

トピックス

インターネットと米国の選挙

官房企画課総括専門官 大寺 廣幸

1 はじめに

商務省は、昨年10月に報告書「Falling Through The Net: Toward Digital Inclusion」を発表した。これを見ると、8月現在、全世帯の41.5%がインターネットにアクセスしている。ほぼ1年半前（98年12月）が26.2%であるから急速な普及ぶり

である。アジア系、白人家庭の利用は多く、また、高学歴、高所得世帯になるほどアクセス率が高い。これらのアクセス率の高い上位グループと下位グループの黒人・ヒスパニック、低学歴、低所得の家庭を比較すると、世帯の絶対数ではその差は開く傾向にある。ただ、下位グループの増加率は高く、いずれ上位・下位のグループ間の格差は縮小

図表1 インターネットアクセスの世帯比率 (%)

	1998. 12(a)	2000. 8(b)	増加% (b-a)	変化率 (b-a)/a
全世帯	26.2	41.5	15.3	58.4
白人（ヒスパニックを除く）	29.8	46.1	16.3	54.7
黒人（ヒスパニックを除く）	11.2	23.5	12.3	109.8
アジア・オセアニア系	36.0	56.8	20.8	57.8
ヒスパニック	12.6	23.6	11.0	87.3
年収15,000ドル未満	7.1	12.7	5.6	78.9
15,000—24,999ドル	11.0	21.3	10.3	93.6
25,000—34,999ドル	19.1	34.0	14.9	78.0
35,000—49,999ドル	29.5	46.1	16.6	56.3
50,000—74,999ドル	43.9	60.9	17.0	38.7
75,000ドル以上	60.3	77.7	17.4	28.9
中卒以下	5.0	11.7	6.7	134.0
高 卒	16.3	29.9	13.6	83.4
各種カレッジ	30.2	49.0	18.8	62.3
カレッジ卒	46.8	64.0	17.2	36.8
大学院卒	53.0	69.9	16.9	31.9
農村地域	22.2	38.9	16.7	75.2
地方都市地域	27.5	42.3	14.8	53.8
大都市地域	24.5	37.7	13.2	53.9

図表2 インターネットアクセスの年齢層別比率 (%)

	1998.12(a)	2000.8(b)	増加% (b-a)	変化率 (b-a)/a
3-8才	11.0	15.3	4.3	39.1
9-17才	43.0	53.4	10.4	24.2
18-24才	44.3	56.8	12.5	28.2
25-49才	40.9	55.4	14.5	35.5
50才-	19.3	29.6	10.3	53.4

すると見込まれる。また、年齢別のインターネットアクセスを見ると、49才までの年齢層はさほど格差がなくなっている。高齢者の苦手意識はまだ根強いようだ。

このように、インターネットは、人種・民族、学歴、所得、年齢といった観点から、利用環境に格差が厳然とあり、その格差是正への取組みが急がれている。しかし、一般的にはインターネットは、ラジオ、テレビといったメディアがそうであったように急速に日常生活の必需品となってきた。

米国では、昨年の大統領選挙、上下両院議員選挙などでインターネットが様々な形態で利用された。候補者や政党は自ら構築したウェブサイトを使って政策のアピール、ボランティアの募集、募金に努めた。アメリカオンラインなどの商用ポータルサイトも政治専門ポータルサイトも、CNNやニューヨークタイムスなどのマスメディアや公益団体も自らのウェブサイトを使って、インターネットで積極的に選挙関係のニュースや解説を流した。選挙制度の枠組みを定める連邦選挙委員会(Federal Election Committee : FEC)は、インターネットの利用が連邦選挙キャンペーン法(Federal Election Campaign Act)でどのように扱われるべきか、につき、事例に応じ見解(adviseory opinion)を公表してきたが、一昨年11月包括的な規制案を世の中に提案しパブリックコメントを求めた。昨年8月、これまでの見解を集大

成したガイドラインを発表した。

インターネットは発展途上のメディアであり、米国の政治、選挙への利用においても、なお試行錯誤の連続である。しかし確実に言えることがある。ルーズベルト大統領のラジオを使っの炉辺談話や、1960年大統領選のケネディ・ニクソン両候補のテレビ討論に象徴されるように、ラジオ、テレビは、政治活動、選挙運動と密接なつながりを持つようになった。これと同じように、インターネットも早晩、政治活動、選挙運動に不可欠な道具になるということである。

米国の選挙でのインターネットの利用についてサーフィンしてみたのが、この小稿である。

2 インターネットの特色

インターネットの一般的なメディア特性が政治活動や選挙運動への活用に興味深い効果を与え、開かれた政治、一般国民の政治参加を促す誘因になるのではないかと期待されている。

① 非集中性(分散性)

従来のマスメディアは、情報伝播チャンネルが限定されており、比較的少数の組織団体がゲートキーパーとして機能している。他方、インターネットの情報流通構造は集中型ではなく分散型である。ゲートキーパーなしに機能する構造になっている。

② グローバル性

インターネットは、世界中から即時アクセスが

可能である。電子メールは、道路を隔てた向こうへも、海を超えた海外への、同じく簡単に安くメッセージを送ることができる。また、WWW上のサーチエンジンは、国内外を問わず必要な情報があるサイトを選び出す。ミラー機能は、サイバースペースに匿名性を与える。

③ 情報の豊饒

インターネットの仮想空間では、発言者の数に制約はない。マスメディアには、たとえば新聞紙面、24時間のテレビ放送枠など、希少性がある。インターネットには希少性はほとんど存在せず、情報の量、多様性において無限である。

