

視点(2305)

政党の勝ちパターンのタイプと2019年参院選!!

(研究思考と成果の概念編) — ナンバーワン・オリジナルワン・オンリーワン戦略の政党への応用 —

2019年参院選の結果は次の通りです。

	当選者数	比例票	比例票の割合	1位に対する比率	
				当選者数	比例票
自由民主党	57人	1,771万人	35.4%	100.0%	100.0%
立憲民主党	17人	792万人	15.8%	29.8%	44.7%
公明党	14人	654万人	13.1%	24.6%	36.9%
日本維新の会	10人	491万人	9.8%	17.5%	27.7%
共産党	7人	448万人	8.9%	12.3%	25.3%
国民民主党	6人	348万人	6.9%	10.5%	19.6%
れいわ新選組	2人	228万人	4.6%	3.5%	12.9%
社民党	1人	105万人	2.1%	1.8%	5.9%
N国党	1人	99万人	2.0%	1.8%	5.6%
安楽死党	0人	27万人	0.5%	—	1.5%
幸福実現党	0人	20万人	0.4%	—	1.1%
オリーブの木	0人	17万人	0.3%	—	1.0%
労働者党	0人	8万人	0.1%	—	0.5%
無所属	9人	—	—	—	—
合計	124人	5,008万人	100.0%	—	—

勝ちパターンの普遍の原則に「ナンバーワン型」と「オリジナルワン型」と「オンリーワン型」の3つのタイプがあります。

ナンバーワン型は1つの政党が圧倒的優位性を持って競争相手を圧倒するタイプで、オリジナルワン型は2～3の政党が互いに3割差異化・特化、7割総合化や5割差異化・特化、5割総合化することにより相互に棲み分けする切磋琢磨型で、オンリーワン型は特定のニッチあるいはマイノリティ分野に絞り込んで、絞り込んだ特定の分野で一番になる政党のタイプです。

日本の政党を歴史的に見ると次の通りです。

現在の日本の政党間のポジショニング	自民党がナンバーワンのポジショニング
旧民主党と自民党の両立時代	自民党と民主党がオリジナルワンのポジショニング
昔の社会党と自民党の両立時代	自民党と社会党がオリジナルワンのポジショニング

近年は、性格の異なる3割差異化・特化、7割総合化した二大政党が政権交代を繰り返しながら切磋琢磨するパターンが基本ですが、最近では社会ニーズが多様化するためヨーロッパのように性格の異なる三大政党が切磋琢磨する時代となっています。

現在の日本の政党は、自民党のナンバーワン型であり、2位の立憲民主党の2.2倍(自民党1位の44.7%)であり、棲み分け型のポジショニングである基軸型の2大政党(1位の59～71%以内のポジショニング)にはなっていません。

すなわち、自民党以外はオンリーワン型の特定の分野(ニッチ&マイノリティニーズ)の中での限られたニーズの分野での一番型政党です。

- ・立憲民主党 → アンチ自民党のニッチ&マイノリティ層の受け皿の中で一番型政党
- ・公明党 → 創価学会のニッチ&マイノリティ層の受け皿の中で一番型政党
- ・日本維新の会 → 関西エリアのニッチ&マイノリティ層の受け皿の中で一番型政党
- ・共産党 → 共産主義及び共鳴者のニッチ&マイノリティ層の受け皿の中で一番型政党

しかし、

- ・国民民主党 → アンチ自民党の特定の分野の中では立憲民主党の二番手で、準保守党の分野では自民党に完敗する中道政党(昔の民社党)で位置づけが不安定な政党です。
- ・社民党 → 思想的には左翼政党の二番手型政党であり、昔の社会党の流れを汲む淘汰される政党です。

今、オンリーワン政党の中で、従来のタイプより先鋭化した政党として、れいわ新選組やN国党が躍進して政党のポジショニングを確立しました。さらに、安楽死党や幸福実現党やオリーブの木や労働者党…等の特定の極小分野に特化した政党も出現し、国民の多様なニーズに対応した政党が増加しています。

(株)ダイナミックマーケティング社⁺7

代表 六 車 秀 之