

2012 年米国大統領選挙のマーケティング (1)

予備選挙以前の SWOT 分析

The 2012 U. S. Presidential Campaign from a Marketing Perspective

Part 1: A Pre-Primary SWOT Analysis

平 林 紀 子*

1. 研究の焦点と分析法

本稿は、2012 年米国大統領選挙キャンペーンにおけるキャンペーン戦略および選挙技術の展開動向について、政治マーケティングの観点から分析と評価を行う。米国では 1970 年代から、選挙や政治運営におけるマーケティングの部分導入が始まり、1992 年大統領選挙の民主党候補 Bill Clinton の選挙キャンペーンと政治運営手法は、良くも悪くも、その象徴的事例と評価されている¹。

2008 年大統領選挙で米国史上初の黒人大統領となった Barack Obama のキャンペーンは、最新のマーケティングの手法と技術を駆使した先端的事例となった²。米国の広告・PR・マーケティング業界を代表する *Ad Week* 誌は、同キャンペーンを *Marketer of the Year 2008* に選定した。特にインターネットを介した支持者のデータ収集とコミュニケーション網の構築、支持者の組織化、ソーシャルメディアと連携した組織の自己発展拡大のメカニズムなど、商業マーケティングの先を行く革新的試みが評価されたのである。この革新的マーケティングがなければ、選挙の常識という勝利の必須条件、すなわち知名度や経歴、党内支持基盤などにおいて Obama

を遙かにしのぐ強力な対立候補たち—民主党予備選挙での Hillary Clinton 候補や、一般選挙での John McCain 共和党候補などを抑えての当選は難しかったであろう。

大統領選挙キャンペーンは、まず全米各州で行われる民主・共和両政党の予備選挙・党員集会までの準備期間、次に約 6 ヶ月にわたる予備選挙から、その結果を受けて両政党正副大統領候補が正式に指名される党大会までの期間、最後に全米有権者に向けた秋以降の一般選挙キャンペーンから投票日までの期間に大きく分けることができる。2012 年選挙日程は<表 1>の通りである。

選挙キャンペーン期間の各位相で、選挙マーケティングの目標やターゲット、組織編成、利用可能な資源などの戦略構成要素と環境条件は、それぞれ異なる。大統領選挙は有権者にとって多段階の選択であり、政党の正副大統領候補を

表 1 2012 年米国大統領選挙日程

1 月-6 月 各州党員集会・予備選挙	
1/3, 1/10,	Iowa 州党員集会, New Hampshire 州予備選挙
1/21, 1/31	South Carolina 州予備選挙, Florida 州予備選挙
3/6	Super Tuesday (11 州)
8/27-30	共和党大会 (Tampa, Florida)
9/3-6	民主党大会 (Charlotte, North Carolina)
9/7	一般選挙開始
10/3,10/11, 10/16,10/22	大統領候補テレビディベート(10/11 副大統領候補)
11/6	投票日

* ひらばやし・のりこ

埼玉大学教養学部教授，政治コミュニケーション研究

選択する各州予備選挙・党員集会と、二大政党候補の間で合衆国大統領を選択する一般選挙期間とでは、有権者の選択の意味が異なるからである。本稿ではまず、予備選挙に至るまでの準備期間、具体的には2010年中間選挙から、各候補の立候補を経て、2012年選挙年初頭から始まる各州予備選挙までの期間を対象とする。

この準備期間におけるマーケティングの第一の焦点は、キャンペーン開始時の環境分析にある。選挙の風土、競争の環境を構成する重要な要素として、本稿では、景気など政治的経済的社会的な情勢、有権者という市場の動向、選挙制度と運営ルールの変化、メディアテクノロジーを中心とする選挙技術の動向を取り上げる。これらは、選挙キャンペーンの目標達成のために、候補や陣営組織が何をすべきか(できるか)、すべきでないか(できないか)という基本的な判断を下すための状況認識を与える。

準備期間の第二の焦点は、この状況認識に基づき、候補・選対組織が当該競争環境のもとで下す自己の資産と競争力の査定にある。この査定は、候補・選対組織が、有権者の市場に向けてどのようなプロダクトを選択肢として提示するかという意味決定において重要な戦略情報を提供する。

選挙のプロダクトとは、政策にとどまらず、候補の人物像や実績、政治運営やコミュニケーションのスタイルを含めて、他と識別可能な選択肢としてパッケージ化されたものである。予備選挙期間と一般選挙期間とでは、競争相手の数も異なり、またターゲットとなる市場が、自党の支持者から全米有権者へと広がるため、プロダクトのあり方も微妙に焦点を変える。

しかし共通するのは、自分のプロダクトの良さが他と識別され、選択されなければ勝てないという点である。そのためには、競争相手と自分のプロダクトの特徴、利点と欠点を把握して、

自分のプロダクトの方が市場により良く受け入れられるよう、プロダクトの相対的な位置や性格を調整しなければならない。これをマーケティングでは、差別化およびポジショニングという。差別化とポジショニングの点で優れたプロダクトを開発し、また既存のプロダクトを、市場と競争の変化にあわせて調整するために必要な情報を提供する分析モデルとして、本稿ではHarvard Business SchoolのPolicyモデルとして広く知られたSWOT分析の手法を用いる。

SWOT分析は、競争状況における組織や個人のプロジェクトについて、目標達成に貢献あるいは障害となる外的内的な環境要因、すなわち「強み(Strengths)」「弱み(Weaknesses)」「機会(Opportunities)」「脅威(Threats)」を明確化する手法である。

外的環境要因には、景気などの経済環境をはじめ、科学技術、法令、文化、全体的な世論状況、株主(選挙の場合は支持団体やロビー)の期待、競争相手の動向などが含まれる。同一の競争下にある行動主体全員に共通する環境ではあるが、そこから優位さを引き出し、逆風を矯める戦略的力量は異なる。

一方、内的環境要因は、組織や個人の資産(良好な財務、有能なスタッフ、市場知識、立地など)、市場実績、知名度やブランド、プロダクトの品質、主要顧客との関係、組織の競争力(一体感、機動性、創造力など)、マーケティングの4Pなどが含まれ、組織・個人によって条件がかなり異なる。重要なことは、利点を活かし欠点を補い、市場に合った特徴的なプロダクトを開発することであり、また状況の変化に応じてその内容やプレゼンテーションを柔軟に調整することである。

このように、SWOT分析は選挙開始時の基本戦略策定から中間見直しへ、また競争の位相が変わるごとに、勝算ある市場戦略のための基本

的情報を提供する。本稿では、予備選挙前の候補の動きを踏まえ、2012 年選挙のダイナミズムを生み出す初期の戦略的陣形としての主要候補の SWOT を分析する。

2. 2012 年選挙の外部環境

2-1. 経済不安と政治不信

2012 年選挙のランドスケープ

前回選挙の 2008 年と 2012 年の最も際立つ景色の違いは、*Great Depression*（大恐慌）の再来とも呼びうるほどの経済的苦境、とりわけ全米平均 9%近い失業率が改善の兆しを見せないまま、有権者の中核であるミドルクラスが政治のリーダーシップに失望し、また経済格差拡大を含む米国の現状に不満と閉塞感を強めている点である。

New York Times の Thomas Edsall は、過去 3 年間の米国政治の変化を、2008 年金融システム崩壊をきっかけにした、「経済的豊かさをいかに分け合うか」から、「財政再建と倹約のコストを誰が払わされるか」への政治的焦点のシフトと説明する³。

Edsall によると、2008 年選挙で Obama 民主党は、マイノリティや単身女性、若者層など、政治的には周辺の新しい有権者層を選挙連合に編成することで当選した。Obama は必ずしも革命的な富の再分配を公約したわけではないが、これら経済弱者とミドルクラスの生活と雇用を守るために、積極政府の財政支出拡大路線を進めざるを得なかった。具体的には、7870 億ドルの景気刺激策、9000 億ドルの医療保険制度改革法案、貧困者医療扶助や失業手当や食糧支給の需要増などである。その結果、財政赤字は 2008 年の 10.6 兆ドルから 2010 年には 13.7 兆ドルに急増した。

財政支出増に加えて、金融や環境の規制強化

など政府役割の拡大を恐れた共和党は、2010 年中間選挙で財政再建と倹約をテーマに下院多数派勢力となった。その後、共和党と下院民主党、民主党多数の上院、大統領府との間で、弱者向け予算の削減、政府借金の上限設定などをめぐり、党派対立が激化することとなった。

特に共和党躍進の原動力となった保守派、典型的には Tea Party 運動は、「納税者」対「税金を消費する者」の対立構図を用い、また「働く者」である自分たちと「働かない者」を対置させて、貧困層やマイノリティなど、職に就かず税金で救済される一方の人々を援助に値しない存在として、弱者向け予算の徹底削減を要求した。非納税者への怒りはしばしば人種差別的な色彩を帯び、マイノリティの雇用が進む公務員や、HUD（住宅都市開発局）など特定政府部門が予算削減のターゲットとなった。保守派の議論は物言わぬ大衆の不満のはけ口としてポピュリズムの色彩を帯び、パイの分け前をめぐって妥協や中間的解決を許さないゼロサムゲームの極論に走りがちで、議会と大統領府の対立は先鋭化し、政治的膠着状況を生み出した。

その一方で民主党も、浪費と増税の政党としてラベル貼りされることを恐れ、また財政上の制約もあって、医療保険は完全国営に遙かに及ばない中途半端なもので妥協し、インフラ整備の公共投資や教育部門など、財政出動が雇用に直結するプログラムを強行できずにいる。その結果、経済指標は改善せず、国債ランク格下げなど米国の国際的信用も傷つきかねない現状に至っている、と Edsall は分析する。

It's Economy, Stupid, Again

このような景色の変化は、人々の政策関心にも現れている。＜表 2＞は Pew Research Center の世論調査で過去 6 ヶ月の政策関心の変化を示している。「国が直面する最も重要な問題」について 2011 年 5 月と 12 月の回答を比較すると、

経済問題の合計（NET）がそれぞれ 68%、55% であり、なかでも雇用・失業が 20%台を維持し最大の関心事となっている。次いで、財政赤字が 10%前後である。別の調査⁴によると、財政赤字は、いずれの所得層でも経済問題のトップ 2 に入るが、なかでも所得が高い層ほど重視する傾向がある。また政党支持との関連では、無党派や民主党支持者よりも共和党支持者が重視する傾向があり、「財政保守」派の問題関心が反映されている。

経済環境とそれに対する政策対応として、2012 年選挙に影響を及ぼすと考えられるもう

一つの局面は、景気や失業よりもさらに構造的で、米国の経済社会の成り立ちそのものに関わる経済格差の問題である。

TIME 誌が毎年末に特集する“PERSON OF THE YEAR”で 2011 年を代表したのは“The Protesters”（抗議する人）、すなわち世界中で経済格差や現政権に抗議して立ち上がった市民たちであった。「アラブの春」をはじめ、2011 年下半年に全米に広がりを見せた Occupy Wall Street 運動（OWS）がそこに含まれている。OWS は、米政府が多額の税金を投入し金融大手を救済する一方で、ミドルクラスの庶民は住宅ローンの支払い不能のために家を失い、あるいは多額の学費ローンを抱えて失職するなど経済苦境にあるなか、政治的対応の不公平感に対する広範な怒りの運動として広がった。

実際、2011 年 10 月に公表された米国議会予算局（CBO）の報告書によると、1979 年から 2007 年までの約 30 年間で、最上位 1%の所得層の所得伸び率は 275%なのに対し、中間 60%の層の所得伸び率は 40%、下層 20%の所得伸び率は 18%にとどまり、所得格差は広がっている。2007 年の国民の全所得のうち、上位 20%の層が全所得の 5 割以上を占有している。また、政府による所得再分配の機能も 1970 年代以降低下傾向にあるという⁵。

記録的水準の既存政治不信

しかし OWS は必ずしも、経済格差の根本的は正や米国の自由競争至上主義を否定する運動ではない。また世論も、米国の経済社会システムの構造的変革を望んでいるわけではない。

12 月の Pew Research Center 調査によると、半数近い 48%の人々が「OWS の提起した問題に同感」と答えている⁶。一方、Gallup 調査によると、過半数 52%の人が「貧富の格差は許容範囲」と考え、格差是正よりは経済活性化の方が先決問題であると見ている⁷。むしろ

表 2 争点は経済と政府

(2011 年 5 月-12 月比較, Pew Research Center 調査)

<i>Most important problem facing the country today:</i>	May	Dec
	%	%
NET: Economic Issues	68	55
Unemployment/Lack of jobs	26	21
Economy (general)	28	19
Deficit/National debt	10	9
Finances/Money	5	2
Taxes	1	2
Distribution of wealth/Inequality	--	2
Financial crisis	--	1
Housing market/Foreclosures	1	1
Social Security	1	1
Jobs moving overseas/Trade	1	1
Inflation	2	1
Energy costs	7	1
Wall Street/Corp. America/Banks	--	1
NET: Government and Politics	4	15
Dissatisfaction with government/politics/Obama	4	10
Partisanship/Parties/Gridlock	--	4
Lack of leadership	--	2
NET: Foreign Issues/International	9	6
War/War in Iraq/War in Afghanistan	5	4
National security	1	1
Too much foreign aid	1	1
Health care costs/Accessibility	6	4
Education/Schools	2	3
Morality/Ethics/Family values	1	2

Source: Pew Research Center, “Frustration with Congress Could Hurt Republican Incumbents,” December 15, 2011.

ろ「国にとって最大の脅威」は、大企業でも大労組でもなく、「大きな政府」であると考えての人が64%にも上り、1999年から2000年にかけての65%というGallup調査史上最高値に迫る勢いである⁸。

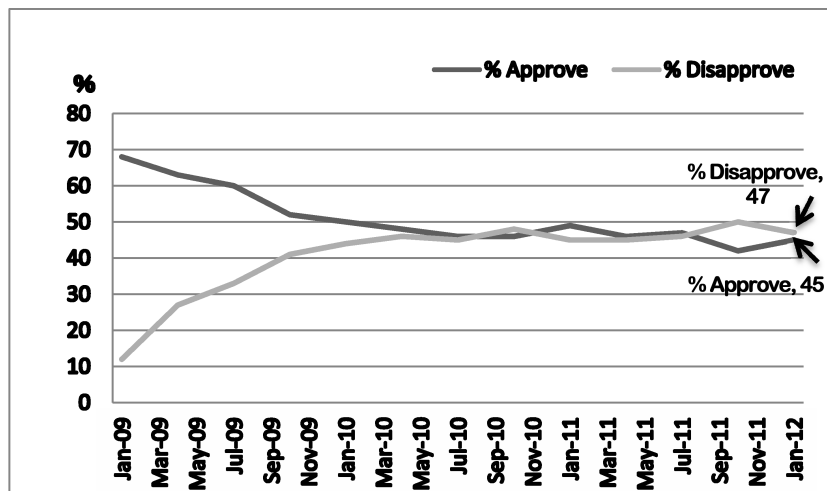
一方で政府による救済の不公平を訴え、もう一方で大きな政府に懐疑的な世論という複雑な図式は、決して「階級闘争 (class warfare)」の形をとることがない。階層間の対立ではなく、むしろ“財政規律を守り、税金を適正に使う政府”という米国の伝統的な政府役割観からみても、現実政治の墮落と機能不全への怒りとして、党派の壁を越えて結集されていく。ここで問われているのは、格差是正よりも、経済的公正の原則と政府経営の効率性なのである。

争点関心の過去6ヶ月推移を示すPew Research Center 調査結果 (表2) で、注目すべきもう一つの点は、政府・政治・Obama政権に対する不満自体を選挙の争点とする回答が、合計4%から15%へと急増したことである。また2011年9月のGallup調査によると、政府・議会に対する不信は「歴史的水準」に達している⁹。

現在の政治に対する不満は、何よりもまず現Obama政権の支持率の推移に現れる。Gallup調査データによると、Obama支持率は、就任時には70%に届くほどの高水準であったが、その後下降を辿り、任期二年目の2010年中盤には「支持」「不支持」が拮抗するようになる<図1>。大統領選挙まで1年を切った2011年末には、支持率はやや上向きつつあるものの、「支持」45%「不支持」47%で、再選を目指す大統領の支持率としては厳しい数字である。

同じく任期三年目で再選を目指した歴代大統領の支持率と比較すると、いずれの大統領よりもObamaは支持率が低い<表3>。これらの大統領のうち、再選に失敗したのはJimmy CarterとGeorge H.W. Bushの二人で、どちらも支持率は50%台をようやく超す水準であった。Ronald ReaganとBill Clintonはその後支持率が上昇し、またRichard Nixonはその後Watergate事件で明るみに出たように違法な手段まで使って、それぞれ再選にこぎつけた。少なくとも過去の事例と比較する限り、Obamaの再選には、強い逆風が吹いている。

図1 Obama大統領支持率推移 (2009/1-2012/1, Gallup調査)



Source: Data from Gallup Poll Presidential Job Approval Center.

