

第 55 回共同調査（2022 年参院選） 総合報告書

（公社）国際経済労働研究所労働政治研究事業部

2023/6/30

目次

1	本調査および本報告書について	4
1.1	第 55 回共同調査のコンセプト	4
1.2	第 55 回共同調査の概要	4
1.3	本報告書について	5
1.4	調査協力者の構成	6
2	2022 年参院選時の組合員の生活状況	7
2.1	生活実感の悪化	7
2.2	組合活動との接点の減少	8
3	組合員の投票行動——全体の傾向	10
3.1	投票率は微増にとどまるが、組織間の差は縮小	10
3.2	推薦候補者の認知度は低下傾向	11
3.3	働きかけの減少と推薦候補者の認知度低下との関連	12
4	組合員の投票状況——属性別	14
4.1	ジェンダー間・年齢層間の差は変わらず	14
4.2	働きかけと推薦候補者認知度の関連	16
4.3	非正規労働者に届きづらい働きかけ	17
5	組合員と選挙運動との関わり	18
5.1	対面的接触の減少と新たな関わりの創出	18
5.2	選挙運動との関わりの偏り	19
6	組合活動に関する意識と行動	21
6.1	集団的な問題解決力への信頼と活動への関わり	21
6.2	集団的な問題解決力への信頼と職場の文化	22

7	政策に関する意識のばらつき	25
8	選挙運動とソーシャルメディア	26
8.1	ソーシャルメディアは誰に・どのように使われていたか	26
8.2	〔補論〕全国比例区においてソーシャルメディアに「効果」はあったか	28
9	これからの政治活動に向けて	30
9.1	コロナ禍の選挙から見える課題と希望	30
9.2	日ごろの組合活動をつうじた政治活動への信頼の強化	31
9.3	インクルーシブな政治活動の構築	32
9.4	サステナブルな政治活動に向けて	32
10	質問項目一覧	34
11	図表	40
11.1	Q1：あなたは、投票に行きましたか。	41
11.2	Q2：投票に行かなかった理由としてもっともあてはまるものを1つ選んでください。	42
11.3	Q3：今回の参議院選挙の選挙区で、あなたはどの政党の候補者に投票しましたか。	43
11.4	Q4：今回の参議院選挙の比例代表で、あなたはどの政党の候補者またはどの政党に投票しましたか。	44
11.5	Q5：比例代表での投票では、候補者の名前と政党の名前、どちらを記入されましたか。	45
11.6	Q6：今回の参議院選挙で投票されたとき、比例代表の投票で候補者の名前を書けることをご存知でしたか。	46
11.7	Q7：あなたは、所属する労働組合が推薦する候補者または政党に、投票しましたか。	47
11.8	Q8：あなたが比例代表で投票した候補者（または政党）について、次にあげることはどれくらいあてはまると思いますか。	49
11.9	Q9：2019年に行われた前回の参議院選挙の比例代表では、あなたは、所属する労働組合が推薦する候補者または政党に投票しましたか。	56
11.10	Q10：今回の参議院選挙に際して、労働組合の関係者から、特定の候補者や政党に投票してほしいというような働きかけを受けましたか。	57
11.11	Q11：組合からの働きかけについて、次のことはどれくらいあてはまりますか。	58
11.12	Q12：次にあげることは、あなたにあてはまりますか。	60
11.13	Q13：あなたがふだん、次のような手段を使って政治家や選挙、政治について見聞きする機会は、どれくらいあると思いますか。	67
11.14	Q14：今回の投票先とは関係なく、普段、あなたはどちらの政党を支持していますか。	71
11.15	Q15：あなたは、前回の衆議院選挙の比例代表で、どちらの政党に投票しましたか。	72
11.16	Q16：あなたは、次の政党にどれくらい好感をもっていますか。	73
11.17	Q17：政治や社会に関する次の考え方や意見に関して、それぞれ、あなたのお考えにもっとも近いものを1つずつ選んでください。	78
11.18	Q18：過去1年を振り返って、次のような活動に参加する機会がありましたか。	91
11.19	Q19：労働組合にかんする次にあげるような事柄について、あなたはどのように思いますか。	96

11.20	Q20：現在のあなたの働き方について、次のことはどれくらいあてはまると思いますか。 . . .	106
11.21	Q21：あなたがよく話をする人たちのなかで、政治家や選挙、政治について話をする人は何人 くらいでしょうか。	110

1 本調査および本報告書について

1.1 第 55 回共同調査のコンセプト

第 55 回共同調査（以下、本調査）は、第 26 回参議院議員選挙に関する労働組合の政治活動を振り返ること、およびそれを通じてこれからの運動にたいする示唆を得ることを目的とし、全国の労働組合員の協力のもと実施されました。調査設計、調査票の配布・回収、回答への協力といったあらゆる面において組合員の皆様から多大なご尽力をいただいたことに、この場を借りて御礼を申し上げます。

単なる実態把握にとどまらず、これからの運動に調査結果を活用するという観点から考えるならば、調査において注目すべきなのは「**組合が日ごろの運動を通じて変えることができるもの・こと**」です。たとえば、「若年層は政治にたいする関心が希薄だ」という「実態」が把握できたとしても、「なぜ関心が希薄なのか」が調査を通じて明らかにならなければ、有効なアクションは起こせません。さらに、「なぜ関心が希薄なのか」にたいする答えが「〇〇世代は子どもの頃から……だから」といった変えようのない要因に注目するものであれば、これもまた「どうしようもないこと」で終わってしまいます。私たちは、**これからの運動によって変えていける領域に答えを探す必要がある**のです。本調査には、一見したところ政治に関係が薄いように見える質問項目も含まれますが、これは以上で述べた問題意識によるものです。

1.2 第 55 回共同調査の概要

1.2.1 調査概要

- 調査期間：2022 年 7 月中旬～10 月上旬
 - － 各組織における調査期間は 1.5～2 ヶ月程度であったが、開始時期が組織によって異なるため、共同調査全体としては 3 ヶ月ほどにわたって調査が実施された。
- 調査方法：紙の調査票もしくはウェブ調査（いずれも自記式、無記名）
 - － 組織によって、紙の調査票のみで実施、ウェブ調査のみで実施、紙の調査票とウェブ調査のハイブリッドのいずれかを採用。
- 有効回答数：
 - － 回収された回答のうち、すべての項目に無回答であったケース、および（ウェブ調査の場合）ネットワークエラーなどにより正常にデータが記録されなかったケースは、無効票として除外された。
 - － 回答数が目標回収数を上回った組織が存在したため、該当する組織については、分析に用いる回答数が目標回収数に一致するよう回答数を調整した。

1.2.2 共同調査データについて

- 参加組織：全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟、日本郵政グループ労働組合、全日本自動車産業労働組合総連合会、日本教職員組合、全国電力関連産業労働組合総連合に加盟する、全国約 170 の労働組合。
- 有効回答数：109870
- 共同調査データの作成にあたっては、組織によって配布数および回収率が大きく異なり、回収されたデータをそのまま使用すると特定の組織の特徴が過大に反映されてしまうため、各組織の組織規模が参加

組織全体に占める構成比率に合致するよう、回答数を調整した。その結果として、本報告書で使用される共同調査データの回答数は 31557 件となる。

1.3 本報告書について

本報告書では、とくに注意が必要な調査結果に焦点をあてて分析を掘り下げるため、各質問項目についての集計は「図表」のセクションに譲り、本編では一部の集計のみを取り上げて記述するとともに、必要に応じて基礎的な属性別集計よりも細かな分析の結果を掲載しています。

一部の質問項目では組織によって選択肢が異なったり、一部の組織で使用していない質問項目があったりするため、共同調査データの作成において選択肢を統合したり、質問項目を削除したりしていることがあります。

1.3.1 2019 年調査（第 53 回共同調査）データについて

本報告書では、一部の分析において 2019 年参院選時の共同調査（第 53 回共同調査）のデータも使用しています。ただし、下記に示す調査概要のとおり、**2019 年と今回では参加組織が一部異なっているため、単純に両調査の集計値を比較することで労働組合員の意識や行動の経年的な変化を把握することはできない**、という点にご注意ください。

- 参加組織：全国繊維化学食品流通サービス一般労働組合同盟、日本郵政グループ労働組合、全日本自動車産業労働組合総連合会、日本私鉄労働組合総連合会、日本教職員組合に加盟する、全国 140 の労働組合。
- 有効回答数：82232
- 共同調査データの作成にあたっては、今回調査と同様、各組織の組織規模が参加組織全体に占める構成比率に合致するように回答数を調整した。その結果として、本報告書で使用される 2019 年共同調査データの回答数は 28944 件となる。

1.3.2 組織別データについて

前項で言及されているとおり、2019 年調査と今回の調査では参加組織が異なるため、直接的な比較が難しいことがあります。また、今回調査のデータに限って見ても、多くの組織のデータを統合しているため、**共同調査データのみでは組織間のばらつきが把握しづらいところ**もあります。これらの問題に対処するため、一部の箇所では共同調査データとして統合する前段階の組織ごとの完全なデータを用い、ヒストグラムや散布図を使って全体の傾向とともにばらつきまで把握できるようにしています。

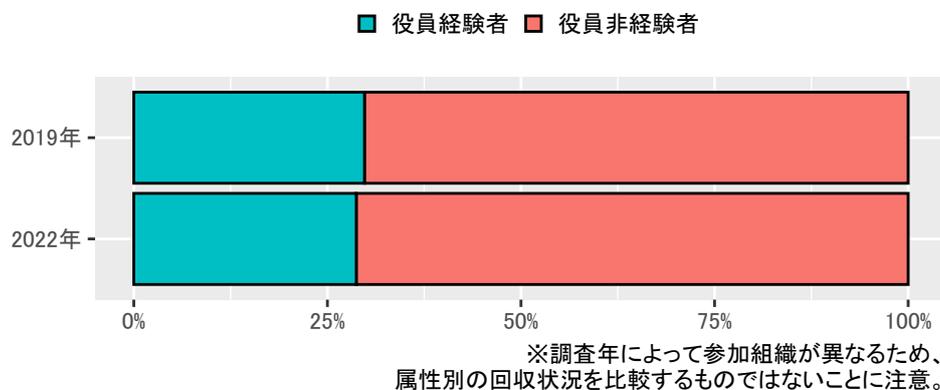
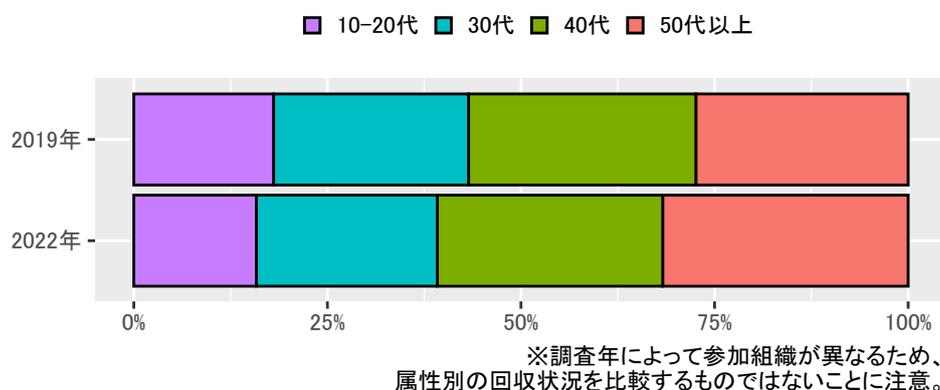
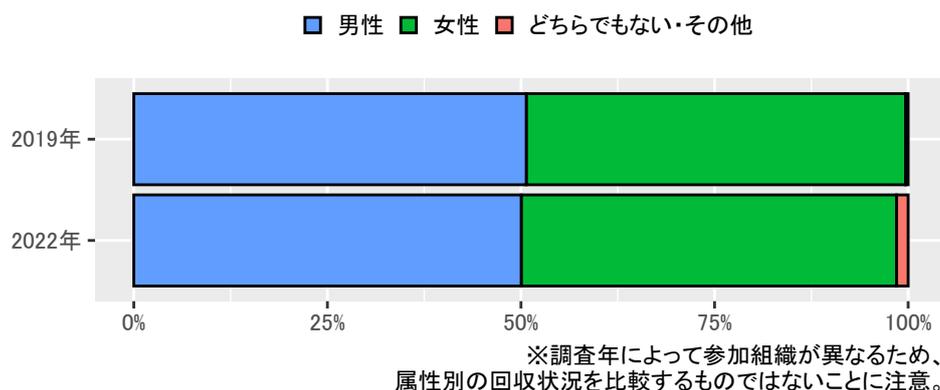
組織別データの算出にあたっては、「今回の共同調査において報告書を作成した組織」を基準としています。したがって、一つの組合でも支部ごとに報告書を作成した場合は支部単位、複数の組合が参加していても労連全体で一つの報告書を作成した場合は労連単位で、数値が算出されています。それぞれの図表において、当該質問項目が採用されていない、前回調査に参加していないなどの事情により値が欠損している組織は、分析の対象外としています。

なお、組織別データを使用する目的は、あくまで今回の共同調査における参加組織全体の傾向とばらつきを可視化するためですので、各組織の組織名や具体的な値は、本報告書においては開示しません。

1.4 調査協力者の構成

先述のとおり、前回調査とは参加している組織が異なるため、調査協力者の構成が調査間で異なっていると
しても、前回に比べてある層における回収状況が改善されたといったような比較はできません。あくまで、調
査結果を前回調査と比較する際の背景情報として、調査協力者の構成を示します。

