

Title	日本の新聞の特質と構造：その制度論的分析
Sub Title	Characteristics and structure of newspapers in Japan : an institutional analysis
Author	生田, 正輝(Ikuta, Masaki)
Publisher	慶應義塾大学法学研究会
Publication year	1977
Jtitle	法學研究：法律・政治・社会 (Journal of law, politics, and sociology). Vol.50, No.3 (1977. 3) ,p.1- 20
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	論説
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00224504-19770315-0001

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

日本の新聞の特質と構造

——その制度論的分析——

生 田 正 輝

一

現在、わが国は世界でもつとも新聞の普及している国の一つであるが、わが国の新聞の現状に関してはさまざまな問題が提起されており、日本の新聞は大きな転換期に直面しているといわれる。たしかに、今日におけるほど、新聞に対して厳しい批判が加えられており、いろいろと論議されている時はない、といつても必ずしも過言ではなからう。

一歩ひるがえつて考えてみるに、新聞といえども、決して真空状態の中において存在するものではなく、むしろ所与の歴史的、社会的諸条件と密接にかかわり合つて存在し、かつ、機能しているものである以上は、わが国の新聞が多くの特質をもつことは当然のことであろう。また、最近におけるわが国の急激な社会的変動を背景として、新聞もまた、大きく変化しつつあるとしても、必ずしも不思議ではない。しかしながら、反面、これほどまでに新聞のあり方が批判され、その状況が問われていること自体は、わが国の新聞がある意味で、極めて特異な存在であり、そのあり方に大きな疑問が投げかけられ

ていることを物語っている、といわなければならないであらう。

事実、わが国の新聞は多くの特質をもっており、特異な性格をもっていることは否定し得ない。今日、数一〇〇万部にも達する巨大な発行部数をもつ全国紙が発達しているというこのみをとつてみても、それは明らかであらう。最近に至つては、「朝日」「読売」の如き、すでに七〇〇万部を越える発行部数をもつに至つたとされるのであるが、このような巨大新聞は世界でもまことに稀な存在といわなければならない。今日、世界の先進諸国の代表的な新聞は、いずれも数一〇万部程度の発行部数をもつに過ぎないのであり、わが国のこれらの全国紙を越える発行部数をもつ新聞としては、わずかにソヴェト連邦における共産党機関紙「プラウダ」などを挙げ得るのみである。

しかも、わが国の新聞の場合、このような巨大な全国紙をはじめとしてかなり多くの新聞が存在し、激しい競争が行われているにもかかわらず、内容的には、いずれも個性に乏しく、極めて類似したものとなつており、画一的であることも、その大きな特色として指摘しなければならないのである。単に全国紙のみならず、地方紙に至るまで、全体として多様性に欠け、著るしく画一的なものとなつていたのである。

わが国の新聞が特色に乏しく、画一的な傾向をもつことは、その評論、報道を通じて共通の姿勢、態度をもっている事実によつて明らかである。すなわち、わが国の新聞の社説や主張は極めてあいまいなヌエ的なものが多く、首尾一貫した立場に欠け、場あたりの無責任な是非々主義に終始している、としばしば批判される。また、新聞の報道姿勢は極めて感情的、情緒的な傾向が強く、決して理性的、体系的ではないとし、そのセンセイショナルな報道のあり方が鋭く指摘されている。たしかに、こうした二つの傾向がわが国の新聞のもつとも顕著な特色というべく、すでに多くの論者によつて批判されているところであり、筆者もまた、しばしば論じて来たところである⁽¹⁾。

その点に関しては、これ以上ここで取り上げるつもりはないのであるが、問題は、何故にわが国の新聞がそのような特質

をもつているのか、そうした傾向を齎す要因が奈辺にあるのか、ということである。もちろん、それを解明するためには、いろいろなアプローチが必要であろうし、また、可能であろうが、日本の新聞の構造や制度がどのようなものであり、その面においていかなる性格をもつているか、という視点に立つてのいわゆる制度論的な分析も、また不可欠であり、極めて重要なアプローチであるといわなければならない。敢ていうならば、わが国の新聞についての、前述したような報道、評論のあり方と、数一〇〇万部もの巨大な発行部数をもつ新聞の存在とは、決して無関係ではなく、むしろ極めて密接な関連があるといわざるを得ないのである。

ともあれ、そのような意味において、ここでは、わが国の新聞に関して、出来得る限り利用し得る統計、資料にもとづいて、その構造や制度の状況について分析を加え、その制度論的な特質を明らかにするとともに、それらと、新聞の報道、評論のあり方、ないしはその内容的な特色との関係についての分析を試みたいと思うのである。

(1) 拙稿、新聞の無節操・無定見・無責任を叱る、論展、第三巻、第四号、一九七六年、八月、七二—七九頁。

(2) 『国際コミュニケーションに関する日米共同プロジェクト』（慶應義塾大学とフレッチャー・スクールを中心とする共同研究）の一環として、マス・メディア部門では、内容分析と制度論的分析が進行しているが、この研究は、その制度論的分析の一部をなすものである。

