

第3回 「新聞というメディアの現状と課題」

講師氏名 戸田 博子氏(読売新聞大阪本社広報宣伝部長)

ワークショップ概要

本日のワークショップは、新聞業界の現状と課題についてご講演いただいた。まず新聞業界概要から始まり、日本の新聞や読売新聞について、また新聞業界が直面する課題とチャンス、時代の変化と情報収集などについてお話しいただいた後、質疑応答という形式で進められた。100年後の新聞、あるいはAI との関係など、新聞の過去から未来まで多面的な視点で展開された。

講演の内容と感想

女性記者の先駆けとして活躍されてきた戸田博子氏が講師として登壇された。戸田氏は読売新聞大阪本社入社後に経済部に配属され、多くの企業を取材し記事を執筆してこられた。さらにその経験を活かし社会部時代には大阪府庁担当の番記者として論説を書くなど、第一線でキャリアを積まれた。会社の危機管理など企業の経営戦略、政府や自治体の政策などを中心に執筆されてきたが、広島原爆資料館見学の際の原体験以来、平和な社会のためという矜持・大きな使命感のもと記者時代を過ごし、現在は新聞の良さを一般市民に伝えるべく広報宣伝部にて活躍されている。

新聞については全国紙、地方紙などの各種新聞、スポーツ新聞など、多種多様なものがある。読売新聞社は世界一の発行部数を誇る新聞社であり、現在の部数は約840万部である。新聞社は「職種のデパート」といわれるくらい職種が多岐に渡っており、記事のための取材から原稿執筆、印刷や販売に至るまで様々な関連部署により成り立っている。近代においては新聞社の業務は新聞発行のみならず、グループで総合メディア産業を形成している。グループは新聞以外に出版、放送など紙媒体、電波媒体のマス・メディアに広がる。読売新聞社は世界で唯一、交響楽団を持つ新聞社でもあり、芸術支援、ブランディングにも力を注いでいる。

日本の新聞は人口に対して購読率が高く、新聞販売店による戸別宅配制度が他国に類を見ないほど発達しているのが特徴である。新聞販売店は新聞社にとっては顧客ともいえる存在だが、従業員の高齢化や活字離れにより存続には工夫が必要で、副業などの複合化も進んでいる。インターネット時代においては情報収集方法の変容も加わり、新聞のあり方や情報リテラシーについての戦略が求められる。新聞業界が直面する課題やチャンスにはデジタル化、戸別訪問網、総合力、日本の構造変化などいくつかキーワードがあるが、現在の日本は少子高齢化、活字離れにより新聞購読者人口の大きな伸びは見込みにくい。AI 到来社

会を見据え、情報識別能力をもって複雑化する社会変容に対応していくことは急務といえるが、たとえAIの時代になっても、人にしかできないインタビュー、フェイクニュースをより分ける力などは必然である。新聞特有の一覧性の強さ、見出しの簡潔さや思慮を深めることができるという紙媒体の良さは、情報の取捨選択が難しい現代においては非常に重要な要素である。

今回のワークショップでは、新聞の過去と現在、そして未来について複合的に考察できたと思われる。情報収集方法の多様化が進む中、現代社会におけるマス・メディアの役割、未来におけるメディアの可能性を模索する機会でもあり、大変有意義な講演であった。

以上

(文責:都市経営研究科 M18AA510 辻有美子)