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

3 - 2008

地殻変動に揺れる穀物相場

バイオ燃料ブームもかく乱要因に

増田　篤
（時事通信社シカゴ支局）

世界経済の機関車役を務めてきた米国経済が、低所得者向けサブプライム住宅ローン問題をきっかけに大きな変調を来たす一方で、数年来の商品相場ブームが一段と過熱している。今年に入り、原油相場がついに一バレル＝一〇〇ドルを瞬間的に上回ると、金相場も二十八年ぶりに史上最高値を更新、一オンス＝一〇〇〇ドル超えを視野に入れ始めた。

資源めぐり新たな構図

中国とその周辺経済の爆発的な拡大により、エネルギー、非鉄金属などの資源需要が急増、かつては、金融、証券市場に比べ極めて小さく、ニッチな存在でしかなかった商品市場が三年ほど前からにわかに脚光を浴び、「ホット・コモディティー」としてもてはやされている。出遅れていた穀物相場も昨年、その仲間入りをした。

特に昨年来のトウモロコシ、小麦、大豆という世界の主要穀物の大相場では、天候不順による凶作といった従来型の要因だけでなく、原油価格の高騰に追随するという新たな構図が浮かび上がってきた。これは、トウモロコシを原料とするエタノールなどのバイオ燃料ブームが、いよいよ世界のエネルギーと食糧事情に大きな影響を及ぼし始めたことを意味している。それは際限のない世界の経済発展の中で、人類に必須のエネルギーと食料という最も基礎的な資源を今後どうやって賄っていくのかという長期的課題を突き付けている。

二月上旬、世界最大の先物取引所ＣＭＥグループ傘下で世界の穀物の指標市場であるシカゴ商品取引所（ＣＢＯＴ）の小麦先物相場は、五日連続で値幅制限の上限に張り付くストップ高となった。

建設ラッシュのエタノール工場

実は今回の穀物相場の火付け役はトウモロコシだった。二年前まで一ブッシェル（約二十七キロ）＝二ドル台前半だったＣＢＯＴのトウモロコシ相場は、〇六年秋から急上昇し始め、〇七年三月には四・三ドル台まで高騰。その後、若干調整局面となったが、小麦や大豆の急騰につられる形で昨年末から再び上値を追う展開となり、二月中旬の段階で五・二ドルまで上昇、二年前に比べ約二・四倍の水準となった。九六年七月に付けた史上最高値五・五四ドル突破も間近だ。相場急騰の背景に、トウモロコシを原料とするエタノールブームがあることは言うまでもない。

そして、米国の主要三穀物の残りの一つである大豆にも騰勢は波及した。二年前には一ブッシェル＝六ドル付近だったＣＢＯＴの大豆相場も〇六年秋からじりじりと上昇。今年一月上旬に三十四年前に付けた史上最高値を更新。二月中旬には一三・八ドルと、二年前の約二・三倍の水準となった。大豆は、エタノール向けのトウモロコシ増産のあおりで米国の昨年の作付面積が急減したのが響いた。

商品相場の高騰が顕著になり始めた〇五年初め、商品先物取引のメッカ、シカゴでは「ホット・コモディティー」という一冊の本が話題になった。著者はカリスマ投資家ジム・ロジャーズ

氏。この本は中国の爆発的な経済発展なども新たな要因として加わり、世界中の商品需給が逼迫、商品相場の高騰が続くという内容だ。

国際的な商品指数であるロイター・ジェフリーズＣＲＢ指数（十九商品の先物相場で構成）は、調整を交えながらも史上最高値更新ペースが続き、二月中旬には３８４付近と、九九年の安値１１８と比べ約三・三倍の水準に達している。

「エタノールはトウモロコシからできる。米国には多くのトウモロコシ生産農家がいる。エタノールを外国産石油の代替として奨励することには意味がある」

ブッシュ米大統領は〇五年六月、エネルギー政策に関する演説で、こうエタノール促進策をぶち上げた。そして、「いつの日か米国の大統領は『われわれは原油をどのぐらい輸入しているのか』と質問するのではなく、『米農務省の穀物需給報告を見せてくれ』と言うことになるだろう」と、エネルギー政策におけるバイオ燃料の重要性の高まりを冗談交じりに表現した。

その後も同大統領は年頭の一般教書演説で毎回、米国の「石油依存症」からの脱却、特に中東産石油への依存度低下を訴え、エタノールや、大豆などを原料とするバイオディーゼルの生産促進を主張していく。こうしたブッシュ政権の肩入れとともに、米国のエタノールブームは一気に盛り上がる。米国の穀倉地帯、中西部各州にはウォール街から金融機関、プライベートエクイティーなどが投資先を求めて殺到、エタノール工場建設ラッシュが始まった。

エタノールの米業界団体、再生可能燃料協会（ＲＦＡ）のディニーン理事長は、〇六年二月のラスベガスでの年次会議の基調報告で、「エタノールは米中西部のニッチ産業からどこでも見られる全国的な商品となった」と強調。「エタノールの時代が来た」と誇らしげに連呼した。

「バイオ燃料悪玉論」の台頭

ブームに火が付いた〇五年以来、エタノールを取り巻く環境は激変を続ける。〇七年春、米国の農家は競って、トウモロコシの作付面積を増やし、そのあおりで大豆の面積が急減した。この結果、〇七年のトウモロコシの作付面積は前年比20％増、生産高も同24％増と過去最高になり、同相場は同年秋まで調整局面となった。半面、大豆は作付面積が同16％減となったことで、昨年から急ピッチの上昇が続き、世界的な減産で高騰し始めた小麦相場とともに、穀物相場のけん引役となった。バイオ燃料の登場とともに主要穀物間での農地の争奪戦の火ぶたが切って落とされた。

エタノール業界でも、あまりに急ピッチの拡大のひずみが表れてきた。原料となるトウモロコシ相場の高騰により、エタノール工場の利ざやが急縮小、昨年前半から工場の建設ラッシュに急ブレーキがかかった。市場の急拡大でエタノールの輸送手段や貯蔵庫などのインフラ整備が間に合わなかったことなどが原因で、需要が伸び悩んだことも、エタノールブームの失速につながった。

米業界団体、再生可能燃料協会（ＲＦＡ）によると、米国のエタノール工場の生産能力は現在、約七十二億ガロン（一ガロン＝約三・八リットル）と六年前の約三倍の水準だ。工場数は現在百三十四工場で、七十七工場が建設中だが、昨年は資金調達環境も悪化する中で建設計画の中断や白紙撤回も出始めた。さらに、業界再編も活発化している。

〇七年は米国に限らず、世界的にもそれまでの数年間のバイオ燃料ブームのひずみが一気に噴出した年ともなった。生育過程で二酸化炭素を吸収、地球温暖化抑制にも役立ち、環境に優しい燃料源とされていたバイオ燃料も、ブラジルではサトウキビ、東南アジアではパーム油など、バイオ燃料の原料農産物を栽培するために熱帯雨林が次々と伐採されているとして、環境団体などからの批判が高まっている。

さらに、バイオ燃料の増産が穀物需給の逼迫、価格の高騰を招いたことで、「バイオ燃料は食料と燃料の間の穀物争奪戦につながり、開発途上国の飢餓などの災厄をもたらす」（国連の特別報告者、ジャン・ジーグラー氏）といった厳しい批判も出始めている。化石燃料からの脱却の担い手という善玉だったはずのバイオ燃料は昨年、突如、悪玉になり始めた感すらある。

米商品アナリスト、ビル・ラップ氏は「食品価格上昇率は、過去五年間は平均２・４％だったが、〇七年は５・４％、さらに今後五年間の平均

上昇率は７・５％に達する」と予測する。食品価格インフレは明白だ。問題はバイオ燃料の増産がその主因かどうかだ。先進国の食品コストの大半は輸送、包装などのコストで、原料穀物価格の変動の末端の食品価格に対する影響はわずかであり、むしろ原油価格の上昇からの影響の方が大きいとの主張もある。

問われる「革命」への対応

そもそも、バイオ燃料がにわかにブームになったのは原油価格の高騰が始まってからだ。米パーデュー大学のウォレス・タイナー教授（農業経済学）は昨年十一月、シカゴ市内での大豆業界の会議での講演で、以前は石油価格と穀物などの商品価格の間に連動性はなかったが、バイオ燃料の登場により、「エネルギー価格と農産物価格の連動が始まった。米国と世界の農業は現在、革命を経験している」との認識を示した。

結局、穀物・食品価格の高騰をもたらしたと、バイオ燃料だけを非難しても何の解決にもならない。バイオ燃料ブームも、石油資源の枯渇、需給逼迫への恐怖から始まっている。

米農務省が今年二月十二日に発表した最新の長期予測で、〇七年は約六十億ガロンだったエタノールの年間生産量は、一〇年には百二十億ガロンまで一気に倍増、一七年には百四十億ガロンに達するとの依然強気の見通しを示した。トウモロコシ生産量におけるエタノール向け需要量は〇九年ごろまでに三分の一に達する見込みだ。ただ、こうした急増にもかかわらず、一七年時点でのエタノール生産量は米国内での年間ガソリン消費量の８・５％を満たすにすぎないという。

バイオ燃料ブームは米国だけでなく、世界中で起きている。例えば、欧州では地球温暖化対策などの環境意識の高さから、欧州委員会など政府当局がバイオディーゼル奨励策を強化してきた。バイオ燃料急拡大の副作用が出始める中、見直し機運も出始めているものの、世界の人口、そしてエネルギー需要は増え続けると予想される中で、現在の化石燃料ばかりに頼る体制はいつか破綻（はたん）する可能性が高い。

北京五輪を控えた中国の経済は、既に一部はバブルと指摘されながらも、少なくとも五輪まで、あるいはさらにその後も高度経済成長が続くとの見方が多い。中国十三億人、そしてインド十億人という全世界の三―四割を占める地域の国民の大半が、所得向上により先進国並みの生活を送るようになった場合、果たして世界のエネルギー、資源、食糧事情はどうなるのか。地球政策研究所（ＥＰＩ）のレスター・ブラウン所長が長年、警鐘を鳴らし続けてきた「中国が世界を食い尽くす」というシナリオが一段と現実味を帯び、歴史的な商品相場高騰につながっている。

投機資金の行方

一方で、こうした現物需給の逼迫とは別に、世界的な過剰流動性の拡大による投機資金の膨張も商品相場の高騰を加速している。商品インデックスファンドと呼ばれる新たな投資が相場を底上げしている。シカゴの穀物市場関係者は現在、「どの水準までが穀物需給の逼迫によるものなのか、急増する投機資金が相場をどの程度かさ上げしているのか」などと自問自答している。そして、米国経済が景気後退に陥った場合、中国などの新興国経済も急減速し、商品市場からも投機資金が撤退、相場の急落につながることがあるのか。今のところ、まだ誰にも確信はない。

ロイター・ジェフリーズ CRB 指数の推移

欧州で無料紙、新聞をしのぐ勢い
独で続く強硬な排斥の動き

広瀬英彦
（東洋大学名誉教授）

スウェーデンのストックホルムで一九九五年に『メトロ』が誕生して以来、ニュースと広告を掲載して毎日無料で発行される日刊フリーペーパー（以下、フリーペーパー）は急速に世界に浸透し、二〇〇六年九月現在で、日刊フリーペーパーが発行されている国はヨーロッパ、南北アメリカ、アジア・パシフィックにわたる四十一カ国に達した。さらに〇七年七月には五十カ国に拡大したという。中でもフリーペーパーが最も広く普及しているヨーロッパでは〇六年段階で、その数は二十六カ国に上り、主要国でフリーペーパーが存在しない国はほとんどない状態である。

