

第8章 財政支出と政治、利益集団、マスメディアとの関係について

社会保障関連支出を例にあげて

横山 彰

(中央大学総合政策学部教授)

1. はじめに

今日の先進諸国では、国民経済に占める政府の経済活動の比重が大きく、いわゆる「大きな政府」になっているばかりか、大きな財政赤字を抱えている。なぜ財政赤字を抱えた大きな政府になるのかについては、貝塚(1999)や横山(1999)などが整理しているように、さまざまな研究蓄積がなされている。

本稿の目的は、これらの研究蓄積を踏まえつつ、社会保障関連の財政支出と政治と利益集団とマスメディアの諸関連について公共選択論の視点から考察し、その諸関係を明らかにするための一次的接近として都道府県財政における老人福祉費について簡単な実証分析を行うことである。

財政支出と政治と利益集団の諸関係は、財政支出と政治、財政支出と利益集団、政治と利益集団の3つの関係からなり、それぞれの関係については公共選択論を中心とした新しい政治経済学から多くの接近がなされている。他方、マスメディアが財政支出と政治と利益集団とどのような相互関連を持っているかについては、マスメディアと政治との関係については政治的コミュニケーション理論を中心に多くの研究がなされているが、その他の諸関係についての研究は少ない。

本稿の構成は、以下の通りである。次の第2節では、大きな政府を説明する諸理論から政治的要因と考えるものを取り上げ、財政支出と政治の関係について考察する。次いで第3節は、利益集団の献金活動やレント・シーキング活動や投票行動を中心に、政治と利益集団の関係について考察する。そして第4節は、政党や利益集団がどのようにマスメディアを利用するかを明らかにしつつ、マスメディア自身が政治や利益集団にどのような影響を与えるのか考察する。こうした財政支出と政治と利益集団とマスメディアの諸関係を

踏まえて、第5節では都道府県の老人福祉費を事例にした簡単な実証分析を行う。そして第6節では、本稿の要旨をまとめ、今後の研究の方向について示唆する。

2. 財政支出と政治

大きな政府を説明する理論として、リベック (Lybeck, 1988: 30-35) は次の12の理論 (括弧内は加筆) を取り上げている。

- (1) ワグナー法則1: 社会の再構築 (産業化社会への転換)
- (2) ワグナー法則2: 所得弾力的な (公共サービス) 需要
- (3) ピーコック=ワイズマンの転位効果
- (4) 価格非弾力的な (公共サービス) 需要とポーモルの病気
- (5) 所得再分配 (中位投票者の所得再分配需要)
- (6) 利益集団
- (7) 財政錯覚と徴税の容易さ
- (8) 政治的景気循環論と政治的意思決定
- (9) 官僚制
- (10) 投票者としての官僚
- (11) 政党 (党派型政党行動) のインパクト
- (12) 集権 (連邦主義の影響)

これら12の理論で政治的要因と考えられるのは、(5) から (12) である。有権者、利益集団、政治家、政党、官僚といった個別主体の利己的行動に焦点を当てた財政支出膨張論については、貝塚 (1999) なり横山 (1999) で整理されている。これらの理論は、各々が単独で大きな政府の出現を説明することより、むしろ相互に補完し合い大きな政府を説明している。例えば、中位投票者の行動は、財政錯覚や政治的意思決定や投票者としての官僚などと密接に関連を持つし、労働組合といった利益集団の行動は、社会主義政党のような党派型政党の政策を後押しするなどの関連がある。また、(12) の集権つまり連邦財政主義と財政支出規模の関係も、裁量的財政余剰の最大化を目指す地方政府や官僚の行動から説明することもできる。

