

# 公共事業の一般的イメージと事業主体への信頼

東北工業大学 青木俊明\*1

国土交通省 国土技術政策総合研究所 鈴木 温\*2

国土交通省 西野 仁\*3

東北大学 八田武俊\*4

By Toshiaki AOKI, Atsushi SUZUKI, Hitoshi NISHINO and Taketoshi HATTA

本稿ではインターネットを活用して、公共事業のイメージと行政の信頼性について調査した。その結果、公共事業のイメージは全体的に好ましくないことが分かった。情報源別にみると、マスメディア参照者と広報・パンフレット参照者では公共事業の必要性に関する認識が大きく異なっていた。また、実体験の方が全体的に公共事業に対して厳しい認識を持っていた。一元配置分散分析を行った結果、広報・パンフレット参照者のイメージは他の情報の参照者に比べて有意に高いことが分かった。さらに、共分散構造分析を行った結果、イメージ、特に、事業の妥当性と手続きの公正さの認識が信頼形成の重要要因であることが分かった。以上より、公共事業の信頼を回復させるためには、事業の妥当性だけでなく、手続きの公正さについてもアピールするとともに、住民の視点に立って現場での対応を改善していく必要があることが示唆された。

【キーワード】 イメージ、信頼、情報源、因子分析、共分散構造分析

## 1. はじめに

周知のように、公共事業の目的は社会的厚生 of 改善にある。その際、税金が財源となるため、公共事業の実施主体には高い倫理観を持ちながら、説明責任を十分に果たすことが強く求められる。

行政が十分な説明責任を果たすためには、一方の方向の情報発信のみならず、住民との双方向の対話が必要になる。そのため、現在、多くの行政機関が様々な形で一般市民との対話機会を設けている<sup>1)</sup>。しかし、そのような場面で常に効率的な対話が行われている訳ではない。市民から提出される様々な要望や質問に対応するために、行政は作業時間などに多大なコストを支払っていることも少なくない。

対話に費やされるコストが高いと言うことは、認知的不協和理論<sup>2)</sup>に従えば、公共事業に対して否定的な認知が形成されているためだと考えられる。す

なわち、市民が公共事業に関して否定的なイメージを所有しているためだと推察される。しかし、公共事業について国民がどのようなイメージを持っているのか、それはどのような情報源に基づいて形成されているかについては、これまで十分に明らかにされていないものの、それに関連する研究として、矢野ら<sup>3)</sup>と青木ら<sup>4)</sup>が挙げられる。

矢野らは公共事業の世論形成について意識調査を行い、財政逼迫や手続きの不公正さに関する認識が個人の賛否意識に影響を与えていることを示している。同時に、マスコミ報道が認知世論を通じて個人の賛否意識に影響を与えていることも示している。矢野らの研究は個人の認識と認知世論から賛否態度の形成を検討している点で大変興味深い。しかし、本来、多面的構造を持つとされるイメージ<sup>4),5)</sup>について、賛否面からのみ検討しており、多面的な検討は行っていない。一方、青木らはインターネットを用いた心理実験の中で被験者の公共事業に対するイメージを計測している。そこでは、公共事業の必要性については肯定的に認識されているものの、手続きの公正さに関する否定的認識がそれを上回るため、

\*1 建設システム工学科 Tel 022-229-1151

\*2 建設マネジメント技術研究室 Tel 0298-64-4239

\*3 国土計画局 Tel 03-5253-8111

\*4 文学部 Tel 022-217-3703

全体として否定的認識が形成されていることが示唆されている。しかし、情報源とイメージの関係が不明確であり、被験者のイメージ評価の視点を明確に抽出できていないこと、等の課題が残されている。

そこで、本研究では、新たにイメージ計測指標を作成し、イメージの良否を計測するとともに、イメージの良否に大きな影響力を持つ評価視点を把握することを目的とする。さらに、行政一般に対する信頼感が公共事業のイメージから受ける影響を明らかにすることも目的とする。

なお、本研究では、イメージを「ある対象に関連する認知要素が有機的かつ主観的に結合された知識の集合体」と定義し、以下では「公共事業のイメージ」を「イメージ」と略記する。また、信頼研究<sup>6),7)</sup>では信頼は能力への期待と意図への期待に分けて定義されるが、本研究では両者をまとめ、信頼を「能力及び意図に対する期待」と定義する。

