

m()m 「おかげさまで5年目に突入」 m()m

拝復



桜が満開です。自宅の近くに「桜通り」という桜がトンネル状になった道があります。今日
はいつもの会社への出勤コースを変えて歩きましたが、毎年のことですが見事です。ある意味ではお正月

本当にきれいですよね。良くぞ日本に生まれけり→



以上に一年の経過を感じます。どんなに厳しい冬であっても必ず春はやってきます。当
たり前のことですが、とても不思議です。何か大きなものに包まれているような感覚です。

おかげさまで**弊社は設立4年を無事に終え、5年目に突入**をいたしました。これもひとえ
に皆様方のご厚情とご指導に支えられたものだと感じております。本当にありがとうございます。まだ
当分は引退できませんので(笑)、**今後も精進を重ね業務に邁進する覚悟**でおります。引き続きご愛顧のほ
どよろしく願います。試しに一度使ってみてください、病み付き間違いなし^^;(笑)。

さて、いつの間にかこの Newsletter も **20号目** となりました。継続は力なり、頑張ります。と言う
わけで(笑)、今号から予定では3号ほどを使って「**マスメディアの未来**」と題してお送りします。

マスメディアと言えば「テレビ」「新聞」「雑誌」「ラジオ」が長い間、その座を守り続けました。が、イ
ンターネットの出現によって、今、業界に大激動が起きています。第一回のこの号では主に「**新聞**」



を取り上げ、**その現状について考察**をしてみたいと思います。未来は次号。


「新聞」。私は子供の頃から現在に至るまで、あらゆる社会現象の情報源として接してきました。社会・政
治・経済・スポーツ・娯楽・書評・テレビ欄……。自身の新聞への接触の時間はそれほどの変化はな




←誰か突っ込みをお願いします(笑)。

いのですが、最近「**既視感(デ・ジャブ)**」を感じる事が多い。「あれ?これって昨
日の話じゃないの?」。朝刊の記事の多くは既にほとんどは見たもの。かつては大きなニュースであれば深
夜のテレビとの重なりが大きかったのですが、今は細かい経済の記事までにそれを感じます。結論ははっ
きりしています。**ネットで見ているのです**。

自分が興味のある分野のニュースは「お気に入り」にブックマークしてあります。

全般 yahoo ニュース、グーグルニュース、イザ! (産経新聞系)

経済 ヤフーファイナンス、証券会社のHP、NYの金相場
為替コンバーターYahoo Finance(USA) 

芸能 zakzak (産経新聞系)

娯楽 多岐にわたって (音楽、オーディオ、スキューバ、ワイン ) ←先日のテレビの中でお笑い芸人が飲んでいました(T_T) 殺意を覚えました^^;

