

対話としての広報

櫻井 光行

(株)ビジネス・デザイン・アソシエイツ

1. はじめに

広報研究の主要な理論にエクセレンス理論がある。Grunig & Hunt (1984) が広報（パブリック・リレーションズ）の歴史的発展段階の4つめのモデルとして提唱した双方向対称モデルは、その中心的概念といえる。本稿の主旨は、双方向対称モデルが想定している対話とは何か、それはいかに実現できるのか、その具体的な手法を検討することで、対話に基づく広報のあり方をとらえ直すことである。

簡単に4つのモデルについて振り返ってみよう（Grunig & Hunt, 1984, pp. 21-25）。

①プレス・エージェンシー／パブリシティ・モデル（press agency/publicity model）

目的はプロパガンダであり、必ずしも真実とは言えない情報を一方向で提供する。

②パブリック情報モデル（public information model）

情報の普及を目的として、情報を一方向で提供するが、真実であることが重要。

③双方向非対称モデル（two-way asymmetric model）

科学的な説得が目的であり、受け手（パブリック）からのフィードバックに基づいて送り手（組織）から効果的な情報が送られるという点で双方向である。但し、態度や行動が変容するのは受け手のみという点で非対称といえる。

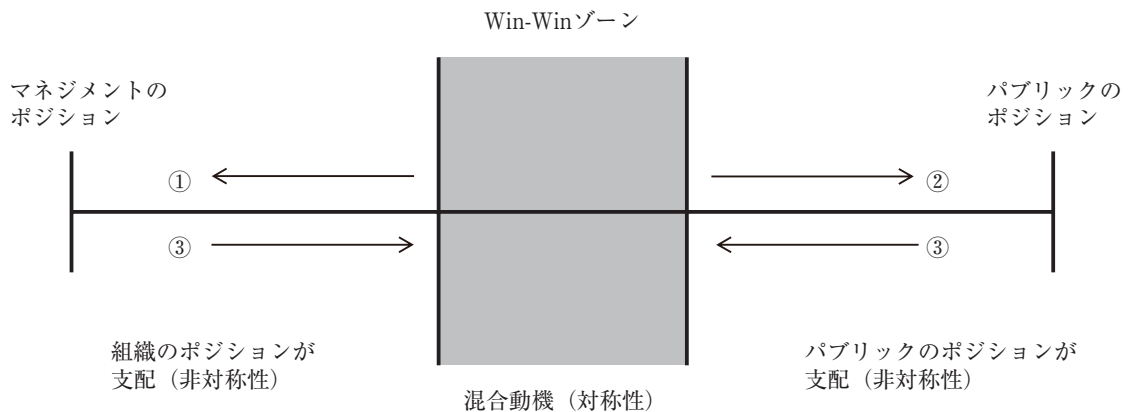
④双方向対称モデル（two-way symmetric model）

相互理解が目的とされ、送り手と受け手を区別しない双方向のコミュニケーションが行われる。一方の方向の説得ではなく、組織とパブリックの両者が態度や行動を変容し得る点が特徴であり、それが対称と呼ばれる所以である。

Grunig 等は、このうち④の双方向対称モデルが有効かつ倫理的であるとした。¹⁾ このモデルを中心的概念とするエクセレンス理論は、その後の広報研究の発展に最も貢献したとされる。一方で、さまざまな批判にもさらされた。その詳細についてここでは触れないが、主要な批判の一つにモデルはあくまでも理想であり、実現不可能とする論が挙げられる（Pieczka, 1996, Moloney, 1997 等）。

こうした批判を受けて、Grunig 等は修正した新モデルを提唱している（図1参照）。図中の①純非対称モデル（pure asymmetry model）はマネジメントがパブリックを支配し、組織のポジションを受け入れさせるためのコミュニケーションである。一方②純協力モデル（pure cooperation model）はマネジメントがパブリックのポジションに屈服するように説得するコミュニケーションであり、従来双方向対称モデルがこのように誤解されていたことがあるが、自身の主張はそうではないとする。図中の③が真の双方向対称モデルであり（混合動機モデル = mixed motive model とも称される）、マネジメントとパブリックの両者が受容する領域（win-win zone）へ、両者を移動させるためのコミュニケーションと説明されている（Grunig, 2001, pp.25-26）。

図1 双方向対称モデルの新モデル（混合動機モデル）



(出所) Grunig (2001), p.26 を筆者訳

前述した通り、双方向対称モデルの要諦は、送り手（企業や行政等）と受け手（パブリック）の区別をせず、どちらも態度や行動を変容し得る点にある。先行するモデルが、操作や説得を通じて目的を遂行しようとしているのに対して、双方向対称モデルは対話が主要な手段になると考えられる。筆者は例えばハーバーマスの「対話的合理性」、すなわち他者を目的のための手段と考えるのではなく、他者そのものとして理解し尊重する合理性が、「相互変容の可能性を持つ関係づくり」の理論的基礎となることを指摘した（櫻井, 2013）。

それでは、双方向対称モデルはどのような対話の手法を想定しているのだろうか？ それは、規範的であると同時に実証的なモデルとされるが、Grunig 等のテキストを見ても、対話の具体的な手法やそれが依拠する原理が十分に展開されていないように思われる。²⁾ 広報が操作や説得ではなく、対話を目指すものならば、それを実践する手法やその原理はどのようなものか？ 手法を具体的に検討することで、対話を基礎に置いた広報のあり方を捉え直せないだろうか？

本稿の構成は以下の通りである。まず、一般的に「対話」がどのように捉えられているかを概観する。続いて、手法としての対話を3つの視点から検討する。第一は広報における対話の手法である。特に具体的手法として最も実践されてきたと思われるステークホルダー・ダイアログを中心に紹介する。第二に昨今政治学の領域で注目されている熟議民主主義のミニパブリックスと呼ばれる対話の手法を取り上げる。熟議民主主義は、あらかじめ決定された意思を持つ個人という想定を問い直し、かわりに熟議による選好の変容を重視する点に特徴があり、双方向対称モデルと類似する面があると考えられるからである。第三に社会的合意形成の手法について検討する。このベースにあるのは、身の回りから国際関係まで幅広い分野で適用されている交渉学と呼ばれる理論である。以上の検討を踏まえて、広報においてどのようなインプリケーションが導出できるか、考察を行うこととする。

2. 対話とは何か？

対話の手法の具体的な検討に入る前に、そもそも対話とは何かについて、簡単に触れておこう。

劇作家で大阪大学教授の平田オリザは、対話（dialogue）と会話（conversation）は区別されるべきとする。「ケンブリッジ英英辞典」によれば、

conversation = a talk between two or more people, usually an informal one (二人かそれ以上の間で話すこと、たいていは堅苦しくない)

dialogue = 1, the talking in a book, play, or film (本や演劇や映画の中での話し言葉)

2, a formal discussion between countries or groups of people (集団や国家間の、きちんとした議論)

となっている。これを受けて、平田は「会話＝価値観や生活習慣なども近い親しい者同士のおしゃべり」、「対話＝あまり親しくない人同士の価値観や情報の交換。あるいは親しい人同士でも、価値観が異なるときに起こ

