

# 若年層の投票率・投票の質向上に 向けての施策のご提案

立命館大学 経営学部 4年生

# もくじ

1. サマリー
2. 現状分析
3. 提案Ⅰ（選挙時啓発）
4. 提案Ⅱ（常時啓発）
5. まとめ

# サマリー

## 問題点

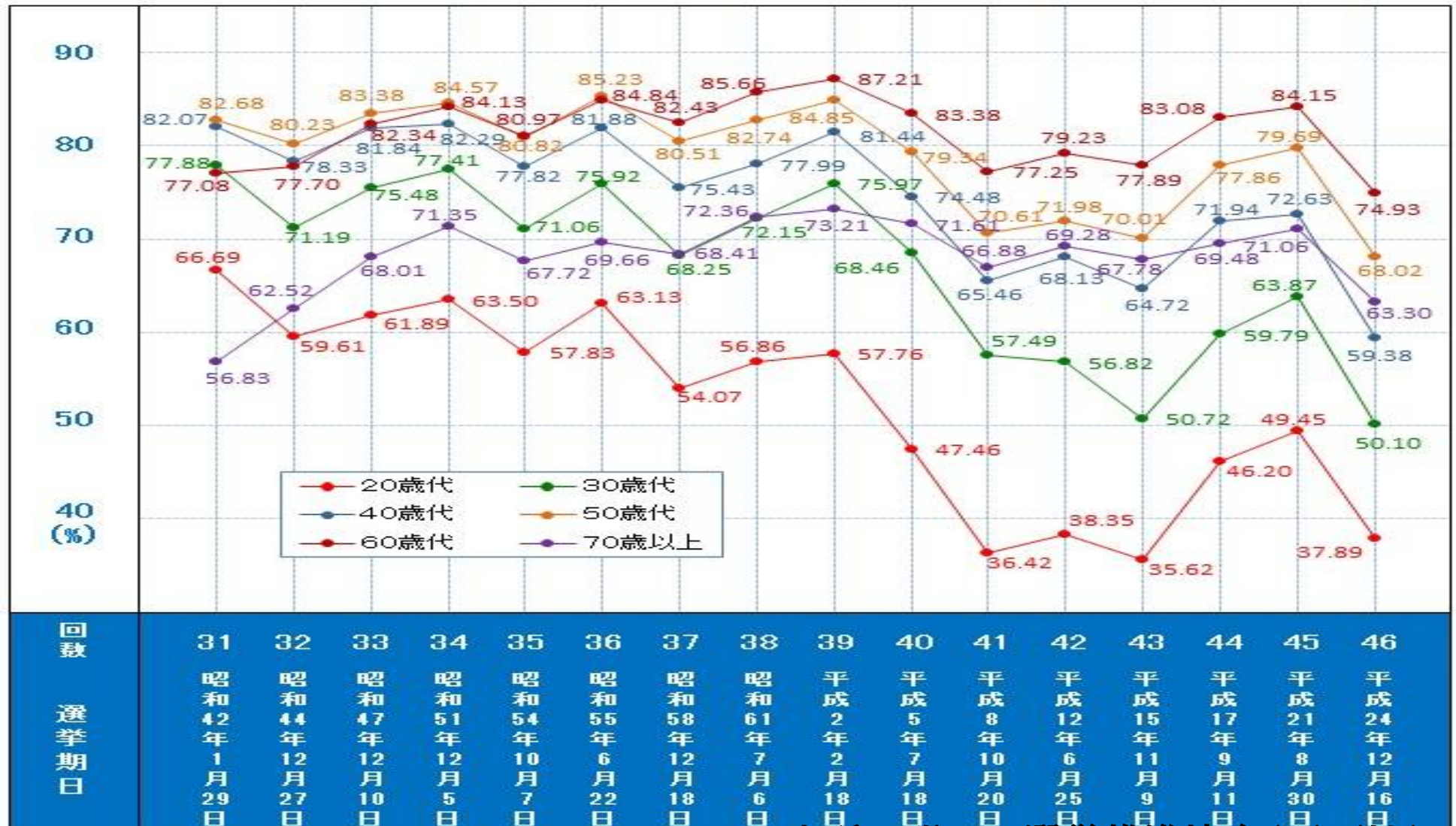
- インターネットの利用率が高まる中、選挙時には全くと言っていいほど利用されていないということ
- 有権者の行動はA I S A S型に変わっているということ

