

**科学研究費助成事業 研究成果報告書**

平成 28 年 5 月 20 日現在

機関番号：12601

研究種目：基盤研究(B) (一般)

研究期間：2012～2015

課題番号：24330147

研究課題名(和文)メディア産業構造変動から見る報道職とジャーナリズムの将来：東アジア国際比較研究

研究課題名(英文)A comparative study on the future of journalism and journalists in East Asia in the face of structural changes of the media industry

研究代表者

林 香里 (Hayashi, Kaori)

東京大学・大学院情報学環・教授

研究者番号：40292784

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 13,100,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、インターネットが急速に普及する現在、これまで社会における情報提供を独占してきたマスメディア・システムについて、その産業面および職業面から考察した。情報社会の中核を担ってきたマスメディアはいま、どのような変革を強いられているのか。その際、ネットの普及はグローバルな現象であるために、日本だけでなく、韓国、台湾、中国、米国、フランスなどの海外の事情を考察しつつ、日本特有のメディア文化を浮き彫りにしながら将来を展望した。

研究成果の概要(英文)：This research explores changes in the current mass media system in Japan and East Asia in the age of the Internet. Mass media in every culture have been playing the pivotal role in disseminating information, but due to proliferation of new digital technologies, they undergo major changes in a global scale. We investigated these changes from two perspectives: changes in the industry and changes in occupation and work of journalists/editors/producers. We drew data from South Korea, Taiwan, China, and the U.S. so as to better understand the gaps between Japanese journalism and that of other cultures. Finally, the extensive interviews with experts and practitioners around the world have also allowed us to gain a clearer understanding of the developments and potentials of digitized media in Japan and the world.

研究分野：メディア・ジャーナリズム研究

キーワード：ジャーナリズム 産業 職業 デジタル化 インターネット 東アジア 国際比較 国際研究者交流

## 1. 研究開始当初の背景

研究代表者は、2009年～2012年にかけて、科学研究費補助金(B)(課題番号21330114)を受け、世界11カ国にわたるメディア国際比較研究を行った。その際、世界的な潮流として、インターネットが普及し、人々はますます政治情報をネットを通して知ることが確認された。さらに、世界では新聞やテレビなど伝統的メディア産業が衰退しているなかで、伝統的メディア産業も次々にネットに進出し、ネット上での情報提供に力を入れていることが定着してきたことも確認した。

他方で、日本のメディア産業はこうした世界的潮流とは異なって、経営は比較的盤石なまま、既存のディストリビューション・チャンネル(地上波、宅配網)を固持しつつ、ネットへの進出には慎重である。社会の側も、そのようなメディアに対して信頼度に変化がなく、利用度も注目度も高く、影響力も強い。また、働く記者や制作者など報道職も、社会的地位の高い職業となっており、給与も高く身分も保証された終身雇用が一般的だ。つまり、先進国において、ほぼ唯一日本だけが、こうした「メディア産業の構造転換」という世界的傾向からは一定の距離を置いたポジションにあるようにも見える。

しかし、各種の調査では、日本でも若者の伝統メディア離れ、ネットへの移行は顕著であるし、人口減少が予想される今、内需依存産業であるメディアは、やはり将来的には衰退傾向が予想されると考えられる。

果たして、日本のメディア産業はどのように再編されていくのか。その中で日本のジャーナリズム、そして報道職はどのような影響を受けるのか。その予想をする際に、グローバルな傾向を比較参照することは有意義であると思われる。

## 2. 研究の目的

上述の問題意識が生まれる状況を簡潔にまとめると、次のように要約される。つまり、伝統的マスメディア産業(テレビ、新聞、雑誌、ラジオ)は、コンテンツ(conduit、伝送経路)とコンテンツ(contents)の垂直統合を基本にして、コンテンツはプロフェッショナルが媒体ごと、会社内の枠組みごとに制作するという仕組みを踏襲してきた。しかし、近年、こうしたメディアの垂直統合は解体され、コンテンツの制作方法では多様化と分業が進んでいる。こうして、報道の世界は現在、世界的に産業構造、ならびにジャーナリスト(報道職)という職業プロフィールに関して大きな変動期にあると言えよう。

