

情報ネットワーク法学会 特別講演会

選挙におけるインターネットの利用

湯浅 墾道
九州国際大学副学長



諸外国の状況

- 韓国
 - 2002年の韓国第16代大統領選挙において、盧武鉉候補の支持者がインターネットを通じて支持団体「ノサモ」結成
 - 当初は泡沫候補のあつかいを受けていたという盧武鉉候補が最終的に当選するに至る原動力
 - インターネットによる選挙運動が「三金政治」や強固な地域割拠現象などにみられる韓国の政治的伝統を変革と評価
 - あまりにもインターネットの影響力が大きくなり、既存メディアとインターネット上のメディアとの軋轢
 - インターネット利用実名制導入
 - 選挙運動インターネットの利用の規制強化



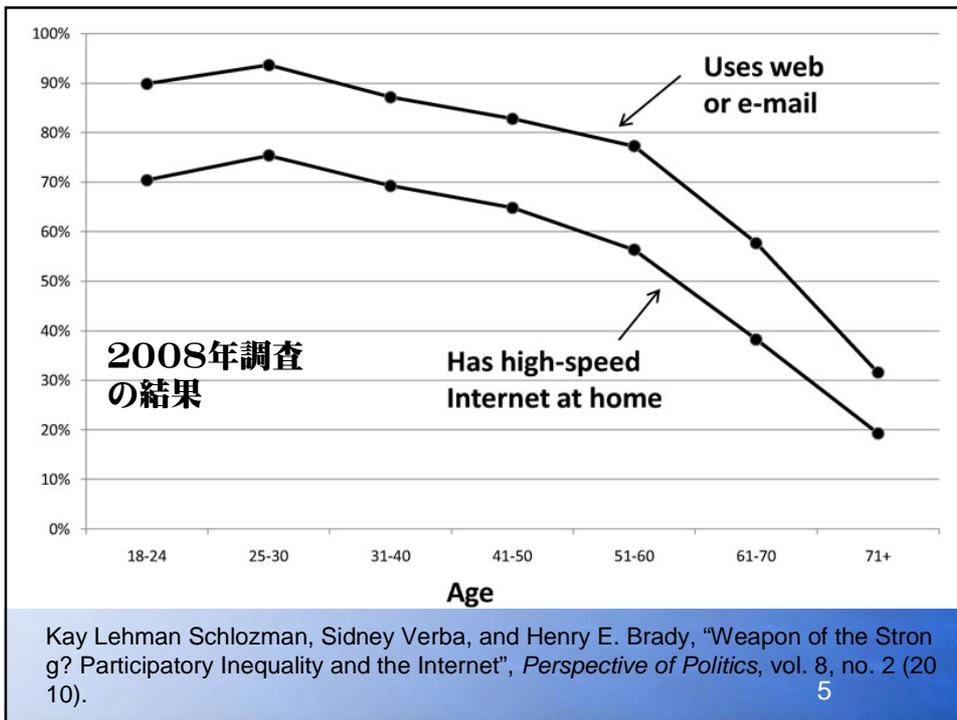
- フランス
 - 2002年、2007年の大統領選挙でインターネットが利用され、特に2007年大統領選挙では大きな役割
- ドイツ
 - 選挙運動におけるインターネットの役割や影響力は限定的
- イギリス
 - 伝統的に個別訪問重視
 - 2010年総選挙でツイッターが大きな役割

