

# 私たちの広場

No. **309**

2009年11月30日発行

特  
集

ネ  
ッ  
ト  
と  
選  
挙



連  
載

時の話題 臓器移植

連  
載

メイスイ列島フラッシュ「衆院選啓発アラカルト」

|                        |    |
|------------------------|----|
| 名言の舞台                  | 3  |
| 特集 ネットと選挙              | 4  |
| 総選挙とインターネット            | 4  |
| 産経新聞記者 池田 証志・伊藤 鉄平     |    |
| 政党・政治家のネット利用           | 6  |
| 朝日新聞記者 湯地 正裕           |    |
| ネットユーザと選挙              | 8  |
| 静岡大学准教授 佐藤 哲也          |    |
| ネット選挙運動の規制と現状          | 10 |
| 総務省選挙課課長補佐 原 昌史        |    |
| ネットと選挙                 |    |
| 期待される新しい政治コミュニケーションの到来 | 12 |
| 東京大学教授 石田 英敬           |    |
| 海外トピックス インドネシア         | 15 |
| スウェーデンのシティズンシップ教育<第4回> | 16 |
| 「青少年が街をつくる」            |    |
| 放送大学教授 宮本 みち子          |    |
| 時の話題 臓器移植              | 18 |
| メイスイ列島フラッシュ            | 20 |
| 「衆院選啓発アラカルト」           |    |
| 明るい選挙啓発ポスターコンクール 大臣賞決定 | 22 |
| 絵本 田澤 義鋪<第4回>「理想選挙を戦う」 | 24 |
| 協会からのお知らせ              | 27 |

描かれている街そのものが投票箱の中にあるという発想で、私たちの明るい未来に、選挙が大切な役割を果たしていることを象徴的に表しています。また、お父さん、お母さん、子どもの笑顔がさわやかで、選挙の大切さを強調しています。ピンクの野原、黄緑色の髪の毛、茶色の輪郭線などが独特の雰囲気を与えています。

〈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)

瀬尾 友美さん  
徳島県 阿波市立土成中学校3年生(受賞当時)





大学時代

# 人間は、自分で自分の歴史をつくる しかし、自由自在にではなく、 ありあわせの状況の下でつくる

カール・マルクスはジャーナリストの才能も持っていた。その才能がいかに発揮されたのが、『ルイ・ボナパルトのブリュメール一八日』である。一八四八年、フランスでは、労働者、農民、学生の手によって王政が倒れるという、いわゆる二月革命が勃発した。この革命とその後の混乱が続くなか、かつての皇帝ナポレオン・ボナパルトの甥にあたるルイ・ナポレオンは権力奪取に成功し、やがて皇帝ナポレオン三世となる。なぜ、このようなことが可能になったのか、マルクスが解き明かしたのが本書である。

人間は、自分で自分自身の歴史をつくる。とはいえ、人間はまったくの無から歴史をつくるわけではない。人間はつねに与えられた条件の下にあり、その条件の許す

範囲内でしか、思考し、行動することができない。その条件とは物理的条件とは限らず、何よりも、過去から受け継いだものを抜きに、人間は思考することができない。気づかないうちに、人は先人とその営みを模倣してしまうのである。

世界史的な事件や人物は二度現れるというヘーゲルの言葉を、マルクスは引用する。ただし、一度目は偉大な悲劇として現れるのに対し、二度目は茶番にしかならないと付け加えた。マルクスの念頭にあったのは、ナポレオン一世と三世である。

人間は与えられた状況に影響されながら、自らの歴史をつくりだし、その遺産は良きにつけ悪きにつけ、さらに後の世代を規定する。歴史の摂理である。



## 総選挙とインターネット

産経新聞記者 池田 証志・伊藤 鉄平

政党はもちろん、政治家たちがこぞって総選挙でインターネットを活用した平成二十一年は、「Web選挙元年」と呼んで差し支えないのではないだろうか。ネット普及率七〇％時代、初めての総選挙の取材を終え、このような感想を持っている。

もちろん、公職選挙法による「縛り」故に、選挙期間中は候補者によるブログやホームページの更新はできなかったが、公示前に公開されたテキストや画像、動画はそのまま閲覧可能だった。さらに、解散から投票日まで四〇日間という異例の長期戦が、ネット利用をおおった格好だ。

動画投稿サイトに民主党のネガティブキャンペーンを張った自民党を筆頭に、各政党は軒並み動画投稿チャンネルを開設。一四〇字以内でコメントするミニブログ「ツイッター」を慌てて始める政治家も現れた。

そして、当事者である政治家たちに負けじと、総選挙でこれまでにない盛り上がりを見せたのが、ネット関連業界だ。ヤフー、グーグル、楽天、ユーチューブ、ニコニコ動画、アメーバ……。手ぐすねをひいて大型選挙を待

っていた有力サイトは「ここが腕の見せ所」とばかり、次から次へと独自のコンテンツをサイバー空間へと放った。

### 趣向凝らす有力サイト

まず、ポータルサイトでは、日本でトップを走るヤフージャパン。議員の活動状況や評価などを掲載した情報サイト「みんなの政治」を三年前から設置していたが、今年は投票日の午後八時から、「みんなどこに投票した?」と題し、「出口調査」を実施。ユーザーが「政党」と「投票理由」を投稿すると、入力された郵便番号をもとに、日本地図上に選挙区別の投票傾向が示された。

続いて、検索サイトの世界王者、グーグル。有権者から募った質問に候補者が動画で回答する「未来のためのQ&A」を開設。「誰もが、安心、納得できる年金制度をどのような形で構築していきますか」など五つの質問に全

#### ●プロフィール いけだ あかし

平成5年、産経新聞社入社。今夏の総選挙では、社会部選挙班でサブキャップを務めた。現在、遊軍兼デジタルコンテンツ担当。



#### ●プロフィール いとう てっぺい

平成10年、産経新聞社入社。現在、調査報道班(国会担当兼務)の一人として“政治とカネ”の問題などを扱う。



国の候補者が答えた。

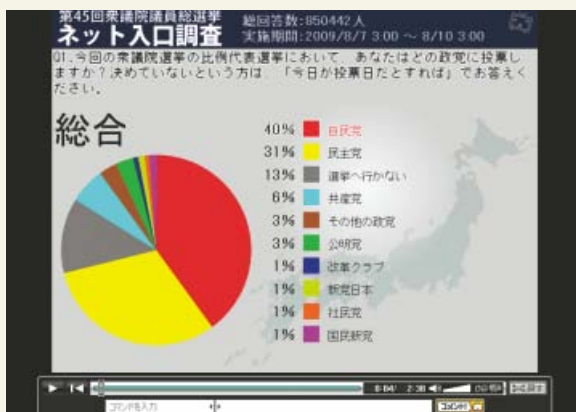
また、ブログなどのサービスを行うサイバーエージェント社は公示日前、仮想空間「アメーバピグ」上に「もし総理大臣になったら」などをテーマにユーザー間で自由に見聞交換ができる専用の広場を設置したほか、アバター(自分の分身となるキャラクター)が身に付けられる「選挙に行こうバツジ」を配布。投票日には、開票の行方を見守る広場も同仮想空間上に開設し、選挙ムードを盛り上げた。

### 動画サイトも活躍

動画投稿サイトに目を転じると、ニコニコ動画の奮闘が目立った。各党がPR動画を配信できる専門チャンネルを設置。党首討論や街頭演説に加え、投票日は午後八時から五時間にもわたり当確情報や政党本部の会見の様子を生放送。約一八万人の「来場者」が約一三六万件のコメントを書き込む盛況ぶりだった。

さらに、総選挙に関する計四回のアンケート調査も実施した。八月上旬に行われ、約八五万人が回答した「ネット入口調査」では、

ニコニコ動画「ネット入口調査」



二十代から四十代の投票先として自民党が民主党を上回り、多くの大手メディアの世論調査とは逆のユニークな結果となった。

一方、ユーチューブでも、主要政党や国会議員ら数十人が独自のチャンネルで相次いで動画を公開。自民党は鳩山由紀夫首相の男性が根拠のない自信で女性に結婚を迫るアニメをネットCMとして発表し、公示日前の時点でも四〇万回以上の再生数を記録した。

また、国政・地方選挙のマニフェスト(政権公約)の普及と検証を行う早稲田大学マニフェスト研究所と日本インターネット新聞社、社団法人「日本青年会議所」が手を携え、立候補予定者が政策を訴える動画を配信するサイト「e国政」が、同新聞社の運営するサイト「ザ・選挙」内に設置され、全小選挙区と全比例区を対象とし、多くの候補者が参加した。

## 予想サイトの興隆

大手ばかりではない。中小サービス会社や個人のサイトでも、総選挙がらみで活躍したものは少なくなかった。特に、当落を予想するサイトが相次いで現れ、人気を集めた。ブログなどへの書き込み頻度で当落を予想する「クチコミ@総選挙」や、株式市場のメカニズムで予測する「TrendNext」がそれだ。

クチコミは本来、マーケティングなどに使用するシステムだが、政党と候補者名がネット上で登場する頻度を比較し、当落を占った。結果は、小選挙区で約八割の中率。判断が難しかった選挙区の当選も当てた。同サイトを運営するホットリンク社は「選挙期間中はホームページのアクセス数が桁違いでした」と喜んでいた。

「TrendNext」は、扱った「銘柄」が少なかったが、売り買いの注文を出すことでユーザーが参加できる点が目新しかった。

当落予想ではないが、特筆したい個人サイトがある。国内政治家のツイッターを一覧表示する「ツイッターと政治」の「ぱりったー」だ。同サイトの管理人は「ツイッターと現在の政治のかかわりについて、インターネットに詳しくない方にも広く伝えたい」と素朴な開設動機を話す。しかし、ツイッター自体が新たなコミュニケーションツールとして注目されたせいもあり、総選挙を機に知名度が上がった。ツイッ

ターを始める政治家は増え、続けており、自分の間は目が離せない。

これらのサイトのほとんどが利益には直結しないPRや趣味のものだが、いずれも奇抜な試みを見せてくれた。

## 課題も浮き彫りに

ところで、実際にインターネットが有権者の投票行動に与えた影響はどの程度あったのだろうか。例えば、ヤフーの「みんなの政治」では一日あたり六〇万〜一〇〇万アクセスがあり、投票行動に与える影響は小さくはないはずだが…。

ここにもおもしろい数字がある。ニコニコ動画が七月下旬、ユーザー約七万人を対象に実施したアンケート調査の結果だ。「ネット上の情報で今回の総選挙にあたり参考にしたものは」との質問に対し、「ニュースサイト」を選んだユーザーは三六%で最



ツイッターと政治「ぱりったー」

も多かった。続いて、掲示板やSNS、ブログなどの「一般ユーザーからの情報」が二九・九％。以下、政党のサイト（二〇・二％）▽動画共有サイト（一七％）▽政治家のサイト（一四・八％）▽選挙専門の情報サイト（一三・五％）▽ネットでは情報を集めない（一八％）だった。

