新聞通信調査会報

毎月一回一日発行
昭和40年2月20日
第三種郵便物認可

臨時増刊

第11回・通信社問題研究座談会

2007年4月20日

地殻変動への対応を模索

共同、時事とも経営体質改革が急務

〈出席者・敬称略〉

江口　浩（司会）

有山輝雄（東京女子大学講師）

桂　敬一（東京経済大学教授）

田村紀雄（立正大学講師）

藤田博司（東京経済大学名誉教授）

山田計一（早稲田大学客員教授）

中田正博（共同通信社専務理事）

前田耕一（時事通信社常務取締役）

犬養康彦（新聞通信調査会理事長）

於・日本記者クラブ（同盟育成会理事長）

前田　お忙しいところをお集まりいただきありがとうございます。この研究座談会は第一回を二〇〇一年十二月に開催しており、今回で十一回目になります。足かけ六年という長期間、研究座談会を続けることができたのは、ひとえにレギュラーの先生方の熱意のたまものだと思っております。この間、通信社の過去、現在、未来について想定される諸問題にスポットを当てることができました。

本日の十一回目では、諸先生方のご希望もあって、共同通信と時事通信両社の現役幹部に通信社の現状や未来像についてお話を伺うこととし、共

第11回通信社問題研究座談会

同通信社から山田専務理事、時事通信社からは中田常務に出席をしていただきました。率直なご意見を頂きたいと思います。六年余にわたる研究座談会の締めくくりとして有意義な研究会になるよう期待しております。それでは司会を江口先生にお願いします。

99年ピークに収入、人員減――共同

江口（司会）　きょうは事実上、最終回の座談会になると思われますが、特に共同通信の山田専務、時事通信の中田常務には非常にお忙しいところ無理をしてわれわれのために機会を与えていただき感謝しております。大変勝手な質問にお答えいただくということは得難い、恐らく空前の試みであろうと思われます。せっかくですので、この機会にいろいろなことをお聞きし、できるだけお答えいただけることを期待しております。

事前に講師の先生方から質問状を出していただきました。一人ひとりについて一問ずつ答えるのは不可能に近い感じですので、せんえつですが、司会者の責任で①社業の現状分析と自己評価②近未来像について③対外発信の現状と将来計画④共同、時事の協力、提携、合併の可能性―という討議手順を考えました。この中に漏れたものもありますが、時間があれば最後に総括的な討議の中で追加質問をしていただきます。

それでは四つのグループに分けた順番に従って共同、時事側から回答を頂き、それに基づいて質疑応答、追加質問、ご意見をお願いします。

初めに共同、時事の社業の現状分析と自己評価をお尋ねしたい。その中で、〇七年四月まで過去五年間の子会社を含む総人員の推移、同じ期間の収支実績、〇七年度予算ですね。共同の場合は本体とKKを別個に扱うべきだと思われますが、時事は連結決算をしている子会社の事業を含めた総計額を教えていただけばありがたいです。まず共同からいかがでしょうか。

山田　二〇〇六年度の決算は現在（四月）まだ仕掛かり中で、申し上げられません。〇七年度の予算を申し上げます。KKの方は〇六年度の決算はまだ出ていません。参考になるかどうか分かりませんが、社団の場合、〇七年度の予算は四百二十五億四千九百三十七万円と決まっております。ただし、今年は参院選がありますが、参院選報道経費は外してあります。前年度に比べて1・0％下がっております。一番のピークが一九九九年、四百五十四億四百八十万円で、そこから毎年予算規模が下がっております。共同の場合はほとんど収支とんとんというケースが多いのです。若干、赤になったり黒になったりしていますが、損益計算書はありませんので、予算規模が収入と支出だ

東京・汐留の共同通信社全景

とみればよいと思います。

ピークの九九年までは増えてきていましたので、バブル崩壊が新聞界に影響してきたのは少しずれているかなという気がします。九三年末から九四年初めにかけて新聞定価の改定がありました。それ以降は九七年四月の消費税アップの分を除き、基本的に加盟社全体でアップしたことはありません。共同の場合、新聞定価の改定が収入に大きく影響しています。新聞定価の改定がほとんどなく、一方で発行部数が減るのでおのずと予算規模も少しずつ下がっているという状況です。

人員ですが、本体の目安の数字として二〇〇二年度が千八百五十人程度、次が千八百三十六人、千八百二十七人、千七百八十八人、〇六年度は千七百八十四人となっています。

桂　タイムラグのある人員なんですね。

山田　そういうことです。実在をどこかで切って取るのは難しいものですから。

ＫＫの方もまた難しいですが、二〇〇二年度から百四十九、百二十五、百十七、百十八、百十二人です。売り上げは二〇〇二年度が六十九億四千万円、〇三年度が七十億円、〇四年度が六十八億九千万円、〇五年度が六十六億円です。

江口　一昔前を知る僕らにとってはちょっと小さな数字ですね。

山田　国際金融というセクションが以前ありました。これをＫＫからＫＭ、共同通信マーケットという形で分社化した。それを二〇〇〇年十月にブリッジジャパンに譲渡したんです。そのブリッジジャパンが今度ＱＭＴというところに売却して、それをまたロイタージャパンへ売却した形になっています。共同は国際金融の情報から実質的には手を引いたということです。その売上額がズボッとなくなっているので、江口さんがおっしゃったような印象を持たれると思います。

江口　ほとんど半減した感じですね。

山田　国際金融もピーク時は相当調子がよかったんですが、その後、相当ダウンしました。

時事は7期連続の営業赤字

江口　それでは時事の方をお願いします。

中田　正社員の人員数を三月末で申し上げます。〇二年が千百九十四人、〇三年が千百六十八、〇四年が千七十一、〇五年が千二十五、〇六年は千二十九、本年三月末が千三十九人です。ピークは前田さんが社長時代の九二年三月末の千三百六人です。〇三年度から一千人体制を目指すということでやってきましたので、以上のような形になっています。

収支の方は、株主総会で公になっている数字ですから隠さずに申し上げます。〇二年度は収入が二百五十二億六千六百万円、〇三年度が二百四十四億六百万円、〇四年度が二百三十三億二千七百

東京・銀座の時事通信社全景

万円、〇五年度が二百二十四億八千九百万円、〇六年度は決算作業中ですが、なかなか厳しい状況になっております。〇七年度も本年度と同じような形になるのではないかとみております。

収支は残念ながら、九九年度から営業ならびに経常とも七期連続赤字が続いております。経常収支の数字は〇二年度が十六億千七百万円のマイナス、〇三年度が十億三千万円のマイナス、〇四年度は九千三百万円のマイナス、〇五年度は十四億四千九百万円のマイナスです。最終的な収支については資産を売却して、〇三年度と〇五年度は黒字決算になっております。

収入は九七年度の二百七十八億二千六百万円をピークに下がってきています。ご承知の通り当社はマスメディアだけではなく実務サービス、つまり金融証券、商品ならびに行政分野を中心に収入を上げている会社ですが、金融界再編の荒波をかぶってしまいました。

江口　浩氏

あれだけ大会社、大銀行があったのが、今は数行に減っていますし、最近では自治体の平成の大合併がかなり影響している。

三千を超える自治体が現在千八百ぐらいになっていますので、どうしてもここでの契約額が落ちてくる。営業努力にかかわらず顧客がなくなってしまうということで、この何年間は厳しい状況が続いています。

加盟社社費が80％占める――共同

江口　次に二〇〇六年度の事業領域別売り上げ、収入の比率を伺いたい。事業領域はマスメディア、一般企業、官公庁、自治体、その他になりますが、時事通信の方に質問の主体はあると思いますが、共同もゼロではない。共同の収入の圧倒的な部分は加盟社からの社費でしょうが、それ以外の事業収入も明らかにしてほしい。

山田　社団法人の場合は大半がマスメディアです。船舶ＦＡＸとかありますが、全体から言えば事実上、数字にならない。ＫＫは事業本部が三つあります。情報サービス本部と事業本部、それから出版本部に分かれている。構成比で申し上げると、〇五年度で情報サービス本部が30％、事業が25％、出版が40％です。

