



一般社団法人 未来政経研究所

選挙公営制度に関する提言

－ 公正で開かれた選挙の実現を目指して －

2024年9月6日

一般社団法人 未来政経研究所

目次

1. 選挙制度が体現すべき3つの理念	3
2. 日本の選挙公営制度の課題と今後	4
2.1 選挙制度の各国比較	4
(1) 選挙期間	4
(2) 選挙広報の方法	4
2.2 日本の選挙公営制度の特徴と弱点	6
(1) 日本の制度の特徴	6
(2) 日本の制度の弱点	9
2.3 選挙制度改革の長期的展望	9
(1) 「Society 5.0時代の選挙のあり方」の検討会設置	9
(2) 検討会における中心的論点－選挙期間と事前運動規制	10
3. 早期に取り組むべき施策	11
3.1 ポスター掲示場に関する改正	11
(1) ポスター掲示場スペースの販売・譲渡禁止	11
(2) 選挙管理委員会（選管）によるポスターの事前審査・一括掲示	11
(3) ポスターの電子提出とサイズ規定の削除	12
(4) 立候補届出期間の前倒し	12
(5) ポスター掲示場設置場所の見直し	12
3.2 選挙公報の充実	13
(1) 選挙公報発行の義務化	13
(2) 寸法の統一	13
3.3 政見放送の見直し	13
3.4 選挙期間中におけるインターネット上収益の無効化	14
3.5 選挙運動用ビラ・選挙運動用通常葉書枚数の人口比例化	15
3.6 若年層の政治参画の促進	15
(1) 被選挙権年齢について	15
(2) 供託金の額の弾力化	16
4. むすびにかえて	17

図表目次

表1：各国の選挙制度比較	5
表2：日本の選挙公営制度	7
表3：各国の選挙公営制度比較	8
表4：日本における選挙供託制度	16

1. 選挙制度が体現すべき3つの理念

2024年上半期の2つの選挙—5月衆院補欠選挙と7月都知事選挙—において、民主主義の根幹である「選挙」を揺るがす事態が発生した。ポスター枠の「販売」、他候補者への妨害、さらには選挙の当選を目的としない売名目的の候補者乱立など、これらは日本の選挙制度・民主主義の歴史からみても大きな「汚点」と言えるものであった。

他方で、選挙制度は、その時々々の社会課題に応じて「改善」してきたという側面もある。選挙権・被選挙権の範囲が拡大し、より多くの人々の民意を反映できるようになってきた。同時に、選挙において票の買収を取締まる法規制も整備されてきた。もちろん、この改善には、その余地が残っているのも事実である。2024年の選挙で示された課題についても、あまり悲観せず、次の改善へと繋げていくことが望ましい。

では、「あるべき選挙の姿」、選挙制度の理念とはどのような方向性だろうか。本提言が重視するのは次の3つの理念である。

- (i) 開かれていること (to be public)
- (ii) 公平・公正であること (to be fair)
- (iii) 正統性が担保されていること (to be legitimate)

一つ目の理念は、単なる“open”—誰にでも開かれて、透明性があること—だけではなく、“public”—ある条件や約束を守ることを前提として参加できる空間を確保するという意味である。開かれた選挙とは、政治を志す有為な人材が立候補できる選挙を意味する。目指すべき公職 (public office) は、被選挙権を有するあらゆる人に開かれていなければならない。

二つ目の理念は、公平・公正 (“fair”) であることである。自由で民主主義国家において重要なのは、健全な競争環境の確保である。具体的には、まず、競争参加者に対して公平・公正なルールが適用され、公平・公正に機会が確保されること。そして、競争参加者が、その競争によって達成される社会の理想に同意していることである。この点は選挙にも当てはまる。すなわち、選挙の参加者 (候補者も有権者も) に対して、公平・公正なルール適用がなされ、公平・公正に機会が確保されねばならない。また、選挙に参加する者は、その競争によって「健全な民主主義」の達成という目的に同意していなければならない。

三つ目の理念は、選挙によって政府 (= 公権力) の正統性 (“legitimate”) が担保されることである。議員・首長が官僚を用いて政策の立案・実施をおこなったり、国民の権利を制限できるのは、主権者たる国民の代表者であるためである。そして、その代表性を担保するのが選挙制度である。この正統性の確保のためには、上述の「開かれている」「公平・公正である」という二つの理念が手続き的に守られているだけでなく、有権者の実感を伴わねばならない。民主国家における政府の正統性は、選挙制度の手続的遵守と、その制度による選挙に対する有権者の納得感の両者に支えられている。

本提言は、以上の3つの理念を元に、今回の一連の選挙で明らかとなったいくつかの課題について、そもそも何が問題であったのか、そして、どのような処方箋が考えられるのか、理念の実現のための施策を提言するものである。

以下、本提言書は3節によって構成される。第2節は、選挙における制度比較（特に政見放送、ポスター等の広報）を行い（2.1）、その上で日本の公営選挙制度の特徴とその弱点、今回の選挙における課題を述べる（2.2）。そして、選挙制度改革のための長期的方向性を述べる（2.3）。続く第3節では、第2節を受けて、喫緊の選挙制度改革に対する提言をまとめる。各提言は「選挙公営制度に関する提言（概要）」の1～6.に対応している。それぞれの項目について、現状の問題点と、解決すべき施策を提言する。最後に第4節で、本提言のまとめを述べる。

2. 日本の選挙公営制度の課題と今後

2.1 選挙制度の各国比較

選挙における立候補、立候補者の意見表明は、民主主義国家において国家権力による制限を最も慎重にすべき表現の自由の一つとされる。他方で、この自由は公共的な観点から制限されるものであり、この制限の方法（法的規制や社会的規制）は自由民主主義国家でも多種多様である。本提言書は、G7+韓国について、次の3つの項目——（1）選挙期間、（2）選挙広報の方法、（3）その他の制度——を比較した。

（1）選挙期間

一つ目の選挙期間の制度比較は、選挙制度法制に対する各国の考え方の差異を最も分かりやすく示すものである。選挙期間を指定し、その期間内/外で適用される法律が異なると定めるか、そもそも選挙期間を定めず、時期によって適用される法律を区別しないのか。この点は数年に一度行われる選挙というイベントに対する捉え方の各国の差異である。

（2）選挙広報の方法

二つ目の選挙広報の方法は、テレビ・新聞といったメディアの利用、インターネットの利用、戸別訪問をめぐる各国の比較である。三つ目のその他の制度の比較は、供託金・落選運動・選挙権、被選挙権の年齢の比較である。それぞれの各国の制度について表にまとめたものが、以下の表1である。