本研究は、このような現状認識と問題意識のもと、産業構造分析の専門家とメディア研究の専門家との共同研究としてデザインされた。最終的には日本のメディア産業の構造

変動を見極め、それに規定されるジャーナリスト(報道職)の職業プロフィールの変容過程を明らかにし、現代ジャーナリズムの総合的考察を試みた。

また、この現象は常に現在進行中のため、現状をアップデートするために、多くの実務家や専門家との交流をしながら、実践的に研究を進めることも目的として掲げた。

## 3. 研究の方法

調査では、2つのチームを形成し、研究結果をまとめた。一つは産業構造分析チームで、研究分担者の田中秀幸が担当した。もう一つには、職業プロフィール分析で、こちらは国際データ比較ならびにインタビュー調査を重点的に行った。この部分は研究代表者の林香里と研究分担者のリン・イーシェンが担当した。なお、国際比較については、当初は東アジア各国を対象としていたが、グローバルな観点からフランス、イギリス、米国にも調査を広げ、参照した。2つのチームのとりまとめは、研究代表者の林香里が行った。

## 4. 研究成果

### <産業分析結果>

産業面については、まず、従来からメディア産業の収入を支えてきた1つである新聞広告に着目して分析を行った。田中ほか(2013、論文7)では、広告媒体としての新聞の特徴が読者の広告への反応にどのように結びついているかを定量的データに基づいて分析した。その結果、読者の広告への反応に関しては、新聞広告に関する意識(買いたい商品を家族等と相談する際に役立つなど商品情報に関する意識)のみならず新聞そのものに関する意識(毎日読まないし落ち着かないなどの読書習慣に関する意識)が影響することを明らかにした。このほか、田中(2013、論文8)では、同じデータに基づき、新聞読時間と新聞広告への反応が、広告内容によって異なることを示した。これらを通じて、メディアエンゲージメントに関する研究において、新聞広告を見た後の読者の具体的な対応を明らかにする点で一定の学問的な貢献を果たした。

なお、デジタル情報化時代において、爆発的な情報量の増加に伴い、たんに情報を消費するだけでなく、それがどのような行動につながるかを見ることは、経済的な分析のみならず、政治参加や社会奉仕の分野で鍵となっている。こうして、メディア研究においても「エンゲージメント」はキー概念となっており、とくに地域社会でのメディアの機能を考える際に頻出する概念である。

そこで次に、新聞産業などのメディア産業が地域社会経済に果たす役割に着目した研

究を行った。田中・杉山(2013)では、インターネット上のツールを通じて、地域社会経済でのさまざまな主体が協働して地域情報をいかに扱うかについて、crowd sourcingの観点から事例調査を行った。ここでの crowd sourcingとは、直面する課題を解決するために、インターネットを通じて不特定多数の人々(crowd)をパートナーに選び協働することを指している(論文6)。また、Nakano et al.(2014)では、新聞、テレビなどのメディアが地域コミュニティへの参加に対する影響を定量的に分析した。その結果、新聞が同参加にポジティブな影響をもたらす可能性が示唆された。テレビなどは、むしろ同参加とネガティブな関係にあり、地域コミュニティで人々の活動に対する新聞の意義を明らかにすることができた(論文4、発表10)。

さらに、メディア産業の持続可能性をビジネス・エコシステムの観点から検討した。田中ほか(2015)では、メディア産業を広く捉え、音楽・映画・書籍などのいわゆるコンテンツのデジタル化が進み、その販売方法が多様化していることに着目した。提供方法のクラウド化や利用料金の定額化などの進展を踏まえて、ビジネスとアカデミックの観点から、コンテンツ・メディア産業のビジネス・エコシステムの今後を展望した(論文2)。

