

日本新聞製作技術懇話会
広報委員会編集

編集人 辻裕史
東京都千代田区内幸町
日本プレスセンタービル
8階 (〒100-0011)
電話 (03) 3503-3829
FAX (03) 3503-3828
<http://www.conpt.jp>

CONPT

CONFERENCE FOR NEWSPAPER
PRODUCTION TECHNIQUE JAPAN

VOL.38 No.2
2014.3.1
会報 (通巻 224 号)

日本新聞製作技術懇話会
会報 (隔月刊)
(禁転載)



page2014見学記

有限会社メディアテクノス 代表取締役 井上秋男(JAGAT客員研究員)

はじめに

公益社団法人日本印刷技術協会(JAGAT)主催の第27回page2014が、2月5日から7日までの3日間、東京・池袋のサンシャイン・コンベンションセンターで開かれ、出展社、来場者とも昨年を上回り盛会となった。page2014見学記として「開催コンセプト」「開催概要」「分野別出展状況」を紹介したい。

■開催コンセプト

今回の全体テーマは「始動！コミュニケーション・ファクトリー」として、「始動」は、すでに技術やインフラは開発・整備され、印刷会社はエンジンをかけアクセルを踏み発進することが可能となった。また、「コミュニケーション・ファクトリー」は、従来の印刷市場が縮小していく中で、他社と違う「モノ



今年もにぎわった会場

づくり(ファクトリー)」をベースに、周辺業務や新しいメディアを活用した取り組みを進める。これらによりコミュニケーションを起点に「デジタル時代の印刷ビジネス」へ展開することを示している。(次ページへ)

目次

page2014 見学記	(有)メディアテクノス 代表取締役	井上 秋男	2
米国新聞界の最新事情 (上)			
	サカタインクス(株) 新聞事業部戦略マネジメント担当部長	草野寿美生	6
新局長に就任して	北國新聞社 制作局長	武原 一郎	9
楽事万歳	中国新聞社 編集局長補佐兼制作管理センター長	山根 徹三	10
	NEC エンジニアリング(株) インターネットターミナル事業部事業推進主任	本田 義行	11
会員社リポート			
	三菱重工印刷紙工機械(株)、第一工業(株)		12
	日本電気(株)、富士薬品工業(株)		13
第32回新聞製作人新年合同名刺交換会開く			14
新企画・新連載のお知らせ			14

●表紙写真提供：「CONPT TOUR2013 入選作より」

共同通信社・黒澤 勇氏

「時代を超えたオリンピック競技場」(ベルリン)

●表紙製版：(株)デイリースポーツプレスセンター

●組版・印刷：(株)デイリースポーツプレスセンター

開会式であいさつしたJAGAT塚田会長は「展示会やセミナーで来場者が何らかのインスピレーションやヒントをつかみ、現在の企業に最も必要とされるエグゼキューション(実行)に結びつけていただきたい」と述べ、page2014で発信するさまざまな情報の活用を求めた。

■開催概要

page2014は「展示会」「カンファレンス」「セミナー」の3つのイベントで開かれ、いずれも盛況となった。①**展示会**は、文化会館の3ホール(B、C、D)を使用し、出展社数130社(前回129社)、出展小間数507小間(同503小間)、来場者数65,220人(同64,760人)規模となった。また、「イノベーション、メディアクリエイション、パッケージ&ラベル」の3テーマゾーンを設け、印刷産業の新たな方向性を示した。②**カンファレンス**は、「基調講演、グラフィックス、ビジネス、クロスメディア、印刷マーケット」の5カテゴリ21セッションで70人以上のスピーカーが登壇した。毎回注目を集めている基調講演は、「印刷通販最前線～印刷通販に学ぶ。印刷通販を活用する。」「地域メディアとオープンデータの未来～印刷会社の関わり方のヒント」、「出版ビジネスの近未来～小ロット化が進む出版の世界」の3テーマに、実際に業務を推進中の企業幹部や調査研究している業界有識者が登壇し、取り組みと今後の展開について議論を交わした。③**セミナー**は「クロスメディア、ブランド・デザイン、品質管理、電子書籍」などの現状と課題について経営者、管理者向けに実務に役立つ情報提供を16セッションで行い、カンファレンス同様多数参加し好評となった。④**特別イベント**「JAGAT会員の夕べ」は、開催前日の4日にサンシャイン・コンベンションセンターで開かれ、会員約60人が出席した。コンテンツの企画開発を行うインフォバーンの小林弘人CEOとソーシャルメディア分析サービスを行うデータセクションの橋本大也会長が

