

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.3
2014.5.1
会報 (通巻 225 号)

日本新聞製作技術懇話会
会報 (隔月刊)
(禁転載)



目次

米国新聞界の最新事情（下）

サカティンクス(株) 新聞事業部戦略マネージメント担当部長 草野寿美生 3

新局長に就任して

神戸新聞社 情報技術局長 鴨川 泰典 6

日本経済新聞社大阪本社 製作本部長 丸山 正人 7

楽事万歳

毎日新聞社 技術本部 委員 村上 孝彦 8

(株)椿本チエイン マテハン事業部東部営業部営業3課 方井 慎治 9

わが職場あれこれ

(株)朝日プリンテック 技術・システム担当兼技術センターセンター長兼デジタル印刷準備室員 村瀬 岳彦 10

琉球新報社 印刷局次長待遇部付部長 伊集 盛純 10

第38回国内研修会記 11

CONPT日誌、会員消息 11

会員名簿 12

●表紙写真提供：「CONPT TOUR2013 入選作より」

西研グラフィックス(株)・小池 享氏

「10時ちょうどのビッグベン」

●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

米国新聞界の最新事情(下)

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

米新聞界の未来がデジタル主体になることは自明だが、プリントから脱却してマルチプルメディアに移行する道は容易ではない。経営の基盤を支えてきた広告ビジネスモデルは5年という短い期間で崩壊し、デジタル収入でこれを補うことはまだできない。

この稿では、前半で新聞界の近代の歴史を要約し、後半では経営努力の結果として見てきた各社の新戦略を報告したい。

合衆国の近代の新聞の歴史

街ごとの地域紙として発祥した米国の新聞は、ジャーナリズムとして民主主義国家の建設に寄与した。米国は太平洋戦争後世界の超大国となり新聞は更に普及したが、全国紙や州を代表する新聞は結局現れることはなかった。

1970年代～1980年代、米国の新聞広告市場は世界に類のない発展を遂げ、【広告媒体としての新聞】をゆるぎないものにした。新聞社の経営は広告依存に傾き、部数拡大を目論んで購読料は低く抑えられ、広告収入比率は80%超が一般的となった。また、新聞業界の平均的な収益率は20%ほどに達した。

新聞社が好決算を続けていた1980年代～1990年代は【株式公開ラッシュ】となった。A.H.ピロー、トリビューン、ピュリッツァー、マクラッチー、E.W.スクリプスなどの株式上場はこの頃だった。同時期には【新聞シンジケートによる系列化】も進み、街ごとの新聞社は買収され、1990年までに1611社の実に74.8%がグループ所有となった。

新聞発行部数は1987年に6,283万部のピークを記録した後、1991年頃から減少傾向が顕著になった。新聞が“売れず読まれず”に向かう中、広告だけが長期にわたって好調を維持した。

【部数減と広告増のミスマッチ】がもたらしたものは、●広告偏重の経営姿勢、●株主に「新聞は儲かる」と誤解を与えたこと、だった。

広告が新聞を離れて収入が横ばいから下降に転じた2005年【メディア・シンジケートの買収劇】が発生、2007年末まで続いた。著名なピュリッツァーはリー・エンタープライズに売却され(2005年)、業界第2位のナイトリッターは第9位のマクラッチーに買収されて(2006年)消滅した。トリビューンは不動産王のサム・ゼル氏に買われて(2007年)衰退、ダウジョーンズはルパート・マードック率いるニュース社の提案を受け入れて(2007年)子会社となった。

ナイトリッターの事例では、株主が「儲からないなら売ってしまえ」と経営者に迫り、ジャーナリズムに優先する【株式至上主義】が横行した。

2008年のバブル崩壊後、大型買収劇で借入れが膨らんだシンジケートは財政破綻した。2008年12月にはトリビューンが米破産法11条適用申請。2009年以降は中規模新聞社の【廃刊や印刷からの撤退】が続いた。かつて「2つの有力紙がある都市は立派な都市」と言われていたが、デンバーからはロッキーマウンテン・ニューズが、シアトルからはインテリジェンサーが消えて新聞購読の選択肢は狭められた。

同じ頃、2007年にはインターネット上での広告収入を期待して、新聞記事を新聞よりも早く無料でウェブにアップする【オンラインファースト】の動きが生じ、新聞市場の凋落を加速させた。一転して2009年には【ペイ・ウォール】(課金の壁)に向かい、昨年末では1300社を超える新聞社の41%が何らかの課金制度を採用している。しかし、経営的に成功している事例は未だ数社に過ぎない。