## 解決策

- 情報システムへの投資（政党・候補者マッチングシステム）
- 既存事業をより有権者の興味関心を刺激出来る施策へ改善する

# 若者の投票率の低さには構造的な問題がある

若者の投票率が低いのは、今に始まったことではない



出所：明るい選挙推進協会から引用

# 内発的動機づけが必要不可欠

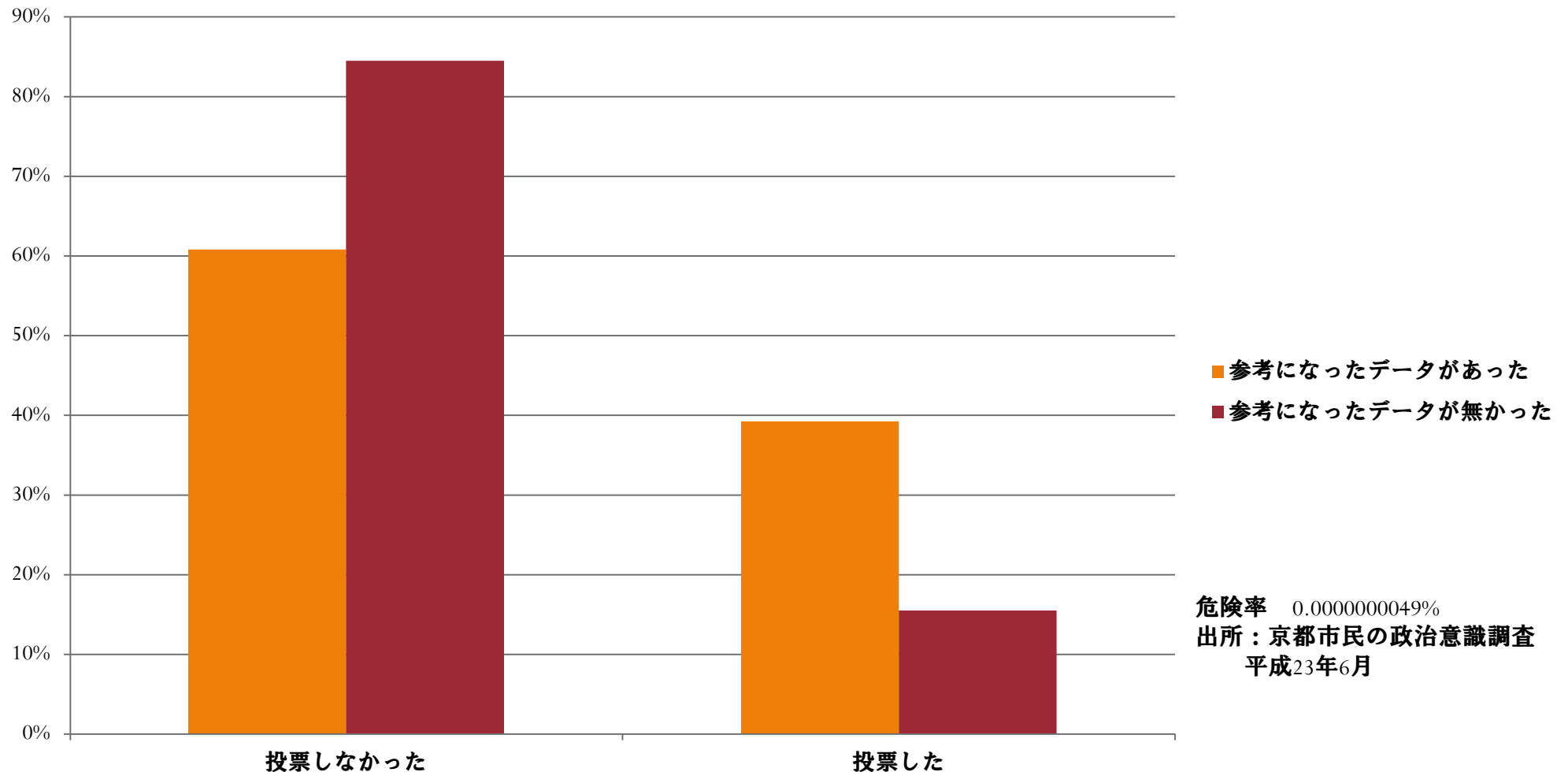