「2020年のメディアとビジネス」予測と題して講演し、会員との意見交換も活発に行った。



印刷通販などをテーマに基調講演

■分野別出展状況

①コンテンツ編集制作配信

わが国のデジタルメディア普及拡大に対応してコンテンツ編集制作・配信やAR(拡張現実)サービスなど様々なソリューションが紹介され賑わった。▼モリサワは、あらゆる印刷物をスマホ・タブレット端末に向けて手軽に配信できる新製品のクラウド型電子配信サービス「Catalog+」を紹介した。▼ビジュアル・プロセッシング・ジャパン(VPJ)は、クロスメディア環境に向けたプロダクションIT戦略として「プロダクションマネージメント」「クロスメディア編集支援」「オンライン校正」「デジタルマガジン展開」の4つのソリューションを紹介した。▼クロスデザインは、「クラウド型紙面制作ソリューション(LEPUS)」による共同編集とマルチメディア展開の実演、事例として読売新聞の新しい英字新聞「The Japan News」を紹介した。▼スターティアラボは、2110社の導入実績を持つ電子ブックサービス「ActiBook」の最新版と新製品のAR制作サービス「COCOAR」を出展。COCOARでは印刷済みのパンフレットや提案資料にARコンテンツを設定し、製品紹介の動画や電子ブックのスマホ表示の容易化を紹介した。▼コトブキ企画は、画像をスマホにかざせば最大20個の動画・音楽・URLな

どに誘導可能なARサービス「スピードウェブ」を紹介した。



コンテンツ編集配信の紹介も

②デジタル印刷機

導入が進展しているインクジェット(IJ)デジタル印刷機は、設置スペースや昨年10月のJGAS出展済みなどにより実機展示は少なく、印刷サンプルやビジネスモデルの紹介が多かった。トナーデジタル印刷機(POD機)は、主要ベンダーから「高品質、高生産性、後加工連動」の新製品が展示された。次世代印刷機と注目を集めている「3Dプリンタ」は実演され実用化をPRした。そのほか、カード、封筒、テキスタイル向け印刷機の出展が相次ぎ、デジタル印刷の普及拡大が伺えた。▼富士フイルムグローバルグラフィックスシステムズ(FFGS)は、富士ゼロックス製POD機2機種を出展し、後加工機との連携や印刷サンプルを紹介。次世代IJデジタル印刷機「JetPressシリーズ」は、パネルと出力サンプルにより多彩な印刷ソリューションを紹介した。▼キヤノンマーケティングジャパンは「iPで広がるプリントコミュニケーション」をテーマに、6つのコーナーでさまざまな印刷ビジネスモデルを提案した。ブース入り口にはコンパクトなPOD機の新製品(型名未定)を参考出展し注目を集めた。このほかPOD機3種類、カラー大判プリントシステム、デジタル印刷管理システムの出展と印刷サンプルを展示。▼大日本スクリーン製造は、実機展示せ

ずに出力サンプルコーナーで化粧品のバリエーションDM、シール・ラベル、ステッカーなど各種プロモーションサンプルを展示。情報発信基地「ホワイトキャンバス MON-NAKA」とpage展ブースをライブ中継でつなぎ、最新のラベル印刷機を紹介した。▼コダックは、POD機NexPressによる多色印刷、長尺印刷と世界最速のIJデジタル印刷機ProsperSシリーズによる印刷サンプルを展示した。▼コニカミノルタビジネスソリューションズは、POD機bizuhubPRESSシリーズを新製品を含め3機種を出展し、高品質、高生産性、用紙対応などを紹介。IJデジタル印刷機は、小森コーポレーションと共同開発したB2サイズの次世代UVデジタル印刷機「KM-1」を技術展示した。▼リコージャパンは、POD機を新製品を含め4機種出展し、高生産性、高品質、高安定性を紹介。また、新製品の大判インクジェットプリンターを動画展示した。▼ミヤコシは、新製品のパッケージ・ラベル印刷機「MKD13A-1000」を実演した。コニカミノルタ製POD機とレーザーカッターをインライン接続し毎分9mで印刷加工を紹介。▼ザイコンジャパンは、デジタルラベル印刷機「Xeon3500」を動画と印刷サンプルで紹介し、新型トナーによる高品質化をPRした。▼3Dプリンタは、大日本スクリーン製造が海外ベンダー製3Dプリンタの実演と販売開始を発表した。Tooは、印刷・広告向け「3D CG制



コンパクトな新デジタル印刷機

作ツールと3Dプリンタ]を実演。ムサシは「NEC製パーソナル3Dプリンタ」を紹介した。

③ワークフロー、CTP、画像処理関連

▼FFGSは、「つかむ・つなげる・つくりだす」をコンセプトに出展した。xmfワークフローと多彩なソフトウェア群により、デジタル印刷機、パッケージ、ワイドフォーマット、CTPなどの分野別ソリューションを紹介。ワークフロー変革により「売上2倍・利益2倍」をPR。CTP関連では、環境負荷軽減と工程効率化・コスト削減を同時に実現する最新の環境ソリューションと完全無処理プレートやCTPシステムをパネルとサンプルで紹介した。▼大日本スクリーン製造は、「Print the Differenc」をテーマに、ユニバーサルワークフロー「EQUIOS」の最新バージョンを軸に、高付加価値を進めるための新機能を紹介した。▼日本アグファ・ゲバルトは、「:Azuraが印刷を変える!」として、現像レスプレート:Azuraの環境特性と新聞印刷向け:AzuraNEWSや商業印刷会社の導入事例を紹介。また、「:Apogeeがブリプレスを変える!」として、ApogeeIntegrateによる入稿・校正から面付け、プルーフ、版下出力までの自動化を紹介した。▼コダックは、現像液の弱アルカリ性による廃液の完全リサイクルと今年発売予定のノンプロセスプレートKodakSonoraXPをパネルで紹介。▼富士通は、新聞業界の実績ノウハウをもとに印刷業界向け画像処理ソフト「ColorFit」を出展し、画像最適化と高品質化の自動処理を実演。また、インキ削減ソフト「InkFit」をサンプルで紹介した。▼東芝は、新製品のAdobe RGB 99%の色域の実現した「32型 4K UHDモニターTUM-32PR01」を出展。縦表示で、A3サイズで印刷されたプリントをTUM-32R01で等倍表示し、その上にPhotoshopのカラーパレットを表示して注目を集めた。

