

私たちの広場

【特集】

市民サイドからの政治・選挙情報の発信

【連載】

海外トピックス

アメリカの地方自治事情

【連載】

絵本／英国・選挙腐敗防止の軌跡



No.290

2006年9月20日

財団法人 明るい選挙推進協会

名言の舞台	3
特集 市民サイドからの政治・選挙情報の発信	
・ 本気に投票率を向上させる現場の舞台裏	5
リンカーン・フォーラム事務局長 内田 豊	
・ ～政治政策をわかりやすく～ 若者たちの政策メディアseiron	7
seiron代表 三摩 広行	
・ インターネットと政治情報— Yahoo! みんなの政治から	8
ヤフー株式会社 プロデューサー 川邊 健太郎	
・ ネットワーク型の政治参加	10
明治学院大学法学部長 川上 和久	
海外トピックス アメリカの地方自治事情	13
ドイツの政治教育〈第2回〉	14
名古屋大学助教授 近藤 孝弘	
人をその気にさせるコミュニケーション〈第3回〉	16
施策紹介 まちづくり三法	18
メイスイ列島フラッシュ	20
東京都練馬区／兵庫県三田市／山口県山口市	
絵本 英国・選挙腐敗防止の軌跡〈第3回〉	24
協会からのお知らせ	27

〈裏表紙の紹介文〉
本年八月に実施した交通広告および雑誌広告のデザインです。

男の子がおばさんを背負って選挙に連れて行ってあげている情景でしょうか。男の子の踏み出した右足が大きく描かれており、標語の「一歩前進」という言葉を強調する働きをしています。おばさんの大事な一票を、男の子が応援しているのでしょう。

（雑誌「選挙」平成18年1月号から転載）

〈表紙の紹介〉
村上 尚徳
（文部科学省初等中等教育局教育課程課教科調査官）

服部 里美さん
郡山女子大学附属高等学校3年（受賞当時）



権力は腐敗する傾向にある 絶対的権力は 絶対的に腐敗する



ジョン・E・アクトン

1834年生、1902年没

この名言は、十九世紀後半のイギリスを代表する歴史家アクトン卿が、一八八七年四月五日、後のイギリス国教会の主教、マンデル・クレイトンに宛てた書簡の中で述べたもので、政治の世界ではもつとも有名な名言の一つです。

政治の世界だけでなく、企業や集団などの各種組織においても、批判や自戒の警句としてよく引用されますので、アクトン卿の名前は知らなくとも、この名言を聞いたことがある人は多いでしょう。

アクトン卿は、敬虔なカトリック教徒で、自由主義的カトリック思想家としても知られ、当時のローマ教皇ピオ九世の中央集権的絶対主義と対立しました。

政治に対しても自由主義者としての理想を持ち続け、州と連邦が相互にチェックし合うアメリカの連邦民

主制を、世界でもつとも自由な社会が生まれたと高く評価しました。

イギリスの名宰相グラッドストーンとの親交が深く、グラッドストーンが一八八六年にアイルランド自治法案を提出し、自由と自治、権力の分割と異国民の友好の実現に執念を燃やしたのも、アクトン卿の影響が大きかったといわれています。

一八九五年、ケンブリッジ大学教授に就任し、「ケンブリッジ近代史叢書」全十二巻の企画編集者となりました。博学をもって知られましたが、一冊の著作も世に問うことはありませんでした。

近代国家は権力の腐敗を防ぐ手段として、代表者の公選と三権分立の仕組みを生み出しました。仕組みをつくるだけでなく、これを有効に機能させることが重要なことは言うまでもありません。

政治・選挙情報の発信

わが国のインターネット利用人口は2005年末で8,500万人を超えました（総務省調べ）。このインターネットを使って、NPOや若者のグループが、有権者に投票参加を呼びかけたり、候補者情報やネット世論調査の結果など政治や選挙の判断材料を提供する事例が増えています。公開討論会や模擬投票の実施など、インターネットとは直接の関係を持たずに始まった運動も、インターネットを活用することによってその輪を拡げています。また、2006年2月にはヤフー株式会社が、閲覧者も情報提供者となる総合的な政治情報サービス「Yahoo! みんなの政治」を開設し、さらに7月には、市民

記者によるインターネット新聞JANJANが全国5万人の政治家データベース「ザ・選挙」をスタートさせました。これらは、従来のマスメディアや政党が提供するプロによる政治・選挙情報とは異なり、市民サイドからの政治・選挙情報の発信とすることができます。

下の表はこれらのwebサイトの状況をまとめたものですが、今号では、その中から三つの事例を選び、それぞれの代表者に活動のねらいや成果等について執筆いただくとともに、明治学院大学の川上教授にネットワーク型社会と政治参加のあり方について総括していただきます。

主な政治・選挙関連サイトの状況

2006年9月現在

類型	サイト名	内容等
運動型	.JP（ドットジェイビー）	議員インターンシップ・コーディネイト事業など。1998年に学生のサークルから誕生。
	STATESMAN	信頼できる政治家の発掘・支援。1997年、大学生有志が集まって設立。
	リンカーン・フォーラム	公開討論会の開催支援。2000年、政治・教育・環境NGOの「地球市民会議」から独立。
	Rights	未成年者の模擬投票のサポートなど。2001年スタート。
	GEIL2006	学生が運営する学生のための政策立案コンテスト。今年で8回目。
情報提供型	Election.	2000年6月に開設した選挙情報専門サイト（候補者情報、ネット世論調査等）。
	seiron（若者たちの政策メディア）	各党のマニフェスト比較、選挙のテーマ別基礎解説などを提供。2003年6月開設。
	Yahoo! みんなの政治	政治・選挙に関する情報を分かりやすく提供する総合サイトとして2006年2月スタート。
	ザ・選挙（JANJAN全国政治家データベース）	JANJAN（NPO型インターネット新聞）の政治版として2006年7月オープン。
投票よびかけ型	政治家・政策データベース	現職国会議員のプロフィールと政策意見を集めたデータベース。「構想日本」が提供。
	YES! PROJECT	若手起業家による、ブログやSNSを使って若者の政治参加を促そうという運動。
	投票に行こう	経済同友会による選挙への投票呼びかけ。国政選挙の都度開設。
	Over80!	個人による投票率80%以上の呼びかけ。1998年スタート。選挙管理委員会ウオッチング等。
	無関心党	ブラックジョークによる投票参加の呼びかけ。
提言型	やっぱ選挙でしょう	学生向けアンケートなど、政治に関心を持ってもらうための情報の提供。2005年10月開設。
	ppi（政策過程研究機構）	市民の政策ニーズを集約し、政策の立案、提言。2001年設立の非営利政策シンクタンク。
	構想日本	公職選挙法改正案等の提言、フォーラムの開催など。
	JPF（日本政策フロンティア）	政策提言のほか公開討論会開催支援、ローカルマニフェスト作成支援など。

（注）順不同。編集部において取りまとめたもので、類型区分は一般に認証されたものではない。

本当に投票率を 向上させる現場の舞台裏



リンカーン・フォーラム事務局長

内田 豊

「公開討論会支援開始のきっかけ」

リンカーン・フォーラムは、公職選挙で立候補者を一堂に集めた公開討論会を、民間の手によって公平・中立に開催する活動を行っているNGOである。

日本では一九八三年に公営の立会演説会が廃止されて以来、選挙の時、候補者同士の政策論議がほとんど行われなくなってしまった。この状況に危機感を抱いていた小田全宏氏（現・NPO法人日本政策フロンティア理事長）が、英国の選挙時における公開討論会を目の当たりにし、日本への導入を考え「リンカーン・フォーラム」を創設したのが始まりである。肝要なのは国民の政治啓発であり、米国のリンカーン大統領が「人民の人民による人民のための政治」と宣言した理想の民主主義をこの日本に根付かせることが私達の目指すところである。その手段として、私たちは公開討論会を開催し、達成度のモノサシと

して「集客数」、「満足度」、そして「投票率の向上」を用いている。

「リンカーン・フォーラムの活動」

私たちの組織は、公開討論会の開催方法を指導する本部・地域窓口と、各地の選挙で討論会を開く地元の実行委員会から構成される。

本部は主として、主催者に対する運営方法のアドバイス・講演、マニュアルの作成、関連情報の収集・分析・公開等を行っている。

本部と地元の実行委員会を結ぶ強力なコミュニケーションツールが、Webサイトと会員制メールリングリストである。マニュアル『公開討論会の開き方』（毎日新聞社刊）を、二〇〇〇年にWebサイトで無料公開した結果、全国の誰もが容易に公開討論会を開催できるようになり、二〇〇〇年総選挙では、三〇〇小選挙区中二三〇カ所での実行委員会の立ち上げに寄与できた。以後もWebサイトはコンテンツの増加を続け、最新の開催情報

●プロフィール うちだ ゆたか

公開討論会支援NGO「リンカーン・フォーラム」代表代行兼事務局長。

会社員、ISO9001、情報セキュリティコンサルタント。

2000年にリンカーン・フォーラムを設立、全国へ公開討論会の普及・指導に当たっている。

をはじめ、運営ノウハウやQ&A、開催履歴等のデータベース、討論会の映像や音声等が満載されている。

一方、会員制メールリングリストは、討論会の開催を希望する有志がeメールで意見交換や質疑応答を行う場だ。リンカーン・フォーラムのマニュアルは実際の運用で鍛え上げられた実践的な内容だが、それでも現場はマニュアルにない様々な問題に遭遇する。その時にメールリングリストに質問すれば、全国の経験者がたちどころに経験談を披露してくれる。また失敗談も包み隠さず公開し、後進の主催者が同じ失敗を繰り返さぬように、ノウハウを全会員が共有している。Webサイトでは不可能なスピードと品質で、知恵の共有ができる点が長所だ。登録会員は常時五〇〇名を超え、日本の政治系会員制メールリングリストとして最大、かつ最古参といえるだろう。さらに、そこで行われた質疑応答は汎用化した後にWebサイトに反映され、全国にフィ



