

AIは新聞社の「救世主」か、それとも「破壊者」か ～スポーツ・ジャーナリズムから問う～

日下 三男

学会等報告

AIは新聞社の「救世主」か、それとも「破壊者」か ～スポーツ・ジャーナリズムから問う～

日下 三男

Mitsuo Kusaka : Is A I the savior of the newspaper company or the destroyer-I ask it from sports journalism- : Bulletin of Sendai University, 50 (2) : 27-38, March, 2019.

KEYWORD game review, sentence automatic generation, declining industry, reading ability

キーワード 戦評, 文章自動生成, 斜陽産業, 読解力

I. はじめに

甲子園は高揚感に包まれていた。2018年夏、100回目を迎えた全国高校野球選手権大会が「次の世紀」へ向けて新たな一步を踏み出した。グラウンドもスタンドも、これまでの「来た道」を振り返り、球場全体が高校野球に教育と平和をあらためて託しているようだった。

同じ頃、ネット裏の記者席は別の熱気に沸いていた。AI（人工知能）記事である。試合の流れを100字程度で伝える記事が「朝日新聞デジタル」に載った。記者たちは息をのんでスマートフォン（スマホ）やパソコン（PC）の画面をにらみ、誰が何回に適時打を放ってチームを勝利に導いたとか、左腕の〇〇投手が奪三振〇個で完封したとか、淡々とつづられた記事を読んだ。賛否が渦巻いた。「機械がこれを書いたのか」「内容が物足りない」…。

AIがついに新聞社の世界に足を踏み入れてきた。営業や総務、印刷・発送などの部門では少しずつ活用されつつあるが、今度は報道を担う編集部門である。AI記者は果たして労働力として使い物になるのかどうか、生身の記者たちはその実力ぶりを見極めようとしている。仮にAI記者がこのまま増えていけば、人はどこ

に居場所を求めていけばいいのか。もちろん読者の反応も気になる。感情を持たぬAI記者が執筆する記事の載る新聞は一体どう受け止められるのだろう。

日本の新聞社は現在、インターネットの普及や配達人の減少などを受けて販売部数が右肩下がりになり減り続けている。「斜陽産業」と揶揄（やゆ）する声さえある。業界の先を見据えたとき、AIは新たな労働力として「救世主」になると指摘する声がある。しかし、マイナス面も考えられよう。編集面でAIに任せようとする仕事は、記者が日々「面倒くさい」とか「苦手だな」とか思っている記事の執筆である。日の当たらない任務を避け、コツコツと積み重ねていく作業からも解放された記者は今後変質していく可能性がある。ひいてはジャーナリズムの力が弱まっていきはしまいか。そうなっては元も子もない。「破壊者」の顔も持つAIと新聞のかかわりを探してみたい。

なお本稿において「AI」という言葉を使用するとき、そのほとんどは「AI技術」という意味で使う。人工知能と和訳されるAIは現在、数学の計算で人間と同等レベルの知的活動を表現できるものの、まだ人間のように感情を抱くには至っていないから、本来、知能と呼ぶのは

おかしい。ただ、AIを実現するために開発されている技術を世間一般ではもはや「AI」と称している。従って本稿も「AI」と表記していく。紛らわしいケースは言葉を使い分ける。

Ⅱ. 研究方法

AIの活用による記事生成について、新聞社の記者、制作技術者らに話を聞き、現状と先行きを考察した。AIと新聞の関わりに対し、読者の反応を探るために仙台大学の学生169人にアンケートに答えてもらった。また、新聞社の編集局長にインタビューし、AIの受け止め方や今後の取り組みなどを聞いた。

Ⅲ. 考察

1. AI記事の現状

中部経済新聞社（本社名古屋市）は2016年11月1日、同日発行した紙面にAIが執筆した記事を載せた。業界では「国内で初めてAI記事が紙面化された事例ではないか」と言われている。同社が創刊70周年に合わせ、社の歩みや今後の意気込みを約650字で表した。21字詰め3段落32行でつづられた内容は、同紙によると最終的に人の手で修正が加えられているものの、結びで「つねに『地元のお役に』をモットーとして地域経済の現状が把握できる経済情報を集めて、未来像を指し示す努力を続けていく」（原文のまま）と意気込みを示している。所々に語尾の乱れや誤字があるのは、AI記者の実力をあえて知ってもらうために残したという。

翌2017年1月には日本経済新聞社がAIに決算記事を書かせて日経電子版と会員制データベースサービスの日経テレコンに配信し始めた。東京大学と1年余りの共同研究を経て実現にこぎ着けた。企業の決算がウェブサイトに表示されると、わずか2分で速報ニュースを流すことができる。PDFデータからの文章読み取りが可能というから、かなり省力化を望める。記事の内容は売上高、利益などの数値のほかに、

変動の要因についてもある程度言及している。この業績要因文を抽出できるアルゴリズム（処理手順）の考案こそが、日経の売りといえよう。電子版などのAI記事の末尾には自動生成されたことが記されている。人は数字を読み違えたり、キーを打ち間違ったりするもので、そういう単純ミスを犯さないAIの決算記事はどこか頼もしく映る。日経によると、上場企業約3600社の大半に対応できるという¹⁾。

一方、西日本新聞社（本社福岡市）も同じ頃、米国のIT企業のAIを使って天気予報記事の執筆に挑んだ。1月10日付の朝刊で、その日の福岡県福岡地方の空模様を占っている。日本気象協会の予報データを基に文章を自動生成した。仕上がりはデータの読み込みから1秒でできた²⁾。その記事を読んでもみると、人間の感覚に訴える箇所があり、一瞬ドキリとさせられる。掲載記事の全文は次の通りである。