我田引水のように恐縮だが、この結果を見る限り、有権者に与える影響は、現実の社会と同じくニュースや口伝に近いSNSが大きいようだ。

選挙から少し話が逸れるので後回しにしたが、楽天は衆院解散直後、インターネットを通じて特定の政治家へ手軽に個人献金できるサイト「LOVE JAPAN」を開設した。サイト上で政治家を選択し、自分の名前や住所などを登録、クレジットカード決済で千円から献金することができる仕組みだ。民主党は三年後の企業団体献金の禁止を打ち出しており、個人献金対象の同サイトは今後、存在感が増すだろう。

ネット献金推進派の菅直人副総理・国家戦略担当相は同サービスにより、二週間で二十一件、八万七千円の寄付を受け、自らのブログで「小口献金で件数が多いというのはネット献金の理想的な形」と歓迎してみせた。

政治・選挙情報を発信するサイトが花盛りだった総選挙が終わり、選挙期間中のサイト更新・開設を禁じる公職選挙法の存在など課

題も浮かび上がった。民主党が目指す公職選挙法の改正が実現すれば、この種のサイトの可能性は飛躍的に拡大するだろう。

その成長のスピードの速さから「マウスイヤー」（ネズミの寿命）と呼ばれるネット業

## 政党・政治家のネット利用

朝日新聞記者 湯地 正裕



八月末に投票のあった衆院選挙では、インターネットを活用した政治・選挙活動が進んだ。自民党が民主党の政策を批判したネット上のアニメCMや、ネット検索大手のグーグルが政治家にYouTube上への投稿を呼びかけた「五つの質問」などが話題を集めた。民主党はネット選挙の解禁をマニフェスト（政権公約）に掲げており、将来への実現に向けた試金石の選挙ともなった。

ただ、現状の公職選挙法では、選挙運動期間中の不特定多数への「文書図画の頒布」を禁じている。これまでホームページの更新やメールの発信は「頒布」に当たると解釈されてきた。しかし、平成一九年の参院選挙でも、自民党や民主党はホームページ上の幹部の演説スケジュールなどの情報を更新した。なし崩し的にネット選挙が進んできたのが実情

界。目下のところ、来年七月の参院選まで大型選挙が行われることはなさそうな雲行きだが、来夏はどのようなサイトやコンテンツが現れ、世間の話題をさらうのだろうか。

だ。今回の選挙では、有権者の視覚に直接訴えかけることができる動画が多用されたこともあり、ネット上での政党の活動が有権者に対して目立った面がある。

今回の各党のネット戦略を振り返ってみると、動画などを使って積極的に展開したのは、自民党と公明党だ。自民党は七月末の衆院解散の前に、ネット上で「プロポーズ編」と題したアニメCMを流した。どこことなく風貌が鳩山由紀夫首相に似た男性が向き合う女性と話をしている。

男性「ほくに交代してみないか。出産や子育ての費用も教育費も、老後の生活費も、

### ●プロフィール ゆち まさひろ

平成12年、朝日新聞社入社。21年4月から東京本社社会グループ所属。



介護の費用も、ボクに任せれば全部OK  
さ。高速道路も乗り放題だよ」

女性「お金は大丈夫？」

男性「細かいことは結婚してから考える  
よ！」

この動画が、YouTubeやニコニコ動画、  
ヤフー動画の自民党の専門チャンネルでも公  
開され、ネット上で大きな話題となった。公  
示後の八月二十一日にも、民主を批判するア  
ニメCM二本を掲載した。批判集のパンフレ  
ットもダウンロードできるようにした。公明  
党ではテレビCMからは全面的に撤退し、一  
五本ものネット専用CMを制作、公開した。  
同党の広報局長は「政策をしっかり訴えるに  
はネットの方が効果的」としている。一方、  
民主党はおとなしかった。ただ、選挙中も幹  
部の街頭演説の様子は、写真や文章などで紹  
介。一部は動画でも伝えた。

自民と民主は今回のネット利用について、  
「選挙活動ではなく日常の政治活動の一環」  
と主張。特定候補者名や具体的な投票要請は  
避けたこともあり、総務省選挙課も問題視し  
なかった。

ただ、民主党では解散後の七月末、マニフ  
ェストを発表当日にネットで公開した。選挙  
で使う場合は演説会場など特定の場所では  
配布できないはずだが、これも同党は「日常  
の政治活動の一環」と主張。公明党も当初、  
公選法に遠慮してトップページには掲載して

いなかったが、民主を見て目立つ場所に移動  
した。自民など主要政党はすべて追従し、有  
権者がネットを使ってマニフェストを比較す  
ることが実現した。

そもそも、政党や政治家個人による、日常  
の政治活動での活用はすでに進んでいた。先  
駆けは、平成一九年末にYouTubeに、専用  
のチャンネルを開設した自民党。社民党もほぼ  
同時期に開設している。民主党や公明党など  
主要各党も相次いでチャンネルを開設した。

一方、民主党は昨年九月、投稿動画サイト  
「ニコニコ動画」に、当時代表だった小沢氏  
を全面に出した「小沢チャンネル」を開設。  
今年一月には、大学の学園祭のイベントを利  
用して、ネット上の中継動画に小沢氏が登場  
する「一万人ネット会見」も実施した。ただ、  
ネット特有の問題もある。ニコニコ動画では  
書き込みが動画上に字幕のように流れる機能  
があり、中傷文章とともに視聴されるリスク  
がある。勝手に編集され、再投稿される場合  
もある。七月上旬に開設した国民新党も「最  
後は代表が気合で決めたが、マイナス面を検  
討して時間がかかった」という。

それでも、政治家の一部は積極的だ。ニコ  
ニコ動画では、小池百合子衆院議員がいち早  
く、昨年六月に専用チャンネルを持った。同  
サイトの中継動画には、民主党の長妻昭厚労  
相、自民党の森喜朗元首相や山本一太参院議  
員が出演。山本議員は「後援会では接触でき

ない二〇代の若者がすぐく見ている。将来は  
もっと大きな影響力を持つと思う」とその影  
響力を評価している。

○八年の米大統領選では、民主党のヒラリ  
ー・クリントン候補（後に国務長官）はユー  
チューブに投稿した動画で出馬を初めて表  
明。大統領になったオバマ候補は演説動画を  
中心に、計一四〇〇本以上の動画をアップし  
た。世論形成には大きな影響を与えたとされ  
る。

選挙期間中にインターネットのサイトを見たか？

|                   | 20代  | 60代  | 全体   |
|-------------------|------|------|------|
| プロバイダーのニュースサイト    | 76.5 | 62.0 | 71.6 |
| 新聞社のサイト上の選挙関連情報   | 16.5 | 24.5 | 20.1 |
| 政党のサイト            | 17.5 | 20.0 | 17.1 |
| 議員のサイト            | 11.0 | 13.5 | 11.2 |
| 2ちゃんねるなどの選挙関連情報   | 14.5 | 0.5  | 7.9  |
| ヤフー「みんなの政治」       | 10.5 | 7.0  | 7.6  |
| テレビ局のサイト上の選挙関連情報  | 8.0  | 7.5  | 5.2  |
| ブログ上の選挙関連情報       | 8.0  | 3.5  | 4.3  |
| SNS上の選挙関連情報       | 11.0 | 1.0  | 3.8  |
| ザ・選挙              | 4.0  | 4.5  | 3.7  |
| YouTube上の選挙関連動画   | 6.0  | 1.0  | 2.7  |
| グーグル「未来のためのQ & A」 | 6.5  | 0.5  | 2.3  |
| ニコニコ動画上の選挙関連情報    | 6.5  | 1.0  | 2.0  |

（出典）間メディア社会研究会調べ

米国では、ネットを使って有権者同士の連携が強まるなど、コミュニケーションツールの機能も果たした。一方で、日本でのネット戦略はまだ未熟との指摘もある。自民党がネットで開催した民主党を批判するCMについては、実際に視聴した有権者の六三・五%が「批判する政党（自民党）に対して悪い印象を持った」と回答。比例区で自民に投票した有権者に限っても三三%が「悪い印象を持った」としており、自民のネガティブキャンペーンは逆効果だったようだ。また、幸福実現党では六月末、北朝鮮から核ミサイルが飛来する架空の自作ドラマをユーチューブなどにアップ。閲覧が集中したが、動画は直接的だけに話題重視になりかねない。同党では「刺激的過ぎたかもしれないが、主張を伝えるため」（広報）と説明している。

今後の選挙戦はどうなっていくのか。民主はネット解禁をマニフェストに盛り込んでおり、実現に向けて大きく動きそうだ。鳩山首相は今回の公示前、ミニブログ「ツイッター」と連動した動画サイトに登場し、将来の解禁を改めて断言している。

民主はこれまでも解禁法案を提出してきたが、情報格差や中傷などの課題が阻んできた。実際、七月の東京都議選前に立ち上げた政策論議のサイトは、無関係な書き込みがあふれて「炎上」した。

それでも、民主の都連幹事長を務める鈴木

寛参院議員は「原因は特定の四〇人の書き込みで、全参加者の一〇万分の一。対策は可能」と自信をみせる。①書き込みは実名に限る、②なりすましへの罰則、③サーバーは選挙管理委員会が管理する——といった仕組みをつくった上で、第三者でもブログやメールで選挙運動ができるようにする方針だ。

ただ、法改正を伴わない、なし崩しの解

## ネットユーザと選挙

静岡大学情報学部准教授 佐藤 哲也



### 爆発する選挙向けネットサービス

情報爆発という表現がある。コンピュータやネットの発達にともない、人類の記録した情報が爆発的に増大しつつある環境の中で、その管理や適切な社会的利用を喚起するためのキーワードである。政権選択選挙として注目された今回の総選挙では、さまざまな選挙向けのインターネット・サービスが登場し、いわば爆発的な状態にあったということが出来る。今回の選挙で注目すべき変化は楽天やグーグルなどの日本の主要なインターネット企業による政治向けサービスが開始されたことである。ヤフーによる「みんなの政治」はすでに

禁には懐疑的な声もある。学習院大の遠藤薫教授（社会学）は「自民党のネガティブ路線も結局は、有権者の共感を生まなかった。ネット選挙への関心は高まったが、不発に終わった感がある。新聞やテレビなど既存メディアとのバランスの中で、有権者にとって有用な利用法を考えていく必要がある」と話す。

### ●プロフィール さとう てつや

昭和47年生まれ。平成8年東京工業大学大学院卒、民間シンクタンク研究員、東京工業大学助手を経て平成17年より現職。専門は政治とインターネットの関係、特に政治的意思決定支援および世論計測技術の開発について、実践的なサービスの実証研究を進めている。

よく知られているところだが、それに続くつかのサービスが登場したことにより、政治をテーマとしたサイトの存在感が一気に増してきた。特に楽天の提供する「LOVE JAPAN」はこれまで取り組みの薄かった政治資金についてのサイトであり、政治家へ



