

第 1 回 新聞社のネット戦略

2007 年 4 月 17 日

毎日新聞社デジタルメディア局

小野田 正利

1. 新聞社、新聞社サイトの立ち位置

(1) 24 時間の奪い合い

3 時間 31 分 37 分 31 分

⇒ キーワード 一覧性、とりにいく媒体、ながら視聴

(2) 6 兆円の奪い合い

20,161 (億円) 9,986 3,887 3,630 1,744

2. ニュースはキラコンテンツ?

(1) 新聞社サイトとポータルサイト、SNS

- ・ポータルサイト、SNS は新聞社のライバルか
- ・ひとり歩きするニュース
- ・パッケージ売りとアラカルト

3. 新聞社のネットでのビジネスモデル

* B2C (Business to Consumer)、B2B (Business to Business)、
C2C (Consumer to Consumer)

* バナー広告から記事連動、キーワード広告に

4. 新聞社の経営を支えられるか

* 「ただ乗り」批判と垂直統合

毎日新聞社のニュースサイト

「MSN 毎日インタラクティブ」 <http://www.mainichi-msn.co.jp/>

疑問の点があれば遠慮なく (m.onoda@mbx.mainichi.co.jp)

以上