表1に示すように、選挙規制の「量」の多少は、選挙期間の有無に相関すると考えて良いだろう。すなわち、選挙期間の制限のない英国・米国・ドイツは、選挙運動が「平常時」の表現の自由に含まれると考えられており、特にその制限が設けられていない。その代わりに選挙における「公的な支援」は殆ど行われない。これに対し、選挙期間の定めのある国は、選挙期間の政党・候補者の広報に様々な「公的な」規制が存在する一方、「公的な支援」が存在する。つまり、自由競争的な選挙システムをとる国々と、公的規制・支援をセットにした公営型の選挙システムを

表1：各国の選挙制度比較

選挙期間	日本	韓国	フランス	カナダ	イタリア	英国	米国	ドイツ
期間有無	○	○	○	○	○	△	×	×
具体的期間	告示日～投票日前日	選挙14日前～前日	投票日の13日前から投票日前日の0時まで	選挙日程公表日～投票日(30-50日程度)	投票日30日前～投票日前日	政党：投票日までの1年間。候補者：解散～投票日まで。	選挙の直後から次の選挙まで。	規定なし
事前運動の規制	告示日前の運動の禁止	立候補予定者が予備候補者として登録すると一部(テキストメッセージ、メール、電話など)可能。	ポスター、ビラ、政見放送に制限あり。	運動方法の規制は特になし。	運動方法の規制は特になし。	規制なし	規制なし	規制なし
その他の規制				選挙期間内の運動費用上限の規制あり(連邦レベルか否かで異なる)	選挙費用に対する規制あり。			
選挙広報	日本	韓国	フランス	カナダ	イタリア	英国	米国	ドイツ
演説会(時間)	8時-20時に限る	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし	21時-8時は拡声器等の利用禁止。	規制なし	規制なし
演説会(場所)	回数の制限はなし(選挙区候補者は、同時に5ヶ所まで)	公開場所における演説に制限(演説禁止場所あり)	投票日前日の0時以降の集会禁止	規制なし	規制なし	公道での通行妨害となるようなイベントの禁止。	規制なし	規制なし
演説会(その他)	選挙運動員は15人以内。	報道機関主催の演説会あり。						
紙媒体の配布・掲示	配布する媒体は5種の形式(はがき、ビラなど)に限る。 掲示物も6形式(事務所ポスター、ちょうちん、腕章など)に限定	違法な方法による文書配布の禁止。映画による宣伝や設備の利用(看板・垂れ幕など)も禁止。選挙ポスターやビラについては枚数制限あり。	ポスター、法定ビラ、投票用紙については形状の指定あり。	原則として規制なし。自治体による個別規制はあり。	出版物・壁新聞は自治体の指定した場所のみ掲示が許される。政党本部の示すものを除き選挙期間中のビラの配布の禁止。	ポスターやビラについては責任者の住所・氏名を記載。私有地の所有者・利害関係者の了解なく広告物を示すことの禁止。	選挙運動用ビラを郵便受けに投函することは禁止。	原則として規制なし。
選挙公報の配布	選挙公報の全戸配布の定めあり(国政選挙・都道府県知事選挙)。その他の地方議員・首長選挙は、各自治体の条例による。	公的支援なし。	公的支援なし。	公的支援なし。	公的支援なし。	公的支援なし。	公的支援なし。	公的支援なし。
メディア広告	テレビ・ラジオについて、政党は広告可(候補者は不可)。 新聞広告は、認められた回数で候補者は可。	新聞広告・放送広告については回数制限あり。 放送時間についても制限あり。	投票日の半年前から、選挙宣伝目的の出版物・放送等は禁止。	特に規制なし。投票日の広告は禁止。	選挙期間、放送局は各候補者に公平・公正に無償で機会を開く必要あり。	有料政治広告の禁止。	候補者一人の放送を認める場合、他候補者にもそれを認める。	規制なし。
政見放送	候補者は決められた回数の政見放送が可能。	新聞広告・放送広告については回数制限あり。 放送時間についても制限あり。	公的選挙運動放送の時間割当て制度あり。		選挙期間、放送局は各候補者に公平・公正に無償で機会を開く必要あり。	登録していない政党以外は政見放送不可。 イギリス国外から、選挙に影響を与えることを意図した放送の禁止。		
インターネット利用	政党・候補者・有権者で区別あり。政党はウェブ・メール・ネット広告を利用可能。 候補者はウェブサイト・電子メールは可。有権者はウェブサイトは利用可。	選挙運動情報の送信制限ルールあり。インターネットの実名制。候補者のインターネット広告の責任者明記義務。	投票日の半年前から商業広告による選挙運動禁止。 投票日3ヶ月前から、オンラインプラットフォームの事業者情報開示義務。 投票日3ヶ月前から、投票の真正性に影響しうる大量の自動配信の緊急停止措置あり。	月300万人以上の訪問するウェブサイト広告に掲載する場合、ウェブサイト運営者は広告内容を公開する義務あり。		規制なし。	規制なし。	規制なし。
戸別訪問	一切禁止	原則として禁止	規制なし	原則規制なし(時間制限はあり)	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
その他制度	日本	韓国	フランス	カナダ	イタリア	英国	米国	ドイツ
落選運動	公職選挙法上の直接の規定なし。選挙運動ではない範囲で許される。	落選運動は選挙運動に含まれ、選挙法上の規制対象となる。	規制なし	候補者以外の第三者は、政党・候補者への反対する広告・選挙運動が禁止される。	規制なし	規制なし	規制なし	規制なし
特殊な制度	人気投票の公表禁止 飲食物の提供の制限。	国・自治体などの公的機関の選挙運動の禁止。	公務員の選挙運動制限あり。	投票所付近での選挙運動の禁止。	投票所付近の選挙運動の禁止。 警察・軍関係者の政党集会参加禁止。	選挙運動員のうち有権者を説得するための運動員の有給雇用は禁止。	解雇などの脅迫によって特定候補者を利することは禁止。	投票所での出口前調査結果の事前公表などが禁止される。

(国会図書館各種資料から未来政経研究所作成)

とる国々に分けられる。日本は後者に属している。もっとも、公営選挙型の国々の中でも、日本・韓国は規制が非常に多い。腕章や垂れ幕まで規制されているのは、両国の選挙規制の複雑さを象徴している。

選挙広報の規制について細かく見ていこう。演説会については、(日本と韓国を除けば)公営型の選挙システムの国であっても殆ど規制がなされていない。あるとしても、常識的な時間設定(深

