

# 平成26年度卒業論文

## 政治に無関心な人とは

所属ゼミ	村澤ゼミ
学籍番号	1110401097
氏名	中道裕也

大阪府立大学 経済学部

## 要約

政治的有効性感覚とは、「市民自身が政治的事柄を理解でき、かつ自らの行動が政治的指導者と政策に影響を与えることができるという個人の信念」である。

安野（2003）は JGSS-2001 の個票データを用いて、「市民には政治を左右できない」「政治は複雑でわからない」「自分一人くらい投票しなくてもよい」「議員はすぐ国民を考えなくなる」の 4 つの政治に関する意識について、それらの規定要因をロジット・モデルで分析し、メディア接触が政治への関心の高める一方で、政治家への信頼を下げていることを明らかにした。また一部の組織加入が微弱ながら政治的有効性感覚に負の影響を与え、一方で投票義務感を高めること。

本稿では、安野（2003）の追試として、JGSS-2010 の個票データを用いて同じ分析を行う。以下の 2 点で異なる結果が得られた。分析の結果、おおむね安野（2003）と同じ結果が得られたが、以下の 2 点で異なる結果が得られた。①パソコンの利用が政治についての理解を深めることがわかった。これは通信環境や SNS の発達のためと解釈できる。②組織加入に関して、一部の組織加入が投票義務感を高める効果があるのに対し、加入によって政治的有効性感覚を下げる場合もあることがわかった。

## 目次

第1章	はじめに.....	1
第2章	政治的有効性感覚.....	2
第3章	先行研究.....	3
1.	安野・池田（2002）.....	3
2.	安野（2003）.....	4
第4章	データ.....	5
1.	JGSS-2010.....	5
2.	変数の作成.....	5
第5章	分析手法.....	10
第6章	分析結果.....	11
1.	「市民には政治を左右できない」の規定要因.....	11
2.	「政治は複雑でわからない」の規定要因.....	12
3.	「自分一人くらい投票しなくてもよい」の規定要因.....	13
4.	「議員はすぐ国民を考えなくなる」の規定要因.....	14
第7章	おわりに.....	15
謝辞	.....	16
参考文献	.....	17
付録	.....	18

## 第1章 はじめに

政治的有効性感覚とは、「市民自身が政治的事柄を理解でき、かつ自らの行動が政治的指導者と政策に影響を与えることができるという個人の信念」である。

安野（2003）は JGSS-2001 の個票データを用いて、「市民には政治を左右できない」「政治は複雑でわからない」「自分一人くらい投票しなくてもよい」「議員はすぐ国民を考えなくなる」の4つの政治に関する意識について、それらの規定要因をロジット・モデルで分析し、メディア接触が政治への関心の高める一方で、政治家への信頼を下げていることを明らかにした。また一部の組織加入が微弱ながら政治的有効性感覚に負の影響を与え、一方で投票義務感を高めること。

本稿では、安野（2003）の追試として、JGSS-2010 の個票データを用いて同じ分析を行う。以下の2点で異なる結果が得られた。分析の結果、おおむね安野（2003）と同じ結果が得られたが、以下の2点で異なる結果が得られた。①パソコンの利用が政治についての理解を深めることがわかった。これは通信環境や SNS の発達のためと解釈できる。②組織加入に関して、一部の組織加入が投票義務感を高める効果があるのに対し、加入によって政治的有効性感覚を下げる場合もあることがわかった。

本稿の構成は以下の通りである。第2章では政治的有効性感覚について説明する。第3章では先行研究を紹介する。第4章では本稿で扱ったデータについて説明する。第5章では今回用いた分析手法を紹介する。第6章では分析結果を示し結果内容について説明する。第7章ではまとめと今後の課題について述べる。

## 第2章 政治的有効性感覚

本稿では政治に対する関心を政治的有効性感覚という指標でとらえる。

政治的有効性感覚とは、「市民自身が政治的事柄を理解でき、かつ自らの行動が政治的指導者と政策に影響を与えることができるという個人の信念」である（金、2013）。政治的有効性感覚が低いと政治参加への意欲をなくすことになる。政治的有効性感覚には「自分が政治に影響を持ちうる」という内的有効性感覚と、「民意に応じて政府や政治が変わりうる」という外的有効性感覚（システムに対する有効性感覚）とがある（Balch, 1974）。

政治的有効性感覚の高い人物について安野（2003）では、「学校教育や政治参加を経験することにより、自分が社会の一員として政治に関わっているという意識を得た人物」として  
いる。本稿も安野（2003）と同様に解釈する。

### 第3章 先行研究

#### 1. 安野・池田（2002）

安野・池田（2002）は、現代日本人の政治意識を探ることを目的として、JGSS-2000の個票データを利用して政権担当評価の規定要因と政治的有効性感覚の規定要因を分析している。

