

震災復興の予算調達における「国債と増税」の選択に関する政治心理学研究

福井 公四郎⁽¹⁾ (fujii@trans.kuciv.kyoto-u.ac.jp)

藤井 聡⁽²⁾

〔⁽¹⁾ 吉田吉竹有田特許事務所・⁽²⁾ 京都大学〕

Psychological analysis of people's choice among a tax increase and government bonds for financial resources toward earthquake recovery

Koshiro Fukui⁽¹⁾, Satoshi Fujii⁽²⁾

⁽¹⁾ Patent Attorney's Office: Yoshida, Yoshitake and Arita, Japan

⁽²⁾ Graduate School of Engineering, Kyoto University, Japan

Abstract

The theme of this study is a tax increase and government bonds for the recovery from the East Japan great earthquake disaster. We investigated experimentally decision making between a tax increase and government bonds. We set three experimental conditions that were different in types of information we provided, and divided 300 participants in each condition randomly. We asked participants which they preferred between tax increase and governmental bonds as a financial resource for recovery from the earthquake. As the result, we find that objective instruction about tax and governmental bonds has stronger positive effect on preference on governmental bonds than that on tax. We also find that such effects of the instruction on the preferences are stronger for those who have a custom to read newspapers and books.

Key words

information-giving, decision-making, political psychology, tax increase, government bonds

1. 研究の背景と目的

『土木計画』とは、我々の社会に存在する様々な土木施設の「整備」、「運用」を通じて、その方法・手順等を考え企てること、また、その企ての内容を意味し、その最終目標は、より良い社会へと改善していくことである(藤井, 2008)。こうした『土木計画』において、現在考えられる最重要課題の一つとして、2011年3月11日に起きた東日本大震災の復興計画が挙げられる。

復興の予算調達に関する施策として、消費税増税や国債の発行が検討・実施されている。2012年7月20日現在、消費税増税法案についての実質審議が行われており、また、復興財源確保のため、「個人向け復興国債」等の国債発行も行われている。

これらの施策は日本経済の動向に深く関わる重要なテーマであるため、その決定に際しては、十分な情報を基にし、慎重に議論を重ねていく必要があるだろう。他方、時事通信の行った世論調査によれば、「復興財源に充てるための増税」に関する世論調査において、わずか一カ月の間に賛成と反対が逆転する現象が起こっており、国民の意見が短期間に大きく変動しているという事実がある。また、田中・中野・藤井(2013)では、新聞メディアにおいて、増税に対する好意的な情報やメッセージが、国債に対する好意的な情報やメッセージより多いという分析結果を示している。こうしたことから、「予算の調達方

法」という重要な事項でありながら、一般の人が国債発行・増税に関して十分に情報を持たないで意思決定を行っている」可能性が示唆されているものと考えられる。十分な情報を持たないで行われた国民の意思決定により、日本経済、社会に対して悪影響を及ぼされることは、是が非でも避けなければならない事態であろう。

また、青木・西野・松井・鈴木(2003)のように、公共事業に関する情報提示型の意思決定研究は行われており、こうした国民の政治的課題についての意思決定を取り扱う政治心理学的アプローチは、民主主義政体における世論の影響力が向上した今日の公共事業政策を考える上で、重要なアプローチになると考えられる。

以上の背景を踏まえて、本研究では、国債発行や増税に関して、客観情報を適切に与えられた場合とそうでない場合とで、人々の判断がどのように異なるのかを実証的に分析し、それを通して、適切な情報を提供することで人々の判断が適正化する可能性があるか否かについて考察を加えることを目的とする。また、客観情報の与え方に変化をつけ、適正な情報の提示方法について探索的に分析する。

2. 方法

本調査は、Web アンケート調査会社である楽天リサーチ(株)を通じ、全国のモニター300名を対象として実施した。

本調査では3種類の実験条件(2.1参照)を用意し、全被験者300名のうち各100名を上記3種類の実験条件いずれか1つに割り当て、各実験条件に割り付けた質問項

目をそれぞれ回答するように被験者に要請した。そしてその後、被験者 300 名全員が共通の個人属性に関する質問項目に回答するように要請した。

なお、実験条件によらず、全ての質問項目で一度回答して次項目へ進むと、前項目には戻れない仕様となっている。また、各実験条件への被験者の割り振りは無作為に行われた。さらに、被験者の男女比は 1 : 1 (男性 150 名、女性 150 名)、年齢分布は日本の 20 歳以上の年齢別人口分布 (20 歳から 45 歳、46 歳から 65 歳、66 歳以上の三階層を考慮) に概ね一致するようにした (平均値 50.0 歳、標準偏差 14.4 歳、最小値 20 歳、最大値 79 歳)。

