

明るい選挙

特集

SNSとのつき合い方

SNSは「壁」をつくり、「橋」をかける
SNSが動かす選挙
若者はSNSをどう利用しているか
「SNS選挙」とフェイク どう向き合えば
初等・中等教育におけるメディア・リテラシーの育成
SNS時代のデモクラシーを考える

岡嶋 裕史(中央大学)
山口 真一(国際大学)
小長谷 笠(静岡大学)
高月 凱士(高知大学)
白崎 大雅(高崎経済大学)
籐内 潤也(NHK)
中橋 雄(日本大学)
宍戸 常寿(東京大学)

14 12 10 8 6 4

選挙に行こう



コラム	佐々木 毅(明るい選挙推進協会) 3	短信 18
明推協リレーコラム	根本 俊男(神奈川県明るい選挙推進協議会) 16	
コラム 主権者教育アドバイザー	杉岡 秀紀(福知山公立大学) 17	

公益財団法人 明るい選挙推進協会



この冊子は、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。



贈らないNO 求めない 受け取らない

～政治家の寄附禁止～

政治家（候補者、立候補予定者、現に公職にある者）と

私たち有権者とのつながりはとても大切です。

しかし、金銭や品物でそれが左右されるのでは、いつまでたっても明るい選挙、お金のかからない選挙に近づくことはできません。

寄附とは

寄附とは、金銭、物品などの供与またはその約束で、党費や会費、町内会費など規約に定められたものや、物を買ったときの代金の支払いなどの債務の履行以外のものを言います。

政治家の寄附禁止とは

政治家（候補者、立候補予定者、現に公職にある者）が、選挙期間中に限らず、選挙区内にある者に対して寄附をすることは、名義のいかんに問わらず、罰則をもって禁止されています。

※政党その他の政治団体や親族（6親等以内の血族及び3親等以内の姻族）に対するもの、政治教育集会に関する必要やむを得ない実費の補償（食事・食事料の提供を除く）は、禁止の対象から除かれます。

政治家が役職員または構成員となっている会社や団体が、選挙区内にある者に対して、政治家の氏名を表示したり、氏名が類推されるような形で寄附をすることも禁止されています。

政治家の後援会が、選挙区内にある者に対して行う寄附も、同様に禁止されています。

有権者が政治家に対し、寄附を求めることも禁止されています。

イベント関係

お祭りやスポーツ大会への

寄附や差し入れも

寄附に当たり禁止されています。



行く予定のないイベントのチケットを
購入することも寄附に当たり禁止されています。



忘年会や新年会などの会合に、予め決められた会費を支払うことは問題ありません。会費制でない場合は、実費程度の金額を支払うことも禁止の対象になっています。

『時候のあいさつ』などにも制限があります。

政治家が選挙区内にある者に年賀状（喪中による欠礼状も含む）や暑中見舞、クリスマスカードなどの時候のあいさつ状（電報・ファックスも含む）を出すのは、答礼のための自筆によるもの※以外は禁止されています。また、政治家や後援団体が選挙区内にある者に対し、慶弔（年賀や暑中・寒中や人の死亡など）や激励（地元高校の野球部への激励など）、支援への

こんなことが
寄附に当たるので注意しましょう！

冠婚葬祭

葬式への花輪や供花は
寄附に当たり禁止されています。



政治家から選挙区内にある者への祝儀や香典も寄附に当たりますが、政治家本人が披露宴・葬式に出席して渡す場合は、例外的に処罰の対象にはなりません。

秘書が代理で出席して渡す場合や、
事前・事後に届けるものは
寄附に当たり処罰の対象となります。



- 予め定められた披露宴の会費を支払うことはできますが、見込み額を支払うことは寄附に当たります。
- 祝電や弔電は寄附に当たりません。
- お布施について、読経など役務の対価と認められるものは寄附に当たりません。
- 香典返しについて、その地域で社会習慣として定着している場合、もらった額の半額程度であれば寄附に当たりません。

贈答品やお祝い、お見舞いなど

お歳暮やお中元、
入学・卒業祝い、出産祝い、
開店祝いの花輪、
旅行への餞別、
バレンタインデーやホワイトデーなど、慣習として行われているものも寄附に当たり禁止されています。



病気や怪我に対するお見舞いも
寄附に当たり禁止されています。

その他

- 被災地支援であっても、政治家が自身の選挙区内の自治会等が行う募金に応じることは寄附に当たり禁止されています。
- 政治家が自身の選挙区内で行われるバザーに物品を提供することも寄附に当たり禁止されています。
- 政治家が自らの報酬やボーナスの一部を返納することも寄附に当たり禁止されています。※減額には、報酬条例等の改正が必要になります。
- 政治家が自身の選挙区に対して「ふるさと納税」を行うことも寄附に当たり禁止されています。

感謝、災害見舞などを意図して、新聞・雑誌・テレビ・ラジオなどで有料広告（いわゆる名刺広告など）を出すと処罰されます。このような広告を出すように求めることも禁止されています。

※自筆をコピーしたもの、署名のみ自書したもの、代筆のものは自筆には当たりません。



政治を護って



明るい選挙推進協会会長 佐々木 毅

投票を取り巻く情報環境の変化は関係者にとって未曾有の困難を生み出している。過日の参院選について多くの調査結果が報告されている。政府もさまざまな勉強会を組織して幾度もこの難問にチャレンジしたようであるが、如何ともし難い状況にあることも明らかになっている。

私の雑駁な理解によれば、問題の根底には各国の通信政策がある。これには国々によって違いがあり、通信業者の義務にしても、違いが出てくることになる。誤情報の取扱いやファクト・チェックの義務づけもその一例である。しかし、情報は国境を越えて流通するのが当たり前になる中で、ルールの共通化は当然一つの目標になる。

ところがこの分野で世界を席巻している米国は、経済活動の自由の擁護を旗印に自国の巨大な企業に対する諸々の規制に抵抗してきた。そこではビジネスの自由と自国企業の保護とが一体になっている。これに対してEUは規制賛成派の立場に立ち、いろいろな義務づけを設定することを試み、課税などで米国と対立してきた。

このような両者の対立の狭間で日本は難しい選択を迫られている。しかし、何らかの規制を考えることは当然であり、現在できないとされていることも将来的にはテクノロジーの進展によって出来るようになるかも知れない。従って、現在のところ、規制の余地を閉ざさないで置くしか選択肢はないであろう。

問題はあらゆる情報—「それが真であろうが、偽であろうが」—無制限に流通されるべきだと考えるか、それとも個人であれ、企業であ

れ、政党であれ、社会的存在として保護されるに値するものが情報の形をとった攻撃から自らを守る手段を与えられるべきなのかである。多言を要するまでもなく、あらゆる絶対主義には危うさが伴うが、情報発信の自由についてもそれは妥当する。自由が尊重されるためにはルールに従って行使されなければならないのは自由な社会のイロハであるように。

現在の民主政は情報の自由絶対主義に片足をとられ(ポピュリズムに侵食されつつ)、辛うじて、伝統的枠組みを維持しているように見える。かくしてかつて圧倒的存在感を持っていた欧州の中道右派、中道左派は凋落し、ポピュリズムの前に政治の主導権を失いつつある。英・仏・独などいわゆる自由主義的民主政の衰弱のスピードは驚くほどに速い。

日本ではこうした民主政の変質には時間がかかるという見解が支配的であったが、この間の国政選挙の状況によってこうした見方は修正せざるを得なくなっているのではないか。目下、高市新政権に対する支持率の高さに乗じて早期の解散総選挙の声が大きくなっているという。解散総選挙について注文をつけるつもりはないが、しかし、政治のマーケットにおいて何が起こっているか、何が起こり得るかについて超党派で認識を共有し、必要に応じて選挙法制を見直すような準備が必要ではないか。

