

コーヒーの選択体験を通じて政治的対話を誘発する 「選挙カフェ」の提案

Proposal of “Election Café”: Facilitating Political Dialogue through The Coffee Menu Selection

小林里菜¹ 高津こころ¹ 野々山正章² 藤代裕之¹

Rina Kobayashi¹ Kokoro Takatsu¹ Masaaki Nonoyama² Hiroyuki Fujishiro¹

¹法政大学社会学部

¹Faculty of Social Sciences, Hosei University

²立命館大学デザイン科学研究所

²Design Management Lab, Ritsumeikan University

Abstract: 本研究は、若者が政治や選挙について関心はあるが話しづらい状況に着目し、無料でコーヒーを提供する「選挙カフェ」を提案・実践した。「物価高」「外交」「年金（社会保障）」の争点を、味の異なるコーヒー豆の特徴と対応づけてオリジナルのコーヒー名称を付与した。これにより、来場者がコーヒーの選択や名称の意味を問い返すことをきっかけに、自発的な問いや対話を誘発する仕掛けを設計し、選挙について参加者が対話する状況を生み出した。

1. はじめに

2025年の参議院選挙では19歳から39歳の若い世代の投票率が大幅に上昇した。上昇幅が最も大きかった20歳代後半では2022年の参議院選挙の37.26%から51.97%となったが、60歳代後半の投票率は69.90%であり、依然として高齢者に比べると若者の投票率は低い状況にある[1]。

日本財団が行った18歳意識調査によると、約半数が政治には関心があるものの、60%以上が今の日本の政治にネガティブな印象を持っており、政治知識について「まったく自信はない」「どちらかといえば自信はない」の合計は約80%、政治について話す頻度は家族や友人でも「政治については全く話さない」が約30%と多くを占めている[2]。青森大学生に対するアンケートでも、友人と政治や選挙について話すことはあるか、という質問に対して「ある」は11.3%、「ない」は88.7%となっている[3]。

このような調査は、若者は政治には関心があるものの、日常的に話しづらいという状況であることを示している。選挙時に行われる「政治について語ろう」といったイベントには、若者の多くは参加しないことが想定される。そこで本研究では、選挙や政治というテーマを前面に出さず、コーヒーを選ぶ過程に仕掛けを施す[4]ことで政治的な対話を誘発す

ることを目的とし、無料でコーヒーを提供する「選挙カフェ」を実施した。

「選挙カフェ」は、2025年7月3日に公示され、20日に投開票となった第27回参議院選挙で実施した。選挙期間中の7月3日と10日に東京都町田市の法政大学多摩キャンパス、7月18日に岡山県高梁市の吉備国際大学で、計3回実施した。



図1. 「選挙カフェ」の様子。7月3日法政大学多摩キャンパス

2. 提案手法

2-1. 「選ぶ」体験を重ねる

選挙は、与えられた選択肢の中から自らの意思で投票先を選ぶ行為である。そこで「選ぶこと」そのものが政治参加の第一段階であると捉えた。政治について話しぶらい状況を踏まえ、政治的態度や投票行動を直接問うことを避け、コーヒーという身近な飲み物を「自分で選ぶ」ことで、選挙参加の感覚に接近することを目的とした。

本提案における最大の課題は、無料で提供されるコーヒーを目的に来場した大学生をいかにして選挙や政治の話題へとスムーズに接続するかという点にある。唐突に選挙の話題を提示することは、政治に対する心理的抵抗感を高め、対話が生まれにくくなる可能性がある。「選挙カフェ」における来場者の行動は、①無料のコーヒーを求めて立ち寄る、②提供されるコーヒー豆の種類を選ぶ、③コーヒーができあがるのを待つ、という三段階に整理できる。

①の段階は政治や選挙のイベントであることは来場者に分からないように「FREE COFFEE」と書いたのぼりだけを目立つように掲げることにしており、対話のタイミングではない。③の「待ち時間」は対話が生まれやすい一方で、単なる空白の時間にもなり得る。そこで、③の「待ち時間」に対話を成立させるための「ひっかけり」を、②コーヒーの種類を選ぶ体験に組み込むことにした。豆の特徴と政治的テーマを重ねたオリジナルのコーヒーの名称を付与することで、コーヒーと選挙や政治の話題を接続することを狙った。