④ コストの安さ

米国の選挙運動を規する法制には暗黙の前提がある。候補者は有権者から支持を得るためキャンペーン活動が不可欠だ。その主要なキャンペーン手段は、テレビコマーシャルや集会、ダイレクト・メールなどだ。このようなキャンペーン活動には多額の経費がかかる。一方、インターネットでは「スピーチは廉価」。インターネットでは、個人や、組織的に緩い紐帯で結ばれた団体の間にコミュニケーションがあり、これは他のメディアにない特色である。電子メディアとしては歴史上初めてすべての利用者が出版者になりうる。地理的、社会的、政治的な障壁を超えて利害を共通するコミュニティを形成でき、また、このようなコミュニティに参加できる。自己の考えを電子メールの形で多数の人に一斉に発信できる。ポータルサービスを使い、ウェブページを作って意見交流の場を提供したりできる。それも個人に手の届く費用で。

⑤ 双方向性

ラジオやテレビのほとんどの番組においては情報の送り手と受け手が画然と分かれているが、インターネットは、本質的に双方向の機能をもつ。一から一へ、一から多数へ、多数から一へ、と情

報は往復する。

⑥ 利用者がコントロール権

テレビやラジオは、おおむね受け手である個人に情報受容の決定権は与えられていない。インターネットは違う。利用者が情報受容のコントロールができるメディアである。

3 96年選挙の経験

インターネットが選挙運動に用いられたのは96年の選挙からと言っていいだろう。大統領選での民主党のクリントン・ゴア陣営と共和党のドール・ケンプ陣営は、いずれも有権者に対し情報を提供しボランティアを募り、選挙キャンペーンの主なイベントの情報を流した。注目すべきは、非公式な組織化されていない「草の根」的なウェブサイトが多く登場したことである。選挙に関連するニュースレター、広告宣伝、選挙ガイドなどがこれらのウェブサイトから発信された。

96年選挙でのインターネット利用の状況はいろいろな角度、視点から調査された。

AP通信の調査結果を紹介しよう。16,338人に対する出口調査によれば、その26%がインターネットを日常使用していた。インターネットを日常使用する18歳以上の人の90%が投票登録をすでに行っていた。また、ワシントンポストによれば、投票者の7%がインターネットを選挙の主要な情報源とし、3分の1が情報源の1つとしていたと回答した。別の電話聞き取り調査(有効回答1,050人)から推計して96年に投票を行った11人に1人(850万人)がインターネット上の情報から影響を受けたと推定された。ちなみに雑誌から影響を受けた者の比率は11%、ラジオからは19%で、やはりなおテレビと新聞は主要な情報源であり、有権者の60%以上はテレビと新聞を有力な情報源としたと答えた。

「政治参加は自ら意見を表明することだ」と定

義すれば、96年の選挙はより多くの有権者が政治に参加した。市民がウェブページを自ら開設し意見を出し、関連サイトをサーフィンする。ポータルサイトのオンラインフォーラムへ書き込み、電子メールで意見を交換し合う。たとえば、アメリカオンラインの「政治チャンネル」では、多数のインターネット利用者が候補者への賛否の理由を書き込んだという。

Georgia Tech Research Corp. の調査によれば、インターネット利用者の40%がインターネット利用以来、政治への関心が高まったと回答した。最も一般的な活動は、政治家への投書（31%）、政治活動団体への寄付（27%）、政策課題の議論（23%）、請願に対する署名（22%）である。

4 98年中間選挙

98年中間選挙は、有権者参加型の民主主義の可能性が見い出され、普通の平均的な市民が政治過程に再び結びつく期待を抱かせた選挙である。今でもよく引用される事例を紹介しよう。

ミネソタ州で、泡沫候補とみられていた改革党の知事候補ジェシュ・ベンチュラが逆転当選した。

注目されたのは、ベトナム戦争で海軍特殊部隊SEALの隊員として従軍し、除隊後プロレスラー、テレビ・ラジオ司会者、俳優になり、90年代前半ブルックリンパーク市長を経た、その異色の経歴からではない。インターネットを最大限利用して勝利したからである。マスメディアをバイパスし、直接、有権者、それも30代以下の有権者にアプローチし民主・共和の両候補を負かした。3千名

の市民がボランティアとして活動し、また、ウェブサイトを通じ11万ドル以上の寄付を集めた。この選挙運動のウェブサイトは、インターネットと選挙との新たな出会いの記念碑として今も閲覧することができる。

そのホームページはきわめてシンプルである。しかし、さまざまな創意工夫の跡がうかがえる。ベンチュラと副知事候補のメイ・シュンクの顔写真と標語「人々の為に働く。政党の為にでなく…」の下に、「ジェシュの経歴」、「ジェシュの政策」などのことばがならび、クリックすれば各ページにつながる。「経歴」、「政策」のほかに、「記者発表」、「キャンペーン日程」、「ボランティア募集情報」、「寄付の依頼」、「Tシャツなどのキャラクター商品の販売」、「有権者から寄せられた候補者へのメッセージ」、「候補者から有権者へのメッセージ」、「候補者の動静を伝えるマスコミの報道」、「支持者からマスコミへ投稿してほしい手紙の案文」、「掲示板」、候補者の最大の公約である「教室へもっと多くの教師を」、選挙運動終了直前の「勝利へのドライブツアー」などの簡潔な言葉が並び、その各々のページにクリック一つで画面は替わる。

ウェブを構築・管理したボランティアのフィル・マドスンのコメントは興味深い。彼は、それまでウェブサイトを構築した経験はなく、ただ92年の大統領選に出たロス・ペローを支援して以来、草の根支援の体験があるだけである。

