

選挙の会話を促す距離を設計した「選挙カフェ」の提案

高津こころ^{†1} 小林里菜^{†1} 野々山正章^{†2} 藤代裕之^{†1}

概要: 若者は政治に関心がないのではなく、話しぶりだけではないか。この課題に対して、本研究では「選挙カフェ」を提案する。距離に応じて見える情報を変化させる情報デザインを取り入れ、遠くからは無料コーヒーを提供するイベントとして認識され、近づく選挙をテーマにしていることが分かるように設計した。実施した結果、来場者の多くは選挙をテーマにしたイベントであると気づかずに参加し、73.5%が選挙について話すことに抵抗が「なかった」と回答した。距離に応じて見える情報を設計することは、政治に関心はあるが話しぶりという課題解決に対して有効に機能していたことが確認された。この手法は人々が話しぶり社会的テーマに関する対話を促進できる可能性がある。

1. はじめに

日本国内では若者の選挙への関心低下が指摘されているが、日本財団が行った18歳意識調査によると、「今の日本政治についての関心」は47.7%がある、35.0%がないと回答しており、約半数が政治には関心がある。しかしながら、政治について話す頻度となると家族や友人でも「政治については全く話さない」が約30%と多くを占めており、「政治知識に関する自信」では約80%が自信をもっておらず、課題は会話や知識習得にあることが明らかである[1]。

政治や選挙について若者が語るイベントは各地で実施されている。例えば、大学生と地方議員が直接対話する「議員交流会」[2]や、若者と市議会議員が交流する「Voters Cafe in 仙台」[3]などだが、これらのイベントは政治的な知識が前提であるように見えることから、関心はあるが知識に自信がない多くの若者にとって参加するハードルが高いものになっている。

2. 関連研究

政治に関する知識を学び関心を高めるための取り組みとして、政治家と市民の立場をゲームで体験する「セイジカードゲーム」があり、参加者が自分事として政治に関心を持つ工夫が行われている[4]。不思議な生き物を育てることで選挙の争点を学ぶアプリケーション「一票のたまご」では、家族や友人と会話することに対するモチベーションの向上を確認している[5]。

これらの提案もまた、選挙や政治といったテーマが直接提示されており、関心はあるが話しぶりという問題を十分に解消できていない。この問題を解決するためには、選挙や政治を直接的なテーマに掲げずに、選挙について語るハードルを下げた状況を作り出す必要がある。

そこで注目したのが、起業家田中元子による「パーソナル屋台」プロジェクトである。田中は町中でコーヒー屋台

を無料でコーヒーを振る舞う実践を行い、無料のコーヒーという金銭的やり取りがない条件が、初対面同士でも構えずに会話を始められると指摘している[6]。

3. 提案手法

3.1 提案の方向性

本研究では、無料でコーヒーを提供するための移動式「選挙カフェ」を提案する。距離に応じて見える情報を変化させる情報デザインを取り入れ参加のハードルを低下させ、コーヒーを無料で振る舞うことで会話を促すことを目指す。パーソナル屋台プロジェクトを参考に、自転車の荷台に設置できる移動式とすることでどこでも「選挙カフェ」が実施できるようにした。



図1 「選挙カフェ」アイデアの検討

3.2 距離で提供する情報を設計する

政治というテーマを直接的に扱っていると来場者に分からないようにするため、遠くからは無料コーヒーを提供するイベントとして認識され、近づいた段階で選挙をテーマにしていることが分かるようにした。サインは距離1メートルに対して文字高1センチで可読でき、欧文はその半分でも可読できるとされている[7]。

^{†1} 法政大学社会学部

^{†2} 立命館大学デザイン科学研究所

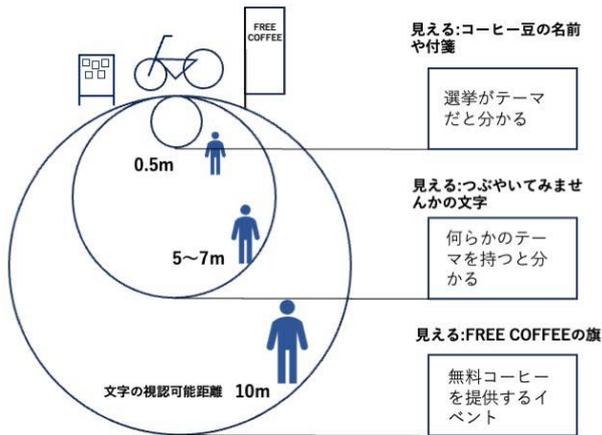


図 2 距離に応じて見える情報を変化させる設計。

- 10メートル以上

無料コーヒーを提供していることが遠くからでも視認できるようにのぼりを作成した。「FREE COFFEE」の文字は高さ 18 から 20 センチで、通行中の人々には無料コーヒーを提供するイベントであると認識されるようにした。



図 3 10メートル離れた地点から撮影。FREE COFFEE の文字がはっきり確認できる。

- 5メートル

メッセージボードに「つぶやいてみませんか?」といった曖昧だが対話を促すメッセージを提示した。文字の高さは 5 から 7 センチである。メッセージボードに付箋が貼られており、何らかのテーマをもつイベントであることが伝わる設計とした。

- 0.5メートル

0.5メートルの近距離に入った段階で、選挙に関連しているコーヒー豆の名称や付箋に書かれたコメントが視認できるようにした。付箋に書かれる文字は高さ 1 センチ程度である。ここで来場者が選挙に関するテーマのイベントであると気づくと想定した。