2.1 実験条件

本実験で行った 3 通りの実験条件の概要はそれぞれ以下ようになる。

- (1) 二回判断増税国債条件
- (2) 一回判断増税国債条件
- (3) 一回判断方法 AB 条件

以下、それぞれの条件における質問内容を以下に説明する。

2.1.1 二回判断増税国債条件

まず、『震災復興』のためには、何兆円、何十兆円という、巨額の予算が必要とされています。その予算の調達については、「増税」と「国債」が考えられますが、この両者について、以下のうち、あなたが思うことに一番当てはまる□の欄にチェックをしてください。』という文章を提示し、震災復興における予算調達について増税・国債のどちらの政策を支持するか 7 件法で回答を要請した。

次に、『先に、増税と国債について判断していただきましたが、この増税と国債については、それぞれ次のような特徴があることが知られています。』という文言とともに、増税・国債に関する情報を提示する教示文として、以下の 2 つの文章を提示した。

増税については、『被災地の人が困っているのだから、皆でオカネを少しずつ支払えば良い。その方法が増税である。ただし、どれだけ「増税」をしても、復旧・復興に対する予算を、迅速、かつ、大量に集められないかも知れない。しかも、「増税」によって、景気が悪化することも懸念される。ところで、増税以外にも「国債」(政府がオカネを借りる) という方法もあるが、今、政府の借入金の総額は、「GDP」の 2 倍近くもあり、このままいけば、最終的に、日本経済が大混乱に陥るかもしれない。だから、日本経済が大混乱に陥るリスクを避けるためには、増税をすると景気が悪化するかもしれず、かつ、十分に予算を集めることができずに最終的に「被災地・被災者を十分に助けられない」という最悪の事態が生ずるかもしれないが、「増税」で財源を調達するしかない。』という文を提示した。

国債については、『国債を発行すれば (= 政府がオカネ

を借りれば)、増税よりも格段に迅速に、かつ、もっと十分な財源を調達できる。だから、国債で予算を得れば、「被災地を助けられない」という最悪の事態を避けることができる。しかも、オカネをたくさん持っている個人や法人 (銀行等)、あるいは、最終的には日銀が、政府にオカネを“貸して”あげることでもある。だから、「国を挙げて政府にオカネを貸してあげるようにする」なら、国債を発行しても、日本経済が混乱してしまう危険を限りなくゼロに近づけることができる。ただし、国債を発行することにより後生へのツケとなるおそれはある。しかし逆に、適切な投資を行えば、景気がよくなるかもしれない。だから、「被災地・被災者を十分に助けられない」という最悪の事態を避けるためにも、日本経済が混乱しないようにしっかりとした対策を図りながら、国債を発行して、迅速、かつ、十分な財源を調達することが必要だ。』という文を提示した。

この教示文を提示した後に、『さて、改めてお聞きします。この増税と国債の問題について、あなたが思うことに一番当てはまる□の欄にチェックをしてください。』という文言とともに、再度、震災復興における予算調達について増税・国債のどちらの政策を支持するか 7 件法で回答を要請した。

2.1.2 一回判断増税国債条件

この実験条件は、基本的に、(1) 二回判断増税国債条件と同じであるが、二回判断増税国債条件のように、国債と増税のそれぞれを説明する教示文を提示する前に、震災復興における予算調達について増税・国債のどちらの政策を支持するか回答を要請しない。つまり、増税・国債に関する上述の教示文の提示後にのみ、被験者に回答を要請した。

まず、『震災復興』のためには、何兆円、何十兆円という、巨額の予算が必要とされています。その予算の調達については、「増税」と「国債」のそれぞれについては、以下のような意見も言われています。』という文言とともに、二回判断増税国債条件において提示した国債と増税のそれぞれについての教示文と同様のものを提示した。

そして、その直後に、『さて、この増税と国債の問題について、あなたが思うことに一番当てはまる□の欄にチェックをしてください。』という文言で、震災復興における予算調達について増税・国債のどちらの政策を支持するか 7 件法で回答を要請した。

