

政治参加で熊本を元気に!!

チーム名：内田ゼミ

花生 遊砂・安藤 仁美・伊藤 学・大西 貴光・奥野 楓・尾崎 桃子・
菅野 美咲・長森 健太・楨 健輔・松原 美鈴・松本 太郎

日本で問題となっている「若者の政治参加度の低下」は熊本も例外ではない。若年代の投票率は全国平均を下回っている。若者が政治に対して高いハードルを感じ、知識をつける意識がないことがこの原因である。私たちはこの問題を解決する施策を提言する。

政治について簡潔にまとめられた本「かたる。」を配布し、その本をもとにしたクイズ番組「かたるTV」で本を活用する場を用意する。ただ「かたる。」を配布するだけでなく「かたるTV」を放送することで政治に対するハードルを下げ、若者の政治における知識の蓄積と意見形成を促す。政治への関心を高めることで投票率を高める事ができる。

若者の政治参加の活性化が積極的な意思表示につながり、若者が暮らしやすい社会が形成される。そのため熊本の人口流出を阻止し、若者の移住も見込めるため、政治だけでなく経済・教育など様々な面での活性化が期待でき、結果として熊本をより元気な県に導くことが可能である。

1. 問題提起

民主主義の根幹は選挙である。選挙によって日本は民主主義国家の体を成し、選挙によって国民の意見が国家の意思決定に反映される。つまり選挙への投票率が高ければ高いほど、より国民の意見が反映され、自分たちが「納得」できる社会を実現できるということである。しかし近年日本では国民の、特に20代の若者の投票率は低下し、若者にとって「納得」のできない意思決定が成されてしまっていると言わざるを得ない。2014年の全国衆議院議員総選挙における50代60代の投票率が60%を超えている一方で、20代の投票率は32.58%と、1/3程度の若者しか投票をしていないのだ。2013年の参議院議員通常選挙の投票率もほぼ同様の値が見られていて、若者の政治参加度の低下が明らかになっている。この問題は熊本も例外ではない。熊本の2014年の衆議院総選挙の20代の投票率は28%台である。この数値は、熊本の若者の意見が反映されづらいことを示している。この問題の大きな原因は、政治参加の心理的ハードルの高さにある。それゆえに、若者にとって暮らしにくい社会が形成されており、熊本県の元気が損なわれていると考えられる。

そこで私たちはこれらの問題の原因を解消し、若者の政治参加を促進するような施策を提言し、若者にとっても暮らしやすい政治的判断がなされることで熊本県を元気にしたい。

2. 現状分析

図1は、平成26年度の衆議院議員選挙における熊本の投票率のデータである。黄色で塗りつぶされている部分が、今回私たちが若者として定義する20代～30代までの年代の投票率である。全国平均が20代で32.58%、30代で42.09%であるため、熊本の若者の政治参加

は平均以下であることがわかる。

図 1

H26. 12. 14執行衆議院議員総選挙における年齢別投票率
(抽出調査による推計値)

年齢	投票率 (%)		
	男	女	計
20	36.59	22.86	30.26
21	34.62	32.43	33.33
22	21.88	19.44	20.59
23	29.55	28.57	29.11
24	23.08	35.90	29.49
小計	29.12	28.02	28.57
25	33.33	20.00	26.47
26	21.57	17.78	19.79
27	21.21	33.33	26.67
28	25.71	34.62	29.51
29	31.58	48.89	40.96
小計	26.32	30.90	28.53
30	36.17	37.25	36.73
31	14.29	36.84	25.00
32	42.31	26.00	34.31
33	30.43	34.55	32.67
34	36.96	37.50	37.21
小計	32.62	34.19	33.40
35	27.78	44.44	36.11
36	34.88	46.51	40.70
37	42.86	37.04	39.81
38	43.14	49.02	46.08
39	39.29	47.69	43.80
小計	37.55	44.94	41.35
40	68.00	42.86	54.72
41	38.00	44.44	41.59
42	41.27	32.73	37.29
43	40.91	60.98	50.59
44	29.09	40.00	34.00
小計	43.13	43.46	43.30
45	45.71	50.00	48.00
46	56.00	39.34	46.85
47	48.94	63.33	57.01
48	55.26	45.24	50.00
49	44.68	63.93	55.56
小計	50.23	53.03	51.77

