

【研究ノート】

## 地方紙の抱える課題とその対応

Challenges local newspapers face in contemporary Japan

松本 恭幸\*

Yasuyuki MATSUMOTO\*

**要約**：高齢化と人口減少が進む地方で新聞を発行する地方紙は、過去10年間でスマートフォンの普及による他のウェブメディアとの競合もあって若い世代を中心に新聞離れが進み、大きく発行部数を減らした。そうした中、本稿で取り上げた愛媛県の愛媛新聞、沖縄県の沖縄タイムス、琉球新報の3つの地方紙では、新聞のデジタル化に向けた対応として、(地域の外の読者も対象にした)課金コンテンツによるマネタイズ化、将来のデータベースマーケティングに向けた会員組織の立ち上げ、動画配信、ファクトチェックやオンデマンド調査報道等の新たなローカルジャーナリズムの取り組みによる読者との関係構築、若い世代を新聞に取り込むNIE事業、既存の販売網維持と新規事業開発等を目指そうとしている。本稿ではそうした地方紙の具体的な取り組みの事例について紹介する。

### 1. はじめに

日本新聞協会の調査によると、日刊紙の発行部数がピークに達した1997年には、朝夕刊セット紙を1部として計算した新聞の総発行部数は5,377万部<sup>1)</sup>だったが、その後、徐々に部数を減らし、特に2007年以降は急激な減少に見舞われ、2018年にはピーク時から1,400万部程少ない3,990万部<sup>2)</sup>となった。この間、世帯数は4,550万世帯から5,661万世帯へと1,100万程増加したこともあり、1世帯当たりの購読部数は1.18部から0.7部まで減少している。

---

\*武蔵大学社会学部教授

また電通の調査によると、新聞の広告費は1997年の1兆2,636億円をピークに、2018年にはその4割以下の4,784億円まで減らしており<sup>3)</sup>、発行部数減にともなう販売収入の減少以上に、広告収入の減少が大きなものとなっている。

この背景には2000年以降のネット環境の常時接続定額制による家庭への急速な普及、2010年以降のスマートフォンを始めとする新たな情報デバイスの急速な普及による若い世代を中心とした新聞離れが指摘されよう。そしてこうした状況は、経営体力を持った全国紙以上に、高齢化と人口減少が進む地方で新聞を発行する地方紙に、より深刻な状況をもたらしている。

そんな中、地方紙は現在、どのような課題を抱え、それにどう対応しようとしているのかについて、愛媛県の愛媛新聞、沖縄県の沖縄タイムス、琉球新報の3紙の取り組みをもとに見ていきたい。愛媛新聞は愛媛県でシェア5割台、沖縄タイムス、琉球新報は沖縄県でそれぞれシェア4割台を占め、地元で最も読まれている新聞である<sup>4)</sup>。

愛媛新聞、沖縄タイムス、琉球新報の3紙の発行部数は、2008年までは愛媛新聞が31万部、沖縄タイムス、琉球新報がそれぞれ20万部を上回っていたが、その後、10年間で大きく部数を減らし、2018年4月時点で愛媛新聞が23万1,662部、沖縄タイムスが15万7,611部、琉球新報が15万4,509部と、10年前の4分の3近くになっている<sup>5)</sup>。なおこの間、愛媛県の人口は144万4,000人から135万2,000人に減少したものの、沖縄県の人口は137万6,000人から144万8,000人に増えており、沖縄県での深刻な普及率の低下が見られる<sup>6)</sup>。

また愛媛県の世帯数は62万2,441世帯から65万3,377世帯へ、沖縄県の世帯数は54万1,444世帯から64万3,056世帯へとそれぞれ増加(世帯人員は減少)しており<sup>7)</sup>、これによって世帯普及率の急速な減少<sup>8)</sup>とともに、購読世帯で回し読みする人の数が限られるため、日常的に新聞をまったく目にしない人がかなりの数に及ぶと考えられる。

## 2. デジタル化に向けた対応

愛媛新聞、沖縄タイムス、琉球新報とも、過去10年間で発行部数を大きく減らしているが、地元でのシェアはほとんど変わっていない。すなわちそれぞれの発行部数の減少は、全国紙等との競合によるものではなく、新聞自体が多くの人に読まれなくなってきたことによる。特に沖縄ではもともと全国紙が本土から空輸されるため当日朝に届かないという事情があってほとんど読まれず、また2017年4月に沖縄県石垣市に本社のある保守系の八重山日報が産経新聞と提携して、沖縄タイムス、琉球新報と異なる論調の沖縄本島版を発行したものの、購読者数が伸びずに2019年2月末で撤退しており、現在、他紙との競合はまったくない状態である。

