



選挙プランナーの
サクセス SUCCESS 情報

AKB48総選挙と大阪ダブル選に見る 2012年の選挙事情

三浦 博史 選挙プランナー／アスク株式会社代表取締役社長



「AKB48総選挙」に学ぶ

私は選挙と名の付くものは何でも勉強させていただくことが職業柄大切と考えており、趣味でもあるのだが、今回「AKB48総選挙」の取材をしていくうちに、実際の選挙にも役立つことが実に多いことが分かった。

そもそも、なぜ「AKB48総選挙」と名付けたのか？「総選挙」とは、衆議院の全議席を1度に改選する選挙のことで、「総選挙」といえば衆議院総選挙のことを指すのが常識となっている。議員は当選すれば、その任期中、様々な党務・政務の活動ができるが、落選したら“タダの人”となり、その差はまさに天と地ほどの差がある。

AKB48も同様だ。シングル曲のポジションを決める方法として、「AKB48総選挙」のほかに「選抜じゃんけん大会」もあるが、この「AKB48総選挙」での順位は、翌年の総選挙までの「ヒエラルキー」が決まってしまうことを意味する。

本人はもちろん、投票したファンは、その結果に一喜一憂し、いくつもの感動のストーリー、エピソードをつ

くる。まさに政治家の当落と同じといえる。

これまでの「AKB48総選挙」の総投票数は2009年の第1回が約6万票、2010年は約38万票、そして2011年は約116万票というように、その投票数は倍々ゲームをはるかに超える驚くべき激増ぶりだ。

今回の投票システムの運用と投票集計を第三者機関として担当した株式会社パイブドビッツ運営のウェブサイト「政治山」によると、投票者の年代別内訳では「10代」が46.8%で、そのうち「10代男性」が30.8%（全体1位）、「10代女性」が16.0%（全体3位）となっており、このAKBブームを支える最も大きな原動力は「10代の中高生」だ。

今回のサプライズのひとつが、「^{かみセブン}神7」常連の板野友美が前回の4位から8位へと大幅に順位を下げ、「神7」から外れてしまったことだ。その主な理由として、メインとなる投票者層が変化したこと、つまり、これまでの「20～30代・男性」層から「中高生・男性」層へと、大きく低年齢化したことが挙げられる。「中高生」から見ると板野友美は“大人の色気”がありすぎるに違いない。ここからも投票数の多いセグメンテーション、ターゲットにマッチしたキャンペーンの大切さが理解できる。

さらに驚かされることは、「CDに投票券が付いている」のではなく「投票券にCDが付いている」というコンセプトで、売上は軽く100万枚を超えたことだ。

通常の選挙での投票率アップにつながるヒントもこうしたところからも学べそうだ。

Web新連載スタート!!

『当選する人はここが違う！ 地方選挙必勝マニュアル』 フリック
(<http://www.dh-giin.com>)



三浦 博史 Hiroshi Miura

選挙総合プランナー会社アスク株式会社代表取締役社長。各々の選挙に、その“土”に合った“風”を導入し、常に新しい独自の「選挙風土」づくりに挑戦している。1951年東京都生まれ。(http://www.e-ask.ne.jp)

●最新刊発売中!

『AKB48総選挙に学ぶ心をつかむ技術』
フォレスト出版 945円(税込)



今どきの選挙、今どきの政治

1995年に青島幸男氏が当選した東京都知事選挙が、活

字媒体＝新聞による世論誘導選挙のピークだったといわれる。その10年後、2005年の小泉劇場。「郵政民営化に賛成か反対か」というシングルイシューで「刺客vs.造反組」という自民党内の対立の構図をつくり出し、連日、ニュースはもちろん、ワイドショーでも取り上げられた。それにより、民主党は完全に埋没してしまったのである。

こうして「テレポリティックス」全盛時代を迎えたわけだが、麻生太郎元首相の「未曾有発言」も、従前の活字媒体（新聞）のみの報道だったら、おそらくあのような致命傷にはならなかっただろう。

