

# 米 国 U.S.A.

## 大統領選は IT 戦

ジェットロ海外調査部米州課 伊藤 実佐子

大統領選における IT の戦略的活用の重要性が増している。ソーシャルメディアに限らず、大量のデータを使いこなす新しいデジタル技術や IT サービスは、効率的・効果的な選挙活動を行うための不可欠要素となった。大統領選を実験の場として最新 IT 技術が開発され、それが採用されることで、商機も拡大している。

### 予備選挙でも

2016 年の大統領選でも、ソーシャルメディアは必須のツールとなっている。共和党のドナルド・トランプ候補が 15 年 6 月、ツイッターで大統領選への出馬表明を行った事例がその好例だ。最大 140 文字で、既成メディアを通さずに自身の政策的見解や競争相手に対する個人攻撃をも発信できるツイッターは、トランプ氏の選挙戦スタイルに合致。16 年 6 月時点で、910 万人超のフォロワーに対して宣伝費ゼロでの「つぶやき」を可能にし、共和党における指名獲得に貢献した。

民主党のクリントン候補やサンダース候補もまた、ソーシャルメディアを多用する。クリントン氏は、フェイスブック、ツイッターに加え、画像や動画を共有できるインスタグラム、ピンタレストやスナップチャットのほか、音楽ストリーミング配信サービスのスポティファイで自身が選定したプレーリストを公開。新しいソーシャルメディアを最大限活用している。

サンダース氏も同様に、多様なツールで発信している。その特徴は、特に 30 歳以下の若い世代、いわゆるミレニアル世代の支持者とのコミュニケーションに成功している点だ。フォーチュン誌（16 年 4 月 18 日付）によると、同氏のツイッター上のつぶやきに対するリツイート（再投稿）は、1 時間当たり平均 2,000 件で、クリントン氏の 425 件、トランプ氏の 729 件を圧倒的に上回る。フェイスブック上の投稿への共感を

表す「いいね！」の数も多いという。

既成メディアではアクセスできていなかった若い世代の有権者とつながる手段として、ソーシャルメディアを活用して成功した大統領は、08 年の大統領選での民主党候補オバマ氏が最初といわれる。新人の上院議員で知名度が低かったオバマ氏は、フェイスブック、ツイッター、ユーチューブを多用することでそれを克服。また一般支持者が小口献金しやすい、インターネットを通じた資金調達の仕組みを構築し、6 億ドル以上の選挙資金を確保した。この成功体験が、続く 12 年、そして今回の大統領選挙戦における IT の積極的な活用につながっている。

### 裏方として不可欠に

大統領選を支える IT はそれだけではない。大きく分けて、顧客管理と資金集めの 2 分野で不可欠となっている。大統領選では、伝えたいメッセージを伝えるべき層にいかに効果的に届けるか、が重要である。そのための鍵となるのが顧客管理の技術だ。民主党では同党全国委員会（DNC）が有権者の多様な情報を一括所有する。それを管理する NGP VAN 社は、全米民主党支持者の住所、連絡先から過去の投票行動に至るまで、自社のソフトウェアを使って分析しつつ、各候補者に対し、ボランティアが戸別訪問や電話を通じて支持依頼を行うために必要なリストなどを提供している。また、運動員が訪問先をリアルタイムで入力できるアプリも開発し、情報管理を容易にしているという。

母親が今回の連邦下院議員選に出馬している筆者の友人によると、議会選挙レベルでは、こうした顧客管理システムを使ってダイレクトメールの送付や電話での支持依頼を行う選挙スタイルがまだまだ一般的だという。しかし、全米規模で展開する大統領選においては

表 2016年大統領選で使用されている IT 例

	企業名	企業概要
顧客管理、デジタル戦略	シビス・アナリティクス	2012年のオバマ選対でデジタル担当だった技術者が2013年にシカゴで設立。ビッグデータ解析
	ブルー・ステート・デジタル	2004年の大統領選で敗れた民主党ディーン候補の選対人員が2005年に設立。デジタル戦略
	ディープ・ルート・アナリティクス	2012年の大統領選で敗れた共和党ロムニー候補の選対デジタル担当が2013年に設立。デジタル広告戦略
資金集め	スクエア	クレジット決済による献金技術。2010年5月、サービス開始
	アクトブルー	オンライン献金用技術。2004年、サービス開始
	ファンドリー	党派に関係なく利用可能なオンライン献金技術
運営	ハッスル	最大100人にテキストメッセージを送付できるアプリ。フェイスブックの前技術者が2014年に制作
	スラック	グループチャットアプリ。サンダース陣営使用。シリコンバレーの大企業などでも使用されている
	ユークンバーン	選挙戦運営アプリ。草の根の支援活動をゲーム感覚で簡単に楽しく行う機能を搭載。クルーズ陣営使用
	テレ・タウンホール	電話を利用した集会が可能な技術。有権者が講師に生で質問することも可能。遠隔地との集会開催を可能に