## 2. 調査概要

### (1) 調査方法

本調査ではインターネットを活用した。まず、会員制 Web サイトに調査用のホームページを開設した。次に、当該サイトの会員に調査協力を依頼するメールをサイト管理者から送付してもらい(3500通)、調査協力者を募った。その結果、690人から協力意向の返答を受けた。最終的に、600人分の回答が得られた時点で調査を終了した(回収率 17.1%)。600人で回答受付を締め切ったのはサイト管理会社との契約上の理由による。回答に際し、被験者は全ての項目に答えないと回答を送信できないように設定した。なお、調査は平成15年3月に行った。

### (2) 被験者

インターネットを活用しているため、本調査は通常の質問紙調査とは異なる特徴を持つ。すなわち、本調査は被験者がパソコン利用者に限定されるという特徴を持つ。そのため、女性用会員制サイトで調査を行ったこともあり、回答者は全員女性のパソコン利用者になっている。回答者層は図-1に示す通り、30代の主婦が中心である(Max 63, Min 21, 平

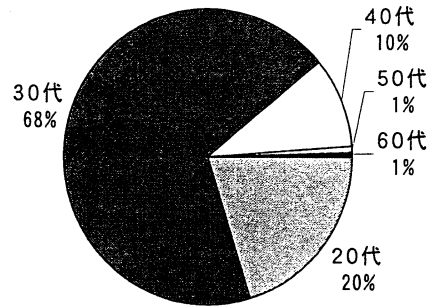


図-1 回答者の年齢構成

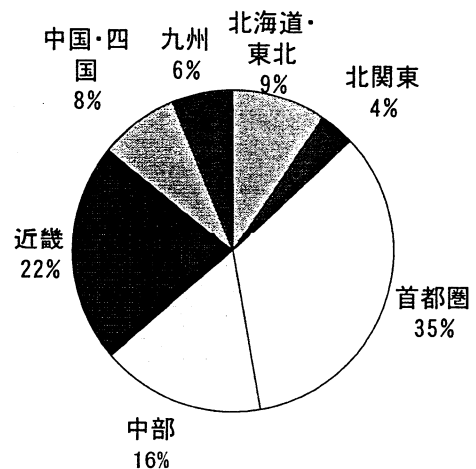


図-2 回答者の居住地構成

均 33.4 歳、分散 28.1)。30 代以外が少ないものの、30 歳代の意見がマスメディアで採りあげられる機会の多さを考えれば、この年齢層の意識を把握することの意義は小さくないと考える。

図-2から分かるように、回答者の居住地について特定地域への偏りはみられない。性別がイメージの強力な規定因ではないという仮定を許容すれば、イメージ形成に多大な影響力を持つと思われる居住地が無作為に配分されていることや影響力の強い年齢層の意識を計測していることから、国民全体の意識調査と位置付けることは難しいものの、本調査はある程度それに近いものと考えることができよう。

### (3) 調査項目

調査項目は、イメージ評価、主な情報入手源、総合的なイメージの良否、行政に対する信頼感、回答者属性(年齢、職業、性別、居住地)、の5項目である。質問内容は分析結果を述べる際に詳述する。

### 3. 公共事業の一般的イメージ

#### (1) イメージプロフィール

公共事業のイメージについて、総合イメージと項目別イメージの2点から評価を求めた。

集計の結果、6件法で計測された総合イメージは2.81(S.D.0.73)であり、中心値3.5を下回っていた。

項目別のイメージは表-1に示す11個の指標で計測した(5件法)。計測指標のうち、「無責任である」、「ずさんである」、「期間が長い」、「硬直的である」の4指標は逆転項目(Rと表記)とした。逆転項目とは、評点が高くなるほど否定的評価が高まる項目である。これらを逆転項目として尋ねたのは、否定的なニュアンスで尋ねた方がより正確にイメージを計測できると考えたためである。なお、分かりやすさを考え、以降の分析では高評価値が肯定的評価になるように逆転項目の各評点を逆転させた。すなわち、5→1、4→2、2→4、1→5というふうに変更した。これに伴い、図中の表記も変更した。

公共事業のイメージに関する各計測指標の平均値を図-3に示す。5件法のため、中央値は3になるが、3以上の評価を得た項目はなかった。中でも、「透明性」と「公正さ」の項目の評価が低かった。このことは、事業執行手続きに関する公正さの評価の低さがイメージ全体の評価の低さに大きな影響を与えていることを示唆している。

