



## 新聞と正義

敢えて新聞に「正義」はあるのかと問い糺したい。

週刊新潮が六月十一日号から、連続して「新聞業界最大のタブー『押し紙』を斬る」との短期集中連載を行っている。「押し紙」とは、新聞社が販売店に対し、配達される新聞紙よりも多く余分の新聞紙を押し付けることから生まれた言葉である。配達されずに余った新聞紙は廃棄されるか、或いは古紙としてリサイクル業者に売却されているという。

こうした闇から闇に消えていく「押し紙」は、新聞社から見れば、販売店から多くの販売収入を得ることになるのみならず、新聞の公称発行部数がかさ上げされて、紙面広告の価値が上がり、より多くの広告収入を上げることができるようになる。この「押し紙」による公称発行部数のかさ上げは、従来から新聞業界においては「公然の秘密」とされ、議論することはタブー視されていた。それを今回、週刊新潮が生々しい証言や写真によって告発したのである。

六月十一日付の週刊新潮によれば、滋賀県の読売新聞の元販売店主が行った電話調査と戸別訪問による聞き取り調査において判明した押し紙率は、「読売」で十八割、「朝日」三十四割、「毎日」五十七割、「産経」五十七割だったという。四紙の平均でも公称発行部数（ABC調査）の実に四割以上が「押し紙」だったことになる。販売店側の押し紙による損害は折り込みチラシの収入でカバーされる。それでも足りないときは、新聞社が補助金を支給している。

新聞社は押し紙で公称発行部数をかさ上げして広告媒体としての価値を高値で維持しているから、補助金を支給しても損はしない。その陰で余ったチラシは押し紙とともに廃棄されているのである。こうした押し紙をめぐる新聞界の闇はまさに犯罪的な「偽装」と断ぜざるを得ない。

週刊新潮は、更に押し紙による不当利得で潤っている新聞社に対して、損害賠償請求や地位保全の訴訟を提起している。販売店主の人々の実名を明らかにした上で、朝日、毎日、読売、日経の各社に対して「押し紙」についての見解を糺したが、いずれも「その調査は把握していない」「調査の内容は承知していない」「他社の調査に対してはノーコメント」など、木で鼻をくくったような回答であったという。

それでは週刊新潮は、動かぬ証拠をつかむために、東京都内の数軒の販売店について、六月三日から六日にかけて押し紙を回収して廻るトラック運転手を尾行して、多くの梱包したままの押し紙をリサイクル業者の所まで運んでいる実態を「写真入り」で報道した。

もともとこの「押し紙」が従来、表立って問題とされなかったのは、押し紙を拒否すればいつ契約を切られるかも知れない弱い立場の販売店と、新聞社の資本が入っているチラシ代理店などの財政的に弱い立場の関係業者の「長いものには巻かれろ」式のあきらめと無抵抗状態があったからである。今ではその販売店主側が立ち上がっているいろいろな訴訟を提起しており、販売店側が勝訴した二〇〇七年の福岡高裁の判決では、「押し紙」について次のように厳しく断罪している。

「読売は、一方では定数と実配数が異なることを知りながら、あえて定数と実配数を一致させることをせず、定数だけをABC協会に報告して広告料計算の基礎にしている。自らの利益のためには定数と実配数の齟齬をある程度容認するかのよう姿勢である。この利益優先の態度は身勝手のそしりを免れない」

もともと新聞は、社会の公器であり、「社会の木鐸」として「世人を覚醒させ、教え導く」（広辞苑）役割が期待されている。その新聞が不正義そのものである「押し紙」という犯罪的偽装をあつかましく続けていることは決して許されるべきことではあるまい。

事ここにいたっては、新聞は自ら「押し紙」の実態を情報公開して、多くの迷惑をかけてきた関係業者を始め、ひろく世間に対して心から謝罪すべきであろう。そのことなくして新聞のメディアに「正義」などある訳もない。