

令和 5 年 6 月 21 日現在

機関番号：34304

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2019～2022

課題番号：19K01849

研究課題名（和文）日本の広報【マネージャー】に求められる資質とその涵養方法解明に向けた実証研究

研究課題名（英文）Empirical research on the qualities required for Japanese public relations managers and how to cultivate them

研究代表者

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

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 1,600,000円

研究成果の概要（和文）：広報【マネージャー】に求められる資質とその涵養方法について、27名の実務家に話を伺ったところ、ほぼすべてのインタビューが述べていたのは「メタ認知能力」の重要性である。そこで、メタ認知能力に特化した調査を実施することとした。9名の実務家に対してインタビュー調査を行った結果、ベストプラクティスを自身の業務に生かすことを強く意識していることが判明した。一方で、メタ認知能力の「深さ」については、他産業における同様の課題を解決した際の方策を参照するにとどまる者もあれば、広報や広告の枠の外にある事例をコミュニケーション施策に反映させるというレベルにまで達している者もいた。

研究成果の学術的意義や社会的意義

日本国内はもちろんのことながら、海外においてもこの分野における研究はほとんど存在していない。散見される研究も【テクニシャン】と【マネージャー】という役割の違い（とキャリアパスとの関係）にのみ触れるものがほとんどで、特に【マネージャー】に必要な資質については研究が進んでいない。実務面では誰が、あるいはどのような資質を持った人が、広報を担当するかということは重要であり、その意味で、本研究は価値ある分野について掘り下げようとしている。

研究成果の概要（英文）：When I interviewed 27 practitioners about the qualities required of public relations managers and how to cultivate them, almost all interviewees mentioned the importance of "metacognitive ability." Therefore, I decided to conduct a survey specifically on metacognitive ability, and interviewed 9 practitioners, and found that they are strongly aware of applying best practices to their own work. On the other hand, with regard to the "depth" of metacognitive ability, some practitioners only referred to measures taken to solve similar problems in other industries, while others reached the level of reflecting case studies from outside the public relations and advertising framework in their communication measures.

研究分野：経営学の視点からの広報論

キーワード：広報実務家 マネージャー 知識・スキル・能力 人材開発 広報における役割理論

1. 研究開始当初の背景

近年、様々な形で、広報に注目が集まっている。企業においては不祥事の連鎖が続き、連日ニュースでは日本を代表するような企業のトップが記者会見で頭を下げている様子が報道されている。海外では、トランプ大統領(当時)が twitter でなにを呟くかが注目を集め、彼の呟きの結果をいろいろなメディアが取り上げて論評を繰り広げている。少し前には、2020年の東京オリンピック・パラリンピック誘致に向けた最終プレゼンテーションで、滝川クリステルさんの「お・も・て・な・し」が国内外に強い印象を与え、結果として誘致がなされることに繋がった。これらはごく一部であるが、いずれも広報活動とその成果に関する例であり、これだけを見ても近年如何に広報が注目を集めているかがわかる。

そんな広報の学界あるいは実務界でよく言われる謂に、「広報は経営機能である」というものがある。世界を代表する広報のテキストである Broom and Sha (2012) にもこの旨の記載があり、他の国内外のテキストでも同様である。曰く、「組織の存続のために広報は欠かすことのできないものである」「広報担当者は、身体の半分を社内に、身体の半分を社外におくべき」「CCO (Chief Communication Officer) は CEO の情報参謀を務めなければならない」等、枚挙にいとまがない。しかし、実際のところは必ずしもそうとは言えない現状がある。「広報担当者は日々のニュースリリース作りに没頭してしまい、根本の経営戦略との関係性を考えることなく、ただメディア露出があればいいと思っている」等ということもまた、よく聞かれる話である。経営機能を担い、経営者のパートナーであるべき広報担当者が、単なる「情報発信下請け」と化してしまっている。