調査協力者の構成は、年齢層についてのみ、顕著な差があるとはいえないものの、年齢構成がやや高いほう
にシフトすることで差が生じています。

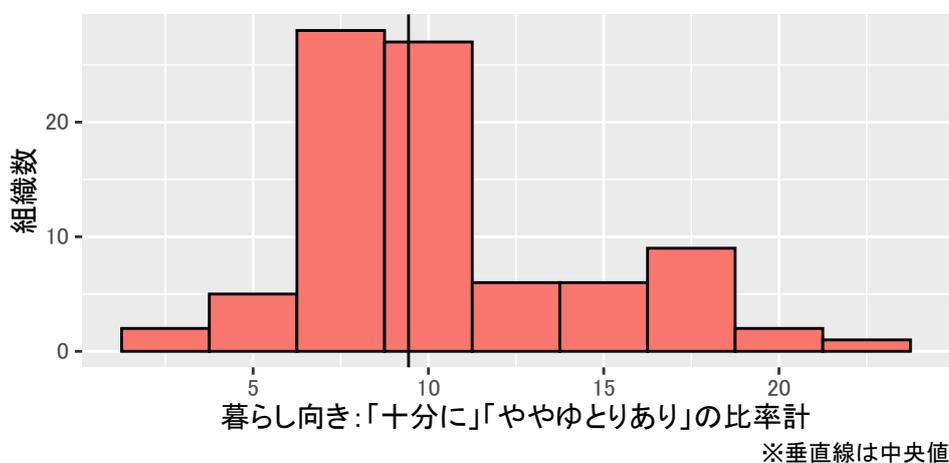


2 2022 年参院選時の組合員の生活状況

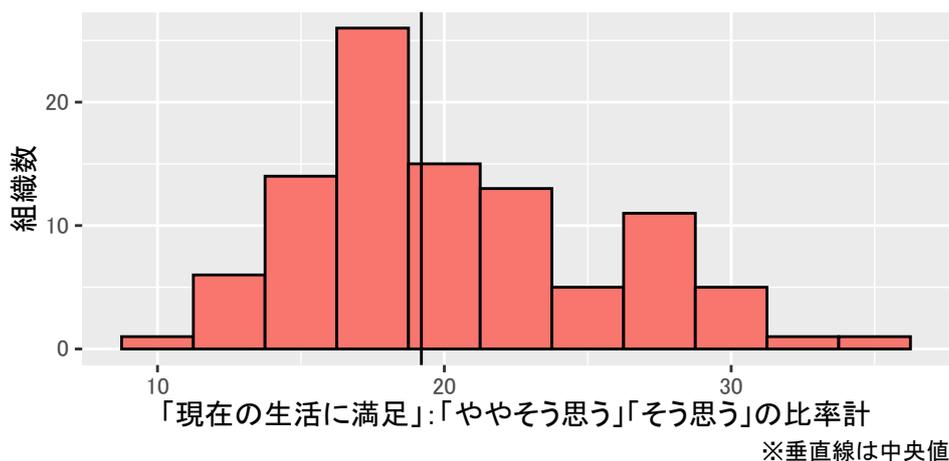
2.1 生活実感の悪化

投票状況の分析をおこなう前に、本調査に協力した組合員の生活状況がどのような状態であったかを、簡単に確認します。

各組織において「暮らし向き（日ごろの生活のゆとり）」に関して「ややゆとりがある」もしくは「十分にゆとりがある」と回答した組合員の比率を算出し、分布を示したものが下図です。「ややゆとりがある」まで含め、生活にゆとりがあると感じている組合員の比率の中央値は10%を下回り、多くの組織において、組合員は生活にゆとりがあるとは感じられていないことが見て取れます。

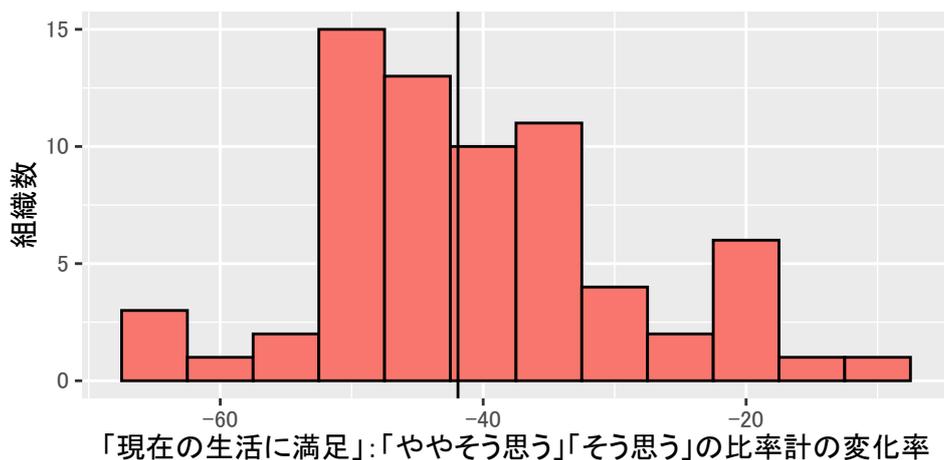


また、「私は、現在の生活にたいへん満足している」という質問にたいして、「ややそう思う」ないし「そう思う」と回答した組合員の比率は、半数以上の組織において20%を下回りました（下図）。



「現在の生活にたいへん満足している」と感じている組合員が20%弱という数値そのものは、「高い」とも「低い」とも解釈できますが、少なくとも2019年調査に比べて低下していることは間違いありません。下図は、

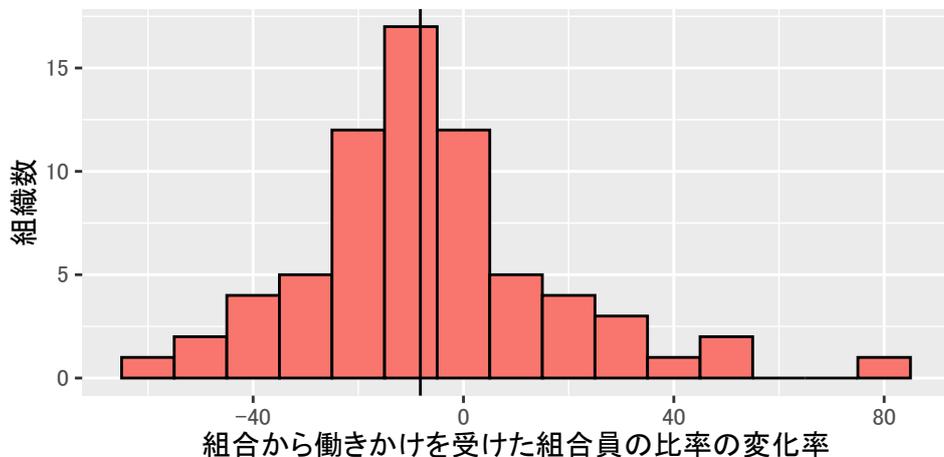
各組織について、「私は、現在の生活にたいへん満足している」という質問にたいして「ややそう思う」ないし「そう思う」と回答した組合員の比率が、2019年調査からどれだけ変化したかを示したものです（たとえば、ある組織において2019年の値が30%で2022年の値が24%であった場合、その組織における変化率は $100 \times (24 - 30) / 30 = -20\%$ と計算されます）。下図より、すべての組織において「私は、現在の生活にたいへん満足している」と答える組合員の比率が多かれ少なかれ低下したことが分かります。この3年間における社会情勢の不安定化や物価変動が組合員の生活実感を悪化させていることは、ほぼ間違いがないでしょう。



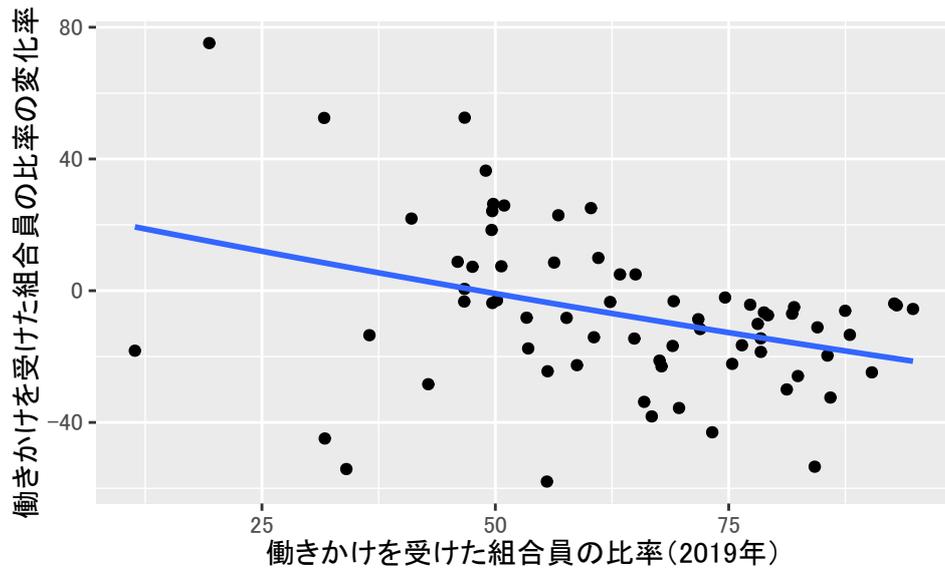
2.2 組合活動との接点の減少

今回の選挙は、新型コロナウイルス感染症の影響によって対面的な接触が制約されるという特殊な状況下の選挙でした。調査結果からは、この状況が労働組合の選挙運動にたいしてもいくばくかの影響を与えていることがうかがわれました。

まず下図は、選挙に際して組合から働きかけを受けたと回答した組合員の比率が、各組織で2019年に比べてどのように変化したかを示したものです。中央値は負の値であり、半数以上の組織において、2019年よりも働きかけを受けた組合員の比率が下がったことが分かります。



もっとも、上図では、一部の組織においては働きかけを受けた組合員の比率が上がっていることも示されています。しかしこれは、2019年調査で働きかけを受けた組合員の比率が低かった組織において、ある程度の比率の上昇があったためです。2019年調査における働きかけを受けた組合員の比率と、働きかけを受けた組合員の比率の変化率との関係を見ると（下図）、**2019年でも50%以上の組合員が働きかけを受けていた組織では、ほとんどがマイナスの変化率を示しています。**2019年時点でもある程度の規模で選挙活動を展開していた組織では働きかけが鈍化した傾向にあること、それが特定の組織に限った減少ではないことから、組合の選挙運動にも新型コロナウイルス感染症の影響が及んでいたものと推測されます。

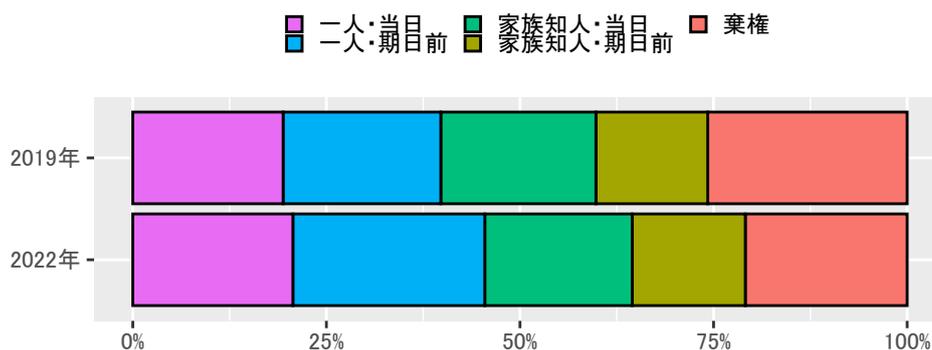


3 組合員の投票行動——全体の傾向

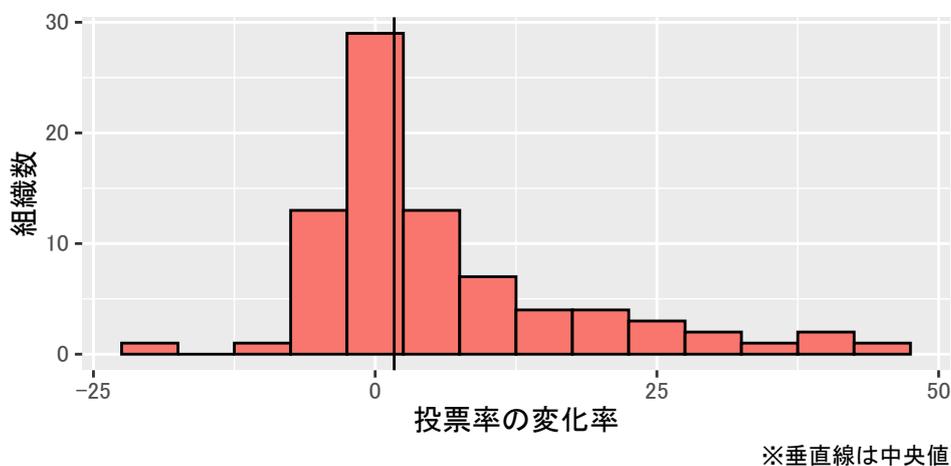
3.1 投票率は微増にとどまるが、組織間の差は縮小

組合員の投票率は2019年の74.2%に比べて、今回調査では79.1%と約5ポイント高く、共同調査全体で平均的に見るかぎり、組合員の投票率はやや上昇しているといえます。

あなたは、投票に行きましたか

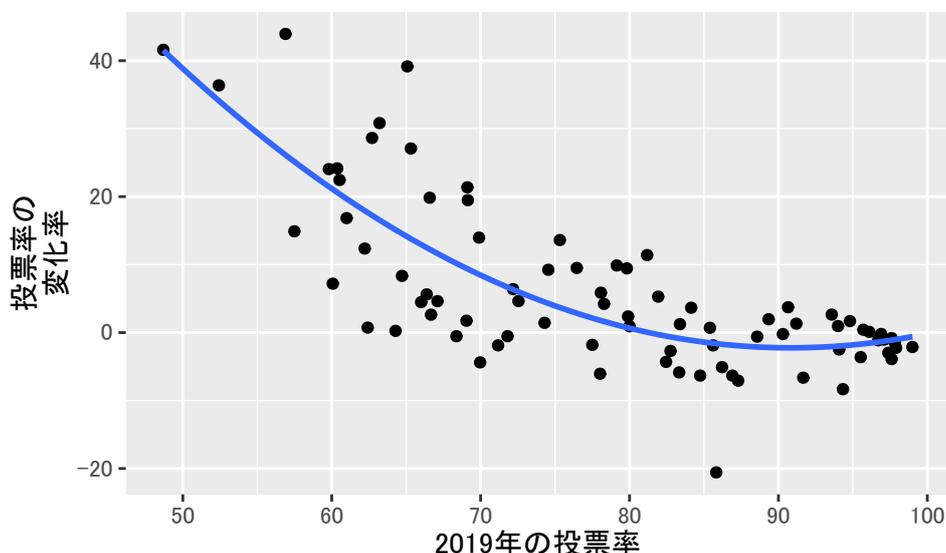


ただし、先述のとおり、2019年と今回では調査に参加している組織がそもそも異なります。そこで、組織別データで投票率の変化率の分布を確認すると、一部の組織では投票率の大きな変化が見られるものの、平均的には変化率は0をやや上回る（中央値が0以上である）程度であったことが分かります（下図）。



上図のとおり、投票率の変化には組織によるばらつきがありますが、投票率の低下・上昇は具体的にどのような組織で生じたのでしょうか。組織別データから、2019年の投票率と、2019年からの投票率の変化率との関係をプロットしたものが下図です。これによれば、投票率の上昇が見られるのは、2019年に相対的に投票率が低かった組織が多く、2019年における投票率が75%を上回るあたりから近似曲線の傾きがゆるやかになり、変化率が小幅のプラスもしくはマイナスにとどまり安定した投票率を示す組織が多くなることが分かります。すなわち、もともと組合員の投票率が高かった組織では安定した投票率が見られた一方で、2019年は投票率が低いほうであった組織では投票率が上昇したことで、組織間の投票率の差は縮小したことが示唆されま