一方、3を超えないまでも、評価が高かったのは「社会的利益感」や「必要性」といった項目であった。このことは、公共事業の必要性やそれが持つ社会的メリットは認めるものの、手続きに関する評価が低いため全体としてのイメージも低くなっているということを示唆している。

以上より、総合的または項目別にみても、公共事業のイメージは決して良いとは言えないことが分かる。手続きに関する項目の評点が特に低いことから、これらに関する認識が公共事業のイメージ評価を低下させているものと考えられる。

#### (2) イメージと情報入手源

イメージの良否と情報源との関係を明らかにするため、参照している情報源別にイメージ評価を整理した。図-4に情報源別の参照者構成を示し、図-5

表-1 イメージの計測指標

計測指標	表記
自分にとって有益である	自己利益感
公正である	公正さ
透明性が高い	透明性
硬直的である <sup>R</sup>	柔軟さ
社会のためになっている	社会的利益感
中立的である	中立性
必要性が高い	必要性
環境に配慮している	環境配慮
無責任である <sup>R</sup>	責任感の高さ
ずさんである <sup>R</sup>	綿密さ
期間が長い <sup>R</sup>	期間の短さ

5件法、R:逆転項目

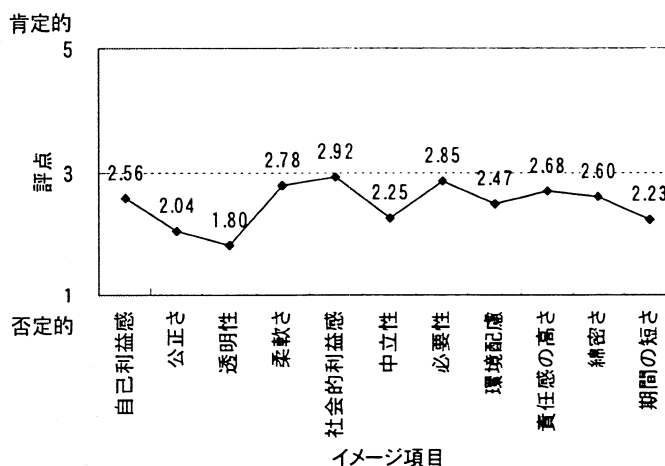


図-3 公共事業のイメージプロフィール

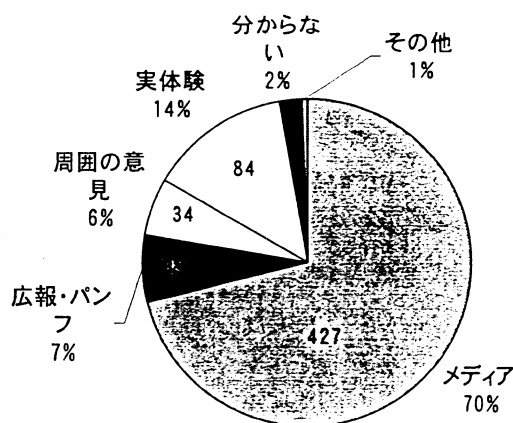


図-4 各情報源の参照者構成

に情報源別のイメージ評点を示す。

図-4より、全体の7割がマスメディアを主な情報源にしていることが分かる。また、14%の人が実体験に基づいて評価していることも分かる。この2つで約85%を占めることから、マスメディアの影響力や現場での住民対応の大切さがうかがえる。

一方、広報・パンフレットや周囲の人の意見を主に参照している人はマスメディア参照者に比べて評点が高いことが分かる（図-5）。

この傾向を統計的に評価するために、総合的なイメージ評価を従属変数に、情報源の種類を独立変数として一元配置分散分析（ANOVA）を行った。その結果、情報源別のイメージ評価の平均に有意差が認められた（ $F(3,580)=7.68, p<.001$ ）。これにより、情報源によってイメージ評点が高くなるということが統計的に支持された。さらに、情報源による評定値の相違を比較するために多重比較を行った。その結果、広報・パンフレットとマスメディア（平均値の差 0.59,  $p<.05$ ）、広報・パンフレットと実体験（平均値の差 0.57,  $p<.05$ ）の2つで有意差が認められた。これらのことから、広報やパンフレットを情報源として参照している人はマスメディアを参照している人や実体験を参考にしている人に比べて、有意に評価が高くなっていることが分かる。逆に言えば、マスメディア参照者は広報参照者に比べてイメージ評点が高いことが示唆されている。また、実体験者のイメージ評点が広報参照者とマスメディア参照者の中間であることは興味深い。なお、統計分析の際に、「分からない」「その他」と答えた回答はデータとして用いなかった。

