

## 新聞・テレビ動乱

表題と写真は「週刊東洋経済」10月11日号の特集タイトルである。新聞は朝日新聞、テレビはフジテレビに焦点をあて、メディア業界の「動乱」を特集している。

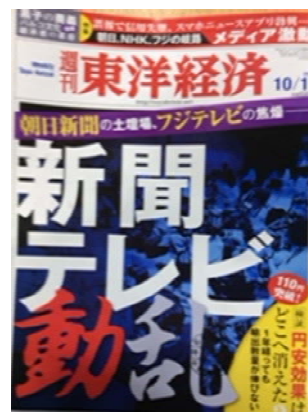
新聞編の見出しは「朝日騒動が示す新聞の旧態依然」だ。

8月の朝日の検証記事直後から読売新聞社、産経新聞社は朝日批判に的をしばったネガティブキャンペーンのチラシを作成して各戸に配っている。読売の「慰安婦報道検証 読売新聞はどう伝えたか」と題した冊子は、8月5日の朝日朝刊を受けた翌日の読売記事の切り抜きを表紙に載せている。産経は新聞紙面大の「PR版」で「朝日よ、『歴史から目をそらすまい』」と題した主張を展開している。

読売では東京本社から各支社・支局を通じ記者に対して、朝日のネガティブ情報を集めるように指示が出ているという。「取材先や知り合いの朝日記者が何を言っているか、情報を吸い上げている。朝日新聞の購読者を横取りするための全社的作戦で、社内では『A紙対策』と呼ばれている」（読売の支局記者）。世界最大の発行部数を誇る読売だが、今年に入ってからの部数の減少率は朝日を上回っていた。それで「反朝日」で猛烈な拡販に乗り出したようだ。それにしても、「時の権力」を監視する役目のはずの新聞が同業他社を「監視」するとは。

全国紙の収益動向は「決算小康だが販売は不安?」のようだ。業界最大手の読売新聞社のグループ本社、東京、大阪、西部の各発行本社に読売巨人軍、中央公論新社を加えた基幹6社の売上高は4174億円(前年度比2.7%減)、当期純利益は233億円(同38.8%増)だった。新聞発行3社で見ると、売上高3968億円に対して純益は143億円となっている。各社の増益基調を支えるのは不動産など関連事業の底固さと、リーマンショック後、なりふり構わずに進めたリストラの効果だ。人員削減に始まり、最近までタブーだった新聞印刷の他社委託も。徹底した人員削減・合理化は、今回の「朝日問題」にも影響しているのではなかろうか。

日本ABC協会による新聞の都道府県別販売部数(朝刊販売部数の上位3紙と世帯普及率)の資料も興味深い。「全国紙」と呼ばれる読売や朝日でも、強いのは首都圏などごく一部地域のみで、47都道府県の約8割にのぼる37道府県では地方紙かブロック紙が首位となっている。青森、福島、石川、岐阜、静岡、佐賀、沖縄の8県では上位二つを地方紙かブロック紙で分け合っており、全国紙の存在感はさらに薄い。全国販売部数で断トツの読売だが、「中日王国」である東海地方では、上位3位以内にも食い込めていないなど、空白地も意外にある。東海地方の普及率は、愛知が中日52.76%、朝日7.68%、日本経済4.41%、岐阜が中日48.26%、岐阜22.3%、朝日7.1%、三重が中日40.73%、朝日14.79%、毎日9.38%となっている。



(2014年10月19日)