るその擦りあわせなど」と定義している（平田、2012、pp. 94-96）。また、「日本社会は、ほぼ等質の価値観や生活習慣を持った者同士の集合体＝ムラ社会」だったがゆえに、対話という概念が希薄であり、「異なる宗教や価値観が、陸続きに隣りあわせている」ヨーロッパの「説明しあう文化」に対して、日本独特の「わかりあう文化」「察しあう文化」もムラ社会から生まれたとしている（平田、2012、pp. 99-100）。

更に対論（debate）も対話とは異なる。平田によれば、対論は「AとBという二つの論理が戦って、Aが勝てばBはAに従わなければならない。Bは意見を変えねばならないが、勝ったAの方は変わらない」。一方、対話は「AとBという異なる二つの論理が摺りあわせり、Cという新しい概念を生み出す。AもBも変わる。まずはじめに、いずれにしても、両者ともに変わるのだということを前提にして話を始める」（平田、2012、pp. 102-103）。この対話の定義は、双方向対称モデルの定義にも非常に適応していると言えよう。

続いて、熟議民主主義の代表的手法である討論型世論調査（詳細は本稿3-2A）を日本に紹介した慶応義塾大学教授・曾根泰教の議論を紹介しよう。曾根（2007）も討論・審議（deliberation）や対話に対して、闘論（debateをこのように訳している）は区別すべきとする。闘論は自己の主張を訴えて支持を増加させるものであり、その「過程において自分の態度は変えず、いかに自分の主張が正しいか、相手側の主張に矛盾や欠陥があるのかを示すことが重要」である（曾根、2007、p. 135）。裁判での弁護士対検事の関係はその典型だろう。これに対して、対話は熟慮を促し、知識、理解の水準を上げるものであり、その過程の中で自己の選好が変化することに本質がある。対話（討論）が重要なのは、問題が解決したり、合意が形成されるとは限らないが、問題点や対立点が明確になり、「知識や理解が増大し、その間に考えたり、争点が明らかになり疑問を晴らしたりすることができる」ことにある（曾根、2007、p. 124）。³⁾ 平田と同様、対話はディベートとは異なり、選好の変化にその本質のあることが示されている。

広報における対話理論を提唱するKent & Taylor（2002）は、対話の特性を以下の5つに整理している。①相互関係（組織とパブリックの関係の承認）、②近接性（経時的で自発的なパブリックとの対話）、③共感（パブリックの目標と利害の支持と承認）、④リスク（個人やパブリックと彼らのやり方で進んで対話すること）、⑤コミットメント（組織がパブリックとの相互作用において、対話、解釈、理解に専念する程度）。また、「対話は交渉とは異なり、勝ち負けや妥協ではない」とした上で、「対話への参加者はモノではなく、ヒトとして見なされるべきである」、「対話において、権力や優位性の行使は避けられるべきであり、参加者はいかなる話題でも嘲笑や軽蔑を受けることなく気持ちよく話し合えなければならない」と、協働や相互平等の精神を強調している（Kent & Taylor, 2002, pp.24-25）。

3. 手法としての対話の検討

前章では、三組の論者による対話の定義について検討し、それが価値観の異なる者同士の擦りあわせであり、参加者の選好が変容し得るものであること、また相互平等の精神が必要とされることが明らかになった。これらを踏まえた上で、以下では多様な分野における対話の具体的手法の考察を通じて、その本質を明らかにしていこうと思う。

3-1. 広報における対話の手法

本稿の問題意識は、広報が対話を目指すものならば、それを実践する手法はどのようなものか、検討することである。そこで、広報における双方向の対話手法について、代表的な教科書を当たってみた。結論から述べれば、双方向の対話手法についての記述はあまり多いとは言えない。⁴⁾

まず、双方向コミュニケーションとして最も触れられるのは広聴活動である。「広聴は主に行政などが一般の人の意見や要望などを一方向で聞くこと」であり、「PRにおいては、広報と対をなしたりレーションに欠かせない要素である」とされ、具体的にはお客様相談室、モニター活動や、一般生活者・オピニオンリーダー・株主・従業員等を対象とした各種調査が挙げられる（電通パブリックリレーションズ, 2006, pp.88-89）。但し、これらは一部のモニター活動やオピニオンリーダー対象のインタビュー等を除いては必ずしも対話とは

いえないし、Grunig等のモデルで言えば双方向非対称モデルのフィードバックの域にとどまる場合が多いと考えられる。⁵⁾

一方、双方向の対話としては、メディアを対象とした記者懇談会やエンプロイヤー・リレーションズとしての対面コミュニケーション等が挙げられている（カトリップ他、2008、猪狩他、2007等）。但し、これらの施策の対象は限定的であり、パブリック全般を対象としたものではない。

こうした中で、対話型コミュニケーションの意義について整理しているのが、清水（2008）である。『説得型コミュニケーション』だけでは、なかなか行動変容までにつながっていかない。（…）コミュニケーションの両者の対称性を確保した上での対話型コミュニケーションが求められている」として、CSR経営におけるステークホルダー・エンゲージメントを紹介している。ステークホルダー・エンゲージメントとは、「取り組み課題を、ステークホルダーとの真摯な対話活動によって探り出し、企業にとって『事実として重要である』ことを確認する手法」である（猪狩他、2008、p. 91）。

ステークホルダー・エンゲージメントの手法として最も実践されてきたのは、ステークホルダー・ダイアログであろう。清水（2005、2010）によれば、97年7月にロイヤル・ダッチ・シェルが欧州7都市で開催したのが嚆矢である。95年の海底油田掘削やぐらの深海底投棄へのグリーンピース等の抗議活動が契機であり、不買運動が高揚し、企業経営の危機に遭遇した同社は海底投棄を断念し、社会的信用回復のための施策として実施した。その成果を中心に、98年に今日の環境報告書（CSRレポート）のモデルとなる「シェル・レポート」が発行された。また、ウェブ上でステークホルダーとの直接対話の仕組みもつくり、やりとりの経緯も公開された。⁶⁾ 当時シェルは月に平均1,100通のメールを受け取っていたが、全てに48時間以内の返答を義務づけたという。

我が国では01年に松下電器（現パナソニック）とトヨタ自動車が開催して経営陣との対話が行われ、その後、多くの企業も追随した。コミュニケーション・ツール（環境報告書等）の表現内容の意見聴取にとどまるものも見られるが、この2社はステークホルダー・ダイアログを「事業そのものの見直し・改革方向の検討材料」と位置づけ、いずれ「理念・方針の見直し」にもつながっていく活動と捉えている（清水、2010、p. 158）。そのような位置づけであれば、双方向対称モデルの対話と呼べるだろう。

ステークホルダー・ダイアログの目的は、CSRヨーロッパによれば、下記の4つに分類される（坂本、2006、pp. 76-77）。

- ①ステークホルダーとの紛争、緊張の緩和
- ②ステークホルダーによる課題発見
- ③ビジョン・戦略構築のための論点の提供／方策・計画の策定
- ④ステークホルダーによる監視・フォロー

これらの目的のうち①は合意が最終目標となり得るが、それに加え、課題や論点の発見が挙げられている点特徴的である。

また、手法は企業から見た場合、次の4つに分類できる。

- ①社外の特定の人と議論を深める
- ②社外の不特定多数の人と対話
- ③社内の関連部署担当者を対象にCSRの進捗を議論
- ④多くの社員とCSR報告書を通じた理解浸透と議論

