

## 科学研究費助成事業（科学研究費補助金）研究成果報告書

平成24年 5月22日現在

機関番号：22604

研究種目：若手研究（B）

研究期間：2010～2011

課題番号：22730118

研究課題名（和文） 選挙情勢に基づく投票意図の形成と変容：有権者の戦略的行動に関する実証研究

研究課題名（英文） The Effect of Electoral Situation on Formation and Change of Voting Attitude: An Empirical Analysis on Strategic Voting

研究代表者

今井 亮佑（IMAI RYOSUKE）

首都大学東京・社会科学部研究科・准教授

研究者番号：80345248

研究成果の概要（和文）：2010年参院選において、同一政党（民主党）から2名の候補者が出馬した愛知県の有権者を対象に、選挙前・選挙後の2波WEBパネル調査を実施した。得られたデータを統計的に分析した結果、民主党に対する評価の高い人ほど、2名のうち相対的に不利と選挙情勢報道で評価された候補者に投票するという傾向が確認された。同一政党の候補者間での選択という状況に置かれた有権者の中に、選挙区の情勢を考慮に入れて戦略的に行動する者がおり、いわゆる「アンダードッグ効果」が生じているということが、我が国における選挙・投票行動研究では初めて実証された。

研究成果の概要（英文）：We conducted a two-wave panel survey before and after the 2010 Upper House election. Eligible voters in Aichi Prefecture, where two candidates were endorsed by the same party (the Democratic Party of Japan, DPJ), were interviewed. Our statistical analyses showed that people who had higher evaluation toward DPJ tended to vote for the candidate that had been viewed as an underdog in the media coverage. This result supports the existence of strategic voters, those who take into account the situation of electoral districts when confronting a choice between candidates from the same party. This is the first formal evidence of the "underdog effect" in Japanese election literature.

交付決定額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合計
2010年度	2,900,000	870,000	3,770,000
2011年度	500,000	150,000	650,000
年度			
年度			
年度			
総計	3,400,000	1,020,000	4,420,000

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：政治学・政治学

キーワード：選挙研究

## 1. 研究開始当初の背景

国政選挙の数日前の新聞各紙では、各選挙区における戦況が報じられる。これは一般に「(選挙) 情勢報道」と呼ばれている。

有権者の投票意図が徐々に固まっていく選挙戦中盤に流されることから、こうした情勢報道は投票行動に影響を及ぼしうると考えられている。具体的には、自らの一票をな

るべく有効に活用したいと考える有権者は、情勢報道で伝えられた候補者の当選可能性を考慮に入れて、投票意図を形成したり変容させたりしている可能性がある。このような選挙結果に関する予測に基づく投票は、「戦略的投票 (strategic voting)」と呼ばれる。戦略的投票に関する実証研究は、特に欧州諸国の議会選挙を題材に、非常に盛んに行われている (例として、Karp, Vowler, Banducci and Donovan 2002; Moser and Scheiner 2005; Gschwend 2007; Shikano, Herrmann and Thurner 2009)。このことが示すように、有権者は選挙の情勢を判断材料に戦略的に投票行動を決めているのか、戦略的投票を行う有権者にはどのような特性があるのか、といった論点の解明は、近年の投票行動研究における重要な研究課題となっている。

海外におけるこうした研究の潮流を背景に、選挙情勢報道に基づく戦略的投票の態様について、理論的観点からの整理を試みた (今井亮佑, 2009, 「選挙情勢報道の影響」『創文』524号, 1-5頁.)。その結果、戦略的投票の具体的なあり方には、選挙制度によって規定されるという側面があることが浮かび上がってきた。

まず、現行の小選挙区比例代表並立制の下では、自分の一票を死票にしたいと考える有権者に、優勢と報じられた候補者への投票を選択するようになる「バンドワゴン効果」が生じやすくなっていると考えられる。これは、並立制下では二票を投じることができるためである。自分の支持政党の候補者が情勢報道で劣勢と報じられた場合、小選挙区での自分の一票を無駄にしないために、負けが確実な支持政党の候補者を見捨てて勝ち馬に乗るという「不義理」を働いたとしても、比例区で支持政党に投票すれば、心情的に帳消しにできる。つまり、「戦略的分割投票」という形で、「バンドワゴン効果」が現れるのである。

他方、かつて総選挙で採用されていた中選挙区制や、参院選の複数定数区の一部のように、同一政党から複数の候補者が出馬するという状況では、別の形の戦略的投票行動が生じる。この状況では、特定の〇〇党候補というよりも〇〇党という政党の勝利を望む有権者には、自らの選挙区で当選する〇〇党候補をなるべく多くしたいというインセンティブが働く。情勢報道で、たとえば〇〇党のA候補は「優勢」、B候補は「接戦 (あるいはやや劣勢)」などと報じられた場合、こうした意識を持つ有権者は、勝利がほぼ確実と思われるA候補ではなく、接戦 (あるいはやや劣勢) にあって勝利が確実ではないB候補に投票することで、〇〇党の2人の候補を当選させようとする。このように、一選挙区から複数の当選者を出すことができるとい

