

●観光立国への挑戦 あすの経営に役立つ情報・ノウハウの提供を続けています。

# 読者ととともに未来をめざして

## 専門新聞の役割と今後

本社・社長

江口恒明

新聞というマスメディアを大別すると、国民生活全般に関係するあらゆるニュースを報道する一般紙と、産業、教育、農業、化学、観光など特定分野を取材対象とし、専門的立場からニュースを報道する専門紙と二つに大別することができる。一般紙は一般社会に広い影響力をもつが、専門紙はその性質上影響の範囲が程度限定され、その社会的関心も一般紙のそれに比べて高いとはいえない。そのことは、専門紙は一般社会からの批判対象となる機会に乏しく、自滅の機会も失いがちとなる。現に専門紙の社会的評価は、必ずしも正当な認識のうえにたっているといえないものがある。しかし、わが国の専門紙は戦後いちじるしい発展を遂げて確固たる地盤を築き、いまや新聞界の一角に一大勢力を形成、現にそれら各分野はそれぞれの専門紙の強い影響下におかれています。専門新聞界を代表するものに社団法人日本専門新聞協会(日本新聞協会の姉妹団体で各分野の代表紙が一定の資格審査基準で入会する)が存在する。その中でも、観光分野の有力な専門紙は、そうした産業各分野の有力な存在となっており、専門的なきめ細かな情報を提供し、経営の指針となる助言をしたり、さらには業界の連絡や啓発に寄与しているが、地味ではあるが業界のよき理解者としての立場からの貢献度は高く評価されている。それとまた、専門紙が今日の地位を勝ち取った原因ともいえるであろう。一般紙というものは、その性格上、一

つの問題で全紙面を埋めるわけにもいかず、ときに否定する記事を縮小して盛り込まなければならないという宿命があるが、その点、専門紙は自由がきく。専門分野なら、いくらでも紙面をさくことが可能だ。一般紙では食いつけない業界人は、そうしたメディアを望むにちがいない。が、専門紙に関する文献、資料がほとんど見当たらないのは、専門紙というよりも、それ以下の業界紙的なものがほとんどで、経営体系が弱体で専門紙といえる企業が多すぎないからであろう。

### 新聞の定義について

専門紙の定義を述べる前に、まず「新聞とは何か」ということになるが、この新聞の定義が各人各説で非常にむずかしい。ちょうど経済学で「賃金」の定義がいまなおないのと同じだといえる。いろいろと調べてみると、小学館の大日本百科事典の「新聞」の項によると、特定または不特定の個人に時事に関するニュースや、意見・知識・娯楽・広告などを伝達する定期刊行物の一種。通常は、新聞社という専門企業によって編集発行される日刊もしくは週刊形式のニュース報道を主体としたいわゆる一般紙をさす場合が多い。マスコミュニケーションのメディア(媒体)の一つとして説明している。また、レールは、新聞とは、定期的、時間間隔において発行され、関心の一般性によって特徴づけられ、直接的な現在の条件、状態から作られるところの集約的、多様

的な内容をもち、一般に行きわたるように入れた機械的複製の産物である——と定義しているが、このレールの説が今日最も一般的であるとされている。そこで、これらの見解をもとにして、新聞に絶対欠かせない要素をあげてみると次のようになる。

**時事性** これは時間的に最も新しく、事実的な問題を扱うという意味である。新聞の最大の特徴といえる。時事性は、迅速な報道を必要とするために、しばしば正確性と相反し矛盾する場合があるから、その調和が大切である。

**公開・大衆性** だれにでも容易に手に入らなければならない。読まれることにより存在価値が出てくる。だから部数が多いほど価値がある。

**定期・企業性** 発行が定期的でなくてはならず、それは必ずしも日刊を意味しないが、定期性を維持しなければならない。そして私企業が「建前」から、経営を維持する利益を追求しなければ継続的発行は望めない。いまは新聞経営も事業としての方向に変わっている。