一般に、不特定多数との対話は新鮮な視点の提供で、特定の人との継続的な議論は議論の成熟度で他方に優るが、それぞれ裏返しの弱点を持つと言える。

3-2. 熟議民主主義の手法

続いて、熟議民主主義の手法を検討する。熟議民主主義を取り上げる理由は、前述した通り、対話を通じた相互変容という点で双方向対称モデルと共通性があり、行政広報では直接的に、また企業広報でも間接的に参

考になるのではないかと考えたためである。

熟議民主主義 (deliberative democracy) とは、討議デモクラシーとも訳されるが、「人々が対話や相互作用の中で見解、判断、選好を変化させていくことを重視する民主主義の考え方」(田村、2008、p.ii) であり、そこでは「『あらかじめ決定された意思を持つ個人』という想定が問い直され、熟議による選好の変容」(田村、2008、p. 38) が重視される。⁷⁾

熟議民主主義にはさまざまな手法があるが、ここでは下記の3つの手法を取り上げる。

- A. 討論型世論調査
- B. プラヌクスツェレ (計画細胞)
- C. コンセンサス会議

これらは主に無作為抽出された市民が議論をする手法で、ミニパブリックスと称される。熟議民主主義には他にも多数の手法があるが、上記の3つの手法はいずれも代表的な手法であること、我が国での実施事例もあり、そのレビューも十分にされていることから選択した。

A. 討論型世論調査

昨年度我が国のエネルギー政策をテーマに実施されて知られるようになった。国政上の重要な政策決定過程での公式採用は世界初と言われる。⁸⁾ 討論型世論調査 (deliberative poll, 通称 DP) は次のように定義されている。

「通常の世界論調査とは異なり、1回限りの表面的な意見を調べる世界論調査だけではなく、討論のための資料や専門家から十分な情報提供を受け、小グループと全体会議でじっくりと討論した後に、再度、調査を行って意見や態度の変化を見るという社会実験」(慶応義塾大学 DP 研究センターホームページ)⁹⁾

具体的に手順を述べれば、まず無作為抽出の世界論調査 (例えば3,000人) が行われ、その中から討論フォーラム (例えば300人、2泊3日) の参加者が選ばれ、討論資料が事前送付される。フォーラムでは、最初にアンケート調査が行われた後、小グループ討論 (ファシリテーター+10数名で専門家への質問を決定) →全体会議 (専門家からの回答を聞く) を繰り返し、最後に再度アンケート調査が行われる。調査結果 (世界論調査、フォーラムの最初と最後の3回) を比較し、討論による意見や態度の変化を見る、というものである。

討論型世界論調査の意義は、政治的平等と熟議を両立させる点にある。考案者であるフィッシュキン (2009=2011) によれば、民主主義には政治的平等、熟議、政治参加の間にトリレンマがあるという (表1参照)。

表1 民主主義のトリレンマ

	政治的平等	熟議	政治参加
大衆民主主義 (投票=代議民主制・世界論調査)	+	- (非熟慮の意見)	+
動員による熟議 (諮問型市民参加の場合)	- (参加バイアス)	+	+
無作為抽出市民による熟議 (討論型世界論調査)	+	+	- (無作為抽出)

出所) フィッシュキン (2009=2011), p.79を修正

代議民主制 (投票) や世界論調査といった「大衆民主主義」では、政治的平等と政治参加は保証されるが、熟議はできないため、熟慮されていない「生の」意見が表出されることになる。一方、諮問型市民参加の場合のような「動員による熟議」では、熟議と政治参加は保証されるが、イシューに強い関心を持つ者が多く参加するというバイアスが避けられない。それらに対して、討論型世界論調査は無作為抽出市民による熟議を行うことで、政治的平等と熟議を両立させることができる (しかし、無作為抽出のため、政治参加は保証されない) (フィッシュキン、2009=2011)。

何故、政治的平等と熟議の両立は困難なのか。フィッシュキン (2009=2011) や坂野 (2012、2011、2010) の議論を要約すると、その理由は下記の通りである。

- ①合理的無知…わずかな影響力しか発揮できないのであれば、政治参加にコストをかけることは割に合わな

い

②非態度…政策への明確な意見がないのに、あるかのように回答する

③操作されやすい…世論は不安定で、情報操作に脆弱になる

④集団分極化…価値観の近い者・メディアが情報源として選別され、意見分布が極端な方向にシフトする

「合理的無知からは、非態度が生まれ（…）、合理的無知と非態度が蔓延すると、世論は不安定で、情報操作に脆弱に」なる（坂野、2012、p.6）。これに対して、討論型世論調査は、無作為抽出による市民が少人数で、異なる立場の情報提供を受けて、合意を求められずに討議をすることで、合理的無知や集団分極化を避けることができるのである（坂野、2012、2011）。

また、討論型世論調査において、理想的な討議（熟議）が行われるための条件は下記とされる（フィッシュキン、2009=2011、坂野、2012）。

①情報…争点に関わる信憑性のある情報に十分アクセスできる

②議論の実質的バランス…政策態度とその論拠を提示する機会が立場によって偏らない

③意見の多様性…世間の主要な立場（母集団を代表する意見）が議論の中で表明される

④誠実さ…戦略的駆け引きを行わない、真摯に異なる意見を吟味する

⑤他者意見の尊重…全ての意見が誰が発言者かにかかわらず、その論点自体で同等に検討される

B. プラヌンクスツェレ

プラヌンクスツェレ（ドイツ語で計画細胞という意味）は、「無作為抽出で選ばれ、限られた期間、有償で、日々の労働から解放され、進行役のアシストを受けつつ、事前に与えられた解決可能な計画に関する課題に取り組む市民グループ」（ディーネル、2008=2012、篠藤、2012）である。

通常1グループ25名が4日間のプログラムに参加し、最低4グループが並行して開催される。1コマ90分のプログラムが1日4コマ（4日で16コマ）あり、プログラムは専門家による情報提供→小グループでの討議→グループ発表→（必要に応じて）投票という進行が繰り返される。討議は市民のみ各5名で行われ、毎回メンバーが入れ替わる。アウトプットは市民答申報告書として行政に提出される（篠藤、2012）。

プラヌンクスツェレの意義・特徴は討論型世論調査と共通の部分が多いが、下記のようにまとめることができる（篠藤、2006、pp.62-64）。

①無作為抽出…社会の縮図として代表性と多様性が確保できる。課題に対して基本的に利害関係者でないので、交渉ではなく討議が行われる。次に選ばれる可能性はほとんどないため、社会的評価とは関連しない

②有償…生活保障された形で公共政策の形成に参加することで、分業化された現代社会の中でシステムに埋没する「市民」を復活させる

③専門家・利害関係者からの情報提供…情報の操作性がないように異なった意見を聞くことができる

C. コンセンサス会議

コンセンサス会議は、「社会的な争点となっている（おもに科学技術分野の）課題について、一般から募った約15人の市民パネルが、専門家とも対話しながら、数日間かけてじっくりと話し合う会議である。市民パネルの間で合意をつくり、それを市民提案文書としてまとめ、マスメディアや社会に発信したり、議員や政策担当者に提言したりする」（三上、2012、p.34）と定義できる。

前の2つの手法とは異なり、市民パネルは公募の場合が多く、性年代等のバランスは考慮されるが、無作為抽出にはあまりこだわらない。結果、参加者はかなり積極的な意思のある人達となる。但し、「テーマについてあらかじめ特定の立場に立たず、開かれたスタンスで議論できること」が参加資格であり、特定の知見や立場を持ち、それを主張しようとする人は「専門家」とされる（三上、2012、pp.39-40）。

