

1. 解決すべき課題

財政再建のための「世論」形成ができていないこと。

2. 問題意識

- ①日本の財政は「先送り」構造であり、「若者」として危機感を抱いている。
- ②財政再建がなされない原因は「世論」にある、と考えている。
- ③「世論」は、財政再建に『総論』賛成、『各論』反対の立場である。

3. 現在みられる課題解決策とその問題点

- ・政治家→消費増税時のポイント還元制度等、消費増税に反発する「世論」懐柔策
…しかし、効果は限定的、もしくは逆効果。
- ・官僚（特に財務省）→特設 Web ページ、SNS を用いた情報発信等、財政再建・消費増税への「世論」の理解を深める広報
…しかし、利用者も限られ、一方向的で「世論」に広く訴求しているとはいえず。

4. グループとして考える課題解決策と、課題解決までの道筋

消費税の導入が決定された1988年以降の過去30年分の消費増税に関する世論調査データを調査し、以下の「世論」の特性を発見した。

- ・政治・行政が「ムダを削減している」時には、消費増税に反対しにくい。
- ・「社会保障のために使われる」時には、消費増税に反対しにくい。
- ・選挙が近づくと、消費増税に反対する傾向がある。
- ・「消費増税・財政再建」に関する報道が増えると、消費増税に妥協的になる。

以上をもとに、私たちは以下の課題解決策を提言する。

- ・消費増税・財政再建に関する超党派合意の促進
…選挙時に「消費増税・財政再建を争点化しない」事を政治家・政党に要求。
- ・メディアによる、消費増税・財政再建関連の積極的な報道
…選挙以外の時期における、「先送り」にしない「世論」形成の推進。
- ・議員定数・議員歳費削減とセットの消費増税という政策パッケージの提案
…政治家と「世論」がともに「身を切る」ことを明確化。
- ・メディアの「継続性」と「具体性」のある世論調査の設計
…消費増税・財政再建に関する「世論」の正確な測定及び政治家への伝達。

5. 課題解決策の効果・副作用・残された課題

国民ひとりひとりが財政再建についてしっかりと考え、議論をしていくこと。