

「次世代型ジャーナリズムのファンドレイズをめぐる調査研究」報告書
科学研究費補助金 (c) 19K12698 (2019-2024)

「次世代型ジャーナリズムのファンドレイズをめぐる調査研究」
報告書

科学研究費補助金 (c) 19K12698
2019-2024

代表 名古屋大学大学院 情報学研究科 小川 明子
分担者 明治大学 国際日本学部 酒井 信
分担者 桃山学院大学 国際教養学部 土屋 祐子

研究成果概要

ジャーナリズムのファンディングモデル: 日本への示唆

小川 明子

1. ニュース砂漠とジャーナリズムのデジタル化

本研究では、ポスト・トゥルース時代において、より重視されるべきジャーナリズム活動を、いかなる財源モデルで支えることができるかという問いのもと、その歴史と現状を明らかにし、世界各地で模索される事例をもとに、日本型のモデルを提示することを目的とした。結論から述べれば、世界中見渡しても、唯一の「解」といえるモデルはまだ見つかっておらず、それぞれの社会的・文化的背景をもとに複合的な財源を確保しながらトライアルが続いている状態にある。その中で日本における最適解としてさしあたり提言できることは、1) 従来型の購読料、広告料モデルに加え、メンバーシップ型やクラウドファンディング型を適宜取り入れることであり、2) 個別メディアのファンディングを重視するというより、アカデミアや財団なども含めた全国的な相互サポートネットワークを構築すること、そして、3) フランスやオーストラリアで試みられているように、グローバル・プラットフォームに対して相応のニュース分担金の支払いを求めていくことである。さらに、ジャーナリズムのファンディング、ひいてはジャーナリズムそのものを成立させるためには、ジャーナリズムの役割や意義をめぐるリテラシーが市民に浸透することが不可欠であり、教科書の内容への介入や啓発活動も必要であると考えられる。

民主主義社会における市民として知っておくべき情報である「公益ニュース」、あるいは行政監視のジャーナリズムは、地域社会の未来、ひいては民主主義社会の未来につながる重要なリソースである。しかしその根拠は揺らぎつつある。政治経済から芸能、地域、生活までをゆるく束ね、「バンドル」することによって成り立っていた新聞やテレビの状況はデジタル化、ネット化によって変容を迫られている。資金調達が容易なエンタテインメントとは異なり、公益ニュースやジャーナリズムは関心も広告収入も得られづらいために資金調達がしづらい。

これまで、マスメディア企業は、コンテンツを消費者（視聴者・読者）に提供し、そのコンテンツを好む消費者層を広告主に販売するという二面市場として機能してきた (Anderson&Gabszewicz,2006)。二面市場という性格ゆえに、オーディエンスと広告主という両方を客としてもてなさなければならないマスメディアは、ゆえに、娯楽を

ベースにしたソフトニュースが優先しがちで、政治などのハードニュースが伝わりづら
いという限界も指摘されてきた。しかし一方で、公益ニュースを人気コンテンツに忍び
込ませ、さほど関心がない住民にも広く伝えることが可能だった。しかしアルゴリズム
によって好みの情報しか伝わりづらいうフィルターバブルに覆われたネット社会におい
て、公益ニュースはより伝わりづらく、ゆえに収益化されづらくなっている。市町村を
ベースとするローカルコミュニティのレベルでも、日本では「経済新聞」ネットワーク
など、広告をベースとしたエンターテインメント的地域情報サイトについては各地に広
がっているが、「公益ニュース (Public Interest News)」の伝達、そして何より行政を
はじめとする権力監視を行う地域メディアはほぼ皆無と言って良い。

1-1. 「ニュース砂漠」の衝撃

2018年、ノースカロライナ大学の調査チームは、自らの地域新聞を持たないエリア
を「ニュース砂漠」と表現し、2000年代以降の拡大状況に警鐘を鳴らした
([Abernathy,2018](#))。米国をはじめとする世界では、ローカル・ニュース企業の買収が
進むとともに、巨大ネット企業によるインターネット広告の増加で、その状況はさらに
広がっている (Reader&Hatcher,2020)。ニュース砂漠化することによって、コミュ
ニティに対するアイデンティティの育成が阻害される (Mathews,2020)、住民が地域
の現況を的確に理解し、未来について議論する機会を奪われ、行政に対してアプロ
チしづらくなる (Magasic&Hess,2021)、選挙の際に広域新聞では扱えない地域密着の
争点中心型報道が不可能になる (Shaker,2011)、市民活動への参加度が低下する
(Shaker,2014) などといった危惧が表明されている。しかし、[Pew Research
Center\(2018\)](#)の調査によれば、71%の米国民が、地域新聞の財政的困難に気付かず
にいるという。