また、集中的に開催されるのではなく、間隔を置いて会合が実施されるのも相違点である。2000年に我が国初の全国型・行政関与型の会議として実施された、農水省の遺伝子組換え農作物に関するコンセンサス会議を例にとれば（小林、2007、p.193）、

・第1回（準備会合・9月15日）：市民パネルが説明者から基礎知識等を得る

- ・第2回（準備会合・9月23-24日）：専門家に対する「鍵となる質問」を作成する
- ・第3回（本会合・10月28日）：専門家より「鍵となる質問」に対する解答を受け、質疑応答を行う
- ・第4回（本会合・11月3-4日）：「市民の考えと提案」をとりまとめ、記者発表を行う

コンセンサス会議は、テクノロジーアセスメント（TA）の一手法として、市民が科学技術をコントロールする参加型TAとして生まれたが、その背景には「トランス・サイエンス的問題」がある。これは、72年に物理学者ワインバーグが「科学に対して問うことはできるが、科学が答えることはできない問題」として提唱したものである。科学には、例えば低レベル放射線障害の生物学的影響、原発の全ての安全装置が同時に故障する確率のように、解答を得ることが現実的に不可能な問題があり、¹⁰⁾ こうした問題の意思決定は社会がどのような科学を求めるか、すなわち倫理的・経済的視点等を含む価値の問題とならざるを得ない。したがって、科学技術の「シビリアン・コントロール」が必要とされる。かつては、科学（客観的事実）と権力（価値の領域）はそれぞれ閉じた領域として独立しており、政治的意思決定の際に科学は権力に客観的真理を供給すればよいと考えられていた。しかし、現在は科学と政治の領域が交錯するトランス・サイエンスの領域が拡大した結果、科学的問いに対して政治（社会）の側が答えを出さなければならなくなっているのである。

トランス・サイエンス的問題は、科学と社会のコミュニケーションのあり方も大きく変えてきている。伝統的な科学と社会のコミュニケーションは、一般市民を正確な科学知識の欠如した状態と捉える「欠如モデル」に基づいている。科学や技術に対する不信は正確な知識を持っていないからであり、正確な知識を身につければ専門家と同じ理解に到達し、不信は解消する、それでも不信感を持つ人は非合理で、情緒的だというものがある。科学の側に正解があり、それを社会に正しく理解してもらおうという構造が必要となり、欠如した状態を解消する活動はパブリック・アクセプタンス（講演会や「わかりやすい」パンフレット等が該当する）と呼ばれる（小林、2004、p.iii）。

欠如モデルに基づき、市民のみが教えられる啓蒙型コミュニケーションから、信頼の構築を目指して科学者と市民の両方が学ぶ対話型コミュニケーションが求められている。前述の2000年に農水省が遺伝子組換え農作物をテーマに実施したコンセンサス会議は、こうした時代の変化を表す取り組みとして興味深い。運営委員会での農水省の課長の挨拶を一部抜粋してみる。

「役所の世界では、オチのない会議というものはやってはいけない、というのが不文律であります。その点で、今回のコンセンサス会議はあらかじめ落としどころが決まっていなかった会議という意味で、役所にとっては異例のものであります。ではなぜこのようなものに農水省が取り組むのかと申しますと、一言で言うと政治不信、行政不信であります」「（今回のコンセンサス会議の目指すところに、）消費者の関心にこたえるという課題があります。従来この課題に取り組んできており、研修やビデオ、パンフレット作成などを行っておりますが、必ずしもうまくいっているとはいえません。（…）タイムリーな情報提供を行うこと、政策決定の透明性を高めること、そして双方向型の情報交換を実現したいと思っております」（小林、2004、pp. 175-176）。

以上、熟議民主主義の代表的な3つの手法について検討してきたが、ここで簡単な考察を行っておきたい。

まず、熟議民主主義の手法はいずれも直接の利害関係者は参加者とし、ない点に特徴のあることが指摘できる。参加者（市民）の討論（対話）を通じた態度変容可能性が手法の前提であり、態度の固定していると思われる直接の利害関係者は参加せず、市民に情報提供する専門家と位置づけられている。¹¹⁾ 態度が固定している場合、それは討論ではなく、勝ち負けを決するディベート（対論・闘論）になる。また、基本的に主体は行政であり（実施主体は委託先の中立機関となる場合も多いが）、直接の利害関係者は参加しなくとも、全ての市民が広義の利害関係者であると捉えられるので、こうした手法が成立すると言えるだろう。

また、これらの手法は既に我が国では複数回の開催実績があり、アウトプットが議会や行政に答申される等、成果も上がっている。討論型世論調査が民主党政権時のエネルギー政策の選択肢の参考情報とされた他、2006年に北海道庁等が実施した「遺伝子組換え作物コンセンサス会議」は道条例見直しの検討材料となった。プラマンクスツェレは、開催日数を減らした「市民討議会」に翻案され、行政と青年会議所の共催等で全国で

200回以上開催されている。また、ミニパブリックスにおいて、日本人も十分に熟議ができたという報告がされている点も付け加えておきたい（坂野、2012等）。一般に日本人は対話や討議が苦手とされているが、お互いの立場や利害を離れ、ルールのある熟議の場が与えられれば、成果を上げることができると考えられる。

3-3. 社会的合意形成の手法

前節で検討した熟議民主主義の手法は理想的な対話の環境を構築することに成功していると評価されるが、基本的に直接の利害関係者は参加しない。本節では熟議民主主義の手法とは異なり、直接の利害関係者間の合意形成のための手法を検討する。まず、社会基盤整備事業の社会的合意形成のプロジェクト・マネジメント¹²⁾に多数関わっている東京工業大学大学院教授・桑子敏雄の議論を紹介する。続いて、桑子の理論のバックボーンとなっていると考えられるコンセンサス・ビルディング手法のベースにある交渉学について見ていくこととする。

D. 社会的合意形成のプロジェクト・マネジメント

桑子は哲学者であるが、環境哲学の書籍を出版したことが契機となり、2004年以降国土交通省等の社会的合意形成に専門家として関わっている。具体的には、河川改修、まちづくり、景観整備等のステークホルダー間に意見の対立のある事業の合意形成に携わってきた。

桑子（2011a）によれば、合意形成とは「多様な意見の存在を承認し、それぞれの意見の根底にある価値を掘り起こして、その情報を共有して、解決策を創造するプロセス」、あるいは「みんなで話し合い、熟慮された賢明な提案を採択し、笑いを含む工夫をこらしながら、決断へと至るプロセス」と定義される。合意とは「このようなプロセスを通じて得られた結果」（桑子、2011a、pp.189-190）であり、社会的合意形成とは「社会基盤整備のように、ステークホルダーの範囲が限定されていない状況での合意形成」（桑子、2011a、p.179）のことである。ここで、ステークホルダーとは事業に関心・懸念（interest）を抱く人びとを指す。

桑子の議論のポイントの1つは多様な意見である。異なった意見は当然対立の原因になるが、「むしろ創造的な問題解決に至るための知的資源」（桑子、2011a、pp.185）になるという。合意形成を導くためには、それぞれの意見の根底にある価値を掘り起こすことが必要である。この価値はステークホルダーのインタレスト（関心・懸念）、言い換えればその意見を持っている理由であり、それを明らかにすることが解決の鍵を握っている（詳細は本稿3-3E）。

