

メディア展望

発行 一回 一月 一回
昭和40年 2月20日
第三種郵便物認可

6 - 2010

発行所
公益財団法人
新聞通信調査会
電話 03(3593)1081
<http://www.chosakai.gr.jp/>

立ち往生続く鳩山政権 混迷深まる政局の行方

鈴木博之

(共同通信社政治部担当部長)



「混迷深まる政局の行方」がきょうの講演のタイトルだが、その通り、永田町情勢は混沌こんとんとしてゐる。四月二十七日、検察審査会が小沢一郎民主党幹事長の資金管理団体の収支報告書虚偽記入事件で、小沢さんを「起訴相当」と議決した。同様に政治資金問題を抱えていた鳩山由紀夫首相は「不起訴相当」と議決されたが、米軍普天間飛行場移設問題もあって、政権は迷走気味だ。

進退に3パターン

当面の政局の焦点は、小沢さんと鳩山さんの「小鳩体制」が維持されるかどうかだ。二人の進退問題とそれに密接に関連する参院選情勢についてお話をし、選挙後のニューリーダー候補にも触れてみたい。

小沢さんと鳩山さんの進退では三つのパターンがあると思う。一つは鳩山さんと小沢さんがそろって辞める、二つ目はそろって辞めない、三つ目は小沢さんだけ辞めるというケースだ。小沢さんは本心を明かさないう方なので、周辺の話から想定していくしかないが、私個人の見立てでは小沢さんに幹事長を辞めるつもりはない。

起訴相当の議決が出ると、検察当局は原則三カ月以内に起訴するか、やはり不起訴とするかを決める。その検察の判断が五月二十一日に示され、嫌疑不十分で再度不起訴になった。だが、検察審査会の二回目の審査でも「起訴議決」が出た場合には、小沢さんは裁判所指定の弁護士に強制起訴される。

目次 (六月号)

混迷深まる政局の行方……………鈴木博之…1	一記者の「昭和」手紙と日記に見る①…内海紀雄…6
第1回国際報道研究会……………我孫子和夫…11	基調報告……………河野徹…25
グーグル、中国「撤退」の狙い……………藤田博司…28	なぜ伝えぬ? 「市民団体」……………龍夫…30
【メディア談話室】……………好宏…32	【海外情報】……………英彦…9
①英タイムズ、オンライン新聞有料化……………金山勉…10	②放送事業者連盟に4大ネット―米……………正博…34
③不採算新聞を整理統合―中国……………耕一…36	調査会だより……………前田耕一…36
書評:「松本重治」最後のリベラリスト……………	

小沢さんの周辺は、検察審査会が四月に起訴相当の議決をした後、ここで辞めて与党幹事長の肩書が外れると、検察当局が起訴しやすくなると警戒していた。だから、簡単に辞めないというわけだ。もちろん、身の潔白に自信があったのだから。実際、身を引くことはなく、検察当局は再び不起訴とした。一時は逆説的に、検察の不起訴が確定すれば、幹事長を辞任するとの観測があった。不起訴なのになぜ辞めるかというと、起訴さ

れて刑事被告人になる心配がなくなるからだ。裏には潔く去ることで、かえって民主党内で影響力を維持できるとの見通しがある。

しかし、辞めなかった。その理由の一つには、九月の党代表選がある。この代表選に自らの意向に沿う候補を立てて勝てる状況であれば、無役になっても影響力を確保できるので、辞任するということはあるかもしれない。さすがにそこまで見通せないから、進退について今判断はできない。

だが、檢察審査会による二回目の審査は夏の参院選前に始まるとみられ、本番を迎えている選挙運動と重なる。小沢さんとしては、檢察から二度、不起訴の「お墨付き」をもらったことが、審査会が起訴議決回避につながることを期待していると思う。だが選挙に負けては意味はないので、世論調査などの結果を受けて、辞任論が浮上する可能性は十分に残っている。

一九九二年、東京佐川急便事件で自民党にいた小沢さんの師匠ともいえる金丸信さんが政治資金問題に絡んで批判された。副総裁を辞めたが、さらに世論の批判が集まったので議員辞職をしたところ、東京地検に逮捕された。それが小沢さんの頭をよぎったかどうか分らないが、そういった事実がある。ポストに就いてない状況がどれほど不安定なものか、危ういものかということ、小沢さんほど身をもって知っている政治家はいないと思う。

小沢さんに引導を渡せる唯一の立場にいるのは

鳩山さんだが、檢察審査会の議決後、「引き続き頑張ってもらいたい」と続投を容認した。ここで小沢さんが辞任すると、今度はなぜ首相は辞めなのかという声が出てくるのは必定。鳩山内閣の支持率は、各マスコミの世論調査で軒並み20%台に落ち込んでいる。小沢さんの「政治とカネ」問題から低落が始まったとはいえ、鳩山さん自身にも大きな問題がある。「決断できない首相」「ぶれる首相」というイメージが国民に広まってしまった。小沢さんが辞めると、一方の批判対象がいなくなり、鳩山さんが矢面に立ってしまう。鳩山さんにすれば当面、小沢さんにとどまってほしいというのが本音ではないか。

だが、小沢さんには鳩山さんがいつまで自分を守ってくれるか分らないという不安がある。だからこそ、その視線は九月の代表選まで向いていると思う。小沢チルドレンといわれる人たちが衆院で百人ぐらいいるが、参院側を足すともっと増える。民主党議員は四百人ぐらいいるからほぼ三分の一は小沢さんの影響下にあるとみられる。それが固まれば代表選の行方を左右できるので、小沢さんは今一生懸命、足場固めをしているという。鳩山さんが政権を維持するには、小沢さんのグループに頼らざるを得ないので、「小沢さんには頑張ってもらいたい」という発言になったと思う。

立ちはだかる普天間問題

民主党のある幹部が数カ月前に鳩山さんに会っ

て「小沢さんを代えなくては駄目だ」と進言した。すると、鳩山さんは「参院選までには辞めよう」という言い方をしたそう。この話が本当なら、鳩山さんにはやはり小沢さんを切るつもりはないということになる。その幹部が鳩山さんに「それは甘い。小沢さんは辞めない」と指摘したという。理由は先ほど言ったように、検察当局がどう出るか分らないからだとその幹部は話していた。鳩山さんの本音はやはりどこかのタイミングで小沢さんに辞めてもらいたい、今辞められると防波堤がなくなつて「鳩山批判」がむき出しになってしまうから困っているということではないか。

鳩山さんにすれば、小沢さんの問題にかかわってられないという事情もある。普天間問題である。

四日に沖縄入りしたが、案の定、何の進展もなかった。政府は最終的に、名護市の辺野古沖にくいを打つてその上に滑走路を造る「くい打ち棧橋方式」で普天間の代替施設を建設しようとしている。一方で一部訓練は徳之島に移すということで日米交渉に臨み、沖縄や与党への説得に当たる考えだ。昨年の衆院選で「最低でも県外」と主張した鳩山さんの発言を覆したと言われても仕方ない。そのような構想でも、関係自治体の了承を得るのは極めて困難だ。

私たちの常識からすれば、首相が登場する場面は、事務方なり閣僚レベルで話が付いていて、判



米軍普天間飛行場移設問題で仲井真沖縄県知事（右手前）と会談する鳩山首相（左）（5月23日沖縄県庁で、代表撮影）

を押すなり握手をするだけの段階。どうなるか分からない状況の中でいきなり現地に突っ込んでいくのは、袋だたきに遭っている状況を見せて、同情を買う作戦としか考えられない。

マイケル・グリーンという対アジア政策を担当していた米政府の元高官は、「普天間問題は日米間の酸素を吸い続けている」と話したと聞いた。普天間問題によって日米関係が「窒息状態」にな

りつつあるというほど米側の反応は厳しい。現行の日米合意とほぼ同じ場所でのくい打ち方式ならば、ぎりぎり米側は同意する可能性はあるが、米側からも拒否されれば、鳩山さんの立場は非常に危うくなる。

防衛関係に詳しい民主党の議員は「そろそろジェットコースターが発する」と語っている。政局が鳩山さんの退陣含みで激動するという意味だろうが、それほど党内には危機感が強まっている。

だが「それでも鳩山さんは辞めないよね」と、民主党の人も十人中八人ぐらいいは思っているのではない。自らの置かれた状況を冷静に分析できる政治家なら、逆にこうした事態を招く前に手を打つし、「自分が首相に向いていない」と的確に判断して首相になっていなかったかもしれない。一国のトップに対し大変失礼な言い方だが、内閣支持率を見れば、そう感じている国民が少なくないのではない。

ダブル選で憶測

民主党内に「小沢さんは許せない」という人はいても、「鳩山さんは許せない」という人は見当たらない。人の悪口を言わないし、人の話は聞き過ぎるほど聞く人だから、敵をつくらない。だから、「鳩山降ろし」の動きが出てこない。これも鳩山さんが辞めない理由でもあるが、もし退陣となれば、政府・民主党は衆院選を打たなければいけない。民主党は野党時代、自民党政権でコロコロ首相が代わるたびに、衆院選で「国民の信を問

え」と要求した。民主党政権で首相が交代するなら、衆院選を実施しないと食言になる。

ここから衆院選と参院選のダブル選という話が出てくる。もう一つ背景があって、自民党が前回の衆院選で落ちた候補を続々と参院選の候補に回して、衆院選候補者が手薄になっている。小沢さんの考え方からすれば、衆院選に打って出ると自民党幹部は読んでいるわけだ。

衆院でせっかく三百を超える議席を持っているのに、減らす恐れがある中で選挙に持ち込むかと首をかしげる人も少なくない。これに対して「いや、小沢さんは打って出る」との声もある。民主党が衆院で過半数を割ることはないし、ダブルの相乗効果で参院も過半数に届くからだという。確かにダブルを打つと与党の方が強いというのが、過去二回あった同日選の結果。しかし、現実的にはダブルはないとみている。

昨年衆院に初当選した新人ばかりではなく、前々回の郵政選挙で落選し、任期満了に近い四年間の浪人生活を送った民主党議員がたくさんいる。その人たちがせっかく手に入れた議席を失いかねない選挙に対しては相当反発すると思う。それでもダブル選の話がまだ流れているのは、民主党の党内向けだという。ダブルもあり得るという話になれば、衆院の一年生議員は地元を一生懸命回らなければいけない。自分の選挙活動を行うことが、参院選の票の掘り起こしにつながるという小沢さんの戦略だと自民党の長老議員は指摘して

いる。

民主、自民の負け比べか

参院選情勢はどうか。小沢さんが今回の参院選に賭けていることが分かる発言がある。「次の参院選で自民党を焼け野原にする、ペンペン草も生えさせない」と口癖のように言っているという。改選二人区以上は原則二人立てるという方針で臨んでいるのも、二人出馬すれば一人は必ず勝てる。うまくいけば二人勝てる。有権者は民主党候補の中のAさんがいいか、Bさんがいいかという話をして、自民党候補は蚊帳の外に置かれることを狙っている。そんなにうまくいくかどうか非常に疑問だが、とにかく小沢さんの最終目標は自民党をつぶすことで、そのための参院選だ。

候補者選びも完全に小沢さんが主導している。民主党の選対幹部は「偏差値の高い政策通は要らない。朝から晩まで、二十回でも三十回でもつじ立ちができるタイプが小沢さんは好きなんだ」と言っている。「要するに松下政経塾出身と正反対のタイプ、理屈より延々と街頭に立っていられる人間が好きだ」と。

民主党の目標は六十議席を取ることだった。しかし、今や六十を獲得できている人ほとんどいない。勝敗ラインははずる下がつてきて今は与党で過半数が目標になっている。与党で過半数を取るためには五十五議席要るが、取れるか。これも相当きつい情勢だ。民主党は今回五十四議席を持って選挙に臨むが、同じ議席数を確保

できれば勝利だという話が予防線に出てくる。

しかし、改選議席維持も危ない。「四十いかない、三十台しか取れない」という声もある。中立的な見方としては四十五議席。最近いろいろな新党ができて最終的には揺れ動くと思うが、改選百二十一議席のうち、公明党、新党、共産、社民、国民新党で約三十は取るという計算で、残りの約九十を自民と民主で分け合うという見方だ。民主が四十七なら自民は四十三になる。

だが、自民の四十三も相当高い数字だ。自民の改選は三十八だから減らすどころか五議席増やさないといけない。今の自民党に五議席増やすパワーがあるかどうか。だが、与党だけで単独過半数を取れる芽が見えているわけではない。

民主党が野党時代、参院では自公の与党勢力が少数の「ねじれ現象」を起こしていたが、逆のパターンが今回生じる可能性はある。これも自民党が谷垣禎一総裁の下、今の一致団結ぶりを維持していくことが条件。前厚生労働相の舩添要一さんが飛び出して新党改革を旗揚げしたことによって総裁候補がなくなったため、「谷垣降ろし」の動きが鎮静化した。谷垣自民党で勝負するしかない状況になり、まとまって選挙に臨めるというわけだ。結局、次の参院選は民主党と自民党の負け比べになりそうだ。どっちがより負けていないかということだ。自民党の場合、改選議席が少ないため、「負け比べ」では優位だが、多少議席を伸ばしたところで、勝利感は少ない。世論調査を見て

いると、勝ったと胸を張って言えるのはみんなの党だけという状況になりかねない。

みんなの党は民主、自民に次ぐ第三の支持率を集めている。たった六議席しか持っていないが、支持率は自民党の半分以上ある。最近の共同通信の調査では、民主24%、自民18%、みんなが11%だ。公明党が3%だから、この勢いを維持できればどれだけ議席を取るか。公明党を上回る可能性だってある。ただ、組織を持っていないので、私たちはみんなの党が台風の日になると記事では書いているが、実際、選挙の日には台風が来たらみんなの党に投票しようとした無党派層が投票に行かなくなり、台風の目どころか台風に埋没しちゃうかもしれない。恐らくマスコミ各社の参院選挙班を悩ませているのは、みんなの党の票をどれだけ見積もるかということだろう。

永田町では「逗子ショック」というのがある。先の神奈川県逗子市議選の一位、二位がみんなの党の公認候補で、民主、自民の候補より上だった。これがもしかすると全国的に広がりかねない。小沢さん自身も、みんなの党を警戒している。

消費税導入で大連立も

参院選後には政局が大きく動くだろう。大連立という政治状況が生まれるかもしれない。そのポイントとは、消費税率の引き上げだ。どの政権でもいずれ消費税を上げる決断をしなければいけない時期が来る。少子高齢化を背景にした財政難を考えれば、このまま5%で済むわけがない。民主党

が参院選の結果、もし単独過半数を獲得しても、衆院議員の任期中は消費税増税をしないと宣言しているから、消費税を上げようとしたら、消費税増税を掲げてもう一度、衆院選をしなくてはならない。「消費税10%」を訴えて選挙に勝てるかというと、普通は勝てない。選挙後に消費税を上げようとするなら、大連立を組んで法案を通すしかない。

二〇〇七年の小沢さんと当時の福田康夫首相の大連立騒動の時は、新テロ対策特別措置法など安全保障問題への取り組みのため連立を組もうという話だった。しかし、福田内閣の支持率は低迷気味で、野党の民主党はもしかすると与党になれるかもしれないという状況下にあったので、民主党の大多数はノーサンキューで、話はつぶれた。今回は民主党が政権を取っている、自民党は落ちぶれていて、政権に戻りたいとの願望がある。さらに自民党の中には消費税増税こそが、責任政党の取るべき姿との意見が根強い。

そうした状況から、参院選の後に税制改革、なかなか消費税増税に向けた民主、自民の大連立構想が出てきても不思議ではない。実際に民主党のポスト鳩山をうかがう有力者も大連立はあり得るとの考えのようだ。ただ、その際には、今の民主、社民、国民新の三党連立が崩れ、民主党の中から飛び出す人がいるかもしれない。

では、そういった局面でリーダーになり得るのは誰かと言えば、どう見ても副総理兼財務相の菅

直人さんには「ポスト鳩山」が念頭にある。党内での発言が穏当になっていくのがその証拠といったら、うがち過ぎか。ただ、「イラ菅」と言われた菅さんが、小沢さんの悪口も言わないし、鳩山さんの悪口も言わない。少なくとも誰からも嫌われたくないという思いを持っているのではないか。

やはり一番気を使う相手は小沢さん。嫌われたら、次は駄目と言われたら、民主党の中ではそれほど簡単に代表、首相になれない。禅譲路線を考えれば鳩山さんからも嫌われたくない。ということでは発言が非常にマイルドになっている。