米国新聞界の最新事情

ニューヨーク・タイムズの新商品

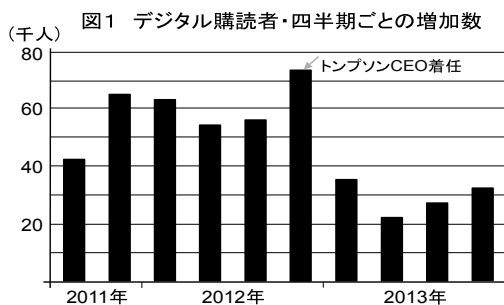
「ペイウォール2.0」の発表から5か月、NYT社は4月2日、投入を予告していたデジタル製品2つのサービスを開始した。

『NYT Now』は「NYTの中からその日のうちで最も大切に読者を惹きつける記事」を届けるもので、購読価格も4週間で8ドルとエントリーレベルの製品だ。

『Times Premier』はNYT紙の根っからの支持者でNYTと緊密に繋がっていた人向け。価格は4週間で45ドル、又は宅配購読料に10ドルの上乗せ。年間585ドルの高額商品だ。

特別提供されるものは、○人気コラムニストが監修するシークレット記事“Times Insider”、○月に2冊のe-ブックやイベント予約、○クロスワードの特別パックなど、多彩。

昨年のデジタル購読収入は1億6000万ドル。全収入15億8000万ドルの10.1%に当たる。契約者数も昨年末で76万人に達したが、図1で見ると、増加はさすがに鈍化している。



マーク・トンプソンCEOが着任したのは2012年11月。新規契約者の減少に機敏に対応したのが今回の新製品投入とも考えられる。

全国紙を目指すワシントン・ポスト

アマゾン創業者のジェフ・ベゾス氏が引き継いだWPからいよいよ新施策が発表された。

発表の内容は、全米6州の6つの都市型日刊紙をパートナーとして、そのデジタル購読者に自社のウェブ・コンテンツを5月の初めから無料で提供開始する、というもの。

この動きは、WPにとっては自社記事を広く全米の読者に届ける狙いがある。ジャーナリズムとして世論形成にも大いに有利となろう。同社は、ブランド紙として全国紙を目指す“ゴー・ナショナル”戦略であることを認めた。

パートナーとなる新聞社にとっては、自社のデジタル購読者に追加の支払いなしにブランド紙WPの記事を閲読してもらえらる付加価値が得られる。初期パートナーの6紙は自紙の読者メリットを高く評価している。

「紙とデジタルのバンドルはあるが、これは少しばかり風変わりだ。異なる発行元がいっしょになって、異なる契約方式のサービスを束ねて提供するのだから」と。

USAトゥデー紙は姉妹紙に記事を提供して、WP紙はウェブ・コンテンツをパートナー紙に提供して、それぞれの方法で全国紙を目指すストラテジーが明らかになった。実現すれば、米新聞界の風景は一変するかも知れない。

性急なデジタル化で内部崩壊したDFM社

デジタル・ファースト・メディア社(DFM)は全米第6位のメディア・ニューズ・グループとジャーナル・レジスター社(JRC)を対象とする管理会社として2011年9月に創設された。

1年後、DFM社はJRCが米破産法11条の適用申請を行ったと発表。このニュースを受けて、ジョン・ペイトンCEOのデジタル優先構想に重大な欠陥があるとする指摘、新聞ビジネスには変革が要求される喫緊の課題はあるが、それは10年という尺度の中で評価されるべきものだ、とする意見などが続出した。

同月、調査に入ったWAN-IFRAは「DFMのリーダーであるペイトン氏の資質に大きな疑いが生じた」と報じた。直前の北米新聞協会の報告で「オンラインで広告収入を1ドル増やす間にプリントで25ドルを失っている」と指摘しており、プリントのロスを食い止めようとしないでオンラインの僅かな収入増を求めて多大な投資をするのは大いなる疑問、とした。

今年の4月、DFM社は傘下の75紙と他のウ

ウェブサイトに国際、全米の記事を配信する目的で構築を進めていたサンダードーム・プロジェクトを断念、AP通信社から脱退して加盟金を節約する狙いは不発に終わった。

最悪の破産状態にありながらプロジェクト開発コストを無駄にしたつげは大きく、DFM社はいよいよ終焉に向っている。傘下の新聞社は早晚売りに出されることは間違いない。買い手のつかない新聞社は廃刊・解散を余儀なくされるであろう。

