

# 情報参謀

小口日出彦

## これが新時代の 情報戦だ!

2009年の下野からわずか4年で政権を奪還した自民党。その水面下では、テレビとネットのメタデータを縦横無尽に駆使した政治情勢分析会議が極秘裏に行われていた。1461日間、自民党をデータ分析で導いた人物が初めて明かす、その全貌。

**自民党、政権奪還の深層**

## はじめに

私は、自民党が大敗して政権を失った2009年夏の総選挙直後から、2013年夏の参議院選挙に勝利して政権を完全に奪還するまでの4年間、同党の「情報参謀」役を務めた。

自民党が政権奪還に向けて、本書に記したような戦略的な情報分析活動をおこなっていた事実はこれまで一度として明らかになかったことはない。自民党内部でさえ、政権奪還に向けてこのような活動が4年間も継続していたことを知る人は一握りに過ぎない。

私は、いつも「できるだけ目立たないように」心がけていた。第二次世界大戦のさなか、現代のコンピュータの生みの親となった天才アラン・チューリングが率いた英国の暗号解読チームが「次にどの輸送船団が狙われるか」「次にどの都市が空爆されるか」をあらかじめ知っていないながら、敢えて知らないふりをして、味方が敵軍に攻撃されるがままに任せたとように、情報戦では「調べている・知っている」ことを明かして有利なことは何も

ないからだ。加えて、自民党がこのような情報分析をおこなっていたという事実が明らかになると「報道や表現の自由の抑圧」政治的な情報統制」と結びつけて暗い想像をめぐらせたあげく、誹謗中傷に回る人びとがいることも容易に想像できた。

### 韓国政府が仕掛けてきた「情報戦」

その気持ちが変わったきっかけは、第二次安倍政権が成立して3年、2015年4月の安倍総理の訪米・議会演説のときの出来事だった。このとき、訪米直前の安倍総理に対して、韓国政府は情報戦を仕掛けた。米ワシントンDCのPRコンサルタントを雇い、日本の歴史認識、特に慰安婦問題を強調したネガティブ・キャンペーンを展開したのだ。2015年4月21日付の米ウォールストリートジャーナル紙(WSJ)に「安倍晋三総理大臣の議会演説に先立って、日本の戦争史に関する韓国政府の立場を打ち出すため、韓国政府がPR会社を雇った」というニュースが載り、米PR業界紙がすぐ「月間2万6000ドルで6カ月契約」などと追加報道した。これに呼応するように翌日のワシントンポスト紙は「真実を訴えるために訪米した元日本軍従軍慰安婦女性へのインタビュー」を大きな写真入りで掲載している。

さらにマイク・ホンダ氏をはじめとする米国下院議員3人が自由演説で一席ぶったあ

と、「安倍総理の議会演説に謝罪の文言を入れるよう」日本大使館に申し入れをおこなった——といった出来事が続々と起こった。どこにも硝煙の臭いも無いし、熱い弾丸も飛んでこないが、これは明らかに情報による攻撃だった。

私を知るかぎり、日本国内でこの一件を正面から取り上げた大手報道機関は存在しない。むしろこの週は「首相官邸の屋上にドローンが落ちていた」一件で国内報道は持ち切りになった。この情報感度のギャップはとてつもなく大きい。「韓国政府が日本の総理大臣の訪米という機に乗じて仕掛けた情報戦」と「落ちてから2週間も発見されなかった小さなドローン」と、どちらが重大なニュースだろうか。

官邸のセキュリティの観点からすれば、知らないうちにドローンが飛んできて落ちていたことは見過ごせない重大事だが、ワシントンDCで仕掛けられた情報戦は国家の評価を毀損しかねないものと重大な出来事だ。たとえ報道機関内部で「微妙な日韓関係を微妙な時期に刺激しない配慮」が働いたとしても、扱いを小さくし、印象を薄めてでも報道すべき「情報」だったと思う。

一方、報道されなかったという事実は、「ニュースの受け手(視聴者・読者)の興味を引かないから」と報道機関が判断したことも意味する。この時期に「韓国」関連で報道されていたのは「客船沈没事故1年」「韓国首相裏金疑惑で辞任」といった話題だった。「客船