初期投資はマイクロソフトの「フロントページ98」の購入費など総額で200ドル足らず。ウェブサイトのホスト管理費は月額30ドル。極めて低コ

図表3 98年知事選の得票数等

18才以上の州人口	348万3,000人	ベンチュラ	77万3,713票
投票者総数	210万5,377人	共和党候補	71万7,350票
投票率	60.45%	民主党候補	58万7,528票

図表4 ベンチュラ氏のウェブサイト

The image shows two screenshots of the website for Jesse Ventura's 1998 Minnesota gubernatorial campaign. The left screenshot is the main campaign page, titled 'The Jesse Ventura For Minnesota Governor Campaign 98 Home Page is Shown Below'. It features portraits of Jesse Ventura and Mae Schunk, with the slogan 'Serving The People, Not The Parties'. A grid of links includes 'Jesse's Biography', 'Mae's Biography', 'Jesse On The Issues', 'News Releases', 'Campaign Schedule', 'Volunteer Info' (circled), 'Contributors', 'Campaign Gear', 'Ventura's Highway', 'Your Message To Jesse', 'Late Breaking News', 'Jesse's Message To You', 'Letters To Editors', 'Class Size Task Force', 'Voters Initiative', 'Message Board', 'How To Voters Your', and 'Search This Site'. The right screenshot is the 'Volunteer Sign-up Page', which includes a form for contact information (First Name, Last Name, Street Address, City, State, Zip Code, Home Phone, FAX, E-mail) and a section for 'Volunteer Tasks' with checkboxes for various roles like Media/PR, Event Help, Office Help, etc. It also has a 'Notes/Comments' section, a 'Professional Skills' section, and a 'Reset Form' button. Arrows indicate the flow from the 'Volunteer Info' link on the main page to the sign-up form.

(<http://www.jesseventura.org/98campaign/98home.htm>)

ストだ。ウェブサイトの目的は明確で、ボランティアの募集、募金、票の獲得である。その基盤としてオンラインでつながる支援者を集め、彼らに情報を流した。ウェブサイトの基本設計は「交差点型」とはせず「袋小路型」とした。他へのリンクページを敢えて置かずサイトの中にできるだけ留めようという作戦でいった。最初の頃、サイトを尋ねたサーファーは、一回当たり5～7ペー

ジの閲覧であった。次第にサイトのページの分量を増やした結果、一回の閲覧は9～11ページになった。2月のサイト立上げから11月までのヒット数は約200万で、その75%は、選挙前3週間に集中した。

「ジェシュエネット」と称する支援者のネットは、「ジェシュエネットに参加して輪の中に入ろう。そしてキャンペーンから電子メールで最新情

報を得よう。」の合言葉で参加を呼びかけた。選挙前までにネットに参加した人数は3千名に達した。ジェシュエネットの参加者に対しては、受け取った電子メールの情報を友人に伝え、また、ポータルサイトの掲示板にその情報を掲載するよう呼びかけられた。

有権者の関心事項に応じて特定の政策に限って知らせていた従来方式は採用しなかった。その代わり、ウェブサイトに見れば候補者の全政策を知ることができるようにした。この結果、元プロレスラーの泡沫候補というレッテルは消え、マスコミはまともに取り扱うようになった。「政策」ページは「経歴」ページについてヒット数を記録した。マスコミは、ベンチュラの政策をそのウェブから引用して報道に使った。

ウェブサイト立上げ目的の一つが選挙運動資金の獲得である。ベンチュラの選挙資金源は主にTシャツ販売と50ドル寄付であった。選挙終了後12月段階で、総額45万～50万ドルの資金が選挙にかかった。そのうち32.6万ドルは州の選挙資金支援基金からで、残り12.4～17.4万ドルは寄付金でまかなわれた。うち5万ドル以上がインターネット経由の寄付であった。さらに、州からの拠出32.6万ドルは、選挙後の12月になって初めて入金される仕組みであった。泡沫候補と呼ばれた選挙運動の当初は、つなぎ資金を銀行からなかなか貸してくれず、個人1名当たり2千ドルを上限に借りた。6万ドルを借りたが3万ドル強はウェブサイトを通じてであった。

「ベンチュラは合法化された売春を容認している」とマスコミが報じた。その時、敵陣営はこぞってその情報を援用した。数時間とたたずに、それは誤報であるとの反論の報道発表を、ウェブサイト上に掲載し、またジェシュエネットの支援者へメールを送った。支援者は確固たる確信をもって地域有権者に真実を語った。1、2日で虚

報は雲散霧消した。

ジェシュエネットに参加する人が増えるにつれ、ボランティアの確保も容易になった。たとえば、州のフェアでベンチュラ支援ブースのスタッフが足りないとき、このネットでボランティアを募集した。以前なら電話を掛けまくって一人のボランティアを確保したものだが、今では一つのメールを一斉に送りボランティアを多数見つけることができた。

従来の感覚での選挙事務所も、選挙運動前半はなかった。二本の電話だけ引かれたオフィスは、Tシャツの販売取次ぎ店兼倉庫だった。キャンペーンマネージャーを一人、最後の二ヶ月雇用しただけで、後はすべてボランティア。スタッフの打ち合わせは、ほとんど携帯電話、ファックス、電子メール、ウェブサイトだった。

州のフェアでは、フェアに集まった市民の多くがステッカーやポスターを求めた。そのうち約5千人がボランティアの申込みをした。投票日も間近に迫りこれらのボランティアへメールを送るため急遽、宛名用のデータベースを作らなくてはならなくなった。申込み書を特別に入力できるウェブサイトを構築し、データ入力のボランティア48名の協力を得て入力した。

