

論文要旨

経営学研究科
経営学専攻修士課程
マーケティングコース
鈴木龍雄

日本の選挙マーケティングにおいて、様々な施策が存在するが科学的に効果を証明されたものはない。候補者のイメージは投票行動と結びつくと考えられているが、個人のイメージと投票行動を結びつけるプロセスは何かということは判明されていない。

日本の選挙において、正しいと信じられてきたマーケティング施策や政治家の中で信じられている選挙マーケティングについて科学的な分析によって明らかにすることが本研究の目的である。その課題を解くために、候補者を商品と見立て消費者行動の見地から、投票行動に結びつくプロセスとは何かを考察する。

近年、消費者行動を情報処理の観点からとらえた一般的な枠組みとして MAO が考えられている。M とは Motivation (動機づけ)、A とは Ability (能力)、O とは opportunity (処理機会) である。内部要因に位置づけられる動機づけが M、能力が A、そして外部要因にあたる情報処理機会が O に該当する。これらの「MAO」により、消費者の情報処理プロセスは大きく規定される。

加えて消費者は関与の高さや低さによって行動は変わる。低関与の消費者はその製品に対する重要度が低いため、その購買に際しては、多くの認知的、行動的努力を注ぐことはしない。よって、低関与の消費者が知覚する情報の数は、高関与の消費者と比べて少なくなる。これは、有権者の投票行動においては、政治への興味の低く明確な生活上での課題もないために選挙には行くが、少ない情報で候補者を判断するような投票行動である。具体的には、公営掲示板で候補者の情報を確認して投票する。もしくは、駅前で演説を何度か聞いたことがあるので投票するというような投票行動があてはまる。今回の調査では、MAO の観点と、そこから深く掘り下げた関与の観点から投票行動を分析した。

本調査では、「選挙で選びたい候補者像について」6 名のフォーカスグループによるヒアリングと 1024 人のインターネットアンケートを実施した結果、浮動票には以下の施策が有効であることが発見できた。

1. 候補者についてのコンタクトポイントは、多く設定しなければならない。
ターゲットの情報欲求の強さに応えるためには、多くのコンタクトポイントを用意しておく必要がある。
2. コンタクトポイントでは、そのコンタクトポイントで出会うターゲットの価値判断

に見合った魅力点を訴求する。ターゲットは、「人格判断」に必要な情報を内部情報としてすでに持ち合わせているため、用意されたコンタクトポイントでは、彼らの情報処理特性を見定めて、候補者イメージを展開しなければならない。ポスターや選挙公報紙で判断されているのは、細かい政策面よりもむしろ「笑顔」であり「意思が強そうな口元」であり、「端正なスーツ」が似合う「良き家庭人かつ、できそうなビジネスマン」に思えるかどうかなのである。

実は、従来の選挙戦で「ドブ板営業」と呼ばれたような一對一の触れ合いも「人格判断」の提供機会と考えると、分散しがちなエネルギーも集中させることができる。彼らが判断したいのは、政策に関する詳細な内容よりも人格なのだ。例えば、ターゲットの中でも若年については「SNS でツイートされたことについて、丁寧に返信を返す人だ」など、行為そのものについて、ここというツボを外さないようにすることが求められる。

3. 人格判断に資する情報を、掘りだしてもらいしくみをつくっておく。

単に「よさそうな人」というだけでは、ターゲットの強い関心は喚起できない。自分のニーズに合った人かどうかを、より上手に感じ取ってもらうための情報提供を考えねばならない。一つ一つ丁寧に説明する必要はなく、自分の価値に合う情報を探してもらうようにする。

4. 争点は「あなたの生活への影響」に転換して訴える。

ターゲットは大改革よりも「自分の生活にメリットがあるかどうか」をシビアに査定する人たちである。大きな問題と領域を広げるよりも、「身近な自分事」になるように訴求点を翻訳しておく必要がある。

5. 自分の判断基準が正しいと確認できることが、重要である。

彼らの価値観と合う「見る目のある人」が支持をしていることを知らせるべきである。情報から瞬時に「人格」を感じ取るこのターゲットは、人を見る目に自信があるはずである。投票した候補者が落ちたときには、「あの人の良さは、他の人にはわからなかった」と思わせることで、ブランド選択の満足度を下げないようにすることが重要であろう。

上記の発見により、有権者の投票行動と選挙のマーケティング効果を一部分ではあるが明らかにできた。購買行動を投票行動に置き換えることにより、マーケティング概念の拡張を試みたというソーシャルマーケティングへの貢献と言えるであろう。