2.1.3 一回判断方法 AB 条件

この実験条件は、(2) 一回判断増税国債条件と同様の手続きを踏襲するものであるが、教示分ならびに質問項目において「増税」「国債」という語句使う代わりに「方法 A」「方法 B」という文言を用いたものである。

まず、『今、ある国で、「大きな問題」が起こってしまい、このままでは、多くの人々が貧乏になったり、死んでしまったりする見通しとなっています。その問題を解消するためには、巨額の予算が必要となります。その予算の

調達については、「方法A」と「方法B」が提案されています。それぞれは、下のような特徴を持っています。この方法A、Bについて、以下のうち、あなたが思うことに一番当てはまる□の欄にチェックをしてください。』という文言とともに、下記の教示文を提示した。

方法Aについては、『困っている人がいるのだから、皆でオカネを少しずつ支払えば良い。その方法が方法Aである。ただし、どれだけ「方法A」をしても、その問題を解決するために必要な予算を、迅速、かつ、大量に集められないかも知れない。しかも、「方法A」によって、景気が悪化することも懸念される。ところで、方法A以外にも「方法B」（政府がオカネを借りる）という方法もあるが、今、政府の借入金の総額は、「GDP」の2倍近くもあり、このままいけば、最終的に、その国の経済が大混乱に陥るリスクを避けるためには、方法Aをすると景気が悪化するかもしれない、かつ、十分に予算を集めることができずに最終的に「困っている人を十分に助けられない」という最悪の事態が生ずるかもしれないが、「方法A」で財源を調達するしかない。』という教示文を提示した。

方法Bについては、『方法Bをすれば（＝政府がオカネを借りれば）、方法Aよりも格段に迅速に、かつ、もっと大量の十分な財源を調達できる。だから、方法Bで予算を得れば、「困っている人を助けられない」という最悪の事態を避けることができる。しかも、オカネをたくさん持っている個人や法人（銀行等）、あるいは、最終的には“中央銀行”が、政府にオカネを“貸して”あげることができる。だから、「中央銀行を含めて国を挙げて政府にオカネを貸してあげるようにする」なら、方法Bをしても、日本経済が混乱してしまう危険を限りなくゼロに近づけることができる。ただし、方法Bをすることにより後生へのツケとなるおそれはある。しかし逆に、適切な投資を行えば、景気がよくなるかもしれない。だから、「困っている人を十分に助けられない」という最悪の事態を避けるためにも、その国の経済が混乱しないようにしっかりとした対策を図りながら、方法Bをして、迅速、かつ、十分な財源を調達することが必要だ。』と提示した。

この教示文を提示した後に、『この方法A、Bについて、以下のうち、あなたが思うことに一番当てはまる□の欄にチェックをしてください。』という文言とともに、方法A、方法Bについてどちらの方策を支持するか7件法で回答を要請した。

なお、(3) 一回判断方法 AB 条件において、震災復興という語句を用いずに「大きな問題」という仮定の状況を設定しているのは、「方法A」「方法B」という語句と「増税」「国債」との対応関係について、調査中の被験者が気付く可能性を低減するためである。

2.2 調査項目

次に各調査項目について述べる。調査項目は、大別すると、以下の項目から構成される(全30もしくは31項目)。

- (1) 震災復興の予算調達に関する、被験者の判断の項目：1もしくは2項目
- (2) 経済への関心に関する項目：2項目
- (3) 情報源に関する項目：5項目
- (4) 読書に関する項目：2項目
- (5) 学歴に関する項目：3項目
- (6) 大衆性に関する項目：17項目

以下に、上記の調査項目(1)～(6)について詳述する。(1)は各実験条件における被験者の判断に関する調査項目であり、被験者は上述した3通りの実験条件のいずれか1つに割り当てられる。また、(2)～(6)は個人属性について本研究で設定した説明因子に関する調査項目であり、全被験者300人共通の質問項目となっている。

2.2.1 震災復興の予算調達に関する、被験者の判断の項目

上述のように、「二回判断増税国債条件」「一回判断増税国債条件」「一回判断方法 AB 条件」の3種類において、「増税を中心にまかなうべき」から「国債を中心にまかなうべき」、或いは、「方法Aを中心にまかなうべき」から「方法Bを中心にまかなうべき」の7件法で回答を要請した。なお、この質問は必須回答とした。

