

第 27 回参議院議員通常選挙 検証報告書

令和 7 年 8 月 2 8 日

参院選検証委員会

第27回参議院議員通常選挙検証報告書

目 次

1	はじめに	1
2	投票結果の分析	2
3	有権者層別の動向及び分析	4
4	アンケート結果	5
5	参院選全般における自公政権への評価	10
6	県連の対応	13
7	広報・SNS戦略の評価	16
8	今後の課題と提言	17
9	結び	20

1 はじめに

第 27 回参議院議員通常選挙において、わが党は愛媛県選挙区で極めて厳しい敗北を喫した。この結果は単なる一選挙区における偶発的な敗戦ではなく、党全体に対する国民の不信感、時代に即した政策訴求力の欠如、選挙戦略や広報戦術の不備、さらに急速に変化する社会情勢に的確に対応できなかったことなど、複合的な要因が複雑に絡み合った帰結であるといえる。とりわけ、物価高や少子化、地域経済の疲弊など、生活に直結する課題に対して、国民が求めるスピード感と実効性のある対応を示せなかった点は大きく、政治への期待が失望へと転じる一因となった。

かつて「地方の足元」と言われ、揺るぎない支持を誇った保守基盤が大きく動揺し、組織票や固定支持層の一部すら離反したことは、もはや愛媛県に限定される現象ではない。全国的にも自民党に対する批判や不信が広がりつつあり、今回の愛媛県選挙区の結果は、その縮図であり、象徴である。地方の地盤沈下は、今後の統一地方選挙や衆議院議員総選挙をはじめ、各級選挙に直結する重大な警鐘であり、現状を放置すれば、保守政党としての存在基盤そのものが脅かされる危機に発展しかねない。

こうした危機的状況を前に、県連はこの事態を極めて深刻に受け止め、敗因の徹底した検証・分析と再生への道筋を探ることを目的として、令和 7 年 7 月 22 日、「参院選検証委員会」を設置した。委員会は、単なる反省にとどまらず、再び県民の信頼を得るための具体的な行動指針を導き出すことを使命とした。設置後は、党内外からの率直な意見を汲み上げるため、地域支部や職域支部をはじめ、友好団体、議員・支部長、さらには青年局・女性局・学生部といった幅広い層を対象にアンケート調査を実施し、基礎データの収集を進めた。併せて、4 回にわたる会議を重ね、忌憚のない議論を通じて多様な意見を集約した。

本報告書は、その成果を基礎に、課題認識を深め、再生に向けた方向性を明確化するための総括を取りまとめたものである。以下に示すのは、県連としての反省と決意、そして今後の行動指針を明らかにするものである。

2 投票結果の分析

(1) 投票状況

今回の選挙における愛媛県の有権者数は、1,095,608人で、前回選挙から39,438人減少した。しかしながら、投票者数は621,690人と67,634人増加し、投票率は56.74%と前回比で7.93ポイント上昇した。期日前投票者数も307,457人（28.10%）に達し、投票者総数の約5割を占め、前回比で7.9ポイント上昇した。

これは、今回の選挙が国民的な関心を集め、特に若年層や無党派層の投票行動を引き出したものと推察される。こうした投票率の上昇が自民党支持に直結しなかった点は重要である。むしろ、「現政権への不満」や「変化を求める声」が投票所に足を運ばせ、その多くが自民党以外の候補者に向かったものと考えられる。

全国的に見ても同様の傾向が確認されており、東京や大阪など都市部では、特に投票率が上昇し、無党派層の動きが選挙結果を大きく左右した。

(2) 候補者別得票

- ・ 永江 孝子：287,853 票（46.1%）
- ・ 上野 由佳：173,890 票（25.99%）
- ・ 原田 慎太郎：124,636 票（21.54%）
- ・ 川端 佑典：15,150 票（3.03%）
- ・ 斎藤 博樹：8,353 票（1.45%）

支持政党別による出口調査結果は、次のとおりである。

ア 自民党支持層（28%）

- ・ 上野：約50%（想定を大きく下回る）
- ・ 永江：約35～40%（自民からの大量流出）
- ・ 原田：ごく少数

イ 公明党支持層（4%）

- ・ 永江：約40%台
- ・ 上野：約40%台
- ・ 原田：約15%前後

ウ 無党派層（27%）

- ・ 永江：50%台半ば
- ・ 原田：20%台前半
- ・ 上野：10%台半ば

エ その他

- ・ 立憲支持層：永江へ 90%近い集約
- ・ 維新、国民、れいわ：永江・原田へ分散
- ・ 参政党支持層（11%）：原田 80%超で圧倒
- ・ 保守党支持層（3%）：原田 50%台半ば、永江にも一定数

上野候補は、自民党支持層への浸透不足に加え、わが党への逆風に直面したものと思われる。公明党支持層においても、「連立の論理」だけでは得票につながらず、候補者個人への共感が広がる発信、安心感を届ける戦略が必要である。

