

# なぜ若者は投票に行かないのか？

— 一対評価アンケートによる要因分析 —

1160392 大西 健斗

高知工科大学マネジメント学部

## 要約

本論文の目的は、投票率の低い 20 代の有権者が、投票に行くか否かの意思決定において重視する要因を特定することである。そこで、高知県在住の有権者を対象に一対評価を用いたアンケート調査を実施し、56 名から回答を得た。その結果、過去の投票参加の頻度に関わらず有権者は自分の 1 票がどれだけ選挙結果に影響を与えるかを重視する傾向にあること、機会費用が低いと思われる学生はその他の職業よりもかえって投票所まで足を運ぶことの面倒さ・かかる時間などを重視することが見出された。

**キーワード：**投票参加，一対評価，AHP

## 1. 序論

### 1. 1. 現状

近年、日本では国および地方の選挙における投票率が著しい低下傾向にある。なかでも、20 代を中心とした若者の投票率低下は深刻である。平成 26 年に行われた衆議院議員選挙では、20 代の投票率は全世代平均の 52.66% を大きく下回る 32.58% であり、昭和 42 年からの全体の流れを見ても、減少の程度が大きいことがわかる (図 1-1)。

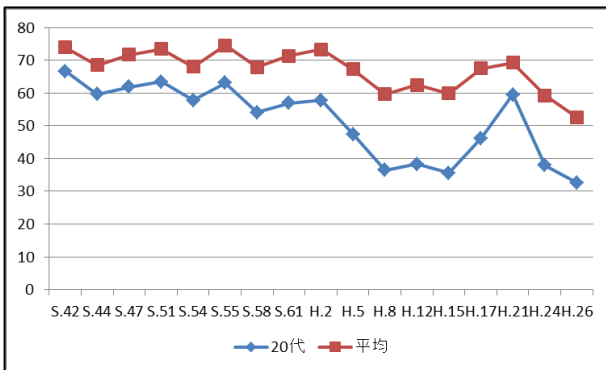


図 1-1. 衆議院議員選挙の投票率推移 (抽出)

注) 総務省 国政選挙の年代別投票率の推移について より筆者作成

また、国政選挙だけでなく地方選挙でも同様の傾向がみられる。高知市選挙管理委員会の抽出調査によると、平成 27 年に行われた高知市議会議員選挙の 20 代の投票率は 16.78% にとどまった (『高知新聞』2015.5.2 朝刊)。このような若者の投票率低下による世代間格差は政策の不公平性の原因となりうるため、是正が必要である。

### 1. 2. 論文の構成

本論文では、まず第 2 節で研究設計に用いられた Riker らの投票参加モデル、AHP の手法などの先行研究について述べる。続く第 3 節では行った調査の設計について説明し、第 4 節では調査で得られた結果を、回答者が所属する集団ごとに分類してみたい。最後に、第 5 節で調査結果からの考察と本研究への補足を加え、論文を締めくくる。

## 2. 先行研究と本研究の方針

### 2. 1. 合理的投票参加モデル

合理的選択アプローチにおける投票参加の代表的なモデルとして、Riker and Ordeshook (1968) が挙げられる。Riker らは次のようにモデルを立て、有権者の投票参加について説明している。

$$R = PB - C + D \quad (1)$$

R: 有権者個人が、投票することによって得られる純効用

P: 有権者個人が投票することによって便益 B を得られる確率 ( $0 \leq P \leq 1$ )

B: 有権者個人にとってより好ましい候補者が当選したときに得られる効用と、より好ましくない候補者が当選したときに得られる便益の差

C: 投票行為をすることにかかる有権者個人のコスト

D: 義務感を果たしたことによって得られる有権者個人の効用

(1) において、 $R > 0$  であれば有権者は投票に参加し、 $R \leq 0$  であれば棄権するとされている。

## 2. 2. 回帰分析による調査

Riker らのモデルを用いて回帰分析を行った研究に、柿元ら (2004) がある。

この論文では、Riker らによる投票参加の各要因に、都道府県別データ等に基づいた 2 つの変数を対応させ、OLS 回帰分析によって影響があるかどうかを研究している。結果として、P, B, D に対応する説明変数では 2 つのうち少なくとも 1 つは有意であるが、C に対応する 2 つの変数はいずれも有意でないとの結果が得られた。

