

日本新聞製作技術懇話会
広報委員会編集

編集人 手打 省一
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.41 No.6

2017.12.1

(通巻 246 号)

日本新聞製作技術懇話会

会 報 (隔月刊)

(禁転載)



目次

CONPT-TOUR2017 の足跡	3
朝日新聞社 製作本部長	中島 靖
(株)朝日プリンテック 築地工場製作部(技術)	津田 広人
共同通信社 経営企画室委員	黒澤 勇
産経新聞社 制作局印刷担当部長	倉田 貴史
中日新聞社 取締役システム・製作担当	大野 幸男
中日新聞印刷(株) 豊田工場印刷部課長	三田村英明
東日印刷(株) 印刷局印刷部長	齋藤 繁
(株)トッパンメディアプリンテック関西 印刷課課長補佐	清水 幹也
(株)日経名古屋製作センター 製作本部製作部部長	佐々木健一
(株)日経西日本製作センター 大手前工場製作部長	川村 康博
(株)日経編集制作センター デジタル情報グループキャップ	井出 崇士
サカタインクス(株) 新聞事業部大阪営業部新聞担当部長	小西 大樹
西研グラフィックス(株) 技術本部電気設計部部長	向江 一人
第一工業(株) 搬送システム本店営業部主任	小溝 圭一
(株)椿本チエイン マテハン事業部営業統括新聞ビジネス部参事	村島 真二
東芝デジタルソリューションズ(株) インダストリアルソリューション事業部 メディアソリューション技術部	三宅 広輝
(株)東京機械製作所 国内事業部国内販売グループ営業部長	橋本 輝雄
東洋インキ(株) インキ営業本部新聞インキ営業部第一課主任	長島 宏至
富士通(株) メディア営業統括部第一営業部	古川 淳一
方正(株) 新聞事業部営業部部長	佐々木修一
富士フイルムグローバルグラフィックスシステムズ(株) 専務執行役員	松浦国治郎
写真に見るツアー点描	24
新局長に就任して	
中日新聞東京本社 技術局長	横山 和幸
中日新聞北陸本社 技術局局長	水野 旬
第5回 技術対話	28
新聞大会に参加	28

- 表紙写真提供：CONPT-TOUR2017 入選作より 中日新聞社・大野幸男氏「ガムラスタンにある世界で一番狭い路地」
- 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

本号はCONPT-TOUR2017に参加された皆様から多くの原稿、写真を届けていただき、特集号としてまとめることができました。

また、視察報告会はツアー中の研修会でも報告をお願いした黒澤勇(共同通信)、佐々木修一(方

正)、川村康博(日経西日本製作センター)、井出崇士(日経編集制作センター)の4氏を講師として11月17日に開催、新聞社はじめ約100人の方々にご参集いただきました。

(事務局)

CONPT-TOUR2017の足跡

CONPT-TOUR2017（欧州新聞製作事情視察団）は、10月4～13日の日程を終え無事帰国した。スウェーデン・ストックホルムで新聞3紙と印刷工場、ドイツ・ベルリンで新聞2紙と印刷工場を訪問、その後、IFRA World Publishing Expo（WPE）/DCX Digital Content Expo（DCX）を視察した。一行は応募者25人に事務局・添乗員を加え総勢29人。



*

欧州の新聞も日本と同様に部数減少が続く。今回の新聞社訪問ではそうした中で、デジタル・シフトへの取り組みとその展望を聞いた。各社の説明の中では、新聞だけでなくデジタル、テレビも含めて、自分たちのブランドがどれだけ多くの人にニュースを届けているかを強調する場面が多かった。

スウェーデンの日刊紙ダーゲンス・ニーヘーテル（Dagens Nyheter）では、P・ヴォロダスキ編集長自ら、放っておけばやめていくデジタル会員を、データ分析をもとに、どう食い止めたかを話してくれた。紙の新聞は25%値上げした。「紙は減っていくが需要は残るだろう。しかし、やがてコストが上回る——決断の時が来るかも」と語った。

夕刊紙（宅配はしないが朝からキオスクなどで販売）アフトンブラーデット（Aftonbladet）は、2008年に“デジタルメディアハウス”への転換を発表した。その時、社員は新聞に自信を持っていたので、「ハッピ

CONPT-TOUR2017の日程（10月4～13日）

- 4日（水） 成田→ストックホルム
- 5日（木） ・Dagens Nyheter
・Bold Printing
- 6日（金） ・Aftonbladet
・Expressen
- 7日（土） ・研修会
- 8日（日） ベルリンへ移動
- 9日（月） ・Axel-Springer
・WELT
・BILD
・Spandau工場
- 10日（火） ・WPE DCX
- 11日（水） ・WPE DCX（Werfel氏セミナー）
・研修会
・さよならパーティー
- 12日（木） ベルリンを出発
- 13日（金） 帰国（成田）

ーではなかった」という。現在ではモバイルやテレビ、新聞などで350万人にニュースを届けている（スウェーデンの人口は1000万人弱）。デジタル購読者は26万人という。「5年で紙はなくなる」との見通しも。

エクスペッセン（Expressen＝ダーゲンス・ニーヘーテルと同じボニエル・グループの夕刊紙）は「今では250万人にリーチできている」という。「まだ紙でもっている」との言葉もあった。5、6年前まではデジタル化に遅れをとっていたそう。ライブ・テレビを重視しており、事件ものの報道に使うメインスタジオに案内された。

ボニエル・グループの印刷会社ボールド・プリンティング（Bold Printing）はスウェーデン最大の印刷工場、グループ内の印刷物による収入が約7割、グループ外が約3割。2008年から13年にかけて輪転機更新など大型投資を行ったが、環境の激変により効率化を迫られている。成長が見込める分野はフリーペー

パー、ダイレクトメールなどで、2014年と16年を比べると印刷物(ジョブ)は増えているという。

＊

ベルリンに移って、9日にアクセル・シュプリンガー (Axel-Springer)社を訪問。玄関では空港のようなセキュリティーチェックだ。

同社の収入を見ると2010年に20%台だったデジタル部門を、16年には70%近くにまで伸ばした。同社の代表的新聞がWELTとBILDだ。1時間にわたり両紙の概要説明を受けた後、2グループに分かれニュースルームを見学した。

BILDは1952年創刊、欧州最大の新聞として、1980年代には500万部を超す発行部数を誇っていた。現在では新聞や電子媒体などによって、3800万人にニュースを届けているという。電子版は1996年にスタート、課金モデルは「BILD+」といって、月額4.99ユーロから3つのコースがあり、会員は36万人を超える。

WELTは1946年創刊。オンライン配信はNYタイムズより早い95年で、2012年から課金。コンテンツは「価値をもったもの」として、有料に変えていく必要があると強調する。13年にはテレビ局N24を買収、紙・デジタル・テレビが一体となったメディアを標榜。プラットフォームを統一し、ブランドも全て「WELT」に統一する方針だ。

アクセル・シュプリンガーのシュパンダウ (Spandau)印刷工場は1993年に発足、一時は750人いた従業員も今は224人だという。タワー24台が1列に並ぶ。売り上げの33%が自社系、67%が外からの受注。本社のデジタル重視と歩調を合わせ、付加価値の高い印刷で収入増を図る。蛍光色やにののついたインキ、コダックのProsperS30を使った可変印刷(電子版BILD+への勧誘に使用)、3Dプリンターによる部品作成などを含む「イノベーション

ンビジョン」を説明してくれた。

＊

WPE、DCX視察は10-11日。従来のWPEが今年から下流部門がWPE、上流部門がDCXに分かれて同時開催された。入場者約5,000人、出展181といずれも昨年を大きく上回った。来年も同じ会場で開催する予定だ。

10日のオープニングスピーチにはNYタイムズのバイスチュアマンであるマイケル・ゴールデン氏、アクセル・シュプリンガーのCEO、マティアス・デップナー氏、dmgメディアのCEO、ケビン・ビーティー氏が登場。

ゴールデン氏はスライドを使ってNYタイムズのデジタル戦略を語った。Audience-firstやengagementなどの言葉が聞かれた。デップナー氏は司会者を相手にメモもスライドもなしで、グーグルやフェイスブック、フェイクニュースへの対応などに関して約30分間話し続けた。

11日はWAN-IFRAのDeputy CEO、M・ワーフェル氏による恒例のセミナー「世界の新聞の潮流」を聴いた。同氏によれば、欧米や日本の部数減を補ってあまりあるのがインド、中国、アフリカなどの勢いだ。世界の昨年の新聞発行部数は前年比5.7%増えた。この10年の過ちは信頼ある情報をタダで流したことだが、正しい情報に対しては対価を払うという動きが出ている。利益の出る構造への取り組みは始まっている。広告に関しては、プリントになじんでいるドイツ語圏でデジタル広告に対する不満(どこに流れるか分からない)もでてしていると語った。また、グーグルやフェイスブックに対抗して、大手企業が共同で新しいサイトを始める動きも紹介された。

セミナーの後、富士フイルム、コダック、ミューラー、マンローランド、ケーニッヒ・パウワー (旧KBA)、フェラーグ、ppi、Lineupの8社のブースを巡回し、社業や新製品、日本への売り込みなどについて話を聞いた。

女性が活躍する国の活力

朝日新聞社 製作本部長

中島 靖

今回の視察で最も緊張したのが、出発時に朝8時の成田空港集合にちゃんと間に合うのかだった。団体行動だし、たとえ交通機関に遅れが出て絶対にとどろかなければならない。都内西部の自宅を出たのが4時半。結局、空港には集合2時間以上前に到着したが、これ以降、海外でもなぜかずーっと朝4時に目がさめる体になってしまった。

