

静岡市 投票率向上対策



令和5年度「明るい選挙啓発ポスターコンクール」
静岡市選挙管理委員長賞作品（高校生の部）

「オール静岡で
共創による選挙」を
目指して

令和6年3月

静岡市選挙管理委員会

目次

| | |
|----------------------|----|
| はじめに | |
| 1 静岡市の投票の現状 | 1 |
| 2 静岡市民の選挙への意識 | 4 |
| 3 投票に行かない原因 | 9 |
| 4 有権者へのアプローチ方法 | 10 |
| 5 投票率向上のターゲットと目指す将来像 | 12 |
| 6 投票率向上施策の全体像 | 15 |
| (1) イメージ図 | 16 |
| (2) 体系図 | 17 |
| (3) 事業実施計画一覧 | 18 |
| (4) 事業実施計画 | 19 |
| (5) 対象者別施策一覧 | 44 |
| (6) 事業実施計画全体スケジュール | 45 |
| 7 各事業の効果検証について | 46 |
| おわりに | 48 |
| 地方選挙を意識した選挙啓発の意義 | 49 |
| 資料編 | 51 |
| 先進事例 | 63 |

はじめに

近年、選挙の投票率は全国的に低下傾向にあり、静岡市の投票率も年を重ねるごとに低下しています。そして、国政選挙に比べて地方選挙の投票率低下は著しく、そのような中で、令和5年4月9日執行の統一地方選挙での静岡市長選挙の投票率は、45.6%で、静岡合併後、最低の投票率となってしまいました。

特に10代20代の若年層の投票率は、全世代の中でも一番低い20%代です。

私たちの最も身近な市政に「私たちの声を届ける」選挙で、半数以上の市民が投票して良くて良いのだろうか。静岡市の未来を担う若い人たちは、市政に自分たちの声を届けなくて良いのだろうか。

私たちは、民主主義の根幹である選挙において、投票率の低下に歯止めが掛からない現状を危機的で深刻な問題ととらえ、早急に効果的な対策を講じなければならないと考えました。

そこで、静岡市選挙管理委員会では、現状分析などを徹底的に行い、全国の先進事例などを参考に投票率向上策について考えていくことにしました。

まずは、静岡大学人文社会科学部政治学ゼミと共に静岡市の投票結果、選挙に関する市民意識調査の結果などを重ね合わせ、選挙の現状を見える化し分析を行い、「目で見える投票率～静岡市版～」を作成しました。さらに、分析を踏まえたうえで、投票率向上のためのアイデアを出し合いました。

そして、学識経験者、メディア、民間事業者などで構成する「どうする投票率研究会」を立ち上げました。

研究会では、投票率向上のためのアイデアをもとに、事業化を進めると共により効果的に実施するためにはどのようにしたらよいのか、委員の皆様からの専門的な見識からご意見・アドバイスをいただきました。

本書は、静岡市の現状と研究会でいただいた各委員の皆様からのご意見、先進事例などを参考に、今後、本市が取り組むべき投票率の向上施策についてまとめたものです。

令和6年3月

1 静岡市の投票の現状(「目で見える投票率 静岡市版」より)

静岡市の投票率は、全国の選挙の投票率と同様に年々低下し、5 つの特徴的な傾向があります。

(1) 投票率の推移 全国的な傾向と同様に下がり続けている

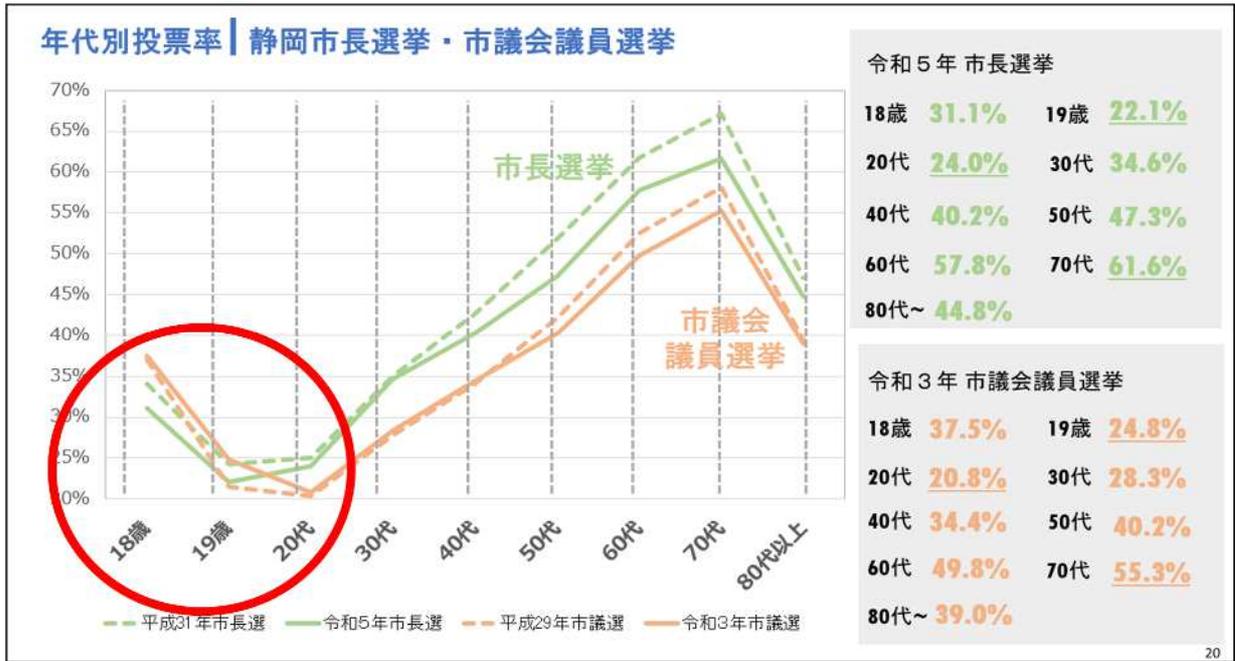


・市長選は12年で7ポイント、市議会議員選挙は16年間で13.3ポイント下がっています。

(2) 地方選挙と国政選挙 地方選挙の投票率は、国政選挙より相対的に低い。静岡市の全ての選挙で投票率が最も低いのは、静岡市議選の投票率

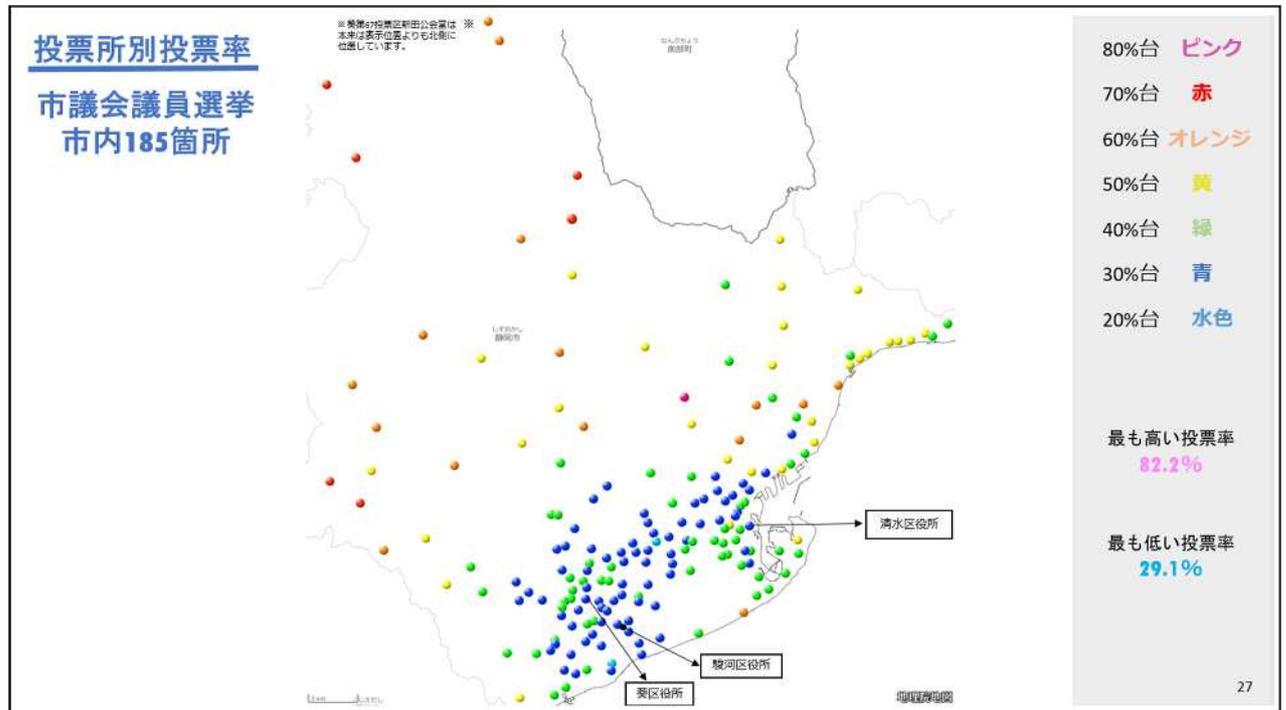


(3)年齢別投票率 若者層(10代・20代)の投票率が低いことが顕著



・20代の投票率が全世代で一番低くなっています。

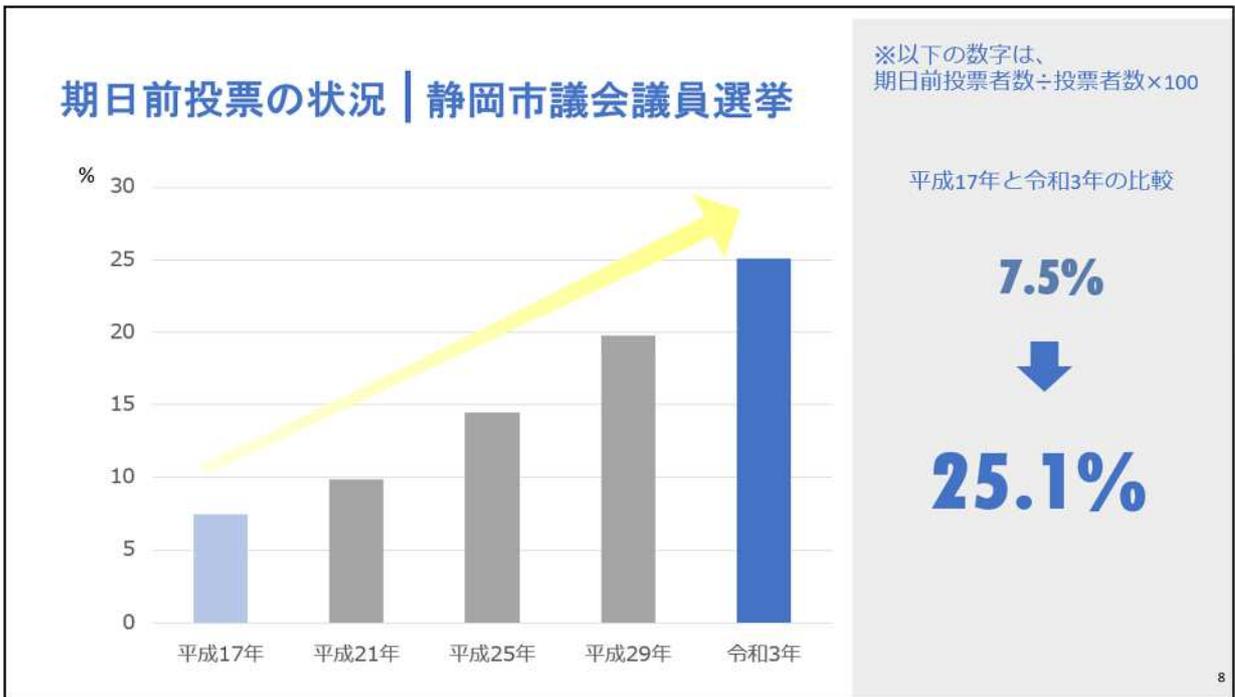
(4)投票所別投票率 中山間地域は投票率が高く、都市部は低い傾向



・市議選の投票所別の投票率で、最も高い箇所は、82.2%、最も低い箇所は、29.1%であり、53.1ポイントの差があります。

・投票率が70%台の箇所は、概ね中山間地域である北部に多く、30%台の箇所は、都市部である南部に多くあります。

(5)期日前投票と当日投票 期日前投票者数の割合は大幅に上昇しており、今後まだ伸びていく可能性がある



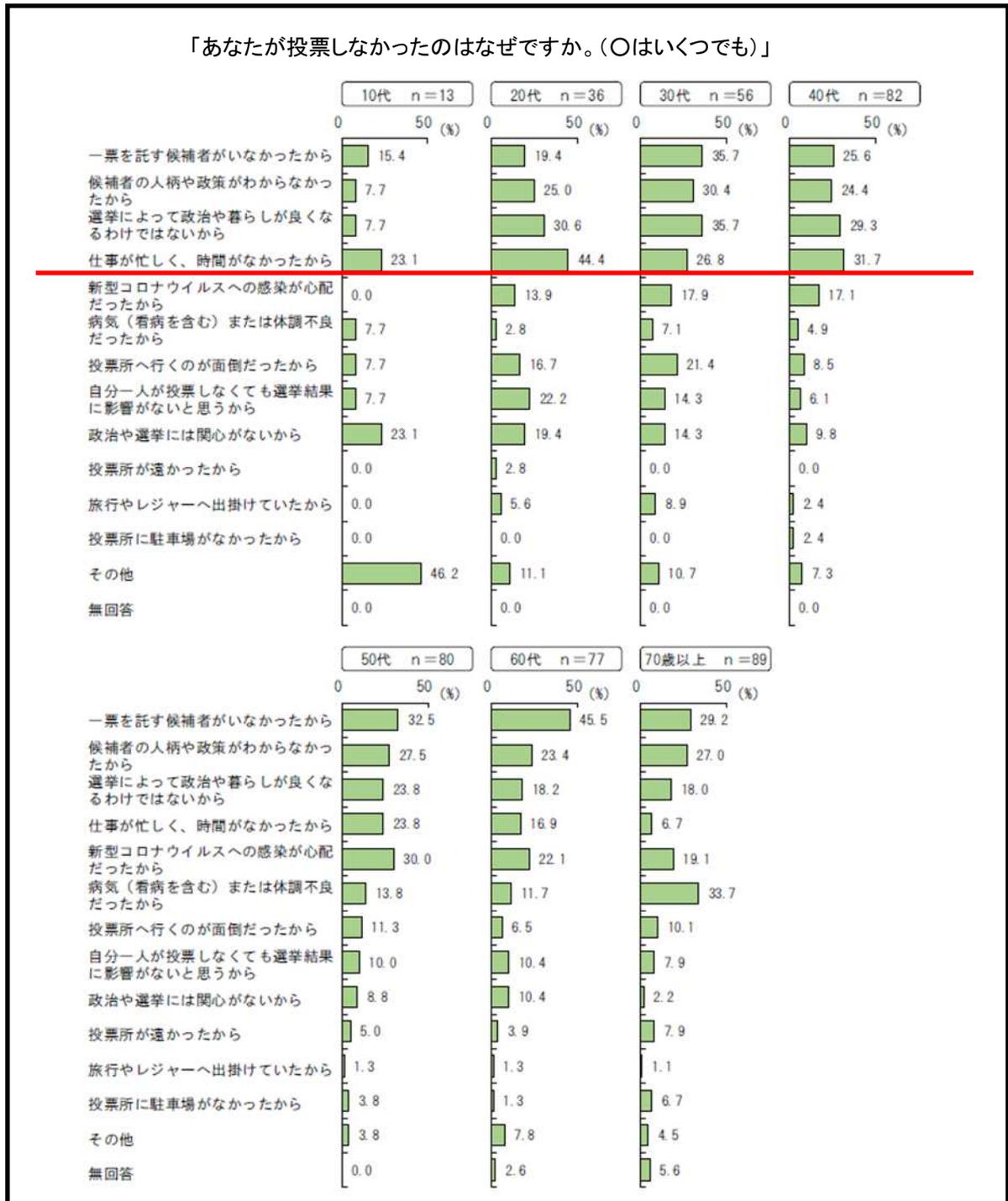
- ・全国的に期日前投票の利用率は上がっています。統一地方選挙は、12年間で2.48倍、静岡市議会議員選挙は、3.35倍の利用率となっています。
- ・令和5年の統一地方選挙は、6都市の政令市長選が実施されています。その中で、静岡市の期日前投票を使用している割合は政令市の中で5番目であるため、他都市の状況からみて今後まだ伸びていく可能性があると言えます。

静岡市の投票率向上策について、5つの傾向を踏まえたうえで、考えていくことにします。

2 静岡市民の選挙への意識 静岡市『令和3年度 市民意識調査』

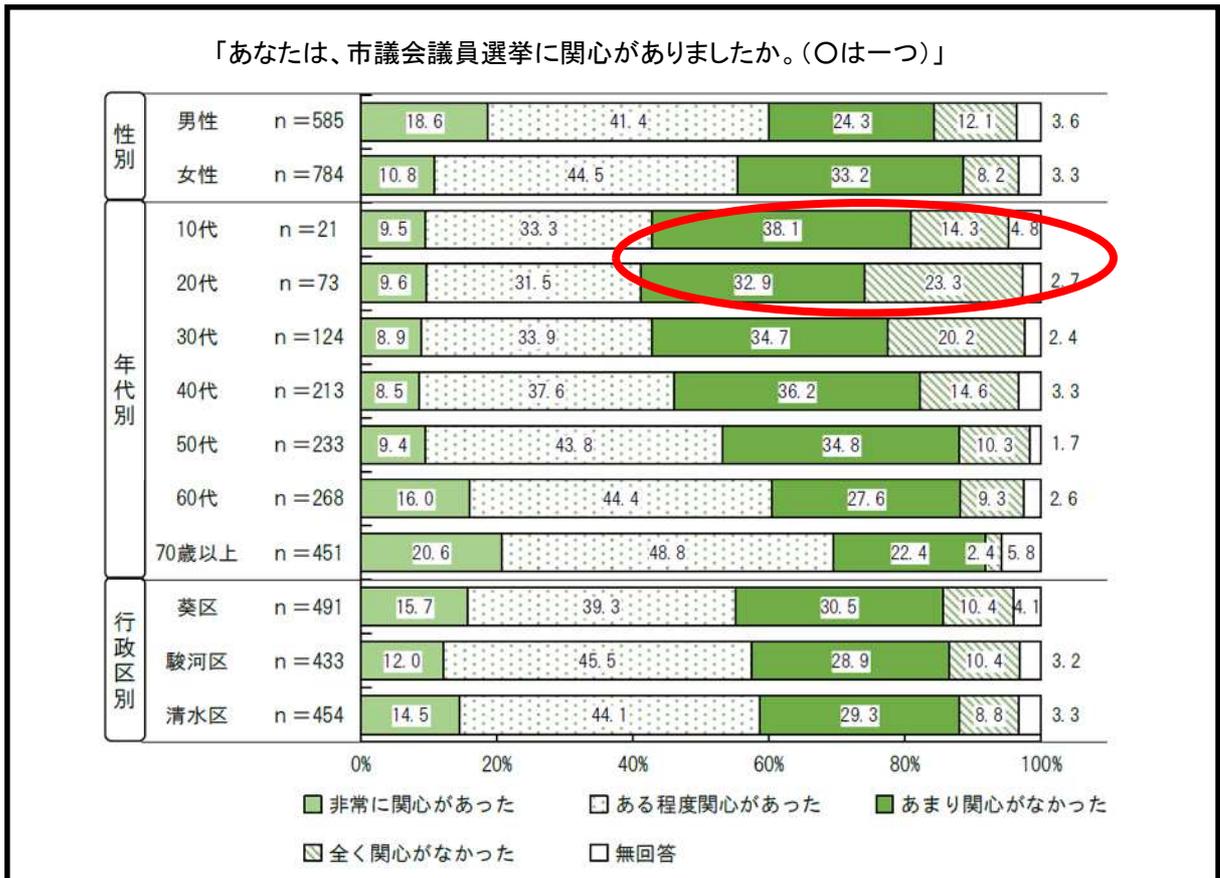
令和3年3月の静岡市議会議員選挙後に実施した「市民意識調査」から、静岡市民の「選挙」についての考え方をピックアップしてみました。

