

研究区分	教員特別研究推進 地域振興
------	---------------

研究テーマ	海外メディアにおける静岡の認知度向上				
研究組織	代表者	所属・職名	経営情報学部・教授	氏名	竹下 誠二郎
	研究分担者	所属・職名		氏名	
		所属・職名		氏名	
		所属・職名		氏名	
	発表者	所属・職名	経営情報学部・教授	氏名	竹下 誠二郎

講演題目	海外メディアにおける静岡の認知度向上
研究の目的、成果及び今後の展望	<p>基盤産業と非基盤産業、双方ともそのポテンシャルが大きい好条件にもかかわらず、海外メディアにおける静岡の認知度は低いのが現状である。域外、特に海外からの誘致や資金流入を増やすには、海外メディアにおける静岡の認知度を上げるのは必須だ。しかし、認知度向上のための具体策はあるのだろうか。「今後の静岡」を考えるうえで、例えばインバウンドの観光客の訪問を増やすことがいわれている。しかし「静岡」の認知度は未だ極めて低いのが現状である。</p> <p>海外メディア、特に欧州におけるトレンドセッターである英国のメディアを中心に、静岡のエクスポージャーを上げるうえでのエクспロラトリー・マーケティング・リサーチを行い、問題点と調査目的のさらなる明確化を達成したい。最終的には、英国だけでなく、アジア、北米、中東、欧州大陸などでの海外メディアにおける静岡への認知度向上・改善を推進し、域内へのマネタイゼーションを円滑にするきっかけを探ることを目標とする。</p> <p>本研究を行うにあたり、実績として海外メディアに対する日本経済・経営・政治・社会などの分析では数多くの文献寄稿、そして2,500回超のテレビ・ラジオ出演を行っている。また、600名を超えるジャーナリストらのコンタクト構築と拡大も行っている。</p> <p>成果としては、インタビューやインフォーマルなディスカッション・プレゼンテーションを行うまでの出演は月平均約6.0回の出演であったが、プレゼンテーション後の平均値は10.5回と飛躍的に伸びた。このことにより、静岡からの発信の窓口としての認識がさらに広がり、国際放送にてShizuokaの認知度が高まった。また、常に「静岡」のブランドを浸透させるべく、静岡の名称を明記・発言するよう、そして場合によっては日本地図において具体的な位置（東京と比べるなど）を表すように指導した。</p> <p>今後の計画・方法としては低認知度の要因のさらなる分析を、セカンダリーデータからの情報収集、およびエクспロラトリー・リサーチにおける初期段階としてのインタビューやディスカッションから行う。また、フォーカス・グループなどの定性的分析を行い、定量分析を含むトライアングレーション分析の可能性を探る。そしてマネタイゼーションへのプロセスを示すリサーチ・デザインの作成を行い、静岡域外から域内へのマネタイゼーションの推進・円滑化を行うにあたって、その第一歩であるエクスポージャー向上の可能性の探求を行う。</p>