

2019.9.5 (木)
第9回例会
(通算 3562回)

2019-2020年度 釧路ロータリークラブ会報

会長スローガン「CONNECT！ロータリーをよく知ってより大きい輪をつくらう！」

第83代会長	天方 智順	例会日	毎週木曜日 12:30～13:30 夜間例会 18:00
副会長	後藤 公貴	例会場	釧路センチュリーキャッスルホテル
幹事	松井 聖治	事務局	釧路市錦町 5-3 ミツ輪ビル 2F
編集責任者	クラブ会報雑誌委員会	☎	0154-24-0860
		☎	0154-24-0411

2019-2020 年度
国際ロータリーテーマ



2019-2020 年度 RI 会長
マーク・ダニエル・マロニー

第 2500 地区ガバナー
吉田 潤司 (釧路 RC)

月間テーマ	基本的教育と識字率向上月間
本日のプログラム	30分でわかる日本のメディア業界 (担当: プログラム委員会)
次週例会	全道中学親善硬式野球大会・RYLA セミナー報告会 (担当: 青少年委員会)

■ロータリーソング: 国歌及び「奉仕の理想」 ■ソングリーダー: 阿部 勝義君

■会員数 100 名

■ビジター なし

■ゲスト 共同通信社 釧路支局長 浜村 寿紀様

■ニコニコ献金

天方 智順君・・・一昨日は禁煙具を、昨日はスマホを末広に忘れました。

○○が始まっているのでしょうか？

伊貝 正志君・・・「ロータリーの友」9月号横組5頁に「ロータリーの友」地区代表委員会の写真が載りました。

今年度累計 123,000 円

会長の時間

天方 智順会長



皆さん、こんにちは。お食事をとられている方はお続けください。先週末、松井幹事と一緒に、旭川に吉田潤司ガバナーがライラセミナーに出席ということ

で、一泊二日ご同伴いたしました。そして今、ガバナーが一番遠い第1分区に行ってらっしゃいます。無事に帰ってきてくれることを願うのみでございます。

9月になりました。9月はRIが定める基本的教育と識字率向上月間です。識字率、いろいろ調べましたが、ユネスコの定義が一番良いのかなと思います。「15歳以上の人口に対する日常生活の簡単な内容についての読み書きができる人口の割合」ということです。国別のランキングが出ていて、興味深く拝見いたしました。国連加盟 197 カ国と地域の中で識字率 99%以上の国は 45 カ国しかないそうです。日本はその 45 カ国に入っています。だいたい皆さんが想像して先進

国というか、G7、G20 くらいのところも入っているのだろうと思ったら、一番ビックリしたのがインドで 75%くらいしかないそうです。あと、ブラジルも 8割を切っているはずですが、他民族多言語で成り立っている国はあながちそうなるのではないかなと思います。

ポリオ撲滅をRIが言っていますが、識字率の向上、そして基本的教育の向上というのもRIが取り組むものかなと思っております。

それに付随しまして実話なのですが、昨年4月に地元の公立高校を卒業して、弊社の技術者として男性職員が採用されました。4月入社して、いまだきの元気な子供で、ハキハキともの言っていてなかなか良いな、きっと良い戦力になってくれるのだろうと思ったら、昨年の9月に辞表が出ました。それも、現場の職長みたいな上司に半べそをかきながら「辞めたい」と。「どうして？」と理由を聞くと「計算ができない」と言うのです。いろいろ聞いていると、例えば、消費税 8%とか、スーパーポイント 10 倍とか、2割引、3割引という観念が分からないということです。その彼の高校時代の評定を見ますと、数学はちゃんと 5 段階評価

の3が付いていました。

何を言いたいかというと、九九ができないのですよね。九九というのは高校で習うものではなくて、小学校の低中学年で習得するものだと思っています。それを怠って、中学生、高校生、社会人になるとこういうふうになるのかなと思います。

そこで、わがクラブが継続的に取り組んでいる算数・数学検定、本当に意義のあることだなと去年の彼の辞任の件について私はそう思いました。今年も算数・数学検定を実施させていただきます。世のため、そして基本的学力の向上のため本当に奉仕の精神でロータリーはやっているのだなと思います。

