係だけが相関なし。有意なのはいずれも正の相関。
 網掛け処理したものは、特に強い正の相関を示したものの。

きる。それでは彼女たちが投票行動を決定する要因は、どこに求められるのだろうか。

第1節で触れたように、今回の選挙において若年層は、ブログなどのICTを利用した新しいメディアの影響を受けていると言われていた。しかし、本調査の結果からは、そのような新しいメディアの影響はまったく出てこなかった。当初の予想どおり彼女らは、ICTメディアをそれなりに利用していたにも関わらず、その影響力の無さは他のメディアと比べるときわめて明白であった。つまり、新しいメディアは少なくとも現時点では、ほとんど投票行動に影響を与えていないとみられるのである。

新しいメディアに対して、特に影響力を誇っているのは、予想通りの影響力であった「テレビ」と、「家族」であった。しかしながら、テレビに関してはすでに述べたように、与野党支持層にも無党派層にも同じように影響を与えており、選挙結果の決定的な要因であるとは言にくい。ここで、表15のメディアどうしの相関係数を比べてみると、それぞれのメディアごとに傾向があることが見て取れる。

まず、メディアどうしの相関が高いものとしては、新聞と選挙公報が上げられる。両者とマニフェストの3つは、選挙に対する意識の高い層が相互に参照しあっているメディアであると思われる。次に、ホームページ、BBS、ブログの3つの相関関係が見出せる。これらはいわゆる「新しいメディア」であるといえるだろう。最後に相関を見出すことができるのは、家族と口コミである。つまり、若年女性層が投票行動において影響を受けているメディアは「新聞-公報」「新しいメディア」「家族-口コミ」と3つにカテゴライズできる。そのため、それぞれのメディアがそのカテゴリごとに、異なった影響を与えているであろうことがわかる。そして、この3種の中でもっとも投票行動に影響を与えているのが、「家族」であった³¹⁾。

すでに前節でも述べたように、家族は政党支持や投票率などの政治意識に影響を与えていると考えられる。この傾向は、本アンケートの自由記述

欄において、より顕著に見られる³²⁾。「Q15 今回の衆議院選挙について、あなたは、誰に一番影響を受けましたか？ テレビの出演者・候補者本人・友人でも構いません。自由に回答してください。」という設問において、もっとも多かった回答は「家族との会話」「家族の意見」といった「家族」であり、選挙に関して「身近な家族と話す」「家族の意見が一番信頼できる」というものであった³³⁾。ここで留意したいのは、「家族」と友人とのリアルなコミュニケーションである「口コミ」との相関関係である。つまり、「家族」は「口コミ」と同様に、彼女たちにとって政治や選挙に関する貴重な情報源であり、コミュニケーションを図る場になっていると思われる。おそらく彼女たちは、私たちが考えている以上に、家族の中で政治に関することや選挙に関することを話し、意見交換している可能性があるのである。

これ以上の議論は、自由記述を含めた本調査のさらなる分析や、インタビューによる追跡調査などが必要になってくるであろう。しかし、若年女性層にとっては、この〈家族〉こそがもっともプライオリティの高い情報源であり、政治感覚の高揚の基盤になっている可能性は、ここまでの議論でも十分指摘できよう。本稿で〈家族〉が投票行動や政治意識の「苗床」のような役割をもっていると指摘したのは、〈家族〉が個人と公的な政治領域との間を繋ぐメディアのように機能することがあるということである。〈家族〉のそのような政治的な側面は、従来の選挙研究にまして、さらに議論する必要がある³⁴⁾。

若年女性層がもっとも参考にし、信頼し、そして影響を受けているメディアは、ICTなどの新しいメディアではなく、〈家族〉であった。それは、若年女性層と社会とを繋ぐ、政治参加・社会参加の重要な架け橋となっている可能性がある。公と私の領域で〈家族〉が果たす機能、そしてその集団としての内実を解き明かす作業は、今後の課題としたい。

註

1) ICTは情報通信技術 (Information Communication Technology) の略である。近年、それらを活用したインターネット上のWeb (ホームページ) や日記風にコミュニケーションを図るブログ (ウェブログ) といった利用法が、若年層に多く用いされていることが知られている。本稿では取り上げながったが、Social Networking Site (SNS) といわれる利用法も盛んであるため、今後の検討課題としたい。なお、本稿における「若年」は、一般に使われるのとほぼ同じ、20代前半を想定している。