次世代のリーダー候補

菅さんは九六年以降、鳩山さんと組んでどちらかが代表ということをやってきたから、ちょっと清新さに欠ける。外相の岡田克也さんは普天間問題で政府・与党内の評判は相当悪い。普天間で誰か責任を取れという話になれば、一番に責任を取らなくてはならないのは官房長官の平野博文さんという気がするが、岡田さんがそのまま首相というわけにいかないだろう。一回休めということになる可能性がある。ほかに候補としては、国土交通相の前原誠司さん。ただ前原さんは小沢さんと高速道路料金の上限制の問題についてもやり合っているし、小沢グループの評判は良くない。

一方、小沢グループから名前が挙がっているのは、総務相の原口一博さん。小沢さんがかわいくてしょうがないのが副幹事長の細野豪志さん。最

近になって知ったが、国交副大臣の馬淵澄夫さんもお気に入りらしい。ただ、細野さんも馬淵さんもいきなり代表、首相というわけにいかない。もうちょっと党務なり国会対応で汗をかくことが必要かなという気がする。国家戦略担当相の仙谷由人さんは十年若ければと本人が言っていた。

ただ、小沢さんが辞めた後、幹事長を誰が務めるか想像が付かない。逆に言えば民主党ではそこまで小沢さんの存在感が大きい。

自民党の次世代リーダーは誰か。去年の講演で、自民党は河野太郎さんで立て直すしかないと言し上げた。その通りの展開になりつつあるのではないか。あれだけ嫌われているのに結局、今度幹事長代理になって、もしかすると「ポスト谷垣」の有力候補になる可能性がある。推薦人を集めて去年九月の総裁選に出馬したから、有資格者ではある。印象の通り、ややエキセントリックなところはあるが、「河野」という名前に加え、民主党に負けないぐらい、行政の無駄削減に取り組んでいる。党内に交代論がある幹事長の大島理森さんがある会議に出たとき、河野さんが「幹事長も仕分けしましょうか」といって大ひんしゆくを買っていたが、言わなくていいことを言う。

そこを抑えていけばポスト谷垣になる芽はある。逆にそのくらいの人事をしないと自民党は生き残れないのではないか。

(本稿は四月二十八日、通信社ライブラリーで行われた講演の一部を要約、加筆した)

「反動化」と電聯合併の動き

一通信社記者の「昭和」その軌跡を手紙と日記に見る (I)

内海 紀雄

(元朝日新聞社代表取締役・専務、大阪本社代表)

手紙と日記は歴史を記述する際の一級史料である。日記が書いた本人・遺族の下に残るのに対して、手紙の場合、普通は読了後に適当に処分されてしまう。残るのは偶然の要素が大きい。

私の父・内海朝次郎(一九〇〇〜四六)は、「新聞聯合」と後身の「同盟通信」の政治記者だった。聯合時代は通信省を約七年間担当した。

『時事新報』で通信省を持った佐藤喜一郎氏(後に同盟・社会部長)は、「通信社は通信という字を使っているためか、通信省の監督下にあるので、記事のほかに社としていろいろ連絡の要務があり、それで内海(という)人材を送っていることが後でわかった」と著書『最後の記者馬鹿』に書いている。「社の要務」の一つが同盟設立工作である。

「世をあげて反動化せんとす」

父の通信社時代は、満州事変後の「戦争の昭和」と重なる。調査部長としてアジア・太平洋戦争の開戦に際会した。戦時中に闘病生活を余儀なくされ、敗戦後に四十六歳で死去したが、計七十四通の手紙類が同僚や部下、取材先、親せきに保存され、没後三十年して返ってきた。断片的なが

ら日記も残った。共に激動の昭和を刻む。

満州事変の翌年、昭和七年(一九三二年)分だけ小型の手帳日記が残る。一ページが四区画(四分)の小さなスペースだ。何日かに一回、短行の記述を残した。

父は二月二日の欄に「上海事件拡大、伏見宮軍令部長(に就任)、世をあげて反動化せんとす」。夜、栗林君(注・聯合社会部記者の栗林農夫氏)と千疋屋で語る。色々の感あり」とつづいた。軍部が大陸で戦火を拡大、海軍は皇族を軍令部長に担ぎ出した時だ。軍部が国民の戦争熱をありながら暴走するが、議会政治——政党内閣が機能不全となり、国際協調が終えんを迎える——。「反動化」とは、そんな時勢を記者本能で不気味にかき取っている。「世をあげて」という見方に、時流とは距離を置いた「冷めた目」がのぞく。一週間後の九日「夜、井上準之助(前蔵相)殺される」血盟団テロ事件が起こった。

三月一日には「満蒙開拓に関して三回勅命により停戦事件」が以前にあったという、他社の陸軍担当記者から聞いた情報を記す。三月三日「上海事件この日午後三時停戦」と書き留めるなど、大

陸での軍の動きに注意を払っている。十一月末には上京した聯合上海支局長の山上正義氏と「夕食を一緒にする」。山上氏は翌月、上海支局長を松本重治氏に引き継ぎ、北京支局長に転じた。

栗林氏は一石路と号してプロレタリア俳句を作っていた。参加する俳誌が発禁処分に遭うなど文芸の世界でも、息苦しさが増してきた。一方の父は大正デモクラシー期に社会運動(暁民会)の参加歴があり、募る危機感を共有できた。

日中戦争が拡大すると、栗林氏は同盟から従軍記者として広東作戦に派遣されたが、「戦争ムードに同調しない者の一人」(前田雄二著『戦争の流れの中に』)といわれた。当時の句(どれにも日本が正しくて夕刊がばたばたたまたまれてゆく)は、戦争を「聖戦」として正当化する軍部や、お先棒を担いだ新聞への強い違和感がにじむ。

「陸海軍人の暴挙」——5・15事件

続いて五・一五事件の日には「陸海軍人の暴挙、犬養首相殺さる。夜九時過ぎ社より電報」。この日は日曜日で父は鎌倉の自宅にいたが、まだ家に電話がなく、電報で呼び出された。翌日から「首相官邸詰め」となり、三日後には「陸軍の態度、不快の極みなり」と怒りを表した。陸軍が後継内閣づくりに干渉したことを指すようだ。

五月二十四日、「夕方組閣進行——夜十時迄在社。金子(堅太郎)伯爵と同車す」。枢密顧問官・金子伯は明治初年、米国留学時代にベルが發明した電話を日本人として初めて使い、父はその



聯合記者時代の内海朝次郎
(昭和初期)

体験を取材したことがあった。それが縁で気に入られ、車中で組閣の裏情報を聞き出したのだろうか。ちなみに金子伯は明治憲法の起草メンバーで、同盟側が初代社長候補として名を挙げた一人だ(里見脩著『ニュース・エージェンシー』)。

欧州では七月の総選挙でナチスが第一党になったが、父は二月の休日に「ヒットラー運動等を読む」とファシズムの動向に関心を示した。

昭和六、七年ごろの聯合は経費増による財政難でボーナスも「もち代」と称して十五、十、五円の三ランクに分けて支給した。「聯合の冷や飯時代」といわれた(『通信社史』ほか)。六月十四日の項には「ボーなし」「ボーナスなし」、¥10。実に驚くの外なし。夜松本楼に社員会、ボーナス奪還運動。

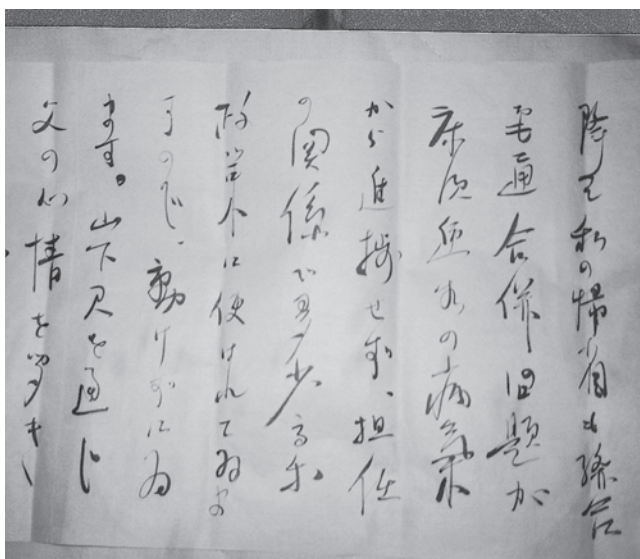
そう言いながら毎晩のように飲み歩いている。「高井(信義・内信局長)、長林(密蔵・局次長)、中満(義親)、浅野(豊)、栗林(農夫)飲む。終列車乗り外し、午前三時十分、自動車にて帰宅」(九月三十日)。常連は中満(後に『読売新聞』へ

移り編集局長)、栗林、高橋邦夫(海軍省担当)の各氏。雑誌の原稿料が入ると飲み回った。ほかに岡村二一、山崎義人、天野良和氏らとも。巻末の住所欄には大平安孝政治部次長、政治部員の福田一(鉄道省担当)、長島又男氏らの名前が並ぶ。ちなみに電通の通信省担当は村田為五郎氏(後に時事通信社主筆)。

国家代表通信社設立へ通信省が主導権

満州事変は各社間の報道競争を激化させた。二月六日、「社の秘密無線問題起こる。田村氏を病床に訪う」との記述がある。一月末に起こった上海事変で聯合が短波無線を使って速報、敗れた各社が通信省にねじ込んだ一件を指しているようだ。「田村氏」とは、無線行政を握る電務局業務課長の田村謙次郎氏とみられ、日記中にたびたび顔を出す。通信省も違法無線の確証はつかめず、内田信也通信政務次官が聯合の岩永裕吉専務理事を呼んで「友人」として忠告した(『通信社史』)。

満州事変を契機に日本にも「国家代表通信社」をつくるべきだとする意見が、外務省や軍部、聯合の関係者の間に強くなった。そうした期待を担ったのが、「電通」と「聯合」を合併させて一大通信社をつくるという「電聯合併構想」である。外務、陸軍、海軍の三省中心に「情報委員会」をつくり、昭和七年九月末に合併方針を決定。両社との下交渉に入ったが、通信省はまだ脇役だった。そのためか、以上の動きは日記に見えない。頻繁に出てくる記述は、通信省が悲願とした通信



「聯合電通合併問題が床次通相の病氣から進捗せず」
と郷里へあてた巻紙の手紙(昭和10年9月2日付)

特別会計の新設をめぐる大蔵対通信の攻防劇である。「通信特別会計で富安(経理)局長と喧嘩」と記したのは、直情径行と評された父の性格をほうふつとさせる。相手は俳人局長富安風生だ。

興味を引くのは、やがて合併の推進役を担う通信官僚たちが違った形で日記に登場することだ。大橋八郎次官は人事をめぐって父の夜回りを受ける。同盟設立で通信省から常務理事に送り込まれる畠山敏行氏は、電務局長から台湾電力常務へ転じていた。父は畠山氏を東京駅に見送ったり、台湾へ手紙を書いたりしている。親しくしていた進藤誠一需品課長の送別会が九月末にあり、「十月一日、熊本通信局長として赴任」。住所欄には奥

村喜和男氏の名が。後に「革新官僚」として名をはせるが、まだ電務局業務課の事務官だった。

その進藤氏は九年五月、電務局長となつて本省へ帰還。奥村氏は同時に電務局の初代無線課長に座る。進藤氏はこの時、大橋次官から初めて合併問題を聞いた。一方、奥村氏は情報委員会へ飛び込んで行き、「電信、電話、無線特に通信社の対外放送電報や放送協会の海外放送を無視することはいけません。放送協会の指導監督もわれわれだ」と通信省の役割をぶつた。以後は毎回、進藤、奥村両氏が出席した（『追憶 奥村喜和男』）。

合併へ向けて動きだしたものの、設立資金問題で難航した。そこに、通信省監督下の放送協会の資金を活用するアイデアが浮上する。通信省は軍と外務省の調整役も演じ、主導権を握る。当時、放送協会は新聞社の圧力に対抗して自前の通信社を持つとまで考えていた。「通信省担当記者の内海朝次郎は、そうした協会の意向をいち早くキヤッチし古野に報告した。これを聞いた古野は（中略）一切の根回しをし」た（『古野伊之助』）。

父が雑誌『社会評論』の昭和十年四月号に匿名で書いた「『電通』『聯合』合併の裏面——対外ニユース統制への途」によれば、放送協会資金の利用を提唱したのは通信省側の「一介の浪人阿部十二造と電務局業務課長田村謙次郎の二人」である。七年の日記にも登場した田村氏は一郵便局員から苦学して高文に合格。放送の監督者で電信電話の元締めでもあった。阿部氏については「元新

聞人、船舶の時事無線を主宰し、（中略）新官僚の足場だった国維会のメンバー」と紹介している。放送協会は「出資して新通信社に参加すれば……新聞との衝突が緩和され解決できる」と踏んだ。

密命与えた古野総支配人

聯合にあつて推進役となつたのは古野伊之助総支配人である。主管の進藤氏は生前「古野君は毎日僕の部屋に来ていた」と私に話した。「奥村君と聯合側の古野伊之助君と二人で度々協議を重ね実行具体計画が進められ成案ができた」と回想している。父の前記論文にも、「（田村の後任の）奥村喜和男は、聯合総支配人の古野と連絡をとつて放送協会出資条件の緩和を計った」とある。

父は、「古野さんの懐刀として明躍暗躍」した（通信省クラブにいた中外商業記者吉田啓氏の話）。父自身、「多少高等政策に使われています」と郷里へ報じている（後掲）。この間の事情について、聯合——同盟の社会部長を務めた岡村二一氏は晩年の昭和五十二年十一月、理事長をしていた新聞通信調査会で、こんな秘話を私に明かした。

「総支配人の古野さんから、内海と二人で『幡ヶ谷の家に来い』と呼ばれた。古野さんは『お前たちに言い聞かせるが、今から頼む仕事だけをやっておけ』と、こう言うのだ。『岡村、お前は将来、『朝日』『毎日』『読売』を敵に回して地方紙のために働け。三社にゴマをすっているのは通信社はずぶれる。内海、お前は通信省に座り込め。記事なんか、どうでもいい。今、日本では誰も通信

社の何たるかを知らん。外務省も通信省も、ロイター、AP、UPのような英米の通信社だけが通信社だと考え、日本に通信社は成り立たないと思っている。これをたたき直さねばならん。日本に大通信社がなくてはならん時期が必ず来る。そのためにお前は通信省を握れ。将来、ラジオの時代が来る。無線を握る役人を教育しとかないか。お前たちに今言ったことは内緒だぞ。僕は社会部、内海は政治部で特別親しくなる理由はなかったのだが、この時から刎頸の友になった」

古野氏の密命は、「電聯合併」構想が具体化する以前の昭和五、六年のことではなからうか。

「電聯合併、進捗せず」

電聯合併は反対が根強く、交渉は難航。父は郷里五島の親せきへの手紙に進捗状況を記した。

《電通聯合両通信社の合併が未だ進捗せず、予定通りの帰省は困難かと思われます》昭和十年三月五日、衆議院内控室にて。藤原元宛

《かねて申し上げました電報通信社と聯合通信社の合併問題は、漸く去る九日外務大臣、通信大臣主催の相談会があり、十一日に発起人会を催し、目下急速に進展しています。聯合の解散が何時頃になりますか、七月か八月まではかかりそうです》十年五月十六日

《帰省も聯合電通合併問題が床次通相の病氣から進捗せず、担任の關係で多少高等政策に使われていますので動けずいます》十年九月二日

（注・表記は現代仮名遣いに改めた）



英タイムズ、6月からオンライン新聞有料化

欧州有力紙に動き広がる

インターネットの浸透と広告収入の減少による経営苦境の中で、従来の印刷新聞は有料としながら、オンライン新聞はおしなべて無料とする状況がとどまることなく広がってきた。ところが二〇〇九年ごろからオンライン新聞も有料に転換する動きが始まり、一〇年にはさらに広がる事態になってきた。

そうした経緯を背景に一〇年を「有料の壁の年」と呼ぶ言葉も登場し、ヨーロッパの代表的な新聞が相次いで、オンライン新聞の有料化に踏み切るか、あるいは今後の有料化を検討中という状況が展開している。

ドイツ最大の新聞グループ「アクセル・シュプリンガー」は〇九年十二月に、グループとしてオンライン版を有料化する実験を導入した。それから四カ月が経過した段階で、成功と失敗の対極的な事例が明らかになった。傘下のベルリンの有力紙『ペリナー・モルゲンポスト』は、有料化直前の〇九年十一月に月間三百万件のアクセスがあったが、一〇年三月には二百五十万件にとどまり、五十万件の減少となった。『モルゲンポスト』へのアクセス料金は、三十日間で四・九五^円とい

う設定であった。

一方、同じ傘下のハンブルクの有力紙『ハンブルガー・アーベントブラット』は、有料制導入直前の〇九年十一月に六百五十万件のアクセスであったが、一〇年三月には六百六十五万件に達し、同紙のアクセス数の新記録となった。『アーベントブラット』は一カ月間の自由なアクセス料金を七・九五^円にしたいと考えている。

