

新聞TVの経営苦境 目次

• 読者・視聴者離れ

- 新聞社2009年度総売上高は2兆19億円 経理委調べ 昨年に続き2けたの落ち込み
- 「民放全局の19時台視聴率が1けたになった」テレ朝プロデューサーの「ツイッター」に「当然」の声
- 若年層のテレビ視聴時間が減少傾向に--BPOまとめ
 - 「テレビがないと困る」半数以下 16～24歳調査
 - NHK調査 高齢者ほどTV視聴時間は長い
- やめて良かったのは「テレビ」「たばこ」～最近した「離れ」は？
- 一方、電通子会社「M1・F1総研」調査では
 - 「若者は“テレビ離れ”していない」との結果
 - 「若者の活字離れ」は間違い、正しくは「若者の新聞離れ」と判明
- 地デジ導入でますます進むTV離れ
 - 地デジ完全移行 最も見ていた70代以上のテレビ離れ始まる

• スポンサー離れ、広告もネットへ

- テレビが没落し、ウェブが「第一のメディア」になる
 - 09年日本の広告費、ネット向け広告費が新聞上回る、全体の下げ幅過去最悪
 - 英国、ネット広告がテレビ逆転「主要国で初」
 - 広告主の意識変わった TV「この世の春」の終わり
- 離れる広告例
 - 東日本大震災の影響でビール販売が落ち込むも、全社20%以上増益。主力商品への絞り込みやTV等広告を見合わせ、コスト削減効果。
 - ビール5社、2010秋からテレビCM自粛強化
 - 【決算】アサヒビールは最高益 広告費削減が寄与
 - 森永乳業:今9月中間期、純利益77%増に上方修正、価格改定や広告費削減で原料乳価格の上昇を吸収
 - カゴメ:今第1四半期、純利益2.8倍、広告宣伝費や固定費削減で売上減をカバー
 - サトウ食品:09年4月期、営業利益3.2倍、テレビCM抑制や販促費削減で利益アップ
 - マツモトキヨシHD:09年3月期第3四半期の純利益32%増、漢方薬の拡販や発毛剤の開発、広告費削減で増収増益に
- 新聞・TVは死ぬのか 誰も書かない大スポンサーとの関係

• 広告収入の為、相手を選ばぬ問題

- 弱い消費者を食い物にする「ジェットストリームアタック」パチンコのCM 消費者金融のCM 法律事務所のCM
- パチンコ頼みの悪化
- 宗教頼みの悪化

赤字なのに平均年収トップのテレビ業界「高給のカラクリ」

- とうとう早期退職者の募集開始！ "高給取り"朝日新聞が失墜してゆく
 - 早期退職で年収の半分を10年間支給 朝日新聞の制度にネットは「うらやまし〜」
- 経営苦境の中「公器」のモラルはどこへ
 - 朝日新聞社、4億円所得隠し = カラ出張で架空経費 - 元京都総局長、編集局長ら処分
 - この事件に対するTV朝日の扱い
 - 読売が第3種郵便物の基準違反「40ページ中22ページが広告」、広告のみの号外まで
- 週間ダイヤモンド2008/12/06「新聞・テレビ複合不況」
- 週刊東洋経済 再生か破滅か 新聞・テレビ 断末魔
- 苦境の原因のインターネットを貶める印象操作と自画自賛
 - 朝日新聞 天声人語
 - 「新聞の役割」 中京大で解説 読売講座
- ネットとの連携で活路はあるか
 - 経営悪化に悩む新聞社、ネット対応に四苦八苦 ネット有料化か、高給取り社員のリストラカ
 - 朝日新聞社の「WEBRONZA」に対し、佐々木俊尚氏が寄稿見合わせを宣言 寄稿見合わせの理由は「原稿料」
 - NHK、番組ネット配信低迷 収入「想定の半分以下」
 - ネットと放送、じわり融合 広告収入頭打ちを機に
 - 米紙サイト有料化大コケ？ 日経「電子新聞」不安な門出
 - 大手民放ラジオ13社、ネット同時放送解禁へ
- 『新聞はいらないけどチラシは欲しい』という方へ
 - 『古新聞があると便利』という方へ
- 関連サイト

チャンネル桜【佐々木俊尚】お先真っ暗！大新聞の未来[桜H21/10/14]
<http://www.nicovideo.jp/watch/sm8528997>

読者・視聴者離れ

新聞社2009年度総売上高は2兆19億円 経理委調べ 昨年に続き2けたの落ち込み

経理委員会はこのほど、2009年度の新聞社総売上高推計調査結果をまとめた。新聞協会会員の日刊新聞95社（法人単位、スポーツ紙含む）の総売上高は、前年度比（以下同）6.4%減の2兆19億円。4年連続の前年割れで、過去20年で最大だった前年度以上の減率幅だった（ただし調査期間・対象社数は変動している）。販売収入は1.8%減。広告収入は15.6%減で、昨年に続き2けたの落ち込みとなった。