2) 本調査の詳細な分析結果は逐次報告する予定であり、本稿はその単純集計や概要を報告するものである。そのような基本的な調査結果を、まずは『社会情報学研究』に発表するのは、学内、そして学生への成果の還元を含め、意義ある作業であると考えている。

3) 本調査は、著者らの担当授業時間終了後や、協力を得られた教員の授業時間後などに実施した。そのためもちろん無作為抽出ではなく、サンプルが単一の女子大学のみであるため、標本の妥当性に問題があるのは事実である。しかし、若年女性層に対する探索的な調査を設計する場合、その相当程度の割合を占める女子大生に着目することに問題はないだろう。かつ調査結果のフェイス項目も極端な偏りがなく、投票率や傾向も世論調査や出口調査とほとんど変わらないことを踏まえると、ある程度若年女性層の傾向を見いだすことができると考えている。

4) 調査成果の還元という意味では、アンケートに協力してくれた学生のみでも十分かもしれないが、同年代のメディア利用がどのようなかについては彼女ら自身も興味深いであろうし、その分析結果を解説することは教育面でも高い効果を得ることができると考え、著者らの授業内でも取り上げた。実際のところ大変好評であり、反響が高かった。今後、このようなかたちでのインタラクティブな形式は大学の授業において、求められてくるのではないかと考える。

5) 本文と図表の数値にズレがあるのは小数点以下の処理が異なるため。以下同様である。なお本調査のデータ整理などで、2005年度柴田ゼミの方々にご協力いただいた。改めて感謝を表したい。

6) なおこの設問は、パソコンを使用したネット利用を念頭に置いており、携帯電話によるネット利用を含めた場合、また異なる結果が見えてくると思われる。

7) 他の選択肢では「自宅にパソコンは無い」が1人 (0.4%)、「その他」の回答は無かった。

8) 本調査は若年層にたいする調査であるため、投票権がなかったり住民票がなかったりすることで、投票できない層が多いことが予見された。そこで実際に投票できた場合にどのような投票行動を取るかを知るために、仮に投票できたとしたら誰に投票するかを聞く選択肢を用意した。選挙後の行動を聞くことになってしまうが、その結果は本文中にもあるように、実際の投票結果とさほど違いは無かった。そのため全体的な傾向をつかみたい場合などで、合併して用いることがある。

9) 一方で自民党への投票は実際と仮定的なものとはほとんど変わっていない。仮定的な投票行動を考える場合、選挙結果を見たことが影響している可能性が捨てきれないが、本調査においては必ずしも明確ではないと思われる。

10) 小選挙区における、Q2の実際の投票行動とQ6の仮定的な投票の結果を統合するにあたり、以下のように選択肢を統合した。まず、「自民党の候補」「民主党の候補」「公明党の候補」「共産党の候補」「社民党の候補」「その他の政党の候補」「無所属の候補」という選択肢は、Q2とQ6の双方に用意されており、統合にあたり単純に合併した。次に、「何も書かず投票した (白票)」および「その他」という選択肢も同様であり、合併した。残る選択肢はQ2に固有の「政党・所属はわからない」「忘れた」、Q6に固有の「誰でもいい」となる。これらの選択肢を合併し「わからない/忘れた/誰でも」とした。

11) 比例区における、Q3の実際の投票行動とQ7の仮定的投票の結果を統合するにあたり、以下

のように選択肢を統合した。小選挙区と同様に、「自民党の候補」「民主党の候補」「公明党の候補」「共産党の候補」「社民党の候補」「その他の政党の候補」に関しては、共通の選択肢であり、単純に合併した。次に、「何も書かず投票した(白票)」および「その他」という選択肢も共通であり、合併した。残る選択肢はQ3に固有の「忘れた」、Q7に固有の「どの政党でもいい」となる。これらの選択肢を合併し「どこでも/忘れた」とした。

12) 「与党」とは、「自民党」と「公明党」を合併したものであり、「野党」とは、民主党をはじめ与党以外の政党を合併したものである。小選挙区における「無所属」および他の選択肢については、分析毎に示している。

13) ただし、名前を覚えているか否かは、新聞をよく読んでいるか否かと有意に関連していた。一日当たりの新聞購読時間および新聞からの影響の有無の、両方に有意に関連している。

