

# 通信社の役割

## —知られざる報道メディアの中核—

片山 正彦

- I Always Alert
  - 通信社のニュース活動—
  - (1) 呼 称 —英語表記—
  - (2) 定 義 —通信社とは—
  - (3) 業 務 —情報収集・発信—
  - (4) 特 性 —新聞社との相違—
  - (5) 生命線 —速報と職業倫理—
- II 伝書バトからコンピューターへ
  - 通信社の歩み—
  - (1) 通信社略史 —世界編—
- (2) 通信社略史 —日本編—
- (3) 通信技術の略史
- III 多機能化と信頼確立
  - 現状と課題—
  - (1) 通信社地図の大変動
  - (2) 共同通信の現状
  - (3) アジア・太平洋通信社機構
  - (4) 求められる理念
  - (5) 理想の国際通信社

### 【はじめに】

1963年11月22日、米通信社UPIのメリマン・スミス記者の至急報が世界を駆け巡った。同記者とAP通信のジャック・ベル記者、ABCテレビのボブ・クラーク記者の3人は、テキサス州ダラスの町で同じ報道陣用の車に乗って、ケネディ大統領の自動車パレードに同行していた。銃声が聞こえた途端、スミス記者は車に備え付けの無線電話機を取り上げて本社に口頭で速報。送り終えると、競争相手に無線電話を利用させないため胸に抱え込み、ダッシュボードの下にうずくまってしまった。ライバルのAP・ベル記者は怒りまくり殴ったりけったりしたが、スミス記者は電話機を離さず、UPIは世紀のスクープをしてのけた。

今のように携帯電話が無かった時代の話である。翌1964年、スミス記者は米報道界で最も権威のあるピューリッツアー賞（国内報道部門）を受賞した。受賞対象となったケネディ暗殺の第一報は、たった2語の単語「Kennedy shot」だったという。

それから30年以上が経過した1996年、この話を私が中心となって作成した共同通信社のデスクハンドブックで紹介したのは、通信社の本質的な役割を単純明快に物語っているからだ。スミス記者の行為の是非については議論があるが、このエピソードは速報に生きる通信社記者の生態を示す典型的な事例。通信社のニュース活動で最も真価が問われるのは速報であるということ、通信社記者はしばしばメディア各社を代表して取材する役を担い、通信社が報じる大ニュースは瞬く間に世界中に伝わるといふこと—などを教えている。

通信社は報道メディアの中枢に位置していながら、その実態は一般にあまり知られていない。新聞やテレビと異なり、読者・視聴者と直に接する媒体ではないからだろう。しかしながら、通信社が果たしている役割を抜きにして、報道メディアの全体像は語れない。以下の小論を、通信社とは何か、どういう生い立ちでどんなニュース活動をしているのかを理解し、報道メディアの課題と問題点を考える素材にさせていただいたら幸いである。

[注] UPIが保存していた当時の配信電文の刷り上がり(2005年10月、共同通信60周年展=日本新聞博物館=で展示)を見ると、ケネディ暗殺の速報電文は2語ではなく「ダラス中心部でケネディ大統領の車列に向かって3発の銃撃」と書かれている。スミス記者から「KENNEDY SHOT」という無線電話の1報を受けたデスクが「何だって?」と問い返し、スミス記者は「3発の銃声があった」と答えたと言われているが、「KENNEDY SHOT」のやりとりがどのように処理されたか、記録上は不明。

本稿は駒澤大学マス・コミュニケーション研究所2004年『研究所年報』第23号に掲載された論文の1部を修正・加筆し、2005年10月に名古屋大学大学院国際言語文化研究科メディアプロフェッショナル論講座における『通信社論』の講義資料としたものです(以下、参考文献著者の敬称略)

## I. Always Alert —通信社のニュース活動—

### (1) 呼称 —英語表記—

通信社は、英語では「NEWS AGENCY」または「PRESS AGENCY」などと表記される。内外の政治、経済、社会、文化、スポーツ、芸能などあらゆるニュースを新聞、放送などのマスメディア、および政府機関、企業などに配信するので、“ニュースの間屋”に例えられ、自社の専用電信線(ワイヤー)を世界中に張り巡らせてニュースを届けるサービスの形態を表して、「WIRE SERVICE」とも呼ばれる。

通信社を「ワイヤー・サービス」と呼ぶ場合には、新聞・雑誌は「プリント・メディア」、放送は「ネットワーク」と呼ばれる。

※「プレスの連合」といえば通信社と理解されるので、APはアソシエテッド・プレス(Associated Press)と名乗る(AFPはAgency France Press)。共同通信社は1996年1月1日、従来のKYODO NEWS SERVICEという英文社名を、誤解を招かないようにKYODO NEWSと改定した。「ニュース・サービス」というのは、APや共同のように広範な生ニュースを取材し、その記事を配信するのではなく、特定の分野の動向についての情報や分析、解説などを契約者(社)に配信するフィーチャー・サービスの通信社を指すからである。

## (2) 定義 —通信社とは—

「通信社」の意味を広辞苑で引くと「新聞社・放送事業者などに内外のニュースや各種の記事を供給する会社」とされている。通信社は種類や性格が多様な上、企業形態も国営あり、巨額の政府補助金を受けている半官半民あり、株式会社あり、新聞社・放送局の組合組織ありで、包括的に定義することは難しい。第2次大戦後、年代順に以下のような定義があるが、ニュースを幅広く収集し、さまざまなメディアに配信するというおおよそのイメージが示されているだけである。

### 〈1945年11月に制定されたフランスの法律〉

：新聞・雑誌に対して論文、ニュース、特信（フィーチャー）、写真、その他の記事を供給し、こういう活動から主要収入源を得ているすべての私的団体。

### 〈1953年にユネスコが出版した『通信社—その機構と運営』〉

：通信社とは、その法的形態がどんなものであるにせよ、対価に対して、また商法および商習慣に反しない条件の下に、できるだけ完全にして公平なニュース・サービスを行う目的をもって、その唯一の目的が事実を表現し、あるいは提示することにあるニュースおよびニュース資料を収集し、これを報道機関および例外的には個人に配布することを主な目的とする事業である。

### 〈1988年版『世界大百科事典』平凡社〉

：新聞社、放送局などにニュースを提供する機構。ニュースは、あらゆる場、対象から収集されるが、その共通な部分については、通信社がこれを収集することにより、新聞社、放送局などは経費と労力を節減でき、同時に自社独特の取材範囲を拡張できる。ここに通信社の意義がある。広くニュースを収集、配布するためには大きな通信網を整えなくてはならないから、大きな組織を必要とする。

### 〈2000年版『現代用語の基礎知識』自由国民社〉

：ニュースまたはフィーチャーを収集し、それを顧客に配信する組織。外国の通信社からニュースを購入し（incoming）、自社が収集したニュースを外国の通信社に売却する（outgoing）。各国には数百に及ぶ通信社がある。ユネスコは、通信社を①ニュース収集領域が全世界的規模に広がる世界的通信社（World News Agency）②収集領域が1国内にとどまる国家的通信社（National News Agency）③ニュースの内容が特定の部門に限られる専門通信社——と分類している。国際通信社として今日あげられるのは、AP（米）、ロイター（英）、AFP（仏）、イタル・タス（ロ）、新華社（中）、EFE（スペイン）など。日本では第二次大戦中の国策通信社である同盟通信社が1945年10月末自発的に解散、社団法人・共同通信社と株式会社・時事通信社が誕生し、全国の新聞社・放送局、海外の新聞・通信社・放送局に配信している。

〈2004年12月7日更新・フリー百科事典「ウィキペディア (Wikipedia)」〉

：通信社は、直接的に取材したり、報道機関からニュースを収集し、他の報道機関に配信する企業や団体である。ただ、通信社の業態も伝統的なマスコミ向けのニュース配信から、近年は企業向けの経済情報の配信に比重が移ってきている。多くの報道機関が加盟・提携しており、世界中にニュースを伝達することが可能となっている。

通信社の場合、新聞社や放送局と異なり、取材したニュースは契約船舶への配信や自社ウェブサイトでの提供を除き、原則的に自ら報道することはなく、提携先新聞社や放送局などからクレジット付きで報じられる。これをもって「ニュースの間屋」と言われてきた。しかし、通信社は世界中に報道ネットワークを維持していかなければいけない半面、世界的に新聞社が淘汰されて加盟社からの収入が減少傾向にあり、UPIの破たんや時事通信社の経営不振が象徴するように民間企業の通信社の経営は厳しく、APやAFP、共同通信社など社団法人や半国営企業などの企業が中心になっている。一方で、企業の経済ニュースに対する需要は高く、ロイターやブルームバーグのような純粋民間企業の通信社は伝統的な通信社業務から決別し、経済情報サービス会社としての方向を目指している。

### (3) 業 務 —情報収集・発信—

通信社の主要な業務は次の4分野に集約できる。

- ①取材したニュースを外国通信社や国際機関など世界に向けて送信する [アウト・ゴーイング]
- ②提携している外国通信社のニュースを受信する [イン・カミング]
- ③収集したニュース (一般ニュース) を国内の報道機関 (新聞社、放送局) へ配信する
- ④収集した専門ニュース (特に経済・市況ニュース) を企業、個人へ配信する

…要するに国内外のニュース (情報) を収集し、国内外に発信している組織である。

世界の通信社のなかには、新聞に近いニューズレターを発行したり、ラジオやテレビのニュースを制作して配信している社もある。最近では株式・金融市場の発展に対応して、株式や債券、為替、商品相場の情報を金融機関や関連企業に配信するサービスがますます拡大、マルチメディア時代に向けて通信社も多様化しようとしている。

【金子敦郎『国際報道最前線』参照／リベルタ出版】

### (4) 特 性 —新聞社との相違—

一般に通信社は一国のメディア界で中枢的地位を占めている。なぜそうなのかについて、数少ない通信社研究者の一人、共同通信OBの江口浩は「メディアへのニュースや

情報の大量供給を通じてその国のメディア界や言論界に大きな影響を持つだけでなく、対外発信によって大なり小なり国際的な発言権を確保していることに依拠している。この国際性、双方向性（アウト・ゴーイングとイン・カミング）こそが、他の多くの国内メディアと通信社を区別する最大の特性なのである」（「通信社論確立のための試論」新聞通信調査会報2002.3.15臨時増刊号）と分析している。

通信社のモットーは、“Always alert”（常に耳をそばだてろ）。通信社の記者は、ニュースが起こったその瞬間に一報を入れなくてはならない。新聞記者のような締め切りはなく、24時間、ニュースを発信し続けなければならない。だから、どんな時でもオールウェイズ・アラート。朝刊、夕刊という締め切りのない点が、新聞社との大きな相違点であり、通信社のニュース活動の特性となっている。

事件現場や記者会見場では、従来の通信社記者はまずどこに通信手段があるかを把握することから活動を開始した。電話の確保が重要な意味を持っており、携帯電話が普及する以前は、通信社には公衆電話用に「十円玉を必ず持て」との教えがあった。

新聞社との違いの1つに特ダネの扱いがある。新聞社の特ダネは、朝刊あるいは夕刊の紙面に載せて読者に届くまで、他社に感づかれぬように取材、執筆、印刷、配達まで隠密行動をとる。それに対し、通信社の特ダネは原則として“時間との勝負”。ケースによっては新聞の締め切りを意識して配信時間を操作することはあるが、ライバル社に感づかれぬようにすることよりも、一刻も早く新聞やテレビの編集者に伝達することを優先しなければならない。その特ダネを紙面や放送にどう生かすかは、各社の編集者に任せる。

1989年1月7日午前6時46分、共同通信が流した昭和天皇死去のフラッシュ（至急報）は、政府の公式発表に9分先行し、CMを含むテレビ番組の組み替えなどで、多くの配信先が目に見えない恩恵を受けた。9分間の先行は多大な経済価値を生んだと言われ、この速報は社長賞を受賞した。

#### （5）生命線 —速報と職業倫理—

速報は通信社の生命線である。冒頭、たった2語の大スクープ「Kennedy shot」のエピソードを記したが、それ以前は1951年、日本に激震が走った「Toruman fired MacArthur」=トルーマン（大統領）はマッカーサー（司令官）を解任した=という3語の至急報が有名だった。

共同通信の場合、記事としての速報は「フラッシュ」（大ニュースの至急報）とか、「番外」（重要ニュースの至急報）と呼ばれる形式で始まるが、記事出稿の前段階でも大ニュースになり得る未確認情報は「編集参考」として、流動的局面的経過・見通しは「編集情報」として加盟新聞社へ緊急連絡する。デスクは新聞社の号外への対応や、締め切り

時間帯の速報対応も必要な心得とされ、常日頃から速報感覚を研ぎ澄まし、手順を身につけておくよう要請されている。

ただし、いかに速く報じて、過った情報に何の価値もないことは言うまでもない。それどころか、通信社の誤報はメディア各社に大きな被害をもたらす。どんな報道メディアも例外なく「速く、正確に」という二律背反的な課題を背負っているが、とりわけ通信社には重い課題である。

