

政治家の認識する自身の認知度に影響を与える要因

2024年2月20日

津田塾大学総合政策学部総合政策学科

## 1. はじめに

議員として活動する上で、有権者がどのくらいその議員を知っているかは非常に重要である。政治家の認知度が有権者の間で高いことは、議員になるための選挙活動において有利にはたらくだけでなく、議員になったのちの活動にも影響を与える。それでは、政治家の認知度は何によって決まるだろうか。政治家の認知度には、所属政党の知名度が深く関連していると考えられるが、SNS が広く普及した現代では、使用している SNS やその使用頻度も影響しているのではないだろうか。また、議員が力を入れて取り組んでいる問題や政治活動において念頭に置いている社会問題の違いが、政治家の認知度にも影響を与えるのではないだろうか。本研究では、政治家の認知度を有権者における実際の認知度ではなく、政治家が認識している自身の認知度に焦点をあて、どのような属性や行動が議員が自認する議員自身の認知度に影響を与えているのか分析する。

## 2. 先行研究

本節では、政治家の認知度の向上に影響を与えていると考えられる属性や行動について検討する。

政治家が有権者にどのくらい認識されているか、認知度向上に影響を与えていると考えられるものの1つに、政治家の SNS 利用がある。一般的に SNS 活用は認知度に影響を与える。高原（2017）は、SNS の運用が企業にとって有効な戦略手段となるのか調べるため、先行研究と大学生を対象としたアンケート実態調査を実施した。この研究で、SNS を活用したマーケティングは商品の認知度や消費につながることを報告している。

同じことは政治の場でも言えると考えられる。中村（2020）は、政治家のインターネット利用に関する研究において、政治家の SNS 使用動機を調べるために 11 名の国会議員を対象としたインタビュー調査を行った。その結果、SNS 活用の目的は、情報発信、情報収集、支持者の拡大の 3 つの動機に分類されることを報告している。この調査における「情報発信」には、活動報告やブランディング、イメージ形成などが含まれる。

政治家の SNS 利用のほかに、認知度向上に影響を与えていると考えられるのは政党ラベルである。善教（2016）は、政党支持と投票行動の相関関係が実証的に明らかにされていることを元に、長期的党派性の規定性の分析を大阪市民へのサーベイ実験を用いて行った。その研究の結果、政党ラベルが投票行動に与える因果効果が見られることを報告している。

## 3. 仮説

中村（2020）の研究から、政治家が SNS を活用する理由に情報発信を元にした知名度の形成、支持者の拡大が含まれているため、SNS を頻繁に利用している政治家ほど、力を入れて取り組んでいる政策や社会問題を発信することによるイメージ形成などの効果により、自身の活動の認知度を高く回答している可能性があると考えられる。また、自身の認知度の向上のために、SNS を使って社会のニー

ズを把握し、力を入れて取り組んでいる政策や社会問題を変更して発信することでイメージを形成することができるのではないだろうか。

また、高原（2017）の研究から、SNS の運用が一般への知名度をあげると言える。よって、選挙活動に SNS を利用している政治家は自身の知名度を高いものであると考えている可能性があると考えられる。

さらに、善教（2016）の研究から、所属会派が有権者の投票行動に影響を与えているということは、所属会派の知名度が高いほど政治家自身の知名度や実際の選挙時の得票数が上がると認識している政治家がいる可能性があると考えられる。

したがって、政治家の自認する認知度の傾向について、SNS の運用と所属会派が影響を与えていると仮説を立てる。具体的な仮説を以下に示す。

仮説 1 SNS が政治活動に役立っていると感じている政治家は、自身の認知度が高いと感じている

仮説 2 支持を得るために政策の路線を変更する政治家は、イメージ形成の観点から自身の認知度が高いと感じている

仮説 3 所属政党の恩恵を感じている政治家は、自身の認知度が高いと感じている

#### 4. データ、変数、分析手法について

本研究では、「津田塾大学中條研究室 2023 年度第 6 回東京都議会議員調査」の調査結果データを用いて前節の仮説を検証する。上記の調査では、東京都議会議員 119 名を調査対象とし、2023 年 10 月 27 日から 2023 年 11 月 30 日の期間にアンケートを実施した。回答は郵送または Web (Qualtrics) で回収し、回答数は 74、回答率は 62.3%であった。研究に使用したデータの変数、設問、尺度を以下の表 1 に示す。

