



研究レポート

No.448 October 2017

結びつくことの予期せざる罣

— ネットは世論を分断するのか？ —

慶応義塾大学経済学部 田中 辰雄
富士通総研経済研究所 浜屋 敏

結びつくことの予期せざる罣 ーネットは世論を分断するのか？ー

慶應義塾大学 経済学部 田中 辰雄
富士通総研 経済研究所 浜屋 敏

要旨

インターネットの普及段階においては、インターネットによって空間や時間の制約を越えて人々は結びつき、自由に意見交換を行うことで、相互に理解が進み、素晴らしい世の中が実現すると言われた時期もあった。しかし、2000年以降、次第に懐疑論が強まってくる。ネット上で人々が結びつくことは混乱と対立を助長するだけであり、社会は相互理解が進むより分断されるのではないかと、という意見が現実味を増してきた。実際、2016年のアメリカ大統領選挙では、人々がネット上で自分の好みのニュースだけを見聞きするようになり（選択的接触）、SNSなどで自分に似た人たちとばかり交流することで意見が増幅され（エコーチェンバー現象）、政治的な意見の分極化（polarization）が強くなったとも言われている。しかし、本当に分極化は進んでいるのか、進んでいるとすれば、ネットが原因になっているのか、ということについては、特に日本ではあまり研究が行われていない。

果たしてネットは社会を分断してしまうのであろうか。ネットに対して当初考えられていた相互理解を進めるという期待は幻想に過ぎなかったのであろうか。人々が広く結びつくことには罣があったのだろうか。本調査研究はこれらの問いに答えようとする。そのために10万人規模の調査を行い、人々の政治傾向とネット利用の関係をみた。

その結果、意外なことにネットが社会を分断するという証拠は乏しいという結果が得られた。確かに、ネットを利用する人は政治的に過激な意見を持つ傾向にあり、ネット利用と分極化には正の相関がある。しかし、因果の方向はわからない。ネットを利用したせいで過激化したのではなく、もともと政治的に過激な意見を持っている人ほどネットを利用しようとするだけだという可能性が捨てきれなかった。

今回の調査結果は、ネットのために意見が分極化して社会が分断されるという仮説に疑問を抱かせるものであった。今回の調査は1回限りのものなので因果関係の確定までは踏み込めない。しかし、状況証拠のレベルでは、ネットが人々を過激化させるという説には疑うだけの十分な材料がある。ネットが社会を分断するという議論は、今後、より詳細な分析で再検討されるべきであろう。

キーワード：分極化、極性化、選択的接触、エコーチェンバー

目次

1. はじめに	1
2. 問題の所在、調査方法、概観.....	3
3. 政治傾向の指標と分布状況、決定要因.....	8
4. 分極化の現状とその決定要因.....	12
4. 1. 分極化の指標.....	12
4. 2. 分極化の記述統計.....	13
4. 3. 分極化の決定要因.....	16
4. 4. 因果関係の推定：操作変数推定.....	18
4. 5. 因果関係の推定：年齢効果.....	20
5. 選択的接触はどれくらい起きているか？	23
5. 1. 論客との接触比率の偏り.....	24
5. 2. サイトの政治傾向の偏り.....	28
6. 要約とまとめ	33
参考文献	34
補論. クレームと炎上：政治傾向との関係.....	36

1. はじめに

インターネットは人々を結びつける。インターネットの本格的な普及期を経て、我々は時間・空間を超えてネットにつながり情報交換を行い始めた。情報交換を通じて自分の体験を超えた知見が共有され、世界全体で相互理解が進み、問題があれば解決策が模索される。これは人類史にとって画期的な出来事であり、人類は情報社会という新しいステージに入ったかのような言説も登場した。そこでは明るい未来が語られていた。互いに結びついたことで知見が増えれば相互に理解が進むと考えるのは自然であり、ネットは社会を良くすると信じられていた。

しかし、2000年以降、次第に懐疑論が強まってくる。ネット上で人々が結びつくことは混乱と対立を助長するだけであり、社会は相互理解が進むより分断されるだけではないか。そのような懐疑が広まってくる。ネット上では一方的で攻撃的な人が幅を利かせ、相互に理解して相手を認め合う言葉よりも相手を中傷・攻撃する言葉があふれてしまう。ネット上で期待されていた議論を通じた相互理解はどこにも実現せず、社会はむしろ分断されているように感じる。このように意見が両極端に流れることは分極化（polarization）と呼ばれる。

この分断の悪影響がもっとも表れやすいのは政治の世界である。もとより議論を通じた相互理解は民主主義の基盤の1つである。民主主義は多数決で意思決定する制度であるが、多数決の前に十分な議論を行い、相互理解を進めておく必要がある。なぜなら意見は違っても「相手の言うことは理解できる」という状態になってこそ、多数決で負けた側は結果を受け入れようと思うからである。相手の言うことが全く理解できず、また相手が自分を理解しようという気がないと感じ、ただ機械的に多数決で事が決められたと思った時、人は民主主義自体を拒否し始める。アメリカ人がトランプ大統領は自分たちの大統領ではないと叫ぶ時、沖縄の人が独立論を唱える時、そのような民主主義への懐疑の念が芽生えている。多数決で選ばれた大統領や時の政権を認めないという姿勢を見せるからである。

そしてこのような分断を促進しているのがネットではないかという疑いがある。なぜなら、ネットでは異なる意見に接して互いを理解しようとするより、同じ意見の人ばかりで集まり、意見が過激化していく傾向が見られるからである。接する意見を自分好みに選ぶことは「選択的接触（selective exposure）」と呼ばれ、自分に似た意見ばかりを聞くうちに意見が過激化していく現象は「エコーチェンバー（echo chamber）現象」と呼ばれる。ネットは既存メディアより選択的接触が容易であり、それゆえエコーチェンバー現象が起こりやすいとされる。

たとえば「ネトウヨ」と呼ばれる人々が集まるサイトや掲示板のコメント欄では、同じような意見があふれており、彼らが互いに声をそろえるうちに過激化しているように見える。リベラル側でも原理主義的な環境主義者や反原発サイトはそれに沿った意見一色になっており、異論をはさむことはほとんど不可能である。このように同じ意見の人が集まり、

互いの意見を補強するような情報を交換するうちに意見が過激化するというのが、選択的接触によるエコーチェンバー現象である。

ネットウヨや原理主義サイトは例としてはやや特殊かもしれない。もう少し一般的な例としてはツイッターやフェイスブックのような SNS があげられる。ツイッターのフォロー相手やフェイスブックの友人は自分に近い意見の人になりがちである。実際、ツイッターについてはフォローする相手が政治傾向の似た人になりがちであることが何人かの研究者によって実証されている。また、グーグル検索でカスタマイズした場合やフェイスブックでのニュース配信もその人の過去の履歴に依存するので、自分好みになりやすい（フィルターバブル）。かくして人々の接する情報はその人の元の意見に沿ったものに限定され、社会は分断されていく。

果たしてネットは社会を分断してしまうのであろうか。ネットに対して当初考えられていた相互理解を進めるという期待は幻想に過ぎなかったのであろうか。人が広く結びつくことには畏があったのだろうか。本調査はこれらの問いに答えようとする。そのために 10 万人規模の調査を行い、人々の政治傾向とネット利用の関係をみた。

その結果、意外なことにネットが社会を分断するという証拠は乏しいという結果が得られた。確かに、ネットを利用する人は政治的に過激な意見を持つ傾向にあり、ネット利用と分極化には正の相関がある。しかし、因果の方向はわからない。ネットを利用したせいで過激化したのではなく、もともと政治的に過激な意見を持っている人ほどネットを利用しようとするだけだという可能性が捨てきれない。

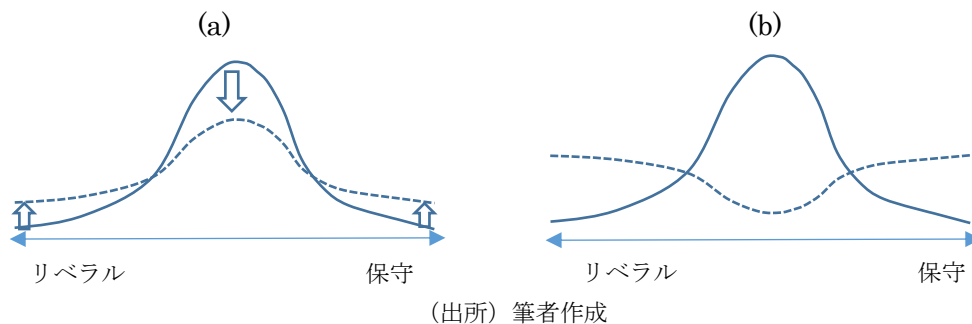
実際、ネットの影響で過激化するという説に疑問を抱かせる事実が 2 つ得られている。第一に、政治的に過激なのは、ネットに親しんでいる若年層ではなく、中高年層である。ネットが人々を過激化させるのなら、ネットに親しんだ若年層ほど過激化してしかるべきである。事実は逆であり、ネット原因説とは矛盾する。第二に、ネット利用者の得る情報が自分好みの意見に偏るという選択的接触が本当に起きているかどうかは疑わしい。SNS 利用者がツイッターやフェイスブックで出会う論客のうち、自分の政治傾向と一致する人の比率は 6 割程度で、残りの 4 割は政治的に反対の立場の人である。4 割もの反対意見を聞いている人がエコーチェンバー現象を起こすとは考えにくい。

このように、調査の結果はネットのために意見が分極化して社会が分断されるという仮説に疑問を抱かせるものであった。今回の調査は 1 回限りのものなので因果関係の確定までは踏み込めない。しかし、状況証拠のレベルでは、ネットが人々を過激化させるという説には疑うだけの十分な材料がある。ネットが社会を分断するという議論は、より詳細な分析で再検討されるべきであろう。

2. 問題の所在、調査方法、概観

政治学では、政治的意見が両極端に偏り、中庸が少なくなることを **polarization** (分極化) と呼ぶ。図表 1 がその模式図である。横軸は政治的意見のスペクトラムで、右が保守的、左がリベラルである。通常の見分分布が(a)の実線の曲線だとして、それが点線のように真ん中部分が減り、両端が増えることが分極化である。極端なケースでは真ん中がへこんでしまう(b)のようなケースを考えることもできる。両端の意見が増えると相互理解や妥協案づくりが困難となり、民主主義は機械的な多数決に堕して劣化する。その意味で分極化は政治にとってはネガティブワードであり、実際にそのような現象が起きているのかが研究テーマになり、いくつかこれを裏付ける研究がなされている。

図表 1. 分極化 (polarization) の模式図



たとえば、Abramowitz and Saunders (2008) は、アメリカにおいて政策の賛否がその人の支持政党によって決まる度合いが近年強まっていることを示した。たとえば中絶、移民拡大等については是非が民主党支持か共和党支持かによって決まる度合いが強まっている、ということである。中絶には賛成だが移民拡大には反対するというように、ある問題では民主党の政策を支持し、別の問題では共和党の政策を支持するという人が多ければ、人々の政治的立場は問題によって入れ替わるので、世論は二分されない。しかし、共和党の支持者が常に共和党の政策を支持し、民主党の支持者が常に民主党の政策を支持すると、人々の意見は2つに分断される。この時、政治的争点の賛否で保守とリベラルを点数化すると極端な意見が強まっていることになり、図表1のような変化が起きていることになる。

また、Iyengar, Sood, and Lelkes (2012) は「自分の子供が自分の支持政党と反対の政党の支持者と結婚することをどう思うか」という問いの答えが近年変化したと報告している。1960年、2008年、2010年の3年を比較すると、子供が反対政党の支持者と結婚することに不快感を示す人が増えたという。政治的な意見の違いが強まると相手との対話自体を拒否するようになるので、これも分極化が起きていることの傍証と考えられる。

また、やや毛色の変った調査として、政治家の演説原稿を最初の方だけ試みて、その

政治家が共和党か民主党かをあてることを AI（人工知能）にやらせたところ、近年になるほど演説の早い段階で共和党か民主党かがわかるようになってきたという報告がある。これは、政治家の党派性が強まり、言葉づかいまで類型化して 2 つのグループに明確に分かれてきたことの表れであり、これも分極化の一例と考えられる（Gentzkow, Shapiro, and Taddy (2016)）。¹

仮に分極化が起きているとして、その原因は何だろうか。一般人レベルでの分極化の原因の有力な仮説としてネットのせいだという説がある。なぜならネット上で接する情報は自分で選択できるので、自分の元々の政治志向に合う情報だけに接するようにできるからである。情報を選択的に享受できることは **selective exposure**（選択的接触）と呼ばれ、ネット時代の特徴である。新聞やテレビでは情報がまとめて提供され、一括して見ざるを得ないため、結果として強制的に反対意見にも接することになっていた。しかし、ネットではそのようなことはない。ツイッターのフォロワーやフェイスブックの友人、訪れるニュースサイトを自分好みに染め上げれば、自分の意見に近い情報だけに接することができる。その結果、自分の意見を補強する情報ばかりに接することになるので、自分の意見が強められていく。このような現象は、座ると自分の声が反響して大きく聞こえる共鳴機になぞらえられて **echo chamber**（エコーチェンバー）現象と呼ばれている。2016 年のアメリカ大統領選ではブライトバートニュース (<http://www.breitbart.com/>) という右派サイトが活躍し、エコーチェンバーの役割を果たしたという指摘がある。

ネットは実際に分極化を進めているのだろうか。これについては断片的な実証が行われているが、その結果は割れている。ネットの影響だという説としては次のような報告がある。Iyenegar (2009) は、ランダムに表示されたネットニュースの見出しの下にソース元として Fox か CNN を提示した場合、共和党支持者は保守的な Fox からのニュースを選ぶ傾向が 25% 高く、リベラル的な CNN からのニュースを選ぶ傾向は 10% 低いとしている。これは人々が選択的に情報源を選んでいること、すなわち選択的接触が行われていることを意味する。また、Nie, Miller, Golde, Butler, and Winneg (2010) は、Fox テレビの視聴者のうち、Fox テレビに加えてネットニュースを利用する人はより政治的に保守的であることを見いだした。ネットニュースはテレビよりさらに選択的であり、より保守的になったと解釈できる。

一方、ネットの影響はないという報告もある。Gentzkow and Shapiro (2011) は、アメリカのネットニュースについてリベラル的なニューヨークタイムズのサイトを訪れる人はむしろリベラルな人が多いが、実際には 3 割程度は保守的な人もいるとし、選択的接触は限定的とした。時系列で見ても、**selective** の度合いが強まっている証拠はないとしている。また、Barberá (2015) はツイッターのフォロワーを保守とリベラルに分類してみると、人々は決して片方の意見だけをフォローしているわけではなく、むしろ反対意見もバラン

¹ 分極化が起きていないという報告もある。代表例は Fiorina and Abrams (2008) で、アメリカ人は基本的に政治イデオロギーに関心がなく、政治的に分断されてはいないと主張している。

スをとってフォローしていることを示した。さらに、フォローの結果として意見がむしろ中庸に変化することを報告し、ネットのせいで分極化が起きるというのは誤りとしている。

また、Liang and Nordin (2012) は、地域別にみてブロードバンドが普及した地域で分極化が進んだという事実はないことを報告している。

日本でこのような分極化が起きているかどうかはまだよくわかっていない。日本では安倍政権下で政治に右派傾向が強まったが、これを分極化と呼ぶべきか、単なる右傾化（保守化）と呼ぶべきかはまだ不明である。論理的には左派の人の意見がそのまま右派がさらに右方向に見解をシフトしたとすれば、両者の意見が遠ざかるので、右傾化とともに分極化が起きたと呼んでよい。ただ、左派も右派も含めて全体がそのまま右に平行移動したとすれば単なる右傾化と呼んだほうがよいだろう。どちらが起きたかについてはまだ研究事例がなく、わからない。ただ、ネット上ではいわゆる「ネトウヨ」と言われる右派の主張者が現れ、これがために議論が極端化し、分極化が起きているかのような印象がある。しかし、これも印象だけで実態はわかっていない。そのため、本調査は日本の実態をできるだけ明らかにすることを目的とし、以下のようなアンケート調査を設計して実施した。

