

%company%

%free1%

%free2%

%name_sama%

◆テーマ:2025年中小企業はどう動くべきか

現在の日本では様々な社会的変化とともに
今後50年に渡り大きく影響を及ぼすであろう
日本経済の大きな経済構造の変化が起こっています。

それに対して中小、スモール企業はどう対処するべきなのか
4回に分けて論考してみたいと思います。

【済】第1回 停滞期を経て、高度経済成長に匹敵する大きなトレンドが動き出している

- ◆第2回 社会を動かすのは誰だ！これからの世論をリードするもの
- ◆第3回 世界的なマーケティングトレンドの変化、最新事情
- ◆第4回 2025年中小、スモール企業はこう動け

~~~~~  
第2回 社会を動かすのは誰だ！これからの世論をリードするもの

【目次】

- 驚愕の結果
- マスメディアが強かった時代
- vs オールドメディア
- 97%は信用しない
- ファクトチェックの動き
- これからの世論を動かす者

■驚愕の結果

2024年11月17日に行われた兵庫県知事の出直し選挙では、  
連日のメディア報道の論調とはかけ離れた、驚愕の結果が出ました。

この選挙は、斎藤氏が失職した後のもので、  
対抗馬の前尼崎市長の稲村和美氏には  
神戸新聞に加えて日本の大手新聞社各社、NHK やテレビ朝日など  
TV 局が連日斎藤氏に対するパワハラ疑惑や不信任の報道を行い、

兵庫県内の 22 市長が共同で支援を表明するなど  
従来の選挙の構図では負けるはずがない陣容でした。

しかし結果は、無所属の前知事である斎藤元彦氏が再選を果たしました。  
彼は 111 万 3911 票を獲得し、  
2 位の元尼崎市長である稲村和美氏の 97 万 6637 票を大きく上回ったのです。

さらに驚きなのが、この選挙では、投票率が 55.65%に達したことです。

この投票率は、前回 2021 年の選挙の 41.10%を大幅に上回り、  
14.55 ポイントの増加を示しています。  
これは、平成以降では 2001 年の 56.21%に次ぐ高い投票率です。

当日の有権者数は 446 万 3013 人で、111 万 3911 票の得票は  
マスメディアの論調にもかかわらず  
多くの市民の意思が投票に反映されたという事なのです。

### ■マスメディアが強かった時代

かつて日本では、20 世紀中頃から後半にかけて、  
新聞、テレビ、ラジオなどのマスメディアが情報の主要な供給源として  
圧倒的な影響力を持ちました。

1970 年代には、テレビ視聴率が 30%を超え、  
新聞発行部数が 5000 万部を超えるなど、  
多くの家庭がメディアを通じて情報を得ていました。

そのためこの時代、  
「マスコミがどのように報道するか」＝「どう世論を形成するか」  
がより重要となり

選挙報道や政治家の発言を「切り取り」報道することで世論形成に強く影響を与え、  
マスメディアは「第四の権力」と称されるほど政治や社会に影響を及ぼしました。

田中角栄の「日本列島改造論」やロッキード事件報道などがその典型例です。

メディアは政治家や官僚にとっても無視できない存在となり、共同体の一部として権力構造に関わる時代が形成されました。

このような時代は、政治家や検察でさえマスコミを恐れ、ゆるやかな共同体を形成していたわけです。

### ■vs オールドメディア

それなのに兵庫県知事の出直し選挙では真逆の結果が出てしまいました。

これは SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）が選挙結果に大きな影響を与えたとされ、オールドメディアとの対立が顕著に表れた社会現象なのです。

選挙期間中、SNS 上で「斎藤元彦」に関する投稿は 110 万件を超え、特に後半にかけてその数は増加しました。

斎藤氏は動画配信で数多く取り上げられ、若年層を中心に支持を集めました。出口調査によると、SNS を参考にした投票者の約 90%が斎藤氏を支持しており、SNS が選挙結果に与えた影響は明らかです。

一方で、オールドメディア（テレビや新聞）は、斎藤氏に対するパワハラ疑惑や不信任の報道を行い、彼のイメージに影響を与え（ようとし）ました。

しかし、これらの報道は逆に斎藤氏の支持を固める結果となり、オールドメディアの影響力は相対的に低下しました。

多くの有権者は、オールドメディアの報道に対する不信感を抱いており、SNS を通じて情報を収集する傾向が強まりました

### ■97%は信用しない

近年、日本におけるオールドメディア（新聞、テレビなど）の信頼性が大きく低下しています。

特にある Youtube の調査では、視聴者の 97%がテレビを信頼していないとの調査結果が報告されています。また高齢者においてもテレビ視聴習慣に変化が見られ、特に団塊世代を中心にテレビ離れが進んでいます。

これは、ジャニーズ事務所関連の報道や兵庫県知事の出直し選挙などに見られるメディアの姿勢が、その一因として挙げられます。