イギリスでは、伝統のある高級紙『タイムズ』と日曜新聞『サンデー・タイムズ』が今年三月末に、六月一日から有料制とすることを決定した。この決定はイギリスでは最初の事例で、これに続いてイギリス最大の大衆紙『サン』と最大の日曜新聞『ニューズ・オブ・ザ・ワールド』も有料化に転換するという。これらいずれの新聞も、ルパート・マードックが支配するイギリスのメディアグループ「ニューズ・インターナショナル」の傘下にある。アクセス料金は一日当たり一^{ポンド}（一・一一^円）か、一週間当たり二^{ポンド}の二種類で、印刷新聞の購読者はオンライン新聞へのアクセスが今後とも無料になる。

両紙の有料化について、『ニューズ・インターナショナル』の女性責任者レベッカ・ブルックスは「これはジャーナリズムにとって決定的な瞬間であり、ニュース報道で再びお金を得ることができる画期的な一歩だ」と述べた。当面『タイムズ』と『サンデー・タイムズ』は両紙を合わせた紙面を持った新たな新聞として登場し、料金も新

たな新聞に対する金額が設定されるが、将来は別個の新聞として発行される予定である。

『タイムズ』には現在まで一日当たり百二十二万件のアクセスがあったが、電子的部数監査によれば、ライバルの『デーリー・メール』の二百二十七万件、『ガーディアン』の百八十七万件、『デーリー・テレグラフ』の百五十五万件などには後れを取っている。

オーストリアの高級紙『シュタンダルト』はシュタンダルトの名称を共有する四種のオンライン版を発行している。中心的な位置を占める『デア・シュタンダルト』、オーストリアの最初で唯一の、女性による女性のための『ディ・シュタンダルト』、リベラル思考の立場で主流に対抗する『ダ・シュタンダルト』、それにニュースを大づかみに提供するモバイル版の『エクスプレス・デア・シュタンダルト』である。『シュタンダルト』はこれら四種のうち三種について、六月から有料購読制に転換する。しかし、モバイル版の『エクスプレス』は無料のまま存続する。

料金は一日当たり一^円、一カ月分で十^円、一年分で七十^円といった区分が設けられる。印刷新聞の購読者には50%の割引がある。

『シュタンダルト』は有料化に踏み切ったものの、「有料モデルが永続するとは信じていない」と述べている。果たしてオンラインの有料制は着実に定着していくのだろうか。

（広瀬 英彦）東洋大学名誉教授



放送事業者連盟に4大ネット―米

FOXとCBSが11年ぶり復帰

米放送事業者連盟(NAB)内での亀裂により連盟を離脱していたテレビ大手ネットワーク局のFOXとCBSがNAB再加盟の運びとなり、一九九九年以来十一年ぶりに四大テレビネットワーク局がそろい踏みすることとなった(『ワシントン・ポスト(WP)』、五月十一日)。

ニューヨークに本社を置く地上放送テレビネットワーク局のABC、NBC、CBS、FOXは、九〇年代から全米各地での直営テレビ局数を増やそうと積極的に動いていた時期があり、これが放送事業者で構成される利益団体のNAB内に不協和音をもたらしたことがある。

大手ネットワーク局の拡大路線が他のローカル放送局に不利益をもたらすとの点が指摘されたもので、特に当時、一つの放送グループが所有できるテレビ局に関して全米35%を超えるテレビ視聴世帯カバーを超えないこととする「メディア所有規制」の緩和について、NABが業界利益団体として積極的な姿勢を示すかどうかをめぐり、NAB内で規制緩和を強く求めるネットワーク局側とその他のローカル局を中心としたグループとの間で意見の不一致が見られたことから、ネットワー

ク局が相次いでNABを脱会する事態に発展した。

ABCは〇五年、NBCは〇七年に復帰したものの、FOXとCBSは脱会したままの状態が続いていたが、五月十日、NAB加盟社としての復帰が発表された。これにより全米各地でCBSが直接所有・運営している二十九のテレビ局と百三十のラジオ局、そしてFOX傘下二十七のテレビ局がNAB加盟局として復帰することとなった。

フォックステレビのジャック・アバナシー最高経営責任者(CEO)は「われわれ放送業界の利益につながるのは会社と視聴者のためワシントンで放送事業者が一丸となって声を上げること、これにより連邦通信委員会(FCC)や司法判断に立ち向かうことができる。ゴードン・スミスNAB会長および他の加盟社と協力しながら地上テレビ放送の価値を強固にするために頑張りたい」とコメントを発表している(『TVニュース・チエック(TVNC)』オンライン、五月十日)。

またCBSで経営戦略・法務関連を担当しているマーチン・フランクス副社長も「メディア環境が急速変化する中で、地上テレビ放送は幾多のビジネスチャンスと同時に困難な問題に直面している。この時代を乗り切るための一番の方策は、スミスNAB会長のリーダーシップの下で行動することであり、われわれはCBS傘下の局の声を、放送を通じて一般公衆のために努力しているNABの取り組みに重ね合わせることでと考えるに至

った」としている。なお、FOXのアバナシーCEOとCBSのフランクス副社長は、今回の加盟社復帰に伴いNABの理事として加わることとなった(『TVNC』オンライン、五月十日)。

今回のFOX、CBSのNAB復帰についてスミスNAB会長は「米国の放送、NAB、そしてCBSとFOXが日々放送している質の高いテレビ番組を視聴している多数の米国民にとって素晴らしい日がやってきた。CBSとFOXはワシントンにおいて卓越した力を持っており、二社の復帰についてNAB内で信任が得られたことをとてもうれしく思っている。これでNABとしてもワシントンで放送事業者が一丸となって声を上げることができる。われわれが直面している課題は山積しているが、ローカルコミュニティのための無料放送を守っていくために前進を続ける」と決意を述べている(『TVNC』オンライン、五月十日)。

九〇年代以降メディア所有規制緩和を強く求めるかどうかについてネットワーク局グループとローカル局グループの間で深い溝が生まれ、ネットワーク局の脱会が相次いだ時代はやつと終わりを告げた。この背景にはインターネットメディアの急速な進展に直面する放送業界が一枚岩になって業界戦略を打ち出し、放送政策に関しても政治の街ワシントンで一致して行動する必要に迫られたことがあるとみられる。

(金山 勉 立命館大学教授)

第1回・国際報道研究会

2010年 3 月11日

〈出席者＝敬称略・アイウエオ順〉

藤 田 博 司(座長)

(元上智大学教授)

会 田 弘 継

(共同通信社編集委員)

我 孫 子 和 夫

(前AP通信社北東アジア総支配人)

金 重 紘

(元東洋英和女子学院講師)

田 久 保 忠 衛

(杏林大学名誉教授)

長 谷 川 和 明

(新聞通信調査会理事長)

於・東海大学校友会館

生き残り懸けてモデル構築

問われるインターネット時代の通信社像

はじめに

長谷川 本日はお忙しいところ、新聞通信調査会が新たに設けました国際報道研究会にご参加いただきましてありがとうございます。早速 第一回の会合を開催したいと思います。

調査会は昨年、『岐路に立つ通信社』と題する新しい通信社史を刊行致しました。この題名の通り、通信社は現在、日本に限らず各国で厳しい状況に直面し、生き残りのための道を必死に模索しています。不振の原因はいろいろ指摘されていますが、私自身は結局、インターネットの影響が一番大きいのではないかと気がしております。通信社はインターネットにどのように立ち向かっていくのか、通信社の事業にインターネットとのかに関わり込んでいくのか、インターネットとの関係をどう構築していくのかというようなことが、今改めて問われているように思います。かつて全盛を誇った映画産業が、テレビの登場によって壊滅寸前の状態に追い込まれた時のことを思い出します。

実は一九六〇年代初め、私は最初の海外任地と

してロサンゼルスに赴任しましたが、ハリウッドの映画会社を回って取材するのが主要な仕事の一つでした。当時、ケネディ大統領の暗殺が日米間の最初の宇宙中継で日本に放映されるなど、テレビが世界的に急速に普及し始めていたところで、それまで娯楽の王者として君臨していた映画がテレビに食われて一気に斜陽に転じ、映画の危機が叫ばれておりました。

映画関係者の間では、テレビという新しいメディアを前にして映画はこれからどうなるのか、これまで通り劇場用映画制作一筋でいけるのか、テレビとの共存の道を選ぶのか、といったような話で持ち切りで、通信社が今インターネットへの対応で頭を悩ませているのと同じような状況でした。しかし、その後、映画が見事に復活したことは皆さんご存じの通りです。通信社も情報ニーズがある限り、今の混迷を脱して生き残れるのではないかと考えております。

調査会では通信社を取り巻くこのような厳しい環境の中で通信社の重要な役割である国際報道について、ここで一度その在り方を考えてみたいというところで、本研究会を立ち上げることになりました。国際報道は通信社が最も得意とする分野の一つといえると思いますが、この分野もご多分に漏れず多くの問題を抱えているように見えます。こうした国際報道の問題点を整理し、見直すことで通信社の将来につながるような糸口が見つかればと期待しております。



長谷川和明氏

本日はまず議論の手始めとして、国際通信社の代表格であるAP通信社の現状と取り組みについて、長年APの特派員として活躍され、北東アジア総支配人を務められた我孫子さんにその辺のお話を伺い、それを基に、皆さんに意見交換していただきたいと思っております。

研究会の座長には藤田さんをお願いしております。会議の進行をよろしく願います。

APも経営問題で深刻な打撃

藤田 これから五回ないし六回のこうした集まりで、今、長谷川理事長からお話のあった通信社、特に日本の通信社が直面している問題点を整理して、将来の通信社の仕事の在り方がある程度明確にできるような結論に導けるといいと思っております。皆さんの協力を願います。

まず我孫子さんから、インターネット時代における通信社の役割について、AP通信の事例を取り上げながらお話を伺い、その後、質疑応答をしたいと思えます。それではお願いします。

我孫子 私はAP通信社の東京支局次長と総支配人をしていて、日本新聞協会主催の新聞大会に合わせて二十年以上参加しています。

昔は新聞業界の問題というと、編集関連が中心でした。自分たちの報道がしっかりしていれば問題は解決するというような結論で話し合っておられたようですが、最近はいいいジャーナリズムを展開しても困難な状況は改善されない。編集の問題というよりも、むしろ経営の問題という状況になってきています。

それには、もちろんインターネットがこれだけ広く浸透してきて、若者たちが新聞を読まない、購読しない、広告収入がリーマン・ショック以来ガクンと減ってしまつてなかなか回復しないという状況があります。

アメリカの新聞業界の場合、広告収入の比率は70〜80%で、販売収入は20〜30%。そこに大きな広告減収があつてひどい状況になってきている。それと同時に販売部数も伸びていない。日本でも破産申請、会社更生法の適用を受けている社もあったり、紙の出版をやめてウェブだけに切り替えたりという社も出ているような状況です。

APについて申し上げますと、やはり、加盟新聞社からの収入は減少しており、デジタル分野からの増収を図るべく努力を続けているという状況にあります。

昨年十月に北京でワールド・メディア・サミットが開かれました。ロシアでG8の会議が開かれ

た時、通信社も同じような会議を開こうという提案があつて、この時は新華社がホストになりました。ワールド・メディア・サミットのウェブサイ



第1回国際報道研究会

トにAPのトム・カーリー社長のスピーチが載っており、インターネット上で取引されているニュースへの対価が低過ぎることが大きな問題だと説

いています。

個人顧客対応とブランド力

APは映像ニュースも提供していますので、映像ニュース部門を活用してライブのインタラクティブな討論会も展開しています。

これには主に二つの目的があるようです。ニュースの利用者、消費者の意見を聞くなどして反応を調べ、それをニュース配信の内容や配信方法に反映させることと、SNS発信を通じてAPコンテンツが掲載されているウェブサイトへのトラフィックを増大させながら、APのブランド力を強くすることだと理解しています。

APは、B to B (Business to Business) の古典的な通信社ビジネスモデルを基盤として、ニュースの卸しに徹してきました。それだけに一般消費者にはAPはあまりなじみがなく、ブランド力は著名な新聞社に比べると弱いというわけです。

しかし、iPhoneなどのスマートフォンが



藤田博司氏

出てきたことによって、B to C (Business to Consumer) のビジネスを展開せざるを得なくなりました。APの場合、B to Cといっても、加盟新聞社によって構成されている組合組織ですので、加盟社が参加できる形で展開しておりますし、APのモバイル・ニュース・ネットワークはiPhoneでも展開されていますが、そこでは参加加盟社のローカルニュースも見ることができ、一緒にビジネスを展開できる仕組みになっています。

インターネット時代の通信社の大きな問題はブランド力だと思いますし、これを強化しないといけません。これはAPだけでなく、通信社共通の課題だと思っています。

APの新たな戦略

二月末に開かれたコラド州新聞協会総会で、APゲートウエーと呼ばれる新たな戦略に着手するとの発表がありました。ニュース・レジストリー戦略の延長線にあるプロジェクトですが、iPhoneやiPadに象徴されるスプリンターネット時代の到来に向けた取り組みになります。

これまでは、多くの市民ジャーナリストと呼ばれていた人たちがニュースの情報を発信したり、ブログを発信したり、アマチュアの参加と情報共有が可能になった時代でしたが、これからはプロのジャーナリスト、あるいは報道機関が発信する信頼できるニュースが求められる時代になってくるのではないかとわれています。

スプリンターネットはウェブを超えたところでマーケットの分裂、分割をもたらすことになるので、ニュース市場での報道機関の正統性回復につながるかとみているようです。ようやくわれわれが適正なコンテンツを適正な時間に適正な人々に配信することができるようになり、われわれのビジネスモデルとジャーナリズムを再び活気づけることができると強調しています。

力握るコンテンツと利便性

これまでの調査によると、人口の約80%はニュースを無料で手に入れる方法を模索しています。が、残りの20%は、適正な状況の下ではニュースに対価を支払うことをいとわないとのこと。

そのシェアを大きくできるかどうかはニュース提供者、プロバイダーがいかにして創造的なアイデアを駆使し、消費者のニーズにいかに対応できるかができるかということに懸かっています。

一般的に通信社は紙を購入したり、高額な輸送機を持つたりする必要はないし、またトラック配送とか宅配の費用を負担する必要もありません。

膨大な費用を要する放送施設を維持する必要もありません。しかし、主な顧客である新聞社、放送局が財政的な困難を抱えているので、間接的な影響を受けてその足場が揺らぎかけているという状況でしょう。

デジタルの世界でニュースを配信することに関しては、そういったインフラは全く必要ないわけ、通信社も新聞社も放送局も同じ土俵に乗って



我孫子和夫氏

いると言っているでしょう。ここではやはりコンテンツとサービスの利便性が勝負になります。

こういった状況でジャーナリズムの世界に競争があることはいいことですが、財政的な理由などで寡占化が進むのは好ましいことではないと思います。

日本国内でもインターネット上でのニュース提供を課金制にする方向にあるようですが、『日経』の新しいデジタルサービスがどのように進展するか、各社注目している状況のようです。マードックも課金推進派で、『ウォール・ストリート・ジャーナル』はハイブリッド方式でやっています。ある程度のところまでは無料で提供し、他のところは課金購読制にする形で成功しています。

組織的に、加盟社の代表者によって構成される理事会が最高意思決定機関であるAPとしては、ニュースを直接、一般消費者に配信するB to Cモデルを採用しても、加盟社を助けながら新たなデジタル時代に取り組む姿勢を打ち出しています。

す。デジタル分野での商業的な努力を推進する一方、新聞など既存のメディアに対する伝統的なニュースサービスの強化も継続して、創立以来、堅持してきたニュースの正確性とか信頼性が損なわれることはないと思います。

新聞記者と通信社記者

藤田 ありがとうございます。我孫子さんにAPが直面している問題を包括的にまとめていただきました。これからわれわれが考えなければいけない日本の通信社の問題点を検討する上で非常に参考になるお話だったと思います。

もちろん国際通信社であるAPと、いわばアジアの地域通信社とでもいう共同とか時事が抱えている問題と、同じレベルで議論するわけにはいかないと思いますが、APがいろいろと改革のための努力をしておられる点は今後の共同、時事の将来の問題を考える上でも参考になる部分が多々あるように思いました。

我孫子さんのお話についてご質問なりご感想なりあれば伺いたいと思います。

金重 デジタル時代に入って新聞社が通信社化しているという話ですが、そういう状況の中で新聞社が特別なのか、通信社が特別なのか、どういう格好になっていくのでしょうか。どっちがどっちへ寄っていくのか。紙はなくなりますか。