桂　出版は大きいですね。

山田　〇五年度はそうですが、〇六年度は雑誌を廃刊しているので、出版が大きく下がる、比率としては情報サービスが高くなるだろう、という予想です。

事業本部は社団の加盟新聞社とタイアップして全国各地で展覧会をやったり、アマチュアゴルフ大会のイベントをやったり、競馬に共同通信杯があります。大きいものではきさらぎ会の事務局をやって講演会を開催している。加盟新聞社が主催する政経懇話会に講師を派遣するとか、多くは加盟社との共同事業的な部分でそういうことをやっています。出版はいろいろな書籍、雑誌も出しています。

江口　分かりました。本体はすべてがマスメディアみたいなものだと言われましたが、共同の本体の中でも分け方があると思うんです。例えば加盟社の社費、加盟社でない大新聞や放送の契約ですね。そこから何パーセント、放送から何パーセント、それ以外、収入の大ざっぱな比率はどうなっていますか。

山田　加盟社が80％だと思ってもらえば結構です。残り20％が民放局や全国三紙といった契約社などです。

桂　ＫＫの情報サービスはオンライン、ネットで提供しているわけですね。

山田　全部ネットというわけではない。

桂　かなりそういうものも入ってくるということですね。その場合、仕込みの元の情報は本体から買うわけですか。

山田　そうです。いろいろな形で購入しています。

桂　売り上げはＫＫに立つわけですね。

山田　KKの方に立ちます。

桂　経費は社団の方に……

山田　もちろん、そうですが、KKに売って収入があります。

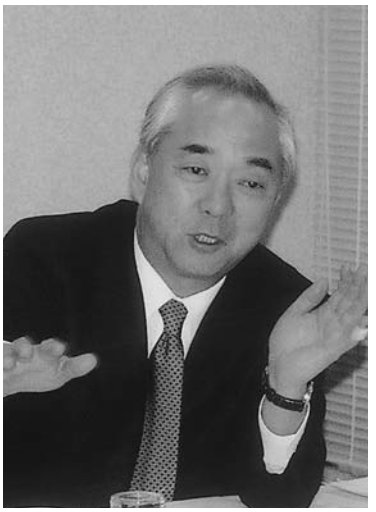
実務情報、ネット向けに注力――時事

江口　続いて時事について中田さんお願いします。

中田　○六年度と○五年度、あまり変わりはありませんから、五年度の大まかな数字でいうとマスメディアが15％、一般企業は50％、官公庁、自治体が25％、その他が10％だと思います。全体的な収入が減ってきている中、マスメディアは私どもとしては順調に推移しておりますので、マスメディアのシェアが少しずつ大きくなってきているが、まだこの程度のレベルです。

江口　経済情報サービスは一般企業の方に入るわけですか。

中田　そうです。経済情報サービスは商品系を入れて全体の40％程度を占めていると思います。



山田　計一氏

桂　その他の中身はどんなものですか。

中田　講演会、出版あるいは活版通信もやっていますから、個人の方に買っていただき、また関係団体からの受託収入とかも入っています。

桂　マスメが増加傾向にあるわけですね。

中田　増加傾向といっても契約高がものすごく増えているわけではありません。マスメ向け契約高が減っていないので総売り上げに占める比率が相対的に増えているだけで、ロイターのように90％は実務関係で稼ぎ、マスメディアのシェアは10％ぐらいというのが会社としては一番元気がいいのではないかと思います。

桂　一般企業は比率では変わらないということですね。減っているのは官公庁、自治体ですか。

中田　官公庁は一時増えたのですが、今は減っています。

桂　変動が大きい。

中田　一時は金融系が非常に悪かったが、その時は官公庁向けの比率が30％を超えました。しかし、平成の自治体大合併でこの一、二年減ってきて、金融系が持ち直してきている。幸い世の中の景気も上向きになっていますので、去年の収入を見ても金融証券系が若干上向いてきています。われわれとしてはそこの部分を伸ばしていきたいと思ってやっています。

桂　長期的なトレンド予測は、まだ難しいのでしょうか。

共同通信社の編集会議

中田　官公庁の方はまだまだ合併がありますし、予算が圧縮されるので、これからそれほど増えることはないと思います。われわれとしてもいろいろな形で付加価値を付けながらサービスはしていますが、できるだけ現状維持でいきたい。マスメディアも現状維持、できればプラスになればいいと思いますが、一番は金融証券のところでぐっと伸ばしていく。ユーザーの体力も一番あるところだと思いますので、現在いろいろ行っているところです。

江口　ネットメディア向けサービスと在来型メディア向けサービスの売上比率、百分比でどれぐらいですか。

山田　ご質問は在来型メディアというのは新聞とかテレビ、ネットメディアといったとき、例えば新聞社のネットは仕分けするという意味合いですか。

桂　別に売っているなら新聞社でもネットの方に入れてもいいですが、恐らくそれはないと思います。

山田　いや、あるのですが、微々たるものです。

藤田　去年の七月に共同はヤフーへのサービスをやめたでしょう。

山田　あれはＫＫです。社団ではないです。社団からメディア以外のサイトへ出すことは基本的にありません。

江口　商法上できないでしょう。

山田　法的規制があるわけではありませんが、社団はメディア向けという形になっていますので、ヤフーはＫＫです。

中田　時事の場合、インターネット向けサービスはかなり早くて九七年から始めています。ポータルサイトの一部に適応して、二〇〇〇年にはメディア事業本部を立ち上げ、本格的なネットサービスに備えて進めていこうと編集局の中にもメディア編集センターをつくっています。当然ネット向けの二次編集をするところですが、今と同じ形できております。当社の場合はそういう形で外へ出るものですから、会社の知名度は徐々に上がってきていますが、お金の面では寄与するまでにはまだまだ行っておりません。在来系のメディアとの比率はまだ一割に達していません。会社の黒字化にすぐつながるレベルではありませんが、ネットを無視するわけにいきません。メディア事業本部は早くつくってよかったけれども、新聞社とのかかわりと自社の有料サービスとのかかわりで先走るのは好ましくないという当時の経営陣の判断から、数年後になくしています。編集体制は続いていましたが、こういうご時世になりまして、昨年十月にデジタルメディア事業本部を再び立ち上げました。

本気で取り組まなければいけないということで、当社としては初めてですが、そこに営業部隊と編集局からの編集部隊が入り、スピーディーに対応できる部隊をつくりました。それでもうけなければいけないということですから、一種の事業本部制という中で、自分たちで収支をきっちりやってみろと、今やらせています。そういうことでいろんなことに手を出して、他のメディアにコンテンツを配信しています。右肩上がりの部署ではありますが、まだまだ即大きな収入には結び付いていない。コンテンツを出すだけですから、知名度は抜群に上がりますが、収入に結び付けるのはなかなか難しいところがありまして、今悪戦苦闘しているところです。とはいいながら、まだまだ伸びる部分があるということで、われわれとしては、十年後には第四の収入の柱として立てるようなものになればいいのではないか。そういう目標は持っています。

江口　ポータルサイトへのコンテンツの提供は専ら国内が対象ですか。

中田　日本語ですから、国内のポータルサイトだけです。私どもも有料サービスをいろいろな形で、ウェブでもやっていますし、地方紙の皆さんとも関係がありますので、正直言って私たちの出すコンテンツは時間もかなりディレー（遅延）を掛けていますし、記事も途中でかなり切っているので、ユーザーにはご満足いただけないのではないかという部分もあります。在来のメディアの方たちとの関係もありますから、全部開放するわけにはいかないなと、慎重に行っています。

「47ニュース」は加盟社が主導

江口　共同の最近の「47ニュース」に、簡単に

触れていただけますか。

山田　去年の暮れに「47（ヨンナナ）ニュース」というサイトが立ち上がりましたけれど、あれは共同のサイトではなく、全国新聞ネットという会社のサイトです。この会社は加盟新聞社、五十社程度が出資してつくった会社で、共同は出資しておりません。

