



我が国は 2013 年にネット選挙が解禁になった。しかし、メール禁止など制約が大きく TV 報道など従来メディアと比べ選挙への影響は限定的で、現在もなおネット後進国に止まっている。一方、2019 年の第 25 回参院選において、街頭演説とネット選挙を巧みに融合した「れいわ新選組」が大きな旋風を巻き起こした。今回は、近年のマスメディアとネットメディアの動向、「れいわ新選組」の選挙活動の 2 つについて報告する。

参院選におけるマスコミ報道の衰退とネット選挙への関心

今回の参院選の特徴は、勝利した政党が不明瞭な点である。2016 年に欧米で流行語になった「ポスト・トゥルース（脱真実）」の時代が、我が国でも始まっている。オックスフォード辞典は「情報源としてのソーシャルメディアの台頭と、エスタブリッシュメント（既得権層）が示す事実への不信の増大が、この概念の土台」と説明している。

マスコミは与党が勝利したと報道しているが、本当にそうであろうか。自民党は改選前より 9 議席減らし、単独過半数も失っている。公明党は議席数を増やしたが、前回よりも 103 万票（比例区）も獲得票を減らしている。マスコミの不透明な報道が目立っている。

更に、政治の閉塞感と関心の低さが背景にある。今回の参院選（投票日 7 月 21 日）での投票率が 48.8% という戦後 2 番目の低さが、証明している。原因として、TV 局が選挙報道時間をずっと減らして来たからという指摘があるが、これだけではない。

選挙の報道時間だけでなく視聴率も下がっている。これは総務省や与党の圧力に屈して TV 局が自由な選挙報道を放棄する姿勢を、国民に見透かされているからである。

ちなみに、テレビ番組の調査会社エム・データ社（東京）によれば、2013 年の 38 時間 32 分、2016 年の 30 時間 37 分、今年 2019 年の 23 時間 54 分と、参院選のたびに、放送時間を減らしてきている。選挙報道のヤル気の無さが、視聴率の低迷にも反映している。

他方、ネット選挙解禁 6 年目を迎え、政党のネット選挙への関心は大きく高まりつつあると、一部マスコミは持ち上げている。たとえば「各党 SNS 活用、若者に刺さるイメー

ジ戦略 ネット解禁 6 年 参院選」(産経ニュース、2019 年 7 月 12 日)である。

実際には我が国のネット選挙は、現在も低迷している。AbemaTV の記事「『ルールが難しいし、怖くて Tweet できない』なぜ日本のネット選挙は盛り上がらない？」(2019 年 7 月 19 日)の指摘通り、法的に政党優位の仕組みが、温存されているからである。

大手マスコミが報道しなかった「れいわ新選組」旋風

大手マスコミの選挙報道が低調かつ不透明だっただけではない。NHK や大手民放は、街頭演説や SNS で熱狂的な支持を集めた「れいわ新選組」の活動を、ほとんど報道しなかった。政党ではないという理由からである。このため、選挙期間中、ネットを利用しない人の多くは、この活動に気づかなかった。政治への過剰な付度が透けて見える。

この「れいわ新選組」旋風を報じたマスコミ(ネット上)は、一部の雑誌・週刊誌・スポーツ新聞に過ぎなかった。たとえば、J-CAST ニュース、Yahoo!ニュース、東洋経済オンライン、zakzak、週刊実話、週刊プレイボーイ、スポーツ報知、東京新聞...である。

TV 局が「れいわ新選組」を取り上げ、山本太郎党首のスタジオ報道をしたのは、選挙終了後であった。テレビ朝日「羽鳥慎一モーニングショー」は、選挙の終了翌日 7 月 25 日に山本太郎代表を招き、同党の活動を紹介した。TV 局としては異例の報道であった。

「れいわ新選組」ブームの凄さは、結党わずか 3 ヶ月あまりの政治団体としての選挙活動で、総得票の 4.5%、228 万票を取得した。その結果、比例区で 2 つの議席を獲得し、政党と公式に認められるという、画期的な成果を上げたことから伺える。

この熱い支持の獲得は、山本太郎代表のカリスマ性と緻密なネット活用戦略と、退路を断った背水の陣にある。代表個人よりも、高齢者や障害者の代表として重度身体障害者 2 人の当選を最優先し、「れいわ新選組」の政党公認獲得を優先させた点にある。

無い無い尽くしを逆手にとり、最初は山本太郎 1 人で政治団体を立ち上げ、全国街頭演説とネット(クラウドファンディング)とで寄付金を募り、寄付金集めにあわせて立候補者を 10 人まで増やし、選挙戦に突入した。寄付額は最終的に 4 億円を超えたという。

山本太郎の政見放送動画が、異例の 130 万回再生されたように、全国行脚の街頭選挙とその動画配信・SNS・ツイッターを重視した。聴衆が街頭演説の模様をスマホで撮影し「#れいわ新選組」や「#山本太郎」等のハッシュタグをつけツイッターに投稿したのを「れいわ新選組」の公式サイトがリツイートするという形で、連鎖を広げた。

公約として掲げたのは、「消費税の廃止」、「法人税への累進制導入」、「新規国債の増発」、「最低賃金 1500 円」、「奨学金チャラ」等、他党とは真逆である。異端な公約が支持を獲得したのは、政治に見捨てられ生活に苦しむ多数の生活弱者層を、支援したからである。

この異端な公約の実現性について、海外諸国の先例、過去の経済政策の過ち・結果などを纏めた資料を用意し、選挙民からの質問や疑問に、その場で丁寧に答えていた。代表自身がタブレットで、街頭演説に用意したスクリーンに映し出し、具体的に説明した。

街頭演説での対話の様子は、動画サイトで繰り返し再生された。これが山本太郎代表自身のカリスマ性と結びついて、総得票の 4.5%、228 万票の獲得につながったといっていよい。今後の同党の活躍を見守りたい。

(TadaakiNEMOTO)