

投票で

社会に関わる!

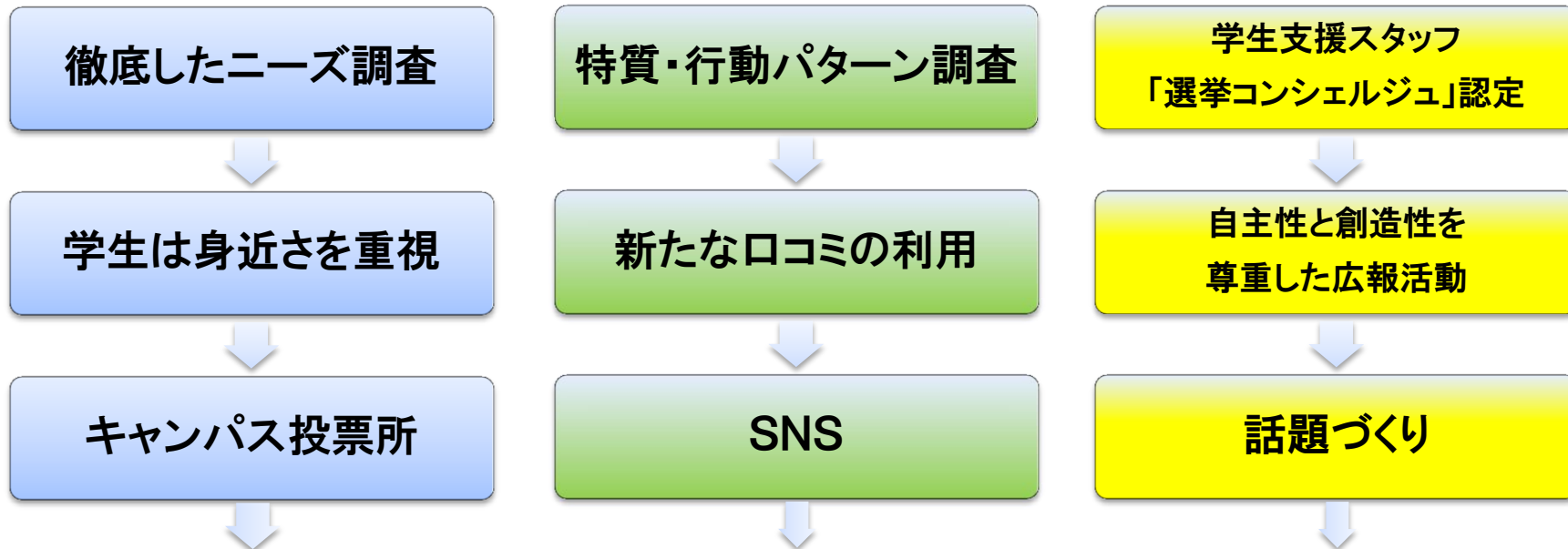
# 学生と考える、 投票率向上プラン。

# 企画の概要

本企画は、全国で初となる「大学内に期日前投票所（以下「キャンパス投票所」）」を開設し、その「啓発活動を学生自身が行う」ことで若者にとって選挙を身近に感じる環境をつくることにより、政治に対する関心を喚起し、社会問題となっている若年層の投票率の低下に歯止めをかけ、将来的な投票率の底上げを狙うものである。