毎年このツアーには会社の若手が参加している。しかし、「今年は新聞協会の技術委員長社を持ち回りでやらせていただいている手前、やはり私が行かなければマズいのではないですか」などと強引な理由をつけて、なかば勝手にエントリーした。社内から冷たい視線を背に受けての出発だった。

*

まず、フィンランドのヘルシンキ経由で王国・スウェーデン入り。今回参加しなければ、一生来ることがなかった国なのでは、と思いつつも、ここに4泊する余裕のある日程を活用して、じっくりと視察をさせてもらった。

印刷工場には大量の刷り物が並んでいるのに、あまりに巨

大だからかインキの臭いがしない。輪転機の給紙部では、ブルカをかぶった若い女性が働いていた。移民を積極的に受け入れているこの国ならではの光景だ。この工場でもそうだったが、ほかに回った新聞社を含めて、女性幹部が堂々と熱のこもった説明をしていたのが印象的だった。街なかでも、働く女性がさっそうと歩く姿が目立つ(しかも歩きたば

こ)。ご当地発祥のファッションブランド「H&M」っぽい服装が大半だ(しかも全身黒のモード系)。それに比べ、男性たちは総じて自信なげでおとなしく見えた。女性の労働参加率が8割に近く、OECDの中でジェンダー格差が最小といわれる北欧最大の国・スウェーデンの活力を見た思いがした。

*

新聞社はデジタルシフトを強力に推し進めていた。「この国では新聞はあと5年でなくなる」という幹部もいて、デジタル発信に取り組む姿勢には、生死をかけた、すさまじいほどの気迫を感じた。次の訪問地・ドイツ・ベルリンの新聞社も同様だった。

今回の視察を通じ、両国とも食事は①ビール②肉③ジャガイモの3点セットがほとんど。しかも量がハンパない。私はアルコールが飲めないので、肉とイモをひたすら食べ、ビールが飲める人を初めてうらやましく思った。

ベルリンのエキスポでは、別途視察に来ていた当社の編集部門の人間と合流。夜の自由時間にはベルリン支局長を呼び出して補足取材もした(実はただの食事)。当地の人が、これほど大量の肉とビールをおなかに入れて痛風にならないのは、つまるところ遺伝子が違うとしか考えられない、との結論に至った。

*

とはいえ、ビールの件を差し引いても、私にとっては充実した視察となった。何より、他社のみなさんと交流ができ、勉強をさせてもらった。団長・副団長・コーディネーター・事務局・旅行会社の方々に感謝したい。

技術担当として…?

(株朝日プリンテック
築地工場製作部(技術)

津田 広人

8月、暑気払い(宴会)実行委員としてBBQ準備の真っ最中に部長と工場長に呼ばれた。

視察団を案内してくれたスウェーデンの新聞社の担当者



なんだろう、いいツマミでも貰えるのだろうかと思っていたところ、「今度のCONPT-TOURの参加者として、築地工場は君を推薦することになった」と思いもよらない話を頂いた。外国など1度も行ったことは無いし、英語も話せない。不安はあったが断るなんて間違いなく勿体無い話だと思ったので、行きたいですと即答した。後日、めでたく代表に選ばれ、私の初海外はスウェーデンとドイツに決まった。まずは、このような機会を与えて頂けたこと、また道中御同行された皆様には御迷惑おかけしましたが、沢山の御助力に感謝致します。

さて、普段の私は調子の悪い設備を調整したり修理したりする技術担当(機械保守)である。5年程前までは輪転機をブンブン回していたが、最近は調子の悪い機械に張り付いていて、新聞を1部も開かず仕事が終わるような日もある。印刷マンというよりはメカニックであるため、このようなツアーに参加させて貰えるなんて思ってもみなかった。しかし、技術担当だからこそ別の角度から見えるものがあるのではないかと思います、わくわくしていたのが現実は厳しかった。

*

視察した新聞社の方々は、すでにニュース配信は紙ではなくモバイル中心で考えており、「今後、紙媒体にフォーカスすることは無い」とか「5年後には紙の新聞は無くなるだろう」とか、印刷会社勤めには酷な話を散々聞かせてくる。スウェーデンの印刷工場の方は「すでに印刷拠点が5箇所閉鎖した。さらに3箇所閉鎖予定である」という。

いろいろな新聞社のニュースルームを見せてもらった。あちこちに大きなモニターがあり、配信された記事は瞬時に読者に届き、その反応などが即座に分かる仕組みが出来上がっている。ここに印刷が割って入る隙があるのか…？間違いなく私の大好きなフライス盤の出番は無いだろう。

全てが掌の中で出来てしまう世の中である。時代が変わったのだから、我々も変化すべきなのだ。ドイツのタブロイド紙「Bild」は全国版より地方版の方が頁数は多いそうだ。モバイルが扱わないような地方のニュースや広告、地域に密着したスポーツ記事、また1つのテーマに特化した新聞など、印刷にもまだチャンスはあるはずだ。



とりあえず、輪転機にインクジェット装置を設置してアイドル新聞

にイベント参加抽選券でも印刷すれば売れるかも！？と、ストックホルムでラーメンを食べながら考えた。普通に美味しかったです！

団結力はナンバーワン？

一般社団法人 共同通信社 経営企画室委員
黒澤 勇

今回のツアーはスウェーデン・ストックホルムから始まり、ドイツ・ベルリンと2カ国をじっくりとツアーするという実りあるスケジュールで視察ができた。北欧への視察はCONPT-TOURとしては2度目の訪問だが、更なるデジタルメディアへの取り組みを目の当たりにしてツアー参加者からも、いろいろと質問が出された。新聞社からの報告を聞く限りでは、北欧の読者は日本の読者に近く、メディアへのリーチ率が高いことを伺えた。学ぶ点が多かった北欧で歴史を学ぶこともでき、ツアー参加者も幅広く情報収集できたのではないかと感じた。また、今回はストックホルムの街を一望できるタワーに行くことができ、その場でのツアー参加者との懇親及び情報交換は前半のツアーの醍醐味だったのではないかと感じた。



カクネス・タワー(ストックホルム) もので、ストックホルムでの宿泊先は、JTBが説明した内容とは違った設備だったり、初日の視察にメンバーひとりが待ち合わせ時間に不在だったり、小さなことではあるがいろいろとあった。ここは団長の統率力で乗り切った面が大きい。だが、ストックホルムからベルリンで移動時に大きな事件が発生した。参加者のスーツケースが破損したのだ。経年劣化なのか、搭載時の事故なのか定かではないが、JTB添乗員の努力により最後は真っさらなドイツ製スーツケースになりメンバーの中ではどよめきが起こったことは忘れられない。

＊

ベルリンでは、世界のメディアでも類を見ないデジタルワークフローでデジタルビジネ



アクセル・シュプリガー ニュースルーム

スを推進するアクセル・シュプリングァーを視察した。私は4度目の訪問だが、相変わらずセキュリティが厳しい。今回は数年前に完成したニュースルームを視察でき、メンバー全員も写真、動画などあらゆる方法で情報収集をしていた。このことは後に我々のメディア

今回は前半と後半で現地研修会を開催し、視察先の情報をメンバー全員で確認できたことは良かったのではないと思う。

しかし、ツアー全体としてはやはりトラブルは付き

関係者では有益な情報になると確信している。

＊

最後に今回新しく合同開催になったWorld Publishing ExpoとDigital Content Expoを視察した。上流と下流を同時に開催した初めての試みだが、やはり展示会へ足を運ぶ人は少なかったと思う。そんな中WAN-IFRAのワーフェルさんからは我々ツアー全員に特別カンファレンスを開催してくれた。感謝したい。



ワーフェル氏と内田氏

今回の展示会では、ニューヨーク・タイムズ紙のバイスチェアマンがスピーチするなど世界の有力新聞社のトップが今と未来を語ることに触れることができたのはツアー参加者にとって

大きな財産になったのではないかな。WAN-IFRAのコーナーには来年日本で開催されるJANPSのカタログも設置され、世界のメディア関係者がピックアップしていたのが印象に残った。

今回のツアーで感じたことは、メンバー全員での団結力が強いことだろう。小さな出来事は多々あったが、松浦団長をはじめ全員でそれを乗り越えたのは大きな財産だと感じた。

ツアー参加27名の皆さん、JTB添乗員の方々本当にありがとうございました。

快適な旅と大きな財産

産経新聞社
制作局印刷担当部長

倉田 貴史

今回、CONPT-TOURには初めての参加

となりました。まさか自分が参加する機会が回ってくるとは思いませんでした。

募集要項を見たらスウェーデン・ストックホルム、ドイツ・ベルリンの2都市を回る10間の日程で飛行時間もヘルシンキを経由して11時間以上のロングフライトです。以前、家族旅行でフランスへ行った際、少し贅沢にプレミアムエコノミーを選び快適な空の旅を満喫しただけに、今回のツアーではエコノミー席を利用するので、長時間のフライトに耐えられるか心配でしたが、最新のボーイング787でのエコノミー席は席幅も広く、ゆったり座れ快適でした。

今回、重宝した旅の必需品を紹介します、①スマートフォン②レンタルWi-Fiです。英語が喋れない私にとってスマホの翻訳アプリは大事なパートナーです。視察や観光で役立ってくれました。アプリを立ち上げ、英文にカメラを向けるとリアルタイムで日本語に翻訳され、表示します。たまに意味不明の日本語に翻訳されますが想定内です。