戦後、久しくわれわれは実に静かで整然とした選挙を享受してきた。そしてこれは当然、これからも続くものとして想定されているのではないか。しかしながら、信じがたいようなフェイクニュースの津波に没入している人々が、一転して既成政治に対する「憎悪」をまき散らす有権者に変貌しない保証はない。「憎悪」に侵された政治はその劣化に苦しめられることになる。政治の自己防衛のために何を為すべきか、今こそ、主権者の熟慮の時である。

SNSは「壁」をつくり、「橋」をかける

中央大学国際情報学部教授 岡嶋 裕史



SNSが私たちの社会、特に政治や選挙に与える影響は日に日に増している。SNSは誰もが手軽に情報を発信し、受け取れる便利なツールである一方、偽情報や誹謗中傷といった深刻な問題も後を絶たない。この状況を理解するために、まず私たちが普段「SNS」と一括りにしているサービスが、実は異なる個性を持っているという点から話を始めたい。

なぜ心地よく、なぜ偏るのか？ 情報の「泡」のしくみ

SNSの裏側では、私たちの興味や関心を学習するアルゴリズムが働いている。これは過去の閲覧履歴や「いいね」といったアクションから、あなたが見たいであろう情報を自動的に選んで表示するしくみだ。これにより、私たちは情報探索時間の節約という恩恵を受けている。

しかし、この機能は副作用も生む。アルゴリズムによって自分好みの情報だけに囲まれてしまうフィルターバブルだ。人が人とかかわるときには、自分と似た意見を持つ人々とつながりやすいため、その仲間内だけで意見を交わし、自分たちの考えが世の中の総意であるかのように感じてしまうエコーチェンバー現象は以前から知られていたが、フィルターバブルはアルゴリズムの力でそれを意図的に発生させるしくみだとも言える。

これらの現象を心理的に強化するのが、人間の思考がはまり込む隘路である確証バイアスだ。人が無意識のうちに自分の信じたい情報ばかりを集め、反対意見や不都合な情報を無視・軽視してしまう傾向である。フィルターバブル

やエコーチェンバーの環境は、この確証バイアスと非常に相性がよく、私たちは自ら進んでその「泡」の中に留まる。

こうした環境を提供するのが、Facebookに代表される囲い込み型サービスだ。ここで利用者とサービス事業者は互恵関係を結ぶ。利用者は自分には多くの仲間がいて、自分の意見は支持され、世界中に認知されているという安心感を獲得し、サービス事業者はそうした「快」を提供するのと引き換えに広告に接触させ収益を上げる。利用者にとっての副作用は自分たちの意見を疑う機会が失われ、無自覚のうちに考えが偏っていくリスクである。

世界をつなぐSNS、世界を分かつSNS

一方で、全く異なる個性を持つSNSも存在する。X(旧Twitter)に代表される拡散型サービスだ。これらのサービスの価値は、仲間内で閉じることではなく、いかに広く、速く情報を拡散させるかにある。仲間を形成する機能ももしているが、利用者や情報をフィルターバブルに閉じ込めるることは意図していない。彼らの収益源は拡散にある。

この拡散を駆動するのがアテンションエコノミーだ。人々の注目(アテンション)そのものに経済的価値があると発想し、注目を集める投稿ほど評価する。これはテレビの視聴率獲得競争に似ており、注目を稼ぐために、時に刺激的で過激な表現が生まれやすい土壤となっている。

SNSにおけるこの2つの類型は、スマールワールドネットワークによって説明できるだろう。スマールワールドネットワークは、「世間

は狭い」という実感を説明するロジックとして知られている。「友だちの友だちをたどっていくと、著名人にも6人ほどの連鎖でつながる」といった説明を耳にしたことはないだろうか。

基本的には友だち関係のような閉じた集団（クラスター）で濃密な閉鎖共同体を構成しつつも、わずかな「知り合いの知り合い」といったショートカットによって、全く違う集団とも意外なほど簡単につながる構造である。

囲い込み型SNSが閉じたクラスターを形成し、極端な意見を発酵させるのに対し、拡散型SNSはこのクラスター間をつなぐ強力なショートカットとして機能する。本来出会うはずのなかった異なる価値観を持つ集団が、このショートカットを通じて簡単に出会ってしまう。これが、現在のネットシーンにおいて炎上や対立を発生させるメカニズムである。

飲食店で醤油差しを鼻に突っ込むところを想像して欲しい。多くの人にとって不愉快な状況ではあるが、調子をこいた児童・生徒であれば昔からやっていたであろう行為でもある。過去にこれが問題にならなかったのはその行為の共有が小さな中学生集団に閉じていたからだ。しかし、現在では囲い込み型SNSが「醤油差しを鼻に突っ込むのはクールだ」という偏った考えを強力に後押しし、拡散型SNSが「人生の目的は衛生にある」という集団にそれを伝えてしまう。

II サイバーカスケードという雪崩

異なる集団の接触がなぜ危険か。それがサイバーカスケードを誘発するからである。サイバーカスケードとは、ある閉じた集団内で生まれた意見（それが事実か虚偽かは問わない）が、感情的な共感によって爆発的に拡散し、社会全体を巻き込む巨大なうねりとなる現象を指す。

フィルターバブルの中で醸成され、先鋭化した意見が、拡散型SNSをショートカットとして一気に外部へ流れ出す。その意見の真偽を吟

味する間もなく、多くの人々が勢いに乗って模倣し、拡散に加担する。まるで雪崩のように、一つの意見が社会を覆っていく。政治や選挙に関する偽情報、誤情報、悪意ある情報が、時に本物のニュース以上に広く信じられてしまう背景には、こうした構造が存在する。

ポイントは感情の重視で、こうした「客観的な事実よりも、個人の感情や信条が重視される状況」のことをポストトゥルースと呼ぶ。ポストトゥルースはSNSと相性がよい。囲い込み型サービスの中で尊ばれるのも、拡散型サービスでアテンションを獲得するのも、つまらない事実より、刺激的に感情を揺さぶる情報だからだ。事の真偽は関係ない。

II SNSを問い合わせ直す

私たちはこの強力すぎる道具とどう向き合えばよいのか。一人ひとりのリテラシー向上も重要だが、それだけでは限界がある。問題の構造に目を向けるならば、炎上や偽情報の連鎖を緩和する一つの可能性は、拡散型SNSが持つ強力なショートカット機能に制限を加え、情報の拡散を意図的に遅らせることだろう。

私たち利用者にできことがあるとすれば、まず自分が今いる場所の特性を理解することだ。心地よい仲間と語っていても、その内容は不可避的にどこかで世界とつながっている。自分の意見は正しい、中立だと考えていても、絶対の正義や中立など存在しない。その上で、自分のタイムラインに見えるものが世界のすべてではないと自覚し、時に意図してショートカットを渡り、異なる意見のクラスターを覗いてみることが、この強固な構造に立ち向かうささやかな一歩となるだろう。

おかじま ゆうし 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）。富士総合研究所勤務、関東学院大学准教授、同大学情報科学センター所長を経て現職。中央大学政策文化総合研究所所長、学校法人神戸学園顧問。

SNSが動かす選挙 2024年から始まった新時代

国際大学グローバル・コミュニケーション・センター准教授 山口 真一



II 2024年、日本におけるSNS選挙の転換点

2024年の東京都知事選と兵庫県知事選は、日本の選挙史において重要な節目となった。とりわけ兵庫県知事選では、NHKの出口調査において「投票の際に最も参考にした情報源」としてSNSや動画サイトがトップに挙げられ、これまでのマスメディア中心の構図が大きく揺らいだ。