二

そこで、まず第一に、わが国の新聞の現状を大まかに概観することから始めよう。すでに指摘したように、わが国は世界でもつとも新聞の普及、発達している国の一つである。すなわち、日本新聞協会の調査によれば、一九七五年一〇月現在で、全国の日刊新聞の総発行部数は、朝夕刊セットを一部として、四、〇五一万部、セット紙の朝、夕刊をそれぞれ一部として計算すれば、実に五、八五八万部に達しており、そのうち、朝刊が三、八三一万部、夕刊が二、〇二七万部となつている。⁽¹⁾ この総発行部数は、世界の主要国のうちでは、ソヴェト連邦の九、三三四万部、アメリカの六、二二五万部に次いで、第三

位を占めているのである。⁽²⁾

さらに、新聞の普及率についてみるに、同じく一九七五年一〇月現在では、一部あたりの人口は二・七五人であり、一世帯あたりの部数は一・二二部であり、朝、夕刊を各一部とした五、八五八万部というのは、人口一、〇〇〇人あたりで実に五二八部の普及率を示していることなる。⁽³⁾ このことは、その普及率が世界の主要国で第一位であることとなり、第二位であるイギリスの四三八部、第三位である東ドイツの四四三部をはるかにしのいでいる事実を物語っている。⁽⁴⁾ しかも、最近においては、一般に先進諸国では新聞の普及率が低下する傾向がうかがわれ、少くともアメリカ、カナダ、イギリス、オーストラリア、西ドイツなどの自由主義圏の先進諸国では、いずれも一九五二年ごろから新聞の発行部数は停滞状況を示し、その普及率は低下して来ている。これに対して、ひとりわが国の新聞のみが、極く最近においてこそかなり鈍化するきざしが見えはじめたものの、依然として発行部数が漸増し、普及率がなお伸びを示していることは、注目に価するであろう。

ところで、一口に新聞といつても、それにはさまざまなものが含まれており、大別すれば、一般紙、スポーツ紙、それに業界紙、機関紙などの専門紙に分けることが出来ようし、一般紙も、さらに、全国紙、ブロック紙、および地方紙に分類されるというのが、わが国の新聞の構造であろう。それらの主要なものが加盟している日本新聞協会についてみるに、それを構成しているのは、一九七六年一月一日現在で、一七一社であるが、そのうち、新聞は日刊紙が一四社、非日刊紙が一社で、合計一一五社となつている。⁽⁵⁾ これらのうち、全国紙は、「三社」といわれている「朝日」「読売」「毎日」の三紙と、「サンケイ」「日経」の五紙であり、ブロック紙と称されるものは、「北海道」「中日」「西日本」の三紙であり、残りが地方紙である。

このような新聞がどのような力関係にあるかということであるが、一九七一年における全国紙、ブロック紙の新聞総発行部数に占めるシェアの比率をみるに、次のようになってい⁽⁶⁾る。すなわち、「朝日」「読売」「毎日」の三紙のシェアが四五・

三%、「サンケイ」「日経」のそれが九・〇%で、全国紙合計で五四・三%となり、ブロック紙三紙合計のシェアが九・五%であり、地方紙のそれは三六・二%である。しかも、極く最近でこそ、ある意味で地方紙も比較的安定した傾向を示していることは事実であるが、最近までは、全国紙、次いでブロック紙が伸び、結果として地方紙が圧迫される傾向をもって来たことは否定できない。たとえば、一九六〇年を一〇〇とする指数で、一九七一年の発行部数をみるに、この間の新聞の総発行部数の伸びが一四九・六であるのに対し、「朝日」「読売」「毎日」の三紙平均では一五五・一であり、「サンケイ」「日経」を加えた全国紙五紙平均では一四七・八となっている。さらに、ブロック紙三紙の平均では一四一・二であり、有力県紙での平均が一三三・八を示している⁽⁷⁾。

これらによつてみるならば、全国紙、次いでブロック紙が比較的大きなシェアを占めており、しかも、最近では、地方紙よりもブロック紙が、そうしてそれ以上に全国紙がシェアを拡大して来たことが知られるのであり、わが国の新聞界においていかに全国紙が大きな存在であるかを十分に伺い知ることが出来るであろう。ところが、すでに飽和状態に近づきつつあるというわが国の新聞の普及状況を背景として、これら全国紙間において、また、ブロック紙の間においても、最近ではかなり格差がつきつつあることも注目しなければならないところである。すなわち、個々の新聞についてみるに、一九六五年から七四年に至る一〇年間において、「読売」と「日経」とはそれぞれ一%以上のシェアの増大を示しているのに対して、「毎日」が二%以上、「サンケイ」が一・五%以上それぞれ減少させており、その凋落がうかがえるのであるが、「朝日」はこの間ほとんど変化せず、ほぼ同じシェアを維持して来ている⁽⁸⁾。一方、ブロック紙では、この間に「北海道」「西日本」の二紙がシェアを減少させたのに対して、「北陸中日」「東京」を含めた「中日」はかなりシェアを拡大して来ている⁽⁹⁾。とくにブロック紙で注目すべきは「中日」であり、名古屋市において六五%を越える圧倒的なシェアを誇っているのに加えて、「北陸中日」を発行し、「東京」を傘下におさめて、それらの総発行部数は三〇〇万部に近づいており、全国紙である「サンケ

