

官の情報システム研究会報告（13） 第13回：ネットが選挙を変えるのか（上）

須藤龍也（すどう たつや）
朝日新聞社

1. はじめに

今年7月21日に投開票が行われた第23回参議院議員通常選挙で、国政選挙で初めてインターネットを使った選挙運動が解禁された。候補者や陣営、有権者がそれぞれ、ホームページや動画、ブログやツイッターなどで投票を呼びかけたり、候補者を応援したりすることが可能になったのである。

一方、マスメディアにとっては新しい選挙報道の形が試される場となった。特に、有権者の投票行動をいち早く「見える化」するため、通常の取材に加え、世論調査や出口調査などの手法を駆使してきたわれわれにとって、「SNS分析」は避けては通れない「取材活動」であると実感したのである。

今回、朝日新聞は候補者や有権者のツイッター分析などを行い、従来の世論調査や出口調査と合わせ、有権者の動向を探った。

本稿ではこれらの分析結果をまとめるとともに、現在の法制度が抱える問題点を示し、今後のネット選挙運動のあり方について考えていきたい。

2. 「ネット選挙」とは

本題の前に、日本のネット選挙運動解禁の動きについて簡単にまとめてみる。2001年5月、自民党の片山虎之助総務相が「選挙運動もインターネット時代にふさわしいものにすべきだ」と参院総務委員会で発言。有識者らの研究会を発足するなど動きが具体化した。それから12年後の今年4月19日、参院本会議で公職選挙法改正案が全会一致で可決・成立した。ちなみにネット選挙が解禁された初めての選挙は、7月14日に投開票された福岡県中間市議選である。数人の候補者が出陣式や街頭演説の様子をブログやフェイスブックに載せた程度であった。

総務省のガイドラインによると、候補者と有権者はホームページ、ブログ、ツイッターやフェイスブックなどのSNS、動画共有サービス（YouTubeなど）、動画中継サイト（Ustreamなど）を利用した選挙運動が認められる。電子メールは候補者のみ発信できる。有権者が発信すると、公選法の文書図画の頒布とみなされる。禁止行為とされたのは、偽候補者による「なりすまし」で誹謗・中傷が行われるなどの懸念が与党・自民党から出されたためである。また、選挙運動用ホームページの印刷や、候補者の電子メールを印刷して配ることも文書図画の頒布とみなされる（公選法第142条、同243条）。

有権者は電子メールが禁じられた一方、LINEや

ネット選挙解禁 有権者に何が出来る																																																																							
<p>○できる</p> <p>選挙期間中のネット選挙運動</p> <p>7月 公示</p> <table border="1"> <tr><td>30</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr> <tr><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td></tr> <tr><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td></tr> <tr><td>21</td><td>22</td><td>23</td><td>24</td><td>25</td><td>26</td><td>27</td></tr> <tr><td>28</td><td>29</td><td>30</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table> <p>● 投開票</p>	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30					<p>×できない</p> <p>選挙期間前のネット選挙運動</p> <p>7月 公示</p> <table border="1"> <tr><td>30</td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td></tr> <tr><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td></tr> <tr><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td></tr> <tr><td>21</td><td>22</td><td>23</td><td>24</td><td>25</td><td>26</td><td>27</td></tr> <tr><td>28</td><td>29</td><td>30</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </table>	30	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30				
30	1	2	3	4	5	6																																																																	
7	8	9	10	11	12	13																																																																	
14	15	16	17	18	19	20																																																																	
21	22	23	24	25	26	27																																																																	
28	29	30																																																																					
30	1	2	3	4	5	6																																																																	
7	8	9	10	11	12	13																																																																	
14	15	16	17	18	19	20																																																																	
21	22	23	24	25	26	27																																																																	
28	29	30																																																																					
<p>候補者の選挙サイトを知ららに「リツイート（転載）」</p>	<p>候補者の選挙メールを知ららにメール転送</p>																																																																						
<p>候補者の選挙ピラをホームページに掲載</p>	<p>候補者の選挙ピラを印刷して配布</p>																																																																						
<p>ネット掲示板に特定候補への投票を呼びかけ</p> <p>自分のメールアドレスを併せて表示</p> <p>○候補に一票を@......com</p>	<p>ネット掲示板に匿名で特定候補への投票を呼びかけ</p> <p>匿名</p> <p>○候補に一票を ?</p>																																																																						

