

第3回上野眞資記念「日本を知ろう」 上野眞資記念「日本を知ろう」事業入選者

上野眞資記念「日本を知ろう」事業入選者

研究報告

I. BANERJEE Maumita バナジー モウミタ

早稲田大学大学院政治学研究科

〈研究報告タイトル〉『現代日本の選挙ポスター：那覇市、福島県、東京都の比較研究』

“A study of contemporary Japanese election posters: comparing Naha city, Fukushima prefecture and Tokyo“

現代日本の選挙ポスター：那覇市、福島県、東京都の比較研究

本レポートは、現代日本の選挙ポスターを研究するために行った予備調査の結果をまとめたものである。日本の住宅地、校舎、駅、指定された掲示板内など公共空間における選挙ポスターから現代日本の政治的社会的状況を理解することが本研究の広範な目的である。また、本レポートは、選挙候補者が意図するイメージづくり、選挙ポスターの一般的なスタイル、男性候補者と女性候補者を表現する場合の差異、など現状のあり様を探るものでもある。研究調査は、三つの地域—那覇市、福島県、東京都—において2018年から2019年にかけて行われた。また、これらの三つの地域は、すべて政治色が濃い地域で、それぞれ独自な特徴がある。

那覇市から始めよう。那覇は、沖縄県の首都で、沖縄諸島において最も重要な都市の一つである。那覇市は、観光地としてよく知られていて、様々な文化遺産が存在している一方、スキューバダイビングなどのアドベンチャースポットとしても有名である。また、本市に、様々な当事者から強い政治的動機がおかれていることも見えざるを得ない。この地域における多数の米軍基地は、日米安全保障同盟の結果として現れたものの一つである。それ故、中央政府に対する、地元住民の抗議活動も頻繁に行われているような実態である(ジャパントイムズ, 2018年12月5日)。

次、福島県を見てみよう。2011年3月に「三重災害」(地震、津波、福島原発事故)に遭われた福島県は、いまだ放射線の問題に直面し続けているⁱ。福島県は、面積がかなり広いので、本研究のために四つの主要都市—いわき市、郡山市、福島市、会津若松市—を選択することになっているⁱⁱ。これらの都市は、県内人口が多い都市でもある。また、これらの内、いわき市の人口は四番になるが、震災で大きいな災害を被ったことや海から近いということで、選択することにした。

最後に、日本の首都である東京に目を振り向けよう。東京は、主要な世界都市の一つである。国内の他の県と比較してみても、総収入は東京都が第一であるⁱⁱⁱ。それ故、他の二つの地域と比べ、東京の経済的状況が最も益している。

掲示板のポスターだけでは、調査に十分なポスターが見つからなかったのもので、選挙ポスターの多くは、指定された掲示板ではなく、住宅街、国道や他の主要道路を散策しながら見つかったものである。住宅街の場合、ポスターが電柱または住宅の壁や窓に

貼られていたことが多かった。ポスターが新しいか古いかに関係なく、街中で見つかったポスターを出来るだけ多く活用している。

このレポートは、四つの節に分かれている。第一節は、那覇市について議論する。第二節と第三節は、それぞれ福島県と東京都の選挙ポスターについて議論する。第四節は、結論である。

那覇市

2018年に那覇市を訪れた時、那覇市において選挙活動が行われていた。モノレールで首里、赤嶺や那覇国際通りの各駅を降りて、街中で撮影したポスターを本研究のために活用している。下記図1のように、選挙ポスターを表示する認定の掲示板もありましたが、那覇市を訪れた時分、多くのポスターは住宅街で見つかった。多くの掲示板は、一部スペースがまだ空いていた。有権者により近づけるため、ポスターを住宅街に貼るようにしているだろう。

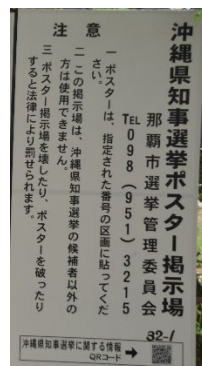


図1

この調査から、日本中のポスターに共通のスタイルがあるということが見られている。候補者の微笑む顔や落ち着いた顔がその特徴の一つです（例えば、図2を参照）。果敢に挑戦する表情は、稀にしか見られていなかった。しかし、那覇は、福島と東京に比べ、選挙候補者の自己表現が多様であることが見えていた。