「日経」をすでにしのいでいるという事実であろう。

さて、以上大まかに見て来たところで明らかのように、わが国の新聞を取り上げる以上、こうした巨大な全国紙、さらにはブロック紙が注目されねばならないのであるが、とくに全国紙の存在が大きな問題として認識されねばならないことは、あらためて指摘するまでもなからう。

- (1) 日本新聞協会調べ、新聞手帳、一九七七年。
- (2) 同書。
- (3) 同書。
- (4) 同書。
- (5) 同書。
- (6) 「日本新聞年鑑」により試算。
- (7) 同右。
- (8) 日本新聞協会資料より試算。
- (9) 同右。

三

さて、このような巨大な発行部数をもつ新聞が莫大な資本、資材を必要とし、老大な設備、機械を不可欠とすることは、いうまでもない。また、そうした新聞が極めて大規模な企業となり、巨大かつ複雑な組織をもつことも当然のことである。

たしかに、わが国の新聞は、その事業規模に比して過小資本であることは事実である。そのことは、新聞社で最大の資本金をもつのが毎日新聞社の一八億円でしかなく、また、一九七二年における株式会社である新聞社九三社の資本金総計が一・二九億であつて、巨大な製造業の一社の資本金にも及ばない、というような事実によつても裏づけられるであろう。しか

しなから、そのことは新聞事業に莫大な資本、資材を必要としないということを決して意味するものではない。むしろ注目すべきことは、日本の新聞社の場合、その自己資本率が極めて低く、しかも大新聞ほどその傾向が強いことであろう。

たとえば、一九七四年における新聞社の資本構成についてみるに、新聞業全体の平均で自己資本率は一三・三％にすぎず、流動負債が四七・五％、固定負債が三九・二％となつてゐる。しかも、発行部数約二〇〇万部以上の新聞社では自己資本率は二・六％にすぎず、約五十万部以上の新聞社でも一二・七％でしかなく、全産業平均の一五・四％をかなり下廻つてゐることが知られる。⁽¹⁾大新聞にその傾向がとくに著るしいことが指摘できるのである。その結果、わが国の新聞は莫大な金融機関その他の外部からの借入金に大きく依存して運営されてゐるといわざるを得ず、そこに大きな問題があることは否定できない。現に、その経営が極めて苦しいといわれる毎日新聞社の場合、すでに一九五七下期の決算で、払込資本金三億円に對して、借入金、社債の総額が五五億円に達してゐたことは、この間の消息を如実に物語つてゐるといへよう。

元來、新聞経営の基盤を確立し、言論の自由を保障するため、外部勢力による侵害から新聞を守る趣旨に基くものである株式及び持分の譲渡を制限し得る規定によるいわゆる社内株制度が、結果においては、新聞社の増資によつて自己資本を充実する能力を著しく弱めたことは事実であり、過小資本の傾向を増大させて来たことは、まことに皮肉である、その経営が借入金に大きく依存してゐる以上は、銀行その他の金融機関と新聞との関係が極めて微妙なものとならざるを得ないことは明らかであろう。ともあれ、ここで指摘しておきたいことは、新聞社といえども、技術革新に対応して大きな設備投資を要することはいうまでもなく、巨大な発行部数をもつ新聞の発行を維持するためには莫大な資本、資材を必要とするということである。

わが国の新聞社が大規模な企業であるということは、その従業員の数をみても理解することが出来る。たとえば、一九七六年三月現在で、朝日新聞社の場合、その従業員総数は東京が四、一七四名、大阪が二、五七九名、名古屋が八二〇名、西

部が一、三二三名、北海道が二四九名で、合計九、一五五名を数える。毎日新聞社も合計七、〇七九名であり、サンケイ新聞社でも三、九七八名を数え、日本経済新聞社も三、五四九名に達している。ブロック紙でも、中日新聞社の場合、三、八九七名を数え、地方紙でも、神戸新聞社の一、二六八名、京都新聞社の一、一四一名、中国新聞社の九七六名にみられるように、かなりの従業員をようしているものがある⁽²⁾。