「民放全局の19時台視聴率が1ケタになった」テレ朝プロデューサーの「ツイッター」に「当然」の声

2011/6/17 11:23 j-cast

<http://megalodon.jp/2011-0617-1634-41/www.j-cast.com/2011/06/17098704.html?p=all>

若年層のテレビ視聴時間が減少傾向に--BPOまとめ

朝日 2009年10月16日

<http://s01.megalodon.jp/2009-1016-1920-18/www.asahi.com/digital/cnet/CNT200910160031.html>

「テレビがないと困る」半数以下 16～24歳調査

NHKと民放でつくる放送倫理・番組向上機構（BPO）の青少年委員会は、16～24歳の若者とテレビに関する調査の結果を9日に発表した。アンケートに「テレビがないと困る」と答えた人は49.5%にとどまった。「大切だと思うメディア」では、テレビは携帯電話、パソコンに次いで3位だった。

朝日 2009年10月13日

<http://s02.megalodon.jp/2009-1013-1331-02/www.asahi.com/culture/update/1010/TKY200910100107.html>

NHK調査 高齢者ほどTV視聴時間は長い

NHK放送文化研究所が2011年2月23日に公表した、「2010年 国民生活時間調査報告書」でも、テレビの視聴時間は若い世代ほど短いというデータが示されています。同調査は、NHK放送文化研究所が2010年10月に、10歳以上の国民7200人に対して実施したアンケートです（有効回答者は4905人）。これによると、テレビの視聴時間が最も長いのは70歳代で、どの曜日も男女とも1日4時間半以上となっています。これに対し、10～20歳代の男性の平日の視聴時間は1日2時間を切っています。

「2010年 国民生活時間調査報告書」

<http://www.nhk.or.jp/bunken/summary/yoron/lifetime/pdf/110223.pdf>

やめて良かったのは「テレビ」「たばこ」～最近した「離れ」は？

1位は「テレビ離れ（21.4%）」が生活や心境に与えた影響についてどう思うかを聞いたところ、「とても良い」「どちらかというが良い」と評価した肯定派は70.0%

2009年12月04日13時20分 RBB TODAY

<http://s04.megalodon.jp/2009-1204-1622-51/news.livedoor.com/article/detail/4486924/>

一方、電通子会社「M1・F1総研」調査では

「若者は“テレビ離れ”していない」との結果

若者は“テレビ離れ”していない--M1・F1総研の調査で明らかに

CNET Japan [10/01/28] 配信

<http://megalodon.jp/2010-0129-2141-15/japan.cnet.com/marketing/story/0,3800080523,20407542,00.htm>

調査レポート「若者におけるテレビの存在価値の考察」（PDF）若者におけるテレビの存在価値の考察

http://megalodon.jp/2010-0129-2142-46/www.m1f1.jp/files/report_100128.pdf

20歳から34歳までの若者層のマーケティング調査機関であるM1・F1総研fi（電通子会社の株式会社Media Shakers運営）

<http://megalodon.jp/2010-0129-2145-29/www.news2u.net/releases/58836>

「若者の活字離れ」は間違い、正しくは「若者の新聞離れ」と判明

「若者の活字離れ」は正しくない、との調査結果出る

株式会社Media Shakersが運営する、20歳から34歳までの男女（いわゆるM1・F1層）のマーケティング・コンサルティング専門機関であるM1・F1総研が、新聞に対する調査結果を発表した。

ここでは「若者の活字離れ」は事実ではない、と見ている。M1・F1総研の調査「若者と新聞」によると、20歳から34歳のM1層は、その上の35歳から49歳のM2層に比べ、新聞を読まない傾向にあるという。これは、昨今メディアなどで行われている「若者の新聞離れ」を表すものであるが、しかしM1・F1総研は、調査結果をもとに「活字に対する抵抗があるからではない」と結論付けている。

その論拠には、新聞以外の活字媒体である書籍の閲読回数においては、M2層が4.3～6.6回であるのに対し、M1層は5.1～5.6回とほぼ同程度読んでおり、さらにフリーペーパー等においては、若年層のほうが閲読しているなどの結果があげられている。

また、「新聞を読まない」としたM1層の人たちが新聞を読まない理由には、「料金がかかるから」（62.6%）、「読むのに時間がかかるから」（37.9%）、「他のメディアから得られる情報で足りているから」（24.5%）というものが主にあるようだ。若い人ほど、無料メディアを使い効率的に情報収集をしたいと考えているようだ。