## 【コンセプト】

これまでの総花的な啓発活動から、若年層にターゲットを絞り込んだピンポイント広報へ（以下「広報活動」）



**若者の投票率UP！そして継続とさらなる拡大へ**

20代前半の投票率は20%台…上げていくためには？

学生にターゲットを絞り調査

大学構内への期日前投票所  
設置要望（キャンパス投票所）

74%

学生が投票する理由として  
「家族や友人に促されたから」  
と回答

46%

ヒントは**身近さ×口コミ**

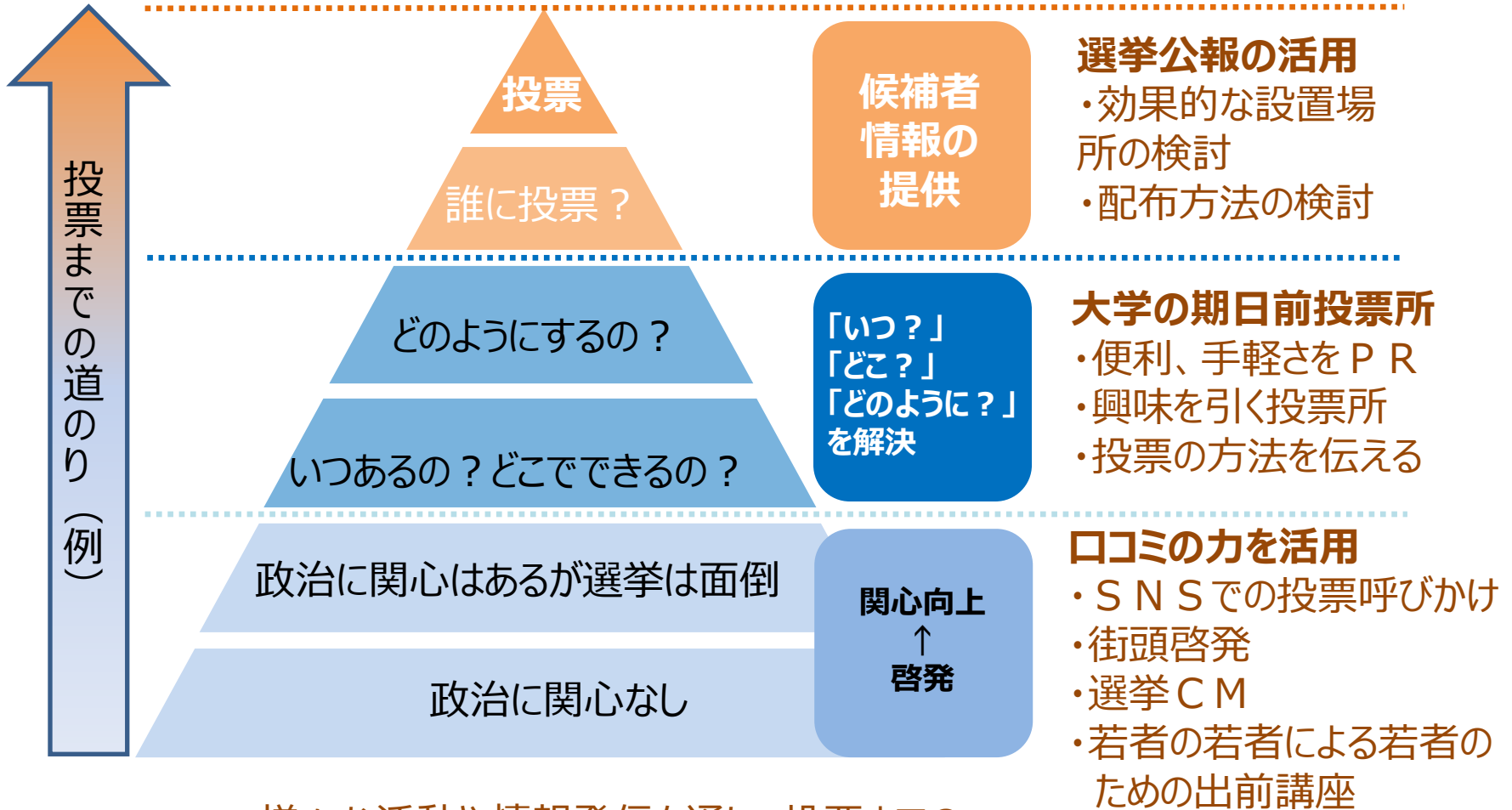
**全国初！大学構内に期日前投票所を設置し、  
学生自身が広報活動を行う。**