3

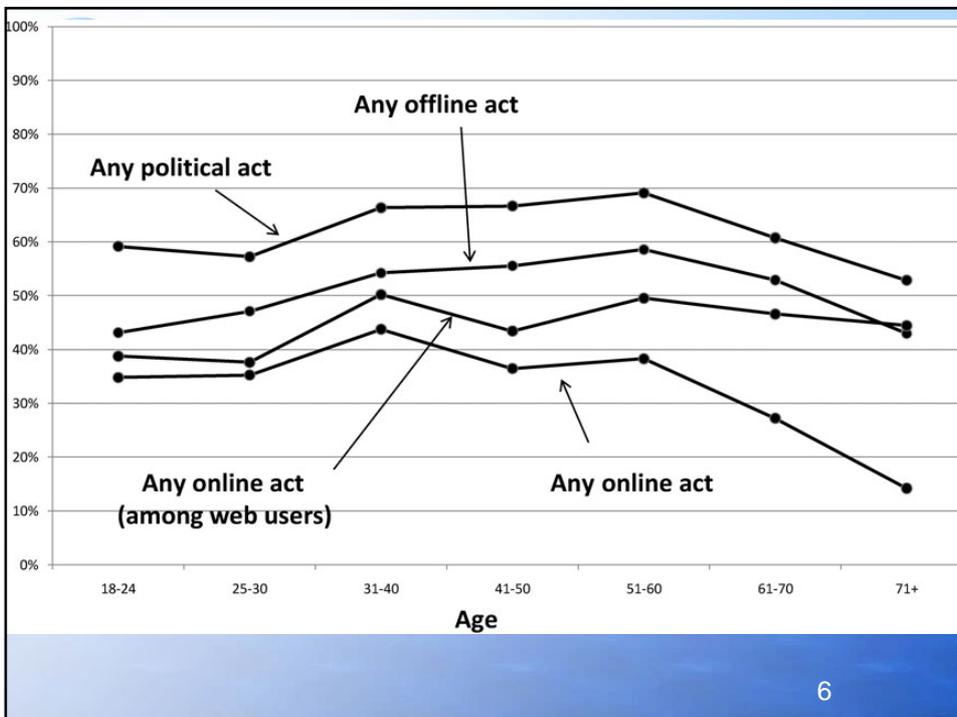


- アメリカ
 - インターネットの利用で選挙運動が変革
 - ホームページによる小口政治献金の呼びかけや電子メール、携帯電話のショートメッセージ（テキストメッセージ）、ブログ等
 - 異なる選挙区に住む有権者同士が互いの投票先を約束し合うVote-Pairing
 - 画像共有サイト、ソーシャル・ネットワーキングサービス、ツイッター

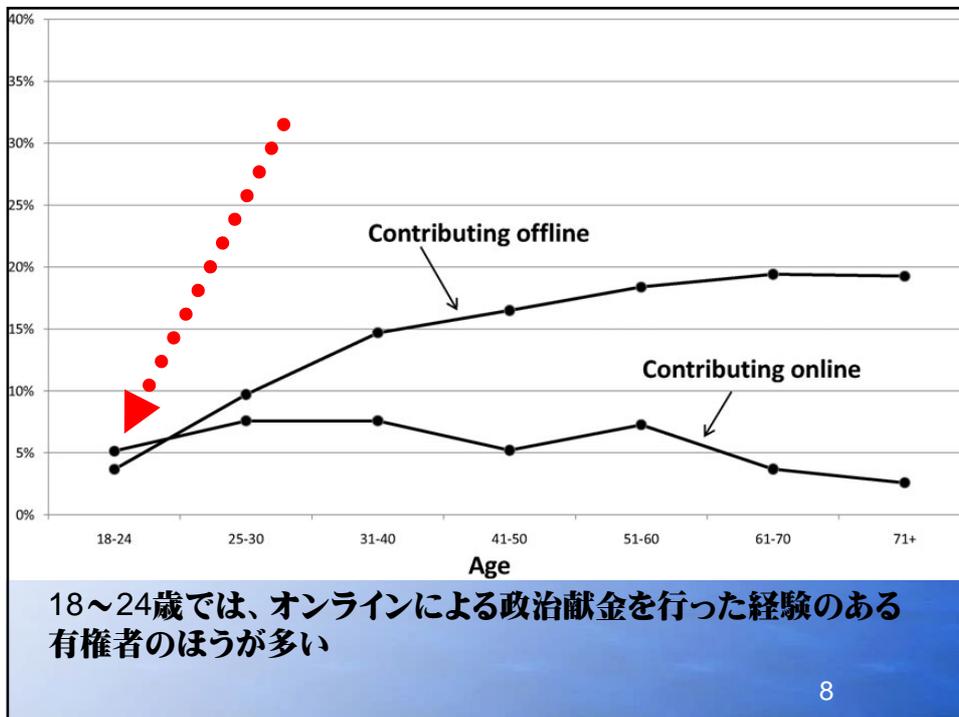
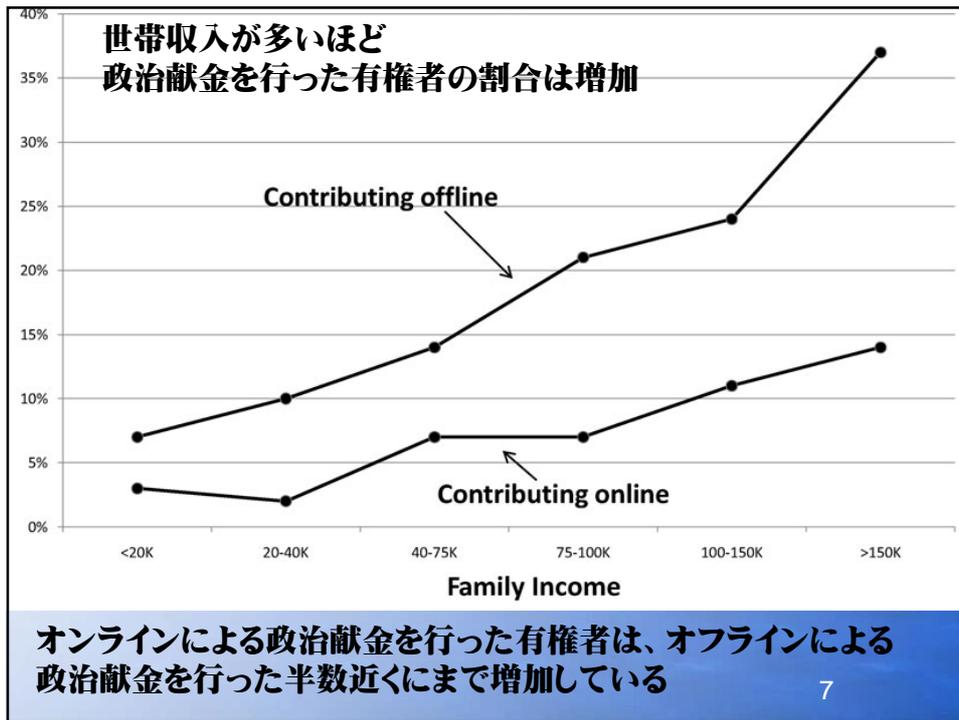
4



