

1 新聞

協働で果たすジャーナリズムの使命

新聞

■ 休廃刊・値上げ・新聞販売店廃業

長期的な購読者数の減少、原材料費・光熱費等の高騰を背景に紙の新聞が苦境に立たされている。

地方紙では2000年代から夕刊を廃止、朝刊に一本化する動きが見られたが、近年も静岡新聞(2023年3月末)や北海道新聞(同年9月末)が夕刊を廃止。毎日新聞や朝日新聞、東京新聞、日本経済新聞等の広域紙も夕刊の配達地域を縮小している。インターネットで随時最新情報入手できる今、夕刊の存在意義は薄く、経費削減の対象となりやすい。駅やコンビニなどの即売が落ち込むスポーツ紙もデジタル版への移行を進めている。

苦境を打開するために値上げを行う新聞も多い。2020年~2024年の5年間に月ごめ購読料を値上げた新聞が少なくとも94紙あり(同一紙が複数回値上げた場合も都度カウント)、購読料の最高額は朝夕刊のセット版で5,500円(日本経済新聞)、朝刊のみの統合版で4,300円(北海道新聞)であった。なお、上記集計には含まないが、価格は据え置いてページ数を減らす「実質値上げ」も散見される。

紙の新聞の危機は戸別配達制度を支える新聞販売店の危機でもある。東京商工リサーチによると2024年10月時点で既に過去の年間最多倒産件数29件を上回る40件の倒産が報告された。

■ 新聞社・通信社の構造改革

購読者数の減少、コスト高は今後も続く見通しで、新聞業界ではより根本的な構造改革が進められている。

まずはシステムの共通化。2024年春、朝日新聞社、北海道新聞社、富士通が2020年より共同開発してきた統合編集システム「マルシェ」の運用が開始された。同システムは紙版・デジタル版の素材を一元管理することで編集作業を効率化、マルチメディアコンテンツの制作を後押しする。また、同システムは汎用性を重視して開発されており、将来的に他社での導入も見込まれる。このように資金とアイデアを持つ新聞社が率先して業界基盤となり得る仕組みを作り、共有していく動きは今後も歓迎されよう。

一方で取材体制の縮小も進む。全国紙や共同通信社は地方支局の記者数を減らしている。共同通信社は多くの新聞社と放送局、特に地方紙からの出資(社費)で成り立つ通信社で、地方紙は共同通信の配信記事で全国ニュース・海外ニュースを補ってきた。しかし、近年は新聞の発

行部数減少を受けた社費減額が続いており、共同通信社も経費削減せざるを得ない状況にある。同社は人員削減による取材力低下を防ぐべく2022年より一部地方紙と「加盟社編集協力」の契約を結び、地方紙から地方ニュースの供給を受けている。

■ SNS時代の情報の重要性・信頼性

2024年は世界中で大型選挙が実施された選挙イヤーであった。世界ではアメリカ大統領選、日本では東京都知事選、衆院選、兵庫県知事選などが注目を集めた。“予想外”の結果が出るたびにSNSの影響が取り沙汰され、リアルタイムに種々様々な情報の信頼性を評価する必要性が再認識された。しかし、その実現には膨大な手間と資金がかかる。誰がそれを担うのか。疲弊しつつあるマス・メディアに何ができるのか。