さらに、一部の国々では、有料、無料を合わせた新聞の総発行部数の中で、フリーペーパーが既存の有料新聞を凌駕（りょうが）する状況になっている。中でもフリーペーパーの比率が最も高いのはアイスランドで、実に80％強に達しており、この国では新聞は無料というのが通念になっているのではないかと思われる。次いで第二位のデンマークが60％、第三位のスペインが50％強などと続いている。

こうした状況の中で、ヨーロッパ最大の大国であるドイツだけは、いまだ定着したフリーペーパーは存在せず、今後の見通しも定かではない状態にある。それはなぜか。

外資に対抗、無料紙次々創刊

かつてフリーペーパーが海外からドイツに上陸したことがあった。ノルウェーの巨大メディアグループ「シブステッド」が発行する国際的フリーペーパー『二〇ミヌーテン』（ドイツ語）が、九九年にケルンに上陸し、近郊鉄道駅前などで新聞を配り始めた。すると、全国的規模で多数の新聞を傘下に収めるドイツ最大の新聞グループ「アクセル・シュプリンガー」（以下「シュプリンガー」）が直ちにフリーペーパー『ケルン・エクストラ』を創刊し、これに対抗した。本拠をケルンに置き、ドイツ第四位の位置にある有力新聞グループ「デュモン・シャウベルク」は、まず傘下の街頭売り大衆紙『ケルナー・エクスプレス』の無料配布を始めたが、それでは間に合わないとみてフリーペーパー『ケルナー・モルゲン』を創刊して圧力を強めた。これらの新聞を収めた無人ボックスが街角で肩を並べる光景が展開し、『二〇ミヌーテン』は多額の負債を抱えて、〇一年にドイツから撤退した。すると、ドイツ側のフリーペーパーも時を置かずに廃刊してしまった。

『二〇ミヌーテン』の責任者はドイツ側の行動を、「このたびの争いで競争が公平に行われたことは、一度もなかった。彼らはあらゆる手段でわれわれを壊滅させようとした」と批判した。ドイツ側はこれを裁判に訴え、「フリーペーパーは真正な新聞ではないため、法律の保護の対象とならず、フリーペーパーが不公正な競争を引き起こした」と主張したが、法廷は〇三年に、「訴えは正当ではなく、有料新聞とフリーペーパーは同等に扱われるべきだ」との判決を下した。

ドイツ側はこれを連邦憲法裁判所に控訴したが、憲法裁は〇七年に「『二〇ミヌーテン』は既に撤退しているため実体がなく、問題は解決している」として、判断を示さないまま問題は終結してしまった。

フリーペーパーの進出に対する既存有料新聞のこうした排斥的対応は、ヨーロッパの他の国々でも見られた。その代表的な事例に当たるフランスでは、〇二年に『メトロ』と『二〇ミニュット』（フランス語）が相次いでパリに上陸した。先に上陸した『メトロ』は新聞関係労働組合の反対によりパリで印刷できず、隣国のルクセンブルクで印刷しトラックでパリに運び込んだところ、待ち構えた労組員が新聞の束を奪い取って、セーヌ川に投げ込んだり、路上にばらまいたり、といった妨害が繰り広げられた。高級紙『ルモンド』は

「フリーペーパーの登場はジャーナリズムの死を意味し、新聞市場の安定を脅かす」と批判した。

仏では協力、共存の関係

しかし、『メトロ』も『二〇ミニュット』もそれに抗して、他の主要都市にも進出していった。だがフランス側の抵抗が収まったわけではなく、主要新聞間の合意により「都市名＋プリュス（プラス）」という一連のタイトルで、対抗的フリーペーパーを発行する共同行動に出て、『マルセイユ・プリュス』『リヨン・プリュス』といったフリーペーパーが地元有力紙の手で相次いで発刊され、地下鉄駅に海外からの進出組と地元組双方のフリーペーパーのラックが並ぶ光景が出現した。

その一方で、地元新聞とフリーペーパーとが共同で新たなフリーペーパーを創刊する動きも登場し、次第に両者の間に協力、共存関係が形成されていった。また、フランス側の新聞が独自にフリーペーパーを創刊するケースも相次ぐようになり、さまざまなフリーペーパーが定着するに至っている。

これに対し、ドイツで今日なおフリーペーパーの定着が見られないのは、ドイツのメディア専門誌『ジュルナリスト』によると、その主要因はドイツ既存新聞界のフリーペーパーに対する強い拒否的姿勢にあるという。

先の「ケルン戦争」後も、フリーペーパーが再度のドイツ上陸を計画中との情報は繰り返し広がったが、そうした動きに対し「シュプリンガー」は「いかなる犠牲を払っても進出を阻止する」と公言し、実際に上陸してきた場合には、『グラティシモ』と題する全国規模のフリーペーパーを創刊して対抗するとの具体的計画まで発表した。

「フリーペーパーがない日は、すべて良い日だ」というのが、「シュプリンガー」の最高責任者デプフナーの言葉であった。

ほかにも、「デュモン・シャウベルク」の最高責任者は「われわれは、フリーペーパーは成熟した新聞界と質の高いジャーナリズムにとって危険な存在だという意見だ」と語る。また、エッセンに本拠を置く「ＷＡＺ」グループの発行責任者は、ドイツには無料日刊新聞は欲しくないと述べ、経済専門紙『ハンデルスブラット』の紙上で「タダで配る新聞などは人の頭の中と紙くずかごをいっぱいにして詰まらせるだけ」と警告した。

こうしてドイツの内外いずれからも、フリーペーパーが出現する動きは封殺されてきたように見えた。しかし、〇六年になって、オフィスビルだけに配布される『ビジネス・ニュース』、空港で配布されるスポーツ専門紙『シュポルトツァイトゥング』、ルフトハンザ航空機内と超特急ＩＣＥのファーストクラス内で配布される『ハンデルスブラット・ニュース・アム・アーベント』、『フィナンシャル・タイムズ・ドイッチラント・コンパクト』、それに〇七年一月に登場の『ジュートドイッチェ・ツァイトゥング・プライムタイム』の三紙といった限定的な場所のみで配布されるフリーペーパーが、極めて控えめに続いて登場した。

これらのフリーペーパーのこうした控えめな姿勢は、「シュプリンガー」などの激しい反応を警戒してのことであったが、大型メディアグループからの具体的な圧力はなく、これらのフリーペーパーがこのまま存続すれば、この年がドイツの「フリーペーパー元年」と呼ばれるようになるかとも思われた。

独でも一部に芽出しの兆し

しかし、〇七年四月には『シュポルトツァイトゥング』、同六月には『ビジネス・ニュース』が廃刊するなど、この流れが後退していく側面も現れてきた。だがその一方で、「シュプリンガー」傘下の旗艦に当たる『ディ・ウェルト』のコンパクト版『ウェルト・コンパクト』の一部が〇七年一月から、ＩＣＥのファーストクラス内で無料配布されることになって、フリーペーパーの仲間入りをするという意外な展開があり、今やドイツにも、フリーペーパーの要素がじわじわと染み込み始めたような状況が生まれてきた。

ところで、アジアでも韓国、中国などで、複数のフリーペーパーが激しい競争を展開している中で、日本には〇二年の『ヘッドライン・ツデー』の短期出現後、フリーペーパーは存在しないとされてきたが、海外の資料には具体的な日刊フリーペーパーの八七年からの存続が記載されている。となると、日本もドイツの現段階と似た状況にあるのかとも思えてくるが、どうであろうか。

万博成功が大阪のピーク
地方行財政に目を向けて
―通信社の先輩が語る「私の体験記」⑫―

桑野　巍
（時事通信社OB）

私は高校時代に学校新聞作りを楽しんだ。学校新聞作りが高じて「将来は報道関係の仕事に就きたい」と、夢だけは大きかった。実家（岡山県金光町）は貧農だったが昭和二十八年春、中央大学法学部に進学、同時に郷里の先輩のお世話で時事通信社の雇員に採用され、学業との両立に挑戦した。職場は日比谷市政会館地階の発送部。仕事は各種の速報類や活版通信を自転車で都心の官公庁や企業など読者に早く確実に届けることだった。

大学を卒業して編集局整理部に配属され、社員試験に合格、正社員に登用された。ここでは内外のニュース、海外や国内の相場に接し、生き生きとした毎日を送った。その後水産部に転じ、早朝午前五時ごろ、築地市場に出勤、生鮮食料品の入荷状況や相場類の取材に没頭した。

昭和三十九年、大阪支社編集部に移り、福島区の中央卸売市場を取材した。当時、水産業界では「大阪市場の相場形成過程は厳正ではないのでは」との声も聞かれ、社から「大阪市場の実態を見てくれ」という命だったと記憶している。そのためか、大阪市場では「時事の新人は農林省の回し者」という目つきで見られたこともあった。

そのころ、時事はマスメディアサービスを始めたこともあり、早朝は水産、昼間はプロ野球や甲子園の高校野球などを取材、そして夕方は九州地区からの水産物出荷状況を業者に電話サービスするという長時間労働に耐えた。約二年間の下積み時代だったが、仕事がきついとか苦しいとは一度も思わなかった。

大阪府庁詰め記者として

昭和四十二年一月から大阪府庁記者クラブへ行けとの命で、教育記者会や大蔵記者詰めも兼務したが、主に地方行財政を担当した。当時の知事は左藤義詮氏（元防衛庁長官）だった。ごあいさつをと名刺を渡したら、「あなたの名前は難しい」と言いながらも、「たかしさん」とすぐ読んでくれた。僧籍を持つお坊さんらしく、「名刺に振り仮名を」という親切な助言をちょうだいした。

大阪府は東京都に次ぐ地方自治体組織。果たして職責が全うできるかどうかという不安と、「時事の名を汚してはならない」という思いが交錯していた。そこで、「地方自治の勉強を怠るな」と自分に言い聞かせた。地方自治法などの精読も大仕事だったが、生きた教科書は時事通信発行の『官庁速報』と『地方行政』『厚生福祉』などの活版通信だった。

もう一つは地方公共団体の行財政関係のニーズをつかむことで、このヒントを与えてくれたのは地方行財政調査会の一連の調査だった。一カ月に十数本の調査依頼が東京の本部から送られてくるが、この調査表記入を担当課に依頼、それを回収して本部に返送する仕組みだ。これは府政担当記者の重要な仕事だった。調査用紙を持って担当課に足を運び、担当の各係長と親しくなるのがメリットだった。この調査依頼が府県行財政の問題点を私に教えてくれたし、取材対象先の人脈構築に役立ったことは確かである。

万国博成功の後先

昭和四十年代初めごろの大阪は、四十五年に千里で開催する万国博の準備で大わらわだった。官民が一体となって「万国博を成功させよう」の大合唱が起こり、その中に私もいた。大阪は全国でも元気のある街の象徴的存在で、みんな万国博に威信を懸けたのだ。しかし、千里会場の用地買収に手間取り、心配屋集団の記者クラブでは「何とかならぬか万国博」という裏標語が流行したのもこのころだった。

左藤知事をはじめ、古つわものの田中楢一、高

田敏一、湯川宏の三副知事をはじめ、岸昌や後任の石川一郎両総務部長ら府職員が一体となって、「万国博を成功させよう運動」に取り組んだ。道路、鉄道、飛行場などの整備をはじめ、警備面の充実強化も進めた。もちろん、政府、財界の協力も取り付けたから、私どもはニュースに事欠かなかった。大阪の結束力発揮もあって、万国博は半年間の総入場者数六千四百二十一万人という未曾有の観客を集め、大成功した。大阪のプレステージは上がった。

当時、万国博協会の事務総長という大役を無難にこなしたのは後の東京都知事に選ばれる鈴木俊一氏だった。彼は東京出身なのに「万国博は国際的大事業としてはオリンピックと同じ。大阪の総合力は素晴らしい」と評価していた。まさに「進歩と調和」が表現できたと言える。万国博の成功は大阪の名を世界にもとどろかしたのだった。