ベンチュラの選挙運動で最も関心と呼んだのは「最後の3日間のキャラバン」である。投票日の2週間前に、州全域をバスや自家用車で回り一カ所当たり30分程度の集会を開催するキャンペーンのアイデアが突然出てきた。10月26日に電話で「28日準備の打ち合わせをしたい」と連絡。28日夜250名が集まり、アイデアと参加ボランティアの役割を盛り込んだ計画を発表した。参加者は、自分の役割を決めて散会。この計画はウェブ上に「勝利へのドライブツアー」として載った。キャラバンは10月30日スタート。ツアーのルートと集会の場所は、購入した市場調査資料で決めた。い

くつかの地域には支援者は全くいなかったが、インターネットと携帯電話でボランティアに集まってもらって集会を準備した。

このキャラバンは、先に進むにつれテレビ局の取材クルーも同伴し出した。このツアーの参加者は、いくつかのコミュニティでは500名にも上った。ウェブ上に掲載されたツアー計画を見てボランティアは、近隣住民にキャラバンへの同行、集会への参加を自発的に呼びかけた。ボランティアは携帯電話でキャラバンに電話をしその地域のリーダーになりたいと申し出た。キャラバンの到着を待ち、集会場所まで案内する地点など、必要な詳細な事項がウェブサイトを使って指示された。

キャラバンは、なかなか時間通りには進まない。キャラバン一行の中のボランティアが、携帯電話で自宅にたえず連絡し、自宅の端末から、キャラバンの現在地を数分ごとに入力。他方、集会の会場でも、携帯電話で自宅を呼び出しキャラバンの位置を確認。集会に集まった人たちは、キャラバンの居場所や遅延理由、到着予定時間といった情報をたえず得ていたので、帰ってしまうということとはなかった。

さらに、コンピュータおたくのボランティアは、キャラバンや集会の模様をビデオやデジタル写真で撮り、すぐに携帯電話で自宅のパソコンにその画像を送りインターネット上に流した。

5 候補者のウェブサイト

98年中間選挙などで活用されたインターネットは、選挙候補者のウェブサイトを専門に構築するコンサルティング企業を生み出した。その一つ Internet Campaign Solutions, Inc. が興味深いレポートを出しているので紹介しよう。それは、昨年の選挙において、民主・共和両党の連邦上下両院候補者がウェブサイトを構築・運営している実態を8月時点で調査した結果である。

約半分、48.5%の候補者がウェブサイトを構築・運営している。インターネットは選挙地盤が弱い新人にとり、有権者にアピールする有力な武器になると一般に言われているが、ウェブサイト構築比率はこれまで議席を有してきた前議員より新人のほうがはるかに高い。興味深いのは、民主党よりも共和党、下院よりも上院と、共和党や上院の立候補者のほうがインターネット利用に積極的なことだ。

また、立候補者がどのようなページをウェブサイトで作成しているか、に関しても興味深い結果が示されている。経歴、政策、演説・記者発表といった定番の項目に加え、選挙運動に協力してくれるボランティアの募集や寄付の要請といった項目の比率が高い。この調査で異色なのは「候補者関連のドメインネームを選んでいるか」の項目である。この項目の背景に、特定のドメインネームをめぐる売買市場の争いをうかがい知ることができる。たとえば、www.gwbush.comのドメインネームを先行取得されたブッシュはドメインネームの法外な購入要請を拒否した。その後、このウェブサイトは、ブッシュに反対するサイトとなった。

6 候補者のウェブサイト構築の利点・課題

大統領予備選に立候補した有力候補者はいずれもウェブサイトを構築した。ミズリー大学のBenoit夫妻が昨年の大統領選挙予備選に立候補した12名のウェブサイトの優劣を評価をしている(<http://acjournal.org/holdings/vol3/Iss3/rogue4/benoit.html>)。その中で候補者がウェブサイトを持つことの利点や課題を論じている。デジタルデバイドなどインターネット普及途上の課題はあるものの、有権者の政治離れを食い止め、有権者のニーズをくみ取り市民の政治参加を促すため、候補者はウェブサイトをもつべきであ

図表5 yahoo (米国) で internet campaign consulting をsearchした結果のページ

YAHOO! Personalize Help - Check Email

Search Result Found 0 categories and 20 sites for **internet campaign consulting**



Categories	Web Sites	Web Pages	Related News	Events
------------	-----------	-----------	--------------	--------

Yahoo! Site Matches (1 - 20 of 20)

Business and Economy > Business to Business > Communications and Networking > **Internet** and World Wide Web > Consulting

- mindshare Internet Campaigns - specializes in helping associations, non-profit organizations, and candidates.
- Sage Marketing - marketing, promotional and communications **consulting** firm providing strategic planning advice for businesses in both **Internet** and traditional **campaigns**.

Business and Economy > Business to Business > Government > Political **Consulting** > Internet Services

- Votenet - provides up-to-date news and information on politics and offers online solutions for **campaigns** and organizations.
- Campaign Advantage - offers web sites, electronic fundraising and database solutions for political **campaigns**.
- Internet Campaign Solutions - providing services to political candidates trying to enhance their overall **internet** presence.
- QuorumCall - provides site design, hosting, and database management for Democratic candidates. Local, state, and national **campaigns** served.
- Campaign Zone - designing web pages for political candidates.
- netcontribute.com - serving progressive Democratic and nonpartisan candidates as well as ballot initiatives and issue **campaigns**.
- Capitol City Consulting - marketing and design firm specializing in political **campaign** web sites of all sizes.
- Online Campaign - site design and hosting for Democratic political candidates and public affairs organizations.
- Politics Online - provides **internet** information and tools for political professionals, including a secure online fundraiser and a step-by-step program for using the **internet** in **campaigns**.
- Go-GOP - **Internet consulting** web design and hosting for Republican political **campaigns**.