④アプリソフト、フォント関連

▼方正は、偽造防止セキュリティデザイン

設計ソフト「SuperLine」、ラベル・パッケージ向け製版ソフト「Pack#」、軟包装、パッケージ、建材画像向け製版ソフト「Image#」と3Dソリューションソフト「Quadraxis3D Suite」などを紹介した。▼イワタは、今年発売予定の特太楷書体フォント「イワタ新楷書」、朝日新聞書体、イワタUDフォントシリーズ、帳票に特化したUCDAフォント「みんなの文字」を出展した。

⑤後加工機

デジタル印刷の進展や多品種小ロット化により後加工機分野も新製品が数多く出展された。特に、製本工程の自動化、バリエーションやフォトブック製本、小ロット光沢加工機などに注目が集まった。▼ホリゾンは、デジタル小ロット向け製本システム「Smart Binding System」を出展し、デジタル印刷されたシートの折加工、1冊分の整列スタック、無線綴じによる製本工程を実演。毎回異なる厚みも1冊毎の区切りページに印刷したマークによる処理を実演した。このほか、新製品として「紙折り機、ロータリーダイカット、筋入れ折り機」を出展した。▼デュプロは、IJデジタル印刷機、カッタークリサー、紙折り機によるバリエーション印刷から製本・加工処理までを紹介した。このほか、小型フィルム包装機、ランダム厚み検査装置、中綴じ製本システムを出展した。

おわりに

以上、見学記として今年最初のピックイベントpage2014の開催概要を紹介した。展示会場やカンファレンスで新聞業界関係者と情報交換や意見交換した所、「同じ紙メディアでも新聞と印刷はビジネスモデルは大きく違う。しかし、新技術・新ソリューションを活用して読者、広告主向けに新たなコミュニケーションビジネスを始動することはどちらの業界にとっても必要な時代になった」とのコメントが聞かれた。

米国新聞界の最新事情(上)

サカタインクス(株) 新聞事業部戦略マネージメント担当部長 草野 寿美生

長く深刻なメディア不況を経験したアメリカ合衆国の新聞界から、今、新しい潮流が生まれようとしている。昨年もワシントン・ポスト紙の身売りなど耳目を集める売買が行われたが、それらはブランド紙各社の長期戦略に基づく大改造の一部でもあった。米国各地では過去とは異質な「何か」が胎動を始めた。

この稿では、前半でアメリカ合衆国の新聞の歴史を要約し、後半では最近の事情を報告したい。

現在に繋がる合衆国の新聞の歴史

アメリカ合衆国の新聞の起源は【植民地時代】の東部13州にある。隔週刊のニューハンプシャー・ガゼットが創刊したのが1756年。1764年にはコネチカット州にハートフォード・クーラント紙が創刊し、「現存する最古の日刊紙」を標榜して現在も同州最大の新聞である。

1776年独立後の【初期合衆国時代】には次々と新聞が創刊し、1810年までに376紙を数えた。ニューヨーク・ポストは1801年にイブニング・ポストとして創刊している。

1810年【新聞社急増時代】に入ると街ごとに新聞が発祥し、その多くは夕刊紙であった。

午前中に組版・印刷し、午後に売り歩くのが一般的だったという。1835年には1200紙に達していた。1847年にはシカゴ・トリビューンが創刊。

電信技術は1844年頃までに実用化。1848年、6紙が結束してNew York Associated Pressが誕生、1850年【電信実用化時代】に入る。ニューヨークタイムズ紙の創刊はその直後の1851年、ワシントンポストは1877年だった。

1890年【大衆市場時代】に入る。ニューヨーク・サンが現代に語り継がれる「サンタクロースはいるのですか?」の社説を掲載したのは1897年9月21日だった。新聞は世論を形成し、記事は切り抜かれて読者のスクラップブックに蒐集されていた。新聞がその存在意義を日々読者に印象づけ、新聞界の未来が間違いなく「発展的」と考えられていた時代であった。

その後、イエロー・ジャーナリズム登場の時代を加えて今日に繋がっている。

日刊紙発行部数と最近の経営環境

表1では、夕刊優位でスタートした新聞が読者のライフスタイルに合わせて朝刊優位へと進んだ経過が読み取れる。発行部数の逆転は1981年、タイトル数の逆転は2000年だった。

