

## 2016年米国大統領選挙のマーケティング(1)：背景と概況

### The 2016 U.S. Presidential Campaign from a Political Marketing Perspective, Part 1: the Background

平林 紀子

Noriko HIRABAYASHI

2016年大統領選挙は、これからが本番となる。〈表1〉は、今後の主要な日程を示している。

表1 2016年米国大統領選挙日程

2月-6月	各州党員集会・予備選挙
2/1, 2/9,	Iowa 州党員集会, New Hampshire 州予備選挙
2/20, 23, 27	South Carolina 州予備選挙, Nevada 州党員集会
3/1	Super Tuesday (南東部の12州, SEC Primary)
7/18-21	共和党大会 (Cleveland, Ohio)
7/25~	民主党大会 (Philadelphia, Pennsylvania)
9/6	一般選挙開始
9/26, 10/4,	大統領候補テレビディベート(10/4 副大統領候補)
10/9, 10/19	
11/8	投票日

民主・共和各党が実施する州ごとの予備選挙（または党員集会）は、候補が夏の党大会で、党の正式な大統領候補として指名されるためのプロセスであり、今回は2月1日のアイオワ州党員集会を皮切りに、以後約5ヶ月かけて党大会指名に必要な代議員数を積み上げていく。党大会で、それぞれの政党の正副大統領候補（チケットという）が決まると、秋から両党チケット同士の一騎打ちである一般選挙が始まる。2ヶ月後の投票日まで、政党・候補・支援団体のすべての資源を動員した熾烈な選挙戦

が展開する。

#### 候補の顔ぶれ

2016年大統領選挙の候補の顔ぶれを簡単に紹介すると、今回選挙は、政権から離れていた共和党はむしろ、政権党の民主党からも現職副大統領のジョー・バイデン(Joe Biden)が立候補をとりやめたことで、現職不在のオープンレースとなった。加えて中東情勢の混迷やテロ、国内の人種対立や銃犯罪など、内外政治情勢の緊張も手伝い、先の読めない混戦状態にある。

民主党側は、ヒラリー・クリントン元国務長官（Hillary Clinton、以下ヒラリーと記述、68歳）が最有力指名候補で、バーモント州選出連邦上院議員のバーニー・サンダース（Bernie Sanders、74歳）が続く。そのほか、元メリーランド州知事マーチン・オマリー（Martin O'Malley）を加えて計3人が民主党候補指名を争うが、実質的にはヒラリー対サンダースの二者競争である。ヒラリーの強力な競争相手になると目されていた、中道穏健派で外交にも詳しい副大統領バイデンが出馬を取りやめたため、ヒラリーには有利な条件が揃う。

一方、共和党側は、1月14日時点で12人の候補が激しい予備選挙戦を展開している。

その中心は、ニューヨークの不動産王でメデ

\* ひらばやし・のりこ  
埼玉大学大学院人文社会科学部研究科教授、  
政治コミュニケーション研究、アメリカ政治研究

アの著名人でもある、全米的知名度をもつドナルド・トランプ(Donald Trump、69歳)である。世論調査の支持率では、最初に党员集会を開くアイオワなどで追い上げられてはいるものの、米国全体で見れば、二位候補に二桁のポイント差で圧倒的にリードを続けている。共和党や報道機関の当初予想に反して、党大会まで勝ち進みそうな勢いだ。

一口に共和党候補と言っても、経歴も多彩なら、思想的にも、正統保守から中道穏健派、極小政府論者まで幅広い。

トランプを追い上げている筆頭候補は、テキサス州選出連邦上院議員のテッド・クルーズ(Ted Cruz、44歳)、やや差が開いて三位は、フロリダ州選出上院議員のマルコ・ルビオ(Marco Rubio、44歳)が続く。クルーズとルビオはともに若く44歳で、上院議員一期目の新顔、初のキューバ系候補など共通点が多いが、政治思想はクルーズが保守、ルビオはややリベラルという違いがある。

そのほか、ジェブ・ブッシュ(Jeb Bush、以下ジェブと記述、62歳)は、41代大統領ジョージ・ブッシュの三男、43代大統領ジョージ・W・ブッシュの弟で、元フロリダ州知事である。米国を代表する政治家系ブッシュ家の出身、知名度、党有力者の支持、資金力など好条件が揃っているにも拘わらず、保守派に人気のない中道穏健派で、本人の控えめで穏健な性格も災いしてか、ディベートでは存在感に欠け、世論支持率は一貫して5位前後で低迷している。一時はトランプに迫る勢いだった著名な神経外科医のベン・カーソン(Ben Carson、64歳)は、勢いを失った。

クリス・クリスティー(Chris Christie、53歳)

は現職のニュージャージー州知事で穏健派、同じく穏健な実務型の現職オハイオ州知事、ジョン・ケーシック(John Kasich、63歳)もいる。

また、ケンタッキー州選出上院議員のランド・ポール(Rand Paul、52歳)は、2008年と12年の大統領選挙予備選挙に出馬したロン・ポールを父にもつ。父ロンは、連邦政府の役割を極小化するリバタリアン論者の代表的存在であり、「小さな政府」と財政規律を重視する保守系市民運動の「ティーパーティー(Tea Party)」の圧倒的支持を受けていた。息子のランドも、基本的には父の政治思想を継承する。そのほか、IT産業のヒューレット・パッカード社元CEOで唯一の共和党女性候補、カーリー・フィオリーナ(Carley Fiorina、61歳)などが含まれる。

今回の予備選挙候補は、両党とも、上院議員出身者が多い。上院議員は一般に、州の政財官民と強い繋がりがあり、政策通でもある。下院議員と比べて富裕層が相対的に多い。共和党候補のクルーズやルビオは、上院議員一期目で、若く新鮮、政治家としての野心や伸びしろがある。2008年選挙のオバマもそうだった。その反面、従来大統領を多く輩出してきた州知事出身、つまり実務型の政府経営手腕は、あまり人気がない。

本稿では、まず2016年大統領選挙の予備選挙・党员集会に至るまでの米国政治の環境条件を俯瞰する。政治環境の大状況と、選挙の推移を左右する世論潮流や人口動態がそこに含まれる。さらに本稿では、それらの環境条件のもとで各候補が展開する選挙マーケティング戦略の方向性(初期段階での戦略方針)を概観する。

## I 2016 年大統領選挙の環境

### 1-1. オバマ政権のレガシー

2016 年の大統領選挙が、オバマ政権のこれまで 7 年間の業績に対する有権者の回答であり、評価であることは間違いない。その評価次第で、民主党候補はオバマ政権との距離の取り方や、政策面の継承ないし変化の方向性を決める。また共和党候補は、原則的に共和党員だけがターゲットとなる予備選挙では、戦略的にオバマ政権を最大限批判するだろう。民主党大統領候補との直接対決になる一般選挙でも、今度は民主党候補との差異を際立たせるために、オバマ政権との違いを最大限強調するだろう。

#### 支持率の党派的分断

<図 1>は、オバマ大統領就任の 2009 年 1 月から 2015 年 12 月まで 7 年間の、政権支持率と不支持率の推移 (CNN/Opinion Research Co. 調査) である。2010 年あたりから支持と不支持が拮抗していたが、2013 年後半以降 2015 年末現在までの 2 年超は、不支持が支持を上回る傾向が続いている。とくに 2014 年は最悪<sup>1</sup>で、中間選挙では連邦議会の上下両院とも共和党が実権を握ることになった。

政権 7 年目の 7 月から 9 月 (第 27 四半期) は、翌年の大統領選挙キャンペーンが本格化する時期として重要である。この時期は、各候補が出馬宣言を行い、政治姿勢や政策方針を明らかにするからである。<表 2>は、歴代政権の第 27 四半期の政権支持率を比較している。オバマの平均支持率 45.9%は、前の民主党大統領ビル・クリントンには遠く及ばないが、オバマの直前の共和党ジョージ・W・ブッシュ大統領の 33.2%よりはかなり良い。

クリントンもブッシュも、自党の次期大統領候補 (アル・ゴア、ミット・ロムニー) に政権を引き継ぐことはできなかった。選挙風土として現政権支持率は重要だが、それだけで選挙結果が決まるわけではない。むしろ注目すべきは、オバマ政権への評価が、党派によって明確に分かれることである<図 2>。11 月の CBS/New York Times 調査で、オバマ政権のこれまでの動きに満足しているかどうかを尋ねると、全体では満足 44%、不満足 55%だが、支持政党別にみると、共和党支持者の 9 割が不満なのに対し、民主党の 8 割が満足している。無党派は全体平均とほぼ同じ割合で分かれている。

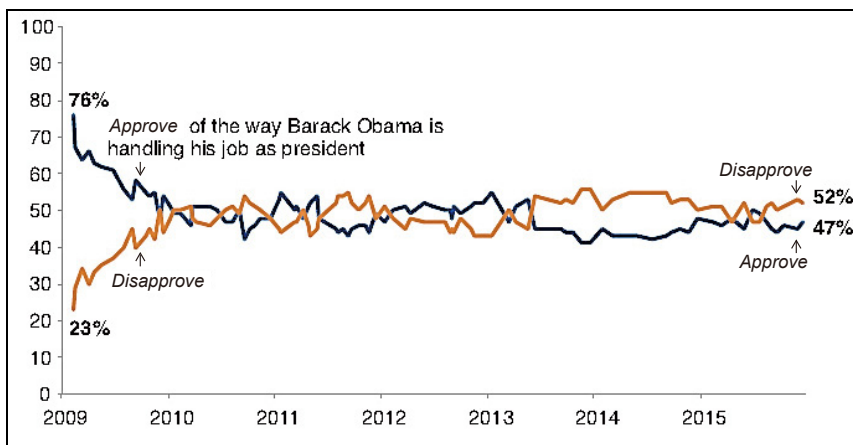
#### 業績評価

オバマ政権は、リーマンショック直後に誕生し、景気回復と雇用回復、財政赤字削減という難しい経済的課題を抱えていた。対外的にも、前ブッシュ政権時代に失墜した米国の国際的評判を回復させ、イラクからの米軍撤退や軍備縮小、対話外交を公約していた。内政面では、国民皆医療保険制度 (オバマケア) 導入をはじめ、環境政策や移民制度改革などリベラル色の濃い政策を含む、意欲的かつ挑戦的なアジェンダに特色があった。

さらにオバマは、クリントン、ブッシュ時代に悪化した政党間対立を改善し、党派や人種民族間の分断を超えた「ひとつのアメリカ」の実現を謳った。

オバマ政権の目指した目標は、共和党の財政保守、防衛保守、社会保守という三つの保守派のいずれもから激しく批判された。党派を超えた実務型政治運営を目指したものの、現実には「ひとつのアメリカ」どころか、オバマ自身が 2016 年 1 月 12 日の政権最後の一般教書演説

図1： オバマ政権支持率推移（2009.1 - 2015.12, CNN/Opinion Research Co.調査）



Source: American Enterprise Institute, "The Obama Legacy: Early Returns, Obama's overall performance at year 8," *AEI Political Report January 2016*.

表2： 歴代大統領の政権支持率比較: 第 27 四半期（政権7年目の7-9月）（Gallup 調査）

	Dates of 27th quarter	Approval average	Number of polls
Truman	Oct 20, 1951-Jan 19, 1952	23.0%	2
Eisenhower	Jul 20-Oct 19, 1959	65.3%	4
Reagan	Jul 20-Oct 19, 1987	47.0%	2
Clinton	Jul 20-Oct 19, 1999	59.7%	7
G.W. Bush	Jul 20-Oct 19, 2007	33.2%	6
Obama	Jul 20-Oct 19, 2015	45.9%	90

Note: Harry Truman took office during the second quarter of Roosevelt's fourth term.

Source: Gallup poll, "Obama job approval steady in 27th quarter at 45.9%," 23 October 2015.

図2 オバマ政権評価の党派的分断（2015.11, CBS/New York Times 調査）

Q: In general, which comes closest to your feelings about the Obama presidency so far? Would you say you are . . . ?

	National response	Responses of		
		Reps.	Dem.	Inds.
Very/Somewhat satisfied with the Obama presidency so far	44%	7%	77%	43%
Very/Somewhat disappointed	55%	92%	22%	56%

Source: CBS/New York Times poll, November 2015.

Table above was shown on American Enterprise Institute, "The Obama Legacy: Early Returns," *AEI Political Report January 2016*.

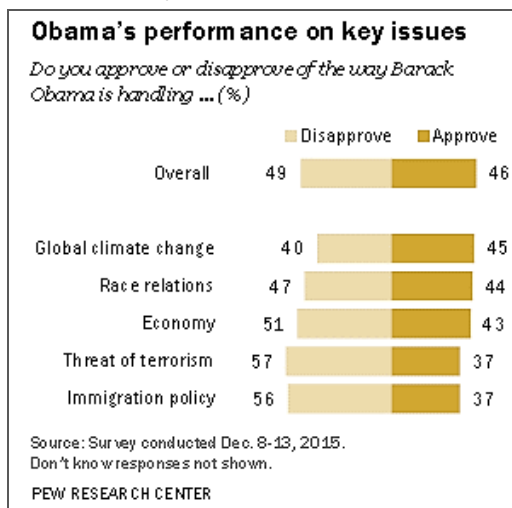
で認めたように、「私の大統領としての数少ない後悔の一つは、政党間の憎しみや疑念が改善するどころか、悪化した（ことだ）」。

党派対立がもたらす政治的膠着に時間を取られるなか、オバマ政権に次々と、新たな外交安全保障上の難問が降りかかる。イスラム国（IS）の台頭と中東情勢の緊迫化、内外テロの頻発、中国やロシアに対する米国の統制力低下などである。

しかしオバマ政権は、迅速な決断を下すための党派間対話の回路を欠き<sup>2</sup>、加えて大統領自身が、前ブッシュ大統領の「思考するより指導力」という性向とは逆の、「指導力より思考する」タイプだった<sup>3</sup>。2014年12月23日付『ニューズウィーク日本版』年末特集「世界首脳の成績表」で、同誌政治コラムニストのウィリアム・ドブソン(William Dobson)は、オバマの「最悪の2014年」の評価として、指導力の欠如した大統領を「内政も外交も失政続きの弱腰大統領」と呼んだ<sup>4</sup>。

2015年もまた、不支持率が支持率を下回る傾向が続いている。具体的に直近のオバマ政権の政策領域別の世論評価を示したのが図3>である。2015年12月実施のPew Research Center調査によれば、政策領域別に支持が不支持を上回るのは「環境変動対策」のみで、「人種対立」の評価はほぼ二分されている。一方、国民の関心が高い「経済」「テロ対策」「移民制度改革」はいずれも、不支持の方がかなり多く、オバマ政権の指導力に対する信頼感の低さの根拠がここに現れているといえよう。

図3 オバマ政権の主要政策別評価 (2015.12、Pew 調査)



Source: Pew Research Center, "Views of Government's Handling of Terrorism Fall to Post-9/11 Low," 15 December 2015.

しかし客観的に数字面での結果をみれば、オバマ政権はそれほど能力のない政権ではない<sup>5</sup>。

第一に、景気回復基調は2015年後半から顕著になり、景況感もまだマイナスながら徐々に上向き、富裕層だけでなく、世帯年収6万から9万ドルの中間所得層の上方で改善が著しい<sup>6</sup>。ガソリン価格の続落も幸いし、雇用も順調に回復している。

労働省2015年12月雇用統計によると、景気動向の重要指標「非農業部門就業者数」は、建設・飲食・医療関連などを中心に、11月に比べて29万人超増加し、予想の20万人を大きく上回った。12月失業率は11月同様5.0%を維持し、2014年全体で就業者数は約270万人増え、310万人増加した2014年に続き、99年以降2番目の高い伸びとなった。平均時給も2014年12と比べて2.5%増え、賃金回復の兆しをみせている。

また第二に、業績達成率も低くはない。たとえば、ピューリツァー賞受賞の調査報道サイト

POLITIFACT.COM が調査した、2008 年・2012 年選挙における合計 500 を超すオバマ政権公約全体の実現率（THE OBAMETER）によると、1 月 14 日現在で、「公約達成(Promise Kept)」は全体の 45%、「妥協して達成(Compromise)」は 25%で、合計すると 7 割になる。一方、「公約破棄(Promise Broken)」は 22%、「頓挫(Stalled)」が 2%、「まだ途中(In the Works)」が 6%で、完全公約違反は五分の一にすぎない<sup>7</sup>。

実際オバマ政権の 7 年間で、公約の「イラク・アフガンの駐留米軍削減」は、7 年前の約 18 万人から 1 万 3300 人にまで減り、「失業率の改善」は 7 年前の 7.8%から 5.0%（2015 年 12 月実績）へと改善し、進歩的政治家の悲願であった「医療保険の未加入率減少」は、7 年前の 15.4%から 9.0%（2015 年上半期）と一桁台を達成した<sup>8</sup>。

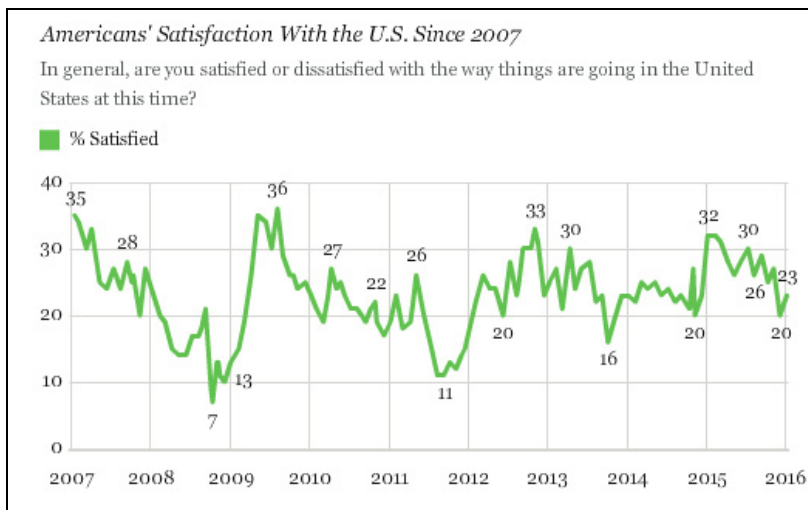
その一方で、大統領選挙の趨勢を占う有力な指標のひとつといわれる「国の方向性に対する満足」は、23%という低さである<図 4>。

## 転換期の米国の不安、既存政治の無能力

その背景にあるのは、米国の安全保障に対する不安、加えて米国の文化や価値観に対する内外の脅威、そうした米国の問題を解決する能力を欠いた、オバマ政権の指導力不足と党派対立のワシントン政治のあり方<sup>9</sup>そのものだろう。

意思決定が政治的に微妙で難しい「綱渡り」の問題や政策について、共和党はほとんどすべてに反対を唱え、報道がそれを大きく取り上げることで、オバマの指導力に対する有権者の信頼を失わせた。この背景には、人種構成の変化、社会倫理の変化、また米国の国際社会における位置や役割を含めて、「転換期」にあるアメリカを所与のものとするオバマ政権の姿勢と、それを受け入れ難いとする共和党・保守派の適応不能があると、アメリカン大学のレオナルド・スタインホーン(Leonard Steinhorn)教授は分析している<sup>10</sup>。つまりオバマ政権の評価は、共和党の対決姿勢だけでなく、共和党支持層をはじめとして米国人の多くが抱える不安の投影でもあるのだ。

図4 オバマ政権期における「国の方向性に対する満足度」の推移 (Gallup 調査)



Source: Justin McCarthy, "As Obama Delivers SOTU, 23% Satisfied With Direction of U.S.," Gallup poll, 12 January 2016.