共同にはニュースのホームページがありました。これをよりいいものにしなければいけないという戦略がありました。そこへ加盟社の方からネットについて、共同が協力してくれないかという話があって、それではというので加盟社が会社をつくって、47サイトを始めることになり、共同が運用を請け負うという形で双方の計画を一致させたわけです。47ニュースはロボットで加盟社のサイトを検索してきて載せる方式を取っています。それに共同が提供するコンテンツを加えているとお考えいただければ結構です。

中田　正博氏

バナー広告は、47ニューストップページと加盟社のサイトに、同じサイズを作りまして通して広告を載せる形で運用されています。はっきり言って加盟社全体がよくまとまったな、全国新聞ネットがよく立ち上がったなという感じです。共同が主導したのではとてもできません。加盟社が話し合ってつくり、共同はそれを支援する立場で進めてきたわけです。47ニュースサイトはリニューアルを検討しているようであります。ニュース性を高めようとか、いろいろあるようですが、検討中でまだ固まっておりません。

藤田　共同はニュースを提供して対価をもらう格好ですか。

山田　運用業務を委託されている。

桂　そうすると、委託収入ですか。

山田　そうです。

桂　ローカルコンテンツは地方紙のサイトからロボットが探ってきて載せるわけですね。

山田　そうです。

桂　プラス全国ニュースとか海外ニュースなどは共同のコンテンツが……

山田　単純に言うとそうですが、例えば秋田で殺人事件が起きたとき、一報は共同通信で出ているんです。ところが例えば『秋田魁新聞』が自分のサイトで詳しいのを載せますね。するとそれが入れ替わるのです。共同が載せていたものが、『秋田魁』に差し替わるのです。

江口　そういう人為的な作業をするわけです

時事通信社の編集局会議

か。

山田　人為的な作業でやるのと、ロボットが引いてくる方式があります。地元紙が自分のサイトにアップしなければ載ってきません。能登の地震があったときに、一報は共同のものが載っているけれど、これが『北国新聞』に替わります。

桂　大きい事件だと、地方の発生ものでも警察庁が動いたりすると、それは共同のものがポンと載るようになるんですね。

山田　そうですね、そこは人為的作業が入る部分がある。だから完全に自動化されている動きではない。

桂　コンセプトとしてはなかなかよく考えられていますね。

有山　私、時々見るけれど、そううまくいっていないという印象ですが……。

電通の力も借り広告収入アップを

桂　広告はバナーだけですか。

山田　そうです。

桂　検索型の広告は……

山田　今のところ検索できません。

藤田　そのとき共同に入ってくる委託収入、業務費はＫＫに入るんですか、本体に入るんですか。

山田　本体に入ります。

藤田　加盟社向けに対するサービスとして入ってくるわけですか。

山田　そうです。全国新聞ネットから入ってくるからです。

藤田　ネットに関する収入は０・１％以下の数字だというが、それがこれに当たるわけですか。

山田　それだけではありません。加盟社で希望する社には、有料でネット用に加工したコンテンツを配信しています。むしろ今まではそれがほとんどでした。今度、新聞ネットが入った形です。

桂　今のところコストの補償をどういうふうにやるかというぐらいであって、利益配分のスキームを立てられる段階じゃないでしょうが、例えばアクセス数で配分するとか。

山田　そうです。全国新聞ネットがやるんですから、全国新聞ネットが得た広告収入から、コストを引いて残ったものをアクセス数で配分していく。配分ができたという報告を受けています。

桂　これ、ある意味で全く新しいやり方ですね。

藤田　問題は将来性ですね。

山田　正直申しまして、ネットの将来はもう少し見てみないとよく分からない。

藤田　その通りですね。

桂　だけど走った以上、やめるわけにいかないですね。

中田　私どもも昨年、「ＪＩＪＩドットコム」というサイトをリニューアルしました。私ども通信社は広告収入がほとんどありませんが、これからは広告で稼がなければいけないような世の中になっていますから、ドットコムの方で広告を少しでも稼ぎたいということでリニューアルしたのです。アクセスするページビューも、それまではせいぜい十万ぐらいだったのですが、最近は幸い一日で百万ページビューを超えるときが出てきました。

ヤフーといろいろな形で進めていて、ヤフーから見にくる人がかなりの割合を占めているということがありますが、いずれにしても、われわれも広告ビジネスをそういうところで展開しなければいけないと考えている。ドットコムのトップページは拒否していますが、各分野のところにはヤフーからの広告をもらうとか、トップページは自分たちが集めなければいけないので電通にもお願いしている。電通とはそういう意味でのビジネスの付き合いはなかったのですが、ちゃんと行おうということで今は結構、親密に進めています。

ただコンテンツを出すだけではなくて、ページビューが増えれば広告料が上がるという仕組みになっているので、そこら辺も収入の柱にできればと思っている。幸い百万を超える日がかなり出てきていますので、そうなるともう一回、早急にリニューアルしないといけない。コンピューターの処理能力が、そこまでいくとは思っていなかったので、やらなきゃいけないという話を現在しているところです。『朝』『毎』『読』のようなすごいページビューまでいきませんが、月間一千万ないと広告を出す価値がないと業界ではいわれているようで、そこら辺までいけるのではないかという

状況になっています。

江口　大したものですね。

桂　共同は、電通が広告面での協力に入るということはないですか。

山田　全国新聞ネットと電通は協力関係があります。

桂　ページビューの多いもの、あるいはアクセスする人間たちのプロフィルがある程度分かってくるとか、それが出てくれば広告媒体ができるんですね。

山田　それはそうなんでしょうね。ただ、今は手探りです。動画も少しやっていますが、芸能動画を入れると結構くる。

桂　ビデオクリップで入れるわけですか。

山田　私も技術的なことはよく分からないですが、うちの動画を載せております。

桂　ライブドアは、クリックすると動画が出ますからね。

有山　輝雄氏

山田　うちもそれで、全国新聞ネットに提供して47ニュースに載せています。

有山　サイトそのものを有料化するというのは……

桂　それは無理。どう広告を媒体化するかですね、どこでもそうですよ。アメリカでもヨーロッパでも。経済ニュースは、そのニュースでもって有料化できる部分はあるけれども。

江口　世界中で有料なのは『ウォールストリートジャーナル』だけでしょう。

桂　ニュースというより情報ですね。

映像サービスには課題山積

江口　映像サービスをどの程度、両社は進めているのですか。動画情報と非動画情報の現在の売上比率について、言えるほどの数字はあるかどうかは疑問でしょうが。

山田　売り上げを言えるような数字ではございません。

桂　この部分は収入の裏付けよりは実態面でどれぐらい動画、非動画をやっているか、そこが知りたいんです。

山田　動画ニュースをどれぐらい出しているかということですか。動画はインターネット上せいぜい一分。編集するときに起承転結を持たせるなどいろいろあるようです。誰かが写したものをプツッと切ればいいという話ではないようです。

かつてメディア局の中に映像音声部というのがあったのですが、これを拡充して去年の五月に映像センターを独立組織として立ち上げました。ここに一つは民放向けの映像、47ニュースと加盟社のサイト向けの動画を出す役割を担わせています。民放向けの映像は、買うか買わないかは民放次第なんです。民放向けのサービスでニュースネットというシステムがあり、「こういう映像がありますよ」と知らせる方式を取っています。

JR西日本の尼崎事故で垣内社長が遺族の家へ謝りに行ったとき、罵声（ばせい）を浴びせかけられた映像が流れたと思いますが、あれはたまたまうちの支局の人間が小型ムービーを回していて、ものすごく下手で映像が大きく傾いているんですが、臨場感があった。こういう映像がありますよと案内をしました。民放キー局が欲しいと言うことで配信しました。動画というのはそれも含んでいると思いますが、そういうのをやっています。共同がいくらやっても一つも売れない場合もあります。特ダネといいますか、独自ダネ的なものは結構買われます。最高は瀋陽のハンミちゃんの映像だったと思います。あれは圧倒的な需要がありました。