永江候補は、無所属ながら、自民・公明・立憲・無党派の幅広い層から支持を獲得した。これは「非自民結集」が顕著に働いた例であり、出口調査でも政権批判票が集中したことが裏付けられている。

原田候補が 12 万票超を獲得したことは注目に値する。従来、自民党を支持してきた若年層や保守層の一部が流出し、新興勢力に票を投じたものと考えられる。特に、SNS 世代への訴求力が高かったことが大きい。

比較のため、前回の山本順三候補（318,846 票・59.0%）と比べると、上野候補は約 14 万 5 千票減少、得票率では 33 ポイント低下した。自民党の支持基盤が短期間で大きく崩れた事実を、党として正面から受け止めなければならない。

(3) 比例区での得票推移(愛媛)

- ・ 第 25 回：241,111 票（投票者比 39.6%）
- ・ 第 26 回：224,698 票（同 40.6%）
- ・ 第 27 回：167,318 票（同 26.9%）

比例区においても、自民党の得票は継続的に減少しており、今回は投票者比で 13 ポイント以上の大幅な下落となった。比例区は、党への純粋な支持度を反映するため、ここでの落ち込みは候補者個人の問題ではなく、党そのものへの信頼低下を如実に示している。

3 有権者層別の動向及び分析

(1) 若年層

年代別による出口調査結果は、次のとおりである。

- ・ 10～20 代：原田 40%台後半、永江 30%台、上野 10%台
- ・ 30 代：原田 40%台後半、永江 20%台半ば
- ・ 40 代：永江 40%余り、原田 30%、上野 20%未満
- ・ 50 代：永江 40%超、原田・上野ともに 20%台
- ・ 60 代：永江 50%超、上野 20%台半ば
- ・ 70 代以上：永江約 60%、上野約 30%

20 代・30 代では参政党原田候補が 40%以上を獲得し、永江候補が続き、上野候補は 3 位にとどまった。若年層は「今の生活をどう楽にするか」という即効性ある政策を重視し、減税や消費税廃止といった単純で分かりやすい訴えに強く共感した。

上野候補は、「若い母親」「将来世代のための改革」を訴えたが、即効性を欠き、物価高で苦しむ世代には響かなかった。SNS や動画サイトでの発信力不足も大きく影響し、若者層の支持拡大に失敗した。

(2) 女性層

性別による出口調査結果は、次のとおりである。

- ・ 男性：永江 40%強、原田 30%弱、上野 20%台前半
- ・ 女性：永江 50%超、上野 25%前後、原田 20%前後

また、政策観点別による出口調査結果は、次のとおりである。

- ・ 「物価高・経済政策」重視者（最多＝49%）の投票先
⇒ 永江 40%台後半、原田 20%台半ば、上野 20%余り
- ・ 「税率維持」支持者：永江・上野が拮抗（40%台）
- ・ 「税率引下げ」支持者：永江 40%台後半、原田 20%台半ば、上野 10%台後半
- ・ 「廃止」支持者：永江・原田がともに 40%台

女性層では永江候補が 50%超を獲得し、上野候補は 20%台にとどまった。

出口調査では、「物価対策を最重視する」と答えた女性有権者の 7 割近くが「消費税減税・廃止」を支持し、大半が永江候補や原田候補に流れていた。特に、「暮らしを守る」「食料品消費税

ゼロ」といった公約が家計感度の高い女性層に強く響いたものと推察される。

一方、自民党の政策は抽象的で、生活実感に直結せず、支持拡大に結び付かなかった。

(3) 無党派層

有権者の約 27%を占める無党派層では、永江候補 55～61%、原田候補 22%、上野候補 11～15%と、大差がついた。この差だけで全体の 10～13 ポイント差を生んでおり、敗因の最大要素である。

無党派層は「変化を求める」心理が強く、与党新人候補は「現状維持」の象徴として距離を置かれた。さらに、「消費税を下げるべき」と答えた層の大半が永江候補や原田候補に流れ、上野候補は、ほとんど支持を得られなかった。

(4) 岩盤保守層

従来自民党を支えてきた岩盤保守層の一部が参政党に流出した。背景には、参政党が SNS や街頭演説を通じて、「日本人ファースト」「家族を守る」「日本の伝統を守る」といった分かりやすいメッセージを発信し、保守層の不安や不満に応えたことがある。特に L G B T 法案や外国人労働者拡大に対する不満は根強く、「自民党は本当に保守政党なのか」という疑問が広がった。さらに、中央政治が「東京の論理」に偏っているとの感覚も地方保守層を離反させた。

参政党の草の根的な組織作りは、かつて自民党が持っていた「地元密着型」の強みを現代的に再構築したものと言える。こうした流れを一過性の現象と捉えるのではなく、構造的変化と受け止める必要がある。

4 アンケート結果

令和 7 年 8 月 5 日、県連は、地域支部や職域支部、友好団体、議員・支部長、青年局・女性局・学生部を対象にアンケートを実施し、回答率は、56.8%であった。その概要は、次のとおりである。