各要因に対応する変数は、それぞれ以下の通り定義されている (以下の分類は柿元ら (2004) からの引用)。

『 P ターム: 接戦度、一票の格差

B ターム: 一人あたり行政投資額、完全失業率

C ターム: 3 次産業就業割合、貸金率

D ターム: 若者率、短期居住年数者割合 』

なお、柿元らは P タームと B タームを互いに独立した要素として定義したとし、Riker らの PB モデルと相違があることを補足している。

## 2. 3. 一対評価法

一対評価法は、複数の候補を比較し、相対的な順位づけを行うために用いられる方法であり、本研究ではこの方法によって調査を行った。まず候補のうち 2 つずつの組を作り、組となった 2 つの候補を比較してそれらの間の相対的な重視度を定める。この作業をすべての任意の組に対して繰り返すことで、全体の中での各候補の相対的なポジショニングが決定される。

この評価方法は、複数の代替案 (例えばカレー、パスタなど) のうちいくつかを選ぶ場合に使用される、AHP (階層分析法)

(Saaty, 1980) の一部でもある。AHP では、まず評価基準 (例えばおいしさ、値段など) を 2 つ以上定め、評価基準による代替案の評価と評価基準どうしの相対的な重視度合いを考慮し、代替案の選択を行う。評価基準どうしの重視度合いを測る手段として一対評価法が用いられる。

なお、一対評価法によるポジショニングは一般的な統計学の処理とは異なり、一対比較したデータを用いるものの、全体をイン

デックス化し相対的なウェイトを算出すること自体に目的があるため、複数サンプルを分類し、平均化したデータについての検定は困難である。よって本論文では調査結果および評価法自体の統計的検定は行わない。

## 2. 4. 本研究の方針

Riker らの合理的投票参加モデルはフォーマル分析に用いられることはあるが、アンケートなどの調査と組み合わせて特定の事例研究に用いられることは少ない。

そこで、本研究では、Riker らの投票参加要因の分類を評価基準の要素とし、AHP モデルに当てはめ、アンケートによってその重視度を計測する。また、同時に柿元らの研究結果との整合性の有無も検証する。

## 3. 調査の設定

調査は、リサーチ会社である株式会社クロス・マーケティングにモニター登録している高知県在住の 20 代有権者を対象に、アンケートを用いて行った。2016 年 1 月 15 日から同年 1 月 19 日までの 5 日間、インターネット上の画面操作によって行われ、56 名から回答が得られた。

アンケートは 2 つのセクションからなり、第 1 セクションでは回答者の分類のため、年齢、性別、職業などの所属集団に関する質問を行った。第 2 セクションでは過去の選挙にどの程度参加したか、要因の一対評価の質問をしたのち、4 要素以外の要因の有無を確認する目的で、投票に行く理由・行かない理由を質問した。質問数は、第 1 セクションでは 5 問、第 2 セクションでは 7 問とした。

一対評価は左右に評価基準をおき、双方を比較したとき自分の意見に最も近い位置をラジオボタンで選ぶ方式をとった (図 3-1)。

	A	非常に重要	かなり重要	やや重要	同じ位重要	やや重要	かなり重要	非常に重要	B
1	影響力	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○	5 ○	6 ○	7 ○	満足
2	影響力	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○	5 ○	6 ○	7 ○	労力
3	影響力	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○	5 ○	6 ○	7 ○	義務感
4	満足	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○	5 ○	6 ○	7 ○	労力
5	満足	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○	5 ○	6 ○	7 ○	義務感
6	労力	1 ○	2 ○	3 ○	4 ○	5 ○	6 ○	7 ○	義務感