学生8人を  
「**選挙コンシェルジュ**」  
として認定。若者の斬新な意見を  
キャンパス投票所運営や広報活  
動などに取り入れる。



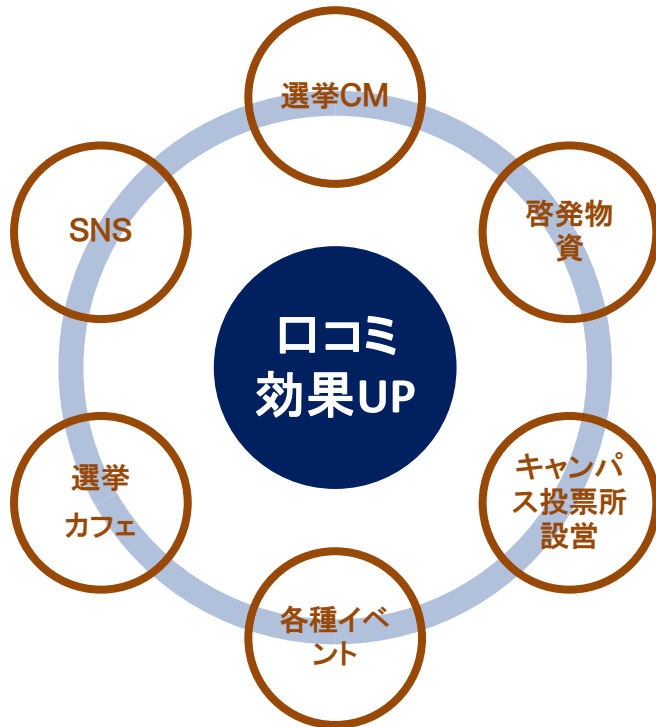
# 「選挙コンシェルジュ」の役割

【主な3つの役割】



様々な活動や情報発信を通し、投票までの道のりを案内するイメージ

## 具体的な活動例



### ○選挙CM作成

コンシェルジュが企画・出演・撮影・編集まで行う→テレビCM等で放映

### ○大学で配布する啓発物資の企画・配布

学生受けする啓発物資の企画による「クリアファイル」が特に好評

### ○キャンパス投票所のレイアウト検討

休憩所や花、ポスターなどの設置、投票所の設営など

### ○「選挙カフェ」の設置

学生食堂を「選挙カフェ」と称し、全テーブルにテーブルポップと選挙公報を配置

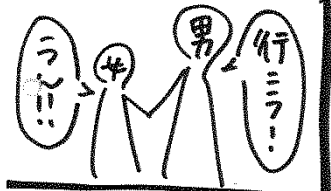
### ○上記の活動などを市選挙管理委員会facebookや学生自身が普段利用しているのSNSで拡散

話題性を広げ、パブリシティを活用することで、メインターゲットである若者だけでなく、全年代への啓発効果向上を狙う。



# 選挙CM撮影

コンテ作り、撮影、編集に至るまで全て学生の手で！



あなたの想いを1票に

プロポーズ的な  
男女の会話

手をつないで  
歩いていく2人  
その先には...

投票箱や投票所を  
バックに「あなたの票が  
未来を作る」がテーマの  
メッセージ

【選挙コンシェルジュが書いたfacebook記事より】

こういった劇をしたのは初体験で、かつ報道陣の方々が大勢こられていたので緊張しました。

最初はセリフっぽくなってしまい自然に演技をするのは、もうすこし慣れが必要で... 笑

完成したCMは、大街道・銀天街のストリートビジョン、愛大の学食、松山市の街頭の緑の案内板やこのfacebookなどで流れます。

多くの人に目に触れると思うと恥ずかしいですが、啓発になればなあとと思います。



# 大学構内での啓発物資の企画・配布

学生が欲しいものは一体なんなのか！？議論は白熱。



【松山大学生へのアンケート結果】  
街頭啓発を目にした割合

32%

明るい選挙のイメージキャラクター「めいすいくん」をプリントしたクリアファイルが特に好評（別添「広報成果物」）

# 選挙カフェ

## 候補者選びの重要なツールである選挙公報。 読んでもらうための「空間」づくり

候補者の政見や経歴などを記した選挙公報。その存在すら知らない学生の割合は約4割。

・学生食堂の全テーブルにテーブルポップと選挙公報を置き、「選挙カフェ」とみたと選挙公報を周知し、選挙に触れる「空間」をつつた。食事をしながら、お茶をしながら選挙公報を読める場（シチュエーション）を提供した。

### 【松山大学生へのアンケート結果】

○選挙カフェを知っている割合

**26%**

○選挙公報に目を通した割合

19%→**39%に上昇**

※実施前後アンケート結果での比較

○選挙公報の存在を知らない

37%→**8%に減少**





# 学生祭での模擬投票

## 投票のやり方がわからない！ そんな声をうけての企画

実際の投票手続きに近いかたちで模擬投票をしたことで、①投票方法を知ってもらう、②投票は簡単であること知ってもらう、③投票結果は世の中を変えるかもしれないということを体感してもらう。

模擬投票入場券まで作成する  
こだわり！  
もちろん投票箱は本物を使用。

**模擬投票実施中!** 11月8日(火)~9日(日) 9:00~17:00 の後開票!

あなたはどっちを選ぶ?  
若者の投票率UPのためには...?

選挙情報をTwitterで拡散  
マニスタ(公約)  
飲み会前の時間帯に旧ラジレ前で選挙グッズを配布

候補者 **めいすいくん** VS 候補者 **メイちゃん**

みなさんの投票で選んだ中から公約は、実際に松山市選挙管理委員会に提言されるよ!