夜の運動禁止)や、投票所近くでの運動禁止(投票者に過度な圧力をかけることの禁止)である。紙媒体の配布・掲示についても、掲示場所にかんする制限等はあるが、日本・韓国のような媒体の形式・ビラの枚数についての制約は、他国では存在しない。これら演説会・紙媒体の広報については、殆ど規制のない英国・米国・ドイツ、公営型でいくつかの制限を持つフランス・カナダ・イタリア、候補者間の公平性を重視する(資金力のある候補者の運動を制限する)日本・韓国の3つに分類できる。

マスメディア広告・政見放送については各国で事情が大きく異なる。特定の候補に機会を与える場合、他の候補者にも公平に機会を与えることを義務付ける国(米国・イタリア)もあれば、公共放送などのメディアが政見放送の放送枠を確保する国(日本、英国、フランス)に分けられる。対して、インターネット広告は、規制が殆ど存在しない国が多く、残りはインターネットの責任者明示原則を定めるフランス・韓国、政党・候補者などで細かく規定のある日本と分類できる。特に日本のインターネット広告についてはわかりにくい点が多く、有権者はメールによる選挙運動は禁止されている一方で、Web ページは許容されるため Facebook、Instagram を通したダイレクト・メッセージによる選挙運動は許されている。戸別訪問も、日本・韓国以外の国では認められている。

2.2 日本の選挙公営制度の特徴と弱点

(1) 日本の制度の特徴

選挙公営制度とは、お金のかからない選挙のため、また、候補者間の選挙運動の機会均等を図るために採用されている制度である。選挙公営の内容は、選挙の種類によって異なるが、総務省によれば、日本においては下記の通り、選挙公営制度が設けられている。

選挙制度の基本理念である「公開性」「公平性」の精神を体現したのが選挙公営制度であり、選挙公営制度は税金によって支えられている。補助されている選挙活動は様々なものがあるが、その中でも重要なのが選挙公報、選挙ポスター、政見放送の三つである。

選挙公報は決められたスペースの中で、自らの政策を掲げることができる極めて重要な選挙活動の媒体である。都道府県や自治体ごとに発行の有無や配布方法は異なるが、近年では全戸配布されることが多い。候補者情報を一覧できるよう掲示する国はあるが、候補者が一定のスペースを自由に利用し自身の主張を伝え、その内容が全戸配布されるサービスは、管見の限り日本にしかない。多くの国では戸別訪問が許されているため、その一環でビラを候補者自身や陣営がポスティングしている。有権者全員にコンタクトするには相当な組織力やボランティアの力が必要となる。日本の選挙公報は、資金力や組織力がなくとも、あまねく有権者に自らの主義主張を届けることができることを保証し、選挙の公開性、公平性を担保している。

次に、選挙ポスターについても、どこの国にもあるものではなく、日本ほど多くの場所に掲示板が設置されている国はない。海外では、そもそも全候補者がポスターを貼りだせる掲示板がない国も多くある。そうした国ではポスターは道路標識に括りつけられたり、庭先に掲げられたりすることが多く、細かい規程がある場合もあるが、数量に上限がない国も多い。公営のポスター掲示場が設けられている国は大陸ヨーロッパ諸国に多く、オランダ、ベルギー、フランス、イタリアなどで見られるが、日本ほどの数ではない。

表 2：日本の選挙公営制度

区分	衆議院			参議院			都道府県知事	都道府県議会議員	市町村長	市町村議会議員
	比例代表議員	小選挙区議員		比例代表議員		選挙区議員				
	政党	政党	候補者	政党	候補者※1	候補者	候補者	候補者	候補者	候補者
ポスター掲示場の設置	—	—	○	—	—	○	○	△	△	△
選挙公報の発行	○	—	○	○	—	○	○	△	△	△
演説会の公営施設使用	▲	▲	○	—	○	○	○	○	○	○
選挙運動用自動車の使用	▲	▲	○	—	○	○	△	△	△	△
通常葉書の交付	—	▲	○	—	○	○	○	○	○	○
通常葉書の作成	—	▲	○	—	○	○	▲	▲	▲	▲
ビラの作成	▲	▲	○	—	○	○	△	△	△	△
選挙事務所用の立札・看板の作成	▲	▲	○	▲	○	○	▲	▲	▲	▲
選挙運動用自動車等の立札・看板の作成	▲	▲	○	—	○	○	▲	▲	▲	▲
ポスターの作成	▲	▲	○	—	○	○	△	△	△	△
新聞広告	☆	○	○	☆	—	○	○	▲	▲	▲
政見放送	○	○	—	○	—	○	○	—	—	—
経歴放送	—	—	○	—	—	○	○	—	—	—
演説会場の立札・看板の作成	▲	▲	○	—	▲	○	▲	▲	▲	▲
特殊乗車券等の無料交付	—	—	○	—	○	○	○	—	—	—

注：○印は、公営で行われるもの

○印は、供託物が没収されない場合（参議院比例代表選挙にあっては名簿登載者の当選人となるべき順位が当該名簿届出政党等の当選人数の2倍までにある場合）に限り公営で行われるもの

☆印は、得票数が一定数（衆議院比例代表選挙にあっては選挙区における有効投票の総数の100分の2、参議院比例代表選挙にあっては有効投票の総数の100分の1）以上である場合に限り公営で行われるもの

△印は、都道府県又は市町村の条例により公営で行うことができるそのもの

▲印は、公営で行われないもの

—印は、制度のないもの

（総務省資料より引用）

そして、政見放送については、都道府県首長選挙および衆参国会議員選挙において、選挙運動期間中に公共放送および一部民法にて放送されている。諸外国を見ると、例えばフランスでは選挙運動放送の時間割当制度があったり、イギリスでは登録した政党のみ政見放送が可能など、それぞれの国で整備をしているものの、日本では政党数や候補者数の増加に伴って、放送時間が長期化する問題が発生しており、結果的に深夜や早朝などの視聴者数の少ない時間帯に分割して放送する傾向が続いている。

¹ 総務省 Web ページ「選挙公営」URL：https://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo_s/naruhodo/naruhodo16.html（最終アクセス:2024年9月3日）