日刊紙の総発行部数のピークは1984年の

表1 米国の購読日刊紙タイトル数と発行部数の推移

	新聞紙数	同朝刊紙	同夕刊紙	朝刊発行部数	夕刊発行部数	朝夕刊合計	日曜版部数
1940	1,878	380	1,498	16,114,000	25,018,000	41,132,000	32,371,000
1950	1,772	322	1,450	21,266,000	32,563,000	53,829,000	46,582,000
1960	1,763	312	1,459	24,028,788	34,852,958	58,881,746	47,698,651
1970	1,748	334	1,429	25,933,783	36,173,744	62,107,527	49,216,602
1980	1,745	387	1,388	29,414,036	32,787,804	62,201,840	54,675,755
1990	1,611	559	1,084	41,308,361	21,015,795	62,324,156	62,634,512
2000	1,480	766	727	46,772,497	9,000,350	55,772,847	59,420,999
2010	発表なし	発表なし	発表なし	発表なし	発表なし	発表なし	発表なし
2011	1,382	931	451	40,321,000	4,100,000	44,421,000	48,510,000

表2 米新聞界の経営環境 (広告)

	2002年	2007年	2012年
人口(1,000人)	287,804	299,398	313,914
GDP(10億ドル)	10,487	13,860	15,685
媒体広告(100万ドル)	149,756	179,250	161,241
新聞	45,320	49,948	24,975
雑誌	15,611	25,688	17,984
テレビ	51,640	58,723	62,547
ラジオ	19,423	21,211	16,718
映画	275	529	725
屋外	4,945	7,040	7,589
インターネット	7,250	16,111	30,703

6334万部で、1991年以後一本調子で下り坂をたどる。30年後の現在までに約30%が減少。

表2では、新聞からの広告離れが顕著に読み取れる。期間内のGDPが49%上昇し、媒体広告全体も7%強伸びたのに対して、新聞広告は45%の減少となっている。

図は、約60年間の広告収入トレンドを図示したものだが、近年の落ち込みがいかに深刻なものであったかが分かる。

労働市場としての新聞界の凋落

2012年9月、メディア・デイリー・ニューズ紙は、労働統計局の集計を基に、新聞界の労働市場規模が10年間で40%減少したと報じた。

全従業員は2001年の414,000人から2011年の246,000人へと41%減少した。編集部門では2001年の56,400人から2011年の41,600人へと26%の減少だった。減少は2008年から2010年までの二年間に集中していた。

過去とは異質な新聞界の動き

2012年10月、ルイジアナ州ニューオーリーンのタイムズ・ピカユーン紙は発行日を縮小、水、金、日のみの週3日に移行した。

これを好機と捉えた州都バイトンルージュのアドボケイト紙は早速ニューオーリーンの版を発行して「新聞戦争」が勃発した。

26万人の従業員をかかえる米投資会社パークシャー・ハサウェイの総帥で世界第四位の富豪ウォーレン・バフェット氏は、小さな新聞社に限って買収を続けている。現在までの

単位:10億ドル 米新聞界の広告収入トレンド



ところ斬新な施策などは打ち出していない。

西海岸の富豪アロン・クシュナー氏は、著名なオレンジ・カウンティ・レジスター紙など日刊紙6紙を買収。その後ロサンゼルスで姉妹紙を新規創刊するなど、快進撃を続けている。紙媒体を重視する正攻法のようなのだ。

州知事を目指したことのあるニューオーリーンの実業家ジョン・ジョージス氏は、バイトンルージュのアドボケイト紙を買収、タイムズ・ピカユーンを解雇された記者を多数採用して「新聞戦争」を激化させている。

准全国紙を目指すUSAトゥデー

USAトゥデーを旗艦紙とするガネット社は、2012年夏から「バタフライ・プロジェクト」を推進している。USAトゥデー紙の記事を傘下の地方紙35紙に掲載してゆくというもの。

国際／全米／ビジネス／フィーチャーの各面を中心として、週に70ページほどを地方紙に追加する。読者にとってはUSAトゥデーの記事から、より広範なニュースが得られると同時に、新聞社側はコストを抑えながらローカルニュースの充実に人的資源を集中できる。

テストは昨年10月に主要4紙でスタートし、この4月の第一週から35紙での運用が始まる。同社の狙いは、全米に程よく配置された姉妹紙を活用して、USAトゥデー紙を全米で唯一の全国紙的存在にしようとするもの。

ニューヨーク・タイムズの世界戦略

昨年8月、ニューヨーク・タイムズ(NYT)社は、傘下のボストン・グローブ紙を大リー

グ、レッドソックスのオーナーでボストン在住の億万長者ジョン・ヘンリー氏に売却した。

売却の目的は、経営資源を旗艦紙NYTのブランドに集中させることにあった。売却によって、同社がNYTブランドと位置づけるのはNYT本紙と、パリに本部を置く国際英字紙インターナショナル・ヘラルド・トリビューン(IHT)紙だけであることが明らかになった。

昨年10月15日、NYT社はIHT紙をインターナショナル・ニューヨーク・タイムズと改題した。これまでも同紙の題字下には「ニューヨーク・タイムズの国際版」と明記されていたが、同紙が“NYTブランド”そのものであることを明確にして、同社が国際的なメディア企業として飛躍するための先駆けにしようとしている。

「デジタル革命がNYTをアメリカの大手新聞社に留まる道から、世界的に良く知られたニュース・プロバイダーになる道へと軌道修正させた」とマーク・トンプソンCEOは語った。

