

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9月27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
	9		
	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） 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
	3		

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	7月10日執行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27日 第4回WG ◎計画（素案）の検討
	10		
	11		計画（素案）に対する パブリックコメントの実施
	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	
	2		
	3	若年層の投票率向上推進計画 公表	

令和4(2022)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を介して、その保護者に配布し、親子連れ投票の周知と促進を図る。

実施結果概要

・配布対象：県内小学生1～3年生の児童 ・配布枚数：約5万部 ・配布時期：令和4年6月 ・カードにQRコードを記載してアンケートを実施

アンケート結果概要

- 実施期間 令和4年6月～7月
- 調査対象 カードを受領した保護者
- 回答者数 77人

●親子連れ投票が原則可能であることを知っていたか
知っていた:35% 知らなかった:65%

●親子連れ投票をしたことがあるか
ある:73% ない:27%

●カードのデザインについて
よい:31% まあまあ良い:55%
あまり良くない:14% 良くない:0%

●カードの大きさについて
ちょうどよい:92% 大きすぎる:7% 小さすぎる:1%

●カードを見て親子連れ投票をしようと思ったか
思った:62% 概ね思った:22%
あまり思わなかった:13% 思わなかった:3%

●カードの感想(自由記述)

- ・子供を連れて行けるのは知らなかったので、子供の教育のためにも今度は連れて行こうと思った。
- ・改めて親子連れ投票について確認する良い機会になった。
- ・元々、子供と選挙に行くようにしていたのでカードを見たことによって行こうとは思わなかった。
- ・「すゝめ」が古いと感じたが、文字の量や大きさはとても良く、目を通そうと思えた。

●親子連れ投票促進に関して有効だと思うこと(自由記述)

- ・子ども用の投票箱を設置して、住んでる市町村への意見を入れられるようにする。
- ・今回のように学校を經由して選挙管理委員会の案内が配られると、意識を思う。
- ・子供が入って行きやすい投票所の環境づくりをする。
- ・親が子どもが騒ぐことに気後れして行きづらさを感じる面があるので、子ども騒いでも投票できる空間づくりをしてアピールする。
- ・親子で投票所に行ったという、何か記念になるようなものがあるとよい。



メッセージカード表面 (A4折り込み)



メッセージカード内面

令和4(2022)年度 パイロット事業について

選挙時啓発① YouTubeターゲティング広告

事業概要

YouTubeで県内若年層（18～34歳）を対象としたターゲティング動画広告を実施して、若者に向けた期日周知・投票促進を図る。

実施結果概要

- ・配信期間：令和4年6月22日～7月10日（19日間）
- ・配信回数：動画① 1,133,349回 動画② 302,705回

内容

- ・再ブレイク中の県出身タレント「U字工事」を起用
- ・ほのぼのとした雰囲気「日常編」と、テキストアニメーションを多用しスタイリッシュなイメージの「謎かけ編」の2種の15秒動画を配信
- ・消音環境での視聴に配慮して、動画全編にテロップを表示



上：動画①「日常編」 / 下：動画②「謎かけ編」



選挙時啓発② GPSを使ったターゲティング広告

事業概要

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バナー広告を配信する。

実施結果概要

- ・配信期間：令和4年6月22日～7月10日（19日間）
- ・配信回数：944,952回

内容

- ・バナー画像は水色を基調として、他の啓発資材とイメージを統一
- ・バナー画像に通常版に加えて親子連れ投票周知版を用意



若年層の投票率向上推進プラン(素案)

2023-2025

はじめに	1
現状と課題	2
取組方針	4
取組例①	5
取組例②	6
取組例③	7
プランの推進	9

令和4(2022)年9月
栃木県選挙管理委員会

はじめに

プラン策定の背景と経過

選挙は、県民が主権者として政治に参加する最も重要で基本的な機会である。しかし、近年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著しく低い水準にある。

このため、若年層^{※1}の投票率向上を目的として、地域の様々な機関が連携協力し、選挙啓発事業を効果的に実践していくために、新たに「若年層の投票率向上推進プラン」を策定することとした。

計画内容や具体的な選挙啓発の方策等について検討するため、当事者である若者が自らの問題として考え、それを有識者等が支援する構成の「若年層の投票率向上推進計画策定ワーキンググループ」を令和3(2021)年度に設置し、議論を踏まえながらプランの策定を進めた。

