

Voters

特集

政治・選挙の世論調査

- ▶ 多様化する調査とその特色 政木 みき(NHK) 4
- ▶ 世論調査のリテラシー 田村 秀(長野県立大学) 7
- ▶ スマホ・ファースト社会における世論調査 松本 正生(埼玉大学) 10
- ▶ 輿論主義(デモクラシー)と世論主義(ポピュリズム) 佐藤 卓己(京都大学) 13

巻頭言 トランプ後のアメリカ民主主義 庄司 香(学習院大学) 3

▶ 明推協リレーコラム「学校の学級会・生徒会のさらなる活用を!」
西東 克介(青森県明るい選挙推進協議会会長) 16

▶ コラム「民主政とコロナとの戦い」 佐々木 毅(明るい選挙推進協会) 17

イギリスのシティズンシップ教育(第3回)「民間活動からみたシティズンシップ教育の現況」
▶ 森田 次郎(中京大学) 18
北山 夕華(大阪大学)

▶ 若者による若者投票率向上プロジェクト
中山 和弥(三重県 前選挙管理委員会) 20

NEXT CONEXIONの出前授業
▶ の取り組み
越智 大貴(NEXT CONEXION) 22

▶ 海外の選挙事情
「オランダ総選挙」 25



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。



スマホで本格世論調査!

日本のスマートフォン保有率は8割を超えており
若年層はもちろん中高年層においても普及が進んでいます。

株式会社社会調査研究センターでは、2020年4月より
スマートフォンを対象とした新方式の調査法
『ノン・スポークン調査』を提供しています。

素早い調査で、リアルタイムなデータ解析が可能になりました。

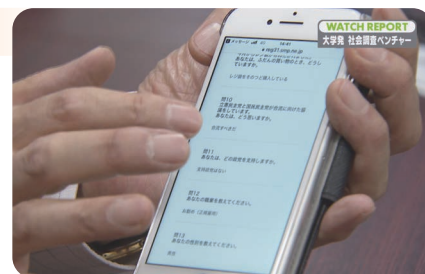


スマートフォン調査の流れ



ノン・スポークン(Non-spoken)調査の特性

- 1 スマートフォンを対象とするので、「若者」や「ビジネスパーソン」にリーチできる
- 2 ショートメール経由のウェブ調査なので自由回答も可能
対象者の「生の声・生の意見」を「詳しく聞く」ことができる
- 3 デジタルデータのやりとりなので、「素早く」調査ができ、結果の集計・解析も「リアルタイム」で可能



(株)社会調査研究センターでは、スマートフォン調査をはじめとして、郵送調査やWeb調査など、多様なサーベイ・リサーチに関する設計や調査票の作成、実査によるデータ収集、結果の集計・解析まで、高品質の調査研究をサポートしています。



社会調査研究センター
SOCIAL SURVEY RESEARCH CENTER

〒338-8570 埼玉県さいたま市桜区下大久保255(埼玉大学内)

TEL:048-714-2063 FAX:048-858-3115

URL: <https://ssrc.jp/>

トランプ後のアメリカ民主主義

学習院大学法学部教授 庄司 香



ワシントンポスト紙によれば、前アメリカ大統領のトランプは在任中の4年間で3万回を超える虚偽の主張をし、その内容も移り変わったとされる。しかし、退任後に最大の影響を残したのは、アメリカの民主制度に対する信頼性を損ねた「選挙不正」の主張であろう。現在アメリカで大きな問題になっている州レベルでの選挙制度改変の波は、2020年選挙が直接的な引き金になっている。

トランプは選挙の半年以上前から、根拠を示すことなく「不正が横行している」と主張し続け選挙不信を煽った。11月3日の投票期日後も、証拠を提示することのないまま大規模な不正があったと主張し続け、翌年1月6日には支持者たちが連邦議事堂を襲撃して死傷者を出す前代未聞の事態につながった。トランプ陣営は40を超える訴訟を通じてバイデン勝利の選挙結果を覆そうとしたが、大規模不正の証拠を一度も示せず全敗した。こうした姿勢に身内の共和党からも批判者が続出したが、選挙結果に対する不信感だけは支持者の間に根強く残った。

共和党はこれを利用し、自らが優勢な州で「不正防止」の名目で投票をより困難にする法案を次々と提出している。なかでも大統領選、上院選ともに僅差で民主党が勝利したジョージア州で3月25日に成立した新投票法は、選挙管理への州議会の介入を強め、事前投票の期間短縮、投函箱の削減と時間制限などを強いるもので、民主党支持者の多い黒人低所得層の投票を特に困難にすると言われる。

あまりの露骨な投票抑圧に、通常は政党政治への関与を避ける企業も態度表明を迫られ、同州に本社のあるデルタ航空やコカ・コーラほか100社以上が投票権擁護を表明した。投票抑圧に企業が

反対する動きが、他州へも広まっている。

2050年までに白人が少数派になるといわれるアメリカで、保守的白人層を票田とする共和党は、本来ならより多様な支持基盤を開拓するための魅力的な政策案を模索すべきところであろう。対立政党支持者の投票抑圧は民主主義の後退であり、「本来の共和党の姿ではない」と党内からも批判が出ている。

そもそも自由民主主義のもとで二大政党制が健全に機能するためには、いずれの政党の支持者も代議制民主主義を強く信頼していることが不可欠であり、両党とも選挙手続きの正当性を高めるべく、どのような有権者も排除されない制度整備を促進すべきはずだ。投票抑圧に対する批判は、党派的な主張ではない。2020年選挙におけるジョージア州不在者投票の35%はトランプに投じられている。選挙参加を困難にする制度改変は、共和党支持者の投票をも抑圧するであろう。

カリスマのあるリーダーが繰り返す虚言から民主主義を守るためにはどうしたらいいのか。ツイッター社が1月8日にトランプのアカウントを停止してから、1週間でソーシャルメディア上の選挙関連誤情報が7割以上減ったという調査がある。しかし、特定企業にデマゴグの管理を依存する社会でいいわけもない。企業が管理するプラットフォームに支配されない自立した有権者を育てるメディア・リテラシーとはどのようなものか、アメリカでは議論が続いている。

しょうじ かおり 1972年生まれ。コロンビア大学博士(政治学)。専門はアメリカ政治。主著『現代アメリカ：日米比較のなかで読む』(分担執筆、新曜社、2014年)。

多様化する調査とその特色

NHK報道局 選挙プロジェクト副部長 政木 みき



「菅内閣の支持率は●%」——報道各社が毎月伝える内閣支持率が、最もおなじみの世論調査だろうか。内閣支持率などの調査は元来、調査員が聞き取る面接法で行われていたが、1990年代に各社が「電話法」を導入し始め、2000年代にコンピューターでランダムに発生させた番号に電話をかける「RDD法」が確立されると、一気に報道機関の調査の主流となった。

社会の趨勢や技術革新とともに変化してきた世論調査は、選挙とも密接な関係にある。衆議院選挙が行われる2021年も、さまざまな情勢調査が飛び交うことになるだろう。

世論調査や選挙報道に携わる立場から、各種調査の特徴やコロナ禍の調査環境について紹介したい。

コロナ禍の世論調査

(1) 見直し迫られる調査員による調査

前提としてふれておきたいのは、NHKの報道で「世論調査」と言う場合、調査したい対象全体(母集団)から無作為で対象者を選んでいくこと(ランダム・サンプリング)などの条件を満たし、統計的誤差から全体の結果を推定できる科学的調査に限っていることだ。

世論調査の主な方法には、個人面接法、配付回収法、郵送法、電話法がある(右表)。個人面接法では、調査員が対象者宅を訪問し質問を読み上げ、答えてもらう。人件費が高く、結果が出るまで時間がかかるという弱点がある反面、質問意図の誤解がなく確実に本人の回答が得られる正確な調査として、戦後まもなく始まった

科学的世論調査の“お手本”とされてきた。1973年以来5年ごとに実施しているNHKの代表的な面接調査の「日本人の意識調査」も、政治や天皇、結婚、仕事、人間関係など約50項目にわたる日本人の意識の変遷をたどり、多くの研究者から高い信頼を得てきた。

しかし、「会うこと」を前提とする面接法の有効率(有効回答率)は、プライバシー意識の高まりやライフスタイルの変化などの影響を受け、下がり続けている。1970年代は80%近かった「日本人の意識調査」の有効率も2018年調査は50.9%にまで下落し、さらなる低下は調査への信頼にも影響しかねない状況だ。

面接法に代わる方法としてNHKが用い始めたのが、調査員が対象者に調査票を配り、記入済みの回答を回収する配付回収法(留置法)だ。都合のよいとき回答できるため、対象者の負担

表 世論調査の主な方法

	調査員が調査		郵送法	オペレーターが調査
	個人面接法	配付回収法(留置法)		電話法(RDD)
方法	調査員が直接聞き取る	調査員が調査票を配り回答を回収	調査票を郵送し、回答は返送	オペレーターが電話で聞き取る
長所	・ 込み入った質問も可 ・ 質問意図の誤解が少ない	・ 込み入った質問も可 ・ 都合のよい時回答可	・ 経費が安め ・ 都合のよい時回答可 ・ 調査員に会う心理的負担なし ▼ 感染リスクがない	・ 短期で調査可 ・ 経費が安い
短所	・ 経費が高く時間がかかる ▼ 接触による感染リスク		・ 時間がかかる	・ 込み入った質問はできない ・ 多くの質問はできない

が少なく、有効率も60%～70%前後で安定していた。

ところが、新型コロナウイルスの感染拡大で調査の環境は一変した。2020年の国勢調査は調査員との接触を避けるためにインターネットによる回答を呼びかける事態となり、NHKの配付回収法の調査も方法の見直しが迫られた。

(2) “非接触”で再評価された郵送調査

そこで再評価されたのが郵送法である。見知らぬ訪問者との接触を嫌う人の増加や費用の安さから近年見直す動きがあったところに、「非接触で調査ができる」という新たな利点があった。2020年にNHKが実施した郵送法の調査の有効率はいずれも60%を超え、配付回収法と比べても大きく見劣りしない。短所を挙げるとすれば調査期間の長さだ。1票でも多く回収したければ一定の期間が必要だが、期間中に大きな政治的動きや事件が起きれば、回答傾向が変わってしまうリスクがあるからだ。

(3) 機動性のある電話調査

電話法を報道機関が好む理由がここにある。耳で聞く調査のため、質問数は10問程度に限られ、複雑な質問もできない。しかし、費用は面接法の何分の1かで、内閣発足や意見の割れる法律の制定など、重要な政治イベントの際は機動的に有権者の反応を調べ、社会に伝えられる。