図 2

下の図3は、半袖のプリントシャツを着た候補者のデニー玉城である。服装のスタイルだけでなく、彼のボディランゲージにも違いが見られた。他の候補者と比べ、彼はただの笑顔以上のものを見せていた。このスタイルは、非常に楽しく、リラックスしたイメージを有権者や一般の人々に伝える。また、自分のポスターに英語を使う候補者はこの一人しかいないことも見られた。「新時代沖縄」を「New Era Okinawa」に英訳されていた。しかし、英訳されていたのは、このフレーズのみであった。より進歩的な沖縄のイメージを伝搬することやそのフレーズを強調することが目的であると考えられる。なお、他の党のポスターに比べ、この候補者のポスターやバナーが多かったことを覚えざるを得ない。



図 3

上記で述べた通り、那覇市の選挙ポスターには、多少の創作性が見られていた。図4は、掲示板に貼られた四つのポスターである。通常選挙ポスターでは、劇的な表現があまり見られていなかったが、図5のスタイルは異例なイメージが際立つ。通常スタイルとは異なり、ポスターの背景は濃い茶色である。候補者兼島俊の顔がポスターの大部分を占めている。彼のとがった目は観客を直視し、彼の顔には笑顔がない。この

観点から、デニーと兼島は、有権者とのコミュニケーションに多少異なるスタイルを採用していると言えるだろう。同様に、渡口初美の選挙ポスター（図4の左上）は、日本に見られた他の男性または女性の選挙ポスターに比べ、多少違う印象を与える。明るいピンク色がこのポスターを特色付けていると言えるだろう^{iv}。以下の議論が、なぜ彼女のポスターが際立っているかをより明確にすると考えている。



図4、図5

最後に、男性と女性が目に見えた度合いを比較しますが、那覇市で見つかったポスターの内、25個のポスターが男性、7個のポスターが女性のポスターであった。

福島県

福島の場合（全4都市）、ほとんどのポスターが道端に見つかったものである。例えば、図6は、いわき市の学校の近くに見られたものである。その近くに、地元の学校や緊急避難場所に関する情報を表示する他のサインポストや案内板もあった。このポスターを戦略的に配置して、車で通る人や徒歩者、低床バスの乗客に見えるようにしていたと言えるだろう。特に、インドの場合とポスターの設置場所の選択を比較すると、一つ違いが見えるのではないかと考えている。見易さではなく配置している場所を注目してみよう。選挙ポスターは、現代社会の鏡でもあると考えている。社会的、経済的に階層化されたインドの社会では、（今回のように）排水溝の隣に、直接地面に選挙ポスターが置かれていることが見つからない可能性が高いのではないかと考えている。ポスターの設置場所以外に、他に注意する点は候補者のスタイルである。候補者は、ネク

タイをして、フォーマルな濃い色のスーツを着ている。日本では、定番の格好であろう。このポスターは、経験豊富で誠実な政治家が、進歩への道を導くイメージを表現しているように見えている。



図 6、図 7

以下は、通勤者が見られるように政治ポスターを道路脇に掲示した例である（図 8）。全員が（男女を問わず）フォーマルスーツを着ているのが見られる。渡口初美の那覇のポスターと吉川さおりのポスターとの違いが明らかであろう（図 8）。この場合、吉川はフォーマルな婦人スーツを着ている（図 10、森まさこも参照）。注目すべきもう一点あると思う。男性の選挙候補者が女性より多いということだけではなく、同じ候補者でも、男性のポスターが女性より多く貼られていたことが見えていた。それ故、女性の候補者に比べ、男性の方が目に見えていたと言えるだろう（図 8 と 9）。図 9 は、住宅の壁に貼られていた。この場合、女性の候補者の名前が見えていない。



図 8、図 9



図 10

福島県の最後のポスターですが、図 11 を見てみよう。今回も、候補者は濃い色のスーツとネクタイをしている。しかし、その仕草は行動を示唆する。スローガンも「力あわせ、未来開く。」というスローガンである。



図 11

最後に、男性と女性が目に見えた度合いを比較しますが、県内で見つかったポスターの内、23 個のポスターが男性で、女性のポスターが 3 個しか見えていなかった。

東京都

東京の場合、性別や政治的所属に関係なく、レイアウトや配置場所がより統一されていたことが見えていた。

しかし、視覚的には図 12 のポスターが他と比べ多少異なる。この場合、多くの情報のバランスが取れていると言えるだろう。太字のスローガンは「日本は、もっと良くなる！」というスローガンである。他のほとんどのポスターのように、候補者の顔が中心である。しかし、このポスターは、顔の周りがテキストで覆われている。それ故、視線が候補者の顔から他のところへ引っ張れることもあるのではないかとと言えるだろう。いつものように、候補者の名前、ながつま昭、が最も目に見えるテキストである。他