本節では、社会保障関連の財政支出増大を、(5) から (12) までの理論の組み合わせか

ら、どのように説明できるか考察を加える。

社会保障関連支出は、保険機能とともに所得再分配機能を果たしている。そこで、中位投票者の所得再分配需要で、社会保障関連支出の増大を説明してみよう。中位投票者とは、投票者の選好分布の中位値に選好が位置している投票者である。この中位投票者が望む選好水準が、単純多数決ルールのもとでは、直接民主主義の場合と同様に政治的競争が存在する間接民主主義で決まる結果となる。これが、中位投票者定理といわれるものである。中位投票者の所得再分配需要で社会保障関連支出の増大を説明するとすれば、中位投票者の人口統計学的属性を特定化する必要がある。とりわけ、中位投票者がどのような年齢階層や所得階層に属するかが重要になる。投票者の年齢分布が高年齢層に偏るようになると、中位投票者は相対的に高齢者となるので、高齢者福祉の公共サービス水準が高くなり社会保障関連支出が増大する。このとき注意すべきは、高齢者ほど棄権せず投票する確率が高いとすれば、有権者の年齢分布よりも投票者の年齢分布の方が高年齢層により偏ることになる点である。つまり、高齢者ほど棄権せず投票する確率が高いとすれば、高齢化が進展するほど中位投票者は高年齢層に属するようになり、高齢者福祉関連の財政支出が増大するようになる。

さらに、高齢者福祉関連の財政支出が増大するようになると、高齢者福祉関連の公共サービスに従事する公務員ないし官僚が増え、投票者としての官僚行動によって、高齢者福祉関連の公共サービスに対する中位投票者の最適水準は増大する。その結果、高齢者福祉関連の財政支出がますます増大するようになる。こうした官僚の投票行動による公共サービス水準の増大は、ポーチャーディングらによって説明されたものである（横山 1999: 133-136）。

また、高齢者福祉関連の公共サービスの受益と負担に関して財政錯覚が存在して、財政錯覚によって投票者の知覚する便益が高くなるか投票者の知覚する費用負担が低くなれば、高齢者福祉関連の公共サービスに対する中位投票者の最適水準は増大して、高齢者福祉関連の財政支出が拡大することになる。高齢者福祉関連の公共サービスの受益については、核家族化と少子化が進展するほど、要介護期間が長くなるほど、親子の絆が弱まるほど、その期待値や知覚値が高まると考えられる。他方、その費用負担については、保険料や租税の直接負担を引き下げよう公債依存体質になればなるほど、また高齢者ほど費用負担が低くなるような保険制度や税制であればあるほど、その期待値や知覚値が低くなる。こうした財政錯覚の存在は否定できないとすれば、高齢者福祉関連の財政支出は、なお一

層増大することになる。

さらに、政治的景気循環の関連でいえば、政権党は政権を維持するために選挙前に拡張的なフィスカル・ポリシーを実施して失業対策を行う。失業対策としては、減税や公共事業の増大だけでなく、法制化や制度化されていない社会保障関連の裁量的な財政支出もなされる。一時的に予算化された裁量的な社会保障関連支出が、その後に景気が回復しても削減されずに制度化され恒常化されると、高止まりすることになる。これは、戦争などを引金にもたらされるピーコック＝ワイズマンの転位効果とある種同じような歯止め効果であるが、その引金は政権党の選挙対策としての拡張的フィスカル・ポリシーである。

次に、連邦財政主義と財政支出規模の関係から、社会保障関連支出について検討してみよう。いま、同一の社会保障関連の公共サービスについて各地方政府が競い合いながら、それぞれの裁量的財政余剰の最大化を目指している場合を考える。このとき、各地方政府が結託をして独占的な供給をした場合の総予算規模と、各地方政府が寡占的競争状況の下で他の地方政府の最適供給水準を所与に自らの最適供給水準を決めるとき実現するナッシュ均衡における総予算規模は、いずれが大きいのかについて、横山（1999: 145-152）は検討を加えている。もし公共サービスの需要関数が線型で、その公共サービスの限界費用が一定であるならば、どちらの総予算規模の方が大きいかは、地方政府の数と当該公共サービスの限界費用、及びその需要関数のパラメーターの大きさに依存する。具体的には、地方政府の数が多いほど、公共サービスの限界費用が低いほど、また公共サービスの需要曲線が縦軸と交わる切片が高いほど、言い換えれば公共サービスの第1単位目の限界評価が高いほど、連邦主義に基づき地方政府間の競争を強めると小さな政府になり、逆に地方政府間の競争が弱まり地方政府が結託して中央集権的になると大きな政府となることが示唆される。