柄にもなく真面目なことを言いました。今日はどうぞよろしくお願いいたします。

■本日のプログラム■ 30分でわかる日本のメディア業界

プログラム委員会 池田 いずみ 委員長

プログラム委員会の池田です、こんにちは。本日は共同通信社釧路支局長・浜村寿紀様にいらっしやっただきました。

浜村様の経歴をご紹介させていただきます。お手元にレジメもお配りしておりますのでご覧ください。

1963年広島市生まれ、広島大学総合科学部卒業。86年に共同通信社に入社され、社会部記者、デスクとして多くの事件・事故の他、皇室などをご担当。ICTメディア関係の取材は95年頃からスタートし、お仕事の中心のテーマになっているそうです。2007年から国内外のICT・メディア関係の事業に従事されています。2007年4月から2009年3月まで慶応大学メディアコミュニケーション研究所非常勤講師。

現在、国際大学グローバルコミュニケーションセンターフェロー兼務。著書に「東アジアの電子ネットワーク戦略」などがございます。

では、浜村様、よろしくお願いいたします。

共同通信社 釧路支局長 浜村 寿紀 様

ご紹介いただきました共同通信の浜村でございます。大変、伝統のあるクラブにお招きいただいて、話をする機会をいただきまして本当に感謝しております。

私、2015年3月からこちらの釧路に来て4年半になります。全国にいる共同通信の支局長の中で一番長く、今年の秋の定期異動でさすがに東京に強制送還されるのだろうと思ったら来春までは残る感じになって、よっぽど会社から嫌われているのか、好かれているのかのどちらかで、僕は嫌われている方ではないかと思うのです。

今日はレジメにあるのは仮題でして、「メディアサ

ウルスは生き延びるのか」という題名をつけさせていただきました。この題名の意味はあとで説明します。

最初に私の勤めている共同通信社を若

干、紹介させていただきます。これは共同通信の本社ビルで東京の汐留にあります。隣に日本テレビがあって、こっちに電通があるというロケーションで、歩いて数分で新橋の飲み屋街に行くという大変素敵な場所にあるビルです。

1945年に設立されまして、全国の新聞社や放送局とかがお金を出し合って作っている一種の協同組合的な組織です。例えば、今朝の北海道新聞にも鹿児島の子供虐待の話が出ていますが、道新さんの記者は鹿児島にいないはずなのに、なぜその記事が掲載されているのかということ、実はうちの共同通信の支局が鹿児島にもございまして、そこが配信した記事を使っている仕組みなのです。国内に6つの支社と45の支局があって、海外にも41の支局があります。道内には札幌の他に函館、旭川と私がいる釧路があります。加盟新聞社は全国で56。北は北海道から南は沖縄まで各県紙と呼ばれる、あるいはブロック紙と呼ばれる新聞社が入っています。契約している民間放送局も110ほどあって、そこにニュースを卸している、一種の卸屋さんのようなものだと考えていただければ結構です。

私はそこでずっと長く記者やっていました。さっき「皇室なども担当」ということで1枚写真を見せるのですが、これは1997年に磐梯山に当時の皇太子ご夫妻が登られたのです。周りは宮内庁担当の記者が同行して、頂上で記念撮影したというそれだけの話なのです。やっぱり、まだ若いですね。今より毛がフサフサしているし、お腹は今より出ていない。頑張ろう。

私は、2015年に釧路に来ました。本当に釧路が大好きで、これは釧路カントリーの東コース1番なのですが、そこで東京から毎年友達がゴルフバッグを担いで遊びに来てくれるのです。東京で比べるとゴルフフィがすごく安いので、4～5ラウンドもすれば十分飛行機代の元がとれる素晴らしい場所ですね。あと、私は趣味でバイオリン弾いています。釧路にも交響楽団がありますし、あと北見のオーケストラに私はエキストラで弾きに行くと、室内楽の演奏もやっていて、本当にゴルフとこのバイオリンで忙しくてしょうがなく。釣りも覚えろと言われるのですが、このうえ釣りを覚えたら完全に私は仕事をする時間がなくなるので、そこは我慢をしているという感じです。花火もすごく綺麗ですよ。お酒も美味しいのがたくさんあり



ますし、機会があったら焼けますしね。本当、釧路生活を満喫しているところであります。すみません、本題に入ります。

メディアサウルスという言葉は「メディア」とそれから「ダイナソー」、恐竜ですね。これをくっつけた造語で、作った人はマイケル・クライトンというアメリカのSF作家です。ジュラシックパークの脚本を書いた人なのですが、彼が1993年にワシントンのナショナルプレスクラブで講演をしまして、「今までの旧来のメディア、新聞やテレビ、ラジオ、雑誌、そういうオールドメディアは環境変化の中で恐竜のように滅びて、あとに来るメディアのための化石燃料となるであろう」と、彼はまだインターネットが普及していない93年の時点で予言したのです。彼はそれが10年以内に来ると言いました。それから四半世紀が経って、われわれは何とか生き延びてはいるのですが、確かに末期の恐竜のように非常に厳しい状態にあるのは本当に事実なのです。

