

オセアニア

<オーストラリア> 2000年のオーストラリア・メディア界は20世紀最後のオリンピックがシドニーで開かれたことによるフィーバーがあった。唯一の全国日刊紙『オーストラリアン』(月・金13.3万部、土『ウィークエンド・オーストラリアン』30.4万部)が「シドニー2000オリンピック聖火リレー公式紙」として、またキー局はチャンネル7が放映権を握り、日刊・日曜紙とも、関連スポーツ記事、フィーチャーを大量に報じた。経済専門紙の『オーストラリアン・フィナンシャル・レビュー』(AFR、9.3万部、土曜日版10.3万部)でさえ同じであった。マードック系のニュース社は傘下紙一体の報道体制をしいた一方、他紙はフェアファックス、ルーラルプレス、APNが連合を組んで対抗した。

とくにオリンピック期間中、シドニー4紙『シドニー・モーニング・ヘラルド』(SMH、22.3万部、土39.5万部)、『デーリー・テレグラフ』(DT、41万部、土33.9万部)、『サンデー・テレグラフ』(71.9万部)、『サン・ヘラルド』(56.1万部)が朝刊、昼刊、夕刊を発行した。さらに『USAトゥデー』や『インターナショナル・ヘラルド・トリビューン』などの国際紙や、ドイツの大衆紙『ビルド』がオリンピック期間中シドニー版を発行した。

しかし実際には終わってみれば、フェアファックス系が2,500万ドル、ニュース系(マードック)が500万ドルの損失を被ったという。このオリンピックフィーバーに乗ずるかのよう、地方新聞に日曜紙が数紙登場したことは新聞界にとって目新しいもののひとつとなったが、結果は決して芳しくない。例えば、ヴィクトリア州ジーロンで発行される最古参の地方日刊紙『ジーロン・アドバタイザー』(2.8万部)がオリンピック開会式当日に合わせて日曜紙『サンデー・アドバタイザー』を創刊し、順調に見えたものの、1年も経たない今年5月には休刊に追い込まれた。地域読者と広告主には支持されたが、全国広告主を獲得することが難しかったようだ。その中で、SMHの2000年10月28日付け土曜日版がタブロイド頁換算で688頁というオーストラリア史上最大の発行頁を記録している(含む『グッド・ウィークエンド』)。

さて、2000年7月から導入されたいわゆる消費税(GST=Goods and Services Tax, 10%)により新聞一部あたりほぼ10パーセント(10セント)近くの値上げとなり、AFRが平日・土曜日版で最高の2.2ドル、

大都市日刊紙は平日1.1ドル前後、土曜版は平日版+最高1ドル程度、日曜紙は1.1~1.5ドル(10-20セントアップ)となった。これに伴い、同一社で複数紙の宅配を頼むと30-40%割引、学校向け購読なら週2ドル(SMHの場合通常は週5.6ドル)など、各紙が申し込み期間限定で週当たりの購読料値引き競争を始めた。こうしたことが、どれほど新たな読者の獲得につながったか、興味深い。

というのも、2000年7-12月期の主要新聞35紙(大都市紙月・金、土曜日版、日曜紙)の発行部数をみると、AFR、メルボルンの日曜紙『サンデー・ヘラルド・サン』(55万部、+5.1%)ほか数紙を除くと、軒並み減少傾向にある。総発行部数も前年比1.6%減の883.9万部となった。この10年あまりの間に、DTは20%、『ヘラルド・サン』51万部)が16%減など主要大都市紙は各紙1割程度減少している(5月比)。一方、部数増加で顕著なのは『ノーザン・テリトリー・ニューズ』(2.2万部、土3.1万部)と『オーストラリアン』が20%以上伸びを示している。

2001年2月5日、メルボルンの新聞界は久しぶりに賑わいをみせた。マードック系の『MX』、フェアファックス系の『メルボルン・エクスプレス』という無料紙(commuter paper)が創刊されたからだ。2紙とも北欧、ヨーロッパで人気の高い『メトロ』の類似紙。鉄道駅や主要バスターミナルなどで配布されている。前者はフルカラー、18-39歳を、また後者それよりやや上の層を設定し、予想では両紙とも6万部程度とされた。両紙とも若年層をターゲットに、ニュースよりも生活情報や娯楽、スポーツ記事を中心に構成されている。

夕刊紙の『MX』は、8.8-12.5万人の読者、『エクスプレス』は7万人の読者がいるという(2-3月平均)。モルガン調査によれば、30代以下の読者が『MX』で59%、『エクスプレス』で56%というように、系列の大都市紙『ヘラルド・サン』(54.5万部、-0.76%)、『ジ・エイジ』(19万部、-0.18%)では4分の1であることと比べ、両紙とも若者に好まれて読まれている。

ところで、多言語・多民族、複合社会であるオーストラリアにおいて、エスニック・メディアは新聞、ラジオに始まり、SBSがラジオ・テレビの多言語放送を行っていることはよく知られているが、意外と英字新聞の国際版の普及は遅れている。もちろん直輸入の外国語新聞が大都市部のキオスクなどで売られている比は欧州なみで、日本のそれとは比べ物にならない。

『ガーディアン・ウィークリー』(3.5ドル、Guardian, Observer, Washington Post, Le Monde)、『ウィークリー・テレグラフ』(同、Daily Telegraph, Sunday Telegraph)、『UKメール』(同、Daily Mail, Mail on