模擬投票入場券  
※年齢 \_\_\_\_\_ ※未成年OK  
性別 \_\_\_\_\_  
ニックネーム \_\_\_\_\_  
選挙に対するイメージ 疑問・質問 \_\_\_\_\_

ご協力お願いします。 松山市選挙管理委員会

**延べ277人が投票!**



# VOTERS SCHOOLの開催

## 大学で選挙啓発の授業 …VOTERS SCHOOL

### 【概要】

受講生に低迷する若者の投票率の現状を伝えたいうえで、松山市選管の啓発事業を紹介し、それに対する評価・検証を行うグループワークをしよう。そして、それらを通して選挙コンシェルジュの活動が法令順守という制約がありながらも楽しみながら行っているということ伝え、共感を呼び起こすことで、未来の選挙コンシェルジュを目指してもらおうという企画。

### 【選挙コンシェルジュが書いたfacebook記事より】

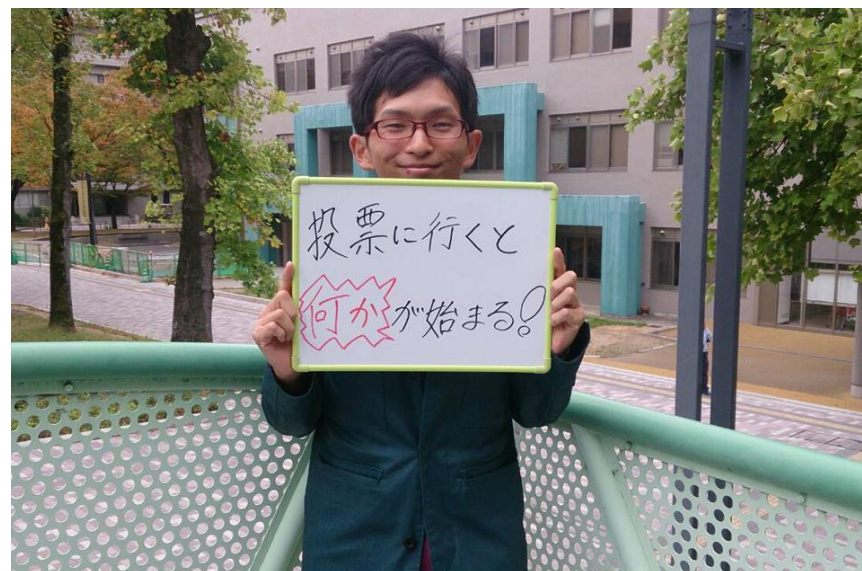
私たち選挙コンシェルジュにとっては、いままでの活動を見直すことができ、これからの課題が見つかった素敵なイベントとなりました。受講した学生には、イベントに参加していただいたことが政治や選挙に関心を持つきっかけとなり、選挙は身近であることを感じてもらえたと思います。また、友達や家族などへの口コミで、多くの人が投票に行こうと思っただけだと嬉しいです。



## 身近さと口コミのさらなる拡がりを目指して…

選挙コンシェルジュによる市選挙管理委員会facebookでの活動報告に加え、選挙コンシェルジュとその友達の学生40人を巻き込んだ企画「40days challenge」を実行。

- ・投票呼びかけを行う学生を撮影し、その写真を
  - ①市選挙管理委員会facebookのカウントダウンイベントで活用
  - ②撮影された学生が普段利用しているSNSのプロフィール画像に設定してもらう。
- 友達や家族などへのさらなる口コミの拡がり



学生がつなぐ日めくりメッセージ  
40DAYS CHALLENGE

投票日まで、あと**39**日

# 各方面からの反響

## 日本テレビ NEWS ZEROの「my generation」にて特集（H26.12.9）

### ◎ 桐谷美玲 my generation

キャスターとしてニュース番組に挑戦する桐谷美玲。「桐谷美玲 my generation」のコーナーでは、桐谷キャスター自らが、同年代の10代、20代の間で話題のニュースや身近な出来事、活躍している人々を取材しお伝えします。これまでの放送を、こちらでご覧いただけます。



