

一般財団法人

## 経済広報センター

講演会「フィナンシャル・タイムズの編集方針と日本への関心」

2015年10月26日（月）15:00～16:30

経団連会館 504号室

講師：ロビン・ハーディング フィナンシャル・タイムズ紙 東京支局長

### ◆講演「フィナンシャル・タイムズの編集方針と日本への関心」

フィナンシャル・タイムズ（FT）の編集方針はFTの読者の関心で決まる。日本関連の報道についても同様だ。

最近の日本関連記事で、FTオンラインでよく読まれたのは、シマノの自転車ブレーキに関する記事（プロサイクリング界のディスクブレーキ使用解禁によりシマノの業績と株価がさらに上昇するだろう、とする内容）で、全記事平均の5.1倍の閲覧があった。また、中国人の訪日客の所謂「爆買い」に関する記事や、日中韓の歴史教科書の第二次世界大戦関連記述、日経のFT買収などの記事も、閲覧数が多かった。一方、日本国内では大きく報じられても、あまりFTの読者の関心を集めなかった記事もある。例えば、マイナンバー、安全保障関連法案、18歳選挙権、原発再稼働などに関する記事だ。

このような閲覧結果が示すことは、まず、世界の日本に対する関心は、必ずしも日本人が重要と考えるテーマとは一致しない、ということだ。加えて、FTの読者が注目する記事には、何らかのかたちで、自国や自らの生活に役立ったり、深く関連する情報、すなわち、新たな「発見」が含まれているということだ。

したがって、FTとしては、単に日本の動きを報じるのではなく、海外の読者にとっての「発見」を提供することを重視している。日本企業としても、このような「発見」を重視して広報活動に取り組んでいただければ、FTとしても、良い記事が書けるのではないかと思う。

FTは基本的には有料購読だが、オンライン版は登録のみでいくつかの記事が読める。無料購読で閲覧件数が上がるとはいうものの、基本的には有料購読者が満足する、深く研究した記事づくりを編集方針としている。また、現在の購読者75万人のうち、オンライン購読が7割に達しており、オンライン購読者のニーズやテイストに合わせて記事づくりも変えていく必要がある一方、オンライン版よりも紙版で人気を得る記事もあり、紙版も依然必要なメディアと考えている。

### 【質疑応答】

（問）東京五輪、もしくは東京そのものへの関心はどうか。

（答）FTの読者は東京には関心がある。「東京介護危機」は平均の3～4倍の閲覧数となったし、不動産欄の東京関連記事も関心が高い。ただし、関心は、東京そのものというよりは、東京から何が学べるか、ということである。例えば、渋谷のスクランブル交差点の歩行者が

スムーズに流れる様子は、海外で非常に関心が高い。

**(問)** 日本の新聞報道についての評価は。

**(答)** 情報の「意味」を伝えるのがF Tのスタイルであり、記事の冒頭に当該記事のテーマがなぜ重要でどう影響があるのかをしっかりと記述するのが通常だ。これに比べて、日本の新聞は「just fact」で意見が少ないと思う。

**(問)** F Tは記事に加え読者からのコメントも興味深い。F Tとしては読者からのコメントを編集することはあるか。また、コメントの内容を紙面づくりに活用することはあるか。

**(答)** F Tは昔から読者の声を重視している。紙版の「レター」欄の投稿は投稿者の同意を得る程度編集しているが、オンライン版のコメントは編集せず、投稿者が自由に記入している。オンライン版の読者も有料購読・登録制のため、投稿の質は高い。投稿に関する課題としては、人を雇ってのやらせコメントや、他の投稿者を中傷するコメントへの対処などがある。また、記事の評価基準として閲覧数は重要だが、これに加え、記事へのコメント数やシェア数などのデータも重要な評価基準と考えている。

**(問)** 日本に関する記事の紙面上などでの割り当てを獲得するために、東京支局としてはどのような苦労があるか。

**(答)** 日本に関する記事の価値を香港やロンドンにどう伝えるかに大変苦心している。日本企業としては、東京支局の前線の記者に加え、ロンドンの分野毎の専門記者ともコンタクトを持つことをお勧めする。前述のように「新しさ」「驚き」「面白さ」がポイントであり、意外なところに読者が注目する場合もあるので、ぜひお手伝いいただきたい。

**(問)** 商社の活動は記事にできるか。

**(答)** F Tの読者は商社の扱うコモディティには大いに関心がある。また商社の活動には地域ごとの地政学が十分反映されているため、そうした記事をもっと書きたい。

**(問)** どんなライバルを意識しているか。ライバル紙は？

**(答)** 20年前は英国内の新聞だったが、現在は世界の経済・企業ニュースをカバーするウォール・ストリート・ジャーナルだろう。最近では、ロイターやブルームバーグなどの通信社がオンラインで直接読者に発信でき、記者も多いため、強い競争相手になった。F Tの強みとしては、①情報の「意味」を伝えるスタイル、②（英国目線ではなく）グローバルな視点、③ハイクラスの人々を読者層や取材対象としたハイレベルな内容、④専門的・理論的な分析、⑤週末版の面白さ、などがある。

**(問)** 日経新聞による買収の影響をどうみるか。

**(答)** 日経新聞のトップがF Tの編集の独立を尊重すると宣言しており、編集方針は変わらない

だろう。同じメディアなので、前のオーナーより投資のプライオリティが高いとも言える。また、日経も海外展開を進めているので、一緒に新しいことができると思う。F T社内のムードもいい。

**(問)** ターゲットの読者は。

**(答)** 地理的には、紙版の部数では、英国、米国、欧州が各3割、アジアが1割だが、最近は米国が伸びている。経済、経営、国際政治などに関心の高い人々が読者層と思われる。

**(問)** 紙版の将来やSNSへの対応をどう考えるか。

**(答)** 個人的見解だが、紙版には十分将来がある。高年齢層の読者に加え、若い層も紙版をかなり読んでいる。ブランド力も高く、ピンクの新聞を持ち歩きたい読者も多い。「Digital First」の方針に基づきオンライン版へのシフトは進むが、紙版も生き続ける。SNSによって編集自体が変わることはないが、読者がSNSを通じて記事にアクセスするようになっており、いかに読者につなげるかが重要であり、専門のチームが検討している。

**(問)** 日本経済の果たす役割が依然大きいにもかかわらず、日本の有識者のコメントが少ないようだが、どう考えるか。

**(答)** 有識者によるコメント欄はF Tの大きな特徴であり、日本の有識者のコメントももっと載せたいが、日本について英語で面白く書ける日本の有識者を見つけるのが困難だ。

以上

(文責 国際広報部主任研究員 田中 勲)

---

一般財団法人 経済広報センター 国際広報部  
〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-3-2 経団連会館 19 階  
webmaster@kkc.or.jp  
<http://www.kkc.or.jp/>