

公共事業に対するイメージが事業に対する態度に与える影響*

The Effect of Disclosure on One's Attitude in Public Works*

青木俊明**・西野 仁***・松井健一****

By Toshiaki AOKI**, Hitoshi NISHINO*** and Kenichi MATSUI****

1. はじめに

現在、公共事業を取り巻く世論は極めて厳しい。そのため、必要性の高い事業であっても否定的な世論の下で停滞しているものも多い。このような否定的な世論形成には人間の認知メカニズムが強く影響しているように思われる。

通常、人は認知資源の制約から省資源的な認知方式を日常的に行っているとされる¹⁾。例えば、未知な事象について尋ねられた際、断片的な既知の知識から当該事象を推察し、回答することなどがそれに該当する。このような認知方式をスキーマと呼ぶ。

スキーマは公共事業の認知においても活性化していると考えられる。十分な情報を持ち合わせていない公共事業に対して態度表明を求められた場合、自身が持つ公共事業のイメージに照合した上で、態度を表明することがこれに当たる。そのため、公共事業に対して否定的なイメージが形成されている状態で未知の事業に対する態度表明を求められた場合、認知的不協和理論から個人は否定的な態度を示すと予測される。さらに、このようにして獲得された個人の認知が沈黙の螺旋などの過程²⁾に従った結果、公共事業に対する否定的な世論が形成されていくと考えられる。

以上より、公共事業に対する否定的なイメージと情報認識の不十分さが個人の態度を規定していると考えられる。本研究ではこれらの関係を明らかにすることを目的とする。なお、本稿では個人の態度が社会に普及する過程は分析対象外とする。

*キーワード：合意形成、イメージ分析、情報提示

**正員、博(情)、東北工業大学 土木工学科

仙台市太白区八木山香澄町35-1

TEL022-229-1511、FAX022-229-8393

***正員、工修、国土交通省 国土技術政策総合研究所

****正員、工修、国土交通省 国土交通大学校

2. 検討仮説

前章の論理に従えば、個人の公共事業に対する否定的な態度は公共事業に対する否定的なイメージと情報認識の不十分さが原因であることになる。これを検討するために次の仮説を考える。

仮説1 多くの人が公共事業に対して否定的なイメージを持っている。

仮説2 情報認識が不十分な状況下では、否定的なイメージが公共事業に対する否定的態度に強く影響している。

このような態度形成メカニズムの根本原因は情報の認識不足である。そのため、情報提供によって情報の認識を高めれば、スキーマの活性化が抑制され、必要性の高い事業であれば、否定的な態度は肯定的に変化すると予想される。そこで、以下の仮説を考える。

仮説3 整備効果の高い事業の場合、情報提供により否定的な態度は肯定的に変化する。

3. 調査方法

(1) 調査方法

調査は会員制の生活情報提供サイトにホームページを開設し、興味を持った会員がホームページ上で質問に回答するというシステムにした。調査は平成14年3月に行った。調査概要を表-1に示す。

表 1 調査概要

| | |
|-------|---|
| 案内送付数 | 5227 通 |
| 回答数 | 500 (9.6%) 先着 500 名で受付終了 |
| 年齢構成比 | 20 以下:20:30:40:50:60 以上 =3.6:31.8:51.2:11.6:1.6:0.2 |
| 職業構成比 | 専業主婦:会社員:アルバイト:他= 49.4:19.2:13.0:18.4 |
| 居住地 | 埼玉:千葉:東京:神奈川:京都:大阪:兵庫 =10.0:10.4:23.8:18.2:4.4:22.6:10.6 |
| 男女比 | 男:女=0:500 |

女性用の Web サイトを利用したため、回答者は全て女性のコンピューター利用者である。また、回答者の多くが都市居住者であることも留意されたい。そのため、農山村居住者を対象とした場合には結果が異なる可能性がある。しかし、国内の都市居住率の高さを考えれば、回答者層は重要な世論形成層であるため、得られる知見も重要であると考えられる。

