

Voters

No. 16

2013年10月18日発行

特集

ネット選挙運動解禁と日本の政治

- 参院選における有権者のネット活用（佐藤 哲也） 4
- 「ネット」に踊った政党、候補者（酒井 充） 6
- 参院選における若者のネット活用と今後の政治参加（濱野 智史） 8
- ネット利用解禁後の公選法の文書図画の規制の問題（井上 典之） 10
- ネット選挙運動と今後の日本の政治（川上 和久） 12

巻頭言 選挙に行こう（浅野 史郎） 2

コーナー 名言の舞台 3

コーナー 情報フラッシュ 14

レポート みんなで民主主義を育てよう! 17

連載 オランダの
シティズンシップ教育(3) 20

連載 早わかり「政治学」(8) 22

コーナー 海外の選挙事情 ドイツ総選挙 24



公益財団法人 明るい選挙推進協会

本誌は、宝くじの社会貢献広報事業として助成を受け作成されたものです。



選挙に行こう

神奈川大学特別招聘教授 浅野 史郎



あなたは何故、投票に行かないのか。その理由、言い分の一つひとつ反論していこう。

①「政治に関心がないのです」

政治に関心がないというのは、プロ野球に関心がないのとは違う。巨人が優勝しようが、最下位になろうが、あなたの生活には何の影響もない。一方、何党が政権を取るか、誰が自治体の長になるかは、あなたの生活に大いに影響がある。「関心ない」ではすまされない。

「明日の天気は変えられないが、明日の政治は変えられる」ということも忘れずに。

②「投票しても何も変わらない」

あなたの一票で当選者が変わるという実感を持ちにくいのはわかる。政治に関心がないから、投票に行かないというのが、実は、投票することから、政治への関心が始まるのである。

今まで1回も投票したことがないあなた、試しに一度投票に行ってみたらどうか。投票した候補者が当選したら現職として、落選したら次回挑戦者として、その動向に関心を持ち続けるはずである。少なくとも、誰にも投票しない場合と比べたら、関心の持ち方ははるかに高い。

これが、政治への関心の始まりである。何かの機会で、その候補者と会う機会があったら、「私、あなたに投票したよ」と言うことだって可能だろう。

③「どうせA候補が勝つのは(負けるのは)わかっている」

選挙情勢を語るのだけは好きな人がいる。選挙においては、あなたは、口だけの評論家ではない。選挙というゲームの参加者、プレイヤーであることを忘れてはならない。A候補が勝つにしても、負けるにしても、勝ち方、負け方も大事である。あなたの一票は、A候補の勝敗を左右するまではいかなくとも、大勝となるか完敗となるかの程度は変わってくる。

過去4回、候補者を経験したものとしては、その一票の違いがとても重く感じられる。

④「投票したい候補者がいない」

この人だけには投票したくない順番のリストを作り、「したくない」程度の一番低い人に投票すればいい。それでも、誰もいない場合には、白票でもいいから投じるべきである。つまり、棄権だけはするなよということ。

これは特に、若者たちに言いたい。毎回の選挙で、若者の投票率は高齢者と比べて格段に低い。これでは、為政者に「若者に厳しい政策をとっても、選挙でしっぺ返しをされる心配はない」と見くびられてしまう。それは若者にとって、損だとは思わないか。

選挙は棄権しておいて、「この国(自治体)の政治はダメだ」と叫んでも、まるで説得力はない。ゲームに参加していない人は、ゲームの結果を批判する立場にはつけないのである。

⑤「自宅のパソコンから投票できるのなら、投票するんだけどな」

パソコン投票では、なりすましをどう規制するかなど、技術的に問題がある。それだけではない。投票所にでかけていって、投票ブースで1人になり、鉛筆を持つ手に力を込めて、候補者の名前を書く、その行為、その手間ひまに選挙の意義がある。パソコンのキーをポンと押すだけの投票では、誰に投票したかは1時間後には忘れてしまう。そんな選挙ってありか、そんな投票って尊いか。

*

最後に、選挙で投票なんてバカらしいと、まだうそぶいているあなた。成年後見制度で被後見人になったために、公職選挙法の規定で選挙権が剥奪されたダウン症の女性が、法改正で選挙権を回復したときの喜ぶ姿に何も感じないかと言いたい。国内の民主化により、史上初めて総選挙が実施され、嬉々として投票する国民の様子も思い返してほしい。

あさの しろろう 元宮城県知事。慶應義塾大学教授を経て2013年から現職。専門は、地方自治論。

名言の舞台

ジョージ・オーウェル

1903~1950年



すべての動物は平等である しかしある動物は、ほかの動物よりも もっと平等である

ジョージ・オーウェルの『動物農場』は、動物たちの反乱の物語です。人間に酷使されて労働を搾取されてきた動物たちは、ある日、反乱を起こして、人間を農場から追い出します。汗水たらして働くすべての動物たちが平等に生きられる農場をめざしてです。ここでオーウェルは、資本家を人間に、労働者を動物になぞらえて、労働者の平等な社会をめざした共産主義社会を描いています。

ところが『動物農場』は、ユートピアをめざして始まった革命が、実際には恐るべきディストピア（逆ユートピア）に転落する不幸な物語です。平等をめざしたはずの動物農場のなかでは、ブタが次第に権力を手にして、他の動物に対する恐怖政治を確立します。『動物農場』が鋭く告発したのは、共産党独裁という共産主義国家の実態でした。

動物農場には、もともと「すべての動物は平等である」という建国の理念がありました。ところが、いつの間にか「しかしある動物は、ほかの動物よりももっと平等である」という追記がなされます。本来であれば比較級を使えないはずの平等の理念が、少数者支配を正当化するために、比較級で表現されることによって歪められたのです。

ここにオーウェルが鮮やかに描いたのは、どんなに立派な理念やスローガンであっても、少数者によって歪められたり、動員や支配の道具として都合良く利用されたりすることがある、という実際の政治の一側面です。その意味で、『動物農場』は、単に共産主義国家だけでなく、さまざまな理念やスローガンが叫ばれるわたしたちの政治とも無関係ではありません。

(犬塚 元・東北大学教授)

オーウェルの生きた時代

	1903	22	33	37	38	41	45	49	50
オーウェル、イギリス等	イギリス植民地インドに生まれる	警察官として勤務(27) ビルマ(現ミャンマー)で	挙国内閣(31) 世界恐慌にともなうマクドナルド	放浪記(31) ルボルタージュ「パリ・ロンドン	ナチスが権力掌握 スペイン内戦(36~39)	従軍記「カタロニア讃歌」公刊 内戦に従軍 反ファシズムの立場からスペイン	BBCに入社、アジア向け戦争報道 に参与(42)	「動物農場」公刊 労働党政権の国有化政策(46)	ベルリン封鎖(48~49) ドイツ小説「1984年」 公刊
日本	日露戦争(04~05)	日英同盟廃棄(21)	関東大震災(23)	満州事変(31)	盧溝橋事件(37)	北部仏印進駐(40)	太平洋戦争(41~45)	日本国憲法公布(46)	朝鮮戦争(50~53)

参院選における有権者のネット活用

静岡大学情報学部准教授 佐藤 哲也



|| ネット選挙運動解禁の評価

今回の選挙は、安倍政権の高い支持率を背景に、連立与党の勝利が確実視される中で行われた。そのため選挙結果という点では、興味・関心を持たれにくい選挙であり、低投票率が懸念された選挙でもある。

そのような中、解禁となったネット選挙運動の話題は多くのメディアにより取り上げられ、人々の選挙に対する関心を惹起した効果はあったのではないと思われる。投票率もネット選挙解禁による選挙関連報道がなければ、一層の低水準にとどまっていたのではないだろうか。

そのようなネット選挙解禁を報じる記事が多数行われた中で、いささか過度な期待を含む論調があった。さらに、選挙戦が終わった後の総括として、今回のネット選挙運動は「空振り」であったという評価を与えている見出しも散見された。様々な観点でネット選挙運動解禁に高い期待を寄せることも分からないではないが、過度な期待を煽った結果、不要な失望感を招き、本来の効果を見失わせるという弊害もある。本稿では冷静な観点で評価を考えてみたい。

ネット選挙解禁に対する筆者としての総括としては、2つの点を指摘しておきたい。ひとつは選挙の正当性に疑問を抱かれるような大きな混乱や悪質な選挙違反がなかったことである。結果として今後もネット選挙運動が着実に推進されていくことが期待できるようになったことは良かった。

2つ目の点としては、ネットを効果的に利用して今まで選挙に参加しないと思われていた若年層からの支持・得票を実現した候補が出てきたことである。いささか大げさに言えば、伝統

的な既存の政治選挙文化に対する挑戦ともいえるべき、強烈さを感じた。

このような新しい息吹は、選挙への幅広い国民参加の実現としては大きな成功であると言えるだろう。

|| 有権者の活用は低調だったか？

選挙に際して行われたいくつかの世論調査や意識調査では、ネットによる選挙情報の閲覧（接触）経験が質問された。調査により値は前後するが、その結果、おおむね1、2割が接触していると回答があった。一部の報道ではそれらの値がネット選挙運動に対して否定的な評価を与える根拠になっていたが、これらの数字をどう評価するかという点ではいささか疑問がある。調査方法などが異なるため単純な比較は難しいが、既存調査での選挙情報媒体の接触度を比較することで理解の一助になるだろう。

たとえば、2009年総選挙における明推協調査から、新聞報道（54.6%）選挙公報（31.9%）、街頭演説（12.2%）といった値を挙げることができる。これらの従来型メディアの値と比較して、報道された接触率はそれほど低いとはいえない。特に、ネットはユーザが関心を持ったものに対して自発的に閲覧するという特性がある。これは日々配達される新聞や選挙公報、あるいは一方的に番組が放映されるテレビとは決定的に異なる点であることは、理解しておくべき点である。

|| 今回の解禁の範囲とその活用特性

一言で言えば、今回解禁になったネットを利用した選挙運動の方法の範疇では、ネットのメディア特性の中で「見たい人が見る」という性質がより強調される。

今回、ウェブサイトやSNSについては、第三者の活用も含めて全面的に解禁された。後述するようにSNSでは一部の例外があるが、ウェブサイトは基本的に「見たい人（だけ）が見る」、いわゆるプル型メディアである。つまり、これらのメディアを閲覧してもらうには、ネット広告やその他何らかの方法でサイトやブログにつながるリンクをクリックしてもらわなければならない。わざわざクリックするからには、何かしらの興味（関心・好意・嫌悪）をもって閲覧すると考えるのが自然だ。その際に何も考えずにクリックする人はいない。つまり、これらのサイトにアクセスする人は、ある程度政治に対する関心や特定政党や候補者への関心がある場合が多い。簡単にいえば、わざわざ政治家のネット情報にアクセスするのはファンかアンチ（嫌いな人）であるということだ。

一方、本来必ずしも見たいとは限らない人にも見てもらうためのネットメディアとしては、電子メールがある。もっとも、迷惑メールが来ることもよく知られているため、今回のネット選挙解禁では第三者からのメールは禁止され、政党や候補者についても、事前に送信許可をもらったアドレスのみに限定された。この場合、わざわざあらかじめ政党や政治家に「メールを送っても良い」という許可をする人は、これもファンかアンチである可能性が高い。

