

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 27 年 6 月 17 日現在

機関番号：33917

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2012～2014

課題番号：24611026

研究課題名(和文) 地域資源のメディア・リレーションズ

研究課題名(英文) Media Relations of Regional Resources

研究代表者

川北 眞紀子 (KAWAKITA, Makiko)

南山大学・経営学部・准教授

研究者番号：60440806

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,600,000円

研究成果の概要(和文)：ニュースのサプライチェーンという考え方で広報活動を捉えたときに見えてきたのは、ニュース素材の仲介者としての品揃え形成活動のあり方であった。広報部門はニュース素材の分散活動だけでなく収集活動をも行う場であり、相対的には収集活動がより重要な役割であることが示された。観光協会への質問紙調査では、広報部門の情報品揃えの程度が高いほど、メディア・リレーションズの広報成果は高いという仮説が概ね支持された。最後に、ジャーナリストたちが発信活動よりも情報品揃え活動を重視しているという仮説をたて、ウェブ調査で実証した。結果は、取材決定時にも報道決定時にも、発信活動よりも品揃え活動が重視されることが検証された。

研究成果の概要(英文)：The purpose of this research is to clarify the social function of PR sections of organizations. News materials circulation is discussed in the context of distribution theories. PR sections not only disperse news materials but also collect them. I conducted empirical research by using questionnaires to the Japanese tourist associations. We predicted that assortment of information in media relations efforts affects its outcomes. We measured assortment of information using variables "gathering" and "planning appeal". Planning appeal significantly increases outcomes. Gathering tends to increase outcomes, but it's not have statistically significant difference. At the end I studied empirical research to journalists. In context of regional resources PR, I found that journalists place importance on assortment activities of PR practitioners more than dissemination activities. Additionally journalists relatively placed importance on responsive activities.

研究分野：マーケティング

キーワード：メディア・リレーションズ 地域資源 情報発信 ニュース流通 ジャーナリストの知覚 広報活動

1. 研究開始当初の背景

観光情報やシティブロモーションなどを行う地域の広報担当者の中には、メディアを通じて発信することに長けた担当者が存在する。彼らの属人的な能力のおかげで、その地域の情報がうまくメディアに載っていくのだろうかと考えた時、そこに共通する何かがあるのではないかと考えた。

企業や自治体など組織に関する好意的な記事や報道を引き出すために、その広報部門はニュース・リリースの送付や、記者会見の実施などパブリシティ提供を行う。また、取材依頼が入るとその対応をする。このような活動をメディア・リレーションズというが、提供するパブリシティの内容、タイミングなどが適切でないと、それほど効果があるわけではない。そのため、担当者は、媒体を購入する広告を出稿することや、自社発行のチラシやPR誌を制作することなどに重点をおきがちである。出稿や配布という成果がわかりやすいからである。しかしそれほど予算がない場合には特に、メディア・リレーションズを効果的に行い、報道にとりあげられることは非常に有効である。通常の私企業とことなり、観光協会や自治体は公共性が高く、メディアから見ても社会的なニュースとして取り上げやすいからである。

アカデミックな研究分野を見てみると、日本の広報研究、特にメディア・リレーションズ研究分野において、理論的な研究がほとんどなされてこなかった。

そこで効果的なメディア・リレーションズとは一体、どのようなものなのだろうか。この広報担当者がどのような活動をするのが、有効なのだろうかという点を、問題意識として出発し、理論的な点からも考察していくこととした。

2. 研究の目的

観光情報など地域資源に関する情報を、どのようにメディアを通じて発信していけばよいのかを明らかにすることである。

まず、これまでメディア・リレーションズ研究では、どのような成果があったのかを明らかにする。

次に、実際のメディア・リレーションズの現場と理論とを行き来することで理論構築を試みる。そこで明らかになった有効な広報部門の活動の特徴が、実際に因果関係があるのかを広報担当者への調査、ジャーナリストへの調査をもとに明らかにしていく。

3. 研究の方法

(1) 先行研究レビューを行い、メディア・リレーションズ研究が世界でどのような発展をとげているかを明らかにした。

(2) 次に、これまでの事例研究をもとに、理論を提示し、仮説を設定した。

(3) その後、これを検証するために、メディア・リレーションズの担当者である、全

国の主要な観光協会へ郵送調査を行い検証した。

(4) 最後にメディア・リレーションズの対象となるジャーナリストや編集者に対して、ウェブによる調査を行い検証した。

4. 研究成果

(1) 最初に、メディア・リレーションズの先行研究レビューを実施した。メディア・リレーションズの研究領域には、大きく3つの流れがある。関係の質研究、情報の質研究、メディアの報道に関する研究である。

関係の質研究は、広報担当者とジャーナリストとの関係に焦点をあてたもので、どのような活動が関係構築やジャーナリストの認知に影響しているか、その実態はある程度明らかになった。ただ、成果そのものを扱ったものは多くはない。また、あくまで実態を調査したにすぎないことも多く、理論的な議論が少ないものも多いが、理論化を試みたものも登場してきている。

