

2016年米国大統領選挙のマーケティング(2)：予備選挙

The 2016 U.S. Presidential Campaign from a Political Marketing Perspective, Part 2: the Primaries

平林紀子

Noriko HIRABAYASHI

民主党・共和党の2016年大統領選挙候補を選出するための各州予備選挙・党員集会在、2月1日アイオワ州を皮切りに、6月7日カリフォルニア州を含む計6州まで、約4ヶ月間にわたり行われた。その結果、民主党は Hillary Rodham Clinton 候補（以下、ヒラリーと日本語略記）、共和党は Donald Trump 候補（以下、トランプと日本語略記）が、7月の両党党大会で正式に党の大統領選挙候補として指名される公算が高まった。

予備選挙では、各候補が党の正式指名に必要な代議員数過半数の獲得を目指して競いあう。各州予備選挙の結果をく表1>で示す。

共和党トランプ候補の場合、獲得代議員数が過半数を超え、また主要な競争相手である Jeb Bush (2月21日撤退)、Marco Rubio (3月16日撤退)、Ted Cruz (5月3日撤退、以下、クルーズと日本語略記)に続き、John Kasich が5月4日に選挙戦撤退を表明したことで、事実上の指名候補となった。

トランプ候補が予備選終了までに獲得した代議員数は、「誓約代議員(pledged delegates)」すなわち、党大会の指名投票において、少なくとも一次投票では、予備選時に支持した候補に

投票する義務を負う代議員と、そうした制約を負わない自由投票の「非誓約代議員(unpledged delegates)」をあわせて、総数2,475人の6割にあたる1,542人を獲得した。

代議員の構成において「非誓約」の割合が低い共和党の場合、党大会の一次投票は予備選挙結果をストレートに反映することが多く、この通常の手続きを踏むかぎり、党大会ではトランプが堂々と指名を獲得することが予想される。

しかし後にみるように、予備選挙の終了後も、トランプ陣営と共和党指導部との軋轢や、共和党内の支持の分裂などの問題があり、万一それらの問題が党大会での指名手続きに影響を及ぼした場合、候補指名の正当性根拠そのものが疑問視されることになりかねない。

民主党の場合も、同様の問題を抱えていた。ヒラリー候補の事実上の指名獲得は、予備選挙の早期段階から、その圧倒的な知名度と資金力、党内有力者の支持などを理由に当然視されていた。しかし実際の結果をみると、予備選終了時の獲得代議員数は2,811人、代議員総数の約6割にとどまったうえ、表1で示すように、一般有権者の投票結果が直接に反映する誓約代議員数では、ヒラリー候補と Bernie Sanders 候補（以下、サンダースと日本語略記）の差はわ

* 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

表 1: 2016 年大統領選挙 予備選挙結果一覧 (AP 集計、New York Times online 報告に基づき、筆者が作成)

Date 2016	State	REPUBLICANS (1,237 delegates to win nomination)										DEMOCRATS (2,383 delegates to win nomination)									
		16 EV	Prim ary type	Deleg ates Total	Trump	Cruz	Rubio	Kasich	Romn. Santor	Cingrc.	Paul	Perry	Hunts	12 Result %	Prim a deleg ates Total	16 Results %	Hillary Sande	08 Result %	Obama	Hilla	Edw
	Total EV =	538																			
	super delegates (計712)					95	9	0	0								591	48			
	unpledged delegates																xx	xx			
	pledged delegates					1447	551	167	161								2220	1831			
	TOTAL delegates					1542	560	167	161							2811	1879				
2.1	Iowa	6	C	30	24	28	23	2	25	25	13	21	10	1	C	52	50	50	38	29	30
2.9	N.H.	4	P	23	35	12	11	16	39	9	9	23	1	17	P	32	61	38	36	39	17
2.20/23	Nevada	6	C	30	46	21	24	4	50	10	21	19			C	43	53	47	45	51	4
2.20/27	S. Carolina	9	P	50	46	22	23	8	28	17	40	13			P	59	74	26	55	27	18
3.1	Alabama	9	P	50	46	21	19	4	29	35	29	5			P	60	78	19	56	42	1
3.1/26	Alaska	3	C	28	46	36	15	4	32	29	14	24			C	20	18	82	74	25	x
3.1	Arkansas	6	P	40	46	31	25	4	68	13	5	13			P	37	66	30	27	69	2
3.1/4.8	Colorado	9	CV	37		30			35	40	13	12			C	79	40	59	67	32	1
3.1	Georgia	16	P	76	39	24	24	6	26	20	47	7			P	116	71	28	66	31	2
3.1	MA	12	P	42	49	10	18	18	72	12	8	10			P	116	50	49	41	56	2
3.1	Minnesota	10	C	38	21	29	37	6	17	45	11	27			C	93	38	62	67	32	1
3.1	Oklahoma	7	P	43	28	34	26	4	28	34	27	10			P	42	42	52	31	55	10
3.1	Tennessee	11	P	58	39	25	21	5	28	37	24	9			P	76	66	32	41	54	4
3.1	Texas	38	P	155	27	44	18	4	69	8	5	12			P	252	65	33	47	51	1
3.1	Vermont	3	P	16	33	10	19	30	40	24	8	25			P	26	14	86	59	39	1
3.1	VA	13	P	49	35	17	32	9	60	xx	xx	40			P	110	64	35	64	35	1
3.1	Samoa		C	0	xx	xx	xx	xx	100						C	6	68	26	42	57	x
3.1	demns abroad	xx	xx	xx	xx	xx	xx	xx								13	31	69			
3.5	Kansas	6	C	40	23	48	17	11	21	51	14	13			C	37	32	68	74	26	
3.5/5.17	Kentucky	8	C	46	36	32	16	14	67	9	6	13			P	61			30	65	2
3.5	Louisiana	8	P	46	41	38	11	6	27	49	16	6			P	59	71	23	57	36	3
3.5/6	Maine	4	C	23	33	46	8	12	39	18	6	36			C	30	36	64	59	40	x
3.5/5.10	Nebraska	5	P	36	36				71	14	5	10			C	30	43	57	68	32	x

次ページに続く

ずか400人で、共和党の場合よりもはるかに接戦となった。

また総数2,811人の約1/4にあたる591人は、「特別代議員(super delegates)」の票、すなわち党有力者や民主党の知事・議員など、予備選挙で示された一般有権者の意思に制約されずに、党大会での指名投票権をもつ人々、いわば党のエスタブリッシュメントの票である。

サンダース候補は、予備選挙終了時点で党指名に必要な代議員数を得られないことが判明したにも拘わらず、以後も選挙運動を継続し、党大会直前の7月11日になってようやく、ヒラリー支持を公式に表明した。「トランプ候補を負かすためにあらゆることをする」と、党大会でのヒラリーへの投票を含めて、民主党の結束に踏み出した。しかしその一方で、サンダース候補支持者に向けてヒラリーに投票するように訴えることはなかったし、民主党の「大統領選挙綱領(platform)」や、今後の予備選挙、党大会運営方法において、党エリートの影響力を弱め、一般有権者の意向を反映させるという、サンダースの持論たる民主党改革に向けて圧力を行使する余地を残した¹。

本稿では、この4ヶ月間の予備選挙キャンペーンの推移と結果を、マーケティングの視点から二項に分けて分析する。

まずIでは、2016年予備選挙の結果が示す有権者市場の動向を概観する。政治への不満と不信は近年になく最悪水準を示し、しかも両党支持者間の党派対立が強まるだけでなく、同一政党の支持者内部でも、世代や経済的社会的階層による亀裂が目立つことが出口調査から明らかになった。共和党支持者、民主党支持者とも、既存政治を支配してきたエリート層や巨額の

選挙資金提供者への怒り、庶民を無視して党派抗争に明け暮れる中央政治の無能力への怒りが、候補の実務経験や業績、価値観、政策案などよりも、候補支持の強い動機として働いた層がかなりの数で存在する。この「エリート対庶民」の対立図式は、共和のトランプ、民主のサンダースの支持層で共通し、一般選挙でサンダース支持者が、ヒラリーでなくトランプに流れる可能性を含め、今後の選挙のダイナミクスを左右する重要なポイントになる。

次にIIでは、2016年予備選挙におけるマーケティングの特徴を示す。ここでは、有権者を説得動員するための「対有権者市場のマーケティング」とともに、候補陣営内部の調整と合意形成を含む「インターナル(組織内)マーケティング」、および候補陣営と政党あるいは報道機関など外部ステークホルダーとの間の「関係構築のマーケティング」にも注目する。

I 2016年大統領予備選挙の有権者動向

I-1. 「エリート対庶民」というフレーミング

筆者は前稿²で、2016年大統領選挙の政治環境として二つの潮流を指摘した。

第一に、この選挙が「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」のうねりと連動していることであった。究極のアウトサイダー、トランプの人気の背景には、政治エスタブリッシュメントへの嫌悪と怒りがある³。

<図1>は、連邦政府に対して「怒っている」有権者の割合を、1992年から2016年までの推移でみたものである。Pew Research CenterとABC/Washington Postの二種類の世論調査結果を合わせて表示している。いずれも連邦政府に

対する感情 (Pew の選択肢は「満足／苛立つ／怒り」、ABC/WP は「大賛成／まあ満足／不満／怒り」) を尋ねている。民主党クリントン政権(93-00)、共和党ブッシュ政権(01-08)の時代と比べて、民主党オバマ政権(09-)の第一期後半から「怒り」のボルテージが上がり、上下動も大きくなっていることがわかる。

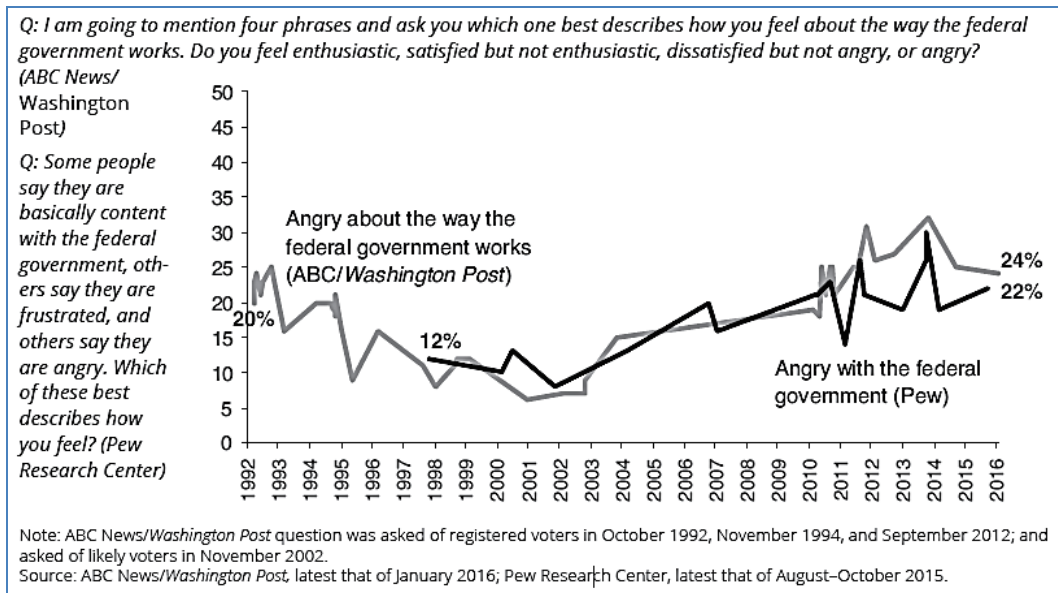
その怒りに出口を与えたのがトランプであった。トランプ台頭は、景気の変動の影響をもろに受け、米国の人種民族的人口構成の変化に怯える保守的な低中間所得層、典型的には共和党支持基盤の白人ブルーカラーが、共和党幹部やメディアエリートなどエスタブリッシュメントに突きつけた警告そのものであると選挙専門家はみていた。New York Times 紙コラムニスト、Ross Douthat⁴はさらに、それが共和党だけでなく、既存の政党ならびに政府への強い不信任、貧富の経済格差や権力構造の硬直に対す

る抗議の表現として、左右両翼におけるポピュリズムの形で、この選挙のカギを握ると見ていた。

加えて共和党の場合は、「エスタブリッシュメント対アウトサイダー」という対立図式が、微妙なイデオロギー的分裂と重なっていた。すなわち、保守的な有権者層は「個人の自由と小さな政府」を最も重視する保守回帰を強めるのに対し、共和党指導部や保守派エリートメディアは、「ある程度多様性を受け入れ、政府の積極的役割を肯定しなければ、党の将来はない」と考える。政策やイデオロギーにおける”中道化”ないし積極政府観の許容こそが現実的選択であるとする党エリートや保守メディアに対し、それを許容しない保守的な有権者層は、「党の路線をめぐる抗争」という現実的局面でも対立しあうことになる。

第二の潮流は、「安全保障への不安と排外主

図1 連邦政府に対して「怒る」有権者の増加 (1992-2016)



Source: ABC/Washington Post surveys: latest that of January 2016; Pew Research Center surveys: latest that of August-October 2015. Reprinted on American Enterprise Institute, “AEI Political Report, February 2016.”