図1 有権者ができること

表1 政党ごとのツイッター利用状況

政党	候補者	ツイッターアカウント				フォロワー		ツイート			
		利用者	順位	利用率	順位	増加	順位	件数	順位	一人あたり	順位
自民	78	37	2	47%	8	13,664	2	3,983	5	108	8
民主	55	36	3	65%	6	9,768	4	5,736	3	159	5
維新	44	36	3	82%	4	10,513	3	6,330	2	176	2
公明	21	11	6	52%	7	5,901	6	1,859	6	169	4
みんな	34	29	5	85%	3	6,337	5	4,442	4	153	6
共産	63	57	1	90%	2	18,841	1	9,864	1	173	3
生活	11	11	6	100%	1	5,187	7	1,487	7	135	7
社民	9	6	8	67%	5	1,388	8	1,087	8	181	1
合計	433	291		67%		119,160		49,320		169	

※参院選挙期間中（7/4～21）、アカウントを持つ291人について調査

フェイスブック、ツイッターによるメッセージ送信は認められた。総務省ガイドラインは電子メールを「SMTP方式および電話番号方式」とプロトコルで定義している。総務省の担当者に問い合わせたところ、「SNSユーザー間でやり取りするメッセージなら構わない」との回答であった。

しかし、米アップル社の「iPhone」が標準採用するメッセージング「iMessage」をはじめ、近頃のスマートフォンのメッセージングは、電子メール方式やSNSアカウントを自動的に使い分ける。また、懸念されるなりすまし被害は、SNSでも発生する。

総務省ガイドラインは現状に則ったものとは言いがたく、逆に有権者を惑わせるだけではないかと、筆者は考えるのである。

3. 政党・候補者間で落差

政党、候補者はネット選挙運動をどのように活用したのだろうか。朝日新聞は参院選候補者433人のうち、ツイッターを利用する291人（利用率67%）に対し、選挙期間中のフォロワーの増減やツイートのデータを収集した。

その結果、主要8政党（自民、民主、公明、みんな、共産、維新、社民、生活）で最も活用に積極的だったのは共産党で、最も消極的だったのは公明党であったとの傾向がうかがえた。

共産党は63人いる候補者の90%がツイッターを利用し、選挙期間中の総ツイート数は9,864件で、利用者数とツイート数、フォロワー数が主要政党

党派	当選者数	選挙区	比例区	現前元			女性	新勢力	公示前	非改選を求めた者も、諸派は神橋社会大党	
				現	前	元					
自民	65	34	47	18	28	0	0	37	9	115	84
民主	17	44	10	7	12	0	0	0	5	4	59
公明	11	10	4	7	4	0	0	0	2	20	19
みんな	8	3	4	4	2	0	0	6	2	18	13
共産	8	3	3	5	3	2	0	0	3	11	6
維新	8	2	2	6	1	1	1	1	5	9	3
社民	1	2	0	1	1	0	0	0	0	3	4
生活	0	6	0	0	0	0	0	0	0	0	8
改選	1	1	—	—	—	—	—	—	—	1	2
みど	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	4
地派	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
大諸	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0
無所属	2	6	2	—	1	0	0	1	0	3	7
計	121	121	73	48	53	3	1	64	22	242	237

©朝日新聞社 無断複製転載を禁じます。すべての内容は日本の著作権法並びに国際条約により保護されています。

図2 参院選 党派別の当選者数

でトップ。全候補者が発したツイート（49,320件）の20%を占めた。なかでも最もツイッターを活用した候補者が、東京選挙区で初当選した吉良佳子氏である。期間中、785件のツイートを発信し、4,718人のフォロワーを増やしたのは、全候補者の中で4番目の多さであった。

共産党は今回、ネット選挙を組織的に活用する方針を決め、「政策を拡散する」がキャッチコピーのウェブサイト「カクサン部」を中心にネット選挙を展開。党中央委員会の若手職員らが広告会社と企画したもので、無名の吉良氏の初当選や、公示前の13議席から18議席という躍進ぶりから、一定の成果があったと党中央委では評価する。