(1) 主要テーマと敗北要因

今回の選挙における上野候補の敗北には複合的な要因があったことが浮き彫りになっており、中でも、特に影響が大きかったのは、以下の３点である。

ア 自民党への逆風（国政・物価高・政務不祥事等）

「自民党への逆風」が最も多く指摘された要因である。「裏金・統一教会問題等負の遺産が大きすぎた」「裏金問題について国民に対して納得のいく説明がなかった」など、政治とカネの問題に対する国民の不信感が根強く、党全体のイメージを損ねた。「現在の自民党の体質に多くの人が嫌気をさしている」という意見もあり、有権者が「自民党に投票する気になれない」と感じたことが票離れに繋がった。また、「物価高と生活不安の直撃」により、与党への不満が高まっていたことも指摘されている。

イ 候補者の知名度不足

次いで、「候補者の知名度不足」が挙げられる。新人の上野候補にとって、対立候補である永江候補の「長年にわたる地域活動の積み重ねによる知名度と浸透力、強固な支持基盤」に及ばなかったことが繰り返し言及されている。「公示前の新聞・テレビで名前を始めて知った方が多かった、それ以上の情報（人となり）を知る機会はなかった」との声もあり、特に高齢者層や地域における浸透が不十分であった。

ウ 若年層や無党派層への訴求力不足

上野候補が「働くママ」としてアピールし、一部の若い女性の共感を得られたものの、「出産費用の無償化」「育休制度の強化」のメッセージは都市部向けの印象が強く、地方の構造的な問題（保育園の遠さ、育児支援施設の不足）に響きにくかった。また、「若さがあるが経験不足」「若年層や無党派層の支持を完全に失っている」と感じる意見が多く、「若い人たちへの発信力のなさ、感覚のズレ」が敗因の一つと認識されている。

そのほか、具体的に以下の要因が挙げられる。

- 候補者選定の遅れ（（非常に）遅かった、やや遅かった）
「候補者の選定が遅れ、知名度アップに要する時間的余裕がなかった」という意見が多数を占めた。公示日の約６か月前の擁

立決定では準備期間が圧倒的に不足していた。特に、新人候補にとっては「1年から1年半は活動期間が必要」で、「半年に満たない準備期間で無名の新人候補が逆風をはねのけて現職を倒すことは困難だった」「準備期間が3年あっても足りないかもしれない」という厳しい見方も示されている。

- 政策訴求の弱さ

党キャッチコピー「この国を動かす責任がある。」は、「抽象的すぎて響かない」と評価され、物価高対策などの生活直結テーマとのリンクが弱かった。他党が「手取りを増やす」「消費税減税」「日本人ファースト」といった「分かりやすく刺さった」スローガンを掲げたのに対し、自民党の政策は「全く国民には刺さらなかった」という印象が持たれた。特に「2万円給付の公約は国民感情を逆なでした」との意見も散見された。

- 組織的な動きの不徹底（支援体制・動員等）

「自民党内のまとまりの無さも影響した」「組織的な動きが不十分で、推薦団体や支持基盤の動員が不足していた」との指摘があった。特に公示前の体制構築の遅れや、選対会議の開催頻度の低さが批判されている。

(2) 候補者『上野由佳』の評価

上野候補は、その能力や人柄において高い評価を受ける一方で、知名度の低さが課題となった。

- 地域での知名度: 大多数の回答者が「低い」と回答。これは選挙戦において致命的な問題であった。「彼女のことは誰も知らない」「ゼロからのスタート」「活動期間が少なく、知名度はほぼ無い」といった声が多数を占めた。
- 政策への理解: 大多数が「非常に高い」又は「高い」と評価。「政策への理解が非常に広く深いだけでなく、イノベーション・社会保障・財政・安全保障などの多岐にわたる領域で整合性の取れた立場を表明している」との意見もあり、公開討論会での発言も高く評価された。
- 訴求力・演説力: 大多数が「非常に高い」又は「高い」と評価。「各地域の課題を散りばめた演説内容は流石だった」「しゃべる能力は相当に高い」と、その演説力は高く評価されたものの、「街頭演説では声量や抑揚の幅が少なく、通行人が足を

止める瞬間的インパクトには欠けたのではないか」との指摘もされている。

- ・ 親しみやすさ：大多数が「非常に高い」又は「高い」と評価。人柄の良さが伺える。「祭りや集会の輪の中にすんなり入っていける親しみやすさを持っており、彼女の笑顔は皆の安心感を醸し出す」「本人に会った人は、誰もが好感触を持っていた」といった肯定的な意見が多く見られた。しかし、「若くて小柄な女性ということで、見た目の親しみやすさはあったと思うが、堂々とし過ぎていて、愛嬌はあまり無かったかもしれない」という声もあった。

