

第4回投票環境の向上に関する検討会

資料編

第3回検討会での主な発言要旨

検討項目：新たな選挙啓発の方向性

1 選挙広報（情報の提供の方法）

- ・ 広報媒体については、市議選のときのラインの広報が良かった。今後も続けていただきたい。若者は、テレビは見ないがラインは毎日見る。
- ・ 選挙啓発は、行かない人に向けて行うべきだと思う。若者は、テレビや新聞はあまり見ないことから、オンラインに注力すべき。政治の話をするとうるさくなるので、ターゲットを絞って、砕けた、面白い内容ではどうか。
- ・ 商工会議所の「北商会ニュース」に選挙の告知チラシを入れられる。各事業所に配るので、労働者に向けて事業所内で掲示してもらえる。また、メールマガジンもあるので選挙の広報手段として使える。

2 投票行動（投票へ向かわせる手法）

- ・ イオンモール八幡東では、2019年に選挙割を行った。入居の専門店130のうち39店舗が参加。ファッションや物販は、5～10%引き、飲食は100円オフやドリンクサービスなど。折り込みチラシ等で周知を図った。こうした取組みは、実施回数を増やして継続してやらないと浸透していかない。その後、本社から選挙割は実施しないという通知があり、現在はやっていない。リクエストがあれば、本社に掛け合うことはできる。また、イオンシネマ新潟のように入店側が判断すれば個別には可能かと。
- ・ 商工業者としては、積極的に選挙割を考えたい。一番大事なのは継続性だと思う。
- ・ 青年会議所としては、選挙割については、協力はできると思うが、委員が1年で交代し、毎年取り組むことが違うので、直接実施するとなると少し難しいところがある。
- ・ 選挙割は、やってほしい。ただ、どこにその選挙割の店があるかわからない。マップのようなサイト等があれば。
- ・ ソフトバンクの優勝の時に、関係ない店でも優勝セールをやっていたりするので、選挙割そのものに違和感はない。好きっちゃ北九州でも対象店舗をCMしてはどうか。
- ・ 海外での、サンドイッチの例はよくある。NPOが協力してやっている。お祭り騒ぎ、おもしろいと思わせる雰囲気づくりなど、各国工夫してやっている。
- ・ 投票済証のデザインを、市内の小中学校の子供たちから公募してどうか。選挙があることの周知にもなる。

3 若者への働きかけ（きっかけづくり）

- ・ 自分事として関わられる機会が必要。手法の問題ではなく、自分自身の関わられるテーマから、選挙に結びつけられる。考えるきっかけが必要。
- ・ 選挙割は、高校で考えると、クラスには投票できない17歳の生徒がおり、単純に損得だけが前面に出てくるのは、高校生への働きかけとしてはどうかと思う。
- ・ 義務感を育てることが大事。
- ・ 主権者教育を学んだ若者が、他の若者に伝える。オンライン、オフライン、電波などを使って、そういった場があればいいと思った。伝染性が大事だと思う。友達から友達へ、また家庭の中で広がっていけば良いと思う。
- ・ 投票をしない理由に「よくわからない」「情報がない」があると思う。例えば、市の