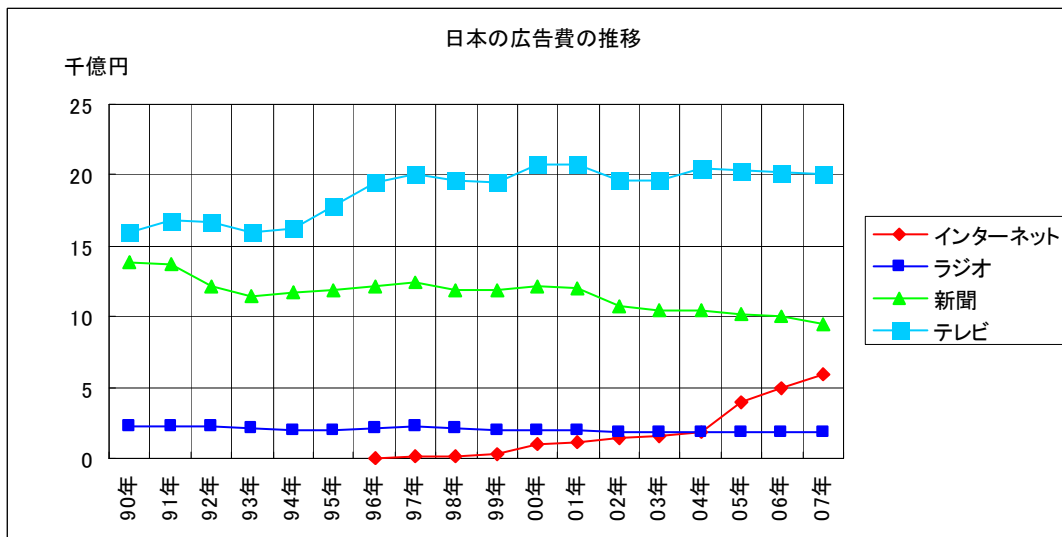
スポーツ Yahoo Sports(USA)、スポニチ

朝、出社をすると一通りの情報をチェックし、昼休み、退社直前にもチェックを欠かしません。以前と一番変わったのは海外のサイトを見るようになったことです。日本の証券市場がどう動くのかはほぼ前日のNYの市場を見れば分かります。為替の様子を知るのであればこれが一番便利です。

<http://finance.yahoo.com/currency/convert?amt=1&from=USD&to=JPY&submit=Convert>

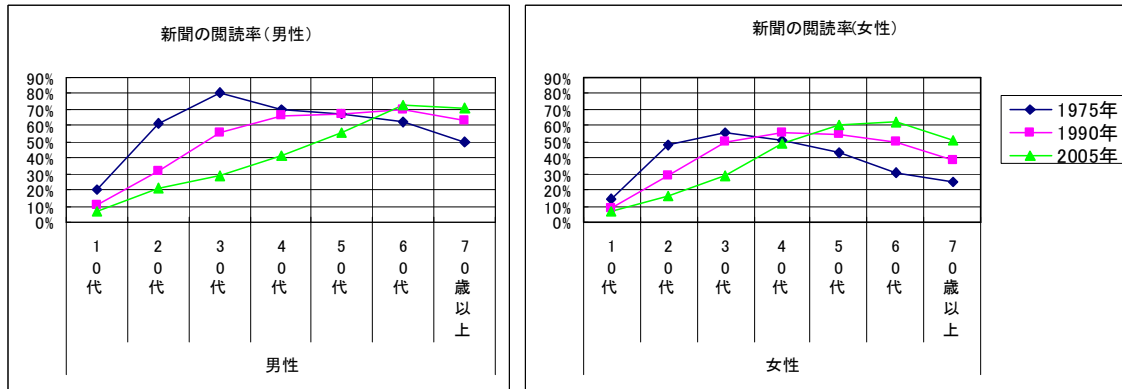
私の新聞への情報依存度は、ここ5年で半減以上です(実感値)。イチローの活躍をリアルタイムに知ることが出来るのはYahoo Sports (USA) が一番です。

新聞の退潮は統計としてもきちんと見る事が出来ます。まずは発行部数ですが、2000年の5371万部をピークに2006年では5231万部へ3%減となっています(毎年着実に減っている)。でも、まあ健闘してますね。日本の新聞は販売現場が恐ろしく強いのです(そうあの勧誘員です)。続いて広告収入(本紙の広告)はさらにその退潮振りが顕著です。



1990年にはテレビと僅差であったものが、2006年のデータでは倍ほどの差になり、落ち幅は(1兆4000億→9500億)と、なんと32%減です。ネットに抜かれるのも時間の問題。

発行部数ではそれほど大きな動きでないにもかかわらず、広告費は激減と言っていいでしょう。この裏にあるものはなんなのでしょうか。年代別の新聞の閲読率を見ます。



これほどとは思っていませんでした。男性の20代に関して言えばこの30年間に(60%→20%)へ、30代では(80%→30%)です。これは**危機的な状況**と言って良いでしょう。今や新聞は中高年のための「情報誌」と化しています。当然新聞社の経営陣はこの事実を知っているでしょう。しかしその対策のために何か手を打っているのか？残念ながら私にはそのための施策はまるで見えてこないのです。