表 3 任期 3 年時の歴代大統領支持率の比較 (Gallup 調査)

	Year	November approval average %	December approval average %
Dwight Eisenhower	1955	78	75
Richard Nixon	1971	49	50
Jimmy Carter	1979	40	53
Ronald Reagan	1983	53	54
George H.W. Bush	1991	56	51
Bill Clinton	1995	53	51
George W. Bush	2003	52	58
Barack Obama	2011	43	43

Source: Gallup poll, "Obama's November Approval Weak From Historical Perspective," December 2, 2011.

表 4 2012 年選挙動向を占う指標：4 年前と現在の比較 (Pew Research Center 調査)

State of the Nation, 2007-2011

		2007-08	2011			
		%	%			
National conditions Dec 07 / Oct 11	Satisfied	27	17	Less Trust in Government, More Antipathy Toward Congress		
	Dissatisfied	66	78			
Presidential job approval Dec 07 / Dec 11	Approve	31	46	How much can you trust government in Washington?	Then	Now
	Disapprove	60	43	Always/Most of the time	%	%
State of the economy Jan 08 / Dec 11	Excellent/Good	26	8	Only sometimes/Never	31	20
	Only fair/Poor	73	91	Jan 07/Oct 11	68	79
Economy a year from now Jan 08 / Dec 11	Better	20	28	Views of Congress		
	Worse	26	18	Favorable	41	25
	Same	48	50	Unfavorable	51	70
Personal finances Jan 08 / Dec 11	Excellent/Good	49	38	Jul 07/Aug 11		
	Only fair/Poor	49	61	Re-elect most members of Congress?*		
Job situation Nov 07 / Jun 11	Plenty of jobs available	41	14	Yes	36	20
	Jobs are difficult to find	48	79	No	49	67
				Feb 08/Dec 11		
PEW RESEARCH CENTER.				PEW RESEARCH CENTER.		
				* Based on registered voters.		

Source: Pew Research Center, "In 2007, Mood Just Beginning to Sour, Democrats Better Regarded Public Opinion Four Years Ago," December 20, 2011.

支持率だけではなく、その他の選挙動向を占う指標をみても、Obama 再選には悲観的な数字が並ぶ。＜表 4＞は、Pew Research Center が 4 年前と最新 12 月の世論調査結果を比較したものであるが、大統領選挙の動向に関係が深いと考えられている「国の現状に対する満足・不満足」、「大統領支持率（George W. Bush 政権末期と比較、最新数字も Gallup と異なる）」、「景況感」、「1 年前と比較した景気動向」、「個人財政状況」、「雇用市場感」などの指標のほとんどが、Obama 就任時よりも悪化しており、大統領の経済失政に対する厳しい見方が示されている。

ただし批判されているのは、大統領だけではない。世論の批判は、「中央政治のあり方」「議会」「現職の議員」に対しても強まっている。「現職議員は再選させない」が 67%にも上る。議会

表 5 共和党議会への不満
(2011/12, Pew Research Center 調査)

GOP Leaders Blamed For "Do-Nothing" Congress

Compared to others, this Congress has accomplished...	More %	Less %	Same %	DK %
	8	50	37	5=100
If "less"... Who's more to blame for this?	Rep leaders	Dem leaders	Both (vol.)	Other/ DK
	40	23	32	4=100

Republican Party Seen as Extreme and Uncompromising

Which party...	Rep Party %	Dem Party %	Neither (vol.) %	Other/ DK %
Is more extreme in its positions	53	33	1	13=100
Is more willing to work with the other side	25	51	12	13=100
Can better manage gov't	35	41	13	12=100
Is more honest and ethical	28	45	16	11=100

Source: Pew Research Center, "Frustration with Congress Could Hurt Republican Incumbents," December 15, 2011.

に関しては、民主党よりも共和党の方が形勢不利である。同 Center の別の調査（12 月）によると、半数の人が「この議会の仕事ぶりは他より悪い」とみており、しかもその責任は、民主党よりも共和党の指導部にあると考える人が多い。共和党は「立場が極端」で「党派を超えて協力しない」と見られ、民主党よりも「政治の運営」が下手で、かつ「誠実さと倫理感」に欠けると評価されている＜表 5＞。

米国経済の病が、人々の生活（雇用）も、企業活動や国の威信（財政）も深く蝕んでいるというのに、党派対立に明け暮れ、解決の道筋を示すことができないワシントン政治。大統領にも現議会にもかつてないほどの怒りが向けられている。次の選挙は、既存のエスタブリッシュメント、インサイダーを総取り替える、徹底した“アウトサイダー”選挙になるか。それとも、大統領、議会、民主共和両党のいずれかにもつばら不満の予先が向けられる、“責任の押し付け合い”選挙になるか。楽観的な“change”への期待に破れ、縮小するパイの争奪をめぐって、かつてないダーティな選挙が展開しても不思議はない。しかし、もしパイが縮小しないなら——2011 年第四四半期には経済信頼度指数が改善に向かい、12 月には大きく上昇したうえ、失業率も 8.5%に改善した¹⁰——2012 年選挙の景色は、まったく様変わりするかもしれない。

2-2. ターゲティング—有権者の volatility と経済ポピュリズム

選挙の外部環境の第二の焦点は、マーケティングのターゲット市場すなわち有権者一般と支持層の動向分析にある。予備選挙前の準備段階では、再選を狙う現職大統領の場合、前回の一般選挙での支持と比較して状況がどのように変化したかを検討し、ターゲティングの練り直しを行う。一方、2012 年選挙の共和党のように、

全候補が新人のオープンレースの場合は、まず党内予備選挙に勝ち抜かなければならない。

予備選挙のターゲットは、州ごとに異なる一州によって、党员集会か予備選挙か、また自党に登録した有権者だけでなく、無党派や他党の登録者も投票できるオープンルールを採用しているか、あるいは自党登録者に限るクローズドルールか、といった違いがあるからである。党员集会を行う州では、集会所で候補の支持者が他の有権者を説得したのち投票を行うので、草の根の支持者および活動家の組織作りが優先的事項となる。オープンルールの州では、ターゲットは一般選挙並みに広がるが、それでも予備選挙に勝ち抜くためには自党支持層のなかの特定のターゲット層を固め、基盤支持層として今後の拠り所としなければならない。

増える無党派、割れる世論

政党支持に関する Gallup 調査データ¹¹によると、国政選挙が行われない非選挙年には一般に無党派層が増える傾向があるが、2011 年は記録的に高く、年間平均で全体の 40%を占める<図 2>。政党支持の内訳は、民主党支持が 31%、共和党支持 27%で、2005 年以降一貫して民主党優位が続いているが、歴史的な政治不信の高まりも影響してか、二大政党への支持は全体とし

て減少傾向にある。

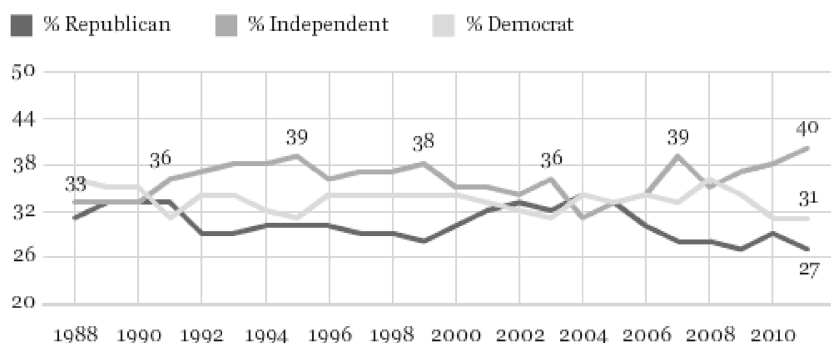
増加する無党派層は、1 年後に Obama を再選させるのだろうか、それとも共和党候補を選ぶのだろうか。

<表 6>は、選挙世論調査で generic ballot と呼ぶ「今日選挙が行われたとしたら、どちらに投票するか」という質問に対する、2011 年から Iowa 州党员集会（2012 年 1 月 3 日）直後までの回答の推移を表している。共和党予備選挙に関する報道が加熱するなか、共和党候補への関心は否応なく高まる時期である。それを考慮したうえで、現時点ではまったく拮抗状態であるといえよう。無党派に限ってみると、支持が拮抗するだけでなく、四人に一人は「まだ決まっていない」と流動的である。

2012 年選挙のターゲティング戦略の焦点が、どちらの政党にとってもこの無党派の攻略にあることは疑いない。というのも、仮に自党支持層を 100%動員できたとしてもなお、無党派層の半分以上を獲得しなければ、一般選挙で勝つことは不可能だからである。

ターゲット戦略は大きく分けると、“説得”と“動員”の二段階がある。自党支持者に対しては説得は最小限でよく、むしろ動員が中心になるのに対し、無党派に対しては説得と動員の両

図 2 政党支持の推移（各年平均値）：無党派層の急増（1988-2011, Gallup 調査）



Source: Gallup Poll, "Record-High 40% of Americans Identify as Independents in '11," January 9, 2012.

方が必要であり、より多くの選挙資源の投入が必要になる¹²。このことは、2012年選挙がいわば“資源戦争”になることを意味する。資金やマンパワー、メディアの注目度など、資源の量とパフォーマンス効率がとりわけ意味をもつ選挙となるだろう。

一方、政治イデオロギーで見ると、2009年から3年連続して、保守派が40%を占め、中道35%、

リベラル21%というイデオロギー構成に変わりが無い¹³。しかし長期的に見ると、過去10年間で中道は40%から35%に減り、全体としてイデオロギーの両極化が進んでいる。年齢が高くなるほど保守派が多くなり、2011年の場合、65歳以上の半数近い49%が保守派なのに対し、最も若い18-29歳での保守派の割合は28%にとどまる。政党支持との関係では、共和党支持者の71%を保守派が占める。無党派層では中道が最も多く41%、次いで保守派が36%、リベラルは20%にも満たない<表7>。

では有権者はイデオロギーに関して、自分と政党の間に距離を感じているのか、それとも非常に近いと感じているのか。

<図3>は、Pew Research Centerの2011年9月調査において、「非常に保守(5点)」「まあ保守(4点)」「中道(3点)」「まあリベラル(2点)」「非常にリベラル(1点)」の5点尺度で、自分と政党のイデオロギーポジションを評定してもらった結果を示す。全体像と政党支持別とがある。

平均的有権者は自分自身を、中道よりもやや保守に位置づけていることは、Gallup調査データの知見とも一致する。自分に比べて、共和党

表6 Obama・対・共和党候補―割れる世論

(2011-12年初頭, Pew Research Center 調査)

Would you like to see Obama reelected president in 2012, or would you prefer that a Republican candidate win the election?

	Mar 2011	May 2011	July 2011	Aug 2011	Jan 2012
<i>All registered voters</i>	%	%	%	%	%
Obama reelected	47	48	41	43	41
Prefer Republican	37	37	40	40	41
Other/DK	<u>16</u>	<u>15</u>	<u>19</u>	<u>17</u>	<u>19</u>
	100	100	100	100	100

Independent voters

Obama reelected	40	42	31	38	36
Prefer Republican	34	35	39	36	36
Other/DK	<u>26</u>	<u>24</u>	<u>30</u>	<u>26</u>	<u>27</u>
	100	100	100	100	100

Source: Pew Research Center, "GOP Voters Still Unenthused About Presidential Field," January 9, 2012.

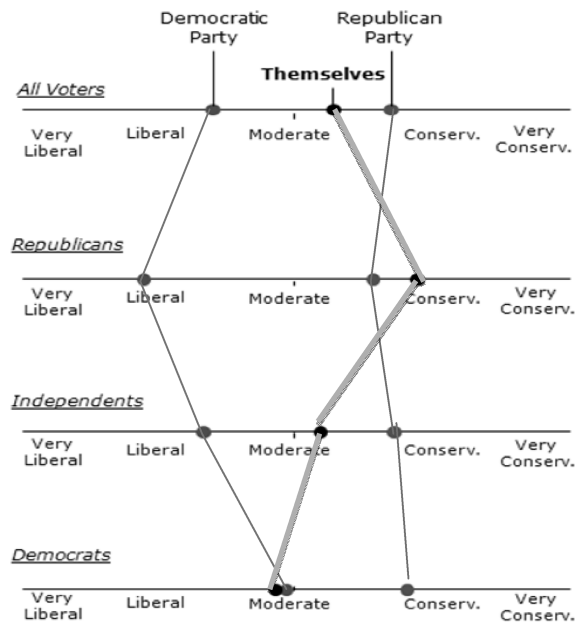
表7 政治イデオロギーの構成・政党支持別 (2011年平均, Gallup 調査)

How would you describe your political views -- very conservative, conservative, moderate, liberal, or very liberal?

	National adults	Republicans	Independents	Democrats
	%	%	%	%
Very conservative	10	20	8	4
Conservative	30	51	28	16
Moderate	35	23	41	38
Liberal	15	3	14	29
Very liberal	6	1	5	10
No opinion	4	2	5	3
	100	100	100	100

Source: Lydia Saad, "Conservatives Remain the Largest Ideological Group in U.S.," *Gallup.com*. January 12, 2012.

図3 有権者と政党のイデオロギー上の距離 (2011/9, Pew Research Center 調査)



Source: Pew Research Center, "Views of Parties' Ideologies: More Now See GOP as Very Conservative," September 12, 2011.

は保守的、民主党はリベラルと考えているが、共和党の方が民主党よりも距離が短く、イデオロギー的に近いと感じられている。この構図は、無党派が抱くイメージにはほぼ一致する。

一方、共和党支持者は、自分よりも共和党の方が中道寄り、いわば保守度が足りず歯がゆく思う一方、民主党はとんでもなくリベラルだと思っている。民主党支持者は、政党も自分も中道だと考えており、イデオロギー的にほとんど差がない。つまり民主党が“外れている”のは、もっぱら共和党支持者からの距離のためである。言い換えると、共和党支持者にとって現在の民主党はいわば、イデオロギー的に許容範囲を超えていると感じられ、その感覚が、「Obama 以外なら誰でも良い (anybody but Obama)」という現政権への反感と呼応しているのであろう。

また、政治イデオロギーと人種ないし学歴との関係はここでは示していないが、一般に、保

守派は白人中高年の低～中学歴層に多く、若い高学歴層とくにマイノリティは、中道カリベラル寄りであることが知られている。

つまり、イデオロギー分布の偏りからみて、2012 年選挙は“世代間戦争”¹⁴であり、また選挙地図との関連でいえば、低～中学歴の白人労働者が多い「産業中西部」や南部は、一層保守化し、共和党支持を強め、共和党の候補選びや政策アジェンダに影響を及ぼす。一方、若く高学歴のマイノリティが多い湾岸部や新南部は、それと対照的な動きをするといえる。

米国有権者におけるこれら二つのグループ間の亀裂と党派対立は 2008 年選挙でもみられたが、雇用機会や財政資源の配分が重要な争点となる 2012 年選挙では、前回以上に大きな政治的意味をもつと考えられている¹⁵。

Obama 有権者連合の崩壊

2008 年選挙で Obama は、選挙人 (electoral votes)

365 人 (68%)、一般投票 (popular votes) の過半数 (53%) を獲得した。現職の正副大統領でない新人候補が本選挙の一般投票数で過半数以上を獲得したのは、1960 年以降でいえば、Jimmy Carter (1976)、Ronald Reagan (1980) に次いで史上 3 人目である。

また Obama は、民主党がそれまで勝てなかった南部と中西部の州を含めて、全米 28 州とワシントン DC を獲得した。うち 9 州は、2004 年選挙で共和党が取った州を奪還したのであり、西部の Colorado, Nevada, New Mexico、中西部の Indiana, Iowa, Ohio、南部の North Carolina, Florida, Virginia がそれにあたる。

大統領選挙史上まれに見る快勝を可能にしたのは、民主党予備選挙で Hillary Clinton 候補を支持した白人労働者 (本選挙の全投票者数の 40%) を大きく落とさなかったことに加え、マイノリティ (同 23%)、大卒以上の高学歴 (同 45%)、18-29 歳のミレニウム世代 (同 18%)、単身者 (同 34%)、さらに浮動層として知られる中道 (同 44%) と無党派層 (29%) の過半数を含めた、Obama の新しい民主党有権者連合を作ることができたからである¹⁶。

しかし 2012 年選挙において、この有権者連合が再び形成できる可能性は現時点では高くない。Obama 政権の左派路線で中道が離反し、逆に共和党との妥協姿勢で左派が離反し、こうした立場のぶれが、無党派層の大統領リーダーシップへの疑念を強めた。また選挙の熱狂から醒めた若者も、Obama 政権に対して醒めており、2008 年のような熱狂的支持はない¹⁷。パレスチナとの対話交渉姿勢によって、民主党支持層のユダヤ票も支持が弱まり、さらに Obama 政権下で違法移民の国外退去者数が増加したこと、ヒスパニック票も一枚岩の支持ではなくなっている¹⁸。