次に、情報源別のイメージを把握するために、情報源別にイメージプロフィールを作成した（図-6）。図-6から分かるように、必要性の項目を除いて全体的に大きな相違はみられなかった。必要性については大変興味深い結果となった。広報・パンフレットの参照者は「必要性」を高く評価している一方で、マスメディア参照者は必要性を低く評価していた。両者の相違は参照源の主張内容の相違を反映したものであり、これがイメージ評価に違いを生じさせているものと思われる。この推察の是非を明らかにするため、総合的イメージを従属変数に、表-1の各項目を説明変数に用いて重回帰分析を行った。その結果、表-2に示す通り、自己利益感や環境配慮、透明性、必要性が強い影響力を示した。そのため、これらの項目に関する認識の相違によって総合的なイメージの良否が異なるものと考えられる。

ところで、総合的イメージ評価では、マスメディ

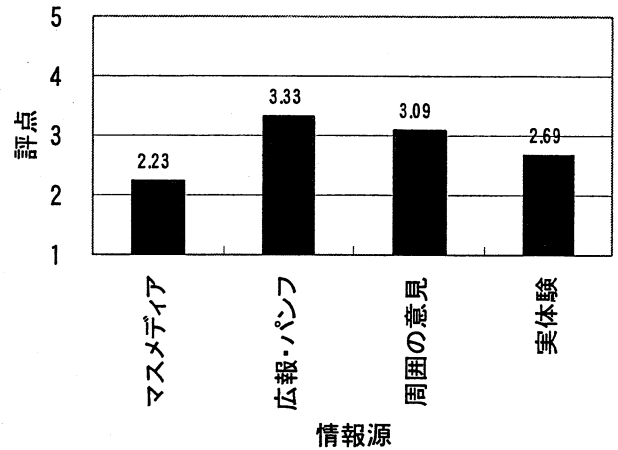


図-5 情報源別にみた総合的イメージの評価得点

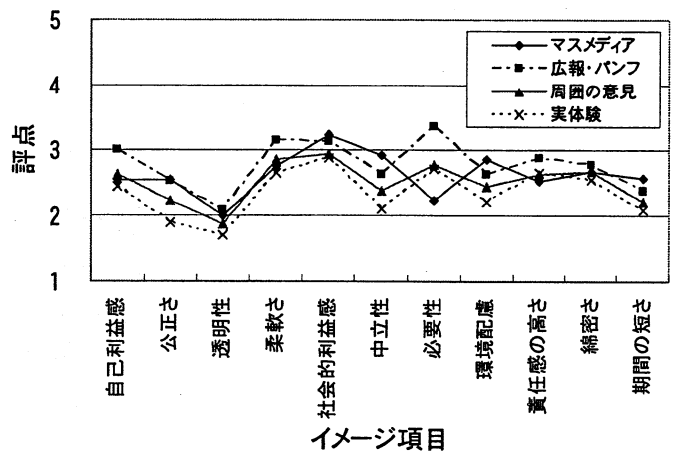


図-6 情報源別のイメージプロフィール

表-2 重回帰分析の結果

変数名	偏回帰係数	標準偏回帰係数	t値	p値
自己利益感	0.19	0.20	5.19	$p<.001$
公正さ	0.12	0.11	2.76	$p<.001$
透明性	0.14	0.13	3.59	$p<.001$
社会的効果	0.12	0.12	2.83	$p<.001$
中立性	0.13	0.13	3.07	$p<.001$
必要性	0.12	0.14	3.41	$p<.001$
環境配慮	0.14	0.14	4.11	$p<.001$
定数項	0.51		4.46	$p<.001$

ア参照者の評定がもっとも低かったため、項目別のイメージ評点でも多くの項目で最低値を示すと予測された。しかし、実際には実体験者のほうが多くの項目でもっとも低い評価を示した。特に、「公正さ」や「中立性」、「環境配慮」といった項目において他の情報源参照者の評点と乖離していた。実体験者が両方のイメージ評価でもっとも低い値を示す場合には、Negativity Bias<sup>注2</sup>の影響を受けてそのような現象が生じているものと理解できる。しかし、今回