Sunday) 『インターナショナル・インディペンデント』(3.25 ドル、Intdependent,Independent on Sunday) 『インターナショナル・エクスプレス』(同、Daily Express, Sunday Express) などの国際新聞がオーストラリアで現地印刷あるいは即売されている。()内は1部価格、掲載記事配信元。

それとは逆にオーストラリアの新聞が国際版を世界に出すようなことはこれまでなかったが、2000年8月21日から、A3判32頁建ての『ジ・エイジ』の国際版がアメリカ、ヨーロッパそしてアジアで販売されることになった。価格は一部2.5USドル。

エスニックプレス中、最大手紙のひとつ、イタリア語紙『ラ・フィアマ』(シドニー)と『イル・グローボ』(メルボルン)がローマの『ラ・プブリカ』と提携を始めた。これに対抗してSMHが競争紙『コリエレ・デ・セラ』(ミラノ)を挟み込んだ特別版を、40セント高い1.50ドルで限定地域で販売することになった。さらに『ジ・エイジ』も同紙とスポーツ紙『ラ・ガゼッタ・デラ・セラ』を挿入するなど、プエノスアイレス、トロント、ニューヨークに続きオーストラリアでイタリア語紙競争が始まった。今年にはいり、初のセルビア語新聞『Vesti』(2ドル)が創刊された。

また、93年からABC(オーストラリア放送協会)がアジア地域向けに始めたATVは今年3月、継承したチャンネル7が赤字の慢性化を理由に放送を停止していたが、アジアへの影響力を強めたいという外務省の画策で、新年度の予算から補助金をだしてABCにより再出発を図るといふ。

オンライン関係で目立つのは、ニュース社が昨年6月から本格稼働させたニューステキスト(<http://www.newstext.com.au/>)である。ニュース系列130紙から約1,500万の記事検索が可能で、今後英国のニュース傘下の新聞とニュージーランド11紙も含む予定だが、有料データベース(1件1ドル)がどれほど使われるか。

今年3月70歳を迎えた世界のメディア王、マードックは国際放送部門「スカイ・グローバル」強化のもと、この1年で米ディレクTV、クリス・クラフトの買収、ヴァイアコムとの提携などを仕掛ける一方、フォックス・ファミリー・テレビジョンのディズニーへの売却など、相変わらず積極的な経営戦略を続けている。また私生活では3度目の結婚、父キース・マードック卿の没後50年(2002年)を記念して、故郷メルボルンの公立図書館・博物館・ビクトリア州美術館に彼の名を冠したギャラリーを作るよう、合計500万ドルを寄贈といったように話題に事欠かない。

発行部数はABC調査=2001/1/1-6/30、増減比は前年同期。ドルは断り書きのない限り、現地通貨

<ニュージーランド> ニュージーランドでは10歳以上の国民の7割が新聞を読み、35歳以上になると8割に閲読率が上昇する。男女比では男性79%、女性76%と差はほとんどないが、収入面をみると、19,000ドル以下の8割以下から8万ドル以上の98%まで順次上昇していることから、収入による読者層が明らかに存在する(ACニールセン2000年調査、いずれも週単位)。メディア別広告売上高は、14億8,500万ドルで、新聞が40%、テレビが33.8%、以下ラジオ、雑誌、屋外広告、映画の順である(2000年12月)。

ニュージーランドの都市部で発行される主要日刊紙は、首都ウェリントンの朝刊紙『ドミニオン』(6.8万部)、夕刊紙『イブニング・ポスト』(5.6万部)を除くと、オークランド『ニュージーランド・ヘラルド』(ウィルソン&ホートン社、20.9万部)、クライストチャーチ『ザ・プレス』(9.1万部)、ダニーデン『オタゴ・デーリー・タイムズ』(4.3万部)は各朝刊紙のみで、計5紙である。ウェリントンとクライストチャーチの3紙、そしてオークランドで発行されている日曜紙『サンデー・スター・タイムズ』(19.9万部)、『サンデー・ニュース』(10.9万部)はマードック系INL社の発行である。

地方紙は23紙あり、うち日刊紙は17紙である。地方紙の最大発行部数を誇るのは、ワイカトの『ハミルトン・タイムズ』(約4万部)。新聞価格は『ヘラルド』1ドルから地方紙の30セント、土曜日版はやや高くなる。日曜紙は1.3-1.5ドル。

ニュージーランドの新聞評議会(NZプレス・カウンシル)は1972年に新聞・出版界が中心となり、NZプレスの自由の保証、メディアへの苦情の配慮などを目的に創立した。記事の正確性や訂正、プライバシーなどについて13の綱領をもつが、評議会が支持した苦情への裁定は全文ではないにしろ、当該出版物において公表しなければならない。議長のほかの5人の委員は新聞発行者協会(2)、ジャーナリスト組合(2)、雑誌出版(1)の3母体と、その他一般からの委員(主席オンブズマンを含む)がいる。2000年6月から1年間で46件の裁定が下された。

ところで、NHKの国際映像放送ワールド・プレミアムはオーストラリアでは既にオプタス・ビジョンにより放送されているが、ニュージーランドでもワールド・テレビジョン(WTV)がチャンネル61で配信放送を開始した。今秋には新たな衛星デジタル放送が既存の公共放送TVNZと商業放送のTV3、TV4の全地上局が参加して始まる。

新聞発行部数はNZABC協会、2001/3/31調査から。価格は外税

上智大学文学部教授 鈴木雄雅(すずき・ゆうが)