

意見照会の結果及び第2次素案の主な修正点について

【意見照会の結果】

○市町選挙管理委員会

- ・意見なし

○栃木県明るい選挙推進協議会

- ・保護者の年代も選挙に関心が低いことを考えると親子連れ投票の周知とともに、親世代への関心の呼び起こしも必要かと思われる。

⇒取組方針Ⅱに基づき、保護者を対象とした取組を行う。

○学生（宇都宮大学4年生） ※一部抜粋

- ・二十歳のつどい（成人式）の案内が届かなくなることを懸念して住民票を異動しない学生もいる。
- ・不在者投票の際、候補者のことがよく分からず投票先に悩む。
- ・無効となる記載の例など、選挙に係る注意事項や豆知識をSNSで発信するのがよいと思われる。
- ・日常と政治がいかに結びついているかを1番に伝える必要がある。（アルバイト代、奨学金）

⇒毎年度設定する「栃木県明るい選挙推進運動事業計画」の参考とする。

【主な修正点】

○データの差し替え

- ・(p5) 衆議院議員総選挙における年代別投票率の全国比較のグラフについて、令和8（2026）年のデータに差し替え

○グラフの改善

- ・(p2,3) グラフの一部に数値を表示
- ・(p13) 年齢別・曜日別投票者数のグラフについて、土日を赤枠で囲み強調 など

○その他表現の修正

- ・(p14) 課題「若年・中堅層の投票動向の定着化」→「若年・中堅層の投票行動の定着化」
- ・(p18) 主な取組「首長部局・議会等との連携」→「首長部局・教育委員会・議会等との連携」

など

(仮称)栃木県投票率向上推進プラン(第3次素案)

2026—2030

1	はじめに	1
2	投票率の動向	2
3	投票環境と有権者の投票動向	8
4	課題と取組方針	14
5	プランの目標と具体的取組方針	15
	5-1 具体的取組Ⅰ	16
	5-2 具体的取組Ⅱ	17
	5-3 具体的取組Ⅲ	18
6	むすび	19
<資料>	前プランの取組実績	20

令和8(2026)年4月
栃木県選挙管理委員会

1 はじめに

プラン改定の趣旨

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が、近年の投票率は低迷し全国平均を下回る状況が続き、とりわけ20歳代を中心とした若者の投票率が著しく低い水準にあった。

このため、若年層^{※1}の投票率向上を目的として、令和5(2023)年度から令和7(2025)年度の3年間で推進期間として、「若年層の投票率向上推進プラン」を策定し、投票率向上に取り組んできた。

令和7(2025)年7月参議院議員通常選挙及び令和8(2026)年2月衆議院議員総選挙において、若年・中堅層の投票率は上昇傾向にあるものの、高齢層の投票率は横ばい傾向にある。また、投票率全体で全国平均を大きく下回る状況が続いていることから、若年層を中心に、全世代の投票率向上を目指すプランに改定する。

プランの位置付け

本プランは、県内の投票率向上に向けて、県選挙管理委員会と、市町選挙管理委員会が連携・協力のもとに取り組んでいくための行動指針とする。

推進期間

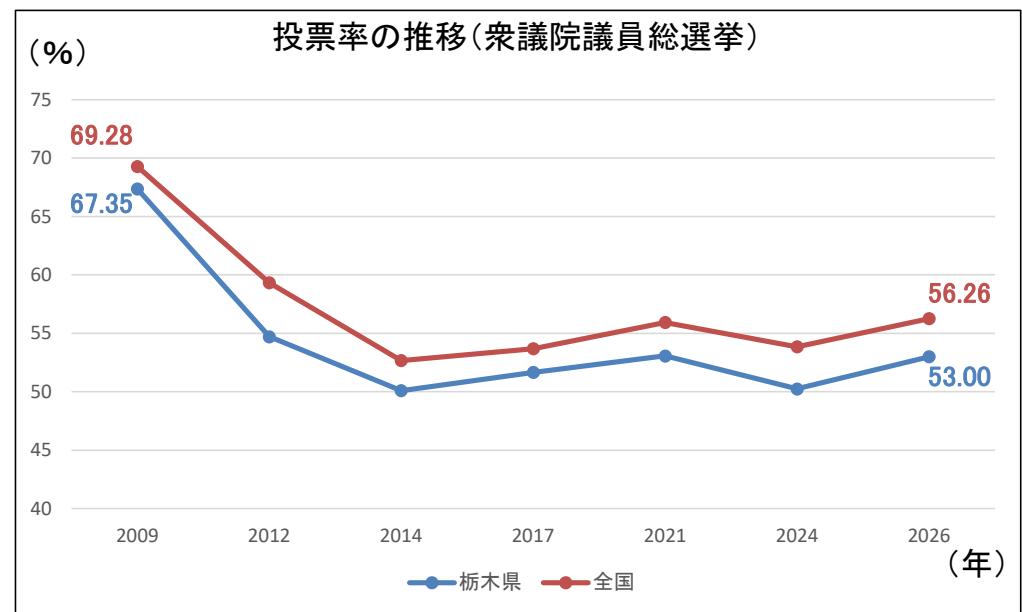
令和8(2026)年度から令和12(2030)年度までの5年間とする。

※1 このプランにおける「若年層」は18～34歳、「中堅層」は35～59歳、「高齢層」は60歳以降の人を指すものとする。

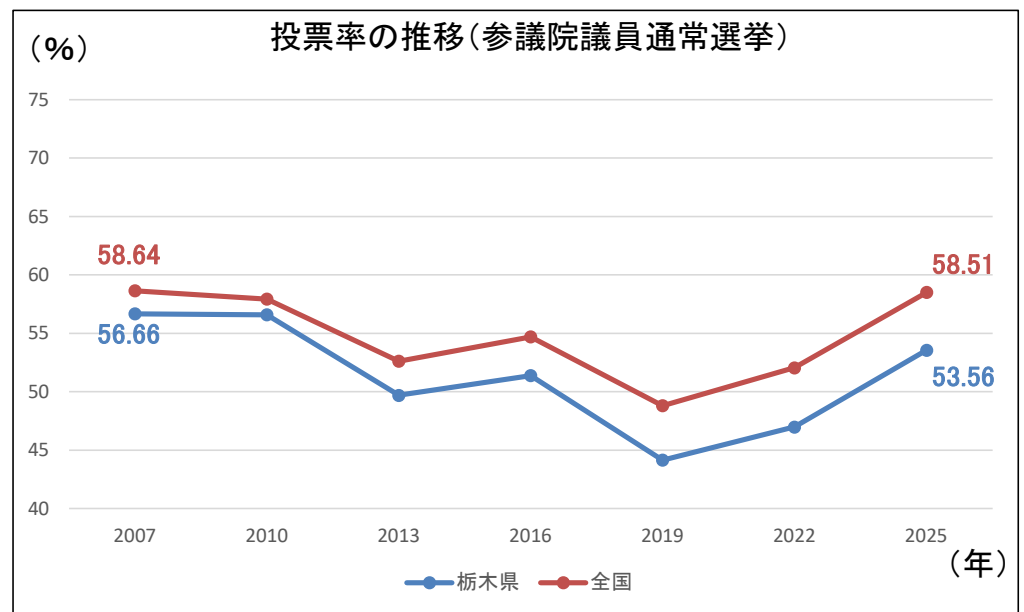
2 投票率の動向

2-1 国政選挙の投票率の推移

- 過去20年間の国政選挙の投票率は、長く低下傾向が続いてきたが、近年は横ばい又は上昇傾向にある。
- 本県の投票率は全国平均を下回る状態が続いている。特に2022年、2025年参院選ではその差が5ポイント程度に拡大し、2025年参院選においては全国ワースト2位となった。