の個人献金を仲介するサービスである。企業・団体からの献金に強く依存しているわが国の政治活動は、政策形成に一定のゆがみをもたらしていると考えられるが、個人献金の増加はその解消に向けて良い影響を与えることが期待できる。一方、グーグルによる「未来を選ぶ2009」は立候補者に対する質問を広くネット上から募り、その中で注目された質問に対する回答を動画で紹介するというサービスである。動画による回答の提供は、インターネットにおけるここ数年の技術革新を反映した新しい注目点である。

## 政治家との距離を縮めるWeb

ここ一、二年で、ユーチューブやニコニコ動画といった動画配信サービスは急速に普及しつつあり、またそれも政治の分野で広く使われている。主要政党はユーチューブやニコニコ動画に「チャンネル」と呼ばれる専用のページを保有しており、記者会見や幹部のコメントなどをいつでも閲覧できるようにしている。またそのようなサイトの部分的な利用を含めて、自分のWebサイトに動画配信機能を持たせ、支援者とのコミュニケーションに利用している政治家は多い。特に、ニコニコ動画は画面内に視聴者のコメントを字幕で表示できるというユニークな特徴があるが、そのコメントで政治家や政党に対する視聴者のおおよその反応をうかがい知ることができ

る。またニコニコ動画は生放送で動画を配信するイベントを行っているが、その中でも選挙をテーマにした番組などを取り扱っている。

一般に若年層の低投票率が問題とされているが、これらの動画配信サービスの主なユーザは一〇代・二〇代の若い層であるといわれている。それらのユーザの反応を見ていると、必ずしも若年層で政治関心が低調であるとはいえない切れない。もちろん政治に関連した動画サイトを視聴する層は限定的とはいえ、政治家が直接語りかける動画にコメントを寄せる若者が一定数存在することは今後の政治を考える上で意識すべき点であるように思われる。

また、先日NHKのニュースで紹介されたツイッターというサービスも、新しいインターネットの活用を象徴するサービスである。ツイッターでは一四〇字以内という限られた字数で、ユーザが今していることや現在の気分等をつぶやき、さらにそのつぶやきをフォローと呼ばれる周りの利用者が閲覧する。いち早くツイッターを利用してリアルタイム性の高い活動報告を行っている政治家も多数現れている。このようなリアルタイムなコミュニケーションツールを活用することで、これまで近寄りがたくその実像がつかみにくかった政治家の「今」を伝えることが可能になっている。

## 世論の計測ツールとしてのインターネット

一方政党にとつての選挙戦略を検討する上でも、インターネットは必須のツールになってきている。インターネットを利用したアンケート調査（ネットリサーチ）は消費財マーケティングではすでに一般的な手法として定着しているが、政策・選挙マーケティングにおいても活用がすすめられている。本誌三〇八号の世論調査に関する特集でも何名かの識者が指摘しているように、訪問面接・郵送・RDDといった既存の世論調査手法はそれぞれに問題点を持っている。その中でこれまでリーチできなかったユーザ層への低コストな調査手法としてインターネットが注目されている。

もともと、インターネットユーザ、特にヘビーユーザには一定の偏りがあるのも事実であり、その点を解消するためにも既存の方法とうまく組み合わせることが重要である。特に、今回の選挙では総じて世論調査の結果は民主党優位の結果を示していたが、前述のニコニコ動画でユーザ向けの調査を実施すると自民党の支持が高いという結果が出たことなどが報告されている。

また、単なるアンケート調査だけではなく、いわゆる口コミ（バズ）調査のような、ネットならではの調査手法も存在する。これは、ブログや掲示板などのCGM（Consumer Generated Media）と呼ばれる一般のネット

ユーザが書き込んだ内容を分析して、ユーザが多く書き込んだ単語などから、ユーザの現在の関心を計測するものである。

## ネットによる公約情報の提供

また、インターネットでは、ユーザの関心にあわせて情報を提供できるという強みがある。特に、この総選挙ではマニフェストによる公約が重視されたため、マニフェストに関する報道が際だって多かった。しかし、一般のユーザにとってマニフェストは必ずしも親しみやすいものではない。まず少なくとも分量である上に、各政党によってフォーマットや体裁が大きく異なるため、特定の分野の政策に関して各党間の比較を行うなどは困難であるといわざるを得ない。そのため、政策に関する情報提供サイトが近年いくつか登場してきている。

なかでも、ユーザがいくつかの争点に関する質問に回答すると、もつとも考え方の近い政党を提示するタイプのサイトとして、筆者も参加している日本版ポートマッチワーカーグループが読売新聞社と協力して提供した「日本版ポートマッチ」や毎日新聞による「毎日ポートマッチ」などを挙げることができる。これらのサイトは利用者が一〇万人を大きく超えるなど、今日の選挙における日常的な風景になりつつあるといえるだろう。また、手前味噌ながら、新しい取り組みとして

筆者の研究室によるマニフェストの検索サイト「まにけん!」を紹介する。同サイトは、各政党のマニフェストをシステムに登録した上で、任意のキーワードに基づいて検索することができるといふものだ。このような仕組みにより、有権者に関心のある政策を容易に検索することが可能になる。また、検索サイトで入力されたキーワードは、有権者の関心を持つ単語が多く含まれているため、関心ある政策分野を計測するツールとしても活用できる。実際に「まにけん!」の上位検索キーワードには「年金」「消費税」「教育」「雇用」「高速道路」等が含まれていた。これらのキ

ーワードは今回の選挙での有権者の関心を反映していると考えられる。今後政策に基づく政治を求める動きが強まっていく中で、各政党・政治家の公約情報を有権者にわかりやすく提示するサイトは、ネットによる政治学習の進展という観点からも発展が望まれている。

以上のように、今回の総選挙ではさまざまな新しいWebサービスが登場した。選挙活動でのインターネットの利用が解禁されることも含めて、今後もさまざまなサービスが登場し、年齢層を超えたより開かれた選挙に寄与することを願ってやまない。

## ネット選挙運動の規制と現状

総務省選挙課課長補佐 原 昌史

### はじめに

平成二十二年八月三〇日に第四五回衆議院議員総選挙が行われた。平成二十二年版情報通信白書によると、国民の四人に三人がインターネットを利用する現状にあつては、今回の総選挙においても投票に行く際に、候補者や各政党に係るホームページを見られた方も多かったと思われる。

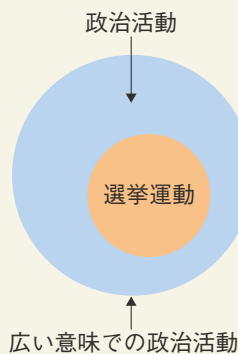
現行の公職選挙法（以下「公選法」）において、こうした候補者や各政党に係るホームページを選挙運動に用いることは規制されているが、選挙運動にわたらない政治活動用ホーム

### ●プロフィール はら まさのぶ

平成9年自治省入省、総務省選挙課、総務省市町村課外国人台帳制度企画室を経て平成21年6月より現職。



図 選挙運動と政治活動の関係について



選挙運動は、一般的に、支持し、若しくはこれに反対し、又は公職の候補者を推薦し、支持し、若しくはこれに反対することを

政治活動と選挙運動  
選挙運動と政治活動は理論的に図のとおり区別されており、広い意味での政治活動から選挙運動を除いたものが政治活動と解される。この場合、選挙運動とは、特定の公職の選挙について、特定の候補者又は立候補予定者に当選を得させるため投票を得又は得させる目的をもって行う、直接又は間接に必要かつ有利な周旋、勧誘その他諸般の行為とされる。また、広い意味での政治活動とは、一般的抽象的には政治上の主義若しくは施策を推進し、支持し、若しくはこれに反対し、又は公職の候補者を推薦し、支持し、若しくはこれに反対することを

## 現行の公選法の考え方

ページは一定の規制のもと、選挙運動期間中であつても見ることが出来る。こうしたインターネットを用いた選挙運動と政治活動とに係る公選法の考え方について、簡単に述べようと思うが、紙幅に限りもあるので、細かい点は極力省き、また、私見も交えての記述となることをあらかじめお断りしたい。

目的として行う直接、間接の一切の行為のこ

### ○文書図画とインターネット

選挙運動と政治活動を区別した上で、選挙運動の規制として、公選法第一四二条は、選挙運動のために使用できる文書図画について、同条に規定される通常葉書、またはビラのほか頒布することができないとしている。

この「文書図画」とは、文字若しくはこれに代わるべき符号又は象形を用いて物体の上に多少永続的に記載された意識の表示をいい、スライド、映画、ネオン・サイン等もすべて含まれるものであり、コンピュータ等のディスプレイ上に表れた文字等を用いた意識の表示は、同条に規定する文書図画に該当するものである。

また、公選法上の「頒布」とは、不特定又は多数の者に配布する目的でその内の一人以上の者に配布することをいい、文書図画を置いておき、自由に持ち帰らせることを期待するような相手方の行為を伴う方法による場合も該当する。つまり、不特定又は多数人の利用を期待してホームページを開設すること、不特定又は多数人に電子メールを発信することとも「頒布」に当たると解されている。

したがって、インターネット等を通じてコンピュータ等のディスプレイ上に表れる文字等の意識の表示が選挙運動のために使用されるものである場合には、公選法第一四二条の規定に

違反することとなる。

この第一四二条の禁止を免れる行為として、選挙運動期間中に公職の候補者の氏名等を表示する文書図画を頒布することもまた公選法第一四六条によって禁止されている。政治活動であつても、候補者の氏名等を表示したホームページを開設する等の行為が当該禁止を免れる行為に当たると場合は公選法第一四六条に抵触する。

また、公選法第二〇一条の第一項第二号の規定は、政党等が選挙運動期間中において、政治活動のために頒布する文書図画に、

表 候補者のホームページ等による政治活動・選挙運動について

| 主体   | 公職の候補者等又は第三者                                                                                                | 政党その他の政治活動を行う団体                                                                                    |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 選挙運動 | <b>【通常時】</b><br>○事前運動に当たするため禁止<br>(公選法第129条)<br><b>【選挙運動期間中】</b><br>○法定外の文書図画の頒布に該当するため禁止<br>(公選法第142条)     | <b>【通常時】</b><br>○同左<br><b>【選挙運動期間中】</b><br>○同左                                                     |
| 政治活動 | <b>【通常時】</b><br>○自由<br><b>【選挙運動期間中】</b><br>○候補者の氏名等を表示しているホームページを開設、書き換えることにより禁止を免れる行為に該当する場合には禁止(公選法第146条) | <b>【通常時】</b><br>○同左<br><b>【選挙運動期間中】</b><br>○ホームページを開設、書き換える場合に、候補者の氏名等を表示することは、禁止<br>(公選法第201条の13) |