## 1-2. 共和党のブランド模索

次に、共和党および共和党支持層はどのような状況にあるのか。共和党のブランドコンセプト、すなわち民主党と比較して、何が最も優れた特性か、どんな価値を最も重視しているか、支持者は党のどの点に最も共感するかといった、党に対する支持者が抱くイメージの中核は、揺らいでいる。

### 共和党支持層のイデオロギー的分裂

第一に、共和党支持層内部が、イデオロギー的に分裂している。

米国保守政治の研究で知られる元AEI研究部長で現在「倫理と公共政策センター(the Ethics and Public Policy Center)」上級フェローのヘンリー・オルセン(Henry Olsen)によると<sup>11</sup>、一般に共和党は、「主流派指導層(establishment)」と「アウトサイダー」の2つに分けられると考えられているが、実際には「4つの顔」をもつという。

第一の顔は「中道とリベラル」で、このグループは、政府財政規律と支出削減を重視する保守派市民団体のティーパーティーを嫌い、宗教心が最も薄いので「福音派(宗教右派)」とも仲が悪く、共和党内では唯一の「プロ・チョイス(人工妊娠中絶に賛成)」である。たとえば、家族計画の一環としての人工妊娠中絶や避妊を、医療保険対象内とし政府が支出を行うことに、多くが賛成する<sup>12</sup>。

第二の顔は「やや保守的」なグループで、急激な変革よりも安定性を優先する。第三の顔は「運動家型保守の福音派」で、宗教的価値が主な行動の動機となる。

最後に、第四の顔は「保守活動家で世俗主義」である。この人々も価値によって動機づけられているが、第三のグループと違ってそれは宗教的社会的価値ではなく、移民制度改革やティーパーティー運動の「小さな政府」観など、現実的な価値である。

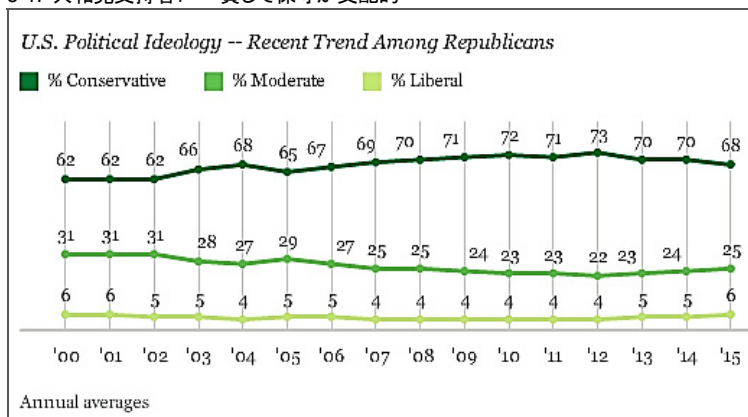
オルセンによれば、現在の共和党におけるこれら4グループのせめぎ合いの結果、2016年共和党大統領候補指名争いは、第二グループ「やや保守」と、第三と第四の活動家型を合わせた「非常に保守」との対立図式になると予測される。具体的な候補でいえば、後にみるマルコ・ルビオ対テッド・クルーズの対立図式という形をとる可能性があるという。その場合、第一グループの中道リベラルが、どちら側を支持するかが重要な鍵を握ると考えられる。

<図5>は、有権者の政治イデオロギー構成の推移をみたものである。2015年現在、有権者全体では保守37%、中道35%、リベラル24%で、保守派が僅差で中道より多く、リベラルは24%前後で安定している。これを党派別にみたのが5-1, 5-2, 5-3の図である。共和党支持者内部では保守派が68%と圧倒的に多く、中道は25%、リベラルは6%にすぎない。

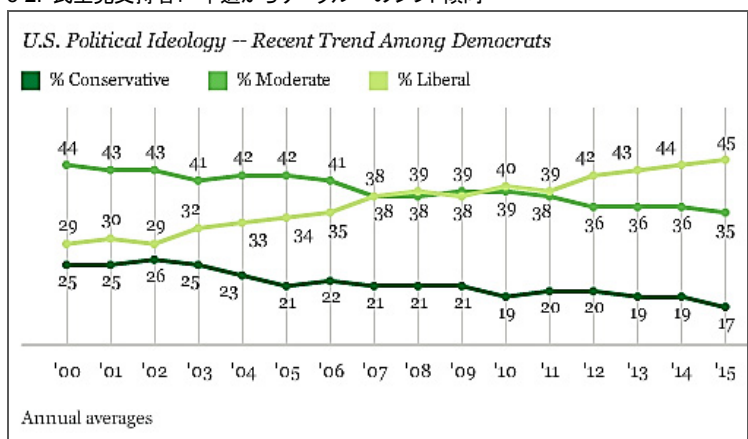
大まかにいえば、中道リベラル併せた共和党支持者の3割と、保守派のなかでも相対的に進歩的な層(もしくは保守活動家に反発する層)を加えたグループがルビオ寄りとするれば、非常に保守的で活動家的な人々がクルーズ寄りということになる。

図5 有権者の政党支持別イデオロギー構成の推移 (1992-2015, Gallup 調査)

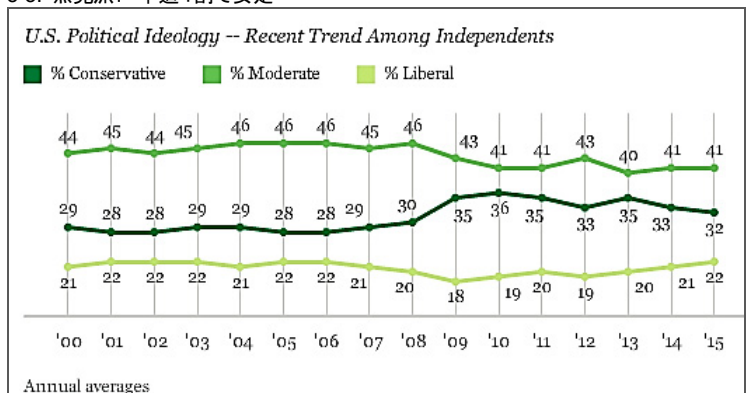
5-1: 共和党支持者：一貫して保守が支配的



5-2: 民主党支持者：中道からリベラルへのシフト傾向



5-3: 無党派：中道4割で安定



All sources: Lydia Saad, "Conservatives Hang On to Ideology Lead by a Thread," Gallup poll, 11 January 2016.



## 新世代の保守派

もう一つの共和党ブランド構築のカギを握るのは、共和党内部で影響力をもちつつある、世代的に若く、思想面・政策面でも強硬な保守派の存在である<sup>13</sup>。

*New York Times* 紙のジョナサン・マーチン (Jonathan Martin) 記者によると、共和党は、オバマのリベラリズムに対するリアクションとして、より厳格で小さな政府論への指向を強めているという。政策面でも、ジョージ・W・ブッシュ時代の共和党では、連邦予算を使った教育プログラム—たとえば *Common Core education standards*—への支持に幅があった。しかしいまや、連邦政府の介入につながりかねない中道的なプログラムや、移民制度改革、医療保険およびオバマケア、環境問題など、超党派的政策関心は影をひそめ、共和党内部で「正統からの逸脱」を許さなくなったという。

今回の共和党予備選挙は、「中道右派のエスタブリッシュメント候補ひとりに対し、複数の強硬派(*hard-liner*)が挑戦する」という、従来の構図ではない。ジェブやそのほかの中道穏健な候補は、かつてならば、民主党候補との一騎打ちになる一般選挙で、中道・無党派層にもアピールして「勝てる候補」として頭角を現すはずだった。

しかしレピオやクルーズのように、世代的に若く、小さな政府型の保守主義を理念とし、表はともかく裏では、人々への思いやりを示す必要があるなどと考えない世代が登場する。ジェブのように、共和党のアピールが「できるだけ広い層の利益を考える(*inclusive*)」ようになったら、「保守派の原則主義者 (*doctrinaire*)」を離反させることになる。ジェブは仕方なく、経

済格差の問題も、階層移動を容易にするための政府援助ではなく、「上に移動するためのバリアを撤去する、そうした保守主義の(規制緩和の)原則だけが解決可能」と立場を変えざるをえない。

新世代の保守派が共和党の組織化原理(換言すればブランドコンセプト)に据えるのは、「オバマへの強硬な対立」である。候補たちは、オバマ政権に深い怒りをもつ政党活動家に応えなければならない。実際、最も保守的な人々は、同時に最も政治的に積極的な活動家が多い<sup>14</sup>。彼らに向けて、候補たちが言うことは同じである—「オバマ政権に対するリアクションとして、小さな政府、自由、ワシントン官僚主義からの権力奪還を、よりエネルギーに熱意を込めて要求する必要がある」と。

共和党の党ブランドが、*inclusive* から離れて強硬な保守に軸を移していく契機は、オバマ政権だけにあるのではない。第二のルーツは、ジョージ・W・ブッシュ政権にあるとマーチンは分析する。「思いやりある保守主義」を掲げていたブッシュ政権は、教育における連邦政府の役割拡大、メディケア拡張を推進し、共和党の議会支配にも拘わらず政府支出は増加した。保守派アドボカシーグループ *Heritage Action* の代表、マイケル・ニードハム(Michael Needham)の言葉を借りれば、ブッシュ時代は保守派にとって、「保守主義と共和党は違う」ことをいやと言うほど痛感させるのだ。

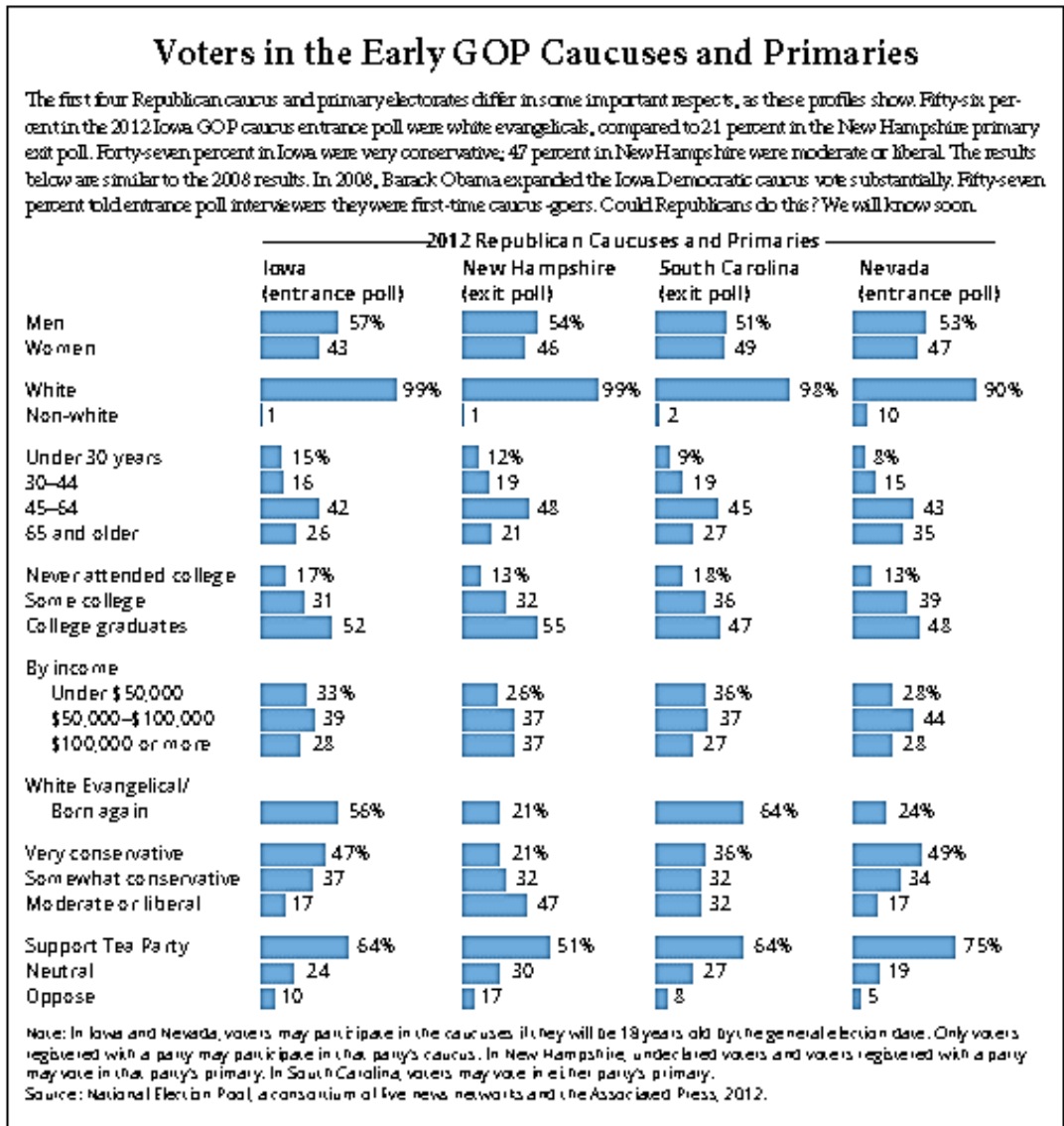
さらに第三のルーツは、このジョージ・W・ブッシュの「思いやりある保守主義」自体が、もともとクリントン政権に対する一種のリアクションとして生まれたという点にある。クリントン民主党政権は「大きな政府の時代は終わ

った」と宣言しつつ共和党のお株を奪い、その一方で共和党を、冷酷で情け容赦ない悪者に描いた。現在の共和党内部の抗争は、「個人の自由と小さな政府が最も大事」と考える保守回帰の人々と、「どちらの政党が庶民に優しいか」を民主党と競い合う古い inclusive タイプの人々とのあいだの、党路線をめぐる戦争なのである。

## II 2016 年大統領選挙の基本潮流

2月1日のアイオワ州党員集会を皮切りに、9日にはニューハンプシャー州で予備選挙、サウスカロライナ州、ネバダ州と続く<表1>。ただしこれら最初の4州が、全米の傾向を代表するわけではない。確かに、アイオワとニューハンプシャーの予備選挙は全米が注目し報道量

表3 共和党予備選挙最初の4州の有権者構成 (2012年予備選挙の入り口・出口調査結果から)



Source: American Enterprise Institute, *AEI Political Report January 2016*.