沈没事故1年」は当時のテレビ報道量の順位でも上位3位以内に入る。注目の話題」として扱われた。ズバリ言ってしまうえば、報道の現場で「他人の不幸とスキャンダル」と呼ばれる当たりネタだからだ。このようなネタ選びは下品に映るかもしれないが、ニュースの受け手の好みを反映した結果である。情報の優先順位は、情報の受け手が左右するものでもあるのだ。実際、韓国政府の米国における日本ネガティブ・キャンペーンはこの時期に始まったことではなく、米国各地での慰安婦像の建設問題などの動きを国内報道機関も折々に伝えていた。そうしたニュースに視聴者や読者から鋭い反応があったならば、あるいは総理訪米直前の事件の扱いも変わっていたかもしれない。

日本では、情報を送り出す側も、情報を受け取る側も、双方が「情報の重要性に対する感覚が弛んでいいる」と私には思えた。

### 「情報」の連鎖からは誰も逃れられない

「政治」という言葉から思い浮かぶイメージはどんなものだろうか。

カネ、権力、密室、それらの争奪をめぐって繰り広げられる選挙——といったドロドロしたイメージか。あるいは、消費税、景気・雇用、社会保障、災害対策、原発、戦争といった言葉の数々だろうか。

それらは、人びとが政治について抱いているごく一般的な印象だ。さらに言えば、そうした印象はもともと、テレビや新聞の報道、それを話のネタにした職場や街角での雑談、パソコンやスマートフォン間を駆けめぐるソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）への書き込みなどといった「情報のやりとり」の結果、定着したものだ。

一方、政治の現場では「人びとが政治についてどのような印象を持っているか」をいつも気にしている。「世論調査の数字がなぜ変わったのか知りたい」「人びとがいま政治のことを批判しているのか、何を支持しているのかを知りたい」「これから先、人びとが何を期待しているのかを早く知り、先回りして行動したい」と考えている。その答えは、やはり情報から得るしかない。

つまり「人びと（世論）」と「政治（政治家）」のどちら側から見ても「情報」が唯一最大の結びつきなのだ。情報がなければ、人びとが政治を評価することも批判することもできないし、政治家もどのような行動が期待されているのか（いないのか）の判断のしようがないからだ。

先に記した、安倍総理訪米直前のワシントンDCの状況についての情報を知ると知らないとでは、安倍政権の外交姿勢の理解に大きな差が生じる。「そんな理解の差は自分の日々の生活とは関係ない」と突き放せれば簡単なのだが、現代の人びとと情報の関係は、

そんなに単純なものではなくなっている。

私に関与した政治情報分析の現場では、テレビ報道を中心に、日々、政治にかかわるどのような話題がどのように扱われているのかを、リアルタイムで定量的にとらえることができる。それは人びとの興味を代表する「値」と解釈できる。報道状況と合わせて、ツイッターのつぶやきやフェイスブックの書き込みを分析すると「人びとの興味がどのように拡散し、やがて消えていくのか」も見えてくる。ネット検索で打ち込まれるキーワードの傾向や、ウェブサイトのアクセス量からも人びとの発想や行動が浮き彫りになる。それらは、政治情報の基礎として政党にフィードバックされ、政策に反映し、国の舵取りを左右し、やがて人びとの暮らしにフィードバックされる。一人一人が受信したり発信したりする情報は小さなものであったとしても、一見政治とは何の関係もないし意識もしていない情報行動だったとしても、その集積が、結局は自分の暮らしに跳ね返ってくる。

現代という時代は、パソコンやスマートフォンやネットを通じて、ほとんどすべての人が好むと好まざるとにかかわらず、情報の生成や増幅や消滅のプロセスに参加せざるを得ない。現代を生きるとは情報世界を生きることだと言っても過言ではない。本書を手にする読者のみなさんも政治や経済や社会で起こるさまざまな事象と「情報」によって結びついており、程度や立場の差はあるとしても、その結びつきから逃れることはできない。極