くおはようございます。今日から新学期がスタートする学校が多いと思います。1月10日の九州北部(福岡県福岡地方)の天気予報は、晴れ時々くもりでしょう。傘は持たなくても大丈夫です。

日中の最高気温は11度、最低気温は6度となる見込みです。前日より最高気温は1度低く、最低気温は4度低いでしょう。平年と比べて最低気温は2度上回り、最高気温は平年並みでしょう。

風は北西の風後北の風、海上では後北西の風やや強くなるでしょう。日の出は午前7時23分。日の入りは午後5時29分です。

今日のお出かけには、コートを着ないと寒いでしょう。今夜の夜空は、よく見れば星が現れるかもしれません。>³⁾(原文のまま、段落も)

気温のくだりにややくどさが感じられるものの、そのほかはごく自然な言い回しとして無理なく読める。ぬくもりを思わせたのは「コートを着ないと寒いでしょう。今夜の夜空は、よく見れば星が現れるかもしれません」という部分である。これは、実は日本気象協会が「服装指数」「星空指数」を発表する際にそれぞれ説明文も付けていることから、同社がこの説明文を

参考として事前に各指数に合わせた適切な言葉を用意していたという⁴⁾。機械の作る文章に少しでも味わいを出そうという配慮がうかがえる。

信濃毎日新聞社（本社長野市）は2018年4月から、ケーブルテレビ（CATV）向け配信記事の作成で、新聞用の記事を150字程度に要約する作業にAIを活用している。記者がこれまで1本あたり約5分かけていた作業を瞬時に済ませられるようになった。同年10月現在、CATV向け配信記事の9割は自動要約となっている。この業務効率化は業界で広く認められ、同社に2018年度新聞協会賞（経営・業務部門）が贈られた。働き方改革を考えるうえでも、この受賞は新聞各社がAI導入を積極的に推し進めるきっかけになるであろう。

スポーツ報道の分野でも活発化しつつある。西日本新聞社のAIによる天気予報記事を読めば、それはある程度予想できたことではあった。定型の表現でつづられる記事には活用しやすい。

神戸新聞社と朝日新聞社は今夏、高校野球の試合経過を伝える記事の作成にAIを使った。いずれも紙面には載せず、神戸は地方予選の14試合分を短文投稿サイトのツイッターで公開、朝日は甲子園大会の3回戦からデジタル版に配信した⁵⁾。両社のAIとも試合データを読み込ませると1秒余りで100字程度を執筆する。出来栄は「〇〇は×回、3番△△が二死二塁からセンターヒット、なおも4番□□がレフト2塁打などで3点を挙げ、逆転した」という具合で、内容はあくまで得失点した場面の事実をつなぎ合わせた試合経過にすぎない。得失点の流れだけを追っている印象がある。高校野球に求めがちな「サヨナラ勝ち」「逆転勝ち」の詳細な劇的描写は生成されず、文章の妙味という点では寂しい。

神戸新聞は秋季兵庫県大会でもAI記者を「再登板」させ、記事を電子版の「神戸新聞NEXT」で速報した。ここでも新聞紙面には実際に掲載しなかった。

新聞社の動きとは別に、ニュース解析エンジンの開発ベンチャーであるJX通信社⁶⁾（本社東京）はAIを駆使してインターネット交流サイト（SNS）から事件、事故、災害などの第一報をいち早く検知し、契約する報道機関向け

に情報提供している。いわばSNSのパトロール役である。創業した社長の米重克洋（30）は「報道に特化したベンチャーとして、人間にしかできないことは人間が徹底してやる、その代わり機械でもできることは機械に任せていく、ということを実現するためのテクノロジーを開発している会社だ」⁷⁾と会社の存在意義を説き、既存の通信社が果たしてきた役割を新たにAIで切り開こうとしている。

一方、海外でのAI活用事情はどうだろう。現在、西日本新聞社が使った米国IT企業の自動文章生成システムは20カ国以上で数百社に使われているという⁸⁾。米国を本拠とするAP通信の場合、2014年に導入し、現在、企業決算、スポーツ原稿で活用。マイナーリーグの戦評（試合経過）はほとんどAI記者が執筆している。

米国のワシントン・ポストは2016年夏、リオデジャネイロ五輪にAI記者を投入。期間中、同紙のブログページやツイッターで試合結果やメダルの獲得数を速報として伝えた。現在は選挙報道や学生スポーツの速報記事をAIにより自動生成している。

2. AI記事の仕組み

AI記者を活用する日本国内の各社はいずれもIT技術の開発を手掛ける通信機器メーカーなどの協力を得て進められている。共通しているのはとにかく大量の記事サンプルを集めてAIに機械学習させ、その精度を評価し高めていく作業といえる。

各社が頭を悩ませているのは精度の上げ方である。それは技術者たちにとって苦闘と言ってもいい。信濃毎日新聞社で記事要約の開発に尽力した古田俊一（制作局技術開発センター技術開発部主任）に話を聞くと、「まず自社の元記事と生身の記者が要約した原稿1300セットをAIに読み込ませても精度が低く、さらに1200セットを学習させた。そのうち記者が要約する際に最終段落の文を使う例が多いことに注目して、そこから文を抽出するように改良していった」と説明する。