も多く、その結果次第で後続州の選挙動向が変わる可能性はある。とはいえ、アイオワは中西部、ニューハンプシャーは北東部という地域差のほか、同じ共和党支持層でも、その属性はかなり違う<表3><sup>15</sup>。

アイオワは低・中間所得層が多く、政治イデオロギーも保守的で、白人の宗教右派が56%を占める。ニューハンプシャーの共和党支持層は世帯年収10万ドル以上が全体の37%を占めるなど高所得者が多く、イデオロギーも中道ないしリベラルが全体の半分を占める。宗教右派は21%に過ぎない。両州とも共和党支持層の99%が白人で、マイノリティはほとんどいない。

こうした属性上の特性は、決定的とはいえないうまでも、候補選好に一定の影響を及ぼす。もしそうした違いを超えて、トランプが優勢を保

持するならば、彼の強さは本物だろう。

ここでは、Iで述べた政治環境を前提条件として、今回の大統領選挙の展開を左右すると考えられる大きな世論潮流や人口動態について述べる。

## 2-1. 何をめぐる選挙か—既存政治に対する怒り、アウトサイダー指向とポピュリズム

2016年大統領選挙の最も重要な潮流は、政府に対する怒りである。オバマ政権だけでなく、ワシントンの解決能力欠如に対する怒りでもある。

<表4>は、米国が直面する最重要問題のトップ4を過去15年の推移でみたものだが、2014年15年と2年連続して、「経済」を凌ぐ勢いで「政府」が問題視されている。この政府や政治

表4 米国が直面する最重要問題 トップ4 の推移 (2001-2015, Gallup 調査)

<i>Top Four Issues Named Most Important Problem Facing the U.S.</i>				
Annual averages of monthly results				
	-----Issue 1-----	-----Issue 2-----	-----Issue 3-----	Issue 3 (tie)/Issue 4
2015	Government-16%	Economy-13%	Unemployment-8%	Immigration-8%
2014	Government-18%	Economy-17%	Unemployment-15%	Healthcare-10%
2013	Economy-22%	Government-20%	Unemployment-16%	Healthcare-10%
2012	Economy-31%	Unemployment-25%	Government-13%	Fed. deficit/debt-10%
2011	Economy-30%	Unemployment-29%	Government-12%	Fed. deficit/debt-12%
2010	Economy-29%	Unemployment-27%	Healthcare-13%	Government-12%
2009	Economy-40%	Unemployment-16%	Healthcare-15%	Government-7%
2008	Economy-39%	Iraq-18%	Gas prices-10%	Healthcare-8%
2007	Iraq-33%	Healthcare-10%	Immigration-9%	Government-8%
2006	Iraq-26%	Immigration-10%	Government-9%	Economy-9%
2005	Iraq-22%	Economy-11%	Government-8%	Terrorism-8%
2004	Iraq-22%	Economy-19%	Unemployment-14%	Terrorism-14%
2003	Economy-27%	Iraq-17%	Unemployment-12%	Terrorism-10%
2002	Terrorism-24%	Economy-22%	Iraq-9%	Unemployment-7%
2001	Economy-14%	Terrorism-10%	Ethics/Morals-9%	Education-9%

GALLUP

Source: Lydia Saad, "Government Named Top U.S. Problem for Second Straight Year," Gallup poll, 4 January 2016.

への怒りを「マーケット」としてモンスター級に成長したのが、共和党のトランプと民主党のサンダースである<sup>16</sup>。

### 究極のアウトサイダー・トランプ人気の背景<sup>17</sup>

トランプ人気は一時的なバブルではない。本格的な選挙戦の最初の山場である、2月1日アイオワに始まる全米各州予備選挙・党員集会が目前に迫っても、トランプの選挙集会は相変わらず大群衆を集める。全米世論調査では、共和党支持者だけでなく無党派層の支持も高く、クルーズが急迫しているアイオワを除けば、ほぼすべての州で彼は支持率首位を続けている。トランプ台頭の背景に、2016年選挙を左右する大きな政治潮流があることは疑いない。

それは第一に、政治エスタブリッシュメントへの嫌悪と怒りであると TIME 誌のマイケル・シェラー記者(Michael Scherer)は指摘する<sup>18</sup>。

「言い争いばかりの政治家連中、王朝のような政治ファミリー一族、約束だけはするが実行しない公職者で成り立つシステム—それにはもううんざり」という“怨嗟”は、党派やイデオロギーを超えて広がっている。民主党のアウトサイダー候補サンダースの人気をみても、それは明らかである。

有権者は深層で、「米国は根本的なところで壊れているのに、誰も修復しようとしな」と信じ、「エリートは自分の利益のためにシステムを擁護し、それ以外のすべての人は苦しんでいる」と感じている。そして、「結果がすべて」であることを、また思い起こす。

トランプは、なかでも景気の変動の影響をもちに受け、米国の人種民族的人口構成の変化に怯える保守的な低中間所得層—典型的には共和党支持基盤の白人ブルーカラー—から、共和

党幹部やメディアエリートなどエスタブリッシュメントに突きつけられた、生きた警告そのものであると選挙専門家はみる。トランプが、中国やイラン・イラクに対する闘争的で容赦ない対応を叫ぶとき、人々はそれが実現性のない夢でしかないことは了解している。それでも、何も行動せず、結果を出せず、選挙に勝つことだけは上手い両政党と政治家、死に体の政治システムよりは、トランプの方が信頼できると思っている。トランプは、有権者の既存政治に対する憎悪そのものであり、断固として容赦なく、しかも「(大富豪で私財を投じて選挙をするので) カネで買収されることもない」。

### 安全保障への不安と排外主義

トランプ台頭の背景にある第二の世論潮流は、欧米で頻発するイスラム過激派のテロおよび中東からの移民の流入がもたらす社会的政治的不安である。欧州で高まる排外主義、人種・民族的ナショナリズム、経済格差や政府の安全保障政策の無能力に抗議するポピュリズム(大衆うけのする)の流れは、米国でも無視できない潮流になりつつある。オバマ大統領が最後の一般教書演説のハイライトのひとつとして強調したのは、この米国における非寛容な排外主義のポピュリズムの広がりである。

9.11 同時多発テロ以降、イスラム教徒に対する反感や差別は公然とあった。しかし、それと国内テロや暴力事件、難民受け入れや新規移民の拒否などの問題とを結びつけ、安全保障の名目で非寛容かつ“独裁的な”排外主義、反デモクラシーを堂々と主張する風潮は、これまで米国政治の表舞台で顕在化することは非常に希だったと、New York Time 紙コラムニスト、ロス・ドゥーサー(Ross Douthat)は言う<sup>19</sup>。

2016年選挙は当初から、既存の政党ならびに政府への強い不信任感、貧富の経済格差や権力構造の硬直に対する抗議としての、左右両翼におけるポピュリズムがカギを握るはずだった。しかしむしろそれは、共和党よりも民主党リベラルの方で大きな運動のうねりになるはずだったと Douhat は指摘する。

民主党最左翼のアイコン的人物で、「反ウォール・ストリート（金融業界）」、オバマ政権の住宅開発局長を勤めた現マサチューセッツ州選出連邦上院議員のエリザベス・ウォーレン (Elisabeth Warren) の大統領選挙出馬が待望されながらも実現しなかったことから、その支持層も含めたりベラル側のポピュリズムは、サンダース陣営が体现することになった。

しかしイスラム国の台頭に加え、オバマ政権の及び腰、後手に回る中東政策、テロ対応への批判、さらに、パリやロンドンのテロ、シリアやイラクからの難民の大量流入、米国内での黒人と白人の対立、イスラム過激派に触発された国内テロなど、不安材料が重なる中で、むしろ右派の側でポピュリズムが勢いをもつようになる。

その象徴が、トランプ候補である。保守的な白人層が相対的に多い共和党支持者は無党派や民主支持層に比べて、イスラム教→暴力→難民受け入れ拒否&移民政策厳格化といった連想の構図をもつ傾向が強いのである<sup>20</sup>。トランプの「イスラム圏からの移民受け入れ拒否」「不法移民の強制送還」「国内イスラム教徒の強制的登録と監視」といった暴言は、これらのポピュリズムの排外主義を背景にしていることは疑いない。

こうした米国のリベラリズムの伝統に対す

る極端なまでのアンチは、オバマ政権の政策への批判というだけでなく、大統領の人種や出自、宗教的寛容に対する不信任の投影でもあり、また、後述する人種民族的な人口構成変化に伴い、マイノリティの高学歴化や政治的社会的地位の向上が進む「新しいアメリカ」への、白人とくにブルーカラー層の不安の投影でもある。

それがより極端な形をとるならば、人種隔離主義と容易に結びつきうる。実際、Washington Post 紙が報じる場所では、ノースカロライナなど南部の州で、「死にかけの白人至上主義団体」が、人種隔離主義者などにトランプ支持の運動を働きかけているという<sup>21</sup>。

しかしこうした極論を、他の共和党候補や支持層のすべてが共有するわけではない。イスラム世界だけでなく、反差別意識の高い英国はじめ欧州の政府および世論<sup>22</sup>、そして米国内の知識人やリベラル派は、トランプと彼の代表するものに深い憂慮を抱いている。

また共和党全国委員会 (RNC) は、万ートランプが予備選挙を制したら、共和党候補を正式に指名する党大会で、トランプ以外の候補が獲得した代議員票を事前に取引し、トランプの対立候補をまとめて一本化して、トランプの正式指名を阻止する「事前取引型党大会 (brokered convention)」を実施する構えだという<sup>23</sup>。

## 2-2. 政策対立軸

次に具体的な政策に関してはどうだろうか。

### 安全保障・テロ対策への関心強まる

<表5>は2014年末と15年末の政策関心の比較変化を示し、<表6>は15年末時点での政策関心のあり方を党派別にみたものである。

表5 国が直面する最も重要な問題 (2014.12/2015.12 の比較, Pew 調査)

Most important problem facing nation ...			
	Dec 2014	Dec 2015	Change
	%	%	
Terrorism	1	18	+17
Economy (general)	14	9	-5
Defense/National security	2	8	+6
Immigration	12	7	-5
Unemployment	10	7	-3
ISIS/War in Iraq/War in Syria	2	7	+5
Dissatisfaction with government, Obama	10	6	-4
Gun control/Too many guns/Mass shootings	1	5	+4
Political gridlock/division	8	5	-3
<b>NET: Foreign/International</b>	<b>9</b>	<b>32</b>	<b>+23</b>
<i>NET: Terrorism/ISIS/National security</i>	4	29	+25
<b>NET: Economic issues</b>	<b>34</b>	<b>23</b>	<b>-11</b>

Source: Survey conducted Dec. 8-13, 2015.  
Note: see topline for all mentions and full trend.

PEW RESEARCH CENTER

Source: Pew Research Center, "Views of Government's Handling of Terrorism Fall to Post-9/11 Low," 15 December 2015.

表6 党派別の政策関心領域 (2015.12, Pew 調査)

More Republicans than Democrats cite immigration, terrorism as top problems				
Most important problem facing nation ...				
	Rep	Dem	Ind	R-D diff
	%	%	%	
Defense/National security	16	5	6	<b>R+11</b>
Immigration	14	3	7	<b>R+11</b>
Terrorism	24	16	18	<b>R+8</b>
ISIS/War in Iraq/War in Syria	8	4	8	R+4
Economy (general)	7	6	12	R+1
Dissatisfaction with government, Obama	4	5	6	D+1
Gun control/Too many guns/Mass shootings	4	5	6	D+1
Unemployment	4	7	8	D+3
Political gridlock/Division	2	8	4	<b>D+6</b>
<b>NET: Foreign/International</b>	<b>42</b>	<b>24</b>	<b>32</b>	<b>R+18</b>
<i>NET: Terrorism/ISIS/National security</i>	41	23	28	<b>R+18</b>
<b>NET: Economic issues</b>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>25</b>	D-1
Unweighted N	198	207	290	

Source: Survey conducted Dec. 8-13, 2015. Differences in **bold** are statistically significant.

PEW RESEARCH CENTER

Source: Pew Research Center, "Views of Government's Handling of Terrorism Fall to Post-9/11 Low," 15 December 2015.

＜表5＞が示すように、この1年間の変化は明らかに、テロ対策や防衛安全保障など、外交・国際関係関連の政策に関心が強まっており、経済政策に優先する課題ととらえられていることがわかる。

次に＜表6＞の党派別傾向をみると、このテロ・安全保障への関心増は、とくに共和党支持者で大きいことがわかる。外交・国際関係政策と経済政策のそれぞれの合計(NET)をみると、外交領域でとくに党派的な違いがはっきりしており、一方経済領域は、党派による違いが相対的に小さい。

自党支持層をターゲットに競い合う予備選挙では、共和党候補がテロや安全保障、移民問題を焦点にするのも、ここから理解できる。一方、民主党支持層や無党派層は、共和党支持層ほど明確な政策嗜好を示していない。むしろ外交と経済の両方に関心が二分されるようだ。

### 経験より新しさ

外交や安全保障が重要ならば、内政以上に候補の「実績・経験」が重視されそうなものだが、実際には2015年9月のPew Research Center調査で、共和党支持層が候補に求める資質として、「経験」より「新しさ」の方を重視するようになったことがわかった＜図6左＞<sup>24</sup>。民主党支持層は3月と9月の比較でそれほど大きな変化がなく、経験を求める割合と新しさを求める割合がほぼ二分されるのに対し、共和党支持層は65%対29%で圧倒的に「新しい考え」をもつ候補を支持する声が増えている。

また同調査では、この共和党支持層の「新しい考え、従来と異なるアプローチ」への嗜好と、予備選挙候補への選好との関連性をみている＜図6右＞。トランプは、他の候補のもつ資質

やイメージがはっきりしないなかで、明確に新しさの象徴として認識されている。

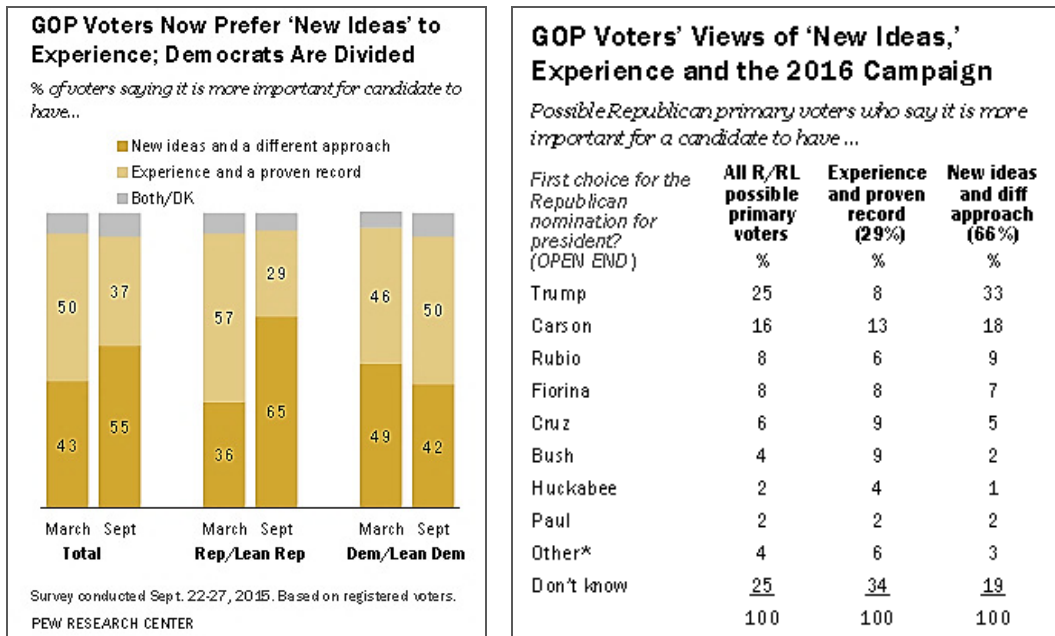
2015年11月のWashington Post/ABC調査<sup>25</sup>では同様の設問を行っている。共和党候補の支持で最も重視する資質として、「変化をもたらす」が52%、その資質特性をもつ候補として1位にあげられたのはトランプだった。二番目に重視される資質の「誠実さ」(28%)の1位はカーソン、三番目に重視される「優れた経験」(12%)の1位はジェブであった。

さらに、この「新しさ」は政策面での変更という意味も含む。先の2015年9月Pew調査によると、共和党支持層が求める変化とは、結局オバマ政権の現行政策の大転換にほかならない。具体的には、「イランとの核合意を棄却したい」「人工妊娠中絶や家族計画への連邦資金援助を止めたい」「不法移民を強制退去させた

い」などであり、そのほかに、民主党支持層と立場が真っ向から対立する領域として、「人種対立」「銃規制」「オバマケアの存続」「同性婚」「環境規制」などがある。共和党支持層が求める変化とは、policy change (政策変更) というよりは resume change (体制変革) と呼ぶ方が適切かもしれない。

最後に、民主党支持層が「経験」と「新しさ」のどちらか一方を明確に選んでいないという調査結果は、何を意味するか。民主党の「経験」を象徴するヒラリー候補と、「新しさ」の象徴サンダース候補の競争が、共和党候補の競争よりも複雑であること、そして、各候補がこの予備選挙を、何をめぐる選挙、選択として定義するか(つまりフレーミング)、その綱引きによって勝敗が分かれるかもしれないことを意味している。

図6 民主党支持者は「経験」と「新しい考え」二分、共和党支持者は「新しい考え」／トランプ支持者が典型 (2015.9, Pew 調査)



Source: Pew Research Center, "Contrasting partisan perspectives on campaign 2016," 2 October 2015.