特に安野・池田（2002）は社会関係資本（団体に所属しているかどうか）について詳しく研究している。従属変数は①市民には政治を左右できない②政治は複雑でわからない③自分一人くらい投票しなくてもよい④議員はすぐ国民を考えなくなる、の4つである。それに対し説明変数は所属団体数（全ての団体を入れる場合と政治に関するものを抜いた場合の2パターン）、新聞購読時間、テレビ視聴時間、デモグラフィック変数である。これらについてロジスティック回帰分析を行っている。

安野・池田（2002）は以下の2つの分析をしている。1つ目は社会関係資本として全ての所属団体を入れた場合の分析である。その結果、所属団体数が多ければ政治的有効性感覚も高まり、それに加え加齢や教育水準の高い層、時にメディアにおいても政治的有効性感覚を高めていることを示した。

2つ目は社会関係資本として政治的動員の効果を持ちうる団体（政治団体、同業者団体、労組）を抜き、ボランティア団体、スポーツ団体、趣味の団体のみとした分析である。その結果は、ボランティア・スポーツ・趣味の団体の所属団体数が投票義務感を高めるということを示した。このことから、微弱ではあるが非政治的なものであっても政治的有効性感覚を正に導く可能性があることを示した。

## 2. 安野（2003）

安野（2003）では、JGSS-2001 を用いて日本人の政治意識について研究している。具体的には、(1) 2001 年の時点で自民党の政権担当評価に 2000 年と違いがあるかと (2) 2001 年時点での政治的有効性感覚の規定要因の 2 つを分析している。以下では後者の内容を紹介する。

安野・池田（2002）と同様に安野（2003）でも、政治的有効性感覚と政治不信に関する 4 つの項目を従属変数としている。ロジスティック回帰分析を行っている。独立変数は、メディア（新聞、テレビ、読書、パソコン利用）、イデオロギー（政治に対して革新的であるかどうか）、一般的信頼（一般的に人を信じるか）、組織加入（政治団体やボランティア団体へ所属しているかどうか）デモグラフィック変数（都市規模・性別・年齢・学歴・世帯収入主観的評価）としている。

分析結果は以下の通りであった。①メディア接触が政治的有効性感覚に基本的に正の効果を持っているが、テレビに関しては政治家への信頼に関して負の効果があった。②パソコン利用に関しては、政治的有効性感覚は高めるが、政治不信についても高める結果となった。③組織加入に関しては、政治団体への所属が政治的有効性感覚と政治家への信頼に正に働いた。

## 第4章 データ

### 1. JGSS-2010

本稿では JGSS-2010（第8回日本版総合的社会調査）の個票データを使用する。面接調査票と留置調査票の2種類の調査が行われている。面接調査票は調査対象者の属性（年齢・出身など）に関する質問が中心で、留置調査票は調査対象者の意識や行動を中心とした質問がある。留置調査票は、JGSSの基本的な質問を踏まえてある留置A票と「family」モジュールを組み込んだ留置B票に分かれている。本稿では面接調査票と留置A票を用いてデータ分析を行う。

調査対象は2009年12月31日時点で全国に居住する満20～89歳の男女個人である。有効回収数は留置A票2507ケース（回収率62.2%）、留置B票2496ケース（回収率62.1%）であった。「無回答」「わからない」「該当なし」などの回答は除いてある。

### 2. 変数の作成

本稿は先行研究である安野（2003）に基づいて分析を行ったため、安野（2003）で用いられている変数を作成した。

#### (1) 被説明変数

被説明変数は以下の4つである。

- ① 市民には政治を左右できない
- ② 政治は複雑でわからない
- ③ 自分一人くらい投票しなくてもよい
- ④ 議員はすぐ国民を考えなくなる

これらの被説明変数の内容に関して賛成、どちらかといえば賛成、どちらかといえば反対、反対の4値で回答する。ただし本稿では賛成（どちらかといえば賛成を含む）か反対（どちらかといえば反対を含む）の2値で分析する。表中にある数字が大きいほど「反対」、つまり政治的有効性感覚が高いことを示している。下の表4-1ではそれぞれの回答の割合を示している。表4-2では要約統計量を示している。



表4-1 被説明変数に対する回答の割合

	賛成		どちらかといえば賛		どちらかといえば反対		反対		計	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
市民には政治を左右できない	527	21.55	910	37.2	740	30.3	268	11.0	2445	100.0
政治は複雑でわからない	497	20.29	1091	44.5	622	25.4	240	9.8	2450	100.0
自分一人なら投票しなくてよい	81	3.30	261	10.6	715	29.1	1400	57.0	2457	100.0
議員はすぐ国民を考えなくなる	1071	43.66	953	38.9	275	11.2	154	6.3	2453	100.0

資料：JGSS-2010より

表4-2 政治的有効性感覚と政治不信の相関行列

	①	②	③	④
①市民には政治を左右できない	-	0.509	0.278	0.219
②政治は複雑でわからない	0.509	-	0.245	0.249
③自分一人くらい投票しなくてよい	0.278	0.245	-	0.119
④議員はすぐ国民を考えなくなる	0.219	0.249	0.119	-