信濃毎日新聞社のこのやり方は神戸新聞社や朝日新聞社の試合経過を伝える記事生成にも通

じる。試合のスコアシートと自社記事のセットを大量に学習させたうえで、試合の勝敗を決める場面の読み込ませ方がやはり重要なポイントになるのは明白である。ここで参考になるのが西日本新聞社の取り組みであろう。天気予報も試合経過の記事も文章のひな型がある。精度は学習量に尽きるといえる。

朝日新聞社は野球取材用に電子スコアブックを開発。1球ごとに入力した記録をインターネットに配信し公開することが可能で、今回のAI記者による試合経過の執筆はこのスコアブックを基にした。神戸新聞社のシステムもほぼ同じ内容で、同社は共同通信デジタル⁹⁾が展開するタッチスコアを活用している。

3. 懸念

編集現場で企業決算や記事要約といった分野にAIを活用するのは、労働生産性を高めていくうえで心強い援軍になるのは間違いない。人間の代わりにやれる作業をAIに担わせれば、人件費はかなり抑えられる。しかし、ジャーナリズムの機能や役割を考えたとき、神戸新聞社と朝日新聞社の取り組みには首をかしげざるを得ない。

そもそも両社は今回AIに執筆させた記事をそれぞれ「経過戦評」「戦評」と呼んでいる。だが、不思議なことに記事内容に試合を論評している部分がない。ジャーナルな言及がないのに「戦評」と称していくのは言葉を大切にするメディアとして読者に不親切である。

「戦評」とはかつて、スポーツ記者にとって野球であれ、サッカーであれ、観戦試合の結果を簡潔にかつ的確にまとめて伝える記事だった。朝刊の紙面を開き、「きのうの試合はどんな展開で、どういう勝ち方をしたのか、勝利に貢献したのは誰だったのか」という読者の疑問に分かりやすく答えるのを目的としていた。勝敗を分けた場面を探し当て、加えて勝因と敗因を分析する。新聞社ごとに行数のボリュームこそ異なるものの、記者の「腕の見せどころ」でもあった。

ところが戦評は時代を経て軽視されるようになった。要因はテレビの影響が大きかったと思われる。1976年に日本初の本格的スポーツ

ニュースワイド番組「スポーツワイドショー プロ野球ニュース」(フジテレビ系列制作)が定着すると、他のキー局も相次いでプロ野球ニュースのワイドショー化に力を入れ始めた。新聞社はテレビとの差別化を意識し、読者を引き付けるために、人間関係に基盤を置いた、読み応えのある記事に徐々に重点を置いていった。1980年代後半から90年代初頭にかけてのバブル景気に取材陣を増強したものの、それも限界があり、必然的に費用対効果あまり見込まれない戦評の簡略化にかじを切った。戦評はいまや定型記事として「時代の遺物」になりつつある。

戦評を軽視する傾向は止まらない。記者たちは「面倒くさい」「苦手」と執筆を敬遠しがちになる。神戸新聞社や朝日新聞社が「戦評」に目を付けたのは、自然の流れとも言えた。比較的短い行数の定型記事が好都合であり、自動生成できればスポーツ記者たちの日々の負担を軽くすることができる。とりわけ記事内容の精度については、とりあえずボールゲームなら「得失点の場面を記しておけば過不足ない」「文章化で重要なところは『同点』『勝ち越し』『逆転』の場面であり習させればよい」と実現化の見通しも立てやすかった。

記者たちは、この原稿の執筆作業から解放されれば大助かりだろう。というのも、執筆は結構厄介だからである。取材する試合では終盤からゲームの進行を見ながら記事内容をあれこれ考える。ゲームセットが近付いてくると勝敗を予測し一気に脱稿する者もいるが、大方はゲーム終了をまたいで5～10分の時間を執筆に要する。慎重な記者は粗原稿を書き上げた後、ベンチに行って監督やコーチらに話を聞き部分修正してようやくデスクに送稿する。そうしないと勝因や敗因分析において客観性を担保できない。短い分量の記事でありながら、随分と手間暇をかける。試合経過だけをつづる記事でもスコアブックとにらめっこして作業するのは同じで、数字や選手名を間違えないようになりかなり神経を使う。

この先、AI記者が執筆を代行してくれば、取材現場はどう変わっていくのだろう。

通信社で長くプロ野球報道に携わったデスク

経験者はこう解説してくれた。

「野球の取材は試合内容を吟味し、得点シーンだけでなく、その結果をもたらしたキーポイントを探す力が記者を鍛え、その後のサイド記事（ヒーロー、ヒロイン、試合ハイライトなど）につながっていく。『キーポイントを探す力』は取材者であるわれわれ新聞記者がその競技について勉強し、謙虚な気持ちで一流アスリートに話を聞くなかで生まれてくるものだと思う。そんな話ができる人間関係を築くためにはあらゆる手を駆使していくのが、これまでもこれからも新聞記者に求められている。記者は評論家ではなく、新しいことを聞くことから始まるが、弊社でもその努力を怠っている者、人から話を聞けない者が増えており嘆かわしい事態になっている」と指摘する。そこへAI記者の投入である。「効率だけを求めているような気がしてならない。このまま進めば、新聞社は自らの手で自らの首を絞めることになりかねず、憂慮している」と危機意識を隠さない。

AI記者はスポーツ・ジャーナリズムの根幹を揺るがすような存在かもしれない。生身の記者が試合の流れを把握する力を持たぬようになっては、選手や監督にまっとうな取材ができるわけではない。これでは良質のサイド記事につながるはずがない。今のままならAI記者は新聞のスポーツ面の品質をどんどん低下させる恐れがある。確かに取材現場の「働き方改革」や省力化は取り組むべき課題であるが、長い目で見たとき、AI記者の戦評が新聞社や読者にとって確実にプラスになるとは断言できない。