2004年10月30日未明、共同通信はイラク人質事件で別人の遺体を本人と断定する重大な誤りを犯した。そのことを読売新聞は「共同通信『殺害』と誤報」という4段見出しで報じた(31日付朝刊)。他社の誤報をこのように大きく報じることは異例だが、通信社の速報が大きな影響力を持つことの裏返しのものである。

読売の記事は「イラクで福岡県の香田証生さん(24)が武装勢力の人質となった事件で、共同通信社が三十日に『香田さんの殺害が確認された』との誤った記事を配信、ブロック紙や地方紙の多くが夕刊で『殺害』『遺体発見』と報道する事態となった」という書き出しで、「共同通信の記事は、北海道新聞、岩手日報、河北新報、中日新聞、西日本新聞、熊本日日新聞、南日本新聞などが1面トップで掲載、社会面でも大きく関連記事を取り上げた」と誤報を載せた新聞を列挙、それに続けて共同通信の配信のいきさつを記し、編集局長のおわび談話をつけていた。

ジャーナリストから作家に転じたアルベール・カミュは「ジャーナリストは『真実を主要な関心事とする日々の歴史家』といった存在である」と定義し、「最初のニュースが必ずしも最高によく書けたニュースとはかぎらない。1番早くても正しくないニュースを伝えるよりは、2位に落ちても真実を伝える方がよい」という言葉を残している。また米ジャーナリズムには「Get it first, but first, get it right (真っ先に情報をつかめ、しかしまず、正しい情報をつかめ)」との格言もある。

速報とは次元を異にするが、もう1つ、紙面や画面を持たない通信社記者に必要とされる心構えは、自分たちが読者・視聴者の知る権利の代行者であるという自覚である。それは通信社のと云うよりは、ジャーナリストの生命線にかかわる心構えである。

そのことを共同通信OBの新井直之は「通信社は第一義的には、新聞社・放送局などを顧客とするものであって、直接には読者・視聴者と結びついていない。この点も新聞やテレビと異なる特性と言える。ジャーナリズムとは国民一人ひとりが持つ知る権利に基づいた職業であり、通信社に働く者は、読者・視聴者からのフィードバックが間接的でしかないゆえに、それだけ一層、その職業の倫理に自覚的であることが必要とされる」(共著『新聞学』/1977年・日本評論社)と論じている。



## Ⅱ. 伝書バトからコンピューターへ —通信社の歩み—

### (1) 通信社略史 —世界編—

#### ▽前 史

古代ローマ帝国は、地中海をめぐる8万キロの幹線道路とその2倍にも及ぶ支線を支配し、すべての道はローマに通じるといわれた。道路は情報伝達のための線となる。飛脚による通信網には大規模な道路開発工事が必要だが、ジンギスカンも遠大な国際通路を確保した。国家の力の源泉が「情報」であることを熟知していたからであろう。道路は、戦時にあっては軍事の、平時にあっては通商の顔を持ち、国家の興亡を左右した。

紀元前59年、ユリウス・カエサル（ジュリアス・シーザー）はローマの執政官になると同時に、元老院の議事を掲示板に書いて告知するアクタ・セナトゥス（Acta Senatus）や、政府の入手したニュース（民会や市井の出来事）を収録するアクタ・ディウルナ（Acta Diurna）を発行させた。後者は新聞類似物の最初のもといわれる。何人かの担当官が奴隷数百人に口述筆記させて作ったチラシをローマの家庭、別荘暮らしの貴族、遠征中の將軍などに配布したという。

カエサルが始めた新聞アクタ・ディウルナは、アウグストゥス（紀元前63～紀元14年）の時代に廃止されてしまった。歴史家H・G・ウェルズは『歴史概観』で「ローマ帝国の斜陽、崩壊はそのころ新聞がなかったことに起因する。新聞がなかったが故に、広大な国家、その帝国の住民は、中央で何が起きているか知るすべがなかった」と記述している。

徳川末期の黒船騒動など、情報の欠如が疑心暗鬼を生み、社会を混乱に陥れた例は、古今東西を通じ枚挙にいとまがない。

それはさておき1450年、ドイツで活字印刷術が発明された。1644年、J・ミルトンは非合法のパンフレット『アレオパジチカ』を出版し、「他のすべての自由以上に、知り、発表し、良心に従って自由に論議できる自由を我にあたえよ」と訴えた。近代的な言論出版の自由の最初のイデオログといわれる。いわばハード面での活字印刷の発明と、ソフト面での言論の自由という原則の確立、この2つの要件が近代新聞の出現を可能にさせた。近代新聞とは、不特定多数を対象とした時事的な情報媒体である。

現在残っている最古の新聞は、1605年にドイツ帝国のストラスプール（現フランス）で発行された「レラツィオーン」紙（2005年3月1日世界新聞協会WANが確認。独グーテンベルク博物館からWANに「仏ストラスプール公文書館で同紙の“出生証明”を発見した」との連絡。それまでの通説は1609年にドイツのアウグスブルグで発行された「Avisa Relation order Zeitung」=情報関係すなわち時報=という週刊新聞だった）。1702年にはイギリスで最初の日刊紙『デイリー・クーラント』が創刊された。

## ▽起 源

通信社の誕生に先行して、新聞の存在があった。新聞社は人々の「知りたい」という欲求、または「知らせたい」という願望から生まれたが、近代的な通信社は主としてこれにニュースを供給するために創始された。どんな大新聞社でも、無限に拡大するニュースを独力でカバーすることはできない。ここに通信社の成立と存在の理由がある。

12、3世紀のころ、ベニスの商人は一種の副業として、原始的な手法で相場、商況などの通信業務を営んでいたらしい。日本でも通信業務のルーツは徳川時代からあり、大阪堂島の米相場を伊勢の桑名に速報するために高い山の上で旗をふる信号を用いたいわゆる旗振り通信が存在したといわれる。

しかしながら、近代的通信社が生まれたのは近代新聞より2世紀も後の産業革命期、1800年代前半になってからである。産業革命は資本主義生産を本格化し、ヨーロッパの“世界化”が始まった。そのころ株式市場が開かれ、発展。株式相場の情報を速報する通信社が生まれ、競い合った。

近代的通信社の形成にいたる導線は、内と外の二つに敷かれていた。内側には、ニュース活動の合理化（共同利用）を必要とする新聞社の経営事情があった。外側には、世界市場の成立に向かう商業・金融資本の情報収集活動があった。時は金なり——近代的通信社の起源はマーケット情報の速報だった。

市場経済の発展に伴い、後に世界の“ニュース市場”を3分割するアバス、ウォルフ、ロイターという近代的通信社が時を同じくして誕生した。

※既に廃版になっていて入手できないが、シェークスピアと同時代の英国の劇作家・詩人ベン・ジョンソン（1572～1637）は、『新聞商会』（上野精一訳、角川文庫）の中で、ニュースの世界市場を分割する巨大通信社の出現について予感していたという。『新聞研究』1968年4月号で香内三郎は、この本の16ページに「そこではあらゆる種類のあらゆるニュースを集め、検査したうえで登録しておき、商会の証明章を捺したうえで、商会通信として発表するのです。それ以外のニュースは行われないようにします」と記されていることを紹介した。香内は「そこではまだ卸（通信社）と小売り（新聞）が未分化のままではあるが、生のニュース商品を集め、交換、販売する商社という発想は、通信社の一種の原像を写し出している」としている。

《参考》経済情報をめぐる通信社の栄枯盛衰については、下山進著『勝負の分かれ目』（1999年・講談社）が詳細かつ興味深く活写している。

## ▽揺らん期

### ①アバスの生い立ち

近代通信社の始祖、シャルル・アバス（1783～1858）はユダヤ系ハンガリー人を両親に持ち、若いころパリでナポレオンの大本営に出入りして発表ものを持ち帰り新聞社



に配信したりしていた。その後、ポルトガルに渡って用船事業を始めフランス女性と結婚、1809年にパリに舞い戻って来ると金融業に続いて新聞経営にも手を染め、1825年には通信事務所（ニュース・ビューロー）を作った。

アバスは各国首都に通信員をおき、通信員から特別の使者または郵便によって送ってくる株式、商品市場相場などのニュースを翻訳・編集して購読者に配布した。当初、購読者は外交官、商人、金融業者といった個人に限られ、新聞社には相手にされなかった。当時の新聞が論説に力を入れて、ニュースにはあまり関心がなかったからである。しかしながら一般大衆は、このころから日常の出来事、つまりニュースに関心を持つようになっていった。

アバスはこうした新聞界の変化の動向を見通して1835年、アバス通信社を創立。1848年、伝書バトを使ってヨーロッパ各国の首都間（ロンドンーブリュッセルーパリ）にニュースの送受信を行うという新しい方法を採用した。新聞社がアバス通信を購読するようになったのは、主としてこのニュース送受信のスピードアップが影響したからである。

※伝書バトの帰巣本能を利用した通信手段は、通信社が生まれてから100年以上も使われた。余談だが、共同通信の本社ビル・汐留メディアタワーの1～3階に「ニュースアート」という一般公開の展示施設があり、そこに伝書バト「共同331号」のはく製を置いてある。その解説を私は次のように書いた。

「1947（昭和22）年10月30日、金沢市で行われた第2回国民体育大会の開会式を撮影したフィルムを、共同通信社の5羽の伝書バトが東京へ運んだ。共同331号はそのうちの1羽。金沢出発時間は午前10時5分、東京到着時間は午後4時25分、銀座・電通ビルまでの350kmを飛んだ。運んだ写真は31日付朝刊に掲載された。

戦前、ハトは通信業務で重要な役割を果たしており、日本電報通信社（電通）のニュース業務部門（通信部）では、陸軍から買い入れた20羽のハトが活躍していた。ハトは5羽1組で出動、通信筒を足にくくりつけて時速60kmで飛び続け、船でのインタビュー記事やスポーツ競技の写真を運んだりしていた。

電通・通信部は1936（昭和11）年、国策により聯合通信社と合併し、共同通信の前身・同盟通信社が誕生した。その際、ハトは電通ビル屋上の鳩舎とともに同盟通信に引き継がれた。戦後同盟通信が解散し、1945（昭和20）年11月1日、共同通信社と時事通信社に分かれて再出発、ハトは共同通信に譲られた。が、電信電話の発達で次第に出番が少なくなり、1959（昭和34）年に至って役目を終了、ニュース活動から姿を消した。」

## ②ウォルフの生い立ち

ユダヤ系ドイツ人のベルンハルト・ウォルフ（1811～79）は、若くして医学を学んだが金融にも関心を持ち、1836年パリに出て、アバス事務所で株式、商品相場、医学記事などの翻訳に携わるようになった。マルクスの共産党宣言が発表されるなどヨーロッパに革命旋風が吹き荒れた1848年、ウォルフはベルリンに帰って報道界に進出、新聞（ナツィオナーレ・ツァイトゥング）の編集を引き受けて、経営に参加した。

新聞経営に当たってみると、赤字を生むニュース取材・通信費が悩みの種となった。そこで、銀行、商社、相場ブローカー、新聞社などへ株式・商品相場ニュースを配信することに活路を見出し、1849年1月、ベルリンにウォルフ事務所を創設した。同年10月、予期した通りプロイセン最初の電信線がベルリンとベルギーの国境沿いにある古都アーヘンとの間にひかれると、ウォルフは直ちにこれに飛びついた。ウォルフのニュースは電信線でアーヘンへ、そこから汽車でブリュッセルなどへ送られ、そのころベルリンに事務所を設けていた競争相手のロイターを圧倒、アーヘンへ追いやった。

1850年末、ベルリン～パリ間の直通電信が開通、ベルリンの大拠点を握るウォルフの勢力は電信線とともに伸展し、各地の通信社を買収あるいは系列下に置き、プロイセンにおけるニュース独占へと向かっていった。

### ③ロイターの生い立ち

ユダヤ教牧師の子息として生まれたドイツ人ユーリス・ロイター(1816～99)は、1848年にパリに移住、ウォルフと同様にアバス事務所で翻訳係として貴重な経験をしたが、1849年春に独立してフランスの新聞記事や論評、ゴシップをドイツ各地に配信するニュース事業を始めた。これに短期間で失敗すると、一般ニュース事業をあきらめてドイツに戻り、商業・投機ニュースに専念、アバス通信社創設とほぼ同じころ、伝書バトでドイツ・フランスの株価変動を通信する事業を始めた。

前記のように1849年10月、プロイセン政府はベルリンとアーヘンとの間に敷設された電信線を民間に開放した。フランス政府がパリとブリュッセルの間に敷いた電信線が開放されるのも必至の情勢だった。問題は、ブリュッセルとアーヘンとの間の122キロの電信線の空白だった。ロイターはこの電信ギャップに注目、アーヘンとブリュッセルの間を伝書バトでつなぎ、パリ、ブリュッセルの市況をアーヘン周辺のラインランド地方の銀行や商人に売ること考えた。