表3：各国の選挙公営制度比較

	日本	韓国	フランス	カナダ	イタリア	英国	米国	ドイツ
供託金	小選挙区: 300万円 比例: 600万円 地方首長 都道府県: 300万 指定都市: 240万 その他市区: 100万 町村: 50万 地方議会議員 都道府県: 60万 指定都市: 50万 その他市区: 30万 町村: 15万	1500万ウォン (約150万円) 小選挙区では候補者の得票数が有効投票数の15%以上の場合、供託金は全額返金。比例区では1議席以上獲得すれば、当該政党の全ての候補者の供託金が返還される。	規定なし	規定なし	規定なし	500ポンド (約7万5千円) ※候補者が有効投票数の5%超を獲得した場合、供託金が返還される。	規定なし ※立候補者登録手数料を取る必要があるが、得票等にかかわらず返還が行われないため供託金とは異なる	規定なし
選挙権	18歳	18歳	18歳	18歳	18歳	18歳	18歳	18歳
被選挙権	25歳 (衆院) 30歳 (産院)	18歳	18歳	18歳	25歳 (下院) 40歳 (上院)	18歳	25歳 (下院) 30歳 (上院)	18歳
公営・償還	日本	韓国	フランス	カナダ	イタリア	英国	米国	ドイツ
文書作成 頻布費用 + 施設等の使用料	次のものは公営で行われる。 ①ポスター掲示場の設置 ②選挙公報の発行 ③通常葉書の交付 ④新聞広告 ⑤政見放送 ⑥演説会の公営施設使用 ※選挙区分によっては公営で行われないものもある	次の費用は国か地方自治体が負担する。 ①ポスターの貼付/撤去の費用 ②点字型選挙公報の作成費用 ③冊子型選挙公報の発送費用 + その郵便料金 ④点字型選挙公約書の作成費用	次の費用は国の負担 (得票数関係なし) ①投票用紙 ②ポスター ③回状(候補者の氏名、政見等を記載した文書) 次の費用は有効投票数の5%以上を確保した候補者について、経費が国から償還 ④ポスター&回状の紙代・印刷代 ⑤それらの貼付けに必要な経費	無料で開放されている土地・建物の所有者は、候補者(と代理人)が、その場所を使った選挙活動を妨げてはならない。		次の費用については無料 ①候補者は選挙人一人に一通の郵便送付可(60g以内) ②候補者は自らの運動の集会にあたり学校等の施設を無料で利用できる。		
マス・メディアの利用	政見放送(ラジオ・テレビ)は、候補者届出政党、参院選挙区選又は知事選候補者及び名簿届出政党等が行うものに限られる。 衆議院議員、参議院議員又は都道府県知事の選挙においては、(規定のもと) 無料で新聞広告をすることが出来る。	選挙区選挙: 候補者は2回まで政見放送演説可(1回10分)。 比例区選挙: 政党は1回まで政見放送演説可能(1回10分)。 ※韓国放送公社には、候補者ごとに主要な経歴を放送を義務付け。	政党・政治団体は、公営のラジオ及びテレビ放送の無料放送枠を利用できる。 ※下院に議席を有する政党等で 第1回投票: 3h 第2回投票: 1.5h を配分する。	前回の総選挙で無料放送時間を提供したすべての放送事業者は、前回の選挙時と同量の無料放送時間を登録済みかつ資格のある政党に提供する必要がある。この時間は、有料放送時間の割り当てに比例して政党に提供される。		一定数以上の候補者を擁立する等の条件を満たした政党は、前回の選挙結果等に依りて回数(1回90秒以内の広告を2~8回)につき、公共テレビを用いた選挙広告を無料で行うことが出来る。		各政党は、前回の選挙結果等に依りて割り当てられる回数(1回90秒以内の広告を2~8回)につき、公共テレビを用いた選挙広告を無料で行うことが出来る。
選挙運動費用償還 + 選挙に対する助成金の配分	有効投票の総数の十分の一に達しない場合は供託金が没収される。 ただし、参議院選挙区選挙では、規定が異なる(選挙区内の議員の定数をもって有効投票の総数を除して得た数の八分の一が規定数。)	選挙区選挙: ①当選者+有効投票の15%以上獲得した候補者→選挙運動費用の全額を償還 ②有効投票の10%~15%の候補者→選挙運動費用の半額を償還 比例区選挙: 比例選挙区において、1人以上の当選者があった政党→選挙運動費用の全額を償還	第1回投票において有効投票の5%を獲得した候補者に対し、選挙運動費用限度額の47.5%を償還。	当選するか有効投票数の10%以上を獲得した候補者には以下が返金される ①候補者が支払った選挙運動費用の60% ②候補者の旅費・滞在費の60% ③候補者の個人的費用の60% ④候補者の支払った育児費用の90% ⑤候補者の支払った経費の90% ⑥候補者のアクセシビリティ関連経費の90%(最大5千ドル) ※①,②,③,④,⑤,⑥は選挙運動報告書に記載されたもの。		候補者が有効投票数の5%超を獲得した場合、供託金が返還される。 連邦議会議員選挙に関する補助はない ※大統領選挙に関する補助はある。		
費用上限	日本	韓国	フランス	カナダ	イタリア	英国	米国	ドイツ
選挙運動費用の支出制限	政令などで定めあり。 具体例: 衆議院議員選挙 固定額 (1910万) +15円×有権者数 参議院議員選挙 固定額 (2310万) +有効投票総数÷議員定数 ×13円	選挙区選挙: 固定額(1億W) +選挙区人口×200W(約20円) +特定の下部行政単位の数×200万Wを基本とした額 比例区選挙: 人口×90Wを基本とした額	固定額(3.8万€) +選挙区人口×0.15€(約20円)×1.26 ※この額は候補者の費用上限。	aとbの積で算出 (a)0.735ドルに、登録政党が候補者を推薦した選挙区の子備選挙人名簿に記載されている氏名の数、またはそれらの選挙区の修正選挙人名簿に記載されている氏名の数のいずれか多い方の数を乗じた額 (b) 第384条に基づき選挙管理委員長が公表した、選挙のための令状が発行された日に有効なインフレ調整係数。		候補者の制限 ●適用期間: 解散~投票日 ●限度額 固定額(8700lb) (約130万円) +9ペンス(※) ×有権者数 ※県選挙区の場合 都市選挙区では 6ペンス(約9円) 政党の制限 ●適用期間: 投票日までの1年 ●固定額 ① or ②の大きいほうの金額 ①3万lb(約450万) ×候補者立区数 ②地域別 England: 81万lb Scotland: 12万lb Wales : 6万lb (North Irelandは規定なし)	原則として制限なし ※大統領選挙において公的助成を受取る者に対してのみ制限がある	制限なし

(国会図書館各種資料から未来政経研究所作成)

(2) 日本の制度の弱点

以上の通り、日本は諸外国と比較しても、選挙公営制度が極めて充実した国である。しかしながら、制度の充実さが今回の都知事選挙において、選挙を売名目的や営利目的の目的外利用で用いる、いわゆる「選挙ハック」の対象となった背景の一つであることを理解しておく必要がある。選挙公営制度に詳しい安野修右は、1回の総選挙に250億円前後の税金が投入されているとして、「準政党助成金と呼べるほど巨大である」と指摘している（政党助成金は、国民1人年250円、年ごとに約315億円程度である）²。今回の都知事選に約59億円の税金が使われており、他の地方選挙の額も合計すると、国政選挙がある年は、政党助成金に匹敵する額になることがわかる。