調査会社：マイボイス社

調査日時：2017 年 8 月

予備調査：インターネット調査モニター会社のモニター10 万人（パソコンユーザ）
モニターの条件＝20 歳～79 歳の男女（割り付けはなし）

本調査：予備調査 10 万人からのランダムサンプルで抽出した 2,000 人

予備調査で少数の重要な設問を聞き、さらに詳しい内容については抽出した 2,000 人に尋ねた。10 万人の予備調査は数が多いため割り付けは行っていない。

なお、問いの中にダミーの問いを入れて不的確な答えを選んだ回答者を排除するスクリーニングを行った。具体的には、存在しない人物やサイトについて尋ねる問いを 5 問用意し、それに対して「知らない」「わからない」を選ばずにそのまま答えた人を、設問を読まずに答えたと判断し、サンプルから取り除いた。その結果、ほぼ 5% 程度の回答者が除かれ、サンプルサイズは 95,175 人となった。本調査の 2,000 人についても同様に 3 問のダミー設問をつくってスクリーニングを行い、有効なサンプル数は 1,890 人に減っている。

予備調査回答者の年齢と男女別の分布は図表 2 のとおりである。20 代と 70 代が少なく、40 代と 50 代が多い。20 代が少ないのはユーザがスマホに移行しておりパソコンユーザが少ないためと思われる。

図表 2. サンプルの年齢分布と男女比

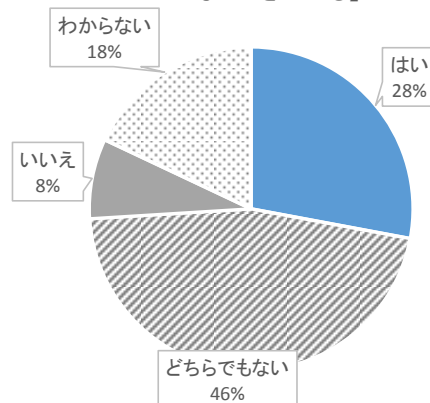
	N	比率
20代	7,765	8.2
30代	16,097	16.9
40代	24,028	25.3
50代	24,102	25.3
60代	17,722	18.6
70代	5,461	5.7
	95,175	100
男	47,608	50.0
女	47,567	50.0
	95,175	

(出所) 筆者作成

まず、分極化が起きているかどうかを概観しておく。分極化が起きているかどうかを明らかにするためには、本来は過去の調査との比較を行う必要があり、今回のような一回限りの調査で判定することは困難である。そこで今回は不完全な代替案として回答者に直接尋ねる方法をとった。具体的には「世の中の言論は、中庸がなくなり、右寄りか左寄りか、極端になってきている」という意見に賛成かどうかを「はい」、「いいえ」、「どちらでもない」、「わからない」の4拓で答えてもらった。この問いは回答者の主観的な見解を聞くもので、分極化の客観的な指標ではない。しかし、もし分極化が大規模に起きているのなら個々人の主観レベルでも分極化は意識されるだろう。この問いへの答えは図表3のとおりである。

図表 3. 分極化に関する質問

【世の中の言論は、中庸がなくなり、右寄りか左寄りか、極端になってきている】n=1890)



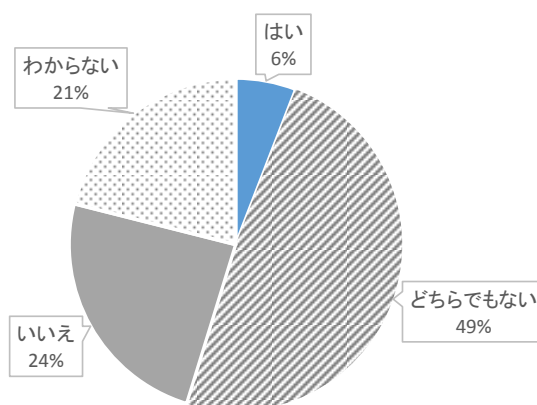
(出所) 筆者作成

「中庸が無くなり意見が極端になってきている」という意見に賛同した人は28%いる。これに対し賛同しない人は8%にとどまるので、賛同者の方が多い。「どちらでもない」という人が46%おり、これを判断保留としていわば“中間”と見ると、賛同者が反対者より多いので傾向としては分極化への賛同者が多いことになる。少なくとも現状で4分の1の人が分極化に賛同しているという事実は大きい。そもそも、「中庸が減って極端化していると思いますか」という問いはアンケートの問いとしてはあまり自然な内容とは言えず、回答者は戸惑ってもよい問いである。この異例な問いに対して28%が賛同したということは、分極化を感じている人が一定程度はいることを示唆していると考えられる。

次に、大きく言ってネットが政治を良くしていると思うかどうかを尋ねた。図表4がその結果である。「どちらかといえばネットが政治を良くしている」という見解に賛同する人は6%でしかない。逆に「いいえ」と答える人が24%にも達しており、ネットの政治への影響については否定的な意見が優勢である。ネットの政治への影響は分極化だけに限らないので、原因を分極化だけに帰するのは行きすぎであろう。しかし、冒頭に述べたネットが民主主義を良くしていくという楽観論はすでに過去のものであり、多くの人が否定的な評価をしていることがわかる。分極化はその1つの要因である。

図表 4. ネットと政治に関する質問

【ネットはどちらかといえば政治を良くしていると思う】(n=1890)



(出所) 筆者作成

3. 政治傾向の指標と分布状況、決定要因

分極化の分析のためには分極化の指標をつくる必要がある。そのための第一歩として、まず回答者がリベラルか保守かを示す政治傾向の指標をつくろう。分極化は政治傾向の指標が極端化することとして定義できるからである。

政治傾向の指標（pol）は、政治的な争点への賛否でつくる。以下の問いに、「強く賛成」から「強く反対」まで7段階で答えてもらった。

問：次の意見に賛成か反対かお答えください。

- 1【憲法9条を改正する】
- 2【社会保障支出をもっと増やすべきだ】
- 3【夫婦別姓を選べるようにする】
- 4【経済成長と環境保護では環境保護を優先したい】
- 5【原発は直ちに廃止する】
- 6【国民全体の利益と個人の利益では個人の利益の方を優先すべきだ】
- 7【政府が職と収入をある程度保障すべきだ】
- 8【学校では子供に愛国心を教えるべきだ】
- 9【中国の領海侵犯は軍事力を使っても排除すべきだ】
- 10【現政権は日本を戦前の暗い時代に戻そうとしていると思う】

<選択肢>

- 1=強く賛成 2=賛成 3=やや賛成
4=どちらともいえない
5=やや反対 6=反対 7=強く反対
8=わからない

ここから政治傾向の指標をつくる。まず答えの選択肢1～7から4を引いて選択肢の「どちらともいえない」が0になるように基準化する。そのうえで平均値をとって、その値をその人の政治傾向とした²。すなわち個人*i*の問い*j*への答えを q_{ij} ($q_{ij} = -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3$) とすると、政治傾向は、

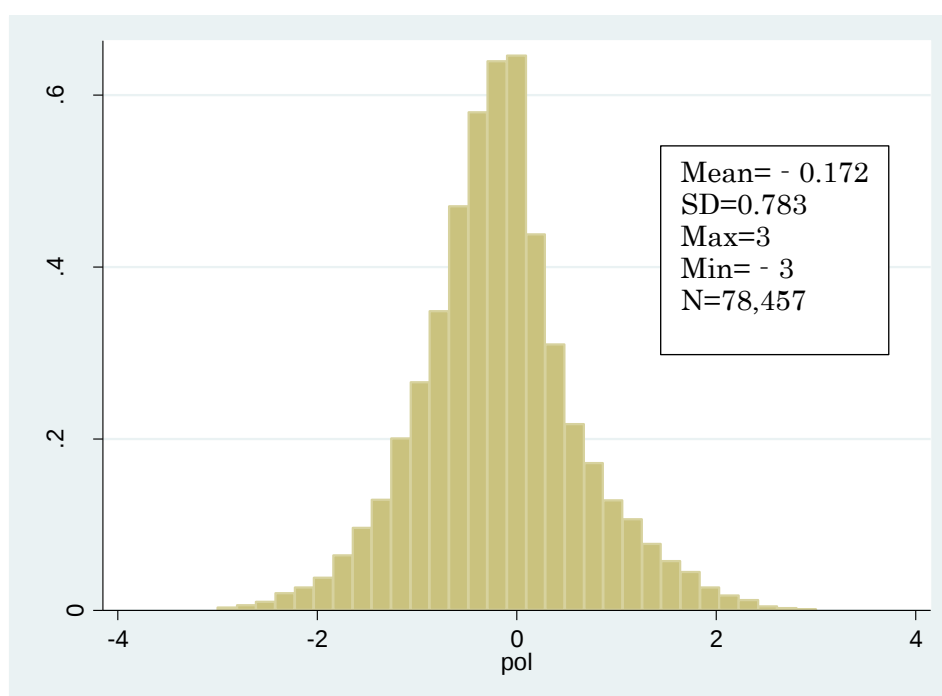
$$Pol_i = (\sum_{j=1}^{10} q_{ij}) / 10$$

で求められる。ただし、問いの1、8、9だけは保守派が賛同する意見なので、1、8、9については7段階の数値を8から引いて逆転させておく（他の7問はリベラル派が賛同する意見である）。

² わからないと答えた人は除き、すべての意見について回答した人だけについて平均した。

この政治傾向指数 **pol** は最大値が 3、最小値が -3 で、値が大きいほど保守的になり、値が小さい（負の方向に大きい）ほどリベラル的になる。すべての問いについて保守的政策に強く賛成を選び続けると 3 になり、逆にリベラル的政策に強く賛成を選び続けると -3 になる。全サンプルについて **pol** のヒストグラムを描くと図表 5 のようになる。平均値は -0.172 なので、ややリベラル側に偏っている。これは、問いのたて方がリベラル寄りの表現が多かったためと推測される。なお、標準偏差が 0.783 であることに留意されたい。この指標は値が -1 だとややリベラル、+1 ではやや保守的に相当する。ほとんどの人はこの範囲内に収まっており、中庸である。

図表 5. 政治傾向指標 **pol** の分布



(出所) 筆者作成

政治的傾向の決定要因を分析するに先だって、説明変数を確認しておく。説明変数の候補としては、性別、年齢、学歴、所得といった基本属性変数以外に、ネットメディアと既存メディアの利用度合いを取る。メディアの利用度合いは次の問いを用いる。

問 メディアの利用頻度についてお聞きします。以下のメディアを週に何回利用するでしょうか。大体でよいのでお答えください。

- 1 【フェイスブック】
- 2 【ツイッター】
- 3 【LINE】
- 4 【ネット上の大手のニュースサイト（ヤフーニュースなど）】

5【ネット上のブログやニュースの個人サイト】

6【テレビのニュース】

7【テレビのワイドショー】

8【新聞】

選択肢 1=利用しない／読まない

2=週に1回以下

3=週に2～3回

4=週に4～5回

5=ほぼ毎日

変数としては選択肢の値1から5をそのまま用いる。これらメディア接触度と基本属性を説明変数とし、政治傾向を被説明変数として回帰した結果が図表6である。(1)は学歴・所得を外した時、(2)は学歴と所得を入れた時で、サンプル数が異なる(サンプルの半数には学歴と所得の属性データが欠けているためである)。標準化係数は、それぞれの説明変数が標準偏差1単位分変化した時、被説明変数が標準偏差で何単位分変化するかを表したもので、変数の単位や変動の差を気にせずに係数の大きさを比較できる。

この結果について、目立った点を要約する。まず、フェイスブックとツイッターとLINEの係数はいずれもマイナスであり、情報発信する人はリベラルな傾向がある。ネトウヨという言葉でわかるようにネット上では保守的な言説が幅を利かせているというイメージがあるが、それに疑問を投げかける結果である。いわゆる市民運動やデモ活動の大半がリベラル系であることからわかるようにリベラル陣営は理想を掲げて政治的主張を行う陣営であり、そもそも情報発信の欲求が強い。そのためこのような結果が得られたと考えられる。ネット上で保守側の影響力が強いように見えるのは、別の理由、たとえば「特定の人がたくさん書きこむ」「発言が攻撃的」、あるいは「議論が炎上になるとネット中から右派が集まってくる」といった“目立つ”特性があるためと推測される。

保守的な傾向があるのは、ネット上の大手のニュースサイトや個人ブログの利用者である。保守派はテレビ・新聞を信用せず、ネット上で情報収集していると考えられる。元来テレビと新聞はどちらかといえば論調は政権批判が多いリベラル寄りであり、保守派がこれを嫌ってネット上にニュースソースを求めていると解釈できる。アメリカで保守的なブライトバートニュースが利用者を増やしたのは、新聞・テレビなどの既存メディアのリベラル傾向に不満を持った人がブライトバートニュースに集まったためと考えられる。この現象はその日本版と考えられる

最後に、年齢の係数は非常にはっきりとしたマイナスであり、中高年がリベラル的、若年層が保守的という昨今の傾向がここでも見て取れる。相対的な影響力の大きさを比較するため標準化係数の値を見ると、年齢の係数が0.079とメディアの係数(0.02～0.04)の2～3倍にもなっており、年齢の影響は大きい。かつて、理想に燃える若い層がリベラル的で

あり、すでに世の中の仕組みに適合した高齢者は保守的と言われたが、そのような言説は今の日本にはあてはまらない³。

図表 6. 政治傾向の決定要因

VARIABLES	(1) pol	標準化係数	(2) pol
フェイスブック	-0.0211*** (-9.401)	-0.037	-0.0220*** (-6.456)
ツイッター	-0.0151*** (-6.804)	-0.027	-0.0153*** (-4.510)
LINE	-0.00582*** (-3.297)	-0.013	-0.00528** (-2.014)
大手のニュースサイト	0.0217*** (11.36)	0.043	0.0214*** (7.475)
ブログや個人サイト	0.0253*** (12.42)	0.048	0.0262*** (8.515)
テレビのニュース	-0.0162*** (-6.579)	-0.028	-0.0153*** (-4.136)
テレビのワイドショー	-0.0173*** (-8.419)	-0.034	-0.00810*** (-2.615)
新聞	-0.0137*** (-8.224)	-0.032	-0.0157*** (-6.304)
性別 (female=1)	-0.273*** (-46.79)	-0.174	-0.202*** (-20.49)
Age(才)	-0.00476*** (-18.83)	-0.079	-0.00661*** (-16.82)
Edu (学歴6段階)			-0.0248*** (-7.933)
Income (百万円)			0.0252*** (16.35)
Constant	0.297*** (17.74)		0.353*** (12.08)
Observations	78,457		37,396
R-squared	0.043		0.049

t-statistics in parentheses
*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

(出所) 筆者作成

³ 年齢と政治傾向の関係については、今回はネットユーザをサンプルにした調査であることを留意されたい。また、ネットユーザの中でも、若年層と比較すると、中高年ではアンケートに回答するようなヘヴィユーザには特定の傾向があり、サンプリングバイアスが強くなっている可能性も否定できない。

4. 分極化の現状とその決定要因

4. 1. 分極化の指標

分極化の指標をつくる。分極化とは政治的な意見が左右どちらかに極端な人が増えることである。そこで次の2つの指標を用意した。

$$rad1_i = |pol_i - (-0.172)|$$

$$rad2_i = \sum_{j=1}^{10} \frac{|q_{ij}|}{10}$$

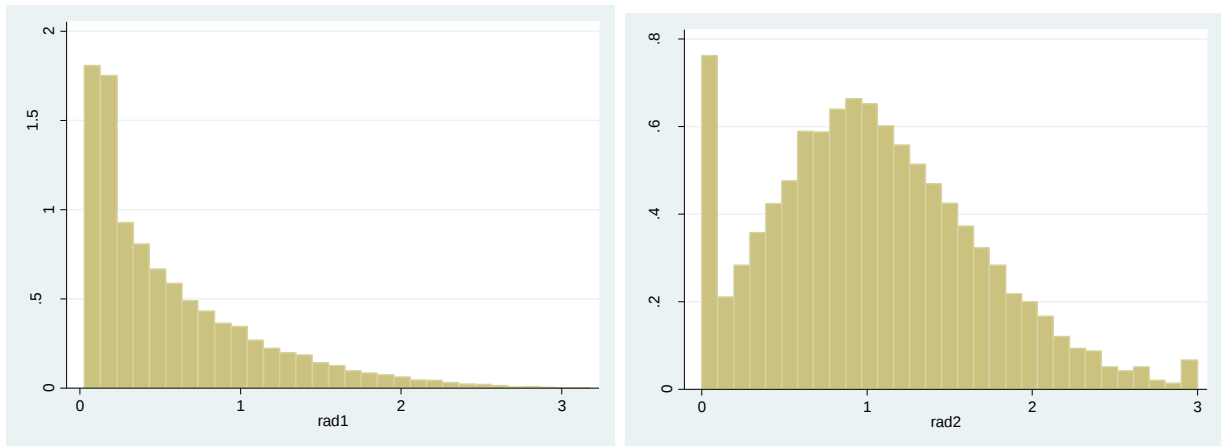
第一の指標 $rad1_i$ は政治傾向 pol の絶対値である。プラス方向でもマイナス方向でも値が大きいほど政治的意見は過激になるので、絶対値をとれば分極化の指標になる。変数 pol の平均値から -0.172 を引いておくのは平均値がゼロになるようにするためである。第二の指標 $rad2_i$ は同じく政治的意見の絶対値であるが、政治傾向 pol にまとめる前の個別の10問の答え ($q_{ij} = -3 \sim +3$) の段階で絶対値をとり、そのうえで求めた平均値である。

