

創意工商叢書 6

日本報業的奇蹟

日經新聞領先群雄的真相

塩沢 茂 著
謝 森 展 譯



創意工商叢書⑥

日本報業的奇蹟

1992年4月7日

創意工商叢書⑥

日本報業的奇蹟

發行人：謝森展

原著者：塩沢 茂

譯者：謝森展

總編輯：盧兆麟

主編：吳淑慧

編輯：范明麗・蔡文婷・黃曼瑩・林清豐

出版者：創意力文化事業公司

地址：台北市敦化南路 533 號 2 樓

電話：(02) 711-5678

郵撥：第 1050105-9 號

創意力文化事業公司

總經銷：(不含中部)台灣英文雜誌社有限公司

(中部地區)中部書報股份有限公司

(北美洲)長青文化公司

登記號：局版臺業字第 3583 號

排版：慧明電打印刷有限公司

印刷：東雅印刷有限公司

版數：中華民國 75 年 10 月初版

版權所有・翻印必究
非經同意・請勿轉載節錄

定價：140 元

• 缺頁・破損・裝釘錯誤・請寄回調換 •

作者簡介

塩沢茂：一九二八年生，慶應義塾大學文學院社會學系畢業，東京大學新聞研究所進修。歷任中部新聞社、東京新聞社特派員、部長等職；現從事著述、評論工作。

譯者簡介

謝森展：一九三〇年生，新竹市人，中國大學行政學系畢業，曾任味主公
司總經理、來來大飯店駐會常董、國泰信託投資公司總經理等職，現任國
泰信託投資公司顧問、中華民國管理科學學會常務監事、中華民國日本研
究學會秘書長。



工商叢書

- | | |
|-------------|------|
| 1. 通產省的挑戰 | 160元 |
| 2. 高品位服務的秘訣 | 180元 |
| 3. 日本經團連 | 160元 |
| 4. 三國人物新論 | 180元 |
| 5. 女性上班族指南 | 140元 |
| 6. 日本報業的奇蹟 | 140元 |
| 7. 服務學 | 160元 |
| 8. 世界金融市場 | 200元 |

新知文庫

- | | |
|-------------|------|
| 1. 尖端科技淺談 | 140元 |
| 2. 日本尖端科技展望 | 160元 |
| 3. 實用教學技術 | 160元 |
| 4. 意識改造 | 160元 |
| 5. 政治內幕探微 | 160元 |
| 6. 襲擊！電腦 | 160元 |
| 7. 韓國的衝刺 | 180元 |

創意工商叢書⑥

日本報業的奇蹟

1992年4月7日

序 言

謝森展

日本之報章雜誌業 (Journalism) 于國際間素享盛名。如讀賣新聞每日發行量高達一千萬份之多，佔居世界第一，造成如此龐大無比發行量之因素，一方面固然由於刊載內容豐富精彩，能夠迎合廣大讀者群之需求，同時，大多數日本人具有若飢若渴之求知慾，亦為主要原因之一。舉見所及日本人無論候車時，或在車上，幾乎是人手一卷，並且孜孜矻矻閱讀，當閱畢後，往往只見狼藉滿地的書報。

我們可再從下面列舉的一些統計數字，說明日本人熱切追求新知的情形：

- 閱報率居世界第一：平均每千人閱報五百六十九份，每天至少閱報三十分鐘，尤則在東京、大阪等都會區居民，更長達四十五分鐘（一九七九年調查數字）。
- 年出版雜誌三千三百九十六種，發行量超過三十億冊（一九八二年統計數字）。
- 年出版書籍三萬零三十四種，發行量超過十億本（一九八二年統計數字）。
- 平均每個工人家庭，每年花一百八十二美元買書（課本、參考書、字典等類開銷，未計

入)。

·年出版譯作兩千六百五十種，平均每天都有七種譯作上市(一九八〇年統計數字)。

西諺說：「知識即是力量」，尤其進入資訊爆炸時代的今日，只要誰擁有知識情報，誰就掌握實力的來源，日本人追求新知的積極態度，實在值得我們借鏡。

本書係從經營報業為著眼點，分析日本當今報業的特色與專業報紙——日經新聞脫穎而出的真相。

號稱世界新聞王國的日本，其三大報(讀賣、朝日、每日)每日總發行量均達二千萬份以上。日本經濟新聞雖然位居第四，每日發行量也有二百零九萬份，值得一提的是該公司近年來銷售量迅速成長，已遠遠領先上列三大報社。日經新聞為了爭取世界首屈一指的綜合資訊機構的地位，積極擴充營業，並加強資訊服務及出版事業等，而使同業難望其項背。

日經新聞之編輯要旨是：報導絕對客觀詳實、就事論事，排除主觀或杜撰式報導；在政治上日經崇尚議會民主主義；經濟則依市場經濟的原則，追求自由與和平的民主社會。為了確實達到上列原則，日經新聞明訂「日經記者五信條」，嚴格要求記者遵行。