#### <国際比較調査、インタビュー調査結果>

さまざまな新興ウェブメディアの台頭、と旧メディアのオンラインへの進出によってネット上のコンテンツ競争の激化はグローバルな現象となっている。とくに、近年急速に増加するインターネットの接触率に加えて、スマートフォンやipadなどのタブレットの普及がこの傾向を加速させている。メディア間の競争が激化する一方、メディア産業の財源のあり方が問題になっている。いわゆるネットにおける「マネタイズ」問題であるが、その際にネイティブ広告や編集部門のNPO化などさまざまな試みがあり、それぞれに新たな倫理的問題に直面しているのが現状である(その他 1, 3, 5)。このほか、ストレート・ニュースを自動的に制作するニュース制作のロボット化や、テキスト・メッセージでプッシュ機能を使った新たなプラットフォームの開発などが実験的に開発されている。

企業収益減少によるコストカットの波、合理化による記者の解雇、編集部の縮小が着実に進んでおり、記者たちの間では、従来の「安定したプロフェッショナルな職業」という自己意識は薄れ、不安定な職業という認識が広まりつつある。この

傾向は海外先進諸国で特に強い。また、それに伴う記者たちの新たなスキル取得の要請と長時間労働、低賃金化傾向も加速している。多くの国では、コストカットのために正規雇用の記者を解雇し、フリーランスを多く採用し始めている。また、紙とオンライン部門とを抱えるメディアでは、後発のオンライン記者のほうの待遇が悪い例も多い(その他 5)。他方、日本のメディア産業のみ、いまだに高賃金かつ終身雇用が一般的である(論文1、発表6,7)。ただし、新聞社によってはコストカットのために早期退職を促したり、賃金カットを行うなどを行っている。また、テレビ業界では、コンテンツに関連する点で言えば、ほとんどのジャンルで番組は制作会社によって制作され、制作スキルの空洞化が始まっている。制作会社は低賃金、長時間労働が常態化しており、テレビ業界全体で見ると、大きな構造変動が起きている。つまり、欧米と同様の現象は、日本でも着実に起こっているものの、既存企業が築いてきた独特のメディア文化の中で、認識として共有されていないというのが実情であろう(論文3、発表9,5)。また、日本のメディア産業は、自社ビルなどの資産を元手に不動産業に力を入れて経営を多角化する傾向も目立つ。メディア横断的、首都圏地方にかかわらず、多数の企業で見られた。

フェイスブックやツイッターなどのソーシャルメディアの普及が2014年以降、とくに、情報伝達過程を変革する要因として注目されている。欧米の新聞、放送局では「ソーシャルメディア・デスク」部門が設置され、力を入れている。これによって、読者と記者との距離は縮まり、さらに両者の境界線があいまいとなる状況も作られている。

こうした現象は、一部で特定のメディアではメディアとオーディエンスの中間意識を生み、イデオロギー的意見を蔓延らせる原因ともなって、いわゆるメディアの二極分解(polarization)現象を生んでいる。他方、市民やジャーナリストがFBを生かして取材・報道活動や社会運動の呼びかけをし、世論形成に働きかける例が多く見られる(開催シンポジウム5)。これは世界的傾向であり、たとえば、2014年3月台湾の立法院を占拠した「ひまわり社会運動」や2014年9月の香港「雨傘革命」はその例である(発表4)。これらの事例からも、ソーシャルメディアの議題設定機能、および社会運動の動

員リソースとしての機能は、今後のメディア研究でますます重要な論点になると考えられる。しかし、「ソーシャル」を中心に広がるニュースは、「話題性」の獲得が重要であるため、センセーショナルリズムの問題、さらにニュース・メディアの中立性や客観性も問われる(論文5, 発表2, 8)。さらに、ニュースの「物語性」を重視するために、コンピュータによるVirtual Reality (VR) を交えて制作する手法も一部の国では一般的になっている。こうした技術を、今後どこまで導入することが倫理的に許容されるかも議論となっている。しかしながら、これらの点は日本のメディア、および日本のメディア研究ではあまり問題になっていない。

以上の傾向を確認した一方で、伝統メディアを「ブランド」の頂点としたヒエラルキーは、どの文化でもある程度は継続・維持されていることも確かである。しかし、たとえ老舗ブランドでも、ネット事業に乗り遅れたり、間違った経営方針を遂行することによって、あっという間に淘汰される。財力のあるブランドメディアは、活字と映像のコンテンツの細分化、およびディストリビューション・チャンネルの細分化を進め、内部で働く専門職もエンジニア部門を強化する、アウトソーシングを行うなどしつつ、雇用形態を多様化させている。こうして、従来メディア企業の代表的な「ジャーナリスト」という専門職のプロフィールは、さまざまな新しい職業との相互作用の中で、再定義が迫られている(論文1, 3, 発表6, 7, 9)。