新聞の未来を占うネイティブ広告

昨年7月、世界新聞・ニュース発行者協会は、メディア業界内で使われるようになった「ネイティブ広告」などの用語に関して、意味・用法を4段階に分けて指針を示した。

○スポンサー付きコンテンツ

編集記者が、目的が宣伝・広告にあることを認識しながら取材・作成したコンテンツ。[一般記事、記事体広告、など]

○ネイティブ広告

広告主側の製作。デザイン的・技術的に新聞の規格と体裁に適合するコンテンツ。[持ち込みの記事体広告、など]

○アドバトリアル／広告コンテンツ

広告主側の製作。新聞の規格と体裁とは異なる。新聞社によって配布される。[紙面内の広告、(欧米の)折り込み広告、など]

○ブランドコンテンツ

広告主側の製作。新聞の規格と体裁とは異

なる。新聞社によらない配布物。[販売店による折り込み広告、など]

注意すべきは「スポンサー付きコンテンツ」で、注文によって編集記者が取材・作成したコンテンツが、読者にとって本来の記事と区別しにくい状態になれば報道倫理に抵触する。逆に、適切な運用が行われるのであれば、広告主にとって大変魅力的な広告商品ともなり得る。

ニューヨーク・タイムズのデジタル戦略

NYT社は「ペイウォール2.0」を推進している。コードネームの意味合いは「オンライン課金の第二段階」ということだが、これに含まれる企画には次のようなものがある。

○有料サイトのレベルアップ

デザイン、読者端末のサポート技術、課金方法の小刻みな変更への対応、など。

○デジタル製品のラインナップ

対象読者を絞ったニッチなサービスなど、少なくとも3つのデジタル製品を追加予定。

○新手法のデジタル広告開発

スポンサー付きコンテンツやネイティブ広告など、新しい広告に対応すること。

昨年の12月、NYT社は、報道倫理の面では全く結論の出していない新手法の広告を、デジタル製品の分野で積極的に取り入れてゆく方針を明らかにした。読者が本来の記事と広告との区別がつけられるかどうかの透明性についても、検討を尽した様々な工夫と、広告担当記者を一般記者と完全に遮断することによって担保できる、と説明した。

バナー広告はオンライン読者に嫌われ無視されているのが実態で、収入には繋がりにくい。新手法のデジタル広告をいち早く取り入れることで、紙の新聞で失った広告主を呼び戻したい、というのが同社の狙いだ。

デジタル製品への課金の先駆者であるNYT社が、他社に先駆けて自主規制のルール作りに乗り出した意義は大変大きい。

今、米新聞界の動向が注目に値する。

新局長に就任して

「グランクラス」のように

北國新聞社 制作局長

武原 一郎



北陸新幹線金沢開業を来年3月に控え、物前の年として県都金沢が活気づいています。金沢～東京間を結ぶ速達タイプの「かがやき」、停車タイプの「はくたか」、そして金沢～富山間を往復するシャトルタイプの「つるぎ」の三タイプがあります。最速となる「かがやき」は金沢～東京間の所要時間が2時間30分で、金沢～大阪間のサンダーバードより少し早くなります。北陸新幹線は12両編成で、そのうちの1両がグリーン車よりも上級な「グランクラス」という18席の車両が設定されます。開業まで1年あまりとなりましたが、新聞報道をみるたびに、今から開業を待ち遠しく思います。

* * *

もうひとつ石川県内を沸かせているのは、石川県鳳珠(ハウス)郡穴水町出身の、大相撲遠藤関の活躍です。先月開催された大相撲初場所では11勝4敗の好成績を上げ、初の三賞となる敢闘賞を受賞しました。本場所中は遠藤関の取り組みが近づくと、勝敗の行方が気になりあちらこちらでスマホを使って結果を検索している姿を見かけました。甘いマスクで女性ファンも多く、県内ではにわか大相撲ファンもかなり増えたのではないかと思います。3月の大阪場所では前頭筆頭あたりまで番付が上がると予想され、遠藤関の今後ますますの活躍を期待したいと思います。

* * *

入社以来34年間ずっと技術関係の仕事に携

わってきて、その大半を印刷部で過ごし、1月に制作局長を拝命しました。入社してすぐに印刷部に配属され、当時は凸版輪転機で鉛版の持ち運びや紙型の裏張りなどの作業を鮮明に覚えています。凸輪は最大24頁でそのうちのカラーは2頁しか印刷できず、私自身カラー印刷もあまり経験しなかったように思います。昭和58年には我が社にとって初めてのオフセット輪転機が導入され、32頁4個面カラー体制となり、常時4個面カラー印刷が始まりました。現在は48頁40個面カラー体制となり、最初のオフセット輪転機導入時に比べ、建て頁が1.5倍、カラー印刷頁が10倍となっています。輪転機や周辺機器の自動化も進んでいます。オペレーターは最初のオフセット輪転機稼働当初と変わらない人数で作業しており、当時は想像できなかったことです。

* * *

現在の印刷工場は平成9年稼働で、カラー増のために現在までに2度に亘る大きな増設工事を繰り返してきました。このため、稼働17年目、12年目、8年目となる3世代にまたがる生産設備機器が混在しており、世代の異なる機器の安定稼働が今後の課題となります。機械は故障するものであり、それを事前に察知し、トラブルを未然に防ぐこと、印刷時におけるトラブル被害を最小限に食い止めることが今後の命題となります。機械は手を掛ければ掛けるほど素直であり、手を抜くとすぐに結果としてトラブル要因にもなりかねません。今後も機械整備に手を抜くことなく制作局の使命である安定稼働に知恵を絞っていききたいと思います。