アメリカの研究では、財団をベースとした助成で成り立たせる非営利組織としてのジ
ャーナリズムが模索されている。鍵となるのはジャーナリズムを公共財としてみなす視
座である。公共財とは、誰かの消費が他の人の消費の妨げにならない財やサービスを指
す。ニュースはその内容を別の人に無償で伝えることができ、対価を支払わない人にも
情報が伝わるためにフリーライダー問題を起こしやすく、ビジネスとしては成立しづら
い。しかし、ニュースは社会全体に影響を与える価値材として貴重だ。価値材とは、誰
かが消費することによって、周りや社会全体が良い影響を得るような財を指す。つまり、
ジャーナリズム活動は、社会全体の利益につながる活動であり、多くの人びとに届くこ
とが重要である一方、最終的には誰でも手に入れられる情報を一部の人が課金して購
入するというのはビジネスとして成立しづらい。ゆえに、何らかの対策、助成が必要だ
ということになる (神野,2019)。

同様の状況は、概ね世界的に当てはまる。ネット上には無料の「ニュース」が溢れて
いる。ゆえに、政治経済・社会をめぐるオンラインニュースに課金して購読する読者は
決して多くない。ロイターの「デジタルニュースレポート 2023」によれば、オンライ

ンニュースに課金している人の割合は、レポートで挙げられている西欧中心の 20 か国中、平均で 20%、北欧でもおよそ 20-40%程度である (日本は 9%で最下位)。

収入のオンライン化に成功した媒体としては、米国のニューヨーク・タイムズや、英国の[ガーディアン](#)が挙げられることが多い。オンライン化にあたっては、購読料を支払わなければ記事が読めない「ペイウォール」モデルが主流であるが、ガーディアンは、権力からの独立をめざすニュース媒体という位置付けで、読者ではなく、「サポーター」として月額 5 ポンド程度からの寄付を募るなど、読者のサポートを得るという戦略で成功した。こうしたポジショニングは日本にも参考にはなるものの (小川,2020)、ガーディアンやニューヨークタイムズは英語という圧倒的影響力を背景に成り立つメディアであるとともに、世界的事象を扱うグローバルメディアであって、この事例が日本、とりわけ小規模メディアに当てはまるとは考え難い。

1-2. 日本のマスメディア・ジャーナリズムの資金調達

さらに日本では、オンラインニュースに課金している人の割合は 9%と、イギリスと並んで 20 か国中最低である。かつて世界で最も多い新聞購読率を誇っていた時代からは隔世の感が否めない。ビジネスや投資を扱う日本経済新聞などは比較的好調であるが、2000 年の段階で新聞の総発行部数が 5370 万、一世帯あたりの新聞購読数が 1.13 だったのに対し、2022 年現在では発行部数が 3180 万、0.53 と劇的に減少した。こうした減少傾向にあって、2010 年から 20 年に従業員数は 20%減少しているが、編集部門の減少が比較的抑えられている。一方で今後のデジタル化の行方を担うデジタル部門の人員数は 4%と将来のビジネスを担えるほど多くはない(酒井,2021)。また新聞社は、購読料の減少を補う形で、戦後国有地払い下げで得た一等地を活用した不動産事業や、読売新聞の配送網を生かしたマクドナルド配達事業など、報道以外の事業収益を求めもいる ([Ogawa,Sakai,&Tsuchiya,2023](#), p.13)。しかしこれらが積極的に収入の主軸になるとは考えづらく、可能な限りの現状維持を目指して工夫が重ねられている状態に過ぎない。また日本では、「マスゴミ」などといった不信感ばかりが人びとの間に広がる中で、社会やアカデミアの動きもほとんど見られず、政策的にも放置されている。

ちなみに、日本の公民や現代社会の教科書ではジャーナリズムやマスメディアの権力監視機能にはほとんど触れられていない。この点をより定量的に明らかにすることは今後の課題であるが、教育における無関心、無知が、日本におけるジャーナリズムの関心を押し下げている可能性がある (小川,2022g)。メディアリテラシーとジャーナリズムをめぐる教育との接続については、今後の重要な研究テーマとして残されたままだ。

1-3. 日本におけるオルタナティヴ／ハイパーローカル・ジャーナリズムの現在

一方、日本のオルタナティヴ・ジャーナリズムは、西洋、あるいは韓国や台湾と比べても、規模が小さい。福島問題などを継続的に扱っている [OurPlanet-TV](#) は、認定 NPO 法人として、NPO や財団法人からの受託事業を中心に、個人の寄付で運営がなされて

いる稀有な例である。代表の白石草へのインタビューによれば、メディア・情報発信分野で応募できる適切な助成金はほとんどないという。現状では受託事業で得た利益と寄付で取材活動が行われている。2021年2月現在、年間1万円の会費で会員数は250名。運営費も会員数も、後述する韓国、台湾と比較すると一桁、あるいは二桁も小さい。その背景には、先に述べたジャーナリズムに関する関心の低さに加え、独立メディアの存在と意義が十分市民に知られていないことがあるだろう。