(2) 調査手順

調査手順を図 1 に示す。回答者は全項目に回答しない限り、次の質問に進めないようにした。また、一度進んだ後は前の画面に戻れないようにした。

まず自由想起法により、「公共事業」という言葉から想起する言葉を 5 つ挙げてもらった。次に、予め設定した十対の形容詞対により公共事業のイメージを評価してもらった(7 件法)。その後、行政に対する一般的な信頼度を尋ねた(7 件法)。

シナリオ実験では、河川改修の場面を設定し、3 段階に分けて事業情報を提示し、その都度、賛否の態度を尋ねた。最初の情報提供前と全情報の提示後には行政に対する信頼度も尋ねた。最後に回答者の属性(居住地、年齢、職業等)を尋ねた。なお、今回のシナリオ実験では、整備効果が高く、必要性に関する問題が少ない事業を題材にしている。

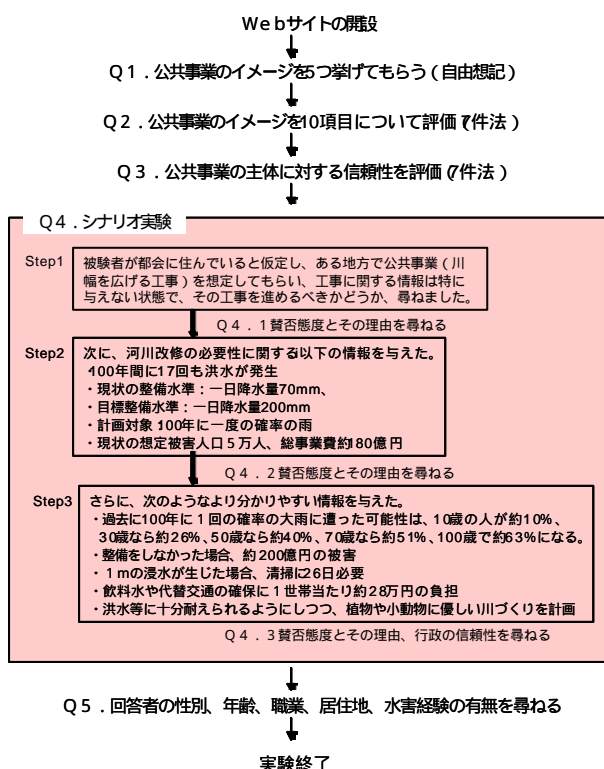


図 1 心理実験の概要

4. 公共事業のイメージ

(1) 自由想起によるイメージ抽出

自由想起法によって想起された言葉のうち、上位 10 語を表 2 に示す。集計の際、「無駄な道路」のように「形容詞」+「名詞」として想起されたものは「無駄な」と「道路」に分けて集計した。そのため、2625 語が抽出された。また、想起頻度を把握するために、想起数を回答者数で割った想起率と想起数を総想起数で割った想起率を算出した。

紙面の都合上、上位のみを示したが、全体的に否定的な言葉が多く見られたことから、公共事業は否定的な意味で認識されていることが分かる。また、肯定的な言葉も散見されることから、公共事業を「無駄なものも多いが、真面目に取り組んでいる」と認識していると思われる。

次に、KJ 法を用いて想起語を 5 つに類型化した(表 3)。類型結果をみると、「公共事業の性格」と「事業の執行手続き」という類型に良否のニュアンスを持つ言葉が多く含まれていることが分かる。共に構成比率が高いことから、これらはイメージの良否の形成に強い影響力を持つと思われる。特に、「執行手続き」では、否定的な単語が多く抽出された。このことは事業執行手続きに関するイメージが否定的なものであることを示している。

以上より、公共事業に対するイメージは主に 4 つの要因から成り、イメージの良否は事業の性格や執行手続きの印象によって形成されると思われる。全体的に否定的な言葉が多く抽出されたことから、少なくとも公共事業は否定的な事象として認識されていることが窺える。

