

1 新聞

生き残りに編集力と経営力の真価が問われる

新聞

■ 各社協力しリスク対策と情報力向上を目指す

日本新聞協会の2012年度「新聞社総売上推計調査」によると総売上高は1兆9154億円で前年度より減収となったが、広告収入は4452億円になり、10年間の減収傾向を打ち止めた。前年度はわずかに総売上高が回復をみせ、業界全体の回復が期待されたが、依然として販売部数は減少傾向にあり、明らかな新聞業の回復にはつながらない。

その中でも、2011年に起きた東日本大震災の影響を受け、売上高が大幅に減少していた東北地方の地方紙は売上高や広告収入の回復をみせた。

震災をきっかけに全国の新聞各社は協力関係の強化に力を入れており、西日本、佐賀、長崎、熊本日日、大分合同、宮崎日日、南日本の7新聞社で構成する「九州7紙合同サイト協議会」は災害やハッカー攻撃等が原因で自社運営サイトのニュースが更新できなくなった際に、他社が更新作業を代行できるよう検討を進めている。また、朝日新聞社と東奥日報社は青森県全域と岩手、秋田両県の一部向け朝日新聞朝刊を2016年春ごろから青森市にある東奥の子会社・東奥日報印刷センターで印刷することを決定した。

各社の協力は印刷や作業の効率化だけでなく、コンテンツの充実を図る上でも工夫が模索されている。西日本新聞経済電子版（キュービズ）と宮崎日日新聞社の配信する宮日ビジネスeプレス（みやびズ）は毎日1本程度の記事を交換。互いにサイトをリンクさせ、利用者拡大を目指す。

■ 海外では異業種への売却と紙面廃止が相次ぐ

各社が業績の回復と安定を目指す中、茨城の常陽新聞社は経営難で1億2千万円の負債を抱え、自己破産し、2013年8月に常陽新聞の廃刊を決定した。日本の新聞業界が直面する厳しい現状が浮き彫りになった。

海外でも新聞を取り巻く環境は厳しさを増している。2013年8月にはウォーターゲート事件を報じたことで知られるワシントン・ポスト紙が、米アマゾン・ドット・コムのジェフ・ベゾス最高経営責任者に約250億円で買収された。また、ニューヨーク・タイムズ社は、部数や広告収入の減少が続く傘下のボストン・グローブ社を大リーグボストン・レッドソックスのオーナーのジョン・ヘンリー氏に約70億円で売却するなど、長年ジャーナリズムに貢献した大手新聞社が異業種に売却される事態が続いてい

る。いずれの新聞も広告収入とインターネットの無料サイトへの流出による紙面の販売収入の大幅な減収が続いたことによる経営難が売却理由である。特にワシントン・ポスト紙はもはや「利益を生まない媒体」と評され、実際の価値は約60億円程度だったのではないかとの指摘もある。また新聞の売却だけでなく、紙面の廃止も欧米を中心に相次いでいる。2012年1月にはフランスで経済全国紙のトリビューヌが紙面での発行を停止し、オンラインでのニュース配信に完全移行するなど、新聞の生き残りはさらに厳しさを増している。

■ 課題は新規読者の開拓

売上高、販売部数の回復を図るうえで課題となる広告スポンサーの獲得と読者の開拓のため、各社は紙面改革や販売方法の刷新を試みている。

日本経済新聞社は2013年5月から、働く女性に関する情報を掲載した「女性面」を朝刊に新設し、女性読者の取り込みを図る。また、朝日新聞、毎日新聞（九州・山口限定）、北海道新聞等では2500円程度で学生割引価格を設定し、学生への読者開拓を進めている。また、西日本新聞社は1ページ当たりの段数を減らし、文字も大きくすることを決定し、紙面の読みやすさの向上を図った。

また、読売新聞社では新聞の重要性をアピールし新たな読者を開拓する体制を構築するため、編集局に教育部を新設するなど、社内の経営方針を見直す動きもある。

販売部数が減少する一方で、電子有料サービスは拡大傾向にある。2012年には電子版の有料会員が20万人を超えた日本経済新聞は、その会員数をさらに30万人超に伸ばしている。一方で、朝日新聞は2013年3月時点で有料会員数は10万人超にとどまり、各紙の電子有料サービスの利用者数については差もある。地方紙の有料電子サービスへの参入も進み、中国新聞電子版は登録数が前年比131.4%になるなど、順調に会員数を増やしているものもある。また、2013年5月7日にはアメリカのプログニュースサイト「ハフィントンポスト」の日本版が開始された。有識者のライターの作成した記事に対して読者が自由にコメントできることが特徴で、日本版は団塊ジュニア世代を読者ターゲットとして想定し、新たな議論の場として注目される。

今後、消費税の導入で一層の経営手帳が問われる新聞各社にとって、読者のニーズに応えた多角的な新聞の提供が生き残るためには必要になるだろう。