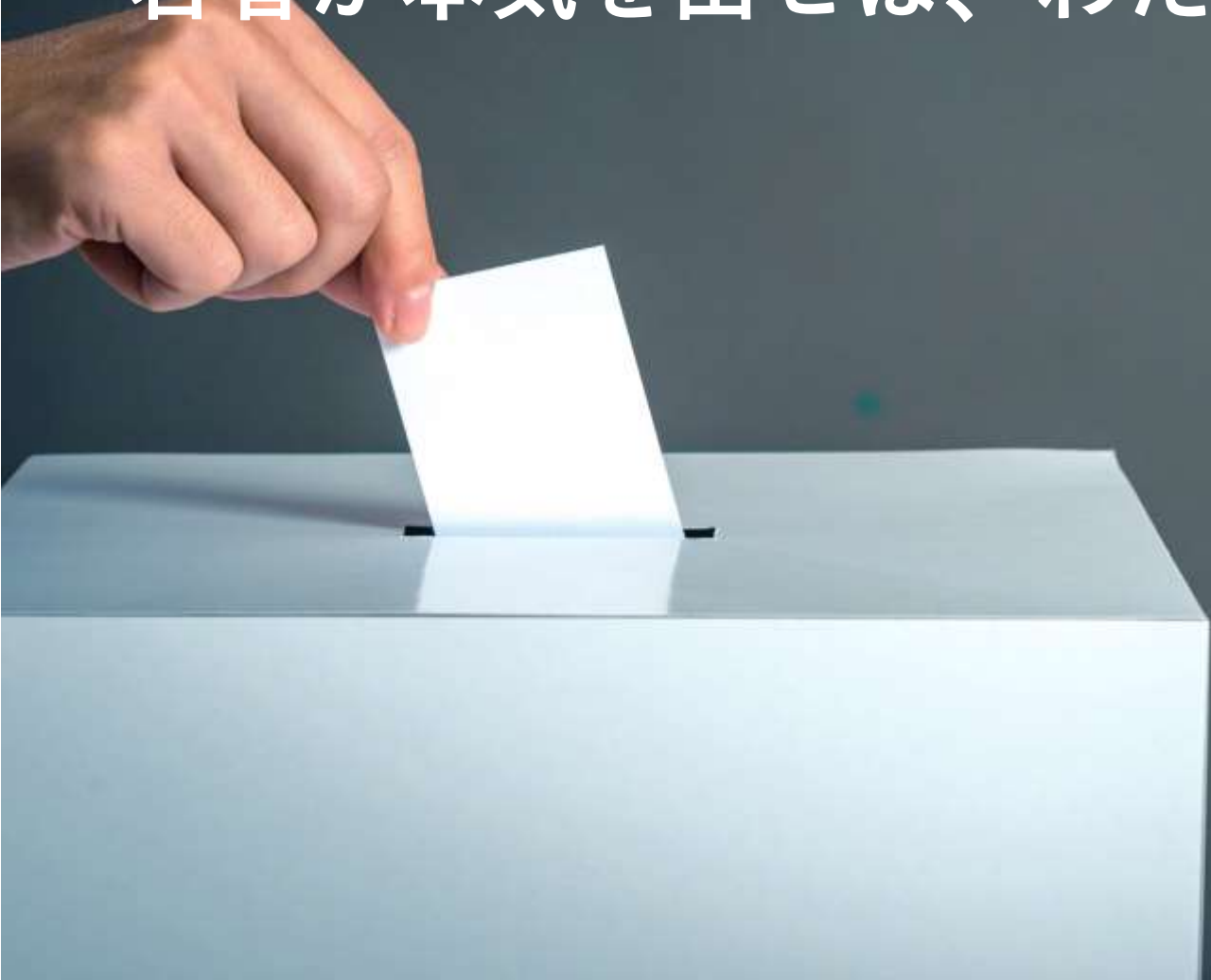


# 選挙で思いをぶつけよう！

～若者が本気を出せば、わたしたちの未来が変わる！～



市民協働ファシリテーター養成研修

選挙チーム

(白藤、鈴木、園部、能勢、  
前、松下、山内)