NHKが内閣支持率などを調べる定例電話調査では、オペレーターが固定電話と携帯電話に電話をかけ、毎月約1,200人の回答を得ている。「1,000人程度で世論がわかるのか？」という質問をよく受けるが、有権者全員を調査するには莫大な費用と時間がかかるため、世論調査では統計理論に基づき、結果が縮図となるようランダムに対象を選び全体の結果を推測する。目標回答数は、調査主体が分析目的や予算規模、統計的誤差との見合いで決める。固定電話調査では、回答者が電話に出た人に偏らないよう、ラ

ンダムに発生させた番号に電話をかけるだけでなく、かかった世帯の有権者人数を聞き、さらにその中からランダムで対象者を選ぶ。

電話法でも回収率の低下が大きな課題だ。より多くの協力を得るため、調査の方法や目的を丁寧に伝え、結果を最大限活用し世論調査の意義を広く知ってもらう必要性が高まっている。NHKでは固定電話を持たない人の増加を受け2017年から携帯電話も調査対象に加えたが、調査の質を保つための不断の見直しも必要だ。

2020年6月に発覚した、産経新聞社・FNNの合同世論調査で、一部不正なデータ入力が行われていた問題にも触れざるを得ないだろう。国民の信頼で成り立つ世論調査は社会の共有財産だ。厳しい財政状況はどの組織にも通ずる課題だが、コストや効率ばかりに目を奪われ調査の質を落とすことがないように、適切な管理に努めることが調査主体に課せられた重い課題だ。

選挙報道を支える調査

(1) “風”を読む情勢調査、当日の出口調査

選挙報道には、当選が確実な人をいち早く判定する「当確」や、選挙の構図や有権者の判断の背景を深く掘り下げる情勢分析があり、選挙に関する調査はその根拠の1つとなる。特定の支持政党を持たない“支持なし層”が一定の割合を占める中、選挙の“風”を読むことが調査の重要な役割となっている。NHKでは国政選挙の公示前後に全国規模で数回、RDDで電話による情勢調査を行い、選挙の関心や投票意欲の盛り上がり、各党の勢いといった有権者のムードを早い段階からつかんでいる。

一方、選挙区ごとに、より精緻に有権者の動向をとらえるのが、投票所で当日投票したばかりの人に投票先などを尋ねる出口調査だ。NHKでは海外事例の研究を重ね、1993年の東京都議会議員選挙と衆議院選挙で初めて、地点サンプリングや調査相手の選択に統計的手法を

用いた出口調査を実施した。当時の実施報告には「今後の選挙結果の予測で威力は更に増大するだろう」と期待感が示され、その後の選挙報道は文字どおり大きく変貌した。

2003年に導入された期日前投票も利用者が増え存在感が高まっていることから、NHKでは出口調査を実施し、投票予測に役立てている。

(2) オートコール調査

選挙情勢を探る調査としては、オペレーターを介さない自動音声による電話調査、オートコールもある。固定電話のオートコールの場合、回答者は無作為に選ばれた人でなく「電話に出た人」である。在宅しがちな高齢層や女性に偏ることなどからNHKでは世論調査という位置づけはしていないが、費用が安く複数回調査して定点観測ができること、また回答者が高齢層に偏っていても実際に投票に行く層と重なっていれば、予測にはある程度役立つ可能性もあり、情勢調査にオートコールを活用する動きは続くだろう。

ただ、RDDによる電話調査とは一線を画す手法であり、データの公表時は調査のプロセスをオープンにすることが調査主体に求められると考える。

(3) 有権者の“空気”を探るネット調査

最後に紹介するのがインターネット調査だ。

選挙報道の目的は、勝敗をいち早く見極めるだけでなく、有権者がどんな政治を求めているのか、投票の背景に何があったのかを多角的に分析することにもある。

2020年7月、小池百合子知事が圧勝した東京都知事選挙の期間中、NHKは有権者1万人を対象にしたインターネット調査を初めて行った。

調査対象は大手リサーチ会社の登録モニターで、ランダム・サンプリングを前提とする世論調査ではないが、回答者の年代や性別は総務省の人口推計に近くなるよう回収した。

また、調査したい対象に短期間で深く細かく質問ができるネット調査の強みを生かし、都政への評価や優先すべき政策といった従来の質問に加え、小池知事の資質や能力、前回選挙の公約の実現度への評価など、小池知事に対する有権者の意識を深掘りする広範な質問を行った。

その結果、有権者は小池知事の「発信力」や「リーダーシップ」「決断力」を高く評価する一方、「弱者への共感」「将来像を描く力」「一貫性」には疑問符をつける傾向があるという、電話調査ではなかなか捉えきれない有権者の複雑な胸の内をうかがい知ることができた。この都知事選挙の投票率は55%。45%が意思表示をしなかった選挙での「圧倒的勝利」に隠された有権者の一抹の不安が浮き彫りになったのではないかと感じている。

低投票率の傾向が続き、“風”さえ感じられない選挙も少なくない。積み重ねてきた世論調査の質を保つ努力を続けるとともに、多様な調査の特性を組み合わせながら、有権者を取り巻く“空気”を今後も読み解いていきたい。



調査を紹介したNHK政治マガジン

<https://www.nhk.or.jp/politics/articles/feature/41018.html>

まさき みき 1996年NHK入局。横浜局や首都圏放送センターでの記者職を経て、放送文化研究所世論調査部で各種世論調査を担当。2019年から報道局で政治意識調査に携わる。

世論調査のリテラシー

長野県立大学グローバルマネジメント学部教授 田村 秀



はじめに

国政選挙が近づくと、新聞やテレビは競って世論調査を実施し、内閣支持率や政党支持率、政策への賛否などを大々的に報じるのが常だ。これは地方も同様で、一般の国民、住民がどのように考えているのかを多くの人が知りたがっていることの裏返しでもある。一方、国や自治体も様々な世論調査、あるいは住民アンケートを実施し、住民の意向を把握して政策に生かそうとしている。

世論調査という名称をつけているものだけでなく、世の中には様々な調査結果があふれている。一見するともっともらしい内容でも、詳細をみると客観性に乏しく、参考するに値しないものが実は多いのだ。世論調査の結果をみて、自分の考えを軌道修正する人も少なくない中で、どのような調査が信頼するに足りるか、また、どのような調査はあまりあてにならないかを判断する能力、すなわち、リサーチ・リテラシーが多くの人に必要とされている。

世論調査の結果は、基本的に賛成者の割合などをパーセンテージという数字、すなわちデータで示される。その意味では、リサーチ・リテラシーはデータ・リテラシーであるともいえる。コロナの感染状況や人の流れなどがビッグデータを用いて示されるように、様々なデータがとめどなく伝わり、一種のデータ過多のような状況になっている今日、すべてのデータを無批判に受け入れるのも、逆にすべてはまやかしかつと決めつけるのも、望ましい姿勢とはいえない。

データ・リテラシーといっても、高等数学を理解し、統計学をしっかりと学んでいないと習得できないものではない。大事なことは問題意識をしっかりと持ちつつ、早合点せず、慎重に読み解こうという姿勢を貫くことだ。これは政党や政治家の公約などを評価する際にもいえることだ。

世論調査の見方

改めて、世論調査とはなにかについて確認しておく。実は、言葉(データも)の定義は何かということを慎重に確認する習慣を身につけることが、リテラシーを高める第一歩でもある。世論調査とは、国民、市民といったある社会集団の構成員について、世論の動向を明らかにする目的で行われる統計的社会調査、またはその調査技法のことを指すといわれている。世論とは、世間一般の人の意見や考え方の中で、ポイントとなるのが一般という言葉だ。つまり、特定の集団を対象にしたものでもなければ特定の意見でもなく、一般の人の意見を集めるために無作為抽出という手法が用いられている。

要は、この定義に合致していなければ、世論調査の名に値しないのである。特定の層の意見を集めたものに過ぎない調査結果を、あたかも、一般的に日本人はこのように考えていますよ、あるいは、このような考えの人が過半数を占めていますよ、といったまとめ方をして報道されているものが、あまりにも多いので注意が必要だ。

一般的に新聞やテレビで世論調査と称しているものは、後述するインターネット調査でない

限り、基本的にはこの定義に合致する。それでは、どのような点に気をつければ、世論調査を「正しく」理解することができるだろうか。

手法の細かい説明については、他の稿に譲るとして、無作為抽出によるサンプル調査のため、一定程度の誤差はあるということは常に意識しておくことが大事だ。例えば、内閣支持率の場合、新聞やテレビのサンプル数は千数百程度、というケースが多く、この場合、 $\pm 3 \sim 4\%$ 程度の誤差はあるということになる。例えば、新聞各紙が同時期に実施した世論調査の内閣支持率を比べてみると、数%の差は一般的だ。これが50%と37%といったように10ポイント以上開くと少し気になるころではあるが、特定の新聞社が常に高く、政権に批判的な論調が多い新聞社が常に低いわけでもない。世論調査というのはだいたいの傾向を示すもの、と理解しておくのが賢明なのである。

また、質問文の書き方がどのようになっているかで回答結果が変わることもあるので、単に結果だけでなく、どのような質問をしているのかという点にも関心を持つことがリテラシーの向上につながる。例えば、公務員の数を増やすべきか減らすべきかというような質問に際して、昨今の公務員による不祥事に関して先に述べた場合と、コロナ禍で保健所業務がひっ迫している様子を先に述べた場合では結果が大きく異なることも考えられる。一定の結論を誘導してしまうような言い回しがあるようなものは、要注意である。

質問の順番や選択肢の置き方によっても結果は変わりうる。回答者に政策のシロクロをはっきりつけてもらいたいのであれば、「どちらでもない」という選択肢は望ましくない。専門的な用語や外来語がやたら並ぶような質問では、回答者が自分の考えを的確に示すことも難しくなる。こうなると、調査を設計する側のリテラシーが問われてくる。社会調査士や専門社会調

査士といった資格を有するプロをマスコミもっと重用すべきである。

調査の回答率も重要だ。マスコミの世論調査の場合、おおむね50%台から60%台は確保しているようだが、プライバシー意識の高まりの中で回答拒否の割合も高くなっている。特に自治体の郵送による住民アンケートの場合、30%台、なかにはそこまで到達しないケースもある。回答率が低い場合は、調査結果の評価も低いものになってしまう。

|| モニター調査≠世論調査

一方、世論調査とはいいい難い、いわば「なんちゃって世論調査」も世の中に少なからずみられる。テレビなどで50人、あるいは100人のサラリーマンや主婦に聞きましたという類の調査は、手あたり次第聞いただけであって、決して無作為抽出ではない。あくまで質問に回答した50人ないし100人のうち何人がそのように答えたというだけであって、これを世間一般の人の意見とみなしてはいけないのである。

回答者数や対象者数の多さを誇るようなアンケート調査も要注意である。ほとんどは無作為抽出で行われておらず、また、回答率も著しく低くなっている。結果の信ぴょう性も同様に低いといわざるをえない。