資料：JGSS-2010より

上記の図に関して、先行研究である安野・池田（2002）、安野（2003）とほぼ同様のパターンを示している。表4-2の相関行列に関して言えば、①市民には政治を左右できないと②政治は複雑でわからないに大きな相関がみられたが、③自分一人くらい投票しなくてもよいと④議員はすぐ国民を考えなくなるに関しては他の項目と相関は小さく、独立した項目であることがわかる。

## (2) 説明変数

本稿では安野（2003）で用いられていた説明変数を参考にしている。変数は gretl の「Dummies for selected discrete variables」という操作で作成している。順序変数については、数値が大きくなるほど頻度・程度が大きくなるように作成し直している。

### ① 新聞を読む頻度

どのくらいの頻度で新聞を読んでいるかを「1：全く読まない 2：それ以下 3：週1回程度 4：週数回 5：ほぼ毎日」と表す。

### ② テレビの視聴時間

平均1日に何時間テレビを見るかについて具体的な数字を質問しているのでそのまま用いる。

### ③ 1ヶ月の読書量

1ヶ月に何冊本（マンガ、雑誌を除く）を読むかを「0：ほとんど読まない 1：1冊程度 2：2冊程度 3：3冊程度 4：4冊以上」として表す。

### ④ 職場でのパソコン利用

職場でパソコンを利用していることについてダミー変数をとっている。

### ⑤ 自宅でのパソコン利用

自宅でパソコンを利用していることについてダミー変数をとっている。

### ⑥ イデオロギー（革新傾向）

政治的な考え方について保守的か革新的かをみたもので、1～5を選び、数値が大きくなるにつれて政治に関して革新的であることを示している。

### ⑦ 一般的信頼

一般的に人を信用できると思うかどうかという質問の「人を信頼する」についてダミー変数をとっている。「信頼しない」の方には「場合による」という回答も含めている。

### ⑧ 社会関係資本関連変数

各種のコミュニティーに参加していることについてダミー変数をとっている。所属団体は「労組加入」「政治団体所属」「業界団体所属」「ボランティア団体所属」「市民運動・消費者団体所属」「宗教団体所属」「スポーツ関係所属」「趣味の会所属」である。

JGSS-2010 でたずねた 8 種類の組織の加入率は表 4-3 に示すとおりである（先行研究と同様に団体のカテゴリーごとに所属の有無を尋ねているので、同種の団体に 2 つ以上加入している場合でも所属数は 1 つとして数える）。

表4-3 組織への加入（N=2790）

	N	%
(1) 消費者生活協同組合	472	18.8
(2) 政治団体	80	3.2
(3) 業界段田	188	7.5
(4) ボランティア団体	217	8.7
(5) 市民運動・消費者団体	61	2.4
(6) 宗教団体	206	8.3
(7) スポーツ関係	477	19.0
(8) 趣味の会	393	15.7

資料：JGSS-2010より

⑨ デモグラフィック変数（都市規模・年齢など）

変数名は「都市規模（1：13 大都市 3：町村）」「性別（1：男 2：女）」「年齢（実数記入）」「学歴（安野（2003）と同様で本人学歴で1：旧制小学校・新制中学校 2：旧制中学・実業高校・新制高校 3：旧制高校・師範学校・新制大学 として再コード化したものを用いる）」「世帯収入主観的評価」は世間一般と比べて世帯収入はどれくらいかについて質問した項目である。

表 4-4 で全 20 種類の説明変数の要約統計量を示している。(8)～(15)の組織加入について最大値が9を示しているのは、「回答なし」も含めているためである。分析の際には欠損値として省いている。

表4-4 説明変数の要約統計量

	平均	中央値	最小値	最大値
(1)新聞を読む頻度	4.20	5	1	5
(2)テレビ視聴時間	3.52	3	0	16
(3)1ヶ月の読書	0.87	0	0	4
(4)職場でのパソコン利用	0.34	0	0	1
(5)自宅でのパソコン利用	0.48	0	0	1
(6)イデオロギー(革新傾向)	2.97	3	1	5
(7)一般的信頼	0.20	0	0	1
(8)労組加入	0.19	0	0	1
(9)政治団体所属	0.03	0	0	1
(10)業界団体所属	0.08	0	0	1
(11)ボランティア団体所属	0.08	0	0	1
(12)市民運動・消費者団体所属	0.03	0	0	1
(13)宗教団体所属	0.08	0	0	1
(14)スポーツ関係所属	0.19	0	0	1
(15)趣味の会所属	0.16	0	0	1
(16)都市規模	1.78	3	1	3
(17)性別	1.54	2	1	2
(18)年齢	52.01	53	20	89
(19)学歴	2.08	2	1	3
(20)世帯収入主観的評価	2.06	2	1	3