ベルリンの信号機。アンペルマングッズはお土産の定番

次に地図アプリです。昔はガイドブック数冊を持ち歩き観光していたと思いますが、今は、地図アプリがあれば日本語で道案内、観光名所、飲食店を教えてください、大変役に立つアイテムでした。

＊

視察で感じたことは、読者の紙離れは世界的に起きており、各社ともデジタルへの移行を進め確立していた。一方でデジタル部門でも離反率が高く、わずか1、2ヵ月が多いと担当者は嘆いていた。デジタル分野でも離反率

を下げる取り組みが急務で、各社とも大きなテーマであった。

海外での印刷状況を実際目で見ることで勉強になることも多くありました。自身の財産にしていきたいと思います。

最後に、ツアーを企画、運営された事務局・団長・副団長をはじめ参加された皆様には大変お世話になりました。今後ともよろしくお願いします。

「ミートボール会」でお会いできる日を楽しみにしております。

デジタル `偏重、に衝撃

中日新聞社 取締役システム・製作担当

大野 幸男

システム・製作担当に就任して間もない7月、CONPT-TOURの募集要項が届いた。本来なら中堅どころを行かすのだがヨーロッパに行った経験がないことに加え、スウェーデンという地名にひかれ、周囲からの非難を承知で「俺がいく」と手を挙げてしまった。

＊

今回のツアーで印象深いのは、訪れた新聞社がすべて、デジタル主導になっていたこと。知ったかぶりして言うところ「ニューズルームのワークフローは、すでにデジタル・ファーストだった」となる。

中枢部に大きな液晶モニターをずらりと並び、デジタル新聞の画面と各記事へのアクセス数などのデータがリアルタイムで表示される編集フロアは、日本の新聞社とは違い、もの静かな雰囲気。デスクはどの記事にアクセスが集まっているかを見ながらデジタル版を24時間体制で編集していくという。

紙の紙面づくりはデジタル版で使ったものから選択して使用するという。ある社の幹部は「明日の紙面に何を載せるかより、現在のデジタル新聞に何を載せるのかを常に考えている」と語り、紙の新聞のことはあまり気に



スウェーデンの朝刊紙、ダーゲンス・ニーヘテルの編集局。モニターでデジタル版を見ながら編集作業が進む

かけていない雰囲気がありあり。

デジタル版の契約件数は伸びているのだそうだが、収入に占めるデジタルと紙の比率についての質問にははっきりした回答はなかった。まだ紙の売り上げに頼るところも多いのだろう、と思いたい。

欧米の新聞はタブロイド判で紙面が小さく、しかも横書き活字文化なので、デジタルと親和性が強いのかもしれない。しかし、一気に25%値上げした新聞社があったり、5年後に紙の新聞はなくなると明言する編集者がいたり、紙の新聞にどっぷり浸かった身には、衝撃の新聞社めぐりだった。

＊

初のヨーロッパの旅は聞いていた弾丸日程とは違って2都市に各4泊滞在、比較的のんびりできた。事務局を除けば参加者中で最高齢の身にも楽な旅となり、おかげで夜毎の部屋飲みには皆勤賞。参加メンバーと有意義で楽しい時間を共有できたことに感謝したい。

初海外視察、出会いと驚きと絆

中日新聞印刷(株) 豊田工場印刷部課長

三田村 英明

8月末のある日、部長からCONPT-TOUR参加の打診を受けた。噂には聞いていたCONPT-TOURである、迷いなく承諾して

ツアー経験者である工場長の元に話を聞きに伺った。パスポート取得やスーツケース購入など慌ただしく動きまわった。

出発の2週間前に東京でのツアー説明会に出席した。緊張の中、初顔合わせの方々と名刺を交換して顔ぶれを見て、また緊張してしまったことを覚えている。

トランジットのフィンランド・ヘルシンキ経由で目的地のスウェーデン・ストックホルムまで約11時間フライトの苦行を経て、初の北欧の地に降り立った。

＊

スウェーデンでは新聞社3社を視察した。ここで衝撃的な話を聞かされた。あと5年ほどで紙媒体での新聞発行が無くなるとのことだった。それほどまでにデジタル化が進んでいる。しかし、収益はデジタルでの収益は低く、新聞購読料に依存しているのも現状だった。

また印刷工場の視察もしたが、工場の規模は度肝を抜かれるほどの大きさだった。

3日後に次の目的地、ドイツの首都ベルリンに向かった。ドイツ最大の新聞社アクセル・シュプリングァー社で「Bild」と「Die Welt」の2紙をチームに分かれて見学した。

また、アクセル・シュプリングァー社シュパンダウ工場見学では自社で3Dプリンターを導入して輪転機部品などを作成しているとも言っていたことには正直に驚いた。

＊

この視察最大の目的はWorld Publishing ExpoとDigital Content Expoの視察である。かなりの規模の展示会を期待したが、日本で開催されるJANPSの規模とさほど変わらなかったことには少々がっかりした。

会場では、ニューヨーク・タイムズのマイケル・ゴールデン氏の講演を同時通訳してもらい聴講した。ただ、私は英語を不得意としているためにかなりキツかった。

上流部門と下流部門に分かれており、見や

すく作られている印象だった。そのひとつのブースでは実機は展示せず、印刷機材を話題のVR技術を利用して来場者に紹介したコーナーもあり時代の流れを感じた。

今回のツアー参加を許可して頂いた会社に感謝したい。またツアーで一緒させて頂いた団長や副団長含め28名の方々には色々とお世話になりました。非常に有意義で貴重な時間を共に出来たことを感謝し、お礼申し上げます。今後も、この「ミートボール会」で出来た絆を大事にしてお付き合い頂きますよう、よろしくお願い致します。

あっという間の10日間を末永く…

東日印刷(株) 印刷局印刷部長

齋藤 繁

今回CONPT-TOURのお話を頂いた時は正直、躊躇していました。時期的にも様々な案件を抱えていましたし、10日間も長期不在となると、前後の仕事量を考えると、即答できずにいました。しかし上司から参加を勧められ、申請も出して下さったとのこと。様々葛藤はありましたが、背中を押して頂き参加することが出来ました。海外視察、また連続10日間の休み(笑)なんて入社以来したことのないことで、喜びもあったことは事実です。

*

ツアーの詳細を確認してみると、スウェーデン・ドイツへの新聞事情視察旅行とのこと。海外への渡航は新婚旅行以来、30年ぶり。ほとんど初心者マークの状況です。喜びも束の間、海外の治安の悪さが頭をよぎり、また不安に陥りました。

プレスセンターでの事前説明会では、参加者の方々と名刺交換や自己紹介があり、比較的若い方が多いことに驚きました。説明会終了後の懇親会では、初めて会う参加者同士、ビールを酌み交わしリラックスした中で



ボールド・プリンティングで

トの取得、持参する荷物の準備等々、慌ただしく時間が過ぎていく中、いよいよ迎えた出発当日。成田空港に続々と視察団が集合し、結団式を開催。総勢29名が欧州に向けて出発。ヘルシンキ経由で飛行機を乗り継ぎストックホルムに到着。気がつけば約11時間が経過していた。到着後、夕食会を終えホテルに着き熟睡。翌朝からは、10日間連続のパン・ハム・スクランブルエッグの朝食メニューが始まった。早々便秘になり10日間苦しんだ。これは正直辛かった。食生活の大事さを実感した。

*

視察では、様々な新聞社と印刷工場を見学。

日本と違い各社の説明プレゼンを行っていた方は女性が多く、各所に幹部として女性が起用されていた。記事を作る上でウェブから始まり紙に変換される現状。工場での日中の印刷は、インサーターを使った先刷りが目に付いた。巨大なロール形保管装置を配備し、日本では有り得ない程のキャパを使っていた。

過ぎてみれば、あっという間の10日間。思い出は何といっても有志との夜の冒険だった。一生忘れないだろう。若い方には色々面倒を見てもらいながら散策もした。また、メーカーの方々も色々お手配をして盛り上げて下さったりと、周りの方々の心配りに感謝

は尽きない。

今回のCONPT-TOURで様々な体験をさせて頂き、また参加者同士の交流もできましたことに、深く感謝申し上げます。

今後とも末永くお付き合いの程、何卒宜しくお願い申し上げます。

事前調査もしないまま出発

(株)トッパンメディアプリンテック関西
印刷課課長補佐

清水 幹也

ある日、上司から「ヨーロッパ行ったことある？」と言われ、「プライベートの話ですか？」と答えた記憶がありましたが、そうこうしているうちにCONPT-TOURに私が任命されていました。

スウェーデン？ 寒いの？ 北欧だから寒いかな！ なんて独り言を言いながらスーツケースに荷物をまとめ事前調査もしないまま当日を迎えていました。

*

久々の海外ということでウキウキ半分、「いや仕事や」なんて思いながらストックホルムに到着。約12時間の移動で疲れ果てていましたがツアー参加者の皆さんは元気一杯、ランニングに出かけられた方もおられ「タフなメンバーが揃ったか」と思いました。

翌日から早速視察、Dagens Nyheter社、Bold Printing社などを見学。日本の新聞社などとは雰囲気も違い、どこかのIT企業かと勘違いするようだった。資料と呼べるようなペーパー類がなく、只々PCの画面がずらりと並び新聞社の面影はなかった。