つまり今回の解禁の範囲内に関して言えば、事実上メールというメディアはウェブと同じように「見たい人（だけ）が見る」メディアとしての活用しか行われなない。この理解を元に、政党や候補者の選挙運動上の活用方法を考えると、実はネットはある程度政治に関心がある、投票参加傾向のある人、ある程度投票先が決まっている人向けのメディアであるというのが基本的特性である。

|| これからのネット選挙運動

しかし、今回一部の候補でコンサートと見まがうような選挙活動を展開した候補がいた。そのような選挙活動の合法性はここでは問わないが、この候補はTwitterなどを駆使して、自分

たちの政治的主張や選挙運動に関する情報を効果的に伝播させたという。その伝播させたメッセージを利用して街頭に支援者を集めたのである。そのようなSNSの活用は、今後の政治・選挙活動において大きなテーマとなるだろう。SNS上では、有権者が自分の友人などが共有したいと思うメッセージであれば、さらにその友人などへ内容が共有されるという仕組みがある。それを活用すれば、政治家や候補者からすれば、より幅広い人たちにメッセージを伝達させることが可能になるのである。

一般に、この戦略は2008年の米大統領選挙でオバマが活用したことでよく知られているが、今回比較的若い候補が若者への支持を広げた方法として有効に活用したことは、ネット選挙解禁の大きな成果であるといえるだろう。

もっとも、そのような選挙活動が展開されるためには、選挙期間以外での、政治家の有権者とのコミュニケーション、特にSNSを活用したネットワークづくりが鍵となるだろう。今回の参院選では解禁決定からの時間的余裕がない状態で選挙期間に突入したため、そもそもネットを利用して活動する基盤に乏しい候補者が多かった。

しかし、今後の選挙では、日常的な政治活動を通じてネット上で共感してもらえらる支持者をいかに安定的に増やしていくかという点が大切になってくるだろう。また、SNSによる政治参加を実現していくためには、政治家のみならず、有権者も自分が良いと思った政策や候補者等を身近な知り合いに広めていく活動に積極的に参加していく態度も求められている。

そのような活動は、本来の政治家の地元活動と本質的に同じものであり、日常的な後援会活動、支援者拡大活動の一つのツールとして、インターネットという新しい媒体が登場したにすぎないという見方も可能である。

さとう てつや 1972年生まれ。96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2005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。

「ネット」に踊った政党、候補者

産経新聞記者 酒井 充



|| 積極発信も中身は「？」

初めてインターネットを使った選挙運動が解禁された7月の参院選で、政党も候補者も積極的にネットを活用した。これだけ社会にあまねく普及したネットを、選挙期間中も利用できるようにするのはごく自然な流れで、遅きに失したともいえる。だが、その実態は、当初指摘されていた「政策論争が高まる」「政党、候補者と有権者の双方向のやりとりが活発化する」などの“期待”とはほど遠かったといわざるをえない。

ネット選挙解禁にあたり、産経新聞は全候補者の利用状況を調べた。ソーシャルメディアを手がけるホットリンク社の協力を得て、全候補者433人のうちツイッター、フェイスブック、ブログのいずれかを利用して404人を対象とした。

7月4～20日の17日間の選挙期間中、発信総数は8万663件に上った。1人1日で約12件発信した計算だ。公示日は3,000件台だったが、日を追うごとに増え、最終日は8,423件に達した。発信数だけを見れば、確かに盛り上がった。

だが、中身を分析すると、浮かび上がってきたのは「ネットで政策よりも支援を求めた候補者」という構図だった。

調査では、任意に設定したキーワードについて、候補者がどれだけ取り上げているかについても分析した。最多は「演説」の1万7,141件。「応援」(8,044件)、「お願い」(7,874件)など、演説会の告知や投票を呼びかける言葉が圧倒的に多かった。

政策関連で最多は「原発」の3,683件だが、発信者を見ると、共産党や社民党、無所属の候

補が批判的に使った場合が多く、圧勝した自民党の発信は極端に少なかった。「憲法」(2,028件)、「TPP」(1,638件)などはまだ取り上げられた方だが、景気、雇用、復興などは3桁台にとどまった。

ネットが単に有権者に好印象をもってもらうための道具に成り下がっている面も否定できないだろう。

|| 争わなかった自民党

政党はどのように活用したのか。選挙後に取材した自民党ネットメディア局長の平井卓也・衆院議員は「大成功だ」と胸を張った。

自民党のネット選挙戦略は明確だった。まず他の政党や候補者を批判する「ネガティブキャンペーン」を行わない方針を統一した。ネガキャンは、批判の矛先が自らに向かいかねない。特にネットの世界では「炎上」という言葉があるとおりに、論点が分かれるテーマを取り上げると逆効果になる可能性もある。

昨年12月の衆院選で惨敗した民主党の低迷は参院選前まで続き、日本維新の会も、橋下徹共同代表(大阪市長)のいわゆる慰安婦発言などがあって失速した。もともと自民党1強の構図で臨んだ参院選で、自民党は何も冒険をする必要がなかったのだ。

自民党は、一方でIT企業と連携し、ネット上の情報を監視する専門チーム「Truth Team(トゥルースチーム、略称T2)」を立ち上げた。T2はネット上の書き込みなどを収集・分析し、候補者78人全員に配布した携帯型のタブレット端末に毎日レポートを送った。候補者は端末で選挙情勢や話題のトピックを見て演説の参考にした。

そこで行われていたのは「負けない選挙戦」

だった。あえて「特定の政策テーマに対し、慎重な発言をするような方向に導いた」（平井氏）という。

例えば、「ねじれ解消」だ。安倍晋三首相（総裁）は参院選当初、街頭演説で衆院と参院で多数派が異なる「ねじれ」の解消を訴えていた。だが、ネット上では「ねじれ解消が目的なのか？」との反応が目立つようになった。

すると、自民党は「ねじれ解消」の使い方を変えるよう候補者に指示。候補者はできるだけ忠実に従い、首相も「ねじれ解消は手段であって目的ではない」と表現を変えると、ネット上の批判も減ったという。

イメージ戦略としては成功したかもしれない。だが、別の面では、争点隠しとも言える。再稼働が焦点の原発問題では、自民党は「安全が確認できた原発は、地元の理解を得ながら再稼働を進める」との立場で参院選に臨んだ。だが、国民に抵抗感が根強い原発の再稼働を積極的に訴える自民党候補は、ほとんどいなかった。

|| 「熱」を伝えた候補者

自民党以外でネットを有効に活用したのは、議席数も伸ばした共産党だろう。志位和夫委員長は8月10日の講演で参院選を振り返り、「共産党にとって大いなる可能性をもった媒体であることが明らかになった」と勝ち誇った。

共産党はツイッターの拡散で支持を広めるために「カクサン部」を設置。「ブラック企業」の根絶を訴える「雇用のヨーコ」など、経済や憲法問題など重視する8テーマごとに「ゆるキャラ部員」が政策を訴えた。親しみを持ってもらうためのネット戦略が奏功した格好だ。

候補者もネットを駆使した。63人全員がネットを利用し、総発信数は1万3,904件に達した。候補者78人の自民党（1万402件）を上回り各党でトップで、当選者でもっとも多く発信したのも共産党の吉良佳子氏（東京選挙区）の902件だった。

その吉良氏の倍にあたる発信を行ったのが、緑の党から比例代表で立候補した三宅洋平氏

だった。三宅氏はツイッターを中心に17日間で計1,837件発信した。1日平均約108件で、落選はしたが、17万6,970票を獲得した。

ネットの発信数と当落の相関関係を証明するのは難しい。「地盤、看板、カバン」のない候補者には、解禁されたネットを活用するしか手立てがない面もある。逆に、ネットを使わなくても当選できるだけの基盤を持った候補者もいる。集計によると、発信数の上位12人は落選し、上位30人中の当選者は、13位の吉良氏含め3人しかいなかった。

発信数の多さならば、三宅氏のほかにも千件台の候補者はいたが、多くは惨敗した。その違いは何か。ミュージシャンの三宅氏は街頭演説にライブを組み合わせた「選挙フェス」という手法で全国17カ所を行脚し、その模様が動画サイトに投稿された。三宅氏は若者言葉で「選挙に行こう」と語りかけた。反原発も訴えたが、詳細な政策論を唱えたわけではない。

ある選挙プランナーは「ネットうんぬんよりも大事なのは候補者本人の『熱』だ」と指摘していたが、アナログ的な「熱」が、文明の利器であるネットに載ってうまく広まったと言える。

|| 選挙後のお粗末ぶり

調査からは残念な実態も分かった。参院選の「その後」である。当選者121人のうちネットを利用した119人について、選挙中の7月4～20日と、選挙後の8月4～20日の発信総数を比較した。結果は、選挙中の2万769件に対し、選挙後は2,344件で、11.3%まで減っていた。

ネットに限らず選挙期間中以外の選挙運動は禁止されている。ただ、通常の政治活動ならば選挙中も含めネットの利用は常に認められている。これでは「ネット選挙が盛り上がっていたから都合良く使ってみたご都合主義の人たち」と思われても仕方ないだろう。

さかい みつる 1973年生まれ。青山学院大学卒。96年に産経新聞入社。自民党や民主党、総務省、外務省担当を経て現在、首相官邸担当。

参院選における若者の ネット活用と今後の政治参加

批評家 濱野 智史



今回、筆者が編集部から執筆を依頼されたテーマは、「参院選における若者のネット活用と今後の政治参加」というものである。言わずもがな、ここには次の2つのことが前提にされている。①もともと若者は政治（参加）への意識が低い。その一方で、②若者はネット活用には（相対的に年長世代に比べて）長けている。よって「ネット選挙」が解禁された今回の参議院選挙では、もともとネット活用に長ける若者の動向が少なからず注目されたわけである。

はたして実際はどうだったか。結論を先取りしてしまえば、今回のネット選挙解禁によって、政治意識の低かった若者がただちに政治への参加意識を強めたというような「マジック」は、残念ながら筆者が見る限り起きなかったように思われる。これはある意味では当然のことだろう。「ネット選挙の解禁」といっても、政治家が選挙期間中にネットを活用できるようになっただけのことであり、つまりは「政治家側からの情報提供のチャンネルが増えた」ことを意味しているに過ぎないからだ。

|| 「あべぴょん」のトホホ感

まさにそのことを感じさせたのが、参院選の公示日である7月4日に各主要政党が次々に打ち出した、ネット選挙解禁ならではの施策である。その一部始終は、「解禁早々ナナメ上」にいつてるニッポンのネット選挙」というNAVERまとめの記事で、実に面白おかしくまとめられている(<http://matome.naver.jp/odai/21372422424248669001>)。

たとえば自民党は、安倍首相がキャラクターとして登場するゲームアプリ「あべぴょん」を公開。これは「安倍首相をモチーフとしたキャラクター「あべちゃん」をより高くジャンプさせるゲーム」で、「到達した高さによって『青年局長』『大臣』などの肩書きで結果が示され“出世”していく」のだという。

しかし、このニュースには誰もが「トホホ」と思ったはずである。いったいこの「あべぴょん」なるゲームを公開することが、政治にとって何の意味があるのだろうか？ もちろん、スマホが普及した昨今では、企業などがプロモーションのための専用の無料アプリを公開・配布し、多くの人に自社の商品やサービスを知ってもらおうとする……という施策が一般的になっているのは分かる。それと同じPR戦略を政党としてもやろうというのも分かる。しかし、安倍首相をぴょんぴょんジャンプさせる暇つぶし用のゲームを配布したところで、何の政治参加につながるのだろうか？ 「自民党はこんなユーモアのあるゲームを無料で公開するなんて随分気前がいい」とイメージアップに繋がるとでも言うのだろうか？

