

# 2023 年の大分県知事選挙における SNS 施策感想

2023 年 4 月 23 日

株式会社シャーロック

北 幸一郎

今回さまざまな候補者の取り組みを見て、**大分県内においても、「ネット活用の段階がひとつ進んだ」と確信しました。**

これまで大分県内の立候補者で、ネットで発信をしている人は少数派でした。

SNS アカウントどころか、個人の HP を持っていない人すら多くいました。

つまり「**ネットを活用している少数 VS 使っていない大多数**」という構図だったのです。

しかし今年の統一地方選挙では、もうネットを使っていない人の方が少数派でした。

多くの候補者が、量や質はバラバラであるものの、何らかの形でネットを使って情報発信をしていました。

つまり「**ネットを上手く活用できている人 VS あまり上手く活用できていない人**」の構図だったのです。

残念ですが、ネットを使っただけで優位に立てた、あの美味しいボーナスステージはもう終わりました。

今後はネットを使っていることは大前提であり、その上で**上手く活用できているかどうか**が勝負を分ける段階に移ったのです。

2023 年大分県知事選挙では、佐藤候補と安達候補の、SNS の使い方が対照的で非常に印象深かったため、例として挙げご説明します。

※なお弊社はこの大分県知事選において、どちらの陣営も支援していません。あくまで一有権者として、客観的な立場から見解を述べるものです。

## 両陣営の Twitter 解説

### 佐藤候補の Twitter



佐藤樹一郎 総合後援会

@satokiichiro\_sp



株式会社和田組の皆様にご挨拶に伺わせていただきました。  
温かいご支援誠にありがとうございます。



午後4:00 · 2023年4月7日 · 611 件の表示

3 件のいいね 1 ブックマーク

[https://twitter.com/satokiichiro\\_sp/status/1644233668989444096](https://twitter.com/satokiichiro_sp/status/1644233668989444096)

佐藤候補は選挙運動期間中、

・どこどこでご挨拶をしました

・どこどこで街頭演説を行いました

という内容を、毎日 8~10 回ほどずつ投稿しました。

安達候補の Twitter



大分県知事候補 あだちきよし 前参議院議員

@adachikiyoshi1

...