の多くのポスターとは異なり、党の名前はポスターの上部にあり、頭の一部を覆っている。



図 12

下の図 13、図 14、および図 15 は、すべて同じ党で、一つだけ共通の顔がある。それぞれ那覇、福島、東京で撮影したものである。全ポスターにいる人は、山口なつおである。地域の違いにもかかわらず、彼のスタイルはすべてのポスターでほぼ同じであると言えるだろう。さらに、すべてのポスターで彼の写真が二番目に載っている。山口と一緒に登場している他の候補はもちろん異なっているが、それ以外の違いは、図 14 と 15 の場合、政党の名前が候補と同じくポスターの 3 分の 1 を占めているところである。また、図 13 の場合より爽やかな色が使用されている。



図 13、図 14、図 15

図 16 は興味深い選挙ポスターである。こちらは象徴性を活用する稀な選挙ポスターの一つであると考えている。ポスターの一番上に、「経済再生。力強く前へ。」というメッセージがある。それから、空と雲を見せるスペースがある。候補者の松本文明は、日本経済を空の限界まで飛躍的に上昇させる目的を有権者にアピールしているように見えた。さらに、彼は夜空の星を自分の写真の背景に使用している。彼の勝利が天国からの恵みになると示唆しているとも考えられる。この点を除けば、ポスターは通常の基準に従っていると言えるだろう。候補者はスーツとネクタイをしている。また、彼の名前が一番目立つテキストであり、政党の名前が小さなフォントで書かれている。



図 16

福島県と同様に東京でも、男女を問わず、すべての候補者がフォーマルな服装をしていた。しかし、女性がいる選挙ポスターの数は、東京が一番高かった。男性がいる12個のポスターに比べ、女性がいるポスターは14個見つかった。

終わりに

この研究は日本における現代政治ポスターの予備研究であり、将来の研究の範囲が広い。

選挙ポスターを掲示する看板が割り当てられていますが、候補者の視認性を高めるために、住宅街や路側に選挙ポスターを掲示するという強い文化があるように見えた。それ故、有権者の間で候補者の視認性を高めることになるだろう。一方、私的空間にあ

るポスターは、公共と私的空間の境界をぼやけているのではないかと考えている。住宅地で貼るポスターの代わりに、お金が払われているかどうかは確認できていない。

おおまかにいうと、どの地域の選挙ポスターでも、テキストと候補者の描写方法に統一性が見られる。野党党の似顔絵、怒った顔、漫画のキャラクターなど、どのポスターもほとんど使用しないスタイルがある。2001年に日本の政治ポスターを分析したS. サイドマン(2008、172)は、「ネガティブキャンペーン」があまり活用されないと指摘した。この傾向は今も続いているようである。さらに、ポスターの内容には、宗教、少数民族の政治、または老齢に関連するものは何も見つからなかった。一方、国レベルまたは地域レベルで、より良い未来への希望を語るポスターがほとんどだった。男女を問わず、色付きのポスターが多く、候補者の顔を重要視されていた。また、候補者の顔と名前は、政党の名前よりも目立つスペースを占めていた。日本の有権者が政党よりも個々の候補者を重視するという仮定だろう。一方、インドの場合、候補者より政党を重視する場合がある。

デジタル時代においても、カラフルな紙で印字された選挙ポスターは、日本の政治においてまだまだ重要な役割を果たし続けているとこの調査から見えていると言えるだろう。

参考文献

Steve A. Seidman, *Posters, propaganda and persuasion in election campaigns around the world and through history*, New York: Peter Lang, 2008

Japan Times, “Court rejects Okinawa’s demand that U.S. base relocation be halted” 2018年12月5日

閲覧日 2019年2月6日

<https://www.japantimes.co.jp/news/2018/12/05/national/crime-legal/court-rejects-okinawas-demand-halt-u-s-futenma-base-relocation-henoko/#.XGPR1PZuJyx>

注

ⁱ この問題に対する政府の姿勢について、www.pref.fukushima.lg.jp/site/portal/を参照。

ⁱⁱ 福島県の各都市それぞれの特徴と差異は、本調査の対象外とする。

ⁱⁱⁱ “Statistics Japan prefectural comparison” <https://stats-japan.com/t/kiji/10714> を参照。

