
第51回衆議院議員総選挙啓発事業業務委託
実施報告書

令和8年2月24日

業務名	第51回衆議院議員総選挙啓発事業業務委託
委託期間	契約締結の日から選挙期日の14日後まで
実施目的	第51回衆議院議員総選挙(以下「本選挙」という。)において、投票期日の周知、有権者の投票参加促進による投票率アップ、違反のない明るい選挙の実現及び円滑な選挙執行に向けた啓発事業を実施するため、各種の広報媒体を効果的に活用するとともに、それぞれの取組みの間で相乗的な効果を上げることができるよう、啓発事業の業務委託を実施する。
委託業務内容	本選挙に関する別表に掲げる事業で、有権者及びマスコミの注目を引き、また、それぞれの事業が一貫したコンセプトで実施されることにより、相乗的な効果を上げることができるような方法等を企画し、提案すること。なお、若年層の投票率低下の傾向が懸念されることなどを踏まえ、若年層への訴求力の高い広報媒体を活用したアプローチに配慮すること。また、近年、選挙違反に対する有権者の目が厳しくなっていることを踏まえ、きれいな選挙の推進を呼びかけること。
提案内容	<ol style="list-style-type: none">1. 啓発標語2. インターネットを利用した広告3. 街頭啓発の実施及び啓発物資配布4. 若者向け啓発の実施5. 啓発物資作成6. アナウンステープの作成7. テレビ・ラジオ・街頭ビジョン等での広告8. リーフレット(又はチラシ)のデザイン及び印刷9. ポスターのデザイン、印刷及び配布等10. コミュニケーションボードの作成11. 障害者への投票制度周知チラシの作成12. 新聞への掲載13. 選挙公報等への掲載データ作成14. その他、投票率のアップに資する事業

啓発標語

令和7年度明るい選挙啓発標語コンクール優秀作品である下記の標語を統一標語としてポスター等の各種広告物で使用いたします。

「私の思い、届けるために、入れる一票」

カリマタ ミリア

県立八重山高等学校1年 狩俣 海瑠愛さん

キービジュアル

Z世代の若者をはじめとする沖縄の有権者に対して第51回衆議院議員総選挙を他人事ではない自分事として認識いただけるように沖縄県民一人ひとりイメージさせる多様性のある人物が登場するビジュアルと、「私の思い、届けるために、入れる一票」の啓発標語で、今回の選挙の主役となるのは「思いを届ける一票」を投じる私たち県民であることをメッセージとして発信。



インターネット広告

幅広い年代が使用しているインターネットの2大検索エンジンである
Yahoo!とGoogleで全世代の有権者に向けてディスプレイ広告を実施致しました。

Yahoo!ディスプレイ広告

企画提案時の想定表示回数:2,236,169回

2026/01/27-2025/02/08	表示回数	表示単価(CPM)	クリック数	クリック率	クリック単価
合計	32,746,347	¥3	6,810	0.02%	¥15
男性	18,877,618	¥3	1,748	0.01%	¥30
女性	9,908,770	¥4	1,587	0.02%	¥24
性別不明	3,959,959	¥2	3,475	0.09%	¥3

2026/01/27-2025/02/08	表示回数	表示単価(CPM)	クリック数	クリック率	クリック単価
合計	32,658,286	¥3	6,788	0.02%	¥15
18歳~19歳	54,263	¥6	18	0.03%	¥17
20歳~24歳	366,904	¥4	95	0.03%	¥14
25歳~29歳	629,940	¥5	166	0.03%	¥20
30歳~34歳	1,172,596	¥3	173	0.01%	¥23
35歳~39歳	985,283	¥4	114	0.01%	¥32
40歳~44歳	3,102,506	¥3	396	0.01%	¥27
45歳~49歳	2,408,408	¥4	337	0.01%	¥27
50歳~54歳	4,648,057	¥3	388	0.01%	¥34
55歳~59歳	5,281,651	¥3	650	0.01%	¥28
60歳~64歳	5,380,360	¥3	568	0.01%	¥27
65歳~69歳	3,605,659	¥3	321	0.01%	¥29
70歳以上	1,086,487	¥2	92	0.01%	¥29
不明	3,936,172	¥2	3,470	0.09%	¥3



