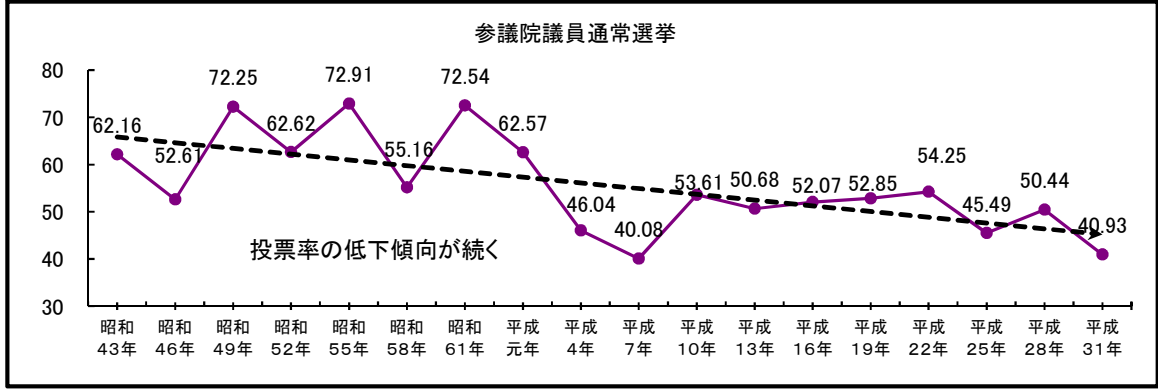
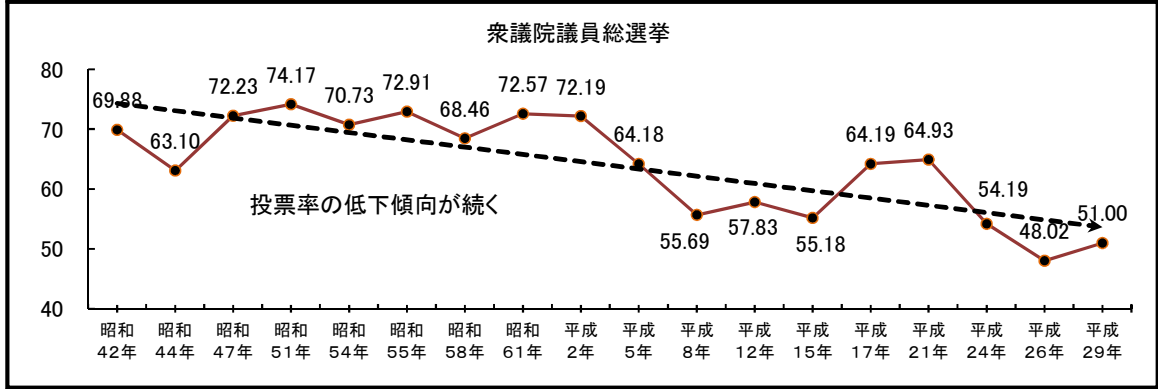
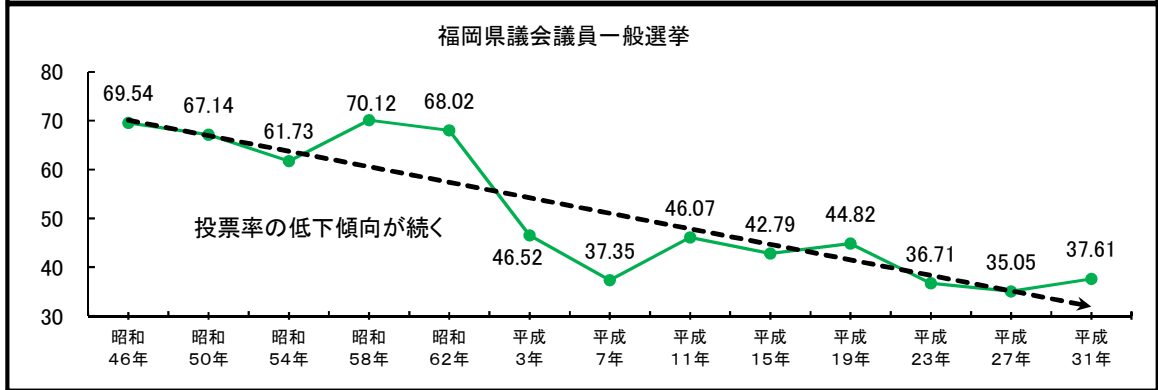
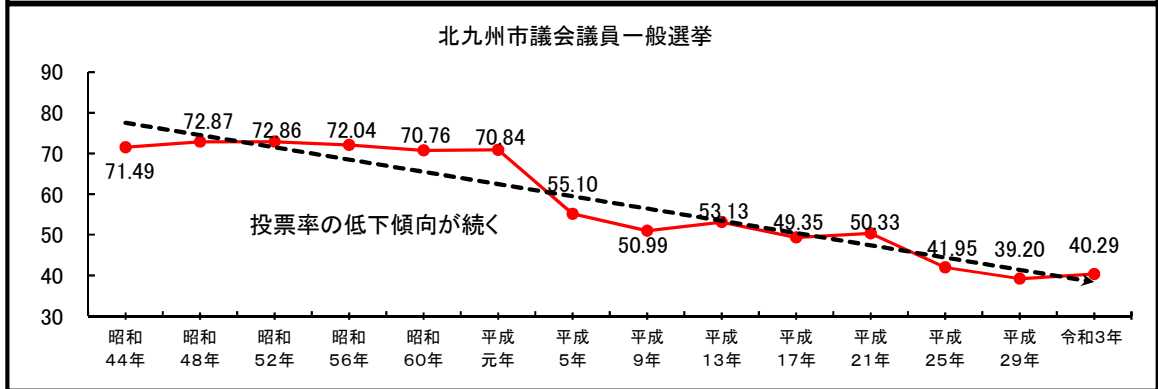
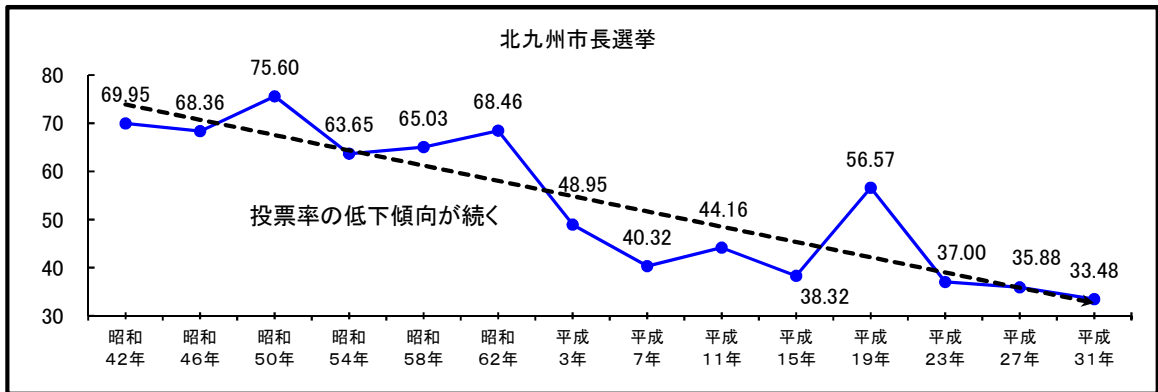


