






## 「マスメディアの未来（中篇）新聞」


拝復

「あつという間の桜かな」、本当にあつという間に桜が咲き  そして散りました。東北地方は今、満開でしょうか。隅田川沿いの超高層マンションのたもとで散りかけた桜を肴に花見をしました。

 行きかう屋形船と  そそり立つ超高層マンション 、中央大橋  のオブジェも加わり少し変わった形の花見でしたが、非常に楽しかった。ある意味では**今の日本の縮図**かもしれません。ま、その時はただただ楽しく、素敵な一日でした。ちょっと飲みすぎでしたが（笑）。

今回のお題は「**メディアの未来**」（中篇）と称して前回に引き続き「新聞」の未来をひも解きたいと思います。あまりにも日常に溶け込んでいる新聞。日本の新聞には世界的にも珍しい二つの特徴があります。図をご覧くださいいただければすぐに分かるのですが、日本の新聞は全国紙（と、言っても読売と朝日と

タイムズ・スクエアから最近お引越しし、これも時代か→

 日経ですが）が圧倒的な部数を誇っています。あの「NYタイムズ」でさえ 100 万部です。部数で言えば北海道新聞よりも下。日本以外では新聞のほとんどは地方紙です。もうひとつの特徴は宅配率の高さ。95%！日本では普通のことですが、これは世界の水準から言えば突出して高い。

世界の主要新聞の発行部数と宅配率

	発行部数		宅配率	
	2000年	2005年 *3		
米国	ニューヨーク・タイムズ	1,097,180	1,136,433	約7割
	シカゴ・トリビューン	661,699	663,176	
	ワシントン・ポスト	762,009	751,871	
	ウォールストリート・ジャーナル	1,812,621	1,805,855	
英国	タイムズ	718,536	594,000	不明
	サン	3,498,974	3,514,000	
	フィナンシャル・タイムズ	180,454	137,439	
日本	読売新聞	10,217,154	10,067,683	約9.5割（電通総研推定）
	朝日新聞	8,308,984	8,246,208	
	日本経済新聞	3,040,377	3,024,530	
	北海道新聞	1,224,914	1,216,438	
	信濃毎日新聞	470,828	481,051	
	大分合同新聞	243,420	235,651	

特に読売新聞と朝日新聞は 1000 万近い読者を誇ります。この部数を背景として高額な広告費を取り、宅配をすると言う名の元に高い購読料を取る。これが今日までの新聞のビジネスモデルでした。しかしながらこうした**ビジネスモデルが破綻しかけている**、と言うことを前回でお届けしたわけでした。部数は何とか維持している。販売現場が強いからです。強引な勧誘で嫌な思いをされたことは多かれ少な



かれ誰しも経験しているのでは。洗剤 とプロ野球のチケット (笑)。かつて、「インテリ  
**が作りヤクザが売る**」と揶揄された所以です。

また、極めて大きな組織です。社員数は読売新聞で 5400 人、朝日新聞は 5700 人、大企業です。しかし、  
 あまりにも大きな規模と過去の成功体験から抜け出せないでもがいている。戦後の 60 年間は安泰でした。



しかし江戸幕府の黒船 と同様に、インターネットの出現によって業界全体が大きく揺らい  
 でいます。

新聞と一言で言いますが、実は二つの機能が合体したものと考えられます。一つは「**記事の作成と  
 編集機能**」もう一つは「**印刷、配達機能**」です。この二つは本来の意味から言えば一緒である必  
 要はありません。現在は各新聞社がそれぞれ独自の「印刷・配達機能」を持っていますが、本当は一社で  
 あっても良いのです。つまり各新聞社は「記事の作成と編集機能」のみを担当し、**(株) 日本全国宅  
 配 (仮想)** が各家庭へと配達をする、でも何の不思議もありません。むしろ日本全体を考えると非常に  
 効率的ですね。

インターネットの出現によって「紙」である必然性は薄くなりました。また宅配される必然性も同様で  
 す。今は新聞社のほとんどの記事がネットを通じて見る事が出来ます。このままいくと、新聞は全てデ  
 ジタルメディアへ移行して**新聞紙が世の中から消える**、となるのでしょうか。

この問題を考えるにあたって最も早く変化が進むシナリオを考えて見ました。

大柴さん本当にお元気、やっぱり女の時代か? ^^ ; →



そのシナリオの検討に入る前に以前にこの NL でもご紹介した「大柴」さんの講演で非  
 常に印象的だった「**IWWIW**」という言葉 (仮説) をご紹介します。これは以下の四つのセンテンスの  
 共通の頭文字を取ったものです。

**「I want what I want 」 「I want it when I want」 「I want it how I want it」**

あえて訳す必要はないかと思いますが、「私は私の欲しいものがほしい」「私は私がほしい時にほしい」  
 「私は私が望む方法でほしい」。これに適応できないサービスは淘汰されるとの内容でした。新聞各社にと  
 っては頭の痛いことだらけです。

### 「最速シナリオ」

**「201×年、Y 新聞社は翌年度から紙ベースでの発行を取りやめ、インターネットを利用したニュー  
 ス配信に特化する**」と発表した。減少を続ける販売部数。それに連れて減少する広告費用。ようやく逝っ



←この人は最後まで反対するだろうなあ (笑)

た社主 (笑)。広がるインターネット利用を前に、全国津々浦々に宅配をするというビジネスモデ

ルがもたなくなったのです。ついに 130 年の歴史が塗り替えられる瞬間がやってきました。Y 新聞社は本来の新聞社としての機能、「**記事作成・編集機能**」に特化する決断を下しました。