- (1) 投票に行かない理由 20～30代は「仕事が忙しく、時間がなかったから」や「選挙によって政治や暮らしが良くなるわけではないから」と答える割合が高い。
若い世代ほど、選挙が自分たちの暮らしに与える影響について低く見積もっている。



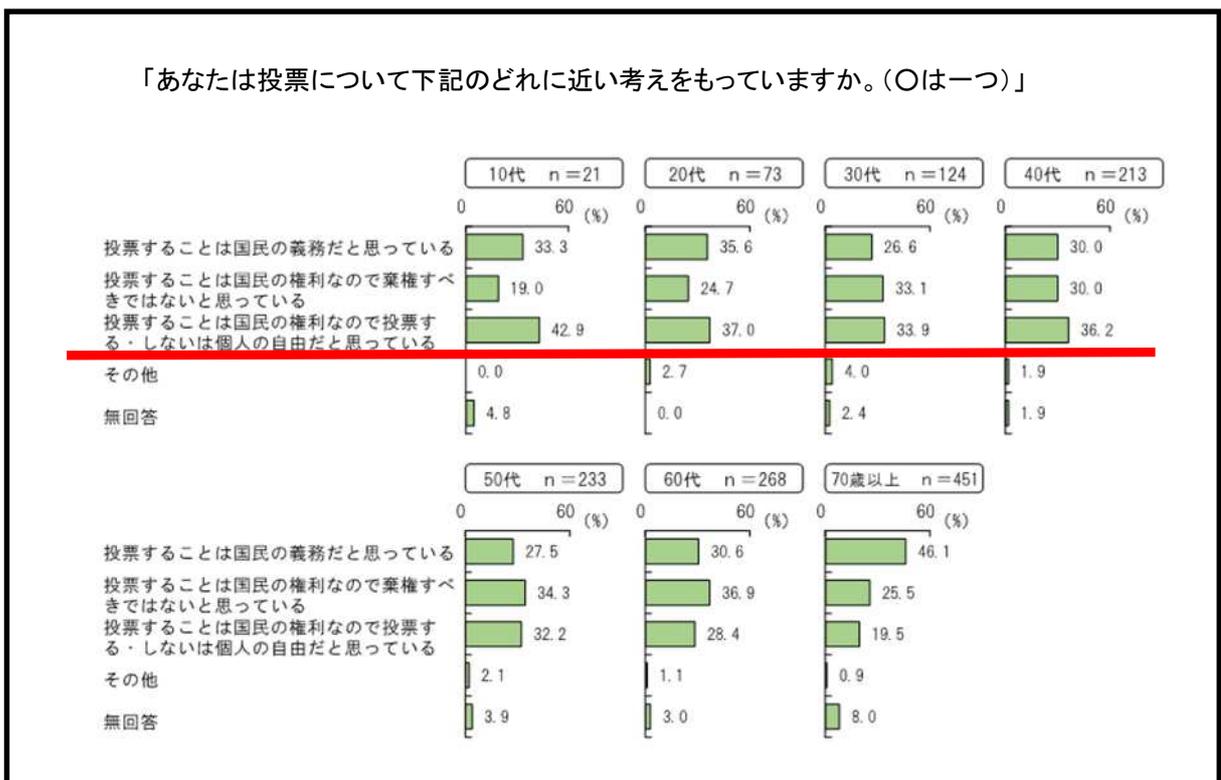
(2) 政治や選挙への関心 10代 20代は選挙への「関心」が相対的に低い。

若い有権者の選挙に対する「関心」は低く、年齢が上がるにつれ関心は上がっている。



(3) 選挙への「義務感」

投票する・しないは個人の自由と考える人が多く、選挙への義務感は低い。



「投票することは国民の権利なので投票する・しないは個人の自由だと思っている」との回答が、10～40代が最も多く選挙への義務感は低い。このような義務感の低下は、若い世代の低投票率に影響している可能性がある。

(4) 投票する上で役立ったもの

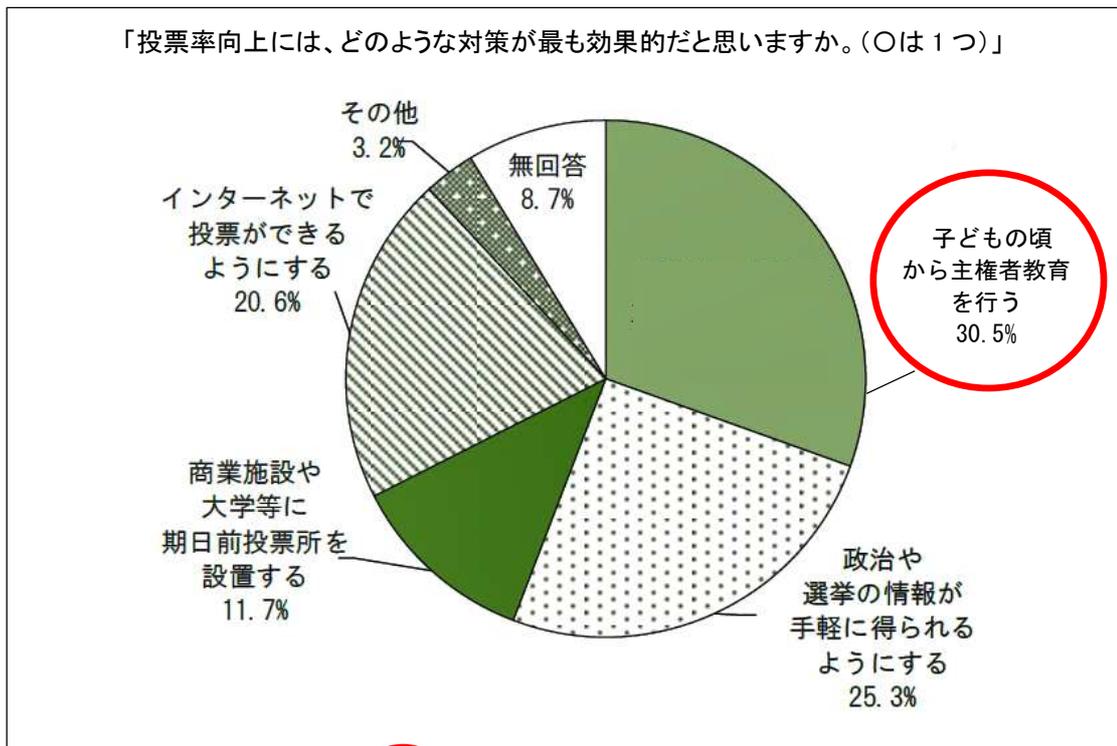
投票する上で役立ったものは、大半の世代で「新聞」「選挙公報」。

若い世代の投票においては、「家族、友人、知人との会話」が相対的に重要。



(5) 投票率向上のために必要なこと

どの年代でも「子どもの頃から主権者教育を行う」が高い。



- ・ 市長選よりも**市議選のほうが投票率の下げ幅が大きい**ことから、単独選挙となる市議選の投票率向上に向けた対策が必要。
- ・ **「期日前投票」が有権者に浸透**し、期日前投票率が伸びており、今後もさらに**伸びる可能性がある**。
- ・ 期日前投票の利用者が増えていることから、候補者に関する情報**（選挙公報など）を、公示日または告示日の翌日に準備**したい。
- ・ 他の政令市においては、市長選、市議選ともに**投票率 30%台**の都市が増えている。
- ・ 静岡市のすべての選挙の中で、**投票率が最も低いのは、市議選**の投票率。
- ・ 地方選挙の投票率は国政選挙と比べて低い。**どうしたら、有権者に関心を持ってもらえるか**が重要。
- ・ 若年層(20代)と高齢者(70代)の投票率の差が大きいことから**若年層向けの啓発**は必要。
- ・ 若年層が政治への関心が低いことから、(投票に行かず)意見が届きにくいという現状において、**若年層に響く関心や関わり**をどう作り出すか。
- ・ 山間地に比べて**都市部の投票率が低い**ことから対策が必要。
- ・ **「初めての投票」の段階で投票に行くことを促す**ことは、その後の投票率との関係において重要である。
- ・ **年代別の投票率向上の施策が必要**。
- ・ 投票への関心や意欲はあったが、投票したい候補者がいなかったという候補者の問題。
- ・ **若年層が投票するうえで役立ったことは、「家族、友人、知人との会話」**が重要。インターネットの選挙への影響力は限定的。
- ・ 投票率向上のために必要なことは、①子どものころから**主権者教育**を行う、②**政治や選挙の情報**が手軽に得られるようにする、③インターネット投票・商業施設や大学等に期日前投票所を設置するなど、**投票環境の改善**を希望する意見が多い。
- ・ 投票に行かない理由に、忙しい、時間がないなど、投票に行きにくいとの回答が一定数ある。
- ・ 若い世代ほど、選挙が**自分たちの暮らしに与える影響**を低く見積もっている。
- ・ 若年層の投票率向上のために、**政治や選挙に対する「関心」を向上**させる取り組みは、大きな意味を持つ。
- ・ 選挙について**義務感**の低下は、若い世代の低投票率に影響している可能性がある。

これらの整理の結果を勘案しながら、投票率向上の施策について整理します。

3 投票に行かない原因

(1)投票に行かない理由 理由はひとつではなく原因は特定できない

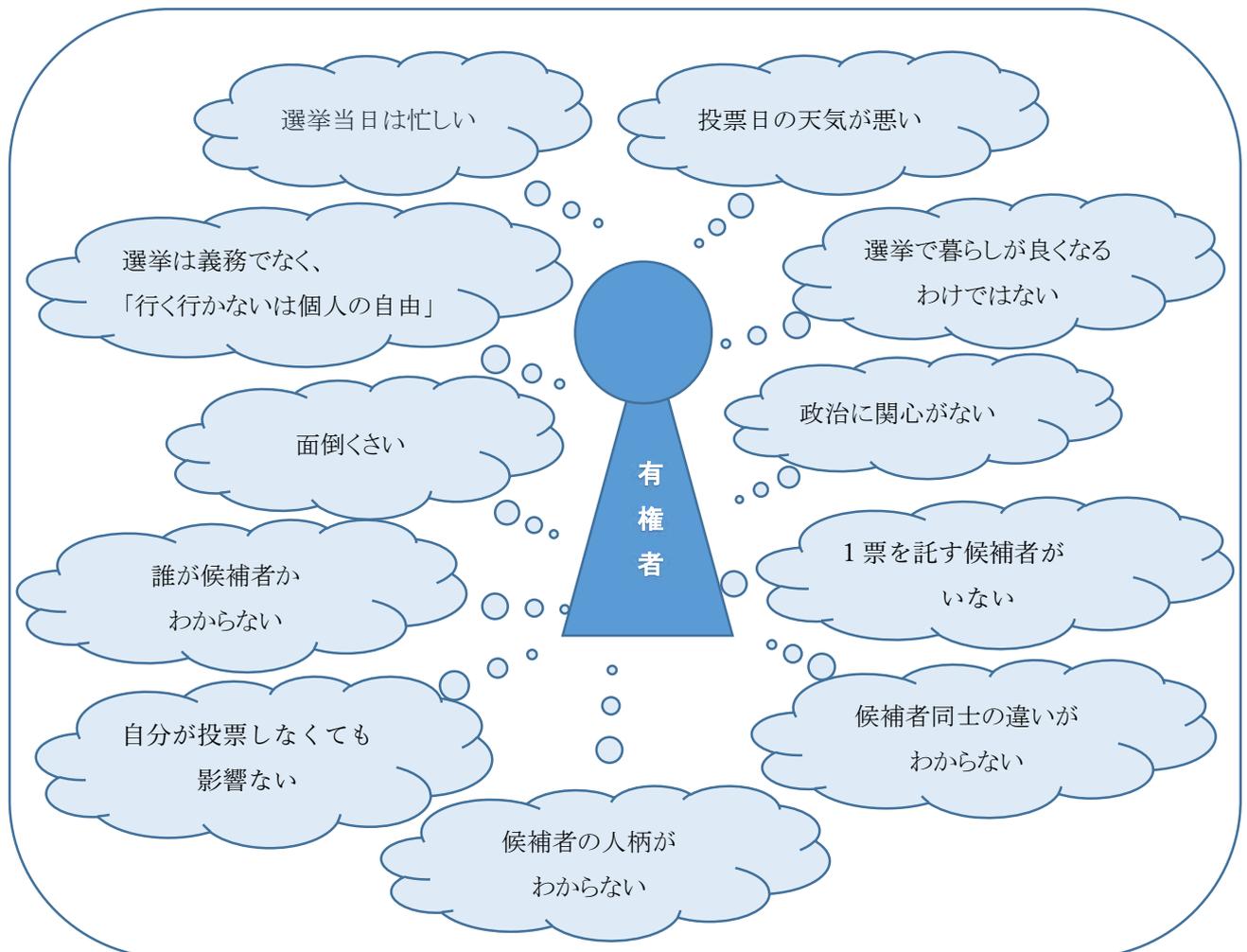
有権者が投票に行かなくなったことから、投票率は低下しています。では、なぜ有権者は投票に行かなくなったのでしょうか。その理由と原因を考えてみることにします。

有権者を取り巻く社会環境は急激に変化し、それに伴いライフスタイルが変わり、人々の価値観が多様化する中で、多くの有権者の「選挙」に対する考え方や意識などは、今までとは変わっています。

今後も私達を取り巻く社会環境は、急速に変化し続けていくことが予想され、有権者の「政治」や「選挙」への意識は変わり続けていくことが予想されます。

さらに選挙の行われる時の世の中の状況、メディアによる政治や選挙の取り上げ、選挙が実施される時の「世論」は、有権者の意識や行動に大きな影響を与えています。有権者が「自分の1票を託せる候補者がいない」「自分が投票しても暮らしが変わるわけではない」と感じているなど、有権者の「政治を担う側の人たち」への意識も変化しています。多くの問題が複雑に絡み合う中で、有権者は投票へ行かない選択をしています。

有権者が投票に行かない理由は、ひとつではなく、その原因は特定できません。したがって、投票率向上施策を考える場合も一つの原因に対し一つの施策を実施するという一対一での対応はできません。



4 有権者へのアプローチ方法

投票に行かない原因を特定できないことから、原因に対する施策を考えるのではなく、有権者に対し、どのようにアプローチしていくのが良いかを検討したうえで、投票率向上施策を考えていきます。

「政治学における投票行動モデル」と「有権者の投票に対する考え(市民意識調査の結果)」の2つから有権者へのアプローチ方法を考えてみます。

(1) 政治学における投票行動モデルによるアプローチ

投票行動とは、選挙における有権者の行動を指し、投票する、棄権する、特定の候補者や政党を選ぶといった有権者の行動には、何らかの社会的・心理的要因が影響を及ぼしていると考えられ政治学の一分野である選挙研究では、投票行動の分析は重要なテーマの一つとされています。

(ライカーとオードシュックによるモデル)

$$R(\text{投票率}) = P(\text{主権者教育・社会参画意識}) \times B(\text{情報発信}) \\ - C(\text{投票環境}) + D(\text{主権者教育・意識啓発})$$

※()は、イメージしやすい言葉へ置換したもの

<政治学的な意味>

R=Reward (報酬)

P=Possibility (投票が与える影響の可能性)

B=Benefit (期待する候補の当選)

C=Cost (時間的・金銭的)

D=Duty (投票への義務)

<解説事例>

- ・選挙が接戦だと、自分が投票することでP(投票が与える影響の可能性)の値が大きくなるので、投票率が上がる。
- ・候補者等の政策情報が入手しにくいと、有権者が誰に投票したらよいのか候補者同士の違いや**候補者への期待効用が判りにくい(B=0)**ので、投票率が下がる。
- ・投票日が雨天だと投票所へ行くためのコストや労力がかかるため、**C(時間的・金銭的)**の値を大きくするため、投票率が下がる。
- ・新たな期日前投票所設置や時間の延長は、**C(時間的・金銭的)**の値を小さくするので、投票率が上がる。
- ・投票しなければという義務感D(投票への義務)が高くなれば、投票率が上がる。



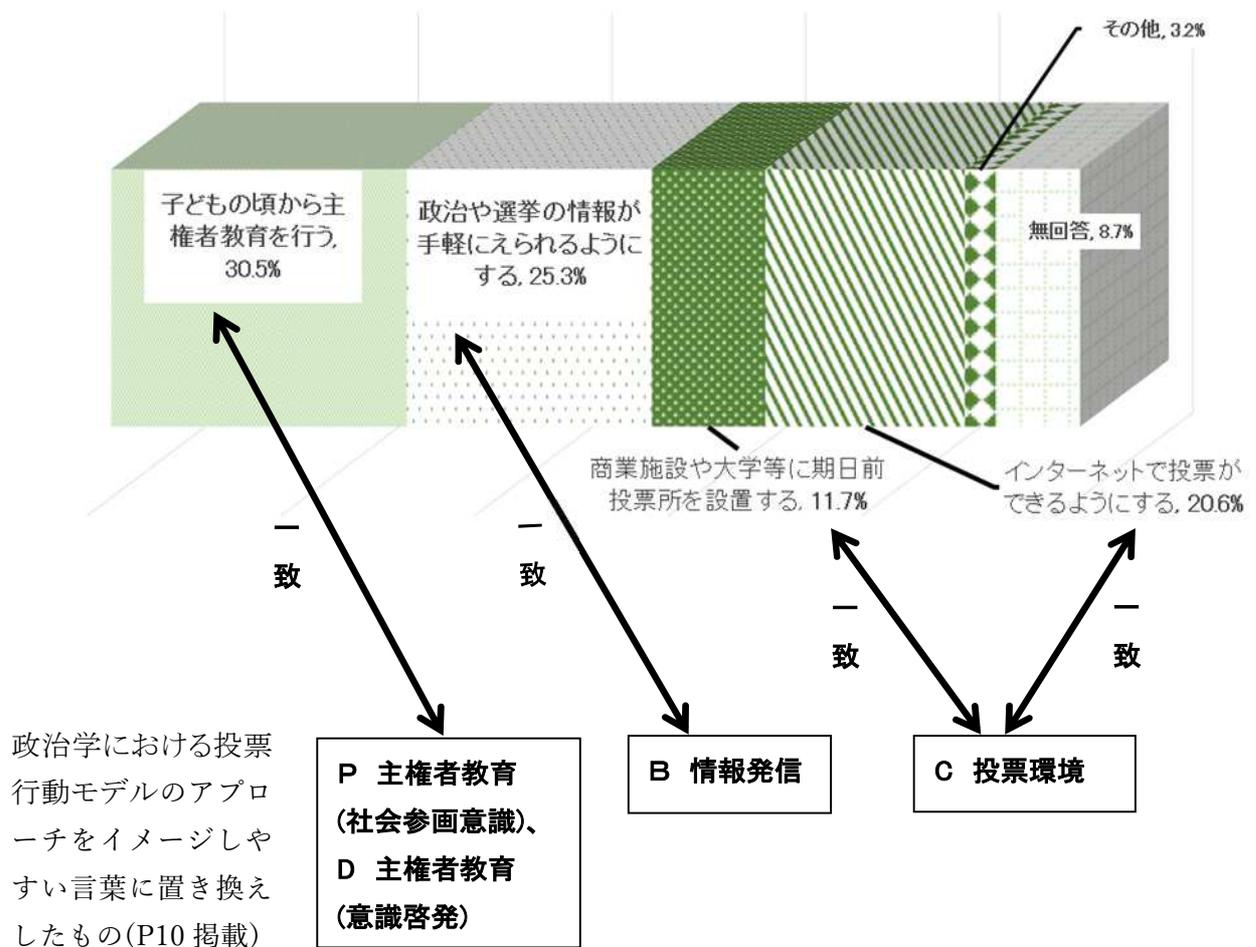
P(主権者教育・社会参画意識)、B(情報発信)、D(主権者教育・意識啓発)を積極的に行うとともに、C(コスト:時間的・金銭的)を下げることで投票率向上に繋がる。