## 朝日新聞「天声人語」にて掲載（H26.12.12）

**天声人語**  
若い男性が「これからの未来をどう人であらうか」と語りかけ、若い女性が「もちろん。うれし」と応える。手をつなぐ二人を見てデートの一場面かと思いきや、「あなたの想いを一瞬」とナレーションが入る。松山市選挙のCMだ。なるほど「明るい選挙推進運動」のキャラクター「めいすいくん」も出演している。11月16日に行った愛媛県知事と松山市長のダブル選のためにつくった。終わったと思ったら早速衆院解散となり、選挙名を総選挙に替えて使っている。若い世代の低投票率を何とかしたい。松山市の取り組みはユニークだ。啓発スタッフの「選挙コンシェルジュ」に愛媛大と松山大の学生8人を任命。CMは彼らが撮影した。「選挙カフェ」を提案したのも彼らだ。学生食堂の各テーブルに選挙公報を置いた。去年の参院選で松山大キャンパスに期日前投票所を設けた。学内にあれば行くという学生の声を反映した。その結果、市内の投票率は他の世代で軒並み前回を下回ったのに、20代前半だけは72%上がった。今回は愛媛大にも置いた。10日からの3日間だ。市選挙事務局の郷田正俊次長は「一定の効果が出ている。選挙に触れる機会が少しでも増えれば」と話す。来年の統一地方選に向け、他の自治体からの視察も相次ぐ。新たな試みが次につながる。小学校での模擬投票や、開票作業に学生バイトを雇う例もある。関心を持ってもらうための取り組みを広げたい。未来をつくるのは若い世代なのだから。

その他全国紙や全国放送、ローカル新聞やテレビ局にて多数紹介される

早稲田大学マニフェスト研究所が事務局を務める「第9回マニフェスト大賞」の「ネット選挙・コミュニケーション戦略賞」部門優秀賞・審査員特別賞受賞



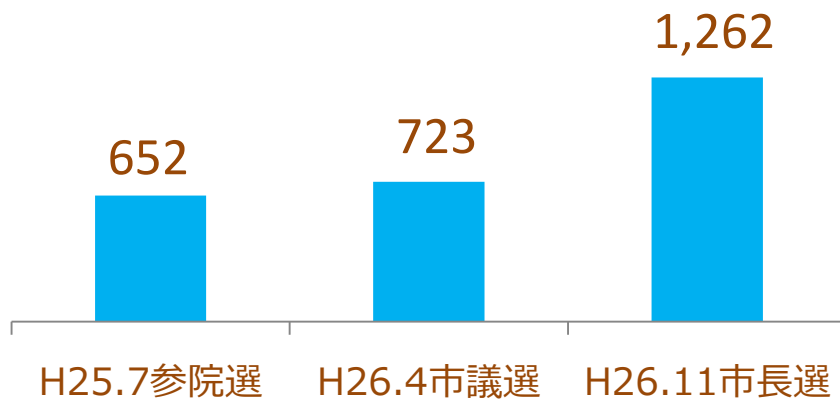
# Manifesto Awards

全国の自治体、議員、大学関係者など20を超える団体などから視察が相次ぎ、講演依頼や執筆依頼も多数。電話による問い合わせも含めると30を超える自治体がこの取り組みに注目している。

今後、本市の取り組みは全国へと拡がり、多くの大学での期日前投票所開設と学生との協働による広報活動が展開される予定である。  
本市だけでなく、全国の若年層投票率向上へのきっかけとなる可能性がある。

# 取り組みの効果

## キャンパス投票所の利用者数



20～22歳の期日前投票者のうち、  
**3人に1人**はキャンパス投票所を利用。

(アンケート結果)

○投票率：**64%**

(松山市平均27%)

※当市有権者のみ集計(75人)

○大学内への期日前投票所の設置は、選挙や政治への関心を高める効果がある、どちらかといえば効果あると思う

**90%**

【H26.4市議選後の松山大学生362人に対するアンケート結果より】

## まとめ

少しずつではあるが、若年層の投票率に明るい兆しが見えてきた。ただ、最も投票率の高い世代の半分程度である。彼らは決して政治や選挙に関心がないわけではないが、投票行動に繋げるには少しだけ背中を押す必要があるように思う。

今回の取り組みから見えてきたことは、若者を投票行動に繋げるためのキーワードは「参加」ではなく、「参画」でないかということである。今後もキャンパス投票所とそれを核とした活動を進めていくことが若年層の投票率向上への鍵となると考えている。

また、本市の取り組みが全国に広がり、全国の学生が互いの大学内での投票率や投票者数を競い合う、そのような切磋琢磨しあう状況が起こり、若年層の投票率低下という全国的な社会問題の解決に繋がることを期待する。