ードバックされる。この仕組みにより、リンカーン・フォーラムのノウハウはつねに進化を続けている。

このようにリンカーン・フォーラムはインターネットを駆使しているが、私達はWebによる政治評論や情報提供だけのバーチャル活動で、国民が投票行動を起こすなどという生やさしい考えは持っていない。国民を討論会の場と呼び寄せ、候補者の生の声を伝え、五感に訴える現実世界での堅実な活動こそが、国民の目を覚まさせると確信して、それを数字で証明してきた。それぞれの選挙で討論会を開催するために行う候補者との出演交渉、集客活動、そして舞台運営こそが私たちの活動の中心である。

【実績】

私たちの討論会開催数は全国で一〇〇〇回を超え、国政選挙をはじめ、自治体の首長選や議会議員選でも実施し、同じ選挙で複数回開催することもし珍しくなってきた。来場者数は全選挙平均で約四〇〇人、市長選に限れば平均六〇〇人に及ぶ。またアンケートによると、つねに80%以上が満

足と回答している。その地域で初めて開催されたときは目新しさから満足度は高いものだが、三回目、四回目でも満足度が高い理由は、実行委員会が創意工夫して内容を進化させているからであろう。

さらに投票率の向上に貢献していることも統計から明らかである。その地域で初めて公開討論会が開催されると、前回の選挙と比較して、投票率が平均で約一〇ポイント向上している。また、その地域で二回目以降の討論会でも会場を満席にすると投票率は再び向上する。なぜ、多くて二〇〇〇人程度しか収容できない公開討論会が投票率向上に貢献するのか。それは来場者の表情の変化に表れている。最初「誰が一番か見極めてやる」と、あたかも評論家のように椅子にふんぞり返って聞いている。ところが討論が進むうちに、自分の街が大変な課題を抱えていることに気づく。そしてその課題をこれまで放置し、自分がきちんと投票しなかったために失政が続いてきたことに気づくのだ。討論の後半では誰もが前のめりになり、メモを取り出すのである。そして翌日には討論会が新聞で大きく報道され、目覚めた有権者たちはこの記事をきっかけに、討論会で学んだことを近所中に伝えていくのだ。このクチコミこそが、投票数が飛躍的に増える要因だと私達は推測している。最近では討論会のテレビ放映の効果も大きい。長野市長選公開討論会を放映したCAT

【今後の課題】

V局は、開局以来最高の視聴率を記録した。また、私達は、各地の選挙管理委員会とも良好な関係を築いており、討論会に対しても高い信頼を得ている。新聞で討論会のことを知り、地元での開催を希望した方が選管に相談に訪れたところ、選管からリンカーン・フォーラムのマニュアルを紹介されたという話もときどき耳にする。大変ありがたいことである。

全国に定着してきた公開討論会だが、課題も多い。第一に公職選挙法で、選挙期間中の開催が著しく制限されていることだ。例えば、選挙期間中は実行委員会がこのイベントを告知できず、マニフェスト配布時も候補者の氏名を記載できない。私達はこれらの不合理な法律の改正を求め、繰り返し政策提言を行っている。

第二に、会場費をはじめ開催費用の問題である。どの選挙でも開催するためにはボランティアによる実行委員会の立ち上げが欠かせないが、予算を持たない彼らは会場費、広告費等の工面に腐心する。そこで、自治体に対してこの活動の公益性の高さをアピールし、公営施設の無償貸与を申し出ているが、ほとんどの自治体で赤字財政を理由に適用されない。私たちの活動主旨に賛同いただける行政や公益法人などからの協力が得られれば、幸いである。

「政治政策をわかりやすく」 若者たちの政策メディア seiron



seiron 代表 三摩 広行

「選挙カーから何を訴えたいのか分からなかった」

選挙になると、候補者は選挙カーから「私は〇〇選挙に立候補しました△△△△です」「私は〇〇改革を目指します」と大声を張り上げるが、名前を連呼するばかりで、何を伝えたいのかよく分からない。選挙公報はきわめて見にくく、一票の選択に役立つ中身はほとんど見つからない。何も分からない状態で投票しろといわれても、無理がある。

これらは一例に過ぎない。政治家や選挙制度が、若者の感覚からあまりにも離れている。政治家は、若者がどのようなことを考え、興味を持っているのか、くみ取ることが必要だ。

私はこのような政治や選挙についての疑問を抱えていたとき、東京都内の知人に誘われ、総選挙で登場した各政党のマニフェスト（政権公約）を若者向けにわかりやすくインターネット上で比較するサイト、若者たちの政策メディア seiron (<http://www.seiron.org>) の立ち上げに参加するにいたった。

「政治や政策の基礎知識がない人に」

seiron では、政治や政策の基礎的な解説を行う「わかる！テーマ別基礎解説」や政策の比較・評価を行う「テーマ別マニフェスト比較」「ニュースで追跡！マニフェスト」等のコンテンツを提供している。

二〇〇三年の衆議院選挙時にサイトをオープンし、当時は「マニフェスト」が流行語になるほどマスメディアに登場し、同時に seiron もマスメディアに多く取り上げられ、三週間で一四万ヒットものアクセスがあった。

その後、二〇〇四年参議院選挙や二〇〇五年衆議院選挙でも、選挙特集として各政党のマニフェストの比較・解説を行っている。選挙がない時期でも「ニュースで追跡！マニフェスト」というコンテンツを通して、マニフェストで訴えた内容がその後実際の政治活動でどのように実行されたのかを解説している。サイト運営を行うときに大切にしているのは、「政治なんてわからない、むずかしい」

●プロフィール さんまひろゆき

NPO 若者たちの政策メディア「seiron」代表。会社員。立ち上げから seiron に参加し、政治と有権者のハブ役を目指し、わかりやすいサイトづくりに当たっている。

と知っている人でもサイトの内容を理解できるようにすることである。政治の専門用語をわかりやすい言葉に言い換えること、図や表、そしてイラストを用いること、「政治はむずかしい」と思っている当事者の私たちがまず理解できるような解説原稿になるよう工夫している。

「目ざろから政治や政策に対して
目を向けることで理解は深められる」

マニフェストは二〇〇三年衆議院選挙に本格的に登場してから認知度は次第に高まっているが、有権者が自らマニフェストを読み、理解し、自分の投票行動に活かし、また、マニフェストの実際の成果をチェックすることができるようになったかという点、やはりまだ難しい。

普段、私は民間の会社で働いているが、毎朝の通勤時には日経新聞で経済や企業欄を中心に読み、マニフェストがどうなったのかを政治欄で確認することはどうしても二の次、三の次になってしまう。だから選挙前になって急にマニフェストをわかりやすく伝えようと



解説しても、理解を深めることに限界がある。

そこで、日常的な政治活動に有権者が関心を持ち、将来予定される選挙に向けた準備を日々コツコツとできるように、私たちのサイトでは、「ニュースで追跡！マニフェスト」というコンテンツを用意している。このコンテンツでは、話題になった時事問題をテーマにし、政府がどのような対応を行っているか、マニフェストで書かれていたことがどのくらい実現されているのかを解説している。たとえば、二〇〇五年二月一六日に京都議定書が発効するという報道があれば、このコンテンツでは、マニフェストに記述されている温暖化対策の解説を行っている。

「有権者が自ら考え行動することができ環境を」

私たちSeironのミッションは「有権者一人ひとりが政治に対する興味や関心を高め、自

ら考え行動することができ環境を整備する」ことである。そして、今、私たちが取り組んでいるのは、知識が不足しているために投票に（政治に）参加できない人に対して必要な情報を提供することである。

政治に主体的に参加するというのはどういうことか？政治とスポーツを比較して考えてみるのとおもしろい。

プロ野球やサッカーは、日常的に選手や球団からファンサービスが積極的に行われている。プレイヤーはゲームを通じてプレイをアピールし、ファンはスタジアムやTV中継で観戦する。インターネットや雑誌で試合結果を知る。さらにはTVゲームで疑似体験さえ

できる。選手の育成環境も整備されており、幼いときから体育教科やスポーツクラブで競技を経験する。

一方で政治の場合は、有権者が政治家の行動を議会に行って傍聴することはほとんどないし、国会の議事録を読むこともない。幼いころから政治に参加できる機会が不足している。何も国会議員がアイドル化することを望んでいないが、政治家や政党がやろうとすることを有権者にしつかりアピールすることは、有権者が政治に参加するきっかけを作るのではないかと考えている。

Seironは政治と有権者のハブ役になり、そんなきっかけをたくさん作りたいと思っている。

インターネットと政治情報 —Yahoo! みんなの政治から

ヤフー株式会社プロデューサー

川邊 健太郎



「みんなの政治とは？」

Yahoo! みんなの政治（以下「みんなの政治」）は、二〇〇六年二月二二日に開始したインターネット上の政治情報プラットフォームサービスである。既存の政治報道サイトとは異なり、サイト運営社が政治記事を書くの

