

群馬県主権者教育手法に関する 効果検証報告書

令和5年3月
株式会社 笑下村塾

目次

1. 本報告書の概略と目的	P.1
2. 分析枠組み	P.2
2.1 一般的な効果検証の分析枠組みが抱える課題	P.2
2.2 主権者教育PRにおける効果検証の枠組み	P.2
3. 効果検証の結果	P.4
3.1 投票参加意欲に対する効果	P.4
3.2 政治関心に対する効果	P.6
3.3 政策への民意の反映度に対する効果	P.8
3.4 投票義務感に対する効果	P.11
3.5 政治的有効性感覚に対する効果	P.13
3.6 政治的忌避意識に対する効果	P.18
3.7 政治的議論の面白さに対する効果	P.20
3.8 意見表明のしやすさに対する効果	P.22
3.9 主権者教育への評価に対する効果	P.24
3.10 2022参院選における投票参加に対する効果	P.26
4. 総括と今後の課題	P.27
5. 巻末付録	P.28

1. 本報告書の概略と目的

株式会社笑下村塾は、令和4年度(2022年度)に、群馬県選挙管理委員会からの委託事業として、群馬県内の公立及び私立高校の高校3年生を対象とする、主権者教育に係る選挙出張授業を実施した。本報告書では、この出張授業の実施にかかるプロジェクトを、以下、「主権者教育PR」と省略する。

主権者教育PRの主な目的は、笑下村塾の提供する「お笑い芸人による主権者教育」を通して、若年層が抱きがちな政治や選挙に対する否定的なイメージを払拭すること。同時に、民主主義の価値や社会参画の重要性を伝えることによって、政治参加に対する積極性などを涵養することであった。本報告書が、投票意欲にとどまらず、広く、政治に対する有効性感覚や、政治への拒否感などに対する主権者教育PRの効果を検証した結果を報告する背景には、このような問題意識がある。

くわえて、令和4年7月に、第26回参議院議員通常選挙が実施されたことも、主権者教育PRの効果検証を行う上では重要である。この選挙において、主権者教育PRは、政治意識だけではなく、参議院選挙下の高校生の投票行動にどのような影響を与えたのか、という点を検証可能となったからである。本報告では、主権者教育PRの実施が、投票参加に与えた効果について検証した結果も、報告する。

本報告書は、主権者教育PRが、高校生の政治意識や政治行動に与えた効果について、効果検証を行った結果をまとめたものである。効果検証の結果は、「3. 効果検証の結果」で詳しく説明している。また、主権者教育PRが、どのような枠組みに基づいて効果を検証したのかについては、「2.分析枠組み」で詳しく説明している。意識調査の概略も、「2.分析枠組み」に記している。

本報告書の執筆主体は笑下村塾である。ただし、効果検証の枠組みや意識調査の内容については、関西学院大学法学部教授である善教将大氏によるサポートを得ている。さらに、意識調査の実施の際には、群馬県選挙管理委員会及び教育委員会の協力も得ている。調査の実施や、データ分析についても、善教氏のサポートを得ており、この報告書も、善教氏の助力を得ながら執筆・作成した。

2. 分析枠組み

2.1 一般的な効果検証の分析枠組みが抱える課題

主権者教育の効果を検証する枠組みとして、第一に考えられるのは、主権者教育を行う前後の、政治意識を比較するというものである。具体的には、以下の通りである。

- 1 主権者教育を実施する前に、意識調査を実施し、政治意識・行動を測定する
- 2 主権者教育を実施した後に、実施前と同様の調査を実施し、再度、測定する
- 3 実施前の調査と実施後の調査結果を比較し、主権者教育の影響を推定する

従来は、このような「実施前・後比較」に基づき、主権者教育の実施に効果があったのかを検証することが多かったのではないだろうか。しかし、この方法には次の2つの問題があると考えている。第1は、主権者教育プログラム以外の要因の影響を排除できない問題である。たとえば、偶然、主権者教育の実施と同じタイミングで、政治関心などを高める事件が生じ、これが高校生に影響を与えたとする。このような場合、政治関心度が主権者教育の前後で変化したとしても、主権者教育によるものなのか、それとも先の事件によるものかを判別できない問題。第2は、「実施前・後比較」は、調査後の結果に対して、回答者の、実施者に対する「忖度」が働きやすい問題である。実施者が望ましいと考えるような回答結果を意図的に返していた場合、意識調査の前と後で結果が変わっていたとしても、それは「忖度」がなされた結果の可能性がある。したがって、単純な前後比較とは異なる枠組みに基づきながら、効果検証を行う必要がある。

主権者教育PRにおける効果検証は、上述した問題が生じない形で行う。具体的には、差の差分法に近似する手法を用いることで、主権者教育PRにおける出張授業の効果を検証する。このことにより、「実施前・後比較」より、厳密な形で、主権者教育PRの効果について検証できるものと考えている。

2.2 主権者教育PRにおける効果検証の枠組み

2.2.1 高校の分類

主権者教育PRは、群馬県内の、すべての公立及び私立高校の高校3年生を対象に、主権者教育を実施することを目標としていた。しかし、日時の調整がつかないなどの理由により、すべての高校を対象に、主権者教育を実施できたわけではなかった。このことにより、群馬県内には、主権者教育PRによる出張授業を受けた高校と、受けていない高校の2つがある、ということになる。

さらに、主権者教育PRでは、参院選が7月に実施される点を勘案し、選挙が行われる前に、多くの高校で出張授業を実施することを目標とした。しかし、スケジュールの都合がつかないなどの理由によって、選挙期間外に出張授業を実施した高校もある。このように、出張授業を行った高校についても、選挙期間中に行った高校と、そうではない高校にわかれる。

まとめると、群馬県内の高校には、次に述べる3つの高校があることになる。

- 出張授業を行なうことができなかった高校
 - 出張授業は行ったが、選挙期間外に行った高校
 - 選挙期間内に、出張授業を行った高校
- ※選挙期間は、6月22日（公示）～7月10日（投開票）

主権者教育PRでは、出張授業を行なった高校と行なっていない高校があるという特徴を利用し、出張授業の効果検証を行う。さらに、いつ出張授業を行なったか、と言うタイミングの違いの影響も分析する。

出張授業のタイミングが効果の相違を生み出さないと考えるならば、授業を実施した群を1つにまとめた上で、実施していない群と比較すれば、出張授業の効果を分析できる。しかし、いつ出張授業を行ったかが、出張授業の効果の差を生み出すことまで想定するならば、上述したグループごとに、比較分析を行う必要がある。主権者教育PRにおける効果検証では、出張授業の時期の違いが効果の違いを生み出す可能性を考慮し、分析する。

2.2.2 短期的効果と長期的効果

教育には、短期的に意識や行動に影響を与えるものもあれば、中・長期的に影響を与えるものもある。主権者教育PRの出張授業は、それを受講した高校生にとっては、僅か1日の些細なできごとに過ぎないかもしれない。しかし、これまで直接関わることがほとんどなかったお笑い芸人などが行う出張授業を受けることが、彼ら彼女らにとって、貴重な経験となっている可能性もある。このように、主権者教育PRの出張授業には、短期だけではなく、中長期的にも、高校生の政治意識に影響を与えていることが期待される。したがって、短期的な効果だけではなく、中長期的な効果の可能性についても、分析する必要がある。

主権者教育PRでは、3度にわたる意識調査を実施することで、短期的効果と長期的効果の両者を検証する。第1回目の意識調査は、出張授業が実施されず、かつ、選挙からも時期が離れている4月25日から29日にかけて実施した。第2回目の意識調査は、2022年参院選が行われた直後の、7月11日から16日にかけて実施した。第3回目の意識調査は、参院選から数ヶ月が経過した後の、12月12日から16日にかけて実施した。

意識調査は、群馬県内のすべての公立および私立高校に在籍する高校3年生を対象に、実施を依頼し、各高校および善教将大氏の助力を得ながら、オンライン上で実施した。有効回答者数は、それぞれ、第1回目が10,883人、第2回目が8,349人、第3回目が8,206人であった。ただし、調査協力を拒否した回答者を除外すると、有効回答者数は、第1回調査が10,595人、第2回調査が7,967人、第3回調査が7,930人となる。

第1回目の調査と第2回目の調査結果を比較することで、出張授業の短期的な効果を検証できる。また、第1回目および第3回目、あるいは、第2回目および第3回目の調査結果を比較することで、出張授業の長期的な効果を検証することができる。このように主権者教育PRでは、計3波にわたる意識調査を実施することで、短期的効果と長期的効果の両者について、分析可能な設計となっている。

2.2.3 効果検証の対象となる政治意識

主権者教育PRでは、以下の政治意識に対する出張授業の効果を検証する。質問文と選択肢は、「3.効果検証の結果」で詳しく説明する。なお、第2回調査時には、投票参加に関しても尋ねている。投票参加に対する効果については、変動を分析できないので、群ごとの投票参加率の差を分析する。

- 投票参加への意欲
- 政治への関心度（国の政治、群馬県の政治）
- 政策への民意の反映度（国の政策、群馬県の政策）

- シニシズム（投票義務感、有効性感覚、政治忌避）
- 政治的議論の面白さや意見表明への態度
- 主権者教育への評価

巻末資料には、直接、効果検証には含めていない質問の調査結果も記載している。調査の概略について知りたい場合は、巻末資料をご確認いただきたい。

3. 効果検証の結果

3.1 投票参加意欲に対する効果

主権者教育PRの意識調査では、

「あなたには現在、「国や地方の選挙があったら投票しよう」という気持ちがどのくらいありますか。※現在18歳以上ではない人も、仮に18歳以上だったらどうするかという視点でご回答ください。」

という質問により、投票参加に対する意欲を調査している。選択肢は

- 1: 選挙があっても投票しない
- 2: おそらく選挙があっても投票しない
- 3: おそらく選挙があれば投票する
- 4: 選挙があれば投票する

という4つである。この設問においては、わからない、こたえないといった選択肢は特に用意していないが、こたえることができない場合は、次の設問へとスキップできるようにしている。

第1回調査から第3回調査までの、投票意欲の推移を図1にまとめた。第1回調査では、全体の73%が「投票する」と回答していた。ただし、半数近い人は「おそらく」投票する程度であった。第2回調査では、83%が「投票する」と回答しており、10%ポイント近く、投票意欲が向上していた。第3回調査でも、80%が、「投票する」と回答している。しかし、第2回調査時と比べると、やや投票意欲が減退しているようである。

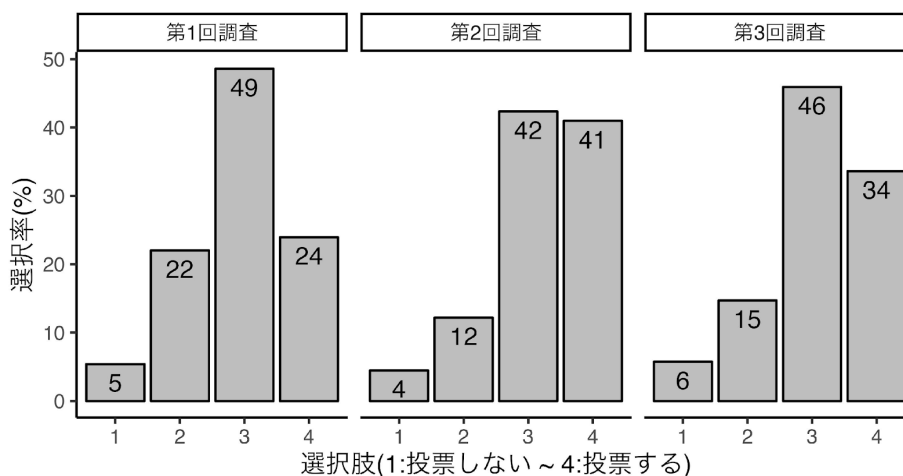


図1 投票意欲の分布の推移(第1回~第3回)

注：無回答を除く有効回答数は第1回調査が10,554、第2回調査が7,894、第3回調査が7,889。

続いて、グループごとに、投票意欲の変動を分析することで、出張授業に効果があったのかを検証する。高校を3つの群に分けた上で、高校単位の投票意欲の平均値を計算し、さらにその平均値を群ごとに計算した。これらの分析結果をまとめたもの

が表1である。表中の括弧内の数字は、授業なし群との差分である。

表1 高校を単位とする投票意欲のグループ別平均値とその変化

	投票意欲の平均値			投票意欲の変化	
	第1回	第2回	第3回	第1回→第2回	第1回→第3回
授業なし	2.89	3.07	2.93	0.18	0.04
授業実施(期間外)	2.96	3.18	3.07	0.22(+0.04)	0.11(+0.07)
授業実施(期間内)	2.95	3.25	3.12	0.30(+0.12)	0.17(+0.13)

注：括弧内の数字は授業なし群との差分。

結果を詳しく確認する。出張授業を実施しなかった群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.18、第1回調査と第3回調査の差は0.04だった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.22、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.11だった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.30、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.17だった。括弧内の授業なし群との比較から、出張授業を行っていない高校よりも行っていた高校の方が、投票意欲が相対的に高いことがわかる。さらに選挙期間内に出張授業を行った高校の方が、期間外に行った高校よりも、その傾向が強い。