表 1: 使用する調査データとその変数尺度

変数	設問	尺度
政治家の自認する認知度	一般的に、有権者はあなたご自身の議員活動についてどの程度認識していると思いますか。(0%-100%)	連続変数
SNS が役立っているか	一般的に SNS は政治活動に役立っていると思いますか。0(役に立っていない)から 10(役に	連続変数

立っている)の数字の中で、最もよく当てはまるものをお答えください。

政策の路線変更	選挙において都民からの支持を得るために、やむを得ずご自身の志向とは異なる方向に政策の路線を変更することはありますか。	多々ある=0 時々ある=1 ほとんどない=2 全くない=3
所属政党の恩恵	選挙活動を含む議員活動において、所属政党の恩恵(知名度、支持層など)を受けていると感じますか。	恩恵を強く感じる=0 恩恵を少し感じる=1 恩恵をあまり感じない=2 恩恵を全く感じない=3

変数「政策の路線変更」について、「わからない」「無回答」は欠損値として処理した。また、変数「所属政党の恩恵」について、「政党に所属していない」「わからない、答えたくない」「無回答」は欠損値として処理した。

次に変数の記述統計を表2から表5に示す。

表2: 政治家の自認する認知度の記述統計

n	最小値	最大値	平均値	標準偏差
74	0	70	30.102	17.196

政治家の自認する認知度に関する記述統計は表2のようになった。回答の最小値は0%、最大値は70%となり、自身の活動について全く認知されていないと感じている政治家がいることがわかる。平均値は30.102%となり、平均が50%より低いということから、自身の活動が認識されていないと感じている政治家が多いことが言える。また、標準偏差は17.196となり、このデータは比較的ばらつきが大きいと言える。

表3: SNSが役立っているかの記述統計

n	最小値	最大値	平均値	標準偏差	
	74	2	10	6.855	2.267

SNS が役立っているかに関する記述統計は表 3 のようになった。最小値は 2、最大値は 10 であり、回答に幅があると言える。また、平均値は 6.855 となり、回答に幅がある中でも SNS は役に立っていると感じている政治家が比較的多いことが言える。また、標準偏差は 2.267 となった。

表 4: 政策の路線変更の記述統計

回答	実数	割合
多々ある	2	約 3%
時々ある	8	約 11%
ほとんどない	33	約 45%
全くない	26	約 35%

政策の路線変更に関する記述統計は表 4 のようになった。割合を見ると、回答者の大半が「ほとんどない」、もしくは「全くない」と回答しており、自身の志向を有権者に合わせて変更することを選ばない政治家が多い。しかし、「多々ある」、「時々ある」と回答した政治家もいる。

表 5: 所属政党の恩恵の記述統計

回答	実数	割合
恩恵を強く感じる	39	約 53%
恩恵を少し感じる	20	約 27%
恩恵をあまり感じない	2	約 3%
恩恵を全く感じない	0	0%

所属政党の恩恵に関する記述統計は表 5 のようになった。ほとんどの回答者が「恩恵を強く感じる」、「恩恵を少し感じる」と回答しており、知名度や支持層において所属政党から影響を受けてい

ると感じている政治家が多いと言える。その一方で、「恩恵をあまり感じない」と回答した政治家もいる。

## 5. 分析結果

まず、仮説1「SNSが政治活動に役立っていると感じている政治家は、自身の認知度が高いと感じている」を検証するため、目的変数を政治家の自認する認知度、説明変数をSNSが役立っているかとして単回帰分析を行った結果を表2に示す。

表6: 政治家の自認する認知度とSNSが役立っているかとの関係

	Estimate	Std. Error	t 値	p 値
切片	18.114	6.511	2.782	0.007
SNSが役立っているか	1.749	0.902	1.939	0.057
決定係数	0.053			

n = 74

単回帰分析の結果、有意水準を5%とすると、p値は0.05669であるため、5%水準で統計的有意とは言えない。しかし、有意水準を10%とすると、SNSが役立っていると感じているかどうかは政治家の認知度に対し、統計的に有意な影響を与えていると言える。

次に、仮説2「支持を得るために政策の路線を変更する政治家は、イメージ形成の観点から自身の認知度が高いと感じている」を検証するため、目的変数を政治家の自認する認知度、説明変数を政策の路線変更として単回帰分析を行った結果を表3に示す。