個人情報保護法の施行や住民基本台帳法の改正などによって、民間企業が営利目的で住民基本台帳を閲覧することが禁止され、また、インターネットの普及とともにインターネットを用いたアンケート調査が盛んに行われている。このようなネットアンケートでは、政治に関するものも数多く取り上げられている。

なかにはインターネットによる世論調査と称しているものもあるが、世論調査の定義に立ち返れば、現在のところ、これはモニター・アンケートであって、世間一般の人の声を把握したということにはならないのだ。この点について

は、国レベルで世論調査を所管する内閣府でも明らかにしている*。

そもそもインターネット・アンケートの場合、対象者は調査会社などにモニターとして登録された人である。わざわざ自らの意思で登録しているということから、すでに無作為性はなくなっている。また、多数のモニターの中から対象者を無作為抽出したと謳っている調査もあるが、これもあくまでもモニターが母集団となるだけであって、一般の国民ではない。

インターネット・アンケートでは、インターネット利用者、それもどちらかといえばヘビーユーザーが主な対象となり、世論調査に比べて社会に対する不安や不満を表明する割合が高くなり、社会よりも個人を重視する傾向が強くなるとされている。わざわざモニターに登録して自分の考えを世間に反映させたいという意識を持つ層が多くなるのは、当然といえば当然だろう。

もちろん、モニター調査が悪いというわけではない。モニター≠世論ということを明らかにしているだけである。一般的に国や自治体などのモニターに手を挙げる人は、対象とする事案に高い関心を持ち、また強い問題意識を持っていることが多い。例えば、ごみの減量化をテーマとして募集すれば、環境問題に意識が高く、リサイクルなどの推進を強く求める人がモニターとして多く加わるだろう。このことによって、一般的には気がつかないような問題を顕在化させ、また、行政だけでは提案しにくいような解決策などの提案につながるからこそ、様々な分野でモニター制度が重用されているのである。

世論調査は、あくまで世間一般の声を探ることが目的であって、モニター調査とは基本的に異なるということを、しっかりと理解すべきである。

他方、インターネット調査を多用するものと

して、企業などのマーケティング・リサーチがある。いわゆる市場調査は、顧客のニーズや商品開発のヒントなどの情報を集めるために行われるもので、消費者一般の声というものを必ずしも把握する必要はない。特定の声でも一定数集めれば、それは新たな商品開発につながり、利益をもたらすものだ。それぞれの手法の定義や目的をしっかりと確認しておけば、誤った混同は起こりにくい。

リテラシーの身につけ方

世論調査を「正しく」理解するためには、有権者自らがデータ・リテラシーをしっかりと身につけることにつくる。これまで述べてきたように、それは必ずしも難しいことではない。世論調査の結果にばかり目がいきがちであるが、調査自体がどのようにして行われたのかについて、まずは確認すべきである。実際に行われた質問文と選択肢を読むことも必要だ。

そして他の世論調査との比較をすることも欠かせない。同時期に行われた複数の世論調査を眺めるだけでもいろいろなことがみえてくるだろう。欲をいえば、過去に実施された世論調査をさかのぼって調べてみることも有益だ。時系列で比較することで、国民の意識の変化もみえてくる。

このように、様々な世論調査を俯瞰することで、世論調査の本質が理解できるだろう。あくまでその結果を絶対視せず、だいたいという感覚で接すること、そして世論調査の結果は参考にするとしても、最後は自分で考えて決めるということが肝要なのである。

たむら しげる 1962年生まれ。1986年東京大学卒。旧自治省、新潟大学教授等を経て、2018年から現職。専門は行政学、公共政策。データ・リテラシーを扱った著作として、『データの罠』(集英社新書、2006年)、『ランキングの罠』(ちくま文庫、2012年)、『データ・リテラシーの鍛え方』(イースト新書、2019年)等。

スマホ・ファースト社会における世論調査 公共財のゆくえ

埼玉大学名誉教授 松本 正生



世論調査の隆盛

日本の世論調査は、報道各社が社会的信頼と責任を担保に実施し続けてきた公共財に相当する。

「マスコミ世論調査」は、新聞社を中心に第二次世界大戦の敗戦直後から実施され、1960年前後には選挙の予測に世論調査の方法が用いられるようになった。世論調査に関しては、「誤差の範囲内」という慣用的な表現が用いられるが、本来、「世論調査結果の誤差」という定義はなじまない。誤差とは、標本(サンプル)誤差、すなわち、調査対象者の属性構成と人口全体のそれとの間の指標に過ぎない。測定値としての世論調査結果には、質問の仕方や調査の運用手法に応じた、計量しがたい多様な特性が付随する。測定値とはあくまで「真」の値の代替物にすぎない。

こうして、世論調査に基づく選挙結果の予測値が、実際の選挙結果(「正解」)と対比されることで、世論調査の信憑性^{びよう}や社会的信頼を担保する指標の役割を果たしてきた。

無党派層の反乱として有名な1995年の統一地方選における「青島・ノック現象」以降は、選挙の帰趨を決する無党派の動向を捉えうる世論調査が重用され、世論調査なしに選挙予測は成り立たないという関係が続いている。

世論調査の方法上のエポックは、RDD(ランダム・デジット・ダイヤリング)という電話調査の手法が採用されたことにある。ランダムに発生させた電話番号(デジット)に架電(ダイヤル)するRDD方式は、かつての面接調査時代と異なり、何か事が起こって今実施したいという

時にすぐできる。速報性にたけ、メディアにはもってこいの手法にほかならない。紙面には、「緊急世論調査」なる用語が散見されるようになった。

RDD調査の導入は、奇しくも2001年の小泉純一郎政権の誕生とシンクロする。世論調査政治ないしは世論調査民主主義と表現すべき状況、すなわち、内閣支持率に代表される世論調査の結果が、その先の政治の流れを決めるといような政治状況が現出するに至った。

定例の世論調査では、2016年から17年にかけて、固定と携帯とを複合させたミックス・モードが採用されるようになった。電話(RDD)世論調査は、従来、固定電話番号リストのみを対象とする単一調査方式で実施されていた。しかしながら、固定電話番号のみを母集団としていたのでは、若年層をはじめ60代ぐらいまではリーチすることができず、カバレッジに大きな偏りが生ずる。現在の人口構成を勘案すれば、70歳以上の高年齢層を相応に捕捉しうる固定電話番号も組み合わせ、携帯電話調査と固定電話調査とを並立させるのが、最もカバレッジの良好な手法ということにならざるを得ない。毎月公表される内閣支持率は、現在、このミックスRDDによって検出されている。

困難な調査環境

報道機関の実施する「マスコミ世論調査」には、プロバビリティ・サンプル(確率標本)が求められる。母集団(日本の有権者)の推定を目的とするがゆえ、調査の対象者(サンプル)が人口の縮図になるように、選挙人名簿や住民基本台

帳、あるいは電話番号リストに基づき対象者を選定する無作為抽出法(確率比例抽出法)¹⁾が採用されている。とはいえ、母集団のミニチュアを確保できるのは、対象者集団までのことであり、回答者集団には及ばない。

ミックスRDD調査を取り巻く環境条件は、非常に厳しい。まずは、人手不足、つまり、調査員(電話オペレーター)不足によるコストアップ。目下のコロナ禍では、オペレーションを行うコール・センターの環境条件の問題も加わる。そして、なによりも、対象者にスルーあるいは拒否されることによるレスポンス(回収率)の悪化。アポ電強盗などの詐欺事件により、生身の人間からの電話に対する警戒感が広がっており、家庭の固定電話は今や留守設定がデフォルト＝「在宅していても留守電」が当たり前になっている。

回収状況が悪いと、それを挽回するために更なる架電が必要となる。ただでさえコストがアップしているところに、さらに負荷が上乗せされるという悪循環が日常化している。報道各社では調査部門へのコストカットの要請も加わる。

こうした現実を背景に、昨年(2020.6)のフジ・産経事件²⁾が発覚する。委託先へのモニタリングを怠るという、基本的な管理責任が問われる事案であることはもちろんだが、「コストと手間をかける余力と覚悟がなければ調査には手を出すな」という教訓をこの事件は示唆している。

母集団のカバレッジに関するもう一つの課題は、デバイスの問題である。右表を参照していただきたい。埼玉大学社会調査研究センターが毎年実施する「さいたま市民意識調査」における、「スマートフォンをお持ちですか」質問への回答結果を示している。保有者の比率は年々顕著に上昇し、2020年には82%という支配的なシェアとなった。注目すべきは年齢別の保有比

率の推移である。20、30代を中心とする若年層の保有率は以前から9割を上回り、ほぼ飽和状態であったが、直近は中高年層におけるスマホ保有者が劇的に増加している。とりわけ、70代をみると、19年－20年の1年間で44%から69%に急増している³⁾。「スマホ依存」とも言うべき、年齢を超越した均質化が現出している。ともあれ、「マスコミ世論調査」の方法上の妥当性は、スマートフォンにどれだけリーチできるかという点に掛かっている。

コミュニケーションのデバイスは、人々にとっての情報源(の変化)に直結する。今、「マスコミ世論調査」は一蓮托生状態にあると言ってもよい。互いの調査結果の相違を気にしている段階ではないだろう。意識すべき相手はSNS(SNSで拡散された情報)であり、各人のスマホ画面のSNS情報を「こっちこそ本当の世論だ」と受けとめる人たちが増加しつつある現実を前に、オールドメディアの調査結果が世論の座を保持し続けることができるのかが問われている。

報道機関の世論調査とは、対象者や社会からの批判や苦情を受けながら実施することに意味がある。データ・プロセスの開示は不可欠だ。対象者(社会)にとっても、それゆえ、世論に自分たちの手が届く。実施主体はどこの誰で、どういう調査方法かが明らかで、こちら(社会)の側からも内容についてあれこれ注文や文句をつけることができる。「マスコミ世論調査」の社会的価値は、ここに存する。しかしながら、はた

表 年齢別スマートフォン保有率の推移(さいたま市)
(%)

	2016	2017	2018	2019	2020
18～29歳	100	98	100	97	98
30代	94	98	95	99	97
40代	87	84	90	94	97
50代	67	74	83	89	94
60代	41	51	63	69	74
70代	19	29	36	44	69
80歳以上	4	8	14	26	32

してどれだけの人たちがこのことを理解してくれるのか、いささか心もとない状況である。

Ⅱ 求められるルール・チェンジ

社会の公共財として、「マスコミ世論調査」を継続させていくためには、パラダイムの転換が必要だろう。ルール・チェンジと表現した方がよいかもしれない。調査を実施する側の基準とか都合というものにこだわり続けるのではなく、調査対象者の都合、すなわち、社会に許容される方法への切り替えが望まれる。