2018年の都道府県別高齢化率が32.6%と全国で9位の愛媛県では、愛媛新聞地域読者局販売部の清原浩之部長によると、「新聞の購読中止の理由として、高齢で新聞が読めなくなるというケースがかなりの割合を占める」という<sup>9)</sup>。一方、2018年の都道府県別高齢化率が21.6%と全国最下位の沖縄県では、沖縄タイムス社総合メディア企画局デジタル部の與那覇里子記者によると、「新聞離れは若い世代に限らず、全ての世代で起きている」という<sup>10)</sup>。

こうした中、各紙とも新たな収益源の確保目指して、デジタル化に向けた取り組みを進めている。ちなみに愛媛新聞、沖縄タイムス、琉球新報とも、自社サイトが開設されたのはいずれも1996年である。

### 2-1 各社異なる課金ビジネスの沿革

愛媛新聞メディア推進局メディア開発部の奥村健副部長によると、1996年に愛媛新聞のサイトが立ち上がった当時は、「その日のニュースを1日10本程、速報性を考えて翌日の新聞に掲載するものも含めて配信するというおおらかなものだった」という<sup>11)</sup>。

その後、2005年に販売部主導で愛媛新聞の会員組織のアクリートクラブが誕生し、会員になるとアクリートクラブ加盟店の優待や割引が受けられるようになるが、当時は申込書に記載すれば誰でも会員カードが発行されたため、最終的に登録者は24万人に達した。だが「会員の重複や、会員登録時にメールアドレスを持っている人には記載してもらったものの、手書きのための書き間違いやその後のアドレス変更で、メールで情報を送っても届かない会員も多く、会員データベースとしてあまり機能していなかった」(奥村)という。

愛媛新聞ではこのアクリートクラブの組織化と併行してサイトの二層化を行い、無料で誰でも見ることの出来るエリアとアクリートクラブの会員のみがログインして見ることの出来るエリアに分けた。ただその際に「見出しのみ一層目に配置し、記事の中身をログインして二層目で見るといったことで、会員以外のユーザーにはサイトの情報が減った印象を与えることになった」(奥村)という。

その後、2010年に携帯電話向けにニュースを有料配信する愛媛新聞モバイルのサービスがスタートし、現在もフィーチャーフォン、スマートフォンの双方に向けた配信が行われている。

そして2013年に愛媛の経済サイト「E4」が、有料会員サービスとしてスタートする。これは愛媛新聞が愛媛県の経済専門誌を発行する愛媛経済レポートと提携して立ち上げた主に法人会員やビジネスマン向けのサイトで、両社の経済ニュースが配信されるだけでなく、愛媛経済レポートの持つ会社年鑑のデータベースを利用することも出来る。

翌2014年に愛媛新聞の電子版が創刊され、スマートフォン向けの「愛媛新聞ONLINEアプリ」も提供された。愛媛新聞では電子版を始める際に、従来のアクリートクラブの会員組織の見直しに着手し、それまでの「一般会員」とは別に、ウェブ上で新たにID登録した人を「Web会員」として、6,000店余りの加盟店のサービス以外にサイトの会員向けコンテンツが閲覧出来るようにし、「一般会員」には「Web会員」としての再登録を呼び

かけた。さらに愛媛新聞の購読者は、「読者会員」として登録すれば電子版を無料で見れるようにした。なお県外では「読者会員」に登録して、新聞の購読費と同額で電子版のみを購読する形となる。

現在、「Web 会員」が1万3,000人余り、「読者会員」が2万人余りとなっている。また別料金となるが、「Web 会員」、「読者会員」は愛媛新聞のデータベースで過去記事の検索・閲覧サービスも利用出来る。

このように愛媛新聞ではデジタル化に向けた取り組みとして、自社以外に加盟店等からの様々なサービスが受けられるアクリートクラブのような会員組織を運営しているのが大きな特徴だが、沖縄タイムス、琉球新報の場合、電子版の創刊はそれぞれ2013年、2011年と愛媛新聞より早かったものの、電子版等の購読のためのID登録を別にすると、まだこうした様々な特典による読者の囲い込みを目指した会員組織の立ち上げに至っていない。