5



6





規制の枠組み

- 選挙運動は原則として自由
- 選挙運動は言論の自由にかかわる問題
- 言論の自由、集会の自由および結社の自由は、民主主義に必須なものとして憲法上強固な保護、特に言論の自由は自治(self-government)の理念と結びつき優越的な地位(New York Times v. Sullivan, 376 U.S. 254 (1964), Buckley v. Valeo, 424 U.S. 1 (1976), Boos v. Barry, 485 U.S. 312 (1988), N AACP v. Claiborne Hardware Co., 458 U.S. 886 (1982), Connick v. Myers, 461 U.S. 138 (1983))
- 特に候補者本人の表現の自由に対しては、合衆国憲法修正1条の保障が広く及ぶ(McIntyre v. Ohio Elections Commission, 514 U.S. 334 (1995))

9



連邦の規制

- 超党派2002年選挙運動資金改革法 (Bipartisan Campaign Reform Act)
 - 政党の全国委員会がソフトマネーの調達及び抛出等を行うことを禁止、政党の州及び地方委員会の連邦選挙活動に関するソフトマネーの調達及び抛出等を原則禁止
 - 連邦公職の候補者及び公務員が、連邦選挙に関してソフトマネーの調達及び抛出等を行うことを禁止
 - 個人が連邦公職の候補者等に対して行うハードマネー寄附の上限引き上げ、選挙運動費用を、寄附に頼らず自己資金から支出する大富豪候補者の対立候補者に対しては、ハードマネー寄附の上限を緩和
 - 選挙の前の政治広告として、新たに「選挙運動通信 (Electioneering Communications)」というカテゴリーを設ける (「明確に特定された連邦候補者に言及し、本選挙等の前60日間又は予備選挙等の前30日間に行われる放送等」と定義)

10



- 連邦選挙管理委員会(Federal Election Commission) 2006年「インターネット通信(Internet Communications)」に関する連邦選挙運動規則改正(71 FR 18589 (2006)).
 - シェイズ対連邦選挙管理委員会判決Shays v. Federal Election Commission, Civil Action No. 02-1984 (CKK) (2004).
 - 判決の中で連邦選挙管理委員会はインターネットによる選挙運動が法の規制範囲に含まれるかどうかの再検討を求められる