端に言えば「自分は関係ない」という姿勢、「何もしない」という行動ですら、結果に影響することなのだ。

「情報」は、現代にあっては量的にはきわめて大量化、質的にはきわめて精緻化している。ウェブやスマホでの検索のように、人びとがモノの値段を比べたり、旅先の見どころを調べたり、レストランや映画の新作の評判を仕入れたりする「情報活動」がここ5〜10年のあいだに激変したことは誰もが実感しているだろう。同様の変化が政治にも及んでいるのだ。

にもかかわらず、情報の送り手（報道機関など）も受け手（視聴者や読者）も依然として政治にカネや情実の世界と見ている。政治と言えば、報道されるのはカネをめぐる疑惑や男女関係・失言・暴言といったスキャンダル、議会映像もヤジや怒号が飛び交う場面ばかりが好んで切り取られる。結果、そういう情報に基づいて人びとの「政治」の印象が固まり、ほんとうに重要な情報がこぼれていくのである。

私として、政治にカネや情実が絡まなくなっただとは思わない。しかし、政治の現場でどのような情報活動がおこなわれているか、政治のなかで情報の価値がどれほど高まっているかをそろそろ明らかにすべきときではないのか——安倍総理訪米直前の出来事をきっかけに、考えを改めた。今回、執筆を決断したのは以上の理由による。

## 政権奪還にいたる4つのフェーズ

2009年の衆院選から、2013年参院選のあいだ、自民党が政権奪還に向けてたどった道を情報活動の観点から整理すると、以下の4つの局面（フェーズ）から構成される。

### ■第1フェーズ（2009年秋～2010年7月参院選）

自民党大敗の総選挙結果を「データ」だけで80%超的中させた分析をきっかけに、自民党本部の情報分析会議が始まる。2010年4月までは週に1度の暗中模索。5月の連休明けから分析ピッチを毎日ベースに詰めて参院選に臨む。ネットCM戦略なども果敢に織り込んで政権奪還への橋頭堡を築く。

### ■第2フェーズ（2010年秋～2011年夏）

小沢一郎氏の「ニコニコ動画」独占会見や「尖閣ビデオ」の流出（YouTube）をきっかけに、政治の世界にネットが食い込む。自民党もネットメディア利用を加速。ネット上の情報分析も本格化。テレビ報道状況が一目でわかるインフォグラフィックスを作成。東日本大震災を経て情報収集・分析の手法が確立する。

### ■第3フェーズ（2011年秋～2012年12月衆院選）

民主党3人目の野田佳彦総理。前任2人に比べて手堅い分、情報的には“地味”。政治全体の情報露出が少なくなり、情報分析もやりにくくなった。世論調査結果も不安定。そんななかで安倍晋三現総理が「総裁再チャレンジ」で浮上。自民党総裁選が注目を集めた。安倍新総裁が党首討論で解散を引き出し、年末の総選挙で一気に大勝。

### ■第4フェーズ（2013年1月～7月参院選）

第二次安倍政権発足。勝った勢いを緩めず、7月の参院選に向けて1月から選挙態勢。蓄積した情報戦ノウハウを全力投入で臨む。初のネット選挙運動解禁の国政選挙。自民は候補者全員にタブレット端末を配付、ゲームアプリを入口にして有権者を政策サイトへ誘導。また、司令塔としてIT企業を巻き込んだプロジェクトチームを設置し、参院選圧勝。

私は、この4つのフェーズにわたり、自由民主党の報道局や広報本部に所属する国会議員たちをボスとして仕えた。本書は、傭兵でありながら、凶らずも情報参謀役となった私が助太刀した「政権奪還の情報戦」の全貌である。

今回の情報参謀役としての私の働き方を、身近なモノに例えるならカーナビゲーション、いわゆる「カーナビ」が適切だと思う。

- ・ 自民党    || クルマ
- ・ 運転者   || 自民党の国会議員
- ・ 私        || カーナビ
- ・ 目標地点 || 政権奪還

クルマのカーナビでは地図表示しながら、「しばらく道なりです」「300メートル先左方向です」「右から合流があります」「事故多発地点です」といったアナウンスを参考に運転していく。アナウンスが遅くても早くても運転者はイライラするものだ。田舎を走っているときと都心を走っているときでは縮尺を変えないとうまく走れない。よく知っている道では、カーナビの杓子定規な案内が信じられなくなったりもする。