(2) 有権者の投票に対する考え(市民意識調査の結果)と投票行動モデルの有権者へのアプローチとの比較

市民意識調査の回答内容と政治学における投票行動モデルをイメージしやすい言葉に置換したものを引き合わせてみます。

「投票率向上にはどのような対策が最も効果的だと思いますか。」(市民意識調査の結果)

※P7 掲載のグラフを棒グラフに変更しています。



投票率向上施策について、市民意識調査による有権者が効果的であると考えた対策と政治学における投票行動モデルによる有権者へのアプローチ方法は一致しています。

(3) 有権者へのアプローチ方法の結論

「政治学における投票行動モデルによるアプローチ」と「有権者の投票に対する考え」は一致していることから、投票率の向上を考えるうえで、「主権者教育」、「情報発信」、「投票環境」の3つの視点による対策の検討が必要になると考えられます。

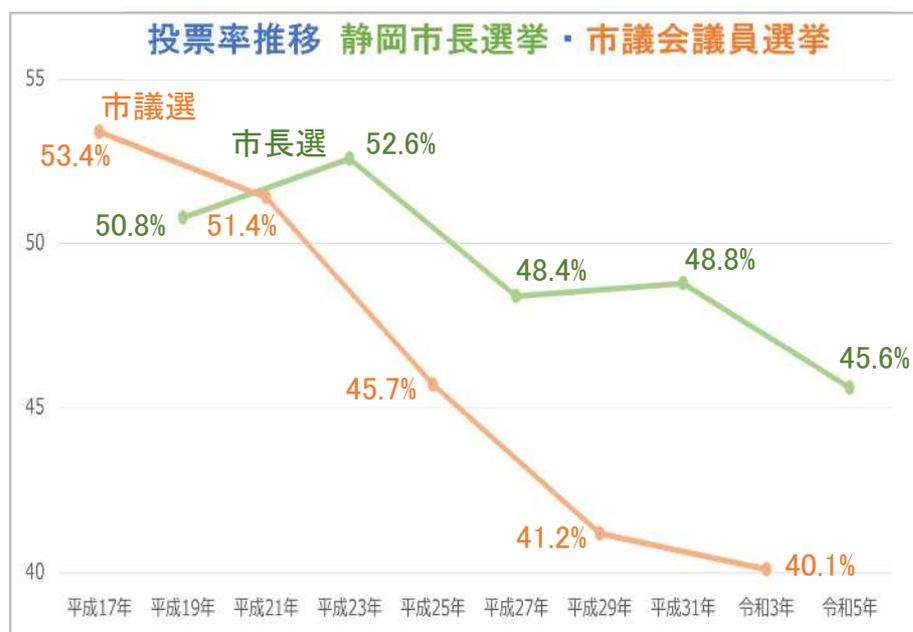
5 投票率向上のターゲットと目指す将来像

市民意識調査の分析で、投票に行く・行かないという投票行動については年代ごと考え方が違うため、それぞれの年代に応じた対策が必要であることから、投票率向上に向けターゲットを定めたいうえで具体的な施策を検討していきます。また、地方選挙・国政選挙の状況も異なることから、この章では、対象とする選挙及びターゲット(対象者)を明確にしたうえで目指す将来像について考えてみます。

(1) 対象とする選挙 静岡市議会議員選挙

静岡市議会議員選挙・静岡市長選挙ともに、投票率は低下傾向にあります。市議会議員選挙は過去5回(平成17年、21年、25年、29年、令和3年)の選挙の投票率が回を追うごとに低下し、53.4%から40.1%へと13.3ポイント、市長選挙は52.6%から45.6%へと7.0ポイント低下しています。また、市議会議員選挙は、市長選挙よりも投票率の下げ幅が大きくなっています。

そこで、地方選挙・国政選挙を含め、静岡市の選挙の中で最も投票率の低い市議会議員選挙の投票率向上を目標にします。さらに令和7年3月の市議会議員選挙終了後、令和7年度中には、立て続けに3つの選挙が予定されていることから、まず、令和7年に執行される最初の選挙の投票率を上げることで、その後続く選挙の投票率も引き上げていきたいと考えました。



<今後(令和7年～11年)の選挙日程>

【令和7年(2025年)】

3月 静岡市議会議員選挙

6月 静岡県知事選挙

7月 参議院議員通常選挙

10月 (衆議院議員総選挙(任期満了の場合))

【令和9年(2027年)】

4月 統一地方選挙(静岡市長選挙・静岡県議会議員選挙)

【令和10年(2028年)】

7月 参議院議員通常選挙

【令和 11 年(2029 年)】

3月 静岡市議会議員選挙

6月 静岡県知事選挙

10月 (衆議院議員総選挙(任期満了の場合))

(2) 対象とする人 若年層(10代~20代)を対象。特に初めて選挙に行く人(18・19歳を中心に)

「どうする投票率研究会」において、ターゲットは若年層のなかでも特に「初めて選挙に行く人」にするべきとの意見をいただきました。

(3) 初めて選挙に行く人をターゲットにする理由 選挙デビューの投票率を高くして落とさない

以下の3つの理由から、若年層の中でも初めて選挙に行く人をターゲットに投票率向上に向けた施策に取り組んでいきます。

①初めて選挙権を得たタイミングで選挙に行く(選挙デビュー)ことで、最初から「投票に行く」のあたりまえと思ってもらうような意識づくりをするため。

②全世代の中で19歳の投票率が最も低く20代が次に低い傾向にあるが、初めて行く選挙の投票率を上げることで、2回目以降の投票率の下降を抑えることに繋がると考えるため。

③投票率は、有権者が年齢を重ねることで多少増加する傾向にあります。(加齢効果による行動変容がおこる:下記12年後の投票率参照)。これは10代で投票に行かなかった人が、就職、結婚、子育てなど生活環境が変わる、あるいはライフイベントを経験することで、社会とのつながりなどを意識し、投票に参加する傾向が高まるのではないかと推測されます。

このことから、まずは、初めて選挙に行く人の投票率を高くすることが、その後の投票率を下げないためには必要になると考えられるため。

<12年後の投票率についての考察>

| 12年後の投票率 静岡市長選挙 | | | 分析 | |
|-------------------|-----------------------|------------|-------|----------------------|
| 年齢 | 平成23年 静岡市長選 投票率 | 12年後 年齢 | 年齢 | 令和5年 静岡市長選 投票率 |
| | | | 18 | 31.1% |
| | | | 19 | 22.1% |
| 20~24 | 30.2% | 32~36 | 20~24 | 21.4% |
| 25~29 | 29.5% | 37~41 | 25~29 | 26.5% |
| 30~34 | 38.3% | 42~46 | 30~34 | 33.3% |
| 35~39 | 38.4% | 47~51 | 35~39 | 35.7% |
| 40~44 | 42.5% | 52~56 | 40~44 | 38.5% |
| 45~49 | 46.7% | 57~61 | 45~49 | 41.5% |
| 50~54 | 54.4% | 62~66 | 50~54 | 44.7% |
| 55~59 | 59.4% | 67~71 | 55~59 | 50.3% |
| 60~64 | 64.5% | 72~76 | 60~64 | 55.5% |
| 65~69 | 68.6% | 77~81 | 65~69 | 60.1% |
| 70~74 | 70.5% | 82~86 | 70~74 | 61.7% |
| 75~79 | 67.3% | 87~91 | 75~79 | 61.5% |
| 80以上 | 46.3% | 92~ | 80以上 | 44.8% |
| 全体投票率 | 52.6% | | 全体投票率 | 45.6% |

※平成23年の年代別投票率は、各区1箇所ずつ投票区を抽出して算出
18歳選挙権は、平成28年開始のため、平成23年の10代投票率は未記載。

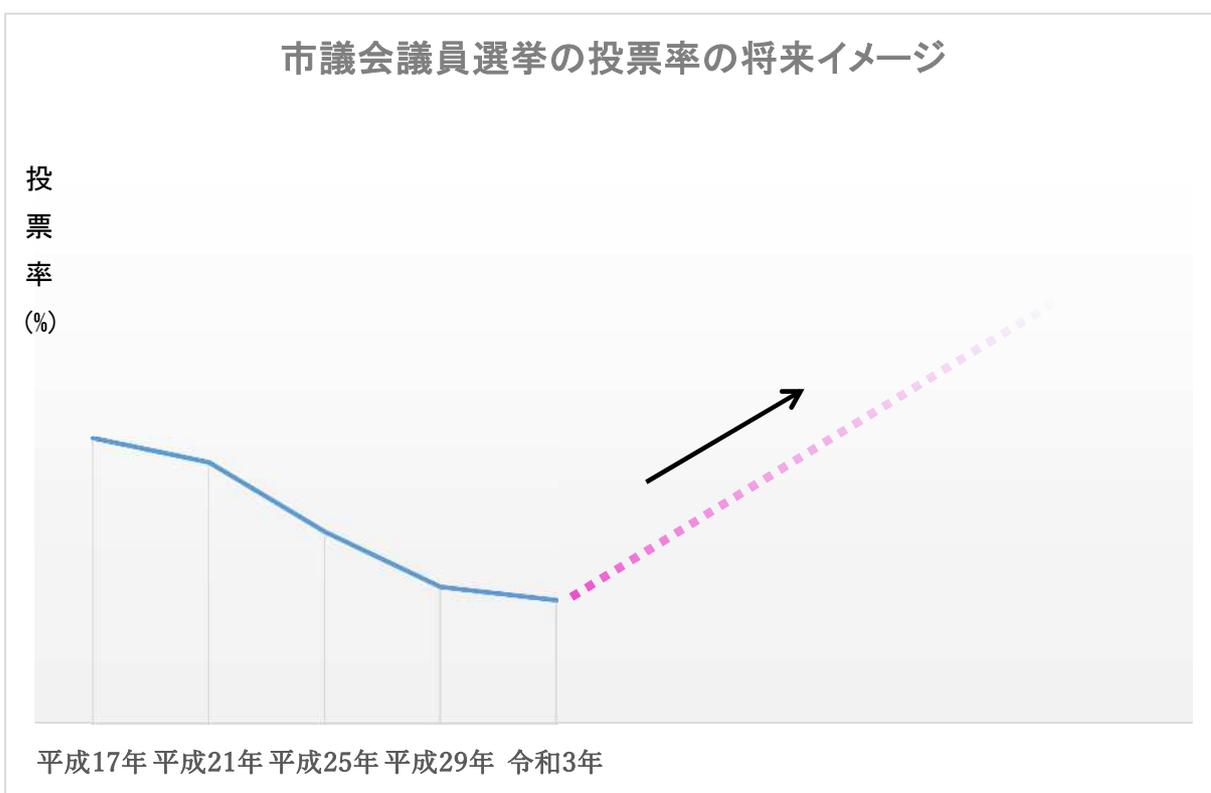
・いつの時代も、若い世代の投票率は、世代別投票率で最も低く、年齢が上がり、生活や仕事との関わりで、政治との接点を持つと、投票に参加する傾向が高まることが知られている。

・しかし、静岡市長選について、平成23(2011)年の有権者の12年後の投票率をみると、20~50代では12年後に投票率が上昇しているが、その上昇の幅はどの世代でも僅かである。

・一方、今後とも投票率の低い新たな世代の参入により、投票率が、低下していくことが予想される。投票率が年齢を重ねることで僅かであれ上昇することを考えると、初めての投票の段階での投票参加を促すことは、その後の投票率との関係でも重要であろう。

(4) 目指す将来像

- ①静岡市の選挙の中で、一番投票率の低い市議会議員選挙の投票率をV字回復させていき、なるべく早い段階で平成17年の当時の投票率(53.4%)に戻したうえで、その後も投票率を引き上げていくことを目指します。
- ②世代別の投票率については18歳(初めて選挙に行く、選挙デビュー)の投票率をできるだけ高くするとともに19歳～20代の投票率をできるだけ下げないようにし、その後の加齢効果を上げていくことを目指します。
- ③まずは、令和7年3月執行予定の市議会議員選挙においては若年層(10代～20代)の投票率は、5%以上の増加を目指します。



6 投票率向上施策の全体像

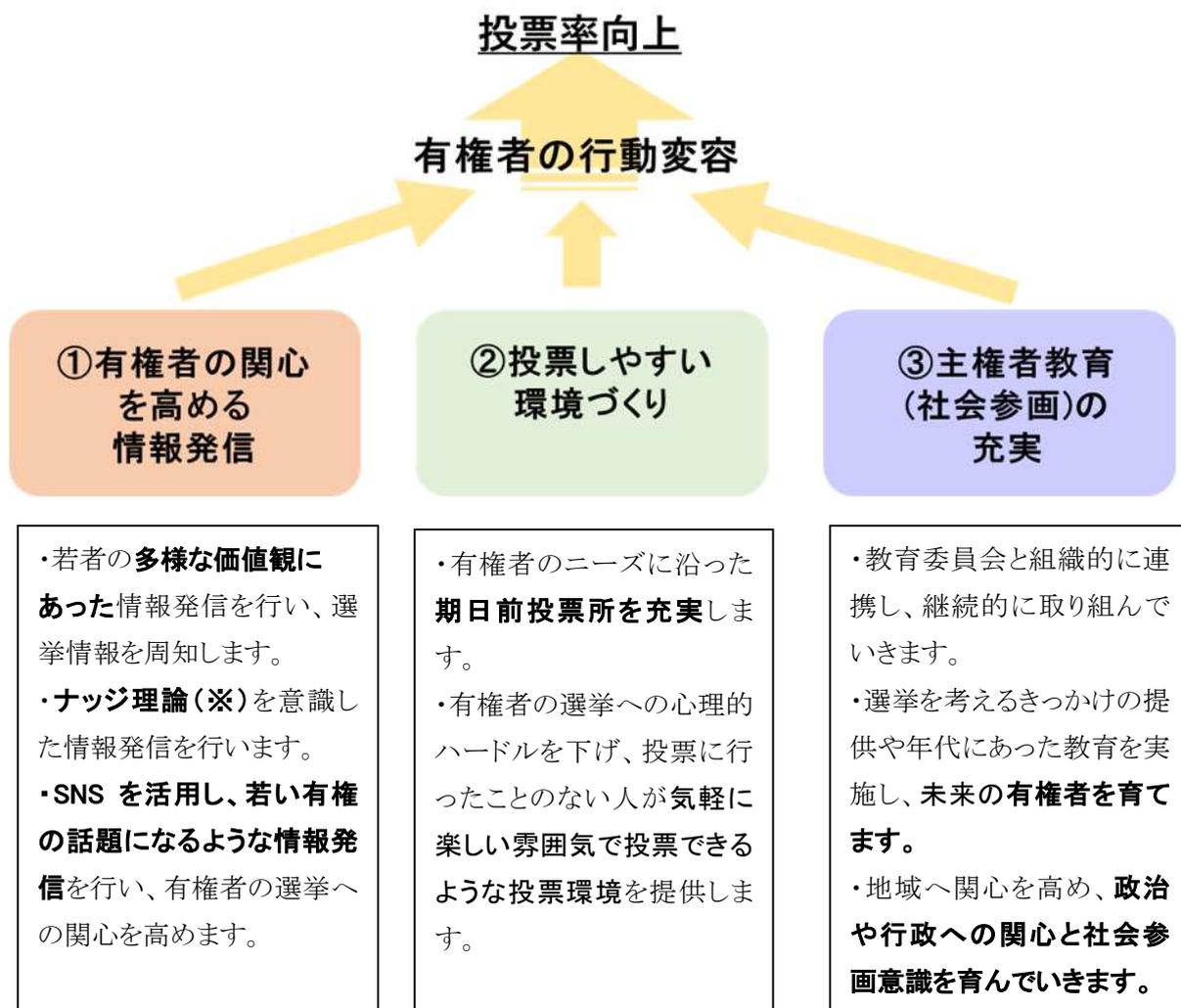
(1) 『どうする投票率研究会』での検討

令和5年9～10月に(全3回)、学識経験者・教育関係者・メディア・地元企業の青年部代表者などを構成員とする「どうする投票率研究会」を開催し、投票率向上施策について検討しました。大学生からのアイデアや先進事例をもとに考えた「投票率向上の具体的な施策」をどのように実施していけばよいか、各分野の専門的見解をいただきました。

(2) 投票率向上対策の3つの柱

静岡市の投票の現状分析、市民意識調査による市民の考え及び政治学における投票行動モデル、研究会の意見などから、投票率向上施策は「情報発信」「投票環境」「主権者教育(社会参画意識)」の3つの視点によるアプローチが効果的であると考えられます。

そこで投票率向上の事業を展開していくにあたり、次に掲げる3本柱に基づき25の事業を実施し、投票率の向上を目指していきます。



有権者に対し情報発信、投票環境、主権者教育などからのアプローチを考え、より効果的な事業となるよう、各施策を単独で行うのではなく、施策を組み合わせ、有権者に対し波状攻撃のように実施していきます。

※「ナッジ理論」:経済的なインセンティブや行動の強制をせず、行動変容を促す手法

行政・有権者・民間・メディアなどオール静岡で共創による選挙

(1)投票率向上施策
のイメージ図

投票率向上

有権者の行動変容

市議選GOGOキャンペーン

有権者の背中を押す

選挙情報の発信

情報発信
(SNSで発信・話題作り) (選挙期日等の周知)

- 若者重点啓発 (選挙時啓発)
- スポーツ×選挙
- 選挙啓発 動画活用
- 選挙時啓発
- 来場者カードの ステッカー化
- 投票所入場券 レイアウト見直し

施策のパッケージ化

有権者の関心を高める
情報発信

有権者の利便性向上

投票しやすい環境の提供

楽しい雰囲気・心理的ハードルをさげる

- 投票所に フォトスポット設置
- 候補者情報の 早期提供
- 商業施設での 期日前投票所
- 市民・民間活動
- 投票所にマルシェ
- 選挙ハル
- 選挙割 下支え

投票しやすい環境づくり

有権者の社会参画意識・義務感向上

選挙への義務感向上

社会参画意識 意識啓発

- 大学生の 住民票異動促進
- 大学生インタビュ シップ
- 選挙サポーター の育成
- 大学生の期日前 立会人の実施
- 高校生の 投票事務従事
- 市民の 投票事務従事
- 地方選挙教材作成 小中高校生
- 教員向け 相談窓口
- 明るい選挙啓発 ポスターコンクール
- 選挙啓発動画 コンテスト
- 選挙器材貸出
- 出前講座