複数群の平均値の差を検証する「一元配置の分散分析」によって、表1の平均値の差を検証した。その結果、授業を実施しなかった群では、調査間で、投票意欲の平均値に差があるとはいえないという結果となった(F値: 1.9263、p値: 0.1521)。選挙期間外に授業を実施した群でも、5%水準未満で、平均値に差があるという結果は得られなかった(F値: 2.6592、p値: 0.0787)。一方で、選挙期間内に授業を実施した群では、5%水準未満で、投票意欲に差があるという結果が得られた(F値: 12.338、p値: 0.001)。Tukey HSD法を用いて、どの調査間で差があるかを分析したところ、第1回調査と第2回調査の間と(p<0.001)、第1回調査と第3回調査の間(p<0.05)に、有意な差があった。

以上の結果より、主権者教育PRの出張授業には、高校生の投票意欲を有意に高める効果があるといえる。ただし、それは、いつ出張授業を行ったかにより異なり、選挙期間外に出張授業を行った場合、出張授業の投票意欲に対する効果はないか、あるとして相対的には小さな効果にとどまる可能性がある。

【一元配置の分散分析】

複数のグループ間で平均値に違いがあるかどうかを検定する統計手法。要因によってグループ分けをして、グループごとの平均値に差がある場合は、その要因が分析の対象としている目的変数に影響を与えたといえることができる。今回であれば要因は、調査時期であり、目的変数は、学校単位の政治関心や投票意欲など、政治意識の平均値。

p値は、グループ間の分散とグループ内の分散の比 (F値) から計算され、得られたデータの確からしさを表している。p値が小さいほど、観測された差が偶然ではなく、統計的に有意な差である可能性が高くなる。

【Tukey HSD法】

一元配置の分散分析の後に行われる手法。グループごとに違いがあるという結果が得られた場合、どのグループがどのグループと比較して有意に差があるかを調べる。

3.2 政治関心に対する効果

主権者教育PRの意識調査では、

「選挙で投票するかどうかは別にして、あなたは現在、国や地方の政治の動向にどのくらい関心がありますか。国、群馬県のそれぞれについて、あなたの考えに近い選択肢を選んでください。」

という質問により、政治関心度を調査している。ただし、国と群馬県に対する政治を一緒にせず、両者を分けた上で関心度を尋ねている。選択肢は

- 1: 全く関心がない
- 2: あまり関心がない
- 3: やや関心がある
- 4: とても関心がある

という4つである。この設問においても、わからない、こたえないといった選択肢は用意していないが、こたえることができない場合は、次の設問へとスキップできるようにしている。

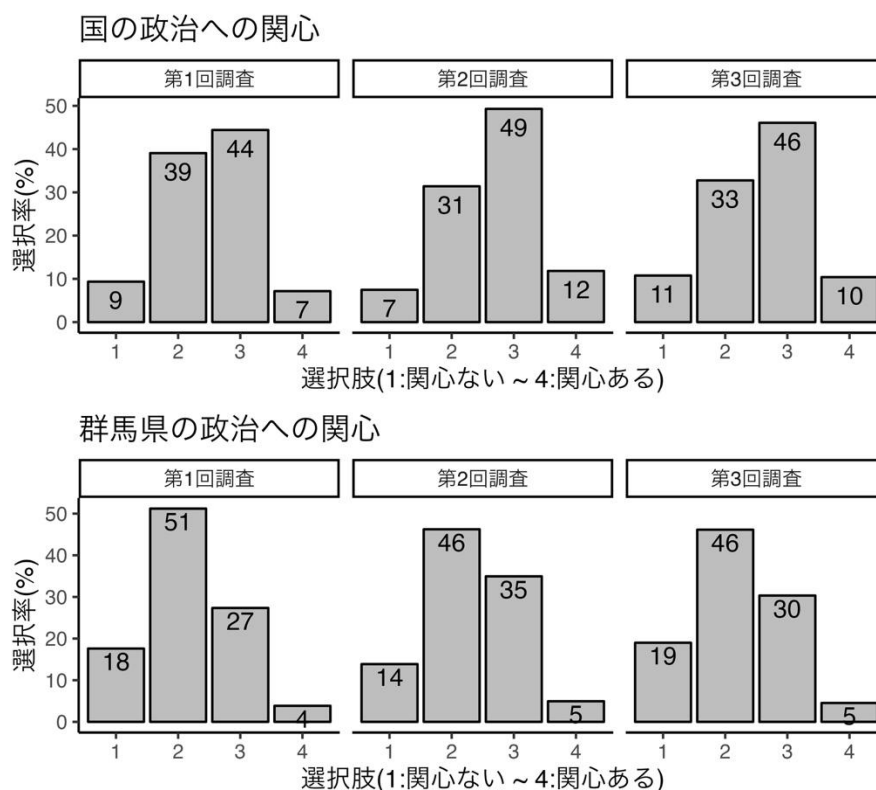


図2 政治関心の分布の推移(第1回～第3回)

注：無回答を除く有効回答数は、「国の政治への関心」は、第1回調査が10,511、第2回調査が7,857、第3回調査が7,807。「群馬県の政治への関心」は、第1回調査が10,505、第2回調査が7,851、第3回調査が7,801。

第1回調査から第3回調査までの、政治関心の推移を図2にまとめた。第1回調査では、全体の51%が国の政治に「関心がある」と回答しており、また、31%が群馬県の政治に「関心がある」と回答していた。また、第2回調査時には、国の政治には61%が、群馬県の政治には40%が「関心がある」と回答している。参院選後は、政治に対する関心度が上昇していたことが、ここからわかる。しかし、第3回調査では、国の政治に

対する関心も、群馬県の政治に対する関心も、ともに減退し、第1回調査時の水準に戻っている。

続いて、グループごとに、国と群馬県の政治への関心の変動を分析することで、出張授業に効果があったのかを検証する。高校を3つの群に分けた上で、高校単位の政治関心の平均値を計算し、さらにその平均値を群ごとに計算した。これらの分析結果をまとめたものが表2である。表の上段に国の政治に対する関心の分析結果を、下段に群馬県の政治に対する関心の分析結果を整理した。表中の括弧内の数字は、授業なし群との差分である。

表2 政治関心のグループごとの水準と変化

	政治関心の平均値			政治関心の変化	
	第1回	第2回	第3回	第1回→第2回	第1回→第3回
[国の政治]					
授業なし	2.46	2.62	2.47	0.16	0.01
授業実施(期間外)	2.53	2.69	2.56	0.16(+0.00)	0.03(+0.02)
授業実施(期間内)	2.51	2.67	2.56	0.16(+0.00)	0.05(+0.04)
[群馬県の政治]					
授業なし	2.15	2.24	2.11	0.09	-0.04
授業実施(期間外)	2.20	2.36	2.24	0.16(+0.07)	0.04(+0.08)
授業実施(期間内)	2.21	2.23	2.25	0.02(-0.05)	0.04(+0.08)

注：括弧内の数字は授業なし群との差分。

国の政治への関心度に対する効果について、詳しく確認する。出張授業を実施しなかった高校では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.16、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.01だった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.16、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.03だった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.16、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.05だった。授業実施群の国の政治に対する関心度の推移は、選挙期間内・外にかかわらず、授業なし群のそれと近似している。したがって、主権者教育PRの出張授業には、国の政治に対する関心度を高める効果があるとはいえないことになる。

次に、群馬県の政治への関心度に対する効果について、詳しく確認する。出張授業を実施しなかった群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.09、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.04だった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.16、第1回調査と第3回調査の差は0.04だった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.02、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.04だった。群馬県の政治に対する関心についても、授業実施群の関心度の推移は、選挙期間内・外にかかわらず、授業なし群のそれに近似している。したがって、主権者教育PRの出張授業には、群馬県の政治に対する関心度を高める効果についても、あるとはいえないことになる。

以上の結果より、主権者教育PRの出張授業には、高校生の政治関心を有意に高める効果があるといえないことが判明した。これは、いつ出張授業を行ったかにより異なるわけではない。選挙期間外に出張授業を行った場合においても、選挙期間内に出張授業を行った場合においても、出張授業の効果はないか、あるとしても微細な効果にとどまっている、ということである。

3.3 政策への民意の反映度に対する効果

主権者教育PRの意識調査では、

「あなたは全般的に見て、現在、国や群馬県の政策に有権者の考えや意見がどの程度反映されていると思いますか。国と群馬県のそれぞれについて、あなたの考えに近い選択肢を選んでください。」

という質問により、政策への民意の反映度を調査している。ただし、国と群馬県の政策を一緒にせず、両者を分けた上で、民意の反映度を尋ねている。選択肢は

- 1: ほとんど反映されていない
- 2: あまり反映されていない
- 3: ある程度反映されている
- 4: かなり反映されている

という4つである。この設問においても、わからない、こたえないといった選択肢は用意していないが、こたえることができない場合は、次の設問へとスキップできるようにしている。

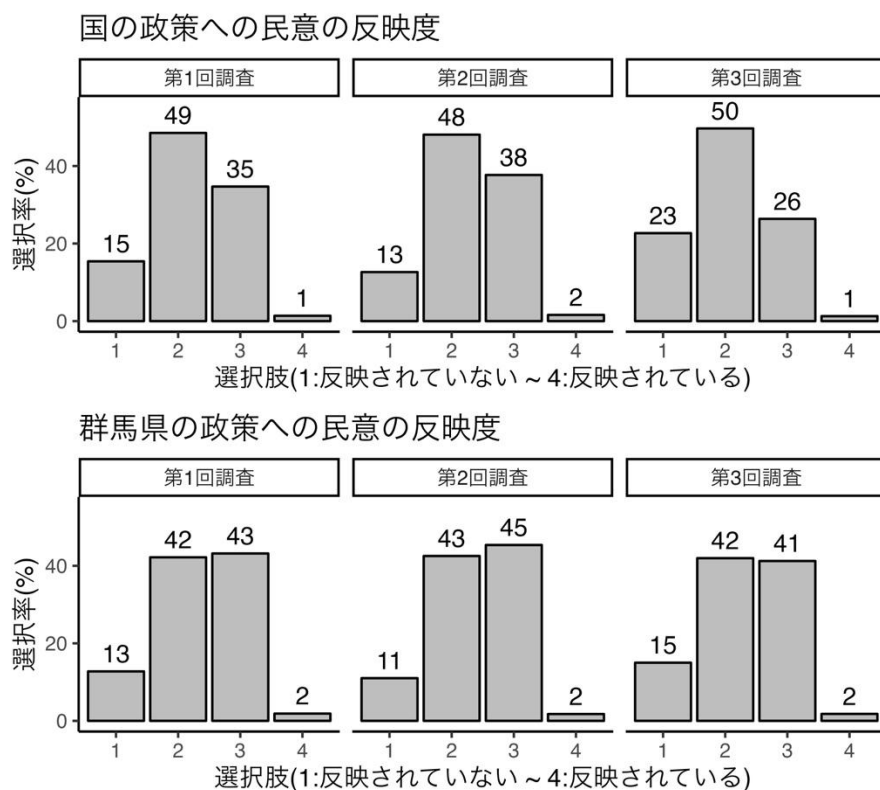


図3 政策への民意の反映度の分布の推移(第1回～第3回)

注：無回答を除く有効回答数は、「国の政策への民意の反映度」は、第1回調査が10,350、第2回調査が7,768、第3回調査が7,733。「群馬県の政治への関心」は、第1回調査が10,291、第2回調査が7,677、第3回調査が7,696。

第1回から第3回までの、政策への民意の反映度の推移を図3にまとめた。第1回調査では、全体の36%が国の政策に、また、45%が群馬県の政策に、民意が反映されていると回答していた。第2回調査時には、若干その割合が増えており、国の政策には40%、群馬県の政策には47%が、民意が政策に「反映されている」と回答している。参院選後は、政治に対する信頼度が上昇していたようである。しかし、政治関心と同じく、

第3回調査時には、国の政策に対しても、群馬県の政策に対しても、ともに「反映されている」と認識している人の割合は減少しており、さらには、第1回調査時よりも低い水準になっている。

続いて、グループごとに国と群馬県の、政策への民意の反映度の変動を分析することで、出張授業に効果があったのかを検証する。高校を3つの群に分けた上で、高校単位の政治関心の平均値を計算し、さらにその平均値を群ごとに計算した。これらの分析結果をまとめたものが表3である。表の上段に国の政策に対する民意反映度の分析結果を、下段に群馬県の政策に対する民意反映度の分析結果を整理した。表中の括弧内の数字は、授業なし群との差分である。

表3 政策への民意の反映度のグループごとの水準と変化

	民意反映度の平均値			民意反映度の変化	
	第1回	第2回	第3回	第1回→第2回	第1回→第3回
[国の政策]					
授業なし	2.23	2.26	2.03	0.03	-0.20
授業実施(期間外)	2.21	2.27	2.03	0.06(+0.03)	-0.18(+0.02)
授業実施(期間内)	2.26	2.35	2.12	0.09(+0.06)	-0.14(+0.06)
[群馬県の政策]					
授業なし	2.34	2.39	2.23	0.05	-0.11
授業実施(期間外)	2.34	2.34	2.37	0.00(-0.05)	0.03(+0.14)
授業実施(期間内)	2.35	2.42	2.34	0.07(+0.02)	-0.01(+0.10)

注：括弧内の数字は授業なし群との差分。

まず、国の政策への民意の反映度に対する効果について、詳しく確認する。出張授業を実施しなかった群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.03、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.20だった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.06、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.18だった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.09、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.14だった。授業実施群の民意反映度の推移は、選挙期間内・外にかかわらず、授業なし群のそれと近似している。したがって、主権者教育PRの出張授業には、国の政策への民意の反映度を高める効果が、あるとはいえないことになる。

