

若年層の投票率向上推進計画策定スケジュール（予定）

令和4（2022）年5月31日 現在

年度	選挙	パイロット事業	ワーキンググループ (WG)
令和3 (2021) 年度	4 8	8月26日 パイロット事業（常時啓発） 主権者教育オンライン講演会 講師：政治解説者 篠原文也氏 当日視聴者：87名	自由参加（DVD配布）
	9		9月16日 第1回WG ◎事業説明・課題の抽出 ・なぜ、若者の投票率は低いか ・どうしたら投票率が向上する について意見交換
	10	10月31日執行衆議院議員総選挙 パイロット事業（選挙時啓発） 若者向けターゲット広告 （動画・バナー）	
	1 2	2月8日 パイロット事業（常時啓発） 若年層向けオンラインセミナー 講師：時事YouTuber たかまつなな氏 参加者：49名	自由参加（DVD配布）
	3		2月25日 第2回 WG ◎課題・論点の整理と対応策の 検討 ・第1回WG、R3年度事業を踏まえ、 啓発の方策等について意見交換

年度	選挙	パイロット事業	ワーキンググループ (WG)
令和4 (2022) 年度	4 5		5月31日 第3回 WG ◎計画（骨子案）の検討
	7	令和4年参議院議員通常選挙 パイロット事業（選挙時啓発） ・子連れ投票促進メッセージ カード作成・配布 ・若者向けターゲット広告 （動画・バナー）	
	9	9月中旬	第4回 WG ◎計画（素案）の検討
	10		計画（素案）に対する パブリックコメントの実施
	11 12 1	1月中旬	第5回 WG ◎計画（最終案）の検討 →選挙管理委員会へ提出

若年層の投票率向上推進計画 公表

令和3年度 パイロット事業(オンラインセミナー)の結果について

第2回パイロット事業(若年層向けオンラインセミナー)[R4.2.8実施]

事業概要

- 目的 若年層に向けた選挙啓発の一環として若年層向けオンラインセミナーを開催し、若年層の選挙や政治への関心の向上と参加を促す。
- 講師 たかまつなな氏(時事YouTuber、(株)笑下村塾 代表)

開催結果概要

- 申込者数 59人(内訳:学生20人、社会人18人、選管関係者21人)
- 参加者数 49人

アンケート結果概要

- 実施期間 R4.3.10~R4.3.28
- 調査対象 セミナー参加者(49人)
- 回答者数 25人(回答率51.02%)

男女別

	人数	割合
男性	14	56%
女性	11	44%
合計	25	100%

職業等別

	人数	割合
学生	5	20%
社会人	13	52%
選挙管理委員会関係者	7	28%
合計	25	100%

年齢別

	10代	20代	30代	40代	50代	合計
人数	1	15	2	3	4	25
割合	4%	60%	8%	12%	16%	100%

〔アンケートに対する回答における主な意見〕

- ・気軽に視聴でき、コメントも比較的出しやすい傾向で良かった
- ・話を聞くだけでなく、やり取りしながら話を聞いたので面白かった。
- ・ガリベンズ矢野さんとたかまつさんの掛け合いで場が和んで、楽しんで聞いた。
- ・会場までの移動の時間が節約できるので参加しやすい。
- ・実際にデジタル化されてみると改めて選挙に参加する必要性を感じることができた。
- ・お笑いの方が面白くアシストしてくれることで、若者にとっても小難しく感じずに話を聞くことができるといった。
- ・今回のように、お笑い芸人や有名芸能人に解説してもらうことで話題性が生まれると思った。
- ・講師の通信環境が悪かったのか、音声途切れたのが残念だった。
- ・通信状況により音声途切れたり、画面が乱れるため話の内容が分からなかった部分があった。

令和4年度パイロット事業について(親子連れ投票促進メッセージカード)

事業の概要

親子連れ投票を呼び掛けるメッセージカードを小学校低学年の児童の保護者に配布し、子連れ投票の促進を図る。

内容・予算

県内小学校1～3年生の児童を介して、その保護者に配布する。 配布時期6月中
仕様：A4二つ折り 予算額：650,000円 配布数：約50,000部

- ①親に対する親子連れ投票の周知、親の投票促進
- ②親子連れ投票の機会を増加させ、同伴した子供が有権者になった際に投票参加することを促す。



〈表面〉

〈内面〉

第26回参議院議員通常選挙における臨時啓発事業実施計画(抜粋)