2.2.2 経済への関心に関する項目：2項目

本調査では、「増税」や「国債」などの経済政策を題材としているため、経済への関心や経済の情報に対する積極性を、判断結果と関係のある重要な個人属性と考え、これらの傾向について測定するための質問項目を設定した(必須回答)。

まず、被験者の経済への関心を測るため、「あなたは、経済にどの程度関心がありますか」という質問に対して「1. とても関心がある」から「7. 全く関心がない」の7件法で回答を要請した。

さらに、経済に関する情報収集への積極性を測定するため、「経済について本を読んだり雑誌を買ったりすることは多いですか」という質問に対して「1. とても多い」から「7. とても少ない」の7件法で回答を要請した。

2.2.3 情報源に関する項目5項目

Hawthorne (1993) は、「大衆は国内外の問題について基本的な情報をマスメディアに依存しており、そのためマスメディアは国の政策、および政治に対する知識や政府のあり方への潜在的な影響を与えている」と指摘しており、経済政策におけるマスメディアの影響が大きいということが示唆されている。よって、本調査においても、被験者の情報源を重要な個人属性と考え、日常的に接触しているマスメディアについて、以下のような質問を行った。

- 新聞(自由回答)
「あなたが普段読む新聞は何ですか。」という質問に対して、「1. 朝日新聞」、「2. 日経新聞」、「3. 毎日新聞」、「4.

読売新聞」、「5. 産経新聞」、「6. その他」、「7. 新聞は読まない」の中から選択を要請した（複数回答式）。

- ニュース番組（自由回答）
「あなたが普段よく視聴するニュース番組は何ですか。もしくは、よく視聴するチャンネルをお答えください。なければ空欄で結構です。」という問いに、自由記述の形で回答を要請した。
- インターネット（自由回答）
「あなたが普段情報を収集するインターネットページを教えてください。なければ空欄で結構です。」という問いに、自由記述の形で回答を要請した。
- 書籍・人物（自由回答）
「あなたが経済について影響を受けた本がある、或いは人物がいる場合には、教えてください。なければ空欄で結構です。」という問いに、自由記述の形で回答を要請した。また、上記の質問の後で、経済に関する情報源として主要なマスメディアは何かを尋ねるため、「あなたは、『経済のこと』について、どこから情報を得ることが多いですか。」という質問に対して、「1. テレビ」、「2. 新聞」、「3. インターネット」、「4. 書籍」、「5. その他」、「6. 全く情報を得ていない」の中から最大で三つまで選択を要請した（必須回答）。

2.2.4 読書に関する項目：2項目

本調査における提示情報は長い文章を伴う。情報提示効果の考察にあたり、被験者が情報を十分に読解できているか、或いは、抵抗感により読み飛ばしていないかを検討することが重要であると考え、「読書頻度」と「読書に対する抵抗感」に関する質問項目を設定した（必須回答）。

読書頻度については、「あなたが、『本を読む』のはどの程度ですか」という問いに、「週／月／年に○冊ほど」という形での回答を要請した。読書抵抗感に関しては、「あなたは、『本を読む』ことに対する抵抗がありますか。」という質問を、「1. とても抵抗がある」から「7. 全く抵抗はない」の7件法で回答を要請した。

2.2.5 学歴に関する項目：3項目

教育と政治行動に関する政治心理学研究のなかで、教育のレベルが高いほど投票への参加意向が高いこと、教育や収入のレベルが低いほど政治情報をテレビに依存することなどが知られている（オフエル, 2006）。よって、本調査においても、教育のレベルや系統と経済政策に関する判断結果との間に関係がある可能性を考え、その検討のために、学歴に関する以下の質問項目を設定した（必須回答）。

- 最終学歴
「あなたの最終学歴は何ですか。（現在、まだ学生の方の場合は、見込みを記載ください）」という文言で、「1. 大学院」、「2. 大学」、「3. 高校」、「4. 中学校」、「5. その他」の選択形式で質問した。

- 学校名
最終学歴の学校名を自由記述の形で記載するよう要請した。
- 文系・理系
「あなたは理系ですか。文系ですか。」の間に、「1. 理系」、「2. 文系」、「3. 分からない」の三つから選択を要請した。

