

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 5 月 17 日現在

機関番号：32641
 研究種目：基盤研究(C) (一般)
 研究期間：2013～2016
 課題番号：25380353
 研究課題名(和文) 選挙制度と政治システムの契約理論的研究

 研究課題名(英文) Electoral systems and political institutions

 研究代表者
 江口 匡太 (Eguchi, Kyota)

 中央大学・商学部・教授

 研究者番号：50302675
 交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,700,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は衆議院議員選挙が中選挙区制から小選挙区制へ移行したことに焦点をあて、政治家の行動がどのように変化したのか、選挙公報のメッセージに注目してデータベースを構築し、分析した。具体的には、首都東京の選挙区に限定し、1979年の第35回衆議院議員選挙から2014年12月の第47回衆議院議員選挙までの13回分と、比較のために1977年の第11回参議院議員選挙から2013年の第23回参議院議員選挙の13回分とをコード化し、のべ1674人分のサンプルを得た。その結果、小選挙区に移行した後、政党や議員経験の有無にかかわらず、地元へ利益誘導を意識した公約やメッセージは減少したことが観察された。

研究成果の概要(英文)：This study argues how lawmakers and candidates for parliament altered their behaviors in response to the electoral reform of the lower house of the parliament (House of Representatives), Shugiin. This reform changed the constituency system from multiple-seat (3 to 5) electoral districts to single-seat ones. This study focuses on the messages and policy pledges that candidates in the Tokyo electoral districts showed in the official campaign bulletins. A database was created comprising candidates from the 35th election of the lower house in 1979 to the 47th election and from the 11th election of the upper house (Sangiin) in 1977 to the 23rd election in 2013. The sample size is 1,674. Results show that pork barrel messages are unlikely to appear after the electoral reform. This result is not influenced by candidates' parties and their experiences as members of parliament.

研究分野：経済学

キーワード：選挙 衆議院 小選挙区 中選挙区 参議院 東京都選挙区 利益誘導

1. 研究開始当初の背景

1990年代以降の失われた10年(または20年)と呼ばれる日本経済の停滞が続く中、政治の指導力の必要性が認識されているものの、小泉政権後の首相の頻繁な交代に象徴されるように政治もまた停滞していると言われていた。その原因として、衆参のねじれ現象と国民に迎合的なポピュリズムの蔓延が指摘されていた。

衆参のねじれは、二院制という制度が世論を集約する上でも、政治の安定性のためにも本来の機能を果たしていないことを示していた。ポピュリズムについては、小選挙区制によって、国会議員がこれまで以上に議席を維持することが難しくなったことから、落選を恐れるあまり大衆迎合的な政策を公約しがちになったと言われている。実際、昔ではほとんど落選することのないような大物議員が選挙の風次第で落選する姿が観察されるようになった。その結果、選挙の度に、「

チルドレン」と呼ばれる初当選議員が多数生まれ、なかには政治家としての準備も不十分な者も散見された。ただ、どちらにしろ、そのときの選挙に有権者の判断が反映された結果であり、その意味で民意を反映した結果でもあった。

政治のあり方は最終的には民意によって決められるのは当然としても、民意の集約の仕方は選挙制度によって異なり、また、政治家の行動も選挙制度に影響を受ける以上、民意の適切な集約の仕方や、政治家の行動を規定する望ましい制度というものが存在すると考えられる。実際、政治制度の経済分析は欧米を中心に1990年代以降活発に行われ、すでに一定の研究成果の蓄積があった。こうした先行研究で明らかになったことと、日本の問題とを比較することによって、民意の反映と政治の安定性を可能な限り両立する政治制度の在り方を考えることができるのではないかと、これが本研究を着想した背景であった。

