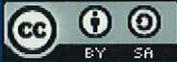


# 新生ふくしまを創り出すための 情報発信力

2013.11.21  
@ふくしま復興情報化フェア2013

ジャーナリスト/  
メディア・アクティビスト  
津田大介 (@tsuda)



This file is licensed under the Creative Commons  
Attribution-ShareAlike 2.1 Japan.

## 自己紹介

- 1973年11月15日生まれ（40歳）
  - 早稲田大学社会科学部卒（1993年入学）
  - 同世代（団塊ジュニア世代）は？
    - ・ 堀江貴文さん（72年で1学年上）
    - ・ 藤田晋さん（73年で同学年）
    - ・ サーゲイ・ブリン／ラリー・ページ（73年生まれで同学年）
    - ・ 伊藤将雄（1973年生まれ）
    - ・ 近藤淳也（1975年生まれ）
    - ・ 西村博之（76年生まれで同高校）



こんなことやってます

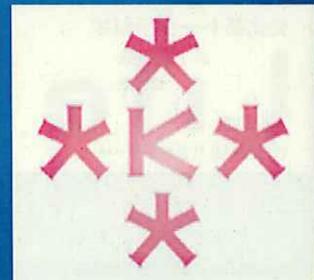
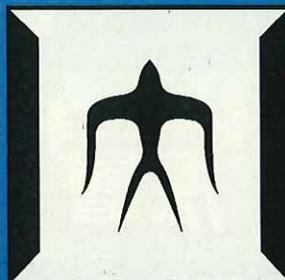
■ ITメディアベンチャー

➤ 「ナタリー」創業メンバー・取締役



こんなことやってます

■ 大学教員



こんなことやっています

■ 社会運動



SHARE FUKUSHIMA

こんなことやっています

■ テレビ・ラジオ出演



# こんなことやっています

## ソーシャルビジネス



# こんなことやっています

## 有料メルマガ



今日のキーワード

# “情報のギャップ”

→何らかの問題に関する情報が、それぞれの家庭環境や教育水準、普段接する情報媒体などによって偏在し、結果的に本来伝わるべき情報が有効に伝わっていない状況があること。

## ジャーナリズムとは

- 井上正男さん（元北國新聞論説委員）の定義
  - （１）ある社会共通の価値観や行動指針となる世論を形成するために
  - （２）同時代に起こっているありきたりではない出来事を
  - （３）批判精神をもって価値判断し
  - （４）その結果をニュースとして、あるいは評論として
  - （５）より速く
  - （６）より正確に
  - （７）より公平に
  - （８）社会に伝えていく
  - （９）報道あるいは言論活動

# 福島で生じている情報ギャップ

- マスメディアの報道は「偏っている」
  - メディアはありきたりではない情報（震災で大きな被害を受けた人々に関する話題や原発事故、放射線に関する情報）を報道したがるから
  - メディアは全ての情報を報道できるわけではなく、原理的に「客観・中立・公正」な報道はあり得ない

新生ふくしまを創り出すための情報発信力を上げる = 福島と福島以外の間で生じている情報ギャップ、コミュニケーションギャップを解消する

## マスメディアの情報を届ける 速度：人数

- テレビ
  - 瞬時：数百万～数千万人  
(視聴率1% = 100万人)
- ラジオ
  - 瞬時：数十万～数百万人
- 新聞
  - 半日：数十万～一千万人弱
- 雑誌
  - 1週間：数十万人

# ネットの情報を届ける速度：人数

## ■ ブログ

- 随時：数十万人～数百万人  
(上地雄輔のギネス記録：一日23万人)

## ■ 新聞社のウェブサイト

- 瞬時～随時：数万～数百万人  
(日経新聞電子版有料購読：30万人)