推進期間

令和5(2023)年度から令和7(2025)年度の3年間とする。

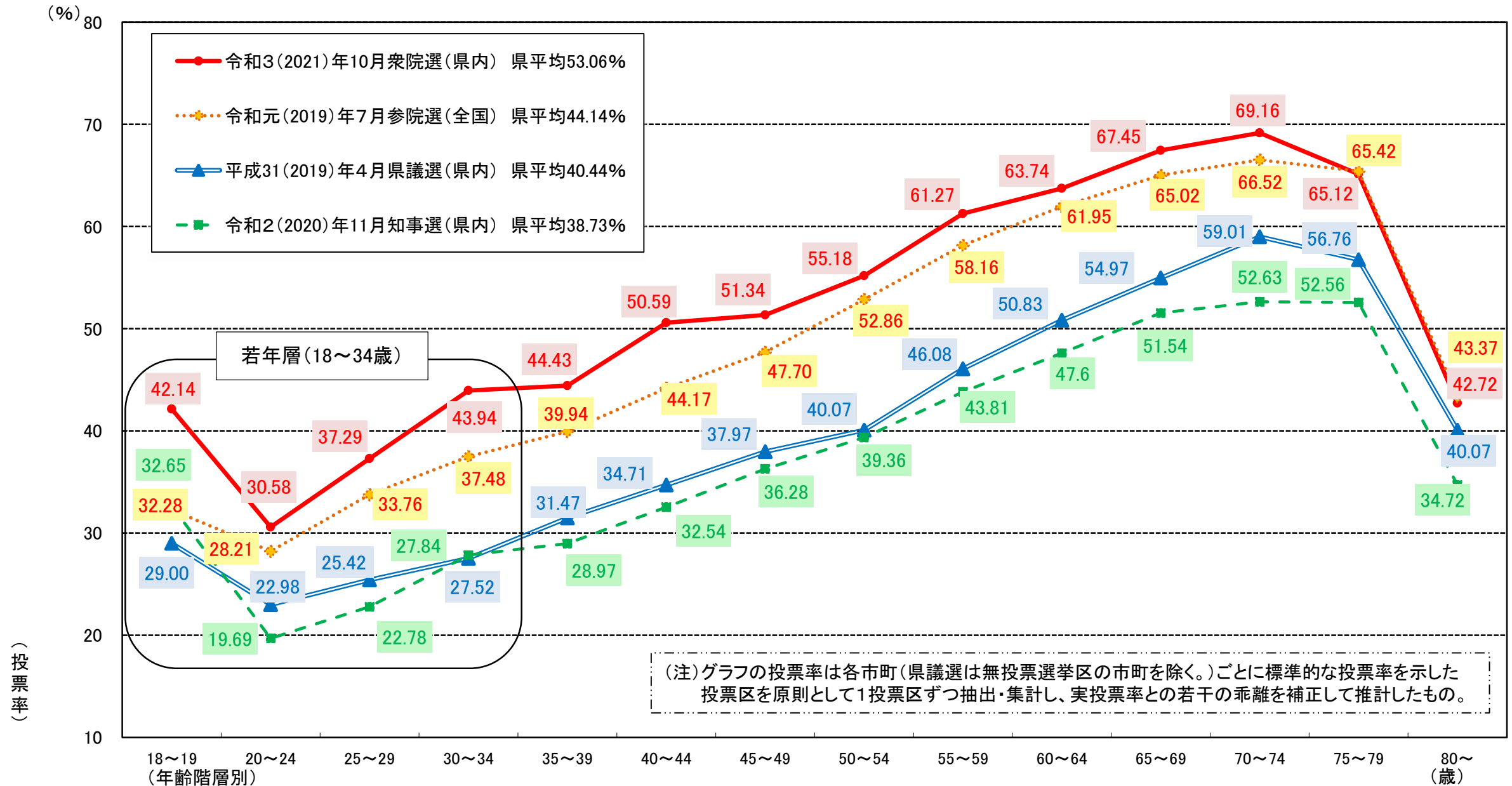
プランの位置付け

これまで、県選挙管理委員会では、若年層を含む有権者への選挙啓発計画として、毎年度明るい選挙推進運動要領の中で常時啓発の事業計画を定めているほか、県が管理する選挙^{※2}に際しては臨時啓発計画(選挙時啓発の計画)を定め、取組を進めてきた。

本プランは、若年層や未来の有権者をターゲットとし、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。また、本プランに基づき検討する具体的な取組事業は、各種選挙啓発計画における実施事業の充実に直接繋がるものである。