2.2.6 大衆性に関する項目：17項目

大衆性は現代社会の代表的な属性と言われている（c.f. 若田, 1995）。また、羽鳥・小松・藤井（2008）では、個人の大衆性を表す質問項目を作成し、大衆性についての心理尺度を構成しており、大衆性が「傲慢性」と「自己閉塞性」という2つの因子から構成されることが示されている。この尺度を用いた検証の結果、合意形成問題に関して、大衆性の高い個人は、行政活動への直接的な関与を強く要求する一方で、政府・行政の公共事業の必要性を認知せず、さらに、行政を信頼しない傾向にあることが指摘されている。

これらの知見より、大衆性と判断結果との間に関係がある可能性を考え、その検討のためにこの指標を用いた。

羽鳥他（2008）の研究で提案された大衆性尺度を用いて、指標を測るための質問項目として、表1に示すような2因子（傲慢性、自己閉塞性）17項目の質問を設定し、各項目について「1. 全く思わない」から「7. とてもそう思う」の7件法で回答を要請した。

ここで、傲慢性は、自分自身や社会等の種々の対象に

表1：大衆性尺度の構成項目

「傲慢性」尺度（11項目）
• 自分を拘束するのは自分だけだと思う
• 自分の意見が誤っている事などない、と思う
• 私は、どんな時でも勝ち続けるのではないかと何となく思う
• 自分個人の「好み」が社会に反映されるべきだと思う
• どんなときも自分を信じて、他人の言葉などに耳を貸すべきではない、と思う
• 「ものの道理」には、あまり興味がない
• 物事の背景にあることには、あまり興味がない
• 世の中の問題は、技術ですべて解決できると思う
• 人は人、自分は自分、だと思ふ
• 自分のことを、自分以外のものに委ねることは一切許されないことだと思う
• 道理や倫理などというものから自由に生きていたいと思う
「自己閉塞性」尺度（6項目）
• 伝統的な事柄に対して敬意・配慮をもっている*
• 日々の日常生活は感謝すべき対象で満たされている*
• 世の中は驚きに満ちていると感じる*
• 我々には、伝統を受け継ぎ、改良を加え、伝承していく義務があると思う
• 自分自身への要求が多い方だ*
• 自分は進んで義務や困難を負う方だ*

注：*は逆転項目

対する自らの制御能力についての過大な評価に関する質問項目から構成され、一方、自己閉塞性は、外部世界に対する関心および外部世界との紐帯や、その中での責務に関する質問項目から構成される。そして、「傲慢性」尺度については対応する 11 項目の加算平均から、「自己閉塞性」尺度については対応する 6 項目のそれぞれを反転した上で求められる加算平均から、それぞれの尺度を構成している。

以上より調査項目についてまとめる。「経済への関心」、「情報源」、「読書」、「学歴」等の個人属性については、調査結果をそのまま、増税・国債の判断に対する説明因子として用いる。「傲慢性」、「自己閉塞性」、「大衆性」については、調査結果より算出される値であるのでこれらを求め、判断結果に対する説明因子として用いる。

2.3 有効回答者の選定

すべての実験条件において、情報提示画面から回答画面に移るための条件は、情報画面下部にある「よくお読みいただけましたか」という質問項目に対して「1. はい」「2. いいえ」のうち、「1. はい」を選択することである。ここで「2. いいえ」を選択すると、再び情報提示画面へと戻る仕様になっている。「2. いいえ」を選択した後の、二度目の情報提示画面においても、一度目と同様に「1. はい」「2. いいえ」の選択肢があり、「1. はい」を選択すれば情報提示画面から回答画面に移る。ここでも再び「2. いいえ」を選択した被験者については、調査を途中終了し、データとして回収しないこととした。これは、被験者の判断結果に情報提示効果が反映されていないと考えられるためである。この基準により得られた有効回答者数が各実験条件それぞれ 100 人となるよう調査を行った。

3. 分析結果

本節では、二回判断増税国債条件の被験者 ($n = 100$) における「情報提示前判断」と「情報提示後判断」について各測定値の平均値の差の検定 (t 検定) および分散分析を行った結果を示す。

また、一回判断増税国債条件の被験者 ($n = 100$) の情報提示後判断を「増税国債条件判断」と呼称し、また、一回判断方法 AB 条件の被験者 ($n = 100$) の情報提示後判断を「方法 AB 条件判断」と呼称する。この、「増税国債条件判断」と「方法 AB 条件判断」について同様に各測定値の平均値の差の検定 (t 検定) および分散分析を行った結果を示す。

