

ジャーナリスト佐々木俊尚氏に聴く 情報収集の極意とこれからの仕事の仕方

作家 / ジャーナリスト
佐々木 俊尚



目 次

概要	1
はじめに	1
1. ジャーナリズムとは.....	2
(1) ジャーナリズムの果たすべき役割.....	2
(2) 取材方式の変化.....	2
2. 社会の変化	2
(1) 誰もが発信できる時代に	2
(2) 情報量の増大による情報格差の拡大	2
3. 情報文脈のとらえ方.....	3
(1) 信頼できるソースの特定は困難	3
(2) 佐々木氏流「信頼できるソース」のたどり方.....	3
4. マーケティングに関連し、未来に向けて考えていること	3
(1) 顧客との間に小規模な生態系を築くことの重要性	3
(2) マーケティングとは良い製品をつくって売ること	4
5. マーケターの果たすべき役割とは.....	4
(1) 企業の中のマーケターが担う役割.....	4
(2) 企業と顧客の関係性の変化.....	4
(3) 顧客目線での商品開発	5
6. 日本企業のあり方	5
(1) 利益をあげるための時間軸の設定に問題あり	5
(2) 新陳代謝の重要性	5
7. 情報の自分事化.....	6
(1) 業界／社会／産業が成立している理由について考える	6
(2) 時代の空気の変化を知る	6
8. マスメディアの変化.....	6
(1) 新聞の衰退	7
(2) TV の変化	7
(3) Twitter との付き合い方.....	7
おわりに	8

概要

本講演は、IT から政治／経済／社会／文化／食にいたるまで幅広い世界を対象に緻密な取材を行い、ラジオや執筆で情報を発信している、作家／ジャーナリストの佐々木俊尚氏を講師に招き、インタビュー形式で「これからのマーケターの仕事のあり方」を聞いたものである。誰もが発信できる情報過多の時代においては、信頼できる情報／発信者を見極める必要がある。マーケターは、時代の空気の変化をとらえ、顧客の体験を含めた意味での良い製品をつくり、多様化するチャンネルを組み合わせることで顧客に情報を届ける役割を担う。経済／産業／企業の発展のためには、長期的な視点と、内部の新陳代謝が不可欠である。

はじめに

佐々木講師について紹介する。

毎日新聞社にて新聞記者として活躍後、『月刊アスキー』編集部を経て、2003年に独立。テクノロジーから政治／経済／社会／ライフスタイルに至るまで幅広く取材／執筆／発信を行っている。総務省情報通信白書の編集委員を務めるほか、大学での講義も行っている。

話題となった著書は数多く、『現代病「集中できない」を知力に変える 読む力 最新スキル大全』（2022年、東洋経済新報社）は4万部を超え、12月2日には新著『Web3とメタバースは人間を自由にするか』（2022年、KADOKAWA）を上梓したばかりである。

現在、東京都／長野県／福井県の三拠点生活を行っている。2015年ごろから、これからの地方と都市の関係性について以下のように考えたことがきっかけである。

テクノロジーの進化による移動コストの低減／将来の自動運転の普及／少子高齢化／地方自治体の消滅（都市部に集まって生活するようになる）／地方創生の状況（若者の地方移住が十分に実現していない）、などの状況を踏まえ、移住よりも移動そのものが住まいの中心になっていくだろうと予測。黒川紀章氏著『新遊牧騎馬民族 ノマドの時代—情報化社会のライフスタイル』（1989年、徳間書店）に記載されたような移動生活が可能かどうか、興味を持った。家を持たずに生活する人も現れ、ベストセラーとなった著書『仕事するのにオフィスはいらない —ノマドワーキングのすすめ』（2009年、光文社）に挙げたような「リモートワーク」や、「定住しない暮らし方」を自ら実践しようと考えたのである。

新聞記者からジャーナリストに転向したきっかけは、自身の病気であった。事件記者から闘病などで離れ、世界そのものの構造を知りたいと考えようになったと同時に、インターネットビジネスが1999年ごろに台頭し、新しい世界の到来を予感した。こうしたことがきっかけとなり、殺人事件よりも、未来があることを取材したいと考えようになった。

佐々木氏にインタビュー形式（インタビュアー：マーケティング共創協会 武内美奈）で「これからのマーケターの仕事の在り方」を聞いた本講演の内容について、本稿では佐々木氏の回答内容を、以下にレポート形式でまとめる。

1. ジャーナリズムとは

ジャーナリズムの基本的立場は第三者視点である。

インターネット（以下 ネット）／スマートフォン（以下 スマホ）の普及により個人が発信できるツールが広まったことで、当事者発信の情報を得やすくなった。

ここでは、ジャーナリズムとは何か、果たすべき役割や取材方式の変化について紹介する。

（1）ジャーナリズムの果たすべき役割

ジャーナリストの仕事は、当事者の体験／考えを、第三者が取材／インタビューし記事にすることだといわれてきた。しかし、東日本大震災が転換点となり、SNS を用いて**当事者が発信する生々しい投稿のほうが、新聞記者が書く記事よりも人の心を動かす**ことが周知の事実となっている。こうした、個人が発信できる時代となった現在、ジャーナリズムが担う役割に変化が生じている。

これからのジャーナリズムは、自分自身が情報発信の羅針盤としての役割を果たすものであると考えている。情報のハブとなって情報の仕分けを行うのだ。さらに、自分自身の体験と、体験から感じた／得たものについて記述することも重要だと考えている。

（2）取材方式の変化

以前は取材対象に大きく踏み込んで取材するジャーナリスト／ライター（例：田原総一郎氏／沢木耕太郎氏など）が一部活躍する一方で、「新聞記者は取材対象に踏み込みすぎではいけない」とする考え方が主流だった。しかし 2000 年代に SNS などの情報発信ツールが普及したことにより状況が変わり、もう一步先に進むべき時期が来ていると感じている。

2. 社会の変化

時代とともに社会も変化している。情報の視点から社会の変化について述べる。

（1）誰もが発信できる時代に

前述の通り、ネット／スマホの台頭により**情報が双方向となり、誰もが情報を受信／発信できる時代**となった。今後は AI によるクラウド上の情報の最適化が進むほか、AR※の台頭も予測される。

※AR：Augmented Reality。現実の環境から視覚や聴覚、触覚などの知覚に与えられる情報を、コンピュータによる処理で追加あるいは削減、変化させる技術の総称。

（2）情報量の増大による情報格差の拡大

情報量が増えたことで、**消費者における情報格差が広がっている**。ネットがなかった時代は 4 マス（新聞／ラジオ／TV／雑誌）から平均的な情報を得られていた。しかし近年は