ロイターはアーヘンに開いた事務所の大家から伝書バト40羽を調達した。1850年4月、このうち12羽がブリュッセルからアーヘンの空に向けて放たれた。伝書バトは汽車便を利用した連絡に9時間かかるブリュッセル～アーヘン間を2時間で飛んだ。これが通信事業としてのロイターの出発点だった。

だが、ロイターの伝書バト便は長続きしなかった。1850年末、ベルリン～パリ間の電信が直結してしまったからだ。アーヘンでも行き詰まったロイターはどこへ転進するか迷った末、イギリスと大陸とを結ぶ海底電線を敷設中であることを聞き、ロンドン行きを決意した。間もなく、この海峡にひかれた電信線を使って大陸反攻を企てることになる。

【小糸忠吾『世界の新聞・通信社Ⅰ』参照／理想出版社】

#### ④新聞社へのニュース供給へ

パリとロンドンが海峡にひかれた電信線につながる1851年、ユーリス・ロイターはロンドンに行き、株式取引所付近に株価を伝達、交換する小さな事務所を開設した。ロイター通信社の始まりである。ロイターは初めは商業・金融企業へ市場ニュースを配布し、基礎を固めてから一般ニュース配布へ漸次転化していく。

ロイターが新聞社へニュースを供給することに成功したのは1858年、ナポレオン3世が議会で行った演説が契機だった。フランスとオーストリアの外交関係に関する重要な演説で、事前に原稿の写しを入手したロイターは、演説の開始と同時にかねて予約しておいた電信線でパリからロンドンに送信した。1848年以降、ヨーロッパ各地に施設された電信線が、初めてニュース速報に威力を発揮した。供給されたモーニング・アドバタイザー紙がこれを掲載して評判を高め、その結果、競争相手のタイムズ紙もロイター通信を取らざるを得なくなった。

新聞をターゲットとするロイターのニュース活動は、大西洋を渡る。1853年、1電信会社がスコットランドとアイルランドの間に海底電線を設け、ロンドンが直接アイルランド島と電信線で結ばれる時代に入った。ロイターは電線の終点・アイルランド西海岸の小さな港コークから私費でさらに西南端の場所・クルックヘーブンまで電線を張り、そこに技師2人を配置、頑丈なはしけ船(テンダー)を用意し、3人の乗組員を雇った。

一方、ニューヨークには気の利く通信員を派遣した。ニューヨークを定期船が出港する直前、通信員はその時点までの最新のニュース原稿を詰めたタルを船員に託す。クルックヘーブンでは、水平線上に汽船が見えるとすぐテンダーを発進させた。テンダーが近接すると、汽船からタルが海上に投げ込まれる。それを長いサオに網をつけた道具で拾い、陸地に持ち帰るとすかさず打電した。夜間は汽船が灯火信号でテンダーを呼び寄せ、タルにはリンを燃やす特殊ランプをつけて投下したが、荒れる北大西洋でこれを拾うのは命がけの仕事だった。

こうした方法で、ロイターはアメリカの南北戦争(1861～65年)の報道を終始リードした。ハイライトは南軍降伏5日後の1865年4月14日、リンカーン大統領が暗殺されたときのヨーロッパへの速報。通信員はぎりぎりの時間まで取材し、既に出港したイギリス行きの汽船をランチで港外まで追いかけて、原稿入りのタルを下甲板に放り上げた。これがヨーロッパでの完全スクープとなって新聞界におけるロイターの信用を高め、その後の大発展の基礎となった。

#### ▽3 大通信社の分割支配

近代的通信社を立ち上げたアバース(Agence Havas /仏、1835年創設)、ウォルフ(Wolffs Telegraphen-Bureau /独、1849年創設)、ロイター(Reuters /英、1851年創設)は、いずれも顧客へ経済情報を流すことから始めて、電信、海底ケーブルなどの

通信技術の開発にもなって事業を拡大、19世紀後半には世界の3大通信社といわれるようになった。

アバスの2代目、オーギュスト・アバスは1856年、広告代理店と提携して広告部門を新設。新聞社に対し、海外ニュース提供の代償として、広告スペース（新聞の第3、第4面）を申し受けることとした。広告を制するものは新聞を制する。アバスは非協力的な新聞に広告の割り当てを見合わせるなどして、新聞に対する支配力を強めていった。

経済情報、一般ニュースの両面で報道界の要に成長した通信社だが、経営の安定化には苦しみ、ときに国家権力の支援を受けたり、アバスのようにニュース・広告の兼業に踏み出すなどして勢力拡大を図った。3大通信社は“縄張り争い”にしをぎを削る一方で共存共栄の道も模索し、ニュース交換と地盤を規定する契約（友好協定）を結ぶ方向に進んだ。3社間の過当競争による支出増を防ぎ、3社以外の通信社の台頭を阻止、自社領域でのニュース独占を図ろうとの思惑からである。

3社は1856年に相場速報ニュースの交換を定めた第1回の国際協定（暫定取り決め）を結び、ニュースの交換を行うようになった。それを一般ニュースにまで広げた正式協定が結ばれたのは1859年。その後何度も更改されて1870年、3社は「世界通信社連盟」を結成、ロイターは大英帝国と極東、アバスは南ヨーロッパとラテンアメリカ、ウォルフは北ヨーロッパ、ロシア、バルカン諸国などと世界を3分割して、それぞれの領域でニュースの収集、配布に独占権を持つことが取り決められた。後発のAP（米）はロイターから世界ニュースを供給されたが、その活動範囲はアメリカ合衆国の領土に限定されていて、国際進出のため協定の破棄に苦慮することになる。

#### ▽APとUP

3大通信社の独占体制は、一方で技術革新が進み、他方で新興の通信社が力をつけてきたことを要因に、やがて国際情勢の変化とともに揺らいでいくが、それを記す前に、まだ3社が圧倒的な支配力を誇った時代にアメリカで産声を上げた2つの通信社、APとUPが生まれたいきさつに触れておく。

ヨーロッパの3大通信社が個人経営の経済通信社として出発し、金融業、株式、商品ブローカーなどを顧客としたのに対し、APはアメリカ在住者の最大関心事であるヨーロッパ・ニュースを入手するために、ニューヨークの新聞各社が組織する共同機関として生まれた。

ヨーロッパと新大陸（米国）との間には、1866年に大西洋横断海底ケーブルが敷設されたが、それまではニューヨークやボストンに入るヨーロッパからの船舶が、米国の移住者にとって母国のニュースをもたらす唯一のチャンネルだった。AP発足前のニューヨークでは朝刊6紙が個々にハリファックス（カナダ）沖まで快速船を出し、大西洋航路船からニュースを入手してボストンへ運び、ボストンからニューヨークへ電信（当初

は早馬便)で送信していた。各新聞社の記者は船が港に接近すると接岸・上陸を待たずに、ランチをチャーターして沖合の船に殺到、乗り移って船員や船客からニュースを取材した。

これでは経費もかかるし危険。この過当競争に耐えかねて6社が共同機関、即ちAP(新聞組合)の設立に合意したのは1848年5月といわれる。APは当時、港湾ニュース協会(Harbor News Association)と呼ばれた。これを母体の1つとして1900年以降現在の形態のAPになったので、APは6社組合結成の1848年を創立の年としている。

1851年にニューヨーク・タイムスが発刊され、APに加盟。1856年、APは組織を強化し「NY7紙以外は加盟紙とせず、組織運営に参加させない」ことを決めた。しかし、各州のAPニュース契約購読紙は急速に増え、やがて契約紙同士がニュース交換など共同作業をするようになった。それらが「西部AP」「南部AP」「フィラデルフィア地区AP」などと名乗る社外のAPグループに発展した。

AP史上最大の危機であり転機となったのは、19世紀末の内部対立。ニューヨーク派の有力理事がUnited Press(後のUPとは別もの)という競争通信社をつくってAPの乗っ取りを企て、イリノイAP総支配人メルビル・ストーンらのシカゴ派と加盟社争奪戦を繰り広げたが、このUP(初代UP)は1897年に破産した。シカゴ派はニューヨークに本拠を移して、今日の組合主義通信社としての基礎を確立する。

小糸忠吾著『世界の新聞・通信社Ⅲ』によると、新聞記者の経験がある作家マーク・トウェーン(1835～1910年)は「天上に太陽、地上にAP、これぞ世をくまなく照らす2大勢力」と、草創期のニューヨークAPを讃えていたという。

そのころ、中西部諸州を地盤に「スクリップス・マックレー系(SM系)新聞チェーン」が生まれていた。会長のエドワード・W・スクリップスは、後にThe United Press即ちUP(INSと合併後はUPI)の創立者となる。

SM系紙は初代UPの配信に頼っていたので、初代UP破産後にAPへの加盟を望んだが、スクリップスは拒んだ。APの地区内同業者排除の体制や夕刊紙に冷淡であることに反発していたからだ。当時、ある地域で競争する新聞社のうち、一方がAPに加盟すると、競争相手は閉め出されていた。スクリップスはそうしたAPの姿勢に反発する新聞社のグループを組織化、各紙がそれぞれの地元ニュースを交換し合うことから新通信社づくりを始め、1907年にニューヨークでUPを営利目的の株式会社として登記した。

※APの定款は1942年まで、新聞社がAPに加入しようとしても、既にAPの組合員である同一地域の他の新聞社が反対したら、加入できないと規定してあった。加入を拒否されたシカゴ・サン紙がこれを訴追し、アメリカ連邦大審院は結局、自由競争の精神に違反する不利な条件を与えているとの理由で、APの定款に違法の判決を下した。



### ▽障壁の打破

ロイター、アバス、ウォルフは1870年、3社で世界の地域を分割する協定を結んだが、分割協定時代の後半は、ロイターを通じる情報の操作で、世界の出来事はすべてイギリス人の利害と感情の「ろ過」を通して世界に伝えられたといわれる。

後に3社によるニュースの独占という障壁に挑んだAP総支配人ケント・クーパーは、著書『障壁を破る』（1942年）の中で「その当時においては、どこの国であろうと、国籍がどうであろうと、ロイターが味方した方が必ず勝つことになっていた。ロイターはまさしく、ニュースの世界の十字路に立って、交通を規制していたのである」と書いている。

司馬遼太郎も『坂の上の雲』第8巻あとがきで、当時のロイターに触れて「日露戦争におけるロシアは世界中の憎まれ者であった。というよりタイムズやロイター通信という国際的な情報網を握っている英国から憎まれていた。英国の情報機構がしつこく日本の勝利を報じ、その電報が各国の新聞に掲載された。極端に言えば、満州の陸戦における行司役はタイムズとロイター通信であった。それによって国際的な心理や世論がうごかされた。日本の情報操作が上手であったわけではなかった」と書いている。

障壁が破られたのは1870年の「世界分割協定」から64年後の1934（昭和9）年。背景には第1次大戦後の各国の力関係の変化があったが、直接的に協定破棄に追い込んだのはAP総支配人ケント・クーパーと、“タッグ”を組んだ聯合通信社（同盟の前身）専務の岩永裕吉だった。

前年の1933年5月、来日したクーパーは岩永と「聯合は日本でAPのニュースを頒布し、APはアメリカで聯合のニュースを頒布する」という合意に達した。この合意は聯合にとって、その年6月に満期となるロイターとの契約改定交渉を有利に導く有力な材料となった。ケント・クーパーの『障壁を破る』には「(岩永氏との)友情は、新聞の自由と国際ニュース交換の自由に対する共通の信奉を土台とし、岩永氏が亡くなる日まで続いた」という記述がある。

2人の対ロイター交渉をきっかけに、1934年に3社協定は破棄された。世界ニュースの地域分割独占の時代が終わり、少数の世界通信社による寡占時代を迎える。ウォルフはドイツの敗戦により、その通信網をロイターとアバスに取り上げられ、1933年にナチスの国営通信DNBに吸収された。しかしアバスも第2次大戦中、フランスの降伏でナチスに解体され、1944年にAFPとして生まれ変わった。

### ▽“情報植民地”からの脱皮

第2次大戦後、資力を誇るアメリカの通信社（APとUPI）は急速に発展し、旧・ソ連の国営通信社タスも戦勝により地歩を広げた。その一方で、アジア・アフリカの植民地は政治的には独立を勝ちえたが、国際報道のうえでは旧態依然、ニュースの流れは旧宗



主国からの一方通行であり、“情報の植民地”としての地位に変わりはなかった。発展途上国が1978年のマス・メディア宣言のころから主唱する「新世界情報コミュニケーション秩序」は、このような状態からの脱皮を目的としたものである。