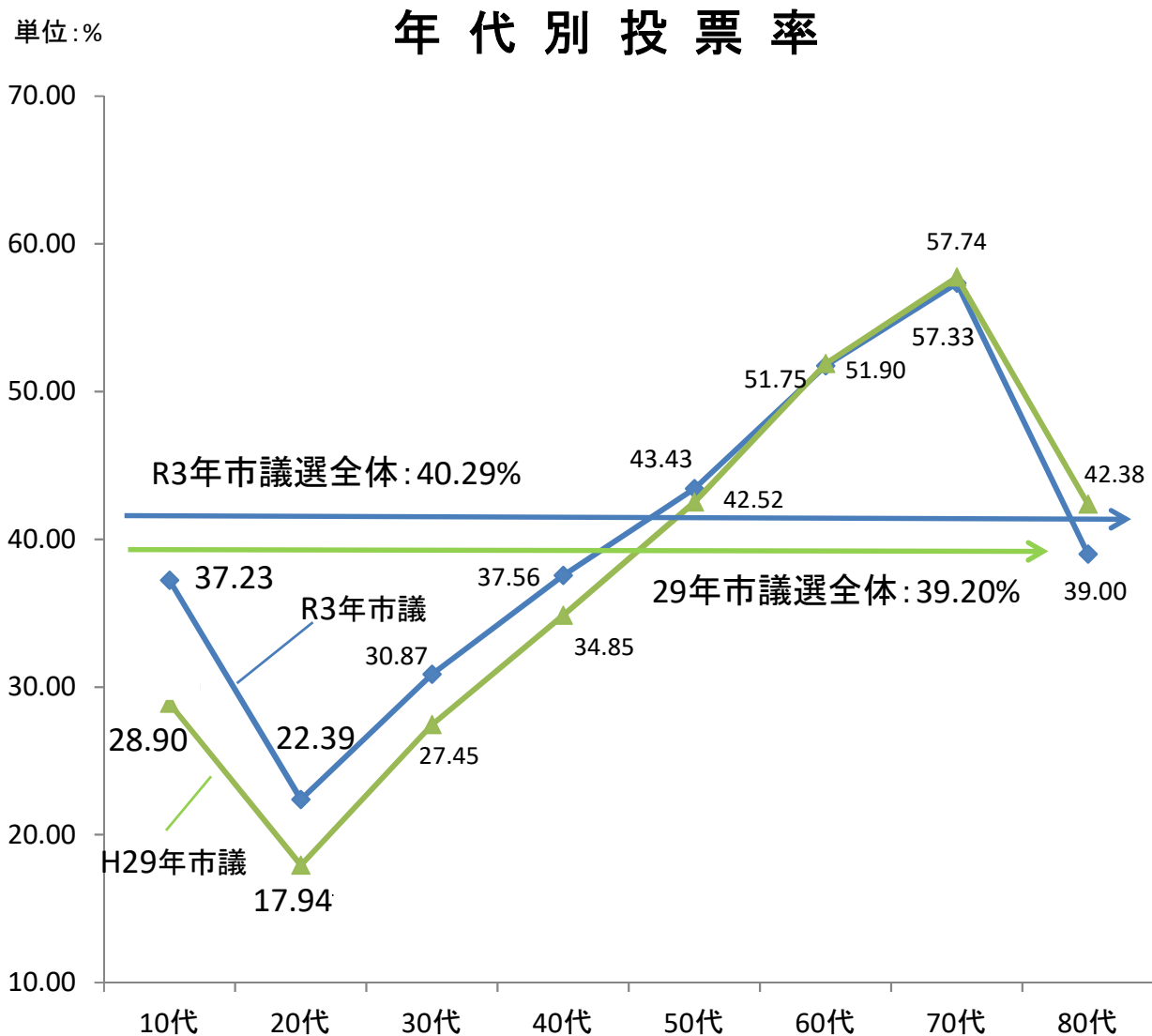
投票環境等の概要

北九州市における各種選挙の投票率

単位：%



※破線：近似曲線。すべての選挙で投票率低下傾向が続いている。



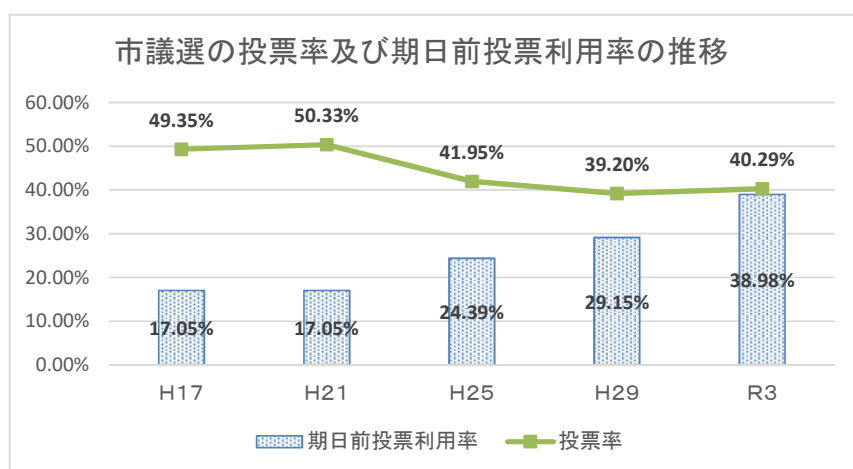
※年代別調査は、標準的な投票区を抽出し、調査を行ったもの。
 ※全体の投票率は全件調査によるもの。

単位：%	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代
R3年市議選投票率	37.23	22.39	30.87	37.56	43.43	51.75	57.33	39.00
29年市議選投票率	28.90	17.94	27.45	34.85	42.52	51.90	57.74	42.38
R3年と29年との差	8.33	4.45	3.42	2.71	0.91	▲ 0.15	▲ 0.41	▲ 3.38
全体との差(R3年市議)	▲ 3.06	▲ 17.90	▲ 9.42	▲ 2.73	3.14	11.46	17.04	▲ 1.29