2012 年選挙における有権者のデモグラフィ

ック属性の変化を分析した民主党系政策提言グループ *Center for American Progress* の John Halpin と Ruy Teixeira の報告¹⁹ によれば、Obama にとって最も深刻なのは、雇用不安や個人財政難に苦しみ、Obama 経済政策の成果の遅さに不満を募らせる白人労働者の支持の低下である。

この白人労働者層を、全年齢層の年収 3 万から 7 万 5 千ドルのミドルクラス、大卒資格をもたない低～中学歴者として定義すると、このグループは、2004 年大統領選挙では、67% が共和党 George W. Bush 候補に投票し、民主党 John Kerry 候補に投票したのは 32% だけだった。2008 年選挙でも、このグループは民主党予備選挙では Hillary Clinton を支持し、本選挙でも Obama に 46%、共和党 John McCain 候補に 52% と、Obama が McCain より票を取れなかった数少ないグループの一つであった。

しかもこのグループは、2010 年中間選挙において、30 ポイントもの大差で共和党に下院を奪還させた Tea Party 運動、いわゆる草の根ポピュリズムの中核である。それは、肥大化した官僚機構と非効率な中央政府への反感、納税者の血税が金融街の「太った金持ち」や「働かない者」や不法移民の救済に使われることへの苛立ち、反エスタブリッシュメント、反エリート主義を特徴とする経済ポピュリズムであり、富の再分配の不公平 (unfair) への憤りと反 Wall Street の感情を OWS とも共有する。

Halpin と Teixeira によれば、Obama はこの白人労働者層の支持を失った分を、高学歴層の前回選挙並み以上の支持によって補わなければ勝機がない。一方共和党は、高学歴層の民主党支持を一定程度切り崩し、しかも 2010 年並みの白人労働者の支持を得れば勝つというのである。

もし本選挙が Obama と Romney の競争になるとすれば、ともに Harvard 出身の東部エリートで、中央政治ないし金融界のエスタブリッシュ

メントの一部である彼らは、経済グローバリズムやマイノリティの台頭によって経済的文化的な苦境に追いやられているこれらの人々からすれば、最も距離の遠い候補同士の争いに見えるだろう。その距離をどう埋めるか。また選挙の対立軸によって、候補のポジショニングも変わってくる。そこに、選挙戦略の専門家は関心を寄せている²⁰。

州のターゲティング

Washington Post の Dan Balz らの分析²¹ によると、2012 年選挙の「激戦州 (battleground states)」は、Colorado、Florida、Indiana、Iowa、Michigan、Nevada、New Hampshire、New Mexico、North Carolina、Ohio、Pennsylvania、Virginia、Wisconsin の 13 州である。

これらはすべて、2008 年選挙では Obama が勝利している。しかし高い失業率などの経済的疲弊や政権支持率、人口流動、現職知事の党派などの要因により、当時と状況が変わっている。

たとえば 2011 年 11 月末の労働統計²² によると、全米失業率は平均 8.6 だが、平均より高い州は Nevada (13.0)、California (11.3)、Washington DC (10.6)、Mississippi と Rhode Island (10.5)、Florida と Illinois と North Carolina (10.0)、Georgia と South Carolina (9.9)、Michigan (9.8)、Oregon と Tennessee (9.1)、Alabama と Washington (8.7)、Ohio と Idaho (8.5) の順となっている。

上記の激戦州 13 州のうち、2000 年 2004 年に共和党が取った州は Colorado、Florida、Indiana、Nevada、North Carolina、Ohio、Virginia であり、Balz らの分析によれば、共和党が奪還を狙う第一ターゲットとなる。

Florida は住宅差し押さえ件数が多く、Nevada は失業率が全米最高、Colorado と North Carolina は Obama が僅差で競り勝った州で予断を許さない。Indiana は Obama 不人気で共和党寄り、経済的に疲弊する Ohio は 2010 中間選挙で共和

党が大勝したが、公務員の団体交渉権をめぐる住民投票は民主党が勝ち、どちらに傾くか予測し難い。Virginia は人口変動によって民主党寄りになりつつあるが、民主・共和の元知事同士が上院選を争うこともあって、二大政党の主戦場になる可能性が高いという。

選挙のたびに支持が入れ替わる「浮動州 (swing states)」では、Iowa は失業率が低く、前回選挙で Obama 勝利のきっかけを作った州でもあり、民主党有利である。New Mexico は新任のヒスパニック系共和党州知事がマイノリティ集票を狙うが、共和党の強硬な移民政策が陰を落として Obama 有利、New Hampshire は 04 年 08 年と続いて民主党が取っているものの、Obama 支持率が低く、Romney が共和党候補になれば、地元 Massachusetts 州の隣である同州は共和党に行く可能性もあるという。

残りの Michigan、Pennsylvania、Wisconsin は、*Rust Belt* と呼ばれる産業中西部に位置し、過去 3 回の選挙ですべて民主党が取っている。しかし前述の白人労働者の多い州であり、大きな地殻変動が起きる可能性もある。特に Michigan は、Romney による製造業再建への期待と Obama 政権の GM 救済の実績との間で、支持が割れることも考えられる。

Halpin と Teixeira は、前述のデモグラフィック変動の分析に基づいて、Obama 再選戦略がどの州をターゲットにするべきか提言する。それによると、選挙のたびに支持が変わることが多く、しかも白人労働者の多い中西部州、通称 Heartland — Ohio、Wisconsin、Iowa、Michigan、Pennsylvania — よりもむしろ、マイノリティや若者、高学歴でリベラルな白人女性など、民主党支持層としては周辺的存在ではあるが、2008 年 Obama 有権者連合の中核を担った層が多く住む Colorado のような州を優先すべきだということである。

これには異論もある。*Brookings Institute* の William A. Galston²³ は、Halpin らと状況認識は共有するものの、戦略的視点からみれば、Heartland 中心の「Ohio モデル」を捨てるべきではないと反論する。理由は、第一に Obama 連合はもともと連帯性が薄く、今回の選挙で確実な動員が期待できないからであり、第二に、より重要な理由として、Colorado よりも Ohio の方が、デモグラフィック構成などの点で「米国の全体像に近い」からだという。

言い換えればこれは、選挙に勝つための集票を優先するか、それとも政党が米国の典型ないし中心的な価値観や生活様式を代表するべきかという選択であり、またそれは同時に、“伝統的な米国”と“新しい米国”のどちらを取るかという選択であるともいえる。

2-3. 競争に影響する制度変更

2012 年選挙の外部環境として、二つの制度的変化が重要である。一つは、有権者の投票資格を制限する州選挙法改正であり、もう一つは、選挙資金規制法の抜け道ともいえる、外部グループ Super PAC の存在である。

2010 年中間選挙で下院を奪回した共和党は、共和党議員を使って地元州の選挙法改正に乗り出した。改正の意図は、若者、高齢者、重罪前科者（特にマイノリティ）など、民主党支持層の一部を合法的に投票から閉め出し、投票率を下げることで民主党 Obama 再選を阻止することである²⁴。

改正州法は、早期投票（不在者投票）の制限、重罪前科者の投票権制限強化、投票時に提示する身分証明書の厳格化や複数化などの内容を含む。身分証提示条件の強化は、既に Kansas, Rhode Island, Tennessee, Texas で実施されており、州法改正を検討している州を含めると、38 州にも上る。また Pennsylvania では、選挙区ごとに

最も多くの票を獲得した候補が代議員全数を獲得する従来の「勝者全取り」に替えて、獲得票数に合わせた代議員数の比例配分を採用することで、共和党が獲得する州代議員数の増加を狙う州法改正が検討されている。

さらにいえば、黒人票、マイノリティ票の投票率が選挙結果を左右しかねない Florida、Georgia、South Carolina、Texas などの南部州では、2010 年人口センサスの結果に基づき、州に割り当てられる「選挙人（electoral college）」の数が 2008 年選挙時よりも多く配分されたため、大統領選挙結果に対する直接的影響力を高めている。

事態を重く見た黒人政治リーダーの象徴的存在 Jesse Jackson は、この改正を「人種隔離政策の南部が、黒人の投票を妨害するために読み書きテストや人頭税（poll tax）、脅迫などの手段を考え出して以来の最も組織的な、投票権妨害の巻き返し」と強く批判している²⁵。Obama 政権司法省も懸念を表明しているが、改正推進側は投票の不正防止という大義名分があるために、州が権限をもつ州法の改正阻止は難しい。今後、民主党によるマイノリティ組織化、有権者登録推進と投票率向上のための組織的対抗策に注目すべきである。

第二の制度的変化は、2010 年、連邦選挙委員会（FEC）に対する *Citizen United* および *speechnow.org* による訴訟で、それぞれ連邦最高裁とワシントン DC 地区連邦巡回控訴裁判所が下した、選挙資金規正に関する二つの判決に基づく。これらの判決によって「企業や労働組合が政治目的で独立的な支出を行うことを、連邦政府は妨げない」「独立的な支出を行うグループに対する献金額は、上限を設けない」と定められた。

この司法判断に基づき、2010 年中間選挙以降、Super PAC と呼ばれる新しい政治活動委員会が

多数作られた。これは、候補陣営とは独自に活動する—依頼を受け、あるいは連動して活動しない—ことを条件に、候補陣営のために無制限の献金を集めて、主に選挙広告などに多額の支出を行う政治活動委員会である。

“独立的”といっても、Super PAC はその多くが、選挙候補の元側近や、政党の全国委員会（DNC, RNC）および議会両院の選挙活動委員会（DSCC, NRSC, DCCC, NRCC）と関連の深い人々であり、実際には候補陣営と連動している。通常のPACは個人献金上限額が5千ドルなのにに対し、Super PAC は富裕な支援者が匿名で無制限に献金できる抜け道として機能している。

大統領選挙では一般に、支出の約半分がテレビ広告に使われているが、この支出のかなりの部分を外部グループが無制限に“代行”できるとなれば、選挙活動のあり方そのものに影響を及ぼす。またそれ以上に、これらの外部グループとその背後にいる顔の见えない主要献金者が、

候補の政策に影響を及ぼさないわけがない。

また Super PAC ではないが、Obama 大統領のための大口献金窓口となる主要な fundraiser たち—「束ね役 (bundlers)」—は互いにネットワークを形成しており、彼らの一部は、法律家や法律事務所、保険会社や投資ファンド、不動産、メディアコンテンツ産業など各種業界のロビースト団体との繋がりが強い²⁶。

＜表8＞は、この選挙サイクルにおける2011年9月末までの大統領と共和党候補の資金獲得と支出、および政党全国委員会と主要 Super PAC の2012年1月15日現在までの支出を一覧している。ここにはObamaのbundlersや民主党のSuper PAC は入っていない。それでも大統領の資金力は群を抜く。一方共和党は、候補とSuper PAC が、互いに資金を使い合っの競争である。共和党内での競争が長引くほど、資金面で大統領に有利になるのは間違いない。

表8 2012年大統領選挙サイクルの選挙資金獲得額と支出額

8A 候補陣営別 (2011年9月末まで)

Source: Federal Election Commission.

候補	獲得資金 (千ドル)	小口献金率	支出 (千ドル)
Barack Obama (D)	86,216	48%	27,115
Mitt Romney (R)	32,212	10%	17,560
Rick Perry (R)	17,169	4%	2,090
Ron Paul (R)	12,623	48%	8,949
Newt Gingrich (R)	2,898	43%	2,545
Rick Santorum (R)	1,287	21%	1,097
Jon Huntsman (R)	4,491	4%	4,163
Michele Bachmann (R)	7,546	52%	6,207
Herman Cain (R)	5,341	50%	4,007

8B 選挙関連の PAC (2011/12/30 まで)

団体名	性格	支出 (千ドル)
Democratic National Committee	民主党全国委員会	99,358
Republican National Committee	共和党全国委員会	64,817
American Crossroads/ Crossroads GPS	共和党 Super PAC (前 Bush 大統領側近 Karl Rove 創設)	1,064
Restore Our Future	Romney 候補 Super PAC	6,068
Make Us Great Again	Perry 候補 Super PAC	3,794
Winning Our Future	Gingrich 候補 Super PAC	1,633
Red, White, And Blue Fund	Santorum 候補 Super PAC	727
Our Destiny PAC	Huntsman 候補 Super PAC	2,453

2-4. 選挙技術の変化と組織

オンラインを中核とする 21 世紀型キャンペーンモデル

選挙キャンペーン技術の専門家 Dennis W. Johnson は、「21 世紀型キャンペーンモデル」の特徴として、①選挙コンサルタントの重要性は変わらないが、オンライン技術部門がキャンペーン全体を統合する要になる、②トップダウン型組織から、草の根からのアイディアや指令や支援で動く、より流動的な組織になる、③テレビの重要性は変わらないが、新しいメディア、オンラインの無料メディアの役割が増す、④キャンペーンが 24 時間体制にスピードアップする、⑤キャンペーンの方向性を導き出すために、調査・データ・計量分析モデルへの依存が一層強まる、⑥大口資金提供者も重要だが、低コストのオンライン技術で多くの小口献金を集められる、⑦市民や活動家の関与度が拡大し、キャンペーンと直接に繋がる感覚が重視される、の七点を指摘する²⁷。

以前よりも、より自由で柔軟で、草の根の市民や活動家の自発性と活動に支えられ、資金面でもマンパワー面でも、従来と異なる資源獲得が可能になる。キャンペーンの組織や運営方法におけるこれらの変化の多くは、オンラインコミュニケーション技術の普及と高度化が可能にした。

しかし良いことばかりではない。選挙プロフェッショナルの経験と長期的視野に立つ統率管理が行われないと、キャンペーンは草の根の熱意や直感に従って方向が逸れ、組織として機能不全に陥る場合もある。また個人ベースの小口献金を集め、草の根を効果的に組織化するためには、オンラインや市場調査で収集する有権者データの量と質を高め、ピンポイントで訴求できるマイクロターゲティングの計量手法が不可欠である。プロの勘や経験に代わって、データベー

スと分析モデルが、どこの誰に何を訴えればいいのか、誰と誰をつなげば組織化できるかを指示するのである²⁸。

SNS とデータ科学

オンラインコミュニケーション技術といっても様々であるが、2012 年選挙の主役は Facebook などの SNS (social networking service)、加えて SNS の一種ではあるが microblogging と呼ばれる Twitter、それにモバイルであろう。

Johnson によれば、米国の選挙キャンペーンで初めて、キャンペーンウェブサイトが立ち上げられたのは 1992 年、email も 1992 年、ウェブ広告は 1998 年、モバイルのテキストメッセージングは 2000 年、ブログは 2003 年、SNS は 2004 年、オンラインビデオ (YouTube) は 2006 年、そして microblogging (Twitter) は 2008 年である²⁹。この 20 年間でオンラインキャンペーンは、候補情報の提示やメッセージ伝達から、双方向かつ CGC (customer-generated contents) 中心へと変わってきた。2008 年は YouTube 選挙などと呼ばれ、また Obama 陣営の最先端のオンラインキャンペーン技術とともに記録的な選挙資金集めが話題になったが、過去 4 年間でそうした技術の利用は当たり前になりつつある。

オンラインキャンペーンは、全米をまたぐ東西両岸に支持者が多い民主党によってリードされてきた。一方、有権者データベースの構築、とくに個人の文化・ライフスタイルのデータと政治的指向を関連づけたデータベースに基づくマイクロターゲティングは、2000 年選挙で既存の選挙地図が人口流動などのために役に立たなくなっていることを懸念した共和党 George W. Bush 大統領の参謀によって、全米くまなく潜在的支援層を掘り起こし、ピンポイントの説得を行うためのツールとして、民主党に先駆けて 2002 年中間選挙前後から実用化された³⁰。

2008 年大統領選挙で、Obama 陣営は、キャン

ページサイトや集会を訪れた潜在的支持者にオンラインで個人データを入力してもらい、データベースの新鮮さを保つとともに、関心や活動度が似た支持者同士をコミュニティとして組織化し、さらに Facebook を使って仲間を増やしていくという革新的なオンラインキャンペーンを展開した。若く高学歴で、ハイテクに慣れた支持層に恵まれたことも幸いした。

一方共和党は、オンラインで民主党に遅れをとっていたが、2010 年中間選挙を境に急速に追いついた。Tea Party が単一の組織体をもたず、全米各地の様々な市民活動を緩やかに結ぶネットワークとして拡大したのも、オンラインとくに SNS の功績といえる³¹。

