

広告法規マニュアル

第37号

2014年3月

選挙と広告 —インターネット活用編—



公益社団法人 東京広告協会
TOKYO ADVERTISING ASSOCIATION

法務政策委員会

< 目 次 >

I. はじめに	2
1. インターネット選挙運動解禁法（改正公選法）成立の背景と経緯	
(1) インターネット選挙運動解禁に至る背景と経緯	2
(2) 今回の公選法改正前におけるインターネットを利用した選挙運動・政治活動への 規制と実際の摘発事例	4
2. 用語の解説等	
(1) 「選挙運動」「政治活動」の違いについて	5
(2) 「文書図画（ぶんしょとが）」とは	6
II. インターネット選挙運動解禁法（改正公選法）の概要	
1. 改正公選法の趣旨	8
2. 従来の「選挙運動」に関する規制の概略	9
3. 改正公選法の概要	
(1) ウェブサイト等を利用する方法による選挙運動用文書図画の頒布の解禁	10
(2) 電子メールを利用する方法による選挙運動用文書図画の頒布の解禁	11
(3) 選挙運動用有料インターネット広告の禁止等	14
(4) インターネット等を利用した選挙期日後の挨拶行為の解禁	15
(5) 屋内の演説会場内における映写の解禁等	16
(6) 誹謗中傷・なりすまし対策等	17
(7) 買収罪の適用	18
(8) その他	19
III. 個別の「選挙運動」への当てはめと「広告取引」における留意点	21
① 選挙運動用の政党等（支部を含む）・候補者のホームページ等関連業務	22
② 政党等（支部を含む）の政治活動としての有料インターネット広告掲載業務	23
③ 政党等（支部を含む）・候補者の選挙運動用のメール、メルマガ等の配信業務	24
④ 選挙運動用のフェイスブック、ツイッター等のSNS関連業務	25
⑤ 誹謗中傷・なりすまし・サイバー攻撃・炎上対策関連業務	26
IV. トラブル・シューティング	
選挙運動費用（法定制限額）の規制と「買収罪」適用への留意点	27
V. 参考・引用文献、参考URLのご紹介	34

I. はじめに

平成25年4月の公職選挙法（以下「公選法」という。）の改正により、これまで禁止されていた「インターネットを利用した選挙運動」が正式に解禁された。

同年7月21日に投・開票された参議院議員通常選挙は、我が国ではじめて、インターネットを利用した選挙運動（※5ページに用語解説）が解禁された国政選挙である（ちなみに、我が国初のインターネットを利用した選挙運動が実施された公職選挙は、平成25年7月14日に投・開票された福岡県中間市議会議員選挙である。）。

この解禁の効果として、選挙運動の期間中に候補者や政党その他の政治団体（以下「政党等」という。）が発信できる情報が、飛躍的に増大することが期待され、また、有権者の誰もが、政治に参加しやすくなるという点で画期的であり、有意義なことであると思われる。

今回の広告法規マニュアル第37号「選挙と広告—インターネット活用編—」の制作に当たっては、公選法改正の経緯等、改正内容の概略と、この改正が我々の実際の広告活動にどのような影響を及ぼす可能性があるのかについて、概説することを主たる目的としている。

1. インターネット選挙運動解禁法（改正公選法）成立の背景と経緯

(1) インターネット選挙運動解禁に至る背景と経緯

選挙と広告については、当協会広告法規マニュアル既刊第8号及び第13号において、公選法の概説がなされているので、改めて詳細までは述べない（ただし、その後の公選法改正、選挙制度の改正により一部変更有り）が、我が国の公選法は、第2次世界大戦後間もない、昭和25年に制定された比較的古い法律である。

その第1条には、この法律の目的として、「衆議院議員、参議院議員並びに地方公共団体の議会の議員及び長を公選する選挙制度を確立し、その選挙が選挙人の自由に表示せる意思によつて公明且つ適正に行われることを確保し、もつて民主政治の健全な発達を期することを目的とする」と規定されている（下線は筆者による。以下同じ）。

法律の文言そのままのため、非常に読みにくい文章だが、要約すると「公職の選挙が、選挙人の自由な意思により、公明かつ適正に行われることを確保する」ことを目的とした法律である。

公選法が適用される範囲は、同法第2条に「衆議院議員、参議院議員並びに地方公共団体の議会の議員及び長の選挙について、適用する」と定められている。

公選法における選挙規制の特徴は、いわゆる「ネガティブリスト方式」（原則として規制がない中で、例外として禁止するもののみを列挙した表）と言われており、公選法の中に第13章（第129条～第178条の3）という規定が設けられ、この章の中に、選挙運動として禁止される行為が個別に列挙されている。

端的に言えば、この章に規定されていない事項（たとえば、昭和25年の公選法制定当時、存在すらしていなかったインターネットや電子メールによる選挙運動）については、事実上、その当時の総務省（自治省）の担当者の公選法の規定の解釈により、シロクロの判断がなされてきているのが実情である。

そして、インターネットや電子メールを用いた選挙運動については、平成8年に、当時の新党さきがけが、自治省行政局選挙部選挙課宛てに行った、インターネットを選挙に利用することの可否に関する質問書の回答の中で、当時の自治省は、次のように回答している。その内容は、インターネットは、公選法に規定されている文書図画（ぶんしょとが）（※6ページに用語解説）に該当するとした上で、現行法（従来の公選法）ではインターネットは、許可されている文書図画に該当しないという解釈により、インターネットを選挙運動に利用することを認めないと判断したものであった。

その後、この解釈に基づいて、インターネット等を利用した選挙運動はできないという運用がこれまでなされてきた（ただし、選挙運動期間外の政治活動（※5ページに解説）としてのインターネットの利用は規制されていなかった。）。

そのような状況の中、高度情報化社会の急速な進展により、インターネットや電子メールが身近な存在となり、ハガキや電話などとは異なり、安価で、多くの有権者に一斉かつ、迅速に情報を配信することのできる、こうしたツールを利用した選挙運動を行えるよう求める声が与野党を問わず、少しずつ広まっていった。

このような動きを受け、平成13年には、総務省内に「IT時代の選挙運動に関する研究会」が設置され、本格的な研究が開始された。

その後、様々な紆余曲折を経て、ようやく与野党の協議（修正協議を含む）が整い、衆議院議員提出の議員立法として、今回のインターネット選挙運動解禁法（以下「改正公選法」という。）が平成25年4月12日の衆議院本会議において全会一致で可決され、その後同年4月19日に参議院本会議においても全会一致で可決・成立した。

そして、平成25年4月26日に平成25年法律第10号として公布、公布から1月後の同年5月26日に施行され、前回の参議院議員の通常選挙（平成25年7月21日投開票）から、国政選挙レベルにこの改正公選法が初めて適用されたのである。