全体との差(29年市議)	▲ 10.30	▲ 21.26	▲ 11.75	▲ 4.35	3.32	12.70	18.54	3.18

R3. 1. 31 北九州市議会議員一般選挙における期日前投票利用率の推移

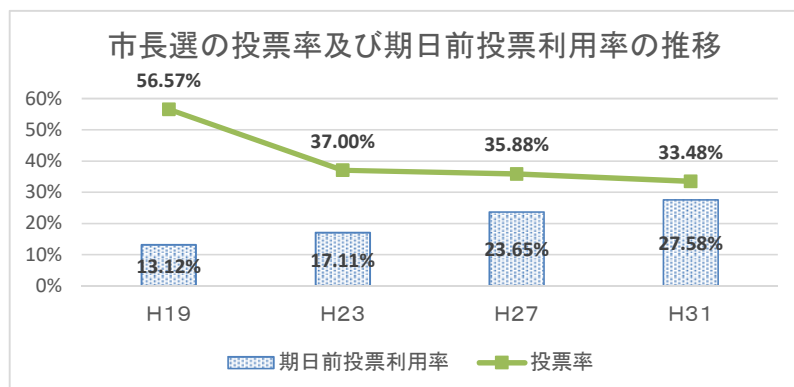
選挙	当日有権者数 ①	投票者数②	期日前投票数③	投票率 ②/①	期日前投票率 ③/①	期日前投票 利用率 ③/②
平成17年市議	734,258	362,389	61,797	49.35%	8.42%	17.05%
平成21年市議	801,276	403,290	68,748	50.33%	8.58%	17.05%
平成25年市議	796,516	334,167	81,516	41.95%	10.23%	24.39%
平成29年市議	802,380	314,517	91,690	39.20%	11.43%	29.15%
令和3年市議	787,960	317,472	123,766	40.29%	15.71%	38.98%