ちなみに、これらの従業員の職場別構成比についてみるに、各社によつて多少の相違はあるが、全体としてもつと多いのが印刷部門であり、次いで編集部門、営業部門の順となつている、例えば、朝日新聞社の場合、もつとも多い印刷部門が三、一八八名で、全体の三六%を占め、次いで編集部門の二、二四六名、二四・五%、営業部門の一、七二四名、一八・八%の順となつているのである⁽³⁾。わが国の新聞の場合、非常な機械化が行われているもかわらず、印刷工程が複雑であり、その部門に多くの人員を必要とする特殊性が、こうした数字によつてもうかがわれるとすべきであろう。また、朝日新聞社の二、二四六名に典型的にみられるように、とくに全国紙の場合に編集部門にも老大な人員を擁していることは、わが国の新聞が通信社に依存する度合が少なく、あらゆる分野にわたつてストレート・ニュースに至るまで自社の記者によつて取材を行う傾向の強いことを、明らかに物語つているといふべきであろう。

ともあれ、これらの数字によつて、わが国の新聞、ことに大規模な全国紙が多数の従業員をもつ大企業であることが知られるであろう。しかも、これらは直接の本社の従業員であり、これに関連企業を含め、また、一九六九年ですでに全国で三二四、六五九名を数えた新聞販売店の従業員を加えるならば⁽⁴⁾、新聞関係事業はかなり大きな人員を数えるものとなり、大規模な産業であることが、あらためて理解出来ると思ふのである。また、その点についてはさらに後に述べるつもりであるが、こうした老大な人員を擁する大企業である新聞が、ニュースの取材から編集、印刷発行さらには発送、配達というその多様な業務内容とも相俟つて、極めて大規模な、かつ、複雑な組織をもつに至ることは容易に想像し得るところであり、それが

また、わが国の新聞のあり方に大きく関連していることは、否定し得べくもないのである。

(1) 日本新聞年鑑、一九七六年、四八七頁。

(2) 同、五〇一―五〇三頁。

(3) 同五〇一頁。

(4) 高木教典、中野収、早川善次郎、北川隆吉編、図説現代のマス・コミュニケーション、一九七〇年、一一三頁。

四

わが国の新聞社、ことに全国紙が大規模で複雑な組織をもっていることは明らかであるが、それぞれの新聞社の経営政策や編集方針によつて多少の相違があることも否定出来ないし、最近において、新聞社もまた、経済状況や技術革新などに対応して、しばしば機構改革を行つていることも事実である。いま、それらの組織、機構に関して詳細に述べる余裕はないが、極く大ざっぱに朝日新聞社の組織に例をとつて、その特質を述べることにしよう。⁽¹⁾

朝日新聞社の場合、その最高責任者は代表取締役であり、最高方針が取締役会によつて決定されることはいうまでもないとしても、一つの特徴は、創設者である村山、上野両家を処偶する意味から「社主」制度を設けていることである。現実、この「社主」と実際の経営を行つている取締役会との対立を招き、しばしば「お家騒動」が云々されていることは、注目に価するであろう。

それはともあれ、取締役会の下に東京、大阪、西部、名古屋の四本社がおかれ、それに北海道支社が設けられ、それぞれにおいて新聞を発行している。そうして、各本社にはそれぞれに編集局、印刷局、業務局が設けられて実際の新聞の編集、発行の業務を行つている。取締役会の下には、総務局、経理総局などの本社業務の部局、電子計算室、ラジオ・テレビ室などの特殊部室、用語委員会、航空委員会などの各種委員会、それに出版局が設置されているのであるが、とくに注目すべき

ことは、主筆および論説委員会は取締役会に直屬しており、系統的には編集局長の指揮下にはなく、一応論説の独立性が位置づけられていることであろう。

わが国の新聞は、最近でこそいわゆる総合編集が強調されているのであるが、現実には伝統的な面別編集の傾向が強く、現在でも紙面は政治面、経済面、社会面、文化面というようにページによつて分けられているのが通常である。これに対応して、編集局には、取材し、出稿する各部は、政治部、経済部、社会部、外報部、運動部、学芸家庭部、科学部というように専門別に分けられている。朝日新聞社の場合、このほかに通信部、連絡部、調査部、特信部などの特殊部門、航空部、写真部などの専門部門、それに各支局が編集局の下におかれている。また、実際に、紙面の編集を行い、見出しをつける整理部、記事の校閲、訂正などを行う校閲部も、さらには、日本の新聞がよく行う世論調査を担当する世論調査室も、編集局に属している。

こうした多様な部門がそれぞれかなり独立した形で業務を行っているのが、わが国の新聞の一般的な傾向であるが、それだけにややもすれば取材各部にセクシヨナリズムの傾向を生み出し、出稿する各部と、整理、編集を行う整理部との間に、時に対立やトラブルが生じ、ともすれば全体としての不調和、不統一を招く傾向があることは否定できない。社会の高度化とともに、ますます専門化の傾向が強まることは否定出来ないとしても、このように大規模で、かつ、複雑に細分化された部局の間を調整し、統一を保持するために編集局長、次長などによる統制、部長会議などによる相互の連絡、調整の機能が重視されねばならないのであるが、現実には、各紙面の間の不調和、全体としての統一性の欠如などがしばしば指摘されていることは事実であり、それはこうした大規模かつ複雑な組織をもつわが国の新聞には、あるいは不可避の傾向であるといえなくはないのである。