IV. アンケート

1. 集計

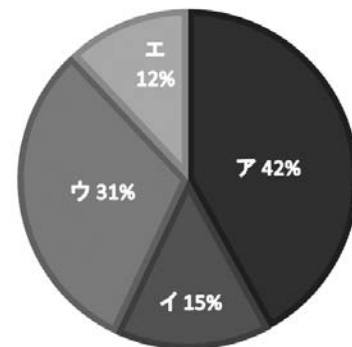
海外をはじめ日本の新聞社がAI記者による記事配信を行っている。日本においてはまだ紙面に常時登場していないが、5年後、10年後は当たり前のように紙面に載っているかもしれない。来るAI時代での新聞社像をどう展望するか、一般の読者に聞いた。アンケートは仙台大学の体育学部スポーツ情報マスメディア学科

と、講義「スポーツとマスメディア」を受講する同体育学科の学生合わせて169人（1～4年生）に答えてもらった。調査形式は、新聞社とAIのここ数年の関わりを講義で説明した後、質問用紙（無記名・選択式回答）を配布し回収した。結果は次の通り（図1～3）。

質問1 あなたはAI技術を利用した記事の常時紙面掲載をどう思いますか。

- ア) 賛成 71人
- イ) 反対 25人
- ウ) たまにならいい 53人
- エ) 分からない 20人

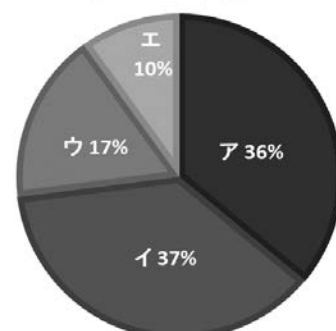
図1 アンケート 結果1



質問2 優れたスポーツ記事は心理描写や分析がきちんと盛り込まれています。AIは5年後、あるいは10年後においても「人の心の動き」は読み取れないという見方が専らです。では、スポーツ報道の分野でAIが活躍する機会はないのでしょうか。どう思いますか。

- ア) 勝因・敗因を盛り込まない試合経過の記事ぐらいなら任せてもいい 61人
- イ) 事実関係を伝える記事全般はAIに任せ、人間は余力をサイド記事に注ぐ 62人
- ウ) 深い洞察力を養うためにも、試合経過の記事は記者が書いた方がいい 28人
- エ) 分からない 18人

図2 アンケート 結果2



質問3 AIは新聞社の「救世主」であると思いますか、それとも「破壊者」であると思いますか。

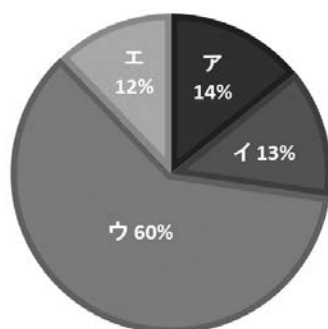
ア) 救世主 24人

イ) 破壊者 22人

ウ) 救世主でも破壊者でもなく、新聞社の業態を変える存在になる 102人

エ) 分からない 21人

図3 アンケート 結果3



2. 分析

回答者はおおむねAIに好意的であった。AI記者が執筆する記事の紙面掲載には「常時」と「時折」を合わせると73%が賛成している。日本の新聞は現在デジタル版での掲載にとどまっているが、一般読者に拒否反応はあまりない。では、どのような種類の記事を任せるかという「質問2」では「試合経過程度の記事ならいい」という人36%、もっと幅を広げて「事実関係を伝える記事全般を任せる」が37%にも上った。合計73%は活用する領域に幅がややあるものの、やはりAI記者の存在を肯定的に受け止めている。一方、「深い洞察力を養うためにも、試合経過の記事は記者が書いた方がいい」17%、「分からない」と合わせても27%だった。

AIの存在がこれからの新聞社にとって「救世主」か「破壊者」かという質問の回答は割れた。「救世主」14%、「破壊者」13%と拮抗。最も多かったのは「業態を変える存在」60%となった。AIを今後の新聞社経営に影響力を及ぼす存在になるだろうと半数以上の人が見ている。

V. インタビュー

AI記者の登場を新聞社の幹部はどう受け止めているのだろうか。AI導入の時期、もし投入するとすれば、どのような部署でどんな記事を書かせるのか。これからの新聞社像について、河北新報社（本社仙台市）の編集局長、今野俊宏に語ってもらった。

—河北新報社における編集面でのAI活用はどうなっていますか。

「現時点でAIを編集で具体的に使用している例はありません。ただ、新聞社など報道機関向けのAI活用システムを開発している複数の企業との勉強会などは進めており、将来のAI活用を無視できる時代ではないとの認識は持っています」

—他社のAI活用をどう受け止めていますか。

「紙媒体からウェブメディアへ、さらにウェブメディアと融合して紙媒体も維持するという方向性は新聞業界内で共有されていますが、収入構造の半分以上を紙媒体の購読費に頼っている日本の新聞社はなかなかIT化に転換できないのが現実です。社会的責任が求められる新聞の取材活動、制作システムは特別なものという認識が強いのも事実です」