< 総合所見 >

伝統的メディアの衰退は、二つの側面からとらえられる。一つめに、産業構造面における衰退が挙げられる。これはおもにインターネットの普及による読者・視聴者離れと、それによる広告費の減少に起因する。さらに、新規ネット事業への投資に加え、新たなプラットフォームでのマネタイズの困難などの要因も挙げられよう。しかし、衰退は事業面だけに限らず、コンテンツ面が衰弱していることも指摘できる。これが二つめの衰退である。とりわけ、報道分野はコストのわりに利益を得にくい分野であるため、産業の土台が揺らぐことによって、打撃を被る分野である。少なくとも、21世紀のジャーナリズムのあり方は、これまでの寡占状態でのインフラストラクチャー的装置産業の発想とは全く異なった編制のもと、新たな規範や職業意識の中で遂行されると予想される。本プロジェクトでは、ネット上のインターラクティブなデー

タ・ジャーナリズムを朝日新聞社の技術者、記者たちとともに実験的に試行した。これは、同社2013年12月4日の1面記事として結実した(その他7, シンポジウム4)。こうした試みは、メディア研究分野における新たな産学共同のあり方であり、今後も可能性を考えていきたい。

## 5. 主な発表論文等

[雑誌論文](計8件)

1. Mikko Villi & Kaori Hayashi (2015) " 'The Mission is to Keep this Industry Intact' Digital transition in the Japanese newspaper industry. " *Journalism Studies*. DOI:10.1080/1461670X.2015.1110499, published online on Nov. 25, 2015. 査読有
2. 田中秀幸, 松本淳, 鈴木貴歩, 川崎渉, 境真良 (2015), 「クラウド化・定額化がもたらすデジタルコンテンツとビジネス・エコシステム」, 『社情報学会誌』, vol.3, no.2, pp.47-59. 査読無
3. Hayashi, Kaori and Gerd G. Kopper (2014) Multi-Layer Research Design for Analyses of Journalism and Media Systems in the Global Age: Test Case Japan. *Media Culture and Society*. 36 (8), 1134-1150. 査読有 DOI: 10.1177/0163443714545001
4. Kunihiko NAKANO, Jingyuan YU, Rie SAKAKIBARA, Toshiyuki KITAHARA, Masaru ARIGA, Kaori HAYASHI, Hideyuki TANAKA (2014), "How Japanese Newspapers Contribute to Community Engagement," *Journal of Socio-Informatics*, Vol.7, No.1, pp.13-24. 査読有
5. 林香里 「ポスト・マスメディア時代の“ジャーナリズム”研究」 伊藤守・毛利嘉孝編著『アフター・テレビジョン・スタディーズ』せりか書房、2014年4月23日、71-89頁。査読無
6. 田中秀幸, 杉山幹夫(2013), 「地域のオープン・イノベーション: 地域情報を核とした crowd sourcing の事例紹介」, 『社会・経済システム学会第32回大会予稿集』, pp.7-10. 査読無
7. 田中秀幸(2013), 「新聞閲読時間の長短と新聞広告への反応」, 朝日新聞広告局調査レポート. 査読無
8. 田中秀幸, 諭静媛, 林香里, 北原利行, 有賀勝, 榊原理恵 (2013), 「新聞・新聞広告に対する意識と新聞広告への反応に関する研究」, 『日経広告研究所報』,

no.267, pp.16-23. 査読無

[学会発表](計10件)