資料：JGSS-2010より

## 第5章 分析手法

本稿では、先行研究である安野（2003）および安野・池田（2002）と同様にロジット・モデルを用いて分析を行う。

2値ロジット・モデルとは、被説明変数が「はい」か「いいえ」など「0-1」になる場合に用いられる。被説明変数が1になる確率に、説明変数がどれだけ影響を及ぼしているのかわかる。

被説明変数が「0-1」になる変数の場合、線形回帰分析により回帰直線を求めるのは適切でない。このような場合には、直線ではなく曲線を用いて当てはめる。ロジスティック曲線を用いるのがロジット・モデルである。

2値ロジット・モデルは以下の数式で表現することができる。

$$y = \frac{1}{1 + \exp [-(b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + b_ix_i + b_0)]}$$

この数式にデータを当てはめ係数を求める。推定方法は最尤法を用いる。

## 第6章 分析結果

### 1. 「市民には政治を左右できない」の規定要因

「市民には政治は左右できない」を従属変数にし、データ(1)～(20)を独立変数として2値ロジット・モデル分析を行った結果が表6-1である。

表6-1 「市民には政治を左右できない」を従属変数とする2値ロジット・モデル分析

説明変数	本稿:JGSS-2010		参考:JGSS-2001	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
(1)新聞を読む頻度	0.036	0.036	0.086 *	0.040
(2)テレビ視聴時間	0.003	0.022	-0.017	0.022
(3)1ヶ月の読書	0.058	0.039	0.114 **	0.038
(4)職場でのパソコン利用	0.131	0.107	0.248 *	0.113
(5)自宅でのパソコン利用	0.345 ***	0.104	0.140	0.104
(6)イデオロギー(革新傾向)	0.235 ***	0.052	0.206 ***	0.048
(7)一般的信頼	0.337 ***	0.109	0.159	0.098
(8)労組加入	-0.233 **	0.114	-0.062	0.128
(9)政治団体所属	-0.023	0.255	0.444 *	0.215
(10)業界団体所属	0.279	0.172	-0.011	0.157
(11)ボランティア団体所属	-0.289 +	0.166	0.155	0.158
(12)市民運動・消費者団体所属	-0.389	0.288	0.381	0.270
(13)宗教団体所属	-0.300 +	0.162	0.193	0.163
(14)スポーツ関係所属	0.049	0.115	0.009	0.121
(15)趣味の会所属	-0.151	0.128	0.059	0.130
(16)都市規模	-0.043	0.067	-0.106	0.066
(17)性別	-0.164 +	0.094	-0.111	0.088
(18)年齢	0.002	0.004	-0.003	0.003
(19)学歴	0.077	0.086	0.140 *	0.070
(20)世帯収入主観的評価	0.071	0.053	0.062	0.053

\*\*\*p<0.001、\*\*p<0.01、\*p<0.05、+p<0.10

N=2306、「正しく予測された」ケース数 = 1417 (61.4%)

資料:筆者および安野(2003)による推定

「自分のようなふつうの市民には政治を左右する力はない」の項目について見ていくと、先行研究と同様に(6)イデオロギーで有意性がみられた。その他に(5)自宅でパソコンを利用しており、(7)一般的に人を信じる人、で「市民も政治を左右できる」という有効性感覚が高くなっている。組織加入では(8)労組加入が「政治を左右できる」という意識に対して負の効果を示す結果となった。また弱い効果ながら(11)ボランティア団体所属と(13)宗教団体所属で「政治を左右できる」という意識に負の関連を示した。

## 2. 「政治は複雑でわからない」の規定要因

「政治は複雑でわからない」を従属変数にし、データ (1) ～ (20) を独立変数として 2 値ロジット・モデル分析を行った結果が表 6-2 である。

表6-2 「政治は複雑でわからない」を従属変数とする2値ロジット・モデル分析

説明変数	本稿：JGSS-2010		参考：JGSS-2001	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
(1)新聞を読む頻度	0.057	0.039	0.111 *	0.044
(2)テレビ視聴時間	-0.053 *	0.025	-0.011	0.023
(3)1ヶ月の読書	0.111 **	0.040	0.161 ***	0.039
(4)職場でのパソコン利用	0.160	0.113	0.307 **	0.118
(5)自宅でのパソコン利用	0.285 **	0.110	0.181	0.108
(6)イデオロギー(革新傾向)	0.216 ***	0.054	0.217 ***	0.050
(7)一般的信頼	0.112	0.114	0.191 +	0.101
(8)労組加入	0.246 *	0.120	-0.197	0.135
(9)政治団体所属	0.334	0.262	0.249	0.219
(10)業界団体所属	-0.190	0.177	-0.204	0.164
(11)ボランティア団体所属	0.357 *	0.170	-0.047	0.164
(12)市民運動・消費者団体所属	0.071	0.295	0.217	0.275
(13)宗教団体所属	-0.196	0.178	0.070	0.172
(14)スポーツ関係所属	0.082	0.119	0.336 **	0.123
(15)趣味の会所属	0.151	0.132	0.027	0.134
(16)都市規模	-0.123 +	0.070	-0.052	0.069
(17)性別	-0.585 ***	0.099	-0.487 ***	0.092
(18)年齢	0.014 **	0.004	0.011 **	0.003
(19)学歴	0.340 ***	0.090	0.337 ***	0.074
(20)世帯収入主観的評価	0.010	0.055	0.090	0.055