Business and Economy > Business to Business > Government > Political Consulting

- Hockaday Donatelli Campaign Solutions - Republican firm specializing in **internet**, telemarketing and direct mail services.

Regional > U.S. States > New York > Cities > Scarsdale > Business and Shopping > Business to Business > Communications and Networking

- Brooks New Media - focuses on creating effective web **campaigns/** marketing.

Regional > U.S. States > New Jersey > Cities > Marlton > Business and Shopping > Business to Business > Communications and Networking > Internet and World Wide Web

- Electioneer, Inc. - provides design, hosting, and **consulting** services for **campaign** and political web sites.

Search Books!

BARNES & NOBLE

- INTERNET CAMPAL
- Great Gift!
- Free Shipping!

図表6 民主・共和両党候補者：ウェブサイト構築・運用を行っている候補者の割合(%)

		上院	下院	計
民主党	計	60.7	42.7	44.8
	前議員	54.5	25.6	27.1
	新 人	62.0	56.2	57.1
共和党	計	75.6	50.1	52.3
	前議員	77.8	37.6	40.9
	新 人	74.1	59.3	60.6
総 計	計	67.0	46.4	48.5
	前議員	69.0	31.6	34.1
	新 人	66.2	57.8	58.8

ると結論づけている。

利点と課題を紹介してみよう。

6.1 候補者にとっての利点

既存メディアは、候補者の政策や人柄などを伝えるよりも選挙レースの勝敗に力点を置きがちである。さらに、候補者のメッセージにフィルターをかけ、メディアなりの解釈を加える傾向がある。インターネットを利用することによって、候補者は、有権者に直接メッセージを伝えることができ

る。

- ① 演説、新聞・テレビ広告、ダイレクトメールなど既存の選挙運動メディアを追加・補完する。30秒のテレビ広告は放送枠が限定されるがその広告はウェブサイトに掲載すれば常時視聴できるようになる。
- ② 既存メディアは、文字、写真、音声、動画像などの組み合わせが困難なものが大半であるが、インターネットでは組み合わせることができ、受け手が最も効果的に受容できるようアレンジして情報を発信することができる。
- ③ インターネット利用者は多数にのぼりさらに急増中であり、早晩、候補者にとって有権者との対話の有力な手段になる。
- ④ テレビ広告などの制作費、広告掲載費に比してきわめて安価である。ちなみに96年の大統領選挙ではドール、クリントン、ペローの3候補は合わせて2億ドルをテレビ広告に使ったといわれている。
- ⑤ 選挙運動のメッセージを個々の受け手に合わせて個別化が可能である。有権者は、自ら関心を有する政策にアクセスできる。また、有権者

図表7 民主・共和両党候補者のウェブサイト：下記のページがある割合 (%)

	計	民主党	共和党	下院	上院	前議員	新人
寄付の要請	56.2	57.3	54.9	52.4	78.9	55.8	56.2
政策	79.7	76.7	81.0	77.0	95.8	75.5	81.2
経歴	94.2	96.2	91.4	93.5	98.6	93.2	94.4
ボランティアの募集	63.3	65.4	60.8	60.8	78.9	72.1	59.6
電子ニュースレター送付の署名	37.1	39.3	34.7	33.6	57.7	44.2	34.0
演説・記者発表	64.9	68.8	60.8	61.7	84.5	54.4	69.1
他のサイトへのリンク	39.8	37.6	41.0	41.8	28.2	44.2	37.9
演説会等のイベント情報	27.7	27.4	27.6	28.8	21.1	32.7	25.6
音声・ビデオによる演説等	12.4	13.2	11.6	9.7	28.2	12.9	12.1
候補者関連のドメインネームを選定	94.4	93.6	91.8	93.3	100	95.9	93.5
有権者の投票の登録	21.5	28.2	15.3	20.6	26.8	27.9	18.8
選挙収支報告	2.6	3.0	2.2	2.8	1.4	4.8	1.7

図表8 投票日当日のGore候補のサイト



Updated 11/7/00 | 1:01 AM EST

GET TO KNOW US



Meet the Gores and the Liebermans
Al and Tipper, Joe and Hadassah

TAKE ACTION

Your participation is critical to our campaign.
Choose a way to Take Action:

Your State
Pick your state

Voter Outreach
Pick Your Group

GoreNet
A Network of Young Americans

Send this page
Help spread the word

Join the Gore I-Team
Build your support webpage

Instant MessageNet
Add your handle now

Get Involved
Volunteer for Gore 2000

Join the Fight!
Make a donation to Gore 2000

MyElection
Update your online preferences

ISSUES Select an issue

NEWS | SPEECHES | TOWN HALL | EN ESPAÑOL

TIME TO GET OUT THE VOTE

Call Ten Friends and Remind Them that Today is Election Day!

Today is Election Day! When you are out and about today, don't forget to remind people about the critical election - and the big choices facing America. Polls are open all day, so there's no excuse not to vote!

30 Hours, 15 Cities, 11 States, 1 Big Choice

Al Gore's Final Campaign Swing Focuses on the Big Choice Voters Face on Election Day

On the campaign trail - November 6 - Beginning today, Al Gore and Joe Lieberman will campaign for more than 30 hours straight. Al Gore, Joe Lieberman and their wives will visit 15 different cities in 11 different states and focus on the big choice voters face on Election Day: "Will we move America forward, or will we go back to the failed policies of the past?"