一方、共産党とは対照的だったのが公明党であ

る。21人の候補者のうちツイッター利用者は11人（利用率52%）と主要政党で最低の自民党（47%）に次ぐ。総ツイート数（1,859件）においても下から3番目の少なさであった。

安定多数を取り戻した自民党も、ネット選挙の取り組みが活発とは言えない数字が並ぶ。候補者の利用率が最低とはいえ、ツイッター利用者は37人と共産党に次いで多い。ところが選挙期間中の総ツイート数（3,983件）を一人あたりで割ると、約108件と主要政党で最も低い数字となる。

ところが選挙結果は、当選率の高さで自民（83%）、公明（52%）と並び、共産（12%）が大きく引き離される。さらに朝日新聞の出口調査によ

ると、東京選挙区で初当選した共産・吉良氏に投票した人で「ネット情報を参考にした」と答えたのは19.13%と、主要候補で最も低いのである。

候補者のネット選挙運動が、必ずしも当選と結びついているわけではなく、有権者の投票行動に大きな影響を与えたとはまでは言えないようである。

4. 無所属・比例候補の武器に

候補者ごとに分析すると、さらに興味深い結果が得られた。今回、最もツイッターを活用した候補は、比例区から立候補した三宅洋平氏（みどりの党）である。投票日当日のフォロワー数は40,226人。期間中に21,799人増やし、選挙前に比べほぼ倍増した。期間中のツイートは1,770件と、いずれも全候補者の中で最も多い。三宅氏の得票は176,970票で比例区落選者の中でトップ。自民党から出れば比例14位で当選していた得票数である。

三宅氏はJR渋谷駅前や地方の大都市で「選挙フェス」と称した街頭ライブを開催。その様子を撮った動画がネット配信され、ツイッターで拡散した。三宅氏の独特の語り口とともにネット上で話題が広がった。ミュージシャンの三宅氏は朝日新聞の取材に、「フォロワーの増加はライブのお客さんの動員につながっていた。ここで培った『ひな型』を膨らませればなんとかなる」と述べており（8月3日付朝刊、オピニオン「耕論」）、ネットの持つ拡散力を織り込み済みだったようである。朝日新聞社の出口調査によると、比例区で緑の党に投票した人の

表2 朝日新聞社の出口調査結果

質問「候補者や政党のネット配信情報をどの程度参考にしたか」				
比例区		東京選挙区		
投票先	参考にした	当選	候補者	参考にした
自民	26.74%	☆	武見 敬三（自民）	29.51%
民主	19.69%	☆	山本 太郎（無所）	28.91%
公明	24.30%		丸子 安子（みどりの党）	28.72%
みんな	20.52%		釈 量子（幸福）	27.91%
共産	18.87%		小倉 淳（維新）	25.94%
維新	22.66%	☆	山口那津男（公明）	25.14%
社民	17.05%	☆	丸川 珠代（自民）	24.93%
生活	20.69%		桐島ローランド（みんな）	24.03%
緑の党	49.13%		大河原雅子（無所）	22.96%
※朝日新聞の出口調査結果から			鈴木 寛（民主）	22.38%
			中松 義郎（無所）	29.59%
		☆	吉良 佳子（共産）	19.13%

表3 選挙期間中、フォロワーが増えた候補者（上位10人）

選挙区	氏名	政党	アカウント	フォロワー			ツイート	
				投票日	増加	順位	増加	順位
比例全国	三宅 洋平	緑党	@MIYAKE_YOHEI	40,226	21,799	1	1,770	1
東京都	山本 太郎	無所	@yamamototarou0	211,243	6,397	2	294	44
東京都	鈴木 寛	民主	@suzukan0001	10,313	4,793	3	422	23
東京都	吉良 佳子	共産	@kirayoshiko	8,517	4,718	4	785	12
比例全国	佐藤 正久	自民	@SatoMasahisa	92,233	2,884	5	387	29
比例全国	井戸川克隆	みどりの党	@idogawakatsutak	3,630	2,786	6	162	85
東京都	鈴木 信行	諸派	@ishinsya	3,055	2,432	7	73	179
比例全国	藤巻 健史	維新	@fujimaki_takesi	4,704	1,859	8	105	134
東京都	丸川 珠代	自民	@marukawatamayo	2,232	1,644	9	100	143
神奈川県	佐々木さやか	公明	@sayaka_sasaki	4,608	1,549	10	64	191