## 問題を解決する政治

しかし、共和党支持層だけでなく民主党支持層にとっても本来の「怒り」的は、政府や既存の政治が問題を解決する能力を欠いていることにあつたはずである。

政治学者の Bill Bishop が著書 *The Big Sort*<sup>26</sup> で指摘したように、米国では過去 20 年間、有権者も政治家もイデオロギーの二極化分断化が進み、交渉を通じて中庸の解決策を引き出せる中道が激減している。政権が交代し、どちらかの党派に拠った政策に転換したところで、もう一方の党派の不満は解消されるどころか増すばかりである。

共和党候補のジューブのスローガン *Can Fix It* (問題解決能力がある) は、その意味での射たメッセージである (けれど残念ながら今年はいアピール力に欠ける)。その一方で、党派化潮流に抵抗し、草の根から連邦レベルまで様々な政策次元で超党派のアジェンダを作り、交渉を通じて政治の解決力を再生させようとする第三者団体 *No Labels* の活動に注目しておきたい。この団体が主催する大会 *Problem Solver Convention* には共和党予備選挙候補も複数が出席し、超党派アジェンダに対する誓約を行った<sup>27</sup>。

### 2-3. 有権者層のターゲット—新たな主流派<sup>28</sup>

有権者層のプロフィールによって、その支持を求める候補の立ち位置も変化する。ここでは有権者側の大きな潮流について二点述べてお

きたい。

### 新しいアメリカ—白人対マイノリティ

2016 年大統領選挙は、人種民族やジェンダー、経歴、資質など、個人のアイデンティティが前面に出る選挙となっている。

オバマ政権は、移民二世やよりよい生活と待遇をもとめて世界中から集まる新規移住者のなかでも、若く高学歴のマイノリティいわゆる「上昇階層(ascendant class)」の支持を得て成立した政権である。これらの層は、学歴が低く、低～中間所得層の白人層にとって政治的経済的文化的に脅威の存在である。それだけではない。マイノリティ問題は、テロ予備軍視される難民の受け入れや、不法移民問題、構造化された社会的差別に対する黒人コミュニティの持続的な抵抗運動など、米国のきわめて今日的な政治的社会的問題と関わっている。

<表 7>は、1988 年から 2012 年までの大統領選挙における民主党候補が、共和党候補に対して、また 4 年前の前回大統領選挙の民主党候補に対して、どの層を多く (または少なく) 獲得したかを一覧したものである。

オバマの 2008 年と 2012 年の選挙では、明らかに黒人層やヒスパニックの支持が決め手になっており、白人の支持は共和党へ流れる傾向がある。また 2008 年選挙では特に、若年層、高学歴、高所得、マイノリティが多く住む大都市圏で民主党の地盤を拡大している。民主党候補は女性に強いというジェンダーギャップ傾向は継続している。

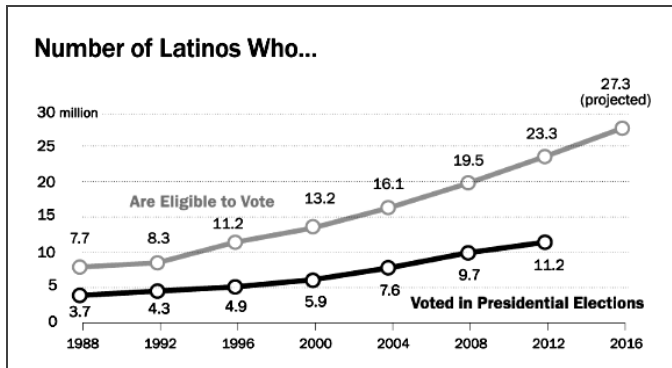


表7 大統領候補支持のデモグラフィック特性の推移（1988-2012、各数値は民主党候補を基準としたもの）

全投票者に占める割合 (%)						得票率 (ヨコ100%)						前回大統領選挙民主党候補と比較した得失 (%)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																													
						2012		2008		2004		オバマ '12の '08から の得失	オバマ '08の '04から の得失	ケリー '04の '00から の得失	ゴア '00の '96から の得失	クリン '96の '92から の得失	クリン '92の '88から の得失																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
2012	2008	2004	2000	1996	有権者ブロック	オバマ (民)	ロム ニー (共)	オバマ (民)	マケイ ン (共)	ケリー (民)	G.W. ブッシュ (共)																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
ジェンダー																		47	47	46	48	48	男性	45	52	49	48	44	55	-4	5	2	-1	2	0	53	53	54	52	52	女性	55	44	56	43	51	48	-1	5	-3	0	9	-4	人種																		72	74	79	82	83	白人	39	59	43	55	41	58	-4	2	-1	-1	4	-1	13	13	12	10	10	黒人	93	6	95	4	88	11	-2	7	-2	6	1	-3	10	8	6	4	5	ヒスパニック	71	27	66	32	56	43	5	10	-11	-5	11	-8	3	2	2	2	1	アジア系	73	26	61	35	58	41	12	3	4	11	12	XX	人口																		11	11	13	9	10	500,000以上	70	28	70	28	60	39	0	10	-11	3	10	-4	21	19	19	20	21	50,000 から 500,000	58	40	59	39	49	49	-1	10	-8	7	0	-2	47	50	45	43	39	都市郊外	48	50	50	48	47	52	-2	3	0	0	6	-1	8	7	8	5	9	10,000 から 50,000	42	56	46	53	48	50	-4	-2	10	-10	9	1	14	14	16	23	21	地方	38	60	45	53	40	59	-7	5	3	-7	5	-5	年齢																		19	18	17	17	17	18-29	59	37	68	30	54	45	-9	14	6	-5	10	-4	26	29	29	33	33	30-44	51	46	54	45	46	53	-3	8	-2	0	7	-4	38	37	30	28	26	45-59* / '08-: 45-64	47	52	51	48	48	51	-4	3	0	0	7	-1	17	16	24	22	24	60歳以上 / '08-: 65歳以上	43	56	44	54	46	54	-1	-2	-5	3	-2	1	学歴																		3	4	4	5	6	高卒以下	62	36	63	35	50	49	-1	13	-9	0	5	-2	21	20	22	21	24	高卒以下	50	48	52	46	47	52	-2	5	-1	-3	8	-6	29	31	32	32	27	短大卒、四年生大学中退	49	49	51	47	46	54	-2	5	1	-3	7	-1	47	45	42	42	43	大卒以上	50	48	49	48	46	52	1	3	1	1	5	2	18	17	16	18	17	大学院卒以上	55	43	58	40	55	44	-3	3	3	0	2	2	世帯収入																		20	6	8	7	11	15,000ドル以下	62	36	73	25	63	36	XX	10	6	-2	1	-4		12	15	16	23	15,000 から 30,000ドル			60	37	57	42		3	3	1	8	-5	21	19	22	24	27	30,000 から 50,000ドル	56	42	55	43	50	49	1	5	1	1	7	-2	59	62	55	53	39	50,000ドル以上	44	54	49	49	43	56	-5	6	-2	1	5	2	28	26	18	15	9	100,000ドル以上	43	54	49	50	41	58	-6	8	-2	5	XX	XX	未婚																		60	66	63	65	66	既婚	41	57	47	51	42	57	-6	5	-2	0	4	-2	40	34	37	35	34	未婚	62	35	65	33	58	40	-3	7	1	0	6	-2	29	XX	30	32	33	既婚男性	38	60	46	53	39	60	-8	7	1	-2	2	-1	31	XX	32	33	33	既婚女性	46	53	47	51	44	55	-1	3	-4	0	7	-5	36	40	37	XX	XX	18歳以下の子供のいる親	51	47	53	45	45	53	-2	8	0	-3	8	-4
47	47	46	48	48	男性	45	52	49	48	44	55	-4	5	2	-1	2	0																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
53	53	54	52	52	女性	55	44	56	43	51	48	-1	5	-3	0	9	-4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
人種																		72	74	79	82	83	白人	39	59	43	55	41	58	-4	2	-1	-1	4	-1	13	13	12	10	10	黒人	93	6	95	4	88	11	-2	7	-2	6	1	-3	10	8	6	4	5	ヒスパニック	71	27	66	32	56	43	5	10	-11	-5	11	-8	3	2	2	2	1	アジア系	73	26	61	35	58	41	12	3	4	11	12	XX	人口																		11	11	13	9	10	500,000以上	70	28	70	28	60	39	0	10	-11	3	10	-4	21	19	19	20	21	50,000 から 500,000	58	40	59	39	49	49	-1	10	-8	7	0	-2	47	50	45	43	39	都市郊外	48	50	50	48	47	52	-2	3	0	0	6	-1	8	7	8	5	9	10,000 から 50,000	42	56	46	53	48	50	-4	-2	10	-10	9	1	14	14	16	23	21	地方	38	60	45	53	40	59	-7	5	3	-7	5	-5	年齢																		19	18	17	17	17	18-29	59	37	68	30	54	45	-9	14	6	-5	10	-4	26	29	29	33	33	30-44	51	46	54	45	46	53	-3	8	-2	0	7	-4	38	37	30	28	26	45-59* / '08-: 45-64	47	52	51	48	48	51	-4	3	0	0	7	-1	17	16	24	22	24	60歳以上 / '08-: 65歳以上	43	56	44	54	46	54	-1	-2	-5	3	-2	1	学歴																		3	4	4	5	6	高卒以下	62	36	63	35	50	49	-1	13	-9	0	5	-2	21	20	22	21	24	高卒以下	50	48	52	46	47	52	-2	5	-1	-3	8	-6	29	31	32	32	27	短大卒、四年生大学中退	49	49	51	47	46	54	-2	5	1	-3	7	-1	47	45	42	42	43	大卒以上	50	48	49	48	46	52	1	3	1	1	5	2	18	17	16	18	17	大学院卒以上	55	43	58	40	55	44	-3	3	3	0	2	2	世帯収入																		20	6	8	7	11	15,000ドル以下	62	36	73	25	63	36	XX	10	6	-2	1	-4		12	15	16	23	15,000 から 30,000ドル			60	37	57	42		3	3	1	8	-5	21	19	22	24	27	30,000 から 50,000ドル	56	42	55	43	50	49	1	5	1	1	7	-2	59	62	55	53	39	50,000ドル以上	44	54	49	49	43	56	-5	6	-2	1	5	2	28	26	18	15	9	100,000ドル以上	43	54	49	50	41	58	-6	8	-2	5	XX	XX	未婚																		60	66	63	65	66	既婚	41	57	47	51	42	57	-6	5	-2	0	4	-2	40	34	37	35	34	未婚	62	35	65	33	58	40	-3	7	1	0	6	-2	29	XX	30	32	33	既婚男性	38	60	46	53	39	60	-8	7	1	-2	2	-1	31	XX	32	33	33	既婚女性	46	53	47	51	44	55	-1	3	-4	0	7	-5	36	40	37	XX	XX	18歳以下の子供のいる親	51	47	53	45	45	53	-2	8	0	-3	8	-4																																																						
72	74	79	82	83	白人	39	59	43	55	41	58	-4	2	-1	-1	4	-1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
13	13	12	10	10	黒人	93	6	95	4	88	11	-2	7	-2	6	1	-3																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
10	8	6	4	5	ヒスパニック	71	27	66	32	56	43	5	10	-11	-5	11	-8																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
3	2	2	2	1	アジア系	73	26	61	35	58	41	12	3	4	11	12	XX																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
人口																		11	11	13	9	10	500,000以上	70	28	70	28	60	39	0	10	-11	3	10	-4	21	19	19	20	21	50,000 から 500,000	58	40	59	39	49	49	-1	10	-8	7	0	-2	47	50	45	43	39	都市郊外	48	50	50	48	47	52	-2	3	0	0	6	-1	8	7	8	5	9	10,000 から 50,000	42	56	46	53	48	50	-4	-2	10	-10	9	1	14	14	16	23	21	地方	38	60	45	53	40	59	-7	5	3	-7	5	-5	年齢																		19	18	17	17	17	18-29	59	37	68	30	54	45	-9	14	6	-5	10	-4	26	29	29	33	33	30-44	51	46	54	45	46	53	-3	8	-2	0	7	-4	38	37	30	28	26	45-59* / '08-: 45-64	47	52	51	48	48	51	-4	3	0	0	7	-1	17	16	24	22	24	60歳以上 / '08-: 65歳以上	43	56	44	54	46	54	-1	-2	-5	3	-2	1	学歴																		3	4	4	5	6	高卒以下	62	36	63	35	50	49	-1	13	-9	0	5	-2	21	20	22	21	24	高卒以下	50	48	52	46	47	52	-2	5	-1	-3	8	-6	29	31	32	32	27	短大卒、四年生大学中退	49	49	51	47	46	54	-2	5	1	-3	7	-1	47	45	42	42	43	大卒以上	50	48	49	48	46	52	1	3	1	1	5	2	18	17	16	18	17	大学院卒以上	55	43	58	40	55	44	-3	3	3	0	2	2	世帯収入																		20	6	8	7	11	15,000ドル以下	62	36	73	25	63	36	XX	10	6	-2	1	-4		12	15	16	23	15,000 から 30,000ドル			60	37	57	42		3	3	1	8	-5	21	19	22	24	27	30,000 から 50,000ドル	56	42	55	43	50	49	1	5	1	1	7	-2	59	62	55	53	39	50,000ドル以上	44	54	49	49	43	56	-5	6	-2	1	5	2	28	26	18	15	9	100,000ドル以上	43	54	49	50	41	58	-6	8	-2	5	XX	XX	未婚																		60	66	63	65	66	既婚	41	57	47	51	42	57	-6	5	-2	0	4	-2	40	34	37	35	34	未婚	62	35	65	33	58	40	-3	7	1	0	6	-2	29	XX	30	32	33	既婚男性	38	60	46	53	39	60	-8	7	1	-2	2	-1	31	XX	32	33	33	既婚女性	46	53	47	51	44	55	-1	3	-4	0	7	-5	36	40	37	XX	XX	18歳以下の子供のいる親	51	47	53	45	45	53	-2	8	0	-3	8	-4																																																																																																																																																
11	11	13	9	10	500,000以上	70	28	70	28	60	39	0	10	-11	3	10	-4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
21	19	19	20	21	50,000 から 500,000	58	40	59	39	49	49	-1	10	-8	7	0	-2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
47	50	45	43	39	都市郊外	48	50	50	48	47	52	-2	3	0	0	6	-1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
8	7	8	5	9	10,000 から 50,000	42	56	46	53	48	50	-4	-2	10	-10	9	1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
14	14	16	23	21	地方	38	60	45	53	40	59	-7	5	3	-7	5	-5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
年齢																		19	18	17	17	17	18-29	59	37	68	30	54	45	-9	14	6	-5	10	-4	26	29	29	33	33	30-44	51	46	54	45	46	53	-3	8	-2	0	7	-4	38	37	30	28	26	45-59* / '08-: 45-64	47	52	51	48	48	51	-4	3	0	0	7	-1	17	16	24	22	24	60歳以上 / '08-: 65歳以上	43	56	44	54	46	54	-1	-2	-5	3	-2	1	学歴																		3	4	4	5	6	高卒以下	62	36	63	35	50	49	-1	13	-9	0	5	-2	21	20	22	21	24	高卒以下	50	48	52	46	47	52	-2	5	-1	-3	8	-6	29	31	32	32	27	短大卒、四年生大学中退	49	49	51	47	46	54	-2	5	1	-3	7	-1	47	45	42	42	43	大卒以上	50	48	49	48	46	52	1	3	1	1	5	2	18	17	16	18	17	大学院卒以上	55	43	58	40	55	44	-3	3	3	0	2	2	世帯収入																		20	6	8	7	11	15,000ドル以下	62	36	73	25	63	36	XX	10	6	-2	1	-4		12	15	16	23	15,000 から 30,000ドル			60	37	57	42		3	3	1	8	-5	21	19	22	24	27	30,000 から 50,000ドル	56	42	55	43	50	49	1	5	1	1	7	-2	59	62	55	53	39	50,000ドル以上	44	54	49	49	43	56	-5	6	-2	1	5	2	28	26	18	15	9	100,000ドル以上	43	54	49	50	41	58	-6	8	-2	5	XX	XX	未婚																		60	66	63	65	66	既婚	41	57	47	51	42	57	-6	5	-2	0	4	-2	40	34	37	35	34	未婚	62	35	65	33	58	40	-3	7	1	0	6	-2	29	XX	30	32	33	既婚男性	38	60	46	53	39	60	-8	7	1	-2	2	-1	31	XX	32	33	33	既婚女性	46	53	47	51	44	55	-1	3	-4	0	7	-5	36	40	37	XX	XX	18歳以下の子供のいる親	51	47	53	45	45	53	-2	8	0	-3	8	-4																																																																																																																																																																																																																																																												
19	18	17	17	17	18-29	59	37	68	30	54	45	-9	14	6	-5	10	-4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
26	29	29	33	33	30-44	51	46	54	45	46	53	-3	8	-2	0	7	-4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
38	37	30	28	26	45-59* / '08-: 45-64	47	52	51	48	48	51	-4	3	0	0	7	-1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
17	16	24	22	24	60歳以上 / '08-: 65歳以上	43	56	44	54	46	54	-1	-2	-5	3	-2	1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
学歴																		3	4	4	5	6	高卒以下	62	36	63	35	50	49	-1	13	-9	0	5	-2	21	20	22	21	24	高卒以下	50	48	52	46	47	52	-2	5	-1	-3	8	-6	29	31	32	32	27	短大卒、四年生大学中退	49	49	51	47	46	54	-2	5	1	-3	7	-1	47	45	42	42	43	大卒以上	50	48	49	48	46	52	1	3	1	1	5	2	18	17	16	18	17	大学院卒以上	55	43	58	40	55	44	-3	3	3	0	2	2	世帯収入																		20	6	8	7	11	15,000ドル以下	62	36	73	25	63	36	XX	10	6	-2	1	-4		12	15	16	23	15,000 から 30,000ドル			60	37	57	42		3	3	1	8	-5	21	19	22	24	27	30,000 から 50,000ドル	56	42	55	43	50	49	1	5	1	1	7	-2	59	62	55	53	39	50,000ドル以上	44	54	49	49	43	56	-5	6	-2	1	5	2	28	26	18	15	9	100,000ドル以上	43	54	49	50	41	58	-6	8	-2	5	XX	XX	未婚																		60	66	63	65	66	既婚	41	57	47	51	42	57	-6	5	-2	0	4	-2	40	34	37	35	34	未婚	62	35	65	33	58	40	-3	7	1	0	6	-2	29	XX	30	32	33	既婚男性	38	60	46	53	39	60	-8	7	1	-2	2	-1	31	XX	32	33	33	既婚女性	46	53	47	51	44	55	-1	3	-4	0	7	-5	36	40	37	XX	XX	18歳以下の子供のいる親	51	47	53	45	45	53	-2	8	0	-3	8	-4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																						
3	4	4	5	6	高卒以下	62	36	63	35	50	49	-1	13	-9	0	5	-2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
21	20	22	21	24	高卒以下	50	48	52	46	47	52	-2	5	-1	-3	8	-6																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
29	31	32	32	27	短大卒、四年生大学中退	49	49	51	47	46	54	-2	5	1	-3	7	-1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
47	45	42	42	43	大卒以上	50	48	49	48	46	52	1	3	1	1	5	2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
18	17	16	18	17	大学院卒以上	55	43	58	40	55	44	-3	3	3	0	2	2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
世帯収入																		20	6	8	7	11	15,000ドル以下	62	36	73	25	63	36	XX	10	6	-2	1	-4		12	15	16	23	15,000 から 30,000ドル			60	37	57	42		3	3	1	8	-5	21	19	22	24	27	30,000 から 50,000ドル	56	42	55	43	50	49	1	5	1	1	7	-2	59	62	55	53	39	50,000ドル以上	44	54	49	49	43	56	-5	6	-2	1	5	2	28	26	18	15	9	100,000ドル以上	43	54	49	50	41	58	-6	8	-2	5	XX	XX	未婚																		60	66	63	65	66	既婚	41	57	47	51	42	57	-6	5	-2	0	4	-2	40	34	37	35	34	未婚	62	35	65	33	58	40	-3	7	1	0	6	-2	29	XX	30	32	33	既婚男性	38	60	46	53	39	60	-8	7	1	-2	2	-1	31	XX	32	33	33	既婚女性	46	53	47	51	44	55	-1	3	-4	0	7	-5	36	40	37	XX	XX	18歳以下の子供のいる親	51	47	53	45	45	53	-2	8	0	-3	8	-4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																		
20	6	8	7	11	15,000ドル以下	62	36	73	25	63	36	XX	10	6	-2	1	-4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
	12	15	16	23	15,000 から 30,000ドル			60	37	57	42		3	3	1	8	-5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
21	19	22	24	27	30,000 から 50,000ドル	56	42	55	43	50	49	1	5	1	1	7	-2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
59	62	55	53	39	50,000ドル以上	44	54	49	49	43	56	-5	6	-2	1	5	2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
28	26	18	15	9	100,000ドル以上	43	54	49	50	41	58	-6	8	-2	5	XX	XX																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
未婚																		60	66	63	65	66	既婚	41	57	47	51	42	57	-6	5	-2	0	4	-2	40	34	37	35	34	未婚	62	35	65	33	58	40	-3	7	1	0	6	-2	29	XX	30	32	33	既婚男性	38	60	46	53	39	60	-8	7	1	-2	2	-1	31	XX	32	33	33	既婚女性	46	53	47	51	44	55	-1	3	-4	0	7	-5	36	40	37	XX	XX	18歳以下の子供のいる親	51	47	53	45	45	53	-2	8	0	-3	8	-4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																														
60	66	63	65	66	既婚	41	57	47	51	42	57	-6	5	-2	0	4	-2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
40	34	37	35	34	未婚	62	35	65	33	58	40	-3	7	1	0	6	-2																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
29	XX	30	32	33	既婚男性	38	60	46	53	39	60	-8	7	1	-2	2	-1																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
31	XX	32	33	33	既婚女性	46	53	47	51	44	55	-1	3	-4	0	7	-5																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								
36	40	37	XX	XX	18歳以下の子供のいる親	51	47	53	45	45	53	-2	8	0	-3	8	-4																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																								