次に、まず、群馬県の政策への民意の反映度に対する効果について、詳しく確認する。出張授業を実施しなかった群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.05、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.11であった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.00、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.03であった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.07、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.01であった。群馬県の政策への民意の反映度については、短期的な効果はないものの、長期的効果はあるといえる結果である。

複数群の平均値の差を検証する「一元配置の分散分析」によって、群馬県の政策に対する民意の反映度の平均値に差があるかを検証したところ、授業を実施していない群においては、5%水準未満で統計的に有意な差があるという結果を得た(F値: 3.668、p値: 0.029)。その一方で、授業を実施した群では、ともに、5%水準未満で統計的に有意な差があるとはいえない結果となった。授業を実施していない群では、有意に群馬県に対する信頼度が低下しているが、授業を実施した群ではそのような傾向は見られない。

以上の結果より、主権者教育PRの出張授業には、群馬県という地方レベルの政策に

限定されるが、信頼の低下に一定の歯止めをかける効果があるといえる。ただし、長期的効果として、そのような傾向を確認できるものの、短期的効果については確認できていない。そのため、短期的効果として、信頼低下に歯止めをかけることができるかは曖昧である。

3.4 投票義務感に対する効果

主権者教育PRの意識調査では、次の意見項目に対する回答から、投票義務感を測定している。なお、意見項目の前には「あなたは以下の政治に対する意見について、どのように感じますか。それぞれについて、あなたの考えに近い選択肢を選んでください。」というリード文を設けている。選択肢は1: そう思わない、2: あまりそう思わない、3: どちらともいえない、4: ややそう思う、5: そう思うという5件尺度である。この設問においても、わからない、こたえないといった選択肢は用意していないが、こたえることができない場合は、次の設問へとスキップできるようにしている。

- 投票に行くかどうかは自由であり、有権者の義務ではない（「義務ではない」）
- 大勢が投票するとしても、自分は投票に行くべきだと感じる（「投票に行くべき」）

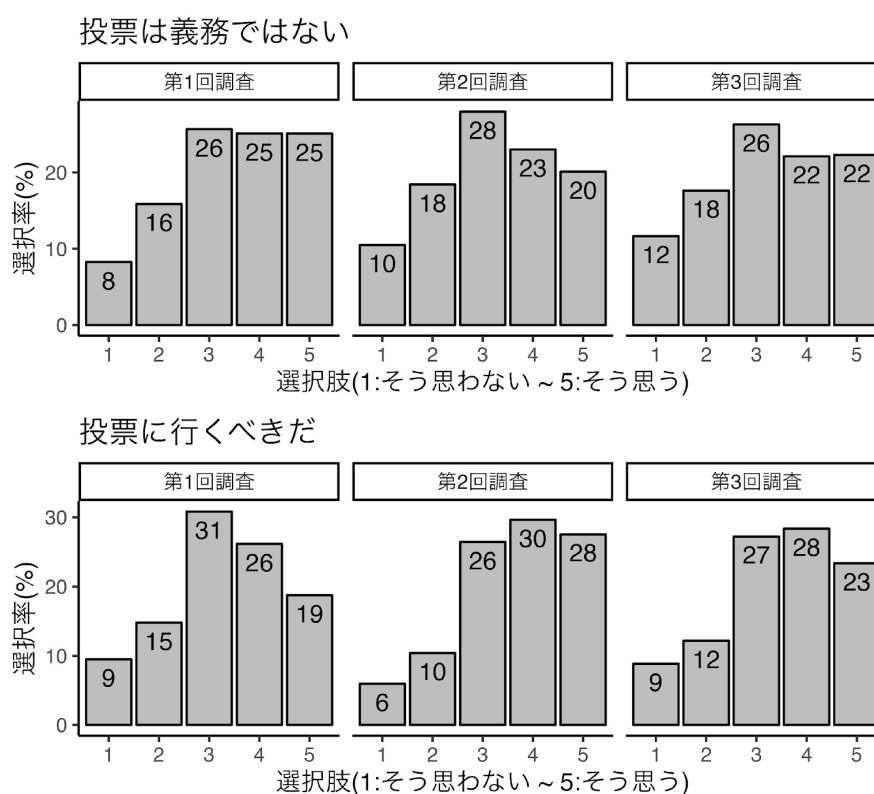


図4 政治的義務感の分布の推移(第1回~第3回)

注：無回答を除く有効回答数は、「義務ではない」は、第1回調査が10,312、第2回調査が7,717、第3回調査が7,707。「行くべきだ」は、第1回調査が10,314、第2回調査が7,716、第3回調査が7,706。

第1回調査から第3回調査までの、政治的義務感の推移を図4にまとめた。第1回調査では、全体の50%が「義務ではない」という意見に同意していた。しかし、第2回調査時には、その割合は43%に低下し、第3回調査時でも、44%と第1回調査時よりは低い水準を維持していた。また、第1回調査では、全体の45%が投票に「行くべき」という意見に同意していた。しかし、第2回調査時には、その割合は58%に増加し、第3回調査時でも51%と第1回調査時よりは高い水準を維持していた。総じて、第1回調査時点では義務感は低く、第2回調査時点から高くなる傾向にある。

続いて、グループごとに政治的義務感の変動を分析することで、出張授業に効果があったのかを検証する。高校を3つの群に分けた上で、高校単位の義務感の平均値を計算し、さらにその平均値を群ごとに計算した。これらの分析結果をまとめたものが表3である。表の上段に「義務ではない」の分析結果を、下段に「投票に行くべき」の分析結果を整理した。表中の括弧内の数字は、授業なし群との差分である。

表4 政治的義務感のグループごとの水準と変化

	投票義務感の平均値			投票義務感の変化	
	第1回	第2回	第3回	第1回→第2回	第1回→第3回
[義務ではない]					
授業なし	3.50	3.30	3.34	-0.20	-0.16
授業実施(期間外)	3.38	3.24	3.23	-0.14(+0.06)	-0.15(+0.01)
授業実施(期間内)	3.38	3.21	3.22	-0.17(+0.03)	-0.16(+0.00)
[投票に行くべき]					
授業なし	3.20	3.53	3.35	0.33	0.15
授業実施(期間外)	3.33	3.67	3.41	0.34(+0.01)	0.08(-0.07)
授業実施(期間内)	3.37	3.72	3.51	0.35(+0.02)	0.14(-0.01)

注：括弧内の数字は授業なし群との差分。

まず、「義務ではない」に対する効果について、詳しく確認する。出張授業を実施しなかった群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は-0.20、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.16だった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は-0.14、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.15だった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の差が-0.17、第1回調査と第3回調査の差が-0.16であった。授業実施群の「義務ではない」の平均値の推移は、選挙期間内・外にかかわらず、授業なし群のそれと近似している。したがって、主権者教育PRの出張授業には、この義務感を高める効果が、あるとはいえないことになる。

次に、「投票に行くべき」に対する効果について、詳しく確認する。出張授業を実施しなかった高校では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.33、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.15だった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.34、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.08だった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.35、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.14であった。授業実施群の「投票に行くべき」の平均値の推移は、「義務ではない」と同様に、選挙期間内・外にかかわらず、授業なし群のそれと近似している。したがって、主権者教育PRの出張授業には、この義務感についてもそれを高める効果があるとはいえないことになる。

以上の結果より、主権者教育PRの出張授業には、高校生の政治的義務感を有意に高める効果があるといえないことが明らかとなった。これは、いつ出張授業を行ったかにより異なるわけではなく、選挙期間外に出張授業を行った場合でも、また、選挙期間内でも、出張授業の効果があるとはいえない、という結果である。

3.5 政治的有効性感覚に対する効果

主権者教育PRの意識調査では、次の意見項目に対する回答から、政治的有効性感覚を測定している。リード文や選択肢は投票義務感と同じであるため、省略する。

- 自分には政府のすることに対して、それを左右する力はない（「左右する力はない」）
- 自分の1票が選挙結果を左右するとは思えない（「左右しない」）
- 自分が頑張れば、政治や社会を変えることができる（「変えることができる」）
- 政府は複雑なので、何をやっているのかよく理解できない（「理解できない」）
- 候補者や政党の主張の違いを理解することができる（「違いを理解できる」）

補足しておく、有効性感覚には、大きく分けると自分自身の力や影響力のなさに関わる内的政治的有効性感覚と、対象の複雑さなどに基づく外的政治的有効性感覚の2つがあるとされている。「力がない」「左右しない」「変えることができる」は、内的政治的有効性感覚に相当するものである。他方で「理解できない」「違いを理解できる」は、外的政治的有効性感覚に相当するものである。内的政治的有効性感覚と外的政治的有効性感覚は、相互に独立しているわけではなく、外的有効性感覚の低さが内的有効性感覚の低さにつながるように、ともに影響を与え合う関係にある。しかし、概念的には別とされている。

項目数が多いので、内的政治的有効性感覚と外的政治的有効性感覚に分けた上で、それぞれ、全体の推移を確認する。まずは、内的政治的有効性感覚の、第1回調査から第3回調査までの推移である。結果は、図5にまとめた。第1回調査では、全体の57%が「左右する力はない」という意見に同意し、43%が「左右するとは思えない」という意見に同意していた。また、「変えることができる」に同意していたのは14%だった。しかし、第2回調査時には、「左右する力はない」に同意する人の割合は45%、「左右するとは思えない」に同意する人の割合は38%、「変えることができる」に同意する人の割合は23%へと変化した。第3回調査時の有効性感覚も、第1回調査時のそれよりも高い水準にあった。第1回調査時点では低い水準にあった有効性感覚が、第2回調査以降、高くなっていることがわかる。

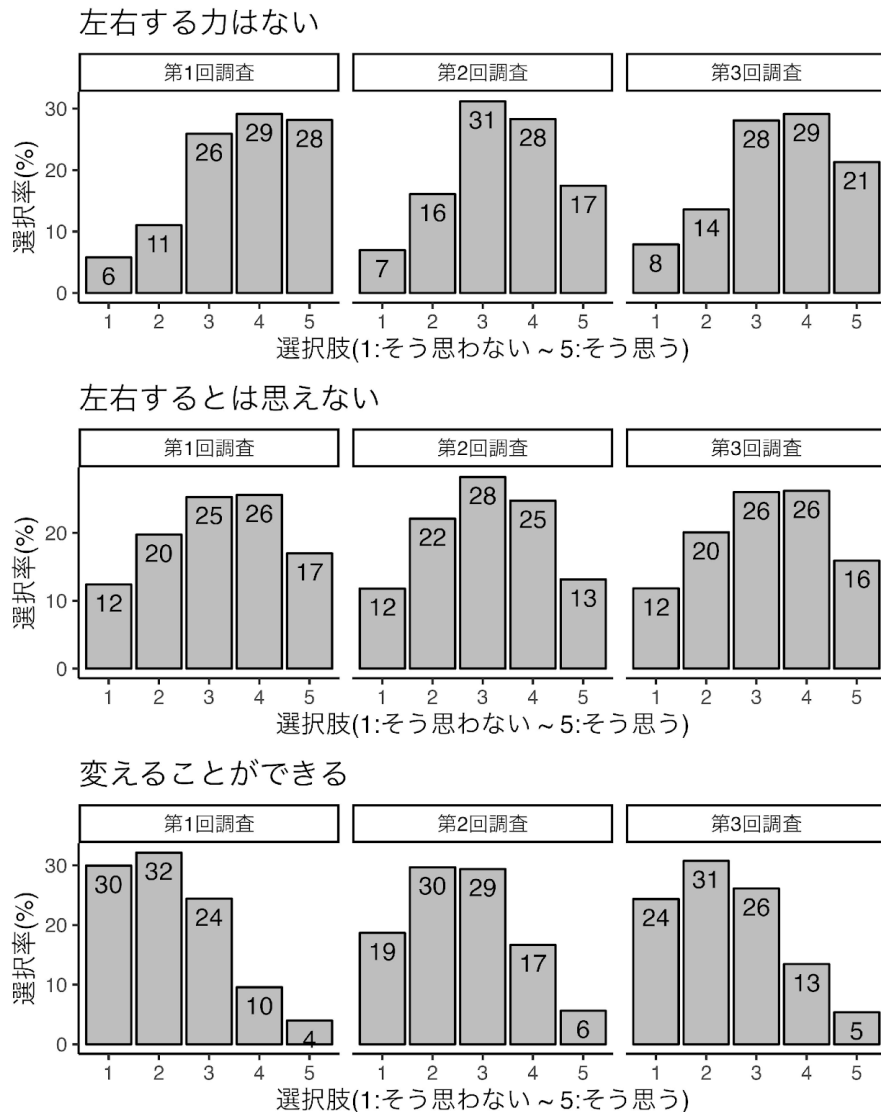


図5 内的政治的有効性感覚の分布の推移(第1回～第3回)

注：無回答を除く有効回答数は、「左右する力はない」は、第1回調査が10,305、第2回調査が7,714、第3回調査が7,702。「左右するとは思えない」は、第1回調査が10,313、第2回調査が7,716、第3回調査が7,707。「変えることができる」は、第1回調査が10,312、第2回調査が7,719、第3回調査が7,704。

まずは、内的政治的有効性感覚の、第1回調査から第3回調査までの推移である。結果は、図5にまとめた。第1回調査では、全体の57%が「左右する力はない」という意見に同意し、43%が「左右するとは思えない」という意見に同意していた。また、「変えることができる」に同意していたのは14%だった。しかし、第2回調査時には、「左右する力はない」に同意する人の割合は45%、「左右するとは思えない」に同意する人の割合は38%、「変えることができる」に同意する人の割合は23%へと変化した。第3回調査時の有効性感覚も、第1回調査時のそれよりも高い水準にあった。第1回調査時点では低い水準にあった有効性感覚が、第2回調査以降、高くなっている。