—今後、AI活用を考えていますか。どういふ分野なら使えそうと思いますか。

「新聞制作全般で言えば、日経の決算記事、西日本新聞の天気予報記事など事実関係のみを記述するなら使い道があるかもしれません。ただ、新聞記事への信頼性を考えると、AIが書いた記事ならなおさら二重三重のチェックが欠かせません。そこにはどうしても人間の目、手が介在します。そうすると、こと省力化という観点では大きな成果があるとは言いきれません。AIによる記事化がそれ以上のメリットがあると確認されないと、分野を広げていくことにはなかなか結び付かないと感じています」

「今年（2018年）10月に仙台市で開かれた新聞大会¹⁰⁾で、国立情報学研究所の新井紀子教授が『AI時代に求められる読解力』と題して記念講演しました。新井教授は東大入試突破を目指した人工知能の『東（とう）ロボくん』開発

を手掛けました。AIが人間の能力を超えるシンギュラリティー（技術的特異点）が来る見込みは全く立っていないと強調しています。なぜなら、物事の全てを『0』と『1』の高速演算で処理するAIができるのは、数学の『論理』と『確率』と『統計』の三つしかなく、文章を理解する『読解力』が身に付くことはあり得ないからだとしています」

「記事を書く以外にAIを新聞制作で使う可能性があるのは、紙面整理つまり紙面の組み（レイアウト）と見出し付けです。一定程度の研究開発は進んでいます。膨大なデータの蓄積で過去の膨大なデータを使って最大標準値の紙面を作ることにはほぼできます。ただし、これまであまり見たことがないような斬新なレイアウトの紙面を作ることはできません。型通りの紙面レイアウトで構わない面と創造性を求められる面をどう見極めるかが課題となるでしょう。スポーツ面言えば、スコアや記録などが大部分を占める紙面、あるいは一定のスペースの囲み記事でAIが整理作業を担う可能性はあります。一方で、フィギュアスケートの羽生結弦選手が五輪Vのようなケースで、読者の目を引きつける大胆な紙面レイアウトは現状では人間の手、思考でないと生み出せないと考えています」

—神戸新聞や朝日新聞は今夏の高校野球で試合経過をつづった戦評をAI記者に執筆させました。ツイッターやデジタルでの公開や発表にとどまり、まだリアルな紙面には掲載させていません。どのようにみめますか。

「高校野球の戦評のように、試合の流れやどこが勝敗のポイントとなったのかを端的に表現するような原稿は、『論理』と『確率』と『統計』を使えば一定程度可能なので、AIの得意分野かもしれません。それを速報の形でウェブ空間に流すのは、チャレンジの一つとして理解できます。そうしたネット空間では修正や差し替えが簡単にできるという特性もあります。一方で、正確性や論理展開で穴がある可能性は否定できず、一度印刷したらそのままの形で残ってしまう紙媒体に使うのは、正直怖いということではないでしょうか。幾重ものチェック、校正作業は省けないわけですし」

「信濃毎日新聞が使っている記事要約システムも、サイネージや電光ニュースへの提供が主と聞いています。AIに読解力はありません。紙面で使うニュースのダイジェストなどに使うのは現状ではやはり怖いというのが正直なところですよ。他方で、新聞制作に関わる全てのデータを収集してビッグデータ化し、AIの精度を継続的に向上させていくという流れは加速するでしょう。ただ、それが記者の仕事を全て代行できる時期が来るとはとても思えません」

—スポーツ・ジャーナリズムの衰退につながるという指摘もあります。

「ソーシャルメディアの進展により、新聞メディアに対する利用頻度はおろか、信頼度も低下しているのは事実ですが、だからこそこれからのことを考えると、新聞メディアの可能性においてはジャーナリストの独自の視点が最も大切です。スポーツ・ジャーナリズムで言えば、人間ドラマや何を教訓にして今後に生かすかという提言型の記事は、読解力がないAIには書くことができないと確信しています。それと、新聞社は独自のアーカイブを持っています。AIのビッグデータとも違い、河北新報が蓄積したデータベースは120年の重みがあり、人的な継承力も含め、抽象的な表現ですが、読む人を感動させる深みのある記事はなくならないと思います。ただ一つ心配なのは、読み手の読解力が今以上に低下すると、深みのある記事自体が求められなくなることです」

「一方で、新聞記者が書くスポーツ記事のほとんどは、ウェブファーストの速報や逆に時間をかける特集記事を除けば、締め切り時間を意識した時間との闘いが多くを占めます。例えばインタビューやコメント取材などはあまり長時間のものはないので、録音したものを音声自動認識の活用でメモの文字起こしとして利用し、それを基に原稿執筆の方に注力するというように、あくまでも取材ツールとしてAIを有効活用するということはあり得ます」

—AI時代を迎えて新聞、ジャーナリズムはどう変わっていくと予想しますか。

「AI活用が進めば進むほど、新聞メディアのこれからのキーワードとなるのは『対話力』『読

解力』『ことばを大切に活動』ではないか、と考えています」

「新聞業界は労働集約型産業で、他の業界と比べて非常に人手がかかるのは間違いありません。コスト意識を無視できる時代ではなく、AIなどテクノロジーを活用することは避けられません。とはいえ、ソーシャルメディアがどれだけ発達し、情報の洪水状態であっても、新聞メディアの基本は現場に行き、目で見て、空気を感じて、実際に話を聞いて記事にすることです。これは最大の強みであり、スポーツ・ジャーナリズムの世界でも不変だと信じています」

―新聞社の形態は変わっていきますか（表1、表2）。

「新聞社は縮む市場と限られた人的資源という難題に直面しています。従来のように幕の内弁当的な全部をカバーするコンテンツと、得意分

野に集中する一点集中型のどちらを選ぶかという選択を迫られています。新聞コンテンツの一覧性は一定程度守りつつ、得意分野をせり出させる工夫は必要です。地方紙のスポーツ・ジャーナリズムで言えば、地元のプロチームを徹底的に応援する、地域スポーツの記事をより積極的に取り上げていくという方向性になるでしょう」