私自身は、下流工程がメインなので、印刷工場見学ではつついテンションが上がってしまい、ツアーの皆さんと離れ自分が見たいところばかりに目が行ってしまいました。なかでもMailroomと呼ばれる発送梱包エリアは輪転場よりも設備を充実させ、フリーペー

パー、DMなど多種多様な印刷物を手掛け生き残りを図っているようだ。

最終目的のWAN-IFRA展示会に参加し、世界中から出展社が集まり各社の活力を感じました。今回はWPE、DCXの同時開催ということもあったのか、展示ブースは分かれ、それぞれの出展社の数が制限されていたのかと思われるほど、多くはなかったように思えた。

ツアー最終のさよならパーティーは、みなさん全日程を終えリラックスした表情でのパーティーとなりました。が、みなさんタフguy揃い！ パーティーが終わっても土産物の物色に余念がありませんでした。



さぞかし、アンペルマンショップは繁盛したのでしょうね。

今回のツアーで一緒した皆さん。お世話になりました。

ゆとり世代への CONPT-TOUR に

(株)日経名古屋製作センター
製作本部製作部部長

佐々木 健一

今回、CONPT-TOUR参加という話を頂き、海外出張が本当に私で務まるのかという不安があった。海外には幾度か行ったことはあるが、誰でも知っているような英単語とジェスチャーで、いままで乗り切ってきた。ただし、今回は旅行ではなく出張。帰国後には

報告書も待っている。横文字と格闘する少々気の重いミッションであるが、今までには経験できなかった大きな収穫がきつとあるはず。それに一人ではなく27名もの力強い参加者との同行視察、他力本願で臨むことで不安を取りはらった。

歴代の参加者から最初に出てくる感想は「弾丸ツアー」。早朝出発や、連日のホテル移動、深夜の視察など非常に厳しい日程だ。

最初の目的地スウェーデン、ストックホルム滞在は、到着から次の目的地ベルリンまで、移動を含め4泊5日となる。新聞社3社と印刷工場1社の視察が組まれている。宿泊場所はストックホルム市内から離れていたが、4泊とも同じホテル。第二の目的地、ドイツ、ベルリンでも4泊。最終日前日だけホテルは変更となるが、市内のホテル。視察する新聞社、印刷工場、そして今回の重要目的でもあるWorld Publishing Expo、Digital Content Expo会場までも1時間以内で行ける場所である。朝の集合時間まで、ゆっくり時間が取れ、視察の合間をみての現地散策もでき、ツアーを堪能できたことは非常に良かった。

＊

今回のCONPT-TOURの特徴は、「ゆとり視察」。諸事情があつてのことと聞いているが、いまままでにない参加者にやさしいツアーであつたことは、今回の企画を練った、事務局と旅行会社に感謝したい。平均年齢も決して若くない面々と、視察後の復習時間も十分とれた。遊びではないことは承知しているが、思い出もたくさん作ることができた。今後の参加者の為にも、この場でご報告しておきたい。

今回のツアー参加で、強く印象に残った言葉がある。「新聞1部の値段はコーヒー1杯より安い」という話だ。あれだけの情報が詰まっている新聞が、コーヒー1杯より安いのはお得だという話だ。新聞製作に携わっている私としては、読者がそのように思って、購



ベルリンの街並み

ファーストとコンテンツ有料化の模索であつた。

インターネットの普及により、簡単に情報が手に入るようになった。このような時代に有益な情報は有料でしか手に入らないという、社会の流れを作ろうと、各社が知恵を絞り取り組んでいる姿を見てきた。まだ道のりは険しいが、成功させなければメディアは消えていく運命にあるだろう。

新聞製作に携わっている私にとっては、部数の減少は寂しい思いもある。新聞社が生き残れるビジネスモデルが確立できるよう祈りつつ、読まれる新聞をこれからも作り続けていきたい。

有意義な10日間をありがとうございました

㈱日経西日本製作センター
大手前工場製作部長

川村 康博

夏休み前、7月の終わりにCONPT-TOUR参加のお話を頂きました。過去に一度、参加のチャンスを頂きましたが持病(痔病)が悪化し取り止めたことがありましたので、今回は体調万全で臨もうと気持ちも新たに渡航計画を練っておりました。

そんな折、夏の終わりにCONPT事務局より現地研修会での下流部門の報告担当の命を

受け、一気に見物気分も吹き飛びました。人生初の海外渡航、それだけで不安一杯の所に加えて非常に肩の荷が重い任務も加わりさらなるプレッシャーの日々。「せっかくやから楽しんでこい」「土産話、待ってるで」との諸先輩の激励もうわの空、私の業務範疇を超えたりポートのことが常に頭の片隅に…。「開き直ってやるしかない」と繰り返し自分に言い聞かせていましたが…。視察内容は報告会の場がありますのでここでは割愛いたしますが、皆様の助けを借りながら何とか報告にこぎつけることが出来ました。ご協力いただいた方々、本当にありがとうございました。

＊

多くの人から聞いてはおりましたが生活面では水の確保やトイレ事情に随分気を遣いました。比較的、そういったことに苦労しない国々とはいえ便利な日本との違いを思い知らされました。

一方、食べ物は口に合い過ぎて(?)帰国後体重が2kg近く増えておりました。出国前に、不安ばかりを口走る夫を見かねて痩せて帰ってくるのでは、と心配していた妻が帰国後の私の腹囲を見て「どうしたん?お父さん!」と子供ともども大笑い。私のさらに大きくなったお腹を見て、ある意味ひと安心した様でした。視察初日の夜には知恵熱(?)が出て早々に寝込んでしまい、先が思いやられたストックホルムでの前半戦がうその様に、ベルリンに渡ってからの日々は非常に早く感じられました(宿泊施設など環境の影響大?)。

＊

今回のツアー期間中にひとつ歳をとったことは忘れられません。日本時間で往路の機内と、時差の関係で到着当日ストックホルム時間の2回。妻と娘からのおめでとうメールに早々と「ほんま帰りたい」と泣きをいれたことも今は昔。さよならパーティーでの思いがけないサプライズには本当に驚かされました。



さよならパーティーの席でサプライズ

最後に仕事の話…。訪れた欧州の新聞社ではデジタルの大波を実感しました。疾風怒濤の時代、下流工程の行く末は…。欧州の状況がそのまま我々に当てはまる訳ではありませんが、大きな危機感を覚えずにはられません。

一方で、我々にとって生命線とも言える紙面品質に関して日本の紙面のクオリティの高さを再認識出来たことは微かな光明です。新聞力の強さ、そして紙の魅力を次代へ紡ぎたいとの思いは以前より強くなっています。

今回、新聞社・メーカー各社の知見豊富な方々と貴重な時間を過ごすことが出来、大変勉強になりました。貴重な経験をさせて頂いたこと、関係者の皆様に改めて感謝いたします。有意義な10日間を本当にありがとうございました。

不安消え、充実の旅に

(株)日経編集制作センター
デジタル情報グループキャップ

井出 崇士

欧州視察の参加者に私が選ばれ、未知の体験ができることに期待を抱いた一方で、心配や不安のほうが大きかったのを覚えています。外国語が得意ではないし、海外は20年以上前に一度行ったことがあるだけ、乗り物酔いしやすくバス移動に耐えられるのか、さら

には海外できちんと行動できるか…などなど、懸念材料が次々に思い浮かびました。現地の新聞事情を視察するのが目的ですが、内心では無事に帰ってくるということが最優先の目的だと思っていました。

そんな私ですが、現地では日を追うごとに楽しさが増し、帰国するときは充実感で満ちあふれていました。もちろん視察は楽ではなく、移動や見学でハードだと感じることも多かったですが、現地での生活は全てのことが新鮮で、いろいろな経験が自分自身の財産になり、行けてよかったと心から思っています。なにより、メンバーがいい人ばかりで、今回の旅が幸せなものになったのは仲間に恵まれたことが一番大きな理由だと考えていますので、参加者や関係者の皆様には心から感謝いたします。

＊

スウェーデンもドイツも日本と同様、紙の新聞を取り巻く環境が厳しくなっているということがわかりました。というよりも、日本は新聞事情がまだ良好であるように感じたのです。もちろん、国土の面積や宅配の有無など国によって条件が違うことは承知していますが、視察を進めていくうちに、新聞に対する危機感が日本に比べて明らかに強いことを実感しました。だからこそ、なんとしてもデジタルニュースで稼ぐんだという、意気込みというよりも必死さのようなものを現地の新聞社の人から感じ取れたのだと思います。

特にスウェーデンの新聞社で話を聞いていたときには「いずれは新聞をやめるという決断を行う可能性もある」とまで言ってしまう人もいて、新聞のビジネスモデルがドイツよりもさらに困難な状況にあるのかもしれませんが、新聞にとって厳しい話題が多かったですが、今回見聞きしたことがいずれ日本で役に立つ可能性は大いにあるでしょう。

＊

今回の視察はとても充実していましたが、



内田篤人選手が所属するウニオン・ベルリンのグッズ店

雨天の日が多かったことが残念でした。特に、ストックホルムの街を歩いた日は最も雨が強く、寒さと戦いながらの市内巡りとなってしまいました。そんな日に、移動の車内で「昔はよく親戚から雨男

って言われていたんですよ」なんて軽い気持ちで言ったのが原因で、スウェーデンのみならず、その後ドイツで雨に見舞われた責任まで負わされそうになりました。この場を借りて被告人として最終弁論をさせていただきますと、私以外に隠れ雨男が絶対にいたはずだということ、そしてストックホルム市内を歩いた日以外は降っているうちに入らない程度の雨だったと(私は)思っているの、悪天候について無罪を主張して、この文章を締めさせていただきます。

