

ネット選挙とデジタル・デモクラシー

目次

はじめに

ネット選挙解禁と、 二〇一三年参議院選挙

一 公職選挙法とネット選挙

公職選挙法の理念／ネット「だけ」解禁

二 理念なき解禁

政治コスト低下という言葉説／韓国の先行事例

三 前哨戦としての二〇一三年東京都議会議員選挙

ネット選挙の先取り合戦／通常化か、平準化か

四 参議院選挙それぞれの思惑と過熱ぶり

各党、続々と動画配信／ネット企業の「ネット選挙」への参入
対応に追われた既存メディアや規制当局

五 自民党と野党の多様な取り組み

二〇〇九年からネットを味方につけつつあった自民党
野党のネット選挙対策

六 迷走した政党と候補者

ネット中心の選挙活動を繰り広げた候補者

七 新聞メディアの挑戦とチャンスを見出すネットメディア

ソーシャルメディアの分析に注力した新聞／「政治のコンテンツ化」の萌芽

八 一般有権者の動向

ネットは参考にしない有権者
民間で生まれた投票の呼びかけ／ネットで起きた落選運動

九 「理念なき解禁」は何をもたらしたのか

政治の透明化と双方向性の課題／ネットと従来型メディアの相互依存関係
政党のPR技術向上がはらむ危険性

CASE
1

若者と政治を近づける試み

One Voice Campaign 主宰者 原田謙介氏の取り組み

なぜ選挙に 情報技術を導入するのか

— 民主主義の理想、あるいはデジタル・デモクラシーを求めて

一 「ネット選挙解禁」に残された課題と展望

競合する政治の透明化と政治マーケティングの高度化

二 政策論争の不在と双方向性の問い

政党と候補者の力学

三 マスメディアとネットメディアの影響力

衆人環視状況の改善

ネットで発信せざるをえなくなった政党・政治家

四 政治マーケティングの高度化と政治の透明化

ネット選挙に先鞭をつけていた自民党

ネット世論形成の取り組み／政治マーケティングの高度化

CASE 2

ネット選挙時代の政策マーケティングとは
 —PR会社に聞く政治と国民のコミュニケーション

CASE 3

インターネットにおける自由とは
 —MIAU（一般社団法人インターネットユーザー協会）

CASE 5

市場とメディアが民主主義と「共存」する制度設計
 民主主義の「隔離」から「共存」へ
 いかに組織内にノウハウを蓄積するか

CASE 6

民主主義追求の新たな局面
 ネットが政治に与える影響 — 既存政治の齟齬がネットに持ち込まれる
 政局を理解するフレームワーク教育

CASE 4

ソーシャルメディアと新聞メディア
 朝日新聞「ピリオメディア」の試み

「行政の情報化」と
「政党の情報化」

一 「行政の情報化」に向けて

二 日本版オープンガバメント

二〇〇〇年代中盤以降の海外事例
日本国内の試み

CASE 5

アイデアの「も」とを政策へ
——「開かれた行政」の今 経産省「オープンガバメントラボ」

三 双方向性を活かすには

重要なのはガバナンスとの連携
福井県鯖江市の事例

CASE 6

日本版「オープンデータ」の取り組み
——データシティ鯖江・福井県鯖江市

おわりに

海外レポート
広がるデジタル・デモクラシーの波
〈ドイツ海賊党の光と影〉
伊槻雅裕（NHK BSO「ドキュメンタリーWAVE」活躍！ドイツ海賊党「ネット世代の政治のゆくえ」取材班）

〈資料〉 改正公職選挙法 条文

四 間接民主主義の陥穽を乗り越える
デジタル・デモクラシーの試み

インターネットによる直接民主制の可能性
政策提言のために情報技術を駆使する