(2) 今回の公選法の改正前におけるインターネットを利用した選挙運動・政治活動への規制と実際の摘発事例

上述のように、従来の公選法では、選挙の公正、候補者間の平等を確保するため、選挙運動として行われる文書図画の頒布・掲示・その他の活動については、一定の規制が行われており、インターネットによる情報の伝達も、この文書図画の頒布に当たるものとして、選挙運動期間中は規制の対象とされていた。

このため、選挙の公示日（衆議院議員の総選挙と参議院議員の通常選挙で憲法に基づく天皇の国事行為として公示）・告示日（その他の公職の選挙で選挙管理委員会が告示）以後は、ホームページの更新等は不可とされ、そのことが問題となって、実際に公選法違反で検挙さ

れるケースも発生していた。

具体的に問題となった事例としては、平成20年8月の市長選の告示後に自らのブログを更新していた問題で、鹿児島県内の現職市長が公選法違反（違法な文書図画の頒布）の疑いで書類送検されたり、平成24年12月の衆院選の公示後も、政党の党首が自らのツイッターを更新していることについて、当時の官房長官が「公選法の規定（文書図画の頒布）に違反しているおそれが強い」と発言した事例などがあり、インターネット等を利用した選挙運動をどこまで認めるべきかについて、これまで様々な物議を醸していた。

今回の改正公選法により、上記のような行為は、選挙期日当日を除き、適法とされることとなるなど、インターネット等を利用した選挙運動に対し、法律に基づき、一定の線引きがなされたのである（詳細については、10ページ以下参照）。

2. 用語の解説等

今回の改正公選法の内容と広告活動への影響を把握する上で、次の用語についての理解が必須と思われるので、以下に解説する。

(1) 「選挙運動」「政治活動」の違いについて

公選法では、「選挙運動」についての定義はなされていないが、判例・実例によれば、「選挙運動」とは「①特定の選挙に、②特定の候補者の当選を図ること又は当選させないこと（※）を目的に、③投票行為を勧めること」とされている。

この「選挙運動」は、公示（告示）日に立候補の届出をしてから、投票日の前日までに限り行うことができるとされている（公選法第129条）。それ以外の期間、たとえば、立候補の届出前に行う選挙運動は、事前運動として公選法で禁止されている。

次に「政治活動」とは、これも公選法には定義がなされていないが、判例・実例によれば、政治上の目的をもって行われる一切の活動から、「選挙運動」に該当する行為を除いたものとされている。

なお、「政治活動」は、原則として、いつでも、自由に行うことができるとされている。ただし、選挙期日の公示（告示）日から選挙期日（投票日）までの間、選挙が行われる地域では、政党その他の政治活動を行う団体の政治活動については、選挙の種類によって一定の活動が規制されている（詳細は公選法第14章の3参照）。

※落選運動…特定の候補者（必ずしも1人の場合に限らない。以下同じ）の落選を目的とする行為であっても、それが他の候補者の当選を図ることを目的とする場合には、他の候補者のための選挙運動とみなされるため、本マニュアルでは、特定の候補者の落選のみを図る活動を落選運動というものとする。なお、判例上、何ら他の候補者を当選させる目的がなく、単に特定の候補者の落選のみを図る行為は、選挙運動に当たらないと解されている（大審院昭和5年9月23日判決）。

選挙の種類	選挙運動が可能な期間
衆議院議員選挙	12日間
参議院議員選挙	17日間
都道府県知事選挙	17日間
都道府県議会議員選挙	9日間
市長（東京23区の区長）・市（東京23区の区議）議会議員選挙	7日間
町村長・町村議会議員選挙	5日間

(2) 「文書図画（ぶんしょとが）」とは

公選法における「文書図画」とは、少し難解な表現ではあるが、総務省の定義によれば、「文字若しくはこれに代わるべき符号又は象形を用いて物体の上に多少永続的に記載された

意識の表示をいい、その記載が象形による場合を図画（とが）といい、文字又はこれに代わるべき符号による場合を文書（ぶんしょ）という」ものとされている。そして、判例上コンピュータのディスプレイ上に現れた文字等の表示も、公選法上の「文書図画」に当たると解されている。

II. インターネット選挙運動解禁法（改正公選法）の概要

1. 改正公選法の趣旨

改正公選法の趣旨を端的に表現すると、「政党等や政治家（立候補予定者を含む。）が日常の政治活動としてネット上でやっていたことを、選挙運動期間中でもできるようにした」ということである。

上述のように、公選法は、選挙の公正を確保するため様々な規制を設けており、インターネット等を利用した選挙運動用文書図画の頒布（ホームページやツイッターの更新、電子メールを利用した選挙運動用ポスターやビラの頒布等）については、従来の公選法では、法定外の違法な文書図画の頒布として、禁止されていた。

このため、従来は、選挙運動期間に入ると、候補者や政党等が自らのウェブサイト、フェイスブック、ブログやツイッター等の更新を控えなければならず、また、電子メールによる選挙運動もできないといった不都合が生じていた。

今回の改正公選法は、このような不都合を解消するものであり、政見や個人演説会の案内、演説や活動の様子を撮影した動画など、選挙に関し必要な情報を随時ウェブサイトや電子メール等で提供できるようにし、有権者による候補者や政党等の選定に関し、より適正な判断及び投票行動に資すると考えられる。

あわせて、候補者・政党等以外の者のウェブサイト等による選挙運動も解禁したことで、選挙運動期間中、これらの者がウェブサイト等で候補者や政党等を支持したり、応援したりすることができなかったこれまでの不都合や不満を解消し、選挙に対して、より積極的な参加を可能にするものである。

2. 従来の「選挙運動」に関する規制の概要

我々の実際の広告活動に関係すると思われる改正前の公選法の規定と、そこで定められていることの概略を改めて示すと、以下の通りである。

(公選法第129条)	選挙運動の期間、事前運動の禁止
<u>(公選法第142条及び第142条の2)</u>	<u>文書図画（ハガキ・ビラ・パンフレット・書籍（いわゆるマニフェスト））の頒布</u>
<u>(公選法第143条～第145条)</u>	<u>文書図画（ポスター等）の掲示、枚数等</u>
(公選法第147条の2)	あいさつ状の禁止
(公選法第149条)	新聞広告
(公選法第150条)	政見放送
(公選法第151条)	経歴放送
(公選法第151条の5)	選挙運動放送の制限
(公選法第152条)	あいさつを目的とする有料広告の禁止
(公選法第167条及び第168条)	選挙公報の発行
<u>(公選法第178条)</u>	<u>選挙期日後のあいさつ行為</u>
(公選法第201条の15)	新聞・雑誌による政策広告

ここでは、詳細までは述べないが、上記の規定では、選挙運動期間中に行うことのできる広告（新聞広告・ポスター・ビラ・パンフレット・書籍等の企画・頒布枚数・頒布回数等や、広告ではないが政見放送・経歴放送（衆議院議員・参議院議員・都道府県知事の選挙のみ）の企画・放送回数等）が厳密に定められている。