公共財という意味合いは、調査主体たる報道機関は「世論調査っぽいもの」を含めて、世論調査的状况の総体を担わざるを得ないということでもある。「こちらは世論調査だけれども、そっちは世論調査じゃない」と、世論調査の線引きをしたところであまり意味がない。自分たちの定義に社会をはめ込もうとしているに過ぎないだろう。

考えてみれば、調査を実施する側が作成した番号に架電する現行のRDD調査は、対象者への予告のない、押し掛け的な手法である。対象者からすれば、ある日突然見知らぬ電話がかかってくるという、はなはだ迷惑な調査にほかならない。しかも、オペレーターとのリアルタイムのやり取りを強いられ、相応のプレッシャーが伴う。対象者の都合とペースに寄り添った、回答者本位の仕様への転換は必須だ。

加えて、人々のコミュニケーションのあり方の変容からも、意見聴取に関するルール・チェンジが求められよう。スマホを通じたコミュニケーションは、日常の対話にとどまらず、仕事の場面でも、生の声のやりとりによるvoice to voiceではなく、テキストメッセージを中心としたtype to typeに変わってきている。最近、電話での生の声のやりとりではうまく会話が成り立たない、そういうやりとりに慣れていない人が、若者に限らず増えてきている。type to

typeコミュニケーションが、社会のあらゆるシーンでますますカジュアルになっていくであろう。通話(talking)からメッセージ(typing)へ、「ノン・ボイス(non-voice)ないしノン・スポークン(non-spoken)社会」に対応する手法が、対象者にフィットすることは容易に推測できよう。

従来の面接調査や電話調査とは、調査員が回答を作成する(書き込む)他記式に相当する。これに対して、郵送調査やウェブ調査など、対象者本人が回答を作成する自記式は、ノン・スポークン社会のライフスタイルに適合するだけでなく、回答者はタテマエにとらわれることなく自分のペースで対応することが可能である。

スマホ・ファーストのSNS社会は、フィルター・バブル、すなわち、自分の好みの情報だけに接することによる意見の対立や分断を誘発しがちだ。「マスコミ世論調査」には、セカンドオピニオンとして、社会のバランスを担保する役割も期待されよう。

(注)

- 1) 各人を抽選の要領、つまり等しい確率で対象者として抽出する方法。
- 2) FNN(フジニュースネットワーク)と産経新聞社が合同で実施する世論調査に関して、業務を委託していた調査会社(実は再委託会社だった)が、実際には電話をかけずに架空の回答結果を入力していた事件。
- 3) 「さいたま市民意識調査」は、さいたま市の有権者1,000人を対象に郵送法により実施している。回収率は一貫して6割台を保っており、継続質問結果に関する推移の客観性が担保されている。

まつもと まさお 1955年生まれ。専門は政治意識論、調査の科学。埼玉大学社会調査研究センター・シニアコーディネーター(2021.4～)、さいたま市明るい選挙推進協議会会長、総務省主権者教育アドバイザー。著書に『世論調査のゆくえ』(中央公論新社、2003年)、『政治意識図説』(中央公論新社、2001年)等。

デモクラシー ポピュリズム 輿論主義と世論主義

京都大学大学院教育学研究科教授 佐藤 卓己



「輿論主義」という政治理想

デモクラシーは「民主主義」と訳するのが普通である。だが、明治期には「万民共治」(加藤弘之)、「平民主義」(徳富蘇峰)、「衆民主義」(小野塚喜平次)があり、大正期には「民本主義」(吉野作造)、「民政主義」(美濃部達吉)なども使われていた。いずれも現実政治では忘れられたが、いま復活させたいと思うのは「憲政の神様」尾崎行雄(1858～1954年)の「輿論主義」である。

尾崎は第1回帝国議会(1890年)から当選25回、議員勤続63年の日本記録を打ち立て、「議会政治の父」とも言われている。彼は明治天皇の五箇条の御誓文の第1条「広ク会議ヲ興シ万機公論ニ決スヘシ」に示される公議輿論にデモクラシーの精神を読み取っていた。「輿論主義」という言葉は第一次世界大戦中の1918(大正7)年1月22日、衆議院の尾崎演説でこう使われている。

「今や世界には画然たる二大潮流がある、一は輿論民意を主として政治をして行かうと云ふ潮流である。欧羅巴^{ヨーロッパ}の政治家は之を民主主義と云ふて居る、吾々は輿論主義若くは公論主義と云ふのである、それに反する者は武断武力^{たの}を恃みにして、武断専制で行かうと云ふ主義である」。

この演説で尾崎は、日本が民主主義を唱える連合国側で専制主義のドイツと交戦しているにもかかわらず、時の寺内正毅内閣は専制的だと批判している。もちろん、この輿論^{よろん}(公的意見 public opinion)を尊重するデモクラシーは、世論^{せろん}(大衆感情 popular sentiments)に迎合するポピュリズムとは異なっている。

私は『輿論と世論—日本の民意の系譜学』(新潮選書、2008年)などで、大正期まで区別されていた両者をもう一度切り分けることを提唱してきた。戦後の世論調査研究をリードしてきた西平重喜も、福地櫻痴『幕末政治家』(民友社、1900年)で「輿論」が4回、「世論」が14回使われていることを確認し、こうまとめている。

「あえていえば世論は世間の評判、多数意見というニュアンスであるが、輿論は各種の意見を想定し、時には少数だが合理的な意見を重視する場合に使われているようだ。」(『世論をさがし求めて—陶片追放から選挙予測まで』ミネルヴァ書房、2009年)

輿論は公的意見、世論は民衆感情

いま一度、「輿論の世論化」のメディア史を振り返っておきたい。近代日本における「輿論の世論化」の展開を簡単にまとめれば、次のようになる。1923年関東大震災後の大衆政治状況で液状化した輿論は、1930年代の戦時体制下で気体状の世論、いわゆる「空気」となり、敗戦後の1946年当用漢字表で「輿」が制限漢字となったため、「セロンと書いてヨロンと読む世論」になって今日に至っている。メディア論として、読書人(市民)の文筆的「輿論」からラジオ人(大衆)のポスト文筆的「世論」への変化をわかりやすく図式化すると次頁の表のようになる。

この「輿論の世論化」を加速させた合意の製造技術こそ、科学的世論調査である。その始まりは1935年ジョージ・ギャラップによるアメリカ世論研究所の設立とされている。当時のF・D・ローズヴェルト政権は世論調査を大衆感情

輿論＝public opinion	⇒	世論＝popular sentiments
デジタル 可算的な多数意見	定義	アナログ 類似的な全体の気分
19世紀的・ブルジョア的公共性	理念型	20世紀的・ファシスト的公共性
活字メディアのコミュニケーション	メディア	電子メディアによるコントロール
理性的討議による合意＝議会主義	公共性	情緒的参加による共感＝決断主義
真偽をめぐる公的関心(公論)	判断基準	美醜をめぐる私的心情(私情)
名望家政治の正統性	価値	大衆民主主義の参加感覚
タテマエの言葉	内容	ホンネの肉声

の制御装置として利用した。それは大統領が直接ラジオで聴取者に呼びかけて「参加なき参加感覚」を国民に与えた炉辺談話と不可分な「大衆の国民化」システムだった。

こうした世論調査がアメリカで発展した理由は、アメリカのラジオ放送体制がヨーロッパや日本のような公共放送ではなく商業放送だったためである。ラジオの広告効果は新聞や雑誌のように発行部数で予測できないため、広告代理店はクライアントへの説明材料としてラジオ聴取率を必要とした。その調査技法は、消費者あるいは聴取者の「思考」というより、その「嗜好」を計量することを可能にした。

こうしたアメリカ製の世論調査を「合意製造」システムとして批判する言説は、連合軍総司令部(GHQ)の占領が終わった直後から存在していた。統計学者・上杉正一郎は「世論調査のはなし」(『産業月報』7・8月号・1953年)でこう述べている。

「アメリカの世論調査はリンカーンの民主主義ではなくルーズベルトの民主主義以後の産物であつた。〔中略〕世論調査によると」という口実が、議会の存在に代つて重要となる。」

「議会の存在に代つて重要となる」世論調査は、決してGHQが日本に初めて持ち込んだものではない。戦時中から日本でも世論調査は行われていたが、もちろん「リンカーンの民主主義」のためではなく「ルーズベルトの民主主義」、すなわち市民参加ではなく大衆動員のためである。

「世論調査中毒」と「世論観測」

日本において1923年の関東大震災は「輿論の世論化」への契機だったが、2011年の東日本大震災はそれが極限にまで達した時期に発生した。2006年9月に5年間続いた小泉純一郎内閣の後、3・11までの5年間で内閣は安倍晋三、福田康夫、麻生太郎、鳩山由起夫、菅直人とめまぐるしく入れ替わった。こうした短命政権の背景に、新聞やテレビが乱発する内閣支持率ニュースがあることは繰り返し指摘されてきた。

それを「世論調査病」あるいは「世論調査中毒」と呼んだのは、いま菅義偉内閣で内閣総理大臣補佐官をつとめている柿崎明二である(『次の首相』はこうして決まる』講談社現代新書、2008年)。新聞各紙も社説では「政治は空気に流されるべきではない」「議論が大切だ」と繰り返すが、内閣支持率ニュースを第一面トップで報じ続けてきた。その結果、内閣支持率が「20%を割れば政局」という常識は、いまでは国民一般にも広く浸透している。

そもそも、内閣支持率のような調査結果を「よろん」と呼んでよいのだろうか。その多くは景気動向や閣僚不祥事、最近ならコロナ感染者数の増減によって急変する。もし世論が公的意見であるとすれば、意見が猫の目のように変わるはずはない。マクロミル総合研究所所長・荻原雅之は「世論調査に期待されているものと測定しているものが異なる」ことを指摘した上で、「感情的で移ろいやすいとされる世論」をはかる

調査は景気や気象の観測になぞらえて「世論観測」と呼ぶべきだと主張している（「オンラインサーベイによる「世論観測」の試み」『日本世論調査協会報』第107号）。そう割り切る方が意見と感情を混同して調査するよりもはるかに科学的である。

むろん、健康管理のために体温測定を繰り返すように頻繁に世論調査を行うこと自体が悪いわけではない。だが、こうした「世論」をかつて「輿論」が帯びていた理想の響き、つまり「よろん」と呼ぶことが問題なのである。この民主的理想の響きのために、世論調査はあたかも「日々の国民投票」のごとく政治的正当性の裏付けに利用されてきた。しかし、その世論調査の数値は政治が始まるスタート地点であって、その目標などではない。そのためにも、現行の世論調査は「国民感情調査」と割り切り、科学的に分析することが重要だろう。計量社会学者・吉川徹も「社会調査で測り出される社会意識は世論であって、輿論ではない」と述べている（「総中流の輿論と世論（特集 21世紀日本社会の階層と格差）」『三田社会学』第17号、2012年）