(3) 党本部の公約に関する評価

党本部の公約は、その訴求力、地域への適合性、打ち出し方において低い評価を受けた。

- ・ キャッチコピー「この国を動かす責任がある。」の訴求力：大多数が「あまりなかった」又は「全くなかった」と回答。「抽象的すぎて響かない」「誰のために何をどう動かすのかが不明確で、生活課題や未来への具体的希望に乏しい」と酷評。
- ・ 政策内容の地域への適合性：大多数が「あまりなかった」又は「全くなかった」と回答。「全国向け政策で、愛媛又は地域固有の課題（農林水産業支援、交通インフラ、観光振興）への踏み込みが浅かった」と指摘。特に愛媛県の主要産業である農林水産業への具体的な言及が不足していたと感じる意見が多くあった。
- ・ 政策の打ち出し方（伝え方）の効果：大多数が「あまり効果的でない」又は「全く効果的でない」と回答。「野党の分かりやすいスローガンに対抗する政策アピールができなかった」「政策の焦点やメッセージが不明確だった可能性」など、発信方法に課題があったとされている。

(4) 地域で関心が高かった政策テーマ

- ・ 物価高対策（給付金、減税、消費税）：最も多く挙げられたテーマで、生活に直結する問題として有権者の関心が非常に高かったことが伺える。「物価高が続き、それに地方での賃上げが追い付かず生活は苦しいままで、自民党では今の生活は変わ

らない」という切実な声も聞かれた。

- ・ 人口減少・少子高齢化対策：地方の喫緊の課題として認識されており、具体的な政策が求められている。
- ・ 第一次産業の振興（農業・林業・水産業）：愛媛県の主要産業であり、担い手不足や価格安定策、食料自給率向上のための政策への期待が高い。
- ・ 防災・減災対策：南海トラフ地震などの災害リスクが高い地域性から、国の支援への関心が高い。

(5) 選挙戦術と広報活動、SNS対策の課題と改善点

全体の戦術として、候補者選定の遅れが全ての活動に影響を与えたという認識が強く、特に新人候補を擁立する上での準備期間不足が課題であった。

- ・ 選挙戦術：「遅い擁立→限られた準備期間→決定的争点の欠如→支持層流出」という負の連鎖が指摘されており、この連鎖を断ち切る戦術が初動で打ち出せなかった。特に、大票田である松山市での活動量不足や、応援弁士の地域偏重も課題として挙げられている。
- ・ 広報活動：「ビラやポスターのデザインが硬く若年層に響かなかった」「配布が遅れた」「ポスティングが届かなかった」などが指摘されている。特に「擁立の記者会見時やチラシ、ポスター毎に、髪型が変わり、顔と名前が浸透できなかった」という点は、視覚的な一貫性の欠如が知名度向上を妨げた可能性を示唆している。
- ・ SNS対策：SNSチームの努力は認められているものの、「期待したような効果が得られたのか、実感は乏しい」という意見や、「投稿頻度が少なく、写真や文書中心で動画活用が弱い」といった指摘があった。他党の「短く分かりやすいメッセージ動画・ライブ配信・インフルエンサー連携」の成功例から学ぶべきだという提言も複数見られた。

(6) 今後の提言

アンケートからは、自民党が直面している課題と、今後の選挙戦略及び党運営において取り組むべき多くの点が示されている。

- ・ 候補者選定の早期化：参議院選挙の特性（全県規模、新人候補

の知名度浸透に時間が必要)を鑑み、最低でも公示日の1年以上前、できれば2年前からの候補者決定と計画的な活動開始が強く求められる。

- ・ 党全体としての戦略の明確化と共有：選挙対策本部の体制を強化し、「選挙全体を俯瞰するマネジメント機能」を確立すること、指示系統の一元化、そして党員・支援者への情報共有を徹底することが不可欠である。
- ・ 政策アピールの改善：「国民に寄り添っている感が希薄で、わが党の公約は国民には刺さらなかった」という厳しい評価を真摯に受け止め、有権者の生活課題に直結する政策を、明確で分かりやすい言葉で、感情に訴えかける形で発信していく必要がある。特に、物価高対策や地方創生に関する具体的なビジョンと実行計画の提示が求められる。
- ・ 若年層・無党派層へのアプローチ強化：「SNSを単なる情報発信ツールとしてだけでなく、双方向のコミュニケーションや共感を生むコンテンツを通じて、若年層・無党派層との接点を増やす戦略が必要」「定年制を敷いて、世代交代を進めていくべき」という意見もあり、党の若返りも視野に入れるべきとの提言もある。
- ・ 信頼回復への取組み：政治資金問題や不祥事に対する「納得のいく説明」と「反省の姿勢」を示し、党の「本気度」を有権者に伝えることが喫緊の課題。「自民党を再建再生しなくてはいけない」という声に応えるため、解党的な出直しを含む抜本的な改革が求められる。

今回の選挙結果は、愛媛県のみならず全国的な潮流として、自民党が「長期政権疲れ」「国民から信頼を失った」状況にあることを示している。この経験を教訓とし、党全体の在り方を見つめ直すことが、今後の選挙での勝利、ひいては国民からの信頼回復に繋がるものである。