表 2 自由想起によるイメージ(上位 10 語)

| No | 想起された言葉 | 想起数 | 想起率 | |
|----|------------------|-----|--------|--------|
| | | | 対人 | 対総想起数 |
| 1 | 無駄・無駄遣い・不要 | 281 | 56.20% | 10.70% |
| 2 | 道路・道路工事・高速道路 | 213 | 42.60% | 8.11% |
| 3 | 税金 | 145 | 29.00% | 5.52% |
| 3 | 汚職・癒着・贈収賄・不正 | 145 | 29.00% | 5.52% |
| 5 | 真面目・きちんとしている | 125 | 25.00% | 4.76% |
| 6 | お役所・国・自治体・政府・公務員 | 120 | 24.00% | 4.57% |
| 7 | 政治家・政治 | 97 | 19.40% | 3.70% |
| 8 | わからない | 87 | 17.40% | 3.31% |
| 9 | 役立つ・必要 | 70 | 14.00% | 2.67% |
| 10 | 談合・裏取引 | 68 | 13.60% | 2.59% |

表 3 イメージの構成要因

| 事業の種類 | 数 | 事業の関係者 | 数 | 公共事業の性格 | 数 | 執行手続き | 数 | その他 | 数 |
|-----------|------|----------|------|----------|------|-----------|------|---------|------|
| 道路・道路工事 他 | 213 | 役所 国 他 | 120 | 税金 | 145 | 無駄・無駄遣い 他 | 281 | 分からない 他 | 87 |
| 電気・水道 他 | 51 | 政治 政治家 他 | 97 | まじめ 他 | 125 | 汚職・癒着 他 | 145 | 年度末 | 57 |
| ダム | 42 | ゼネコン 他 | 49 | 役立つ 必要 | 70 | 談合・裏取引 他 | 68 | 自然 環境 | 30 |
| 工事 | 29 | 地元 国民 | 24 | お金がかかる 他 | 61 | 信頼できない 疑問 | 54 | イメージが悪い | 18 |
| まちづくり 他 | 27 | 地方 | 10 | 期間が長い 遅い | 38 | 不透明 | 37 | 予算 | 16 |
| 橋 | 25 | | | 大がかり 大変 | 34 | 入札 | 24 | ゴミ | 13 |
| 公共施設 他 | 23 | | | みんなのため | 30 | 融通がきかない | 20 | 不愉快 | 13 |
| 公園 | 23 | | | 難しい | 23 | | | | |
| 病院 福祉 | 19 | | | 利権 | 22 | | | | |
| 河川 | 12 | | | 景気 | 15 | | | | |
| 交通渋滞 | 12 | | | 儲かる | 14 | | | | |
| 土木工事 | 12 | | | 環境破壊 他 | 13 | | | | |
| | | | | 安い | 12 | | | | |
| 計 | 488 | | 300 | | 602 | | 629 | | 234 |
| 構成比率 | 0.22 | | 0.13 | | 0.27 | | 0.28 | | 0.10 |