このころ、記者クラブでは「跡地をどうするか」が話題になった。太陽の塔は残すが、後は地域住民のための文化公園が最有力だった。私は「国連の環境保護機関を誘致したら」「将来の近畿州の州庁舎建設の用地にしたら」と発言した記憶がある。ただ、「大阪の成長の勢いは今がピーク、この先は下り坂」というマイナス思考も脳裏をよぎった。

革新府政の誕生

万国博開催を契機に大阪は国際社会の中でも、経済的にも文化的にも高い地位を獲得したが、調子に乗ってしまった。長期ビジョンの中で「きれいな環境」「豊かな生活」を掲げ、新しい大阪づくりを目指したものの、産業活動の急拡大と都市化の進展によって交通戦争や環境汚染問題、住宅難などをもたらし始め、大きな行政課題を抱え込んでしまった。

昭和四十六年の統一地方選挙では万国博の成功を引っ提げて、左藤知事が三選を狙って出馬を表明、これに対し革新系（共産党推薦）は大阪市立大学教授の黒田了一氏を担ぎ出した。左藤陣営は「大阪城や万国博会場に左藤知事の銅像を建てよう」と意気込んだものの、小差で黒田氏が当選した。大阪に〝共産党知事〟が誕生したのだ。

当時の大阪は公害問題が各所で起こり、連日のように公害反対運動団体が府庁に押しかけていた。「経済発展は公害を引き起こす。生命を大切に」という黒田候補に追い風が吹いたのだ。

黒田氏の当選で庁内では「どんな人やろう。何をやるんやろう」という空気が充満し、職員は仕事が手に付かない状態だった。私はこの現象を「大阪府庁ワニ論」と名付けた。廊下を行き来する職員は絶えずうつむき加減で、水に潜ったワニのようだったのだ。時たま顔を上げ様子をうかがうが、口数が極度に少なくすぐ下を向いてしまう光景は惨めだった。

左藤知事が敗北を喫した翌日、田中副知事本人から時事通信の記者ボックスに内線電話がかかってきた。「桑野君、僕の部屋に来ないか」という。副知事が呼んでいると思うと、記者クラブ五年目という私も緊張した。田中副知事は「実はきょう、三副知事が連名で辞職願を出した。その話だったんだよ。残念だよ」と言う。ニュースを提供してもらったのはうれしかったが、本当に残念だった。早速知事公室長に確認を取って原稿に仕立て上げ、即刻送信した。知事室総務課に設置されていた時事の「官庁波ファクス」に記事が流れた。このニュースが瞬く間に庁内に伝わり、職員たちは動揺し、当時の石川一郎総務部長も「困った。困った」と浮足立っていた。

黒田知事が岸副知事と対立

黒田了一新知事の登場に共産党議員は拍手し、職員労働組合の一部も歓迎したが、府職員の大半は無表情を決め込んでいた。黒田氏はまず新しい副知事の選任から始めなければならないが、議会の同意が必要なため、幹部人事で苦しみを味わっ

た。定例の記者会見でも厳しい質問が飛び交い、立ち往生する場面が多かった。それでも黒田氏は低姿勢で辛抱強く議員や幹部職員の話をよく聞いていた。その黒田氏が秘書を通じて私を知事室に呼んだ。用件は副知事の選考についてだった。与党である共産党や社会党の議員に相談すればよいのに、なぜ私を呼ぶのか、単なる古参記者だったからなのか、疑問だった。黒田知事は副知事候補の具体名を出しながら黒革の手帳にメモし始めた。まじめな性格は分かるが、記者からの逆取材は正直まずいと思った。詳しいことは覚えていないが、岸昌氏、砂子田隆氏について聞かれた。しかし、私が感じた高級官僚の印象をすべて話してよいのかどうか、迷いもあって中途退席した。

それから四カ月後の昭和四十六年八月、副知事がやっと決まった。その中の一人は岸昌氏で、自治省官房長から再び地元大阪入りしたわけだ。当時の大阪は公害問題、老人医療費の公費負担制度、春木競馬の廃止など難問が山積していた。少数与党の〝黒田丸〟の航海は荒波をかぶりっ放しだった。高度経済成長がもたらしたひずみの表面化と長期不況の入り口に差し掛かり、税収の減少から厳しい財政状況に直面せざるを得なかった。追い打ちを掛けたのがオイルショックで、財政運営は極めて困難な状況に置かれ、開府以来初の「財政非常事態」を宣言したのもこのころだった。

府政取材の中で「大阪府の係長行政」といって、業務執行単位の簡素な指揮命令体制、人材育成とモラール維持機能、責任の明確化、管理能力の発揮などを学んだ。その大阪府政担当から経済関係の記者クラブに移り、今度は外から府政を見ることになった。電機機械、鉄鋼、繊維などの記者クラブを一巡した後、デスクに昇格したが、大阪府の行く末は絶えず気に掛かった。

岸氏は黒田革新府政を支えていたものの、知事と意見が対立することが多くなり、「私はスケープゴート」と公に発言、副知事を一期務めて退任を決意し、自ら浪人生活を送ることになった。昭和五十二年度から大阪府は地方交付税の交付団体に転落、不交付団体というプライドを捨てざるを得なくなってしまった。岸氏は「仕事を投げ出したわけではない」として、次の秘策を練っていた。

岸氏が知事選で勝利

自由人になった岸氏から、デスクの私あてに電話があった。「これから時事通信の大阪支社にお邪魔し、会いたい」と言う。岸氏は一連の府財政の貧困ぶりや副知事時代の苦労話を話してくれた。私は当時の高科完英編集部長と相談し、大阪府の財政窮状を時事の『地方行政』版に署名入りで書いてもらうことにした。上、下と分けての岸論文は財政裕福だった大阪府がなぜ交付団体に転落したのか、これからどのようにして立て直したらよいのか、という内容だった。この論文が『地方行政』に掲載されると、府庁内で大反響を呼び、各党の府議も読者となった。

岸氏は昭和五十四年春の知事選に出馬、三選を目指す黒田氏と戦い、岸氏が勝利した。早速財政健全化に着手、軌道修正し、平成三年まで三期知事の座を守った。しかし、その後がお粗末だった。中川和雄氏（元副知事）が選挙違反で一期限り、お笑い芸人の横山ノック氏（元参院議員）がわいせつ事件で失脚したのだ。前任の太田房江氏（旧通産省官僚）も初の女性知事として華々しく登場したが、自身の「政治とカネ」の問題が表面化して、三期目の立候補を断念した。府庁内外からは「太田氏はおごりの末路」と批判された。

新知事に期待する

私は東京、大阪、京都、神戸、東京、大阪、東京と転勤、住居を何回も変えたが、若いころの大阪勤務が長かったこともあり、自身の居所を今も大阪・堺市に置いている。大阪の人情、ドロ臭さに魅力を感じているからだ。奥の深い地方行政を垣間見ながら、今も大阪府市町村課発行の月刊誌『自治大阪』（地方公務員向け）に雑文を寄稿している。多くの地方公務員諸君から住民のこと、役所のことを学べるし、私を育ててくれるから、この人たちに感謝している。

今回（一月二十七日）の知事選挙では弁護士でタレントの橋下徹氏が当選したが、彼は三十八歳でまだ若い。果たして「沈む大阪」を救ってくれるのか、一抹の不安も残る。財政悪化、企業本社の東京流出、犯罪多発、知性不毛の地などイメージが悪く、大阪は迷走中だ。新知事には「活気のある大阪再構築」を望む。

海外情報

07中国新聞業界10重大ニュース

報道界10重大ニュースも発表

二〇〇七年中国の新聞業界重大ニュースを、新聞業界専門誌『中国報業』の編集部が以下の通り選び、〇八年一月号で掲載した。

1　新聞出版総署が「新聞出版業の『第十一期五カ年計画』発展計画」を発表

2　「卓衆出版」始動、媒体社の業態転換で新たな一歩

もともと中国農業機械化科学研究院所属だった機電商報社が、新聞出版総署から業態転換を承認され、九月、「北京卓衆出版有限公司」として生まれ変わった。同公司は研究院から独立し、かつ機電商報社が発行してきた一紙十誌の出版権を獲得した。こうした業態転換手続きを経て、独立した出版経営主体が誕生したのは初めて。

3　四新聞社が違法広告で広告業務停止処分。虚偽広告に重要な一打

十一月、新聞出版総署と国家工商総局は、『南国都市報』『済南時報』『文摘旬報』『書刊報』がたびたび虚偽広告を掲載したとして、四紙に対し、薬品、医療品などの広告掲載を禁じた。

4　『人民日報』を農村に送る運動スタート

政府が国家予算で『人民日報』を購入し、西部十二省区の農村基層党支部に送ることを決定した。背景には、農民向け新聞の少なさ、農民の購買力不足、配達難などに起因する、都市―農村の大きな情報格差がある。十二月、北京で「社会主義新農村建設に奉仕する新聞業界シンポジウム」の開催も。

5　「粤伝媒」を追ってメディアの株式上場がホットイシューに

十一月、広州日報報業集団系の広東九州陽光伝媒股份有限公司（略称「粤伝媒」）が深圳証券交易所に上場を果たし、初日の上げ幅は207・8％をつけた。上場先が、日本で言えばマザーズのような新興企業向け取引所ではなく、東証一部のようなメーンボードとなったことも注目される。（本誌前号参照）

6　新聞のデジタル化加速、伝統メディアが新時代への道探る

五月、デジタル新聞の新技術の現状と展望シンポジウムが北京で開催。席上、デジタル新聞実験室が九分野四十五項目から成るデジタル新聞イノベーションプロジェクトを公表。

7　新聞グループからメディアグループへ。メディア融合が趨勢（すうせい）に

四月、「湖北日報報業（新聞）集団」が、「湖北日報伝媒（メディア）集団」に改名したのをはじめ、「新聞グループ」から「メディアグループ」への改名が七件に上った。

8　新聞社間の提携盛ん、競合新時代へ

一月、『中国気象報』が六つの業界紙と協力協定を締結。四月、『北京青年報』『広州日報』など十七社が「中国都市第一媒体連盟」を、また『南方都市報』『京華時報』など十二社が「中国都市主流媒体連盟」をそれぞれ結成。ほかにも各地で新聞社間提携が進み、市場競争は新たなステージに。

9　都市報が生き残り懸け相次ぎ業態転換

七月、『華夏時報』が経済専門週刊紙に転換。十一月、『北京娯楽新報』が地下鉄駅構内などで無料配布する、事実上の「フリーペーパー」に。

10　新聞業界初の白書「報業藍皮書―中国報業発展報告二〇〇七」出版

一方、『中国新聞出版報』編集部は一月二日付紙面で、二〇〇七年報道界の重要ニュースを以下の通り発表した。

1　全力で党の十七回全国代表大会を報道

2　インターネット文化建設を強化

3　新媒体に主流メディアの様相現る

4　四新聞社に広告掲載禁止命令など、媒体健全化の嵐

5　新聞業界改革の波再び

6　新聞社の記者ステーション管理強化

7　突発事件対応法案から媒体の「独自発表」禁止条項を削除

8　二〇〇八年オリンピック報道に備える

9　新聞業界が新農村建設に積極奉仕

10　世界雑誌大会が初の中国開催

（木原　正博＝日本新聞協会審査室長）

多チャンネル市場に新たなプレーヤー

欧州主要通信事業者がＩＰＴＶを本格化

上原伸元
（東京国際大学専任講師）

欧州の主要通信事業者（主に旧国営の既存通信事業者等）が、通信回線を利用した多チャンネルサービスであるＩＰＴＶ（Internet Protocol Television＝ＩＰ技術を用いたテレビやＰＣ等への映像配信サービス）を本格化しつつある。こうした姿勢の背景には、通信回線のブロードバンド化を契機に進めてきたトリプルプレー（映像番組、高速インターネット接続、音声電話のバンドルサービス）戦略の存在があるのは言うまでもないが、こうした事業戦略が当初から順調に進展してきたわけではない。