※1 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。

※2 衆議院(小選挙区選出)議員、参議院(選挙区選出)議員、県議会議員、県知事の選挙(公職選挙法第5条)



現状と課題 一啓発事業における課題一

若者の政治・選挙離れ等を踏まえた啓発

若年層の低投票率の理由として、「面倒」「選挙に関心がない」といった、政治や選挙に対する消極的な意見が多い※1。

また、学校における政治教育が諸外国と比較して積極的になされていないことや、社会に出ると政治や選挙に関する学習の機会がほとんどないことも課題として挙げられている※2。

以上から、選挙や政治に対する関心、意識向上の推進を図る工夫や、児童生徒や学生、若年層の社会人をターゲットにした、より踏み込んだ啓発を推進することが求められる。

また、啓発事業の検討に当たっては、選挙管理委員会のみでできる啓発には限界があることから、様々な組織等と連携した取組が不可欠である。

状況に応じた適切かつ効果的な啓発

令和2(2020)年に新型コロナウイルス感染症が拡大し、選挙も例外なく大きな影響を受け、選挙啓発についても、街頭啓発を中止せざるを得なくなるなど、対面により行う事業の見直しを迫られることとなった。一方で、コロナ禍は社会に急速なデジタル化をもたらし、選挙啓発の分野でもデジタル活用が進んだ。

このように、啓発事業を取り巻く環境が大きく変化する中でも、状況に応じた適切かつ効果的な啓発を実施していく必要がある。

目標の設定と事業の見直し

投票率については、天候や選挙の争点など様々な事情が総合的に影響することもあり、現実的かつ具体的な目標数値を設定することが難しいという実情がある。

その中で、投票率の向上を最大限図るためには、事業の実施時期、方法等を検証し、事業改善のための不断の見直しを行うこと(PDCAサイクルの実践)が重要であり、投票率の代わりに設定可能な目標を積極的に検討していくことが求められる。

※1 明るい選挙推進協会「第25回参議院議員通常選挙における若年層の意識調査」(国政選挙における最新の若年層の意識調査)

※2 常時啓発事業のあり方等研究会『「常時啓発事業のあり方等研究会」最終報告書』(H23.12)

取組方針 ー目指すべき方向性ー

課題

- ◆ 若者の政治・選挙離れ等を踏まえた啓発
 - 選挙や政治に対する関心、意識向上の推進を図る工夫
 - 児童生徒や学生、社会人をターゲットにした、踏み込んだ啓発
 - 選挙管理委員会のみによる啓発の限界

- ◆ 状況に応じた適切かつ効果的な啓発
- ◆ 目標の設定と事業の見直し

目指すべき方向性

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

【目指すべき方向性】 ➤ 若年層有権者の興味を引く内容の検討・実施

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

【目指すべき方向性】 ➤ 子どもの原体験に残る(繋がる)啓発の検討・実施

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

【目指すべき方向性】 ➤ 様々な組織等と共同で実施できる啓発の検討・実施
➤ 既存の事業における新たな連携を模索
➤ 若者の声を事業に反映

効果的取組のための工夫例

- ✓ 訴求したいターゲットに合わせて広報媒体等を選定
- ✓ アンケート結果等の証拠に基づく事業の検討
- ✓ 好事例の収集・市町選挙管理委員会への事例紹介
- ✓ デジタル技術の効果的な活用
- ✓ とちぎ選挙ユースサロンを定期的を開催し、若者から意見等を募る
- ✓ 目標の設定の仕方を含めた事業の見直し

など

取組方針 一取組例①一

I

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

コンセプト

- 概ね18歳から34歳の生徒や社会人等に対する啓発
- 主に間近に控える選挙の投票率向上が目的
- 新規の啓発手法の検討に当たっては、「若者にとって魅力ある内容」を重視

取組例

- **社会人向け選挙啓発教材の作成**
主に若年層の社会人向けに、わかりやすく、役に立ち、政治意識を高めることができる内容の教材を作成し、企業において研修等に利用してもらうことで、受講した若年層の社会人の投票促進を図る。
- **新有権者向け選挙啓発資材の作成**
若者の関心を引く内容の選挙啓発資材を作成し、各学校において生徒に配布することで、新たに有権者となる高校3年生の政治意識の向上を図る。デザインについては、若手デザイナーや学生を起用するといった工夫を施す。
- **若年層向けデジタル広告の配信**
選挙時啓発として、若者向けの動画を作成の上、デジタルターゲティング広告により若者に向けて集中的に配信し、投票促進を図る。
- **若年層を対象としたセミナー等の実施**
オンライン形式で行うなど、若者が気軽に参加できるよう開催方法に配慮するとともに、講師や実施時期についても若者を意識して設定し、選挙や政治を身近に感じてもらえる内容でセミナー等を実施する。