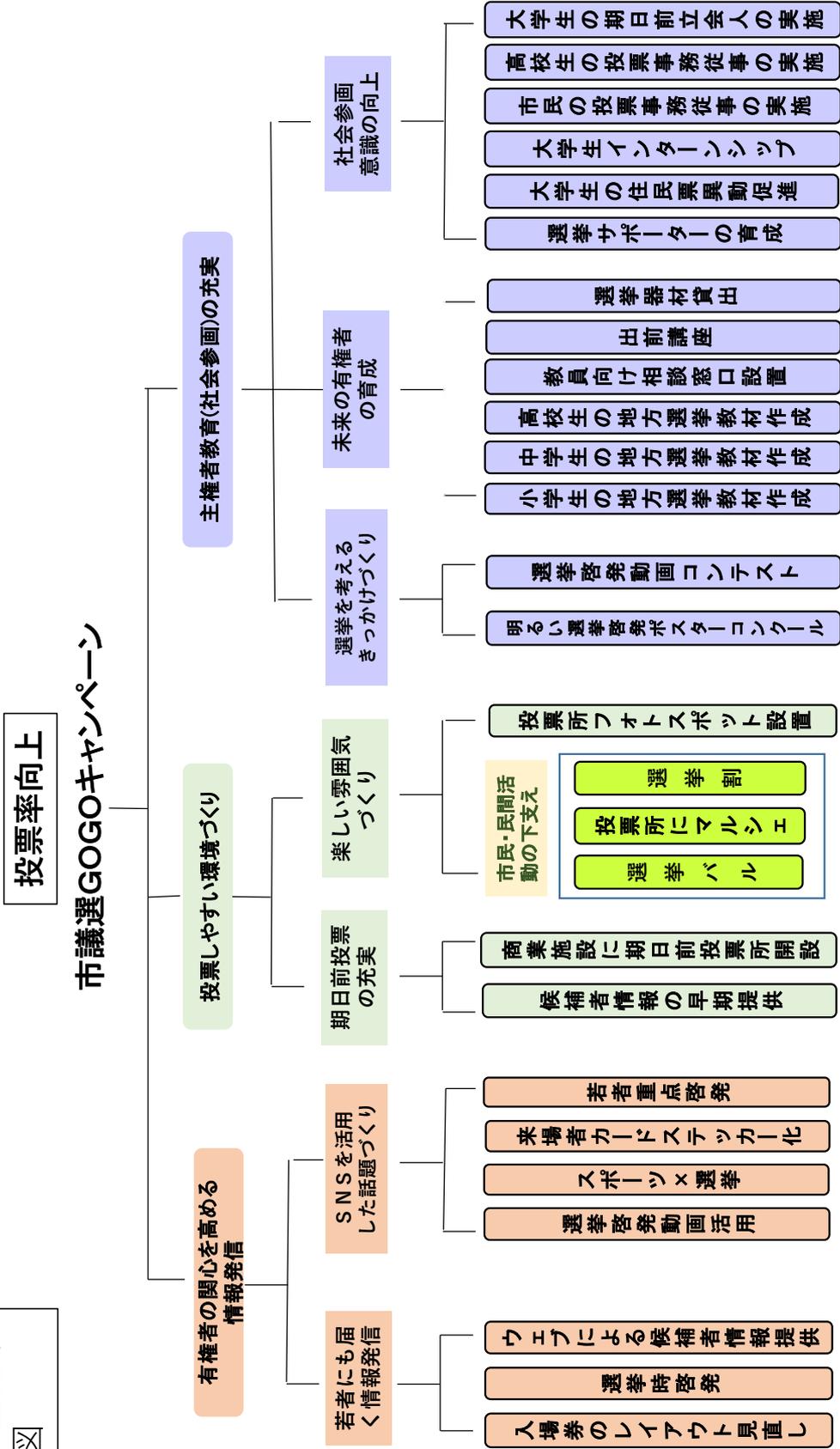
主権者教育(社会参画)の充実

ナッジ理論
の活用

ワクワク感
楽しい

ワクワク感

(2)投票率向上施策
体系図



(3)投票率向上施策事業実施計画一覧

1. 有権者の関心を高める情報発信

| 番号 | 事業名 |
|----|------------------|
| 1 | 選挙時啓発 |
| 2 | 若者重点的啓発事業(選挙時啓発) |
| 3 | 来場者カードのステッカー化事業 |
| 4 | スポーツ×選挙事業 |
| 5 | 投票所入場券レイアウトの見直し |
| 6 | 選挙啓発動画活用事業 |

2. 投票しやすい環境づくり

| 番号 | 事業名 |
|----|-------------------------------------|
| 7 | 商業施設での期日前投票所開設事業 |
| 8 | ウェブによる選挙及び候補者情報の提供事業 |
| 9 | 候補者情報の早期提供事業 |
| 10 | 投票所フォトスポット設置事業 |
| 11 | 市民・民間活動の下支え(投票所でマルシェ開催・選挙バルの実施・選挙割) |

3. 主権者教育(社会参画)の充実

| 番号 | 事業名 |
|----|-------------------------------|
| 12 | 小学生用の地方選挙教材作成 |
| 13 | 中学生用の地方選挙教材作成 |
| 14 | 高校生用の地方選挙教材作成 |
| 15 | 教員向け相談窓口設置 |
| 16 | 出前講座 |
| 17 | 選挙器材貸出 |
| 18 | 市民の投票事務従事の実施 |
| 19 | 高校生の投票事務従事の実施 |
| 20 | 大学生の期日前投票立会人の実施 |
| 21 | 選挙サポーターの育成 |
| 22 | 大学生インターンシップの受入れ(大学生職場体験研修の実施) |
| 23 | 選挙啓発動画コンテスト |
| 24 | 明るい選挙啓発ポスターコンクール |
| 25 | 大学生の住民票異動促進事業 |

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 1 選挙時啓発 |
| 活動目的 | <ul style="list-style-type: none"> ・選挙期日、期日前投票期間の周知 ・SNSを活用し選挙期日や投票所などの情報を若年層に周知する |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・啓発ポスター掲出 ・デジタルサイネージ、YouTube、X(旧Twitter)広告 ・街頭啓発 ・同報無線による選挙のお知らせ放送を高校生が実施 |
| 組合せ | <p>【2若者重点的啓発事業（選挙時啓発）】 SNSを活用した周知</p> <p>【3来場者カードのステッカー化事業、10投票所フォトスポット設置事業】 SNS利用者間での拡散を狙う</p> <p>【4スポーツ×選挙事業】 地元静岡のスポーツチームによる情報発信</p> <p>【7商業施設での期日前投票所開設事業】 期日前投票ができることの周知、イベントの実施</p> <p>【23選挙啓発動画コンテスト】 応募作品を啓発に活用</p> |
| 研究会のキーワード | <ul style="list-style-type: none"> ・若者に伝わる方法での啓発 |
| 成果指標 | <p>アウトカム評価（結果）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・市民意識調査「選挙が行われることを何で知りましたか」という問いに対し「ポスター」「デジタルサイネージ」「Web広告」「SNS」「イベント」と回答する人の割合 ・市民意識調査「選挙が行われたことを知っていますか」という問いに対し「知っている」と回答する人の割合 <p>アウトプット評価（事業実施量）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・SNSの視聴者数及びアクセス数 |

<スケジュール>

| 実施内容 | 1月 | 2月 | 3月 | |
|-------------|----|----|----|-----------|
| 啓発ポスター納品、掲示 | ● | → | → | 静岡市議会議員選挙 |
| SNS広告 | | ● | → | |
| デジタルサイネージ広告 | | | ● | |
| 街頭啓発 | | | ● | |
| 同報無線によるお知らせ | | | ● | |

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 2 若者重点的啓発事業（選挙時啓発） |
| 活動目的 | ・若者に届く情報発信 |
| 事業内容 | ・若年層を対象とする選挙イベントを継続的に開催 |
| 組合せ | <p>【1 選挙時啓発】 SNSを活用した啓発、周知</p> <p>【3 来場者カードのステッカー化事業、10投票所フォトスポット設置事業】 SNS利用者間での拡散を狙う</p> <p>【4 スポーツ×選挙事業】 地元静岡のスポーツチームによる情報発信</p> <p>【7 商業施設での期日前投票所開設事業】 期日前投票ができることの周知、イベントの実施</p> <p>【23 選挙啓発動画コンテスト】 応募作品を選挙イベントで活用</p> |
| 研究会のキーワード | <ul style="list-style-type: none"> ・楽しさ、ワクワク感を意識した啓発が大切 ・若者の興味は多様化している ・各事業を組み合わせた波状攻撃 |
| 成果指標 | <p>アウトカム評価（結果）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・選挙啓発イベント会場でのアンケート調査で「選挙を身近に感じましたか」という問いに対し「身近に感じた」と回答する人の割合 ・市民意識調査「選挙を選挙が行われることを何で知りましたか」という問いに対し「SNS」「イベント」と回答する人の割合 <p>アウトプット評価（事業実施量）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・選挙啓発イベントの実施回数及び来場者人数 |

<スケジュール>

| 実施内容 | 6月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|------------------|----|-----|----|----|----|
| 契約発注 | ● | | | | |
| 啓発イベント実施 | | ● | ● | ● | |
| 二十歳の記念式典での啓発 | | | ● | | |
| ポスターコンクール展示会での啓発 | | | ● | | |

静岡市議会
議員選挙

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 3 来場者カードのステッカー化事業 |
| 活動目的 | ・スマートフォンのカバーに気に入ったステッカーを入れるという若者文化があることから、紙の来場者カードをステッカーに変更し配付することで若年層に選挙に関心を持ってもらう |
| 実施内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・市議、市長選挙の場合はデザインも含め、プロポーザルにより提案を受ける ・市議、市長以外の選挙の場合は静岡市市民カメラマンが撮影した市内の名所・旧跡の写真等を使用し作成する ・期日前投票所（19箇所）及び当日投票所（全185箇所）で配付 |
| 組合せ | <p>【1 選挙時啓発、2 若者重点的啓発事業（選挙時啓発）】</p> <p>SNS利用者間での拡散を狙う</p> <p>【7 商業施設での期日前投票所開設事業】</p> <p>期日前投票所内で希望者に配付</p> |
| 研究会のキーワード | ・選挙への関心を高め「家族・友人・知人」と選挙の会話が増えることが大切 |
| 成果指標 | <p>アウトプット評価（事業実施量）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ステッカーの配付枚数 ・来場者カードを活用した事業数 <p>プロセス評価（過程）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ステッカーデザインに関する仕様書の検討がされている |

<スケジュール>

| 実施内容 | 6月 | 2月 | 3月 | |
|------------------|----|----|----|---------------|
| 契約発注 | ● | | | 静岡市議会 議員選挙 |
| ステッカー作成 | | ● | | |
| 期日前投票所及び当日投票所で配付 | | | ●→ | |

| | |
|-----------|---|
| 事業名 | 4 スポーツ×選挙事業 |
| 活動目的 | ・スポーツ選手を通じて選挙や投票へのメッセージを伝えることで若者行動変容につなげる |
| 事業内容 | ・地元静岡のスポーツ団体（清水エスパルス、ベルテックス静岡等）や選手から投票についてSNSで情報発信 ・選挙啓発イベント等への参加 |
| 組合せ | 【1 選挙時啓発、2 若者重点的啓発事業（選挙時啓発）】 期日前投票ができることの周知、イベントの実施 【7 商業施設での期日前投票所開設事業】 商業施設内でショッピング等のついでに投票できるPR |
| 研究会のキーワード | ・多様な興味を持つ若者に届く情報発信 ・行政だけでなく、民間、有権者と共に「投票に行く」という機運を高める |
| 成果指標 | アウトプット評価（事業実施量） ・スポーツ選手等が啓発事業に関わった活動件数（参加及びSNS投稿数） プロセス評価（過程） ・プロ運営会社と協議がされている |

<スケジュール>

| 実施内容 | | 4月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|------|----------------------|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|
| 活動 | アンバサダー就任式 | | ● | — | — | — | → | | | | | |
| | 選挙啓発イベントの参加 | | | | | | | | ● | | | |
| | ポスターコンクール等の表彰式プレゼンター | | | | | | | | | ● | | |
| | 期日前投票所：プレイベント模擬投票 | | | | | | | | | ● | | |
| | 高校生の投票事務従事研修会（3区） | | | | | | | | | ● | | |
| | 選挙啓発サポーターが企画立案した啓発活動 | | | | | | | | | ● | | |
| | ホームゲームでの大型ビジョン等の広報 | | | | | | | | | | | ● |
| 報告 | 選挙管理委員会 | | | | | | ● | | ● | ● | ● | |
| | 報道発表 | | | | | | ● | | ● | ● | | |

静岡市議会議員選挙

| | |
|-----------|---|
| 事業名 | 5 投票所入場券レイアウトの見直し |
| 活動目的 | ・ 選挙時に各世帯に送付している入場券を、投票に行きたくなる内容にして、投票所に対するハードルを下げる |
| 実施内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ ナッジの手法を取り入れ、選挙期日の案内、期日前・不在者の説明を簡潔に記載し、選挙についての不明な点は、住所地の各区選管へという問い合わせ先等の案内もする ・ 「初めての選挙(仮称)」を市選管HPに作成し、入場券に二次元コードを埋め込み飛ばす |
| 組合せ | 【8ウェブによる選挙及び候補者情報の提供事業】 入場券及びポスター掲示場に選挙公報のデータを掲載する市HPへの二次元コードを埋め込みウェブに飛ばす |
| 研究会のキーワード | ・ ナッジの手法を取り入れる（投票に行きたくなる行動変容を促す仕掛け） |
| 成果指標 | プロセス評価（過程） ・ ナッジの手法を取り入れた、投票所入場券レイアウトの見直しがされている |

<スケジュール>

| 実施内容 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|------------------------|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|-----------|
| 投票所入場券の見直し作業 | ● | → | | | | | | | 静岡市議会議員選挙 |
| 契約課へ発注、業者決定 | | | | | ● | | | | |
| 納品、印刷及び圧着、郵便局への持ち込み、郵送 | | | | | | | | | ● |

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 6 選挙啓発動画活用事業 |
| 活動目的 | ・ 選挙啓発動画コンテストに応募された作品を多くの場面で使用し若者目線で「選挙に行こう！」と思えるきっかけを創出 |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 静岡大学の学生が作成した選挙啓発動画を、二十歳の記念式典等で上映（令和5年度実施） ・ 選挙啓発動画コンテスト最優秀・優秀作品は市HPで公開 ・ 選挙啓発動画コンテストの応募作品をポスターコンクール展示会選挙イベント及びIAIスタジアム日本平等の試合会場で上映 |
| 組合せ | <p>【17選挙器材貸出】 選挙器材貸出の際、選挙啓発動画の活用を提案し、選挙の関心を高める場となるように努める</p> <p>【23選挙啓発動画コンテスト】</p> <p>【24明るい選挙啓発ポスターコンクール】</p> |
| 研究会のキーワード | <ul style="list-style-type: none"> ・ あなたの1票が結果を変えるというメッセージ性が大切 ・ 若者にバズらせるにはどうすればよいのか |
| 成果指標 | <p>アウトプット評価（事業実施量）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 活用実績箇所数 |

<スケジュール>

| 実施内容 | 4月 | 5月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|--------------|----|----|-----|-----|----|----|----|
| 二十歳の記念式典で上映 | | | | | ● | | |
| ポスターコンクールで上映 | | | | | ● | | |
| 優秀作品をHPで公開 | → | | | | | | |
| 選挙イベント等で上映 | → | | | | | | |

静岡市議会
議員選挙

| | |
|-----------|---|
| 事業名 | 7 商業施設での期日前投票所開設事業 |
| 活動目的 | <ul style="list-style-type: none"> ・これまで投票に来ていない層をターゲットとする ・わざわざ投票に行くのではなく、ショッピングのついでに投票してもらうことで投票者数増につなげる ・選挙は難しいという心理的なハードルを下げ、投票行動を日常生活の一部に組み込む |
| 実施内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・市内商業施設（マークイズ静岡2階）に、期日前投票所を設置する ・葵区・駿河区・清水区の投票ブースを設けて実施する ・商業施設内に投票ができる期間の掲示を行う |
| 組合せ | <p>【1 選挙時啓発、2 若者重点的啓発事業（選挙時啓発）】 期日前投票ができることの周知、イベントの実施</p> <p>【3 来場者カードのステッカー化事業】 期日前投票所内で希望者に配付</p> <p>【4 スポーツ×選挙事業】 地元静岡のスポーツチームによる情報発信</p> <p>【8 ウェブによる選挙及び候補者情報の提供事業】 市HPによる周知</p> <p>【10 投票所フォトスポット設置事業】 期日前投票所付近にフォトスポットを設置</p> |
| 研究会のキーワード | <ul style="list-style-type: none"> ・商業施設の期日前投票所は3区の投票所の開設が効果的 ・各事業を組み合わせた波状攻撃 |
| 成果指標 | <p>アウトカム評価（結果）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・期日前投票率のアップ <p>アウトプット評価（事業実施量）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商業施設で期日前投票を行った人数 |

<スケジュール>

| 実施内容 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | |
|--------------|-----|----|----|----|-----------|
| 契約発注 | ● | | | | 静岡市議会議員選挙 |
| 静岡気分2月号による周知 | | ● | | | |
| 会場での模擬投票イベント | | | ● | | |
| 市HPでの周知 | | | ● | | |
| 施設内掲示 | | | | ● | |
| 期日前投票開始 | | | | ● | |

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 8 ウェブによる選挙及び候補者情報の提供事業 |
| 活動目的 | ・ 候補者情報の入手方法を多様化する |
| 事業内容 | ・ 選挙公報の市HPへの二次元コードをポスター掲示場及び入場券に埋め込み、候補者情報の入手方法を増やす ・ 選挙公報を市HPで提供していることを周知する |
| 組合せ | 【5 投票所入場券レイアウトの見直し】 【9 候補者情報の早期提供事業】 市HPに掲載する選挙公報のデータを、有権者へより早く情報提供する |
| 研究会のキーワード | ・ 情報の案内として二次元コードは有効 ・ ウェブでの情報提供が主流になってくる ・ 新聞購読世帯は減っている ・ ナッジの手法を取り入れ（投票に行きたくなる行動変容を促す仕掛け） |
| 成果指標 | アウトカム評価（結果） ・ 市民意識調査「投票する候補者を決めるのに役立つものは何ですか」という問いに対し「選挙公報」と回答する人の割合 アウトプット評価（事業実施量） ・ 掲載HPのアクセス数 プロセス評価（過程） ・ 選挙公報や選挙情報のHP二次元コードについて報道機関への周知 |

<スケジュール>

| 実施内容 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|-----------------------|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|
| ポスター掲示場及び投票所入場券の見直し作業 | ● | → | | | | | | | |
| 投票所入場券の契約課へ発注、業者決定 | | | | | ● | | | | |
| ポスター掲示場の業者決定 | | | | | | ● | | | |
| ポスター掲示場の設置及び投票所入場券の納品 | | | | | | | | | ● |

静岡市議会
議員選挙

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 9 候補者情報の早期提供事業 |
| 活動目的 | ・期日前投票日までに候補者の情報（選挙公報）を情報提供する |
| 事業内容 | ・期日前投票開始時刻前に市HPへ選挙公報のデータをアップ ・選挙公報の提供は従来どおり紙を新聞折込で配布するほか、公共施設等へ配架する |
| 組合せ | 【8ウェブによる選挙及び候補者情報の提供事業】 入場券及びポスター掲示場に選挙公報のデータを掲載する市HPへの二次元コードを埋め込みウェブに飛ばす |
| 研究会のキーワード | ・若い世代ほど紙を見ない ・新聞購読世帯は減っている ・ウェブでの情報提供が主流になってくる |
| 成果指標 | アウトカム評価（結果） ・市民意識調査「投票する候補者を決めるのに役立ったものは何ですか」という問いに対し「選挙公報」と回答する人の割合 アウトプット評価（事業実施量） ・掲載HPのアクセス数 プロセス評価（過程） ・関係機関との協議 |