全国との差 (ポイント)	△1.9	△4.6	△2.6	△2.0	△2.9	△3.6	△3.3
順位	41	45	36	36	41	43	43

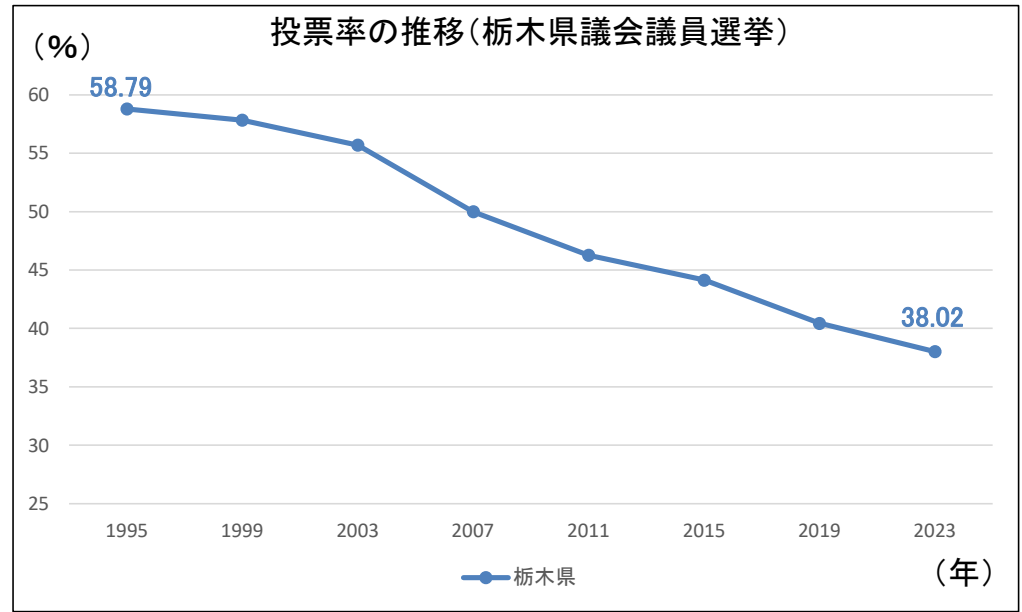
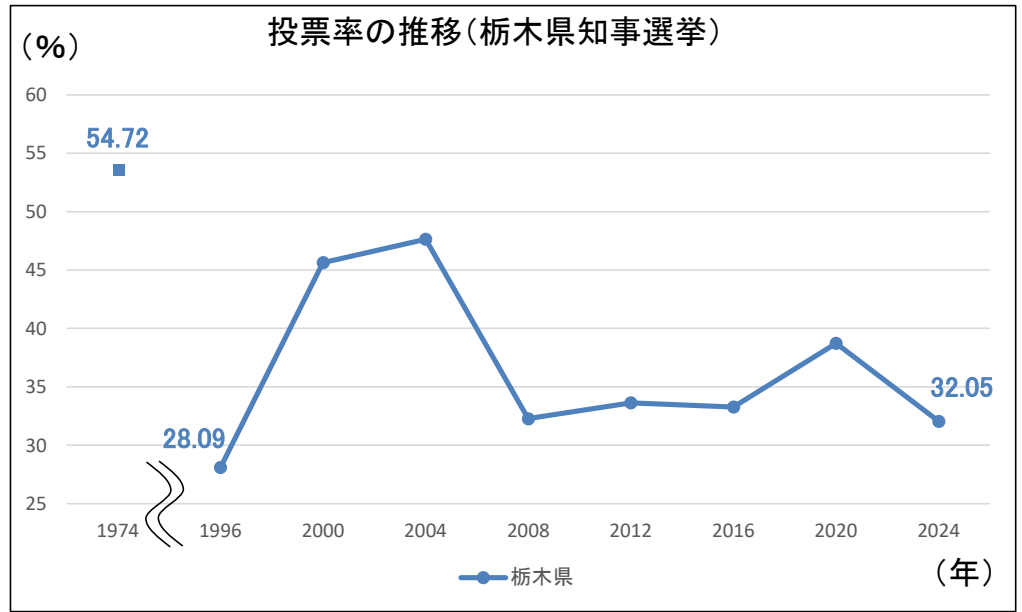


全国との差 (ポイント)	△2.0	△1.3	△2.9	△3.3	△4.7	△5.1	△5.0
順位	36	35	40	38	43	44	46

2 投票率の動向

2-2 地方選挙の投票率の推移

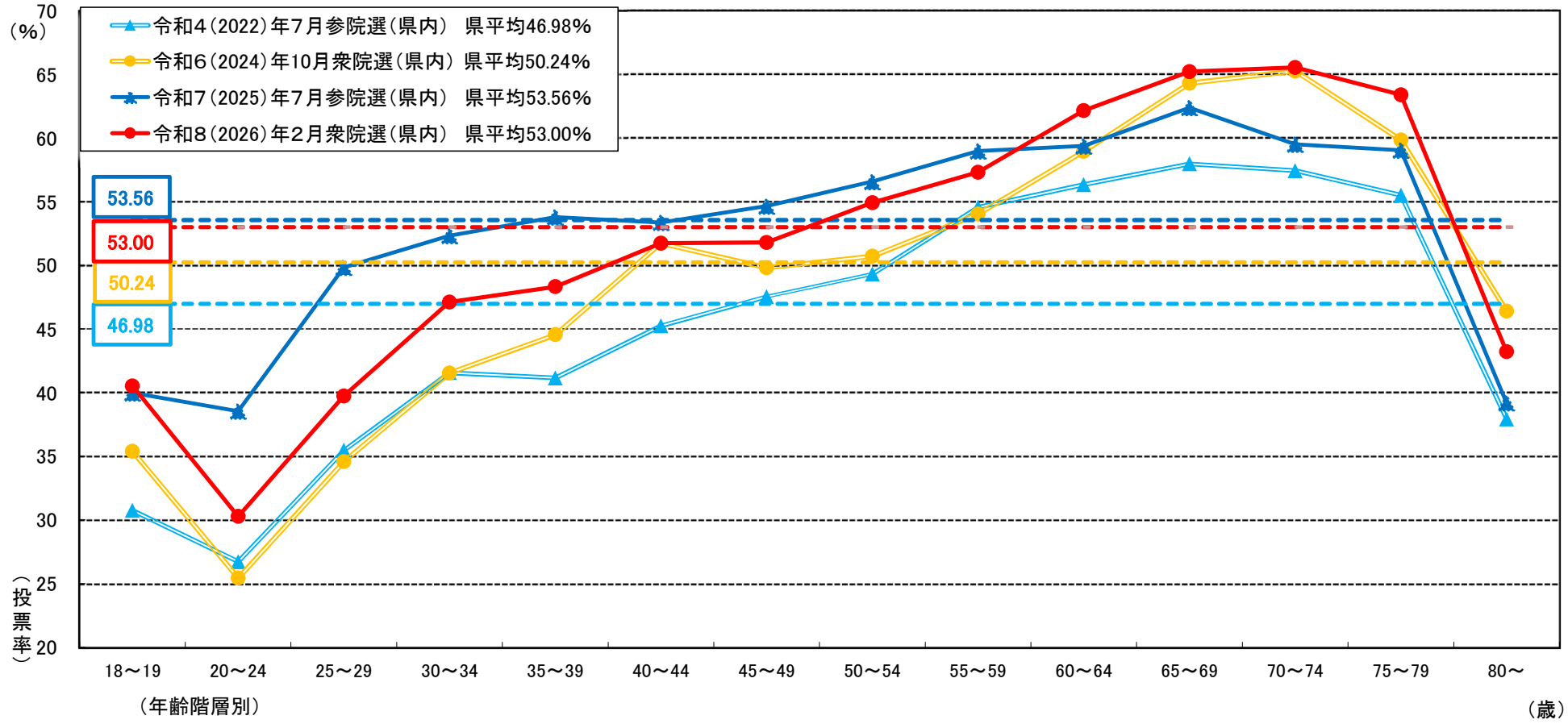
- 地方選挙の投票率は、国政選挙よりも低い傾向にあり、近年は30%台となっている。
- 立候補者の状況等により増減はあるが、長期的には低下傾向にある。



2 投票率の動向

2-3 国政選挙の年代別投票率の状況

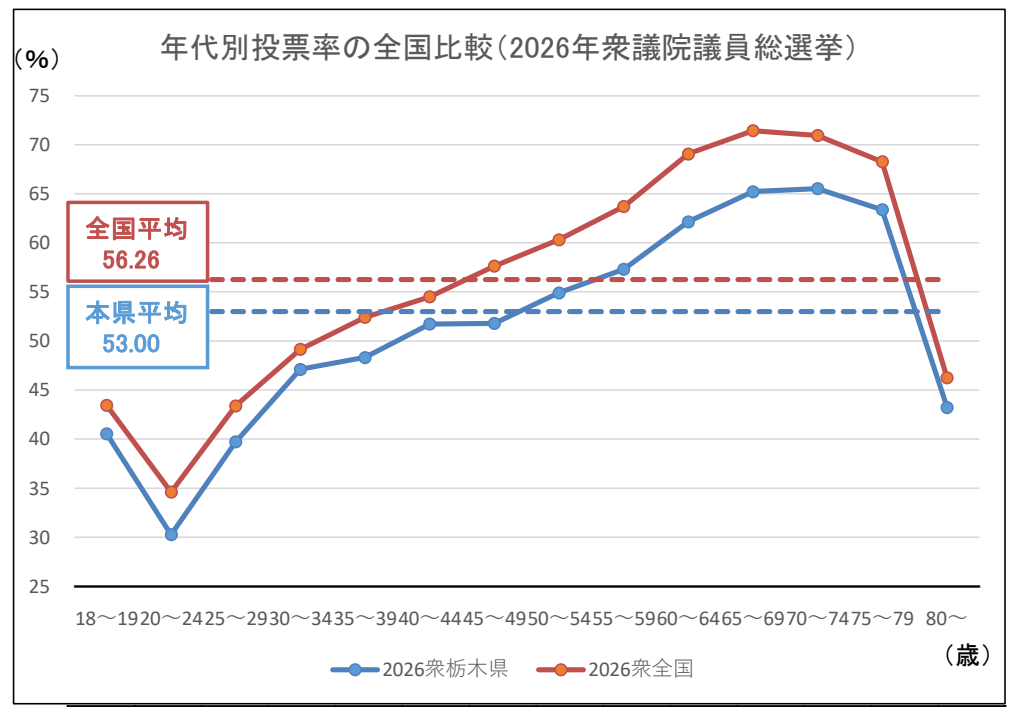
- 高齢層に比べて若年・中堅層の投票率が低い傾向が続いている。
- 近年、若年・中堅層の投票率は上昇傾向にあるが、高齢層の投票率は横ばい傾向にある。