年齢	投票率 (%)		
	男	女	計
50	53.19	42.65	46.96
51	64.81	51.85	58.33
52	44.12	55.81	50.65
53	62.71	46.51	55.88
54	69.77	52.17	60.67
小計	59.92	49.21	54.38
55	55.10	54.00	54.55
56	58.82	62.50	60.75
57	52.94	69.57	60.82
58	62.26	59.38	60.68
59	57.78	66.04	62.24
小計	57.43	62.08	59.85
60	57.58	43.64	51.24
61	60.34	69.84	65.29
62	70.49	67.78	68.87
63	56.92	64.94	61.27
64	61.67	56.06	58.73
小計	61.29	61.54	61.42
65	80.00	66.20	72.79
66	66.20	55.56	61.19
67	59.38	63.64	61.54
68	57.89	69.64	64.89
69	87.50	75.68	81.16
小計	69.26	65.19	67.14
70	78.05	70.91	73.96
71	70.83	67.27	68.93
72	65.79	66.67	66.33
73	63.46	66.67	65.14
74	64.29	78.05	73.39
小計	68.33	70.55	69.62
75	80.56	69.23	73.86
76	81.82	64.58	71.60
77	61.22	62.90	62.16
78	73.17	58.93	64.95
79	75.41	62.26	69.30
小計	73.64	63.47	68.02
80～	47.38	38.32	41.52
合計	51.28	50.34	50.77

(熊本県選挙管理委員会より)

図 2 は選挙に行かない理由である。最も多かった回答は「仕事が忙しく、行く時間がなかった」であり以下「適当な候補者がいなかったから」「当選する人がほぼ決まっていたから」「病気(看病を含む)及び体調が悪かったから」「選挙によって政治や生活が良くなるわけではないから」と続く。ここだけを見れば、解決すべき問題は「仕事が忙しく、行く時間がなかった」を解決するべきであるという結論になる。

しかし本当にそうなのであろうか。投票は仕事が休みである事が多い日曜日に開催されるし、少なくとも 1 ヶ月前には認知されているものではないだろうか。それでも投票に行かないということは、投票という行為、すなわち政治参加に対する意識が低く、優先順位が低体目ではないだろうか。図 3 を見てみると、本当に有権者たちが抱えている投票に対する考え方がわかる。投票に関してはほとんどの人が多少なりとも関心を持っている。全く関心がないという人のほうが稀である。したがって、投票に行かないのは単に時間がないからではなく、関心はあるものの、優先順位が低いためであるというのが最も大きな理由であると私たちは考えた。

図 2

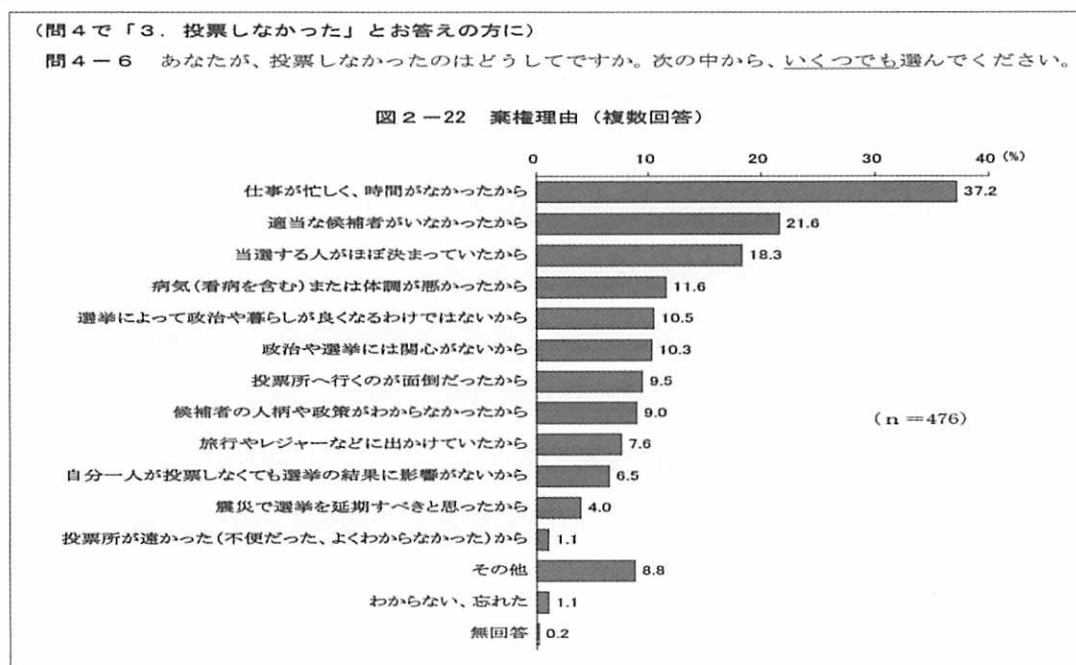
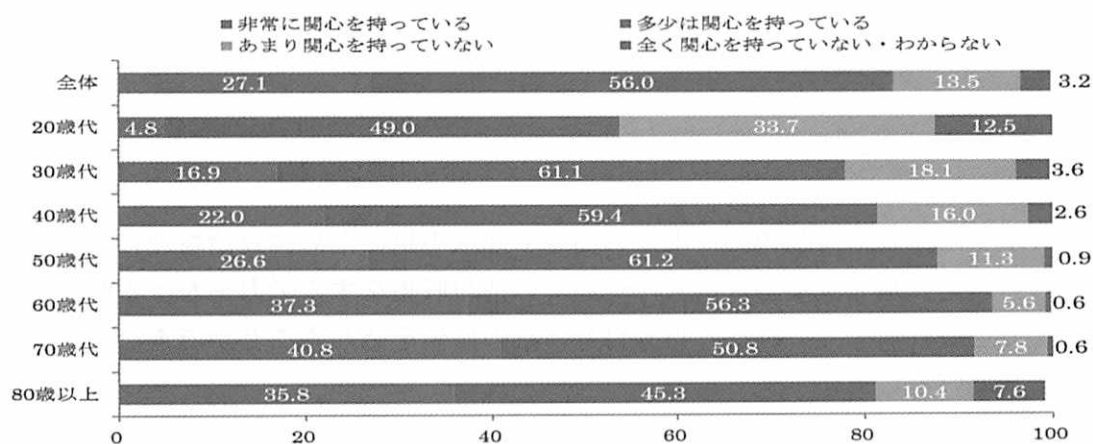