ニッチサービスからの脱却

欧州のＩＰＴＶは英国の地域通信事業者であるキングストン（Kingston Communications）が一九九九年から、ＢＴの回線を利用したホーム・チョイス（HomeChoice、現 Tiscali TV）が二〇〇〇年から提供してきたが、経営不振に伴うサービス停止や他社による買収など、両社ともに事業的な成功を収めるには至らなかった。

ＩＰＴＶが通信事業者の新たな収入源として本格的に注目を集めるようになったのは、イタリアの新興通信事業者ファストウェブ（FASTWEB）が通信回線のオールＩＰ化によるトリプルプレーサービスで成功を収めてからである。同社は〇二年から、自社敷設の光ファイバー網（FTTH網）と、旧国営通信事業者テレコム・イタリアの回線を利用したＡＤＳＬ網でＩＰＴＶを開始し、急速に加入者を獲得した。現在、国内主要都市を中心に一千万世帯をカバー（人口カバレッジで45％）しており、二〇〇七年九月末現在で、加入者数は約百二十五万に達している。

提供番組の確保に関しては、イタリアの公共放送事業者ＲＡＩとの合弁会社Ｒａｉ―Click を傘下に置くことに加え、〇六年十月には、大手衛星放送事業者スカイ・イタリア（SKY Italia）との提携によるスカイ・イタリア全番組の提供、さらに翌〇七年十一月には、ディズニーとの提携でディズニー・チャンネルを開始するなど、提供コンテンツの充実に力を入れている。

また、提携先のスカイ・イタリアの加入者に対する高速インターネット接続および電話サービスの提供、さらに二〇〇六年九月には、携帯電話事業者ボーダフォンとの提携でファストウェブ加入者宅における携帯電話の料金割引ならびにボーダフォン加入者に対する高速インターネット接続サービスの提供を開始するなど、トリプルプレーのみならず、クアドラプルプレーへとプラットホーム機能を拡大し、積極的に顧客の囲い込みを行っている。

ファストウェブの成功要因として、トリプルプレーという新たなビジネスモデルの構築や、提供コンテンツの強化といった事業戦略の巧みさが挙げられることが多いが、新興通信事業者がＩＰＴＶという新規サービス分野のトップランナーとして成功した背景には、そうした戦略に加え、イタリアにおける衛星放送およびケーブルテレビの普及率の低さという要因を無視することはできない。ケーブルテレビの普及率は０・２％であり、衛星放送の普及率も17％である点に加え、サービス事業者も事実上、スカイ・イタリアの独占となっている。

近年、欧州で成功を収めているＩＰＴＶ事業者の多くはイタリアと類似したメディア環境の下でＩＰＴＶサービスを拡大しているが、こうした通信事業者による多チャンネル放送市場への新規参入は、単にニッチ市場の獲得という側面のみならず、従来、ケーブルテレビと衛星放送事業者しか存在しなかった欧州の多チャンネル放送市場自体を大きく変容させつつある。

既存通信事業者による本格化

欧州の通信市場は日本同様に、一九九〇年代以降、自由化や民営化が進展した。その結果、旧国

営通信事業者は音声電話による収入に将来的な期待が望めず、新たな収益源として高速インターネット接続等のマルチメディアサービスへと進出していく。そうした状況の下、インフラ整備を進めていくが、それらを利用した新たなサービスとして注目されたのが、ＩＰＴＶである。

しかも、ファストウェブがトリプルプレーというビジネスモデルの構築に成功したことで、新興通信事業者のみならず、英独仏をはじめとする大手の既存通信事業者がＩＰＴＶサービスをそれぞれ本格化させつつある。

〔フランス〕

イタリアに次いでＩＰＴＶが本格化したのがフランスである。フランスもイタリア同様、衛星放送やケーブルテレビの普及率が20％以下の低い水準にとどまっている。さらに、経営合理化を背景に事業者のＭ＆Ａが進展し、衛星放送は〇五年十二月に、カナル・サット（CANALSAT）とＴＰＳが合併を発表し、事実上一社に集約され、ケーブルテレビも当初の四事業者が、その後のＭ＆Ａを経て〇六年六月に、ヌース（Noos）一社に統合された。

こうした状況の下、新興通信事業者ＩＬＩＡＤグループ傘下の大手ＩＳＰ、フリー（Free Telecom）が〇三年十二月から、「Ｆｒｅｅｂｏｘ」のサービス名で、パリでＩＰＴＶの商用サービスを開始した。既存通信事業者のフランステレコム（France Telecom）も「ＭａＬｉｇｎｅＴＶ」のサービス名で、同月にリヨン、翌〇四年四月からはパリでサービスを開始している。

フリーの加入者数は〇七年九月現在で約二百七十七万、フランステレコムは約九十八万である。両者共に無料地上波の再送信のほか、カナル・プリュス（Canal Plus）等の有料放送を提供している。デジタル放送の主要サービスとして近年、欧州で注目を集めている高精細テレビ（HDTV）に関しては、フリーが〇六年三月に、フランステレコムが翌〇七年六月からサービスを開始している。

フランスでは両事業者のほか、通信事業者のヌフテレコム（Neuf Telecom）やクラブ・アンテルネット（Club Internet）、さらには有料放送事業者のＴＰＳやカナル・プリュス・グループ等もＩＰＴＶを提供しており、加入者数は欧州最大である。

〔スペイン〕

新興通信事業者がＩＰＴＶ市場を開拓した他の欧州諸国と異なり、スペインでは既存通信事業者のテレフォニカ（Telefonica）がＩＰＴＶで先行している。同社は〇四年十二月に、首都マドリードとバルセロナでＩＰＴＶの商用サービスを開始し、〇七年九月末現在の加入者数は約四十七万である。

同社がＩＰＴＶで成功した背景として、イタリアやフランス同様に、ケーブルテレビや衛星放送の普及率の低さを挙げることができるが、そうしたメディア環境に加え、ＩＰＴＶを開始する以前から、同社が有料放送局のソヘカブレ（SogeCable）と出資関係（株式の17％を所有）にあった点が大きい。

ＩＰＴＶを提供する通信事業者にとって、コンテンツ確保は大きな課題の一つだが、同社はソヘカブレとの関係により、優良コンテンツの調達に有利な立場にあった。

また、植民地支配の歴史的経緯から、同社は南米の通信市場に多くの関連会社を保有し、国内で得たＩＰＴＶのノウハウは、単に国内事業の収益向上に貢献するのみならず、海外事業の戦略構築のためのパイロットケースの役割も担っている。

〔ドイツ〕

ドイツは、ドイツテレコム（Deutsche Telekom）が固定通信市場で九割以上の占有率を占める一方、多チャンネル放送市場ではケーブルテレビが世帯普及率で70％に達し、両者ともに新たな収益源の開拓が課題となっていた。

その打開策の一つとしてドイツテレコムが推進したのが、光ファイバー網（VDSL＝Very high-bit-rate Digital Subscriber Line）の敷設によるトリプルプレーサービスの提供である。同社は、〇六年八月に、ベルリンやフランクフルトを含む国内主要十都市を対象に、「Ｔ―Ｈｏｍｅ」のサービス名でＩＰＴＶを含むトリプルプレーサービスを開始した。加入者数は〇七年九月末現在で約五万にすぎないが、巨大な資本力を持つ通信事業

者の多チャンネル放送市場参入は、ケーブルテレビ事業者にとって、将来的には大きな脅威であることは言うまでもない。

〔英国〕

英国は前述のようにキングストンやホーム・チョイスが早い時期からＩＰＴＶを提供してきたが、多チャンネル放送市場の主要プレーヤーへと成長するには至らなかった。英国には加入者数約八百六十万の衛星放送ビー・スカイ・ビー（BSkyB）に加え、ｎｔｌやテレウェスト（Telewest）といった大手ケーブルテレビ事業者（当時）が存在し、資本力で劣る事業者が市場シェアを獲得するのは非常に困難だった。

そうした状況は現在でもそれほど変化しておらず、それを如実に示すかのように、英国の大手既存通信事業者ＢＴは他の欧州諸国の通信事業者と異なり、ケーブルテレビや衛星放送事業者との正面対決を回避した独自のスタンスを取る。

○六年十二月、ＢＴは「ＢＴ　Ｖｉｓｉｏｎ」のサービス名でＩＰＴＶを開始したが、同社が提供する加入者宅のセットトップボックス（STB）は、地上デジタル放送「Ｆｒｅｅｖｉｅｗ」の受信機とＩＰＴＶの受信機の双方を搭載するハイブリッド型である。

ＢＴは衛星放送やケーブルテレビの大手事業者と正面から対決し、多チャンネル放送市場のシェアを争うのではなく、「Ｆｒｅｅｖｉｅｗ」の多チャンネル放送を自社サービスの一部として取り込む一方、自らはそれを補完するプレミアム・コンテンツをビデオ・オン・デマンド（VOD）で提供し、新たな収益源を確保するという戦略を打ち出した。

ＢＴは通信事業者の弱点である保有コンテンツの不足を補うため、○六年十月にはパラマウントと、さらに○六年十一月にディズニーと提携し、提供コンテンツの充実を図っている。

プラットホーム間競争の拡大

欧州の多チャンネル放送市場は一九八○年代以降、衛星放送やケーブルテレビの普及によって拡大していったが、近年は大手メディア企業によるＭ＆Ａが増加し、市場は次第に寡占化が進行しつつある。

英独仏のいずれの市場においても、主要事業者はほぼ一社に絞られてきている。例えば、英国の衛星放送はビー・スカイ・ビー、ケーブルテレビはｎｔｌとテレウェストなどが合併したバージン・メディア（Virgin Media）に、フランスも同様にカナル・サットとヌースに集約されている。ドイツでもケーブルテレビ市場は加入者数、約九百万のＫＤＧが突出した存在となっている。

こうした大手メディア企業による多チャンネル放送市場の寡占によって、事業者の新規参入は次第に困難になりつつあったが、大手メディア企業に対抗可能な巨大な資本力を持つ大手通信事業者の本格参入は、現在の市場構造に大きな変化を与える可能性があると言えよう。

通信・放送の融合の進展により、多チャンネルのみならず、さまざまなサービスのバンドル化に加え、プラットホーム機能の拡大による事業者間競争が各国で進展しつつあるが、欧州におけるＩＰＴＶの進展はそうした状況を示す端的な事例と言えそうである。

欧州の主要 IPTV 提供事業者

国　名	ケーブルテレビ普及率	衛星放送普及率	事業者名	サービス開始	加入者数
英　国	14%	31%	BT	2006年12月	不詳
フランス	16%	20%	フリー	2003年12月	276万7,000
			フランステレコム	2003年12月	97万5,000
ドイツ	71%	10%	ドイツテレコム	2006年８月	５万
イタリア	0.2%	17%	ファストウェブ	2001年３月	125万1,400
スペイン	10%	15%	テレフォニカ	2004年12月	46万9,000