地域ジャーナリズムではどうだろうか。日本において、県域紙より小さな地域新聞がどの程度減少しているかを概観するデータは、管見の限り見当たらなかったが、茨城県の事情を調査した岩佐 (2022) によれば、1960年代から80年代にかけては30前後の地域紙があったようで、2022年の段階では2紙となっているという（そのほか1紙「常陽新聞」が記者有志によって「ニュースつくば」としてweb新聞化）。筆者も静岡県をベースに現状調査を行ったが、某地域新聞のインタビューでは「お悔やみをのせた数だけ購読者数が減っていく」状況にあるとも聞いた。過疎化に伴う人口減少や広告主の現象もあり、地域新聞の成立が危うくなると同時に、マスメディアの購読料や広告費の減少が危ぶまれる中で、支局の閉鎖も続いており、日本においても「ニュース砂漠化」が懸念される (Ogawa, Sakai, & Tsuchiya, 2023)。

一方、「[ウォッチドッグ大津](#)」と「[屋久島ポスト](#)」は、地域における行政監視型メディアの先進事例だが、いずれも資金調達に関してはほぼボランティアとして成り立っている状態だ。必要となるのはウェブの構築費と情報公開請求の費用程度というが、それでも年間数万時には数十万に及ぶこともあるという。屋久島ポストに関しては、クラウドファンディングも行ったが、思ったような成果は得られなかった。代表の武田剛は、特に世界遺産としてのイメージが大きい屋久島と、行政監視のイメージが合わなかったからではないかと分析している。クラウドファンディングについては、コミュニティFMのアップルが人気のあるコンテンツに関して採用しており、その人気に乗じる形でファンコミュニティからのクラウドファンディング化に切り替え、通常制作費をそれ以外のコンテンツに振り分けたいという方針だ。

クラウドファンディングは2010年ごろから盛んになり、世界的には、一時期、ジャーナリズムに特化したプラットフォームも生まれたが、現在は閉鎖されている。クラウドファンディングは、編集権で混乱をきたすとの指摘 (Hunter, 2015) もある一方、調査報道などにおける特定のテーマに対して有効であるほか、取材者と支援者の結びつきを生み出し、取材者のプロデューサー感覚を涵養するとする議論もある (Aitamurto, 2011, Cha, 2020)。

2. 海外の運営モデル：ヨーロッパと東アジアを中心に

2-1. イギリス

海外の状況はどうだろうか。日本と同様、オンラインニュースへの課金率が9%で20カ国中最下位と低く、公共放送と民間放送が並立するイギリスの事例を見てみよう。ア

アメリカでの「ニュース砂漠」と同様、イギリスでも、「[Cairncross Review\(2019\)](#)」によって告発がなされたが、日本と異なり、ジャーナリズムやローカルメディアの衰退をめぐって、アカデミアや業界、政府の危機感が強い。なかでも大学は支援をめぐる中心的アクターのひとつとなっている。デジタル時代の調査報道ジャーナリズムを支援する「[調査報道センター \(Centre for Investigative Journalism\)](#)」は、財団による寄付だけでなく、ロンドン大学ゴールドスミス校の支援や授業の提携などによって成立している。また、カーディフ大学の「[コミュニティ・ジャーナリズムセンター\(Centre for Community Journalism\)](#)」は、コミュニティメディアの調査、支援活動だけでなく、ローカルメディア実践者や一般市民に向けたコースも展開している。同様の試みは、スウェーデンのリンネ大学にある Fojo などでも行われており、世界各地、とりわけ途上国のジャーナリズム活動支援も行なっている ([小川,2022d](#))。

慈善団体もこうした問題に関心を持っている。[NESTA](#) は、検索エンジンで上位に表示されることが少ない小さなハイパーローカルメディアの支援策を検討する[プロジェクト](#)を運営し、[研究報告書](#)も掲載している。また公共放送である BBC は、地域メディアが雇用する記者の給料を BBC が肩代わりする[ローカル民主主義リポーター制度](#)、BBC の映像素材などをパートナーシップに参加している機関がオンライン用に使える「[News Hub](#)」、BBC の記者と地域メディアの出向者からなるデータジャーナリズムの専門チームの構成において間接的支援をおこなっている (田中・青木,2019)。

デジタル時代に新たに生まれたユニークな地域ニュースサイトもある。教育水準が高く、リベラルな都市であるブリストルで運営される「[ブリストル・ケーブル](#)」は、財団からの助成金と 2700 名の支援メンバーからの寄付によって構成されるハイパーローカルメディアであり、デジタル時代のメンバーシップモデルの代表事例として参照される。支援者とのミーティングやイベントを重視し、その関心によって取材内容 (調査報道など) が決まり、ウェブニュースとして配信されるとともに、地域の問題を理解してもらい、新たな購読者を増やすためにタブロイド版新聞も配布している ([小川,2022a](#))。これまで、イギリスでも日本でも、地域紙はローカルなスポンサーによる収益モデルで成立してきたが、そのことが時に地域のニュース、とりわけ調査報道や環境監視機能等において軋轢を生むこともあった。読者、すなわちメンバーシップモデルでは、個人に向けられがちな軋轢をなるべく避け、調査報道に踏み込む可能性を有している。他にも、メンバーシップモデルに基づくメディアとしては、オランダの [De Correspondent](#) や、デンマークの [zetland](#) などがある。特に zetland は、音声を中心にしたジャーナリズムで、若者に幅広い支持を得ているメディアとして、若者へのアプローチやテクノロジーにおいて参考になるところも多い ([小川,2022c](#))。