まさに想像の「ナナメ上」に行くネット選挙解禁早々のニュースである。当然のようにツイッター上では、若者たちを中心に、「あべぴょんとか(笑)」といった嘲笑的な反応が見られた。ネット活用に普段から長けた若者たちから見れば、こうした政党の試みは笑いの「ネタ」としか受け止められていないのである。

|| 「にわか」扱いされる政治家

あざ笑われたのは自民党だけではない。この他にも例えば社民党は「AR (Augmented Reality: 拡張現実)」技術を使い、スマートフォンを街頭ポスターにかざすと社民党のCM映像が再生されるという。しかし、これもわざわざARを使っただけでやることだろうか。

筆者が想像するに、「あべぴょん」のようなスマホゲームにしてもARアプリにしても、今回のネット選挙解禁にあわせて、政党から仕事を請け負っている企業の側が、「こうしたものをやってはどうですか」とあれこれ提案したメニューの一つだったと思われる。最近であればLINEが流行ってい

るからLINEを活用する、という試みも今回は散見された。とかくITの世界は流行り廃りが激しいので、新しい技術が出ると、すぐにそれと絡めた施策やキャンペーンが提案される。政党の側も、まんまとそれに乗かってしまったのだろう。

しかし、企業の新商品のキャンペーンならいざしらず、政治において果たしてそれは本当に必要なことなのか。日本の政治が「民主主義」を標ぼうする以上、ネット選挙解禁でほんらい目指されるべきなのは、有権者の側の政治参加を促すことであり、政治家とのインタラクティブな対話の回路を開くことであり、政治家と市民の信頼関係を構築することのはずだ。そしてツイッターのようなソーシャルメディアは、まさにそうした市民とのインタラクティブな対話を容易に取り結ぶことができるツールだ。首相をジャンプさせるゲームなどを政党の側が一方向的に配布しても、何の意味があるだろうか。

そんなことは、少しでも考えれば分かりそうなものである。しかし、大部分の政治家は(年齢的にも高齢な人が多いこともあって)、おそらく普段からブログもツイッターもやっていない人が多いのだろう。それが今回のネット選挙解禁に合わせて、急にネット上で有権者と絡もうとするのは無理がある。それで政党としては、アプリなどを配布してお茶を濁すということになったのではないか。

しかし、まさにそうした政治家の「普段からネットには慣れていない」というITリテラシーの不足ぶりが、ネット活用に長けた若者から見れば嘲笑の対象になってしまうのである。ネット用語でそうした人は「にわか」と呼ばれバカにされるが、今回のネット選挙解禁で政治家の側は「にわか」ぶりを露呈してしまったのだ。

そもそも、今回のネット選挙解禁ではどこか取り違えられているフシがあるが、ツイッターなどのソーシャルメディアというのは、日常的に利用するものなのである。ネット選挙が解禁されたからといって急にネットを使い始めても、意味がない。普段から有権者との対話の回路を恒常的に持っているからこそ、選挙期間中もブログやツイッターを更新できるようになることに意味がある。ネット選挙解禁の真価を発揮するには、政治家の側がまずネットに日常的に慣れ親しむ必

要があるように思われる。

*

参院選における若者のネット活用について論じるはずが、政治家の話ばかりになってしまった。しかし、これも致し方ない。現状、政治家の側があまりにも「にわか」過ぎて、若者たちはそれを「ナナメ上」からネタ的に見ては嘲笑するくらいしかないのである。このままでは、若者の政治参加がネット選挙解禁で促進されるどころか、「やっぱり政治家って何も変わらないしダメだな」とシニカルな意識を強めるばかりだろう。

参院選の投票日となった7月21日、ツイッターではこんなつぶやきが話題を集めていた。「10代の投票率が0%!若者の政治離れが深刻に」というものである(<http://togetter.com/li/536839>)。10代は参政権がそもそもないから投票率0%なのは当然なのに、という「釣り」のニュースタイトルである。これには多くの若者たちが「釣られた」と面白おかしく反応を示していた。——結局日本のネット空間では、ネット選挙が解禁されようと、面白おかしい「ネタ」でシニカルに笑えるものでないと話題にならないのだろうか……。

そう思っていた筆者のタイムライン上でちょうど目に入ったのが、10代のための擬似投票サイト「Teens Opinion」(<http://teensopinion.jp/>)なるサイトだった。これはフェイスブックに登録している10代ユーザーしか参加できない仕組みで、試しにログインしてみたら、33歳の自分は確かに投票できなかった。あくまで擬似投票にすぎないとはいえ、こうした試みは面白い。「10代の投票率が0%」というネタで自虐的に嗤う若者もいる一方で、「10代が投票できないなら、自前で勝手投票サイトをつくってしまえばいい」というトライができるのは、まさにネットという自由空間ならではの試みである。こうした試みが今後も広がっていくことに筆者としては期待したい。

はまの さとし 1980年生まれ。批評家・株式会社日本技芸リサーチャー。慶應義塾大学大学院政策・メディア研究科修士課程修了。専門は情報社会論・メディア論。2011年から朝日新聞論壇時評委員、千葉商科大学非常勤講師。2013年よりNHK NewsWeb水曜ナビゲーターも兼務。主著に『アーキテクチャの生態系』(NTT出版、2008年、第25回テレコム社会科学賞・奨励賞)など

ネット利用解禁後の公選法の 文書図画の規制の問題

神戸大学理事・副学長 井上 典之



|| 「自由選挙の原則」と選挙運動

選挙とは、国民主権原理の下で、主権者が国政を担当させるにふさわしい人物の選定を通じて政策決定に影響を及ぼすことができる重要な政治参加の場である。この点を考慮して、最高裁は、国民が投票を「自由かつ平等に行使する権利は極めて重要な基本的人権」とし、同時に候補者の「当選を目的として選挙運動を行う権利」も憲法上の権利として保障されることを確認する（最高裁（大法廷）平成11年11月10日判決・民集53巻8号1704頁）。そして、有権者の自由に候補者や政党を選ぶ権利と、候補者が自由に選挙運動をする権利の両方の保障が憲法上選挙の重要な原則とされ、それが「自由選挙の原則」といわれる。

「特定の選挙について、特定の候補者の当選を目的として、投票を得又は得させるために直接又は間接に必要な行為」と定義づけられる選挙運動が、有権者にとっての情報収集と候補者による情報発信・伝達活動であるとするならば、それは自由な表現活動の一環として規制を撤廃し、候補者および政党の自由な競争に任せるのが本来の姿となる。しかし、公職選挙法は、自由な表現活動としての政治運動と上記定義の選挙運動を区別し、後者については「公正な選挙」を口実に様々な規制をかける。

その中で、選挙運動として行うことが完全に禁止されているのが戸別訪問（公選法138条）であり、全面禁止ではないが法定の範囲内で認められるにすぎないのが文書図画の頒布・掲示である。つまり、現行の公選法の下では「公正な選挙」を理由に選挙運動には規制という例外が様々な形で存在している。

|| ネットによる選挙運動

選挙運動は、選挙の公示・告示日から選挙期日の前日までしかすることができない（公選法129条）。さらに、街頭での演説や選挙カーを使った選挙運動は、午前8時から午後8時までの間に限定されている（公選法140条の2第1項）。そして、選挙運動としての文書図画での情報発信行為は、法定された枚数の通常葉書およびビラの頒布（公選法142条）、限定された場面でのポスター、立札等の掲示（公選法143条）のみが認められ、その他の文書等の使用は法定外文書図画として禁止される。

ここでいう「文書図画」は非常に広く解されており、インターネットで使用されるホームページや電子メールも公選法上の「文書図画」と見なされる。ただ、情報発信・伝達手段における技術の進歩とその普及・利用から、日本でも、2013年4月19日に公選法を改正し、インターネットを使った選挙運動が解禁になった（公選法142条の3から142条の7）。その結果、ネットでは期日当日の午前0時直前まで「最後のお願い」を続けることができ、さらに、選挙当日の更新はできないが、ウェブサイト等に掲載された選挙運動用文書図画は選挙当日もそのままにしておくことができるため、サイト上で前日までに掲載した投票呼びかけの表示を残しておくことができるし、電子メールでも期日前日ぎりぎりまで投票を呼びかけることが可能になった。すなわち、候補者にとっては、有権者に広く自己の見解・立場を安価で容易に伝達できるようになったのである。

|| ネット利用に見られる規制と矛盾

しかし、解禁に際して、ネット利用による独

自の弊害（無責任な書き込み、誹謗中傷やなりすまし、ウイルス等による受信者の過度の負担など）を理由に、公選法は様々な制約・規制を課す。選挙運動用のウェブサイトには、連絡先として電子メールアドレス等を表示することが義務づけられる。選挙運動用電子メールの送信は、候補者・政党等が行う場合に限定される。そして、その電子メールは、受信者の日常生活への支障、通信費の負担発生、受信拒否を欲する有権者の存在を理由に、メール送信者の氏名・名称や送信拒否通知を行うことができるなどの一定内容の表示が義務づけられている（情報内容の規制）。また、選挙運動用電子メールを転送する行為は新たな送信行為と考えられ、候補者・政党等以外の者は、送られてきた選挙運動用電子メールを他者に転送することはできない。

ネットを利用した直接的な選挙運動とは別に、選挙運動用文書図画を記録したDVDやUSBメモリを頒布すること、また、ネットを利用して頒布された文書図画をプリントアウトして頒布・掲示することは、引き続き法定外文書として禁止される。また、通常時に次期選挙を前提にホームページや電子メールで自己または所属政党への投票を呼びかけることも選挙運動としての事前活動として禁止されている。さらに、事後活動として、自筆の信書および当選または落選に関する祝辞、見舞等の答礼のためにする信書とともに、インターネット等を利用する方法での選挙期日後に当選または落選に関して選挙人に挨拶をする行為は解禁されたが、依然としてこれら以外の方法（例えば、ホームページでの挨拶を紙媒体で頒布する行為）は禁止されたままである（公選法178条2号）。また、電子メールではなくツイッター等での情報発信ならば、ウェブサイト等の利用として候補者・政党以外の者も利用できる。

残された課題

（原則と例外の逆転現象解消のために）

以上のように、今回の公選法の改正は、直近の参院選に間に合わせるために、とりあえず

ネットの利用を解禁するもので、上記のような規制・矛盾が残存している。これは、従来の公選法の選挙運動のあり方に関する規律と変わらない。そこでは、一般に、規制された方法による同じ条件の下で候補者が競い合うこと（すなわち、同じルールの下で選挙運動を行うこと）が「公正な選挙」だと考えられてきた。ネット利用が解禁されても、「公正な選挙」実現のための選挙運動の規制は、もはや自明のようになっている。すなわち、自由選挙の原則の下で、規制が例外ではなくなっているのである（原則と例外の逆転現象）。

しかし、「自由な選挙」が原則であるならば、規制はやはり例外であるべきことになる。そして、その例外は、まさに原則を否定するだけの憲法上の正当化理由を必要とすることはいうまでもない。

