

【手前味噌】 銀行・新聞・放送局

先日「道州制／都道府県／中二階の解消」というレポート*をものしましたが、二、三の意見を頂戴しました。「あそこには専門領域の情報メディアが何も書いていない」という批判です。確かに行政・自治体・選挙区だけでなく都道府県を基礎単位としている組織・産業には金融機関、さらに新聞社や放送局といった情報メディアが挙げられます。（地域情報研究会幹事 菊地実）

*：2023年5月／MDRI研究レポート 2023-1①

金融機関／官民の乖離

◆一県一行は戦時統制？

全国区である都市銀行に対して地域社会をテリトリーとする地方銀行／第二地銀＝元相互銀行・信用金庫・信用組合さらに農協と、「銀行」も多様です。テリトリーや出自（無尽）や銀行法・組合法に裏付けされています。「地方銀行は地方銀行協会加盟の五十八行」という定義は、安手辞書の「バカ＝あほ」と同じで定義になっていません。八十二銀行（長野）、七十七銀行（宮城）、百十四銀行（香川）と、数字のついた銀行は明治期銀行創業の名残で名門が多く、全国区の都市銀行など及ばない地域シェアを持つ地銀もあります。

しかし四十七都道府県で五十八行なので、当然福岡・静岡と経済圏が大きいところは複数の地銀があります。最近の金融業界の動きを見ると、金融庁は第一地銀と第二地銀の合併を目指しているようです。都道府県＝一行と、まるで戦時中行政みたいな杓子定規。

◆合併が多い

その昔『ゴジラ』をはじめ昭和二十・三十年代の東宝映画や日活作品を見ると、「第一銀行」とか「神戸銀行」とその後名前を変えた銀行看板が懐かしく映し出されています。

私の世代では高校大学でも成績最優秀の人は都市銀行、ちょっと落ちこぼれ組は地元信金・信用組合に就職していました。高校時代の同級生で、就職した地元信用組合がバブル崩壊で破綻し、大波乱の人生を過ごした知人もいました*1。九十年代に地方国立大学

に講義に行った折、法学部長先生から「最優秀者は県庁、次が市役所、その次が銀行と新聞社、親のコネはテレビ局」という訓話を聞きました。それぐらい地方銀行は地元では人気も威信もあったものです。低金利時代に入り、伝統的商業銀行の役割は低下しています。企業も社債発行とかノンバンクとの付き合いも増えています。しかしながら零細企業経営をしていると、銀行との付き合いは重要です。

◆金融危機以後の大再編

バブル崩壊後の金融危機と再編で、銀行地図は大きく変わりました。よく評論家が日本はオーバーバンクだという意見を書きます。しかし欧米でも銀行は基本的に地域密着型です<右頁・図表1>。

さて最近では福岡／長崎、熊本／鹿児島など県単位を超えた地銀ネットワークが続々とできています。これは当たり前のことで、民間企業活動や個人の生活圏は県境を跨いでいます。金融界はよく護送船団と悪口を言われますが、銀行は二千年前後の金融危機で大激変しました。何と言っても十三もあった都市銀行が大合併し、戦後の日本経済を支えていた興銀・長銀・日債銀が合併・倒産したことです。特にバブル時代の興銀顛末劇、長銀のリゾート融資（ああ麗しの高橋さん！）は、重厚長大時代の終わりをまざまざと感じさせました。私も通産省系財団にお邪魔した時、長銀著名エコノミスト・竹内宏さんのお話に感心し、また興銀出向者（エリート）から「ビジネスマナーがなっていない」と叱られました。日債銀（旧朝鮮銀行）には、ニューメディア情報研究会設立時幹事として付き合いがありました。九十年代に勉強会に呼ばれて九段下に赴き話をしたら、その後の昼食が隣のホテルで数千円も

<図表1>日本の金融機関一覧

証券会社	93社
都市銀行	5行
地方銀行	58行
信託銀行	2行
第二地方銀行	35行
農林中央金庫	1金庫
農業協同組合	389組合
農業協同組合連合会	28連合会
信用組合	60組合
信用金庫	241金庫
労働金庫	13金庫
ゆうちょ銀行	1行

(財務省発表/令和5年6月5日)