近年の消費者行動は、AISAS型である



筆者作成

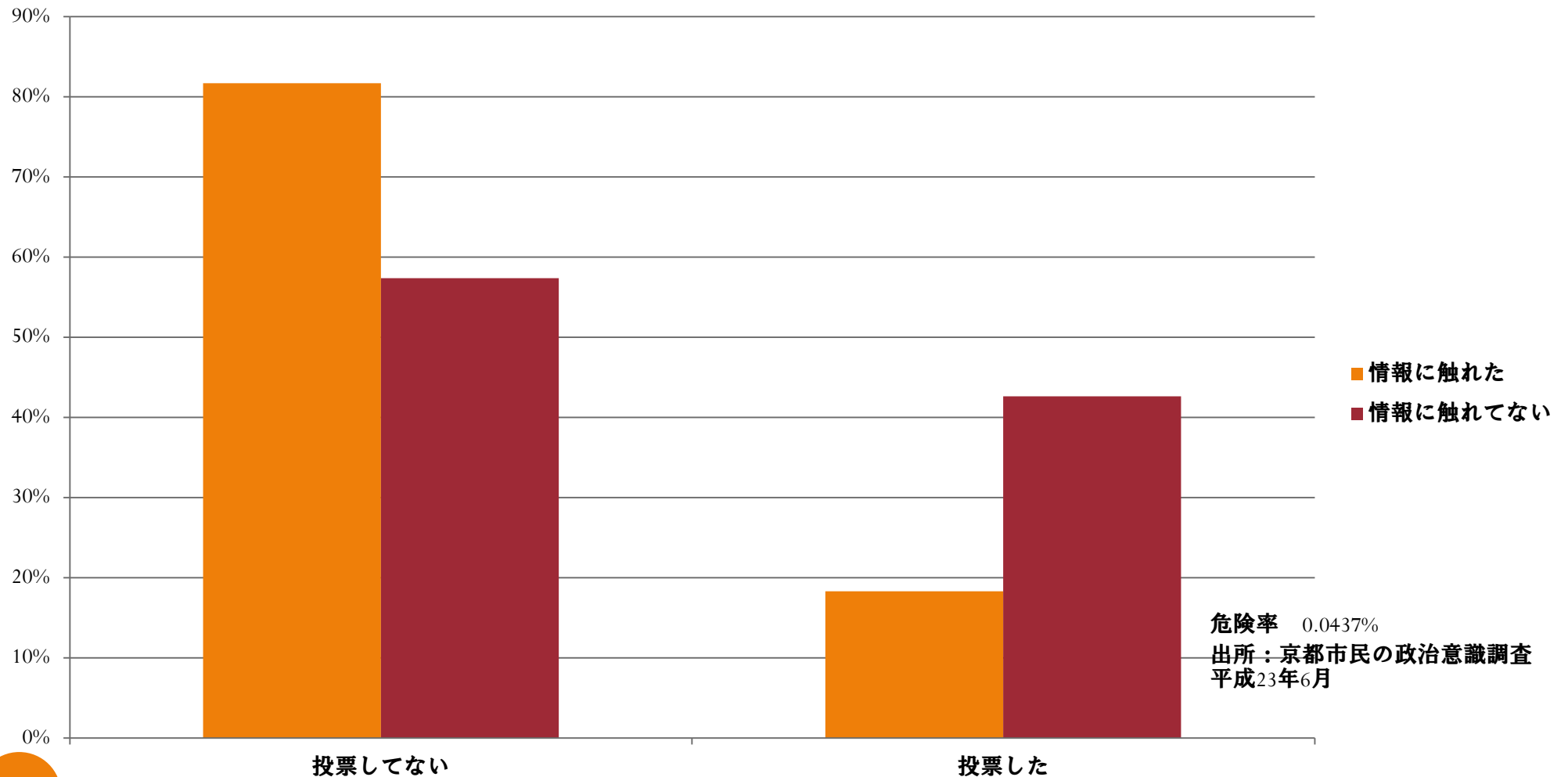
# 選挙における情報の有用性は明らか

参考になったデータがあった有権者の投票率は、  
なかったもの比べて約20%高い



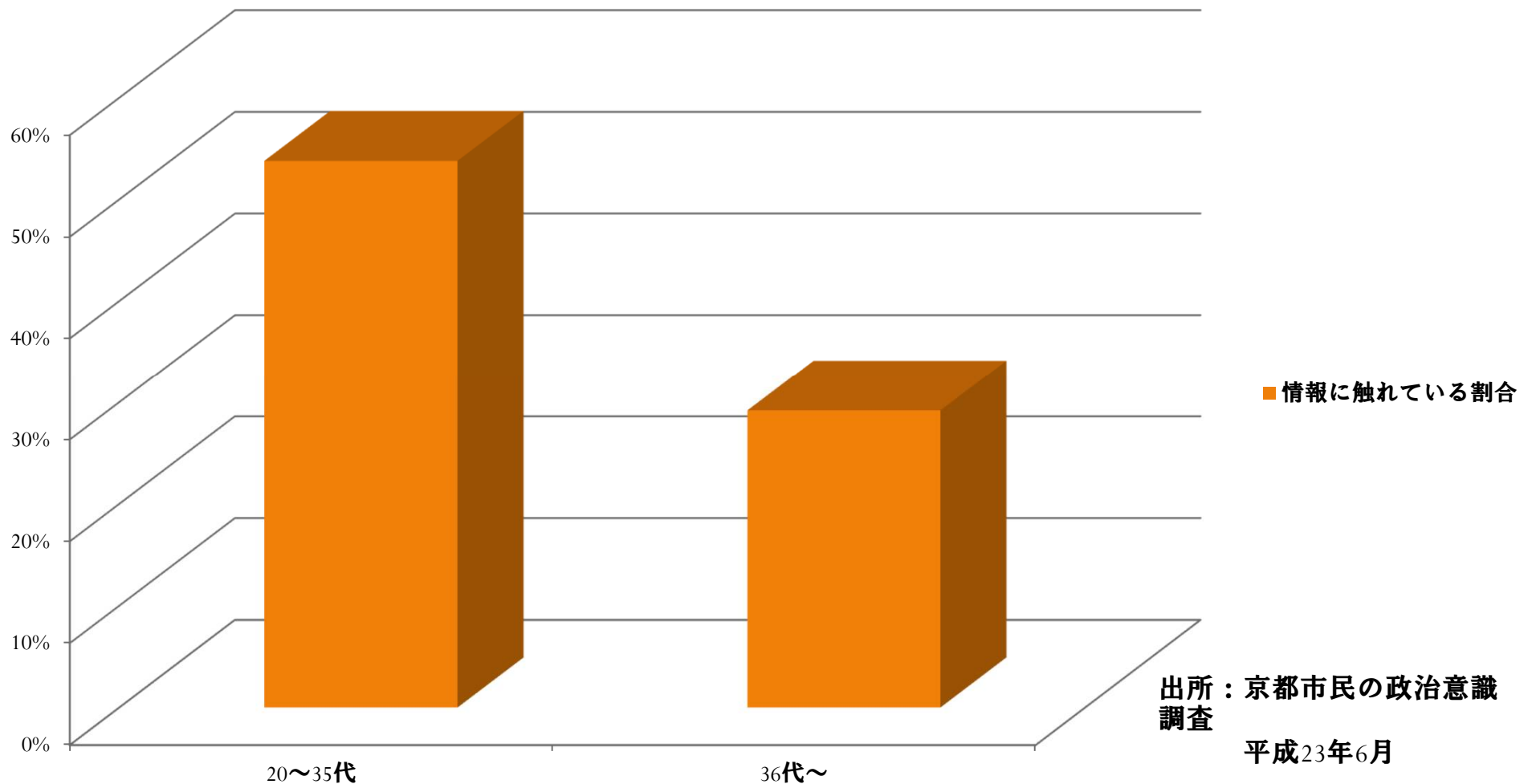