今回、改正公選法により、新たに規制が緩和された主なものは、上記規定のうち、文書図画に関する部分と選挙期日後のあいさつ行為に関する部分（下線部）である。それでは、以下に主な改正概要の説明を行う。

3. 改正公選法の概要

今回の改正公選法の内容のうち、広告活動に直接的又は間接的な関係があると思われる改正概要は以下の通りである。

(1) ウェブサイト等を利用する方法による選挙運動用文書図画の頒布の解禁（ウェブサイト等を利用する方法）

誰でもウェブサイト等を利用する方法（※）により、選挙運動を行うことが可能とされた（改正公選法第142条の3第1項関係）。

※ウェブサイト等を利用する方法とは、インターネット等を利用する方法のうち、電子メールを利用する方法を除いたものをいう。例えば、ホームページ、ブログ、SNS（ツイッター、フェイスブック等）、動画共有サービス（YouTube、ニコニコ動画等）、動画中継サイト（Ustream、ニコニコ動画の生放送等）などである。なお、フェイスブックやLINE等のユーザー間でやりとりするメッセージ機能は、「電子メール」ではなく、「ウェブサイト等」に該当するとされており、一般の有権者も利用が可能である。

（表示義務）

ただし、選挙運動又は当選させないための活動（落選運動）に使用する文書図画を掲載するウェブサイト等には、なりすましや誹謗中傷等を防止するために、電子メールアドレス等（※）を表示することが義務づけられている（改正公選法第142条の3第3項、第142条の5第1項関係）。

※電子メールアドレス等とは、電子メールアドレスその他のインターネット等を利用する方法によりその者に連絡をする際に必要となる情報をいう。具体例としては、電子メールアドレスの他、返信用フォームのURL、ツイッターのユーザー名などが挙げられる。

（選挙期日当日の取扱い）

また、ウェブサイト等に掲載された選挙運動用文書図画は、選挙期日（投票日）当日もそのままにしておくことができる（改正公選法第142条の3第2項関係）が、選挙運動は選挙期日の前日までに限られており、選挙期日当日の更新はできないものとされている（公選法第129条関係）。

（2）電子メールを利用する方法による選挙運動用文書図画の頒布の解禁（利用主体の制限）

電子メールを利用する方法（※）による選挙運動用文書図画については、その送信の主体を候補者・政党等に限って頒布することが可能とされた（改正公選法第142条の4第1項関係）。

候補者・政党等以外の一般有権者が電子メールを利用する方法で選挙運動用文書図画を頒布することは、引き続き禁止されている。

なお、選挙運動用電子メールを転送する行為は、一般には、新たな送信行為であると考えられ、候補者・政党等以外の者は、候補者・政党等から送られてきた選挙運動用電子メールを転送により第三者に頒布することはできない。

※電子メールを利用する方法とは、特定電子メールの適正化等に関する法律第2条第1号に規定する方法をいう。その全部又は一部にシンプル・メール・トランスファー・プロトコルが用いられる通信方式（SMTP方式）と、電話番号を送受信のために用いて情報を伝達する通信方式（電話番号方式）の2つが定められている。電子メールとして定義された2つの通信方式以外の通信方式を用いるもの、具体的には、フェイスブックやLINEなどのユーザー間でやりとりするメッセージ機能は、「電子メール」ではなく、「ウェブサイト等」に該当するので、候補者・政党等以外の一般有権者も利用可能とされている。

(選挙運動用電子メールの送信が認められる候補者・政党等)

選挙の種類	候補者	政党等
衆議院(小選挙区選出)議員	○候補者	○候補者届出政党
衆議院(比例代表選出)議員	○衆議院名簿登載者	○衆議院名簿届出政党等
参議院(比例代表選出)議員	○参議院名簿登載者	○参議院名簿届出政党等
参議院(選挙区選出)議員	○候補者	○確認団体(当該選挙に所属候補者があるものに限る)
都道府県知事	○候補者	○確認団体
都道府県議会議員	○候補者	○確認団体
指定都市の市長	○候補者	○確認団体
指定都市の市議会議員	○候補者	○確認団体
指定都市以外の市の市長	○候補者	○確認団体
指定都市以外の市の議会議員	○候補者	×
町村長	○候補者	×
町村議会議員	○候補者	×

(総務省公表資料から転載)

(送信先の制限)

また、選挙運動用電子メールの送信先には、選挙運動用電子メールが無秩序に送信され、受信者の日常生活に支障を及ぼしたり、想定していない通信費用の負担につながったりする場合もあり、これらの電子メールを受信したくない有権者もいると考えられることから、送信先に一定の制限が設けられている（改正公選法第142条の4第2項・第5項関係）。

(選挙運動用電子メールの送信先)

選挙運動用電子メールは、次の送信対象者に対して、それぞれ次の電子メールアドレス宛に、送信できることとされています(改正公職選挙法第142条の4第2項)。

	送信対象者	送信対象電子メールアドレス
①	あらかじめ、選挙運動用電子メールの送信の求め・同意を選挙運動用電子メール送信者に通知した者 (その電子メールアドレスを選挙運動用電子メール送信者に自ら通知した者に限る。)	選挙運動用電子メール送信者に自ら通知した電子メールアドレス
②	政治活動用電子メール(選挙運動用電子メール送信者が普段から発行している政治活動用のメールマガジン等)を継続的に受信している者 (その電子メールアドレスを選挙運動用電子メール送信者に自ら通知した者に限り、かつ、その後に政治活動用電子メールの送信を拒否した者を除く。) であって、あらかじめ、選挙運動用電子メールの送信の通知を受け、拒否しなかったもの	政治活動用電子メールに係る自ら通知した電子メールアドレスのうち、選挙運動用電子メールの送信拒否通知をした電子メールアドレス以外のもの

(総務省公表資料から転載)

※選挙運動用電子メールアドレスの送信の求め・同意については、これらを「あらかじめ」得ておく必要はあるが、「選挙ごとに」得る必要はないとされている（改正公選法第142条の4第2項第1号関係）。

（記録保存義務）

選挙運動用電子メール送信者には、一定の記録の保存が義務づけられた（改正公選法第142条の4第4項関係）。

具体的には、選挙運動用電子メール送信者は、選挙運動用電子メールの送信の求め・同意をした者（改正公選法第142条の4第2項第1号関係）に対して送信する場合には、以下の事実を証する記録を保存しておかなければならないこととされた（同条第4項第1号関係）。

- ①受信者が電子メールアドレスを選挙運動用電子メール送信者に対し自ら通知したこと
- ②選挙運動用電子メールの送信の求め・同意があったこと

次に、政治活動用電子メールの継続的な受信者であって、選挙運動用電子メールの送信の通知に対し、送信しないよう求める通知をしなかった者（改正公選法第142条の4第2項第2号関係）に対し送信する場合には、以下の事実を証する記録を保存しておかなければならないこととされた（同条第4項第2号関係）。