津久見に入ってきました。走って会いにいきます！！このあと18時からだんだん前の広場で街頭演説を行います！

見かけたら手を振ってくださいね！

#津久見市 #大分 #大分県 #大分県知事選挙 #安達澄 #あだちきよし #拡散希望 #走る #ブルー #選挙 #お願い #拡散 #デジタル草の根 #期日前投票



午後5:33 · 2023年4月3日 · 1,415 件の表示

16 件のリツイート 51 件のいいね

<https://twitter.com/adachikiyoshi1/status/1642807459336290311>

安達候補も県内各地を回っている様子や、演説の様子の投稿がメインでした。

内容としても、写真や文章のバリエーションに富んだものでした。

## 両陣営の SNS 戦術解説

佐藤候補はこれまでの県政を継承・発展させる方針を主張していましたので、特に SNS では改めて政策を主張しなかったのかもしれませんが。

また県内企業や組織からの支援を得る戦略でしたので、それがそのような投稿として表れたのでしょう。

一方で安達候補は草の根選挙を主張し、実際 SNS の投稿も、走り回って有権者一人一人に訴えかける姿が多く見られました。

**選挙戦略が SNS 戦術にキチンと落とし込まれていた事は、両陣営とも大変素晴らしいことでした。**



しかし佐藤候補の戦術は、確かに数は確保しやすいのですが、どうしても**投稿がワンパターン**になってしまうのがデメリットです。

文面は訪問先の会社名が違っただけで、写真は「演説をしているか手を振っている佐藤候補」または「有権者と握手をしている佐藤候補」ばかりです。

そのため投稿の数や写真の枚数が増えても、投稿を見ている有権者へ届く実質の情報量は増えません。

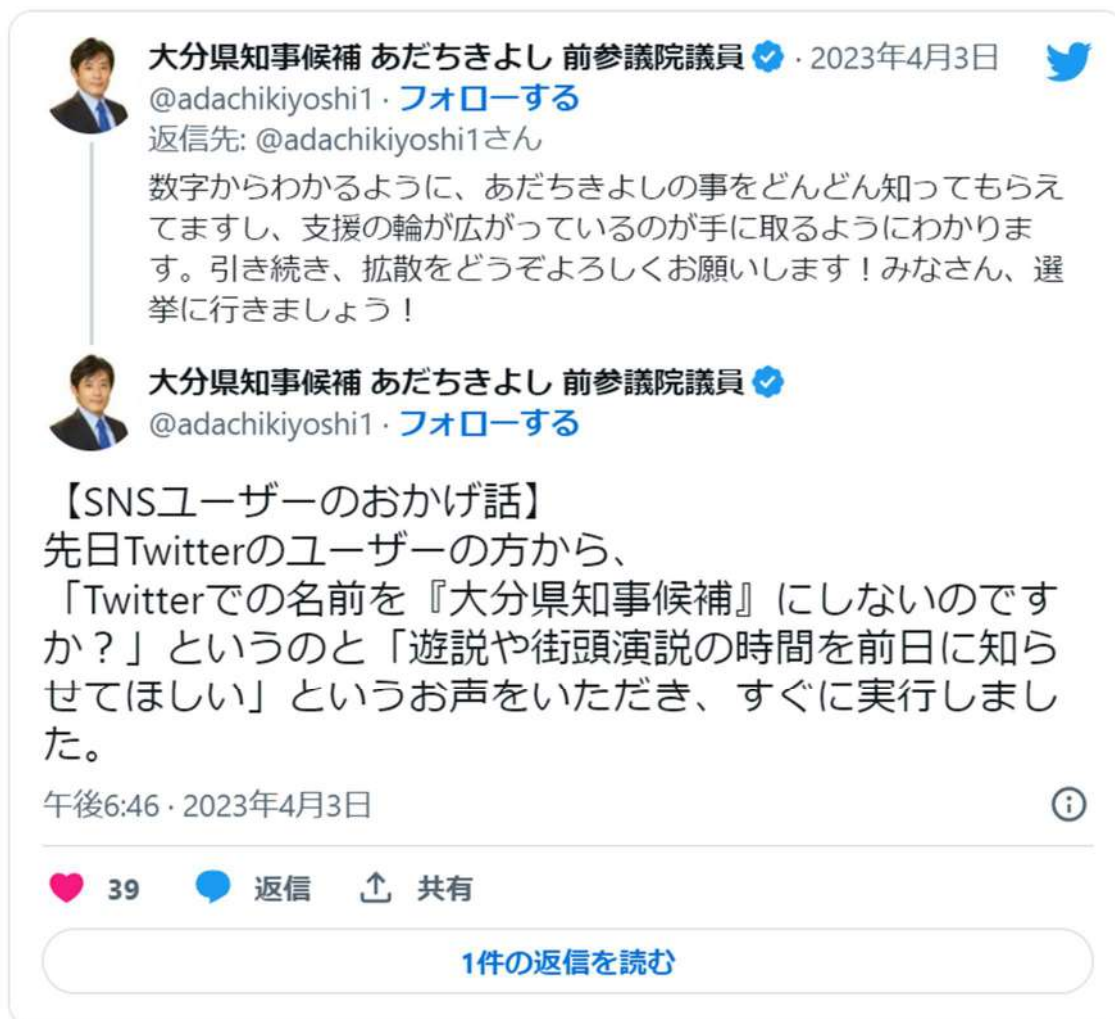
フォロワーの中には、この機械的な連続投稿に対し「また同じような投稿が流れて来た」とスパムのように感じ、フォローを外した有権者すらいたはずで

むしろ佐藤候補のフォロワーが少なかったことは、不幸中の幸いだったかもしれません。

フォロワーは知事選の準備期間から見ても 160 人ほどしか増えておらず、また各投稿へのいいねやリツイート数、表示回数などは非常に少なかったです。

安達候補の投稿は、候補本人が投稿していたのでは？と思うくらい、**気持ちが入っている内容**ばかりでした。

また有権者と SNS 上でのコミュニケーションを取っており、中でも有権者から SNS の改善についてアドバイスをもらい改善したというエピソードは、個人的には印象的でした。