我孫子 紙がなくなるとは思いませんが、紙での配信は少なくなるでしょうね。デジタル技術を活用してニュースコンテンツをどのようにして一

般家庭とか一般消費者に送り付けるか、配信の方法が変わってくると思います。

ニュースというのは常に求められていますし、その需要は変わらないでしょう。それをどうやって配信して、どうやってその対価を得るか。インターネットを通じて無料で情報にアクセスを取れるから新聞は購読しないということになっていったら、業界にとつてまずいわけです。ニュースは相変わらず求められていると考えていますし、それをどのような形にして配信して、どのような形のビジネスモデルを構築して経営を安定させるかという問題になってくると思うんです。

いずれにしても、新聞社と通信社は競合することになると思います。日本なら『朝日』『読売』と、共同と地方紙を含めた共同加盟社との競合はかなり激しくなると思っています。

田久保 頭の整理の上でお伺いしたい。今、何が変ったのか。僕らが最初に沖縄とかワシントンに行ったときは専用線で送稿していたわけですが。それからファクスができ、さらにデジタル化した。ニュースを送る手段が革命的に変ったこと。もう一つは社会、文化的に、世界的に大きな変化だと思うが、活字人口が急速に減りつつある。これにどう対応するかは、通信社だけじゃなく、全メディアの問題だと思ふのです。

その中で通信社というところ、私は金重さんが言った新聞社と通信社の競争については、通信社の独自性はなくならないのではないかという気がし



田久保忠衛氏

ます。古い経験ですが、ホワイトハウスで大統領の記者会見がありますね。「サンキュー、ミスターブレジデント」の一声でブースにすっ飛んでいくのはAP、UPI、共同、時事、その他外国の通信社です。新聞社は、何を目玉にしてどう書いていくかというところで一呼吸置く。テレビは、速報は通信社に任せて、いい絵があるか、その絵を背景にどういうコメントをし、解説をするか。三つに分かれていたと思うですね。

通信の手段は革命的に変わったが、ニュースの発生源からの新聞記者と通信社記者のこの差は今でも変わらないのではないか。変わらないとすれば、ここに新しい記者の錬度というか、新聞記者とは違うよという新しいトレーニング、工夫が要るかもしれないと私は思っているんです。

もう一つは、我孫子さんが言われたAPが大変な努力をしておられること、さすがAPだと思われるのですが、APの対象は新聞社なのか、テレビ、その他のメディアなのか、あるいは一般

の読者なのか。APの一報で株が上がったり下がったり、株相場が変化するぐらいの反応が起きる。これは一般読者じゃなくて企業あるいは政府機関、地方団体だと思うが、ここで主として対象としているのは新聞社なのか、その他のものなのか。ここをご説明いただければと思います。

全国紙と通信社

我孫子 これまではすみ分けみたいなものがあった、通信社はとにかく速報、速報、ニュースの卸しということ、新聞社、テレビ局、ラジオ局などにニュースを素早く流す。新聞社の場合は締め切りがあるので考える余裕があります。これはあくまでも誇張で、通信社も調査記事や解説記事も提供していますが、基本的には速報で事実関係をどんどん流していく必要がある。新聞社はそれを吟味して掘り下げたり、分析したりして記事を出してきましたが、新聞社もウェブサイトを持つと、新聞記者にもっと早く書けと言うようになってきたわけです。

『ニューヨーク・タイムズ』の東京支局を見ると、まず『ニューヨーク・タイムズ』の締め切り時間だけでなく、傘下の『インターナショナル・ヘラルド・トリビューン』にもまた別の締め切り時間がある。それに、ウェブサイト向けにも書かなければならない。人は増えてないのに書く量が増えすぎて多くなってきた。特に、ウェブサイトに自社の速報を載せるようになると、新聞社が通信社化してしまいます。

国際通信社を見ますと、APとロイターが第一線で競合しています。世界にこれだけの支局を維持し、人を配置しているところはほかにない。

日本国内を見ますと、全国紙が通信社と競合しているという特殊な状況にあります。APはアメリカだけでビジネスを展開しているわけではないのですが、アメリカの場合、ほとんどが地方紙で、全国紙がありません。『USAトゥデー』や『ウォール・ストリート・ジャーナル』が全国紙といえは全国紙ですが、APと競合するようなものはありません。

日本では最近、『毎日』の共同再加盟が発表されましたが、『朝日』『読売』は共同加盟の地方紙とそれぞれのマーケットで競合しているわけです。海外支局の数は共同の方が多いのですが、会社全体を見るとスタッフの数は『朝日』『読売』の方が多いようです。時事はまた違う形で全国紙と競合していると思います。

それを考えますと、先ほどおっしゃられたような形でのすみ分けが非常に難しいという状況にあると思いますが、通信社の強みは速報にあります。これからiPhoneやiPadはかなり広く読まれるでしょうが、小さいデバイスで情報を得るとなると、利用者はそれほど長い時間を費やさないですね。デバイスを見ている時間は非常に限られていますから、長い記事は読めない。とにかく速報が欲しいという状況になってくると思います。そこに通信社が速報をどんどん出していく



会田弘継氏

形での強みはあると思います。

共同通信であれば、いかにして加盟社のコンテンツをそこでもうまく融合させていくことができるか。共同加盟紙がそれぞれのローカルマーケットで全国紙と競合しているわけですから、実際には『朝日』『読売』と共同通信が競合していると言い換えても間違いのないわけで、それはインターネットの世界でもずっと続くと思います。

開放されたニュース源との取り組み

会田 APの様子、全体的な通信社の状況が分かりました。田久保さんがおっしゃったことに若干刺激された面もあって、話の位相を変えてしまいかもしれませんが、ここに紹介されているようなニューズビジネスの問題はあるのですが、それを取り囲むもっと大きな問題は、新しい通信環境とかインターネットの時代になって、一般市民にもニュースソースへのアクセスが可能になったということでしょう。発表主体が役所であり企業であり、そういうところが常に、自分たちはこうい

う新しいことをやっていますとか、新しいこういうことが起きました、と記者会見をやっています。

かつてテレビ時代の前は、文字を書くわれわれプリントジャーナリストしかいられなかったような記者会見、それがいつの間にかテレビで、場合によっては同時中継されるようになる。今やテレビを見ない人でも、ネットでも記者会見にアクセスできる。さまざまな発表にあらゆる人がアクセスできる、そういう時代の中で、ニューズビジネスは何をしたらいいのかという、根本的な大きな問い掛けをされていると思うんです。

ニュースを渡す人は何をするのか、ニュースの消費者、コンシューマーの側に見ると、押し付けられるのではなくて、自分が欲しいものを取ってこられる。これまではニュースを扱う人たちが、これがニュースですよと与えていたものが、実は僕が欲しいのはそれじゃなくてこれだったと。それを今、自分でアクセスできる。発表記事の中で自分が欲しい部分はこれなんだ、あなたたちはこれがニュースだといっているが、私のビジネスにはこれが必要だ、私の生きている環境ではこれが必要だ、そういうふうに直接見ることも可能になってきている。

あらゆる人が自分のニーズに応じてニュースソースから自分の好きなものを取ってこられるという、語弊があるかもしれませんが、そういう時代の中で、ではニュースを渡す人たちの仕事は何

なのか。かなり大きな問い掛けがされている。

その中でビジネス的な問題も出てきて、どういうふうに関心していったらいいのか。われわれが取材したニュースがそのまま無料の形でインターネット上に流れることも問題ですが、それをさらに超えた大きなパラダイムの問題みたいなものや、人と情報あるいは情報源とのアクセスの問題もある。世界中どこでも手が届く。しかしそれにもかかわらず隠れたものがたくさんあるだろうと思うのです。そういうものを、ジャーナリストが扱うものになってくると思うのです。

通信社の原点

一方で、ブログの問題もあります。われわれの概念ではブログというのは個人のいろんなオピニオン的な形で、私はこう見たというのをどんどん出していくわけです。それは正確性というよりは人の見方を知りたい、人の見方を聞きたい、正確なニュースを知りたいというよりは、どういう見方があるのだろう、どういうオピニオンがあるんだろうと、そういうものに対する関心も持たれていると同時に、そこでねじ曲がったオピニオンも相当流布されている。

それが人々の言論空間をゆがめていることが問題になっている。典型的には2チャンネル的なものですが、正確な分析も正確な取材もしてない。ただ、オピニオンだけが言論空間の中にもものすごくたくさん出回ってしまっている。これも新しい環境で、その中でニューズビジネスは何をしたら



金重 紘氏

いいのか。ブログ的なものに展開するとき、ブログとして初めてジャーナリストになる人と、ジャーナリストとして訓練を受けた人が書くブログと、どういう差異化があって、そこにどういう商機があるのだろうか。APがブログ的なものをつたというのですが、何を指して何をやるうとしたのか、お聞きしたい。

我孫子 私が理解しているのは、ブログを始めることがすぐにビジネスにつながるということではなくて、問い掛けを出すという形で短い情報を発信し、いろいろな反応を得て、参加者と意見を交わすことにあると思います。APの方ではそれに対して、こういうことがあった、こういうことだと分析を提供したりする。そういう目的でやっていると思います。詳しくは見ていませんが。

そういう意味でソーシャルネットワークを広げるといいますか、それを活用してブランド力を上げることもできますし。参加者たちは何を考えて何を求めているか、そういうことを探る意味でや

ったと思います。

ウェブ2・0の世界では、誰でもいろんな情報を共有できるようになりました。APの編集局長の一人がニューヨークのオーバース・プレスクラブで話したことですが、ジャーナリストの役割は、一般の人が行けないところへ行き、会えない人に会い、聞けないことを聞き、いろんな情報を分析し、解釈を加えた上で、ニュースを発信することだ、それがプロのジャーナリストの仕事じゃないかと。これだけ情報がはらんしている時代には信頼できるニュースが求められている。それに対してわれわれが応えなければいけない。ジャーナリズムの根源といえますか、原点に戻ってくると思います。

ですから、発表記事をそのまま流すだけだったら何の意味もない。それだったら自分で直接見に行くということになると思います。発表したことに対して分析を加えて、これがどういう意味か、これは発表されたが、こういった点は発表してないといったことも併せて報道できれば、大きな需要になるのではないかと思います。

会田 APではオピニオンのもの、あるいはアナリス的なものの配信は量的に増えているのかどうか。共同の場合、新聞社と同じようにさまざまな知識人の論評だとか、オピニオンみたいなものも配信したりしていますが、APは新聞社の紙面を意識したようなこともやりだしているのかどうか、どうですか。

我孫子 アナリスということは昔からやっていますね。ただし、APとしての意見を打ち出すとか、大統領候補者の支持とか、そういうことはもちろんやっています。それは倫理綱領の中にも書いてあります。政治的な意見の表明や活動に参加する必要があります。上司に相談して許可を取らなければいけない。共同、時事も同じだと思います。

やはりAPとしては客観的な事実に基づいた報道、それだけに面白みがないとも言われていますけれども、それに徹することは当然必要なことです。客観性といっても客観性の神様は存在しないわけで、それぞれが主観的な判断を下して書くわけですが、その判断の仕方、多角的に分析をして、こういうことが客観的であろうということを書く。そういう努力をしてやっているわけです。

新聞社との大きな違いは、新聞社は社説を持っている意見言いますし、社説にかなった形での報道の仕方も起こり得るでしょうけれど、通信社の場合、そういうことはありません。

藤田 会田さんが言った、通信社の新しい環境の下でのビジネス、仕事は何かということに関していうと、非常に伝統的な通信社の仕事そのものが今でも求められている。今のわれわれのメディア空間の中で行き交っている情報は、大きく分けるとファクトとオピニオンがあると思う。

アメリカの過去二十年ぐらいのジャーナリズムの動きを見ると、明らかにオピニオンジャー

ナリズムの方が量的にも、力の上でも影響力を増してきている傾向がある。フォックス・ニュースなんかもそうですね。テレビはそういう傾向を強めていると思うけれど、結局のところジャーナリズムの基本は事実に基づいた報道ではないか。

オピニオンというのも、事実があつてその上でオピニオンが出てくるのが本来であつて、最近の日本でもアメリカでも同じだが、不確かな事実のままで勝手にいろいろオピニオンを書き散らす、言い散らす傾向がインターネットの世界では出てきていますね。そういう時代であるからこそ、特に通信社の仕事は、事実に基づく報道を最優先する方向に持っていくのが基本じゃないかなという気がしています。

多様化進む通信社サービス

それを申し上げた上で伺いたいのは、ここ十年ぐらいの間にA Pの仕事の仕方がガラッと変わっていますね。ニュースのデリバリーの対応もそうだし、デリバリーする相手方もいろいろ様子が変わってきている。そういうときにA Pのニュース報道、つまり事実を集める取材の仕方は変わっているのか、昔のままなのか、どうなのでしょう。

我孫子 集める方法は変わっていません。ただ表現の方法といえますか、発信する方法は変わってきています。ですから、昔はなかったヘッドラインニュースのようなものも始めています。記者が一本の重要な記事を書き出す前に一行を書く、それを集めたものがヘッドラインニュースになり

ますが、そういったものを求めているマーケットがあります。

当然そこにはフォローアップがあつて、次にサマリイのようなもの、それからフルテキストが入ってくる。「ワン・ツー・スリー・ファイリング」と呼ばれています。そういう形でやっています。が、事実在即しての報道、必ず確認を取ってから報道をするということに関しては、幸いながら全く変化がなくて、ずっと守られてきていますね。

藤田 テレビとか新聞のニュースの中身、コンテンツを見ますと、かつてハードニュースが中心であつた時代から、九〇年代以降、特にその傾向が強いと思いますが、ソフトなニュース、ファッションだとか、そういう軟らかいニュースの方に、少なくとも新聞やテレビの報道の中心が動いてきているように思います。その点でA Pはどうなのでしょう。

我孫子 そっちの方にシフトしてしまったということではなくて、基本的なところは押さえてなければいけません。新たなマーケットのニーズも満たさなければいけないという状況に直面しているのだと思います。

インターネットの世界で何が稼ぎ頭かという点、ヒット数が一番多いのはエンタメ、スポーツですね。それを求めているポータルとかウェブサイトなどがたくさんあつて、それに対しては相当高額な料金を支払うわけです。それを満たすための努力は当然やっています。昔はなかったオンラ

イン・ニュース部もできて、オンラインエンディターがインターネット向けにニュースを編集しています。

藤田 そういうところではエンターテイメント系が多い……。

我孫子 オンライン向けのニュースというと、やはりエンタメ系、スポーツ系がかなり多くなります。

アメリカの有名な俳優が日本に来て、成田あるいはホテルオークラあたりで記者会見をする。当然、取材にカメラマンを送ります。新聞向けの配信だったらベストスリーの三枚があればよかった。多くても五枚あれば十分。ところがオンラインの世界ではそれでは不十分。

あの時はブラッド・ピットだったと思います。三枚か五枚ぐらい送ったら、これじゃ足りない、もっとほかにかないのか。あるだけのフレームを全部送れということ、二十枚ぐらい送ったわけ。それが翌日のインターネットでどれだけ使われ、どれだけの反応があつたかというプレリポートを見ると、ほとんど全部がリストのトップに入っている。それだけヒット数が多かつたということ。です。

そういった世界に対しても応えないといけないし、かといって、ジャーナリズムの伝統的なものをないがしろにするわけにもいきません。それを犠牲にしてそういうことをやったら大きな問題が起きます。それを守りながら、新たにそういっ

たこともやらないといけない。大変です。ジャーナリストたちに対しても大きな負荷が掛かっていると思いますね、そういう意味では。

エキスパートの復権

我孫子 共同通信は相当な努力をされて、それぞれ加盟社のニーズを満たすようにしていますね。それだけに相当な費用も掛かっていると思います。

A P の場合はそれほどきめ細かいサービスはしていないと思います。編集の人員もそんなに多くない。というのは整理部みたいなものは A P にはありません。多くの部署がありますが、それぞれの部のデスクの目を通して送られるものはすべて全世界に流れる状況にあります。記者が入稿したものをデスクで編集し、それを整理部に送って、整理部がまたチェックして出すということはありません。

また加盟社の数も違います。A P の場合、千五百ぐらいの日刊新聞が加盟社ですから、それに一つ一つ個別的なカスタマイズされたサービスを出すのは不可能だと思います。A P の記事や写真をどのように活用して使うかは、それぞれ加盟社の判断に委ねられていると思います。

私が驚いたのは、共同通信では論説も書いておられる。参考用ということですけども、加盟社がそのまま使って社説にしてしまうケースもあるようです。A P ではそういうサービスはやっていません。

ごく少数人数ですが、ある程度の経験と実績があり、それなりの見識を持っている記者にはスペシャル・コレスポンデントというタイトルが与えられ、自分の裁量と責任で、何を取材して何を書くかを決めることができる人たちもいます。そういった人たちが書くものはコメントリー、分析だと思います。オピニオンとはちょっと違うと思いますが、分析してコメントを書くことはやっています。