5 参院選全般における自公政権への評価

(1) 選挙公約

昨秋の解散総選挙では自民党は大敗を喫し、過半数割れの少数与党に陥った。今回の参院選は、“事実上の政権選択選挙”とも位置付けられ、自民党と自公政権にとって絶対負けられない戦いであった。

わが党が掲げた選挙公約は、「日本を動かす 暮らしを豊かに」と題し、「責任政党 3 つのビジョン」として「強い経済」「豊かな暮らし」「揺るぎない日本」の 3 本の柱を掲げ、国内総生産(GDP)1 千兆円を実現し、国民の所得を 5 割増しにすることを目標に、特に令和 12 年度に国民の平均賃金を約 100 万円増加させる道筋を示した。

「強い経済」を実現するために、物価高騰や米国の関税措置の影響から国民の暮らしを守り、経済成長に向けた新たな一步を踏み出すため、強力な経済対策を進めるとした。物価高対策としては、子どもや住民税非課税世帯の大人に 1 人 4 万円、その他の国民に 1 人 2 万円の給付金を支給することを掲げ、マイナンバーカードの活用で手続きの簡素化、迅速化に努めるとした。

「揺るぎない日本」では、外交・安全保障政策に加えて、「違法外国人ゼロ」を掲げた。

政権公約の具体的な項目としては、「5 つのアクション」として、経済、社会保障、地方創生、外交・安保、憲法改正等重要政策に対する党の考えを示した。

その上で、石破茂総裁は、目標議席について「非改選議席と合わせて自公で過半数」を掲げた。改選議席を下回る目標であったため、低すぎるとの指摘があったが、厳しい状況の中にあって、非改選議席と合わせ自公で過半数は「必達目標」とした。

(2) 選挙結果

我が国は、物価高や深刻化する少子化・人口減少、激動する国際情勢など、内外ともに難局に直面している。わが党は公明党との連立のもと、山積する課題に対処し、時代のかじ取りを背負っていく責任を果たしていくためには、自公政権の安定が何よりも重要であると訴えた。

しかしながら、参院選の結果は、自民党は選挙区 27、比例代表 12 の計 39 議席、公明党は選挙区 4、比例代表 4 の計 8 議席、自公で 47 議席となり、非改選（75）と合わせても、全体の過半数（125 議席）を維持できなかった。

参院選の主戦場となる 1 人区では、32 ある 1 人区のうち 14 選挙区での勝利にとどまった。四国では、愛媛、香川、高知・徳島すべてで敗北した。新人候補が勝利したのは、岐阜、滋賀、岡山、鳥取・島根のわずか 4 選挙区であった。

13 ある複数区では、北海道では2議席を得たものの、千葉、東京で2議席目を得られず、大阪では議席を失った。

比例代表では、12議席のみとなった。比例得票数は1,281万票、得票率で21.6%に落ち込み、野党時代の平成22年と並ぶ過去最低の議席数となった。前回の参院選は得票数1,826万票、得票率34.4%だったが、昨秋の衆院選ブロック比例票合計で得票数1,458万票、得票率26.7%まで減らし、今回さらに落ち込んだ。得票率は、昭和58年に参院選に比例代表制が導入されて以降、最低となった。

以上の結果、参議院でも少数与党となるという極めて厳しい結果となった。

(3) 参院選全般にわたる大敗の原因

参院選全般にわたる大敗の原因については、党本部の検証委員会において分析・検証が行われているが、以下の点が挙げられる。

- ① 旧派閥の不記載問題の対応などで党への不信がさらに強まったこと。その上に、能登半島地震の被災地への心無い発言など、閣僚級の議員の失言が続いたこと。
- ② 最大の争点であった物価高対策について、国民1人当たり2万円の給付金について評価されなかった上に、野党が掲げる消費税減税に対する反論にも理解が広がらなかったこと。かえって、「給付金を出すなら減税を」「票をお金で買う」と批判されたこと。
- ③ 自民党が掲げる公約は国民政党として網羅的であるが分かりにくく、国民に響くメッセージを効果的に打ち出せなかったこと。一方で、賃上げや外国人対策などで分かりやすいキャッチフレーズを掲げた新興政党は、若者層を中心に支持・共感が集まったこと。
- ④ 選択的夫婦別姓や外国人対策などで自民党が明確な政策を出せなかったことで、自民党が保守政党からリベラル寄りに「変質」と捉えられ、特に岩盤保守と呼ばれる支持層が離反し、新興政党に支持が流出したこと。
- ⑤ 地方創生や防災対策など石破政権ならではの政策分野で訴えることができなかったこと。特に、「地方創生2.0」を掲げたものの、少子化・人口減少に直面している地方に評価されなかったこと。

参議院議員は任期が6年間と長く、また選挙区も広大なため、一般的に有権者との馴染みが薄く、政治活動や選挙においても、地域支部や職域支部をはじめとする地方組織に頼らざるを得ない。このため、参議院議員は独自の基盤に乏しく、選挙時にいわゆる風の影響を受けやすい面がある。