もう1つのポイントは、ステークホルダーが対等の立場で参加する開かれた話し合いである。「住民・市民の行政に対する不信の源泉は、事業主体と住民・市民との関係が明確でないことである。従来型の事業説明では、行政が計画をつくり、『ご理解いただく』ための説明会や懇談会を開催することで、『意見を聞いた』こと」にする、結論ありきのアリバイづくりも多く見られた。しかし、これからは「お互いを理解・尊重しながら多様な意見を出し合い、議論を深めることで、お互いに納得できる手段を含めた方向性を見いだすこと」が求められる。

また、社会的合意形成では票決は行ってはならない。「代表権のない参加者による会議での票決は、有効でないだけでなく、勝者と敗者を生み出し、対立を温存してしまう」からである（桑子、2010、p.33）。¹³⁾

更に、桑子（2011b）は「現代の日本社会ではインフォームド・コンセント、すなわち、情報の共有にもとづく自律的な意思決定の尊重という考えがまだ欠落している」と批判している。2011年3月11日の東日本大震災の発生に際して、特定の情報について「パニックを起こすから知らせないようにする」と判断したことは、こうした考えから来ている。社会的合意形成で重要なのは、「①情報をしっかりと共有すること、②最適な判断と行動の能力を身につけること、③人の意見に従うのではなく、みずから判断の根拠をもち、意見発信の主体となること」であり、この条件にもとづき、話し合いによって対立する問題を創造的に解決してゆくことが合意形成である（桑子、2011b、pp.3-4）。

E. コンセンサス・ビルディング手法のベースにある交渉学

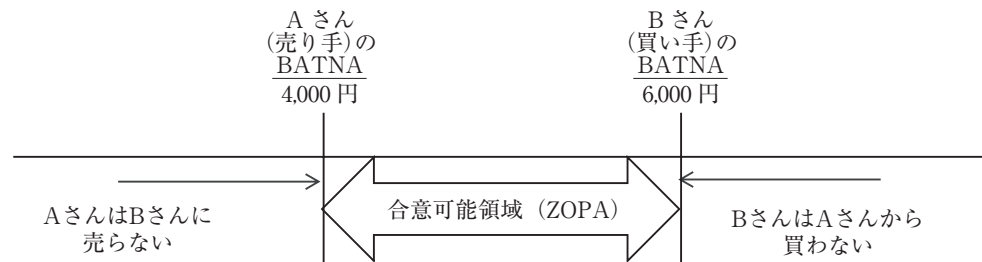
桑子は必ずしも明示していないが、彼の社会的合意形成の理論のバックボーンにあるのは、米国のコンセン

サス・ビルディング手法であると思われる。この領域の第一人者はマサチューセッツ工科大学大学院教授で都市計画を専門とするローレンス・サスカインドである。この手法のベースにあるのが交渉学と呼ばれる理論であり、以下では彼に師事した東京大学大学院特任准教授・松浦正浩の議論を検討する。

松浦 (2010) によれば、交渉 (negotiation) とは「複数の人が、将来の協力行動について約束するための話し合い」(松浦、2010、p. 17) であり、当事者の利害そのものは不変として、「それぞれの利害を満足させる合理的な共存策を導き出す」(松浦、2010、p. 46) 利害調整のことである。選好ひいては利害の変容可能性を前提とし、利害調整のみを目的としない対話とは異なることがわかる。¹⁴⁾ 一方、松浦は「いかにして相手の妥協を引き出すか、思い通りに相手の感情を操るか」という説得とも異なるとしている。¹⁵⁾

以下では、交渉が WIN/WIN を目指すものであること、一方その中で「WIN/LOSE」を生むものであることを説明しよう。

図2 合意可能領域 (ZOPA): 配分型交渉の場合



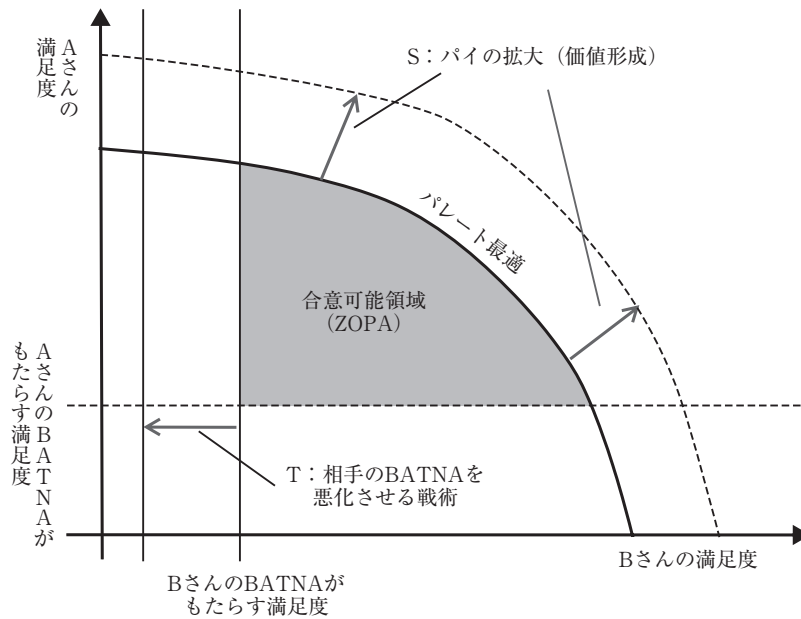
(出所) 松浦 (2010)、p.62

交渉学の最も基本的な論理は、交渉の「合意可能領域」(ZOPA=Zone Of Possible Agreement と呼ばれる) は「交渉が決裂したときの最も良い代替案」(BATNA=Best Alternative To a Negotiated Agreement と呼ばれる) の間に存在することである。図2には、Aさん (売り手) とBさん (買い手) がある商品の売買価格を交渉している場合が示されている。AさんのBATNA (Bさんに売ってもよい最低価格。他にこの価格での買い手がいるため) は4,000円、BさんのBATNA (Aさんから買ってもよい最高価格。他にこの価格での売り手がいるため) は6,000円なので、ZOPAは4,000～6,000円となる。この範囲で売買が成立すれば、AさんもBさんもBATNAから見て損はしないことになり、WIN/WINの交渉になるからである。

図2は、一方の利得が増えれば、他方の利得が減る「配分型交渉」(distributive bargaining) であるが、これとは別に「統合型交渉」(integrative bargaining) がある。配分型交渉では一つしか交渉事項がないが (例えば、価格のみの交渉)、統合型交渉では二つ以上の交渉事項がある (例えば、価格に加え、納期も同時に交渉)。交渉事項を増やし、相手が自分よりも価値をおく事項と、自分が相手よりも価値をおく事項を交換することで (例えば、価格と納期の条件間で取引を行う)、両者の効用水準を高め、合意につなげるわけだ。前項で桑子がインタレスト (意見の理由) が重要とした理由もここにある。当事者が望んでいる結論である立場 (position) と、その主張の背景にある理由である利害 (interest) を区別し、利害に着目することで、お互い満足のいく合意条件を見つけられる可能性が高まる。すなわち、立場は対立していても、利害が異なれば、交渉はまとまり得るからである。