それにしても何故これほど若い人に読まれなくなってしまったのでしょうか？

藤原治氏(元電通総研社長)はその著書「10年後、新聞とテレビはこうなる」(朝日新聞社刊)の中で、新聞離れはインターネットの出現でいきなり始まったわけではなく、大衆が分衆へと変貌して言った社会状況に対応できなかったためと分析をしています。ただこの時点では大衆と分衆にそれほど本質的な違いはなく、**決定的な新聞離れが始まったのが「インターネット」のスタート**と重なると分析しています。「インターネットは個人が個人の意味を持って情報を得ようと言う行動を起さない限り、機能しない性質のものである。そのインターネットが4年間で5000万人を超えるユーザーを獲得した。(中略)インターネットと言うツールによって消費者が「個」を主張できるようになると、「個」と「マス」は対極にあるから、「マス」の象徴である新聞から離れる人が増えることは容易に想像がつく。この意味で新聞離れは構造的なものと言え」としています。**そんなに格好いい理由かな？**

しかしこの論では「テレビ」離れ現象が起きていない(少なくとも表面的には)と言うことを説明はできない。答え(たぶん^^)「**テレビはただだから**」。笑い話ではなく本質的な議論です。インターネットを駆使すれば日常生活情報に困らないのであれば、新聞に4000円/月を払う理由はどこにもなく



←ワンセグ携帯も当たり前になりましたね

なる。ケータイ料金が月に1万円を超えようとしている今、新聞にお金を払う合理的な理由はなくなる。中高年がこの傾向にないのは単純にこの事実を知らず**惰性的な情報生活を送っているから**(笑)だけである。このNewsLetterの読者がそうでないことは明白である、多分(笑)。

情報はいつの間にか「ただ」になってしまった。わたしがかつて勤務していたリクルートでも、「週刊住



←私にはいまだに「とらばーゆ」が無くなったことを信じたくありません(T_T)

宅情報」「とらばーゆ」「AB-ROAD」「カー・センサー」などの有料誌が姿を消し、ネットに置き換わった。ただ、非常に早いタイミングでこの決断をしたために同社は現在でも非常に高い水準の利益構造を有し続けています（ちょっと儲けすぎの感はある）（笑）。

しかしながら、現実の情報がただなわけではありません。広告料に依存しているビジネスモデルであるからです。この点ではテレビは同じ構造を持っています。グーグルや、ヤフーもただで情報をくれるように見えています。新聞がこの動きに全くついて来られていないのは「あまりに美しく、堅固だったビジネスモデル」から頭を抜くことが出来ていないのだと思います。いつの時代でもどんな産業でも起こりえる話ではあります。が、こと情報産業の世界に置けるインターネットの出現はあまりに急でしかも加速している。頭が若くなければついていけないものでした。業界の中では比較的、産経新聞が進歩的な取り組みをしている。これは業界下位新聞だったから、と言う皮肉な理由の産物と考えるのはちょっと穿ちすぎでしょうか。（MSNのニュースサイトは産経新聞そのものです）



ここまでの話が全て本当であればあまり国の未来を案ずる必要はない。私は「**下流社会**」と
言う本を読んだ時に愕然とする一文に出会った「下流とは、単に所得が低いと言うことではない、コミュニケーション能力、生活能力、働く意欲、学ぶ意欲、消費意欲、つまり総じて人生への意欲が低いのである。その結果として所得が上がらず、未婚のままである確率も高い。そして彼らの中には、だらだら歩き、

こっちの方が有力な仮説かも(T_T) →



だらだら生きているものも少なくない。そのほうが楽だからだ」。この文脈に沿って「新聞離れ」を読み解くと、「下流社会」の社会的関心は著しく低いと言えます。新聞を読む動機が「社会的関心」であるのなら、**新聞の将来は暗い**。慣れている私にはどうって言うことはないが、ゼロベースから新聞を読みこなすのはとてもパワーを必要とするように思えます。

では、この先「新聞」を初めとするマスメディアはどうすれば生き残っていけるのか。ここについては次号に続きます。今号はちょっと平板です（自覚しています）（笑）。

NewsLetter はホームページから過去のバックナンバーをごらん頂けます。

ブログも毎日更新しています！（週休二日で）（笑）。お暇な時は是非！

株式会社アール・リサーチ Tel : 047-342-3181 mail : ryubon@kkd.biglobe.ne.jp

ブックマークもお願いしますm(_)_m → <http://www.r-research.co.jp>