

投票行動と情報接触機会

—— 若年層の投票率向上を目指して ——

HS22-0137B 茅野 真也

我が国の選挙において、投票率の低さが大きく懸念されている。日本は民主主義を採用しているため、政治の意思決定の権利は国民にあるが、戦後の国政選挙の投票率は全体として長期的な下降傾向となっている。そこで本稿ではこれを大きな問題として、先行研究により、政治的な情報接触が投票行動にかかわることを明らかにしたうえで、若年層における政治的情報接触機会と投票行動の関連について検証した。

使用したデータは、世界規模で取得が進められている社会—政治参加・社会関係資本・民主主義の関係性に関わる2つの比較研究（アジアン・パロメータ調査, CSES 調査 Comparative Study of Electoral Systems）の日本データを用いて、二項ロジスティック分析を行った。

分析結果では、すべての年齢層でみたときには、選挙運動への関心だけでなく、マスメディアでも投票率を上げる効果があらわれたのに対し、若年層においてはマスメディアと投票行動とのあいだには関連がない。これは若年層のうちテレビや新聞をはじめとするマスメディアからは政治的な情報を得ようとする傾向が弱いということである。

一方で、選挙運動への関心と選挙運動によるメディアを介さない直接のはたらきかけによる情報接触は、すべての年齢層でみたときだけではなく、若年層のみに注目しても、投票率を上げる効果が見込まれる。国や自治体が大きな課題としている若年層の投票率を今後上げていくためには、政治や選挙への関心を高める教育が必要とされる。自治体が積極的に対策を立てて教育を行うとともに、国主体でも、未成年者も含めた経験的な教育をすすめていくことが必要である。また2013年4月に解禁したインターネットによる選挙運動は、既存のマスメディアの代替手段としてだけでなく、候補者、有権者間の議論の場とすることで、直接のはたらきかけとしての効果が今後期待できるであろう。