

団体名	広島県	所属	選挙管理委員会事務局	他団体等との連携	ダンススクール
連絡先	選挙グループ (082)513-2605				

取組事例名	若者をターゲットにした選挙啓発	取組期間	平成25年8月～11月
--------------	-----------------	-------------	-------------

取組の概要 ～ 広島県知事選挙及び広島県議会議員補欠選挙における投票率の向上を目指して

好評を博した直近の平成25年7月執行の参議院議員通常選挙（以下「参議選」という。）臨時啓発について有識者等と意見交換を行った結果、参議選の若者中心の斬新な臨時啓発（ただし、広島市での実施にとどまった。）を更にブラッシュアップ（発展）させ、これまでの若者だけでなく、住民・市町も巻きこみ、全県的な盛り上がりを目指した参加型臨時啓発に取り組んだ。

取組の背景 ～ 投票率の低迷、新しいメディアの急速な普及、好評だった参加型臨時啓発

- 1 知事選は単独地方選挙であり、他の選挙と比べて投票率が低く、県の選挙管理委員会（以下「選管」という。）に対して、得票率向上の期待が高いこと。
- 2 投票率が特に低い若者層を引きつけるには、参議選のフラッシュ・モブ※のようなイベントは非常に効果があるが、広島市内でしか実施できなかったこと。
- 3 市町の選管からは、参議選のフラッシュ・モブのような臨時啓発を行いたいという意見や、フラッシュ・モブを行いたいといった内容の問い合わせがあり、県選管として対応する必要があった。

※フラッシュ・モブ：突然集まった群衆が、公共の場所で共通の行動を行い、数分後には何事もなかったかのように立ち去るパフォーマンス。参議選ではダンスのフラッシュ・モブを行った。

取組のねらい ～ 斬新でインパクトのある選挙啓発・新しいメディアの活用、全県的な盛り上がり

参議選同様、若者が関心をもつ話題性のある斬新な企画で市町と連携して啓発事業を実施して興味を引き、それをきっかけにして選挙の投票率向上に繋げる。
インターネットやSNSなどの新しいメディアを活用した選挙広報を行う。

取組の具体的内容 ～ 企画段階での広報のプロ等からの意見聴取と更なる参加型臨時啓発の推進

- 1 広報のプロや広島県明るい選挙推進協議会関係者との意見交換**
 - (1) 若者の投票率向上を図るためには、これまでの広告代理店の提案で起用するタレントのポスター等による臨時啓発よりも、フラッシュ・モブのようなインパクトのある参加型イベントを行うことは、若い有権者の満足を与えるものであり、選挙啓発の今後の方向性としては良いと思う。
 - (2) 広告代理店からインパクトのある啓発素材を引き出すには、フラッシュ・モブを素材の例とする以外は特定しない方が、新たな素材を引き出しやすくなる。
 - (3) 出来るだけ多くの参加者を求めるため、県内イベントでの子どもをターゲットにした臨時啓発を行い、親子で参加するイベントも効果がある。
 - (4) スマホやSNS等の新しいメディアは、前回の参議選以上に活用する。

2 企画提案の選定
意見交換の内容を反映させて、広告代理店に対して公募を行い、企画提案の募集を行った。選考された企画は、参議選と同じダンスやフラッシュ・モブを素材とした臨時啓発事業となった。
当該企画の選定においては、参加型のイベントや子どもをターゲットにした募集内容に加えて、県内各地のご当地ダンスを各地で実施し、ひろしまフードフェスティバル（以下「フードフェス」という。）で、ご当地ダンスの人気投票の企画を提案したことが決め手となった。
参議選では広島市内でしか実施できなかった臨時啓発事業について、県内各地で実施することが織り込まれており、結果として取組の課題も解決されることとなった。

取組を進めていく中での課題・問題点 ～ 臨時啓発の期間制約

臨時啓発の事業期間（9月上旬～11月10日）が短期間であることから、次の課題・問題点が生じた。

- 1 10月24日の告示日から投票日前日までの17日間という短期間のうちに多くの若者に興味を持ってもらう必要があり、斬新でインパクトのあるプロモーション動画の迅速な撮影・作成、報道やインターネットでの話題の展開や拡散が必要である。
- 2 臨時啓発事業受託業者が決定後に、ご当地ダンスのロケや、フードフェスの内容等、打ち合わせ・関係機関等との調整が多く、時間的にもかなり制約があった。