今回の都知事選では、同一の政治団体から24人の立候補者が出たことや、ポスターの枠を事実上販売したことが問題となった。今回の都知事選のポスター掲示板の設置額は約12億6千万円であり、56人の候補者の中で24人分（7分の3）である約5億4千万円がこの政治団体の候補者に費やされたことになる。当然ながら、供託金24人分7200万円（1人300万円）を払っているからといって、自由に販売してよいわけではない。当選を目的とする選挙活動のために、税金によって公的に補助されたスペースである。仮に販売するのであれば、5億4千万円を払ってから行わなければならない行為である。

このほか、候補者は供託金300万円さえ払えば、政見放送で自らの主張を訴えることができる。ニホンモニターの調べによると³、1回5分30秒の放送の広告換算額は、午前6時台は660万円、午後11時台は1672万円強とのことである。供託金の額では、到底賄いきれない時間を公共の電波を通して主張できることになる。とりわけ、日本の政見放送の時間配分は均等主義に則っており、他国で主流の議席比や得票比による比例主義と異なっているため、新興勢力にとって参入障壁が低い点も見逃せない⁴。

このように、候補者は選挙公報、選挙ポスター、政見放送といった三種の神器を手に入れることができるため、供託金300万円と照らしても、十分に割に合うと判断している可能性がある。皮肉なことに、選挙公営制度が充実しているがゆえに、当選すること以外の目的で選挙を利用（悪用）する候補者が増えていると考えられる。

2.3 選挙制度改革の長期的展望

(1) 「Society 5.0時代の選挙のあり方」の検討会設置

ここまで2.1で各国の選挙制度比較を、2.2で日本の選挙公営制度の特徴と、その弱点を論じてきた。本提言書は、これらを踏まえて、今後の日本の選挙制度改革の長期的な展望と、その展望を踏まえての早期に取り組む施策を示す。

冒頭の第1節に示したように、選挙において重視すべき理念は

- (i) 開かれていること (to be public)
- (ii) 公平・公正であること (to be fair)
- (iii) 正統性が担保されていること (to be legitimate)

² 安野修右. 2021. 選挙における「政府の失敗」『選挙研究』Vol.37(1) p.58-71

³ フジテレビ『日曜報道 THE PRIME』2024年7月14日放送分

⁴ Hino, Airo. 2012. *New Challenger Parties in Western Europe*. Routledge.

の3つであり、制度改革はこれらを実現・充実を図るものでなければならない。2.1の各国比較で見たように、この3つの理念実現には大きく分けて二つの方法がある。一つは、英国・米国・ドイツのような選挙に関する規制をなるべく定めない「自由競争的」な選挙制度である。もう一つは、一部の有力候補者以外は泡沫候補となってしまい、選挙が閉鎖的で、公平・公正でなくなることを問題視し、選挙の公的な規制と支援を行うような選挙公営である。最終的には、選挙によって選ばれる政府の正統性の担保を、それぞれの国で、どのように考えるかが問題となる。

ただし、選挙公営制度をとる国は、自由競争的な選挙制度をとる国よりも、一つの難題を抱えることになる。それは、どの程度の公的な介入（＝規制と支援）を行うのか、という論題に合意をせねばならない点である。2.1、2.2で見てきたように、選挙公営制度を独自に発展させてきた日本では、公的な規制・支援が複雑に入り組んでおり、一般の人が望ましい選挙公営制度のあり方について議論するのは難しくなっているといえよう。選挙制度のあり方をめぐっては、年齢制限や迷惑行為の取り締まりなどの分かりやすい論点も重要であるが、同時に、一般の人でも議論しやすいようにする必要がある。

以上を踏まえると、今後の日本の選挙制度をめぐっては、(A)自由競争的な選挙制度へと舵を切っていくのか、(B)選挙公営制度をとりながら妥当な公的な規制・支援のあり方を模索していくのか、のどちらかとなる。このどちらを選択するかは一朝一夕に決められるものではない。今まで論じてきたように、選挙における正統性は各国・各社会で異なり、時代によっても変化していくためである。

そのため、本提言は「Society5.0時代の日本の選挙のあり方」を検討する委員会を設置し、2035年を目処に改革を漸次進めていくことを提案する。委員会は、国会の下に設置し、国・地方の首長・議員、選挙実務家、学識者だけではなく、マスメディア関係者、インフルエンサーなどで構成され、今後の選挙制度のあり方の方向性と、いくつかの具体的論点について議論し、最終的に公職選挙法改正（より正確には公職選挙法のリノベーション）を目的とするものである。

(2) 検討会における中心的論点－選挙期間と事前運動規制

検討会で論じるべき選挙制度は数多く、本提言書でも全てをカバーすることは難しい。そこで、本提言書は選挙公営制度に関する提言という趣旨から、第2節を通じて選挙制度の根幹となる選挙期間（と事前運動規制）に絞って論点を示す。

選挙の規制が適用される選挙期間を定めることは、逆に、適用されない期間を定めることにもなる。現在の日本では、この選挙期間外に様々な運動が行われており、選挙期間外の運動が選挙結果を決めてしまうことも少なくない。本提言書は、検討会で議論すべき論点として以下の3つを示す。

(A) 戸別訪問禁止の検討

…現在の日本の選挙運動では、候補者による有権者の買収を防ぐために、戸別訪問が禁止されている。しかし、戸別訪問は最も基礎的な選挙運動であり、日本以外で戸別訪問が禁止されている国は殆どない（2.1参照）。こうした禁止は、候補者が有権者（特に支持者以外の）

に接する機会や、有権者が候補者の「人となり」を判断する機会を著しく制限している。延いては、日本の政治参画に対する意識の低さにつながっているのかもしれない。将来にわたって「より開かれた選挙」を目指すとするれば、戸別訪問については再検討が必要である。

(B) 立候補表明と事前運動禁止の関係性

…現在の公職選挙法では告示前の選挙運動が禁止されている一方で、

- (i) 立候補予定者が、マスメディアを通じて事前に立候補表明を行ない
- (ii) その上で選挙区内での多数のイベント参加する

というのが常態化している。こうした行為は「投票を直接的に呼びかけるものではない」という限りで許容されているものの、事前運動との線引きは曖昧である。また、(i)(ii)といった行為は、現職や知名度のある候補者に有利となりやすく、公平・公正な選挙制度とは言えない。この点についても検討が必要と考えられる。

