

平成26年2月28日

平成25年度第3回京都市明るい選挙推進協議会総会（摘録）

1 日時 平成26年2月28日（金）午後2時から午後3時35分

2 場所 本能寺文化会館 4階「櫺」

3 出席者

(1) 委員（◎は会長，○は副会長 敬称略）

京都大学名誉教授	◎木下 富雄
立命館大学名誉教授	○村山 皓
ジャーナリスト	木下 明美
株式会社京都放送局報道局長	刀禰 隆司
第11回京都学生祭典実行委員会副実行委員長	三浦 直子
京都市選挙管理委員会委員長	國枝 克一郎
〃 委員長職務代理者	宇都宮 壮一
中京区選挙管理委員会委員長	小槻 晴明
東山区選挙管理委員会委員長	寺本 隆

(2) 事務局

京都市選挙管理委員会事務局長	藤井 宏一郎
〃 次長	境 康伸
〃 選挙課担当課長	田中 稔彦
〃 選挙課啓発係長	井上 俊彦
〃 選挙課書記	向出 望美

4 摘録

(1) 会長挨拶

(2) 協議

○京都府知事選挙及び京都府議会議員北区選挙区補欠選挙に係る選挙時啓発計画について

事務局：「京都府知事選挙及び京都府議会議員北区選挙区補欠選挙に係る選挙時啓発計画(案)」「各区における街頭啓発計画(案)」資料に基づき説明。

委員：前回選挙での啓発物品への反応はどうだったか。

事務局：はじめての試みとして、大学の学食にポップを置いていただいた。効果があったと理解している。

委員：啓発の効果ははかれない。調査によると啓発で注目度が高いのは圧

倒的に広報であり、その他は10%程度の人しか印象に残らない。啓発を止めてしまうとその影響がわからないので続けている。ティッシュやうちわはなかなか受け取ってもらえない。夏に保冷剤を配布したケースがよかった。アイデア次第だが予算との関係もあり難しい。

委員：府の明推総会に出席したが、中央審査で文部科学大臣・総務大臣賞を受賞したポスター作品の話が出た。京都新聞から来ている委員から報道できず残念だったとの話があった。ぜひポスター配布前に報道していただけるようにしてほしい。

委員：テレビでもさせていただく。

委員：テレビや新聞で見た後に掲示されているポスターを見ると関心が高まってよい。受賞作品をポスターにしたことを強調するとよい。「選挙のお知らせ」はがき裏面には入れられないのか。

事務局：前回選挙から期日前投票宣誓書をはがきの裏に掲載するようになったため、入れられない。

委員：ティッシュや割り箸などにはポスターデザインを入れるのか。

事務局：小さくなるため、期日等の文字のみを入れている。

委員：競馬場等のスクリーンにはどんな映像を映すのか。

事務局：映像ではなく、文字テロップを流す。

委員：映画館での上映前の広告映像は、強制的にいやでも目に入るのも効果的だと思う。

事務局：府選管が行う。

委員：若い人が足を運ぶカラオケなどで啓発ができないか。

事務局：市長選など予算のある時のために、アイデアをためているところである。アイデアがあれば教えてほしい。

委員：河原町商店街や大型店舗などで啓発放送はされているのか。同じ放送でも直接肉声でアナウンスしてもらおうとより効果があるのではないか。

事務局：依頼はしているが、実際に放送されているか確認できていない。

委員：バスの中では啓発放送を行うのか。

事務局：市バスでは放送していないが、地下鉄では以前行ったことがある。

委員：商店街や店舗で実際に放送していただいているか、各行政区に依頼して調査できないか。積極的に協力していただいているところには明推から表彰するなど考えてみてはどうか。

委員：店内や車内などでの放送は、そこにいる人が逃げられない状況なので、いやでも耳に入り効果的。空からの放送や流しの放送は効果が低い。

(3) 報告事項

○本年度事業（ポスター募集、論文募集、新成人啓発、選挙講座）について
事務局：「報告事項 平成25年度常時啓発事業の実施状況について」説明

委員：ポスターや論文の応募数について、年により上下するのをどのよう

に考えているのか。

事務局：学校の夏休みの宿題として取り組まれることが多く、他団体からの様々な募集事業もあり、学校の対応によって変わる。

委員：選挙時啓発に関して、日本では選挙周知は不十分ではないので、止めてもしばらくは大丈夫だ。常時啓発事業のポスターや論文の製作は家で行うので、家族もまき込み二次的な広がり期待できる。地道なようで効果が大きいのではないか。このような事業は明推協の役割としてよい。

委員：約10年間、論文の審査員をさせていただいていて、最近ネットの影響もあるのかもしれないが、作品のレベルが高くなっていると感じる。家庭や地域で体験したことや、親に聞いたことなどが書かれていてよい。

委員：大学生に選挙への興味を持たせるには、当該選挙の争点など選挙そのものの内容に踏み込まなければ関心は高まらない。ただし、それは明推協の役割とは違う気がしている。ポスターや論文募集事業をじっくりやることの方が重要。

委員：選挙だけでなく、企業の広告戦略も同じである。広告は効果が低く、販売促進は効果が高い。広告は止めたくても止められない状況。試しに止めることはこわくて止められない。選挙啓発も同じである。

委員：常時啓発は潜在学習に近い。お経のように無意識に刷込まれる。データはないが、常識的なものは常時啓発が下支えしていると思う。

委員：大学生に投票率を上げる方法を聞くと、小学校や中学校から考えていくべきだという。昔は政党の支持態度が選挙に行く行かないを左右すると言われた。今は争点があれば投票率があがるので、啓発は関係ない。小学校から選挙そのもののイメージを売るしかない。明推協として、投票率はこの程度でよいと腹をくくればよい。若者に対する啓発をもう少し工夫し、特に小・中学生に対する啓発を考えたらどうか。応募数を増やすため、学校を刺激するようなやり方（個人に賞を与えるより、学校に賞を与えるなど。）を考えてみてはどうか。

委員：論文のテーマ選びはどのように行っているのか。

委員：審査員が考える。「わたしは怒っている」と「わたしが政治家だったら」は定番。その他旬のテーマを設定している。