図 3

図 3-4 年代別政治関心度

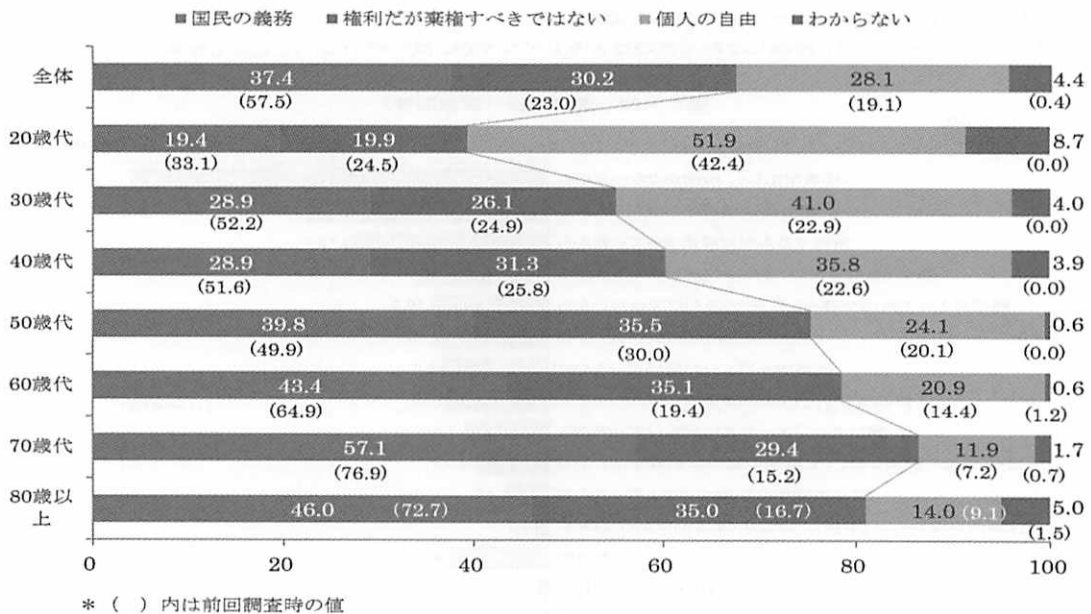


では、若者の中で、政治参加の優先順位が低い理由になにか。私たちは「政治に関する知識がない」さらに政治は難しいと考えられており、ハードルの高さを感じているため学ぼうとも思わないためではないかと考えた。

そこで図 4 を見てみると、年代が若いほど投票に対する考え方は、個人の自由であるという回答が多くなる。若い世代は投票を義務や権利であるとは考えておらず、自分の考えに従うと考えられる。ならば、若者の政治に対するハードルを下げ、知識をつけることで投票に向かう、政治参加を積極的に行うインセンティブを付与する事ができるのではないだろうか。