3.1 「情報提示前判断」と「情報提示後判断」における分析結果

「情報提示前判断」と「情報提示後判断」について平均値の差の検定 (t 検定) を行った結果を表 2 に示す。表 2 から示されるように、「情報提示前判断」と「情報提示後判断」との平均値の差は 0.28 であり統計的有意差 ($t(100) = -3.192, p < 0.01$) が確認されたため、教示文による情報提示によって、国債をより選好する傾向が強まること

表 2: 「情報提示前判断 ($M = 4.23$)」と「情報提示後判断 ($M = 4.51$)」における t 検定結果

t 値	自由度	有意確率(両側)	平均値との差
-3.192	99	.002	-0.280

統計的に示された。

続いて、より詳細な知見を得るため、各個人属性グループ毎に「情報提示前判断」と「情報提示後判断」の平均値の差異についての t 検定を行った。これにより、統計的有意差が確認された個人属性については、表 3 に示す。

また、その個人属性における交互作用を確かめるために、被験者内変数を情報提供前後における被験者の判断結果として、被験者間因子を各個人属性とした反復測定分散分析を行った。この反復測定分散分析の結果も併せて表 3 に示す。

表 3 より、まず経済に関心があるか否かにおいて交互作用が見られ、「経済に関心がない人は、提示情報によって有意に国債よりの判断を強めているが、経済に関心がある人では、そういった傾向がみられない」という結果が得られた。

また、新聞を経済に関する情報源とするか否かにおいても交互作用が見られ、「新聞を情報源とする人は、提示情報によって有意に国債よりの判断を強めているが、新聞を情報源としない人では、そういう傾向がみられないこと」という結果が得られた。

さらに、本を読むことに抵抗があるか否かにおいても交互作用が見られ、「本を読むことについて抵抗がない人は、提示情報によって有意に国債よりの判断を強めているが、本を読むことに抵抗がある人では、そういう傾向がみられない」という結果が得られた。

なお、以上の結果に加えて、分散分析では交互作用が有意にならなかったものの、一方のグループだけが情報提供効果が 1% 有意で、もう一方のグループにおいて有意とならなかった変数として、以下の 5 つの変数がある(表 3 参照)。

- ・ 「経済に関する情報源書籍か否か」(そうでない場合に有意差有り)
- ・ 「理系か文系か」(理系に有意差あり)
- ・ 「大衆性が高いか低いか」(低い場合に有意差あり)
- ・ 「傲慢性が高いか低いか」(低い場合に有意差あり)
- ・ 「自己閉塞性が高いか低いか」(低い場合に有意差あり)

3.2 「増税国債条件判断」と「方法 AB 条件判断」における分析結果

「増税国債条件判断」と「方法 AB 条件判断」について平均値の差の検定 (t 検定) を行った結果を表 4 に示す。

表 4 から示されるように、「増税国債条件判断」と「方法 AB 条件判断」との平均値の差において統計的有意差がないこと ($t(200) = -0.788, p = 0.432$) が確認された。