\*\*\*p<0.001、\*\*p<0.01、\*p<0.05、+p<0.10

N=2307、「正しく予測された」ケース数 = 1549 (67.1%)

資料：安野(2003)および筆者による推定

「政治は複雑でわからない」の項目について見ると、先行研究と同様の有意性がでた変数は、(3) 1ヶ月の読書、(6) イデオロギー、(17) 性別、(18) 年齢、(19) 学歴であった。(2) テレビ視聴時間では「政治は難しい」という意識に正の効果が見られた。その他に(5) 自宅でのパソコン利用に対して「政治は難しい」という意識に対して負の効果が見られた。組織加入では、(8) 労組加入、(11) ボランティア団体の所属が政治をより理解することに正の関連があることがわかった。

### 3. 「自分一人くらい投票しなくてもよい」の規定要因

「自分一人くらい投票しなくてもよい」を従属変数にし、データ(1)～(20)を独立変数として2値ロジット・モデル分析を行った結果が表6-3である。

表6-3 「自分一人くらい投票しなくてもよい」を従属変数とする2値ロジット・モデル分析

説明変数	本稿:JGSS-2010		参考:JGSS-2001	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
(1)新聞を読む頻度	0.143 **	0.044	0.190 ***	0.042
(2)テレビ視聴時間	0.002	0.032	-0.027	0.026
(3)1ヶ月の読書	0.174 **	0.065	0.128 *	0.054
(4)職場でのパソコン利用	-0.208	0.150	-0.420	0.147
(5)自宅でのパソコン利用	0.520 **	0.149	0.254 +	0.141
(6)イデオロギー(革新傾向)	0.197 **	0.075	0.133 *	0.062
(7)一般的信頼	0.363 *	0.180	0.300 *	0.136
(8)労組加入	0.516 **	0.194	-0.017	0.160
(9)政治団体所属	0.252	0.433	0.224	0.354
(10)業界団体所属	0.638 *	0.311	-0.200	0.226
(11)ボランティア団体所属	0.219	0.316	0.652 *	0.294
(12)市民運動・消費者団体所属	-0.335	0.500	0.057	0.453
(13)宗教団体所属	-0.089	0.245	0.035	0.226
(14)スポーツ関係所属	-0.098	0.178	0.180	0.175
(15)趣味の会所属	0.622 *	0.258	0.295	0.205
(16)都市規模	-0.025	0.097	0.175 *	0.085
(17)性別	0.072	0.133	0.034	0.112
(18)年齢	0.029 ***	0.005	0.030 ***	0.004
(19)学歴	0.191	0.132	0.274 **	0.094
(20)世帯収入主観的評価	0.086	0.076	0.135 *	0.068

\*\*\*p<0.001、\*\*p<0.01、\*p<0.05、+p<0.10

N=2312、「正しく予測された」ケース数 = 1994 (86.2%)

資料:安野(2003)および筆者による推定

「自分一人くらい投票しなくてもよい」の項目では、(1)新聞を読む頻度、(3)1ヶ月の読書、(5)自宅でのパソコン利用、(6)イデオロギー、(7)一般的信頼、(18)年齢で先行研究と同様に「投票はすべき」という意識に対して正の効果があることがわかった。組織加入では、(8)労組加入、(10)業界団体所属、(15)趣味の会所属が投票義務感を高めている結果となった。政治とは関連のなさそうな業界団体と趣味の会でこのような結果が出たことは興味深い。



