

政見放送の認知度に関する調査結果と考察

湯 浅 壘 道

目次

1. はじめに
2. 政見放送制度の概要と意義
3. 政見放送に関する調査結果
 - 3.1. 回答者の構成
 - 3.2. 回答の状況
 - 3.2.1. 回答の単純分布
 - 3.2.2. 政治に関する情報源
 - 3.2.3. 政見放送の認知度
4. 若干の考察

1. はじめに

政見放送とは、選挙期間中に候補者又は名簿届出政党等がラジオまたはテレビ放送で行なう政見発表のことである。

近時、インターネットの普及と技術進歩によって多様なサービスが提供されるようになった結果、当初想定していなかった形態により政見放送が視聴される場合も生まれている。その端的な例は、放映された政見放送が「YouTube」等の動画投稿サイトに投稿され視聴されるようになったことである。これらの動画投稿サイトは、単にユーザーによって投稿された動画を視聴することができるのみならず、視聴者が動画に対してコメントを投稿することで視聴者間

のコミュニケーションも可能となっている点で単なるビデオ・オン・デマンドとは異なる性質を有している。これらの動画投稿サイトに投稿された政見放送がどのような層の有権者にどの程度視聴されているかどうかは明らかではないが、動画投稿サイトに投稿された政見放送を通じて、これまで政見放送の存在を認知していなかった若者が政見放送について知るようになるという状況が生まれている可能性もある。

そこで、特に若者の政見放送に対する認知の状況について調査するため、大学生を対象とするアンケート調査を実施した。本稿においては、その結果の概要について紹介し、若干の考察を加えることとしたい。

2. 政見放送制度の概要と意義

はじめに、わが国における政見放送の導入経緯と政見放送の意義に関する議論の状況について概観しておきたい。

現在、公職選挙法の規定により、候補者又は名簿届出政党等は、日本放送協会または一般放送事業者（民間放送局）の放送設備を用いて、政見を無料で放送することができる。

また公職選挙法による政見放送のほかに、放送法45条は「協会がその設備又は受託放送事業者の設備により、公選による公職の候補者に政見放送その他選挙運動に関する放送をさせた場合において、その選挙における他の候補者の請求があつたときは、同等の条件で放送をさせなければならない。」として日本放送協会に候補者放送を義務づけている。また放送法52条は「一般放送事業者がその設備により又は他の放送事業者の設備を通じ、公選による公職の候補者に政見放送その他選挙運動に関する放送をさせた場合において、その選挙における他の候補者の請求があつたときは、料金を徴収するとしなにかかわらず、同等の条件で放送をさせなければならない。」と定め、一般放送事業者にも同様の義務を課している。ここでいう「公選による公職の候補者」は、公

職選挙法の適用のないものと解されており、具体的には農業委員会の委員の選挙、海区漁業調整委員会の委員が想定されると説明されているが、実際には農業委員会の委員の選挙や海区漁業調整委員会の委員の選挙においては、このような候補者放送は実施されていない¹。

わが国における政見放送制度は、昭和22（1948）年3月に施行された選挙運動の文書図画等の特例に関する法律²によりラジオによる政見放送が導入され、同年4月の参議院議員選挙では参議院全国選出議員の選挙のみについて候補者が政見を放送できるようになったのが端緒である。昭和22年の特例法では、政見放送は日本放送協会のラジオ放送設備を使用し、3回に限って無料で放送をすることができるものとされた。

昭和22年の特例は参議院全国選出議員の選挙のみに限定していたが、昭和23（1948）年、選挙運動の臨時特例に関する法律³が施行され、「選挙運動の文書図画等の特例に関する法律（昭和二十二年法律第十六号）は、この法律の施行後は、衆議院議員の選挙については、これを適用しない。」とされたことから、衆議院議員選挙についても政見放送が認められることとなった。

昭和25（1950）年に公職選挙法が制定され、それまで複数の法律に規定が置かれていた選挙運動関係の規制が、公職選挙法に一本化された。これに伴い従来の選挙運動の文書図画等の特例に関する法律及び選挙運動の臨時特例に関する法律は、公職選挙法の施行及びこれに伴う関係法令の整理等に関する法

1 放送法45条と52条は、「公選による公職の候補者に政見放送その他選挙運動に関する放送をさせた場合」に、「その選挙における他の候補者の請求があつたときは、同等の条件で放送をさせなければならない」とするもので、日本放送協会や一般放送事業者が候補者に政見放送その他の選挙運動に関する放送をさせた場合、他の候補者からの請求があれば同条件で他の候補者にも放送をさせなければならないとするものである。換言すれば特定の候補者だけに政見放送その他の選挙運動に関する放送をさせた場合には他の候補者にも同等の条件で放送をさせなければならないということになるが、特定の候補者だけに政見放送をさせた時点で放送の中立性に反することになるから、そもそもこのような規定が置かれていること自体に疑問があるとする議論もある。鈴木秀美・山田健太・砂川浩慶編著『放送法を読みとく』（商事法務、2009年）276頁（山本博史執筆）。

2 昭和22年法律第16号。

3 昭和23年法律第196号。

律⁴により廃止された。新たに制定された公職選挙法では、衆議院議員、参議院議員、都道府県知事及び都道府県教育委員会委員の選挙について、候補者は日本放送協会のラジオ放送設備を使用して政見放送を行うことができるように規定された⁵。また昭和27年の公職選挙法改正により、日本放送協会だけではなく一般放送事業者（民間ラジオ局）もラジオ政見放送を行うことができるようになった。

その後、昭和44（1969）年の公職選挙法改正により、テレビ政見放送が導入された⁶。現在、公職選挙法においては、150条から151条の5までに政見放送に関する規定があり、政見放送の実施の詳細な事項については、公職選挙法施行令111条の4から111条の5までに規定されている。また政見放送を行う時間や放送の回数、放送を行う事業者等については、政見放送及び経歴放送実施規程⁷に定められている。

ところで、一般にテレビやラジオ、特にテレビが有権者の意識や投票行動に与える影響がきわめて大きいことは、マスメディア、投票行動、政治意識等の各領域における各種の先行研究においてすでに明らかになっている⁸。もっとも財団法人明るい選挙推進協会の近時の調査結果によれば、有権者のテレビ

4 昭和25年法律第101号。

5 この間の経緯については、柚正夫「選挙運動の文書図画制限規定と憲法原則」法政研究38巻（1972年）411頁以下、二井関成『選挙制度の沿革』（ぎょうせい、1978年）225頁以下、柚正夫『日本選挙制度史』（九州大学出版会、1986年）251頁以下、安田充・荒川敦編『逐条解説公職選挙法（下）』（ぎょうせい、2009年）1223頁以下、佐藤令・丸本友哉「我が国の選挙運動規制の起源と沿革—大正14年普通選挙法制定の帝国議会における議論を中心に—」レファレンス平成22年11月号（2010年）6頁以下などを参照。