表4 フォロワーを減らした候補者

選挙区	氏名	政党	アカウント	フォロワー			ツイート	
				投票日	減少	順位	件数	順位
比例全国	渡辺 美樹	自民	@watanabe_miki	74,211	-367	1	143	100
比例全国	金子 善次郎	自民	@kanekozenjiro	9,062	-278	2	15	275
愛知県	宇田 幸生	諸派	@udakosei	332	-195	3	131	106
比例全国	川田 龍平	みん	@kawadaoffice	31,546	-23	4	286	46
愛媛県	藤岡 佳代子	みん	@fujioakakayoko	0	-16	5	42	229
比例全国	菊地 文博	みん	@kik_f	2,215	-1	6	64	191

49.13%がネット情報を参考にしたと回答した。

次にフォロワーを増やしたのは、東京選挙区で初当選した山本太郎氏（無所属）である。出口調査によると、山本氏に投票した28.91%の人がネット情報を参考にしたと回答した。これは東京選挙区的主要候補で2番目の高さである。

こうした候補者の多くは、東京や神奈川など都心部の選挙区、もしくは比例区候補で占められる。いわゆる「どぶ板」ではなく、無党派層を狙って駅前での街頭演説や挨拶攻勢が中心の「空中戦」が必要とされる選挙区と一致する。

全国から票を集める参院比例区は、17日間の選挙期間中に全国をまわるのが事実上不可能に近く、芸能人など知名度の高い著名人を擁立する戦術が常套手段で知られる。先の取材で「ネット一本のゲリラ戦」と自らの選挙戦術を語った三宅氏は、大政党が有利と言われてきた比例区で、無名の候補が躍進できる新たな武器を開拓したと言えるであろう。

5. 「落選運動」で苦戦も

ネット選挙運動解禁の大きな特徴に「落選運動」がある。候補者に関する虚偽の事項や名前を偽った通信（公選法第235条）、悪質な誹謗中傷行為（刑法第231条）に抵触しない限り、落選運動が認められた。この標的となったのが、居酒屋チェーン「ワタミ」創業者で、比例区で初当選した渡辺美樹氏（自民）である。

選挙前の6月上旬、ネット掲示板「2ちゃんねる」で「ワタミを落選させる方法」というテーマが投稿された。自民比例区候補の中で当落線上にいとされる3人の名前が挙げられ、「この3人に投票しよう」「渡辺美樹以外の候補者の名前を書いて」など

比例・ワタミを落選させる方法・選挙

1：無党派さん：2013/06/03(月) 17:14:31.90 ID:xVZF5YBX
【ワタミを落選させる方法】

比例代表の投票するときは、政党以外に個人名を書くことができます。この個人名の得票順に比例代表の名簿の当選順位が決まるはずですから、みんな渡辺美樹が下位になるようにして、比例代表の当選議席数より渡辺美樹の当選

図3 「2ちゃんねる」実際の書きこみ

と書き込まれた。新聞各紙、テレビ各局の情勢調査が報じられると、当落線上の候補者名が書き換えられた。綿密な情報収集に基づいた落選運動であったことがうかがえる。

渡辺氏も「ブラック企業」などといった批判に対しツイッターなどで反論した。だが、渡辺氏のツイッターは選挙前に比べフォロワーを367人減らした。全候補者でフォロワーを減らしたのは6人。その中でも渡辺氏が最も多い。自民党の比例当選者18人のうち16人目と苦戦した結果からも、落選運動が一定の影響を及ぼしたと考えられる。

(次号へ続く)

参考文献

総務省「インターネット選挙運動の解禁に関する情報」
<http://www.soumu.go.jp/senkyo/>

略歴

須藤 龍也 (すどう たつや)

1994年朝日新聞社入社、同社エンジニアとして新聞製作システムや選挙システムの開発に従事した後、1999年に記者職へ転向、2006年から東京本社社会部、世論調査部、選挙担当も兼任、現在の担当は経済事件、IT、サイバー攻撃など。