+9.83%



<参考> 市長選での推移

選挙	当日有権者数 ①	投票者数②	期日前投票数③	投票率 ②/①	期日前投票率 ③/①	期日前投票 利用率 ③/②
平成19年市長	804,434	455,035	59,689	56.57%	7.42%	13.12%
平成23年市長	798,568	295,470	50,549	37.00%	6.33%	17.11%
平成27年市長	791,566	283,975	67,157	35.88%	8.48%	23.65%
平成31年市長	794,276	265,943	73,358	33.48%	9.24%	27.58%



政令指定都市における投票所状況

令和元年7月21日執行 参議院議員選挙(選挙区)

政令市名	当日有権者数 (人)	投票者数 (人)	期日前 投票所数	1期日前投 票所あたり の名簿登録 者数	1期日前 投票所 あたり 順位	投票所数	1投票所 あたりの 有権者	1投票所 あたりの 順位	投票率 (%)	投票率 順位
岡山市	583,380	254,648	24	24,308	①	134	4,354	⑨	43.65	⑮
熊本市	603,352	260,860	24	25,140	②	151	3,996	⑦	43.24	⑰
新潟市	671,768	341,602	23	29,207	③	214	3,139	①	50.85	④
相模原市	599,764	293,524	20	29,988	④	133	4,510	⑪	48.94	⑦
浜松市	654,356	343,984	18	36,353	⑤	208	3,146	②	52.57	②
さいたま市	1,079,421	519,314	29	37,221	⑥	242	4,460	⑩	48.11	⑩
北九州市	796,224	325,913	18	44,235	⑦	240	3,318	④	40.93	⑳
神戸市	1,263,845	603,209	28	45,137	⑧	359	3,520	⑤	47.73	⑪
広島市	985,422	417,415	19	51,864	⑨	277	3,557	⑥	42.36	⑱
静岡市	591,136	285,445	11	53,740	⑩	185	3,195	③	48.29	⑨
京都市	1,175,862	526,758	19	61,887	⑪	288	4,083	⑧	44.80	⑭
千葉市	803,440	366,807	12	66,953	⑫	158	5,085	⑬	45.65	⑬
福岡市	1,261,523	520,899	18	70,085	⑬	242	5,213	⑰	41.29	⑲
仙台市	896,101	460,570	12	74,675	⑭	173	5,180	⑯	51.40	③
名古屋市	1,881,173	817,812	24	78,382	⑮	366	5,140	⑭	43.47	⑰
大阪市	2,223,956	1,085,095	28	79,427	⑯	366	6,076	⑲	48.79	⑧
川崎市	1,242,178	613,859	15	82,812	⑰	164	7,574	⑳	49.42	⑥
横浜市	3,110,164	1,545,597	37	84,058	⑱	630	4,937	⑫	49.70	⑤
札幌市	1,684,185	909,621	19	88,641	⑲	311	5,415	⑱	54.01	①
堺市	691,150	324,476	7	98,736	⑳	134	5,158	⑮	46.95	⑫

選挙時啓発事業（R3.1市議会議員選挙）

1 若い世代を対象にした主な事業

区分	事業の種類	事業の内容	期間、場所 (実績)
WEB の 活用	1 YouTubeバンパー広告	動画内CMとして、6秒間スキップ不可のCMを放映した。 	1月18日 ～1月31日 (624,744視聴)
	2 LINEバナー広告	LINEにて特設サイトへ誘引する有料広告を掲出。	12月10日 ～1月31日 (約300万回表示)
	3 大学ホームページ バナー広告	市内各大学に協力を依頼し、大学のホームページに市議会議員選挙のお知らせをバナー広告に掲載。 	12月18日 ～1月31日 (市内16キャンパス)
	4 市公式SNS	市公式SNS（LINE、Twitter、Facebook等）で情報提供。	適宜 (9,681回)
	5 投票ショートムービー	市内在住の20歳代モデルが、実際に期日前投票をする様子をドキュメンタリー風の動画にまとめ、YouTubeで公開。 	1月26日～ (約400回)
イベント	6 オンラインイベント	HKT48 小田彩加氏を招いてのトークライブや、若年層に人気のあるInstagramユーザー3名と若者のトークセッションなど、若い世代に訴えかけるオンラインイベントを実施。  	1月23日 (参加者 約300人)

区分	事業の種類	事業の内容	期間、場所 (実績)
イベント	7 Twitterキャンペーン	<p>SNS投稿コンテスト「北九州市議選大喜利」を開催。WEB上で大喜利のお題を出題、Twitter利用者が投稿し、グランプリを1作品決定。投稿作品やグランプリ作品は特設WEBサイトで公開した。</p> 	<p>12月10日 ～1月30日</p> <p>※グランプリ作品発表は1月31日 (168投稿)</p>
	8 成人式	<p>成人式会場において、ハローキティデザインのフォトパネルの設置や、CM映像を放映する等、市議会議員一般選挙への投票参加を呼びかけた。</p> 	<p>1月10日 メディアドーム</p>
	9 模擬投票イベント	<p>親子を対象とした模擬投票イベントを、イオンモール八幡東にて実施。同時に、市議会議員一般選挙の啓発ポスターの掲出、啓発物品の配布、CM映像の放映等を行った。</p> 	<p>12月26日 イオンモール八幡東</p> <p>(参加者 子ども326人 おとな312人 合計638人)</p>
	10 ポスターコンクール表彰式	<p>イオンモール八幡東にて、入選者9名の表彰式を開催。入賞作品50点を会場に展示。会場には市議会議員選挙のポスターを掲出。</p> 	<p>12月26日 イオンモール八幡東 (参加者40名)</p>
	ポスターコンクール入賞作品展	<p>水環境館にてポスターコンクール入賞作品50点を展示。</p> 	<p>1月4日 ～1月31日</p> <p>水環境館</p>