そこで私たちは以下に述べる施策によって、若者の政治に関するハードルを下げ、知識をつけることで自分の意見を形成することを促し、日本で最も積極的な政治参加がなされる県にすることを目指す。

図 4



3. 具体的な内容

私たちが今回政治参加率を高めるために考えた施策は2段階構成になっている。選挙前に地元・国内の政治問題をまとめた本「かたる。」の配布および政治問題に関するクイズ番組「かたるTV」の実施である。

(1) 「かたる。」本について

a) 目的

若者の多くは、政治参加のハードルの高さや知識不足のために政治参加に意欲的でない。それに加え、地元政治や政治家についての情報収集をする労力をかける時間も惜しい。そして選挙に無知でいけば、自分自身の票の価値を感じることができないという悪循環に陥っている。

この悪循環を解消するために、提案したいのが「かたる。」である。仕事で忙しい若者が一目で地域政治への理解を深められるような、また、政治に全く関心がない若者が気軽に目を通せるような本を作成し、一家に一冊配布する。ネット社会が進む中、敢えて本にする理由は、自ら政治の情報を取りに行くという心理的なハードルを下げ、なんとなく目を通す感覚で、政治への関心を少しずつ高められると考えたからである。また、後述にあるように「かたる。」を開かせることを目標にしたクイズ番組「かたるTV」の実施もハードルを大きく下げる要因となるだろう。

b) 内容

「かたる。」の内容は2部構成となっている。第一部では政治の現状について書かれており、第二部では政治家について書かれている。また、第一部は熊本に関する政治問題、日本に関する大きな政治問題、身近な政治問題の3つのパートに別れる。

・第一部：政治に関する情報

読者である熊本県民が普段身近に感じられるような熊本県の経済政策・労働・税財

政政策・環境エネルギー・教育子育て・社会保障の6項目の地元の問題に関する歴史や意見の対立構造、メリットとデメリットが記載されている。ただし、目的は情報収集のコストを下げることなので、一項目につき見開き3ページ程度とし、現状を構造的に理解しやすいように図解を多く用いる。図5に、前回の熊本知事選の争点であった、川辺川ダムについてのまとめた、参考画像である。また、熊本県民も当然ながら日本国民の一員であるため、解釈改憲など日本全体に関わる政治的問題に関しては知っている必要がある。そのため、熊本県内の問題にとどまらず日本に関する大きな政治問題についても同じ形式で「かたる。」内で取り扱う。最後に、一見政治にあまり関連性がなさそうな若者に身近な事柄を政治と結びつけて考えるコラムも用意することで、政治は自分に身近な問題であるということを理解させ、若者の政治参加の意欲を喚起する。

図5



・第二部：政治家に関する情報

立候補者のプロフィールを記載する。各候補者の名前・年齢・性別・写真などの基本情報のほか、政治家になった理由やマニフェストも分かるようにする。マニフェストに関しては、チャートを用いて分かりやすく表示する。具体的には、社会保障、経済政策、環境・エネルギー、労働、財政政策の5項目について、各自の持ち点である30点を割り振るというものである。各家庭に郵送で配布し、選挙管理委員会が内容を考案することで意見の偏りがないようにする。実際の制作や郵送は民間企業に委託し、全体の予算は約5000万円を見込んでいます。

「かたる。」は、本というかたちで各家庭に郵送されるため、確実に県民に届けることができるという利点がある。そして下で述べる「かたるTV」と連動させることで「かたる。」をより気軽に手に取り読んでもらえる仕組みづくりを作ることができるのだ。「かたるTV」は「かたる。」を手に取り、開かせるためのきっかけづくりという位置づけであり、「かたるTV」を見ることで政治に関心をもった人々が、「かたる。」を読むことで政治に関する知識を深め、政治を自分のこととして考えられるようになる、という流れを想定している。



(2) 「かたるTV」について

次に、「かたるTV」の実施についてである。「かたるTV」は「かたる。」を読ませることと視聴者に自分の意見を持たせることを目的としたクイズ番組である。まず、クイズ番組を実施する意義について説明したい。クイズ番組というのは、性質として前もって予約してでも見るというよりは、ふとテレビをつけたときにクイズが出題されており、その答えが気になって見続けるといえるものである。したがって、そのクイズの内容への興味の有無にかかわらず、多くの視聴者が見る可能性があるため、若者に政治を知ってもらう方法としてクイズ番組が最適だと考えた。