藤田 ウェブ3・0の時代になったら、それぞれの分野のエキスパートとか権威者たちの復権が起きるとおっしゃっていますが、本当にそうなりますか。

我孫子 これだけ情報がはんらんしていて、それが信頼できるかどうか分からない。ウィキペディアに書かれていることでも間違っていることがあったりする。そういう状況ですので、復権と書いたんですが、原語では、「The return of experts and authority into the Web」という言い方をしています。そういう形でエキスパートが書いた信頼できる情報が求められる、あるいはそれなりに見識を持った人が書いた情報が求められる時代になるのではないかと思います。

問われるヒット史上主義

藤田 非常に少数の人たちは、権威のある信頼できる確かな情報を求めていると思うが、圧倒的大多数の人たちは、エンターテインメントじゃな

いけれど、インターネット上でヒット数が一番大きい情報、ニュースに関心を持っていて、必ずしも情報の中身の信頼性とか、正確性にはそれほど関心を払わないのではないか。

アメリカのこういう場面での議論の中で盛んに指摘されているのは、信頼できるしつかりしたニュースよりも、面白おかしいニュースの方により多くの人たちが関心を持っているのではないか。本当の意味で民主主義をきちんと支えていくために必要な情報がおろそかにされてしまう心配はないのか。これが一番大きな問題になっていると思うのです。ウェブ3・0の時代になって専門家とかエキスパートの伝える情報が広く読まれるようになれば非常に結構なことだと思いますが。

我孫子 以前にそういったリサーチがありました。そこでは、若者たちが手早くいろんな情報を入手できる状況になっていますが、「ニュース・ファティーグ（疲労）」という現象が起きているという指摘がありました。多くの短い速報を次々と受けていくことに飽きてきて、しっかりと分析された記事を欲しがっている傾向があると報告されています。

もちろん芸能情報といいますが、エンタメ情報はそれほど信頼できるニュースを必要としない別の世界かもしれないのですが、小さいけれどもちゃんとハードニュースを求めているマーケットもあるわけです。そこではジャーナリストの仕事にそういうことが求められている。それが多くの

人に理解されれば、さらに広く、信頼できる情報が求められるようになるだろうという見方です。

金重 エンタメの話になると、最近の日本の民放テレビ、アメリカのCBSとかABCもそうですが、エンタメ化して利益がなくなってきたんじゃないですか。面白くもなくて、結局ケーブルの方に行く人が多いですね。うちもほとんど民放を見ないでケーブルの方に行く。インターネットの方ではエンタメが喜ばれているといいますが、エンタメばかりで面白くないという傾向になっていくんじゃないでしょうか。

我孫子 一般消費者も多分飽きてくるでしょうね。今のインターネットのビジネスモデルで、広告収入をベースにしているところでは、トラフィックが大きければ広告料金が多く取れる仕組みになっています。

そこでトラフィックを呼び込むことに何が役に立っているかというと、やはりエンタメニュース。例えば芸能人が何か問題を起こしたというようなニュースなどをいち早く出すと、そこに殺到するわけです。一日に何百万あるいは何千万ぐらのヒット数があったという話になって、そこで広告収入が増える。そういうビジネスモデルがあるわけです。それがこれから変わってくるのではないだろうかという見方です。

ある程度きちんとしたエンタメニュースもニュースの一部として必要でしょうけれども、センセーショナルな手法でそれをやるかというと、当

然、APはやらないと思いますが、やるころはあると思います。そこでビジネスとして展開するかもしれないですが、ずっとそれが続くと飽きがきて、その後に反動がくると思います。

金重 最近ではアメリカでもCBSとか、民放テレビはどうですか。

我孫子 どうでしょうか、確かにテレビ局も財政的に苦勞していますね。身売りもたくさんありますし、メディアとは全く関係ない会社が買い取ったり、売却したりということがしょっちゅう起きているわけです。テレビの世界もこれから大きく変わってくるでしょうね。日本の場合、まだそこまで行っていないようですが、テレビのビジネスモデルもこのままではちょっと危ないといわれています。

注目される新しいデバイスへの対応

藤田 二〇一〇年後半から運用が始まるというニュース・レジストリーですが、アメリカでここ一、二年あちこちに動きがあるコンソーシアム、ウェブサイトを有料化するためのコンソーシアムをつくる動きがあるのと、もう一つ、マードックのグループが有料化をするために、自分たちと一緒にやりませんかと呼び掛けをしているグループとがあつて、目的は同じじゃないかと思われるんですが、APのイニシアチブはそういうのとはどういう関係にありますか。

我孫子 マードックとの関係はよく分かりませんが、『ウォール・ストリート・ジャーナル』も

APのメンバーです。そのウェブサイトは独自の経済ニュース主体で、初めから強く、他の新聞社とは別の方向で展開されています。

今回のニュース・レジストリーは、いろんな課金の方法を可能にする方法で、どうするかは各社が決めていけばいい。サブスクリプションベースにするか、ハイブリッドな形にするか。ただ、こういう仕組みで配信をする、どのように使用されているかは全部把握できる。そのメリットを考えて、それに参加すること呼び掛けているのだと理解しています。

それぞれデバイスによってどこに配信するか、iPhoneに配信するか、iPadに配信するか、ニュースリーダーあるいはウェブサイトでやっていくのか、それらを含めてどういった課金方法にするか。課金モデルを選択する研究の助けにもなると思っています。

田久保 私はイメージがわいてきませんが、スプリンターネットワークというのは、インターネットを分裂、分割するというよりは、アプリケーションの分裂、分割、ということでしょうか。

我孫子 私も技術的なことには詳しくありませんが、これまでインターネットでは共通のフォーマットで、共通のアプリケーションを使っている。だから皆でシェアできるという状況です。ところが、iPhoneとかこういったものが出てくると、それに引っかけられないものが出てくるわけです。そのアプリケーションはほかのところ

で使えない。今までは検索エンジンなどがコントロールしていたような世界ですが、それができなくなってしまう。

iPhoneならiPhoneの世界、アップルが出しているデバイスならアップルが出している世界、キンドルならキンドルの世界、それぞれが独立してしまうということを指しているようです。それで分割される。

これからiPadなんかは相当売れると思います

第1回「国際報道研究会」基調報告

情報新時代における通信社の役割

AP通信からの視点

はじめに

皆様ご存じのように、米国の新聞業界は惨たるもので、日本でいう会社更生法の適用を受けている社もあったり、紙の出版をやめてウェブだけに切り替えたりしている社もあります。

しかしながら、今年一月に来日したAP通信社の上席副社長によると、多くの新聞社は人件費などを含む経費削減や所有資産の売却などにより、現在、財政的にはある程度落ち着いた状態にある

すし、それと似たような機器もどんどん出てくると思います。かなり使いやすくなると思いますね。iPadはまだ直接見てませんが、あいつたデバイスで新聞が読めるようになる。iPadで読む新聞には輪転機を回す費用も掛かっていないし、配送、宅配のコストも掛かっていない。安く見ることができて当然だと思いますね。今一カ月四千円で購読している新聞を、例えば、iPad四千円の契約料金で二紙、三紙読め

る状況になったら、私も個人的には使うかもしれません。そういったことが起こりつつあるわけです。その利便性に懸かっていると思いますが、使にくいデバイスであれば広がらないでしょうし、非常に使いやすく、持って歩いてどこでも新聞や雑誌などの情報をそこで読めるような状況になってきたら、やはり革命的なことになってくるのではないかと思います。

藤田 ありがとうございます。

我孫子 和夫

(前AP通信社北東アジア総支配人)

とのこと。APに対しても、脱退通告を提出した加盟社が幾つかありましたが、再検討の結果、ほとんどは残留する方向にあるとのこと。脱退通告を出した時にはニュースになりましたが、それを保留あるいは撤回したことについてはほとんど報じられていないようです。

新たなビジネスモデルの模索続く

その背景には、APが価格体系を変更し、サービスの規模に差異を付け、高額な加盟料金を支払

えない社に対しては規模の小さいサービスを提供し、加盟料金を低くするなどして、選択肢を与えたこともあるようです。

しかしながら、新聞が苦戦していることには変わりはなく、いかにして広告収入を取り戻し、デジタル分野での増収を図るか、試行錯誤を繰り返している様子です。

また、新聞社の人員削減の結果、多くのジャーナリストが職を失ったことなどから、有能なジャーナリストによって非営利の組織が設立され、ウェブ上での調査報道を展開し、読者の支持を得ているものもあります。

日本の新聞業界でも、やはり、デジタル時代に対応すべきか試行錯誤が繰り返されています。「二〇一一年消滅」はないにしても、確かに、新聞はこれまでの古典的なビジネスモデルでは立ち行かなくなるでしょうし、新たなビジネスモデルを開拓する必要があります。

APについて申し上げますと、加盟新聞社からの収入は減少しており、やはり、デジタル分野からの増収を図るべく努力を続けています。トム・カーリー社長が、昨年十月に北京で開かれたワールド・メディア・サミットやさまざまな会合で公言していますように、インターネット上で取引されているニュースへの対価が低過ぎるという問題があります。

課金システムへの試み

ご存じの方もいらっしゃると思いますが、そのような問題に対処するため、昨年七月に発表されたのが「News Registry」という新たな計画です。簡単に説明致しますと、配信コンテンツすべてをAPが開発した「hNews」と呼ばれるマイクロフォーマットで包み、また、各コンテンツにデジタル標識を埋め込むことにより、コンテンツがオンライン上どのように使用されたり、転用されたりしているかを追跡。その使用状況を把握すると同時に、コンテンツを無許可使用あるいは不法使用から保護しようとする試みです。

ロンドンに本部を置き、かねてより報道機関にオンライン上のニュースコンテンツ用に一貫したフォーマットを採択すべきであると説いている、メディア・スタンダーズ・トラストという非営利の調査・開発組織にも、このマイクロフォーマットは公認されているとのことでした。

これにはAPだけではなく、AP加盟社や他の

通信社にも参加を呼び掛けており、おおむね良好な反応を得ているようです。昨年末から運用テストが始まっており、現在、二百以上の加盟社が参加しているとのことでした。二〇一〇年後半の運用開始を目指していますが、多くのメディア会社に参加すれば、かなり効果のある取り組みとなるでしょう。

このようにしてコンテンツにプロテクトを掛けることにより、かなりの精度でその使用状況を把握でき、コンテンツプロバイダーがさまざまな課金システムを設定することが可能になりますし、また、利用者が複雑な手続きを踏むことなく、簡単に使用許可を得て、対価を支払うことができる仕組みになると言っています。

カーリー社長は、ワールド・メディア・サミットでのスピーチで「今はかつてないほど、より多くの人々が、より多くの場所で、より多くのニュースをより頻繁に求めている時代になったけれども、われわれが苦勞し、危険を冒してまで報じるニュースに対し、適正な価格が支払われていない」と述べています。

通信社サービスの新形態

また、過去数年間のデジタルニュース配信やその消費傾向から学んだことによると、通信社の役割としては、これまでのように加盟契約社が望むコンテンツを提供するだけでは不十分で、iPhoneのアプリケーション、あるいはウェブサイトのページを活用してエンドユーザーにニュース

を提供する場合も含め、加盟契約社と協力しながら、多くの利用者を獲得すべく、共に立ち向かっていかなければならないと言っています。

ニュース配信・消費の文化やそれを取り巻く経済の仕組みが、デジタル時代の技術的進歩により、大きく変化してきていますし、これから速い速度で変化し続けるでしょう。

Facebook、LinkedIn、Twitterがニュース消費者の動向に大きな影響を与えています。Web 2.0の世界といいますが、消費者とニュース提供者、あるいは消費者同士のインタラクティブコミュニケーションが可能になったわけです。サーチエンジンもニュースの消費動向に大きな役割を果たしています。

APでもFacebookやTwitterなどのソーシャル・ネットワーキング・サービス(SNS)を活用し始めています。SNS担当セクションを設け、自社のページを開いて短いニュースを発信し、SNS参加者の意見を聞いたりしているわけです。顕著な例としては、昨年七月に話題を呼んだソニア・ソトマイヨル米国最高裁判事指名に関する公聴会の際に試験的なブログを展開しています。

また、映像ニュース部門を活用して、ライブのインタラクティブ討論会なども提供しています。コペンハーゲンでの「気候変動枠組み条約第十五回締結国会議」(COP15)やダボスの「世界経済フォーラム」(ダボス会議)などの際に実施さ

れています。

これには二つの主な目的があると思われます。一つは、消費者の意見や反応を聞いて、それをニュース配信の内容や方法に反映させること。もう一つはSNSを通じて発信することで、ウェブサイトで展開しているニュースへのトラフィックを増大させると同時に、APのブランドを浸透させ、ブランド力を強めることにであると理解しています。

実際、トラフィックを増やすことに关してはかなりの効果があったようです。バンクーバー冬季五輪でもこの努力は継続されており、ライブのウェブキャストを提供したり、SNSの自社ページで記者やカメラマンだけでなく、スポーツエディター(運動部長)も参加者の質問に答える場を設定したりしていました。これらには、当然、自社の記事全文や写真・動画へのリンクが張り付けられています。

多くの通信社がそうであるように、AP通信社は「B to B」のビジネスモデルを基盤とし、ニュースの卸しに徹してきました。それだけに一般消費者にはあまりなじみがなく、ブランド力は著名な新聞社に比べると弱いとされています。これは日本の通信社、共同や時事と新聞社、特に全国紙と比べて見ても同じことが言えます。

iPhoneなどのスマートフォンが出現したことにより、「B to C」モデルを採用せざるを得なくなりました。ただし、APの場合は「B

to C」といっても、その組合主義が尊重され、加盟社が参加できる形で展開しており、それぞれの地域の加盟社ローカルニュース情報も一緒に提供できる仕組みになっています。

一般消費者に直接ニュースを提供するとなると、ブランド力を強化しなければなりません。これは通信社にとって共通の課題でしょう。

ロイターに目を向けてみますと、総収入の90%以上を(最近では約95%といわれていますが)金融情報サービスから得ていることから、金融業界では強いブランド力を持っています。

自社のホームページを開設するなど、オンライン上では古くから「B to C」モデルを展開しています。その戦略はやはり稼ぎ頭となる金融情報を主としているようで、一般のニュース消費者に対するブランド力はそれほど強くないと理解しています。

市民ジャーナリズムと一線

APでは最近、また興味深いプロジェクトが発表されました。二月二十六日に開かれたコロラド州新聞協会総会に出席したカーリー社長のスピーチによると、「AP Gateway」と呼ばれる新たな戦略に着手するとのことでした。

これは「News Registry」の延長線上にあるプロジェクトで、iPhoneなどのスマートフォンの出現に端を発し、iPadに象徴される「Splinternet」時代の到来に向けた取り組みとなります。

コンテンツを一方的に消費者に送り付けるだけのWeb 1.0の時代から、消費者とコンテンツプロバイダーとの、あるいは消費者同士のインタラクティブなコミュニケーションを可能にしたWeb 2.0の時代に入っています。その先にWeb 3.0があり、定義付けにはさまざまな意見があるようですが、一般的にはそれぞれの分野のエキスパートと権威者たちの復権が起るといわれています。

ジャーナリズムの世界で言えば、これまで多くの市民ジャーナリストと呼ばれる人たちがニュース情報を発信したり、多くの人たちがブログを発信したりしてきました。いわば、アマチュアの参加と情報共有が可能となった時代でした。しかし、これからは厳格な倫理綱領を堅持するプロのジャーナリストあるいは報道機関が発信する信頼できるニュース情報が求められる時代へと移り変わっていくでしょう。

そのような時に登場したのが「スプリンタネット」です。まだ広く認知されていないようですが、「裂く(裂ける)、割る(割れる)」の意味を持ったsplitterとinternetを合成した造語で、分裂・分割されたインターネットとの意味になります。厳密には、インターネットを分裂・分割するというよりは、アプリケーションの分裂・分割により、それぞれが独立した機能を持ち、互換性を持たなくなることの意味するようです。インターネット共通のフォーマットから外れることにな

り、検索エンジンの検索網からも外れることになります。

カーリー社長は、これらの機器が新たなビジネスの可能性を提起しており、新たなエキサイティングな方法で一般消費者に直接ニュースを配信できると言っています。

「AP Gateway」はAPのこれまでのデジタル戦略の延長線上にあり、スプリンターネットワークに対する回答になるとのことです。最初のプロジェクトとしてはアップル社のiPad活用に向けて、課金モデルを取り入れた、加盟社が参加できるニュースアプリケーションの作成になるということです。

コンテンツとサービスで勝負

通常、マーケットの分裂・分割は収入の細分化を意味し、歓迎されないものですが、スプリンターネットワークはウェブを超えたところでマーケット分裂・分割をもたらし、ニュース市場での報道機関の正当性回復につながるとみているようです。つまり、消費者がブックマークやキーワード検索に頼って情報を得る時代の終えんにつながるだろうというわけです。

