

兵庫・憲法県政の会

みなさんへ



6月14日 京都市政を刷新する会



マニフェスト発表記者会見

どのように選挙戦を闘ったのか

- ◆ 多様な共同の拡大
- ◆ 政策で闘う市長選挙

今日のテーマ

1. 共同の拡大
2. どのように訴えたのか？
3. 候補者

政治的側面

共同の中心と、団体・個人

- 各団体・個人との適切な距離感を、しっかりと保つ
- 妥協的にならない

運動的側面

前例にとらわれない、
創造的取組みの誕生

- 全有権者を対象にした働きかけ
- バラバラで一緒に運動

Ⅱ 何をどう訴えるのか？

政策・宣伝分野を中心に

私たちが言いたい、伝えたいことから、
有権者の知りたい、関心あることに応える

有権者の関心、問題意識の 正確な把握

有権者の関心、興味、そして切実な要求に
真正面からこたえる

直近の大型首長選挙の投票動向

(2010年京都府知事選挙、2011年大阪市長選挙)

市政評価アンケート・要求アンケート 12,000通の危ない落とし穴

1. 特定の年齢層
2. 在宅者中心
3. 切実な要求

2010年京都府知事選から学ぶ

<知事選で最も期待すること>

- | | |
|------------|-----|
| 1. 景気・雇用対策 | 40% |
| 2. 地域医療充実 | 19% |
| 3. 行政改革 | 17% |

2011年大阪市長選から学ぶ

<市長に求める重点政策>

- 1. 景気・雇用対策 34.2%
- 2. 医療・福祉 16.5%
- 4. 都構想 8.3%

どのように訴えるのか

言いたいことを全て言い尽くそうとしない
 広く一般市民を対象にした宣伝から、
 ターゲットを極力しぼる

256ヶ所 園児 25000人



脱原発トークバトル

クラブ メロってこんな雰囲気

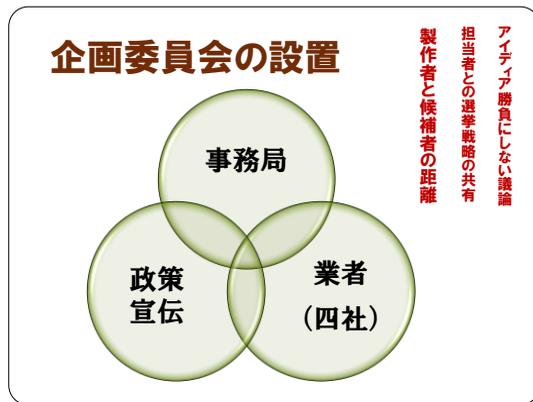


**京都 木屋町
 深夜のピラマキ
 3万枚!**



**サラリーマン等の
都市中間層を対象に!**

どっちが表面?



首長選挙における インターネットの活用

1. 短期決戦
候補者としての長期の活動を前提としない
2. 候補者個人のパーソナリティを最重視
Face book, twitter, YouTubeの本格活用
3. 有権者の要求に合致した政策
4. 多様な人物の登場

市長選挙におけるWeb戦略

1. 新しい選挙ツールの位置づけと体制を!
2. ターゲットを京都に限定せず、全国に
3. 政治や選挙に無関心な層に関心を持ってもらう、ネットならではのコンテンツや動画を重視
4. 青年などの組織構成員も巻き込み繋がり重視

Ⅲ 候補者

「非正規」をなくす方法

中村和雄・脇田 滋
雇用、賃金、公契約
「非正規」をなくす方法
法と運動の力
デンマーク、韓国
の状況も紹介

中村和雄氏 出馬表明記者会見

7月30日 「西陣の町家・古武」

CHANGE 2.5
中村和雄
http://neo-city.jp

候補者イメージ

府政転換
門あさぎ

候補者イメージを作る
シンプルなプラスター

脱原発

働く人よし!
地元業者よし!
市民よし!

京都市公契約条例の実現を!

難しい政策を
わかりやすく

京都市役も刷新する会
京都府役も刷新する会は、中村和雄
さんの勇断と提案を賛成しました。
紹介します。

選挙スタッフもカッコよく！



いわゆるマスコミ対策

<連続記者会見>

1. 刷新の会 結成 10月22日
2. 公契約条例発表 12月15日
3. 刷新プログラム発表 12月21日
4. 勝手連記者会見 12月28日
5. 区民協議会条例発表 1月6日

最後に

候補者との距離について

候補者の役割について

青年の参加

おしまい