北陸新幹線は技術の英知を結集した最新機種で、最上級の「グランクラス」には随所にきめ細やかな工夫が施されています。工場は最新とまではいかないまでも、気持ちは「グランクラス」のように英知を結集した技術集団を目指していきたい。

歳万事楽

人生をともに歩んだ風景

中国新聞社

編集局長補佐兼制作管理センター長

山根 徹三

さあ、球春である。中国新聞社と言えば、本拠地は広島。他都市の皆さんは、なかば当然のように私を広島カープファンと思いつき、その前提で接して下さることが多い。



しかしながら、世の中そんなに単純ではない。

広島市民球場は5年前まで原爆ドームのすぐ近くにあって、中学生のころ、一人でデーゲームを観戦したことがある。私のひいき球団はビジターチーム。地元広島カープとの対戦だ。さっそく、ガラガラの外野席に陣取った。

当時のカープは、とことん弱かった。セリーグのお荷物と言われていた。おまけにこの日、ビジターチームは投打とも絶好調。ワンサイドゲームになった。

調子に乗ってビジターチームを応援していると、「やかましい」の怒号とともに、私のすぐ横でカラカラカーンと乾いた音が響いた。音の主は、後ろの席から投げつけられた物体のようだ。こわごわ見ると、ビールの空き缶であった。

* * *

この試合には、妙な記憶がもうひとつある。試合前の練習を見ていると、M新聞記者と名乗るお兄さんが、私の前でふと足を止めた。私の頭に乗っているビジターチームの野球帽に気付いたらしい。「君、そんな帽子をかぶっていて、クラスでいじめられない？」と心配そうに問うてきた。生意気ざかりの私は「そんなことありませんよ、みんな大人ですから」。にきび面の中学生が「大人ですから」と

は噴飯ものだが、言ってる本人は大まじめ。周囲から見れば、さぞ珍妙な光景だったに違いない。記者はよほど暇だったのか、私の横に腰を落ち着けた。

私「うちの学校には、巨人ファンやヤクルトファンもいますよ」

記者「ふうん」

私「みんな、堂々としてる。巨人ファンは、ちょっといびられるけど」

記者「ははは、そうなんだ」

私「そういう記者さんは、どこのファンなんですか？」

記者「大洋(現横浜)だな」

私「どうして？」

記者「おおらかなチームだから」

私「……………」

ほう。地元球団でもスター選手がいるからでもなく「おおらか」だから？　そういえばどこもなくのんびりした記者だった。社風もおおらかに違いない。

ともあれ、子どもであろうと容赦しない雰囲気、当時の広島市民球場には確かにあった。市民が原爆被害からの復興とカープの活躍を重ね合わせ、明日への夢を託した時代。その熱く悲しい世界は、重松清氏の「赤ヘル1975」に生き生きと描かれている。

* * *

あれから40年余り。カープは1975年の赤ヘル旋風で初優勝を果たし、1980年代にかけて黄金時代を築いた。私のひいき球団は長く低迷したが、1985年、21年ぶりにリーグ制覇し、その勢いで日本一に輝いた。カープファンも、今はずいぶん寛容になった気がする。

そして、M新聞の記者にぐっと親近感を持った中学生はやがて記者を志し、地元の新聞社に入社した。数々の名場面を刻んだ広島市民球場は、新球場の完成に伴って取り壊されたが、人生をともに歩んだ大切な風景として、広島市民や野球ファンの心にずっと生き続けている。

2年が経ちました、週末ライダー

NEC エンジニアリング(株)
インターネットターミナル事業部
事業推進部主任

本田 義行

と言ってもオートバイではありません。速く走るためのスポーツ自転車、ロードバイク(以下RB)のことです。ロードレーサーとも言われています。今回は執筆の機会をいただきまして、私とRBと週末というテーマで自転車ライフを紹介したいと思います。

* * *

あれは確か2011年も終わろうとしている師走の夜でした。健康のためにと夜な夜なジョギングをしていると、後ろからサーッとという音が聞こえてきた瞬間、あっという間に何かが通り過ぎて行きました。(何、今の?)今でもその時のことを覚えています。それがロードレーサーだったのです。こ、これは!単純にかっこいいと思い、それからというものRBに乗ってみたいという物欲ウィルスに感染してしまったのです。それは日を追うごとに激しさを増していきました。

* * *

RBを買うしかない。インターネットや自転車雑誌を読み散らかし、あちこちのお店に行き実車を見て回りました。結局最後は一番初めに見に行ったつくばのイタリアンなお店で探していたRBの在庫が見つかり、すぐさま押さえてもらい購入となったわけです。それが2012年2月のことでした。初めて手にしたロードバイク、2か月間の感染病から解放される時が来たのです。このお店でRBを買ったことが、後の自転車ライフを楽しく過ごすことができ、今も乗り続けていることにつながっていると思っています。