# 若年層では逆転の現象が起きている

情報に触れたという20代～35代までの投票率は情報に触れていない者と比べて約25%低い



# 若年層の方が情報に触れている

情報に触れている割合は20～35代の方が約25%多い





# 情報の質が悪い可能性がある

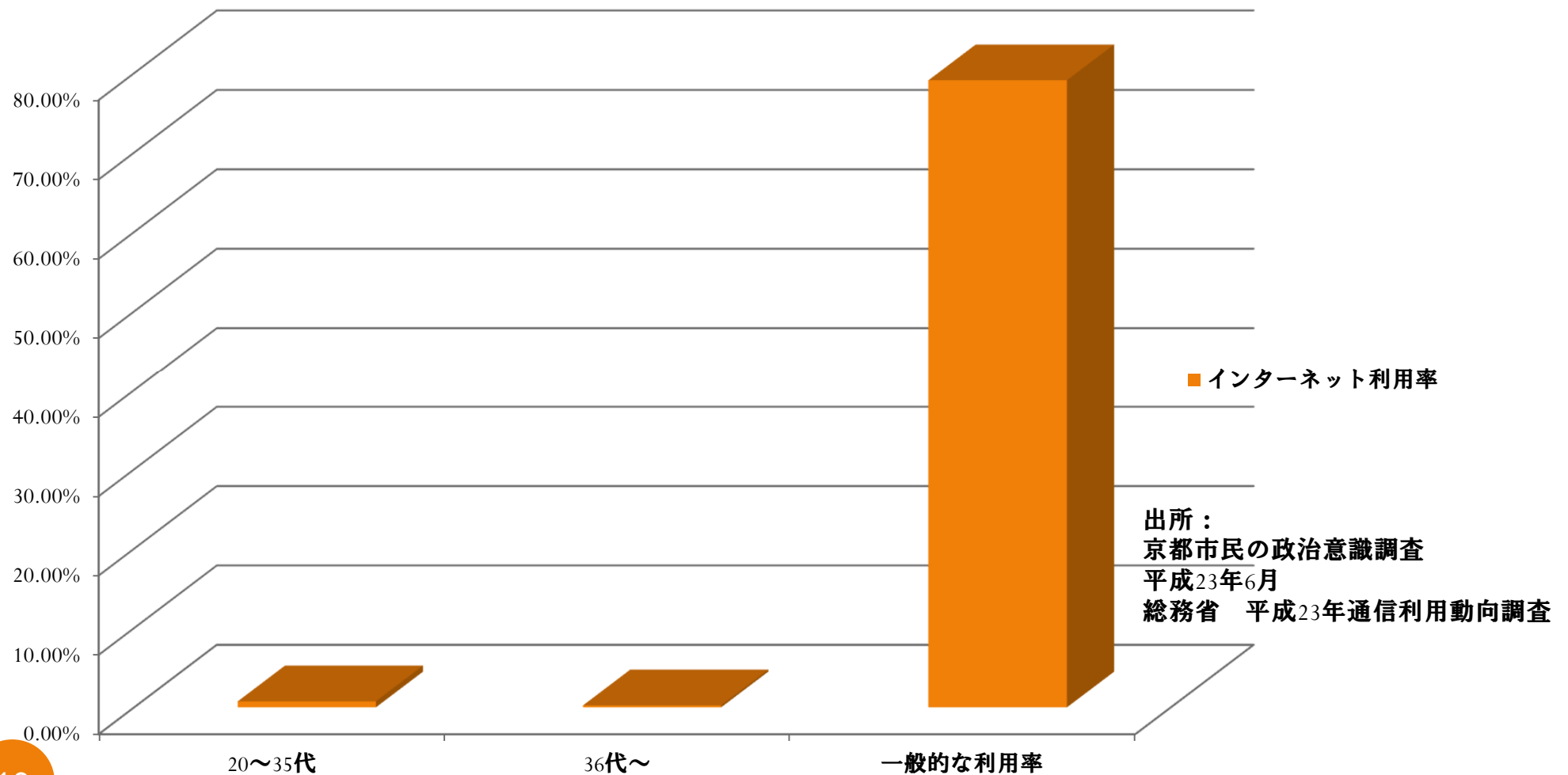
若年層は、行動に移ることが出来ない情報に触れている可能性がある

**情報**（じょうほう、英語: information、ラテン語: informatio **インフォルマーティオー**）とは、

1. あるものごとの内容や事情についての知らせのこと。
2. 文字・数字などの記号やシンボルの媒体によって伝達され、受け手において、**状況に対する知識をもたらしたり、適切な判断を助けたりするもの**のこと。
3. 生体（生命）が**働くために用いられている指令や信号**こと。