Yahooディスプレイ広告にて、シュミレーション対比1460%UPにて着地。
性別にて男性に多く表示されている。年齢別では50~64歳に多く表示されている。

Google ディスプレイ広告

企画提案時の想定表示回数:282,513回

2026/01/27-2025/02/08	表示回数	表示単価(CPM)	クリック数	クリック率	クリック単価
合計	862,811	¥116	770	0.09%	¥130
男性	386,154	¥114	368	0.10%	¥120
女性	430,906	¥117	346	0.08%	¥145
性別不明	45,751	¥123	56	0.12%	¥100

2026/01/27-2025/02/08	表示回数	表示単価(CPM)	クリック数	クリック率	クリック単価
合計	862,811	¥116	770	0.09%	¥130
18~24歳	88,556	¥107	76	0.09%	¥124
25~34歳	166,951	¥113	171	0.10%	¥110
35~44歳	181,323	¥113	140	0.08%	¥146
45~54歳	157,413	¥112	118	0.07%	¥149
55~64歳	117,048	¥120	93	0.08%	¥151
65歳以上	81,594	¥139	99	0.12%	¥115
年齢不明	69,926	¥119	73	0.10%	¥114



Googleディスプレイ広告にて、シュミレーション対比305%UPにて着地。
性別にて女性に多く表示されており、クリック率は男性が高い。年齢別では35~44歳に多く表示されている。

YouTube広告

企画提案時の想定表示回数:154,099回

2026/01/27-2025/02/08	表示回数	表示単価(CPM)	クリック数	クリック率	クリック単価	視聴回数	視聴率	視聴単価
合計	285,582	¥350	187	0.07%	¥535	28,912	10.12%	¥3
男性	150,497	¥338	86	0.06%	¥591	12,405	8.24%	¥4
女性	100,510	¥347	86	0.09%	¥406	10,183	10.13%	¥3
性別不明	34,575	¥414	15	0.04%	¥954	6,324	18.29%	¥2

2026/01/27-2025/02/08	表示回数	表示単価(CPM)	クリック数	クリック率	クリック単価	視聴回数	視聴率	視聴単価
合計	285,582	¥350	187	0.07%	¥535	28,912	10.12%	¥3
18~24歳	28,294	¥255	12	0.04%	¥601	1,231	4.35%	¥6
25~34歳	45,989	¥275	38	0.08%	¥333	2,637	5.73%	¥5
35~44歳	63,799	¥327	59	0.09%	¥354	4,088	6.41%	¥5
45~54歳	53,225	¥355	22	0.04%	¥858	4,394	8.26%	¥4
55~64歳	32,037	¥414	14	0.04%	¥947	4,345	13.56%	¥3
65歳以上	32,391	¥433	31	0.10%	¥452	6,095	18.82%	¥2
年齢不明	29,847	¥439	11	0.04%	¥1,191	6,122	20.51%	¥2



Youtube動画にて、シュミレーション対比185%UPにて着地。
性別にて男性に多く表示されており、クリック率は女性が高い。年齢別では35~44歳に多く表示される。

facebook広告

企画提案時の想定表示回数:381,883回

2026/01/27-2025/02/08	表示回数	表示単価(CPM)	クリック数	クリック率	クリック単価	視聴回数	視聴率	視聴単価
合計	301,451	¥332	165	0.05%	¥606	21,397	7.10%	¥4.7
男性	208,781	¥332	118	0.06%	¥588	14,505	6.95%	¥4.8
女性	90,843	¥330	46	0.05%	¥652	6,804	7.49%	¥4.4
性別不明	1,827	¥354	1	0.05%	¥646	88	4.82%	¥7.3

2026/01/27-2025/02/08	表示回数	表示単価(CPM)	クリック数	クリック率	クリック単価	視聴回数	視聴率	視聴単価
合計	301,451	¥332	165	0.05%	¥606	21,397	7.10%	¥4.7
25~34歳	78,632	¥331	50	0.06%	¥521	4,085	5.20%	¥6.4
35~44歳	95,719	¥334	42	0.04%	¥762	6,496	6.79%	¥4.9
45~54歳	64,053	¥333	34	0.05%	¥628	5,402	8.43%	¥4.0
55~64歳	41,159	¥326	24	0.06%	¥558	3,585	8.71%	¥3.7
65歳以上	21,888	¥329	15	0.07%	¥480	1,829	8.36%	¥3.9



