

JAAMの広報に関する活動と戦略

大島 都江¹

¹個人正会員 日本アセットマネジメント協会 事務局 (〒108-0023 東京都港区芝浦 3-15-5-302)

E-mail: oshima@ja-am.or.jp

JAAMは「国内外でのアセットマネジメントの普及及び有効なアセットマネジメントシステムの定着を目指す」という組織の目的を達成するため、ホームページや記者発表等の広報活動を積極的に行ってきた。本稿では、JAAMがこれまで行ってきた広報活動について紹介するとともに、組織の目的を達成するために必要な、今後のパブリック・リレーションズのあり方と改善の可能性について論じる。

キーワード: アセットマネジメント, パブリック・リレーションズ, JAAM

1. はじめに—パブリックリレーションズの重要性

コミュニケーションは、アセットマネジメントを支援する重要な要素の一つである。アセットマネジメントの整合 (Line of Sight) を達成するために、組織内部での緊密なコミュニケーションが必要であることは言うまでもないが、アセットマネジメントシステムに対する透明性を確保し、説明責任を果たすために、コミュニケーションは組織外部のステークホルダーとの間でも確実かつ適切に行われることが望ましい。また、組織外部のステークホルダーとのコミュニケーションによって得られた情報は、組織の状況の理解やアセットマネジメントの継続的改善のための重要なインプットとなる。トップマネジメントには、このようなコミュニケーションを確実に実施する責任がある。

パブリック・リレーションズ (PR) は、日本語で広報または宣伝と呼ばれることもあるが、本来、「ステークホルダーと双方向のコミュニケーションを行い、良い関係を構築し、継続していくマネジメント」を意味し、近年では組織経営に欠かせない考え方として、重要性が高まってきている。コミュニケーションを重視するアセットマネジメントにおいても、主に組織外部のステークホルダーとのコミュニケーションを円滑に行うために、PRは重要な考え方である。

JAAMは「国内外でのアセットマネジメントの普及及び有効なアセットマネジメントシステムの定着を目指す」ことを目的として2017年5月に発足し、その目的を達成するために、ホームページや記者発表等の広報活動を積極的に行ってきた。この活動は今のところ「広報」の域

を出ないものであるが、昨年度は会員向けホームページや Facebook、今年度は機関誌「アセットマネジメントジャーナル」の創刊など、広報のチャンネルを拡大し、双方向のコミュニケーションを促進して、ステークホルダーの多様なニーズに対応できるよう、広報の充実と向上を図っている。

本稿では、JAAMがこれまで行ってきた広報の活動を紹介するとともに、JAAMの目的である「国内外でのアセットマネジメントの普及及び有効なアセットマネジメントシステムの定着」に貢献できるような、今後のJAAMのPRの方向性と改善の可能性について論じる。

2. JAAMの活動概要

(1) 講演会の開催

JAAMの設立を記念し、活動をより広く知ってもらうことを目的として2017年9月に開催したJAAM設立記念講演会を皮切りに、2018年9月には大阪で講演会を、2019年2月には、富山市にて富山市との共催で官民連携推進シンポジウムを行った。それぞれ多くの参加者を得て、熱心な討論が行われるなど、アセットマネジメントへの関心の高まりが感じられる結果となった。

(2) 国際貢献

JAAMは、ISO/TC251 (アセットマネジメントの規格開発を行うISOの専門委員会) に対する国内審議団体となり、日本を代表して国際会議に参加している。また、アセットマネジメントとメンテナンスに関する各国の業界団体による Global Forum on Maintenance and Asset

Management (GFMM)に加盟し、日本の情報の発信、世界の動向の把握に努めている。

(3) アセットマネジメントの普及啓発

JAAM では数ヶ月ごとに開催されるイブニングセミナーや不定期の講習会により、アセットマネジメントの普及啓発に努めている。また、毎年開催される研究発表会ではアセットマネジメントに関する研究や実践活動の報告が行われ、優秀な発表には JAAM 賞が授与される。

また、JAAM のホームページやメールマガジン、機関誌等でも普及啓発に資する情報を発信している。

(4) アセットマネジメントの能力開発

JAAM はアセットマネジメントに関する個人の能力を認定するため、国際的に認められた資格試験である「認定アセットマネージャー国際検定資格試験 (CAMA 試験)」を実施している。また、資格取得者の活躍の場を広げるための交流会を行った。

(5) アセットマネジメントの高度化

JAAM では、大学等で開発・改良されたアセットマネジメントの最先端の実用的なアプリケーション・ソフト (商標: アセットメトリクス (Asset-Metrics)) を用いて、様々な現場での実装を促進する活動を行ってきた。