もともと活字はデジタルとの相性が非常によく、インターネットに乗せる「コンテンツ」としては非常に向いていました。ほとんどの家庭でデジタル TV が入ったタイミングで、「配達」をする必然性も失ったのです。ところが、これほどの改革を行ってもさらに事態は悪化します。前述の「**IWWIW**」を思い出してください。同じ記事を受け取るのであればある特定の新聞社からパッケージで受け取る意味はありません。極端な話、**社会記事は読売から、経済記事は日経から、スポーツは東スポ（笑）から**というニーズがあるはずで。結局「Y 新聞社」は、従来どおりの「パッケージ型」の販売だけでなく、記事単位での小額課金も導入せざるを得ませんでした。業容は大幅に縮小し「Y 新聞」はコンテンツメーカーの一つとしてインターネット社会で生きて行くことになりました。**事実上の「新聞社の解体」**です。

ちょっと極端でしょうか。でもこれから実現されるサービスを考えるとこのシナリオが一番しっくり来ます。**好きなときに、好きな新聞社から、好きなだけの量の情報を受け取る**。今までとは違う細かい記事まで手にいれることが出来るようになります。インターネットの世界での新聞は紙面と言う「枠」を考慮する必要がありません。これまで山のように書かれ、捨てられていた「**没原稿**」が**日の目を見る**のです。編集も読者が勝手にします。簡単です、いくつかのキーワードを「**グーグルズン^^;**」に叩きこんでやればいだけです。（このときにはグーグルとアマゾンが一大プラットフォーム企業として合



←実際に EPIC2014 という未来予測を映像化したものがあります。

併していたのです（笑）（もちろんジョークですよ^^）

このシナリオには無理があります^^;。インターネットをほとんどの人が使いこなせるという前提に立っている点です。行動経済学で言う「**経済人**」を前提にしていますね。つまり全ての人々は必ず合理的な理由で行動する、と仮定しています。情報弱者への配慮はゼロです。

### **おじさんのつぶやき「そうは言っても、このままで何が悪い？」（笑）**

今、私は新聞がない生活を想像することは出来ません。アナログ世代ですから（今でもレコードを聞いています^^;）。おそらくデジタルテレビが各家庭に導入されたとしても、**新聞の購読を止めるという家庭はどのくらいでしょうか。あまり多くはないのでは？**新聞休刊日はなんかちょっと寂しいでしょ。それに、慣れ親しんだ紙が一番、やっぱ新聞は電車の中で読むのに最適。それに、誰が書いたのか分からない記事を鵜呑みにすることは出来ませんよ。天下の Y 新聞ならそんなにでたらめを書かないでしょう。それに自分が知りたいことだけじゃなく、ふとしたことで目にする記事との出会いから新しい何かが生まれたりするんですよ。そんな必要なデータをいつも**検索ウインドウに入れるなんて面倒くさいし**。今のままで十分ですよ。何が悪い？（ほとんど開き直りですが、これが今の多くの中年以上の感傷？）。確かにある日の紙面を手にとって見ると、**興味がないことでも、目にすることによって新しい視点や、知識を得ることがある**。これはインターネットでは不向き？日曜日の書評も楽しみなんだよ（笑）。

え～～、「アナログなつづやき」です。書いていて人格まで変わってしまうような気がしました（笑）。



さすがにこれも極端ですね。**電子ペーパー** なんてものも実用段階に入ってきていると聞きますし。やっぱり若い世代の「新聞離れ」も相変わらずです。多分検索も簡単になってデジタル端末に向かって、たとえば「株価」と話すだけですと画面が「日経平均」に切り替わる、情報弱者にも優しい端末が開発されるはずで**自分で考えなくても過去の行動履歴や購入履歴から「グーグルゾン^^」**がかなりの部分満足のいくカスタマイズもしてくれるでしょう。新しい情報との出会いも、それとなく演出してくれるようなそんなファジーさも含んだカスタマイズです。また全国紙は立場が非常に難しくなるでしょうね。大きなニュースは激しい競争にさらされる、**地方方面は地方紙に勝てないでしょう**（取材力が違う）。ただ地方紙も宅配を止める日は来る。地方に特化したコンテンツメーカーになれば良いのです（SNS なんかを取り入れるとコミュニティサイトになれる）。

結論と言うか私が今回、考えている未来は、「最速シナリオ」がもう少しゆっくりやってくる（笑）、と



言うアナログ（笑）なものです。いずれ新聞社は宅配を止め、「記事・編集」の販売をするコンテンツメーカーに変わっていくと思います。時代の流れには逆らえませんが、**新聞は膨大な紙資源を使っている**ことも忘れてはいけません。但し、私はプリントアウトして読むと思います^^；。ずっと画面を見つめているなんて、仕事だけにしたい、私としては^^；。

最後に、こんな言葉を、

**「既存の企業は秩序崩壊技術が本当の危機になるまで、何も手を施さない。本業に固執するあまり、新しいビジネスチャンスを失う」**

**ハーバート・ビジネススクール Prof. Gilbert**

え～、お粗末。もっと書きたいことは一杯あるのですが。紙面の関係でここまで。でも新聞はコンテン

実はテレビ局の方が事態は深刻かもしれない→



ツメーカーだったから生き残りの道を探せました。テレビは？次回のお楽しみです。今回はほとんど触れられなかったeプラットフォームについても。あ、私？40年来の朝日新聞読者です（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）。**お仕事のお問い合わせも是非！

株式会社アール・リサーチ Tel : 047-342-3181

mail : [ryubon@kkd.biglobe.ne.jp](mailto:ryubon@kkd.biglobe.ne.jp)

ブックマークもお願いしますm(\_ \_)m → <http://rresearch.blog103.fc2.com/>