当該選挙区の特定の候補者の氏名等の事項を記載することはできないとしている。

以上をまとめると、インターネットを用いた選挙運動および政治活動について、現行の公選法の考え方は表のように整理される。

## インターネット選挙運動解禁の動き

IT時代にふさわしい選挙運動のあり方を調査研究するために、平成一三年一〇月に総務省において「IT時代の選挙運動に関する研究会」を設置し、平成一四年一〇月に報告書が取りまとめられた。

同研究会報告書において、インターネットを利用した選挙運動については、誹謗中傷・なりすましなどインターネットの悪用、デジタルデバイド（情報格差）の存在などのデメリットがあるものの、有権者の政治参加の促進、候補者情報の充実、有権者と候補者との直接対話の実現、金のかからない選挙の実現などの多くのメリットが挙げられた。

その上で、インターネットを用いた選挙運動の解禁について、ホームページを活用した選挙運動を認めること、国・地方のすべての選挙を対象とすること、候補者や政党等のほかに第三者を主体とした選挙運動まで認めること等を内容とする提言がされたところである。

民主党や自民党など各党においても議論がなされており、平成一八年六月には民主党が

らインターネットを用いた選挙運動の解禁等に関する公選法等の一部を改正する法律案が国会に提出されたところである。

この法律案においては、インターネット上の選挙運動の解禁の範囲として、国・地方の全ての選挙を対象とすること、第三者による選挙運動まで認めるとともに、ホームページに限らず電子メールその他のインターネット等を用いる方法についても可能としている。

## おわりに

近年、現行の厳しい選挙運動規制を自由化すべきとの意見が各方面から聞かれる。特にインターネットを使った選挙運動については、平成二〇年に行われたアメリカ大統領選

挙において、ホームページや動画投稿サイト、SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）といったインターネット上のさまざまなツールが利用されたことと比較して、日本でも自由化すべきとの論調も多い。一方で、インターネットは誹謗中傷・なりすましといったことが頻繁に行われる可能性があることから、限られた選挙運動期間においては、こうしたインターネットのマイナス面に対する懸念も示されている。

いずれにせよ、インターネットを用いた選挙運動を解禁するかどうかは選挙運動のあり方という、いわば選挙の土俵作りの問題である。国会において、十分に議論される必要があると考える。

## ネットと選挙

### 期待される新しい政治コミュニケーションの到来

東京大学大学院情報学環長・教授 石田 英敬



## ネット選挙の解禁へ

先の衆議院選挙でも、選挙期間中のWeb更新の継続などが行われて、事実上のネット選挙解禁への動きはすでに不可逆の趨勢となっている。民主党は、「政策集INDEX2009」で、「インターネット選挙運動解禁」

を掲げた。同党はすでに、平成一八年国会に「インターネット選挙運動解禁法案」を提出した経緯もあり、いよいよわが国でも、インターネット選挙解禁の時代となりそうである。

実際に解禁となれば、公職選挙法の改正に始まり、さまざまな制度的な整備と技術的な準備が必要になる。

しかし、そうした技術的・制度的問題を超えて、政治がインターネット（以下「ネット」と略）を全面的に活用するようになることは、政治活動の質の向上にとどまらず、わが国のネット文化全体にとっても良い効果が期待できると、私は考えている。ネットが政治的にも「責任ある空間」として位置づけられることで、ネットを通したコミュニケーションの社会的・文化的な成熟が進み、今までのところ決して十分とはいえない、ネットの「公共空間」の形成が促進されることが期待されるからである。

しばしば「歪んだ情報空間」の側面を持つといわれるネット空間について問い直し、「公共空間」としてのネットを育てるきっかけになればと思うわけである。

## ネットと政治文化

インターネットという呼称が示すように、ネットは世界を一つに結びつける情報のグローバル化の主たる情報基盤とされている。

しかし、より精密に観察してみれば、それぞれの国におけるネットの使い方に関して、歴史的・文化的な差が厳然として存在している。メディア・コミュニケーション技術の活用の仕方には、それぞれの国において社会と文化が当該技術を使ってきた経験に大きな質的な差があるのである。

例えば、ネットの発祥の地アメリカでは、

ネットはコンピュータ文化の興隆とともに歩んできた。一般的にはあまり知られていないが、一九六〇年代後半に主にカリフォルニアで起こったコンピュータ文化は、権力に対する「対抗文化」としての色濃い側面をもっていた。ベトナム反戦やウーマンリブや同性愛解放が叫ばれていた六〇年代末に、それと同じように「コンピュータ・リブ」という運動があった。「メインフレーム（大型コンピュータ）」が中心であった国家戦略や軍需産業の手から「コンピュータを解放せよ！」という運動だったのである。そこで作られたのが「パソコン」という万人のためのツールであり、現在のアップルコンピュータの創設者やビル・ゲイツなどは、こうしたカリフォルニア・コンピュータ文化の若き担い手として登場したのである。

パソコン以後のコンピュータ文化は、知識産業社会をもたらすと同時に、ネット・デモクラシー、ネット市民といった、草の根デモクラシーの運動という側面と複雑に絡み合って発達してきたのである。

昨年のアメリカ大統領選挙におけるオバマ陣営によるPodなど情報端末を駆使した草の根ネットワーク、ブログやウェブに媒介されて刻々と展開する政治キャンペーンは、その意味では、アメリカのコンピュータ文化の正統な延長上に位置していたのである。

他方で、デモクラシーの欠如や強権的支配

という政治状況に規定されて、ネットが抵抗や対抗のための民主化のためのメディアとして位置づけられてきた国もある。つい最近もイランの大統領選挙をめぐる抵抗運動でツイッターというコミュニケーション・サービスが脚光を浴びたが、自由が制約され情報が希少な社会では、ネットは、有力な対抗的な政治コミュニケーションの手段として活用され定着することもある。比較的最近に民主化を経験した国では、公式メディアに対する信頼が低く、ネットが公共空間の原動力となる可能性がある。

市民メディアとして韓国で成功した「オーマイニュース」が日本ではうまく定着しなかったなどは、大新聞などの支配的な公的メディアと市民レベルでの情報ニーズとのそうした相関から説明されるべき事例ともいえるのかもしれない。

## わが国のネット文化の問題点

ひるがえって、わが国でのネット・コミュニケーションは、市民メディア、対抗メディアとしての側面が希薄である。

わが国では権威的体制が情報を独占しているわけではないから、「情報の希少な社会」という状況にはない。それがかえってネットをとおした「市民的公共性」が育ってこなかった理由の一つでもあるのかもしれない。

六〇年代のような政治的激動を経験した時

代は遙か遠くに退き、メディアとの付き合いは年齢的な固定性が大きいので、野党や労働組合などのコアなアクターたちが、既存の活字媒体を離れにくく、市民運動等がネット上には根付かないという状況がこの間ずっと続いてきた。「政権交代」は、その意味では、政治メディアの更新の、一つのきっかけとなるかもしれない。

日本ではネットおよびIT技術全般が、政治的なコミュニケーションというよりは、経済的および商業的活動の技術インフラとして、官公庁および産業界主導で導入され、テクノロジーやビジネスでのイノベーションのために政策的に整備されてきたという事情もある。「放送と通信」の関係にかかわる規制など、けっして「公職選挙法」だけではない規制が、ネットに基盤をおく公共空間の発達を阻害してきた側面がある。

結果、私たちの社会では、ネットの活用については、技術的な先進性や利便性もつばら強調され、「情報の過剰な社会」の現象が目立つ傾向にある。消費のための情報や、生活情報があふれ、その割には、ネット上に信頼に足る知識やまっとうな議論が積み上がるコミュニケーション空間の形成が望めそうにない状況が続いているといってもよい。

つとに指摘されているように、ネットは、インタラクティブな個人メディアというメディア特性からして、匿名性のコミュニケーション

ョンや過度にグループ化し「オタク化」したコミュニケーションに人々を閉じ込めていくことが危惧されるようになってきている。「ヘイトグループ」（人種差別主義団体）というような極端な意見への分極化が見受けられ、「ブログ炎上」などがしばしば問題となっている。

## 新しい公共空間の可能性

数多くの課題を抱えたネット空間ではあっても、選挙運動のネット解禁は、選挙の現代化のためにも、わが国のネット文化の成熟のためにも良い効果をもつと期待される。

それは単に新しい媒体を使って政治活動や選挙運動が行われるようになるだけでなく、長期的には政治のあり方そのものを変容させる可能性を秘めているのである。

実際、昨年のアメリカの「オバマ選挙」に見られたように、ネットをはじめとした現代テクノロジーは現代政治の成り立ちを大きく変化させつつある。テレビなどでは伝えることができなかった、十分な情報を伝えることで、政治的コミュニケーションの方法に大きな変化が見込まれるのである。オバマ選挙で見られたように、「演説」や「雄弁」といった基本的な政治技術を復権させる可能性がある。

さらに、ネットを通してブログなどで有権者との「対話」を組織して政策を募り、選挙プログラムを練り上げていくような、「参加

型民主主義」などの動きもある。小口献金や草の根のネットワークなど、オバマ選挙に見られた動きも関連してくる。選挙カーによる連呼などといった貧しい政治文化ではない、中身のある政治の言葉が育つためにもネットを活用する必要がある。

そのような可能性をうまく活用していけば、選挙運動の改革を超えて、政治そのものが姿を変える可能性があるということである。そして、ネットが責任ある政治空間として認知され使われることが定着すれば、長い目で見れば、ネット空間そのものが、より責任ある政治空間として成熟する可能性も見えてくることになる。

無責任で不確実な情報が氾濫する無秩序な情報空間ではなく、成熟した責任ある政治コミュニケーションの場として、ネットの公共空間が生み出されることが期待されるのである。

### ●プロフィール いしだ ひでたか

専攻は、情報記号論、メディア分析。昭和28年生まれ。東京大学文学部卒。人文科学博士。パリ第8大学、パリ第7大学客員教授を歴任。メディアと政治、情報技術と社会について、総合誌や新聞テレビで積極的に発言している。主な著書に、『知のデジタル・シフト』（編著、弘文堂、2006年）、『現代思想の地平』（放送大学教育振興会、2005年）などがある。



## インドネシア

二〇〇九年は、インドネシアにとって五年に一度の選挙の年でした。四月は総選挙が、七月には大統領選挙が行われ、国の新しいかたちが決まりました。

## 大統領制

大統領は国家元首で政府の長も兼ねており、首相職は置かれていません。七月に行われた大統領選挙ではスシロ・バンバン・ユドヨノ氏（国軍出身）が再選され、一〇月の就任式を経て、第七代大統領に就任しました。

大統領の下には副大統領が置かれ、各閣僚は大統領が指名します。議会は、国民から直接選挙で選出される国民議会（立法、国家予算の作成、政府に対する監視）と地方代表議会（地方自治・地方財政等に関する法案の提言、審議への参加）、そして国会議員と地方代表議員の全部で構成されている国民協議会（憲法の制定・改正権、大統領罷免決議権）から成