図 3-1. 一対評価画面

また、それぞれの要因を評価基準とする際、以下の通り要因の名称を変更、説明し、調査を行った。

P: 影響力…自分の1票がどれだけ選挙結果に影響を与えるかなど

B: 満足…選挙結果が変わることによってどれだけ自分の満足が変化するかなど

C: 労力…投票所まで足を運ぶことの面倒さ・かかる時間など

D: 義務感…投票に行く義務感・有権者としての使命感など

## 4. 結果

### 4. 1. 全体平均

今回の調査では、全回答者の平均を見るとどの要因も均等に重視するという結果が得られた。これは、Cは有意でないとの結果が出た柿元らの研究と整合的でない。この相違点に関しては、自由記述の投票に行く理由・行かない理由の回答を踏まえて5項でみていく。

4つの要因はほぼ均等に重視されているが、強いて挙げれば影響力Pを最も重視する傾向がみられた。次いで0.7ポイント差で義務感Dが重視された(表4-1)。

表4-1. 全体平均結果

SAMPLE	P	B	C	D
	総合平均			
56	27.5%	21.8%	23.9%	26.8%

### 4. 2. ジェンダーとの関係性

調査では回答者の性別に女性が多く、偏りがみられたものの、男女での大きな違いは見られなかった(表4-2)。ただし、男性は女性より項目間で重視する度合いの差が大きいことが確認できた。重視順位としてはP, Dが同程度に高く、次いでC, Bとなる。

表4-2. 男女別平均結果

SAMPLE	P	B	C	D
	男性平均			
12	28.3%	18.5%	24.6%	28.6%
	女性平均			
44	27.2%	22.7%	23.7%	26.4%

### 4. 3. 職業との関係性

職業別の平均結果では、学生とそれ以外で重視度が大きく異なっていた。学生は社会人と比較して機会費用が低いと考えられるのに反し、その他の職業よりもCを重視し、4つの要因のなかでも最も重視する傾向がみられた。管理職および公共団体職員に関して

は重視傾向に大きな偏りがみられるものの、サンプル数がそれぞれ管理職1名、公共団体職員2名であるため、母集団と比較すると誤差が生じている可能性が大きい(表4-3)。

表4-3. 職業別平均結果

SAMPLE	P	B	C	D
	会社勤務(一般社員)			
12	33.7%	21.0%	20.2%	25.1%
	会社勤務(管理職)			
1	24.5%	32.3%	24.5%	18.6%
	公務員・教職員・非営利団体職員			
2	28.0%	14.1%	37.8%	20.1%
	派遣社員・契約社員			
5	18.0%	26.8%	17.5%	37.6%
	パート・アルバイト			
11	28.6%	21.7%	23.8%	25.9%
	専業主婦			
10	32.4%	23.6%	23.2%	20.9%
	学生			
7	16.2%	26.5%	30.9%	26.4%
	無職			
8	26.4%	14.4%	24.8%	34.4%

### 4. 4. 過去の投票参加との関係性

ここでは、「あなたは今までどのくらいの頻度で、国及び地方の選挙の投票にいきましたか?」という分類質問に「必ず行った」、

「大体行った」を選んだ回答者を過去の投票参加頻度が高い、「たまたまに行った」、「ほとんど行かなかった」、「全く行かなかった」を選んだ回答者を過去の投票参加頻度が低い、「投票権を得てからまだ選挙が行われていない」を選んだ回答者を投票未経験と区別し、それぞれの傾向についてみていく。

過去の投票参加と重視する項目の関係のうち、目立ったものはDとPである(表4-4)。投票の参加頻度が低い回答者は、参加頻度が高い回答者より義務感を重視しない傾向にある。後述する投票に行く理由・行かない理由に対する自由回答でも過去の投票参加頻度が高い回答者はDを根拠としたものが多かった一方で、投票参加頻度の低い回答者の中からはDに分類できる回答は少なかった。投票頻度に関係なく重視する傾向が強かったのはPであり、ほぼすべての集団において最も重視されるか、2番目に重視された。