4. 「議員はすぐ国民を考えなくなる」の規定要因

「議員はすぐ国民を考えなくなる」を従属変数にし、データ (1) ～ (20) を独立変数として2値ロジット・モデル分析を行った結果が表6-4である。

表6-4 「議員はすぐ国民を考えなくなる」を従属変数とする2値ロジット・モデル分析

説明変数	本稿:JGSS-2010		参考:JGSS-2001	
	係数	標準誤差	係数	標準誤差
(1)新聞を読む頻度	-0.036	0.046	0.042	0.056
(2)テレビ視聴時間	-0.079 **	0.030	-0.047 *	0.027
(3)1ヶ月の読書	0.042	0.050	0.044	0.048
(4)職場でのパソコン利用	-0.322 *	0.144	-0.348 *	0.159
(5)自宅でのパソコン利用	0.029	0.135	-0.157	0.141
(6)イデオロギー(革新傾向)	-0.016	0.065	-0.038	0.059
(7)一般的信頼	0.081	0.138	0.065	0.122
(8)労組加入	-0.108	0.152	-0.336 +	0.188
(9)政治団体所属	0.677 *	0.277	0.617 *	0.231
(10)業界団体所属	-0.247	0.221	-0.153	0.200
(11)ボランティア団体所属	0.100	0.201	0.095	0.187
(12)市民運動・消費者団体所属	-0.128	0.350	0.028	0.321
(13)宗教団体所属	0.050	0.203	0.289	0.188
(14)スポーツ関係所属	0.051	0.145	0.147	0.149
(15)趣味の会所属	0.142	0.157	-0.098	0.161
(16)都市規模	-0.027	0.085	-0.012	0.083
(17)性別	-0.278 *	0.120	-0.204 +	0.111
(18)年齢	0.012 *	0.005	0.011 **	0.004
(19)学歴	-0.122	0.109	-0.101	0.087
(20)世帯収入主観的評価	0.142 *	0.067	0.166 *	0.066

\*\*\*p<0.001、\*\*p<0.01、\*p<0.05、+p<0.10

N=2314、「正しく予測された」ケース数 = 1911 (82.6%)

資料:安野(2003)および筆者による推定

「議員はすぐ国民を考えなくなる」では、おおむね先行研究と同様の結果がでた。(2) テレビ視聴時間、(4) 職場でのパソコン利用が「政治家を信頼する」に対して負の効果を示していた。組織加入に関しては(9) 政治団体の所属が議員への信頼感を高めていることがわかった。デモグラフィック変数では、(17) 性別(男性)、(18) 年齢、(20) 世帯収入の主観的評価が「政治家を信頼する」に正の効果を示していた。

## 第7章 おわりに

分析の結果おおむね安野（2003）と同じ結果が得られた。異なる点は、パソコンの利用が政治の複雑さを無くす働きがあることである。これは通信環境と SNS の発達が理由であると考えられる。SNS を使うことにより、政治家は自分の意見や講演の予定などを公共の場に広くすばやく拡散することができるようになり、有権者は気になる情報があれば素早く得られるようになった。このことは双方にとって正の影響を与えている。一方で、パソコン利用が政治家の信頼を下げていることが先行研究と同じであった。

組織加入に関して、安野（2003）ではスポーツ団体の所属が政治の理解を促しているとしていたが、今回の分析ではどの従属変数でも有意に働くことはなかった。業界団体と趣味の会の所属が投票義務感を高める結果だった一方で労組加入が政治的有効性感覚に負の影響を与えることがわかった。基本的には何か組織に加入すれば、政治的有効性感覚や投票義務感に正の影響を与えることがわかったが、特定の団体に入ることによって一定の望んだ効果が得られるわけではないと考えられる。

安野（2003）の問題点は順序変数をそのまま説明変数としていることである。この問題を解決するために順序変数からダミー変数を作成して追加的な分析を行った。その結果は付録に載せている。

## 謝辞

日本版 General Social Surveys (JGSS) は、大阪商業大学 JGSS 研究センター（文部科学大臣認定日本版総合的社会調査共同研究拠点）が、東京大学社会科学研究所の協力を受けて実施している研究プロジェクトである。

## 参考文献

安野智子・池田謙一（2002）．「JGSS-2000 にみる有権者の政治意識」 大阪商業大学比較地域研究所・東京大学社会科学研究所編 『日本版 General Social Surveys 研究論文集：JGSS-2000 で見た日本人の意識と行動』 東京大学社会科学研究所資料第 20 集 pp. 81-105

安野智子（2003）, 「JGSS-2001 にみる有権者の政治意識」 大阪商業大学比較地域研究所・東京大学社会科学研究所編, 『日本版 General Social Surveys 研究論文集[2]：JGSS で見た日本人の意識と行動』 東京大学社会科学研究所資料第 22 集, pp. 75-91

金兌希（2013）「日本における政治的有効性感覚指標の再検討—指標の妥当性と政治参加への影響力の観点から—」 法學政治學論究：法律・政治・社会 (Hogaku seijigaku ronkyu : Journal of law and political studies). Vol.100, (2014. 3) , p.121- 154

Balch, G. I. 1974. Multiple indicators in survey research: The concept “sense of political efficacy”, *Political Methodology*, 1, 1-43.