図3は、統合型交渉を示している。縦軸をAさんの満足度、横軸をBさんの満足度とし、両者の資源の制約から生ずる、交渉によって得られる満足度の限界 (パレート最適と呼ばれる) を曲線で示すと、ZOPAは2人のBATNAとパレート最適に囲まれた領域 (網かけ部分) となる。ZOPAの範囲で決着すれば、WIN/WINの交渉となるが、パレート最適の曲線上 (それ以上合意条件を改善できない) での決着が最も望ましい。

図3 合意可能領域（ZOPA）：統合型交渉の場合



(出所) 松浦 (2010)、p.66 を筆者修正

ここで重要なのは、交渉には価値形成と価値分割の両面がある点だ。交渉によってパレート最適を右上にシフトさせること（図中のSの矢印）は、パイを拡大することであり、WIN/WINにつながる価値形成である。しかし、ZOPA内あるいはパレート最適上のどのポイントで決着するかは、パイをどう切り分けるかの価値分割となり、WIN/LOSEが発生する。¹⁶⁾ 更に言えば、交渉の中では相手のBATNAを悪化させる戦術（図中のTの矢印）も取り得る。そもそも相手のBATNAを知ることで、交渉力は強化されるし、逆に相手にBATNAを知られることは交渉力を弱体化させる。つまり、交渉はWIN/WINを目指す話し合いではあるが、その中でのWIN/LOSEを決めるために戦略的にふるまうものであり、対話とは性格が異なるのである。

松浦 (2010) は、ビジネス交渉（企業間取引）と社会的合意形成、更に熟議民主主義との違いを次のように説明している。ビジネス交渉は、一対一交渉が多く、お互いの価値観・利害関心は所与の条件であり、企業が価値観を大きく変えることはない。この点で、利害関係に縛られない自由な対話によって、公共的な価値観を創生していく熟議民主主義とは異なるとされる。

一方、社会的合意形成では、マルチ・ステークホルダー交渉が多く（ステークホルダーの数が多く）、価値観を形成・促進する側面も少し含まれる。社会的合意形成のテーマやステークホルダーは可変的だし、合意形成の中で（特に長い時間が経てば、）価値観や利害の変化も十分に起こりえる。社会的合意形成であれば、協議の外部にいるステークホルダーが合意をどう捉えるかも重要な問題となる。

企業も外部の人々（社会）の視線を気にしているから、CSR活動を行っているのであり、持続可能な経営を実現するためには、利益最大化を狙う狭い意味での「交渉」ではなく、多様なステークホルダーが参画でき、新たな価値観にも柔軟に対応できる、社会の大多数の人々のことまでも慮った交渉が必要であると、松浦 (2010) は結論づけている。企業も社会性を意識した場合、交渉から対話へと接近していく局面が求められることになろう。

4. 考察

本稿では、双方向対称モデルを起点として、広報における対話を実践する手法を検討し、広報のあり方を捉え直すために、熟議民主主義や社会的合意形成、交渉学等の議論をみてきた。以下では、対話の定義や必要条件を、交渉等との差異も含めて整理しておく（表2も参照のこと）。

まず、そもそも対話とは何か。対話とは、会話とは異なり、価値観の異なる者同士の擦りあわせである。一方、勝ち負けを決めるディベート（対論・闘論）とも、両者（参加者）の選好が変容し得る点で異なる。言い換えれば、選好が変わり得ない参加者がいるのであれば、それは対話ではないことになる。例えば、行政の社会基盤整備事業に見られる結論ありきの「住民参加」は対話ではなく、アリバイづくりに過ぎない。伝統的なコミュニケーションにおけるパブリック・アクセプタンスも、市民の知識の欠如した状態の解消という前提に立っている限り、対話とはいえない。対話は、問題解決、合意形成につながるとは限らないが、問題点・対立点が明確になり、相互理解が深まる点に最大の特徴があると言えよう。

表2 対話・交渉等の比較

	会話	対話	交渉	対論・闘論	操作（説得）
参加者	← 価値観が近い	対等なポジション 価値観が異なる			→ 対等でない
目的	弱い ← 会話自体が目的	WIN/WIN 利害調整 + 課題・論点発見	目的達成のための手段性 WIN/WIN（中でのWIN/LOSE） 利害調整	WIN/LOSE （勝ち負け）	→ 強い
手法	弱い ←	操作ではない	戦略性 操作ではない （但し戦略的手段あり）		→ 強い 一方向の操作
価値観の変容		双方 ○	双方 ×	一方×他方○	送り手×受け手○
利害の変容		双方 ○	双方 ×	一方×他方○	送り手×受け手○
選好・態度・立場の変容		双方 ○	双方 ○	一方×他方○	送り手×受け手○

次に、対話に必要な条件を整理してみよう。熟議民主主義や社会的合意形成の手法の検討から、以下の2点が条件として浮かび上がってきた。第一に、多様でバランスのとれた情報の提供・共有が前提である。異見は対立の原因にもなり得るが、創造的な問題解決に至るための知的資源にもなり得る。十分な情報が提供されることのないままでの合意は真の合意とは言えず、透明性が何よりも求められる。

第二に、真の意味での対等が必要である。発言者の立場にかかわらず他者の意見を尊重すること、戦略的駆け引きを行わない誠実さが不可欠であり、根本的には参加者同士の信頼が重要である。信頼は対話の前提条件というよりも、その構築が目的となる場合も多いであろう。

それでは、交渉とは何か。交渉も対等な立場でWIN/WINを目指すものであり、一方が他方を操作しようとするものでも、勝ち負けを決めるものでもない点では、対話と共通している。しかし、当事者の利害（やその背後にある価値観）は不変として、それぞれの利害を満足させる合理的な共存策を導き出すものであり、利害を不変とする点で対話とは異なる。また、WIN/WINの領域の中で、より有利な結論を得ようとし、その結果「勝ち負け」が発生する、そのために戦略的手段が行使され得ることも対話との相違点である。更に、交渉の目的はあくまでも利害調整であるのに対して、対話の目的はそれに限定されるものではなく、課題や論点の発見という目的も重要である。そもそも対話では、利害の前提となるアジェンダそのものが問い直されることもあり得る。

以上を踏まえて、広報において対話を実践する手法やその原理について考えてみよう。

熟議民主主義におけるミニパブリックスは、参加者に多様でバランスのとれた情報を提供し、対等な立場を保障することで、理想的な対話を実現する手法と言える。対話の中で選好や態度を変容する可能性を担保するために、あらかじめ特定の立場に立つ直接の利害関係者を参加させない点が大きな特徴となっている。この手法に意味があるのは、社会基盤整備事業のような社会的合意形成においては全ての市民が（直接の利害関係者でなくても）潜在的ステークホルダーになり得るからである。また、一般に対話が苦手とも言われる日本人で

も、一定のルールと場が与えられれば、十分に意義のある対話のできることは実績が示している。その意味で、行政広報においては積極的にミニパブリックスの手法を参考にしていくべきと考える。

一方、企業広報においては、直接の利害関係者を除外するミニパブリックス的な手法を導入することは困難な場合が多いであろう。ビジネス上の交渉は広報の領域外であるが、直接の利害関係者と対等な立場で WIN/WIN の共存策を探っていく交渉の手法がまずは採用されると考えられる。Grunig が双方向対称モデルへの批判を受けて提唱した混合動機モデル（本稿 1 で紹介）は、純粋な対話に交渉の側面を付加したと捉えることができるだろう。¹⁷⁾