さて、印刷局も、日本の新聞の複雑な印刷工程を反映して、前述したようにかなり多数の人員をようしているのである

が、印刷局もさらにいくつかの部門に分かれている。朝日新聞社の場合、そこには活版部、印刷部、紙型鉛版部、写真製版部、技術部などが含まれている。

一方、業務局は、大別して、新聞社の主たる収入源である販売と広告とにかかわることがその主要な業務であるが、それだけに経営面においては極めて重要な地位を占めていることはいうまでもない。それぞれに老大な業務をかかえているために、さらに細分化されているが、朝日新聞社の場合、販売部門は販売第一部、第二部、第三部、販売管理部、販売部に分かれており、広告部門は、広告第一部、第二部、第三部、広告部というように分かれている。出版関係の業務も業務局に含まれ、出版業務部、出版広告部がこれに属している。さらに、業務局には、この外に発送部、資材部、運輸部などが含まれており、また、わが国の新聞社は本来の新聞発行の外に多方面の事業を行うことが、その特徴の一つとして指摘されるのであるが、それらを担当する事業部も、この業務局に属しているのである。

すでに、編集局内部における不調和、不統一の傾向について指摘したのであるが、さらに、これら編集局、印刷局、業務局相互の間にもしばしば対立や不統一を招く可能性のあることも否定出来ない。ことに、編集局と業務局との関係は極めて微妙であり、現に、編集に対する経営の優位が指摘される状況の下においては、とくに然りであろう。朝日新聞社の場合、取締役会の下に、編集、印刷、業務三局調整委員会が設置されていることは、この間の消息を端的に物語っているというべきであろう。

以上、朝日新聞社の場合を一例として、全国紙の複雑な組織、機構をみて来たのであるが、他の全国紙の場合も大同小異であり、巨大なブロック紙もまた、多少の相異はあれ、同様に複雑な組織をもっており、地方紙の場合も、それなりに小規模であるとはいえ、その組織はかなり複雑であり、基本的には同様の傾向をもっている。敢ていうならば、このような大規模で、かつ、複雑な組織を一貫した方針のもとに統一して運営することは必ずしも容易なことではなく、わが国の新聞の編

集のあり方や内容に、しばしば指摘されるような首尾一貫性の欠如、不統一がありとするならば、それはこのような組織、機構の複雑さと決して無関係ではない筈である。

(一) 高木他編、前掲書、七四、七五頁。

五

次に、少しくわが国の新聞の経営の実態についても論及しておきたいと思う。いうまでもなく、わが国の新聞も、その主たる収入源は広告収入と販売収入とである。次頁の第一表は、最近における日本の新聞の販売及び広告収入の比率の推移を示したものであるが、これによれば、最近での度々の新聞購読料の値上げにもかかわらず、広告収入に依存する度合は、販売収入のそれよりも、時に消長はあれ、一貫して大きいことが知られる。それだけに、発行部数の増大にもかかわらず、極く最近のわが国の経済状況の停滞によつて、新聞社の経営が苦しくなつていくことが、一応理解出来るのである。そのことは、次のような資料によつてもうかがえるのである。すなわち、次の第二表は、一九六〇年を基準として、新聞の総ページ数と総広告量との推移をみたものであるが、これによれば、新聞は年を追つて増ページを行つて来たわけであるが、紙面の充実を口にしながらも、それは現実に広告収入の増大をはかつて来たことが明らかに指摘できるのである。すなわち、一九六〇年を一〇〇とする指数によれば、一九六九年の総ページ数は一六六・四に増大しているのに対し、総広告量は実に二三四・一を示しているのである。

しかしながら、オイル・ショック以来、最近の経済情勢を反映して、最近では、次の第三表にみられるように、明らかに広告量の減少がみられるのである。⁽³⁾すなわち、一九七二年を一〇〇とする指数でみるに、一九七五年では、新聞の総ページ数が九六・五であるのに対して、広告掲載量は九四・八を示しているのである。

第一表 販売収入と広告収入の比率

期 別 収入 構成	45上	45下	46上	46下	47上	47下	48上	48下	49上	49下
	販 売 収 入	40.5	41.1	42.1	44.5	40.5	43.5	41.1	40.2	42.2
広 告 収 入	59.5	58.9	57.9	55.5	59.5	56.5	58.9	59.8	57.8	53.4

日本の新聞の特質と構造

第二表 新聞総ページ数と総広告量の推移

(電通調べ)