「新聞メディアは地方においては都市部とは違う価値を持っている部分がまだまだあります。新聞は生活者に近いメディアと思われています。地方紙に対して『身近な内容の情報が深い』『住民の声に耳を傾けてくれる』というイメージは依然として根強い。テクノロジーを使ってコストを低減しながら、情報のライフラインを地道に提供できる体力を維持していきたいと感じています」

表1 新聞の発行部数と普及度

年	発行部数 (単位:1,000部)	人口1,000人 当たり部数	日刊紙数
2017	51,829	412	117
16	53,690	426	117
15	55,121	436	117
14	56,719	448	117
13	59,396	469	117
12	60,655	478	118
11	61,581	487	119
10	63,199	497	120
9	65,080	512	121
8	67,207	528	121
7	68,437	538	121
6	69,100	543	120
5	69,680	549	120
4	70,364	554	120
3	70,340	555	123
2	70,815	559	124
1	71,694	567	124
0	71,896	570	122

セット紙を2部として計算
各年10月、新聞協会営業部調べ
日本新聞協会ホームページより

表2 新聞・通信社従業員数と記者数の推移

年	回答社数	従業員合計(人)	記者数(人)
2018	97	41,464	18,734
17	97	42,193	19,327
16	91	41,396	19,116
15	93	41,916	19,587
14	92	42,282	19,208
13	94	42,720	19,666
12	96	44,321	20,121
11	97	45,318	20,305
10	95	46,433	20,406
9	91	47,599	21,103
8	90	48,331	21,093
7	80	48,069	19,124
6	77	49,668	20,773
5	71	49,523	20,315
4	80	51,863	20,979
3	81	53,488	21,311
2	76	54,015	20,851
1	78	54,565	20,679

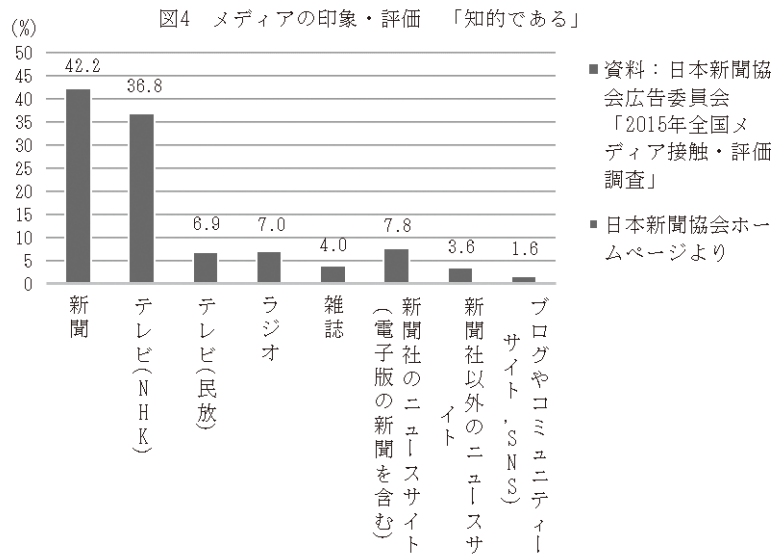
部門別内訳などを回答した社の従業員数を集計
新聞協会経営営業部調べ、各年4月
日本新聞協会ホームページより

V. 結論

1. AIは批評が苦手

新聞社が紙媒体を発行する形態を今後も保ち続けていくのであれば、新聞は魅力ある商品であり続けなければならない。スポーツ分野に限ったことで言うなら、「勝った」「負けた」だけの結果報道で読者の心は引き付けられない。

インターネットの報道と差別化する意味から、プラスアルファとして選手の息遣いが伝わる記事が求められよう。血の通った情報は読者に届いてやがて知性となる。同時に、それはメディアのなかで最も「知的である」と読者から評価される長所にもつながる（図4）。それをひたすら追い求めることができるかどうか、スポーツ・ジャーナリズムの生命線ともいえる。



記者は取材を尽くして情報を得る。選手や指導者と人間関係を築き、話を聞き、そして本音を引き出す。人と人のぶつかり合い、チームとチームの戦いを描くとき、かけがえのない情報を入手する基盤があって初めて記事に息吹をもたらすことができる。一つ一つの采配やプレー、パフォーマンスには意図と思惑が潜んでいる。それが複雑に絡み合って試合は流れていく。この深淵なる勝負の世界をAIはまだ読めないのである。

例えば1979年のプロ野球日本シリーズ、近鉄vs広島第7戦¹¹⁾を考えてみる。ノンフィクション『江夏の21球』（山際淳司著）でも取り上げられたゲームである。先攻広島は4-3の1点リードで迎えた七回の途中、マウンドをリリーフエース江夏豊に託す。最終回、江夏は1死満塁の大ピンチを迎えながらも、見事に投げ切りチームに勝利をもたらした。熱心なファンの間では、江夏がこの回に投じた21球の攻防が野球の醍醐味であると長く語り継がれている。