っています。

## 選挙制度

## ・大統領

大統領は国民の直接投票により選出され、任期は五年、再選は一度のみとされています（第五代までの大統領と副大統領は、国民協議会の決議により選出されていました）。第一回の国民投票で過半数を得た候補者がいない場合は、上位二名による決戦投票が行われます。また、大統領と副大統領は一組として選出されます。

大統領選挙への立候補にあつては制限があります。大統領候補を擁立できるのは、直前に行われた総選挙で、二五%以上の得票率を獲得するか議席の二〇%以上を獲得した単独政党もしくは連合政党、と決められています。

七月八日（水）に行われた選挙では、ユドヨノ組（副大統領候補はプディオノ氏〔中央銀行総裁〕）の他に、前大統領のメガワティ（闘

争民主党、副大統領候補はプラボウォ氏〔軍人〕組などが立候補しました。投票結果はユドヨノ組が六〇%を獲得し、当選に必要な過半数をクリアしました。しかし、異議申立て期間中にメガワティ氏などから憲法裁判所に選挙無効の申立てがなされ、審議の末、八月に選挙結果の合憲判決が出され、ユドヨノ組の当選が確定しました。

## ・国民議会等

国民議会の定数は五六〇人、任期は五年です。全国を七七の選挙区に分け、非拘束名簿式比例代表制で議員を選出します。四月に行われた総選挙では、ユドヨノ大統領を支える民主党が前回より大幅に議席を増やし、第一党を確保しました。

このように、ユドヨノ氏やこれを支持する民主党が勝利を収めたのは、ユドヨノ氏が第六代大統領として推し進めてきた、汚職撲滅



総選挙の投票用紙

政策、治安維持、経済

済政策などが国民から圧倒的に支持された結果、といわれています。地方代表議会は全三三州から四人ずつ（定数一三二人）選出され、任期は同じく五年です。

今年の総選挙は四月九日（木）に投票が行われ、国会議員、地方代表議会、州議会、市／県議会の各議員を一齐に選出しました。各投票用紙は候補者の顔写真などが掲載され、新聞紙大にもなります。投票率は約七〇%でした。

## 2009年総選挙の結果

（主要政党の獲得議席および得票率）

| 政党名   | 獲得議席<br>(占有率%) | 得票率<br>(%) | 前回獲得<br>議席 | 前回得票率<br>(%) |
|-------|----------------|------------|------------|--------------|
| 民 主 党 | 150<br>(26.7)  | 20.8       | 57         | 7.5          |
| ゴルカル党 | 107<br>(19.1)  | 14.4       | 127        | 21.6         |
| 闘争民主党 | 95<br>(16.9)   | 14.0       | 109        | 18.5         |

# 青少年が街をつくる

放送大学教授 宮本 みち子

今回は、ヨンショーピン・コミュニケーションの青少年の具体的な活動を紹介しましょう。

青少年が、自分の住んでいる街に愛着を持ち、住みやすい街にしていこうと主体的にかかわっていくことは、社会のメンバーとして成長する上で大きな経験であり、またこれらの力によって社会はつくられていきます。ヨンショーピンでは、青少年行動計画に基づいて、街づくりに子どもや若者を参画させる取り組みが続いています。市街地の公共交通や街灯、駅舎の改善のために、子どもや若者の意見を聴取し、また、進行中の再開発計画への参画を進めています。

## 都市再開発への子どもの参加

ヨンショーピンでは、二〇〇四年に市の中心地を再開発する計画が進行中でしたが、そこに青少年を参画させようとしていました。私が訪問した時は都市再開発計画の骨子が完成した頃で、ちょうどその日、市の呼びかけ

で一〇人くらいの中学生が各学校から集まっていました。

まず市の職員が、模型やスクリーンで生徒たちに都市再開発計画を説明しました。その後、生徒たちから質問を出してもらい、それに答えながら意見交換をしていました。

それ以後、中学生は毎週集まって、彼らの意見を集約していくということでした。

私が参加者に、「今日、こういう会に参加して市から説明を受けたことをどう感じましたか？」とたずねますと、ある子はこう言っていました。「大人たちが自分たちに真剣に説明をしてくれる、そして自分たちの意見を聴いてくれるということがとてもうれしかった」と。来週から毎週開催されるということなので、自分は意見を言おうと思っっていると考えていると言っていました。

このほかにも、青少年を参画させる試みがいろいろあります。その一つは〈街灯プラン〉というものです。青少年や障害者が日常生活

で不安や不便を感じる点を聴く取り組みの中から生まれたもので、市内の街灯が適切であるかをチェックする作業を青少年にやってもらい、その意見を出してもらう取り組みです。青少年から上がった改善の要望が議会で承認されたので、それに基づいてコンサルタントに改善計画を作成してもらい、公園で青少年と一緒に試してみようという意見を聞き、改善計画を実行に移すところでした。

〈公共交通プロジェクト〉もあります。日常路線バスを利用することの多い青少年にチェックしてもらおうプロジェクトで、市の職員とバス会社の社員が担当していました。街灯や公共交通を取り上げたのは、青少年こそ地域で生活する主人公で、日ごろからいろいろと感じているはずだからです。

## 自分たちの駅舎を作る

〈駅プロジェクト〉もあります。美しい二つの湖には生まれた駅舎があります。電車と





バスのターミナル駅で、青少年は日常的に使うのですが、冬になると風が吹きさらしで、マイナス三〇度にもなるのです。そこで、市の都市計画課の職員が呼びかけて一五歳から二〇歳の一五人の若者を集め、新しい駅舎のデザインをゆだねたのです。これには障害者グループも参加しました。もちろん、市の職員や専門家も加わり、若者たちに援助をしながら活動を進め、写真にあるようなガラス張りの明るい快適な駅が完成したのです。

発着を知らせるわかりやすい電光表示、使いやすいトイレ、視覚障害者用の凹凸ラインや案内板、湖が見渡せる広いガラスの壁など、いたるところに若者のアイデアが生かされています。

〈カフェテリア・プロジェクト〉もあります。市内に数カ所のカフェテリアがあるので、開設にあたって青少年や障害者の意見を出し、大人たちと協力して作ったのです。



カフェテリアの内部

その一つは、古い工場の建物を利用したカフェテリアです。写真をごらんください。古き時代の面影が残るレンガ造りのどっしりした建物はよく手入れされていて、とても快適な空間です。階上は青少年センターになっています。店内では飲み物と手製のクッキーやケーキが置かれ、家庭的で温かみのあるほっとする雰囲気でした。店の奥に、青少年の活動を紹介するディスプレイのある一角があり、中学生くらいの子どもたちがソファに腰掛けて寛いでいました。このコーナーは、青少年のアイデアで作ったもので、子どもたちのお気に入りの場所だそうです。

ここで紹介した青少年の街づくりへの参加活動を中心になって進めたのは、市の都市計画課のジョセフィン・ネレールプさんという三〇代の女性職員でした。彼女は、青少年を街づくりに参画させる試みを、信念をもって熱心に粘り強く続けている人でした。青少年行動計画があるだけでは、青少年の社会への参画は実現しません。このような大人たちがいるから理念が実現するのだということを私は実感しました。

## 子ども用予算は子どもが決める

ヨンショーピン・コミュニケーション以外にも、さまざまな取り組みがあります。そのもう一つを紹介しましょう。ストックホルム郊外にパームドウという新興住宅地があります。ここ

は子どもたちが多い土地柄で、計算したら三割が青少年で占められているにもかかわらず、彼らの発言というのほとんど自治体に反映されていないということに、市の職員たちは気づいたということです。そこで青少年の発言の場を保障する施策を推進することになりました。その過程で、国から子どものための助成金として二千万円を得ました。これは条件付きで来たものです。その条件とは、中学生を中心とする子どもたちに二千万円のお金の使い方を決めさせるということです。

そこで、二千万円をどう使うかをテーマに、青少年の集会であるユース・フォーラムが開かれました。一回目には四〇〇もの要求項目が出ました。二回目に、インターネットカフェとスイミングスクールの二つに選ばれました。しかし、二千万円で両方を実現するのは無理です。私が訪問したのはその頃で、近いうちに規模の大きなユース・フォーラムが開催され、最終決定する予定だそうです。夜は大ディスコ大会をやるのだと聞きました。

青少年は、自分たちが発言したことが、その後の話し合いや交渉を経て受け入れられ、環境が整備されていくことを体験することによって、民主主義というものを体得するのです。このような幼少期を経て、一人前の社会人へと成長していくのだと思います。

次回は、生徒が学校運営に参加していく取り組みを紹介しましょう。



# 時の話題

## 臓器移植

「脳死は一般的に人の死」と位置づけた改正臓器移植法がこの七月に成立、来年七月に施行される。改正法は臓器提供の年齢制限の撤廃、家族の同意で提供が可能など脳死移植を促進するものだが、同意に迷うドナー（臓器提供者）家族の精神的支援など課題は山積している。

### 進まない脳死移植

十二年間で八一件——。これが日本での脳死者による臓器提供の現状だ。臓器移植法が施行されたのが平成九年一〇月。一人のドナーからは心臓や肝臓などさまざまな臓器が提供されるため、移植の総数は三〇〇を超える。心臓の場合は六四人に移植されているが、十二年間の件数としては決して多くはない。

今年も、例えば一月には、東京都内の医療機関に入院していた五〇歳の男性が脳死と判定され、心臓、肺、肝臓、腎臓、脾臓をそれぞれのレシピエント（移植を受ける患者）に提供しているが、現在の脳死移植は、不幸にも脳死となった患者の生前からの脳死移植

に対する理解、またその患者の家族の理解にやっと支えられているのが実情だ。

このため、よくニュースなどでも報道されているが、日本での脳死移植に期待できずに大人、子どもを問わず、多額の渡航費用を工面し、海外で移植手術を受けようという患者が後を絶たない。日本でのドナーの少なさから、海外での移植に希望を持つわけだ。

移植しなければ死を待つだけという厳しい現実直面している患者にとっては当然の行動だが、こうした状況は、受け入れ国での臓器不足という事態を招き、世界保健機関（WHO）は来年五月の総会で、海外に渡航して受ける臓器移植の自粛を求める指針を決定する見込みとなっている。

### 九一%が意思表示せず

ではなぜ、日本では脳死移植が進まないのか。その一つが現行法の厳しさにあるとされている。現行法では本人が生前、臓器提供の意思と脳死判定に従う意思を書面などで示し、さらに家族が脳死判定と臓器摘出を拒否しないときに限って、臓器の脳死移植を認めている。

生前の意思確認の方法は大別すると「臓器提供意思表示カード（ドナーカード）」・「シール」「健康保険証の意思表示欄への記入」「インターネットによる登録」の三通りがあるが、実際、意思表示をしている人はまだわずかだ。内閣府の臓器移植に関する世論調査（平成