「ようやく、われわれが適正な機器を通じ、適正なコンテンツを適正な時間に適正な人々に配信することができるようになる」と述べ、「われわれのビジネスモデルとジャーナリズムを再び活気づけることができるこの機会を逃してはならない」と強調しています。

幾つかの調査の統計によると、人口の約80％はニュースを無料で手に入れる方法を模索しているが、残りの約20％は適正な状況の下でニュースに対価を支払うことをいとわないとのこと。そして、そのシェアを大きくできるかどうかは、ニュース提供者がいかにして創造的なアイデアを駆使し、いかにして的確に消費者のニーズに応えることができるかに懸かっているでしょう。

通信社としては紙を購入したり、高額な輪転機を持つたりする必要はなく、またトラックによる配送や宅配の費用を負担する必要もありませんし、膨大な費用を要する放送施設を維持する必要もありません。

身軽といえは身軽ですが、その主な顧客である新聞社や放送局が財政的な困難を抱えているので、間接的な影響を受け、その足場が揺らぎかけている状態と言つてよいでしょう。世界各地に支局を維持し、人員も配置するコストも大きくのしかかっています。

ただし、デジタルの世界ではそのようなインフラを必要としていませんし、通信社も新聞社も、そして放送局も同じ土俵に上つていると言えるでしょう。コンテンツとサービスの利便性が勝負になります。

また、デジタルの世界では新聞社が速報を流し、通信社化しています。米国でもオンラインサービスを展開している大手新聞社やチェーンとAPとはある程度競合しています。しかし、国際ニ

ュースや全国ニュースについてはAPに頼らざるを得ず、協力関係にもあるわけです。

いずれにしても、ジャーナリズムにとっても競争があるということは良いことで、財政的な理由などで寡占化が進むのは好ましいことではありません。

日本ですと、新聞協会を軸にして業界としての意思統一が比較的可能な状況にあると思います。が、米国のNAAはそうのようにまとまっておらず、新聞業界として何かをするとなると、ほぼすべての日刊新聞が加盟しているAPがけん引車としての役割を果たさざるを得ないようです。

加盟社の代表者によって構成される理事会が最高意思決定機関であるAPとしては、ニュースを直接一般消費者に配信する「B to C」モデルを採用しても、加盟社を助けながら新たなデジタル時代に取り組むという姿勢を打ち出しています。

また、デジタル分野での商業的努力を推進する一方、新聞などの既存のメディアに対する伝統的なニュースサービスの強化も継続し、創立以来堅持してきたニュースの正確性や信頼性が損なわれることはないことを表明しています。

共同通信としては、社費の総収入に対する比率でAPとは大きな違いがあるにしても、APと同様の路線を取つてゆくでしょうし、時事通信は独自にデジタル分野でのビジネスに活路を見いださないといけないでしょう。

長期的視野で戦略練り直し

グーグル、中国「撤退」の狙い

河野 徹

(共同通信社多言語サービス室長)

検索エンジンの覇者グーグルが、中国のインターネット検閲を批判して自己検閲を中止するとともに中国本土からの「撤退」を表明した日。北京

や上海、そして広州のグーグル事務所に、市民が花を供え、「撤退」を惜しむ姿が見られた。「グーグル、真の男」「再来を待つ」などと書かれたカードを添えたり、火をともしたろうそくを供えたりする人もおり、北京では警備員が「当局の許可を得たのか」と制止する場面もあったという。

ブログなど中国のネット上では、一九七六年の周恩来首相死去の際に、多くの市民が天安門広場に花輪を供えて当時権力を握っていた極左派への不満を表明した第一次天安門事件になぞらえ、「なぜ『違法献花』なのか」などと不満を表明する書き込みも現れ、「違法献花」という言葉はネット上の流行語となった。

その一方で、いったんは検閲を受け入れておきながらオバマ政権の誕生後になって前言を翻したグーグルの行為を「狡猾だ」とか「政治ゲーム」などと非難したり、世界的な検索エンジンの覇者であるグーグルによるネット支配を警戒して「覇権主義を打倒せよ」などと決め付けたりする一方

的なブログの書き込みもあったが、盛り上がりには欠ける。

オバマ政権は人権問題と絡めて中国のネット検閲批判を続けているが、ネット管理を担当する國務院新聞弁公室は「商業問題の政治化に断固反対し、理由のない非難とやり方に不満と憤慨を表明する」との談話を発表、一企業による商行為問題として矮小化と火消しを図っている。

インターネット利用人口が四億人を超え、世界一のネット大国となった中国で続けられている検閲に正面から反旗を翻したグーグルの挑戦は、中国のネットユーザーにどんな影響をもたらしたのか。グーグル「撤退」の狙いと今後を探った。

一時は自己検閲受け入れ

インターネットの検閲とアクセス規制は、グーグルの中国向けサービスにとって、ずっと頭の痛い問題だったといえる。

グーグルが中国向けのサービスを開始したのは、同社設立から二年後の二〇〇〇年九月。当初から本土で使われている簡体字、さらに台湾や香港などで使われる繁体字に分けた検索サービスを提供。しかし、簡体字では民主運動やチベット独

立などに関する検索ができない現象がたびたび発生、中国当局が〇三年から本格的に検閲ソフトを稼働し始めてからは、恒常的な問題となった。

巨大市場である中国で活動するためには、この現実とどう向き合うか。グーグルは悩んだに違いない。〇四年になってライバルである中国の検索エンジン「百度」の一部の株を購入するなど地歩を固めた上で、同年九月には簡体字によるニュース検索サービスを始めるなど事業を一步進めた。

しかし、中国国内では多くのニュースが検索できず、一部のユーザーからグーグルが自主規制を始めたのではと疑う声が出されたほど。

最終的に「郷に入っては郷に従う」という苦渋の選択をしたのだろう。〇六年一月に「Google.cn」という中国本土でのドメインを取得、中国での規制を受け入れた。さらに「谷歌」という社名の漢字表記も導入、「中国本土化」を象徴すること名前を広く使い始めた。発音が似通っていることからだけでなく、簡体字で「谷」は「穀」を表すため、「豊収を喜び歌う」という意味を込めたという。

このみやびやかな名前とは裏腹に、グーグルは中国政府が検閲対照として内容の自己規制を行っていることを公式に認めたことから、米国内で強い批判が集中。同二月には米下院の公聴会で、「基本的人権に違反する法律に企業は協力すべきなのか」とか「検閲を回避する技術こそ開発すべきなのに、進んで検閲を手助けするとは」な

どと追及される事態に至ってしまった。

これだけ譲歩したにもかかわらず、中国の検索エンジン市場の約六割を占めて圧倒的な影響力を持つのは「百度」であり、グーグルは三割近くと伸びはいまひとつ。検索エンジンにとって致命的な検閲を受け入れて強い批判にさらされているのに、商売の方は伸びない、それなら戦略を練り直してやり直した方がよい。そんな思いが今回の「撤退」の背景にあったのではないか。

上に政策あれば、下に対策あり

中国の検索エンジンはどう変わったのか。見切りを付けたグーグルの一部中国人管理職がライバルの「百度」に移ったとのニュースを中国メディアは伝えていますが、グーグルの中国本土の事務所はまだ残されているし、ソフト開発などの活動は続けられている。香港を足場にしたサイトのサービス内容も落ちておらず、むしろ自己規制をやめた分だけ充実したように見える。

サーバーを中国から香港に移したことで、「Google.cn」にアクセスすると自動的に「Google.hk」に遷移するが、中国との「一国二制度」が建前である香港当局は「検閲はしない。自由な情報の流れを完全に尊重する」と述べ、中国本土からのアクセスについても規制しないとしており、問題は中国本土で「Google.hk」をどこまで閲覧することができるかということになる。

グーグルは、サイトやニュースの検索やプロ

グ、さらにはユーチューブなど自らが提供するサービスに中国本土からどれだけアクセスできるかを毎日チェックし、サイト上で公開している。それによると、これまで同様に、検索は基本的にできるが、ユーチューブやブログへのアクセスはできない。

これは、物理的に光ケーブルや衛星回線を通じて国外から入ってくるインターネットの情報をさまざまな方法で規制しているからだ。法的にもネットを国家機密の漏えいや国家の安全を脅かすことに利用したり、社会秩序を乱したりすることなどを禁止する条例や規定が定められ、その執行のため「ネット警察」と呼ばれる専門部門を設置、さらに〇三年から「金盾」と呼ばれる大規模なネット監視封鎖システムを起動させた。

国外では「グレート・ファイアウォール」と呼ばれるこのシステムは、天安門事件、チベットや台湾の独立運動、法輪功などに関するキーワードを手掛かりに、特定のサイトへの接続やメールアドレスをブロックするものだ。これに対しネットユーザー側は、ファイアウォールの外にある代理サーバーを使うなどの戦術で抵抗。当局側は個人の閲覧履歴などを追跡できる技術も開発、ホームページの開設時に実名登録を義務付けるなどネット管理を強化しているが、上に政策あれば、下に対策ありを地で行くたちごっこが続いている。

圧倒的なグーグルの情報量

中国の検索エンジンの実情を知るため、北朝鮮

の金正日総書記の訪中終了直後に当たる五月九日、「金正日」というキーワードで検索、その使い勝手を比較してみた。東京での検証であり、中国本土ではネット監視システムで検索そのものができなかったり、中断するケースも多いはずだが、大まかな傾向は見て取れる。

中国語版グーグルの場合、「金正日」というキーワードで、「ウェブ」を検索すると千八百万件、「画像」で検索すると二十四万三千枚、過去一週間の「情報」で検索すると三千百三十件、「ブログ」で検索すると百五十九万件が引掛かる。「情報」とは「ニュース」のことで、ニュースの報道が当局によって規制されているがための言い換えとみられるが、香港に移ってからでも使い続けている。

その内容は豊富で、新華社、「人民日報」、中国新聞社といった官を代表するメディアに加え、親中的といわれる香港のフエニックス・テレビ、シンガポールの『聯合早報』、さらに、ロイターや『ウォール・ストリート・ジャーナル』の中国語版といったこれまで閲覧できなかったものに加え、新たに、VOA中国語版、BBC中国語版、韓国の『朝鮮日報』中国語版、中国で非合法化された気功組織「法輪功」のニュースサイトの記事も検索できるようになった。

「ブログ」は中国本土のネットユーザーが書き込んだものがほとんどだが、その内容は「金正日の訪中を中国はなぜ隠すのか」「機密保持、情報

公開と金正日訪中」「温家宝は北朝鮮に自力更生を暗示」といったもので、極めて自由な言論を読むことができる。監視システムの妨害を回避する手段を講じれば、これらの自己規制のないサービスが享受できるわけだ。

中国の知人によると、中国本土の普通のネット環境ではセンチティブなキーワードを含む場合、グーグルに接続できても途中で遮断されるケースが多い。しかし、今回の「撤退」騒ぎでグーグルへの関心が逆に高まり、これまで使っていなかった人も代理サーバーを利用するなどあの手この手で障害を突破、豊富な情報量に触れて自由なグーグルの価値を改めて認識する人が多いという。

一方、最大のライバルである「百度」の場合、「ウェブ」で五百七十七万本、「画像」で四万九千六百枚、過去一週間の「ニュース」で二千六百六十件、「ブログ」で九千九百件と、グーグルには量的に及ばない。ニュースでは、中国メディアに加え「中国共産党新聞ウェブ」「中国政府ウェブ」といった官そのもののサイトも拾うが、VOAやBBC、法輪功といったサイトのニュースは表示されないのが、大きな違いだ。

それでも、ヤフーの「知恵袋」のように、ネットユーザーの質問にユーザーが自由に答える「知る」という項目があり、「金正日」というキーワードでは千九百四十四件を表示、やりとりの中身は極めて自由だ。例えば「NHKの金正日訪中に関する報道は多いのに、CCTVは何も報道しな

いのか」という質問に対し「国外のメディアは自由競争で、積極的に報道しなければ誰も見なくなる」とか「国外の通信社やテレビ局は速報性に注意するが、国内のテレビは党の代弁者だ」と回答。さらに「金正日はなぜ飛行機を使わないか」との質問に「独裁者は皆列車を好む。時間より安全が大事だからだ」と答えるといった具合だ。

百度が伸びたのは、音楽や動画などのサービスを充実させたためだとされるが、問答や議論などを好む中国人の特性をつかんでいるからでもある。グーグルを使うのは欧米にあこがれる都市部の一部ホワイトカラーだが、大多数の若年層や中年層はよりドメスティックで中国的な百度を好むともいわれる。中国自前の検索エンジンとして百度は、ライバル「撤退」の好機を逃さず、シェアのさらなる拡大を図っているのは間違いない。これに対し、情報量で圧倒的な優位を取り戻したグーグルは今後、どんな戦略で対抗するのか。

捲土重来を図るか

グーグルは香港に中国向けサイトのサーバーを移したが、これは中国市場の放棄を意味するのではなく、起死回生を狙った戦略的転移と考える方が適當だろう。今回の「撤退」によってグーグルの利害得失を推し量れば、失ったものよりも得たものの方が多かったのではないだろうか。

中国での報道によると、世界的な検索エンジン市場の覇者であるグーグルにとって、中国からの収入は世界全体の1%にすぎない(〇八年)とい

う。今年第1四半期の実績が四月に発表された際も、ピシエット最高財務責任者(CFO)は売り上げ全体に占める中国事業の割合は小さく、「大きな影響はない」と述べたとも報じられている。

一方、政治的に得たものは大きい。中国市場進出の際に認めた自己検閲に対する米国内での批判は、「悪事を働かないこと」と「民主主義」を社是に掲げるグーグルにとってはのどに刺さった小骨のような痛みだったろう。日本では「村八分」をもじって「グーグル八分」という言葉があるが、検索エンジンの覇者であるグーグルが、中国以外でも自己検閲を行うことで特定サイトがネット上で無視される結果になることへの警戒感は根強く存在していた。

しかし、中国当局への正面からの批判は、自己検閲へのマイナスイメージを払しょく、自由でクリーンな企業としての再生をアピールすることができ、グーグルの世界的な事業展開では、今後もしばらく続く予想される中国政府からの反発を差し引いても余りある高いポイントを稼いだといえる。

グーグルのドラモンド最高財務責任者は、同社サイト上で今回の「撤退」について「中国への新たなアプローチ」と表現、「グーグルはこれまで通り、中国国内での研究開発、営業活動を継続していく」としており、中国当局との間合いを測りながら戦略を立て直し、長期的な視野から捲土重来を図っていくことになるのではないか。

メディア談話室

なぜ伝えぬ? 「市民団体」

藤田博司

連休中のテレビニュースを見ていてまたぞろ、いらいらさせられる場面を目にした。交通事故について証言する被害者と目撃者の顔にモザイクがかけられていたのである。事故車のナンバープレートも同じようにモザイク。単純な事故で、二人が顔を隠さねばならないような重大な証言をしていたわけではない。ナンバーを映して不都合が生じるような状況でもない。なぜ顔やナンバーを隠すのか、その説明もない。

テレビニュースでは、この種の「身元隠し」が日常茶飯になっている。首から下だけを映したり、声を機械的に変えたりすることもある。テレビのモザイクは、新聞では仮名や匿名になる。「サラリーマンの太郎さん」「仮名Ⅱ」や「近所の主婦」などといった表現がはびこっている。実名で語った証言に比べれば、「太郎さん」や「主婦」の言葉には迫力も説得力もない。

名称も活動内容も?