憲法世論調査に輿論を読む

不安定な内閣支持率などと異なり、急激な変化が起こらない「天皇制」や「憲法」などへの意識調査なら公的意見の分布を示していると言えるだろうか。この問題については、境家史郎『憲法と世論——戦後日本人は憲法とどう向き合ってきたのか』（筑摩選書、2017年）が興味深いデータを示してくれる。そもそも有権者は「定見」をもって世論調査に回答しているだろうか。福祉や税金とちがって日常的に憲法に関心をもつ有権者は少ない。多くの有権者は憲法について十分な知識をもっていないのである。

「二一世紀日本人の社会・政治意識に関する調査」（早稲田大学、2005年）によれば、「戦争放棄条項を含むのは第何条だと思いますか」の4

択問題で正答率は67%だった。「わからない」29%は無知だとしても誠実な人びとである。当てずっぽうで「9条」を選んだ人もいるはずなので、「9条＝戦争放棄」を明確に認識している有権者は6割ぐらいだろう。さらに各政党の憲法に対する立場をたずねた2001年のJESⅢ調査によれば、社民党と共産党を護憲政党と正答したのは、それぞれ33%と30%であり、どちらも11%が改憲政党、それ以外の約6割が「わからない」を選んでいった。こうした知識状況下で、改憲／護憲の民意は生み出されている。

さらに境家は、政治家と有権者で憲法意識の安定性が大きく異なることを2012年と2014年の参議院選挙時に行われたパネル調査（東大朝日調査）から明らかにしている。護憲と改憲で態度を変えた政治家は1割未満だが、有権者では改憲派も護憲派も3割前後が態度を変えていた。

輿論（公的意見）と世論（私的心情）を区別する基準として、私は「時間耐性の強度」を強調してきた。熱しやすく冷めやすい世論なら明日にも反転する可能性がある一方、輿論であれば熟慮した時間に応じて安定している。その限りでは世論調査よりも政治家の憲法意識の方がより輿論に近いと言えるのかもしれない。もちろん、世論と輿論をすりあわせ、輿論にまとめあげることが、成熟したデモクラシーには求められている。その意味でも、民主主義の理想が「輿論主義」であり、かつてデモクラシーがそう呼ばれた時代があったことを心に刻んでおきたいものである。

さとう たくみ 1960年生まれ。1989年京都大学大学院博士課程単位取得退学。国際日本文化研究センター助教授などを経て、2015年より現職。京都大学理事補、教育学研究科副研究科長。専門はメディア史。著書に『流言のメディア史』（岩波新書、2019年）、『メディア論の名著30』（ちくま新書、2020年）等。

学校の学級会・生徒会のさらなる活用を！



青森県明い選挙推進協議会会長 西東 克介

私たち日本の社会は、各学校において理想的な民主主義を育む学級や学校を作り上げていく努力をしてきたでしょうか？戦後民主主義社会となり、不断の努力を続けなければならなかったはずであるが、学校の教員を中心に堂々とその努力を続けてきたといえる関係者は現在そう多くはなからう。

ただし、現在の公立・私立の初等・中等教育のほとんどは、教員が忙しすぎて新たなことや創意工夫が必要な活動にはなかなか取り組みにくいのが現状であろう。このことを前提にして以下のことを述べていきたい。

日本国憲法第16条の請願権を、学校の学級会や生徒会活動の中で、児童・生徒にもっと積極的に教えていくべきである。請願権は、国や地方自治体にこうしてほしいとお願いをする権利である。しかも、この権利には、国民や年齢という制限がない。同じような権利が米国にもある。それは、ワシントンDC自治体にある教育委員会の高校生教育委員(2名)の権利である。この委員が18歳に達していなければ、委員会における投票権や議決権はないが、質問や意見を述べる権利はあるのだ。日本も現行法内で、審議会に高校生をメンバーとすることは可能だ。青森県黒石市には、そのような事例があった。現行法内では不可能だが、日本の教育委員会にも、ワシントンDC自治体のように、高校生を教育委員として入れる、というのも議論し、ぜひ実現してほしいものである。

参政権や選挙権が付与される前から、つまり、小学校の中・高学年あたりから、学級活動や生徒総会など全校生徒の中で意見や質問を相互に交し合うという積み重ねをじっくりとする必要がある。現在でも、様々な校則に問題ありと

の訴えが生徒・保護者・地域住民から出ている。課題のひとつ一つの長所と短所をじっくりと教員を含めて議論をしていくのである。子どもたちや生徒にとって、あるいは保護者や地域住民にとって、自分たちと考えの異なる結果になるかもしれない。そうであっても、できるかぎり、多くの人から意見や疑問を聞き結論を出すのが重要なのだということ、大人も子供や生徒も時間をかけて課題に取り組み、結論を出していくのである。もちろん、結果が出た後でも、一定の時間が過ぎれば、また同じテーマを話し合うというのでもいいだろう。

こうして粘り強く時間をかけて、小学校・中学校・高等学校での地域コミュニティにおける民主主義の文化を丁寧に育んでいくことこそ、投票率の向上はもちろん、民主主義の基盤をより強くし、民主主義を破壊してしまう勢力の防波堤となろう。

請願権の考え方を初等教育から進めていくことは、そもそも日本社会にすら広まっていない。まず、この権利を初等教育から始めて、保護者や地域の人々にまで広めるべきである。この取り組みが広まっていけば、外国人が増えている地域では、彼らの子弟への教育を通じて外国人の保護者にも請願権が広まっていこう。外国人には選挙権はないが、請願権はある。このことにより、日本に在住する外国人が気軽に日本人に相談したりすることのできる社会を目指すべきではないだろうか。これが、少しずつ根付いていけば、日本社会に多様性が拡大していこう。

ますます進むデジタル社会には、こうした心の豊かさに向けて私たちは地道な努力を続けていく必要がある。

さいとう かつすけ 1991年3月早稲田大学大学院政治学研究科博士後期課程単位取得退学、1999年4月弘前学院大学社会福祉学部常勤講師就任、現在教授。専門は教育行政。

民主政とコロナとの戦い



(公財) 明るい選挙推進協会会長 佐々木 毅

新型コロナウイルス感染症の世界的流行に先立って、先進民主政は格差の拡大という問題に直面した。その根本原因は経済のグローバル化であるという見方が広がり、かつてグローバル化の騎手であった国々の中下層階級の間でポピュリズムが勢力を増した。それはアメリカにおけるトランプ主義の台頭やイギリスのヨーロッパ連合からの脱退をもたらした。当時、格差の拡大問題はダボス会議などでも問題になっており、迫りくるデジタル革命は更に格差の拡大問題を深刻化させ、民主政と経済システムとの緊張関係を高めるという見通しが一般的であった。

そうこうしているうちにコロナの流行が拡大し、デジタルトランスフォーメーションへと世界は雪崩を打って動き出した。しばしば言われるようにパンデミックには有無を言わずに変化を加速する傾向がある。世の中には「コロナ以前」の世界に戻ることを希求する声が少ないが、「コロナ以後」の世界がそうした希望に叶うようなものである保証はない。悪くすると、格差問題も以前よりもひどくなる可能性を見おかなければならない。

ところで20世紀の冒頭の世界では猛烈な格差があったが、それが70年代中盤には史上類を見ないほど格差は縮小したことを前回のこの欄で述べた。これは一部の先進国で見られた現象であったが、民主政と平等化との結びつきを示す実例として、しばしば言及されてきた。歴史の黄金時代というものは概して短いものである。

多くの論者によると、この平等化はこの時代の特異な経験と離れては考えられない。まず、二つの世界大戦があった。それらは膨大な人命を犠牲にしたのみならず、資本の物理的な大量破壊を強制した。その上、二つの世界大戦の間

には大恐慌と金本位制の崩壊があり、富の大規模な破壊を市場メカニズムが強要した。その他、大小さまざまな革命が破壊に一役を買った。総じて膨大な富の破壊が極端な格差を是正し、平等化へのお膳立てをしたことになる。

中産階級が多数を占める政治体制を創設したのは民主政の成果であり、その継続的な努力の賜物であった。その思想的なバックボーンは市場を絶対視しない一種の自由主義であり、政府の所得再分配機能を肯定的に捉え、経済活動に対する政府の広範な介入を容認した。

また、ブレトンウッズ体制の下、政府は為替レートに対して責任を負い、経済活動に対して膨大な権限を有していた。しかし、ニクソン・ショック(1971年)以来、政府の役割の縮減と市場主義への逆転が継続的に進み、政府は問題解決者であるよりも「問題そのもの」であるといった批判が広がった。その結果、政府の役割は市場機能の活性化に専ら奉仕するものとされた。

次に政府の役割を見直すきっかけが、コロナウイルスとの戦いではなかったか。国民の生命を守るために積極的な任務遂行を求められるに至った。「経済活動の自由」などに対して一定程度規制する権力も承認された。企業のあり方を問い直したり、法人税の引き下げ競争に対する批判的な意見も目につくようになった。このようにコロナウイルスの大流行は政府の役割の見直しにまたとない機会となったということができよう。

世界大戦や大恐慌は政府の役割の大規模な見直しをもたらしたが、それに比べれば現在のそれは慎ましいものでしかない。しかし、この政府の復権も多くの人間の犠牲の上に成立している。それをどう発展させ、どのような問題との取り組みに使うか、民主政はその創造性を試されることになる。それをひたすら感染症対策のために使うのか、それとも格差問題や環境問題などとの取り組みに使うのか、それを決めるのはそれぞれの民主政の選択に委ねられる。その意味でも、ポストコロナとは「コロナ以前」に戻ることはない。



民間活動からみた シティズンシップ教育の現況

中京大学現代社会学部准教授 森田 次朗
大阪大学大学院人間科学研究科准教授 北山 夕華

第1回・第2回にかけて、労働党政権によりシティズンシップ教育が導入されてから、政権交代を経て今日に至るまでの教育政策の変遷を概観した。では、こうした制度改革は、学校現場にどのように伝えられ、シティズンシップ教育の実践に反映されているのだろうか。

イングランドでは、教育の質を保証する制度としてナショナル・カリキュラムと学校査察制度があるが、教材については教員側に委ねられており、教科書検定制度もない。そうした中、シティズンシップ教育の普及や教職員研修に関して重要な役割を担ってきたのが非営利団体である。