（加入者はいずれも2007年９月末現在、普及率は2005年末現在〈NHK「世界の放送2007」〉、各社ウェブサイト等を基に作成）

海外情報

米、デジタル化へカウントダウン

移行前に「テスト市場」求める声も

米地上デジタル放送は一九九八年から取り組みが本格化し、アナログとデジタルによるサイマル放送が続けられてきたが、連邦議会が二〇〇六年に定めたデジタル放送終了期限の〇九年二月十七日まで一年を切り、デジタル放送移行促進に向けた連邦通信委員会の取り組みを求める議会首脳の要求も厳しさを増してきた。米連邦議会上院商業委員会のダニエル・イノウエ（民主党・ハワイ州）委員長と下院エネルギー・商業委員会のジョン・ディンゲル（民主党・ミシガン州）委員長はブッシュ大統領に対し、連邦通信委員会（ＦＣＣ）内にデジタル放送移行促進部門（digital TV transition task force）の設置を要請した（『マルチチャンネル・ニュース』、二月十二日）。

ブッシュ大統領にあてた二月八日付の両委員長書簡では「連邦による調和の取れた（デジタル）移行の取り組みが不可欠」であるとの点が強調されており、両委員長ともカラーテレビ放送導入以来の大きな変化に対し、多数の消費者が情報不足により右往左往させられることを懸念している。

〇九年二月十七日のデジタル放送移行完了の際、現行のアナログテレビは視聴できなくなる。アナログテレビを継続して使用するには、①ケーブルテレビ契約②衛星放送契約、または③デジタル放送電波をアナログテレビ用に変換するコンバーターボックス購入、のいずれかが必要になる。

全米放送事業者連盟（ＮＡＢ）のデービッド・レア会長は、二月十三日の連邦議会聴聞に備え、「全米では千九百六十万の世帯が自宅にアンテナを設置して地上放送を視聴しており、これは全米世帯の17％に当たる」とのデータを用意している。全米消費者家電協会（ＣＥＡ）では、（一億九百万のうち）半数以上の家庭でデジタルテレビを購入したと発表しているが、デジタル放送受信のチューナー内蔵テレビによる自宅アンテナ受信の率は分かっておらず、デジタルテレビ売り上げの伸びだけでデジタル放送の普及状況が順調だと判断することはできない。

デジタルテレビ移行についてはＦＣＣ委員の間からも積極的な取り組みを求める声が上がっている。マイケル・コップス委員（民主党）はＦＣＣのケビン・マーティン（共和党）委員長のリーダーシップに期待すると同時に、自らもスムーズな移行を実現するための斬新なプランを打ち出した（『マルチチャンネル・ニュース』、一月七日）。

コップス委員はデジタル放送の受信状況を正確に把握するためには、一つ以上の放送市場で試験的な取り組みをすることが必要だと主張している。コップス委員は一時的にアナログ放送を停止し、その状況下でどれくらいのデジタル放送受信が行われるかを調査する案を打ち出した。同時に、アナログテレビ視聴世帯がテレビサービスの停止にどのように反応するかも把握できるというのである。

ＮＡＢ・デジタルテレビ移行担当のジョナサン・コレジオ副会長は「（世界でも）英国やスウェーデンでデジタル放送移行期に採用されており、デジタルテスト市場の設定という発想は興味深い」と話している。デジタル放送移行周知のため、テレビ局サイドでは六億九千百万ドル、デジタル放送移行のパートナー的存在であるケーブルテレビ業界は二億ドルを投じている。一方、米商務省は四百万ドルを投じただけである。コップスＦＣＣ委員は六千万の人口を抱える英国政府でさえ、デジタル放送周知のために四億ドル相当を投じていることを指摘した上で、「〇九年二月、一斉にアナログ放送を終了するのは、（どの面が出るか分からない）サイコロを振るようなもの。一つの市場テストもすることなく、ある日すべてのアナログ電波が止まるという計画は理解できない」と話している。

連邦ではアナログテレビをコンバーターボックス購入によって引き続き視聴できる対策を講じ、申請のあったテレビ視聴家庭には二月十八日から四十ドルのクーポン券を郵送し始めた。ボックスの値段はフィリップス社製で四十九・八七ドル。クーポン券の利用により十ドル程度で手に入れることができる。

（金山　勉＝上智大学准教授）

人気漫画のネット盗用で損害賠償

マスメディア関連の裁判を見る（35）

（平成十九年（ワ）第六四一五号＝損害賠償請求事件）

佐藤英雄

『あしたのジョー』『釣りバカ日誌』など、人気の漫画本四十五タイトル分の画像をインターネットで販売したとして、作者の漫画家十一人がネット関連の企業二社とその経営者二人を相手取り、公衆送信権侵害で損害賠償を求めた事件。東京地裁（設楽隆一裁判長）は平成十九年九月十三日、二企業と二人の被告に、総額二千三十二万円の損害賠償支払いを認める判決を言い渡した。

「464・jp」でネット社会へ流す

原告らは東京都内かその近郊に住む漫画家で、盗用された作品はAさんの『凄ノ王』『デビルマン』『バイオレンスジャック』『ハレンチ学園』、Bさんの『SLAM DUNK』『バガボンド』『リアル』、Cさんの『斗馬TOMA』『家栽の人』、Dさんの『釣りバカ日誌』『同番外編』、Eさんの『女帝』『女帝花舞』『美悪の華』『夜王』、Fさんの『鬼平犯科帳』『ゴルゴ13』『SURVIVAL サバイバル』、Gさんの『あした天気になあれ』『紫電改のタカ』『あしたのジョー』、Hさんの『蒼天の華』、Iさんの『エンジェル・ハート』『ファミリー・コンポ』『CAT'S EYE』『シティーハンター』、Jさんの『私説昭和文学』『龍（ロン）』『六三四の剣』、Kさんの『さわやか万太郎』『大いなる完』『男樹四代目』『俺の空』ほか十二点の総数四十五点。

被告らは東京都大田区のネットカフェプランニング㈱と同区内の㈱SSKインダストリーカンパニーのほか、両社の代表取締役を務め現在はネットカフェ取締役のL（同大田区）とSSK代表取締役M（千葉県市川市）の二人。ネットカフェプランニング（旧商号は10key.jp㈱）は、インターネットコンテンツの企画、制作と販売等を目的とする会社。SSKインダストリーカンパニーはインターネットカフェを経営する。

被告のLとMは共謀して平成十七年九月十七日から同十八年一月二十五日までの間、東京都大田区のネットカフェなどで多数の漫画単行本を裁断の上、スキャナーで漫画の画像を読み取り、その画像ファイル（各漫画単行本の全ページにわたるもの）を同所に設置したサーバーから「464.jp」というウェブサイトを通して自動公衆送信が可能な状態にし、インターネットを利用する不特定多数の者に同画像を提供した。この送信で同ウェブにアクセスした件数は、平成十七年九月十七日ごろ、一日当たり二万件程度だったものが、同十八年一月ごろには一日当たり十万件程度にまで増えた。

本件侵害行為の対象となった漫画単行本は、いずれも原告漫画家の著作物であること、被告LとMは共同不法行為者に該当し、原告らに生じた損害を連帯して賠償する責任を負うことは当事者間に争いがなく、①被告ネットカフェとSSKは本件侵害行為のほう助者に該当するか②原告らが被った損害の額――の二点が争点になった。

1人当たりの損害額は2百万円

原告らの主張によると、この侵害行為でネットカフェとSSKの両社は漫画単行本のスキャナーへの読み取り作業やサーバーの設置場所を提供した。これに関連して、ネットカフェはインターネット・ブロードバンド・サービスを提供している㈱USENと契約し、SSKはサーバーを提供した。従って、ネットカフェとSSKの両社は少なくともこの侵害行為のほう助者に該当するから、原告らに生じた損害を他の被告と連帯して賠償す

る責任を負うとした。

これに対して被告らは、この侵害行為は被告の二人が訴外Ｎさんを使って行ったもので、ネットカフェとＳＳＫはこれに関与していない。

ネットカフェは確かに㈱ＵＳＥＮとの間でインターネットブロードバンド回線契約の当事者となっているが、それはＵＳＥＮが法人相手でなくては契約しないというので、ネットカフェの取締役であった被告がやむを得ず独断でネットカフェの名義を用いたにすぎず、ネットカフェは回線料の支払いも行っていない。

また、侵害行為に使用したサーバーは平成十七年四月二十七日に、被告Ｌがその購入代金八十万円をＳＳＫに入金し、ＳＳＫがその名義で購入したものである。本件ウェブサイトの名義もウェブサイト会員の会費納入先口座の名義も、侵害行為のための作業をした部屋の賃借人の名義も、すべてＬの個人名義であると反論した。

もう一つの争点である損害額について、原告らは使用料相当額を同種のインターネットによる漫画配信サービス等において設定された著作権者の受けるべき許諾料額（使用料額）等をしんしゃくした上で、本件の事情を加味して算定するのが相当であるとし、原告一人当たり二百万円（Ｃさんは五十万円）として請求した。

ネット会社に共同行為不法責任

裁判所の判断（要旨）は被告二社が侵害行為のほう助者に該当するかについて、

（一）被告ネットカフェが本件侵害行為に使用されたインターネットブロードバンド回線契約を株式会社ＵＳＥＮとの間で締結した。被告らは被告Ｌが独断で被告ネットカフェの名義を用いたにすぎず、ネットカフェは回線料の支払いも行っていないと主張するが、ネットカフェは旧商号である「１０ｋｅｙ．ｊｐ㈱」（代表取締役は被告Ｍ）の名前で、料金を会社名義で振り込むことを前提にして、加入契約の申し込みをしていることが認められるから、被告らの上記主張は採用することができない。

そして、本件ウェブサイトは当初は被告Ｌが漫画の古本をインターネットを通じて販売する目的で立ち上げられたものであったものの、被告Ｌのアイデアで漫画の単行本を画像ファイル化して、インターネット上で閲覧可能にするためのものに性格を変えていった。

被告ネットカフェは本件侵害行為に使用されるインターネットブロードバンド回線を被告二人に提供することによって本件侵害行為をほう助したというべきであり、かつ、その代表者であった被告Ｍについて故意が認められるから、被告ネットカフェは本件侵害行為についてほう助者としての共同不法行為責任を免れない。

（二）本件侵害行為に使用されたサーバーが被告ＳＳＫ名義で購入されたことは、当事者間に争いがない。上記サーバーの購入当時、ＳＳＫの代表取締役であったＬが同人作成の「４６４．ｊｐ概要説明書」と題する書面で、「約三年間をかけて試行錯誤を続けながら画像配信ソフト、漫画の本のデータ蓄積、作品別の著作権料支払いデータ収集、著作権料徴収プログラム、配信サーバー確立などを多大な費用をかけて構築してきたのが現在の４６４．ｊｐです」とするところであるから、ＳＳＫは上記サーバーを本件侵害行為のために必要なシステムとして購入したものということができ、この点において本件侵害行為をほう助したというべきであり、かつ、その代表者であったＬについて故意が認められるから、ＳＳＫは本件侵害行為についてほう助者としての共同不法行為責任を免れない。

総額は原告の請求額超えると推定

もう一つの争点である損害の額については、

（一）漫画単行本を電子書籍化した場合の想定販売価格は、訴外イーブックの電子書籍（本件著作物に該当する漫画を一部含む）の販売価格が、一冊につき三百十五円か四百二十円（共に税込み）である。他方、Ｙａｈｏｏ！コミックのオンラインコミックは二百九十四円から三百七十八円（同）のやや安い価格帯で提供されている。ただし、標準の閲覧可能期間は八十日間であり、これを経過すると漫画を読むことができなくなるという制約がある。本件の自動公衆送信については上記のような閲覧可能期間の制限があったと認めるに足り

る証拠はないから、想定販売価格は控えめに見ても一冊につき少なくとも三百円（税別）を下らない。

（二）訴外イーブックによる原告Aの利用許諾料は電子書籍の販売価格の24％（税別）とされている。ただし、前払いとして契約締結時から一カ月以内に五百万円（税別）のアドバンスと第三者による違法な複製、翻案、改ざん等の不法侵害がなされた場合、損害を賠償するといった約定がある。一方、原告Kとイーブックのライセンス契約は、販売価格の35％（税別）が利用許諾料とされている。前記の契約のようなアドバンスの支払い条項がなく、著作権の不法侵害に対する補償条項も設けられていない。