琉球新報社編集局の玉城江梨子デジタル編集担当によると、琉球新報では2011年に県外向け、翌2012年に県内向けに電子版をスタートし、2016年にはニュースサイトとは別に、主に若者や女性とターゲットに様々なライフスタイル関連の情報を提供する「琉球新報 Style」というウェブマガジンを創刊した<sup>12)</sup>。

愛媛新聞との大きな違いは、愛媛新聞では「Web 会員」になることで、一部の「読者会員」（新聞購読者）限定記事以外の大半の記事を無料で読めるのに対し、琉球新報ではニュースサイトも「琉球新報 Style」も無料記事と有料記事に分かれ、有料記事を読むためには有料会員になる必要がある点だろう。また愛媛新聞では新聞購読者は電子版も追加料金なしに購読出来るのに対し、琉球新報では追加料金300円が発生する。この点については沖縄タイムスもまったく同様である。

愛媛新聞が「E4」のような主に法人会員やビジネスマンを想定した経済情報配信サービス、モバイル向け配信、新聞記事データベース以外を課金せず、電子版を新聞購読者に無料で提供し、代わりに将来的なデータバ

マーケティングにつながるアクリートクラブのような会員組織の拡大を目指しているのに対し、琉球新報や沖縄タイムスがウェブ上での有料記事の配信や、新聞購読者からも追加料金を取って電子版を提供する背景として、愛媛県と沖縄県のニュースに対する県外の読者のニーズの違いが指摘されよう。

沖縄タイムスの與那覇によると、「沖縄タイムスしまパス」という有料会員サービスに登録して有料記事や電子版を購読する人の7割が県外在住で、「基地問題や台風関係のニュースが良く読まれており、ウェブ独自の有料記事はかなり県外の読者を意識して書いている」という。ただこれは基地問題から観光まで多くの本土の人が関心を持つ沖縄の特殊事情によるもので、愛媛新聞を始めとする大半の地方紙では、県外から有料記事や電子版の購読を希望する人の数は少なく、そのため限られた県内の読者を対象に有料記事や電子版での収益拡大を目指すより、むしろ現時点では購読者に対するサービスの1つとして無料で提供し、将来に向けた読者の囲い込みに力を入れていると考えられよう。

## 2-2 地域の読者が情報の発信・共有をする場づくり

現在、多くの地方紙のデジタル事業で多少なりとも収益につながっているのは、広告以外では自社サイト以外の他メディアへの記事配信である。愛媛新聞、沖縄タイムス、琉球新報とも、共同通信と全国の主要地方紙が中心となって立ち上げた「47NEWS」のサイトを始め、「Yahoo! ニュース」、「LINE NEWS」等のウェブメディアにピックアップした記事を配信している。また共同通信の子会社の共同通信デジタルとヤフーの合弁会社ノアドットのコンテンツ共有プラットフォーム「nor.」を通して、スマートニュース等にも記事を配信している（沖縄タイムスは他に「グノシー」にも配信）。ウェブメディア以外では、地元のFM局やCATV局、電光ニュース等にもニュースを提供している。

地方紙がウェブメディアに記事を配信する理由として、ウェブメディア

側からの収益の還元以外に、ウェブメディアから自社サイトに読者を誘導する目的がある。ところが近年、若い世代の多くはこうしたウェブメディアに流れる無料の記事をスマートフォンのアプリで読むだけで満足してしまい、地方紙のサイトにある他の記事を見ることや、電子版を含めた新聞の購読になかなかつなげていかない状況にある。

またスマートフォンでニュースに接する人達は、それ以外の SNS やブログや様々なアプリを通して情報を得ており、その中でどれだけニュースサイトやニュースアプリを常用してもらえるかが重要である。

県外から自社サイトの閲覧、電子版の購読をする読者の少ない愛媛新聞では、紙面の量に制限のある新聞と異なり、より細かい情報が掲載可能なウェブの特徴を生かして、アクリートクラブの会員を対象に、地域に密着した情報の提供を重視している。特に力を入れているのが、若い世代も関心の高いスポーツの分野である。