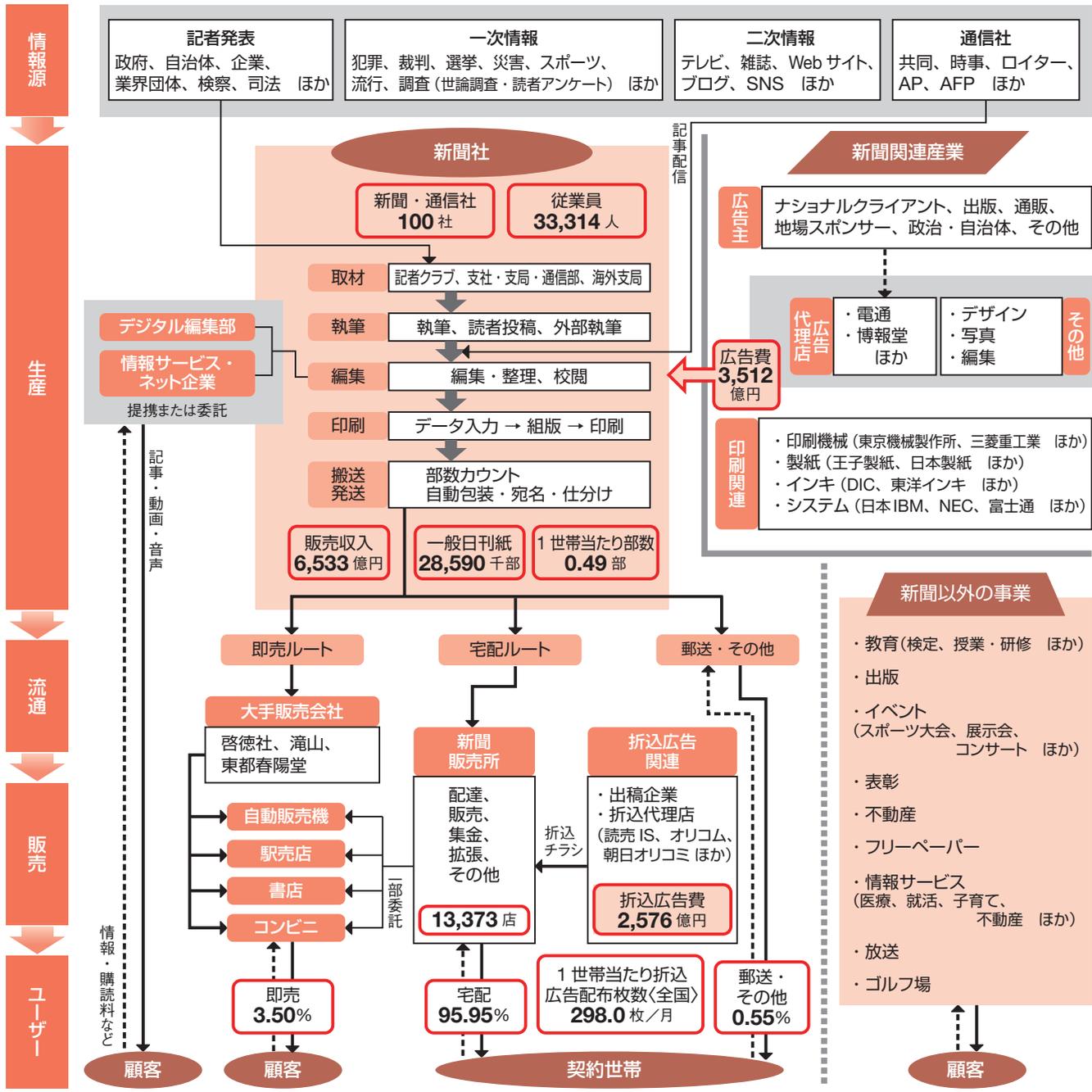
ここでも共同開発は有効だ。例えば、第三者機関が認証した識別子を個々のインターネット情報に付与するオリジネーター・プロフィール(以下OP)。これが実現すればネットユーザー自身が当該情報の作成者・発信者を確認できる。広告主は透明性の高いコンテンツにのみ広告を出稿できる。悪質なコンテンツが利益を得にくい仕組みを作ることと言論空間の浄化を促すことが狙いだ。OP技術研究組合には2025年1月現在、23の新聞社、4つの放送局が参加しており、2025年中の実用化を目指している。

なお、国でも総務省「デジタル空間における情報流通の健全性確保の在り方に関する検討会」を中心にファクトチェック推進に向けた体制作りが進められている。新聞社も「伝統メディア」としてこれに組み込まれているが、現状、政府の関与が及ぶ範囲が不明瞭である点から新聞業界では慎重論が根強い。プラットフォーム事業者の尻ぬぐいを義務化されることへの拒絶も見て取れる。

SNSの現状について、当然、プラットフォーム事業者の責任は重い。しかし、プラットフォーム事業者は言論の自由という大義名分の下、コンテンツ管理にかかるコストを削減しているのが現実だ。Xは有害コンテンツを取り締まる人員を削減、メタは第三者機関によるファクトチェックを廃止した。海外では英ガーディアン紙等がXへの投稿を停止するなど、悪貨が良貨を駆逐するかのようだが、“管理不十分”な言論空間から撤退する動きも見られるが、SNSが圧倒的な影響力を持つ現在、マス・メディアがこの問題に積極的に向き合ってこそその存在価値を示すことができるだろう。

新聞産業構造図

← 情報、モノの流れ
 ←--- お金の流れ



〈「紙の新聞紙」以外の情報関連サービス〉

	インターネット			その他		
	サイト	アプリ	その他	放送	出版	その他
自社サービス	<ul style="list-style-type: none"> ニュースサイト データベース(法人向け含む) 情報サイト(医療、就活、女性 ほか) 専門サイト(スポーツ・経済 ほか) オピニオンサイト アーカイブサイト(災害) クラウドファンディングサイト マッチングサイト ほか 	<ul style="list-style-type: none"> 電子版アプリ 音声ニュースアプリ スポーツアプリ(地元チーム、新聞社主催大会) ほか 	<ul style="list-style-type: none"> メール配信 SNS 動画配信サービス AR サービス オンデマンド調査報道サービス 電子書籍 ゲーム(囲碁) ほか 	<ul style="list-style-type: none"> 紙面連動番組(BS) ほか 	<ul style="list-style-type: none"> 書籍一般(文庫・新書・ムック含む) 縮刷版 総合週刊誌 専門雑誌(スポーツ・経済・医療・文化 ほか) フリーペーパー ほか 	
他社サービス	<ul style="list-style-type: none"> ポータル系ニュースサイト その他キュレーションサイト ほか 	<ul style="list-style-type: none"> キュレーションアプリ ポッドキャスト ほか 		<ul style="list-style-type: none"> ニュース番組 ほか 		<ul style="list-style-type: none"> デジタルサイネージ カーナビ 電光ニュース ほか

※「自社サービス」は、「自社+他社」「関連会社」によるものも含む ※サイトを通じたイベント・商品申し込み等は除く
 [(株)メディア開発総研「新聞流通の現状と将来展望1998」を基に改図作成]