3．政治と利益集団

利益集団は、政治のチャンネルを通して自らの私的利益を追求しようとする。利益集団が政治過程で追求する私的利益には、政府の規制や財政支出や租税特別措置などの金銭的利益と、環境政策など自らのイデオロギーを実現することから得られる非金銭的利益がある。こうした利益集団の行動についての経済分析には、選挙に直面する政治家ないし政党

に対する利益集団の献金活動やロビー活動の分析、規制を求めるレント・シーキング活動の分析などがある。

井堀・横山(1998)は、利益集団のロビー活動ないし政治活動を明示的に取り扱い、2段階ゲームの枠組みの中で、連立政権における政党間競争の帰結を二大政党システムと比較する形で分析した。これは2つの政党とそれぞれの政党を支持する2つの利益集団をゲームのプレーヤーとするモデルで、各利益集団は政権政党が実施する政策を自分たちの望むようなものに近づけるために、それぞれの支持する政党の議席シェアを高めるような政治献金や選挙運動などのロビー活動なり政治活動を行うものと想定し、利益集団の政治活動に関して次のようなことを明らかにしている。

利益集団の政治活動には戦略的補完関係があり、ある利益集団の政治活動の限界費用が増大すると、いずれの利益集団の政治活動も減少する。「政治活動を行うことの機会費用が増大すれば、政治活動の限界費用が増大することになるだろう。たとえば、経済成長で賃金所得が増大したり、政府による福祉プログラム充実でレジャーの限界便益が増大したりすれば、政治活動の機会費用が大きくなる。一般に政治活動の機会費用は、若い勤労世代よりも引退した高齢世代の人々の方が低く、また1人当たり所得の高い都市の住民よりも1人当たり所得の低い農村の住民の方が低い」(井堀・横山1998:46)ので、高齢人口比率の高い農村地域の方が政治活動の限界費用が低く投票率も高くなり、高齢者福祉関連の公共サービスもより増大することになるといえる。また、井堀・横山のモデル分析では、政策の変化に対する利益集団の関心が低く(高く)なれば、利益集団の政治活動が低下(増大)することになることも示されている。「人々が豊かになり所得が上昇すれば、政府の租税移転プログラムのわずかな変化に対する人々の関心は低くなる。しかし、人々が貧しくなり、所得が減少すればするほど、政府の再分配政策に対する人々の関心は高まり、その政策の変化」(井堀・横山1998:46-47)をもたらすような政治活動は増大する。「このことは、平均所得がさほど高くない農村地域において、人々がなぜ政治活動に熱心で、再分配効果の高いさまざまな公共政策に依存しているのかを、かなりの程度説明しているのである」(井堀・横山1998:47)。

こうした井堀・横山(1998)による利益集団の政治活動に関する理論モデルからは、高齢人口比率の高い選挙区で投票率が高く、平均所得の高い都市の選挙区で投票率が低くなるというような仮説が得られる。これらの仮説は、ダウンス(Downs 1957)以降の合理的投票者仮説によっても示唆される。それは、投票することから得られる期待便益が投票

費用よりも大きければ投票する、という仮説である。ある有権者にとっての投票の期待便益は、「手段としての便益」と「表現としての便益」からなる。「手段としての便益」とは、自分が1票投ずることで選挙結果を変えうることから得られる便益、言い換えれば選挙結果に影響を及ぼす手段としての投票がもたらす便益である。この手段としての便益は、自分の1票が選挙結果を変えうると考える主観的確率の大きさと、自分の望む選挙結果になったとき得られる期待効用との積で与えられる。また、「表現としての便益」とは、投票行為そのものから得られる便益や、投票を通して自らの感情表現をすることから得られるような便益をいう。