(C) 選挙制度の根幹たる選挙期間の再検討

…上記の2項目と関連するのは選挙期間の設定である。現在の制度では告示から投票までの選挙期間が数日～十数日と短い。しかし、選挙区の有権者に知られていない新人候補が何かを訴えるには期間が短く、公職選挙法に規制されない範囲の「事前運動」が不可欠となる。また、選挙運動費用の総額規制も選挙期間内に使われた金額となるため、事前運動に使われた資金は規制対象外となってしまう。まずは、選挙期間の長さや開催方法（例えば、選挙期間を投票日から数ヶ月に設定し、その期間の土日を重点選挙運動期間とする等）の検討が必要である。

3. 早期に取り組むべき施策

3.1 ポスター掲示場に関する改正

(1) **ポスター掲示場スペースの販売・譲渡禁止**

ポスター掲示場は公職選挙法第143条において定められている通り、当选することを目的に選挙公営制度のもと公費により補助されたスペースである。公費により補助されたスペースを販売することや他者に譲渡することを禁止すべきである。

(2) **選挙管理委員会（選管）によるポスターの事前審査・一括掲示**

ポスターに候補者や政党が特定される内容が記載されているか、選挙の当选を目的とする内容であるかを選挙管理委員会は事前に審査すべきである。候補者の思想・信条の自由を尊重すべきことは言うまでもないが、公序良俗に反するポスターは事前に掲示を拒否できることが望ましい。公職選挙法第235条3項には政見放送又は選挙公報の不法利用罪の規定があり、「当选を得させない目的をもって公職の候補者又は公職の候補者となろうとする者に関し虚偽の事項を公にし、又は事実をゆがめて公にした者」に対し五年以下の懲役若しくは禁錮又は百万円以下の罰金に処

するとされている。現状では、政見放送、選挙公報には不法利用罪の規定があるが、ポスターにはない。ポスターにも罰則規定を設けるべきである。

また、現在は立候補届出以降に候補者が個別にポスター掲示場に赴き、ポスターを貼っている状況であるが、選挙管理委員会が一括掲示するのが望ましい。選挙管理委員会が責任をもって一括してポスターを貼ることは、公開性、公平性の理念をさらに実質化することにつながる。現状では、組織力、資金力の差によりポスターを貼る数やスピードは大きく異なる。実際に今回の都知事選で、1万4000ヵ所以上の全掲示場にポスターを貼ることができたのは、現職の小池百合子氏と、ポスター掲示板マップをインターネット上に公開するシステムを開発しボランティアと協働した安野貴博氏の2候補のみであった。選挙管理委員会が一括掲示することは、公開性、公平性を担保することにつながる。

(3) ポスターの電子提出とサイズ規定の削除

ポスター枠不足の問題を解消するためには、ポスターを電子的に提出することを求め、立候補者数に応じてポスターのサイズを縮小・拡大できる運用にするべきである。そのためにはポスターサイズの規定を無くすべきである。ポスターはあらかじめ電子的に選挙管理委員会に提出し、掲示可能と判断されたものを、委託された業者が一括して掲示することを検討してもよい。実際にオランダでは、選挙管理委員会に該当する公的な機関が一括して掲示板サイズの大きなポスターに印字し、公営掲示板に貼っている。また、オランダではデジタルサイネージと併用するなど、掲示場所に応じた柔軟な対応をしている。海外の事例を参考に公的機関による一括掲示を検討してもよい。

上記と併せて、現行では公職選挙法144条にポスターの大きさの規定があるが、候補者の人数に応じて柔軟な運用を検討してもよい。たとえば、今回の都知事選のように用意された48人の枠に対して56人の候補者がいる場合、全候補者のポスターを縮小して一括掲示すれば、掲示板の枠外にクリアファイルで貼り付ける等の事態は生じない。ポスターの掲示機会が平等に確保されていることは、公平性の観点からも望ましい。また、予定よりも候補者が少ない場合は、一定程度ポスターを拡大して掲示することも可能となる。その際、縮小・拡大が可能になるよう比率だけを公職選挙法において決めておけば良い。

(4) 立候補届出期間の前倒し

ポスターの事前審査・一括掲示導入に応じて、告示・公示より前に、事前審査と合わせて公営ポスター掲示場に掲示を希望する候補予定者のポスターを取り集める期限を設定し、選挙管理委員会による一律でのポスター掲示が行われるように変更するべきである。もしくは、選挙期間を長く設定すれば、告示・公示と同日をポスターの提出期限としても、現状と同等の期間、有権者がポスターを閲覧することが可能となる。

(5) ポスター掲示場設置場所の見直し

ポスター掲示場の数は、公職選挙法144条の2の2項において、1投票区につき5ヵ所以上10ヵ所以内と定められているが、投票所や役所などの公共施設、人が集まる駅周辺などに限定し費

用対効果を高めることを検討してもよい。

今回の都知事選の場合、ポスター掲示場を設置する費用は1ヵ所9万円程度、全体で1万4000ヵ所以上（都民1,000人に1つの割合）に設置されていたので、約12億6000万円の公費が投入されていることになる。ポスター掲示場の適正な数や場所について、今後検討を進めることが望ましい。

3.2 選挙公報の充実

(1) 選挙公報発行の義務化

選挙公報は決められたスペースの中で自らの政策を掲げることができる、極めて重要な選挙活動の媒体である。都道府県や自治体ごとに発行の有無や配布方法は異なるが、近年では全戸配布されることが多い。候補者情報を一覧できるよう掲示する国はあるが、候補者が一定のスペースを自由に利用し自身の主張を伝え、その内容が全戸配布されるサービスは、管見の限り日本にしかない（公職選挙法第170条において「当該選挙に用うべき選挙人名簿に登録された者の属する各世帯に対して」配布することが定められている）。

多くの国では戸別訪問が許されているため、その一環でビラを候補者自身や陣営がポストインしている。そのためには、有権者全員にコンタクトするには相当な組織力やボランティアの力が必要となる。日本の選挙公報は、資金力や組織力がなくとも、有権者に自らの主義主張をあまねく届けられることを保証し、選挙の公開性、公平性を担保している。

一方、選挙公報の発行が義務付けられているのは、国政選挙と都道府県知事選挙のみであり（公職選挙法第百六十七条）、都道府県議会選挙、市区町村長、ならびに議会選挙は、条例で定めて発行をする任意制となっている（公職選挙法第百七十二条の二）。

それゆえ、選挙によっては選挙公報が発行されず、選挙ポスターのみが全ての有権者にとって参照できる情報となっている。選挙公報は有権者が候補者、政党を比較考量して、投票行動を決める重要な媒体であり、全ての選挙において義務化することが望ましい。

