

## 広告

憲法審査会事務局長

おかどめ やすふみ  
岡留 康文

国の主な機関の中で国会ほど広告に疎遠なところはなかったのではないか。行政機関においては、それぞれの政策等について国民に周知し、理解を得るため、テレビ・ラジオ、インターネット、新聞・雑誌などの広告を利用している。国会は法律の制定を行う機関ではあるが、法律の中身をわかりやすく解説するなどして国民に周知させることは所管している各省庁が行っており、国会自身が国民に対して行うことはない。国会独自の行事、例えば、議会開設 120 周年のような行事について、小規模ながら広告をすることはあった。

最近、憲法改正問題が話題になることがある。憲法改正は原案を衆参両院においてそれぞれの総議員の 3 分の 2 以上の賛成で議決した後、国民投票を行い、過半数の賛成を得た場合に実現する。この国民投票の際に、国会には衆参両院議員をメンバーとする国民投票広報協議会が設置され、この協議会は放送（テレビ・ラジオ）や新聞による憲法改正案の広報などを行うことになっている。

協議会が行う放送や新聞広告には、協議会自身がつくるものと政党等がつくるものがある。協議会自身がつくるものは、放送や新聞における「改正案及びその要旨その他参考となるべき事項の広報」であり、客観的・中立的な内容が求められている。政党等がつくるものは、「改正案に対する賛成又は反対の意見」の広告であり、内容については政党等に任されている。

国民投票は、国会が改正原案を議決（＝国民に対する憲法改正の発議）した後 60 日から 180 日以内に実施される。その期間中に広告を出すことになるが、期日前投票が本来の投票日の 14 日前に始まるので、遅くともこの期日前投票の開始前には広告を出すことになるであろう。一般のテレビ広告の制作には、企画から完成までに約 90 日かかるといわれているが、国民投票が最短の 60 日で実施される場合は、企画から 2～3 週間くらいで完成させなければならないこともあろう。素早い対応が求められる。

広告の制作だけでなく、広告枠の確保も重要である。予算の制約もあるが、テレビの場合は何曜日の何時頃に、新聞の場合は何曜日の何面に、出せば効果的なのかなども考慮しなければならない。そのためにはどれくらい前に枠を確保すればいいのか。当然のことながら、効果的な枠は料金も高い上に、早い時期に確保する必要がある。また、国民投票を行う 18 歳以上の全国民にその内容を知らせるため、キー局や全国紙だけでなく各都道府県をカバーする地方局や地方紙にも広告を出すことになるかもしれない。日本の広告費の中で大きな比重を占めているインターネットやその他の広告への対応も今後の課題となるであろう。いずれにしても広告に関して経験の少ない国会にとって、政府広報などを参考にしつつ、幅広く知見を求めることになるであろう。