

2020年の新聞界

阿部 圭介*

「コロナ禍」によって新聞界も揺れ動いた1年になった。新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、政府により緊急事態宣言が発出され、外出の自粛も求められた。感染拡大を防ぐために人と人との接触を減らすことが求められ、人と会って話を聞くことが基本とされる報道機関の取材活動は大きな影響を受けることになった。経営面でも、多くの経済活動が停滞し、広告出稿が大幅に減少した。新聞の総ページ数も減少。部数減少にも歯止めが掛からなかった。「インフォデミック」と呼ばれる事態が起きる中、予防策も治療法も確立していない未知の感染症をどのように報じるか、報道姿勢も問われた。新聞に対する信頼度は、高水準であるとの調査結果もある一方で、緊急事態宣言下、新聞記者や社員である元記者が検事長と賭けマージャンを行っていたことが発覚し、大きな批判を浴びた。

部数、売上高など減少続く

2020年10月時点の日本新聞協会加盟116紙の総発行部数は3509万1944部で、前年比7.2%減だった。⁽¹⁾ これまで最大だった2018年の5.3%減を大きく上回る減率となった。1世帯当たりの部数は0.05部減少し、0.61部となった。

同協会調べの2019年度新聞91社の総売上高は、前年より99億円減少し、1兆6526億円だった。⁽²⁾ 減少傾向が続くものの、前年度比（以下同）0.6%減と減少幅は縮小した。内訳を見ると、従来大きな割合を占めていた「販売収入」が3.5%減、「広告収入」は6.5%減だった一方、「その他営業収入」は11.5%増だった。デジタル関連事業収入の割合は、一般紙61社の平均で、前年度比（以下同）0.26ポイント増の1.630%だった。スポーツ4紙の平均は2.047ポイント増の10.856%で、初めて10%を超えた。

新聞広告の状況について、これまで当欄では電通調べ「日本の広告費」を紹介してきた。同調査は例年2月下旬に発表され、今回も2020年の結果は締め切りには間に合わないが、電通広告統計（DAS）も用いてコロナ禍の状況を見ることにする。

まず、記録としての連続性を保つため「2019年 日本の広告費」の結果を紹介したい。⁽³⁾ 総広告費は前年比6.2%増の6兆9381億円だった。ただし、今回から「物販系 EC プラットフォーム広告費」を新設、「展示・映像ほか」を「イベント」を加えた「イベント・展示・映像ほか」に改定したため増加している。従来の集計方法では、前年比1.9%増の6兆6514億円となる。新聞広告費は同5.0%減の4547億円だった。インターネット広告費は、同19.7%増の2兆1048億円となり、テレビ広告費の1兆8612億円（同2.7%減）を上回り、初めて2兆円を超えた。インターネット広告費のうち、マスコミ四媒体由来のデジタル広告費では、新聞社が運営するデジタルメディア関連の広告費「新聞

*あべ けいすけ 一般社団法人日本新聞協会

デジタル」は前年比10.6%増の146億円だった。「新聞デジタル」の構成比は、広告費全体でみると前年と変わらず0.2%だった。新聞広告費と「新聞デジタル」を合計すると、2018年は4916億円、2019年は4693億円と4.5%の減少となる。

次いで、2020年の新聞の状況について、電通広告統計を用いてみたい。⁽⁴⁾

2020年の新聞118紙の総ページ数は、前年比5%減の96万9578ページと、100万ページを下回った(前年は102万0494ページ)。とりわけ、4、5、6月は、例年ページ数が少ない2月を下回っている。2月が前年比0.4%減の7万8430ページだったのに対し、4月は同10.7%減の7万5210ページ、5月は同9.0%減の7万5518ページ、6月は同7.7%減の7万6774ページだった。

2020年の新聞広告掲載量も大きく落ち込み、前年比6.5%減の439万7811段だった。月別では、3、4、5月が前年比1割以上減少し、3月が同10.1%減の40万7934段、4月が同13.3%減の32万7837段、5月が同12.2%減の32万3639段だった。

これらの統計からは、新型コロナウイルス感染拡大と緊急事態宣言発出に伴う経済活動の停滞が、新聞広告に影響したとはっきりと示された。

新型コロナウイルス報道

新型コロナウイルス感染症拡大下における新聞報道については、日本新聞協会が運営するニュースパーク(日本新聞博物館)が2020年7月18日から9月27日まで開催した緊急企画展「新型コロナと情報とわたしたち」の展示内容をまとめた「簡易資料集」に沿って振り返りたい。⁽⁵⁾

同企画展は、全体を3章に分けた。第1章は「新型コロナウイルス 新聞はどう伝えたか」として時系列に報道を振り返った。第2章は「歴史に学ぶ感染症と情報」として過去の感染症報道を展示した。第3章は「『情報』に惑わされる、励まされる」として、人々が惑わされたが「インフォデミック」の実情や、逆に情報によって人々が励まされる側面を取り上げた。