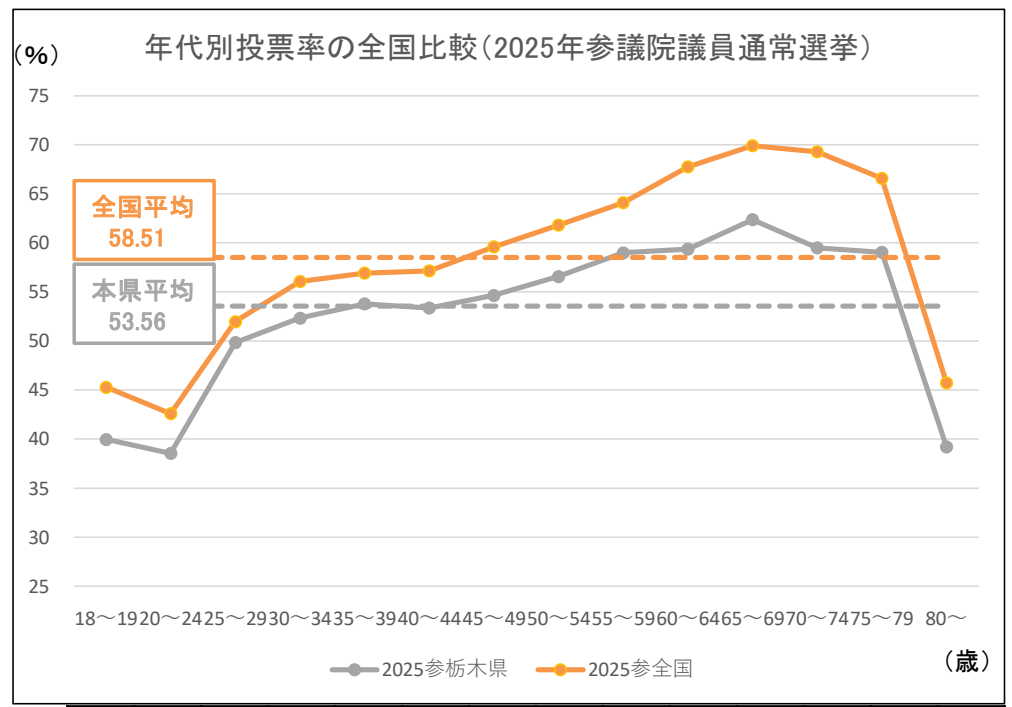
2 投票率の動向

2-4 国政選挙の年代別投票率の全国との比較

- 年代別投票率を全国と比較すると、いずれの年代も下回っている。
- 若年層から中堅層(うち35~44歳)の乖離は小さいものの、中堅層(うち45~59歳)と高齢層の乖離は大きい。



全国との差 (ポイント)	△ 2.9	△ 4.3	△ 3.7	△ 2.1	△ 4.1	△ 2.8	△ 5.8	△ 5.4	△ 6.4	△ 6.9	△ 6.2	△ 5.4	△ 4.9	△ 3.0
--------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------



全国との差 (ポイント)	△ 5.3	△ 4.1	△ 2.1	△ 3.7	△ 3.1	△ 3.8	△ 4.9	△ 5.2	△ 5.1	△ 8.4	△ 7.5	△ 9.8	△ 7.5	△ 6.5
--------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

2 投票率の動向

2-5 有権者の選挙に対する意識

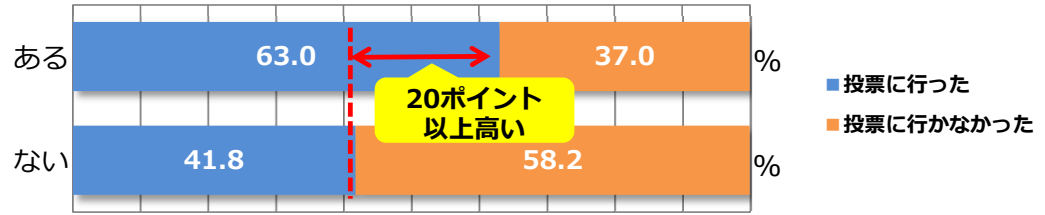
- 若年・中堅層については、選挙に関心がないなど消極的な棄権理由が多い。
- 高齢層については、健康上の理由で棄権することが多い。
- 子どもの頃に投票に行った経験は、将来の投票行動につながる。

年代別棄権理由 (%)

	18-29 歳	30、40 歳代	50、60 歳代	70 歳以上
仕事があったから	27.3	17.6	23.1	5.7
重要な用事(仕事を除く)があったから	9.1	12.0	12.6	5.7
体調がすぐれなかったから	7.6	15.7	10.5	38.7
投票所が遠かったから	3.0	4.6	2.8	5.7
今住んでいる所に選挙権がないから	7.6	2.8	-	-
選挙にあまり関心がなかったから	39.4	33.3	23.1	7.5
解散の理由に納得がいかなかったから	-	5.6	8.4	10.4
政党の政策や候補者の人物像など、違いがよくわからなかったから	19.7	18.5	13.3	13.2
適当な候補者も政党もなかったから	16.7	33.3	31.5	18.9
支持する政党の候補者がいなかったから	9.1	13.9	9.1	5.7
私一人が投票してもしなくても同じだから	10.6	12.0	16.8	4.7
政治のことがわからない者は投票しない方がいいと思ったから	18.2	12.0	4.9	3.8
選挙によって政治はよくなるかと思っただから	16.7	14.8	22.4	13.2
マスコミの事前予測を見て、投票に行く気がなくなったから	1.5	-	2.8	5.7
天候が悪かったから	1.5	0.9	-	-
その他	3.0	7.4	3.5	5.7
わからない	-	-	-	1.9