区分	事業の種類	事業の内容	期間、場所 (実績)
誌面 広告	11 PTA広報誌	「北九P協新聞」(PTA広報誌)に啓発記事を掲載し、小中学校を通じて、家庭に配布。	1月11日～
看板等 屋外 広告物	12 期日前投票周知看板	区役所、出張所に期日前投票用周知看板を設置。 八幡西区では、八幡中央高校書道部の学生が揮毫した期日前投票案内看板を設置。 	1月22日～ 7区役所 9出張所
その他	13 高校生の期日前投票立会人	若松高校・若松商業高校・高陵高校の生徒が、期日前投票所の立会人を務めた。 	1月23日～ (土日のみ) 若松区役所 島郷出張所

2 幅広い世代を対象にした主な事業

区分	事業の種類	事業の内容	期間、場所 (実績)
イベント	1 ハローキティ PR開始宣言	市議選PR大使に任命されたハローキティが、幼稚園児と一緒にPR開始を宣言。同時に、特設WEBサイトの公開も開始。 	12月10日 水環境館
	WEBの活用	2 市ホームページ 市選管ホームページに投開票速報を掲載。 また、投票所における混雑緩和のため、期日前投票所別の投票者数などを棒グラフにまとめ、適宜更新した。	12月10日 ～1月31日
	3 特設WEBサイト	ハローキティをメインデザインとした特設WEBサイトを作成し、啓発イベント情報や投票方法などをわかりやすく発信。	12月10日 ～1月31日
	4 メールマガジン	市広報室の「メールマガジン」を希望している人に対し、選挙のお知らせの電子メールを送信。	適宜
テレビCM や館内放送等	5 テレビ・ラジオ	民放テレビ5社、民放ラジオ5社において投票期日等を告知するCMを放送。	1月22日 ～1月31日
	6 市政テレビ 市政ラジオ	市政テレビ・ラジオ番組の枠内を利用して投票日等の周知。	1月17日、 1月24日
	7 大型ビジョン	JR小倉駅、リバーウォーク、小倉駅前グリーンライザ、若松競艇場の大型映像装置を利用してCMを放送。	1月23日 ～1月31日
	8 区役所待合モニター	区役所待合モニターにて、テレビCM映像を放映。 	1月4日 ～1月31日
	9 本庁舎モニター	本庁舎エレベーター前モニターにテレビCM映像を放映。	1月15日 ～1月31日
	10 庁舎内アナウンス	市役所、区役所でハローキティを起用したラジオCMの放送や、北九州市立高等学校放送部の生徒が収録した選挙啓発アナウンスを放送。	1月4日 ～1月29日

区分	事業の種類	事業の内容	期間、場所 (実績)
交通 広告	11 市営バス車内	ハローキティバス2台車内ジャック広告等、市営バス車内にて横型の啓発ポスターを掲出。 	1月1日 ～1月31日
	12 シティスケープ	市内バス停シティスケープにて広告を掲出。 	1月18日 ～1月31日 市内バス停 27ヶ所程度
	13 JRステップ広告	小倉駅、黒崎駅、門司駅、戸畑駅構内の階段に広告を掲出。	1月1日 ～1月31日 小倉駅 1月18日 ～1月31日 黒崎駅、門司駅 戸畑駅
	14 JR駅貼りポスター	市内主要駅にてポスターを掲出。	1月25日 ～1月31日 市内16駅
	15 モノレール駅貼りポスター	モノレール駅構内にて啓発ポスターを掲出。	11月20日 ～1月31日 全13駅
	16 モノレール駅 放送	モノレール駅構内で選挙のお知らせを放送。	1月24日 ～1月30日 全13駅
誌面 広告	17 市政だより	市政だより（1月15日号）に選挙に関する特集記事を掲載。	1月11日～
	18 雑誌	フリーペーパー（「ナッセ北九州」、「サンデー北九州」、「リビング北九州」等）に、記事や広告を掲載。	12月25日～
	19 新聞広告	期日前投票初日に、主要紙朝刊（4紙）に広告を掲載。	1月23日 西日本 朝日 読売 毎日