しかし、広報（パブリック・リレーションズ）を単に企業（組織）と（顕在化している）ステークホルダーの間のコミュニケーションではなく、公衆（パブリック）、すなわち「自律的な公共性を担う主体との間のコミュニケーション」と捉えるならば、より多くの市民が潜在的なステークホルダーとなるので、行政と同様に企業広報でもミニパブリックスのような純粋な対話を取り入れるべきである。「企業と私生活を送る市民（消費者）をつなぐコミュニケーションは基本的にマーケティングコミュニケーションと捉えられるが、その中でも CSR 広告や倫理消費に関わるコミュニケーションは、市民（消費者）の公共的部分に訴求するものであり、それは Public Relations と考えられる」（櫻井、2013、pp.73-74）。従来以上に企業の社会的責任が問われる中、パブリックとの対話を通じて多様な価値観に基づく論点・課題を発見し、自己変容を遂げていくことが求められよう。

なお、対話の実現においては従来あまり言及されてこなかったパブリックのあり方についても触れる必要があると思われる。双方向対称モデルにおいては、非対称モデルとは異なり、組織（企業や行政）の側にも自己変容の可能性が求められるが、逆に言えば、パブリックも一方的に変容を受け入れる側にいるのではなく、情報に基づき自ら意思決定できる自律性を必要とすることを忘れてはならない。組織も含め、人の意見に従うのではなく、みずから判断の根拠をもち、意見発信の主体となり、時には組織の態度の変容を促す必要がある。一般に対話が苦手と言われる我が国においては、とりわけこの点が強調されるべきだろう。

以上、本研究では隣接領域の対話や交渉の手法を検討した上で、行政はもちろん企業においても熟議民主主義の手法を参考に取入れていくべきとの提言を行ったが、それは原理的なレベルにとどまっている。文中でも若干触れたが、我が国でもステークホルダー・ダイアログが導入されて、10 年以上が経つ。今後はその実態を把握し、成果や課題を抽出し、具体的にミニパブリックスの手法等をどのように導入することが可能か、研究を進めたいと考える。

注

- 1) Grunig & Grunig (1992, pp.307-309) は、双方向対称モデルは異なる価値観を持つ人々が倫理的なルールに従って対話する場を提供するので、他のモデルより倫理的だとする。また、複数の研究成果を通じて双方向対称モデルの有効性を検証している。組織がパブリックよりパワーを持つ場合は非対称型広報の成果が大きいが、パブリックのパワーは増大しており、両者のパワーが近接していれば、対称型広報の成果が最も大きいとされる。
- 2) Grunig & Hunt (1984, pp.26-27) では、プレスを招待しての説明会や対話セッション、コミュニティ・リーダーとの対話セッションやインタビューが手法として紹介されている。
- 3) 曾根 (2007) は、本来の民主主義の討論過程は対話を前提にしてきたのだろうが、議会の発達は党派性を伴っており、ダイアログよりもディベートに近い役割を担っているとしている。
- 4) カトリップ他 (2006=2008)、電通パブリックリレーションズ (2006)、猪狩他 (2002、2007、2008)、井之上 (2001、2006)、日本パブリックリレーションズ協会 (2011、2012)、宣伝会議 (2012) を参照した。
- 5) これら手法においても、パブリックからの情報によって組織に態度や行動の変容が起こるのであれば、それは双方向対称モデルの対話と呼ぶことができる。
- 6) Kent & Taylor (1998, 2002) は、対話を広報の実践に組み入れる手法として、インターネット（ウェブ）を活用した対話関係の構築を強調している。
- 7) 熟議民主主義に対立する概念として、集計民主主義がある。これは「諸個人の選好を所与と見なし、政治をこれらの選好の集計と考える」ものである（田村、2008、p.37）。
- 8) エネルギー・環境の選択肢に関する討論型世論調査 実行委員会 (2012) の「はじめに」の記述による。
- 9) 慶応義塾大学 DP 研究センターホームページ http://keiodp.sfc.keio.ac.jp/?page_id=22 (2013 年 9 月 16 日アクセス)
- 10) 低レベル放射線障害の生物学的影響を例にとると、放射線量 30 レントゲンでハツカネズミの突然変異率が 2 倍になるのがわ

- かった場合、正比例するならば、150 ミリレントゲンで0.5%上昇することになるが、これを実験で95%の信頼度で確認するためには80億匹のハツカネズミが必要となり、事実上不可能である（小林、2007、p.126）。
- 11) 無作為抽出は直接の利害関係者を100%排除する訳ではないが、その全体に占める比率が小さければ、事実上参加することは難しい。
- 12) 「プロジェクトとは、唯一的な成果物、サービス、結果を創り出すために企図された時限的な作業」（桑子、2011a、p.83）であり、同じ成果を繰り返し生み出すことが求められる定常業務とは異なるマネジメントが必要とされる。
- 13) 社会的合意形成はディベートではないことを示している。
- 14) 本稿では、学問領域によって異なる術語を、「価値観→利害→選好・態度・立場→行動」という4つのレベルで整理している。交渉学では立場（意見）と利害（意見の理由）を区別し、利害（更にはその背景にある価値観）は不変と考える。一方、熟議民主主義では選好が変容し得ることが不可欠であるが、対話における選好は立場や態度（その結果が行動に結びつく）と同水準の言葉と捉えられる。ディベートでは選好は変容しないのに対して、交渉では対話と同様に選好（＝立場）は変容し得るので、交渉と対話の本質的な違いは前者が利害・価値観が不変であるのに対して、後者は利害・価値観から変わり得ることにある。
- 15) 松浦（2010）は「説得」を「操作」と同義に使用している。Grunigも操作（manipulation）と説得（persuasion）を並列して使用している場合が多いが、必ずしも説得を非倫理的と捉えているわけではない。
- 16) 配分型交渉の例（図2）で言えば、4,000円～6,000円のどこで価格が決定するかである。
- 17) Grunig（2001）は、紛争状態における双方向対称モデルの実践方法のマニュアルとして、コンセンサス・ビルディング手法の第一人者であるサスカインド等の著書 *Dealing With an Angry Public*（1996）を挙げている。