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

コンセプト

- 18歳未満の児童生徒等に対する啓発
- 主に将来行われる選挙の投票率向上が目的
- 新規の啓発手法の検討に当たっては、「体験活動」を重視

取組例

□ 親子連れ投票促進事業の実施

- 児童の保護者に向けた親子連れ投票の周知と促進のための啓発資材を作成し、児童を介して保護者へ配布する。
- 主に小学生をターゲットに、親子連れ投票を体験したことの記念となる物を作成する。親から子どもへ手渡しする形をとるなど、家庭における選挙啓発に繋がるような取組とする。

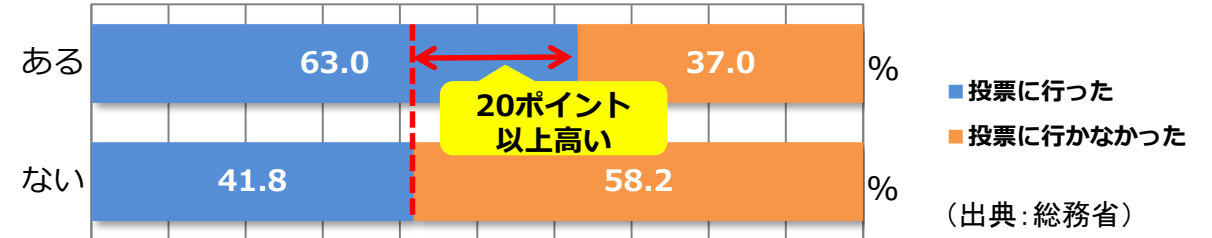
□ 体験を重視した内容による選挙出前講座の実施

選挙出前講座において、生徒等の体験を重視した模擬投票を適宜実施する。その際、実際の投票箱や、投票用紙を模したものを使用するなど、実際の選挙をより具体的に意識し、身近に感じてもらうような工夫をする。

□ 投票所等におけ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、先進事例を市町選挙管理委員会に紹介するとともに、検討のための意見交換を行う。