付録

従属変数: 市民には政治を左右できない

説明変数	係数	標準偏差	z値
新聞をまったく読まないダミー	-0.266	0.163	-1.626
新聞をほぼ読まないダミー	0.259	0.196	1.324
新聞を週1回読むダミー	0.000	0.221	-0.002
新聞を週数回読むダミー	0.176	0.142	1.240
テレビ視聴時間ダミー	0.004	0.023	0.194
1ヶ月の読書ダミー 1冊	-0.244	0.186	-1.311
1ヶ月の読書ダミー 2冊	0.013	0.191	0.068
1ヶ月の読書ダミー 3冊	0.017	0.213	0.081
1ヶ月の読書ダミー 4冊以上	-0.289	0.266	-1.085
職場でのパソコン利用ダミー	-0.119	0.109	-1.097
自宅でのパソコン利用ダミー	-0.333	0.105	-3.164
イデオロギーダミー 保守的	-0.703	0.299	-2.350
イデオロギーダミー やや保守的	-0.543	0.240	-2.266
イデオロギーダミー 中立	-0.370	0.226	-1.639
イデオロギーダミー やや革新的	0.007	0.239	0.028
一般的信頼ダミー	-0.310	0.110	-2.815
労組加入ダミー	-0.230	0.115	-2.000
政治団体所属ダミー	-0.003	0.258	-0.010
業界団体所属ダミー	0.252	0.173	1.455
ボランティア団体所属ダミー	-0.286	0.169	-1.689
市民運動・消費者団体所属ダミー	-0.433	0.290	-1.497
宗教団体所属ダミー	-0.285	0.164	-1.736
スポーツ関係所属ダミー	0.049	0.116	0.420
趣味の会所属ダミー	-0.129	0.130	-0.995
都市規模ダミー 13大都市	0.128	0.134	0.956
都市規模ダミー 13大以外の都市	-0.167	0.106	-1.579
男性ダミー	0.164	0.098	1.677
年齢	0.002	0.004	0.479
学歴ダミー 旧制小学校・新制中学	-0.121	0.179	-0.678
学歴ダミー 旧制中学・実業高校・新制高校	-0.097	0.118	-0.827
世帯収入主観的評価ダミー 平均よりかなり少ない	0.458	0.541	0.848
世帯収入主観的評価ダミー 平均以下	0.605	0.529	1.145
世帯収入主観的評価ダミー 平均	0.534	0.526	1.015
世帯収入主観的評価ダミー 平均以上	0.891	0.536	1.663

N=2306、「正しく予測された」ケース数 = 1429 (62.0%)

資料: 筆者による推定

従属変数: 政治は複雑すぎてわからない

説明変数	係数	標準偏差	z値
新聞をまったく読まないダミー	-0.304	0.176	-1.726
新聞をほぼ読まないダミー	0.046	0.209	0.220
新聞を週1回読むダミー	-0.220	0.238	-0.924
新聞を週数回読むダミー	-0.297	0.157	-1.888
テレビ視聴時間ダミー	-0.056	0.025	-2.267
1ヶ月の読書ダミー 1冊	-0.487	0.191	-2.545
1ヶ月の読書ダミー 2冊	-0.186	0.197	-0.944
1ヶ月の読書ダミー 3冊	-0.077	0.219	-0.352
1ヶ月の読書ダミー 4冊以上	-0.638	0.276	-2.316
職場でのパソコン利用ダミー	-0.159	0.115	-1.387
自宅でのパソコン利用ダミー	-0.281	0.112	-2.519
イデオロギーダミー 保守的	-0.616	0.307	-2.006
イデオロギーダミー やや保守的	-0.725	0.247	-2.936
イデオロギーダミー 中立	-0.559	0.232	-2.412
イデオロギーダミー やや革新的	-0.187	0.245	-0.763
一般的信頼ダミー	-0.091	0.115	-0.792
労組加入ダミー	0.229	0.121	1.892
政治団体所属ダミー	0.249	0.264	0.944
業界団体所属ダミー	-0.208	0.179	-1.163
ボランティア団体所属ダミー	0.346	0.173	2.003
市民運動・消費者団体所属ダミー	0.159	0.296	0.538
宗教団体所属ダミー	-0.221	0.180	-1.230
スポーツ関係所属ダミー	0.084	0.120	0.697
趣味の会所属ダミー	0.138	0.134	1.028
都市規模ダミー 13大都市	0.251	0.141	1.787
都市規模ダミー 13大以外の都市	-0.080	0.113	-0.707
男性ダミー	0.558	0.103	5.441
年齢	0.013	0.004	3.255
学歴ダミー 旧制小学校・新制中学	-0.633	0.188	-3.365
学歴ダミー 旧制中学・実業高校・新制高校	-0.394	0.120	-3.275
世帯収入主観的評価ダミー 平均よりかなり少ない	-0.178	0.519	-0.344
世帯収入主観的評価ダミー 平均以下	-0.373	0.506	-0.737
世帯収入主観的評価ダミー 平均	-0.325	0.503	-0.646
世帯収入主観的評価ダミー 平均以上	-0.227	0.514	-0.442

N=2307、「正しく予測された」ケース数 = 1557 (67.5%)