- ①受信者が電子メールアドレスを選挙運動用電子メール送信者に対し自ら通知したこと
- ②継続的に政治活動用電子メールの送信をしていること
- ③選挙運動用電子メールの送信をする旨の通知をしたこと

（表示義務）

選挙運動又は当選させないための活動（落選運動）に係る電子メールで送信される文書図画には、誹謗中傷やなりすまし等を防止するために送信者の氏名・名称や電子メールアドレス等、以下のような一定の事項を表示することが義務づけられた（改正公選法第142条の4第6項・第142条の5第2項関係）。

- ①選挙運動用電子メールである旨
- ②選挙運動用電子メール送信者の氏名・名称
- ③選挙運動用電子メール送信者に対し送信拒否通知を行うことができる旨
- ④送信拒否通知を行う際に必要となる電子メールアドレスその他の通知先

(3) 選挙運動用有料インターネット広告の禁止等

選挙運動のための有料インターネット広告については、有料広告の利用が過熱する結果、公選法の目的である「カネのかからない選挙」とは反対の「カネのかかる選挙」につながりかねないとして、以下のような有料インターネット広告は禁止されたが、今回の改正公選法では、政党等に限って、選挙運動期間中、当該政党等の選挙運動用ウェブサイト等に直接リンクする政治活動用の有料インターネット広告を掲載することができるとされた（改正公選法第142条の6関係）。すなわち、政党等に限ってのみ、政治活動用の有料インターネット広告が認められた。

改正公選法で禁止された有料インターネット広告は以下の通りである（改正公選法第142条の6関係）。

- ①候補者・政党等の氏名・名称又はこれらの類推事項を表示した選挙運動用有料インターネット広告（同条第1項）
- ②①の禁止を免れる行為としてなされる、候補者・政党等の氏名・名称又はこれらの類推事項を表示した、選挙運動期間中の有料インターネット広告（同条第2項）
- ③候補者・政党等の氏名・名称又は、これらの類推事項が表示されていない広告であって、選挙運動用ウェブサイト等に直接リンクした、選挙運動期間中の有料インターネット広告（同条第3項）
- ④選挙運動期間を問わず、候補者及び政党等による挨拶を目的とする有料インターネット広告（改正公選法第152条第1項関係）。

（政党等による政治活動用有料インターネット広告）

なお、下記に掲げる政党等については、上述の通り、上記①、④に該当するものを除き、選挙運動期間中、当該政党等の選挙運動用ウェブサイト等に直接リンクした有料インターネット広告が認められた（改正公選法第142条の6第4項関係）。

これは、政党等は、改正公選法が施行される以前から、選挙運動期間中においても、政党等のウェブサイト等にリンクを張った政治活動用の有料インターネット広告を行うことが認められていたことに鑑み、今回の改正後も引き続き、現在と同様の態様で行われる有料インターネット広告については、可能とした趣旨である。

（選挙運動用ウェブサイト等に直接リンクする有料インターネット広告が認められる政党等）

選挙の種類	政党等
衆議院議員	○候補者届出政党・衆議院名簿届出政党等
参議院議員	○参議院名簿届出政党等・確認団体
都道府県知事	○確認団体
都道府県議会の議員	○確認団体
指定都市の市長	○確認団体
指定都市の議会の議員	○確認団体
指定都市以外の市の市長	○確認団体
指定都市以外の市の議会の議員	×
町村長	×
町村議会議員	×

（総務省公表資料から転載）

（4）インターネット等を利用した選挙期日後の挨拶行為の解禁

インターネット等を利用した選挙期日後の挨拶行為が解禁となった（改正公選法第178条第2号関係）。

改正前の公選法では、候補者が選挙期日後において、当選又は落選に関し、選挙人に挨拶する目的をもって文書図画を頒布し又は掲示することは、自筆の信書及び当選又は落選に関

する祝辞、見舞等の答礼のためにする信書を除き、禁止されていた（公選法第178条第2号関係）。

改正公選法では、選挙期日後に当選又は落選に関して選挙人に挨拶をする目的をもって行う行為のうち、「インターネット等を利用する方法」により行われる文書図画の頒布が解禁された（改正公選法第178条第2号関係）。ただし、有料インターネット広告による挨拶は、上述の通り禁止されている。

したがって、例えば、選挙期日後、自身のホームページ等において当選又は落選に関する挨拶を掲載することや、電子メールを利用して選挙人に対し、当選又は落選に関する挨拶をすることが可能となった。

(5) 屋内の演説会場内における映写の解禁等

本項に関しては、インターネット等を利用した選挙運動とは内容が異なるが、プロモーション分野等においては重要な改正内容と思われるので、概要を紹介する。

屋内の演説会場において、選挙運動のために行う映写等が解禁されるとともに、屋内の演説会場におけるポスター、立札及び看板の類についての規格制限が撤廃された（改正公選法第143条第1項第4号の2、第9項、第201条の4第6項第3号関係）。

これは、聴覚障害者の参政権保障という観点からの要望も強く、候補者の政見をよりわかりやすく伝えるための手段として、屋内の演説会場における映写等の類の利用及びポスター等の規格制限が撤廃されたものである（改正公選法第143条第1項第4号の2、第9項関係）。

これにより、例えば、演説会において、候補者や政党等のウェブサイト上の動画などをスクリーンに映写しながら自らの政策を訴える、といったことが可能となり、当該動画の企画・制作等に関する業務が増加することなどが想定される。

また、ポスター、立札及び看板は、これまでの規格制限（縦273センチメートル、横73センチメートル）を超えたものを屋内の演説会場内に掲示することが可能となった。これにより、視認性を良くするために大型のポスターの制作等に関する業務が増加することなどが想定される。

(6) 誹謗中傷・なりすまし対策等

今回、インターネット等を利用する方法による選挙運動が解禁されることに伴い、国会審議等の過程でも、インターネットが有する容易性、伝播力、速報性の高さ、匿名性の高さなどの特徴を利用して、候補者等に対する誹謗中傷や候補者等へのなりすまし行為が横行するのでは、との懸念が多く示された。

このため、上述の選挙運動又は落選運動用文書図画における電子メールのアドレス等の表示義務に加えて、以下のような誹謗中傷・なりすまし対策が新たに講じられた。

（※改正前の公選法においても、誹謗中傷・なりすまし対策として、選挙の自由妨害罪（公選法第225条第2号）、虚偽事項公表罪（公選法第235条第2項）、名誉棄損罪（刑法第230条）、侮辱罪（刑法第231条）などが適用されていたが、それに追加する形で規定された。）