^{iv} 同様なイメージは、ホームページ <https://www.toguchihatumi2.com> を参照。

ENGLISH VERSION

A study of contemporary Japanese election posters: comparing Naha city, Fukushima prefecture and Tokyo

The report discusses the outcome of some preliminary investigation undertaken to study contemporary Japanese election posters. The broad objective of the research is to understand what political posters in public space, such as residential areas, school building, railways stations or on designated billboards, can convey about the culture of contemporary Japanese politics. The report raises questions such as how do political candidates like to portray themselves to their voters? What are the usual styles and layout of election posters? Is there any difference between the way a male or a female political candidate is portrayed in a political poster in Japan? The research has been carried out mainly in three regions of Japan—Naha, Fukushima and Tokyo between 2018 and 2019.

The three regions chosen for the purpose of the study are all politically charged regions and have peculiarities of their own. First among these is Naha. It is the capital of Okinawa Prefecture and one of the main cities of the island. The city is known for its tourism. It is famous for its cultural heritage centers and water sports like Scuba diving and snorkeling. However, besides tourism, there is a strong political angle to the city. The reason for this being the presence of The United States military base in the region—a consequence of post war US-Japan security alliance. Due to this, protests by the locals against the central Japanese government are quite frequent in Naha (see *Japan Times* 5 December 2018). The second chosen region is the Fukushima prefecture. The region witnessed what is referred to as the triple disaster (tsunami, earthquake and nuclear power plant disaster) in March 2011. The region continues to face the problem of nuclear radiation^{iv}. Since Fukushima prefecture is quite big, four major cities were selected for the purpose of this study. These are Iwaki, Koriyama, Fukushima city and Aizuwakamatsu^{iv}. They were selected because they are the major and most populated cities of the prefecture. Among these Iwaki was chosen because due to its proximity to the sea, the city was severely damaged after the natural disaster. The last choice of region is Tokyo, the capital city of Japan. Tokyo is one of the major world cities and within Japan, earns the highest prefectural income compared to any other region in Japan^{iv}. All these reasons make Tokyo much better placed compared to the other two regions. The objective of choosing these three regions for the study is to understand if politics is done differently in these regions.

During the research most of the political posters were found by walking around the local residential areas or on main roads, rather than on assigned billboards. The reason is, most of the time there were not enough posters on the billboards for study. The usual places of display of

political posters in residential areas are electricity poles, walls, windows and even balconies of residential buildings. Both old and new political posters were collected.

The report is divided into four parts. The first section discusses the case of Naha city. The second and third sections are about political posters in Fukushima prefecture and Tokyo respectively. The final section is the conclusion of the report.

Naha City

At the time of my visit in 2018, the city was going through election campaign. The photographs were collected by travelling in Naha city monorail and getting off between the train stations such Shuri, Naha Kokusai Dori shopping street and Akamine. Though I found several city approved billboards for the purpose of displaying election posters in Naha (for example see fig 1), at the time of my visit I found the maximum number of posters in residential locations. Most of the times these billboards were found to be only partially filled. The objective behind choosing residential area to display election posters could be to develop easy proximity to the potential voters.

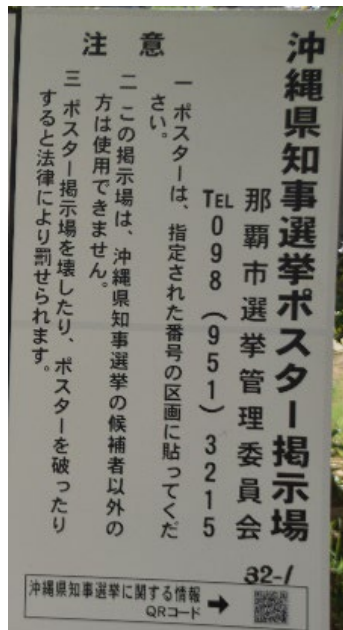


Fig. 1

During the study it was noted that political posters across Japan follow some uniformity in style. One such trait is, the political candidates are either shown smiling or have a poised face (for example see fig. 2). A face expressing aggression is rarely seen. However, it was in Naha, compared to the other two regions, Fukushima and Tokyo, that I found the most varieties in self-presentation of political candidates in posters.