年	総 ペ ー ジ 数			総 広 告 量			広告掲	調査対 象紙数
	ページ数	段 数	指 数	段 数	指 数	対前年比	載率%	
1955	197,778	2,966,670	70.2	789,181	62.6	104.5	26.6	96
56	214,627	3,219,405	76.2	890,532	70.6	112.8	27.7	96
57	226,324	3,394,860	80.3	956,070	75.8	107.4	28.1	96
58	227,660	3,414,900	80.8	972,851	77.2	101.8	28.5	93
59	265,104	3,976,560	94.1	1,159,913	92.0	119.2	29.2	95
60	261,828	4,227,420	100.0	1,260,964	100.0	108.7	29.8	94
61	298,272	4,474,080	105.8	1,416,772	112.4	112.4	31.7	94
62	313,874	4,708,110	111.4	1,554,732	123.3	109.7	33.0	94
63	336,984	5,064,111	119.8	1,748,095	138.6	112.4	34.5	94
64	390,867	5,863,005	138.7	2,069,368	164.1	118.4	35.3	100
65	382,958	5,744,370	135.9	1,996,668	158.3	96.5	34.8	100
66	392,254	5,883,810	139.2	2,118,672	168.0	106.1	36.0	100
67	411,254	6,168,810	145.9	2,346,885	186.1	110.8	38.0	100
68	438,688	6,580,320	155.7	2,601,902	206.3	110.9	39.5	102
69	465,036	6,975,540	166.4	2,833,962	234.1	108.9	40.6	102

注) ただし, 調査対象紙数の68年1月~3月は100紙。

第三表 新聞広告掲載量・延ページ数

年 度	年 間 合 計			
	掲 載 量 (段)	指 数	ペ ー ジ 数	指 数
1972	2,833,766.03 (2,804,039.93)	100	465,161 (458,369)	100
1973	3,052,719.22 (3,030,437.01)	108.1	470,253 (465,891)	101.6
1974	2,764,379.71 (2,742,814.67)	97.8	438,656 (434,016)	94.7
1975	2,658,557.87	94.8	422,325	96.5

注) 1 対象紙は、1972年90紙、73,74年各89紙、75年88紙。

2 カッコ内の数字はそれぞれの年の対象紙88紙にした場合の数値。

日本の新聞の特質と構造

第四表 収 入 構 成 比 率

年 度 \ 収 入	販 売 収 入	広 告 収 入	そ の 他 の 営 業 収 入	営 業 外 収 益
1970年下期	37.0%	52.7%	6.7%	3.6%
1971年下期	39.3%	48.4%	8.2%	4.1%
1972年下期	39.0%	49.9%	7.2%	3.9%

(総収入=100)

それはともあれ、上の第四表は、最近における新聞事業の収入比率を示したものである。これによつて、一九七二年下期についてみるに、販売収入が三九・〇%、広告収入が四九・九%、その他の営業収入が七・二%、営業外収入が三・九%となつてゐる。これによつてみて、出版、印刷事業などのその他の営業収入、受取利息、配当金、資産の売却益などの営業外収益が、多少の変化があるとはいへ、それほど大きく變つておらず、依然として販売、広告収入が新聞社の九〇%に近い収入源であることが知られるとともに、すでに指摘したように、広告収入が販売収入を上廻つてゐることは明らかである。しかしながら、わが国の場合、広告料率が発行部数に比例するのが一般的な傾向である事実を鑑みるならば、販

売部数の拡大が新聞経営にとつて、極めて重要、かつ、基本的な問題であることは、あらためて指摘するまでもないところであろう。現に、激しく展開されている「朝日」と「読売」との間の発行部数「日本一」競争も、その間の事情を如実に物語っているというべきであろう。

次に、新聞の支出構成についても論及しておく必要があるであろう。新聞事業の収支構成比率調査報告書によれば、⁽⁵⁾一九七四年の下期で、新聞全体の平均では、用紙費が一七・八％、人件費が四二・五％、経費が三二・〇％、そうして営業外費用が五・五％となつている。しかし、発行部数五〇万部以上の大新聞では、用紙費が二二・三％、人件費が三一・一％、経費が三九・三％、営業外費用が五・七％となつており、一般に、新聞の規模が大きくなるにしたがつて、用紙費と経費の比率が増大し、人件費の割合が低下していることが知られる。発行部数が大きくなるにつれて、必要とする用紙量が増加することは当然であるとしても、大きな発行部数をもつ新聞が、それを維持し、さらに拡大するために、配達経費がかさみ、より多くの販売経費を必要とすることは明らかであろう。これらの数字は、そのことを如実に物語っており、わが国の巨大新聞が発行部数の維持、増大という、いわゆる販売競争に重点をおいていることが、それからも推測されるであろう。

