選挙キャンペーンはしがき

品田　裕

以前、ＮＨＫ海外放送のある番組で、世界中の邦人リスナーに各国の選挙キャンペーンを報告してもらうという企画があった。寄せられた情報は決して多くなかったが、世界の選挙戦は多様だった。しかしそのなかでも大きくいうと静かな国々とお祭り騒ぎの国々に二分できるようだった。前者は主に欧米諸国、後者がアジアやアフリカである。両者の違いについて、筆者は、「選挙の機能」と政党の定着度によるものではないかと考えている。「選挙の機能」というのは、有権者が選挙の意味をどう捉えているかである。かつて欧州の多くの国で選挙は社会集団の勢力を確認するものだったし、アメリカでは、有権者が政党帰属意識を表出する機会だった。今日の欧米では、多くの有権者が政策選択を意識している。これらの国々では政党も発達し、人々の生活のなかに浸透し定着している。人々に所属を確認させ（教会で神父が、労組で委員長が演説し）、帰属意識を思い出させ（自家用車のバンパーに〝Ｇｏ ○○○！〟のステッカーを貼り）、あるいは、政策を浸透させる（「選挙小屋」でお茶を出しながら政策を語り説得する）ことが重要になる。これなら選挙は静かに戦える。しかし、政党が十分に発達定着していない国々では、票を集めるために、社会の人間関係を利用せざるをえない。政治と社会の境界があいまいなまま、動員競争が活発になり、熱狂が高まる。地域や団体を通じ集めた人たちの絆を強くするには、お祭り騒ぎが有効だ。そして、それぞれのやり方で選ばれた議員は、その方法を強化する方向で制度を作る。

しかし、社会は変わっていく。近代化とともに、社会の人間関係が希薄化すれば、もはやお祭り騒ぎは難しくなる。わが国でも、地域や職場を通じた動員はとうに形骸化し、代替的に発展してきた後援会もかつての力を失いつつある。近年、「連呼」を嫌がる人が若い層を中心に増えているのも、時代の流れであろう。あるいは、少し前に「選挙」という映画が人気を博したのも、古くからのやり方と今の社会とのギャップが滑稽に思えたからではないか。また、日本の選挙戦をみた欧米人がやたらと驚くのは有名な話だが、これも同様に違いない。政党と有権者が強固な関係が築けないまま、公選法の改正や選挙戦術の技術革新がなかったことから矛盾が生じだんだんと大きくなっている。

しかし、これらは仮説にすぎない。筆者自身、取り組むだけの力も時間もないまま過ごしてきた。第一、外国の選挙戦に関する知識がなさすぎる。欧米諸国については、情報も入ってくるが、他の国となると非常に少ない。その意味では、今回の特集はたいへん意義深い。日本にも、中選挙区時代や選挙制度改革前後には優れた研究が多くあった。アメリカ国内にも、素晴らしい蓄積がある。一国を対象とした、これらの研究成果を礎に、今後、本特集のような選挙キャンペーンの比較研究が大いに発展することを心より期待している。

しなだ　ゆたか／神戸大学法学研究科教授

1963年京都市生まれ。
神戸大学助教授を経て、2000年より現職。2016年から神戸大学副学長。
総務省「外国選挙制度研究会」委員。