6 テレビ政見放送の導入経緯については、近藤操「選挙制度とテレビ—公営政見放送の実現するまで」放送学研究21巻（1970年）75頁以下、守田満「衆院選におけるテレビによる政見放送の実施について」選挙23巻4号（1970年）30頁以下、三井関成「テレビ政見放送の実施結果について」選挙時報19巻4号（1970年）12頁以下などを参照。

7 自治省告示第165号（平成6年11月29日）。

8 2009年衆議院議員選挙における有権者の投票行動に対するマスメディアの影響を分析したものとして、平野 浩「メディア接触・政治的意識・投票行動」選挙研究26巻2号（2010年）60頁以下。

9 財団法人明るい選挙推進協会『若い有権者の意識調査（第3回）—調査結果の概要—』（2010年）。

視聴頻度の低下傾向がみられ、テレビを毎日見るという有権者は全年齢層で高いものの、60歳代の96.6%をピークとして年齢が下がるにつれて低下し、20歳代では74.4%にまで低下している¹⁰。若者の間でテレビの存在感が薄れてきていることは、他の調査でも明らかになっている¹¹。

政見放送については、有権者の投票行動に与える影響としては投票方向や候補者イメージを決定する効果ではなく、すでに決定されている方向やイメージを補強する効果にとどまると評価されてきた¹²。しかし韓国においては、一般に「テレビ選挙」あるいは「メディア選挙」と呼ばれた1997年大統領選挙において、政見放送¹³がコマーシャル¹⁴やテレビ討論会¹⁵等と並んで一定の機能を果たしたとされている¹⁶。

3. 政見放送に関する調査結果

3.1. 回答者の構成

今回の調査においては、筆者らの講義を受講している九州地区の国立大学及び私立大学（合計4大学）の学生に協力を依頼して実施することとした。本来

10 財団法人明るい選挙推進協会、前注9、60頁。

11 平田明裕「若者はテレビをどう位置づけているのか」放送研究と調査2010年12月号（2010年）2頁以下。

12 政見放送が与える効果については、田中靖政「効果分析のケース・スタディ 第32回衆議院選挙のテレビ政見放送」放送学研究22号（1971年）47頁以下、選挙とテレビ研究会「テレビ政見放送と投票行動」東京大学新聞研究所紀要30号（1982年）163頁以下、荒木俊夫「投票に対するテレビ政見放送の影響—1979年・80年札幌調査を素材にして—」北大法学論集33巻1号（1982年）1頁以下などを参照。

13 韓国の公職選挙法では、政見放送について「放送演説」という語により規定されている。第71条【候補者等の放送演説】

候補者と候補者の指名する演説員は、所属政党の政綱・政策や候補者の政見その他広報に必要な事項を発表するために次の各号により選挙運動期間中、テレビ及びラジオ放送施設〔第70条（放送広告）第1項の規定による放送施設をいう。以下、この条において同じ〕を利用し演説することができる。

1. 大統領選挙

候補者と候補者が指名する演説員が各々1回20分以内でテレビ及びラジオ放送別に各11回以内

2. 比例代表国会議員選挙
政党別に比例代表国会議員候補者の中で選任された代表2名が各々1回10分以内でテレビ及びラジオ放送別に各1回
3. 選挙区国会議員選挙及び自治区・市・郡の長の選挙
候補者が1回10分以内で地域放送施設を利用しテレビ及びラジオ放送別に各2回以内
4. 比例代表市・道議員選挙
政党別に比例代表市・道議員選挙区別に当該選挙の候補者の中から選任された代表1名が1回10分以内で地域放送施設を利用しテレビ及びラジオ放送別に各1回
5. 市・道知事選挙
候補者が1回10分以内で地域放送施設を利用しテレビ及びラジオ放送別に各5回以内
2. この法律で「地域放送施設」とは、当該市・道の管轄区域内にある放送施設（道の場合、当該道の区域を放送圏域とする隣接した広域市内にある放送施設を含む）をいい、当該市・道の管轄区域内に地域放送施設がない市・道でソウル特別市に隣接する市・道の場合、ソウル特別市の中にある放送施設をいう。
3. 第70条（放送広告）第1項後段・第6項及び第8項の規定は、候補者等の放送演説にこれを準用する。
4. 第1項によりテレビ放送施設を利用した放送演説を行う場合には、候補者又は演説員が演説する様子、候補者の氏名・記号・所属政党名（当該政党を象徴するマークやシンボルの表示を含む）・経歴、演説要旨及び統計資料以外の内容が放映されてはならず、候補者又は演説員が放送演説を録画し放送しようとする時には当該放送施設を利用しなければならない。
5. 放送施設を経営又は管理する者は、第1項の規定による候補者又は演説員の演説を行う放送施設名・利用日時・時間帯等を選挙日前30日（補欠選挙等においては選挙人名簿作成期間開始日）まで管轄選挙区選挙管理委員会に通報しなければならない。
6. 選挙区選挙管理委員会は、候補者登録申請開始日前3日まで第1項の規定による演説に利用できる放送施設と日程を選挙区単位で事前に指定・公示し候補者登録申請時に候補者に通知しなければならない。
7. 大統領選挙において候補者が第1項の規定により放送施設を利用した演説をしようとする時には、利用する放送施設名・利用日時・演説をする者の氏名・所要時間・利用方法等を記載した申請書を候補者登録締切後3日（追加登録の場合は、追加登録締切日）まで中央選挙管理委員会に書面で提出しなければならない。
8. 第7項の規定により候補者（政党公認候補者はその公認政党をいう）が申請した放送施設の利用日時が互いに重複する場合には、中央選挙管理委員会がその日時を定めるが、その日時は全ての候補者に公平でなければならない。この場合、候補者がその指定の日時の24時間前までに放送施設利用契約を結ばなかった時には当該放送施設を経営・管理する者はその時間帯に別の放送を行うことができる。
9. 中央選挙管理委員会が第8項の規定により放送日時を決定したときには、これを公示し、政党又は候補者に通知しなければならない。
10. 国会議員選挙、比例代表市・道議員選挙、地方自治団体の長の選挙において候補者が第1項第2号乃至第5号の規定により放送施設を利用した演説をしようとする時には、当該放送施設を経営又は管理する者と締結した放送施設利用契約書の写本を添付し利用する放送施設名・利用日時・所要時間・利用方法等を放送日前3日まで当該選挙管理委員会に書面で申告しなければならない。
11. 放送施設を経営又は管理する者は第1項の放送施設を利用した演説に協調しなければならない、放送時間帯と放送圏域等を考慮し全ての候補者に公平でなければならない。
12. 放送法による総合有線放送事業者（報道専門編成の放送チャンネル使用事業者を含む）・中継有線放送事業者及びインターネット言論社は候補者等の放送演説を中継放送すること