情報の質研究には、インフォメーション・サブシディーズ研究とニュース・バリュー研究がある。インフォメーション・サブシディーズ研究は広報担当者が提供する情報パッケージの研究であり、どのようなニュース・リリースが有効かという問題意識に立ったものである。その内容がどのようなニュース・バリューを含むかという点に焦点をあてたものがニュース・バリュー研究である。近年、ようやく報道価値 (newsworthiness) 概念の構造や定義が示されてきており、この構造をもとに新たな理論が見いだせるのではないかと期待できる。

メディアの報道に関する研究には、メディアのアジェンダ設定/構築研究と報道効果研究がある。この研究分野に期待できるのはやはり、広報担当者が複数の仲間とともにメディア議題の構築に影響していくといったメカニズムを明らかにしていくことだろう。

これまでの研究の多くは、実務家はこうすべきという研究が多かった。その反省から、仮説検証型の論文が見られるようになる。しかし残念ながら、これらも理論的背景の弱い仮説を構築しその検証の結果、実態が明らかになったといった研究が少なくない。そして、近年、ジャーナリズム研究やメディア研究、広告研究、流通研究など他領域からの理論を援用し、概念定義をはじめ、ようやく理論的な議論が始まっていることが明らかになった。

(2) 次に、広報部門はいかなる社会的な要請を担っているのか、つまり広報部門の存在理由を、広報を流通理論の視点で捉え直して検討した。広報部門は、あらゆるところで生み出される出来事 (生産物) を、ニュース素材としてメディア (最終消費財メーカー) に届ける商社の役割を果たしていると言えるだろう。

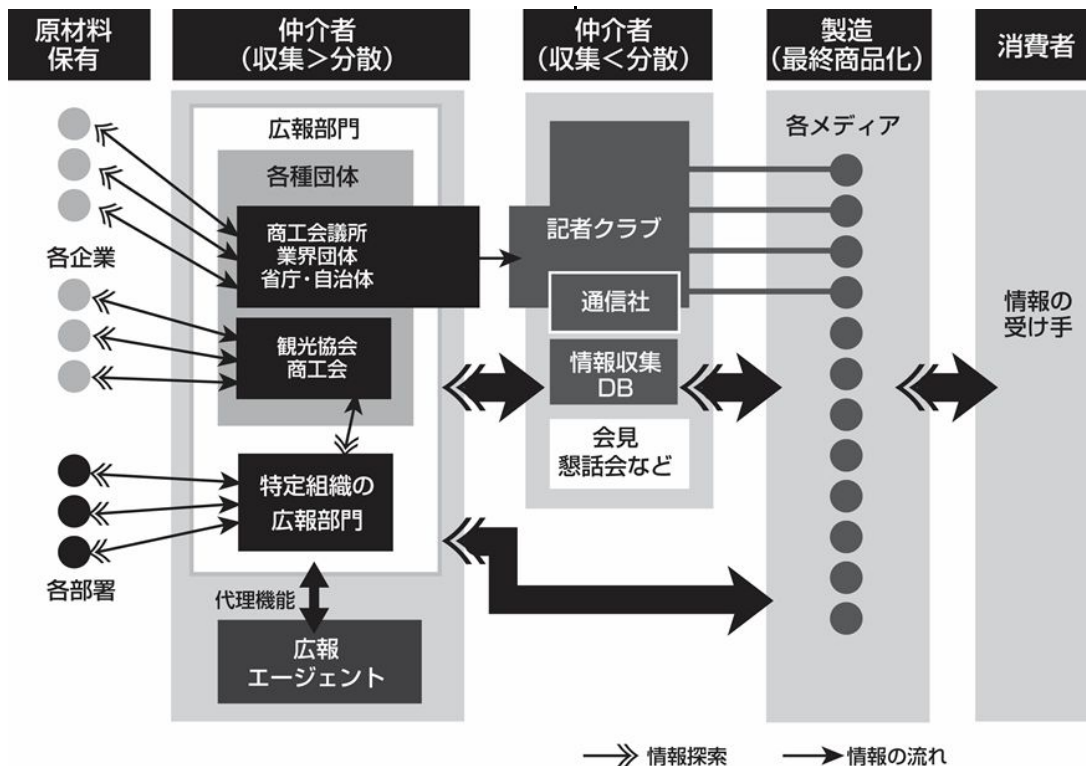


図1 ニュース素材の流れ

流通論において「なぜ中間業者が必要なのか」は、商業者の介在原理として長く研究されてきている。生産者でも消費者でもない商業者は社会的品揃え形成活動によって特徴付けられ、それにより様々な経済性を達成している。この品揃え活動は、取扱商品が同種か異種か、取引の前後でロットのサイズが増大するか減少するか等の2つの次元で4種類に分類される。収集過程の「仕分け」「集積」、分散過程の「配分」「取り揃え」の4種である。

