

研究班番号【 73 】  
高校生の政治的関心の向上のために

社会班:北野まかな、小林音葉、森本莉加、山本陽菜

### Abstract

The purpose of this research is to clarify what actions should be taken to increase the political interest of high school students. The survey found that students have knowledge of politics, but they also have wrong knowledge of politics.

In addition, we found that the SNS used by the majority of young people and the SNS used by the majority of politicians are different. Therefore, in this study, we concluded that politicians should use various SNS which a lot of young people use to increase visibility of young people.

### 要約

本研究の目的は、高校生の政治的関心を高めるためにどういった取り組みをすべきなのかを明らかにすることである。調査によって、政治について知識は持っているが、間違った知識も持っていること、加えて若者の大半が利用するSNSと政治家の大半が利用するSNSが異なっていることが分かった。従って本研究では、若者の利用する様々なSNSを政治家も利用することによって、若者の目に入る機会を増やすことが重要であると結論づけた。

### 1. はじめに

全世代の投票率を見ると、20代を中心とした若者の投票率が最も低いことに加えて成人年齢が18歳に引き下がったことでより若者の政治的関心の低さが問題視されている。高校生の政治的関心の向上のために必要なことは何だろうか。私達は高津高校の自治会選挙や大阪市内にある高校にとりして身近な政策であった大阪都構想を題材に研究を行った。

### 2. 研究手法

#### 《実験1》

インターネット上にあった都構想に関するデマと事実を混合させて我々が作成した5問の都構想○×クイズを高津生を大阪市内、市外に住んでいる人に分けて実施した。

#### 《実験2》

高津高校の生徒を対象に普段使うSNSとそこから政治に関する情報を得た事があるかについてアンケートを実施した。

※最もよく使うSNSとは一番利用時間の長いものを指す

### 3. 結果

高津高生を対象に政治に関するアンケートを実施した。

#### 《実験1》

#### 1.大阪市内に住んでいる生徒

Q1.大阪府は都構想が可決されるとともに、大阪都に名称変更にする予定だった。

正解43.6%不正解56.4%

Q2.税金の値段は変わらず、大阪市民の税金の納付先が大阪府に変わる。

正解75.2%不正解24.8%

Q3.特別区の区役所の数が4つになるので、住む地域によって遠い区役所が自分の地域のものに指定される可能性もある。

正解30.7%不正解69.3%

Q4.大阪府は赤字だから大阪市との財政を一元化することで、黒字に変えようとしている。 正解78%不正解22%

Q5.大阪都構想を行うことでできる特別区は都構想の施行以前よりも権限と予算が減る。

正解42.3%不正解57.7%

## 2. 大阪市内に住んでいる生徒

Q1. 大阪府は都構想が可決されるとともに、大阪都に名称変更にする予定だった。

正解38.8% 不正解61.2%

Q2. 税金の値段は変わらず、大阪市民の税金の納付先が大阪府に変わる。

正解55.2% 不正解44.8%

Q3. 特別区の区役所の数が4つになるので、住む地域によって遠い区役所が自分の地域のものに指定される可能性もある。

正解31.3% 不正解68.7%

Q4. 大阪府は赤字だから大阪市との財政を一元化することで、黒字に変えようとしている。 正解79.1% 不正解20.9%

Q5. 大阪都構想を行うことでできる特別区は都構想の施行以前よりも権限と予算が減る。

正解44.8% 不正解55.2%

不正解者の割合が正解者の割合よりも多かった問題はどちらも5問中3問だった。大阪市内と市外で大きな正答率の差はなく、理解度に大きな差はなかった。

## 都構想クイズの得点の分布

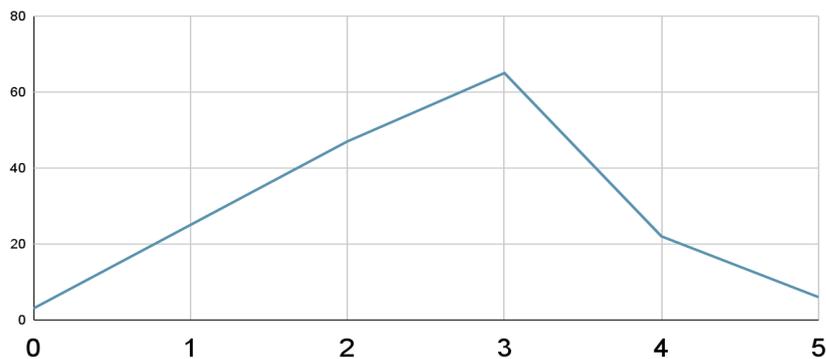
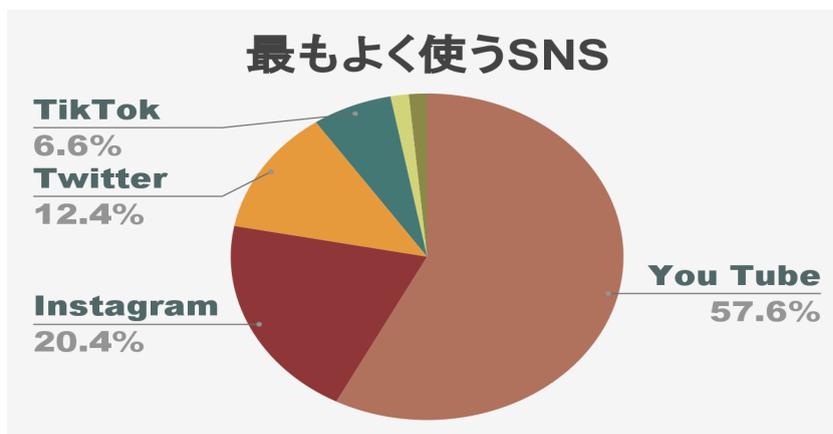


図 1

### 《実験2》

生徒に普段使われているSNSは多い順からYou Tube、Instagram、Twitter、TikTokであった。また、168人中98人(58%)の人がSNSで政治家が発信する情報を見たことがあると答えた。その中で自分から情報を調べた人は41人。また、選挙ドットコムより、国会議員のインターネット利用は多い順から Facebook(93%)、Twitter(79%)、YouTube(75%)



#### 4. 考察

実験結果から、高校生の使うメディアの中心はInstagramとYouTubeが主で政治家が使うのは、FacebookやTwitter、Youtubeが中心で、若者と利用する媒体が同じものもあったが、政治化の使用率が一番高いFacebookを利用する生徒は1.8%であったため高校生が同じメディアから情報を受け取ることが難しいと考える。また、政治についてある程度の知識はあるが、間違った知識を得てしまっていることもあると考えられる。

#### 5. 結論

調査から、政治家が若者の利用するSNSの媒体が異なっているため様々な媒体のSNSを積極的に利用することで、より若者の目に入る機会が増え、政治家や政党の知名度を上げることにつながる。また、大阪都構想についてのクイズは、設問数が5問と少なかったため、より細かく問題数をふやすことにより正しいデータを取る余地はあると考えた。また一方で選挙権をまだ持たない若者の政治的関心には本校だけでなく、同年代が対象となる大きな問題であると考えた。

#### 6. 参考文献ならびに参考Webページ

大阪市(2020)『特別区設置住民における年齢別投票行動調査の結果について 2022.1.11 選挙  
ドットコム(2021)『国会議員が一番使っているSNSメディアは一体何？！国会議員SNSメディア  
利用度調査』2022.1.11