●プロフィール かわべ けんたろう

ヤフー株式会社 プロデューサー。
2000年ヤフー株式会社入社、Yahoo!モバイルの総括プロデューサーとなり、その後 Yahoo!ボランティア、Yahoo!災害速報、災害インターネット募金をプロデュース。2005年12月同社サービス統括部内において社会貢献企画を設立し、2006年2月 Yahoo!みんなの政治をプロデュース。

ではなく、政党、国会議員、報道機関、シンクタンクなどから政治に関連するありとあらゆる情報を集めてわかりやすく整理し、利用者に提供する情報サービスである。二〇〇六年八月現在、主な機能は、

- ① 議員検索…国会議員の経歴、活動記録、国会で審議される議案の賛否コメントなどが掲載された議員プロフィールページが検索できる
- ② 議案検索…第一六二国会以降に本会議で審議された議案（決議、条約などを除く）の詳細や各政党の賛否がコメント付きで検索できる
- ③ 政治ガイド…政治・国会の基本的な仕組みや用語解説、議員秘書をテーマにしたマンガなど初心者向けの情報を提供
- ④ 政治記事読み比べ…週刊誌や新聞など既存媒体の政治記事を読み比べることのできる機能

⑤ みんなの政治投票：Yahoo! 投票を用いたお客様参加型の簡易な世論調査機能

などが提供されており、月間で約一〇〇万人以上の方が閲覧している。生の政治情報を直接書き込んでいる国会議員も四〇〇名を超えており、今後も閲覧者と書き込みを行う国会議員が増加していくものと予想されている。

【Yahoo!JAPANの社会貢献事業】

こうしたサービスをYahoo!JAPANとして提供する背景には、Yahoo!JAPANの社会貢献事業と密接な関係がある。Yahoo!JAPANを運営するヤフー株式会社は、一九九六年の

創業以来さまざまな社会貢献事業をインターネットサイトを通じて行ってきた。子供向けの安心して利用できる検索サービスであるYahoo!きっず、全国のNPO団体、ボランティア団体と顧客とをマッチングしてボランティア活動への参加を啓蒙するYahoo!ボランティア、日本全国で発生する震度三以上の地震や津波情報をYahoo!JAPAN上の全ページに速報したり、防災の啓蒙を行うYahoo!災害情報など、公共性の高い、社会的に意義のあるサービスを社会貢献活動の一環として提供している。また、社会貢献活動のサイトを企画運営する専門の部署を社内を設置している。

筆者は、社会貢献事業専門部署においてYahoo!ボランティアやYahoo!災害情報の企画とサイト運営を行ってきた。二〇〇四年末、Yahoo!JAPANサービス開始一〇周年である二〇〇六年に向けて社会貢献活動の新サービスを企画することになり、メンバーで議論を行った。ヤフー株式会社がビジネスを行う上で前提としている日本という国家や市場、地方などが持つ諸問題についてリサーチや議論を行い、それらを改善できるようなサービスのニーズがないかを探った。そういったリサーチの中でYahoo!JAPANのメインの顧客である二〇〇代、三〇代の若年有権者層の選挙における投票率が下がっていることを知ることになる。

ヤフー株式会社がYahoo!JAPANを提供できる健全なるインターネット環境やビジネス環境も、健全なる政治状況があってこそ成立するものであると考え、将来を担うべき若年

有権者層の政治に対する関心の低下は国民全体の問題であるとの認識から、国民の政治理解の促進や選挙時の投票率の向上に貢献できる情報サービスをヤフー株式会社の社会貢献活動の新たな軸としてサービス提供することが決定された。以後、一年以上の準備期間を経てみんなの政治がサービス開始となった。

ソーシャルメディア化するインターネット

二〇〇六年に入ってからWeb2.0という言葉がマスメディアに頻繁に登場するようになった。Web2.0の概念を一言で説明するのは難しいが、筆者はシンプルに「勝ち残った有ラインターネットサイトが内包する諸要素」と理解している。その中で重要な要素としてソーシャルメディアやCGM (Consumer Generated Media) の概念がある。これまでのWebのサイト (Web1.0的なサイト) は従来メ



ディア型のプロによる情報制作、編集によって情報提供がなされており、サイト閲覧者はあくまでも受け手の存在であった。これが、CGMなどの概念や具体的な機能によりサイト参加者が能動的に情報を提供し、サイトのコンテンツ自体がさまざまな参加者によって形成されていくようになる。昨年の衆議院選挙で自民党が多数の「ブロガー」と懇談会を行ったインターネット上の日記機能である「ブログ」や韓国のニュースサイトOh my Newsに代表される市民記者によるニュースサイトなどCGMの概念を具体化し実際に多くの参加者を集めているサイトは、サイト自体が一種のコミュニティを形成しており、Web2.0的なソーシャルメディアといえることができる。

みんなの政治でもソーシャルメディアの概念を導入し、あらゆる政治関係者からの情報を主体的に提供していただくことを前提にサービスが作られている。すなわち、各政党はみんなの政治の「議案検索」の議案情報に対して賛否の態度とコメントを、国会議員は「議員情報ページ」に自身の活動記録や議案の賛否コメント、ジャーナリストは「政治記事読み比べ」に政治批評記事をそれぞれ情報提供している。そして二〇〇六年七月から提供している「自民党総裁選、民主党代表選特集」では、各候補への応援メッセージ機能を提供し、はじめて一般のサイト閲覧者からの情報提供をいただいている。こうして、さまざまな政治関係者、有権者からの情報提供によって、みんなで政治的課題を議論していくプラットフォーム

フォーム、名実共にサービス名称である「みんなの政治」になると考えている。

【政治情報サイトの今後】

日本のインターネットサイトには新聞社などによる政治の報道サイトはあったが、政治情報を専門的にかつわかりやすく提供するサイトは多くはなかった。しかし、マニフェストの普及や小選挙区制における選挙の実施、インターネット利用者の堅実な増加など複数の要因から、二〇〇五年の衆議院選挙時にYahoo!JAPANや価格comが各政党のマニフェスト比較特集を提供、二〇〇六年二月にYahoo!みんなの政治がサービス開始、七月にはインターネット新聞社のJANJANが「ザ・選挙」という選挙と議員情報を中心としたソーシャルメディアサービスを開始しており、今後

もインターネット利用者のニーズの増加に伴い同様のサイトが増えていくものと予想される。政治理解の促進や投票への啓蒙はテレビ、新聞などのメディアが重要な役割を果たしてきた。今後も大きな争点の解説や世論調査、注目選挙区の情報などについてテレビ、新聞がもつ役割や影響力に変化はないと考えるが、各選挙区の議員や候補者の日々の活動記録、国会で審議されている各議案に対する考え方、有権者の意見など、「詳細な政治情報」については、インターネット上の政治専門サイトが情報提供の役割を担っていくことになると思っている。

二〇〇七年に行われる参議院選挙では、多くの有権者がテレビ、新聞のほかにインターネットを参考にして投票に行くようになるかもしれない。

ネットワーク型の政治参加

明治学院大学法学部長

川上和久



【ネットワーク型政治とは?】

「ネットワーク型社会」という言葉が、インターネットをはじめとする情報通信技術の発

達で一九八〇年代から盛んに使われたし、「ネットワーク型社会」の形成が、政治参加のあり方にも大きな影響を与えたとされている。だが、そもそも、「ネットワーク」とは、

情報通信技術が発達した社会だけの専売特許ではない。ネットワークとは、もともと、漁網の結び目を指し、さまざまな情報の結節点を束ねたシステムを意味していた。

ネットワークをより明確化するために、ネットワークの性質を表現するいくつかの言葉を借りれば、「集中」に対する「分散」であり、「垂直」に対する「水平」であり、「トップダウン」に対する「ボトムアップ」である、ということができよう。ローマ帝国によるキリスト教の弾圧に対して、信徒たちは、それぞれの信仰心を糧として、教会の「ネットワーク」を築き、対抗した。インターネットは、こういったネットワーク型社会を形成し、促進していくための、ツールの一つ、という見方もできよう。

インターネットのそもそもの発端が、ソ連による核攻撃に対して、中枢部を破壊されてもコンピュータが機能するようにコンピュータのバックアップを用意し、相互に繋いだ米国の「ARPA NET」をもって嚆矢とするわけだから、インターネットとネットワーク社会の形成は不可分のもの、ともいえるかもしれない。

本稿では、インターネットの発達も含め、ネットワーク型社会における政治参加のあり方について、いくつかの論点をまとめてみることにしたい。

「ネットワーク型社会における水平的情報の発達」

第一の論点は、ネットワーク型社会における、「水平的情報の発達」についてである。マスメディアという、少数の情報源から多数の受け手に向けて、垂直的に情報発信がなされている状況下では、マスメディアの送り手によって編集された、限られた情報の影響力が大きくなる場合がある。

それに飽き足らない人達が、より多くの政治情報を求め、発信するようになった。ここでは、団体、個人を問わず、分散型の情報発信がなされている。もちろん、マスメディアのホームページ自体も大きな影響力をもっているが、政党・政治家のホームページ、世論調査などの選挙サイト、市民団体の政策比較ホームページなど、多くの政治に関連するホームページに、マスメディアによるホームページとはほぼ同等の価値で、受け手がアクセスすることができ、ネットに限らず、公開討論の実施など、有権者の政治情報へのアクセスが、多元化していく傾向にある。