①氏名等の虚偽表示罪の対象に、インターネット等を利用する方法を追加

（改正公選法第235条の5）

②プロバイダ責任制限法（特定電気通信役務提供者の損害賠償責任の制限及び発信者情報の開示に関する法律）の特例として、候補者等から誹謗中傷文書の削除同意の照会を受けた場合の情報発信者の回答期間を現行の「7日」から「2日」に短縮し、当該情報発信者から2日以内に当該文書の削除に同意しない旨の返事がなければ、プロバイダ等（プロバイダ、掲示板の管理者等）が候補者等の申出に応じ、当該文書を削除しても民事上の賠償責任を負わないこととされた（改正後のプロバイダ責任制限法第3条の2第1号）。

③プロバイダ責任制限法の特例として、電子メールアドレス等が正しく表示されていない

文書図画について、候補者等からの申出があった場合には、②の同意照会手続なしに、プロバイダ等が直ちに当該文書図画を削除しても民事上の賠償責任を負わないこととされた（改正後のプロバイダ責任制限法第3条の2第2号）。

(7) 買収罪の適用

上記の改正概要の理解とともに、広告関係者において、特に留意しなければならない点として、「買収罪」の適用の問題がある。

「買収罪」とは、特定の候補者を当選させること、又は当選させないことを目的として、選挙人や選挙運動員に対して、金銭、物品その他の財産上の利益等を提供した場合に適用され、公選法第221条第1項第1号で、3年以下の懲役若しくは禁錮又は50万円以下の罰金に処するとされている。

（逆に、買収に応じた側（被買収者）も、公選法第221条第1項第4号の規定により買収罪（いわゆる「被買収罪」）で、同じ刑罰に処せられる。）

そして、この買収罪は、インターネット等を利用して選挙運動を行った者にその選挙運動の対価として、報酬を支払った場合にも適用があるとされており、総務省のホームページなどで公表されている改正公選法の概要に関する資料の中では、一般論としてではあるが、次のような記載がなされている（詳細はIVで解説）。

これは、端的に言えば、インターネット選挙運動関係の業務を受注する際に、受注の仕方によっては、単なる業務委託契約に基づき、業務委託料の支払いを受けたに過ぎない場合でも、選挙運動員への買収行為と捉えられ、候補者・政党等に加えて、受託業者側も、買収罪（いわゆる「被買収罪」）に問われかねないことを意味しており、特に注意が必要である。

【選挙運動用ウェブサイトや選挙運動用電子メールの企画立案を行う業者への報酬の支払い】

業者が主体的・裁量的に選挙運動の企画立案を行う場合には、当該業者は選挙運動の主体であると解されることから、当該業者への報酬の支払いは「買収」となるおそれが高いと考えられる。

【誹謗中傷の監視、誹謗中傷を否定する書込みを行う業者への報酬の支払い】

業者が主体的・裁量的ではなく、機械的に候補者への誹謗中傷を監視する場合、あるいは誹謗中傷の内容を単に否定する書込みを行う場合には、当該行為の限りにおいては、直ちに選挙運動に当たるとはいえないことから、当該業者への報酬の支払いは、直ちに「買収」とはならないものと考えられる。

これらの資料の中では上記の考え方は、あくまでも「一般論」とされているが、今後、広告関係者が選挙関係業務に従事する場合に、得意先となる候補者・政党等が「買収罪」に問われたり、広告関係者自らが「買収罪」（いわゆる「被買収罪」）に問われたりすることがないように、当該業務を主体的・裁量的に遂行せず、候補者等の明確な指示のもとに業務を受託するよう留意する必要があると思われる（実際の業務受注に当たっては、必要に応じ、所轄の選挙管理委員会等への問い合わせが望ましい。詳細はIVを参照）。

(8) その他

今回の改正公選法では諸般の理由から導入が見送られたが、同法の附則において、次の事項が規定されており、今後の動向次第では、新たなビジネスチャンスとなることも考えられるので、念のためここに付記する。

(候補者・政党等以外の電子メールを利用した選挙運動)

公職の候補者及び政党等以外の者が行う電子メールを利用する方法による選挙運動に

については、次回の国政選挙後、その実施状況の検討を踏まえ、次々回の国政選挙における解禁について適切な措置が講ぜられるものとされた（改正公選法附則第5条第1項）。

（有料インターネット広告の特例）

有料インターネット広告の特例については、公職の候補者にもこれを認めることについて、検討が加えられ、その結果に基づいて必要な措置が講ぜられるものとされた（改正公選法附則第5条第2項）。

Ⅲ. 個別の「選挙運動」への当てはめと「広告取引」における留意点

続いて、今回の改正公選法が、実際の広告活動にどのような影響をもたらす可能性があるのかについて、概説するとともに、改正公選法の概要を踏まえ、実際の「広告取引」における留意点について説明する。

その前に、今回の改正公選法の施行によって、候補者・政党等・一般有権者が選挙運動（又は落選運動）として、できることと、できないことの主なものを一表にまとめると以下のようになる。

改正公選法施行後の選挙運動			
	候補者	政党等	一般有権者
ウェブサイト等を利用する方法による選挙運動			
ホームページやブログなどでの投票の呼び掛け	○	○	○
SNS(フェイスブック、ツイッター等)などでの投票の呼び掛け	○	○	○
政策・政見動画等のネット配信(※1)	○	○	○
電子メールを利用する方法による選挙運動			
電子メールでの投票の呼び掛け	○	○	×
選挙運動用のポスター・ビラ等を添付したメールの送信(※1)	○	○	×
送信された選挙運動用の電子メールの転送(※2)	△	△	×
選挙運動用有料インターネット広告			
選挙運動用のネット広告	×	×	×
選挙運動用サイトに直接リンクするネット広告	×	○	×
挨拶を目的とするネット広告	×	×	×
その他			
ホームページや電子メールで特定の政党等や候補者に投票しないように呼び掛ける落選運動(※3)	○	○	○
サイト上や、電子メールに添付された選挙運動用のポスター・ビラ等を紙に印刷して頒布する	×	×	×

(※1 動画・広報物の権利(著作権・肖像権等)処理が別途必要)

(※2 新たな送信者として、送信主体や送信先制限の要件を満たすことが必要。11ページの(2)参照)

(※3 落選運動については、6ページの落選運動の説明参照。落選運動を行う場合は、電子メールアドレス等の表示義務が必要)

今回の改正公選法の制定・施行を受け、すでに各政党ではSNSの開設や、スマートフォン向け無料通話アプリの公式アカウントを新設したりするなどの具体的な動きが出ている。

また、IT業界を中心に、ネット上の誹謗中傷・炎上対策として、候補者等のSNSやブログへの違法な書き込みを監視するサービスや、なりすまし防止策として、サイトや電子メールが本人のものであることを示す電子証明書を発行するサービスなど新たなサービスが動き出し始めている。

しかしながら、これらの業者の中には、公選法（改正公選法を含む）の内容を十分に理解しないまま、売込みを行っていると思われるケースも散見され、コンプライアンスのためにも、公選法に関する正しい理解と注意が必要である。