(2) 寸法の統一

上述の通り、都道府県議会選挙、市区町村長、ならびに議会選挙は条例で定めて発行するため、選挙公報の寸法は選挙によって異なっている。公職選挙法において選挙公報の寸法が定められているのは、衆議院、参議院の比例代表選出議員選挙のみである（第百六十九条第三項において名簿登載者の数に応じて総務省令で定めるとされている）。

選挙公報の寸法に定めがないため、候補者が多くなる定数が多い市区においては選挙公報のスペースが小さくなる傾向があるほか、都道府県知事選挙においては一ページ全体のスペースが割り当てられるなど、寸法が統一されていないのが実情である。それゆえ、選挙公報における各候補者の寸法を統一し、十分なスペースを確保すべきであると考えられる。

3.3 政見放送の見直し

近年、特に都知事選挙の政見放送において、選挙運動を目的としていないと思われる内容が度々放送されていることが問題になっている。前述のとおり、政見放送の広告換算額は非常に高額であり、供託金の額では到底賄いきれないことから、政見放送については公共の電波を使用するの

を辞め、オンラインでの動画配信メディアの活用に取り替えていくべきである。

現在、立候補者が届出をした公式ホームページの URL を、選挙管理委員会が用意した当該選挙に関するページに掲載している。このページに、各候補者の「政見放送用動画」の URL も掲載し、選挙公報でもその旨を告知することで、当該選挙の候補者に関心を持つ有権者には情報が届く可能性が高いと考えられる。

情報通信メディアの利用時間を調べた調査（「令和5年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」総務省情報通信政策研究所）によれば、令和4年以降、全年代で「テレビ（リアルタイム）視聴」より「インターネット利用」が長い傾向が出ている。YouTube の月間アクティブユーザーは媒体発表によれば約 7,120 万人となっており、政見放送の視聴率が非常に低いと予想されることから、YouTube へのアップロードは十分な代替手段となり得る。

3.4 選挙期間中におけるインターネット上収益の無効化

当選を目的とせずに、SNS やプラットフォームから得られる収益を目的に立候補する候補者が増えていることを踏まえ、選挙期間中に行われた選挙活動に関わるインターネット上の収益を無効化するべきである。今回の都知事選では、候補者が前回の 22 人から 56 人に増えた。同一の政治団体から立候補した 24 人をカウントしなかったとしても 32 人となる。この背景として、YouTube を代表とするソーシャルメディアにおいて、投稿が閲覧回数をもとに収益化できることから、選挙ビジネスが成立している状況を見無視することはできない。供託金を払っても、十分に元が取れる状況が生まれてしまっている可能性がある。

候補者が増えること自体については、被選挙権を行使する人が増えると考えれば、歓迎すべきことかもしれない。しかし、当選を目的とせず、売名目的、営利目的で人数が増えることは、有権者の認知負荷も高まるため、避けなければならない。政治学では、「デュヴェルジェの法則」により、情報完備の状況において、候補者数は定数プラス 1 に収斂していくことが知られている。今回の都知事選で候補者が 2 人に絞られなかったのは、候補者調整を許す環境が整っていないとは言え、当選目的以外の誘因が働いていたことの証左でもある。

一つの対応策として、選挙期間中、もしくは一定の期間、ソーシャルメディア上での収益化を止めることが考えられる。関連企業の協力を必要とするが、営利目的の立候補を抑制する効果は大きいだろう。インターネット上における選挙活動はこれまでと同様に活発になされるのが望ましいが、その間の再生回数や閲覧回数のみ収益に反映しないよう対処すればよい。

実際に、カナダでは 2018 年末に政治的広告を制限する法律が成立し、オンライン事業者に登録を義務付けた。その結果、グーグル・カナダは、翌年の総選挙の選挙期間中に同国の政党、党首、議会の現職議会議員、議員候補者（指名候補を含む）に触れている広告、ないし上記に関連づけられている社会問題を扱った広告を受け付けないことを発表した。また、TikTok は政治的なコンテンツをもとに収益化することを制限しており、Government, Politician, and Political Party Account (GPPPA) のカテゴリーに該当する候補者は収益化できない仕組みを採用している。

選挙活動は制限しないに越したことはない。しかし営利目的で本来健全であるべき選挙空間をかき乱す候補者が増えるようでは、有効な対応策を考えざるを得ない。とりわけ、日本は他国に類を見ない選挙公営制度が充実した国であり、選挙活動が公的に補助されている国である。それ

ゆえ、インターネット選挙を通じた収益を諦めさせることは正当化されるはずである。

3.5 選挙運動用ビラ・選挙運動用通常葉書枚数の人口比例化

選挙運動用ビラおよび選挙運動用通常葉書の枚数は、都道府県知事選挙と参議院選挙(選挙区)を除き、各級選挙ごとに一律に定められている。

市長選挙を例にすれば最も人口の少ない北海道歌志内市(約2600人)と、最も人口の多い船橋市(約65万人)において、配布・郵送できる枚数はビラ16,000枚、葉書8,000枚となる。人口に約250倍の差があるにも関わらず、使用できる印刷物の枚数が同じというのは、選挙の公平・公正という観点から大きな問題である。なお、公選法上は市と同じ扱いになる特別区で最も人口が多い世田谷区(約94万人)の場合、歌志内市とは約362倍もの差があることになる。

一方で都道府県知事選挙と参議院選挙(選挙区)においては、選挙運動用ビラ・選挙運動用通常葉書ともに衆議院小選挙区の選挙区数に応じて枚数が増加する。

ビラ 10万枚+15,000枚×(衆議院小選挙区の選挙区数-1) ※上限30万枚
葉書 35,000枚+2,500枚×衆議院小選挙区の選挙区数

このように、都道府県知事選挙と参議院選挙(選挙区)においては、すでに一定程度の人口比例化が行われているため、地方議会議員選挙においても人口比例化を行うことは充分可能であると考えられる。

3.6 若年層の政治参画の促進

(1) 被選挙権年齢について

選挙権年齢は18歳以上に引き下げられたが、被選挙権年齢は衆議院と地方議会議員・市区町村長は25歳以上、参議院と都道府県知事は30歳以上そのまま77年間変わっていない。政治家に相応しいかどうかは年齢基準ではなく選挙で決めるものであり、被選挙権年齢の18歳への引き下げが必要である。

被選挙権の年齢設定の経緯は次のとおりである。1889年、当時の欧米主要国では選挙権年齢21~25歳以上、被選挙権年齢25~30歳以上が主流だったことから、選挙権を満25歳以上、被選挙権を満30歳とした衆議院議員選挙法が公布された。1945年に女性参政権が認められると同時に選挙権は満20歳、被選挙権は満25歳となった。その後1947年に貴族院が参議院に変わり「良識の府」と位置付けられ、参議院の被選挙権が満30歳に設定された。現行法は当時の欧米の流れに合わせて作られものと分かる。

