



オーストラリア

メディア・モガルの 所有権が集中

●上智大学文学部教授

鈴木 雄雅

ちまたで言われるように、ルパート・マードックがオーストラリアの日刊紙市場の6割近くを占め、さらに3大ネットワークのキー局をも所有する現状は決して「好ましくない」が、それは彼が86年には巻き起こした台風劇に始まるものではないにしても、オーストラリアのメディア界における彼の寡占ぶりは著しい。

新聞分野において彼は、全国・日刊紙市場(12紙・240万部)で7紙・67%、日曜紙市場(10紙・

330万部)では7紙・76%を占め、さらに地方日刊紙(38紙・64万部)では5紙・2割とやや少ないものの、郊外紙(146紙・650万部)になると紙数、部数ともに5割近くを傘下に収めている。カナダ出身のメディア・モガル、C・ブラック(英『デーリー・テレグラフ』など所有)が91年11月から経営権を握ったフェアファックス社が市場第2位にあるものの、日刊3紙・21%、日曜2紙・23%、地方日刊3紙・15%、郊外21紙・

16%しかない。ブラックと、地方日刊紙で13紙・3割とマードックを凌ぐ勢力を持つようになったアイランド出身のT・オライリーも見逃せない人物(さらに市場第2位のラジオネットを所有)だが、以上3人はいずれもオーストラリア人でないように、この分野での外国人支配が目立つ。

一方、出版分野でも不死鳥のように返り咲いた大富豪、ケリー・パッカー(PBL、上位30誌のうち12誌、発行部数の47%)に続いて、マードックは7誌(26%)を持ち、彼所有のハーバー・コリンズ社の売り上げも1・06億豪ドルと、1位のリード・インターナショナル(1・1億豪ドル)を僅少差で追う。売上上位20社のうち、純粋のオーストラリア資本による出版社はわずか5社しかない。

注意すべきは、台風の余波でわずか数年の間に大都市の夕刊紙、旧来の日曜紙が次から次へと消え、その数は10紙以上にのぼったことである。また、全国紙を除けば、競争する朝刊紙を持つ都市が、シドニーとメルボルン以外消滅し、

大都市の夕刊紙も一掃された。いくつかの日曜紙が創刊され、市場の新たな拡大につながった一面もあるが……

ところで、マードックは56年のメルボルンオリンピックに合わせ、テレビ局免許を取得し、『TVウィーク』などテレビ雑誌を成功させるとともに、3大ネットワークチャネル10系を組織し、フェアファックスの7ネットワークやパッカーの9ネットワークと熾烈な競争をしていた一人でもある。それが「われわれはよりよいプリント・ベースを保全する」としてHWT(ヘラルド&ウィークリータイムズ)買収工作の際、エレクトロニクスメディアからの撤退を表明したのは、いかにも当時の政権の思惑——マルチプル・メディア・オーナーの新聞あるいはテレビのどちらかのメディアに限定所有させる、いわば「封じ込め作戦」——に乗ったかのようでもあった。

当時の労働党ホーク政権下で作られたメディア・クロス法(86年)は、確かにHWTやマードックの

ニューズ社などの「マルチプル・メディア・オーナーシップ」の肥大化を抑えるものと期待されたのだが、現実はそのようではなかった。中でも彼と対抗するHWT、フェアファックス系グループとも与党内部に極めて評判が悪く、相対的にマードックは労働党の「メイト（仲間）」とみなされた。

このメディア規制法は、C・スケース(7ネットワーク)やA・ボンド(9ネットワーク)、F・ローウィー(10ネットワーク)といった「ニュープレーヤー」らを生んだものの、彼らは次第に消え、マードック、パッカー、ブラックらにとつて代わる。そして、彼らは旧来のメディアオーナーと異なり、ホーク、続くキーティング首相といった政府首脳と密接なつながりを持ち、成長を続けている。

当初新聞は同一市場でテレビ局の5%、他方テレビ局は新聞の15%しか所有できなかったが、90年代初頭には双方15%に引き上げられ、マードックはチャンネル7の所有株を14・9%とし、16大都市局中5局をネットに持つ(昨年

19・9%の筆頭株主にかつての「ニュープレーヤー」の一人K・ストークスが返り咲いている)。

また92年の改正により、所有メディアをコントロールしない限りにおいての15%枠が撤廃されると、一度手放したチャンネル9を売価の5分の1で買い戻したパッカーがすぐさま所有株を17%に増加し3大都市、1地方局を、またチャンネル10を獲得したカナダのキャンウエストは3大都市局をネット下に収めている。この3大ネットワークは94/95年実績で、民放局総収入23億豪ドルの78%を稼ぐ。

映画産業の雄ホイッツばかりでなく、電気通信事業体テレコム・オーストラリアの解体に伴い登場したOasis(公共事業体、現在民営化が政策課題になっている)やOms(民間)など、近年マスメディア、コミュニケーション産業における融合化は、オーストラリアのメディア界をも浸蝕し始めている。「国際競争力をつける」経済政策、規制緩和政策の続行は、一方で彼らのようなメディア・モガルの所有集中化、外国資本や北米

系メディアとコンテンツの参入を顕著に示しているのが、オーストラリアメディア界の特徴である。

そして、10年来の懸案だったベイトVがようやく昨年開始されたが、ここでも「参入予定なし」と公言したマードックが早くもリドしているところが興味深い。特に、実現化に急速に傾いた90年代に入り、一時はパッカー・マードック・テレコム、あるいはABCとフェアファックス、コックス・コミュニケーションの連合組織AIMなど、多彩な顔ぶれが見られたが、やはりパッカーのオプタスビジョン、マードックのフォクステルに収束されてしまった。

今年6月現在ギヤラクシー(14チャンネル)とオプタスビジョン(同18)、そしてフォクステル(同20)の3社が放送サービスを行っている。料金面、チャンネル数、ソフト面の充実がこれからの課題であろうが、テルストラ・マードック系のフォクステルが一歩リードといったところか。

「豪メディア王マードックテ

レビ朝日の筆頭株主に」の見出しが躍った6月のある日——この日以降ジャーナリズムが報じるニューズに違和感と失望が続く。「メディア・タイクーン」マードック氏の存在をあまりに軽んじていると思えるからだ。各紙の社説は一応彼の「襲来」「上陸」を表面的には扱ったものの、この重大性には気付いていない。世界の動きにいかにか日本のジャーナリズム界がうといかを露呈した。世界最大の通信社ロイターの筆頭株主に一時期マードックが座つたこともある。彼が今、この世界で最も影響力があり、「権力」を持った人間であることは確かであろう。

民主主義社会を守る根底にある、言論の多様性の確保をどう考えるのだろうか。彼らが熱心なのは、経営「戦略」であり、決して「政策」ではない。「好ましくない」状況とは何なのか。日本の官僚の器量とジャーナリズムが今問われている。マードックという「建設的な経営者」あるいは「究極のギャンブラー」によって…。

(すずき・ゆうが)