Facebookにて、シュミレーション対比79%にて着地。
性別にて男女で比較すると男性に多く表示されており、クリック率が高い。
年齢別では「35~44歳」に多く表示される。

SNS広告②

若年層の利用が多い InstagramとTikTokは若者に数多くリーチできるように18歳から29歳までにターゲットをセグメントして広告を配信します。

Instagram広告

企画提案時の想定表示回数:436,270回

2026/01/27-2025/02/08	表示回数	表示単価(CPM)	クリック数	クリック率	クリック単価	視聴回数	視聴率	視聴単価
合計	759,204	¥329	762	0.10%	¥328	129,885	17.11%	¥1.9
男性	494,859	¥327	472	0.10%	¥343	84,617	17.10%	¥1.9
女性	259,914	¥333	285	0.11%	¥304	44,507	17.12%	¥1.9
性別不明	4,431	¥320	5	0.11%	¥283	761	17.17%	¥1.9

2026/01/27-2025/02/08	表示回数	表示単価(CPM)	クリック数	クリック率	クリック単価	視聴回数	視聴率	視聴単価
合計	759,204	¥329	762	0.10%	¥328	129,885	17.11%	¥1.9
18~24歳	480,980	¥329	504	0.10%	¥314	86,938	18.08%	¥1.8
25~34歳	278,195	¥330	256	0.09%	¥359	42,945	15.44%	¥2.1
年齢不明	29	¥241	2	6.90%	¥4	2	6.90%	¥3.5

Instagram広告にて、シュミレーション対比234%にて着地。
性別にて比較すると男性に多く表示されており、女性にてクリック率が高い。
年齢別では「18~24歳」に多く表示されている。
※TikTokからアロケーション。(+125,000円)



TikTok広告

企画提案時の想定表示回数:191,465回

TikTok広告にて審査不承認のため、Instagramに予算を振替えた。

2026年1月31日～2月7日かけて本島(北部・中部・南部)及び那覇にて街頭啓発物資の配布を行った。

※各配布場所／ディレクター1名、サンプリングスタッフ2名、着ぐるみスタッフ1名

※那覇／ディレクター1名、サンプリングスタッフ5名、着ぐるみスタッフ1名

街頭啓発配布実績				3,515
北部地域	2026年1月31日			730
	10:00-11:30	イオン名護店	220	
	13:00-14:30	サンエー為又シティ	181	
	16:00-17:30	サンエー石川シティ	329	
中部地域	2026年2月1日			1,135
	10:00-11:30	サンエー具志川メインシティ	365	
	13:00-14:30	サンエー宜野湾コンベンションシティ	400	
	16:00-17:30	サンエー西原シティ	370	
那覇	2026年2月6日			1,030
	16:00-18:00	サンエー那覇メインプレイス	1,030	
南部地域	2026年2月7日			620
	10:00-11:30	サンエーしおぎきシティ	240	
	13:00-14:30	サンエー八重瀬シティ	170	
	16:00-17:30	サンエー経塚シティ	210	

※配布予定の 各300セット×9カ所=2700セット+那覇メインプレイス800セット
合計:3500セットを全て配布できた。

街頭啓発の実施及び啓発物資配布②

2026年1月31日／北部地区で啓発部物資の配布を行った



日程：2026年1月31日

時間：10:00-11:30

場所：イオン名護店

配布数：220部

配布内容報告：

中央入口(専門店側)は10時OPENのため、お客様の出入りが少なく、食品側入口にて2名で配布開始。

10:30頃から食品側入口と中央入口の2か所で配布、キジムンを店内の導線を使って食品側入口まで誘導、配布に繋がった。

店舗自体にお客様が少なく、また受け取らない方も多く11時頃から雨も降り配布数が伸び悩んだ。



日程：2026年1月31日

時間：13:00-14:30

場所：サンエー為又シティ

配布数：181部

配布内容報告：

中央入口(衣料館看板下入口店内)にて配布開始。14時まで雨が降っており、地下駐車場入口からの出入りが多く、エスカレーター側がメインでの配布となった。

館内にお客様が少なく、配布数が伸び悩んだ。



2026年1月31日／北部地区で啓発部物資の配布を行った



日程：2026年1月31日
時間：16:00-17:30
場所：サンエー石川シティ
配布数：329部

配布内容報告：

真鍋総合店長との挨拶時に配布場所を改めてご指示いただいた。人数がいるのであればとの事で、食品館入口、レジアウト、エスカレーター前、2階駐車場店内への入口での配布を許可していただく。
今回は1階のみで配布。イオン名護、為又シティとはちがい食品館にお客様が多く、幅広い年齢層の方や小さなお子様連れの方にも配布でき、配布数が伸びた。