のように2つのイメージ評価に捻れが生じている場合には、その理由の説明が難しい。この現象の発生機構の解明は今後の課題としたい。

さて、実体験者が各項目でもっとも低い評価を行っているということは行政への厳しい評価を意味するとともに、行政の市民の間に認識のズレが生じている可能性を示唆している。すなわち、行政の現場担当者は最善の努力を払っているものの、それが市民の求めているものとは異なっている可能性がある。そのため、行政は事業の必要性を訴えるだけではなく、市民との意識のズレが生じている原因を明らかにし、それを埋める努力を行う必要がある。このような地道な作業を積み重ねることによって公共事業のイメージは改善されると思われる。

### (3) イメージ評価の観点

イメージ評価の視点を明らかにするため、探索的因子分析を行った。分析データには表-1の評定値を用いた。ここでも、逆転項目は肯定的な評価が高い値になるように修正した。また、共通性の低い因子については、因子分析の適用上で技術的に好ましくないため、データとして採用できないことから、「硬直さ」のデータは使用しなかった。

表-3に示すように、分析の結果、3つの因子を得た。3因子の累積寄与率は67%であることから、本結果は一定の説明力を持つものと言える。解釈の際には因子負荷量が0.3以上の項目を対象とした。

第一因子は約38%の説明力を持ち、「責任感の高さ」、「綿密さ」、「期間の短さ」といった項目の因子負荷量のみが高いことから、「計画の緻密さ」と解釈した。第二因子は約19%の説明力を持ち、「社会的利益感」や「自己利益感」、「必要性」などの項目の因子負荷量が高いことから、「事業の妥当性」と解釈した。第三因子は約10%の説明力を持ち、「公正さ」や「中立性」、「透明性」などの項目の因子負荷量が高いことから、「手続的公正」と解釈した。

この結果から、イメージ評価は上述の3つの観点から行われていることがうかがえる。そのため、公共事業のイメージを改善する場合には、十分な妥当性をもった事業を緻密な計画の下に立案し、公正な手続きによってそれを進めていくことが必要であると考えられる。前述のように、実体験者のイメージ

表-3 探索的因子分析の結果

	因子		
	計画の緻密さ	妥当性	手続的公正
自己利益感	0.02	<u>0.61</u>	0.25
公正さ	0.11	<u>0.32</u>	<u>0.69</u>
透明性	0.12	0.17	<u>0.62</u>
社会的利益感	0.10	<u>0.74</u>	0.23
中立性	0.17	<u>0.31</u>	<u>0.67</u>
必要性	0.08	<u>0.69</u>	0.23
環境配慮	0.11	<u>0.35</u>	<u>0.34</u>
責任感の高さ	<u>0.79</u>	0.20	0.14
綿密さ	<u>0.91</u>	0.13	0.11
期間の短さ	<u>0.68</u>	-0.05	0.13
寄与率	38.24	18.70	10.10
累積寄与率	38.24	56.94	67.04

評価が全般的に低かったことを考えれば、イメージ改善のためには、「計画の緻密さ」や「妥当性」、「手続的公正」について、住民の視点から現場の対応を見直し、改善していくことが必要であろう。行政にしてみれば、「そのようなことは既に実行している」という気持ちだと思うが、実体験者の評価が低いということは、少なくとも、行政が自ら認識しているほど住民は評価していないことを意味しているのではないだろうか。重要なのは、自分達がどのように努力しているかではなく、住民がどのように認識しているかである。

## 4. イメージと信頼の関係

### (1) 事業主体に対する信頼感

行政への信頼度は、「公共事業を実施する行政をどのくらい信頼していますか」、「公共事業を実施する際の行政の説明をどのくらい信頼しますか」の2つの質問で計測した。この2つに関して、同一の心理特性の計測度合いを示すクロンバックの $\alpha$ 係数は0.906と良好な値を得た。そのため、上記2指標の平均値を一般的信頼度の計測値として採用した。

図-7をみると、広報やパンフレットの参照者の信頼度評価が最も高くなっていることが分かる。注目すべきは、総合的なイメージ評点をもっとも低かったマスメディア参照者よりも実体験者のほうが信頼度の評価が低いことである。

