

# 政は正なり

公明党全国代表者会議議長 太田昭宏

## 選挙制度の抜本改革が重要！

### 露呈した二大政党制の限界

最近、政治の劣化、政治家の劣化がよく指摘される。「政策通だと自慢してテクノクラートのよきな態度をやる。まさに政治家の官僚化現象だ。今必要なのは政策通よりも『政治通』である」



おおた・あきひろ  
昭和20年10月6日、愛知生まれ。京都大学大学院修士課程修了。公明新聞記者を経て、公明衆議院議員当選5回。公明党代表を経て公明党議長

最近、政治の劣化、政治家の劣化がよく指摘される。「政策通だと自慢してテクノクラートのよきな態度をやる。まさに政治家の官僚化現象だ。今必要なのは政策通よりも『政治通』である」

「シエラ・カールス」という指摘もあれば、「ひ弱で人間力がないう」リスクを負って出ずために何が必要か。その一つが、再び焦点となっている選挙制度改革だ。現在、選挙制度改革の機運が高まっている。二つの理由がある。

一つは、「一票の格差」正だ。最高裁は今年3月、「一票の格差」が最大2・30倍となった2009年の衆院選について、「違憲状態」の判断を下した。参院でも、昨

年の参院選について、各地の高裁で「違憲」もしくは「違憲状態」の判決が相次いでいる。投票価値の平等は、重要なことだ。

もう一つは、現行の衆院小選挙区比例代表並立制は、5回の選挙でその限界が露呈しているといえる。選挙制度の最も大事な民意の反映が十分で、制度疲労がハッキリしてきた。最近の日本の国政選挙に顕著なのは、民意が政策というより感性で大きく動き、選挙制度によって得票差以上に議席の差が拡大する（2009年衆院選小選挙区では民主党が47%の得票で74%の議席を獲得）こともあいまって、極端なスイング（振り

を生む。政治家が資質を高めたり、鍛えられない。政治の傾向が加速し、結果として政治の安定を損なっているといえる。つまり政治と政治家の劣化である。

衆院においては、1994年、「改革」か「守旧」か、などというバトルの果てに、それまでの中選挙区制を廃し、小選挙区比例代表並立制が成立した。

当時、中選挙区では、「過剰なサービス合戦に陥る」「政党、政策本位の選挙にならない」「自民党の派閥同士の激しい骨肉の争いとなる」「政権交代がない」などということが主な理由であった。さらに、その根底には「アメリカやイギリス

がもつ二大政党制こそがデモクラシーの王道である」「比例代表制の選挙は多党制となり、連立政権は不安定なものだ」という考えがあった。

しかし、それ以来5回の選挙をみると「政党・政策本位の選挙とはなっていない（逆に政策論争よりも政権選択ゲームと化すと指摘する者もいる）」「政治と方策の問題は相変わらず続き、選挙制度とは別次元の問題」「選挙制度によって人為的につくられる二大政党制は、競争主義や対決至上主義を生み出し、限界を露呈している」「連立政権はむしろ政治を安定させる」「政権交代は、人為的に行なわれることも、起るべき時には起るべき

などが明らかになった。勿論、時代・社会の価値観の多様化や「日本人は黒か白かの二項対立にはなじまない」という、日本人の意識構造も常に指摘されることだ。

現実には、政党は首尾一貫した綱領や政策に支えられないのではなく、政権政党への批判を軸に政策が組み立てられたり、世論調査に振り回され、人気が取りに走る傾向が出てくることは否めない。その結果、政治や政治家は軸と心が失いがちに

なる。劣化である。

選挙制度の基本はあくまで民意の反映だ。今、選挙制度の抜本改革が大事だ。政治全体の改革が求められる。起るべき時には起るべき

（次回12月5日掲載）

## アビリティ 小澤良介の

# 「カタログ」わしきびき

### カタログ電子化プロジェクト！

この度当社が運営するリグナで、念願の新サービスを開始した。その名も、家具カタログ電子化プロジェクト。今まで約8年間家具の販売に携わってきたと感じた事、疑問などを具体的に形にしたサービスである。

インターネットと実店舗運動で家具を販売してきて気付け点があった。それは、カタログの重要性。お客様は家具の詳細をネットで見知り、来店して実物を見ているに

しかし、カタログは、閲覧、大手小売店止まりで、エンドユーザーの手にはなかなか届かない現実。そんななか、わしきびきを公開し、我々は約2年の構想、開発期間を経て今回の新サービス、家具カタログ電子化プロジェクトとしてリグナ上でリリースした。紙でつくられた各メーカーさんの家具カタログを電子カタログとして、リグナで閲覧でき、さらにはそのカタログ各ページから掲載商品を購入できる。そんな便利なサービスである

る。やはり重要なポイントが、カタログ閲覧から即座に購入への導線をひいている点だ。また、今回の電子化プロジェクトのメリットには、印刷の必要がなく大幅コスト削減、スピードにエンディングへ最新情報を公開し、今後はスマートフォンなどで、どこでもカタログが閲覧可能、などがあげられる。

現在、いくつかの家具メーカーでは、多大なコストをかけ、自社カタログをPDFにして自社のサイト上で公開している。しかし、そこに果たしてエンドユーザーは到達しているのだろうか？

当社が運営するリグナには、月間数百万アクセスを

もつて、初めて販売へのチャンスへ繋がる。カタログを公開するということは、ブランドも込み隠さず公開するということ。結果、有名無名関係なくブランド認知度アップとなり、この家具業界における貢献が繋がれば本望であると考えている。

（次回12月5日掲載）

# 禽獣の文化

作者 白鳥保夫

## 第五章 新たな挑戦

大手建設5社の設計部長を招いて「住宅と家具の接点」を話し合ったの皮切りに、消費者団体、全国の工業高校木材工芸科の教師たち、関係官庁などと、それぞれの手当たり次第に怖いもの知らずでぶつかり、胸を借りて行った。大手デベロッパーとの対話では、工業と工芸の違いといった意味で、さまざまな次元の相異を際立たせたが、それでも、また作れば売れる時代のなかで、家具業界も、そして建設業界もすべて幸せな時代だった。

考えてみれば住宅と家具という、人間なら肉と骨ほどの一体にありながら、業種、業界を違え、文化をも変え、かつ次元も変えるのか、と吉岡は全国家具新聞の本社となっている日本住装会館6階の会議室で、対話の司会進行をしながら、深刻に受け止めたものだ。

こうした「連の対話」シリーズは決して無駄ではなく、いくつかの副産物的な事業を生んだ。木材工芸科の教師たちとの話から「産学の実態」がかけ離れていることを痛感。結果、その後、5年間にわたって、全国の工業



高校木材工芸科を日青協の会員が班を編成して回り、科の全校生徒に向けて「家具産業の将来」について巡回公演をするようになった。

要は若年従事者確保、という目的はあったが、それ以上に若い将来性ある少年達に、家具業界の未来を説き、平和な時こそ栄える産業であること

を訴え、文化的な生活の向上を担う使命を理解してもらおうと情熱を燃やしたものだ。迫田が「君たちも努力次第で業界企業の役員になれば、報酬を30万円も40万円もとれるんだ」と、商人らしい生の話を述べたとき、豊北の名門高校の工芸科の生徒が食い入るように壇上の迫田を見つめていた。俺の月給が手取りで3万円余りだった。吉岡親子がそれで「一ヶ月暮らせた時代だ」と、40



おざわ・りょうすけ  
愛知出身。明大在学中に起業し、卒業後の2003年に現在のアビリティを設立。デザインを手掛けた「1月の恋人」をめぐって、

（次回12月5日掲載）

（次号に続く）