表3：「情報提示前判断」と「情報提示後判断」における t 検定と分散分析結果（個人属性別）

	N	t 検定			分散分析		
		情報提供前	情報提供後	t 値	交互作用	主効果：前後	主効果：各項目
		平均値	平均値		F 値	F 値	F 値
経済に関心がない	24	4.08	4.67	-3.077 ***	3.887 *	14.376 *	0
経済に関心がある	76	4.28	4.46	-1.903 *			
経済について本を読まない	72	4.29	4.56	-2.478 **	0.086	8.89	0.29
経済について本を読む	28	4.07	4.39	-2.077 **			
情報源テレビ	76	4.28	4.54	-2.432 **	0.116	8.361	0.178
情報源テレビでない	24	4.08	4.42	-2.563 **			
情報源新聞	60	4.12	4.52	-3.744 ***	0.286 *	7.946 ***	0.167
情報源新聞でない	40	4.40	4.5	-0.681			
情報源インターネット	64	4.25	4.47	-1.986 *	0.866	11.043	0.008
情報源インターネットでない	36	4.19	4.58	-2.679 **			
情報源書籍	17	3.71	3.94	-1.289	0.053	4.997	2.455
情報源書籍でない	83	4.34	4.63	-2.913 ***			
本を読むことの抵抗がない	68	3.97	4.40	-3.825 ***	6.24 **	4.652 **	2.971 *
本を読むことの抵抗がある	32	4.78	4.75	0.254			
大卒以上	56	4.39	4.68	-2.592 **	0.159	8.279	1.199
高卒以下	37	4.05	4.27	-1.602			
理系	33	4.42	4.82	-2.737 ***	0.631	10.095	1.229
文系	55	4.11	4.35	-1.861 *			
大衆性低い	92	4.18	4.50	-3.402 ***	1.87	0.349	0.344
大衆性高い	8	4.75	4.63	0.552			
傲慢性低い	87	4.21	4.48	-2.951 ***	0.095	5.05	0.32
傲慢性高い	11	4.45	4.82	-1.174			
閉塞性低い	79	4.22	4.54	-3.1 ***	1.182	3.89	0.014
閉塞性高い	21	4.29	4.38	-0.81			

注1：*：10%有意 **：5%有意 ***：1%有意

注2：「1.増税中心で賄うべき」～「7.国債中心で賄うべき」

表4：「増税国債条件判断 ($M = 4.4$)」と「方法AB条件判断 ($M = 4.59$)」における t 検定結果

t 値	自由度	有意確率(両側)	平均値との差
-0.788	198	.432	-.190

そこで、各個人属性グループ毎に「情報提示前判断」と「情報提示後判断」の平均値の差異についての t 検定を行った（表5参照）。だが、表5からも分かるように、個人属性によるグループ毎に t 検定を行ってもなお、「増税国債条件判断」と「方法AB条件判断」との間に統計的有意差はなかった。

4. 考察

4.1 「情報提示前判断」と「情報提示後判断」における分析結果の考察

本実験において用いた教示文による情報提示によって、国債をより選好する傾向が強まることが統計的に示された。また、この教示では国債と増税の特徴について基本的に同程度説明していたものであり、このことは、多くの国民が国債と増税について十分な情報を所持した上で国債と増税の選択判断を行っては「いない」ことを、そして、一定量の情報を提供し、それを理解させることで、増税よりも国債を選好する傾向が強まることが示唆して

いる。

これはさらに、現状の世論における、以下の3つの可能性を示唆している。

- 増税をより選好するバイアスがある一方で、国債を軽視するバイアスが存在する可能性がある。
- 多くの国民は、増税を支持する情報を一定程度理解している一方で、国債を支持する情報についてはあまり理解していない可能性がある。
- マスコミ世論において増税に対する好意的な情報やメッセージが、国債に対する好意的な情報やメッセージよりも多いという可能性がある。

なお、この三番目の含意は、田中他（2013）の研究でも、実証的に裏付けられているものでもある。いずれにしても、国民は不十分な情報下で国債と増税の選択問題に判断を下していることが示唆されたことを勘案すると、現在の国債と増税についての国民判断が必ずしも「適正」とは言えない方向に偏向しており、かつ、その偏向は、客観的な情報提供によって、一定程度「矯正」可能であることを、本研究は示唆しているものと解釈することが可能である。

また、特に、新聞を経済に関する情報源とするか否かにおいて、交互作用が見られ、「新聞を情報源とする人は、

表 5: 「増税国債条件判断」と「方法 AB 条件判断」における t 検定結果 (個人属性別)