この傾向を統計的に評価するために、一元配置分散分析(ANOVA)を行った。その結果、情報源別

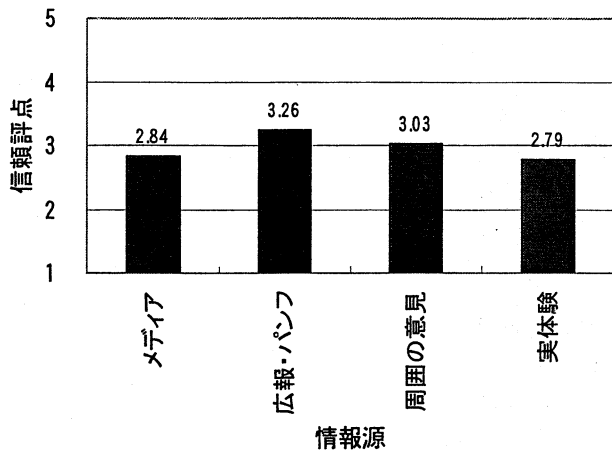


図-7 情報源別にみた一般的信頼の評点

の信頼度評定の平均値に有意差が認められた ( $F(3,580)=3.86, p<.01$ )。すなわち、情報源によって信頼度評価が異なることが統計的に示された。さらに、情報源間の評価値の相違を比較するため、多重比較を行った。その結果、広報・パンフレットとメディア (平均値の差 0.42,  $p<.05$ )、広報・パンフレットと実体験 (平均値の差 0.48,  $p<.05$ ) の2つで有意差が認められた。そのため、広報・パンフレットの参照者はマスメディア参照者や実体験者よりも有意に高く行政を信頼していると言える。なお、マスメディア参照者、実体験者、周囲の意見参照者の3者間には有意差は認められなかった。

統計的には支持されなかったが、実体験者の信頼度が最も低かったことは重要な意味を持つ。実際に経験した行政の対応が住民にとっては不信感を感じざるを得ないものであったことを示唆しているからである。本調査では、この解明に資するような質問を設定していなかったため、その原因を述べることは難しい。これは今後の課題としたい。

## (2) イメージと信頼の関係

個別の認知要因からイメージが形成され、信頼形成に至る因果関係を明らかにするため、表-1のデータと前節の信頼度の評定値を用いて共分散構造分析を行った。その際、逆転項目は、予め評点を逆転させた。得られたモデルでは、GFIが0.932、CFIが0.926、RMSEAが0.087となり、良好な適合度<sup>3</sup>を得た。また、パスは全て1%有意であった。そのため、本モデルは一定の信頼性を持つと言える。

分析の結果、探索的因子分析と同様に、3つの因子が抽出された。図-8より、「事業の妥当性」の因果係数<sup>4</sup>がもっとも大きいことから、イメージ形成では事業の妥当性に関するイメージ(認識)が重要な役割を果たすことがうかがえる。中でも、因果係数より、「必要性」、「社会的利益感」、「中立性」といった項目に対する認識が重要であることが分かる。

同じく図-8より、手続の公正さが事業の妥当性と同等に重要な要因であることも分かる。既存研究<sup>8)</sup>でも指摘されているが、結果と同程度に手続きも重要であることを本結果は改めて示している。