2017 年秋に開催された「笑顔つなぐえひめ国体・えひめ大会」による愛媛県内でのスポーツ熱の高まりを背景に、愛媛新聞では 2018 年 2 月、愛媛に特化したスポーツマガジン『E-dgc』（隔月刊）を創刊し、同年 4 月には愛媛県、愛媛 CATV と共同で「スポーツ立県えひめ」情報発信プロジェクトをスタートして、「笑顔スポーツ応援アプリ」を「愛媛新聞 ONLINE アプリ」のコンテンツとして配信した。

この「笑顔スポーツ応援アプリ」では、県内で開催される様々なスポーツ大会や試合の様態を伝える「LIVE リポート」や、選手やチームにエールを送る「応援メッセージ」を、ユーザーがテキストや写真や映像で、アプリ内や愛媛新聞のサイトに（チェックを経た後に）投稿することが出来る。また各スポーツ・チームや団体が、「チーム紹介」、「試合・イベント予定」を投稿することも出来る。そして「笑顔スポーツ応援アプリ」には歩測計の機能も組み込まれており、持ち歩く端末のセンサーで計測して一定の歩数に達するとポイントが獲得出来、ポイントが貯まると提携する店舗で使えるクーポン等と交換することが出来る。

愛媛新聞の奥村は、「将来的にはスポーツに限らず文化イベントの情報も発信出来るようにして、地元の人が発信した情報を共有出来るプラットフォームを目指したい」という。

### 2-3 地方の視点で全国の読者に発信

県外から自社サイトの閲覧、電子版の購読をする読者を多く抱えた沖縄タイムス、琉球新報は、デジタル化が進む中、ウェブ上で基地問題を始めとする沖縄の様々な情報を全国紙とは異なる地元沖縄の視点で全国の読者に伝えるという、従来の地方紙にはない新たな役割を担うことになった。

沖縄タイムスの與那覇によると、「Yahoo! ニュース」は男性の読者が多く、政治的な内容の記事も読まれるが、「LINE NEWS」は女性の読者が多く、観光やグルメや生活関連の記事がよく読まれるため、「配信するメディアごとにピックアップする記事の内容を変えている」という。いずれにせよ新聞で一面に載る編集サイドが最も伝えたい記事が、ウェブ上で最も読者に関心を持って読まれる記事とはならない。

そして自社サイトで記事を配信する際に、「沖縄タイムスの記事の多くが1段12文字で70行くらいなので、1,000字に満たないものが多いが、ネットでは3,000字くらいないと検索の際に上位表示されないので、ウェブ独自の記事はSEO(検索エンジン最適化)対策のため長く書くようにし、あとわかりやすい見出しと写真の枚数を多く使うようにしている」(與那覇)という。

また沖縄タイムスも琉球新報も、紙面では地元の人が共有する情報や文脈を省略した記事を掲載しているが、ウェブ上で全国の人に伝えようとする見出しの変更やリンクも含めた補足が必要となり、同じ地域の情報を伝えるのにも新聞とは異なるウェブ独自の伝え方が求められている。「特に東京を始めとする本土から見た基地問題に直面する沖縄という語られ方は、その枠を無視すると本土の人に記事を読んでもらえないので、そうした本土の沖縄像を前提に、どう沖縄のことを伝えていくのが課題」(與



那覇）という。

ただこうした全国紙とは異なる地元の視点で全国の読者に伝えるというウェブ上での取り組みは、ローカルニュースをローカルに伝えるという従来のローカルジャーナリズムの範囲を超えた役割を地方紙が担うことでもある。そのためには地方紙が自社でウェブによる全国発信の取り組みを全て担うのではなく、社外の様々な機関と連携した新たなコンテンツ制作や情報発信の取り組みも必要になろう。

沖縄タイムスでは與那覇が中心となり、2014年にGIS沖縄研究室（渡邊康志主宰）と共同で沖縄戦の激戦地の具志頭村（現八重瀬町）出身者が戦没するまでの足跡を辿るデジタルマップ<sup>13)</sup>を制作して自社サイトで公開し、翌2015年にはGIS沖縄研究室、首都大学東京渡邊英徳研究室と共同で「沖縄戦デジタルアーカイブ」<sup>14)</sup>を制作した。また琉球新報も2017年にヤフーと共同で、沖縄戦とその後の基地問題に関する動画コンテンツを制作<sup>15)</sup>し、沖縄の戦中・戦後についてまとめた映像「3分で知る沖縄戦」、「5分で知る沖縄 戦後の基地拡大」とその解説記事、米軍に土地を接収された人々の証言等を映像で公開している。