IT 浸透先進国

サカタインクス(株)

新聞事業部大阪営業部新聞担当部長

小西 大樹

新聞業界に携わり凡そ30年。今回初めてCONPT-TOURに参加することとなり、欧州の景観や雰囲気、食物などを楽しみに準備を進めました。

＊

久しぶりの海外で改めて感じたことは、やはり日本はとても便利な国で、様々なサービスに慣れきっている私にとって海外での生活は何かと不便だが、合理的でもあるな、とい

うことでした。

最初に訪れたスウェーデンでは、キャッシュの取り扱いを廃止する施策が進んでおり、実際に電車に乗る際も、切符の自動販売機がカード専用となっていました。技術的には日本でも当然可能なものですが、合理性を最重視し多少の障害があったとしても突き進めるところが大きく違うようです。



ホテルの朝食バイキング
(ストックホルム)

ホテルの朝食会場では、ジュースコーナーに蛇口が一つ。その後ろにiPadが飾ってあり、使い方が分からずもたもたしているところ、

恰幅(かっぶく)の良い紳士がiPadのボタンを押して、ジュースの淹れ方を優しく教えてくれました(蛇口1つでコンタミは?)。

新聞社の受付では、通常綺麗なお姉さまが応対してくれるところを、陽気なお兄さん2人がこれまたiPadの前に立っており、来客者は自分で訪問先を入力。アポが確認できれば、お兄さんが入館証をくれる、という仕組み。お役所に代表されるように何かと“紙”に拘る日本人とは、かなり違いがあり、それが今回見学した各新聞社の動きやデジタル化の施策にも特徴的に表れていました。

そうは言っても、日本も少子高齢化で若年層の活字離れがクローズアップされており、新聞業界もその影響を大きく受け、存続を賭けた様々な挑戦に取り組まれています。

今回のツアーの締め括りであるWPE・DCXの見学に際し、チケットの提供や、我々のツアーのテーマに則した講演、会場での昼食、ベルリンの壁のお土産まで、お世話を頂

いたWAN-IFRAのDeputy CEOワーフェルさんは、日本のCONPT-TOURメンバーに対し、度々、是非またこのツアーに参加してここへ戻ってきてくださいと仰っていました。

＊

他の先進国と同様に厳しい状況にある日本の新聞業界を新しい形に変化させつつ、今後も維持発展させるためには、顧客(読者)への働きかけはもちろんですが、先ずはその原動力である、業界に携わる人々の士気を高め、皆で盛り上げていくことが最も重要だ!とされているように感じました。

その意味で、今回10日間に渡るツアーにて寝食を共にさせて頂いたメンバーの方々との繋がりは、他では得難い貴重なものであると感じております。

今後も、仕事・遊び・お酒など等、いろいろな機会でお世話になるとと思いますが、M・B会の皆さま、どうぞよろしくお願い申し上げます。

デジタルと歴史

西研グラフィックス(株)
技術本部電気設計部部長

向江 一人

CONPT-TOUR参加の話の頂き、二つ返事で了解したものの、テーマがデジタルということで、下流専門で働いてきた私にとっては、何を見ればいいのかのだろうと考える日々でした。

＊

私は学生のときからコンピュータが好きで、計算機型PCのPB100からPC-6601など初期のパソコンで、ドット単位のゲームで遊んできました。その後、電話回線で知らない人とコミュニケーションがとれるようになりました。当時は、マニアックな世界でした。ところが現在では、インターネットで世界中の人とコミュニケーションがとれたり、情報

を入手したりすることができます。当時からすれば、アニメや映画の世界です。そんな中、マスメディアもデジタルの波が押しよせてきていることを今回のツアーで実感しました。ただし、商売として成り立たせる為、まだまだ試行錯誤を繰り返しているのも現実でした。情報が溢れすぎて、FREEに対抗するのは非常に難しいことだと思いました。



ストックホルムのプライベートランドマーク

今回、ストックホルムを訪問しましたが、恥ずかしながらノーベル賞の場所とは知りませんでした。バスで移動中、なんかノーベル、ノーベル言っているなあと思っていましたがまさかここでやってるとは!!

その後、旧市街地を探索し、情緒があつていい街だなあと思いながら歩いていました。同伴者のFさんから、「ここ魔女の宅急便のモデルになった街らしいよ」と聞いた時、へえ、ここがそうなんだ!!と、またまた驚いてしまいました。今回、なんの下調べもせずに来てしまいましたが、これもまた驚きがあつていいものだなあと感じました。

＊

今回のツアーを振り返り、ストックホルムの市街地と旧市街地のように、デジタルとペーパーのいいところを伸ばしていけないのかなと思いました。

最後に、事務局をはじめ、団長、副団長、幹事様、参加された皆様、JTB、裏のツアーコンダクタのF様、皆様のお陰で有意義で楽

しいツアーになりました。有難う御座いました。

英語が話せない KAGAWA

第一工業(株)

搬送システム本店営業部主任

小溝 圭一

弊社が印刷工場に納入する設備は、工程では梱包から先の最下流です。今回のツアーは工場では大量のインサート物が印象的でしたが、それ以上に各社のデジタル化への動向に刺激を受けました。



新聞社はどこのオフィスも開放的かつ最先端の雰囲気。全社共通で打ち出していたデジタル化推進にも説得力が出ます。また、コー

ヒーとお菓子を必ず出してくれるという文化もリラックスを生み、自由な発想に繋がっているのかも…などという思いも浮かびました。日本で取り入れたら意外性となりご来訪いただいた方の印象に残るかもしれない、というAFTONBLADET社で出されたシナモンロール(写真)よりも甘い考えは喉の奥に押し込めておくことにします。

＊

充実したツアーの終盤。World Publishing Expoで場内を散策していると、暇そうな出展者から「HEY! KAGAWA!」と手招きされました。私は英語がからっきしなので「イエス! アイム、カガワ!」と表向きはにこやかに、靴の向きは逆方向に。二度とそのブースへ近づかないよう、残り時間は気を払いました。英語が話せればこういったコミュニケ

ーションで、更に旅の深みも増すのだらうなあ…と思っていた時間は既に懐かしいです。母国語しか飛び交わない日常を過ごし、「英語ができれば」という気持ちはドイツへフライトしてしまいました。

現地での英語の話しなさを切り替えて受講したIFRAセミナーでは、これまで聞いてきた「デジタル化推進」とは違った印象でした。世界規模では新聞発行部数は伸びているそうで、日本では当たり前の“新聞を読む”という行為が世界のどこかでは新鮮なものとして広がっていることにはワクワク感を覚えます。また、ドイツ国内では広告が雑誌や新聞に戻ってきたという報告も興味深く拝聴しました。例えばメルセデスベンツ社は、Web上の広告で効果が見込めなかったから紙面に戻ったとのこと。帰国後に社内で報告したところ、確かにYouTubeで広告が流れてもスキップしてしまうし、悲しいかなベンツなんて我々には無関係だ…という所感が多く聞かれました。一見効率良く見えることでも、正しくリーチしているかは弊社の宣伝でも通ずる部分があり、これもまた収穫となりました。

＊

最後になりますが、食事や合間の観光だけで報告書がもう数本かけそうなほど濃い時間を共に過ごして下さった皆様に一つ目の感謝を。そして丁寧な通訳で、英語が全くできない私でも充実したツアーにしてくださった内田様に二つ目の感謝を。この場を借りて、心より御礼申し上げます。ありがとうございました。

走った、迷った、すみません。。。。

榎本チエイン

マテハン事業部営業統括新聞ビジネス部参事
村島 真二

「皆様、本当に申し訳ありません。遅くな

りました」。バスに乗り込むなり深くお詫びした。ストックホルムに到着した初日の、最初のイベント、食事会の集合に15分遅れた。

＊

夕食会の集合は6時半、それまで2時間強の自由時間がある。空き時間に異国の街を走ろうと準備していたが早速チャンスが来た。ホテルでお勧めコースを聞き、短パン、Tシャツでその公園に向かった。公園というより森林で景色は最高、突き抜けると美しい湖があった。30分走って折り返し、同じ道を戻ったはずだったが帰りの景色が違う。私は日本でも超方向音痴だが、道を尋ねる英語は覚えたので大丈夫と思っていた。バギーを押しているお父さんに聞いた。子供が笑いかけてくる。「アイビスホテル？分からないなあ。サークルKのガステーションなんてあちこちにあるからね。そのGSで聞いたら？」と親切に対応してくれた。GSはセルフで人がいない。併設しているコンビニにもレジスタッフが一人だけで、その前に4、5人の列が出来ている。そこに割り込む勇気がないのであきらめた。歩いている女性に尋ねた。「うーん、分からないわ。あっちの方かな？」と指差した。このパターンは危険だ、と思いながらもお礼を言ってそっちに走る。高速があつてレンガ色のホテルで、前にサークルKのスタンドが目印、と覚えて出発したが、見廻すとほとんどの建物がレンガ色で高速道路だらけだ。時計を見たら6時前、食事前のシャワーはあきらめよう。

焦りながら人が集まっている所に向かったら駅だった。「助かった」と思った。映画に出てくる太った警察官のような駅員に尋ねた。「分からないね」迷惑そうだったが、「私は日本から来て、27人の仲間がバスで待っているんだ！」と頑張ったらパソコンで検索してくれた。しかし、「通りの名前分かるかね？」。住所も通りも分かる訳がない。B5サイズのベラっとした、読めない字が書いてある地図