明るい選挙推進協会「第50回衆議院議員総選挙全国意識調査」

子どもの頃に親の投票について行ったことのある人・ない人の投票参加の比較

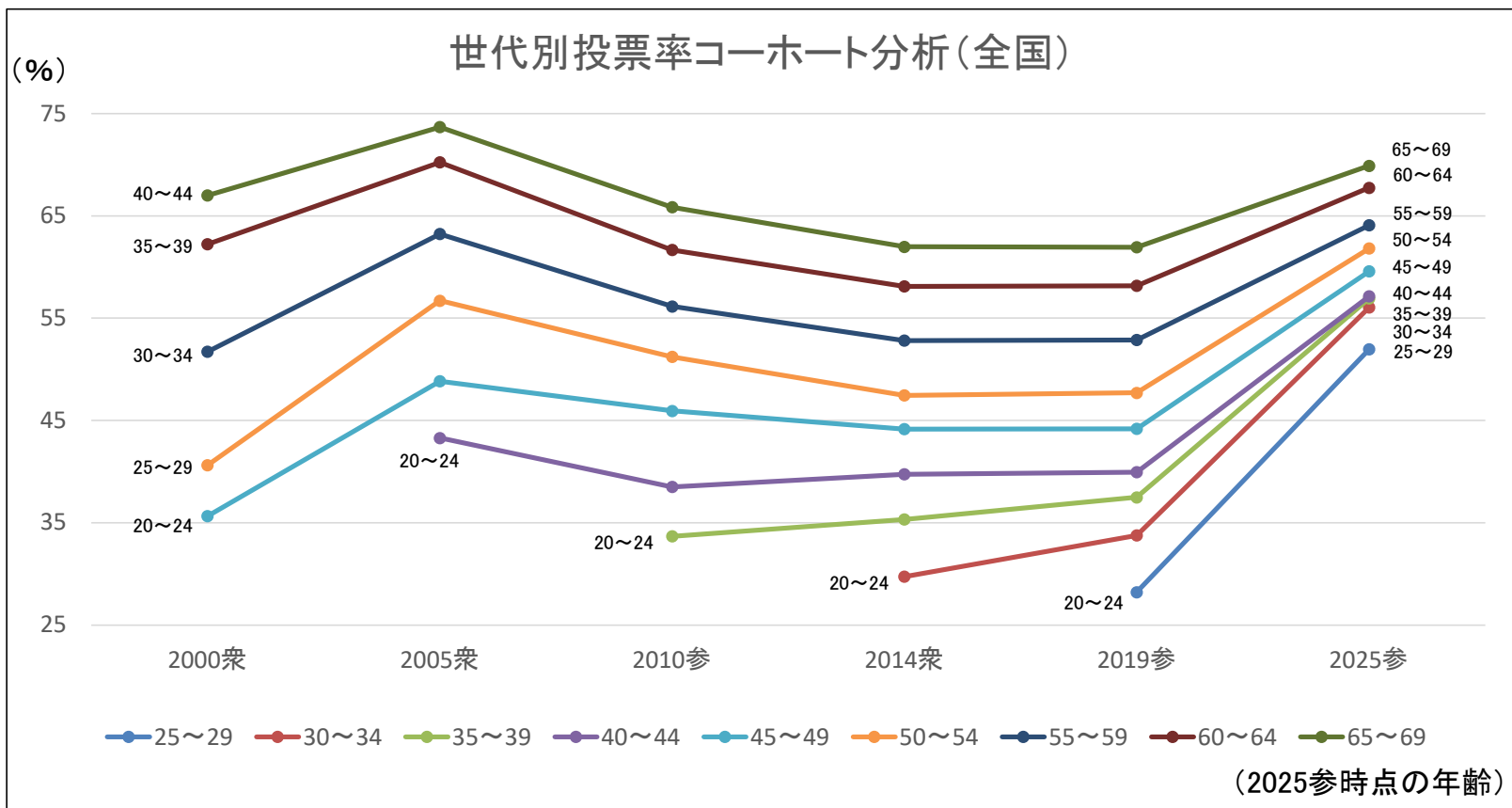


(出典:総務省「18歳選挙権に関する意識調査」)

2 投票率の動向

2-6 世代別の投票動向

○ コーホート分析により各世代ごとの投票率の推移を見ると、若いときの投票行動が、その後の投票行動に影響を与えていることがうかがえる。



3 投票環境と有権者の動向

3-1 当日投票所の設置状況

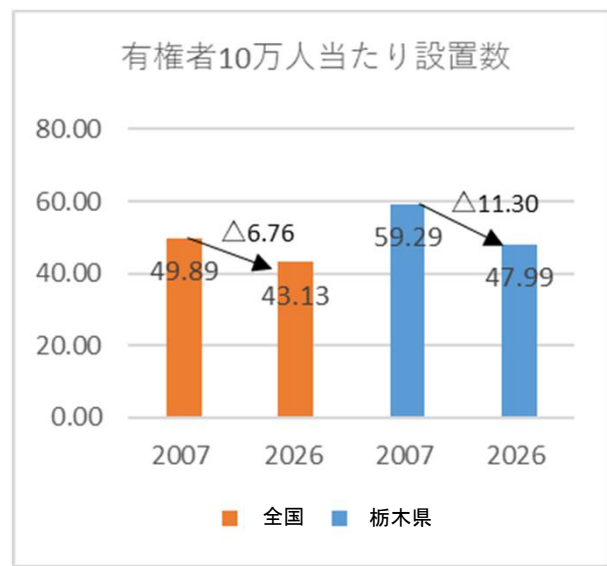
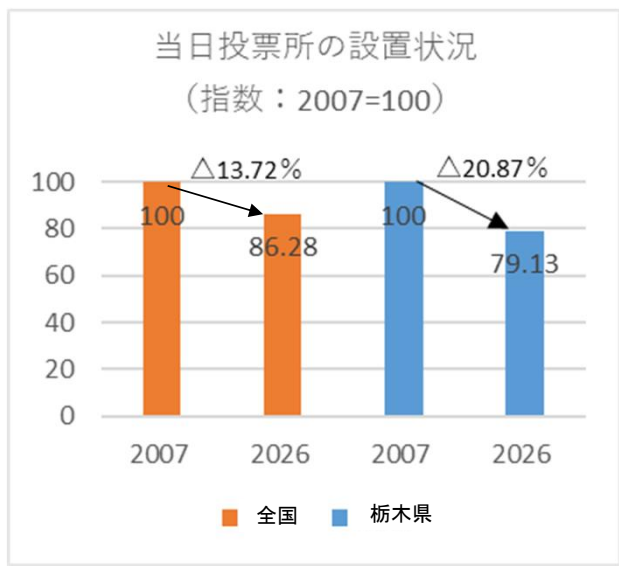
- 当日投票所は人口減少、期日前投票の普及等に伴い全国的に集約化が進んでいる。
- 過去20年間で本県は約20%減少しているが、有権者10万人あたりの設置数は全国平均を上回っている。

(1) 全国

	2007	2026	差	減少率
	(H19参)	(R8衆)		
設置数	51,742	44,642	△ 7,100	△13.7
設置数 (有権者10万人当たり)	49.89	43.13	△ 6.76	△13.6

(2) 栃木県

	2007	2026	差	減少率
	(H19参)	(R8衆)		
設置数	963	762	△ 201	△20.9
設置数 (有権者10万人当たり)	59.29	47.99	△ 11.30	△19.1



3 投票環境と有権者の動向

3-2 投票所への移動支援※2及び移動期日前投票所の導入状況

○ 当日投票所の集約化が進む一方で、農山村地域を中心に移動支援、移動期日前投票所の導入が進められているが、本県は導入市町が頭打ちとなっている。

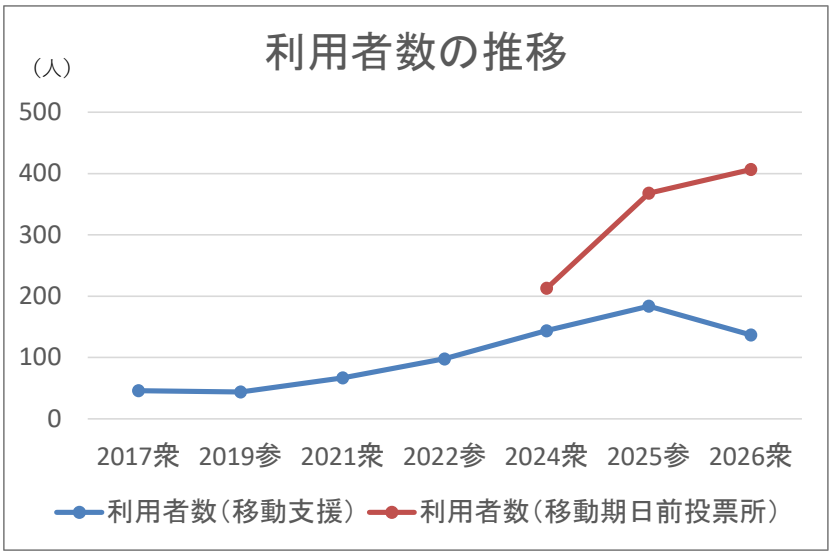
移動支援・移動期日前投票所導入市区町村数(全国)

	移動支援	移動期日前投票所	計
2017衆	195	—	195
2019参	187	34 (14)	207
2021衆	280	59 (21)	318
2022参	304	88 (34)	358
2024衆	332	133 (47)	418
2025参	390	176 (66)	500

移動支援・移動期日前投票所導入市町数(栃木県)

	移動支援	移動期日前投票所	計
2017衆	2	—	2
2019参	3	—	3
2021衆	5	—	5
2022参	6	—	6
2024衆	8	2 (2)	8
2025参	9	2 (2)	9
2026衆	9	2 (2)	9