2つの指標の違いは、1人の個人のなかに保守的意見とリベラル的意見が共存した時、相殺させるかどうかである。ある個人が憲法9条改正には強く賛成し ($q = +3$)、しかし原発には強く反対した ($q = -3$) とする。すなわち、憲法改正については強い保守派の、原発是非については強いリベラル派の立場をとったとする。指標 $rad1$ では政治傾向 pol を求める段階で和を取るなので $+3$ と -3 は相殺され、この人は極端な意見の持ち主ではないと判断される。しかし、指標 $rad2$ では、個々の意見の段階で絶対値をとるので、この人は極端な意見の持ち主と判断される。

2つの指標の分布を描くと図表7のようになる。左が $rad1$ 、右が $rad2$ のグラフである。 $rad1$ では中庸な考え方は0で表され、0がもっとも多くて右肩下がりの分布になる。一方 $rad2$ ではピークが1程度になっている。中庸な人といっても、意見を問われて常に中間の「どちらでもない」を選ぶわけではなく、ある程度は賛否を表明する人の方が多いためである。なお、右の $rad2$ のグラフで0が突出しているのは、まさにすべての問いに対して「どちらでもない」を選びつづけた人が（少数ではあるが）一定数いたことを意味する。

どちらの指標が妥当かは、分極化がどの単位で進行するかによっている。もし分極化がリベラル対保守という大きなイデオロギー単位でまとめて進行するなら $rad1$ の方が望ましいだろう。一方、分極化が反原発、護憲など特定の争点別に進行するなら $rad2$ が望ましい。事前の段階ではどちらがよいかわからないので、当面両方の指標を使う。ただし、結果としてはどちらの指標を使っても大勢に影響はなかった。以下では主として $rad1$ のほうの指標を使って説明する。

図表 7. 分極化指標の分布

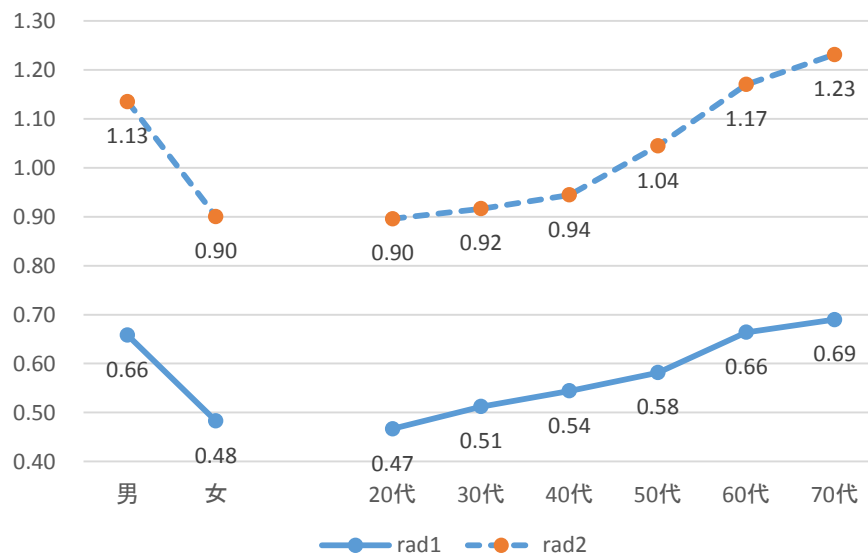


(出所) 筆者作成

4. 2. 分極化の記述統計

まず、分極化が男女、年齢、教育水準などで変わるかを見てみよう。図表 8 は、分極化指数を男女別と年齢別に見たものである。男女別で見ると男の方が分極化が強い。女は 0.48 で男は 0.66 であり、その差は 0.18 ある。男性の方が女性よりも政治的に極端な意見を持ちやすいというのは経験的にも理解しやすい。

図表 8. 男女別・年齢別の分極化指数



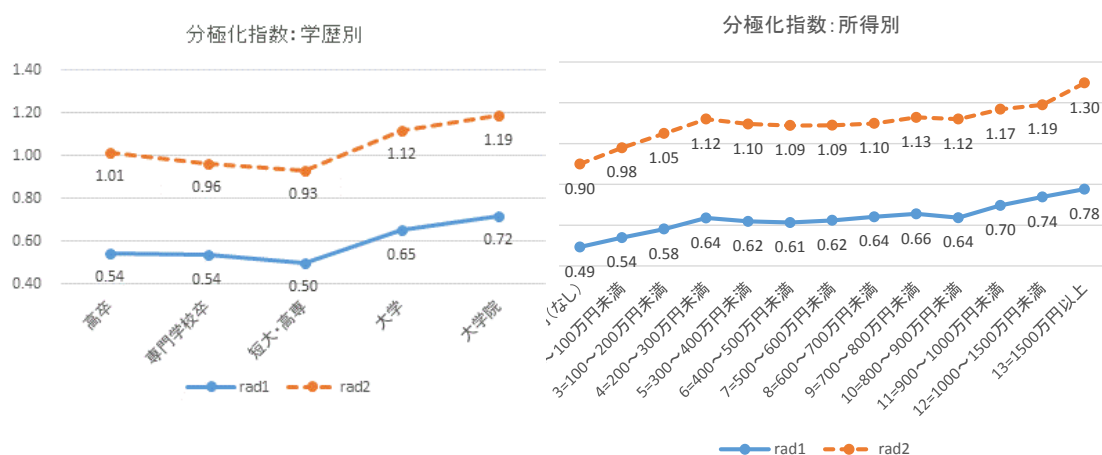
(出所) 筆者作成

注目すべきは年齢別の比較で、中高年の方が分極化度合いが高い。これは経験的に見て自明ではない。通常、若い方が未熟なために極端な意見を持ちやすく、年を取るにつれて妥協的になって（“まるくなって”）意見が中庸になる、という予想も十分に可能だからで

ある。実際にはそうっておらず、年を取るほど左右どちら方向にも政治的意見が過激化している。そして、その度合いも大きい。20代の値は0.47、70代では0.69であり、その差は0.22に達し、この差は男女差(0.18)よりも大きい。我々は日々の体験で女性より男性の方が過激な政治的主張をしやすいことをある程度は知っているが、この男女差以上の差が20代と70代に生じていることになる。これは驚くべきことである。

図表9は学歴別・所得別の分極化指数である。学歴別で見ると高校卒、専門学校卒、高専・短大卒の間にはあまり差がない。大卒以上との間に差があつて、大卒になると分極度が上がる。大学卒になると知識が増え、政治争点により明確な態度をとれるようになるからと解釈できる。この解釈が正しければ、この教育による極性の上昇は良い変化である。所得階層についても緩やかな右上がりであり、所得があがるほど分極度があがる。すなわち、所得の高い人ほど賛否のはっきりした強い意見が増えてくる。所得の差がなぜこのような差を生むかはわからない。後述の重回帰分析では所得の有意性は大幅に低下するので、なんらかの疑似相関と考えられる。所得は教育をはじめとして他の変数と相関しやすい変数だからであろう。

図表9. 学歴別・所得別の分極化指数



(出所) 筆者作成

記述統計の最後に SNS の利用との関係を見てみよう。ネットが分極化を促すのではないかというのが本研究の主要な問題関心である。ならばネットでの活動と分極化の関係を見る必要がある。ネットでの活動と言っても幅広いが、まず意見形成にもっとも影響を与えそうなものとして SNS を見てみよう。具体的にフェイスブックとツイッターと LINE について、その利用頻度別に分極度がどう変わるかを描いた。図表10がその結果を示している。

図表 10. 分極化指数と SNS の利用度



フェイスブックとツイッターでは利用頻度があがるほど分極度が強まっている。すなわちフェイスブックとツイッターをやる人ほど、政治的意見が過激である。これはネットでの活動が政治的意見を分極化させるという仮説に整合的である。フェイスブックやツイッターで似た意見の人の情報に接しているうちエコーチェンバー現象を起こし、意見が過激化していったという解釈もできる。ただし、この解釈が正しいとしてもその程度はそれほど大きくはない。全く利用しない人と週に5日以上利用する人を比較しても、分極度の差はフェイスブックで0.05(=0.62-0.57)、ツイッターで0.07(=0.63-0.56)である。

一方、LINE の場合、逆に分極度は低下する。全く利用しない人と週に 5 日以上利用する人を比較すると 0.12 ($=0.63-0.51$) 低下している。LINE は閉じたメディアなので、論理的にはその中で同じような考え方の人が意見交換すれば議論が過激化するということがありえる。しかし、実際には LINE は政治的な議論で使われることは少なく、家族、友人等仲間内の日常的な会話や連絡であることが多く、そもそも政治に関心のない人が使っていると思われる。LINE ユーザの分極化が低いのはこのためであろう。

4. 3. 分極化の決定要因

ここまでの記述統計の結果を確かめる意味で回帰を行った。図表 11 (次ページ) がその推定結果である。2 つの分極化指標 rad1 の rad2 の結果は定性的にはほぼ同じなので、rad1 の方の結果を示してある。

まず、フェイスブックとツイッターの係数がプラスであり、ネット上の大手ニュースサイト、そしてブログ・個人サイトの利用者の係数もプラスである。これらを利用する人はそうでない人よりも分極化が進んでおり、政治的に極端な強い意見を持つ傾向がある。いずれもインターネットの代表的な利用例であり、ネットの利用はエコーチェンバーを通じて意見を過激化させ、分極化が進むという仮説に整合的である。LINE がマイナスであるのは、すでに述べたように、そもそもが家族・友人等の間での日常の会話・連絡で使われており、政治的な意見の交換に使われていないためであろう。

一方、テレビのニュース、ワイドショーの係数はマイナスであり、これらの利用者は分極化しておらず、政治的に穏健である。テレビニュースもワイドショーもさまざまな意見をまとめて提供するのでエコーチェンバーが働きにくく、意見が過激化しにくいと考えられる。

ここまでの結果を要約すると、ネットが分極化を促進するという仮説に適合的な結果に見える。

しかしながら、これでネットのために分極化が進んだとはまだ言えない。最大の問題は因果関係が逆の可能性があることである。すなわち、フェイスブックやツイッターを使っているエコーチェンバー現象が起き、政治的に過激化したのではなく、元々政治的に過激な意見の持ち主だからこそ好んでフェイスブックやツイッターをやるようになったという可能性がある。政治的に過激な意見の持ち主は、それを確認したいあるいは発信したいという欲求を持つだろうから、フェイスブックやツイッター等を使ったり、ブログやニュースを見ようと思ったりするのは自然である。実際、ツイッターユーザについて政治的に極端な意見の持ち主ほど発言が多いという実証結果がある (Barberá and Rivero (2014))。逆に元々政治的に関心が低い人は、テレビのワイドショーを見て LINE をすれば満足し、ことさら SNS で発信しようとは思わないだろう。このような逆方向の因果でも図表 11 の結果は説明できる。

図表 11. 分極化の決定要因（重回帰分析）

	(1)		(2)	
VARIABLES	rad1	標準化係数	rad1	標準化係数
メディア利用（5段階）				
フェイスブック	0.00946*** (6.289)	0.024	0.00955*** (4.215)	0.024
ツイッター	0.0278*** (18.75)	0.074	0.0282*** (12.48)	0.071
LINE	-0.0214*** (-18.08)	-0.072	-0.0208*** (-11.94)	-0.067
大手のニュースサイト	0.0184*** (14.38)	0.055	0.0164*** (8.605)	0.047
ブログや個人サイト	0.0194*** (14.20)	0.055	0.0196*** (9.580)	0.054
テレビのニュース	-0.00694*** (-4.199)	-0.018	-0.0114*** (-4.621)	-0.028
テレビのワイドショー	-0.0279*** (-20.30)	-0.082	-0.0260*** (-12.65)	-0.074
新聞	0.0106*** (9.526)	0.037	0.00882*** (5.338)	0.030
属性				
性別（female=1）	-0.119*** (-30.39)	-0.112	-0.116*** (-17.64)	-0.106
年齢(才)	0.00447*** (26.39)	0.110	0.00545*** (20.86)	0.123
学歴（6段階）			0.0282*** (13.58)	0.072
所得（百万円）			-0.000185 (-0.181)	-0.001
Constant	0.361*** (32.21)		0.229*** (11.83)	
Observations	78,457		37,396	
R-squared	0.060		0.063	

t-statistics in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

（出所）筆者作成

実際、逆の因果を示唆する材料もこの回帰結果に含まれている。たとえば、新聞の係数がプラスである。新聞はテレビと同じく記事を一括して提供するのでエコーチェンバー現象が起こりにくいはずであるが、それにもかかわらず新聞読者は分極化している。これは逆因果を仮定すると説明できる。テレビはスポーツやドラマなどニュース以外の娯楽を流し、「ながら視聴」が可能な受動的なメディアであるのに対し、新聞は主な内容がニュースであり、また意識して読む必要がある能動的なメディアである。能動的にニュースを読む人は社会問題への関心の高い人であり、強い政治的意見を持つ場合が多いと考えられる。それゆえ新聞読者では分極化が進んでいると説明できる。この説明はもともと強い政治的意見を持つ人だから新聞を読んでいるとしている点で逆方向の因果を使った説明であることに注意されたい。図表 11 のメディア利用の係数はすべて逆方向の因果での説明が可能である。要するに相関はあるとしても因果の方向はわからない。

因果の方向を確定するには、何らかの実験的な状況を使う必要がある⁴。実験ができず観察だけで行うなら、最低でも 2 回の調査を行なわねばならない。1 回だけの調査でできることは限られる。ただ、それでもいくつかの検討を行うことはできる。以下、操作変数法と年齢の効果の 2 つの検討について述べる。

4. 4. 因果関係の推定：操作変数推定

因果を判定する 1 つの方法は操作変数法である。すなわちフェイスブックとツイッターについて言えば、

$$\text{政治的分極化指標 (rad)} = a + b * \text{フェイスブック利用 or ツイッター利用} + u$$

という式があるとき、フェイスブック、ツイッター利用だけに影響を与え、政治的分極化には直接の影響を与えない変数（操作変数）をみつける。そのような操作変数が変化した時の影響はフェイスブックあるいはツイッターを通じての効果だけと考えられる。今回は操作変数としては平日のインターネット利用時間と、インターネット利用場所（職場と自宅双方のときに 1 をとるダミー変数）の 2 つを用いる。いずれも政治的意見の有無あるいは強弱とはあまり関係なくネットでのフェイスブックとツイッターの利用頻度が増える要因である。この要因にあてはまる人が同時に政治的意見を強めていれば、政治とは無関係にフェイスブックやツイッターの利用が増えた人が政治的意見を強めたことになる。インターネット利用時間は政治的意見の強弱と完全に無関係ではないので、操作変数としてや

⁴ たとえば DellaVigna and Kaplan (2007) は、アメリカを地域別に分けて、保守的な FoxNews の配信前と配信後で政治行動がどう変わったかを調べ、共和党への支持が 0.4~0.7%ポイント増えたとしている。あるいは、Gerber, Karlan, and Bergan (2009) は、300 人の有権者に保守的な新聞とリベラル的な新聞を無料配布し、その結果政治傾向が変わったかどうかを調査している。Conroy-Krutz and Moehler (2015) は、通勤バスのなかに 2 週間にわたりラジオトークショーを流し、それが政府批判だった場合と政府擁護だった場合で政治意見に影響があるかどうかを調査している。ネットでもこのような実験的な状況をつくれれば直接的に調査できる。ただ、そのような実験的状況をネットで作り出すのは困難であろう。