"On Election Day, the people of America will face a choice -- a simple, but important choice," said Gore. "I want to spend the final hours discussing this choice and encouraging every American to go to the polls and vote. We have to make the right choices to extend our prosperity and make sure that it enriches not just the few, but all our families."

Call Seniors in your neighborhood and offer to take them to the polls on Tuesday!

We need your vote this Tuesday, but we also want to be sure that seniors who support Al Gore and Joe Lieberman are able to cast their ballots. Do you know someone who needs a ride to the polls? How about someone who would just like some company as they make the big choice that this year's election presents?

Newspapers Endorse Al Gore

Cite "Gravitas," Responsible Policies, Experience

Nashville - October 26 - Nashville - Newspapers across the country have begun to endorse Al Gore for president. The Atlanta Constitution's endorsement cited Gore's "gravitas" and his performance in the three presidential debates. In West Virginia, The Charleston Gazette discussed Gore's experience and his "deep familiarity...with topics a leader must know." [more](#)

Download Gore/Lieberman Publications

Bringing Prosperity Home Prosperity for America's Families Medicare at a Crossroads

[download "Bringing Prosperity Home: Choices for America's Families" - Adobe pdf - 1738k](#)
[download "Prosperity for America's Families" - Adobe pdf - 835k](#)
[download "Medicare at a Crossroads" - Adobe pdf - 279k](#)

Paid for by Gore/Lieberman, Inc.
601 Mainstream Drive
Nashville, TN 37228
615-340-2000
TTY (For the hearing-impaired)
615-340-3260
Contact us on the web:
townhall@algore2000.com

Contributions to Gore/Lieberman
GELAC are not tax deductible for
federal income tax purposes.

<http://www.algore.com/>

図表9 BUSH候補のサイト



Please e-mail us with your stories of Bush at [stories](mailto:stories@georgewebush.com).

- Under Trading
- Through the Tax
- Lookphoto
- Bush at Bat
- Texas by the Numbers
- Texas Drug Use under Bush
- Myth of Bush's Goodhearting
- Ethics are left in the Street
- Foreign Policy incompetence?
- Compassionate Conservatism

News Clips

- Bush's Money
- Bush's Business Partners
- Bush Fundraising

GEORGE W.

BUSH 2000

"Candidates without ideas hiring consultants without convictions to run campaigns without content."

President Gerald Ford, June 1999

Texas Rankings Under Bush: Do you Want Some of This?

AUSTIN, TEXAS -- A look at Texas under Bush:

	National Ranking Among 50 States
The Education Governor of Texas	
Teacher salaries at beginning of 1st term	36 (1)
Teacher salaries at beginning of 2nd term	38 (1)
% Change in Average Salaries 1989-99 constant \$	-1.1% (1)
Teacher salaries plus benefits	50 (1)
High school completion rate	48 (2)
SAT scores - 1996 combined math & verbal 995	44 (13)
SAT scores - 1997 combined math & verbal 995	45 (13)
SAT scores - 1998 combined math & verbal 995	44 (13)
Bush Family Values in Texas	
Highest number of children living in poverty	2 (3)
Highest number of children without health insurance	2 (3)
Highest % of children without health insurance	1 (3)
Highest % of poor working parents without insurance	1 (3)
Highest % of population without health insurance	2 (3)
Highest number of people stripped of Medicare benefits	1 (24)
Highest teen birth rate	5 (4)
Per capita funding for public health	48 (4)
Delivery of social services	47 (4)
Mothers receiving prenatal care	45 (4)
Child support collections	45 (3)
Number of executions	1 (31)
Teen smoking - down nationally, flat in Texas	(5)
Teen drug use - down nationally, up 30% in Texas w/ Bush	(5)
Pollution in Texas	
Pollution released by manufacturing plants	1 (4)
Pollution by industrial plants in violation of Clean Air Act	1 (4)
Greenhouse gas emissions	1 (4)
Quality of Life in Texas	

Preview of a Bush White House & Republican Majority - Bush, Trent Lott & Tom DeLay

One doctrine of which Bush is certain is that heaven is only open to those who accept Jesus Christ. - Houston Post
October 2, 1994

George skips year of National Guard. [AWOL](#)

QUOTES

"I will do everything in my power to restrict abortions."
— George W. Bush, Dallas Morning News
October 22, 1994

"I saw the report that children in Texas are going hungry. Where? You'd think the governor would have heard if there are pockets of hunger in Texas."
— George W. Bush, whose state ranks 2nd in total number of children living in poverty to Austin American Statesman, 12/18/99

"Please," Bush whimpers, his lips pursed in mock desperation, "don't kill me."

— Bush mocking what Karla Faye Tucker said on Larry King when asked, "What would you say to Governor Bush?" prior to her execution by lethal injection as reported by [Zell magazine](#), September 1999

"An atmosphere of adolescence, a lack of

<http://www.georgewebush.com/>

の関心事項に合わせた情報をピックアップした電子メールを個々の有権者に発信できる。

- ⑥ 候補者と有権者との間の双方向的な意見交換ができる。有権者に政策の是非などの問いかけ、また、有権者からの提案などを受けることが容易になる。チャットルームでは候補者が多数の有権者と直接対話、議論ができる。
- ⑦ 候補者は、有権者に対し、30秒のテレビコマーシャルでは不可能な、意を尽くした詳細なメッセージを送ることができる。有権者もまた候補者の主義主張を十分に理解できる。

6.2 有権者にとっての利点

- ① 知りたい情報を取得できる。
- ② インターネットアクセスのコストが低廉化し情報取得費用がわずかですむ。
- ③ 有権者は、知りたいときに情報を入手できる。
- ④ 有権者は、自らの判断で情報の種類、量を管理できる。
- ⑤ インターネットは、多種多様な情報にアクセスできる。たとえば、対立候補、政党、メディアなどのサイトで情報を得ることが可能。