文 献

- Cutlip, S. M. et al., *Effective Public Relations 9th edition*, New Jersey, Prentice Hall, 2006. 邦訳：スコット・M・カトリップ他，『体系パブリック・リレーションズ』，日本広報学会監修，ピアソン・エデュケーション，2008.
- 電通パブリックリレーションズ，『戦略広報－パブリックリレーションズ実務事典』，電通，2006.
- Dienel, P.C., *Demokratisch Praktisch Gut*, Bonn, Dietz, 2008. 邦訳：ペーター・C・ディーネル，『市民討議による民主主義の再生』，篠藤明徳訳，イマジン出版，2012.
- エネルギー・環境の選択肢に関する討論型世論調査 実行委員会，『エネルギー・環境の選択肢に関する討論型世論調査 調査報告書』，2012.
- Fishkin, J.S., *When the People Speak*, Oxford, Oxford University Press, 2009. 邦訳：ジェイムズ・S・フィッシュキン，『人々の声が響き合うとき』，曾根泰教監修，早川書房，2011.
- Grunig, J.E., Two-Way Symmetrical Public Relations, in Heath, R. L. (ed), *Handbook of Public Relations*, California, Sage Publications, Inc., 2001, pp.11-30.
- Grunig, J.E., & Grunig, L.A., Models of Public Relations and Communications, in Grunig, J.E. (ed), *Excellence in Public Relations and Communication Management*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1992, pp.285-325.
- Grunig, J.E., & Hunt, T., *Managing Public Relations*, Florida, Harcourt Brace Jovanovich, 1984.
- Grunig, L.A. et al., *Excellent Public Relations and Effective Organizations*, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 2002.
- 平田オリザ，『わかりあえないことから』，講談社，2012.
- 猪狩誠也他，『コーポレート・コミュニケーション戦略』，同友館，2002.
- 猪狩誠也他，『広報・パブリックリレーションズ入門』，宣伝会議，2007.
- 猪狩誠也他，『CC戦略の理論と実践』，同友館，2008.
- 井之上喬，『入門パブリックリレーションズ』，PHP 研究所，2001.
- 井之上喬，『パブリックリレーションズ』，日本評論社，2006.
- Kent, M.L., & Taylor, M., Building Dialogic Relationships Through the World Wide Web, *Public Relations Review*, 24, 1998, pp.321-334.
- Kent, M.L., & Taylor, M., Toward a Dialogic Theory of Public Relations, *Public Relations Review*, 28, 2002, pp.21-37.
- 小林傳司，『誰が科学技術について考えるのか』，名古屋大学出版会，2004.
- 小林傳司，『トランス・サイエンスの時代』，NTT 出版，2007.
- 桑子敏雄，『国土政策と社会的合意形成のプロジェクト・マネジメント』，『季刊政策・経営研究』，vol.4, 2010, pp.19-37.
- 桑子敏雄，『社会基盤整備での社会的合意形成のプロジェクト・マネジメント』，猪原健弘，『合意形成学』，2011a, pp.179-202.
- 桑子敏雄，『地震・津波・大規模核汚染災害と再生のための合意形成』，『ERI review』，vol.9, 2011b, pp.2-6.
- 松浦正浩，『実践！交渉学』，筑摩書房，2010.
- 三上直之，『日本でのコンセンサス会議の展開とその課題』，『計画行政』，33 (3), 2010, pp.15-20.
- 三上直之，『コンセンサス会議』，篠原一，『討議デモクラシーの挑戦』，2012, pp.33-60.
- Moloney, K., Teaching Organizational Communication as Public Relations in UK Universities, *Corporate Communication: An International Journal*, 2, 1997, pp.138-142.
- 日本パブリックリレーションズ協会，『広報・PR実務』，同友館，2011.
- 日本パブリックリレーションズ協会，『改訂版広報・PR概論』，同友館，2012.
- Pieczka, M., Paradigms, Systems Theory and Public Relations, in L'Etang, J., & Pieczka, M. (eds), *Critical Perspectives in Public Relations*, London, International Thomson Business Press, 1996, pp.124-156.
- 坂本文武，『対話手法ステークホルダー・ダイアログのすすめ』，『週刊東洋経済』，2005.12.7, pp.76-78.

- 坂野達郎, 「討議民主主義手法としての DP の意義と課題」, 『計画行政』, 33 (3), 2010, pp.21-28.
- 坂野達郎, 「討議型意識調査手法『Deliberative Poll』の実験」, 猪原健弘, 『合意形成学』, 2011, pp.141-159.
- 坂野達郎, 「討論型世論調査 (DP)」, 篠原一, 『討議デモクラシーの挑戦』, 2012, pp.3-31.
- 櫻井光行, 「パブリック・リレーションズ再考のための試論」, 『広報研究』, 17 号, 2013, pp.69-80.
- 宣伝会議「広報担当者養成講座」講師, 『広報入門』, 宣伝会議, 2012.
- 清水正道, 「CSR コミュニケーション」, 『広報研究』, 9 号, 2005, pp.14-29.
- 清水正道, 「企業の社会活動とコミュニケーション」, 猪狩誠也他, 『CC 戦略の理論と実践』, 同友館, 2008, pp.59-96.
- 清水正道, 『環境コミュニケーション』, 同友館, 2010.
- 篠藤明徳, 『まちづくりと新しい市民参加』, イマジン出版, 2006.
- 篠藤明徳, 「ブラーヌクスツェレと市民討議会」, 『計画行政』, 33 (3), 2010, pp.9-14.
- 篠藤明徳, 「計画細胞会議 (ブラーヌクスツェレ)」, 篠原一, 『討議デモクラシーの挑戦』, 2012, pp.61-79.
- 曾根泰教, 「『討論型世論調査』の可能性」, 橋本晃和, 『21 世紀パラダイムシフト』, 冬至書房, 2007, pp.123-140.
- Susskind, L.E., & Cruikshank, J.L., *Breaking Robert's Rules*, Oxford, Oxford University Press, 2006. 邦訳: ローレンス・E・サスカインド/ジェフリー・L・クルックシャンク, 『コンセンサス・ビルディング入門』, 城山英明・松浦正浩訳, 有斐閣, 2008.
- 田村哲樹, 『熟議の理由』, 勁草書房, 2008.
- 田柳恵美子, 「サイエンス PR における市民関与・協働型コミュニケーションの可能性」, 『広報研究』, 12 号, 2008, pp.1-15.

〈学会誌委員会注：本論文は査読委員の査読審査を経ております〉

対話としての広報

櫻井 光行

(株)ビジネス・デザイン・アソシエイツ

Grunig 等の双方向対称モデルが示すように、広報が操作や説得ではなく、対話を目指すものならば、それを実践する手法はどのようなものか、その検討を通じて広報のあり方を捉え直してみた。

対話による選好の変容を重視する熟議民主主義の手法は、多様でバランスのとれた情報の提供を受けた市民が対等に議論を行うものであり、理想的な対話を実現している。但し、態度が固定している場合の多い直接の利害関係者は参加者としない。一方、社会的合意形成手法のベースにある交渉学では、直接の利害関係者が利害そのものは不変として、各々の利害を満足させる共存策を導き出す。

行政広報では全市民が潜在的な利害関係者であるため、直接の利害関係者を除外して理想的な対話を追求することに意味がある。一方、企業広報では交渉がメインとなろうが、社会性が問われる中、対話を通じて多様な価値観に基づく論点を発見し、自己変容を遂げていくことが求められる。

キーワード：広報理論、対話、熟議民主主義、社会的合意形成、交渉

Public relations as dialogue

Mitsuyuki SAKURAI

(Business Design Associates Inc.)

This paper examines what public relations is through the process of consideration on public relations as dialogue.

Deliberative democracy venerates transformation of preference through dialogue. Citizens argue with each other on even ground, which fulfills the ideal dialogue. However, direct stakeholders who tend to have the hardened opinion are excluded from it.

In the negotiation theory, interests of stakeholders are changeless, and it leads a coexistence solution to satisfy each interests.

With regard to government public relations, all citizens are potential stakeholders, so it is meaningful to pursue ideal dialogue excluding direct stakeholders.

Corporate public relations supposes mainly negotiation as of now, but companies will face necessity to accomplish self-transformation through dialogue.

Keywords: public relations theory, dialogue, deliberative democracy, social consensus building, negotiation.