## ■ 動画

- 瞬時～随時：数千～百万人

## ■ ツイッター

- 瞬時：数百～数千万人 +  $\alpha$

# ツイッターは何が革新的だったか

1	 <b>Justin Bieber</b> @justinbieber #BELIEVE is on ITUNES and in STORES WORLDWIDE! - SO MUCH LOVE FOR THE	44,419,428 followers	121,672 following	23,422 tweets
2	 <b>Katy Perry</b> @katyperry Tweaking the (t)werk into a prism burst...	42,604,301 followers	123 following	4,967 tweets
3	 <b>Lady Gaga</b> @ladygaga BUY MY NEW SINGLE 'APPLAUSE' AND PRE-ORDER MY ALBUM 'ARTPOP' HERE NOW!	40,095,427 followers	135,054 following	3,183 tweets

瞬時に数千万単位に情報を届けられる拡散力の高い  
**初めての**「インターネットメディア」がツイッ  
ター。それを「**個人**」が持てることの可能性

## 新聞の政策世論調査を見てみると……

### ■ 朝日新聞世論調査 (2012.8.27)

- 景気・雇用対策 (53%)
- 社会保障 (50%)
- 原発 (47%)
- 外交・安全保障 (35%)
- TPP (23%)

※「大いに重視する」の複数回答

### ■ 産経・FNN合同調査 (2012.11.19)

- 景気・経済対策 (33.6%)
- 社会保障 (20.6%)
- 原発 (7.9%)
- TPP (2.3%)

※「もっとも重視する政策」の択一回答

## 新聞の政策世論調査を見てみると……

### ■ 中日新聞世論調査 (2012.12.3)

- 社会保障 (30.8%)
- 景気・雇用対策 (29.4%)
- 原発・エネルギー政策 (11.4%)
- 外交・安全保障 (4.7%)
- TPP (1.9%)

※「もっとも重視する政策」の択一回答

### ■ 読売新聞世論調査 (2012.12.11)

- 景気や雇用 (90%)
- 社会保障と税の一体改革 (74%)
- 外交や安全保障 (73%)
- 原発・エネルギー政策 (65%)
- TPP (37%)

※「特に重視したい政策」の複数回答

# インターネットの政策世論調査を 見てみると……

## ■ ニコ割アンケートネット世論調査

(2012/12/27 総回答数：11万4802)

- 経済の立て直し (57.2%)
- 外交・防衛の強化 (15.0%)
- 消費税増税への慎重な対応 (9.2%)
- 教育の再生 (5.2%)
- 憲法改正 (3.5%)
- 原発の再稼働 (3.3%)
- TPPへの参加 (1.4%)