	t 検定						分散分析		
	増税国債条件		質問項目内 t 検定	方法 AB 条件		有意確率 (両側)	交互作用 F 値	主効果: 実験条件 F 値	主効果: 各項目 F 値
	N	平均値	t 値	N	平均値				
経済に関心がない	24	4.71	1.188	28	4.71	0.988	0.178	0.197	1.096
経済に関心がある	76	4.30		72	4.54				
経済について本を読まない	64	4.47	0.476	77	4.57	0.697	0.252	0.777	0.041
経済について本を読む	36	4.28		23	4.65				
情報源テレビ	82	4.46	-0.704	85	4.60	0.597	0.19	0.729	0.41
情報源テレビでない	18	4.11		15	4.53				
情報源新聞	62	4.40	-0.024	59	4.36	0.886	1.382	0.967	1.302
情報源新聞でない	38	4.39		41	4.93				
情報源インターネット	61	4.30	0.795	64	4.67	0.231	0.986	0.265	0.007
情報源インターネットでない	39	4.56		36	4.44				
情報源書籍	12	4.00	0.722	16	5.12	0.148	2.429	2.736	0.068
情報源書籍でない	88	4.45		84	4.49				
本を読むことの抵抗がない	81	4.32	-1.016	73	4.64	0.234	1.119	0.003	0.139
本を読むことの抵抗がある	19	4.74		27	4.44				
大卒以上	59	4.1	2.446 **	46	4.70	0.101	3.534 *	0.147	2.017
高卒以下	31	4.97		40	4.58				
理系	23	4.91	1.56	31	4.81	0.811	0.549	0.131	3.109
文系	62	4.21		52	4.52				
大衆性低い	88	4.34	-0.914	85	4.60	0.316	0.617	0.003	0.617
大衆性高い	12	4.83		15	4.53				
傲慢性低い	85	4.31	-1.302	78	4.67	0.175	2.393	0.189	2.393
傲慢性高い	14	4.93		21	4.29				
閉塞性低い	68	4.19	-1.847 *	67	4.46	0.368	0.271	0.291	0.271
閉塞性高い	32	4.84		33	4.85				

注 1: *: 10% 有意 **: 5% 有意 ***: 1% 有意

注 2: 「1. 増税中心で賄うべき」～「7. 国債中心で賄うべき」

提示情報によって有意に国債よりの判断を強めているが、新聞を情報源としない人では、そういう傾向がみられない」という結果が得られた。

さらに、本を読むことに抵抗があるか否かにおいても交互作用が見られ、「本を読むことについて抵抗がない人は、提示情報によって有意に国債よりの判断を強めているが、本を読むことに抵抗がある人では、そういう傾向がみられないことが分かる」という結果が得られた。

すなわち、国債と増税についての客観的な情報提供に伴う、国民判断の「矯正効果」は、一定の読書能力を有した新聞を情報源としているような、いわゆる「リタラシー」が高い人の方が、より強いということが示唆された。このことから、客観的な情報を提供しても、リタラシーが低い人においては、情報提供によって判断の歪みを「矯正」する効果は低いことを示唆している。当然ながら、リタラシーが低い層も国民世論の重大な形成効果を持つことは間違いないことから、こうした階層における認識の歪みを矯正するためには何が必要なのかを考えていくことは、今後の重要な課題であると言えるだろう。

4.2 「増税国債条件判断」と「方法 AB 条件判断」における分析結果の考察

「増税」「国債」という語句を用いた情報提示を行った場合の被験者の判断と、「増税」「国債」の代わりに「方法 A」「方法 B」という語句を用いた場合の被験者の判断

では、その判断の選好において統計的に有意な差は得られなかった。

これは、東日本大震災が未曾有の大災害であり、今日においても人々の印象に強く残っているため、今回の情報提供において用いた「大きな問題がおき、多くの人が貧乏になったり、死んでしまったりする」という状況設定から、被験者が東日本大震災を連想した可能性が考えられる。この場合、予算の調達方法に関して「方法 A」「方法 B」という表記はしているものの、被験者がそれぞれを「増税」「国債」と認識してしまい、増税国債条件と方法 AB 条件との間に有意な差が得られなかった可能性が考えられる。

引用文献

- 青木俊明・西野仁・松井健一・鈴木温 (2003). 公共事業における情報提示と態度形成. 土木学会論文集, No. 737, IV-60, 223-235.
- 藤井聡 (2008). 土木計画学. 学芸出版社.
- 羽鳥剛史・小松佳弘・藤井聡 (2008). 大衆性尺度の構成—“大衆の反逆”に基づく大衆の心的構造分析—. 心理学研究, 79 (5), 423-431.
- Hawthorne, M. R. (1993). The media, economic development, and agenda-setting. *Media and Public Policy*, 81-100.
- オフエル・フェルドマン (2006). 政治心理学. ミネルヴァ書房.

- 田中皓介・中野剛志・藤井聡 (2013). 公共政策に関する
大手新聞社説の論調についての定量的物語分析. 土木
学会論文集 D3, 69 (5), 353-361.
- 若田恭二 (1995). 大衆と政治の心理学. 勁草書房.

(受稿：2014年5月24日 受理：2014年6月5日)