

## ▽取組事例名

始めました！facebook「松山市選挙管理委員会」

## ▽取組期間

平成25年6月～  
(継続中)

## ▽取組概要

若年層の選挙への関心を高めるため、従来のホームページよりも親しみやすくタイムリーな情報発信を行う、公式facebookページ「松山市選挙管理委員会」を開設し、選挙のない平常時も引き続き更新を行うとともに、大学生（選挙コンシェルジュ）とコラボレーションした情報発信をスタートした。

## ▽取組みの背景

- ①平成25年参院選におけるインターネット等の選挙運動解禁に伴い、選挙情報収集用ツールとしてfacebookの利用が活発化すると想定
- ②ソーシャルメディア（SNS）等の普及に伴い、特に、投票率が低い若い世代の利用者が多い、ソーシャルメディアを利用した啓発手法としての可能性（速報性や波及効果等）に着目

## ▽取組みの狙い・具体的内容

(取組みの狙い)

- ①タイムリーな選挙情報発信
- ②若年層の選挙に対する興味喚起
- ③選挙情報の波及効果

(具体的内容)

平成25年7月21日執行の参議院議員通常選挙の選挙啓発の一環として、facebook「松山市選挙管理委員会」を開設し、平成26年4月27日執行松山市議会議員選挙の選挙啓発の一環として、大学生スタッフ「選挙コンシェルジュ」とのコラボレーションを開始した。

- ・期日前投票所開設状況、期日前投票者数、投票速報等、選挙人にとって必要な情報を従来のホームページによる情報発信よりも迅速に提供。
- ・選挙を身近に感じてもらえるようfacebookならではの情報発信を行い、選挙に関心を持ってもらい、ひいては若年層の選挙への興味関心を高めることを狙った。具体的な記事としては、同時期に新設した大学期日前投票所の告知、選挙事務現場をシリーズ化した「裏方仕事」、選挙事務を支援する大学生スタッフ「選挙コンシェルジュ」の活動状況等。（※選挙コンシェルジュはH26年4月市議選から）
- ・情報の受け手から他者に対する転送・送信など、facebookの特性を活用することで効果的な啓発活動を行った。特に、期日前投票所を設置する松山大学の学生である「選挙コンシェルジュ」は積極的に記事を拡散し、その普及啓発に貢献している。

## ▽取組みを進めていくなかでの課題・問題点（苦労した点）

誹謗中傷や公序良俗に反するコメントのみならず、特定の候補者を支持・支援する書き込みも想定されたため、それらを抑止するポリシー及び利用規約の策定と、数あるSNSの中でも発信者を匿名にしない特性を持つfacebookを選択した点

繁忙期における記事更新は、選挙の管理執行業務に支障をきたさないように注意する点（記事の作成、裏方仕事の取材など）

正確・迅速が要求され、実情はシビアな選挙執行業務の現場で、それと相反する「親しみやすい」雰囲気の記事を作成しなければならない点（選挙事務の現場と作成記事の温度差）

## ☆工夫した点

財政状況が厳しく選挙啓発に係る予算が年々減少しているなか、facebookは経費をかけずに職員のマンパワーだけで行える有用な啓発ツールの一つと認識し、他市や他部局に先駆けて開設した。

閲覧者は「一般有権者」や「候補者や選挙事務所」等が想定され、それらの双方が欲する情報をバランスよく発信することを心がけた。

また、facebookは若年層に広く浸透しているツールであるため、画像を多用するとともに文体は公式ホームページよりもくだけたものをベースとし、発信内容についても雑記的なものを織り交ぜたり、学生スタッフ自ら作成した記事を掲載するなど、少しでも選挙に親近感を持ってもらえるよう配慮した。

## ▽取組みの効果

開設時点で、選挙管理委員会が公式facebookを開設しているケースは極めて稀で、四国内では唯一であったこと、また、同時期に全国初の大学内の期日前投票所として松山大学期日前投票所が開設されたこととの相乗効果で、多くのマスコミに取り上げられ、facebookページ自体の「いいね！」数も開設1ヶ月で200を突破し、「開設」というトピックス自体がひとつの選挙啓発に繋がった。

参議選終了後も更新頻度は落としつつもページを管理していくことで、全国初の取組となった松山大学期日前投票所の取組をfacebookで閲覧することが可能な状態を維持し、他の自治体職員や大学が参考とし、先進事例としての大学期日前投票所の周知啓発にも繋がった。

H26. 4. 27執行の市議会議員選挙では、記事作成に大学生応援スタッフ「選挙コンシェルジュ」に参画してもらうことで、より若年層に対して親しみやすい内容になっているとともに、コンシェルジュ本人のネットワーク力の相乗効果もあり、20代の「いいね！」数は目に見えて増加した。

## ▽住民（職員）の反応・評価

現在、他県・他市でfacebookを活用する選挙管理委員会はあるが、常設している中では比較的多数の「いいね！」数を記録しており、記事に対するコメントや「いいね！」の反応を見ると、肯定的に受け入れられていることがわかる。

また、選挙コンシェルジュや啓発事業で関わる学生の多くは、記事として写真掲載されることに積極的で、若年層と選挙の距離を縮めることにも一役買っている。

このような記事を公益財団法人「明るい選挙推進協会」の公式facebookでもシェアして頂くこともあり、他市町にも広がり、良い反応を頂いている。

## ☆取組み効果を踏まえたフォローアップ

担当者が変わっても継続して取り組めるよう明確に業務として位置づけ、ホームページを補完し、即時性のある情報発信のクオリティを維持向上させる。

また、facebookと親和性の高いスマートフォンを多用する若年層を想定し、記事内容をより親しみやすいものにする（たとえば若年層自らが記事を更新するなど）。

現在は情報発信機能に限って利用しているが、双方向機能を活用したコミュニケーションツールとしての展開も考えられる。

## ☆将来的な構想のほか、他団体へのアドバイス

facebookは予算措置なく、いつでも気軽に始められるものあり、財政状況が厳しいなか、啓発ツールとして活用するメリットは大きく、また、そのイメージから公式ホームページよりもくだけた内容の情報発信が許容される風土が出来上がっているため、選挙に対して堅苦しいイメージしか持っていない有権者との距離を縮めるのにも役立つと考えている。

しかしながら、本市に限らず他県他市の選管Facebookの閲覧数が伸び悩んでいるのは、選挙時のみの立ち上げという継続性のないところに理由があり、平常時に話題の少ない選挙事務にとっては、どのように発信していくかという計画性、さらには発信者を限定する負担等、課題はまだ多いと考える。

当然のことながら、特定の思想等を持ち込むことは厳禁であり、選挙制度を伝えようとする味気のないものとなるため、読み手の関心を削ぐ可能性もあるので、発信者の情報発信能力を養う必要もあるが、逆に情報発信者は、読み手のことを考えながら発信することとなるため、住民とのコミュニケーション力のスキルアップにつながるというメリットもある。

現在のところ、幸い本市において否定的な書き込みは無いため問題となっていないが、不適切な書き込みがあった場合の緊急時の対応なども事前に確認しておくことが重要と考える。