江口　あの映像は有料で配信したんですか。

山田　有料です。

桂　今、素人が、普通のデジカメでも回しっ放しにすると三十秒とか一分ぐらいの動画を撮れるんです。アメリカのUチューブを見ていると投稿されたのがすごく多くなっていますね。

山田　投稿された事例はないと思いますが、そういうケースは今後起こり得ると思います。

桂　スチールの写真だったらアマチュアが送ってくる実績がありますね。

山田　どれぐらいの対価をもって買い取るかという問題がありますし、ケース・バイ・ケースで、間違いなくその映像だということが分からなければ困る。ねつ造されたようなものを買わされたらだめですから、そういったところは非常に難しい部分があろうかと思います。

民間の人の協力でやったのは、加藤紘一氏の鶴岡の実家が焼け、あれを撮っていた人からパソコンで送ってもらって配信したケースがあります。

田村　長崎市長の射殺事件では、ＮＨＫはすぐ現地へ飛んでいったんですが、後で民放を見ますと、素人の撮った写真を、市民情報として流しているところがありましたね。

山田　あれはＪＮＮ系が早かったと思います。血まみれになっている状況が映り、クレームが来たという話を聞いています。

桂　素人のは難しいですね。本当かどうかということと、早く出ると、そこからコピーしたものが来ちゃう場合があるんです。著作権のオリジナルがどこにあるかを確かめるのも難しい。きちんとやるんだったら、そういうネットワークをつくらないといけないでしょうね。信じられる写真を、ある種のシンジケートみたいな形でつくって協力を求めるとか――。

山田　動画は主に今47ニュースにアップしています。47ニュースを見ていただくと動画のところがあります。動画一覧を開くと五、六本載っていると思います。大体一分です。人気があるのは芸能関係だと聞いております。

桂　使えば使った分で払わせればいいわけですね。切り離して対価を得るというわけにはいかないですか。

山田　全国新聞ネットに対してはそういう形は取っておりません。ＡＰ通信の動画があるんですが、これをＡＰが日本で売りたいということで共同でテロップを入れて、ＫＫがビッグローブとかに売っています。

桂　共同はエージェントをやるわけですか。

山田　そうです。エージェントだけじゃなくて編集、テキストを翻訳する能力がなければいけないですから。

江口　テキストが来るんでしょう。

山田　来ます。テキストを翻訳する。あれを日常的に翻訳できる力がないとＡＰとは組めない。

前田　ビデオカメラを操作するのは誰がやるんですか、一般の記者ですか。

山田　うちはカメラマンと言わないで、写真記者という職種なんですが、今度「写真・映像記者」として、今年の採用から職種変更しました。

江口　正式な職名ですか。

山田　そうです。現在の写真部員も映像センター兼務という形でやろうということで、デジタルカメラを写真記者個人に配備しました。あくまでスチール優先ですけれど、余裕があったら回してくれということになっている。支社局にも配備してあり、若い人は逆に楽しんで回してきますね。

前田　カメラマンというのは個性が強いから、私はビデオなんか回さないよというのがいるんじゃないですか。

山田　おっしゃる通り、職人かたぎで「一瞬を切り取るんだ、おれたちは」って言う人もいますね。ビデオカメラが低レベルのころはそうでしたが、今、画素数が上がってきまして、そこから抜き取って、なおかつトリミングができるような状況までできていますから、その辺はだんだん変わってくるんではないかと思います。

江口　では、時事の映像サービスについて。

中田　芸能関係だけは子会社のパナ通信が扱っています。ポータルサイト向けでして、最近、地方のテレビ局でも数社、買ってくれているようですが、しょせんそれだけでして、映像サービスを本格的に展開するとなったら、かなりの投資が必要ですから、われわれとしては今、本体で映像サービスに乗り出すということは正直言ってありません。いずれにせよ自分たちだけではできなくて、仮にやるとしても、アライアンスを組みながら進めていく形にならざるを得ないと思っています。

共同の社団組織は不変

江口　次に非常に大きな問題を伺うことになりますが、両社にとって当面の最重要課題は何でしょうか。経営面、編集面それぞれについてお答え

いただければ幸いです。どういう側面を取り上げるかによって回答の仕方が変わってくると思うんですが―。

山田　確かに非常に大きな問題です。最重要課題は何か。大きくとらえればメディア界が大変動の時期に入っている、地殻変動といってもいいと思いますが、その中で共同はジャーナリズム組織としてどうやって生き残り、発展していくか。

将来がなかなか見えませんが、やはり社団法人ですので、加盟社が新聞だけではなくて電子メディアでも、地域ポータルサイトとかいろんなものを目指している。そういういわゆる総合情報産業化を目指す加盟社とどうやって連携していくか、そこから出てくるニーズに対して共同がどう応えていけるか、それが経営といいますか、一番大きな課題です。もう一つは公益法人の改革ということで法人格の変更がありますので、それへの対応がある。

藤田　博司氏

桂　法人格の問題はどういう段階になっていますか。

山田　法律ができまして、施行が二〇〇八年十二月一日です。政省令がまだできていませんので、実際の運用が分かりません。政省令待ちというところです。よく誤解されるんですが、社団法人が変わるわけではないです。公益法人の中には社団法人の形態と財団法人の形態がある。公益法人制度を変えましょうということで、既に法案で出ているのは二通り、公益認定法人というのと、一般社団法人や一般財団法人。つまり二階建てになっていて、どちらかに移るという形になると思いますが、具体的に移行する話は、政省令もできていないので今の段階では方針が立てられないです。

桂　共同としては公益型の社団法人にいくわけですか。

山田　そこへいけるかどうかも分かりません。法律はできても、法律に当てはめる場合に政省令がありますね。それがはっきりしないことには見えないです。しかし、いずれに移っても社団法人であることは間違いありません。

前田　共同通信の組織は、組合主義によりニュースの中立性とか客観性とかを非常に重視し維持してきたわけですね。それがもしも二階に上がれないで、一階ですよということになると、組合主義を維持できなくなりませんか。

山田　それは恐らくないと思います。一階も社団法人ですから。

前田　課税はされますね。

山田　されます。一階も社団法人ですが、原則課税になります。課税についても、法案とは別に税制の問題ですから、恐らく今年末の税調で形が見えてくると思います。今の段階では見えないものばかりで、共同は「こうします」と申し上げられる状況ではないのです。前田理事長が言われたような組合主義通信社、つまり社団法人形態は二階に行こうと一階に行こうと維持できます。

桂　国は公益型の、非営利性の強い社団はうんと限定しそうなんですか。

山田　一階も二階も非営利です。非営利の概念でよく誤解があるのですが、非営利はもうけてもいいんです。しかし、もうけを会員で分配してはいけませんが。もうけたものを本来の事業にぶち込んでいけばいい。非営利法人というときの概念はそういうことです。

桂　今でも社団法人は営利事業をやっても構わないんですね。収益事業をやった場合には収益会計を別に設ければいい。

山田　そうです。二階の公益認定法人でも収益事業をやってもいいんです。やって上がった収益を本来のところへもう一回ぶち込んで充実させなさい、これが非営利の意味合いなんです。

江口　もうちょっと時間がたたないとはっきりしてこないですね。

藤田　加盟紙が地域の総合情報産業化を目指し

ている。これが大きな流れだとすると、共同がジャーナリズムの基幹的な役割を果たそうとすることにかなり障害というか、不都合が生じる部分がありますか。

山田　それはないと思います。通信社ですからコンテンツプロバイダーということになると思うんですが、加盟社がどんなコンテンツを求めてくるか、加盟社の方もまだ分からない、いわば手探り状態です。そのときの一つとして共同は動画を準備しているわけです、まだまだつたない段階ですけれど。どれぐらいニーズが出てくるかで、ここを充実させなければいけないだろうと思っています。例えば携帯サイトのようなものを加盟社が強めるならば、携帯サイトにマッチングするような情報を出す。その辺はニーズに応じて共同が対応していくことになると思います。そのことでジャーナリズム組織として影響を受けるとは考えておりません。