2012 年選挙サイクルの新基軸は、Obama 2008 のバージョンアップ、それも新しい次元での「データ科学」であると、大統領選挙の情報技術に関する専門サイト *techPresident.com* の Nick Judd は指摘する³²。具体的には NGP/VAN という名称の新しいソフトウェアなのだが、Obama 2008 のオンラインキャンペーンに関わった二つの企業が合併し、それぞれがソフト開発していた二つの機能、すなわち草の根支援者の輪が自発的に拡大連結していくのを助ける機能と、最新の有権者データに基づくマイクロターゲティングの有権者コンタクトを可能にする機能とが、デジタルで統合したのがそれである。

Obama 陣営は、支持者に Facebook 上の個人情報を見ても良いかどうかを聞くのだという。閲覧してもよい、ということになれば、誰が仲間として登録されているかわかる。Obama のターゲットになりそうな知り合いが含まれていれば、本人に頼んで呼びかけてもらう仕組みである。つまり Facebook を、人脈のデータベースとして使わせてもらい、友達から友達へのコンタクトまで頼んでしまう巧みなやり方である。

Obama 陣営は、同じことをボランティアや集

会に来る人すべてに依頼しており、4 年前のキャンペーンデータベースの情報更新もしてもらう。Facebook に蓄積された膨大な「社交機密情報 (social intelligence)」とキャンペーンのデータベースの統合は、単に情報蓄積が増えるだけでなく、どれも有権者への効果的コンタクトを可能にする点が最大の強みである。ボランティアや支援者は、どこを拠点にして誰に何を話せばよいかを具体的に指示される。しかもその相手は友人か遠い知り合いで、少なくとも関心や指向が近い人々であることはお墨付きなのである。民主党は 2011 年秋、Ohio 州で公務員の団体交渉権をめぐる住民投票が行われた際の民主党＝労働団体側キャンペーンで、このソフトをテストし成功させているという。

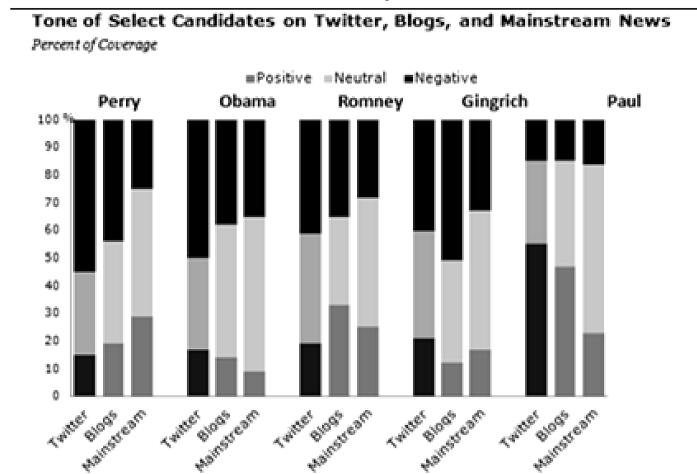
Blog, SNS, Twitter とメディア報道

Obama 大統領の再選キャンペーンのキックオフ宣言 (2011 年 4 月 4 日) は、キャンペーンサイト上のオンラインビデオ “It Begins With Us” で行われたが、直ちに Obama の Twitter アカウント上でも「つぶやかれた」。共和党の Newt Gingrich 候補は、正式の出馬宣言 (2011 年 3 月 11 日) を Twitter と YouTube 上で行った、史上初めての大統領選挙候補となった。

Pew Research Center のプロジェクトの一つである *Pew Internet & American Life Project* が 2010 年選挙後に行った調査³³によると、米国の成人の四人に三人がインターネットを利用し、このうち 61% が Facebook や MySpace などの SNS を利用、また 8% が Twitter を利用しているという。

SNS を利用した人の 35% が、2010 年選挙期間に、友人が誰に投票したかをチェックしたり、候補の「友達として登録」したり、あるいは政治に関する発言をしたり、何らかの政治的活動に参加するなどの政治的利用を行った。これらの SNS 政治ユーザーは、一般のインターネット利用者に比べて、若干年齢が若く、高学歴者が

図4 主要候補に関する Twitter, blog, 主流ニュース報道の論調
(2011/5/2-11/27 の積算データ、Project for Excellence in Journalism 調査)



Source: Project for Excellence in Journalism, Pew Research Center, "How the discussion on Twitter varies from blogs and news coverage and Ron Paul's Twitter triumph," 8 December 2011.

汎用：タテ三分割の色分けは、上から下へ negative, neutral, positive の順

多い傾向があるが、統計的には一般ユーザーとほとんど差がないと報告されている。

もしこの傾向が 2012 年選挙でも続くとするれば、SNS や Twitter で政治情報のやりとりをするのはいわば“普通の人”であり、テレビや新聞のようなマスメディア報道とは異なる、有権者の生の声、生の世論の反応を読むことができるのかもしれない。

というわけで、*Washington Post* 紙のサイトは、2012 年大統領選挙の候補に関する Twitter 上の言及件数と主流報道機関における言及件数を比較カウントし続けるライブストリームの @MentionMachine を立ち上げた。Twitter 上はもちろん、ウェブサイトでも見ることができるが、特徴的なことは、報道量と twitter の言及件数はほとんど比例しないらしいということである。

たとえば Iowa 党員集会 (2012 年 1 月 3 日) の前後 24 時間の言及回数をみると、トップは Ron Paul で、Twitter での言及回数 36 万 3 千に対し、報道での言及回数は 5,300 だった。報道での言及回数が最も多い Obama は、Twitter が

10 万 8 千回に対し、報道では 8,500 回言及されている。共和党候補のなかで最も報道言及回数が多かった Romney (6,100 回) は、Twitter 上では Paul の三分の一以下、Obama より 500 回ほど少ない回数であった。

言及回数が、良くも悪くも関心度を表す尺度になるとすれば、それは肯定的関心なのか、それとも否定的関心なのか。Pew Research Center の *Project for Excellence in Journalism* が、2011 年 5 月初めから 11 月月末までの約 7 ヶ月間にわたり、大統領選挙候補に関する主流報道機関の報道内容の論調 (トーン) と、オンライン上の発言のトーン (Twitter と blog) を比較³⁴ したところ、報道では、候補間の違いは若干あるものの、概して「肯定的」「否定的」「中立的」のバランスが取れていた。しかし Paul を除いて、Obama, Romney, Gingrich, Perry のいずれもが Twitter 上では「否定的」次いで「中立的」トーンで語られることが多く、「肯定的」発言は非常に少ない <図 4>。一方、Paul だけは、Twitter 上の発言の過半数が肯定的であり、blog でも肯定的発言

が否定的ないし中立的発言より多かった。これは、Paul 支持者に多い若い層のオンラインコミュニケーションへの親近性の現れと考えてよいであろう。

3. 2012 年共和党候補の内部環境 — 錯綜する対立軸

上記のような外部環境のもとで、共和党の候補・選対陣営は、一方では共和党候補同士の比較と差別化において優位なポジションを競い合い、他方で Obama 大統領との競争において有利になりうる対立軸を探す。

ここでは候補・陣営内部の資産と競争力を比較し、予備選挙から一般選挙に向けて、何が有権者の選択の焦点となるか、候補にとっては差別化の焦点となるかを検討していく。

3-1. 経歴、選対組織と技術、選挙資金

はじめに候補の経歴、選対組織と選挙技術および資金について、候補間の資産と競争力を比較する。本稿の最後に、Obama 大統領と共和党各候補の経歴や特徴、政策などを比較した＜別表：2012 年米国大統領選挙の主要予備選挙候補＞を掲載している。なお、この巻末別表では予備選挙開始後に選挙戦から離脱した Jon Huntsman 候補と Rick Perry 候補も含まれている。

(1) 経歴と知名度

行政手腕と知名度の点で大統領職へのステップとして知られる州知事職³⁵の経験者は、Mitt Romney 候補、Rick Perry 候補、Jon Huntsman の三名である。

また経験と知名度の点では、1994 年から 99 年まで、Clinton 政権と対峙する共和党議会の下院議長を務めた Newt Gingrich 候補が傑出している。Gingrich は当時、共和党の新しい総合政策案「アメリカとの契約 (Contract with America)」

を起草し、94 年中間選挙で共和党の下院奪還に貢献した。その政治手腕と知識量、さらに党派の姿勢はよく知られている。

Mitt Romney 候補は、父親も州知事職を勤め大統領選挙の出馬経験があるうえ、本人も Wall Street で投資ファンド *Bain Capital* を共同設立し、世界有数の投資会社に育てた実績を持つ。2002 年には Salt Lake City 冬季オリンピック組織委員長を務めるなど、実業界と政界の両方に実績がある。

2008 年大統領選挙にも出馬した Romney と Ron Paul 候補は、規模の大きさや競争の激しさにおいて他の選挙とは全く異なる大統領選挙の実体験が強みであり、全米の知名度をもつ。

2011 年 1 月初めの Gallup 調査で、Romney の名前を知っている人は全米の 84%、Gingrich も同率で、Paul も 73% の人が知っていた。一方、元上院議員の Rick Santorum 候補は 40%、元州知事の Huntsman が 20%、それ以外の候補はまったく知られていなかった³⁶。

(2) 組織と選挙技術

予備選挙はとくに、retail war (地上戦)、すなわち草の根組織の熱意と機動性が、重要な役割を占める。Obama の 2008 年選挙でも、オンラインとオフラインの全米に広がる草の根組織が、予備選挙と本選挙を通じて強力な武器となった³⁷。

この草の根組織とオンライン選挙技術をそっくり共和党に転用したのが、2008 年大統領選挙の Paul 陣営である。Paul のオンライン戦略は Obama のそれに似て、キャンペーンウェブサイトと SNS が連動し、支持者同士の交流が核となってボトムアップ型の選挙組織を作っている。

ツールや組織が似ているだけではなく、2008 年選挙時から、Obama 支持者を Paul 支持へ「転向させる」計画が Paul 支持者の間で議論されていた³⁸。2-4 でも述べたように、若く、ハイテクとオンラインコミュニケーションに対する親和

性の高い無党派層は、Obama と Paul の支持層に共通する。実際に Obama から Paul へ支持者が流れている可能性は否定できないだろう。

一方、Romney の選対組織はトップダウン型で、無数の規則によって秩序正しく統率管理された組織であることはよく知られている³⁹。

Romney の場合も Obama と同じように、デジタルハイテクとオンラインの選挙技術を駆使する。Romney 陣営にはデジタルマーケティング専門のディレクターがおり、超党派の調査結果で人々がテレビを見なくなっていることに注目し、テレビ広告よりも携帯電話や YouTube 上のビデオ配信のほか、Twitter や Google の検索連動型広告、Facebook の検索および zip-code 連動型広告などデジタルメディアミックス戦略を展開する。Obama のハイテク戦略との違いは、Obama の場合、組織化と動員が主な目的であるのに対し、Romney の場合は、精密なターゲティングに基づくメッセージ伝達が主目的になっていることである⁴⁰。

デジタルハイテク技術とオンラインコミュニケーションのキャンペーン利用に関して、今回の選挙で、共和党は民主党の水準に追いついたという見方がある⁴¹。しかし Paul を除いて、共和党候補の組織化と動員における利用は、Obama ほど高度化していない。

共和党全国委員会によれば、2012 年選挙の鍵はメッセージ伝達よりも、組織化と動員にある⁴²。全米規模のメッセージ伝達は、現職大統領には敵わない。さらに、不在者投票率は年々上昇傾向にある。そこで、2010 年選挙で成功した George W. Bush と Karl Rove の組織的動員プログラム *72-hours project* を、今回の選挙では投票日 2 ヶ月前から行う *720-hours project* が計画されているという。

組織化と動員は、通常の方法であれば、テレビ広告費と並んで最も時間と費用がかかる領域

である。Obama と Paul のオンライン戦略は、支持者の自発的組織化を容易にすることでその費用を削減し、削減分をテレビ広告費などに投入できる強みがある。

(3) 選挙資金と有力者の支持

候補の資産と競争力の優劣を最もあからさまに決定するのは、選挙資金と有力者の支持である。

2-3 でも言及したように、〈表 8〉で示した各候補の選挙資金状況を見ると、共和党候補のなかでは Romney が獲得額で群を抜くが、共和党候補全員の獲得額合計よりも Obama の獲得額の方が格段に多い。

これらの数字は予備選挙開始より 3 ヶ月前までの数値であり、これ以後、予備選挙に向けて獲得額・支出額とも急増する。もちろん、他候補の脱落や世論調査結果によって、順位も大きく入れ替わる。しかし Obama は、非公式発表ながら第四四半期に 4,200 万ドルを追加獲得し、しかも広告などで互いに資金を消費しあっている共和党候補と異なり、相当額が手元に残っている。共和党候補の支出の相当部分を担う Super PAC は、匿名の大口献金に依存するが、Obama と Paul は 200 ドル以下の小口献金（大半がオンライン献金）の割合が多いことが特徴的である。

また政党有力者の支持も、資金集めやマンパワー動員など、多くの局面で重要な役割を果たす。

2012 年 1 月 9 日の New Hampshire 予備選挙後の時点で、公式に Romney 候補支持を表明している有力者は、Utah 州上院議員 Orin Hatch (2011 年 7 月)、New Jersey 州知事 Chris Christie (同 10 月)、元 New Hampshire 州知事で George H. W. Bush 政権の首席補佐官を勤めた John H. Sununu (同 10 月)、New Hampshire 州上院議員 Kerry Ayotte (同 11 月)、South Carolina 州知事で Tea Party に人気が高い Nikki Haley (同 12 月)、出馬断念した候補の Tim Pawlenty と Jon Huntsman である。また非公式には、George W. Bush 元大統領

領、2008 年大統領選挙候補の Arizona 州上院議員 John McCain も Romney 支持である⁴³。

3-2. 共和党候補の混戦

以上のように、経歴、選対組織や選挙技術、資金、有力者支持などの面で、Romney 優位は明らかなものにも拘わらず、予備選挙に至るまでの共和党候補支持動向は、変動が激しく、また週替わり月替わりで首位が交代した<図5>。

Romney は「25%の壁」を超えて支持を拡大することができなかった。

魅力に欠ける顔ぶれ

予備選挙前の共和党支持層は、候補の顔ぶれと競争に対して、盛り上がりを欠いている。

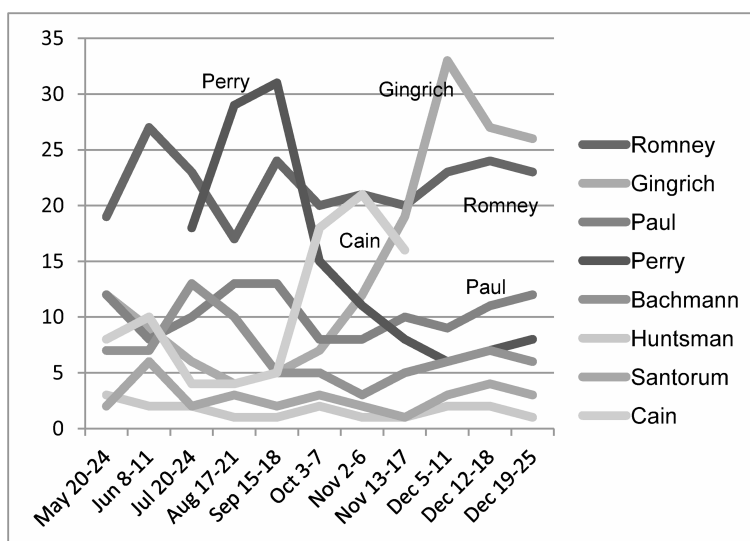
予備選挙のスタートとして全米が注目する1月3日 Iowa 州党員集会の直後ですら、Pew Research Center 調査によると、「候補の顔ぶれ (field)」が「優れている (excellent)」か「良い (good)」と答えた共和党支持者は 51%にすぎず、前回 2008 年選挙の同時期に、民主党支持者で 78%、

共和党支持者で 68%の人々がそう答えたのに比べて、熱狂度はかなり低い⁴⁴。しかも 12 月初めの Gallup 調査によると、共和党支持者の 66%、民主党支持者の 67%、無党派の 75%が、「投票日が待ちきれない」というよりも、「選挙が早く終わってくれるのが待ちきれない」と答えており、盛り上がりに欠ける⁴⁵。

本命不在の盛り上がりに欠けるなかで、候補支持も一定しない。Iowa 党員集会の1週間前に行われた CNN / TIME / ORC 調査では、この党員集会に参加する予定の共和党支持者のうち、投票する候補を決めている人の半数弱の 43%が、「投票先を変える可能性がある」と答えている⁴⁶。そのあげく、各社世論調査は「誰に投票するか」に加えて、「誰に絶対に投票しないか」を聞く始末だった。

これは、各候補の人物像や経歴、政策立場について知識が浅いこととも関係するだろう。名前は知っていても、どのような人物なのか実はよく知らないのである。12月2週目に実施され

図5 予備選挙前の共和党候補の混戦 (2011/5 月-12 月)
(Gallup poll, 共和党支持および支持傾向にある有権者のみ)



Source: Gallup Poll 2012 Election Center data.