11



- 「広報通信(public communications)」の定義を改正
- 「全般的選挙運動(generic campaign activity)」の定義を改正することなく再周知
- 報酬を受け取らない個人のインターネット上の行為に関する除外規定
- メディアの適用除外の改正
- 企業や労働組合等の団体のコンピュータ及びインターネット関係設備を使用する場合につき規定

12



- 2002年選挙運動資金改革法
 - 選挙前の政治広告のカテゴリーとして「選挙運動通信（Electioneering Communications）」
 - 「明確に特定された連邦候補者に言及し、本選挙等の前60日間又は予備選挙等の前30日間に行われる放送等」と定義
 - 企業及び労働組合等の資金によって、選挙運動通信を行うことを禁止
 - 選挙運動通信の製作又は放送のために年間1万ドルを超える費用を支出する者に対し、その金額及び氏名等の届出を義務付け

13



- 改正規則 「広報通信」を定義
 - 100.26 広報通信
 - 広報通信は、放送、ケーブルまたは衛星通信、新聞、雑誌、屋外広告装置、一般大衆に対する大量郵便または電話マーケティング、もしくは一般大衆向け政治広告のいかなる形式をも含むものとする。一般大衆向け政治広告は、他者のウェブサイト(another person's Web site)に料金を支払って行う通信を除いて、インターネット上の通信を含まないものとする。

14



- インターネット上の通信は原則として連邦選挙運動法の規制対象である政治広告に含まれない
- 選挙運動においてインターネットを利用し、特定の候補者や政党を支援するメッセージをホームページ、ブログ、ソーシャル・ネットワークサービス等に掲載することについては、それについて費用を支払わないのであれば、原則として自由
- 他者のウェブサイトに料金を支払って行う通信は、政治広告としてみなすことになり、規制の対象
- 個人、政治活動委員会、労働組合または企業等が、費用を負担してバナー、ビデオ、ポップアップ広告の類を他者のウェブサイトに置いたり、ブログ、ソーシャル・ネットワークサービス等に特定の候補者や政党を支援する内容のメッセージを掲載したりしたときには、費用負担者は「一般大衆向け政治広告」を行ったことになるので、連邦選挙運動法の規制を受ける

15



- サーチエンジンにおける検索結果の表示について
- 特定のキーワードを入力して検索したときに候補者や政党に関するウェブサイト等が検索結果の上位に来るようにする等の手段をサーチエンジン上で行うことについては、明文の規定はないが、有料で行った場合には費用負担者は「一般大衆向け政治広告」を行ったとみなす

16



連邦法の適用除外

- ブログ
 - 特にブログを特定して規制の対象に加えることをしない代わりに、ブログに対する適用除外や免責規定も設けない
 - ツイッターはブログの一種と解釈
- 電子メール
 - SPAMメール規制の枠組みで処理
- ビデオクリップ（ネットCM）
 - 制作資金面で規制

17



フロリダ州問題

- 2009年11月フロリダ州セントピーターズバーグ(Saint Petersburg)市長選挙
- スコット・ワグマン候補
 - googleに料金を支払うことで特定の検索について広告を表示するようにできる「Google AdWords」広告サービス利用
 - google上で他の候補者名を入力して検索すると、リンクが表示され、そのリンクをクリックするとワグマン候補の選挙運動サイトにジャンプするようにした

18



- 他候補陣営が州法違反と訴え
- フロリダ州選挙法は106.143条(1)項(a)号は、候補者のために料金が支払われるものであって、選挙の日または選挙に先だって(prior to)出版、掲示、または流布されるいかなる政治的広告も、「(候補者名)、(政党所属)、(立候補しようとする公職)のために支払われ候補者が承認した政治的広告である」旨を明示しなければならないと規定
- ワグマン候補のインターネット上の広告には「市長選挙に立候補するスコット・ワグマンにより承認された広告」と明示すべき、ワグマン候補の「Google AdWords」広告の中にはその明示(disclaimer)が全くなく、ワグマン候補の広告は州法に違反

19



- 州法改正案
- 106.143 選挙前に流布される政治的広告の要件
 - (1)
 - (a)候補者のために料金が支払われるものであって、選挙の日または選挙の前に出版、掲示、または流布されるいかなる政治的広告も、次のいずれかを明示しなければならない。