コーヒーの名称に重ねる政治的テーマは、選挙の争点から「物価高」「外交」「年金（社会保障）」の三つを選定した。

2-2. コーヒー名称の検討

コーヒー豆は、「苦味」「オーソドックス」「酸味」の三種類を用意した。

法政大学での実施時は、イタリアーノ（苦味）、マイルドカルディ（オーソドックス）、グアテマラ（酸味）の三種類を、各テーマが持つイメージや性質との対応関係を踏まえ、オリジナルのコーヒー名称を名付けることにした。

「物価高」は、人々が現在進行形で苦しさを感じており、生活との結びつきが強く影響の度合いが濃い問題であることから、苦味が強いイタリアーノと対応づけ、苦みが凝縮されたエスプレッソを参考にインフレと組み合わせた「インプレッソ」とした。

「外交」は、国際関係の複雑化や対立の一方、対

話や協調が求められる分野であることから、角の立たない味わいを持つマイルドカルディと対応づけ、「マイルド外交ブレンド」と名付けた。

「年金」は、大学生にとって切迫した問題ではないものの漠然とした不安をもつことから、ライトな口当たりながら熟成香を持つグアテマラを「年金ロースト」と名付けた。

図2のようにコーヒー豆を選ぶ際のメニューとして用意し、図3のようにコーヒー豆の後ろにもポップでも表示した。

☑ 選挙CAFE メニュー表

～味で選ぶ？ 政策で選ぶ？ 今日一杯に、あなたの意思を。～

● インプレッソ (Infresso) 【イタリアーノ使用】
「インフレ」+「エスプレッソ」=パンチの効いた深煎り。
経済の苦みを、ひとちに凝縮。
“苦濃を味わう”、それが今のリアル。

● マイルド外交ブレンド 【マイルドカルディ使用】
国際関係が複雑でも、この一杯はまるやか。
衝突より、対話。鋭さより、やさしさ。
あなたの中の“外交姿勢”を整える一杯。

● 年金ロースト 【グアテマラ使用】
熟成された香りと、未来の不確かさを掛け合わせて。
支給は先でも、香りは今すぐ。
「人生100年、でもコーヒーは今すぐ飲もう」

コーヒーを通して、政策を味わう。
この1杯が、あなたの“考える時間”になりますように。

図2.法政大学での「選挙カフェ」メニュー



図3.法政大学で提供したコーヒーの名称

吉備国際大学での実施時は、「物価高」「外交」「年金」という争点そのままに、コーヒー豆と名称の再検討を行った。用いた豆は、ライトノートブレンド(苦み)、アンデスマウンテン(オーソドックス)、イルガチェフェ(酸味)である。

「物価高」は、親しみやすさと香ばしさを特徴とするライトノートブレンドを利用し、インフレという言葉が持つ硬さを和らげつつも、ビター(苦味)というニュアンスを含ませるため、インフレとファミリア(身近な)を掛け合わせ、「ビターインファミリア」と名付けた。

吉備国際大学には多くの留学生が在籍し、異なる文化的背景を持つ学生が同じキャンパスで日常的に生活している。このようなキャンパス環境を踏まえ、同じ空間で共に過ごす共生という身近な関係性として「外交」を捉え直し、「マイルド共生ブレンド」と名付けた。香ばしさとマイルドな甘みを併せ持つアンデスマウンテンを利用した。

「年金」は、味覚よりも香りの印象が強く、華やかな香りと酸味を特徴とするイルガチェフェと対応づけた。香りは形として捉えることができず、しかし確かに存在を感じさせる要素であり、これは「まだ実感はないが、どこかに感じている将来不安」と性質が近いと考えた。年金という制度そのものではなく「不安の感覚」に焦点を当て、「年金フレーバー」と名付けた。

このようにコーヒー名称は、直接的に政治的テーマを取り上げるのではなく、コーヒー豆の味や香りといった特徴と組み合わせることで、違和感や「なぜそう名付けられているのか」といった疑問を抱かせ、来場者の自発的な問いかけを誘発することを意図して設計した。