桂　技術装備とか、ある種のビジネスのアクティビティーとか、そういうものでは総合情報産業型というものを目指しても、おれたちは地域でも言論報道機関なんだという、そこの理念みたいなものがどこまで提示できるか、若干の不安はあるんです。

山田　新聞社ですから、必ず紙面が軸に置かれると思うんです。紙面がどうなるか全く見えませんし、電通総研の社長だった藤原さんが言っておられるように、Eプラットホームですか、ああいうことになるのかどうか。分かりません。あれだと紙面がなくなって電子紙面になってしまうという話ですね。だけどそうかな、そうでもないだろう。やはり宅配制度が整っていて朝玄関に新聞が入っているという状況が、一気にインターネットあるいはテレビ型インターネットでごそっと変わってしまうのか。私は、加盟新聞社は紙面を中心に総合情報産業化を目指すのだろうと思います。地域の情報産業の中でジャーナリズムが崩れるようなことはないと思っています。

時事は経営基盤強化が最優先

江口　重要な問題ですが、次に進みましょう。時事の最重要課題は何か。

中田　当社の生い立ちはそもそも経済通信と出版から始まったわけですけれども、マスメディアサービスに乗り出してから四十数年たっています。幸い私たちとしては一定の評価を頂いていると自負しておりますが、マスメディアサービスをさらに充実させていくためにも、株式会社ですから、何としても経営基盤をしっかりさせなければいけない。

そのためには先ほどから言っていますように、金融証券関係のサービスをさらに増やして収益を上げるしかありません。実務系のところで、これもいろいろな業界、団体の方にお役に立っているから、それだけの収益が上がるんだと私たちは思っていますが、そういうところに力を入れながら、一期でも早く黒字にする。もう七期連続赤字、八期目もちょっと安心できない状況にあります。いつまでも先輩たちの遺産で食っていくわけにもいきませんので、財政的な経営基盤を安定させることがわが社にとって最重要問題だと思います。

そういうことで、金融証券系のサービスでも近く十二年ぶりに新商品を出すことになると思いますし、マスメ系についても加盟社向けの配信システムを更新しましたが、多メディア向けで編集、配信をスピードアップしさらに効率化できるよう、編集の中核システムを開発中です。これだけでも非常に投資が多くなりますが、今、経営の中で一番圧迫要因となっているのは、システムコストの問題です。電子化、コンピューター化されていけばシステムをつくるのは高いですからね。

うちの場合、商品で絡んでいるシステムは六十近くあるんです。コンピューター化してシステムで商品をつくるような形になっていますので、六十近いシステムをどれだけ小さくするか。それを見直して効率化できるところは効率化する。タコ足でどんどんコンピューターをつないでやってきていますから、システムの最適化ということが最近、はやっているらしいですが、全社システム最適化委員会を昨年立ち上げて、六十あるものを四十ぐらいに抑える。そうなればシステムコストもかなり下がると思います。

コンピューター化されている企業の売り上げに占めるコストは10％ぐらいですが、当社の場合は

15％まできていますから、ちょっと多過ぎる。これが減価償却から何からいろんな形で響いてきていますから、投資をすればするほど減価償却に跳ね返ってくる形で数字が悪い要因になってくる。本来ならそれをやることによって収益を上げて投資費用を出していかなければいけないのですが、コンピューターシステム化される中で全体的に経済もよくない、自治体もよくないということで、収入が下がってきているので、どうしても構造が赤字体質になってしまっているところがあります。

これを何とか整理したいということで、今懸命にやっているところです。システムのダウンサイズ化と効率化、整理統合は、通信社に付いて回るものだと思っています。もう装置産業みたいになってしまっているので、そこら辺を何とか変えられないか。一時は何十億円もするシステムをつくったりしていましたから、十分の一ぐらいのコストでやらなければいけないのではないかと思います。そこが大きな課題です。

桂　敬一氏

加盟社のニーズ見極める

江口　これは通信社の近未来像という次の質疑とも密接に絡んでいるので、その中で似たような論議ができると思います。先ほど山田さんがメディアが地殻変動を起こしていると言われましたが、日本のメディア界における通信社の地位といいますか、自己評価をどのようにするかという問題も、通信社の近未来像をめぐる論議の中で併せてやっていただきたい。

また、IT革命の一層の進展とメディア界のさらなる激変が予想される中で、通信社事業は今後どのように転換していくのか、転換があるのかどうか。共同にとっての通信社と加盟社の関係、組合主義通信社の今後の在り方、全国紙との関係はこれでいいのか。加盟地方紙へのサービス内容は今後変わっていく可能性があるのかどうか。共同の在り方の核心部分であろうかと思います。時事通信にとっても、近未来像に絞って具体的なイメージがあればお伺いしたいと思います。

山田　社団共同通信は組合通信社で、加盟社が会員なわけですが、会員社をめぐる環境が大きく変わってきています。共同としてはコンテンツを提供しているわけですから、この変わり方がどうなのか、それに共同がどう迅速に対応できるかということが一番の問題ですね。どういうコンテンツのニーズが出てくるのかを見極めたい。

一つは、今回47ニュースというニーズがあった。ネットについて共同と協力できないだろうかと言われて、新聞社が会社をつくって47ニュースを立ち上げた。共同も、自らのホームページを変えようとしたときと一致したので協力しているというのが、去年のニーズに対する対応でした。

さらに、有料携帯をやっている新聞社も幾つか出ておりますが、例えば共同はこういうことをやっています。松坂がレッドソックスに行きました。松坂と井川が出て先発する試合は、イニング速報はもちろん、携帯サービス用に各打者との対戦結果の速報をしています。松坂がヤンキースの松井から三振を取ったという具合に。加盟社の方にそうしたニーズもあって始めております。47ニュースにも載るようになっています。

江口　イニング速報とか各打者の速報は出先の記者の仕事ですか。

山田　アメリカに大リーグの公認記録を扱っているエライアスという会社があり、そこと提携して送ってもらうというのが一つ。英語ですから、翻訳しなきゃいけませんが、それをベースに現地で取材に当たっているものが送ってくるのと合わせて速報している。

桂　記者は球場に付きっきりですか。

山田　松坂のときは必ず取材に行っています。ボストン支局もつくりました。最初はニューヨークから通わせようかと思っていたんですが、だめなんです。巨人・阪神みたいなもので、東京から

いきなり大阪へ行って取材したって相手にされないということで。

桂　今、若い連中はかなり高機能で絵もきれいなワンセグなんかにお金を使うんですよ。英語からのテキストだけじゃなくて、松坂のいいところとか、松井のいいところの映像も欲しいですよね。そういうのにまたお金を使うんですね。

山田　新しい事態に対してニーズがチョコチョコッと出てきている。可能なものには対応していこうじゃないかということでやっています。

将来ということでは、共同はあくまで組合主義通信社ですから、加盟社がどういうニーズを持ってくるかを見極めるのと、あるいは共同が共通の、こういうのをどうですかと投げ掛けてみるとか、そういうことが今後、必要になってくると思っています。それもどれが有効で、どれが加盟社の利益につながるのか、なかなか見極めができない。