2. 研究の目的

欧米を中心とした政治制度の研究は、Persson and Tabellini (2000)にみられるように、数理的な理論モデルの構築と、データによる実証分析によって行われ、そこでは可能な限り客観的でロジカルな分析が志向されている。日本の政治に対する分析も、近年若い研究者を中心にデータによる客観的分析が増えてきたものの、未だ定性的な研究が多い。政治活動という包括的な行動を分析する以上仕方のない面もあるが、政治家や分析者の個人的な経験や印象に依存したものが多いため、そこで、本研究では焦点を絞り、エビデンスの構築に努めることにした。

本研究は衆議院議員選挙が中選挙区制から小選挙区制へ移行したことに焦点をあて、政治家の行動がどのように変化したのか、選挙公報のメッセージに注目した。スポーツで

はルールが変更されれば戦い方が変わるように、制度が変われば政治家の行動も変わるはずである。しかし、政治家の行動を印象ではなく、きちんと客観的にとらえることは難しい。企業であれば、収益や規模など客観的な数値があり、それに基づいた分析が可能となるが、政治家の場合はそうした客観的な指標がほとんどない。この点では、政治の定量的な分析には困難がどうしても付きまとう。

これまでの研究では、建林(2004)による、長く政権与党を担当した自民党議員のキャリア形成について、自民党内のどの部会に所属したかに注目して分析したものや、自分の選挙区や都道府県にどれだけ地方交付税交付金を増やすことができたかに注目したものがあつた。これらの研究成果は日本の政治についての理解を深めることを可能にした重要な成果ではあるが、政治家個人の行動をとらえることができない。

そこで、本研究では、選挙の際に発行される選挙公報に注目し、その選挙公報のメッセージが選挙制度の変化によってどの程度変化したかを分析することにした。それによって、選挙制度が政治家個人の行動にどのように影響を与えたのか探ることができると考えられるためである。

3. 研究の方法

(1) 選挙公報はほぼすべての候補者が有権者に公約をアピールするものであり、そこでこの公約は(どこまで守られるかはともかく)候補者の政策や価値観を表し、その後の行動を規定する可能性が高い。また、一個人ごとのメッセージを分析することができる点もメリットである。

しかし、選挙公報のメッセージは候補者が自由にデザイン、アピールできるものであり、また、定性的なものである。このメッセージをコード化するためには、煩雑な作業が避けられないため、首都東京の選挙区に限定してコード化の作業を進めた。具体的には、1979年の第35回衆議院議員選挙から2014年12月の第47回衆議院議員選挙までの13回分である。また、比較のために1977年の第11回参議院議員選挙から2013年の第23回参議院議員選挙の13回分もコード化した。以上を合わせて、のべ1674人分のサンプルを得た。

(2) 衆議院議員選挙の東京都の選挙区は、中選挙区制では全11区あった(図1)。図1の

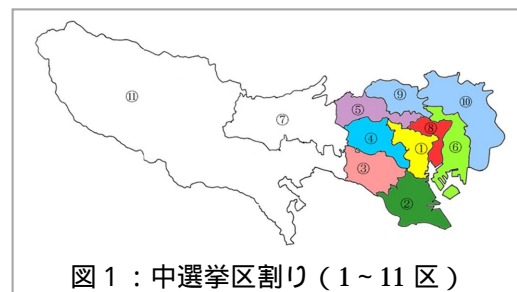


図1：中選挙区割り(1~11区)