この度のDFM社崩壊については、「他人の不幸を喜ぶ同業パブリッシャーもあるだろう」との厳しい批判も飛び交った。

オレゴニアン経営努力

4月2日、米西海岸オレゴン州ポートランドのオレゴニアン紙はコンパクト判に移行した。既設のゴス社製METRO機2セットに対して、プレスライン・サービス社が4×3のスリーアラウンド方式への仕様変更を行ったもので、新しいフォーマットは15インチ×11インチとなった。小型判化に併せて、ステッチ機構も付加し、全頁カラー化も実現した。

同社の親会社は過酷なコストカッターとして知られるアドバンス・パブリケーションズ社だが、「縮小均衡だけでは解決しない」と考える発行人のクリスチャン・アンダーソン氏はいくつもの工夫で局面を打開してきた。

親会社が決定した週4日制への移行(昨年10月1日)も、発行は7日、宅配は(水・金・土・日)の週4日として逃げた。同日付けで製作・輸送部門を別会社化することでコスト命題を解決したのだ。前述の小型判化も、輪転機の延命によって支出を抑える狙いがあった。

別件だが、ポートランド市は税増収財源債(TIF債)を発行してインフラの維持・発展に投資する「都市再生モデル」として注目されている。市の経済、新聞経営の双方が互いの活性化にプラスに働けば、新聞の存在意義を読者に再び印象づけられるのではないだろうか。

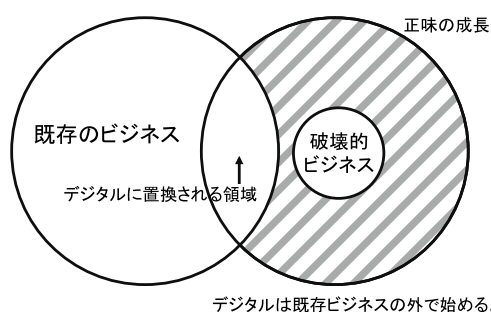
デザレット・ニュース社の両面変革戦略

常に注目を浴びているNYTなどのブランド紙ではその戦略が見えてきた。では、比較的小さなローカル紙ではどうだろうか。

ロッキー山脈に抱かれたユタ州ソルトレーク・シティのデザレット・ニュース社は創刊164年。週日9万部強、日曜版18万部弱の、シンジケートに属さない独立系の新聞社だ。

昨年9月、ローカルメディア協会の秋季大会がセントルイスで開催され、年間イノベーター賞を受賞したDN社CEOのクラーク・ギルバート氏が早朝講演を行った。デジタル化ばかりが新聞社の答ではないとして、印刷とデジタルの“両面変革戦略”の必要性を説いた。

図2 デザレット・ニュース社のデジタル戦略



ギルバート氏の発表の一部を図2で紹介すると、破壊的ビジネスとも呼ばれるデジタルは、既存ビジネスの外で始めるべきこと。ローカル紙が世界、全米のニュースをウェブで流すことにさほどの価値はない。すなわち、新聞のコンテンツの使い回しは考えず、○デジタルDNAで採用した若い記者の記事、○UGCユーザー提供コンテンツ、○広域からの寄稿と購入コンテンツ、この3者をほぼ等分で扱う。

氏は、デジタル優先でなくデジタル・オンリーとする戦略を紹介し、一方では印刷オンリー戦略の仔細も紹介した。ローカル紙が目指すべき指針を示したその戦略展開が多くの出席者に感銘を与えた。

米国各地で“何か”が確実に動き始めた。

新局長に就任して

水の如く立ち振る舞う

神戸新聞社 情報技術局長

鴨川 泰典

播州・姫路が沸いている。大河ドラマ「軍師官兵衛」と黒田官兵衛が居城とした世界文化遺産・国宝姫路城の「平成の大修理」である。私は姫路市出身で、官兵衛という同郷の大先輩が存在したことを誇らしく思う。



姫路城の大修理は2009年に始まり、15年3月27日に一般公開される。瓦のふき替えや壁の漆喰が塗り直された。現在は、素屋根(工事用建屋)の解体が進み、工事用ネット越しに大天守を見ることができる。

官兵衛は出家して如水と号したように水に例えた人生訓「水五訓」をつくっている(官兵衛ではないという説もあるが…)。「水五訓」は情報技術局長に就任した私に、リーダーとしての心得を説いているように思える。私なりの解釈をしてみた。