本稿では、英国でシティズンシップ教育の啓発活動に力を入れている民間団体の事例を取り上げ、イングランドにおけるシティズンシップ教育の現在について探ってみたい。

シティズンシップ教育と ロンドンの民間活動

筆者(森田、以下同)は、2019年9月より3名の共同研究者とともに、「『市民』に必要な能力は何か」というテーマのもと、英国と日本のシティズンシップ教育について比較調査を実施している。とくに英国を比較対象としたのは、シティズンシップ教育に関する歴史的な蓄積があり、学校現場に限らず非営利団体の啓発活動も幅広く展開されているため、近年、主権者教育に注目が集まる日本の社会状況を考える際に、有益な示唆が得られると考えたからである。

筆者は、新型コロナウイルスが拡大する以前(2019年9月、2020年2月)に、ロンドンでシティズンシップ教育の普及活動を実施している民間



ACTのオフィスが入るビルの外観(森田撮影:2019年9月)

団体の中でも、教員研修や教材提供などの面で影響力のあるアソシエーション・フォー・シティズンシップ・ティーチング(Association for Citizenship Teaching、以下「ACT」)を訪問した。ACTは、シティズンシップ教育の実践や若者の市民的参加の支援を目的とし、2001年に当時のシティズンシップ教育諮問委員会の委員長だったバーナード・クリックによって設立された団体である。

今回は、同団体の代表者であるリズ・ムアーズ氏に行ったインタビューから、ACTの活動理念と内容について紹介したい。

ACTにおけるロビー活動と テーマの多様性

第一に、ACTの活動について特筆すべきは、その政策提言活動である。英国ではナショナル・カリキュラムが導入されているといっても、地方教育行政当局の裁量の幅がきわめて広いため(北山 2014: 82-85)、地域や学校単位の個別的な実情を教育省に届けるため、しばしば研究者や教職員組織、人権擁護団体をはじめと

<参考文献>

- ・ Association for Citizenship Teaching.
<https://www.teachingcitizenship.org.uk/> (2021年2月15日アクセス).

表 ACTの情報誌の特集テーマ

年	タイトル
2020	「政治的リテラシー再考」 「情報の混乱/無秩序」
2019	「シティズンシップを通じた経済・金融教育」 「能動的シティズンシップと社会的行動」
2018	「真剣に話そう」 「クリック・レポートから20年」
2017	「人権教育」 「右派、ブレクジット、抗議団体の台頭」
2016	「信仰とシティズンシップ」 「論争的なテーマを教える」
2015	「シティズンシップとアート」 「2015年総選挙」
2014	「2014年カリキュラムの実践」 「権利と自由の祝賀年」 「優れたシティズンシップ教育を構想する」
2013	「教育を通じた平和構築」 「第一次世界大戦から100年」 「シティズンシップ教育の国際的な視座」
2012	「公正」 「ディベート」 「博物館、図書館、アーカイブ」

(ACTのHPより筆者作成。適宜意訳)

する様々なステークホルダーにより「ロビー活動」が実施されることになる(ムアーズ氏へのインタビューより)。このACTにおいても、団体が掲げる「シティズンシップ教育を通じて、アクティブで見識の広い市民になること」という理念を達成すべく、中央・地方教育行政機関や大学・研究機関等に様々な働きかけを行っている。

第二に注目すべきは、シティズンシップ教育という名称のもとで取り上げられているテーマの多様性である。ACTでは、毎年、紙媒体と電子媒体の双方で、主にシティズンシップを教える教師向けに『シティズンシップを教える』(Teaching Citizenship)という情報誌が発行されており、そこでは様々な教材や最新の教育動向が紹介されている。その過去9年分の見出しを整理したのが、表の通りである。

これをみると、シティズンシップ教育として取り上げられた領域は、政治教育(2020年)はもちろん、情報教育(同上)、金融教育(2019年)、オラシー(話し言葉の運用能力)(2018年)、人権教育(2017年)、宗教教育(2016年)、芸術教育

(2015年)、平和教育・歴史教育(2013年)、社会教育(2012年)ときわめて多岐にわたる。

このように、ACTでは労働党政権から保守党政権へと教育政策の方向(革新/保守)が変遷する中で、そうした方向性を問わず、ナショナル・カリキュラムを「絵に描いた餅」にしないための具体的な方策が考案され、そのための普及活動が展開されていると言えるだろう。

■ 日本のシティズンシップ教育への示唆

以上の事例から、日本社会にとっていかなる示唆が得られるだろうか。

注目すべきは、表でみられたように、ACTでシティズンシップ教育の枠内で扱われているテーマの多様性である。日本では、シティズンシップ教育というと、投票行動に代表される政治教育(18歳選挙権)の文脈に引きつけて議論されることが多い。

しかし、たとえば若者を対象に、市民の権利として投票行動を促そうとしても、そもそも「外国人」(非市民)であることを理由に、当該若者に投票権が付与されていなければ、議論の大前提に乗ることができない。今回の事例から示唆されるのは、そもそもシティズンシップとは何か、あるいは、多数派/少数派の違いによらず市民とは誰かという観点から、「市民に必要な能力」の内実を領域横断的に議論することの重要性ではないだろうか。

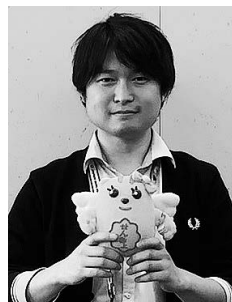
ただし、市民に必要な能力のあり方を議論することは、時に「『特定の能力』を獲得していなければ、『市民ではない』」という排除の論理につながる危険性がある。この点は、第5回に議論したい。

もりた じろう 1981年生まれ。2018年より現職。博士(文学)。専門は社会学(不登校研究)。主な論文に「フリースクールの諸実践から「生きられたシティズンシップ教育」を構想する」『社会学論集』(中京大学大学院社会学研究科、2021年)等。

若者による若者投票率向上プロジェクト

若者主体で目指す投票率向上への端緒に

三重県 前選挙管理委員会事務局 中山 和弥



◆ 事業のきっかけとスキーム

(1) 事業のきっかけ

きっかけとなったのは、令和元年に執行された参院選の投票率が低調に終わったことである。令和元年参院選では、有権者の関心を高めるため、三重県にゆかりがあり、県民への訴求力が期待できる著名人を選挙啓発大使に委嘱し、イベントやSNS広告、TV・ラジオ広告に出演いただくなど、様々な啓発事業を実施したが、県内の投票率は過去2番目に低い結果となった。

この結果を踏まえ、投票率の推移について当委員会で検証したところ、18歳選挙権が導入された平成28年参院選から令和元年参院選にかけて、18・19歳の投票率の低下幅が、全体の投票率より大きく、全体の投票率との差が拡大していることが明らかとなった。

このことから、低投票率の現状にある若者自身が、この問題を主体的に捉え、考えたうえで、議論をしてもらうことが、若者の投票率向上に繋がるのではないかと考え、当事業を実施することとなった。

(2) 事業全体のスキーム

当事業は、「低下を続ける若者の投票率に歯止めをかけるため、若者の低投票率を、若者自らが課題であると認識し、現状を打破するためには何をすべきなのかを自らが考え、投票率向上に向けた議論を巻き起こすこと」を目的に、大きく三つのステップにより実施した。

一つ目は、現状の把握である。「三つの「今」を知る」と題し、若者の投票率がどのようなになっているのか、どのような投票の制度があるのか、

県選挙管理委員会(以下「県委員会」)がどのような啓発事業を実施しているのかについて、ホームページ上で知ってもらうこととした。

二つ目は、県委員会への提案である。現状の把握を踏まえて、県内の大学生及び高校生を対象に、若者の投票率の向上に効果的と思われる啓発事業や、投票環境向上に資する制度の導入について、期待される効果も含めて、提案を行うってもらうこととした。提案は、郵送やFAXの他、県委員会ホームページに特設ページを開設し、インターネット上でも提案できるようにした。

三つ目は、最優秀提案等の決定である。集まった提案から、インターネットによる投票により、最優秀提案及び優秀提案を決定することとした。なお、投票率の低下は、本県だけではなく全国的な課題であること、当事業を全国に情報発信し、県民のみならず全国から投票に参加していただくことで、多くの方々の想いを把握したいと考えたため、投票は全国の方を対象とした。

◆ 提案募集から最優秀提案等の決定

(1) 募集方法

提案の募集に際して、県内の大学及び高校に提案の応募に関する依頼文を発出した他、主権者教育支援のために実施する高校等出前授業実施校への個別の依頼や、教育委員会事務局を通しての依頼も行った。また、大学生に対しては、県内の学生選挙啓発グループに応募をお願いした他、令和元年度から締結を進めている大学との選挙啓発の連携協力に関する協定を活用し、募集の働きかけも行った。

(2) 応募のあった提案内容について

令和2年6月19日から令和3年1月31日まで

提案を募集したところ、合計715件の提案をいただいた。提案者は大学生が22件、高校生が693人であった。提案内容としては、学生の生活に根差したインターネット等に関する提案が多く、インターネット投票の導入等に関する提案が170件(約24%)、SNS等による情報発信に関する提案が124件(約17%)となった。この他、投票したものへの特典の付与に関する提案が125件(約18%)、投票所の増設や投票日の延長に関する提案が108件(約15%)、出前授業等学校において行う主権者教育に関する提案が57件(約8%)、ポスターによる周知に関する提案が30件(約4%)等となった。

(3) 一次審査とインターネット投票について

応募が多数に上ったことから、県委員会で一次審査により14の提案を選考し、インターネット投票の対象とした。一次審査にあたっては、既に実施済みのものや、実際に制度化に向けて検討されている提案については除外し、個性的な提案を選定した。

インターネット投票は令和3年2月26日から同年3月12日まで実施し、全国で337名の方に投票いただいた。投票の結果、「若者の投票率向上に効果的な啓発事業」に係る最優秀提案は「小・中・高校での模擬選挙の充実」、優秀提案は「投票所付近のインスタ映え化(投票所の外に若者が思わず写真を撮ってしまうような料理の屋台等を設置する)」及び「若者同士のディスカッションの配信(若者を発信する立場に置くために、若者同士でのディスカッションを動画配信する)」となり、「投票環境向上に資する制度の導入」に係る最優秀提案は「コンビニでの不在者投票用紙受領」、優秀提案は「学生による投票事務の従事」及び「数値化による候補者比較(すべての候補者が力を入れていることをパーセントで表し、政策を比較できるようにする)」となった。

◆ 事業を通しての苦労と今後について

(1) 事業全体を通じての苦労

提案の募集開始に際して、前述のとおり県内の大学及び高校に依頼文を発出したが、応募数は伸び悩んだ。このため、出前授業の実施校に個別にお願いしたり、教育委員会事務局を通じた依頼等により、複数の学校が当事業に協力いただけることとなり、結果として多くの提案をいただくことができた。

また、県委員会による一次審査についても、多くの提案をいただいたことから、投票対象の選考に時間を要した。選考の中で、最優秀提案等を決定するという当事業の性質上、提案者の多い提案(多くの学生が考えている提案)について、投票の対象とできなかったことは、残念でもあった。