区分	事業の種類	事業の内容	期間、場所 (実績)
看板等屋外広告物	20 看板	市役所、区役所、出張所に建植看板を設置。 	12月24日～ 本庁舎前 7区役所 9出張所
	21 懸垂幕、横断幕	区役所、若松競艇に横断幕や懸垂幕を掲出。  	12月25日～ 7区役所
	22 幟旗	区役所に幟旗を設置。	12月25日～ (225枚)
	23 車体幕	消防車などの大型公用車両の前面に車体幕を掲出。	1月18日～ (388枚配布)
その他	24 ポスター	「ハローキティ」をイメージキャラクターとした啓発ポスターを掲出。 	11月27日～ 公共施設、 デパート、 スーパー、 金融機関、 JR駅、 モノレール駅、 バス車内、 高校、 大学等 約1,300ヶ所 約3,200枚掲出
	25 区役所窓口での啓発	区役所窓口で啓発物品（ウェットティッシュ）を置き、来庁者に投票を呼びかけた。	1月4日～ (約8,000個)
	26 ゴミ収集車、公用車による放送	ゴミ収集車及び公用車が車両放送をしながら市内を巡回。	1月18日～ (環境センター 242個)

区分	事業の種類	事業の内容	期間、場所 (実績)
その他	27 商業施設 館内放送	市内商業施設の館内放送にて選挙を周知。	1月23日～ (期日前投票所 3商業施設)
	28 フロアシール	<p>期日前投票所内において、身体的距離を保つよう啓発するフロアシールを貼付。</p>  	1月23日～ 7区役所
	29 飲食店での啓発	<p>市内飲食店に選挙期日等を記載した三角POP・ポスターを配布。</p>  	1月5日～ (イオンモール八幡東、 リバーウォークほか)

主な常時啓発事業

1 明るい選挙啓発事業	
(1) 広報誌「明るい選挙」の発行	明るい選挙推進運動の活動内容紹介のためリーフレットを発行
(2) 祭り等における啓発	各区の祭り等に区明推協関係者が参加し、明るい選挙の推進を呼びかけ
(3) 啓発看板	寄附禁止（3ない運動）の標語を記載した看板の掲出
(4) ホームページ	ホームページで明るい選挙を呼びかけるとともに、明るい選挙等に関するQ&Aを掲載
(5) まちの政治をみつめよう学級の設置	身の回りの生活と政治との関わりをテーマに話し合い学習を行う「まちの政治をみつめよう学級」の設置、育成
(6) 学級リーダー研修会	学級のリーダーが一同に会し、社会問題や学級運営上の課題についての話し合い
(7) 学級生による街頭啓発等活動	選挙執行に際して、各区において街頭啓発に参加、また各区期日前投票の投票立会人として従事
(8) 指導者及び助言者養成研修事業	（公財）明るい選挙推進協会や県選管が主催する研修会に参加
2 主権者教育等啓発事業	
(1) 中学校3年生向け副読本	民主政治と政治参加を学習する際に活用してもらうため、市内の中学校に配布
(2) 投票箱、投票用紙記載台の貸出	生徒会役員選挙時などに投票箱、投票用紙記載台を貸出
(3) 出前講座	高校等において出前講座や模擬選挙を実施 市立大学の開講科目内にて出前講義を実施
(4) 明るい選挙啓発ポスターコンクール	市内小・中・高校生を対象に明るい選挙をテーマとするポスターコンクールを実施、入賞作品の展示会を開催
(5) 新有権者へのお知らせ	新有権者として新たに選挙人名簿に登録された人にお知らせはがき等で投票参加を呼びかけ
(6) 選挙を考える大学生のつどい	市内4年制の大学生に対する政治意識の向上を図るための意見交換、大学祭での選挙啓発を企画実施
(7) PTAとの連携	研修会等の場で選挙に関する講座等を行う（「会長・副会長・役員研修会」）
(8) 親子向け模擬投票イベント	子育て世代を対象とした模擬投票イベントを実施

第25回参議院議員通常選挙全国意識調査 (R2.3) [抜粋]

今回の参院選で棄権した人 (n=489) の棄権理由を前回調査の結果と対比して見てみる (表3)。

今回最も多く選択されたのは前回と同じく、「選挙にあまり関心がなかったから」(今回 30.9%、前回 27.1%)であった。次いで「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」(23.7%)、「適当な候補者も政党もなかったから」(21.7%)、「仕事があったから」(20.4%)となっている。

順位に違いはあるものの、1~4位は前回と同じ選択肢となっている。

表3 棄権理由(複数回答)

	第25回(N=489)	第24回(N=532)
仕事があったから	④20.4	②25.0
重要な用事(仕事を除く)があったから	14.5	11.8
病気だったから	-	6.6
体調がすぐれなかったから	17.0	12.2
投票所が遠かったから	3.9	5.1
面倒だったから	-	14.8
選挙にあまり関心がなかったから	①30.9	①27.1
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	②23.7	③24.6
適当な候補者も政党もなかったから	③21.7	④22.9
私一人が投票してもしなくても同じだから	13.9	12.8
自分のように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	7.6	6.8
選挙によって政治はよくなると思ったから	17.8	15.0
マスコミ(メディア)の当落事前予測調査を見て、投票に行く気がなくなったから	3.3	3.4
今の政治を変える必要がないと思ったから	1.0	0.9
今住んでいる所に選挙権がないから	2.0	4.9
天候が悪かったから(暑すぎた、雨だったなど)	1.4	1.3
その他	9.0	6.8
わからない	1.2	0.6