する豪華ランチでした。日債銀はその後数ヶ月して、倒産しました。

◆格付けと縄張り

さて都銀/地銀/第二地銀/信用金庫/その他は、まるで江戸時代の大名/御三家/親藩/外様/譜代/交代寄合/旗本/御家人と行った格付けにそっくりです。これには格付けと省庁の縄張りが絡んでいます。銀行法・協同組合法といった高尚な制度論ではありません。ゆうちょ銀行/旧郵政省、農協/農水省、労働金庫/旧労働省、商工中金/旧通産省と、みんな縄張り/出城を持っています。大名の格式が必ずしも石高でないと同様に、数兆円という預金残高を誇る地銀以上の信用金庫(京都中央信用金庫、城南信用金庫)も存在しています。

◆金融業の本質

金融界には疎いのですが、歴史を見ると多くの豪商は実業から金融業に移行するというのが言えます。

鴻池は江戸時代一の分限者ですが、祖業の酒業・海運業は分家となり、大名貸を中心とした両替商に転じました。幕末の百万両という幕府御用金の数割を一族で調達するなど、その財力は計り知れないものでした。

近代三大財閥、三井・住友・三菱を見てもよく分かります。三井高利が「店舗販売、現銀掛け値なし」というまるでユニクロかしまむらのようなイノベーションで人気を集めたのはよく知られています*2。しかし三井は、幕末には越後屋呉服店よりも金融業主体になりました。さらに明治になって祖業・越後屋呉服店を切り離し、

金融・物産・鉱山に移行しました。同じく銅精錬でスタートした住友も明治に入って、金融業を充実させました。明治最大の政商、三菱も造船・海運からスタートし、やがて総合コンツェルンに発展しました。現在のIT経済を代表する孫さんのソフトバンクグループも本業は投資業ですし、楽天経済圏を豪語する三木谷さんの楽天グループも金融やモール中心です。

また最近では米・アップルカードが利率4.15%の金融サービスを開始するというニュースが入ってきています。これはゴールドマン・サックス子会社を利用したサービスですが、低金利時代に大きな関心を寄せられています。とにかく情報メディア企業と金融の親和性は大きな流れです。

ここ三年間のコロナ感染で明確になりましたが、メディア産業と金融の本質は「情報」で、ネットやデジタルに乗りやすい。一方、物作りはいくらDXだ！ロボット化だ！>と笛を吹いても、多くのメンテナンスや物流が必要不可欠です。さらにサービス業は、将来はともかく、人手/対面が必要です。やはり手っ取り早く稼ぐには、金融の方が楽なのかもしれません。これは流通では儲けが出ないので、個人カードローンで稼ぐ我が国流通最大手企業Iやローンで金融化する自動車企業Tにも見られます。

新聞/全国紙という虚妄

◆戦時統合

新聞産業は凋落の一途で、かつて大手広告会社と一緒に地方新聞社を行脚して経営資料を集めていた私も、ここ十年以上新聞産業にはご無沙汰しています。たとえ嘘でも一千万部を豪語していた新聞も今や半分になりました。とはいえ、私も各地から入るニュースの多くは新聞社・通信社の取材配信をネットでただ読みしている訳です。これこそが大問題です。

新聞社も銀行と同じように全国紙・ブロック紙・県紙・地域紙に分けられていました。この体制も崩壊しました<次頁・図表2>。

欧米では、新聞は都市に立脚しています。『ニューヨーク・タイムス』『ワシントン・ポスト』『シカゴ・トリビューン』とみんな、都市が主体です。新聞全盛時代、中規模都市には複数の新聞がありました。実は日本の新聞も戦前までは千以上が百花繚乱というか、雨後の筍のように存在していました。東京・大阪

のような大都市は複数以上が競合し、その他の都市・街・地域にも新聞があり、二千近い新聞があったようです。これが昭和の時代になって数段階に亘って統合が勧められました。日本の新聞は専売制というテリトリー販売が肝です。これは今日のFCの先駆とも見ることができます。