至於今日日經新聞脫穎而出，主要是高層經營者具有先見之明，洞悉今後報社的經營，若只侷限於單純發行報紙型態，終究會陷入僵局、無法突破，為了避免發生此種情形，日經採取多角化經營；例如儘速建立綜合資訊機構，就在於掌握資訊環境的新情況，在國內外搶

先確立綜合資訊機關的地位，俾能永久擔負報導機關的社會使命與責任。

翻譯本書之目的，乃希望國人及有關業者能瞭解國外先進報社辦報的精神及原則，並進一步提述：處於如此變動不居的資訊時代，報社應如何配合時代，調整、改變本身的經營與做法，以期為社會大眾提供更多的資訊來滿足廣大讀者的求知需求，並促進社會的和諧與進步。

目錄

第一章

全體社員團結一致 展望光明的未來

爲什麼日經每次都能出奇制勝	一五
日經遠拋三大報・一枝獨秀不斷成長	一六
股市報導全靠日經新聞	一七
精通股票市場的記者亦熟悉企業動向	一八
巧妙消除記者俱樂部之缺失	二〇
產業採訪中心發揮驚人威力	二一
眼光遠大運用據點印刷作戰	二二
日經攻城略地侵蝕三大報	二四
販賣店問題曾是日經的弱點	二六
不惜一切代價，取得讀者的信賴	二九
即使有九成九的把握，仍不輕易報導	二九
不怕別家搶先報導	二九

第二章

日經資訊中心

獨佔鰲頭

自信能在第二報以後取勝·····	三二
日經記者何以會受到最高優待·····	三五
證明日經實力的驚人事件·····	三七
就業志願排行榜中，日經名列同業中第一·····	四〇
別家報社無法模仿的採訪方法	
獨樹一幟的採訪觀點·····	四三
從企業的廚房擷取社會動態·····	四五
朝日新聞爭得NET（日本教育電視台）大股東·····	四七
轉讓第十二頻道乃是朝日新聞的一大失策·····	五〇
令全體社員振奮的未來戰略	
一份資料十倍應用的秘訣·····	五五
即時遞送資訊·····	五九
資訊不只是單純的資料·····	六一
新聞稿應儘量發揮一讀再讀的價值·····	六二
令人驚奇的資料銀行作戰·····	六四

第三章

以獨特價值觀作戰

的日經軍團

由外行來完成資訊工作.....	六六
遙遙領先其他報社十年.....	六八
強而有力的日經軍團如何誕生	
結合集體能力的媒體組合.....	七二
支持日經的無形力量.....	七四
激發記者工作情緒的名片.....	七六
產業採訪中心培養優秀記者.....	七九
三報共存共榮.....	八二
日經流通新聞快速成長的秘密.....	八四
日經產業新聞發刊的淵源.....	八六
日經記者的信用居日本第一	
只做收集資訊的記者不能發揮大作用.....	九一
重裝備記者能隨時分析並應用任何資訊.....	九二
徹底滲透全體社員的想法.....	九五
道瓊氏(Dow-Jones)也加上日經社名.....	九七

第四章

如何形成磐石

般的體制

日經記者有與眾不同的五項信條·····	九八
日經人特別辛勤工作的秘密·····	一〇一
充分取得企業界的信賴·····	一〇三
日經嚴守的報導紀律·····	
報導倒閉事件絕對符合事實·····	一〇五
過於嚴格的「倒閉報導指南」·····	一〇八
尚未有人報導過的「日經魂」·····	
特別關心對企業有負面效果的特訊·····	一一六
不培養明星記者才是整體的成功因素·····	一一八
不同於一般報業精神的意識·····	一二〇
獨特路線跑一百一十年·····	
一八七六年・日本已需經濟專業報紙·····	一二五
明治時代經濟人士的指南針·····	一二六
創刊以來一貫的主張·····	一二九
以世界第一爲目標·····	

第五章

以世界第一的綜合

資訊機關爲目標

鞏固日經基礎的小汙利得……………一三三

一九五〇年代・日經的高度成長時代……………一三六

日經的中興之祖——圓城寺次郎

建立今日繁榮的功臣……………一三九

以四一經營計劃穩紮穩打……………一四一

最先導入電腦系統……………一四三

電腦技術的門外漢憑著鬥志踏上成功之途……………一四五

勇於向高度危險挑戰……………一四八

建立CTS化比阿波羅計劃更難……………一五一

團結一致突破困難……………一五四

優秀的新聞人才與經營者和平共處……………一五八

延續日經精神的體制……………一六〇

杜絕派系之爭實力日益增強

驚人的數字，表示日經的實力……………一六五

資料銀行威脅同行……………一六八

未來戰略的尖兵——媒體組合		一七一
只要輸出資料就有「公司資訊」		一七一
重建第十二頻道轉虧為盈		一七五
全力發揮日經集團的優點		一七七
具有威力的日經電波戰略		一七九
理想崇高・經營高明		一八二
出版事業亦不落人後		一八四
今後會高度成長的新聞通信		一八六
單行本亦日漸暢銷		一八八
顯明的日經遠景		一九一
上軌道的電子新聞		一九三
將一切資訊商業化		一九三
以排行榜第一的綜合資訊機關為目標		一九三