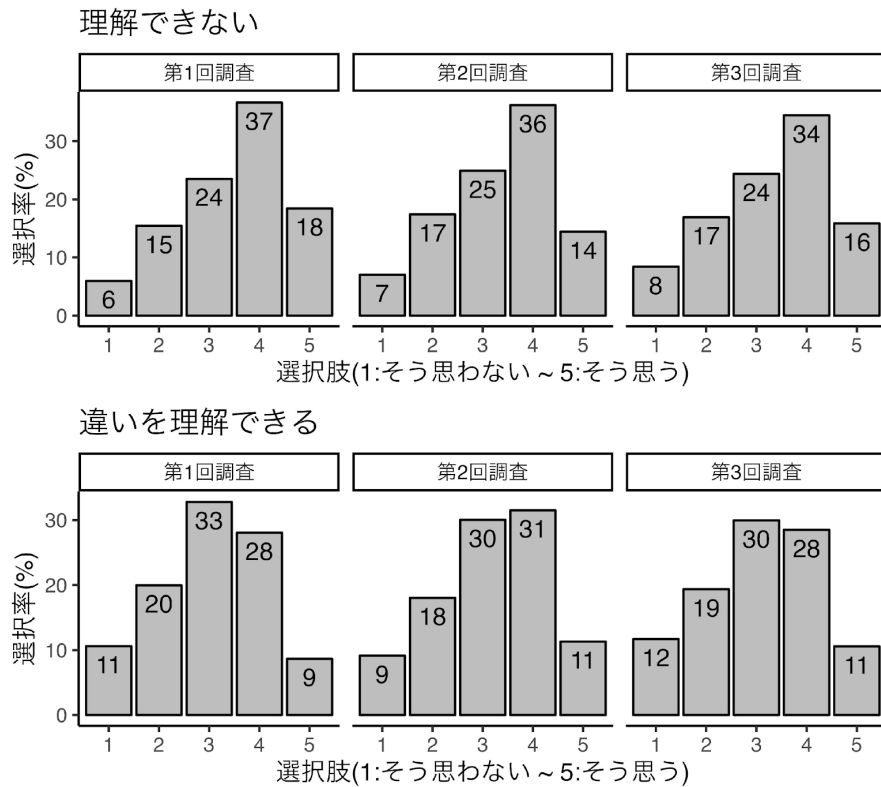


図6 外的政治的有効性感覚の分布の推移(第1回～第3回)

注：無回答を除く有効回答数は、「理解できない」は、第1回調査が10,314、第2回調査が7,713、第3回調査が7,709。「違いを理解できる」は、第1回調査が10,306、第2回調査が7,712、第3回調査が7,703。

続いて、外的政治的有効性感覚の、第1回調査から第3回調査までの推移である。結果は、図6にまとめた。第1回調査では、全体の55%が「理解できない」という意見に同意し、31%が「違いを理解できる」という意見に否定的だった。第2回調査時は、全体の50%が「理解できない」という意見に同意し、27%が「違いを理解できる」という意見に否定的だった。第3回調査では、全体の50%が「理解できない」という意見に同意し、31%が「違いを理解できる」という意見に否定的だった。若干の変動はあるものの、内的政治的有効性感覚とは異なり、外的政治的有効性感覚は、第1回調査から第3回調査にかけて、ほとんど変化していない。

グループごとに政治的有効性感覚の変動を分析することで、出張授業に効果があったのかを検証する。高校を3つの群に分けた上で、高校単位の有効性感覚の平均値を計算し、さらにその平均値を群ごとに計算した。これらの分析結果をまとめたものが表6である。「左右する力はない」から「違いを理解できる」までの、それぞれの結果を整理している。

表6 政治的有効性感覚のグループごとの水準と変化

	有効性感覚の平均値			有効性感覚の変化	
	第1回	第2回	第3回	第1回→第2回	第1回→第3回
[左右する力はない]					
授業なし	3.62	3.48	3.46	-0.14	-0.16
授業実施(期間外)	3.63	3.30	3.39	-0.33(-0.19)	-0.24(-0.08)
授業実施(期間内)	3.61	3.28	3.32	-0.33(-0.19)	-0.29(-0.13)
[左右しない]					
授業なし	3.18	3.21	3.15	0.03	-0.03
授業実施(期間外)	3.14	3.04	3.17	-0.10(-0.13)	0.03(+0.06)
授業実施(期間内)	3.13	3.02	3.07	-0.11(-0.14)	-0.06(-0.03)
[変えることができる]					
授業なし	2.22	2.49	2.38	0.27	0.16
授業実施(期間外)	2.27	2.71	2.47	0.44(+0.17)	0.20(+0.04)
授業実施(期間内)	2.30	2.68	2.54	0.38(+0.11)	0.24(+0.08)
[理解できない]					
授業なし	3.42	3.41	3.29	-0.01	-0.13
授業実施(期間外)	3.48	3.35	3.36	-0.13(-0.12)	-0.12(+0.01)
授業実施(期間内)	3.48	3.35	3.30	-0.13(-0.12)	-0.18(-0.06)
[違いを理解できる]					
授業なし	3.02	3.23	3.08	0.21	0.06
授業実施(期間外)	2.99	3.19	3.00	0.20(-0.01)	0.01(-0.05)
授業実施(期間内)	3.04	3.17	3.08	0.13(-0.08)	0.04(-0.02)

注：括弧内の数字は授業なし群との差分。

順序を変えて、外的政治的有効性感覚に相当する、「理解できない」と「違いを理解できる」の2つから、結果を確認する。「理解できない」に関しては、第1回調査から第2回調査にかけて、授業なし群の意識にはほとんど変化が見られない一方で、授業あり群では、共に-0.13ポイントの変動と、一定の変化を確認することができる。ただし、一元配置の分散分析により平均値の差を検証したところ、5%水準未滿で、統計的に有意といえる差ではなかった。「違いを理解できる」についても、授業を実施していない群における変動が0.21ポイントであるのに対して、選挙期間外に授業を実施した群における変動が0.20、選挙期間内に実施した群における変動が0.13ポイントである。授業を実施していない群と実施した群との間に明確な推移の違いを確認することはできず、したがって外的政治的有効性感覚に対しては、主権者教育PRの出張授業による影響があるとはいえない。

内的政治的有効性感覚に相当する、「左右する力はない」「左右しない」「変えることができる」について、詳しく結果を確認する。まず、「左右する力はない」については、出張授業を実施しなかった群で、第1回調査と第2回調査の平均値の差は-0.14、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.16であった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差が-0.33、第1回調査と第3回調査の平均値の差が-0.24であった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差が-0.33、第1回調査と第3回調査の平均値の差が-0.29であった。「行くべき」については、出張授業を実施しなかった群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.03、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.03だった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は-0.10、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.03だった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回

調査の平均値の差は-0.11、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.06だった。「変えることができる」については、出張授業を実施しなかった群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.27、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.16だった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.44、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.20だった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.38、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.24だった。

「左右する力はない」については、授業あり群となし群の間で明確な差があり、したがって、主権者教育PRの出張授業には、「左右する力はない」という消極的な認識を抑制する効果があるといえる。短期的な効果に関しては、選挙期間外に行なった場合と、期間内に行なった場合で、大きな違いはない。しかし、長期的効果に関しては違いが見られ、選挙期間内に行なった場合においてのみ、授業なし群と差がある。同様に、「左右しない」についても、群間で明確な差があるという結果である。ただし、短期的効果にとどまり、長期的効果については、効果があるとはいえない結果である。「変えることができる」についても、授業を実施した群と実施していない群で、明確な認識の差が見られる。しかし、短期的な変動にとどまっており、長期的な効果は、あるとはいえない結果である。

まとめれば、外的政治的有効性感覚に対しては、主権者教育PRの出張授業が影響を与えたとはいえないが、内的政治的有効性感覚に対しては、一定の影響を与えたものと評価できる。もっとも、表6で示すように、短期的な効果にとどまっている可能性が高く、長期的に内的政治的有効性感覚を高めるといえない結果となっている。

3.6 政治的忌避意識に対する効果

主権者教育PRの意識調査では、次の意見項目に対する回答から、政治的忌避意識を測定している。リード文や選択肢は投票義務感と同じであるため、省略する。

- 政治的なことに積極的に関わっていききたい（「関わりたい」）
- 政治的なことから、なるべく距離をとりたい（「距離をとりたい」）

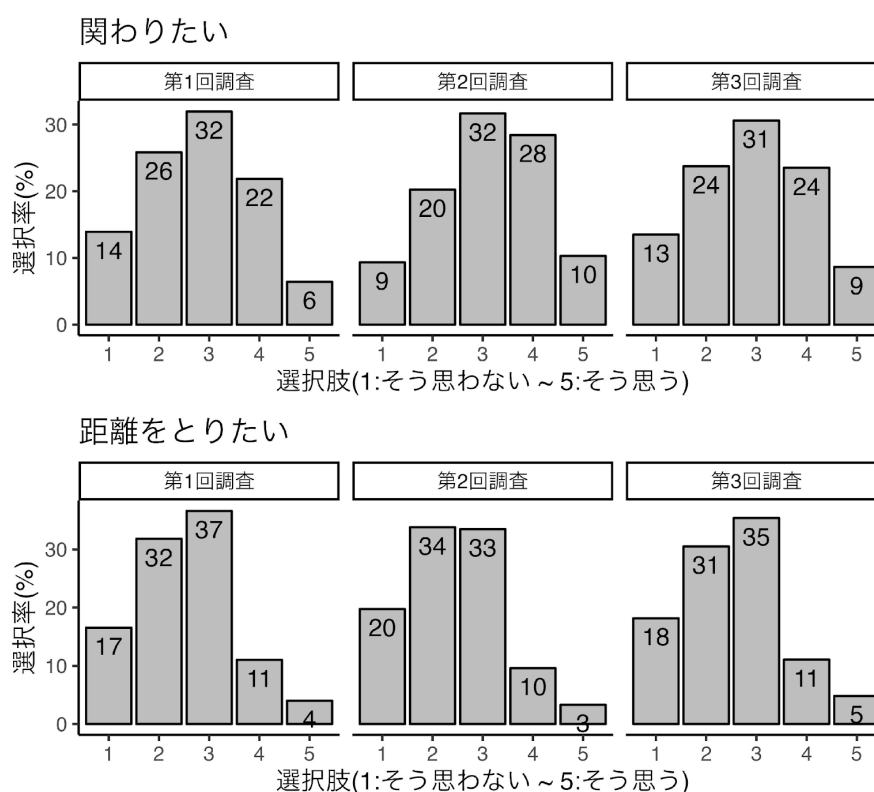


図7 忌避意識の分布の推移(第1回～第3回)

注：無回答を除く有効回答数は、「関わりたい」は、第1回調査が10,308、第2回調査が7,719、第3回調査が7,705。「距離をとりたい」は、第1回調査が10,310、第2回調査が7,713、第3回調査が7,709。

第1回調査から第3回調査までの、政治的忌避意識の推移を図7にまとめた。第1回調査では、全体の28%が「関わりたい」という意見に同意していた。第2回調査時には、その割合は38%に増加したが、第3回調査時には33%へとやや低下した。ただし、第1回調査時よりは「関わりたい」という意見に同意する人の割合は増えている。「距離を取りたい」については、第1回調査に、全体の49%が意見に同意せず、第2回調査時には、非同意の割合は54%に増加した。第3回調査時でも49%と、非同意の割合は、高い水準を維持したままとなっている。第1回調査時点では、やや忌避意識が高い場合もあるが、第2回調査以降は、忌避意識を抱く人の割合は低下している。

続いて、グループごとに政治的義務感の変動を分析することで、出張授業に効果があったのかを検証する。高校を3つの群に分けた上で、高校単位の忌避意識の平均値を計算し、さらにその平均値を群ごとに計算した。これらの分析結果をまとめたものが表7である。表の上段に「関わりたい」の分析結果を、下段に「距離をとりたい」の分析結果を整理した。表中の括弧内の数字は、授業なし群との差分である。

表7 政治忌避意識のグループごとの水準と変化

	政治忌避意識の平均値			政治忌避意識の変化	
	第1回	第2回	第3回	第1回→第2回	第1回→第3回
[関わりたい]					
授業なし	2.71	3.03	2.82	0.32	0.11
授業実施(期間外)	2.86	3.14	2.90	0.28(-0.04)	0.04(-0.07)
授業実施(期間内)	2.83	3.08	2.92	0.25(-0.07)	0.09(-0.02)
[距離をとりたい]					
授業なし	2.59	2.57	2.61	-0.02	0.02
授業実施(期間外)	2.55	2.46	2.57	-0.09(-0.07)	0.02(+0.00)
授業実施(期間内)	2.55	2.42	2.54	-0.13(-0.11)	-0.01(-0.03)

注：括弧内の数字は授業なし群との差分。

まず、「関わりたい」に対する効果について、詳しく確認する。出張授業を実施しなかった群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.32、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.11だった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.28、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.04だった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の差が0.25、第1回調査と第3回調査の差は0.09であった。授業実施群の「関わりたい」の平均値の推移は、選挙期間内・外にかかわらず、授業なし群のそれと近似している。したがって、主権者教育PRの出張授業には、忌避意識に対する効果があるとはいえないことになる。