<スケジュール>

| 実施内容 | | 3月 | 告示日 | | | | 告示日翌日 | | | 3月 | | |
|-------------|--------------------------|------------------|--------------------|---------------------|------------|------------|-----------|-----------|------------|----|-----------|--|
| | | ○日 17:00 ～ | 8:30 ～ 17:00 | 17:15 ～ 17:30 | 18:00 ～ | 21:00 ～ | 8:30 ～ | 9:00 ～ | 13:00 ～ | | | |
| 準備 | 市・区 選挙公報原稿審査、原稿を印刷業者へ送付 | ● | | | | | | | | | 静岡市議会議員選挙 | |
| | 市・区 告示、立候補届出 | | ● | | | | | | | | | |
| | 市 候補者名と候補者のウェブサイト在市HPに掲載 | | ● | → | | | | | | | | |
| | 区 選挙公報の掲載順序決定くじ実施→掲載順決定 | | | ● | | | | | | | | |
| | 市 選挙公報の掲載順序を印刷業者へ連絡 | | | | | ● | | | | | | |
| 活動 | 市 テスト印刷で掲載順の確認 | | | | | ● | | | | | | |
| | 市 選挙公報データ受取、市HPへの掲載 | | | | | | ● | → | | | | |
| | 市 最終確認→印刷 | | | | | | | ● | | | | |
| | 市 選挙公報（印刷物）受取 | | | | | | | | | ● | | |
| 市 選挙公報の新聞折込 | | | | | | | | | | ● | | |

| | |
|-----------|---|
| 事業名 | 10 投票所フォトスポット設置事業 |
| 活動目的 | ・若者から若者に選挙に関する情報発信をしてもらう |
| 事業内容 | ・商業施設の期日前投票所付近にフォトスポットを設置 ・商業施設内での掲示 |
| 組合せ | 【1選挙時啓発、2若者重点的啓発事業（選挙時啓発）】 親子で期日前投票ができることの周知、イベントの実施 【7商業施設での期日前投票所開設事業】 商業施設内でショッピング等のついでに投票できるPR |
| 研究会のキーワード | ・各事業を組み合わせた波状攻撃 ・親子連れ投票は子どもの将来の投票に影響を与える |
| 成果指標 | アウトプット評価（事業実施量） ・期日前投票期間中にフォトスポットを使用した人数 |

<スケジュール>

| 実施内容 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | |
|--------------|-----|----|----|----|-----------|
| 契約発注 | ● | | | | 静岡市議会議員選挙 |
| 静岡気分2月号による周知 | | ● | | | |
| 会場での模擬投票イベント | | | ● | | |
| 市HPでの周知 | | | ● | → | |
| 施設内掲示 | | | | ● | |
| 期日前投票開始 | | | | ● | |

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 11 市民・民間活動の下支え (投票所でマルシェ開催・選挙バルの実施・選挙割) |
| 活動目的 | ・選挙の機運を盛り上げてくれる民間事業者の活動を後押しする |
| 事業内容 | <p><マルシェ></p> <ul style="list-style-type: none"> ・公職選挙法に抵触しないためのガイドライン作成 ・投票所使用について手続き方法等のマニュアル作成 <p><選挙バル・選挙割></p> <ul style="list-style-type: none"> ・民間事業者との調整 |
| 研究会のキーワード | <ul style="list-style-type: none"> ・選管だけではなく、民間も巻き込んで全市を挙げて取り組めるかが大切 ・行政の支援は難しいが、民間任せにならないように何かしらの関わりが必要 |
| 成果指標 | <p>プロセス評価（過程）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・公職選挙法や投票所使用についての指針等の作成、見直し、公表がされている |

<スケジュール>

| 実施内容 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|-------------------------|----|----|----|----|-----|----|----|---------------|
| 公職選挙法に抵触しないためのガイドライン作成 | → | | | | | | | 静岡市議会 議員選挙 |
| 投票所使用について手続き方法等のマニュアル作成 | → | | | | | | | |
| 投票管理者との調整 | | | | | | ●→ | | |

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 12 小学生用の地方選挙教材作成 |
| 活動目的 | ・ 地域への関心を向上させて静岡市への愛着度及び選挙への関心を高める |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 授業で活用できる教材等の作成 ・ 教員が地方教材を使用したモデル授業を実施 ・ 教材は市HPにアップ ・ 教材は毎年データ更新や使い易さなどを検証し、見直す ・ 教材を使用した授業を各学校教員に説明し、横展開する |
| 組合せ | 【15教員向け相談窓口設置】 主権者教育を行う教員の相談に乗り、教員の支援をする |
| 研究会のキーワード | <ul style="list-style-type: none"> ・ 教育委員会と連携し、年齢に応じた「主権者教育」を実施する ・ 息の長い継続的な取組が必要 |
| 成果指標 | アウトプット評価（事業実施量） ・ HPにアップした教材数 プロセス評価（過程） ・ 教員と教材の協議・更新・作成（年1回以上） |

<スケジュール>

| 実施内容 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 |
|----------------------------------|-----|-----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|----|
| 市教育委員会に主権者教育の連携について説明 | ● | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 小中校長会で授業等「主権者教育」を取扱う場合について周知 | ● | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 市立小学校の教員と授業のカリキュラムと選管の関わり方について協議 | | ●→ | | | | | | | | | ●→ | | | | | | | |
| 教員が授業で使いたい資料について聞き取り | | | ●→ | | | | | | | | | ●→ | | | | | | |
| 教員が授業でそのまま使用できるような教材を作成 | | | | ●→ | | | | | | | | | ●→ | | | | | |
| HPアップし、教育委員会を通じて各教員に周知 | | | | | | ●→ | | | | | | | | | | | | |
| 小学6年生の社会科等の授業で実施 | | | | | | ●→ | | | | | | | | | | | | ● |
| 授業実施後、資料の見直し | | | | | | | ●→ | | | | | | | | | | | |
| 校長会等を通じて地方教材を使用した授業の報告 | | | | | | | ●→ | | | | | | | | | | | |

静岡市議会議員選挙

令和7年度以降も継続して教育委員会と連携していく

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 13 中学生用の地方選挙教材作成 |
| 活動目的 | ・ 地域課題の発見や解決に向けた活動ができるような教材を作る |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 目で見える投票率を活用し、授業で活用できる教材等の作成 ・ 教員が地方教材を使用したモデル授業を実施 ・ 教材は市HPにアップ ・ 教材は毎年データ更新や使い易さなどを検証し、見直す ・ 教材を使用したモデル授業を各学校教員に説明し、横展開する |
| 組合せ | 【15教員向け相談窓口設置】 主権者教育を行う教員の相談に乗り、教員の支援をする |
| 研究会のキーワード | <ul style="list-style-type: none"> ・ 教育委員会と連携し年齢に応じた「主権者教育」を実施する ・ 息の長い継続的な取組が必要 |
| 成果指標 | アウトプット評価（事業実施量） ・ HPにアップした教材数 プロセス評価（過程） ・ 教員と教材の協議・更新・作成（年1回以上） |

<スケジュール>

| 実施内容 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|----------------------------------|-----|-----|----|----|----|----|---------|---------|---------|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|
| 市教育委員会に主権者教育の連携について説明 | ● | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 小中校長会で授業等「主権者教育」を取扱う場合について周知 | ● | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 市立中学校の教員と授業のカリキュラムと選管の関わり方について協議 | | ●→ | | | | | | | | | ●→ | | | | | | |
| 教員が授業で使用したい資料について聞き取り | | | ●→ | | | | | | | | | ●→ | | | | | |
| 教員が授業でそのまま使用できるような教材を作成 | | | | ●→ | | | | | | | | | ●→ | | | | |
| HPアップし、教育委員会を通じて各教員に周知 | | | | | | ●→ | → | → | → | → | | | | | | | |
| 中学の公民等の授業で実施 | | | | | | ●→ | - - - - | - - - - | - - - - | → | | | | | | | |
| 授業実施後、資料の見直し | | | | | | | ●→ | → | → | → | | | | | | | |
| 校長会を通じて地方教材を使用した授業の報告 | | | | | | | ●→ | → | → | → | | | | | | | |

静岡市議会議員選挙

令和7年度以降も継続して教育委員会と連携していく

| | |
|-----------|---|
| 事業名 | 14 高校生用の地方選挙教材作成 |
| 活動目的 | ・ 社会に参画しようとする資質を高め、投票に行ってもらおう |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・ 高校の授業「公共」等で使用できる資料等を作成 ・ 教員が地方教材を使用したモデル授業の実施 ・ 教材は市HPにアップ ・ 教材は、毎年データ更新や使い易さなどを検証し、見直す ・ 教材を使用したモデル授業を各学校教員に説明し、横展開する ・ 高3最後の授業等に向けて選挙の大切さについてチラシ作成 |
| 組合せ | 【15教員向け相談窓口設置】 主権者教育を行う教員の相談に乗り、教員の支援をする |
| 研究会のキーワード | <ul style="list-style-type: none"> ・ 教育委員会と連携し年齢に応じた「主権者教育」を実施する ・ 息の長い継続的な取組が必要 ・ 高校3年生の最後の授業へのアプローチ |
| 成果指標 | アウトプット評価（事業実施量） ・ HPにアップした教材数 プロセス評価（過程） ・ 教員と教材の協議・更新・作成（年1回以上） |

<スケジュール>

| 実施内容 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|-----------------------------------|-----|-----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|
| 市教育委員会に主権者教育の連携について説明 | ● | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 校長会で授業等「主権者教育」を取り扱う場合について周知 | ● | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 市立高等学校の教員と授業のカリキュラムと選管の関わり方について協議 | | ●→ | | | | | | | | | ●→ | | | | | | |
| 教員が授業で使いたい資料について聞き取り | | | ●→ | | | | | | | | | ●→ | | | | | |
| 教員が授業でそのまま使用できるような教材を作成 | | | | ●→ | | | | | | | | | ●→ | | | | |
| HPアップし、教育委員会を通じて各教員に周知 | | | | | | ● | → | → | → | → | | | | | | | |
| 高校の公共等の授業で実施 | | | | | | ● | → | → | → | → | | | | | | | |
| 授業実施後、資料の見直し | | | | | | | ● | → | → | → | | | | | | | |
| 校長会等を通じて地方教材を使用した授業の報告 | | | | | | | ● | → | → | → | | | | | | | |

静岡市議会議員選挙

令和7年度以降も継続して教育委員会と連携していく

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 15 教員向け相談窓口設置 |
| 活動目的 | ・主権者教育を行う教員の支援 |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・選管に選挙に関する問い合わせ・相談窓口を設置 <相談窓口での相談内容は次のとおり> ○選挙の実施、選挙制度に関すること ○投票率に関すること ○「市議会議員を呼びたいが窓口がわからない」など所管課や担当者への取り次ぎ ・教育センターとの意見交換(年1回程度) ・校長会等での「教員向け相談窓口」について周知 |
| 組合せ | 【12～14小・中・高校生用の地方選挙教材作成】 教員が、社会科や特別活動で選挙や地域課題等を扱う資料を作成する際、相談に乗り支援をする |
| 研究会のキーワード | <ul style="list-style-type: none"> ・教育委員会と連携し年齢に応じた「主権者教育」を実施する ・息の長い継続的な取組が必要 |
| 成果指標 | プロセス評価（過程） <ul style="list-style-type: none"> ・教育センターとの協議実施 ・校長会等での「教員向け相談窓口」について周知 |

<スケジュール>

| 実施内容 | 11月 | 12月 | 3月 | 4月 | 5月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 |
|---------------------------|-----|-----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|-----------|----|
| 市教育委員会に「教員向け相談窓口」について説明 | ● | | | | | | | | | | | 静岡市議会議員選挙 | |
| 教育センターとの意見交換 | | ● | | | | | ● | | | | | | |
| 校長会で「教員向け相談窓口」について周知 | | ● | | | | | | ● | | | | | |
| 社会科教員研修会で「教員向け相談窓口」について周知 | | ● | | | | | | | ● | | | | |
| 選管に選挙に関する問い合わせ・相談窓口対応 | | ● | → | | | | | | | | | | |

令和7年度以降も継続して教育委員会と連携していく

| | |
|-----------|---|
| 事業名 | 16 出前講座 |
| 活動目的 | ・将来の有権者である児童・生徒に選挙の意義や重要性について学習してもらい、政治や選挙に対する関心を高める |
| 実施内容 | <p><選挙に関する講座・模擬投票></p> <ul style="list-style-type: none"> ・選挙の意義、大切さ、若年層の投票率などについて ※カリキュラムの内容は、授業時間と担当教員と相談し決定 ・投票のテーマを決め、模擬投票の実施 <p><実施後></p> <ul style="list-style-type: none"> ・アンケート調査、結果を検証し講座内容の見直し ・毎年データ更新 <p><その他></p> <ul style="list-style-type: none"> ・講座希望のなかった学校にニーズ調査 ・対象と時期に応じた出前講座のチラシを作成し配布 |
| 組合せ | 【17選挙器材貸出】 |
| 研究会のキーワード | <ul style="list-style-type: none"> ・規模の拡大と内容の見直し ・初めて行く投票所に対するハードルを下げる |
| 成果指標 | <p>アウトカム評価（結果）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事後アンケートによる講座参加者の意識の変化 <p>アウトプット評価（事業実施量）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・申し込み件数 |

<スケジュール>

| 実施内容 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|------------|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|
| 窓口校と調整 | ● | | | | | | | | | | | |
| 県教委（高校）割振り | | ● | | | | | | | | | | |
| 未実施高校ニーズ調査 | | | | | → | | | | | | | |
| 随時受付・調整 | | | → | | | | | | | | | |
| 出前講座の実施 | | | → | | | | | | | | | |
| データ更新や内容修正 | | | → | | | | | | | | | |

静岡市議会議員選挙

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 17 選挙器材貸出 |
| 活動目的 | ・生徒会選挙等で、投票箱や記載台などを貸出だけでなく、生徒会選挙と連携し、投票の前に選管が選挙の話をするなど、生徒会選挙をより意義あるものにする |
| 事業内容 | ・投票箱、記載台、用紙交付機などの資器材を学校に貸出す ・生徒会選挙及び授業の支援 ・選挙啓発動画の活用を提案 |
| 組合せ | 【6選挙啓発動画活用事業】 選挙啓発動画の活用を提案し、選挙の関心を高める場となるように努める 【16出前講座】 |
| 研究会のキーワード | ・規模の拡大と内容の見直し ・投票することへの心理的ハードルを下げる |
| 成果指標 | アウトプット評価（事業実施量） ・貸出件数 |

<スケジュール>

| 実施内容 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|------------|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|
| 窓口校と調整 | ● | | | | | | | | | | | |
| 県教委（高校）割振り | | ● | | | | | | | | | | |
| 随時受付・調整 | | | → | | | | | | | | | |
| 資材貸出の実施 | | | → | | | | | | | | | |

静岡市議会
議員選挙

継続

| | |
|-----------|---|
| 事業名 | 18 市民の投票事務従事の実施 |
| 活動目的 | ・市民が選挙に主体的に関わる機会を増やし、選挙をより身近に感じてもらい、選挙を自分事に感じてもらう |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・広報紙「静岡気分」、市HP、庁内ｲﾝﾌｫｰﾐｰｼｮﾝでの周知及び募集 ・投票所での投票事務従事（前日準備を含む） ・募集人数は300人程度（報酬支払有） |
| 組合せ | 【19高校生の投票事務従事の実施】 有権者及び今後有権者になる高校生が投票事務に参加してもらうことで、選挙に対する関心を持つ |
| 研究会のキーワード | ・市民が事務従事者等を直接体験することは、選挙に対する関心を持たせることができる |
| 成果指標 | アウトカム評価（結果） ・市民の投票事務従事者数300人 |

<スケジュール>

| 実施内容 | | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|-------|--|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|-----------|
| 募集・準備 | 市→区 市民従事者について検討 | ● | | | | | | | | 静岡市議会議員選挙 |
| | 市 市民従事者の周知 市民従事者の募集 (静岡気分掲載・HP掲載) | | | ● | → | | | | | |
| | 区→市民従事者 区選管から市民従事者への通知(従事する投票所等の連絡) | | | | | | | | ● | |
| 活動 | 市民従事者 投票所での前日準備及び当日従事 | | | | | | | | | ● |

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 19 高校生の投票事務従事の実施 |
| 活動目的 | ・有権者及び今後有権者になる高校生が、投票事務に参加してもらうことで、選挙に対する関心を持つ |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・高校に出向き、高校生の選挙事務への参加について趣旨説明 ・高校での事前研修の実施 ・投票所での投票事務従事（前日準備を含む） ・募集人数は200人程度（報酬支払有） |
| 組合せ | <p>【18市民の投票事務従事の実施】 市民が選挙に主体的に関わる機会を増やし、選挙をより身近に感じてもらう</p> <p>【21選挙サポーターの育成】 選挙サポーターが事務従事研修（模擬投票等）を実施</p> |
| 研究会のキーワード | ・高校生が事務従事者等を直接体験することは選挙に対する関心を持たせることができる |
| 成果指標 | <p>アウトカム評価（結果）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事後アンケートの結果による高校生従事者の意識の変化 <p>アウトプット評価（事業実施量）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・高校生の投票事務従事者数200人 |

<スケジュール>

| 実施内容 | | 4月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 2月 | 3月 | 4月 |
|-------|----------------------------|----|----|----|----|----|-----|-----|----|-----------|----|
| 募集・準備 | 市 高校生事務従事計画を検討 | ● | | | | | | | | 静岡市議会議員選挙 | |
| | 市→高 高校に出向き趣旨説明 | | ● | | | | | | | | |
| | 市→高 理解を得られた学校へ市民従事者取扱要綱を配布 | | ● | | | | | | | | |
| | 市→高 高校に生徒参加希望人数等の調査票を送付 | | ● | | | | | | | | |
| | 高→市 申込書と参加名簿を提出 | | | ● | → | | | | | | |
| | 市・区 参加者の投票所割り振り各学校に結果を送付 | | | | | | ● | → | | | |
| 活動 | 市 事前研修 | | | | | | | | | | |
| | 高校生 アンケート回答・とりまとめ | | | | | | | | | | ● |
| 報告 | 市 選挙管理委員会 | | | | | | | ● | | | ● |
| | 市 報道発表 | | | | | | | | ● | | |

継続

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 20 大学生の期日前投票立会人の実施 |
| 活動目的 | ・大学生が選挙に主体的に関わる機会を増やし、選挙をより身近に感じてもらう |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・各大学への期日前投票立会人の募集チラシの配布 ・広報紙「静岡気分」及び市HPでの周知及び募集 ・大学生の期日前投票所での立会人の実施 ・募集人数は50人程度 |
| 組合せ | 【22大学生インターンシップの受入れ(大学生職場体験研修の実施)】 大学生がインターンシップを実施した後に、実際に期日前投票立会人を体験する |
| 研究会のキーワード | ・市民が事務従事者等を直接体験することは選挙に対する関心を持たせることができる |
| 成果指標 | アウトカム評価（結果） ・大学生の期日前投票立会人25人 |