※「安倍内閣に最優先で取り組んでほしい政策」の択一回答

## 新聞の世論調査≒ネットの世論調査

### ■ 有権者が重視する政策は下記の4つ

- 経済対策
- 社会保障・消費税
- 原発・エネルギー
- 国防・外交

→新聞の世論調査もネットの世論調査も  
どちらもそれなりに偏っている

→マスとネットの中間に「民意」がある

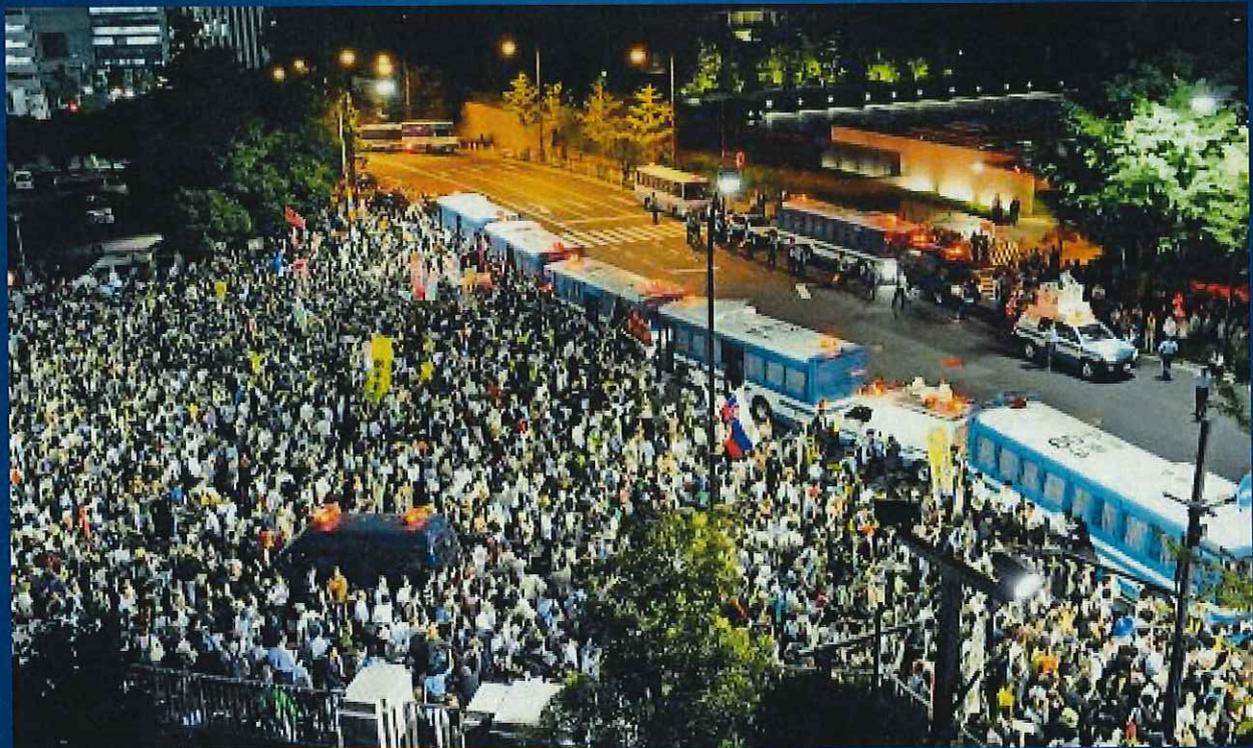
→ネットは安いコストで調査できる媒体

## 多メディア・間メディア社会の特徴

➤ 複雑化した現代社会において、単独のメディアでは「うねり」は起こらない。あらゆるメディアで話題になって初めて社会問題となりうる

→ ソーシャルメディアを使って「ありきたり」な情報に火を付けて「ありきたり」でなくすることでマスメディアに「パクらせる」ことが重要になる

→ 情報ギャップをなくすにはマスとソーシャル両方の特徴を理解した上で両者をつないで発信する人を作る必要がある



首相官邸前デモ（2012）

# 官邸前デモを知ったきっかけ

## ■ 20万人を動員した6月29日のデータ

- ツイッター 37%
- ウェブ 20%
- 人づて（口コミ） 18%
- フェイスブック 10%
- テレビ 4%
- 団体告知 3%
- 新聞 2%
- その他（メール、ブログ、ラジオなど） 6%

※情報拡散ルート研究会調べ

# 官邸前デモの広がり方

- 2012年3月から、首都圏反原発連合を中心に毎週金曜日18時～20時という時間帯で、首相官邸前抗議デモが開始
- ツイッターやFacebook、YouTubeなどでデモの盛り上がり毎週レポートされる
- ソーシャルメディアを通じてデモの参加の呼びかけが行われ、毎週参加者が増加
- 2012年6月22日のデモでは4万人が参加テレビ朝日が報道ヘリを飛ばし、新聞でも報道される
- 2012年6月29日、最大人数となる20万人が参加。さまざまなメディアで大きく報道される
- 首都圏反原発連合のメンバーらが野田佳彦首相（当時）と面会
- 『金曜官邸前抗議』が発売される

## 徳島県神山町の広がり方

- 1997年に徳島県が国際文化村を神山町に作る構想を発表。その後計画は頓挫するが住民主導でアーティスト・イン・レジデンスプロジェクトを始動
- 地元のNPO「グリーンバレー」が移住交流支援を始める
- 2008年に「イン神山」というウェブサイトで情報発信を開始。当初の想定とは異なり神山町の古民家情報や暮らしぶり情報が人気を集める
- ワーク・イン・レジデンスを開始。豊かなブロードバンド環境とものづくりに適した自然環境に魅力を感じたIT企業が続々と神山町に集結
- 徳島県もサテライトオフィス事業を本格化
- 「クローズアップ現代」「ニュースウォッチ9」で取り上げられ、様々なメディアに波及していく