第1章によると、新型コロナウイルスに関する日本での初報は、2020年1月1日付の読売新聞と、共同通信の配信記事であるとされる。初報は小さな短文記事として扱われたが、三が日が過ぎ、事態の深刻さが伝わると、段付の見出しが立つ記事となった。その後、横浜港に停泊した客船での感染拡大と隔離、市中での感染の広がり、小・中・高等学校の一斉休校、東京オリンピック・パラリンピックの延期など、次第に社会生活や経済にも影響が表れ、大きく報道されるようになった。またコメディアン志村けんさんが新型コロナウイルスにより急死、同資料集では「芸能人の訃報を一般紙がトップで扱うのは異例で、誰もが知っている人気者との突然の別れが人々に与えた衝撃、感染者の命をあっという間に奪う新型コロナウイルスの恐ろしさを物語っている」としている(「簡易資料集」pp.12-13)。

第2章は、博物館が所蔵する歴史的資料を用いて、コレラやスペイン風邪の流行時の報道などを紹介した。当時の迷信・流言を取り上げ、「いずれも一笑に付されそうな内容だが、今回のコロナ禍で『26℃のお湯でウイルスが死滅する』といった誤った情報が流布したことを考えると、あまり状況は変わっていないとも考えられる」と現代への教訓を述べている(同 p.19)。また、スペイン風邪では、「飛沫感染の防止の呼び掛け(「患者に近寄るな」)、医療の疲弊(「感冒の為に看護婦の出払い」)、著名人の死(「島村抱月氏逝く」)、政府の感染症対策への不満(「感冒の床から」(与謝野晶子))、便乗値上げ(「マスクの値上がり」)、マスクを着用せずに行われた政治集会(「尾崎行雄

の演説会」)。まるで今回の新型コロナウイルス感染症で見聞きしたような報道が、スペイン風邪流行の当時にもあったことがよく分かる」としている（同 p.23）。

第3章は、「トイレットペーパーデマ騒動——『インフォデミック』とは」「確かな情報とは 専門家でも分からないことがある」「分からない不安が招く事態」の3点に沿って問題提起し、研究者らのコメントを紹介した。

「トイレットペーパーデマ騒動——『インフォデミック』とは」では、日本経済新聞と東京大学・鳥海不二夫准教授らの分析によって判明した、トイレットペーパーの買い占め騒動は、デマそのものが拡散したから起きたのではなく、デマを打ち消す情報が広まったにもかかわらず起きたとの構図を紹介した。その上で、「デマが流され、騒動が起きたこと自体は事実ではあった。しかし、その事実を、デマを否定しながらではあるものの、伝えた報道機関にも大きな課題が残った」と問題提起した（同 pp.32-33）。

「確かな情報とは 専門家でも分からないことがある」は、「刻々と変わる事態の中では、専門家の見解さえも刻々と変わっていく。リスクに対して合理的な対応をしていくため、そのことを互いに受け入れていくにはどうすればいいのか」という問題意識に基づき、メディア研究者らのコメントを紹介した（同 p.36）。

「分からない不安が招く事態」は、「流言・デマの原因の一つが、不安や恐怖である」という従来からの研究結果を紹介しつつ、コロナ禍で起きた差別や嫌がらせ、過剰な自粛を求める「自粛警察」などの事象を報道する紙面を展示した。また、感染状況や感染者について詳報する記事に「感染者らへの差別を助長しているのではないかと疑問も寄せられた」ことが、第1章で展示したニューヨーク・タイムズやボストン・グローブの紙面が「多くの市井の人の死を悼み、実名で仕事や人となりとともに掲載したのとは対照的だった」としている（同 p.40）。それとともに、日本新聞協会と日本民間放送連盟（民放連）が、医学研究者や臨床家ら専門家と意見交換をもとに発表した、「新型コロナウイルス感染症の差別・偏見問題に関する共同声明」を紹介した（同 p.41）。

展示では、このような「人間の持つ暗い側面がもたらした出来事に注目」する一方で、新聞の紙面編集や記事、写真、広告などで時にはユーモアも交えながら励まし合うメッセージを伝えてきたことも示した（同 p.47）。

企画展とその簡易資料集では、このコロナ禍で起きた情報やメディアの問題を到底網羅しきれていない。むしろ「簡易資料集」の表紙で問題提起している通り、インフォデミックについて「一過性のものではない」とし、新型コロナウイルス感染症が「収束の日が来てもなお検証し、考え続けなければならない」ことであろう。

賭けマージャン問題と「ボーイズクラブ」

「週刊文春」は、「黒川弘務検事長は接待賭けマージャン常習犯」との記事を掲載、賭けマージャンの相手は産経新聞の記者2人と朝日新聞社社員（元記者）であることを報じた。⁽⁶⁾ 黒川検事長は、安倍晋三政権下で疑念がもたれた法解釈変更によって定年が延長されるとともに、検事総長への就任も取りざたされていた。新型コロナウイルス感染拡大に伴う緊急事態宣言中、新聞関係者がそのような人物と、賭けマージャンという違法な行為を行っていたことは、大きな批判を招いた。朝日、産経の両社は、おわびのコメントを出すとともに、⁽⁷⁾ 調査結果と処分を行った旨を紙面に掲載し