広報担当者が情報発信下請けではなく経営機能を担うためには、Dozier and Broom (2006) が整理した「広報における役割理論」に基づけば、実務家としての経験年数に応じて、【テクニシャン】から【マネージャー】への業務シフトが必要である。【テクニシャン】は情報発信に関する具体的な作業に従事するのに対し、【マネージャー】は(職位とは関係なく)経営戦略とのリンクを意識した広報戦略の立案業務、広報効果測定と直結した情報収集業務、さらには組織の存続を直接左右する危機管理業務に従事する。しかし、どのような資質が【マネージャー】に求められるのか、また、【マネージャー】として必要な知識・スキル・能力はどのようにすれば伸びるのか、これらの点についての日本での議論は皆無である。Ibuki (2018) は日本の広報界の独自性を明らかにしており、欧米を中心とする「広報における役割理論」の知見をそのまま活かすことはできない。特に、Off-JT が中心の欧米では大学院教育が【マネージャー】教育の役割を担っているが、日本ではそもそも広報に特化したプログラムを持った大学・大学院は皆無に近い。

2. 研究の目的

日本の広報界において【マネージャー】に求められる資質と、その資質の育成方法を明らかにすることを、本研究の目的とする。

3. 研究の方法

研究開始当初は、次の(a)~(d)に挙げる4つの研究プロセスを通じ、本研究の目的を達成しようとしていた。まず、(a)【マネージャー】に求められる資質を、インタビューやアンケート調査を基に明らかにする。その上で、当該資質の育成の現状を明らかにする。欧米の大学院教育と比較したとき、日本におけるOJTでの教育や業界団体等が主催する勉強会では、どうしても「体系性」が担保されにくい。そこで、(b)欧米の大学院教育における体系性を実態調査を通じて明らかにし、また(c)日本における資質涵養教育の実態をインタビューやアンケート調査を通じて明らかにする。最終的に(d)体系性をOJTや勉強会に落とし込むための施策を検討する。

しかし、2020年に発生した新型コロナウイルス感染症により、この当初想定していた研究方法での研究遂行は見直さざるをえなくなった。(b)の欧米の大学院教育における実態調査はコロナ禍で海外出張がまったくできなくなってしまったために頓挫させざるをえず、(a)や(c)で実施予定であった国内でのインタビューも簡単には実施できない状況とならざるをえなかった。オンラインでのインタビューも試みたが、やはり得られる情報量に限りがあり、如何にして対面でのインタビュー調査を実施するかが研究遂行の鍵となった。

1年研究期間を延長した2022年度になってようやく本格的に(a)ならびに(c)についてのインタビュー調査を遂行することができ、最終的には4年間でのべ27名の方に話を伺うことができた。

また、詳しくは次項で述べるが、このインタビュー調査を通じて「メタ認知能力」というキーワードが浮かび上がり、このキーワードに特化した形でのオンライン・インタビューを、複数の

PR 会社の協力を得て、のべ 9 名の方に対して実施することができた。また、同じく PR 会社の協力を得る形で、アンケート調査を実施する方向性で話が進んだ。

4. 研究成果

まず、文献調査を通じ、日本国内はもちろんのことながら、海外においてもこの分野における研究はほとんど存在していないことが明らかとなった。Dozier and Broom (2006) の議論はその後それほど発展しているとは言えず、散見される研究も【テクニシャン】と【マネージャー】という役割の違い(とキャリアパスとの関係)にのみ触れるものがほとんどで、特に【マネージャー】に必要な資質については研究が進んでいないことが判明した。実務面では誰が、あるいはどのような資質を持った人が、広報を担当するかということは重要であり、その意味で、本研究は価値ある分野について掘り下げようとしていると言える。