14) ここでメディアとして聞いたのは、質問票の順に、「テレビ」,「ラジオ」,「新聞」,「雑誌」,「ホームページ」,「インターネット掲示板」(以下、BBSと略)、「ブログ(blog)」,「ケータイサイト」,「メッセンジャ」,「候補者の街頭演説」(以下、街頭演説と略)、「演説会や講演会などの集会」(以下、集会と略)、「選挙公報(新聞に折り込まれているもの)」(以下、選挙公報と略)、「マニフェスト」,「候補者のポスター」(以下、ポスターと略)、「口コミの情報」,「家族との会話」である。また Social Networking Site (SNS) についても、事前調査の段階であまり影響を与えていないと判断し、今回の調査では聞かなかった。しかし本稿の結論を踏まえると、選択肢に加わってればメディアの影響力の差として、さらに興味深い成果を得られた可能性がある。この点に関しては、今後の調査において反映していくべき課題としたい。

15) なおここで挙げなかった選択肢の「参考にした」比率は「ケータイサイト」3.9%、「メッセンジャ」2.0%、「集会」4.7%であった。

16) 前述したように、「とても参考にした」と「ま

あまあ参考にした」を「参考にした」として統合し、「あまり参考にしなかった」と「まったく参考にしなかった」を「参考にせず」として統合した。

17) FQ2の「あなたは現在、どなたかと同居していますか?それとも一人暮らしですか?該当するものを1つ選んでください。」に対する回答のうち、「友人・パートナーとルームシェア」「祖父母・親戚と同居」「学生寮などの寮に居住」「その他」をまとめて「その他同居」とした。その上で、「親と同居」「一人暮らし」「その他同居」と参考度との間で3×2のクロス表を作成した。

18) 新聞の参考度と、居住形態とに有意な関連が見出される理由は、一人暮らしの場合に新聞を定期購読する度合いが低いことが考えられる。

19) 小選挙区の投票行動においては、「与党」と「野党」として合併した項目のほかに、「無所属の候補」を含む他の選択肢は「その他」として合併した。比例区については、「与党」と「野党」として合併したものの以外は、すべて「その他」として合併した。以下、投票行動の分析においては、この合併に従う。

20) FQ3の選択肢が5つであることから、小選挙区、比例区のいずれも自由度は8となった。また、 χ^2 乗値は、小選挙区で8.748、比例区で11.589であった。なお、いずれも期待度数が5未満のセルはない。

21) メディア毎にどの程度参考にしたかを聞いたQ9は、4点尺度を採用していた。「とても参考にした」に3点を、「まあまあ参考にした」2点、「あまり参考にしなかった」1点、「まったく参考にしなかった」0点として平均値を算出した。

22) T検定、 $p < 0.05$ 。なお「新聞」における平均値の差は、 $p < 0.10$ で有意。

23) 比例区での投票行動で比較すると、「口コミ」の平均値が、与党で1.34、野党で1.03となり有意な差となっている ($p < 0.05$)。

24) 比例区での投票行動においては、野党へ投票したグループが「選挙公報」をより参考にしていくとの結果も出ている ($p < 0.05$)。

25) さらにメディア同士の影響関係をみるため

に、メディア同士のあいだの相関係数を算出した(表15)。その結果は、全部で55の関係のうち、43の関係で有意な相関が見られた。この有意な結果は全て正の相関であった。このことから、選挙に際してメディアを参考にした人は、単一のメディアではなく、複数のメディアを参考にする傾向が伺える。ただしテレビとネット系メディアとの間や、家族の意見とネット系メディアの間には、有意な相関関係がほとんどみられず、参考にするメディアの属性による選別が働いている可能性はある。この点は本稿結論でも簡単に触れたが、更なる分析に関しては別稿を期したい。

26) 「家族の意見」は、「とても参考にした」「まあまあ参考にした」を「参考にした」として統合し、「あまり参考にしなかった」「まったく参考にしなかった」を「参考にせず」として統合した。

27) 投票行動として「その他」として統合した中には、次の選択肢の回答が含まれている。「何も書かずに投票した(白票)」「忘れた」「所属・政党はわからない」「何も書かずに投票した(白票)」「誰でもいい」「無所属の候補」「その他」。

28) 居住形態については「親と同居」と「一人暮らし」は単独で、それ以外の選択肢を「その他同居」としてまとめた。他方投票したか否かについては「投票権がなかった」「忘れた」「その他」との回答は除いてある。

29) Q5より。なお「その他同居」で「投票しなかった」14人のうちでは、8人が住民票を移していないことを理由としている。

30) もっとも近年は、松本(2006)のように、政党支持の残余カテゴリとしての無党派という議論の問題性も指摘されてきている。本調査ではQ15~Q19まで自由記述を設けたが、その回答を詳細に見ていくと確かに無党派層と政党支持層の境が無くなってきているようにも思われる。その点に関しては別稿を期すこととし、現段階ではなじみのある無党派の概念を用いて分析したい。