二〇年九月調査）によると、ドナーカードなどのことを知っていたか聞いたところ、「知っていた」と答えた人は七一・一%、「知らなかった」は二八・九%となっている。

しかし、ドナーカードの所持については、「カードを持っている」と答えた人は六・六%、「臓器提供意思表示シールを貼っている」は〇・五%、「臓器提供意思表示欄のある医療保険の被保険者証を持っている」は一・七%にすぎず、「持っていない」と答えた人は九一・六%に達している。

### 家族の同意で提供可能へ

改正臓器移植法はこうした現行法の問題を見直し、新たに、①脳死は一般的に人の死と位置づける、②本人が拒否していない場合は家族の同意で提供できる、③提供は一五歳以上という現行の年齢制限を撤廃、④親族へ優先的に提供する意思表示しておくことができる——の四点を柱としている。

このうち、本人が拒否していなければ家族の同意で脳死から臓器が提供できるとしたのが最大の特徴だ。ドナーカードなど生前の意思表示が普及しないため、その制約を撤廃し、生前に拒否していなければ家族の同意により移植に道を開いた。

ある医療関係者は「現在でも心臓停止後の腎臓提供をする半数は臨床上に脳死と判断された方で、この方々のほとんどが脳死移植提供に移行すると思われる。一〇件前後の脳

死提供に加えて、腎提供の半分約六〇件を加えると、脳死提供は約七〇件程度まで増加する」と推定しており、日本移植学会も「現行法では脳死下での臓器提供は極めて限られており、多くの患者さんが移植を待ち望みながら亡くなっている。このような状況の中で改正法は、多くの患者さんとその家族にとって、生きるための唯一の望みであり、長年の悲願であった」と歓迎している。

## 山積する課題

しかし、実際に脳死移植を促進するためには、さまざまな課題が山積している。その一つが「家族」の範囲だ。本人が拒否していなければ家族の同意で脳死から臓器が提供できるとしたものの、その家族の範囲を規定しなければ、医療現場に混乱を招くことになる。

すでに厚生労働省は、来年の法施行に向けて省令やガイドラインを改正するために、今後の検討課題と検討体制などについて着手しており、厚生科学審議会の疾病対策部会臓器移植委員会で検討を進めている。これまでの審議では、焦点となった「家族」の範囲について、文書による意思表示があった場合に関して定めた現行法の「家族」と同じ「配偶者と親子、祖父母、孫」などすることで合意した。

また、改正法では親族への優先的提供の意思表示を認めているが、この親族の範囲も議論の対象となった。国会審議の中では、改正

法案の提案者が示した「親子と配偶者」に限定すべきとの見解に基づいた方向性が出ており、委員会でも「国会審議を尊重する」として「親子と配偶者」が適当との意見をまとめた。臓器提供を希望しない場合の「拒否」の意思表示方法や、虐待を受けた児童からの臓器摘出を防止するための方策など課題はあるが、「親族への優先提供」規定は、来年一月一七日に先行的に施行されるため、厚労省は同問題を優先的に議論し、パブリックコメントの募集などを経て年内には省令やガイドラインをまとめる方針だ。

改正法を円滑に進めるためには、こうした法制上の問題を解決する必要があるが、さらに重要なのはドナー家族への支援や臓器移植のコーディネートを行う日本で唯一の組織である日本臓器移植ネットワークの整備である。

脳死移植は、臓器を提供する患者の家族が脳死を死として受容することが不可欠で、そのためには看取りの時間を十分に確保する必要があるほか、仮に提供に同意した後でも脳死判定の際、摘出手術の前の再確認、家族の要望に応じて集中治療室（ICU）内での対面、手術室内での立会い、摘出医との面談など家族の要望に応じた対応が必須となる。

また、日本移植学会では「日本臓器移植ネットワーク」の強化も訴えている。同ネットワークのコーディネーターは全国に二十一人のみで、改正法の施行でドナーが増えるため「三〇人程度の増員が急務となっている」（移

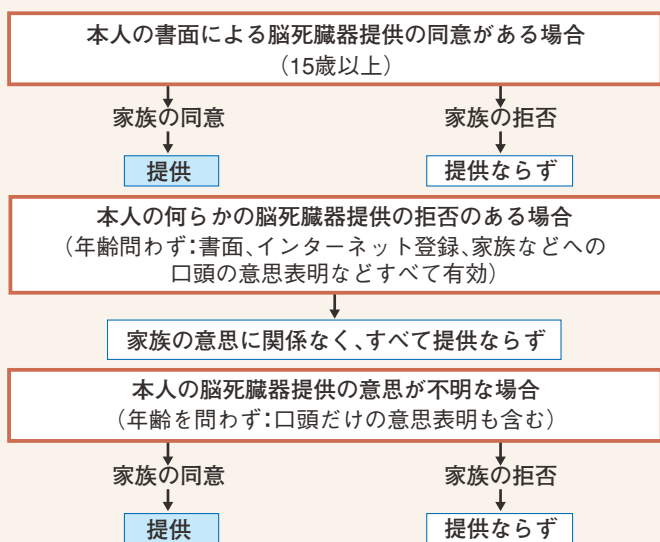
植学会）という。

さらに、ドナー家族支援のための専門的なコーディネーターを採用し、臨床心理士、精神科医との連携システムを構築する必要もあるとされている。

もちろん、ドナーカードの普及など脳死移植促進のための普及活動が不可欠なことは論をまたない。前述した世論調査によると、臓器移植について十分な情報が得られていると思う人は十二・三%だったのに対し、「そう思わない」とする人は八二・九%に達している。

臓器移植への理解を深め、ドナーの家族が胸を張って生きることができる社会を構築することが求められている。

図 脳死臓器提供の可否（家族がいる場合）



(日本移植学会資料などにより作成)





**ご当地めいすいくん**

山形県では、山伏めいすいくんに続いて「花笠めいすいくん」が登場しました。山形の夏を代表する花笠まつりの活気や楽しさを表現するため、はつぴを着、花笠をかぶっています。

新潟県佐渡市では「朱鷺めいすいくん」が登場しました。野生復帰をめざすトキの力強い羽ばたきのように、明るい選挙の実現をめざします。

山口県では、青年法政大学OBの提案でご当地めいすいくんを作ろうと、アンケート調査を街頭啓発に併せて行いました。八月二二

衆院選において、  
明るい選挙推進協  
議会と選挙管理委  
員会などが行った  
投票参加を呼びか  
ける活動を紹介し  
ます。

メイスイ列島  
フラッシュ

## 衆院選啓発 アラカルト



日～二三日、  
二九日にシ  
ョッピング  
センターな  
ど県内一〇  
カ所で、県  
ゆかりのふ  
ぐ、錦帯橋、  
夏みかん  
ど九つの候  
補から、めいすいくんが身に付ける  
のにふさわしいと思うものを選ん  
でもらいました。来年の参院選に  
誕生する予定です。

### 若者を期日前投票立会人に

期日前投票立会人に、初めて若者を募集する取り組みがありました。岩手県奥州市では、二〇、三〇代に限定して募集したところ三五人の応募がありました。長野県岡谷市では、二〇代の募集に五人の応募がありました。募集に関する記事の掲載を、岡谷市民新聞など地元紙に依頼しました。熊本県菊陽町では二〇代を登録制で募集したところ八人の応募があり、今後の選挙でも依頼する予定です。

### 選挙事務の体験

富山県富山市では、富山大学、富山国際大学の学生十一人が、期

学生ボランティア



日前投票所の受付や投票所入場券の確認、投票用紙の交付などの事務を体験しました。富山県では初の試みです。三重県では、県選管の選挙講座「いっぽん塾」受講生が、市町選管に発送する投票用紙の梱包作業を体験しました。

### 臨時啓発ボランティア

富山県では、富山ファッション・カレッジの学生八人が「白ばら娘」に就任し、四班に分かれて街頭啓発を行いました。岡山県では、ノートルダム清心女子大学の学生三人が「白ばらスタッフ」に就任し、広報車三台で県内を巡回しました。鳥取県では、衆院選では初の試みとして街頭啓発に参加する「学生ボランティア」を募集し、八月二三日に鳥取市内のショッピングセンターで行われた街頭啓発に、鳥取大学と鳥取環境大学の学生七人が参加しました。

### 明推協の学生委員や 若者啓発グループが呼びかけ

石川県では、八月二二日に金沢駅で行った街頭啓発に、野々市町明推協の大学生委員とその友人ら五人が参加しました。野々市町明推協では三年程前、町内にある金沢工業大学と石川県立大学に学生委員の推薦を依頼し、三人が明推協委員に就任しています。

福島県では、八月二三日にJR福島駅前で啓発パレードと街頭啓発が行い、県選挙啓発ボランティアの一〇人（福島市にある桜の聖母短期大学の学生）が横断幕を持って先頭に立ちました。県選管がインターネットの投稿サイトで人氣が出た「やきとりじいさん体操」を採





用して作成したテレビCMにも四人が出演し、ユニークな振付けにチャレンジしました。

福井県では、明るい選挙青年活動隊CEPTのメンバーら六人が「二日選挙管理委員」を務め、候補者事務所を訪問して明るい選挙を求める要望書と白ばらを手渡ししました。メンバーは街頭啓発やラジオ番組等でのPRに努めたほか、期日前投票立会人も務めました。

福岡市では、学生が参加する市明るい選挙推進グループCECEUF（セセウフ）が、民放の情報提供コーナーや市の広報番組に出演したり、八月二六日には街頭啓発に参加しました。八月一八日には自主的に企画した街頭啓発を繁華街の天神で行い、メンバー六人がチラシとメッセージカードを入れたポケットティッシュを配布しました。チラシの原稿はメンバーが作り、コピーしたものに手書き

で色付けしました。カードは五種類作り、ポケットティッシュへの差し込みもメンバーが行いました。若者に選挙への関心を尋ねるアンケート調査も行いました。

### 学生運営のネット

大分県では、選管インターンシップを経験した大学生の提案で、大分大学の学生が運営する大分大学生向けにサークルやイベント、アルバイト情報などをインターネットで紹介する「Bineet」に、バナー広告と衆院選特設ページの制作および掲出を委託しました。バナー広告では「選挙って行く意味ある？行っても何も変わらないんじゃない？え？そんなことない！へー。じゃ、行ってみよう！」と呼びかけ、クリックすると、「選挙って何だーっ!」と題する特設ページにリンクします。特設ページでは、選挙に対する学生の意見や期日前投票制度の説明のほか、数%で当確速報が流れるのはなぜかなどの選挙に関するトリビアも紹介され、学生に選挙を身近に感じてもらえるよう工夫されています。



また、別府市にある立命館アジア太平洋大学の学生が運営する別府市民向けのインターネットサイト「BEPPOO!!（ベッピー）」にも、バナー広告を委託しました。

や、ハンガーにつるされた投票を呼びかけるオリジナルTシャツで客を引き付けました。また、FMラジオの番組とタイアップして、紹介レポートやCMが流されました。Tシャツのデザインには人気パーソナリティが参加しました。