事業の種類	事業の内容	実施時期
1 動画の配信	投票日の周知及び投票を呼び掛ける動画（15秒スポット広告）と若者向けの動画をインターネット動画配信サイト〔YouTube〕において、若年層へのターゲティング広告として実施する。	6月22日(水) ～ 7月10日(日)
2 スマートフォンの位置情報を利用した広告	スマートフォンの位置情報（GPS）データを活用し、指定したエリア内の有権者の利用アプリ内へ投票日周知等の広告（ターゲティング広告）を配信する。	
3 SNS広告を活用した啓発	SNS広告を活用し、県内在住のSNS利用者に、選挙に関する情報の発信や投票の呼び掛けを行う。【一部新規】	
4 大学情報サイト等を活用した啓発	大学と学生向け学内情報サイト等を活用し、投票日の周知及び投票の呼び掛けを行う。	
5 高校校内放送による啓発	高校の校内放送により、投票日の周知及び投票の呼び掛けを行う。	
6 投票日カウントダウンの実施	選挙に関する一言等をツイッターや臨時ホームページに掲載し、投票日までカウントダウンを行う。	
7 選挙啓発ポップの設置	各地方庁舎、県の施設、大学、スーパー、道の駅等に投票日の周知及び投票を呼び掛ける選挙啓発ポップを設置する。	
8 テーブルステッカーの掲示	投票日の周知及び投票を呼び掛けるステッカーをファミリーレストランや大学食堂等のテーブルに掲示する。	
9 イベント会場等における啓発	若年層が多く参集するプロスポーツの試合会場内で投票日の周知および投票の呼び掛けを行う。〔栃木SC〕	

若年層の投票率向上推進プラン(骨子案)

目次

1	プランの概要	2
2	現状と課題	3
3	プランの取組方針	4
	取組方針Ⅰ	4
	取組方針Ⅱ	5
	取組方針Ⅲ	6
4	プランの推進体制	7

1 計画の概要

○ プランの位置付け

近年、選挙の投票率は低迷しており、とりわけ20歳代を中心とした若者の投票率は低い水準にある。

この「若年層の投票率向上推進プラン」は、若年層の投票率向上に向け、県選挙管理委員会が選挙啓発事業をより効果的に実施するための行動指針を定めるものである。

※このプランにおける「若年層」とは、18歳から34歳の人を指すものとする。

○ プランの始期

令和5(2023)年度

2 現状と課題

- 投票に行かなかった理由として、「面倒」「選挙に関心がない」「投票しても変わらない」といった、選挙や政治に対して消極的・悲観的な意見が多い(令和元年 参院選における若年層の意識調査)
- ウイズコロナ、アフターコロナの時代を見据えたデジタル技術の活用が求められる



I 若者の関心を引き、選挙を身近に感じてもらう「**惹きつける**」啓発

- 平成28年公職選挙法改正後、親子連れ投票が原則可能に子どもの頃に親が行く投票について行ったことが「ある」人の方が、投票した割合が20ポイント以上高い(平成28年 18歳選挙権に関する意識調査)



II 将来の投票率向上のための「**未来の有権者を育む**」啓発

- 選挙管理委員会のみによる啓発の限界



III 機関の垣根を越えて行う「**社会総がかりの**」啓発

3 プランの取組方針

取組方針 I 若者の関心を引き、選挙を身近に感じてもらう「惹きつける」啓発

○ 選挙時啓発におけるデジタル広告の活用

→選挙時啓発においては、短期間での選挙期日等の周知が求められることから、若者の利用が見込まれる動画サイトや、SNS上でのデジタルターゲティング広告を若者に向けて集中的に実施する。