()は移動支援も実施



※2 巡回バスの運行や無料タクシー券の発行により期日前・当日投票所への移動を支援する取組のこと。

3 投票環境と有権者の動向

3-3 期日前投票所の設置状況

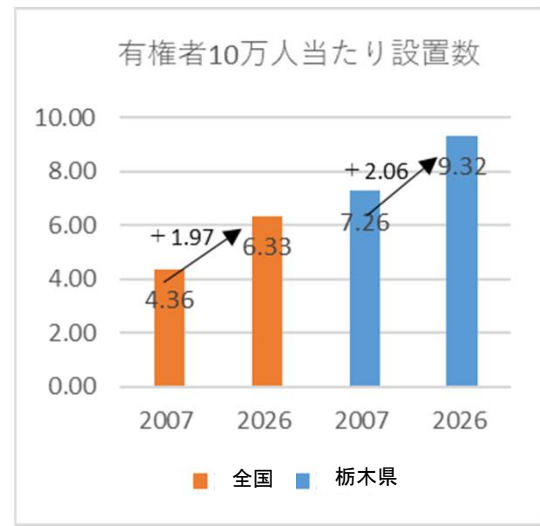
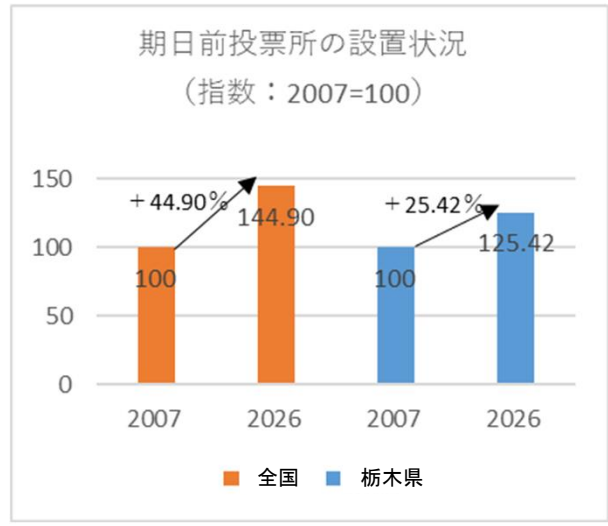
- 全国的に期日前投票所設置数の拡充が進められている。
- 有権者10万人当たりの設置数は、本県は全国平均を大きく上回っている。

(1) 全国

	2007 (H19参)	2026 (R8衆)	差	増加率
設置数	4,519	6,548	2,029	+ 44.9
設置数 (有権者10万人当たり)	4.36	6.33	1.97	+ 45.1

(2) 栃木県

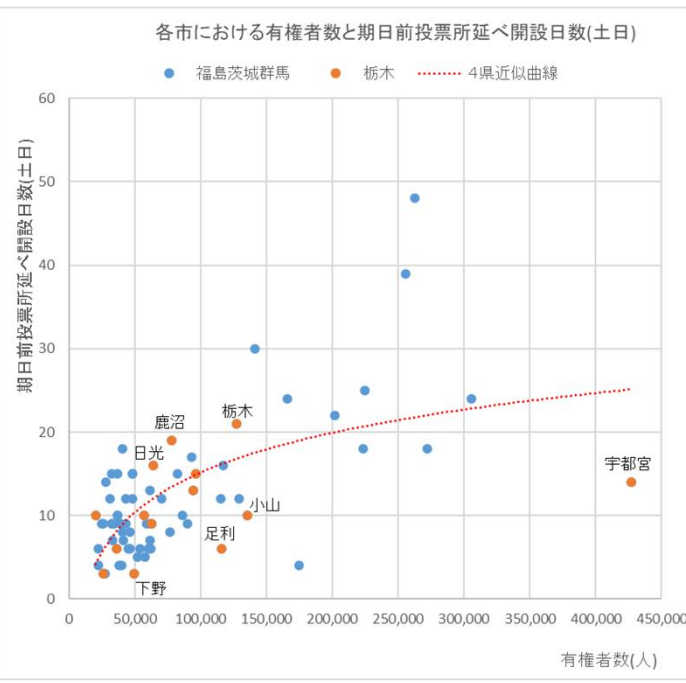
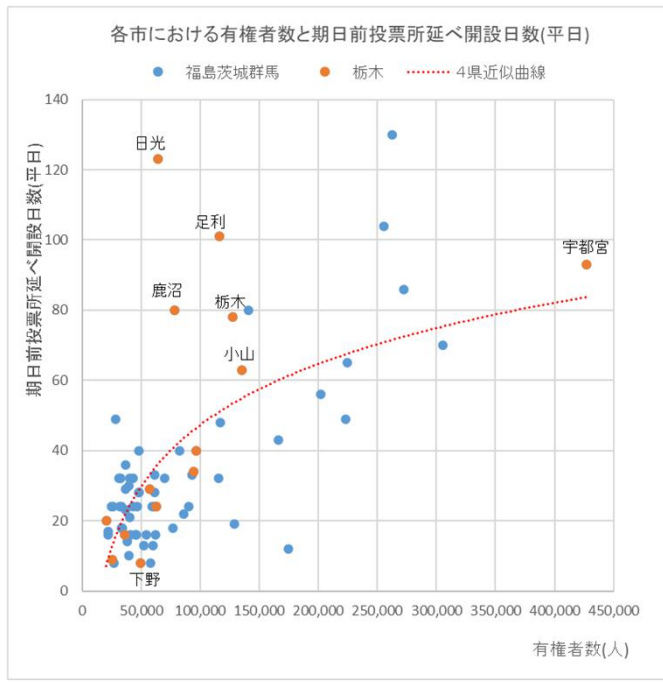
	2007 (H19参)	2026 (R8衆)	差	増加率
設置数	118	148	30	+ 25.4
設置数 (有権者10万人当たり)	7.26	9.32	2.06	+ 28.4



3 投票環境と有権者の動向

3-3 期日前投票所の開設状況(平日・土日別延べ開設日数比較)※3

○ 期日前投票所の開設状況を、延べ日数、平日・土日別にみると、平日は近隣県並みか上回っている市が多い一方で、土日は近隣県より少ない市が多い。



2026年衆院選期日前投票所開設状況(有権者数順)

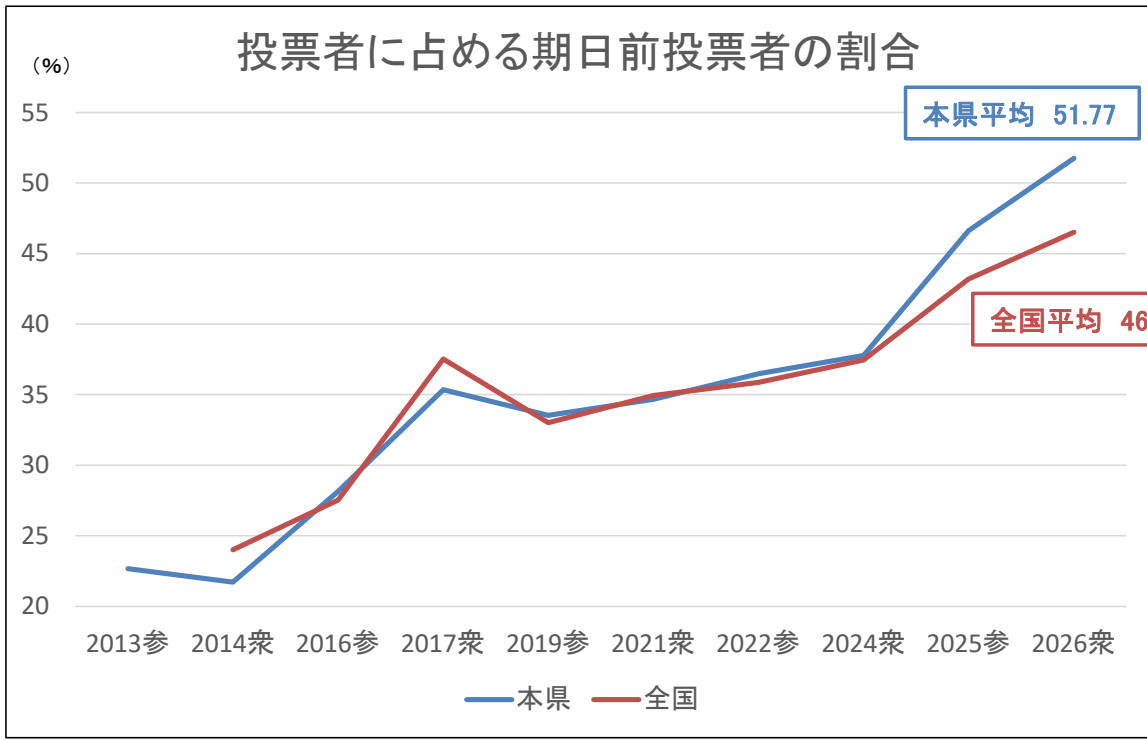
	有権者数 a	期日前投票所延べ設置日数			有権者1万人当たり延べ開設日数			
		平日 b=c+d	土日 c	うち前日 d	平日 f=10000*b/a	平日 g=10000*c/a	土日 h=10000*d/a	
宇都宮市	427,086	107	93	14	8	2.51	2.18	0.33
小山市	135,136	73	63	10	6	5.40	4.66	0.74
栃木市	127,123	99	78	21	7	7.79	6.14	1.65
足利市	115,938	107	101	6	2	9.23	8.71	0.52
那須塩原市	96,214	55	40	15	5	5.72	4.16	1.56
佐野市	94,098	47	34	13	5	4.99	3.61	1.38
鹿沼市	78,053	99	80	19	15	12.68	10.25	2.43
日光市	64,036	139	123	16	5	21.71	19.21	2.50
真岡市	62,642	33	24	9	3	5.27	3.83	1.44
大田原市	56,954	39	29	10	4	6.85	5.09	1.76
下野市	49,621	11	8	3	1	2.22	1.61	0.60
さくら市	36,029	22	16	6	2	6.11	4.44	1.67
壬生町	32,017	33	24	9	3	10.31	7.50	2.81
矢板市	25,758	12	9	3	1	4.66	3.49	1.16
上三川町	25,320	11	8	3	1	4.34	3.16	1.18
高根沢町	24,409	11	8	3	1	4.51	3.28	1.23
野木町	21,028	11	8	3	1	5.23	3.80	1.43
那須町	20,662	22	16	6	2	10.65	7.74	2.90
那須烏山市	20,279	30	20	10	3	14.79	9.86	4.93
益子町	18,113	11	8	3	1	6.07	4.42	1.66
芳賀町	12,741	11	8	3	1	8.63	6.28	2.35
那珂川町	12,374	36	26	10	4	29.09	21.01	8.08
茂木町	9,975	11	8	3	1	11.03	8.02	3.01
市貝町	9,311	21	16	5	3	22.55	17.18	5.37
塩谷町	8,565	11	8	3	1	12.84	9.34	3.50
市計	1,388,967	873	718	155	67	6.29	5.17	1.12
町計	194,515	189	138	51	19	9.72	7.09	2.62
県計	1,583,482	1,062	856	206	86	6.71	5.41	1.30