お店では毎週末ライド、走行会を行っていて私も参加させてもらっています。一人で走るよりもみんなと一緒に走るのは楽しいです



2014年2月小貝川ふれあい公園にて

ね。ライドを通してたくさんの方と出会うことも出来ました。走るペースは速いグループもありますが、私のようにゆっくりでも合わせてもらえるので大丈夫。ライドのコースとしてはいくつかありますが、なかでも小貝川サイクリングロードや筑波山によく行きます。筑波山不動峠は有名で、多くのロードレーサーがいつも走っています。また、いろいろなイベントにも参加させてもらっています。筑波8時間耐久レース、富士ヒルクライムなど。昨年的一大イベントは11月にツールド東北に参加したことです。復興への願いをテーマに宮城・三陸を160km走りました。沿道で応援して下さったみなさんの声援がすごくて感動しました。

* * *

以上がこれまで2年間の自転車ライフです。何を始めるにしてもきっかけなんていつ起こるかわからないものですね。RBは「自分の力で走る」一番の魅力だと思います。年齢も関係ないかなど。週末ライドは朝が早いので、ゆっくり寝ていたい自分との戦いになりますが、なんとか続けられればと思っています。すでに乗られている方、これから始めようかなと思っている方おりましたら、私にも声を掛けていただければ嬉しいです。

次世代への飽くなき挑戦！

変化の激しい世界市場の中でグローバル規模の事業拡大、競争力強化、M&Aを迅速に行う新組織体制として、当社の母体である三菱重工業(株)は2013年10月1日より順次ドメイン制に移行しております。会社組織を『エネルギー・環境』、『交通・輸送』、『防衛・宇宙』、『機械・設備システム』の4組織体制に再編し、戦略的機動力を持つ組織への改編を図っています。三菱重工印刷紙工機械(株)は、同じく交通・輸送ドメインに属し、次世代ジェット機『MRJ』を事業展開する三菱航空機(株)と共に、先陣を切り産業機械設備製造販売会社として設立し、4年目を迎えました。この間、国内市場では、東日本大震災や福島第二原発事故、またその後のアベノミクス政

策や消費税増税決定等、様々な経済環境の変化がありました。

新聞市場も大きく変貌し、高速大量生産の時代から、多品種小ロット生産への移行が進み、機械設備も大型の高速タイプから、よりスリム化した省エネタイプへと急展開しています。弊社が2012年より販売を開始した、省エネ型新聞輪転機D I AMONDSPIRIT4×1は、この時代のニーズを先取りし、現在では市場の主力機種との評価をいただいております。

別刷りや受託印刷等、よりフレキシブルな印刷体制が求められる一方、消費税アップ、電力料金値上げ等、経済環境は更に厳しくなっており、当社はより一層の省エネ・省資源化に取り組み、ユーザー皆様のご期待に沿うべく挑戦を続けて参ります。

三菱重工印刷紙工機械(株)

創立90周年をバネに

弊社は本年11月1日に創立90周年を迎えます。「お客様に喜ばれる第一工業、常に進化する第一工業」の理念のもと、空調・給排水設備事業を開始しました。そして郵便事業の合理化・自動化を始めたことから搬送システム部門を設立、常に新しい技術とシステムを開発し、オンリーワンの製品で未来に継続できる事業部を目指し、現在では数多くのお客様へ仕分システムを導入頂いております。

システム化された仕分設備の需要は日本国内に留まらず、アジアを始めヨーロッパ各国にも搬送機設備を導入しております。また、環境事業設備部門としては平成24年にインド現地法人を設立し、インド国内における業務

拡充を目指しています。

新聞社、郵便局、出版運送業界へは、多様なサイズ・厚さ・重量に対応した仕分設備を中心に、水平・垂直・天井空間搬送を省スペース、高機能でよりスピーディーに、さらに正確に仕分ける理想的な搬送仕分けシステムをご提案しております。

90周年を迎える事が出来たのも様々なチャレンジを続けてきた結果であります。これからも時代に即応した技術革新を遂げ、確かな技術と実績をもとに100周年に向け更なる発展を目指し、社会貢献へのご協力させて頂く所存でございます。

これからも第一工業をよろしく願い申し上げます。

人と地球に優しい情報社会

「人と人をもっとつなげ、より良い社会を実現したい…」創業者のそんな思いをもとに、わたしたちNECの歴史は始まりました。1899年、卓上電話機の輸入販売の後、電話交換機など通信技術の国産化に次々と成功。日本における電話ネットワークの礎を築きました。そして1954年にはコンピュータの開発に着手し、通信だけでなくコンピュータ分野へと事業を拡大してきました。

1977年、NECはコンピュータと通信との融合を意味する「C&C (The Integration Computers&Communications)」を宣言します。その「C&C」宣言から40周年にあたる2017年に向け「NECグループビジョン2017」を発表「人と地球にやさしい情報社会をイノベーション

ョンで実現するグローバルリーディングカンパニー」を実現すべく、社員一人ひとりが日々の業務の中でお客様や社会の課題解決に貢献していきたいと思っています。

新聞社におかれましてもその事業環境は多様化を極め、Web・スマートフォンを中心とし日々変化・進化する情報社会環境は、避けて通ることは出来ません。また地球温暖化の問題はもとより、高齢化社会や災害等リスクへの対応…。