義」であり、これもまたトランプ台頭の重要な背景であった。テロ不安と移民流入は民族的人種的ナショナリズムと結びつき、内向きのポピュリズム排外主義のうねりを生み出す。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“過激な”メッセージは、その流れを端的に表現する。

こうしたトランプへの支持や、英国の EU 離脱を選択した国民投票など、欧米に広がる“反知性主義”のうねり、政治的影響を顧みない感情的な大衆ポピュリズムの危険性は、政治エリートやエリートメディアによってしばしば指摘されてきた⁵。

またトランプほど“危険視”されないが、民主党サンダース候補の「政治革命」や「ムーブメント」も、紛れもなく 2016 年予備選挙のポピュリズム潮流のひとつである。New York Times 紙の Thomas Edsall は、保守派—進歩派（リベラル派）の党派を超えた「超党派ポピュリズム連合」を期待する有権者の声さえあるとして、トランプとサンダースの支持者の 4 つの共通項を指摘する⁶。

第一に、両候補は、経済階層のはしごの中段下段に立ち往生し、それより上に行くことができない人々の不満を代弁する。第二に、TPP を例とする過去 20 年間の自由貿易協定の拒否、第三に、社会保障とメディケア（高齢者向医療保障）の支出を抑制するメカニズムの拒否、第四に、巨額の政治献金を行う super PAC の廃止、ワシントンの政治家は多額の選挙資金を提供する利害関係者に身売りしたようなものであるという認識。

そこに共通するのは、保守派—進歩派のイデ

オロギー、政策立場の違いを超えた「エリート対庶民」という、選挙の性格を定義する大きなフレームであり、選択の意味である。1 の現状に対する苛立ち、その理由としての 2 と 4、とくに 4 の多額の献金で政治を「買う」一部特権階層と、それに買われるワシントン政治家。3 は本来あるべき政治の焦点を示している。特権を行使する者・対・政治に置き去りにされる者。この対立は、2016 年大統領選挙の趨勢を左右する中心的フレームになると考えられる。

ただし、いくつかの点に留意する必要がある。

第一に、米国での「エリート対庶民」フレームは、根本的に政策選択の問題であるということだ。

確かに共和党支持層の場合、そのフレームは、人種民族的な人口構成の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」に対する、白人とくにブルーカラー層の不安の投影であり、また新しいアメリカの象徴的存在であるオバマ大統領の人種や出自、宗教的寛容に対する不信感の投影でもある。つまり論理より感情の問題であり、人種・民族・宗教的偏見に基づくだけに根が深い。しかしそれだけではないことに留意しておく必要がある。この対立フレームは、米国の庶民納税者の抱える問題を最優先にしないエリート層の政策選択を問題視するのであり、共和党の路線選択の問題でもある。

民主党の場合、それはさらに明確である。サンダース候補の使う「エリート対庶民」の対立フレームは、富と政治的資源の再配分をめぐる政策次元ないし政治システム次元の構造的問題であり、経済階層間の富の再配分をめぐる異議申し立てであって、人種・民族・宗教的な差

別やナショナリズムと何ら関係しない。その点において、トランプや欧州の場合と異なる。

サンダースの政策の柱は、①ビッグ・マネーの政治的影響力の排除、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雇用対策とくにインフラ整備と若年層雇用対策) である⁷。明らかにこれは、自由競争の弱肉強食原理に対抗する「社会民主主義への政治革命」であり、大胆に言えば、欧州流の福祉国家を目指すものだが、欧州の現在のポピュリズムは逆に、その福祉国家の行き詰まりの帰結として出てきたものである。

サンダース自身、グローバリゼーションと自由貿易の絶対視がどれほど庶民の職を奪い、経済生活を痛めつけたかという問題意識と、それを根本的に見直す方向に政策の舵を切る必要性を論じ、トランプとの共通項を認めながらも、その一方でトランプとの違いを明確にしている――「だが、民衆扇動や、偏狭な考えや、移民排斥感情による変革は必要ない。これらは、EU 離脱キャンペーンでの巧みな言葉に使われ、（共和党の大統領候補指名が確実な）ドナルド・トランプ氏の訴えの中核をなすものである」⁸。

第二に、EU 離脱をめぐる英国国民投票での「離脱支持派」勝利と、米国におけるトランプ支持、サンダース支持のうねりは、どこが同じでどこが違うのか、また英国および欧州での動向がどれほど米国大統領選挙の今後を占う手がかりになるのかを検討しておく必要がある。

Tony Blair 元英首相は CNN インタビューで、

英国の EU 離脱と「トランプ現象」を、「(庶民の) 反乱が米英両国で類似している」と指摘し、また米外交問題評議会(CFR)の Richard Haass 会長も、米英両国民の不満は「単に経済の問題だけでなく、移民問題を含む社会問題とリンクしており、クリントン陣営はこうした不満を過小評価すべきでない」と警鐘を鳴らしたという⁹。また *Atlantic* 誌¹⁰によれば、英離脱支持層とトランプ支持層は、①年齢が高い、②大学教育を受けていない、③エリートへの不信感、④外国人嫌い、⑤懐古主義的などの共通項をもつ。

英「離脱支持派」、トランプ支持層に加えて、サンダース支持層には、確かに重要な共通項がある。オバマ政権元上級顧問で 2015 年英国総選挙時の労働党顧問も務めた David Axelrod が指摘するのは、「昨今欧州を席卷する内向き指向の政治は、米国にも響き合う(echo)」。そして「何百万人もの人々が、グローバリゼーションと技術革新の影響で、周辺的な仕事しか得られなくなり、収入も減少した」ことは、先進経済国共通の根本的問題であると言う。しかしその一方で、トランプやサンダースへの支持と英国国民投票結果の背景や政治的意義には、明確な違いがあると *New York Times* 紙の Jonathan Martin と Alexander Burns は指摘する¹¹。

第一に、近年の米国大統領選挙で、移民に敵対的な大統領が選出されたことは党派を問わず皆無である。米国は欧州以上に、マルチカルチャリズム(多文化許容)の伝統が根付き、民主党共和党に程度の差はあっても、大統領選挙の勝者を支える有権者連合に多様な人種民族が含まれることは事実である。その頂点に、オバマ 2008 年選挙の有権者連合がある。多様性を備えた有権者連合を構成する層として、勢い

を増しつつある若く高学歴で裕福な、都市・近郊に住む層は、英国でいえばロンドン票すなわち「EU 残留派」として、内向きの孤立を選択しなかった。

第二に、選挙制度の違いがある。直接投票の英国国民投票と異なり、米国大統領選挙は州ごとの選挙人数の合計で決まる仕組みだが、この選挙人割り振りは、近年民主党に有利になりつつある。割り振りの多い大州でとくに、民主党支持の強いマイノリティ人口が増加しているからで、トップ6のカリフォルニア・ニューヨーク・ペンシルバニア・ニュージャージー・イリノイ・フロリダを足すと、当選に必要な選挙人数 270 人のうち 166 人をすでに占めてしまう。

第三に、英国国民投票は特定争点への是非を問うもので、Yes か No を言えば済む。一方大統領選挙は、近年とくに政党というよりも特定の個人候補を選ぶ選挙になりつつあり、移民に No だとしてもそれが直ちにトランプ支持につながるかどうかは別の問題である。とくにトランプのように、個人的好感度が低く、言動に顔をしかめる人々が多いケースでは、政策イコール候補支持にならない。個人を選ぶ選挙では、政策立ち位置だけでなく、政治イデオロギーや価値観の一致度、好感度、業績、政権のイメージやスタイルなどが総合的に判断されるからである。

I-2. 2016 年予備選挙主要候補の支持層

では具体的に、両党の予備選挙主要候補、ヒラリーとサンダース、トランプとクルーズの支持層はどのような理由から候補を支持したのか。

<表 2 ABCD>は、3 月 2 日のスーパーチャー

ズデー時点までに予備選挙を行った州の出口調査結果から、これら 4 候補それぞれの「基盤支持層」の特徴を示したものである。カラムの色が濃いほど、他の候補の支持層と異なる特徴の強さを表す。

2016 年予備選挙におけるヒラリー支持層の特徴や注目点は、南部の黒人、中高年、経験、「一般選挙で勝てる」候補であることなどで、州によって順序は異なるものの概ね同じ支持理由が並ぶ。政策面では「オバマ政権の継続」が特色である。

サンダース支持層は、若い、リベラル、誠実・信頼できる人柄重視が特徴的で、政策面では「所得の不平等」是正が突出する。

トランプ支持層は、各州どれも似ており、率直でありのままな物言いをする人柄、アウトサイダー重視が共通し、政策面では「移民」対応が重視された。

クルーズ支持層は、どの州も「価値観」が共有できることと経験が重視され、福音派、退役軍人、政策面では「政府支出」抑制などが出現することから、「正統保守」を打ち出したクルーズが、社会保守層、防衛保守層、財政保守層といった保守の核心 3 集団に、一定程度浸透したことがわかる。

各候補の支持層の政策嗜好および価値観

同一政党の候補同士が闘う予備選挙では、もともと大きな政策上の違いが見えにくい。

トランプやヒラリーは予備選挙のかなり早期の段階から、一般選挙でのマッチアップ（対戦相手）として互いを意識した選挙戦を展開したが、その場合でも政策論争としては不発だった。

その理由のひとつは、過去 20 年のあいだに、政策やイデオロギーの点で、両党の立場、両党支持者の党派的距離はかなり広がっており¹²、予備選挙に参加するような安定した政党支持をもつ層では、もはや支持政党を変えようがないからである。無党派層については、戦争やリーマンショックのような決定的争点を欠く今回の予備選挙では、政策や政治イデオロギーが決め手になると考えにくい。特定の政策が意思決定の決め手になるほど重要ならば、その有権者の支持政党はおのずから決まってくるからだ。

<図 2>は、民主・共和それぞれの政党支持者（すなわち予備選挙の有権者市場）の政策嗜好と候補支持との関係をみたものである。

移民観、イスラム市民の人権、強者に有利に働く格差拡大の経済システム、人工妊娠中絶の是非、政府責任としての国民皆保険制度などの争点では、民主党支持層と共和党支持層は、どの候補を支持するかに関係なく、かなりはっきり分かれている。一方、興味深いことに、政府に対する怒り、社会保障、国際社会（紛争など）

への米国関与の是非については、重なる部分がある。またこの図で見る限り、サンダース支持者とトランプ支持者は、社会保障と国際社会関与を除けば、かなりの距離がある。サンダース票がただちにトランプに宗旨替えするとは、この図でみるかぎり考えにくい

次に政策面ではなく、有権者の価値観と予備選挙における候補支持との関係をみたのが、<図 3>である。この Cato 財団と YouGov の共同調査(2015 年 11 月実施)は、「他者への思いやり」「業績主義（単に努力しただけでなく、実績を出した者が応分の報酬を受け取るべきという考え）」「自由」「正当な権威に対する忠誠と秩序重視」の 4 次元で、各候補の支持者がこれら価値観の面でどのような特色をもつか、また平均的な米国人とどれほどの距離があるかをみたものである。

明らかに、サンダース支持層の価値観が米国人一般と異なるが、「自由」を除けば、トランプ支持層とも真逆の方向を示す。これだけをとっても、サンダース票とトランプ票の連合は難しそうである。

表2A 2016年予備選挙におけるヒラリー一支持層の特性：南部黒人、中高年、経験重視 (3/2 super Tuesday 時点)

IOWA		NEW HAMPSHIRE		SOUTH CAROLINA		NEVADA		ALABAMA	
Experience	Experience	Experience	Experience	Experience	Experience	Experience	Experience	Can win	Can win
Can win	Can win	Can win	Age 65+	Age 65+	Can win	Can win	Can win	Experience	Experience
Age 65+	Keep Obama's policies	Keep Obama's policies	Black	Black	Black	Black	Black	Black	Black
Keep Obama's policies	Against single-payer plan	Against single-payer plan	Very religious	Very religious	Keep Obama's policies	Keep Obama's policies	Keep Obama's policies	Satisfied with government	Satisfied with government
Health care	Not worried about economy	Not worried about economy	Economic system fair	Economic system fair	Age 65+	Age 65+	Age 65+	Keep Obama's policies	Keep Obama's policies
ARKANSAS		GEORGIA		MASSACHUSETTS		OKLAHOMA		TENNESSEE	
Black	Experience	Experience	Experience	Experience	Experience	Experience	Experience	Experience	Experience
Experience	Can win	Can win	Can win	Can win	Can win	Can win	Can win	Black	Black
Can win	Black	Black	Keep Obama's policies	Keep Obama's policies	Black	Black	Black	Keep Obama's policies	Keep Obama's policies
Satisfied with government	Very religious	Very religious	Urban	Urban	Keep Obama's policies	Keep Obama's policies	Keep Obama's policies	Age 65+	Age 65+
Keep Obama's policies	Keep Obama's policies	Keep Obama's policies	Political experience	Political experience	Age 65+	Age 65+	Age 65+	Not worried about economy	Not worried about economy
TEXAS		VERMONT		VIRGINIA					
Experience	Experience	Experience	Experience	Experience	Experience	Experience	Experience		
Age 65+	Keep Obama's policies	Keep Obama's policies	Can win	Can win	Can win	Can win	Can win		
Terrorism	Age 65+	Age 65+	Age 65+	Age 65+	Age 65+	Age 65+	Age 65+		
Black	Income \$100-200k	Income \$100-200k	Black	Black	Black	Black	Black		
Can win	Moderate/Conservative	Moderate/Conservative	Keep Obama's policies	Keep Obama's policies	Keep Obama's policies	Keep Obama's policies	Keep Obama's policies		

Source: Rebeccai and Karen Yourish, "The Differences Between Clinton's and Sanders's Core Voters," *New York Times online*, 02 March 2016. <http://www.nytimes.com/interactive/2016/03/02/us/elections/clinton-sanders-core-voters.html>
 注：色が濃いほど支持が特徴的に高いことを示す

表 2 B 2016 年予備選挙におけるサンダース支持層の特性：若い、リベラル政策指向、誠実・信頼人柄重視 (3/2 super Tuesday 時点)

IOWA		NEW HAMPSHIRE		SOUTH CAROLINA		NEVADA		ALABAMA	
Age under 30	Honest and trustworthy	Honest and trustworthy	First-time voter	Age under 30	Age under 30	Age under 30	Age under 30	Age under 30	Age under 30
Honest and trustworthy	Prefers outsider	Prefers outsider	More liberal president	More liberal president	Honest and trustworthy	Honest and trustworthy	Honest and trustworthy	White	White
More liberal president	Betrayed by Democrats	Betrayed by Democrats	Age under 30	Age under 30	More liberal president	More liberal president	More liberal president	Honest and trustworthy	Honest and trustworthy
Cares about people	Age under 30	Age under 30	Honest and trustworthy	Honest and trustworthy	Cares about people	Cares about people	Cares about people	Income inequality	Income inequality
Income inequality	More liberal president	More liberal president	White	White	Income inequality	Income inequality	Income inequality	Cares	Cares
ARKANSAS		GEORGIA		MASSACHUSETTS		OKLAHOMA		TENNESSEE	
Age under 30	More liberal president	More liberal president	Honest and trustworthy	Honest and trustworthy	Age under 30	Age under 30	Age under 30	Honest and trustworthy	Honest and trustworthy
Honest and trustworthy	Honest and trustworthy	Honest and trustworthy	Prefers outsider	Prefers outsider	Age 30-44	Age 30-44	Age 30-44	More liberal president	More liberal president
Not religious	Age under 30	Age under 30	First-time voter	First-time voter	First-time voter	First-time voter	First-time voter	Age under 30	Age under 30
More liberal president	Not religious	Not religious	Cares	Cares	More liberal president	More liberal president	More liberal president	Cares	Cares
Income inequality	White	White	More liberal president	More liberal president	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Income inequality	Income inequality
TEXAS		VERMONT		VIRGINIA					
Age under 30	Honest and trustworthy	Honest and trustworthy	Honest and trustworthy	Honest and trustworthy	Honest and trustworthy				
Honest and trustworthy	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Age under 30				
First-time voter	More liberal president	More liberal president	More liberal president	More liberal president	More liberal president				
More liberal president	Cares	Cares	Cares	Cares	Cares				
Not religious	Age under 30	Age under 30	First-time voter	First-time voter	First-time voter				