これに対し、ネット上では「新聞も見出しを一覧表で充実させたらいいのに」「内容は単なるニュース情報だから、ネットで十分」「事実を素の状態が多面的な記事にしてくれれば価値もあると思うが、わざわざ探すのが面倒で、かさばる紙である必要は無い」などの感想があがっている。

3月15日 13時06分

<http://megalodon.jp/2010-0317-1244-19/news.ameba.jp/domestic/2010/03/59164.html>

M1・F1総研「若者と新聞」

2010年2月25日 トピックVol.26

普段からよく新聞を読んでいる男性の割合を年代別に比較すると、若い層では新聞を読む層は減少傾向にあるといえます。（20～24歳：34.9%、25～29歳：38.7%、30～34歳：36.4% < 35～39歳：43.4%、40～44歳：49.3%、45～49歳：54.4%）ただし、若い層の「活字を読むのは好きな方である」とする割合は、上の年代と比べて決して低くなく、「雑誌」や「フリーペーパー」、「インターネットニュースサイト」といった活字媒体を読む頻度はむしろ上の年代よりも高くなり

ます。このことから、若者が上の世代ほど新聞を読まない要因として、“活字離れ”が影響しているわけではないと考えられます。

普段新聞を読まないM1層（20～34歳男性）が「新聞を読まない理由」としては、「料金がかかるから（62.6%）」が1位で最大の理由となっています。また、「他のメディアから得られる情報で足りているから（24.5%）」も上位に挙がっており、他で間に合う情報に対してわざわざお金を払うことに抵抗を感じている様子が窺えます。また、「読むのに時間がかかるから」「余計な情報が多いから」なども多く、新聞を読まない層からは、情報収集に手間がかかるメディアと捉えられている様子が明らかになりました。

[http://m1f1.jp/m1f1/2010/02/2010%E5%B9%B42%E6%9C%8825%E6%97%](http://m1f1.jp/m1f1/2010/02/2010%E5%B9%B42%E6%9C%8825%E6%97%A5%E3%83%88%E3%83%94%E3%83%83%E3%82%AFvol26%E8%8B%A5%E8%80%85%E3%81%A8%E6%96%B0%E8%81%9E%E7%99%BA%E8%A1%8C.html)

[A5%E3%83%88%E3%83%94%E3%83%83%E3%82%AFvol26%E8%8](http://m1f1.jp/m1f1/2010/02/2010%E5%B9%B42%E6%9C%8825%E6%97%A5%E3%83%88%E3%83%94%E3%83%83%E3%82%AFvol26%E8%8B%A5%E8%80%85%E3%81%A8%E6%96%B0%E8%81%9E%E7%99%BA%E8%A1%8C.html)

[B%A5%E8%80%85%E3%81%A8%E6%96%B0%E8%81%9E%E7%99%BA%E8%A1%8C.html](http://m1f1.jp/m1f1/2010/02/2010%E5%B9%B42%E6%9C%8825%E6%97%A5%E3%83%88%E3%83%94%E3%83%83%E3%82%AFvol26%E8%8B%A5%E8%80%85%E3%81%A8%E6%96%B0%E8%81%9E%E7%99%BA%E8%A1%8C.html)

地デジ導入でますます進むTV離れ

地デジ完全移行 最も見ていた70代以上のテレビ離れ始まる

視聴者が「テレビなき生活」を選び始めている。今年2月、NHK放送文化研究所が発表した『2010年国民生活時間調査報告書』によれば、テレビを見る人の割合は年々減少している。1995年には92%だったのが、2010年では90%を切った。また、まったくテレビを見ない人が1995年の8%から11%に増えた。

特にテレビ離れは若年層に顕著で、国民全体の平日の視聴時間は3時間28分だが、10～20代の男性は2時間を切っている。

それが悪いわけではないが、いまやテレビは「高齢者のメディア」なのだ。国民の中で、最もテレビを見ているのは70代以上で、平均視聴時間は5時間超。しかし、地デジ完全移行によって、彼らもまたテレビに背を向け始めた。

2011年08月11日16時00分 提供：NEWSポストセブン

<http://megalodon.jp/2011-0811-2017-16/news.livedoor.com/article/detail/5778236/>

スポンサー離れ、広告もネットへ

テレビが没落し、ウェブが「第一のメディア」になる

<http://ascii.jp/elem/000/000/465/465739/>

ASCII.jp 文 池田信夫 / 経済学者

...