よう求めたりした。

マスメディアだけでなく、政治情報の解説サイトや公開討論の実施など、「市民主体の情報発信」が増えているということは、「水平的情報の発達」によって、さまざまなネットワークの結節点から発せられる情報が、有権者の政治的関心を惹起し、判断に影響を与える可能性が、大きくなっているといえよう。

「有権者に要求される自己編集能力」

第二の論点は、第一の論点と関連してくるが、「情報を束ねる判断力」が、有権者に要求されるということである。マスメディアからの垂直的情報が優位であれば、いわゆる「口コミ」は、信憑性が低い媒体とみなされる。信憑性の高い情報を編集し、より信憑性の高い情報にする能力を持っているのがマスメディアであり、口コミは、信憑性の低い情報でも流通させるということが、受け手に分かっているからだ。しかし、ネットワーク上では、情報は、マスメディアが発する情報も、個人のブログも、完全とはいわないまでも、同列に近い形で扱われることも多い。

ネットワーク型社会にあつては、情報の発信源が多様で、その信憑性も千差万別だ。情報発信も、公開討論など、候補者自身のナマの声に接することで、「判断の基準」を提供することが目的の場合もある。それだけに、有権者には「情報に積極的に関与し、判断す

る力」が求められているといえる。

「逆説的に生じるマスメディア依存」

そこに、第三の論点が生じてくる。さまざまな情報がネットワーク上で発信されることから逆説的に生じる、「マスメディア依存」である。

あまりに多種多様な情報がネットワーク上で発信されており、編集されていない情報も多いために、それらの多様な情報から、自分自身がチェックし、自己編集して、判断するに足る情報にしていくコストを有権者はかけたがらない。かといって、一部の情報だけに基づいて判断するのは、不安が残る。そこで、さまざまな政治情報が氾濫すればするほど、かえって、マスメディアに情報を依存するようになる、という傾向も生まれる。

この「マスメディア依存」は、特に若い世代の「活字離れ」が進み、新聞を読む層が減少しつつある中で、「マスメディアが提供する情報依存」という形で、新聞社や通信社が提供するネット情報への依存、という形でも表れる。現実には、日本新聞協会の調査では、インターネット情報は多様で情報量が多いものの、情報への信頼度はまだまだ低く、新聞、テレビなどのマスメディアへの信頼度がまだまだ高い(表参照)。したがって、政治情報の判断基準として、すぐにインターネットなどのネットワーク情報が、有権者に受け入れられる訳ではなく、新聞などがネット上に提供

する情報に依存する可能性がある。

「ネットワーク型社会が政治参加を促進するために」

それでも、政治に関する市民サイドの情報発信は、より多くの政治的知識を求める有権者が増えていけば、ますます活性化していくだろう。理想型としての近未来ネットワーク型政治参加は、マスメディアのみによらない、さまざまな政治に関する情報発信がなされ、受け手が、その信憑性のチェックも含めて、自己編集能力を発揮して、そういった情報を判断基準として用い、多元的で豊富な知識をもとに政治参加することだ。市民サイドの情報発信が政治参加の呼び水になることで、ポピュリズムに流されない、奥行きのある民主主義が涵養されることだろう。

そのためには、市民サイドの情報発信が、その信憑性を高めていく努力と、マスメディア情報がカバーしない情報の提供など、マスメディア情報との「棲み分け」をしていき、多様な情報を提供

表 各メディアの印象・評価 (％、実数=3,873、複数回答)

	新聞	テレビ (民放)	テレビ (NHK)	ラジオ	雑誌	インター ネット
情報源として欠かせない	58.2	42.6	44.5	16.9	13.3	25.4
社会に対する影響力がある	55.8	48.0	52.6	15.8	17.0	23.2
知的である	50.5	8.2	45.9	6.7	5.8	14.5
情報が正確	45.0	16.3	52.1	11.4	3.8	11.7
世の中の動きを幅広くとらえている	44.8	30.0	33.9	10.8	9.2	17.7
情報量が多い	42.6	32.8	27.7	10.0	14.6	43.7
情報が整理されている	41.1	14.2	36.4	6.9	9.7	12.9
情報内容が信頼できる	40.5	11.3	50.1	7.9	3.0	5.6
多種多様な情報を知ることができる	37.9	37.7	27.0	13.6	19.6	41.8
中立・公正である	23.0	5.7	41.4	5.2	1.6	3.9
専門的である	21.6	7.5	27.4	4.2	21.5	26.5
情報が速い	17.7	40.6	47.9	25.0	3.5	38.8

※項目の中から一部を抜粋
日本新聞協会広告委員会「2003年全国メディア接触・評価調査」

●プロフィール

かわかみ かずひさ

明治学院大学法学部教授、法学部長。東京大学大学院社会学研究科博士課程単位取得後、東海大学助教授等を経て現職。神奈川県明るい選挙推進協議会委員。主な著書に『メディアの進化と権力』『日本におけるメディア・ポリティクス』などがある。

する一方、ネットワーク型情報との接し方の「リテラシー教育」を、「民主主義教育」と有機的に連携させる形で浸透させていく必要があるだろう。インターネットの発達、市民サイドの情報発信の活性化が、有権者の政治参加を促す形にしていくなため、多元的アプローチが求められているのである。



アメリカの地方自治事情

選挙によらないシティマネージャー制が主流

★アメリカの地方自治制度

アメリカは独立の主権を有する五〇の州からなり、地方制度は各州が独自に定めており一様ではない。州内の地方団体には、州政府の出先機関であるカウンティ、自治体（日本の市町村にあたる）、タウンシップ、学区、特別行政区などがある。

アメリカの自治体（ミニシパリティ、個々にはシティ、ビレッジなどの名称が使用される）は、住民自らの意思により創り出されるもので法人格を有する。そのため、自治体のない地域（非法人化地域）も相当あつて、アメリカ国民の二割はこの自治体にも属していない。自治体を設立するには、「自治憲章」（ホームルール）を制定し、州政府がこれを承認する。

自治憲章とは、自治体の権限や職制を規定した自治体の基本法を指し、各自自治体有している。憲章には、行政形態、公務員の名称・資格や選出方法、財政、行政サービスの内容、また各部署の編成などに関する規定が盛り込まれ、行政運営の基礎ともいふべきものである。

★シティマネージャー

日本では自治体首長は住民の直接選挙によって選出されるが、アメリカの自治体首長の

選び方は一つではない。首長が住民から選ばれる場合もあれば、議会議員の中から議員の投票で選ばれることもある。首長の権限も自治体により様々だ。

主な類型に、①直接選挙で選出された首長が行政部門の中心になる首長・議会型、②直接選挙で選出された数人の理事が合議制で政策を決定するとともに、個々の理事がそれぞれ担当の行政部局を主導する理事会型、③そして議会・シティマネージャー型の三つがある。

議会・シティマネージャー型は、住民によって選ばれた議員で構成する議会が、シティマネージャーと呼ばれる行政や都市経営の専門家を任命し、その専門家が議会の決定した政策の実行や自治体の運営に関して全責任を負うというもの。首長は議員の中から選ばれ、その役割は、議会の議長を務めたり、対外的にその都市を代表するなど、儀礼的なものに限定されている。

現在アメリカには自治体が約二万あるが、約半数は人口千人未満で、人口一〇万人以上の自治体は二四一（全体の一・二％）に過ぎない。概して、大都市では首長・議会型が主流で、中規模市では議会・支配人型が最も広く採用され、小規模市は理事会型が多い。人口二五〇〇人以上の自治体の分類調査（二〇〇

〇年）によると、首長・議会型が四三・七％、理事会型が二・一％、議会・シティマネージャー型が四八・三％で、首長・議会型は減少傾向、議会・シティマネージャー型は増加傾向にある。

シティマネージャー制のメリットとしては、①市政の政争の弊害を正したり、いたずらな長期の審議を避けることができる、②市政を専門家に委ねることにより、民主主義と効率性・経済性の調和を図ることができる、などの点があげられている。

★日本の状況

日本でも長年いろいろな場で、シティマネージャー制度について議論が重ねられてきた。埼玉県志木市は、行政の効率化を図り、執行機関と議会が一体となったまちづくりを期待するため、平成一五年六月、市町村長の必

置規定を廃止し、シティマネージャー制を採用するという特区構想を提案したが、実現には至らなかった。

本年五月には、第二八次地方制度調査会の答申を受けて地方自治法が改正され、市町村の助役、収入役を廃止して副市町村長に一元化し、副市町村長には市町村長の権限の一部を委任することができるようになった。トッブマネージメントの強化が図られることが期待され、シティマネージャー制度に近づいたという評価もあるが、アメリカのシティマネージャー制度は直接公選の首長がいない自治体で導入されているものだから、それは過大評価であろう。

市民と政府が協力して 選挙教育に取り組む 「ジュニア選挙」の開始

近藤 孝弘 (こんどう たかひろ)

1963年生まれ。東京大学大学院教育学研究科博士課程修了。現在、名古屋大学大学院教育発達科学研究科助教授。専門はドイツとオーストリアを中心とする現代ヨーロッパの政治教育と歴史教育。主著に『ドイツの政治教育』(岩波書店)、『自国史の行方—オーストリアの歴史政策』(名古屋大学出版会)、『国際歴史教科書対話』(中公新書)など。