(2) 今後について

事業を通じて千人以上の方にご参加いただいたこと、ご協力いただいた学校から、「参加させていただいたこと自体が投票への意識向上に繋がったように思う」というご意見や、インターネット投票に参加いただいた方から、「このような取組みはとても有意義である」というご意見をいただけたことから、一定の成果があったのではないかと考える。

この取組みをより効果的な形で展開するため、令和3年度は、いただいた提案について、少しでも提案の趣旨が反映された取組みができないかを検討していく予定である。

検討にあたっては、当県の学生選挙啓発グループ「ライトスタッフ」とも意見交換を行いながら、来るべき衆議院議員総選挙や令和4年度常時啓発事業への反映を目指していきたい。

なお、末筆ながら、当事業にご協力いただいた皆様に深く感謝申し上げます。

なかやま かずや 平成4年生まれ。平成30年4月に選挙管理委員会事務局配属。令和元年度及び令和2年度に常時啓発事業を、選挙時啓発では令和元年執行参院選で臨時啓発事業を担当。

NEXT CONEXION(ネクストコネクション)の 出前授業の取り組み



NPO法人NEXT CONEXION代表 越智 大貴

◆ 改めて、選挙権年齢が引き下がった理由を考える

2016年に公職選挙法が改正され、高校在学中に選挙権を得られるようになり、5年が経過した。私の地元である愛媛県でも、高校生(特に高校3年生)を中心に、「主権者教育」が選挙啓発の一環として行われている。しかし、この間、国政選挙における18歳の投票率は下がり続けている。主権者教育を行っているにもかかわらず、なぜ投票率は下がり続けているのか、今一度検証をするべきだろう。

主権者教育が投票率向上の面で効果が出ていない理由はいろいろと考えられるが、根本的な原因は「なぜ選挙権が18歳以上に引き下げられたのか」という問題意識を共有できていない点にあると考えている。そもそも選挙権年齢が18歳以上に引き下げられた背景の1つに、シルバー民主主義がある。シルバー民主主義とは、有権者に占める高齢者の割合が増し、高齢者層の政治への影響力が強まる現象のことであるが、その結果、少数派である若者の声が政治に反映されにくくなり、世代間の不公平につながるとされている。こういった現状を打破するために、選挙権が従来の20歳以上から18歳以上に引き下げられた。つまり、選挙権が18歳以上に引き下がった背景には、「これからの社会を担う若者の声を聴き、社会に反映させる」という狙いがある。

しかし、この5年間で「これからの社会を担う若者の声を聴き、反映させる」社会はどれだけ実現できたのだろうか。日本財団が2019年に日本を含む9カ国で実施した「国や社会に対する意識」についての報告書により、日本の若者

は国や社会に対する意識が他の8カ国に比べかなり低いことが明らかになった。特に「自分は責任がある社会の一員だと思う」「自分で国や社会を変えられると思う」「社会課題について、家族や友人など周りの人と積極的に議論している」という項目について、「はい」と回答している割合が圧倒的に低い。このような意識を持つ若者に「選挙に行きましょう」と啓発してもおそらく響かないだろうし、その結果が投票率に表れているといっても過言ではないだろう。

これからの主権者教育は「選挙制度やルールについての理解を深める」教育から、「社会が大きく変わる中における主権者としての資質や能力を育む」教育に方向性を変えていく必要があると考えている。

◆ 「選挙に参加しよう!」は手段であり、目的ではない

私の講演では、こういった課題意識に対し、生徒たちに対して頭の中で学ぶだけでなく、体験しながら学んでほしいという趣旨の話をしている。同時に、選挙を通じた社会参加の大切さをお伝えしている。ただし、目的は社会参加であり、「選挙に行けばいい」という印象だけを与えないよう気をつけている。そのために、大きく分けて2つのお話をさせていただいている。

1つは、政治や社会の本質についてである。



昨年度からは、オンラインによる実施にも力を入れている

高校生に政治に対するイメージを聞いてみると、自分とは関係のない話だと捉えている人が多い。そのような高校生に共通しているのが、政治とは「国」や「世界」といった大きな規模の内容を扱うものだとして捉えていることである。そもそも政治には「社会の利害を調整し、意思決定をすること」という意味がある。また社会には「人々が互いに関わり合う場」という意味がある。つまり、政治の意味を文字どおり捉えようとすると、「人々が互いに関わり合う場の利害調整をし、意思決定をすること」となる。ここまで話をすると、高校生の中には「家族」や「学校」も人々が互いに関わり合う場＝社会であり、その中で利害調整し意思決定をする＝政治があることに気づく学生が多い。そのような身近な社会から「政治感覚」を育むことが主権者教育のスタートだと考えている。またこういった感覚は様々な人と関わり合う中で育まれるものであり、自分1人の頭の中だけで育まれるものではない。そこで講演内でもワークショップを実施し、対話する場を設けている。

もう1つは、政治に対する価値観についてである。政治の役割は大きく分けて「税(お金)の配分について」と「法(条例)の運用について」の2つがある。お金の使い方やルールについては、身近な社会にも存在し、日々私たち自身も接していることである。そこで、お金のルールに関する10の質問を示し、自分が政治的にはどのような立場にいるのかを理解するワークショップを実施している。自分の政治的価値観を知ることについて、生徒たちは性格診断のような感覚で、興味を持って参加してくれているのが印象的である。

◆ 主権者教育は、学校内外の連携が成功の力ギ

また、私が代表を務めるNEXT CONEXIONでは、大学生のメンバーを中心とした授業づくりと学校での実践を行っている。大学生が授業



今年は新型コロナウイルスの影響でできなかったこどもタウンを、オンラインで実施した。

をする場合は、体育館等で一斉に行うのではなく、各教室に大学生が赴き実施している。学校からのオーダーによっては、大学生が様々な角度から社会について考えられるオリジナルの授業を作成し、これらを生徒が事前を選択し受講することができる形をとることもある。

選挙管理委員会やNPOなどの外部団体が主権者教育の充実に果たす役割について、大きく2つあると考える。1つは、外部の参加により「開かれた空間」で議論する場を提供することができるということである。開かれた学校の中に選挙管理委員会やNPOなどが学校に入り、閉じた空間ではなく開かれた空間で授業を行うことで、活発な議論が可能な授業を実現し、「政治的中立性への配慮」の緩和を可能とすることができる。

もう1つは、若者(大学生)が参加することによる「生徒」「若者」の主権者意識の涵養である。主権者教育を行う際は、「そもそも社会に答えはない」ことを前提にする必要がある。そのため、こどもたちにとって「たて」でも「よこ」でもない「ナナメ」の関係である地域の若者・大学生を活用すべきであると考え。特に、教員を志す大学生は、授業スキルなどを高めることができ、また大学外の活動は貴重な経験となる。加えて、地域の若者・大学生の主権者意識の涵養にもつながる。

◆ こどもたちの社会参加のきっかけは、むしろ「学校外」にある。

最後に、NEXT CONEXIONが出張講座以外

に取り組んでいる、中高生を対象とした体験型主権者教育・探求型主権者教育の事例を挙げる。これらの取り組みは、中高生の主体的な取り組みとなっているため、社会参加という点において大きな効果が出ている。子どもたちが大人になったときに主体的に社会に参加し、次の世代につなげていきたいと思ってもらえるような取り組みは何かを一緒に考え、学び合っていくことが、教育を提供する側に求められている姿勢ではないだろうか。

◆ 体験学習型主権者教育の事例 — こどもタウン

こどもタウンは、小学生とスタッフの中高生が「仮想の街」を創り、楽しく社会のしくみを学ぶ取り組みである。この街では実際の社会で行われているたくさんの体験が再現されている。

例えば、小学生は仕事を体験し、稼いだお金で遊んだり買い物したりすることを通して経済の仕組みを学ぶ。店を立ち上げる資金を調達する必要がある、また稼ぐ額によって給料も変わってくるため、みんなで協力をしてアイデアを出し合わなければいけない。さらに、こどもタウンでは選挙や裁判も行われ、街のルールをつくり、守り、改善していくことまですべて子どもたちが行う。

こういった小学生の取り組みを中高生がサポートすることで、子どもたちが主体となり積極的に活動していくことで、協調性を育み、自らが様々な視点からものごとを考えていく力を身につけている。(報告：清水ひまり[NPO法人 NEXT CONEXION、山口学芸大学])

◆ 探求学習型主権者教育の事例 — カフェコネ

カフェコネは、実際に社会で活躍されている方をお招きし、世代を問わず様々な方々と交流することで、社会についてより深く学びあうという活動である。

お招きするゲストは、現役の議員の方や、大



地元の市議会議員をお招きし、松山市庁舎周辺のグランドデザインを考えている

学の教授をされている方など、職業がとても幅広い。参加者は直接どのようなことをしているのかをゲストの方に聞くことによって、自分の将来を考える良い刺激になると考える。また、トークテーマも回によって異なる。地域の課題から近年注目されているSDGsまで、幅広い中高生のニーズに対応している。また、楽しみながら学び合うことを大事にしているため、話し合いだけではなくクイズ大会や食事を通して、参加者全員が考えを深め合っている。

ゲストの選定からイベントの準備までを中高生が主体的に行うことで、自らの学びを深めるだけでなく様々な啓発や社会参加のきっかけを作っている。(報告：白石陽菜[NPO法人 NEXT CONEXION・松山大学])

投票率の低下は、若者だけの課題ではなく、社会全体の課題である。改めて「なぜ選挙権が18歳以上に引き下げられたのか」という本質的な課題について議論をし、学校だけでなく社会全体での効果的な主権者教育の在り方について考えていく必要がある。

おち ひろたか 1987年生まれ。こども・若者とよのなかをつなぎ、社会のしくみを楽しく学びあうNEXT CONEXION代表。総務省主権者教育アドバイザー。過去に4年間、高校で世界史・政治経済を担当。現在は私立高校にて総合学習を担当している。



極右政党PVVは後退

3月15～17日の3日間、オランダ総選挙(下院、定数150)が行われ、中道右派の「自由民主党」(VVD)が第1党を維持した。コロナ禍中の今回の選挙は、投票期間が3日間に、70歳以上の高齢者の郵便投票が可能になるなどの措置が取られた。

オランダは、2021年1月にルッテ内閣が総辞職する前は、VVDのほか、中道右派のキリスト教民主同盟(CDA)、高学歴層に支持者が多い中道の「民主66」(D66)、キリスト教連合(CU)の4党が連立政権を担っていた。連立の中心はルッテ氏率いるVVDで、今回の選挙では前回(2017年)より1議席多い34議席を獲得した。第2党には環境問題などへの取り組みが支持されたD66が5増の24議席と躍進した。CDAは15議席、CUは5議席を獲得し、連立4党で78議席と、過半数を確保した。