総務省のデータより、地上波局の収支状況。昨年度は赤字に転落した。また一貫して低迷傾向となっている。

09年日本の広告費、ネット向け広告費が新聞上回る、全体の下げ幅過去最悪

電通が22日発表した2009年の日本の広告費によると、インターネット広告は前年比1・2%増の7069億円だった一方、新聞広告が18・6%減の6739億円となり、1947年の調査開始以来初めて媒体別でネット向けが新聞を上回った。

09年の全体の広告費は11・5%減の5兆9222億円となり、2年連続で前年実績を下回った。下げ幅は過去最悪。景気低迷で企業が広告宣伝費を抑制したことが響いた。

ネット広告は、携帯電話向けのモバイル広告に加えて、パソコンで検索結果に連動して表示される広告がけん引した。広告費で新聞広告を抜き、首位のテレビ広告に次ぐ存在となり、成長ぶりを裏付けた。

主な媒体別で見ると、トップのテレビ広告は10・2%減の1兆7139億円で、新聞、雑誌(3034億円)やラジオ(1370億円)を含めたマスコミ4媒体の減少率はいずれも10%を超えた。広告主である企業がコスト削減の姿勢を強める中で、09年は衆院選、エコポイント制度導入などの広告宣伝にとってプラス材料はあったが、押し上げ効果にはつながらなかった。

4媒体が扱った全21業種のうち、20業種で広告費が前年割れだった。消費者金融を含む金融保険、自動車などの業種で減少が目立った。増加したのは、衆院選関連で広告費が増えた官公庁だけだった。

2010/02/22 23:15 【共同通信】

<http://megalodon.jp/2010-0227-0838-55/www.47news.jp/CN/201002/CN2010022201000452.html>

英国、ネット広告がテレビ逆転 「主要国で初」

【ロンドン共同】英国で2009年1～6月期のインターネットの広告収入が前年同期比4・6%増の17億5千万ポンド（約2500億円）となり、広告収入全体に占めるシェアでテレビを逆転したことが30日分かった。英紙フィナンシャル・タイムズ電子版が大手会計事務所の調査として報じた。

検索エンジンの広告収入が伸びたため、同紙は「逆転現象はメディアが発達した主要国で初めて」としている。

世界的な経済悪化を背景に全体の広告収入は16・6%落ち込んだが、ネットはプラスを維持し、シェアが23・5%と4・8ポイント上昇、テレビの21・9%を上回った。企業が広告予算の削減を迫られる中、消費者への訴求効果が高いといわれるネット広告へのシフトを加速したようだ。

2009/09/30 23:56 【共同通信】

<http://s01.megalodon.jp/2009-1001-0532-24/www.47news.jp/CN/200909/CN2009093001001360.html>

広告主の意識変わった TV「この世の春」の終わり

（連載「テレビ崩壊」第4回 / 日本アドバタイザーズ協会 小林昭専務理事に聞く）

2009/8/1 J-CASTニュース

<http://www.j-cast.com/2009/08/18047518.html>

離れる広告例

東日本大震災の影響でビール販売が落ち込むも、全社20%以上増益。主力商品への絞り込みやTV等広告を見合わせ、コスト削減効果。

2011年8月9日8時12分 朝日

<http://megalodon.jp/2011-0813-0915-06/www.asahi.com/business/update/0808/TKY201108080408.html>

ビール5社、2010秋からテレビCM自粛強化

2009年12月24日（木）13:24 読売

<http://megalodon.jp/2009-1224-2349-45/news.goo.ne.jp/article/yomiuri/natio/n/20091224-567-OYT1T00603.html>

【決算】アサヒビールは最高益 広告費削減が寄与

2009.2.5 20:39 産経

<http://sankei.jp.msn.com/economy/business/090205/biz0902052039013-n1.htm>

森永乳業:今9月中間期、純利益77%増に上方修正、価格改定や広告費削減で原料乳価格の上昇を吸収

2009年10月27日15時53分 / 提供 : Sakura Financial News

<http://news.livedoor.com/article/detail/4417949/>

カゴメ:今第1四半期、純利益2.8倍、広告宣伝費や固定費削減で売上減をカバー

2009年07月23日16時38分 / 提供 : Sakura Financial News

<http://news.livedoor.com/article/detail/4263934/>

サトウ食品:09年4月期、営業利益3.2倍、テレビCM抑制や販促費削減で利益アップ

2009年06月15日15時58分 / 提供 : Sakura Financial News

<http://news.livedoor.com/article/detail/4202946/>

マツモトキヨシHD:09年3月期第3四半期の純利益32%増、漢方薬の拡販や発毛剤の開発、広告費削減で増収増益に

2009年02月13日 15:56 提供 : Sakura Financial News

http://www.sakurafinancialnews.com/news/3088/20090213_9

新聞・TVは死ぬのか 誰も書かない大スポンサーとの関係

週刊現代2009年8月22・29日号から抜粋

スペシャルレポート 迷走するメディア経営 ジャーナリスト井上久男と本誌取材班

100億単位で新聞・TVへの広告を減らす大スポンサー。メディアは経済部の記者を広告担当にする「禁じ手」で巻き返すが足元を見透かされるばかり。我が世の春を謳歌してきた新聞・TVの経営が大変な事に、一方でメディアの矜持も問題に