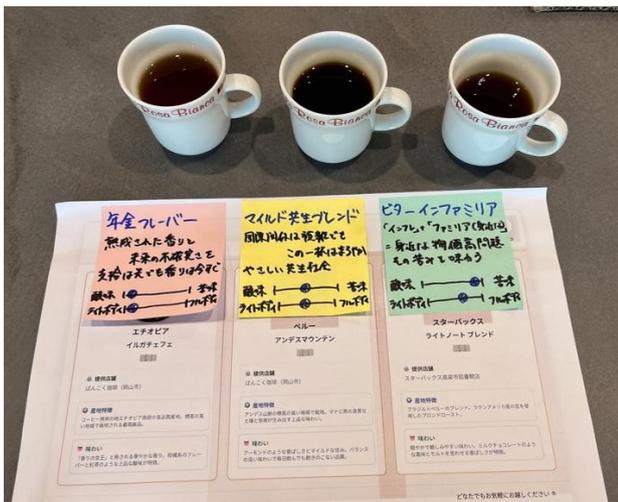


図4.吉備国際大学での「選挙カフェ」メニューとコーヒーの名称

2-3.政治的な対話を「公約ボード」

「物価高」「外交」「年金(社会保障)」という三つの争点を補足するために、主要政党の公約を簡潔に整理した「公約ボード」も作成した。日本財団の調査でも政治知識について自信がない若者が多かった。大学生にいきなり選挙や政策について対話を求めても、何を手がかりにすればよいか分らず戸惑う可能性がある。そこで、対話の糸口となる最低限の情報を事前に提示することが重要だと判断した。

掲載する政党は、公職選挙法に基づく政党要件(所属する国会議員が5人以上、かつ直近の衆議院選挙または参議院選挙で得票率2%以上)を満たす8政党とした。

掲載情報の信頼性を担保するため選挙報道や関連記事を参考にし、専門的な政策文書をそのまま提示するのではなく、要点を抽出した形で記載した。日テレNEWS NNNが公開している【政策ジャンル別】参院選 主要各党の公約・政策まとめや、テレビ朝日『報道ステーション』における党首討論で使用された図表を参照した。

公約の整理にあたっては、各党の政策を網羅的に示すことよりも、来場者同士の対話のきっかけとなる論点を明確にすることを重視した。そのため、詳細な数値や専門用語は極力省き、「何が争点になっているのか」「党ごとに立場がどのように異なるのか」が一目で把握できるよう、要点のみを抽出して記載した。これにより、政治知識が十分でない来場者であっても、「公約ボード」を手がかりとして自分の疑問や意見を言葉にしやすい構成を目指した。

「公約ボード」は、来場者が選択したコーヒーのテーマと対応するものを手渡し、コーヒーを飲みながら関連する公約内容に自然に目を向けられるよう設計した。情報提示の形式として一般的な表組みは用いず、各政党のイメージカラーを用いたコーヒーカップをモチーフとした枠内に公約を配置した。コーヒーという体験全体の文脈の中で選挙情報に接してもらうことを目的とした。

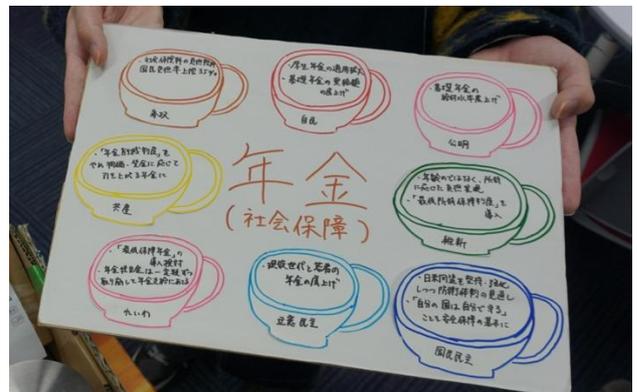


図 5.主要政党の公約を整理した「公約ボード」

3. 結果

3-1. コーヒー名称が生む「笑い」

「選挙カフェ」では、コーヒーの名称をきっかけに、来場者との間に自然な対話が生まれた。来場者がコーヒーの種類を選ぶ際に、「この名前はどういう意味なんですか？」と尋ねてくることが多く、そこからスムーズに選挙や政治の話題へと移行することができた。コーヒー名称に込めた仕掛けが機能したといえる。名称の意味を説明すると、ほとんどの来場者が笑ってくれ、場の雰囲気が和らいだ。この「笑い」が場の緊張をほぐし、選挙という堅いテーマであっても抵抗感なく話し始められる要因になっていたと考えられる。