00

## 開催概要

### テーマ

選挙で思いをぶつけよう！  
～若者が本気を出せば、わたしたちの未来が変わる！～

### 日時・場所

令和5年11月21日 13：30～15：00  
京都御池創生館 B1F

### 参加者

合計12人  
市 民：5人  
京都市職員：7人

01

ワークショップのねらい

## 開催背景

若年有権者の  
投票率の低下

19歳以降の  
投票率の向上

シルバー  
民主主義

01

ワークショップのねらい

## 選挙管理委員会からの要望

若者の投票率向上に向けた政治参加意識の醸成と投票参加の促進



## ゴール

参加者にワークショップを楽しんでもらい、選挙に興味を持ってもらう

若者の政治参加促進につながる要素を抽出する

インプット

【選挙の状況について】

アイスブレイク/ストーリーテリング

【若者が日常生活で困っていること】

インプット

【若者投票率100%になったら】

ストーリーテリング

【日常はどのように過ごしやすいか】

マグネットテーブル

【どんな公約を掲げますか】

カフェ/共有

【公約を共有しよう】

ブレインストーミング

【思いつくPR活動をあげよう】

ドット投票

【若者にささりそうな意見を選ぼう】

ブレインストーミング（要素出し）

【若者がなぜ興味を持つのだろうか】

プロトタイピング

【選挙PRを企画してみよう】

チェックアウト

【1番の企画を選ぼう】

## 若者にささりそうなPR活動→PR活動から見える要素

OSNS等

YouTube

○広告

テレビCM

○その他手法

ブログ活用

ド  
キ  
ン

○ワークショップ全体を通して

→PR活動を目的別に分類。

(知るためのPR活動・主役を実感するためのPR活動など)