どんどん広告が減っていく

某大手新聞社が新社屋最上階に作った「迎賓館」を見た大手自動車メーカー経営者は記者に「お前の会社も長くないな」と皮肉った。現にこの新聞社は広告収入が前年同月比4割近く減。(省略)

今、伝統的な日本のマスコミ企業は危機的状況。無借金経営の上、優良資産を多く持つ朝日新聞社でさえ08年度の売上高は前期比326億2500万円減の3442億7600万円、営業損益は134億6300万円減で10億7100万円の赤字。株式会社になった1919年以来初。326億2500万円の減収のうち200億円程度が広告の減少によるものと見られる。朝日新聞は08年度までの8年間で売上高が総人件費とほぼ同額の900億円も減。広告収入もピーク時に比べほぼ半減。

08年度のTV局の決算も悲惨。民放キー局5社の連結決算は赤坂サカス開業で不動産事業が躍進したTBSホールディングスを除き4社が減収。営業利益もフジ・メディア・ホールディングスが

前年度比18・6%減の198億円、日テレが47・1%減の122億、TBSホールディングスが10・5%減の184億、テレ朝が79・8%減の20億、テレ東が56・3%減の13億と全社で大幅減益。CM減少が理由。

某民放営業マンが嘆く。「プロ野球の巨人×阪神戦は20年前は2500万円の30秒CMが今は250万円程度。1試合2時間の中継で約6億円の収入が10分の1に。放映権料や中継費等のコストが1億円近くかかるのでペイしない」

新聞・TV・雑誌・ラジオの「マスコミ4媒体」の広告収入は散々。一方で4媒体に入っていないインターネットはラジオと雑誌を上回り新聞に届く勢い。09年の情勢は更に厳しくなりそうだ。

「社長室だよ、全員集合」

08年9月のリーマンショック後、広告主の大企業が経費削減。宣伝広告費最上位のトヨタ自動車は07年度の4845億円を08年度は3892億円に削減。ソニーも4687億を4364億に、パナソニックも2009億を1749億に。

一般的に新聞社は売上の3～4割を広告収入に依存。販売部数が減少の一途を辿る中、広告収入激減は大打撃。売上の半分以上をCM販売収入に依存のTV局も同様。新聞・TVが消滅する日の到来を指摘した本も複数出始めたが中には悠長なお歴々も。

朝日新聞幹部「秋山社長は日本を代表する新聞社の社長なのに公の場で『新聞に未来はない』と言って社員のやる気を喪失させ本業の新聞のコンテンツ向上の議論も殆どなく組織改編や新規事業に没頭」

朝日新聞も広告減少は止まらず08年度は前年度比17%減、09年度第1四半期も前年同期比20%近く減の様相。新たな稼ぎ口のため携帯電話へのニュース配信ビジネスの強化や教育事業等にも力を入れ始め新規事業担当の社長室に敏腕経済記者を異動。社内で「社長室だよ、全員集合」と揶揄する声も。(省略)

頭のない鯨

更に問題なのがジャーナリズムは民主主義の一翼を支える仕事のはずが経営者からその気骨すら失われつつある。広告削減に怯え大企業に媚びメディアと広告主の間に健全な緊張関係が欠如。要はメディア側の稚拙な経営や取材体制を見透かされているのだ。

某大手メディアのデスクは社内のアマチュアハラメントの横行を嘆く。本格的な調査報道で取材相手の批判記事を書いた事のないような幹部が健全な批判記事を書かせない、記事内容を事前に相手に伝える行為が続発し現場を困らせているという。キャリアパスと称し経理・総務・秘書等様々な部署を経験しサラリーマンとしては栄達しているがプロの記者や編集者でない幹部がプロ意識の高い一部の記者の活動を邪魔しているという意味でもある。

TV局の会長・社長も新聞社からの天下りや経理財務系が支配する傾向。TV産業の硬派なプロが経営陣から消え始めている。これを図体だけ大きく漂流している「頭のない鯨」のようだと

自嘲する局の社員も。(後略)