次に、「距離をとりたい」に対する効果について、詳しく確認する。出張授業を実施しなかった群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は-0.02、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.02だった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は-0.09、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.02だった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の差は-0.13、第1回調査と第3回調査の差は-0.01であった。「関わりたい」とは異なり、「距離をとりたい」については、群間で異なる傾向が見られる結果であり、出張授業を実施した高校では、「距離をとりたい」と回答する人が減少する傾向にある。ただし、変動の幅は大きくなく、一元配置の分散分析の結果も、10%水準で有意な差があるといえるにとどまる(F値:2.838、p値:0.065)。「距離をとりたい」という認識に対しても、主権者教育PRの出張授業は、明確な影響を与えているとはいえない。

以上の結果より、主権者教育PRの出張授業には、高校生の政治的忌避意識を有意に提言する効果があるとはいえないことが明らかとなった。ただし、一部の意見項目(「距離をとりたい」)については、有意な差があるという結果となる可能性があり、この点については、今後、さらに分析していく必要がある。

3.7 政治的議論の面白さに対する効果

主権者教育PRの意識調査では、「あなたは政治や選挙について話したり、議論することに対して、「面白い」と感じたことはありますか。」という質問により、政治や選挙について議論することについて、どのように感じるかを尋ねている（「面白さ認識」）。選択肢は、1: ある、2: 少しだけある、3: まったくない、の3件尺度である。わからない、こたえないといった選択肢は用意していないが、こたえることができない場合は、次の設問へとスキップできるようにしている。

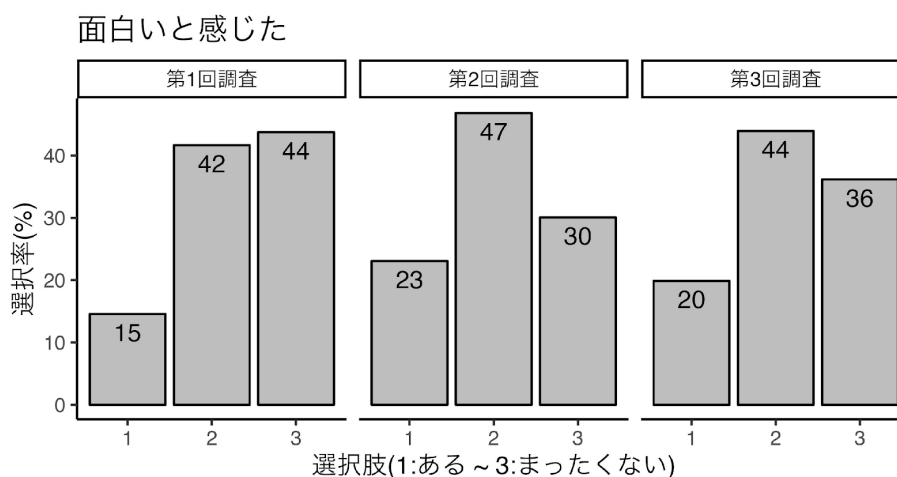


図8 面白さ認識の分布の推移(第1回~第3回)

注：無回答を除く有効回答数は、第1回調査が10,390、第2回調査が7,760、第3回調査が7,753。

第1回調査から第3回調査までの、面白さ認識の推移を図8にまとめた。第1回調査では、全体の44%が「まったくない」と回答していた。しかし、第2回調査では、その割合は30%となり、14%ポイント近く、面白いと感じている人が増えた、という結果となった。第3回調査でも、64%が、「ある」と回答しており、政治に関するイメージが、第2回調査以降、変化していることがわかる。

続いて、グループごとに、面白さ認識の変動を分析することで、出張授業に効果があったのかを検証する。高校を3つの群に分けた上で、面白さ認識の平均値を計算し、さらにその平均値を群ごとに計算した。これらの分析結果をまとめたものが表8である。表中の括弧内の数字は、授業なし群との差分である。

結果を詳しく確認する。出張授業を実施しなかった群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は-0.15、第1回調査と第3回調査の差は-0.09だった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は-0.22、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.13だった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は-0.27、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.16だった。括弧内の授業なし群との比較から、出張授業を行っていない高校よりも行っていた高校の方が、より面白いと感じる傾向が強くなることがわかる。さらに選挙期間内に出張授業を行った高校の方が、期間外に行った高校よりも、その傾向が強い。

表8 面白さ認識のグループごとの水準と変化

	面白さ認識の平均値			面白さ認識の変化	
	第1回	第2回	第3回	第1回→第2回	第1回→第3回
[面白さ認識]					
授業なし	2.34	2.19	2.25	-0.15	-0.09
授業実施(期間外)	2.28	2.06	2.15	-0.22(-0.07)	-0.13(-0.04)
授業実施(期間内)	2.26	1.99	2.10	-0.27(-0.12)	-0.16(-0.07)

注：括弧内の数字は授業なし群との差分。

複数群の平均値の差を検証する「一元配置の分散分析」によって、表8の平均値の差を検証した。その結果、授業を実施しなかった群では、5%水準未満で、平均値に差があるとはいえないという結果となった(F値: 3.0764、p値: 0.0514)。選挙期間外に授業を実施した群では、5%水準未満で、平均値に差があるという結果が得られた(F値: 3.451、p値: 0.0385)。ただし、授業なし群との相違は大きくない。選挙期間内に授業を実施した群では、5%水準未満で差があるという結果が得られた(F値: 10.501、p値: 0.001)。Tukey HSD法を用いて、どの調査間で差があるかを分析したところ、第1回調査と第2回調査の間(p<0.001)、第1回調査と第3回調査の間(p<0.05)に、有意な差があった。

以上の結果より、主権者教育PRの出張授業には、政治的な議論を「面白い」と認識させる効果があるといえる。ただし、それは、いつ出張授業を行ったかにより異なる。選挙期間内に出張授業を行った場合に限られる。選挙期間外の場合は、出張授業の効果はないか、あるとして相対的には小さな効果にとどまる可能性がある。

3.8 意見表明のしやすさに対する効果

主権者教育PRの意識調査では、政策への賛否や政治的信条に関わる意見表明に対する認識について、次の質問で尋ねている。選択肢はいずれも、1:かなり抵抗を感じる、2: やや抵抗を感じる、3: どちらともいえない、4: あまり抵抗を感じない、5: まったく抵抗を感じない、の5件尺度である。いずれの設問にも、わからない、こたえないといった選択肢は用意していないが、こたえることができない場合は、次の設問へとスキップできるようにしている。

- 世の中にはある政策に賛成する人もいれば、逆に反対する人もいます。あなたは政策的な立場を表明することに対して、どのように感じますか（「政策的立場表明」）。
- 世の中には「保守」「革新」「右派」「左派」など、自身の政治的な立場を明らかにする人もいれば、逆にそうしない人もいます。あなたは政治的な立場を表明することに対して、どのように感じますか（「政治的立場表明」）。

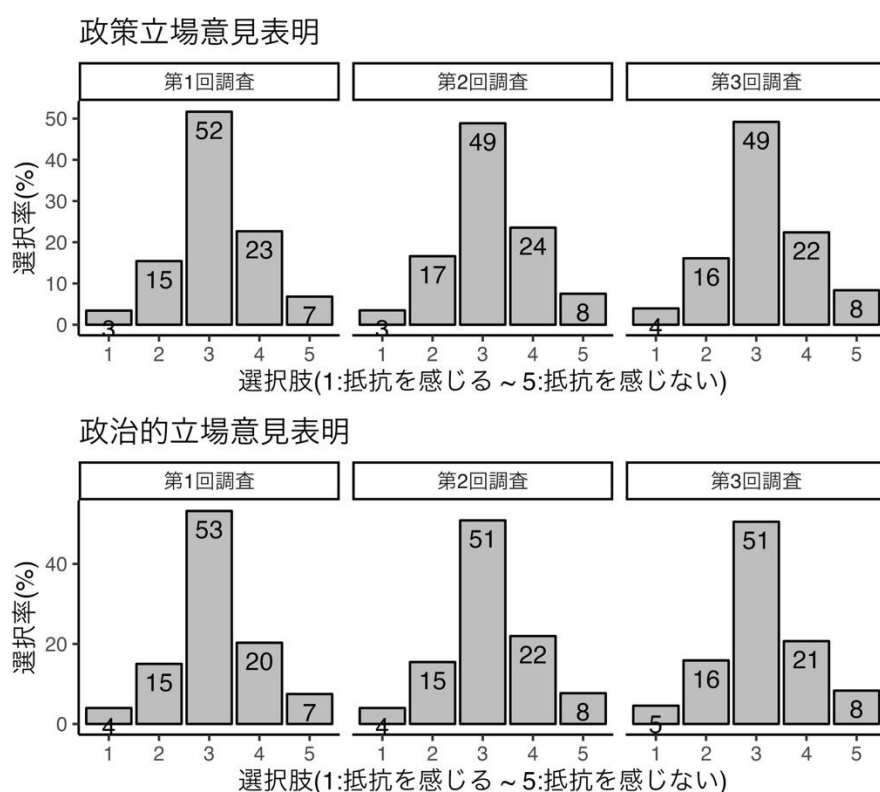


図9 意見表明の難しさの分布の推移(第1回～第3回)

注：無回答を除く有効回答数は、「政策立場意見表明」は、第1回調査が10,364、第2回調査が7,756、第3回調査が7,698。「政治的立場表明」は、第1回調査が10,293、第2回調査が7,709、第3回調査が7,661。

第1回調査から第3回調査までの、意見表明への認識の推移を図9にまとめた。第1回調査では、全体の18%が政策的立場の意見表明に抵抗を感じており、また、政治的立場については、19%が抵抗を感じていた。若干の変動はあるものの、意見表明の難しさの分布は調査間でほとんど変わらず、第2回調査でも第3回調査でも、抵抗を感じる人の割合は20%前後のままだった。

続いて、グループごとに、抵抗感の変動を分析することで、出張授業に効果があつ

たのかを検証する。高校を3つの群に分けた上で、抵抗感の平均値を計算し、さらにその平均値を群ごとに計算した。これらの分析結果をまとめたものが表9である。表中の括弧内の数字は、授業なし群との差分である。

表9 意見表明に対する認識のグループごとの水準と変化

	意見表明認識の平均値			意見表明認識の変化	
	第1回	第2回	第3回	第1回→第2回	第1回→第3回
[政策的立場表明]					
授業なし	3.12	3.18	3.16	0.06	0.04
授業実施(期間外)	3.08	3.13	3.18	0.05(-0.01)	0.10(+0.06)
授業実施(期間内)	3.12	3.13	3.12	0.01(-0.05)	0.00(-0.04)
[政治的立場表明]					
授業なし	3.11	3.13	3.15	0.02	0.04
授業実施(期間外)	3.09	3.10	3.12	0.01(-0.01)	0.03(-0.01)
授業実施(期間内)	3.13	3.14	3.11	0.01(-0.01)	-0.02(-0.06)

注：括弧内の数字は授業なし群との差分。

結果を詳しく確認する。政策的立場表明に関して、出張授業を実施しなかった群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.06、第1回調査と第3回調査の差は0.04だった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.05、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.10だった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.01、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.00だった。また、政治的立場表明に関して、出張授業を実施しなかった群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.02、第1回調査と第3回調査の差は0.04だった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.01、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.03だった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.01、第1回調査と第3回調査の平均値の差は-0.02だった。

意見表明への抵抗感については、ともに平均値の推移が、選挙期間内・外にかかわらず、授業なし群のそれと近似している。したがって、主権者教育PRの出張授業には、これらの意識に対する効果があるとはいえないことになる。これは、いつ出張授業を行ったかにより異なるわけではなく、選挙期間外に出張授業を行った場合でも、また、選挙期間内でも、出張授業の効果があるとはいえないという結果である。

3.9 主権者教育への評価に対する効果

主権者教育PRの意識調査では、「あなたは「主権者教育」について、全般として、どのような印象をもっていますか。」という質問により、主権者教育に対する評価を尋ねている（「主権者教育」）。選択肢は、1: つまらなそう、2: どちらかといえばつまらなそう、3: どちらともいえない、4: どちらかといえば楽しそう、5: 楽しそう、の5件尺度である。わからない、こたえないといった選択肢は用意していないが、こたえることができない場合は、次の設問へとスキップできるようにしている。

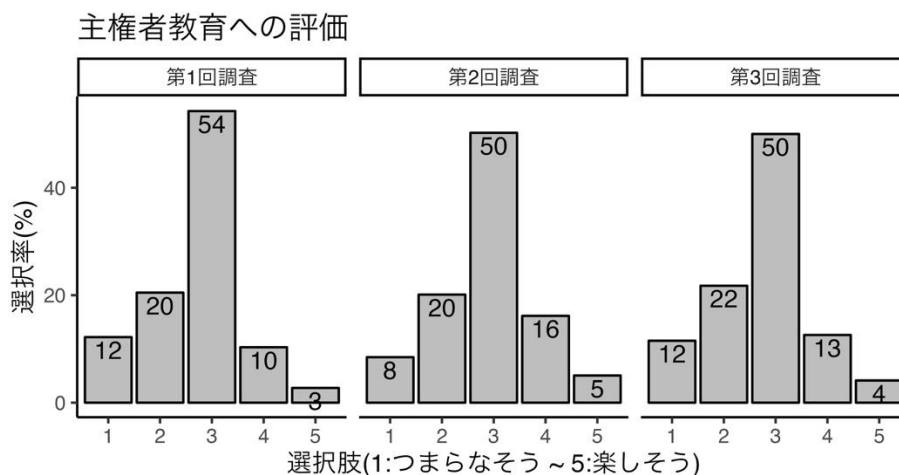


図10 主権者教育への評価の分布の推移(第1回～第3回)