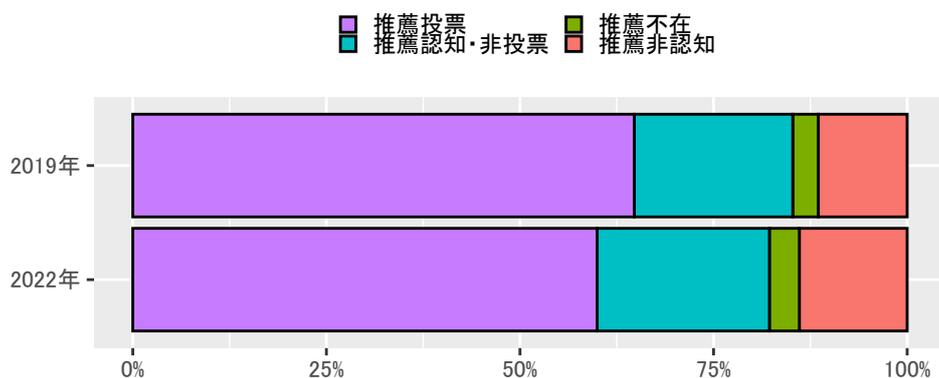
す。平均的な値だけで見れば大きな変化はないように見えますが、このように組織間のばらつきが小さくなっていることは、運動のまとまりという観点からは注目に値する変化であるといえます。



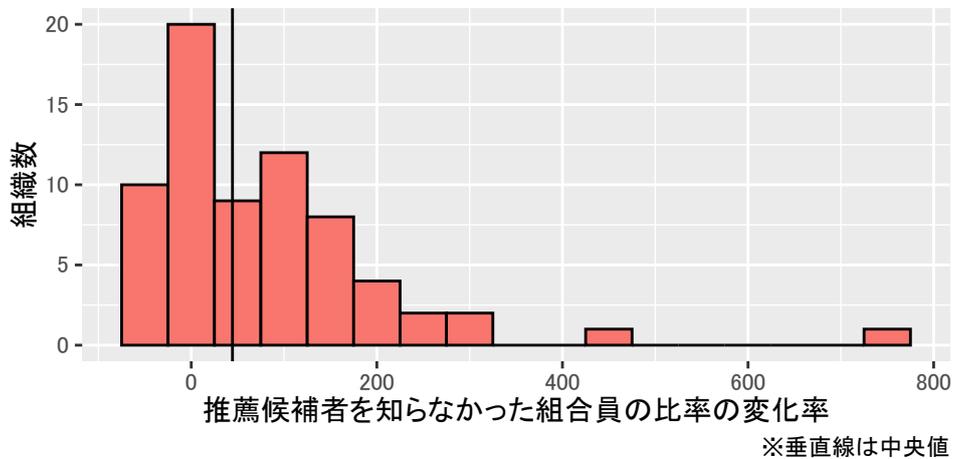
3.2 推薦候補者の認知度は低下傾向

上記のように投票率では一定の改善が見られた一方で、投票に行った組合員のあいだでの、組合の推薦候補者にたいする認知度は、2019年に比べて低い値でした（下図）。推薦不在（組合が推薦する候補者がいなかったため自由に投票した、という回答）も、実質的には推薦候補者を知らなかったと見なすことができるため、これらを合算して見ると、推薦候補者を知らなかった組合員の比率は、2019年の14.8%に比べて17.8%と、約3ポイント高い値でした。

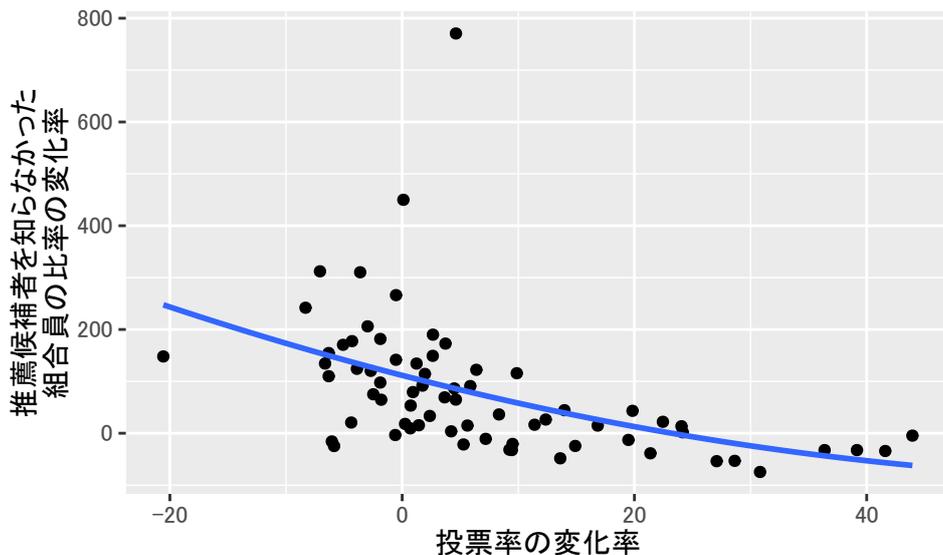
所属する労働組合が推薦する候補者または政党に、投票しましたか（比例代表）



組織別データで見ても、推薦候補者を知らなかったという回答の比率の変化率は半数以上の組織においてプラスの値であり（変化率800という外れ値がありますが、外れ値の影響を受けない中央値で見ても変化率はプラス側に寄っています）、推薦候補者の認知度が低下した組織が多かったことを示していると解釈できます。

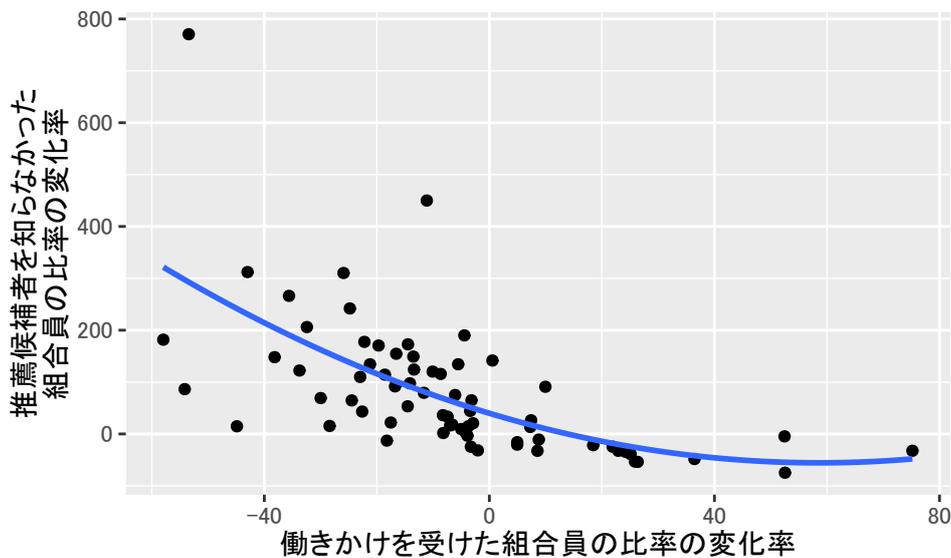


また、投票率の変化率と推薦候補者を知らなかった組合員の比率の変化率との関係を見ると、投票率に大きな変化がなかった（つまり、横軸の値が0付近の）組織において、とくに推薦候補者の認知度の変化が大きいたことが分かります。投票率に大きな変化がなかった組織は、もともと組合員の投票率が高かった組織でもあることが多いことを考え合わせれば、今回の変化は、高い投票率を維持しつつも、推薦候補者の認知度は低下した組織が少なくなかったということを示しています。



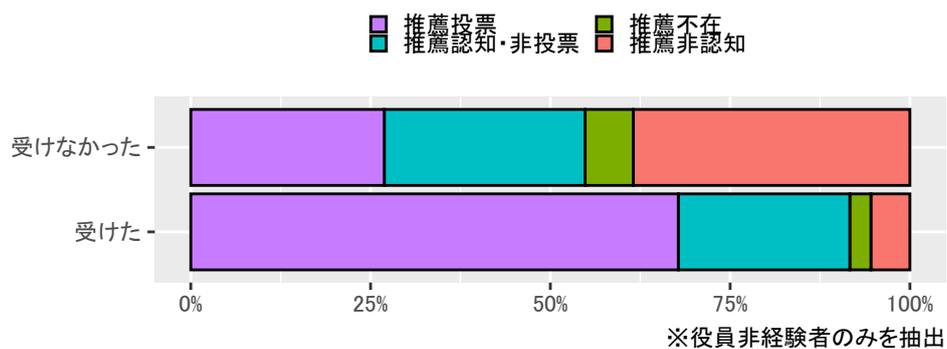
3.3 働きかけの減少と推薦候補者の認知度低下との関連

前節で確認されたように、今回の選挙では、多くの組織で、2019年に比べて組合からの働きかけを受けた組合員の比率が低下していました。この変化と、推薦候補者を知らなかった組合員の比率の変化との関連を組織別データから確認すると、下図のとおり、働きかけを受けた組合員の比率が多かれ少なかれ低下した組織（下図の左側）では、ほとんどの組織において推薦候補者の認知度が低下していることが分かります。



個人レベルのデータで見ても、働きかけを受けた組合員と受けなかった組合員のあいだでは、推薦候補者の認知度には顕著な差が確認できます（下図。働きかけを受けた組合員のなかに役員が多いため、働きかけを受けた組合員のなかでの推薦候補者の認知度が高くなるという影響を取り除くため、役員非経験者のみを抽出）。働きかけを受けたかどうかで推薦候補者の認知度のすべてが決まるわけではないとはいえ、組合員が推薦候補者の存在を認識する機会として組合からの働きかけが重要な役割を担っていることは間違いありません。

所属する労働組合が推薦する候補者または政党に、投票しましたか（比例代表）
縦軸：働きかけの有無



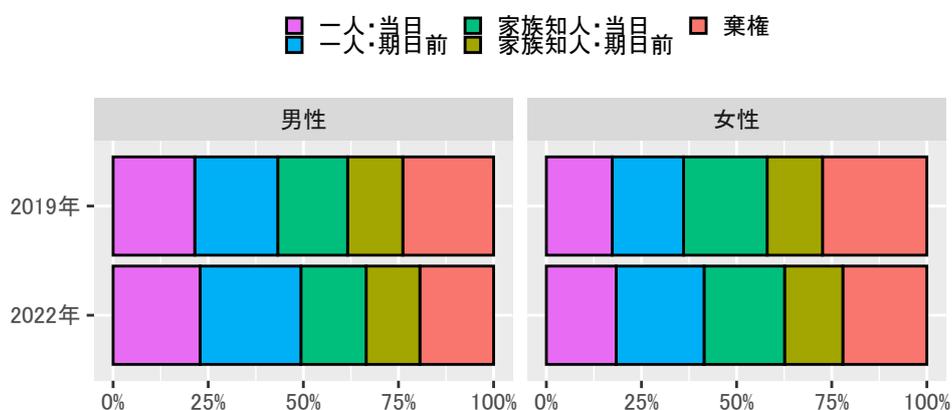
前項で確認されたとおり、組合員の投票率そのものは安定していた組織において、とくに推薦候補者の認知度の変化が目立ちました。投票率が安定している組織は、もともと組合員の投票率が高いことから、政治活動がある程度定着していた組織が多いと考えられます。このことから、政治活動が定着していた組織ほど、選挙時の働きかけというこれまで採用されてきた取り組みが、コロナ禍という外的要因によって制約されたことの影響を受けやすかったと考えられるでしょう。

4 組合員の投票状況——属性別

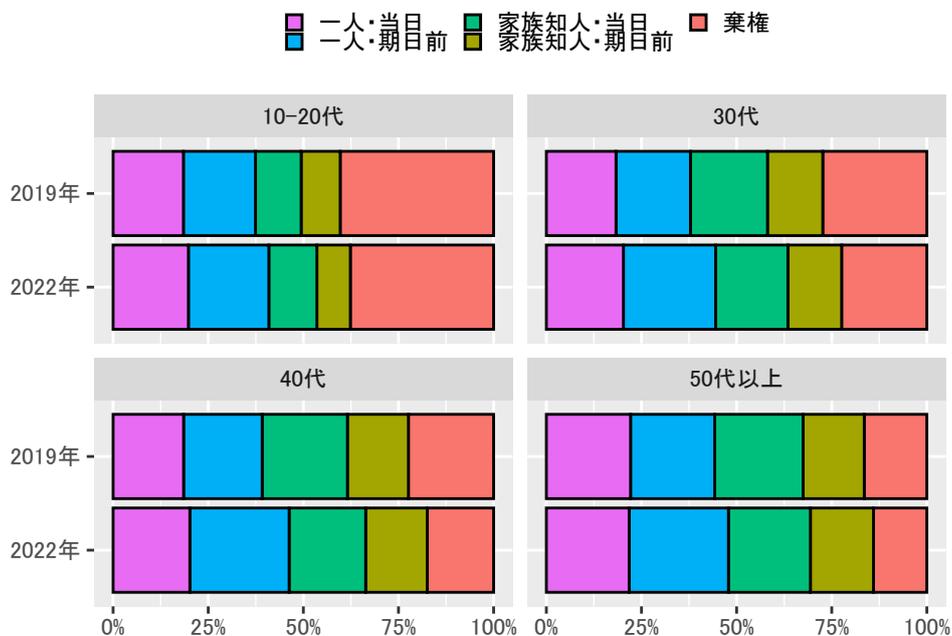
4.1 ジェンダー間・年齢層間の差は変わらず

組合員の投票率を調査年別・属性別に比較すると、下図のとおり、2019年に比べて投票率がやや上昇しているという変化は、ジェンダーや年齢層といった属性に関係なく確認できることが分かります。翻せば、男性に比べて女性の投票率が低い、若い組合員ほど投票率が低い、という属性間の差は2019年と同様であるといえます。組合員のなかでも投票率が低い層にたいするアプローチは、コロナ禍の影響の有無に関わらず課題として残っているようです。

