

選挙期間外での啓発アプローチ

選挙期間以外の啓発アプローチ

①投票所に行くまでを含めた実践的な模擬投票

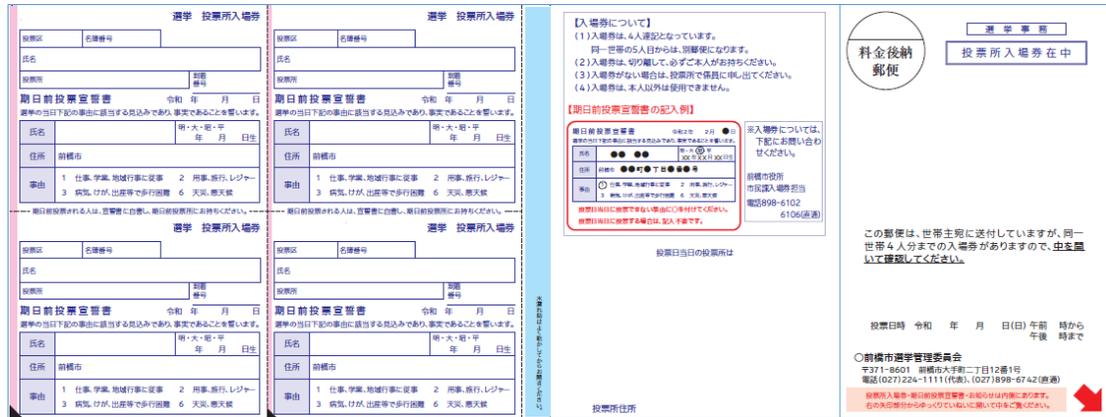
- ・ 誰に投票したら良いかわからないことと同様に、投票方法についても理解していない。
選挙管理委員会が行う主権者教育や模擬投票では、「投票所入場整理券を持って投票所の受付に行く」ところから始まり、「投票箱に実際の投票用紙を入れる」ところで終わっている。
投票用紙が「こんな紙でできているんですよ～」などは不要で、「どの選挙で誰（政党）に投票できる」から。持ち物は何か、住民票がなくても投票できること、投票所はどこにあるのか、政党の比較はどうやってしたらいいのか、家を出るところからの所要時間はどのくらいなのか、フローを0から説明する必要がある。
- ・ 小学校の校外学習として投票所訪問・模擬投票を実施し、政治を身近なものとして認識させる。
 - 実際に投票期間中に見学ができるとベスト（法律要確認）
 - ↳投票したことで何かが変わるところまでの体験を作る必要もある。
 - 投票して、結果発表を見て終わりではなく、その結果を受けてどうなるかまでの実体験を作る。

Ex: 大学生向けの継続的な出前授業など

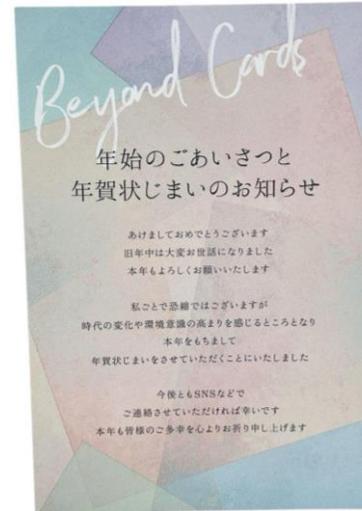
選挙期間以外の啓発アプローチ

②選挙情報の発信方法の改善

視覚的に分かりやすく、開きたくなるようなデザインの選挙ハガキ作る（情報を簡潔に整理）。若い世代は商業デザインで目が肥えている。ポップで綺麗なデザインでないと目を引かなくなっている。表現でのナッジ理論も検討すべき要素。



例えば



③ コンシューマリズムではなく、民主主義の担い手を育てる日常の体験

- ・若い世代は、政治を「生活に関わるもの」ではなく「遠い世界の話」と捉える傾向がある。それは、政治が自分たちにとって主体的に関与するものではなく、あくまで「誰かが提供するもの」として認識されているから。政治は、自分たちが選ぶべき「商品」のようなものであり、何かを得るための「サービス」だと考えがちである。民主主義は与えられるものではなく、育て、守り、発展させていくものであるという共通感覚を持つことが必要。
- ・選挙時だけ政治に触れるのではなく、日常の中に、単に投票を促す施策とは異なり、も根本的な意識変革を促す「民主主義を体験する機会」を埋め込んでいくことが必要

Ex: 小中高向けの継続的な出前授業など

選挙期間以外の啓発アプローチ

④政治・選挙の空気感の醸成

- オピニオンリーダーを巻き込んだ、政治・選挙に関する長期的な空気感の醸成。投票直前からではなく、何ヶ月も前から選挙があることを周知し、周りが政治・選挙の投票しているいるから自分もしないといけないという、ソーシャルプルーフとナッジ理論とを組み合わせる。

オピニオンリーダー（例）



「北東アジアFuture Leadership Program学生プレゼンテーションコンテスト」
富山大学経済学部経営学科企業経営コース3年生：北村寧々さん 優秀賞受賞

+

ナッジ理論



みんな気になる、みんなの行動