た調査で、当時首位を争っていた Romney と Gingrich を「一言で表現」させたところ、Romney は「モルモン教徒」(47%)、次いで「何もない」(23%)が多く、Gingrich の場合も、「何もない」(29%)が最多回答であった⁴⁷。

また Iowa 党員集会直後の調査で、共和党候補に関する知識を尋ねている⁴⁸。質問は、①下院議長だったのは誰か（正解は Gingrich）、②Mitt Romney はどこの州知事だったか(Massachusetts)、③Iowa と New Hampshire の後、予備選挙を行うのはどこか(South Carolina)、と④米国のアフガン介入に反対しているのは誰か(Paul) というもので、いずれも繰り返し報道されてきた基本知識である。最も正解率が高かったのは①で、有権者全体の 69%、共和党支持者の 76%が正しく知っていたが、その他の質問は共和党支持者でも、二人に一人程度しか知らなかった。

政策に決定的な差がない

よく知らないのも、無理なことである。一般に、同じ政党候補間の予備選挙では、実質的にそれほど大きな政策差がないことが多い。政策案のネーミングのうまさや、大差ないことを針小棒大に言う話術もすぐに飽きられる。必要なのは、対立軸を明確にできる議論力である。

＜別表：2012 年米国大統領選挙の主要予備選挙候補＞で、共和党の主要候補間の政策対立点をみてみよう。まず「財政赤字・税制」では、「一律課税 (flat tax)」を採用するかどうか、候補間で異なる。確かに一律課税は、税負担の公平という点では財政保守派に好まれる。しかし、低く抑えられた税率で赤字削減が可能かという議論は、専門的で容易に判断できず、特定候補の優位を決める軸にはなりにくい。

むしろ財政支出削減の具体策として、Paul が主張する「米軍の対外的軍事介入ゼロ」案は、他の候補にはない独自性をもつ。ただしこの案は、米国の国際的リーダーシップと軍事力の維

持を求める防衛保守派にとって受け入れがたく、共和党支持者にとっては、Paul の支持理由というよりも不支持理由を与えている（後述）。

関連して、「外交・防衛」では、財政保守寄りの対外援助削減重視と、防衛保守寄りのタカ派姿勢において、候補間の強調度に違いはあるが、現時点では明確な対立軸とはなっていない。「対中関係」では、中国政府の為替介入を認定し強硬姿勢の Romney と、それに反対する Huntsman との間に論争があったが、Huntsman の出馬断念（2012 年 1 月）によって終止符が打たれた。

「経済成長・雇用」と「金融規制」は、有権者の関心が高い領域であるが、どの候補も Obama 雇用対策の不手際を批判し、規制緩和を推進する点で一致しており、また成長戦略や雇用対策の具体策が出揃っておらず、対立軸になりにくい。

「医療保険制度改革」は、Romney が Massachusetts 州知事時代に医療保険加入を義務づけた制度改革が Obama 医療保険改革案の下敷きになっているとして、Obamacare と Romnicare は同じもの、Romney は Obama 並みにリベラル、という他候補からの批判を浴びた。これに対し Romney は、自らのこの業績を擁護しつつ、制度は州によって異なるべきであり、Obama 改革のような連邦政府による一律強制には反対する、と批判を反らす。

また「移民」については、Texas 州知事として、不法移民子弟の州立大学学費に州民優遇条件を適用している Perry、また長期滞在の不法移民家族を離散させないとする Gingrich など、候補の地盤や経歴によって、候補間にかなり違いがある。しかしヒスパニック系有権者は民主党支持者が多く、これらの人々が多く住む州の予備選挙は先とあって、中心的対立軸にはなりにくい。

最後に「家族の価値」は、宗教右派などの社

会保守勢力にとって支持の有無を分ける“リトマス試験紙”になるけれども、党員集会参加者の6割が社会保守というIowa州でも、経済政策の方が重視されており、全米規模で候補の対立軸になるとは思われない。

3-3. 「選ぶ理由」の三軸

政策の対立軸を明確にする討論力、この選挙が何を問うかを定義するフレーミング力とメッセージの力は、候補を他から優位に差別化し、有権者に「選ぶ理由」を与える意味で非常に重要である。ものは言いよう、しかし米国政治では、沈黙したら負けを認めたのと同じである。言い方次第で、状況は有利にも不利にも定義される。いわば戦略的分かれ目である。

どの候補も、自らが優位なポジションに立てるように状況を定義し、対立軸を設定しようとするから、議論はなかなか収斂しない。また有

権者層によって特定の争点軸に固執することもあり、そうした層をターゲットにする候補は、自ら複数の対立軸を抱えこみ、自己矛盾をさらすことになる。

共和党支持層が「選ぶ理由」として重視する対立軸は、三本あると思われる⁴⁹。第一の軸は、Obamaから政権を取り戻すために、党を結束させることができるイデオロギーおよび政策上の包容力を備え、中道層を取り込める「当選可能性」の軸である。第二の軸は、「保守派としての一貫性ないし正統性」である。そして第三の軸は、未曾有の雇用不安と財政赤字のなかで、台頭する「経済ポピュリズム」と「反エスタブリッシュメント」、すなわち「反・大企業」「反・大きな政府」をどれくらいよく体现できるかである。

〈表9〉は、共和党支持者と支持傾向のある有権者の、支持に関係なく主要候補の資質につ

表9 共和党支持者の「候補を選ぶ理由」(2011/12/15-18, Washington Post / ABC 調査)

Q: 「支持するかどうかに関係なく、どの候補が以下の資質を一番もつと思うか」

	Romney	Gingrich	Paul	
庶民の問題をよく理解する	20	18	13	100%
共和党の価値観を体现する	23	23	10	
誠実で信頼できる	22	13	14	
本選挙でObamaに勝てる	38	28	9	
大統領職に足る経験実績	23	43	8	
信念がある	20	23	16	
軍の最高司令官に相応しい	17	35	7	

Q: 「候補を支持する主な理由になるか、支持しない主な理由になるか、関係ないか」

	支持理由	不支持理由	関係ない	
Romney 州知事時代の医療保険政策	28	36	27	100%
Romney の宗教 (モルモン教)	18	13	64	
Romney の実業界での経験実績	62	9	24	
Gingrich の政界での経験実績	61	14	20	
Gingrich の結婚歴 (二度の離婚)	4	19	72	
Gingrich の移民政策上の立場 (寛容)	39	19	32	
Paul の小さな政府観	55	19	21	
Paul の米軍による対外軍事介入への反対	29	45	20	

Source: Peter Wallsten and Jon Cohen, "Obama's job-approval rating is highest since summer, Post-ABC poll finds," *Washington Post*, 20 December 2011.

いて抱くイメージと、候補の支持（不支持）理由を尋ねた調査結果である。

当選可能性

現職以外の候補の場合、「当選可能性（electability）」とは、世論調査での支持率、それまでの予備選挙の結果、大統領に相応しい資質や能力、組織力・資金・党有力者支持などの資源、そして本選挙で無党派層にも訴求できる中道路線、本選挙での対立候補との明確な差別化などの要素をすべてあわせた、いわば総合力である。この総合力としての当選可能性は、世論調査の支持率や予備選挙の結果によって、資金集めや有力者支持、報道論調などと同様に、評価が入れ替わる。

＜表9＞で、Romney は最も「本選挙で Obama に勝てる」当選可能性が高い候補と見なされている。Romney の「当選可能性」は、他の調査でも群を抜いた評価を得ている⁵⁰。また表中では、「実業界の実績」が積極的な支持理由として評価されている。弱点は「州知事時代の医療保険制度改革」で、共和党内では評価が分かれている。

Gingrich は「大統領職に足る実績」と「最高司令官に相応しい」というイメージが強く、「中央政界での経験実績」が積極的な支持理由となっている。一方、弱点は離婚歴である。

Paul は、リバタリアン特有の徹底した「小さな政府」論が積極的な支持理由となるが、米軍の対外介入の全面撤退という極端な立場は、不支持理由として大きい。

これらの特徴を、党の結束と本選挙における中道票獲得という観点から見直してみると、Romney の医療保険制度改革は、中道票の獲得にはむしろプラスになる。すべて民間に任せるのではなく、州政府の積極的介入を認めつつも、連邦政府による一律の押しつけと財政負担を回避する案だからである。Paul の軍事縮小は、米

国の国際的威信に関わる問題であり、共和党内部はもちろん、本選挙でも世論は分かれるであろう。

Gingrich の場合、寛容ないし現実肯定的な移民政策は、共和党の防衛保守（国境の安全保障を重視）には不人気だが、ヒスパニック票に期待できる本選挙ではむしろプラスになる。離婚は、社会保守を除けば、投票を左右する要素にはならない。Gingrich が共和党内のこれら二つの保守と折り合いをつけ、世論調査や選挙結果で数字を伸ばせば、「投票可能性」についても Romney の好敵手となるだろう。

一方、Gingrich の中央政界の実績は、大統領の資質としてのプラスだけでなく、Clinton 政権との激しい党派対立を想起させるマイナス面もあり、本選挙ではこれが中道層を離反させる可能性もある。

Gingrich に関してもう一つ特筆すべきことは、討論力である。彼の「大統領職に足る経験実績」は、政策知識と巧みな討論力に具体的に現れている。

今回の共和党予備選挙では、候補討論会が異例に多い。2011 年 5 月から 12 月末までに 20 回もの討論会が開催されており、2012 年 1 月だけでも、少なくとも 6 回の開催が予定されている。しかも視聴率が高く、注目度も高い⁵¹。それだけに、討論会で失言するとダメージが計り知れない。たとえば 11 月 9 日、Michigan 州 Oakland 大学での討論会で、Perry 候補は自ら言い出した「廃止すべき 5 つの政府部門」の具体名を挙げられず、Oops と嘆いたことが失笑の的となり、支持は急速に低下していった。一方 Gingrich は、討論会が本格化するにつれ、頭角を現し支持率も伸びていった。

他方 Romney は、無難な選択である。Romney は、本選挙で Obama に勝つために必要な資産と競争力をもっていることは、前項でみたとおり

である。しかし Romney の致命的欠点は、その無難さにある。Gingrich の離婚歴のような汚点もないが、ブランドとしての積極的定義もない。何々ではないという消極的定義ではなく、何であるかという積極的なブランドパッケージの定義がないと、現職大統領の強力な状況定義力の前には、有権者の選択肢としてのインパクトに欠ける。Gingrich や Obama という競争相手からのネガティブな定義づけが、有権者に定着し兼ねない。

実際、世論調査家の Peter Hart が共和党支持者のフォーカスグループに「候補は親戚でいうと誰のような存在か」を尋ねたところ、Gingrich は「お祖父ちゃん」か「大好きな叔父さん」で、親子ほどは近くないが、身近で感情的な要素を含む存在としてみられていることがわかった。一方 Romney は「行方不明の父」か「またいとこ」で、存在感の薄い遠い存在と認識されていた⁵²。

大統領に必要なリーダーシップのなかに“経営能力”が含まれるとしたら、Obama のリーダーシップ欠如を嫌う有権者にとって、Romney の実業界での実績は鮮明な対立軸になる。

しかしもちろん Obama 側はそれを許さず、この Romney の実績を政府経営能力としてではなく、ミドルクラスの職と生活の犠牲のうえに多額の税金で救済された、無反省な Wall Street の象徴としてラベル貼りする。皮肉なことに、それは今 Gingrich が広告や討論会を通じて行っていることでもある。Obama と Gingrich の双方にとって、Romney のネガティブ定義づけは、合理性の高い戦略的判断である。

また、Gingrich は自分の支持率上昇とともに、Romney の当選可能性優位そのものを疑わせる発言を繰り返す。一方 Obama は、その Gingrich を「政治的膠着の祖父 (grandfather of gridlock)」と揶揄し、Clinton 時代の党派対立の象徴として再定義しようとする⁵³。

保守派としての正統性

共和党支持層にとって、第二の対立軸は保守派としての一貫性ないし正統性である。予備選挙はむろん、本選挙でも保守派の支持が一枚岩であることが Obama に勝つ最大の条件である。しかし、＜表 9＞の「共和党の価値観を体現する」と「信念」のいずれにおいても、Romney と Gingrich は高くない評価で一線に並ぶ。

共和党予備選挙の支持動向が動きやすい原因の一つは、保守派の二大市民勢力である Tea Party（中心は財政保守）とキリスト教福音派（社会保守、別称宗教右派）が、特定の候補を明確に支持していないからである。Tea Party は当初、大富豪で抜本的税制改革の提唱者として知られ、出馬が期待された Donald Trump および Minnesota 州選出下院議員 Michele Bachman 候補、ビザチェーン創業者で CEO の Herman Cain 候補などを支持するかに見えた。しかし Trump は出馬せず、Bachman は Iowa 党員集会後、Cain は 2011 年 11 月に出馬を中途断念した。その後 Tea Party 運動のリーダーたちは、支持を保留している。

＜表 10＞は Iowa 党員集会直後に、共和党支

表 10 Tea Party の共和党候補選好
(2012/1/4-8, Pew Research Center 調査)

Who would you most like to see nominated as GOP candidate?	All Rep/Lean R %	Republican		Lean Rep %
		Tea Party %	Not Tea %	
Romney	27	26	29	26
Santorum	16	24	14	11
Gingrich	16	24	13	13
Paul	12	8	10	18
Perry	6	6	8	5
Huntsman	2	1	3	3
Other	1	1	0	*
None/Too early/DK	<u>19</u>	<u>9</u>	<u>24</u>	<u>24</u>
	100	100	100	100
N	549	168	197	178

Source: Pew Research Center, "GOP Voters Still Unenthused About Presidential Field," 9 January 2012.

表 11 大統領候補と有権者のイデオロギー距離 (2011/12, Gallup 調査)

	Mean ideology rating	Distance from all Americans' self-rated ideology
All Americans	3.3	--
Jon Huntsman	3.3	0
Mitt Romney	3.5	0.2
Ron Paul	3.5	0.2
Newt Gingrich	3.6	0.3
Rick Santorum	3.7	0.4
Rick Perry	3.7	0.4
Michele Bachmann	4.0	0.7
Barack Obama	2.3	1.0

Note: Extremely Conservative=5; Neutral=3; Extremely Liberal=1

Source: Jeffrey M. Jones, "Americans See Views of GOP Candidates Closer to Their

Own Obama, Bachmann furthest away on ideological scale," *Gallup.com*. December 29, 2011.