各目的の相乗効果により投票率が向上するのではないか。

他人と共有できる  
他人の評價を知ることができる

無意識に記憶に残る

五感に訴えかける

## (参考) 優勝チームの企画書

若者のリテラシーを変える

→若者の意識の変化を狙っている

マンガ、イラスト、SNSで幅広く

→わかりやすさ、

若者への伝わりやすさを利用している

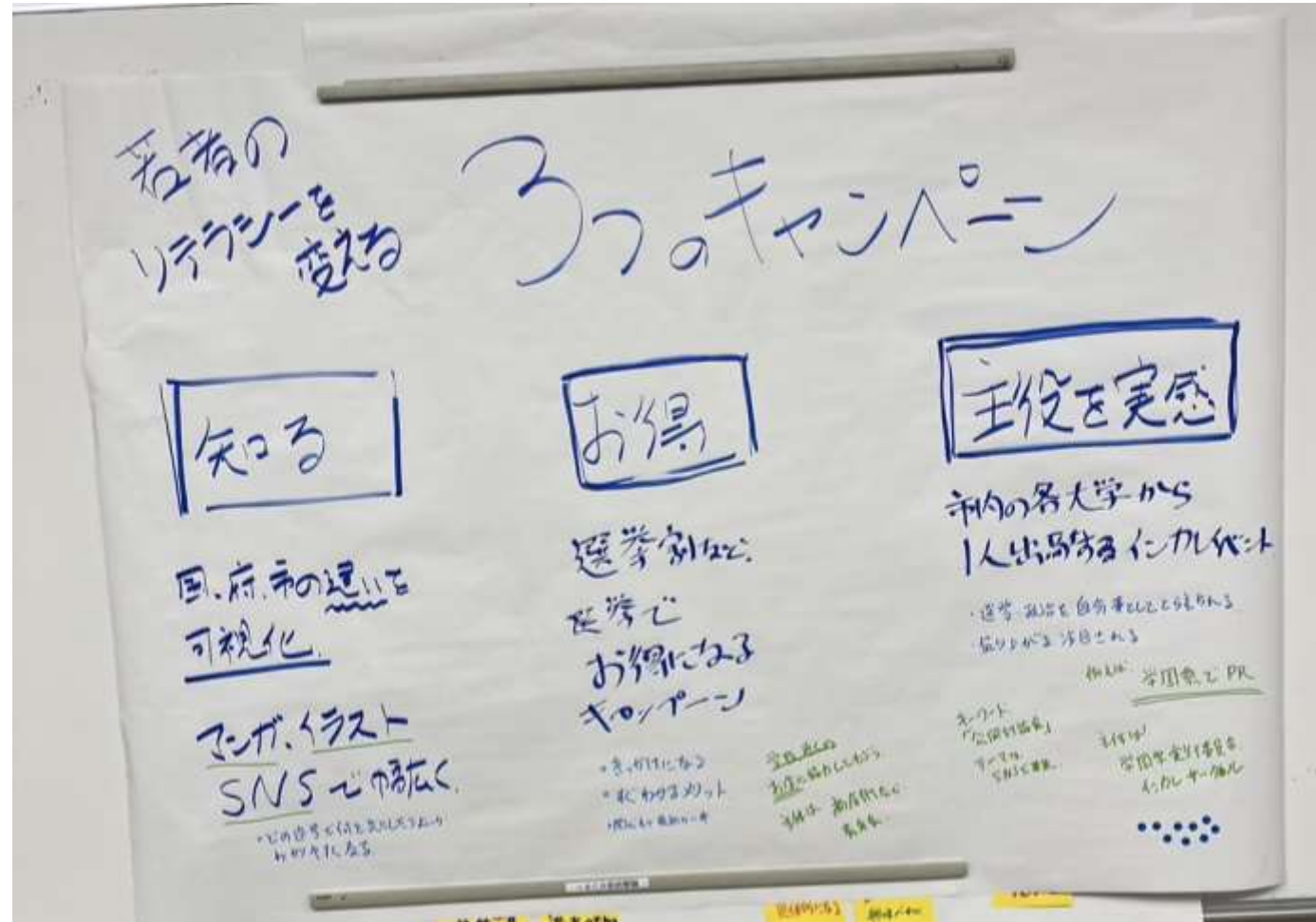
選挙でお得になるキャンペーン

→選挙を意識するきっかけを生み出す

地域を巻き込むキャンペーンとしている

出馬と討論会

→自分事として捉えることができる





庁舎管理

観光

選挙

市民協働の本質

=

「かけ合わせ」

脱酸素

DX



終

## 若者にささりそうなPR活動 <広告>

- ・ 綺麗なグラフィック
- ・ 3太郎CM
- ・ ダイワマン
- ・ インパクトに残る
- ・ CM、音、リズム
- ・ 映画の予告
- ・ 日常的にイヤでも見る
- ・ ほかにない
- ・ 無意識に目にする、耳に入る
- ・ キットカットのCM
- ・ 耳に残る音楽をつくる！
- ・ 関西電気保安協会
- ・ おつかれ生です
- ・ 目や耳に残る
- ・ 耳に残るから
- ・ 目や耳に残る
- ・ 壮大さ
- ・ キャッチー
- ・ 新しい

## 若者にささりそうなPR活動 < SNS等 >

- ・ YouTube
- ・ SNS
- ・ 評価口コミ（SNS）
- ・ SNSに共有する
- ・ Facebook
- ・ インスタグラムのストーリー
- ・ SNS 毎日見る
- ・ 使うから
- ・ メルマガ
- ・ 少し有名なyoutuberに出演・宣伝してもらう
- ・ TicTok
- ・ DM
- ・ インスタグラム
- ・ X
- ・ 毎日見られる
- ・ 日常的に使う