創意工夫した点 ～ 実施に当たっての工夫

1 県選挙管理委員会事務局の積極的な関与

県内各地でのロケに際して、ロケ地の選考や、観光アシスタント、ゆるキャラ、市町職員等への参加への働き掛けを行った。
また、フードフェスにおいても、模擬投票のアイデアや啓発資材の配布等、積極的に関与した。

2 啓発推進交付金（特別枠）設定に伴う市町への財政的支援

臨時啓発事業を行う市町に対して、その経費について交付金を交付しているが、今回は従来の臨時啓発事業に加えて、ご当地ダンスやフラッシュ・モブ等新規事業を実施する市町に対して、追加での交付金を交付した。



取組の成果（効果） ～ ダンスによるイメージ戦略とインターネットと報道による拡散効果

ご当地ダンスについては、ロケを行った多くの市町選管に、積極的にロケ地選考や、市町職員等のロケ参加の手配をしてもらい、県と市町が一体となって盛り上げる機運が高まり、全県的な臨時啓発の効果拡大に寄与したものと考える。

また、福山市選管がJR福山駅前でフラッシュ・モブを実施、熊野町選管がふでりん（熊野町ゆるキャラ）を町選管委員長に任命して町内商業施設にて啓発資材を配布する等、独自事業を精力的に行った市町もあった。

フードフェスでは、ご当地ダンス総選挙（千票以上の投票をいただいた。）やご当地ダンスコンテストを行い、若者を含む幅広い年齢層に投票参加の機運を高めた。さらに、県から提案した風船を啓発資材として配布したところ、ファミリー層に大好評であり、2日目の午前中に品切れとなるほどであった。

また、ご当地ダンスのロケ情報等について、頻繁に報道機関に資料提供（1ヶ月間で9回）を行い、ニュース等にも報道され、素早い広報活動に繋がった。

撮影した映像や写真は、CMやポスターに加え、若者が多く利用するフェイスブック、YouTube等でも紹介し、拡散を図った。（13のご当地ダンスをはじめ、豊富な映像パターンがあり、YouTube再生回数は延べ27,217回（11/21まで）となった。）

以上の取組については、これまでには見られない斬新な臨時啓発の手法であり、他地方公共団体からの問い合わせや視察があり、また平成26年4月の東広島市長選挙の臨時啓発でもダンスを行うなど、各方面に波及している。

【ご当地ダンス撮影状況一覧】 ※全13市町、順番は撮影順

撮影市町	撮影場所	テーマ	備考(参加者等)
呉市	大和ミュージアム	水兵	きりこちゃん(ゆるキャラ)
三次市	巴橋付近	霧	
広島市	マツダスタジアム正面	赤	
廿日市市	宮島町榎橋広場	しゃもじ	
熊野町	筆の里工房	筆	ふでりん(ゆるキャラ)
竹原市	バンブージョイハイランド	かくや	かくや姫(観光アシスタント)、かくやパンダ(ゆるキャラ)
三原市	須波港付近	やっさ	
尾道市	瀬戸田パーキングエリア下り	サイクリング	
安芸高田市	神楽門前湯治村	神楽	吉田神楽団
福山市	福山城	バラ	ローズ福山(観光アシスタント)
安芸太田町	深入山グリーンシャワー	森林(紅葉)	もりみん(ゆるキャラ)、AKO!(町女性職員)
東広島市	旧石井家住宅	升	
北広島町	道の駅舞踊ロードIC千代田	太鼓	ぼっと姫(観光アシスタント)、きたゾー(ゆるキャラ)

20歳代の投票率は16.9%と県平均と比較しても低い数値になっているが、一方でご当地ダンスのロケ地13市町のうち、6市町で投票率が上昇する等、一定の成果も得られた。

今後の展開 ～ 次の選挙に向けた投票率の向上と臨時啓発

今回の取組の成果については、若者や有権者から意見を聞き、参加型のイベントやインターネット等の優れた点は引き続き活用を検討し、より一層の改善が見込まれる内容については、企画募集の見直しを行い、PDCAサイクルを検証しながら、投票率の向上に向けた臨時啓発事業を進める。

他団体へのアドバイス ～ 県と市町の協働による啓発効果の強化

本件において各方面に波及・一定の成果が残せたのは、過去の臨時啓発事業に囚われない斬新な素材を採用して進めたことであり、県と市町が協力して事業効果を高めることができた。

今後とも、選挙啓発に当たっては、県と市町で協力しながら、効果を高めていきたい。