【参考】子どもの頃に親の投票についていったことのある人・ない人の投票参加の比較



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

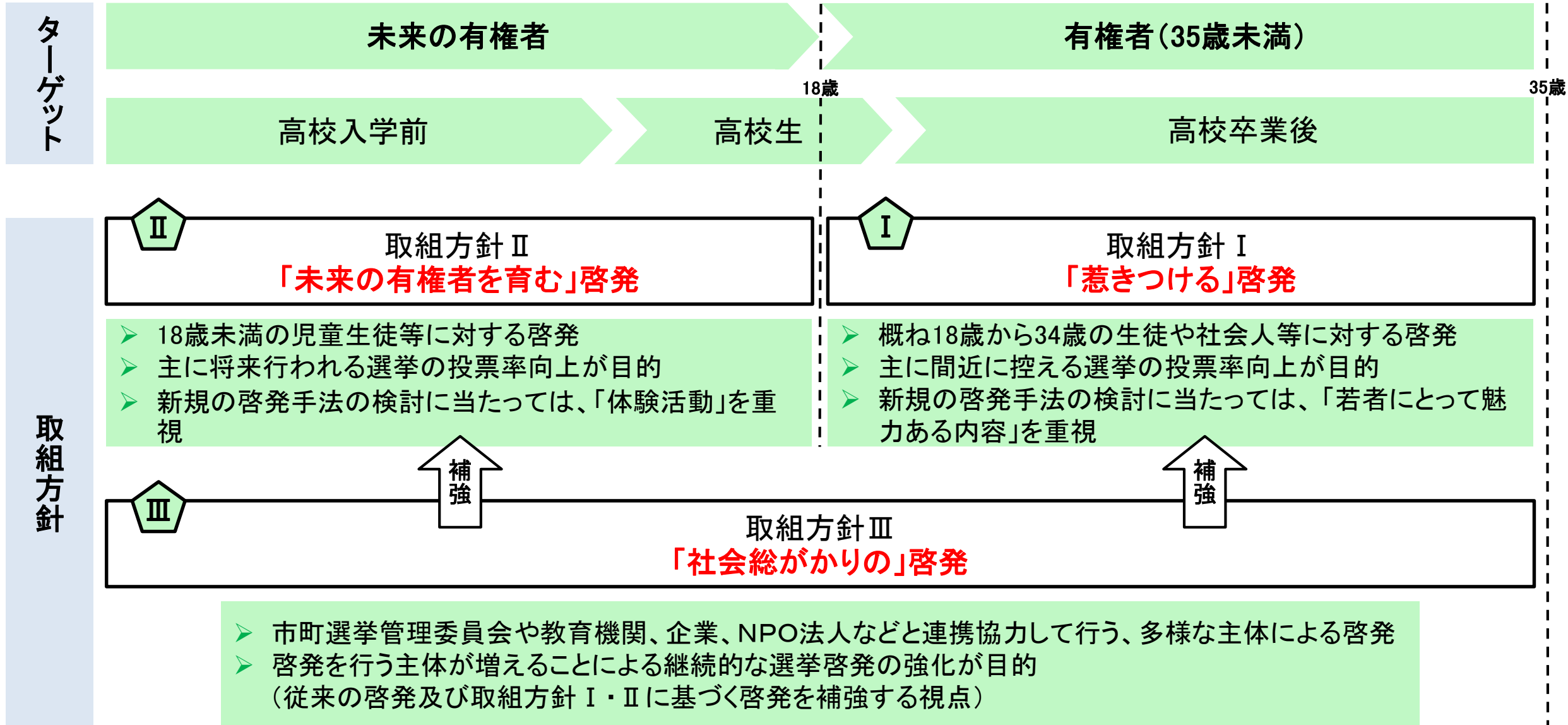
コンセプト

- 市町選挙管理委員会や教育機関、企業、NPO法人などと連携協力して行う、多様な主体による啓発
- 啓発を行う主体が増えることによる継続的な選挙啓発の強化が目的(従来の啓発及び取組方針Ⅰ・Ⅱに基づく啓発を補強する視点)

取組例

- **社会人向け選挙啓発教材の作成(再掲)**
企業との連携により、若年層の社会人への選挙啓発を促進する。
- **親子連れ投票促進事業の実施(再掲)**
親子間での選挙や投票に関する話題のきっかけとなるような取組を実施することにより、家庭内における啓発を促進する。
- **教育委員会や学校との連携の強化**
児童生徒に対する啓発物の配布や出前講座・セミナーの実施などを通じて、主権者教育を推進している教育委員会等との協力関係を深めていく。
- **とちぎ選挙ユースサロンの活動の強化**
新型コロナウイルス感染症の感染拡大を機に活動が縮小していたが、啓発事業の検討や見直しのため、「若者の意見をきく」場としてオンライン形式などで定期的開催する。また、大学生等の参加者の募集を積極的に行い、サロンメンバーの増加を図る。
- **市町選挙管理委員会・市町明るい選挙推進協議会等との連携の強化**
投票率向上のための取組(投票環境の向上に資する取組を含む。)に関して、市町選管との意見交換や先進事例の共有を積極的に行う。さらに、選挙啓発を担う市町明推協等も交えて意見交換を行う場を新たに設け、全県的に行う具体的な啓発事業を検討する。

取組方針 一まとめ



プランの推進

推進体制

本プランは、若年層の投票率向上に向けた取組の指針となるものであり、行政（教育機関を含む。）のみならず、県民や企業等との連携によって、選挙啓発の効果的な展開を図ることができる。