同じようなことが政治の世界のナビゲーションにも言えた。いま私たちはどんな道を走っているのか、危険はどこにあるか、この道は最短距離なのか、迂回した方がいいのか、そもそもこの道で方向は合っているのか——試行錯誤の連続だった。

しかも、政治の世界のナビゲーションには競争相手がいる。競争相手がすぐ隣を並走している「ドッグファイト」状態のときもあるし、相手は見えず、ただただ自分のペースを決めて走るしかない場面もある。

クルマのレースの世界で「ドライバーやメカニックの職人芸+データ分析」が当たり前になったように、私もまた、「ベテラン議員や党職員の経験と勘」がモノを言う政治の世界に「データ分析」を加えた。

クルマではGPS衛星からの信号が位置や進行方向データの基礎になる。一方、政治の世界では、テレビや新聞の報道内容やネットにアップロードされたテキストが基礎データとなる。私は、現在地点がなんとか判別できるレベルからスタートして、機能を追加したり表示を改善したりして徐々に性能を上げ、ついに政権奪還という目標地点にたどり着いた。発端から数えると1461日に及ぶ情報ナビゲーションだった。

なお、本書は、私のメモや記憶をもとにまとめられている。登場人物や出来事はすべて実在・事実だが、あくまでも当事者のひとりとして現場に居た私の視点でとらえたものだ。本書の記述のなかに時間や事実関係の誤りがあるとすれば、それはすべて私の責任である。また、登場人物の肩書は当時のものであること、人名については一部敬称を略したことをお断りしておく。

くりかえしになるが、政治は、カネや情実だけで動く世界ではなくなりつつある。それどころか、情報技術（IT）やツールの進歩によって急ピッチに人びとの発想や行動との結びつきを強めている。私が本書で明らかにしたいのは、「政治に、テレビやネットの情報の分析が組み込まれ、人びとの小さな行動の集積が大きな政治活動の結果に結びつけられている、その最新の事実と仕組み」だ。本書の書き手である「私」も、読み手である「あなた」も、すでにその事実と仕組みの一部なのである。

小口日出彦

## 目次

はじめに

3

韓国政府が仕掛けてきた「情報戦」／「情報」の連鎖からは誰も逃れられない／政権奪還にいたる4つのフェーズ

## 第1フェーズ（2009年秋～2010年7月参院選） 野党転落——報道分析から復活への手がかり

19

「10分で説明してくれ」／クチコミ@総選挙2009／現象に気づき、仮説を立て、検証する／分析の基本となる「メタデータ」／人によって紡がれる「メタデータ」／的中率80・3%の意味／2009年夏は「のりピーの夏」／民主党が「わかりやすく」映った／政党CMにも表れたメッセージ力の差／戦略的CMを投入した民主党／情報分析会議がスタート／「自民党の露出度はゼロです」／悪名は無名に勝る／バンクローバー冬季オリンピックを隠れ蓑に／ロングヒットトピック「普天間移設」を狙う／雑談にヒント／進化する分析リポ

くりかえしになるが、政治は、カネや情実だけで動く世界ではなくなりつつある。それどころか、情報技術（IT）やツールの進歩によって急ピッチに人びとの発想や行動との結びつきを強めている。私が本書で明らかにしたいのは、「政治に、テレビやネットの情報の分析が組み込まれ、人びとの小さな行動の集積が大きな政治活動の結果に結びつけられている、その最新の事実と仕組み」だ。本書の書き手である「私」も、読み手である「あなた」も、すでにその事実と仕組みの一部なのである。