資料：各社ウェブサイト、報道を基に作成

08年選以降、大量情報を使いこなす技術の開発が進み、ターゲットに効果的に接触するため、多様な技術やサービスを活用する手法が主流となっている（表）。

とりわけ注目度が高いのは、オバマ選挙対策本部のデータ分析担当者がグーグルのシュミット会長から資金を得て13年に立ち上げたシビス・アナリティクスだ。同社は投票率の予測のほか、資金集めや宣伝を効果的に行うためのビッグデータ解析を行い、選挙戦を支援する。同社が集計したデータによると、民主党から共和党支持に傾いている有権者の4割以上がトランプ氏を支持する傾向にある、といった分析も可能となる。広い国土のどこに働き掛けるべき有権者がいるか、今や効率的な選挙戦にITの活用は欠かせない。

新たな決済技術の誕生で、個人がインターネット経由でクレジットカードから献金することが容易になり、候補者の資金集めに変化がもたらされた。その代表例がスクエア社のサービスだ。四角い小型のリーダー「スクエア」をタブレットやスマートフォンなどのモバイル端末に差し込み、クレジットカードを読み込ませることで決済が完了する。ツイッター創業者の一人、ドーシー氏が出資したスタートアップ企業で、10年5月からサービスを開始した。入手が容易な端末と手頃な手数料だけで簡単に献金できること、またリーダーを使わずツイッター経由で献金できるシステムを開発したことから利用が急速に拡大。12年にはオバマ大統領と対抗馬の共和党ロムニー候補が、また今回は両

民主党候補が活用している。

民主党支持者の小口献金を支援する政治団体の「アクトブルー」も、オンライン献金集めに欠かせない技術を提供している。候補者のウェブサイト上での献金の仕組み作りや、依頼メールに記載するコードや繰り返し献金を促すプログラムの構築などを支援する。また、大統領選に限らず地方選や小学校の役員選挙を含む選挙活動全般の資金集めに、無料で利用することが可能だ。04年のサービス開始以降、11億ドル以上が「アクトブルー」を利用して献金された。16年2月のニューハンプシャー州予備選で勝利したサンダース氏が、一層の献金を呼び掛けたところ、「アクトブルー」のウェブサイトに表示された献金額を示すカウンターが1時間で55万ドル増加したという。

## 「選挙向け」から「ビジネス向け」へ

4年に1度という大統領選ゆえ、これまで選挙活動向けに開発された技術は選挙戦終了とともに利用されなくなり、4年後にまたゼロから構築することを繰り返してきた。しかし、選挙期間を通じて作り込んだ技術を応用して選挙後にスタートアップ企業を立ち上げ、使途を選挙戦以外にも拡大したビジネスを成功させる企業も出てきている。例えばシビス・アナリティクスは、企業が大量に収集するデータを解析する技術を提供。ボーイング、エアビーアンドビー（Airbnb）、米赤十字などを顧客に持つ。宿泊施設の貸し出しや検索・予約ができるウェブサイトを運営するエアビーアンドビーに対しては、宿泊利用者の特性を分析して効果的な広告手法を提案する。また「アクトブルー」は、サービスの提供を大統領選に限定せず、技術の修正や開発を継続的に行い、利用者の拡大に成功している。

電話、ダイレクトメール、集会への勧誘——といった「選挙」という言葉から想起されるアナログなイメージの裏には、大量のデータ解析に基づくIT戦略がある。候補者を商品に、選挙戦をマーケティングの場に例えるなら、選挙向けに開発した技術をビジネスの営業活動ツールにも応用すること、またその逆も可能だろう。大量の個人情報や蓄積・利用する選挙活動では、セキュリティ対策におけるビジネス機会が増加することも考えられる。米国の大統領選は、全米規模でビジネスの芽が生まれる絶好の機会とも言い得る。 JA