発展途上国の情報植民地からの脱皮はなかなか進まなかったが、UPIが没落するなど、世界の「通信社地図」は1980年代から大変動する。それについては後で記すが、その前に日本の通信社の略史、共同通信が「アジアに軸足を置く総合国際通信社」を目指すまでの歩みと、通信社発展の土台となった通信技術の歩みを概観しておく。

《参考》1992年に出たロイターの公式社史「The Power of News」(Donald Read 著)は、最良の通信社社史と評価されている。

## (2) 通信社略史 —日本編—

### ▽群小乱立

明治維新後、全国各地に有力新聞が次々に発刊されたのに対応して、新聞社にニュースを提供する通信社も続々と現れた。明治憲法発布の前後に生まれた時事通信社(1888 = 明治21 = 年1月4日創立 ~ 90年 / 現在の時事通信社とは無関係)、新聞用達会社(1890 ~ 92年)などが日本の通信社の先駆けといわれるが、当時は群小通信社の乱立にとどまった。

日本に最初に海外ニュースを供給したのはロイターで、日本で通信社が生まれる前、既に1871(明治4)年末に在インド代表ヘンリー・M・コリンズを派遣し、長崎と横浜に支局を開設させた。当初は日本の新聞社に直接ニュースを配信するのではなく、横浜在留の外人商社や個人に、上海に入った同社のニュースを配布していただけだった。

これに目をつけた新聞が時事新報(1882 = 明治15年創刊)で、横浜のイギリス商人と交渉して同文の配信を受けることに成功。続いて東京朝日など数紙が時事新報と交渉し、共同でロイターのニュースを購入するようになった。ロイターの本格的なニュースの供給は、1887(明治20)年前後から始まった。

### ▽電聯時代

新聞用達会社は時事通信社と合併して1892(明治25)年、大隈重信の立憲改進黨の言論機関として帝国通信社(帝通)が設立された。帝通は日清、日露戦争を通じて業務を拡大、後発の日本電報通信社(電通)とともに2大通信社として競い合った。

日清、日露戦争を経て、新聞読者のニュースに対する関心、要望は非常に高まり、それが通信社の飛躍的發展をもたらす契機となった。海外電報が重要性を増し、日本の通信社が外電と契約を始めたのもこの時期である。

自由民権運動に壮士として参加したり、大阪朝日新聞などの記者経験を持つ光永星郎は1901(明治34)年、広告代理業「日本広告株式会社」の併設機関として日本電報通信

社（電通）を創立した。1906（明治39）年、通信社を独立させ、翌年には逆に通信社が広告会社を合併した。

当時、帝通が断然頭角を現し、地方紙に通信を送っていたが、国内の政治、経済ニュースのみを扱い、外国ニュース電報までには及んでいなかった。外電吸収の道をふさがれていた地方紙は中央紙の外電記事を切り抜いて、それを暗号で送っていたような状態だった。ここに出現した電通はロイターと契約して、中央紙だけでなく地方紙にも提供、アメリカにUPが創立されるや直ちにこれとも契約し、めざましく業務を拡張した。

電通はアバスと同じように、広告業として広告を供給する一方で、通信社として記事を配信し、新聞社から受け取る通信料と、新聞社に支払う広告料を相殺する方式を採用した。新聞社とりわけ地方紙にとっては、東京の広告を入れてもらい、その収入で通信料を賄えるので、一石二鳥のアイデアとなり歓迎された。

日露戦争後、通信の需要が増え、報道用通信・電話の規則も整備されるようになった。1906（明治39）年6月、至急通話制度（料金は2倍）が設けられ、7月には市外専用電話も認可された。翌1907年「新聞電報は、電報取扱時間にかかわらず取扱う。料金は、普通新聞電報は50字までごとに20銭（一般の約5分の2）」という新聞電報規則が実施され、予約新聞電話規則も制定された。

当時の電信・電報の量について、1908年12月の電通創立7周年式典で通信省通信局長は「日本における新聞通信社で、最も電報なり電話なりを使用しているのは日本電報通信社で、その予約電報は6区間毎日5千字、予約電話はその区間11カ所で通話料は約50通話に達し、ほとんど全体の3分の1を占めている」と述べている。

一方、20世紀初頭のアメリカ西海岸の排日運動をきっかけに、「海外で日本をよりよく理解させるための対外発信」の必要性が叫ばれだした。対外発信の重要性に目を向けた先駆者の代表格はアメリカ滞在35年の高峰讓吉博士と、その主張に共鳴した実業家・渋沢栄一だった。

1909（明治42）年8月、渡米実業視察団の団長としてアメリカを訪れた渋沢は、アメリカにおいて日本に関する記事が質、量とも貧弱であること、かつ悪意に満ちた通信すらあることを知って、日本に対外的通信社を設立する必要性を痛感して帰国した。渋沢らの尽力で第1次大戦直前の1914（大正3）年、“日本を世界に語る”通信社を目指して、ロイターと結ぶ国際通信社が生まれた。同じく対外広報活動の必要から同年、外務省の補助を受けて東方通信社が上海に設立された。

国際通信社は期待に反し、ロイター・ニュースを日本に頒布する通信社の域を出なかった。このため組織改編を迫られ1926（大正15）年、東方通信社と合併して日本新聞聯合社（聯合）が生まれた。聯合は1927年5月、帝通との契約が切れたロイター電の国

内頒布権を接収、それを契機に帝通は急速に没落して聯合が台頭、電通との激しい競争を特徴とする“電聯時代”を迎えた。

※通信部が全盛期の1930（昭和5）年に作られた電通の社歌（作詞・北原白秋、作曲・山田耕筰）には、報道界の雄としての自負と高揚するムードがみなぎっている。

<4番> うてば響くこの力 スピード スピード電通  
これニュース これ使命 飛ぶ人類の 意志よ 感情  
先端のこの自由 張れよ張れ 光れ 世界の通信網 フレー

### ▽同盟の誕生

1931（昭和6）年の満州事変はっ発を機に、陸軍、海軍、外務3省の情報関係代表者は一堂に会し、第1次大戦後の国際的宣伝情勢、国内における新聞・通信社の現状、無線電信電話放送の発達に伴う技術的統制、とりわけ満州事変以後の日本の対外的立場について意見を交換した。その結果、電通、聯合を一つにした大通信社をつくること、その方法として、全国の新聞社、通信社を糾合し、政府、新聞、通信界一体となってこの計画を推進せしめるという「根本方針」を採択した。

ナショナル・ニュース・エージェンシー（国家代表通信社）を目指す聯合は大合併の推進役を担ったが、この企てを言論統制として地方の有力加盟紙がこぞって反対するなど電通側はしぶり、電聯合併問題は難航した。しかし、国策はいかんともすることができず、国論統一を狙った政府の意図が成功、両社の通信業務を吸収した同盟通信社が誕生することになった。

国際通信社から聯合、そして同盟への流れを築いたのは、同盟の初代社長となる岩永裕吉と、2代目社長・古野伊之助のコンビだった。自由主義者（リベラリスト）を自認する岩永は名家の出で理想家タイプ、古野はAP東京支局の給仕からのたたきあげで実務家肌、性格を異にする2人だが「ナショナル・ニュース・エージェンシーの設立」「通信社の新聞組合主義」という共通の理念に燃えていた。

古野を給仕から社員（翻訳職）に登用したのは当時のジョン・ラッセル・ケネディ東京支局長だが、古野をはじめとする日本の通信社の先駆者たちに多大の影響を与えたのは、組合主義APの基礎を築いたといわれるメルビル・ストーンだった。ストーンは来日した際「日本には、未だ新聞通信を公共の仕事、国家の仕事と考える理念がない。日本が列強に伍してその独立を全うするためにはまず、その目となり、耳となり、口となるべきナショナル・ニュース・エージェンシーを日本人自身の手によって作り、かつ運営しなければならない」（1921年刊・回想録『記者生活五十年』）と説き、国際を皮切りとするナショナル・ニュース・エージェンシーの設立に大きな役割を果たした。

また「ロイター支配の打破」を掲げて岩永と手を組み、生涯の友情を結んだのは前記のAPニューヨーク本社総支配人、ケント・クーバーだった。岩永・古野のコンビはと

もにAPと固い絆で結ばれていた。

第2次大戦を前にした1936（昭和11）年1月1日、聯合は解散して同盟通信社が発足した。6月1日、電通は通信業務を同盟に引き渡し、同盟の広告部が電通に合体することで電連合併問題はけりがついた（電通は広告業務だけに）。同盟は日中戦争および第2次大戦を通じて東洋における最大の通信社としての地位を誇ったが、国策通信社として軍国日本とともに敗戦への道を歩むことになる。

【里見脩『ニュース・エージェンシー』参照／中央公論社】

#### ※戦前の通信社形成の3大特徴

- ①初期の通信社は、なんらかの意味で政党、政派と結びついて誕生し、発展してきたこと。
- ②通信社の経営が広告代理業と結びついて行われていたものが多く、ほとんどの通信社が通信と広告の兼営で行われていたこと。
- ③こうした国内通信社とは別個に、ナショナル・ニュース・エージェンシーという新しい理念を持つ国際的通信社の必要が、国家的見地から要請され、これが国家の保護を背景に、在来の国内通信社を打倒、吸収して、国家代表通信社の地位を獲得するに至ったこと。

【春原昭彦「通信社変遷小史・国内」参照／『新聞研究』1968年4月号】

#### ▽恥 部

「15年戦争」下、政府がとった新聞・通信政策は、大別して3本の柱によって支えられていた。その1は、最終的には「内閣情報局」の設置によって完結した言論・思想面の指導統制であり、その2は全国新聞社の整理統合による情報・言論組織機関の再編成、そしてその3は「記事差し止め」である。第1点は精神面からの、第2点は物質面からの統制であったが、第3点に至っては紙面内容そのものへの直接介入で、いわば剣によるペンの支配だった。それはやがて軍による紙面製作の“指導”にまで至るのだが、政府・軍部と新聞をつなぐパイプ役は事実上、国策通信社・同盟が請け負うことになった。

通信社史刊行会（後の新聞通信調査会）が1958（昭和33）年に出した『通信社史』は、同盟通信社のOBたちが自らの半生をかけた同盟やその前身の通信社群の軌跡を豊富な内部資料を使って詳細にたどっている。戦後、古野伊之助が指揮して編集、自ら序文を執筆しており、第1級の資料価値を持つが、致命的な欠陥も抱えている。同盟が果たした国策通信社としての歴史的使命や役割を、冷静かつ批判的に分析する姿勢や問題意識が希薄な点だ。同盟と政府や軍部との密接な関係はぼかさず、特に同盟が巨額の政府助成金によって支えられていたという“恥部”は意識的に秘匿されている。

#### ▽戦後の再出発

1945（昭和20）年8月15日、日本は無条件降伏。進駐した連合軍総司令部（GHQ）は9月24日、「日本政府のニュース統制排除、各国の外電通信供給の自由、外国ニュース発行の自由、政府の助成機関たる同盟通信社の特権排除」を内容とする「新聞の政府

からの分離」を指令した。即日、同盟の古野伊之助社長はGHQを訪れ、同盟解散の意志を表明した。

敗戦によって同盟は「特権はく奪—戦争責任の追及」が避けられないとみて自主的に解散、その施設を継承して同年11月1日、現在の日本を代表する共同通信社と時事通信社が創設された。このとき両社は、新聞・放送向けサービスを共同、一般購読者への経済通信サービスと出版を時事と、業務領域を分割する覚書を取り交わした。しかし、これは“紳士協定”で、ほどなく両社はそれぞれ相手の領域に進出、競争関係に入る。

1949年7月に覚書解消。その結果、共同から時事に対する外電および国内ニュースの供給は停止され、一方時事は9月から全国新聞社に対する「特別通信」と「時事メール」の供給を始めた。(以下、時事通信の歩みは別の機会に検証することにし、共同通信を中心に論を進める)

戦後の共同通信の任務は、まず第1に戦争中の鎖国状態から抜け出すために、外国通信社との通信契約を回復することだった。1945年11月1日の業務開始とともにAP、同10日にUP、翌46年1月1日にロイターと契約した。

米軍占領下の苦難の再出発だった。ニュース速報一つをとっても、1948年1月の帝銀事件の際、第1報の出稿が午後7時の検閲時間を25分過ぎたばかりに止められて、ニュースを手にしたまま一夜をすごすというひどい目にあわなければならなかった。

1948年7月、GHQによるニュースの事前検閲制が廃止され、1949年秋に夕刊が発行されるころから、新聞の自由競争もだんだん激しくなってきた。国際ニュースに対する一般の関心も次第に高まり、それにつれて共同の外電受信語数も創立当初の1日平均1万5千語から1949年には7万語、1950年には9万語と飛躍的に増加していった。

1949年7月になって自主海外取材が開始されたが、日本人による海外取材への道は遅々として進まず、共同が海外に支局を設置できたのは、1951年11月のニューヨーク支局開設からだった。