そんな中、NECはコアアセットであるICTを活用し社会インフラシステムの高度化を目指し、新聞社に少しでも貢献できる商品・ソリューションをご提供できるよう様々な取り組みを継続することで、お客様とともに社会にとっての価値を創造していきます。

NEC 日本電気株式会社

新時代の新商品に挑戦

新聞業界の皆様には長年にわたりご愛顧を賜り厚く御礼申し上げます。

弊社は印刷業界・エレクトロニクス業界などと密接な関係を保ちつつ、製品の提供を行いながら顧客のニーズを満たす感光性材料の応用技術の開発を進めてまいりました。

新聞業界におかれましては、近年の新聞部数減少・デジタル化が進み新聞印刷分野においては厳しい環境であることは避けられない時代だと感じます。その中で、我が社の取り組みとしては、環境問題はもちろんのこと国内及び海外の顧客のニーズの掘り起こしを行い新商品の開拓・開発を進めてまいります。又、顧客からのBCP事業継続計画(Business

continuity plan)要求に対する生産体制を確立し実行してまいります。

現在は無処理CTP版の開発やインクジェット印刷方式として印刷用アルミ版にUVインクジェットで画像形成して印刷版とする開発も行っております。この特徴としては現像液が不要となる為CO2削減及び電力使用量の削減が可能となります。現段階では、描画スピードが遅い為に実用段階には至っていませんが、装置及びUVインクの改良により実用可能と思われます。

今後も様々な技術開発を融合して、より良い製品の製造に取り組み、新聞業界の発展に少しでも貢献できるよう挑戦を続けてまいります。



ハイテクを光と分子で支える
富士薬品工業株式会社
FUJI CHEMICALS INDUSTRIAL CO.,LTD

午年の快走願い新年 合同名刺交換会開く

第32回新聞製作人新年合同名刺交換会が、1月10日(金)午後3時半からプレスセンター大ホールで開かれた。新聞社関係58社108人、懇話会会員社39社189人のほか日本新聞協会・懇話会両事務局の12人を合わせ309人が出席した。300人を超えるのは久しぶりで、日本経済の復調ムードにかけける新聞製作人の意気込みをみせたといえそう。

挨拶に立った宮本寿昭協会技術委員長(日経)は、次回JANPSが2015年7月22日(水)～24日(金)東京ビッグサイトにやっと決まると報告。「IT技術の進化により技術展のあり方も変わってくるので、新聞社と製作業界はぜひ協力をお願いしたい」とし、さらに消費税引き上げについて、「新聞社・メーカーが力を合わせ乗り切っていきたい」と、協力を求めた。

芝則之懇話会会長はJANPSについて「来年7月まで1年半あるのですばらしい展示会にしたい。在京紙のほかブロック紙や県紙の皆さんも、私どもの刺激になるような展示をしていただけたらありがたい」と要望。恒例のCONPT-TOURは、10月13日(月)～15日(水)アムステルダムでWPE(旧IFRA展)が開かれるが、「今年は数年ぶりにアメリカの実例をみてはどうかという声がある。今後関係各方面と相談し詰めていきたい」と述べた。さらに消費税について私見と断った上で、「購読料は20年間据え置きなのでプラスアルファ分も考えてもらいたい。そうすれば私どもも元気になれる」と希望を述べた。

上坂徹技術委員会副委員長(産経)が、乾杯の発声を行い和やかに1時間半の歓談に移った。上坂義明懇話会副会長が、「製作業界は今後もコストダウンにつながることをやっていく」と、威勢良く三本締めを音頭を取り中締めとした。

新企画「わが職場あれこれ」「新聞製作技術の軌跡」広報委員長 辻 裕史

日本新聞製作技術懇話会広報委員会の編集による会報「CONPT」は、このたび新企画として「わが職場あれこれ」を5月号から、「新聞製作技術の軌跡」を7月号からそれぞれ連載することになりました。

会報「CONPT」は1977年1月に第1号を発行して以来、お陰様でこの3月号で通巻224号となります。この間、連載記事も古くは、「ふるさと自慢」「人生の句読点」そして現在も続いている「新局長に就任して」「楽事万歳」など、新聞社の多くの方々から寄稿をいただいております。皆様方の寄稿は、新聞社と当懇話会加盟社とのコミュニケーションに欠かせないものであり、ご多忙のなかご執筆いただきましたこと、改めて心から感謝申し上げます。

新連載「わが職場 あれこれ」は、仕事・人・風物まで幅広く職場や地域の自慢話をご披露

頂く予定です。新聞社の皆様には事務局から順次寄稿の依頼をさせて頂くこととなります。ご多忙のところ誠に恐縮ですが、なにとぞ趣旨をご理解のうえご協力賜りたくお願い申し上げます。

また「新聞製作技術の軌跡」では、諸先輩方が培ってきた技術の変遷を、今を担う第一線の皆様方に改めて振り返って頂けるよう、明治初期の印刷スタートの頃からの変遷を毎回年代毎に掲載してまいります。執筆陣は新聞社OBの立花敏明(朝日)、深田一弘(読売)、三宅順(日経)の3氏にお願いすることとなりました。二つの新連載にどうぞご期待下さい。

なお、新企画開始に伴い2007年7月から5年半にわたって続いた「会員社リポート」は今号をもちまして終了させて頂きますのでご報告申し上げます。