

市民とインターネットと民主的選挙 -- インドネシア (特集 選挙の風景)

著者	川村 晃一
権利	Copyrights 日本貿易振興機構 (ジェトロ) アジア経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) http://www.ide.go.jp
雑誌名	アジ研ワールド・トレンド
巻	251
ページ	8-9
発行年	2016-08
出版者	日本貿易振興機構アジア経済研究所
URL	http://doi.org/10.20561/00039505

市民とインターネットと民主的選挙 —インドネシア—

川村 晃一

●定着した民主的選挙

インドネシアで民主的な選挙が継続して実施されるようになったのは、一九九八年のスハルト体制崩壊後のことである。一九九九年以降は、議会選挙が五年ごと、大統領直接選挙も二〇〇四年から議会選と同じ年に、実施されている。また、地方首長の直接選挙も二〇〇五年から実施されるようになった。そのほとんどの選挙で、投票率は平穩に行われている。民主的選挙はすっかり定着した。

●選挙運動の移り変わり

かつては選挙戦が始まると、各政党のシンボルカラーで染められた幟のぼりやポスターが街中を埋め尽くし、揃いのシャツを着た若者がバイクや自動車で長い隊列を組んで示威行為をするといった光景がみられた。広場で開催される政党の集会では、党幹部や候補者の演説の時間はわずかしくなく、大衆音楽の歌手が登場したり、ビンゴ大会が行われて景品が参加者に配られたりと、動員力と存在感を示すことが選挙戦の主眼であった。参加者も、候補者を応援するためというよりも、配布されるTシャツや昼食、さらには日当などが目当ての者が多かった。

●SNS選挙運動の功罪

加者数もめっきり少なくなった。主催する政党や候補者も、このような示威的な選挙運動が票の動員にはほとんど効果がないということに気がつき、街中での大々的な運動の数は減る傾向にある。それにかわって増えているのが、メディアを使った選挙運動である。そのきっかけとなったのが大統領直接選挙の導入だった。大統領選挙では、候補者の個人的な魅力を売り込むイメージ戦略が重要である。そこで各候補者は、有権者に自らのイメージを売り込むため、テレビや新聞などで大量の広告を打つようになった。選挙広告は、専門業者である選挙コンサルタントによって作成され、市民はあくまでその受け手にすぎなかった。

選挙では、ソーシャルネットワークやキングサーブス（SNS）を使った選挙運動が広がり、市民が選挙運動に直接関わる道が開けた。この新しいメディアを効果的に使ったのが、ジョコ・ウィドド現大統領である。彼は企業家出身の非政党人ゆえ、所属政党内に支持基盤を持っていなかった。そこで、エリート政治家による談合政治の排除を目指していた市民ボランティアは、組織に頼らない選挙運動の手段としてSNSを積極的に利用したのである。SNSは、無党派層の支持獲得に大きな役割を果たし、ジョコ当選の原動力となった。一方でSNSは、出自や宗教などに関する根柢のない誹謗中傷で相手候補の評判をおとしめるネガティブ・キャンペーンの手段としても使われた。新聞・テレビといったマスメディアも、大企業経営者で政党幹部を兼ねる人物が社主であるところは、露骨な偏向報道で世論を操作しようとするなど、メディアと選挙の関係が問われるような事態が生じつつある。ただし、選挙戦では、このようなメディアを使った新しい運動だけが展開されているわけではない。候補者は、地元有力者からの支持



2014年総選挙におけるジョグジャカルタ特別州グヌンキドゥル県での開票風景（筆者撮影）

の調達や、集会への顔出し、有権者への戸別訪問といった活動もしている。しかし、このようななどぶ板選挙にはカネが絡みがちである。「寄付」という名目で地元で物品が提供されたり、戸別訪問で直接現金が授受されたりすることも多い。

当局による規制や監視が有効に作用しないなか、候補者間の競争が激しくなるほど金権選挙が蔓延する。カネをばらまいて当選した政治家は、次の選挙までの間にせつせと汚職に励んでその資金を回収しようとする。こうして、民主的な選挙が定着していった一方で、汚職が一握りの権力者から多数の政治家へ、中央から地方政界へと広がっていったのである。

●市民に支えられる選挙

日々汚職のニュースを聞かされている国民の間には政治不信が広がりがつあるが、選挙に対する有権者の関心はいまだに高い。民主化直後の一九九九年総選挙で記録した九四％に達することはさすがにないが、国政選挙の投票率が七〇％を下回ったことはない。

全国約五五万カ所に設置される投票所では、午前七時から投票が開始される。民主化直後の選挙では、朝から長蛇の列ができ、投票所周辺には一日中人だかりができていたが、いまは投票が終われば、皆すぐに帰宅してしまう。

議会選挙では比例代表制が採用されており、投票用紙には政党のロゴがカラーで印刷されている。同時に、比例名簿に掲載されている候補者個人を選ぶこともできるよう、ロゴの下には候補者名も記載されている。選挙に参加する政党の数も常に一〇政党以上と多いため、投票用紙は新聞紙見開きの大きさになってしまう。有権者は、折りたたまれたこの投票用紙を開き、意中の政党や候補者に釘で穴を空けて投票を行う。

投票は午後一時に締め切られ、その後すぐに投票所ごとに開票作業

業が始められる。周辺住民がその様子を自由にみることできて不正の防止になるし、投票箱が途中でなくなったり、奪われたりするのを防ぐこともできるからである。

しかし、投票所を運営している担当者にとっては、この開票作業が最も大変な仕事である。投票所あたりの有権者数は三〇〇〜四〇〇人だが、議会選挙では、国政レベルの二議院（国民議会と地方代表議会）と地方レベルの二議会（州議会と県／市議会）の選挙が同時に行われるため、投票用紙も膨大な数になる。しかも、選挙制度が複雑で投票ミスもしばしば発生するため、投票が有効かどうかを確認する作業に時間がかかる。

結局、開票作業は深夜に及ぶことになる。各投票所の担当者、町内会の役員などをやっている一般の市民である。彼らは高くはない報酬にもかかわらず、地道な作業を長時間にわたって黙々とこなしている。インドネシアの民主主義は彼らのような一般の人々によって草の根で支えられている。

●インターネットと市民参加

さらに、二〇一四年大統領選挙の開票では、インターネット技術

を使った市民監視の手法が開発された。この選挙は、ジョコと対立候補による一対一の大激戦となった。そのため、両者の票差も僅かとなることが予想され、少しの集計ミスでも混乱のもとになる可能性があった。また、集計作業への介入や数値の操作などが行われる可能性もあり、選挙の正統性が失われることも懸念されていた。

そこで、選挙にあたる総選挙委員会は、投票所で記入された集計用紙をスキャンして公式ウェブサイトで公開することにした。それによって、市民のなかからその数値を独自に集計するボランティア運動が自然発生し、SNSを通じて集まった七〇〇人の市民がインターネットを利用して独自に開票結果をはじき出したのである。

彼らの発表した集計結果は、公式の投票結果とほぼ同じであった。ジョコの対立候補も、この結果に文句を付けることはできなかった。市民によるボランティア運動が、インターネットという新しい技術を通じて結びつき、民主主義の公正さを支えたのである。

（かわむら こういち／アジア経済研究所 東南アジア研究グループ）