以上、極めて大ざつばにわが国の新聞社の収支構成について述べて来たのであるが、これらのみからしても、新聞における経営優位の状況が自から理解できるのであり、ことに発行部数の維持、増大が極めて重要な問題とされており、したがつて、販売拡張が新聞社のもつとも中心的な関心であるといわれることの一端を、うかがい得るであろう。しかしながら、その点は、さらに、次に取り上げるわが国の新聞の販売。配達の機構ならびにその現状の分析によつて、さらに明瞭に指摘することが出来ると思ふのである。

(1) 日本新聞年鑑、一九七六年、四八九頁。

(2) 高木他編、前掲、一一八頁。

(3) 日本新聞年鑑、一九七六年、四九二頁。

- (4) 川中康弘、清水英夫、林伸郎著、マス・コミュニケーション概論、一九七四年、九七頁。
(5) 日本新聞年鑑、一九七六年、四八九頁。

六

わが国の新聞は、個別宅配制度という特殊な配達制度の上に発展して来たのであり、少くともそれに依存する度合は極めて大である。このことは、日本新聞協会の調査によれば、一九七六年三月現在で、全部数の実に九一・一％が家庭配達であり、立ち売りはわずかに八・三％にすぎず、残りの〇・六％が郵送その他によつてゐる事実によつても、明らかに立証し得るであらう。⁽¹⁾

たしかに、こうした個別宅配制度によつて、わが国の新聞がめざましい普及をとげ、今日では、世界でもつとも新聞の普及している国となつて来たことは事実であり、その点は評価すべきであるかも知れない。しかしながら、少くとも現状にあつては、この宅配制度が大きな問題をはらんでいることは否定できない。現実には、労働力の不足、労働賃銀の上昇を背景として、このような家庭配達制度がどこまで維持出来るかは一つの問題点であり、少くとも困難になりつつあることは事実であらう。

日本新聞協会の調べによれば、⁽²⁾一九六九年における全国の新聞販売店の総数は実に一八、一一二店を数え、その従業員の総数は三二四、六五九人に及んでいる。しかしながら、その内訳をみるに、その四五・五％が一六歳未満の者であり、満一六歳以上一八歳未満の者が一五・六％で、これらの合計が六一・一％を占めており、満一八歳以上の者はわずかに三八・九％にすぎない。しかも、満一六歳以上一八歳未満では、それを専業とする者は全体の〇・四％にすぎず、満一八歳以上でも専業は男子で全体の一二・一％、女子で三・二％にすぎないのが実情である。新聞配達の仕事が、いかに未成年者、学生な

どのアルバイトに大きく依存しているかが知られるのであり、そこに配達制度維持の困難さの増大をうかがうことが出来る。かてて加えて、配達経費の増大が新聞経営を圧迫しつつあることも事実であり、最近における新聞購読料の値上げの度に、配達経費の値上りがその大きな理由の一つとされていることは周知のところであろうが、そのことは前述の新聞社の支出構成の分析によつても理解し得るところであらう。

それはともあれ、個別宅配制度のより以上の大きな問題点は、それによつて、新聞の競争が、紙面内容の競争、編集上での競争というよりも、むしろ販売競争、専売店相互の競争という傾向をもたらし、それが、引いては新聞のコマーシャルズを助長し、編集よりも経営優位の傾向を促進している、ということである。ことに、最近のように、新聞の発行部数の自然増をもたらして来た高度経済成長と、家族の核家族化の進展による世帯数の増大といった条件が、いずれも停滞状況となり、新聞相互の激しい市場占有率の競争が展開されているような状況の下においては、そのような傾向がさらに注目されるのである。

わが国の新聞が個別宅配制度の上立つており、それが月極めの定期購読制であるために、新聞は個人よりもむしろ世帯をその単位とする傾向にあることは否定出来ない。また、それぞれの新聞社が自己系列の販売店網をもつ、いわゆる専販制度をとっているために、そうした販売店間の販売競争が激しく、販売店網の強弱、販売店の販売活動いかんが、ただちに個々の新聞の発行部数の大小につながる、という現実は否定し得べくもない。さらに、販売店網の強弱、その活動のあり方は、個々の新聞社の販売政策、引いてはその資本力の大小と密接に関連しており、その結果として、資本力によつて、新聞の発行部数の大小が決定されるような傾向をもちがちなのである。

現実に、販売店に対してどのような条件を与えるか、どの程度の奨励金をつけるかというような点、あるいはいかなる景品などを提供するかというようなことは、販売政策や資本力と大きくかかわっていることは明らかであろう。また、そうし

た点で、不当な競争や不公正な取り引きが「私的独占の禁止及び公正取引の確保に関する法律」によつて禁止されており、公正取引委員会がしばしば規制しているにもかかわらず、かなりそうしたことが依然として行われているのが現実である。

また、月極め購読であるために、特定の新聞を購読することが一つの惰性となり、習慣的に購読する傾向が強く、日々の新聞内容によつての選択が厳しく行われていないことも、いうまでもなからう。時に、自からの購読する新聞の編集の仕方や内容に不満があり、他の新聞に選択を変えようとする場合があつても、月極めである関係から、次の契約時までには、それを忘却して下うというようなことも、決して少くない筈である。