持者の候補選好を尋ねた結果である。共和党支持層全体では、上位三候補のうち Romney に支持が集まっているが、Tea Party メンバーは、保守色の強い Santorum と Gingrich を含めた三候補に支持が分散している。表には示していないが、宗教右派についても、ほぼ同様の結果が出ている。保守派の共通項として、Romney の医療保険制度改革に象徴される中道色の強い実績に加え、人工妊娠中絶や同性婚の是非をめぐる立場が一貫しない哲学のなさ、flip-flop を嫌う⁵⁴。

＜表 11＞は、Obama と共和党各候補のイデオロギーポジションが、有権者からどれくらい離れていると見られているかを示している。Romney は平均的米国人と 0.2 しか離れておらず、共和党の政党自体が中道すぎると考えるような保守派(図 3 を参照)にとっては、Romney は正統な保守ではありえない。しかし Obama 再選だけはどうしても避けたいという、保守派のジレンマがある⁵⁵。

保守層をターゲット層として囲い込みたい候

補にとって、Romney 攻撃の根拠はここにある。しかし現時点で保守派が必ずしも特定の候補を選好していない以上、過剰な Romney 攻撃は、保守派活動家以外の一般の共和党支持者の厭気と離散を誘いかねず、諸刃の刃になりうる。

最後の軸は、Occupy Wall Street や Tea Party に共通する「経済ポピュリズム」と「反エスタブリッシュメント」の象徴として、候補を定義できるかどうかである。Tea Party を含めて、白人労働者およびミドルクラスは、2-2 で述べたように、今回選挙で共和党が民主党から奪いたい最も戦略的に重要なターゲットである。

Gingrich は、「中央政界の実績」を強みとしながらも、政界を離れて年月が経過していることを理由に、自らをワシントンの insider やエスタブリッシュメントなどではなく outsider であると定義する。しかし Freddie Mac (米連邦貸付抵当公社) のコンサルタントを務めていたことが発覚し、ロビイストとしての経歴がその邪魔をする。

Romney はそれ以上に、Wall Street を体現する

存在であり、投資事業につきものの企業倒産や従業員解雇の実績が、経済ポピュリズムと相容れない。民主党ばかりでなく、自由市場主義の共和党候補—Gingrich や Perry も、金融救済に税金 3 千万ドルも費やしたのに、幹部たちはボーナス 1 億 8 千万ドルを奪い取って責任も取らずに立ち去る Wall Street の節操のなさを批判し、Romney の *Bain Capital* がどれほどの企業買収や解雇の原因を作ったかをことあるごとに強調する。

共和党候補が自由市場と資本主義を否定するかのようなナンセンスな議論に、Tea Party メンバーの De Mint 上院議員ですら、候補間同士の自制を求めるほどだった⁵⁶。しかし世論調査では、この報道を見聞きした人は全体の 6 割にも上り、しかもその 7 割もの人がこの案件を重大

な問題として認識していた⁵⁷。この後も、繰り返し再燃する争点であることは間違いない。

3-3. ネガティブな広告キャンペーン

本命不在の共和党予備選挙は、Super PAC の資金によるネガティブ広告の応酬、いわば“代理戦争”が激しく展開されている<表 12>。

当初は「ポジティブなキャンペーン」を約束していた Gingrich も、資金力にまさる Romney の Super PAC が、Iowa などでは夥しい数の中傷広告を出稿するのに対し、なりふりかまわず応戦せざるを得なくなった。Romney の Super PAC は、共和党の他候補と Obama の二正面を攻撃するために、すさまじい額の広告を出稿している<表 13>。

Obama 民主党の側からみれば、共和党の候補

表 12 共和党予備選挙前のネガティブキャンペーン (広告支出額 1,000 万ドル超のみ掲載、2011/11/4 出稿分まで)

広告出稿者	出稿者の性格	ネガティブ広告 支出額 (\$)	広告出稿全量に占める ネガティブ広告割合 (%)
American Crossroads/ Crossroads GPS	共和党 Super PAC (前 Bush 大統領側近 Karl Rove 創設)	11,819,290	100
Americans for Prosperity	共和党系活動団体(石油王 Koch 創設)	2,975,160	100
Rick Perry	共和党候補	1,373,600	83
Our Destiny PAC	共和党 Huntsman 候補支持の Super PAC	683,680	100
Restore Our Future	共和党 Romney 候補支持の Super PAC	576,520	100
Make Us Great Again	共和党 Perry 候補支持の Super PAC	538,680	51
Ron Paul	共和党候補	517,760	47
Democratic National Committee	民主党全国委員会	72,160	1
Mitt Romney	共和党候補	71,120	13
Michele Bachmann	共和党候補 (2012.1.4 脱落)	56,600	98
Red, White, And Blue Fund	共和党 Santorum 候補支持の Super PAC	36,010	100
Priorities USAAction	民主党系活動団体	28,000	4
State Tea Party Express	政策特化型活動組織(各州 Tea Party の連携による PR 活動主体)	23,700	100
Ending Spending Inc.	共和党系活動団体	23,350	100
No American Debt	共和党系活動団体	21,580	100
College Republican National Committee	大学共和党全国委員会	17,520	100
Republican National Committee	共和党全国委員会	13,070	100
Citizens United	共和党系活動団体	10,940	100

Source: Campaign Media Analysis Group (updated 12/21/2011). Cited at *Washingtonpost.com*. “Mad Money: Tracking TV campaign ads in the 2012 presidential election.”

**表 13 共和党予備選挙前の広告テーマ別・支出額
上位 (2011/11/4 出稿分まで)**

広告のテーマ (メッセージ)	広告支出額 (\$)
1位 予算／政府支出	18,946,930
2位 税	18,423,310
3位 雇用	17,512,090
4位 行動／対策の要請	14,661,150
5位 Obama への攻撃	10,400,430
6位 財政赤字削減策	7,558,060
7位 医療保険制度 (Health Care)	6,319,190
8位 ガソリン価格／石油	6,302,110
9位 高齢者医療扶助制度(Medicare)	4,723,940
10位 エネルギー／環境	3,844,560
Gingrich 候補への攻撃	659,110
Romney 候補支持・宣伝	576,520
Romney 候補への攻撃	570,430
Obama 大統領支持・宣伝	286,620
Perry 候補支持・宣伝	118,560
Perry 候補への攻撃	46,900

Source: Campaign Media Analysis Group (updated Dec. 21, 2011).
Cited at *Washingtonpost.com*. "Mad Money: Tracking TV campaign ads in the 2012 presidential election."

選びが難航し、予備選挙が長期化すればするほど、互いを蹴落とすために資金を使い尽くし、候補も支援者も有権者も疲弊してくれることは歓迎すべきことである。候補が一本化されて、共和党を支援する資金やマンパワーなどの資源が、打倒 Obama 民主党に振り向けられる時期が遅れるほど望ましい⁵⁸。共和党全国委員会の会合では、共和党候補同士の中傷合戦が Obama 陣営を利するだけだとして自重を求める声があった。

4. 2012 年 Obama 大統領の内部環境と再選戦略

同じ政党の候補同士で優位性を競わなければならない共和党候補と異なり、現職大統領は最初から本選挙における自己のポジショニングと差別化を考えればよい。Obama 陣営は現時点では Romney 候補との競争になると考えているが、一方で Gingrich も視野に入れているという⁵⁹。

ここでは、Obama 大統領の現職としての強みと弱み、および再選のマーケティング戦略の課題と方向性について検討する。

4-1. 現職大統領の強みと弱み

Campaigner-in-chief

現職大統領は、大統領の職務に専念する様子が毎日報道されるだけで、再選キャンペーン活動になるといわれる。自分の選挙の心配より国の心配という、いわゆる「ローズガーデン戦略」（執務室にいる大統領の画像は背後の窓を通してバラ庭園を映すことから）である。

とはいえ、報道が圧倒的にネガティブな論調であれば、その余裕もない。2-4 で引用した *Project for Excellence in Journalism* のニュース内容分析 (図 4) によると、Obama 再選キャンペーンが既に始まっている 2011 年 5 月から 11 月末までの期間における Obama のニュースは、twitter, blog, 主流報道機関のいずれにおいても、ポジティブな内容は 1 割と少なく、それよりもネガティブな内容 (3 割以上) の方がずっと多い。また図には示していないが、主流報道機関の報道量自体が、Obama より共和党候補の競争の方にシフトしている⁶⁰。

かくして Obama は、ローズガーデン戦略に甘んじない。hands-on のアプローチで、全米とくに激戦州を遊説して回る。中立的調査機関 *The Center for Voting and Democracy* が *Washington Post* のサイト上の *POTUS tracker* のデータを集計した結果⁶¹ では、2011 年 1 月 1 日から 11 月 17 日までの期間に、Obama が激戦州を遊説で訪れた回数は、計 11 州で 54 イベント、延べ 42 日間である。この数字は、同じく再選選挙を控えていた 1995 年 Clinton 大統領の計 9 州、40 イベント、延べ 24 日間、2003 年 Bush 大統領の計 13 州、49 イベント、延べ 34 日間に比べても、際だって多い。

Obama が遊説した州の内訳は、Virginia が 11 回、Pennsylvania が 8 回、North Carolina が 7 回、Florida が 10 回、Ohio が 4 回、Indiana が 1 回、Michigan が 3 回、Wisconsin が 1 回、Iowa が 3 回、Missouri が 4 回、そして Nevada が 2 回である。これらは、2-2 の「州ターゲティング」で、*Washington Post* の Balz らが指摘した 2012 年の 13 激戦州にほとんどそのまま重なる。

Obama 再選キャンペーンマネジャーの Jim Messina によれば、2004 年に John Kerry が取った 19 州と Washington DC の選挙人総数 246 を最低限のベースとして、さらに再選に必要な選挙人数 270 にたどり着くための算術的シナリオは、5 つある⁶²。

一つは「西部パス (path)」で、Colorado, New Mexico, Nevada, Iowa を加えたもの、二番目は「Florida パス」で、西部パスに Florida の 29 選挙人を加えたものだ。三番目は「南部パス」で、North Carolina と Virginia で勝たねばならないが、マイノリティと高学歴層が多く、党大会会場でもある NC と、郊外票が民主党寄りの VA は、Obama に有利なシナリオだという。四番目は「中西部パス」で、Ohio を取ることが前提のため、情勢は厳しい。最後は「拡張パス」で、ヒスパニック票と白人票の双方を取って Arizona を獲得し、Obama 民主党の西部地盤を拡張するという。

この目算に対して、共和党全国委員会は 12 月 9 日付の支持者宛メールで、Obama 最側近の戦略家 David Axelrod の発言を引き合いにして、その楽観ぶりを皮肉っている。

Axelrod 曰く、この 2012 年キャンペーンは、「希望のビジョン」によって特徴付けられるはずであるが、「有権者が希望を持ってくれるかどうかは全くわからない」⁶³。

組織、資源、技術

現職のもう一つの強みは、大統領選挙キャン

ペーンを経験した熟練の側近を、ホワイトハウスとキャンペーン本部に適材適所で配置し、機動性あるキャンペーン頭脳組織を作ることができる点にある。

4 月 4 日の再選キャンペーンキックオフで明らかにされた Chicago のキャンペーン本部の陣容は、2008 年選挙の首席補佐官 Messina がマネジャー、08 年選挙で戦略家を務めホワイトハウスでも上級顧問として最側近だった Axelrod が戦略 (メッセージ) 担当、同じく報道官だった Robert Gibbs が広報担当に就任するなど、実績ある側近で組織を固めた。一方、ホワイトハウス側のスタッフも、08 年マネジャー David Plouffe、同じく広報部長 Dan Pfeiffer、政策顧問 Stephanie Cutter を呼び戻し、Chicago 選対本部と連動性の高い組織態勢を編んでいる。

キャンペーン組織に関して Obama のもう一つの強みとなりうるのは、2008 年選挙における草の根組織である。2012 年再選に向けて、08 年の Iowa フィールド組織化担当だった Mitch Stewart と、Obama のオンライン草の根組織 *Organizing for America* を、デジタル時代最先端の恒常的キャンペーン組織に進化させた Jeremy Bird⁶⁴ が、全国フィールド部長に就任した。

しかし問題は、08 年に及びもつかない支持者の熱意低下と中心メンバーの離反によって、草の根組織にかなりの修復が必要になることだった。4 月のキックオフと同時に、Obama は元支持者に “Are you in?” (まだ居ますか?) というメッセージを送り、草の根組織の再建と活性化に着手した。

人を集めるだけでなく、彼らのエネルギーと人脈をキャンペーンの武器とするためのデジタルツールのバージョンアップも急務だった。08 年のオンラインマネジャー Joe Rospers を顧問として、新しくデジタル部長に就任した Teddy Goff が、2-4 でも触れたような、08 年支持者デ

データベースの更新と拡大、既存データベースと Facebook の人脈情報・個人情報との連携を可能にする新しいシステムを開発した。新システムは、ボランティアが潜在的支持者とのコンタクトのために必要な具体的データを直ちにオンラインで引き出すことを可能にし、そのコンタクトの内容や頻度が直接にデータベースにフィードバックされて、最先端のデータ科学に基づく、精密かつ機動性のある草の根フィールド活動が可能になった⁶⁵。

既存の支持者やボランティアの活性化と動員だけでなく、精密なデータを武器とする新規市場の開拓は、4-4 で後述する無党派層、特にミレニウム世代をターゲットとするプログラム *Greater Together*⁶⁶ において威力を発揮することが期待されている。

現職としての強みに加え、やむことなく革新を目指す選挙技術の高度化は、＜表 8＞に示したような Obama 陣営の格差の資金力、小口献金の集金力を支えている。

現職大統領は、予備選挙で同じ政党の候補同士の競争のために支出することがほとんどなく、また党全国委員会の資金も事実上独占的に使うことができる。一方、予備選挙を行う党の全国委員会は、党候補が正式に一本化するまでは特定の予備選挙候補のために出費せず、候補はすべて自力で調達しなければならない。共和党予備選挙が長引くほど支援者の出費もかさみ、本選挙での Obama 民主党とのすさまじい支出競争にハンディとなる。

業績

現職として強みにも弱みにもなるのは、やはり過去 3 年間の業績である。業績評価は、評価する立場によっても異なり、決まった評価基準があるわけではないので、簡単なことではない。

最も関心の高い雇用の改善については、2011 年 12 月の雇用統計で非農業部門の就業者数が

前月 11 月より 20 万人増え、事前の市場予測 15 万人程度を上回った。夏以降、毎月 10 万人規模で増加傾向にある。失業率も 11 月の 8.7% から 0.2 ポイント下がって 8.5% となり、2009 年 2 月以来の低水準になった。

しかし独立系調査報道サイト *ProPUBLICA* の報告⁶⁷ によると、不況の開始から既に 900 万人近くの職が失われている。St. Louis 連邦準備基金の試算では、かりに新規雇用増加が不況前の水準に回復したとしても、失業率が 2008 年上半期の 5% 水準に戻るには今後 11 年かかるという。

Obama 政権の雇用対策は、自動車大手 GM と Chrysler の救済 (793 億ドル, 2008/12-2009/1)、「米国の景気回復と再投資促進法」(8,250 億ドル, 2009/2)、09 年から 10 年にかけて 4 回の失業保険延長、「雇用促進法」(170 億ドル, 2010/3)、「州教育職の保全法」(100 億ドル, 2010/8)、「中小企業雇用促進法」(300 億ドル, 2010/9) などがあるが、財政出動の雇用創出効果はほとんど検証が試みられていないという。

また今後 10 年間で 500 万の新規雇用を生むとして、Obama 公約の目玉と期待された環境関連産業の雇用創出効果 (green jobs) も、悲観的な状況である⁶⁸。同産業の従業員数は、全米雇用数の 2% を構成するにすぎず、企業本部は米国内にあるが、工場と雇用は中国、という事例すらある。実際これらの産業が集中する California 州の失業率は、全米 2 位の 11.3% (2011/11) と高い。

保守派側からは、Guantanamo 湾収容所閉鎖、富裕層増税、持ち家ローン破産防止基金、移民改革、ロビイスト防止法、そして妥協の産物としての医療保険制度改革などが「公約違反」として批判されている⁶⁹。

一方、イラクからの米軍撤退、Osama bin Laden 殺害、金融規制、核弾頭の検証削減、米軍での同性愛者任用ルール *Don't Ask Don't Tell*

の廃止、中西部原油パイプライン建設の凍結など、とくに外交防衛分野では達成された公約も少なくない。

政治の事実検証サイト *PolitiFact* の「Obama 公約度メーター *theObameter*」によると⁷⁰、Obama の 2008 年キャンペーン公約合計 508 項目（未集計の 2 項目を含む）のうち、「公約実現 (promises kept)」は 159 項目 (31.3%)、「妥協 (compromises)」は 50 項目 (9.8%)、「公約違反 (promises broken)」は 56 項目 (11%)、「頓挫 (stalled)」は 65 項目 (12.8%)、「途上 (in the works)」は 176 件 (34.6%) に分類されるという。

Obama 自身は 2010 年秋に *Rolling Stone* 誌のインタビューで「公約の 70%はおそらく実現した」と述べたと伝えられる。しかし *Obameter* の評価が正しいとすると、「公約達成」と「妥協」を足しても全体の 40%の実現にとどまっており、現在「途上」(35%) の項目の大半が実現されない限り、70%には届かない。

4-2. Obama 再選の条件

2 章で見てきたように、Obama 再選の可能性は、現時点では楽観視できない。何が再選の鍵を握るか。これまでの議論をまとめる意味で、*Washington Post* の Dan Balz らの展望は以下のとおりである⁷¹。

(1) 指標——現職大統領の再選選挙としては過去 20 年間で最も難しい条件が並ぶ。すなわち、経済的苦境、有権者の悲観と党派両極化、リーダーシップ不在である。なかでも焦点は、回復が遅い雇用と有権者の既存政党不信にある。

(2) 争点对立軸——政党候補の間の競争というよりは、政府役割の大小をめぐる競争になる。

(3) トーン——2008 年選挙における、国の未来に対する「希望と変革への熱狂」とは正反対に、手段を選ばず競争相手を攻撃して競り勝つ形の、ネガティブで暗い競争になる。

(4) 州ターゲティング——2008 年選挙において、共和党の地盤から Obama 支持に変更した 10 州～13 州が、激戦州になる

(5) 層ターゲティング——有権者の 4 割強に増加した無党派層（浮動層）の取り込みが最重要で、Obama が無党派層を含む有権者連合を再建できるかが、鍵を握る。

(6) Obama 再選の外部環境条件——Obama は現職の強みがあるものの、再選を確実にするには、①経済が上向く、②共和党の対立候補が弱い、③議会共和党が無党派層を失望させる、などの条件が必要である。

(7) 選挙を意味づけるフレーミング——共和党が「Obama 民主党の是非を問う国民投票」と定義するのに対し、Obama 民主党は「実績、資質、価値観やビジョンをめぐって、Obama と共和党候補のどちらがベターかという選択」と定義する戦略をとる。

4-3. Obama 再選戦略の焦点——無党派を動かすメッセージ

党支持基盤層と無党派層の「ハイブリッド戦略」

再選戦略の第一の焦点は、無党派層をターゲットとしていかに獲得するかである。2008 年選挙の出口調査によれば、Obama は無党派層（全投票者中 29%）の 52%、民主党支持者（同 39%）の 89%、共和党支持（同 32%）の 9%を得ている。対立候補の McCain は、無党派の 44%、民主党支持者の 10%、共和党支持者の 89%の票を得た。しかし<表 6>が示すように、この時点で Obama 再選を望んでいる無党派層は 36%にすぎず、前回の“52%”との隔たりは大きい。

投票に実際に行く人の党派別構成率を考えれば、無党派層より先に、まず民主党支持の基盤層を活気づけ、確実に動員する必要がある。それも、共和党支持層の動員を凌がなければならない。

表 14 候補への好悪感情強度・党派別ギャップ (2012/1/12-15, Gallup 調査)

感情強度 (intensity) = (strongly favorable %) - (strongly unfavorable %)

	Republicans/ Republican leaners	Democrats/ Democratic leaners
Mitt Romney	+12	-12
Jon Huntsman	-5	+2
Barack Obama	-44	+32
Ron Paul	-1	-10
Rick Santorum	+12	-28
Rick Perry	-6	-30
Newt Gingrich	+1	-40

Source: Jeffrey M. Jones, "Obama, Romney Intensity Scores Similar Though Obama generates much stronger opinion overall," *Gallup poll*, January 19, 2012.