ホームページに候補者ごとに見られる選挙公報や、初心者向けの情報提供といったものも必要ではないか。

4 その他

- ・地域ごとの投票率を上位10位くらい公表してはどうか。地域のモチベーションにもなるのでは。

主権者教育・選挙啓発における地域の役割

▼地域拠点である市民センターを主体として次のような取り組みが考えられる。

① 地域づくり団体（まちづくり協議会等）のネットワークの活用

学校だけではなく、自治会、社会福祉協議会、PTA、老人クラブ等と連携。

【事例】地域の夏祭り等のイベントで行う選挙啓発等

② 学校等との連携による市民センターの活用

家庭教育学級など、市民センターの場所を利用して行われる学校事業等の連携。

【事例】家庭教育学級等で、市議会議員や選管職員を講師として派遣

③ 市民センター主体事業の活用

市民センターで通常行われている活動や事業等を工夫して活用

【事例】・館報（センターだより）やHP等を活用した情報提供

・小学生を対象とした講座の課外活動として、議場見学の実施等

・センターの文化祭などの行事で行う選挙啓発等

④ 各市民センターで活動している団体等の活用

地域貢献を希望する団塊の世代などが活動する団体等の活用

【事例】投票立会人や選挙事務従事、啓発イベントなどのボランティア等

▼市民センターによって、連携する組織や力を入れている事業が異なり、一律に同じ取組みを行う事は難しい。

地域での役割を果たすためには、市民センターを主体として、地域の特色を活かした取組みの検討を継続的に行っていくことが肝要である。

主権者教育・選挙啓発（若者への働きかけ）

○主権者教育に企業がかかわる意義

選挙投票は、主権者教育をもって創出された優秀な人材のアウトプットである。企業が社会貢献をする意義は、アピールによる企業価値の向上、企業が新たな顧客やファンを獲得するツール、社員自身が仕事に誇りを持つことによるモチベーションの向上と生産性の拡大など多々あるが、中でも、優秀な人材の発掘、確保が最も重要であると考えられる。

企業が、社会貢献の一環として、主権者教育に参画することは、自らの業績は言うまでもなく、将来の地域経済活性化に寄与するための貴重な投資であると思慮する。

学生にとって、就職は人生で大きな岐点である。企業が求める人材像に社会参画度を示し、学生に自分で考え、行動する思考の機会を提供することにより、結果として投票行動に結びつくことを期待するものである。

<具体的手法>

① 企業団体でできること。

地域企業は地域に溶け込んでおり、きめ細かな対応が期待できる。

例えば、ロータリークラブといった社会貢献組織には高校生や青少年を対象とした社会奉仕クラブがあり、クラブ活動において、企業から働きかけを行うことができる。

② 市に望むこと

行政として、将来にわたる社会性の向上施策を擁して企業にアピールしていただきたい。

例えば、SDGsについては企業も関心が高く、市が主催する講演会等に主権者教育をからめれば、意識を高めることができるのではないかと。主権者教育はSDGsにつながると、若者だけでなく企業のトップの意識も変えていく必要がある。

③ 若者への啓発に関する意見

若者は身近な世代の意見に耳を傾ける傾向がある。広告塔となる大学生や若い社会人を活用すると効果的と考える。先導者となる若者を育成する仕組みづくりが必要ではないか。

令和4年1月12日総務財政委員会での意見

○期日前投票等について

- ・アンケート結果からも、商業施設での期日前投票を充実して行けたら良いのでは。
- ・期日前投票の増加が見込まれる。ニーズに合わせて、しっかりと、まずは複数区型。最終的には全区型をニーズに合わせて、ぜひ進めてほしい。
- ・投票所では、知的障害者や、LGBTの方の投票についても配慮をお願いしたい。

○主権者教育について

- ・投票率は、選管が責任を持つ必要はない。選管は公正な選挙が行われるかどうかと、主権者教育をしっかりとやっていくべきと考える。
- ・主権者教育は、制度のことよりも、普段の生活の中から常に考えていくことが必要だと思う。そのためには、教師や保護者へしっかりと啓発していく必要がある。
- ・アンケートの「投票したい人が出たら選挙に行く」は、議会として広報活動が足りない証拠。主権者教育は、選管に任せっきりでなく、議会もこれから取り組むべき問題。
- ・子どもの中学校の前を通ったら、生徒会選挙をやっていた。やはり本人がやるのが一番選挙を身近に感じるのかなと思った。
- ・議会改革協議会でも実際に議員とか議会を見たことがない、知らないという人が多いので、議員が議会から派遣されて話に行くという提案もなされている。我々も積極的に協力していきたい。

○選挙啓発について

- ・ユーチューブやSNSなど思いつくものはある程度やっている。あとは、1つ1つのクオリティを上げていくこと。広告代理店はプロではないと思っている。ユーチューバーやティックトッカーなどに聞いてはどうか。
- ・子供も投票所に連れて行けるということをもっと周知してほしい。学校とか主権者教育の中で、親と一緒に投票所に行っていきたいということを伝えてほしい。