

2025年の新聞界

阿部 圭介*

2025年は、昨年に引き続き、選挙投票をはじめさまざまな分野で情報源としてSNS等の利用が加速し、フェイクニュースや「犬笛」と称される誹謗中傷の拡散が問題となった。新聞は、前年の反省を踏まえ、選挙報道の在り方を見直した。また、生成AIの開発競争が盛んとなり、新聞社のウェブサイトが機械学習データとして利用されることへの対策が課題となった。中でも、利用者がAIによる回答を読むだけで満足し、情報源となるサイトにアクセスしない「ゼロクリック」と呼ばれる現象が、悩みの種となっている。

経営関連の指標を見ると、発行部数の減少傾向は変わらない。2024年の数値ではあるが、新聞広告費も減少が続いている。新聞社の総売上高は増加に転じた。

部数、新聞広告費が減少、売上高は増加

2025年10月時点の日本新聞協会加盟104紙の総発行部数は2486万8122部だった。前年比6.6%減で、減少率は0.3ポイント縮小した⁽¹⁾。

同協会の調査によると、2024年度の新聞85社の総売上高は、前年度より29億円増加し、1兆3109億円だった⁽²⁾。前年度比0.2%増で、13年ぶりの増加となった。内訳は、「販売収入」が3.0%減の6337億円、「広告収入」が1.6%減の2380億円、「その他収入」が6.4%増の4392億円だった。構成比は、販売収入が48.3%、広告収入が18.2%、その他収入が33.5%となった。デジタル関連事業収入の割合は、一般紙63社の平均が前年度比0.13ポイント増の2.48%、スポーツ3紙の平均が0.14ポイント減の8.97%だった⁽³⁾。

電通の「2024年 日本の広告費」⁽⁴⁾によると、2024年の総広告費は前年比4.9%増の7兆6730億円で、3年連続過去最高となった。「インターネット広告費」「マスコミ四媒体広告費」「プロモーションメディア広告費」が共に伸びた。

マスコミ四媒体広告費は、雑誌、ラジオ、テレビの3媒体が増加し、同0.9%増の2兆3363億円だった。新聞広告費は同2.7%減の3417億円だった。構成比は0.3ポイント縮小し4.5%だった。業種別に見ると、「流通・小売業」が前年比6.9%増加した。「食品」は15.3%減、「交通・レジャー」1.1%減だった。

インターネット広告費は同9.6%増の3兆6517億円となった。このうち、新聞社が運営するデジタルメディア関連の広告費「新聞デジタル」は同6.2%減の195億円だった。構成比は前年と変わらず0.3%。減少の要因としては、「新聞デジタル以外の動画広告への予算シフト」「広告単価の低下」が挙げられている。「タイアップ広告」「オンラインセミナーなど企画型の広告」「ターゲット施策」などは回復または増加傾向だという。新聞広告費と「新聞デジタル」を合計すると前年比2.9%減

*あべ けいすけ 一般社団法人日本新聞協会

の3612億円となる。

選挙報道の在り方、検討進む

2024年11月に投開票があった兵庫県知事選挙などで選挙報道の在り方が問われたことを受け、25年は選挙報道の在り方の検討が進んだ。インターネット上での誤情報や誹謗中傷の拡散への対応として、選挙に関し新聞・通信社が合同してファクトチェックを行った。誹謗中傷の拡散は、直接的な表現ではないが特定の層に意図が伝わるよう扇動する「犬笛」と称される手法でも行われた。記者も誹謗中傷のターゲットとなった。

日本新聞協会は6月12日、「インターネットと選挙報道をめぐる声明」⁽⁵⁾を公表した。インターネットで不正確な情報が流通し、それが選挙結果に影響することを憂慮した。その上で、「新聞・通信・放送といったメディアの報道について、『選挙の公正』を過度に意識しているとの批判」⁽⁶⁾に向き合い、1966年に公表した「公職選挙法第148条に関する日本新聞協会編集委員会の統一見解」⁽⁶⁾を改めて確認した。統一見解は、虚偽や事実を曲げた報道、またそれに基づいた論評でない限り、公職選挙法による制限は受けないとしている。2025年の声明は、「国際的なファクトチェックの手法なども参照」すると言及している。

新聞各社でも対応が見られた。毎日新聞は25年5月30日付紙面に「選挙報道 事実に基づき積極的に」⁽⁷⁾という記事を掲載し、4項目の指針を発表した。「有権者の判断に資する報道は積極的に報道」などに加え、「記者が誹謗中傷を受けた場合、本社として法的措置も含めて毅然とした対応を行う」ことも含まれている。実際に、兵庫県政を取材していた産経新聞や時事通信の記者に対する誹謗中傷がSNSを中心に行われ、問題となっていた。また、7月に投開票があった参議院議員選挙で、ファクトチェックも行った⁽⁸⁾。

読売新聞は新聞協会会員社にファクトチェックでの連携を呼び掛けた。佐賀新聞、時事通信、日本テレビ放送網の3社が参加し、東京都議選挙や参議院議員選挙で記事を掲載した⁽⁹⁾。

AIへの対応

生成AIの性能向上と利用拡大に拍車がかかるとともに、検索エンジンとの融合も進んだ。例えばGoogleでは、検索結果だけではなくAIにより生成された概要説明が表示されるケースがある。ユーザーがAIによる概要説明で満足し、検索結果として表示されたサイトにアクセスしない「ゼロクリックサーチ」という問題も生じてきた。ユーザーがコンテンツにアクセスしなければ、広告収入が減少し、コンテンツ制作者にとって深刻な打撃となる。