利益集団の年齢・所得などの人口統計学的属性やイデオロギーなどの党派的属性により、投票の期待便益も投票費用も大きく異なる。例えば、ある宗教やあるイデオロギーを強く信奉する有権者は、党派型有権者ともいわれ、自分の望む選挙結果になったとき得られる期待効用が極めて大きく、しかも表現としての便益も大きいと考えられる。また上述したように、引退した高齢者は若い勤労世代に比べ投票の機会費用が低く、投票行為そのものをレジャー活動の一つとして楽しむ可能性も高い。さらに、平均所得の低い利益集団ほど、投票の機会費用も低い。

合理的投票者仮説に基づくにせよ井堀・横山(1998)の仮説に基づくにせよ、高齢人口比率の高い選挙区で投票率が高く、平均所得の高い都市の選挙区で投票率が低くなるという仮説が成立するか否かは、実証的に検証する必要がある。これらの仮説を含めた投票率の7つの仮説について、Yokoyama and Kotake(2000)は、日本における1996年の衆議院議員総選挙の小選挙区結果を用いて実証的に検証した。その検証結果としては、高齢人口比率の高い選挙区で投票率が高くなるという高齢投票者仮説と、平均所得の高い都市の選挙区で投票率が低くなるという仮説は、高齢有権者比率と人口密度が投票率をそれぞれt検定により1%有意水準と5%有意水準で有意に説明しているので支持された。

この高齢有権者仮説が成り立つことは、高齢者ほど棄権せず投票する確率が高いことを示唆する。とすれば前節で述べたように、高齢化が進展するほど中位投票者は高年齢層に属するようになり、高齢者福祉関連の財政支出が増大するようになる。また、高齢人口比率の高い地域ほど、高齢者福祉関連の公共サービス需要が増大し、高齢者福祉関連の財政支出が大きくなると推論できる。

4 . マスメディアの影響

マスメディアが財政支出にどのような影響を及ぼしているかについての研究は少ないが、政治とマスメディアの関係については、政治的コミュニケーション理論を中心に多くの研究がなされている。例えば、マスメディアのアジェンダ設定研究 (McCombs and Shaw 1972、岡田 1992、時野谷 1997、Norris et al. 1999) では、マスメディアによって大衆の政治争点が決められることを指摘している。つまり、マスメディアがニュースを通して政治争点の優先順位を決め、その優先順位が大衆の優先順位になるという指摘である。しかし、誰がニュースのアジェンダを設定するかは、あるいは誰が選挙戦における争点を決めるかは、ジャーナリストと政治家と大衆との競争ゲーム状況にあるという指摘もある (Dearing and Rogers 1996、Norris et al. 1999)。マスメディアのアジェンダ設定に関する仮説として、Norris et al. (1999 : 117-118) は次の 4 つを示している。

- (1) 夜のニュースで取り上げられるさまざまなトピック (税金や失業や年金など) にどれほど多くの時間が充てられるかで、視聴者の争点の優先順位が決まる。充当される時間が多イトピックほど視聴者の優先順位が高くなる。
- (2) 国内問題よりも外交問題の方が、マスメディアのアジェンダ設定力は高い。
- (3) 既に大衆の関心事となっているものよりも当初余り大衆の関心事となっていないものの方が、マスメディアのアジェンダ設定力は高い。
- (4) 視聴者の属性で、マスメディアのアジェンダ設定力は異なる。例えば、高等教育を受けなかった人ほど、党派性を持たない人ほど、政治に無関心な人ほど、マスメディアのアジェンダ設定力は高い。

以上のようなマスメディアのアジェンダ設定力を認識した政治家や政党は、マスメディアを通じた選挙キャンペーンを行い、自らの当選確率なり投票数の増大を目指す。利益集団は、自分たちの私的利益を増進させるような政治家の当選や政党の勝利を期待して、彼らに政治献金や労働サービスの提供を行う。利益集団の政治献金モデルは、ミュラー (Mueller 1989, 邦訳: 207-209) などが展開しており、政治家や政党がマスメディアを自己利益追求の手段として利用する際に利益集団が資金援助している姿を描いている。また利益集団も、自分たちの私的利益追求の道具として意見広告をマスメディアに出したり業界紙を発刊したりして、意図的な世論形成を試みる活動を行っている。