一、自ら活動して他を動かすは水なり

⇒ 率先して自ら動いて、リーダーシップを発揮できるか

二、常に己の進路を求めて止まざるは水なり

⇒ 志をもって、信ずる道を切り拓いていくか

三、障害にあい激しくその勢力を百倍し得るは水なり

⇒ 困難なときも諦めず、ここ一番で力を発揮できるように準備をしているか

四、自ら潔くして他の汚れを洗い清濁併せ容るるの量あるは水なり

⇒ 個性が違う局員の長所を生かし、組織を束ねることができるか

五、洋々として大洋を充たし発しては蒸気となり雲となり雨となり雪と変じ霰(あられ)と化し凝(ぎょう)しては玲瓏(れいろう)たる鏡となりたえるも其(その)性を失はざるは水なり

⇒ 本質を見失わず、変化に対応できるか

さて、情報技術局長として水の如く立ち振る舞うことができるのか。官兵衛は緻密な戦略を立てて行動する「理」の部分と、家臣だけでなく敵方までも思いやる「情」の部分併せ持った武将だ。人を動かすことに優れていた。私は官兵衛のように知力も行動力もないが、局員には情理を尽くして接していきたい。

* * *

私は業務システム部門に22年間、経営企画部門に3年間所属し、2年前に情報技術局に異動した。入社してから25年間は新聞製作と直接関わりのない職場だった。「新聞社に就職したのだから、新聞製作を経験しなさい」という天のお導きかもしれない。かつて技術部門に所属していたが、システムで扱う対象が異なると、今でも戸惑うことが多い。改めてシステムは道具であると実感している。扱う対象を理解しなければ、どんなにすばらしい道具も使いこなせない。経験不足を補うには恥を忍んで、わからないことは教を請うしかない。

* * *

昨年の秋に4代目となる新聞製作システムが稼働した。局員の頑張りで神戸新聞、デイリースポーツとも1日で移行できた。振り返れば、弊社のシステムは決して平穏な歴史を歩んでこなかった。阪神・淡路大震災とシステム障害で京都新聞社さんに2度も救われた。今年は新システムの信頼性が問われる1年となる。西神製作センターに構築した災害対策システムは、被災やシステム障害時に事業継続の一翼を担う。姫路城のような堅牢なシステムになるよう、安定稼働に努めたい。

将来の花を咲かせるために

日本経済新聞社大阪本社 製作本部長

丸山 正人

桜前線が北上中だ。4月上旬に満開になった大阪では、弊社のある天満橋界限も名所のひとつ。旧淀川沿いや大阪城周辺の桜並木が美しく、薄桃色の染井吉野が春風に揺れている。水上観光を楽しむ人たちを乗せた船がひっきりなしに川面を行き来しているのが見える。



* * *

大阪の製作本部長に就任して1カ月余り。大阪勤務は新人の時に配属されて以来、およそ30年ぶり。社会部に配属された同期の初取材にくっついて、造幣局の桜の通り抜けを見学したのが懐かしい。この原稿が掲載される頃には造幣局の桜の通り抜けもとっくに終わり、桜前線も北海道の辺りに届いているだろう。

この間、他社も含めて多くの工場を見学させてもらった。編集局では整理部が長かったので製作工程や工場についてそれなりに知っているつもりだったが、初めて聞くことばかりで新鮮な毎日だ。巻き取り用紙の単位が「連」であることやACDF巻の違いなどなど、あまりに素人的な質問(しかもすぐ忘れるので何度も聞く)に周りの同僚も困惑顔だ。新聞協会発行の「新聞印刷ハンドブック」は手離せない。

当たり前だが、工場では巨大な輪転機が高速で回りながら寸分の違いもなく版を重ねて印刷する様子や、巻取りを仕立てる機械が薄い紙1枚分だけを器用にカットする技術に改めて驚いたりもする。

一方で各社の製作部門が抱えている課題も多いという。

「部品、特に電装品は生産が終了して在庫もなく、万一壊れたらとヒヤヒヤしている」との話をあちこちで聞いた。輪転機の延命のためのオーバーホールや点検も欠かせない。工場によっては休機している輪転機から急きよ部品を外して付け替えたこともあったそうだ。工場を新設した20年近く前と設備はほぼ変わっていないというところもあった。

機械や設備は古くても、真剣なまなざしで瞬時に検紙する製作部門の社員の姿からは紙面の品質に拘る新聞社魂のようなものも感じた。

新聞部数の減少に歯止めがかからない中、老朽化する工場の延命対策とコスト削減を進めながらも新聞品質の向上をいかに図るか、まさに各社の知恵が問われている。大手紙同士の委託印刷などもこうした背景から生まれたのだろう。

日経の場合、全国48頁印刷や24面カラー化などの投資をしていたのがついこの間のようだ。時代の変化は早い。編集局時代に電子版の創刊にも携わったとはいえ、もともと紙の世界でずっと仕事をしてきたので土地勘だけはあつもりだ。