（三）本件ウェブサイトは当初無料で閲覧可能であり、利用者から会費の徴収を始めたのは平成十八年一月二十三日からであった。間もなく配信中止に追い込まれていて、利用者が画像データをわざわざ複製するなどの二次的な著作権侵害行為が、頻繁に行われたとも想定し難い。それらの事情を総合考慮すると、本件侵害行為における相当な使用料率は電子書籍化した場合の想定販売価格（税別）の35％を下らない。

（四）利用者から料金を徴収していない期間を含めると、侵害行為は百三十一日間継続した。アクセス数は当初一日当たり二万件程度から十万件程度に増加したが、この増加が直線的（一次関数的）なものであったと仮定すると総アクセス数は七百八十六万件となり、当初（二万件）の三百九十三倍に相当する。

各原告のアクセス数は侵害開始から八日目までが証拠として出されている。そのアクセス数から一日分を求め、三百九十三倍したものが各原告の計算上の閲覧数となる。この閲覧数に想定販売価額三百円の使用料率（0・35）に当たる百五円を乗じたものを使用料相当額と推定するのが相当である。そうすると、原告Cの三十二万二千五百円以外はいずれも損害請求額の二百万円を超えることになる。

被告の2人は有罪判決を受けていた

【後書き】漫画の著作物を無断でインターネットのウェブサイトから公衆送信した著作権侵害の事実関係は、当事者間に争いがなく、争点にはならなかった。

これは平成十八年一月二十五日、「464．jp」で漫画が違法に送信されているのを見つけた福岡県甘木署が東京都大田区の被告会社二個所を家宅捜索し、二月になって三人を逮捕。福岡地裁でEに懲役二年、Lに同一年六月、スキャナーで入力作業に当たった女性に同一年（三人とも執行猶予三年）と罰金各五十万円の判決を言い渡しているからだ。

この家宅捜索でサーバーコンピューター三十一台、パソコン五台、スキャナー三台と冊子をばらすために使用した裁断機、それに一万七千五百五十二冊ものコミック単行本を押収している。

同サイトは大量のコミックを扱ったことで、コミックを扱う出版社や作家の間で評判となり、この家宅捜索を受けた前年秋には、コミック作家の会幹事らが中止を求める文書も送っていた。

民事救済は公衆送信によって損害を受けた場合、「受信複製物の数量（ダウンロード数量）に、その侵害行為がなければ販売できた単位数量当たりの利益の額を乗じて得た額」（著作権法一一四条一項）を「自己が受けた損害の額として、その賠償を請求することができる」（同三項）と定めている。挙証責任は一義的に被害を受けた著作権者側にあるが、販売数量など侵害者側が握っている場合が多いので困難を伴う。

そこで、「裁判所は、口頭弁論の全趣旨及び証拠調べの結果に基づき、相当な損害額を認定することができる」（同一一四条の五）ことも定め、今回の訴訟でも裁判所はこの条項を適用して、「アクセス件数の増加を勘案して閲覧総数の実数」をはじき出した。

ところで、原告の氏名はコミックという大衆的なものであり、その著作の題名を明かせば、ほとんど分かってしまう。一足早く決着した刑事裁判（著作権侵害は親告罪）の告訴人に名前を連ねている今回の訴訟参加者もいる。被告ならともかく、民事というだけで一律に原告側の名前を伏せて公表するのはいかがなものか。

（朝日新聞社社友）

海外情報

SWMH、ジュートドイッチェを買収

大幅に変わる独新聞勢力圏

ドイツのミュンヘンに本拠を置き、高級全国紙『ジュートドイッチェ・ツァイトゥング』などを発行する「ジュートドイッチェ・フェアラーク」（以下「ジュートドイッチェ」）が、シュツットガルトを本拠とするメディアグループ「ジュートウエスト・メディアホルディング」（以下、SWMH）に買収されることになった。

「ジュートドイッチェ」の旗艦『ジュートドイッチェ・ツァイトゥング』は『フランクフルター・アルゲマイネ・ツァイトゥング』『ウェルト』と並ぶドイツの代表的な高級全国紙で、現在四十三万部強の部数を保持する。「ジュートドイッチェ」は国内で他に七紙を傘下に収めるほか、オーストリアの高級紙『シュタンダルト』の49％も支配している。

「ジュートドイッチェ」は二〇〇二年にドイツ新聞界を襲った深刻な経済危機により、数千万ユーロの赤字と、合計九百五十人ものリストラが不可避という苦境に陥り、『ジュートドイッチェ・ツァイトゥング』の存続さえも危ぶまれるほどの事態に直面していた。ドイツの代表的ニュース週刊誌『フォークス』によると、〇二年の赤字は七千三百万ユーロに上り、〇三年も一層の人員整理が予想されていた。

SWMHは〇二年十一月に、こうした状態にあった「ジュートドイッチェ」から18・75％の株を取得、連邦カルテル庁は〇三年二月にこれを認可した。カルテル庁によると、「ジュートドイッチェ」がビュルツブルクで発行されている地方紙『フランケンポスト』の株の持ち分70％を、『フランケンポスト』の少数株主であるSPD（社会民主党）所有のメディア持ち株会社MDDVに売却したため、当該の読者・広告市場において市場支配的な地位の実現や強化が生じることはない、との判断からであった。

「ジュートドイッチェ」の株は以前から五家族の株主グループが所有していたが、SWMHはこの買収によって、これら五家族株主に続く六番目の株主となった。また、五家族が株の所有比率の保持を義務化された五年間経過後の優先的交渉権も取得した。株主グループの代表者ハンス＝イエルク・デュルマイヤーは「われわれと協調的なパートナーを得て株主グループの規模を拡大することは好ましい事態だ」と歓迎を表明した。

デュルマイヤーはさらに、「ジャーナリズムの独立を守ることが新聞社にとっての最重要問題だ。われわれと意志を同じくするパートナーを見つけて、その助力でジャーナリズム独立の前提となる経済基盤を長年月にわたって確保できることは、極めて喜ばしい」と歓迎の理由を説明した。

ところがSWMHの参加後、ドイツの代表的ニュース週刊誌『シュピーゲル』によると、SWMHが突然『ジュートドイッチェ・ツァイトゥング』の他州で発行されている地域版の廃刊を決定した事件を契機に、SWMHの強引な姿勢に対し、以前からの株主の間に不満が広まっていった。その結果、さらに「ジュートドイッチェ」株の取得を求めるSWMHと株主グループとの間で、株の評価をめぐる対立が高まり、裁判所に調停を求める事態にもなった。それに加え、ドイツの他の有力メディアグループや国外の投資ファンドまでが、「ジュートドイッチェ」の買収に関心を示すようにもなった。

そうした事態の中でSWMHは他に先駆けて、カルテル庁に対し「ジュートドイッチェ」買収の申請を行い、『シュタンダルト』は今年一月四日付で、カルテル庁がこれを認可したと報道した。「ジュートドイッチェ」によると、四家族の株主は持ち株の売却に同意しているが、残る一家族はなお権利を保持している。この結果、SWMHは〇二年に買収した18・75％と合わせ、80・25％の支配的株主となる。取引の決定日は今年二月二十九日とされている。

この買収劇はメディア専門誌が毎年収録する上位十位に入る大型メディアグループ同士の合体であるため、これにより、ドイツの新聞勢力図も大きく塗り替えられることになる。

（広瀬　英彦＝東洋大学名誉教授）

メディア談話室

地域報道と情報過疎

藤田博司

「あなたは自分の住んでいる地域の県議会や市議会で今何が議論されているか、知っていますか。自分が一票を投じて選んだ地方議会の議員が、議場でどんな発言をし、どんな投票をしているか、知っていますか」――。少しでも知っている、と胸を張れる人はそう多くはあるまい。地方分権、地方自治が盛んに言われているときに、これでいいのだろうか。

地域への無知、無関心

恥ずかしながら、埼玉県在住の筆者も地元の県政や市政についてはほとんど知らない。市長や市議会議員の選挙では必ず投票をしているけれど、それ以上の関心を市役所や市議会には払ってこなかった。典型的な「埼玉都民」だった。

自分の無知に気付かせてくれたのは、一昨年来、「市民大学」でかかわりを持つようになった同世代のグループの人たちである。「民主主義社会におけるメディアの役割」を考える一環として、新聞がどれほど自分たちの地域社会のことを伝えているかを調べたのがきっかけだった。

調査の結果は予想通りとはいえ、芳しくなかった。地元で読める主な日刊紙は『朝日』『毎日』『読売』『日経』『産経』『東京』の中央六紙と県紙の『埼玉新聞』。中央紙の地方版を読んでいるだけでは、地元の政治や行政に関する事情はほとんど分からない。『埼玉』を定期購読している人はグループの中にはいなかった。

昨年春の統一地方選挙の際、新聞が伝えた市議選関連の主立ったニュースは、年齢、職業などの記載された候補者一覧だけ。市民が意中の候補を選ぶ上で判断の材料になるような情報は、皆無だった。その点で新聞は何の役にも立たなかった。候補者の政見や活動実績などを知る手掛かりを辛うじて提供してくれたのは（極めて不完全ながら）、市が配った選挙公報だけだった。

市長や県議、県知事の選挙でも事情はあまり変わらない。市議選の場合より多少、報道の量は増えるが、その時限りの断片的な情報にとどまっている。候補の資質や公約、過去の実績などを考えるための必要な情報を、新聞が十分に伝えているとは言い難い。

地域報道機能せず

市民が地域社会の政治や行政に関心を持ち、選挙や市民運動を通して積極的にかかわっていくのは民主主義の基本だろう。そのためには行政で何が起きているか、市議会で何が議論されているか、必要最小限のことは知らされていなければならない。それを知らせる役割は当然、メディアに期待される。しかし、メディア、とりわけ新聞がその役割を果たしていないとなれば、民主主義が機能するのかどうか危ぶまれる。

中央紙の場合、埼玉県版は二ページ、県内をさらに幾つかの地域に分けて取材、報道する態勢を整えてはいる。しかし、事件や事故、話題ものが大きな比重を占める普段のニュースの中に、県政や市政をめぐる情報はあまり登場しない。県議会でも何かの問題で紛糾すればともかく、数多くある市町村の行政や議会の動きが紙面に載ることはまずない。

本来なら、ここに地元の県紙や地域紙の出番があっていいはずである。が、埼玉県では県紙の影響力はごく限られている。『埼玉新聞』の部数は公称十六万部余。県内で配られている中央紙の合計二百三十万部の一割にも満たない。地域紙も（筆者の地元には）見るべきものがない。これでは地域の情報を伝えるメディアがほとんど存在しないに等しい。埼玉県民の多くは、県政や市政に関して構造的な「情報過疎」の中に取り残された

まま、と言っても言い過ぎではない。

さりとて、中央各紙に今以上の地域報道態勢の充実を期待することもできそうにない。こうした状況を放置したままで、地方分権、地方自治を推し進めていいのだろうかという疑問が、先の「市民大学」グループの結論だった。

閉鎖的な行政、議会

「情報過疎」はむろん新聞のせいばかりではない。市民一人ひとりの意識の問題でもある。埼玉県南地域の住民の多くは、東京に職場を持つ「埼玉都民」である。昼間の生活の舞台が東京となれば、地元の問題に目を向ける機会はどうしても少なくなる。今回、地域社会の「情報過疎」を指摘したのも、多くは仕事の一線を退き地域に戻って初めて、その問題に突き当たった人たちだった。