Fig 2

Fig. 3 below shows a candidate, Denny Tamaki, wearing a half sleeved printed shirt. A difference was noted not just in his clothing style, but also in his body language. Compared to other candidate’s posters, he has more than just a smile on his face. Due to this, his style conveys a very joyful and relaxed image to the voters and audience in general. Furthermore, regarding the style of text it was found that only he uses English language in his posters. It was used to translate *shin jidai Okinawa* as “New Era Okinawa”. It is interesting to note that only this phrase was translated in English language. Perhaps it is to convey an idea of a more progressive Okinawa or to add emphasis to the phrase. It is to be noted that, compared to other party posters, his posters and banners were more in number.



Fig. 3

As stated above, some creativity in political posters were found in Naha. Fig.4 is an example of four posters from a billboard. In case of Japanese political posters, dramatic portrayal of self is hard to find, however, fig. 5 stands out for its style. Unlike the usual style, the poster has a dark brown background. The face of the candidate, Kaneshima Shun, takes most of the space in the poster. His pointed eyes look directly to the audience and there is no smile on his face. In this case we can say Denny and Kaneshima adopted somewhat different style of communicating with their voters. Similarly, the political poster of Toguchi Hatsumi (fig.4 top left) is little unusual when compared to Japanese political posters either of men or women. A bright pink color dominates her poster^{iv}. Discussion in the following sections makes it more evident why her poster stands out.



Fig 4 and Fig. 5

Before moving on to the next region, I would like to mention that out of total posters found in Naha, compared to twenty-five posters with photographs of men, seven posters had women on it.

Fukushima prefecture

In the case of Fukushima (in all the four cities), most of the posters were found on the roadside. Fig. 6 for example, was found near a city school. There were other sign posts and information boards indicating information about local school and emergency evacuation in the location too. It could be said that the election campaign poster was placed quite strategically, making it visible to people travelling either by car or walking on foot (and also to low floor bus passengers). However, if we compare the choice of location from the Indian context, we do notice a difference. Not in terms of its visibility but its placement. It could be argued that these election posters are a reflection of the contemporary society. In socially and economically stratified Indian society we may not find a political poster of a candidate next to the drain and placed directly on the ground (as in this case). Beside the location of the poster, other aspect to note is the style of the candidate. We find the candidate in the poster wearing a formal dark color western suit with tie—a usual style of Japanese political leaders. In this case the poster gives the image of an experienced and sincere political aspirant who will lead the path to progress.



Fig. 6 and Fig. 7

Below is an example (fig.8) of political posters being displayed on the road side for commuters to see. We find all the people (both the genders) in the posters are wearing formal dress. When compared to Toguchi Hatsumi's poster from Naha, we find a difference from the political poster of Yoshikawa Saori (fig. 8). In this case, Yoshikawa is wearing a formal woman's suit in grey color (also see Mori Masako in fig. 10). Another point to note is, it is not just that the political posters of men in general that are more numerous, the number of posters displayed by men are also more, due to which they get more visibility compared to women candidates (see for example fig. 8 and 9). Fig.9 was found on the top of a residential wall. In this case the name of the female candidate is not visible to the viewers.



fig. 8 and fig.9



Fig. 10

The last political poster that I would like to discuss in the context of Fukushima is fig 11. In this case also the candidate can be seen in a dark color formal suit along with tie. But in this case his hand movement suggests action. As the slogan of the poster says, “[lets] unveil the future through our strength”.



Fig.11

Before moving on the next section, it is to be noted that compared to twenty-three posters of men, the number of female candidates found in election posters were only three.

Tokyo

The last region from where political posters were collected is the national capital, Tokyo. In case of Tokyo all the posters were collected from residential places. It was found that the candidates regardless of their gender and political affiliation follow a more uniform style in terms of their appearance and layout of election posters.

However, visually fig. 12 is a little different from the others. In this case all the information is balanced. The slogan in bold letter says, “Japan will become more better”. The face of the candidate is in the center like most of the other political posters, but there is a difference. In this poster, the face is covered with text from all the sides, this takes away some impact off the face of the candidate. As usual the name of the candidate, Nagatsuma Akira, is the most visible text in the poster. Unlike many other posters, the name of the party is put on the top of the poster and it partially covers the corner of the head of the candidate.



Fig. 12

The below figures 13, 14 and 15 are interesting because all belong to the same party with one common face. They are from Naha, Fukushima and Tokyo respectively. In all the posters the common person is Yamaguchi Natsuo. Despite the difference in the region, his style is almost the same in all the posters. Furthermore, in all the posters his photo is the second one. The difference however is—besides the different candidates who appeared along with Yamaguchi—in fig. 14 and 15, the name of the political party was allotted one-third space similar to the candidates in the poster.