桂　サッカーはどうですか。

山田　サッカー速報は既にやっています。

桂　松坂、井川並みにやりますか。

山田　そこまではいっていないですけど、スポーツデータパックというのがありまして、加盟社向けにウェブサイトでやっております。

桂　アメリカ映画のアカデミー賞を菊地凛子が取るか取らないかというと、それに飛び付く若いユーザーもいる。共同はスポットでやるのですか。臨時態勢を取るとか。

山田　ノミネートされて可能性があることは分かっていましたから、速報態勢を取って一般ニュースで流し、同時にウェブサイトにも流れるという仕組みになっています。

ジャーナリズム機能が弱まる懸念

桂　そういうのもいいし、それでお金になるかもしれないけれど、そうやって政治的無関心をつくっているような感じもしないではないですね。

田村　それもスポーツジャーナリズムじゃないですか。

有山　確かにスポーツジャーナリズムだと思うけれど、藤田さんも言われたように、今まで通信社だと言ってジャーナリズム機能みたいなものはどうなのかな。そういうニーズはあるだろうと分かるけれども、それに対応することに関心を向け過ぎてしまうと、今まで共同通信が果たしてきた役割がちょっと薄れるんじゃないかな。

山田　今までもスポーツジャーナリズムはありますし、政治に対する無関心とか、そういう状況は今でも広がっている、共同がそれをやらないというわけではないです。今まで通りやりながらニーズの多様化にも応えていこうということです。

桂　例えば大学でも若い連中が新聞は読まない、テレビのニュースも見ない。だけどこういうのは一生懸命ですよ。それが大学生としての知性の足元を掘り崩すようなことになっている。大学でどう手が出せるかといえば、手が出せない。そんなもの見るなといっても見るんだから――。

田村　試合だけじゃなく例えばお金のやり取りとか、西武の裏ガネ問題とか、そういう問題は大変重要なジャーナリズムの材料だと思うんです。

山田　それがないがしろになっているわけでは決してありませんので、そこは中田さんもそう思われると思いますが、きちんとやりながら、余計にやっていかなきゃいけない部分があるんです。私が共同へ入社したころは流れた漢テレは一日八千行です。今は四万行流れていますからね。それはもう新聞社に供給している原稿の量が圧倒的に違います。記者の数も当時に比べれば増えていますけれど、一つの事象が起これば、昔は本記一本でよかったのが、解説記事、サイド記事が必要になってきて背景報道に力を入れてきていますから、おのずと行数も膨らんでくるわけです。

写真だってそうです。昔は相撲をやっていると事件、事故の写真は合間を縫って送るような状態でしたが、今は何十枚、何百枚、あっという間に送れます。通信社が加盟社に対して送っている記事は質、量とも圧倒的にアップしてきていますので、そこの心配はしていません。

桂　通信社のそういう問題はきょうの本題とは違うので、もっと大きなバックグラウンドについて言えば、若い人は携帯にはどんどんお金を使うし、新聞は買わない、本は買わない。送り手の側がいろんなことをやっても受け手がシフトしているわけです。松坂とか井川だけ。お金もそちらには流れるけれど、肝心の新聞、本は買わない。い

くら送る側がやってもそっちの商売は成り立たなくなる。こういうのは本当に頭が痛いですね。

サービスすればするだけ、新聞なんかもそうだけれども、昔あったパブリックな受け手を壊しちゃっているんですよ。バラバラな断片で自分の楽しみだけ、新聞を読まなくなる人をつくっているみたいなところがあるんですよ。

山田　それをジャーナリズムがやっていると言われると……。

桂　みんなでやっているんです。

山田　世の中全体の変化をおっしゃっているんだと思いますけれども。

ニーズあるところにニュース提供

中田　山田さんのところがそういう形でいろいろやられたら、時事もやらなければいけない。私たちもいろんな投資をしながら、共同と同レベルのサービスをしなければいけない――。しかし、時事は株式会社ですから、基本の部分を金融証券系と自治体サービスでもっているところがかなりありますから、変わりようがないとは思いますが、今のような情報化社会でコンテンツはあらゆるところが欲しがる、いろんな業界から欲しい、欲しいと言ってくるんです。

田村　紀雄氏

幸い当社は株式会社ですから、何でもスピーディーに応じることができる、例えば東京駅前に大きい高層ビルが建ちますが、エレベーターの中にうちの写真が出ます。そんなに大きい収入にはなりませんが、これからは全国到るところに時事通信のニュースと写真が出ると思います。

また、いろいろ商売をやろうとしている人が取っ掛かりにニュースも欲しがっています。米国の大きい法律情報サービスの会社が、日本の会社と組んで法律家向けにオンラインサービスをやりたいと、いろいろデータは集めるけれども、それだけでは困る。あるニュースをクリックしたら昔の裁判の判例が出てくるとか、ニュースとつなげていろんなことをしたい。逆に判例からリンクされて、昔のニュースが出るとか。ニュースが非常に重宝がられているんです。今年度からサービスに入りますが、トムソンというロイター買収で有名になった会社です。そのサービスは最高裁以下、いろいろなところで利用しているようです。

先般、日本語検定というものを東京書籍さんがやったのですが、当社が協賛という形でサイトにニュースを入れたりしています。ニュースがないと日本語検定のサイトを見にきてくれない。最近そういう形でいろんな企業から引き合いが増えています。いい話も悪い話もありますけれども、うまく整理をしてやっていけば、われわれが今まで思ってもいなかったところから活路が開けるのではないかという感じです。皆さんは本当にニュースが好きなんだなと思う。

ひところ情報は金にならないといわれていましたが、まだまだニュースはお金になると思いますよ。高層ビルのエレベーターにニュースが入るなんて誰も思わなかったですよね、それが今、六本木ヒルズから何から全部やっています。あそこのビルにあるから、うちも建てるときはやりたいという形になっています。JRの電車の中にまさか入るとは思わなかったが、これからは私鉄にも入るでしょう。

桂　アイキャッチャーですね。見るとそこに情報サービスが入る。

中田　それは新聞社にはなかなかできないですから、株式会社としてのわれわれ通信社が生き残っていけるところはいくらでもあるんではないか。きちんとした情報を出すのは通信社しかないですからね。いろんなところでブログだ、何だかんだと言ってもお遊びでやっているだけですから、信頼されるまさに中立的といわれているニュースを、ファクトだけ出すことをわれわれもモットーにしていますが、安心していろんな方から声が掛かってきます。

ちりも積もればかなりの金額になるのではない

かと思っています。会社全体の流れは変わらないですけれども、今までは卸が中心でした。それが直接、消費者、国民の皆さんの目に触れるところに入っていくことで収入が上がっていけばいいなと思っています。

田村　フリーペーパーには提供していないんですか。

中田　やっていません。先行契約している新聞社との関係がありますから。

桂　『日経』は競争相手になりませんか。『日経』が会社の組織を変えましたね。新聞事業部門と出版事業部門、デジタル事業部門、放送事業部門とに分けて、今おっしゃったようなことを『日経』はがめつくデジタル事業部門でやりそうですね。

中田　『日経新聞』は私どもの大きなユーザーで、かなりのお金を頂いていますから、考えながら商売もしています。今までの状況を見ても、『日経』とあまりバッティングすることはありません。ただ、金融証券系サービス分野では、日経グループのQUICKとは大変な競争をしています。

前田　十数年前、時事はMAINや行財政サービスでバブル期にうまく乗ったわけです。そういう成功体験をずっと引きずってはいないのか。そうした体験はかなぐり捨てて、新しい時代に対応することが必要だと思う。時事通信の場合、少し遅れているという感じを持っていたが、中田さんが言ったように、細かいサービスだけど、ニュースをいろんなところに売って、積み上げれば相当な柱になるわけだから、そういうことをやっていくことが非常に重要なことではありません。

MAINだ、行財政だとそこばかりに金と人をつぎ込んでみても金融証券、行政サービスは、会社の数や市町村数ががくんと減っているわけですから、新しい分野にもっと知恵を出して金を稼ぐことも考えた方がプラスになるのではないかという気がします。

江口　通信社の存在理由ともいうべき堅実で健全なジャーナリズム性を確保していくにはどうすれば可能だろうかという設問、さっきも触れられたわけですが、このままではちょっとまずいというジャーナリズム性、あるいは公共性といいますか、この状況の中で、特に自社がやっている仕事を考え、今後よほどしっかりしなければ危ないという危機的な感じはないのでしょうか。