試合翌日の河北新報はこの試合を戦評でこう

伝えた。日本シリーズだったため、通常の公式戦と異なり行数も多めだった。一部を抜粋する。

くことしの総決算ともいうべき一戦は、土壇場で最高の盛り上がりを見せた。1点を追う近鉄九回の攻撃だ。先頭の羽田が中前打。代走藤瀬がアーノルドの4球目に二盗。これが捕手の悪送球を誘い一気に三進。さらに四球のアーノルドの代走吹石も二盗を決め、無死二、三塁と逆転サヨナラのチャンスを迎えた。マウンドは七回二死からリリーフに立っていた江夏。これほどの男でも、日本一を目前にすると腕が縮むのかと思われるこの回の投球だったが、ここからが違った。さすがだった。平野を敬遠して満塁とした後、代打佐々木を2-2から内角カーブで空振りさせた。石渡の1-0からのスクイズを高めに外して空を切らせ、藤瀬を三本間にきょう殺した。こうなるともう江夏のベース。石渡を2-0と追い込み、ファウルのあと、内角カーブで見事に打ち取った。絶体絶命のピンチだったからこそ、このピッチング、キラリと

光る。> (原文のまま)

現在の一般紙の紙面では考えられないような、何とドラマチックな描写であろう。「いい」「悪い」「好き」「嫌い」の評価は別にして、試合の息遣いが伝わる。AIはこのような戦評をまだ書けない。独自の判断でプレーや試合の流れを批評するレベルには達していない。1例を挙げれば、戦評に「スクイズを高めを外して」と断定して書かれた箇所があるが、AIは意思によるウエストボールか偶然のすっぽ抜けかを見分けられるはずがない。当時の記者は試合後の裏付け取材に基づき、あれをウエストボールと結論付けた。

「総決算」「最高の盛り上がり」「これほどの男」「腕が縮む」「さすがだった」「江夏のペース」などの文言も、人間的な感情や観察眼から紡がれた表現である。西日本新聞がAIによる天気予報記事で<今日のお出かけには、コートを着ないと寒いでしょう。今夜の夜空は、よく見れば星が現れるかもしれません。>と伝えたのは、あらかじめ服装指数や星空指数に応じた文言を学習させていたからであった。つまりAI記者は自ら読者の胸を打つ文章を到底執筆できない。

批評精神あふれる記事はAIが苦手とする。だが、そういう記事こそが読者が待ち望む情報ともいえる。

2. AIの限界

AIに小説を書かせて文学賞に挑んだ研究者がいる。名古屋大大学院教授の佐藤理史は「星新一賞」¹²⁾に作品を応募し1次審査を突破してみせた。その顛末を書いた自著によると「『賞』を取れるような小説を書ける人がプログラムを作れば(あるいは、システム作りに参加すれば)、可能でしょう」¹³⁾と述懐している。現時点では「これが冷静な評価だと思う」とも記した。

前述の新井も自著で指摘する。「現在の技術の延長線上にある近未来AIには人間の常識はわからないし、文章の意味もわからないし、人の気持ちもわかりません。表情や声のトーンのデータに『喜怒哀楽』のラベルをつけ、それを教師データとして用いることで、喜怒哀楽に分類することくらいはできるようになるかもしれ

ませんが、それが限界です」¹⁴⁾と。

3. 「経験」「推論」「イメージ」大切に

AIが身上とする数学は「論理」と「統計」と「確率」で答えを得る。だが、先の日本シリーズ第7戦を理解するためには、「経験」に基づく「推論」や「イメージ」がどうしても必要である。試合を読み解く力と言ってもいい。これこそが質問するエネルギー源である。スポーツ報道に携わる者たちはこの点をあらためて認識する必要がある。選手や指導者に的確な質問ができなければ、結局は良好な人間関係を築けないし、記者として致命傷になりかねない。

残念ながら「傷口」は既に広がっている。前述した、通信社のデスク経験者が嘆く。「最近ではアスリートがツイッターなどで意思を表明し、新聞記者はそれを転載するというスタイルが見られるようになってきた。記者はますます質問することをせずにアスリートからの発信を待つだけになりかねず、これから先のことを考えると怖いものがある」。質問することを忘れ、ツイッターを検索する記者の姿はもはや機械と一緒である。

ジャーナリズムは社会の小さな動きに目を凝らし、また細かな数字を日々追いかけることで、深い洞察力を養う。戦評もまた、いや批評が加わらない試合経過でさえも、記者が丹念に執筆してこそ、やがて内容の濃いサイド記事につながる。そこで初めて紙面の一貫性・整合性が担保される。

神戸新聞社や朝日新聞社のAI記者が執筆した記事は、全国新聞社から出稿されるスポーツ記事を大河の流れに例えればほんの一滴に過ぎない。ただ、各社は政治部、経済部、社会部、学芸(生活文化)部でも定型記事のAI活用を探っており、遅かれ早かれ、スポーツ記事でも球団やクラブから発表される年俸更改、人事、談話などの記事をAIに任せるようになるだろう。

何といても新聞社の経営体質がAI投入を後押しする構造になっている。日本の生産年齢人口(15歳以上65歳未満)の合計は2020年度予測で7341万人。約40年後には必要就業者の約11%分が不足すると言われている(表3)。

新聞社はどうしても記者1人当たりの生産性を向上させる必要がある。そこで期待されるのがAIである。この論理で通信機器メーカーやIT企業、デジタル関係者はいま、新聞社の技術革新に熱いまなごしを向けている¹⁵⁾。

表3 日本の人口の推移 (単位: 万人)