## 若者にささりそうなPR活動 <ほか手法>

- ・ドローンで夜空に文字を書く
- ・サイネージレジ画面？
- ・駅の柱の広告（ポムポムプリン）
- ・大喜利広告
- ・Y O A S O B I 作詞・作曲
- ・音楽は若者には一番興味あり
- ・ポスティング折込みチラシ
- ・ポケットティッシュ
- ・街頭のぼり
- ・ポスター
- ・気球を打ち上げる
- ・食品に印字（玉子）
- ・電話
- ・チラシ
- ・どら焼きQRコード

## 若者にささりそうなPR活動 <現実的に困難なこと>

- ・メルアドで投票できる
- ・市民選挙権を下げる
- ・供託金を下げる
- ・インターネット投票ができるようにすすめる
- ・年齢有の投票数を割り当てる
- ・事務所開き
- ・駅前などで募金活動

## 若者にささりそうなPR活動 <お徳感があること>

- ・グッズ作戦
- ・グッズは楽しそう
- ・投票したら割引します
- ・**秘**
- ・わけあり
- ・値引きシール
- ・値引き券が付いたDM
- ・ここだけ
- ・おまけ付
- ・投票に行くことで還元がある
- ・グッズ
- ・物がもらえる
- ・限定
- ・投票に行ったら何かメリットがある
- ・若者応援キャンペーン投票するとおまけくれる
- ・得をする
- ・費用対効果が高い
- ・キーホルダー
- ・おまけ感
- ・先着順
- ・キャンペーン
- ・キャンペーン広告
- ・ラッキー
- ・格安
- ・オトクだから

## 若者にささりそうなPR活動 <行政が主体なこと>

- ・京都市が投票へ行った理由・行かなかった理由を調べて毎回発表
- ・マスメディアにもっと具体的に載せてみる
- ・変化した事例を挙げる
- ・イラストで投票方法
- ・開票速報をSNSで見やすい形にする
- ・毎回、選挙ごとに年代別投票率がわかるようにする
- ・開票速報をリアルタイムに。10分おきとか
- ・移動投票箱・長期的に小学校からの政治参加を促す（←主権者教育と解釈）
- ・公園で事前投票
- ・若者100%キャンペーン 何ができるか妄想シリーズ・投票所を増やす
- ・市長・市役所・議員の役割、仕事を知ってもらう（国・地方・民間の違い）
- ・行政区ごとに若者議会をつくり予算もつける・アクセスしやすい・今後の窓口が明確になる



## 若者にささりそうなPR活動 <行政以外が主体なこと>

- ・ 京都駅でインバウンド含め観光客全員の投票でいろいろ決める
- ・ 各大学から1人出馬するインカレイベント
- ・ 選挙会場で芋煮イベント
- ・ 候補者マッチ
- ・ 選挙ゲームをつくる
- ・ 若者に興味があるアニメとコラボする
- ・ 伝統文化コラボ
- ・ 選挙小屋の開催（今実施している所もある）

## 若者にささりそうなPR活動 < 自分事 >

- ・少しずつ若者の声が公になる
- ・議員はミカタだと気付く
- ・人と話題にする
- ・自分事になる
- ・中田君が出馬してみんなで投票
- ・メリットがあれば興味を覚える
- ・ながら〇〇〇しやすい
- ・素人OK
- ・みんなが知っている
- ・考察できる
- ・「参加した」と実感できる
- ・若者が出馬！！に尽きる
- ・若者になる、若者のための若者の選挙だから
- ・すべては動機・影響力
- ・もっと政治に興味がわく
- ・悩み
- ・ターゲット絞った→自分にささった
- ・一度経験することで身近になる
- ・やってみたい、共有したいとなる
- ・若者に興味がある
- ・好きなもの×新しい
- ・経験不問・新しい情報GET
- ・今までにない、実は新しい
- ・話題性
- ・「若者議会」達成感、成功体験になる
- ・自分の声が動かしている
- ・身近なものと新しいことの組合せ
- ・望みが具体的になる
- ・紹介
- ・荷物が増えない