をくれた。「今がここ、そのホテルは、うーん多分この辺？」またまた危険な「多分？」に従って走り出した。後日ホテルでその地図を見せて確認したら、A3サイズに範囲を拡げてもアイビスは入っていなかった。

*

薄暗くなり歩いている人がいなくなった。6時15分頃？どこでもいいからホテルか何かを見つけて電話をしてもらおう、私は食事をキャンセルするからと伝えよう、と思い大きな建物を目指した。そこはストックホルム大学だった。助けを求めようとしたがドアはどこも閉まっていた。泣きそうになった。何もかも忘れて日本に帰りたくなった。途方にくれて歩いていると遠くにタクシーが1台。「今はお金ないけど乗せてくれるか？このホテル分かるか？」「YES」。

次の朝も3日目も同じ公園を走ったが、帰りは何故か初日と同じ場所に出てきた。

国民性・文化の違い

東芝デジタルソリューションズ(株)
インダストリアルソリューション事業部メディアソリューション技術部メディアソリューション技術第一担当

三宅 広輝

海外出張は如何ですかと上司から予定を聞かれ、二つ返事で問題ないですと回答。その海外出張がCONPT-TOURでした。これが、私自身初めてのCONPT-TOURであり、また社会人生活初の海外出張でした。行き先がスウェーデンとドイツということで、幼少期に数年過ごした国に10年以上ぶりに足を踏み入れること、また日本とは違う海外の文化に触れられることを楽しみにツアー初日を迎えました。ツアー中は、訪れる町や新聞社、展示会、全てが新鮮でとても充実した日々を過ごし、終わってみるとあっという間の9日間となりました。

*

このツアーの中で、私が一番感じたことは



アフトラブラーデットで

「日本と海外の国民性・文化の違い」です。これは、仕事においてもそれ以外の生活面に関してもです。まず、スウェーデンは現金がいらない世界でした。支払いは全てクレジットカード。タクシーも例外なくそうでした。ストックホルムから郊外にあるホテルまでタクシーに乗ったとき、円から交換したクローネ紙幣を使おうと紙幣での支払いを行おうとしましたが、「おつりは持っていないよ」とタクシーの運転手から。タクシーに関してほぼ現金NGの様でした。確かにクレジットカードは便利であって、恐らく日本も将来そのような方向に進むと思うのですが、日本はそこまで劇的には変わっておらず、スウェーデン(ストックホルムだけ?)のことの切り替わるスピードの速さに驚きました。これは新聞社訪問でも同じで、スウェーデンの新聞社は、「新聞社」と呼ぶのが正しくない程にデジタルへとシフトしていて、その切り替わりの速さに驚くばかりでした。この切り替わりの速さは、人口の少なさもあるのかもしれませんが、国民性なのか、そういう文化なのか、日本との違いを感じました。また、同じヨーロッパのドイツではまた違う文化があり、紙の新聞もかなり流通しており、2か国訪問できたことの意義を大きく感じました。

*

そういった国民性・文化の違いを考えると、日本でも近年進んでいるデジタル化も日本な

らではの国民性や文化があるので、画一的に海外の新聞社と同じデジタル化の道を辿るのではなく日本独自の道を進むのではないかと感じています。そういったことを考えると、メーカーという立場としては、そういった違いを加味しながら、新たなモノを考えていく必要があるのでは、と強く感じたツアーとなりました。

＊

最後になりますが、このツアーで一緒させて頂きました皆様に感謝申し上げます。9日間という長期間にわたり、皆様と共に有意義な時間を共有させて頂きましたこと、大変貴重な財産となりました。誠にありがとうございました。

新聞事情の変化に…

(株)東京機械製作所

国内事業部国内販売グループ営業部長

橋本 輝雄

CONPT-TOURには2回目の参加でした。前回の出張報告書を読み返してみると、2006年にイギリス・ベルギー・オランダを巡るので、フリーペーパーの発行部数が伸び、自らフリーペーパーを発行する新聞社も出て来たといった状況で、形態はともあれ“印刷”にはまだまだ元気があったなと当時のことを思い出しました。

輪転機も新機種が導入され、K社の水なし機やM社の6×2機などを目の当たりにすることが出来ました。見るもの全てが初めてで、当時、技術部門にいた私にとってはワクワクの連続でした。

＊

そんなこともあってか、上司から今回のツアー参加の要請を受けた際には、「ありがとうございます！」と無意識のうちに返事をしていました。

それから募集要項などを読み進めて行く

と、訪問国はスウェーデンとドイツ。どちらも初めてで、期待が膨らみました。しかし、読み終えてみると「デジタル」という言葉があちこちに… 11年前とは異なり、今回のツアーでは欧州のデジタル版などへの取り組みの視察がメインとなっていました。

案の定、ツアーで訪問した新聞社は全てがデジタル版への移行に取り組み、デジタル会員の獲得・継続、そして、課金システムの最適化に注力している様子が良く分かりました。

特に、スウェーデンのある新聞社の担当者は「紙の新聞はあと5年で無くなるであろう」と言い放ちました。日本とは新聞事情・人口・



国民性など様々な部分が異なるとは言え、この発言には考えさせられるものがありました。今回、11年ぶりに参加した私にとっては、新聞事情の大きな変化にかなり衝撃を受けたツアーとなりました。

＊

さて、今回の参加メンバーは社交性に富んでいるだけではなく、酒と仕事に対する強者揃い。持ち寄ったウイスキー・焼酎・日本酒などを何本開けたことか…それでいて、二日酔いしている人は皆無で、視察時には真剣な表情で積極的に質問している様子が印象的でした。

また、少ない時間を有効に使い、地下鉄で出かけて観光したり、北欧の緑の多い景色の

中をジョギングしたり…。

多くの方がサラリーマン人生の中で、海外視察を経験することは稀だと思います。欧州の最新の新聞事情に少しでも触れられたこと、また、景色や食事を楽しんだこと、そして、個性豊かな「ミートボール会」のメンバーの皆さんと出会えたことを一生の宝物だと思っています。

皆さんとは今後の仕事でも関わることがあるかと思いますが、その折にもよろしく願っています。

大充実の10日間 !!

東洋インキ(株)
インキ営業本部新聞インキ営業部
第一課主任

長島 宏至

上司よりツアーに参加するように言われた時は、突然のことで驚き、不安が先行しました。しかしながら、新婚旅行以来の海外であり、せっかくだから楽しもうと気持ちを切り替え、結果的には、10日間、朝から晩まで非常に充実した視察となりました。

私は今回、2つの目的をもって視察に臨みました。1つは、欧州の新聞社が紙での新聞発行をどう見据えているのか。スウェーデンでは新聞社Dagens Nyheterが、紙の新聞購読者が減りゆくなか、かなり辛辣かつ冷静な言葉で紙のマーケットを捉えていたこと。それゆえに、デジタル化による購読者の囲い込みを最優先にしていること。競合はあくまでgoogleやSNSであること。私は国内で印刷資材の販売に従事していますため、普段は見えにくいリアルを実感し、身が引き締まる思いでした。

また、ドイツ訪問時のWAN-IFRAセミナーでは、「紙の広告の売上高が毎年下降が続ける(日本も同じ!)」なか2015年から2016年は増えた」というドイツ国内のデータを目にしました。気になって理由を聞くと、メルセデ



ス等大手の広告主を中心に、ネットでは期待する広告効果が得られにくく、結果、信頼性の高いメディア(=新聞)への広告出稿に回帰している動きがある、とのこと。どこの視察でも厳しい話が續くなか、こういった明るい話も自分の業務のフィールドに落とし込んでいきたいと思いました。

＊

もう1つの目的は、皆さんと一緒にたくさんビールを飲み、食事をして思い出をつくること。ドイツで、某氏に見つけて頂いたお店で飲んだ大きなジョッキに入ったビールの美味しさは忘れません。伝統料理のアイスパイ(豚のすね肉の煮込み)もビールに合い最高でした。ああ銀座ラ〇オンでこうはいかないなあ、と。また、夜のストックホルム旧市街で、私を含む数名がトイレに行きたくなるも見つからず、とりあえず入ったバーでも店主に「ここを出て左に行けばすぐだ」と教えられましたが、結局どこにもありません。冷や汗をダラダラかきながら30分以上小走りで旧市街をさまよったあげく、結局バーのすぐ隣にあって(スウェーデン語のため読めずでした)、どっと疲れたのもいい思い出です。その後、私はトイレがあれば必ず行きました。

＊

この視察を通じて、多くの方々と連絡先を交換させて頂き、帰国後も色々な情報交換や趣味の話にと花が咲いています。これが何よ

り良かったことと感じています。最後になりますが、事務局の皆様、団長はじめツアーメンバーの皆様には大変お世話になりました。この場を借りて御礼申し上げます。どうもありがとうございました。

Media Transformation の潮流を感じて

富士通株 メディア営業統括部
第一営業部

古川 淳一

不安。上司よりCONPT-TOUR参加の話を受けた時の率直な心境でした。下流工程のシロウトであり、英会話力も乏しい私が参加して大丈夫だろうか？と。しかしながら、欧州企業のデジタル化がどれだけ進んでいるのか？をこの目で見たいとの思いが勝り、参加させて頂くことにしました。参加前の期待感と、参加後の満足感により、往復のフライトでは、ほとんど眠れないほどの高揚感に包まれており、とても充実した10日間でした。