例えば、ジャニー喜多川氏の性加害問題に対し、主要メディアは長年沈黙を続けてきました。

この「マスメディアの沈黙」は、被害の拡大を許す結果となり、メディアの信頼性を大きく損なう要因となりました。

また、タレントの中居正広氏の女性トラブルに関しても、テレビ局はほとんど報じず、視聴者からの不信感を招いています。

先ほどから述べている兵庫県知事の出直し選挙においても、  
齋藤元彦氏に対するパワハラ疑惑が浮上しましたが、

メディアの報道は一面的であり、SNS 上での情報拡散と大きな乖離が見られました。特に、テレビ各局は当初この問題を詳しく報じず、切り取りでの印象操作を行い後に真実が現れてくるにつれて報道が増加するなど、情報伝達の（意図的な）遅れや取捨選択が指摘されています。

これらの事例は、オールドメディアが特定の事務所や政治的立場に忖度し、公平・迅速な報道を欠くことで、視聴者や有権者の信頼を失っている現状を示しています。

また、SNS の普及により、情報の伝達速度や訂正の迅速さがオールドメディアを上回るケースも増えています。例えば、SNS での情報訂正速度はテレビ・新聞の 27 倍に達するとのデータもあります。

さらに、オールドメディアの経営状況も悪化しており、大手新聞社 5 社で前年比 38% の減収が報告されています。

これらの要因が重なり、オールドメディアの影響力は低下しつつあり、視聴者や読者の信頼を取り戻すための改革が求められています。

#### ■ファクトチェックの動き

それに対し SNS（ソーシャルネットワーキングサービス）は、情報の流通が非常に速く、ユーザーが簡単に情報を発信できるため、誤情報やフェイクニュースが拡散しやすい環境です。

このため、多くの SNS プラットフォームは、ファクトチェックの機能を導入しています。

例えばフェイスブックでは、ユーザー参加型の「コミュニティノート」機能を導入し、ユーザーが情報の正確性を評価し、他のユーザーと共有することができるようにしています。

つまりある投稿に対して他人が、この投稿はこの事実から間違っていますよと正確性を伝えることができる機能です。

ツイッターも、誤情報の拡散を防ぐためにファクトチェック機能を導入しています。

特に、重要なニュースや公的な発表に対して、信頼できる情報源からのリンクを提供することで、ユーザーが正確な情報を得られるようにしています。

ツイッターは、特に選挙や災害時において、誤情報の拡散を抑制するための取り組みを強化しています。

またユーザー自身が記事や投稿の正確性を非常に気にするようになっていて

AI の Genspark のファクトチェック機能が、AI 技術を活用して情報の正確性を確認してくれ、

特にニュース記事や社会的な話題に関する情報を検証することができますし

他に Twitter が提供する「Birdwatch」など

ファクトチェック機能を持つアプリやサービスがいろいろ出てきています。

### ■これからの世論を動かす者

オールドメディアの信頼性低下は、世論形成の在り方を大きく変えています。特に、情報の流通速度や透明性において SNS が圧倒的な優位性を持ち、SNS の迅速な情報伝達や透明性が、時代を動かす新たな世論形成の中核となりつつあります。

世論の形成が商品自体や購買行動の方向に向いたらビジネスに直結します。

例えば。現在進行形で SNS で亀田製菓の不買運動が進展しており売上はガタ落ち値下げしても売れず、株価は最安値を更新し続けており

それに対して亀田製菓と対比する形で購買運動が起こった越後製菓は売れすぎて現在販売休止に陥っています。

このような現象から見ても、これから我々は SNS をビジネスの現場だけでなく戦略行動の局面においても駆使していかないといけない時代なのです。

編集長 岩下一智 (株) I&C・HosBiz センター 執行役員  
マーケット・クリエーター(MRC)

いかがでしたでしょうか、お楽しみいただけましたか？

次回は

◆テーマ:2025年中小企業はどう動くべきか

第3回 世界的なマーケティングトレンドの変化、最新事情

を、お送りいたします

お楽しみに！

【告知】岩編集長 MRC のセミナーのご案内

※お申込み:<https://reserva.be/rockunmr>

すべて Zoom 開催です。

紹介者が自然と増える！毎月安定した売上を実現する新メソッド

■営業の悩みをゼロにする！毎月安定受注を生む科学的アプローチ実践セミナー

「売上が上がらない…その原因は、あなたの努力不足ではありません！」

営業の成功を左右するのは、実は「正しい仕組み」があるかどうかだけ。

心理学にも基づいた科学的な営業ノウハウで、

たった 2 時間であなたのビジネスを安定させる仕組みを手に入れませんか？

6 ヶ月以内に売上 4 倍を実現した経営者が続出中！

今だけ特別価格で受講可能です。

▼会費:はやぶさ読者特別価格 2500 円

※お申込み:<https://reserva.be/rockunmr>