Fig. 13,14 and 15

Fig. 16 is an interesting political poster. It is perhaps one of the rare political posters that uses symbolism to convey meaning. At the top of the poster the text says, “Revive economy. Strive ahead”. Then there is a space, which shows the sky and cloud. As if to indicate that the candidate, Matsumoto Fumiaki, wants the voters to know that his objective is to make the Japanese economy soar the limits of the sky. Furthermore, he used the stars in the night sky as a background behind his photo; perhaps to suggest that his winning the election will be a blessing for Japan—from the heaven. Apart from this aspect, the poster follows the usual norm. The candidate is in formal dress and tie, his name being the most prominent text in the poster and the name of the party is written in small font.



Fig. 16

It is to be noted that in Tokyo similar to Fukushima prefecture, all the candidates, either men or women were dressed in formal attire. However, the number of election posters with women were highest in Tokyo. Interestingly compared to twelve posters with the photo of men, fourteen posters with the photo of women were found.

Summary and discussion

The research is a preliminary study of contemporary political posters in Japan with much scope for future studies.

The study found that though there are assigned billboards to display election posters, there is a strong culture of displaying election posters in the residential areas or on the road side to increase visibility of the candidates. Whereas, display of political posters in such places increase the visibility of candidates among the potential voters, it could also be seen as blurring of public and private space within the cities. It could not be confirmed if poster in residential areas involve payment of any money.

Broadly speaking, there is a uniformity in the text and the way political candidates are portrayed in the election posters in all the three regions. Certain styles are almost never used such as caricature of opposition party candidates, angry faces or cartoon characters. Steven A. Seidman (2008) while analyzing the Japanese political posters in the year 2001, noted lack of popularity of “negative campaigning” (172). The trend seems to continue even now. Furthermore, nothing related to religion, minority politics or old age was found in the content of the posters. On the other hand, some common traits of Japanese posters found are most of the posters talk about the hope of a better future at both national or regional level; they are in color and give importance to the face of the candidate, in case of both men and women. The face and name of the candidate in most of the posters occupy a prominent space, more than the name of the party. The reason could be the assumption that Japanese voters give more importance to the individual candidate than to the political party he/she is affiliated to. In this aspect we find that there is a difference with the case of India, where at times more importance is given to the political party.

To sum up, the preliminary study shows that even in the digital age the colorful paper election posters continues to play a crucial role in Japanese politics vis-à-vis the voters and researchers interested in Japanese society.

References

Steve A. Seidman, *Posters, propaganda and persuasion in election campaigns around the world and through history*, New York: Peter Lang, 2008

Japan Times, “Court rejects Okinawa’s demand that U.S. base relocation be halted”, December 5, 2018. Accessed on February 6, 2019.
<https://www.japantimes.co.jp/news/2018/12/05/national/crime-legal/court-rejects-okinawas-demand-halt-u-s-futenma-base-relocation-henoko/#.XGPR1PZuJyx>

Notes:

^{iv} To see the stance of government on this issue see www.pref.fukushima.lg.jp/site/portal/

^{iv} It is beyond the scope of the report to discuss the difference between the cities within Fukushima prefecture.

^{iv} For details see “Statistics Japan prefectural comparison” <https://stats-japan.com/t/kiji/10714>. Accessed on February 1, 2019

^{iv} For similar images see her home page <https://www.toguchihatumi2.com> Accessed on February 1, 2019

バナジー モウミタさん

<略歴> 1984年6月 ニューデリー生まれ

2002年3月 ミラモデル高校卒業

2005年3月 デリー大学卒業（商業学士号）

2011年3月 デリー大学修士課程（日本語）修了

2013年12月 デリー大学 M.Phi（日本学）卒業

2013年9月～現在 早稲田大学政治学部博士課程後期（専門分野：政治学・近代歴史）

<受賞歴>

2003年11月 立命館アジア太平洋大学主催「第3回立命館懸賞論文大賞」入賞

2011年6月 JENESYS 財政的支援で山口県を10日間訪問

2018年7月 ハーバード大学エンチンプログラム‘New approaches in Asia – Pacific Historical and Contemporary Studies’に採択

<主な所属学会> ・ AAS（Association of Asian Student） ・ 日本南アジア学