＊

欧州の新聞社視察では、各社がデジタルフ



ーストへ組織を挙げて注力していることを強く感じることができました。特に、顧客とのエンゲージメントを深めるべく、①徹底的にデータ分析を行い、有料会員の解約防止に向けたデジタルマーケティング強化、②デジタルを中心とした組織改革の推進、③TVを利用した新たなデジタルチャネル開拓による

ブランド力向上、といった様々な施策により、メディア企業の改革(Media Transformation)が、急速に進んでいるのを肌で感じる事ができたことは大きな収穫でした。また、その改革の象徴とも言えるニュースルームの中心に設置されたりアルタイムダッシュボードは、強くその改革を物語っておりました。また、そのダッシュボードとマッチした、とても静かで、かつスタイリッシュでモダンなオフィスは、企業の先進性を感じさせるものでした。(写真)

WPE&DCXでのオープニングセッションにおいては、ニューヨーク・タイムズのM・ゴールデン副会長、アクセル・シュプリング어의M・デップナーCEOの両氏も、顧客エンゲージメントの重要性を強く訴えており、まだまだ模索中の印象はありましたが、世界の潮流は、Media Transformationに大きく舵を切っているとさらに感じ、大変勉強になりました。また、(なんと！！)著書「デジタル・ジャーナリズムは稼げるか」で有名なJ・ジャービス氏が登壇しており、その講演を聞いたことは、1ファンの私にとって、大変貴重な経験となりました。

＊

ツアー中盤、中世の街並みを残す旧市街ガムラスタン(ストックホルム)の観光は、映画「魔女の宅急便」の舞台を髣髴(ほうふつ)させ、視察の疲れを癒す最高のご褒美となりました。



この10日間はあっという間でしたが、自分

の知識と視野、そして何といっても日頃中々関われない方々との人脈を広げる、大変有意義な時間でした。

最後にご同行させて頂きました皆様と、貴重な経験と楽しい思い出を共有させて頂きましたことに大変感謝いたします。そして、今後とも宜しくお願い致します。

フェイクニュース

方正(株) 新聞事業部営業部部長

佐々木 修一

事件はエクスプレッセン(Expressen)視察時に起こった。エクスプレッセンは1944年創刊で、毎朝配達される朝刊紙と異なり、スーパーやキオスクなどで売られているタブロイドの夕刊紙である。女性のCultural editorであるKarinさんから説明を受けた。数年前から新聞社でもwebTVやコンテンツの分析などに力を入れていることを(データドリブンの会社と自負していた)アピールされ、個人的には視察した新聞社の中で一番勢いがあると感じられた。(詳細は報告会で私の担当であるためそこで説明予定)



Karin Olssonさん
(Cultural editor)

*

事件はここから始まる。視察が終わり、エレベータで1Fに降りようとしたが、大人数のためエレベータをあきらめ、階段で移動することになった。いち早く私が先頭にたち、上層階から降りる途中にドアがあり、なにげなしにレバーを下げ次に進もうとしたところ、どうもロックがかかっていたものを壊してしまったようである。その時、「え？ やっ

ちまったか」と思いつつ、誘導していただいた女性の方から問題ないといわれ安心していましたが、階段を降りている途中でピーという警報音が聞こえてきた。1Fに降りると受付の後ろで女性の方が何やら警報音を消すような作業をしていた。同行した皆さんから「やってしまったね」の声が聞こえてきた。

新聞社前で記念写真を撮り、早々にバスに乗り込むと今度は後方から消防車のサイレンが聞こえ、なんと2台もきてしまった。さっさとその場から去りたい気持ちと冷や汗がでてきた。バスの中でも一時この話題になってしまった。内田コーディネーターから連絡しておくとのことであったが、帰国前に先方から連絡があり、あの事件は違うことであることが伝えられた。最近SNSを通じて虚偽の情報=フェイクニュースが数多く発信、拡散されているが今回視察した新聞社の方々もこの話題にふれられており、各社とも「いかに真実を正確に届けるか重要なモットーである」とのコメントがあった。まさに今回の事件はツアーにおけるフェイクニュースであった。結びに同行したツアーの皆さまにはご迷惑をおかけしましたが、貴重な体験にお付き合いいただき、ありがとうございました。

有意義に、楽しく、無事に！

富士フイルムグローバルグラフィックシステムズ(株) 専務執行役員

松浦 国治郎

今回が2回目のCONPT-TOUR参加になり、6年前にも一度参加させて頂いている。

初めて参加したツアーでも貴重な体験と、素敵な仲間との交流をさせて頂いた。そして、当時の参加者で一番の年配者として、団長を仰せつかった。そして今回、またしても最年長ということで、2回目の団長も仰せつかることになった。

*

有意義に、楽しく、そして無事に帰国する。
成田での結団式で3つの目標を申し上げた。
まずは第一に今回の視察が有意義となること。そして、せっかくヨーロッパに出張する以上、文化に触れ、観光と食事を楽しむ。そして、一緒に行く仲間との絆を深めて、無事に帰国しましょうと。

今回のツアーは、新聞社12名、CONPT加盟社12名、新聞協会とCONPT事務局3名で、総勢27名、8泊10日でストックホルムとベルリンを廻る旅で、ストックホルムでは新聞社編集部門3社、印刷部門1社を見学し、ベルリンでは編集部門2社、印刷部門1社を見学した。そして、IFRA-WPE展とDCX展の見学と、従来のCONPT-TOURと変わらぬというより、いつも以上に充実した中身の濃いツアーだ。



ワーフェルさんと乾杯

視察内容については、技術に詳しい他のメンバーから紹介頂くとして、IFRA展の会場で行われた、Deputy CEOのワーフェル氏のセミナーで、いくつか興味深い数字があったので、紹介させて頂く。

- 1 世界の新聞市場規模は18.5兆円/年。映画が10兆円、音楽が5兆円。
- 2 アメリカ、日本、ドイツ、中国、イギリス、インド、ブラジル この7か国で半分の売上と80%の発行部数。(他の地域は20%の発行部数で50%の売上ということになる。4倍ぐらいの単価で販売しているのだろうか)
- 3 世界の電子新聞の売上 2012年から

2016年の5年 1000億→1800億→2500億
→3300億→4200億円

- 4 世界の新聞紙発行部数 2012年から
2016年の5年 6.1億部→6.4億部→6.9億部→7.2億部→7.6億部 平均5%UP
まだまだ新聞業界、成長している！

＊

ストックホルムでは日本でいうバイキング料理を食べた。本場スウェーデンではスモークガスボードと言うそうだ。サラダ、冷たい魚料理、冷たい肉料理、暖かい魚料理、暖かい肉料理がテーブルに並ぶ。各人が取りに行き、パンに乗せオープンサンドに自分で盛り付ける。さすが本場の軽くいぶしたサーモンはとても美味しく、印象に残った一品となった。

また、10月6日、ストックホルムのAftonbladet社に視察に伺うと、冒頭“Congratulations on winning the Nobel Prize for literature!”とお祝いの言葉。まさに、カズオ・イシグロ氏がノーベル文学賞を受賞した翌日だったので、我々もちょっぴり誇らしい気分になった。

ベルリンでは、壁の痕跡が街のど真ん中にいくつも残されていたのが印象的だった。1961年から1989年まで、ほんの28年前まで分断されていて、たくさんの東ドイツ人が壁を越えようとして亡くなったことを改めて思い出す。

＊

そして、有意義に、楽しく、無事に成田に戻ることが出来ました。紳士的で素敵なメンバーのおかげで、最近のCONPTツアーでは珍しく(?)、事件、事故のない、穏やかで楽しい、和気あいのツアーでした。JTBの加藤さんと松下さん、CONPT事務局の大石さんと内田さん、研修会の準備でご苦労かけた黒澤さん、川村さん、井出さん、佐々木さん、そして、ご一緒させて頂いたミートボール会の皆様、本当にありがとうございました。

ストックホルムからベルリンへ——。欧州の街で撮られた写真を数多くお寄せいただきました。その一部を紹介します。

旅の一コマ——街と人



*全員集合



*ベルリン晴天

(佐々木 健一氏)



(向江 一人氏)



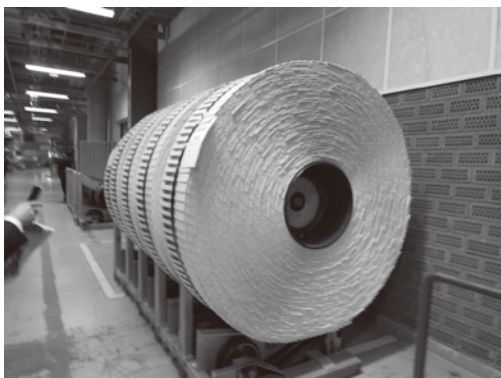
(大野 幸男氏)

*さよならパーティー



* 出番を待つ

(津田 広人氏)



CONPT-TOUR2017から



* ストックホルムの日暮

(小溝 圭一氏)



* 現地研修会

* ノーベル賞

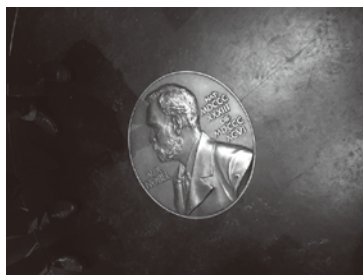


(佐々木 修一氏)



* ハロウィン

(井出 崇士氏)



(小西 大樹氏)

* ミートボール会の発端



(津田 広人氏)