表4-4. 過去の投票参加頻度別平均結果

SAMPLE	P	B	C	D
過去:必ず行った				
13	29.9%	23.1%	20.6%	26.4%
過去:大体行った				
7	23.1%	17.5%	22.9%	36.5%
過去:たまに行った				
10	28.0%	15.7%	23.3%	33.1%
過去:ほとんど行かなかった				
6	29.7%	20.6%	23.4%	26.4%
過去:全く行かなかった				
18	27.2%	24.9%	26.7%	21.2%
投票権を得てからまだ選挙が行われていない				
2	19.7%	35.0%	28.5%	16.9%

#### 4. 5. 投票にいく理由・行かない理由

自由記述とした投票に行く理由・行かない理由では、前述のように有権者、国民としての義務感と、機会費用などのコストを重視した回答が多かった。本調査の回答からは、Rikerらの4項目に分類できない要因は発見できなかった。

過去の投票参加頻度に関係なくPを重視する傾向を説明しうる要因として、投票頻度によってPに関する考えが異なることも分かった。投票参加頻度が高い回答者は自分の1票で結果が変わるかもしれないと考え、逆に参加頻度が低い回答者は自分が投票しても結果は変わらないと考える傾向がみられたが、これはどちらも主観的確率Pを重視するものの、Pの値を投票参加頻度が高い有権者は高く見積もり、頻度の低い有権者は低く見積もる可能性を示唆する。

前述した柿元らの研究との相違点であるが、要因としてCの項目についての解釈が挙げられる。柿元らはCについて、機会費用のみを対象としたが、本調査では移動コストや心理的負担などの機会費用以外を根拠としたものも対象とした。実際、自由記述欄では、「投票所まで行くのが面倒くさい」など、Cに分類できるが機会費用を根拠としない回答もみられた。また、柿元らの研究は計量が比較的容易な都道府県単位の賃金率など、客観的なデータによるものであるが、本研究はアンケートによって得られる主観的データを用いている。この違いも十分に調査結果に影響する要因である。

## 5. 考察と提案

### 5. 1. 啓発活動・投票率向上政策との関係

現在、国および地方の選挙管理委員会では、投票率の向上を目的とした啓発活動が行われている。また、選挙制度としても期日前投票などCを低下させる政策がなされている。今回の調査結果を踏まえると、今後はCだけでなく他の要因に働きかける政策も検討すべきである。ただし、Pの部分に関していえば、客観的Pを増加させるためにはドメイン投票など、選挙制度の根本的な変更が必要である。従って、選挙制度を抜本的に変えない範囲でいえば、有権者一人一人の1票の影響力が大きいことを訴えかける啓発活動など、主観的にPを刺激する政策や啓発活動を行うのが有効になりうる。

### 5. 2. セレクションバイアス

本調査はインターネットで行われ、株式会社クロス・マーケティングのモニター登録者を対象にしたものである。よって代表性による誤差の可能性が存在する。

また、調査結果では、どの項目も同程度重要と算出されたが、投票参加の意思決定においてCを重視する有権者は、本調査においてもCを重視し、回答に参加しなかった可能性があることを補足しておく。

## 参考文献

- Riker, W. H. and Ordeshook, P. C. (1968) "A Theory of the Calculus of Voting," *American Political Science Review* 62, pp. 25-42.
- 山本悠人 (2014) 『投票参加の要因分析』大阪府立大学経済学部平成26年度卒業論文  
<http://www.eco.osakafu-u.ac.jp/osakafu-content/uploads/sites/6/2014/04/2014年度-優秀卒業論文賞-山本悠人.pdf>
- 総務省 国政選挙の年代別投票率の推移について 衆議院議員総選挙における年代別投票率の推移 (抽出)  
[http://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo\\_s/news/sonota/nendaibeitu/](http://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo_s/news/sonota/nendaibeitu/)
- 柿元佑子・小柳昌子・西口香緒里・今井恭平 (大阪大学 山内直人研究) (2004) 『投票行動の要因分析 投票率上昇による民意反映を

めざして』政策フォーラム発表論文

Saaty, T. L. (1980) *The Analytic Hierarchy Process: Planning, Priority Setting, Resource Allocation*, McGraw-Hill, New York.