

選挙戦略の4Pモデル

科学的アプローチで選挙を勝ち抜くフレームワーク



Policy

政策



Profile

プロフィール



Platform

媒体



Personality

候補者の人柄

4Pモデルの概要

マーケティング4P vs 選挙戦略4P

従来のマーケティング4P

- 🏷️ Product 商品
- 💰 Price 価格
- 📍 Place 流通
- 📢 Ad Promotion 宣伝

VS

選挙戦略の4P

- 📄 Policy 政策
- 👥 Profile プロファイル
- 📣 Platform 媒体
- 👤 Personality 人柄

選挙戦略の4Pは有権者との効果的な接点を科学的に設計するためのフレームワーク

📄 Policy | 政策

「何を言うか」が問われる

- ✓ 有権者ニーズとの一致
- ✓ 地域特性とのマッチング

✗ 失敗例：都市部で高齢者政策のみ ✓ 成功例：自営業地域で税制支援

👥 Profile | プロファイル

「誰に届けるか」の科学

- ✓ 32タイプ（性格×生活層）で分類
- ✓ 有権者層と候補者の相性分析

💡 例：安定志向地域には誠実型候補が有効

📣 Platform | 媒体

「どう届けるか」の戦略

- ✓ 情報チャネルの最適化
- ✓ SNS・街頭・紙媒体の組み合わせ

✓ 若年層：Instagram活用 ✗ 高齢層：ネット中心は届かない

👤 Personality | 候補者の人柄

「誰が言うか」の重要性

- ✓ 候補者の印象・キャラクター
- ✓ 有権者層との親和性

💡 共感型有権者には感情訴求型候補が有効

4Pモデルの本質：整合性 × 適地適策 = 選挙勝利

Policy (政策)

「何を言うか」が問われる軸

有権者が求めている具体的な政策課題と、候補者が掲げている政策が一致しているかを問う軸。



最重要ポイント

地域ごとのニーズとマッチしているか

地域ごとの政策ニーズ例

子育て世帯が多い地域

保育所増設

教育支援

児童手当

学童保育

サラリーマン世帯が多い地域

通勤インフラ

住宅支援

働き方改革

自営業・農業が多い地域

税制優遇

補助金

規制緩和

販路支援

高齢者が多い地域

介護支援

医療充実

防災対策

バリアフリー

政策一致度の影響



失敗例



都市部の若年層地域で
高齢者政策だけを訴える

政策と地域のミスマッチ

- > 若年層ニーズを無視
- > 住民の関心事と乖離
- > 「自分には関係ない」と思われる

↓ 得票率低下

成功例



自営業が多い地域で
税制緩和や補助金支援を訴える

政策と地域の高い一致度

- > 具体的な経済的メリットを示す
- > 地域の課題を理解していると伝わる
- > 「自分の代弁者」と認識される

↑ 得票率向上



有権者に届く政策は地域の実情に合った具体的なもの、適地適策が成功の鍵

Profile（プロフィール）

「どんな人が多い地域か」を可視化

地域有権者の構成、価値観、性格傾向を**32タイプ**に分類し、**政策や候補者像との"相性"**を分析する軸

分類の仕組み
ビッグファイブ性格特性 × 生活層 = 32タイプ

ビッグファイブ理論

心理学における最も広く支持されている性格理論

O

開放性
好奇心

C

誠実性
几帳面さ

E

外向性
社交性

A

協調性
思いやり

N

神経症傾向
情緒安定性

32タイプ分類の構造

分類軸

- ビッグファイブ傾向
- 世代層
- 生活観
- 媒体接触

代表的なタイプ例

- A01 外向×開放×共感型
- B02 外向×保守×誠実型
- C03 内向×保守×安定型
- D04 内向×開放×主張型

地域別プロフィール分布の可視化例



地域別プロフィール傾向

地域例	プロフィール傾向	最適候補者タイプ
旭町	自立挑戦型 (若年層＋共働き)	情熱型 共感訴求型
笠幡・今福	安定協調型 (高齢者＋勤続層)	誠実型 実績型
的場・南大塚	中間適応型 (無党派・中流)	中庸型 政策重視型

候補者とのプロフィール相性

候補者	タイプ	相性評価
吉野いくえ	誠実型 安定志向	✓ 安定協調型地域と一致
加藤みなこ	共感型 革新志向	⚠ 共感／自立層に合うが一部に限定的
三遊亭窓里	情熱型 ユーモア重視	⚠ 共感型には刺さるが高齢層には弱い
岡本すすむ	性格不明 発信なし	✗ 読み取り不能