しかし、現在の欧米の主流は「選挙権・被選挙権共に満18歳以上」だ。OECD加盟国38カ国の半数以上が、被選挙権を満18歳以上に設定している。被選挙権を満25歳もしくは満30歳以上で据え置き、選挙権年齢と差をつけることに合理的な理由はない。2016年の参院選では、その前年の公職選挙法改正を受けて、被選挙権年齢の引き下げを目指すことを主要各政党がそれぞれ公約に掲げた。しかし、その後議論は進んでいない。今一度、立候補年齢引き下げの議論を進める必要がある。

(2) 供託金の額の弾力化

公職の候補者として届出をしようとするものは、候補者ごとに所定の金額又は同等の額面の国債証券 (= 「供託金」) を供託しなければならない (公職選挙法第 92 条) とされている。また、候補者の得票数が所定の数 (供託金没収点) に達しなかったときには、供託金が没収されることとなっている (公職選挙法第 93 条及び第 94 条)。

供託金の主な目的としては、当選の意思がない候補者の乱立防止や、比例代表選挙において割当てを拡大させるために政党などが安易に名簿登録数を増加することなどを防止する点が挙げられる。しかし、今回の都知事選では候補者が前回の 22 人から 56 人に増えており、明らかに当選の意思がなく、売名目的、宣伝目的で候補者が乱立している状況が発生しており、供託金の目的が果たされていないことは明らかである。

また、国立国会図書館によれば、2021 年 8 月末時点で供託金制度を採用している国は OECD 諸国 38 か国中 13 か国となっており、供託金制度を採用していない国の方が多い。

具体的には、主要 7 か国 (G7) のうち米国やドイツ、フランスやイタリアの国政選挙では供託金制度がなく、また、カナダでは 2017 年に違憲判決が出たことを受けて供託金制度が廃止となった。現在、供託金制度が残っているイギリスでも約 7 万 5 千円で、隣国の韓国も約 150 万円となっており、日本は G7 で突出して高額な供託金となっている。このことは、特に若年層の政治参画という意味で、立候補の大きな障壁となっている。

表 4：日本における選挙供託制度

選挙の種類		供託金額	供託金没収点等
衆議院	小選挙区	300 万円	有効投票総数の 10 分の 1
	比例代表	名簿登載者 1 人当たり 600 万円 重複立候補者の場合、300 万円	[300 万円×重複立候補者のうち小選挙区選挙の当選人数+ 600 万円×比例代表選挙の当選人数× 2] が供託金額に達しない場合、その差額が没収される。
参議院	選挙区	300 万円	[有効投票総数/通常選挙における選挙区の議員定数*] の 8 分の 1 *選挙すべき議員の数がこの定数を超えるときは、その選挙すべき議員の数
	比例代表	名簿登載者 1 人当たり 600 万円	[当選人数× 2] が名簿登載者数に達しない場合、その差に 600 万円を乗じた額が没収される。
都道府県議会		60 万円	[有効投票総数/選挙区の議員定数] の 10 分の 1
都道府県知事		300 万円	有効投票総数の 10 分の 1
指定都市の議会		50 万円	[有効投票総数/選挙区の議員定数] の 10 分の 1
指定都市の市長		240 万円	有効投票総数の 10 分の 1
その他の市の議会・特別区の議会		30 万円	[有効投票総数/選挙区の議員定数] の 10 分の 1
その他の市の市長・特別区の区長		100 万円	有効投票総数の 10 分の 1
町村議会		15 万円	[有効投票総数/選挙区の議員定数] の 10 分の 1
町村長		50 万円	有効投票総数の 10 分の 1

(藤原 (2021) p.155 より引用⁵)

⁵ 藤原佑記. 2021. 選挙供託制度 (資料) . レファレンス. No.851(2021.11s). p.143-163 URL: https://dl.ndl.go.jp/view/download/digidepo_11884866_po_085106.pdf?contentNo=1

一方で、「受益と負担」という観点から見ると、候補者が、諸外国と比較しても充実した日本の「選挙公営制度」を利用するための最低限度のコストとして、供託金制度自体には一定の正当性があると言えよう。

以上を踏まえると、供託金制度そのものを廃止するのではなく、立候補者の年齢や所得に応じて供託金額を弾力化するなど、若年層の政治参画の促進に向けて供託金制度の整備を行う必要がある。

4. むすびにかえて

古代世界で民主制を追求した紀元前のアテナイでは、代表の選定に「くじ引き」が用いられたという。すなわち、市民の誰もが候補者である（＝誰もが政治家たる能力をもつ）ことが求められた。もっとも、こうしたアテナイの民主制を構成する市民は奴隷制の生産に支えられていたことは有名である。また、あまり有名ではないが、「陶片（オストラコン）追放」という制度——独裁者になりそうな有力者を市民の投票によって 10 年間アテナイから追放する——というのも存在した。ある人々・空間の民主制を維持する（＝自由で公正な政治空間を維持する）ためには、それを支える仕組み（時に暴力を伴う）が必要不可欠であったのである。

近代国家が民主化するにともなって、民主制は「選挙を通して民意が政府に反映される政治制度」を指すようになった。古代ギリシアのポリスの人口ならまだしも、現在の国民国家の規模を考えれば、この民主制と選挙の関係性は暫く変わらないだろう。選挙は民主制の根幹をなす。そして、公正で開かれた選挙制度は、時代・社会情勢・テクノロジーに合わせて絶えず検討されねばならない。本提言書の前提はここにある。

具体的に言えば、本提言書は日本の選挙公営制度の持続可能な改革を目指し、民主主義の根幹である選挙の信頼性を高めるための施策を提示するものである。本提言書は、ここまで日本の選挙公営制度の現状と課題を分析し、制度改革の具体案を示した。日本の選挙公営制度は、公平性を保つために設計されており、選挙公報やポスター、政見放送などが公費でサポートされている。しかし、制度の複雑さや、売名目的の候補者増加などの問題が浮き彫りになっている。これに対して、本提言ではポスター掲示場の運用見直し、選挙公報の充実、政見放送の見直しなど、現行制度の改善策を示し、その上で Society 5.0 時代における新しい選挙制度のあり方を検討した。

最後に、本提言書をまとめるにあたって、お忙しいなか様々な視点からご助言くださった日野愛郎、松田馨の両先生には、この場を借りて御礼申し上げたい。そして、本提言が、今後の選挙制度の発展・改善の一助となることを切に願う。

以上