う中選挙区制の下では、選挙の情勢を考慮に入れた一部の投票者に、劣勢と報じられた候補者への投票を選択するようになる「アンダードッグ効果」が生じると考えられるのである。

このうち前者に関して、2003年総選挙を題材とした分析を行い、戦略的分割投票の存在を実証することに成功した (今井亮佑, 2008, 「分割投票の分析—候補者要因, バッファ

ー・プレイ, 戦略的投票」『レヴアイアサン』第43号, 60-92頁.)。すなわち、比例区で投票した政党の候補者の当選可能性に関する情勢報道の評価が芳しくないほど、勝ち馬に乗る形で、より当選可能性の高い対立候補への分割投票を選択する確率が高くなることが明らかとなった。

これに対し後者に関しては、国内外における投票行動研究の動向に照らして、検証に付す学術的意義が高いと考えられるにもかかわらず、データの限界から、現状では実証的に検討することはできない。これは、(二次利用可能な形で公開されている) 中選挙区制下で行われた選挙調査の大部分が、全国調査として実施されていることに起因する。全国を対象とした調査では、各調査対象者の置かれている文脈 (選挙区における同一政党からの立候補者数) がそれぞれ異なるということが、分析を行う上で阻害要因となっているのである。

## 2. 研究の目的

つまり、同一政党から複数の候補者が出馬している状況において、相対的に劣勢にある候補者への投票を選択するようになるという、アンダードッグ効果としての戦略的投票が行われているのか否かについて検討するには、民主・自民の二大政党が複数の候補者を擁立する、参議院議員通常選挙の複数定数区のいずれかに対象を絞った形での世論調査を新規に行うことが必要不可欠なのである。

そこで本研究では、2010年7月11日投票の第22回参院選の前後に、民主党が2名の候補者を擁立した愛知県の有権者を対象とした2波のパネルWEB調査を実施することによって、同一政党から複数の候補者が出馬している状況において、選挙の情勢を考慮に入れて投票意図を形成したり変容させたりする有権者が存在するのか、(存在する場合) そのような有権者はいかなる特徴を有するのかを、実証的に解明することを目指した。

## 3. 研究の方法

(1) 本研究課題の採択が決まると同時に、WEB調査を委託する業者の選定に取り掛かっ

た。調査の質を高めるために、価格の他に、調査の信頼性（こちらの要求する調査設計どおりに実査を行ってもらえるかどうか、登録パネルの質及び量）についても重視する形で検討した結果、(株)日本リサーチセンターに委託することとした。

(2) アンダードッグ効果が顕著に発生することが理論的に想定されるのは、同一政党から複数の候補者が出馬しており、その中に、情勢報道で「優勢」と報じられた候補者と、「接戦」もしくは「やや劣勢」と報じられた候補者とが含まれる、という状況である。2010年参院選の場合、小沢一郎幹事長(当時)の方針により、福岡県・新潟県を除く10の2人区と、全ての3人区(埼玉県・千葉県・神奈川県・愛知県・大阪府)、5人区(東京都)に、民主党は2名の公認候補を擁立した。選挙直前に就任した菅直人首相の消費税増税を巡る発言のブレ等に起因して、内閣発足直後から支持率の低下傾向が見られたことから、2人区での民主党の議席独占は困難であろうと判断し、調査対象は、序盤の情勢に関する報道に基づいて、3人区もしくは5人区から選定することにした。埼玉県・千葉県・東京都・神奈川県・大阪府に関しては、序盤の情勢の読みが新聞社ごとに大きく異なっていた。これに対し愛知県のみ、藤川政人(自民党)と斉藤嘉隆(民主党)が「優勢」、安井美沙子(民主党)と薬師寺光代(みんなの党)が「接戦」ということで、各紙の評価がほぼ一致していた。そこで、序盤の選挙情勢に関する各紙の報道を参考に、愛知県を調査対象として選定した。

(3) 調査の実施を委託した日本リサーチセンターが保有するサイバー・パネル(WEB調査の対象者として同社の名簿に登録されている者のこと)のうち、愛知県を居住地として登録している者を、本調査の母集団と想定した。サンプルの回収に当たっては、「地域」・「性別」・「年齢」の3属性に基づく割り当て方式を採用した。歴史的に、また地勢的に、愛知県は大きく「名古屋市」「尾張地域」「三河地域」の3つに分類されることから、「地域」(3カテゴリ)・「性別」(2カテゴリ)・「年齢」(20歳代・30歳代・40歳代・50歳代の4カテゴリ)により $3 \times 2 \times 4 = 24$ のセルを作成し、各セルについて、2005年の国勢調査における人口分布に基づく目標回収サンプル数を設定した。