現に、何故にその新聞を選択し、購読しているか、ということに関して行われたいくつかの調査の結果によつても、一般に、さしたる理由もなく、単に惰性でその新聞を選択しているとか、販売店の勧誘やあるいは景品によつて選択するというような場合が多く、その新聞の編集方針や内容によつてそれを選択している場合が少ない、という傾向が指摘出来るのである。もちろん、新聞の大小、その発行部数の多小が、それぞれの新聞の報道、評論のあり方や内容と全く無関係であるとはいい得ないにしても、すでに述べたように、わが国の新聞が極めて画一的であり、特色に乏しいということと併せ考えるならば、それが新聞社の販売政策、専売店網の強弱、さらには資本力の大小と極めて密接な関連をもつことは、否定し得べくもないところであらう。

(1) 日本新聞協会、新聞手帳、前掲。

(2) 高木他編、前掲、一一二、一一三頁。

七

わが国の新聞の構造や機構についての制度論的分析を行うためには、なお考察を加えなければならない多くの問題が残されていることはいうまでもない。しかしながら、以上において、わが国の新聞の構造や組織の主な点について少しく分析を

加え、その顕著な特質についていささか明らかにして来た。

すなわち、わが国の新聞、ことに巨大な発行部数をもつ全国紙が、尨大な資本、資材を必要とし、多数の人員をようする巨大企業の性格をもっており、したがつて、その多様な業務内容と相俟つて、極めて大規模なかつ、複雑な組織、機構をもつ存在であることを、まず明らかにした。そうして、その資本構造、収支構成などに論及し、日本の新聞が過少資本であることはともかくとして、その営業優位の傾向をもつゆえんについて、そうした点からの分析を試みた。そうして、最後に、ある意味でわが国に特有の個別宅配制度について論じ、その特質や問題点を明らかにするとともに、そこから編集よりも販売に重点がおかれざるを得ない新聞経営の実態について述べて来たのである。

これらを通じていい得ることは、わが国の新聞には編集よりも経営優位の傾向が強く、その底流として極めてコモーションリズムの傾向が強いということである。この点については、すでに他において、わが国の新聞の発展過程についての考察を試みた際にも、現在のわが国の新聞の基本的性格が、「大阪系商業主義ジャーナリズムの全国征覇」という形において形成されて来た⁽¹⁾一経過を明らかにし、指摘したところである。しかしながら、そのことは、さらに、このような制度論的分析によつても、あらためて明らかになし得たと考えるのである。

それはともあれ、このような制度的な特質をもつわが国の新聞が、その内容において、報道や評論の姿勢において、すでに指摘したような傾向をもつとしても、必ずしも不思議はないであろう。すなわち、わが国の新聞の主張、評論が首尾一貫性に欠け、確乎たる立場に立たず、その場限りの無責任な是々非々主義の傾向が強いとしたのであるが、巨大な発行部数をもち、その維持、拡大をはかることが極めて重要であるとする限りは、特定の立場に立たず、多様化した読者のどのような分子にも敢て組せず、極めてあいまいな主張を行うことも、むしろ当然のことといわなければならない。敢ていうならば、わずか数十万部の発行部数しかもたない、各国の高級紙が、かなり明確な立場に立ち、鮮明な主張を行うとしても、発行部

数の減少を余り恐れる必要がない状況とは、明らかに大きなへだたりがあるというべきであろう。

また、わが国の新聞の報道のあり方が、甚だしく感情的、情緒的であり、センセーショナルな傾向が強いたのであるが、これまた、巨大な発行部数を維持し、拡大するために、出来得る限り多くの読者を獲得する意味で、読者大衆に迎合し、その歓心を買おうとする結果であるというべきであろう。わが国の新聞が、禁欲的言論をこととし、大勢順応主義をとり、大衆迎合主義の傾きが強いとすれば、それは、すでにみて来たような新聞の体質の反映であり、経営優位の現れであり、底流たるコモーションリズムと大きくかかわっているといひ得るであろう。

さらにいうならば、わが国の新聞に個性が乏しく、全体として極めて平準化し、画一化しているとすれば、これまた、前述したようなコモーションリズムに基く、激しい競争の結果であり、ことに販売競争と関連が少くないというべきであろう。もちろん、「新聞は社会の鏡である」といわれるように、そうした傾向は、平準化、画一化が著るしく進歩している日本社会の傾向や、感情的、情緒的だといわれる日本人の傾向と決して無関係ではなく、それを反映していることは否定し得ないであろう。しかしながら、日本の新聞の報道、評論のあり方が、前述したようなわが国の新聞の制度的特質と極めて深くかわり合っていることも、また、否定出来ないところであろう。

(一) 拙著、マス・コミュニケーションの研究、一九六八年、二五二頁。