イギリスは、国家的介入が少ないリベラルモデル(Hallin&Mancini,2004)とされる。公共放送と民間放送が並立し、財団の力もアメリカと比べると小さく、ジャーナリストのプロフェッショナリズムをめぐる状況を別にすれば、日本と似た状況にある。こうしたイギリスの事例から示唆されることは、第一に、間接的支援の可能性である。大学や財

団の研究チームによる知識やノウハウの提供やネットワーク、BBC という公共放送における間接的な取材支援の手法と、Win-win とも言える互酬的な体制は、日本においても参考になるところが大きいだろう。第2に、ガーディアンにせよ、ブリストルケーブルにせよ、メンバーシップモデルが成立するためには、民主主義やジャーナリズムの意義が十分に理解されている必要がある。同様の知識が日本でも共有されているかと問われるとかなり心もとない。サポートを可能にする教育の必要性も示唆されている。

2-2. 北欧

北欧は、国家的な支援が大きく、ジャーナリズムのプロフェッショナリズムが高い民主的コーポラティズムに基づくモデル (Hallin&Mancini,2021)だといえる。その基礎となるのが、「報道助成金」である。ヨーロッパ諸国においては、早くからジャーナリズムを「公共財」「価値材」として捉え、直接・間接的な財政支援が政府において試みられてきた。とりわけ北欧はその割合が高い。スウェーデンでは、全報道機関を対象に、比較的容易に報道助成金が認可されるという。また、付加価値税の減免などといった間接助成もある (Allern&Pollack,2017)。

北欧の報道助成金モデルから見えてくるのは、ジャーナリズムが安定的なファンディングのもとで成り立つためには、国民がジャーナリズムの意義と課題を十分に理解していることが必要不可欠だということだ。ジャーナリズムを安定的なものにする上で、報道助成金のような直接的・間接的国家的負担は望ましいものの、権力側が報道機関の設立や運営の基盤を握ることにもなる危険性があるからだ。北欧諸国では、政府もメディアも、そして国民もその距離感を十分理解している。

一方、繰り返せば、ジャーナリズムと政治との関係が十分に理解されていない日本にそのまま導入できるかどうかは悩ましいところだといえる。日本でも、政府主導の「地域情報化」を経て作られたコミュニティFMやケーブルテレビは、多くが第三セクターとして成立されており、ある意味、報道助成金に近い資金が投入されている。第三セクターについては比較的安定した運営を可能にする一方で、行政批判や議会批判がしにくくなるという問題もある。枚方や尼崎などでは、議会によって簡単に局が閉鎖に追い込まれる事態も出ており、自律的な運営の難しさも有する。コミュニティFMは、一時期NPO放送局が多く設立されたが、昨今では社会福祉法人や一般財団法人による設立も見られ、安定的な財源を求めて多様な財源が模索されている(小川,2022b)。コミュニティFMにおける財源の模索事例、とりわけ第三セクターとの関係性は、ジャーナリズム活動をどのような運営方針で成立させていくかを考える上でも参考になる。

2-3. 台湾

台湾は、東アジアのデジタル化先進国であるとともに、政治に対する関心が高い地域でもある。訪問先で目にした台湾の公民の教科書は、社会問題にどう立ち向かうかがテーマとして通底している。一方で、購読率や視聴率を上げることを目的としたフェイク

ニュースやネイティブ広告がメディアの問題として大きく取り沙汰されてもおり、報道メディアの質が決して高いわけでもないようだ。だからこそ主流メディアへの信頼度が低く、オルタナティブ・メディアへの関心が高まっている側面もある。

こうした中で一定の存在感を示しているのが、「深度・開放・非営利」を掲げる独立メディア「[報導者](#)」である。現在は、財団法人（日本の NPO にあたる）として、データ分析、デザイン、ポッドキャスト班などを含む 48 名の専任スタッフを抱え、年間 8225 万台湾ドル（4 億円程度）を賄っている。設立には台湾 IT 系企業の篤志家も加わったが、現在は 7300 人による寄付や書籍、他メディアとのコラボ記事企画などが主たる収益だ。

報導者の特徴は、多メディア化とそのデザインである。ウクライナ戦争など、人びとが関心を持つべきニュースに関しては、ウェブだけでなく、本やポッドキャストなどのメディアで広く伝えている。また多くのデザイナーを抱え、ウェブサイトや報告書などをスタイリッシュにまとめており、若者や女性にもアプローチできているのが特徴である ([小川, 2024b](#), [鄧・小川, 2024](#))

もう一つ、注目されるのが、社会運動を中心に記録する「[公庫](#)（公民行動映像資料庫）」である。こちらは社会運動を通じて社会問題を告発しているが、他のメディアと異なる点は文字通りそのアーカイブ性にある。社会運動が何を契機にどのように始まり、どう移行していくのかという流れを記録し、アーカイブしていくことによって、同様の問題が起きた際の事例として参考にすることができるという ([鄧, 2024](#))。考えてみれば、これまで日本でも地域で社会問題を探るには縮刷版を使うしかなく、問題ごとに分類・保存されてきたわけではない。しかし、各社会運動の起点から結果までを追ってアーカイブすることで、問題解決の糸口にもなり、データベースにもなりうる。なお公庫は篤志家や会員の寄付で成り立っているが、その寄付を集める際に、書籍化や講演が役に立ったという。コンテンツのマルチメディア展開によって関心層を巻き込んでいくことの重要性に気付かされる事例だ。