低下する投票率

昨年九月に行われたドイツ連邦議会選挙は予想を超える大接戦となり、日本でも大きく報道されたことから、まだ記憶に新しいのではないかと思います。

結局、選挙前に中道左派政権を形成していた社会民主党と緑の党がそれぞれ二二二議席、五一議席と低迷したのに対し、保守系野党のキリスト教民主・社会同盟と自由民主党も二二六議席と六一議席にとどまり、その他に革新系野党の左派党が五四議席を獲得したため、さまざまな連立の可能性が生じ、政党間で複雑な交渉が行われることになりました。最終的にキリスト教民主・社会同盟と社

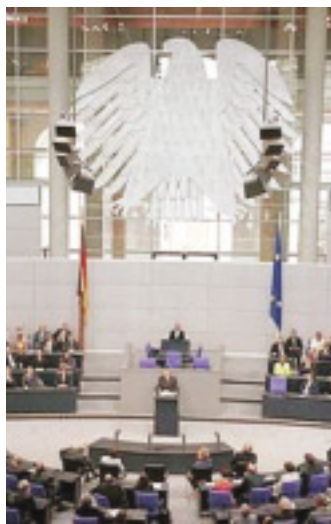
会民主党の保守大連立によるメルケル政権が誕生したのは、選挙から二カ月後の十一月二二日のことです。

今年のイタリア総選挙でも見られたように、近年、有権者の支持が真っ二つに分かれる例がよく見られます。思い返せば前回の二〇〇二年十一月の連邦議会選挙でも、社会民主党とキリスト教民主・社会同盟は二五一議席対二四八議席という大接戦を演じていました。

日本では、このように選挙が明確な勝者を生み出さず、選挙後の政党間の交渉によって連立政府が形成されることを問題視する声も聞かれますが、比例代表制選挙のドイツでは、それはむしろ当たり前のことです。本当の問題は、このような大接戦にもかかわらず、投票率が低下しているという点にあります。

連邦議会選挙の投票率は、一九七二年に九一・九%を記録して以来ゆるやかに下降し、特に統一以後は旧東ドイツ地域の低投票率に足を引っ張られる形で八割を切るものが多くなっています。昨年の選挙では七七・七%にまで低下し、戦後最低を記録しました。衆議院議員選挙でさえ投票率が六割前後で低迷している日本と比べれば、ドイツの状況はまだそれほど悪くないといえますが、二九歳以下の年齢層に限ると投票率はさらに一〇ポイントほど低く、これは今後も全体の低下傾向が続くことを予感させます。

いうまでもなく、選挙は民主主義体制の正当性の根幹ですから、四分の一近い有権者が投票所に赴かないというだけで、すでに深刻な事態です。そして、このような民主主義の危機を前に、ドイツの若者たちが立ち上がりました。



ドイツ連邦議会の議場内部

クムルス活動

一九九八年、ベルリンの大学生を中心に結成されたクムルスというグループが、アメリ



ジュニア選挙の
プロジェクト・リーダー
ゲラルト・ヴォルフ氏

カで開発された模擬選挙であるキッズ・ヴォーティングを参考にして、「ジュニア選挙(Juniorwahl)」を考案したのです。クムルスは、八〇年代半ばに同じ高校に通っていた仲間が核になって結成されましたが、今では法律家や教師、建築家やエンジニアや芸術家など、さまざまな市民が参加する文化団体です。

政治的な中立を保ちつつ、「政府任せにせず、民主主義への責任の意識を市民に促すこと」を活動の目標に掲げる彼らは、これまで様々な政治教育基金の支援を受けて、いくつものプロジェクトを進めてきました。特にベルリンの壁崩壊一〇周年にあたる一九九九年には、ドイツの分断を象徴するブランデンブルク門の前に、道路を横切る形で氷の「壁」を設置するというパフォーマンスを行って、大きな注目を集めています。それは、念願の統一を実現したにもかかわらず、かつての西部と東部の人々のあいだに無理解と無関心という冷たい心の壁が立ちはだかる現状に目を向けるよう、人々に訴えるものでした。

そして、クムルスがいま最も力を入れてい

るのがジュニア選挙です。プロジェクト・リーダーをつとめるヴォルフ(Gerald Wolf)氏が筆者に語ったところによれば、「一八歳になるまで(ドイツでは原則として一八歳で選挙権を認められます―筆者注)選挙から遠ざけておいて、有権者になったとたんに突然、『さあ、みなさん投票に行きましょう!』では投票率が上がるはずはありません。大切なのは子どもの頃から政治と選挙への関心を育てることなのであって、そのためには現実の選挙に参加してそれについて考えるのが一番良い」ということです。

ジュニア選挙の開始

とはいいまでも、もちろん子どもたちが本物の投票用紙を手にすることはできません。しかし、実際に行われる選挙に際して、政党や候補者に対する模擬投票を行うことは可能です。日本でも近年、「子ども模擬選挙」などの教育活動が教師や市民団体の手で行われていますが、ジュニア選挙はそのドイツ版といっても良いでしょう。

ただ、それが日本の例やキッズ・ヴォーティングと大きく異なるのは、前回紹介した州や連邦の政治教育センターはもちろん、州議会や連邦議会のような国家机关の積極的な協力のもとで行われていることです。たとえばヴァイツェッカー元大統領も、ジュニア選挙に対し、「若者に議会制民主主義のルールを

知ってもらい、それに対する信頼を高めるのに役立つことから、公的・私的を問わず様々な機関の注目と支援を受けるに値する。それは若い市民の政治的成熟と政治参加に大きく貢献すると思う」と、賛辞を贈り、それを推奨しています。

このような公的支援はとても重要です。政府の財政的な補助があつて初めて、それは意味のある規模での実施が可能となるばかりか、内容的にもその中立性と公開性が保障されるのです。そして、こうした公的性格が各学校に安心して積極的に参加することを可能にします。

もともとドイツでも、ヴォルフ氏がジュニア選挙のコンセプトを開発し、各州政府に協力を求めた当初は、単に無視されたり、「学校はお遊び選挙の場ではない」といった否定的な返事が帰ってきたそうです。

転機は二〇〇一年にやってきました。ドイツ南西部のバーデン・ヴュルテンベルク州が、州議会選挙を前にジュニア選挙を学校に導入したのです。この時はわずか一四の中学・高校から二〇〇〇人の生徒が参加しただけでしたが、彼らの関心の高まりは予想を大きく上回るもので、教員も選挙を教える優れた教材ができたことを大変喜んだということです。

今回は、この選挙教育プログラムとしてのジュニア選挙の特徴に目を向けようと思います。

人をその気にさせるコミュニケーション

第3回

日常活動としての コミュニケーション

福田 健 (ふくだ たけし)

〈プロフィール〉
(株)話し方研究所会長。コミュニケーションを軸とした講演、講座に多く出講し、著書多数。

話はしてみるもの

日常活動としてのコミュニケーションは、日々何気なく行われ、生活の中に溶け込んでいる。それだけに、ごく当たり前なこと、簡単なこととして、処理されがちである。

だが、コミュニケーションはつねに、思いがけなさを伴う。決して簡単なことではない。何気なく言った一言に相手が嫌な顔をする、とつつきににくいと思っていたのに、話し出すとおもしろい人だったなど、様々なのだ。

八月十日、十一日の二日間、徳島県に出張した。前日、徳島空港に着き、そこから市内ホテルまでは、タクシーを利用した。運転士は、五十代半ばぐらいの男性だったが、「〇〇ホテルまでお願いします」と、行き先を告げたのに返事がない。そこで「わかりますか」と声をかけたところ、「わかります」、やっと返事がかえってきた。一瞬、感じの良くない人だなとの思いがよぎり、この人とホテルまで、〈三〇分も一緒か〉と、気が重くなった。

徳島では、恒例の阿波踊りが三日後に開催される。耳を澄ますと、タクシーの中にも、鉦や太鼓の音が阿波踊り特有のリズムに乗って、聞こえてくる。何気なく、「いよいよ間近ですね、阿波踊りも」と、声をかけた。すると、「そうなんです」と声が返ってきて、それがきっかけで、彼との会話がはじまった。子どもの頃からなじんでいるので、鉦や太鼓の音を聞くと、心が浮き浮きしてくるという。特有なリズムに横笛も三味線も加わり、私もなんだか浮き浮きしてきた。聴衆の中には三味線を弾きながら、街中を歩き回る人もいるという。彼の話には、阿波踊りが本当に好きだという感じが滲み出ていて、最初に感じた印象とは反対に、好感が持てた。

彼は、いずれ会社を定年退職したら、「三味線を弾こう」と思っているんです。若い頃、ちょっとギターをやったもんですから」。一見無愛想なこの運転士と、ギターや三味線の取り合わせに意外性がある、へんって、話してみないとわからないなァと、そのとき改めて思った。

話はしてみるもの。その結果、プラスになるか、マイナスになるか。ここに、聞き手の存在がクロージアアップされる契機がある。

効果の決定権は聞き手にある

民主主義は、話し合いによって支えられている。話し合うこと、すなわち、お互いに相手を尊重しつつ、コミュニケーションを交わすことだ。しかし、話しベタを自認する人が多い日本人は、話すことに気をとられて、ともすると「聞き手の存在」を忘れがちになる。

