

私たちのメディアを 創るラボ

連携先：株式会社山陽新聞社



新たなメディアのあり方を探る

山陽新聞社とタッグを組み3年目になるこのラボでは、新聞社の持つ課題について考えてきた。今年度、連携先から出された課題は、山陽新聞社の新たな情報発信の「場」の提案である。昨今、ニュースはスマホで十分だ。という人が増える中、新聞紙の購読者数は減っており、新聞紙の宅配というビジネスモデルは早晚成り立たなっているのが現状である。その中で、これまでの紙を通じた繋がり以外に、地域の生活者と山陽新聞社をつなぐ新たなタッチポイント（接点）を探っていった。

まずは、対象の持つ課題の発見に取り組んだ。山陽新聞社とその新聞のビジネスモデルを知り、過去に行われた調査結果に基づき新聞購読者の行動を分析し実態を明らかにした。多くの年代での購読率の低下などが確認できた。そして、学生たちは山陽新聞が新聞紙の発刊以外にも岡山という地域に様々な形がかかわっていることや、自分たちが考えるニュースと新聞社の方が考えるニュースの定義やイメージが異なっていること、自分たちになじみのなかった新聞について、ほんの一部分しか理解していなかったことが分かった。この調査・分析をもとに、グループごとに山陽新聞社が解決すべき課題を設定し課題の解決へと進めていった。さらに新聞社の持つ強みを洗い出すため、若手記者との対話や資料館の見学、「山陽新聞は岡山にとって必要か」というテーマでディベートを実施するなど思考の活性化も行った。最後に、自分たちの企画の裏づけや客観的根拠の収集のためアンケート調査を実施し、山陽新聞社の新たな情報発信の場を企画立案した。このラボで1年の活動を通して学んだ「言葉が他者に与える影響力」を認識しながら、グループごとに山陽新聞社へ新たな情報発信の「場」を提案した。