「物価高が気になる」という理由でインフレッション選ぶ学生が多かった。コーヒー豆の味で選ぶ学生もいたが、政治的なテーマを聞いて選び直すこともあり、「自分で選ぶ」という選挙参加の感覚に接近することができた。コーヒーの選択は投票行動と比較して日常的な行為であり心理的負担が小さい点の特徴である。このような負担の少ない選択行為を通じて、参加者は自身の関心や判断基準を言語化し、それを他者と共有するプロセスに入りやすくなったと考えられる。実際に、味の好みや名称の印象、関心のある社会課題など、個人的で語りやすい理由から対話が始まり、そこから政治や選挙に関する話題へと発展する様子が見られた。

3-2. 選挙の知識不足が課題

「選挙カフェ」が政治的対話のハードルをどの程度低減し、参加者にどのような体験をもたらしたか把握するため簡易なアンケート調査を行った。

「選挙カフェ」の場で政治や選挙について話すことへの抵抗感の有無を尋ねたところ、「あった／ややあった」と回答したのは4名にとどまり、45名が「抵抗はあまりなかった／なかった」と回答した。一方、参議院選挙に関しては、「日程を知らなかった」が16名、「そもそも選挙があることを知らなかった」が11名いた。「候補者や公約まで知っていた」と回答したのは7名にとどまった。

対話でも、「政治には興味があるが、どの情報を信じてよいかわからない」「どこから情報を得ればよいかわからない」という声が多く聞かれ、情報取得そのものに対するハードルの高さを感じられた。選挙期間中は、テレビや新聞だけでなくソーシャルメディアを活用した選挙関連の発信は行われているが、

学生たちには十分には届いていない、あるいは「自分ごと」として認識されていない現状が読み取れた。この点において、主要政党の公約を簡潔に整理した公約ボードは、知識の少ない来場者にとっても対話の手がかりとなり、対話を補完する役割を果たしていたと考えられる。

4. おわりに

本研究では、無料でコーヒーを提供する「選挙カフェ」を実施し、選挙や政治というテーマを前面に出さず、コーヒーを選ぶ過程に仕掛けを施すことで、政治的な対話を誘発することを目的とした。コーヒー豆の特徴に政治的テーマを組み合わせたコーヒー名称が対話を生み出すだけでなく、「笑い」を生み、場の雰囲気が和らいだことで選挙という堅いテーマであっても抵抗感なく話し始められる要因となった。「そもそも選挙があることを知らなかった」が49名中11名もおり、選挙関連の情報をどのように若者に伝えていくのかという課題が浮き彫りとなった。

「選挙カフェ」には想定以上の参加者があり、コーヒーを淹れることに追われ、アンケートを参加者全員に実施できなかった。また、どの種類のコーヒーが多く選ばれたのか、なぜそのコーヒーを選んだのかといった理由を集計することもできなかった。今後取り組む際は、効果を計測したい。

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。吉備国際大学での実施にあたり大西正泰氏の協力を得たことに感謝する。

参考文献

- [1] 読売新聞: 7月参院選で19～39歳の投票率大幅上昇、国民民主党と参政党躍進の要因か, (2025) <https://www.yomiuri.co.jp/election/sangiin/20251105-OYT1T50119/>
- [2] 日本財団: 18歳意識調査「第70回 -政治・選挙-」, (2025)
- [3] 櫛引素夫, 相坂匠飛, 雷霄峰, 石倉翠聖, 工藤康晴, 鈴木流由, 三上愛莉: 青森大学生は2022年参院選をどうみたか—NHK青森との協働による学生アンケートと授業実践から—, 青森大学附属総合研究所紀要 24巻1号, pp.30-48, (2022)
- [4] 松村真宏: 双対問題としての仕掛学, 2012年度人工知能学会全国大会 (第26回), (2012)