

令和5年度第2回京都市明るい選挙推進協議会総会（摘録）

1 日 時 令和5年12月20日（水） 午前10時30分から11時45分

2 場 所 京都市役所本庁舎1階 第1会議室

3 出席者

（1）委員

立命館大学名誉教授	村 山 皓
同志社大学教授	西 澤 由 隆
ジャーナリスト	村 上 祐 子
元京都新聞社論説委員	布 部 拓 男
日本放送協会京都放送局コンテンツセンター長	日比野 和 雅
一般社団法人京都市地域女性会連合会理事	寺 内 成 子
公益社団法人京都青年会議所副理事長	石 川 紘 嗣
京都市社会教育委員	二 宮 靖 男
市民公募委員	中 田 浩 羽
京都市選挙管理委員会委員長	宮 本 徹

（2）事務局

京都市選挙管理委員会事務局長	松 浦 卓 也
// 次長	梅 林 信 彦
// 選挙課長	池 田 知 也
// 啓発係長	後 藤 高 明
// 啓発係員	浅 井 優 佑

4 摘 録

（1）挨拶

（2）委員紹介

（3）協議

○京都市長選挙における選挙時啓発事業計画について

<若年有権者向けチラシについて>

委 員： 若年有権者向けチラシには、統一デザインである「推し選」を使
っていないのはなぜか。統一デザインを使ったほうがよいと思うが。

事 務 局： 我々もそう思っているが、チラシの配架の都合上、統一デザイン
が決まるまでにチラシを作成する必要があり、別のデザインとなっ
た。また、このチラシは毎年作成しており、そのデザインを準用し
ている。

委 員： 若年有権者向けチラシのデザインだが、主に黄色と緑色が使われ

ているため、ごみ減量関係のチラシに似ている。選挙ということが分かりやすいように、デザインを工夫しても良いかもしれない。

<若年有権者向けの啓発全般について>

委員： 大学で私の授業を取っている約110人の生徒の中で、およそ4人に1人しか住民票を京都市に移していなかった。

若者啓発はもちろん大事ではあるが、この根本的な問題も考えていかなければならない。

委員： 京都市で投票することに固執しなくてもよいのではないか。住民票がある場所で選挙が行われる際に、投票に参加してもらえるように少し長いスパンで考えて啓発しているというスタンスだと思う。

しかし、住民票の異動については、引き続き考えていかなければならないのではと私も思う。

委員： 選挙時啓発計画ということだが、政治参画意識の醸成や有効性感覚の高揚など教育的な目的のものは何かあるか。

事務局： 「選挙時啓発」とは別に、「常時啓発」として常日頃から政治参加意識の醸成等のために、ポスター募集、論文コンクールや出前授業といった事業を実施している。

しかし、例えばポスター募集だと小中高生、論文だと中高生が事業の対象であり、行政の手が届く範囲は限られており、課題だと感じている。

委員： 若者から「高齢者より若者の有権者数がそもそも少ないし、投票に行っても意味がないのではないか」という声も聞いている。

日頃からの教育が重要であると同時に、若者への啓発ということであれば、単発のイベントでの啓発の難しさを理解していただいたうえで、広告を出されるのが良いと思う。

<選挙時啓発全般及び啓発活動支援事業について>

委員： 選挙時啓発にあたっては、具体的な候補者の政策にまで踏み込まないと市民には響かない。そこで、行政としてはどこまでできるのかという話になるが、この点、事務局はどう考えているのか。

事務局： 候補者の政策まで踏み込んだものを選管で実施することは難しい。候補者の討論会だけでなく、WEBアンケートを通じた候補者のマッチングサイトも、国から選管が選挙運動をすることとなるため控えるよう通知が出ている状況である。実際に他の自治体で実施しようとしたが、国の指導により中止となった事例もある。

今回の学生団体の自主的な啓発活動を支援する「啓発活動支援事業」についても、候補者のマッチングサイト事業は支援対象外とし

て募集した。

委員： 選管がそういったサイトを作成することなどの難しさは分かったが、それらを広報することも難しいのか。

事務局： 広報についても難しいため、広報関係のお手伝いはせず、事業の宣伝費込みの支援金を支給する形を取っている。

委員： 市民の方々が一番気になるのは、やはり誰が当選するかである。その点、政策比較のサイトは有効である一方、公正さが求められるものである。今回、補助金を支給されるにあたり、公正性を担保するため、何か条件はあったのか。

事務局： これまでから応募要領や支援金交付要綱で、選挙の公正さを損なわせるもの、特定の候補者を支持するものは不可としている

<啓発事業効果測定について>

委員： 調査対象は18歳以上の方を無作為抽出とのことだが、回答者の年齢が偏ってしまうという危険はないのか。若年層に啓発ということであれば、18歳以上何歳未満と絞ってもよいのではないか。

委員： 事前に対象者を調整したり、回答にウェイトをかけたりするなど統計的な手法は色々あるが、調査実施主体・調査方法・費用とも関わってくるので、今回はこのままの手法で実施しようと考えている。

委員： WEB調査ということだが、回答者は何をもって回答するのか。

事務局： 調査実施会社に登録しているパネラーに対して、WEBを通じて、アンケートを配信し、回答をしてもらうものである。

委員： アンケートを実施するにあたり、サンプリングの仕方にもよるだろうが、「選挙に興味が無かった人が、広告等を見て投票をした人を調べる」など調査の目的を明確にしたほうがよいのでは。

委員： あくまでこの調査は、マーケティング調査のようなものと思ってもらえたらよいのではないか。選挙管理委員会が4年に1度、京都市議会議員選挙のときに実施している「京都市民の投票行動調査」のような本格的なものではなく、若者にどのように届いたかと様子を見ることには役立つと思う。

しかし、啓発活動の効果を測定する場合、「投票に行ったのか・行っていないのか」のデータが必要になるが、WEB調査の場合、それが自己申告となりどうしても信ぴょう性に欠けてしまう。そのような理由もあり、啓発効果の測定をWEB調査で実施しても、その結果の信頼性は高くはない。

委員： WEB調査には確かに限界があるが、全く無意味かと言うとそうではない。選挙人名簿から対象者を抽出する「京都市民の投票行動調査」と、今回のような調査実施会社に登録された方から抽出して調査するのは、そもそも母集団が異なる。そのため、WEB調査の

結果を以て、一般の方はこうだと結論づけることはできないが、あくまでこの啓発媒体は効果があったと推測することは可能である。

事務局： 当局としても、このような調査は今回が初めてであるので、質問の設定などを検討していく。

(4) 宮本・選挙管理委員会委員長より挨拶

(11:45 終了)