ができる。この場合、放送演説を行う全ての候補者に公平でなければならない。

- 13 放送施設を利用した演説申込書の書式・重複した放送日時調整方法、その他必要な事項は中央選挙管理委員会規則で定める。
- 14 韓国の公職選挙法では、選挙運動を目的としたコマーシャルについて次のように定めている。

第70条【放送広告】

選挙運動のための放送広告は、候補者（大統領選挙において政党公認候補者と比例代表国会議員選挙の場合には候補者を公認した政党をいう。以下この条において同じ。）が次の各号により選挙運動期間中所属政党の政綱・政策又は候補者の政見その他の広報に必要な事項をテレビ及びラジオ放送施設〔放送法〕による放送事業者が管理・運営する無線局及び総合有線放送局（報道専門編成の放送チャンネル使用業者のチャンネルを含む）をいう。以下この条において同じ〕を利用し実施することができるが、広告時間は1回1分を超えることができない。この場合、広告回数の計算においては再放送を含むが、一つのテレビ又はラジオ放送施設を選定し当該放送網を同時に利用することは1回とみなす。

1. 大統領選挙

テレビ及びラジオ放送別に各30回以内

2. 比例代表国会議員選挙

テレビ及びラジオ放送別に各15回以内

3. 市・道知事選挙

地域放送施設を利用しテレビ及びラジオ放送別に各5回以内

2 削除

- 3 第1項の規定による広告を実施する放送施設の経営者は放送広告の日時と広告内容等を中央選挙管理委員会規則が定めるところにより管轄選挙区選挙管理委員会に通知しなければならない。

- 4 第1項の放送広告は「放送法」第73条（放送広告等）第2項及び第5項の規定を適用しない。

- 5 放送施設を経営又は管理する者は第1項の放送広告の実施に際して放送時間帯と放送圏域等を考慮し全ての候補者に公平に行わなければならない。候補者が申請した放送施設の利用日時が互いに重複する場合には放送日時の調整は中央選挙管理委員会規則が定めるところによる。

- 6 候補者は、第1項の規定による放送広告において聴覚障害選挙人のために手話又は字幕を放映することができる。

7 削除

- 8 第1項の規定による放送広告を行う放送施設を経営・管理する者は、その広告費用の算定において選挙期間中に同じ放送時間帯に広告する商業・文化その他の各種広告の料金の中の最低料金を超過して候補者に請求または受領してはならない。

- 15 韓国の公職選挙法では、テレビ討論会の開催について次のように定めている。

第82条の2【選挙放送討論委員会主管の対談・討論会】

中央選挙放送討論委員会は、大統領及び比例代表国会議員選挙において選挙運動期間中に次の各号で定めるところにより対談・討論会を開催しなければならない。

1. 大統領選挙

候補者の中から1人又は数人を招請し3回以上

2. 比例代表国会議員選挙

当該政党の代表者が比例代表国会議員候補者又は選挙運動を行うことができる者（選挙区国会議員候補者は除く）の中から指定する1人又は数人を招請し2回以上

- 2 市・道選挙放送討論委員会は市・道知事選挙及び比例代表市・道議員選挙において選挙運動期間中に次の各号で定めるところにより対談・討論会を開催しなければならない。

は広い範囲を対象地域として対象者の無作為抽出を行うことが理想的であるが、調査実施費用及び時間の制約があり、やむをえず学生アンケートの形式を採用したものである。調査は、上記各大学の学生468名にアンケート用紙を配布し、記入後に直接回収する方法により実施した。このため有効回答数は458となり、回答率は97.9%となった。調査時期は、平成22年10月から平成23年1月である。回答者の年齢別、性別の構成は、次のとおりである。

-
1. 市・道知事選挙
候補者の中から1人又は数人を招請し1回以上
 2. 比例代表市・道議員選挙
当該政党の代表者が比例代表市・道議員候補者又は選挙運動を行うことができる者（選挙区市・道議員候補者は除く）の中から指定する1人又は数人を招請し1回以上
 3. 区・市・郡選挙放送討論委員会は選挙運動期間中に選挙区国会議員選挙及び自治区・市・郡の長の選挙の候補者を招請し1回以上の対談・討論会又は合同放送演説会を開催しなければならない。この場合、合同放送演説会の演説時間は候補者毎に10分以内の範囲で均等に割り当てなければならない。
 4. 各級選挙放送討論委員会は第1項乃至第3項の対談・討論会を開催するときには、次の各号のいずれかに該当する候補者を対象に開催する。この場合、各級選挙放送討論委員会から招請を受けた候補者は正当な事由がない限りその対談・討論会に参加しなければならない。
 1. 大統領選挙
 - a. 国会に5人以上の所属議員を持つ政党が公認した候補者
 - b. 直近の大統領選挙、比例代表国会議員選挙、比例代表市・道議員選挙又は比例代表自治区・市・郡議員選挙で全国有効投票総数の100分の3以上を得票した政党が公認した候補者
 - c. 中央選挙管理委員会規則が定めるところによって言論機関が選挙期間開始日前30日から選挙期間開始日前日までの間に実施し公表した世論調査結果を平均した支持率が100分の5以上の候補者
 2. 比例代表国会議員選挙及び比例代表市・道議員選挙
 - a. 第1項a目又はb目に該当する政党の代表者が指定する候補者
 - b. 第1項c目による世論調査結果を平均し100分の5以上の支持を得た政党の代表者が指定する候補者
 3. 選挙区国会議員選挙及び地方自治団体の長の選挙
 - a. 第1項a目又はb目に該当する政党が公認した候補者
 - b. 直近4年以内に当該選挙区（選挙区の区域が変更され変更された区域が直近選挙の区域と重なる場合を含む）で実施された大統領選挙、選挙区国会議員選挙又は地方自治団体の長の選挙（その補欠選挙等を含む）に立候補し有効投票総数の100分の10以上を得票した候補者
 - c. 第1項c目による世論調査結果を平均した支持率が100分の5以上の候補者
- (以下略)
16. 高選主「韓国の大統領選挙における「テレビ選挙」の分析」日本社会情報学会会誌12巻1号(2000年)57頁以下。