また、選挙啓発事業の着実な改善・強化を推進するために、「重点取組事業」を毎年度決定することとし、PDCAサイクルにより柔軟に事業や目標設定の見直しを行う。

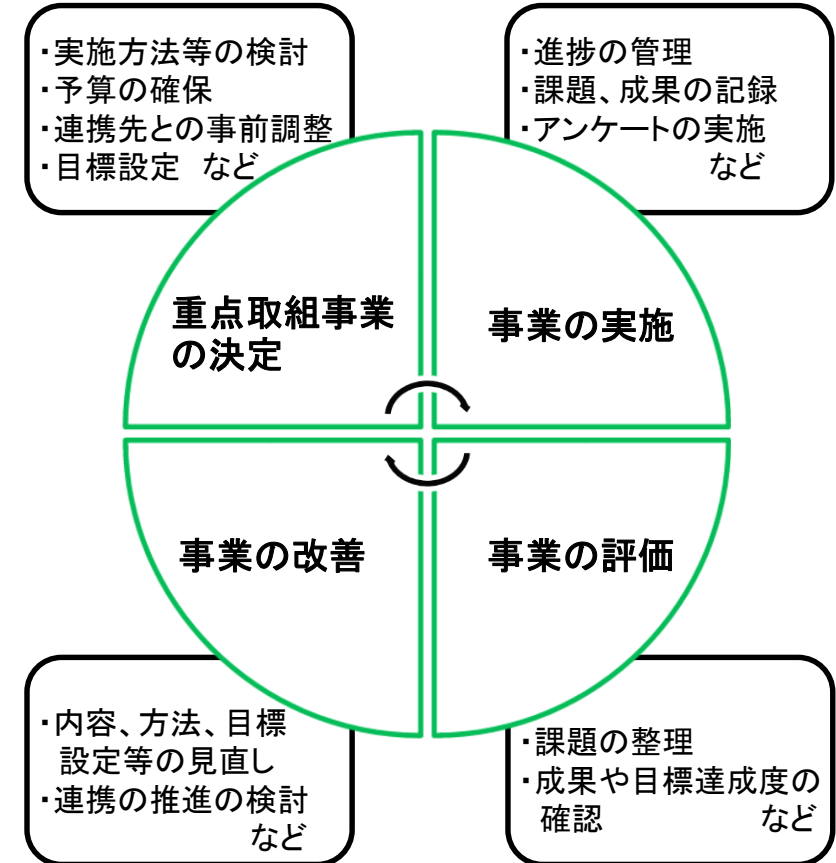
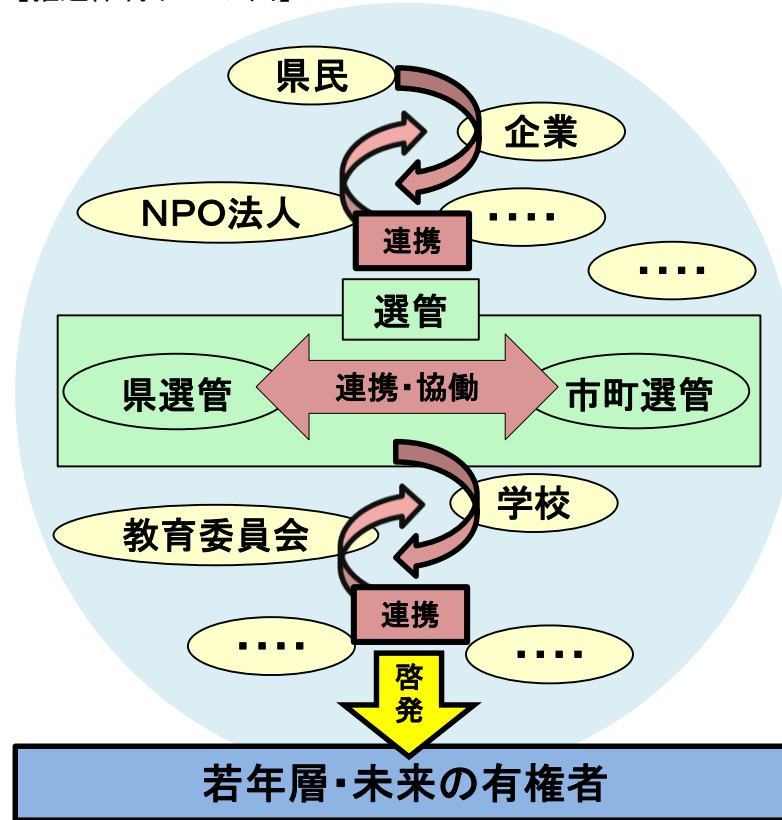
【重点取組事業について】

翌年度に向けた重点取組事業の決定に際しては、効果的な目標の設定が可能かどうかを積極的に検討する。

事業の検証に当たっては、目標の達成度を踏まえながら事業の内容や実施方法、目標設定の見直しを行う。

また、必要に応じてとちぎ選挙ユースサロンを開催し、若年層であるサロンメンバーから意見等を募り、事業の参考とする。

【推進体制イメージ図】



推進方針

重点取組事業を着実かつ効果的に推進するために、必要な財政的措置を適切に講じるとともに、事業の実施前後に関わらず、事業内容の改善を積極的かつ柔軟に図ることとする。