

# 今日の焦点

## 電子新聞、ニュースサイトの有料化は進むか

新聞協会は、2010年10月に2009年度の新聞協会会員の日刊新聞95社の総売上高推計調査結果を発表した。それによれば、総売上高は前年比6.4%減の2兆19億円、販売収入は前年比1.8%減の1兆2100億円、広告収入は15.66%減の4791億円となっており、4年連続で減少している。主要4紙について見ると、いずれも売上高は減収となっているが、毎日と読売は、経費削減の効果により最終損益は2年ぶりに黒字となった。しかし、朝日と日経はいずれも70億円強の営業赤字となり、赤字決算である。

以上のように、新聞各社は広告の減収と部数の減少に歯止めがかからず、危機的状況にある。これは、少子化、高齢化によって、新聞購読人口は減少を続け、インターネット、モバイルの普及、高度化によって、情報は安易に手に入り、新聞は取らないし買わない傾向が強くなっているためである。このような危機的状態を脱却するために、新聞各社は紙とネットなど新媒体との共存、ニュースサイト課金の課題に取り組み始めている。

日経は、本年3月23日に電子版(Web刊)を創刊した。料金は電子版単独では月4,000円、朝夕刊宅配とセットで5,383円となっている。同社の報告では、電子版の有料、無料を合わせた登録会員総数は8月30日時点で50万人を超えており、このうち有料会員は7万人台に乗せて順調に伸びているという。

電子新聞は、紙に比べ材料費や流通費の経費は低く抑えられるが、かなりの

システム投資が必要で減価償却負担が発生する。このため当初は採算に乗せるのは厳しいが、いずれ紙を補完する媒体として、収益性の高い事業に成長させたいとしている。また、このシステムのノウハウを他の新聞社の電子版事業にも役立てたいと考えている。

朝日も積極的にニュースの有料化に向けた取組みを始めている。ひとつは、KDDI、テレビ朝日と協業して、昨年6月から開始している「EZニュースEX」である。au携帯電話向けの有料サイトで、月額200円としており、すでに100万会員を突破し、今年度内に200万会員の獲得を目標としている。このシステムでは、短文の速報を瞬時に全ユーザーにプッシュ型配信するなど、プッシュ型の情報配信が特徴である。最終目標は1,000万人会員の達成としている。

もうひとつは、「Astand」である。本年4月に「WEB新書」を投入して本格的にサービスを開始した。朝日新聞の記事など40以上のコンテンツを有するベーシックパックで月額525円である。ほかにも多くのジャンルを取り扱っており、料金はそれぞれのコンテンツに対応して様々である。

毎日も独自の有料記事配信サイトを検討しているようであるが、現在は他のサイトを利用して有料情報を提供している。ソフトバンクが提供している「ビューン」へ特別編集版を提供するほか、朝日のAstandを通じて連載記事などの販売を始めた。また、面白いのは毎日の無料ニュースサイト「毎日.jp」で多く読まれたニュースに解説記事などを加えた日刊紙「毎日RT」を6月に

創刊した。月極購読料は1980円で、これまで新聞を購読していない若い世代の読者獲得を狙っているという。

読売は昨年10月から医療情報サービス「ヨミドクター」を有料化しているが、それ以外はほとんど電子化には手をつけていない。現在は紙の新聞を最優先しているようである。そのほか、ここでは触れないが、多くの全国紙、地方紙が有料化に取り組んでいる。

欧米ではどうであろうか。経済紙の米「ウォールストリート・ジャーナル(WSJ)」と英「フィナンシャル・タイムズ(FT)」が有料化している。WSJは90年代半ばに有料化に踏み切っており、現在の電子版の部数は41万部程度である。また、FTも2007年から有料化を始めており、現在の有料の電子版の部数は12万部という。しかし、一般紙の有料化は進んでいない。米「NYタイムズ」は、来年1月以降Webサイトへのアクセスが一定回数を超えた利用者に課金する方向で検討している。英タイムズとその日曜版「サンデー・タイムズ」は、本年7月にそれまで無料だった電子版に有料制を導入した。米調査会社によれば、タイムズの電子版訪問者は導入以前に比べてほぼ半減したという。フランス、ドイツなども、一部有力紙が有料化に踏み切った段階である。

はたして、今後電子新聞は発展していくのであろうか。最大の問題は無料のニュースサイトが数多くあることである。今後質の良い新聞を維持していくためにも、電子新聞やニュースサイトの有料化が進むことを期待したい。