また、組織がアセットマネジメントの高度化を図る過程で、どの程度まで熟達したレベルにあるかを測定する、成熟度評価の枠組みを開発した。

さらに、これらのツールの現場への適用を通じて改善を行っている。

(6) インフラファイナンス

多様なインフラを支える資源として期待されている民間の資金やノウハウを活用するために、インフラの評価方法やテクニカル・デューデリジェンス等の枠組みを確立して、投資判断の負荷を軽減し、効率的な投資環境を整備することが必須である。JAAM では、当面の活動として、太陽光発電所のアセットマネジメントに関するガイドラインの策定を行っているほか、行政その他の重要な関係機関等とコミュニケーションを図りつつ、インフラファイナンスに関わる業界の意向を、社会に広く発信、反映させる活動を行っている。

3. JAAM の広報活動・内容紹介

(1) 活動の方針

JAAM で主に広報活動を行っているのは、ホームページ、メールマガジン、パンフレットと広報活動全般の方

針・意思決定を担当する広報委員会、SNS を利用した、タイムリーな情報発信と管理を担当する情報発信小委員会、機関誌の発行を担当する出版委員会の3つの委員会/小委員会である。これらの委員会は相互に連携し、必要に応じて合同で活動を行っている。

広報委員会では、「HP の充実によるアクセス数の増加」「メルマガ購読者の増加」等を、2018年度の目標に掲げ、ホームページやメルマガコンテンツの改良に取り組んだ。2018年度に設置された情報発信小委員会では、まずは情報発信体制の構築を2018年度の目標とし、JAAM の Facebook ページを立ち上げ、定期的な投稿を行った。出版委員会では、JAAM 機関誌の発行等を2018年度の目標として記事の作成、編集を行った。

(2) ホームページ

ホームページは、最も基本的な広報手段である。調べ物をする際にまずインターネット検索をすることが当たり前になった現代社会において、JAAM のことを知りたいと思った人が真っ先に見るのは JAAM のホームページであろう。ホームページは、伝達できる情報量に制限がないため、詳細で包括的な情報提供が可能であると同時に、コンテンツの追加や修正も比較的容易で、新しい情報を適時に提供することが可能である。JAAM では、閲覧者を制限しない一般向けのサイト、JAAM 会員のみが閲覧可能な会員サイト、さらに、より気軽にタイムリーな情報発信が可能な SNS (ソーシャル・ネットワーキング・サービス) 媒体として、Facebook ページのページを運用している。

a) 一般向けサイト

いわゆる「JAAM のホームページ」として参照されるのはこのサイトであり、検索エンジンで「アセットマネジメント協会」または「JAAM」と検索した際に結果の上位に表示されるものである。協会の概要 (定款、組織図、所在地等) や、JAAM が行うイベント (セミナーや資格試験等) の案内、申込み等はもちろんのこと、アセットマネジメントや ISO 55000 シリーズに関する情報、ISO 55001 認証取得組織の一覧など、アセットマネジメント全般に対する幅広い情報を公開している。ホームページは、イベントの案内や JAAM に関連するニュースの報告など、月に 5~10 回程度更新されている。ホームページが更新されれば、トップページの「更新情報・お知らせ」の一覧に表示され、すぐにわかるようになっている。

URL は、<https://www.ja-am.or.jp/> である。

b) 会員サイト

会員サイトへは、一般向けサイト上部のメニューから、アクセスする。会員 (法人・個人会員) にあらかじめ知らせてある ID とパスワードを使ってログインするサイ

トである。会員サイトには、過去のセミナーの資料等のアセットマネジメントに関する技術資料、後述する機関誌の電子版等が掲載されている。また、「会員フォーラム」と呼ばれる掲示板機能を備え、会員からの情報発信や会員同士/会員と JAAM との間のコミュニケーションが可能である。

URL (ログインページ) は、https://www.ja-am.or.jp/member_login である。

c) Facebook ページ

Facebook ページは、専門的なホームページ作成の知識がなくても簡単に作成、情報公開ができ、「いいね！」をしたユーザーに対してはタイムラインに投稿内容が自動的に表示されるので、ユーザーからアクセスをしなくても情報を届けられるというメリットがある。

JAAM の Facebook ページでは、一般向けサイトの更新情報を投稿しているほか、一般向けサイトに掲載するほどではない些細な話題や写真、またアセットマネジメントに関連するニュースや、有用な情報の掲載されたウェブサイトの共有などを行っている。