今回のネットの利用解禁は、主権者国民の投票のための資料となるきめ細かい情報を、可能な限り広く発信するという観点で取り入れられた方法と考えられる。今後の選挙運動のあり方については、「自由な選挙」の実現が「公正な選挙」につながるという観点で、全面禁止されてはいるが、安価できめ細かい情報伝達方法としては、ネット利用と変わらないはずの戸別訪問という方法の可否とともに、抽象的な危険・弊害（ネットは上記のとおりであるが、戸別訪問の場合、不正の温床になりやすいという問題）の指摘ではなく、現実にもどのような具体的問題があるのかを中心に規制の正当化理由を再考することが重要になろう。

そのためには、今回の参院選でのネットの利用にどのような問題があったのかを検証する作業が必要になる。

いのうえ のりゆき 1960年生まれ。83年、神戸大学法学部卒、大阪大学大学院法学研究科にて博士（法学）取得。神戸大学法学部助教授などを経て2000年より法学研究科教授。09年から11年まで法学研究科長、12年よりEU Institute in Japan, Kansai 特命代表。13年4月より現職。近著として「選挙運動規制の再検討」（論究ジュリスト2013年春号）ほか。

ネット選挙運動と今後の日本の政治

明治学院大学法学部教授 川上 和久



ネット選挙運動解禁をどう評価するか

2013年7月21日に投開票が行われた第23回参院選の投票率は、選挙区で52.61%。前回の2010年参院選の57.92%を5.31ポイント下回り、戦後3番目の低さだった。

参院選の投票率は、1980年の74.54%以降、低下傾向が続き、95年には最低の44.52%となった。98年に投票時間を2時間延長してからは、56～58%台と50%台後半で推移していた。

投票率向上のための、投票時間延長と並ぶ対策だった期日前投票は、順調に推移した。公示翌日の5日から20日までの16日間に期日前投票をした人は、総務省の速報値で47都道府県で1294万9,982人だった。前回10年参院選の1208万5,636人に比べ、7.15%増えている。全体の有権者に占める割合は12.36%。参院選で期日前投票が始まった04年以降、期日前投票は増加が続いている。

今回の投票率の低下は、「投票時間の延長」「期日前投票の定着」と並び、「ネット選挙運動解禁」があったにもかかわらず、防ぐことができなかったことになる。

残念、といえは残念な結果ではあったが、本稿では、投票率向上に「劇的効果」はもたらさなかった今回のネット選挙運動解禁をいくつかの観点から評価した上で、今後の日本の政治において、ネット選挙運動をどのように位置づけていったらいいかを論じていきたい。

有権者の情報源としてのネット情報

ネット選挙運動解禁における期待の第一は、「判断をするための情報源が増える」ということであった。判断をするための情報源として、日本において大きな比率を占めているのは「テレビの報道」「新聞の報道」であることは、明

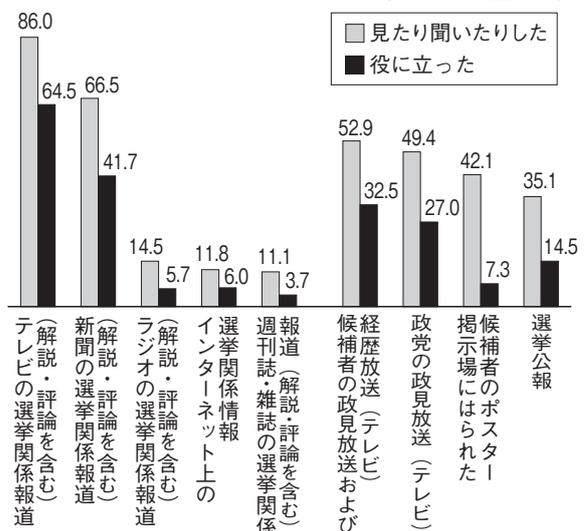
い選挙推進協会が、国政選挙の後行っている、選挙に関する世論調査の結果でも毎回示されている。2010年の参院選の後に明るい選挙推進協会が全国の3千人を対象に行った世論調査でも、参院選関係への情報で「見たり聞いたりした」比率がもっとも高いのは、「テレビの選挙関係報道（解説・評論を含む）」の86%。「役に立った」比率がもっとも高いのも、「テレビの選挙関係報道（解説・評論を含む）」の64.5%だった。

それに次ぐのが、「新聞の選挙関係報道（解説・評論を含む）」で、「見たり聞いたりした」比率が66.5%、「役に立った」比率が41.7%。

「インターネット上の選挙関係情報」は、2010年の参院選の時点では、「見たり聞いたりした」比率が11.8%、「役に立った」比率が6%に過ぎなかった（下図）。

つまり、ネット選挙運動が解禁されていなかった、ということも多分に影響しているとはいえ、ネット利用自体は非常に進んでいる一方で、選挙の際の情報媒体として、ネットがまだじゅうぶんに利用されていない状況だった、ということが、ネット選挙運動の解禁で即効性のある投票率の上昇に結びつかなかった要因の一つとして推測される。

2010年参院選関係情報への接触（明推協調査より）



現に、読売新聞など13紙が、新聞読者を対象に調査するシステム「J-MONITOR」を使い、首都圏や近畿圏、福岡県など5つの地区で20～60代の4,386人から参院選についてのアンケートを行い、回答を得ているが、それを裏付ける結果が示されている。投票先の選択で参考にした情報を複数回答で聞いたところ、新聞読者が対象なので、「新聞記事」(70.0%)がトップ、「政見放送以外のテレビ番組」(36.6%)、「選挙公報」(29.8%)と続いている。

インターネットを使った選挙運動の解禁に伴い、ネットに関する行動について聞いた結果では、「政党や候補者のホームページを見た」が16.8%、「ソーシャル・ネットワーキング・サービスのアカウントなどを登録した」が4.3%、「メール受信のため情報登録した」が3.3%と、いずれも低調だった。

「ネット情報へのアクセス」は、「ネットの政治情報へのアクセス」に結びつくものではない。有権者が、選挙期間に限らず、ネットの政治情報により積極的にアクセスできるようになることが、選挙期間でのネットの判断基準へのアクセスに結びついていくのであり、「新しい公共空間」としてのネット空間の成熟・充実がこれから求められる。

|| 情報の送り手から見たネット空間

情報の送り手から見ると、今回の参院選で、朝日新聞によれば、全候補者の94%がツイッターなどのソーシャルメディアを利用した。

政党の党首にとっても、ネットを利用した情報発信の巧拙は、重要な課題だったことは言うまでもない。安倍晋三首相(自民党総裁)は、公示日に公式フェイスブックに「いよいよ『日本を取り戻す闘い』がまた始まりました」とコメントしたその後も、街頭演説を終えるたびに、コメントと写真が投稿された。

各政党の党首や代表も、ツイッターやフェイスブック、ブログやホームページで盛んに政策発信も含めて情報発信を行った。

ただ、選挙期間中の、こういった「コメント・写真投稿型」「政策発信型」のソーシャルメディア利用が、どのくらい有権者の関心を喚起した

か、ということについては、「はたして有権者のニーズに合った情報発信だったか」という反省も聞かれている。

政策発信は、テレビや新聞の編集された情報と異なり、より専門的になり、理解するのにコストがかかる。有権者に受け入れられやすいのは、腑に落ちるような分かりやすいワンフレーズでイメージを決定づける手法や、ネガティブ・キャンペーンだ。

今回の参院選におけるネット情報発信で話題になったのも、「イメージ情報」や「ネガティブ・キャンペーン」が目立った。

|| 輿論涵養メディアとしての期待

メディアの発達と「イメージ情報」「ネガティブ・キャンペーン」は不可分のものであり、ネガティブ・キャンペーンも、「事実に基づいた批判」であれば、問題にしなければならないものではない。しかし、さまざまな情報をもとに合理的判断を行い、形成する「輿論」(パブリック・オピニオン)と、ポピュリズムを煽ることにより形成される「世論」(ポピュラー・センチメント)は異質のものであり、ネット空間における「輿論」が「世論」により圧倒される状況にならないように、情報の送り手も、有権者の政治的関心を矮小化することのないような、不断の努力が求められる。

日本政治の中で、ネットという媒体が「世論を煽る」メディアではなく、「輿論を涵養する」メディアとして、送り手だけでなく、受け手である有権者も育てていく意識を持つことが、ネット選挙運動を、単なるポピュリズムの道具にせず、合理的選択の方法の柱として定着させていくための鍵になることを、今回の参院選は示したといえよう。

かわかみ かずひさ 1957年生まれ。80年東京大学文学部卒、同大学大学院社会学研究科博士課程単位取得退学、東海大学文学部助教授、明治学院大学法学部助教授を経て、97年明治学院大学法学部教授。法学部長、副学長を歴任。専門は政治心理学、戦略コミュニケーション論。主な著書に『「反日プロパガンダ」の読み解き方』(PHP研究所、2013年)、『メディアの進化と権力』(NTT出版、1997年)など。

情報 フラッシュ

■ 知事選挙、市長選挙での啓発

① 啓発ポスターいろいろ

・8月25日投票の横浜市長選では、市出身の俳優、竹中直人さんをイメージキャラクターに起用し、ポスター、動画広告(鉄道車内、映画館、街頭等)、市長選特設ホームページ、看板・横断幕、ラジオCMなど多媒体で、投票参加の呼びかけを行いました。

・9月8日投票の茨城県知事選では、「2012年度明るい選挙啓発ポスターコンクール」で文部科学大臣・総務大臣賞を受賞した中学生の作品をメインビジュアルとした啓発ポスターが作成されました。中学生の作品を知事選のポスターに使用するのは全国初とのことです。

・9月29日投票の堺市長選では、初の選挙キャラ



クターとして市出身の女優、谷村美月さんを起用しました。若い世代の関心を呼ぼうと、ポスターやチラシはファッション誌を意識したデザインにしました。チラシは全戸に配布しました。

・10月27日投票の川崎市長選では、お笑いタレントの鉄拳(てっけん)さんを啓発事業のメインキャラクターに起用します。ポスター掲示のほか、鉄拳さんが出演する動画を、動画投稿サイト「YouTube」やJR川崎駅にある大型画面などで放映します。

② 選挙事務に学生が参加

「開票事務に大学生が参加」

横浜市長選では、市内17区の開票所で大学生が初めて開票事務に従事しました。市選管が「若年層啓発の一環」として、学生が当選者の決まる現場を見ることで、一票や選挙権の大切さを意識し、また今後の選挙での投票参加につながることを期待して企画したものです。

市内にある28大学への協力依頼や公募により募集したところ、大学生364人、専門学校生16人からの応募がありました。

開票事務に従事する学生に対しては、事前に研修会が行われました。開票作業の手順の説明のほか、投票参加の重要性など啓発効果を高めるための話もありました。

開票当日、学生は、票を開披する係、候補者別に票を分類する係、候補者別に分類した票に他の候補者の票が混ざっていないか点検する係に従事しました。

「高校生が期日前投票の立会人」

茨城県知事選に際して、日立市選管は、市内の県立高校に通う高校生15人を期日前投票所に立ち会う臨時職員として採用しました。制服姿の高校生が、2人1組で夏休みが終わる9月1日まで、投票所内の案内や整理券交付などを行いました。