Source: Rebeccai and Karen Yourish, "The Differences Between Clinton's and Sanders's Core Voters,"

New York Times online, 02 March 2016. <http://www.nytimes.com/interactive/2016/03/02/us/elections/clinton-sanders-core-voters.html>

注：色が濃いほど支持が特徴的に高いことを示す

表 2 C 2016 年予備選挙におけるトランプ支持層の特性：州問わず、率直ありのままな人柄、アウトサイダー重視 (3/2 super Tuesday 時点)

IOWA		NEW HAMPSHIRE		SOUTH CAROLINA		NEVADA		ALABAMA	
Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is
Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider
Immigration	Decided early	Decided early	Decided early	Decided early	Immigration	Immigration	Immigration	Immigration	Immigration
Decided early	Immigration	Immigration	Immigration	Deport illegal immigrants	Decided early	Deport illegal immigrants	Decided early	Deport illegal immigrants	Deport illegal immigrants
Can bring change	Deport illegal immigrants	Deport illegal immigrants	Can bring change	Can bring change	Can bring change	Can bring change	Can bring change	Decided early	Decided early
ARKANSAS		GEORGIA		MASSACHUSETTS		OKLAHOMA		TENNESSEE	
Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is
Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Immigration	Immigration	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider
Decided early	Decided early	Decided early	Decided early	Prefers outsider	Prefers outsider	Decided early	Decided early	Decided early	Decided early
Can bring change	Deport illegal immigrants	Deport illegal immigrants	Deport illegal immigrants	Decided early	Decided early	Nonevangelical	Nonevangelical	Can bring change	Can bring change
Deport illegal immigrants	Rural	Rural	No college degree	No college degree	No college degree	Veteran	Veteran	Immigration	Immigration
TEXAS		VERMONT		VIRGINIA					
Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is	Tells it like it is
Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider	Prefers outsider
Income \$30-50k	Decided early	Decided early	Decided early	Decided early	Decided early	Decided early	Decided early	Decided early	Decided early
Supports barring Muslims	Terrorism	Terrorism	Deport illegal immigrants	Deport illegal immigrants	Deport illegal immigrants	Deport illegal immigrants	Deport illegal immigrants	Deport illegal immigrants	Deport illegal immigrants
Supports U.S.-Mexico wall	No college degree	No college degree	Supports barring Muslims	Supports barring Muslims	Supports barring Muslims	Supports barring Muslims	Supports barring Muslims	Supports barring Muslims	Supports barring Muslims

Source: Rebeccai and Karen Yourish, "The Most Important Voting Blocs Behind the Republican Candidate,"

New York Times online, 02 March 2016. <http://www.nytimes.com/interactive/2016/03/02/us/elections/important-voting-blocs-republican-candidates.html>

注：色が濃いほど支持が特徴的に高いことを示す

表 2 D 2016 年予備選挙におけるクルーズ支持層の特性：価値観同じ、経験重視 (3/2 super Tuesday 時点)

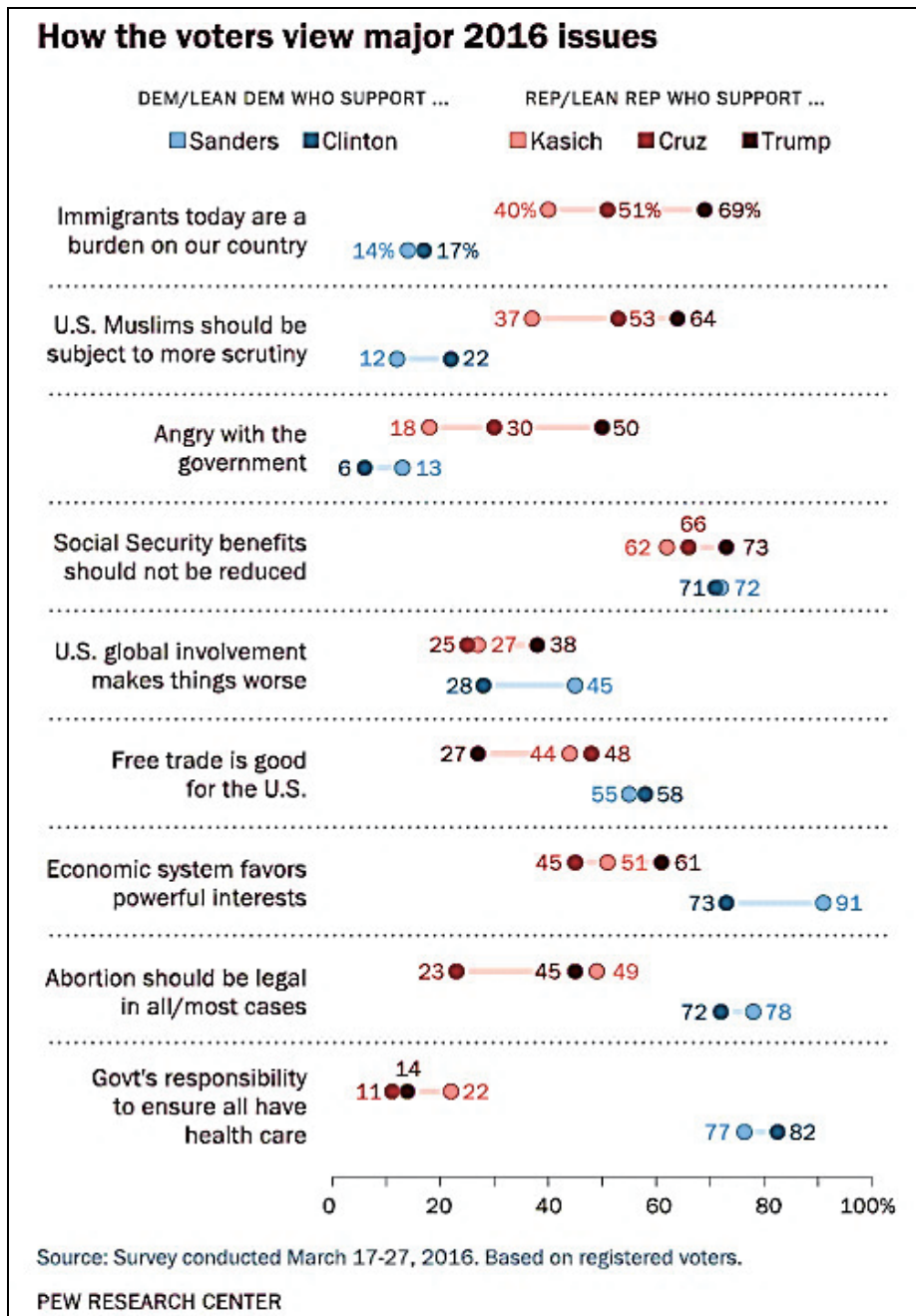
IOWA		NEW HAMPSHIRE		SOUTH CAROLINA		NEVADA		ALABAMA	
Shares values	Evangelical	Shares values	Evangelical	Shares values	Shares values	Shares values	Shares values	Shares values	Shares values
Political experience	Immigration	Political experience	Immigration	Political experience	Political experience	Political experience	Political experience	Political experience	Political experience
Immigration	Shares values	Evangelical	Shares values	Evangelical	Government spending	Government spending	Government spending	Betrayed by G.O.P.	Betrayed by G.O.P.
Evangelical	Deport illegal immigrants	Income \$30-50k	Deport illegal immigrants	Income \$30-50k	Rural	Rural	Government spending	Government spending	Government spending
Terrorism	Age under 30	Decided in days before vote	Age under 30	Decided in days before vote	Evangelical	Evangelical	Income \$50-100k	Income \$50-100k	Income \$50-100k
ARKANSAS		GEORGIA		MASSACHUSETTS		OKLAHOMA		TENNESSEE	
Shares values	Shares values	Shares values	Shares values	Shares values	Shares values	Shares values	Shares values	Shares values	Shares values
Political experience	Decided in days before vote	Decided in days before vote	Decided in days before vote	Government spending	Government spending	Political experience	Political experience	Decided in days before vote	Decided in days before vote
Decided in days before vote	Political experience	Political experience	Political experience	Decided in days before vote	Decided in days before vote	Deport illegal immigrants	Deport illegal immigrants	Government spending	Government spending
Income \$50-100k	Betrayed by G.O.P.	Betrayed by G.O.P.	Betrayed by G.O.P.	Political experience	Political experience	Decided in days before vote	Decided in days before vote	Political experience	Political experience
Government spending	Deport illegal immigrants	Deport illegal immigrants	Deport illegal immigrants	Evangelical	Evangelical	Government spending	Government spending	Income \$30-50k	Income \$30-50k
TEXAS		VERMONT		VIRGINIA					
Shares values	Evangelical	Shares values	Evangelical	Shares values	Shares values				
Income \$50-100k	Shares values	Deport illegal immigrants	Shares values	Deport illegal immigrants	Deport illegal immigrants				
Evangelical	Government spending	Betrayed by G.O.P.	Government spending	Betrayed by G.O.P.	Betrayed by G.O.P.				
Government spending	No college degree	Age under 30	No college degree	Age under 30	Age under 30				
Decided in month before vote	Veteran	Decided early	Veteran	Decided early	Decided early				

Source: Rebecalai and Karen Yourish, "The Most Important Voting Blocs Behind the Republican Candidate,"

New York Times online, 02 March 2016. <http://www.nytimes.com/interactive/2016/03/02/us/elections/important-voting-blocs-republican-candidates.html>

注：色が濃いほど支持が特徴的に高いことを示す

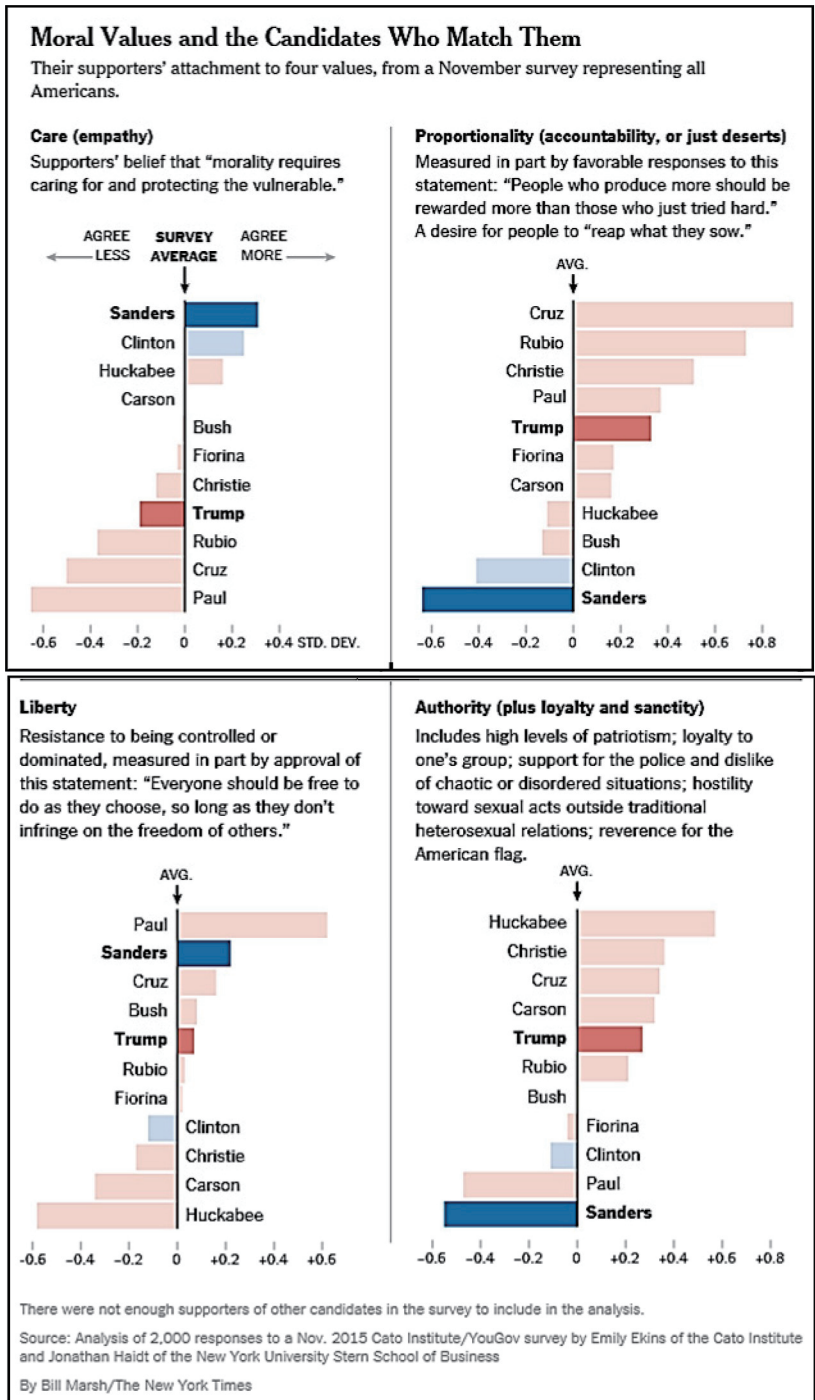
図2 有権者の政策嗜好： 予備選挙主要候補の支持層別



Source: Pew Research Center, "2016 Presidential election March 2016: Campaign exposed fissures over issues, values and how life changed in the US," 31 March 2016.

注： 数字は、各政策への支持率を表す。上段は共和党候補3名（色の濃い順に、トランプ、クルーズ、ケーシック）の各支持層、下段は民主党候補2名（色の濃い順に、ヒラリー、サンダース）の各支持層における支持率である。

図3 有権者の価値観： 予備選挙主要候補の支持層別



Source: Cato Institute/YouGov. November 2015 National Survey, released 3 February 2016, by Emily Ekins (the Cato Institute) and Jonathan Haidt (the NYU Stern School of Business), <http://www.cato.org/public-opinion-insights/catoyougov-november-2015-national-survey>.

Reprinted on Thomas Edsall, "The Trump-Sanders Fantasy," *New York Times*, 24 February 2016.