# 選挙時のインターネット利用率は低い

選挙時のインターネット利用率は、若年層でも通常時と比べて極めて低いと言える



# 問題点と現状の整理

以下を解決する必要がある

- 若者は普段日頃からインターネットを使い情報を取っているにも関わらず、選挙時のインターネット利用率は、通常時と比べて圧倒的に低い。
- 若者の行動特性がAISAS型になっている

# 課題としては大きく分けて2点

- 情報をインターネットで検索したときに、一目で分かるウェブページがない・もしくはあったとしても、多くの人から認知されていない

⇒ **選挙といえばココという情報サイトの構築**

(Search Action Share)

- 注意や関心を高めなければ、いくら良いコンテンツを作っても誰も利用せず、望んでいる若年層の投票率向上という結果も生まれない

⇒ **常時啓発の強化**

(Attention Interest)

# 選舉時啓発

# 候補者マッチングアプリの作成

ユーザーの考えに最も近い政党を判定するアプリ



アキネーター

有料ダウンロード数**312**万件のメガヒットアプリケーション

質問への5段階の回答例を元に、実在または架空の人物・キャラクターを絞込み推測しながら特定するプログラムエンジンであり、データベースを応用した人工知能の一種



## 京都の選挙

# システム開発費の問題は解決できる

他地域の選挙管理委員会や明るい選挙推進委員会で協定を結ぶことで、解決が可能となる

## 仮定

システム開発費 10,000万円

47都道府県で分割 1県あたり 212万円

永続的に使えるシステムのため非常にお買い得である

# 類似サービスのご紹介

日本の政治.com 投票マッチングというサービス

## ◆投票マッチング（設問）

投票マッチングでは、20の政策に関する質問に答えるだけで、科学的手法に基づき、あなたの考えに最も近い政党を判定します。

<http://nihonseiji.com/votematches>

日本政治報道株式会社がリリースしたサービス



# システム導入後の理想像

投票の質・投票率の向上につなげる

- このサービスを利用した有権者が自分の投票すべき政党を理解し、実際に投票に行く