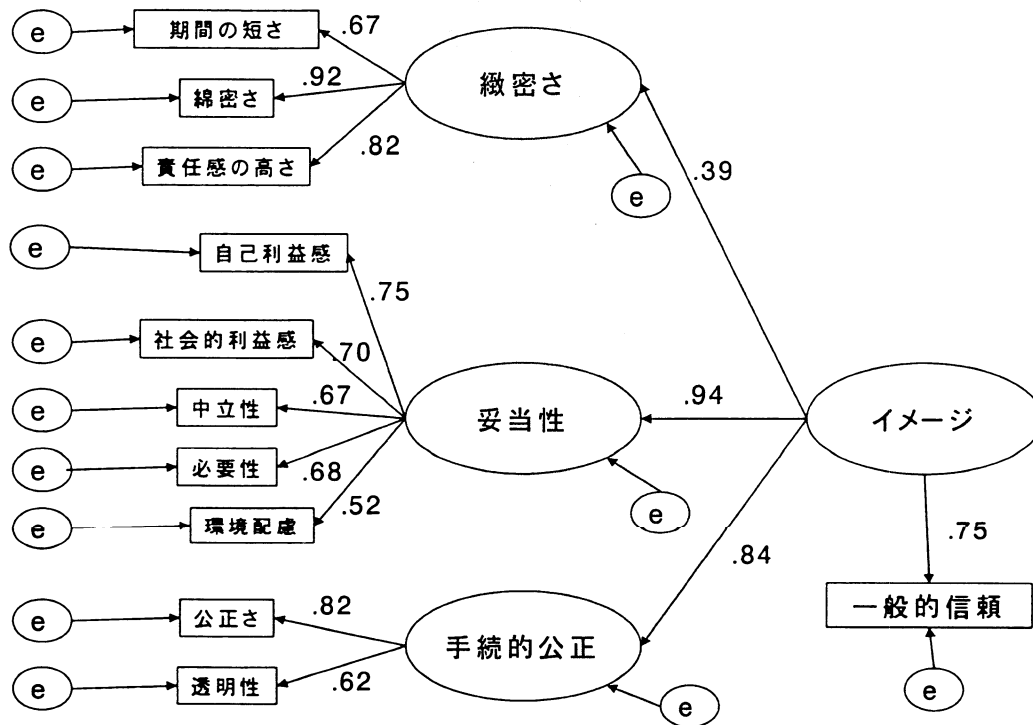
「緻密さ」は前二者に比べれば、さほど大きな影響力を示さなかった。しかし、パスが1%有意であることを考えれば、決して無用な要因とは言えない。因果係数の大きさを考えれば、「綿密さ」や「責任感の高さ」も重要な認知要因と考えるべきだろう。

さらに、一般的信頼とイメージの因果係数が0.75であることから、イメージが信頼形成の重要要因の一つであり、行政に対する一般的信頼は公共事業のイメージの影響を強く受けるものと考えられる。

事業の妥当性に関する認識と手続きの公正さに関する認識が同等に重要であるという事実は重要な意味を持つ。事業の妥当性を国民に訴えているだけでは公共事業のイメージは改善されず、行政に対する信頼も醸成されないことを示唆しているからである。イメージを改善し、信頼を回復するためには、事業の妥当性のみならず、公正な手続きで行われているということも国民に認識されねばならない。

では、どのようなことを行えば公正な手続きと認識されるのか?これについても様々な要因が指摘されている。Leventhal<sup>9)</sup>は、一貫性、偏見の抑制、情報の正確さ、修正可能性、利害関係者の代表性、倫理性、を挙げられている。また、馬場<sup>10)</sup>は、手続の公正の認知要因として、代表性、発言・討論性、情報アクセス性、修正可能性、考慮・誠実性の五つを挙げている。いずれにしても、これらの要因は経験的に指摘されているものであり、個々の因果関係や各要因が影響力を持つ条件は明らかになっていない。

行政の信頼回復を図るためには具体的観点からの現象解明が必要だが、大学の研究者のみでこれに取り組むことは難しい。そのため、産官学の協力体制下で具体的な要因の分析を行う必要がある。



Chai-square 227.89, df 41, GFI 0.93, CFI 0.926

図-8 イメージと信頼の因果関係

## 5. 考察

イメージの分析結果は青木らの報告<sup>5)</sup>と概ね一致している。2回の調査で同様の結果が得られていることを考えれば、公共事業のイメージが肯定的なものではないことは一般性を持つと言える。手続きの公正さ(手続的公正)に関する認識がイメージ評価に重要な影響を与えていることも同様に考えられる。

信頼形成とイメージの関係分析でも、一貫して同じ結論が得られている。そのため、事業の妥当性や手続的公正の認識がイメージの良否に強い影響を与え、信頼の形成につながるという仮説は一定の妥当性を持つと思われる。

ところで、項目別のイメージ評価と信頼評価では実体験者がもっとも低い評価を示した。これは行政の現場での対応が住民の持つイメージを改善するものではないことを示唆している。また、通常、アドバイスは経験者などの知識所有者に求めることが多いことを考えれば、実体験者の認識は周囲の意見を参照している人にも影響を与えている可能性が高いと言える。すなわち、実体験者の影響力は、マスメディアほどではないものの、決して低いものではない

いと推察される。そのため、公共事業のイメージ改善と信頼回復を図るためには、情報発信に一層の努力を注ぐとともに、住民の視点に立って現場での対応も改善していく必要がある。

## 6. まとめ

本稿では公共事業に対するイメージと行政の信頼度を調査し、共分散構造分析等の統計分析を用いてイメージの構成要因やそれが信頼形成に与える影響を明らかにした。得られた知見を以下に示す。