🔑 地域ごとの有権者プロフィールを理解すれば、「どの政策を」「どんな候補者が」「どう伝えと刺さるか」が見えてくる

Platform (媒体)

「どう届けるか」の戦略

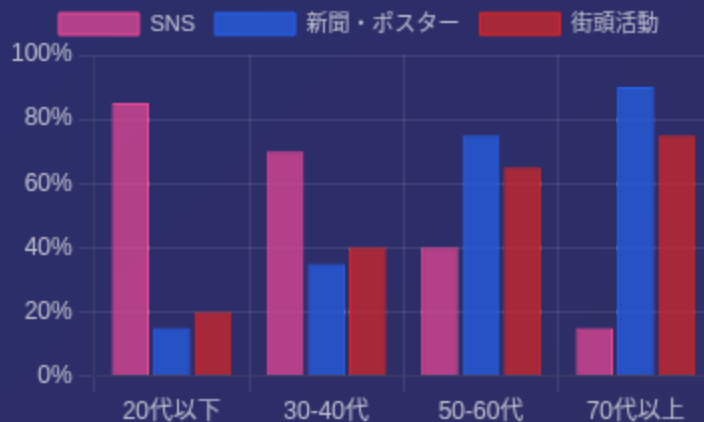
候補者が使う情報発信チャネルの種類と、地域や層に合っているかを評価する軸



最適化の本質

ターゲット層が好む媒体で情報を届ける

年代別メディア有効性



媒体タイプと特性

従来型媒体



街頭演説

認知度向上に効果的



新聞・チラシ

高齢層への浸透に強み

デジタル媒体



Instagram

若年層・視覚情報に強み



LINE

中高年にも浸透するSNS

最適メディアミックス



子育て世代

Instagram

LINE



サラリーマン層

Twitter

YouTube



高齢者層

新聞

街頭活動

媒体別有効層と特徴

媒体	強く反応する層	特徴・備考
ポスター・街頭演説	高齢者・保守層	認知度が命／誠実性強調が効果的
LINE・インスタ	子育て・共働き層	スマホ×時短消費に刺さる
YouTube・Twitter	若者・共感型・情熱層	メッセージ性強化が重要
地域回覧・自治会	地域密着型有権者	コミュニティ接点が重要

候補者媒体活用比較

候補者	重視媒体	評価
吉野いくえ	街頭 地域活動 後援会だより	💡 地道で安定 A
加藤みなこ	Instagram 動画配信	💡 一部層に有効 B
岡本すすむ	ほぼ発信なし	❌ 認知されず終了 D

🔑 適切な媒体選択が候補者と有権者の効果的な接点を生み出す メディアミックス戦略がカギ

Personality（候補者の人柄）

「誰が言っているか」の印象戦略

候補者の見た目・話し方・キャラクターが、地域のプロファイルと一致しているかを評価する軸



勝敗を左右する重要因子

内容が同じでも「誰が言うか」で全く異なる印象に



誠実型

信頼・堅実・実績

- ✓ 真面目で誠実な印象を重視
- ✓ 実績や実務能力を強調
- ✓ 安定した態度と一貫性

安定協調型有権者と高い親和性



情熱型

熱意・改革・行動力

- ✓ 行動力と情熱を全面に
- ✓ 力強いメッセージと変革
- ✓ 挑戦的でエネルギッシュ

改革志向・若年層に響きやすい



共感型

傾聴・理解・寄り添い

- ✓ 感情に訴えかける表現
- ✓ 相手の気持ちを理解する姿勢
- ✓ ソフトな印象と親しみやすさ

子育て世代・共感志向層に有効



知性型

分析・論理・冷静

- ✓ データや論理に基づく説明
- ✓ 専門知識や分析力をアピール
- ✓ 冷静で合理的な判断

高学歴層・論理重視型に響く

人柄の影響力



候補者タイプ × 有権者層の相性

有権者層	誠実型	情熱型	共感型	知性型
高齢層	<div><div></div></div> ◎	<div><div></div></div> △	<div><div></div></div> ○	<div><div></div></div> △
子育て層	<div><div></div></div> ○	<div><div></div></div> △	<div><div></div></div> ◎	<div><div></div></div> △
若年層	<div><div></div></div> △	<div><div></div></div> ◎	<div><div></div></div> △	<div><div></div></div> ○