注：無回答を除く有効回答数は、第1回調査が10,292、第2回調査が7,719、第3回調査が7,667。

第1回調査から第3回調査までの、主権者教育への評価の推移を図10にまとめた。第1回調査では、全体の32%が「つまらなそう」と回答していた。第2回調査では、28%が「つまらなそう」と回答しており、第1回調査時とそれほど結果は変わらない。第3回調査でも、34%が「つまらなそう」と回答している。全体を通して、回答分布が大きく変わっているわけではない。

続いて、グループごとに、主権者教育への評価の変動を分析することで、出張授業にこの意識に対する効果があったのかを検証する。高校を3つの群に分けた上で、高校単位の主権者教育への評価の平均値を計算し、さらにその平均値を群ごとに計算した。これらの分析結果をまとめたものが表10である。表中の括弧内の数字は、授業なし群との差分である。

結果を詳しく確認する。出張授業を実施しなかった群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.09、第1回調査と第3回調査の差は-0.04だった。選挙期間外に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.162、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.06だった。選挙期間内に授業を実施した群では、第1回調査と第2回調査の平均値の差は0.25、第1回調査と第3回調査の平均値の差は0.15だった。括弧内の授業なし群との比較から、出張授業を行っていない高校よりも行っていた高校の方が、主権者教育への評価が相対的に高いことがわかる。さらに選挙期間内に出張授業を行った高校の方が、期間外に行った高校よりも、その傾向が強い。

表10 主権者教育への評価のグループごとの水準と変化

	主権者教育評価の平均値			主権者教育評価の変化	
	第1回	第2回	第3回	第1回→第2回	第1回→第3回
授業なし	2.70	2.79	2.66	0.09	-0.04
授業実施(期間外)	2.72	2.88	2.78	0.16(+0.07)	0.06(+0.10)
授業実施(期間内)	2.73	2.97	2.87	0.25(+0.16)	0.15(+0.19)

注：括弧内の数字は授業なし群との差分。

複数群の平均値の差を検証する「一元配置の分散分析」によって、表10の平均値の差を検証した。その結果、授業を実施しなかった群では、調査間で、平均値に差があるとはいえないという結果となった(F値: 1.7299、p値: 0.1836)。選挙期間外に授業を実施した群では、5%水準未満で、平均値に差があるという結果が得られた(F値: 3.2597、p値: 0.0457)。同様に、選挙期間内に授業を実施した群でも、5%水準未満で、平均値に差があるという結果が得られた(F値: 13.321、p値: 0.001)。Tukey HSD法を用いて、どの調査間で差があるかを分析したところ、第1回調査と第2回調査の間と(p<0.001)、第1回調査と第3回調査の間(p<0.05)に、有意な差があった。

以上の結果より、主権者教育PRの出張授業には、高校生の主権者教育に対する評価を向上させる効果があるといえる。ただし、それは、いつ出張授業を行ったかにより異なり、選挙期間内に出張授業を行った場合の方が、そうではない場合よりも、効果が大きくなる傾向にある。

3.10 2022参院選における投票参加に対する効果

主権者教育PRの第2回意識調査は、参院選の直後の2022年7月中旬から末にかけて行った。選挙直後ということもあり、この調査には、参院選における投票参加の有無を尋ねる質問を設けていた。具体的には、「あなたは2022年7月10日に投開票が行われた第26回参院選で投票しましたか。」という質問文により、投票参加について尋ねた。選択肢は1: 投票日に投票した、2: 投票しようと思っていたが、できなかった、3: こたえない、4: 期日前投票した、5: 棄権したである。投票参加の質問は敏感(sensitive)な質問であり、他の設問とは異なり、こたえないと言う選択肢を設けている点は、これまでの設問と異なる。

全体の回答分布を簡単に述べると、無回答であった604人を除き、投票日に投票した人は13.9%(n=1075)、期日前に投票した人は4.6%(n=357)であった。この意識調査では、全体の18.5%が、投票に参加したと回答していることになる。なお、投票しようと思っていたができなかったと回答した人は、全体の34.4%(n=2622)であり、棄権した人であっても、その多くには投票する意欲あるいは意思があった人、また18歳未満の人による回答もここに多く含まれると思われる。

表10 出張授業と投票参加率の関係

	授業実施なし	授業実施	
		選挙期間外	選挙期間内
投票参加	17.7	19.0	18.7
投票不参加	45.5	45.2	45.9
こたえない	36.9	35.9	35.4
回答者数	2699	3604	1442

高校を3つに分類した上で、それぞれの群ごとに、投票参加率を計算した結果を、表10にまとめた。便宜的に、「こたえない」を棄権者と見た上で、出張授業を実施していない群の投票率を計算したところ、17.7%となった。同様の方法で、選挙期間外に出張授業を行った高校で投票率を計算したところ、19.0%、期間内は18.7%となった。選挙期間外に授業を実施した群と選挙期間内に授業を実施した群の投票率はほぼ同じ値、つまり、両者に差があるとは言えないという結果である。

表11 18歳以上の出張授業と投票参加率の関係

	授業実施なし	授業実施	
		選挙期間外	選挙期間内
投票参加	57.3	59.6	59.5
投票不参加	35.8	33.0	32.6
こたえない	7.0	7.3	7.9
回答者数	786	1053	420

同様に、投票日に18歳以上である回答者について投票参加率を計算した結果を、表11にまとめた。出張授業を実施していない群の投票率は57.3%、選挙期間外に出張授業を行った高校で投票率は、59.6%、期間内は59.5%となり、2%強高い結果となった。ただし、統計的な有意差があるとまでは言えず、今後、さらなる調査と検証が必要である。

4. 総括と今後の課題

表12に、これまで行った効果検証の結果をまとめた。選挙期間内に出張授業を実施した高校では、投票参加意欲、民意反映(群馬)、有効性感覚(内的・外的)、政治忌避意識、面白さへの認識、主権者教育への評価が、授業を実施していない高校よりも高いという結果を得た。これに対して、選挙期間外に出張授業を実施した高校では、民意反映(群馬)と有効性感覚(内的・外的)の水準について、授業を実施していない高校よりも高いという結果を得た。表から明らかのように、選挙期間内に行くか、それとも期間外に行くかで出張授業の効果が大きく異なり、選挙期間内に行く方が、参加意欲等を向上させている。

表12 効果検証結果のまとめ

	選挙期間内に実施		選挙期間外に実施	
	短期的	長期的	短期的	長期的
投票参加意欲	○	○		
政治関心(国)				
政治関心(群馬)				
民意反映(国)				
民意反映(群馬)		○		○
投票義務感				
有効性感覚(内的)	○	△	○	
有効性感覚(外的)	△		△	
政治忌避意識	△			
面白さ認識	○			
意見表明への抵抗				
主権者教育への評価	○	○		
投票参加率				

注：明確な効果が認められた場合は○、項目により結果が変わるなどやや曖昧な場合は△、効果があるとは言えない場合は空欄としている。

このように、主権者教育PRの出張授業、特に選挙期間内に行った出張授業は、高校生の政治意識や行動にポジティブな影響を与えているものと考えられる。投票参加率については、2%強の差があったものの、現在のデータからは統計的に有意な差があるのか、ないのかは明確にできなかった。

また、主権者教育PRの出張授業には一定の意義が認められるという結果ではあるが、なお、十分ではない点があることも事実である。表12に示すように、主権者教育PRの出張授業は、意識面でポジティブな影響が認められるものの、投票参加については明確な差を確認することができなかった。授業の内容の改善をする等の策によってより確実に生徒に効果を発揮できるように改善していく必要があると考える。

5.巻末付録

Vote_intension - あなたには現在、「国や地方の選挙があったら投票しよう」という気持ちがどのくらいありますか。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1775)		選挙後 (n=1477)		選挙後 (n=1332)	
選挙があっても投票しない	51	2.87%	49	3.32%	71	5.33%
おそらく選挙があっても投票しない	398	22.42%	147	9.95%	181	13.59%
おそらく選挙があれば投票する	915	51.55%	676	45.77%	654	49.10%
選挙があれば投票する	411	23.15%	605	40.96%	426	31.98%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4934)		選挙後 (n=3661)		選挙後 (n=3645)	
選挙があっても投票しない	272	5.51%	177	4.83%	211	5.79%
おそらく選挙があっても投票しない	1082	21.93%	430	11.75%	492	13.50%
おそらく選挙があれば投票する	2376	48.16%	1491	40.73%	1627	44.64%
選挙があれば投票する	1204	24.40%	1563	42.69%	1315	36.08%

Pol_interest - 選挙で投票するかどうかは別にして、あなたは現在、国や地方の政治の動向にどのくらい関心がありますか。国、群馬県のそれぞれについて、あなたの考えに近い選択肢を選んでください。（国のみ）

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1763)		選挙後 (n=1469)		選挙後 (n=1319)	
全く関心がない	110	6.24%	87	5.92%	132	10.01%
あまり関心がない	719	40.78%	447	30.43%	430	32.28%
やや関心がある	833	47.25%	774	52.69%	639	47.97%
とても関心がある	101	5.73%	161	10.96%	118	8.86%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4917)		選挙後 (n=3649)		選挙後 (n=3611)	
全く関心がない	490	9.97%	290	7.95%	393	10.88%
あまり関心がない	1838	37.38%	1109	30.39%	1148	31.79%
やや関心がある	2212	44.99%	1796	49.22%	1678	46.47%
とても関心がある	377	7.67%	454	12.44%	392	10.86%

Pol_interest - 選挙で投票するかどうかは別にして、あなたは現在、国や地方の政治の動向にどのくらい関心がありますか。国、群馬県のそれぞれについて、あなたの考えに近い選択肢を選んでください。（群馬県のみ）

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1762)		選挙後 (n=1468)		選挙後 (n=1318)	
全く関心がない	243	13.79%	169	11.51%	233	17.68%
あまり関心がない	939	53.29%	635	43.26%	609	46.21%
やや関心がある	520	29.51%	582	39.65%	428	32.47%
とても関心がある	60	3.41%	82	5.59%	48	3.64%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4914)		選挙後 (n=3644)		選挙後 (n=3605)	
全く関心がない	888	18.07%	526	14.43%	658	18.25%
あまり関心がない	2483	50.53%	1602	43.96%	1633	45.30%
やや関心がある	1358	27.64%	1330	36.50%	1137	31.54%
とても関心がある	185	3.76%	186	5.10%	177	4.91%

Pol_trust -あなたは全般的に見て、現在、国や群馬県の政策に有権者の考えや意見がどの程度反映されていると思いますか。国と群馬県のそれぞれについて、あなたの考えに近い選択肢を選んでください。（国のみ）

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1736)		選挙後 (n=1453)		選挙後 (n=1307)	
ほとんど反映されていない	226	13.02%	153	10.53%	270	20.66%
あまり反映されていない	858	49.42%	701	48.25%	665	50.88%
ある程度反映されている	637	36.69%	580	39.92%	354	27.08%
かなり反映されている	15	0.86%	19	1.31%	18	1.38%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4838)		選挙後 (n=3613)		選挙後 (n=3574)	
ほとんど反映されていない	726	15.01%	433	11.98%	795	22.24%
あまり反映されていない	2364	48.86%	1727	47.80%	1779	49.78%
ある程度反映されている	1681	34.75%	1399	38.72%	958	26.80%
かなり反映されている	67	1.38%	54	1.49%	42	1.18%

Pol_trust -あなたは全般的に見て、現在、国や群馬県の政策に有権者の考えや意見がどの程度反映されていると思いますか。国と群馬県のそれぞれについて、あなたの考えに近い選択肢を選んでください。（群馬県のみ）

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1730)		選挙後 (n=1446)		選挙後 (n=1301)	
ほとんど反映されていない	191	11.04%	113	7.81%	179	13.76%
あまり反映されていない	757	43.76%	640	44.26%	572	43.97%
ある程度反映されている	755	43.64%	665	45.99%	525	40.35%
かなり反映されている	27	1.56%	28	1.94%	25	1.92%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4801)		選挙後 (n=3591)		選挙後 (n=3559)	
ほとんど反映されていない	597	12.43%	391	10.89%	506	14.22%
あまり反映されていない	1995	41.55%	1491	41.52%	1465	41.16%
ある程度反映されている	2106	43.87%	1648	45.89%	1529	42.96%
かなり反映されている	103	2.15%	61	1.70%	59	1.66%

Pol_cynicism -あなたは以下の政治に対する意見について、どのように感じますか。それぞれについて、あなたの考えに近い選択肢を選んでください。

「投票に行くかどうかは自由であり、有権者の義務ではない」

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1732)		選挙後 (n=1441)		選挙後 (n=1304)	
そう思わない	115	6.64%	128	8.88%	109	8.36%
あまりそう思わない	280	16.17%	257	17.83%	241	18.48%
どちらともいえない	492	28.41%	424	29.42%	374	28.68%
ややそう思う	451	26.04%	360	24.98%	286	21.93%
そう思う	394	22.75%	272	18.88%	294	22.55%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4826)		選挙後 (n=3595)		選挙後 (n=3570)	
そう思わない	433	8.97%	401	11.15%	454	12.72%
あまりそう思わない	770	15.96%	693	19.28%	655	18.35%
どちらともいえない	1271	26.34%	1013	28.18%	930	26.05%
ややそう思う	1178	24.41%	798	22.20%	768	21.51%
そう思う	1174	24.33%	690	19.19%	763	21.37%