報道の現場では、こうしたモザイクや仮名・匿名の使い方に何らかの基準があるのだろうか。あ

るとすれば聞いてみたいものだが、視聴者・読者の側から見ると、あまりにも安直に、無意味に「身元隠し」が行われているように思えてならない。

なぜ実名で報道しようとしなのかな。多くの場合、報道する側の単なる怠慢かもしれない。しかし中には怠慢以上の理由を疑われるものもある。今年二月、東京地検が政治資金規正法違反で捜査していた小沢・民主党幹事長を不起訴処分としたことを不満として、検察審査会に審査を申し立てた正体不明の「市民団体」の場合がそれだ。

このとき新聞は「元新聞記者、行政書士、元教師ら約十人で作る(都内の)市民団体」(二月十三日『朝日新聞』)と伝えていた。しかしこの団体の名称も、代表者の名前も、どのような活動をしているのかなども、何も報じなかった。通常なら、申し立てをした動機や根拠など、少なくとも代表者の説明を伝えていいはずだが、無かった。

この検察審査会が四月に「小沢起訴相当」の決定を出したときも、同じだった。『産経新聞』はこの「市民団体」が「今回の検察審査会の決定は国民感情に沿ったものであり評価できる」とコメ

ントしたことを伝えたが、それがどこのどのような団体か、誰がコメントしたのか、などは一切明かさなかった。

ニュースの伝え方としてこれは少しおかしくないか、と注意深い読者なら誰しも疑問に思うだろう。しかし新聞もテレビも今のところその疑問に答えていない。インターネットでやりとりされている情報や議論を見ると、「市民団体」の正体や、なぜメディアが沈黙しているのかについて、疑問がますます膨らんでくる。

申立人は匿名扱い

「小沢起訴相当」を決めた検察審査会の議決書には、申立人が「甲」と匿名になっている。これだけ重大な司法手続きの直接の関係者を匿名にする理由があるのかどうか、市民の常識では分からない。しかしこれがいかにも不自然であることは分かる。ところが「桜井誠」を名乗る人物(本名ではないらしい)が、検察審査会に申し立てた二月五日の時点で本人のブログに申し立ての経緯を詳しく書いている (<http://ameblo.jp/doronpa01Day20100205.html>)。

桜井氏は「在日特権を許さない市民の会」(在特会)の会長を務め、外国人参政権に反対する街頭運動などを各地で展開しているらしい。活動の模様はこのブログやYouTube動画などで報告されている。「在日シナ人、朝鮮人による凶悪犯罪に怒りの声を」「不逞(ふてい)鮮人を日本から叩き出せ」

などといった過激な呼び掛けをしていることを見ると、とうてい普通の市民団体とは思えない。

本人のブログによれば、檢察審査会への申し立ては「桜井一人で」行ったものという。そして申し立ての狙いを「小沢一郎という巨悪を眠らせてはいけないこともありすが、外国人参政権実現のために誰よりも積極的なこの民主党大物政治家の動きを止めなければならぬからです」と、政治資金問題とは別のところにあつたことを明らかにしている。

申し立てはさういふ急ごしらえだったらしい。が、それでもすんなり裁判所に受理された。審査会は異例の速さで結論を出した。「小沢起訴相当」という決定には議論の余地もある。しかしここではそのあたりの問題はしばらくおいて、メディアの報道にかかわる疑問を検証してみたい。

報道を控えた理由は

最大の疑問は、メディアがそろってその実体を伝えなかったのがなぜか、である。「市民団体」が過激な排外主義的主張を唱え、街頭活動をしている団体であることをメディアが知らなかったとは思えない。この団体の性格やその代表者の考え方を知った上で、報道する価値がないと判断したか、あるいは報道すべき理由があることを知りながら、あえて報道することを避けたか、であろう。

報道の価値なしという判断は正しいだろうか。

与党幹事長の不起訴処分を不当とする檢察審査会への申し立ては、個人によるか団体によるかを問わず、極めて政治的な意味合いの強い行動だ。誰が申し立てたかは国民にとって重要な関心事だ。まして申立人が過激な主張を掲げる団体なら、申し立ての背後にある思惑に注目が集まるだろう。メディアがそれを報じる価値なしと考えるとすれば、その判断を疑わざるを得ない。

もう一つの可能性として、メディアがこの「市民団体」の背後関係に関心を持ちながら、あえて詳しく報道することを避けたことも考えられる。その場合、メディアに「市民団体」の背後関係についての報道をためらわせた理由は何か、さまざまな可能性が推測できる。

「市民団体」の正体を伝えれば、同調する勢力から嫌がらせや妨害を受けるかもしれない。面倒にかかわるのを避けたいということもあるだろう。逆に、「市民団体」の活動内容などを伝えることが、彼らの宣伝のお先棒を担ぐ結果になることを警戒したのかもしれない。あるいはメディア自身が地検特捜部の「小沢不起訴」処分を不当と見なし、「小沢起訴相当」への動きを後押しするために「市民団体」の正体を報じることを手控えたとも考えられなくはない。

世論ゆがめる不作為

しかしメディアの沈黙の理由が何であれ、メディアが読者・視聴者の正当な関心に応えていない

ことは否めない。少し大げさに言えば、国民の知る権利をメディアがないがしろにしているとも言える。単なる怠慢か、意図的な不作為かは別として、「市民団体」をあいまいなままにしているメディアの姿勢は、ニュース報道というジャーナリズムの根幹の仕事が誰のためのものかということ忘れていてのではないかと思わせる。

「市民団体」の活動実体が初めから伝えられていれば、檢察審査会の決定に対する国民の受け止め方も変わっていたかもしれない。少なくとも「市民団体」がコメントで述べたとされる「国民感情」に、多くの読者が自分たちの感情を素直に重ねることはなかっただろう。その意味で「市民団体」の素顔を報じなかったメディアの不作為は、小沢氏の政治資金問題や民主党政権をめぐる世論をゆがめる要因の一つになっているとも言える。

テレビニュースのモザイク処理も、新聞の仮名・匿名も端的に言えば、メディアの責任回避である。伝えるべき事実をすべて伝えられなければ、報道に携わるものの責任を果たせとは言えない。メディアがかりそめにも何かを恐れて事実の報道を手控えるようであれば、「報道の自由」は床の間のお飾りになってしまう。

小沢幹事長の「起訴相当」の是非という大きな問題の陰で「市民団体」をめぐる問題はつい見落とされそうな気配だが、その扱いをめぐるメディアの姿勢は、今後の「報道の自由」を占う手掛かりになるかもしれない。

(共同通信社社友)

プレスウォッチング

「善良な市民感覚」と言い切れるか

検察審の小沢氏起訴相当議決

小沢一郎・民主党幹事長の「政治資金疑惑」が新たな展開を見せ、一年余くすぶり続けている「政治とカネ」の行方が注目される。東京地検再度の事情聴取や衆院政治倫理審査会での小沢氏の説明で、「真相解明」の道が開けるだろうか。

東京地検特捜部は二月四日、小沢氏の私設秘書だった石川知裕衆院議員と池田光智・元私設秘書や元公設第一秘書・大久保隆規被告の三人を政治資金規正法違反で起訴したが、小沢氏については石川氏らとの共謀の証拠が得られなかった（嫌疑不十分）として不起訴処分とした。昨年三月三日の大久保秘書逮捕が、「小沢氏の政治とカネ騒動」の端緒だった。衆院選挙（09・8・30）前の時期だけに世論は沸騰し、当時民主党代表だった小沢氏は、鳩山由紀夫氏への交代を余儀なくされた。

当初から、東京地検特捜部の強引とも思える捜査を批判する声もあり、十一カ月後の結論は「不起訴」だった。このため、「特捜検察の詰めめ」の甘さを指摘する声も上がったが、世間一般にはメディアを含め「小沢氏の金銭疑惑」が依然根強く

残っている。

市民審査員の「全員一致」に驚く

東京第五検察審査会は四月二十七日、小沢氏を不起訴にした東京地検特捜部の決定に異を唱え、「起訴相当」と議決。特捜部はこの決定を受けて再捜査する新局面に立たされた。昨年五月施行された「改正検察審査会法」に基づき、検察側再捜査によって再び不起訴としても、検察審が二度目の「起訴相当」議決をすると、裁判所が指定した弁護士によって強制的に起訴される。

公表された「議決書」によると、「『政治資金収支報告書に真実を記載していると信じ、提出前に確認しなかった』との供述を、きわめて不合理・不自然で信用できない。市民目線からは許し難い」と指摘、さらに「絶対権力者である小沢氏に無断で石川氏らが隠ぺい工作をする必要もない」と断定的に論難していた点に驚かされた。「小沢憎し……小沢つぶし」の思い込みが垣間見える文体だ。しかも、市民から選ばれた十一人「全員一致の議決」と知って、二度びっくり仰天。

四月二十八日朝刊各紙はそろって一面トップで報じ、中面にも関連記事が満載された。しかし、検察審が「起訴相当」とした中身（被疑事実）につき明快にコメントし、問題点を指摘した新聞がほとんどないことは気掛かりだ。今回検察審が問題にした被疑事実とは、「陸山会が平成十六年に土地を取得し、代金として三億四千二百六十万円を支出しているのに、そのことが同年の政治資金

収支報告書に記載されておらず、翌十七年の報告書に書いてあった」という点。土地の取得代金の支払いを隠したわけではなく、記載時期がずれていたことにすぎないが、小沢氏が秘書と共謀して虚偽記載させた「共犯者」と決め付けている。主要各紙の論説は一律に「市民目線」を好意的にとらえた内容だったが、検察審が示した「市民感覚」に間違いはないのか、一抹の不安を感じた。

『朝日新聞』は「小沢氏はまだ居直るのか」と題し、「これこそが善良な市民としての感覚」と持ち上げる。「正式な起訴に至るかどうかは、検察当局の再捜査やそれを受けた検察審の二度目の捜査を待つ必要がある」と断っているものの、「起訴相当」を肯定する筆致だった。『毎日』も「全員一致の判断は重い」との見出しで、「政治とカネ」で政治不信が高まる中、市民目線からからは許し難いと主張する事実を解明し、責任の所在を明らかにすべき場所は、法廷だというのである。率直な問題提起だろう」と述べる。

『公判で真相』求めた審査会」と題する『読売』は、「検察の判断に『善良な市民感覚』がノ」を突き付けた形だ。……審査会の『市民感覚』が端的に表れているのは次の部分だ。『秘書に任せていたと言え、政治家の責任は問われなくて良いのか』『政治とカネにまつわる政治不信が高まっている状況下、市民目線からは許し難い』。これは国民に共通した思いだろう」と断じる。

『産経』は「やはり議員辞職すべきだ」と手厳

しい。「司法改革の一環で、裁判員制度の導入とともに檢察審査会法が改正され、二度の『起訴相当』議決で強制起訴を可能にするなど民意を反映するために権限が強化された。……小沢氏の説明を『きわめて不合理・不自然で信用できない』と退け、『絶対権力者である小沢氏に（秘書らが）無断で資金の流れを隠ぺい工作などする必要も理由もない』との疑問を呈した」と檢察審議決をなぞったような論調だ。「小沢氏に進退を迫る『起訴相当の重み』と題した『日経』、「重い市民感覚の議決」との『東京（中日）新聞』社説もまた、同じような内容だった。

改正法施行から1年、問題点が……

『朝日』5・10社説が、前回の主張を修正・補足する問題点を指摘していたので紹介しておく。「改正檢察審査会法の施行から間もなく一年になるが、運用が進む中で疑問点や疑念も浮かんできた。裁判所の判決ではないのだから細かな論議を求めるのは筋違いだが、審査会としての説明責任も念頭に置きながら工夫する余地があるのではないか。審査員の任期は半年で、三カ月ごとに約半数が交代する。このため、最初に起訴相当と議決したときと同じ十一人で二度目の審査をするケース、最初の議決に関与したメンバーと初めての人が混在するケース、全員が入れ替わるケースの三つがある。審査員の間で情報量や心証形成のプロセスが異なる『混在型』には違和感があるし、健全な民意の反映をうたうのであれば『全員交代

型』がふさわしいように思う。ほかにも、檢察官に代わって起訴と裁判を担当する弁護士の特権の在り方や、強制起訴した事件が無罪になり国家賠償を求められたときの責任をどう考えるかなど論点は少なくない」との指摘は傾聴に値する。さらに付け加えると、密室審議の檢察審における審査補助員と称する弁護士の姿勢が気になる。法律に疎い市民審査員にどう説明したか、「民意の正当性」がどう担保されているかも問いただしたい。

審査申立人が匿名の怪

もう一つの大きな問題点は、檢察審査会に審査申立人が「甲」と匿名になっていることだ。大物政治家の政治生命にかかわる重大な審査申し立てを匿名で行い、それを受け入れて檢察審が開かれた経緯が全く不透明である。うわさが飛び交うナゾの「市民団体」や、申立人「甲」についての記事が見当たらないのは不可解だ。小沢氏らを先に告発した市民団体は、「世論を正す会」「真実を求める会」といわれているが、正式名称なのか疑問視する向きもあって、正体不明なのが恐ろしい。この匿名集団が健全な「市民団体」といえるか、政治的意図を持った組織のような不穏さが気掛かりである。公安当局が調査・警戒しているに違いないが、メディアは「ナゾの集団」を洗い出し、的確な情報を市民に提供してもらいたい。

健全な司法行政の再構築を

檢察審の「起訴相当」議決を検証して、その政治的・社会的波紋の大きさに気付かされた。世論

に迎合的な「市民感覚」偏重に、落とし穴が潜んでいることも警戒すべきだろう。「小沢氏とカネ」をめぐる強引な捜査が「檢察不信」につながったとの指摘を謙虚に受け止めた上で、司法のあるべき体制を再構築すべきである。これは、「小沢擁護」とか「小沢つぶし」論議を超えた、「日本国民の重大関心事」であると思えるからだ。「もし檢察審査会が『起訴相当』と二回議決し、強制力で裁判ということになれば、これは檢察の問題じゃないから、まだ捜査が裁判で続いている考え方もできるかもしれない。ただ、私はそうあってほしくない。やはり、檢察の役割をもっと日本の社会は重視すべきだと思っているし、檢察が本当に適正な判断ができる捜査機関であれば、こんなことになっていないはずだ。最近の特捜檢察の暴走、それらすべてのとがめが跳ね返ってきている。こんなことをやっていたら檢察はおしまいいじゃないかと心配している。世の中全体としては、いろいろな選択肢はあり得ると思う。でも、日本が今までやってきたように、檢察が刑事司法に責任を持つ方向でまだまだ努力しようと、私は言いたい」という郷原信郎・名城大学コンプライアンスセンター長（元検事）の警鐘（同センター4・28定例記者会見）を重く受け止めたい。「市民目線」を尊重する政治改革を志向することは結構だが、無原則なポピュリズムに流されないよう警戒すべきである。

（池田 龍夫リジャーナリスト）

放送時評

神戸の「Kiss FM」、民事再生法申請

小規模ラジオ局の経営、厳しさ増す

去る四月二十九日、神戸市に本社を置くFMラジオ局「Kiss FM」が経営破綻^{はたん}し、民事再生法の適用を神戸地裁に申請。同日、地裁より保全命令を受けることとなった。FMラジオ局が民事再生手続きをするのは全国でも初めて。その負債総額は、判明分だけでも約六億七千万円に上るといふ。

インターネットの普及などメディア環境の変化に加え、リーマン・ショック以降の景気の悪化に伴う既存のメディア事業の経営環境の厳しさが指摘される中で、経営規模が比較的小さなラジオ局では、その経営は一層厳しさを増しつつある。

放送事業は免許制度により参入規制が図られるなど、従来、放送局の経営は制度的にも保護されてきた。ところが、近年のメディア環境の変化の中で、行政の放送局経営に対する姿勢も大きく変容してきたことは間違いない。二〇〇八年に経営破綻に陥った北九州市のCORSS—FMにおいても、放送事業を新会社に移管し、旧会社は特別清算するという法的手続きを取ることで、COR

SS—FMのサービスを継続する形にしたことは、まだ記憶に新しい。

今回、Kiss FMが破綻に至った過程を振り返ることで、今のラジオ局経営が直面する状況が、以前とどのように変わったのかを改めて考えてみたい。

地方ラジオ経営の実情

Kiss FM（正式社名、兵庫エフエムラジオ放送株式会社。〇六年より「Kiss FM KOB」に改称）は、一九九〇年十月に開局。全国で三十四番目の独立系FM局として、番組に英語での会話を織り交ぜるなど、国際都市・神戸のラジオ局というイメージを前面に出した編成を組んで、比較的好調な滑り出しを果たした。八〇年代後半から九〇年代前半は、大都市部で第二FM局の開局が続いた時期である。Kiss FMの放送波は、兵庫県域と共に、隣接する大阪府でも受信できることから、営業的には大阪をもサービスエリアとしたセールスを行う一方で、編成的には自主制作番組を中心に据え、「神戸の局」というステーションイメージを前面に出したタイムテーブルで構成されていた。

九五年一月十七日に発生した阪神大震災の際には、英語でも地震情報を放送したほか、市民の協力により被災者向けの支援情報を中国語、ポルトガル語などでも提供。これらの放送は在日外国人にとって貴重な情報源となり、その姿勢は高く評価された。しかしその一方で、震災による地元経

済の冷え込みなどの影響もあって、独立系ラジオ局であるKiss FMの経営環境は悪化していく。〇三年に全国のFM局にラジオ番組を供給するエフエム東京系の全国FM放送協議会（JFN）に加盟する。JFNに加入することで、自社制作の番組をJFNが提供してくれる番組に切り替え、制作コストを抑えるという道を選んだのである。当然、タイムテーブルにおける独自色、神戸の局としてのステーションイメージは薄まることになる。

ちなみにKiss FMの電波が届く大阪には、エフエム東京系のエフエム大阪があるが、同局は自社制作番組での編成が比較的多かったことから、Kiss FMの編成をJFNの番組で埋めたとしても、差別化が図れるとの思惑も働いたという。Kiss FMがJFNに加盟した当初は、エフエム大阪が編成するJFN番組を編成に加えないなどの調整が行われていたが、その後、重複番組が目立つようになると、編成上の統一感に苦慮することになる。