6.3 候補者にとっての課題

- ① インターネットによる選挙運動は、当面、インターネットを利用しない有権者を排除してしまうことになる。多くの調査によれば、インターネットを利用しない比率が大きいグループは、高齢者、低学歴層、低所得層である。
- ② インターネットの利用者であっても、現実問題としては、候補者のウェブサイトを見る人は限られている。テレビのチャンネルを回すと、候補者のテレビ広告が飛び込んでくるといったことはない。インターネットは、利用者が候補者のウェブサイトにはサーフィンしないとつながらない。

③ 確かにウェブサイトのコストは低廉であるが、やはりそれなりの構築・維持費が必要だ。最新情報に更新する費用は無視できない。

④ インターネットの利用者のアクセス速度はまちまちである。静止画、動画のダウンロードには時間がかかりがちであり、利用者は待ち時間に苛立ち、他のウェブサイトにはサーフィンしてしまうおそれがある。

6.4 有権者にとっての課題

- ① インターネット利用者の中には、なお基本的なインターネットの使い方がわからず候補者のウェブサイトにはアクセスできない人も多い。
- ② サーチエンジンのキーワード検索では似通った名前のウェブサイトがあり、必ずしも候補者のオフィシャルサイトに行けない。
- ③ 候補者のサイトは、当然、自分に有利で都合のよい情報が多く含まれている傾向があり、有権者の情報ニーズを満足させない危険はある。

7 昨年の選挙での有権者のインターネット利用動向

昨年の選挙については、様々な角度から調査分析が行われるであろう。その調査分析の結果が一つインターネットに掲載された。Pew Research Center for the People & the Pressが実施したものだ。投票日前後の10月から11月にかけて電話調査を実施した結果を見てみよう。(有効回答4,186)
(<http://www.people-press.org/online00rpt.htm>)

米国人の18%がインターネットで選挙関係のニュースを入手した。(96年のそれから4%のアップ)。投票に行った人に限ると28%に比率は上がる。この数字はVoter News Serviceの行った出口調査での30%という数字と近似している。インターネットを利用している人の中では3人に

図表10 ゴアのホームページから著者あてに届いたメール

From: Gore Mail [mailto:usinfo@aligore2000.com]
Sent: Tuesday, November 07, 2000 9:19 AM
To: imsters@slcinfo.ne.jp
Subject: Help get out the vote! Email everyone you know and ask them to VOTE FOR AL GORE!

***Get Out The Vote Mail - November 6, 2000 ***
get wired in to the Gore-Lieberman campaign @ <http://www.aligore.com>

Send an E-Mail to Your Personal E-Mail List!
Tell Folks Why You are Voting for Al Gore and Joe Lieberman!

Dear Friends,

Tomorrow is Election Day! Help us spread Al Gore's and Joe Lieberman's message by sending an email to as many people as you can. Tell them to vote! And tell them the election is about big choices and real differences. Al Gore has an agenda that benefits all Americans, not just a few.

* Gore's middle-class tax cuts would fit within a balanced budget to ensure that all Americans benefit from the nation's current prospects. George W. Bush's massive tax cut would put prosperity in peril, returning the nation to deficits and making it "impossible" to eliminate the debt. Almost half of Bush's tax cuts are targeted toward the few who make more than \$200,000 a year.

* Gore would take steps to protect Social Security for seniors and provide a new choice to encourage younger workers to save for retirement. George W. Bush has made a promise he cannot keep. He

From: Gore/Lieberman InstantMessageNet [mailto:imsters@slcinfo.ne.jp]
Sent: Wednesday, November 08, 2000 8:15 AM
To: imsters@slcinfo.ne.jp
Subject: What you can do - online and offline - to help Al Gore win

*** Gore-Lieberman InstantMessageNet News - November 7, 2000 ***
get wired in to the Gore-Lieberman campaign
@ <http://www.aligore.com/im>

Dear Friends,

As expected, the race is extremely close and you can help out in a number of ways. We are winning in key states such as Florida, Michigan, and Pennsylvania, and are neck in neck in states we were not supposed to be close in like Arizona and Colorado, so it is extremely close and every vote counts. The momentum is on our side!

While online, go to the following message boards and chat rooms and talk about how well Gore/Lieberman are doing nationally and in key states. Momentum is building and you can help strengthen it by going to message boards and chat in:

<http://www.gorewin.com>
<http://www.al.com>
<http://www.aligore.com>
<http://www.aligore.com>
<http://www.aligore.com>

1人がインターネットで選挙情報を得ている。年齢別では、インターネットで選挙情報を得ている比率は、18～29歳の階層が50歳以上の階層の2倍以上である(25%対10%)。ただ、これがインターネット利用者に限ってみると、年齢による差はあまりない(18～29歳：34%、50歳以上：30%)。学歴による利用の差は大きく、大卒以上の学歴の人は高卒以下の3倍以上である(大卒以上：33%、高卒以下：8%)。また、年収による比較では、5万ドル以上の収入を得ている家庭では30%に対し、3万ドル以下では10%しかインターネットで選挙関係の情報を得ていないという結果であった。インターネット利用年数での比較によれば、利用年数が多いほどニュース取得比率は高まり、3年以上の経験を有する人では45%に達する。6か月しかインターネットの経験のない人だと17%に過ぎない。選挙情報をインターネットで入手する人の7人に1人は、候補者の政策スタンスを調べている。