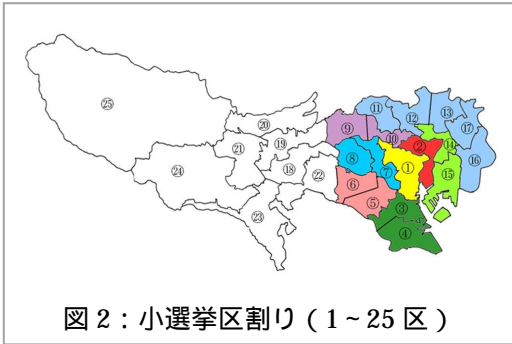


図 2：小選挙区割り（1～25区）

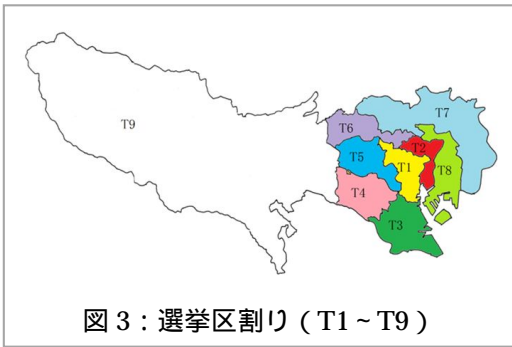


図 3：選挙区割り（T1～T9）

各番号が選挙区を示している。1996年の選挙から小選挙区制に移行し、全25区に細分化された（図2）。なお、2002年に18区と22区で区割りを変更されている。

国政選挙であるものの地元の選挙区の要望は重要であるため、候補者は地元の道路や病院など、地元特有の問題の解決を公約することが多い。この地元への利益誘導を意図したメッセージに注目するために、図3のように、中選挙区割り和小選挙区割りの重複部分があれば同一選挙区とみなし、T1～9に地域割りを設定した。T9エリアが広がるのは、旧7区と旧11区が広く、小選挙区割りでも重なるためである。

(3) 地元への利益誘導メッセージをコード化するにあたり、選挙区内の一部を対象とするのか、それとも全体を対象とするのか、また、具体的な施設や施策を上げるのか、「

の発展」のような抽象的なメッセージにとどまるのかに着目した。具体的には、

1) 選挙区内の一部×具体的な施設・施策

例：「つくばエクスプレス開通」、「練馬西部に総合病院建設」、「外環状建設反対」

2) 選挙区全体×具体的な施設・施策

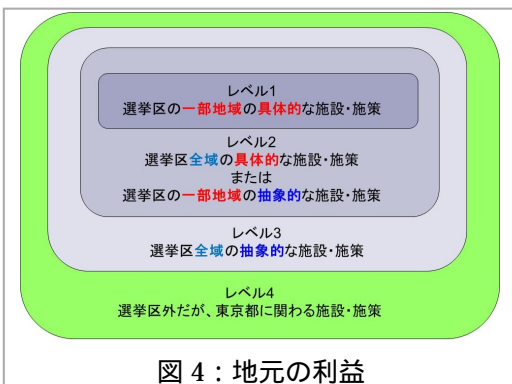


図 4：地元の利益

例：「三多摩の格差解消」、「地元の道路、下水道」、「区」の中小企業」
選挙区内の一部×抽象的な施設・施策
例：「島嶼の発展」、「(単に)地場産業の発展」

3) 選挙区全体×抽象的な施設・施策

例：「地元の開発」、「安全な」、「のために」、「区」の市民と絆深める」

4) 東京都全域

例：「東京の〇〇」、「東京五輪」、「首都高」、「首都直下型地震」

以上のように、地元の利益アピールを4段階でウェイト付けする（図4）。

4. 研究成果

(1) 地元を意識した政策の減少

図5は、衆議院議員選挙東京都選挙区全体で、有力候補者（得票率5%以上）のうち、図4で示した4段階の地元の利益を意識したメッセージを発した候補者の割合を示している。得票率5%以上をとると、国会に議席を有している政党の候補者が概ねカヴァーされる。「政策1」は地元の特定の施設などに言及したもの（レベル1）であり、「政策4」は選挙区よりも広く東京都全体に関わることに言及したもの（レベル4）を表している。これを見ると、全体傾向として、地元へ利益誘導をアピールする傾向が減少していることがわかる。また、「政策1」から「政策4」まで同じような傾向を示している。

「政策3」でみると、中選挙区制の頃は、6割の有力候補者が地元への利益を誘導するような、地元を意識した公約やメッセージを発していたのが、今世紀に入ると3割ほどと半減している。