あなたは、投票に行きましたか

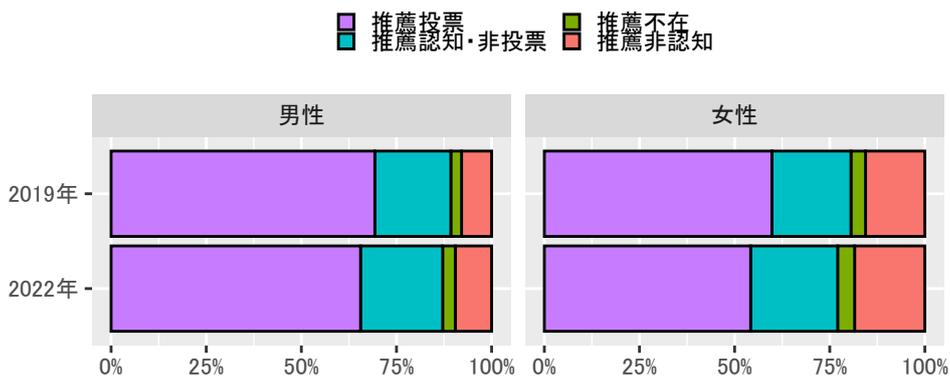


あなたは、投票に行きましたか

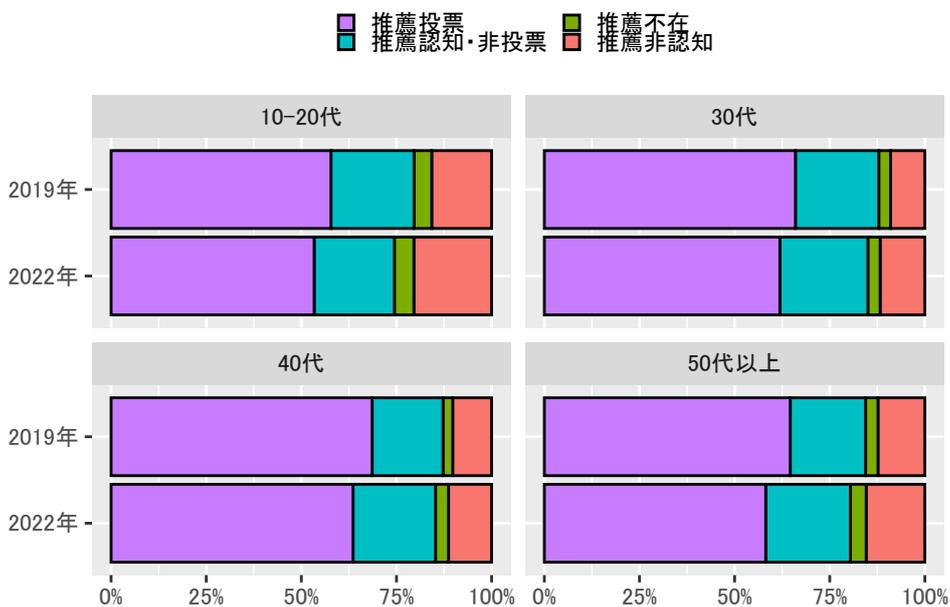


投票に行った組合員のあいだでの推薦候補者の認知度についても、男性に比べて女性において認知度が低い傾向や、おおむね若い組合員ほど認知度が低い傾向に変化はなく（50代以上で認知度がやや低くなるのは、この年齢層において女性の非正規雇用が増えるためにジェンダーの影響が混入しているためと考えられます）、属性間の差は大きく変わらないまま全体として認知度が低下したといえます。

所属する労働組合が推薦する候補者または政党に、投票しましたか（比例代表）



所属する労働組合が推薦する候補者または政党に、投票しましたか（比例代表）

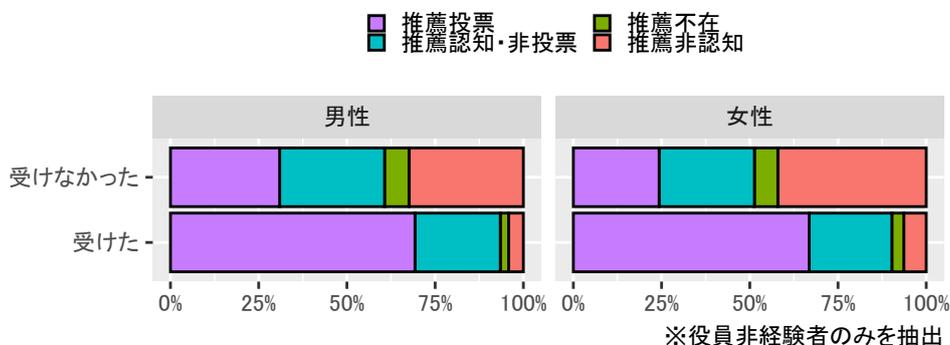


4.2 働きかけと推薦候補者認知度の関連

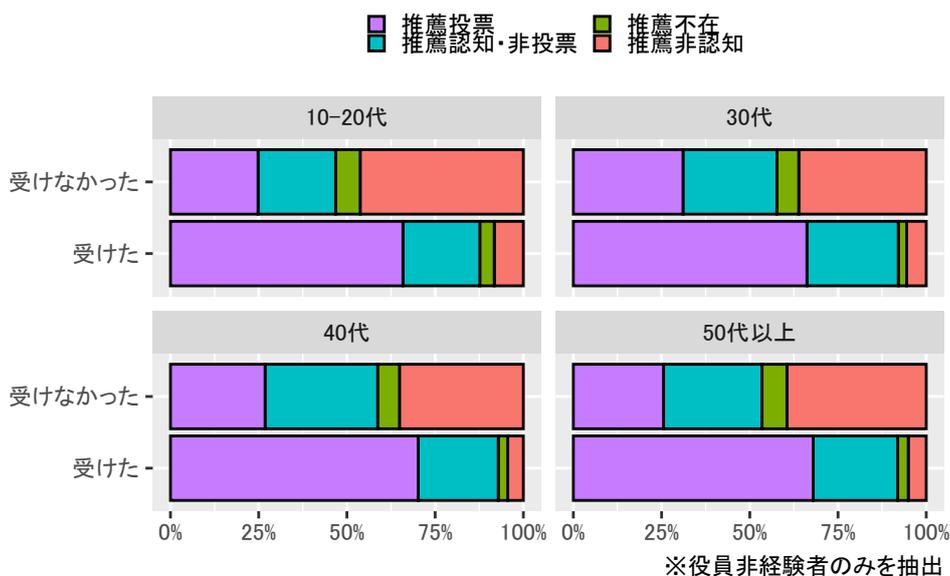
3.3 節では、組合からの働きかけを受けたかどうかによって推薦候補者の認知度が顕著に異なることが確認されましたが、この傾向もまた、ジェンダーや年齢層に関わらずおおむね一定したものといたします（下図）。

ただし、働きかけの有無による推薦候補者の認知度の差は、女性や10-20代の組合員においてやや大きいというように、働きかけを受けずともある程度の認知度がある層と、働きかけがなければほとんど推薦候補者を知ることがない層が存在することにも注意が必要でしょう。後者の層ほど、今回の選挙において働きかけが組合員に届きづらくなったことの影響を受けやすかったといえます。

所属する労働組合が推薦する候補者または政党に、
投票しましたか(比例代表)
縦軸:働きかけの有無



所属する労働組合が推薦する候補者または政党に、
投票しましたか(比例代表)
縦軸:働きかけの有無

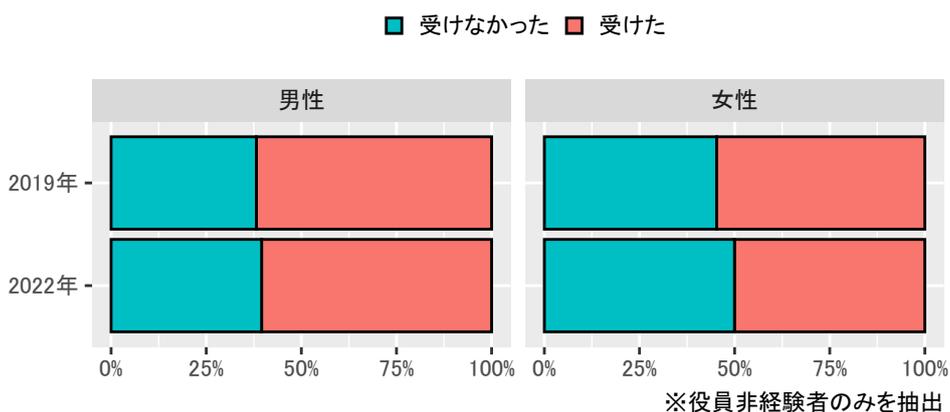


4.3 非正規労働者に届きづらい働きかけ

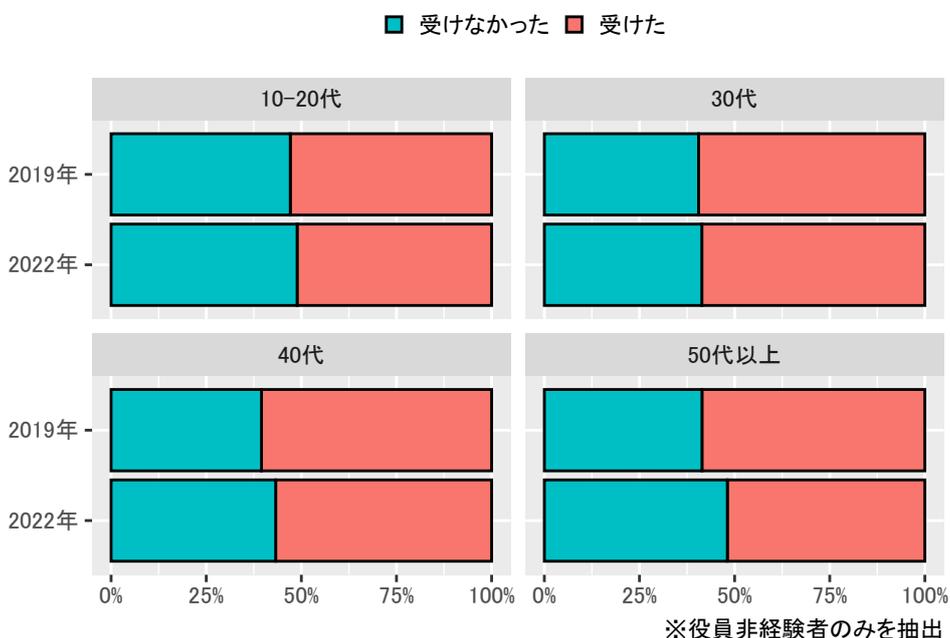
具体的にどのような層で組合からの働きかけが届きづらかったのか、属性別に調査間比較をおこなったものが下図です。働きかけを受けた比率に差があるのは、女性、40代および50代以上であったことが分かります。

これらの結果から推測されるのは、組合員への働きかけが制約されるなかで、とくに働きかけが届きづらくなったのは（中高年齢層の女性が多い）非正規労働者であったということでしょう。

労働組合の関係者から働きかけを受けましたか



労働組合の関係者から働きかけを受けましたか



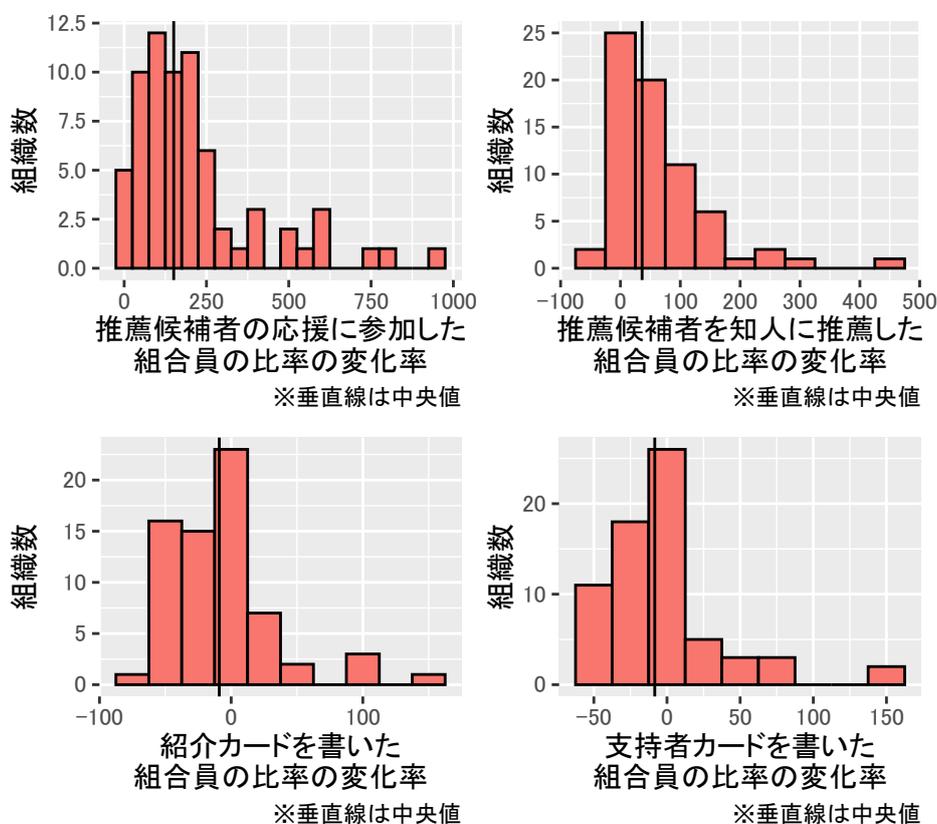
5 組合員と選挙運動との関わり

5.1 対面的接触の減少と新たな関わり方の創出

選挙において、推薦候補者の応援をはじめとする選挙運動に組合員がどの程度かかわったのか、まずはその変化を組織別データから確認します。

まず、「推薦候補者の応援に参加した」と回答した組合員の比率は、ほとんどの組織において2019年に比べて高い値であったことが分かります（下図左上。変化率が極端に大きい外れ値も存在しますが、外れ値に影響されない中央値で見ても200弱、つまり2割弱の増加があったことが見て取れます）。また、「推薦候補者を周囲の知人に推薦した」と回答した組合員の比率も、多くの組織で2019年より高い値でした（下図右上）。一方で、紹介カードおよび支持者カードを書いた組合員の比率は、組織によってばらつきはあるものの、平均的には2019年よりもやや低い値であった組織が多いことが分かります（下図左下、右下）。

これらの結果からは、コロナ禍の影響下で組織によっては対面的な接触が制約されることもあった（そのために、紹介カードや支持者カードの依頼が届きづらくなった）一方で、動画配信などのオンラインツールをもちいた選挙運動が増えたことで、組合員が関われる（と、少なくとも組合員は認識できる）機会は増えた、ということが示唆されます。たとえば、推薦候補者の演説の動画をSNSなどでシェアするといった行為が、当人にとっては「推薦候補者を応援した」、「推薦候補者を知人に推薦した」と認識されるとすれば、上記の結果が整合的に説明されるでしょう。



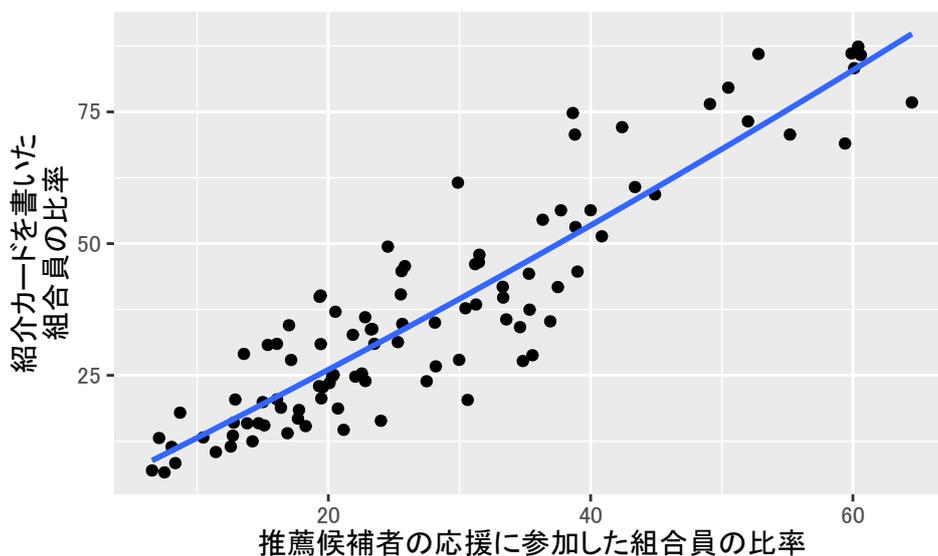
5.2 選挙運動との関わりの偏り

とはいえ、前項の分析から示唆された新たな関わりの創出が、これまで関わりが少なかった層にたいして関わりを開くものであったかどうかについては、慎重な検討を要します。

下表は、今回の調査で聴取された7つの項目について、個人レベルのデータで相関係数を算出したものです。相関係数は-1~1の値をとり、絶対値が1に近いほど2項目の関連が強いことを表します。下表によれば、ほとんどすべての項目間で0.4前後の相関係数が確認され、ある1つの選挙運動に参加した組合員は、別の選挙運動にも参加していた確率が高いことが分かります。