<スケジュール>

| 実施内容 | | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|-------|--|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|-----------|
| 募集・準備 | 市・区 大学生の期日前立会人について検討 | ● | | | | | | | | 静岡市議会議員選挙 |
| | 市 期日前立会人の周知 期日前立会人の募集 (静岡気分掲載・HP掲載) | | | ● | → | | | | | |
| | 市→大学 大学生の期日前立会人の募集 | | | ● | → | | | | | |
| | 区→立会人 区選管から立会人への通知 (従事する期日前投票所等の連絡) | | | | | | | | ● | |
| 活動 | 立会人 投票所での前日準備及び当日従事 | | | | | | | | | ● |

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 21 選挙サポーターの育成 |
| 活動目的 | ・若者（19歳-25歳）の社会参画意識を高める |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・若年層の投票率向上のための啓発を、企画から実施まで行う ・募集人数は5人程度 ・活動終了時に活動修了書を発行 ・活動終了後にもサポーターOBとして関わりを継続 ※ 効果的な啓発は、市選管の常時啓発に組み込んでいく |
| 組合せ | 【19高校生の投票事務従事の実施】 高校生の事務従事研修（模擬投票等）を実施 |
| 研究会のキーワード | ・若者議会のように参加者が自ら企画し実施することに意味がある |
| 成果指標 | プロセス評価（過程） ・事前、事後アンケートによるサポーターの意識の変化 |

<スケジュール>

| 実施内容 | | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 |
|-------|--------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|----|----|----|
| 募集・準備 | 市 「静岡気分」4月号での募集周知 | ● | → | | | | | | | | | | | ● | → | | | |
| | 市 HPでの募集掲示 | | | ● | | | | | | | | | | | | | ● | |
| | 市 市内5大学へ募集依頼 | | | ● | | | | | | | | | | | | | ● | |
| | 市 サポーターの選定 ボランティア保険加入 | | | | ● | | | | | | | | | | | | | ● |
| 活動 | 大 サポーター会議 | | | | | ● | | | | | | | | | | | | ● |
| | 大 啓発内容の企画・実施・反省 | | | | | ● | → | → | → | → | → | → | → | → | → | → | → | → |
| 報告 | 市 選挙管理委員会 | | | | | ● | | | | ● | | | | ● | | | | ● |
| | 市 報道発表 | | | | | ● | | | | | | | | ● | | | | ● |

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 22 大学生インターンシップの受入れ（大学生職場体験研修の実施） |
| 活動目的 | ・大学生が選挙の準備事務を体験し、選挙に関心を持つことにより投票意識の向上を目指す |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・大学生の申請（電子申請により、学生が直接人事課に申込） ・大学生インターンシップ（大学生職場体験研修）の実施 ・大学生インターンシップ修了書の発行 ・募集人員は1～2人程度 |
| 組合せ | 【20大学生の期日前投票立会人の実施】 大学生がインターンシップを実施した後に、実際に期日前投票立会人を体験する |
| 研究会のキーワード | ・市民が事務従事者等を直接体験することは、選挙に対する関心を持たせることができる |
| 成果指標 | アウトカム評価（結果） ・事前・後アンケートの結果による研修者の意識の変化 |

<スケジュール>

| 実施内容 | | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|------|--------|--|----|----|----|-----|----|----|----|
| 準備 | 市 | 令和6年度インターンシップ受入計画書に登録（人材育成担当） | ● | | | | | | |
| | 大学生 | 大学生の申請（電子申請により、学生が直接人事課に申込）期日前立会人の募集（静岡気分掲載・HP掲載） | | ● | | | | | |
| | 人材育成担当 | 受入部署（市選管事務所）への結果送付 | | | ● | | | | |
| | 市 | 受入部署（市選管事務所）から大学生あてに可否通知（受入部署で選考を行い、受入部署から学生宛にメールで結果を通知） | | | ● | | | | |
| 実施 | 市 | 大学生インターンシップ（大学生職場体験研修）の実施 | | | | | | ● | |

| | |
|-----------|---|
| 事業名 | 23 選挙啓発動画コンテスト |
| 活動目的 | ・選挙への関心を高めるとともに、若者目線で「選挙に行こう！」と思えるきっかけを創出する |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・市内高校生、大学生を対象に選挙啓発の動画を募集 ・静岡市区選挙管理委員会等で2作品を選定。その後、投票サイトでの結果により受賞作品を選定 ・最優秀・優秀作品は市HPで公開 ・ポスターコンクール展示会と合わせて上映(モニターで上映) |
| 組合せ | 【1選挙時啓発、2若者重点的啓発事業(選挙時啓発)】 【6選挙啓発動画活用事業】 【24明るい選挙啓発ポスターコンクール】 |
| 研究会のキーワード | ・若者は紙媒体を見ない、動画の方が受け入れられやすい |
| 成果指標 | アウトプット評価(事業実施量) ・応募作品数 プロセス評価(過程) ・学校への応募依頼 |

<スケジュール>

| 実施内容 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|-----------------|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|
| 市内高校・大学等に動画作成依頼 | | ● | → | | | | | | | | | |
| 投票サイト作成委託契約 | | ● | | | | | | | | | | |
| 作品応募締切 | | | | | | ● | | | | | | |
| 審査会 | | | | | | | ● | | | | | |
| 入賞作品決定 | | | | | | | | ● | | | | |
| 表彰式・展示会 | | | | | | | | | | ● | | |

静岡市議会議員選挙

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 24 明るい選挙啓発ポスターコンクール |
| 活動目的 | ・選挙啓発ポスターの制作や展示会及び表彰式を通して、児童・生徒・保護者が選挙・政治を身近に感じてもらえるようにする。 |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・審査は小学生の部、中学生の部、高校生の部の3部門。 ・各部門から最優秀賞1作品、優秀賞4作品を入選作品とする ・入選作品は静岡県選挙管理委員会へ提出。 ・受賞の5作品は、静岡市の選挙啓発等に使用 ・毎年1月に全応募作品の展示会を実施 ・展示会中に表彰式を実施（令和5年度から） ・表彰式で親子連れ投票を促すチラシを配布 |
| 組合せ | 【6選挙啓発動画活用事業】 【23選挙啓発動画コンテスト】 |
| 研究会のキーワード | <ul style="list-style-type: none"> ・これまで通りでなく、各施策と組み合わせて検討することが大切 ・親子連れ投票は、子どもの将来の投票につながる |
| 成果指標 | アウトプット評価（事業実施量） <ul style="list-style-type: none"> ・展示会来場者数、応募作品数 プロセス評価（過程） <ul style="list-style-type: none"> ・学校への応募依頼 |

<スケジュール>

| 実施内容 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|----------------|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|----|----|
| 市内小・中・高校に作成依頼 | | ● | → | | | | | | | | | |
| 選管審査員選任依頼 | | | | | ● | | | | | | | |
| 作品応募締切 | | | | | | ● | | | | | | |
| 事前審査・審査会 | | | | | | ● | | | | | | |
| 入賞作品決定（県・中央審査） | | | | | | | | ● | | | | |
| 表彰式・展示会 | | | | | | | | | | ● | | |

静岡市議会議員選挙

| | |
|-----------|--|
| 事業名 | 25 大学生の住民票異動促進事業 |
| 活動目的 | <ul style="list-style-type: none"> ・居住する地域の課題や政治・選挙を自分事を感じてもらう ・社会参画意識の向上 |
| 事業内容 | <ul style="list-style-type: none"> ・静岡市内の大学に入学予定の学生に向けて、入学案内書類と一緒にタイミングで、住民票の異動を促すチラシを送付する（令和5年度から実施） ・「入学時に大学から送られた書類は目を通す」という学生の意見からチラシは入学案内書類と一緒に送る |
| 研究会のキーワード | <ul style="list-style-type: none"> ・学生の意見を取り入れた内容にするとよい ・ナッジ理論活用「投票に行きたくなる行動変容を促す仕掛け」 |
| 成果指標 | プロセス評価（過程） <ul style="list-style-type: none"> ・市内大学と選管との協議 |

<スケジュール>

| 実施内容 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 |
|-------------|-----|-----|----|----|---------------|
| チラシ案作成、完成 | ● | → | | | 静岡市議会 議員選挙 |
| チラシ印刷、納品 | | ● | → | | |
| 入学案内に同封して送付 | | | ● | → | |

令和6年度以降も継続してチラシの送付を大学に依頼していく。

(5)対象者別施策一覧

| | | |
|---|--|--|
| <p>有権者の背中を押す</p> | <p>有権者の利便性向上</p> | <p>有権者の社会参画意識・義務感向上</p> |
| <p>情報発信 (SNSで発信・話題作り)(選挙期日等の周知)</p> | <p>心理的ハードルをさげる</p> | <p>社会参画意識</p> |
| <p>選挙時啓発 若者重点啓発(選挙時啓発) 来場者カードのステッカー化 スポーツ×選挙 投票所入場券レイアウトの見直し 選挙啓発動画コンテスト 選挙啓発動画活用</p> | <p>商業施設での期日前投票所開設 ウェブによる選挙及び候補者情報の提供 候補者情報の早期提供 投票所フオトスポット設置 投票所にマルシエ・選挙バル・選挙割</p> | <p>意識啓発 選挙啓発動画コンテスト 大学生 住民票異動促進 大学生 インターンシップ 選挙サポーターの育成 大学生の期日前投票立会人 市民の投票事務従事 高校生 投票事務従事 地方選挙教材(高校生) 出前講座 選挙器材貸出 教員向け相談窓口 地方選挙教材(小・中学生)</p> |
| <p>情報発信</p> | <p>投票環境</p> | <p>主権者教育</p> |
| <p>社会人(20代)</p> | | |
| <p>大学生</p> | | |
| <p>高校生  18歳以上の力をもつもの</p> | | |
| <p>小中学生</p> | | |

(6)投票率向上施策 事業実施計画 全体スケジュール

| 番号 | 事業名 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | 7月 | 8月 | 9月 | 10月 | 11月 | 12月 | 1月 | 2月 | 3月 | 4月 | 5月 | 6月 | | |
|----------------------|----------------------------------|--------------------------------------|----|----|--------|----|----|----|-----|-----|--------|--------|--------|--------------------|----|----|----|--|--|
| 1 ・有権者の関心を高める情報発信 | 1 選挙時啓発 | | | | ● 契約発注 | | | | | | | | | 啓発ポスター・SNS広告・街頭啓発等 | | | | | |
| | 2 若者重点的啓発(選挙時啓発) | | | | ● 契約発注 | | | | | | ● イベント | ● イベント | ● イベント | ● イベント | | | | | |
| | 3 来場者カードのステッカー化事業 | | | | ● 契約発注 | | | | | | | | | ● 作成 | | | | | |
| | 4 投票所入場券レイアウトの見直し | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 5 スポーツ×選挙事業 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 6 選挙啓発動画活用事業 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 7 商業施設での期日前投票所開設事業 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 8 ウェブによる選挙及び候補者情報の提供事業 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 9 候補者情報の早期提供事業 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 10 投票所フォトスポット設置事業 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 2 ・投票環境づくりしやすい | 11 市民・民間活動の下支え(投票所でマルチエンジェ・選挙ハル・選挙劇) | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 12 小学生用の地方選挙教材作成 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 13 中学生用の地方選挙教材作成 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 14 高校生用の地方選挙教材作成 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 15 教員向け相談窓口設置 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 ・主権者教育(社会参画)の充実 | 16 出前講座 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 17 選挙器材貸出 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 18 市民の投票事務従事の実施 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 19 高校生の投票事務従事の実施 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 20 大学生の期日前投票立会人の実施 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 21 選挙サポーターの育成 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 22 大学生インターンシップの受入れ(大学生職場体験研修の実施) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 23 選挙啓発動画コンテンツ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 24 明るい選挙啓発ポスターコンクール | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 25 大学生の住民票移動促進事業 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

7 各事業の効果検証について

各事業は、選挙実施後に事業毎に効果測定を行い、課題を洗い出して次回の事業実施に反映させていきます。

事業実施後すぐに課題を洗い出し、見直しを行う短期で改善していくもの、長期スパンで考えなくてはならないものなど事業ごとに、評価の方法や評価基準は異なります。

次の3つの評価方法で事業を評価していきます。なお、事業に期待する効果や目的が複数ある事業については、複数の成果指標を設定し、評価していきます。

① プロセス評価(過程)

主権者教育など継続的な取組みが重要な事業については、毎年度、教育委員会など関係機関との協議等の過程を評価していきます。

(事業例示)小・中・高校生の地方選挙教材作成、教員向け相談窓口設置など

② アウトプット評価(事業実施量)

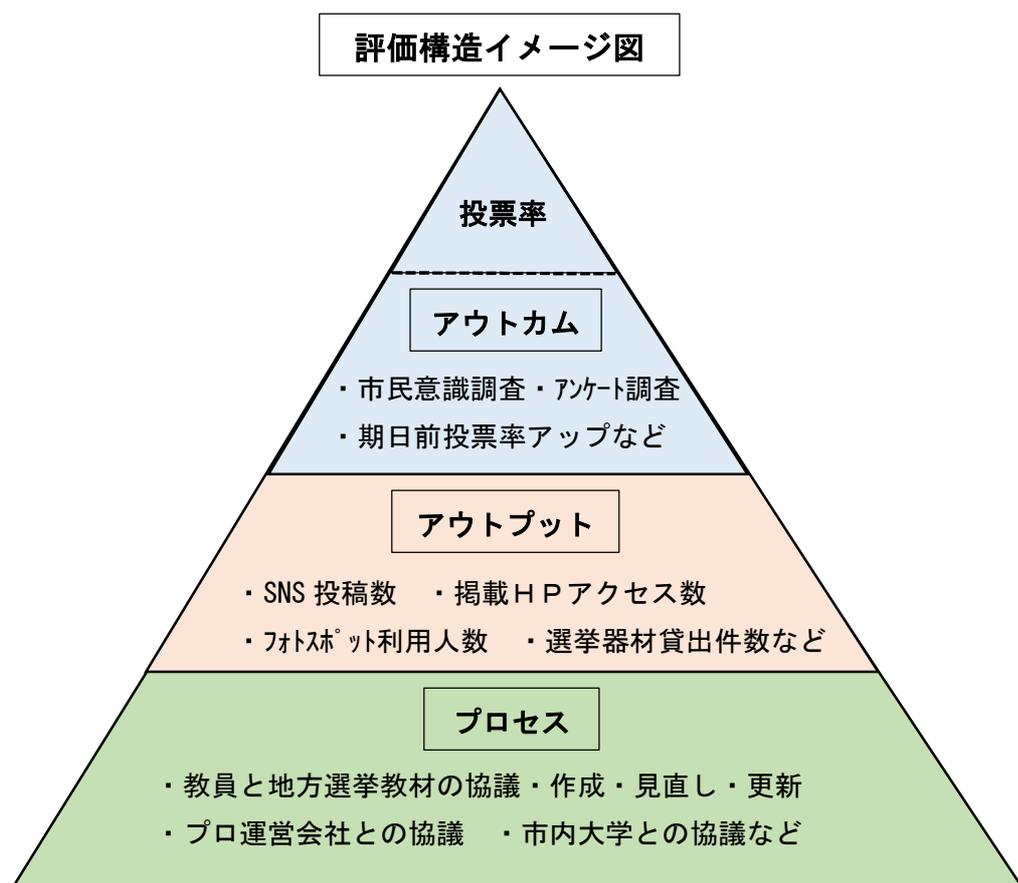
選挙に関する情報に触れる人やイベント等に参加する人を増やすため行う事業については、SNSへの投稿回数や参加者数など数量を評価していきます。

(事業例示)スポーツ×選挙事業、投票所フォトスポット設置事業など

③ アウトカム評価(結果)

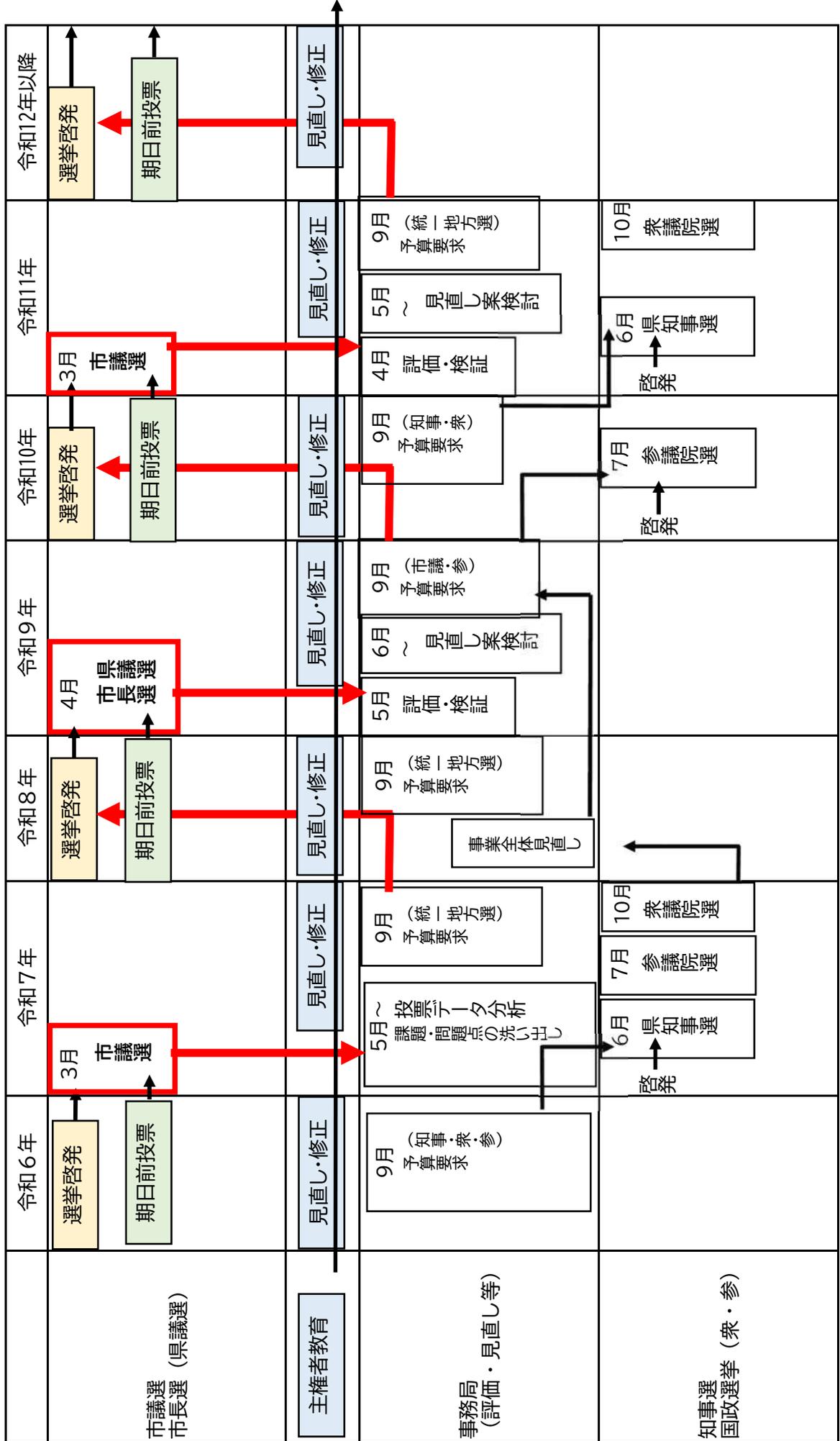
最終目的である投票率向上、またそれに直結すると思われる有権者の意識の変化については、投票率など結果を評価していきます。