表 1 年齢別の回答者の構成

| | | 人数 | パーセント |
|----|----|-----|-------|
| 年齢 | 18 | 73 | 15.9 |
| | 19 | 206 | 45.0 |
| | 20 | 74 | 16.2 |
| | 21 | 70 | 15.3 |
| | 22 | 35 | 7.6 |
| | 合計 | 458 | 100.0 |

表 2 性別の回答者の構成

| | | 人数 | パーセント |
|----|----|-----|-------|
| 性別 | 女性 | 113 | 24.7 |
| | 男性 | 345 | 75.3 |
| | 合計 | 458 | 100.0 |

表 3 性別・年齢別の回答者の構成

| | | 年齢 | | | | | 合計 |
|----|----|----|-----|----|----|----|-----|
| | | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | |
| 性別 | 女性 | 25 | 52 | 14 | 12 | 10 | 113 |
| | 男性 | 48 | 154 | 60 | 58 | 25 | 345 |
| 合計 | | 73 | 206 | 74 | 70 | 35 | 458 |

3.2. 回答の状況

3.2.1. 回答の単純分布

今回の調査では、主として政治・経済にどの程度の関心があるか、政治・経済に関する情報をどこから得ているか、政見放送についてどの程度の知識があるかという三つの観点から設問を設定した。設問肢は次のとおりとし、それぞれの設問に対して、①全くそう思わない、②あまりそう思わない、③どちらともいえない、④まあそう思う、⑤とてもそう思う、のいずれかの回答肢を選択して回答する方式とした。

1. 経済のうごきに関心がある

2. 政治のうごきや選挙に関心がある
3. 選挙のときには、かならず投票に行く（※まだ選挙権がない方は、かならず投票に行くつもり）
4. 自分が支持している政党がある
5. 政治に関する情報は、主にテレビから得る
6. 政治に関する情報は、主にパソコンでアクセスしてインターネットから得る
7. 政治に関する情報は、主に携帯電話でアクセスしてインターネットから得る
8. 政治に関する情報は、主に新聞から得る
9. 選挙のときは、選挙ポスターをよく見る
10. 選挙のときは、選挙公報をよく見る
11. 選挙のときは、候補者のホームページ（ブログやツイッターも含む）をよく見る
12. ブログをよく利用する
13. ツイッターをよく利用する
14. Mixi、Gree、Facebookその他のSNSをよく利用する
15. 「政見放送」について知っている
16. 「政見放送」を見たり聞いたりする
17. 「政見放送」制度は、今後も継続した方がよい

それぞれの設問に対する回答の単純分布は次のとおりである。

表 4 1 経済関心

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 48 | 10.5 |
| あまりそう思わない | 109 | 23.8 |
| どちらともいえない | 141 | 30.8 |
| まあそう思う | 112 | 24.5 |
| とてもそう思う | 37 | 8.1 |
| 計 | 447 | 97.6 |
| 無回答 | 11 | 2.4 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表 5 2 政治選挙関心

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 53 | 11.6 |
| あまりそう思わない | 107 | 23.4 |
| どちらともいえない | 156 | 34.1 |
| まあそう思う | 107 | 23.4 |
| とてもそう思う | 23 | 5.0 |
| 計 | 446 | 97.4 |
| 無回答 | 12 | 2.6 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表 6 3 投票義務感

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 56 | 12.2 |
| あまりそう思わない | 51 | 11.1 |
| どちらともいえない | 131 | 28.6 |
| まあそう思う | 120 | 26.2 |
| とてもそう思う | 86 | 18.8 |
| 計 | 444 | 96.9 |
| 無回答 | 14 | 3.1 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表 7 4 支持政党有

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 196 | 42.8 |
| あまりそう思わない | 79 | 17.2 |
| どちらともいえない | 123 | 26.9 |
| まあそう思う | 31 | 6.8 |
| とてもそう思う | 16 | 3.5 |
| 計 | 445 | 97.2 |
| 無回答 | 13 | 2.8 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表 8 5 政治情報源TV

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 38 | 8.3 |
| あまりそう思わない | 41 | 9.0 |
| どちらともいえない | 84 | 18.3 |
| まあそう思う | 164 | 35.8 |
| とてもそう思う | 117 | 25.5 |
| 計 | 444 | 96.9 |
| 無回答 | 14 | 3.1 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表 9 6 政治情報源PC

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 69 | 15.1 |
| あまりそう思わない | 100 | 21.8 |
| どちらともいえない | 145 | 31.7 |
| まあそう思う | 94 | 20.5 |
| とてもそう思う | 38 | 8.3 |
| 計 | 446 | 97.4 |
| 無回答 | 12 | 2.6 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表10 7 政治情報源携帯

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 110 | 24.0 |
| あまりそう思わない | 127 | 27.7 |
| どちらともいえない | 134 | 29.3 |
| まあそう思う | 61 | 13.3 |
| とてもそう思う | 15 | 3.3 |
| 計 | 447 | 97.6 |
| 無回答 | 11 | 2.4 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表11 8 政治情報源新聞

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 108 | 23.6 |
| あまりそう思わない | 114 | 24.9 |
| どちらともいえない | 130 | 28.4 |
| まあそう思う | 75 | 16.4 |
| とてもそう思う | 20 | 4.4 |
| 計 | 447 | 97.6 |
| 無回答 | 11 | 2.4 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表12 9 ポスター

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 69 | 15.1 |
| あまりそう思わない | 73 | 15.9 |
| どちらともいえない | 131 | 28.6 |
| まあそう思う | 117 | 25.5 |
| とてもそう思う | 55 | 12.0 |
| 計 | 445 | 97.2 |
| 無回答 | 13 | 2.8 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表13 10 選挙公報

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 92 | 20.1 |
| あまりそう思わない | 90 | 19.7 |
| どちらともいえない | 157 | 34.3 |
| まあそう思う | 77 | 16.8 |
| とてもそう思う | 25 | 5.5 |
| 計 | 441 | 96.3 |
| 無回答 | 17 | 3.7 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表 14 11 候補者ホームページ

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 218 | 47.6 |
| あまりそう思わない | 83 | 18.1 |
| どちらともいえない | 113 | 24.7 |
| まあそう思う | 27 | 5.9 |
| とてもそう思う | 6 | 1.3 |
| 計 | 447 | 97.6 |
| 無回答 | 11 | 2.4 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