	機関誌	SNS	紹介カード	支持者カード	後援会	知人に推薦
応援	0.38	0.39	0.44	0.44	0.36	0.50
機関誌		0.38	0.37	0.39	0.28	0.40
SNS			0.34	0.35	0.32	0.48
紹介カード				0.72	0.40	0.45
支持者カード					0.39	0.46
後援会						0.42

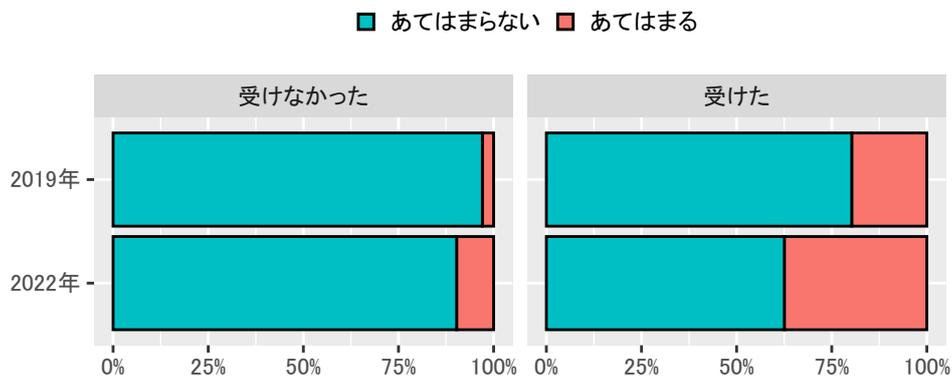
組織レベルで見ても（下図。一例として、紹介カードの記入率と応援への参加率との関係のみ表示）、**推薦候補者の応援に参加した組合員が多かった組織では、おむね紹介カードの記入も多かったことが分かります。**すなわち、仮に今回の選挙における選挙運動が組合員の関わりを伸ばしていたとしても、それらの運動は、紹介カードや支持者カードの記入といった従来型の運動をあまり展開していない組織にとって新たな運動のツールとなったとは、言いがたいようです。



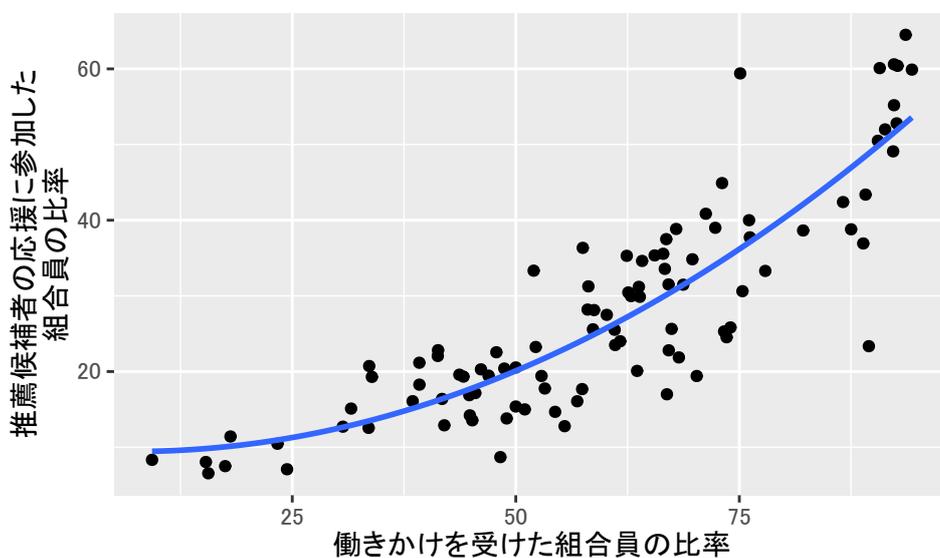
このことを別の角度から確認できるのが、組合からの働きかけの有無と選挙運動との関わりとの関連です。下図は、組合からの働きかけを受けた組合員とそうでない組合員を分け、推薦候補者の応援に参加した組合員の比率を2019年と比較したものです。下図によれば、**推薦候補者の応援の参加率が大きく伸びているのは、**

働きかけを受けた組合員のあいだにおいてであることが分かります。つまり、働きかけを受けた組合員（組合役員を含む）は2019年よりもさまざまな経路で選挙運動に関わり得た一方で、働きかけが届いていない組合員にはその経路が開かれていないといえます。

組合が推す候補者の応援に参加した組合からの働きかけの有無別



組織別データで見ても、働きかけを受けた組合員が多かった組織ほど、推薦候補者の応援に参加した組合員も多かったことが分かります。組合員との接点が少ない組織では、選挙運動との関わりの機会が増えたとしても実際の関わりは増えづらいことが示唆されます。



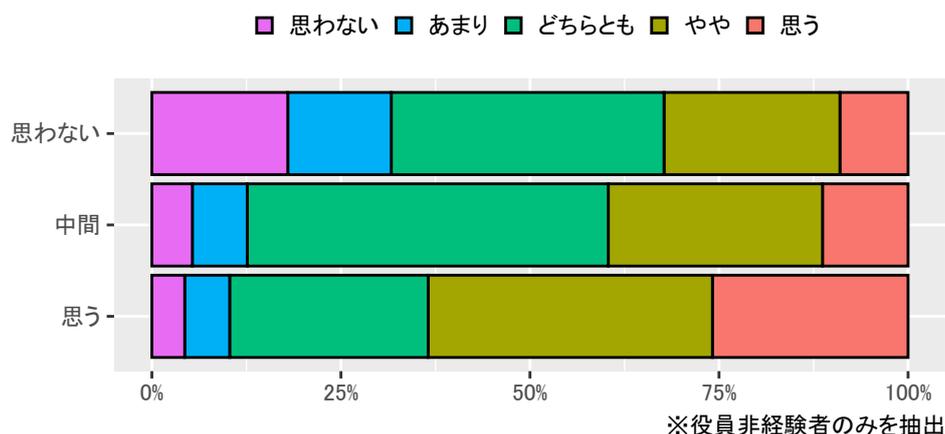
6 組合活動に関する意識と行動

6.1 集団的な問題解決力への信頼と活動への関わり

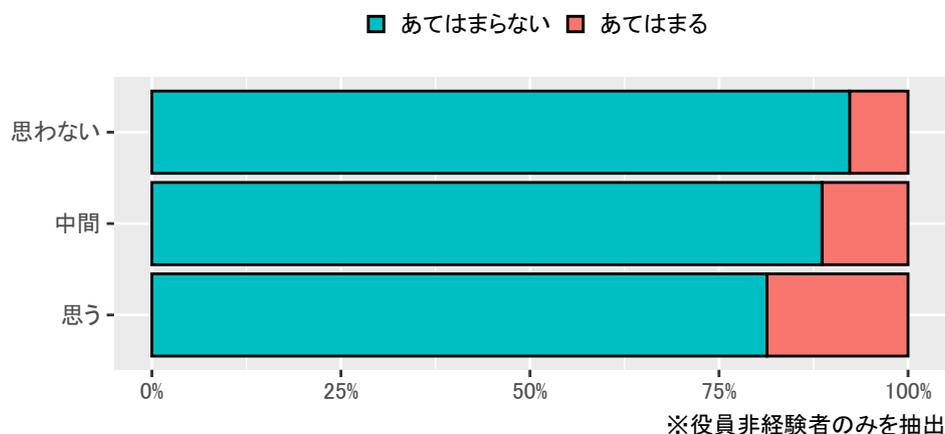
前節では、今回の選挙において組合員が選挙運動に接することができる機会は増えたと思われる一方で、その機会は一部の層に偏っている可能性が示唆されました。組合員の関わりをさらに広げていくためにどのような取り組みが求められるのか、その手がかりを組合員の意識との関連から検討します。

下図は、本調査で聴取された「個人では解決できなくても、労働組合などの団体を通じて解決できる課題がたくさんある」という質問にたいする回答別に、選挙に際しての組合からの働きかけにたいする納得度の分布を示したものです（働きかけを「受けた」と回答した組合員のみが対象である点に注意）。下図によれば、働きかけを受けていたとしても、「労働組合などの団体を通じて解決できる課題がたくさんある」と感じているかどうかによって、働きかけへの納得度が異なることが分かります。

働きかけの内容に納得できた
縦軸：「団体を通じて解決できる問題は多い」への回答

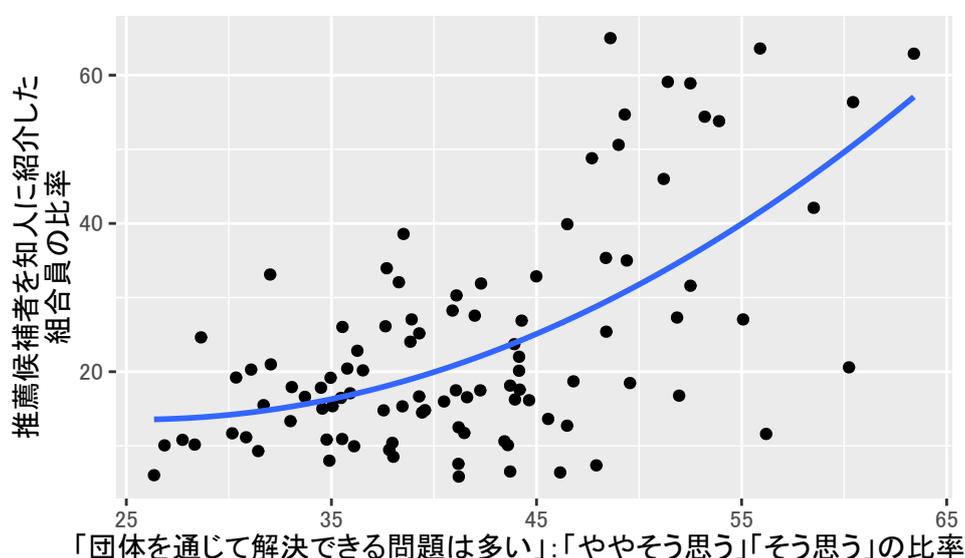


推薦候補者を周囲の知人に紹介
縦軸：「団体を通じて解決できる問題は多い」への回答



「労働組合などの団体を通じて解決できる課題がたくさんある」という**集団的な問題解決力への信頼**は、働きかけの受けとめなどの意識だけではなく、組合員の行動とも関連が認められます。選挙運動との関わりとして、周囲の知人への推薦を取り上げ、「労働組合などの団体を通じて解決できる課題がたくさんある」にたいする回答との関連を見ると、この項目への**回答が肯定的である組合員ほど、周囲の知人に推薦するという行動をとっている**ことが分かります（上図。前節で確認されたとおり、選挙運動への関わりには相互に相関があるため、1つの項目を取り上げることで他の項目についても同様の傾向を推測することが可能です）。

組織別データで見ても、「労働組合などの団体を通じて解決できる課題がたくさんある」と感じている**組合員が多い組織ほど、平均的には、推薦候補者を知人に推薦する行動をとった組合員が多い**ことが分かります。集団的な問題解決能力を信頼する組合員が多いということは、そのような信頼が組織文化として定着していると言い換えることも可能でしょう。今回の選挙において、選挙運動との関わりが増えたとすれば、その機会に実際に関わっていく組合員を増やしていくための下地として、組合活動を信頼する文化が重要になってくることが示唆されます。

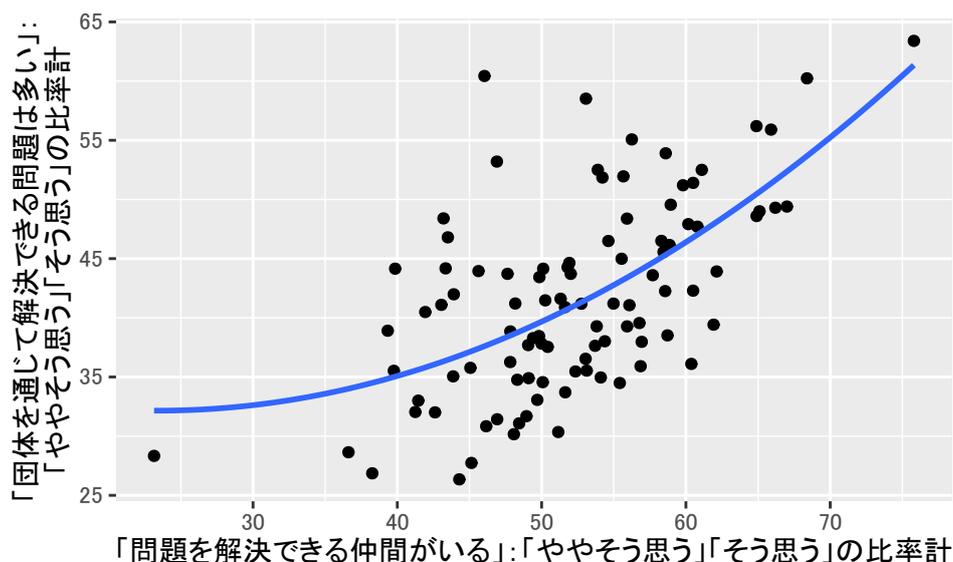
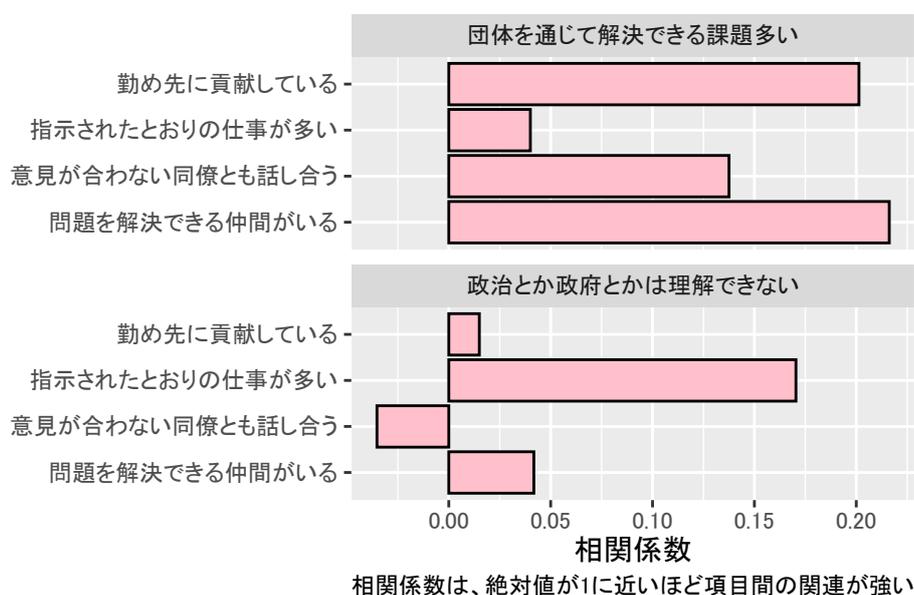