今回の参院選の大敗は、以上に列記した複合的な原因による逆風に加えて、地域ごとの支持基盤という観点でも、平成の大合併以降、深刻化する人口減少によって、党の活動の第一線を支える地方議員や職域支部・友好団体の構成員が減少し、党の地方組織の弱体化がさらに進んでいることも大きな要因となっていると言わざるを得ない。

6 県連の対応

(1) 公募形式での候補者決定について

- ・ 令和5年5月1日、県議会において、自由民主党所属県議は、「一党一会派」の自由民主党会派を結成。これにより、第25回（平成元年）参院選の敗北を受けて設置された「県連再生会議」で提言された統一会派を6年ぶりに実現した。
- ・ 以降、県連は、次期参議院議員通常選挙に向けて、失った議席の奪回に向けて、「勝てる候補者」を擁立するため、検討・協議を加速した。
- ・ 令和6年12月13日、県連常任総務会でガバナンスコードに基づき、公平公正かつオープンな選考手続を進めるため、選考委員会（12名）を設置し、候補者公募を決定した（応募締切り：令和7年1月6日）。
- ・ 令和7年1月7日、応募者11名について、書類審査により、一次審査通過者（4名）を選出。
- ・ 令和7年1月14日、面接審査により、『**上野由佳**』を全会一致で選出。

《選出理由》

- ・ 党本部が登用を進める若手・女性・子育て世代の代表となること。
- ・ 自民党学生部出身で党政策への理解が深いこと。
- ・ 地方創生・人口減対策・防災・中小企業支援等の愛媛県の政策課題を理解し、県連と同様な政治理念を持っていること。

次いで、令和 7 年 1 月 30 日党本部公認決定、2 月 10 日出馬会見、2 月 13 日愛媛県参議院選挙区第一支部支部長就任、3 月 9 日公認証交付（党大会後）、3 月 13 日公明党推薦（一次）、4 月 27 日県連定期大会開催。

(2) 候補者の活動評価

上野候補は新人であり、特に、候補者擁立の遅れは、致命的であった。公認決定から公示までの期間が半年程度しかなく、全県選挙となる参院選において、基盤固めをはじめ、候補者の人柄や政策の浸透のための活動時間が圧倒的に不足した。選挙終盤でも「うえの由佳が自民党の候補者であると知らなかった」という有権者が一定数存在したことは、その象徴である。

また、選挙事務所や県連の体制も脆弱で、専従スタッフが不足し、全体を統括する司令塔の不在が指摘され、十分な支援体制を構築できなかった。加えて、組織的動員が十分に機能せず、活動が分散した。

さらに、県連としては、これからの自民党に必要な人材として若い女性候補者を選定したものであるが、「明るく、人柄は良いが、政策が見えない」、「経験が浅く不安」という声が寄せられた。一方で、候補者本人の資質については、多くの支持者から高い評価を得ており、本人の党の政策に対する理解と信頼は深く、限られた選挙期間において、100%以上の努力をしたことは大いに評価できる。

(3) 地域支部・職域支部の活動

自民党の強みは、県連（国会議員・県議等）と各市町の地域支部（市議・町議等）が網の目のように連携し、組織的に選挙戦を展開できる点にある。ところが今回の参議院選挙では、この連携が十分に機能せず、従来のように地域隅々まで票を積み上げることができなかったのではないかとと思われる。

特に、職域支部については、比例区と選挙区の活動が乖離した点が問題であった。職域支部は比例候補の支援に注力するあまり、選挙区候補の浸透に十分な力を割けなかったとの指摘がある。さらに、選挙区候補の擁立が遅れたため、職域支部が併せて支援する準

備期間が不足し、比例活動との調整も後手に回った。

地域支部は行政や地域団体と密接に結びつき、住民の声をいち早く吸い上げる役割を果たす一方で、職域支部は農林水産団体、建設業界、医療関係団体、中小企業経営者など、特定の業界や職能の意見を取りまとめる強みを持つ。これらの特性を十分に活かすためには、選挙時のみの連携に頼るのではなく、県連と両支部の間で日常的かつ双方向のコミュニケーションを徹底し、情報共有や意見交換を密に行い、信頼関係を深めることが不可欠である。

また、候補者を「自らが担ぐ存在」として共有する体制づくりが求められる。

さらに、遊説日程では、過去の取組みをほぼ踏襲し、県内各地域を隈なく周ることが優先されるあまり、戦況の変化や、急な応援弁士の来県に応じた柔軟な対応に欠けていた。

今後は、公示前までに選挙区内を周り終えることで、選挙期間中に重点地区を設定するなど、メリハリをつけた、柔軟な対応ができるよう計画する必要がある。

(4) 現場の声・エピソード

選挙期間中、各地域で後援会や青年局、女性局のメンバーから次のような率直な声が寄せられた。

- ・ある地域支部長の証言

「昔は“自民党だから”と投票してくれる人が大半だった。

しかし今は、支持者からも『裏金の説明がないままでは人には勧められない』『今回は自民党に入れない』と言われる」

「石破総裁には期待していたが、総裁就任以前の発言と就任後の姿勢に相違があり、不信感が募り、国民に寄り添っていないとの印象が広がった」

- ・女性局の中堅メンバーの声

「子育て世代からは『給食費無償化』『教育費支援』をしてほしいという要望がほとんど。けれど、街頭演説では物価高や賃上げばかりで、家庭に届く言葉がなかった。特に若い母親層は冷ややかだった」