私は2024年を「SNSと選挙の転換期」と位置づける。その背景には、2020年都知事選との対照がある。当時、SNS上では現職の小池百合子氏への批判が多くを占め、支持の声はあまりなかった(東京大学の鳥海不二夫教授の調査による)。しかし実際には小池氏が約366万票を獲得し、次点候補に大差をつけて圧勝した。この結果は、SNSの声が世論の縮図ではないことを鮮明に示したのである。

しかし、この4年間で状況は一変した。2024年に生じたSNSと選挙の結びつきは単なる一過性の現象ではなく、その潮流は翌2025年の参院選へと受け継がれ、SNSで注目を集めた候補者や政党が実際に議席を伸ばす姿が確認された。SNSが政治の現場を左右する時代は、もはや到来しているのである。

II 参院選挙で何があったか

2025年の参議院議員選挙は、SNSの存在感を強く印象づけるものとなった。とりわけ注目されたのが、14議席を獲得した参政党と17議席を獲得した国民民主党である。

両党の共通点は、代表や党首自身が大きなフォロワー基盤をもち、まるでインフルエン

サーのようにSNSで発信を続けていた点である。参政党は力強いメッセージを武器に支持者の感情を揺さぶり、熱量の高い共感を生み出した。切り抜き動画や応援投稿が次々と拡散され、“勝手連”的な運動が自発的に展開されていった。党としても支持者に対し、発信の際の留意点を示すなど、広がりを後押ししていた。

一方の国民民主党は、玉木雄一郎代表が長年YouTubeを活用し、わかりやすく政策を語りかけるスタイルを確立していた。サムネイルや動画構成も工夫され、人気YouTuberに近い感覚で視聴者に届く内容であった。

実際、NHKの出口調査によれば、SNSや動画サイトを主な情報源とした有権者の比例投票先は、参政党が29%、国民民主党が16%であった。自民党は7%にとどまり、SNS上では新興勢力が圧倒的な存在感を示した。

さらに今回の選挙で特筆すべきは、「外国人関連政策」が主要テーマとして急浮上した点である。公示前には大きな争点ではなかったにもかかわらず、SNS活用に長けた参政党が積極的に発信したことで、X上で一気にトレンド入りし、テレビや新聞も追随して報じるようになった。他党もSNSの言及を意識し、街頭演説や公式発信にこのテーマを取り込み、結果として選挙全体の争点設定がSNS主導で動く構図が生まれたのである。

ただし注意すべきは、SNSで盛り上がる話題がそのまま投票行動に直結するわけではない点である。読売新聞の出口調査では、有権者が最も重視した政策は「物価高対策・経済政策」

(46%)であり、「外国人政策」は7%にとどまった。つまりSNSは確かにテーマを前面に押し出す力を持つが、社会全体の関心や有権者の判断とは必ずしも一致しない。

2025年参院選は、SNSが政治の「アジェンダセッター*」としての役割を担い始めたことを示す一方で、SNS上の盛り上がりと有権者全体の関心や判断は必ずしも重ならないことも明らかにした。だからこそ、政治家やメディアはSNSでの言及量やトレンドを過大評価せず、あくまで社会全体の世論の一断面として冷静に位置づける姿勢が求められる。

II SNS選挙の光と影

SNSが政治に果たす役割には、光と影の双方がある。光の部分としてまず挙げられるのは、政治への関心が薄い層を巻き込む力である。SNSでは、タイムラインを眺めているだけで候補者の動画や政策の断片が流れてくる。何気なく見た投稿が政治との“偶然の出会い”となり、投票行動のきっかけになるのである。

2024年の兵庫県知事選はその象徴である。SNSでの盛り上がりを背景に投票率は前回比で15ポイント近く上昇した。参院選でも6ポイント以上上昇している。投票率の低迷が長年の課題とされる中で、SNSが新しい参加者を選挙へ導いた事実は無視できない。

しかし影もまた濃い。SNS特有の拡散構造は、選挙の本質である政策への注目をかき消してしまう。冷静で複雑な政策論よりも、強い言葉や対立をあおる表現のほうが圧倒的に広がりやすいからだ。

さらにSNSの構造は分断を深める。SNS上で過激な言説や真偽不明の情報が広がることで、人々の間に対立や不信感が生まれ、対話が困難になる。

本来、選挙というのは民主主義のプロセスのひとつにすぎない。選挙で意見がぶつかるこ

はあっても、終わったあとは立場を越えて同じテーブルにつき、意見を交わし、合意形成を図ることが必要だ。けれども、選挙の時点で分断があまりに深まってしまうと、その後の対話や協力が難しくなり、民主主義の土台そのものが揺らいでしまう。

分断の影響は深刻である。2024年兵庫県知事選後には、元県議がSNSでの誹謗中傷に苦しみ、命を絶つ悲劇も起きた。発言すれば叩かれる環境では人々は沈黙を選び、議論の土台は崩れる。「話せば分かる社会」から「黙らざるを得ない社会」へと変質してしまう

II 私たちはどうすべきか

SNSが選挙に強い影響を与える時代、有権者の行動も大きく問われている。投稿や動画を通じて政治が身近になったのは確かに前進である。だが短い言葉や刺激的な映像だけで判断すれば、重要な点を見落とす危険がある。

大切なのは、選挙の結果として返ってくるのは「政策」であるという認識である。断片的な情報に流されず、候補者や政党の公式サイトで一次情報を確かめることが欠かせない。さらに、複数の「ポートマッチサービス」を利用し、自分の考えに近い政策を持つ政党や候補を把握するのも有効である。

同時に、SNS上にはフェイク情報も少なくない。見かけた情報をすぐ信じず、出所や事実確認を行う姿勢が不可欠である。情報の「量」ではなく「選び方」が重要なのだ。SNSで見たままではなく「自分で確かめた」と言える判断こそ、民主主義を支える基盤になるのである。

やまぐち しんいち 博士(経済学)。専門は計量経済学、社会情報学、情報経済論。テレビや新聞に多数出演・掲載。『ソーシャルメディア解体全書』(勁草書房、2022年)などの著作があり、各種賞を受賞。他に、IT企業の顧問や、内閣府「AI戦略会議」などの政府有識者会議委員を複数務める。

* 社会で何が重要な議題(アジェンダ)として扱われるかを設定し、関心を方向づける役割を担う存在。

若者はSNSをどう利用しているか

多様化する情報入手をより良い政治に

静岡大学学生・同大人文社会科学部井柳ゼミ生
小長谷 笠(こながや しょう)さん

政治や選挙では、個人の判断に自己が受け取った情報が大きく影響している。正確で客観的な視点に立って発信された情報であるならば、それに基づいた個人の判断は尊いものであるが、送り手の主観によるものやそもそも事実ではない情報を根拠にした個人の判断は、公益に適うものとは言えず、これまで受け継がれてきた民主主義の精神を歪めるものであると考える。

昨今のSNSの台頭は、情報の正確性や異なる立場の意見を斥けた情報の集積性が議論を呼んでいる。SNSによって、情報入手がいつでもどこでもできるようになり、自己の政治的立場や主張を形成したり、政治・選挙に関心を持って投票に行ったりするきっかけになっていることは評価されるべきである。一方で、自己と対照的な意見を持つ者を誹謗中傷したり、誤った情報で有権者の意思とは正反対な方向性に導いたりすることも見受けられ、表現の自由を守りながらも公平公正な政治・選挙の実現に

向けた環境整備を行っていかなければならない。

大学進学を機に親元を離れ、一人暮らしをする若者は自宅にテレビを設置したり、新聞を購読したりすることが少なくなっており、遙かにSNSに向き合う時間が増える。これまでも学校教育の現場ではインターネットのリテラシー教育がなされてきたが、現在小学生ですらスマートフォンを所持していることを踏まえると、さらにその内容や頻度を充実させてSNSのメリットとデメリット双方を確実に理解させることが重要だろう。また、そのような教育を受けず、SNSを利用している年代の方々にも講習などを通じて理解を促していくことが求められると思う。全世代で教育を受ける必要性があると考える。