6.2 集団的な問題解決力への信頼と職場の文化

本調査では、前項目で言及した組織文化のような組織の属性との関連が考えられるファクターとして、組合員が日ごろの職場での生活をどのように捉えているかを調査事項に含めました。ここでは、それらの項目と「労働組合などの団体を通じて解決できる課題がたくさんある」との相関係数を確認します（前述のとおり、相関係数は2項目の関連が強いほど絶対値が1に近づきます）。

なお、ある項目にたいして肯定的に回答している組合員が、他の項目についても内容に関係なく肯定的に答えている（そのために、ある2項目のあいだで見せかけの関連が生じている）という可能性を排除するため、「労働組合などの団体を通じて解決できる課題がたくさんある」とは別の項目も取り上げ、同様の分析をおこないました。ここでは、労働組合という集団的なレベルと対比して組合員個人のレベルでの自己効力感を表す項目として、「政治とか政府とかは、あまりに複雑なので、自分には何をやっているのかよく理解できないことがある」を取り上げました。

分析結果によれば、「政治とか政府とかは、自分には何をやっているのかよく理解できない」は、「リーダーシップをとるより、指示されたとおりの仕事をすることが多い」とのみ相関しています（下図・下パネル）。一方、「労働組合などの団体を通じて解決できる課題がたくさんある」は「指示されたとおりの仕事をするが多い」とは相関せず、「自分は勤め先に貢献しているほうだと思う」や「職場に問題があれば、ともに解決できる仲間がいる」と相関しています（上パネル）。個人レベルの自己効力感、個人の仕事に関する捉え方と相関し、集団的なレベルの効力感は、職場の雰囲気や協力関係といった集団に関する捉え方と相関しており、組合員の意識において両者が区別されていることが示唆されます。そのことを確認した上で分析結果を解釈すると、組合員が日ごろの多くの時間を過ごす職場という集団において、集団への包摂や集団内の協力関係を実感していることが、労働組合という集団への信頼の下地になるものと考えられます。

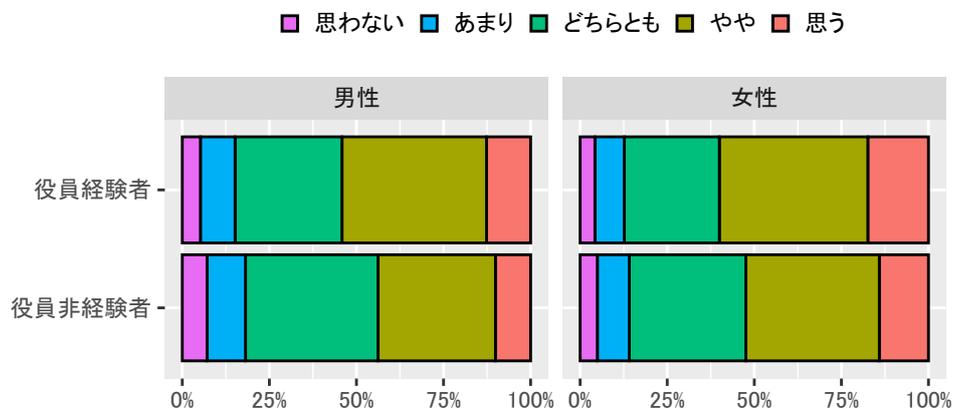


組織別データで見ても、「職場に問題があれば、ともに解決できる仲間がいる」と感じている組合員が多い

組織ほど、「労働組合などの団体を通じて解決できる課題がたくさんある」と感じている組合員も多いことが分かります（上図）。この結果から考えても、組合員が日常的な生活を送る職場という集団における文化が、組合の組織文化を左右するファクターの一つであることが示唆されます。

下図のとおり、「職場に問題があれば、ともに解決できる仲間がいる」という感覚には、役員経験者と非経験者のあいだの差に加え、ジェンダー差も見られます。具体的には、女性よりも男性のほうが、「職場に問題があれば、ともに解決できる仲間がいる」と感じている組合員が少なく、役員経験の有無による差も男性のほうが大きいことが見て取れます。この結果からは、ジェンダーによる仕事の配分など、「職場の雰囲気」といった職場全体的なファクターだけでなく）仕事に関わるファクターが職場の捉え方に影響を及ぼしていることも考えられるでしょう。

職場に問題があれば、ともに解決できる仲間がいる

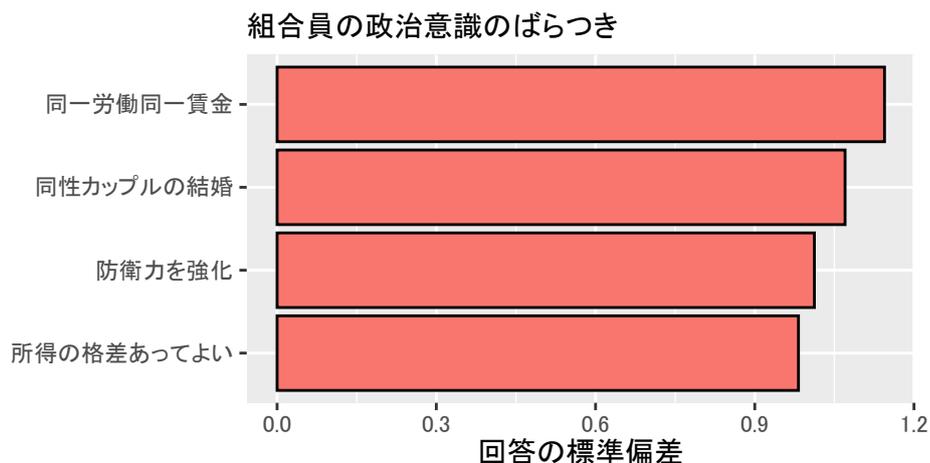


7 政策に関する意識のばらつき

本調査では、政治に関する意識の一部として、いくつかの政策争点について組合員の意見を聴取しました。政策争点に関する組合員の意見は、組織ごとの特徴が大きいため、本報告書ではすべての項目について詳細に分析をすることはせず、意見のばらつきに注目して分析結果を示します。というのも、ある争点に関する政策を労働組合として打ち出していくうえで、組合員のあいだでその争点に関して意見がどの程度ばらついているのかという情報は、重要な情報の一つになりえるためです。

下図では、意見のばらつきを標準偏差によって指標化し、ばらつきが大きいものから順に表示しています。もっとも意見のばらつきが大きいのは、「正規雇用か非正規雇用かに関わらず、同一労働には同一賃金が支払われるべきだ」という、同一労働同一賃金に関わる項目でした。しかし一方で、同じく所得格差の是正に言及している「働く意欲を高めるためにも、所得の格差はあったほうがよい」に関しては、むしろばらつきがもっとも小さいことが見て取れます。

ここから示唆されるのは、「正規・非正規」という対立構造（と認識されるもの）が持ち込まれることで、組合員の意見には分断が生じやすくなるということです。同一労働同一賃金に向けた政策論議は今後も続いていくということを見据え、それが「パイの奪い合い」としてフレーミングされることをいかにして回避するかが、一つの課題として浮上してきます。



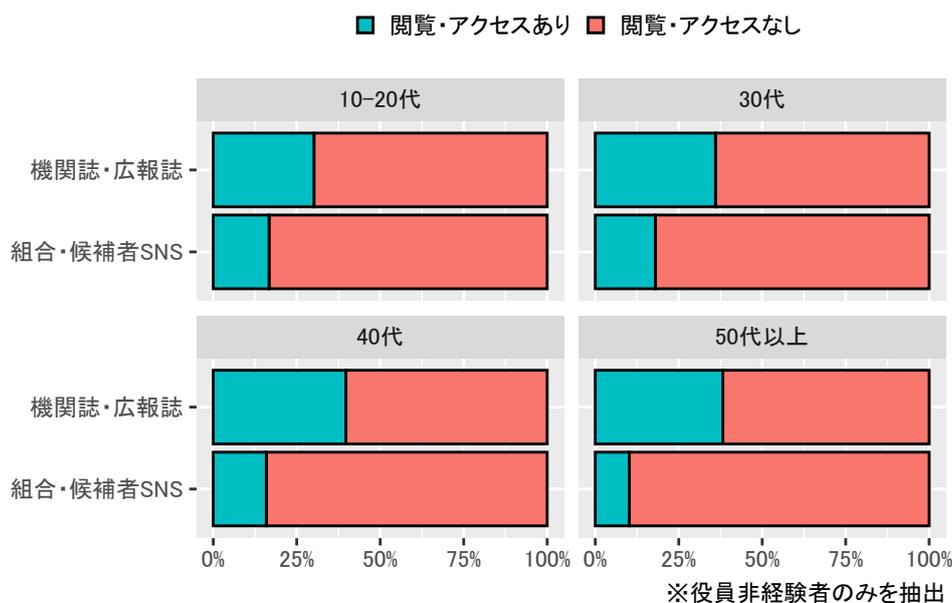
8 選挙運動とソーシャルメディア

8.1 ソーシャルメディアは誰に・どのように使われていたか

今回の選挙では、組合の推薦候補者だけでなくほぼすべての陣営で、ソーシャルメディアを使った選挙運動が展開され、2021年の衆院選に続いて社会的にも注目を集めました。組合の選挙運動において、組合や推薦候補者が運営するソーシャルメディアは組合員に使われていたでしょうか。下図は、組合（産別や連合も含む）の機関誌や広報誌と比較する形で、ソーシャルメディアの利用率に差があることが予測される年齢層別に、選挙期間中に「組合や組合が推薦する候補の公式サイトやSNSにアクセスした」かどうかの分布を示したものです。

結果から見て取れるのは、もっともウェブサイトやSNSへのアクセスが多かった若年層（10-20代と30代が拮抗）でも、役員でない組合員について見ればアクセス率は低く、機関誌や広報誌を読んだ組合員のほうが多かったということです。

選挙に関連してのメディアへのアクセス

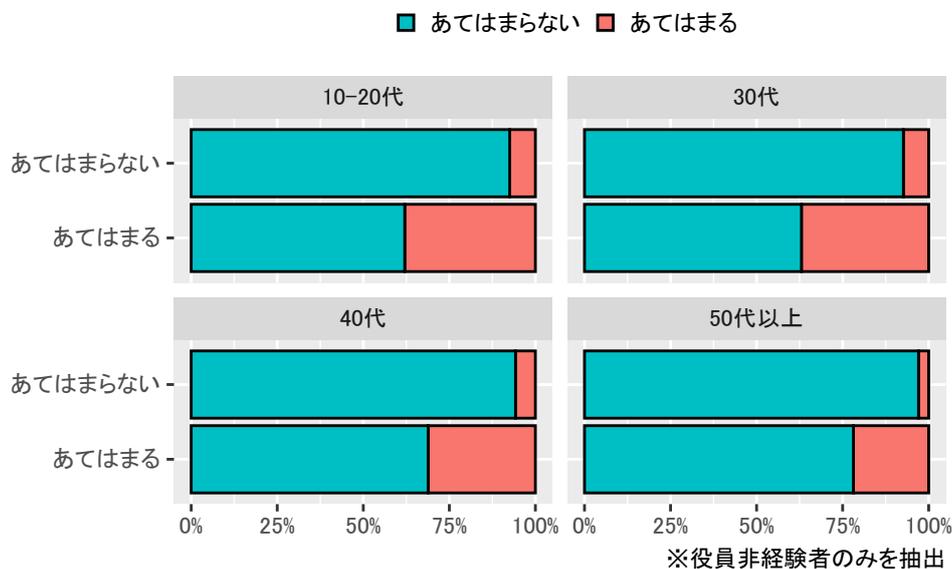


上記の結果はそれ単独ではさまざまな解釈が可能であり、「コンテンツに魅力がなかったため」「更新頻度が少なかったため」といった解釈もあり得るでしょう。しかし、さらにデータを分析すると、ソーシャルメディアがそもそも「新たな入口」にはなりづらいということが見えてきます。下図は、組合の機関誌や広報誌で選挙に関することを読んだかどうかと、選挙期間中に組合や推薦候補者のサイトやSNSにアクセスしたかどうかの、クロス集計です。これによると、どの年齢層でも共通して、機関誌や広報誌を読む層と、サイトやSNSにアクセスする層が、ほぼ重なっていることが分かります。つまり、ソーシャルメディアはおもに、すでに選挙や候補者にたいして関心をもっている組合員がさらなる情報にアクセスするためのメディアになっているのであり、機関誌や広報誌であれば関心をもたないがソーシャルメディアであれば関心をもつというように、新たに関心を抱いたり候補者を支持するようになりたりするきっかけを提供するものにはなっていない、という

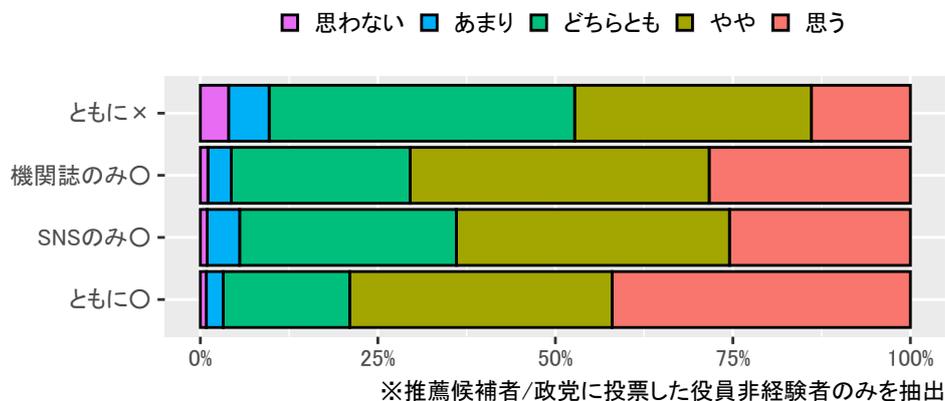
ことが示唆されます。

このような解釈は、理論的にも支持されるものです。ソーシャルメディアは、しばしば「フィルターバブル」、「エコーチェンバー」と言われるように、自分の関心があるものだけにアクセスできるようにユーザー自身が環境を設定してしまうことが技術的に可能です。「興味がないものは見えない」という環境を作ることが可能であるということは、新たな関心を開拓する機会にはなりづらいということです。一方、機関誌や広報誌は、もともとは明確な関心がなくとも、職場などに置かれていれば手にとる機会があり、他の記事とあわせて選挙や推薦候補者に関することを目にする機会があります。若年層においてさえ、ソーシャルメディアよりも機関誌や広報誌のほうが閲覧率が高い要因は、機関誌や広報誌がもつこの非選択性にあると考えられます。

