

## 書評01

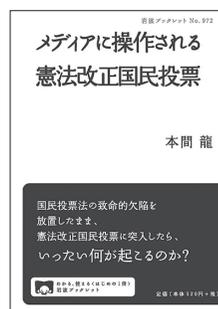
本間 龍 著

# 『メディアに操作される憲法改正国民投票』

岩波書店 / 2017 年 9 月刊 / 64 ページ / 520 円 + 税  
ISBN 978-4-002-70972-7

評者：横川 珠里

日本大学大学院 生物資源科学研究科 博士前期課程



2022 年 5 月 3 日、日本国憲法の施行から 75 年目を迎えた。みなさんは、日本国憲法の改正手続きに関する法律（以下国民投票法）についてどのくらい理解があるだろうか。直近で行われた第 49 回衆議院議員選挙の投票率は全体で 55.93%、10 歳代が 43.21%、20 歳代が 36.50% であった。定期的に行われている議員選挙でも、約半数はそもそも投票に行っていないのが現状である。特に若年層の政治離れは著しい。日本のこれからを担う世代が政治に関心が無いというのは、非常に不安な要素である。

その中で筆者は、様々な角度から大手広告代理店のメディアへの影響力の大きさを問題視した書籍を出版し、発信している。そして本書は具体的な改正内容には触れず、国民投票法の問題点を説明しながら日本の広告業界の寡占体制を指摘し（第 1 章）、予算で上回る改憲派が絶対的有利な状況にある理由を 3 点あげ（第 2 章）、欧州諸国の例を交えながらメディア規制の具体案を提示し（第 3 章）、最後に衆参憲法審査会長と日本民間放送連盟会長宛に提出した要望書の内容を説明する（第 4 章）構成になっている。先述の通り、本書は改正内容について述べられるものではなく、ジャーナリストの今井一氏が主宰の「国民投票ルール改善を求める会」での話し合いを通じて明らかになった事実と、その過程で得た知見をもとに国民投票法そのものの問題点をできるだけ簡潔にまとめたものである。よって書評でも改正内容には触れず、国民

投票法における問題点とその改善方法について取り上げ、書籍紹介としたい。

まず第 1 章では、国民投票法における改憲派・護憲派双方の特徴や概要について解説し、国民投票法における広告宣伝方法の問題点を挙げている。改憲派の中心は自民党であり、現状では政党交付金をいちばん多く受け取ることができる。加えて、企業献金の 9 割は自民党に集中しているため、改憲支援団体からの寄付金も受け取ることができる。それらの寄付に対して現行法は何ら規制を行っていないため、事実上青天井の寄付金を集めることが可能である。一方で護憲派は小さな団体が多く、大きな支援母体もない。加えて、中心となる政党も決まっていないため、まずその調整から始めなければならない。資金面では改憲派と護憲派ですでに圧倒的な差が生じていることを指摘している。ここで筆者は「重要なのは、広告のテクニックで国民の意識をある程度変えることが可能だということだ。」と述べている。改憲か否かの「判断材料」である両派の主張を届ける手段が、現状では「国民投票広告」であり、個人の意見表明を行う意見広告に関しては禁止事項がなく、いつでもどこでも、何時までも投票運動を行うことが可能である。予算がなければ各種広告を打つことはできないため、耳目に入るのは「予算がある方」つまり自民党の主張だけになってしまうことを危惧している。

続く第 2 章では、その予算で上回る改憲派が

絶対的有利な理由について、①改憲派は運動の中心が定まっており、国民投票のスケジュールを自在に管理できる、②改憲派は巨額の資金を有し、調達できる、③改憲派の広告宣伝を担当するのは電通である、という3つの観点から説明している。

①においては、改憲派は発議を提案する国会の開会時にはおおその日程を想定することができるため、それに基づいて国民投票運動戦略を立てられるのに対し、護憲派は国会発議を止めることに全力を費やすため、発議後によりやく広告宣伝作業に着手することになる。この初動の差は大きく、予めスケジュールを立てられる改憲派が有利な立場に立てると指摘する。②においては、第1章でも述べられている通り、改憲派と護憲派では資金の調達源が大きく異なり、寄付の上限に関する制限がないため、その額にも大きな差が生じる。そして③においては、すべての媒体において他社より優先的に購入できる広告枠を有している電通が、国民投票法においても自民党を中心とする改憲派の広告宣伝を担当することはほぼ間違いないと話す。

つまり、両派の広告宣伝費の投下額に大きな差が生じた場合、特にテレビやラジオなどの民間放送各社は広告費の多い方に便宜を図る可能性が高く、その現場を仕切るのは改憲派を担当する電通である点について指摘している。

そこで第3章では、メディア規制の具体案について、①「キャップ制」といわれる、あらゆる宣伝広告の総発注金額を改憲派・護憲派ともに同金額と規定し、上限を設け国が支給し、両陣営ともその金額の範囲内で使用メディアを選定、その内訳を公表すること、②テレビ・ラジオ・ネットCM（電波媒体）における放送回数を予め規定し、放送時間も同じタイミングで流す、もしくは同じ金額と規定すること、③先行発注による優良枠独占を防ぐため、広告発注のタイミングを同じとすること、④報道内容や報道回数、ワイドショーなどでの放映秒数などで

公平性を損なわないよう、民放連に細かな規制を設定させ、違反した場合の罰則も設けること、⑤宣伝広告実施団体の討論・ワイドショー・報道番組等へのスポンサー禁止、⑥意見表明CMも投票日2週間前から放送禁止とする。インターネットのポータルサイトなどでも同様とする、という6つの案を提示している。

そして第4章では、上記の内容を踏まえて2017年に衆参憲法審査会長と日本民間放送連盟会長宛に提出した要望書の内容を説明している。改憲派・護憲派のどちらかに与するのではなく、両派に公平な国民投票実施のための要請であると発言している（なお、この要望書の内容については本書の巻末に記載されている）。

このように本書は、現状の国民投票法の問題点をまとめている。そして、改憲派・護憲派どちらかに肩入れし、改正内容を議論するものではなく、国民投票法という国民の意思を問うシステムが抱える問題点を具体的に解説し、公平公正な投票が行えるよう、その改善方法を提案している。本書で示されている通り、国民投票法のシステムが正しく構築されてこそ、はじめて、改正内容の議論を行うことができるといえるであろう。

最後に、本書の筆者は「憲法改正国民投票といっても、まだ何のことなのか理解していない国民が圧倒的に多い。」と述べている。いざ国会発議がなされ、国民投票を行うことになった時、「知らなかった」、「分からない」では日本の未来が危ぶまれる。公平公正に改正内容について議論を行うためにも、現行のまま国会発議がなされてよいのか、是非ご一読いただき、国民投票法が抱える問題について理解を深めてもらいたい。