報導者も公庫も、ペイウォールは採用していない。ペイウォールでは、社会的な問題を多くの人に知らせることができなくなるからだ。いずれももっぱら寄付によって成り立つメディアであるが、日本の 5 分の 1 の人口である台湾で、サポーターの規模が大きいことにも驚かされる。日本でメンバーシップモデルは成立しないという声も聞かれるが、これらの事例から考えると選択肢から外すことは賢明ではないと思われる。

2-4. 韓国

韓国の事例も同様、後述するように、メンバーシップモデルの可能性を示唆しているが、そのほかに注目されるのが韓国言論財団の存在である ([小川, 2023d](#))。韓国言論財団は、政府広報のコンサルタント的役割を担うことで資金を獲得し、その資金の一部を活用して、ジャーナリズムや言論活動をめぐる研究活動、ジャーナリズム活動の振興やメディア企業の経営革新、ジャーナリストの再教育や市民のメディアリテラシー向上な

どを幅広く担う基金管理型準政府機関である。2010年、デジタル化に向けたメディアの変革、健全なジャーナリズムのサポート等を目的に、プレスセンターをはじめとするさまざまな機関を統合し、政府によって2010年に設立された。研究活動、言論やジャーナリズムをめぐる会議の運営、記者の海外研修派遣、セミナーの運営など、きわめて興味深い事業が幅広く展開されている。ちなみにこの組織の存在や活動について、日本語で触れられたものは管見の限り見当たらない。

中でも本研究の関心から注目されるのが、2004年3月に成立した「地域新聞発展支援特別法」である。この法律は、「地域新聞の健全な発展基盤を形成し、世論の多元化、民主主義の実現、及び地域社会の均衡的な発展に寄与すること」を目的に、健全な地域ジャーナリズムの実現を支援することが定められている(최·김,2021:10)。こうした背景から、世界的に新聞の購読部数が急速に減少する中であって、韓国では2020年代に入っても日刊紙の創刊が続いており、韓国の新聞購読部数はさほど減少していない。しかしその一方で、新聞の「熟読率」は2002年以降急降下(한국언론진흥재단,2020:65)しており、紙の新聞を本当に読んでいるのかといえばそうでもなさそうだ。韓国におけるニュース購読は、日本以上に、Naverなどのポータルを介したニュース消費へと移行している。ちなみに韓国は日本以上の首都一極集中であると言われるが、韓国の全国紙には、日本のような「県域版」はなく、全面が全国ニュースなのだという。

財団では、全体で年間4000万米ドルベースのジャーナリズム支援が行われているが、そのうち5分の1程度が地域新聞関連の支援だ。基本的に申請できるのは紙で新聞を発行していることが条件で、記事の質を向上させるための支援(企画取材の支援や住民参加報道、提案事業に対する支援)、調査研究、記者の研修や教育をめぐる支援、記事資料のデジタル化やデジタル機器のレンタル支援、そして疎外されがちな人びとの購読料支援、地域新聞を活用したメディアリテラシー教育の支援などがある。2020年には総額79億6800万ウォン(7.9億円)の支援が地域新聞社に支払われた(최·김,2021:12)。その多くが各社からのプロジェクト申請に基づき、理事会の審議の上で配分額が決定される。地域新聞発展支援特別法の制定にあたっては地域新聞の経営者らによるロビイングがあったとされ、その際、新聞を読むことから疎外されがちな場にいる人びとに情報を伝えることを必要性として掲げた。そのため現在も各種福祉施設や独居老人などには新聞が無料で配達され、その分の購読料が財団から支払われる仕組みで、間接的な支援になっている。また、先に挙げたような支援事業について、地域新聞の社員からは、例えば「企画取材支援事業によってこれまで考えられなかったような専門的な報道ができるようになった」とか、「住民参加型の報道の支援によって、記事に多様性や新規性が生まれた」という評価がなされているという(최·김,2021:74-92)。さあにデジタル化支援についても、貴重な地域情報資源が保存できたなど、おおむね肯定的な評価であるという(최·김,2021:121-131)。

財団の助成を受けている一事例として、ソウルから高速バスで2時間弱の唐津(タンジン)で展開される「[唐津時代](#)」は、週刊の紙の新聞であると同時に、ネットでも情報発信される市民株主型ハイパーローカルメディアである。市民が株主となって設立され