政見放送の認知度に関する調査結果と考察

表15 12 ブログ利用

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 120 | 26.2 |
| あまりそう思わない | 67 | 14.6 |
| どちらともいえない | 103 | 22.5 |
| まあそう思う | 75 | 16.4 |
| とてもそう思う | 81 | 17.7 |
| 計 | 446 | 97.4 |
| 無回答 | 12 | 2.6 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表16 13 ツイッター利用

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 244 | 53.3 |
| あまりそう思わない | 64 | 14.0 |
| どちらともいえない | 83 | 18.1 |
| まあそう思う | 29 | 6.3 |
| とてもそう思う | 27 | 5.9 |
| 計 | 447 | 97.6 |
| 無回答 | 11 | 2.4 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表 17 14 SNS利用

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 150 | 32.8 |
| あまりそう思わない | 57 | 12.4 |
| どちらともいえない | 104 | 22.7 |
| まあそう思う | 44 | 9.6 |
| とてもそう思う | 91 | 19.9 |
| 計 | 446 | 97.4 |
| 無回答 | 12 | 2.6 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表18 15 政見放送認知

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 192 | 41.9 |
| あまりそう思わない | 87 | 19.0 |
| どちらともいえない | 110 | 24.0 |
| まあそう思う | 42 | 9.2 |
| とてもそう思う | 16 | 3.5 |
| 計 | 447 | 97.6 |
| 無回答 | 11 | 2.4 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表19 16 政見放送視聴

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 195 | 42.6 |
| あまりそう思わない | 89 | 19.4 |
| どちらともいえない | 122 | 26.6 |
| まあそう思う | 32 | 7.0 |
| とてもそう思う | 7 | 1.5 |
| 計 | 445 | 97.2 |
| 無回答 | 13 | 2.8 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

表20 17 政見放送継続

| | 人数 | % |
|-----------|-----|-------|
| 全くそう思わない | 80 | 17.5 |
| あまりそう思わない | 70 | 15.3 |
| どちらともいえない | 230 | 50.2 |
| まあそう思う | 45 | 9.8 |
| とてもそう思う | 21 | 4.6 |
| 計 | 446 | 97.4 |
| 無回答 | 12 | 2.6 |
| 合計 | 458 | 100.0 |

3.2.2. 政治に関する情報源

今回の調査においては、回答者がどこから政治に関する情報を得ているのかについて聞いたところ、主としてテレビとパソコンから得ているという回答者が多いことが明らかとなった。政治に関する情報をテレビから得ているかという問に対しては、「まあそう思う」と答えた回答者と「とてもそう思う」と答えた回答者で約半数を占めており、パソコンから得ているかという問に対しても同様であった。これに対して、政治に関する情報を携帯や新聞から得ているという回答はかならずしも多くなく、若者の間における携帯電話のきわめて高い普及状況を考えるとやや意外な感もあった。もっとも、携帯電話については、今後のスマートフォンの普及などによって状況が変化することも考えられる。

表21 政治に関する情報源

| | 政治情報源テレビ | | 政治情報源PC | | 政治情報源携帯 | | 政治情報源新聞 | |
|---------------|----------|-------|---------|-------|---------|-------|---------|-------|
| | 人数 | パーセント | 人数 | パーセント | 人数 | パーセント | 人数 | パーセント |
| 全くそう 思わない | 38 | 8.3 | 38 | 8.3 | 110 | 24.0 | 108 | 23.6 |
| あまりそう 思わない | 41 | 9.0 | 41 | 9.0 | 127 | 27.7 | 114 | 24.9 |
| どちらとも いえない | 84 | 18.3 | 84 | 18.3 | 134 | 29.3 | 130 | 28.4 |
| まあそう 思う | 164 | 35.8 | 164 | 35.8 | 61 | 13.3 | 75 | 16.4 |
| とてもそう 思う | 117 | 25.5 | 117 | 25.5 | 15 | 3.3 | 20 | 4.4 |
| 合計 | 444 | 96.9 | 444 | 96.9 | 447 | 97.6 | 447 | 97.6 |
| 無回答 | 14 | 3.1 | 14 | 3.1 | 11 | 2.4 | 11 | 2.4 |
| | 458 | 100.0 | 458 | 100.0 | 458 | 100.0 | 458 | 100.0 |

3.2.3. 政見放送の認知度

今回の調査においては、全体的に政見放送制度についての認知度は高いとはいえないという結果となった（表18）。

「政見放送」について知っている、「政見放送」を見たり聞いたりするという問に対して、それぞれ約4割の回答者が「全くそう思わない」と回答しており、「あまりそう思わない」と答えた回答者を加えると、約6割の回答者が政見放送制度についてよく知らないという結果となっている。また「政見放送制度は、今後も継続した方がよいかどうか」についての問に対しては、約半数の回答者が「どちらともいえない」と回答しているが、これは政見放送制度そのものをよく知らないため、制度継続の是非について回答のしようがなかった回答者が多かったものと思われる。

政見放送制度に対する認知度と性別の関係をみると、女性のほうがやや認知度が低い傾向が見られる。

表22 性別と政見放送認知のクロス表

| | | | 政見放送認知 | | | | | 合計 |
|----|----|------|--------------|---------------|---------------|------------|-------------|--------|
| | | | 全くそう 思わない | あまりそう 思わない | どちらとも いえない | まあそう 思う | とてもそう 思う | |
| 性別 | 女性 | 人 数 | 62 | 23 | 17 | 4 | 5 | 111 |
| | | 性別の% | 55.9% | 20.7% | 15.3% | 3.6% | 4.5% | 100.0% |
| | 男性 | 人 数 | 130 | 64 | 93 | 38 | 11 | 336 |
| | | 性別の% | 38.7% | 19.0% | 27.7% | 11.3% | 3.3% | 100.0% |
| 合計 | | 人 数 | 192 | 87 | 110 | 42 | 16 | 447 |
| | | 性別の% | 43.0% | 19.5% | 24.6% | 9.4% | 3.6% | 100.0% |