* * *

桜が毎年決まった時期に花を咲かせるのは冬の寒さがあってこそだという。前年の夏から秋にかけて形成される桜の花芽は、いったん「休眠」という状態になるそうだ。休眠した花芽は一定の期間、寒さにさらされることではじめて眠りからさめ、開花の準備を始める。そして気温の上昇に伴って開花するという。

新聞業界はまさに厳しい冬を迎えている。寒さに耐えてこそ、来年の花も咲く。初めての製作部門で、私自身にはこれといった知恵も力もないが、現場の声を聞き、同業各社や各メーカー、同僚の知恵と力を借りて難局を乗り切って行きたい。

楽事万歳

究極の2シーター

毎日新聞社 技術本部委員

村上 孝彦

自動車ディーラーに勤める父の影響もあり、物心ついたときからクルマに異常なほど興味があった。父の話によれば、3歳頃、大型ダンプの下に潜りこんで、エンジンからドライブシャフト、ディファレンシャルギアなど詳細に観察し、それを紙に正確に書き込んでいたという。ちょっと変わった幼少期を過ごしたようだ。

いわゆるマニアックなクルマ好きである。

いまでも、人と同じがいやで月販数台と言われるクルマを好んで購入している。

さて、最近、非常に気になっているのが軽トラックの存在である。

一般家庭ではこれほど用途限定されたものを自家用車としてまず買うことのないクルマの一つである。

皆さんも一度や二度は、引っ越しやホームセンターの貸出車などで軽トラックを運転したことがあると思うがトルク重視のエンジンは、アクセルをいくら踏んでもスピードが上がらず、空荷のときはリアが滑ってしまい、扱いに苦労されたと思う。

* * *

土砂降りの東北自動車道を帰省のため北上していると脇を赤と白のツートンカラーの軽トラックが疾走していった。いわゆる「赤帽」トラックである。軽なのに我がシボレーを軽く抜いていったことに軽いショックを受けたが、また逆に興味をそそられた。

よく調べてみるとこの赤帽トラックは、マニアックなクルマ好きの私の好みのレアな代物であることが分かった。

赤帽とは全国赤帽軽自動車運送協同組合連合会という実に長い名前の団体名の略でこの

事業協同組合に加盟し、フランチャイズ形式で個人事業主として店舗の代わりにこの赤帽トラックを購入して運送事業を行うものである。

* * *

実はこのトラックが非常に人気で中古車市場に出されるとすぐ売れてしまうようだ。ツートンカラーのまま売りに出されることはあまりないようである。

この赤帽仕様は、製造が中止される2011年までは例外なく富士重工業の「サンバー」だった。このサンバーは、いわゆる特別仕様車で国土交通省が認めた専用車両とのこと。30年以上前には軽トラック自体が運送業には耐えられないほど耐久性に乏しく非力だったため、赤帽が専用車を製作してくれるメーカー数社に当たったところいずれも断られ、最後に富士重工業が引き受けてくれた関係で必然的に同社の軽トラック「サンバー」になった。このサンバーは、赤帽向けに強化や特別装備を与えている。まず、エンジン。通常整備で20万キロ走行可能なように各部品が強化され、カムヘッドを赤くしている。そのため、西部警察で活躍したスカイラインRSのような雰囲気である。

* * *

スペックそのものは、スーパーチャージャー付きの一般向と変わらない。その他、数々の特別仕様があり、私が瞠目したのは、格納式サイドブレーキと強化レザー仕様シートである。長距離走行で横になって休みたいときにブレーキを掛けたまま、出っ張って邪魔なレバーを格納できる。また、乗降回数が多くなれば酷くなるシートの破れに対して、シートを強化レザー仕様にし、耐久性を与えた。

このすばらしい「究極の2シーター」を駆使し、日夜、日本の輸送業界を支える赤帽の個人事業主の皆さんにエールを送りたい。

子供の成長、自分の成長

(株)椿本チエイン

マテハン事業部東部営業部営業3課

方井 慎治

椿本チエイン新聞担当の営業としては最年少ですが、私には子供が二人います。長女、長男の一姫一太郎です。長女の出産は今でも良く覚えており、2008年3月28日、金曜日の夕食後に産気づいた家内を病院に連れて行き、何時間も腰をさすり続けました。日付も29日になり、私の腕が悲鳴を上げ始めた頃、ようやく家内と分娩室へ移動。空が明るくなる前、立ち会い出産で元気な泣き声を聴くことができました。親、兄弟、友人に早く報告をしたいのに電話を出来る時間帯ではないため、じれったい気持ちになったのを覚えています。長男の時は仕事中に義母から「産まれたから」の電話が一本。狐につままれた様な気分とはまさにあの時の事を言うのでしょうか。長女の出産と同じ様な光景を想像していたので肩透かしをくらいました。