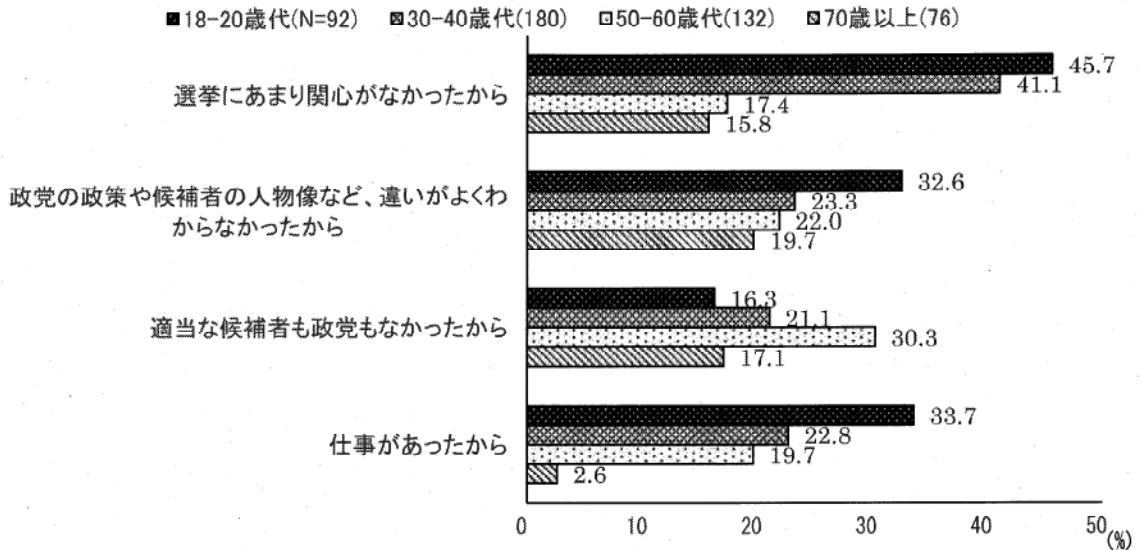
次に上記の4つの選択肢について各年代がどの程度選択しているのかをしてみる(図3-1)。

上位4つの中で最も選択率が高かった「選挙にあまり関心がなかったから」を見ると、18-20歳代の45.7%が最多で、次いで30-40歳代の41.1%となっている。18-20歳代、30-40歳代は、4つの選択肢の中で最も選択率が高い。

「適当な候補者も政党もなかったから」は、50-60歳代の30.3%が最多で、かつ当該年代において最も選択率が高い。

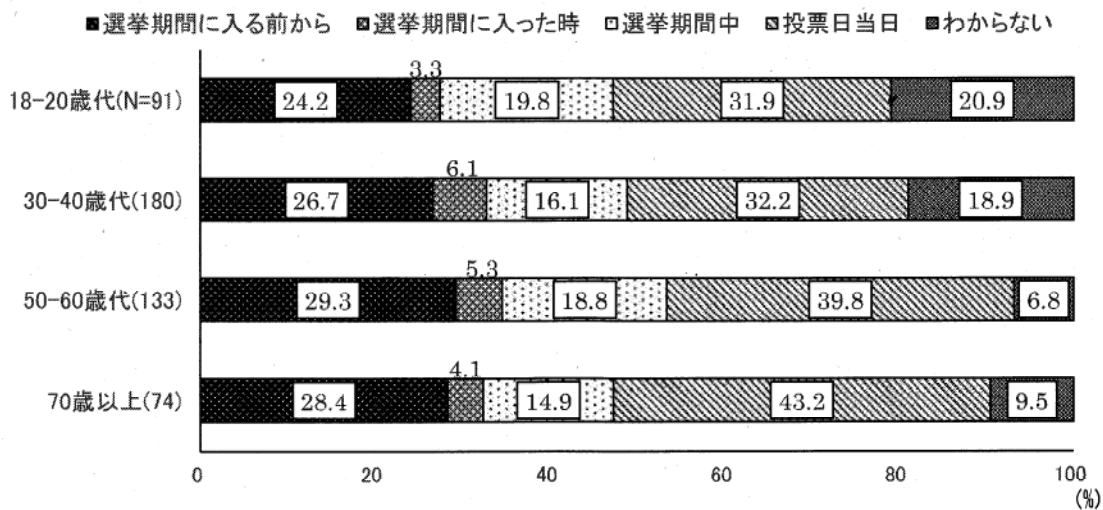
「仕事があったから」へは70歳以上からの選択が最も少なく(2.6%)、他の年代との就業率の違い⁵⁾が表れている。

図3-1 上位4つの棄権理由への各年代の選択率



最後に棄権することを決めた時期について年代別に見てみる(図3-2)。「選挙期間に入る前から」は24~29%程度、「選挙期間に入ったとき」は3~5%程度、「選挙期間中」は15~20%程度と、各選択肢への選択率はいずれの年代も概ね変わらない。但し「投票日当日」は、18-20歳代及び30-40歳代は30%程度であるが、50-60歳代、70歳以上は40%程度であり、10ポイント高くなっている。高齢者ほど投票日当日に棄権することを決めていたことがうかがえる。