「かたるTV」は熊本県に住む20代～30代の一般人が政治に関するクイズに答え、地域別に対抗する番組である。まず、熊本県を11地域に区分し、各地域から一人を選抜する。区分は、図のように①玉名地域、②鹿本地域、③菊池地域、④阿蘇地域、⑤熊本市、⑥宇城地域、⑦上益城地域、⑧八代地域、⑨芦北地域、⑩球磨地域、⑪天草地域である。選抜は性別や政治に対する理解度にかかわらずランダムで行われ、選抜された代表者は家族や友人など2名を連れて参加するか、参加を拒否することができる。

番組は「クイズ出題→シンキングタイム→解説」のセットから構成される。解説は元政治家などの有識者に依頼する。出題されるクイズは「かたる。」で記載されている内容を基に作成し、視聴者が「かたる。」を読めば正解がわかる程度の難易度を想定している。「かたる。」は熊本が抱える政治問題に特化した本であることから、このクイズ番組も熊本に関連する問題のみが取り扱われるため、視聴者は全ての問題に対して親近感と強い関心を持つ。

そんな視聴者を単なる視聴者にとどめないのもこの番組の工夫の一つである。視聴者は2つの方法で番組に参加できる。一つ目が街頭インタビューだ。出演者と同じ問題を街頭インタビューで出題し、それに対する回答とその理由を聞く。これによって視聴者がテレビに出演し自分の意見を発信することが出来るのと同時に、その様子をテレビで見ている視聴者は専門家ではなく自分と同じ一般人の意見を聞くことができ、世論がどのようなになっているのかを知ることができるので自分の意見をもつ手助けとなる。二つ目はテレビのd



ボタンやスマホを利用してクイズに参加することである。ここでカギとなるのが「出題される問題は全て「かたる。」を読めば解ける問題である」という点である。これによって「かたる。」を開かせる、というこの番組の目標の一つが達成できる。視聴者の答えは地区別に集計され、回答比率が一番大きい回答がその地区の回答となり、正解すれば同じ地区の出演者に加点される。地区間の対抗意識を高めることでゲーム性が増し、より多くの視聴者が意欲的に「かたる。」を開いて参加してくれることだろう。また、一番票を得た回答が地区代表の回答となるというシステムは選挙のシステムと同じであり、ここに模

擬選挙の要素が含まれている。

褒賞としてはふるさと納税で贈呈される「感謝の品」を用意しており、上位チームから順番に商品を選ぶことができる。実施主体は選挙管理委員会でありクイズ内容の精査などを行うが、撮影は熊本県内のテレビ局で行い、出演者の移動交通費は県が負担する。放送時間は、競合するクイズ番組が少ない日曜日の夜とし、選挙の1週間前に放送する。

なお、「かたるTV」の制作予算は2000万程度を見込んでいる。その根拠としてはアメリカ横断ウルトラクイズの基となる番組の予算が4500万となっているが、大掛かりなセットを必要としない点や名だたる有名人をゲストとして出演依頼する必要がある点から半額程度の2000万円程度で十分だろう。

イメージ図



4. 期待できる効果

以上の施策が実施される結果、市民の政治に関する情報収集のハードルが下がり、ひいては市民が積極的に政治に参加するようになる。しかし、この施策の効果は市民の政治参加にとどまらない。2040年の熊本県の若年女性の減少率は平均して約49%であり、同年の総人口は大幅に減少している。若年女性が減少すれば少子高齢化が加速し、人口減に伴い熊本県も多方面で衰退してしまうだろう。しかし、今まで政治に参加していなかった若年層が「かたる。」および「かたるTV」を通じて興味を持つようになり、政治参加をするようになれば事態は変わる。今まで若年層が政治参加をしていなかったために、彼らにとっては暮らしやすいとは言えない社会が形成されていたはずだ。しかし、若者が積極的に政治について学習するようになり、若者と政治の距離が近づくようになれば、選挙により若者の意見も反映されるようになり、若者が住みやすい社会が実現する。そうすることで、熊本県の人口流出に歯止めをかけられるだけでなく、県外からも多くの若者が渡来し、政治・経済など様々な方面において熊本県は活性化する。

以上のようなプロセスを通じて、政治に関心がなかった若者が「かたる。」・「かたるTV」を通じて若者の政治参加に対するハードルが低くなる。その結果、若者が意思表示をするようになり、若者が暮らしやすい社会が形成される。そのため、熊本の人口流出を阻止し、他地域からの若者の移住も見込めるため、政治だけでなく経済・教育など様々な面での活性化が期待でき、結果として熊本をより元気な県に導くことが可能である。