2026年2月1日／中部地区で啓発部物資の配布を行った



日程：2026年2月1日
時間：10:00-11:30
場所：サンエー具志川メインシティ
配布数：365部

配布内容報告：

伊志嶺副店長不在の為、別の社員の方にご挨拶してからの実施。西口入口、スターバックス、ミスタードーナツのある交差点側も許可していただき配布を行った。キジムンを見ると老若男女問わず多くの方が近くに来て触ったり、写真を撮るなど人気があった。配布場所を通るお客様は少なかったが、通常配布でも受け取り率が高かったが、キジムン効果もあり配布に繋がった。



日程：2026年2月1日
時間：13:00-14:30
場所：サンエー宜野湾コンベンションシティ
配布数：400部

配布内容報告：

中央出入口にて配布。野菜の特売もあり、配布場所とキジムンの立ち位置が狭く、サーティワンと白バラさんにご相談の上、キジムンは2店舗の間の通路に立たせていただく事になった。受け取り拒否も多く、配布数が伸び悩んだが、キジムン効果でお客様が多く寄って来ていた。期日前投票が今日から出来るのか？との問い合わせ、ハガキが届いていないとの問い合わせが多かった。

2026年2月1日／中部地区で啓発部物資の配布を行った



日程：2026年2月1日

時間：16:00-17:30

場所：サンエー西原シティ

配布数：370部

配布内容報告：

ミスド横正面入口にて配布。お客様の通りが少なく、配布し辛い状況ではあったが、西原シティでもキジムン人気が凄くお客様が集まり、登場している間、配布数が一時的に伸びた。老若男女問わず受け取ってくださる方が多く、目標を上回る配布数に繋がった。担当の義間様より、「もっと大掛かりで実施すると思いミスタードーナツ横の入口を指定してしまった。食品館入口が良かったかもしれない」とスタッフへ話があった。

2026年2月6日／那覇【サンエー那覇メインプレイス】で啓発部物資の配布を行った



日程：2026年2月6日
時間：16:00-18:00
場所：サンエー那覇メインプレイス
配布数：1030枚

配布内容報告：

オープンモールテラスとKALDI側出入口に加え、前回追加で配布した1・2階中央エスカレーター前について今回も許可をいただき、計4カ所で配布を行った。

16:50から選管の方々と開会セレモニーを実施。17:00過ぎ頃から来店数が増えてきたことと、キジムン人気で一気に数を伸ばし、目標の800枚を上回る数を予定より早く配り終えることができた。

お客様より「もう投票してきたよ」「どこで出来るの？」等お声がけいただくことも多く、学生からは「大人になったら選挙行きます」とのお声もあった。



2026年2月7日／南部地区で啓発部物資の配布を行った



日程：2026年2月7日
時間：10:00-11:30
場所：サンエーしおぎシティ
配布数：240枚

配布内容報告：

兼島総合店長が午後の出勤という事で、衣料館側の店長様が対応してくださいました。
先にイトマンマンと糸満市選挙管理委員会の方が3か所の入口にて同じ配布物を配っており、ご挨拶のうえ10:00~11:00まで一緒に配布を行った。来店数は少なく、11時前位から家族連れのお客が増え始めた。イトマンマン人気が強くと、子供達が寄っていくケースが多かった。11時以降はスタッフ・キジムンのみとなったので、配布数が伸びた。



日程：2026年2月7日
時間：13:00-14:30
場所：サンエー八重瀬シティ
配布数：170枚

配布内容報告：

衣料の大城店長へご挨拶。店頭まで一緒に移動しながら案内していただいた。
来店数が少なく、配布数が伸び悩んだ。
食品館入口外での配布、2階から降りてくる方も多いため、許可をいただきエレベーター前での配布を行った。屋外での実施が原因なのか、店内からキジムンが見えず、またお客様の出入りもなく、配布出来ない時間もあった。14時過ぎにお子様連れのお客様が複数通ったので、他のお客様も集まってきたので配布に繋がった。