この間の編成全体の変遷ということで言えば、〇三年のJFNへの加入により、自社制作番組の数が大幅に減ったものの、〇六年秋の編成改革で、再び自社制作番組を増加させることに方針を変換。ところが、昨年夏の改編では、再び購入番組が増加することになる。こうした番組編成の一貫性のなさもリスナー離れにつながったとの指摘もある。

ラジオ局の経営環境の悪化はKiss FMに限ったことではない。多メディア・多チャンネル化に加え、インターネットの普及に象徴されるメディア融合といったメディア環境の変化の中で、ラジオ聴取時間の低迷、ラジオ広告費の通減傾向は、民放ラジオ放送全体の問題となっている。加えて、〇八年秋のリーマン・ショックに端を発した日本経済の景気悪化により、広告市場は急速に冷え込み、民放ラジオ局の経営環境をより一層厳しい状況に追い込んでいった。

もちろん、このようなメディア事業における経営環境の悪化は、ラジオばかりではない。その事業収入の落ち込みということ言えば、新聞事業の方が大きい。しかし、一事業者当たりの経営規模が小さい民放ラジオ局の方が、個々の事業者における経営上の打撃は大きかったとも言える。特に九〇年代以降に登場した独立系のFM局では、今回の景気の悪化は、経営基盤を揺さぶるほどの影響を受けたところも多い。

〇八年に経営破綻に陥った北九州市のCORSS—FMにおいても、きっかけとなったのは、その大株主がCORSS—FMの経営再建に見切りを付けたことにあった。

今回のKiss FMの経営破綻の背景には、同社の経営をめぐる大株主同士の対立が表面化したことが挙げられるという。Kiss FMは昨年十二月の臨時株主総会で、資源探掘会社の日本・ボルネオ・エネルギー株式会社を引受先とする六千

三百万円の第三者割当増資を決議。この三月末には、その日本・ボルネオ・エネルギー株式会社が投資会社のHK INVESTMENTに買収されたことで、HK INVESTMENTがKiss FMの株式四万三千株を取得し、筆頭株主となる。その過程で、従来の大株主であるエフエム東京との対立が表面化する。他方で、今年二月十日の『神戸新聞』が、Kiss FMの〇七年度、翌〇八年度の二カ年の売上高において、〇七年度で約二億円、〇八年度で約四億円の粉飾をしている疑いが発覚したことを報じたが、JFNはこの粉飾決算を理由に、四月十四日付で同社に除名を通知することとなる。

その上で、エフエム東京が招集した四月十五日開催の臨時株主総会で、経営陣の解任と新経営陣の選任を決め、社長には横山剛氏が就任。この臨時株主総会で選任された新経営陣と、これを認めない旧経営陣とが対立して、混乱が続く中での新経営陣による民事再生法の適用申請がなされたのであった。

Kiss FMに対して、四月三十日付で除名すると通知したJFNからの番組供給に関しては、五月末の猶予期間が過ぎれば、JFNからの番組の供給が止まるとされていたが、横山社長が猶予期間の延長を要請。現状、番組供給が続いている。

民放局の経営危機とその対応

民放の歴史を振り返ってみると、経営危機に陥った放送局を幾つか挙げることができる。しかし

多くの場合、行政や主要株主同士の協議により、経営破綻が世間に公表される前に、その処理が図られてきた。それは、放送の信頼性や放送サービスの継続性を重視してきたからにはかならない。しかし、先のCORSS—FMのケースや、今回のKiss FMのケースを見ても分かる通り、近年はその経営危機を世間の前にさらし、再建を図るケースも増えてきている。今回のKiss FMの経営破綻の表面化は、二年前のCORSS—FMの破綻と同様に大株主による経営再建に対する認識の違いが衝突。結果、新執行部が民事再生法の適用という選択による再建に動きだすことになった。

右肩上がりの経済成長に、放送局経営の失点を吸収させることが難しくなった現在、免許事業である地上波放送局の経営危機だからといって、開局時に放送事業に名乗りを上げた大株主たちも、社会的影響をかんがみて特別扱いするだけの余裕がなくなってきたということであろう。また、企業の社会的責任として、経営の透明性が求められる時代でもある。

その進化論で「適者生存」を提唱したチャールズ・ダーウィンは、「時代の変化に対応できる種だけが次の時代に生き残れる」と説いたが、メディア環境の変化という時代の流れに対応できる放送事業者のみが生き残ることができる時代に入ったということなのだろう。

(音 好宏 上智大学教授)



不採算新聞を整理統合——中国

政協会議で対外情報発信も話題に

中国人民政治協商會議（政協）全国委員會は全国人民代表大會とともに、中国メディアが年に一度重点報道する大きな政治イベントだが、政治協商會議には新聞業界関係者も多数メンバーとして参加している。業界専門誌『中国報業』四月号は、今年三月に開かれた同會議のメディア関係グループ討論についてリポートしている。参加者へのインタビューからは、今年の話題の中心が①不採算新聞社の整理統合②「中国」の対外発信戦略——の二つだったことがうかがえる。

「二〇〇八年の統計で、新聞は全部で千九百四十三紙、雑誌は九千八百二十一誌ある。中国はすでに定期刊行物大国だ。しかし、（その内実を見れば）定期刊行物強国とはとても言えない」と、『中国報業』誌の胡懷福記者は言う。胡記者の感想は中国の新聞業界内では普遍的なものだろう。一九七〇年代末の改革開放以来、幾つかの政治風波を経つつも、新聞は各地で成長してきた。どの新聞も党や団体の機関紙という建前だから、発行規模は小さくても当該地域の広告を独占し存続できた。しかし、その結果、非効率でコンテンツに魅力の乏しい媒体が各地にできてしまった。

〇三年ごろ、党中央は方針を転換。小規模な地域紙や特定の業界紙を大量に「整理」、以降の発行も認めないこととした。

現在、党中央はさらに、メディア全般の生産性を高め、国際競争力を強めようとしており、新聞出版総署では、一一年末までに、一般時事の報道を専らとしない「非時政類」と呼ばれる新聞・雑誌千六十九社を、党組織など所属団体から切り離し、独立した企業体にする計画を立てている。そして、その過程で不採算媒体の「市場からの撤退」を図る意向だ。そのため、既に幾つかの地域を指定して、撤退させる媒体をどう選考するか検討する試みを実施しており、〇九年末までに百八十八紙誌を選考、合併、改組、廃刊などの方法で整理した。

しかし、いかに競争力強化のためとはいえ不採算媒体の整理という方法は、「劇薬」だ。当然、業界内には不安もある。會議後、政協委員で新聞出版総署副署長の李東東氏は、「最も難しいのは人員の問題だ。媒体で働くものの權益をいかに保障し、彼らの積極性、創造性をいかに引き出すか、われわれは、バランスを取りつつ改革していくなくてはならない」と強調する。

一方、世界に向けた情報発信の問題。経済力の増強に伴い、国際的な摩擦も増え、自国の主張を正しく伝えたいとの欲求が高まっている。

政協委員で中国国際ラジオ・ロシア東欧地区センター副主任の范冰冰氏は「BBCやVOAなど

西側メディアに比肩する総合的な対外宣伝の旗艦メディアをつくるのが急務だ」と言う。これに対して、同じく政協委員で外交部・前駐米大使の周文重氏は「その前に、国際的なプラットフォームを活用することが大事だ」とする。具体的には、実力のある西側メディア企業と提携して、その枠組みの中で中華文化を宣伝していく。例えば新華社や中央電視台などが資金協力したり、番組やCMづくりに参加したりする。さらに「媒体の海外支社支局の職員の現地雇用（本土化）を促進することが大事だ。外国人記者たちをできるだけ多く雇用することで、記事の質も向上し、国際的な発信力も付く」と説く。

現地雇用の拡大案には多くの賛同者があり、政協委員で新華社・元副社長の馬勝榮氏らは「人員の『本土化』を突破口に、短期間に国際的な発信能力を向上させる提案」をまとめた。

このほか、一部民主諸党派委員からは、「イメージ形成に当たっては、ホラを吹いたり、勝ち誇ったりするようなまねを慎み、共存共栄を説き、無用に他国民を刺激しないように務めるべきだ」などの意見も聞かれた。

ムボウ事務局長率いるユネスコが情報格差是正を目指して八〇年代に提起した「世界情報新秩序」構想はほとんど成果らしいものを上げられなかったが、現在、中国で論じられている情報格差は正論は、はるかに現実的で戦略的に見える。

（木原 正博 日本新聞協会審査室長）

◎公益財団法人新聞通信調査会人事

退任（顧問）前田耕一（5月26日）

◎国際報道研究会

（公財）新聞通信調査会は五月十九日、東京都千代田区霞が関の東海大学校友会館で第二回・国際報道研究会を開催した。今回は共同通信社編集委員の会田弘継氏が基調報告を行った後、その内容などについて議論した。

◎講演会

（公財）新聞通信調査会と同盟クラブは五月二十一日、東京都港区虎ノ門の通信社ライブラリーで講演会を開いた。講師は東海大学教授の面谷信氏。演題は「書籍・新聞に変革もたらす電子ペーパー」だった。

寄贈の書籍・資料（39）

新藤健一氏から

▽『第50回 2009年報道写真展 記念写真集』（東京写真記者協会）

藤井悟氏から

▽『東奥日報百年史』（東奥日報社）

▽『激動の50年 写真でつづる昭和史・新聞に見る東海の世相』（中日新聞本社）

藤田博司氏から

▽『どうする情報源 報道改革の分水嶺』（藤田博司著、リベルタ出版）

池田龍夫氏から

▽『沖縄と日米安保』（社会評論社）

江口郁子氏から

▽『テレビ国際報道』（渡辺光一著、岩波新書）

▽『日米情報摩擦』（安藤博著、岩波新書）

▽『記者クラブを斬る』（稲場豊實著、日新報道出版部）

▽『英国特派員の明治紀行』（H・ポンティング著、長岡祥三訳、新人物往来社）

▽『ラジオ・ジャパニオン 緊急報道』（松田三郎著、日本放送出版会）

▽『江戸の情報屋』（吉原健一郎著、NHKブックス）

▽『近代日本新聞小史（改訂）』（岡満男著、ミネルヴァ書房）

▽『ニューヨーク・タイムズ物語』（三輪裕範著、中公新書）

▽『新聞王ジラルダン』（鹿島茂著、ちくま文庫）

▽『民衆ジャーナルの歴史』（門奈直樹著、講談社学術文庫）

▽『近代日本新聞小史』（岡満男著、ミネルヴァ書房）

▽『岐路に立つ日本のジャーナリズム』（天野勝文・桂敬一・林利隆・藤岡伸一郎・渡辺修編、日本評論社）

▽『ニュース報道と市民の対外国意識』（伊藤陽一・河野武司編、慶応義塾大学出版会）

▽『新訂 アメリカの新聞』（橋本正邦、新聞文庫）

▽『ヨーロッパの新聞（上）』（江尻進・渡辺忠恕・坂田秀著、新聞文庫）

▽『ヨーロッパの新聞（下）』（佐々木凜一・江尻進・渡辺忠恕・坂田秀著、新聞文庫）

▽『アジア・太平洋の新聞』（林理介・相川宏・金圭煥・斎藤吉史著、新聞文庫）（以下次号）

〔編集後記〕

▽「国際報道研究会」が新たに発足、第一回の座談会の模様をお届けします。既に回を重ねている「対外情報発信研究会」の狙いとは別に、通信社の国際報道の在り方に焦点を当てているのが特徴です。

▽第一回は、インターネットの登場を契機に力を伸ばす新興メディアに侵食されている通信社が新しいビジネスモデルを模索している現状について報告。その代表例として報道機関の正統性回復を目指し、始動しているAP通信の姿が紹介されています。

▽「二記者の『昭和』」の連載が今号から始まります。「新聞聯合」・「同盟通信」で活躍された内海朝次郎氏の手紙と日記を基にご子息に執筆していただきました。『通信社史』の中で足跡を残された先人たちが身近に生き生きと描かれ、歴史的にも貴重な読み物となっています。ご期待ください。（安）

定価一五〇円 一年分一五〇〇円（送料とも）

発行所 公益財団法人 新聞通信調査会

〒100-0121 東京都港区虎ノ門一丁目五十一番六

（電話）三三九三一一〇八（代）

E-mail: chosakai@helen.ocn.ne.jp

振替口座〇〇一一〇一四一七三四六七番

印刷所 株式会社 太平印刷社

©新聞通信調査会2010



●開米潤 著 (藤原書店 二三八〇〇円 税別)

『松本重治伝―最後のリベラリスト』

晩年の松本重治さんとは、電通の社外取締役として二年ほど一緒に過ごしていた。温容をたたえ貴族風、悠然たる松本さんの前で小さくなっていったことを思い出す。この人が西安事件をスクープした大先輩かと、早速書店で松本さんの名著『上海時代』『近衛時代』を買求め通読した。さらに昭和天皇が亡くなられた跡を慕うがごとく旅立たれた松本さんの追想集および小伝(松尾文夫氏記)に目を通し、その偉大な足跡にとうてい埋めがたいギャップを感じた。昭和が終わって二十年、松本さんの存在も失礼ながら忘却のかなたへと思っていたところへ、本書『松本重治伝』が発刊され、改めて今日の課題を考え、ひもとく者として、厚かましくも書評を引き受けた次第である。

さて筆者の開米氏がこの時期に松本さんの伝記をまとめた意図は何かを考えてみた。本書を通読して透けて見えたのは「今の日本が政治、経済、社会、あらゆるところにカネ万能主義がまん延し先の姿が見えない。そうした時に松本さんの足跡をたどることによって、何か手掛かりを得ることができるのでは——」との思いである。それだけに丹念な取材と時代考証、筆者の意気込みが本書にはみなぎっている。

松本さんは幾つもの顔を持つ人だった。第一の顔はジャーナリストとしての活躍である。恵まれた家柄と育ちの良さ、高学歴、いずれを取っても輝ける星の下にありながら、官への道を嫌い、より自由な職業に就きたいと考えていた。その決定的なチャンスが、新聞聯合(後の同盟通信)の岩永裕吉社長にジャーナリスト入りを誘われたこと、それもいきなり上海支局長としてスカウトされた。上海赴任の際、岩永社長や古野伊之助支配人から三原則「十を与えて一を取る」こと、取材源を秘匿すること、ニュースをクリエイトすること」を説かれ、これを忠実に実践した中から、歴史に残る西安事件(蒋介石が張学良に拉致、監禁された)の大スクープが飛び出した。この三原則はジャーナリストにとって今なお実践すべき教えである。

第二の顔は、戦争回避に努力された真の平和主義者であったこと。上海時代には日中和平工作に中心的役割を果たし、日本軍の「撤兵」を条件とするかなり複雑なスキームをまとめて日中双方の政府に働き掛けた。上海、東京、香港と舞台を目まぐるしく変えながら、汪兆銘、高宗武、犬養健、影佐禎昭(谷垣禎一自民党総裁の祖父)らとともに動く。松本さんの和平シナ

リオの実現へ、いよいよクライマックスという時に病いに倒れ、この和平工作は不発に終わった。頼みの近衛首相も軍部の圧力に押されて内閣を投げ出し、日中戦争は泥沼化していく。本書ではこの間の経緯を詳細に記述、歴史に「イフ」(もしも)が許されるならば、今の日本はもっと違った姿になっていたかもしれないと、松本さんの挫折感を共有する思いである。

松本さんの予測通り日中の衝突はやがて世界大戦へと広がる。松本さんは日米開戦直前、近衛から駐米大使を打診されたが、徹底した軍人嫌い、官僚嫌い、これを受けず、結局後任の軍人上がり大使の日米交渉は決裂、大戦へと突入していった。緒戦の勢いもどこへやら、やがて日本の敗色濃厚となった終戦の年の七月、近衛は天皇のご下命で訪ソし、終戦の調停交渉を進めるべく「松本さん、一緒に行つてほしい」と、またも和平工作を持ち掛けられ渋々受諾。しかし時すでに遅く、これも実らなかった。

挫折は人間を強くもし、弱くもする。松本さんは戦後の挫折ともいえるべき公職追放にもめげず、国際交流へ情熱をたぎらせ、国際文化会館を建設、自ら主宰者となり、挫折を乗り越えて水を得た魚のように活動を始めた。あまりにも未成熟な日本の欠陥を積極的に指摘し、お仕着せの民主主義、本物とは程遠い国際化、カネ万能主義などへ警鐘を鳴らし続けた。それを凝縮したのが本書の副題「最後のリベラリスト」で、松本さんが最も輝いた第三の顔でもあった。(前田 耕一 新聞通信調査会前理事長)