1. Kaori Hayashi “Reflecting on the Decline of Print Journalism in Japan (and in East Asia) from the Perspective of Structural Transformation of the Public Sphere.” Paper presented at the Conference by the Studiengruppe Deutsch - Japanischer Dialog zu Tradition und Wandel im asiatischen Kontext. Auftaktsitzung 18.-19.2. 2016. ドイツ, バートホンプルク市.
2. 「デジタル・メディア空間における「女性」性: その両義性の批判的検討」司会・共同企画者 林香里、日本マス・コミュニケーション学会春季研究発表会、同志社大学。問題提起者: 瀬地山角(東京大学) 討論者: 田中東子(大妻女子大) 2015年6月14日。同志社大学今出川校地、京都府京都市上京区。
3. 林香里 「「ジャーナリズムの危機」とコミュニケーション」日本コミュニケーション学会第45回年次大会基調講演、2015年6月13日、南山大学、愛知県名古屋市中区。
4. 林イーシェン, 2014, 「Social Media and its Engagement with Social movements: Social Mobilization for the Protest against neo-liberalism」立教大学大学院社会学研究科・輔仁大学伝播学院合同国際シンポジウム(場所: 立教大学太刀川記念館), 2014年11月7日、東京都豊島区。
5. Kaori Hayashi “Challenges and Outlook of Japanese Journalism and Newspaper Industry” Paper presented at the International Conference 2014 “Asian Cultural and Media Studies Now”. Monash University, Caulfield Campus. Room HB 32. Nov. 7, 2014, オーストラリア、メルボルン市。
6. Kaori Hayashi and Kitade Makie, “Company Brand vs. Professionalism: the Marginalization of Women in TV Newsrooms in Japan”. Oral Presentation at the XVIII ISA World Congress of Sociology. RC 32: Gender and Work in a Global Context. July 17, 2014. 神奈川県横浜市西区。
7. Mikko Villi, Kaori Hayashi “ ‘The Mission is to Keep this Industry Intact’ Digital Transition in the Japanese Newspaper Industry”. Paper

presented at the 2014 Conference of the International Communication Association (ICA). 2014年5月25日、Seattle Sheraton. アメリカ合衆国、シアトル市。

8. Kaori Hayashi “Journalism of Care: An alternative media ethics for the digital information age.” Presented at the conference “Rethinking Journalism II. The Societal Role & Relevance of Journalism in a Digital Age.” At: Centre for Media and Journalism Studies, University of Groningen. 23 January 2014. オランダ、フロンゲン市。
9. Kaori Hayashi, “Professionalism in a Different Cultural Key: Who are “Journalists” in Japan?” Paper presented at the Conference “Advancing Media Production Research.” International Communications Association (ICA) Post-Conference. International Association for Media and Communication Research (IAMCR) Pre-conference. University of Leeds, June 24 2013. 英国、リーズ市。
10. Nakano, Kunihiro, Jingyuan YU, Rie Sakakibara, Toshiyuki Kitahara, Masaru Ariga, Kaori Hayashi, and Hideyuki Tanaka (2013), “How Japanese Newspapers Contribute to Community Engagement,” e-CASE & e-Tech, 2013, Kitakyushu: Kitakyushu International Conference Center, April 3-5, 2013. 福岡県北九州市小倉北区。

[その他]

研究活動から生まれた講演、メディア発表、作品など(計10件)

1. 林香里 「考論 業界に風穴・文化に違いも 新聞社買収 進む欧米」(日経、フィナンシャルタイムズ買収について) 2015年7月25日 朝日新聞9面。
2. Kaori Hayashi “Nikkei to Buy Financial Times” NHK World News Line commentator July 24, 2015.
3. 対談= 斎藤貴男・林香里 「ネイティブアドとは何か」『週刊読書人』2015年7月10日1,2,8面
4. 林香里 招待講演「ジャーナリズムにとって「新しい時代」とは何か」2015年4月19日(日)朝日新聞社名古屋本社。