31) 「家族」の影響が大きかった理由の一つとして、性別の差という議論もありうるかもしれない。本調査は性別で比較することはできないため、論証は別の機会を待ちたい。

32) 本調査における自由記述の設問は以下のとおりである。「Q15 今回の衆議院選挙について、あなたは、誰に一番影響を受けましたか? テレビの出演者・候補者本人・友人でも構いません。自由に回答してください。」「Q16 今回の衆議院議員選挙について、一番記憶に残っている言葉や出来事は何ですか? 自由に回答してください。」「Q17 あなたは今回の衆議院議員選挙に、なぜ投票したのですか? または、なぜ投票しなかったのですか? 自由に回答してください。」「Q18 あなたが今回の衆議院議員選挙で参考にした、番組、記事、Webサイトの内容を教えてください。自由に回答してください。」「Q20 そのほかに選挙について、思うことがあれば、自由に書いてください。」

33) Q15についてコーディングをおこなったところ、家族の影響を指摘しているのは12人であった。今回の選挙における唯一の主役である小泉純一郎に言及しているのが8人であったことから、家族の影響を認識することができよう。

34) 著者らは、ここでいう家族の影響を、ミシガンモデルにおける心理的な政党帰属意識や、ネットワーク分析における所属集団、居住地域、勤務先などの社会環境の一つとしての家族という意味とは異なり、政治感覚や公共感覚に関する情報入手し議論する役割を担う、一つのメディアとして説明できるのではないかと考えている。つまり家族は、公的な政治空間と私的な個人空間を接続する中間集団として、政治的なメディアとしての機能をもつのではないかと、という仮説である。その論証、より詳細な議論は、別稿を期したい。

参考文献

- 遠藤薫, 2006, 「2004年アメリカ大統領選挙と複合メディア環境—インターネットとアメリカ〈世論〉—」, 『学習院大学 法学会雑誌』40巻2号。
- 池田謙一, 2004, 「2001年参議院選挙と『小泉効果』」, 『選挙研究』第19号 日本選挙学会。
- 金子勝, 2005, 「論壇時評—政治のバブル」朝日

新聞夕刊 9月27日14面。

松本正生, 2006, 「無党派時代の終焉—政党支持の変容課程—」, 『選挙研究』第21号 日本選挙学会。

NHK 放送文化研究 http://www.nhk.or.jp/bunken/research/ippan/seijiishiki/list_seijiishiki2005.html。2006年9月21日。

宮台真司・神保哲生・東浩紀・水越伸・西垣通・池田信夫, 2006, 『ネット社会の未来像』, 春秋社。

湯川鶴章・高田昌幸・藤代裕之, 2005, 『ブログ・ジャーナリズム—300万人のメディア』, 野良舎。

付記

本稿は著者である皆吉, 柴田が共同で調査をおこなった。第3, 4節は主として皆吉が, 第1, 2, 5節は主として柴田が執筆したが, 分析は共同でおこない, 議論の結果を反映させている。なお本稿の第5節及び柴田担当部分は, 文部科学省科学研究費補助金(平成18~20年度 若手研究(B))「自らを社会に接続させるメディア・リテラシーの実証研究—障害者に学ぶ『知の積層』—」による研究成果の一部である。

Voting behavior for young women and new media The survey of the 44 th the House of Representatives election

JUMPEI MINAYOSHI*, KUNIOMI SHIBATA**

*Graduate School of Human Relations, Keio University**

*School of Social Information Studies, Otsuma Women's University***

Abstract

The 44th the House of Representatives election has provoked a controversy because it ended in the sweeping victory of the government party. Numerous attempts have been made by scholars to say that due to the young people' voting who use Information Communication Technology. This paper is intended as an investigation of the effects of all kinds of media and others on young women's voting behavior.

The results obtained were contrary to our intention. It clearly shows that young women's voting behavior is irrelevant to ICT media. From this survey, we realize that nothing will explain their voting better than the effects of their family member's opinion. These results lead us to the conclusion that the political attitudes of young women have connections with the situations of their families.

Key Words (キーワード)

the House of Representatives election (衆議院総選挙), Young women's voting behavior (若年女性の投票行動), Information Communication Technology (情報通信技術), Media (メディア), Family (家族)