第3章 テキスト系ソフト

3-1 新聞記事

新聞記事の定義

- ○「新聞記事」とは、新聞への掲載のために作成された記事・広告等を指す。
- ○新聞には一般日刊紙の他、各種専門紙、業界紙などがあるが、ここでは、日本新聞 協会に加盟している新聞社が発行する新聞を対象とする。

業界の概要

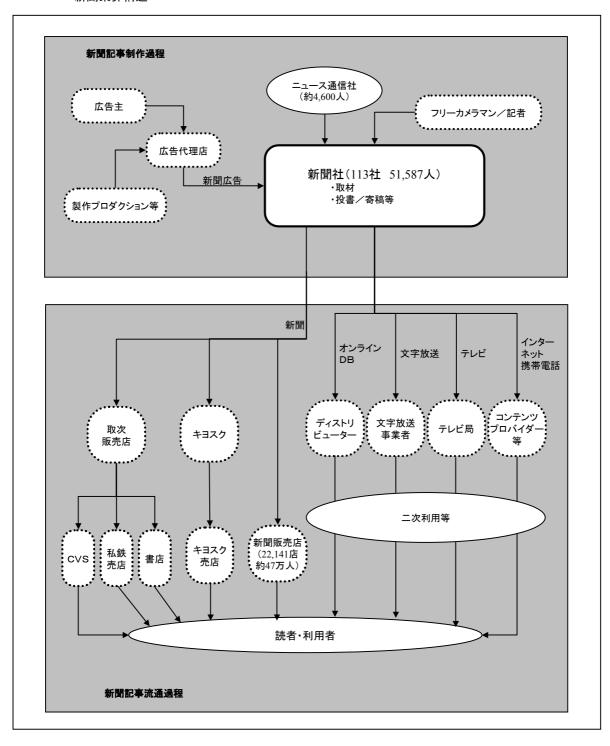
- ○新聞記事の多くは各新聞社内で作成されるが、外部で制作されるものとしては、通 信社が取材し配信するものの他、投稿記事、企画記事などがある。また、広告は外 部制作が多い。
- ○ソフト流通の中心は、いわゆる宅配であるが、スポーツ紙などは駅売店やコンビニ エンスストア等での販売が中心になっている。
- ○最近では新聞記事データベースの発達が著しく、ほとんどの記事は、オンラインD Bを通じて利用が可能となっている。
- ○新聞記事データベースは、従来までは記事のストック機能として重視されてきたが、 最近は速報性が重視される傾向にある。
- ■新聞記事配信サービスの受信媒体としては、携帯電話、PDA端末、カーナビ情報 サービス等があり、多様なメディアでの流通が進んでいる。NTT ドコモの iMODE などの携帯電話向け情報配信サービスに関しては、1999年の2月のサービス開始 時には大手5社が提供を始め、2000年3月までには19サービス22社が参入した。
- ○各新聞社のマルチメディア事業への取り組みは、以下の表のとおりである。各社の ホームページでは、ニュースや情報提供に加え、有料データベースサービスと組み 合わせるなどの動きが盛んである。

新聞・通信各社のマルチメディア事業の取り組み Multimedia Projects of Newspaper Offices and News Agencies

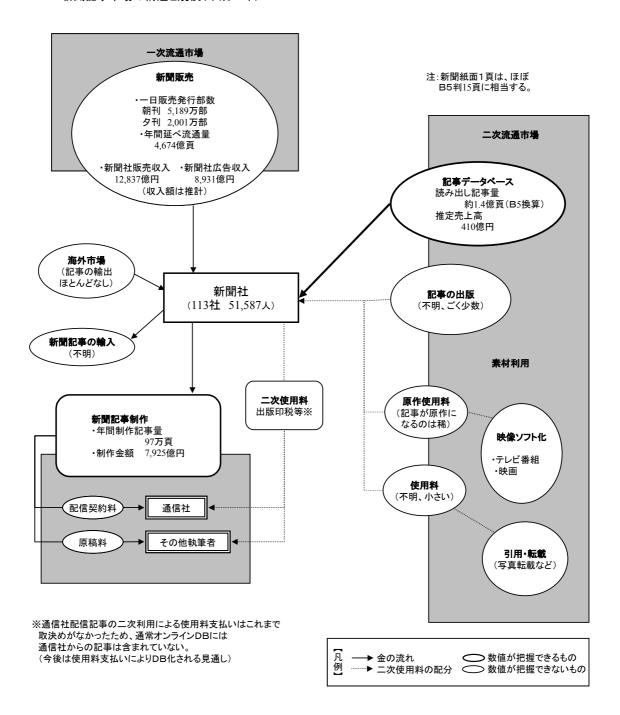
		一般向け有 料サービス							データベー ス/Archive		文字・デー タ放送		BS·CS放 送/Satellite	
		/Pay	/E-mail	/Push-type	/Stream-	Transportat	/Cellular	Television		/Communit	/Teletext	/Facsimile	Broadcastin	
		Service for	Service	Service	type	ion	Phone			у			g	
		Ordinary			Service					Broadcastin				
		Customers								g				
2001	※ 89	17	14	2	6	49	41	36	29	23	21	16	12	社/compar