(事業例示)若者重点的啓発事業(選挙時啓発)、商業施設での期日前投票所開設事業など



効果検証 将来スケジュール

市議会議員選挙・市長選挙（統一地方選挙）実施後に投票データ分析、課題・問題点等を洗い出し、次回以降の事業の実施に反映していく。



おわりに

令和 5 年度は、「市長選挙が静清合併後最低の投票率」という、大変厳しい投票結果からスタートしました。この厳しい現状を打開するため、静岡大学の学生さんたちと一緒に投票状況を見える化し、現状分析を行い、若年層の投票率向上について学生さん自身が考え、そのアイデアを取り入れた事業計画を「どうする投票率研究会」委員の皆さんから様々なアドバイスをいただきまとめられたことには、大変意義があると感じています。

次回、静岡市で執行予定の選挙は、令和 7 年 3 月末に任期満了を迎える静岡市議会議員選挙です。市議会議員選挙は、本市の選挙の中で最も投票率の低い選挙で、このままでは投票率 40%を切ることが予想されます。この報告書は「市議会議員選挙」で若年層をターゲットにした投票率向上の取り組みをまとめたものです。私たちは、静岡市の選挙の中で最も投票率の低い市議会議員選挙での投票率向上は、その後執行される全ての選挙の投票率に必ず繋がっていくと信じていますが、「投票率向上に特效薬はない」と、「どうする投票率研究会」の谷口会長がおっしゃられたとおり簡単なことではありません。

さらに谷口会長から研究会の総括として、「(投票率向上に向けて)丸子(まりこ)のどろろのように粘り強く取り組んでいくこと。また、投票率は選挙管理委員会だけの問題ではなく、選挙管理委員会が中心となって、他部局を巻き込み、民間へと波及させていくことが大切である。」との言葉もいただきました。

世の中の流れが速くなり、そこに暮らす人たちの考え方や価値観が変化し、多様化していく中で、今の時代にあった取り組みを進めていくことが、投票率の向上の施策においても求められていると、今回、調査研究を進めながら実感しました。その一つとして、堅いイメージの「選挙」や「投票」について有権者の心理的ハードルを下げる「楽しい」「ワクワク」という今までにない感覚を取り入れることも必要だと感じています。

選挙管理委員会事務局職員は、時代の変化に対応し、有権者の声に応えられるように投票環境づくりや主権者教育を、熱い思いをもって進めていかなければならないと考えています。私たちは様々なチャレンジを行い、検証し、見直しすべきは見直しながら「オール静岡」で投票率向上に取り組んでいきます。

また、今回は検討ができませんでしたが、投票のバリアフリー化や今後益々進んでいく高齢化に向け、高齢世代への対応などの課題にも向き合い、「全ての有権者の一票を大切にす静岡市」を目指していきたくと考えています。

最後に、本書の取りまとめに際し、静岡大学人文社会科学部政治学ゼミの皆さん、「どうする投票率研究会」の委員として専門的なご意見をいただいた東京大学の谷口教授、静岡大学の井柳教授、国立教育政策研究所の磯山調査官、名古屋市立大学の三浦准教授、静岡新聞社の市川部長、静岡商工会議所青年部の和田迫会長に厚く御礼を申し上げます。

地方選挙を意識した選挙啓発の意義

静岡大学人文社会科学部法学科教授 井柳 美紀

今年度、市選管の依頼を受け、私が大学で担当する政治学ゼミでは、静岡市の投票率に関する分析と今後の提言を行った。分析に関しては、市選管保有の各種データのほか、静岡市実施の市民意識調査のうち市議選に関する箇所、全国の各種データなどを活用した。

分析の結果、投票率の低下や若年層の投票率の低さなども特徴的だったが、地方選挙の投票率の中長期的な下落傾向が国政選挙以上に顕著だった点も特筆すべき点だった。また、市内でも、投票率が70～80%程度ある中山間地域から、20～30%程度の都市部まで違いがあるなど、市内だけでも様々な特徴がみられ、学生たちには驚きや発見も多かった。

そこで、選管の協力を得て学生たちが作成したのが、資料「目で見える投票率 静岡市版」である。総務省が作成している資料「目で見える投票率」を参考に、その静岡市版を作成したもので、総務省の確認を得て、敢えて同様の名称のタイトルとした。地方選挙に関するこうした資料は全国的にも珍しく、特に、地方選挙の詳細な分析に加えて、一般に使用されることを目的として作成したものはあまりない。

この資料はどの世代にもみてもらいたい、特に、学校用教材として活用してもらいたいとの意図をもって作成している。だからこそ、目で見えて分かる資料とした、という面もある。2015年の公職選挙法の改正で選挙権年齢が18歳に引き下げられ、主権者教育が学校現場で行われるようになって、国政選挙と違って、地方選挙に関する主権者教育はなかなか行われない現状がある。要因は色々だが、教材自身が少ないことも一因と言える。

「目で見える投票率 静岡市版」は、紙媒体で市選管のホームページから公開しているほか、動画版も作成済みで今後公開予定である。また教育現場と連携しての活用も模索中である。

同資料には、注目すべき箇所が色々あるが、市議選に関する原因分析に関して、市民意識調査を活用した箇所は興味深く、若い世代の場合、市議選に関心がないから選挙に行かないケースが多く、中高年の場合、どの候補者を選んでよいか分からないため市議選に行かないケースが多い、というものがあつた。

世代毎の対策が必要なことを示唆しているが、特に若年層については、既に市議選・市長選ともに投票率が20%台であり、多くは関心そのものがないという現状がある。投票率の低下は、地方選挙のそれを含めて、要因が複合的であり、簡単に止められるものでもない。

しかし、最も身近な選挙の低投票率は、身近な政治・行政・社会への市民の関心の低下と密接に関わっているであろうことを考えると、何よりもまず関心をもつ機会をつくる、という地道な活動を行うことは、地域社会の今後にとって不可欠なことであろう。

特に、かつてのように地域コミュニティの中で地域の政治や選挙の話題に自然と触れ、選挙に行くのが当たり前、という時代でない現在だからこそ、いまの時代に即した方法で関心をもてる環境づくりを行うことが必要だろう。

資料編



目で見る 投票率

令和5年8月

静岡市選挙管理委員会・静岡大学人文社会科学部政治学ゼミ

静岡市の投票率の特徴

1 静岡市の投票率の推移

- (1) 基本データ：静岡市長選挙・静岡市議会議員選挙
- (2) 投票率推移：静岡市長選挙・静岡市議会議員選挙
- (3) 期日前投票の状況：静岡市長選挙・静岡市議会議員選挙
- (4) 政令指定都市投票率比較：市長選挙・市議会議員選挙
- (5) 投票率推移：各選挙種別（市長選・市議選・知事選・県議選・衆院選・参院選）
- (6) 戦後の投票率推移：静岡市長選挙・静岡市議会議員選挙
- (7) 戦後の投票率推移：地方選挙と国政選挙

2 年代別投票率

- (1) 年代別投票率：静岡市長選挙・静岡市議会議員選挙
- (2) 年代別の有権者数と投票者数：静岡市長選挙・静岡市議会議員選挙

3 投票所別・区別の投票率

- (1) 投票所別投票率：静岡市長選挙・静岡市議会議員選挙
- (2) 区別投票率：静岡市長選挙・静岡市議会議員選挙

4 12年後の投票率

- (1) 12年後の投票率：静岡市長選挙

5 「市民意識調査」からみる静岡市の有権者の選挙に関する意識



【静岡市ホームページ】

「目で見る投票率～静岡市版～」はこちら

<https://www.city.shizuoka.lg.jp/s6493/s008933.html>

右の二次元コードからも上記ホームページへアクセスできます



資料「目で見える投票率」から考えた 投票率向上のためのアイデア集



投票率向上のためのアイデア

主権者教育を充実させる

- ①大学生の主権者教育
- ②小・中学生に向けた主権者教育の充実
- ③地方選挙のための教材作成

地域の政治に詳しくなる

- ⑨議員との対話機会の増加
- ⑩高校・大学での議員を招待したイベント
- ⑪候補者マッチング地方版

投票環境を向上・工夫する

- ④企業・会社での投票促進
- ⑤ショッピングセンターに「共通投票所」開設
- ⑥投票所でのマルシェの開催
- ⑦親子で投票所へ
- ⑧選挙割

若年の参加を促す

- ⑫若者議会の導入
- ⑬選挙啓発動画コンテスト
- ⑭大学生の住民票問題
- ⑮ネット投票
- ⑯若者の投票への義務感を向上させる

①アイデア：大学生の主権者教育

教育

目的

- ◆政策や主張への理解度を向上させる
- ◆投票の意義、重要性について考える機会を提供する
- ◆政治への関心を高める

コンセプト

- ◆19、20～24歳において投票率が大きく低下している
 - ・大学での主権者教育に関する授業を単位化する
 - ・住民票を異動させる指導も一緒に行う
 - ◆実際の政治争点について議論や模擬投票などを行うアクティブ・ラーニングを実施
 - ・地域人材（例えば、メディアの記者、公務員OBなど）を活用する
 - ・地域の課題に対する関心を向上させて、地方選挙の投票率の向上に繋げる
- ※留意事項：実施にあたっては、政治的中立性を確保する

根拠



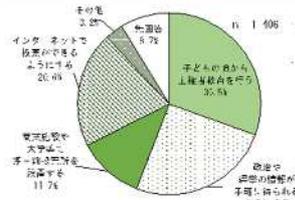
静岡市長選挙及び静岡市議会議員選挙における若年層の年代別投票率の推移

② アイデア：小、中学生に向けた主権者教育の充実

目的

- ◆若者の政治への「関心」を高める
- ◆主権者教育の効果を高める

根拠



→静岡市の市民意識調査では、投票率向上のために最も効果的だと回答があったのは「子供のころから主権者教育を行う」ことであった。文科省も推奨しているが、まだ浸透していない。

コンセプト

- ◆実際の身近な社会問題をテーマにする 出典：静岡市『令和3年度 市民意識調査』
 - 小学生ならまちづくりや地域の移り変わりなど、中学生ならより踏み込んだテーマ
 - ◆地域の人や議員さんたちと関わる機会を提供する
 - 気軽に話したり対話できる機会を設ける。
 - ◆ネットを活用して地域や政治に関する情報を集める授業を行う
 - 実際に自らの関心に基づいて地域や政治に関連する情報を集める
- ※留意事項：実施にあたっては、政治的中立性を確保する

③ アイデア：地方選挙のための教材作成

目的

- ◆地方選挙に対する関心を高める
- ◆地方選挙の情報に触れやすくする

根拠

- ◆国政選挙より、地方選挙の投票率が低い
- 地方選挙に特化した対策が必要
- ◆主権者教育・メディアの報道は国政中心
- 地方選挙の情報に触れる機会を作る必要

コンセプト

- ◆主権者教育用に特に地方選挙に注目した教材を作成し、使用しやすい環境を整備する
- ◆学校の先生向けに、地方選挙の教材をネットで公開する
- 教員が情報を使いやすくなり、若者も情報に触れやすくなる

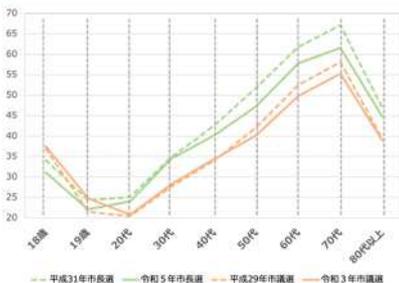
※教育の中立性の確保に留意した教材づくりが必要である

④ アイデア：企業・会社での投票促進

目的

- ◆20～30代の社会人の投票率を上げる
- ◆会社での候補者の掲示
- ◆会社での投票練習の実施
- ◆投票休暇や投票休憩の制度
- ◆会社の近くで投票所を開設

根拠



静岡市の年代別投票率

コンセプト

- ◆候補者の掲示や投票練習をすることで、投票へのハードルを下げ政治的関心を促進する
- ◆投票休暇や投票休憩といった制度を整えることで、投票に対する意欲を上げる
- ◆投票所を会社の近くに設置して、投票にかかる労力を減らす

20～30代の低投票率が目立っている
20～30代≠学生だけ 20～30代＝社会人も
社会人をターゲットにしてみる

⑤ アイデア：ショッピングセンターに「共通投票所」開設

目的

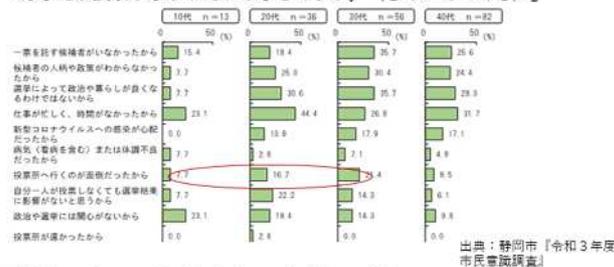
- ◆投票しやすい環境にする
- ◆親子で投票所に行く
- ◆選挙の堅苦しさをなくす

コンセプト

- ◆20代、30代では、「投票所に行くのが面倒」という人が一定数いる
→買い物のついでに投票してもらい、利便性
- ◆子供の頃に親の投票について行ったことのある人の方がいない人より投票に行く傾向にある
→ショッピングセンターなら親子連れの人でも投票しやすい
- ◆投票行動を日常生活にいれる→選挙自体のハードルを下げる

根拠

「あなたが投票しなかったのはなぜですか。(〇はいくつでも)」



⑥ アイデア：投票所でのマルシェの開催

目的

- ◆選挙のお祭り化
→誰でも選挙を楽しめるように
- ◆親子連れの積極的な参加を促す
- ◆比較的投票率の低い都市部の投票率を上げる

コンセプト

- ◆投票環境の改善
→投票所を気軽に行ける場所にする
- ◆選挙割との連携（各店舗で投票済み証明を見せるとサービスが受けられる）
→選挙権を持たない未成年も参加可能

※実施例などを参照し、公職選挙法を踏まえ、検討する

根拠

- ◆子供の頃、親が行く投票についていった経験の有無は、投票に影響を与えるという結果
→「(ついて行ったことがある)」と回答した人は「投票に行った」人が63.0%で、「ない」と回答した人の41.8%に比べて20%高い
- 出典：総務省「18歳選挙権に関する意識調査 報告書」(平成28年)

⑦ アイデア：親子で投票所へ

目的

- ◆長期的に見て投票率を上げる
- ◆政治に対する関心を高める

コンセプト

- ◆子どもに選挙に対する関心を持ってもらう
→長期的に投票率を向上、短期的にも子どもが親を選挙に連れていくことによる向上が見込める
 - ◆子どもが投票所へ行きやすい環境づくり
→投票所で、クイズ実施や模擬投票などを実施する
 - ◆2016年の公職選挙法改正を生かす
→改正により未成年者同伴で投票所に入ることが可能に
- ※全国の事例を参照に効果的な事例を参照する

根拠

- ◆子供の頃、親が行く投票についていった経験の有無は、投票に影響を与えるという結果
→「(ついて行ったことがある)」と回答した人は「投票に行った」人が63.0%で、「ない」と回答した人の41.8%に比べて20%高い
- 出典：総務省「18歳選挙権に関する意識調査 報告書」(平成28年)

⑧ アイデア：選挙割

目的

- ◆選挙割の導入により人々の投票行動を促す→投票率向上
- ◆投票権を持たない未成年の選挙への関心を高める

コンセプト

- ◆有権者は、投票済み証明を見せ、割引などのサービスを受けられる
- ◆参加企業は、来店動機をつくったり、社会貢献ができたり等のメリットがある
- ◆アプリでの模擬投票により、18歳未満も参加可能
- ◆選挙割を実施する団体の増加、選挙割の内容の充実が必要

根拠

- ◆静岡市の市民意識調査によると、投票しなかった理由について、20代～40代は「仕事が忙しく、時間がなかったから」「投票所へ行くのが面倒だったから」が比較的多い
→少しでも選挙に行こうと思うきっかけ作りが必要である。

⑨ アイデア：議員との対話機会の増加

目的

- ◆政治を身近に感じる機会を作る
- ◆政治に対する関心を高める
→投票率の向上

コンセプト

- ◆中学・高校での議員とのお茶会の実施で政治を身近に感じる
→議員を近い存在と感じ、政治について気楽に話すようになるきっかけを作る
 - ◆市政報告会など市政について聞く機会を確保する
→実際に地元の政治について知り、考える
 - ◆議員を交えて市の政策について議論・討論する
→地元の政策について考え、提案まで持っていく
- ※中立性に配慮した実施が求められる

根拠

- ・全国でも静岡市でも、若い世代ほど、投票率は低い
- ・市民意識調査でも、若い世代は、市議会議員選挙に対しての関心が、上の世代より低い
→若い世代が市政に関心をもつ必要性

⑩ アイデア：高校・大学での議員を招待したイベント

目的

- ◆高校生・大学生の政治家との接点を増やし、政治に関する関心を高めるため。

コンセプト

- ◆高校での討論会を「生徒主導」でできるような環境づくり
 - ・各学校の生徒会を中心とした、「高校生×議員」のイベント開催
 - ・行政側は「高校生が討論会を開催できるような環境づくり」を行う
→事例集の配布や講習会などの展開
 - ◆大学での討論会を「学生主導」でできるような環境づくり
 - ・大学のイベント（大学祭など）での企画として行う
 - ・行政側は、学生側での企画運営を行えるような支援を行う
- ※中立性に配慮した実施が求められる

根拠

- ◆「友人と政治の話をするか」
→「あまりない・ほとんどない」：78～80%
 - ◆「家族と政治の話をするか」
→「あまりない・ほとんどない」：60～80%
- 【高校生・大学生の関心や知識、話題性の低下】
出典：明るい選挙推進協会「第4回 若い有権者の政治・選挙に関する意識調査」(令和4年)

⑪ アイデア：候補者マッチング地方版

目的

- ◆特に市議選における各候補者の公約等を明確にし、投票への有権者の意識を高めるため

コンセプト

- ◆候補者（政党・会派）マッチングを地方で展開する
 - ・選挙ドットコムやNHK等が候補者マッチングサイトを立ち上げている
 - ・現状は「地方選挙」にクローズアップしたものがほとんどない

※公職選挙法の関係上、民間で実施する

根拠

- ◆「候補者情報の不足を感じたことがある」人
都道府県知事選：36.0% 都道府県議選：64.1%
市区町村長選：31.1% 市区町村議選：55.3%
→県議選や市議選では候補者情報の不足が深刻
出典：明るい選挙推進協会「第19回統一地方選挙全国意識調査」(令和元年)

- ◆静岡市の市民意識調査でも、候補者情報を手軽に入手できるように求める声大きい。

⑫ アイデア：若者議会の導入

目的

- ◆参加者が市政について深く考えるきっかけになる
- ◆市政の決定に関わる機会をもつ
- ◆同世代の活躍によって若者の政治的関心が高まる

コンセプト

- ◆一定の予算枠をもった若者議会を行い、若者が実際に市政の決定に関わる
- ◆高校生から大学生（市外、県外へ進学した大学生を含む）等を構成員とする
- ◆若者たちが、政策を議論し、実際に市長に提案、市議会の審議を経て、政策実施へ

※新城市の若者議会などの全国の事例を参照した上で、検討する

根拠

- ◆「自分には政府のすることに対して、それを左右する力はない」と考える若者（18～29歳）が、7割近く
出典：明るい選挙推進協会「若い有権者の政治・選挙に関する意識調査（第4回）」(令和4年)
- ◆静岡市の市民意識調査でも、投票しなかった理由について、20代～30代は、「選挙によって政治や暮らしが良くなるわけではないから」と考える割合が、他の世代より多い
→政治に関与する機会をつくる

⑬ アイデア：選挙啓発動画コンテスト

目的

- ◆選挙権を持たない未成年の選挙への関心を高める
- ◆若者目線で捉える選挙を形にして世に出す

コンセプト

- ◆TikTokやInstagramなどのSNSで開催（高校生・大学生向け）
- ◆優秀賞は拡散数やいいね数などで決定→より多くの人に伝える
- ◆賞に選ばれた人には景品などをあげる