	14歳以下 人口	15～64歳 人口	65歳以上 人口	総数
1950	2,979	5,017	416	8,411
1955	3,012	5,517	479	9,007
1960	2,843	6,047	540	9,430
1965	2,553	6,744	624	9,921
1970	2,515	7,212	739	10,466
1975	2,722	7,581	887	11,189
1980	2,751	7,883	1,065	11,699
1985	2,603	8,251	1,247	12,101
1990	2,249	8,590	1,489	12,328
1995	2,001	8,716	1,826	12,544
2000	1,847	8,622	2,201	12,670
2005	1,752	8,409	2,567	12,729
2010	1,680	8,103	2,925	12,708
2015	1,586	7,592	3,342	12,520
2020	1,457	7,341	3,612	12,410
2025	1,324	7,085	3,657	12,066
2030	1,204	6,773	3,685	11,662
2035	1,129	6,343	3,741	11,212
2040	1,073	5,787	3,868	10,728
2045	1,012	5,353	3,856	10,221
2050	939	5,001	3,768	9,708
2055	861	4,706	3,626	9,193
2060	791	4,418	3,464	8,674

(出典) 2015年までは総務省「国勢調査」(年齢不詳人口を除く)、2020年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(2012年1月推計)」(出生中位・死亡中位推計)

新聞社のAI活用に関し、これまでマイナス面ばかりを強調してきた感がある。決して無用論を唱えるつもりはなく、逆に役立てていい領域もあると思っている。例えばデスクの補助にはぜひ役立てたい。ここ数年、多くの新聞社はデジタル発信強化に取り組み、その業務の多くが編集デスクの負担となっている。作業量の軽減を図るうえで自動要約や校閲自動化といった機能で手助けできれば、編集現場において大いに歓迎されるだろう。

AI記者の働き場所はきっとある。必ずや頼もしい戦力になる。前述した信濃毎日新聞社の技術者、古田氏が説いた言葉を思い出す。「新聞各社でAIによる業務効率化は進むでしょう。ただし、取材や開発などの業務は専門知識と経

験、問題意識を持った『人』が取り組むべきです。AIはあくまで人にしかできない仕事を助けるための存在だと思います」。人をサポートするかけがえのない機械がAIといえる。

AIは新聞社の「救世主」か「破壊者」かという問いの答えがだんだん見えてきた気がする。ぼんやりながらも姿が浮かぶ。それは苦しいときに手を差し伸べてくれる「良き友」である。記者たちはこの良き友と手を携えて、新たなジャーナリズムの地平を切り開いていく覚悟が求められている。

V. おわりに

来るAI時代に向けて新井は「日本の中高生の多くが中学校の教科書の文章を正確に理解できていない」「とても深刻な事態」¹⁶⁾と警告し、読解力を基盤とする、コミュニケーション能力や理解力の必要性を説いている。基礎的読解力はまさに人生を左右するのである。

この文脈はスポーツ・ジャーナリズムの世界に身を置く記者たちにも当てはまりはしないか。野球の試合を取材し、ゲームの流れを頭に入れてヤマ場を読み解けない記者は選手に的確な質問ができるわけがない。「試合を読み解く力」がもしもAI技術の活用によって低下するのであれば、それは間違いなく悲劇である。

毎日、新聞を読むのを楽しみに生活している身としては、紙面はいつも面白くあってほしい。他社との競争意識を持たぬAI記者が執筆する記事なんかつまらない。足で稼いだ生き生きとした記事を読みたい。人間くさい、ささやかな願いである。

注および参考文献

- 1) 「完全自動決算サマリー by NIKKEI」<http://pr.nikkei.com/qreports-ai/>
- 2) 論文「AI、あるいはロボット記者の可能性」西日本新聞社経済部、井上直樹著、『新聞技術No. 239』(2017, 日本新聞協会) 所収, pp.5-8

- 3) 同上
- 4) 同上
- 5) 朝日新聞朝刊2018年9月1日「Media Times AI記者発進」
- 6) 2008年創業。「報道の機械化」をミッションにテレビ局、新聞社、通信社に対するAIを活用した事件・災害速報の配信、独自世論調査による選挙予測を行うなどしている。
- 7) 『新聞研究No.808』（2018、日本新聞協会）所収「パネルディスカッション『岐路に立つ新聞メディア デジタル生き残りへの課題』」p.47
- 8) 『新聞技術No.239』同上、p.7
- 9) 共同通信社の子会社。ニュースサイト・サイネージ等、デジタル分野へニュース配信やシステム構築を行いながら、記者のデジタル面もサポートしている。
- 10) 第71回大会。全国の新聞、通信、放送各社が加盟する日本新聞協会が2018年10月16日、仙台市青葉区の仙台国際センターで開催。
- 11) 11月4日、大阪球場で行われた。観衆2万4376人。
- 12) 小説家でSF作家の星新一（本名親一、1926-1997年）の名を冠した文学賞。2013年に日本経済新聞社が制定。理系的発想力に重きを置いているのが特徴。人工知能など人間以外からの応募も受け付けている。
- 13) 『コンピュータが小説を書く日—AI作家に「賞」は取れるか』（2016、日本経済新聞出版社、p.209）
- 14) 『AIvs. 教科書が読めない子どもたち』（2018、東洋経済新報社、p.263）
- 15) 『新聞技術No.239』（2017、p.17）で、ソーシャルメディア分析事業を展開するデータセクション株式会社取締役CTOの池上俊介は「テキストというデータを扱う新聞社は、実は人工知能の恩恵を受けやすい業種であるかもしれず、今後の人口減の中でいかに生産性を上げて品質の良い記事を作ることができるのかが問われている」と記述。
- 16) 新井2016、前掲書、pp.3-4

（ 2018年 11月28日受付 ）
（ 2019年 2月1日受理 ）