小口日出彦

## 目次

はじめに

3

韓国政府が仕掛けてきた「情報戦」／「情報」の連鎖からは誰も逃れられない／政権奪還にいたる4つのフェーズ

## 第1フェーズ（2009年秋～2010年7月参院選）

### 野党転落——報道分析から復活への手がかり

19

「10分で説明してくれ」／クチコミ@総選挙2009／現象に気づき、仮説を立て、検証する／分析の基本となる「メタデータ」／人によって紡がれる「メタデータ」／的中率80・3%の意味／2009年夏は「のりピーの夏」／民主党が「わかりやすく」映った／政党CMにも表れたメッセージ力の差／戦略的CMを投入した民主党／情報分析会議がスタート／「自民党の露出度はゼロです」／悪名は無名に勝る／バンクローバー冬季オリンピックを隠れ蓑に／ロングヒットトピック「普天間移設」を狙う／雑談にヒント／進化する分析リポ

ート／「世論は朝つくられる」／小泉進次郎氏をCMに起用／参院選の情報戦略

## 第2フェーズ（2010年秋～2011年夏）

### 膠着停滞——テレビ＋ネットデータで精密度アップ

83

情報分析から情報戦略へ／バブルチャートの誕生／政治とメディアを変えた2つの事件／一線を越えたテレビ局／政治とネットが手を結ぶ／野党だからできた、自民党のネット戦略／菅総理をあと一歩のところまで……／被災直後のエム・データ社／お粗末すぎた民主党の震災対応／今までの政治作法はもう通用しない／大臣の暴言一発が即辞任につながる時代／菅総理の「長い夏」／野田総理の登場

## 第3フェーズ（2011年秋～2012年12月衆院選）

### 政権奪還——ネット積極活用で注目を集める

123

ボス交代／規模拡大した情報分析会議／「発生の事実」よりも「菅内閣の対応ぶり」／普天間は「減衰力が小さい」トピックだった／低値安定の野田政権／「第三極」橋下大阪市長

「長」の台頭／「近いうち」とはいつなんだ？ 世論調査も大ブレ／自民党カフェスタの試み

／安倍晋三氏の再登板／衆議院解散、総選挙へ／速攻で陣地を構える／2つの「ネガティブ・キーワード」をポジティブに逆転／早すぎる圧勝予測は危険のサイン／「選挙は熱伝導」／選挙戦最終日の高揚感

## 第4フェーズ（2013年1月～7月参院選）

### 完全勝利——IT全面武装で選挙に臨む

177

情報世界の景色が一変／参院選勝利に狙いを絞る／キーファクターは第三極とネット選挙／「いつも見られている」／露出は大胆かつ上品に／「ネット選挙ビジネス」という誤解／T2の誕生、組成と位置付け／スマホゲームも投入／毎朝の会議で「今日の打ち手」を決める／選挙戦の完成形に近づく／市民運動系候補の台頭／自民党の完全勝利

## 第1フェーズ

(2009年秋～2010年7月参院選)

### 野党転落

——報道分析から  
復活への手がかり

自民党大敗の総選挙結果を「データ」だけで80%超的中させた分析をきっかけに、自民党本部の情報分析会議が始まる。2010年4月までは週に1度の暗中模索。5月の連休明けから分析ピッチを毎日ベースに詰めて参院選に臨む。ネットCM戦略なども果敢に織り込んで政権奪還への橋頭堡を築く。

終わりに(2016年5月)  
情報の結節点に綱を張る

「果しなき流れの果に」が発想の原点、「不安な時代」を情報で生きる

## 「10分で説明してくれ」

2009年8月30日の第45回衆議院議員総選挙。

この日、自民党は民主党に歴史的大敗を喫した。民主党308議席に対し、自民党119議席。議席占有率64・2%という、民主党にとって空前絶後の大勝利だった。9月には鳩山由紀夫内閣が発足し、対する自民党は政権の座を失い、野党に転落という未曾有の危機に陥っていた。

その年の11月、私はそれまで縁もゆかりもなかった自民党本部に呼ばれ、茂木敏充報道局長の前に立っていた。何度かテレビで見たことのあるその顔は、その日はなんとなく機嫌そうで、分厚い資料に黙々とペンを入れている。呼ばれて訪れたにもかかわらず、「なにしに来た」という空気が充満していた。私に同行していた同僚は、その場の雰囲気吞まれてしまい、すっかり萎縮していた。