横山 (1994) に従い、原子力発電の促進や環境税の導入のように、ある公共政策につい

て賛否が強く対立している場合を考えてみよう。その政策が実施されたとき各人の期待純便益は、その本人の個人純便益だけでなく本人なりにウエート付けした社会の支配的純便益からなると想定しよう。ここでいう社会の支配的純便益とは、意見表明した人の個人純便益の中位値と考えてもよいし、あるいはマスメディアによるアンケート調査などによる個人純便益の平均値ないし中位値と考えてもよい。各人がこの社会の支配的純便益をどの程度カウントするかは、ウエート付けのウエートの大きさに依存する。このウエートがゼロの人は、自律型の人間で自分の価値判断に確信を持っている。公共政策の強硬賛成派も強硬反対派も、このウエートがゼロで自分の個人純便益が大きくプラスかマイナスの人々である。賛成派でも反対派でもなく沈黙の大衆ともいわれる一般の人々は、自分の個人純便益がゼロか不明で、社会の支配的純便益だけで賛否を判断する人々である。穏健賛成派と穏健反対派は、これ以外の人々で、個人純便益と社会の支配的純便益の合計である期待純便益がプラスかマイナスの人々である。この枠組みでは、強硬賛成派(強硬反対派)は、マスメディアを通して社会の支配的純便益をプラス(マイナス)にするような説得活動を、その限界便益と限界費用が一致する水準まで行うことになる。こうした説得活動が、パブリック・アクセプタンス(国民一般の受容ないし社会的受容)の獲得活動である。

以上の考察においては、マスメディア自体がいかなる目的関数をもっているのか、については全く触れていない。マスメディアの所有に注目すると、公的メディアと私的メディアに区分できる。公的メディアの行動は官僚行動として分析できるし、私的メディアは営利追求の企業行動として考察することができる。私的なマスメディア機関の所有者は、自らの党派的スタンスから情報をコントロールするように所有権を行使することもできる。ゴールディング＝マードック(P. Golding and G. Murdock, 1995)は、政治経済学の視点から、マスメディアの所有形態と公的規制の関係を考察している。彼らは、欧米においてマルチ・メディア・コングロマリットが市場支配力をいかに行使してきたか、またそれを制限するため国家がいかに介入してきたかについて論述している。さらに、国家がマスメディアの規制者としてだけでなく、マスメディアにおける発信者として行動する点も、指摘している。「政府が政策の展開において自らの考え方を推進することに熱心になることは必然的なことであり、また、立法上の指導力について適切な理解と支持が確実に得られるように熱心になることも必然的なことである。近年この熱意によってコミュニケーション活動は急速に成長し、1990年に政府はイギリス第二の広告主になった」(ゴールディング＝マードック 1995: 20)。

利益集団としての私的マスメディアは、党派的な自己実現のための報道と広告主の意向に従った報道を行うことの利害得失を考えながら行動するであろうし、公的規制やさまざまな公的な資金援助を獲得するようなレント・シーキング活動を行うであろう。こうした私的マスメディアの行動について厳密な経済分析を行うことは、今後の大きな研究課題になる。

5. 老人福祉費の実証分析

財政支出と政治と利益集団とマスメディアの諸関係については、前節までの考察である程度明らかになったので、本節では一次的接近として都道府県財政における老人福祉費について簡単な実証分析を行う。『平成 11 年度地方財政統計年報』によれば、都道府県財政における老人福祉費は、平成 9 年度決算で 1 兆 3106 億円であり、民生費の 35.7%、歳出合計の 2.5% のウエートを占めている。都道府県別の老人福祉費の特徴は、次の通りである。(1) 老人福祉費の絶対額では、東京・大阪が 65 歳以上の高齢人口とともに際立って大きな値である。(2) 高齢人口 1 人当たりの老人福祉費では、東京・沖縄・大阪・滋賀が高く、長野・静岡・京都・神奈川が低い。(3) 人口 1 人当たりの老人福祉費をみると、東京・島根・鳥取・鹿児島が高く、神奈川・埼玉・静岡・千葉が低い。