本項では、改正公選法を踏まえ、個別の「選挙運動」と広告活動への影響・留意点について、主として考えられ得るケースを紹介する。

①選挙運動用の政党等（支部を含む）・候補者のホームページ等関連業務

今回の改正公選法の施行により、これまでも期間の制限がなく行っていた「政治活動」用のホームページ等の作成・運用業務以外に、「選挙運動」用のホームページ等の企画・作成や運用関連業務等の新たな業務が発生する可能性が考えられる。

ただし、受注方法には一定の注意が必要である（詳細は下記共通※参照）。

「選挙運動」用として使用するホームページ等には、従来の選挙運動で使用していた広報物（ポスター、ビラ、マニフェスト等）や政党等が政治活動として放映したテレビCM（いわゆる政党スポット）の素材の掲載が可能となる（ただし、当然のことながら選挙運動用の広報物の掲載は、選挙運動期間に限られる。）。

ただし、当該掲載に当たっては、各広報物の権利関係（著作権・肖像権等）の確認、許諾を得ておく必要があることは、言うまでもない。

なお、今回のインターネットを利用した選挙運動の解禁により、今後、政党等が政治活動として放映するテレビCM（いわゆる政党スポット）とインターネットとの連動が行われることが予想される。例えば、政党スポットの中に、ネット検索の窓を作り、キーワード等で検索させ、政党等のホームページなどへ誘導することなどが考えられる。

しかしながら、政党スポットについては、当協会広告法規マニュアル第10号「選挙と広告－放送広告編－」に詳細な解説がなされている通り、政党スポットが形式的には、日常的な政治活動としての体裁を採りつつも、実態は選挙運動と捉えられかねないおそれもあること、また、出稿時期も選挙期間中が多いことなどの理由から、当該政党スポットが選挙運動とみなされないよう、その表現についても慎重な配慮が必要になると思われる。

②政党等（支部を含む）の政治活動としての有料インターネット広告掲載業務

今回の改正公選法の施行により、政党等がヤフーやグーグルなどの検索エンジンのバナーに「政治活動としての有料インターネット広告」を掲出し、そこから直接、政党等の「選挙運動」用ウェブサイト等にリンクさせることなどが可能となり、これらに関連する業務が発生する可能性が考えられる。

なお、この有料インターネット広告については、公選法に基づき各選挙ごとに定められる法定選挙運動費用の「支出上限額」の規定が適用されず（「選挙運動」ではなく、「政治活動」であるため）、また、政党等のそれぞれの支部でも、個別に政治活動としての有料インターネット広告を掲載することができるので、資金力のある政党等を中心に今後、これらの業務の発注が増えることも考えられる。

ただし、候補者・政党等の氏名・名称又はこれらの類推事項などを表示した「選挙運動」とみなされる有料インターネット広告は、禁止されているので、実際の業務においては、

「選挙運動用の有料広告」とみなされないよう、注意が必要である。

③政党等（支部を含む）・候補者の選挙運動用のメール、メルマガ等の配信業務

今回の改正公選法の施行により、これまでも期間の制限がなく行っていた「政治活動」用のメール・メルマガ等の作成・配信業務以外に、「選挙運動」として、電子メールを使って、一斉に立候補の挨拶や候補者・政党等の主張、演説会の告知等の実施が可能になり、今後、これらに関連する業務が発生する可能性が考えられる。

ただし、当該電子メールの送信に当たっては、事前に送信相手から、送信の同意を取得し、その記録を保存しておくとともに、送信者の氏名・名称や電子メールアドレス等を受信者が容易に認識できる場所に表示することが必要となる。

なお、これらの候補者・政党等からの選挙運動用電子メールを転送する行為は、一般には、新たな送信行為であると考えられ、候補者・政党等以外の者は、候補者・政党等から送られてきた選挙運動用電子メールを転送により第三者に頒布することはできないとされている。

また、電子メールとして定義された2つの通信方式（SMTP方式及び電話番号方式）以外の通信方式を用いるもの、具体的には、フェイスブックやLINEなどのユーザー間でやりとりするメッセージ機能は、「電子メール」ではなく、「ウェブサイト等」に該当するとされているので、候補者・政党等以外の一般有権者も利用可能で、転送も可能とされている。

この「選挙運動」用のメール・メルマガ等の作成業務の受注には、一定の注意が必要である（詳細は下記共通※参照）。

④選挙運動用のフェイスブック、ツイッター等のSNS関連業務

今回の改正公選法の施行により、これまでも期間の制限がなく行っていた「政治活動」用のフェイスブック、ツイッター等のSNSの作成・配信・運用サポート業務以外に、「選挙運動」として、候補者・政党等の遊説や街頭演説の告知、投票の呼び掛けなどを、SNSを用いて発信することが可能となり、これらに関連する業務が発生する可能性が考えられる。

当該SNSの利用に当たっては、誹謗中傷やなりすましなどの防止のため、電子メールアドレス等を正しく表示しなければならないとされており、具体的には、次のような方法が考えられる。

まず、ウェブサイト（いわゆるホームページ）の場合には、全体が1つの文書図画と評価されるため、当該サイトのトップページに電子メールアドレス等を分かりやすく表示するのが原則とされている。ただし、そのウェブサイト中の「トップページに戻る」等のリンクを介して、又はブラウザの「戻る」機能を利用してトップページを表示させることができないページがある場合には、改正公選法で表示義務が課されている趣旨から、その中に電子メールアドレス等を表示する必要があるとされている。

次に、掲示板の場合、1つ1つの書込みのそれぞれが「文書図画の頒布」と評価されるので、1つ1つの書込みの中に電子メールアドレス等の連絡先情報を表示する必要があるとされている。

ただし、当該掲示板に自らのIDやハンドルネームを記載し、当該記載に張られたリンク先のページに電子メールアドレス等の連絡先情報が記載されている場合には、表示義務を果たしているものとされている。

なお、フェイスブックやツイッターなどの場合、投稿すると、自動的に投稿者のユーザー名が表示され、かつ、ユーザー名によりその者に対して連絡が可能であるので、投稿の中身に電子メールアドレス等を記載していなくても、表示義務を果たしているものとされている。

この「選挙運動」用のフェイスブック、ツイッター等の作成業務の受注には、一定の注意が必要である（詳細は下記共通※参照）。

⑤ 誹謗中傷・なりすまし・サイバー攻撃・炎上対策関連業務

今回の改正公選法の施行により、「インターネットを利用した選挙運動」が解禁されるが、インターネットそのものが有する容易性、伝播力、速報性の高さ・匿名性などの優れた特徴の裏返し（両刃の剣）として、候補者等に対する誹謗中傷や候補者等へのなりすまし行為、知名度の高い候補者等のウェブサイトへのサイバー攻撃、ブログ等の炎上などが横行するのではないかとの懸念が国会審議の過程でも出されていた。