沖縄の地方紙が自社で取材した記事や映像をニュースとして配信するだけでは、短期間で消費されて終わってしまうが、こうした大学や大手ポータルサイト等と連携し、その技術を活用して地図素材等と組み合わせてアーカイブ化することで、より幅広い全国の人に読み継がれるコンテンツとなった。

#### 2-4 映像による発信に向けて

琉球新報はヤフーと動画共同制作プロジェクトを立ち上げて、沖縄戦や基地問題に関する映像コンテンツを配信し、また沖縄タイムスの「沖縄戦デジタルアーカイブ」でも証言映像が使われているが、「一般に新聞社の制作する映像は、生配信を別にすると撮影・編集に時間がかかる割にあまり収益性が高くなく、なかなか手軽に取り組めない」（與那覇）という。

だが今後、ユーチューバーのライブ配信を観ている若い世代を中心とした層を新聞社のサイトに囲い込んでいくためには、記者が取材したことをもとに映像を交えて語りながら配信するような取り組みも必要になろう。

愛媛新聞では、グループ関連企業の愛媛 CATV の番組にニュースを提供したり記者を出演させたりするだけでなく、愛媛 CATV の番組と自社のウェブコンテンツの連携にも力を入れている。

2018年4月から「スポーツ立県えひめ」情報発信プロジェクトがスタートし、愛媛新聞ではサイトの「笑顔スポーツ」のコーナーで、県内の主要なスポーツ施設を紹介しているが、その際に愛媛 CATV と一緒に施設の取材を行い、CATV が制作した施設を紹介する番組の映像を提供してもらって、記者が書いた記事や撮影した360度カメラの写真と一緒に配信している。また「笑顔スポーツ」では、地元の様々な競技の選手へのインタビュー記事の中でも、愛媛 CATV が撮った選手のインタビュー映像を視聴することが出来、スポーツ分野での CATV とのコラボが進んでいる。

### 3. ローカルジャーナリズムの新たな取り組み

従来の読者の新聞離れが進む中、各地方紙は単に自社で取材したローカルニュースを読者に伝えるだけでなく、地方紙でないと担うのが困難なローカルジャーナリズムの機能を提供することで、読者との新たな関係を構築しようとしている。その1つがローカルニュースのファクトチェックの取り組みである。

2018年9月に行われた沖縄県知事選で、琉球新報は地方紙として初めてNPO法人ファクトチェック・イニシアティブ(FIJ)のファクトチェック・プロジェクトに参加し、その後、同年11月に琉球新報ファクトチェック取材班を立ち上げて、フェイクニュースの検証に取り組んだ。また沖縄タイムスも同時期に沖縄県知事選でのフェイクニュースの検証に取り組んでいる。

もう1つ地方紙の取り組みとして注目されるのが、読者からの情報提供をもとにその要望に応えるオンデマンド調査報道である。これは西日本新聞が2018年1月から「あなたの特命取材班」としてスタートさせ、その後、この取り組みに多くの地方紙が追隨して、2019年12月現在、13の地方紙を含む16のメディアがオンデマンド調査報道のための連携協定を結び、読者から届いた自社のエリア外の情報に関しては他社に提供したり、相互に記事の交換をしたりしている。

沖縄では琉球新報がこのネットワークに参加しており、「りゅうちゃんねる～あなたの疑問に答えます～」というコーナーを設けている。「これまでの事件や出来事についての発表報道中心のローカルジャーナリズムのあり方を見直し、記者と読者が問題意識を共有して、読者の疑問に応じて調査報道を行っていくために企画した」（玉城）という。そして読者からの疑問や情報提供を、新聞社への電話やFAXに限らず、LINE公式アカウントや記者個人のツイッターに届くメッセージも含めて対応し、その中で取材して記事に取り上げた方がよいテーマを選んで取材している。

#### 4. NIEの新たな取り組み

愛媛新聞では、地域読者局の中に販売部と読者部があり、この読者部の方でNIE関連の取り組みを行っていて、日本新聞協会のNEI推進事業の拠点となる愛媛県NIE推進協議会の事務局も読者部の中にある。こうした他紙と共同でのNIE推進事業とは別に、愛媛新聞では10年前から独自に「もっと！新聞」キャンペーンという新しい読者を育てる取り組みを行っており、その中核となるのが学校等への出前講座である。愛媛新聞地域読者局次長兼読者部長の水口重仁によると、「2018年には小中高校、大学、公民館等で年間延べ169講座を行った」という<sup>16)</sup>。