**公器性** 新聞は社会の公器だ。公器性は、今日、新聞だけのものではないが、「思考の公器」としての公器性は高く評価されている。それは、あらゆる権力にたいしての監視機能として、自由にして正しい世論を寄与しようとする高い理想から生まれているといえる。高い理想と、企業としての成功とを、どのようにして調和させていくか、ここに現代の新聞の深刻な苦悩が内蔵されている。従ってと

くに専門の分野で発行される専門紙は、まず絶対に業界とともに発展するために保守的なものでなければ企業として存在しえなくなってしまう。

**専門紙とは何か**

「取材範囲と対象読者」の観点から俗に一般紙と専門紙に分けられる。一般紙はここに説明するまでもないが、専門紙は、産業経済、文化、社会など特定の分野が取材対象で、特殊あるいは関心を持つ人々で読者が占められており、従って取材の方向は、それぞれの業界、あるいは専門的業務に関する報道、解説、論評に向けられ、一般紙よりさらに深く問題を掘り下げていくことを使命としている。専門紙は、一般紙の手の及ばないところを補うばかりでなく、ある意味では一般紙とは全く違った分野にその役割を見いだすメディアであるといえる。その役割とは、具体的に次のようなことがあげられる。

特定の産業を対象とし、特定の業界関係者を読者とするが、とくに業界の利益増進に寄与する。つまり、専門紙は、業界サイドに立ち、つねに業界関係者の利益増進に寄与するのが使命だから、それがひいては日本の産業経済の発展につながることを企図する。この場合の業界サイドとは、よき理解者として、ときに公正な批判者の立場から、きびしい忠告も辞さない態度をいう。また、専門紙は、業界内の意志疎通の場ともなる。そして業界の現状維持は相対的に退歩を意味す

るから、紙面を通じてたえず業界に新しい息吹を注入し、総合的な質的向上を図っていく使命を果たすために、業界の啓蒙を心がけなければならない。

専門紙は、一般紙と違って個々の業界という限定された領域にあるために、購読や広告など取込みから経営的にある程度のハンディキャップは免れない。だから、企業としては一般に小規模な経営体であるのは宿命ともいえるが、反面、業界との結びつきもそれだけ密接なものがある。この利点を十分に生かして、業界の繁栄こそ専門紙の発展につながるという前提に立ち、正しい意味での一体感を盛り上げる必要がある。

**編集方針と編集権について**

一般紙も含めて、すべての新聞には、はっきりした編集方針が打ち立てられていなければならない。編集方針とは、その新聞の所有者(社主)ないしは経営者のいかに「公器の意志」であり、新聞の製作過程でこれに関与するすべての製作者に対し、統一された基本的な判断基準となるものだ。ニュース素材が選択され、原稿(取材)価値判断が加えられて、見出しの表現がされ、大組される(編集)まで編集方針のもとで、それぞれの分野でチェックされるから、そこに統一した判断根拠が必要なのはいうまでもない。専門紙の場合、編集権限を明記しているところも少なくないが、抽象的・総括的なものが多く、広い範囲にわたって盛り、ケース・バイ・ケースで判断して

いる場合が多いようである。編集方針は、その新聞社の経営方針と密接に関連する。かつては編集優先として割切られていた時期もあったが、現代では企業の存続が第一義とされ、企業としての新聞が認識されて、まず利益をあげ繁栄していかねばならない——となっている。そのため、経営の合理化傾向は一般紙を問わず進められていくであろう。が、新聞が社会の公器である以上、社会に公約した編集方針は、なにものにも代えて守り抜かれなければならない。なぜなら編集方針は「編集権」に基づいて定められているからである。

言論機関の生命ともいえるべきものは編集権である。編集権とは「新聞の編集方針を決定し、報道の真実、評論の公正並びに公表方法の適正を維持するなど、新聞編集に必要な一切の管理を行う機能」ということである。その編集権は、編集方針と同様に、その新聞社の社主あるいは経営者に所属する。その委託を受けた編集最高責任者は、その指示のもとで、つねにそれを確保するために個人や団体を問わず、あらゆるものに対して編集権を守る義務がある。専門紙がマスメディアの一分野として今後どのように発展していくか、それは専門新聞界自体の努力と精進にまつところが大であるが、日本の産業経済の国際的躍進を期し、未来をきわめて明るいものにしていく。専門紙は「業界とともにある」べきで、業界のよき理解者として、指導的な立場をとることであろう。