広告収入の為、相手を選ばぬ問題

弱い消費者を食い物にする「ジェットストリームアタック」パチンコのCM 消費者金融のCM 法律事務所のCM

機動戦士ガンダムに登場する黒い三連星が使用した攻撃フォーメーションに「ジェットストリームアタック」というのがある。

パチンコのCM 消費者金融のCM 法律事務所のCM 。

これって、弱い消費者を食い物にする「ジェットストリームアタック」みたいなものではないか。完璧なフォーメーションである。消費者金融を悪と定義して、法の名の下に多重債務者から上前をはねる。2006年の最高裁判決で、グレーゾーン金利が違法とされた結果の焼け太りである。

資本主義社会なのだから、過払い金10兆円に群がるマーケットができるのは仕方ないと言われればそれまでなのだが、法律事務所が消費者を食い物にする「ジェットストリームアタック」のフォーメーションの1つになることはどうも合点がいかない。

2010年10月21日 Business Media 誠 「なぜ法律事務所のテレビCMは、うさん臭いのか」より引用

<http://megalodon.jp/2010-1021-1604-32/bizmakoto.jp/makoto/articles/1010/21/news013.html>

パチンコ頼みの悪化

宗教頼みの悪化

赤字なのに平均年収トップのテレビ業界 「高給のカラクリ」

2009 2月8日13時0分配信 MONEYzine

http://s03.megalodon.jp/2009-0209-2055-09/headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20090208-00000000-sh_m on-bus_all

とうとう早期退職者の募集開始！ "高給取り"朝日新聞が失墜してゆく

2009年11月19日 15時00分 サイゾー

http://s02.megalodon.jp/2009-1119-1656-07/www.excite.co.jp/News/society/20091119/Cyzo_200911_post_3216.html

早期退職で年収の半分を10年間支給 朝日新聞の制度にネットは「うらやまし〜」

2010/6/10 19:44 j-cast

<http://megalodon.jp/2010-0614-1750-54/www.j-cast.com/2010/06/10068537.html?p=all>

経営苦境の中「公器」のモラルはどこへ

朝日新聞社、4億円所得隠し = カラ出張で架空経費 - 元京都総局長、編集局長ら処分

2009年2月23日17時57分配信 時事通信

<http://s03.megalodon.jp/2009-0223-2202-53/headlines.yahoo.co.jp/hl?a=20090223-00000094-jij-soci>

朝日新聞社が東京国税局の税務調査を受け、出張費の過大計上などにより2008年3月期までの7年間で約3億9700万円の所得隠しを指摘されたことが23日、分かった。このうち、京都総局長が出張費などとして計上した約1800万円については、カラ出張などによる架空経費と認定された。

同社が明らかにした。申告漏れ総額は約5億1800万円に上り、重加算税を含む追徴税額は約1億3900万円となる見通し。

同社は同日、修正申告した上で、当時の複数の京都総局長を停職処分とし、管理責任を問い、東京、大阪、西部、名古屋の各本社編集局長を減給処分にした。

この事件に対するTV朝日の扱い

当日の報道ステーションでは1分弱

次の日の朝「やじうまプラス」は完全にスルー(フジTVの「めざましTV」では報道された)

その後一切報道なし(船場吉兆や不二家の報道では連日さんざん「叩き」報道をしたのに)

自浄作用は期待できません。

[読売が第3種郵便物の基準違反「40ページ中22ページが広告」、広告のみの号外まで](#)

週間ダイヤモンド2008/12/06「新聞・テレビ複合不況」

より引用

。[こちらで](#)チラ見&購入可能な同誌はこのページ以外にも新聞TVの構造問題を総力特集しています。

苦境の原因のインターネットを貶める印象操作と自画自賛

朝日新聞 天声人語

2009年10月18日（日）

ご近所を歩くと、回収待ちの古新聞を戸口で見かける。弊紙であればもちろん、他紙でもお宅に一礼する癖がついた。無料の情報があふれる時代、新聞代を払ってくださる読者は社を超えて大切にしたい。感謝の念はおのずと新聞を配る人にも向かう。日本の新聞の95%は戸別配達されている。「新聞配達の日」のきょうは、日本新聞協会が募ったエッセーから紹介したい。北海道苫小牧市の亀尾優希さん（9）は、母の新聞配りを手伝う。貧血気味のお母さんは団地の3階まで、娘は4階と5階。「家に帰ったら、お父さんのおべんとうにいれるたまごやきを作ります。こうして、わたしの一日ははじまります」。小さな働き者を真ん中に、固く結ばれた家族が浮かんでくる。「インターネットでは得られない情報が、伝える人と届ける人の誠意の集大成として新聞になる」。そう書いてくれたのは、東京都文京区の岩間優（ゆう）さん（14）だ。足の悪いお年寄りが新聞を心待ちにしていると知り、単なる「記事の集まり」を超えたぬくもりを感じたという。人の手で運ぶ新聞が温かいのは自然なことかもしれない。今年の新聞配達の代表標語も「宅配で届くぬくもり活字の重み」である。凍える朝でも嵐の夕でもいい。情報の重い束を運ぶ42万人に思いをはせたい。新聞社はネットでも発信しているが、そこで再会するわが文は心なしか「誠意」を割り引かれている。特にコラムの場合、体裁の違いはそれほど大きい。どうか小欄は、ぬくもりを添えてお届けする「縦書き」でお読み下さい。