~~~~~

■参考図書■Amazon 電子書籍&オンデマンド版

「理念経営道実戦教本」25 年 2 月発売予定・・・予価：5000 円（税込み）

B5 版 約 180 頁

* 委細は HP 等でご案内いたします。

~~~~~

本記事に対するご質問やご感想は下記アドレスまでお願いいたします。

heart\_gaia\_gi@hosbiz.net

~~~~~

バックナンバーは下記の URL を確認してください。

https://rinenkeieishi.net/mail_magazine/hayabusa.php

~~~~~ 次回予告 ~~~~~

皆様のコメントを励みにして、航海を続けていきますので、重ねてご支援ご鞭撻を  
よろしく申し上げます。

次回、第 682 号・

◆テーマ：2025年中小企業はどう動くべきか

現在の日本では様々な社会的変化とともに  
今後50年に渡り大きく影響を及ぼすであろう  
日本経済の大きな経済構造の変化が起こっています。

それに対して中小、スモール企業はどう対処するべきなのか  
4回に分けて論考してみたいと思います。

【済】第1回・・・停滞期を経て、高度経済成長に匹敵する大きなトレンドが動き出している

【済】第2回・・・社会を動かすのは誰だ！これからの世論をリードするもの

第3回・・・世界的なマーケティングトレンドの変化、最新事情

第4回・・・2025年中小、スモール企業はこう動け

今回は、第3回 世界的なマーケティングトレンドの変化、最新事情  
を、25・01・24(金)にお届けする予定ですので、  
楽しみにしててくださいね。

※なお内容は予告なく変更する場合がありますので、ご承知ください。

■LittleBiz 企業・中小企業で働く人々や、経営者が幸せでなければ、  
私たちは「世のため・人のため」になれない。  
とクルー一同尽力しております。

■平本靖夫、50年の経営支援家人生の集大成 第1弾！

『合本主義「義利合一」の時代がきている』

Amazon kindle にて発売中！！ 2000円

<https://www.amazon.co.jp/dp/BOCB9M6D2T>

最後までお読みいただき感謝いたします。本当にありがとうございます。  
では、また次号で元気にお会いしましょう！

◆発信日・・・・・・・・毎週・金曜日

◆発行責任者・・・・・・・・Captain 平本靖夫

◆編集長・・・・・・・・岩下一智・(株)I&C・HosBiz センター 執行役員  
マーケット・クリエイター(MRC)・・・CST 開発推進責任者

プロフィール

<https://rinenkeieishi.net/corporate/index.html>

Facebook

<https://www.facebook.com/yasuo.hiramoto>

お問い合わせは「<https://rinenkeieishi.net/contact/form.php>」まで

ご愛読ありがとうございます

著者：(株)I&C・HosBiz センター

Captain 平本靖夫

プロフィールは

<http://rinenkeieishi.net/corporate/index.html>

◆はやぶさ・に関するお問い合わせ・質問は

メールアドレス：kazu\_zohan@hosbiz.net

発行責任者：Captain 平本靖夫、

編集長：岩下一智 MRC