新局長に就任して

改革も料理も驕らず高ぶらず

中日新聞東京本社 技術局長

横山 和幸



先日 の総選挙は自民党の大勝利に終わった。原因は野党の分裂が与党への漁夫の利として働いたと各新聞社が報じている。そんな中、大勝利を勝ち取った与党の人気議員がテレビのインタビューに応え、こんな発言をしていた。『消費税を上げる際の軽減税に問題がある。軽減税率は生活者に必須の食品が対象だ。新聞は生活する上でなくてはならない物なのか?』、さらにこうも付け加えている。『新聞を読む人はむしろ減っているではないか』。画面に向けた口は大きく開き何も言い返せない自分がいた。その刹那に『私に驕りがあったのかもしれません』。敗戦の将が語った反省のコメントが頭をかすめた。

新聞が生活する上で必需品であることを今まで疑ったことの無かった私には人気議員のコメントはショックというよりはむしろ新鮮に聞こえた。例外なく発行部数が右肩下がりの新聞を指して誰が生活必需品と呼んでくれるだろうか。驕りはむしろ、未だ現実を直視していない新聞業界にあるのではないか。そんな妄想を誘発する出来事だった。

翻って我が身である。昨年4月、入社以来二度目の名古屋勤務。初の単身赴任というおまけ付だったが、皆がうらやむ(?) 1年4か月という短さで東京に舞い戻ってきた。単身生活中で得た唯一の自慢は料理だ。自炊するうちに包丁の研ぎ方や魚のおろし方など、自分でも信じられないほど器用にこなせるようになった。もう少し長ければ定年後の就職先

も自ずと決まっていたかもしれない。おっと脱線が過ぎてしまった。

*

1年4か月ぶりに戻った職場は何も変わっていなかった。「変わらない」という言葉には二つの意味があると思う。何事も無く平穏無事に日々を過ごせる幸福感もそうだし、現状にあぐらをかき自己研さんを怠り、己の精進に無関心な状況も「変わらない」と言えるのでは。我が職場がどちらに近いかはさて置き、私に与えられた仕事は職場に「変化」をもたらすことだと考えている。これまでの慣習や常識に捉われず、今の状況に即しているのかの観点で改めて判断する勇気が必要になる。当然痛みも伴う。

手始めは仕事改革だ。変化は日々の作業の中にあるはずだ。『無駄な作業などあり得ない』、『これ以上の改善は困難』等の声が聞こえてきそうだが。そのために仕事の棚卸しを提案したい。日々何の疑いも無く行っている作業をひとつひとつ洗い出すことで新しい発想が生まれるかもしれない。機器配置の見直しや作業時間の短縮にも繋がる。自分たちの都合で他部署に迷惑をかけていないか。今では不要になった作業を律義に行っているなんてことも。さらには他部署との連携強化に発展して新しい仕事生まれることだってあり得る。

逆に改革を邪魔するものは何か? 仕事に誇りを持つあまり何でもない事に固守すること。人の意見に耳を貸さないこと。知識や経験を誇示することだそう。どこかで聞いた言葉だが、あえて言い換えるなら、『改革にとって驕り高ぶりが一番の大敵』。先の総選挙が導き出した結果が証明している。

東京に戻った後、私は台所に立つことは無くなった。料理の未熟さを家内にこっぴどく叱られたからだ。驕りは自分自身にもあったと反省している。

台風と共に金沢へ

中日新聞北陸本社 技術局局长

水野 旬

CONPTへの投稿は、これが3回目。最初は楽事万歳でゴルフを始めた話、次はCONPTツアーの機中で飲みすぎた話。過去の2回はどちらかと言うと、くだけ気味の内容でしたが、今回は「新局長に就任して」ということで、柄にもなく少々緊張しながら執筆しています。



*

北陸本社に異動して3か月が経過しました。この間を一言でいうと「台風と共に金沢へ」。辞令をもらってからというもの、ことある度に台風の影響を受けました。8月初旬の引越は台風5号の影響で、石川県は39度の猛烈な暑さ。金沢の社宅で引越し荷物の整理をしていると、吹き出す汗と体の震えが、まさに熱中症寸前。翌日の着任初日は大雨。出社時、傘は役に立たずにびしょ濡れでした。

9月中旬に能登方面へ出かけた際は台風18号。白波が打ち寄せる千里浜なぎさドライブウェイを走り抜け、早々に到着した旅館で台風通過待ち。10月の衆議院選挙投票日は、台風21号でした。特別体制の朝刊作業を終えて、暴風雨の中を恐る恐る歩いて帰宅。幸いなことに、新聞製作と輸送の乱れはなく、ほっと一安心。その週末は台風22号で雨中のゴルフ。これほど続けて台風に遭遇したのは、過去に記憶がありません。そして今、金沢は急に冷え始め銀杏並木は紅葉から落葉へ。もう冬の足音です。まもなくやってくる雪起しの雷とともに、雪害が心配になります。

昭和58年に入社して4年間は現場で印刷と整備に携わり、その後は名古屋本社技術部下流を担当しました。自分で図面を書いた工

場がいくつかあり、訪問すると建設時そして稼働当初の苦しかった思い出がよみがえります。平成18年に東京本社へ、そして東京新聞埼玉オフセットへ出向して約8年を過ごし、平成26年春に名古屋本社へ戻って技術局次長、そして今夏、北陸本社技術局長に。下流一筋だったこともあり、新しいシステム系の用語に戸惑うことが多く、制作部員にこっそり教えてもらう日々が続いています

北陸本社は今年7月から、北國新聞社に一部銘柄を委託し、輪転機1セットの体制になりました。バックアップ体制はできているものの、最も近い自社工場まで200キロ以上離れていますので、トラブルが起きないように心配ばかりしています。

*

技術部に配属された当時は、モアカラー、モアページで拡大路線の追い風の中を走っていました。あれから30年。局長の重責を担った今は全く正反対。大雨と強風が吹きつけます。まさに「台風と共に金沢へ」これを実感しています。とにかく経費節約、必要な設備投資額は少しでも小さく、システム構築は一層の効率化を求められます。人員計画も厳しい状況が続きます。

とは言うものの、日々の業務は待たなし。制作、印刷は一日も滞ることができません。これを支える局員のモチベーションを保つのも、局長の仕事だと思います。強面で近づきにくい印象の私ですが、現場で声をかけたり、たまには酒席に出たり、できるだけ皆の声を聞くように心がけています。

今日も金沢駅前はたくさんの観光客で賑わっています。そろそろ蟹のシーズン。冬の訪れとともに、街中はより活気づくと思います。この地で北陸中日新聞がなくてはならない存在であり続けられるよう、明るい雰囲気作りを念頭に、皆でワイワイ話し合える職場を目指したいと思います。

第5回技術対話

九州2度目の技術対話

1年間の活動概要を紹介

九州ブロックで2度目となるCONPT技術対話会が9月14日に開かれた。朝日新聞社福岡本部で行われた全九州新聞社制作・印刷担当局長会の場で、予定された議事を終えた後にスタート。CONPTからは上坂会長はじめ7名が参加した。

新聞社の求める新しい技術、夢のような技術を探ることを目的とした技術対話会は、昨年9月に全九州の新聞13社が参加する同会議で初めて実現して以来、今回が5回目となった。

会議の冒頭、上坂義明CONPT会長が、九州を出発点に北海道、東北、中部と対話を重ねてきたことを報告。林克美技術対話部会長

は、これまでの対話の概要とそこで出されたキーワードを紹介し、「技術対話会は新聞社が持つ技術に関する要求を確認する場で、新たな技術、製品の提供はCONPT会員社が個別に行う」と語った。

その後の意見交換では、まず次回JANPSについて、「出張させたいと思わせるような展示会に」との要望が出された。続いて販売店のもつ課題、将来の人手不足と工場無人化、印刷受託・委託関係の進展、AIによる記事のビジュアル化などについて意見が交わされた。



全九州新聞社制作・印刷担当局長会参加メンバー各社の皆様には、昨年から2度にわたり、対話の場を提供していただくとともに、貴重なご意見を伺うことができました。厚く御礼申し上げます。(事務局)

新聞大会に参加

第70回新聞大会が10月17日、広島市内で開かれ、「新聞に課せられた責務を胸に刻み、ジャーナリズムの公共的な使命を果たす」との大会決議を採択した。CONPT関係者は上坂義明会長はじめ3名が参加した。

開会挨拶で中国新聞社の岡谷義則社長は部数減、配達の労務難、フェイクニュースなど新聞界の抱える難問を挙げて、「新聞は危機に直面するたびに力を発揮してきた」と語り、白石興二郎新聞協会会長は「これまでも増して報道の力を発揮し、読者からさらに厚い信頼を得ていかなければならない」と述べた。

新聞協会賞は技術部門で、輪転機のゴムローラー再生装置を開発した朝日新聞東京本社寺出岳夫氏が受賞。編集部門では、西日本新聞社の金子渡、NHKの吉田好克、毎日新聞東京本社の梅村直承(現北海道支社)、北日本新聞社の片桐秀夫の4氏が受賞した。

研究座談会は白石会長をコーディネーター



に、岡田直敏日本経済新聞社社長、広瀬兼三北海道新聞社社長、岡谷中国新聞社社長、柴田建哉西日本新聞社社長の4氏がパネラーとなって「新聞界の直面する諸課題——フェイクと闘う新聞」をテーマに語り合った(写真)。

(事務局)

会員消息

■社名変更

*三菱重工印刷紙工機械(株)は、10月1日より「三菱重工機械システム(株)」に社名を変更しました。