#### ▽危機を乗り越え基盤強化

1952(昭和27)年9月、朝日・毎日・読売3紙が共同を脱退。当時3社の分担金は月額1800万円で総収入の25%を占めていたが、戦中の新聞統合による1県1紙体制で地力をたくわえてきた地方紙は、この減収分を負担金の増額でカバーすることを了承した(3紙は1957年から外信だけ共同に復帰=海外ニュース限定の配信契約)。

このような危機もあったが、共同は新しく発足した民間放送に対するニュースサービスを1951年から開始するなど新聞以外にも業務を拡大、海外支局や通信設備を拡充し、日本を代表する通信社として着々と国際的地位を高めていった。



1965年2月、東京オリンピック後の不況下に産経新聞が脱退し、共同は再び危機に直面した。財政赤字が深刻化したが、産経は1968年11月に再加盟、ニッポン放送など系列局も同年12月、共同とラジオ・テレビ契約を結び、赤字脱却に道を開いた。

1972年8月、共同はグループとして自主収入の拡大を図るため、フォトサービスなど関連事業4社を統合し、株式会社共同通信社を発足させた。社団法人・共同通信社の主要な収入源である加盟社の分担金(社費)は、新聞の発行部数と定価が基本だが、1970年代の高度成長期に入ると新聞定価の大幅改定を背景に共同の社費体系の見直しも進み、財政基盤が強化されていった。財政強化とともにインフラ整備も前進、テレビ、FMなど放送局との契約も着実に増加し、1979年10月から放送用チャイム速報が導入されるなど、電波メディアへのサービス強化も進んだ。

船舶や海外邦字新聞などに無線で送信するファクス新聞「共同ニュース」も順調に発展し、1979年1月2日号で1万号に達した。1981年10月には、自前の日米専用線を開設した。英文ニュース・KWS(共同ワールド・サービス)の対外配信先は、70年代までは大半がニュース無償交換協定を結んでいる友好通信社だったが、80年代以降は有料配信が増えた。82年5月には米国企業に日本の経済ニュースを英文で有料提供するニューヨークの現地法人「KNI(Kyodo News International Inc)」を設立した。

後記のように1981年6月、10年ぶりにアジア・太平洋通信社機構(OANA = Organization of Asia-Pacific News Agencies)に復帰。長年の懸案だったOANA各社間のニュース交換網(ANN = Asia-Pacific News Network)構想の実現に取り組み、アジアの中核通信社への道を歩み始めた。

※それまでのタイプ印刷に代えて、テレプリンターで英文ニュースの配信を始めた翌月の1965年(KWS元年)2月、共同通信の社報1面には、当時の岩立編集局長の「国際的通信社へ」との一文があり、「まずアジアの通信社たる地位、アジアのニュースは共同にまかせておけばよいという地位を確立すれば、それは国際通信社の列への復帰を意味する」と書かれていた。40年後、共同の英文アジア報道への評価は飛躍的に高まり、2005年1月には「中国語ニュース室」も発足、「多言語配信」時代に歩を進めた。

### (3) 通信技術の略史

#### ▽通信事始め

人類が考え出した最初の通信手段は視聴覚方式で、大事な情報をより速く、より遠くまで伝えるため、太鼓による音響通信や狼煙による視覚通信が使われた。より確実に伝える方法としては、電信が発明されるまでは人間(馬、船など交通手段の利用を含む)を媒体とするしかなく、道路の開発が進むとともに飛脚便が発達した。情報の早耳がいいかにもうけの大きいものか、だからこそ情報伝達のための線となる道路は、強大な国家権力の手によって独占的に開発、管理されてきた。



前記のように、人類が発見したユニークな通信手段に、伝書バトの帰巢本能を利用した通信もあった。古代エジプトで漁民が船から陸への連絡にハトを使った記録が残されており、この着想はノアの箱舟や古代シュメールの洪水伝説中にも見られる。通信社は長年にわたりこれを活用した。

※同盟通信社発足の際に、同盟が電通の屋上ハト舎から引き継いだ伝書バトは約200羽いた。それをハト舎ごと共同通信が継承したが、写真電送の普及と電話の発達で1959年3月末、ハト便は廃止された。飼育していた210羽の中にはレースで活躍した優秀なハトもいたが、希望する社員に分配されたり、関係方面に寄贈されて姿を消した。

#### ▽電信線とともに

1870年に起きた普仏戦争は、電信をフルに活用しての初の宣伝、報道合戦という側面があった。一会社組織では賄いきれない出費を伴い、アバス（フランス）、ウォルフ（プロイセン）の両社ともそれぞれの政府から多大の助成金を得ていた。

ロイターは「電信線とともに進め」を合い言葉に、大英帝国の東方戦略と歩調を合わせて「東進」した。イスタンブールからバグダッド経由でボンベイに通じる大東線（グレート・イースタン・ライン）は1870年に完成。最果ての日本・長崎に上陸、開通したのは1871年6月26日で、この大東延長線（イースタン・エクステンション・ライン）により日本とヨーロッパは電氣的に結ばれた。

※日本の近代「商業」通信の祖は、1887（明治20）年創立の「東京急報社」（1937年に同盟の子会社・日本商業通信社に吸収合併）で、江戸中期における大阪の米相場を旗振りで伝えたのと同様の方法で速報したので「旗振り通信社」ともいわれた。もちろん電信も利用しており、それはこんな仕組みだった。大阪堂島の米相場の高低は、東京電信局の手で毎日、江戸橋通信局に打電されてくる。これを局待ちしている東京急報社員が約束された方式により、川向こうの本社に大きな白旗を振ってみせる。本社側は望遠鏡で読み、通信文にして速報する。こうした原始的な方法は1899年まで続けられた。

#### ▽無線の発明

モールスらによる電信機の発明以来60年、1896年のイタリア人グリエルモ・マルコーニらによる無線電信の発明は、通信手段に第2の革命をもたらした。アバス、ウォルフ、ロイターというヨーロッパの大通信社（3強）が、勝手に世界の通信界を分割、独占し得たのも、有線という技術的条件下であったからこそだった。無線電信の出現は従来のような条件を一変させてしまった。

無線は国境を無視、他人の家であれ茶の間であれ、その波の届く限りはズカズカ上がり込んだ。それを防ぐ手段はなく、鉄壁を誇る3強の“長城”であっても、遠くない日に、いずれ崩れざるを得ないだろうと予感させた。空中状態の良否によって安定性が左右されるという宿命的な弱点はあるけれど、いま1つ無線の絶対的利点はその経済性にあった。第1次大戦後の1920年代以降、無線は全盛時代を迎える。

日本の無線電信の始まりは1897（明治30）年、通信省が東京の月島海岸で1カイリ（約1.8キロ）の無線通信実験に成功した。海軍は2年後に基礎研究に着手、その翌年には「兵器」として採用することを決定。日露戦争の日本海海戦で哨戒船「信濃丸」が発した「敵艦見ゆ」の第1報は、無線が実戦に用いられた最初の歴史的信号となった。報道通信用の無線塔の第1号は1923（大正12）年、通信省により大阪市郊外の平野郷に建てられた。関東大震災で大活躍、横浜港停泊中のシカゴ丸その他から発信された長波による緊急電を受信し、国内はもちろん全世界に一大災害発生を通報、内外に無線の重要性を再認識させた。

#### ▽テレタイプの登場

近代通信技術は19世紀前半、有線電信の発明に端を発し、海底ケーブルの開発によってたちまちそれは地球を1周するまでになった。次いで無線電信の発明が第2の技術革命を将来し、それが長波から短波へと変遷した。その間、1897（明治9）年にベルが電話を発明、1904年にはテレプリンター、1907年にはラジオが登場した。テレプリンターは電信回路によって送信する遠距離印刷機で、タイプライターに連動すれば自動的にキを打ち出し「テレタイプ」と呼ばれた。それまでの電信による通信はすべてモールス符号で送受信されていたが、テレタイプの出現でモールス符号を翻訳する手間は省かれた。

日本には、漢字仮名まじりという特殊な文字形態をどのようにしたら機械化送信できるかという難関が控えていた。一種の写真電送のように書かれたものを電信送りし、それが先方に写し出される方式を、第2次大戦中にドイツのDNBが開発。「ヘルシュライバー」と呼ばれ、同盟もこれを受信していた。

#### ▽文字電送の開発

共同通信の社史（共同通信社50年史）には「通信手段の革新による通信の近代化と迅速化は、通信社が常に追求し続けるべき永遠の課題である。通信社の歴史は通信技術の絶え間ない進歩の歴史である」と記してある。“進歩の歴史”であると同時に、絶えずシステムの障害、トラブルに悩まされ、それを克服してきた歴史でもあった。

第2次大戦後に再出発した新生・共同通信のニュース送信の主力は電話（専用線）とモールス通信（同報無線）だった。電話は東京本社から送る原稿を都道府県庁所在地の支社局が速記で受けて、加盟新聞社に届ける手段。同報無線では、原稿をカタカナで送り、支社局で漢字交じり文に直す作業が必要だった。創立当初、1日の原稿送信は約100本、写真電送機は全国でわずか6台しかなかったと記録されている。

電話とモールス通信に取って代わったのが、テープ式文字電送（通称ヘル）だった。1946（昭和21）年秋、共同通信は当時としては巨額の60万円を投じて「テープ式文字電送機」の研究に着手。試作機は1948年6月完成し、翌49年に運用開始、漢字克服の「通信革命」として各紙に大きく報じられた。

文字伝送の開発は、従来の電話による吹き込み、速記方式では起こりがちな聞き違い、書き違いを防げるようにしたほか、地名、人名、難字難訓などの字解、速記翻訳に要する時間をゼロにした。ひいては速記者の職種転換の端緒ともなった。送信側がテープに書き込み、受信側ではテープを台紙に貼り付けなければならなかったが、当時のソ連からの引き揚げ船取材では、それまで十数時間かかっていた2千人分の名簿送信を6分の1の2時間40分に短縮。配信を受けた地方紙は全国紙（朝・毎・読3社）に圧勝し、共同と加盟社との結びつきが強化されたという。その後テープ方式はページ方式に改良され、以後11年間、「漢テレ」（漢字テレタイプ）出現まで国内通信手段の主力の座にあった。

#### ▽漢テレとカナテレ

国内では戦後、朝日、毎日、読売の3紙が文選（活版印刷の活字拾い）の機械化に向かい、毎日は1950（昭和25）年、「漢テレ」の開発に成功した。タイプライターのような文字盤でキイをたたくとテープに符号がさん孔され、さん孔テープを全自動モノタイプ（鑄造植字機）にかけると次々に活字が鑄造されて15字詰めに植字されていく仕組み。それを送信機にかけると受信側でも同じさん孔テープがとれるようにしたのが漢テレで、テープをプリンターにかけると機械的に文字に翻訳される。

朝日、読売も続いた。ページ式文字電送にこだわった共同通信は、3紙に遅れて実用化、1960年5月に漢テレ送信を開始した。共同が漢テレ開発に立ち遅れた理由を、社史は次のように弁明している。「新聞社は常に記事電送と新聞製作工程を関連づける。いわば複眼的な技術革新を進めてきており、漢テレ・モノタイプ方式もこの視点から考案された。しかし、共同が長年取り組んできた文字電送の開発は記事送信だけを目標にした“単眼路線”で、製作工程との関連までは追及し得なかった」

漢テレの弱点はタテにしか植字できず、商況、スポーツ記録などヨコ組みに利かないこと。共同はそれを解決する「カナテレタイプ」という新装置を開発、1965年10月から運用を始めた。

#### ▽衛星そしてIT革命

海外では戦後、高性能な同軸ケーブルや海底中継器が開発され1956（昭和31）年、英米間に新しい海底同軸ケーブルが敷設された。これを機に無線の全盛時代は去り、再び有線優位の時代になった。その一方で1957年には旧・ソ連によって人類初の人工衛星「スプートニク」が打ち上げられ、衛星通信時代の幕が開けられた。

1955年6月に完成した共同の野田受信所は、全世界の通信社からモールス符号などで送られてくる電波を受けるため27台の受信機が24時間フル活動、民間唯一最大の無線受信所だった。それが1972年8月、ジャカルタ発UPI電受信を最後に事実上幕を下ろした。世界の通信社の送信手段の大勢が、モールス信号からRTT（ラジオ・テレフォ

ン・テレタイプ)方式へ、さらにケーブル方式へと変転してきたため、大受信所の必要はなくなったからである。

“新聞の電気輸送”ともいうべき画期的送稿手段・ファクシミリ(FAX)方式も登場し、朝日は1959年6月から東京一札幌間に導入した。その頃からコンピューター革命(電子編集など)が進行し、やがてIT(Information Technology = 情報技術)革命を迎える。

※前掲の『勝負の分かれ目』で、下山進はユリス・ロイターがアーヘンの空に伝書バトを放つてから113年後の出来事を次のように紹介している。

「ロイターをまかされることになったジェラルド・ロングは、自分にとっての“鳩”は何だろうかと考えた。それは、コンピューターである。ロングが社長になった1963年の前年、ニューヨークの証券取引所は画期的な変身をとげていた。資本主義のメッカである取引所の取引に、初めてコンピューターが導入された」