※総務省での実施例を参考に、検討する

根拠

- ◆全国では総務省が一般向けに啓発動画のコンテストを開催していたことがある
- ◆その対象を未成年にしたものを新たに開催し関心を高める

出典：総務省「ネット選挙運動解禁啓発動画コンテストの開催」
https://www.soumu.go.jp/menu_kyotsuu/important/kinkyu02_000133.html
(閲覧日：令和5年7月18日)

⑭ アイデア: 大学生の住民票問題

目的

- ◆ 大学生の投票率をあげる
- ◆ 大学生が住民票を異動するように促す

コンセプト

- ◆ 大学が、選挙管理委員会と協力して、大学前配布資料に住民票を移す呼びかけのチラシを入れる
- 住民票を異動しないことで生じるメリット・デメリットを伝える
- 若者の政治参加を求めるよう呼びかけるチラシを入れる

※ 全国の実施例などを参照の上、効果的な方法を検証する

根拠

- ◆ 住民票を住んでいる市区町村に移している若者(18歳、19歳、20歳)は、総務省の調査によれば、わずか32.7%であった
- 住民票を移し、現在の居住地で投票に行くように促す

参照: 総務省『18歳選挙権に関する意識調査報告書』(平成28年)

⑮ アイデア: ネット投票

目的

- ◆ 若者の投票率をあげる
- ◆ 投票所などに行けない理由のある人も投票しやすくする

コンセプト

- ◆ 普段からネットを多く活用する若者に投票を身近にする
- ◆ 投票所が近くにない場合やけがや病気で動けない人などがいる
- 投票所へ行く手間を省ける
- ※ 公職選挙法の改正が必要である

根拠

「投票率向上には、どのような対策が最も有効だと思いますか。(〇はひとつ)」



出典: 静岡市『令和3年度 市民意識調査』

⑯ アイデア: 若者の投票への義務感を向上させる

目的

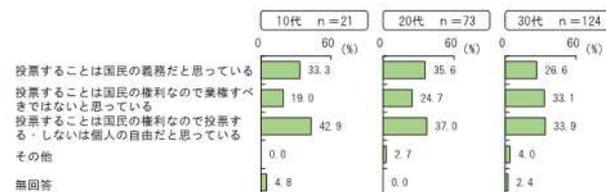
- ◆ 若者に投票への義務感を持たせる
- 若者の投票率を向上させる
- ◆ ネット利用率の高い若者層に合わせた啓発活動を行う

コンセプト

- ◆ 若者に合わせてインターネットを軸とした啓発活動を行う
- ◆ 投票は、自分たちの未来の社会をつくるということを伝える
- 具体的な政策などを示し、若者と政治の繋がりを伝える
- ◆ 若年者の投票人口が少なく、投票率も低いことを伝える
- 若者の声が政治に届いていないことを伝える
- ※ 全国の先進的な取り組みを参照の上、検討する

根拠

「あなたは投票について下記のどれに近い考えをもっていますか。(〇は一つ。)」



出典: 静岡市『令和3年度 市民意識調査』

参考資料一覧

- ・ 静岡市選挙管理委員会ホームページ「選挙」 (<https://www.city.shizuoka.lg.jp/p000313.html>)
- ・ 静岡市選挙管理委員会ホームページ「選挙の記録」 (<https://www.city.shizuoka.lg.jp/p000319.html>)
- ・ 静岡市「市民意識調査」 (<https://www.city.shizuoka.lg.jp/s8957/s007303.html>)
- ・ 明るい選挙推進協会「統一地方選全国意識調査」 (<http://www.akaruisenkyo.or.jp/060project/066search/1273/>)
- ・ 明るい選挙推進協会「若年層を対象とした調査」 (<http://www.akaruisenkyo.or.jp/060project/066search/1276/>)

- ・ 総務省「主権者教育の取組状況等」 (https://www.soumu.go.jp/senkyo/senkyo_s/news/sonota/shukenshakyoiku/index.html)
- ・ 総務省「18歳選挙権に関する意識調査の結果」 (https://www.soumu.go.jp/menu_news/s-news/01gyosei15_02000153.html)
- ・ 文科省「小・中学校主権者教育指導資料「主権者として求められる力」を子どもたちに育むために」 (https://www.mext.go.jp/a_menu/ikusei/gakusyushien/mext_00085.html)
- ・ 内閣府「子供・若者に関する調査研究等」 (<https://www8.cao.go.jp/youth/kenkyu.htm>)

*なお、以上のURLは、すべて令和5年7月18日に取得

どうする投票率研究会について

1 研究会の委員（職務代理者以下50音順）

（敬称略）

| 委員 | 所属 |
|-------------|---------------------------------|
| 会長 谷口 将紀 | 東京大学大学院法学政治学研究科教授 |
| 職務代理者 井柳 美紀 | 静岡大学人文社会科学部法学科教授 |
| 磯山 恭子 | 国立教育政策研究所教育課程研究センター研究開発部教育課程調査官 |
| 市川 雄一 | 株式会社静岡新聞社ニュースセンター専任部長 |
| 三浦 哲司 | 名古屋市立大学人文社会学部准教授 |
| 和田迫 勝徳 | 静岡商工会議所青年部会長 |

2 会議日程

第1回 令和5年9月11日 第2回 令和5年9月21日 第3回 令和5年10月12日

3 目標とターゲット

(1) 目標：令和7年3月執行予定の静岡市議会議員選挙における投票率の向上

(2) ターゲット：高校生、大学生も含めた、「初めて選挙に行く人」

4 会議で出された意見等

(1) 主権者教育

- ・ 主権者教育＝選挙ではないが、静岡市の学校の取り組みの把握が必要。
- ・ 投票につなげるには、「地域のことに興味を持つ」こと。
- ・ 教師の負担感がないよう学校が手軽に使用できる教材の作成が必要。
- ・ 学校の何処で使用するものなのかをはっきりさせることが必要。
- ・ 組織的取り組みとして大学も高校と連携して行うべき。
- ・ 出前授業は、もっと拡充していくべきではないか。
- ・ 模擬選挙を実施した場合に高校生の投票率が上がる傾向がある。
- ・ 若者にとって、伝える内容のわかり易さが大切。
- ・ 18歳にとって、初めて行く投票所に対するハードルが高い。
- ・ 市議会議員との対話イベント等の若い人が共感できるような取り組みが必要。
- ・ その前段として学生（生徒）は生徒会や特別活動、授業での学びが必要。
- ・ ナッジの手法を取り入れて印刷物を作るとよい。
- ・ 高校最後の授業で「選挙に行こう！」と声かけしてもらおう。先生から贈る言葉として意義がある。

(2) 啓発・情報発信

- ・ 情報発信は、自分がやったことについて「シェア」することが大事。
- ・ 「バズる」何かをやらないと若者には届かないため、若者の中で拡散させる核となるものが必要。
- ・ 若い人が能動的に関わる仕掛けが必要。参加者が決定に加わる必要がある。
- ・ 投票事務の市民従事者は学生の受けが良い。
- ・ 学生の「市民従事者」従事は「静岡市モデル」を作るヒントにならないか。
- ・ 広告や有名人の起用では効果がでない。
- ・ 集客力のあるイベントとコラボや選挙啓発イベントを継続的に開催し、それを影響力のある人に発信してもらおう。
- ・ トークイベントから切り抜き動画を作成する作業をサポートにやってもらったらどうか。
- ・ 候補者マッチングは地方選挙には向かないが、市議選でやるのも面白いが、選管サイドで争点を決めてはいけないため、民間での実施となる。

(3) 投票環境

【期日前投票所】

- ・ 商業施設の期日前投票所は、3区の投票所の開設が効果的。
- ・ もともと投票する意思のない人にアプローチするのに公共施設では意味がない。
- ・ 公共施設以外で人の集まる場所に開設は、実施する価値はある。

【マルシェ】

- ・ 投票所の横にマルシェを出店し、選挙＝義務というイメージを払拭。
- ・ 「マルシェに来たついでに投票する」というように、選挙に対するハードルを下げる効果。
- ・ マルシェ出店を民間で実施する場合、開催場所の許可申請等が複雑なので、民間に丸投げせずに選管がワンストップでサポートするようなくみが必要。
- ・ 学生は、「親子で投票に来てほしい」という思いからマルシェが効果的と考えている。
- ・ 将来の有権者を増やすという観点からオーストラリアのようにソーセージを売るなどの楽しい取り組みも良い。

【スポーツ×選挙】

- ・ 若者の興味や趣向は多岐にわたるため、若者の関心に合わせた組み合わせが大切。

【候補者情報】

- ・ 告示日当日に選挙公報（紙）は間に合わないの、HP等にアップできるとよい。
- ・ ポスター掲示場や入場券に二次元コード等で周知できるよう工夫が必要。

【選挙割】

- ・ 行政の支援は難しいが、民間任せにならないように何かしらの関わりが必要。
- ・ 選挙本来の目的とは違うが副産物効果もある。

5 谷口会長総括

- ・ 投票率向上に「特効薬」はない。この協議がキックオフである。
- ・ 1～2回の結果で評価するのではなく、息の長い粘り強い取り組みが必要である。
- ・ 選挙管理委員会だけの問題ではない。議員（議会事務局）、教育委員会、その他関係部局も巻き込んでいき、民間へと波及させていく必要がある。
- ・ バリアフリーを進めていくこと。コストはかかるが、1票を大切にしている市にしていくこと。この風土になれば、何よりの選挙啓発となる。

先進事例

情報発信

投票環境

主権者教育

- 選挙名 : 宮城県議会議員選挙
- 選挙期日 : 令和5年10月22日(日)
- 投票率 : 35.93%(前回: 令和元年10月27日執行 34.80%_1.13ポイント増)
- 直近の投票率 : 48.80%(R4参)、55.87%(R3衆)、56.29%(R3知事)

事業名

・宮城犬(けん)議会議員選挙

令和5年10月22日(日)投開票 宮城県議会議員選挙の投票率を高めるため、宮城県選挙管理委員会が実施した啓発イベント

事業内容

・10月15日(日)、16日(月)の2日間、仙台駅2階にリアル投票所を設け「犬(けん)議会議員選挙」を実施。立候補犬のみーくん、やんくん、ぎんくんの3匹がそれぞれ個性的なmanifestoを掲げた。

争点は、「お仕事犬働きすぎ問題」など。各候補(3匹)はそれぞれ「他の動物も働けるようにするワン!」、「お昼寝休憩ができるようにするワン!」、「テレワークを導入して働きやすくするワン!」と公約を掲げ自身への投票を訴えた

・年齢を問わず、誰でも投票でき、投票用紙は本物の選挙と同じ素材を使用した用紙が使われた。18日(水)までweb投票も実施。「投票すること」を体験し、選挙への関心を高めることを狙った。

<宮城県議会議員選挙結果>

上記のとおり

<宮城犬議会議員選挙>

投票総数約2,800人(web、駅半々)

考察

- ・犬議会議員選挙においては年齢を問わず、投票が可能だったため、選挙権をもたない若年層も投票をしていた。
- ・実際に投票したという経験は将来、有権者となった時の投票行動に影響を与えられられる。

投票しやすい環境づくり 岡山県岡山市～商業施設に全区(4区)の期日前投票所～

- 投票所数 : 789.95 km²
- 市の人口 : 683,449 人(令和5年 12 月)
- 選挙人名簿登録者数 : 577,956 人(令和5年 11 月末)
- 投票所数 : 134 箇所
- 直近の投票率 : 38.17%(R5 県議)、37.29%(R5 市議)、46.32%(R4 参)
47.55%(R3 衆)、34.01%(R3 市長)、32.09%(R2 知事)

背景

区を問わず全市民が投票できる期日前投票所の設置を求める声は以前からあり、投票率の低下に歯止めがかからないため、投票率の下げ止めを目的に多くの人が集う大型商業施設(イオンモール岡山【北区】)に平成 31 年 4 月の統一地方選挙(岡山県議・市議)から期日前投票所を設けた

商業施設期日前投票所の設置状況

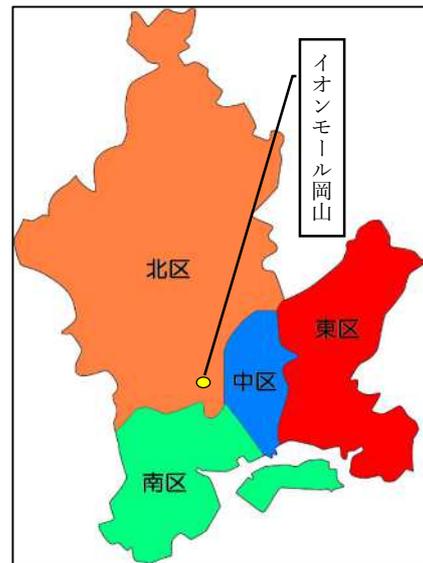
開設期間は3日間、開始時間は施設(イオンモール岡山)の開店時間を考慮し 10 時から。終了時刻は 20 時

イオンモール岡山 1 階未来スクエア(北区) 期日前投票者数(10時～20時)
令和5年4月9日(日)執行 岡山市議会議員選挙

| | 北区 | 中区 | 東区 | 南区 | 日計 |
|---------|-------|-------|-----|-------|-------|
| 4月4日(火) | 1,894 | 468 | 113 | 313 | 2,788 |
| 4月5日(水) | 1,992 | 541 | 157 | 364 | 3,054 |
| 4月6日(木) | 2,035 | 498 | 144 | 334 | 3,011 |
| 各区計 | 5,921 | 1,507 | 414 | 1,011 | 8,853 |

※参考 投票者数等

| 区計 | 北区 | 中区 | 東区 | 南区 | 市合計 |
|---------|---------|---------|--------|---------|---------|
| 期日前投票者数 | 29,947 | 17,023 | 11,945 | 18,900 | 77,815 |
| 当日有権者数 | 238,264 | 118,612 | 76,971 | 136,239 | 570,086 |
| 投票者数 | 91,373 | 44,790 | 28,872 | 47,553 | 212,588 |
| 投票率 | 38.35% | 37.76% | 37.51% | 34.90% | 37.29% |



考察

- ・商業施設に静岡市よりも多い 4 区の期日前投票所を設置し、運営している
- ・岡山市議会議員選挙の期日前投票者数では、令和5年のイオンモール岡山が 8,853 人、前回平成 31 年の 6,242 人と比較して 2,611 人増え、商業施設での期日前投票が市民に浸透している(期日前投票者数全体_令和5年市議: 77,815 人、平成 31 年市議: 73,620 人、4,195 人増)

- 選挙名 : 宮城県議会議員選挙
- 選挙期日 : 令和5年10月22日(日)
- 投票率 : 35.93%(前回:令和元年10月27日執行 34.80%_1.13ポイント増)
- 直近の投票率 : 48.80%(R4参)、55.87%(R3衆)、56.29%(R3知事)

事業名

・宮城県議会議員選挙_選挙割

※選挙割とは、投票後に受け取れる投票済証明書などを提示すると商品の割引といったサービスを受けられる仕組み

事業内容

・令和5年10月22日(日)投開票の宮城県議会議員選挙で宮城大学地域資源マネジメント研究室の学生が一般社団法人「選挙割協会」と連携し、宮城センキョ割学生実施委員会を立ち上げて実施。令和4年7月の参議院議員選挙から取り組んでいる

今回のサービスが受けられるのは22日の投開票日から1～2週間。期間や内容は店によって異なる。協力店舗は78店舗(センキョ割HPより)

選挙割利用者の中には「今まで選挙にいったことが無かったけど、よく利用するお店が選挙割をやっていると知って、初めて投票に行きました」という方もいた

<宮城県議会議員選挙結果>

上記のとおり

考察

- ・「選挙に行こう」とただ呼びかけをするよりは選挙に関心をもってもらうきっかけにはなると考えられる。
- ・民間事業者の協力があって初めて成立する。

- 市の面積 : 499.23 km²
- 市の人口 : 41,971 人(令和5年 12 月)
- 選挙人名簿登録者数 : 36,813 人(令和5年 12 月)
- 投票所数 : 28 箇所
- 直近の投票率 : 45.27%(R5 県議)、47.44%(R5 知事)、59.44%(R4 参)
72.57%(R3 衆)、72.62%(R3 市長)、72.61%(R3 市議)

背景

・消滅可能性都市に選定された地域的背景や、子どもの貧困、雇用問題などの社会的背景に対する市長の思いと、海外の若者との交流を通じて感じたまちに対する若者の思いが重なったことにより、平成 27 年 4 月に新城市若者条例及び新城市若者議会条例が制定された

若者議会の構成

- ・委員は市内に在住・在学・在勤するおおむね 16 歳から 29 歳までの若者(市外委員制度も有)
- ・委員及び市外委員は公募により選出(定員を超える応募があった場合は書類選考)
- ・任期 1 年、定員 20 人。市外委員の定員は 5 人。※R4 年度: 高校生 18 人、大学生 2 人

活動内容

- ・予算提案権 1,000 万円(上限)を持ち、予算の使い道を若者自らが考え政策立案(11 月に市長へ答申。11 月以降も事業の詳細を検討)
- ・若者議会により答申された事業は市議会 3 月定例会で可決されれば、次年度に市で実施
- ・これまでに図書館のリノベーションや観光パンフレット、国際交流イベント、企業情報誌、趣味活サイトなど約 40 事業が提案され、実施してきた
- ・委員及び市外委員をサポートする役割として、メンター市民(若者議会経験者等)とメンター職員(市の若手職員)が会議に出席

考察

- ・参加者が市政について深く考えるきっかけになる
- ・同世代の活躍によって、若者の政治への関心が高まる
- ・ただ若者の意見を聞くだけでなく、1,000 万円の予算により若者が考えた事業を実施している

- 市の面積 : 208.4 km²
- 市の人口 : 12,502 人(令和5年 12 月)
- 選挙人名簿登録者数 : 11,106 人(令和5年 11 月末)
- 投票所数 : 7箇所
- 直近の投票率 : 無投票(R5 町議)、53.36%(R5 県議)、62.55%(R4 参)
65.75%(R3 衆)、無投票(R3 町長)、65.39%(R3 知事)

背景

・人口減少、少子高齢化、職住分離、生活形態の多様化により、「地域づくり」「まちづくり」の重要性が高まり、担い手である若者が地域社会の一員であることを自覚し、地域社会での若者の活躍の場を創るために、平成 15 年 7 月に遊佐町少年町長・少年議員公選事業をスタートした

若者議会の構成

・少年町長及び少年議員は町内に在住する中高生及び町内に通学する高校生
・少年町長及び少年議員は選挙により選出する(町内の中高生の投票)※令和4年度_少年町長2名(定員1名)、少年議員 16 名(定員 10 名)、有権者 592 名のうち 509 名の投票により選出

・年3回少年議会を開催
・事業期間 4 月～12 月

活動内容

・政策予算 45 万円をもち、政策提言を町の政策に反映させる
・少年議会アンケートとして行った若者の意見調査の集約結果などをもとに、活動目標・活動内容を協議し、その結果を踏まえコンセプトを決めて活動
・特産品の開発、ゆざマルシェの開催、ゆざっこかるたの制作、遊佐町宝探しの開催、少年議会ガイドブックの作成、ゆざミュージックフェスティバルの開催

考察

・若者たちが、自らの代表を直接選び、政策を実現していくことで、学校外で民主主義を実際に体験・学習することができる
・若者の提言や意見を町が採り上げることにより、若者の町政参加を促す
・事業に関わるすべての関係者が、若者の意見に学ぶことができる



静岡市