表23 年齢と政見放送認知のクロス表

| | | | 政見放送認知 | | | | | 合計 |
|----|----|------|--------------|---------------|---------------|------------|-------------|--------|
| | | | 全くそう 思わない | あまりそう 思わない | どちらとも いえない | まあそう 思う | とてもそう 思う | |
| 年齢 | 18 | 人 数 | 35 | 16 | 13 | 4 | 5 | 73 |
| | | 年齢の% | 47.9% | 21.9% | 17.8% | 5.5% | 6.8% | 100.0% |
| | 19 | 人 数 | 93 | 39 | 48 | 15 | 7 | 202 |
| | | 年齢の% | 46.0% | 19.3% | 23.8% | 7.4% | 3.5% | 100.0% |
| | 20 | 人 数 | 26 | 13 | 21 | 10 | 1 | 71 |
| | | 年齢の% | 36.6% | 18.3% | 29.6% | 14.1% | 1.4% | 100.0% |
| | 21 | 人 数 | 26 | 16 | 18 | 6 | 2 | 68 |
| | | 年齢の% | 38.2% | 23.5% | 26.5% | 8.8% | 2.9% | 100.0% |
| | 22 | 人 数 | 12 | 3 | 10 | 7 | 1 | 33 |
| | | 年齢の% | 36.4% | 9.1% | 30.3% | 21.2% | 3.0% | 100.0% |
| 合計 | | 人 数 | 192 | 87 | 110 | 42 | 16 | 447 |
| | | 年齢の% | 43.0% | 19.5% | 24.6% | 9.4% | 3.6% | 100.0% |

また政見放送制度の認知度と年齢との関係を見ると、年齢が上がると同時に認知度は若干上がっているが、その分、どちらともいえないという回答者も増えており、年齢が上がるからといって政見放送制度に対する認知度が高くなるとはかならずしもいえないという結果となっている。

また、政治や選挙への関心と政見放送制度に対する認知度との関係をみると、政治や選挙への関心の度合いが高い回答者ほど政見放送に対する認知度も高い傾向にあることがわかる。逆に、政治や選挙に対する関心があるかという問に対して「全くそう思わない」と答えた回答者のうち、政見放送に対する認知についても「全くそう思わない」と答えた回答者が83%となっており、政治や選挙に対する関心と政見放送制度に対する認知度については正の相関関係があることをうかがわせる。

表24 政治選挙関心と政見放送認知 のクロス表

| | | | 政見放送認知 | | | | | 合計 |
|----------------|---------------|--------------|--------------|---------------|---------------|------------|-------------|--------|
| | | | 全くそう 思わない | あまりそう 思わない | どちらとも いえない | まあそう 思う | とてもそう 思う | |
| 政 治 選 挙 関 心 | 全くそう 思わない | 人 数 | 44 | 3 | 5 | 1 | 0 | 53 |
| | | 政治選挙 関心の% | 83.0% | 5.7% | 9.4% | 1.9% | 0% | 100.0% |
| | あまりそう 思わない | 人 数 | 60 | 36 | 8 | 3 | 0 | 107 |
| | | 政治選挙 関心の% | 56.1% | 33.6% | 7.5% | 2.8% | 0% | 100.0% |
| | どちらとも いえない | 人 数 | 57 | 27 | 63 | 5 | 4 | 156 |
| | | 政治選挙 関心の% | 36.5% | 17.3% | 40.4% | 3.2% | 2.6% | 100.0% |
| | まあそう 思う | 人 数 | 27 | 19 | 26 | 29 | 6 | 107 |
| | | 政治選挙 関心の% | 25.2% | 17.8% | 24.3% | 27.1% | 5.6% | 100.0% |
| 合 計 | | 人 数 | 191 | 87 | 110 | 42 | 16 | 446 |
| | | 政治選挙 関心の% | 42.8% | 19.5% | 24.7% | 9.4% | 3.6% | 100.0% |

また、政治に関する情報の入手源と政見放送制度の認知度との関係について

は、新聞から主に政治に関する情報を得ている回答者、携帯電話から主に政治に関する情報を得ている回答者の間では、政見放送制度の認知度が低い傾向がみられる。しかし全体的には、あまり顕著な特色は見られない。

表25 政治情報源テレビと政見放送認知 のクロス表

| | | | 政見放送認知 | | | | | 合計 |
|-----------------------|-------------------|----------------|--------------|---------------|---------------|------------|-------------|--------|
| | | | 全くそう 思わない | あまりそう 思わない | どちらとも いえない | まあそ う思う | とてもそ う思う | |
| 政 治 情 報 源 テ レ ビ | 全くそう 思わない | 人 数 | 30 | 2 | 5 | 0 | 1 | 38 |
| | | 政治情報源 テレビの% | 78.9% | 5.3% | 13.2% | 0% | 2.6% | 100.0% |
| | あまりそ う思わな い | 人 数 | 11 | 19 | 2 | 8 | 1 | 41 |
| | | 政治情報源 テレビの% | 26.8% | 46.3% | 4.9% | 19.5% | 2.4% | 100.0% |
| | どちらと もいえな い | 人 数 | 16 | 10 | 51 | 6 | 1 | 84 |
| | | 政治情報源 テレビの% | 19.0% | 11.9% | 60.7% | 7.1% | 1.2% | 100.0% |
| | まあそ う思 う | 人 数 | 72 | 38 | 29 | 21 | 4 | 164 |
| | | 政治情報源 テレビの% | 43.9% | 23.2% | 17.7% | 12.8% | 2.4% | 100.0% |
| | とても そう思 う | 人 数 | 62 | 17 | 22 | 7 | 9 | 117 |
| | | 政治情報源 テレビの% | 53.0% | 14.5% | 18.8% | 6.0% | 7.7% | 100.0% |
| 合計 | | 人 数 | 191 | 86 | 109 | 42 | 16 | 444 |
| | | 政治情報源 テレビの% | 43.0% | 19.4% | 24.5% | 9.5% | 3.6% | 100.0% |

表26 政治情報源PCと政見放送認知のクロス表

| | | | 政見放送認知 | | | | | 合計 |
|---------------|---------------------|---------------|--------------|---------------|---------------|------------|-------------|--------|
| | | | 全くそう 思わない | あまりそう 思わない | どちらとも いえない | まあそう 思う | とてもそう 思う | |
| 政 治 情 報源PC | 全くそう 思わない | 人 数 | 51 | 6 | 8 | 3 | 1 | 69 |
| | | 政治情報源 PCの% | 73.9% | 8.7% | 11.6% | 4.3% | 1.4% | 100.0% |
| | あまりそ う思わ ない | 人 数 | 57 | 32 | 7 | 4 | 0 | 100 |
| | | 政治情報源 PCの% | 57.0% | 32.0% | 7.0% | 4.0% | 0% | 100.0% |
| | どちらと もいえ ない | 人 数 | 47 | 22 | 63 | 9 | 4 | 145 |
| | | 政治情報源 PCの% | 32.4% | 15.2% | 43.4% | 6.2% | 2.8% | 100.0% |
| | まあそ う思 う | 人 数 | 27 | 22 | 20 | 21 | 4 | 94 |
| | | 政治情報源 PCの% | 28.7% | 23.4% | 21.3% | 22.3% | 4.3% | 100.0% |
| | とても そう 思 う | 人 数 | 9 | 5 | 12 | 5 | 7 | 38 |
| | | 政治情報源 PCの% | 23.7% | 13.2% | 31.6% | 13.2% | 18.4% | 100.0% |
| 合 計 | | 人 数 | 191 | 87 | 110 | 42 | 16 | 446 |
| | | 政治情報源 PCの% | 42.8% | 19.5% | 24.7% | 9.4% | 3.6% | 100.0% |