これらの介在原理をニュース素材の流通過程（ニュース・サプライ・チェーン）に援用することによって明らかになったのは、広報部門がニュース素材の仲介者として、いかなる品揃え形成活動をすべき位置にあるかであった（図1）。広報部門はニュース素材の分散活動だけでなく収集活動をも行う場であり、相対的には収集活動がより重要な役割であることが示された。それは、品揃えの幅や深さがメディアへのクロス・セリングや、ワンストップショッピングに効果的であることを意味する。

企業内にある広報部門の場合は、クローズドな品揃えであるため中立性は低いですが、個別情報に関して言えば専門性は高い。中立性が低いという弱みをカバーするために、競合他社に関する情報も取り扱い範囲に含めることで、業界全体の 이슈を扱うことが可能となり、メディアへ争点を売り込むことができる。各種団体の広報部門の場合、オープンな品揃えが社会的品揃え形成に貢献し中立性が高いが、各個別メンバーと比較すると専

門性は低い。中立性を裏返せば、公平性を求められることが多く、それが探索の効率化をかえって減少させている点が指摘された。

（3）これまで提示した理論をもとに、広報活動において重要なのは、情報品揃えであるという仮説を実証した。地域情報を広報することに熱心な観光協会への質問紙調査を利用して検証した。広報部門の情報品揃えの程度が高いほど、メディア・リレーションズの広報成果は高いという仮説が示された。情報品揃えを「収集」と「魅力企画」の2つの変数で測定したところ、「収集」については成果との関係がみられるが有意ではなかった。「魅力企画」は有意に成果を高めることがわかった。また、加盟メンバーへの「公平性」が成果と負の関係があるという仮説についても、その傾向は一部みられたが有意ではなかった。さらに、成果変数（取材数と報道数）と担当者の自己レポートの両方を測定したところ、担当者の知覚と実際の成果との間には乖離があることも示された。

（4）最後に、地域資源の発信という文脈において、ジャーナリストたちが発信活動よりも情報品揃え活動を重視しているという仮説をたて、ウェブ調査で実証した。結果は、取材決定時にも報道決定時にも、発信活動よりも品揃え活動が重視されることが検証された。また、取材依頼への反応活動については、全体的に重視される傾向があることも示された。

5. 主な発表論文等
(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計7件)

川北真紀子,「メディア編集者のニュース選択に影響する広報部門の活動:地域資源のメディア・リレーションズ」, 2015年, pp.21-30, 『広報研究』, 第19号, 日本広報学会, 【査読付き論文】

川北真紀子,「メディア・リレーションズ研究の系譜」, 2015年, 『慶応経営論集』, 第32巻第1号, pp.199-216. 【査読なし】

川北真紀子,「情報品揃えが広報成果に与える影響:観光協会のメディア・リレーションズが広報成果に与える影響」, 2014年, pp.35-49, 『広報研究』, 第18号, 日本広報学会, 【査読付き論文】

川北真紀子,「瀬戸市の観光広報」, 2014年, 『経営情報学部論集』, 第28巻第1・2号, 中部大学, pp.141-154. 【査読なし】

川北真紀子, 伊吹勇亮, 園部靖史,「地域特有のメディア環境における企業の広報活動 中部エリアの企業の企業特性とメディア・リレーションズ活動の関係」, 2013年, 『経営情報学部論集』, 第27巻第1・2号, 中部大学, pp.83-100. 【査読なし】

伊吹勇亮, 川北真紀子, 園部靖史,「“リアルティ番組型イベント”による地域の魅力発信」, 2013年, 『産業経済研究所紀要』, 第23号, 中部大学, pp.1-23. 【査読なし】

川北真紀子,「ニュース流通過程における広報機能の分担」, 2013年, 『広報研究』, 第17号, pp.56-68. 【査読付き論文】

[学会発表](計5件)

川北真紀子,「観光協会のメディア・リレーションズ-魅力企画と情報品揃えによる広報戦略」, 第29回観光研究学会全国大会, 2014年12月7日, 於大阪府立大学(大阪府大阪市)

川北真紀子,「地域資源のメディア・リレーションズ-ジャーナリストへの調査」, 日本広報学会第20回研究発表大会, 2014年10月19日, 東海大学熊本キャンパス(熊本県、熊本市)

Makiko Kawakita, and Yusuke Ibuki, "The Relationship between Types of Efforts in Media Relations and their Outcomes", 2014.3.5-9, 17th International Public Relations Research Conference, in University of Miami(Miami, USA)

川北真紀子,「情報の品揃えが広報成果に与える影響:観光協会のメディア・リレーションズ」, 日本広報学会第19回研究発表大会, 2013年10月7日, 於東洋

大学(東京都, 文京区)

川北真紀子,「ニュース流通における広報機能:複数組織と複数メンバーによる広報機能の分担」, 日本広報学会第18回研究発表大会, 2012年10月7日, 於同志社大学(京都府, 京都市)

6. 研究組織

(1)研究代表者

川北 真紀子 (KAWAKITA, Makiko)
南山大学・経営学部・准教授
研究者番号: 60440806

(2)研究分担者

伊吹 勇亮 (IBUKI, Yusuke)
京都産業大学・経営学部・准教授
研究者番号: 60410255