さらには、ここ数年、インターネットが選挙情勢に与える影響も無視できないものとなってきた。2010年9月に行われた金沢市長選挙で、新人候補が現職を破ったが、それは告示期間中や投票日の陣営によるツイッター攻撃が功を奏したといわれている。

日本では公選法上、ネット上での選挙運動はできないが、数年以内にはネット解禁となることは間違いない。そうなれば、今の政見放送のあり方（意義）や、選挙ポスター等の公費助成、法定ビラや選挙ハガキ等の量的制限等の抜本的な変革が起きるだろう。また、集会の告知や動員、後援会拡大の手法等も大きく変わるに違いない。

同時に、政治家・候補者にとっては携帯電話やスマートフォンで撮影された写真や動画が「YouTube」等で拡散されて落選という事態も起こりかねない。

今どきの政治は、政党のマニフェストに代表されるように、現行の「小選挙区制」が続く限り、有権者の支持・賛同を得るがために、政治家・候補者の究極の迎合＝ポピュリズムに拍車がかかる。

どの政党、候補者も耳障りのよいことばかりを並べるため、有権者は区別がつかなくなってしまう。政治、選挙ともに、ポピュリズムのさらなる進行とコンプライアンス意識が高まったことは間違いない。さらに、選挙も政治も世論調査結果を強く意識しすぎる傾向が進むだろう。

大阪ダブル選挙診断

近年まれにみる注目選挙だった。今回の大阪ダブル選挙は橋下徹前大阪府知事が、自ら率いる地域政党「大阪維新の会」が府議会で過半数を制し、大阪市議会でも第1党になるや、自ら任期途中にもかかわらず知事を辞任

し、大阪市をぶっ潰すために市長選に出るという前代未聞の選挙戦となった。

さらには異常ともいえる選挙直前のマスコミによる橋下バッシング。普通、あれだけネガティブキャンペーンの集中砲火を浴びたら、候補者は意気消沈するだろう。しかし、橋下氏は違った。ネガティブキャンペーンも橋下氏個人の資質や政策にかかわることなら間違いなく橋下氏も堪えたに違いない。しかし、橋下氏の出生や親族にかかわるスキャンダルの暴露は、逆風どころか「へこたれるな橋下！」といった頑張れコールにつながったともいわれる。

ネガティブキャンペーンに正統派も何もないだろうが、やはり最低限のルールは、①事実に基づいたものであること、②候補者本人の資質や政策に関することに限る、の2つだろう。ネガティブキャンペーンのはずが、支持すべき候補へのオウンゴールとなってしまった典型的なケースかもしれない。

同時に平松候補にとってはテレビ討論ドタキャンも痛手となった。平松陣営がマスコミ各社に配信した文書によると、辞退の理由として、テレビ討論の司会者を務める予定の田原総一郎氏の約1か月前の発言録の中に、明らかに橋下寄りと思われる言動が発見されたとある。

本来、公開討論、テレビ討論等は主催者の中立性はもとより、司会者の厳正な中立性も求められる。それが保証されなければ、候補者が出席・出演を躊躇・辞退するのもうなずける。

「テレポリティックス」にマッチした、まさにテレビ時代の寵児といわれる橋下徹氏が、地味な候補者である平松邦夫氏を制したということだろう。

選挙必勝の秘けつ ＝ウェブコラム新連載スタート!!

今月から『当選する人はここが違う！ 地方選挙必勝マニュアル』と題し、「議員NAVI」のウェブサイトにて連載を行うこととなった。

「外見・好感力」重視の選挙戦、コンプライアンス、ネット新時代、浮動票・無党派層の急増、こうした時代に勝ち抜くためにはどうすべきか、そしてその極意は？

読者の皆さんに身近な例を挙げながら、同時に米国大統領選挙等の最新事例等も参考にしつつ、旬な選挙テクニックをご紹介します。ご期待いただきたい。