取材力の強化が基本

山田　インターネットが広がっていったときに、世の中の人がどう動いていくのかによると思いますけれど、ヤフーそのものに取材能力があるわけじゃない。インターネットのプロバイダーも取材能力はありません。それが提供できるのは既存の通信社とか新聞社、放送局、そこは変わりはないと思います。ただ、インターネット情報がどこまで信用できるのかを世の中の人がどう判断するか、この程度でいいや、というふうになるとちょっとまずい。そういう危機感はあります。

今の若い人たちが、インターネットで見るからいい、携帯で見るからいいと言っています。その情報が、既存のメディアが出している情報のうちはいいが、そうではないような情報、例えば市民記者の情報とか、そういう形で広がってきたときに、それが支持されるような状況になれば、われわれとしては危機だろうなと思います。

韓国でオーマイニューズが広がっていますが、日本で果たしてどうなのか、ちょっと見えませんね。心配はないのかと言われれば、そういう部分は非常に心配をします。しかし、われわれは正確で堅実、健全なニュースを配信し、かつニーズのあるコンテンツを提供していくしかないだろうと思っています。

中田　山田さんが言われる通りです。私どもはいろんなことをやっていますから、大丈夫かと思われるかもしれませんけれども、私たちはマスコミの一員であるという、そこの誇りを忘れずにやっていれば健全性うんぬんといった問題は全然起こらないと思います。特に現場では日々、共同さんに負けるなと檄（げき）を飛ばしているわけです。編集局は毎日、そういう中で食っていくためにはいろんな情報、専門性の高い情報も出さなければいけない。基本的にそういう気持ちでやっています。ジャーナリズムとしての健全性が失われることはないと思います。

桂　受け手の側が、ネットになってから今まで

のフォーマットのメディアと接することが少なくなってきた。それはやむを得ないと思うんです。しかし、新聞、通信、放送の場合には非常に重要な情報源、デーリーに一次情報にアクセスできる力を持っている。それが一番武器だと思うんです。

取材の問題でいうと二つあると思う。最近、取材というと、特権を持っていながら、どこかに行くんじゃなくて、いきなりコンピューターで取材する例がすごく多くなっている。そこからくる過ちも非常に多いわけでしょう。そういうところでの取材力の弱さが出てきてはいないかということが一つ。

もう一つ、記者クラブの問題があります。官製の情報源に入り込める力は持っているけれども、そこへの依存ということに対しての不信感がありますよね。専門的な市民運動をやっている連中に言わせると、例えばオーマイニュースなんかは今までクラブ取材に依存していた大きい新聞の弱点を突いて、自分たちの取材する力を官製情報源以外のところにも広げていって成功している。大新聞社の四十数歳で高い年収をもらっている人間が、同じ年齢で二百万円未満の人の生活感情とか、どういう困窮なのかは分からんでしょう。取材することもできないですよ。そういうところの弱点みたいなものは生まれていませんか。その点を考えると、取材力がきちんと維持できるかどうかという点での大きな問題が出ているんじゃないかという気がする。

田村　中田常務の話を聞いて通信社は大丈夫だなと思ったのは、共同と競争しているのはいいことだと思うんです。これはある意味でジャーナリズムの本道だと思いますね。

それから、情報の流れというのはエンドユーザーである読者まで一種の加工過程なんです。その点で新聞記者というのはその流れの一番上流にいるんじゃないかと思う。その間にいろんなネットがあるが、これは言ってみれば加工過程の中流部分です。それがだんだん川下へ流れてくるわけですが、取材する姿勢が維持できる限り、ジャーナリズムは健全だろうと思っています。

また、記者クラブ制は現実にあるわけで、それを超えるシステムもない。それを将来的にどういうふうにやっていくか。

江口　日本とちょっと違うところが多いにしても、いわゆる記者クラブは世界中にある。僕もロンドンでは幾つかの記者クラブに在籍したが、それなりに有用なんですよ。実は日本とそれほど違わない記者クラブもある。日本では全然知られていないだけの話です。日本の記者クラブだって世界に冠たる特殊な記者クラブとも思いません。かなり囲い込みが強いことは事実ですけれど。

山田　桂先生が指摘された、若い記者がすぐインターネットを見るという、確かにそういう傾向が出てきているので、そこはダメだ、とにかく直接確認しろ、インターネット情報はあくまで参考だという記者教育の必要性は話題になっており、それを徹底させるよう研修では心掛けています。

中田　私どもの編集局長と話していると、そこが一番頭の痛いところだと言っています。何でも取材に行く前にネットで材料を集めていくわけでしょう。おまえは記者なんだよと一からたたき直さなきゃいけないところもある。

記者クラブの関係では、行政関係の発表などの共通ニュースは通信社がきちんと出していけばいいんではないか。企業の発表ものも含め、発表ニュース、共通種は通信社がきっちりやっていく。だんだんそういう形になっていくのではないかと思います。そこは通信社の仕事の一つだと思う。

ネット時代のビジネス模索中

藤田　健全なジャーナリズム性を通信社が将来、確保していけるのかどうかという点についていうと、山田さんが言われたように、先が見えないというところが一番大きいでしょう。

桂さんが指摘されたような、取材する側のいろいろな問題点というのは既に今あるわけで、危機的といってもいいかもしれないが、これとは別に一番大きな問題は、この先新聞が部数拡大することもないだろうし、テレビの影響力がさらに大きくなって、通信社にどんどんお金を払ってくれる状況になることもないでしょう。問題は仮にネットに移っていく、ウェブサイトにニュース報道の主力が移っていったときに、実際にどういうビジネスモデルがあり得るのか。通信社がどこからお

犬養　康彦氏

金を取ってこられるのか。

今取材しているのはわれわれだよというのはその通り。ポータルサイトはどこも取材力はない、分析力もない。だけど、それで安心できるのかといえば、実はどういうビジネスモデルがあって、初めて今と同じような取材力を維持できるかどうかということで、ビジネスモデルの見通しが今立たない状況でしょう。そこが一番大きな危機というか、問題なんだろうと思います。

山田　新聞部数、活字媒体がどこまで落ちるかというのは実際、読めません。例えば活字媒体が電子新聞のような、技術革新でペラペラの紙のように折り畳めて、広げてスイッチを入れればストンと新聞が入ってきて、ページがめくれるようなものができることだって考えられるわけですね。

藤田　そういうものができたときに、その仕掛けから今の取材体制を維持できるだけの収入が得られるのかどうかという見通しが全くない。

山田　共同の場合は、社団法人形態を変えるつもりはありませんし、そういう形で続いていくと思います。逆に加盟社の方も、仮に電子ペーパーができたときも契約数でお金を取るわけですから、そこから共同に対し分担金というか、社費を頂く形でないと、逆にこちらがコンテンツを提供するだけの基盤がなくなってしまいます。

藤田先生がおっしゃるような、収入を維持するビジネスモデルは、技術革新の進歩とともにお互い調整しながら話し合っていかなければいけないだろうと思います。そういう意味では先が見えない、加盟社の方も見えない。大きな地殻変動期に入ったのは間違いないですが、不安があるのは事実です。

田村　ネットに配信しているということは、言い方は悪いが、墓穴を掘っているというか、自ら違った環境を促進している面もあるわけですね。

桂　ビジネスモデルは世界中にないような気がする。

江口　では三番目に対外発信の現状評価と将来計画、これに詳しく触れる時間はなさそうですが、一言ずつ、大きな変化があり得るかどうか。

山田　現在、英文記事は七万から八万語ぐらいのペースでKWSを出しております。もう一つは中国語ニュースを、日中関係のニュースを中心に一日四十本程度、写真が十数枚、ウェブサイトで出しています。これがアウトゴーイングとしては二本柱で、中国サイトは二〇〇一年から始めました。ここを少し充実させて、共同としてはアジアに軸足を置いた通信社を目標にしたい。