Source: The 2012 Exit Polls conducted by Edison Media Research for the National Election Poll. The 2008 Exit Polls sponsored by the 2008 National Exit Pool and conducted by Edison Media Research/Mitofsky International. The 2004 Exit Polls conducted by Edison/Mitofsky. The 2000 Voter News Service exit polls. 1996 Voter News Service exit polls; 1992 Voter Research and Survey exit polls. The exit polls between 1988-1976 based on NYT/CBS News Surveys.

図7 ヒスパニック有権者数の推移：投票有資格者数および大統領選挙投票者数



Source: Jens Manuel Krogstad et als, "Millenials Make Up Almost Half of Eligible Latino Voters in 2016," Pew Hispanic Research Center, 19 January 2016.

つまり層的にみて、白人対マイノリティの構図は党派的对立の構図と重なる部分が少なくない。投票者数全体の7割以上を占める白人層が重要なのは疑いないが、〈図7〉が示すように、今後マイノリティ特にヒスパニックの選挙権資格人口が増え、しかも現在はまだ低い投票率が今回大統領選挙で上昇すれば、米国有権者の顔ぶれはかなり変わる可能性がある。

### グループポリティクスの世代交代

有権者のプロフィール属性に基づく集団の政治活動のあり方にも変化がある。全体傾向として、世代交代が進むにつれ、かつてのような安定的でしばしば階層的な組織構造や、思想の一貫性と指導者の権威に頼らない、組織構造は水平的で思想的にも幅のあるネットワーク型運動—つまり SNS 型運動組織—へと変化している。

一つの例は、宗教右派、すなわち社会保守の分裂と新潮流の出現である。2015年7月、最高裁は同性婚を容認する判決を下したが、米国の社会的価値観は、単に世論の許容という文化変動のレベルを超え、それを制度的に定着させる段階にまで達し、急速に変貌しつつある。

こうした変化を反映して、若いミレニアル世代の宗教右派は、ライフスタイルの選択における個人の自由、一定のリベラリズムを許容するようになった<sup>29</sup>。

またデイビッド・レイン(David Lane)をリーダーとする *the American Renewal Project*<sup>30</sup>は、共和党候補を選挙で支援する「動員の軍隊」と独自の全国組織をもっていた従来の宗教右派と異なり、あくまで諸教会の牧師の日常的活動を通じて支援・動員を行う。目指すところは「キリスト教のアメリカ」であり、従来の宗教右派は立ち入らなかった外交政策や愛国主義などにも積極的に関与する。逆に、信教の自由の特化し、それを擁護する候補だけを支持するが、国家の問題には一切関与しない団体もある。

その一方で、実戦的でゲリラ的な戦術をとる団体もある。この活動は、人工妊娠中絶をめぐる政治的社会的論争の変化に対応したものだ。共和党は、人工妊娠中絶に対する党の強硬な反対姿勢が「女性に対する戦争」と受け止められ、党のイメージをひどく損なう結果になったことを教訓とし、「女性の権利論争」から、中絶胎児の医療利用など「人権面での戦い」にシフ

トした。その変化を承けて、中絶の非合法化をめざす活動団体は、資金力ある中絶支援団体の *Planned Parenthood* のクリニックに盗撮ビデオを仕掛け、医師が中絶胎児の扱いについて尊厳を損なう説明をする現場を録画しネットで公開するなど、新たな世論喚起戦術をとるようになって<sup>31</sup>

もう一つの例は、公民権運動の新潮流である。白人警官の黒人少年射殺事件<sup>32</sup>で全米に広がった黒人の抗議運動の中心になったのは、新たな公民権運動のスタイルを取る「新・新左翼」グループ *Black Lives Matter (BLM)*<sup>33</sup>であった。

公民権運動といえば、キング牧師が典型であり、それをそっくり真似た、元連邦下院議員で聖職者でもあるジェシー・ジャクソン(Jessy Jackson)率いる公民権運動連合 *Rainbow PUSH* が中心的な活動組織であった。公民権に関わる団体や活動はどれも、この組織との繋がりを強調することが常であったが、*BLM* は *Rainbow* とは独立した運動で、財政的政治的支援も受けていないことを強調した。事実、組織面ではタテ型というよりフラットなヨコ型構造で、生活密着の「世俗型」、ソーシャルメディア中心という特徴をもち、従来の公民権組織とかなり異質である。ジャクソン世代が「ある種の歴史観と、より大きな目標、長期的ビジョン、言葉で人を鼓舞する能力が、一人の完璧ではない人物のなかに備わっている」ことを組織の強みと考えるならば、*Black Lives Matter* はそうしたカリスマ的パラダイムをむしろ組織の弱点と見なし、その呪縛から逃れようと奮闘している組織である点が特徴的だという。

## 2-4. 選挙資金と広告支出

2016 年大統領選挙の趨勢を左右する第四の潮流として、最後にカネの問題に言及したい。

### 存在感増す superPAC

2012 年選挙から役割が注目されていた *superPAC* は、2016 年選挙ではキャンペーンの構造自体を変化させるほどの影響力を發揮しつつある。*superPAC* とは、候補の選挙陣営と直接連動しないかぎり、無制限で資金集めができ、無制限で支出ができる、匿名の大資金提供者の隠れ蓑的な選挙資金管理団体である。

今回の選挙では最初から、候補が資金集めをして選挙運動を行うという従来の形から、*superPAC* の資金と支出への明確な重点移動が見られる<sup>34</sup>。選挙のフィールドオペレーションの費用を無制限に集め、実行部隊としてもフル稼働である。実際、私財を選挙資金化するランプと、外部からのカネの政治支配を拒否するサンダース以外の候補は全員、外部 *superPAC* の支援を受けている。

この背景には、選挙資金の出入りを監督、監視する連邦選挙委員会 (FEC) の、あまり公にならなかった規則改正がある。すなわち、連邦選挙の候補や議員が事実上、*superPAC* に資金援助を要請することができ、活動内容面でも選挙陣営とほとんど直接に連動した活動を行えるように、規則が変わったのである<sup>35</sup>。

*Washington Post* 紙の内政記者マテア・ゴールド(Matea Gold)によると、この *superPAC* 依存は、選挙の立ち上げから資金集め、支出の仕方に至るまで、キャンペーンの全ての段階で影響を及ぼすという<sup>36</sup>。

第一に、資金集め金額の意味が変わった。従来、資金集め力が選挙の成功を占うと見なされ

てきたのは、選挙資金を多く集めることが草の根の支持の証拠（つまり多数から小口献金が集まる）と考えられたからである。しかし富裕者の大口献金で資金総額が膨らむ場合、それは一般有権者の支持があることを必ずしも意味しない。富裕者からの支持をいかに草の根の支持につなげることができるかが鍵を握る。ブッシュ家のジェブ候補は、その並外れた集金力にも拘わらず世論支持が低迷している。こうしたギャップは、カネの額＝支持者の数という勘違いの好例といえよう<sup>37</sup>。

逆に、外部団体を通じた迂回献金や、候補に対する個人献金でも大口献金に頼らず、草の根個人の小口献金（\$200 以下）によってキャンペーンを支えているのは、2015 年 9 月末時点で、サンダース（全献金 4000 万ドル中、小口個人献金の割合が 88%）、カーソン（3130 万ドル中の 74%）、トランプ（400 万ドル中の 72%、なおトランプは外部団体献金がゼロ、自己資産からの献金がかなりを占める）などである。ポールは 780 万ドル中の 65%、クルーズは 2630 万ドル中の 45%である。

他方、草の根小口の割合が少ないのは、ジェブ（2480 万ドル中 6%、ちなみにジェブを支援する外部団体への献金額は 11 月中盤までに 1 億ドルを突破した）、ヒラリー（7700 万ドル中 20%、ちなみにヒラリー支援の外部団体には 2000 万ドル献金されている）、ルビオ（1440 万ドル中 27%）、クリスティ（420 万ドル中 4%）という具合である。

第二に、ゴールド記者によれば、上記の規則改正で、superPAC の候補に対するアクセスが容易になり、しかも候補に直接的な影響を及ぼす（つまり献金の政治的効果が高まる）ことが

できるので、従来は政治に関わらなかった富裕層が、新たな大口献金者として参入し、政治献金の市場が拡張しているという。

たとえばクルーズ候補を上院議員時代から支援する大口献金者の一人、テキサス州の石油・天然ガス開発で財をなしたウィルクス兄弟（the Wilks brothers）は、これまで政治に関わることはなかったが、今回すでにクルーズ支援の superPAC に対し、計 1500 万ドルもの献金を行っている。

### 史上最高のテレビ広告支出

superPAC 依存は、選挙支出にも影響を及ぼす。superPAC が候補支援で中心的役割を果たすのは、高額なプロモーションの肩代わりである。一つは、マイクロターゲティングのためのデータ収集や処理用のアーキテクチャ投資、第二に動員のための DM や電話、戸別訪問などの人件費、そして第三に、いまだに選挙支出の少なくとも半分を占めるテレビ広告費である。

SMG Delta 社のデータに<sup>38</sup>よると、2015 年 12 月中盤までに、広告支出総額は史上最高額の 1 億 1100 万ドルで、また別のデータによると、前回大統領選挙同期に比べて四割増し、その広告費の 8 割は superPAC が出費したものだとい<sup>39</sup>う。

SMG データによると、この 1 億 1100 万ドルの広告支出の約三分の一は、ジェブと彼を支援する superPAC などの団体によるもので、2012 年前回の大統領選挙の前年同期（11 年末）のテレビラジオ広告総額が 3500 万ドル、その内訳のトップが、共和党有力候補ミット・ロムニーと彼の支援団体の合計 850 万ドル、次いで再選を目指すオバマ民主党候補とその支援団体の 740 万ドルだったのに比べて、異次元の広告支

出である。

しかし民主党系広告コンサルタントのピーター・フェン(Peter Fenn)によれば、今回大統領選挙では、今までに支出の7割近くがテレビ広告に費やされていると想定されるが、その巨額のテレビ広告費は見合った効果がないという<sup>40</sup>。

とくに有力候補ではそうで、ジェブは superPAC が集めた1億ドルを使って、アイオワやニューハンプシャーを広告漬けにするつもりだったが、世論調査で6位に低迷している。一方、1位と2位のトランプやクルーズは12月後半になってようやく広告を打ち始めた。トランプもクルーズも、重苦しい画面のネガティブで、トランプのそれはイスラム過激派の不安、クルーズのそれは移民制度の欠陥と中央政治の対応能力欠如にテーマを絞っている。一方民

主党は、競争が激しくないので、ヒラリー、サnderズとも自己紹介広告であり、広告媒体も相対的に安価なネットに、かなり依存している。

その一方で、トランプが主流報道の圧倒的露出を得たことが、今回の選挙のプロモーション方法におけるダイナミクスを変えたと、前出のゴールド記者は指摘する。報道で取り上げられることは、情報源の信頼性やリーチ範囲の広さからみて、テレビの有料政治広告の効果をまるで意味のないものにしたからである<sup>41</sup>。

### III 2016年候補の競争力とマーケティング戦略

#### 3-1. 競争力の評価

前回2012年大統領選挙で、データを駆使した科学的な選挙予測、たとえばネイト・コーン(Nate Cohn)の *FiveThirtyEight.com* が話題

表8 2016年大統領選挙の予備選挙候補の競争力比較 (選挙予測マーケット評価、2016.1.23時点)

	Prediction Markets	National Endorse.	Iowa Polls	N.H. Polls	Money Raised
Hillary Clinton	#1	#1	#1	2	#1
Bernie Sanders	2	2	2	#1	2
Martin O'Malley	3	3	3	3	3
Donald Trump	#1	10	#1	#1	10
Marco Rubio	2	2	3	4	3
Ted Cruz	3	3	2	3	2
Jeb Bush	4	#1	5	5	#1
Chris Christie	5	6	6	6	5

Source: New York Times online, "ELECTION 2016: The UpShot: Who's Winning the Presidential Race?" as of 12 January 2016.

<http://www.nytimes.com/interactive/2016/us/elections/presidential-candidates-dashboard.html>

なお予測マーケットの順位評価は PredictWise による。その評価は、選挙予測マーケット(the Belfair and PredictIt) での入札率の変動と、Huffinton Post Pollster が算出する数百の全米世論調査結果の平均値データに基づいて算出されている。詳しくは、以下を参照。

<http://predictwise.com/politics/>

になって以来、候補の競争力の査定は、選挙結果を左右すると考えられる複数の因子を組み合わせた予測モデルに基づいて行われることが一般的である。

〈表8〉は、New York Times 紙オンライン版の2016年選挙特集ページに掲載されている競争力評価である。一番左側の「予測マーケット(prediction markets)」が最終的な評価順位であり、選挙予測マーケットで各候補に割り当てられる「賭け率(betting)」の変動が示す、当選可能性の順位(PredictWise.com 予測)を表す。

この順位の元になっているのは、二列目の、候補に対する「議員や政党ボスの公式支持表明(endorsement)」の数と、三列目・四列目のアイオワ州およびニューハンプシャー州の「世論調査」結果(平均値)、そして最右の五列目の「選挙資金」額である。過去の結果では、これらの尺度それぞれについて、上位二位ないし三位までにランキングされていれば、党の大統領候補指名を獲得する可能性が高いという。

また、Princeton大学の選挙予測研究者サム・ワン(Sam Wang)によると、2000年以降の大統領選挙では、全米対象の世論調査で首位に立ち、かつ最初に予備選・党員集会が開かれるアイオワとニューハンプシャーで一位か二位の票を獲得した候補は、本選挙で大統領になる可能性が高いという<sup>42</sup>。

今のところ、民主党はヒラリー、共和党はトランプの優勢さは明らかであるが、その背後にはいかなるマーケティング戦略が潜んでいるのだろうか。

### 3-2. ヒラリーのマーケティング戦略

2008年2012年のオバマ選挙と同じく、有

権者のビッグデータを駆使し、草の根分けて有権者を開拓し、水も漏らさぬ囲い込みで徹底した現代的選挙戦を戦うヒラリー。SNSで出馬表明を行い、ツイッターやインスタグラムで有権者と頻繁にやりとりし接触を図るマーケティングコミュニケーション戦略も万全のように見える。しかし、オバマ選挙とは環境条件も異なる。ヒラリーの戦略を俯瞰すると、大きな課題がみえてくる。

#### 3-2-1. 主要ターゲットとメッセージ<sup>43</sup>

層別の二大ターゲットは、中間所得層ないし「庶民」世帯と女性層である。働く中間所得層に向けてのメッセージは「所得格差の是正」、女性層向けのメッセージは「最低賃金」「有給の育児・介護休暇」「幼児教育早期化」および「保育支援制度確立」が中心となる。