#### ▽記者パソコンで電子編集

1970(昭和45)年1月、共同通信はシステム計画実施本部(本部長・高田秀二常務理事 = 編集主幹・編集総局長・国際局長を兼務)を発足させ、ニュース集配信の分野への電算機導入を目指した。第一次電算化によるシステムは1975年5月に本番運用を開始。報道界初の多重回線網を設定し、きめ細かい個別選別送信を実現、確認応答伝送方式の採用などで送信のスピードと精度を向上させ、新聞協会賞を受賞した。

共同が開発し1976年4月に運用を開始した「ローマ字漢字仮名変換システム(RKC)」も新聞協会賞を受賞した。RKCはワープロの先駆けと言える画期的な日本語情報処理システムで、1990年代初めに電子編集が導入され、海外駐在記者がパソコンを使い直接日本語で記事を入力するようになるまで活躍した。

1990年4月、第三次電算化で共同の新しい基幹システム「フレンズ」が稼働し、1993年12月には電子編集システムの本番運用が始まった。フレンズも2003年に役目を終え、同年6月末に竣工した本社ビル・汐留メディアタワーでの集配信は、新基幹システム「HOPE」に引き継がれた。

1978年に完成した写真電送システムは、1996年に電子化されて総合画像システムとして生まれ変わった。2003年の汐留移転後には、それも更改されて新システムへ移行。電子編集システムと新画像システムは、ともにネット時代のニュース管理の標準フォーマットであるNewsML(リンク情報を付与するカテゴリー分類機能)を導入し、多機能化に対応している。

21世紀の通信社記者とカメラマンは全員が、記事・写真を取材先から職場のデスクに送信できるパソコンを持って仕事している。カメラ付き携帯電話や携帯ビデオもしばしば取材で使われ、通信社記者は記事、写真、映像など何でもこなすマルチメディア対応能力が要請されるようになってきた。

共同は大災害で通信回線が断絶したときに備え、Nスターと呼ばれるノートパソコン型の衛星携帯電話を多数保持している。南の空に向かって45度の角度で上ぶたを上げると、記者はこれを使って記事を読み込んだり、写真を送信することができる。阪神大震災などでは通信衛星利用のインマルサットも現場からの写真電送で活躍した。

※2004年末現在の共同通信の出稿量は、一般ニュースが平日の1日平均1200本前後に上り、11字1行計算で2万8千行前後、写真が150枚前後、グラフィックスが40～50枚で、記事3万行、写真200枚を超える日も珍しくない。このほか特信（フィーチャー）記事が平日で平均130本、4千行前後、併用ビジュアル（写真とグラフィックス）が40～50枚出稿されている。

ちなみに新聞の紙面は写真・図解や広告を除き、11字1行計算（かつての1行15字が拡大文字で13字となり、さらに11字に）で通常1ページ500行前後である。

### Ⅲ. 多機能化と信頼確立 —現状と課題—

#### (1) 通信社地図の大変動

世界通信社地図の大変動は、1980年前後から約20年間に起きた。これについては、前掲の江口浩「通信社論確立のための試論」（新聞通信調査会報2002.3.15）に詳しい。

#### ▽経済情報サービスの急成長

1970年代までの世界の通信社界では、活字メディアとテレビ、ラジオを主要な顧客とする古典的、伝統的な通信社群が主役だった。AP、ロイター、UPI、AFPの4大通信社、またはソ連のタス（現イタルタス）を加えた5大通信社の全盛時代で、それに続いて中国の新華社、ドイツのDPA、スペインのEFE、日本の共同通信、エジプトのMENA（中東通信社）、ユーゴスラビアのタンユグなどの中堅通信社群、さらにその下に韓国の聯合ニュースなど第三世界を含む百数十社の国内通信社群が位置して、比較的堅固で安定したピラミッド型の構造（力関係）を維持していた。

1980年代から90年代にかけて、慢性的な経営不振がさらに悪化したUPIと、ソ連の崩壊によって地盤沈下したタスがトップグループから脱落した。UPIは2000年5月、それまで8年間同社を所有していたサウジアラビア系の中東放送センター（MBC）から、統一教会の傘下にあるニューズ・ワールド・コミュニケーションズ社に買収されたが、組織は極端に縮小されており、もはやメディア相手のニュース供給活動はほとんど行っていない。

この変動期の最大の特徴は、経済情報通信社の急成長である。経営規模でAPに水を空けられていたロイターが、経済情報サービス部門の急膨張でトップに踊り出し、総収入額があっという間にAPの10倍にも達したのをはじめ、ブルームバーグ、テレレト、ナイトリッターなどの米国系経済通信社が急激に伸びた。

ニュースのコミュニケーション、ニュースの伝達というより、情報の伝達の方に国際コミュニケーションの比重が急速に移っていった。特に通信社は従来のニュース報道



中心の役割から、単なるデータも含めて、細分化された情報を一刻も早く伝えるという役割ばかりが強調される方向に移行。それによってジャーナリズム性が希薄になっていった。

“総合情報企業”ロイターは、メディアからの収入比率が全収入の6%前後まで下がり、1975年以来自らを通信社と呼ばなくなった。

#### ▽テレビ通信社とインターネット戦略

経済情報通信社の急成長と並行して、1990年代後半には、テレビ通信社が、旧VISニュースを受け継いだロイターTVと、新規参入のAPTN（APテレビジョン・ニュース）の2社に取れんし、世界中の国際テレビニュースの配信がこの2強に支配されるようになった。これらの動きに共通している流れは、少数のメディア・コングロマリットによるグローバル化、集中化、寡占化、そしてアングロサクソン支配の強化である。

通信社界の大変動は、世界規模で進行するインターネット革命のさなかに生じた。ここでもトップを走っているのはロイターである。2002年2月、ロイターはインターネット重視戦略を発表し、米国防総省に匹敵するといわれた膨大なグローバル専用通信回線網のほとんどをインターネットに切り替えるという大胆な方向転換を行った。通信経費の大幅カットと情報配信の効率化が狙いだ。

ロイターは有料で情報を提供するウェブサイトをどんどん増やし、世界中で2000年の900から1年後の2001年には1400に急増した。合計アクセス件数は月間7300万件、米CNNテレビのウェブサイトへのアクセス件数の10倍に当たる。

#### ▽大競争時代

急進展するIT革命に対応するため、各国の通信社は情報商品のインターネット化など多機能化を必死に進めている。しかし、APは創立以来堅持してきた新聞組合主義が足かせとなって、ロイターのように大胆なウェブサイトへの情報提供には踏み込めずにいる。ウェブ上のニュースと米国内の有力加盟紙との競合が、彼らの反発を呼びかねないためである。このため、APは将来的に組織の全部または一部（オンライン部門）を株式会社化するのではないかと憶測も流れている。通信社界は生き残りをかけたIT大競争時代に突入したと言える。

APは収入内訳から見ると、メディア向け通信社としては依然トップの座にあり、1990年代にはテレビ通信社界への進攻にも成功した（94年にAPTV創立、98年にテレビ通信社WTNをディズニー社から買収して現在のAPTNに）。しかし、米国の新聞所有の統合が一層進行、有力新聞または新聞グループ（ロサンゼルス・タイムズ、ワシントン・ポスト、新聞チェーンのナイトリッターなど）が代替通信社とも言える活動を始め、その挑戦に脅かされている。経済通信社ブルームバーグも、メディア向けのゼネラル・ニュース・サービスを立ち上げる準備を進めており、前途は厳しさを増している。



APをこうした“ジレンマ”と“障害”に直面させた大競争時代だが、他の主要通信社の動向も混迷の兆しを見せている。ロイターは2001年10月までに、ライバルだった米国の経済情報通信社ブリッジの在米資産を3億7300万ドルで買収したが、その負担で業績悪化が見込まれ、株価は2001年に入って一時前年末の半分以下まで下がった。

AFPは、総収入の約40%をフランス政府からの資金供給に依存する半官半民的構造から抜け出せていないが、アングロサクソン系巨大メディアによるニュース市場の独占に抵抗、健闘している。1990年代に急上昇して注目されるのはスペインのEFE。今やラテンアメリカでAPなどのアングロサクソン系通信社を抑えて「最もよく使われる通信社」の地位を誇っており、90年代半ばにUPIとイタルタスを抜いて世界第4位の通信社になったとしている。

逆にイタルタスが国内や東欧での影響力を著しく後退させただけでなく、東欧各国通信社の多くは政府から切り離されて補助金を大幅に減らされ、規模縮小を余儀なくされている。中でもタンユグは長い間、非同盟諸国の中心的通信社として強力な対外発信機能を持ち、世界規模のニュース交換組織・非同盟通信社プール（NANAP）の盟主だったが、1991年の旧ユーゴスラビア崩壊とその後の内戦による混乱で縮小の一途をたどった（80年代末に約1100人いた社員が2001年には約400人まで減少）。

## （2）共同通信の現状

共同通信社は1945（昭和20）年、真実、公正な報道活動ができるよう、加盟新聞社とNHKが協力して維持する非営利の社団法人組織（組合主義通信社）として設立された。現在はメディア向けのニュース供給を主任務とする社団法人共同通信社（社団・共同）と、主にノンメディアを相手にビジネスチャンスを追求する株式会社共同通信社（KK・共同）で構成されており、国内のほとんどの新聞、放送メディアと、多数のノンメディアに信頼性の高い内外ニュース・写真を提供している。

### ▽規 模

2005（平成17）年1月現在、社団・共同は1853人。KK・共同は112人。社団・共同は記者が933人、カメラマンは90人。国内は東京に本社、都道府県庁所在地などに6つの支社と46支局（他に11分室、6通信部）を置いて取材にあたり、海外では主要40都市に総支局を設け、11カ所に通信員を配置、計約70人が展開している。

国内の支社局には計約530人を配置（うち最大の大阪支社は約220人）。本社には計約1300人が在籍しており、うちニュース活動の中心を担う編集局は約860人、放送局など新聞以外のメディアを担当するメディア局は約100人、海外へ英文ニュース（KWS）を発信する国際局は約35人となっている。2004年度の予算規模は433億円。

共同通信の記事の最初の読者は各メディアのプロ（編集者）。電波・電子メディア、海外メディアのほか、官庁、在外公館、船舶などへも配信している。

日本語ニュースは加盟社＝57社（NHKと新聞社）、契約社＝新聞12、放送186の計198社、海外日系紙・日本語放送局など約40社、外航船舶・漁船約1300隻、在外公館約200カ所、ニュース交換・契約通信社35社に配信。英文ニュースは海外配信先が報道機関、データベース、在外公館、国際機関など計約150カ所、国内配信先は報道機関、ホテル、電光ニュースなど計約80カ所に上る。

#### ▽新聞組合主義

新聞組合主義通信社とは、通信社をニュースの売り手、新聞社を買い手とする方式ではなく、通信社を新聞社の組合機関とする方式。その組合が、ニュースを収集し組合員に配信、経費は組合員が分担する。組合員は建前上、加盟する通信社へ自社が集めたニュースを提供する義務を負う。従ってその国の新聞界の規模と熱意が、組合主義通信社を維持し発展させる前提条件となっている。組合主義の代表格・AP創立の理念は「通信社は少数者の私的経営にゆだねるのではなく、言論機関を代表する多数者の手で相互の共同事業として経営し、ニュースの公平、正確を期す」というものだった。

組合主義通信社の経済的メリットは、新聞社間の無駄な競争を省き、また新聞社と通信社との中間業者を排除することによって、通信のコストを低下させることができる点にある。新聞の独立と報道の自由という建て前からも、危険な勢力の独走を防ぐとともに、政府からの干渉・統制を阻止する上で有効な体制と言える。世界的にみると、今日ではこの形態の通信社が最も優勢となっており、ユネスコの報告書も「この種の通信社が最も適当な形態と思われる」としている。

しかし、組合主義通信社の形態にも次のような問題点がある。①非営利ということは一つの利点ではあるが、その反面、企業意欲を減退させる道にも通じる ②経費の分担についての摩擦が避けられない。組合員である新聞社の発行部数とか、あるいは発行都市の人口などを基準とした潜在的普及率を基礎に組合経費の分担率を定めているが、組合員である新聞社にとっては千差万別の特殊事情があり、それを反映できないと不公平感が生じやすい。新聞と放送その他のメディアとの分担金のバランスをどうとるかのも一つの問題点 ③有力な組合員が組合を独占し、事業の拡張がはばまれることがある——などだ。

#### ▽加盟社と契約社

共同通信では配信記事を全量受信している組合員（新聞社とNHK）を加盟社（社員社）と呼び、外信ニュースなど一部だけ受信している新聞社や、料金体系の異なるラジオ・テレビ向け記事を受信している放送局を契約社と呼んでいる。NHKを除く加盟56社の発行新聞は66紙（うちスポーツ紙10紙）で、総発行部数は約2500万部（日本最大