SNSと既存のメディアの優劣やどちらか一方の比較をするのではなく、両者が健全に情報発信することで民主主義の更なる発展に繋がる。両者のことを理解し、双方のメリットを生かした情報入手を全世代で進めたい。

メディアとのかかわり方から考える社会参画

高知大学学生・OurVote,OurVoice!メンバー
高月 凱士(たかつき かいと)さん

私たちは普段、さまざまなメディアを通して社会とつながっています。特にSNSの発達によって、ニュースや社会問題を知る機会が身近になり、誰もが簡単に情報を発信できるようになりました。

私自身もXやInstagramをよく利用していて、大学のサークルの投稿やトレンドから社会

の話題を知ることが多いです。けれども、そうした情報は自分の興味や考えに似たものが表示されやすく、知らないうちに偏った見方になってしまふことがあると感じています。



たとえば、選挙の時期になるとSNSで候補者や政党の政策を調べることがありますが、タイムラインには賛成や反対の強い意見ばかりが流れています。中には事実より感情的な意見が広まっていることもあります。何を信じればいいの

か迷うこともあります。だからこそ、SNSの情報だけで判断せず、新聞社のサイトや選挙管理委員会などの公的な情報も確認するようにしています。

一方で、SNSは若者が社会問題に関心を持つきっかけにもなっています。たとえば環境問題やジェンダー平等、地域の課題など、少し難しそうなテーマでも、分かりやすい動画や投稿を通して知ることができます。私もSNSで見たワークショップイベントの投稿をきっかけに実際に参加したことがあります、オンラインでの関心がリアルな行動につながる経験になりました。

SNSが選挙や民主主義に及ぼす影響

高崎経済大学学生・TCUE投票ファクトリー代表
白崎 大雅(しらさき たいが)さん

私は本年5月26日に開催された明るい選挙参院選全国フォーラムにおいて、「若者にとってのメディアとは」をテーマとしたパネルディスカッションに参加した。そこでは各自がどのような媒体から情報を得ているのか、またテレビや新聞等のいわゆるオールドメディアに対しての所感などについて議論した。

その中で他の参加者がインターネットの速報性について、一次情報を得るのは従来のマスメディアであるにもかかわらずSNSの速報性が高いといわれるのはなぜかという質問に対して、大学やバイト終わりなどすぐに情報を得られるという点が速報性といわれているのではないかという回答には共感したとともに、得たいと思った情報を好きな時に得ることができるという利便性は従来のマスメディアでは満たすことができず、オールドメディア離れは今後も継続するであろうとも感じた。

一方で今回の参議院選挙ではSNS上で様々な偽情報の拡散がみられた。特に驚きだったの

ただし、SNSには誤った情報が広まる危険性もあります。大切なのは、受け取った情報をうのみにせず、自分で調べ、考えることです。さまざまな媒体を用いて情報を比較し、情報の真偽を見極める力を持つことが、社会に関わるうえで欠かせないと思います。

これから社会参画では、SNSを単なる情報収集の場ではなく、意見を交わし、理解を深める場として使っていくことが大切だと感じます。さまざまな考え方で触れながら、自分の意見を持ち、行動につなげていくことが、私たち若い世代に求められている姿だと考えています。

は、「期日前投票で鉛筆を使用すると書き換えられる」といった選挙の正当性を否定するものが回っていたことである。過去には2020年のアメリカ合衆国大統領選挙でも不正選挙を訴えるデマ情報が拡散されたが、これは最終的に暴動にまで発展し死者を出すまでの事態に陥った。



また今まで指摘してきたSNS上のエコーチェンバー現象が、より激化している点にも注意する必要があるように思う。自身と異なる意見を持つ人物への攻撃や誹謗中傷などが頻繁にみられるなど、SNSの負の側面が今回の参議院選挙では如実に表れたのではないかと考えている。さらにSNSが各国の情報戦に利用されているという指摘もなされており、他国意向に沿った世論が形成されかねないという懸念も存在する。

SNS上には様々な情報が存在しているが今一度有権者一人一人が冷静に情報の真偽を見極め、誤った情報で重大な決断を下すことがないように注意していく必要があると考える。

“SNS選挙”とフェイク どう向き合えば

NHK報道局機動展開プロジェクト専任部長 篠内 潤也



II SNSで誤情報 参院選でも

情報を入手するとき、SNSや動画サイトを利用する人も多いだろう。しかし、情報は玉石混交だ。特に選挙のときには偽情報・誤情報が多く飛び交う。

この夏の参議院選挙の際、投票所に置いてある鉛筆の写真を付けて「鉛筆で書くと投票した内容が書き換えられる」と主張するXの投稿が出回った。投稿では「鉛筆だと消せる」として、「ボールペンを持ち込むべき」と主張していた。根拠のない偽情報だが、同様のものは複数のアカウントから何度も投稿され、閲覧回数が数百万回に及んだものもあった。

これについて、NHKでは実際に票の書き換えや入れ替えなどが起きるのか、選挙の公正をどう確保しているのか、選挙管理委員会や総務省、選挙事務の専門家などに取材した。投票箱には鍵を複数かけ、保管する部屋にも鍵をかけることなどを確認して、「不正は限りなく不可能だ」と記事にまとめ、テレビやNHKのニュースサイトで伝えた。また、投票所へのボールペンの持ち込みは可能だが、ボールペンで投票用紙に書くとにじむため、無効票になるリスクがあることも伝えた。

II 今年は“ファクトチェック元年”

このように、拡散する情報の真偽を検証するのが「ファクトチェック」だ。公開されているデータや情報の確認、当事者や専門家、公的機関などへの取材で真偽を検証する。

去年の東京都知事選挙や兵庫県知事選挙ではSNSや動画サイトの情報によって結果に影響が出たのではないかという指摘もあり、参議院

選挙の際には報道各社が力を入れた。報道機関やファクトチェック団体から200本以上(ファクトチェック・イニシアティブまとめ)の記事が出され、今年は“ファクトチェック元年”とも呼ばれるようになっている。

II 何をファクトチェック？

もともと、報道機関の使命の1つは検証された正確な情報を届けることだ。NHK放送ガイドラインでは「憲法で保障された表現の自由のもと、正確で公平・公正な情報や豊かで良質な番組を幅広く提供し、健全な民主主義の発展と文化の向上に寄与する」としている。正確な情報に基づいて人々が判断することは民主主義には欠かせない。ただ、いまではSNSなどで誤情報があたかも事実であるかのように広がるため、「ウソ」「ウソ」と示すことも大事になってきている。

単なる勘違いや誤り、伝わる過程で事実と異なるようになる「誤情報」のほか、なんらかの意図で広められる誤った情報「偽情報」もある。ファクトチェックではどこがどう事実と異なるのか検証して示すことが求められる。一方で、どんな意見を持つのも自由で、検証の対象になるのはあくまで事実の部分だ。

II ファクトチェック NHKの取り組み

この夏の参議院選挙に際し、NHKでは大きく2つの方向性で進めた。

1つは「想定される争点について、検証された正確な情報を伝えること」。たとえば、「消費税」「関税」「選択的夫婦別姓」などといった真偽不明な情報が広がりそうな争点について、その時点でわかっている状況を整理してまとめた記