＜表 14＞は、Obama を含む各候補に対する党派別有権者の好悪感情強度の差を見た調査結果である。プラスが大きい程、好感度の強い人の割合が、好感度の低い人の割合よりも多いことを意味し、マイナスであれば好感度の低い人の方が多いことになる。

Obama は、民主党支持者と支持傾向をもつ人の間ではプラス 32 で、民主党支持層の感情面の支持は強い。ところが共和党支持層のマイナス感情も、マイナス 44 と非常に強い。つまり、民主党支持層が Obama を「大好き」であるよりも、共和党支持層が Obama を「大嫌い」な方が勝っている。Obama を再選させないために投票に出かける人の数が、再選させるために投票する人数を凌ぐ可能性もある。

そのギャップを埋めるためにも、無党派層の支持は不可欠である。しかも＜図 2＞で示したように、前回選挙に比べて有権者に占める無党派層の割合が増え、民主共和の支持者より多いのである。

政治評論家の Charlie Cook は、潜在的共和党支持層を全米の隅々まで掘り起こし支持固めすることで再選を果たした、George W. Bush と参謀 Karl Rove の 2004 年のプレイブック（選挙戦術）では Obama は勝てず、支持基盤と無党派対

策を同時進行させる「ハイブリッド戦略」が必要だという⁷²。

Bush-Rove の戦術は、選挙区や群以下の単位にターゲットを細分化し、有権者の支持意向と投票率のデータに基づいて潜在的支持層を徹底的に探し出したうえで、支持層には文化プロファイリングに基づくピンポイントのコミュニケーションで投票へ動員し、それ以外の層は投票に行かないようにするという、いわゆるミクロターゲティングの選挙への初の応用例である⁷³。しかし無党派層の場合は、探して動員すればすむわけではなく、説得が先にあつて、次に動員する必要がある。

Cook によれば、もし対立候補が Romney のような中道の場合は、Obama のイデオロギーポジションは左側へ追いやられることになり、「Obama に関する国民投票」になった場合に非常に不利である。超保守の対立候補の場合は、政府観の対立になる。

いずれの場合も、「国民投票」でなく、「どちらがベターかの選択」にしないと勝てないという見方は、前項の Balz の見解と同じである。また、選択されるためには、一本筋の通った明確なメッセージが必要である。そうでないと無党派層は迷ってしまい、選ぶことができない。

New York Times の Richard Stevenson⁷⁴ は、Obama が 2004 年の Bush 同様に、「政治的に勇気が要ったけれども、自分は正しい選択をしてきた」、その一方で「相手は信念がない、勝つためには何でも言う」と対比する図式を使うことができるという。

しかしその対比も、条件次第である。2004 年選挙では、Bush は民主党の John Kerry 候補に対して、安全保障という対立軸で、強い決意のリーダーに対して、そうでない対立候補という差別化が可能だった。不支持率も Obama ほど高くなく、政策に対する強い反対がなかったため、この安全保障の対立軸を強調しさえすればよかったのである。

しかし Obama の場合、事情が異なる。むしろ Stevenson によれば、Obama 再選戦略に最も必要なのは、現職大統領のメッセージ伝達力を利用して、毎日繰り返し畳みかけ、有権者の認識枠組みに刷り込む、Obama を優位に立たせる一つのメッセージ、ストーリーラインなのだという。**ミドルクラスと経済格差是正のために闘う大統領**

ではそのストーリーラインとは、どのようなものだろうか。Obama をベターな選択肢として、選ばずにはいられない「投票理由」とは何だろうか。

2011 年 4 月 4 日、Obama 再選キャンペーンは正式にキックオフした。この時点での Obama の選挙に対するフレーミングは、共和党との比較と対照が焦点だった⁷⁵。たとえば 4 月 16 日の weekly address で、Obama は今後 12 年間で 4 兆ドルの財政赤字削減を行う政権具体案をバランスがとれた計画と擁護する一方、下院共和党の提案は教育を削減して米国の競争力を危うくすると批判し、彼らの目標は良いが、ビジョンが良くないと切り捨てた。

さらに 10 月には、年収 25 万ドル以上の富裕

層への増税案と、4,470 億ドルの雇用促進法案をめぐって、「われわれと彼ら」、すなわち庶民 (Us) と、Wall Street を含む富裕層 (Them) とを対置させる、共和党に言わせれば「階級闘争 (class warfare)」の枠組みを使っている⁷⁶。2-1 で触れた議会予算局の経済格差レポートが公表された時期でもあり、Occupy Wall Street の抗議行動が世間の注目関心をひいた時期でもある。

しかし「階級闘争」の枠組みはネガティブで、米国民に受けが悪い。しかも、肝心の大統領のポジティブなビジョンが示されず、反オバマ勢力を結集させ、ミドルクラスを向こうに追いやる危険がある。大統領の経済運営をめぐる国民投票ではなく、ミドルクラスにとってベターな選択が具体的に示されなければならない。

12 月 6 日、Obama は、母の故郷であり、保守派の地盤で知られ、1910 年の不況期に Theodore Roosevelt 民主党大統領が進歩的な経済政策綱領 *New Nationalism* を演説したことで知られる Kansas 州の Osawatimie で、再選キャンペーンのテーマとなる「ミドルクラスにとっての経済的不公平」を是正するために、税制を改革し規制を行う政府の積極的役割について演説する⁷⁷。

Obama は「この国が成功するのは、誰もが公平にチャンスがあり、誰もが公平に務めを果たし、誰もが公平に共通のルールを適用される時である」として、強欲な富裕層や一部エリート

の利益のために働く共和党に対して、働くミドルクラスの利益を擁護する大統領という対立図式を打ち出す。

また、経済状況をここまで悪化させたのは、不況そのものよりもむしろ共和党の政策に責任があり、「これは階級闘争 (class warfare) の問題ではなく、国民の幸福 (the nation's welfare) の問題である」と定義した。

そしてこの選挙は、経済的不公平をめぐる選挙であり、ミドルクラスの縮小に歯止めをかけ、

その拡大を目指す政府と民間双方の責任が問われていると述べた。すなわち、有権者は「富裕層のためにインチキをし、それ以外の人には自分でどうにかしろと突き放すような(共和党の)政策に戻るか」、あるいは「議会が積極的に介入して公平な競争が行われるようにし、政府が弱者を守り教育や科学研究に投資する資金を確保できるようにするか」という選択をするのである。その意味で、この選挙は、ミドルクラスにとって「乗るか反るか (make-or-break) の契機」であると Obama は言う。

「中間層のために闘う大統領」に對置されるのは、「何もしない党派的下院」⁷⁸であり、2012年選挙は、2008年の *Yes, we can* から *We can't wait* (議会をもう待てない) へ、そして Obama をめぐる国民投票でなく、経済格差の是正をめぐる選択としてフレーミングされる。

大統領のメッセージは、経済ポピュリズムの方向に明確に舵を切ることによって、いよいよ Romney との対照性を鮮やかに示した⁷⁹。それが、若者や高学歴高所得層にも魅力的かどうか。共和党に目をむけつつある白人労働者を本当に呼び戻すことができるか。経済政策の評価が芳しくない大統領は、成功した本物の実業経営者と争わなければならない。有権者は、どちらの雇用創出策を信じるか。厳しい競争が大統領を待っている。

5. 2012 年大統領選挙候補の SWOT 分析

最後に以上の議論をまとめて、Obama と共和党予備選挙主要候補の、予備選挙以前の段階における SWOT 分析を行った<表 15 ABCDE>。

なお Obama の SWOT は、共和党候補（とくに Romney）を対立候補と想定した場合のそれである。共和党候補の場合は、原則として共和党候補同士の比較を前提にした SWOT である。

表 15 2012 年大統領選挙・主要候補の SWOT 分析一覧

(A) BARACK OBAMA の SWOT

内部環境 強み (Strengths)	内部環境 弱み (Weaknesses)
現職 (注目・議題設定・政策推進) 業績 (特に外交) 資金力 Hillary Clinton, Michele 夫人 経歴積んだ選挙組織・頭脳集団 選挙技術 草の根組織 高学歴高収入リベラル層、単身者、 マイノリティ、新南部 民主党支持者間の人気 弁舌の巧みさ、カリスマ性	支持率 業績 (特に経済雇用政策) リーダーシップ 議会共和党との交渉力 無党派、ミレニウム世代、白人労働者、中西部 共和党支持者間の不人気
外部環境 機会 (Opportunities)	外部環境 脅威 (Threats)
共和党予備選挙の激戦・資金支出 共和党議会の不人気	失業率 財政赤字 金融不安
(既存政治不信、反エスタブリッシュメント、反・現職)	

(B) MITT ROMNEY の SWOT

内部環境 強み (Strengths)	内部環境 弱み (Weaknesses)
大統領選挙出馬経歴 資金力 党有力者の支持 選挙組織 選挙技術 (オンライン戦略) 実業界での成功・経営手腕 中道穏健派 超党派の政策実績 当選可能性	明確な人物イメージがない Wall Street と特権階級の象徴 保守層 (社会保守) での不人気 モルモン教徒 政策態度の非一貫性
外部環境 機会 (Opportunities)	外部環境 脅威 (Threats)
反・Obama 機運 社会価値争点より経済に関心集中 政府の効率的経営が必要	経済格差の拡大
(既存政治不信、反エスタブリッシュメント、反・現職)	

(C) NEWT GINGRICH の SWOT

内部環境 強み (Strengths)	内部環境 弱み (Weaknesses)
中央政界の実績・人脈 時の勢い (momentum) 討論力 政策通・ビジョン構想力 政治手腕・リーダーシップ 正統保守 現実主義 (移民政策等) メディア対応 党派的戦闘姿勢	ワシントン政治の象徴 Freddie Mac (米連邦住宅貸付公社) のロビイスト経歴 資金力 選挙組織 「過去の人」 二度の離婚歴 攻撃性、短気
外部環境 機会 (Opportunities)	外部環境 脅威 (Threats)
反・Obama 機運 政治のリーダーシップが必要	住宅ローン破産・住宅差し押さえ多数
(既存政治不信、反エスタブリッシュメント、反・現職)	

(D) RON PAUL の SWOT

内部環境 強み (Strengths)	内部環境 弱み (Weaknesses)
大統領選挙出馬経験 草の根組織（集金力を含む） ミレニウム世代の支持 リバタリアン哲学（財政・憲法）	高齢（76 歳） 党指導部との距離 共和党支持票を割る危険性 外交軍事孤立主義
外部環境 機会 (Opportunities)	外部環境 脅威 (Threats)
反・Obama 機運 財政赤字 既存政治不信、反エスタブリッシュメント	イラン脅威、アフガン戦争中

(E) RICK SANTORUM の SWOT

内部環境 強み (Strengths)	内部環境 弱み (Weaknesses)
中央政界の実績・人脈 社会保守、家族の価値 メディア対応	地元利益誘導政治の典型 大差で上院再選失敗 資金力 選挙組織
外部環境 機会 (Opportunities)	外部環境 脅威 (Threats)
反・Obama 機運	社会価値争点より経済に関心集中 （既存政治不信、反エスタブリッシュメント、反・現職）

[注]

- 1 Bruce I. Newman, *The Marketing of the President: Political Marketing as Campaign Strategy*, Thousand Oaks, CA: Sage, 1994; and Lawrence R. Jacobs and Robert J. Shapiro, *Politicians Don't Pander: Political Manipulation and the Loss of Political Responsiveness*, The University of Chicago Press, 2nd edition, 2000.
- 2 平林紀子、「2008 年米国大統領選挙のマーケティング(3): 一般選挙キャンペーンにおけるオバマのプランディング」、『埼玉大学紀要 (教養学部)』第 44 巻第 2 号、2008 年、65-100 頁。
- 3 Thomas B. Edsall, “The Politics of Austerity,” *New York Times*, 05 November 2011.
- 4 Frank Newport, “Americans’ Economic Worries: Jobs, Debt, and Politicians,” *Gallup.com*, 12 January 2012.
- 5 Congress of the United States Congressional Budgetary Office, *Trends in the Distribution of Household Income Between 1979 and 2007 Report*, October 2011.
- 6 Pew Research Center, “Frustration with Congress Could Hurt Republican Incumbents,” December 15, 2011.
- 7 Frank Newport, “Americans Prioritize Economy Over Reducing Wealth Gap,” *Gallup.com*, 16 December 2011.
- 8 Elizabeth Mendes, “In U.S., Fear of Big Government at Near-Record Level,” *Gallup.com*, 12 December 2011.
- 9 Lydia Saad, “Americans Express Historic Negativity Toward U.S. Government,” *Gallup.com*, 26 September 2011.
- 10 Lydia Saad, “U. S. Economic Confidence Posting Ample Gain in December,” *Gallup.com*, 27 December 2011.
- 11 *Gallup Poll*, “Record-High 40% of Americans Identify as Independents in '11,” January 9, 2012.
- 12 平林紀子、「現代政治キャンペーンの理論と技法」、津金澤・佐藤編『広報・広告・プロパガンダ』、ミネルヴァ書房、2003 年、40 頁の図 2-2「ターゲティング・ボックス」を参照。
- 13 Lydia Saad, “Conservatives Remain the Largest Ideological Group in U.S.,” *Gallup.com*, January 12, 2012.
- 14 Pew Research Center, “The Generation Gap and the 2012 Election,” 3 November 2011.
- 15 Ronald Brownstein, “The Great Divide,” *National Journal*, 12 November 2011 issue: 46-50.
- 16 平林紀子、「2008 年米国大統領選挙のマーケティング(3)」、2008 年。
- 17 Pew Research Center, “The Generation Gap and the 2012 Election,” 3 November 2011.
- 18 Pew Research Center, “As Deportations Rise, Latinos Oppose Obama’s Policies,” 28 December 2011.
- 19 John Halpin and Ruy Teixeira, “The Path to 270: Demographics Versus Economics in the 2012 Presidential Election,” Center for American Progress, 22 November 2011.
- 20 Richard W. Stevenson, “Tough Fight Ahead for White Blue-Collar Votes,” *New York Times*, 13 January 2012.
- 21 州別動向については以下を参照。Dan Balz, Jon Cohen and Chris Cillizza, “A Year from Election 2012, a dark mood awaits Obama and GOP rival,” *Washington Post*, 6 November 2011.
- 22 US Department of Labor, Bureau of Labor Statistics, “Regional and State Employment and Unemployment Summary,” released 20 December 2011. (<http://www.bls.gov/news.release/laus.nr0.htm>)
- 23 William A. Galston, “One Year to Go: President Barack Obama’s Uphill Battle for Reelection in 2012,” Brookings Institute, 7 November 2011.
- 24 Krissah Thompson and Aaron Blake, “Republicans rewriting state election laws in ways that could hurt Democrats,” *Washington Post*, 16 September 2011; and “Battlegrounds: New Voter-ID Laws,” *TIME*, 16 January 2012 issue.
- 25 Jesse Jackson, “38 States Rigging Voting Rules for GOP,” *Suntimes.com*, 9 November 2011.
- 26 Eric Lichtblau, “Obama Backers Tied to Lobbies Raise Millions,” *New York Times*, 27 October 2011.
- 27 Dennis W. Johnson, “Campaigning in the 21 Century: Change and continuity in American political marketing,” in *Routledge Handbook of Political Marketing* (ed. Jennifer Lees-Marshment), London, UK: Routledge, 2012, pp205-217.
- 28 2004 年 2008 年選挙における有権者データベース構築およびマイクロターゲティングの詳細については、以下の二拙稿を参照。平林紀子、「2004 年米大統領選挙キャンペーン(2): 2004 年選挙の鍵を握るマーケティング技術」、『埼玉大学紀要 (教養学部)』第 42 巻第 1 号、2006 年、73-92 頁。平林紀子、「2008 年米国大統領選挙のマーケティング(3)」、2008 年。
- 29 Dennis W. Johnson, op. cit., 2012, p208.
- 30 平林紀子、「2004 年米大統領選挙キャンペーン(2)」、2006 年。
- 31 Aaron Smith, “22% of online Americans used social networking or Twitter for politics in 2010 campaign: Republicans catch up to Democrats in social media use for politics,” *Pew Internet & American Life Project report*, 27 January 2011.