* * *

そんな子供たちも長女はこの4月で小学1年生に、長男は2歳半になりました。小学校では見る物、する事、新しいお友達、全てが新鮮な様で「聴いて！聴いて！」と色んな話をしてくれ、家に居ても不思議に思った事は「なんで？なんで？」と質問してきます。一つ質問に答えると「じゃあ、こうしたらどうなるの？ああしたらどうなるの？」の質問攻めです。長男はまだ喋り始めたばかり。言葉にならない言葉で意思を伝えようと頑張るものの、なかなか上手く伝えられず泣き喚き、お姉ちゃんの真似をして縄跳びにチャレンジするも、やはり出来ず泣き喚く、大変賑やかな年齢となりました。

子供たちは色んな話や質問をしてきてくれますが、まだ長女がようやく言葉で意思疎通できる様になってきた頃、私に話しかけよう



として止めたことがありました。「どうした？」と問いかけたところ「どうせパパ知らないって言うから」という返事が返ってきました。その言葉にハッとしました。長女からの質問に対し「知らない」で終わらせ、何とか意思を伝えようとする拙い言葉を理解しようとしないうちに気付かされました。もしかしたら私のせいで何も疑問を持たず、意思を伝えようとせず、新しい事にチャレンジしない子供に成長してしまうのではないかとショックを受けました。

* * *

子供は親の背中を見て育つ、子供を見れば親が判る、子は親の鏡といった言葉を耳にします。「優しい子に育ってほしい」、「素直な子に育ってほしい」等々、好き勝手に願望ばかりを並べていましたが、長女のあの一言以降まずは私がそう変わり、そう成長するべきだと考えるようになりました。

今は「色んな事に興味や疑問を持って自分から勉強する子になって欲しい」と考えています。という事は私もそうならなければなりません。子供たちの「なんで？なんで？」について子供と一緒に考え、一緒に調べ、子供が何かを伝えたいのに上手く伝えられない時は私からも問いかける。そうして子供と一緒に成長していけたら良いと考えています。

わが職場

正夢を探す旅

株朝日プリンテック 技術・システム担当兼技術センターセンター長兼デジタル印刷準備室員 村瀬 岳彦

朝日プリンテックは朝日新聞の子会社です。全国9工場のほか、本社に技術センターがあります。それが私たちの職場です。生産設備を持たない、平均39歳、12名の小所帯ですが、業界では数少ない研究・開発専門の職場ではないかと思います。業務の大きな柱は、①全工場の印刷品質の向上と平準化②新技術や印刷資材の開発・検証③技術者の育成、の3つです。いずれも、朝日新聞からの委託業務ですが、プリンテック独自の業務も多数あります。

私たちの職場の最大の特徴は、経営サイドの要請にしっかり応えるなかで、技術者の自発性が極めて尊重され、自由の香りが色濃く立ち上っている点です。

勿論、勝手気ままな仕事ではなく、新たな業務や企画を立ち上げる時には、「ファンタジー」と「リアリティー」の2つを突き詰めるところから始めます。「ファンタジー」は夢を語ること。「リアリティー」は目標・実現性・課題の洗い出しです。独自性のない借り物のファンタジーは面白みがなく、すぐボツになってしまいます。

印刷技術の発展には、過去の技術をしっかり勉強した上で、その理論を覆すことが必要です。その時の興奮こそが大きなエネルギーを生み出します。そのためには、会社の行き帰りから、出張中や飲み会の席、どんな時でも、あれができないか？これができないか？と、オンオフのない生活をみんなが楽しんでいます。「中年よ夢ある下心を抱け」をモットーに、日々全国を飛び回っています。今後ともどうぞ宜しくお願いします。

我が家の台風対策

琉球新報社 印刷局次長待遇部部長 伊集 盛純

月日が経つのは早い。師走が過ぎたかと思えば新年度が始動した。本島北部では新茶の摘み取りが始まり、ビーチでは海開きが宣言された。これから夏本番へと向かう。

夏の到来はマリンレジャーや学生の修学、家族旅行など大勢の観光客が訪れ賑わう。この賑わうなかに招かれざる客の訪れがある。台風という“厄介者”だ。この招かれざる客の来県がここ数年増えた。昨年のピーク時は2週間に、いや、10日置きぐらいには発生し接近、または襲来するという“当たり年”だった。度重なる襲来で自宅の強風避けの一部が吹き飛ばされてしまった。「もっと頑丈にして」と、対応に右往左往した妻の一言に奮起、休暇ともなれば俄か大工に変身しシーズンの到来に備えていた。