1000万部を誇る読売新聞の約2.5倍)に上る。契約社発行新聞は12紙、契約民間放送局は132局、ネット契約放送局は54局を数える。

加盟社の社費(分担金)は、NHKを除き、発行部数に一定の比率を掛けるなどして算出(契約社の料金は別体系)。社団・共同は2004年度現在、収入の8割近くを非収益事業(加盟社の分担金)から得ており、契約放送局やWEBサイト、在外公館、船舶など、収益事業からの収入は、全体の2割強(20～25%)にとどまっている。

《参考》2004年6月現在、日本新聞協会の会員社は、新聞109、放送32、通信4の計145社。2003年10月現在、日本民間放送連盟の会員社は202社。

#### ▽24時間化と特異性

テレビ・ラジオ向けのニュースネット(放送用記事)は、発足時から24時間送信だが、従来の漢テレ(新聞用記事)送信は加盟社の締め切り時間を意識して午前8時始動、午後10時45分ごろ「A版」(早版)終了、午前1時45分ごろ「B版」(遅版)終了という区切りがあり、つい最近までB版終了後の未明から早朝の始動にかけて空白時間があつた。2000年4月1日からの英文ニュース(KWS)24時間化に続いて同月25日、漢テレ送信も始動時間(1次始動)を午前3時に繰り上げるなどの措置を導入、事実上の24時間化に踏み出した。

締め切りなしの24時間ニュース速報は世界の主要通信社に共通した役割だが、共同通信には日本型通信社とも言える特異性がある。朝・夕刊のニュースの価値判断や、特集・連載企画の出稿などで、地方紙の紙面づくりに深く関与しているという点である。夕刊メモ、朝刊メモと呼ばれる記事と併用ビジュアルの配信案内には、1面トップ候補とトップ級の指定、1面用カラー写真の指定、政治、経済、外信、社会など各面の主要ニュースの格付けや内容、行数、送信時間などがきめ細かく記されている。

#### ▽寄与率

通信社ダネの利用とは、単にそれをそのまま紙面に載せることだけではない。自社ダネと比較して訂正補足したり、一部分だけ利用したりするケースはきわめて多い。また新聞社が早版段階では通信社ダネを使って、その間に自社ダネが入ってきたら遅版で差し替えることも往々にしてある。あるいは通信社の記事からヒントを得て企画を立てることも少なくない。これらはすべて目に見えず、数字にも出てこない部分での“隠された寄与”であり、通信社の利用価値を表面的な“寄与率”(紙面総行数中に占める通信社ダネの割合)だけで云々するのはおかしい。

新聞の海外特派員の仕事が通信社のそれと未分化であることが、しばしば疑問視または批判されるが、その根本的な理由は、特派員の存在を読者に誇示したいという新聞社側の“みえ”と、掲載記事の量で特派員の仕事を評価する人事政策の傾向にあるように見受けられる。

元共同通信編集主幹のジャーナリスト・原寿雄は常々「共通ネタの生ニュースを通信社にまかせることによって、新聞社の記者は自分のインテリジェンスとメンタリティを用い、その向こうにある真のニュースを掘り下げることが可能となるはずだ」と言っていた。それをしないで、現実の皮相の部分を追いかけているだけの特派員の姿勢は“ワイヤ・サービス（通信社）メンタリティ”とやゆされるが、言うまでもなく、通信社の記者が皮相な取材ばかりしているわけではない。

### （3）アジア・太平洋通信社機構

アジア通信社連盟（旧 OANA）は 1961（昭和 36）年、バンコクで開かれたユネスコ主催の「アジアにおける通信社の発展に関する専門家会議」で、域内通信社の相互協力を目的として結成された。発足時の正式メンバーは 8 社。67 年の東京での総会で共同通信の福島慎太郎社長が新会長に就任、常設事務局を本社に置き、ニュース交換のために共同が編集センターとなってニュースレターの発行を始めた。

当時 OANA には台湾の中央通信社が参加しており、1970 年の東京総会を前に、中国外務省新聞司は共同通信北京支局長に対し「中央通信社を招いて総会を開くのは 2 つの中国を作る陰謀に加わることになる」と警告した。共同は会長社を辞めたが総会開催に踏み切ったため、中国は共同の北京特派員を国外追放した。1971 年 9 月、共同通信は旧 OANA 事務局に脱退を通告。中国側はこれを受けて 12 月末に北京支局再開を認め、共同は 72 年 1 月に支局活動を再開した。

1979 年、アジア・太平洋通信社機構（新 OANA）の総会がジャカルタで開かれ、規約の加盟資格条項を「ユネスコ加盟国の通信社に限定」と改正。台湾の中央通信社は参加資格を失った。

1980 年、ユネスコ主催のアジア・ニュース交換諮問委員会会議がニューデリーで開かれ、OANA を母体としたニュース交換網 ANN（Asia-Pacific News Network）の設立が決まった。

1981 年、共同通信は 10 年ぶりに OANA に復帰した。同年の OANA クアラルンプール総会で新華社、タス、朝鮮中央通信、ベトナム通信など社会主義国の 7 社を含む 9 社が新たに加わり、OANA 加盟社は 23 社に拡大、ANN の体制が整った。

ANN は当初、低速回線をつなぎ合わせた穴だらけのネットワークで、効率が悪かったが、1982 年のマレーシア・ベルナマ通信を皮切りに、共同通信と OANA 加盟社との間に専用回線が順次開通、共同を中核とした各通信社との有線（またはインターネット＝開始合意は 98 年 10 月）による英文ニュース交換が徐々に拡充しつつある。

2000 年 4 月、モスクワで第 11 回総会。クウェート通信など 3 カ国の通信社を新たに加盟社として承認、OANA 加盟国は 37 カ国となった。新会長社にはイタルタス通信を

選び、加盟社間のニュース交換に使っていたサイトを今後、有料化して一般に開放することを決めた。

2003年4月、イスタンブールで開かれたOANA定例理事会で、イエメンのサバ通信社(SNA)の加盟を承認、加盟国は38カ国に。OANAと地中海通信社連盟(AMAN)、バルカン通信社連合(ABNA)との協力協定についても承認、調印式が行われた。欧州通信社連盟(EANA)、国家通信社経済協力機構(ECONA=中東南アジア地域イスラム系諸国の通信社の経済ニュース協力機構)、CIS国家情報通信社連盟(ANIA)との協力関係構築について、OANA事務局が交渉を開始することも承認された。

OANA定例理事会に合わせて、イスタンブールでトルコの半国营アナトリア通信社が主催し、アジア、中東、欧州の3地域通信社による「世界通信社サミット」が開かれた。共同通信をはじめOANAやEANAなどに加盟する58通信社の代表約110人が参加し、「永続的な平和のための通信社の役割」「戦場取材の安全確保」「グローバルな情報通信革命の中での通信社活動」について、通信社間の協力を目指す意見交換を行った。会議はイラク戦争の取材記者に死傷者が出たことに深い憂慮を表明し、通信社が正確で客観的なニュースを提供することの重要性を確認、記者の取材の安全を求める宣言を採択した。

2004年6月、クアラルンプールで開かれた第12回総会で、新会長社にマレーシアの国营ベルナマ通信社を選任。インターネット利用の拡大とブロードバンド化など新たなIT環境の変化に対応することを迫られている中で「域内通信社間の情報・コミュニケーション技術分野での専門的な知識と経験の共有や協力を促進し、域内通信社間の技術交流を推進する」ことなどをうたったクアラルンプール宣言を採択した。OANAはウェブサイトで「OANA ニュースワイヤ」として加盟通信社のニュースを1日150本程度オンラインで発信、相互活用しているが、その運営(ウェブ管理)は会長社の交代に伴いイタルタスからベルナマに移管された。

OANAはアジア太平洋地域の限定された通信社連合組織から中東、欧州地域にも広がる連合体のハブ組織的な役割を持つようになった。バルカン通信社連合(ABNA)、地中海通信社連盟(AMNA)、アラブ通信社連盟(FANA)、欧州通信社連盟(EANA)と提携関係を結んでおり、それらの代表も総会にオブザーバー参加した。

2004年9月、イタルタス通信社創立百周年記念事業の一環として「世界通信社会議」がモスクワで開かれ、99カ国から115通信社が参加した。会議に先立ちOANAは第26回理事会を開き、アゼルタジ通信社(アゼルバイジャン)、INP通信社(パキスタン)、バーレーン通信社の3社の新規加盟を承認した。これでOANA加盟通信社は40になった。



#### (4) 求められる理念

##### ▽インテグリティ

世界の大通信社は正確、迅速、公正という3つの守るべき原則とともに「より根本的な姿勢の問題として、インテグリティ（Integrity）の観念を重く意識している」と指摘したのは、同盟通信の初代社長岩永裕吉の子息で共同通信OBの信吉である。

インテグリティは、一般的には「高潔、誠実、正直」と訳されているが、岩永信吉はAPが社の綱領の第1条にこれを掲げていることを『新聞通信調査会報』で紹介し「この言葉には（日本語訳では表現できない）含みがある。加盟社からも読者からも敵対する相手からも、APがこう報じた以上、事実であるに違いないと、信頼されるだけの姿勢、観念を指す。通信社はニュースの元締めたるにふさわしい姿勢とたたずまいを備えることが大切なのである。伝統、名声のある通信社では、インテグリティという観念を意識し、その維持に執念ともいふべき深い関心を払っている」と教示している。

岩永は具体例として、1848年に発足したAPが南北戦争に巻き込まれたときのケースを示した。APは南北双方の新聞社に配信していたため、一方に偏すれば存続を問われる厳しい状況に立たされたが、戦争という異常事態の下でもインテグリティを堅持。開戦の日にワシントン支局長ゴブライトが部下一同に指示した文書には「通信社の生命を維持する道はただひとつ、徹底的に正確、公正を貫き通すこと以外にない。我々の書く記事は、あらゆる政治的立場の新聞社に行くのだ。コメントは各新聞社に任せよう。我々の任務は、事実をありのまま、公正に書くことだけだ。感慨も詠嘆も一切捨てよう。ただドライに事実を書く。それに徹しよう」と書かれていたという。

この方針に基づき、戦局報道も「勇猛果敢な」などの形容詞をつけず、「××市を占領」という場合も「○日○時現在、A、B地点を占領、C地点はなお戦闘中」と冷静に事実だけを書いたそうだ。

時代は下って第2次大戦でAPは、政府に「AP」のクレジットを付けないことを条件としてニュースを無料で提供した。政府がそのニュースを素材に宣伝をやるのは自由だが、APは報道に徹するという方針に基づく。理念と現実がせめぎ合うギリギリの線で、インテグリティの“操”を守った。

戦後もAPは、アメリカ国防省の情報部がAPのニュースをボイス・オブ・アメリカの波に乗せることを拒否した。APの理事会の説明によると、拒否の理由は2つある。1つには、APのニュースをアメリカ政府の宣伝のために利用することを許せば、APの独立の立場に疑惑が持たれ、その評判を落とすおそれがある。2つには、APニュースの利用のための料金をとれば、政府の補助金と誤解されるおそれがあるからだという。

同じ通信社でも、APのような組合主義でないといふと経営的にそうはいかない。戦前のアパスはフランス本国だけでなく、植民地の新聞にもニュースを供給していたが、その費用



を払ったのは植民省だった。アバスの事業を受け継いだAFPも、費用の過半は政府の補助金でまかなわれ、半官半民といわれた。

1957年AFPは改組され、フランス新聞界が主導権を握って運用されるようになり、政府の補助金は受けないことになった。しかしその後も政府の多くの部局はAFPの配信をとっており、AFPにとって国は最大の顧客になっている。

ロイターは、インテグリティを確立するまでに紆余曲折を経た。第1次大戦でロイターは、宣伝機関としてかっかくたる戦果を挙げ、敗軍の将ルーデンドルフ元帥に「ドイツを破ったのは連合軍ではない。ロイター通信社である」と言わしめた。ロイターの総支配人サー・ローデリック・ジョーンズは政府と秘密協定を結び、自身が情報省入りし、宣伝活動に対しては「特別経費」の名目で政府から補助金を受け取っていた。ロイターと政府との接近は1937年、ジョーンズの方から国に財政支援を求める形で始まっている。

第2次大戦下の1941年、ロイターは政府の干渉を問題とする理事会を開催、秘密協定の存在を突き止めた理事の一人がジョーンズの責任を問い、退任させた。1941年12月10日、マレー沖海戦で日本海軍により英東洋艦隊が撃滅されたが、英国にとって最悪のニュースをロイターは日本の同盟より早くフラッシュで流し、政府から独立した「事実報道 (truth in news) のロイター」であることを具体的な報道で世界に示した。