老人福祉費の絶対額、高齢人口 1 人当たりの老人福祉費、人口 1 人当たりの老人福祉費をそれぞれ被説明変数とする重回帰分析を統計解析ソフト JMP で行い、政治と利益集団とマスメディアが老人福祉費にどのような影響を及ぼすか検討した。老人福祉費データは上記の平成 9 年度決算データ、人口や世帯などのデータは総務庁統計局監修『都道府県の基礎統計 1998CD-ROM』の 1995 年データである。

(1) 老人福祉費の絶対額の重回帰分析

高齢人口が多いほど、高齢人口比率や高齢世帯比率が高いほど、平均世帯人数が低いほど、老人福祉費の絶対額は大きくなると考えられる。高齢人口比率や高齢世帯比率や平均世帯人数は、都道府県の地域特性を示す変数ともいえる。高齢世帯比率と高齢人口比率の相関は +0.678 と高く、高齢人口比率か高齢世帯比率のいずれかを説明変数とすればよい。高齢人口比率の方が有意であるので、高齢人口比率を説明変数とした。高齢人口比率と平均世帯人数の相関は +0.210 であり、多重共線性の問題は生じない。この重回帰分析結果

は、次のようになった。

$$\begin{aligned} \text{老人福祉費の絶対額 (億円)} &= - 337.6 + 11.5 \text{ 高齢人口 (万人)} + 1820.3 \text{ 高齢人口} \\ &\quad (- 0.75) \quad (9.61^*) \quad (1.76^{***}) \\ \text{比率} &- 42.5 \text{ 平均世帯人数 ; 調整済 } R^2 = 0.803 \\ &\quad (- 0.37) \end{aligned}$$

上の式を含め以下の回帰式において回帰係数に付された()内の数字は t 値で、上添*は 1%有意水準、上添**は 5%有意水準、上添***は 10%有意水準で有意であることを示す。高齢人口だけの単回帰分析もしておく、以下の通りである。

$$\begin{aligned} \text{老人福祉費の絶対額 (億円)} &= - 132.2 + 10.6 \text{ 高齢人口 (万人)} ; \text{調整済 } R^2 = 0.795 \\ &\quad (- 3.49^*) \quad (13.41^*) \end{aligned}$$

(2) 高齢人口 1 人当たりの老人福祉費の重回帰

$$\begin{aligned} \text{高齢人口 1 人当たりの老人福祉費 (千円)} &= 161.4 + 0.129 \text{ 人口 1 人当たり歳出} \\ &\quad (8.37^*) \quad (7.48^*) \\ \text{合計 (千円)} &- 348.0 \text{ 高齢人口比率} - 13.71 \text{ 平均世帯人数} - 0.241 \text{ 都道府県議会} \\ &\quad (- 3.56^*) \quad (- 2.18^{**}) \quad (- 2.56^{**}) \\ \text{投票率} &- 48.58 \text{ 日刊紙普及度 (一部当たり人口) の自然対数 ; 調整済 } R^2 = 0.662 \\ &\quad (- 3.75^*) \end{aligned}$$

高齢人口比率の回帰係数の符号は、マイナスで有意となった。これは、高齢人口比率が高いほど高齢人口 1 人当たりの老人福祉費が低くなることを意味するので、高齢人口 1 人当たりの老人福祉費がある種の費用逓減的性質をもつとも解せよう。他方、平均世帯人数については、意味ある検証結果を得た。つまり、平均世帯人数が大きくなると、高齢人口 1 人当たりの老人福祉費は有意に減少することが示されている。平均世帯人数が大きいことは、単身世帯が少なく複数世代同居の家族が多く家族の絆が強く、家族が伝統的な老人福祉サービス機能をいまま果たしていることを示唆しているからである。都道府県議会投