- 全体的に評価は低いだが、広報等の参照者が持つ公共事業のイメージは最も肯定的であり、マスメディア参照者のそれは最も否定的だった。
- イメージ評価における情報源の影響は、必要性の認識において明確に見受けられた。
- 項目別のイメージ評価と信頼度の両方において実体験者の評価がもっとも厳しいものであった。
- 因子分析の結果、イメージ評価は「計画の綿密さ」「事業の妥当性」「手続的公正」の3つの観点から評価されていることが示唆された。

- ・ 共分散構造分析の結果、イメージは一般的信頼の重要な形成要因であることが示唆された。また、イメージの善し悪しは「事業の妥当性」及び「手続きの公正さ」と密接な関係を持つことが示唆された。

今回の調査ではインターネットを活用したため、被験者が女性のコンピューター利用者に限定された。今後はより多くの層に調査を行い、今回の知見の妥当性を改めて検証していく必要がある。

- 注1 一般に、ある対象に対して持っている認識と整合しない行動は採られにくいという人間の行動特性に関する理論。参考文献 11 参照のこと。
- 注2 印象形成において、肯定的な情報よりも否定的な情報の方が強い影響力を持つこと。参考文献 12 参照のこと。
- 注3 GFI, CFI, RMSEA はモデルの説明力の目安であり、一般に GFI, CFI は 0.9 以上、RMSEA は 0.1 以下を目安にする場合が多い。
- 注4 因果係数は標準偏回帰係数を意味し、因果関係の規定力の大きさを意味する。

#### (参考文献)

- 1) 例えば、国土交通省：国土交通省における公共事業改革への取組，2001。
- 2) 矢野晋哉，藤井 聡，須田日出男，北村 隆一：「土木事業における賛否世論の心理要因分析」，土木計画学研究・講演集 CD-ROM, No.26, 2002。

- 3) 青木俊明，西野 仁，松井健一，鈴木 温：「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, pp.223-235, 2003。
- 4) 多鹿秀継，川口潤，池上知子，山 祐嗣：情報処理の心理学，サイエンス社，1992。
- 5) 伊藤 進：ハートギャラリーはじめての認知心理学，川島書店，1994。
- 6) Barber, B.: The logic and limit of trust, new Brunswick: Rutgers University Press, 1983.
- 7) Yamagishi, T. and Yamagishi, M.: Trust and commitment in the United States and Japan, Motivation and Emotion, 18, pp.129-166., 1994.
- 8) E. Allan Lind and Tom R. Tyler: The Social Psychology of Procedural Justice, Plenum Press, 1988, 邦訳：菅原・大淵，フェアネスと手続きの社会心理学，ブレーン出版，1995。
- 9) Leventhal, G. S. : What should be done with equity theory?: New approaches to the study of fairness in social relationships., In K. Gergen, M. Greenberg and R. Willis, Social Exchange, New York: Plenum Press, 1980.
- 10) 馬場健司：NIMBY 施設立地プロセスにおける公平性の視点－分配的公正と手続き的公正による住民参加の評価フレームに向けての基礎的考察－，都市計画論文集, No.37, pp.295-300, 2002。
- 11) Festinger, L.: A theory of cognitive dissonance, Row Peterson and Company, 1957.
- 12) Kanouse, D. E. and Hanson, L. R.: Negativity in evaluations, In E.E. Jones et al(Eds.), Attribution: Perceiving the causes of behavior, General Learning Press, 1972.

## General Image of Public Works and Trust Building

By Toshiaki AOKI, Atsushi SUZUKI, Hitoshi NISHINO and Taketoshi HATTA

This study aims to clarify general image of public works and to clear causal relationship between trust building and the general image, by using members-only web site on the internet. The result showed that the assessments of the images by eleven items are generally low. Counting by reference resources for the image forming, it is shown that people who refer to mass media have better image to public works than people who refer to an official newsletter delivered by administration. This inclination was supported by ANOVA. It is worth while to notice that people who answered based on the real experience assessed lower than people who referred to mass media. This finding shows the importance of actual communication scene with citizens. In addition, as a result of structural equation modeling, both perceptions to necessity of the project and to procedural justice were important factors for trust building between citizens and administration. Hence, it is necessary to appeal not only validity of a project but also procedural justice, in order to recover reliability in the public works.