「大勢が棄権するとしても、自分は投票に行くべきと感じる」

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1733)		選挙後 (n=1440)		選挙後 (n=1303)	
そう思わない	130	7.50%	56	3.89%	107	8.21%
あまりそう思わない	252	14.54%	119	8.26%	150	11.51%
どちらともいえない	561	32.37%	414	28.75%	384	29.47%
ややそう思う	490	28.27%	457	31.74%	378	29.01%
そう思う	300	17.31%	394	27.36%	284	21.80%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4828)		選挙後 (n=3594)		選挙後 (n=3572)	
そう思わない	450	9.32%	222	6.18%	303	8.48%
あまりそう思わない	670	13.88%	364	10.13%	425	11.90%
どちらともいえない	1478	30.61%	917	25.51%	950	26.60%
ややそう思う	1281	26.53%	1075	29.91%	998	27.94%
そう思う	949	19.66%	1016	28.27%	896	25.08%

「自分には政府のすることに対して、それを左右する力はない」

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1730)		選挙後 (n=1440)		選挙後 (n=1303)	
そう思わない	75	4.34%	82	5.69%	98	7.52%
あまりそう思わない	152	8.79%	230	15.97%	176	13.51%
どちらともいえない	466	26.94%	499	34.65%	395	30.31%
ややそう思う	544	31.45%	442	30.69%	363	27.86%
そう思う	493	28.50%	187	12.99%	271	20.80%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4827)		選挙後 (n=3592)		選挙後 (n=3568)	
そう思わない	299	6.19%	282	7.85%	319	8.94%
あまりそう思わない	567	11.75%	636	17.71%	529	14.83%
どちらともいえない	1272	26.35%	1132	31.51%	994	27.86%
ややそう思う	1380	28.59%	979	27.26%	1053	29.51%
そう思う	1309	27.12%	563	15.67%	673	18.86%

「自分の一票が、選挙結果を左右するとは思えない」

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1734)		選挙後 (n=1441)		選挙後 (n=1302)	
そう思わない	172	9.92%	147	10.20%	141	10.83%
あまりそう思わない	339	19.55%	306	21.24%	260	19.97%
どちらともいえない	472	27.22%	428	29.70%	371	28.49%
ややそう思う	479	27.62%	397	27.55%	337	25.88%
そう思う	272	15.69%	163	11.31%	193	14.82%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4825)		選挙後 (n=3593)		選挙後 (n=3570)	
そう思わない	638	13.22%	464	12.91%	427	11.96%
あまりそう思わない	951	19.71%	819	22.79%	750	21.01%
どちらともいえない	1219	25.26%	1033	28.75%	914	25.60%
ややそう思う	1220	25.28%	860	23.94%	940	26.33%
そう思う	797	16.52%	417	11.61%	539	15.10%

「自分が頑張れば、政治や社会を変えることができる」

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1733)		選挙後 (n=1441)		選挙後 (n=1303)	
そう思わない	518	29.89%	193	13.39%	290	22.26%
あまりそう思わない	578	33.35%	409	28.38%	395	30.31%
どちらともいえない	430	24.81%	479	33.24%	363	27.86%
ややそう思う	158	9.12%	271	18.81%	186	14.27%
そう思う	49	2.83%	89	6.18%	69	5.30%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4828)		選挙後 (n=3595)		選挙後 (n=3570)	
そう思わない	1386	28.71%	606	16.86%	770	21.57%
あまりそう思わない	1531	31.71%	1044	29.04%	1141	31.96%
どちらともいえない	1203	24.92%	1085	30.18%	931	26.08%
ややそう思う	506	10.48%	638	17.75%	523	14.65%
そう思う	202	4.18%	222	6.18%	205	5.74%

「政治は複雑なので、何をやっているのかよく理解できない」

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1735)		選挙後 (n=1440)		選挙後 (n=1304)	
そう思わない	70	4.03%	89	6.18%	94	7.21%
あまりそう思わない	244	14.06%	222	15.42%	210	16.10%
どちらともいえない	423	24.38%	404	28.06%	336	25.77%
ややそう思う	677	39.02%	553	38.40%	470	36.04%
そう思う	321	18.50%	172	11.94%	194	14.88%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4828)		選挙後 (n=3591)		選挙後 (n=3571)	
そう思わない	302	6.26%	263	7.32%	297	8.32%
あまりそう思わない	737	15.27%	669	18.63%	631	17.67%
どちらともいえない	1167	24.17%	902	25.12%	872	24.42%
ややそう思う	1741	36.06%	1246	34.70%	1252	35.06%
そう思う	881	18.25%	511	14.23%	519	14.53%

「候補者や政党の主張の違いを理解することができる」

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1730)		選挙後 (n=1439)		選挙後 (n=1303)	
そう思わない	157	9.08%	111	7.71%	133	10.21%
あまりそう思わない	362	20.92%	248	17.23%	246	18.88%
どちらともいえない	582	33.64%	468	32.52%	418	32.08%
ややそう思う	504	29.13%	461	32.04%	379	29.09%
そう思う	125	7.23%	151	10.49%	127	9.75%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4825)		選挙後 (n=3592)		選挙後 (n=3569)	
そう思わない	524	10.86%	352	9.80%	435	12.19%
あまりそう思わない	968	20.06%	682	18.99%	707	19.81%
どちらともいえない	1607	33.31%	1060	29.51%	1045	29.28%
ややそう思う	1316	27.27%	1126	31.35%	1013	28.38%
そう思う	410	8.50%	372	10.36%	369	10.34%

「政治的なことに、積極的に関わっていききたい」

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1733)		選挙後 (n=1441)		選挙後 (n=1304)	
そう思わない	191	11.02%	84	5.83%	169	12.96%
あまりそう思わない	483	27.87%	279	19.36%	301	23.08%
どちらともいえない	583	33.64%	506	35.11%	445	34.13%
ややそう思う	387	22.33%	430	29.84%	290	22.24%
そう思う	89	5.14%	142	9.85%	99	7.59%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4825)		選挙後 (n=3594)		選挙後 (n=3569)	
そう思わない	673	13.64%	343	9.37%	452	12.40%
あまりそう思わない	1198	24.28%	696	19.01%	814	22.33%
どちらともいえない	1552	31.46%	1132	30.92%	1072	29.41%
ややそう思う	1070	21.69%	1031	28.16%	905	24.83%
そう思う	332	6.73%	392	10.71%	326	8.94%

「政治的なことから、なるべく距離をとりたい」

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1733)		選挙後 (n=1439)		選挙後 (n=1304)	
そう思わない	270	15.21%	247	16.72%	197	14.79%
あまりそう思わない	550	30.99%	509	34.46%	405	30.41%
どちらともいえない	677	38.14%	495	33.51%	501	37.61%
ややそう思う	180	10.14%	148	10.02%	147	11.04%
そう思う	56	3.15%	40	2.71%	54	4.05%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4826)		選挙後 (n=3593)		選挙後 (n=3572)	
そう思わない	810	16.42%	759	20.73%	696	19.09%
あまりそう思わない	1561	31.64%	1232	33.65%	1123	30.81%
どちらともいえない	1750	35.47%	1141	31.17%	1198	32.87%
ややそう思う	513	10.40%	346	9.45%	381	10.45%
そう思う	192	3.89%	115	3.14%	174	4.77%

Com_interest - あなたは政治や選挙について話したり、議論することに対して、「面白い」と感じたことはありますか。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1743)		選挙後 (n=1448)		選挙後 (n=1308)	
ある	217	12.23%	342	23.16%	241	18.09%
少しだけある	803	45.24%	763	51.66%	621	46.62%
まったくない	723	40.73%	343	23.22%	446	33.48%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4862)		選挙後 (n=3605)		選挙後 (n=3589)	
ある	762	15.44%	907	24.77%	779	21.37%
少しだけある	2025	41.04%	1671	45.64%	1589	43.59%
まったくない	2075	42.06%	1027	28.05%	1221	33.50%

Party_support - 選挙で投票するかどうかは別にして、あなたには普段、支持する政党はありますか。

※どの政党を支持するかについて、尋ねるものではありません。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1740)		選挙後 (n=1445)		選挙後 (n=1299)	
ある	147	8.28%	234	15.84%	164	12.31%
ない	1593	89.75%	1211	81.99%	1135	85.21%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4856)		選挙後 (n=3601)		選挙後 (n=3569)	
ある	404	8.19%	580	15.84%	436	11.96%
ない	4452	90.23%	3021	82.52%	3133	85.95%

Hesitate_policy - 世の中にはある政策に賛成する人もいれば、逆に反対する人もいます。あなたは政策的な立場を表明することに対して、どのように感じますか。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1741)		選挙後 (n=1449)		選挙後 (n=1301)	
かなり抵抗を感じる	55	3.10%	38	2.57%	53	3.98%
やや抵抗を感じる	273	15.38%	276	18.69%	210	15.77%
どちらともいえない	946	53.30%	702	47.53%	671	50.38%
あまり抵抗を感じない	382	21.52%	345	23.36%	278	20.87%
まったく抵抗を感じない	85	4.79%	88	5.96%	89	6.68%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4851)		選挙後 (n=3604)		選挙後 (n=3558)	
かなり抵抗を感じる	175	3.55%	133	3.63%	130	3.57%
やや抵抗を感じる	772	15.65%	607	16.58%	574	15.75%
どちらともいえない	2470	50.06%	1747	47.72%	1677	46.01%
あまり抵抗を感じない	1065	21.58%	829	22.64%	857	23.51%
まったく抵抗を感じない	369	7.48%	288	7.87%	320	8.78%

Hesitate_ideology - 世の中には「保守」「革新」「右派」「左派」など、自身の政治的な立場を明らかにする人もいれば、逆にそうしない人もいます。あなたは政治的な立場を表明することに対して、どのように感じますか。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1732)		選挙後 (n=1441)		選挙後 (n=1292)	
かなり抵抗を感じる	62	3.49%	53	3.59%	64	4.80%
やや抵抗を感じる	287	16.17%	248	16.79%	197	14.79%
どちらともいえない	937	52.79%	719	48.68%	707	53.08%
あまり抵抗を感じない	350	19.72%	332	22.48%	246	18.47%
まったく抵抗を感じない	96	5.41%	89	6.03%	78	5.86%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4823)		選挙後 (n=3579)		選挙後 (n=3544)	
かなり抵抗を感じる	179	3.63%	147	4.02%	153	4.20%
やや抵抗を感じる	745	15.10%	567	15.49%	573	15.72%
どちらともいえない	2501	50.69%	1791	48.92%	1686	46.26%
あまり抵抗を感じない	995	20.17%	787	21.50%	798	21.89%
まったく抵抗を感じない	403	8.17%	287	7.84%	334	9.16%

Feel_citizenedu - あなたは「主権者教育」について、全般として、どのような印象をもっていますか。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1736)		選挙後 (n=1443)		選挙後 (n=1298)	
つまらなそう	180	10.14%	96	6.50%	124	9.31%
どちらかといえばつまらなそう	379	21.35%	290	19.63%	296	22.22%
どちらともいえない	954	53.75%	694	46.99%	653	49.02%
どちらかといえば楽しそう	187	10.54%	275	18.62%	174	13.06%
楽しそう	36	2.03%	88	5.96%	51	3.83%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4819)		選挙後 (n=3589)		選挙後 (n=3544)	
つまらなそう	582	11.80%	304	8.30%	382	10.48%
どちらかといえばつまらなそう	972	19.70%	734	20.05%	790	21.67%
どちらともいえない	2613	52.96%	1702	46.49%	1699	46.61%
どちらかといえば楽しそう	501	10.15%	635	17.34%	498	13.66%
楽しそう	151	3.06%	214	5.85%	175	4.80%

Feel_enlightment - 高校生や大学生などの若年層を対象とする選挙啓発で「若年層の投票率は低いので、ぜひ投票に行きましょう！」という呼びかけがなされることがあります。あなたはこのようなメッセージを見聞きした時に、どのような印象を抱きますか。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1734)		選挙後 (n=1441)		選挙後 (n=1291)	
必ず投票に行こうと思う	100	5.63%	198	13.41%	137	10.29%
投票に行こうと思う	759	42.76%	734	49.70%	558	41.89%
投票に行きたくなくなる	136	7.66%	127	8.60%	122	9.16%
まったく投票に行きたくなくなる	27	1.52%	9	0.61%	23	1.73%
特に何も感じない	712	40.11%	373	25.25%	451	33.86%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4818)		選挙後 (n=3582)		選挙後 (n=3529)	
必ず投票に行こうと思う	388	7.86%	555	15.16%	418	11.47%
投票に行こうと思う	1937	39.26%	1594	43.54%	1576	43.24%
投票に行きたくなくなる	425	8.61%	342	9.34%	310	8.50%
まったく投票に行きたくなくなる	109	2.21%	62	1.69%	89	2.44%
特に何も感じない	1959	39.70%	1029	28.11%	1136	31.17%