層別ターゲットの課題は、第一に「2008年・2012年大統領選挙におけるオバマ有権者連合」の維持にある。具体的には、黒人層を中心とするマイノリティのうち、若く高学歴の「新しいアメリカ」を代表する「上昇階層(ascendant class)」である。彼らは08年予備選でヒラリーでなくオバマを選んだのであり、オバマと同レベルの支持熱意や動員率は望めない。

第二の課題は、08年予備選でヒラリー支持に回ったヒスパニックの維持である。オバマ政権はヒスパニック最大関心事である「移民制度改革」への着手が遅く、しかもイスラム国に触発された一部の欧米移民が自国でテロを企てることへの国民の恐怖と猜疑が高まるにつれて、共和党候補だけでなく民主党候補でさえも、移民制度改革は取り扱いが難しい争点になりつつある。ヒスパニックは、ヒラリーの移民制度

改革に対する関与ぶりを見定めるまでは、層として全面的支持を表明することはないであろう。

第三に、戦略的に難しい層として、女性票がある。女性層は大統領選挙ではとくに民主支持基盤層であり、とりわけヒラリーに忠実な「労働者階層の女性」の維持は、それほど困難ではない。しかし、人口構成が大きく投票率も高い中間所得以上の「高学歴の郊外居住者」女性は、大統領選挙のたびに支持が動く浮動層として選挙を左右してきた。彼女たちがヒラリーの「ジェンダーカード」（女性の大統領を誕生させようという動機）に反応するかどうかは未知数である。

ヒラリーは選挙運動キックオフの演説で、「私はこの大統領選挙で一番若い大統領候補ではないかもしれない。でも、米国史上一番若い女性大統領になるわ」と宣言した。2008年大統領選挙では、オバマとヒラリーは共に、人種カード、ジェンダーカードを敢えて使わなかった。オバマは支持政党や属性によって分断される米国を「ひとつのアメリカ」に結びつけることを選挙公約の中心に据えていたし、オバマもヒラリーも、民主党が共和党から政権を奪還するために、支持層を限定するよりも最大限に拡張する必要があったからである。

しかし今回選挙はむしろ個人資質の重視、すなわち「誰であるか」を重視するアイデンティティ・ポリティクスが再びカギを握ると言われる。そうした政治環境の変化に即して、ヒラリーはジェンダーカードを積極的に使うつもりのようなのである。しかもそれは、戦略的にも理にかなっている。

第一に、共和党は「女性に戦争を仕掛ける(war

on women)」政党であるとラベル貼りし、それと自らを差別化するのに有効である。共和党は、人工妊娠中絶の医療保険対象化に反対し、育児介護助成や男女賃金格差是正など、いわゆる女性政策には消極的である。それに加えて、ランプ候補の女性蔑視発言（ヒラリー候補やフィオリーナ候補に対するセクハラまがいの発言）がある。これと差別化するために、ヒラリーが内政面では女性政策をとくに強調することは、先に書いたとおりである。

第二にそれと関連するが、近年の全米投票傾向として、女性票は民主党、男性は共和党というジェンダーギャップが定着している（表7）。2012年大統領選挙の本選では、2000年以降でこの男女差が最大化した。女性有権者の投票理由はさまざまで、候補のジェンダーが決め手になるわけでは必ずしもない。しかし民主党大統領が生まれるためには、女性票の支持が必須なのは明らかである。

最後の層別マーケティングの課題は、共和党指向を強める「白人労働者階層の男性」である。08年予備選で、彼らがオバマでなくヒラリー支持に回ったのは、ジェンダーよりも人種のカード、とくに高学歴マイノリティへの反感が作用したからだと考えられている。また、この層はビル・クリントン政権の好景気に強く印象づけられており、これを戦略的訴求点として利用する可能性がある。

次に、選挙地図上の州別マーケティングの課題をみると、第一のターゲットは、08年予備選の代議員数でオバマよりヒラリー支持が多く、共和党との一般選挙でも結果を左右する激戦州、オハイオ、コロラド、ネバダ、バージニアである。三大州の一つフロリダも含めて、これ

らの州は、マイノリティ増という人口構成上の変化が著しい典型的な州であり、ヒラリー民主党にとって最重要の拠点となる。

第二に、かつての民主党牙城のミシガン、ニューハンプシャーは浮動州化しており、これらの州を得るための積極的な資源投入が必要となる。またノースカロライナとジョージアは、マイノリティ上昇階層人口が増加している点で民主党には有利だが、共和党が強い南部州でもあり、共和党候補の顔ぶれによって形勢は大きく変わる。

これらの層・地域マーケティングの課題を解決するために、民主党全国委員会(DNC)は2008年同様、水も漏らさぬ全国有権者市場開拓および草の根の説得動員の地上戦を展開するためのローラー作戦、「50州戦略」をバージョンアップして臨む<sup>44</sup>。

### 3-2-2. ヒラリー・マーケティング戦略の焦点 オバマ政権との差別化

オバマとの距離の取り方は、戦略的に複雑な選択になると、*New York Times* 紙のマーチン記者らはみる<sup>45</sup>。そのため、大統領自らがヒラリー選挙を直接支援するのは、選挙資金集めの客寄せ役と、ヒラリー支持に消極的な黒人層の多い激戦州での遊説に限られる公算が高い。

複雑さの背景には、現政権のとくに外交安全保障政策の不人気と、次の大統領には政策面、人物像で「新しい変化」を求める世論がある。これは希なことではない。大統領任期が二期までと定められた1951年以降、二期務めた大統領の政党から次の大統領が誕生した例は、41代ジョージ・ブッシュ以外には一人もいない。この場合、レーガン大統領の高い人気、歴史的例外を作った。

ところがヒラリーが「新しい歴史の章」の象徴であることを求められる反面、「オバマ三期目」として路線踏襲することも、民主党支持層には重要である。実際、ヒラリーの経験・実績の中心はオバマ政権の国務長官時代にあり、それが世論の求めるもう一つの「実績を出す実務型」リーダーシップの証明ともなる。共和党支持者や一部の無党派層は、オバマが嫌いで「新しい方向性」を求めながら、それと同時に「実際に仕事ができる」大統領を求めるという世論の矛盾がある。

この矛盾に折り合いをつける戦略的方向性として、ヒラリー陣営は第一に、議会両院が共和党の手中に落ちた2014年中間選挙後、オバマ政権と共和党の感情的なまでの党派対立を越えて、「超党派で実績を出す」候補であることを強調する。上院議員時代に保守派同僚議員と協働した実績を強調しつつ、やんわりとオバマ政権時代の、ついに解消することのなかった党派対立姿勢を批判するという作戦である。

ヒラリーが公然と現政権を批判すれば、オバマ支持層とくに黒人層の反感を買う。オバマも08年選挙では超党派の実現を公約の柱にしていたのだが、オバマの汚れ仕事を避ける超然とした政治姿勢がその実現を阻んだ。また逆に、ヒラリーが政権内での自身の実績を肯定しながらも、現大統領と距離を置くという綱渡りをすれば、それは「裏切り行為」と見られて支援者が離れた、2000年選挙のアル・ゴア候補（クリントン政権の副大統領）の失敗を繰り返すことになる。安全策は、1988年ブッシュ候補のように、自ら仕えたレーガン大統領の保守政策路線の踏襲を約束しつつも、「より親切で思いやりある国」にしたいという、欠点補修型のア



ピールなのかもしれないと、マーチンらは言う。

第二には、内政面では、戦略的に「女性政策」を強調することで、オバマとの違いを際立たせる方法がある。男女平等賃金制や有給介護育児休暇の導入、従業員の持ち株制度拡充によって所得格差を是正するなど、オバマ政権が重視しなかった政策を前面に出す。

しかし外交安全保障では、不人気なオバマ政策であっても、ヒラリーが距離を取ることはできない。中東に混乱をもたらすことになったイランとの核合意、対ロシア関係改善の失敗、在リビア米国大使館襲撃事件（ベンガジ事件）につながる 국무省の失態など、ヒラリー国務長官は当事者として責任逃れは許されない。共和党がそれを最大の攻撃ポイントにするだろうことは目に見えている。

一般に、選挙の決め手になるのは外交や安全保障ではなく、「生活密着争点(bread-and-butter issues)」であるといわれるが、9.11 同時多発テロから 15 年、内外のテロが米国人にとって身近な問題になるいま、国際情勢の緊迫、米国の安全保障の危機が選挙の中心的なフレーム、政策対立軸になる可能性が高い。ヒラリーにとっては厳しい選挙戦になることは疑いない。

第三に、スタイル面でも、オバマが学者然とした冷静な政治姿勢、感情をあまり表に出さず、議員や有権者との直接的な交流を避けがちな政権スタイルを取るのに対し、ヒラリーは、日々懸命に働く庶民のために「闘う(fight)」こと、外交政策では、後手に回るのでなく「もっと強気な交渉人(tougher negotiator)」になることを強調する。政策面でも、誰のために闘うのかという点で「普通の人々の生活」を強調する。オバマは選挙でも政権でも、ポピュリズムとは

ほど遠い大統領だったが、2012 年選挙の潮流に乗るために、ヒラリーはよりポピュリズムに傾斜した訴求を行うであろう<sup>46</sup>。

### ビル・クリントンの使い方

夫で 42 代大統領のビルはうまく使えば最強の武器、失敗すれば破壊的ダメージがあることは、2008 年予備選で立証済みである<sup>47</sup>。

第一の利点は、天性の戦略家・戦術家であるビルは、世論調査や有権者データに熟知し、それら情報を実際の選挙運動のフィールドオペレーションに巧みに生かすことで知られている。

第二に、ビルは全米的に人気が高く、とくに黒人やヒスパニックなどのマイノリティへの訴求力、動員力が優れている。南部サウスカロライナやフロリダなど、予備選ひいては一般選挙で勝ち抜くために必要な拠点州では、これらマイノリティ票が多く、08 年にオバマ支持に回ったマイノリティ票を共和党に奪われないようにするには、ビルの投入は不可欠である。ヒラリー陣営では、最終的な共和党候補が最大激戦州の一つフロリダ出身のルビオやジェブになる可能性があると見ており、これらのマイノリティ票の獲得が勝敗を分けると考えている。

一方、危険性の第一は、ビルのカリスマ性で場を支配し、ヒラリーの影が薄くなること、また第二に、ビルの柔軟で当意即妙のコミュニケーション能力、並外れた政策知識が抑制なく開陳されると、ビルの言動はヒラリー陣営の本来のメッセージから逸れていき、問題発言として共和党に恰好の攻撃材料を与えかねないことにある。それらは実際に、08 年のヒラリー陣営組織を窮地に追い込んだ。08 年選挙の教訓をいしかし、今回はヒラリー陣営スタッフとビルのス

タッフが緊密に連携し組織的統率を維持しつつ、ビル参加の効用を最大化することを狙うという。

第三の危険性は、クリントン夫妻が揃うことで何をイメージさせるかである。クリントン第二期政権の好景気か、大統領の性的スキャンダルはじめ大統領制の権威失墜か。またベビーブーマー世代を代表する政権の「再来」イメージは避けられない。すでに時代は、リーダーの世代交代が進んでいる。オバマは大統領就任時 40 歳代、クルーズやルビオなど今回選挙の有力共和党候補も 40 歳代である。時代に逆行する古さの印象は避けられない。

### 3-3. サンダースの「脱マーケティング」戦略

#### 3-3-1. メッセージとターゲット

ヒラリーを激しく追い上げるサンダースーヒラリーとサンダースの違いを端的に言えば、インサイダーとアウトサイダー、「クリントンは選挙マシン(machine)を作り、サンダースは草の根運動(movement)を作る」(CNN 政治コメンテーター Van Jones) と<sup>48</sup>いうことであろう。

連邦議会議員歴が最長 16 年、2007 年からバーモント州選出上院議員として、二大政党に属さない無党派を貫くバーニー・サンダース候補は現在 73 歳、自らを「民主社会主義者 (democratic socialist)」と呼ぶ。民主党の最もリベラルな翼の活動家の支持によって、民主党から立候補した。スローガンは、オバマの「変化は作れる (You can change)」どころでなく、「政治革命がやってくる (A Political Revolution is Coming)」と、「未来はきっと来る (A Future to Believe In)」である。サブスローガンとして、「政

治はカネで買うものではない (Not for Sale)」というのもある。

サンダースは、マーケティングというよりも、元来がヒラリー候補と根本的に差別化されている。

第一に、政策はリベラルというより「進歩的 (progressive)」と自称するが、政党支持に関わりなくすべての低・中間所得層、労働者階層に共通する利益、すなわち経済的公平さ、経済階層移動の容易さを実現するために闘う。

政策の柱は、①ビッグ・マネーの政治的影響力の排除 (選挙の公営化、最高裁の *Citizen United* 訴訟判決を無効とする憲法改正一選挙陣営と直接連携しないかぎり外部団体による連邦選挙候補支援の資金支出の限度額を撤廃する判決の無効化)、②オバマケアの廃止と、カナダおよび欧州方式の完全な国民皆医療保険制度、③公立大学の完全無償化、④年収 25 万ドル以上の高額所得者への課税率大幅引き上げによる社会保障制度の維持、⑤雇用対策 (インフラ整備に 1 兆ドル、若年層雇用対策に 55 億ドル) などである<sup>49</sup>。

ヒラリーを含めて民主党候補が低・中間所得層向け政策を重視するのは不思議ではないが、民主党候補とサンダースが違うのは、民主党候補の場合それはリベラリズムのイデオロギーのためであり、サンダースの場合はそれが純粋に経済階層 (あるいは階級) の問題だということである。サンダースに、イデオロギーが関わるリベラルな文化政策、たとえば人工妊娠中絶や環境に関する政策案はない。

実際、オバマを含めて過去の民主党候補は、リベラルな政策指向のマイノリティや、同じくリベラリズムに傾斜する高学歴高所得の白人

知識・専門職の人々を選挙連合にまとめあげることで選挙を闘った。

サンダースの場合、政策は純粋に経済的な次元でのポピュリズムである。しかし彼の支持層は、圧倒的に白人高学歴高所得の知識階層という一種のねじれがある。サンダースの選挙連合はマイノリティがあまり含まれず、リベラリズムというイデオロギーでまとまる多様な層の連合形成力を欠いている。本来なら、サンダースの政策が照準をあわせる低・中間所得層は有権者の大きな部分を占めるが、彼らのうち少なくとも白人ブルーカラーは共和党支持が鮮明である。つまりこれらの人々を、経済階層の輪切りによって党派支持を超えてまとめるのは、今までの選挙常識からみて非常に困難である<sup>50</sup>。

### 3-3-2. キャンペーン戦略

第二に、ヒラリーがマシンを作るなら、サンダースはムーブメントを作る、という点が根本的に異なる。サンダースの選挙集会は何万という観衆が集まることで知られるが、近代的なマーケティングテクノロジーやデジタルメディアを駆使した結果ではなく、熱心なボランティアと SNS による伝統的な草の根の、つまり素人が自発的に集まり、組織化されたものだという<sup>51</sup>。

陣営自体はローテクで、集会参加者のデータ集めも、PC やタブレットに入力してもらって瞬時にデータベースにインプットされるのが一般的な時代に、紙に手書きで書き込んでもらう。サンダースの選挙キャンペーンサイトには、掲示板型のソーシャルメディアのページがあるが、これも支持者の一人が自発的に作成したもので、オバマ選挙のように、SNS が自発的組織化のツールとして戦略的に使われているわ

けではない。

素人中心のキャンペーンの拙さは、ヒラリー陣営が集積した有権者データの「窃盗」疑惑に、端的に表れている。

2015年12月、民主党全国委員会が管理する有権者データベースを使って草の根選挙活動を行うための情報処理ソフト、*NGP-VAN* にシステム上の欠陥があり、ヒラリー陣営が独自にそこに集積した門外不出の有権者個人情報が、ソフトを共用するサンダース陣営に漏れたことが明らかになった。

有権者情報は、説得動員の戸別訪問や電話といったパーソナルベースの草の根戦術を行うために不可欠であり、その集積と改訂はキャンペーン陣営の人海戦術と資金力の結実でもある。当然、勝手に盗み見ることなど許されないが、サンダース陣営スタッフはシステムの欠陥をそのままに、ヒラリー陣営のデータを意図的に盗み見し、民主党全国委員会はサンダース陣営に対する制裁として、アイオワ州党員集会前の草の根活動が最も重要なこの時期に、数週間にわたり全国委のデータベースの利用を禁じたのである。サンダース陣営は、自らの不明と未経験を認めながらも、この全国委の裁定は、サンダース陣営を妨害しヒラリー側を勝たせたい民主党エスタブリッシュメントの一種の「陰謀」であると反論した<sup>52</sup>。

政策、ターゲット、プロモーションに至るまで、従来の選挙常識を超えたサンダースの反エスタブリッシュメントぶりをみれば、ヒラリー陣営が最新の選挙テクノロジーを駆使し、組織と資源をフルに活用して水も漏らさぬ地上戦を展開する以上、サンダースに負けるはずがないと考えるのが普通である。またサンダースは、

トランプ同様、庶民の「怒り」をバネにした選挙戦を闘っているけれども、トランプと異なるのは、実際の支持層が日々経済的に困窮し、政府の無策に苦しめられている層ではないという弱点である。もしサンダースの経済ポピュリズムのメッセージが、実感を伴う真のターゲット層に届き、彼らを動かすならば、その時こそサンダースのムーブメントは本物となり、彼の目指す「政治の革命」が米国政治を変えることになるかもしれない。