表7: 政治家の自認する認知度と政策の路線変更との関係

	Estimate	Std. Error	t 値	p 値
切片	34.798	9.156	3.800	0.001
政策の路線変更	-1.466	2.783	-0.527	0.600
決定係数	0.004			

n = 74

単回帰分析の結果、有意水準を 5%とすると、p 値が 0.599991 であるため、5%水準で統計的に非有意であると言える。したがって、政策の路線変更の頻度は政治家の認知度に対し、統計的に有意な影響を与えていると言えない。

最後に、仮説 3「所属政党の恩恵を感じている政治家は、自身の認知度が高いと感じている」を検証するため、目的変数を政治家の自認する認知度、説明変数を所属政党の恩恵として単回帰分析を行った結果を表 4 に示す。

表 8: 政治家の自認する認知度と所属政党の恩恵との関係

	Estimate	Std. Error	t 値	p 値
切片	28.043	6.006	4.669	0.001
所属政党の恩恵	2.345	4.008	0.585	0.561
決定係数	0.006			

n = 74

単回帰分析の結果、有意水準を 5%とすると、p 値が 0.561 であるため、5%水準で統計的に非有意であると言える。したがって、所属政党の恩恵を感じているかどうかは政治家の認知度に対し、統計的に有意な影響を与えていると言えない。

## 6. 結論と含意

分析の結果から、SNS が役に立っているかどうかは政治家の自認する自身の活動の認知度に対し統計的に有意な影響を与えていることが言える。また、政策の路線変更と所属政党の恩恵は政治家の自認する認知度に対し統計的に有意な影響を与えていない。まとめると、3つの仮説のうち、仮説 1

「SNS が政治活動に役立っていると感じている政治家は、自身の認知度が高いと感じている」は支持され、仮説 2「支持を得るために政策の路線を変更する政治家は、イメージ形成の観点から自身の認知度が高いと感じている」、仮説 3「所属政党の恩恵を感じている政治家は、自身の認知度が高いと感じている」は支持されなかった。よって、SNS が政治活動に役に立っていると考えている政治家ほど、有権者からの認知を得られているという実感が高いということが言える。この結論から、SNS の活用は政治家の有権者からの認知度を高めると考える傾向があることが言える。

政治家が自身の活動に対して認識されることは、政治家が社会において意義のある役割を果たし、その活動が広く認知されることで、政治家自身のやりがいや満足感を高めることにつながるという観点で非常に重要な要素である。政治家の活動の中心には、社会の課題解決や改善に取り組むことが挙げられる。彼らの活動が認知されることで、その取り組みが有益であることが社会に広く知られるよ

うになり、このような認知は政治家の自己肯定感を高め、自らの活動に対する自信を醸成する助けとなる。また、他者からの肯定や称賛は、政治家のモチベーションを向上させ、より効果的に活動することを促進する。そして、認知されることは政治家にとって公共の信頼を築く重要な手段である。公共の信頼は政治家が持つ力や影響力の源泉であり、認知度が高い政治家はより多くの支持を集めることができる。支持を得ることで、政治家は自らの提案や政策を実現しやすくなり、社会に対してより大きな貢献をすることにつながる。このような支持と信頼は、政治家のやりがいや充実感を高める一因となる。また、SNSを通じて政治家は直接有権者とコミュニケーションを取ることができ、自らの活動や提案を広く伝えることができる。したがって、SNS活用は政治家の認知度向上だけでなく、政治への関与度の増加にも寄与する可能性があると言える。政治家が自らの活動に対して認識されることは、SNS活用は政治家の認知度向上や政治活性化の1つの重要な手段として考えられる。

#### 参考文献

- 善教将大. 2016. 「政党支持は投票行動を規制するのか-サーベイ実験による長期的党派性の条件付け効果の検証-」『年報政治学』67(2) p. 2\_163-2\_184.
- 高原彩. 2017. 「SNS と若者の消費行動」高知工科大学 2017 年度マネジメント学部学士論文  
<<https://www.kochi-tech.ac.jp/library/ron/pdf/2017/03/14/a1180440.pdf>> 閲覧日  
2023 年 12 月 8 日
- 中村佳美. 2020. 「なぜ政治家は SNS を使わざるを得ないのか-SNS 活用動機の分析-」慶應 SFC 学会  
2021 年度第 19 回学術交流大会発表論文  
<<https://presen.sfc.keio.ac.jp/.assets/2021A28.pdf>> 閲覧日 2023 年 12 月 8 日