今，憲法問題を語る―憲法問題対策センター活動報告―

第77回　国民投票法の問題点
～意見広告「非規制」の問題を中心に～

憲法問題対策センター副委員長　津田 二郎（57期）

2017年10月，「国難」を理由とした突然の衆議院解散が行われた結果，憲法9条を中心とした改憲を推進することを政策に掲げた政党政派が，衆議院の3分の2以上を占めることとなりました。安倍政権の下での改憲反対を主張する立憲民主党が野党第一党になったことから，情勢は必ずしも単純ではありませんが，早晩憲法改正の発議がなされるのではないかというのが，大勢の予測です。

そこで，仮に憲法改正が発議された場合の，憲法改正の国民投票の方法を規律する国民投票法の問題点について，私見を述べます。

そもそも国民投票法の規定は，概ね以下のようになっています。

① 国民投票は，憲法改正に限定される
② 投票年齢は18歳以上とする
③ 国会発議後に衆参各10人ずつで構成する「国民投票広報評議会」を設置し，改正案とその要旨の周知，国民投票広報の原稿の作成などを行い，国民投票の広報を担う
④ 投票14日前からの投票運動ラジオ・テレビCMの禁止
⑤ 憲法改正案に賛成の場合は投票用紙に印刷された賛成の文字に○を，反対の場合は反対の文字に○をつける
⑥ 公務員等及び教育者の地位利用による国民投票運動の禁止

このように投票運動に対する制限はラジオ・テレビCM以外なく，公職選挙法における規制よりも緩やかです。

この国民投票法には，最低投票率の規定がない，周知期間，運動期間が短すぎるなど様々な問題が指摘されていますが，今回は特に広告宣伝の問題について述べます。

ここで問題とする広告宣伝とは，国民投票での賛成・反対を呼び掛ける「国民投票運動広告」（例：「きたる国民投票では『賛成（反対）』に一票を！」）ではなく，個人または企業，団体が意見表明する形式の「意見広告」（例：私（たち）は賛成（反対）です」）です。前者は，上記のとおり投票14日前からラジオ・テレビCMが禁止されますが，後者には何の制約もありません。そこで，国民投票に関しては，意見広告の体裁をとる限り予算を多く持っている方が実際上は「宣伝戦」を制することになります。

この最短60日，最長180日間の投票運動期間に投じられる公費以外の選挙資金は300億円から400億円になると言われています。賛成，反対の両派が等しく資金を調達できる保証はありません。さらに巨大広告代理店が利用され効率的な資金投入の結果，有権者に対して提供される情報は一方的になる危険性があります（本間龍著「メディアに操作される憲法改正国民投票」〈岩波ブックレット〉参照）。「自由競争」といえば聞こえはいいですが，こと憲法という国の基本法の改正という重大局面について，資本力の差が国民投票の結果に影響を及ぼしうる状況を是認していいのか，という根本問題が問われています。

私は憲法の改正の国民投票が「金で買われた」となることは，結果がどうあれ将来に禍根を残すことになると考えるのです。このままの国民投票法でいいのでしょうか。