- ・青年局関係者の感想

「SNSの動画発信をもっと早く始めるべきだった。若い有権者から『LINEもInstagramも、国民民主党や参政党の方が分

かりやすかった』と言われ、悔しい思いをした。われわれが現場で感じた“温度差”を次に活かさなければならない」

- 地方の後援会幹部の言葉

「農村部ではまだ票をまとめられるが、票田の高齢化が深刻。次の世代は都会に出て帰って来ない。あと10年で組織力が激減するのは目に見えている。この危機感は、都市部以上に地方で強い」

こうした生の声は、単なる統計分析にあらわれない、党組織の根幹に迫る問題を突き付けている。

7 広報・SNS戦略の評価

(1) 結論

党公約は、3本柱を掲げ、ポイントを絞って訴えたものの、「与党の強み」に偏り、物価高対策や減税に応える具体策を欠いたため、広報・SNS戦略においても、無党派・若年層の獲得に失敗し、自民党支持層でも取りこぼしが生じた。

また、県連は、今回、国政選挙としては、初めて、SNS班を編制するなど、SNS広告や動画発信に積極的に取り組み、一定の反応を得たが、広告や発信内容が「無難」に留まり、訴求力が弱く、支持層拡大に直結しなかった。

(2) 広報戦略

上野候補は、早い段階で公式サイトやSNS環境を整備したが、政策の深掘りや地域課題との結び付けが弱く、候補者プロフィールの見せ方の工夫も足りなかった。

また、メッセージとして、「新しい風が未来を創る」「働くママ政治を変える」「自民党だからできる」と訴えたが、県民の最も関心が高い物価高局面では、印象に残らなかった。

報道や討論会において、上野候補は、主張や受け答えがしっかりして演説力も高いとの評価を受けたものの、劣勢を覆すまでの話題づくりや差別化に欠け、波及効果を得られなかった。

(3) SNS戦略

XやInstagramを中心に展開し、100キロチャレンジなど、話題性はあったものの、継続的に上野候補の人柄や政策の理解を深める仕組みが不足していた。

また、YouTube 広告で知名度向上を図ったが、候補者としての迫力に欠け、メッセージがなく、訴求力が弱かった。

さらに、今回、国民民主党や参政党は、党の顔となるリーダーが前面に立つ発信を繰り返し、強化し、それに追随して候補者も同じメッセージを発信する形がとられていたが、わが党には欠けていた。

(4) まとめ

上野候補は、「生活直結の争点对応」「無党派・若年層への浸透」「候補者個人の価値訴求」で遅れを取り、共感・拡散力に欠け、短期準備や与党依存も重なって効果を発揮できなかった。

8 今後の課題と提言

(1) 党全体の課題

ア 自民党全体の信頼回復

「自民党は小手先の改革でなく、本当の改革、解党的な出直しを図ることができなければ、党そのものが消滅していくことになってもおかしくない」という強い危機感を真摯に受け止め世代交代を含めた抜本的な党改革を進めることが求められる。

また、党内のガバナンス強化と、「政治とカネ」の問題に対する透明性を確保し、国民への説明責任と再発防止策を徹底する必要がある。

さらに、一部の議員の言動が国民の信頼を損ねたという認識を共有し、「責任政党」としての自覚を高める必要がある。

イ 公約及び政策における改善点

公約については、現下の物価高、少子高齢化、地域経済疲弊などの課題に対し、国民の生活実感に寄り添った、具体的で実現性の高い政策を提示するとともに、分かりやすく丁寧な説明が必要である。

特に、物価高騰や地方創生、防災・減災については、具体的

な数値目標や期限を明示した政策を打ち出し、国民の関心を引き起こすとともに、実行力を示すことが必要である。

また、国民目線に立ったキャッチコピーや政策の打ち出し方、効果的な広告媒体を検討する必要がある。

(2) 選挙における課題

ア 若年層・無党派層へのアプローチ強化

SNSを駆使したタイムリーで、明確かつ分かりやすい情報発信の強化が急務であることから、特に、若年層・無党派層が利用するプラットフォームでの発信を拡充し、候補者の人柄や政策への共感・拡散を醸成する必要がある。

また、若年層・無党派層の関心を喚起するため、双方向のコミュニケーションを強化する必要がある。

さらに、自民党への加入や党費納入、連絡手段のデジタル化を検討するべきである。

イ 候補者擁立プロセスの改善

県連は、有意な新人を発掘するため、知名度浸透や地域活動に必要な期間を逆算し、候補者擁立時期を大幅に前倒しするなど（最低でも任期満了前1年以上）、早期の候補者選定と公表を行う必要がある。