や難はある。しかし他に有力な操作変数は見いだしがたく、今回はこれで代替する。操作変数を適用する変数はフェイスブックとツイッターとする。この推定結果が図表 12 である。

図表 12. ネット利用と政治的分極化：操作変数推定

VARIABLES	(1) rad1	(2) rad1
メディア利用 (5段階)		
フェイスブック	0.0375 (1.129)	-0.196** (-2.092)
ツイッター	0.129*** (5.763)	0.262*** (4.720)
LINE	-0.0369*** (-6.163)	-0.00277 (-0.194)
大手のニュースサイト	0.0140*** (6.904)	0.0118*** (5.020)
ブログや個人サイト	-0.00944** (-2.060)	-0.00361 (-0.645)
テレビのニュース	-0.00824*** (-3.205)	-0.0112*** (-3.614)
テレビのワイドショー	-0.0281*** (-13.42)	-0.0212*** (-7.144)
新聞	0.0105*** (6.167)	0.00795*** (4.006)
属性		
性別 (female=1)	-0.105*** (-11.34)	-0.102*** (-10.09)
年齢(才)	0.00723*** (13.62)	0.0104*** (8.488)
学歴 (6段階)		0.0376*** (7.067)
所得 (百万円)		0.0104*** (2.788)
Constant	0.114*** (3.078)	-0.143** (-2.062)
操作変数 (フェイスブック とツイッターに適用)		
ネット利用時間	○	○
ネット利用場所	○	○
Observations	37,808	37,396

t-statistics in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

(出所) 筆者作成

ここで特徴的なのは、フェイスブックがケース(1)では有意でなくなり、所得と教育を追加したケース(2)では符号が逆転したことである。したがって、図表 11 の単純回帰でフェイスブックの利用が増えると意見が過激化したのは、フェイスブック利用のために過激化したのではなく、もともと政治的に過激な人がフェイスブックを利用したと解釈した方がよいことになる。ツイッターの方は操作変数を使っても有意に正なので、ツイッターを使うと意見が過激化するという仮説はまだ生きている。ただし、操作変数を使うと t 値は低下しており、もっとよい操作変数を使うとさらに低下し、有意でなくなるかもしれない。なお、この図表 12 ではブログや個人サイトの係数もマイナスに転じるかあるいは有意でなくなっており、分極化が失われていることにも注意されたい。これらの結果から見て、有力な操作変数を使えば使うほどネットの分極化効果はなくなってくると予想される。

4. 5. 因果関係の推定：年齢効果

もう 1 つの注目点は年齢の効果である。図表 11、12 のいずれでも年齢の効果は常にプラスで有意である。すなわち高齢者ほど分極化が進み、若年層は分極化していない。年齢自体には逆因果はあり得ないので（政治的に過激化したら 10 歳年をとるあるいは 10 歳若返るというようなことはできない）、これは年齢の効果と考えるのが自然である。そして、ネット利用のせいでエコーチェンバー現象が起こって分極化が進むのなら、ネットの利用頻度の高い若年層こそ分極化が進行すべきである。しかしながら、事態は逆であり中高年の方が分極化が強い。これはネット利用が分極化を進めるという仮説に反している。

年齢の効果を確認する意味で、別の分極化指標を使った結果も記しておく。分極化を政党支持との相関の強さで定義する方法である (Abramowitz and Saunders (2008))。まず、保守政党とリベラル政党のどちらを支持するかを尋ねる。保守政党支持の人が常に保守的な政策を支持し、リベラル政党支持の人が常にリベラル的な政策を支持するなら、人々は保守とリベラルに二分されるので分極化が進行していると見なせる。逆に保守政党支持の人でもリベラル的政策を支持することもあり、逆にリベラル政党支持の人でも保守的政策を支持することもあるというようであれば、分極化は弱い。そこで政党支持と政策賛否の間の相関を見よう。

そのためには政策支持の指標をつくる必要がある。政党支持の指数は次のようにつくった。次の 2 つの文章を示して自分にあてはめるかどうかを、はい、いいえで答えてもらった。

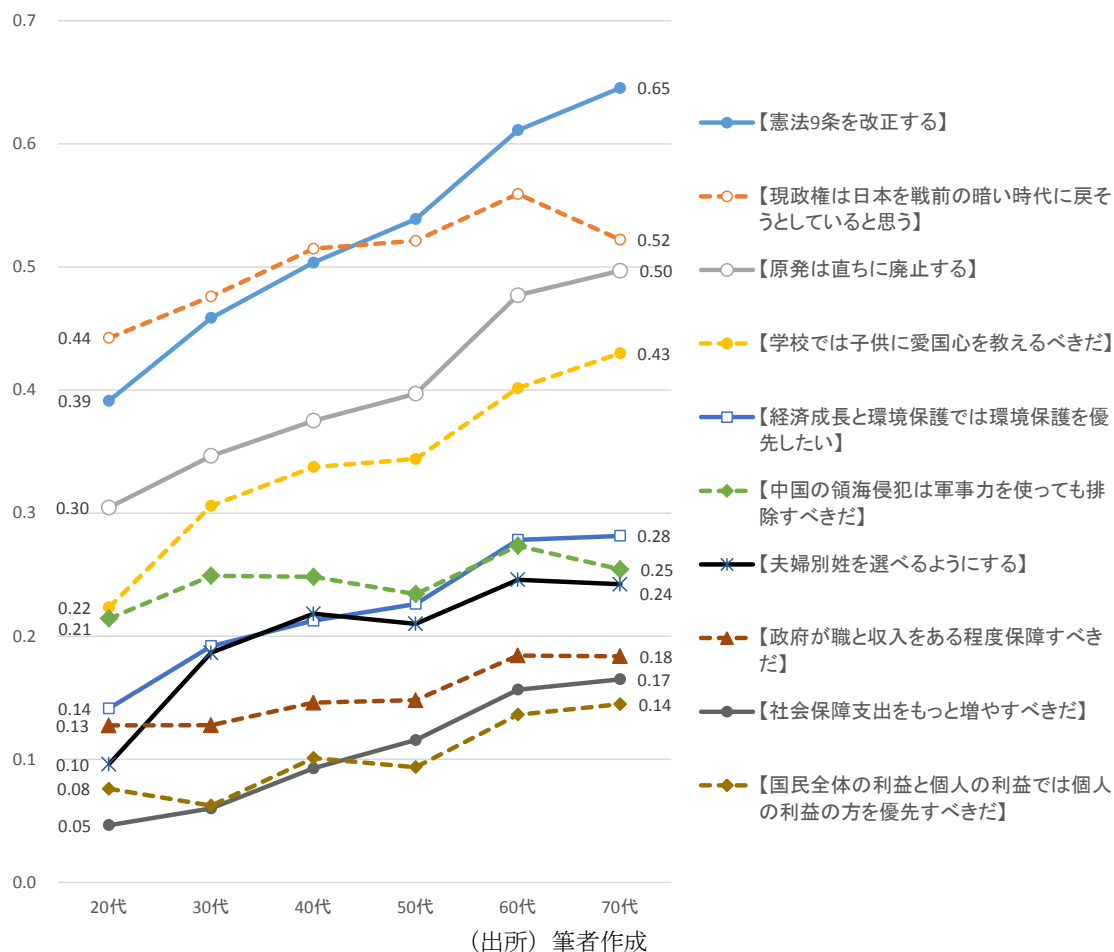
- | | |
|---------------------|------------------|
| A【どちらかといえば自民党支持である】 | はい、いいえ、どちらとも言えない |
| B【どちらかといえば野党支持である】 | はい、いいえ、どちらとも言えない |

A の問いに「はい」を選べば +1 点、「いいえ」であれば -1 点とする。B の問いの場合は逆に「はい」なら -1 点、「いいえ」なら +1 点とする。どちらとも言えないは 0 点

である。この方法で得点を付けると-2点から+2点までの5段階の指標ができる。値が大きいほど保守的になる。なお、野党の中には自民党以上に保守的な政党があるので、この方法での測定は正確ではない。が、野党のなかの保守勢力は小さいので無視しても大勢に影響はないだろうと考え、今回は大雑把な指標としてこれを用いる。

この政党支持の指標（5段階）と、政治傾向を測定した時の各種政策、たとえば憲法9条の改正を支持するか等の指標（7段階）の間の相関を見る。保守政党支持の人ほど憲法9条改正に賛成と考えられるので正の相関になる。この相関係数が大きければ大きいほど政策の是非が政党支持で決められていることになる。年齢別の相関係数を出してみる。結果は図表13にまとめられている。

図表 13. 政党支持と政策賛否の相関の年齢別変化



図表13の横軸は10歳刻みの年齢グループで、縦軸は相関係数である。この図の右上の0.65という数値は、政党支持と憲法9条改正の賛否の相関係数が、70代の高齢者では0.65だったことを示している。この線の左端の0.39は、20代ではこの相関係数が0.39に低下したことを示す。すなわち、憲法9条改正の賛否は70代の高齢者では政党支持でかなり説

明がつくが、20 代の若年層では政党支持で説明しにくくなる。若年層では政党支持とは関係なく憲法 9 条改正の賛否を決める人が多く、政党の方針にしたがっておらずバラバラである。

そして、一見して明らかなようにすべてグラフが右上がりである。これは憲法 9 条に関する政策に限らず、一般的傾向として高齢者ほど政党支持と政策賛否の相関が高いことを意味する。すなわち、高齢者の場合、保守政党支持ならほとんどの保守寄りの政策を支持し、リベラル政党支持ならほとんどのリベラル型政策を支持する。逆に若年層では相関係数が低いのでそうはならない。若い人は保守政党支持者といえどもリベラル的政策に賛同することもあり、またリベラル政党支持者でも保守的政策を支持することもあるということである。分極化が進んでいるのは中高年であり、若年層ではない。

分極化しているのはネットを使っていない中高年であり、若年層ではないということは、アメリカについては時系列データを使ってより直接的に実証されている。Boxell, Gentzkow, and Shapiro (2017)は分極化を 9 つの指標で測定し、アメリカの世論調査の長期データを使って分極化の変化を調べた。その結果 8 個の指標で見分極化が起きているが、分極化が起きているのは 65 歳以上のインターネットを利用していない層であり、インターネット利用層ではないことを見いだしている⁵。我々の調査は 1 回だけであるが、方向としては同じ結果である。

繰り返し述べるように、この事実はネットのために分極化が進行しているという説明と矛盾する。ネットに親しんでいるのは若年層であり、その若年層ほど分極化していないからである。若年層は分極化していないという事実は、ネットによる分極化仮説に疑問をつきつけている。

本節で検討した分極化の決定要因についてまとめよう。単純に相関を見るとネットの熱心な利用者ほど意見が過激化しているので、ネット利用のために分極化が起きているようにも見える。しかし、これは因果関係が逆で、政治的に過激な意見を持った人がネットを使うようになっているという可能性が捨てきれない。操作変数推定や年齢効果はネットの影響に疑問を投げかける結果になっており、分極化がネットのせいで起きているという説には疑問符がつく。

⁵ 彼らは、分極化の進行が始まったのが 1990 年ごろで、インターネットと SNS が一般に普及する 10 年前であることも見いだしている。時期的に見ると分極化はインターネット普及以前に進んでいたことになり、これもネットのせいではないと思わせる材料である。

5. 選択的接触はどれくらい起きているか？

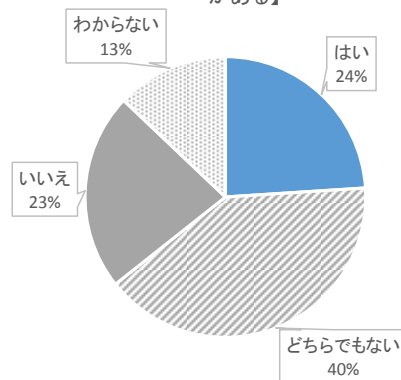
前章でネットが分極化を進めたという説には疑問符がつくことを見た。もし疑問だとした場合、ネット利用が分極化を進めるという当初の論理のどこかにほころびがあるはずである。それはどこだろうか。この論理は、ネットは新聞・テレビなどと異なり、接触する情報を自分好みの意見に限ることができるので、もともとの自分の意見が強化されていくとする。すなわちネットでは選択的接触（selective exposure）が行われ、エコーチェンバー（echo chamber）現象が起こるというのが論理の筋である（Colleoni, Rozza, and Arvidsson（2014））。

しかしながら、考えてみると選択的接触はネットでなくても生じる。保守系の雑誌と新聞を読めば接する情報は保守側に寄った情報ばかりになるし、逆もまた真である。たとえば、「正論」と産経新聞を読んでいれば接する情報は保守側を補強するものが多くなるし、「週刊金曜日」と朝日新聞を読んでいればリベラル側を補強する情報が多くなるだろう。問題なのは、選択的接触の度合いがネットの利用者では既存メディアの利用者より高くなるのかどうかである。この点についての実証はまだ十分になされていない。ここで限定的ではあるが、検証を試みる。

まず、選択的接触が起きているかどうかを直接に回答者に尋ねてみた。図表 14 は、「ネットは自分が読みたいニュースだけが集まってくる傾向がある」という見解への賛否を問うた結果である。賛同が 24%、反対が 23%でほぼ拮抗している。主観的なレベルでは選択的接触は起こっているかどうかは意見が割れていることになる。研究者はネットでは選択的接触が行われるのは自明だと思っているかもしれないが、当のネットユーザは必ずしもそうは思っていないようである。

図表 14. ネットでの選択的接触に関する質問

【ネット上では、自分が読みたいニュースだけが集まってくる傾向がある】



（出所）筆者作成

5. 1. 論客との接触比率の偏り

客観的に見て選択的接触がどれくらい起きているかを測ることを試みよう。ネットといってもいろいろあるので、測定のためには接触の場面を限る必要がある。今回の調査では、ツイッターやフェイスブックでの人々の接触相手がどれくらい偏っているかを調べた。同様の分析例はアメリカではいくつかあり、いずれも自分に似た政治傾向の人どうしの接触が増える傾向にあるという結果を導いている (Colleoni, Rozza, and Arvidsson (2014)、Boutyline and Willer (2017))。

まず、ネットで積極的に情報発信しているオピニオンリーダー的な論客を 27 人選ぶ。27 人の選択は、ツイッターのフォロワー数ランキング上位にいたり、政治問題について発言していることの 2 点である。また、選択にあたってはできるだけ保守・リベラルの論客のバランスがとれるように選んだ。

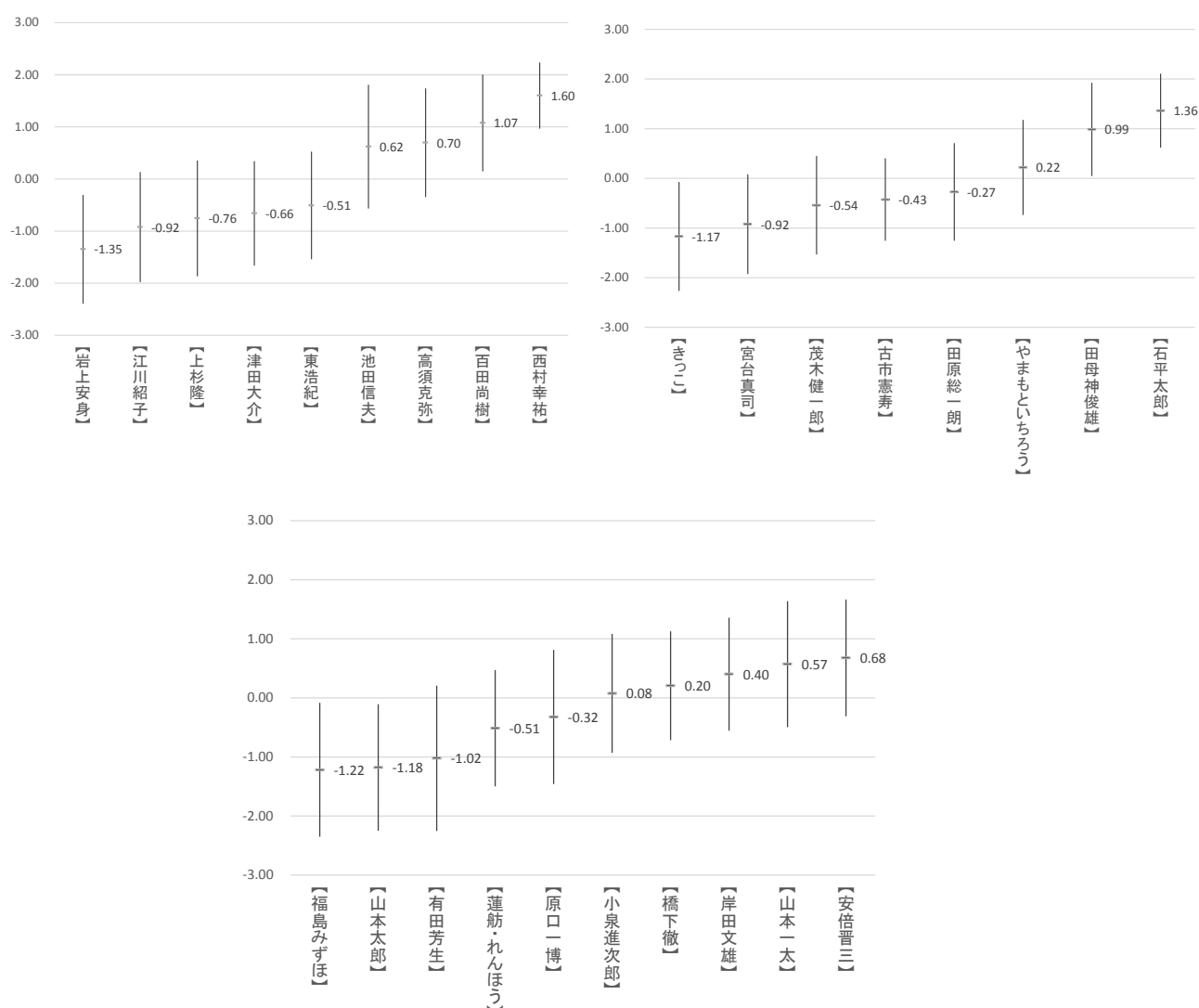
偏りを知るためには、これらの論客の政治傾向を決める必要がある。調査者が決めてもよいが主観的になるので、ツイッターでその人をフォローしている人の政治傾向でこれら著名人の政治傾向を決めた。人は同じ政治傾向の人をフォローするので、おおむね正しい結果が出るだろう。図表 15 はこうして求めた 27 人の論客の政治傾向である。縦軸は標準偏差をあらわしている。