ジョーンズの後任のサー・クリストファー・チャンセラーは終戦直後の1946年1月28日、ワシントンで開かれた米国の海外記者協会の集会で、当時を振り返り「ロイターは誤解と強い圧力に直面していたが、政府に対していかなる形であれ優遇措置や助成金を受けると、むしろ地球上からロイターが消滅した方がましであると通告する勇気を持っていた。従って政府との取り決めはすべて放棄した」と演説した。政府と関係した最高責任者を追放し、報道の筋を通したロイターの基本姿勢は、まさにインテグリティを具現化したものだった。

しかしながらチャンセラーの演説は、かねてから「ローターは英国政府の手先だ」と非難していた当時のAP社長ケント・クーパーを意識した弁解でもあった。クーパーとニュース配信の新契約を交渉するために渡米したチャンセラーは、ロイターの独立性についての名声を回復しようと懸命に動いたわけだが、大戦中のロイターの財政状態は不安定のまま、政府との距離はチャンセラーが主張するほど離れてはいなかった。そのことを知っていたチャンセラーは演説の中で「英国政府から一切補助金を受けなかった」とは言わず、言葉を選んで「フランス、ドイツ、イタリアの通信社が受けたような意味での政府助成金はなかった」と述べたとされている。

その真偽はさておき『ロイター100年史』は、通信社の責任について「主としてロイターおよびアメリカの通信社にとってきた方針、すなわち国家的宣伝は政府の行うべき

ことであって、自由な新聞およびそれら新聞によって所有され、それにサービスする通信社の行う仕事ではない、ということは、英米においては承認されている。反英宣伝に対抗するためのイギリスの見解の提示は、外務省の情報活動および英国協会（ブリティッシュ・カウンシル）の責任であり、またBBCの海外放送の責任である。ロイターの責任は——それは非常に大きなものだが——別のところにあるのである」と記している。

情報の交流に障壁を設けて「思想、見解、報道を独占することほど危険なものはない」とするロイターの態度は、第2次大戦後同社が他の西欧諸国の通信社と締結した契約にも示されている。すなわち「締約者は真実の偏向なきニュースの頒布以外の目的を持つものではなく、いずこの政府の支配に服するものでもなく、また相互の供給するニュースはニュースとしての価値によってのみ選択編集され、外部の指令や圧力によってその判断が左右されない」ことを契約の前文に書き込んでいるのである。

【千葉雄次郎「世界における日本の通信社の進むべき道」参照／  
『新聞研究』1968年4月号】

※日本でも第2次大戦後、戦前の同盟通信社が極端に政府の宣伝機関化したことを反省、あくまで通信社本来の使命に立ち返って、政府の利益の立場に立つのではなく、真実の報道によって新聞社・放送局にサービスするという方向を志した。古野伊之助は『通信社史』の中で「第1次大戦において通信社の必要性は、国家の対外宣伝と結びつけられ、その設立に政府が関与するものが多かったが、第2次大戦の経験は、政府の関与するニュースは信頼されず、報道の自由を通してのみ通信社の信用を勝ち得ることを教えた」という名言を残している。

#### ▽宣伝と報道、世論

ここで宣伝と報道の違いをはっきりさせておきたい。宣伝とは「ある思想、判断、感情、関心を不特定の人々の間に広め、意識的、無意識的に人々の行動に一定の傾斜と方向を創出すること」（『政治学事典』平凡社）をいう。政治的な意味では、事実がある政治的イデオロギーで染め上げ、人々の考え方、ものの見方をその方向へ導く行為である。

これに対し報道とは、客観的事実、ニュースの伝達をいう。ニュースの作り手の価値観は入るものの、事実そのものを歪めることは意図していない。つまり、報道が事実という無色なものの伝達であるのに対し、宣伝は作為的な色を付けて伝達するという、拠って立つところを異にする行為である。政治的な宣伝の場合、多分に事実と反する扇動的なデマが含まれるため、宣伝に手を染めれば、報道の信用失墜という結果をもたらすことになる。

世論は宣伝に惑わされる。通信社のニュースは世論にマッチせざるを得ないという現実を抱えているが、世論もまた宣伝や報道によって創られるという相関関係にある。従って通信社のカジのとり方一つによって国際間の緊張が増大し、そして次には通信

社が自ら創り出した世論に迎合しなければならないという悪循環にはまりかねない。「国際間の姿勢は、通信社の報道から生まれる印象や偏見によってしばしば影響されてきた。(3大通信社の)独占体制はそれらをあざむく仕組みを一層効果的にした。過去100年間このルートを通じて行われた強力な対外宣伝は、かつて一度も暴露されたことのない戦争原因の一つであった」という『障壁を破る』の著者ケント・クーパーの言葉は、正にその核心をついている。クーパーは「真実こそ最高の宣伝である」とも言っていた。

【今井幸彦『通信社』参照／中央公論社】

《参考》組織としての理念も大事だが、同時に1人1人のジャーナリストに高い倫理性が求められることは言うまでもない。同盟通信の歴史に残る国際的特ダネ・西安事件をスクープした松本重治は、上海に赴任する際、社長・古野伊之助から次のように取材3原則を伝授されたという。取材の基本は、通信社記者も新聞記者、放送記者も変わらない。

：第1は、記者は人の信頼を裏切ってはいけない、つまりニュース・ソースから「オフレコ、書くな」と言われたらこれを厳守するということだ。万一、どうしても書きたい場合には、そのニュース・ソース以外から同じニュースを取材してくる。それができなければ書かないこと。記者がニュースを追いかけるのではなく、自然にニュースの方から記者に集まるように工夫しなければならない。それには信頼を得ることだ。オフレコを破り信頼を裏切った記者は、もはや記者ではない。

第2は、ニュースはギブ・アンド・テイクであるというものである。何かニュースはありませぬかなどと物欲しげな顔をしては駄目で、逆に相手が知りたいと思われるニュースをまず与えることだ。すると、相手はニュースをくれるようになる。10与えて1を取るぐらいを覚悟して実行すれば成功する。

第3は、ニュースを創造(クリエイト)すること。社会記事であれ、政治記事であれ、その問題をいかに解決するかを相手に提案してそれが実行されれば、スクープは自然に生まれる。単なる報道に終始せず、人間愛から出てくる意見をもって働きかけて社会を動かす。するとニュースは創造され、スクープを得ることができる。

【松本重治著『上海時代』参照／中央公論社】

## ▽配信サービスの抗弁

配信サービスの抗弁とは、通信社の配信した記事に名誉棄損があった場合、それを掲載した新聞社の責任を免じ、通信社が責任を負うとする法理である。通信社に求められる理念と密接な関係のある原則で、通信社の信頼性を前提としており、アメリカでは判例上、この考え方が確立している。

2002年1月29日、最高裁第3小法廷が、「ロス疑惑」の三浦被告をめぐる「大麻草を自宅に隠す／元の妻が目撃証言」という共同通信の配信記事について、掲載した日刊スポーツなどに対し判示。全部で10件、うち4件の高裁判断は配信サービスの抗弁を認めたものだったが、最高裁は認めない判断を示して、これら4件については破棄差し戻し、残りについては上告棄却とした。

通信社の配信記事の裏付けが必要となると、中央や海外に取材拠点を持たない地方紙はどうやって紙面を作ればよいのか。時間的にも地理的にも裏付け取材は不可能だし、取材はそもそも個々の記者と取材先との信頼関係で成り立っているから配信記事の確認など現実的ではない。自らの確認取材が困難な記事に関して新聞社の責任を問うことは、配信記事の掲載をちゅうちょさせる萎縮効果を持つことになり、極端に言えば、全く使用しないか、掲載を「安全」なものだけに絞ることになりかねない。

結果的に「報道の自由」が制約され、地方紙を購読する読者の「知る権利」が侵害されることになるのではないか。その恐れがある故に、欧米では配信サービスの抗弁という考え方が一般的に認められている。

今回の最高裁の判断は、単に共同通信と地方紙の関係だけでなく、例えば外国通信社の配信記事に誤りがあり、それを使用した場合はどうなるのか、テレビのキー局とネット局との関係、新聞社間の記事交換のケース、インターネットでの情報転載送信などにも同じように影響してくる問題だろう。

ただ1つ救いがあるのは、判決が公益性の高い公人に関する報道と、私人に関する犯罪行為やスキャンダル報道を分け、「ロス疑惑」当時の過熱した特異な状況下での報道に限定して判断している点だ。私人の犯罪行為に関する報道であっても、その事情のいかんによっては掲載社が損害賠償を免れる余地を残したと読み取れ、実質的には「配信サービスの抗弁」が一定の範囲で認められているとも言える。

## (5) 理想の国際通信社

これからの通信社はどこへ向かうのか。実現可能性はさておいて、戦後いち早く国連教育科学文化機関（ユネスコ）が提唱した「国際通信社」構想に触れておく。ユネスコの構想は、各国の通信社を構成の一単位とした協同組織に結集し、国際性に徹しさせようという理想を掲げている。それによってニュースの独占分割、少数通信社による世界支配の弊害を除去し、全人類的なニュースの交流を図ろうというものである。

国内的には中央対地方、国外的には国家対国際という二律背反性は、通信社が直面する宿命的な内部矛盾と言えるかもしれない。その解決の方向を示した構想で、ユネスコは通信社史の流れを過去の分割独占時代から現在の少数世界通信社支配の過程を経て、理想の国際通信社へ移行する、あるいは移行すべきものととらえている。現在の世界通信社は全地球ニュースをカバーするという観点からは国際的であるが、それぞれ自国の法規に縛られ、国民感情を代弁する面では国家、国内的。そこから脱皮し真の国際性という訴えである。

ユネスコが掲げる「国際通信社」の要件は、①世界100カ国以上に支社局がある ②24時間活動し、1日に数十万語を収集、数百万語を配信する ③100カ国以上、数千の顧客

(新聞、通信、放送各社)に配信する④英、仏、独、スペイン、アラビア、ロシア語など多言語で配信する—となっている。つまり、世界規模で独自にニュースを収集する能力と、そのニュースを世界に送信する能力が必要というわけだ。

現在こうした要件をほぼ満たしているのはロイター、AP、AFPの3社。文献によって数字はまちまちだが、一昔前の倉田保雄著『ニュースの商人ロイター』(1979年・新潮社)によると、ロイターは世界180カ国(海外領土を含む)に約1000人の特派員を配置し、77の通信社とニュース交換契約を結んでいる。世界に張りめぐらされた専用線と一部無線を使ってロンドンにニュースを送り、地域別に編集して124カ国の6600の新聞社(発行部数総計1億)、ラジオ・テレビ網(受信機総計6億5000万台)に配信している。

APは世界107カ国に総計1万の加盟社を抱える。米国内の加盟社は新聞が1264社、ラジオ・テレビが3285社。支局が米国内に107、海外に62あり、従業員総数は3300人(通信員を除く)に上る。AFPは世界165カ国(海外領土を含む)に支局を持ち、うち155カ国で配信。特派員は447人いて、世界の新聞1万3000社、ラジオ・テレビ290社にフランス語のほか英語、スペイン語、ポルトガル語、ドイツ語、アラビア語でも配信している。

最近のホームページによるとロイターは150カ国に230支局を置き、2500人の記者・カメラマンを有して132カ国2万8千余の報道機関に配信、APは71カ国に93支社局を置き、全米1700余、海外8500の計1万2百余の報道機関に配信する力を備えている。

IT革命前の話だが、共同通信OBの倉田保雄はジョン・ローレンソン／ライオネル・バーバー共著『ロイターの奇跡』(1987年・朝日新聞社)の解説の中で、「ロイター並みの国際通信社になるには、ハードの面で、専用通信網は57カ国をカバーする回線83、通信衛星回線12、無線多重回線4を必要とし、ソフトでは世界74カ国をカバーする3800人のスタッフ、英、仏、独、スペイン、アラビアの5カ国語で185カ国のクライアント(新聞1770社、ラジオ・TV400局)に1日150万語を流す24時間サービスを運営しなければならないのであり、そのための設備投資は巨大である」とした。

それを可能とする決め手としては「共同、時事両通信社、朝、毎、読、NHK、主要民放各社、三井、三菱などの総合商社、ソニーなどのエレクトロニクスメーカー、NTT、KDD、それに日本航空、全日空などによって構成される『国際通信コンソーシアム(資金融資団)』を結成し、自己調達による資金で設備投資を行い、ソフトは各社がそれぞれの分野で持つ頭脳を動員することによって賄うという方式」を提唱している。

IT時代ではどんな方式が理想の通信社に近づく道であろうか、まだ答は見えない。



**【おわりに】**

本稿を締めくくるに当たって、岩永信吉が『物語・通信社史』（1974年・新聞通信調査会）のまえがきで問うた言葉を記しておきたい。「正気と狂気が相錯綜する現代の世の中である。ニュースが正気を失っては、こと重大である。そのニュースの正気を維持する使命が、通信社にとって最も大事なことではなかろうか」