自分たちがいかに自分の住む地域社会のことを知らないか、知らされていないかに気付かなければ、状況の改善は望めない。しかし、市民の意識やメディアの構造的な機能不全に劣らず、肝心の情報を手にする行政や議会の責任も大きい。

先のグループは、新聞で得られない情報を自分たちの手で得ようと直接、市役所や市議会へと足を運んだ。市議会の審議も傍聴した。そこで目にしたのは、行政や議会のあきれるばかりの閉鎖的体質だった。

議会を傍聴する市民が議場で審議中の議案のコピーを求めても出せないという。議案の採決結果の数字は公表するが、誰が賛成したか、反対したか、個々の議員名は教えてもらえない。議会事務局がまとめた『市議会だより』には討論内容の要旨は載っているが、発言した議員の名前は伏せられている。議員側の要請によるのだという。

こうした議会や事務局の対応が、これまであまり問題にされることはなかった。市民の側の関心が低かったからである。普段の市議会傍聴席はがらがら、指折り数えるほどしか傍聴者がいない。当局側の対応がおよそ民主主義の原則にかなわぬひどいものであっても、誰も気付かず、批判されることもない。民主主義の土台が揺らいでいると言っていい。

ブログで情報の空白埋める

『朝日』は今年一月、「政治とカネ」をテーマに、埼玉県版で八回続きの連載企画を掲載した。県議会や県内の市議会の政務調査費について実態を報告、税金がずさんに使われていることを指摘した。

しかし、新聞が取り上げた事例は氷山の一角にすぎない。多くの自治体は資料の公開を拒み、議員も具体的なカネの使い道の説明を避けた。権力を監視する新聞の機能が十分に働いているようには見えない。

地方分権は、中央から地方へ権限の一部を移すことで終わるわけではない。移された権限が地域住民のために適切に行使されて初めて意味がある。適切に行使されているかどうか、それを十分に見届けられる透明性が確保されなければ、市民としては安心できない。その透明性を担保する有力な手段の一つがメディアによる監視であるはずである。しかし、現状のような地域報道では、いかにも心もとない。

メディアが頼りにならない状況の中で、グループの人たちが試みに始めたのが、自分たちの手で「情報過疎」の空白を埋めようとする活動である。昨年暮れ、少数の有志がブログを立ち上げ、市政やそれにまつわる問題を書き込み始めた。市議会を傍聴して議論の経緯を報告する人がいる。市から資料を入手して市の財政状態を解説する人もいる。町の歴史を書く人もいる。

「傍聴席」と名付けたそのブログは、まだ日が浅くアクセスも多くはない。常時新しい情報があふれているわけでもない。が、少なくとも新聞が伝えない、しかし、地域の問題に真剣に関心を注ぐ市民の目で見た事実や意見が徐々に集まり始めている。ブログの将来は未知数だが、既成のメディアが埋め切れない情報空間のすき間をふさごうとする新しい試みの一つではある。

それにしても、新聞は地方分権を推進し、より豊かな地方自治を根付かせる役割を果たせるのだろうか。メディアも市民も、そして県政や市政を担う当事者も、地域の「情報過疎」の現状を考え直してみる必要があるのではなかろうか。

（早稲田大学客員教授）

プレスウオッチング

『日経』『朝日』『読売』が共同サイト『あらたにす』を点検する

新聞業界は、活字離れ・広告収入激減・コスト増加の〝トリレンマ〟にあえいでいる。技術革新著しい通信メディアの〝侵食〟は計り知れず、アナログメディアの新聞だけでなく、放送業界も安閑としていられない現状である。

「人口減や若者の活字離れを受けて新聞部数の減少傾向が続く中、インターネットの普及で広告収入が落ち込むなど新聞業界を取り巻く環境は厳しさを増している。各社が同業他社や異業種と組んでネットを活用した新たな事業への進出を模索する背景には、こうした業界の構造問題に対する強い危機感がある。ネット提携の動きは二〇〇七年秋以降加速し、『朝日』『日経』『読売』三社の『新ｓあらたにす』が一月三十一日、運営を開始した。激しい取材・販売競争を展開してきた三社だが、ネットで流れる記事の大半は新聞記者が取材したものであるにもかかわらず、収益につながっていない現状への不満が背中を押した。『共同サイト事業組合』の長田公平理事長（日経デジタルメディア社長）は『ネット社会での新聞社の発信力を一層高めたい』と力を込める」と、時事通信（2・6配信）が伝えた通り、大手新聞三社が打ち出した〝生き残り策〟の行方は、マスメディア界全体にとって極めて注目すべき課題である。

世界一のインターネット検索サイト「Ｇｏｏｇｌｅ」「Ｙａｈｏｏ！Ｊａｐａｎ」などに、新聞社情報をこれ以上〝横取り〟される現状を放置できないとの危機感が、「ＡＮＹ」（『朝』『日』『読』）提携の動機と思えるが、現在の各社別サイトを凌駕するシステム構築を目指しているのか？　スタートしたばかりではあるが、『あらたにす』を検索して得た情報を基に出来栄えを点検してみた。

「読みくらべ」の便利さ強調するが…

「新サイトの特色は三つの新聞の『よみくらべ』です。一面、社会面の主要記事や社説などが三紙分いっぺんに読めるので、ニュースの速さだけでなく、その切り口や論調の違いなども実感していただけると思います。日々の朝刊の編集責任者が語る『編集局から』、各界の著名人が『新聞案内人』として執筆する三紙比較のコラムも掲載します。『あらたにす』を通じ言論機関の多様さ、奥深さ、新聞の面白さを再発見してください」（『日経』1・31朝刊）との一面社告（『朝』『読』も）に誘われて、早速検索キーを押した。

「くらべる一面」「くらべる社説」などが目玉商品であって、三紙の傾向を手っ取り早く知ることはできる。社説を順次読み継げるのは利点だが、「くらべる一面・社会面」「注目テーマ」「最新ニュース」だけを見て比較・検討することは難しい。三社独自に選んだ目玉ニュースをキーステーション（『日経』本社内）に送り込んで編集・発信した内容だけで安易に記事比較が可能だろうか。しかも『日経』サイトだけは新聞記事の要約しか掲載していないため、なおさら比較は難しい。

まず二月十日の「くらべる一面」を点検して、具体的に問題点を探ってみたい。当日のサイトは「七カ国財務相・中央銀行総裁会議」の共通テーマを取り上げていたので、具体的に検証しやすいからだ。「くらべる一面」を呼び出し、三紙のメニューを拾って末尾の「続き」をクリックすると、長文の記事が画面上に現れる仕組み。画面と新聞一面記事を照らし合わせた結果、難点がすぐ浮かび上がってきた。『朝日』と『読売』の画面には、新聞記事全文が紹介されている。『日経』の画面表示は新聞記事の前文プラス本文十九行だけにはしょられている。こんなバラバラな画面なのに、「主要記事を三紙いっぺんに読めて比較できます」とは〝誇大宣伝〟ではないか。

3社の配信形式がバラバラでは困る

そもそも、三社それぞれの判断でその日の配信ニュースを決め、キーステーションで束ねて送信しているのだから、バラバラになるのは当然なこと。『朝日』は新聞記事に忠実、『日経』ネット記事は新聞の要約…という独自判断に基づくもので、どちらにも理屈はあろう。しかし、「読み比べに便利」とＰＲしながら、きちんとした素材を

提供しないのでは話にならない。要するに、三社三様の配信内容では本当の比較は困難。従って、原典の新聞記事に当たらなければ、良心的な読み比べはできない。さらに付け加えれば、別項解説や注釈の優劣も大ニュース〝評価〟の要素であり、不完全な資料提供に基づく比較はかえって〝一方的〟〝独り善がり〟になる恐れすらある。

この観点で『日経』朝刊（2・10）一面トップを点検すると、ネットの「くらべる一面」とは質、量とも全く違うことが判然とする。『日経』専門の経済ニュースでもあり、一面三分の二も割いての大報道ぶり。編集委員の長文解説も目立ち、『朝日』『読売』両紙より充実した紙面とも言えよう。従って「G7報道の『日経』ネット記事は評点Cだが、新聞記事はA」とせざるを得ない。この二重構造的な情報提供の背景は何か。開始を急いだ『あらたにす』の仕掛けが透けて見える。

「『あらたにす』に配信される記事は、朝刊、夕刊に掲載される主要ニュースが中心です。それ以外の記事は、やはり新聞のページをめくるなどしないと読むことはできません。しかも新聞に掲載されている記事は、その重要度や、読者に読んでもらいたい順に見出し、大きさなどすべて計算されて配置されているのです。作り手の〝思い〟が紙面から伝わってくるはずです。ですから『あらたにす』をフルに利用されても、やはり新聞を読みたいと感じられる人が大勢いるはずです。現在新聞を読んでいない人が『あらたにす』を入り口に、新聞の奥深さ、面白さを知ってもらいたいと思います」

この文章は『あらたにす』がスタートした日（1・31）にサイトに流された説明文の一部だが、「ライバル紙三紙が、一つのウエブサイトをつくるという、恐らく世界でも初めての試みです」と〝自画自賛〟する一方で、「実は、共同サイトの情報は質・量ともに劣るので、活字の新聞を購読してください」と遠回しに勧誘しているものと受け取れ、「ANY」結成の目的は壮大な「ウエブサイト構想」とは程遠い、「販売戦略」だったとも勘繰れる。

共同ネット配信の難しさ

「共同サイト事業組合」の運営は現在三社代表の理事三人、執行役員三人が担当。実務は執行役員を頂点に、三社合計五十人くらいの要員が別々にニュース選択をして自社から「事業組合」へ送信、それを項目別に束ねて配信している（専従者は少ない）。「くらべる」コーナーに掲載する記事は、朝刊午前七時・夕刊午後四時の各一回送信の取り決めで、先に指摘したように記事量や掲載の仕方は自社の判断に基づいているという。サイトの特色を出すため「最新ニュース」「注目テーマ」「書評」「新聞案内人」なども企画しているが、その内容にも「共同ネット」作業の限界があるように見受けられる。特に一冊の書評（しかも、『日経』は題名のみ）掲載だけでは利用価値がない。また、「くらべる一面」を点検し直そうと検索したが、六日前までしかさかのぼれなかった。少なくとも半月分くらい保存して検索ニーズに応えてほしい。

一方、共同通信は一昨年暮れ、『47NEWS』サイトを立ち上げた。共同加盟社のネットワークサイトだ。『ジャパンタイムズ』まで参加しており、全国各紙にリンクしやすい仕組みを構築した。昨年十月からは、『毎日』がヤフーと、『産経』がマイクロソフトと提携してサイトを整備・拡充している。ついでに、インターネット通信大手の「グーグル」「ヤフー」と日本マスメディアとの関連にも少し言及しておきたい。とにかく世界に張り巡らせた両巨大サイトの情報検索ネットの威力は群を抜く。現時点で「グーグル」と提携していない大手メディアは、『毎日』と共同。ヤフーと組んでいないのは、『朝日』『日経』、共同で、『読売』は双方と提携している。

以上『あらたにす』を点検してメディア事情を考察してきたが、「三社共同サイト」は紙面PRの〝ショーケース〟の域を出ず、「今後のコンテンツ充実」にも限界があると推察している。

どうしても、「ANY」提携を急がせた真の狙いは新聞販売網の再編成が主眼で、「共同サイト」はその先導役だったとの印象が深まるばかりだ。とにかく、販売正常化に英断を振るうことこそ焦眉の急。ネット対策はポータルサイトとの提携も含め、各社独自に開発、競争すべきテーマと考える。