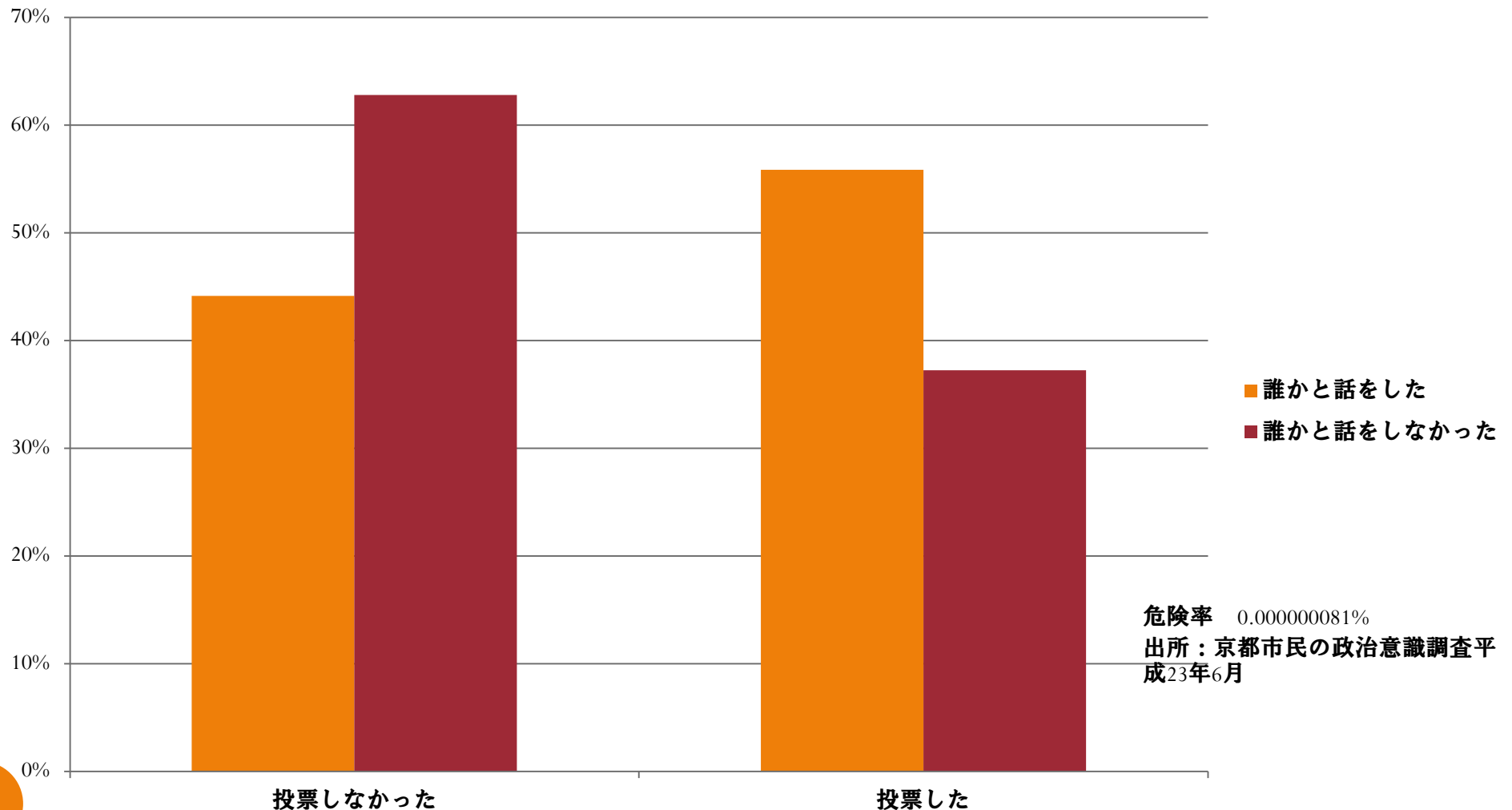
**投票の質・投票率の向上**

- このサービスの利用者が、自分が知らなかったことを知ることが出来たという満足感から他の有権者にこのサービスを勧めるサイクルを生む

⇒ **選挙についての話題の共有が進む**

# 情報共有の有用性

誰かと選挙の話題についての話し合い・すすめがあることで、約20%投票率は向上する



# 常時啓発

# 常時啓発における既存事業の見直し

## 現状分析

論文コンクールでは、京都市内在住または市内へ通勤・通学する中学生以上20歳未満のものを対象にし、『わたしはこう考える』というテーマで論文を募集している。

中学校や高等学校の夏休みの宿題となりやすく、多くの中高生が参加している。

# 常時啓発における既存事業の見直し

理想を語る前に現実をしっかりと認識させる

## 変更点

京都市長候補や衆議院・参議院候補の政策を調査し、分析し、『この候補者が受かったら社会はこうなる』という形式のいわばアナリストチックなコンクールに変更する

## 狙い

子供たちが、候補者は何を考えているのかということが分かるだけでなく、子供が調査した課題を親が見ることで、親の世代（30代～40代）の政治への関心を刺激する狙い

# 改革後の理想の形

若い芽を育てつつ、その周りにいる大人の選挙への関心を刺激する

- 学生たちが調査した結果を見た大人が、それを機に政治に関心を持ち、政党選びに役立てることが出来るようになる。

⇒ **周りの大人の政治関心を煽る**

- 学生たち自身が、京都を代表とする候補者が何を考えているのかということを理解できるようになる。

⇒ **今まで通りの若い芽の育成**

# 参考文献

- **明るい選挙推進協会HP**

<http://www.akaruisenkyo.or.jp/070various/071syugi/693/>

2013年9月12日アクセス

- **日本の政治.com**

<http://nihonseiji.com/footercontents/company> 2013年9月

12日アクセス

- **総務省 平成23年通信利用動向調査**

ご清聴

あ  
り  
が  
と  
う  
ご  
ざ  
い  
ま  
し  
た