左上の図を例にとって解説する⁶。左から 4 人目の津田大介の -0.66 という数値は、彼をフォローしている人の政治傾向の平均値が -0.66 であることを示している。負の値なのでリベラル的であり、津田大介をフォローしている人の中にはリベラルな人が多いことになり、彼自身がリベラル的であることを示唆する。岩上安身、江川紹子、上杉隆、津田大介、東浩紀はこの基準でリベラルと判定され、池田信夫、高須克弥、百田尚樹、西村幸祐は保守と判定される。この結果は常識的な判断に合致していると言えるだろう。他の人々についても同様にリベラル側の論客と保守側の論客を分けることができ、その結果はおおむね常識的な判断と一致するとみてよいだろう。

このように論客を保守・リベラルに割り振ったうえで、回答者が保守側の人とリベラル側の人にどれくらいの比率で接しているかを見てみよう。接しているかどうかは、ツイッターのフォローだけでなく、ツイッターのタイムラインにその人の発言が出てくことやフェイスブックで出てくることまで含めた。意図的ではなくてもその人の発言に出会えば接したことになるからである。

⁶ 以下の文中では論客の敬称は省略する。

図表 15. 論客の政治傾向（その論客をフォローしている人の政治傾向）



（出所）筆者作成

図表 16 は、接している人の数の分布を表にしたものである。表の左の縦軸は接している保守の論客の数で、表の横軸はリベラルの論客の数である。表のなかの数値は該当する回答者の数である。たとえば左上の左から 2 番目の数値 932 は、接している論客のうち保守論客がゼロでリベラル論客が 1 人の人が 932 人いたという事を示している。これを見ると大雑把には右下がりに分布しており、接する論客の総数が増えれば保守論客もリベラル論客も増えることが分かる。接する相手を保守ばかりリベラルばかりに染め上げるという極端な人はそれほど多くない。ただ、回答者のツイッター、フェイスブックでの活動が活発なら保守・リベラル問わず接する相手が増えるのは自然である。問題なのは自分に似た傾向の人にばかり接する偏りがあるかどうかである。

図表 16. 接する論客数の分布

number of conservatives to follow	number of liberals to follow															
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
0	31,742	932	305	93	64	37	25	25	9	8	9	3	4		1	33,257
1	1,915	648	283	130	59	34	24	14	10	7	8	3	4		1	3,140
2	683	408	273	146	102	52	34	11	14	5	4	8	6		1	1,747
3	236	283	192	156	112	60	39	24	16	12	6	5	6	2	1	1,151
4	111	103	116	122	97	65	44	38	20	15	14		3	3	1	752
5	43	52	50	64	62	63	61	38	29	23	14	16	8	4	2	531
6	23	19	27	23	36	42	46	46	38	28	21	15	3	2	6	377
7	21	12	16	10	18	25	28	23	38	29	15	11	11	16	5	282
8	9	7	8	8	13	4	7	17	24	21	14	12	8	11	9	178
9	4	1	3	3	5	2	6	8	9	10	14	8	9	12	7	117
10		1		2			1	5	2	6	5	6	4	7	10	60
11				2		1		1	1	2	2	6	4	7	6	35
12									1		2	1	2	1	4	19
	34,787	2,466	1,273	759	568	385	315	250	211	166	128	94	72	65	54	41,646

(出所) 筆者作成

偏りがあるかどうかを見るために、自身の政治傾向と反対の人に接する比率を計算してみる。すなわち、その人が保守傾向の人なら接している論客の中でリベラルの人の比率、その人がリベラル傾向の人なら接している論客のなかで保守の人の比率である。いわば、自分と反対の傾向がある人の発言をどれくらい聞いているかの指標で、仮にここでクロス接触比率と呼んでおく。式で書けば次のように書ける。

クロス接触比率

＝リベラルの論客数／（保守論客数＋リベラル論客数） その人が保守の時

＝保守の論客数／（保守論客数＋リベラル論客数） その人がリベラルの時

この比率を計算し、全サンプルについて平均したのが図表 17 である。保守の場合の平均値は 0.32、リベラルの場合の平均値は 0.47 である。すなわち保守の人がフォローしている人のうち 32%はリベラル論客であり、リベラルの人がフォローしている人のうち保守論客が 47%いる。この数値は予想外に高いのではないだろうか。

図表 17. クロス接触比率

	保守の論客の比率	リベラルの論客の比率	合計
保守	0.68	0.32	1
リベラル	0.47	0.53	1

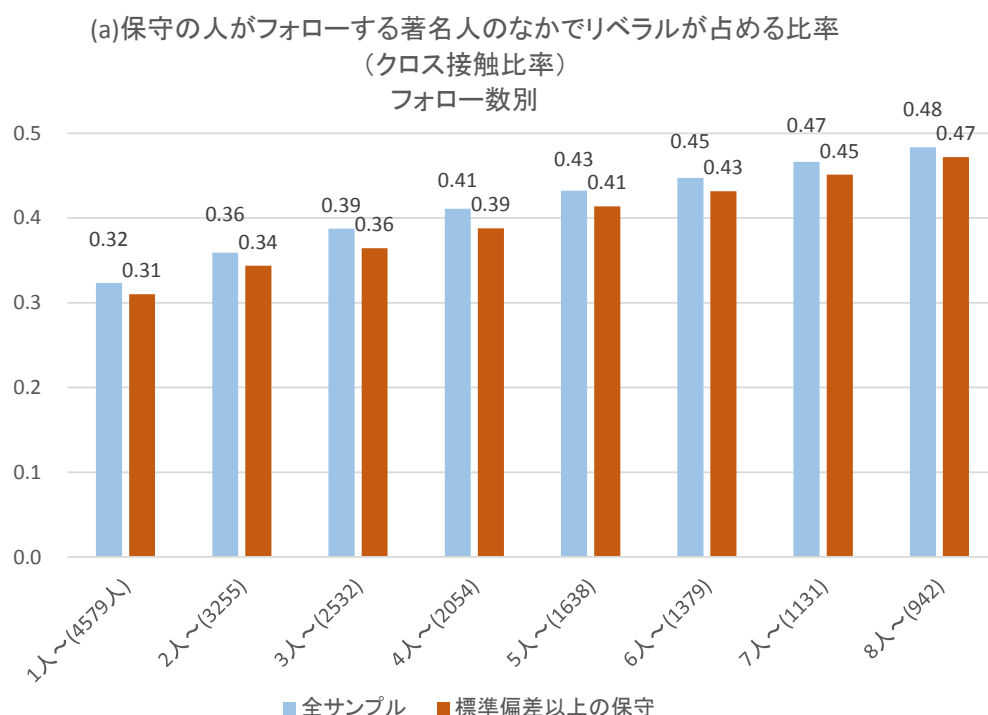
(出所) 筆者作成

この数値が信頼できるものであるかどうか 2 つの視点から検討しよう。まず、政治傾向が保守、リベラルといっても境界線ぎりぎりの中庸な人であれば、実際には政治的関心が低く、それゆえ両方をフォローしているのかもしれない。そこで政治傾向の分布の真ん中の標準偏差部分（政治傾向の指数 pol の±0.783 部分）を取り除いた外側の人についてだけ

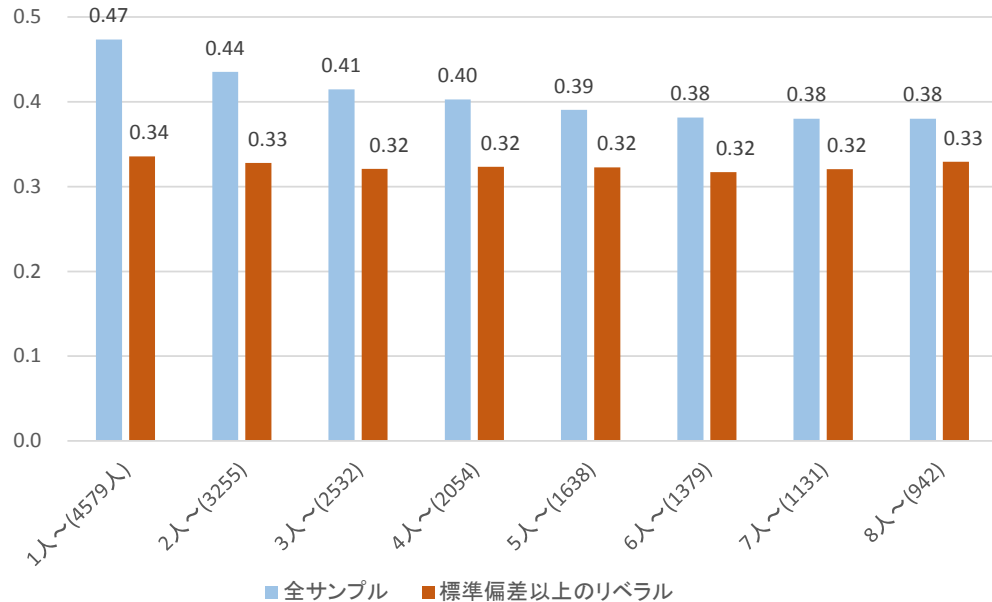
同じ計算をした。平均周りの標準偏差 1 単位分を取り除くと 68%程度の人が除かれるので、保守リベラルともに両端の 16%程度の人についてクロス接触比率を計算することになる。すると保守の人の接するリベラル論客比率は 0.32 から 0.31 にわずかに減り、リベラルの人の接する保守比率は 0.47 から 0.34 に低下する。予想通り政治傾向の強い人はクロス接触比率が低く、自分と似た意見の人を選ぶ傾向はある。しかし、それでも接触する人の 3 割は自分と反対側の意見の人である。

また、クロス接触比率といっても図表 16 では接する人の数が 1 人や 2 人の人が多い。接触する人の総数があまりに少ない場合は、回答者がその人を選んだとはいえないかもしれない。そもそも 27 人の論客は調査者が選んだものにすぎず、世の中には無名の論客も多い。本来はこれらをすべて調査対象に含めるべきであり、接触する人の総数はもっと増やす必要がある。そこで、接触する人の数をだんだん増やして、クロス接触比率がどう変化するかを見た。図表 17 では少なくとも 1 人以上の論客に接している人をすべて集めて計算したが、これを 2 人以上、3 人以上、・・・と限定していく。この変化に応じてクロス接触比率が収束した先が、実際のクロス接触比率に近いだろう。この結果をグラフ化したのが図表 18 である。

図表 18. フォロー数別のクロス接触比率：(a)保守の人、(b)リベラルの人



(b)リベラルの人がフォローする著名人のなかで保守が占める比率
(クロス接触比率)
フォロー数別



(出所) 筆者作成

横軸はフォローする論客の総数が何人以上かでグループ分けしたものである（括弧内はあてはまる回答者の総数である）。2つの棒グラフのうち、長い方は全サンプルを使った場合、短い方は標準偏差1単位分を除いた場合である。図表 18(a)は保守の場合で、(b)はリベラルの場合である。保守の場合、収束しているかどうかは微妙であるが、人数が増えるにつれて上昇傾向であり、クロス接触比率は4割を超えて、5割に近いと言ってよいだろう。リベラルの場合は低下傾向であるが、6人以上でほぼ収束しており、4割弱といった値である。

まとめると、接触する論客のうち少なくとも4割程度は政治的に自分と反対側の立場の人である。この数値は思いのほか高いのではないだろうか。一般論として言えば人は自分と似た意見に耳を傾けがちであり、クロス接触比率が5割ということはありえず、それよりは多少は減ってしかるべきである。その比率が4割程度にとどまるということは、自分と反対側の意見が耳に入っていることになる。それだけ反対意見に耳を傾けているのなら、選択的接触で自分と似た意見ばかりに接し、エコーチェンバー現象が起こるとは思えない。選択的接触でエコーチェンバー現象が起こるというのはごく限られた人であり、大半の人はむしろ自分と異なる意見に接し、バランスをとっているように見える。

5. 2. サイトの政治傾向の偏り

もうひとつ、個人の SNS ではなく、サイトでの偏りを見てみよう。ネット上では政治的な情報発信を行っているニュースサイトあるいは個人サイトがある。ここに特定の政治傾

向の人が集まり、エコーチェンバーを作り出して互いの意見を強めあっているのではないか。

このことを直接検証するのは難しい。しかし、もしサイトを利用する人にエコーチェンバー現象が起きているなら、これらのネット上のサイトに集まる人々は特別に分極化が進んでいるはずである。これを調べてみよう。ネットメディアとして以下の8サイトをリストアップした。

リベラル側

LITERA（リテラ）

Huffington Post（ハフィントンポスト）

日刊ゲンダイ

保守側

保守速報

チャンネル桜(ニコニコ)

やまもといちろう切り込み隊長のブログ

新世紀のビッグブラザーへ（三橋貴明のブログ）

厳選！韓国情報

リベラル側のサイトは、リベラル側の論客によく参照されるニュースサイトから3つ選んだ。保守側のサイトは比較的知られた保守ニュースサイトを2つ選び、それ以外の3サイトは個人サイトで、これらは人気ブログランキングの中から選んだ⁷。

回答者にこれらのサイトを利用しているかどうかを尋ね、利用している人の政治傾向の平均値をとった。比較のために大手新聞5紙（朝日、読売、毎日、東京（中日）、産経）とテレビのニュース型番組5つ（報道ステーション、サンデーモーニング、ニュースゼロ、そこまで言って委員会、ニュース女子）を購読あるいは視聴している人についても、政治傾向を計算した。結果は図表19にまとめてある。さらに見やすいようにグラフにしたのが図表20で、ネットメディアの結果を(a)に、新聞・テレビについての結果を(b)に示した。