図 4 0.5メートル離れた地点から撮影。コーヒー豆の名前や付箋が見えるようになる。

3.3 選挙の会話を促す工夫

来場者はコーヒー豆を 3 種類から選べるようにした。味や風味も異なっており、選挙の争点である「物価高」「外交」「年金（社会保障）」に合わせて「インフレッソ」「マイルド外交ブレンド」「年金ロースト」といったユーモアを含んだネーミングとした。来場者には選挙について思ったことを付箋に記入しメッセージボードに貼るよう促すことにした。

4. 結果

4.1 実施概要

2025 年の第 27 回参議院選挙は 7 月 3 日公示、20 日投開票で行われた。「選挙カフェ」の実施日は 7 月 3 日と 10 日、どちらも 12 時 50 分から 15 時 30 分の間、法政大学多摩キャンパス社会学部棟一階ロビーで実施した。

IH プレートでお湯を沸かしておき、コーヒー豆を選んでもらいコーヒーを淹れるという段取りで行った。コーヒーを淹れるための待ち時間に各政党の公約ボードを示し、選挙に関するイベントであることを説明した。

図 5 のようにコーヒーカップや付箋を片手に来場した友人同士や別のグループと選挙について会話する姿がみられた。



図 5 「選挙カフェ」実施の様子。コーヒーを飲みながら会話する大学生たち。

提案した距離に応じて見える情報を変化させる情報デザインが意図した通りに機能していたか、選挙に関して会話するハードルが低下したかを確認するためにアンケートを実施した。回答者は49名であった。

4.2 アンケート結果

「選挙カフェ」について、選挙をテーマとした取り組みであると認知したタイミングは、「コーヒー豆の説明を受けた時」が30名で最も多く、次いで「近づいた時」が11名であった。一方、「旗や自転車を遠目に見たとき」と回答したのは2名のみであった。遠距離では無料コーヒーを提供するイベントとして認識され、近距離で初めて政治性が立ち上がるという設計が機能したことが示された。

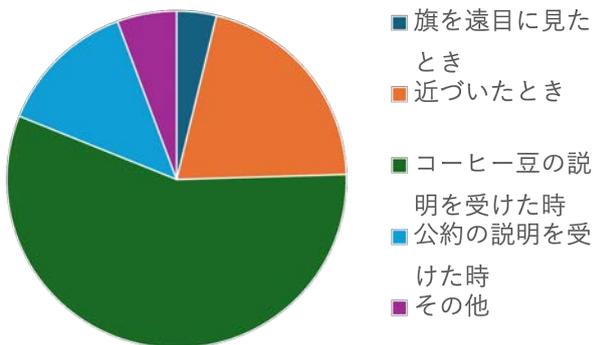


図6 選挙をテーマとした取り組みであると気づいたタイミング。

選挙について話すことに抵抗があったか聞いたところ、「あった」1名、「ややあった」3名であり、9名が「あまりなかった」、36名が「なかった」と回答した。日常的な選挙についての会話を聞いたところ、「しない」が20名、「ほとんどしない」が8名、「たまにする」が21名、「良くする」が7名であり、日常的に選挙について会話しないう大学生も「選挙カフェ」では話す抵抗がないと回答しており、関心はあるが話づらいという課題を解決できたといえる。

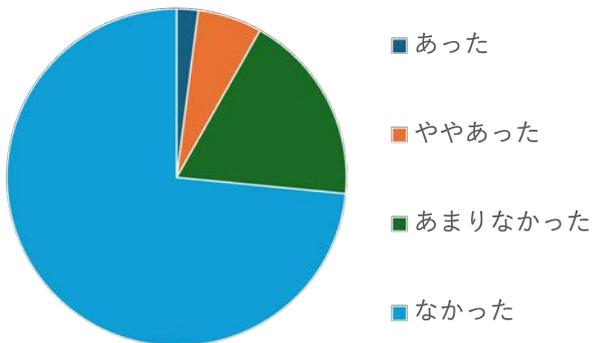


図7 選挙について「選挙カフェ」で話すことに抵抗はあったか。

5. おわりに

「選挙カフェ」で、距離に応じて見える情報を変化させる情報デザインを採用することで、政治に関心はあるが話

しづらいという課題解決に対して有効に機能していたことが確認された。政治以外の国際問題、宗教、ジェンダーなど、人々が話づらいと感じるが社会的に重要なテーマにおいても対話を促進できる可能性があると考えられる。

謝辞 本研究は、JST, RISTEX, JPMJRS23L2「ニュース発信者と受信者間における「トラスト」形成」の研究成果の一部である。

参考文献

- [1] “日本財団18歳意識調査「第70回 -政治・選挙-」”。
https://www.nippon-foundation.or.jp/wp-content/uploads/2025/06/new_pr_20250627_04.pdf, (参照 2025-12-18).
- [2] 毎日新聞. 関西の学生×大阪・兵庫議員「議員交流会」.
<https://mainichi.jp/articles/20251203/pr2/00m/020/759000c>, (参照 2025-12-18).
- [3] “Voters Cafe in 仙台（若者と議員の交流会）”.
<https://www.city.sendai.jp/senkyokanri-kanri/event/voterscafe2025.html>, (参照 2025-12-18).
- [4] 村田真美, 大町彩依, 矢野凌佑, 大草真弓. セイジカードゲームを使用したワークショップの提案. 日本デザイン学会研究発表大会概要, 2022, p. 408-409.
- [5] 菌部有加, 木谷庸二. 若者の投票率を高めるツールの提案. 情報処理, 日本デザイン学会研究発表大会概要, 2025, p. 676-677.
- [6] 田中元子. マイパブリックとグランドレベル 今日から始めるまちづくり. 晶文社, 2017.
- [7] 西川潔. サイン計画デザインマニュアル: 医療・福祉施設を事例として. 学芸出版社, 2002.