庭に無造作に置いている盆栽(詳しくは鉢物)の手入れを終え、台風接近時に一時避難させる場所の話に移った途端、「あなた、いつできるの」と、ドスの利いた一声。頭の中で描く「頑丈で多少見映えあるもの」には程遠く手直しの連続で思案は3か月程経過していた。「材料が足りなくて」と、言い訳の反撃を繰り出すも抗うなどできずたじろぐのみ。台風と妻との難から逃れたい一心で「5月の連休明けまでには」と、命乞いにも似た「完工宣言」をしたのは言うまでもない。

心待ちしていた黄金週間の予定が強風避け同様吹き飛んでしまった。仕上がった暁には苦心作を前に、目立たぬよう小さなガッツポーズで「万歳」を連呼していることだろう。心の底で。

第38回国内研修会記

愛媛新聞印刷センター見学

第38回国内研修会が、2月21日愛媛新聞印刷センターで開催され、事務局および日本新聞協会1名を含む総勢20名が参加しました。

同センターは鉄骨3階建てで延べ床面積6864平方メートルを有し巨大地震に備えた地下免震構造を採用、非常用発電機も備えており、また生産設備は、東京機械製4×2輪転機、KKS製BTCセンターグリップキャリアー、椿本製AGV、パナソニック製CTP、FFGS製自動現像機等の最新の設備で構成されていました。センター内の見学に於いては、取締役印刷センター長 児玉良平様、印刷局次長 福住 道広様、柳田 憲二様の同行にて常に丁寧な説明をして頂きました。地下免震構造に於



いては、震度6以上の地震にも耐える免震装置56基の設置状況や雨水による浸水防止を図って、一階フロアをグランドレベルから1.5メートル嵩上げしての施工や2カ所の変電所から本線・予備線を引き込む電源二重化に加え、電力供給が途絶えた停電時でも数日間の印刷が可能な燃料備蓄による非常用発電機装備等も設置されており、新聞発行を止めないための災害に強い危機対応型の最新鋭印刷工場である面が随所に現れていました。

また一般見学者コースには、数字でわかる愛媛新聞の設問がクイズ形式で掲示されており、自然と新聞印刷に対する知識と興味が得られるようになっており、地域に密着した情報発信拠点の要を実感しました。見学最終コースには愛媛新聞の歩みとして明治発刊より

今日に至るまでの変遷と、それに伴う新聞製作機材等の貴重な品々に目を凝らして展示物の説明に聞き入っていました。

見学会の後の懇親会では、児玉センター長様、福住次長様、柳田次長様にご参加頂き松山の郷土料理に舌鼓を打ちながら時の経つのも忘れて親睦を深めさせて頂きました。最後になりますが大人数での工場見学に際しては、同センターの皆様にご多大なるご配慮を頂き心より御礼を申し上げます。

【東京インキ(株) 相川 孝 記】

CONPT 日誌

12月4日(水)評議員会(出席6名)

12月16日(月)第39回年末全体会議並びに懇親会(於日本記者クラブ・宴会場、会員29社40名、来賓2名)

12月27日(金)仕事納め

1月6日(月)仕事始め

10日(金)第32回新聞製作人新年合同名刺交換会(於日本プレスセンター、300余名出席)

29日(水)広報委員会(出席9名)

2月12日(水)クラブ委員会(出席10名)

13日(木)企画委員会(出席7名)

18日(火)広報委員会(出席8名)

20日(木)評議員会(出席7名)

21日(金)～22日(土)第38回国内研修会
～愛媛新聞印刷センター(20名参加)

会員消息

■退会

* (株)ニコン(3月31日付)

■所在地変更

* (株)K K S・東京営業所(3月22日付)

(〒144-0052)