今日は、マスメディアの危機の現状の把握と、なん



でそうなったのかと、じゃあどうするの、という三題話で話をしていこうと思います。

危機の現状把握という数字を見るのが良くて、これは新聞発行部数のグラフです。戦後の新聞の発行部数のピークは1977年で、この時、5376万部です。

5376万部の新聞が日本全国で発行されていたのですが、これが2010年には4932万部。昨年2018年の数字では、初めて4000万部を割って3990万部まで、実は今すぐく落ち込んでいます。特に見ていただければ分かるのですが、ここ10年くらいの落ち込み方、この幅がすごいですよね。実は17年から18年までの間に200万部の部数が減ったわけです。ブロック紙が2つ消えてしまった計算です。

これは媒体別広告費といって、電通が毎年2月に発表しています。電通の統計というのは非常にオーソライズされたもので、これがOECDとか、いろいろな海外の機関への報告にも使われる数字です。これが新聞の広告費です。それからこれが雑誌の広告費、これがラジオ、これがテレビの広告費の推移です。これがインターネットの広告費の推移です。新聞の広告費というと2002年に1兆円あったものが、2018年の数字だと4780億円。これは半分以下に落ち込んでいる。テレビも頑張っているのですが、長期低落傾向にあるわけです。

このネットの広告が本当にすごいです。見にくいのですが、去年は1兆7585億円で、ほとんどテレビ

の広告費と競った状態となっていて、間違いなく2019年に発表される数字ではひっくり返るであろうということですね。

さっき、テレビの広告費は割と頑張っているよねという話をしました。でも、非常に怖い数字がありまして、テレビの視聴時間を総務省が作っている情報通信白書で発表しています。2018年の情報通信白書の数字を持ってくると10代、20代、30代、40代、50代、60代なのですが、お年寄りは見えていますよ。60代になると1日250分というから4時間以上テレビを見ている感じなのです。だんだん、減って行って20代では100分を切っている。10代に至っては、1時間くらいしかテレビを見ていないという状況なのです。私はこの辺なのですが、この辺の人たちというのは、そのうちなくなってしまうわけです。これから育っていく子たちが心を入れ替えて新聞を読み始めるのか、心を入れ替えてテレビを見始めるのかというと、残念ながらなかなか難しいのです。あとでメディアの世代論みたいのを少しお話しますが、人間は10代後半から20代初めに培われたメディア接触でそのまま生きていく感じの傾向が強いですね。

そのテレビを見ていない人たちが、何を見ているのかということとYouTubeだったり、アベマテレビだったり、ネットフリックス、プライムビデオ、フールー(Hulu)ですね。特にネットフリックスは、今、アメリカでも一人勝ち状態に近いのです。

テレビの強さはなんだったかということ、電波という有限の資源を独占的に使って映像や音を送ることができる、コンテンツを送ることができるのが強みだったのですが、残念ながら今、インターネットの配信によっていろんなものが送られるわけです。しかも、ネットフリックスは、どんなテレビ局やどんな映画会社も叶わないようなすごい金額の制作費を使って物を作ることができる。アカデミー賞のラインナップを見てもネットフリックス制作のものが本当に強いですよね。しかも、基本的に有料の会員登録です。世界で1億5000万人位の有料会員のお金によって成り立っているわけですから、スポンサーなどにあまり気を遣わなくて、ものすごくエッジの効いた作品をつくることのできるのです。今、話題になっているのがネットフリックスジャパンで配信している「全裸監督」という80年代に一世を風靡した村西とおるさんというAV監督、彼の半生記をドラマにしているのですが、絶対にこれ地上波ではできないというものすごい内容になっていて。でも、やっぱり面白いんですよね。お金もかけているし、時間もかけているし、しかもエッジの効いた内容ですから。こういうところにどうしても押されていくわけです。

デジタルネイティブという言葉をお聞きになった人がいると思います。たぶん、僕なんかはデジタルネイ

タイプではないのです。要するに大人になってからデジタルが入ってきた世代なので。76世代とか86世代、96世代という言い方をするのですが、76世代というのは76年生まれですから、今ちょうど40代前半です。この人たちというのは実は大学時代にインターネットの普及がちょうど始まった時期で、最初はパソコンを使っていたのです。次の86世代、これがまさにデジタルネイティブ。初め携帯から始まったという感じがすね。

