



南京の新聞戦争

方 勇

私は南京の出である。南京は古都で揚子江の下流域に位置し、上海にも近い。二五〇〇年前に都市の姿ができあがった。紀元三世紀から一〇の王朝、政権が南京を首都として国を築いた。

その南京で今、おもしろいことが起きているので紹介する。「新聞戦争」だ。

南京には六〇〇万人の人々が暮らしておりそのうち三〇〇万人が都市部に暮らしている。しかし、夕刊新聞の発行部数に着目すると『揚子晚报』が中国一位で、日刊二〇〇万部を誇る。南京では一番多いときで日刊紙が一〇紙あり主に南京市とその周辺都市に販売されていた。

ここでは、中国の新聞発行史上、例を見ないほどの熾烈な価格競争が繰り広げられてきた。三二頁で一番低いのが〇・一元(日本円で約一・四円)であり、九六頁になると〇・二五元まで下がる。

中国国内でも新聞の売店の多さは特筆すべきだ。一〇〇〇人につき一店あり、全部で三〇〇〇ものキオスクがある。すべて民営である。

新聞戦争は一九九九年に始まった。それ以前は平穏だった。南京ではたった五紙—一般向けとしては、『扬子晚报』、『服务导报』、『金陵晚报』の三紙、党の新聞として『新华日报』、『南京日报』が発行されていた。市民は朝、『服务导报』を、晩に『扬

子晚报』を読むのが一般的だった。でも朝刊を読むとは少ないため、『扬子晚报』が南京の新聞市場を一〇年間独占してきた。その間の発行数は一三〇万部以上に上った。

戦争は『江苏商报』という小さな新聞が火をつけた。同社は一九九九年五月九日に創刊した。戦いは五年間続いた。販売競争は現在もおおしく行われており戦いはまだ終わっていないとも言える。私の見方によると、戦争は二つの時期に分かれる。第一フェーズは価格が焦点であり、第二フェーズは報道内容が焦点になった。

第一期の一九九九〜二〇〇二年に繰り広げられた価格競争に市民は衝撃を受けた。もともと農民向けに生産用具を販売していた江苏供销合作社という国有会社が南京市の朝刊市場に市場機会を見いだしたことに端を発する。ほかの新聞より〇・一元安い〇・二元で『江苏商报』という新聞の販売を始めたのだ。この廉価さゆえ『江苏商报』は朝刊の市場を押し広げることになり、一日の発行部数は二〇〇万部に達した。

だが、不運にも、低価格戦略は他社の追従を許すことになった。人民日報が参入し『江南时报』を創刊。同じ〇・二元の定価をつけた。新華社はもう一歩先を進んだ。ゲームに参加した同社は一九九九年一〇月八日、『现代快报』を南京で創刊、一部〇・一元のという驚きの定価であった。『现代快报』の売れ行きは予想外であり、創刊当日、六万部を売り、二週間後には一日二〇〇万部に達した。競争劇の山は一九九九年一二月に訪れる。『金陵晚报』が一年間の定期購読予約を行った読者には年間定期購読料と同価値の日用品(飲料や食器など)を差し上げるといった。正気の沙汰ではない。

予想されたことではあるが、政府が止めに入り新聞社間の競争に幕が下りた。最低価格が〇・三元に設定された。二〇〇三年から新聞戦争第

二期が始まった。このラウンドでは各社は定価を一定に保ちつつ新聞をどんどん厚くしていった。先ず『扬子晚报』は四八頁から六四頁にした。これを聞きつけた『金陵晚报』は同じ日に八〇頁に増やした。翌日から各社が増頁に走った。『扬子晚报』が二〇〇四年九月二十九日に記録を打ち立てた。一四四頁版を発行したのだ。厚さに加え各紙は新聞報道のフォーカスを変えた。社会関連ニュース、生活関連情報、サービス情報など市民が喜ぶ記事の割合を増やしていった。



南京市新聞スタンド (筆者撮影)

Yang Yong / 海外客員研究員

出身：中国
Associate Professor, The Department of International Economics and Trade, Nanjing University
滞在期間 2010年4月〜2011年1月
研究テーマ：Affiliates and Technological Growth of Local Enterprises-The Example of Kunshan city, Jiangsu Province, China