1-3. 投票率

2016年予備選挙期間中に、両党またはいずれかの政党が予備選挙を実施した州は合計39州で、残りの州は党員集会など別の形式によって代議員を選出した。投票者数は5760万人、推定有権者数の28.5%にあたる。〈図4〉が示すように、この投票率は近年の大統領選挙では2008年選挙に次いで高い投票率である¹³。

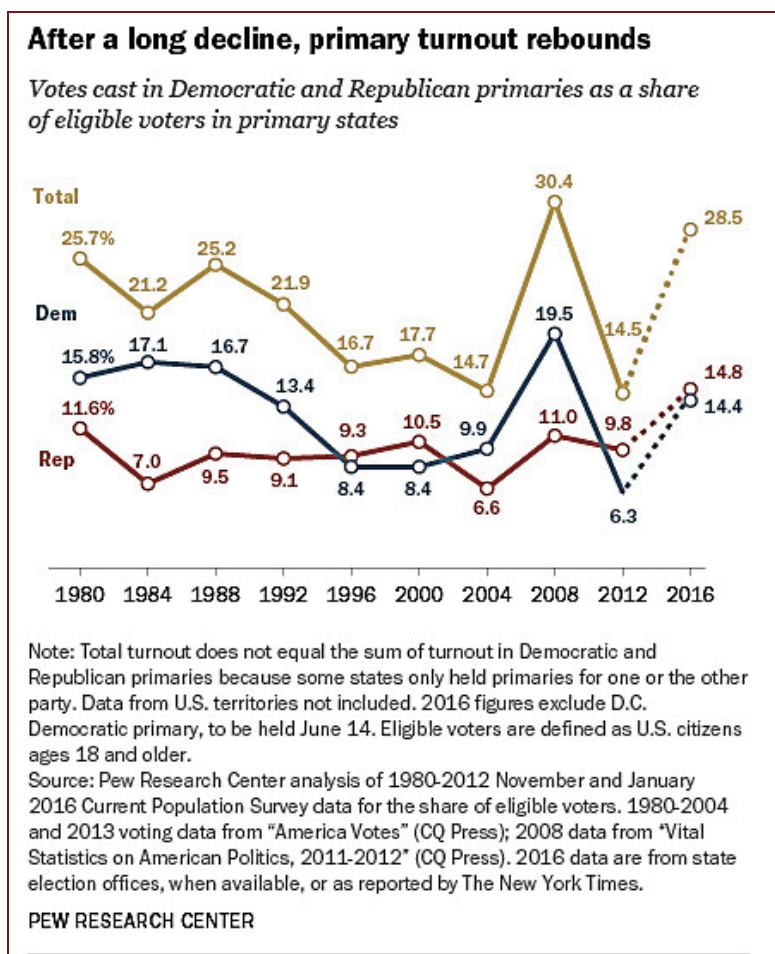
党派別にみると、共和党予備選挙が、トランプの登場で無党派層を呼び込み、異例の高い投票率をもたらすかと思われたが、実際には3月

3日のインディアナ州予備選挙でトランプが勝ち、Ben Carson、次いでRubioといった有力対立候補が脱落するにつれ、投票率は落ち着いた。それでも最終的には14.8%の投票率で、80年以降で最高値を記録した。

また民主党は、ヒラリーが獲得代議員数でほぼ指名確実になった後も、サンダースとの接戦が投票率を引き上げた。オバマ大統領を生んだ2008年選挙に次ぐ14.4%の投票率であった。

投票率はなぜ高くなったのか。予備選挙終盤の6-7月に行われたPew Research Center調査¹⁴

図4 予備選挙投票率の推移 (1980-2016)



Source: Drew DeSilver, "Turnout was high in the 2016 primary season, but just short of 2008 record," Pew Research Center, 10 June 2016.

によれば、①回答者の80%が選挙について「よく考えた」と答え、過去25年で最も高い数字となった、②85%が候補に関するニュースを「よく／かなり」見聞きしたと答え、これも過去25年で最高値である、③74%が「国が直面する問題を解決するために、この選挙は重要な意味をもつ」と答え、この設問を開始した2000年以降、イラク戦が争点となった2004年を凌ぐ最高値である、④「4年前(前回大統領選挙)よりも、今の方が政治に関心がある」と答えたのは60%で、2008年に次ぐ最高値である。

つまり、国が抱える問題の深刻さと、この大統領選挙が国の未来を左右するかもしれないという危機感が、人々の目を嫌でも政治に向かわせ、高い動員率をもたらしたといえるのであ

る。

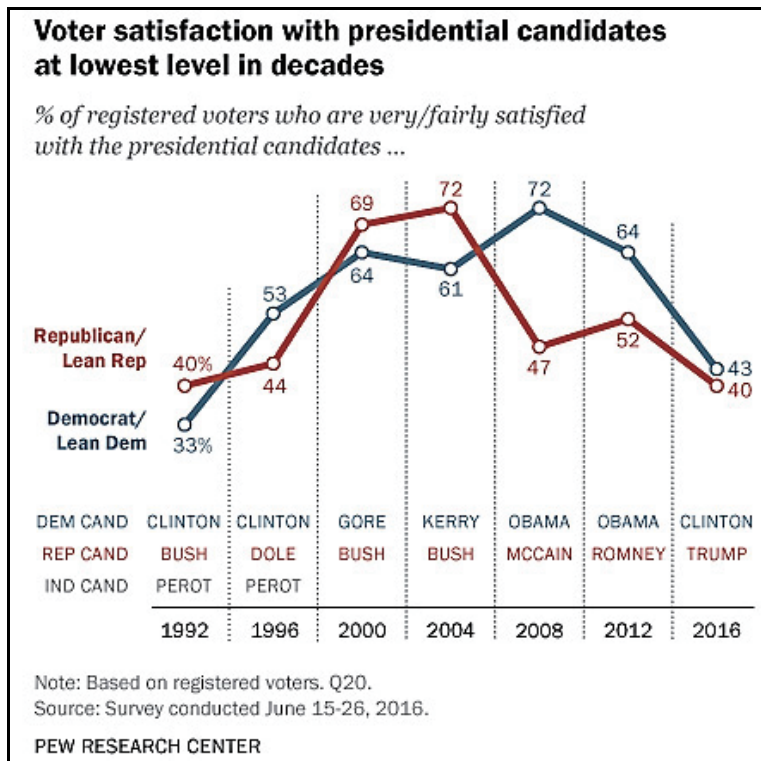
I-4. 一般選挙への布石-ネガティブな選択

予備選挙全体を通して、秋以降の一般選挙の布石ともなる今回選挙の特徴は、キャンペーンのトーンのネガティブさである。

この選挙が何を問うかというフレーミング自体が、夢や希望の青写真を描くよりも、米国と米国人の抱える喫緊の問題の深刻さの方が重要であり、いたずらに手を広げるよりも、「内向き」と言われようとも、国内の問題解決と改革を進めることの方が重要だということである。

問題解決の切迫にも拘わらず、現在の政治システムは対応能力を欠き、大統領候補も、その

図5 大統領候補の顔ぶれに対する満足度推移(1992-2016)

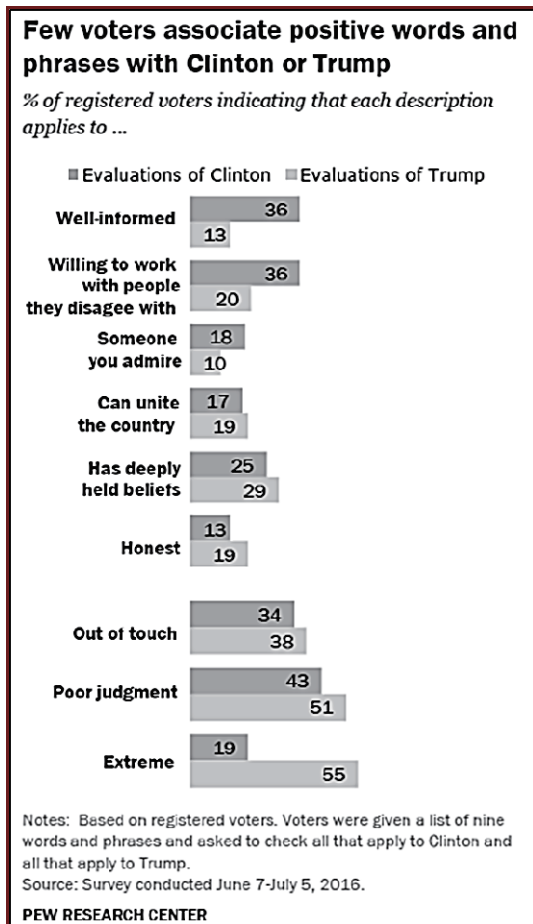


Source: Pew Research Center, “2016 Campaign: Strong Interest, Widespread Dissatisfaction,” 7 July 2016.

問題の深刻さを理解し、問題認識を国民と共有しているか疑わしい（とくにヒラリー）。また必要な問題解決能力と具体的で実行可能な解決策をもっているかも疑わしい（とくにトランプ）。

実際、6月のPew調査¹⁵によれば、このヒラリーおよびトランプという候補の顔ぶれに、両党の支持者はかなり不満をもっている

図6 予備選挙終盤のヒラリー候補、トランプ候補のイメージ



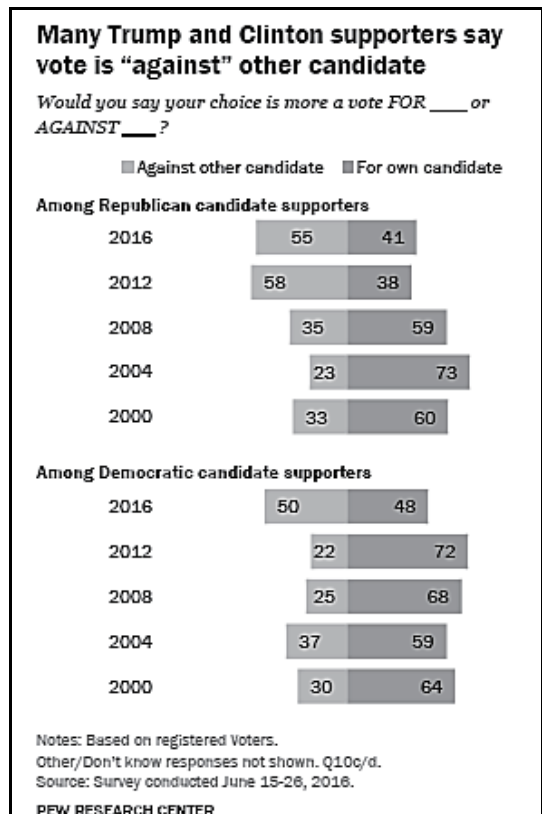
Source: Pew Research Center, "Voters' perceptions of the candidates: traits, ideology and impact on issues," 14 July 2016.

注：質問は9つの資質について、ヒラリーおよびトランプに当てはまるものすべてにチェックを入れるというもの。候補二者択一ではない。

＜図5＞。「候補に満足している」率の低さは、92年以降でみると、民主党支持者の場合は92年に次ぐ低さで、共和党支持者の場合は92年とタイである。92年選挙とは、民主・共和に加えて第三党改革党から候補が立つ分裂選挙で、しかも一般得票率わずか43%でビル・クリントンが大統領職に滑り込んだ選挙である。

また、ヒラリーもトランプも大統領選挙史上

図7 「対立候補への反対票」としての選択肢 (2000-2016)



Source: Pew Research Center, "2016 Campaign: Strong Interest, Wide Dissatisfaction," 7 July 2016.

まれにみる好感度の低さである¹⁶。

<図6>は予備選挙終盤の6-7月にかけて、両候補の資質イメージを尋ねた調査結果¹⁷であるが、「知識がある」「立場の違う人と協働できる」「尊敬できる」「国を結束させる」「信念がある」「正直」など、“大統領らしさ (presidential)”に必要な、ポジティブな資質を評価する有権者は、いずれの候補の場合もきわめて少ない。

人柄はともかく、現実に大統領職にふさわしい仕事をする能力があるならば問題ないのだが、ヒラリーとトランプは、業績面でもこれというプラス得点がない。というのも、現職のいないオープンレースでは、互いの経歴について「プラス得点」になりそうな要素は、ネガティブキャンペーンで無効化しあうからである。ヒラリーが国務長官として、リビアの米国大使館テロ襲撃を予測できなかった「判断力の欠如」。同じく国務長官時代に、国家機密情報の含まれた仕事上のeメールのやりとりを、長期にわたり自宅のプライベートサーバーで行っていたという、公私混同と機密情報保護違反の「eメール問題」。対して、トランプのビジネスマンとしての経営能力も、事業の失敗や敲首、セクハラ・パワハラ疑念など、さまざまな中傷情報が飛び交った。

これらの帰結として、2016年大統領選挙の選択は「どちらがよりましたか(less evil)」という、ネガティブな選択にならざるをえない。自分の支持する政党の候補に対する「賛成(for)」ではなく、対立候補に「反対(against)」するための投票という、後ろ向きの選択になる可能性がある。

<図7>は、両党支持者に、一般選挙での投

票は、自分の支持する候補への「賛成」票として投じるか、それとも対立候補への「反対」票として投じるかを尋ねた結果を、2000年以降の大統領選挙で比較したものである。今年6月下旬の時点で、共和党トランプ候補支持者の過半数を越す55%、民主党ヒラリー候補支持者の50%が、自候補が良いからではなく、対立候補に対する反対票として投票すると答えている。2012年オバマの再選選挙も、共和党支持者の58%が共和党Mitt Romney候補への投票を、オバマへの反対票として選択していたが、今年それに次ぐネガティブさの、後ろ向きの投票が増えることが予想される。

II 2016年予備選挙の競争フィールドとマーケティング動向

II-1. 2016年予備選挙候補の競争力比較

予備選挙候補の“競争力”を比較するために、経営環境の分析で使われるSWOT分析の手法で、候補と陣営組織のもつ内的な利点と弱点、外部環境のうち追い風(プラス)になる要素と逆風(マイナス)になる要素を、対立候補のそれと比較一覧したものが、<表3>である。

SWOTにおける「利点」「弱点」は、特定の競争相手と比べての相対的な査定であるため、予備選挙のように同一党内の他候補が比較対象になる場合と、その後の一般選挙のように、対立政党の候補が比較対象になる場合とでは、何が有利不利になるかは異なってくる。予備選挙と一般選挙では、ターゲット層も変化(党支持層から、無党派や他党支持層の一部にまで拡張)し、選挙資金や政党の組織的な支援など、利用できる選挙運動の資源がまったく異なっ

てくる。また、選挙年前半の予備選挙から秋以降の一般選挙までのあいだに、さまざまな国際情勢や政治経済環境の変化、世論の関心のありかが変わる可能性は高い。

これらの違いはあるものの、表3では、できるだけ比較図式を単純化して、第一に、民主共和各党の予備選挙における最終的な二候補同士の比較（横に並ぶヒラリーとサンダース、クルーズとトランプ）、第二に、民主ヒラリーと共和トランプの一般選挙における比較（左上段と右下段のたすきがけ）が可能ないように記述している。第三に、前述の「超党派ポピュリズム連合」の可能性を検討するために、右の上下段にサンダースとトランプを配置し、両候補の特徴の異同を確認できるようにした。