このネオデジタルネイティブ96世代ですが、この人たちは現在、新社会人になってきたかなというくらいのところ。この人たちは最初からスマホです。いきなりスマホを持って生活している人たちなのです。

今の10代はどうかのかな、正直、僕もよく分からないのです。なので、親戚の子たちに聞いてみたのです。僕のいとこの子供みたいなあたりです。ティックトック(TikTok)、ミックスチャンネル(ミクチャ)、ツイットキャスティング(ツイキャス)というやつです。どれも短い動画を配信するスマホのアプリなんです。みんなテレビを見るよりこっちが面白いからこっちを見ているわけです。ちょっと変わったのはスタディプラス、受験生をお持ちの方はもしかしたらご存じかもしれません。受験生の二人に一人は使っているという。自分の勉強した結果がアプリの中にちゃんと



と記録されて、なおかつそこにSNS機能が加わっている。例えば、良い参考書がどうだとか、予備校のあの講師はエグイとか。そういう話がある。これは

はすごく使われているものなのです。

これは、インターネットのざっくりとした歴史なのですが、意外に短いのが分かります。日本で一般商用インターネットサービスが始まったのは94年ですから。ヤフーが出来たのはこの後20年なのです。グーグルも20年です。2ちゃん、iモードスタート、ブロードバンドがテイクオフしたのがこの辺です。ブログブームなどいろいろありましたね。日本にYouTubeができたのは2007年、考えたらつい最近ですよ。今はみんなスマホを持っていますが、iPhoneが日本で初めて発売されたのが2008年なので、まだ10年なんです。

これだけの間にもものすごい変化が起きているのです。96世代、今の大学生くらいはどのような特徴があるかという、物心ついた時から非常に早い回線のスマホを持ち歩いていますから、普通に動画も含めて持ち歩く。彼らは電子メールを使いません。全部、S

Sで常に友達と繋がっているような感じですね。

この中で、この二人をご存じのいますか、絶対ないと思いました。この人は「まふまふ」といいます。この人は「そらる」。歌手ではなく「歌手」と呼ばれています。動画サイトで「歌ってみた」といって自作の曲などをあげて、それでものすごく人気が出ている二人なのです。実名も出さないし、顔も出しません。この二人のユニットは今、武道館でライブを開いたら満員になります。すごいことになっている。

こういうものを楽しんでいる子たちに、はたして、われわれオールドメディアはどうやって刺さっていくのかという難しい問題をこれから少しずつ解きほぐしていこうかなど。

ニューズデザート(ニュースの砂漠)という言葉が今あって、実は、アメリカは日本以上に新聞がバタバタ潰れている状態で、アメリカの組織はカウンティという行政組織になっていますので、そのカウンティのうち、全米3143の郡のうち2000の郡で地元の日刊紙がないという状態なのです。その結果として、汚職が増えて、不正がまかり通っている。つまりそれをチェックするものがないのです。この数字を見るとこれは何としてもわれわれ頑張らなきゃと思ってしまうわけです。

その生き残りのためにわれわれは何を考えたらいいか。ひとつの事例になるのが「エルメス」なのです。エルメスのマーク見たことあると思います。ここに馬車のマークがあります。エルメスはもともと馬具を作っていたメーカーで、ある時、エルメスの幹部が気づくのです。何か最近、自動車が出てきて、これからどんどん社会に入ってきて、自動車社会になるのではないか。馬車なくなったら俺たちどうやって食って行くのだという話です。いろいろ考えて、私たちが世界に対しても一番強いと思えることは何だろうかということ、革を加工する技術に関しては絶対に負けないということで、バーキンのバックを作ったのです。このバックを作った。

こういうことをコアコンピタンスと表現します。その人しか持っていない強みの話です。このコアコンピタンスを見つけることが全てなのではないかなと思うのです。じゃあ、新聞なりテレビなりの今、もっている強みは何かというと情報を広く集めてくる力はやっぱり一番強いですし、それからブランド力も持っています。技術を持っています。コンテンツを生み出す力を持っている組織というのは今、それ以外にない。大事なことなのですが、実は持っている物がほとんどデジタル化されているのです。新聞の記事にしても、テレビの映像にしても、すべてデジタル化されているのです。そして、顧客が減ったとはいえ、まだまだたくさんいる。これを生かしていくことが実は大事なことです。ここにしか生きていく道がないのかなど。

