

1 新聞

日経、英FT買収で世界的競争力強化を狙う

■ 日経がニュースメディア再編の一端を担う

2015年7月に発表された日本経済新聞社（以下日経）によるイギリスの経済紙Financial Times（同FT）の買収は、近年の新聞業界における最も大きなニュースのひとつになった。

日経はFTの親会社である英Pearson（教育・出版グループ）との間で100%の買収に合意し、買収の総額は8億4400万ポンド（約1600億円）に上った。この金額は、2013年の米Amazon創業者のジェフ・ベゾスによるWashington Post紙買収（2億5000万ドル／約250億円）など、近年の他の新聞買収案件と比較して非常に大きな規模になっている。

FTは電子版の一定以上の記事閲覧に課金するペイウォール制を世界でいち早く導入し、印刷版の部数を電子版が上回る実績を上げている。日経も日本国内では他社に先んじて電子版の導入を進め、購読数を伸ばしているものの、抜本的な収益改善にはつながっておらず、今後はFTとの人材交流やノウハウの共有の中で、シナジー効果が発生することが期待されている。

買収の背景には、グローバル化を見据えた日経の成長戦略がある。日本国内の人口が減少傾向にあり、印刷版の発行部数および広告収入が減少している中、国外市場も視野に入れた、多言語による経済ニュース展開を見据えている。その際に、世界的なブランド価値をもつFTの看板を保有することに意味を見出したといえる。

今後は日経によるFTのブランドを冠したサービスも可能になるため、インターネットを活用して、日本国内のみならず英語圏、そしてアジア圏向けの広域ニュースをビジネス化していく動きが起こるだろう。日経はすでにタイ、シンガポールにオフィスを設置し、英文媒体の「Nikkei Asian Review」も2013年に発刊しているが、これまでは日本の新聞社「日経」の名前だけでは浸透に限界があった。今後は日経の海外展開の取り組みがFTの冠の下で再編・強化されていくものと考えられ、特にアジア向けの経済ニュース発信の中心として、日経・FTの存在感を増すことを見据えた戦略がとられている。

日経の発表では、FTの経営と編集についてはこれまで通り独立性を担保し、人員整理も行わないとしている。両社の特性と良さを生かしつつ、グローバルなビジネス展開を加速できるような施策を早期に実現することが望まれる。

■ NYT電子版単体購読が100万件突破

New York Times (NYT) 社は2015年8月に、デジタル版単体の契約数が100万件を突破したと発表した。同社は2011年3月に、ペイウォール方式を導入し、契約者数を順調に伸ばしてきた。電子版単体の契約に加えて、印刷版と電子版を併読する契約者も約110万件になっている。電子版の広告収入も伸びており、電子版部門の広告収入は同社の広告収入全体の約1/3を占めるまでに成長している。

NYTはデジタル事業に注力する中で、ターゲット別の多様なサービスの導入も開始している。2014年には、廉価版モバイルアプリのNYT Now、既存読者向けアプリのTimes Premier、テーマに特化したNYT Opinion、NYT Cookingといったアプリを次々とリリースした。2015年には、Apple Watch向けの1行ニュースの配信も開始し、新たなデバイスへの対応も進めている。全世界から3000万人がアクセスするNYTのサイトサービスをどうマネタイズしていくか、試行が続いている。

日本でも、日本経済新聞と朝日新聞が有料電子版を導入しているほか、2015年6月には毎日新聞もサイトを原則有料化した。最も多く読者を抱える日経の電子版は登録会員数が250万件を超え（2014年12月時点）、有料会員数は40万件を突破している（2015年4月時点）。

■ ネットメディアとの連携も加速

海外では、既存の新聞メディアとネットメディアとの連携も加速している。中でも新聞や雑誌を記事単位で販売するオランダの新興メディア「Blendle」が注目されている。2013年に有力紙の元記者らによって立ち上げられたサービスで、提供範囲を徐々に拡大しつつある。同サービスには2014年10月にNYTと独新聞大手Axel Springerが合計300万ユーロを投資し、2015年3月にはNYT、Wall Street Journal、Washington Postの米大手3紙が記事提供を開始することで合意した。

海外の動きと比較すると、日本の新聞業界のデジタル化は一歩後を行っているように感じられるが、日本でも2015年8月には、BuzzFeedとの合弁会社を設立し、日本版のサービスを開始すると発表するなど、新たな動きが起こっている。ネットサービスの多様化とデバイスの普及がさらに進んでいく中で、今後さらに効果的なデジタル戦略が模索されることになる。