II-2. トランプの「超」マーケティング part 2

2016年予備選挙はマーケティングの観点からみて、従来の大統領選挙の「常識 (conventional wisdom)」の通用しない異例さ、不気味さを含んでいた。それは、地盤（基礎票）、看板（選挙技術、知名度、個人人気）、カバン（選挙資金）の3点セットという、従来の選挙の決め手になるもの、勝利の公式のようなものが通用しないことである。この予備選挙で、選挙評論家や科学的予測専門家、選挙予測取引市場、そして政党幹部までもが、有権者市場動向の予想を外し、トランプ勝利を読み切れなかったのも、それが主な理由である¹⁸。

前稿で、トランプのマーケティングの特色を一言でいえば、その「超」マーケティングにあると述べた¹⁹。その意は、トランプが、「地盤」すなわち固定的な組織票や「カバン」すなわち安定的な選挙資金源を頼みにするのではなく、

有権者マーケットの予想以上に大規模な「怒り」の潮流に乗るというモメンタム（時の勢い）と、彼の強みである「看板」、すなわち圧倒的な知名度と、話題性を重視するニュース報道やソーシャルメディアを巧みに使うマーケティングコミュニケーション戦術である。

さらに、政党や既存報道機関などの、有権者と候補の間に位置し両者を媒介するアクターの影響力を、排除するというよりも候補主導でコントロールすることによって、逆にそれを巧みに利用した。匿名大口献金者の **super PAC** を通じた陰の影響力を排し、政党や報道機関をいわば手玉に取り、しかも草の根組織や世論調査、広告コンサルタントを駆使する従来の選挙マーケティングもほとんど行わず、ひたすら有権者に本音むき出しの率直トークでアピールするやり方は、ひとつのダイレクトマーケティングの手法であるとともに、常識的な選挙マーケティングをも超越した革新性をもっている。

選挙資金が少ない

異例さの第一の局面は、選挙資金である。「カネの政治力」自体が重要争点のひとつになっている今回の大統領選挙で、共和党では、**Super PAC** が強力な支持をした **Jeb Bush** 候補、**Marco Rubio** 候補が早々と撤退した。またテキサス富豪の支持を得て潤沢な資金をもち、宗教右派やティーパーティーなどの組織票にも食い込み、最後までトランプを追撃するかと思われた「正統保守」のテッド・クルーズも、一時は「トランプ阻止」の目的で、同じく最後まで残った **John Kasich** 候補と選挙共闘を組んだり、節を曲げて党指導部と接近しようとさえたが、指名に必要な代議員数達成が不可能と判明するや、あつ

表3 2016年大統領選挙予備選挙主要候補のSWOT

■ HILLARY CLINTON (民主) の SWOT 
Hillary for America, Fighting for Us

内部環境 強み (Strengths)	内部環境 弱み (Weaknesses)
中道、無難な選択 初の女性大統領 民主党・主流派の支持 資金力 (superPAC) 全米を網羅する組織化 実績・知名度 Uniter (党を結束させる) 民主党支持基盤の広い支持 オールラウンドの政策通	ワシントン既存政治の象徴 支持者の熱意低い 白人男、無党派、ミレニアル世代 一般選挙で勝てないかも 個人的好感度低い 情報分析力・判断力への疑問 (リビア米大使館襲撃)
外部環境 機会 (Opportunities)	外部環境 脅威 (Threats)
バイデン副大統領不出馬 国際情勢の流動性・緊迫化 共和党候補の中道不在・極端 民主党支持層におけるマイノリティのシェア増、全米規模および激戦州のマイノリティ人口増	ワシントン既存政治不信 オバマ政権不人気 (外交安障)

■ BERNIE SANDERS (民主) の SWOT 
A Future to Believe In

内部環境 強み (Strengths)	内部環境 弱み (Weaknesses)
リベラルな社会民主主義者 資金力 (草の根) 草の根の自発的ネットワーク 無党派・独立派 支持者熱意、モメンタム (勢い) 無党派、ミレニアル世代 白人 一般選挙で勝てる 個人的好感度高い 「政治的革新」	ユダヤ系 民主党・主流派の不支持 組織が局所的 政策実現計画の欠如 Divider (党を分裂させる) マイノリティ支持弱い シングル・イシュー (経済格差) ・外交政策未知数 (米国孤立?)
外部環境 機会 (Opportunities)	外部環境 脅威 (Threats)
ワシントン既存政治不信 経済格差の拡大 共和党候補の極端	民主党支持層におけるマイノリティのシェア増、全米規模および激戦州のマイノリティ人口増

■ TED CRUZ (共和) の SWOT 
Courageous Conservatives and Reigniting the Promise of America

内部環境 強み (Strengths)	内部環境 弱み (Weaknesses)
正統保守 (レーガン後継?) 初のキューバ系 (移民二世) 資金力 (super PAC) 組織力、データ戦略 最高裁判事・GWB スタッフとしての職歴 Tea Party, 宗教右派の支持 若さ、ディベートチャンピオン 政策通、法律専門家	共和党・主流派に反抗 上院議員実績うすい 妥協しない Divider 無党派・中道
外部環境 機会 (Opportunities)	外部環境 脅威 (Threats)
ワシントン既存政治不信 強い米国指向(安保、財政) 伝統的価値への反動	マイノリティ人口増 価値争点への世論寛容化

■ DONALD TRUMP (共和) の SWOT 
Make America Great Again

内部環境 強み (Strengths)	内部環境 弱み (Weaknesses)
アウトサイダー、成功経営者 本音むき出しの率直さ 自己資金力 報道量と注目度、ツイッター 浸透、メッセージ伝播力大 TV 司会者として全米的知名度 白人労働者男、無党派、年齢・所得を越えた広範な支持 怒りの代弁者	公職経験ゼロ 非常識。セクハラ・モラハラ 共和党・主流派に嫌われる ヒラリー民主にも献金歴 組織の欠如・機能不全、中心 スタッフの交代 国を二分する Divider マイノリティ、高学歴、女性 政策無知
外部環境 機会 (Opportunities)	外部環境 脅威 (Threats)
ワシントン既存政治不信 強い米国回帰(安保、通商) 伝統的価値への反動	国際的多極化、協力関係必須 人種対立・移民問題の先鋭化

さり撤退した。カネも支持組織もないトランプによるライバル一掃である。

「FEC（連邦選挙委員会）」収支報告によると、予備選挙全期間を含む2016年6月末までに各陣営とPAC/superPACが集めた選挙資金額²⁰は、トランプが約9600万ドル、クルーズ1億5900万ドル、Rubio 2億900万ドル、Kasich 3400万ドル、Jeb Bush 1億5500万ドル、ヒラリー3億7500万ドル、サンダース2億2900万ドルとなっている。共和党と民主党、とくにトランプとヒラリーの獲得資金の差は非常に大きく、このままでは一般選挙の費用、とくに高額なテレビ広告や草の根フィールド活動を賄えない。さすがのトランプ陣営も6月下旬によく、支持者にネット献金を依頼するなど、本格的な個人献金集めに乗り出した²¹。

共和党との関係のこじれ

異例さの第二の局面は、候補陣営と政党との関係である。通常、候補は少なくとも予備選挙期間中は、党の指導部および全国委員会との関係を良好に保つ。選挙マーケティングは、有権者市場向けにとどまらない。大統領候補に指名されるために、また将来の大統領としても、党との「関係構築マーケティング」は必須事項である。

有力者の公式支持表明(endorsement)は候補の有力な政治資源であり、党の結束ぶりを示し、有力な外部支援者を獲得するために必須である。また全国委員会との関係は、予備選挙後の一般選挙における支援体制、とくに資金面や組織票など集票面で重要な意味をもつ。全国党大会で採択される「政策議題(platform)」に、候補の政治哲学や政策案がどれくらい反映させ

ることができるかという点でも意味は大きい。

ところが今回の予備選挙では、予備選挙中はもちろん、指名を事実上確実にした段階でもなお、トランプは政党との関係がぎくしゃくしている。

予備選挙終了までに、トランプ候補への公式支持を表明したのは、州知事3名（Rick Scott フロリダ州知事、Paul LePage メイン州知事、Chris Christie ニュージャージー州知事）、上院議員1名（Jeff Sessions アラバマ州選出）ほか下院議員11名のみで、最も多い支持者を得たRubio、二位のクルーズとは比較にならず、早々と2月20日に選挙戦を撤退したJeb Bushよりも少ない。後にトランプの副大統領候補となるMike Pence インディアナ州知事ですら、トランプではなくクルーズに支持を表明していた。

元大統領経験者や元大統領選挙候補の支持に至っては、5月5日に、Jeb Bush 元候補、元大統領 George Bush および George W. Bush が、わざわざ「支持せず」と表明する始末だった。4年前の大統領候補 Mitt Romney は、党内外に向けて反トランプ運動を組織し、Washington Post 紙オンライン版による「最もトランプ嫌いな共和党員トップ10」²²に、トランプ嫌いである有名な重鎮 Lindsey Graham 上院議員や Bush 一族、保守派プレスの代表格 Weekly Standard 誌元編集主幹 Bill Kristol などとともに選ばれている。

トランプ指名を決定する党大会には、2008年候補の Romney、2004年選挙の John McCain 上院議員も欠席し、Christie を除く予備選挙対立候補の多くが欠席し、公式の支持表明をしなかった。クルーズは党大会で演説したものの、自分の支持者にトランプ投票を呼びかけず、会場からブーイングが起こるほどだった。

これほどトランプが嫌われる理由は、第一に、トランプがそもそも、政党エスタブリッシュメントに対するアウトサイダーとして、政党を含めた従来のワシントン政治の否定を選挙争点の中心に据えたからである。

「アウトサイダー」や「変化」を旗印にすることは、政権与党の対立党候補や、現職に対する挑戦者、政治的実績が乏しい候補の場合、珍しいことではない。しかしトランプの場合、民主党だけでなく共和党もダメと言い放ち、しかも世論支持をバックに、第三政党からの出馬も辞さない（つまり保守層および党を割ることを厭わない）と、共和党相手に強気の交渉に出た。本当に第三党から出馬する気があったかどうかはわからない。しかし現行の米国選挙制度で、二大政党以外の候補が大統領に選ばれる可能性はほとんどないことは、歴史をみれば明らかである。むしろ、積極的に共和党のブランド力や政治的資源を利用できるだけ利用することを狙い、8年間も政権から遠ざかってその奪還を悲願とする共和党を相手に、持ち前の交渉力で勝負に出たということではないだろうか。

実際、トランプに批判的だった共和党全国委員長 Reince Priebus、4年前の副大統領候補で現下院議長の Paul Ryan も、半ば嫌々ながらもトランプに歩み寄りの姿勢を見せ、トランプの第三党出馬を思いとどまらせるとともに、党の結束を優先せざるを得なかった²³。

第二の理由は、実質的な政策的方向性の違いである。

New York Times 紙の Alicia Parlapiano は「議会共和党のトランプを嫌う理由・支持する理由」²⁴として、①トランプは共和党員ではない（典型的には Graham 上院議員、実際トランプ

は過去に共和党だけでなく民主党とくにヒラリー・ニューヨーク州選出上院議員に献金していた）、②共和党の価値観を共有しているか疑わしい（典型的には Ryan 下院議長）、③自分の選挙に差し障る（Kelly Ayotte 上院議員など）、逆に支持理由は、④党の団結がすべてに優先（Mitch McConnell 上院院内総務など）といった諦めムード、⑤移民など一部の政策面では同意できる（Jeff Sessions 上院議員など）などを紹介している。

これらの理由は突き詰めれば、トランプが共和党の価値観や政策路線をどこまで共有し、ともに共和党の興隆発展に貢献する気があるのかどうか疑わしいということである。再び Parlapiano と Alan Rappeport によれば、トランプと共和党の政策的立ち位置は、以下の点でかなり異なる²⁵。

第一に、「貿易政策」では、自由貿易反対派（とくに対中貿易で国内利害の保護）のトランプは、共和党指導部と大きく異なり、保護貿易派の左派に近い。第二に、とくに富裕層の脱税（税の抜け穴）防止、最低賃金引き上げ、財政支出引き締めに積極的でない、社会保障費の削減に反対するなど、重要な「経済政策」のいくつかで、共和党より民主党に近い。第三に、「移民対策」では、共和党よりも遙かに強硬派である。第四に、「外交政策」では、「米国第一」を公言し、日韓の核武装や米軍基地費用の同盟国負担増はじめ、共和党の「軍事力を示しつつ平和を維持」する国際的介入の外交基本路線、それを支える同盟関係にヒビを入れかねない「孤立主義」を取る。第五に、共和党の「社会道徳的価値観」を一貫して共有するとは言いがたく、人口妊娠中絶をかつて支持（今は反対）し、ま

た同性婚は、最高裁が合憲としたからには憲法護持の立場の共和党指導層が事実上それを容認しているのに、トランプはそれを容認せず、最高裁を覆す判事を指名すると公言している。第六に、「医療保険制度改革」については、現行のオバマケアを含めて国民皆保険の連邦政府保証には一貫して反対の立場をとる共和党に対し、トランプは、皆保険の制度化や医療費支援における一定の連邦政府の役割を肯定する。最後に第七として、「銃規制」は、共和党にとっては憲法修正第二条・自衛権の観点から、たとえテロリストの疑いある者でも権利を剥奪されない、争点にもならない問題であるが、トランプはむしろテロ対策の観点から購入条件の厳格化など一定の期制を課す点が異なる。

これらの政策的立ち位置の違いのなかで、共和党の将来的発展という意味でとりわけ重要なのは、第三の移民対策の立場の違いである。共和党は 2012 年大統領選挙の敗北以降、全米規模およびバージニア州・フロリダ州・西部諸州などの激戦州で顕著に人口増が見込まれるマイノリティ層、とくにヒスパニック層が、圧倒的に民主党支持に傾くことにかんがみ、これらの層への浸透を強化しなければ共和党の未来はないとして、支持層の人種エスニシティ上の多様性(diversity)を高めることを、党の新たな戦略方針に据えた。共和党全国委による、この党改革基本戦略をまとめた「2013 年共和党成長と機会プロジェクト冊子(2013 RNC Growth and Opportunity project book²⁶)」の内容と、トランプの強硬な移民政策、およびその中心的支持者である白人ブルーカラー層の米
国観——「新しいアメリカ」に対する心情的拒否、「多様性」への非寛容——とは、根本的に相

容れないものだからである²⁷。

最大の強みとしての「看板」

トランプは、長年テレビショーの司会者を務め、本音むき出しのストレートな物言いと、セレブリティとしての話題性、ニューヨークのシンボルであるトランプタワーを所有する成功した経営者として、全米的知名度をもつ。その経歴からテレビ文化は熟知しており、テレビニュースが話題性と視聴率に常に関心を払い、“政治的公平”は二の次にならざるをえない現実²⁸をよく知っている。