票率が高いほど、高齢人口 1 人当たりの老人福祉費が低くなるということが有意に示されているが、いまだ少し説明する必要がある。第 3 節で述べたように、高齢人口比率が高いほど投票率は高くなるという点は、この都道府県の事例でも都道府県議会投票率と高齢人口比率の相関係数は +0.638 であることから確認できた。これは、都道府県議会投票率と高齢人口比率を同時に説明変数とすると、多重共線性の問題が生ずる恐れがあることを示唆する。そこで、都道府県議会投票率を説明変数から除いた場合の結果を求めると、次のようになる。

$$\text{高齢人口 1 人当たりの老人福祉費 (千円)} = 175.9 + 0.136 \text{ 人口 1 人当たり歳出} \\ (8.98^*) \quad (7.52^*)$$

$$\text{合計 (千円)} - 479.5 \text{ 高齢人口比率} - 17.37 \text{ 平均世帯人数} - 47.92 \text{ 日刊紙普及度} \\ (- 5.42^*) \quad (- 2.66) \quad (- 3.48^{**})$$

(一部当たり人口) の自然対数 ; 調整済 $R^2 = 0.618$

マスメディアの影響を示すデータは入手困難であったので、『新聞年鑑』から日刊紙の都道府県別発行部数と普及度のデータを用いて分析した。この普及度は、一部当たりの人口であり、大都市を抱える都道府県ほど低い値になる。この普及度の指標は、新聞が普及して人口に対し新聞発行部数が多くなれば低くなる。この自然対数を説明変数としたのは、普及度そのままよりも t 値が高いことからだけではない。高齢人口 1 人当たりの老人福祉費を y とし普及度を x とし、被説明変数 y を x の自然対数で説明するとき求められる回帰係数を z とすると、y の x に関する弾力性は z/y で表せる。すなわち、高齢人口 1 人当たりの老人福祉費は大きくなればなるほど普及率の変化に感応しなくなる、といった想定がもっともらしいかも知れないからである。

(3) 人口 1 人当たりの老人福祉費の重回帰

同じような重回帰分析を行うと、以下の結果となる。

$$\text{人口 1 人当たりの老人福祉費 (千円)} = 15.02 + 0.020 \text{ 人口 1 人当たり歳出合計} \\ (5.53^*) \quad (7.84^*)$$

$$(\text{千円}) + 2.565 \text{ 高齢人口比率} - 2.546 \text{ 平均世帯人数} - 6.944 \text{ 日刊紙普及度}$$

(0.21) (- 2.81**) (- 3.63*)

(一部当たり人口)の自然対数；調整済 $R^2 = 0.761$

高齢人口比率は全く有意でないので、この式から除くと次の結果となる。

人口1人当たりの老人福祉費(千円) = 15.16 + 0.020 人口1人当たり歳出合計
(5.82*) (12.25*)

(千円) - 2.540 平均世帯人数 - 6.869 日刊紙普及度(一部当たり人口)の
(- 2.84**) (- 3.70*)

自然対数；調整済 $R^2 = 0.766$

この回帰分析結果でも、平均世帯人数は人口1人当たりの老人福祉費を有意に説明している。

以上の簡単な重回帰分析をどのように解釈し改善すれば、前節までに考察したような財政支出と政治と利益集団とマスメディアの諸関係を検証できるかは、今後の課題としたい。

6. おわりに

本稿は、社会保障関連の財政支出と政治と利益集団とマスメディアの諸関連について公共選択論の視点から考察し、一次的接近として都道府県財政における老人福祉費について簡単な実証分析を行った。実証分析を行うに際して、マスメディアの行動や影響を測ることのできるデータを入手することが困難であった。世論調査データ以外に、マスメディアの活動を把握できるデータには、どのようなものがあるのか。さらに、マスメディアに係るさまざまなアクターの目的関数は何か。マスメディアのアジェンダ設定は、財政政策だけでなく広く公共政策に関する世論を操作する可能性もある。