市選管は、当初、選挙を身近に感じてもらうための体験学習として捉えていましたが、知事選の



選挙期間が夏休み中であることから、体験学習ではなく賃金を伴う臨時職員として携われないか、高校に打診をしたところ、生徒会のメンバーを中心に応募がありました。

高校生の1人は「想像と違って、投票者が少なかった。今回の仕事で選挙に関心を持ったので、早く投票してみたい」と話しています。

③街頭啓発

「赤十字血液センターとタイアップ、献血と投票参加を呼びかけ」

選挙の投票率と同様、献血についても若者の献血離れが著しく、10～20歳代の献血者は平成14年以降の10年間で約40%減少しています。



そこで横浜市選管は、神奈川県赤十字血液センターと連携し、8月16日に若者が集まる横浜

駅西口で、横浜市の若者選挙啓発団体「イコット・プロジェクト」のメンバー等による献血への協力と投票参加の呼びかけを行いました。

「ご当地アイドルとヒーローによる投票参加の呼びかけ」

茨城県選管は、9月1日に県内の大型ショッピングセンターで、一日選管委員にも任命されたご当地アイドル4組とご当地ヒーロー「イバライガー」が参加した街頭啓発を行いました。



知事選の投票日前の最後の日曜日、若者や家族連れでにぎわう中、ご当地アイドルとご当地ヒーローが、啓発資材を配布しながら、投票参加の呼びかけを行いました。

また、県内の大洗町を舞台にした人気アニメ「ガールズ&パンツァー」(通称ガルパン)の主人公の声優による投票参加を呼びかけるメッセージも

流しました。

④選挙キャンペーン

横浜市長選に際し、市内の磯子区明るい選挙推進協議会は、地元の2カ所の商店街と協力して「投票の帰りは、地元でお得なお買い物」というキャンペーンを初めて実施しました。

キャンペーンは投票日当日(8月25日)から3日間行われ、投票所で交付された「投票証明書」を持って商店街の協賛店で買い物をすると、商品の割引や特典などのサービスが受けられるというものです。区内を練習拠点とするプロバスケットボールチームから提供されたグッズも、利用客に配られました。

7月の参院選では、青森県三沢市明推協、長野県小諸市明推協も地元の商店街と協力して同様の取り組みを行っています。

■関東圏 選挙啓発学生団体交流会の開催

栃木県小山市の若者啓発グループ「栃っ子！選挙推進プロジェクト」(以下「TEP」)は、横浜市の「イコット・プロジェクト」、高崎経済大学のゼミ生で構成されている「TCUE投票ファクトリー」に呼びかけ、「関東圏 選挙啓発学生・若者交流会」を9月12日に、TEPメンバーが通う白鷗大学で行いました。8月25日投票の横浜市長選でのイコット・プロジェクトの啓発活動に、TEPが自発的に参加して、その後、今後の両団体の活動や連携などについて話し合った結果、今回の交流会の開催が決まりました。



当日は、TEPから7人、イコット・プロジェクトから2人、TCUE投票ファクトリーから5人が参加し、衆院選・参院選等の各団体の活動報告、各団体合同での啓発の企画立案、関東ブロック内での団体間連絡機関設立および連絡システムの提案などが話されました。参加したメンバーからは「内容が充実し、互いに話し合う時間が十分に取れた。

目標を達成することは一朝一夕で出来ることではないが、時間をかけ、短・中・長期の目標に向かう必要がある」などの感想がありました。

今後、第2回目の交流会を12月に横浜市内で開催することを旨とするともに、近県や他の地方の若者啓発団体に、参加を呼びかけることとしています。

■ 明るい選挙ユースミーティングの開催

長崎県選管は、若者に選挙への関心を持ってもらうため、例年「明るい選挙ユースミーティング」を開催しています。本年度は9月7日、8日に行い、

県内の大学や専門学校に通う学生17人が参加しました。インターネットを利用した選挙運動のことなどを含んだ選挙クイズや選管職員らに

よる講義のほか、参加者が3つのグループに分かれてのグループ討議を行いました。

グループ討議は「若者の投票率の低下はどのような影響をもたらすか」「若者の投票率を上げるため、どのような啓発を行うべきか」「ご当地めいすいくんを考えよう」など、あらかじめ設けられたテーマの中から、各グループで1つ選び、翌日、話しあった結果を発表しました。

県選管は、「明るい選挙ユースミーティング」の参加者を中心に、若者啓発グループを設立できればと考えています。

■ 子育て支援施設で模擬投票

香川県選管は三豊市選管との共催で、8月22日に三豊市内の子育て支援施設「すくすくランドたくま広場」において、「めいすいくん」、香川県選管のキャラクター「いっぴょう君」、三豊市知名度向上プロジェクト主任研究員の「みとよん」を候補者とする模擬投票を実施しました。子育て中の親御さんとお子さんを対象に、楽しみながら、選挙や政治に対する意識を高めてもらうことを目的としており、今回で2回目の実施です。

参加者は、各キャラクター候補が主張する「若い世代の投票率アップ」「子育て支援の充実」「三豊を元気にする」の3施策を



聞いた後、投票しました。今回は香川県庁でインターンシップ生として働いている学生2人が、事前の準備や当日の開票事務などに携わりました。

模擬投票に参加した親御さんは「今はまだわからなくても、小さい頃から選挙に興味を持つことはいいことだし、とてもいい体験になった」と話しています。

■ 大学コンソーシアム京都で選挙講座を開講

京都市周辺の私立大学間で単位互換の講義が受けられる大学コンソーシアム京都で、9月10日から13日までの間、選挙講座「若者の選挙参加」が行われました。

受講者が若者の低投票率の改善策となる政策提案を考え、京都市選管・明推協に提案することを目的としたものです。

受講者の学生15人は、立命館大学で公共政策学を研究している村山教授から「京都市政の動態」や「政策提案の手法」について、また外部講師として招かれた京都市明推協の木下会長から「若者の選挙参加と選挙啓発」などの話を聴き、若者の選挙への参加状況等を把握するとともに、政策提案に役立てるため、京都市選管・明推協がこれまで実施してきたアンケート調査のデータを用いて分析技法を学びました。

最終日に行われた政策提案発表では、若い世代に有効な手段であるインターネットを活用して政治に関するニュースや政治等の基礎的知識を分かりやすく解説する「選挙アプリの開発」や、政治的有力感を持った若者を育成するために「社会を自分たちが動かした」という経験を持てる場を提供する考えから、予算を与えて提案を実現させる「少年議会の設置」などの提案がありました。

みんなで民主主義を育てよう！

『ちばでも』という学生と地域の方々との挑戦

淑徳大学コミュニティ政策学部准教授 矢尾板 俊平



◆ 「不発に終わったネット選挙解禁」に 大きな疑問

2013年夏の参院選からインターネットでの選挙運動が解禁された。今回の法改正では、これまで公職選挙法が想定していないインターネットでの文書図画の頒布の問題について、一定のルールを設けることになった。

この改正の意義は、日本の民主主義を成熟化させていく点においても、大きな意義があると考えられる。例えば、これまでの「公開討論会」は、時間的、物理的な制約条件があり、「この時間に」「この場所に」行かなければ議論が聞けないという限られた討論空間であったように思える。この点で、インターネットを活用することで、こうした制約条件をクリアすることができる。

選挙前、インターネットでの選挙運動の解禁は、投票率の向上などの効果も期待されていただろう。特に、若い世代の投票率が向上するのではないかという期待があったと思われる。

しかし、今回の第23回参院選の投票率は、52.61%であり、前回選挙から5.31ポイントのダウンとなった。投票率や実際の活用状況から、「ネット選挙不発」というような論調もあるが、そうした論調には疑問がある。なぜならば、新しい技術を導入した時点においては、一時的にパフォーマンスが低下する可能性があるからである。1回の選挙で評価するのではなく、中長期的に考えていく「余裕」が必要だろう。

筆者は、インターネット選挙運動の解禁には、もっと本質的な面で考えれば、民主主義を育てていくための大きな可能性があると考えられる。本稿では、「民主主義を育てる」という発想で取り組んだ、『ちばでも』の取り組みを紹介したい。

◆ 『ちばでも』という実験

『ちばでも』は、淑徳大学コミュニティ政策学部・矢尾板俊平研究室の学生(3、4年生)を中心に、日本大学生産工学部の学生や社会人の方々とともに立ち上げた「ちばでも実行委員会」で、作成が進められてきた。『ちばでも』とは、「ちばのデモクラシー」という意味を込めている。この活動を支えたのは、山本直史氏(NPO法人にここ稲毛)、システム開発会社の石井伸一氏(株式会社iPLUS ON)、ソーシャルデザイナーの浅井由剛氏(株式会社カラーコード、ソーシャルデザインラボ)、日高啓太郎氏(動画配信プロジェクト「ドリカフェ」)、早崎太郎氏(写真家)、朝重倫太郎氏(Social Creation Network)、しんのすけ氏(手相詩人)などの制作協力者たちであった。

6月9日に最初の会合を行い、参院選千葉選挙区からの立候補者を比較し、有権者の投票行動に参考になる情報を提供するためのWEBサイトを制作することが決まった。

ここで若干、話が遠回りになるかもしれないが、私たちの活動のきっかけについて紹介したい。今回の『ちばでも』プロジェクトは、私たちにとって初めてのプロジェクトではない。私たちは昨年より学生と地域の社会人の方々と「協働」の形で様々なプロジェクトを進めてきた。昨年12月には、衆院選の公示日前に千葉第1選挙区からの立候補予定者による公開討論会を企画した。また本年5月には、千葉大学などの学生が参加している「ちば学生ネット」とともに、千葉市長選の公開討論会も開催した。

これらの活動は、私たちが毎週定例で開催している「CHIBA未来カフェ」という朝カフェに集まり、地域の活性化、住民や有権者の方々の政治や政策への関心を高めるための方法を議論

してきたことから生まれたことである。その議論の中で、時間的、物理的な制約条件がある「公開討論会」形式の限界も感じていた。そして今夏の参議院選挙からインターネットによる選挙運動が解禁されるのであれば、その利点を生かして、有権者の方々に政治や政策への関心を高めてもらい、民主主義を自分たちの手で育てていく実験（プロジェクト）を進めていくことになったのである。

私たちは、有権者の方々が政治や政策への関心を高めるためのキーワードは何か、ということ考えた。そこで共通認識として得たキーワードは、「コミュニケーション」と「自分ゴト化」による「実感」であった。つまり、コミュニケーションによって、候補者と有権者が、候補者同士が、有権者同士が結びついていくきっかけをつくる。

また、有権者は、大きな問題については「自分とは関係ない」と思い、関心を持たないかもしれないけれども、自分の身近にある問題、自分の目の前にある現実であれば、自分のこととして「変えよう」とするかもしれない。そして、何かアクションを起こした際に、何らかの「気づき」を得て、それによる「実感」や「成功体験」を得ることで、さらに関心が高まるというようなサイクルを通じて、投票率も向上し、さらには日本の民主主義を育て、成熟化させていくことができるのではないかと考えたのである。

『ちばでも』の実験とは、インターネット技術を活用することで「参加型」「巻き込み型」のインクルーシブ（包括的）な民主主義の仕組みをつくっていく実験なのである。

◆ 『ちばでも』の挑戦 ◆ ～学生と社会人の協働から生まれたもの～

『ちばでも』は、次の2点で他の政策比較、候補者比較サイトと性質が異なる。第1に、情報を発信するだけでなく、「みんなで考える工夫」をプロセスの中で重視していることである。第2に、地域に根付いたサイトをつくることを強く意識していることである。