そもそも、コミュニケーションを成立させるのは、話し手ではなく聞き手なのである。P・ドラッカーは、たとえ話を引いて、次のように説明している。

無人の山中で、大木が倒れた。音はしただろうか。答えは「しなかった」。その理由は音は聞く者がいて、初めて存在するからである、というものである。

コミュニケーションも、聞く者——聞いている者——がいなければ、成立しないのである。あなたが、

どんなに声を張り上げて話しかけても、聞き手に届かなければ、叫びはコミュニケーションとして成立しないのである。

話には相手がある。なんともわかりきったことだが、相手が聞き手になっているかどうかの検討を、意外に怠ってしまうことが多いのである。

「相手あり」についてさらに重要なことは、「相手は自分と異なる存在である」ことを、認識することだ。

話した結果、思いがけない受け取り方をされることがある。すると、「そんな受け取り方をするなんておかしい」と、聞き手を責める人がいる。「わたしはそうは言っていない。ちゃんと聞いてくれないと困る」。話し手には、話をこう受け取れと聞き手に指図する権利はない。自分が話したとおり、聞き手に伝わるだろうと考えるのは、話し手が「相手は自分とは異なった存在」であるとの認識を欠いているからである。

話し手が話したことはそのとおり聞き手に伝わるのではない。聞き手は聞き手なりに話を受け取

り、意味を決定する。これを「聞き手の決定権」という。聞き手はどう受け取るかをよく考えて話さないと、話の効果は上がらないばかりか、逆効果になってしまうこともある。「そんな受け取り方はおかしい」と、文句を言うのは筋が通らないのである。

話は受け取る方が意味を決める。落語家がおもしろい話をして、「笑うか笑わないかは客が決める」。だから、話はしてみなければわからない。

人を褒めるのが苦手だという人がある。褒めたりして、機嫌をとっていると思われたくないというのが、理由の一つになっている。でも、褒めてみなければわからないのである。むしろ、褒めたことで相手が喜び、やる気を起こすこともある。

問題は、話した結果、思いがけない反応が返ってきたときである。そのとき、どのような出方をするかで、話し手のコミュニケーション能力がはかれるのである。まず、違った受け取り方をし理解の程度を確認することだ。そ

のうえで、「私はこう言いたかったのです」と再度話をする。聞き手の決定権に対応する努力と工夫が、話し方のスキルを向上させるのである。

心を伝えるにも言葉が必要

「話は心で」とか、「歌は心で」などとよくいわれる。「話には自分の心がこもっていないければならない」。確かにそのとおりで、気持ちのこもらない話は、心に響かない。事務的で、冷たい感じを受けることもある。話すとき、大切なのは「心」だが、といって「要は心だ」とばかり、心さえあればほかは何もいらない、では飛躍しすぎである。心は内面に宿るもので、目には見えない。態度や言葉で表現しなければ相手に伝わらないのである。「心で思ってたえいれば通じる」は、こちらの「願望」であり、「甘え」に過ぎない。

あなたが仕事や日常的なプライベートなことで、友人からアドバイスを受けたとしよう。そして、その通りにやったら事がうまく運んだ。あなたは感謝の気持ちを抱

いたが、それを友人に伝えることをしなかった。心の中で感謝していれば、友人にもわかってもらえらると思っていれば、それはあなたの甘えに過ぎない。

心Ⅱ誠意と解釈して、「誠意さえあれば通じる」という人がいる。これも間違った考えだ。わからせる努力を怠って、「誠意」や「心」に頼るのは無精に過ぎない。「誠意」とは、自分の気持ちを相手にわかってもらおうとする態度のことだ。何もしないで、「要は心」などと言っているのは、むしろ、誠意のない姿なのだ。

心でも誠意でも、表現しなければ伝わらないし、表現したからといって理解してもらえらるとは限らない。相手に迷惑をかけ、すまないと思っ心から詫言を言った。でも、相手はわかってくれない。日常的によくあることである。心を込めて話すとともに、心をどのようにわかってもらうか、そのための方法を身につけることも必要なことである。

次回からはその方法等にもふれながら、第二段階、理解・納得の獲得に進みたい。

まちづくり 三法

先の通常国会で中心市街地を再生するための「まちづくり三法」の改正が行われました。今までの施策では止められなかった無秩序な都市機能の拡散を抑え、コンパクトシティを実現しようとするものです。

中心市街地の衰退

日本全国の多くの地方都市において、中心市街地の衰退が深刻化しています。人口が郊外に流出し、商業施設などが郊外に進出する一方で、中心市街地では閉店した店が軒を連ねる「シャッター通り」化が多く見られます。このような現象の原因としては、郊外の地価の安さ、家用自動車の普及や主要道路の整備による車社会の急激な進展などに加え、昭和四十九年に施行された大規模小売店舗法（旧

大店法）の影響が大きかったといわれています。この法律は、中小小売業者を保護する目的で、大型店が出店する場合には周辺の中小小売業者の経営に影響しないよう店舗面積、開店時間等を調整するための手続を義務づける内容だったため、中心市街地における出店が困難になった大型店が郊外進出を加速させることになったのです。

まちづくり三法の制定

その後、アメリカ政府が旧大店法を市場参入障壁としてWTOに提訴したこともあり、同法は平成十二年には廃止されました。これに代わって、中心市街地の再生を目指した法の枠組みとして、平成一〇年にいわゆるまちづくり三法（「中心市街地における市街地の整備改善及び商業等の活性化の一体的推進に関する法律（中心市街地活性化法）」、「大規模小売店舗立地法（大店立地法）」及び「改正都市計画法」）が制定されました。その概要は以下のとおりです。

① 中心市街地活性化法

市町村やTMO（商工会議所、商工会等）が主体となつて市街地の整備改善事業や商業等の活性化事業を行い、これに対し国が補助金等の支援措置を行う。

② 大店立地法

大型店（店舗面積一千㎡超）の立地に際し

ては、交通渋滞、騒音等の周辺の生活環境の保全という観点からの配慮を求める。平成一五年には、大型店が退店した場合の空き店舗問題に対応するため、空き店舗に別の大型店が迅速に出店することができるよう立地手続の一部を簡素化する特例が設けられた。

③ 改正都市計画法

市町村が地域の実情に応じて独自に「特別用途地区」等を指定し、一定規模の大型店を制限できることとする。

その後の状況と まちづくり三法の見直し

これらまちづくり三法が制定された後も、中心市街地の衰退状況は改善されませんでした。政府・与党は、これからの人口減少・超高齢社会においては、無秩序で散在型のまちの郊外化を押しとどめ、生活圏をコンパクトな市街地に集約することが必要であるとの政策判断に立ち、昨年、従来の施策の問題点の洗い出しに着手し、まちづくり三法の見直しを行い、今年の通常国会で、これを踏まえた都市計画法と中心市街地活性化法の改正が行われました。

都市計画法の改正では、郊外の土地利用の規制を大幅に強化しました。延べ床面積が一万㎡を超える大規模集客施設を対象に、立地可能な場所を法で定める「近隣商業」「商業」

問 題 点	見 直 し
●郊外の土地利用規制の緩さ 都市計画法に定める土地利用規制は、都市の中心部が最も厳格で、郊外に行くほど緩やかになるという特徴を有している。これは、都市中心部ほど人口が密集しインフラが必要になるという理由によるものだが、郊外の土地利用が比較的自由に行われてきた結果、住宅や商業施設のみならず、病院、福祉施設、教育施設、市役所等の公共公益施設までもが地価の安い郊外に移転し、中心市街地の衰退に拍車がかかってしまった。	●都市計画法の改正 ①市街化区域（用途地域）における立地規制 大規模集客施設が立地可能な用途地域を現行の6地域から中心に近い3地域（近隣商業地域、商業地域、準工業地域）に限定 例外：開発整備促進区を定めれば可 ②非線引き白地地域等における立地規制 大規模集客施設は原則立地不可 例外：開発整備促進区を定めれば可 ③農地における立地規制 農地も都市計画規制の対象にできるよう準都市計画区域の要件を緩和 ④市街化調整区域における立地規制 従来自由だった病院、福祉施設、学校等も含め原則不可とし、地区計画に適合する場合にのみ許可
●中心市街地活性化方策の不適切さ ・効果を十分吟味せずに支援措置を講じており、選択と集中の観点から選別が行われるべきである。 ・中心市街地活性化法は、商業の活性化に偏っており、都市機能を集約するという視点が欠けている。	●中心市街地活性化法の改正 ・市町村の作成する基本計画についての内閣総理大臣の認定制度 ・多様な民間主体が参加する中心市街地活性化協議会の法制化 ・支援措置の拡充 まちづくり交付金、中心市街地内への事業用資産の買換え特例、中心市街地共同住宅供給事業、街なか居住再生ファンド等

「準工業」の三用途に限定し、事実上、郊外への出店を規制しました。また、病院や福祉施設、学校などの郊外への進出についても、新たに開発許可が必要になりました。

従来の施策の問題点とされた点とこれに対応する見直しの概要は左表のとおりです。

今後の課題

今回のまちづくり三法の見直しについては、流通業界の中でも、比較的市中心街地に立地の多いデパート業界は歓迎しているものの、郊外出店を加速してきたスーパー業界に

は狙い打ちされたという反発が見られました。また、地方都市の車社会を前提にすれば、最も便利な幹線道路沿いの郊外の大規模店の規制は消費者利益に反するのではないかと、中心市街地の空洞化は魅力アップを図る商店街の自助努力が足りなかったことにも起因するものに消費者に犠牲を強いてよいのか、という批判もあります。