⁷ リベラル側の個人サイトもリストに入れた方がバランスが取れるが、人気ブログランキングにはリベラル側の個人サイトは見つからなかった。

図表 19. 新聞・テレビ・ネットメディア利用者の政治傾向

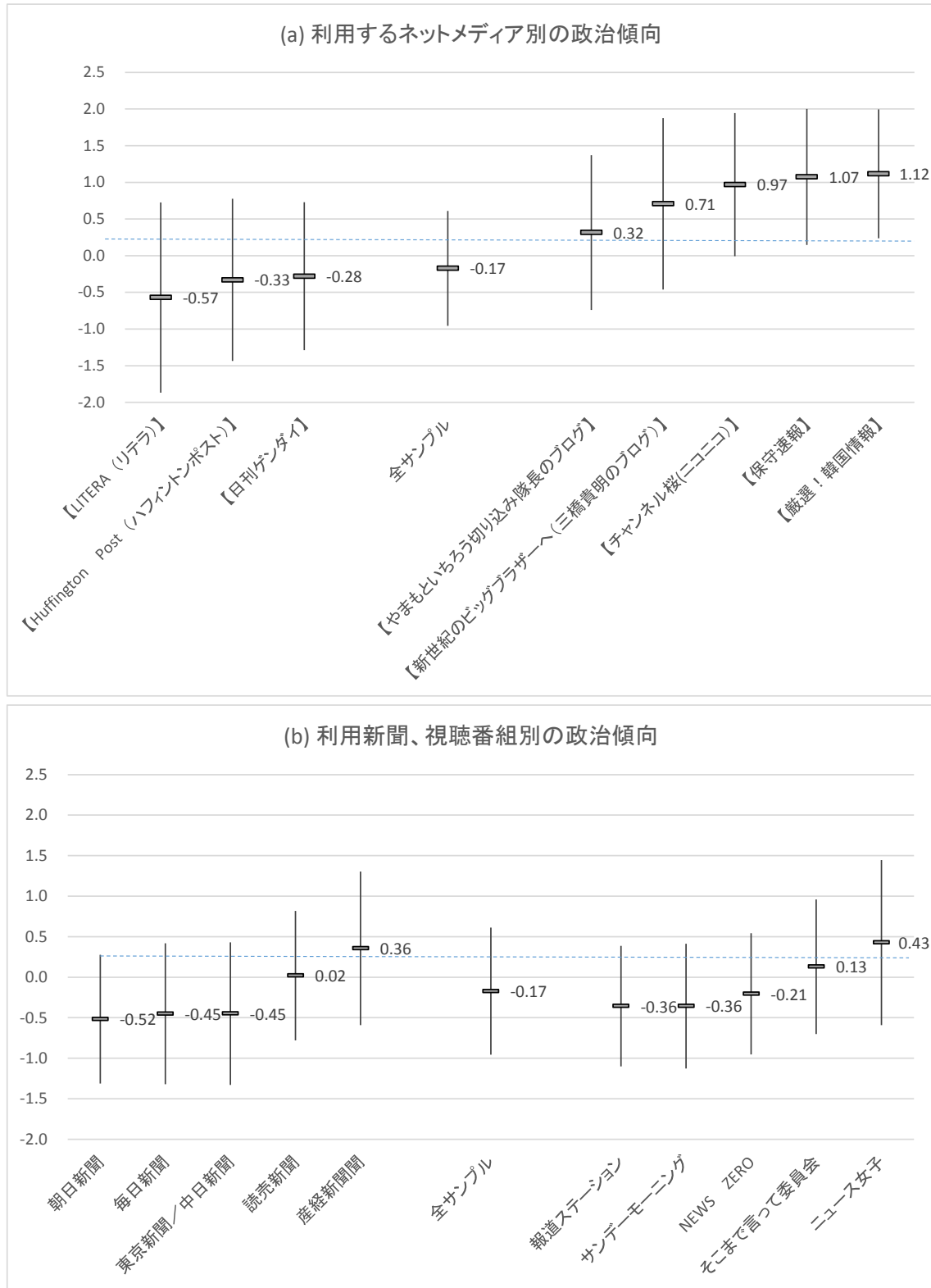
		政治傾向		
		N	平均値	標準偏差
新聞	全サンプル	78457	-0.17	0.78
	朝日新聞	15305	-0.52	0.79
	毎日新聞	7441	-0.45	0.87
	東京新聞／中日新聞	6630	-0.45	0.88
	読売新聞	16663	0.02	0.80
	産経新聞	7237	0.36	0.95
	テレビ			
テレビ	報道ステーション	25001	-0.36	0.74
	サンデーモーニング	18507	-0.36	0.77
	NEWS ZERO	20678	-0.21	0.75
	そこまで言って委員会	13854	0.13	0.83
	ニュース女子	2440	0.43	1.02
	ネットメディア			
ネットメディア	【LITERA(リテラ)】	1444	-0.57	1.30
	【Huffington Post(ハフィントンポスト)】	3103	-0.33	1.11
	【日刊ゲンダイ】	5760	-0.28	1.01
	【やまもといちろう切り込み隊長のブログ】	221	0.32	1.06
	【新世紀の・・・(三橋貴明のブログ)】	573	0.71	1.17
	【チャンネル桜(ニコニコ)】	953	0.97	0.98
	【保守速報】	1122	1.07	0.93
	【厳選！韓国情報】	414	1.12	0.88
	テレビ・新聞は見ているあるいは読んでいると答えた人の数			
	ネットメディアは月に一度以上見る人の数			

(出所) 筆者作成

まず、ネットメディアを見てみると、リベラル側の3サイトの利用者の政治傾向の平均値はマイナスであり、リベラルサイトに集まるのは予想通りリベラルな人である。そのなかでは「LITERA (リテラ)」の政治傾向が比較的強く、-0.57に達している。保守側の5サイトでは政治傾向はプラスで、こちらも保守系サイトには保守の人が集まっている。政治傾向の偏りはリベラルサイトより大きく、「保守速報」と「チャンネル桜」は政治傾向の値が1程度にも達している。

重要なのは、この偏りがエコーチェンバー現象を引き起こしているほどに“大きい”かどうかである。大きいかどうかの判断には比較対象が必要なので、既存メディアである新聞とテレビと比較してみよう。

図表 20. ネットメディア、新聞・テレビ利用者の政治傾向



(出所) 筆者作成

まずリベラル側ではネットメディアと新聞・テレビの利用者の政治傾向の差は小さい。たとえば、政治傾向が一番強いのはネットメディアの「リテラ」の -0.57 であるが、朝日新聞でも -0.52 でありあまり変わらない。ネットメディアも新聞もほぼ -0.3 から -0.5 の範囲であり、特にネットメディアの利用者が過激化しているという事実はない。

しかし、保守側ではネットメディア利用者の政治傾向が新聞テレビより過激である。新聞・テレビでもっとも過激なのは「ニュース女子」視聴者の 0.43 であるが、ネットメディアでは2つのメディアで1を超えている。保守の新聞・テレビの政治傾向は全体として $0.2 \sim 0.4$ 程度であるのに対し、保守のネットメディアの政治傾向は $0.3 \sim 1$ に達している。すなわち、ここに挙げた保守系ネットメディアには、保守系の新聞・テレビの読者・視聴者以上に過激な人たちが集まっている。したがって、保守に関してはネットメディアを舞台にエコーチェンバー現象が起きているという解釈が可能である。いわゆるネトウヨとされる人々が右派系のサイトに集まり、互いに意見を述べ合ううちに過激化しているというイメージである。

しかし、このことが原因になってネット全体で分極化が進むと考えるのには無理がある。なぜなら、これら保守側の過激なサイトを利用する人の数がひどく少ないからである。今回調査した10万人弱の回答者のうち、朝日新聞の読者は1万5千人程度、「報道ステーション」の視聴者は2万5千人もいる。しかし、「チャンネル桜」は1,122人、「保守新報」は953人と千人程度であり、ひとケタ小さい。サンプル総数10万で割ると比率は1%程度である。これだけ利用者数が少ないと人々への影響は限られる⁸。

さらに重要なのは、利用者が少ない場合にメディアが過激化するの、メディアの一般的な傾向則だということである。ホテリングの古典研究以来、メディアが多く読者を得ようとして競争をすれば、そのメディアの論調は読者数が多い中庸な意見に近づくことはよく知られている⁹。逆に読者が少なくてよければ、過激な意見の方が大手メディアに飽き足らない人を集客できるという点で望ましい。したがって、利用者が少ないメディアには過激な人が集まりやすいという傾向則が生まれる。保守側サイトで政治傾向が過激なのは単にそのためかもしれない。

サイトの政治傾向についてまとめよう。保守側のサイトで利用者の政治傾向が過激になっており、エコーチェンバーが働いた可能性はある。しかし、単に利用者数が少ないがために過激な人が集まっただけかもしれない、またそもそも利用者数が少ないので、ネット全体への影響は限られる。サイト単位でエコーチェンバー現象が起きたという証拠はまだ十分ではない。

⁸ リベラル側の3サイトの利用者数は1,500人～5,000人程度で保守サイトより大きい。リベラル側サイトで利用者が過激化していないのは保守・リベラルの特性差ではなく、単に利用者数が多いからかもしれない。

⁹ アメリカの経済学者ハロルド・ホテリングは、競合する製品・サービスを提供する企業は、利益を最大化しようとするサービスの内容などが中道に寄っていくことを示した。「ホテリング効果」とも呼ばれることがある。

6. 要約とまとめ

ネットが原因で社会が分断化されているのではないか、というのが本報告書の問題設定である。本書では分断化を政治的意見の分極化（polarization）にとらえ、ネットが分極化を進めていると言えるかどうかを調べた。手法としては10万人規模のアンケート調査を実施し、政治的意見を指数化して分極化の指標をつくった。保守側、リベラル側どちらも強い意見であれば分極化が進んでいると判定する指標である。

この指標を使って分極化の決定要因を比べたところ、単純な相関としては、ネットを利用する人は分極化の度合いが高く、政治的に強い意見を持つ傾向がある。ただし、因果関係は逆の可能性もある。すなわち、ネットを利用したから政治的意見が強まったのではなく、もともと政治的に強い意見を持っているからネットでの情報受発信に熱心に取り組んだ可能性である。操作変数推定はこの逆方向の因果の可能性を示唆しており、ネット原因説に疑問を投げかけている。

さらにネット原因説に疑問を抱かせるのは、高齢者ほど分極化し、若年層は分極化していないという事実である。政治的に強い意見を持ち分極化しているのは高齢者であって若年層ではない。もしネットの利用が分極化を引き起こすなら、ネットに親しんでいる若年層ほど分極化しているはずである。しかし、現実とはまったく逆である。

もう1つ疑問をいだかせるのは、ネット利用者が自分と反対意見の人の発言に思いのほか接していることである。ネットが分極化を進めるという説の論拠は、ネットでは自分に似た人の意見ばかり聞くことになりがちだからという点にある。しかし、保守・リベラル27人の論客について、ツイッターとフェイスブックでそのうちの誰の意見に接しているかを聞いたところ、接している論客の4割程度は自分の政治傾向とは逆の人であった。自分と異なる政治傾向の人が4割にもなっているなら、自分の似た意見ばかり聞くとは言えないだろう。

このように、ネットのせいで分極化が生じているという説には疑問が多い。むしろ逆の仮説としてネットは分極化を抑制しているという説を考えることもできる。4割も反対意見に耳を傾けていれば過激化することなく、中庸の意見になるだろう。それがネットに親しむ若い世代中心に起きているとすれば、若い世代ほど分極化していないという事実を説明できる。もしこの仮説が正しいければネットは当初の予想通り、人々の相互理解を進めていることになる。

この逆の仮説が正しいのか、それとも元のネット原因説が正しいのかは、現時点では何とも言えない。一部の保守サイトで過激化の傾向が見えるなど、ネットのために分極化が起きていることを思わせる事例も存在する。これらの点を明らかにするためには、もう1回調査を行う必要がある。本調査は2回の調査を前提として設計されており、2回組み合わせてその間の変化を見ることで、因果の方向を検証することができる。

参考文献

- Abramowitz, Alan and Kyle Saunders (2008) "Is Polarization a Myth?" *The Journal of Politics* 70(2) pp542-555
- Barberá, Pablo, and Gonzalo Rivero (2014) "Understanding the political representativeness of Twitter users", *Forthcoming in Social Science Computer Review*
- Barberá, Pablo (2015) "How Social Media Reduces Mass Political Polarization. Evidence from Germany, Spain, and the United States", Working paper http://pablobarbera.com/static/barbera_polarization_APSA.pdf
- Boutyline, Andrei and Robb Willer (2017) "The Social Structure of Political Echo Chambers: Variation in Ideological Homophily in Online Networks" *Political Psychology* Volume 38, Issue 3, Pages 551–569
- Boxell, Levi, Matthew Gentzkow, and Jesse M. Shapiro (2017) "Is the Internet Causing Political Polarization? Evidence from Demographics", *NBER Working Paper* 23258
- Colleoni, Elanor, Alessandro Rozza, and Adam Arvidsson (2014) "Echo Chamber or Public Sphere- Predicting Political Orientation and Measuring Political Homophily in Twitter Using Big Data", *Journal of Communication* 64 (2014) 317–332
- Conroy-Krutz, Jeffrey and Devra C. Moehler (2015) "Moderation from Bias: A Field Experiment on Partisan Media in a New Democracy", *The Journal of Politics*, Vol. 77, No. 2 (April 2015), pp. 575-587
- DellaVigna, Stefano and Ethan Kaplan (2007) "The Fox News Effect: Media Bias and Voting", *Quarterly Journal of Economics* 122:1187–234
- Fiorina, Morris P. and Samuel J. Abrams (2008) "Political polarization in the American public", *Annual Review of Political Science*, Vol. 11:563-588
- Gentzkow, Matthew and Jesse M. Shapiro (2011) "Ideological segregation online and offline", *Quarterly Journal of Economics*.
- Gentzkow, Matthew, Jesse M. Shapiro, and Matt Taddy (2016) "Measuring Polarization in High-Dimensional Data Method and Application to Congressional Speech", *NBWR Working paper* #22423
- Gerber, Alan, Dean Karlan, and Daniel Bergan (2009) "Does the Media Matter? A Field Experiment Measuring the Effect of Newspapers on Voting Behavior and Political Opinions", *American Economic Journal: Applied Economics*, Vol. 1, No. 2 (April 2009), pp. 35-52

- Iyengar, Shanto and Kyu S. Hahn (2009) "Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use", *Journal of Communication*, 59:19-39
- Iyengar, Shanto, Gaurav Sood, and Yphtach Lelkes (2012) "Affect, not Ideology – A Social Identity Perspective on Polarization", *Public Opinion Quarterly*, Vol. 76, No. 3, Fall 2012, pp. 405–431
- Liang, Che-Yuan and Mattias Nordin (2012) "The internet, news consumption, and political attitudes", Working Paper Series.,
http://econpapers.repec.org/paper/hhsuufswp/2012_5f010.htm, February 19, 2017.
- Nie, Norman H., Derwin W. Miller, III, Saar Golde, Daniel M. Butler, and Kenneth Winneg (2010) "The world wide web and the U.S. political news market", *American Journal of Political Science* 54, 428–439.