## 「福島第一原発観光地化計画」 の広がり方

- 2012年9月、思想家の東浩紀が「福島第一原発観光地化計画」の構想を発表。研究会をスタート
- 週刊プレイボーイのウェブ記事が賛否両論を集める
- 2012年10月南相馬で現地の方も交えた計画の具体案を議論するワークショップを開催。ワークショップをネットで中継し、資料をウェブで公開
- 計画の細部を詰めるためチェルノブイリ取材を計画。2013年4月に現地取材。同時にクラウドファンディングで取材費を捻出
- 2013年7月に『チェルノブイリ・ダークツーリズム・ガイド』が発売。各メディアで話題を集める。
- 2013年11月に『福島第一原発観光地化計画』が発売
- 「ダークツーリズム」が流行語大賞にノミネート

**SUCCESS** 福島からチェルノブイリへ！ 津田+開沼+東が観光地化復興の実態を探るプロジェクト

ジャーナリズム fuku1kanko ☆お気に入り登録

ホーム

活動報告 13

パトロン 728

コメント 9



プロジェクトを拡散しよう

現在の支援総額

¥6,095,001

目標金額は¥1,000,000に設定されています。  
プロジェクトは2013/04/02にSUCCESSし、  
パトロンの募集を終了しました。

パトロン

728人

残り

終了

福島第一原発  
観光地化計画  
FUKUICHI KANKO PROJECT

fuku1kanko  
東京都  
メッセージを送る  
<http://fukuichikankoproject.jp>  
<http://genron.co.jp>

ネットで話題になるには？

ポイント

➤ 共感

➤ リアルタイム性

➤ 新規性

# ソーシャルメディアと3つのing

## ■ 恋愛に必要な3つの~ing

- Feeling (フィーリング) →共感
- Timing (タイミング) →リアルタイム性
- Happening (ハプニング) →新規性

→ソーシャルメディアで、多くの人とコミュニケーションを取る中でムーブメントを起こすにはこの3つの要素が重要になる  
→恋愛って「人間関係」を反映したもの

## ヒットメーカー加藤貞顕の 見つけたTDLの法則

### ■ 今売れている商品の共通点

- Technology
- Design
- Lifestyle

### ■ 具体的には……？

- iPhone
- ルンバ
- ヒートテック
- ポケットドルツ
- LINE
- PCレンズ
- コンビニコーヒー

# 情報ギャップを解消するには

## ■ コミュニケーションの本質

- コミュニケーションは人々が抱える情報のギャップを埋めるためにある
- 情報ギャップがなくなるまでコミュニケーションは続けられる
- ギャップの大きい相手ほどコミュニケーションコストがかかる（その逆が「あ・うんの呼吸」）
- 相手と自分が持っている情報の差を意識する
- 「どれだけ面白いものを知っているかということと、周りの人がいかに面白いもの知らないか」

## ■ 多様性を認める

- どんなに考えが違って相手との間に壁を作らない
- ベジタリアンの人を差別しますか？

## 今日のまとめ

- 情報ギャップをなくすにはマスメディアに取り上げられることを待っていてもダメ。「ありきたり」なことを「ありきたりでないこと」にして、彼らに自分たちが発信した情報をパクらせるようにする。
- これからの情報発信力とはマス、ネット、ロコミ全てを網羅的に串刺しして波及させられる能力を言う
- 情報のinputは「本」「ネット」「人づて」の3種類をバランスよく
- 「リアルタイム」「新規性」「共感」「Technology」「Design」「Lifestyle」を意識して情報発信しよう
- ネットのコミュニケーションだけで現実が変わらない。その原理原則を忘れず、ICT技術はネットと現実社会を組み合わせて相乗効果を大きくできるもの

ご静聴ありがとうございました！