例えば、新聞でいうと今まで定食メニューを出していたわけですよ。素材も良いし、味もいいし、腕もいいと。でも、やっぱりいろんな人がいて、若い子たちはジャンクフードも食べたいだろうし、私、ちょっと今は果物食べたいよという人もいるだろうし、今日はフルコースのディナーを食べたいという人がいるだろう。そういう人それぞれにカスタマイズした出し方が、紙とか電波で届ける画面を取っ払ってみると、実は可能だということに気づかされるのです。

じゃあ、今はどうなっているのかというと、私は共同通信の人間ですのでどこの新聞社がどんな事例をやっている、どこのテレビがどんなことやっていて、「あれはいい、あれは悪い」となかなか言いにくいのですが、ざっくりとした言い方をすると、ものすごく会社によって差がついているとみています。

新聞社でも「今の紙を守るビジネスモデルで頑張るしかない」と、テレビ局にしても「地上波で儲からないと駄目だ」と言っているテレビ局もあれば、別のテレビ局は実際にスマホやウェブ向けのアプリケーションを作り込んで、そこで他のいろんなビジネスと組み合わせ、どうやってマネタイズしていくか、ひと言でいうと「地上波が本当に駄目になった時に、私たちはそこで生き残れるためのトライ&エラーをしているのですよ」という会社もあります。新聞社にしても紙のことしか考えていないところがあれば、そうじゃなくてデジタルと組み合わせ、どういう購読者の設計をしていくか。あるいは今持っているアーカイブをどう使っていくのか。本当にこれもトライ&エラーしている会社というのがあつたのです。

ひと言でいうと、考えながら走り続けている会社にはおぼろげに走って行く方向が見えていて、なおかつそのスピード感というのもしょずつ見えてきているのが現状で、考えずに走っているか、あるいは走ることを止めた会社とは、ずいぶん差がついてしまったなという感じがします。

見えているのは氷山のごとく一部で紙の売り上げや、地上波のコマーシャルのその商売の部分なのです。そこだけじゃなくて、得られた収益をどうやって5年先、10年先、20年先、30年先のために頑張って投資し続けているかそうでないかの差で、ハッキリという経営者の胆力の差がでてきてしまっているのかな。やっぱり勝ち組、負け組というのがそろそろ見えてきているというのが現状ではないかと思つた。武田の最強と言われた騎馬軍団は堺で鉄砲の流通を押えた信長に負けてしまうのと一緒で、気付いている会社はデジタルの波の中でどうやって生き残っていくのかというのを模索しているし、実は方向性がかなり見えてきているのが現状かなと思つた。

最後に僕の好きな言葉をひとつだけ紹介したいと思います。この人はアラン・ケイというアメリカの科学

者で「パソコンの父」と言われていて、最初にこういうラップトップ型のパソコンを作るプロジェクトを立ち上げました。アラン・ケイの好きな言葉で「The best way to predict the future is to invent it.」、要するに「未来を予測する最善の方法というのはそれを発明してしまうことである」というものがあります。環境変化に対しては「だからどうなる」ではなくて「どうする」ということなんですね。メディアだけでなく、ここはご商売やっている方も多くて、それぞれの業界で今は環境変化にさらされていないところはないと思つた。やっぱり大事かなと思つた次第です。ちょうど27分で終わりました。ご静聴ありがとうございました。

会長謝辞 天方 智順 会長

改めまして、浜村支局長ありがとうございました。きっともう少しお時間があつたらもっと興味深いお話が聞けたのではないかと思つた。短い中でもいろいろ目からウロコというところがいっぱいありまして、一番面白いなと思つたのは76、86、96世代。残念ながら96はここにいません。86もいません。76がかろうじていて、たいてい56か66です。私たちも生まれたお歳を聞くと同世代ですから66世代です。その中でもいろいろ商売を苦労してやっています。今日のお話で最後のアラン・ケイさんのお話が一番よかったと思つた。今日は本当に貴重な時間良いお話ありがとうございました。

浜村支局長

本当、駆け足の話ですみません。僕はそこに書いてある大学で講師をやっていたこともあるのですが、だいたい90分1コマで前期15コマ、後期15コマ、計30コマで話す内容を今日は20数分で喋るといふ本当に早送りのさらにその先の早送りみたいな挑戦でした。もしかしたら分かりにくいことがたくさんあつたんじゃないかと思つた。

そこにメールアドレスありますので、質問とか良かったとかお前の言うことは間違っているとかがいろいろあれば、ぜひフィードバックをいただければと思つた。今日はどうもありがとうございました。

Return
to
Top

Return
to
Web Site