- 32 Nick Judd, "How Campaigns' Use of Facebook Data Might Change the 2012 Election," *techPresident.com*, 10 October 2011; and also refer to Micah L. Sifry, "Election 2012: It's Not Facebook. It's the Data, Stupid," *techPresident.com*, 20 April 2011.
(<http://techpresident.com/blog-entry/election-2012-its-not-facebook-its-data-stupid>).
- 33 Aaron Smith, "22% of online Americans used social networking or Twitter for politics in 2010 campaign," *Pew Internet & American Life Project* report, 27 January 2011.
- 34 Project for Excellence in Journalism, Pew Research Center, "Twitter and the Campaign: How the discussion on Twitter varies from blogs and news coverage and Ron Paul's Twitter triumph," 8 December 2011.
(http://www.journalism.org/analysis_report/twitter_and_campaign?).
- 35 1960 年以降の Obama を含む大統領 10 名のうち、州知事出身者は Jimmy Carter, Ronald Reagan, Bill Clinton, George W. Bush の 4 名である。
- 36 See Gallup poll, "2012 Election Tracking Summary file."
- 37 平林紀子、「2008 年米国大統領選挙のマーケティング (3)」、2008 年、90-96。
- 38 See, for example, "Lets Convert 30 Million Obama Supporters!!!" submitted by *legalizeliberty* on 07/08/2008, in Daily Paul Liberty Forum.
(<http://www.dailypaul.com/54495/lets-convert-30-million-obama-supporters>)
- 39 See, for example, Robert Draper, "Building a Better Mitt Romney-Bot," *New York Times Magazine*, 30 November 2011; and also see Chris Cillizza, "How Mitt Romney's rule-following tendencies explain his campaign," *Washington Post*, 25 October 2011.
- 40 Sarah Lai Stirland, "From YouTube to Facebook, New Digital Targeting Helps Romney Campaign Reach Voters," *techPresident.com*, 22 December 2011.
- 41 Jennifer Preston, "Republicans Sharpening Online Tools for 2012," *New York Times*, 19 April 2011.
- 42 "October Surprise," *National Journal Hotline*, 19 May 2011 (members only).
- 43 2012 年 1 月時点で他候補への支持は、Perry 候補に対して Louisiana 州知事 Bobby Jindal, Nevada 州知事 Brian Sandoval, Arizona の伝説的保安官 Joe Arpaio が、また Santorum 候補に対して社会保守派リーダーの Bob Vander Plaats が、それぞれ公式に表明している。
- 44 Pew Research Center, "GOP Voters Still Unenthused about Presidential Field," 9 January 2012.
- 45 Jeffrey M. Jones, "In U.S., Many More Dreading Than Anticipating 2012 Campaign: Seven in 10 say they can't wait for the campaign to be over," *Gallup.com*, 16 December 2011.
- 46 CNN / *TIME* / ORC, "Iowa and New Hampshire GOP poll," 28 December 2011.
- 47 Pew Research Center, "Top One-Word Reactions to GOP Frontrunners," 14 December 2011.
- 48 Pew Research Center, "Many Voters Unaware of Basic Facts about GOP Candidates," 12 January 2012.
- 49 Jim Rutenberg, "News analysis: First vote reinforces GOP's ideological divide," *New York Times*, 4 January 2012.
- 50 Gallup poll, "Romney dominates expectations for who will win," 9 January 2012.
- 51 Paul Farhi, "GOP debates, both interesting and important, score in TV ratings," *Washington Post*, 15 December 2011.
- 52 Based on a report from CNN, "John King USA", aired 4 December 2011.
- 53 Remark made by David Axelrod, Obama 2012 campaign strategist, in an interview by John King, on CNN, "John King USA", aired on 6 December 2011.
- 54 Joe Klein, "Why Romney Can't Find Love," *TIME*, 12 December 2011 issue: 36-42.
- 55 Dan Balz, "For Mitt Romney, Authenticity Remains an Issue," *Washington Post*, *The Take* blog, 19 January 2012.
- 56 Mark Maremont, "Romney's record at Bain: Big gains and some busts," *Wall Street Journal*, 10 January 2012; Peter Lattman and Annie Lowrey, "As Romney advances, private equity becomes part of the debate," *New York Times*, 10 January 2012; and Michael Barbard and Ashley Parker, "Advisors work to put positive spin on Romney's career in corporate buyouts," *New York Times*, 10 January 2012.
- 57 Pew Research Center, "Campaign 2012: Too negative, too long, dull," 18 January 2012.
- 58 Jeff Zeleny, "Democrats find a welcome distraction," *New York Times*, 13 December 2011.
- 59 Jeff Zeleny and Jim Rutenberg, "Democrats see a two-horse GOP race, adding a Whip," *New York Times*, 7 December 2011.
- 60 See Project for Excellence in Journalism, "campaign 2012 in the media."
(<http://features.journalism.org/campaign-2012-in-the-media/barack-obama/>).
- 61 Katie P. Kelly, "Presidential Tracker: Looking at the Structure," The Center for Voting and Democracy, 1 December 2011.
(<http://www.fairvote.org/presidential-tracker-looking-at-the>

- structure); and also see “POTUS tracker,” *washingtonpost.com* (<http://projects.washington-post.com/potus-tracker/trips/>).
- 62 Jackie Calmes and Mark Landler, “Obama Charts a New Route to Re-election,” *New York Times*, 30 September 2011; and also see Chris Cillizza, “How President Obama gets to 270,” *Washington Post the fix blog*, 14 December 2011.
- 63 Republican National Committee, “Obama’s ‘Path to 270’ Is Full of Roadblocks,” *ecampaign@gop.com*, 19 December 2011; and also see John Dickerson, “Obama’s Victory Plan,” *Slate.com*, 13 December 2011.
- 64 TechPresident editors, “The Launch of ‘Year One of Organizing for America: The Permanent Field Campaign in a Digital Age,’” *techPresident.com*, 14 January 2010. (<http://techpresident.com/blog-entry/launce-year-one-organizing-america-permanent-field-campaign-in-a-digital-age>). OFA Manual can be accessed at <http://techPresident.com/ofayear1>.
- 65 Nancy Scola, “Can Obama 2012 Bring the New Media Band Back Together Again?” *techPresident.com*, 4 April 2011; and also see Jim Rutenberg, “News Analysis: Team Obama Gears Up for 2012,” *New York Times*, 26 November 2011.
- 66 Gerald F. Seib, “Winning Youth Vote Will Be Crucial for Obama in 2012,” *Wall Street Journal online* (wsj.com), 11 November 2011.
- 67 Braden Goyette, “What is Obama’s Actual Record on Creating Jobs?” *ProPUBLICA.org*, 5 October 2011. (<http://www.probulica.org/article/what-is-obamas-actual-record-on-creating-jobs/single>).
- 68 Aaron Glantz, “Number of Green Jobs Fails to Live Up to Promises,” *New York Times*, 18 April 2001.
- 69 Jake Gibson, Fox News Channel, “A Brief Look of Candidate Obama’s 2008 Campaign Promises,” *foxnews.com*, 5 April 2011. (<http://politics.blogs.foxnews.com/2011/04/05/brief-look-candidate-obamas-2008-campaign-promises>).
- 70 See “The Obameter: Tracking Obama’s Campaign Promises,” *PolitiFact.com*, as of January 6, 2011. (<http://www.politifact.com/truth-o-meter/promises/obameter/>).
- 71 Dan Balz, Jon Cohen and Chris Cillizza, “A Year from Election 2012, a dark mood awaits Obama and GOP rival,” *Washington Post*, 6 November 2011.
- 72 Charley Cook, “Is Obama Copying Bush’s 2004 Re-election Strategy?” *Atlantic Monthly Online*, 9 November 2011.
- 73 平林紀子、「2004 年米大統領選挙キャンペーン(2)」、2006。
- 74 Richard W. Stevenson, “Can Obama 2012 Replicate Bush 2004?” *New York Times, the Caucus blog*, 11 October 2011.
- 75 “Obama: Compare and Contrast,” *National Journal Hotline* (members only), 18 April 2011.
- 76 “Obama’s emerging campaign strategy: Us vs. Them,” *Race42012.com* (共和党系サイト), 29 October 2011.
- 77 A. G. Sulzberger, “Obama strikes populist chord with speech on GOP turf,” *New York Times*, 6 December 2012; and also see “Editorial: Obama in Osawatomie,” *New York Times*, 7 December 2012.
- 78 See, for example, Mark Landler, “Obama to Turn Up Attacks on Congress in Campaign,” *New York Times*, 31 December 2011.
- 79 Richard W. Stevenson, “Obama and Romney Face a Tough Fight for Key Group,” *New York Times, the Caucus blog*, 13 January 2012.

別表 2012 年米国大統領選挙の主要予備選挙候補

2012.1.6 現在	Barack Obama (D)	Mitt Romney (R)	Rick Santorum (R)
肩書 (年齢)	現職大統領(51)	元MA州知事(64)	元上院議員(PA)(53)
経歴・分野・出身	community organizer、弁護士(公民権、憲法)、州上院議員、連邦上院議員(IL)	世界有数の投資ファンド(Bain Capital)共同設立者、2002年冬季Olympic組織委員長、08年共和党予備選候補	上院歴16年、Fox News Channelの準レギュラー
立候補時期／選対本部	2011.4／Chicago, IL	2011.6／Boston, MA	2011.6／xxxx
キャンペーンスローガン	We Can't Wait	Believe in America	The Courage to Fight For America
支持基盤	中道リベラル、高学歴高所得、マインリティ、東西両岸・新南部	保守中道、共和党中核支持層、高学歴高所得	共和党中核支持層、社会保守、白人労働者
献金 '11/9末計 Million\$	86.2M	32.2M	1.3M
小口献金(-200\$)構成率	48%	10%	21%
支出 '11/9末計 Million\$	27.1M	17.6M	1.1M
関連するSUPER PAC名称	(Bundlers)	Restore Our Future	Red, White and Blue Fund
スタッフ			
campaign manager	Jim Messina	Matt Rhoades	Mike Biundo
strategist	David Axelrod	Stuart Stevens	Seth Liebsohn (policy & speech)
communications dir.	David Axelrod; Rb.Gibbs	Gail Gitcho	Hogan Gidley
主な政策対立点			
財政赤字削減・税制改革	高所得者増税と支出削減のバランス良い組み合わせ	企業税25%(現行35%)、個人所得へのBush減税恒久化。政権一期中に対外援助縮小・Amtrack補助金廃止などで5千億ドル支出削減。	製造業の事業税廃止
経済成長・雇用	政策減税・公共事業・中小企業支援による雇用創出		
金融規制	規制強化は、税金による救済を再発させないため	Obama政権創設の規制を全面撤廃。資本売却・配当・利息課税撤廃。	Obama政権創設の規制を全面撤廃
医療保険制度改革	すべての保険未加入者に、政府認可の保険の購入を義務づける医療保険制度改革法案成立(2010年3月)。	MA州知事時代に類似の州法(Obama制度改革のモデル)を成立させる。ただし50州に義務づける"Obamacare"は廃止。	政権最初の大統領令として、Obamacareの停止
移民 (Hispanic人口5050万人、全人口の16.3%、不法移民推定1120万人)	国境警備の人員・インフラ・技術面の強化、不法移民の条件付き市民権付与。但し政権就任後、国外退去者数は増加。	高さ30feet、総長2千mileの国境フェンス建設を支持、Perryの学費支援を"amnesty"と批判。以前は不法移民の市民権付与に賛成。	フェンス建設を支持、しかし国外退去もamnestyも解決にならない。
家族価値(妊娠中絶、同性婚)	中絶権支持、同性婚は態度一貫せず	反中絶派の政府主要ポスト指名誓約書に署名せず。態度一貫せず。	誓約書に署名。中絶を非合法化、例外条件を認めず。
外交・防衛	国際協調・対話。2011年ビンラディン殺害、イラク戦争終結。軍事予算削減とアジア重視。	外国に謝罪しない、机上の指揮でない、強い米国の戦略。ObamaはIranや中国に弱腰。	防衛保守、拡張主義・国際介入積極派。軍事費削減に反対。
対中国	中国の為替介入、貿易不公正、アジア領海侵犯を批判するも、様子見	中国を「為替操作国」と認定、米国は対中貿易で降伏はしない。	中国との貿易戦争を回避、関税より米国内産業振興で魅力高める。
中途出馬断念： Tim Pawlenty (前Minnesota州知事、2011.8.14)； Herman Cain (ピザチェーン2012.1.4)； Jon Huntsman (2012.1.15)； Rick Perry (2012.1.19)			

Sources:

選挙資金情報サイト Open Secret.org <http://www.opensecrets.org/pres12/index.php>

世論調査結果サイト Real Clear Politics (RCP)

米国2010国勢調査に基づく移民動向レポート Pew Hispanic Center, <http://www.pewhispanic.org/2>

Ron Paul (R)	Newt Gingrich (R)	Rick Perry (R)	Jon Huntsman (R)
下院議員(TX)(76)	元下院議長 (GA)(68)	TX州知事(61)	元Utah州知事(51)
Ron Paul Movement (リパタリアン)、Tea Partyの精神的父祖	共和党新アジェンダ Contract with America で94年共和党下院奪還に功績、21世紀版を発表	G. W. Bush以来最長任期知事(2000-)	Obama政権下で駐中国大使
2011.5/ Lake Jackson, TX	2011.3/Atlanta, GA	2011.8/Houston, TX	2011.6/Orlando, FL
Restore America Now	(Leadership Now)	(Get America Back on Track)	Be a Part of the Solution
財政保守、Tea Party、無党派、若年(20-30代)、低所得、新規政治	共和党中核支持層、保守、男性、シニア(65歳+)、南部	社会保守、南部	保守中道
12.6M	2.9M	17.2M	4.5M
48%	43%	4%	4%
8.9M	2.5M	2.1M	4.2M
xxxx	Winning Our Future	Make Us Great Again	Our Destiny PAC
John Tate, Jesse Benton (chair)	Michael Krull	Rob Johnson	Matt David
	Deirdre Delisi (policy&str)		John Weaver
	Joe DeSantis	Ray Sullivan	
企業税15%、Bush減税恒久化、政府支出大幅削減、内国歳入庁(IRS)廃止。政権一期中に省庁廃止・対外援助中止などで1兆ドル支出削減。	企業税12.5%、個人は12.5%一律税率を選択可	企業税20%、個人は20%一律税率を選択可。政府支出上限をGDP18%に設定、防衛費除外、政権1年で1千億ドル支出削減。	高所得者の医療費・社会保障費は減額、個人所得税制を3段階に簡素化
		エネルギー開発規制撤廃による雇用	
政府の企業介入に反対。Club of Growthによるpro-business度評価87%。	Dodd-Frank銀行規制を撤廃。1997年商務省によるpro-business度評価で満点。	中小企業育成のための規制は是。	税金による救済を無用にするため、六大銀行は分割すべし。
Obamacareの廃止、医療個人情報電子化	Obamacareの廃止	Obamacareの廃止、全米50州政府に医療保険制度開設を要請	Utah州知事時代に、保険購入を義務づけることなく完全民間ベースの医療保険制度改革法を成立させる。
フェンス建設に反対、メキシコ国境警備に米軍を配置。	国境警備隊による国境警備の徹底。国外退去と“amnesty”の間の妥協点がある。	国境フェンス建設に反対、不法移民子弟の州立大進学を学費面で支援する現行州法を支持(Tea Partyの離反)。	国外退去は非現実的、不法滞在者に市民権付与を認める。
誓約書に署名。ただし中絶権の扱いは州の権限で。	誓約書に署名。避妊への政府支出に反対。	誓約書に署名。中絶非合法化、ただし例外条件あり。	誓約書に署名せず。同性事実婚認める。
米国の対外軍事介入、対外援助を否定する孤立主義。	Obama 政権に欠ける、イスラム原理主義の周辺化・孤立化・敗北の包括ビジョンが必要。	空軍を退役。Obamaの軍歴が無いことを批判。	アフガン介入に懐疑的。
平和的貿易関係を維持。	軍事的緊張より、米国の教育・産業・国防力で優越性高めることが先決。	徳無き中国はソ連の二の舞になる。軍事力誇示で対中圧力かけるべし。	中国の為替介入糾弾は、貿易戦争を誘発すると懸念。
Godfather" Pizza CEO、2011.12.3) ; Michele Bachmann (Minnesota州選出下院議員、			