### 啓発グッズに木升

岐阜県西濃地方事務局では、キヤッチコピーとめいすいくんを焼き付けた木の一合升「選挙に行きマス!」を製作し、大垣市内のショッピングセンター三店舗で四五〇個配布しました。大垣市は木升産業が盛んで、全国シェア八割を占めています。



### 人気の本屋で

新潟県では、書籍と雑貨を扱う若者に人気の本屋「ヴィレッジヴァンガード」のビルボードプレイス店（新潟市）に、政治選挙に関する十二種類の書籍を紹介、販売する特設コーナーを設置しました。書店スタッフ手書きのポップ



### 期日前投票所が駅に

今回の衆院選では駅などに設置された期日前投票所が増え、投票の順番を待つ行列ができた様子が、新聞などで報じられました。駅構内・周辺への設置は平成一七年の第四四回衆院選では一七カ所、一九九年の第二十一回衆院選では二五カ所でしたが、位置づけがあいまいでした。そこで総務省は今年八月、都道府県選管に、投票所や期日前投票所を駅構内やショッピングセンター等頻繁に人の往来がある施設に設置することについて、投票の秘密や選挙の公正を確保できれば可能だと、通知を出しました。今回、駅構内・周辺では東京都府中市や長野県松本市など三五カ所に、また、ショッピングセンターでは秋田県内の大手スーパーマーケットや愛媛県松山市内の百貨店などに期日前投票所が設置されました。

# 「明るい選挙啓発ポスターコンクール」 大臣賞決定

財団法人明るい選挙推進協会と都道府県選挙管理委員会連合会は、全国の小学校、中学校、高等学校の児童、生徒を対象に、今回で第六一回目となる平成二十一年度明るい選挙啓発ポスターコンクールを実施しました。

このコンクールは、明るい選挙推進協会と都道府県選挙管理委員会連合会が主催し、全国の都道府県選挙管理委員会および市区町村選挙管理委員会が共催者となり、文部科学省、総務省及び全国の教育委員会の後援のもと実施されました。

コンクールの目的は、明るい選挙を実現するためのポスターを描くことで、将来の有権者である児童生徒に選挙、政治への関心を持ってもらうきっかけをつくることです。児童生徒は作品を制作するにあたって、まず「明るい選挙」ってなんだろうと考えるでしょう。学校で先生に、家庭で親に「明るい選挙」について尋ねることでしょう。また、全国各地で応募作品の展示会が開催されますので、一般の有権者やプレ有権者に対する「明るい選挙」の啓発手法としても大変効果的だと考えられます。

今年度の応募学校は九四二四校で、応募者は一四万九三六人でした。昨年より

学校が七九八校、応募者が一万四〇九人増えました。小学生、中学生、高校生いずれも、学校数、生徒数とも増加しました。ところによつては、明るい選挙推進協議会の委員も、作品募集の依頼のために学校を訪問したり、審査員に加わるなどご協力いただきました。

審査は市区町村で第一次審査が、都道府県で第二次審査が行われ、一〇月二三日、第三次審査が東京において行われました。都道府県から出品いただいた九六三作品の中から、文部科学大臣・総務大臣賞（連名）一八作品、明るい選挙推進協会会長・都道府県選挙管理委員会連合協会会長賞（連名）六〇作品を決定しました。大臣賞・会長賞には表彰状と副賞を贈り、第三次審査出品者全員に記念品を贈りました。

中央審査への出品数は、一九年度が六三八、出品上限数を変更した二〇年度が九〇〇でした。今年度も応募数の増加に伴い九六三に増え、独創的で素晴らしい構成の力作が集まりました。

なお、大臣賞作品・会長賞作品は、明るい選挙推進協会のホームページで見ることができます。

([www.akarusenkyo.or.jp](http://www.akarusenkyo.or.jp))

## 文部科学大臣・総務大臣賞（18人）

|     | 氏 名    | 都道府県 | 学校・学年         |      | 氏 名    | 都道府県 | 学校・学年        |
|-----|--------|------|---------------|------|--------|------|--------------|
| 小学校 | 富永 依里  | 徳島県  | 徳島市富田小学校1年    | 中学校  | 満田 菜摘  | 福岡県  | 久留米市立城島中学校2年 |
|     | 廣田 蒼也  | 兵庫県  | 姫路市立大塩小学校2年   |      | 小林 麻穂  | 静岡県  | 富士市立富士中学校3年  |
|     | 廣部 大和  | 愛知県  | 名古屋市立吹上小学校3年  |      | 山下 瑠緯  | 愛知県  | 半田市立成岩中学校3年  |
|     | 河本 展咲  | 北海道  | 釧路市立鳥取西小学校4年  |      | 池田 琴音  | 埼玉県  | 県立上尾高等学校1年   |
|     | 長丸 花菜子 | 兵庫県  | 姫路市立安室小学校5年   |      | 岡本 早貴  | 千葉県  | 県立松戸六実高等学校1年 |
|     | 安江 愛海  | 岐阜県  | 瑞浪市立日吉小学校6年   |      | 宮本 さつき | 石川県  | 県立工業高等学校2年   |
| 中学校 | 大塚 裕生  | 東京都  | 板橋区立志村第一中学校1年 | 高等学校 | 麻植 久視子 | 徳島県  | 県立徳島北高等学校2年  |
|     | 土屋 恵祐  | 静岡県  | 熱海市立多賀中学校1年   |      | 武田 梨沙  | 香川県  | 県立高松工芸高等学校3年 |
|     | 村瀬 あい  | 和歌山県 | 橋本市立隅田中学校2年   |      | 田代 幸久  | 佐賀県  | 県立有田工業高等学校3年 |

# 平成21年度（第61回）明るい選挙啓発ポスターコンクール 応募状況

| 都道府県 | 応募学校数 |       |      |       | 応募者数   |        |       |         | 中央審査提出数 |     |      |     |
|------|-------|-------|------|-------|--------|--------|-------|---------|---------|-----|------|-----|
|      | 小学校   | 中学校   | 高等学校 | 計     | 小学校    | 中学校    | 高等学校  | 計       | 小学校     | 中学校 | 高等学校 | 計   |
| 北海道  | 24    | 32    | 0    | 56    | 192    | 543    | 0     | 735     | 3       | 6   | 0    | 9   |
| 青森県  | 11    | 24    | 6    | 41    | 63     | 286    | 29    | 378     | 3       | 3   | 3    | 9   |
| 岩手県  | 105   | 49    | 7    | 161   | 1,731  | 508    | 101   | 2,340   | 11      | 6   | 9    | 26  |
| 宮城県  | 130   | 74    | 3    | 207   | 391    | 577    | 19    | 987     | 4       | 6   | 2    | 12  |
| 秋田県  | 15    | 24    | 3    | 42    | 140    | 101    | 4     | 245     | 3       | 3   | 0    | 6   |
| 山形県  | 112   | 58    | 5    | 175   | 1,102  | 1,048  | 17    | 2,167   | 9       | 9   | 2    | 20  |
| 福島県  | 70    | 48    | 6    | 124   | 208    | 448    | 13    | 669     | 3       | 3   | 2    | 8   |
| 茨城県  | 292   | 155   | 8    | 455   | 1,883  | 1,920  | 22    | 3,825   | 10      | 12  | 3    | 25  |
| 栃木県  | 256   | 112   | 6    | 374   | 1,638  | 881    | 10    | 2,529   | 11      | 7   | 1    | 19  |
| 群馬県  | 222   | 152   | 6    | 380   | 3,035  | 5,030  | 143   | 8,208   | 12      | 12  | 1    | 25  |
| 埼玉県  | 328   | 143   | 15   | 486   | 6,668  | 2,704  | 79    | 9,451   | 24      | 14  | 7    | 45  |
| 千葉県  | 280   | 102   | 6    | 388   | 1,380  | 1,014  | 9     | 2,403   | 10      | 9   | 1    | 20  |
| 東京都  | 418   | 294   | 24   | 736   | 7,798  | 8,209  | 418   | 16,425  | 26      | 27  | 18   | 71  |
| 神奈川県 | 132   | 105   | 10   | 247   | 1,576  | 928    | 43    | 2,547   | 10      | 8   | 5    | 23  |
| 山梨県  | 93    | 57    | 2    | 152   | 2,136  | 1,822  | 7     | 3,965   | 12      | 11  | 1    | 24  |
| 長野県  | 169   | 58    | 4    | 231   | 4,053  | 1,058  | 20    | 5,131   | 18      | 9   | 2    | 29  |
| 新潟県  | 39    | 21    | 0    | 60    | 213    | 110    | 0     | 323     | 3       | 3   | 0    | 6   |
| 静岡県  | 228   | 129   | 14   | 371   | 1,611  | 1,755  | 212   | 3,578   | 10      | 10  | 5    | 25  |
| 富山県  | 60    | 60    | 5    | 125   | 354    | 859    | 46    | 1,259   | 4       | 7   | 5    | 16  |
| 石川県  | 26    | 26    | 5    | 57    | 59     | 127    | 118   | 304     | 3       | 3   | 9    | 15  |
| 福井県  | 63    | 47    | 1    | 111   | 660    | 1,545  | 5     | 2,210   | 6       | 10  | 1    | 17  |
| 岐阜県  | 94    | 57    | 3    | 154   | 727    | 561    | 104   | 1,392   | 7       | 6   | 9    | 22  |
| 愛知県  | 757   | 319   | 18   | 1,094 | 7,675  | 9,496  | 531   | 17,702  | 26      | 29  | 16   | 71  |
| 三重県  | 71    | 51    | 3    | 125   | 702    | 806    | 16    | 1,524   | 7       | 7   | 0    | 14  |
| 滋賀県  | 31    | 31    | 0    | 62    | 285    | 796    | 0     | 1,081   | 3       | 7   | 0    | 10  |
| 京都府  | 102   | 47    | 5    | 154   | 1,600  | 692    | 44    | 2,336   | 10      | 5   | 2    | 17  |
| 大阪府  | 165   | 82    | 12   | 259   | 4,317  | 3,941  | 215   | 8,473   | 18      | 18  | 11   | 47  |
| 兵庫県  | 331   | 164   | 19   | 514   | 3,298  | 4,232  | 244   | 7,774   | 16      | 19  | 13   | 48  |
| 奈良県  | 55    | 43    | 3    | 101   | 636    | 603    | 28    | 1,267   | 6       | 6   | 3    | 15  |
| 和歌山県 | 16    | 13    | 5    | 34    | 295    | 166    | 80    | 541     | 3       | 3   | 7    | 13  |
| 鳥取県  | 29    | 11    | 0    | 40    | 102    | 61     | 0     | 163     | 3       | 3   | 0    | 6   |
| 島根県  | 11    | 18    | 2    | 31    | 173    | 313    | 3     | 489     | 3       | 4   | 1    | 8   |
| 岡山県  | 48    | 32    | 4    | 84    | 97     | 363    | 49    | 509     | 3       | 4   | 1    | 8   |
| 広島県  | 77    | 51    | 10   | 138   | 1,412  | 833    | 76    | 2,321   | 7       | 6   | 1    | 14  |
| 山口県  | 62    | 39    | 5    | 106   | 150    | 291    | 15    | 456     | 3       | 3   | 2    | 8   |
| 徳島県  | 124   | 50    | 6    | 180   | 827    | 1,071  | 14    | 1,912   | 7       | 9   | 2    | 18  |
| 香川県  | 114   | 49    | 3    | 166   | 775    | 992    | 97    | 1,864   | 4       | 3   | 8    | 15  |
| 愛媛県  | 156   | 62    | 7    | 225   | 723    | 551    | 45    | 1,319   | 7       | 6   | 5    | 18  |
| 高知県  | 8     | 19    | 0    | 27    | 109    | 209    | 0     | 318     | 3       | 3   | 0    | 6   |
| 福岡県  | 171   | 105   | 13   | 289   | 6,843  | 5,573  | 296   | 12,712  | 20      | 20  | 10   | 50  |
| 佐賀県  | 77    | 58    | 5    | 140   | 816    | 941    | 61    | 1,818   | 7       | 8   | 6    | 21  |
| 長崎県  | 37    | 37    | 6    | 80    | 79     | 231    | 44    | 354     | 3       | 3   | 5    | 11  |
| 熊本県  | 55    | 22    | 2    | 79    | 155    | 204    | 2     | 361     | 3       | 3   | 1    | 7   |
| 大分県  | 53    | 34    | 7    | 94    | 601    | 517    | 103   | 1,221   | 6       | 6   | 9    | 21  |
| 宮崎県  | 71    | 34    | 4    | 109   | 290    | 470    | 58    | 818     | 3       | 3   | 4    | 10  |
| 鹿児島県 | 47    | 32    | 4    | 83    | 144    | 486    | 54    | 684     | 3       | 5   | 6    | 14  |
| 沖縄県  | 32    | 38    | 7    | 77    | 563    | 1,224  | 61    | 1,848   | 6       | 9   | 6    | 21  |
| 合計   | 5,867 | 3,268 | 289  | 9,424 | 70,285 | 67,096 | 3,555 | 140,936 | 382     | 376 | 205  | 963 |
| 20年度 | 5,374 | 2,974 | 278  | 8,626 | 65,676 | 61,600 | 3,251 | 130,527 | 358     | 345 | 197  | 900 |
| 増減   | 493   | 294   | 11   | 798   | 4,609  | 5,496  | 304   | 10,409  | 24      | 31  | 8    | 63  |