※3 2026年衆院選における福島県、茨城県、栃木県、群馬県の各市の期日前投票所延べ開設日数

3 投票環境と有権者の動向

3-4 有権者の投票動向

○ 期日前投票の利用者は全国、本県ともに増加しており、2026年衆院選において投票者に占める割合は県全体で51.77%となり、19市町で50%を超えた。



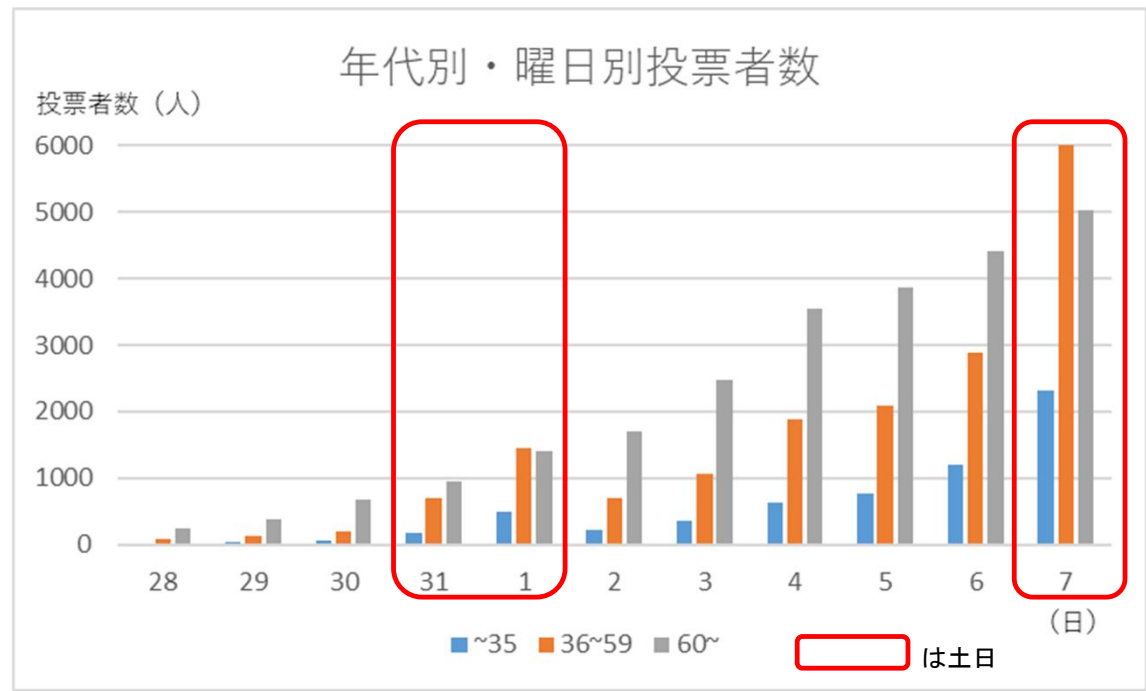
2026年衆院選期日前投票割合

順位	市町	割合
1	那須烏山市	77.95
2	那珂川町	74.94
3	市貝町	68.33
4	茂木町	66.45
5	益子町	65.05
6	那須町	65.02
7	壬生町	59.99
8	日光市	56.46
9	真岡市	55.38
10	那須塩原市	54.92
11	芳賀町	54.69
12	矢板市	54.41
13	大田原市	53.97
14	塩谷町	53.62
15	栃木市	53.59
16	佐野市	52.43
17	野木町	51.74
18	さくら市	51.44
19	鹿沼市	50.87
20	小山市	49.94
21	高根沢町	48.59
22	宇都宮市	48.57
23	上三川町	46.32
24	足利市	42.28
25	下野市	38.79

3 投票環境と有権者の動向

3-4 有権者の投票動向※4

- 期日前投票者数は選挙期間を通じて漸増し、選挙期日前日の土曜日に最大となる。
- 若年・中堅層は土日に商業施設での期日前投票を選ぶ傾向があり、高齢層は、平日・土日で顕著な差はなく、公共施設利用が多い。



年代別投票先施設の投票者割合



※4 真岡市、那須塩原市における2026年衆院選の期日前投票結果(2月8日投票日)

4 課題と取組方針

課題

- ◆ 拡大する全国との投票率の差
 - 本県の投票率は全国低位にあり、**全国平均との差が拡大**している。
特に、**中堅(うち45～59歳)・高齢層において**全国平均との差が拡大している。
- ◆ 若年・中堅層の投票行動の定着化
 - 若年・中堅(うち35～44歳)層の投票率は上昇傾向にあるものの、この投票行動が今後も**定着するかどう**か**不透明**である。

取組の方向

- ◆ 県民のニーズに沿った投票環境づくり
 - 投票動向を踏まえた投票環境の最適化
- ◆ 主権者意識向上と情報発信
 - 有権者・未来の有権者の選挙や政治に対する関心、意識の向上
→若いときの投票行動が将来にわたり影響を及ぼすことから、**中学・高校生や若年層を中心とした主権者教育を展開**
 - 全ての有権者に届くような選挙情報の発信
- ◆ 各種機関との連携強化
 - 社会総がかりで啓発や環境づくりに取り組むため**各種機関との連携**

5 プランの目標と具体的取組方針



若い世代の**投票参加意識の定着化**を進めるとともに、**全世代型の対策を強化**する。



国政選挙の投票率を全国平均並みに引き上げる！

地方選挙の投票率は候補者の状況によって大きく変動する傾向があるため、具体的な目標はせず、国政選挙と同様の取組により向上を目指す。

取組方針Ⅰ 若年層から高齢層まで誰もが投票しやすい「投票環境の整備」

- 期日前投票所の開設拡大
- 移動支援、移動期日前投票所の充実
- 投票期間の周知

取組方針Ⅱ 投票参加意識を定着化させる「主権者教育・啓発の実施」

- 親子連れ投票の促進
- 選挙出前講座の実施
- 進学・就職に伴う住民票異動や不在者投票制度の周知

取組方針Ⅲ 社会を支える「全ての主体との連携強化」

5-1 具体的取組 I

I

若年層から高齢層まで誰もが投票しやすい「投票環境の整備」

コンセプト

- 期日前投票の利用環境の整備
- 過疎化・高齢化の進展に応じた投票環境の確保

主な取組

- **地域特性に応じた期日前投票所の拡充**
土日、商業施設など若年・中堅層が利用しやすい期日前投票所の開設拡大、特に最も有権者のニーズが高い選挙期日前日の土曜日の期日前投票所の開設を拡大する。
過疎化・高齢化が進む地域での当日投票所の集約に伴う代替措置として、移動支援・移動期日前投票所を拡充する。
- **投票環境のバリアフリーの充実**
バリアフリーの設備が整った施設を投票所として活用する。
また、コミュニケーションボードや投票支援カードを設置するなど、誰もが投票しやすい環境を実現する。
- **「投票期間」の周知**
期日前投票期間から投票期日までを「投票期間」として周知し、投票日に限らず、投票しやすい日に投票できることを定着させる。

目標

- 期日前投票所開設日数 開設状況が十分でない市町は、人口規模の類似した自治体並に引き上げる
- 移動支援・移動期日前投票所実施市町数 2026衆院選 9市町(うち2市はどちらも実施) → 増加を目指す