前回の総選挙でイスラム系移民排斥や欧州連合(EU)離脱を訴え、一時は政権奪取の勢いを見せた第2党の極右政党・自由党(PVV)は3議席減

の17議席と、第3党に後退した。かつて「オランダのトランプ」と称されたウィルダース党首は「危機の時(コロナ禍)は、国民は国旗の下に結集する」と語り、敗北を認めた。

政党別議席数

党名	下院		上院
	2021年	2017年	
VVD	34	33	12
D66	24	19	7
PVV	17	20	5
CDA	15	19	9
CU	5	5	4
その他	55	54	38
計	150		75

*党名の薄アミは2021年選挙前与党
*上院は2019年選挙時

ルッテ氏は記者団に「有権者から圧倒的な信任票を得た」と勝利宣言し、引き続き政権を担う意欲を示した。連立交渉は進められているが、VVDとCDAに軋轢があるなど、政権樹立までには困難が予想されている。前回は選挙後、政権樹立までに7か月を要した。

ルッテ氏は2010年から首相を務め、ユーロ危機や難民問題などを乗り切った実績に加え、失業率を4%以下に抑えている経済運営にも評価が高い。しかし、コロナ対応では第2波以降は都市封鎖に加え夜間外出禁止令を発出し、反発する市民と警官隊が衝突する事態となった。また、ワクチ

ン接種は欧州内でも出遅れており、1月には児童手当給付をめぐるスキャンダルで内閣総辞職して暫定政権に移行するなど、悪材料も少なくなかった。それでも国民は引き続きルッテ氏に国のかじ取りをまかせた。背景には、経済対策などへの国民の信頼があると見られている。

投票率は前回(81.9%)を下回る78.7%。有権者は18歳以上。

国会

オランダは二院制を採用している。

下院選挙は、政党ごとの拘束名簿式比例代表制により行われるため、政党が分立し、今回の総選挙では過去最高の37の政党が出ている。候補者名簿には順位が付けられ、投票日前に有権者に配布される。投票は候補者を選ぶ1票制で行われる。

すべての議席の分配がなされると、国王の主導のもとインフォルマトゥール(情報提供者)やフォルマトゥール(組閣担当者)が指名されて連立協議が行われ、首相候補が決定される。

下院の任期は4年。政府が議会の信任を得られなかった場合などは、任期をまたずに選挙が実施される。また、憲法で閣僚と下院議員との兼職を禁止しているため、すべての閣僚は議員を辞職する*。

上院は1815年に設立され、議員定数75。4年に1度、12ある州議会により、州議会議員(長く続けている議員など)から間接選挙で選出される。上院は1週間に1度しか開けない。

下院は上院に対して優越し、法案の審議や内閣の行動の監視を行っている。内閣および下院に法案提出権があり、下院で法案が採択されると上院に送られる。上院は、送られてきた法案成立の可否を決定する権限はあるが、法案を修正したり自ら法案を作成することはできない。

オランダでは、女性国会議員を増やすため、法令によるクオータ制などは設けられていないが、政党ごとに女性議員増大に取り組んでいる。今回の下院選挙では61人の女性が当選し(2017年54人)、比率も36%から41%となった。上院には24人(32%)の女性議員がおり、全国会議員比率も35%から38%に増えている。

* 欠員となった議席は、各党の拘束名簿から次点者が順次、繰り上がり当選となる。

新型コロナウイルス感染症で宿泊・自宅療養等されている方へ

特例郵便等投票ができます

新型コロナウイルス感染症で宿泊・自宅療養等をしている方で、一定の要件に該当する方は、令和3年6月23日以後にその期日を公示又は告示される選挙から「特例郵便等投票」ができます。

1 特例郵便等投票の対象となる方

◆以下に示す「特定患者等」に該当する選挙人で、投票用紙等の請求時において、外出自粛要請又は隔離・停留の措置に係る期間が投票をしようとする選挙の期日の公示又は告示の日の翌日から当該選挙の当日までの期間にかかると見込まれる方は、特例郵便等投票ができます。

（「特定患者等」とは、

- ① 感染症の予防及び感染症の患者に対する医療に関する法律第44条の3第2項又は検疫法第14条第1項第3号の規定による外出自粛要請を受けた方
- ② 検疫法第14条第1項第1号又は第2号に掲げる措置(隔離・停留の措置)により宿泊施設内に収容されている方

※ 在外選挙人名簿に登録されている方が、上記①又は②に該当することとなった場合も対象となります(衆議院議員又は参議院議員の選挙における投票に限ります。)

2 手続の概要

◆特例郵便等投票の対象となる方で、特例郵便等投票をご希望される方は、投票しようとする選挙の選挙期日(投票日当日)の4日前までに(必着)、選挙人名簿又は在外選挙人名簿登録地の市区町村の選挙管理委員会に「1①の外出自粛要請、又は1②の隔離・停留の措置に係る書面(以下「外出自粛要請等の書面」といいます。)」を添付した「請求書(本人の署名が必要です。)」を郵便等で送付することにより、投票用紙等を請求していただくことが必要です。

※ 請求書の様式は、各市区町村の選挙管理委員会のウェブサイト等に掲載されています。各市区町村の選挙管理委員会から、電話等により取り寄せることも可能です。

※ 在外選挙人証、選挙人名簿登録証明書又は南極選挙人証の交付を受けている方が投票用紙等の請求をする場合には、それらも請求書に添付していただく必要があります。

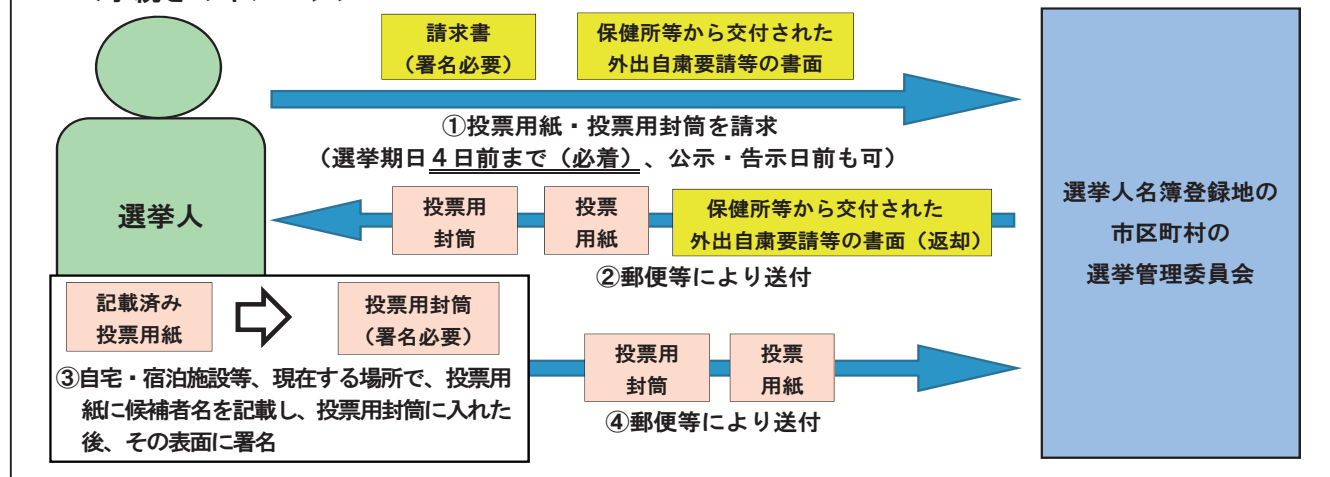
◆「外出自粛要請等の書面」が交付されていない等、「外出自粛要請等の書面」を添付できない特別の事情がある場合は、その旨を理由を付して「請求書」にご記載いただければ、当該書面の添付がなくても投票用紙等を請求することが可能です(請求を受けた市区町村の選挙管理委員会が保健所や検疫所から情報提供を受けて、特例郵便等投票の対象者であることを確認できることが条件となります。)

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2年度)
野田 千倅さん 岡山県 岡山市立京山中学校1年(受賞当時)

評 一つ一つがとても丁寧にリアルに描かれたジグソーパズルで表された日本の地図が、見る人に強い印象を与えています。背景とは対照的に標語はシンプルに描くことで、選挙の大切さがより明確に見える人に伝わってきます。

ひがしら まさひと
東良 雅人 前文部科学省初等中等教育局視学官

＜手続きのイメージ＞



3 注意事項

- ◆特定患者等の方は外出自粛要請等がなされておりますので、郵便ポストに「請求書」や「投票用紙等」を投かんする際には、同居人、知人等(患者ではない方)にご依頼ください。
※ 濃厚接触者の方がポストに投かんすることは可能です。ただし、せっけんでの手洗いやアルコール消毒をし、マスクを着用して、他者との接触を避けるようにしてください。
- ◆投票用紙等を請求された後に、宿泊・自宅療養等期間が経過したため特例郵便等投票ではなく投票所で投票したいという方は、郵便等で送付された投票用紙等一式を投票所に持参し返却していただく必要があります。
- ◆ご不明な点は、各市区町村の選挙管理委員会にお問い合わせください。

4 罰則

- ◆特例郵便等投票の手続においては、公正確保のため、他人の投票に対する干渉や、なりすまし等詐偽の方法による投票について、公職選挙法上の罰則(投票干渉罪(1年以下の禁錮又は30万円以下の罰金)、詐偽投票罪(2年以下の禁錮又は30万円以下の罰金))が設けられています。

「濃厚接触者の方の投票について」

- ◆新型コロナウイルス感染症患者のご家族等の方は、濃厚接触者に当たる可能性があります。
- ◆濃厚接触者の方は、特例郵便等投票の対象ではありません。
投票のために外出することは「不要不急の外出」には当たらず、投票所等において投票していただいて差し支えありません。
- ◆ただし、せっけんでの手洗いやアルコール消毒をし、マスクを着用いただくといった必要な感染拡大防止対策等にご協力をお願いします。ご不明な点等がある場合は、お住まいの地域を所管する保健所又は各市区町村の選挙管理委員会にお問い合わせください。

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/> 〈Twitter〉<https://twitter.com/Akaruisenkyo>

〈メールアドレス〉info@akaruisenkyo.or.jp

編集協力 ●株式会社 公職研



宝くじ桜



一輪車



ドリームジャンボ
絵本



宝くじは、



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、さまざまなかたちでみなさまの豊かな暮らしに役立っています。



救急普及啓発
広報車



遊具



移動採血車



青色回転灯
パトロール車



下水道啓発
パンフレット



自然公園案内
映像展示設備



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。

一般財団法人
日本宝くじ協会
<https://jla-takarakuji.or.jp/>