### 3-4. トランプの「超」マーケティング戦略

#### 3-4-1. メッセージとターゲット—有権者の怒りの象徴

トランプとは、有権者が既存政治に対して長年蓄積してきた怒りのエネルギーのもつ破壊力の象徴である。

トランプのキャラクターの強さは、他のイメージがはっきりしない共和党候補の非ではない。数々の暴言は、メディアに恰好の話題を提供し、ヒーローというよりもヒール（悪役）として、トランプは単なる有名人候補の域を超えて異彩を放つ。

トランプの「暴言」は、2015年6月16日の出馬宣言で早くも登場する。メキシコ国境に移民流入を阻止する大きな壁を巡らせ、その費用をメキシコに払わせると宣言したのである。さらに、ベトナム戦争のヒーローであるジョン・マケイン共和党上院議員の経歴を笑いものにして共和党議員の怒りを買ひ、8月のテレビディベートでは司会者でFox News 女性キャスターのミーガン・ケリー(Megyn Kelly)の質問が気に入らず人格攻撃し、次のディベートでは候補

の一人フィオリーナの業績や容貌をけなす。

テレビ局に向かっては、視聴率が維持されているのは彼のおかげだと言い放ち、11月には、9.11同時多発テロのニュース報道でイスラム教徒が狂喜乱舞している映像を見たと、根拠のない主張を繰り返した。イスラム教徒の入国を禁止せよ、イスラム市民は一人一人登録制にして監視しろと公言して世界中のひんしゆくを買い、一方米国人が独裁者と呼ぶロシアのプーチン大統領との親密さを自らアピールする。極めつけは、ヒラリーが民主党ディベートの最中にトイレに立ったことを「最低だ」と嘲笑するという下品さである<sup>53</sup>。

誰かを貶めたり差別したりする表現を避ける「政治的正しさ(PC)」は無視、非現実的で荒唐無稽ですらあるトランプの暴言。共和党支持者でも女性やマイノリティが彼を支持しないのは、当然であろう。

しかし支持層の中核、とくに教養階層でない白人の男性にとっては、そうした暴言も支持を弱めるどころか、逆に強めるらしいことが、世論調査家フランク・ランツ(Frank Luntz)が激戦州のバージニアで行った共和党支持者のフォーカスグループ調査で明らかになっている<sup>54</sup>。この調査によれば、白人非教養層男性以外の支持者の場合も、トランプ発言の問題点はある程度わかっているものの、反面、報道がトランプ発言を批判しすぎることを問題にし、あるいは共和党のエスタブリッシュメントの酷さに比べたら数段マシであると考えている。

それはなぜか。ひとつは、論理よりは感情を前面に出し、考えるより先に口に出すトランプのストレートでパワフルなコミュニケーションスタイルが、オバマはじめワシントンの政治

家たちの真逆をいくからであろう。オバマは熟考のあまり優柔不断、ようやく国民に説明するころには、すでに世論の堪忍袋の尾が切れかけているという始末だった。

しかしそれ以上に重要なのは、トランプを支持する有権者・視聴者が聞きたい—あるいは代弁して欲しい—のは、政策案の詳細のあれこれではなく、既存政治がいかにダメか、システムがいかに壊れているか、米国は一体どこに行こうとしているのかといった、不満や不安のストレートな表現だからであろう<sup>55</sup>。そしてトランプがクレジーであればあるほど、国民の怒りがそこまで狂気を帯び、もはや他の手段では政治家にわからせることはできないこと、トランプはそうした有権者の極限の怒りが、時代の要請として必然的に生み出したものだと、TIME誌のベテラン政治記者デイビッド・フォン・ドレル(David von Drehle)は読み解く<sup>56</sup>。

### 3-4-2. キャンペーン戦略—「仲介を排除する直販 (disintermediation)」

ドレル記者がトランプ選挙の特徴として指摘しているのは、オンラインショッピングやダイレクトマーケティングの販売スタイル、すなわち流通仲介や店舗など、製品供給側と需要側(消費者)の間にある段階を可能なかぎり排除して、需要側の声を直截に聴き、要望に合うベストな商品を直截に届ける「直販 (disintermediation)」、つまり一種のダイレクトマーケティングである<sup>57</sup>。

そしてトランプは「歴史上最も直販的な、首位を走る大統領候補」だという。伝統的な仲介組織や制度、つまり政党、報道機関、世論調査、政治ボスをすべて飛び越え、トランプがこれまでさまざまなビジネスや社会活動でそうして

きたように、人々に直接に売り込み、他が介在しない直接的関係を取り結ぶのである。

実際、トランプの破天荒な常識外れぶりは、その特異なキャンペーンスタイルにも見られる<sup>58</sup>。現代の選挙で必須なツールである世論調査やテレビ広告に頼らずに、全国にメッセージを伝えてきた。マイクロターゲティングによる極小ターゲットの探索など、無縁のようである。

予備選挙初戦のアイオワでも、支持者開拓や党員集会の動員に必要なダイレクトメール、電話攻勢など、党員集会が二ヶ月後に迫る 2015年 12月になってようやく、共和党全国委員会のデータを使わせてもらうという具合だった。自己資金は豊富にあるためか、選挙資金管理団体である PAC をもたず、superPAC などの外部資金に頼って広告戦を展開するわけでもない。しかし使うと決めれば一気に、投票が迫る複数州で200万ドルの集中的な広告攻勢を開始した<sup>59</sup>。

トランプの「直販」方式は、顧客層の不安や不満をストレートに表現する広告、そして最小限の語数で本音をぶつけあう SNS とくにツイッターの活用に着実に表れている。

最初の選挙広告は、選挙常識でいうなら自分を紹介する内容が多いのだが、トランプのそれはいきなり、支持層のなかでも重要な白人ブルーカラーの不安や不満を、暗い映像で映し出す。不法移民が職を奪い、マイノリティ移民が白人の地位に取って代わり、米国の伝統的価値が変わることへの不安である。また移民の問題を、ワシントンの政治家や弁護士連中が、政治やビジネスの道具にするだけで解決する気がない、という不満である。30秒に凝縮された庶民の「敵」の姿は、人々の怒りを結晶化し、危機感

を煽る<sup>60</sup>。

またトランプの直球ど真ん中の効率的なメッセージングは、ツイッターでの圧倒的な人気に支えられている。マーケティングリサーチの **Edelman Berland** 社調査によると、トランプは2015年8月から10月までの二ヶ月間で630万回も言及され、共和党の他の候補の8倍以上、ヒラリーやサンダースの言及回数と比べても3-4倍の人気ぶりであるという。また自身のツイートのフォロワーは430万人を超え、首位のヒラリーのそれを凌ぐ勢いであるうえ、リツイート数も他の全候補を大きく引き離す。その人気は、下品にしてストレート、それだけにパワフルなトランプのツイート内容と無縁ではあるまい<sup>61</sup>。

### 3-4-3. 報道の過剰露出

その一方で、トランプに巧みに利用されたのは伝統的な報道機関や著名人ゴシップメディアである。2015年前半からCNNやFoxなどの24時間ニュースケーブルテレビ局はじめ、娯楽的なフォーマットのネットワークのショー、コミック専門チャンネルまで、トランプは常に恰好の話題を提供し続けた。保守派のメディアは、トランプに対して擁護的か批判的かで、立場はいろいろだった<sup>62</sup>。60年続く老舗の保守派論壇誌 *National Review* は2016年1月21日最新号すべてを「Against Trump」特集にあてたほどである。

しかし賛否いずれの立場をとるにせよ、ニュース露出度や議題設定の面でも、トランプは常に報道を支配した。2015年内に5回行われた共和党候補のテレビディベートはどれも記録的な視聴率<sup>63</sup>を取り、しかもディベート後には、パフォーマンスの出来を問わず、世論調査首位

のヒラリーやトランプは支持率が上昇した。

報道が好んでトランプを取り上げたのは、選挙の“常識”からして、トランプの台頭が一時的なものにすぎないと考えていたからである。実に皮肉なことに、それは報道の大誤算だった<sup>64</sup>。

選挙への一般の関心も低い時期に、知名度や派手な言動で視聴率を稼いでくれる候補は有り難い。しかしそうしたメディア露出の高い“お騒がせ候補”は、予備選挙戦が真剣なレースになるにつれ、飽きられ、支持は凋落するのが常であった。

知名度と世論調査で圧倒的首位に立つヒラリーとトランプはいずれ「支持率が落ちる」というストーリーを、メディアは期待していた。だからこそ、他の候補からみれば著しく不公平な注目度を特定候補に与えても、報道は責任逃れできると考えていたのだろう。そして気づけば、ヒラリーとトランプは凋落するどころか、首位を走り続けたのである。それは、メディアエリートがトランプ現象の意味を理解しなかったことの表れであろう。

## 3-5. クルーズの「正統派」マーケティング戦略

### 3-5-1. 「正統保守」を印象づけるメッセージの差別化

マーケティング戦略の点でクルーズが優れているのは、対トランプ、対ルビオとの差別化である。

オバマのヘルスケアに対する一貫して強硬な反対論者であるクルーズは、「勇気ある保守、米国の約束の再燃(*Courageous Conservatives and Reigniting the Promise of America*)」をスローガンにする。トランプと同じく、現在の共和

党のあり方に批判的な反エスタブリッシュメントではあるが、トランプのように党やシステムに対する“怨嗟”の象徴としてではなく、むしろ“正統派保守”の旗手として保守のあるべき姿に原点回帰するというブランド化を目指す。

ハーバードロースクールの出身で、連邦検事を務め、ディベートではトランプよりも優れた政策知識、論理性、弁舌の鮮やかさを披露する。そのレトリック能力には定評がある。

しかしそれ以上に、イデオロギーポジショニングが明確でぶれがない。すなわち、一貫して反リベラリズム、反オバマであり、その軸で有権者連合を形成することを目指す。つまり、中道層に訴求することは最初から考えていない。むしろいかに草の根の保守層を掘り起こすか、投票に行かない人を動員するかに重点をおく<sup>65</sup>。

正統保守として小さな政府を主張するが、ティーパーティーのように内政だけに偏ることなく、財政規律に特化することもない。

特筆すべきは外交安全保障面であり、ロナルド・レーガンの保守路線を明確に打ち出す<sup>66</sup>。すなわち、国際社会に対して自由とデモクラシーの価値を代表する米国の責任を明確に背負いつつ、そのアプローチは、軍事介入によって責任を果たすジョージ・W・ブッシュとも異なるし、また米国が背負うはずの特別な使命を果たすことなく、対話外交に逃げたオバマとも異なるのだという。クルーズはルビオと同じく、**9.11 同時多発テロを 30 歳前後で経験した世代**であり、ジョージ・W の軍事路線を肯定するジェブやマケイン上院議員の世代と異なり、軍事力による解決に全幅の信頼を置かないのである。

むしろクルーズは、国際社会において断固た

る自由とデモクラシーの唱道者でありながら、軍事行動によってそれを実現しようとはしなかった正統保守のレーガンのアプローチに共感する。クルーズによれば、ルビオの考え方はマケイン寄りであり、その点が異なっている。

またアイオワやニューハンプシャーでは、保守派共和党支持層が最も重視する政策争点の一つである「不法移民対策」をめぐって、トランプやルビオとの差別化をはかる。

トランプは、クルーズとルビオが共にキューバ系移民二世であることから、その出自が政策に影響を与えるつまり移民問題に甘い—とほめめかす。しかしクルーズは、トランプ同様に不法移民の強制退去を主張し、それに止まらない。再入国や市民権獲得の可能性は残すトランプやルビオと異なり、どちらも認めないという強硬派である。一方ルビオは、不法移民問題では穏健派で、不法移民の市民権獲得への道筋を示した **2013 年上院法案**に賛成票を投じている。

実際、クルーズの最初のテレビ広告（ニューハンプシャーで放映）は、不法移民問題だけにテーマを絞る珍しい例である。普通の市民にとって不法移民がどれだけ脅威かを強調しつつ、それを理解しないワシントンの政治家や弁護士は移民問題を政治的に利用するだけで解決能力がないことを批判する内容である<sup>67</sup>。

### 3-5-2. キャンペーン戦略—市場開拓

クルーズの利点は、共和党候補のなかで最初に出馬宣言できるほど、事前の組織的な選挙準備が周到で、しかも予備選挙に必要な草の根地上戦（いわゆる **retail campaign**, ドブ板戦術）で優位に立つための、革新的テクノロジーを駆使した新規市場開拓を行った点にある。

資金面では、政界とは無縁だった大資金提供者を新規開拓し、強力な **superPAC** の後ろ盾を確保した<sup>68</sup>。

また草の根地上戦の準備として、大資金提供者の経営するサイコグラフィックデータ会社と連携し、独自の分析ツール **PSYOPS** を開発、有権者コンタクトや動員のためのマイクロターゲティングに早期から着手した<sup>69</sup>。

たとえばアイオワでは、マイクロターゲティングを駆使した保守層の掘り起こしと、きめ細かいメッセージによって、世論調査の支持を着実に高めていった<sup>70</sup>。また選挙集会にサンタクロースを登場させ、サンタからクリスマスカードを送る触れ込みで、個人の連絡先情報をデータ収集した<sup>71</sup>。アイオワは、党員が会場に足を運び、何時間も市民集会のように討論し説得し合う党員集会で候補が決まるため、対面的な地上戦における説得力と動員力は必須である。これが功を奏し、12月中にはアイオワ世論調査でクルーズ支持がトランプを抜いた。

メディア戦略面でも、ソーシャルメディア利用では「クラスで一番」級である<sup>72</sup>。

しかしクルーズの最大の弱点は、中心的なターゲットは誰かという点にある。

2004年のジョージ・W・ブッシュ再選挙や2008年12年のオバマ選挙のように、さまざまな革新的テクノロジーを使って、草の根に埋もれた潜在的な支持層を開拓することはよい。しかし正統保守というからには、ティーパーティーや宗教右派などの保守活動家を取り込む必要がある。前者は財政保守の”正統”、宗教右派は社会保守の”正統”を自認するからである。クルーズはテキサス州上院議員選挙で、ティーパーティーの組織的支持によって当選したほど、同組織

とは関係が深い。しかしティーパーティーという市民活動組織の特徴として、地域やアプローチが異なる複数ネットワークの集合体にとどまり、ひとつの全国的組織を通じて50州どこでも候補を応援する労働組合や旧世代の宗教右派のようにはいかない点が問題である。

一時はトランプに次いで全米支持率二位だったカーソンが勢いを失うにつれ、アイオワやサウスカロライナの共和党支持層に多い宗教右派やティーパーティーの票が、カーソンからクルーズに流れる可能性が高まった。しかし1月19日に、ティーパーティーと宗教右派に絶大な人気のある、2008年大統領選挙副大統領候補サラ・ペイリン(Sarah Palin)が、アイオワでトランプ支持を公式に打ち出したことによって、両団体の票の獲得は若干クルーズに不利になったことは否めない。

### 3-6. その他の共和党主要候補のマーケティング戦略

#### 3-6-1. ルビオ―「共和党のオバマ」

一方、差別化で難しい選択を迫られているのはルビオである。

クルーズが正統保守ブランド、反オバマで一貫した差別化を図るのに対し、ルビオは移民政策では中道リベラルな姿勢を取るうえ、オバマと同じく大学教授を務めた経験もあることから、オバマに似ているとしばしば揶揄される<sup>73</sup>。ルビオ陣営自身が、「共和党のオバマ」―共和党の他の年長の候補やヒラリーと差別化する若さ、新鮮さ、マイノリティの出自、貧しさから身を起こし大統領を目指すところが共通であることを、アピールしてきたのである。



差別化の相手を読み違えていたということであろう。ライバルは、ジェブでもヒラリーでもなく、トランプそしてクルーズである。クルーズとルビオは、キューバ系、南部の大州を地盤とし、上院議員1年生であることなど共通項が多い。今回の共和党候補指名争いのような、多数候補の二位争い競争では、一貫した差別化のブランド力とそれを伝えるコミュニケーション能力が重要である。ルビオは、政策面では、「移民政策では甘く、安全保障では軍事重視のタカ派」というやや分裂したイメージがあるうえ、クルーズのようにレトリックを駆使することもなく、ディベートで注目を集めることに積極的ではない<sup>74</sup>。また、地上戦のドブ板戦術を好まない超然としたスタイルも、オバマを彷彿とさせる<sup>75</sup>。

ルビオは共和党の未来像として、若年層やマイノリティの獲得に重点を移す必要があると考える。一方クルーズは、白人の宗教右派といったレーガン時代の伝統的な共和党支持者を中核に据える。同じく党改革の旗手でも、その描く未来像はまったく異なる<sup>76</sup>。ルビオとクルーズの明確な差別化に基づく論戦こそ、共和党の将来にとって重要な選択の機会を有権者に提供することになるだろう。

### 3-6-2. ジェブの不発—アウトサイダー選挙の逆風と中道の苦悩

その知名度、組織と資金力、政党エスタブリッシュメントの支持の厚さ、一般選挙で無党派層を獲得できる中道穏健な政策。選挙の常識からいえば、そうした最強の条件を備えているのは、ジェブとヒラリーだけだった。一般選挙では、この二人の闘いとなる可能性が高い、再びブッシュ家対クリントン家の競争なのかと、醒

めた目で見えていた専門家は少なくないだろう。

ジェブの陣営自体が、そう考えていたのである。照準は一般選挙にあるから、予備選挙の“保守層争奪戦”で、不本意に政策を右傾化させることは避けたかった。移民問題では、フロリダ州知事の経歴や、家族にメキシコ系がいることから、リベラルで寛大な政策を好み、オバマと大して違いがない。外交安全保障では、不人気な43代ジョージ・W・ブッシュの軍事力による外交安全保障政策と一線を画し、兄の政権との差別化をはかる必要もあった<sup>77</sup>。