事を発信した。正確な情報をあらかじめ知ってもらうことで、真偽不明な情報が出ても惑わなくて済むようになる。

もう1つは「ファクトチェック」。拡散して有権者の判断に影響が出そうな真偽不明の情報を検証することだ。冒頭で紹介した「投票内容書き換え」のほか、「外国人が優遇されている」「外国人への生活保護は憲法違反」「こども家庭庁解体で新生児1人に1000万円ずつ配ることが可能」といった情報を検証し、いずれも誤情報や根拠のない情報という結論とともに示した。

II 見えてきた課題、信頼性向上にも

参議院選挙の際には検証する記事を12本出し、視聴者・読者からは好意的な反応もあった一方、難しさも感じるようになった。

その1つは記事が分断を生みかねないことだ。「その情報は誤っている」と指摘することで、情報が正しいと信じている人は「自分の考えが否定された」と感じることもある。特に「外国人」が争点の1つに急浮上する中で、「外国人への優遇はない」事実が届きにくい人がいることを感じた。分断を生まずに、信じている人にはどう届けるかが大きな課題になっている。

もう1点は「逆効果」の恐れ。参議院選挙ではファクトチェックが盛んに行われたことで、誤情報に触れる機会がかえって増えたという指摘もある。記事でも冒頭から「拡散している情報は誤情報である」と示すなど、伝え方を工夫することが必要と考えている。

私たちはいま、課題を前向きに捉え、メディアへの信頼性の向上につなげようとしている。データや取材の結果といった根拠をしつかり示すことで、記事に触れた視聴者・読者も自ら検証できるようにして透明性を高めたいと考えている。

誤情報が広がる背景を深掘りすることも大事だ。自分の不安や不満にフィットする情報は信

じてしまいやすい。信じるに至る理由や背景を探ると、世の中に広がる不安にしばしば突き当たることも多い。「誤情報だ」と一刀両断にせず、詳しく検証した事実を重ねて、より深く、納得感のある記事を書こうとしている。

II SNSの情報との付き合い方

私たちはSNSの情報とどう付き合えばよいか。

まずは、スマホで見る情報が表示される仕組みを知ることだ。SNSや動画サイトでは投稿や動画を見たり検索したりすると、AIのアルゴリズムによって似た情報ばかり表示されるようになる。他の視点の情報が目に付かなくなり、事実でなくとも信じてしまうことにつながる。仕組みを知っておくだけで、自分の見ている情報に自覚的になれる。

そして、取材で培ってきたSNSの情報を見る際の注意点を示す。

- ・感情を刺激される情報や拡散されている情報はまず疑う。
- ・リプライやコメント欄などに指摘がないか確認。
- ・複数の情報源で情報の根拠を調べる。
- ・そのアカウントが普段どんな投稿をしているか確認。

筆者は2016年から3年間、フェイクニュースが拡散した米国で取材した。分断が広がり多くの人が信じたいものを信じる状況を目の当たりにした。いまや日本も同様の状況になっている。SNSは誰もが発信できる民主的なテクノロジーだが、デマに左右されてしまう恐れも高まっている。万能薬はないが、こうした課題に向き合うことでしか民主主義の未来は開けないように感じている。

やぶうち じゅんや 1996年NHK入局。長年医療分野を取材。ニューヨーク特派員を経て、フェイク対策を担当。

初等・中等教育におけるメディア・リテラシーの育成

日本大学文理学部教授 中橋 雄



II 多様化・複雑化するメディア環境

送り手と受け手の間で情報を媒介するメディアは、送り手の意図によって構成されたもので、受け手によって読み解かれるべきものである。人の現実の認識や価値観などにも影響を与えるため、現代社会を生きる上でメディア・リテラシーという能力を育む重要性が指摘され、その能力を育む教育実践や研究が行われてきた。ここでのメディア・リテラシーとは、「メディアの意味と特性を理解した上で、受け手として情報を読み解き、送り手として情報を表現・発信するとともに、メディアのあり方を考え、行動していくことができる能力」のことである(中橋 雄 2014)。

現代社会においては、新聞、雑誌、テレビ、ラジオなどに加え、インターネット、ソーシャルメディア、AI技術などの普及・活用が進み、メディア環境は多様化・複雑化し続けている。中橋 雄(2023)は、フィルターバブルやエコーチェンバー、ディープフェイクなどについて理解する重要性や生成AIがもたらす社会の変化に対して、AI時代に求められるメディア・リテラシーの必要性を指摘している。従来から必要とされてきたメディア・リテラシーを身につけるとともに、それを新たな時代に対応できる能力へとバージョンアップさせることが求められている。

II メディア・リテラシーを育成する必要性

メディア・リテラシーは、時代や社会背景によって、さまざまな立場からその必要性が語られてきた。例えば、「勝手な思い込みによる混乱や争い、偏見や差別を回避する」「権力が暴走

しないように監視して民主主義を守る」「当たり前になっている固定観念に疑問を持つことで人の生きづらさを解消する」「嘘の情報や情報操作に対してまどわされないようにする」「新たな文化を創造することで人の心を豊かなものにする」といったことのためにメディア・リテラシーが必要とされると主張する立場があった(中橋 雄 2024)。

これらのことから、メディア・リテラシーは必ずしも政治や選挙のこと局限される能力ではないが、政治や選挙のあり方について考え方行動していくためにも必要不可欠な能力であることがわかる。そして、インターネットやSNSなどの技術やサービスが、政治や選挙に活用されるようになったことで、それに対応できるメディア・リテラシーを身につける重要性が増していると考えられる。

II 初等・中等教育での取り組み

初等・中等教育段階では、社会科で政治や選挙の仕組みについて学ぶ機会がある。それと関連してメディア・リテラシーが必要となることを説明している教科書もある。しかしながら、現在の学習指導要領には、メディア・リテラシーという言葉は使われていないこともあり、教員による取り組みの差が生まれやすい状況にある。とりわけ自分がメディア教育を受けてこなかった教員は、何をどのように教えるとよいかイメージすることが難しい。さらに、近年のメディア環境に対応した教育が実践されているとは言い難く、これから充実が望まれる。

こうした課題を解決するために、メディア・リテラシーを育成する教材を活用することが有

効だと考えられる。例えば、学校放送番組『アッ！とメディア』(NHK)の「メディア・リテラシー入門～ネットの情報～」の回では、フィルターバブルやエコーチェンバー現象が生じる原因となり得る「おすすめ情報が表示される仕組み」について学ぶ。また「そのニュース広めて大丈夫？～フェイクニュース～」は、「ディープフェイク」が偽情報に使われている問題について学ぶ。

こうした教材は、他にも様々なものが開発されている。例えば、探究学習の擬似体験を通じてメディア・リテラシーを育むWeb教材『メリ探』(NHK)、かるた遊びをしながらメディア・リテラシーを育む教材『メディア・リテラシーかるた』(NHK財団)、課題を解決するストーリーを通じて学ぶメディア・リテラシー育成アプリ『ふしぎの世界のリテディア』(スズキ教育ソフト)など、様々なものがある。一方で、こうした教材の存在が広く知られているとは言い難い。教員自身が学習内容について知るためにも、こうした教材に目を向けてみてもらいたい。

II 今後の展望

2025年9月25日に公開された中央教育審議会(2025)の「論点整理」は、次期学習指導要領改訂のもとになる資料である。そこでは、「全体として、生成AI等の先端技術に関わる内容が明確に位置付けられておらず、情報モラルやメディアリテラシーの育成については、学校による取組の差が大きい」と情報活用能力の育成に関する課題が指摘されている。

また、「情報活用能力の抜本的向上に係る主な課題」として「メディアリテラシーについて学校の取組差が大きい(発信源の確認、複数媒体の比較、ファクトチェック等)」「急激なスピードで広がる負の側面が不十分(フィルターバブル、エコーチェンバー、デジタルとアナログの