このため、これらの行為を未然に防止・解決するためのメール配信システム、不正な書込みの監視、SSL証明などの業務が新たに発生する可能性があると考えられる。

また、アメリカのオバマ大統領の選対本部に設置された誹謗中傷対策の専門チーム「Truth Team」的組織などの企画・設置・運営等に関する業務の発生も考えられる。

ただし、誹謗中傷対策等に関する業務の受注には、一定の注意が必要である（詳細は下記共通※参照）。

※上記①～⑤の取引に共通する留意点

上記①～⑤の業務は、「選挙運動」関連業務として、「選挙運動」期間中に限り、受注可能な業務と「政治活動」関連業務として、期間の制限なく受注可能な業務とがあり、実際の業務受注においては、その線引きの確認が重要である。

また、いずれの業務の受注においても、次ページ以降Ⅳの「買収罪」との適用の関係及び法定選挙費用の上限額（インターネットを利用した選挙が解禁されたが、これにより、法定選挙費用の上限額が増額された訳ではないため）に特に留意する必要がある。

IV. トラブル・シューティング

選挙運動用費用（法定制限額）の規制と「買収罪」適用への注意

今後、インターネット等を利用した選挙運動を行うに当たり、発注者及び受注者の双方が、将来のトラブル防止のために留意しておかなければならないのが、選挙運動費用の上限額（法定制限額）の規制と「買収罪」の適用についてである。

選挙運動用費用の制限（法定制限額）

まず、選挙運動費用の上限額（法定制限額）規制についてであるが、これは、選挙運動に関する支出を無制限に認めると、金権選挙の横行や、貧富の差がある候補者間で、選挙運動の不平等が生じる恐れがあるため、公選法により、1回の選挙運動（選挙の種類ごとに）で支出することのできる費用の最高限度額（法定制限額）が定められ、その範囲内でなければ、選挙運動費用の支出ができないものとされているのである（公選法第194条第1項、同法施行令第127条第1項関係）。

そして、今回のインターネット等を利用した選挙運動の解禁により、新たに発生すると考えられる選挙運動用ウェブサイトの作成などに費用を支出した場合や、誹謗中傷・なりすまし防止対策としてのネット監視業務などの費用についても、従来選挙運動のために使用する「人員」への人件費や業務委託費等とともに、その全額が選挙運動費用に算入され、上記の法定制限額の規制を受けることになる。

たとえば、前回の参議院議員通常選挙では、選挙区ごとに差はあるが、法定制限額は、3千万円から5千万円程度と定められており、この金額の範囲内で従来選挙運動用のポスター、ビラ、ハガキ、選挙運動員、選挙カーなどに係る費用のほかに、今回新たに解禁となったネット関連の選挙運動費用の全部を賄う必要があるとされている（インターネット選挙運動の解禁により、法定制限額が加算されたわけではなく、あくまでも、従来法定制限額

の範囲内での選挙運動が認められたに過ぎないため。)

なお、法定制限額については、候補者の選挙運動の出納責任者が法定制限額を超えて選挙運動費用に関する支出を行ったり、他の者に法定制限額を超える支出を行わせた場合には、公選法で罰則の適用があるほか、最悪の場合には、「連座制」が適用され、当該候補者の当選そのものが無効となり、かつ、当該候補者は、連座裁判の確定日から5年間の立候補制限が課せられる可能性があるため、法定制限額の超過については、慎重な対応が必要である。

この法定制限額は、公選法が示す算定方式に基づき、当該選挙を管理する各選挙管理委員会が定め、各選挙の公示又は告示があった日にこの制限額を告示するものとされている。なお、法定制限額は、選挙の種類によって異なっており、主な選挙の算定方法を挙げると次のようになる。

計算方法としては、参議院議員比例代表選挙の法定選挙費用（公選法本文で5200万円と規定）を除き、

【 衆議院小選挙区選挙、都道府県知事選挙、指定都市の長の選挙、指定都市以外の市長選挙、町村長選挙 】

法定制限額＝公示・告示日における選挙人名簿登録者数×人数割額＋固定額

【 都道府県議会議員選挙、市町村議会議員選挙 】

法定制限額＝告示日における選挙区内の選挙人名簿登録者数÷その選挙区内の議員定数
×人数割額＋固定額

とされている。

以下、主な公職選挙の法定制限額を表にすると次のようになる。

■法定選挙費用（一例）	固定額	人数割額
衆議院小選挙区選挙 (候補者の運動費用)	1,910万円 (選挙区により2,130万円 または2,350万円)	有権者1人あたり15円
参議院比例代表選挙 (候補者の運動費用)	5,200万円 参議院議員比例代表選挙では、 固定額・人数割額という制度がなく一律です。	
参議院選挙区選挙	2,370万円 (北海道は2,900万円)	有権者1人あたり13円 (その選挙の定数が1人の選挙区) 有権者1人あたり20円 (その選挙の定数が2人以上の選挙区)
都道府県知事選挙	2,420万円 (北海道は3,020万円)	有権者1人あたり7円
指定都市の長の選挙	1,450万円	有権者1人あたり7円
指定都市以外の市および 特別区の長の選挙	310万円	有権者1人あたり81円

※参議院の選挙区選挙では、選挙区の有権者数を議員定数で割ったものに人数割額をかけ、それに固定額を足したものを法定選挙費用とします。

◎衆議院小選挙区選挙、衆議院・参議院比例代表選挙で候補者や候補者名簿を届け出た政党等には、こうした運動費用の制限は適用されません。

(公益財団法人明るい選挙推進協会資料から転載)

「買収罪」適用への注意

次に、法定制限額とともに留意しなければならないのが、「買収罪」である。

候補者のためにインターネット等を利用して選挙運動を行う者は、公選法上「選挙運動員」に該当し、当該選挙運動員に報酬を支給した場合は候補者側が「買収罪」に該当するおそれ

があるほか、当該報酬を支給された「選挙運動員」（広告関係者：契約当事者又は実際の作業に従事した者）側も「買収罪」（いわゆる「被買収罪」）に該当するおそれがあるので、特に注意が必要である。

さらに、「買収罪」に該当した場合、「買収罪」により刑罰を科された者が、候補者の統括主宰者、出納責任者、地域主宰者、親族、秘書又は組織的選挙運動管理者等である場合には、最悪の場合には、公職の候補者本人に「連座制」が適用され、当該候補者の当選そのものが無効となり、かつ、当該候補者は連座裁判の確定の日から5年間の立候補制限が課せられる可能性があるため慎重な対応が求められる（親族、秘書又は組織的選挙運動管理者等については、禁錮刑以上の刑罰が確定した場合のみ）。

総務省のホームページなどで公表されている「改正公職選挙法（インターネット選挙運動解禁）ガイドライン（第1版：平成25年4月26日）」では、個別のケースを挙げた上で「業者が主体的・裁量的に選挙運動の企画」に関与している場合はOUTとの判断がなされており、当該ガイドラインや所轄の選挙管理委員会への確認などを通じて、どこまでがOKなのかの慎重な線引きと適法化対策が必要である。