5-2 具体的取組 II

II

投票参加意識を定着化させる「主権者教育・啓発の実施」

コンセプト

- 家庭や学校における主権者教育の一層の推進
- 様々な媒体を活用した情報発信

主な取組

- **親子連れ投票促進事業の実施**
幼少期における親子連れ投票の体験が将来の投票行動につながるよう、全国の優良事例等を参考に工夫をこらす。併せて、保護者に向けた親子連れ投票の周知と促進を図る。
- **中学校・高校における出前講座の実施**
学校教育において主権者教育が積極的に展開されるよう、出前講座の実施、投票教材の貸与などを行う。
- **住民票異動・不在者投票制度の周知**
出前講座や啓発資材の配布などにより、進学・就職に伴う住民票の異動や不在者投票制度の周知を強化する。進学後の学生に対しては、栃木県育英会と連携した栃木県東京学生寮における啓発等を行う。
- **様々な媒体を活用した情報発信**
SNSで共通のハッシュタグを設定し、若年層による情報の拡散を促す。
また、図書館など住民の利用率が高い施設と連携して、全ての有権者に向けた情報発信を行う。

目標

- 出前講座実施件数 令和7年度 44件(県:18件、8市:26件) → 県市町で合計60件以上及び半数以上の市町における実施

5-3 具体的取組Ⅲ

Ⅲ

社会を支える「**全ての主体との連携強化**」

コンセプト

- 社会を支える全ての主体、行政機関、教育機関、企業など、多様な主体とともに、投票環境の整備を行う。

主な取組

□ 教育機関との連携

若い世代に投票参加意識を根付かせるために教育の役割は極めて重要なことから、学校教育の場における主権者教育を連携・協力して行う。

□ 企業等との連携

選挙啓発サポーター(選挙啓発を支援する企業等)の拡大を図り、社員等に対する投票参加の呼びかけなど、企業等における取組を促進する。併せて、登録企業・団体の協力を得て、啓発事業を展開する。

□ 市町明るい選挙推進協議会等との連携

選挙啓発について、市町明推協との意見交換や先進事例の共有を積極的に行う。

□ 首長部局・教育委員会・議会等との連携

国政選挙に比べて地方選挙の投票率が低い傾向にあり、有権者にとって地方行政の役割が十分に認識されていないとの指摘があることから、県・市町の首長部局や教育委員会、県・市議会との連携を強化し、地方行政の役割周知に努める。

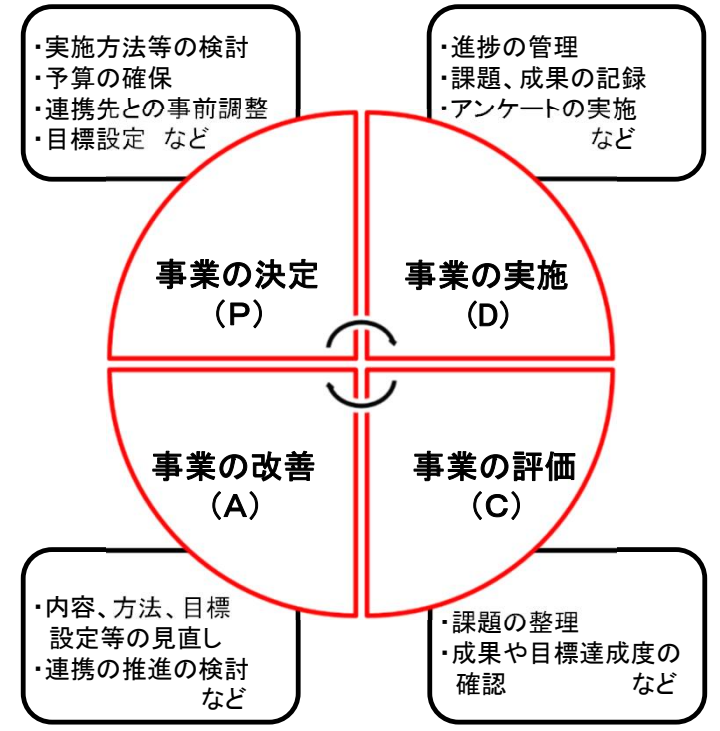
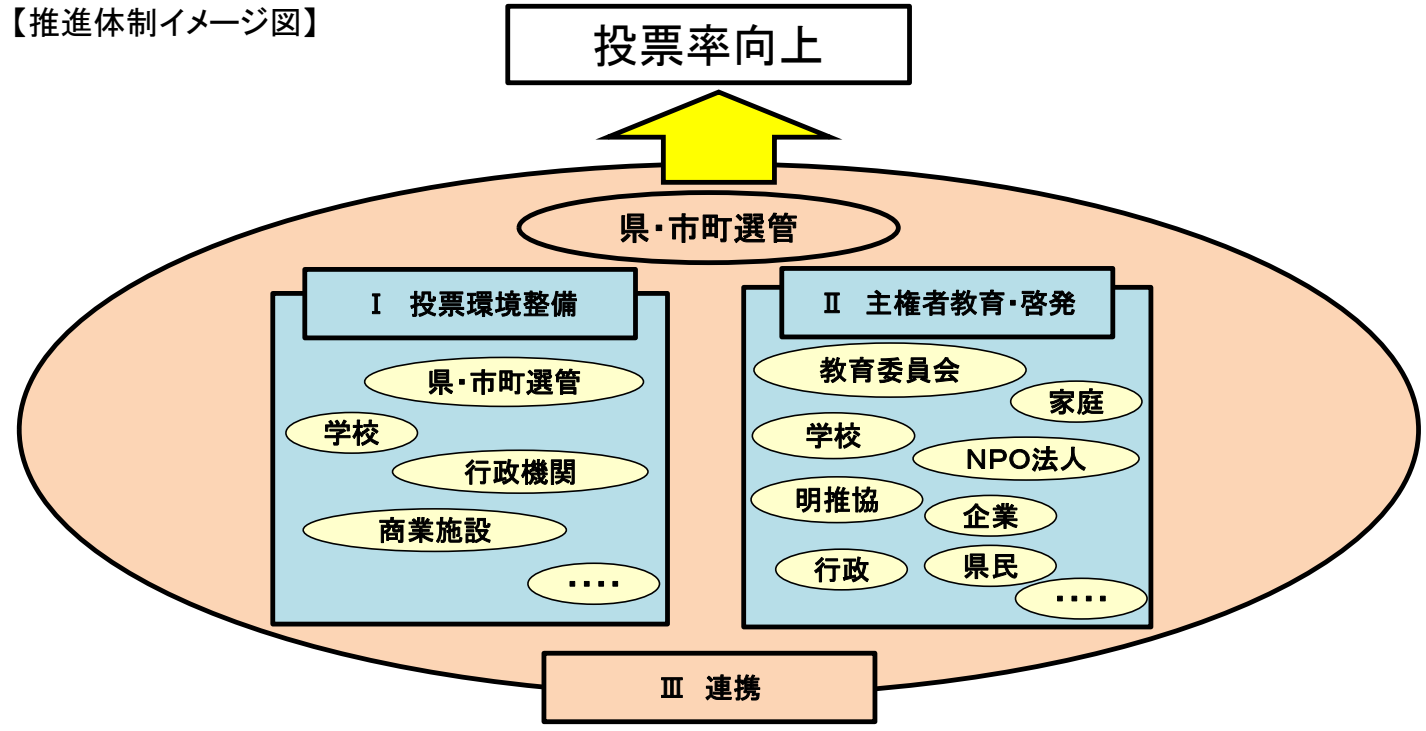
6 むすび

本プランの推進に当たって

本プランは、社会を支える全ての皆さんとの連携・協力のもとに推進することとし、毎年度策定する「栃木県明るい選挙推進運動事業計画」において、毎年度の具体的な事業内容及び数値目標を設定する。

各種事業を着実に推進するために、PDCAサイクルにより進行状況进行评估するとともに、選挙をめぐる状況の変化に対応した必要な改善を行う。

【推進体制イメージ図】



<資料> 前プランの取組実績

I

若者の関心を引き、選挙を身近に感じてもらう「惹きつける啓発活動」

選挙啓発資材の作成

<目的>

新有権者に啓発資材を配布し、選挙意識の向上を図る。

<内容>

- ・継続的に使用可能な啓発資材とすることで持続的な選挙意識の向上を図ることができるため、クリアファイルを作成することとした。
- ・若者の関心を引く内容とするため、若手デザイナーを起用した。
- ・令和7年度は主権者教育の内容がより記憶に定着するよう、選挙啓発出前講座の受講生に配布した。(R5、R6は県内全ての高校3年生に配布)

<実績>

配布部数(部)