『ちばでも』は、主に次の3本のコンテンツで

構成されている。

- ① 学生の視点で、候補者へのアンケートをつくり、アンケート結果を比較表の形で公開する。
- ② 「有権者の関心ごと」についてワークショップなどを通じて作成し、掲載することで有権者側からも政党や候補者に有権者の関心ごとについての情報を提供する。
- ③ 政策の議論に必要な情報や資料を作成し、情報を提供する。

これらのコンテンツを、『WEBサイト』という「ヴァーチャル」な場と『ワークショップ』という「リアル」な場を有機的に結び付け、候補者と有権者間、候補者間、有権者間それぞれの関係性を再構築していくことで、「みんなで考える」民主主義の仕組みづくりができると考えた。

6月21日には、筆者が担当する淑徳大学コミュニティ政策学部の実践科目である「ケーススタディ」「ワークショップ」（いわゆるゼミ）の時間の中で、3、4年生の学生と社会人の方々、約30名が参加して、ワークショップ形式でアンケート項目づくりを行った。ワークショップでは4～5名が1グループとなり、「アイスブレイク」「ウォーミングアップ」「政策に関する質問づくり」「候補者の横顔に関する質問づくり」とディスカッション時間を分けながら、構造的にグループディスカッションが行えるように工夫を行った。そして、このワークショップで作成したアンケート項目をメールおよびFAXを通じて、各候補予定者の事務所に送付した。

各立候補予定者にアンケートの回答に協力をいただいている間、私たちは「有権者の関心ごと」や「政策資料集」を作成する活動を進めた。この活動も筆者が担当する実践科目（ゼミ）の時間を活用し、学生たちが事前に調べてきた内容に基づいて、ディスカッションを行い、「有権者の関心ごと」や「政策資料」のコンテンツづくり





を進めた。

WEBサイトの公開は、7月4日の参院選の公示日の前日である7月3日となった。WEBサイトには、候補予定者からのアンケート回答の比較表、動画インタビューへのリンクを中心に、「有権者の関心ごと」や「政策資料」も掲載した。公開後も投票日前日まで、ワークショップ形式で、候補者への追加アンケートを作成したり、「有権者の関心ごと」や「政策資料」のコンテンツの作成を行ったりして、継続的な討論空間を作ることとした。また、サイトには有権者からの問い合わせも届き、その内容をWEBサイトに掲載するなどをした。

アクセス解析を行うと、投票日の前日と当日のアクセス数が増加していることがわかり、投票行動を決定する際の参考情報を提供できたのではないかと考えている。今後は、アクセス元の地域、サイトでの滞在時間などの分析を行うことで、有権者のニーズに合った情報提供が行っていただけるのではないかと考えている。

◆ 『ちばでも』から得られた示唆と ◆ これからの挑戦

今回の『ちばでも』の制作を通じて得られた示唆としては、インターネット選挙運動を通じて、投票率を向上させ、民主主義を育てていくためには、「当事者意識」と「わかりやすさ」を追求していくことが重要であるということである。「コミュニケーション」の点では、WEBサイトづくり、もしくは討論空間そのものをつくるにあたり、自分も「当事者」として関わっている「実感」が得られることが重要である。その点では、「ワー

クショップ」形式という『リアル』な場でのコミュニケーションを通じた「参加」が鍵となる。

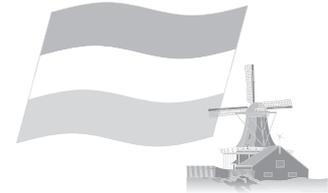
後者の「わかりやすさ」については、内容の「わかりやすさ」とともに、「アクセスの利便性」という点を考慮する必要がある。どんなにインターネット上で政党や候補者が情報を発信していたとしても、その情報にアクセスができなければあまり意味がない。その点で、「ちばでも」は候補者と有権者の双方にプラットフォームを提供することで、その「アクセスの利便性」を高めようとしたのである。

学生たちの取り組みについて、教育の視点からも補足しておきたい。今回のプロジェクトは、米国のAAC&U (Association of American Colleges and Universities) が提唱する「ハイ・インパクト・プラクティス (HIP)」を参考にした取り組みでもある。HIPとは、学生が「ワクワク」しながら、様々な体験・経験をし、自己を成長させていくような取り組みである。現在、淑徳大学は文部科学省平成24年度大学間連携共同教育推進事業において、関西国際大学等の大学とともに新たな教育の取り組みの開発と導入を進めている。このような新しい教育の取り組みのひとつとして、『ちばでも』は学生が社会と密接に関わりながら、主体的に学んでいく学習モデルになる可能性があると考えている。

最後に、『ちばでも』の実験の今後であるが、このモデルを他の地域における国政選挙や地方選挙でも活用をしていただきたいと考えている。そして、『ちばでも』のモデルが、多くの地域で「選挙」(選ぶ)の際の候補者と有権者、候補者間、有権者間のコミュニケーションツールとなり、日本の民主主義を多くの方々と一緒に育てていく挑戦を全国の皆さんと一緒に行っていきたい。ご関心をお持ちの方は、ぜひご連絡を頂きたい。

やおいた しゅんぺい 1979年生まれ。中央大学大学院総合政策研究科博士後期課程修了。博士(総合政策)。三重中京大学現代法経学部専任講師、淑徳大学コミュニティ政策学部専任講師を経て、2013年から現職。専門は総合政策論、公共選択論、経済政策論、ソーシャルイノベーション論。

自立と共生を教える 新教育運動の伝統



オランダ教育・社会研究家 リヒテルズ 直子

「教育の自由」とオルタナティブ教育の普及

シティズンシップ教育の主要素である「自立」や「社会参加」などの概念は、競争でエリートを選抜し、工場の歯車として働く労働者の育成に主力を注いできた伝統型画一斉授業中心の学校教育ではなく、オルタナティブ教育が特に強調してきたものです。

「オルタナティブ」とは「何かに代替する」という意味で、オルタナティブ教育は、20世紀初頭、教師の権威を強調する知識伝達型の学校に代わり、より民主的な人間関係と、子どもの経験を重視した児童中心主義の立場からの学校教育を求めて、欧米やインド、中国などで高揚した新教育運動に起源をもちます。

オランダでは、外国で発祥したオルタナティブ教育が、他国に比べ公教育によく根付いていますが、それは、1917年の憲法改正で確立した「教育の自由」があったからです。

「教育の自由」とは、①理念の自由（宗派的・非宗派的倫理に拠る教育を行う自由）、②設立の自由（法定最低生徒数を集めて市民団体が学校を設置する自由）、③方法の自由（教科書・カリキュラム・時間割・学級編制などを独自に選択する自由）のことです。現在約6,000校ある小学校のうち、約7割が教会や市民団体立の私立校ですが、「教育の自由」のおかげで、公立校と全く同等の教育費を国から受給しています。

外国産のオルタナティブ教育は、この制度の下、1920年代からオランダに紹介され学校が設立されましたが、特に、人権保護や環境保全を求める市民運動が高揚した1970年代に、若い保護者や教員が積極的に設置に取り組み、現在、全校数の約1割がオルタナティブ・スクールとなっています。主要なもの、モンテッソーリ（約180校）、ダルトンプラン（約240校）、

フレネ（約15校）、シュタイナー（約80校）、イエナプラン（約220校）です。

公教育に影響を与えたイエナプラン教育

なかでも、異年齢学級やワールドオリエンテーション（総合的な学習）を特徴とするイエナプラン教育は、60年代に他より遅れて紹介されたにもかかわらず、70年代に改革推進派の教育学者や文科大臣の関心を引き、新初等教育法（81年制定）の策定でも、①学年制必修課題の廃止、②ワールドオリエンテーションの必修化など、国内の初等教育全体に適用される法制改革に直接の影響を与えています。

特徴①：異年齢学級

イエナプラン校では、3学年にまたがる子どもたちが「根幹グループ（英語ではファミリーグループ）」という異年齢学級で共に学びます。各生徒は3年間で年少・年中・年長の立場を経験し、8年間の小学校在学中、それを繰り返します。学年制で起きがちな、できる子・できない子のレッテル貼りが防止され、立場の交替によって役割意識と自尊心が育まれます。

教室は生きて生活する場（リビングルーム）として、内装やルールを生徒たち自身が決め、各教室には集団としてのアイデンティティが生まれます。毎年、3分の1の生徒が上のクラスに進級し、3分の1の生徒が下のクラスから入ることで学級を構成する生徒が一部変化し、それを通して学級文化の継承と変革を経験します。

担任教師は「先生」ではなくグループリーダーと呼ばれ、教員は人



4～5歳児の教室でも教員と一緒にサークルをやって「対話」

生の先輩・専門家としての権威を保ちつつも、市民としては生徒たちと平等である、と考えます。

特徴②：4つの活動のリズミックな転換

イエナプラン校では、毎朝、登校直後、各教室でグループリーダー（クラス担任）と生徒全員がサークル（円座）になって座り「対話」します。サークルは、教員も含めクラスの全員が互いの表情を見ながら平等に意見交換することを可能にします。15分ほどの「対話」は、家庭での出来事、登校中に見つけたこと、その日の学校行事など、生徒たちの関心事や感情を率直に表現し、クラスで共有するためのものです。発言は自発的でなければならず、教員が強制することはありません。サークル対話は、スナック、昼食、クラス会議などでも頻繁に行い、下校前にも必ず短い対話の時間が設けられ、全員で1日を振り返ります。4、5歳の頃から、教員に見守られて全員で意見交換する経験を毎日繰り返すことで、自分の意見をもつ・意見をはっきり述べる・人の意見に耳を傾ける・学級共同体として共感をもつ、といった態度を身につけます。

イエナプラン校の時間割は、時限ごとに教科を並べたものではなく、子どもたちのバイオリズムを考慮し、対話・仕事（学習）・遊び・催しの4活動をリズミックに、つまり、活動の緩急の変化を考慮しながら進みます。朝の対話が終わると、5、6人ずつの小グループの席で自立学習に取り組みます。学習は子どもが責任をもって行う「仕事」とみなされています。集中力を要する学習の間には、「遊び」の時間が挟まれますが、イエナプランでは「遊び」がもつ教育的意義が重視されており、自由遊びでの模倣や社会性・情緒の発達、また、ゲームのルールを読む・数える・戦略を立てる・建造遊びで企画力やテクニックを使うなど、教科学習で習得した知識やスキルが実際の場面で応用される場と捉えられています。昼食後、疲れて集中度が落ちる午後には、「仕事」として、主に協働学習をします。後に述べるワールドオリエンテーションや、音楽・図画工作・発表の準備などです。子どもたちは、自分とは異なる能力をもつ仲間との協働が生む成果の大きさと、意見の対立する仲間との協働のむずかしさを実体験しな

がら、将来の「社会参加」の練習をしているのです。「催し」には、伝統行事のほか、全校で、また、クラスごとに行われる発表会が含まれます。「催し」には保護者も招かれ、生徒・教員・保護者から成る学校共同体で喜怒哀楽を共感する場となっています。



特徴③：ワールドオリエンテーションという、自らの問いへの取り組み

ワールドオリエンテーション（総合的な学習）はイエナプラン教育のハートと呼ばれ、新聞報道のような大きな時事から、家庭やクラスで起きる小さな時事に至るまで、生きた現実世界の出来事をテーマに、経験的・探究的に学習します。一定期間のテーマを決め、全校・クラス・個人単位で、各年齢段階に応じ協働で学習を進めます。現実の出来事に対する子どもたち自身の問いを基に、教科学習で自立的に、また、教員から得た知識やスキルを応用して、情報収集・観察・インタビューなどをしながら探究します。それは、生きた現実世界に対する関心を育て、生きた問題に積極的に取り組む姿勢を育てる場です。