◎ 高相性 ○ 中相性 △ 低相性



候補者の人柄評価例



吉野いくえ

誠実型

安定志向



高齢者・安定協調型と高い親和性

実績を重視する有権者層に信頼感を与える印象戦略が成功



加藤みなこ

共感型

革新志向



感性重視層に好感 / 無党派層にはやや弱い

子育て層・共感型には刺さるが、全体最適化に課題



岡本すすむ

不明

発信なし



人柄が"見えない"ことが大きな敗因

有権者は「誰が」を判断できず、投票に至らなかった



「何を言うか」よりも「誰が言うか」が重要な場面も多い 地域特性に合った人柄の見せ方が選挙を左右する

4Pモデルの総括

整合性 × 適地適策

4Pモデルの本質は、各要素を**バラバラに最適化**するのではなく、**全体の整合性**を確保しながら地域特性に合わせて調整すること



4Pの統合が勝利の方程式
各要素が互いに支え合い、増幅し合う戦略設計



有権者プロフィール×4P最適化マトリクス

有権者プロフィール	Policy	Personality	Platform
子育て共感層	保育・教育支援 働く親支援	共感型 感情訴求型	Instagram LINE
高齢安定層	介護・バリアフリー 防災対策	誠実型 実績重視型	ポスター・チラシ 街頭活動
自営業・農業層	補助金・販路支援 税制緩和	改革型 実行力型	地元ビラ YouTube

4Pモデルの活用ゴール



どこに行くか

- 重点地域の選定
- 地域別の差別化戦略



何を言うか

- 政策メッセージの最適化
- 地域課題との接続



誰に会うか

- 優先層の特定
- 接触効率の最大化



どう伝えるか

- 媒体設計の最適化
- 候補者像の一貫性確保

選挙戦略を構造的に設計するための**フレームワーク**として **各要素の整合性と地域適合を実現する**

分析事例：川越市 2023年 市議会議員選挙

選挙概要

実施日
2023年4月23日

定数
36名

立候補者数
46名

投票率
40.35%
(低調傾向)

市民の政策関心傾向

川越市の市民意識調査／地域統計より

政策分野	背景・特徴
① 子育て・教育支援	共働き世帯・学童保育需要が高いエリア多数
② 高齢者福祉・介護	高齢化率上昇。移動・在宅支援ニーズ高
③ 防災・交通インフラ	地形的に河川が多く、防災・避難計画が重視される
④ 地域経済・商業活性	小売・観光産業があり、コロナ後の再建関心高

候補者別 4P分析結果

候補者	P Policy	P Profile	P Platform	P Personality	結果
 吉野いくえ 60代・女性	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> ◎ 高齢者福祉・防災・地域経済	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> ◎ 安定協調型地域と一致	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> ○ 街頭・地域活動・後援会だより	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> ◎ 誠実型×安定志向	トップ 当選
 加藤みなこ 40代・女性	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> ○ 教育・健康・食育訴求	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> ○ 共感層に限定的	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> ○ SNS重視 (Instagram・動画)	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> ○ 共感型×革新志向	当選下 位
 三遊亭窓里 50代・男性	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> △ 文化振興・観光重視	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> △ 層が限定的	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> ○ SNS・パフォーマンス型	<div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> ○ 情熱型×ユーモア重視	落選上 位

🔑 4P要素を一致させた者が勝つ：「良い人」ではなく「その地域に合った人」が当選する

まとめと教訓

★ 選挙戦略の核心

「よい人」ではなく
「その地域に合った人」が当選する

相手に届く方法で、
相手が欲しがる言葉を、
相手に響く声で伝える

これが4P戦略の本質



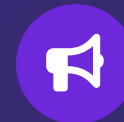
Policy

「何を言うか」を最適化



Profile

「誰に届けるか」を明確化



Platform

「どう届けるか」を設計



Personality

「誰が言うか」の印象管理

✓ 4Pモデルの重要性

科学的アプローチ

感覚や経験則ではなく、構造化された戦略設計で勝敗が決まる

地域適合の重要性

普遍的な「良さ」より、地域特性に合った政策・人柄・媒体が効果的

整合性の力

4要素が互いに支え合い、矛盾なく一貫性を持つことで説得力が生まれる

プロフィール分析の優位性

「誰に」を明確にすることで、全ての戦略要素を最適化できる

🚀 今後の応用に向けて



地域マッピング

地域ごとのプロフィール特性を可視化し、戦略の地図を作成



データ活用

地域統計や投票行動分析を統合し、より精度の高い戦略設計へ



候補者育成

地域特性に合わせた候補者像の設計と、必要なスキル開発



継続的改善

選挙結果のフィードバックを取り入れ、モデルを継続的に進化させる

💡 4Pの整合性と地域適合が 選挙勝利の方程式