選挙情報をインターネットで得た人の43%は、その情報が投票の意思決定に影響を与えたと答え

た。96年では31%であった。18歳から29歳では約半数がインターネットから得た情報によって候補者の選択を行っている。

56%の人が、インターネットを選挙情報源とした主な理由をその便利さ、手軽さであると言っている。なおインターネットが発展途上であった前回では、53%の人が、既存メディアで得られない情報を補完的に得るためにインターネットを利用すると回答した。

インターネットは、候補者と有権者との間の双方向コミュニケーションの構築に役立ち始めている。35%の人がインターネット上の選挙予測などの投票に自分の意見を書き込んでいる。22%の人が電子メールを候補者に送っている。また、5%の人は、インターネットを通じて寄付に応じている。

インターネットへのアクセスは、投票日が近づくにつれ多くなった。投票日の11月7日前後では12%の人がインターネットで選挙関係のニュースを得ており、投票後は18%に跳ね上がった。ちなみにこの数字は、それまでの期間の4倍以上のア

図表11 インターネットへのアクセス等

		1996年	2000年
インターネットを利用して選挙ニュースを得たか	全体	4%	18%
	インターネット利用者	22%	33%
なぜ選挙ニュースをインターネットで得たか	便利さ	45%	56%
	他のメディアでは十分な情報が得られないから	53%	29%
	他では得られない情報を得られるから	26%	12%
	インターネットの情報源への個人的な関心から	24%	6%
	その他・わからない	9%	12%
インターネットの選挙情報が投票の選択に影響を与えたか	はい	31%	43%
	いいえ	69%	55%
	わからない	0%	2%

クセス数である。

8 連邦選挙法とインターネット

インターネットは、選挙運動を大きく変革する可能性を秘めている。それは、他方で選挙を公正に実施するために築かれてきた選挙制度にも改革を求めている。

連邦選挙法（Federal Election Act）は、大統領、上下両院議員などの候補者から有権者に対するコミュニケーションは金がかかるとの前提に立って、支出行為の禁止・制限や報告の義務づけを行っている。個人、法人、労働組合や政治委員会（Political Committee）による政治活動を規制する連邦法の体系は、支出額の簿記を基礎としている。

インターネットの登場は、この前提を崩しつつある。連邦選挙運動資金法を解釈し執行する権能を有する連邦選挙委員会（FEC）は、試行錯誤の連続である。個人は、一度に多数にメールを送ることができる。団体がそのウェブサイトにもッセージを載せれば数千人を動員することができる。企業も公益法人も政治ニュースをインターネットに流すことができる。候補者や政党のウェブサイ

トとリンクを張ることはいとも簡単だ。候補者の選挙向けパンフレット、インタビューなどの情報は、ウェブサイトからダウンロードして印刷することが容易である。一つの現実にはパソコンを操作することやメールを送付すること、リンクを張ることにほとんど追加的費用がかからない点だ。今やいくつかのインターネットサービスプロバイダーは基本サービスの一部として加入者に対しウェブサイト構築のソフトを利用できるようにしており、ウェブサイトの構築に特別の経費は不要だ。通信費がかからなければ現行法は措置なしである。

昨年8月にFECは、それまで個別に示してきた勧告的意見（advisory opinion）や一昨年11月包括的な規制案を世の中に提案しパブリックコメントを求めた結果を集大成したガイドラインを発表した。（<http://www.fec.gov/pages/inter-netuse.htm>）このガイドラインは、インターネットなど存在しなかった時代に築かれた選挙規制秩序との整合性を図りつつ、可能な限り選挙キャンペーンにインターネットを取り入れようとする意図が反映されたものだ。

9 終わりに

これまでのマスメディアの選挙報道は、ともすると投票や勝敗に焦点をあてがちであるが、インターネットでは、候補者の政治姿勢、政策、政治活動履歴などの多面的な情報を入手することが可能になる。さらに、重要なことは有権者と候補者との間の情報交流が可能になる点だ。99年6月、Communications Decency Actに対し違憲判決を下した米国連邦判事Stewart Dalzellは、その判決の中で「インターネットは、歴史上、最大の参加型のマス言論市場であるといっても過言ではない。」と述べている。アリゾナ州の民主党員Dean Axelrod氏のことばが印象的である。「アリゾナ州は政治的に過疎地帯であった。民主党員は近隣にいないので政策決定者や政党自体との連携ができなかった。しかし、ホワイトハウスや民主党のウェブサイトアクセスできたので、個人的に地域の政党組織への関与が可能になった。民主党のウェブサイトの掲示板に参加し州の選挙区ミーティングに行き候補者と直接話げできた。インターネットは同じ部屋で直接話すのと代替できるわけではないが、自分の場合は孤立したオフィス

から世界へ…。政治が真実の意味を持つようになった。」

インターネットは、情報の自由な流れの加速、政治無関心層の取りこみ、政策論議への直接参加、草の根市民層の活動の支援などに対して、肯定的なインパクトをもつ。しかし他方で、政治への否定的なインパクトがある。たとえば、急激な懷疑主義への傾斜、不正確な情報の広範・急速な伝播、衆愚政治の危険などである。インターネット上の広範に信じられる噂は、マスメディアで真偽を調査すべきであろう。また、当然のことながらハッカーへの対策は怠ってはならないし、プライバシー保護は万全でなければならない。

インターネットでの世論調査、住民投票、選挙投票が関心を呼んでいるが、今一つ踏み切れないのは、上記の理由からである。

しかしながら、インターネットは日常生活に不可欠な存在になることも確実である。政治や選挙の世界にもインターネットは、一層錯綜し複雑なリンクを張っていくであろう。米国の動向は、選挙制度を異にする我が国においても注視していかなければならないと考える。