ポジティブ、ネガティブ

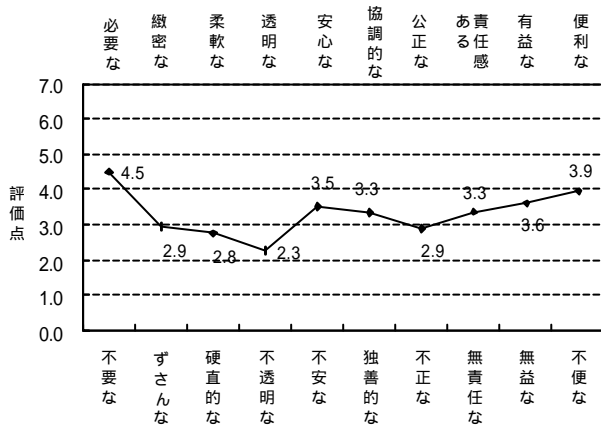


図 2 イメージプロフィール

(2) 因子分析による分析

イメージの評価視点を明らかにするため、10 対の形容詞対に対して 7 件法による評価を求めた。イメージプロフィールを図 2 に示す。必要性や利便性の評点の高さから、公共事業の長所が認識されていることが分かる。一方、緻密さや柔軟さ、透明性といった手続き関連項目の評点は低いことから、「公共事業の長所や一定の必要性は認めるが、手続きに問題がある」と認識していると思われる。また、尺度の半数が評点 3.5 以下であることから、公共事業は肯定的な認識を得ていないと言えよう。前項の結果を含め、これらは仮説 1 を支持している。

次に、上記評価データを用いて確認的因子分析を行った(図 3)。その際、事前に探索的因子分析を行い、共通性の低い形容詞対(ずさんな - 緻密な、硬直的な - 柔軟な)を分析対象から外した。

図より、イメージ評価には 3 つの視点があることが分かる。これらの視点から評価的な認識が形成されると考えられる。なお、各因子は解釈が難しいが、観測変数を考慮し、暫定的な名称を与えた。

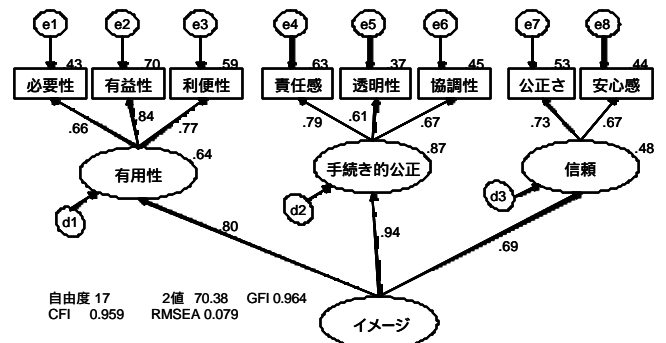


図 3 確認的因子分析の結果

5. 情報提供による態度変容

(1) 情報提供と信頼醸成

Step1の前に行政に対する信頼度を尋ねた。その結果、平均2.80 (SD=1.14)と低い値となった。次に、Step3の後に情報公開を行う行政の信頼度を尋ねた結果、平均4.51 (SD=1.30)と大幅に向上した。Matched pairs t 検定を行った結果、有意な差が認められた (t=27.36, p<.01)。これより、情報提供が信頼を大幅に改善することが確認された。

(2) 情報提供と態度変容

Q3で尋ねた信頼度は行政への一般的信頼性向を示していることから、これを用いて被験者を低信頼群(評点1-3)、中信頼(評点4)、高信頼群(評点5-7)に分けた。情報提示と信頼度が態度形成に与える影響を明らかにするため、反復測定 of 2 元配置分散分析を行った。なお、情報提供の趣旨は以下の通りである。初回は被験者が都会在住であり、地方部の河川改修について尋ねられるという状況のみを説明した。2 回目は事業の必要性が説明された。3 回

目は2回目の説明文の意味を補足説明した。

分析の結果、情報提示による主効果が確認された ($F(2, 500)=21.04, p<.01$)。情報提示と信頼度の交互作用は認められなかった ($F(4, 500)=.67, p=.60$)。信頼度が態度変容に与える影響についても有意な効果が認められた ($F(2, 500)=20.64, p<.01$)。Q4.1では平均3.99 (SD=1.37)であった賛同度がQ4.3では平均4.53 (SD=1.49)に上昇したことは情報提供が賛同向上効果を持つことを示している。そのため、情報提供が賛同向上効果を持つという意味ではこの結果は仮説3を支持している。

次に、多重比較 (Dunnettのt検定による片側検定)を行い、情報提示の効果を検討した。その結果、Q4.1とQ4.2の間で有意差が認められた ($m_1-m_2=.39, p<.01$)。Q4.2とQ4.3の間でも有意差が認められた ($m_2-m_3=.11, p<.05$)。そのため、情報提示が賛同向上効果を持つことが示された。