適切な使い分け、長時間利用の影響の理解を含むデジタルとの適切な距離の置き方に関する自己調整)」などが挙げられている。

これらのことから、どの程度次期学習指導要領に反映されるかは未知数であるが、これまでよりもメディア・リテラシーを育成することが重視されると予想される。本稿で紹介した教材も広く活用されるだろう。こうした中で、近年、具体的に見受けられるようになってきた政治・選挙に関するメディア活用の状況を批判的に捉え、そのあり方を考える教育実践が行われるようになることを期待したい。

＜参考文献＞

- ・中橋 雄(2014)『メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育』北樹出版
- ・中橋 雄(2023)AI時代に求められるメディア・リテラシー. 学習情報研究(学習ソフトウェア情報研究センター)2023年11月号(通巻295号)pp.28-31
- ・中橋 雄(2024)「メディア・リテラシーを身につける」中橋 雄・学校法人NHK学園(編)『世界は切り取られてできている—メディア・リテラシーを身につける本』NHK出版, pp.8-14

＜参考URL＞

- 「アッ！とメディア」<https://edu.web.nhk.school/sougou/atmedia/>
- 「ふしぎの世界のリテディア」<https://www.suzuki-soft.co.jp/products/educube/litedia/>
- 「教育課程企画特別部会 論点整理」https://www.mext.go.jp/content/20250925-mxt_kyoiku02-000045057_01.pdf
- 「メディア・リテラシーかるた」<https://www.nhk-fdn.or.jp/works/society/>
- 「メリ探」<https://www.nhk.or.jp/info/pr/ml/quest/>

なかはし ゆう 専門は、メディア・リテラシー論、情報教育論。著書に『【改訂版】メディア・リテラシー論—ソーシャルメディア時代のメディア教育』(北樹出版、2021年)など。

SNS時代のデモクラシーを考える

東京大学大学院法学政治学研究科教授 宍戸 常寿



|| 希望か危機か？

2010年頃の「アラブの春」の体制変更、2016年の英国のEU離脱と合衆国大統領選挙等々、SNSの普及がデモクラシーのあり方を変えつつあることは、もはや疑いを得ない。日本でも、早くからSNSが広汎な世代に普及して世論形成に大きな影響をもたらしてきた。しかしその一方で、2013年のインターネット選挙運動解禁後も、従来型の選挙運動が選挙結果に及ぼす影響力が強く残り、言い換えればSNSは選挙運動の一つの有力手段であるにとどまり続けたような印象があった。これに対して2024年の衆議院議員総選挙、兵庫県知事選挙そして2025年の参議院議員通常選挙は、SNSを主たる手段として有効に利用した候補者や政党が成功を収め、本格的なネット選挙の時代の到来とも評価されるに至っている。

このような状況で、SNSとデモクラシーの関係の評価は大きく分かれる。一方には若い世代をはじめとした政治参加を拡大させるとともに、従来の政党・マスコミ等が表出しないし評価してこなかった利益・価値を政治プロセスに取り込み、デモクラシーを活性化させるものとしてSNSを位置付ける見方がある。その反対に、SNSでは無責任な情報の発信や、フィルターバブル・エコーチェンバーといった現象が起きやすく、偽情報・誤情報の流通により、デモクラシーが危機にさらされているという議論も有力になっている。

|| 政党・メディア・SNSの三角関係

むろんこの二項対立は問題を図式化したにすぎない。突き詰めるとデモクラシーが社会構成

員の間のコミュニケーションを基体とするところ、いまやSNSがその政治的コミュニケーションの基盤となったからこそ、従来のデモクラシーないし政治的コミュニケーションへの評価に反比例する形で、SNSに対する各人の評価が定まっている側面があることに、注意を喚起しておきたい。

永らく、リベラル・デモクラシーの、筆者のような憲法研究者にとっては立憲主義の政治体制の要諦は、複数政党制とメディアの多元性にあると言われてきた。選挙・議会そして行政といった狭義の統治機構において、法に拘束される点及び程度で共通性を持ちつつそれぞれの支持基盤を維持・拡大する政党間の競争と、その外にあってジャーナリズムの規範に依拠しつつ知る権利に奉仕し、議題設定や世論認知の機能を果たすものと想定されたメディア間の競争、そしてこうした狭義の統治機構(コア)とその外の言論空間(フリンジ)の相互作用こそが、さらにその外側の環境に位置する多様な民意を吸収しつついくつかの争点と選択肢を絞り込み、有権者の選挙における意味のある選択と、統治を担う公職者の健全な批判と評価を可能にするものと、イメージされてきたわけである。

SNSの普及は、こうした政治的コミュニケーションの前提を様々な形で問い直している。日本の問題状況で言えば、人口減少や少子高齢化により従来の支持基盤であった団体・組織が融解しつつあるところで、SNS上の情報の流れを通じて政党のイメージや党首への共通の感覚ないし態度(場合によっては他の存在への敵意)を日々形成し、固め、拡大することに、政党は

新たな基礎を見いだしつつあるように思われる。他方でメディアは、テレポリティクスが促進したデモクラシーの劇場化のあとでSNSに後塵を拝するとともに、これまたデモクラフィックな変化もあって経営基盤に大きな打撃を受け、しかもジャーナリズムの理想と現実の乖離を指摘され続けて、反転攻勢の機会を見いだせていないのが現状であろう。

II SNSの規制をめぐる議論

このような状況で、既存の政党やメディア側から一般に、あるいは選挙運動におけるSNS規制を求める声が上がることは、単なる党利党略等だけでなく、リベラル・デモクラシーを担ってきたとの自負の表れの面もあり、決して理解できないことではない。しかし新興政党の多くがSNS規制に消極ないし反対の立場を採るのも当然のことであろう。戸別訪問の禁止が表現の方法に関する内容中立規制にとどまるのか、それとも隠れた表現内容規制であり新規参入を阻むものとして許されるべきでないと考えるのかという古典的な論点が、ここに再演されているように見える。

より根本的には、政治的コミュニケーションが特別なコミュニケーションであり、専門的知識、あるいは身体的経験等の暗黙知に依存するところが大きい、だから素人は口を出すべきでない、せいぜいエンターテインメント的に愉しむしかないという、先のコア・フリンジ・環境という構造そのものがSNSによって動搖していることにも、目を向けるべきであろう。選挙に関する偽情報の投稿・拡散の動機が、特定の選挙結果を得ようとするよりは、むしろ広告収入を上げられれば何でも良く、それがたまたま選挙運動期間においては政党や候補者に関するものにすぎないという場合があることがしばしば指摘されるが、それはとりもなおさず、SNS上の情報流通は、情報の内容や質、カテゴリー

に重きを置くものではないことを示すものもある。規制の文脈に置き換えていえば、選挙運動期間中の選挙に関する偽情報のSNS上の投稿に対して、それが実効的で、かつ過剰でも過少でもない規制をするということは、不可能でないにしても、非常に困難であることを意味する。

II SNSに向き合うデモクラシー

そのような措置としては、例えば、SNS上の投稿をAIによりカテゴライズしてタグ付けする、信頼できる実在の投稿者をあらかじめ登録制とする等のことが考えられるかもしれない。しかしこのような措置の導入が仮に望ましいものであるとしても、それは表現の自由や知る権利に対する影響が大きいと同時に、海外事業者が提供することの多いSNSを相手にするという点でも、容易になし得ることではない。まさに日本のデモクラシーを守るためににはそのような協力が必要なのだということを、理論武装した強い意志で求めなければ、まともに取り合ってもらうことすら叶わないだろう。