続いて、当初プロセスにおける (a) と (c)、すなわち【マネージャー】に求められる資質とその涵養方法について、27 名の実務家に話を伺った。それぞれの話は個性が高く、なかなか共通項、あるいは理論的な示唆を得ることは難しかったが、ほぼすべてのインタビューが述べていたのは(そういう言葉は 1 人として使わなかったが)「メタ認知能力」の重要性である。メタ認知とは自身の認知活動に関する認知を意味し、メタ認知能力とは平たく言えば「自社、ならびに、自らが置かれている状況を客観的に把握し、把握結果に基づいて次の打ち手を考える能力」であると言える。研究当初からメタ認知能力を意識しながらインタビュー調査を組み立てていたわけではないため、結果としてこの言葉が浮かび上がってきたものの、実際にそこに特化してなにがしかの研究成果としてまとめるまでには至らなかった。

そこで、メタ認知能力に特化した調査を実施することとし、準備を進める中で複数の PR 会社に協力いただけることとなった。最初にメタ認知能力が実務に与える影響を探るべく、9 名の実務家に対してインタビュー調査を行った。その結果、自身が担当している業務についてのワークフローを全員がよく理解しており、またベストプラクティスを自身の業務に生かすことを強く意識していることが判明した。一方で、メタ認知能力の「深さ」についてはインタビューによって少しずつ異なっており、他産業における同様の課題を解決した際の方策を参照するとどまる者もあれば、コミュニケーションレベルにとどまらない戦略レベルでの課題解決策に注目する者、ひいては広報や広告の枠の外にある事例をコミュニケーション施策に反映させるというレベルにまで達している者もいた。この調査結果について学会報告を行ったところ(学会発表)とでも好意的な反応が多く返ってきた。このことはすなわち、この議論が国内外問わず重要だが未着手であることをあらためて示しているとともに、メタ認知能力を軸とした研究が有意義であることも示しているように考える。現在、事例数を増やした上での論文投稿に向けて動いている。

また、同じく PR 会社の協力を得て、メタ認知能力に特化した形で、アンケート調査を実施できることになった。様々な要因が重なったために、実際の調査実施と分析、さらに学会報告や論文投稿は(研究費を直接的に使うという意味での)研究期間が終わってから実施することとなってしまったが、調査票の準備は終了しており、【マネージャー】に求められる資質(とその涵養方法)を定量的に明らかにすることを目指している。

なお、当初プロセスにおける (b)、すなわち欧米の大学院教育については、コロナ禍の影響で海外での調査が実現しなかった。ただし、文献調査ならびにこれまでの(本研究以前の)各大学院訪問時の調査結果から、特にメタ認知能力を伸長させるための教育を意識的に実施しているわけではないことは判明しており、大学院教育で、あるいは企業における OJT や Off-JT で、メタ認知能力を涵養するような施策を国内で実施することができれば、欧米とは違う形での PR 能力の底上げが図れるのではないかと考えている(当初プロセス (d))。

コロナ禍の影響が大きく、必ずしも当初予定通りの研究成果が出たわけではないが、予期せず重要なキーワードに出会うことができ、成果も学会発表の形で世に問うことができたように考える。上述の通り、研究期間は終わったものの論文投稿や追加調査を確実に実施し、本科研費による成果を社会に還元していきたい。

<参考文献>

- Broom, G. M., & Sha, B.-L. (2012). *Cutlip and Center's Effective Public Relations* (11th ed.). Pearson.
- Dozier, D. M., & Broom, G. M. (2006). The centrality of practitioner roles to public relations theory. In C. H. Botan & V. Hazleton (Eds.), *Public relations theory II* (pp. 137-170). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ibuki, Y. (2018). (Under-) Development of PR industry and profession. In T. Kunieda, K. Yamamura, and J. Miyabe (Eds.), *Public relations in Japan: Evolution of communication management in a culture of lifetime employment* (pp. 66-76). Abingdon, Oxfordshire: Routledge.

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計0件

〔学会発表〕 計1件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 1件）

1. 発表者名 Yusuke Ibuki
2. 発表標題 I know how I know: The role of metacognition in public relations practice
3. 学会等名 International Public Relations Research Conference (国際学会)
4. 発表年 2023年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------