*

イエナプラン教育の影響は、オランダに紹介されて約50年を経た今、さまざまな場で見出すことができます。サークル対話は、現在、学校だけでなく大学や職場など、すべての話し合いの一般的な形式ですし、ワールドオリエンテーションの考え方は、一般校向けの教科書や中等教育にも影響が見られます。

学校を市民社会形成の場と見なし、生徒の積極的な社会関与を奨励するイエナプラン教育の理念は、関係者の社会参加にも現れています。文科省の現国務次官（学校教育担当）や社会党現党首がイエナプラン校の出身者・元校長であることは、その一例です。

世論とマスメディア

立教大学社会学部兼任講師 逢坂 巖



世論の形成とマスメディア

民主政治は世論の政治だといわれる。しかし、実は世論をどのように考えるかについては、歴史的に多様な議論がなされ、現在でも必ずしも見解の一致があるわけではない。

かつてプラトンは洞窟の比喩*で、人間が真実を見ていないことへの警戒を示したが、この警戒は19世紀後半から20世紀前半にかけて、大衆が政治過程に参入するなかで、再度、深刻に問われることになる。ウォルター・リップマンは、人はそれぞれができあいの色眼鏡や枠組み（ステレオタイプ）を通して認知をするために、頭の中の世界は本当の外界とは異なっていることを指摘して、世論に基づく政治を警戒した。

一方、リップマンと同年のアドルフ・ヒトラーは、世論を操作対象とみなしプロパガンダを行った。大衆とプロパガンダの問題は、アメリカでも1930年代には大統領のラジオ「炉辺談話」が開始され、第2次世界大戦中は戦争目的の啓発映画が量産される。戦後も選挙のたびに莫大なテレビCMが放送されているように、現在にまでいたる課題である。

20世紀に入ると、科学的な世論調査方法が開発される。この普及に貢献したジョージ・ギャラップは、世論調査があればこそ、政治家は「物言わぬ多数派」の意見を知ることができ、少数意見を多数意見と見誤らずにすむと主張した。世論調査は現代の民主政治にとって重要な役割を果たしている、しかし、素人と玄人の意見を平等に扱うことへの懐疑、多数が間違った判断をする可能性など、プラトン以来の世論への懸

念は解決されたわけではない。現代の民主政治における健全な世論とはなになのか、いまだ問われ続けている課題である。

世論との関係では、マスメディアの影響についての議論もなされてきた。強力効果説は、20世紀のラジオや映画といったマスメディアの出現と大衆の政治参加を背景に登場したもので、メディアは強力な影響力をもつとする議論である。この理論は1940年代に入り世論調査法の発達など実証的な研究が盛んになるなか、マスメディアの影響力は周囲の人びととのパーソナル・コミュニケーションに比して限定的であると批判されることになる（限定効果説）。

しかし、1960年代以降のテレビの普及を背景に、マスメディアの影響は再評価される。メディアは人々の行動や争点に対する意見の賛否を変更させるほどの力はないかもしれないが、「いま何が重要か」「何が議論されるべきか」といった議題設定に影響を与えると議論されはじめた。このような、人々の認知への影響力を重視する中効果モデルは、フレーミング（メディアが事象や問題を取り上げる角度や文脈）やプライミング（特定の問題を取り上げる頻度の大きさ）を通じて、メディアは影響力を与えていると指摘する。

現在では、マスメディアの人々に対する影響力は、強力効果説と限定効果説の間にあると考えられている。

なお、人びとは「自分はマスメディアに影響されにくい、他者（第三者）はマスメディアの影響を受けやすい」と考えていること（第三者効果説）なども指摘されている。

日本における政治とマスメディア

日本の新聞の特徴は世界的にも突出したその発行部数の大きさにあり、それは各紙の論調の「不偏不党」性に結びついている。米国の新聞では選挙に際して特定の政党の支持を打ち出すなどするが、日本では行われることはない。また、日本の政治取材の特徴としては、集団取材があげられる。政治的に重要な人物や組織に担当記者（番記者）を張りつけて、そこからの情報を本社デスクが集約して日々の記事が作られている。その際、記者たちの取材拠点となっているのが、各政党や役所の中にある記者クラブだが、これに対しては調査報道の弱さを招いている（発表ジャーナリズム）との批判や、フリーランスや外国メディアが平等に取り扱われないなどの問題点も指摘される。

日本において、テレビが政治的に大きな影響を与え出したのは、1980年代後半からである。この時期、リクルート事件をはじめとするスキャンダルが、ニュースステーション（ANN系列）の成功によって活性化していたテレビの報道番組で盛んに報道され、消費税を導入した竹下登とその後継の宇野宗佑の2人の首相を退陣に追い込むことになる。その後、自民党は総理総裁に海部俊樹を選んだ。海部は派閥会長でもなく、主要閣僚や自民党三役の経験もなかったが、クリーンなイメージで人気が出そうという点が買われた。人気が党のリーダーの重要な資源となっていったのである。

この時期は、政治家が出演する生放送のテレビ討論番組も活性化したが、海部や橋本龍太郎といった首相たちを辞任に追い込むきっかけを作るなど、ここでの政治家の発言も政局を揺さぶることになる（サンプル現象）。

テレビは、画面をとおして政治家の人となりを見ることを可能にした。しかし一方では、激しい視聴率競争を背景に、対立・わかりやすさ・面白さなどを優先しがちである。結果、政策よりも人物を強調するソフトニュースに傾きがちで、近年では娯楽と報道の境界が曖昧な政治番組（インフォテインメント）も散見される。

メディアをめぐる諸問題

日頃、政治や行政、司法といった公権力に對峙しているマスメディアであるが、その力が一般の市民に対して向けられると、マスメディア自体が大きな権力として立ち現れ、時に人びとの人権と衝突する。メディアスクラム（集団的加熱取材）も、両者の衝突する場面である。

日本では、戦後、日本国憲法によって表現の自由が明記されたが、マスメディアに対しては個別の法律（少年法や公職選挙法など）で報道の自由を制限する場合がある。テレビは、電波の希少性とその社会的影響力への懸念から免許制度のもとにあり、放送法によって規制され、マスメディア集中排除原則も設けられている。ただし、新聞資本に対して放送免許が与えられた歴史的経緯があり、全国紙が系列テレビネットワークをもつという、世界でも特異なメディア秩序のなかにある（クロスオーナーシップ）。

インターネットの普及に伴い、人びとのメディア環境は大きく変化した。ネットは知りたい情報を知りたい時に入手し、誰でも自由に情報を発信できる環境を整えた。政治の面でも、政党や議員がホームページやソーシャルメディアによって直接有権者に向けて情報を発信したり、市民による政治評論なども盛んに行われている。

ただし、ネットの政治的影響力は、依然限定的である。ネットでは利用者は関心のあるものにしか接触せず、情報の広がりが弱い。また、ネットで取り上げられる政治的話題の多くがマスメディアを情報源としたものであり、一次情報源としてのマスメディアの強さも指摘されている。

おうさか いわお 1965年生まれ。東京大学法学部卒、東京大学大学院法学政治学研究科助手などを経て、2013年から現職。専門は政治コミュニケーション。共著に『テレビ政治』（朝日新聞出版、2006年）、『文化人とはなにか』（東京書籍、2010年）など。論文に「2009年衆院選のテレポリティクス—民主党の「パブリシティ」と宣伝—」『選挙研究』（木鐸社、2011年）など。

ドイツ総選挙

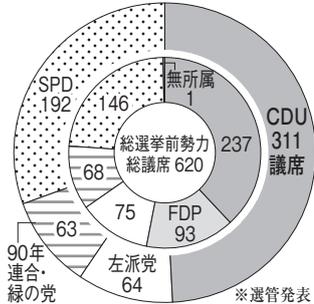


今後のEUの行方を左右するともいわれるドイツの連邦議会(下院)選挙が、9月22日に行われ、メルケル首相率いる与党・キリスト教民主/社会同盟(CDU・CSU、以下「CDU」)が得票率で41.5%、311議席を獲得し、第一党を維持しました。

メルケル人気、衰えず

国民から「ドイツの母」と愛され、また質素で控えめな性格から「普通の人」と呼ばれ親しまれるメルケル首相。世界的金融危機とユーロ危機からドイツを守った堅実な手腕の持ち主との評価が高く、選挙前の支持率は

ドイツ連邦議会の新勢力
(総議席 630)



一貫して60%を超えていました。そのメルケル首相を前面に押し立てたCDUは大勝し、メルケル首相は今後4年間(通算12年間)の舵取りを任されることとなりました。

CDUは議席を大幅に増やしましたが、過半数を得ることはできませんでした。今までの連立パートナー・自由民主党(FDP)は得票率で5%に達せず、これまで有していた下院の93議席すべてを失ったため、CDUは新たな連立パートナーを模索することとなりました。

野党・社会民主党(SPD)は、富裕層への増税、南欧諸国の財政緊縮の緩和などの政策を掲げていましたが、親EU、脱原発などの政策でCDUと大きな違いはなく、議席を46伸ばしましたが、CDUには及びませんでした。反ユーロ政党「ドイツのための選択枝」(AfD)は、結成から半年にもかかわらず国民の支持が高まっていますが、得票率で5%に達せず、議席を獲得できませんでした。

この選挙結果を受けて、国民の間には「大連立」(CDUとSPD)を求める声が高まっています。しかし、SPDは過去の大連立により党勢を削がれた経験があるため、連立に慎重といわれています。大連立が実現すれば、ギリシャなどに厳しい姿勢で臨んできた、ユーロ支援策の修正も考えられます。

選挙制度

ドイツは二院制で、連邦議会の選挙は「小選挙区比例代表併用制」で行われます。基本定数

は598で、議席は小選挙区と比例代表に半分ずつ割り振られます。有権者は2票を持ち、第1票を各選挙区の候補者に、第2票を州ごとに与えられた政党の名簿に投じます。この第2票の得票数に比例して、各州の政党ごとの全議席数の配分が決まります。小選挙区では第1票の最多得票候補が当選者となり、必ず議席が与えられます。各党が第2票により獲得した総議席数から州内の小選挙区での獲得議席数を差し引いた議席を、州名簿の上位者から順に割り当てます。

しかし、ある政党が、第2票により配分されるはずの議席を超える数の候補者を小選挙区で当選させた場合は、超過分は取り消されず、超過議席としてその議席は確保されます。2013年の連邦選挙法改正により、比例の得票率配分に適合するよう、超過議席の発生しなかった政党に「調整議席」が与えられることになり、今回の総議席数は630となりました。

比例代表で政党が議席を得るには、第2票の得票において、全国で5%以上を獲得するか、小選挙区で当選した候補者が3名以上いる場合に限られます。これは一般的に「5%条項」と呼ばれ、政党の乱立を防ぎ、政権担当能力のある多数派を形成しやすくし、議会機能を確保するためのものです。今回は、FDPとAfDは、4.8%と4.7%と、ともに5%条項を突破できず、議席を獲得できませんでした。