た[ハンギョレ新聞](#)に倣って、150名の株主によって設立され、その数は現在では900人にまで増加。一人当たり日本円で1万円から10万円程度出資している。現在、有料購読が4000部、価格は1ヶ月7000ウォン（700円程度）で、宅配、あるいは郵便で届けられる。現在は自社サイトの他、YouTube、Facebookをはじめとするソーシャルメディアでも記事や映像を配信している。現在の収入は広告料と購読料が7:3の割合で、他に自治体委託の研究収入や事業収入があり、黒字経営だ。2020年に自社ビルへと移転し、スタジオを備えたメディア企業となった。従業員は記者5名、経営系の業務を担当する2名、そして映像を扱う協同組合の職員6名の計13名で運営している。そのほか理事会として、教員や農業従事者など、地域住民20名による理事会、そして疑問がわいた際に相談できる専門家100名による諮問委員会が設置されている。フラットな組織体制ゆえに株主総会などにおいて運営の難しさもあるが、独立性という点ではいい使命感と緊張感があるという。

もう一つ、韓国の知識人に期待されているのが、政治等の権力を対象にした調査報道メディア、「[News Tapa](#) (ニュース打破)」である。李明博政権への批判を行ったことで放送局を解雇、左遷された公共放送の記者たちによって、2012年から活動を始めた。当初は労働組合の支援を受け、映像配信から始めたが、市民からの自発的支援が始まったため、2013年に韓国調査報道センター(Korean Center for Investigative Journalism)を設立。現在は「News Tapa」として、自社サイトとソーシャルメディアで映像や記事を配信している。独立性を確保するため、YouTubeなどでも、広告には一切頼らないのが特徴で、収入は会員46000人からの会費による。会費は各自の懐具合で、月額平均1000円から1500円程度、多い場合は月額10万円程度の会費で、年間収入は600万USドル（日本円で9億円程度）。会費以外には、著書やドキュメンタリー映画の収入やグッズ販売が全体収入の10%ほどを占める。パク・クネ政権時など、政権に疑惑が生じれば生じるほど、また調査報道記事を出せば出すほど関心を集め、支援が集まるという。

民主化を経験した世代が社会の中心にいるという点で状況は異なるが、人口がおおよそ半分の韓国で、日本と二桁違う会員が存在しているという状況は、逆に言えばメンバーシップの可能性を示唆しており、またこうした活動が可視化されているからこそその相関関係と考えられる。また韓国言論財団の存在も検討に値するだろう。韓国の研究者や知識人の間では、「間接的」であっても政府の圧力からは無縁でないという否定的意見もよく聞かれる。とはいえ、そこから地域における調査報道やデジタル化という実利的な利益が引き出されていることもまた事実である。権力の直接的な介入を避けつつ、公共放送を含む、何らかの公的支援について検討することも必要ではないだろうか。

3. プラットフォームとの交渉

もう一点見逃せないのが、オーストラリア政府が先進的に行っているグローバルプラットフォームとの交渉である。オーストラリア競争消費者委員会(ACCC)は、Googleや

Facebook といったデジタル・プラットフォームに対し、ニュース制作企業に対して相応の支払いを義務付けることを求めた。現在、Google は [News Initiative](#) と題した支援制度を有している。2020 年には 10 億ドルを投じて Google News Showcase を発足させ、契約企業に対するニュースの支払いをたが、その額は世界各地のニュース産業から失われた額には見合わないほどごく小さなものとされる。日本においても、Google は、2022 年には地方新聞社との間で Build New Local プロジェクトを開始しているが、あくまでも間接的な支援に留まっている([Forbes, 2021.2.16](#))。

オーストラリアとの交渉で、Google はいったんオーストラリア市場からの撤退とちらつかせたが、結果的には検索エンジン事業に政府の規制が及ぶのを避けたいことから、各企業との交渉が模索されているようだ。同様の動きはフランスにも広がっており、各国、様子見の状態にある。政治的側面からは、海外とも足並みを揃えて、正当な対価をグローバルプラットフォームやニュース・プラットフォームに対して求めていくことが今後、強く求められるべきだろう。

4. 結語：3つの提言

以上からさしあたり3点が提言できる。まず、1) 地方紙などのマスメディアにおいては、従来型の購読料、広告料モデルに加え、メンバーシップ型やクラウドファンディング型を適宜取り入れることである。メンバーシップ型は、イベントや講演会の開催とも結びつき、メンバーが活動に対して愛着を持つことでもある。もちろん、メンバーシップやクラウドファンディングについては、後述するように、各国と比較しても、ジャーナリズムやメディアへの理解が乏しい日本の状況において難しいことは否めない。しかしメンバーシップモデルは、これまでのプロフェッショナルなジャーナリズムを、より読者・視聴者の生活や要望に目を向けるエンゲージド・ジャーナリズムや、地域の問題解決を進める原動力としてのソリューション（コンストラクティブ）ジャーナリズムへと発展させる可能性も有している。