補論. クレームと炎上：政治傾向との関係

本論では、ここまで政治傾向について分析してきたが、政治傾向と他のネット上の行動との関係はどうだろうか？ 分極化した人の他の特性としてなにか際立つことはないだろうか？ 補論ではネット上の2つの行動に注目してみる。それは企業へのクレームと炎上である。

ネットが普及し、ホームページからの問い合わせが簡単にできるようになると、企業へのクレームは増えてくる。また SNS を通じて製品やサービスへの不満が述べられる。クレームはある時は顧客から寄せられる貴重な情報であり、あるときは理不尽な要求だったりする。一方、逆に顧客が SNS を通じて製品・サービスを褒め、宣伝してくれる場合もある。友人からの口コミはユーザにとってもっとも有力な判断材料の1つであり、通常の広告以上の効果を持つことも多い。最近では企業側にこれを支援して自分たちのファンを増やそうという動きもある。

クレームが多くの人を巻き込んで巨大化すると炎上と呼ばれる現象が生じる。炎上を起こす人は少数であるが、多くの人耳目を集めるので影響は大きい。株価に影響がある場合もあり、企業としては無視できない。近年では企業 CM が炎上の対象になることが多い。これらのクレームや炎上を引き起こす人と政治傾向の関係はどうなっているのだろうか、リベラルな人、保守的な人、どちらが多いのだろうか。分極化した人がクレームを起こしやすいのだろうか。これらを調べてみよう。

まず、そもそもクレームを起こす人、炎上を起こす人がどれくらいいるかを調べよう。クレームに関して以下の3つの経験があるかどうかを答えてもらった。

- 過去1年に買った商品・サービスに不満でメーカーにクレームをつけたことがある。
- 過去1年に買った商品・サービスに不満があって SNS にその不満を書いたことがある。
- 過去1年に買った商品・サービスが気に入って SNS で褒めたことがある。

最初の問いはいわゆる企業へクレームをつけた経験で、次の問いは SNS に不満を書いたかどうか、最後の問いは逆に SNS で褒めたことがあるかどうかである。経験を聞いているので経過年齢の差を制御するため、いずれも過去1年に限った。

炎上については、次の3つの体験があるかどうかを問うた。

- 過去1年間にいわゆる炎上事件に書き込んだことがある。
- 過去1年間に10件以上の炎上事件に書き込んだ。
- 1件の炎上事件で最高で30回以上書き込みをしたことがある。

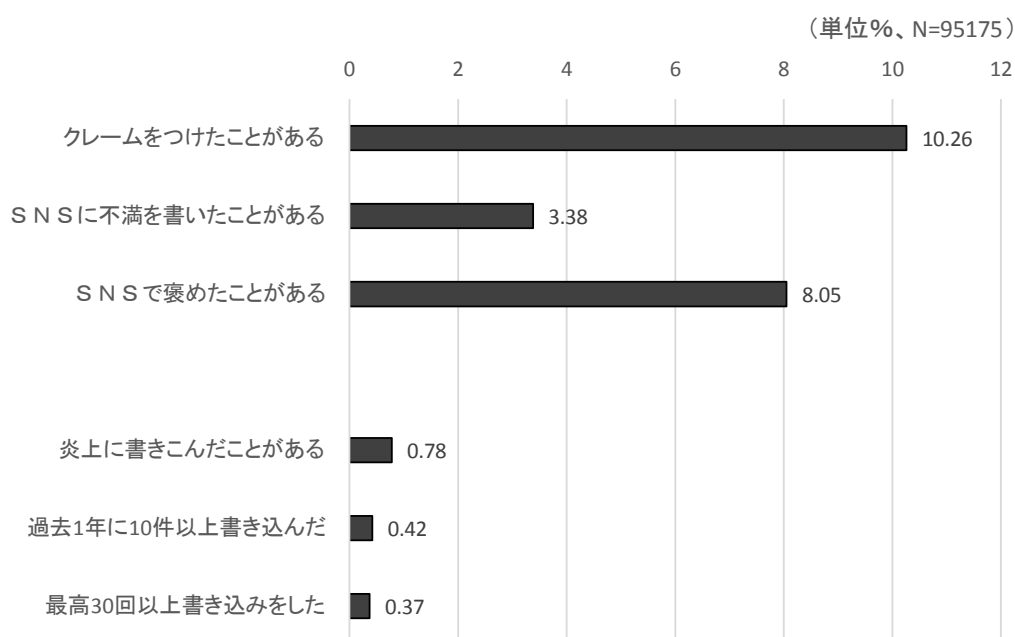
最初の問いは炎上に参加したかどうかで、その後の2つの問いは、炎上参加者の中でもコアのメンバーを取り出すための問いである。炎上参加者のなかで一言発言するだけの人と、執拗に攻撃を繰り返すコアな人の間では性質に相違があるという報告があるので、それを区分けするための問いである。

それぞれの経験にあてはまる人がどれだけいるかを見よう。図表 A1 がその結果である。

過去1年にクレームをつけたことがある人は10.26%であり、意外に高い。10人に1人は過去1年に企業に対し何らかのクレームをつけたことになる。これに対しSNSに不満を書いたことのある人は3.38%で、その3分の1にとどまる。製品・サービスへの不満が書かれたSNSは多いように思えるが、大半の人はSNSに書くのではなく、企業へ直接クレームをつけていることになる。また、SNSで褒める人が8.05%と不満を書く人の2倍以上おり、褒める人の方が多いことも注目に値する。SNSには商品への不満があふれているように思う人もいるかもしれないが、実際には褒める言葉の方がずっと多い。これは、SNSを顧客のファンをつくる場にしたいと考える企業にとって良い結果だろう。

炎上参加者はクレームをつける人よりずっと少ない。炎上参加者はネットユーザの1%以下という調査結果があるが、ここでもそれが裏付けられる。単に書きこんだ経験があるだけでなく、年に10件以上書き込んだ人、最高で30回以上書き込んだ人になるとさらにその比率が低下する。

図表 A1. クレームと炎上の体験比率

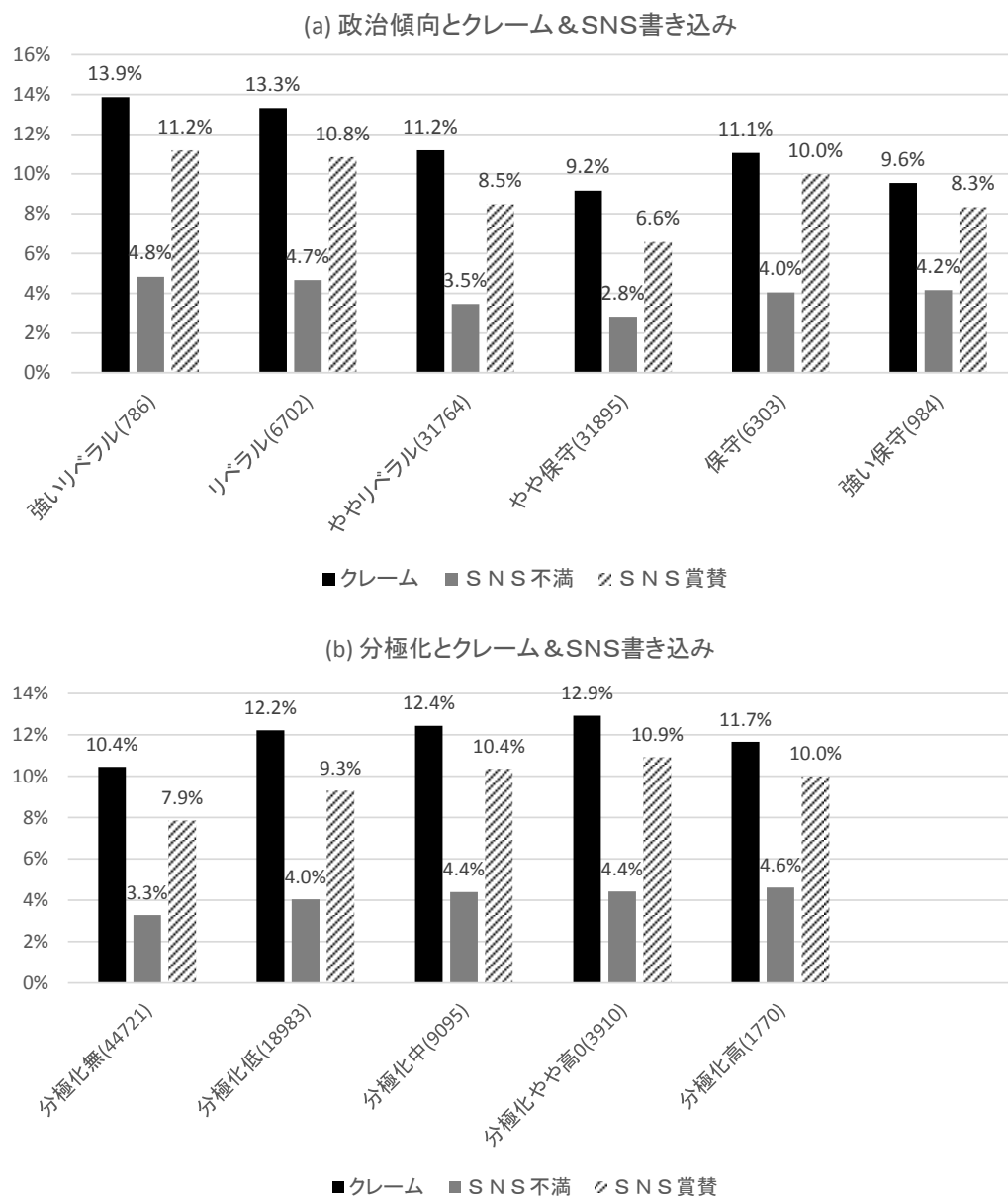


(出所) 筆者作成

クレームをつける人あるいは炎上を起こす人は、どちらかといえばリベラルなのだろうか、それとも保守なのだろうか、あるいは政治的に過激な人なのだろうか？ このことを分析するために、図表 A1 の比率を保守リベラルの政治傾向と分極化指数ごとに分けて計算してみた。図表 A2 の(a)は本論で作成した政治傾向の指標 (pol) をつかって、回答者をリベラルから保守まで6通りにグループ分けしてクレーム経験の頻度を計算したグラフである。グループ分けは指標 pol の-3 から+3 まで1刻みでとってある。本文中の図表 5 の正

規分布的なグラフの横軸を-3 から+3 まで1 刻みで切って、回答者を強いリベラルから強い保守まで分類したと思っていただければよい。括弧内はそのグループの人数である。図表 A2 の(b)は、同様に分極化指数(rad1)を 0.5 刻みで分けて回答者を分類して集計したものである。

図表 A2. クレームや SNS への書き込みと政治的傾向・分極化



(出所) 筆者作成

図表 A2(a)を見ると、保守・リベラルの政治傾向の影響は線形ではなく、途中に波うつ部分がある。やや保守の類型の人がもっともクレームを出さず、政治的に中庸な人はクレームを出さない傾向があるようである。政治的に活発な人はクレームや商品評価でも活発だ

と解釈できる。これを反映して図表 A2(b)の分極化のグラフはどちらかと言えば右上がりであり、分極化があがるとクレームが増える傾向にある。ただし最も分極化度が高い人ではやや比率が下がっており、これは(a)にあるように強い保守の人があまりクレームをしないためである。理由はわからないが、強い保守の人は企業製品・サービスに注文をつけようとはあまり思っていないようである。

保守とリベラルの比較では、政治的にリベラルの人の方がクレームを出す傾向がある。図表 A2(a)で保守とリベラルをまとめて比較すると、明らかにリベラルの方がクレームをつける比率が高いからである。リベラルは理想を掲げて現実を批判し改善しようとする立場なので、製品・サービスになんらかの欠陥を見出すと許せずに反応するのもかもしれない。あるいは単純にリベラル勢力は反企業的な志向があるせいかもしれない。ここでわかったことをまとめると、中庸より分極化した人の方がクレームをつけやすいこと、ならびに保守よりリベラルの人の方がクレームをつける傾向がある。

なお、SNS に不満を書き込むことと SNS で褒めることについても、上述した傾向にほとんど相違がない。上記でクレームについて述べたことは、SNS に不満を書き込むことと SNS で褒めることについてもすべてあてはまる。実際に企業に不満を伝えることと SNS に不満を書き込むことに、ユーザではそれほどの相違はないのは理解しやすい。しかし、SNS で褒めることについても同じ結果が出ている。これは、よく批判する人はよく褒める人でもあるということで、褒めるのもけなすのも同じ人の別の側面ということであろう。よくけなすのがリベラルなら、よく褒めるのもリベラルである。分極化した人はよくけなすが、同時によく褒める。褒めるのとけなすのが同じ人という点は、後述する回帰分析の時にまた取り上げる。

次に炎上について見てみよう。図表 A3(a)(b)が炎上の場合である。炎上の場合には該当者が少なく比率が小さいため、母数を大きくする必要があるので、両端の強い保守と強いリベラルは保守とリベラルに含めた¹⁰。まず、炎上参加経験ありの人と、年に 10 件以上参加した人はほぼ同じパターンを描いているので、この 2 類型をまとめて扱う¹¹。年に 1 件の炎上事件に参加する人と 10 件以上の炎上事件に参加する人は政治的には同じ類型に入ることである。これらをまとめて炎上への参加者と呼ぼう。

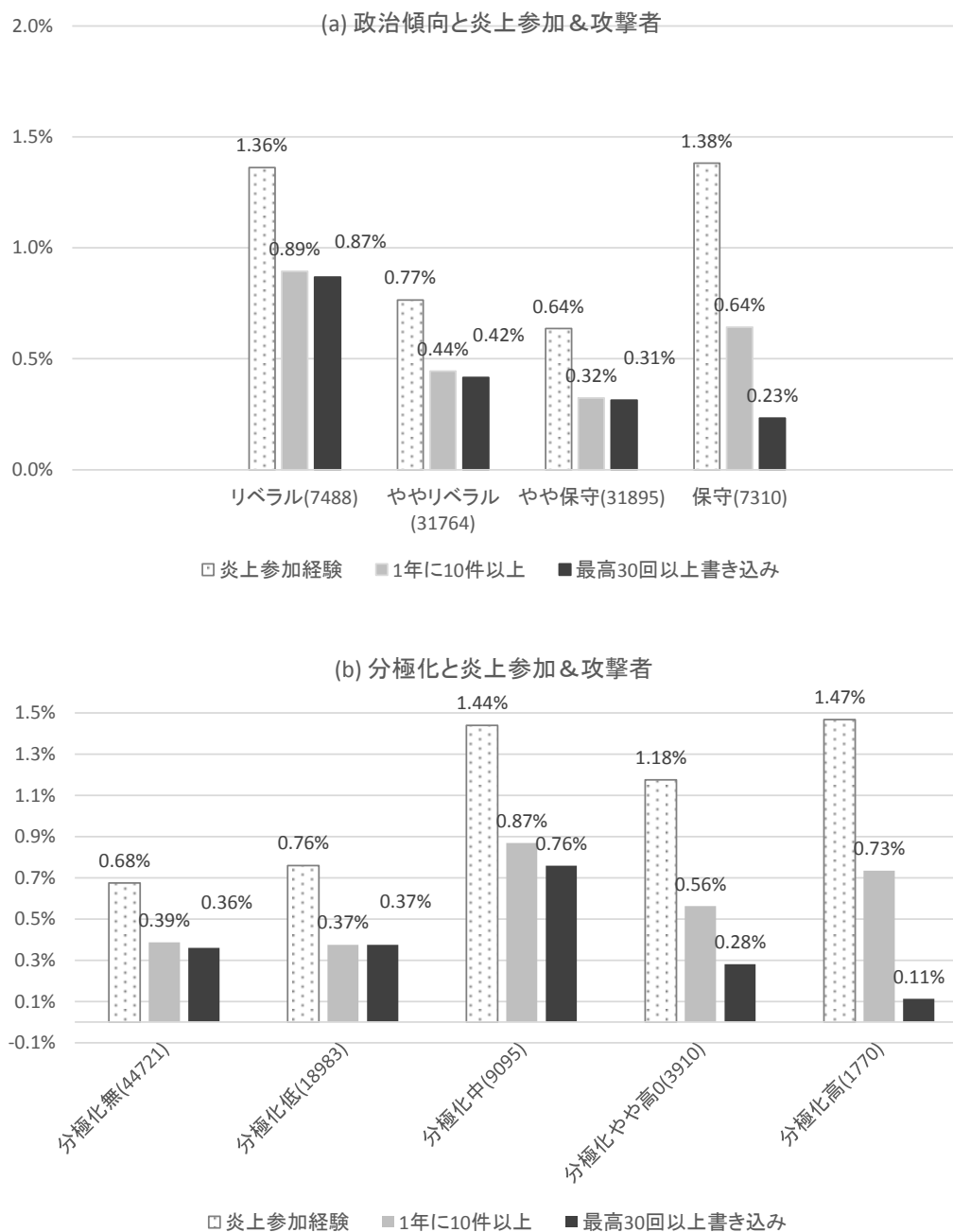
図表 A3(a)の政治傾向との関係を見ると、この炎上参加者の分布は中間が凹んだ綺麗な U 字型であり、両端が高い。ゆえに、炎上に参加する人はリベラル・保守含めて政治的に過激な意見の人ということになる。これを反映して図表 A3(b)の分極化のグラフでは、分極化の程度が中以上の人の方が分極化が低い人より炎上参加者が多くなっている。炎上問題の中には商品へのクレームだけでなく政治問題も多いため、分極化した人が炎上に積極的に

¹⁰ 炎上参加者の出現率が 0.5%とすると母数が 1000 人でも該当者は 5 人である。5 人程度では偶然の変動でかなり変動しうるので、結果の頑健性に不安がある。母数を 5000 人取ると 0.5%は 25 人となり、ある程度信頼できるだろう。

¹¹ 設問設計時には年に 10 件以上の事件に書き込む人がコアの参加者と予想したが、そうではなかった。違いがみられたのは 30 回以上書き込む人とそうでない人であった。

参加するのは自然である。炎上の場合、商品のクレームの時に比べてきれいな U 字型が出ているのはこのためであろう。

図表 A3. 炎上への参加と政治的傾向・極性化



(出所) 筆者作成

一方、1 件の炎上事件で 30 回以上書き込んだことがあるという人は分布が異なっている。保守・リベラルの政治傾向で言うと、図表 A3(a)に見るように U 字型ではなく単調減少であり、リベラルに多く、保守では少なくなっている。これを反映して分極化の図表 A3(b)