一 **悪徳新聞排除**＝あまりメディア史では書かれませんが、明治時代、新聞記者はく羽織ゴロという悪名を持っていました。特に有名人・金持ちのスクandalをねちっこい執念で暴いた『萬朝報』は部数を伸ばし、経営者はくmamシの周六と呼ばれました*3。現在の文春砲や週刊新潮そっくりです。政治家・華族・金満家のスクandalや二号さん報道が売りでした。多くは事実なのですが、中には嘘をあばきたてて金品を要求する手合いも少なくなかったようです。これは今でいうく取り屋。総会屋的存在で明治末から大正にかけて資本主義／拝金主義が蔓延し、新聞及び一部の雑誌は様々に利活用(悪用)されました。昭和末でしたが、東京港区愛宕山近くの古びたビルに用事があって出かけたら、〇〇経済とか△△政治といった総会屋新聞がゴロゴロしていた風景を思い出します。例えば大正七年米騒動時、神戸の鈴木商店(のちの日商岩井)が焼き討ちにあっています。経済小説家・城山三郎は大阪朝日の報道が大きいとしています。

二 **政論の対立**＝大正年間の政党内閣を高く評価する論が多い。しかし当然、弊害もあります。自由党の流れを組む政友会と憲政会。バックは三井と三菱の対立ですが、官僚・警察を巻き込んだ陰湿な対立に繋がります。内務省は政友会、大蔵省は憲政会。地方では警察を巻き込んでのひどい乱暴劇があり、当然その流れの中に新聞も加担します。政友会系の有力紙と憲政会系新聞の対立です。通信社としての電通は政友会系新聞をまとめあげていました。こうした対立は日本だけではありません。欧米でも見られ、例えば第二次世界大戦前の仏では、対立政党・銀行への批判で嘘八百を煽る新聞が少なくありませんでした。例えば「スタビスキー事件」がその典型です*4。ジャーナリズムは今では「不偏不党」とお行儀よくおすまししていますが、英国などでも元々は政治パンフとして発達し、トリー・ホイッグ党のために論陣を張ったものです。この辺はガリヴァー旅行

＜図表2＞日本の主な新聞

全国紙:	朝日・読売・毎日・日経・産経
ブロック紙	西日本、河北、中日
県紙	高知新聞、他
地域紙	帯広毎日、他

(メディア開発線研調べ)

記作者伝記に詳しく書かれています。

三 **用紙統制**＝日中戦争が泥沼になった昭和十五(1940)年、いよいよ内務省が出馬して新聞・雑誌統制をします。うまいのは、搦め手の用紙統制から攻めた点です。新聞・雑誌は媒体の「紙」がなければ発行できません。ここでエピソードを紹介します。私がお邪魔した通産省系財団理事長はかの有名な佐橋滋元次官でした。佐橋さんは戦後紙業課長だったそうで、「新聞も出版社も頭を下げに来た」と愉快そうに語っていました。私の時代には好々爺でしたが、とんでもない統制官僚かもしれません。

さて、ここで主要新聞が一県一紙の動きとなりました。例えば山形県を見ると、戦時中昭和十七年の山形・米沢・鶴岡・酒田の四社合併。よく見るとそれぞれ城下町と商港です。無論秋田・宮城のように有力一紙という県もあります。これを見ても幕藩体制の系譜が色濃い。新聞史研究泰斗・春原昭彦先生(新聞協会・上智大学)は、「統合で経営基盤がしっかりし、質が向上した」と評価しています。けれども県庁所在地だけの新聞って、ミニ県庁広報誌化しているのではないかと思います。山形、北國、秋田、京都、静岡、徳島と様々な問題が出ているようですが、ここでは触れません。

東北大震災の折、取材で釜石・大船渡を訪ねて地元地域紙『東海新報』主筆にお会いしました。そのツテで十年ほど同紙を購読していましたが、英米の地域新聞同様のコミュニティ・ペーパーでした。

◆全国紙vs地方紙

実をいうと新聞協会や民放連という新聞・放送の業界団体は東京企業と地方企業の対立が強く、機能不全を起こしています。戦後長らく朝・毎・読に攻められた地方紙は、共同通信を介して対抗して来ました。地方新聞社を訪ねると、共同・時事通信社支局が新聞社内にあつたりするのに驚かされました。今では通信社配信記事を地方新聞社が受け、記事を作ることさえ行われています。相互の人員経費削減ですかね？

