

新たな選挙啓発について 方向性【案】

〈現状〉

- ・従来の選挙時の啓発は、ポスターやチラシの掲出、街頭啓発でのティッシュ配り、集客イベントなど有権者への対面啓発を実施してきたが、令和3年1月の市議選でのコロナ禍の中、オンラインイベントやSNSでの情報発信など新たな試みを実施。
- ・デジタル化の進展や生活スタイルの変化にあわせた効果・効率的な方法が求められている。

〈課題〉

- ・有権者に対し、単に選挙があるという広報ではなく、実際に、選挙行動を促す啓発手法を実践することが肝要である。
- ・政治的無関心層への選挙啓発を通じて全体的底上げが必要である。特に、今後を担う若者の低投票率の状況を克服する新たな取組みが重要である。

1 選挙広報について

〈主な意見〉

- オンラインに注力すべき。特にLINEへの広告は、毎日見るので効果的である。また、テレビや新聞はあまり見ない若者にとっても有効。
- 周知に有効な団体の広報紙の配布に合わせて、選挙チラシと一緒に配布してもらう等様々な団体のルートを使ってはどうか。

2 投票行動について

〈主な意見〉

- 選挙割は有効である。実施の際には、協力店をマップ化したサイトなど、様々な工夫等を行うことによって事業実現性が高まる。
- 商工業者としては、積極的に選挙割を考えたい。その際にどのように浸透させていくかが重要である。一番大事なものは、継続性だと思う。
- 投票済証のデザインを小中学校で公募するなどの工夫をしてはどうか。選挙の周知にも繋がるのでは。
- 地域の活動拠点である市民センターを主体として、センターの事業や講座、地域の夏祭りのイベントなど、それぞれの特色を活かして、選挙啓発の取組みをしてはどうか。
(※詳細は資料編参照)

3 若者への働きかけについて

〈主な意見〉

- 自分のこととして関わって、考えるきっかけを作る必要があるのではないかと。自分自身のテーマとして、選挙に結びつけられるかが重要。
- 主権者教育を学んだ若者が、他の人に伝える流れが大事ではないか。そういった場を作るべきではないか。
- 若者にとって、同年代や身近な世代の意見は聞き入れやすい。広告塔となる大学生や若い社会人を活用すると効果的ではないか。(※詳細は資料編参照)

- 投票をしない理由に「よくわからない」「情報がない」がある。初心者向けの情報提供といったものも必要ではないか。

<答申に向けての方向性>

- ① 選挙広報媒体として、SNS等での情報提供など、デジタル化の進展に伴う環境の変化への対応も継続して実施する。
- ② 各団体が発行する広報媒体の活用など新たな広報手段を開拓する。
- ③ 投票済証への魅力的なデザインの登載など、投票行動を促すための啓発を検討する。
- ④ 選挙割は投票行動への有力な誘因となることは勿論、地域経済の活性化にも寄与することから、賛同する企業や団体、あるいは商店街などの主体的な活動に期待するものである。
- ⑤ 地域拠点である市民センター等を主体として、地域の特色を活かした選挙啓発の取組みを行う事が肝要であり、その支援等を検討する。
- ⑥ 若者が、自分のこととして自分自身で思考し、自己のテーマから投票行動へと発展させること、それが他者へ波及することを期待し、その手法について研究する。
- ⑦ 若者への啓発は、主権者教育を主軸に置きつつ、日常から、政治・選挙の情報をわかりやすく、身近に感じられる情報提供などの手法を研究する。
- ⑧ 広告塔となる大学生や若い世代の社会人が、若者を含む政治的無関心層の先導役になるような仕組みづくりを研究する。