でも分極化が強いほど多いとは言えず、中程度の分極化のところが多くなっている。

通常、炎上事件で一言、二言発言する人は普通に感想を述べている程度の事が多い。これに対し、何度も書き込む人は非常に攻撃的な言葉を続ける「怒れる」人である。まとめサイトなどで取り上げられる極端に攻撃的なツイートはこの「怒れる人」の書き込みであり、数は少ないが多くの媒体に取り上げられて人の目に触れるという点では炎上の主役である。このアンケートで最高で 30 回以上書き込んだことがあるというのは、そのような攻撃的な人すなわち「怒れる人」をさしており、この図表 A3 は、それがリベラルに多いことを示している。

その理由はいろいろ考えられるが、1つの理由は、リベラル陣営は正義を掲げることが多く、そしてその掲げる正義の範囲が広いからかもしれない。人は正義を確信しているとき、それに反することに対して怒りを覚えるものである。リベラルの真髄は理想を掲げて現実を批判する点にあり、理想への思い入れが強いと正義となる。そしてこのときの正義は男女平等、反差別、環境問題など抽象度が高く適用範囲が広い。これに対して保守の真髄は歴史的経験の尊重なので正義の観念が弱い。ゆえに炎上しうるテーマが嫌韓、天皇、第二次大戦の歴史解釈など、かなり限定されている。ゆえに炎上を避けたい人や企業にとってはあらかじめ避けやすい。男女平等、反差別、環境問題などはどこに火種があるかわかりにくいため、うっかりすると炎上の的になりやすい。最近の企業 CM の炎上は男女平等絡みのものが多いのはこのためであろう。

ここまでの結果をまとめる意味でロジット回帰を行った。被説明変数はクレーム、炎上等の体験があると 1 を取るダミー変数である。政治傾向と分極度以外にネット利用度合いと年齢性別等の属性も加えた。図表 A4（次ページ）がクレーム経験についての結果、図表 A5（p.44）が炎上経験についての推定結果である。

まずクレームについて見ると、図表 A4 で政治傾向の係数はすべてマイナスで有意である。クレームをつけるのも、SNS で不満を書くのも、SNS で褒めるのも、いずれも保守よりリベラルの人が多いことがわかる。分極度の係数はすべてプラスであり、同じく分極度の高い人すなわち政治的に過激な人ほど、クレームをつけるのも、SNS に書くのも多くなる。記述統計のグラフで得た結果が確認される。

ネット利用については、ネットを利用する人ほど、傾向としてはクレームも SNS 書き込みも増えてくる。特にフェイスブック、ツイッター、LINE で顕著である。なお、新聞はいずれの係数もマイナスなので、新聞を読む人はクレームをつけず、SNS にも書かない。理由はわからない。

属性については性別に相違があり、企業に直接クレームをつけるのは女性が多く、SNS に書くのは男性が多いという結果になった。これは意外性があるかもしれない。1つの説明としては、企業へのクレームには日用品・食料品・衣料品・雑貨などが多いと考えられるが、そうだとするとそもそもこれら製品の評価者の多くは女性である。一方、SNS への書き込みが対象とする製品・サービスがネット関連のサービスや IT 機器、エンタメ関係等だ

とすると男女差がなくなり、結果として男性の特性（攻撃性）のようなものが出てくると考えられる。

図表 A4. クレーム行動・SNS 書き込みの決定要因

VARIABLES	(1) クレームを つけたこと がある	(2) SNSに不満を 書いたこと がある	(3) SNSで褒めた ことがある
政治傾向（－3～＋3）	-0.0787*** (-3.944)	-0.106*** (-3.174)	-0.0718*** (-3.028)
極性化指数（0～3）	0.161*** (5.288)	0.275*** (5.350)	0.360*** (9.975)
メディア利用（5段階）			
フェイスブック	0.100*** (7.901)	0.153*** (7.301)	0.231*** (16.04)
ツイッター	0.00813 (0.614)	0.366*** (18.25)	0.337*** (24.88)
LINE	0.0548*** (5.104)	0.0414** (2.173)	0.0651*** (4.974)
大手のニュースサイト	0.0489*** (3.943)	-0.0951*** (-4.248)	-0.0198 (-1.263)
ブログや個人サイト	0.0698*** (5.855)	0.186*** (8.968)	0.186*** (13.28)
テレビのニュース	0.0229 (1.406)	-0.0155 (-0.584)	0.0326* (1.779)
テレビのワイドショー	0.0860*** (6.756)	0.0775*** (3.346)	-0.0131 (-0.823)
新聞	-0.0307*** (-3.048)	-0.0588*** (-3.358)	-0.0484*** (-3.977)
属性			
性別（female=1）	0.00847*** (5.071)	-0.0182*** (-6.391)	-0.0200*** (-9.998)
年齢(才)	0.0435 (1.037)	-0.0861 (-1.220)	0.430*** (8.575)
学歴（6段階）	0.0266** (2.020)	0.0373 (1.619)	0.00993 (0.613)
所得（百万円）	0.0387*** (6.442)	0.0214* (1.892)	0.0235*** (3.015)
Constant	-3.861*** (-29.91)	-4.205*** (-20.12)	-3.803*** (-26.37)
Observations	37,396	37,396	37,396

Robust z-statistics in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

（出所）筆者作成

列単位でまとめて比較してみると、SNS で不満を書くことと SNS で褒めることの差異が小さい。政治傾向と分極化の符号は、すでに述べたように全く同じである。他の指標についても有意な場合はすべて符号が同じである。片方が有意でもう片方が有意でない場合はいくつかあるが、符号が逆転していてかつ有意なものは 1 つもない。けなすことと褒めることは同じ人たちが担っており、同じ人の違う顔だと考えた方がよさそうである。

企業への教訓としては、企業が自社のファンを増やそうとした場合、ファンとアンチは紙一重と思った方がよいのかもしれない。ファンはちょっとしたきっかけでアンチになり、アンチは思わぬ出来事でファンになってくれるということである。仮に自社へのエンゲージメントを増やそうと考えている企業にアドバイスするとすれば、ファンに対しても（いつ反転するかもしれないので）油断せず、アンチについても（なにかのきっかけで味方になるかもしれないので）敵視せず、というところであろうか。

次に炎上について見てみよう。政治傾向はマイナス傾向であり、リベラル系が炎上に参加しやすいことがここでも確認される¹²。分極度はプラスで有意であり、政治的に過激な人は炎上にも関わる傾向がある。これらは記述統計のグラフで述べた通りのことで、それが確認される。

他の変数について見ると、メディア利用についてはフェイスブック、ツイッター、LINE の利用度には有意な場合が少なく、符号も一定せず、これら SNS と炎上参加はあまり一貫した関係はないようである。少し考えると、SNS は情報発信であり、情報発信に熱心なら炎上事件に参加してもよさそうなものである。それにもかかわらず SNS の利用度合いがあまり有意にならない。この理由を考える上では、炎上参加者が 1% 以下という極めて少数だという事実を踏まえる必要がある。もし炎上が情報発信の欲求によってなされるなら、そもそもこの比率はもっと高くしてしかるべきである。実際は、炎上は情報発信ではなく、正義にかられた「怒れる人」が参加する祭りのようなものである。SNS 利用との相関が弱いのは、炎上が正義の怒りであり、情報発信ではないことの証である。

一方、ネットの大手ニュースサイトとテレビのニュースがすべてマイナスで有意である。すなわち、ネットであるかどうかに関わらずメジャーなニュースソースに接している人は炎上に参加しない。メジャーなニュース配信の論調は中庸で温厚なので、視聴者も怒りをたぎらせたりはしないからかもしれない。

逆にそろってプラスに有意なのは、ブログや個人サイトの利用者である。考えてみると保守・リベラル問わず正義の主張（男女平等、環境、嫌韓、歴史修正など）を最も雄弁に述べているのはブログや個人サイトである。そのような個人サイトやブログをよく利用している人は自らの正義を確信しており、炎上事件になると一言さしはさもうとして、あるいは怒れる攻撃者として登場するという図式が考えられる。

また、ワイドショーの視聴者も炎上参加の予備軍である。これは炎上事件の中には芸能

¹² グラフでは U 字型の非線形が見られたが、回帰では二次項はいれていない。これはサンプルの大半が中庸に位置するため、そちらにひっぱられて回帰では二次項が有意に出ないためである。

ネタや不倫など家族ネタがあり、これに反応していると考えられる。これらのネタを扱うのはメジャーなニュースではなくワイドショーであり、さらにワイドショーでは扇情的に扱うことも多いので、ワイドショーを見て一言述べようとして炎上に参加するという経路が考えられる。

図表 A5. 炎上参加の決定要因

VARIABLES	(1) 過去1年に書き こんだ	(2) 過去1年に10 件以上	(3) 1件で最高50回 以上
政治傾向（－3～＋3）	-0.0621 (-0.981)	-0.235*** (-2.581)	-0.501*** (-4.001)
極性化指数（0～3）	0.337*** (3.551)	0.289** (2.116)	-0.00176 (-0.0106)
メディア利用（5段階）			
フェイスブック	0.0698 (1.541)	0.0848 (1.515)	0.186*** (3.358)
ツイッター	0.160*** (3.683)	0.0251 (0.434)	-0.109* (-1.683)
LINE	-0.0147 (-0.389)	0.0413 (0.891)	-0.0115 (-0.234)
大手のニュースサイト	-0.149*** (-3.701)	-0.247*** (-4.797)	-0.329*** (-5.947)
ブログや個人サイト	0.179*** (4.241)	0.286*** (5.260)	0.280*** (4.943)
テレビのニュース	-0.177*** (-3.500)	-0.309*** (-4.272)	-0.339*** (-4.794)
テレビのワイドショー	0.115** (2.330)	0.251*** (3.633)	0.283*** (3.879)
新聞	-0.00138 (-0.0407)	0.0518 (1.141)	0.0410 (0.842)
属性			
性別（female=1）	-0.00854 (-1.355)	-0.0223*** (-2.767)	-0.0411*** (-4.740)
年齢(才)	-0.547*** (-3.800)	-0.471** (-2.474)	-0.379* (-1.822)
学歴（6段階）	-0.0701* (-1.647)	-0.0825 (-1.529)	-0.0374 (-0.640)
所得（百万円）	-0.0154 (-0.684)	0.0654** (2.514)	0.0983*** (3.900)
Constant	-3.940*** (-9.324)	-3.958*** (-7.399)	-2.952*** (-5.298)
Observations	37,396	37,396	37,396

Robust z-statistics in parentheses

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

（出所）筆者作成

炎上についての以上の事実から企業が読み取れる教訓はなんだろうか。炎上が起こらないようにするには、炎上しそうな話題を避けるのが一番である¹³。しかし、すでに述べたように現在リベラル系が掲げる正義は、男女関係や環境問題など間口の広いものが多く、避けるのが難しい。炎上に気をつけているはずの企業が CM で何度も炎上を起こしているのはそのためである。

炎上が起きてしまうと、対策は謝罪（撤退）か無視（公式見解を出したうえでの放置）かの2つしかない。正義の怒りをたぎらせる人に対して釈明は無意味であり、むしろ下手な言い訳と受け取られて火に油を注ぐだけである。今回の分析で分極度の高い人が炎上に参加していることから、釈明で解決するのは困難なことが予想される。クレームの時のようにけなしていた人が何かのきっかけで褒める人に切り替わる、というようなことも期待できない。また、謝罪はもっとも簡単な炎上の解決方法であるが、表現の萎縮を招き、長期的には企業にとってさらに社会にとってマイナスになる可能性がある。

ただ、ここで炎上参加者の数は少ないという事実には留意する必要がある。クレーム経験がある人は10%弱で、SNSで褒めた人も8%である。これだけあれば無視はできないし、するべきではない。これに対して炎上の場合には経験者は1%以下でしかない。この数値は極めて小さい。炎上事件では大半のサイレントマジョリティはそもそも問題とも思っていないことも多い。したがって、炎上が起きた時、企業側に理があると考えたら放置するというのも1つの手である。たとえば、男女関係ネタで批判されたCMでいえば、2016年のルミネCMのときはCMを削除して謝罪したが、ムーニーのCMが批判されたときはCMはそのままであった。最近の牛乳石鹸のCMに対する批判についても、（執筆時点では）削除・謝罪はしておらずCMはそのままである。企業が炎上事件に巻き込まれた場合、それなりに問題だと思えば素早く謝罪するのがよいが、自分たちに理があると思うなら、無視してサイレントマジョリティの支持を確保した方がよいのではないだろうか。

¹³「ウェブサイト上で非難を浴びるであろう不適切な発言や表現をすることによって生じる「炎上」を広告宣伝に利用するマーケティング手法」（『知恵蔵』より）として「炎上マーケティング」があるが、ここでは考慮しない。

研究レポート一覧

No.448	結びつくことの予期せざる罣 ーネットは世論を分断するのか？ー	田中 辰雄 浜屋 敏 (2017年10月)
No.447	地域における消費、投資活性化の方策 ー地域通貨と新たなファンディング手法の活用ー	米山 秀隆 (2017年8月)
No.446	日本における市民参加型共創に関する研究 ーLiving Labの取り組みからー	西尾 好司 (2017年7月)
No.445	ソーシャル・イノベーションの可能性と課題 ー子育て分野の日中韓の事例研究に基づいてー	趙 瑋琳 (2017年7月)
No.444	縮小まちづくりの戦略 ーコンパクトシティ・プラス・ネットワークの先進事例	米山 秀隆 (2017年6月)
No.443	ICTによる火災避難の最適化 ー地域・市民による自律分散協調システムー	上田 遼 (2017年5月)
No.442	気候変動対策分野における新興国市場進出への企業支援 ーインドにおける蓄電ビジネスを例にー	加藤 望 (2017年5月)
No.441	シニアの社会参加としての子育て支援 ー地域のシニアを子育て戦略として迎えるための一考察	森田麻記子 (2017年5月)
No.440	産業高度化を狙う「中国製造2025」を読む エビデンスに基づくインフラ整備政策の実現に向けて	金 堅敏 (2017年5月)
No.439	～教育用コンピュータの整備をモデルケースとした考察～	蛸子 准吏 (2017年4月)
No.438	人口減少下の地域の持続性 ーエリアマネジメントによる再生ー	米山 秀隆 (2017年4月)
No.437	SDGs時代の企業戦略	生田 孝史 (2017年3月)
No.436	電子政府から見た土地所有者不明問題 ー法的課題の解決とマイナンバーー	榎並 利博 (2017年1月)
No.435	森林減少抑制による気候変動対策 ー企業による取り組みの意義ー	加藤 望 (2016年12月)
No.434	ICTによる津波避難の最適化 ー社会安全の共創に関する試論ー	上田 遼 (2016年11月)
No.433	所有者不明の土地が提起する問題 ー除却費用の事前徴収と利用権管理の必要性ー	米山 秀隆 (2016年10月)
No.432	ネット時代における中国の消費拡大の可能性について	金 堅敏 (2016年7月)
No.431	包括的富指標の日本国内での応用(一) 人的資本の計測とその示唆	楊 珏 (2016年6月)
No.430	ユーザー・市民参加型共創活動としてのLiving Labの現状と課題	西尾 好司 (2016年5月)
No.429	限界マンション問題とマンション供給の新たな道	米山 秀隆 (2016年4月)
No.428	立法過程のオープン化に関する研究 ーOpen Legislationの提案ー	榎並 利博 (2016年2月)
No.427	ソーシャル・イノベーションの仕組みづくりと企業の役割への模索ー先行文献・資料のレビューを中心にー	趙 瑋琳 李 妍焱 (2016年1月)
No.426	製造業の将来 ー何が語られているのか？ー	西尾 好司 (2015年6月)
No.425	ハードウェアとソフトウェアが融合する世界の展望 ー新たな産業革命に関する考察ー	湯川 抗 (2015年5月)
No.424	これからのシニア女性の社会的つながり ー地域との関わり方に関する一考察ー	倉重佳代子 (2015年3月)

<http://www.fujitsu.com/jp/group/fri/report/research/>

研究レポートは上記URLからも検索できます



富士通総研 経済研究所

〒105-0022 東京都港区海岸 1 丁目 16 番 1 号(ニューピア竹芝サウスタワー)
TEL.03-5401-8392 FAX.03-5401-8438
URL <http://www.fujitsu.com/jp/group/fri/>