新聞界はこれまでも、生成AIの機械学習用データとしてインターネット上の新聞記事など報道コンテンツの無断利用を問題視し、著作権の保護を訴えてきた。こうした状況を背景に、新聞協会は2025年6月4日、「生成AIにおける報道コンテンツの保護に関する声明」⁽¹⁰⁾を公表した。声明はまず、検索エンジンなども含む機械的なコンテンツ収集の可否をコンテンツ制作者側が明示する手段である「robots.txt」をAI事業者は順守すべきだと訴えた。その上で、コンテンツを収集するクローラーの名前（ユーザーエージェント情報）の公表を「AI事業者だけでなく、データ収集事業者全般を対象に義務付けるとともに、権利者側が公表情報を容易に把握できるような制度を早急に設けるべき」だとした。

諸外国でも報道機関が記事の無断利用をめぐり、生成 AI 事業者に対する訴訟が提起される中、8月には日本の報道機関もアメリカの生成 AI 事業者「パープレキシティ」を提訴する動きが起きた。まず8月7日、読売新聞東京本社、大阪本社、西部本社の3社が、記事の利用差し止めと、約21億6800万円の損害賠償などを求める訴訟を東京地裁に起こした。それに続き、朝日新聞社と日本経済新聞社も同26日、同様の訴訟を東京地裁に起こした。毎日新聞社、産経新聞社、共同通信社は12月1日、記事の無断利用停止を求める抗議書を送付した。共同通信加盟社のうち48社も連名で抗議声明を発表した。

新聞協会の中村史郎会長（朝日新聞社会長）が11月14日、日本外国特派員協会（FCCJ）の記者会見で、AI 事業者が無許諾で報道コンテンツを利用していることを巡り、法整備が必要だと話したほか、同協会は政府の「『知的財産推進計画2026』の策定に向けた意見」⁽¹¹⁾などでも同様の主張を述べている。

一方で、新聞記事という新聞社の重要な資産を自ら活用し、AI を新聞社の事業として利用する動きもあった。2025年度の新聞技術賞を受賞した「ASK! NIKKEI」は、日経電子版で利用者が記事を読んでいて抱いた疑問を入力すると、記事を基に学習した AI が回答するサービスである。

新潟日報社の100%子会社「新潟日報生成 AI 研究所」は2025年から26年にかけて、地方紙同士の連携を進めた。岩手日報社、徳島新聞社、北日本新聞社と「地域共創生成 AI パートナーシップ協定」を結んだほか、下野新聞社と「下野新聞生成 AI」開発導入支援を行うと発表した。新潟日報生成 AI 研究所は、生成 AI 事業者のエクサウイザーズと協業し、新聞記事など新聞社が持つ情報を活用し、地域が抱える課題解決を目指すとして、2024年11月に設立された。

日本女性記者協会設立

11月22日、日本女性記者協会（代表理事・秋山理砂神奈川新聞社理事）が設立フォーラムを開いた。2023年秋、韓国で開かれた第1回日韓女性記者フォーラムに参加した日本の女性記者たちが、韓国女性記者協会の活動を目の当たりにし、日本での設立へとつながった。2025年は折しも、新聞・通信社で女性の管理職の割合が初めて1割を超えた年でもあった。⁽¹²⁾

注

- (1) 日本新聞協会（2026）『新聞協会報』2026年1月1日付。
- (2) 日本新聞協会（2025）「Data & Research ②新聞社総売上高推計調査（2024年度）総売上高が13年ぶりに増加」『新聞研究』2025年11月号。
- (3) 日本新聞協会（2025）「Data & Research ④新聞社デジタル関連事業売上調査（2024年度）全クラスで比率拡大」『新聞研究』2025年11月号。
- (4) 電通（2024）『2024年 日本の広告費』。https://www.dentsu.co.jp/knowledge/ad_cost/2024/（2025年1月7日閲覧）。
- (5) 日本新聞協会（2025）「インターネットと選挙報道をめぐる声明」。https://www.pressnet.or.jp/statement/report/250612_15908.html（2026年1月7日閲覧）。
- (6) 同協会のウェブサイトには要旨が掲載されている。https://www.pressnet.or.jp/statement/report/661208_99.html（2026年1月7日閲覧）。

- (7) 毎日新聞社 (2025) 「選挙報道 事実に基づき積極的に」『毎日新聞』2025年5月30日付。
- (8) 田中成之 (2025) 「新指針で臨んだ初の国政選挙——積極的な姿勢で有権者に情報伝える」『新聞研究』2025年10月号。
- (9) 高橋勝己 (2025) 「新たな選挙報道の取り組みと課題——ファクトチェックで守る選挙の公平性」『新聞研究』2025年10月号。
- (10) 日本新聞協会 (2025) 「生成 AI における報道コンテンツの保護に関する声明」。 https://www.pressnet.or.jp/statement/ai/250604_15900.html (2026年1月7日閲覧)。
- (11) 日本新聞協会 (2025) 「『知的財産推進計画2026』の策定に向けた意見」。 https://www.pressnet.or.jp/statement/ai/251223_16070.html (2026年1月7日閲覧)。
- (12) 日本新聞協会 (2025) 「Data & Research ①新聞・通信社の従業員数・労務構成調査 (2025年4月) 管理職の女性比率が初の1割超」『新聞研究』2025年11月号。