中道路線に加えて、ブッシュ兄との差別化。しかし、今回の共和党予備選挙は、いかにオバマ的でないかの競争である。中道はそれだけで、共和党保守層に嫌われる。さらに、有権者や政界インサイダーも誰ひとりとして、ジェブをブッシュ家から独立した存在とは見ない。ジェブはブッシュ一族であり、エスタブリッシュメントの一部に他ならない。エスタブリッシュメントに対する怨嗟がカギを握る今回の予備選挙で、ジェブの利点はことごとく欠点に変わっていった。

ジェブ陣営の有利さを疑わなかった主流報道機関は、ヒラリーの場合と同じく、ジェブの成功よりも失敗のストーリーを待ち望んでいた。悪いニュースは極力避け、前向きであろうとしたジェブのキャンペーン姿勢は、希望よりも怒りの表現を爆発させたい有権者のムードと、あまりにかけ離れていた<sup>78</sup>。

中道穏健な、政府経営の実務に長けた州知事—選挙の常識では間違いなく有利なこの条件を備えた候補たち、ジェブ、クリスティ、ケーシックのいずれもが盛り上がり欠ける今回の選挙は、常識を超えた政治風土のありようを

示す証拠でもある。ニューハンプシャーなどでは、確かに共和党支持層内にも一定数の中道リベラル層がいる。しかしこれらの層を掌握できるだけのパワフルで一貫した差別化のメッセージを、いずれの候補も用意していない。

ジェブ陣営は予備選挙戦略を見直し、今後の方針として、6つの新しい柱を立てた<sup>79</sup>。

第一に、ディベートでトランプに「パワー不足」と酷評されて反論しなかった—ネガティブな応酬は避けたかった—のを反省し、言われたらやり返す「攻撃モードを維持する」。

第二に、アイオワで勝てないまでも、「惨憺たる結果になるのだけは回避」する。第三に、「ニューハンプシャーで勝つ」、あるいは少なくとも第三位までには入る。第四に、脱落した候補で、保守的な共和党支持層が多く、アイオワ、ニューハンプシャーの次に予備選挙を行うサウスカロライナ州選出上院議員、「リンゼイ・グラム(Lindsey Graham)の公式な支持」を獲得する。

第五に、ブッシュ一族、長年の支援者や側近、友人の「ブッシュOBネットワーク」をキャンペーンに動員する。最後に、これまで何千万ドルと広告費を出しながら、候補の支持を高める効果がなかった superPAC は、まだあきらめていない。3月には、南東部の12州で一斉に予備選挙が行われる(3月1日)など、予備選挙はいよいよ一つの山場を迎える。ジェブの superPAC は、「3月予備選挙実施州でさらに1700万ドルの広告費をつぎこむ」予定だという。

エスタブリッシュメント路線の常識的選挙スタイルをもう一度テコ入れするだけの、この“新”方針。それが機能するかどうかは、二ヶ月後

には判明しているだろう。

## 注

<sup>1</sup> Chris Cillizza, “President Obama had the worst year in Washington, again,” *Washington Post*, 24 December 2014.

<sup>2</sup> 平林紀子(2014)、『マーケティング・デモクラシー』、6章6-3-4参照。

<sup>3</sup> Juliet Eilperin and David Nakamura, “Where did Obama go wrong?” *Washington Post*, 4 November 2014.

<sup>4</sup> ウィリアム・ドブソン、「特集 世界情勢を占う首脳の成績表 (Grading World Leaders): バラク・オバマ」、『ニューズウィーク日本版』2014年12月23日号、36-7頁。

<sup>5</sup> Drew DeSilver, “Before Obama’s last State of the Union, a look back at his early hopes,” Pew Research Center, 11 January 2016.

<sup>6</sup> Justin McCarthy, “U.S. Economic Confidence Index Averages -11 in December,” *Gallup.com*, January 5, 2016.

<http://www.gallup.com/poll/188003/economic-confidence-index-averages-december.aspx>.

この典拠は、ギャラップ社の「経済信頼度指標」である。この指標は、全国成人対象に毎日実施される世論調査において、「現在の景気」評価と「将来の景気動向」見通しの二つの質問項目に対する回答の値を合算し、プラス評価計からマイナス評価計を引いた数値である。

<sup>7</sup> POLITIFACT, “THE OBAMETER – Tracking Obama’s Campaign Promises,” as of 14 January 2016. <http://www.politifact.com/truth-o-meter/promises/obameter/>

<sup>8</sup> 「オバマ氏、差別と決別訴え 最後の一般教書演説：「未来に焦点を」異例の言及：オバマ政権の主な実績」、2016年1月14日付朝日新聞朝刊国際面。

<sup>9</sup> 平林紀子(2015)、「2014年米国中間選挙のマーケティング：研究ノート」、『埼玉大学紀要 教養学部』第50巻第2号、135-161頁、1-2：「オバマ政権のリーダーシップ問題とブランド崩壊」を参照。

<sup>10</sup> 「耕論：転換期のアメリカ相対する人心つかめぬ大統領」、2014年10月28日付、朝日新聞朝刊オピニオン欄。

<sup>11</sup> Henry Olsen and Dante Scala, (2015). *The Four Faces of the Republican Party: The fight for the 2016 GOP nomination*, Palgrave-Macmillan.

<sup>12</sup> Pew Research Center, “Majority says any budget deal must include Planned Parenthood,” 28 September 2015.

<sup>13</sup> Jonathan Martin, “In GOP, a divide of ideology and age,” *New York Times*, 7 January 2015.

<sup>14</sup> Drew Desilver, “Conservatives are among the most politically active Americans,” Pew Research Center, 22 April 2015.

<sup>15</sup> Karlyn Bowman et als, “AEI Political Report January 2016: Voters in the early GOP caucuses and primaries,” American Enterprise Institute.

<sup>16</sup> Gale Collins, “Cornering the anger market,” *New York*

- Times*, 7 January 2016.
- <sup>17</sup> 「2016 米大統領選 分断大国：『拝外』共鳴 トランプ旋風：アウトサイダー候補台頭」、2015 年 11 月 7 日付朝日新聞朝刊 2 面；「耕論 トランプ人気」、2015 年 11 月 10 日付朝日新聞朝刊 15 面。
- <sup>18</sup> Michael Sherer, "The outsider? The Donald has landed: Why Trump's latest hit show is driving the political elite crazy," *TIME*, 31 August 2015.
- <sup>19</sup> Ross Douthat, "Cracks in the liberal order," *New York Times*, 27 December 2015.
- <sup>20</sup> Pew Research Center, "Views of Government's Handling of Terrorism Fall to Post-9/11 Low," 15 December 2015.
- <sup>21</sup> Peter Holley and Sarah Larimer, "How America's dying white supremacist movement is seizing on Donald Trump's appeal," *Washington Post online*, Morning Mix, 21 December 2015.
- <sup>22</sup> 2015 年 12 月のトランプの「イスラム教徒入国禁止」発言はヘイトスピーチだとして、トランプの英国入国禁止を求めるネット上の請願運動が英国内で広がり、1 月 18 日までに入国禁止に賛同する署名数は 57 万を超えたという。これを承けて英国下院は、請願内容を正式に検討するかどうかを討議開始した。「トランプ氏『英入国禁止』賛同署名 57 万超す」、2016 年 1 月 19 日付朝日新聞朝刊。
- <sup>23</sup> AP, "Republican party begins preparing for contested convention," *New York Times*, 13 January 2016.
- <sup>24</sup> Pew Research Center, "Contrasting partisan perspectives on campaign 2016," 2 October 2015
- <sup>25</sup> "Sanders is up, GOP race is steady – and terrorism worries are back," ABC/Washington Post poll, released 22 November 2015.
- <sup>26</sup> Bill Bishop (2008), *The Big Sort: Why the clustering of like-minded America is tearing us apart*, New York, NY: Houghton and Mifflin.
- <sup>27</sup> Rebecca Nelson, "The war on partisanship: How fighting polarization became its own cause," *National Journal*, 31 October 2015.
- <sup>28</sup> Stanley Greenberg, "Excerpt from a new book America Ascendant: It all begins with the GOP," *the National Memo*, 6 December 2015; and Ronald Brownstein, "Red Power, Blue Power," *National Journal, Political Connections*, 7 November 2015.
- <sup>29</sup> Deborah Jian Lee, "Why the Young Religious Right Is Leaning Left," *TIME online*, 20 October 2015.
- <sup>30</sup> Jason Horowitz, "Evangelicals aim to mobilize an army for Republicans in 2016," *New York Times*, 15 March 2015; and Sarah Posner, "The evangelical base is splintering: David Lane, Ralph Reed and the decline of the Pat Robertson generation," *Salon.com*, 25 March 2015.
- <sup>31</sup> Jeremy Peters, "Republicans alter script on abortion, seeking to shift debate," *New York Times*, 26 July 2015.
- <sup>32</sup> 2014 年 8 月ミズーリ州ファーガソンで丸腰の黒人少年を白人警官が射殺する事件が発生し、司法省の調査の結果、警官のほとんどを白人が占める地元警察によって、黒人コミュニティに対する構造的な差別と人権侵害が継続的に行われていたことが明らかになった。人種偏見に基づく職務質問や拘束、容疑者視などが明らかになり、その後テキサスやメリーランドでも同様の白人警官による黒人若者の射殺事件が続いた。黒人コミュニティの抗議運動の一部は暴徒化し、人種対立の緊張が高まった。さらに 2015 年 6 月、サウスカロライナ州チャールストンの教会で聖書の勉強をしていた黒人 9 人が、白人の人種差別主義者によって射殺される事件がおき、人種的ヘイトクライムに対する全米規模の抗議運動が巻き起こった。サウスカロライナ州知事のニッキー・ヘイリー（共和党）はこの事態を憂慮し、白人至上主義や黒人の奴隷視などの人種差別思想の象徴としてしばしば使われる「南部旗」（南北戦争時の南部軍の旗）を、州庁舎から撤去することを決定した。
- <sup>33</sup> Daniel Libit, "After Jesse Jackson: Will his brand of civil rights leadership survive him?" *National Journal*, 5 December 2015..
- <sup>34</sup> Reuters, "Lean Bush campaign operation signals new U.S. playbook," *New York Times online*, 16 July 2015.
- <sup>35</sup> Matea Gold, "Now it's even easier for candidates and their aides to help super PACs," *Washington Post*, 24 December 2015.
- <sup>36</sup> Matea Gold, "Will big money spent on TV ads pay off for 2016 candidates?" *PBS NewsHour* aired 7 January 2016.
- <sup>37</sup> Dan Balz, Robert Costa and Matea Gold, "One year, two races: Inside the Republican Party's bizarre, tumultuous 2015," *Washington Post*, 3 January 2016,
- <sup>38</sup> Mark Murray, "Campaign ad spending tops \$111 million in 2015," *NBC News online*, 22 December 2015. <http://www.nbcnews.com/politics/first-read/campaign-ad-spending-tops-111-million-2015-n484571>.
- <sup>39</sup> Matea Gold, "Will big money spent on TV ads pay off for 2016 candidates?" *PBS NewsHour* aired 7 January 2016.
- <sup>40</sup> Peter Fenn, "Will big money spent on TV ads pay off for 2016 candidates?" *PBS NewsHour* aired 7 January 2016.
- <sup>41</sup> Matea Gold, "Will big money spent on TV ads pay off for 2016 candidates?" *PBS NewsHour* aired 7 January 2016.
- <sup>42</sup> Chris Cillizza, "Still don't think Donald Trump can win? This chart should convince you," *Washington Post online, the Fix*, 6 January 2016.
- <sup>43</sup> Amy Chozick, "2016 Elections: Paths to the Presidency: What Hillary Clinton would need to do to win," *New York Times online*, as of April 15, 2015.
- <sup>44</sup> Meteor Blades, "Clinton's support for precinct-based 50-state strategy the right move for any Democratic candidate," *Daily Kos (dailykos.com)*, 27 April 2015.
- <sup>45</sup> Amy Chozick, Maggie Haberman and Jonathan Martin, "Hillary Clinton weighs how to recast ties to Obama," *New York Times*, 11 April 2015.
- <sup>46</sup> Amy Chozick and Patrick Healy, "Hillary Clinton's vows to 'fight' evoke a populist appeal and a contrast with Obama," *New York Times*, 15 June 2015.
- <sup>47</sup> Patrick Healy and Amy Chozick, "To avert repeat of 2008, Clinton team hopes to keep Bill at his best," *New York Times*, 28 March 2015; and Patrick Healy, "Bill Clinton, in restrained mode, returns to campaign trail in New Hampshire," *New York Times online, First Draft*, 4 January 2016.
- <sup>48</sup> A remark by Van Jones on *CNN: State of the Union* aired 10 January 2016.
- <sup>49</sup> Sam Frizell, "The gospel of Bernie," *TIME*, 28 September 2015.

- <sup>50</sup> Jonathan Martin, "Election 2016: What Bernie Sanders would need to do to win," *New York Times online*, as of 1 May 2015; and Nate Cohn, "Class or ideology? My conversation with Bernie Sanders," *New York Times online*, The Upshot, 11 July 2015.
- <sup>51</sup> Ben Schreckinger, "How Bernie Sanders makes his mega-rallies," *Politico.com*, 19 August 2015.
- <sup>52</sup> Phillip Vamp, "The Hillary Clinton-Bernie Sanders data fight, explained," *Washington Post online, the Fix*, 18 December 2015.
- <sup>53</sup> Will Heilpern, "Trump campaign: 10 outrageous quotes," *CNNpolitics online*, 31 December 2015.
- <sup>54</sup> David Weigel, "Attacks on Trump just make these voters like him more," *Washington Post*, 10 December 2015.
- <sup>55</sup> Timothy Carney, "Donald Trump's America: Trump's Fans Love His Directness More Than His Ideas," *New York Times*, 10 December 2015.
- <sup>56</sup> David Von Drehle, "The art of the steal: How Donald Trump took the Republican Party from the old bosses," *TIME*, 18 January 2015 issue.
- <sup>57</sup> David Von Drehle, "The art of the steal: How Donald Trump took the Republican Party from the old bosses," *TIME*, 18 January 2015 issue.
- <sup>58</sup> Sean Miller, "Consultants shrug off Trump's campaign spending habits," *Campaigns and Elections online*, 28 December 2015.
- <sup>59</sup> Howard Kurtz, "Trump plots big TV ad blitz that could change campaign landscape," *Fox News online*, 28 December 2015.
- <sup>60</sup> Matea Gold, "Forget hopes and dreams: The GOP race is all about nightmares," *Washington Post*, 5 January 2016.
- <sup>61</sup> Michael Barbaro, "Mean and powerful: How Donald Trump mastered twitter for 2016," *New York Times*, 5 October 2015.
- <sup>62</sup> 「トランプ氏めぐり保守系メディアが二分 米大統領選」、*CNN.co.jp*, 2 September 2015.  
<http://www.cnn.co.jp/usa/35069838.html>.
- <sup>63</sup> Emily Steel, "CNN Says G.O.P. Event Was Third-Highest in Ratings for a Primary Debate," *New York Times online, FirstDraft*, 16 December 2015.
- <sup>64</sup> Ryan Lizza, "What would Jeb do?" *The New Yorker*, 26 October, 2015.
- <sup>65</sup> Jonathan Martin, "ELECTION 2016: Paths to the Presidency: Who's running: What Ted Cruz would need to do to win," *New York Times online*, as of 23 March 2015. <http://www.nytimes.com/interactive/2016/us/elections/ted-cruz.html>
- <sup>66</sup> Ryan Lizza, "What would Jeb do?" *The New Yorker*, 26 October, 2015.
- <sup>67</sup> Nick Corasanitjan, "The Ad Campaign: Ted Cruz Ad Envisions an Influx of Bankers Crossing the Border," *New York Times*, 5 January 2016.
- <sup>68</sup> Matea Gold, "Will big money spent on TV ads pay off for 2016 candidates?" *PBS NewsHour* aired 7 January 2016
- <sup>69</sup> Tom Hamburger, "Cruz campaign credits psychological data and analytics for its rising success," *Washington Post*, 13 December 2015.
- <sup>70</sup> Trip Gabriel, "Donald Trump campaign lags in mobilizing Iowa caucus voters," *New York Times*, 19 December 2015.
- <sup>71</sup> Katie Zezima, "Take a picture with Santa, give your personal data to the Cruz campaign," *Washington Post*, 18 December 2015.
- <sup>72</sup> Alex Castellanos, "Portfolio: Donald Trump, Ted Cruz and the Missile Headed for Grandma's House," *alexcastellanos.com*, 8 January 2016.
- <sup>73</sup> Jeremy Peters, "Marco Rubio looks in the mirror and sees a Republican Obama," *New York Times*, 24 December 2015.
- <sup>74</sup> Phillip Elliott and Zeke Miller, "Marco vs. Ted: Inside the rivalry reshaping the GOP," *TIME*, 14 December 2015 issue.
- <sup>75</sup> Sean Sullivan and Karen Tumulty, "Smart strategy or overconfidence? Rubio plays hard-to-get with voters," *Washington Post*, 20 December 2015.
- <sup>76</sup> Phillip Elliott and Zeke Miller, "Marco vs. Ted: Inside the rivalry reshaping the GOP," *TIME*, 14 December 2015 issue.
- <sup>77</sup> Ryan Lizza, "What would Jeb do?" *The New Yorker*, 26 October 2015.
- <sup>78</sup> Zeke Miller, "What's eating Jeb Bush?" *TIME*, 26 October 2015 issue.
- <sup>79</sup> Ashley Parker, "How Jeb Bush hopes to save his candidacy," *New York Times*, 1 January 2016.