トランプの「看板」戦略の強みは、第一に、このようなテレビ報道の性質を知り抜いたうえで、テレビを含む報道機関を積極的に利用し、しかもそれとの関係において一定の主導権を確保するにあった。

政治マーケティングの観点でいえば、報道機関は重要なステークホルダーであり、互恵的な関係づくりが欠かせない。実際に、トランプは報道機関に視聴率や有権者の関心喚起という点で恩恵を提供した。

たとえばスーパーチューズデー後初の共和党候補テレビディベート(3月4日、FOX ニュース)は、2015年8月以来ようやく実現したトランプ候補と FOX キャスター Megyn Kelly の再顔合わせであった。8月の FOX ディベートは視聴者数 2400 万人で、予備選挙ディベートの最大視聴者数を記録している。予備選挙開始直前の1月に行われた FOX ディベートは、Kelly を嫌ったトランプが参加拒否し、視聴者数は 1250 万人にとどまった。3月のディベートでは、緊張感ある両者の“再対戦”に期待が集まったためか、予備選挙開始後のディベート最高視聴者

数の1690万人を獲得した²⁹。トランプ出演の有無は、あからさまな視聴率の違いに表れた。出演拒否、再対戦というドラマ展開を仕掛け、トランプ効果を実証してみせたのは、むしろトランプ陣営の報道関係操作術である。

また、*Washington Post* 紙やオンライン政治報道で定評ある *Politico*、*the Huffington Post* など、トランプに批判的な報道機関は、この予備選期間中の候補の選挙集会やイベントへの取材を拒否されてきた。一転して党大会では、秋の一般選挙に向けて関係修復を図るべく、取材が許されるなど、露骨なまでの”アメと鞭”の使い分けもする³⁰。

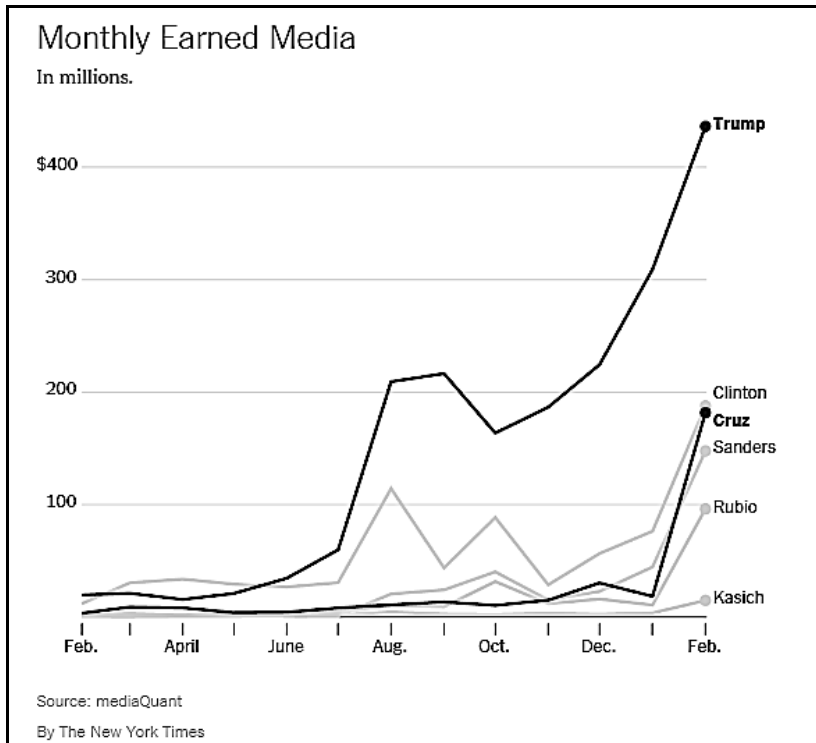
トランプの看板戦略の第二の強みは、他の追

随を許さぬ報道量の圧倒的多さと、それがもたらす広告費用節約である。

トランプに批判的な進歩的メディアも、トランプを支持する・しないで割れる保守的メディアも、論調の違いはあれ、圧倒的報道量をトランプに割く。〈図8〉は、2016年2月までの1年間の予備選挙各候補の月間報道量を、広告価値(“media value”)に換算して、その推移を比較している。トランプは、大統領選挙が本格的に始動した2015年夏以降、どの月も2位のヒラリーの倍以上の価値の報道を得ていることがわかる。

この莫大な無料のメディア露出は、トランプにとって大きな恩恵であることは疑問の余地

図8 予備選挙候補の月間報道量の推移(広告価値換算、単位百万ドル、2015.2-2016.2)



Source: Nicholas Confessore and Karen Yourish, “The Upshot: \$2 Billion Worth of Free Media for Donald Trump,” *New York Times*, 15 March 2016.

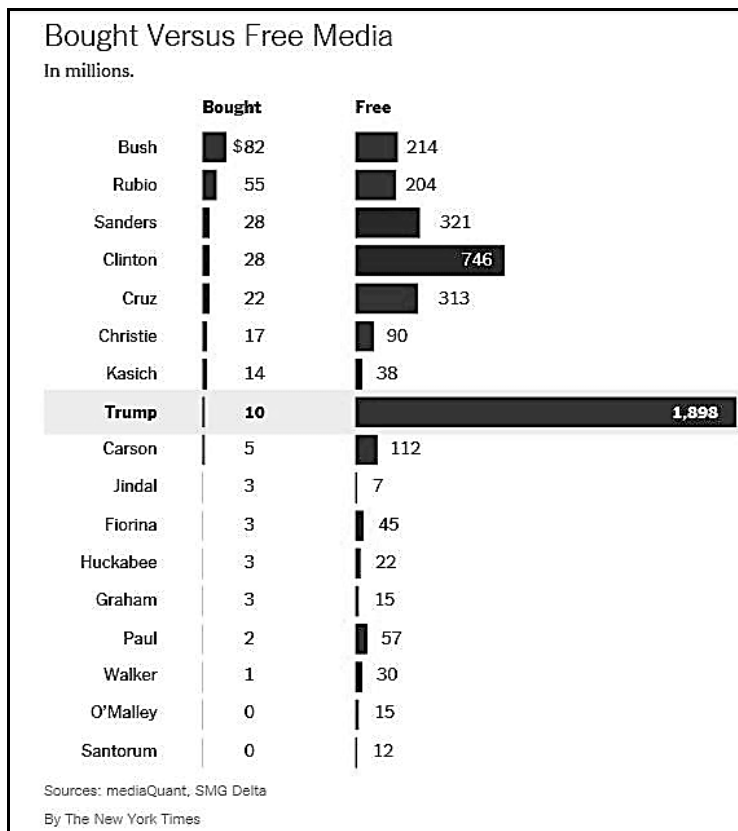
がない。*mediaQuant* のメディア分析によれば、2016年3月1ヶ月のトランプ報道は、言及回数が約5500万回、その広告価値は4億8745ドルである。2015年4月から3月までの12ヶ月合計では、言及回数が計2億3660回、広告価値は24億1700万ドルにもなるという³¹。

<図9>は、図8同様に *mediaQuant* データに基づき、2016年2月末までの各候補の広告支出 (bought media) 累計と、報道量累計 (free media, 広告価値換算、単位百万ドル) とを並べたものである。トランプは他の候補の追随を許さない報道量で、広告価値換算ではほぼ19億ドル、ヒラリーの約2.5倍であるが、その一方

広告支出は1千万ドルと非常に少なく、ヒラリーの1/3である。

非常に経済的である。前述のように、トランプがヒラリーや他の候補のように資金集めに奔走しなくて済んだ理由はここにあるが、本当の広告戦は秋以降である。政党支持者相手の予備選挙では、ターゲットが曖昧なテレビ広告よりも、草の根のフィールド活動や直に候補に接することができる選挙集会の方が、効果が高い。しかし全米各州同時に、しかも浮動層にも届くには広告はやはり不可欠である。トランプとヒラリーの資金力の差がどう影響するか。党との関係、主にネガティブキャンペーン広告の費用

図9 予備選挙候補の広告支出 (Bought Media) ・対・報道量 (Free Media, 広告価値換算, 単位百万ドル、2016年2月までの累計)



Source: Nicholas Confessore and Karen Yourish, "The Upshot: \$2 Billion Worth of Free Media for Donald Trump," *New York Times*, 15 March 2016.

を捻出する superPAC に対する姿勢など、トランプにとって厳しい条件が並ぶ今後である。

「看板」の最後の要素は、ソーシャルメディアを通じた政治的ディスコースの拡散力である。ソーシャルメディアとくに **Tweeter** の拡散力は、話題性とも関わるので、トランプは有利である。ストレートな物言いも、リツイートされやすい。視聴者数記録を作った前述 3 月の FOX ディベートでは、ライブストリームが 150 万件 (*Omniture and Akamai* 調べ) で、これも予備選挙ディベートの最高値を記録している³²。

しかしソーシャルメディアの特徴は、情報発信者が情報の拡散をコントロールできない点にある。候補のメッセージだけでなく、反対運動のメッセージも同じように拡散し、動員力をもつ。実際、トランプ選挙集会はしばしば、反トランプ活動家の妨害や、支持者と反対者の間の暴力沙汰をもたらしたが、これらの動きは、ソーシャルメディアで反トランプの声が急速な盛り上がりを見せたことと無縁ではない³³。

クルーズの「正統保守」マーケティングとの比較

常識破りのトランプキャンペーンとは対照的に、正統保守ブランドを掲げ、資金力、選挙組織作りや革新的な選挙テクノロジーの活用で、戦略的に優るキャンペーンを展開したクルーズだが、その敗因はどこにあったのか。

トランプの組織は、キャンペーンマネージャーや中心的な戦略家が交代するなど不安定で、草の根フィールド活動での説得動員では、まともな組織的活動ができなかった。また、広告コンサルタントや世論調査家もほとんど使わず、現代の緻密なターゲティングに不可欠なマイク

ロターゲティングとも無縁である。

一方、クルーズの組織は一貫して、予備選挙戦に適した草の根ネットワークを作り上げ、それをフル回転させて、マイクロターゲティングのデータに基づくきめ細やかな説得と動員、州ごとに異なる代議員選定のルールに習熟した選挙戦を展開した³⁴。クルーズが無党派層に目もくれず、最初から保守層にターゲットを絞っていたことは前稿でも述べた。草の根に埋もれた保守層を掘り起こし、確実に集票動員し、しかも代議員割り当てが「勝者全取り型」でなく「比例代表型」の党員集会に的を絞って代議員数を積み上げる代議員戦略³⁵は、2008 年オバマの予備選挙に似ている。

もし今回の共和党予備選挙が、今までのように、保守・対・中道の闘いであったなら、また保守層の支持が多数候補の間で分散しなかったら、クルーズには勝機があったかもしれない。表 2D が示すように、保守派の価値観を重視する人々の多くは、クルーズを選択したからである。

しかしこの予備選挙では、正統保守のクルーズと中道の **Kasich** がイデオロギーを超えて選挙連合を結んでも、また共和党主流派の寵児 **Rubio** が撤退したのち、中道寄りの主流派代表 **Romney** が間接的ながらクルーズの支援に回っても、トランプを阻止することはできなかった。この選挙のフレームは、イデオロギーの立ち位置でもなく、経験・対・変化でもなく、民主党打倒で党が結束し多少の違和感には目をつぶるという共和党のお家芸でもなかった。方向性は必ずしも見えないが、今の政治に対する憤りに、具体的な声とかたちを与えるかどうかの選択だったからである。

クルーズは、噴出を待つ怒りのエネルギーの代弁者になるにはあまりにも理性的で、エリート過ぎるということであろう。クルーズの敗北は、ある意味で、洗練をきわめる選挙マーケティングの限界をも示すものだとはいえる。

II-3. ヒラリーの「王道」マーケティング part 2

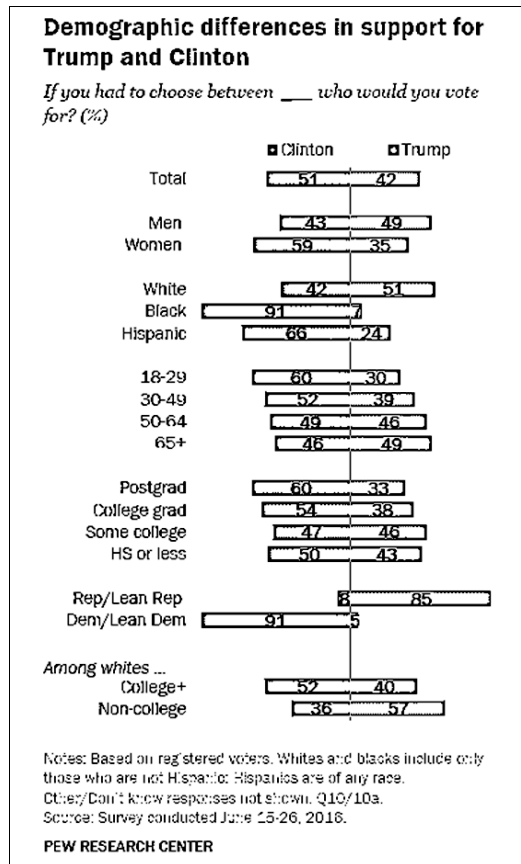
民主党の場合も、従来の予備選挙の戦略的戦術的「王道」がストレートに効果を発揮しない点で共和党の場合と似ているようにみえる。しかしいくつかの点で、民主党予備選挙を支配するダイナミクスは異なっていた。

上昇階層の民主党

第一に、民主党支持層は、共和党支持層よりも若く、学歴が高く、マイノリティが多く含まれるという点である。Pew Research Center 調査によれば、世代が若く高学歴層ほど、イデオロギー的傾向としては、中道というよりリベラルな傾向が強い³⁶。表 2AB が示すように、この若いリベラル層（高学歴者がかなり含まれる）が、ヒラリーでなくサンダースに流れたわけである。

しかしこれらのリベラル層が一般選挙で共和党に流れる可能性は低い。とくにマイノリティの若い高学歴層は「上昇階層 (ascendant class)」と呼ばれる「新しいアメリカ」の中核層で、民主党支持傾向が明確なのである。〈図 10〉は、トランプ支持層とヒラリー支持層の属性的な違いを示し、〈表 4〉は 2008 年、2012 年、2016 年のそれぞれ 6 月時点の、一般選挙における投票意向を、やはり属性別にみたものである³⁷。図 10・表 4 とともに、これらの層が、ヒラリーおよび民主党を選ぶ可能性が高いこと

図 10 トランプ支持層とヒラリー支持層の属性差



Source: Pew Research Center, "2016 Campaign: Strong Interest, Wide Dissatisfaction," 7 July 2016.