さてここで問題になるのは、全国紙を中心とした放送体制です。

放送局／全国あまねくの崩壊

◆民放五局ネット化

今や電波利権どころではなく、旨味が減った放送。昭和の時代、角さんは電波配分でマスコミをねじ伏せました。ここも金融界とそっくりの構図で、片方に郵便貯金・簡易保険。放送は天下のNHK様という公共放送が存在し、鎮座しています。ところで話は変わりますが、年寄りは大河と朝ドラとラジオ体操が好きですね。

さてテレビ(民放)もテレビ放送開始七十年。ラジオからすると一世紀で、メディアとしては映画・レコードほどではありませんが、大年増になります(女性の皆様、すいません)。結局は読売／日テレ。毎日／TBS、産経／フジ、朝日／テレビ朝日、日経／テレビ東京と全国紙との系列で地上波放送局が設置され、ネットワークが形成されました。その後の力関係で、夫婦離婚したり<かかあ天下>に変わったりした所もあります。

衛星放送や多チャンネル時代で全国放送化され、さらにインターネットによる動画配信ができ、公共論／ユニバーサルサービス論といった古臭い放送政策は完全に時代遅れです。平成初期に地上波放送局経営を調べた時でも、経済規模の小さな県で民放四局はかなり苦しく、平成新局問題がありました。<やれ字幕放送だ・公平原則だ>と箸の上げ下げまでうるさい旧郵政省は、フリーダムのインターネットの前で存在感をなくしています。

◆戦時体制からの脱却

日本の政治体制はよく1955年体制と言われますが、

日本の産業政策は新聞出版でも戦時中の合併統制、さらにその尾を引く業界団体が幅を効かせてきました。鉄鋼・紙・造船・電力・石油・自動車・電機……。その最たるものが金融や放送で、永らく茹でガエルの論理ででした。政治との癒着がどうしても問題になります。先頃の国会でのつまらない規制問題論争(時間のムダ)でも、許認可のあるところ政治家・役所との力関係が働きます。言論機関を利用しようとするのは、政治家の性なのかもしれません。

NHKは受信料、民放は広告中心ですが、最近はネット広告に押されています。日本経済低迷で、広告だけでは限界があります。東京局は広域で大きなエリアを対象としています。また東京・大阪局はテレビ以外のビジネスに積極的で、その点はエリア限定を超えたビジネスを展開している大手私鉄に似ています。上場企業は拡大のメカニズムが必要なので、これは必然と言えましょう。

メディア論は旧マスコミ学会でも公共性とか憲法とかいう高尚な論議がやかましい。これは「あるべき論」ですが、企業としての存立基盤や経営分析が大切だと思います。

常にイノベーションは黒船の姿でやってきます。DAZN/Jリーグのようにまごまごしていると、放送送信権は札束で取られてしまいます。またYouTubeのようなネット配信は世界市場を前提としており、日本でも「狭い地域」を超えるチャンスです。すでに地方局発のYouTube配信はそれなりに定着しています。またアニメやドラマでは、放送局離れも見えます。

ちょうど百年前、米・ラジオ商業放送が広告モデルを基盤としたこと。このことこそが、最も大きなイノベーションだったわけです。新聞・雑誌・レコード・映画は広告はおまけで、木戸銭+購買でした。今日のネットに至るまで、この広告モデルこそポイントなのです*5。

*1: 私の高校生時代の地元・永代信用組合は、2002年破綻した典型的な土地バブル(ゴルフ場)だった。

*2: イノベーション=技術は誤訳で、新しいビジネス手法である。かつては三越も先頭をきっていた。

*3: 黒岩涙香伝記は、後輩の新聞記者・三好徹「マムシの周六/萬朝報物語」が面白い。

*4: 十九世紀半ば、ニューヨーク市のアイルランド系タマニー・ホールによる市政掌握と汚職は、当時のイエロー・ペーパー(J.ピューリッツァ発行『ニューヨーク・ワールド』紙、W.ハースト発行『ニューヨーク・ジャーナル・アメリカン』紙)の活躍をよんだ。明治時代の東京市政で悪名高い星亨(ほしとおる)は、駐米公使時代これを観察していたと言われている。

*5: アメリカでも女性誌を中心とした雑誌は、広告が販売より大きかった例は少なくない。日本では全盛時代の『anan(アンアン)』。ただし、あくまでも広告は美味しいおまけかも。