桂　契約購読者は中国本土ですか。それとも制限しているのですか。

山田　今よく見られているのは台湾とか香港です。

桂　香港に入っているということは、向こうに入っている―。

山田　入っています。温家宝が来日したときはあっという間にヒット数が上がりますから―。

桂　シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア、華僑のいるところは強いですね。

江口　時事は、中国語とかスペイン語は、はるか昔からやっているんですね。

中田　私どもは最近、対外発信が不十分な状況です。英文関係は一日六十本ぐらい英訳した記事を出していますが、大半はロイターのサービスを通じて出す感じになっています。国内では『ジャパンタイムズ』など複数の英字紙に契約していただいていますが、海外では今のところありません。

当社の場合、外国語による発信というより、海外にいる邦人向けサービスとしていろいろな形で、日本と世界のニュースを海外十六カ所で発信しています。中国も最近は読者が増えていますが、それは日本からのウェブでのサービスになりますから、日本語が中心になる。スペイン語ニュースはやってますが、十分とは言えません。

共存関係は当面維持

江口　共同、時事の現状、近未来像についてお話しいただきましたが、最後に共同、時事の協力、提携あるいは合併の可能性ということをお聞きしたい。合併というのは究極の形でしょうが、両社の関係に変化が起き得るかどうか、どういう変化があり得る、あるいは望ましいと思われるか。またそういうことは全く必要ないし、考える必要もないという考え方もあるでしょうが―。

山田　合併とか連携という話ですが、シミュレーションしたこともありませんし、話題になったこともありません。

時事さんとは通信社としての競争で、お互いにしのぎを削る感じでやっていくのが健全なジャーナリズムの大きなバネになっていくと思います。競争する中で本来なら隠れているコンテンツ、事象を引き出していくわけですから、そういう関係でいきたいなと思っております。少なくとも組織的に合併とか連携はテーマに上がっていない。

前田　耕一氏

中田　以前この座談会で合併の話が取り上げられて、社内で大変な話題にはなりましたけれども、公式、非公式にもシミュレーションしたことはありません。

生まれたときからの違いがありますね。株式会社と社団法人ということで六十年たっています。われわれの中では兄弟会社という気持ちはあるが、企業風土の違いもあります。経済合理性から考えたら、一緒になった方がいろいろプラス面があるのではないかということだと思いますけれど、現実に共同さんとうんぬんとなったら、まあちょっと考えようよということになりますね。われわれにとって現実味がありません。

ただ、金融機関もあれだけ集約される状態になってしまいましたし、先はどうなるか分からないということは、一般論としては言えますから、急転直下、事があったら（笑い）、冗談交じりで言えば、そういうこともあるかもしれませんけれども、現実的には無理ではないかなと思っています。

共同さんの方も、KKを通じて私たちがやっている分野で活動されていますが、マスメディアの分野を除いて、ある程度すみ分けができているところがありますから、共存することは可能ではないかと思う。

山田さんも言われましたが、両社が競争しながらやっていくことで当社も成長できるのではないか。成長するための活力を頂けるのではないかと、私自身は思っています。よほどの何かがない限り合併、提携ということは難しいと思います。

提携ということもいろいろ考えてみましたが、大リーグ・レッドソックスの松坂を時事と共同、取材しても一緒じゃないかと言われても、ユーザーがかなり違います。マスメディアのところは一緒ですけれども、私たちも松坂のニュースをいろんな形で、まさにエレベーターの中にまで入れてやっていますし、それを同じようにしてといっても、実務上なかなか難しいところがあります。共同さんからスポーツの記録を全部頂けるなら、そこはすぐ乗っちゃいますけれど、そんなムシのいい話はないと思います。どう考えても無駄だというところが仮に出てくれば、やることにやぶさかではないと思いますけれども、思い付きません。

桂　共同にとって最大のライバルはどこですか。全国紙ですか。

山田　全国紙でもあるでしょうね。

桂　通信機能を持っていますね。

山田　機能を持っていますが、正直言いまして、やっぱり締め切りで仕事していますよね。僕らが現場にいたころとはだいぶ変わってはきているんでしょうが、どうしても紙面中心ですよね。共同、時事は、事象があるとまず一行速報を送って、十五分か二十分以内に十五行でも二十行でも原稿をたたき込んで差し替えを出すという訓練を若いころからしていますが、新聞社はなかなかそ

れができません。

桂　全国紙は共同加盟紙との競争がありますね。この部分で間接的にライバルになる面がありますか。

山田　それはもちろんそうです。

桂　そこの脅威をどう……

山田　脅威とみますか、時事さんも競争相手ですが、全国紙との競争は当然あります。抜かれないようにしろということでやっています。

桂　全国紙と地方紙の競争は、ニュースの競争であるよりは営業面での競争では――。

山田　全国紙も社によって戦略が違うような感じです。印刷のコストは相当掛かりますし、印刷所を造ってそこで発行できる部数が何部なのかといった計算をしたら引き合わない、というようなケースも出てきているようです。しかし、地方紙は中央紙が出てくるのは怖いですよ、印刷所が出てくるのは。

桂　時事のライバル、強敵はどこですか。

中田　それはもう共同さんです（笑い）が、経済系の実務のところではやはり『日経』でしょうね。QUICKが直接の競争相手になります。ロイターとは数年前からいろいろ営業提携し編集も一緒にやっている。ロイターとは、日本国内では連携し、QUICK、ブルームバーグと対決しようという考えですが、QUICKはもともと証券業界と関係が強く、そことの競争は厳しいものがあります。

マスメディア界では共同さんと、証券業界ではQUICKと戦っているようなものです。幸い金融関係は昔から当社は強かったので、QUICKよりよいのではないかと思っています。

江口　時間があればもっといろいろ伺いたいんですが、最後に犬養さん、前田さん、十一回の座談会を通じたご感想、言っておきたいことがありましたら、お願いします。

犬養　簡潔に申し上げれば、十一回、足かけ六年に及ぶ研究座談会を継続してきて、ここにおられるレギュラーメンバーの先生方、一回も休まずに出席してくださった。そのことだけを言うのは失礼ですが（笑い）、そのことだけを考えても非常にありがたかったし、こんなことは恐らくないでしょう。通信社の問題について、限られてはいたけれども、いろんな角度から過去、現在、今後はどうかというところまで議論していただいたこと自体、非常に価値があるといいますか、日本だけじゃなくて世界の通信社を考えても初めてのことだろうと思います。そういう席に座らせていただき感謝の一言に尽きます。ありがとうございました。

前田　犬養さんの感謝の弁に尽きますが、きょう、私は一つ期待していたことがあります。時間の関係で共同、時事の提携とか合併の問題について多くの時間を割けなかったんですが、私個人は、これからの通信社環境や経済効率性を考えた時、共同、時事は合併も視野に入れて、もっと提携関係を広げるべきだと思うし、議論も深めたかった。

実は十数年前、共同の幹部の人と接触し、この問題で個人的に議論したことがあります。当時、時事通信は実務情報でもうけていたときで、これは共同にとっては非常に魅力があったと思う。地方紙の分担金を、時事の利益をもって安くできるし、なおかつ地方紙は情報が増えるというメリットがある。現に地方紙のある幹部からも、合併を促す発言を随分と聞かされたものです。

今は時事が非常に厳しい状況にあり、地方紙の期待に応えるような合併は遠のいたが、しかし大変な地殻変動がやってくる。二つの通信社が存立できるか、今後提携を選択肢からぬぐい去れないものがあるのです。

最後にレギュラーの先生方にはこれまで大変長い間、ご協力いただきありがとうございました。心より御礼申し上げます。また山田さん、中田さんにはお忙しいところを、貴重なご意見をたくさんいただき、ありがとうございました。

定価一五〇円　一年分一五〇〇円（送料とも）
発行所　財団法人　**新聞通信調査会**
〒一〇五―〇〇〇一　東京都港区虎ノ門一―五―一六（晩翠ビル四階）
☎（〇三）三五九三―一〇八一（代）
振替口座〇〇一二〇―四―七三四六七番
印刷所　株式会社　太平印刷社
©新聞通信調査会2007