組合/推薦候補者のサイト/SNSにアクセス
縦軸: 機関誌・広報誌で選挙に関することを読んだ



推薦候補者/政党は自分と同じ業種・職業の問題に取り組んでいる候補者/政党だと思うか
縦軸: 機関誌とSNSの利用有無



上記の解釈から導かれるのは、「組合や候補者の SNS へのアクセスは、組合員にたいする追加的な情宣効果

をあまりもたない」ということです。このことを、機関誌および SNS の利用の有無と、推薦候補者・推薦政党へのイメージとの関連から確認します。上図では、機関誌や広報誌を読んだかどうかと組合・推薦候補者の SNS にアクセスしたかどうかの組み合わせで、組合員を 4 グループに分類し、推薦候補者ないし推薦政党に投票した組合員が、自身の投票先にたいして「自分と同じ職業や業界の問題に取り組んでいる候補者（または政党）だった」とのイメージをどの程度もっていたかを比較しました。

結果を見ると、推薦候補者・政党が「自分と同じ職業や業界の問題に取り組んでいる」と感じるかどうかのもっとも明確な分かれ目は、機関誌も SNS も閲覧・アクセスしなかったか、いずれか片方でも閲覧・アクセスしたかであることが分かります。機関誌のみを読んだ場合と、機関誌を読んで SNS にもアクセスした場合との差は、もちろんゼロではないものの、いずれも閲覧・アクセスしなかった場合と、いずれかを閲覧・アクセスした場合との差に比べると、小さいといえます。推薦候補者のイメージを組合員に浸透させていく上では、ソーシャルメディアに力を入れるよりも、組合員が機関誌や広報誌に触れる機会を増やしたほうが効果的であるといえます。

8.2 【補論】全国比例区においてソーシャルメディアに「効果」はあったか

選挙運動におけるソーシャルメディアの利用に関連して、候補者によるソーシャルメディアの利用に、一般有権者にたいするどのような効果があったか（もしくはなかったか）について、調査結果を参考として付記します。当研究所独自の調査により、下記のデータを収集しました（詳細は、当研究所の機関誌『Int'lecowk』2022 年 10 月号、および 2022 年 11/12 月号掲載の「2022 年参議院議員選挙全国比例区における候補者のソーシャルメディア利用」をご参照ください）。

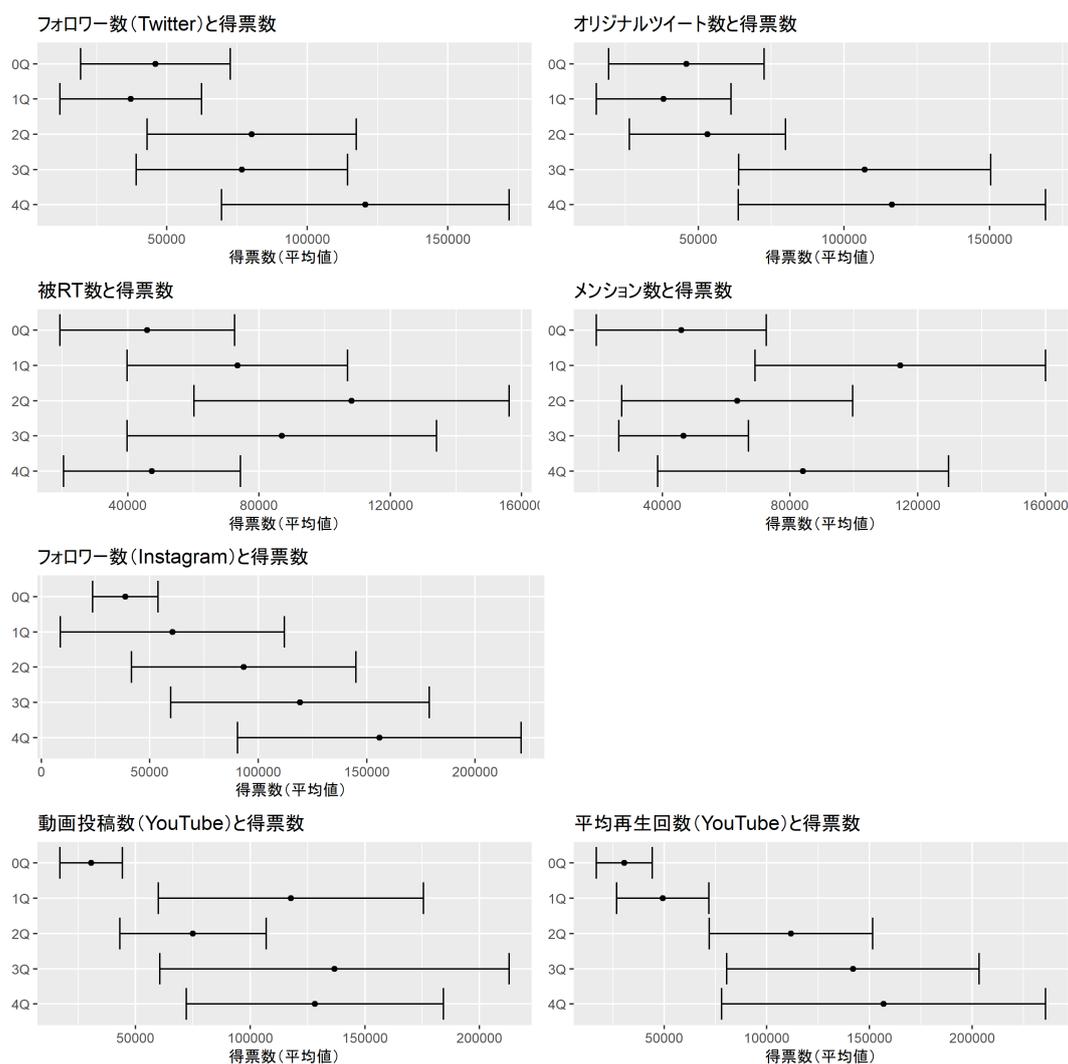
- 2022 年参院選の全国比例区で立候補していた（単独での選挙運動ができない特定枠の候補者は除く）候補者について、Twitter、YouTube、Instagram における選挙運動のデータを収集（選挙運動と開票結果からの影響を最小化するため、投票日に日付が変わった瞬間からデータ収集を開始）。
 - Twitter および YouTube については、Python によって各アカウントの情報をスクレイピング。
 - Instagram については目視により情報を収集。
- 回収数：167 件
 - Twitter アカウントあり：122 件（73.1%）
 - Instagram アカウントあり：77 件（46.1%）
 - YouTube チャンネルあり：80 件（47.9%）

以上のデータをもちいて、候補者のソーシャルメディア利用と得票数の関係を分析しました。下図では、ソーシャルメディア利用に関する各項目について、四分位点（Quartile）を境界として候補者を 4 群に分け、当該のソーシャルメディアを利用していなかった候補者を加えた 5 つのグループを作成した上で、得票数の平均値を比較しています（たとえば、Twitter のフォロワー数で「0Q」と表記されるグループは Twitter アカウントを持っていなかった候補者であり、「1Q」と表記されるグループはフォロワー数が最小値から第 1 四分位点以下までであった候補者、「2Q」と表記されるグループはフォロワー数が第 1 四分位点より大きく第 2 四分位点以下までであった候補者...というように分類されています）。それぞれの平均値から左右に伸びる直線は、誤差の範囲を表します。

下図によると、得票数とある程度の明確な関連が認められるのは、Twitter のフォロワー数、Instagram のフォロワー数、YouTube 動画の再生回数で、いずれも候補者の人気や知名度の指標として解釈できる項目で

した。一方、支持者によるリツイートで情報を拡散したり、ソーシャルメディア上で他のユーザーとコミュニケーションをとったりすることについては、得票数との関連が見られませんでした。この結果から推測されるのは、ソーシャルメディアをよく使用していた候補者のほうが得票数が多かったとしても、それはもともとソーシャルメディア上で高い知名度を有していた候補者が、その知名度ゆえに票を得たからであって、選挙運動においてソーシャルメディアに力を入れたから票を得たわけではない、という実態です。

今後の選挙運動におけるソーシャルメディアの利用にあたっては、8.1節の分析結果とあわせて、ソーシャルメディアが「誰に」「どのような」効果をもたらすのかを考慮に入れた戦略的な資源分配が求められるでしょう。



9 これからの政治活動に向けて

9.1 コロナ禍の選挙から見える課題と希望

新型コロナウイルス感染症の影響下で実施された今回の選挙では、事前の予想どおり、程度の差はあれど対面的な接触の制約という困難を抱えた組織が多く、結果として、本調査に2019年から継続的に参加している組織のうち半数以上において、組合からの働きかけを受けた組合員の比率が低下しました。働きかけの減少は、組合の推薦候補者を知らない組合員の増加にほぼ直結しており、組合員の投票率そのものは微増したにもかかわらず推薦候補者の得票は伸び悩む、という結果をもたらしました。

ただし、働きかけはすべての組合員にたいして等しく届きづらくなっただけではありません。働きかけを受けた組合員の比率がとくに下がっているのは、女性や40代以上であり、これらの属性から推測されるのは、非正規雇用で働く組合員のほうが、2019年に比べて働きかけが届きづらくなった度合いが大きかったということです。コロナ禍での選挙は、正規雇用で働く組合員に比べて非正規雇用で働く組合員との接点が希薄になりがちであるという、従前から指摘されてきた課題を浮き彫りにするものであったといえそうです。

また、対面的な接触が制約される状況への対応として、労働組合に限らず多くの立候補者の陣営において利用が進んだソーシャルメディアは、期待されたとおりの効果をもたらしたとはいえませんでした。調査データの分析からは、ソーシャルメディアにはすでに選挙や推薦候補者に多かれ少なかれ関心をもった組合員がアクセスすることが多く、ソーシャルメディアをきっかけとして関心をもつ層が拡大するという事態は、ほとんど生じていないことが示唆されました（ただしこのことは、理論的には予測されることでした）。今回の調査では、「推薦候補者の応援に参加した」、「推薦候補者を周囲の知人に推薦した」と回答する組合員が増えており、オンラインでの選挙運動の拡大によって「応援」や「推薦」と解釈できるような行為の幅が広がることで、何らかのかたちで「選挙運動に関わった」と実感できる組合員が増えたものと考えられましたが、それらの行為は従来型の選挙運動への参加と相関関係にあり、選挙運動との関わりが一部の組合員に偏るという事態には変化がなかったといえます。

とはいえ、このように課題が浮き彫りになってきた裏側で、労働組合の選挙運動にとって希望と捉えることができる事態も確認されました。前段で言及したとおり、ソーシャルメディアは選挙や推薦候補者にたいする関心の裾野を広げるために効果的なツールであるとは考えられませんでした。すでに選挙や推薦候補者に一定程度の関心を抱いた組合員が、選挙運動に関わりたいと思ったときにアクセスできる「さらなる一歩」として見れば、そのような「さらなる一歩」の選択肢が増えたことは、ポジティブに評価すべきことであると思われます。今回の選挙を通じて蓄積された活動のノウハウが、選挙運動のいかなる側面にたいして有効であるのかを見極めることが、選挙運動の総括において求められます。

また、全体としては推薦候補者の認知度の維持に苦心した組織が多かった一方で、推薦候補者の認知度を維持しつつ投票率が上がった組織もあったという結果もまた、労働運動全体として見れば、組織間のばらつきの縮小という点で、次回以降の選挙に希望を抱かせる変化であったといえます。本調査のように、産別などの違いをこえて多くの組織が共同参画する調査研究をつうじて、組織間の（直接的ではなく、調査結果をつうじた間接的なものであっても）情報交換を促進し、より統一的な政治活動・選挙運動へとつなげていくことが望まれます。

9.2 日ごろの組合活動をつうじた政治活動への信頼の強化

より統一的な政治活動・選挙運動の推進においては、それらの活動・運動に「自分ごと」としてコミットする組合員の裾野を広げることも欠かせません。この点に関して、本調査の結果からは、**組合員が組合からの働きかけを肯定的に受けとめたり、選挙運動に関わろうとする意思をもつための下地として、「個人では解決できない問題でも、労働組合などの団体を通じて解決できることがある」という、(労働組合を含む) 集団がもつ問題解決の力にたいする信頼が重要**であることが確認されました。

では、集団がもつ問題解決の力にたいする信頼は、どのように強化されるのでしょうか。一般的には、ここで「労働運動の成果をうまく見せる」といった「処方箋」が書かれるところですが、本調査の結果からは、より日常的な、それ自体としては「政治」に関係しているとは捉えられにくい組合活動のなかにも、信頼強化につながるファクターがあることが示唆されました。具体的には、**自分の職場に関して「問題があれば、ともに解決できる仲間がいる」という実感をもつ組合員のほうが、「労働組合などの団体を通じて解決できることがある」と考える傾向**にありました。組合役員を経験するわけでもなく、産別やナショナル・センターで活動するわけでもない多くの組合員にとって、組合活動が有する力を実感をともなってイメージするのは(いくら「見せ方」を工夫したところで)簡単なことではないでしょう。そこには、**職場というより身近な環境で、仲間どうしの小さな集団で、何らかの力を発揮したという実感が、労働組合というより大きな集団へとイメージを延長させていく起点として必要なのではない**でしょうか(なお、本報告書では強調していませんが、投票行動の抑制要因となり得る「政治とか政府とかは、自分には何をやっているのかよく理解できない」という意識は、「指示されたとおりの仕事が多い」という感覚と関連していました。こちらの結果も、日ごろの生活において自分の主体性を実感する機会が乏しいにもかかわらず、選挙のときにだけ「主権者」であることを求められても実感をもつことは難しいであろう、と考えれば首肯できるものと考えられます。組合員の投票率がそもそも低いことが課題である組織にとっては、組合員が個人のレベルでの自己効力感を高められる環境を作っていくことも、日常的な組合活動の一部として重要になるでしょう)。

以上の分析結果と解釈は、一言でまとめれば「日常的な組合活動が重要」と要約されかねませんが、このまとめ方はミスリーディングです。というのも、政治活動に関して上記のような表現をした場合、それはしばしば「(選挙のときに限らず)日常的に政治に関する活動を展開すべき」というように理解されるからです。上記の分析結果から導かれるのは必ずしもそういうことではありません。むしろ、一見したところ政治とは関係がないと見られるような、職場づくりという労働組合の活動が、組合の集団的な問題解決力にたいする信頼を高めることを通じて、結果的に組合の政治活動にたいして肯定的・積極的な組合員を増やすことにつながる、というのが重要な含意です。仮に抽象化するとすれば、「**組合の政治活動への信頼につながるような日常的環境をつくる**」ということになるでしょう。本報告書はあくまで参加組織全体の傾向にもとづいて含意を導きだしているため、すでに「問題があれば、ともに解決できる仲間がいる」と考える文化がある組織にとっては、ここでの提言は適用できないものと思われるかもしれません。しかしその場合でも、それぞれの組織の現状に沿った「**組合の政治活動への信頼につながるような日常的環境をつくる取り組み**」はあり得るでしょう。組合活動を信頼する組織文化があるとしても、**組織文化とは結局のところ「平均値」であり、組織のなかには、「問題があれば、ともに解決できる仲間がいる」といった実感を抱きづらい層も存在する**でしょう(本報告書では、組合役員経験に加えて、ジェンダーも関連があるファクターとして見出されました)。「平均値」が高い組織では「ばらつき」への対応が課題となる、というように、各組織の現状に沿った環境づくりの方向性を考えることが可能です。