選挙権・被選挙権はともに18歳からで、投票率は前を上回る71.5%でした。

ドイツ総選挙オールナイト

選挙に合わせ、東京のドイツ文化センターでは、夜通し選挙速報の中継を見て選挙を楽しむ連邦議会総選挙パーティーが行われました。パーティーでは、選挙結果、結果へのコメント、討論だけでなく、ドイツの政治と総選挙制度の解説や映画の上映、さらには芸人による政治ジョーク満載のステージなどで大いに盛り上がりました。参加者は途中、模擬投票を行うことが出来、開催中に「日本が選ぶドイツ新首相」が発表されました。参加者は応募者200人を含む約250人。このような催しは、主要各国で行われました。

公益財団法人への移行について

財団法人明るい選挙推進協会は、昭和27年設立の公明選挙連盟と昭和40年設立の明るい選挙推進協議会が合併し、昭和51年に設立されました。全国の都道府県および市区町村の明るい選挙推進協議会を会員とした組織です。以来、総務省ならびに全国の都道府県および市区町村の選挙管理委員会等と連携し、明るい選挙推進のための諸事業を実施してまいりましたが、このたび、国の公益法人制度改革に伴い、平成25年9月20日、内閣総理大臣より「公益財団法人」としての認定を受け、同年10月1日から「公益財団法人明るい選挙推進協会」として再スタート致しました。

公益財団法人の新しい定款では、「国民の一人ひとりが政治・選挙に対する十分な知識と関心を持ち、主権者としての意識を高め、公職の候補者の選挙に際しては進んで投票に参加し、各種選挙が公明かつ適正に行われること」を「明るい選挙」と定義し、「明るい選挙を推進し、もって我が国の民主政治の発展に寄与すること」を新法人の目的としています。

そして、この目的を達成するため、明るい選挙の推進に関する次の事業を行うこととしています。

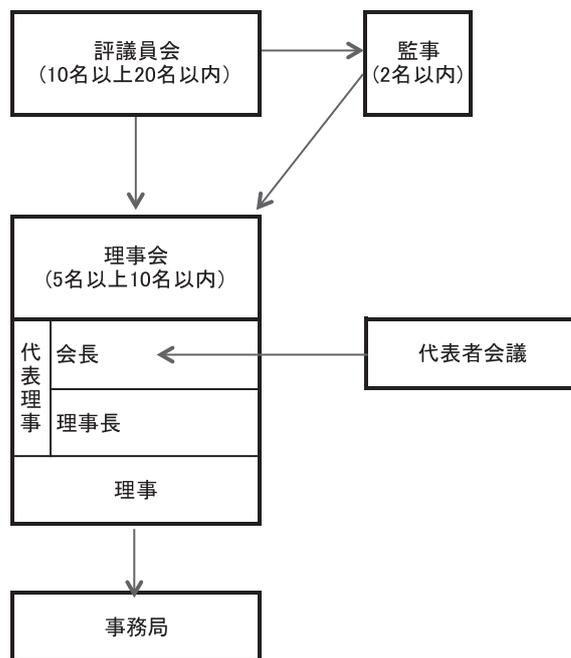
- (1) 学習情報誌の発行、講演会等の開催、啓発資料・資材の作成配布、全国的なコンクールの実施、メディアの活用など、国民一般に対する啓発事業
- (2) 研修会等の開催、研修資料・資材の作成配布、講師の派遣、優良活動の表彰など、明るい選挙の推進に取り組む諸団体の活動を支援する事業
- (3) 政治・選挙に関する国民の意識調査、研修プログラムの開発などの調査研究事業
- (4) 政治・選挙に関する政策提言
- (5) その他目的を達成するために必要な事業

新法人の組織は、「公益社団法人および公益財団法人の認定等に関する法律」(以下「認定法」

という)等の規定に基づき評議員会(評議員10名以上20名以内で構成)、理事会(会長および理事長を含め、理事5名以上10名以内で構成)、監事(2名以内)等の機関を置くほか、会長の諮問機関として都道府県および指定都市の明るい選挙推進協議会会長をもって構成する「代表者会議」(これまでの「総会」に代わるもの)を置くことにしています。名称および各機関の役割等は、認定法等に基づきこれまでと異なりますが、財団法人からの権利義務はすべて承継し、法人として同一性を持って存続いたします。

平成23年12月に出された総務省の常時啓発事業のあり方等研究会の最終報告書は、これからの基本的方向として「主権者教育」を掲げ、数々の提言を行っています。明るい選挙推進協会は、新法人への移行を機に、公益財団法人としての高い志をもって、報告書の提言を踏まえた事業の推進に取り組み、国民の政治意識の向上に貢献できるよう努めてまいりますので、読者の皆さまのご理解、ご協力をお願い申し上げます。

協会の組織図



協会からのお知らせ

■ 明るい選挙推進優良活動表彰

協会では、明るい選挙の推進に取り組む活動で、他の模範とするにふさわしい活動を優良活動として表彰しています。被表彰団体は、明るい選挙推進協議会のほか、自治会、婦人会、NPO法人、その他の団体で明るい選挙の推進に取り組んでいるものです。平成18年度からこれまでに、53団体を表彰させていただきました。

10月31日まで募集しておりますので、奮ってのご応募お待ちしております。

詳しくは協会ホームページをご覧ください。

■ 新有権者向けパンフレット

毎年、成人式で各地の選管さんに配布していただいている新有権者向けのパンフレットの25年度版「チョットまじめにモット気軽に」を現在制作中です。

大学在学中に「日本政治.com (<http://nihonseiji.com/>)」という投票マッチングサイトを立ち上げた鈴木邦和さん、政治マニアとして有名なタレントの春香クリスティーンさん、人気アイドルグループAKB48の佐藤すみれさんと宮崎美穂さんによる対談をメインコンテンツとしています。

■ 選挙に関する意識調査

協会では、国政選挙および統一地方選挙ごとに全国の有権者を対象に意識調査を行っており、7月21日に行われた参議院議員通常選挙においても、同様に実施しました。

選挙人名簿から無作為に抽出した全国3,000人の20歳以上の男女を対象に、郵送調査で行いました。調査結果は、協会ホームページで公表する予定です。

■ Facebook始めました。

7月の参院選から、Facebookに協会のページを開設しています。全国各地の選挙啓発事業の情報や選挙関連のニュースなど、様々な情報を発信していま

すので、ぜひ一度ご覧いただければと思います。

<https://www.facebook.com/akaruisenkyo>

■ めいすいくんグッズ

協会では、タオルハンカチやキーケース、しおりなど、めいすいくんグッズを作成しています。秋の啓発イベント等でご活用頂ければと思います。

詳細は協会までお問い合わせください。



表紙ポスターの紹介

◆平成24年度明るい選挙啓発ポスターコンクール
文部科学大臣・総務大臣賞作品

小出 陽菜乃さん 栃木県壬生町立壬生中学1年(受賞当時)

東良 雅人 文部科学省初等中等教育局教育課程課教科調査官

大変味わいのある表現の方法で投票の様子を描いています。背景の黄緑と黄色の鮮やかな色の組み合わせが投票用紙を持つ手を強調していて、未来をつくる一票の大切さが見る人に伝わってきます。

編集後記

- 特集テーマは「ネット選挙運動解禁と日本の政治」です。今回参院選からネット選挙運動が解禁されました。政党・候補者は様々にネットを活用し、大きな反響を呼んだ運動もありました。一方、解禁の効果として、特に若者の投票率が向上するのではないかと期待されましたが、全体の投票率は52.61%(前回は53.31)、総務省調査による20歳代前半の投票率は31.18%(前回は25.50)にとどまりました。ネット選挙運動が解禁され、どのような変化、効果があったのでしょうか。識者に評価を伺いました。
- レポートは「ちばでもの挑戦」です。参院選では多くの

- 若者がインターネットを活用して投票参加を呼びかけました。「ちばでも」は大学生たちが、選挙区の候補者を比較し、有権者の投票行動に参考になる情報を提供するためのウェブサイトとして制作しました。情報を発信するだけでなく、「みんなで考える工夫」を重視したことが特徴です。
- 参院選が終わって、各地で研修会などの通常時の啓発活動が始まっています。情報フラッシュでご紹介します。
- 明るい選挙推進協会は、10月1日に「公益財団法人」に移行しました。今後ともよろしく願いいたします。

編集・発行 ●公益財団法人 明るい選挙推進協会

〒102-0082 東京都千代田区一番町13-3 ラウンドクロス一番町7階 TEL03-6380-9891 FAX03-5215-6780
(ホームページ) <http://www.akaruisenkyo.or.jp/> (メールアドレス) akaruisenkyo@mua.biglobe.ne.jp

編集協力 ●株式会社 公職研

子どもだって「政治」を語る
次代をつくるこの一票



A5判・184頁・定価1,680円(本体1,600円+税)

実践シティズンシップ教育

未来を拓く 模擬選挙

編集代表

元文部科学事務次官 御手洗康

編集協力

明るい選挙推進協会
模擬選挙推進ネットワーク

日本人の政治意識を変革するため、子どもたちから地方自治や政治・政策、選挙に対する興味・関心を喚起させる方法として、いま「模擬選挙」が注目を浴び始めています。

- 実践校・地域事例を掲載。各活動における子どもたちの感想から見えてくる子どもたちの意識
- 公職選挙法について明るい選挙推進協会が、政治的中立について文部科学省の学校教育官がそれぞれ解説

目次

第1章 模擬選挙の要点	第3節 関係者への説明と関連機関との連携
第1節 日本人の政治意識と選挙	第4章 明るい選挙推進事業との連携
第2節 模擬選挙とシティズンシップ教育	第1節 明るい選挙推進運動とは
第3節 「模擬選挙」とは	第2節 若者の選挙離れ
第2章 学校での模擬選挙の実践事例	第3節 常時啓発事業のあり方等研究会の最終報告
第1節 中学校での実践事例	第4節 学校教育との連携事業
玉川学園小学部および中部部	第5節 選挙出前授業のすすめ
八王子市立上木木中学校	第6節 教育基本法第14条第1項の実質化
第2節 高等学校での実践事例	第5章 諸外国での模擬選挙
芝浦工業大学柏中学校および高等学校	第1節 アメリカ
東京都立戸山高等学校	第2節 ドイツおよびスウェーデン
長野県内高等学校での実施	第6章 広がる国内での動き
神奈川県立高等学校(全校)での実施	第1節 地域との連携
第3章 模擬選挙の実践マニュアル	第2節 選挙をめぐる若者の取り組み
第1節 模擬選挙実施方法	第7章 資料
第2節 実施にあたっての留意点	

● 本書に関する資料のご請求・お問い合わせ・ご注文は下記までご連絡ください ●

株式会社 悠光堂 104-0045 東京都中央区築地6-4-5 シティスクエア築地1103
TEL 03-6264-0523 FAX 03-6264-0524 info.youkoodoo@gmail.com



豊かな街づくりに 役立つ宝くじ。

宝くじの収益金は、図書館や
動物園、学校や公園の整備を
はじめ、少子高齢化対策や
災害に強い街づくりまで、
いろいろなかたちで、みなさまの
暮らしに役立てられています。



財団法人 **日本宝くじ協会**

財団法人 日本宝くじ協会は、宝くじに関する調査研究や公益法人等が行う社会に貢献する
事業への助成を行っています。 **日本宝くじ協会ホームページ** <http://jla-takarakuji.or.jp/>