新都市計画法のルールが、近視眼的に大規模店の郊外立地規制としてだけ機能するのではなく、中心部と郊外とを含めた計画性ある都市の発展に向けて活用されるかどうか、また、もう片方の車輪である新中心市街地活性化法がうまく機能して自治体、住民、商店主自身による主体的なまちづくりが推進されるかどうか。今回のまちづくり三法の見直しの成否はそれらの点にかかっているといえるでしょう。



コンパクトシティづくりの先進事例である青森市の複合型商業ビル「アウガ」（地下1～地上9階）。青森駅前再開発によってオープンし、生鮮市場や商業施設、そして図書館等の公共施設も入居している。

このコーナーでは全国各地の選挙啓発に関するユニークな取り組みをレポートします。
今回は、広報紙による啓発活動を紹介します。

メイスイ列島フラッシュ

明るい選挙推進委員が 主体となって 選挙広報誌を編集・発行

〈東京都練馬区〉

区民の視点で 選挙広報誌づくり

練馬区明るい選挙推進協議会と練馬区選挙管理委員会は、区民向けの選挙広報誌「白ばらだより」を発行しています。区民の選挙に対する意識の向上や明るい選挙推進協議会の活動のアピールなどを目的に、昭和五十一年十一月一日に創刊。以来、三月と九月の年二回の発行で、これまで五四号を刊行してきました。A4判八ページで、選挙期日の周知や啓発活動の内容、選挙結果、選挙制度改革の解説、ポスターコンクール作品などを写真やイラストも交えながら分かりやすく紹介しています。

最大の特徴は、明るい選挙推進委員が編集委員となり企画・編集に当たっていることです。以前は選挙事務局職員が編集していましたが、明るい選挙推進協議会の会議で、推進委員の中から編集委員を出したらどうかとの意見が出され、平成十一年度から推進委員が主体となって取り組んでいます。

練馬区の明るい選挙推進委員は現在一四〇人。区内を十一のブロックに分け、ブロック単位で活動を展開しています。

編集委員は、十一ブロックの中で年度ごとに担当となっている五ブロックから委員を一人ずつ選出する当番制をとっています。また、推進協議会の委員が編集長を兼任し、話しあい指導員が一人加わった計七人で構成。①編集業務全般に携わり、様々なアイデアを出し合う、②区民代表である推進委員の視点から記事を企画・作成し、分かりやすい内容とする——役割を担い、任期は二年です。編集作業は初めてという委員がほとんどですが、選挙事務局が用意した日本広報協会の「実践広報紙づくり」などで勉強し編集会議に臨んでいるといいます。

編集会議は、昨年度は十三回開催しました。①どのような内容にするかを討議、②ページ割をしなから原稿の担当を決め、各担当が原稿を依頼・作成、③集まった原稿をチェックしレイアウト、④組み上がったものを二回程度校正、⑤選挙事務局が印刷業者に印刷を発注——というのが発行までの流れです。六〇〇〇部作成し、区立施設に置くほか、推進委員が一人三五部ずつ配布しています。

「区民の皆さんが知りたい情報を読みやすく紹介するように心がけています。難しい内容では読んでもらえないので、クイズ的な要素も取り入れ、読者の興味を引くように工夫しています。編集会議ではいろいろな意見が出るので、ま



7人の編集委員と選挙事務局職員で行っている「白ばらだより」編集会議

とめるのに苦労することもありましたが、議論した分だけ内容は高まっていると思います」と編集委員は話しています。

一方、選管事務局は、資料を作成したり、当日の編集会議がスムーズに進行するようサポート。また、公職選挙法等法令上問題がありそうな記事に対するアドバイスなども行っています。

「様々な材料を提供し、意見が出しやすい雰囲気づくりに努めています。編集面では、企画や記事が客観性を保っているかをチェックしてもらいように働きかけています」と選管事務局。編集会議の準備や進行など事務的な負担はあるものの、編集委員から様々な意見やアイデアが出され、読者に親しみやすい内容となるのが大きな利点だといいます。編集委員の意見で前号から表紙の地色をカラーにし、現在編集を進めている第五号の特集企画も編集委員から提案されたものでした。

選管事務局では、「行政担当者だけではアイデアが行き詰まります。編集委員との作業が形になったとき、編集委員とともに苦労し

て作ったという充実感を感じます。また、編集会議では推進委員の考えや意見などを直に知ることができるので、意思疎通を図る絶好の機会となっています」と編集委員との協働による広報誌づくりの効果を強調しています。

「推進委員だより」も発行

さらに、平成一六年度からは、推進委員を対象にした「推進委員だより」(A4判四一二ページ)の発行を開始しました。推進委員間の情報共有・情報交換を目的に、推進委員研修の感想や地域啓発講座における各ブロックの取り組み、東京都明推協の大会や研修の様子などを掲載「白ばらだより」同様、編集委員が企画・編集し、選管事務局内部で二〇〇部印刷して推進委員に送付しています。

「『白ばらだより』に推進委員向けの記事が混在し、読者対象がはっきりしないとの指摘があったことから、それぞれ読者対象を明確化し、内容の充実を図ることにしました」と選管事務局は発行の経緯を説明します。



はなく、別の表現に直したほうがいいのでは」——編集委員は、各ブロックから上がってきた

「推進委員だより」の原稿を丹念に読み込み、納得がいくまで校正を行いました。

「白ばらだより」では、企画した「区内二〇歳代の選挙に対する気持ち」についての各ブロック推進委員によるヒアリング結果が集まってきたので、どのようにまとめるかを話し合いました。

「筆者の意図を損なわず、いかに分かりやすい記事にするか苦心しています。『白ばらだより』は、皆に手にとってもらうことを第一に考え、幅広い世代が興味を持つテーマを取り上げるように努めています。読者からの『良かった』のひと言が励みになり、やりがいにつながります。さらに内容を充実していきたいと思っています」と編集委員は意欲をみせています。

区民の目線に立った推進委員主体の編集によって、選挙広報誌が読者に身近な内容になっていることは間違いありません。

(編集部取材)

連帯感の醸成と連携強化を 目指して— 内部機関紙を定時発行

〈兵庫県三田市〉

三田市明るい選挙推進協議会は、現在三五名の委員で構成されていますが、常時、講演会や街頭啓発などの事業に参加される方は四割程度です。

若い人がいない、参加者が決まっているなどの問題点もあり、明推協の活性化については以前から頭を悩ませています。急に理想どおりにはいきません。それでもなんとか委員としての自覚を持って

もらい、積極的にこの運動に関わっていただけないかと考え、ここ数年、研修講演会の中身の充実や新成人啓発などに力を入れています。

さらに、今年度から市明推協の機関紙「明るい選挙推進協議会ニュース」を発行することになりました。いままでは毎回の選挙時においては、市民向けの選挙啓発機関紙「めいすいだより」を発行してきましたが、明推協内部の機関紙としては初めての取り組みです。

これまで委員に対して事業への参加を依頼するばかりで、事業実施後のフォローが十分ではありませんでした。その反省から、活動に消極的な六割の方の意識を喚起し、明推協の連帯感を生むために、また選挙管理委員会と明推協との連携強化を図るためにも、事業を実施した反響や委員の意見など、さまざまな情報を発信していくことが必要ではないかと考えたのが出発点です。「確かにフィードバックすることは大切である。機関紙の発行はよいと思う」と明推協の役員にも賛同をいただき、スタートしました。

簡易なものとはいえ、他にも多くの事務を抱えながら定期的に広

報紙を発行することは大変なことです。しかし、明推協の皆さんと一体となって明るい選挙推進運動を進めていきたいという一念で取り組んでいます。

「ニュース」は、A4判二頁で内部印刷し、原則月一回程度、二二〇部を発行。月初めに「私たちの広場」を委員宛に郵送する際に同封するとともに、関係団体にも役員の数分、配付しています。

理想をいえば、委員が中心となって発行できればよいのですが、現在のところそのような状況ではありませんので、制作から配布までのすべての作業は事務局が担当しています。

主な紙面構成は次のとおりです。

- ①先月の動き
- ②今月の予定
- ③委員や事務局職員の寄稿



- ④事業の実施報告やお知らせ
- ⑤「明推協組織及び活動に関する検討会」の状況報告
- ⑥『選挙ほつとNOW』選挙制度改革や選挙に関する気になるニュース
- ⑦連載「これは何をするものでしよう？選挙の道具」

見た目は地味なものですが、初めから欲張りすぎずに、できる範囲でやっていこうというのがコンセプトですので、なるべくお金と労力をかけず、そして継続可能であることを心がけました。

役員からは、「明推協の活動に参加されるのはいつも同じ顔ぶれで、参加しない人はまったくというほど参加しない。しかし、この広報紙が明推協委員との接点になるのでは。これを毎月配布していけば皆さんの意識が相当変わってくると思いますよ」という力強い言葉をいただいています。

まだスタートしたばかりで、効果の程は分かりません。今後より一層の紙面の充実を図り、コミュニケーション手段として定着させていきたいと思っています。

(三田市選挙管理委員会・

山本 あい子)

わかりやすい 紙面づくりを心がけて

〈山口県山口市〉

山口市明るい選挙推進協議会では、選挙啓発の一環として、広報紙「きんもくせい」を発行しています。発行は年一回、市の広報紙三月一五日号に合わせて全世帯（約七万世帯）へ配布しており、規格はA3判二つ折り四頁です。

二〇〇三年までは、選挙に関する啓発・学習グループ「きんもくせいの会」が編集していましたが、同会が解散してしまったため、現在は山口市明るい選挙推進協議会の役員が編集委員となり作成しています。