9.3 インクルーシブな政治活動の構築

前節の最後に言及した点は、より統一的な政治活動・選挙運動に向けての、もう一つの重要な課題として位置づけられます。本調査のような定量的調査では、組織や属性ごとの「平均値」に注目が集まりがちです。しかし、平均値への過度の注目は、しばしば「ばらつき」から私たちの目を逸らさせます。すでに言及したとおり、コロナ禍のように組合活動を制約する外的要因が生じた場合でも、その影響はすべての組合員に等しく及んだではありませんでした。具体的には、活動の制約によって働きかけが届きにくくなった度合いは、正規雇用で働く組合員よりも、非正規雇用で働く組合員において大きくなっていました。雇用形態や働き方が多様化する現代においてはなおさら、こうした「ばらつき」に関する感度が重要性を増すでしょう。政治活動においてもインクルージョンの観点が必要です。

ただし、政治活動におけるインクルージョンにおいては、より広い層の組合員を仲間として巻き込むという実質的なインクルージョンだけでなく、**組合員が自分たちの共通の利害を軸とした活動として政治活動を認識できるよう、政治活動をフレーミングする**という、理念上のインクルージョンも重要となるでしょう。具体的な調査結果に言及すると、政策争点に関する意見のなかで、組合員の意見がもっとも割れた（標準偏差が大きかった）のは、正規雇用と非正規雇用の同一労働同一賃金に関するものでした。この結果は、**所得の格差をめぐる論点が「正規労働者と非正規労働者の利害対立」としてフレーミングされることで、労働者の意識を分断するものになり得る**ということを示唆しています。当然ながら、そのように労働者の意識を分断し得るフレーミングは、対立陣営によって利用されます。これにたいする「ワクチン」は、異なる立場の労働者がパイを奪い合うのではない、いわばすべての働く人にとってインクルーシブな社会のイメージを組合が発信することの他にありません。

本節で言及したことと前節の内容は、相互に関連しています。組合がインクルーシブな社会のイメージを打ち出しても、組合員がそのイメージをリアルなものとして受け容れられるかどうかは、**組合員が日常的な経験を**つうじて、**新たな社会を作っていく推進力として組合の力を信頼できるようになるかどうか**にかかっているでしょう。日常的な職場環境という「足元」と、これからの社会のイメージという「展望」の、両輪を噛み合わせることを望まれます。

9.4 サステイナブルな政治活動に向けて

本報告書では、前節で言及した「インクルーシブな社会のイメージの発信」のように、今後の活動において要求されるものを挙げているところもありますが、全体としては、**新しい活動のメニューを増やすこともさることながら、これまでの活動にどのような効果があったのか・どのような効果を持ち得るのかを（「政治活動」として取り組まれているかどうかに関わらず）整理することから、これから力を入れるべき方向を見出していくことに力点を置いてきました**。たとえば、ソーシャルメディアの利用にどのような効果があったのかを分析することで、以前から利用されてきた機関誌のような媒体とは期待される効果がそもそも異なること、それゆえに、機関誌やソーシャルメディアを単に情宣活動としてまとめて「総量」を増やすという考え方ではなく、求める効果によってどちらに力を入れるかを変えるという考え方が必要であることを示しました。日常的な組合活動による環境づくりが結果的に政治活動の活性化にもつながり得るという本節での議論も、たんに「政治活動を増やす」という視点ではなく、「普段から取り組んでいる活動全体のなかに、政治活動の芽となるものを見出す」という視点を強調するものです。

本調査のような定量的調査であれば、調査結果において値が低かった箇所を取り上げ、「もっと〇〇を増やさなければならない」と指摘することは容易であり、また「分かりやすい」がゆえに受け容れられやすいものもあります。しかし、対応すべき労働問題が多様化・複雑化するとともに人手不足も進行するこれからの労働運動において、そうした「足りないものを見つけて増やす」式の提言は、**運動の持続可能性にたいして必ずしもプラスにはならない**と、当事業部では考えます。調査結果はあくまで現状を示すものでしかなく、それにどのような角度から光を当てるかによって、見えるものは異なります。調査結果の活用として、「足りないものを探す」という角度だけでなく、「**今もっているものから希望を見出す**」という角度から光を当てることも有用であるという提言をもって、本報告書を閉じます。

10 質問項目一覧

組織によって、追加／削除した質問項目がある。

1. まずは、2022年7月に行われた参議院選挙についておたずねします。あなたは、投票に行きましたか。
 - 一人で、選挙当日に投票に行った
 - 一人で、期日前投票に行った
 - 家族または知人と、選挙当日に投票に行った
 - 家族または知人と、期日前投票に行った
 - 棄権した
2. 投票に行かなかった理由としてもっともあてはまるものを1つ選んでください。
 - 仕事やその他の重要な用事があったから
 - 投票したい候補者や政党がなかったから
 - 選挙にあまり関心がなかったから
 - その他（家庭の事情や体調、天候など）
3. 今回の参議院選挙の選挙区で、あなたはどの政党の候補者に投票しましたか。あてはまるものを1つお答えください。
 - 自由民主党
 - 立憲民主党
 - 国民民主党
 - 公明党
 - 日本共産党
 - 日本維新の会
 - 社会民主党
 - れいわ新選組
 - その他の政党
 - 無所属
 - 白票・無効票
4. 今回の参議院選挙の比例代表で、あなたはどの政党の候補者またはどの政党に投票しましたか。あてはまるものを1つお答えください。
 - 自由民主党
 - 立憲民主党
 - 国民民主党
 - 公明党
 - 日本共産党
 - 日本維新の会
 - 社会民主党
 - れいわ新選組
 - その他の政党

- 白票・無効票
5. Q4 でお答えいただいた比例代表での投票では、候補者の名前と政党の名前のどちらでも投票が可能でした。あなたは、候補者の名前と政党の名前、どちらを記入されましたか。
- 候補者の名前を記入した
 - 政党の名前を記入した
 - 白票・無効票
6. あなたは、今回の参議院選挙で投票されたとき、比例代表の投票で候補者の名前を書けることをご存知でしたか。ご存知だった方は、いつからご存知でしたか。あてはまるものを1つ選んでください。
- 投票時には知らなかった
 - 投票時に知った
 - 投票時より前から知っていた
7. あなたは、所属する労働組合が推薦する候補者または政党に、投票しましたか。選挙区、比例代表について、それぞれあてはまるものを1つずつお答えください。
1. 選挙区
- 組合が推薦する候補者・政党に投票した
 - 組合が推薦する候補者・政党を知っていたが、別の候補者・政党に投票した
 - 組合が推薦する候補者・政党がなかったので、自由に投票した
 - 組合が推薦する候補者・政党を知らなかったので、自由に投票した
2. 比例代表
- (選択肢割愛)
8. あなたが比例代表で投票した候補者（または政党）について、次にあげることはどれくらいあてはまると思いますか。候補者に投票した方は候補者について、政党に投票した方は政党について、お答えください。
1. 私の周りでは、その候補者（または政党）を支持する人が多かった
- そう思わない
 - あまりそう思わない
 - どちらともいえない
 - ややそう思う
 - そう思う
2. その候補者（または政党）が掲げる政策は、私にとって魅力的だった
- (以下、選択肢割愛)
3. 今までの実績を高く評価できる候補者（または政党）だった
4. その候補者（または政党）には、現状を改革する意欲が感じられた
5. ビラや演説（街頭、ネット配信のいずれでも）を見聞きして、その候補者（または政党）に興味をもった
6. 信頼できそうなイメージがある候補者（または政党）だった
7. 自分と同じ職業や業界の問題に取り組んでいる候補者（または政党）だった
9. 2019年に行われた前回の参議院選挙の比例代表では、あなたは、所属する労働組合が推薦する候補者または政党に投票しましたか。
- 組合が推薦する候補者の名前を記入した

- 組合が推薦する政党の名前を記入した
 - 組合が推薦する候補者・政党とは別の候補者・政党の名前を記入した
 - 覚えていない・投票に行かなかった
10. 今回の参議院選挙に際して、労働組合の関係者から、特定の候補者や政党に投票してほしいというよう
な働きかけを受けましたか。
- 受けなかった
 - 受けた
11. 組合からの働きかけについて、次のことはどれくらいあてはまりますか。それぞれについてもっとも近
いものを1つずつ選んでください。
1. 働きかけの内容に納得できた
 - そう思わない
 - あまりそう思わない
 - どちらともいえない
 - ややそう思う
 - そう思う
 2. 投票先（棄権含む）を決める上で参考にした
 - （選択肢割愛）
12. 次にあげることは、あなたにあてはまりますか。それぞれ、あてはまるほうを選んでください。
1. 今回の選挙に際して、組合が推す候補者の応援に参加した
 - あてはまらない
 - あてはまる
 2. 組合や産別組織、連合の機関誌や広報誌で、選挙に関することを読んだ
 - （以下、選択肢割愛）
 3. 選挙期間中、組合や組合が推薦する候補の公式サイトやSNS にアクセスした
 4. 今回の選挙で「紹介カード」（組合が推す候補者を支持する仲間を紹介するカード）を書いた
 5. 今回の選挙で「支持者カード」（組合が推す候補者の支持を表明するカード）を書いた
 6. 組合が推す候補者の後援会に入っている
 7. 選挙期間中、組合が推す候補者を周囲の知人に推薦した
13. あなたがふだん、次のような手段を使って政治家や選挙、政治について見聞きする機会は、どれくらい
あると思いますか。それぞれ、もっとも近いものを1つずつ選んでください。
1. テレビ
 - まったくない
 - 月に数回以下
 - 週1回くらい
 - 週数日以上
 2. インターネット上のニュースサイト、動画サイトなど
 - （以下、選択肢割愛）
 3. SNS（Twitter、Instagram など）
 4. 家族や友人・知人との会話
14. 今回の投票先とは関係なく、普段、あなたはどちらの政党を支持していますか。1つだけ選んでくだ

さい。

- 自由民主党
- 立憲民主党
- 国民民主党
- 公明党
- 日本共産党
- 日本維新の会
- 社会民主党
- れいわ新選組
- その他の政党
- とくに支持する政党はない

15. あなたは、昨年（2021年10月）に行われた前回の衆議院選挙の比例代表で、どちらの政党に投票しましたか。1つだけ選んでください。

- 自由民主党
- 立憲民主党
- 国民民主党
- その他の政党
- 投票に行かなかった（または、選挙権がなかった）
- 覚えていない

16. あなたは、次の政党にどれくらい好感をもっていますか。1が最低、5が最高として、それぞれもっとも近いものを選んでください。

1. 自由民主党

- 1（嫌い）
- 2
- 3
- 4
- 5（好き）

2. 立憲民主党

- （以下、選択肢割愛）

3. 国民民主党

4. 日本共産党

5. 日本維新の会

17. 政治や社会に関する次の考え方や意見に関して、それぞれ、あなたのお考えにもっとも近いものを1つずつ選んでください。

1. 政治とは、自分から積極的に働きかけるものだ

- そう思わない
- あまりそう思わない
- どちらともいえない
- ややそう思う
- そう思う

2. 日本は、防衛力をもっと強化すべきだ
 - (以下、選択肢割愛)
3. 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
4. 私は、現在の生活にたいへん満足している
5. 政治とか政府とかは、あまりに複雑なので、自分には何をやっているのかよく理解できないことがある
6. 正規雇用か非正規雇用かに関わらず、同一労働には同一賃金が支払われるべきだ
7. 治安を守るためにプライバシーや個人の権利が制約されるのは当然だ
8. 人びとの暮らし向きは、だんだんと悪くなってきている
9. 日本でも、同性カップルの結婚を法的に認めるべきだ
10. 働く意欲を高めるためにも、所得の格差はあったほうがよい
11. 政治的なことには、できればかかわりたくない
12. 日々の生活が忙しくて、政治のことなど考えている暇がない
13. 今の社会を維持するより、成功するかどうかわからずとも改革に挑戦するべきだ
18. 過去1年を振り返って、次のような活動に参加する機会がありましたか。それぞれ、あてはまるほうを選んでください。
 1. 労働組合を通じて、署名活動に参加した
 - なかった
 - あった
 2. 労働組合を通じて、街頭活動に参加した
 - (以下、選択肢割愛)
 3. 労働組合を通じて、障がい者や子ども、被災者などの支援活動に参加した
 4. 労働組合の政治研修会に参加した
 5. 労働組合と関係のある議員の報告会に参加した
19. 労働組合にかんする次にあげるような事柄について、あなたはどう思いますか。それぞれ、あなたのお考えや印象にもっとも近いものを1つずつを選んでください。
 1. 組合員同士で、政治や政策について話し合う機会が多い
 - そう思わない
 - あまりそう思わない
 - どちらともいえない
 - ややそう思う
 - そう思う
 2. 労働組合が考える政策に組合員の意見が反映されているのか、よく分からないと感じる
 - (以下、選択肢割愛)
 3. 労働組合は、今まで応援してこなかった政党や無所属の候補者でも、理念が一致するならば応援すべきだ
 4. 組合が推す候補者と触れ合う機会が多い
 5. 労働組合の政治活動は、私にとって良い成果をもたらしている
 6. 労働組合は、政策の実現のため、関心が一致する他団体ともっと協力すべきだ
 7. 現在の政治について職場で学べる機会があれば、私は参加したいと思う

8. 私が所属する労働組合は、政治活動に力を入れすぎている
 9. 個人では解決できなくても、労働組合などの団体を通じて解決できる課題がたくさんある
 10. 地域活動などの社会活動に参加する機会があれば、組合員はもっと政治に関心を持てると思う
20. 現在のあなたの働き方について、次のことはどれくらいあてはまると思いますか。それぞれ、もっとも近いと思うものを1つずつ選んでください。
1. 自分は勤め先に貢献しているほうだと思う
 - そう思わない
 - あまりそう思わない
 - どちらともいえない
 - ややそう思う
 - そう思う
 2. リーダーシップをとるより、指示されたとおりの仕事をする人が多い
 - (以下、選択肢割愛)
 3. 意見が合わない同僚とも、互いに納得がいくまで話し合える
 4. 職場に問題があれば、ともに解決できる仲間がいる
21. あなたがよく話をする人たちのなかで、政治家や選挙、政治について話をする人は何人くらいでしょうか。以下にあげる関係性の人たちについて、それぞれあてはまる人数を教えてください。
1. 家族
 - 0人
 - 1人
 - 2人
 - 3人
 - 4人以上
 2. あなたと同じ業種ではたらく友人・知人・仕事関係者
 - (以下、選択肢割愛)
 3. あなたと異なる業種ではたらく友人・知人・仕事関係者