○ 若年層を対象としたセミナーやワークショップのオンライン実施

→若者がより気軽に参加できるよう、オンライン形式で行うとともに、講師等についても若者を意識して設定し、若者に選挙や政治を身近に感じられる内容で実施する。

○ EBPM (Evidence Based Policy Making、証拠に基づく政策立案) 等を活用した効果測定の実践

→啓発事業における効果測定を積極的に行い、若者に向けたより効果的、より効率的な啓発事業を実施する。

など

3 プランの取組方針

取組方針Ⅱ 将来の投票率向上のための「**未来の有権者を育む**」啓発

○ 親子連れ投票促進事業の実施

① 保護者に向けた啓発

- ・親子連れ投票が原則可能となったことを周知して、親子連れ投票の機会の増加を図る。
- ・親子連れ投票の効能を訴え、家庭における主権者教育の向上を図る。

② 子どもに向けた啓発

子どもの頃に投票所に入ったこと、保護者の投票を見た経験から投票を身近に感じてもらうとともに、将来有権者となった際の投票につなげる。

○ 生徒による選挙啓発の実施

選挙啓発に協力してくれる中高生による投票所等における啓発について、市町選挙管理委員会とともに検討・実施する。

など

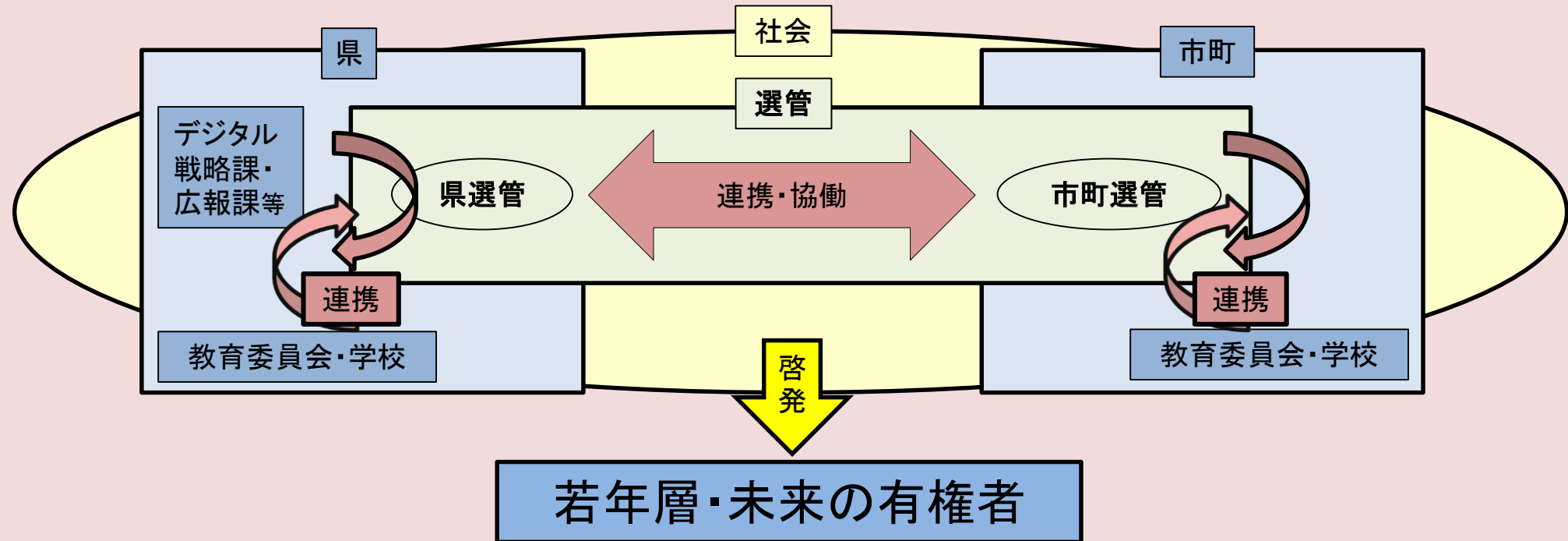
3 プランの取組方針

取組方針Ⅲ 機関の垣根を越えて行う「社会総がかりの」啓発

- 教育関係機関との連携（教育委員会、学校等）
⇒ 選挙出前講座の実施、メッセージカード等の配布、学校における期日前投票所設置等
- 県知事部局との連携（デジタル戦略課、広報課等）
⇒ 県広報媒体を活用した啓発、効率的なデジタル広告の実施、EBPM等
- 市町との連携（市町選挙管理委員会、市町明るい選挙推進協議会）
⇒ 投票環境の向上、投票所における啓発、啓発指導員による啓発等
- NPO法人との連携
⇒ 投票所等における啓発について、市町選挙管理委員会とともに検討・実施
- 家庭における親子連れ投票等を通じた啓発の促進 など

4 プランの推進体制

- このプランの効果的な展開のために、市町選管と若年層の投票率向上の重要性の認識を共有し、その他関係機関も適宜交えながら適切な役割分担のもと連携・協働する。



- 毎年度、選挙啓発事業実績の確認・検証結果をまとめるとともに、PDCAサイクルにより事業の見直しと改善を図る。