<http://s01.megalodon.jp/2009-1018-2130-58/www.asahi.com/paper/column20091018.html>

「新聞の役割」 中京大で解説 読売講座

読売新聞の編集幹部や記者が講師を務める「読売新聞特別講座」が16日、名古屋市昭和区の中京大学で開かれ、北村行孝・中部支社編集担当が「新聞の役割と新聞社」と題し、総合政策部2～4年の約40人に講義した＝写真＝。

北村編集担当は「好きなニュースだけを読むネットニュースは偏食になりがち、バランスもよく、情報の真偽など品質管理も厳しい新聞は、社会の『標準食』、スクラップすれば『保存食』にもなる」と情報を食事にたとえて説明した。

最後に、「新聞を読んでいるといろんな相手と話をするのに役立つ。内容がわからなくとも社会常識の取得や就職試験にぜひ活用してほしい」と締めくくった。

同学部3年の古山恭介さん（20）は「書かれた記事をデスクなどがチェックしていることは知らなかった。『週刊新潮』の誤報問題も、事前に真実かどうかきちんと裏付け取材してほしい」と話していた。

（2009年4月17日 読売新聞 中部版）

http://megalodon.jp/2009-0417-2118-42/chubu.yomiuri.co.jp/news_top/090417_7.htm

「スクラップすれば『保存食』にもなる」との言がありますが、読売オンラインではこのような地方版の記事以外、WEB魚拓が取得できません。

ネットとの連携で活路はあるか

経営悪化に悩む新聞社、ネット対応に四苦八苦 ネット有料化か、高給取り社員のリストラか

moneyzine 2010年05月16日

<http://megalodon.jp/2010-0524-0952-53/moneyzine.jp/article/detail/185085>

朝日新聞社の「WEBRONZA」に対し、佐々木俊尚氏が寄稿見合わせを宣言 寄稿見合わせの理由は「原稿料」

とはいえ単なる額の問題ではなく、月額735円を徴収する有料サイトでありながら「1本1万円」「月に何本書いても上限は2万円」という価格体系はいかかなものか、という問題提起だ。

INTERNET Watch 【2010/6/28】

http://megalodon.jp/2010-0628-1857-02/internet.watch.impress.co.jp/docs/yajiuma/20100628_377258.html

NHK、番組ネット配信低迷 収入「想定の半分以下」

■NHKオンデマンドの主な人気番組

| | 番組名 | 視聴回数 |
|-------|------------------------|-------|
| 見逃し番組 | NHKスペシャル「魔性の難問 リーマン予想」 | 4527 |
| | Nスペ「永田町・権力の興亡」第1回 | 3469 |
| | 大河ドラマ「天地人」第46回 | 2572 |
| | プロフェッショナル 小売り再建・大久保恒夫 | 2492 |
| ブ特選ライ | ドラマ「ハゲタカ」第1回 | 11600 |
| | Nスペ「地球大進化」第1集 | 9070 |
| | Nスペ「宇宙」第1集 | 4618 |
| | Nスペ「映像の世紀」第4集 | 3936 |

■民放キー局の番組ネット配信

| | 配信番組 | 料金設定 |
|-------|-----------------|----------|
| 日本テレビ | ネット独自番組中心 | 無料 |
| TBS | 連続ドラマなど | 1話315円など |
| フジテレビ | 連ドラなど | 1話315円など |
| テレビ朝日 | 連ドラ、フィギュアスケートなど | 1話315円など |
| テレビ東京 | アニメ、特撮など | 1話105円など |

NHKのテレビ番組をインターネットで有料配信する「NHKオンデマンド」が始まって12月で1年。予想したほどには利用は増えず、今年度の料金収入は当初見込んだ23億円の半分にも届かない見通しだ。無料が当たり前のネット上で有料サービスを展開する難しさが、改めて浮き彫りになった。

2009年11月28日21時41分 朝日より抜粋

<http://s04.megalodon.jp/2009-1129-1240-12/www.asahi.com/national/update/1128/TKY200911280300.html>

http://s01.megalodon.jp/2009-1129-1240-45/www.asahi.com/national/update/1128/TKY200911280300_01.html