筆者はSNSの規制をめぐる行政の研究会に長年関わってきたが、変化の激しいSNS(上の、ではなく)に関する情報を適切に把握し、そのあり方を議題として設定し、世論を形成するという政党やメディアの地道な作業が疎かであり、その結果として規制をめぐる議論は従来の政策の軌道を行きつ戻りつしたように感じることが多かった。SNS時代のデモクラシーのあり方を決めるのは、デモクラシーの働きによってSNSのあり方を考えて決めること、すなわち最終的にはデモクラシーそのものしかなく、またそうあるべきように思われる。

しじど じょうじ 1974年生まれ。一橋大学准教授等を経て、2013年より現職。専門は憲法、国法学、情報法。衆議院議員選挙区画定審議会委員、個人情報保護委員会委員等。著書に、『デジタル・デモクラシーがやってくる!』(共著、中央公論新社、2020年)、『法学入門』(共編著、有斐閣、2021年)等。

投票率アップを喜びたい— 『先端選挙システム特区』構想

神奈川県明るい選挙推進協議会会長 根本 俊男



■ 投票率アップ！ やったね、神奈川！

2025年夏の参院選で、神奈川選挙区の投票率は60.30%に達し、2022年の同選挙から5.79ポイント上昇しました。選挙管理委員会や事務局、そして明推協も末席ながら関わった関係者全員の成果です。やったね、神奈川！なお、今回の参院選ではすべての都道府県で投票率が上がりました。ですから、「やったね、日本！」とも言えるでしょう。

そんな明るい話題を県明推協の総会で紹介しました。軽い笑いを得た一方で、「昔と比べれば低投票率では」、「選挙に注目が集まったからですよ(=我々の活動成果ではない)」などの冷静な意見も寄せられました。確かにその通りです。とはいえ、投票率が下がった時には啓発が足りない、主権者教育の見直しなどの指摘をいたくことも多いものです。逆に投票率が上がったときは少し褒めてほしいところです。評価は人のやる気を高め、次の原動力になりますから。

■ 投票率アップを素直に喜べない現実

ところが実際には投票率が上がっても「やった！」という高揚感はありません。なぜでしょうか。私は二つの要因と捉えています。

一つ目は、投票率の目標値が設定されていない点です。例えば、『投票率65%を目指そう』といった事業計画をこれまで見た記憶がありません。形式上の目標は非現実的な投票率100%ですが、現実的なそれ以外の数値を掲げることはどこかタブーのようになっている感じがします。

二つ目は、啓発活動の効果が見えにくいことです。例えば、タレントを起用した広報はどのくらい効果があったのか、出前授業で何人が実際に投票行動につながったのか、そうした数値が概略的にさえ把握されていません。効果がわか

らなければ、活動の改善も難しくなります。つまり、どの取り組みがどんな成果を生んでいるのかを検証する仕組みが不十分なままなのです。

目標設定を立てても、成果を測る手段がなければ、それは根性論に終わってしまいます。結果として、とりあえず啓発活動をやっておこうという姿勢にとどまっているかもしれません。

■ 改善のサイクルを動かすために

しかし、ここにこそ改善のヒントがあります。もし啓発活動の効果を科学的に把握できれば、どうすればもっと効果的かを考え、活動を改善するサイクルが回り始めるはずです。

そのためには研究者の力を借りることが欠かせません。選挙や投票行動を研究している優れた専門家は国内に多くいます。ただ、研究を進めるために必要な「投票に関するデータ」が、現状ではほとんど活用できない状況です。この種のデータにはプライバシー保護が不可欠ですが、技術的には匿名化などの方法で安全に扱うことが可能になっています。そこで、研究者が実際に「投票に関するデータ」に触れることができる適切な仕組みがあれば多くの研究者が興味を抱き参入し、自然と新しい知見が蓄積されていくでしょう。

■ 「先端選挙システム特区」という提案

そこで提案です。国内の1~数か所に『先端選挙システム特区』を設けてはどうでしょうか。その特区では最新技術の下で個人情報を守りながらも、地域内のデータを研究目的で柔軟に利用できるようにします。その環境の中で、啓発活動の効果測定や主権者教育の新しい試みなどを実際に検証してもらうのです。

こうした仕組みが動き出せば選挙啓発のあり方を一步進める大きな契機になるでしょう。私たちの啓発活動を次のステージに進化させてくれるはずです。

ねもと としお 文教大学学園常務理事、文教大学経営学部教授。専門は科学的手法で社会の課題解決をめざすオペレーションズ・リサーチ。

探究的な学びと主権者教育の接続の必要性



福知山公立大学地域経営学部准教授 杉岡 秀紀

■ はじめに

近年、主権者教育アドバイザーの仕事以外にも高校や中学校の教壇に立つ機会が増えた。その背景には「探究的な学び」の存在がある。

文部科学省が定めた新学習指導要領により、小学校では2020年度から、中学校では2021年度から、高校では2022年度から、「総合的な探究(学習)の時間」を核とする探究的な学び(以下、探究)が必修となっている。「探究」は「探し究める」と書く。したがって、探究には正解がない。また型は教えられても、探究そのものは教えられない。当然、テストで測ることも不可能である。

■ 探究と研究

この探究の広がりは、高校と大学との関わり方にも変化をもたらした。具体的には、探究の授業や発表会に大学教員が招かれる機会が増えた。というのも、「探究」と「研究」はほぼ同義であり、大学教員の知識やスキルを直接活かせることになったのである。実際、筆者も現在15校の高校と3校の中学校で伴走している。

■ 探究的な学びと主権者教育の接続

その過程で一つ気づいたことがある。それは「探究的な学びと主権者教育を有機的に接続させることができれば、新たな化学反応が生まれるのではないか」という仮説である。これまでの主権者教育は、主に社会科教諭による政治や選挙の歴史や制度の概説が中心で、一部の先進的な取組みを除き、実践も模擬投票などの単発的なものが多くた。このような一方向的かつ単発的なアプローチでは、児童生徒にとって「自分ごと」の感覚は育ちにくい。その証拠に今年は18歳選挙権が導入されて10年の節目になるが、この10年間の投票率はほとんど変化が見られない(表)。すなわち、

表 10代の投票率の推移 (%)

実施年	2016	2017	2019	2021	2022	2024	2025	平均
衆議院議員選挙	-	40.49	-	43.23	-	39.43	-	41.05
参議院議員選挙	46.78	-	32.28	-	35.42	-	41.74	39.05

(出所) 総務省(2025)より筆者加筆修正

制度改正や権利付与だけでは若者の行動が変わらないということである。

■ 現行の課題

それでは、探究と主権者教育の接続状況はいかがであろうか。結論から言えば、両者の間にはまだ相当の距離がある。

例えば、探究の発祥の地ともされる京都では、昨年、京都府立・市立高校51校から466名の高校生が参加する「京都探究エキスポ」が初開催され、116本の探究の成果が発表された。しかし、政治や選挙をテーマにした発表は残念ながら皆無だった。筆者が日頃関わる高校や中学校でも決して多いとは言えない。

なぜ政治や選挙が探究のテーマとして選ばれにくいのだろうか。おそらく生徒たちにとって政治や選挙といったテーマがまだまだ「他人ごと」と感じられているのであろう。ここを近づける仕組み・仕掛け・仕込みが必要である。

■ おわりに

いずれにしても、主権者教育を次のステージに進めるためには、探究との接続が不可欠である。筆者自身も、この両者を繋ぎ、若者が政治を「自分ごと」として捉えられる時代を創るために模索を続けたい。

(参考文献)

総務省「選挙関連資料」(https://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo_s/news/sonota/nendaibetu/)

(2025年10月13日閲覧)

京都府教育委員会「京都探究エキスポ」(<https://www.kyoto-be.ne.jp/koukyou/cms/?p=6583>)

(2025年10月13日閲覧)