図3-2 棄権を決めた時期



投票環境の向上に関する具体的方策（平成 29 年 12 月策定） [抜粋]

■今後の具体的方策について

（１）商業施設等への期日前投票所の設置

出張所が置かれていない行政区を優先し、有権者の利便性向上のため、商業施設への期日前投票所を設置。

（２）出張所での期日前投票所の開設期間等の見直し

出張所間において宅地開発等が進む地域と人口が減少している地域での利用者数の大きな差を考慮した見直し。

（３）当日投票所の人員体制の見直し

期日前投票の利用者の増加に伴う当日投票所の事務従事者配置基準の見直し。

（４）新たな選挙啓発等の取組み

<選挙啓発>

① 選挙啓発動画の作成

若者の意見やアイデアを取り入れた若者向け選挙啓発動画の作成

② ホームページの充実

選挙情報の提供手段としてのホームページコンテンツの充実

③ SNS等を活用した効果的な情報発信

即時性の高いSNS等を活用した効率的な情報発信

<主権者教育>

④ 出前講座の拡充

主権者教育として、これまで実施した高校生向け講座の内容の拡充及び重点的な取り組み。

⑤ 親子参加型の啓発

親と子どもが一緒になっての意識付けとして、親子参加型のイベント等の実施

(ア) イベント会場での模擬投票の実施

(イ) 選挙クイズの実施

⑥ P T Aとの連携による啓発

子育て世代への啓発として、P T A協議会と連携した保護者向け啓発の実施

< 具体的方策の実施状況 >

- ➡ (1) 商業施設等への期日前投票所の設置
井筒屋小倉店（小倉北区）、イオンモール八幡東（八幡東区）、
イオン戸畑ショッピングモール（戸畑区）に期日前投票施設を設置
- ➡ (2) 出張所での期日前投票所の開設期間等の見直し
新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、密を避けるためにすべての出張所の
開所時間を全期間19時まで、2時間延長
- ➡ (3) 当日投票所の人員体制の見直し
当日投票所の従事者を削減（市職員 H29 1,203人→R3 1,066人 ▲137人）
- ➡ (4) 新たな選挙啓発等の取組み
<選挙啓発>
 - ①選挙啓発動画の作成
若者に親しみやすい内容とするため、大学生が参加・企画して動画を作成、
ユーチューブに掲載するほか、DVDを作成し、市内全高校に配布
 - ②ホームページの充実
選挙に関するQ&A、福祉移動サービスの紹介などを掲載
 - ③SNS等を活用した効果的な情報発信
市公式ツイッター、ライン、ユーチューブ等を活用した選挙周知を実施
<主権者教育>
 - ④出前講座の拡充
高校への出前講座や、大学生と協働しての出前授業を実施
 - ⑤親子参加型の啓発
ショッピングモールで、親子参加のゆるキャラ選挙などを実施
大学祭で選挙クイズの実施
 - ⑥PTAとの連携による啓発
選管職員が出向いて、PTA協議会の会議で出前講演を実施
P協新聞への選挙広報記事を掲載

北九州市議会総務財政委員会での意見（7月14日）

○期日前投票等について

- ・投票所の増設、時間延長、区を越えた投票ができるなど、投票しやすい環境を整えて欲しい。
- ・市民の投票行動がしやすいのは、基本的には近い場所に投票所があることだと思うので、期日前投票所の拡充に鋭意努力して欲しい。
- ・高台の投票所の変更等ができないか。
- ・期日前投票利用者が増えた結果、待ち時間が生じた。小倉北、八幡東、戸畑の3区の商業施設での期日前の期間（現在4日間）を拡充して欲しい。
- ・商業施設の設置期間を延ばすなど、投票者の都合に合わせた投票環境を作って欲しい。

○主権者教育について

- ・投票率を向上するには主権者としての意識を高める必要がある。学校教育における主権者教育に力を入れて欲しい。

○選挙啓発について

- ・若者の投票動向をしっかりとつかむ必要がある。
- ・ハローキティの起用やSNSの活用は若者が選挙を身近に感じられた。コロナ禍の中、投票率が下がらなくてよかったと思う。
- ・20代の投票に行かない人たちを集めて、意見の交換の場を作って欲しい。若者の意見を取り入れて欲しい。
- ・市議選において、選挙公報の発行がされたことは良かった。
- ・選挙公報は取り入れられたが、20代、30代は紙の媒体はほとんど見ない。若者に届きやすいSNS、動画、音声等で選挙公報に代わるものを提供して欲しい。

○その他

- ・20代の投票率の落ち込みを変えるには、20代などの若い方の立候補が必要だと思う。若者が立候補しやすい環境や制度の改善をして欲しい。
- ・選挙は、基本的に激戦になればなるほど、関心が高まるので投票率は上がる。投票所も近ければ行く傾向があるので、投票率向上の議論というのは、ずっと続くものと思う。