高校生には通常の「新聞づくり体験学習講座」以外に、「スポーツ立県えひめ」情報発信プロジェクトの一環で、愛媛新聞のサイトの「笑顔スポー

ツ」のコーナーの中の「発信！高校生記者」のページに記事を書く高校生記者の育成を行っており、定年後に再雇用された3名の元記者が講師として参加希望のあった県内の高校を訪れ、取材、写真撮影、記事の書き方等を教えている。「高校の放送部からの応募も多く、記事だけでなく映像取材したいという希望があれば、県内の9つのCATV局が参加する愛媛県CATV協議会の協力を得て、CATVのスタッフに教えてもらい、番組制作も行っている」(水口)という。今後は高校生記者の取材する範囲を、スポーツに限らず文化面にも広げていく予定である。

また小中学生には通常の「新聞づくり体験学習講座」以外に、小学生を対象とした「えひめこども新聞グランプリ」に応募する生徒向けのレイアウト講座や、各中学校で中学生新聞をつくるための講座を行っている。そしてこうした講座に参加する子供達の様子は、英日新聞のサイトで紹介され、子供やその親に新聞に関心を持ってもらうきっかけとなっている。

こうした個々の地方紙独自のNIEの取り組みは、沖縄タイムスや琉球新報でも行われており、特に琉球新報が2018年の沖縄県知事選の際に沖縄キリスト教学院大学と共同でおこなったワークショップ「VOTE！ #みんなごと 若者たちが考える知事選」は、大きな注目を集めた。この取り組みでは最初に琉球新報の記者が政治とは何かについて学生達にレクチャーし、それを踏まえて学生達は沖縄がどんな歴史を経てどんな課題を抱えているのか議論し、その後、立候補予定候補者討論会でのそれぞれの政策をチェックして、両陣営の選挙事務所に取材に行くとともに、県知事選に向けた若者発の政策提言するための公開ワークショップを行った。

これは大学が単独で企画しても実現するものではなく、地方紙が間に入って学生達と両候補者の陣営を繋ぐことで実現した企画で、県知事選の後に学生達は、フェイクニュースのファクトチェックのメディアリテラシー・ワークショップも行った。そしてこの取り組みの途中経過は、琉球新報に特集記事で掲載された。

このような地方紙が持つネットワークを活かした、地域の若者と社会を

繋ぐワークショップは、コンテンツとしても話題性があり、今後、NIEの新たな取り組みとして他の地方紙にも広がる可能性がある。

## 5. 販売網の維持と新規事業開発に向けて

地方紙がこれから生き残る上でもう1つ重要なのが、既存の販売エリアをカバーする販売網の維持と新たな収益につながる新規事業開発である。

愛媛新聞では発行部数が減少する中、これまでエリアサービスの見直しと合理化によって経営効率を高めることで対応してきたが、今後、積極的に取り組もうとしているのが、販売店事業の多角化である。この分野では現在、MIKAWAYA21が全国の新聞販売店を中心とした地域密着企業と提携して、「まごころサポート」という30分500円で様々な雑用を行うシニアの生活支援サービスを各地で展開しているのが有名である。

愛媛新聞では一部の販売店が2018年から愛媛総合警備保障（ALSOK）と協定を結び、販売エリアの人達にホームセキュリティサービスを紹介して契約の仲介をするとともに、販売員がサービス契約者宅で新聞が取り込まれていないとALSOKに連絡するといった事業をスタートさせた。また一部の販売店では、愛媛CATVの代理店業務や牛乳の宅配事業に進出している。

だが「どれも販売店の収益増に大きく直結するものではなく、販売エリア内での販売店の認知度を高め、地域の人達との新たな接点を持つのとどまっている」（清原）という。将来的にアクリートクラブの会員組織を活用したデータベースマーケティングと絡めた、販売店の収益につながる新たなビジネスモデルの構築が望まれる。

また愛媛新聞では、2018年4月に総務企画局の中に地域ラボ推進室を立ち上げ、愛媛新聞のブランドやリソースを活かして新規事業について考える部署を立ち上げた。こちらで新たに取り組んだことの1つが、愛媛新聞で2018年4月から11月にかけて毎週土曜日に連載された創作童話「か