マスメディアの情報独占や党派的報道や権力に迎合する情報発信は、方法論的個人主義の視点からすれば個人合理性をもつが、公共選択論が明らかにしてきたように社会構成員全員にとって望ましい社会状態をもたらさない恐れがある。社会保障だけでなく公共事業

などの歳出活動と租税や公債などの歳入活動を通して実施される財政政策に対して、マスメディアが政治過程の中でどのように関与してきたのかについて実証的に解明することが、政府というリヴァイアサンとは別のもう一つのリヴァイアサンとなりうるマスメディアを鎖に繋ぐ制度を設計するために不可欠である。いかにしたらマスメディアに潜在的な競争圧力を与えるのか。大量の情報をもつ少数の情報独占者が僅かな情報しかもたない多数の人々に一方向的に情報発信する 20 世紀のマスメディア支配から、多様な情報をもつ多数の情報競争者が互いに情報発信し合いながら情報を共有して行く 21 世紀のインターネット支配に変化するとき、政治と利益集団とマスメディアの諸関係も変容し、21 世紀の財政政策のあり方も再検討が求められるのであろう。

21 世紀初頭、わが国の財政政策のアジェンダを設定するのは誰か。マスメディア、政治家・政党、官僚、有権者、利益集団なのか。こうした個々の特定の主体ではなく、各主体の相互作用の合いまった結果、ナッシュ均衡のごとくアジェンダが決まるとすれば、各主体間の諸関係をなお一層明確に解明する必要がある。

(参考文献)

- Dearing, J.W. and E. M. Rogers (1996), *Agenda-Setting*, Sage Publications.
- Downs, A. (1957), *An Economic Theory of Democracy*, Harper and Row, 古田精司監訳『民主主義の経済理論』成文堂 1980.
- ゴールドディング, P. = G.マードック (1995)「文化、コミュニケーション、そして政治経済学」J.カラン = M.グレヴィッチ編、児島和人・相田敏彦監訳『マスメディアと社会 新たな理論的潮流』勁草書房.
- 井堀利宏・横山彰 (1998)「連立政権における政治活動と効率性」『公共選択の研究』第 30 号: 43-49.
- 貝塚啓明 (1999)「公共支出と財政赤字 国際比較的視点から」『フィナンシャル・レビュー』第 50 号: 8-28.
- Lybeck, J. A. (1988), "Comparing Government Growth Rates: The Non-Institutional vs. the Institutional Approach," in J. A. Lybeck and M. Henrekson (Eds.), *Explaining the Growth of Government*, North Holland.
- McCombs, M. E. and D. L. Shaw (1972), "The Agenda-Setting Function of the Mass

- Media,” *Public Opinion Quarterly*, 36: 176-187.
- Mueller, D. C. (1989), *Public Choice II*, Cambridge University Press, 加藤寛監訳 『公共
選択論』 有斐閣 1993.
- Norris, P., J. Curtice, D. Sanders, M. Scammell, and H. A. Semetko (1999), *On
Message: Communicating the Campaign*, Sage Publications.
- 岡田直之 (1992) 『マスコミ研究の視座と課題』 東京大学出版会.
- 時野谷浩 (1997) 「政治的コミュニケーション理論に見る投票行動」 白鳥令編 『選挙と投票
行動の理論』 東海大学出版会.
- 横山彰 (1994) 「環境税のパブリック・アクセプタンス」 『日本経済政策学会年報』 XLII:
65-68.
- 横山彰 (1999) 「大きな政府 政府はなぜ大きくなるのか」 加藤寛編 『入門公共選択<改訂
版>』 三嶺書房.
- Yokoyama, A. and H. Kotake (2000), “The Determinants of Voter Participation under
Japan’s New Electoral System,” 『公共選択の研究』 第 33 号: 3-9.