

◆NEW

ニューヨークタイムズ（NYT）社は3月20日（米国時間）、傘下のニュースサイトで無料閲覧できる記事数を従来の20本から10本に減らすと発表。対象となるのはNYタイムズ紙の電子版「NYT・ドット・コム」で、4月1日から変更する。

NYTが電子版を有料化してから、ちょうど1年が経過したが、注目の有料会員数は約45万4000人となり、昨年末時点の39万人から16%増加している。

つまり、じょじょに増えているわけで、有料化モデルとしては、ファイナンシャルタイムズ（FT）、ウォールストリートジャーナル（WSJ）に続く成功ケースになろうとしている。しかし、NYT全体では、ニュース・メディア・グループ部門の紙媒体広告収入が7.8%下落していて、オンラインがオフラインの減収をカバーできるまでには達していない。

NYTの課金モデルは、従量制（メーター制）で、一定の数までは無料で読めるが、それを超えると料金を請求するというモデル。元々FTが導入していたモデルを、一般紙として導入した

。課金料金は、スマートフォンやPCからだとも月額15ドル。iPadだと月額20ドル。すべてのプラットフォームだと35ドル。もちろん、紙版購読者は無料だ。

ただし、こうした課金も抜け道があり、ブログやフェイスブック、ツイッターなどのソーシャルメディアのリンクから飛んできれば、記事は無料で何本でも読めてしまう。これをシャットアウトできるようになったとき、本当の課金モデル（ペイウォール）が成立する。