茂木氏が突然口を開いた。

「10分やるから、何ができるのかを説明してくれ」

アポイントの時間は1時間ということになっていたのだ。

正直なところ、私は少しムツとしたのだが、せっかくの機会だし、偉い相手にはよく

あることだから、と気を取り直して説明を始めた。

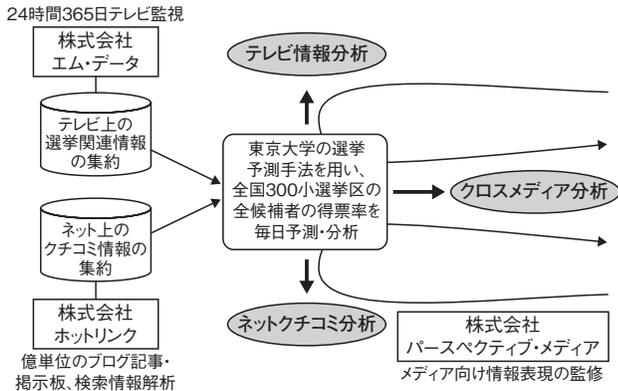
「我々はテレビで何が報道されているか、インターネットで何が語られているかに関する情報をすべてデータベース化して持っています。今夏の総選挙では、そのデータを基に全国300小選挙区の候補者の得票率を予測し、毎日更新して発表しました。選挙戦中日の集計では新聞や通信社の世論調査に引けを取らぬ予想を弾き出し、最終的中率は80・33%に達しました。選挙直後におこなった総合的な分析から、今回の選挙で民主党に風が吹いた情報構造も明らかにすることができました。こうした分析は、政党名や候補者名のテレビ報道における露出量やネットのブログや掲示板での書き込み量から導かれます。その量を計る基本要素がメタデータといまして……」

そのとたん、「わかってるから、そこは大丈夫だ」と遮られた。

茂木氏は、丸紅、読売新聞社政治部記者を経てマッキンゼー社のコンサルタントを務めた経歴を持ち、頭脳明晰な人らしいということは事前の調べで知っていたが、情報に対する感度も非常に高い人のようだった。そこで私はほとんど先を続けた。

「メタデータは毎日数万単位でデータベースに蓄積していきます。そのデータベースを、例えば麻生太郎というキーワードで検索すると、8月1日には何回登場したのか、翌日はどうなのか、前日に比べて増えているのか減っているのかを数えることができます。」

## クチコミ@総選挙2009の概要



テレビやネットから収集したデータを用いた「情報分析」をおこない、方向性を示唆する。前例のない「情報参謀」として、私たちのチームが自民党のために働くことが決まった瞬間だった。

### クチコミ@総選挙2009

ここで、この総選挙で私たちがおこなってきたことをあらためて説明しておきたい。この総選挙の情報分析が、あらゆる面でその後4年間にわたる情報分析の基礎になっているからである。

麻生内閣の下で衆議院が解散し、総選挙の日程が決まった直後、私を含めた複数の企業・組織から成るチームは「クチコミ@総選挙2009」と名づけたプロジェクトを立ち

同じように鳩山由紀夫について検索すれば、麻生太郎とどちらが多いのか、それぞれの増減のパターンはどのように違うのか、といったことが見えてきます。このような出現頻度や出現の傾向が情報分析の手がかりになるのです」

茂木氏はこちらも見ずにただ聞いていた。しかし、最初とは違って真剣に耳を傾けてくれている気配が伝わってきた。

「あるキーワードの出現頻度や出現のパターン、つまり『情報の表れ方』と選挙結果には非常に高い相関性があることが、この夏の総選挙の私どもの情報分析で明らかになったのです。こうした情報分析を定期的におこなっていけば、どんなキーワードが世論をどう左右しているのか、あるいは国会での質問に対して世論がどう反応しているのかといったことも解き明かせる可能性があると考えています」

茂木氏から発せられた質問はただひとつ。

「それはいつもできるのか？」だった。

「いつもできるかどうかは保証のかけりではありませんが、仕事としてご依頼いただければやらせていただきます」

「うん、わかった」

それで終了。話は本当に10分で終わってしまった。