警察庁の発表では、インターネット選挙運動が解禁された初めての国政選挙となった前回の参議院議員選挙においては、インターネット選挙運動に関する検挙事例はなかったとのこと（警告事例は23件であり、うち、ホームページ、ブログ関係の警告10件、SNS関係の警告5件、電子メール関係の警告8件となっている。ただし、詳細等は未公表のため不明）であり、具体的にどのようなケースが検挙の対象となるか、まだ明確になっていないため、今後実施される各種の公職選挙での検挙事例を注視する必要があると思われる。

なお、直近の事例では、本年2月9日に投・開票された東京都知事選において、著名な女性タレントが特定の候補者への投票を電子メール（タレント自らが発行するメルマガを利用）で呼び掛けたとして、警視庁から改正公選法違反の疑いで、警告を受けたことが明らかになっている。

本項では、あくまで一般論ではあるが、上記ガイドラインの考えに沿って、実際想定し得る業務において、どのような場合に「買収罪」に該当するおそれがあるのかについて、概説する。

ただし、実際の業務受注に当たっては、所轄の選挙管理委員会等への事前の問合せが必須と思われる。

①候補者等からの依頼により、広告関係者が報酬を得て候補者等の選挙運動用のビデオを作成し、候補者等が選挙運動期間中に当該ビデオを動画投稿サイト等に掲載した場合

→ 当該広告関係者が候補者等からの明確かつ具体的な指示によらずに選挙運動用のビデオを主体的・裁量的に企画・制作している場合には、当該広告関係者は選挙運動の主体であると解されるので、当該広告関係者への報酬の支払いは「買収罪」に該当するおそれが高いと考えられる。また、報酬を得た当該広告関係者も「買収罪」（いわゆる「被買収罪」）に該当するおそれが高いと考えられる。

②候補者等からの依頼により、広告関係者がウェブサイト上での当該候補者等に対する誹謗中傷を機械的に監視することなどに対し報酬を受領する場合

→ 広告関係者が主体的・裁量的ではなく、機械的・事務的に誹謗中傷を監視する行為を行っている場合や単に誹謗中傷の内容を否定する反論の書込みを行っている場合には、直ちに選挙運動に当たるとはいえないので、「買収罪」に該当するおそれはないものと考えられる。ただし、広告関係者が候補者等の政策宣伝等の内容に踏み込んだ反論を行っている場合には、当該広告関係者は選挙運動の主体であると解されるので、当該広告関係者への報酬の支払いは「買収罪」に該当するおそれが高いと考えられる。また、報酬を得た当該広告関係者も「買収罪」（いわゆる「被買収罪」）に該当するおそれが高いと考えられる。

③候補者等からの依頼により、広告関係者が報酬を得て候補者等の選挙運動用ウェブサイトを企画・制作する場合

- 当該広告関係者が候補者等からの明確かつ具体的な指示によらずに選挙運動用ウェブサイトを中心的に裁量的に企画・制作している場合には、当該広告関係者は選挙運動の主体であると解されるので、当該広告関係者への報酬の支払いは「買収罪」に該当するおそれが高いと考えられる。また、報酬を得た当該広告関係者も「買収罪」（いわゆる「被買収罪」）に該当するおそれが高いと考えられる。なお、上記ガイドラインでは、当該選挙運動用ウェブサイトの企画・制作に当たり、候補者等に対し、単にその内容を確認して承諾を得た程度では、明確かつ具体的な指示がなされたことにはならないとされている。

④候補者等からの依頼により、広告関係者が報酬を得て選挙運動に関する助言（インターネットを活用した選挙運動の方法などのコンサルタント業務）を行う場合

- 当該広告関係者が選挙運動に関する助言（コンサルタント業務）の内容を中心的に裁量的に企画・立案している場合には、当該広告関係者は選挙運動の主体であると解されるので、当該広告関係者への報酬の支払いは「買収罪」に該当するおそれが高いと考えられる。また、報酬を得た当該広告関係者も「買収罪」（いわゆる「被買収罪」）に該当するおそれが高いと考えられる。

⑤候補者等からの依頼により、広告関係者を通じて、タレントが報酬を得て選挙運動用のビデオに出演し、候補者等が選挙運動期間中に当該ビデオを動画投稿サイト等に掲載した場合

- 当該報酬が選挙運動を行ったことに対する対価と認められる場合には、当該報酬を支払った候補者等は、「買収罪」に該当するおそれが高いと考えられる。また、報酬を得た当該広告関係者や当該タレント本人も「買収罪」（いわゆる「被買収罪」）に該当するおそれが高いと考えられる。

なお、上記はいずれも一般論であり、実際の業務の受注においては、どこまでが「主体的・裁量的」なのかの判断を、候補者等や広告関係者が自らのみの判断で行うことは、極めて困難であり、また、早計に判断することはリスクも高いと考えられるので、個別、具体の事案について、所轄の選挙管理委員会に都度確認し、作業を進めていくことが重要である。

V. 参考・引用文献、参考URLのご紹介

- ・「インターネット選挙運動解禁 改正公職選挙法解説」
選挙制度研究会編集 平成25年6月(株)ぎょうせい発行
- ・「Q&Aインターネット選挙 公職選挙法の一部改正」
ネット選挙研究会編 平成25年5月(株)国政情報センター発行
→ 買収罪について、特に詳しく説明されている。
- ・「新法対応！ネット選挙のすべて 仕組みから活用法まで」
飯田泰士著 平成25年5月(株)明石書店発行
- ・「現職ネット戦略担当者が教えるネット活用選挙の手引」
駒井健太郎・鈴木雅博著 平成23年4月(株)国政情報センター発行
- ・「完全解説インターネット選挙 改正法の解説から実践的な活用方法まで」
三浦博史著 平成25年6月(株)国政情報センター発行
- ・「改正公職選挙法(インターネット選挙運動解禁)ガイドライン(第1版:平成25年4月26日)」
インターネット選挙運動等に関する各党協議会編
→ 買収罪について、詳しく説明されている。
- ・「知っておきたいネット選挙運動のすべて」
情報ネットワーク法学会編 平成25年7月(株)商事法務発行
- ・総務省ホームページ「インターネット選挙運動の解禁に関する情報」
http://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo_s/naruhodo/naruhodo10.html
→ 上記ガイドラインも含め、必要な情報がある程度網羅されている。

宮谷英樹

(株)電通法務マネジメント局スーパーバイザー)

広告法規マニュアル第37号

(平成26年 3 月発行)

発行／公益社団法人 東京広告協会

〒104-0061

東京都中央区銀座7-4-17 電通銀座ビル7階

TEL 03(3569)3566 FAX 03(3572)5733

URL <http://www.tokyo-ad.or.jp>