を示している。

また 2016 年 3 月および 4 月に実施された Pew 調査³⁸によると、民主党支持者の方が、共和党支持者にくらべて、自分の支持する政党だけでなく、対立する政党に対しても一定の許容度（感情温度の暖かさ）をもっている。それに対して、共和党支持層は、共和党に対してさえその 4 割しか「とても暖かい」感情をもっていない。対立政党の民主党に対しては 5 割弱が「とても冷たい」態度を示すのである。

つまり大胆にいうならば、共和党トランプ支持層の怒りは、イデオロギーを超えて政治システム全体に対して向けられ、その根底には将来的展望や希望の見えない絶望感があるのに対し、民主党支持層とくにサンダース支持層の怒りは、より公平で社会正義が実現された未来—

表 2B と図 3 が示すように、政策的には所得格差是正、価値観では過剰な業績主義の否定、他者への思いやり、秩序や権威よりも個人的自由の重視—に向けて、大きく舵を切る「政治的革命」を求め、そのために働かない現在の政治に対する、叱咤激励の声とも受け取れるのである。

表 4 一般選挙における候補支持×属性別の推移 (2008, 2012, 2016 各年 6 月時点の比較)

Vote preferences in June of 2008, 2012 and 2016													
If you had to choose between ____ who would you vote for?													
	June 2008				June 2012				June 2016				
	Obama %	McGain %	Other/DK %	Margin	Obama %	Romney %	Other/DK %	Margin	Clinton %	Trump %	Other/DK %	Margin	
Total	48	40	12	D+8	50	46	5	D+4	51	42	7	D+9	
Men	45	44	11	D+1	43	53	4	R+10	43	49	8	R+6	
Women	51	37	13	D+14	55	40	5	D+15	59	35	7	D+24	
White	40	48	13	R+8	41	54	5	R+13	42	51	7	R+9	
Black	90	3	7	D+87	96	1	3	D+95	91	7	3	D+84	
Hispanic	-	-	-	-	-	-	-	-	66	24	9	D+42	
18-29	56	36	8	D+20	57	38	5	D+19	60	30	9	D+30	
30-49	52	39	10	D+13	52	43	5	D+9	52	39	8	D+13	
50-64	45	42	13	D+3	48	48	3	even	49	46	5	D+3	
65+	37	44	19	R+7	43	52	5	R+9	46	49	5	R+3	
Men 18-49	49	41	10	D+8	47	48	6	R+1	49	42	9	D+7	
Women 18-49	58	34	8	D+24	60	36	5	D+24	62	30	9	D+32	
Men 50+	40	48	12	R+8	40	57	2	R+17	38	56	6	R+18	
Women 50+	43	39	18	D+4	51	43	5	D+8	57	39	5	D+18	
Men 18-34	52	37	11	D+15	51	44	5	D+7	51	40	10	D+11	
Women 18-34	59	34	6	D+25	66	32	3	D+34	69	25	6	D+44	
Married men	36	52	12	R+16	38	60	2	R+22	37	56	7	R+19	
Unmarried men	57	33	10	D+24	51	43	6	D+8	51	42	8	D+9	
Married women	46	42	12	D+4	47	47	6	even	53	41	5	D+12	
Unmarried women	56	30	14	D+26	65	31	4	D+34	65	28	7	D+37	
Postgrad*	47	44	10	D+3	53	43	3	D+10	60	33	7	D+27	
College grad	46	45	9	D+1	50	47	3	D+3	54	38	8	D+16	
Some college	48	41	11	D+7	49	47	4	D+2	47	46	8	D+1	
HS or less	49	36	15	D+13	49	45	6	D+4	50	43	6	D+7	
Family income													
\$100,000+	39	49	12	R+10	44	52	4	R+8	51	43	6	D+8	
\$75,000-\$99,999	47	45	8	D+2	50	47	4	D+3	46	46	8	even	
\$30,000-\$74,999	51	43	7	D+8	48	49	4	R+1	47	45	8	D+2	
<\$30,000	56	29	15	D+27	59	35	7	D+24	62	33	5	D+29	

Source: Pew Research Center, "2016 Campaign: Strong Interest, Wide Dissatisfaction," 7 July 2016.

党の団結

表1で示したように、民主党のヒラリーとサンダースの予備選挙競争は、共和党の場合以上に、一般得票数および誓約代議員数、選挙資金などで接戦だった。しかも、トランプが生粋の共和党员でないように、サンダースも上院では民主党に所属せず、信念から民主党と袂を分かち、以後無党派を貫いている政治家である。両者の闘いは、共和党同様、党を割る可能性があった。

しかし民主党の予備選挙制度は、共和党と異なり、一方で比例代表を重視し多様な意見の反映を保証するが、他方では、代議員総数4765人の約15%にあたる712人の「特別代議員(super delegates)」が大きな役割を占めるという特徴がある。特別代議員は、大統領経験者や議会指導部、党の重鎮、知事や現職の議員であり、民主党エスタブリッシュメントの意向を強く反映する。特別代議員の591人はヒラリー支持、一方サンダース支持は、その1割にも満たない48人だった(表1)。

この制度的特徴に加えて、現職オバマ大統領の異例ともいえるヒラリー支持表明、また現職大統領としては異例のヒラリー選挙集会への参加(7月5日)で、挙党一致のヒラリー支持、彼女の指名は、疑義をはさむ余地のない正当性を獲得することになった。

サンダース候補も、支持者に対して一般選挙でのヒラリー投票を強く促す発言こそなかったが、公式にヒラリーを支持表明した(7月15日)。党大会直前ではあったが、最後には党が結束したことの意味は大きい。

予備選挙期間中、サンダースは公然とヒラリー一側に立つ民主党全国委員会(DNC)との関係が

円滑でなかった。予備選挙直前の、候補にとって最も草の根フィールド活動が重要な時期に、DNCの有権者データベースの利用を妨害された³⁹。また、DNC委員長や党幹部のあいだで、ヒラリーへの流れを作り、サンダースを妨害するかのような内容のメールが交換されていたことも、ウィキリークスが暴露した⁴⁰。それでもサンダースは、最後まで民主党と袂を分かたなかった。その理由は、党への忠誠心というよりも、民主党政議議題の内容や、上院主要委員長のポストなど、実質的な政策面政治面で、彼や盟友 Elisabeth Warren 上院議員などリベラル派の政策哲学と政策を推進するという実利⁴¹を優先したためであろう。

超党派ポピュリズム連合は可能か

SWOTのサンダースとトランプを比較すると、独立的な立ち位置、白人層への浸透など確かに類似している点はある。支持層の政策嗜好(図2)においても、社会保障の維持、国際的関与の否定、自由貿易への消極性、有力利害集団に有利に働く経済システムの否定などの点を重視する意味で、共通性がある。しかし図3で示した価値観の点では、秩序よりも個人的自由を重んじること以外は、両者の支持層は真逆の価値観をもっている。また先述の民主党支持者のイデオロギー特性や属性、政党への態度、希望に基づく怒りに対して絶望に基づく怒りという対比を考えても、サンダース票がトランプ票にそのまま転向するとは考えにくい。

実際、2016年6月のPew調査⁴²では、予備選挙で自分が支持した候補と異なる候補が、大統領候補として最終的に指名された場合、その候補を一般選挙で支持するか、それとも別の政党

の候補に支持を変えるかを尋ねている<表5>。いわゆる「歩留まり率」であるが、トランプ以外の共和党候補を支持した有権者が、秋にトランプに投票すると答えた割合は77%、一方サンダース票の85%は、秋にヒラリーに投票すると答えている。2008年の民主党予備選挙でヒラリーに投票した人の69%しか民主党に歩留まりせず、16%が共和党のマケイン候補に投票すると答えたのと比べて、このサンダース票の歩留まり率は決して低くない。

表5 党指名候補が、予備選挙時点の支持候補と異なる場合の支持政党歩留まり率

Primary differences remain visible on both sides			
	2016 general election preference		
	Clinton	Trump	Other/DK
Among Rep/Lean Rep, 2016 primary preference ...	%	%	%
Trump	1	98	1=100
Other candidate	14	77	9=100
Among Dem/Lean Dem, 2016 primary preference ...			
Clinton	97	2	1=100
Sanders	85	9	6=100
2012 general election preference			
	Obama	Romney	Other/DK
Among Rep/Lean Rep, 2012 primary preference ...	%	%	%
Romney	2	98	*=100
Other candidate	4	91	4=100
2008 general election preference			
	Obama	McCain	Other/DK
Among Rep/Lean Rep, 2008 primary preference ...	%	%	%
McCain	9	82	9=100
Other candidate	10	84	5=100
Among Dem/Lean Dem, 2008 primary preference ...			
Obama	91	5	4=100
Clinton	69	16	12=100

Source: Pew Research Center, "2016 Campaign: Strong Interest, Wide Dissatisfaction," 7 July 2016.

民主党候補の高度なマーケティング競争

共和党とのもう一つの違いは、マーケティングの最新テクノロジーの使い方である。前述のように共和党では、トランプは世論調査やデータを駆使する選挙マーケティングをほとんど行わず、クルーズ陣営は、候補本人も含めて、最新のマーケティングテクノロジーに習熟しそれを駆使したが、及ばなかった。

ヒラリーは、オバマ選挙の洗練されたターゲティングや焦点を絞ったメッセージング、マーケティングコミュニケーション戦略を踏襲しつつ、さらに、前稿で触れた DNC の「新・50州戦略」（州や選挙区の特徴に合わせたきめ細かい草の根フィールド活動を展開するための戦略で、ボランティアが集める現場情報によって常に最新の状態に保たれる有権者および地区のデータベースを活用するもの）に基づく、高度なデータベースマーケティングを展開した。

とくに予備選挙で注目すべきなのは、マイクロターゲティングに基づく「超ローカルなカスタマイズ戦略」⁴³である。大統領選挙というよりも、「あたかも（州選出の）上院議員選挙のごとく、全国メディアが注意を払わない、しかし地元にとっては大きな関心事であるような、ローカルな争点に的を絞った」のである。

たとえばミシガン州は、白人ブルーカラー層が多く、ポピュリスト的で保護貿易的なサンダース票の宝庫だったが、予備選挙結果はヒラリーが2桁差で勝った。というのも、ヒラリー陣営はミシガンの予備選挙を、第一に「フリント地区の鉛による水質汚染」、第二に「ミシガン州の緊急対策監督法は問題が多く、ヒラリーは反対」、第三に「（ミシガン州の中核産業である）自動車産業に対する連邦政府の財政支援に、サ

ンダースは反対票を投じた」の三つの争点をめぐる選挙と位置づけ、これらのフレーミング（選挙の意味づけ）を徹底的に浸透させる戦略をとったからである。

そして実際、それは効果的なフレーミングだった。ソーシャルメディアにおける反応がどのような言葉を使っているかを分析した調査によると、これらの争点、とくに「サンダースの反対票」は、ミシガン有権者の選挙をめぐるディスコースを支配していたからである。

このように、ヒラリーの「超ローカル作戦」は、予備選挙の州ごとに最も効果的な「何をめぐる選挙か」のフレーミングを行い、さらにヒラリー陣営のロゴである矢印付きHのデザインまで州ごとに変えるなど、徹底したものだ。

一方サンダースも、革新的なオンライン戦略でヒラリー陣営を圧倒した⁴⁴。

政治とITテクノロジーの関係を専門とする *Personal Democracy Media* ブログによると、900万人のサンダース支持者によって何百もの Facebook ページや Reddit フォーラムや Slack チャンネルが組織された。このサンダースの「デジタル軍団」は、単にニュース記事やビデオを個人的に共有する緩やかな結びつきの支持者ネットワークではない。それはサンダースキャンペーンの陰の「原動力(driving force)」であり、一回平均 27 ドルという小口献金をかき集め、総額で数千万ドルの選挙資金を稼ぎ出し、ボランティアの動員と組織化に優れた手腕を発揮するなど、最新テクノロジーを駆使してサンダースの立候補を支援した。

もともとサンダース自身、ソーシャルメディアの巧みな使い手であり、彼の Facebook のフォロワー数は、連邦議員のなかでは Ryan 下院

議長に次いで最も多かった。ひとたびサンダースの大統領選挙キャンペーンが始まると、彼のメッセージに共感する若いテクノロジー指向の有権者が積極的に彼を支援し、いくつかの州の予備選挙・党員集会では予想外の勝利を導いただけでなく、サンダース選挙のデジタルインフラの大部分を構築した。たとえば *Coders for Sanders* という支持グループは、戸別訪問ボランティア用のアプリ、サンダース陣営ウェブサイト上の双方向フォーマットの選挙イベントマップ、アイオワ州党員集会を実況モニターするアプリなどを、サンダース陣営のために開発したが、すべて無償のボランティアである。選挙資金のオンライン献金システムを構築したのも彼らで、サンダース陣営が集めた総額 2 億ドルの資金の 94% はオンライン献金だという。このグループの中心メンバーである Aidan King と Zach Schneider はのちに、サンダース陣営のソーシャルメディア・リエゾン（仲介担当）および陣営ウェブサイト開発担当に、それぞれ昇格した。つまりサンダース陣営にとって、ソーシャルメディアは単なるメッセージ拡散の道具ではなく、むしろ政治参加の回路そのものだったということなのである。

問題は、このサンダースの強力な「デジタル軍団」が、サンダース撤退後に、ヒラリー支援の力になるという可能性はきわめて低いという事実である。彼女が民主党主流派の代表格であることが、「民主党支持というよりは革命指向」を自認するオンラインコミュニティの住人たちにとって、彼女を支持したくない理由になっている。

サンダースの「デジタル軍団」は、もともと陣営組織の一部というより、ボランティアで集

まってきた、オンラインテクノロジーのもつ政治的可能性を試したいテクノロジー狂たちであるという。

サンダースの撤退が時間の問題となった段階で、彼らはヒラリー陣営に合流しない、むしろヒラリーを潰すことさえ厭わない、他の進歩的な候補の選挙戦になだれをうって合流する可能性が大きいのだという。その動きは、サンダース自身もコントロールできない。もともと、彼のために献身する「軍団」というより、彼に惹きつけられて集まってきた「無数のテクノロジーの虫の群れ(swarm)」だからである。

彼らの一部は、必ずしも大統領選挙候補でなくても、サンダースのような進歩派リベラルの別の選挙候補を探し、サンダース選挙運動と同じデジタルツールを使って新たに支援しようとする。たとえば voteforbernie.org の兄弟組織である grassrootselect.org などである。また、2018 年の中間選挙でサンダースのような政策を推進する議員の立候補を助ける新たな PAC、**Brand New Congress** に合流する者もいる。