5. 林香里 「メディアは「民主主義の危機」に直面している 独『シュピーゲル』誌オンライン版の成功と闘い」シュピーゲル誌元副編集長 M.Doerry 氏へのインタビュー。『世界』2014年12月号、127-134頁。
6. 徹底討論NHK・日経・読売・中日・朝日の採用担当者座談会「来たれ!好奇心旺盛で対話力と行動力ある若者よ」司会 林香里 『Journalism』2014年3月号、4-27. 朝日新聞社。
7. 林香里研究室・朝日新聞共同研究「チラシでたどる震災1000日」2013年12月4日 1面、デジタル版 <http://www.asahi.com/articles/TKY201312040001.html>  
[http://www.asahi.com/shinsai\\_fukkou/otsuchiad/index\\_ie.html](http://www.asahi.com/shinsai_fukkou/otsuchiad/index_ie.html)
8. Kaori Hayashi “In Japan, loyalty among newspaper readers is strong, but digital natives are the future.” Nieman Journalism Lab Dec 19, 2013, (Republished from Nippon.Com)
9. 林香里 ““读报大国”如何炼成”『新京報(The Beijing News)』2013年11月17日 電子版 [http://epaper.bjnews.com.cn/html/2013-11/17/content\\_478463.htm?div=-1](http://epaper.bjnews.com.cn/html/2013-11/17/content_478463.htm?div=-1)
10. Kaori Hayashi “Japan’s Newspaper Industry: Calm Before the Storm” published at <http://www.nippon.com/en/currents/d00097/> published on Nov. 6, 2013.

#### 開催シンポジウム(6件)

1. The News Gap: Media industry and democratic life in the 21st century 2016年1月21日(木)10時~12時半、東京大学本郷キャンパス工学部2号館9階92B【講演者】Professor Pablo J. Boczkowski (Northwestern University, U.S.A)【司会】林香里
2. “The Sociology of Prudential Activities: the Example of Journalism” 「プルデンシャル・アクティビティ」の社会学：ジャーナリズムのケース 2014年7月16日(水)午前10時~12時、報学環本館6階実験室【講演者】Florent CHAMPY (フロラン・シャンピ、フランス国立科学研究センター上級研究員)【司会】林香里
3. 「放送と通信の来し方と行く末」2014年6月23日(月)18:00-20:00、東京大学本郷キャンパスダイワユビキタス研究学術館3階ダイワハウス石橋信夫記念

ホール【講演者】岡本剛和先生(東京大学大学院情報学環准教授/総務省)【司会】林香里

4. 「デジタル化のチカラ Power of Digitization 東日本大震災4年目に向けたジャーナリズムの課題と展望」2014年3月12日(水)13:30~17:00、東京大学本郷キャンパス福武ホール地下2階ラーニングシアター【登壇者】秋山有子(グーグル株式会社 プロダクトマーケティングマネージャー)高田圭子(朝日新聞社デジタル編集長)+「震災1000日大槌チラシ・プロジェクト」チーム、荒川拓(東京大学大学院学際情報学府修士課程)東根千万億(岩手日報編集局長)【モデレーター】林香里(東京大学大学院情報学環教授)
5. 日本学術会議社会学委員会メディア文化研究分科会シンポジウム「デジタル・メディア時代の政治と選挙 日本における民主主義の現在」2013年11月1日(金)問題提起者: 三宅洋平 ミュージシャン 日本アーティスト有識者会議(NAU)代表 討論者: ウィンクラウ クリス ドイツ日本研究所専任研究員/逢坂巖 立教大学 兼任講師/遠藤薫 学習院大学法学部教授 /伊藤守 早稲田大学教育・総合科学学術院教授 コーディネーター・司会: 林香里 東京大学大学院情報学環教授
6. 「Changes in the Finnish Media Landscape: Accomplishments and Future Challenges-フィンランドにおけるメディア情勢の変化 その成果と今後の課題-」2013年6月12日(水)17:30-19:30、東京大学本郷キャンパス 情報学環本館2階大教室、【講演者】Dr. Mikko Villi (フィンランド国立アールト大学経済学部博士研究員)【司会】林香里

#### 6. 研究組織

- (1)研究代表者 林 香里  
(HAYASHI KAORI)  
東京大学大学院情報学環教授  
研究者番号: 40292784
- (2)研究分担者 田中 秀幸  
(TANAKA HIDEYUKI)  
東京大学大学院情報学環教授  
研究者番号: 30332589
- 研究分担者 林 怡夔  
(LIN I-HSUAN)  
立教大学社会学部准教授(2013年4月より)  
研究者番号: 80533025