

候補者の SNS 利用が投票に与える影響

—2022 年参議院選挙比例区選挙データによる分析—

経済学科 4 年 根元ゼミナール

三ツ橋 知希

要旨

SNS は人々の投票行動に影響を与えるのだろうか。日本国内における SNS(ソーシャルネットワークサービス)の利用者(アクティブユーザー)は年々増加しており、2022 年末には 8,270 万人に達する見込みである。先行研究では、特定の SNS が焦点にあてられていたり、衆議院選挙という比較的三バン(地盤、看板、鞆)が重要となってくる選挙からデータをとっていたりと仮説に甘い点がある点、調べた年がそこまで新しいものではない点などがあり、まだまだ研究の余地があった。

そこで、本稿では SNS と選挙結果の関係を明らかにするために、2022 年度 7 月 10 日に行われた参議院選挙比例代表区選挙の候補者のうち 167 名を対象に、統計手法を用いて分析を行った。

その結果、「選挙において SNS を利用している政治家は選挙結果に良い影響を起す可能性があり、またその中でも、YouTube の利用は他の SNS と比べて選挙結果に良い影響を起す可能性がある」、「選挙において SNS の follower が多いほうが選挙結果に良い影響を起す可能性がある」、「選挙において現職の議員より新人候補の議員のほうがより SNS の効果が出やすい可能性がある」、「選挙において SNS を利用しているかどうかは当落に影響がある可能性がある」という仮説を立てていたが、仮説通りの結果が得られることができた。

今回得られた結果を踏まえて、参議院選挙比例代表区選挙において、今後ますます SNS をうまく利用する候補が当選するようになっていくと考えられる。

しかし、SNS を利用するかどうか、フォロワー数が多いかは一つの要因に過ぎず、その人がどのような類の発言をしたのか、いいねの数、拡散率、などさまざまな要因を考察して分析を行う必要がある。