(8) 本件では、取材源、とりわけ権力を持つ側の取材対象者との距離感といった点だけではなく、女性記者へのセクシャルハラスメントも問題になっていた時期でもあり、「ボーイズクラブ」の問題点に対する批判があった。

元朝日新聞記者の林美子は、一緒にマージャン卓を囲むなどして記者が取材源に深く食い込む取材手法を「抱きつき取材」と呼称、学歴・出身地・趣味・嗜好・習慣などの共通点による非公式なネットワークを「ボーイズクラブ」と呼称した⁽⁹⁾。その上で、抱きつき取材が推奨されるボーイズクラブの構造は、「取材相手からみると『気心の知れた』記者を身近において情報をコントロールでき」と批判した。

その上で林は、「必要なのは組織のあり方、職業倫理、職場文化を根底から見直すこと」と、報道機関側の問題を挙げ、改革を求めた。ただ、そもそも林が指摘するような構造は、権力側が恣意的に情報を漏らすことができるという、情報公開がいまだ不十分であることにも由来しているとも考えられる。併せて、行政や司法による情報公開と、その情報公開を有意義に受け入れられる社会の醸成も必要であろう。

地域に根ざした報道、メディア

地域に根ざした報道では、神戸新聞社の「教員間暴力のスクープと神戸の教育を巡る一連の報道」が2020年の新聞協会賞を受賞した。学校を舞台に、教員同士が暴力などを繰り返していた事件は社会に衝撃を与え、全国的な調査にもつながったという。同じく新聞協会賞を受賞した毎日新聞社の「『にほんでいきる』 外国籍の子どもたちの学ぶ権利を問うキャンペーン報道」も、地域に根ざした調査により日本に住む外国籍の子供が十分な教育を受けられていない実態を明らかにした。このような、地域に根ざして、問題を掘り起こし、全国的にも波及するという報道が続いている。

静岡新聞社は8月13日、「静岡新聞社イノベーションリポート」を公開した⁽¹⁰⁾。イノベーションリポートという名称は、2014年に公開されたニューヨーク・タイムズ社の「Innovation Report」に範を取ったものと思われる。静岡新聞社のリポートでは、「ユーザー」が誰であるのか、という点を問い直している。ユーザーは「購読者」であるのか、「県民」であるのか。県民だとしても、満遍なく全員を想定すればいいのかといった点である。リポートでは、「地域を愛し、共に成長したいと願う、前向きな気持ちの人たち〈地域を形づくる生活者・企業〉」としている。

このような分析は、同社が変革を目指してシリコンバレーに多くの社員を派遣した「シリコンバレー・イノベーション・ブートキャンプ」の成果でもある。

これらの分析をもとに、静岡新聞社は2021年1月11日付紙面で、「静岡新聞 SBS はマスコミをやめる。」宣言を行った。意図するところは、ユーザーをマスとして捉えるのではなく、県民一人一人と向き合うという決意だという。

取り組みは緒に就いたところであり、多くの新聞・メディア関係者から注目を集めている。

(1) 日本新聞協会 (2021) 「新聞協会報」 2021年1月1日付

(2) 日本新聞協会 (2020) 「《新聞社の経営関連調査》 その他収入が11.5%増 総売上高1兆6526億円」
https://www.pressnet.or.jp/news/headline/201013_13777.html。同協会の「新聞社の総売上高の推移」も参照 <https://www.pressnet.or.jp/data/finance/finance01.php>

- (3) 電通(2020)「2019年 日本の広告費」。https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/2019/
- (4) 以下、新聞総ページ数と新聞広告掲載量は、電通(2021)「電通広告統計(DAS)」による。
- (5) 以下の記述は、ニュースパーク(日本新聞博物館)(一般社団法人日本新聞協会博物館事業部)編(2021)「緊急企画展『新型コロナと情報とわたしたち』簡易資料集」による。なお、筆者は同資料集の編集に関わっている。
- (6) 文藝春秋「週刊文春」2020年5月28月号。
- (7) 朝日新聞社(2020)「朝日新聞」5月22日付。産経新聞社(2020)「産経新聞」5月22日付。
- (8) 朝日新聞社(2020)「朝日新聞」6月20日付。産経新聞社(2020)「産経新聞」6月17日付。
- (9) 林美子(2020)「ボーイズクラブ構造の解体を——『抱きつき取材』の弊害とセクハラ事件との共通点」『新聞研究』2020年10月号。
- (10) 以下は、静岡新聞社(2020)「静岡新聞社イノベーションリポート」による。静岡新聞社(2020-21)「わたしたちは、ユーザーファーストな企業へと生まれ変わります。静岡新聞社・静岡放送 企業変革への取り組み」<https://www.at-s.com/userfirst/index.html> からダウンロード可能。