ネットと放送、じわり融合 広告収入頭打ちを機に

楽天が31日、保有するTBS株を手放す決断をした。楽天の思惑による「ネットと放送の融合」は頓挫したが、今やTBSなど民放各社やNHKもネット配信を強化する。電機メーカーもネット対応型テレビを相次ぎ発売。融合はじわりと動き始めている。

TBSは3月下旬までの2カ月間、人気の連続ドラマやバラエティー番組を無料でネット配信するサービスを試験的に実施した。テレビ放映時のCMもそのまま、レギュラー番組を無料で配信する珍しいケースだった。利用者数や広告効果を分析し、今後のサービス拡大に生かす。

TBSは楽天の攻勢に背中を押されるように05年、ネット経由の有料動画配信を始め、昨年9月からは「TBSオンデマンド」として本格化。4月からは、過去のヒットドラマなども最大で100作品ほどを配信して規模を拡大する予定だ。

テレビ局がネット配信に力を入れる背景には、パソコンや携帯電話の普及によるテレビ視聴時間の減少や、これに伴う広告収入の頭打ちなどがある。TBSは09年3月期決算の業績見通しを3度下方修正し、純利益は30億円にとどまる見通しだ。

フジテレビも人気の連続ドラマとお笑い番組を昨年11月にネットで有料配信。NHKも昨年12月から「NHKオンデマンド」を始めた。

一方、ネット企業の動画配信も本格化してきた。グーグルの「ユーチューブ」など、無料の動画投稿サイトが大流行。差別化を図るため、国内ポータルサイト最大手のヤフーは民放キー局と連携する。昨年に続いて今年もプロ野球のパ・リーグの全試合を配信するほか、テレビドラマを放映直後に配信するサービスも試験的に始めた。

ヤフーにとっては、テレビ局のコンテンツを提供することで閲覧数を増やし、広告収入を増やす起爆剤にしたい考えた。

TBSとの提携戦略が行き詰まった楽天も、USENと折半出資だった有料の動画配信サービスのショウタイムを完全子会社化するなど、メディア戦略への布石をうった。

黒衣だった電機メーカーもネット対応型テレビを販売する。パソコンで番組のネット配信を楽しむ層が増えれば、「主力製品のテレビが『お茶の間の主役』ではなくなる」との危機感もあるからだ。調査会社BCNの調べでは、2月の薄型テレビ販売台数に占めるインターネット対応機種種の割合は38.0%で、2年前と比べて25ポイント増えた。

06年にはパナソニック、ソニー、日立製作所、東芝、シャープの5社が出資してテレビ用ポータルサイト「アクトビラ」を設立。テレビ局や映像配信会社から配信される映画やドラマなどが見られたり、天気予報や交通情報、ネット通販ができたりするサービスを拡大中だ。(澄川卓也、堀内京子、橋田正城)

2009年4月1日0時50分 朝日

<http://megalodon.jp/2010-0514-1947-11/www.asahi.com/business/topics/economy/TKY200903310351.html?ref=reca>

米紙サイト有料化大コケ？ 日経「電子新聞」不安な門出

2010/1/28 19:32 J-CAST

<http://megalodon.jp/2010-0130-0521-32/www.j-cast.com/2010/01/28058968.html>

大手民放ラジオ13社、ネット同時放送解禁へ

2010年2月12日（金）

<http://megalodon.jp/2010-0212-1139-49/business.nikkeibp.co.jp/article/topics/20100210/212732/>

<http://megalodon.jp/2010-0212-0948-22/business.nikkeibp.co.jp/article/topics/20100210/212732/?P=2>

<http://megalodon.jp/2010-0212-0948-19/business.nikkeibp.co.jp/article/topics/20100210/212732/?P=3>

『新聞はいらないけどチラシは欲しい』という方へ

まずは購読料をしてみましょう

1ヶ月 4,000円

1年 48,000円

10年 480,000円

10年で48万円！ 20年だと約100万円です。

チラシがないと特売品がわからなくて困るわけですね？

でも特売品との差額で、1ヶ月4,000円浮かせるのは大変です。

チラシは店に行けば置いてあります。無くても店員に言えば貰えますよ。

ネットでチラシが見られるサイトもあります。

- ・ チラシドットコム

<http://www.chira4.com/>

- ・ 広告チラシ(ちらし)のタウンマーケット

<http://townmarket.jp/>

- ・ オリコミーオ！

<http://www.dnp-orikomio.com/CGI/pilot/top.cgi>

『古新聞があると便利』という方へ

<http://hiroba.chintai.net/qa3300710.html>

関連サイト

(自動検索による外部リンクリストです。)

以下廣告