続いて、2) 個別メディアがファンディングを行うというより、アカデミアや財団なども含めた相互サポートネットワークを構築することの必要性である。日本の地域メディアや屋久島ポストの例などで明らかのように、地域社会内のネガティブな問題を地域内から発することは、周囲の目を恐れる住民にとってはきわめて難しい状態にある。また日本にも調査報道等を行うオルタナティブ・メディアが複数存在するが、一般のオーディエンスに理解されるほどのプレゼンスを有しているものは限られる。そこで必要になるのが、オルタナティブ・メディア、ハイパーローカルメディアなどのプレゼンスであり、そのためには横のネットワークが不可欠だ。YouTube などの映像化による収益化も考えられなくはないが、安定した収入、あるいは資金が必要になったときに申請できるジャーナリズム活動を対象とした助成金もきわめて少なく、故にオルタナティブ・ジャーナリズムに関しては、ほぼ持ち出しのような形で運営されている現状がある。このように、個々のメディアはきわめて経営的にも組織としても脆弱な状況にある。状況

を改善するためには、専門的課題に対応できるアカデミアや同業種による講座や相談ネットワーク、ウェブサイトや運営システムなどにおいて誰もが簡単に操作できるテクノロジーの標準化や、問題に対応できる技術支援ネットワークが必要だろう。また助成金や順当な配分を目指すロビイング活動等にもネットワークは活用できるのではないだろうか。

そして、3) フランスやオーストラリアで先進的に試みられているようなグローバル・プラットフォームに対してニュース分担金の支払いを求めていくことである。こうした活動は、2のネットワーク化なくして成り立たないことも付け加えておく。現在、公正取引委員会等がグローバル・プラットフォームへの圧力を強めているが、こうした動きを捉えながら、マスメディア業界としても交渉を進めていく必要がある。

最後に、ジャーナリズムのファンディング、ひいてはジャーナリズムそのものを成立させるためには、ジャーナリズムをめぐるリテラシーが市民に浸透することが不可欠であることを痛感した。この研究を通して強く感じたのは、日本のオーディエンスにどの程度ジャーナリズムや民主主義の重要性が伝わっているのかという疑問である。どの国、地域においても、ジャーナリズムの重要性が理解された上でファンディングモデルが模索されているが、大学で授業等をしていても民主主義やジャーナリズムに関する学生の関心も低く、こうした状況においてメンバーシップモデルやクラウドファンディングモデルが機能するのか、きわめて心もとない。安易な公的助成（直接助成など）についても慎重であるべきだが、その背景となる政府のメディア介入に対する世論の関心も低い。グローバルプラットフォームとの交渉についても同様で、そもそもニュース配信の仕組みについての理解が十分とはいえない。

このように考えると、市民のジャーナリズム理解、メディア・リテラシーの必要性が浮上する。特に、中学・高校の教科書におけるジャーナリズムの記載は驚くほど小さい。教科書の中に、民主主義社会におけるジャーナリズムの必要性をしっかりと書き込んでいくというロビイングの作業も必要になるだろう。

5. 本研究の社会への還元とこれから

本研究は、ウェブサイトや業界誌においてヒアリングなどの成果を細かく発信するとともに、オルタナティブ・ジャーナリズムの現状と課題について多くの関心を集めるよう、日本メディア学会で2023年春・秋2回のワークショップを設定した。今後は、これらの成果をもとに、「提言」で提唱した2) 3) を研究チームとして目指すことになる。2023年秋の学会を契機に、「ハイパーローカルメディア研究会」を立ち上げ、30名弱の会員を集め、3月には第1回の研究会を開催し、6月には第2回の研究会も開催予定である。

今後は現場の実践者と研究者を対象とした研究会を開きながら、支援と共同のネットワーク化を試みるほか、現状調査も行い、それをもとにした提言を各所に対しておこなっていく予定である。

本科研の成果

- 小川明子(2020)「読者・視聴者を「サポーター」に」Journalism 366号 (特集 メディアの信頼), pp.56-63.2020.
- 酒井信 (2021) 「現代日本の新聞産業の現状と収益構造の変化に関する研究」 明治大学国際日本学研究13 (1) pp.39-55.
- 小川明子(2022a)「コミュニティメディアとクラウドファンディング」放送レポート295号 , pp.38-41. 2022.3.
- 小川明子(2022b) 「多様化するコミュニティFMの運営形態」放送レポート297号, pp.28-31. 2022.7.
- 小川明子(2022c) 「ブリストル・ケーブル」
<https://mediaconte.net/ogawa/2022/09/bristolcable/>
- 小川明子(2022d) 「サステナブル・ジャーナリズムを支える仕組み」
<https://mediaconte.net/ogawa/2022/09/sustainablejournalism/>
- 小川明子(2022e) 「デンマークの新興音声ジャーナリズムZetland」
<https://mediaconte.net/ogawa/2022/09/zetland/>
- 小川明子(2022f) 「ハイパーローカルジャーナリズムを支援する」 放送レポート299号, pp.36-39. 2022.11.
- 小川明子(2022g) 「権力監視の意義を説く教育の空白：送り手にも求められるメディアリテラシー」新聞研究841, pp.36-39.
- 小川明子(2023a) 「ニュース砂漠とメディア・リテラシー」メディア情報リテラシー研究4(1),pp127-147.
- 小川明子(2023b) 「韓国News Tapa」
<https://mediaconte.net/ogawa/2023/11/%e9%9f%93%e5%9b%bd-news-tapa/>
- 小川明子(2023c) 「韓国のハイパーローカルメディア 唐津時代」
<https://mediaconte.net/ogawa/2023/12/tanjinshide/>
- 小川明子(2023d) 「韓国言論文化財団」
<https://mediaconte.net/ogawa/2023/12/koreapressfoundation/>
- Ogawa,A. Sakai,M.&Tsuchiya,Y. (2023) Funding Public Interest Journalism in Japan: An Overview, Full Paper presented at IAMCR 2023 (9-13 July 2023, Lyon, France) Journalism Research and Education Section, Submission ID # 1596.
- 小川明子(2024a) 「韓国におけるジャーナリズムと支援制度」 放送レポート, 307号, pp.36-39.