●これまでも これからも紙面を刷新して読者ニーズに応えたいと存じます。

### 観光庁発足への経緯



10月1日 この日、国土交通省に「観光庁」の看板がかかった

平成15年 1月31日 小泉総理が施政方針演説で「2010年に訪日外国人旅行者を倍増の1000万人に」と発言

4月1日 ビジット・ジャパン・キャンペーン開始

5月21日 第1回観光立国関係閣僚会議(構成員:全閣僚)を開催

9月22日 国土交通大臣が観光立国担当大臣に任命される

平成16年 1月19日 小泉総理が施政方針演説で「2010年に訪日外国人旅行者を倍増するため観光立国を積極的に推進」と発言

5月24日 第1回観光立国推進戦略会議を開催

平成17年 1月21日 小泉総理が施政方針演説で「ビジット・ジャパン・キャンペーンの強化や姉妹都市交流の拡大により、2010年までに外国人訪問者を1000万人にする目標の達成を図る」と発言

平成18年 1月20日 小泉総理が施政方針演説で「ビジット・ジャパン・キャンペーンなどにより、2010年までに外国人旅行者を1000万人にする目標の達成を目指す」と発言

9月29日 安倍総理が所信表明演説で「今後5年以内に、主要な国際会議の開催件数を5割以上伸ばし、アジアにお

ける最大の開催国を目指す」と発言

12月13日 議員立法により観光立国推進基本法が成立(全会一致)

平成19年 1月1日 観光立国推進基本法が施行

1月26日 安倍総理が施政方針演説で「2010年に外国人の訪問者を1000万人とする目標の達成に向け、今年は、日中間の交流人口を500万人以上にすることを旨とする」と発言

6月1日 観光立国推進戦略会議が「地域が輝く・美しい国、日本」の観光立国戦略を取りまとめ

6月29日 観光立国推進基本計画を閣議決定

10月1日 福田総理が所信表明演説で「観光立国の推進...に取り組む」と発言

11月26日 観光立国推進戦略会議が「北海道洞爺湖サミットを契機とした北海道・日本の魅力の世界への発信及び観光振興に関する提言」を取りまとめ

平成20年 1月18日 福田総理が施政方針演説で「観光の振興は、地方活性化の目玉。新たに観光庁を設置し、地方の自然や文化などを積極的に発信し、国内はもとより海外からの観光客を呼び込む取組を強

化する」と発言

1月29日 観光庁の設置に係わる「国土交通省設置法等の一部を改正する法律案」及び「観光圏の整備による観光客の来訪及び滞在の促進に関する法律案」閣議決定、国会提出

4月25日 観光庁の設置に係わる「国土交通省設置法等の一部を改正する法律」が成立

5月16日 「観光圏の整備による観光客の来訪及び滞在の促進に関する法律」が成立

9月29日 麻生総理が所信表明演説で「観光庁の任務に、観光を通じた地域の再生がある」と発言

10月1日 観光庁発足

山形の風 お伝えしたきものと

山形県上ノ山温泉 政府登録国際観光旅館

日本の宿 古鷹

山形新幹線 かみのやま温泉駅 一車で5分

さらに女性に嬉しい 紅花風呂完成

かみのやまのゆ 春夏秋冬 蔵王と湯舟で 湯るり湯るり

ISO 9001:2000取得 (登録番号JQA-QM3298) 〒999-3292 山形県上山市葉山5-20 TEL (023) 672-5454 FAX (023) 672-5459

階段浴場 露天風呂 貸切 露天風呂

湯量豊富な自家源泉の湯が自慢です。

この春山形県黒沢温泉にオープン

古鷹グループ

〒990-2311 山形県山形市大字黒沢319-2 TEL.023-688-4411 FAX.023-688-5617 URL.http://www.dosayusa.jp

東京・銀座店 日本料理 古鷹

東京都中央区銀座7-6-11 (ミクニビル2F) TEL (03) 3574-7666