

第25回参議院選挙・本部への意見

2019年8月16日

立憲民主党北海道連合

選挙対策委員長 千葉 利裕

1. ボトムアップについて

◇今回の参議院選挙で、党は「ボトムアップ」を実践できたのか。

党は、「令和デモクラシー」を掲げ、キーワードとして「ボトムアップによる民主主義のバージョンアップ」を訴えた。しかし、有権者に対する態度、政策の決定過程や選挙戦の展開において「ボトムアップ」とはほど遠い「トップダウン」の党運営が現場では目についた。

野党間連携については、1人区での統一候補の擁立と党の推薦等の決定や、複数区での「調整」について、当初方針の変更から決定に至る過程は一部の幹部の対応で全て行われ、党内における情報共有がほとんどなされなかったのではないのか。北海道選挙区では、枝野代表が再三道内で複数擁立の考えを示したが、最終判断に至る過程は道連には共有されず、決定事項を遅れて確認し対応した。

有権者に対する態度という点では、本部における電話対応が挙げられる。道連には、「本部に電話してもつながらない」と道内のみならず全国の有権者から電話がかかってきた。しかも、「電話がつながっても意見を聞いてくれない」という内容が多かった。SNSでも、「意見・要望をしても返事がこない」との苦情も寄せられた。

また、政策決定のためタウンミーティングを開催し、パートナーズに限らず多くの国民の参加で政策議論を行ったことは、政策議論の「入口」としては「ボトム」を広げるという意味では目的に適っているが、そこから政策を練り上げるという「アップ」する過程はなかった。党の政策決定は、機関としての議論はなく、担当役員と一部幹部での決定・公表の時期も遅かった。今回の争点となった年金問題でも、財源を含めた党の主張について再三問い合わせたが、具体的な回答が示されたのは選挙戦半ばであった。

これらのことは、単に人員体制不足ということだけでは片づけられない。党本部の姿勢の問題であり、今後体制整備をする上で何を重視し、どこに投資するのかに関わる課題である。

「ボトムアップ」＝「広く国民の意見に耳を傾け、国民の政治参加を拡大することで民主主義の進化を目指す」のであれば、本部における体制整備も含め全般的な党運営を見直さなくてはならない。

◇**現行のパートナーズ制度ではボトムアップは実現しない。**

党は、政治の刷新を期待し、立憲民主党に集った多くのパートナーズに参議院選挙をたたかう具体的な方針を示さなかった。「対等」な立場であるとして、「上意下達」のような「方針」はなじまないと考えたのだろうか。それ以前に、本部に選挙戦においてパートナーズと連携する戦略はあったのだろうか？

道連には、「選挙を応援したいが何をすればいいのか」といった声が寄せられ、「法定チラシの証紙貼り」「電話かけ」などを手伝ってもらった。そもそも、本部に直接登録したパートナーズは、連絡先もわからないため、各県連は連携する取り組みができない。選挙戦は生身の人間の行う具体的なたたかいである。パートナーズが増えても、SNSで本部とつながるだけでは、現実の選挙をたたかう組織的な力にならないと考える。パートナーズ制度が、「ボトムアップ」としてどのように機能し、今回の選挙戦にどれだけ貢献したのか、党本部としての総括を求める。

◇**党は、地域活動を積み重ね、有権者と密接にかかわり、選挙のノウハウを蓄積していく党員制度を創設すべきだ。**

現在の党の組織運営では、北海道を除き「運営党員」としての国会・地方議員しか「党員」は存在せず、党の機能を担うのは多くが地方議員に委ねられている。しかし、地域に議員がいない場合、誰が地域の声を拾い集めるのか？党が政治家と対等と位置付けるパートナーズとの連携は誰がするのか？そもそも落選した途端に「党員」でなくなる組織に、様々な経験の蓄積が可能であろうか？

実際の選挙をたたかうためには、膨大なノウハウが必要である。その時々
の当落にかかわらず、有権者の声を聴き、党の政策を訴え、支持を拡大する地道な日常活動なくして、選挙における勝利も、再び政権与党となることも不可能である。

北海道では自治体議員や党員が、地域の有権者の声やパートナーズの声
を聞いている。約1,800人の自治体議員や党員がいても、全ての声を拾うには不十分であるが、地域に根差した活動を積み重ね、選挙の実践部隊として活動を続け、地域に一定の地位を確保している。道連は、党がボトムアップの活動をするために、地域活動を積み重ね、有権者と密接にかかわり、選挙のノウハウを蓄積していく党員制度を創設し、党運営方法を抜本的に見直すことを本部に求める。

2. 広報活動について

◇本部のたたかいに一貫性が欠けていた

道連には、比例区のポスターのデザインでは、「政党名が小さすぎて見えない」、「政党名の略称である『りっけん』を、なぜ大きく入れなかった」との苦情が多数寄せられた。特に、略称を「りっけん」とし、ロゴまで変えておきながら、比例のポスターに反映していないのは一貫性を欠き、票を失う結果となった。

現に、年配の支持者には「選挙区は勝部・比例は民主党と書いたよ」という人がいた。何故、このような基本的なことに一貫性を欠き徹底できないのか、本部におけるチェック体制の欠陥について厳しく総括を求める。

3. 幹部の遊説戦略について

◇激戦区のみへの応援だけで良かったのか？

連日、東京・大阪・京都・兵庫・静岡に幹部が入っていたが、政党として激戦区に入ることは常識だが、有権者からは「勝つことが目的で、しかも勝てる可能性がある選挙区だけが大切なのか？」と冷めて見られていた。

一方で、れいわ新選組の山本氏は、街頭演説に2時間近く時間を取り、参加している人の声を聞くなどしていた。

◇街頭演説で話す場所は車の下でいいのか？

枝野代表がこだわっている『車の下での街頭演説』は戦略的に成功しているのか？公園などではいいが、道路では通行する車の陰に隠れて候補者が見えないことが多々あり、有権者の視線で話すことは大切だが、候補者が見えない街頭演説では意味がないため、場所によっては車の上で街頭演説をすべきではないか。そもそも、代表に意見が言えているのか。

4. 全体的なイメージについて

◇立憲民主党は有権者の期待感に応えられなかった

立憲民主党は、今回の選挙で「議席を倍増」としながらも、結党直後の前回衆院選から比例区で大きく票を減らしている。有権者や支持者からは、「結党時の立憲民主党は、何かやってくれると期待していたが、今回の選挙では期待感がなくなった」といった声を多く聞いた。

道連としても明確な理由はつかめていないが、党に対する有権者のイメージが大きく変わったのは事実である。政策・日常の活動・報道される代表の言動など、総合的な検証が必要である。

◇期待感はれいわ新選組へ

一方で、「山本太郎なら何かやってくれそう」との声が多く、支持者からも「選挙区は立憲民主党、比例は山本太郎に入れた」と言われた。「消費税廃止」や「奨学金徳政令」といった政策が「責任ある政策かどうか」は別として、低所得者や若者からの「何とかしてほしい」という期待が、れいわ新選組に寄せられたことは事実であり、この結果を重く受け止め、その背景等を分析し、わが党の活動に生かさなくてはならない。

以 上