資料: 筆者による推定

従属変数: 自分一人くらい投票しなくてもよい

説明変数	係数	標準偏差	z値
新聞をまったく読まないダミー	-0.646	0.188	-3.443
新聞をほぼ読まないダミー	-0.261	0.243	-1.074
新聞を週1回読むダミー	0.547	0.345	1.583
新聞を週数回読むダミー	0.146	0.209	0.696
テレビ視聴時間ダミー	0.007	0.032	0.212
1ヶ月の読書ダミー 1冊	-0.378	0.298	-1.267
1ヶ月の読書ダミー 2冊	0.046	0.317	0.144
1ヶ月の読書ダミー 3冊	0.342	0.373	0.916
1ヶ月の読書ダミー 4冊以上	0.033	0.447	0.074
職場でのパソコン利用ダミー	0.245	0.151	1.618
自宅でのパソコン利用ダミー	-0.519	0.151	-3.443
イデオロギーダミー 保守的	-1.246	0.484	-2.574
イデオロギーダミー やや保守的	-0.925	0.435	-2.126
イデオロギーダミー 中立	-0.874	0.421	-2.078
イデオロギーダミー やや革新的	-0.671	0.442	-1.517
一般的信頼ダミー	-0.349	0.182	-1.916
労組加入ダミー	0.501	0.195	2.563
政治団体所属ダミー	0.138	0.439	0.313
業界団体所属ダミー	0.641	0.312	2.055
ボランティア団体所属ダミー	0.178	0.320	0.556
市民運動・消費者団体所属ダミー	-0.388	0.502	-0.774
宗教団体所属ダミー	-0.097	0.248	-0.390
スポーツ関係所属ダミー	-0.096	0.180	-0.535
趣味の会所属ダミー	0.630	0.260	2.420
都市規模ダミー 13大都市	0.098	0.208	0.472
都市規模ダミー 13大以外の都市	-0.198	0.154	-1.291
男性ダミー	-0.064	0.138	-0.466
年齢	0.030	0.005	5.706
学歴ダミー 旧制小学校・新制中学	-0.339	0.272	-1.250
学歴ダミー 旧制中学・実業高校・新制高校	-0.210	0.183	-1.145
世帯収入主観的評価ダミー 平均よりかなり少ない	-1.145	1.067	-1.074
世帯収入主観的評価ダミー 平均以下	-0.996	1.058	-0.941
世帯収入主観的評価ダミー 平均	-0.921	1.056	-0.872
世帯収入主観的評価ダミー 平均以上	-0.944	1.070	-0.882

N=2312、「正しく予測された」ケース数 = 1993 (86.2%)

資料: 筆者による推定

従属変数: 議員はすぐ国民を考えなくなる

説明変数	係数	標準偏差	z値
新聞をまったく読まないダミー	-0.062	0.225	-0.275
新聞をほぼ読まないダミー	0.575	0.238	2.413
新聞を週1回読むダミー	0.648	0.261	2.486
新聞を週数回読むダミー	0.140	0.185	0.756
テレビ視聴時間ダミー	-0.085	0.031	-2.774
1ヶ月の読書ダミー 1冊	-0.317	0.231	-1.372
1ヶ月の読書ダミー 2冊	0.018	0.234	0.079
1ヶ月の読書ダミー 3冊	-0.174	0.266	-0.656
1ヶ月の読書ダミー 4冊以上	-0.812	0.375	-2.165
職場でのパソコン利用ダミー	0.370	0.147	2.516
自宅でのパソコン利用ダミー	-0.036	0.138	-0.261
イデオロギーダミー 保守的	0.565	0.368	1.538
イデオロギーダミー やや保守的	-0.150	0.325	-0.461
イデオロギーダミー 中立	0.153	0.304	0.501
イデオロギーダミー やや革新的	0.102	0.322	0.317
一般的信頼ダミー	-0.048	0.140	-0.346
労組加入ダミー	-0.124	0.153	-0.808
政治団体所属ダミー	0.599	0.284	2.109
業界団体所属ダミー	-0.226	0.224	-1.008
ボランティア団体所属ダミー	0.107	0.203	0.529
市民運動・消費者団体所属ダミー	-0.090	0.355	-0.252
宗教団体所属ダミー	0.019	0.207	0.092
スポーツ関係所属ダミー	0.059	0.147	0.404
趣味の会所属ダミー	0.152	0.159	0.958
都市規模ダミー 13大都市	0.056	0.173	0.323
都市規模ダミー 13大以外の都市	0.003	0.135	0.021
男性ダミー	0.265	0.125	2.124
年齢	0.012	0.005	2.425
学歴ダミー 旧制小学校・新制中学	0.239	0.216	1.109
学歴ダミー 旧制中学・実業高校・新制高校	-0.159	0.154	-1.032
世帯収入主観的評価ダミー 平均よりかなり少ない	-0.612	0.623	-0.982
世帯収入主観的評価ダミー 平均以下	-0.195	0.601	-0.324
世帯収入主観的評価ダミー 平均	-0.216	0.599	-0.361
世帯収入主観的評価ダミー 平均以上	0.063	0.610	0.103

N=2314、「正しく予測された」ケース数 = 1913 (82.7%)

資料: 筆者による推定