URL は、<https://www.facebook.com/jaam.jp/> である。

(3) メールマガジン

JAAM では 2017 年の設立当初から、無料のメールマガジンを配信している。内容は、JAAM 理事がアセットマネジメントに関する各種の話題提供を行うリレー式のコラム、アセットマネジメントシステム関連の情報、そして JAAM が主催/後援するイベントの案内等である。

メールマガジンは、毎月 1 回配信されるほか、イベントの開催に合わせて臨時号が発行される場合もある。

メールマガジンの購読は、JAAM ホームページの以下の URL に示す所定のフォームから、登録が可能である。

https://www.ja-am.or.jp/application/mailling_index.html

過去のメールマガジンは JAAM ホームページに一覧として掲載されている。

(4) 機関誌

機関誌は、ホームページと並び重要な情報発信の手段である。2019 年 6 月に、JAAM 初となる機関誌「Asset Management Journal 創刊号」が、発行された。内容は、JAAM 小林会長へのインタビュー、国土交通省や総務省から JAAM 及びこれからのアセットマネジメントへの期待を寄せた寄稿、各分野でのアセットマネジメントの活用事例、JAAM の活動紹介等である。また創刊に寄せて、ISO/TC251 (ISO 55000 シリーズ開発を行った、アセットマネジメントの専門委員会) の議長である Rhys Davies 氏からもメッセージをもらっている。

この機関誌は、JAAM の会員特典として、全会員に対して送付されたほか、電子版を JAAM 会員サイト内で公

開している。

ホームページが電子媒体で、日々更新されるのに対し、機関誌は紙媒体で後々まで残るものであり、その時期の JAAM の活動やアセットマネジメントのトレンド、ニュース等が見やすくまとめられているため、書籍と同様、信頼できる情報源としての価値がある。機関誌は、当面、1 年に 1 回程度の発行が予定されているが、今後、発行頻度の増加や内容の充実が計画されている。

(5) その他

上記のほか、イベント開催に合わせて新聞広告等を活用している。また、記者クラブにプレスリリースを提供するなど、新聞・雑誌等メディアに対する情報開示も積極的に行っている。

4. 活動の評価と改善策

(1) ホームページアクセス数の推移

2017 年 5 月に JAAM ホームページを開設してからのアクセス数は図-1 の通りである。棒グラフは各月のアクセス数を、折れ線グラフは累計を示しており、ばらつきはあるものの、概ね 1 ヶ月に 5,000~10,000 回程度のアクセスで推移している。

JAAM のホームページは、イベントの案内やメールマガジンのバックナンバー、JAAM に関する重要なニュースの公開など、定期的に更新が行われており、継続的なアクセスが一定程度あることが伺える。また、メルマガや Facebook を通じたアクセスも考えられる。

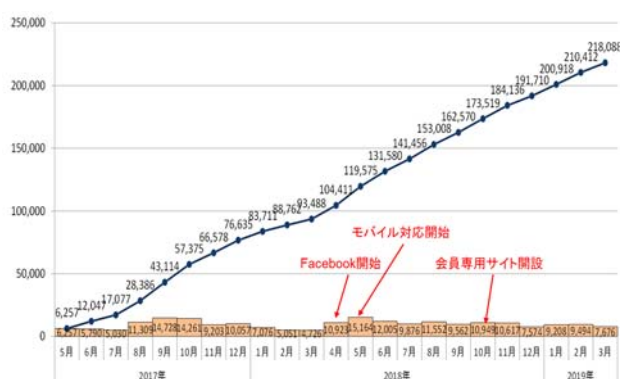


図-1 JAAM ホームページアクセス数の推移

(2) メールマガジン配信数の推移

メールマガジン配信数は、配信開始当初に急激に増えて以降、毎月 5% 程度で順調に増加し続け、2019 年 3 月には 800 人余りの購読者となっている。JAAM の知名度の向上や、充実したコンテンツを継続的に配信し続けていることが、

購読者を引き付ける結果となっているのではないかと考えられる。

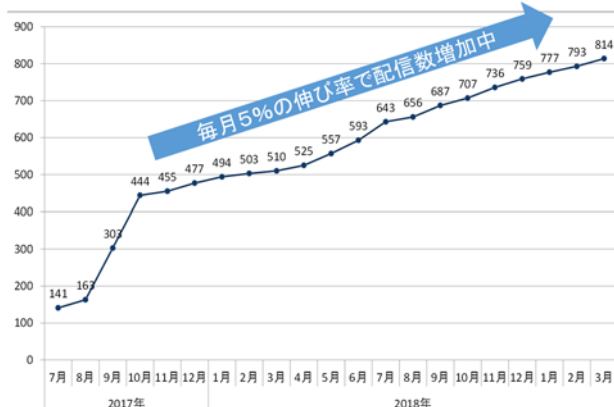


図-2 JAAMメルマガ配信数の推移

(3) Facebook ページフォロワーの推移

Facebook ページのフォロワー（JAAM の投稿をフォローしている人）の数も、2018 年 4 月に、JAAM の Facebook ページを開設した当初に急激に増えて以降、毎月 10 人程度の割合で増え続けており、2019 年 9 月には 500 人を超えている。