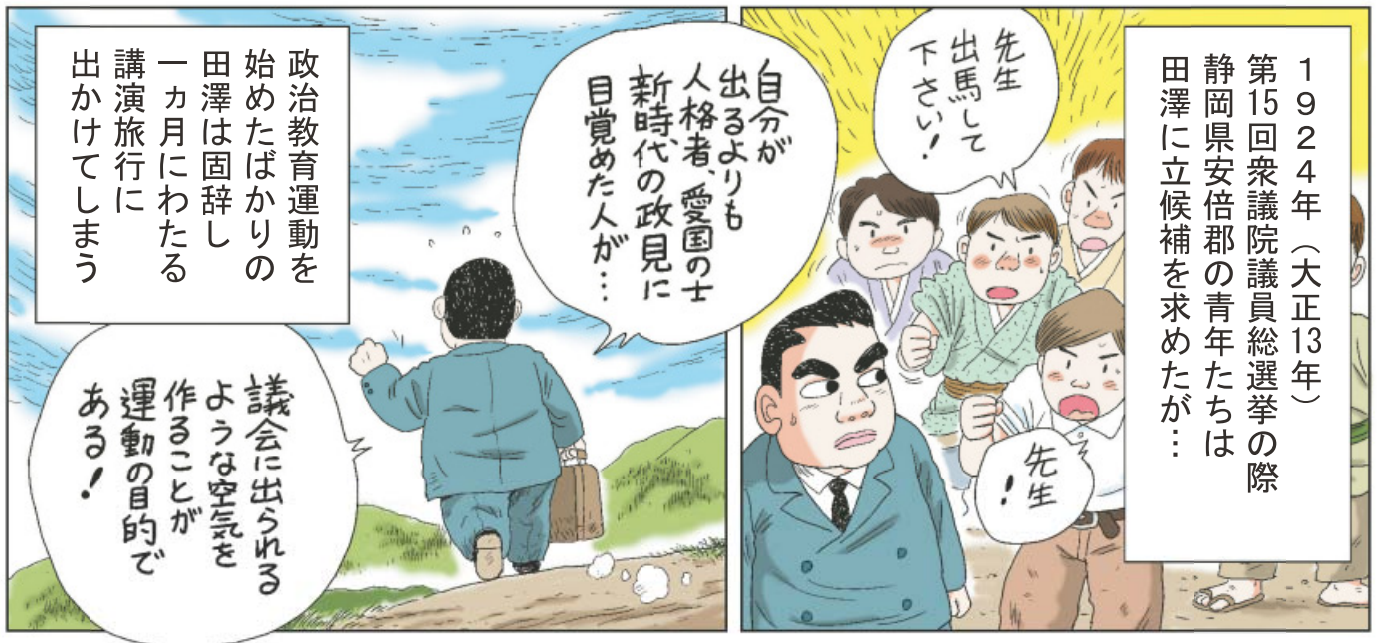
～この人を見よ～

た ざわ よし はる  
**田澤義鋪**

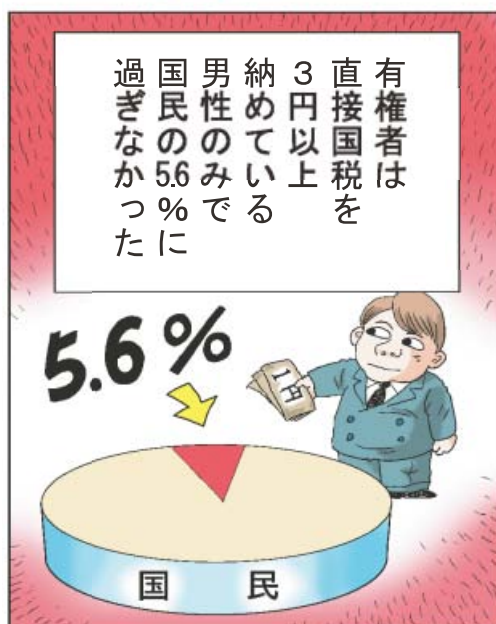


**第4回 理想選挙を戦う**

画／藤原良二













## 寄附禁止のチラシとポスター

協会は、年末年始の贈答シーズンの時機を捉え、寄附禁止規定を周知するリーフレットとポスターを制作しました。きれいな政治、金のかからない政治の実現と選挙の公正の確保をめざした「政治家の寄附禁止のルール」は、社会一般に着実に浸透してきているものの、継続してよびかけていく必要があります。市区町村選管からリーフレットは約94万枚、ポスターは約3万枚の要望がありました。12月上旬に市区町村選管にお届けする予定です。各種施設での配布や回覧、掲示にご協力いただきますようお願いいたします。

## 藍綬褒章

平成21年秋の褒章で、明るい選挙推進運動に長年尽力されてこられた方々が、藍綬褒章を授与されました。

| 氏名     | 職名                      |
|--------|-------------------------|
| 本郷 優子  | 元 横手市明るい選挙推進協議会推進員(秋田県) |
| 樋口 明   | 現 津南町明るい選挙推進協議会会長(新潟県)  |
| 今井 克子  | 現 明るい選挙推進愛知県協議会委員       |
| 藤田 富雄  | 現 京田辺市明るい選挙推進協議会会長(京都府) |
| 森脇 俊雅  | 現 兵庫県明るい選挙推進協議会会長       |
| 橋本 光廣  | 現 明石市明るい選挙推進協議会委員(兵庫県)  |
| 熊巳 富士子 | 現 広島市佐伯区明るい選挙推進協議会副会長   |
| 宅本 満雄  | 現 廿日市市明るい選挙推進協議会委員(広島県) |
| 荒木 トシ枝 | 現 明るい選挙推進長崎市協議会委員(長崎県)  |

## 新有権者向けパンフレット

協会は、全国各地で開催される成人式などにおいて配布していただくため、パンフレット「ボーターズグラフィティ」を発行しました。A5判32頁で、制作にあたっては、若者に人気の雑誌「東京グラフィティ」にご協力いただきました。今年の新成人は127万人(推計)ですが、市区町村選管から約77万1千部の要望がありました。12月上旬に市区町村選管にお届けする予定です。

## 「ボーターズモール」100人街頭インタビュー

協会は、若者向けのWEBサイト「ボーターズモール」のコンテンツ、「若者100人街頭インタビュー」を更新しました。今回は「総選挙に行った理由、行かなかった理由」と「周囲の友人、家族と選挙について何か話しましたか」などを尋ねました。

<http://www.votersmall.jp/index.html>

## 編集後記

●特集のテーマは「ネットと選挙」です。インターネットは日々の暮らしの中で欠かすことのできない存在となっています。政治・選挙の分野においても、アメリカ大統領選挙の影響もあってその様相が急速に変化しました。今回の衆院選(政治活動も含めて)では、政党・候補者がネットを大々的に活用するとともに、従来の政治・選挙情報サイトが機能を充実させただけでなく、新機軸のサイトも登場しました。一方ではネット利用に関する法的制約もあります。今回衆院選におけるネット利用の概況や問題点、今後の可能性などについて、5人の方にご執筆いただきました。

●22頁で平成21年度明るい選挙啓発ポスターコンクールの結果をご報告します。今年度の応募者は14万936人と昨年より1万409人増え、応募学校も9,424校と798校増えました。それにつれて中央審査出品数も963点と63点増えました。ポスターを描かれた児童・生徒の皆さん、ご協力いただきました学校、教育委員会、選管、明推協の皆様に御礼申し上げます。なお、表紙のポスターは、次号から平成21年度の文部科学大臣・総務大臣賞作品を掲載します。

●次号の発行は、1月末の予定です。

編集・発行 ●財団法人 明るい選挙推進協会

〒102-0076 東京都千代田区五番町14番地 国際中正会館7階 TEL03-6380-9891 FAX03-5215-6780  
 〈ホームページ〉<http://www.akaruisenkkyo.or.jp/> 〈メールアドレス〉[akaruisenkkyo@mua.biglobe.ne.jp](mailto:akaruisenkkyo@mua.biglobe.ne.jp)

編集協力 ●株式会社 公職研

# アイヌ料理、いい？



旬の魚介類や野菜、カラッと揚がった天ぷらのおいしさは、たまりません。でも、「あげてはいけない」ものも、世の中にはあります。政治家は選挙区内の有権者に、お金や物を「あげてはいけない」ことになっています。もちろん有権者が「受け取らない」「求めない」ことも大切です。

夢、生活、未来、政治。みんなどこかで、つながってる。