The image shows a screenshot of a Twitter post from a verified account. The user is '大分県知事候補 あだちきよし 前参議院議員' (@adachikiyoshi1). The post is dated April 3, 2023. The text of the tweet reads: '数字からわかるように、あだちきよしの事をどんどん知ってもらえてますし、支援の輪が広がっているのが手に取るようにわかります。引き続き、拡散をどうぞよろしくお願いいたします！みなさん、選挙に行きましょう！' Below the tweet, there is a reply from the same user: '【SNSユーザーのおかげ話】先日Twitterのユーザーの方から、「Twitterでの名前を『大分県知事候補』にしないのですか？」というのと「遊説や街頭演説の時間を前日に知らせてほしい」というお声をいただき、すぐに実行しました。' The tweet has 39 likes and a reply button. At the bottom, there is a button that says '1件の返信を読む'.

さらに投稿フォーマットも写真や動画とバリエーションの幅があり、最終日は演説のライブ配信も行っていました。

**有権者とのコミュニケーションが取れていて**、きっとこの取り組みは票につながったと思います。

表示回数・いいね数・リツイート数など、有権者の反応は総じて安達候補の方が圧倒的に多い結果でしたが、それは安達候補の方がフォロワー数が 5 倍ほど多かったからだけではないでしょう。

以上の理由から、有権者目線での SNS の活用という切り口については、佐藤候補よりも安達候補の方が上手かったと感じました。

## 両候補に足りなかったもの

### 政策の投稿について

両候補とも、政策についての投稿はほとんどありませんでした。

安達候補は数回ありましたが、県知事選挙という前提を踏まえるとそれでもかなり少ない印象です。

街頭演説をしたのであれば、スタッフの方であっても「〇〇政策についてこのような方針を述べました」くらいは書けると思います。

字幕入りの演説動画もありましたが、再生しないと主張内容が分からないのはもったいないです。

動画は表情や熱意などが伝えられる一方で、視聴者側は動画再生のためのパケット通信を負担するため、再生したくない人はたくさんいます。

テキストでも主張を書いておくことで、もっと多くの有権者に伝わることもあったでしょう。

### 少なすぎたフォロワー

また両候補とも、県知事選という規模で票を獲得するには、あまりにもフォロワー数が少なすぎました。

なお安達候補は前参議院議員でしたので、数千人規模で全国のフォロワーが元々いましたが、有権者数で考えると数百人程度だったのではと思われます。

SNS の活用が選挙運動期間の直前から始まったことが、その大きな要因のひとつかと思います。

← ライブ放送



大分県知事候補 あだちきよし 前参議院議員 @adachikiyoshi1

大分県知事候補 あだちきよし 前参議院議員さんがライブ 放送中

安達候補は最終日に演説のライブ配信をしたのですが、視聴者数はせいぜい 20 名ほどで、あまり効果は無かったかもしれせん（取り組み自体はとても良いと感じました）。

フォロワー集めは時間がかかります。

公示日前にある程度は済ませておき、公示日後はその集めたフォロワーに訴えかけていくのが理想です。

しかしながら、公示日の何ヶ月も前から SNS の活用に気が回る候補者はほぼいない・・・というのも現実です。

## 2023 年大分県知事選挙を振り返ってまとめ

両候補がネットへの取り組みにチャレンジしたことは、今後県内の他の選挙にも影響を与えるでしょう。

実際、その直後の参議院議員補欠選挙においては、両候補ともネット上で大きく露出を増やしています。

ただやはりどの候補も、ネットに取り組むにはあまりに準備不足すぎて、票へのインパクトが限定的だったと思います。

ネット選挙で結果を出すための一番の味方は、何と言っても時間なのです。

弊社が常々主張している、「**選挙が始まったらネットを頑張るのでは遅すぎる**」ということを改めて感じた選挙でした。

とうとう大分の選挙においても、「ネットを活用するかしないか」を考える余地は無くなりました。

ネット活用できない候補は、今後どんどん淘汰されてゆくでしょう。

また SNS の使い方については有権者の方が圧倒的に上手なため、コミュニケーションを取らず一方的な情報発信のみに留まる使い方は、その候補の有権者に対しての姿勢と重ねて見られてしまうのではないのでしょうか。