作成過程についてお話しします。

まず第一回編集会議を十二月中旬に行います。この会議では、各人の担当する部分と大まかなレイアウトを決定します。年が明けた一月下旬、二回目の編集会議を開き、原稿を持ち寄ります。その原稿を編集委員全員で検討し、印刷会社へ校正刷りの依頼を行います。そして出来上がった校正刷りを編集委員が丹念に確認し、細かい訂正を加え完成となります。

編集にあたっては、一人でも多くの市民に読んでほしいと願い、内容を考え、少しでも魅力的な紙面となるよう工夫しています。とりわけ若者の政治離れが危惧されていますので、若い人や未来の選挙人にもわかりやすい内容の紙面づくりを心がけています。

紙面は、表紙、特集、クイズ、あとがきで主に構成されています。

表紙は、毎年行われる明るい選挙啓発作品募集の中から選ばれた優秀な作品の紹介と、その年に行われる選挙の予定を掲載します。

特集は毎年テーマを持って作成しています。過去には、中学生の生徒会選挙の様子、選挙の歴史について、選挙時の街頭啓発などについて特集しました。

街頭啓発の特集について紹介しましょう。山口市の選挙時啓発の特徴でもあるのですが、若い頃から選挙に関心を持ってもらうことを目的として、中学生による街頭啓発を行い、商店街で啓発物資を配布しています。これは有権者が、未来のある子供たちから受け取るということによって、今後を託す代表者への関心をより高めてもらう活動ということと、写真も取り入れ特集を組みました。

次はクイズ。選挙の豆知識を問いにして、正解者の中から数名に賞品を出しています。ちなみに、平成一七年度のクイズの応募者は四四五名でした。実はこのクイズ、意外な効果を及ぼしています。毎年、解答以外にさまざまなコメントが多く記載してあるのです。そ

の内容を見ますと、広報紙を広げ子供から高齢者まで家族で話し合い、日々の暮らしの中で選挙が大切だということに気づいてもらえたことがうかがえ、編集委員一同大変感動しています。

コメントの一部から。選挙の歴史を特集したとき、ある教師から「授業の資料として使わせてもらいます」とあり、以外な波及効果を喜びました。また、未来の選挙人から「親がいつも投票に行っているのでも僕も二〇歳になったら行くつもりです」とあり、子供は親の背中を見て育つものだとつくづく感心させられました。

そして最後に、編集にあたってのあとがきを添えて完成となります。年一回の発行ですが、さまざまな啓発活動を知ってもらうことができ、また一年の選挙を振り返るよい機会であるのではないかと思います。

広報紙による啓発は地味ですが、こうした地道な活動の積み重ねが投票率の向上や、明るい選挙意識の醸成に繋がると期待しています。（山口市明るい選挙推進協議会常務理事・原田雅代）

英国・選挙腐敗 防止の軌跡

第三回 選挙腐敗の数々



画・東 芳純

一九世紀に入り、ビクトリア女王の時代を迎えると、イギリスは空前の繁栄を謳歌するようになった。人々の生活は豊かになり、有り余る金と有権者の拡大を背景に、選挙腐敗も益々エスカレートしていった。

Victoria

両党とも、町のパブを貸切り、有権者を閉じ込めて朝から晩まで飲み食いさせた。

PuB



泥酔した有権者は
馬車で投票所へ送られ、
言うとおり投票すると
金がもらえた。



選挙の後は、
飲み過ぎて胃を壊した人や
酔っ払い同士の喧嘩で
怪我をした人たちで、
決まって病院が繁盛した。



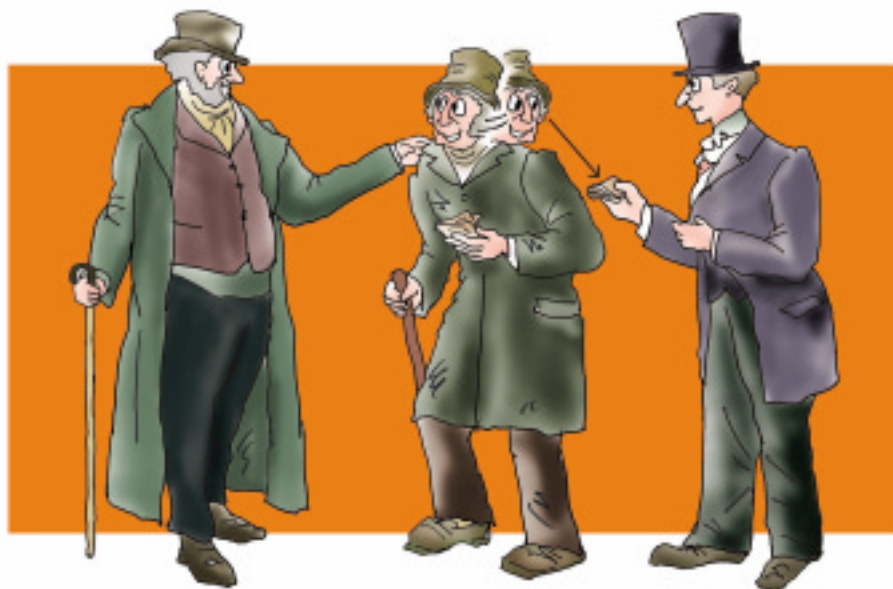
有権者のところにある古い厩や本、
生まれたばかりの猫や犬などを
「これが欲しかったんだ」と言って
法外な値段で買いあさった。



有権者の方でも、
名目だけの慈善団体を作り、
候補者の財力を調査して、
一票の値段をせりあげた。



当時は、有権者は投票所で誰に投票する
かを口頭で述べ、役人がそれを記録する
公開投票システムだったので、
誰に投票したかは一目瞭然だった。
このため、
言われたとおりに投票しなかったとして、
小作人が土地を追いつけられたり、商店が
ボイコットされたり、報復が行われた。



買収を一掃するため、
一八七二年に秘密投票法が成立したが、
買収する側は効果が分らないので、
より厳しい買収に走り、買収される側は
両方の陣営から二重に金をせびりとり、
皮肉なことに、手段を選ばない買収合戦
を招くことになった。

ラジオ番組



常時啓発事業として、ラジオ番組を10月7日から実施します。

ヤンキー先生として知られ、現在横浜市の教育委員でもある義家弘介さんをパーソナリティに迎え、若者をメインターゲットに、社会問題、政治・選挙などをテーマとするリスナー参加型のトーク番組です。いろいろな分野で活躍するゲストをお迎えします。

放送はFMのJFN系列38局で、毎週土曜日の午前10時30分から10時55分まで（三重県と兵庫県は調整中）です。ぜひお聞きください。

若槻千夏アカデミー



昨年10月から半年間、FMラジオのJFN系列38局で放送した「若槻千夏アカデミー」の放送内容を冊子にしました。

ラジオは、人気タレントの若槻千夏さんが社会問題や政治、選挙について、クイズに答えながらリスナーと一緒に勉強していくものでした。

冊子は、オンエアされたものを書き起こし、それに豆知識などを加えました。新書判サイズで225頁、手軽に読めるものとなっています。

市区町村選挙管理委員会に寄贈しますので、選管にお問い合わせください。

明るい選挙推進優良活動表彰



今年度から財団法人櫻田曾のご協力により、明るい選挙推進優良活動表彰を実施します。明るい選挙推進協議会、白ばら会、自治会、婦人会、青年団、老人会、NPO法人などが、有権者の政治や選挙への関心を高めるために積極的に取り組まれている活動を表彰します。

応募レポートの締切りが10月30日と迫ってきました。詳しくは協会ホームページをご覧ください。

編集後記

●特集は、「市民サイドからの政治・選挙情報の発信」を取り上げました。インターネットを通じ、個人、グループ、NPO、web会社等色々なレベルから、従来のマスメディアからのプロによる情報とは異なる多元的な情報が提供されています。いずれも、有権者、特に若者の政治・選挙に対する意識を高めようとするもので、明るい選挙推進運動にとっては喜ばしいことです。今後はこれらのサイトとの連携も考えていく必要があると思われます。

4頁の表で紹介した各サイトに是非アクセスしてみてください。

●メイスイ列島フラッシュは、各地の広報誌づくりを取り上げました。取材、執筆の御協力、有難うございました。

編集の苦労はこの「私たちの広場」も同じですが、出来あがった冊子を手にしたときの喜びは格別です。今後とも編集の御協力、宜しくお願い致します。

●次号の発行は11月下旬の予定です。

編集・発行 ●財団法人 明るい選挙推進協会

〒105-0001 東京都港区虎ノ門2丁目1番1号 商船三井ビル6F ☎ 03 (3560) 6266・6267 FAX 03 (3560) 6268
〈ホームページ〉<http://www.akaruisenkkyo.or.jp/> 〈メールアドレス〉akaruisenkkyo@mua.biglobe.ne.jp

編集協力 ●株式会社 公職研

ちょっと読んで
みませんキョ?



御用だ御用だ、 がモンダイだ?

時代劇ではなく、現代の話です。

選挙で投票しなかった人にその理由を尋ねると、

もっとも多いのが「用があったから」という理由。

でも、投票日にご用がおありの方は、

“期日前投票”をすることができますよ。

私たちの暮らしや未来を決める選挙こそ、重要なご用では?

ネットムービー無料配信中

It's your CHOICE!
www.y-choice.jp

総務省・（財）明るい選挙推進協会