党本部においても、公認候補者の政治活動期間を十分に確保するため、現行の公認決定時期の見直し（前倒し）を図る必要がある。合わせて、早期段階からの各種支援が必要である。

また、県連では、引き続き、地域リーダー育成塾の計画的かつ効果的な開催などを通じて、地域の実情を深く理解した人材の育成・登用を進めるべきである。

ウ 戦略的な選挙戦術の構築

県連は、党公約とは別に策定する地域の政策集について、地域の実情に即したメッセージ性の高いものとする必要がある。

若年層・無党派層へのアプローチとして、街頭演説やミニ集会を重視する必要がある。

また、選挙期間中の街宣活動については、重点地区を設定するなど、機動性に富んだ効果的な対応ができるよう計画する必要がある。

(3) 組織体制の早急な立て直し

今回の参院選において、自民党支持層が自民党に投票せず、保守層が離反し、新興政党に投票したという事態を招いたのは、われわれの日常の活動量が減少していることが大きな原因であることを深刻に受け止めなければならない。

平成の大合併以降、深刻化する人口減少や高齢化によって、党の活動を第一線で支える地域支部や職域支部・友好団体の活動量が減少し、支持基盤の弱体化が年々進んでいる現状は、まさに県連の危機であり、現状のままであれば、次期国政選挙はもとより各級地方選挙においても支持を回復することは困難であると言わざるを得ない。

県連が再出発するためには、地域に根差した活動を積み重ねながら、地方重視の政策の実現を国に迫るとともに、地域と県・国との橋渡し役を担うことで、伝統的な保守層の支持基盤を取り戻すとともに、若年層にも、支持を拡大していくことが求められる。

そのためには、地域・職域それぞれにおいて、県民の不安や不満に寄り添い、切実な声に応えていくという原点に立ち返った活動を再構築する必要がある。

まず、党員に対しては、地域・職域それぞれのレベルで国政・県政報告会や意見交換会を積極的に開催するなど、党費に見合った魅力ある活動を実践し、党員の拡大を図っていくことが求められる。

また、地域支部については、支部体制の充実を図り、市町議員や党員の積極的な活動を促し、地域の実情に根差したきめ細やかな組織活動を展開する必要があるとともに、地域における草の根の保守勢力を取り込んで組織の厚みを増していく努力も求められる。

さらに、職域支部については、既に取り組んでいる意見交換会をさらに拡大し、要望や提言をよりきめ細かく県政や国政につなげる活動を積極的に展開するとともに、組織化されていない職域に対するアプローチを強化し、新たな支持層の獲得や支部の設立を目指すべきである。

青年局・女性局の活動においては、政策に関心を持つ層に対して、よりの確で分かりやすい政策訴求を行うことが重要である。特に、若年層や女性層にとって政治参加の意義を実感できるよう、SNS等を活用した情報発信を強化し、双方向のコミュニケーションを通じて共感を広げていくことが求められる。また、日頃からの意見交

換を積み重ねることで、多様な立場や生活実態に寄り添った政策提案が可能となり、結果として訴求力や説得力の向上につながる。今後は、単なる広報活動にとどまらず、現場の声を吸い上げ、政策に反映させる橋渡し役としての機能を強化していくことが期待される。

以上の組織体制の立て直しに早急に着手し、保守層への支持を取り戻すとともに、幅広い県民の支持獲得につなげていくための活動を拡大強化していくべきである。

9 結び

今回の選挙結果は、わが党が長年培ってきた信頼が揺らいでいることを厳しく示すものであり、真摯に受け止めなければならない。支持層の分断、無党派層からの支持の後退、そして若年層をはじめとする新しい世代への浸透不足、これらは、単なる一選挙区の現象ではなく、全国的に共通する課題である。

私たちが取り戻すべきは、かつてのように「国民の暮らしと安全・安心を守る政党」という本来の姿である。そのためには、古いしがらみに依存する体質から脱却し、時代の変化に即した政策と組織運営へと大胆に転換していく必要がある。生活者の視点に立った経済・社会保障政策の強化、若者や女性に届く発信、地域に根差した対話活動の再構築。これらを一つ一つ実行していくことが、信頼回復への唯一の道である。

自民党は結党以来 70 年の歴史の中で、幾度もの危機を経験してきた。その度に、先人たちは、国民の声に真摯に耳を傾け、信頼を取り戻す努力を積み重ねてきた。国民の暮らしを守り、安全・安心を支える政党として歩んできた姿こそ、責任政党の証である。

現在、ポピュリズム的な政治の潮流が強まり、政治への不信が広がる中で、自民党に課された責任は一層重いものとなっている。黨員一丸となって改革を断行し、国民政党としての原点を再び示していくことが、今後の最大の課題であり、信頼回復への道筋であると結論付ける。