

中経 論壇

経営支援NPOクラブ
川上 博史



米国は大統領選挙、日本は自民党の党首選びで、このころ日米の政治の動きが互いに活発になってきている。米国は7月21日に、バイデン氏が大統領選挙から撤退表明したのち、ハリス氏が民主党の指名を獲得し、満を持して11月の対トランプ氏との大統領選に臨む。日本は8月14日に、岸田首相が自民党総裁選挙に立候補しない意向を表明したのを受けて、「ポスト岸田」を巡る攻防がスタートした。米国はバイデン大統領の高齢による数々の失態が表面化

し、日本は自民党派閥の裏金問題に政治資金規正法改正などで対応したものの国民の不信がぬぐえず、岸田内閣の支持率低迷による次期衆院選への自民党議員の不安が広がるなど、それぞれ理由は異なるものの、いずれも党内からリーダー交代を望む声が強まったためと思われる。偶然とはいえ、時を同じくして日米それぞれのリーダーを選出する重要な選挙が行われるだけに、今後、マスメディアによる報道も増え、国民の関心度もさらに高まると思われる。今後の選挙結果がどのように出るか予測するつもりはないが、「勝ち馬に乗

注目の選挙戦

る」のはどの候補者で優勢と報じられた候補者に、何がキッカケで勝利を収めたのか、という視点で日米両国の候補者の選挙戦を見つめていきたいと思う。

「勝ち馬に乗る」は、バンドワゴン効果とも言われ、アメリカの経済学者、ハーヴェイ・ライベンシュタインが提唱した。パレードの先頭を行く楽隊車（バンドワゴン）に多くの支持者を乗せた候補者が勝利したことから、多数の人が支持している物事に対して、より一層支持が高まる現象のことを指すものである。

選挙の際、新聞やテレビ、SNSなどで優勢と報じられた候補者に票が集まる傾向がある。各候補者がマスメディアなどを味方につけた国、その戦術や作戦、具体的には選挙キャンペーンの展開方法やキャッチコピー、スピーチの殺し文句、候補者自身のイメージづくりなどに、どれだけ共感を呼ぶ独特色を打ち出せるのかに注目している。

先般の米国の民主党大会でオバマ元大統領が「Yes she can」というフレーズでハリス氏を応援したのを聴いて、大衆をひきつける天才だと思ったが、米国のトランプ氏、ハリス氏および日本の自民党の党首選に臨む立候補者たちから有権者の心に突き刺さる、選挙戦の流れを大きく変えるキラーフレーズやサブライズ演出がどういう場でどんな形で表現されるのか、今から楽しみである。そうしたことを踏まえながら、今後の自らの投票行動に磨きをかけていきたい。

勝ち馬に乗るのは誰か