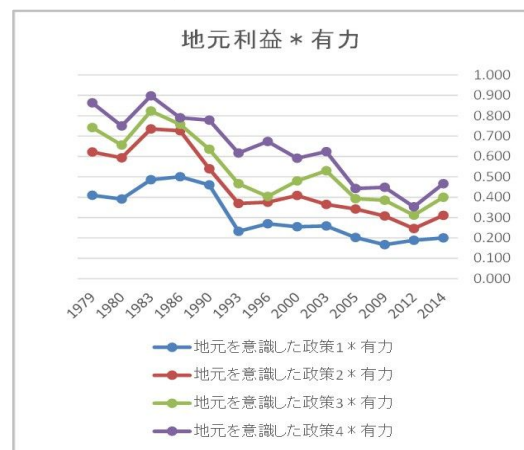


図 5：地元への利益メッセージの推移

(2) 政党別の変化

図6は政党別に見たものである。政党は自民党、公明党、共産党、非自民の4区分である。非自民には、この間様々な政党の離合集散が繰り返されたため、このようなくりにした。非自民に入るのは、55年体制下の社会党、民主党などの政党と、それ以後の日本新党、新進党、民主党などである。公明党は小選挙区制に移行後、ほとんどの選挙区では

候補者を立てず、自民党との協力関係をとっているため除外した。また、新進党に合流していた公明党出身の候補者は非自民に含まれていない。

図6を見ると、共産党の地元へのアピールが大きく減っている。これは、中選挙区制では有力な党の実力者を立て、本気で当選を目指していたのに対して、小選挙区制移行後、党有力者は比例代表へ移り、小選挙区の候補者は比例代表への得票のかき集めのために立候補したにすぎないことを反映している。実際、共産党の候補者はほぼ画一的なフォーマットの選挙公報であり、党執行部の政策をアピールしているだけという印象が強い。

図6で顕著なのは、非自民候補は地元への利益をアピールする頻度が大きく減っていること、そして、自民党候補者もその傾向にあることが読み取れる。



図6：政党別地元への利益メッセージ

(3) 当選経験の有無と地元への政策

通常、当選経験のある議員の方が中央とのパイプも太く、力が強く、地元の有権者にとっても頼りがいがあると考えられる。そこで、新人候補者と比較したのが図7である。これを見る限り、当選の経験に関わらず、小選挙区移行後、地元への利益をアピールするような政策は減少していることが観察される。



図7：当選経験の有無と地元

(4) 地域別

図8は、図3で示した地域別で見たものである。これを見ると、地域によって大きな差があることがわかる。図8は「政策2」でみたものだが、他の段階で見ても同じような地域差が観察された。

T4とT5は、品川区、目黒区、大田区、杉並区、世田谷区の地域である。この地域は多摩地区や都心部に比べて、地元への利益を強くアピールする公約が顕著に少ないことがわかる。ダイナミックな変化にさらされる都心部と、開発が遅れがみられる多摩地区とで地元へのアピールが強いのは、ある意味で自然なことであろう。



図8：地域別地元を意識した政策

以上をまとめると、東京都選挙区に限定した議論になるが、小選挙区に移行した後、政党や議員経験の有無にかかわらず、地元へのメッセージは減少したことが観察される。

もっとも、精緻な統計的検証や他の公約との関連など残された問題は今後の課題として残されている。

<引用文献>

- ・ 建林正彦 (2004) 『議員行動の政治経済学：自民党支配の制度分析』 有斐閣
- ・ Persson, Torsten, and Tabellini, Guido (2000) "Political Economocs: explaining economic policy," MIT Press

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 0 件)

〔学会発表〕(計 0 件)

〔図書〕(計 0 件)

〔産業財産権〕

出願状況 (計 0 件)

取得状況 (計 0 件)

〔その他〕

なし

6．研究組織

(1)研究代表者

江口匡太 (EGUCHI, Kyota)

中央大学・商学部・教授

研究者番号：50302675

(2)研究分担者

なし

(3)連携研究者

なし

(4)研究協力者

なし