20



- (8)本項は、候補者および候補者の支持者によって使用される選挙運動メッセージであって、当該メッセージが次の各号の場合に該当する場合には、適用しない。
 - (b)インターネットウェブサイトにて有料のリンクを置くものであって、当該メッセージまたは広告が200字以内であり、かつ当該リンクがユーザーを本条(1)項を遵守する他のインターネットウェブサイトへ直接誘導するものであるもの。
 - (c)画像または写真のリンクが大きさのために本条の要件を遵守することが実務上合理的でない場合に、本条(1)項を遵守する他のインターネットウェブサイトへ直接誘導する画像または写真のリンクを置くもの。
 - (d)一般のユーザーが料金を支払うことなく内容を送信できるウェブサイトにて、料金を支払うことなく置くもの。
 - (e)料金を支払うことなく、一般のユーザーが無料で閲覧できるアカウントまたはプロフィール、もしくはソーシャル・ネットワーキング・インターネットウェブサイトへ置くもの。この場合、メッセージまたは広告の発信源は、明確に当該メッセージまたは広告の内容もしくは形式から明らかにならなければならない。候補者または政治活動委員会は、当該ウェブサイトまたはアカウントは当該候補者または政治活動委員会の公式のものであること、もしくは当該候補者または政治活動委員会に承認されたものであることを明確に表示することができる。ウェブサイトまたはアカウントは、候補者または政治活動委員会の事前の承認無しに、公的なものであると表示してはならない。

21



- (f)ショートメッセージサービスを利用して文字メッセージその他の形式で流布されるもの。メッセージの長さは200字をこえないものとするか、受信者に当該メッセージの受信につきサインアップまたはオプトインを要求しなければならない。
- (g)ソフトウェアアプリケーションへの接続、それへの包含または類似機能により、ユーザーが本条(1)項を遵守するウェブサイトから、またはそれを通じて、サインアップ、オプトイン、ダウンロードその他のアクセスを行うもの。
- (h)本条(1)項を遵守する選挙運動または政治活動委員会のウェブサイトから、第三者のユーザーによって送信されるもの。
- (i)その他の技術に関連する品目、サービスまたは装置であって、当該品目、サービスまたは装置のサイズまたは性質上、本条(1)項を遵守することが合理的でないもの、もしくはメッセージまたは広告を表示する手段が本条(1)項の遵守を非現実的なものとしているもの。

22



- 改正案ではインターネット上の有料の政治広告については原則的にすべて表示義務
- 200字以内のテキストメッセージや（ツイッター念頭）、画像または写真の大きさの制約のために政治的広告であることを表示することは合理的でない場合など、多くの適用除外
- 2010年4月22日、賛成114票、反対0票で下院を通過
- 上院で審議未了

23



日本における課題

- 選挙犯罪、選挙の公正な実施に影響を与える行為
- 選挙運動の自由と公正な選挙の確保の両立
- 不正・不公正の態様
 - ネット選挙運動に固有のものではなく敷居が下がるだけのもの
 - ネット選挙運動特有のもの

24

- サーチエンジンのリンク広告
- サーチエンジンの検索結果操作
- サーチエンジン自身による特定候補者情報排除等
- なりすまし
- ドメインネーム
- 第三者によるイシュー広告
- ブログのコメント、リツイート
- ヤラセのコメント、リツイート
- 選挙公営 ポスター掲示場 → 公設スペース
- 政見放送に代わるものの提供の是非(free air time)

25

davidcameron.com



26

mydavidcameron.com



27

まとめ

- 「通信」と「文書図画」の融合
- 情報の送り手と受け手との間の双方向性
- 速報性（ツイッター）
- 情報の受け手自身が送り手となって別の受け手に送信する媒介性（ツイッターにおけるリツイートなど）
- 情報の送り手から受け手に対して一方通行的に情報を送信するのではなく情報の受け手が選択的に情報の送り手から情報を収集するという逆方向性（ツイッターにおけるフォローなど）
- 情報の送り手が受け手によって当該情報が受信されたどうかを確認するのではなく情報の受け手が当該情報を受信したことを送り手に通知する逆追跡性（ブログのトラックバックなど）
- 通信回線や各種サービスのほとんどが民間事業者によって提供されておりこれらのサービス提供の一方的な中止や利用の制限に対して公的な規制が及びにくいという市場依存性