Media_use - あなたはふだん、政治や社会の情報を得るために、どのような媒体を利用していますか。あてはまるものすべてを選択してください。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1822)		選挙後 (n=1567)		選挙後 (n=1377)	
テレビ	1516	83.21%	1061	67.71%	1117	81.12%
新聞	293	16.08%	264	16.85%	263	19.10%
雑誌	57	3.13%	47	3.00%	60	4.36%
ラジオ	107	5.87%	58	3.70%	94	6.83%
ホームページなどのウェブサイト	269	14.76%	224	14.29%	167	12.13%
ニュースアプリ	715	39.24%	347	22.14%	469	34.06%
YouTube	547	30.02%	260	16.59%	393	28.54%
政治家や政党の広報誌	597	32.77%	327	20.87%	449	32.61%
親族、友人・知人から	223	12.24%	75	4.79%	148	10.75%
その他	49	2.69%	98	6.25%	49	3.56%
Twitter	556	30.52%	278	17.74%	281	20.41%
Instagram	49	2.69%	42	2.68%	25	1.82%
参院選の情報を得ようとしなかった	88	4.83%	165	10.53%	43	3.12%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=5100)		選挙後 (n=3859)		選挙後 (n=3775)	
テレビ	4186	229.75%	1061	67.71%	1117	81.12%
新聞	962	52.80%	625	39.89%	687	49.89%
雑誌	141	7.74%	78	4.98%	123	8.93%
ラジオ	288	15.81%	103	6.57%	200	14.52%
ホームページなどのウェブサイト	732	40.18%	530	33.82%	457	33.19%
ニュースアプリ	1886	103.51%	940	59.99%	1255	91.14%
YouTube	1585	86.99%	682	43.52%	1076	78.14%
政治家や政党の広報誌	1611	88.42%	802	51.18%	1231	89.40%
親族、友人・知人から	540	29.64%	170	10.85%	336	24.40%
その他	112	6.15%	213	13.59%	82	5.95%
Twitter	1424	78.16%	721	46.01%	740	53.74%
Instagram	138	7.57%	101	6.45%	71	5.16%
参院選の情報を得ようとしなかった	224	12.29%	444	28.33%	110	7.99%

Pol_communication - あなたは普段、家族や友人・知人とどのくらい政治について話をしますか。（家族の場合）

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1722)		選挙後 (n=1374)		選挙後 (n=1284)	
全くしない	759	44.08%	534	38.86%	611	47.59%
1ヶ月に1回程度	524	30.43%	437	31.80%	396	30.84%
1週間に1回程度	278	16.14%	225	16.38%	184	14.33%
2~3日に1回程度	112	6.50%	137	9.97%	66	5.14%
ほぼ毎日	49	2.85%	41	2.98%	27	2.10%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4781)		選挙後 (n=3451)		選挙後 (n=3498)	
全くしない	2148	44.93%	1503	43.55%	1695	48.46%
1ヶ月に1回程度	1412	29.53%	995	28.83%	1009	28.85%
1週間に1回程度	759	15.88%	547	15.85%	494	14.12%
2~3日に1回程度	323	6.76%	314	9.10%	216	6.17%
ほぼ毎日	139	2.91%	92	2.67%	84	2.40%

Pol_communication - あなたは普段、家族や友人・知人とどのくらい政治について話をしますか。（友人・知人の場合）

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1718)		選挙後 (n=1373)		選挙後 (n=1282)	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合
全くしない	1282	74.62%	812	59.14%	938	73.17%
1ヶ月に1回程度	303	17.64%	325	23.67%	247	19.27%
1週間に1回程度	99	5.76%	174	12.67%	65	5.07%
2-3日に1回程度	26	1.51%	49	3.57%	14	1.09%
ほぼ毎日	8	0.47%	13	0.95%	18	1.40%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4778)		選挙後 (n=3445)		選挙後 (n=3495)	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合
全くしない	3457	72.35%	2109	61.22%	2475	70.82%
1ヶ月に1回程度	898	18.79%	741	21.51%	670	19.17%
1週間に1回程度	287	6.01%	405	11.76%	229	6.55%
2-3日に1回程度	100	2.09%	141	4.09%	72	2.06%
ほぼ毎日	36	0.75%	49	1.42%	49	1.40%

socialization - あなたは子ども（小学生以下）のころ、親が行く投票について行ったことがありますか。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1737)		選挙後 (n=0)		選挙後 (n=0)	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合
ついて行ったことがある	785	45.19%				
ついて行ったことはない	636	36.61%				
記憶にないのでわからない	316	18.19%				

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4837)		選挙後 (n=0)		選挙後 (n=0)	
	人数	割合	人数	割合	人数	割合
ついて行ったことがある	2159	44.64%				
ついて行ったことはない	1846	38.16%				
記憶にないのでわからない	832	17.20%				

take_classes - あなたはこれまで、選挙や政治に関するどのような授業を受けましたか。以下の中から受けたものすべてを選んでください。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1822)		選挙後 (n=0)		選挙後 (n=0)	
選挙の仕組みや投票方法を学ぶ授業	1032	56.64%				
選挙や政治に関する新聞記事を使った授業	271	14.87%				
選挙管理委員会の職員などから選挙の話を聞く授業	172	9.44%				
投票所で受付などの事務を体験したり、街頭で投票への参加を呼びかける啓発活動に参加する授業	53	2.91%				
開会中の議会を傍聴に行く授業	71	3.90%				
実際の選挙を題材として行われた模擬授業	142	7.79%				
架空の選挙を題材として行われた模擬授業	244	13.39%				
選挙や政治についてディベート、話し合い等を行う授業	377	20.69%				
議員や政党の関係者に来てもらって政治の話を聞く授業	239	13.12%				
上記以外の、選挙や政治に関わる授業	194	10.65%				
どれも受けたことがない	324	17.78%				

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=5100)		選挙後 (n=0)		選挙後 (n=0)	
選挙の仕組みや投票方法を学ぶ授業	2714	53.22%				
選挙や政治に関する新聞記事を使った授業	888	17.41%				
選挙管理委員会の職員などから選挙の話を聞く授業	521	10.22%				
投票所で受付などの事務を体験したり、街頭で投票への参加を呼びかける啓発活動に参加する授業	164	3.22%				
開会中の議会を傍聴に行く授業	215	4.22%				
実際の選挙を題材として行われた模擬授業	453	8.88%				
架空の選挙を題材として行われた模擬授業	668	13.10%				
選挙や政治についてディベート、話し合い等を行う授業	1146	22.47%				
議員や政党の関係者に来てもらって政治の話を聞く授業	610	11.96%				
上記以外の、選挙や政治に関わる授業	590	11.57%				
どれも受けたことがない	988	19.37%				

Knowledge1 - 日本の行政についておうかがいします。内閣は行政について、何に対して責任を負っていると思いますか。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1731)		選挙後 (n=0)		選挙後 (n=1291)	
国会	797	46.04%			667	51.67%
天皇	159	9.19%			134	10.38%
わからない	775	44.77%			490	37.96%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4821)		選挙後 (n=0)		選挙後 (n=3516)	
国会	2420	50.20%			2012	57.22%
天皇	438	9.09%			279	7.94%
わからない	1963	40.72%			1225	34.84%

Knowledge2 - 日本国憲法で戦争放棄条項を含むのは第何条だと思いますか。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1730)		選挙後 (n=0)		選挙後 (n=1289)	
第9条	965	55.78%			763	59.19%
第25条	283	16.36%			183	14.20%
わからない	482	27.86%			343	26.61%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4813)		選挙後 (n=0)		選挙後 (n=3505)	
第9条	2762	57.39%			2148	61.28%
第25条	666	13.84%			480	13.69%
わからない	1385	28.78%			877	25.02%

Knowledge3 - 参議院についておうかがいします。参議院議員の任期は何年だと思いますか。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1726)		選挙後 (n=0)		選挙後 (n=1287)	
6年	514	29.78%			390	30.30%
5年	925	53.59%			666	51.75%
わからない	287	16.63%			231	17.95%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4810)		選挙後 (n=0)		選挙後 (n=3491)	
6年	1538	31.98%			1284	36.78%
5年	2374	49.36%			1618	46.35%
わからない	898	18.67%			589	16.87%

Knowledge4 - 現在、衆議院で2番目に議席数が多い政党はどの政党だと思いますか。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=1726)		選挙後 (n=0)		選挙後 (n=1283)	
自由民主党	233	13.50%			130	10.13%
立憲民主党	747	43.28%			599	46.69%
日本維新の会	30	1.74%			30	2.34%
公明党	222	12.86%			172	13.41%
わからない	494	28.62%			352	27.44%

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=4804)		選挙後 (n=0)		選挙後 (n=3483)	
自由民主党	532	11.07%			381	10.94%
立憲民主党	2066	43.01%			1574	45.19%
日本維新の会	90	1.87%			74	2.12%
公明党	689	14.34%			529	15.19%
わからない	1427	29.70%			925	26.56%

Turn_out_1 - あなたは2022年7月10日に投開票が行われた第26回参院選で投票しましたか。

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=0)	選挙後 (n=1442)	選挙後 (n=0)
投票日に投票した		207 14.36%	
投票しようと思っていたが、できなかった		519 35.99%	
こたえない		510 35.37%	
期日前投票した		63 4.37%	
棄権した		143 9.92%	

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=0)	選挙後 (n=3604)	選挙後 (n=0)
投票日に投票した		518 14.37%	
投票しようと思っていたが、できなかった		1257 34.88%	
こたえない		1293 35.88%	
期日前投票した		165 4.58%	
棄権した		371 10.29%	

Turout_2 - あなたは投票の際に、政党の方を重く見て投票しましたか、それとも候補者個人を重く見て投票しましたか。(選挙区選挙)

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=0)	選挙後 (n=267)	選挙後 (n=0)
候補者個人を重く見て		119 44.57%	
一概にいえない		69 25.84%	

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=0)	選挙後 (n=677)	選挙後 (n=0)
政党を重く見て		192 28.36%	
候補者個人を重く見て		279 41.21%	
一概にいえない		206 30.43%	

Turout_2 - あなたは投票の際に、政党の方を重く見て投票しましたか、それとも候補者個人を重く見て投票しましたか。(比例代表選挙)

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=0)	選挙後 (n=267)	選挙後 (n=0)
政党を重く見て		158 59.18%	
候補者個人を重く見て		41 15.36%	
一概にいえない		68 25.47%	

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=0)	選挙後 (n=677)	選挙後 (n=0)
政党を重く見て		356 52.58%	
候補者個人を重く見て		108 15.95%	
一概にいえない		213 31.46%	

Turnout_3 - あなたが投票先を決めたのは、だいたい、いつ頃でしたか。(選挙区選挙)

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=0)	選挙後 (n=267)	選挙後 (n=0)
選挙期間に入る前には決まっていた		33 12.36%	
選挙期間中に決まった		123 46.07%	
投票日当日に決まった		111 41.57%	

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=0)	選挙後 (n=672)	選挙後 (n=0)
選挙期間に入る前には決まっていた		83 12.35%	
選挙期間中に決まった		265 39.43%	
投票日当日に決まった		324 48.21%	

Turnout_3 - あなたが投票先を決めたのは、だいたい、いつ頃でしたか。（比例代表選挙）

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=0)	選挙後 (n=266)	選挙後 (n=0)
選挙期間に入る前には決まっていた		33 12.41%	
選挙期間中に決まった		118 44.36%	
投票日当日に決まった		115 43.23%	

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=0)	選挙後 (n=668)	選挙後 (n=0)
選挙期間に入る前には決まっていた		82 12.28%	
選挙期間中に決まった		246 36.83%	
投票日当日に決まった		340 50.90%	

Pol_communication_w2 - あなたは参院選の選挙期間中、家族や友人・知人とどのくらいこの選挙のことについて話をしましたか。（家族）

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=0)	選挙後 (n=1374)	選挙後 (n=0)
まったくしない		534 38.86%	
1ヶ月に1回程度		437 31.80%	
1週間に1回程度		225 16.38%	
2~3日に1回程度		137 9.97%	
ほぼ毎日		41 2.98%	

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=0)	選挙後 (n=3451)	選挙後 (n=0)
まったくしない		1503 43.55%	
1ヶ月に1回程度		995 28.83%	
1週間に1回程度		547 15.85%	
2~3日に1回程度		314 9.10%	
ほぼ毎日		92 2.67%	

Pol_communication_w2 - あなたは参院選の選挙期間中、家族や友人・知人とどのくらいこの選挙のことについて話をしましたか。（友人・知人）

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=0)	選挙後 (n=1373)	選挙後 (n=0)
まったくしない		812 59.14%	
1ヶ月に1回程度		325 23.67%	
1週間に1回程度		174 12.67%	
2~3日に1回程度		49 3.57%	
ほぼ毎日		13 0.95%	

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=0)	選挙後 (n=3445)	選挙後 (n=0)
まったくしない		2109 61.22%	
1ヶ月に1回程度		741 21.51%	
1週間に1回程度		405 11.76%	
2~3日に1回程度		141 4.09%	
ほぼ毎日		49 1.42%	

Mobilization_w2 - あなたは参院選の選挙期間中に、家族や友人・知人から投票しようと声かけされましたか。（家族）

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=0)		選挙後 (n=1358)		選挙後 (n=0)	
投票に行こうと声かけされた			350	25.77%		
声かけされていない/覚えていない			1008	74.23%		

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=0)		選挙後 (n=3406)		選挙後 (n=0)	
投票に行こうと声かけされた			808	23.72%		
声かけされていない/覚えていない			2598	76.28%		

Mobilization_w2 - あなたは参院選の選挙期間中に、家族や友人・知人から投票しようと声かけされましたか。（友人・知人）

選挙期間中に実施した群	選挙前 (n=0)		選挙後 (n=1354)		選挙後 (n=0)	
投票に行こうと声かけされた			139	10.27%		
声かけされていない/覚えていない			1215	89.73%		

選挙期間外に実施した群	選挙前 (n=0)		選挙後 (n=3399)		選挙後 (n=0)	
投票に行こうと声かけされた			399	11.74%		
声かけされていない/覚えていない			3000	88.26%		