さらに、信頼度が態度変容に与える影響を検討するために信頼群別に反復測定の一元配置分散分析を行った。その結果、低信頼群 ($F(2, 373)=50.85, p<.01$)と中信頼群 ($F(2, 92)=9.49, p<.01$)で有意な差が認められた。高信頼群では有意な変化は認められなかった ($F(2, 35)=2.93, p=.06$)。そのため、情報提示は低信頼群で賛同効果を持つことが分かる。

低信頼群に対して多重比較 (Dunnettのt検定による片側検定)を行った結果、Q4.1とQ4.2の間と ($m_1-m_2=.38, p<.01$)、Q4.2とQ4.3の間 ($m_1-m_2=.14, p<.01$)の両方で有意差が認められた。中信頼群に対しても同様の検定を行った結果、Q4.1とQ4.2の間では有意差が認められたが ($m_1-m_2=.38, p<.01$)、Q4.2とQ4.3の間では有意差は認められなかった ($m_1-m_2=.05, p=.45$)。これより、低信頼群では情報提示回数が増加するほど賛同派が増えるが、中信頼群では初回の提示のみが賛同増加効果を持つことが分かる。このことから、低信頼度群の賛同を得るためには情報提供が重要であることが分かる。これらの結果は、仮説3は支持するものと言える。

(3) イメージと賛同態度

イメージが態度に与える影響を分析するために共分散構造分析を行った (図4)。パスは全て1%有意

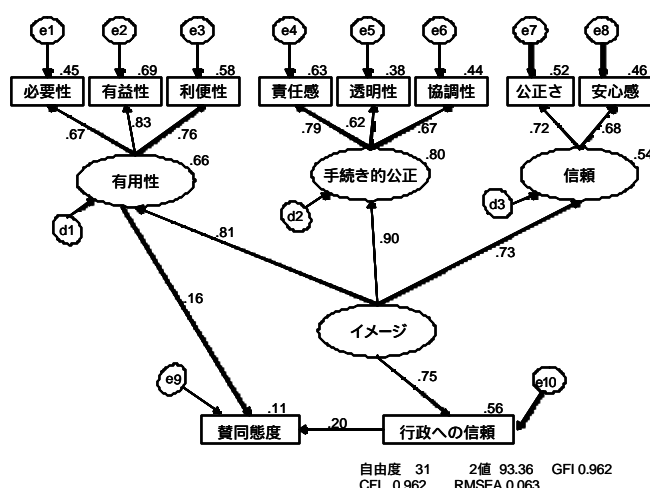


図4 共分散構造分析の結果

である。図より、イメージが賛同態度に与える間接効果が小さいことから、それは態度形成に決定的役割を果たすものではないことが分かる。この結果より、仮説2は支持されないことが分かった。

ところで、図では信頼が態度形成に与える影響が小さい。これは漠然とした信頼感が具体的な事業に対する態度形成に無関係なことを意味するのではない。1%有意のパスがそれを示している。すなわち、この結果は信頼以上に重要な変数の存在を示唆していると考えられる。実験結果から、その変数は情報提示だと思われる。態度形成において信頼も重要だが、それ以上に情報提示が重要であることが本実験により示唆された。

6. おわりに

以上の実験結果から、公共事業のイメージは好ましいものではないが、態度を強く規定するものでもないことが分かった。また、事業の必要性が高ければ、否定的態度は情報提示によって変容することが確認された。これにより、情報提示はイメージ以上に態度形成に大きな影響を与えることが示唆された。しかし、情報提示と信頼の影響力の大小については明らかにできなかった。これは今後の課題にしたい。

参考文献

- 1) 池田・村田：心と社会、東京大学出版会、1991
- 2) Neumann. E. N. : DIE SCHEWELGESPIRALE, Verlag Ullstein GmbH, 1982、邦訳「沈黙の螺旋理論」、池田・安野訳、ブレン社、1997