小川明子 (2024) 「次世代型ジャーナリズムのファンドレイズをめぐる調査研究」 報告書
科学研究費補助金 (c) 19K12698 (2019-2024)

小川明子(2024b) 「台湾の独立ジャーナリズム 報導者」

<https://mediaconte.net/ogawa/2024/02/taiwanthereporter/>

鄧博文(2024) 「台湾のオルタナティブメディア 公庫」

<https://mediaconte.net/ogawa/2024/03/%e5%8f%b0%e6%b9%be%e3%81%ae%e3%82%aa%e3%83%ab%e3%82%bf%e3%83%8a%e3%83%86%e3%82%a3%e3%83%b4%e3%83%a1%e3%83%87%e3%82%a3%e3%82%a2%e3%80%80%e5%85%ac%e5%ba%ab/>

鄧博文・小川明子(2024) 「台湾における非営利ジャーナリズムと資金調達」 放送レポート, 309, pp.18-21.

参考文献

- Abernathy, P.M. (2018) The Expanding News Desert, <https://www.usnewsdeserts.com/reports/expanding-newsdesert/download-a-pdf-of-the-report/> (2023.3.31アクセス)
- Aitamurto, T. (2011) The impact of crowdfunding journalism: Case study of Spot. US, a platform for community funded reporting, *Journalism practice*, 5 (4), pp.429-445.
- Allern, S. & Pollack, E. (2017) Journalism as a public good: A Scandinavian perspective, *Journalism*, vol.20 (11)
- Anderson, S.P, & Gabszewicz, J.J. (2006) The Media and Advertising: A Tale of Two-Sided Markets, V.A.Ginsburg & Throsby, D. eds. *Handbook of the Economics of Art and Culture*, Vol.1, pp.567-614.
- Cha, J. (2020) Crowdfunded journalism & social entrepreneurship: An examination of narrative and entrepreneur legitimacy, *Nordic Journal of Media management*, 1 (1), pp.63-80.
- Hallin DC, Mancini P. (2004) *Comparing Media systems: Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
- 한국언론진흥재단(2020). 2020 언론수용자 조사 . 한국언론진흥재단.
- Hunter, A. (2015) Crowdfunding independent and freelance journalism: Negotiating journalistic norms of autonomy and objectivity, *New Media and Society*, vol.17, pp.272-288.
- 岩佐淳一 (2022) 「茨城県の地域史 久慈郡大子町の小規模地域紙を中心として」 茨城大学人文社会科学論集 1号, pp. 105-121.
- 최민재·김영은(2021) 지역신문 발전 지원 사업 성과분석, 한국언론진흥재단.

小川明子 (2024) 「次世代型ジャーナリズムのファンドレイズをめぐる調査研究」 報告書
科学研究費補助金 (c) 19K12698 (2019-2024)

神野新 (2019) 「地域ニュースと地域情報の公共性」 『メディア・ローカリズム』 中央
経済社 pp.6-18.

Magasic,M.& Hess,K. (2021) Mining a news desert: The impact of a local
newspaper's closure on political participation and
engagement in the rural Australian town of Lightning Ridge,
Australian Journalism Review,Vol,43 (1) ,pp.99-114.

Mathews,N. (2020) Life in a news desert: The perceived impact of newspaper closure
on community members, Journalism,Vol.23 (6) ,pp.1250-
1265.

Reader,B.& Hatcher,J. (2020) Business and Ownership of Local Media: An
International Perspective, The Routledge companion to local
media & Journalism, Routledge.

Shaker,L. (2014) Dead Newspaper and Citizens' Civic Engagement, Political
Communication, vol.31 (1) ,pp.131-148.

田中孝宜・青木紀美子 (2019) 「BBCの取り組みと地域ジャーナリズムの課題」 放送
研究と調査, 2019.8.

成果発表

Ogawa,A. Sakai,M.&Tsuchiya,Y. (2023) Funding Public Interest Journalism in Japan:
An Overview, Full Paper presented at IAMCR 2023 (9-13
July 2023, Lyon, France) Journalism Research and Education
Section, Submission.

小川 明子 「ニュース砂漠と地域ジャーナリズム：住民による行政監視活動の課題と展
望」 日本メディア学会2023春季大会ワークショップ
2023.6.25.

小川 明子 「ニュース砂漠と地域ジャーナリズム II：NPO法人 「ニュースつくば」 を
事例として」 日本メディア学会2023秋季大会ワークショッ
プ 2023.11.4.

以上