（池田龍夫＝ジャーナリスト）

放送時評

動きだしたＮＨＫ新体制

注目集める改革の行方

一月二十五日に、ＮＨＫ会長に福地茂雄氏が就任した。就任以降、この福地氏の下で、副会長、理事の人事がなされるなど、着々と新体制が整いつつある。ＮＨＫでは昨年来の経営委員会と会長以下執行部との確執や、それに続くＮＨＫ会長人事での混乱などを経て、ようやく福地会長が就任した経緯がある。

福地新体制の発足とはどういう意味を持つのか。新体制となったＮＨＫに何が求められているのか。二〇〇七年末からの会長人事をめぐる動きなども振り返りながら、ＮＨＫが直面する問題を整理してみたい。

紛糾したＮＨＫ会長人事

昨年六月、ＮＨＫ経営委員会の委員長に古森重隆氏（富士フイルムホールディングス社長）が就任して以来、これまであまり目立たない存在であったＮＨＫ経営委員会がにわかに注目を集めている。特に昨年九月、橋本元一ＮＨＫ前会長の下で執行部が策定したＮＨＫの中長期経営計画案に対して、経営委員会が承認しないことを決定。経営委員による「経営改革ステアリングチーム」を設置し、そこで中長期経営計画策定に向けた方向性を示すとした。中長期経営計画に関しては、継続して検討することとされたわけだが、執行部が策定した経営計画が否決されたことも、ステアリングチームをつくって経営委員自らが乗り出して経営改革の旗を振ることも、これまでのＮＨＫの歴史から見て極めて異例と言わざるを得ない。このようなことから、経営委員会と執行部との対立が表面化した格好となってしまった。

そのような中、〇七年の秋以降、〇八年一月末で任期が切れるＮＨＫ会長ポストの人事に関して、経営委員会がどのような判断をするかに注目が集まったが、経営委員会は次期会長は外部から起用するとの基本方針を決定。十二月二十五日の経営委員会で、次期ＮＨＫ会長に福地茂雄氏（七三歳、アサヒビール相談役）を選出した。

この会長人事をめぐっては、先の中長期経営計画で生じた執行部とのしこりを解消するため、執行部のトップをすげ替えることで、経営委員会が主導する体制に持っていこうとする思惑があったとする見方が強い。そのような思惑もあってか、会長選出に当たっては、やや異例とも言える古森経営委員長の強いリーダーシップの下で人選がなされていったという。実際、福地氏を経営委員会に推薦したのは古森経営委員長で、福地氏と古森氏は旧知の間柄であったことが紹介されている。

本来、ＮＨＫ執行部のトップであるＮＨＫ会長人事に当たっては、公共放送の顔にふさわしい人物が国民に見える形で選出されるべきであったであろう。この人事の在り方に関しては、他のメディアや市民団体、研究者といった外部からの批判に加えて、経営委員会内部からも古森経営委員長の経営委員会運営に対する批判の声が上がるなどの批判も噴出した。

しかも、ＮＨＫのコンプライアンス強化のために経営委員会の権限を強める放送法の改正案が国会で審議されているさなかであったこともあり、衆参両院の総務委員会でも取り上げられ、放送法の改正案に対して、経営委員会の権限に一定の歯止めを掛ける修正が加わるなどの動きにつながっていった。

インサイダー取引が発覚

さて、ＮＨＫ橋本会長の任期満了を間近に控えた一月十七日、ＮＨＫ報道局の記者ら三人が昨年三月に、ＮＨＫの他の記者が取材し、「特ダネ」として出稿したニュース原稿を基にインサイダー取引を行った疑いにより、三人が証券取引等監視委員会による任意調査を受けていたことが発覚した。この特ダネニュースは、牛丼チェーンの「すき家」などを経営する外食産業の「ゼンショー」が、回転ずし「かっぱ寿司」チェーンの「カッパ・クリエイト」をグループ化するという内容。ＮＨＫでは、個人のＩＤとパスワード入力により、職場の端末などから放送用原稿を事前に見ることができるシステムを取っているが、この放送

原稿にアクセス可能な人員は、全国、海外を含めて約五千人に及ぶという。スクープ原稿に関しては、一部の職員しか見られないようにセキュリティーロックが掛けられるが、今回のケースでは、午後三時の定時ニュースで放送のため、午後二時三十八分にロックが解除された。調査を受けた三人はその間にカッパ・クリエイト株千―三千株を売買し、十万―四十万円程度の利益を得たという。この三人は同じ部署に配属されたこともなく、相互のやりとりがあった形跡もないという。

このインサイダー取引疑惑は、ＮＨＫという報道機関に勤める者の基本的な倫理にかかわる極めて重要な問題であることは言うまでもない。取材先は記者を信頼して世間に知られていない内容を語るわけであるが、その信頼を裏切るという報道機関の根幹にかかわる行為が安易に行われる体質が内在していたと指摘されても仕方がないであろう。

この不祥事の責任を取る形で、コンプライアンス担当の畠山博治理事、報道担当の石村英二郎理事は一月二十二日付で辞任。橋本元一会長も経営委員会に辞表を提出する。

経営委員会は橋本会長の任期満了となる二十四日に、橋本会長の辞表を受理。橋本会長は任期満了による退任ではなく、辞任という形でその任期の幕を閉じることになる。橋本会長の下で副会長を務めた永井多恵子氏も引責辞任した。また、この日、経営計画を統括してきた中川潤一理事も辞任した。中川理事の場合は、昨年末に、次期経営計画が経営委員会に承認されなかったことの責任を取って橋本会長に提出していた辞表が受理された形となった。

この不祥事の発覚が橋本会長の任期満了直前というあまりにタイミングが良過ぎる時期だったこともあり、さまざまな憶測も流れたが、いずれにしても、原因究明と再発防止策は福地新会長に引き継がれることとなった。

新会長の下でのＮＨＫの課題

一月二十五日の福地新会長就任により、最初に注目されたのは副会長を含む新体制の幹部人事である。三十日、副会長には元報道主幹の今井義典氏が就任。今井氏は「おはよう日本」のキャスターや解説委員長、国際局長等を歴任した報道畑出身のＮＨＫ生え抜きである。福地会長は二十九日の今井氏の副会長就任を発表した会見で、「私が外部出身なので内部から選んだ」と述べている。

しかし、その後の理事の人事を見ると、外部の財界出身者主導の布陣が敷かれたことが分かる。二月十二日の経営委員会で、原田豊彦専務理事、小林良介理事、西山博一理事の三理事の退任が決定。〇八年に入って橋本会長、永井副会長のほか、三理事が辞任していることと合わせると、福地体制に移行するに当たり、橋本前会長を支えた七人の副会長、理事が理事会を去ったことになる。

この十二日の経営委員会では、十八日付で新たに就任する永井研二（技術統括）、後藤雅実（制作統括）、大西典良（営業統括）、関根均（人事・労務、総務）の四人の理事も発表されたが、この新理事以上に注目されたのは、金田新理事が専務理事に昇格したことである。金田理事は〇五年に発覚したＮＨＫの不祥事を受けて、視聴者対応強化の名目で〇六年九月にトヨタ自動車から迎え入れられた経緯がある。昨年秋に策定された中長期経営計画案に対しては、理事会メンバーでただ一人一反対したとされる。

その意味では、今後のＮＨＫの大きな課題となる中長期経営計画の策定に当たって、経営委員会の考えに近い人物が専務理事に就任したことになる。金田氏は今後、総務省や国会等の対応を担務する経営企画も担当するという。

「政府・与党も、財界で隠然たる発言力を誇るトヨタを敵に回すことはできないから」といったうがった見方をする関係者もいるが、その手腕は未知数だ。いずれにしても、経営委員会委員長、会長、専務理事というＮＨＫのトップ重要ポストに財界出身者が就くという事態は、ＮＨＫにとっても初めての経験である。

昨年秋に経営委員会が否決し、再検討を求められた中長期計画の取りまとめや受信料問題、そして、関連会社を含めた組織の合理化など、放送番組よりも組織改革に向けて動きだしたことは間違いない。

（音　好宏＝上智大学教授）

寄贈の書籍・資料（30）

小路　春美氏から
・写真（同盟通信時代の社機等三点）

奥地　幹雄氏から
・ごわす　新井正義さんの思い出（新井正義回想録刊行会、秀研社印刷、2003年6月）

◎通信社の資料提供を！

㈶新聞通信調査会（前田耕一理事長）は、通信社の歴史研究に取り組んでいますが、戦前の資料が不足しております。お持ちの方の資料のご提供をお願いします。また知人で資料をお持ちの方をご紹介願います。

提供された資料は調査研究後、復刻、製本等で文化遺産として後世に伝える考えです。ご提供者には薄謝を差し上げます。

連絡先＝〒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）
電話＝〇三―三五九三―一〇八一

◎新聞通信調査会図書

1、IT時代の報道著作権　中山信弘監修　500円
2、新聞の未来を展望する　面谷　信監修
～電子ペーパーは救世主となれるか　1、000円
3、在日外国特派員　チャールズ・ポメロイ総合編集
～激動の半世紀を報道して　1、200円
（いずれも送料は別）

◎均一句会

平成十九年十二月十二日　祢保希

〔兼題　湯豆腐〕

天　湯豆腐の浮きて沈みて永らへて　杉の子
地　湯豆腐やここは天突くビルの底　映子
地　湯豆腐のくづれて小唄出ごろかな　檜村
地　湯豆腐や互いに泄らす独り言　寿世
地　湯豆腐やずしりと重き昆布ありて　豊平
人　湯豆腐や歓談の輪に入りそびれ　けんじ
人　湯豆腐の踊りはじめし議論かな　那由太
人　湯豆腐や徳利並べて日本人　和風
人　湯豆腐の湯気を舐めをるブルドッグ　あまり
　湯豆腐や禅家の庫裏は襷掛け　紀藤亭
　掬い取る湯豆腐ゆらり街の灯や　じゅん
　物哀し独りつつきの湯豆腐や　結ふ茄
　豆腐煮えごはんですよの声遠く　直久

〔自由題〕

天　笑ふ児に冬至の風呂のあふれけり　杉の子
地　冬晴れや浦賀水道ひと跨ぎ　映子
人　棟梁の気風（きっぷ）につられ大熊手　和風
人　いわし雲喜寿が操る耕耘機　けんじ
人　新聞の届く音して冬の朝　豊平
　マドンナてふ言葉知り初む漱石忌　檜村
　無為の間に日めくり薄き師走かな　寿世
　小波の寄せて運河や冬日和　じゅん
　枯蓮の滅裂に水したがへる　那由太
　冬林檎香の瑞々し澄み空よ　結ふ茄
　捨て船の影踏めばくる冬の蜂　あまり
　寒林の宿木灯す生命（いのち）かな　紀藤亭
　雪積もり前世罪障消ゆるごと　直久

◎講演会

㈶新聞通信調査会と同盟クラブは二月二十九日、東京都港区虎ノ門の同クラブで講演会を開いた。講師は共同通信社編集委員の松島芳彦氏。演題は「プーチン体制の行方」だった。

目　次（三月号）

地殻変動に揺れる穀物相場…増田　篤…1
欧州で無料紙、新聞をしのぐ勢い…広瀬　英彦…4
通信社の先輩が語る「私の体験記」⑫…桑野　巍…6
欧州主要通信事業者がIPTVを本格化…上原　伸元…10
マスメディア関連の裁判を見る(35)…佐藤　英雄…14
【メディア談話室】
地域報道と情報過疎……藤田　博司…18
【プレスウオッチング】
『あらたにす』を点検する……池田　龍夫…20
【放送時評】
動きだしたNHK新体制……音　好宏…22
【海外情報】
①07中国新聞業界10重大ニュース…木原　正博…9
②米、デジタル化へカウントダウン…金山　勉…13
③大幅に変わる独新聞勢力圏…広瀬　英彦…17

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2008