表27 政治情報源携帯と政見放送認知のクロス表

| | | | 政見放送認知 | | | | | 合計 |
|-------------|-------------------|---------------|--------------|---------------|---------------|------------|-------------|-----|
| | | | 全くそう 思わない | あまりそう 思わない | どちらとも いえない | まあそう 思う | とてもそう 思う | |
| 政治情報 源携帯 | 全くそう 思わない | 人 数 | 81 | 14 | 11 | 2 | 2 | 110 |
| | | 政治情報源 携帯の% | 73.6% | 12.7% | 10.0% | 1.8% | 1.8% | |
| | あまりそ う思わな い | 人 数 | 61 | 41 | 15 | 9 | 1 | 127 |
| | | 政治情報源 携帯の% | 48.0% | 32.3% | 11.8% | 7.1% | .8% | |
| | どちらと もいえな い | 人 数 | 31 | 20 | 67 | 10 | 6 | 134 |
| | | 政治情報源 携帯の% | 23.1% | 14.9% | 50.0% | 7.5% | 4.5% | |
| | まあそう 思う | 人 数 | 17 | 10 | 14 | 17 | 3 | 61 |
| | | 政治情報源 携帯の% | 27.9% | 16.4% | 23.0% | 27.9% | 4.9% | |
| | とてもそ う思う | 人 数 | 2 | 2 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| | | 政治情報源 携帯の% | 13.3% | 13.3% | 20.0% | 26.7% | 26.7% | |
| 合計 | | 人 数 | 192 | 87 | 110 | 42 | 16 | 447 |
| | | 政治情報源 携帯の% | 43.0% | 19.5% | 24.6% | 9.4% | 3.6% | |

表28 政治情報源新聞と政見放送認知のクロス表

| | | | 政見放送認知 | | | | | 合計 |
|-------------|-------------------|---------------|--------------|---------------|---------------|------------|-------------|--------|
| | | | 全くそう 思わない | あまりそう 思わない | どちらとも いえない | まあそう 思う | とてもそう 思う | |
| 政治情報 源携帯 | 全くそう 思わない | 人 数 | 83 | 16 | 4 | 2 | 3 | 108 |
| | | 政治情報 源新聞の% | 76.9% | 14.8% | 3.7% | 1.9% | 2.8% | 100.0% |
| | あまりそ う思わな い | 人 数 | 53 | 38 | 13 | 9 | 1 | 114 |
| | | 政治情報 源新聞の% | 46.5% | 33.3% | 11.4% | 7.9% | .9% | 100.0% |
| | どちらと もいえな い | 人 数 | 32 | 16 | 71 | 10 | 1 | 130 |
| | | 政治情報 源新聞の% | 24.6% | 12.3% | 54.6% | 7.7% | .8% | 100.0% |
| | まあそう 思う | 人 数 | 20 | 14 | 19 | 17 | 5 | 75 |
| | | 政治情報 源新聞の% | 26.7% | 18.7% | 25.3% | 22.7% | 6.7% | 100.0% |
| | とてもそ う思う | 人 数 | 4 | 3 | 3 | 4 | 6 | 20 |
| | | 政治情報 源新聞の% | 20.0% | 15.0% | 15.0% | 20.0% | 30.0% | 100.0% |
| 合計 | | 人 数 | 192 | 87 | 110 | 42 | 16 | 447 |
| | | 政治情報 源新聞の% | 43.0% | 19.5% | 24.6% | 9.4% | 3.6% | 100.0% |

4. 若干の考察

今回の調査において明らかとなったのは、大学生の間では政見放送制度についての認知度は高いとはいえないということであった。もとより今回の調査では回答者が九州地域の特定大学に在籍している学生に限られていることから、この調査結果から読み取ることができる内容には一定の限界が存在しており、本調査結果からただちに若者の間における政見放送の認知度の低さが一般的に示されるわけではない。対象地域や大学を変えて調査を実施した場合には、今回とは異なる結果が出現する可能性もある。しかし、今回の調査において政見

放送制度を知らない、政見放送を見たことがないという回答者が約6割も存在していることから、調査の条件や方法を変えたとしても、政見放送に対する若者の認知度が高いという結果が出てくることは考えにくいと思われる。

ところで前述したとおり、近時放映された政見放送が「YouTube」等の動画投稿サイトに投稿され視聴されるケースが増えているため、問題視されるようになってきている。

政見放送自体は、著作権法40条が定める「公開して行われた政治上の演説又は陳述」にあたる。同条2項は「国又は地方公共団体の機関において行われた公開の演説又は陳述は、前項の規定によるものを除き、報道の目的上正当と認められる場合には、新聞紙若しくは雑誌に掲載し、又は放送し、若しくは有線放送することができる。」と規定し、3項は「前項の規定により放送され、又は有線放送される演説又は陳述は、受信装置を用いて公に伝達することができる。」と定めているから、政見放送については、「当該放送を受信して同時に専ら当該放送に係る放送対象地域において受信されることを目的として自動公衆送信を行うことができる」¹⁷と解される。

問題となるのは、選挙期間中に当該選挙に立候補している候補者等の政見放送が動画投稿サイトに投稿される場合である。これについて、平成19(2007)年統一地方選挙において東京都選挙管理委員会は、特定の候補者の政見放送だけがいつでも自由に閲覧できることは候補者間の不公平を招くという理由で、動画投稿サイト「AmebaVision」と「YouTube」に対して投稿された政見放送動画の削除を申し入れたという¹⁸。公職選挙法は、候補者等の政見放送を動画投稿サイトへ投稿(自動公衆送信)することについての明文規定を欠くが、選挙期間中に立候補者等の政見放送が動画投稿サイトに投稿されたときに問題となるのは、公職選挙法150条5項の「それぞれの選挙ごとに当該選挙区(選挙区がないときは、その区域)のすべての公職の候補者に対して、同一放送設

17 岡村久道『著作権法』(2010年、商事法務)269-270頁。

18 『読売新聞』平成19年4月5日、『東京新聞』平成19年4月5日。

備を使用し、同一時間数（衆議院比例代表選出議員の選挙にあつては当該選挙区における当該衆議院名簿届出政党等の衆議院名簿登載者の数、参議院比例代表選出議員の選挙にあつては参議院名簿登載者の数に応じて政令で定める時間数）を与える等同等の利便を提供しなければならない。」という規定との抵触の可能性であろう。