すぎおか ひでのり 同志社大学経済学部卒業、同大学院博士前期課程修了。内閣官房行政改革推進本部事務局、京都府立大学公共政策学部を経て、2016年より現職。総務省主権者教育アドバイザー、京都府明るい選挙推進協議会委員。

短信

○内閣総理大臣表彰と総務大臣表彰：2025年は、国民参政135年、普通選挙100年、女性参政80年の年です。これを記念して内閣総理大臣表彰、総務大臣表彰・感謝状が、「多年にわたり選挙の管理執行に精励し、又は選挙制度の研究及び普及等民主政治の確立に尽くし、顕著な功績を挙げられた」方々に贈られました。

○図書館で展示：横浜市中央図書館で10月15日から11月24日まで、選挙に関する書籍を集めた企画展がありました。「選挙制度の変遷と、それに関わった人々の思いや社会の動きを、関連資料とともに振り返ります。一票の重み、投票の大切さ、そして未来へのつながりを、図書館で見つけてみませんか？」と。横浜市選挙管理委員会が「2025年は普通選挙100年 女性参政権80年 18歳選挙権10年 投票にイコット！キャンペーン」と銘打って企画したものです。



○NHK歴史探偵「日本人と選挙」：俳優佐藤二朗さんが探偵社所長役でさまざま歴史を深堀する人気番組が、9月24日に「日本人と選挙」のタイトルで、100年前に成立した男子普通選挙などを「調査」しました。取り上げられた1926年制作のアニメーション映画「映画演説 政治の倫理化 後藤新平」は、サイト「日本アニメーション映画クラシックス」(国立映画アーカイブ)で観ることができます。「政治の倫理化」運動は、明るい選挙推進運動の先駆けの一つです。



○総務省「令和6年度選挙管理委員会による主権者教育等に関する調査」：選管や明るい選挙推進協議会などが学校で実施している選挙出前授業の状況などを、総務省が毎年調査しています。10月に公表された6年度の調査結果では、

高校での実施学校数と受講者数は、1,096校(全高校数の23.0%)、207,507人で、前年度をやや下回りました。模擬選挙の内容は、架空の政党や候補者等の公約を見せて判断させる形式が全体の約7割を占める一方、実際の選挙を題材にしたもののが令和5年度より増加しました。課題なども指摘しています。

○動画「情報の真偽を確かめよう！～選挙編～(高校生)」：文部科学省が、リテラシーを学ぶ約4分間の動画を制作しました。SNSでは、一部の人たちが特定の候補者を応援する投稿を繰り返しシェアすることで、その情報が急速に拡散され、多くの人に「この候補者を支持している人が多い」という印象を与えることがあること、情報は誰が発信したのか・事実を述べているのか・発信者の意見なのかを見極めることが必要であることなどが取り上げられています。



○明るい選挙ポスターコンクール・インターネット投票「みんなのいいね♪賞」：東京都選管・同明推協は、スマートフォンからできるインターネット投票で、「みんなのいいね♪」賞を選びました。高校生優秀賞10作品の中から選ぶもので、投票期間は10月15日から11月20日まででした。

○明るい選挙推進協議会の広報誌：明推協は全国各地で一年を通して活動していますが、その知名度は約12% (2024年衆院選意識調査・当協会)です。選挙時には街頭などで投票参加をよびかけるとともに、投票立会人や投票所運営スタッフとして選挙の円滑な執行に尽力しています。

「白ばらだより」「しろばら」「明推協だより」などさまざまな名称で広報誌が、発行されています。ボランティア活動に参加する理由、投票立会人を体験した若者の気づき、ポスター конкурールに応募した児童生徒の絵に込めた思いなど、ぜひお読みください。



たとえば「白ばらとよなか(No.41)」

→

滝口 仁さん

福島県会津坂下町立坂下南小学校5年(受賞時)



選挙で明るい未来をつくっていくことを、投票用紙に描かれた植物が育っていく様子で表現しています。投票箱の上には町が広がり、伝えたことが一層明確になっています。文字の色や配置の工夫も効果的です。

岡地 嶋之介さん

東京都町田市立町田第一中学校3年(受賞時)



色づかいが印象的な作品です。画面の下半分は無彩色、上半分は鮮やかな色で構成し、未来を感じさせます。投票用紙に配した文字は躍動感があり、見る人の「投票しよう」という気持ちへ訴える作品となっています。

田口 翠音さん

埼玉県立芸術総合高校1年(受賞時)



鮮やかな色づかいが非常に目を引きます。画面の構成がよく考えられていて、投票用紙を並べてつくった「未来」という文字がすっと目に入ります。投票の大切さを、見る人に強く訴える作品です。

明るい選挙推進サポート企業制度

明るい選挙推進運動は、第2次世界大戦後の民主的な選挙の黎明期において、実業界、言論界などで提唱され、国民運動としてスタートしました。この歴史を踏まえ、また各企業におかれても多くの社員(有権者)を抱えておられることに着目し、協会では明るい選挙推進サポート企業制度を設けています。社会貢献活動の一環として、支援をご検討ください。サポート企業に対しては、当誌Votersや寄附禁止周知などの啓発資料を提供するとともに、社員研修などの主権者教育に関する講演を実施します(交通費実費負担)。

サポート会費のお願い

協会は、フォーラム開催、資料作成、意識調査などを実施していますが、明るい選挙推進協議会による会費、趣旨をご理解いただいている団体からの助成金などで運営されています。活動にご理解いただきますとともに、サポート企業制度の安定的な実施のため、サポート会費(一口10万円以上)による支援をお願いしています。

表紙ポスターの紹介

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(令和6年度)

山田 真輝さん 石川県立工業高校2年(受賞時)

翻 小林 恒代(上記3作も)

文部科学省初等中等教育局教育課程課教科調査官

明日につながる、人々がつながる選挙の大切さを、一筆書きでつなげるというアイデアで見事に表現しています。あえて2色に抑えた色づかいも、すっきりとしていてさわやかな印象となっています。

寄附に対する税制上の優遇措置

サポート会費は特定公益増進法人に対する寄附として、優遇措置が適用されます(法人税法第37条第4項)。一般寄附金の損金算入限度額①に加えて、特別損金算入限度額②が設けられ、①と②の合計額が限度額となり、寄附金合計額とのいすれか少ない額が損金に算入されます。

サポート企業として登録いただいている団体

- ・株式会社日本選挙センター(東京都千代田区)
選挙事務に関わる商品のトータルサポート
- ・株式会社ムサシ(東京都中央区)
名刺・カードプリント、金融汎用と選挙のシステム機材の開発製造ほか
- ・特定非営利活動法人選挙管理システム研究会(東京都中央区)
選挙管理委員会が行う選挙管理の支援、使用済投票用紙のリサイクル事業
- ・株式会社ジック(横浜市)
自動車事故などの損害調査、まちづくりなどの調査研究、保険代理店、総合ITソリューション事業
- ・株式会社アクス(横浜市)
自動車事故損害調査、行政等を対象とする調査研究
- ・株式会社社会調査研究センター(さいたま市)
世論調査や選挙調査の設計、実施、集計・解析とコンサルティング。埼玉大学発ベンチャーの第1号

Voters(ボーターズ)：英語で「有権者、投票者」の意味

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

メールアドレス info@akaruisenkyo.or.jp

編集協力 株式会社 公職研



Voters90号は2026年2月5日発行予定です。



消防団防災学習



移動採血車



宝くじドリームジャンボ絵本

宝くじは、みんなの暮らしに役立っています。

宝くじは、少子高齢化対策、災害対策、公園整備、教育及び社会福祉施設の建設改修などに使われています。



一輪車



青色回転灯装備車



パブリックアート



滑り台広場



検診車



一般財団法人 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。