(4) 選挙前の第1波調査は、2010年7月2日(金)から8日(木)までの1週間に行った。21446名に発信し、5778名から回答を得た(回収率=26.94%)。第1波調査に回答した5778名を対象とする第2波調査は、投票

日翌日の7月12日(月)から16日(金)にかけて行い、2544名から回答を得た(回収率=44.03%)。

(5) 第1波調査では、立候補者の認知度・好感度・イメージ、調査の時点での各候補者の当選可能性に関する主観的認識、どの候補者に投票するつもりか(投票意図)、選挙結果に関する願望(どの候補者に当選してもらいたい)、そして通常の選挙調査で尋ねられる質問項目群(政党支持、内閣支持、業績評価、政策争点に対する態度、政治関心度、その他の政治意識)を尋ねた。一方、第2波調査に盛り込まれた質問項目は、選挙期間中に情報を入手した新聞名、投票日直前時点での各候補者の当選可能性に関する主観的認識(リコール)、選挙期間中に各候補者が行ったキャンペーンへの接触の有無、どの候補者(の陣営・支援者)から、どのような形で投票の依頼を受けたか、そして実際の投票行動などである。また第2波調査では、これまでの選挙調査にはない試みとして、有権者が持つ判官最良の心理や勝ち馬に乗りたく考える心理を測定する質問も行った。

(6) 研究期間の2年目にあたる2011年度には、2000年代に入ってから行われた8回の国政選挙を対象に、読売新聞・朝日新聞の2紙について情勢報道の内容分析を行い、同一の基準を適用した形でコーディングしたデータベースを作成した(コーディングの詳細については、下記「5. 主な発表論文等」の〔雑誌論文〕の②を参照されたい)。

#### 4. 研究成果

(1) 衆議院の選挙制度改革後に行われた5回の総選挙を対象に、戦略的行動をとる際の判断材料(の1つ)と考えられる「選挙情勢報道」に関する内容分析を、読売・朝日の2紙について行った。そして、各候補者が「優勢」にあるのか「劣勢」にあるのか、それとも「接戦」を繰り返しているのかを表す、内容分析を通じて作成したデータを、総選挙における自民党候補・民主党候補の選挙運動支出データ・得票データとリンクさせて統計分析にかけた。その結果、自民党候補に関しては、選挙情勢に基づいて選挙運動支出額を調整する(より具体的には、接戦の選挙区ほど支出額が多くなる)という、戦略的行動をとる傾向が見られることを明らかにした(下記「5. 主な発表論文等」の〔雑誌論文〕の②)。有権者の戦略的投票について実証的に検討するという本研究課題の目的に直接には合致しないものの、選挙運動支出という限りある資源の利用における候補者の戦略的行動を(管見の限り初めて)明らかにした本論文は、一定の学術的意義を有するものと考えて

いる。

(2) 実施した2波WEBパネル調査で得られたデータを統計的に分析した。2名の民主党候補者間での選択を従属変数、両候補の認知度・好感度、両候補による選挙キャンペーンや動員への接触といった統制変数に加えて、①民主党に対する好感度、②勝ち馬に乗りたいという意識を表す尺度を独立変数にとった分析を行った結果、①民主党に対する評価の高い人ほど、2名のうち相対的に「不利」と情勢報道で評価された候補者に投票する傾向があること、②勝ち馬に乗りたいという意識を持つ人ほど2名のうち相対的に「有利」と情勢報道で評価された候補者に投票する傾向があることが確認された。つまり、同一政党の候補者間での選択という状況に置かれた有権者の中に、選挙区の情勢を考慮に入れて戦略的に行動する者がおり、いわゆる「アンダードッグ効果」が生じているということが、我が国における選挙・投票行動研究では初めて示されたのである。なお、本研究成果は未発表であり、現在論文の投稿に向けて準備を進めている。

## 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文] (計2件)

- ① 今井亮佐・日野愛郎. 2011. 「『二次的選挙』としての参院選」日本選挙学会年報『選挙研究』第27巻第2号, 5-19頁. (査読無)
- ② 今井亮佐. 2011. 「選挙運動支出の有効性」『年報政治学 2011-II』11-32頁. (査読無)

[学会発表] (計2件)

- ① 今井亮佐・日野愛郎. 2011. 「『二次的選挙』としての2010年参院選」2011年度日本選挙学会総会・研究会 (5月14日・15日, 於 関西学院大学), 共通論題「2010年参院選と「政権交代後の選挙」」報告.
- ② Hino, Airo, and Ryosuke Imai. 2011. “The Second-order Election Model in the National Context: The Electoral Cycle and Government Popularity in Japan.” Paper prepared for Panel “The Electoral Cycle Revisited” in the 6th ECPR General Conference, Reykjavik, 24-27 August, 2011.

## 6. 研究組織

(1) 研究代表者

今井 亮佐 (IMAI RYOSUKE)

首都大学東京・社会科学研究所・准教授  
研究者番号: 80345248

(2) 研究分担者

(3) 連携研究者