しかし、公職選挙法150条5項の「同一放送設備を使用し、同一時間数（中略）を与える等同等の利便を提供しなければならない」とする規定から、特定の候補者の政見放送だけがいつでも自由に閲覧できることは候補者間の不公平を招くという理由によって、政見放送を視聴しこれを録画した有権者等が動画投稿サイトに投稿する行為を禁じたり、動画投稿サイトがこれらの動画を削除する義務が生じたりする規範内容が生じるであろうか。

動画投稿サイトで特定の候補者の政見放送を通じた政治上の演説だけが自由に閲覧できることが候補者間の不公平を招くのであれば、それは政見放送の放映時間が固定されている（したがって有権者は任意の時間帯に任意の候補者等の政権放送を視聴することができない）のに対して動画投稿サイトの場合は有権者が任意の時間帯に任意の候補者等の政見放送の動画を選択して自主的に視聴することができるので、結果として特定候補者だけ露出機会が増えることになるから不公平であるという論理に依拠することになる。しかし、結果として特定候補者だけ露出機会が増えるから不公平であるという論理に立てば、たとえば選挙運動期間中にテレビの報道番組やワイドショー番組において各候補者や政党の党首等が演説している場面を放映する場合にすべての候補者や政党の党首等に対して全く同一の時間を配分せずに放映していることについても特定候補者だけ露出機会（時間）が増えるから不公平であるということになるはずである。この場合テレビは放送法により政治的中立性を課せられているが、動画投稿サイトにはそれが無いから、政治的中立性が担保されないことが問題というのであろうか。

動画投稿サイトに投稿された政見放送がどのような層の有権者にどの程度視

聴されているかどうかは明らかではないが、動画投稿サイトに投稿された政見放送を通じて、これまで政見放送の存在を認知していなかった若者が政見放送について知るようになるという状況が生まれる可能性もある。またテレビ視聴頻度やテレビ視聴時間が低下することによって、今後「一日のうちの特定時間に特定の放送局のテレビにチャンネルを合わせることが生活の習慣となっており、そこにたまたま政見放送が放映されていた」¹⁹のために政権放送を視聴する機会を得る有権者は減少する可能性があるほか、放送自体においても、すでに日本放送協会や民間事業者がオン・デマンド放送を試験的に行っており、著作物の私的利用というオン・デマンド放送について指摘される問題点²⁰とは別の観点から政見放送のオン・デマンド放送の可否について検討する必要がある。

このような近時の事情を踏まえるならば、政見放送の動画投稿サイトへの投稿についても、むしろそれによって政見放送制度自体の認知を高めるという観点からの再検討も必要と思われる。またわが国では政見放送制度は選挙公営の一環として位置づけられているが、海外においても政見放送は選挙運動に要する費用を引き下げる手段として評価されている²¹。アメリカにおいては、近時ホームページによる小口政治献金の呼びかけや電子メール、携帯電話のショートメッセージ（テキストメッセージ）、ブログ等の利用によって選挙運動が変革されつつあり²²、最近では画像共有サイト、ソーシャル・ネットワーキングサービス、ツイッター等の利用も一般化しているが²³、選挙運動費用の高騰が問題となり、結果的にインターネットの利用により選挙運動費用が増加しているために、政見放送制度に相当する無料放送時間（free air time）制度を導入することも一部で強力に主張されている²⁴。

19 荒木、前注12、6-7頁。

20 オンデマンド放送の著作権法上の問題点について、さしあたり Hazucha Branislav、佐藤豊訳「ロクラク事件とオンデマンド放送：新技術とオンラインサービスの規制における法、市場、裁判所の役割」知的財産法政策学研究26巻（2010年）113頁以下。

21 諸外国における政見放送制度については、長尾一紘「ドイツにおける政見放送の自由」法学新報103巻2・3号（1997年）163頁以下、小川元「フランス及びカナダの政見放送制度」レファレンス32巻10号（1982年）119頁以下などを参照。

公職選挙法については、これまでも条文の規定が複雑であること、選挙運動に対して広範かつ詳細な規制を加えていること等を理由として抜本的な改正の必要が唱えられているが、選挙運動における情報通信技術の利用によって公職選挙法の見直しの必要性は大きくなっており、その際には政見放送制度をインターネット時代においてどのように位置づけることが適当であるかについての検討も行う必要がある。本稿ではその具体的な姿を構想するには至らなかったが、今後の筆者の課題として擱筆することにした。

※本稿は、平成21年度財団法人放送文化基金助成・援助「放送・通信の融合時代における政見放送のあり方と選挙関係放送・通信規制の再検討」の研究成果の一部である。なおアンケート調査の実施にあたっては山本順之・九州国際大学社会文化研究所助手、韓国の公職選挙法の訳出にあたっては金泳坤・安養大学校特任教授のご協力を得たことを記して感謝申し上げる。

22 さしあたり次を参照。Bruce A. Binber & Richard Davis, *Campaigning Online: The Internet in U.S. Elections* (2003), Bruce A. Ackerman & Ian Ayres, *Voting With Dollars: A New Paradigm for Campaign Finance* (2004), Grant Kippen & Gordon Jenkins, *The Challenge of E-Democracy for Political Parties*, IN Peter M. Shane ed, *Democracy Online* 253-263 (2004), Eben Moglen & Pamela Karlan, *Soul of a New Political Machine: The Online, the Color Line and the Electronic Democracy*, 34 Loy. L.A. L. Rev. 1089 (2001), Michael Alvarez & Jonathan Nagler, *The Likely Consequences of Internet Voting for Political Representation*, 34 Loy.L.A.L.Rev. 2000 1115 (2001).

23 詳細については、湯浅塾道「アメリカにおけるインターネット選挙運動の規制」『九州国際大学法学論集』17巻1号（2010年）71頁以下参照。

24 アメリカにおける政見放送制度導入に関する議論として、Kari Garcia, *Broadcasting Democracy: Why America's Political Candidates Need Free Airtime*, 17 COMMLAW CONSPETUS 267 (2008). ただし政見放送制度を導入したとしても選挙運動費用高騰防止効果は薄いとする意見もあり、たとえば John Samples and Adam D. Thierer, *Why Subsidize the Soapbox?: The McCain Free Airtime Proposal and the Future of Broadcasting*, 480 CATO Institute Policy Analysis 1 (2003).