新たなリベラル候補の支援に向かうならまだよいが、サンダースが指名を獲得する可能性が消えた時点で、ヒラリー支持者に対してオンラインの攻撃的ハラスメントを行う **Bernie Bros** など、アンチヒラリー運動に転化する動きすらある。この **Bernie Bros** のような、“ボランティア”の反ヒラリー言説に対抗するために、ヒラリー支持の **super PAC** は、**Correct the Record** という危機管理クイックレスポンス用のサイトを立ち上げた。その費用は 100 万ドルに上るといふ。

もし万一、彼らがイデオロギーとしてのリベラル派というよりも、既成の破壊をめざすだけ

の革命指向だったらどうなるか？ **Twitter** を駆使したトランプ陣営との共闘の可能性がわずかでもあるとしたら、それはヒラリー民主党にとって、悪夢以外のなにものでもないだろう。

最後に、2016 年大統領選挙は、マーケティングが民主政治過程にいかなる役割を果たしているかという基本的な問題を問い直すひとつの好機でもあるといえる。

トランプ現象や、英国の EU 離脱を選んだ国民投票結果は、政治エリートやエリートメディアによって、政治的影響を顧みない感情的な大衆ポピュリズムの危険性の文脈でとらえられるがちだ。

しかし忘れてはならないのは、従来の政治過程では十分に意思を代表されることなく、特定の政治家よりもむしろ、政党や政治制度それ自体に不信感と不満を募らせている人々が、世界の各所で異議申し立てを始めているという事実である。不満のエネルギーの表現回路が、政治常識を超えた候補の直接選挙や国民投票のように、既存制度のうちに用意されているうちはまだよい。それがなければ、テロや暴力的な異議申し立てという形での選択肢に向かいかねないからだ。

既存の政党は、これら不満層の声を聞かない。彼らは長年放置されてきたサイレントマジョリティである。エリートメディアも、彼らを代表しない。視聴率など自分たちの組織の利益のためにトランプ報道に異例のスペースを割くが、トランプを肯定するにせよ否定するにせよ、関心の対象はこの“問題児”であって、人々の不満や不信のひだに分け入ることではない。政党にも、報道機関にも、そして繰り返される選挙

にも、もはや期待できなくなった人々は、最後に残された”politics by other means”(Benjamin Ginsberg and Martin Shefter, 1990)として、サンダース支持の若い層のように、ソーシャルメディアを使ってムーブメントを起こす。あるいはトランプに怒りのすべてを託す。

いま候補や政党に求められていることは、人々の怒りや不満の本質を知ることである。そして人々に通じる言葉を使って対話することである。アメリカでは政治的党派間の対立と敵意、対話不在が一層激しくなっている。市場が求めるもの、言語、政治プロダクトの供給側と需要側の win-win を目指す、現実的な落としどころを探索するためのマーケティング、民意表出回路としてのマーケティングの新たな役割がいま求められているといえるのではないか。

¹ AMY CHOZICK, PATRICK HEALY AND YAMICHE ALCINDOR, "BERNIE SANDERS ENDORSES HILLARY CLINTON, HOPING TO UNIFY DEMOCRATS," *NEW YORK TIMES*, 12 JULY 2016.

² 平林紀子(2016)、「2016年米大統領選挙のマーケティング(1): 背景と概況」、『埼玉大学紀要 教養学部』第51巻(第2号):263-298。

³ MICHAEL SHERER, "THE OUTSIDER? THE DONALD HAS LANDED: WHY TRUMP'S LATEST HIT SHOW IS DRIVING THE POLITICAL ELITE CRAZY," *TIME*, 31 AUGUST 2015.

⁴ ROSS DOUTHAT, "CRACKS IN THE LIBERAL ORDER," *NEW YORK TIMES*, 27 DECEMBER 2015.

⁵ ROBERT KAGAN (BROOKINGS INSTITUTE), "THIS IS HOW FASCISM COMES TO AMERICA," *WASHINGTON POST*, 18 MAY 2016; PETER BAKER, "RISE OF DONALD TRUMP TRACKS GROWING DEBATE OVER FASCISM," *NEW YORK TIMES*, 28 MAY 2016; AND AMANDA TAUB, "THE RISE OF AMERICAN AUTHORITARIANISM," *THE VOX.COM*, 1 MARCH 2016.

[HTTP://WWW.VOX.COM/2016/3/1/11127424/TRUMP-AUTH-ORITARIANISM](http://www.vox.com/2016/3/1/11127424/trump-auth-oritarianism).

⁶ THOMAS EDSALL, "THE TRUMP-SANDERS FANTASY," *NEW YORK TIMES*, 24 FEBRUARY 2016.

⁷ SAM FRIZELL, "THE GOSPEL OF BERNIE," *TIME*, 28 SEPTEMBER 2015.

⁸ BERNIE SANDERS, "DEMOCRATS NEED TO WAKE UP," *NEW YORK TIMES*, 29 JUNE 2016. 翻訳文言は以下に拠る。バーニー・サンダース、「(私の視点)グローバル経済大多数に役立たぬ、今こそ変革」、2016年7月14日付朝日新聞朝刊。

⁹ 「英離脱 トランプ氏に追い風? 反移民・政治不信、重

なる主張」、2016年6月29日付朝日新聞朝刊。

¹⁰ CLARE FORAN, "WHAT A FAILURE TO PREDICT BREXIT MEANS FOR THE US," *THE ATLANTIC MAGAZINE ONLINE*, 25 JUNE 2016.

¹¹ JONATHAN MARTIN AND ALEXANDER BURNS, "IS 'BREXIT' THE PRECURSOR TO A DONALD TRUMP PRESIDENCY? NOT SO FAST," *NEW YORK TIMES*, 24 JUNE 2016.

¹² PEW RESEARCH CENTER, "PARTISANSHIP AND POLITICAL ANIMOSITY IN 2016," 22 JUNE 2016.

¹³ DREW DESILVER, "TURNOUT WAS HIGH IN THE 2016 PRIMARY SEASON, BUT JUST SHORT OF 2008 RECORD," PEW RESEARCH CENTER, 10 JUNE 2016. なおここでの投票率の算定は、予備選挙投票者数を推定有権者人口で割った数字。ただしこの数字には、党員集会の参加者は含まれていない。

¹⁴ PEW RESEARCH CENTER, "VOTERS' PERCEPTIONS OF THE CANDIDATES: TRAITS, IDEOLOGY AND IMPACT ON ISSUES," 14 JULY 2016.

¹⁵ PEW RESEARCH CENTER, "2016 CAMPAIGN: STRONG INTEREST, WIDESPREAD DISSATISFACTION," 7 JULY 2016.

¹⁶ LYDIA SAAD, "TRUMP LEADS CLINTON IN HISTORICALLY BAD IMAGE RATINGS," GALLUP POLL, 1 JULY 2016.

¹⁷ PEW RESEARCH CENTER, "VOTERS' PERCEPTIONS OF THE CANDIDATES: TRAITS, IDEOLOGY AND IMPACT ON ISSUES," 14 JULY 2016.

¹⁸ DANIEL W. DREZNER, "THE REAL REASON DONALD TRUMP IS WINNING: NO ONE THOUGHT IT WAS POSSIBLE," *WASHINGTON POST*, 26 FEBRUARY 2016.

¹⁹ 平林紀子(2016)、「2016年米大統領選挙のマーケティング(1): 背景と概況」、『埼玉大学紀要 教養学部』第51巻(第2号):263-298。

²⁰ *OPENSECRETS.ORG* 調べ。この合計額は、候補陣営が6月30日時点、外部支援団体は7月17日までの集計値を加算したものである。

[HTTP://WWW.OPENSECRETS.ORG/PRES16](http://www.opensecrets.org/pres16).

²¹ ISAAC ARNSDORF AND KENNETH VOGEL, "TRUMP GETTING CRUSHED BY CLINTON MONEY MACHINE," 20 JUNE 2016, *POLITICO.COM*.

²² CHRIS CILLIZZA AND AARON BLAKE, "THE 10 REPUBLICANS WHO HATE DONALD TRUMP MOST," *WASHINGTON POST ONLINE*, THE FIX, 7 MAY 2016.

²³ WASHINGTON POST EDITORIAL BOARD, "MR. RYAN'S ENDORSEMENT OF TRUMP: A SAD DAY FOR THE GOP," *WASHINGTON POST*, 2 JUNE 2016.

²⁴ ALICIA PARLAPIANO, "WHY REPUBLICANS IN CONGRESS ARE OPPOSING OR SUPPORTING TRUMP," *NEW YORK TIMES*, 8 MAY 2016.

²⁵ ALAN RAPPEPORT AND ALICIA PARLAPIANO, "WHERE TRUMP BREAKS WITH THE REPUBLICAN PARTY," *NEW YORK TIMES*, 11 MAY 2016.

²⁶ [HTTP://GOPPROJECT.GOP.COM/RNC_GROWTH_OPPORTUNITY_BOOK_2013.PDF](http://gopproject.gop.com/rnc_growth_opportunity_book_2013.pdf).

²⁷ JACOB HEILBRUNN, "AFTER 2012, THE GOP SET OUT TO BE MORE INCLUSIVE. WHAT HAPPENED?" *POLITICO.COM*, 21 NOVEMBER 2015.

²⁸ ここでは、候補別の報道量のバランスが極端なまでに崩れていることを意味している。政治的公平または「公正 (FAIRNESS)」は、量的な均等を表すというよりも、事実に基づき、読者視聴者が事象の全体像を理解するうえで役立つ、またその全体像が著しく歪んだものにならないようにするという意味もある。

²⁹ JOHN KOBLIN, "REPUBLICAN DEBATE DRAWS 16.9 MILLION VIEWERS TO FOX NEWS," *NEW YORK TIMES*, 4 MARCH 2016.

³⁰ SYDNEY EMBER, "GOP ARENA WILL HIGHLIGHT TRUMP'S MEDIA BLACKLIST," *NEW YORK TIMES*, 17 JULY 2016; AND BRENNAN SUEN, "DONALD TRUMP PRAISES THE MEDIA AFTER A NEARLY YEAR-LONG ATTACK ON THE PRESS," *MEDIAMATTERS.ORG*, 27 APRIL 2016.

³¹ PAUL SENATORI, *MEDIAQUANT*, "TRUMP OUTDOES HIMSELF AGAIN – EARNING \$ 487 MILLION IN MONTHLY MEDIA VALUE," 7 APRIL 2016.
[HTTP://MEDIAQUANT.NET/2016/04/TRUMP-OUTDOES-HIMSELF-AGAIN-EARNING-487-MILLION-IN-MONTHLY-MEDIA-VALUE/](http://mediaquant.net/2016/04/trump-outdoes-himself-again-earning-487-million-in-monthly-media-value/).

³² JOHN KOBLIN, "REPUBLICAN DEBATE DRAWS 16.9 MILLION VIEWERS TO FOX NEWS," *NEW YORK TIMES*, 4 MARCH 2016.

³³ ALAN RAPPERPORT AND NICK CORASANITI, "ANTI-TRUMP VOICES AMPLIFY ON INTERNET, WITH VIOLENT RESULTS," *NEW YORK TIMES*, 3 JUNE 2016.

³⁴ クルーズ自身が有権者データに習熟し、過去の大統領選挙候補の戦略の詳細も熟知していた。また陣営は、複数の代議員積み上げモデル、州ごとの勝利モデルを作り、合理的な戦略戦術を組織化していたという。KATIE ZEZIMA, "CRUZ PLAYS ANOTHER ROLE ON THE CAMPAIGN TRAIL: STRATEGIST," *WASHINGTON POST*, 6 FEBRUARY 2016.

³⁵ DAVID WEIGEL, SEAN SULLIVAN AND JENNA PORTNOY, "IN CHAOTIC GOP RACE, AN INTENSE BATTLE FOR DELEGATES PLAYS OUT UNDER THE RADAR," *WASHINGTON POST*, 2 APRIL 2016; AND JEREMY W. PETERS, "TED CRUZ WINS MAJORITY OF DELEGATES IN COLORADO," *NEW YORK TIMES*, 8 APRIL 2016.

³⁶ PEW RESEARCH CENTER, "A WIDER IDEOLOGICAL GAP BETWEEN MORE AND LESS EDUCATED ADULTS," 26 APRIL 2016.

³⁷ PEW RESEARCH CENTER, "2016 CAMPAIGN: STRONG INTEREST, WIDE DISSATISFACTION," 7 JULY 2016.

³⁸ PEW RESEARCH CENTER, "PARTISANSHIP AND POLITICAL ANIMOSITY IN 2016," 22 JUNE 2016.

³⁹ PHILLIP VAMP, "THE HILLARY CLINTON-BERNIE SANDERS DATA FIGHT, EXPLAINED," *WASHINGTON POST ONLINE, THE FIX*, 18 DECEMBER 2015. および平林紀子 (2016)、前稿、289 頁参照。

⁴⁰ MICHAEL SHEAR AND MATTHEW ROSENBERG, "RELEASED EMAILS SUGGESTED THE DNC DERIDED THE SANDERS CAMPAIGN," *NEW YORK TIMES*, 22 JULY 2016.

⁴¹ JAMES DOWNIE, "THE DEMOCRATIC PLATFORM IS FAR MORE LIBERAL THAN FOUR YEARS AGO. HERE'S WHY THAT MATTERS," *WASHINGTON POST*, 7 JULY 2016 ; KATRINA VANDEN HEUVEL, "THE MOST PROGRESSIVE DEMOCRATIC PLATFORM EVER," *WASHINGTON POST*, 12 JULY 2016; AND JEFF STEIN, "BERNIE SANDERS MOVED DEMOCRATS TO THE LEFT. THE PLATFORM IS PROOF," *THE VOX.COM*, 25 JULY 2016.

⁴² PEW RESEARCH CENTER, "2016 CAMPAIGN: STRONG INTEREST, WIDE DISSATISFACTION," 7 JULY 2016.

⁴³ JAMES HOHMANN, "HILLARY IS WINNING WITH A HYPER-LOCAL STRATEGY," *WASHINGTON POST*, 8 MARCH 2016.

⁴⁴ JONATHAN MAHLER AND NICK CORASANITI, "BERNIE SANDERS'S ONLINE FOOT SOLDIERS WEIGH THEIR NEXT CAMPAIGN," *NEW YORK TIMES*, 5 MAY 2016; AND NICK

CORASANITI, "BERNIE SANDERS CAMPAIGN SHOWED HOW TO TURN VIRAL MOMENTS INTO MONEY," *NEW YORK TIMES*, 24 JUNE 2016.