投稿の頻度は、月に 5~10 回程度である。ホームページと異なる点として、Facebook ページでは、他のニュースメディア等によるアセットマネジメント関連ニュースやトピックの紹介（シェア）を行っているが、このようなニュースシェアの投稿は、比較的反応（リーチ数や「いいね！」など）が大きく、フォロワーがアセットマネジメントに関するニュースに関心を持っていることが伺える。

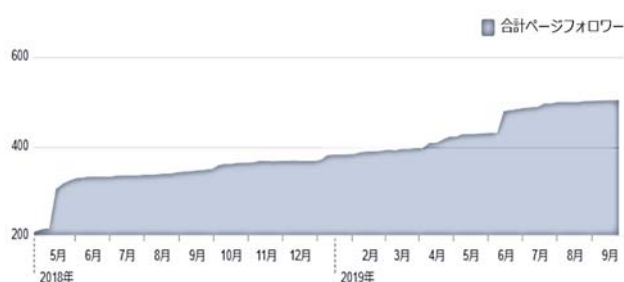


図-3 JAAM Facebook ページフォロワー数の推移

(4) 課題と改善策

以上みてきたように、第 3 章の(1)活動の方針で示した目標、すなわち、ホームページアクセスやメルマガ購読数の増加、情報発信体制の強化、および機関誌の発行、については、おおむね達成できたと考えられる。一方で、

会員専用サイトの掲示板である「会員フォーラム」は、投稿が少なく、活発な議論が行われているとは言い難い。また、一般向けサイトには英語ページが設けられているが、頻繁には更新されておらず、情報の量も限られている。これを踏まえ、広報委員会では 2019 年度の目標として、会員専用サイトへの AM 技術資料の掲載、英語版サイトの充実の 2 点を設定した。既に会員サイトには、技術資料やアセットメトリクスの無料体験版等のコンテンツが追加された。また英語ページでは、インフラファイナンスに関する情報や活動報告の掲載に向けて準備を行っている。いずれも十分とは言えないので、できるだけ効率よく、多くの情報を提供できるよう、ページ更新の負担を減らすような工夫を検討している。

また、ホームページの利用者が求める情報に迷わずアクセスできるように、構成やデザインを向上させることも、課題として挙げられる。JAAM では昨年度、ホームページ全体の構成の見直しを行った。今後は、ページ上部や左側に表示されるメニュー、トップページに表示されるバナーの大きさ等のデザインの見直しを検討中である。

情報発信小委員会では、引き続き定期的な情報発信を行うとともに、ユーザーの関心の高い、アセットマネジメント関連のニュースやトピックのシェアをより多く行うことで、ユーザーの満足度が向上し、ページへのエンゲージメントが高められると考えられる。より広範なリソースから、これらのニュースやトピックの情報を効率的に収集できるように、情報収集の体制を充実させることが有効であろう。

機関誌については、創刊号に続く続刊を確実に発行するとともに、内容をさらに充実させ、将来的には発刊頻度を増やすことが期待される。

5. おわりに

JAAM は設立以来、様々な方法で広報を行い、広報媒体も内容も、順調に拡大してきている。JAAM の発信する情報が多くの方の目に触れることで「国内外でのアセットマネジメントの普及及び有効なアセットマネジメントシステムの定着を目指す」という JAAM の目的にも大いに貢献していると評価できる。

一方で、現在の広報活動は、一方的な情報の発信が中心で、双方向のコミュニケーションはほとんど実現されておらず、「パブリック・リレーションズ」と呼べるような活動には至っていない。JAAM 会員をはじめとするステークホルダーとの相互のコミュニケーションを促進し、フィードバックを収集、分析して、情報の受け手のニーズに沿った内容や伝達方法を追求すること、また広報のみならず、JAAM の活動全体の改善につなげられるよう

な広報のあり方を模索していくことが望まれる。

「アセットマネジメント協会」という名を名乗る以上、「アセットマネジメント」また「マネジメントシステム」の概念を広報活動にも取り入れ、PDCA のサイクルを回しながら、広報の質を向上させ、JAAM の目的の達成に寄与していきたい。

参考文献

- 1) Asset Management Journal 2019 Vol. 1 創刊号, (一社) 日本アセットマネジメント協会, 2019.06