- 令和5年度 19,000部
- 令和6年度 18,500部
- 令和7年度 6,000部



クリアファイルデザイン

<資料> 前プランの取組実績

I

若者の関心を引き、選挙を身近に感じてもらう「惹きつける啓発活動」

選挙啓発教材の作成

<目的>

企業等が社員研修等に利用できる教材を作成し、継続的な選挙啓発を実施する。

<内容>

- ・投票に行く重要性を伝えるパラパラ漫画ムービーを制作した。また、とちぎ選挙啓発サポーターの加入企業、団体での利用を想定し、eラーニング教材を作成した。
- ・政治意識の向上と併せて、寄附禁止等の法令遵守の側面も教材に取り入れた。

<実績>

令和6年12月完成



パラパラ漫画ムービー



eラーニング

<資料> 前プランの取組実績

I

若者の関心を引き、選挙を身近に感じてもらう「惹きつける啓発活動」

高校生向けオンラインセミナーの実施

<目的>

在学中に有権者になることが多い高校生を対象にした啓発事業を実施し、選挙や政治への関心の向上と参加を促す。

<内容>

- ・主権者教育に取り組む(株)笑下村塾協力のもと、たかまつなな氏とお笑い芸人を講師として楽しく政治や選挙を学べるセミナーを開催した。
- ・複数の学校が同時に参加できるようにオンライン形式とした。
- ・教育委員会高校教育課を通して参加校を募集した。

<実績>

実施校数(校)

令和5年度 65校

※「ふれあい活動高校生のつどい(県内高校等を対象として、活動発表や意見交換を行う事業)」内にて実施した。

令和6年度 1校

令和7年度 2校



オンラインセミナーの様子

<資料> 前プランの取組実績

I

若者の関心を引き、選挙を身近に感じてもらう「惹きつける啓発活動」

インターネット、SNSの活用

<目的>

インターネットやSNSでデジタル広告を配信することで、若年有権者が選挙に関する情報に触れる機会を増やす。

<内容>

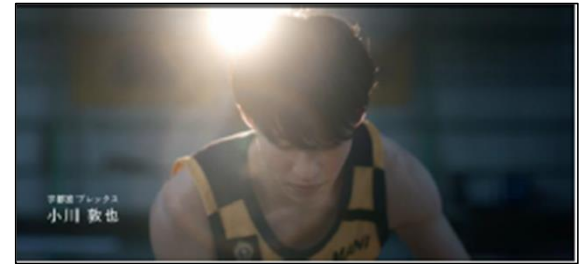
選挙時にXやInstagram、Youtubeでデジタルターゲティング広告、啓発動画を配信した。

<実績>

広告配信回数	
令和5年県議選	34万回
令和6年衆院選	645万回
令和6年知事選	1,382万回
令和7年参院選	1,485万回
令和8年衆院選	3,314万回



バナー広告 (R7参院選)



動画広告 (R7参院選)

<資料> 前プランの取組実績

II

将来の投票率向上のための「未来の有権者の育成」

親子連れ投票記念証の配布

<目的>
子どもにとって投票所へ行った経験がより記憶に残る取組を行い、将来の投票につなげる。

<内容>
・市町選挙管理委員会協力のもと、親と投票所に来た子どもに対して、「親子連れ投票記念証」を配布した。
・子どもに次回も投票所に行きたいと思ってもらうために、選挙ごとにデザインを変更した。

<実績>
作成枚数
令和5年県議選 15,000枚
令和6年衆院選 21,000枚
令和6年知事選 21,000枚
令和7年参院選 41,000枚
令和8年衆院選 57,000枚



親子連れ投票記念証 (R8衆院選)

<資料> 前プランの取組実績

II

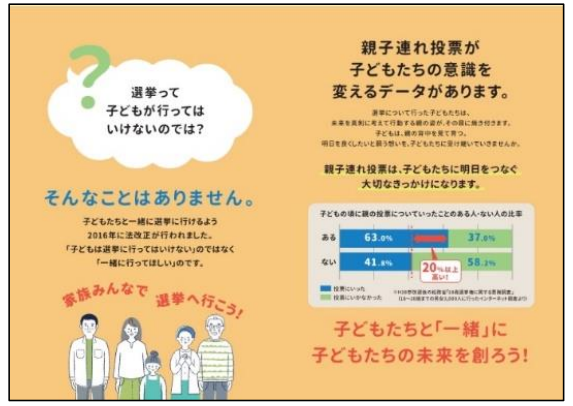
将来の投票率向上のための「未来の有権者の育成」

親子連れ投票促進メッセージの配布

<目的>
子どもの将来の投票行動に影響を与える親子連れ投票の制度を保護者に周知、普及する。

<内容>
・内容は保護者向けとした。小学1～3年生に学校で配布した。
・ポスターコンクールの入賞作品をデザインに起用した。

<実績>
配布枚数
令和5年度 53,000枚
令和6年度 51,000枚
令和7年度 50,000枚



親子連れ投票促進メッセージカード (R7参院選)

<資料> 前プランの取組実績

II

将来の投票率向上のための「未来の有権者の育成」

明るい選挙ポスターコンクールの実施

<目的>

小学生、中学生、高校生が参加できる啓発活動を実施し、将来の政治や選挙への参加意欲を醸成する。

<内容>

- ・優秀賞作品については受賞者を対象にした表彰式や県庁15階での作品展示を実施した。
- ・選挙公報や親子連れ投票促進メッセージカード等の啓発資材へ掲載するなど、選挙啓発に活用した。

<実績>

- ・応募数
令和5年度 1,922点
令和6年度 1,978点
令和7年度 2,192点

・活用事例

選挙啓発ポスター、選挙公報、親子連れ投票促進メッセージカード等の啓発資材



優秀賞受賞作品を使用した選挙啓発ポスター（R8衆院選）

<資料> 前プランの取組実績

II

将来の投票率向上のための「未来の有権者の育成」

選挙啓発出前講座の実施

<目的>

学校等を対象とした選挙啓発出前講座を実施して、受講した生徒等の選挙制度への理解を深め、選挙の大切さを伝えるとともに、主権者として選挙への主体的な参加を促す。

<内容>

- ・選挙管理委員会事務局が学校に赴き、選挙に関する講義や模擬投票を実施した。
- ・模擬投票では市町選挙管理委員会の協力のもとで、実際の選挙で使用している投票箱や記載台を使用した。
- ・R7年度から新たな選択肢として、主権者ピア・エデュケーション事業(若年層の講師が講義等を行うことで、より身近で理解しやすい選挙教育を実現し、新有権者の選挙意識の向上と選挙への積極的な参加を促す事業)を開始した。(6校で実施)



選挙啓発出前講座の様子

<実績>

実施校数(校)

	目標	県実績	市町実績 (市町数)
令和5年度	17 (県)	19	29 (8)
令和6年度	60 (県・市町)	16	27 (9)
令和7年度	60 (県・市町)	18	26 (8)

<資料> 前プランの取組実績

Ⅲ

機関の垣根を越えた「社会総がかりの体制づくり」

とちぎ選挙啓発サポーターの登録・活用

<目的>

選挙啓発を自主的に支援する企業や団体等を「とちぎ選挙啓発サポーター」として募集、登録し、若年層社会人等への投票促進を図る。

<内容>

- ・登録した企業や団体等に対して登録証を交付した。また、登録一覧や選挙時の取組については、選挙管理委員会のホームページやSNSで公開した。
- ・登録企業等には、施設内における啓発ポスターの掲示、ホームページやSNSにおけるバナー広告の掲出、期日前投票の推奨、呼びかけを依頼した。

<実績>

登録団体数 52団体(令和8年4月1日時点)



とちぎ選挙啓発サポーター活動の様子(R8衆院選)

<資料> 前プランの取組実績

Ⅲ

機関の垣根を越えた「社会総がかりの体制づくり」

市町選挙管理委員会・市町明るい選挙推進協議会との連携の強化

<目的>

- ・県と市町が一体となって啓発に取り組むため、連携を強化する。
- ・期日前投票が定着し、投票者に占める割合が3～5割に増加しているため、期日前投票所の投票環境を充実させ、有権者がより投票しやすい環境をつくるよう呼びかける。

<内容>

- ・市町選管や市町明推協との意見交換や先進事例の共有を行うための会議を新設した。
- ・期日前投票所の土日開設日数拡大やショッピングセンター等の集客施設の活用を市町に要請した。

<実績>

- ・市町選挙管理委員会・明るい選挙推進協議会合同会議、選挙啓発事務担当者会議、書記長等会議を毎年開催した。
- ・令和6年衆院選から、2市で移動期日前投票所を開設した。
- ・令和7年参院選において、5市が土日の期日前投票所を拡充した。また、1市が新たにショッピングモールに期日前投票所を開設した。
- ・令和8年衆院選において、1市が土曜日の期日前投票所を拡充した。



会議の様子