大田区蒲田5-39-2

明治安田生命蒲田駅前ビル3F

TEL: 03-6715-8054

FAX: 03-6715-9822

日本新聞製作技術懇話会 会員名簿（42社） 平成26年4月1日現在

社 名	〒番号	所 在 地	連 絡 先
㈱インテック	136-8637	東京都江東区新砂1-3-3	03-5665-5097
NECエンジニアリング㈱	270-1198	千葉県我孫子市日の出1131	04-7185-7614
岡本化学工業㈱	335-0004	埼玉県蕨市中央2-6-4	048-432-5000
㈱加貫ローラ製作所	544-0005	大阪府大阪市生野区中川5-3-13	06-6751-1121
㈱KKS	555-0011	大阪府大阪市西淀川区竹島4-11-54	06-6471-7771
㈱金陽社	141-0032	東京都品川区大崎1-2-2 アートヴィレッジ大崎セントラルタワー6F	03-5745-6250
クオード・テック・インク日本支店	336-0034	埼玉県さいたま市南区内容3-11-26	048-839-8831
コニカミノルタビジネスソリューションズ㈱	103-0023	東京都中央区日本橋本町1丁目5番4号 コニカミノルタ日本橋ビル	03-5205-7820
コダック(同)	101-0062	東京都千代田区神田駿河台2-9 KDX御茶ノ水ビル	03-5577-1200
㈱ゴス グラフィック システムズ ジャパン	350-1328	埼玉県狭山市広瀬台2-5-15	04-2954-1141
サカタインクス㈱	112-0004	東京都文京区後楽1-4-25 日教販ビル	03-5689-6666
清水製作㈱	108-0023	東京都港区芝浦3-17-10	03-3451-1261
ストラパック㈱	221-0864	神奈川県横浜市神奈川区菅田町2800	045-475-7229
西研グラフィックス㈱	110-0016	東京都台東区台東4-29-15 上野永谷タウンプラザ213	03-5812-3681
第一工業㈱	335-0002	埼玉県蕨市塚越7-2-8	048-441-3660
DICグラフィックス㈱	101-0063	東京都千代田区神田淡路町2-101 ワテラスタワー7F	03-6733-5067
田中電気㈱	101-0021	東京都千代田区外神田1-15-13	03-3253-2816
椿本興業㈱	108-0075	東京都港区港南2-16-2 太陽生命品川ビル30階	03-6718-0151
㈱椿本チエイン	108-0075	東京都港区港南2-16-2 太陽生命品川ビル17階	03-6703-8402
東京インキ㈱	114-0002	東京都北区王子1-12-4 TIC王子ビル	03-5902-7625
㈱東京機械製作所	108-8375	東京都港区芝5-26-24	03-3451-8172
東芝ソリューション㈱	212-8585	神奈川県川崎市幸区堀川町7234 スマートコミュニティーセンター15階	044-331-1096
東洋インキ㈱	104-8378	東京都中央区京橋2-7-19 京橋イーストビル8・9F	03-3272-0721
東洋電機㈱	480-0393	愛知県春日井市神屋町字引沢1-39	0568-88-6401
東和電気工業㈱	104-0032	東京都中央区八丁堀1-7-7 長井ビル6F	03-6222-5005
ニッカ㈱	174-8642	東京都板橋区前野町2-14-2	03-3558-7861
日本アイ・ビー・エム㈱	103-0015	東京都中央区日本橋箱崎町19-21	050-3150-0738
日本アグファ・ゲバルト㈱	141-0032	東京都品川区大崎1-6-1 大崎ニューシティビル1号館5階	03-6420-2010
日本新聞インキ㈱	108-0075	東京都港区港南1-8-27	050-3150-0738
日本電気㈱	105-8540	東京都港区芝3-23-1 セレスティン芝三井ビル	03-5476-4656
日本ボールドウィン㈱	108-0023	東京都港区芝浦4-9-25 芝浦スクエアビル11階	03-5418-6121
パナソニックシステムネットワークス㈱	224-8539	神奈川県横浜市都筑区佐江戸町600番地	045-938-1613
㈱日立製作所	140-8573	東京都品川区南大井6-26-3	03-5471-2141
富士フイルムグローバルグラフィックスシステムズ㈱	106-0031	東京都港区西麻布2-26-30富士フイルム西麻布ビル	03-6419-0421
富士通㈱	105-7123	東京都港区東新橋1-5-2 汐留シティセンター	03-6252-2625
富士薬品工業㈱	176-0012	東京都練馬区豊玉北3-14-10	03-3557-6201
方正㈱	140-0014	東京都品川区大井1-24-5 大井町センタービル	03-5746-2651
ボッシュ・レックスロス㈱ サーボシステム事業部	150-0002	東京都渋谷区渋谷3-6-7 ボッシュビル渋谷3階	03-5485-7240
三菱重工印刷紙工機械㈱	144-0033	東京都大田区東糎谷4-6-32	03-3744-2951
三菱製紙㈱	130-0026	東京都墨田区両国2-10-14両国シティコア	03-5600-1475
ミューラー・マルチニジャパン㈱	174-0042	東京都板橋区東坂下2-5-14	03-3558-3131
明和ゴム工業㈱	146-0092	東京都大田区下丸子2-27-20	03-3759-4621