なしきデブ猫ちゃん」の主人公マルのキャラクターを活用した、様々なイベントやグッズ販売である。この童話は新聞との接点の少ない小学生に、新聞に関心を持ってもらうことを目指して連載がスタートしたが、連載中に地元の子供達の間で好評だったため、連載終了後に作者の講演会、原画展、朗読による読み聞かせ等のイベントを開催し、また絵本の出版や、缶バッジ等のグッズ販売、そして地元の銀行にキャッシュカードのデザインにしてもらうなどした。他にも新聞社のブランドやリソースを活かした新たな事業開発が期待される。

## 6. おわりに

これまで過去 10 年間で発行部数を大きく減らした愛媛新聞、沖縄タイムス、琉球新報の 3 つの地方紙をもとに、デジタル化への対応、読者との新たな関係を構築するローカルジャーナリズムの取り組み、若年層に新聞に関心を持ってもらう NIE の取り組み、販売網の維持と新たな収益に向けた新規事業開発について見てきた。

いずれの取り組みも現時点で紙媒体の減少を食い止める、あるいはその収益減を補う特効薬とはなっていないが、ただ紙媒体の減少を前提に各地方紙によって条件は異なるものの、デジタル化の利点を生かして地元だけでなく全国の読者を対象に課金ビジネスを軌道に乗せること(またそのために必要なコンテンツを開発すること)、将来のデータベースマーケティングに必要な読者会員組織とその会員向けに様々なコンテンツや(販売店網も活用した)サービスを提供する仕組みを構築すること、そして新聞社のブランドやリソースを活かした新規事業開発は、今後の地方紙の生き残りにとって不可欠なものとなろう。

そしてこうした形で地方紙の新たなビジネスモデルを確立する上でも、地方紙とそのサイトが他のウェブメディアに対抗して多くの読者に読まれ、また新たな読者へ読み継がれるよう、時代に即した動画配信、ファク

トチェックやオンデマンド調査報道等の新たなローカルジャーナリズムの取り組み、地域に密着したNIEの取り組みは重要である。

## 註

- 1) 日本新聞協会加盟の朝夕刊セット48紙、朝刊単独58紙、夕刊単独16紙、合計122紙（1997年10月）。
- 2) 日本新聞協会加盟の朝夕刊セット35紙、朝刊単独69紙、夕刊単独13紙、合計117紙（2018年10月）。
- 3) 電通が発表する「2008年日本の広告費」、「2018年日本の広告費」による。
- 4) かつて3紙とも朝夕刊セット紙だったが、愛媛新聞が1992年に、沖縄タイムス、琉球新報が2009年に夕刊を廃止して、朝刊単独紙となった。
- 5) 愛媛新聞は日本ABC協会のABC部数、沖縄タイムス、琉球新報は自社公称部数。
- 6) 総務省統計局による各年度の10月1日現在推計人口。
- 7) 2008年3月31日と2018年1月1日の住民基本台帳による。
- 8) 日本新聞協会の調査では、2008年から2018年までの10年間で、日刊紙の1世帯当たり部数が愛媛県では0.88部から0.65部へ、沖縄県では0.84部から0.55部に減少した。
- 9) 2019年3月5日に愛媛新聞本社で清原浩之に行ったインタビューによる。
- 10) 2019年2月25日に沖縄タイムス本社で與那覇里子に行ったインタビューによる。
- 11) 2019年3月5日に愛媛新聞本社で奥村健に行ったインタビューによる。
- 12) 2019年2月22日に琉球新報本社で玉城江梨子に行ったインタビューによる。
- 13) 沖縄タイムス、2014、具志頭村「空白の沖縄戦」69年目の夏 戦没者の足取りをたどる（2019年12月1日取得、<http://app.okinawatimes.co.jp/feature/01/>）
- 14) 沖縄タイムス、2015、沖縄戦デジタルアーカイブ 戦世からぬ伝言（2019年12月1日取得、<http://app.okinawatimes.co.jp/sengo70/index.html>）
- 15) 琉球新報、2018、琉球新報 Yahoo! ニュース 動画共同制作プロジェクト（2019年12月1日取得、<https://ryukyushimpo.jp/special/entry-514065.html>）
- 16) 2019年3月5日に愛媛新聞本社で水口重仁に行ったインタビューによる。