社数は、新聞通信各社の本体事業のほか、1%以上の出資または役員を派遣している関連会社による事業も含めた。 ※未回答社を含めた事務局調べ。89社110サイト。 (日本新聞協会「2001年新聞・通信社の電子・電波メディア現況調査」をもとに作成。回答77社)

新聞業界構造



新聞記事市場の構造と規模(平成12年)



新聞記事市場規模、流通量数値算出の基準

基本的な考え方

- ○印刷物の形で新聞販売店等を経由して販売するルートを、一次流通市場として捉える。一次流通市場の流通量及び市場規模(金額)は、日本新聞年鑑等のデータから 把握する。
- ○二次利用市場としては、オンラインデータベース(DB)による流通を捉える。市場規模はDBサービス収入、流通量はDBアクセスにより読み出された記事量により把握する。
- 新聞記事のソフト制作は、新聞社の内部制作が多いため、新聞記事作成・編集コスト全体をソフト制作金額とみなす。外注分としては、通信社による記事配信、外部執筆者による投稿記事などが考えられるが、これらは、新聞記事作成・編集コストに含まれる。

新聞記事市場規模、流通量の算出方法

	市場別		規模・量の考え方	算出方法・推定方法	典拠
一次流通市場	新聞販売	市場規模	新聞社の「販売収入」と「広 告収入」の合計金額	(新聞社販売収入額+新聞社広告収入額)×売上高総額補正(注1)	日本新聞年鑑
場		流通量	1年間に新聞の形で印刷・流 通した記事及び広告の延べ頁 数(新聞1頁はB5判15頁と みなす)	日刊紙の発行ページ数×日 刊紙の総発行部数/日刊紙 数	デジタルコン テンツ白書
	(縮刷版など)	市場規模	(計量不可)		
		流通量	同上		
二次利用市場	オンラインD Bサービス	市場規模	新聞記事DBサービス提供者 のサービス収入	データベース市場規模×新聞記事DB利用シェア(推定14.0%)	データベース 白書
場		流通量	新聞記事DBから1年間読み 出された記事の総量(B5 判頁 換算)	新聞記事DB推定売上/頁 あたり記事読み出し平均単 価(推定300円)	

	単行本化 (「出版ソフト」に含まれる)	市場規模	新聞記事を単行本化した書籍 の年間販売金額	(当面考えない)	
		流通量	新聞記事を単行本化した書籍の年間販売部数	同上	
ソフト制作	新聞記事の制 作	制作金額	新聞記事の制作に要した経費 と新聞社人件費の合計	(新聞社制作経費+人件費 ×編集要員割合 (25%)) × 売上高総額補正	日本新聞年鑑
		制作量	1 年間に新たに作成された新聞記事原稿の総量(B5 判頁換算)	掲載ページ数	同上
	通信記事配信	制作金額	通信社が記事配信より新聞社 から得た収入の合計	(上記の「制作金額」の「経費」の中に含まれる)	
		制作量	通信社が新聞社に配信した記事原稿総量	(上記の「制作量」の中に 含まれる)	
ソフト輸出入	新聞記事の輸出	市場規模	新聞社が海外の新聞社への記 事提供等により得た収入	(当面考えない)	
		流通量	新聞社が海外の新聞社等へ提 供した新聞記事の総量	同上	
	新聞記事の輸入	市場規模	海外の新聞社へ支払われた記 事提供量の総額	同上	
		流通量	海外の新聞社から提供された 新聞記事の総量	同上	

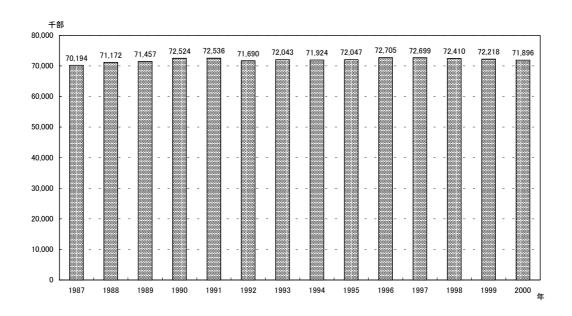
注1:「売上高総額補正」とは、収入(販売+広告)の統計(主要 42 社)が一部のため、加盟全社の収入 を推計するために売上高総額を掛けているもの。補正値は、加盟全社の売上高/主要 42 社の売上 高(新聞社売上高調査)により算出される。

新聞記事市場の動向

〇一次流通市場の動向

- ・新聞の発行部数は、80年代までは順調に伸びていたが、90年以降よりほぼ横ばい傾向となり、2000年は減少に転じた。(図表 3-1-1)
- ・ソフト流通量の減少とバブル崩壊の影響を受けて新聞広告費は92年より減少に転じたが、95年からは再び増加傾向に転じている。最近は、新聞紙面広告と新聞社のホームページにおける広告を連動させるといった試みが盛んである。(図表3-1-3)

図表3-1-1 新聞総発行部数の推移



出典(社)日本新聞協会『日本新聞年鑑』各年版