

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.42 No.6
2018.12.1
(通巻 252 号)

日本新聞製作技術懇話会
会 報 (隔月刊)
(禁転載)



目次

CONPT-TOUR2018 足跡	3
朝日新聞社 製作本部生産管理部次長	藤本 豪樹 5
(株)朝日プリンテック 東京営業部主任	小山 雄樹 5
共同通信社 経営企画室委員	黒澤 勇 6
(株)高速オフセット 取締役新聞担当新聞印刷部長	川嶋 照顕 8
産経新聞社 制作局局長	中谷 則行 9
写真に見るツアー点描	10
信濃毎日新聞社 製作局長野製作センター印刷部部長	住吉 弘光 12
中日新聞社 東京本社技術局局長	伊藤 公一 12
中日オフセット印刷(株) 取締役制作部長	山田 吉孝 13
東日印刷(株) 代表取締役社長	武田 芳明 14
(株)日経東京製作センター 東雲工場次長兼印刷保全部長	阿部 真治 15
(株)日経首都圏印刷 製作部部長	齊木 浩二 16
(株)日経編集制作センター デジタル情報グループ チーフ	山本 英司 17
日本新聞協会 編集制作部技術・通信担当副主管	根岸えみ子 18
サカタインクス(株) 新聞事業部東京営業部マネージャー	田中 周爾 19
西研グラフィックス(株) 代表取締役 社長	並田 正太 20
第一工業(株) 搬送システム本店技術部主幹	野瀬 雅人 21
東洋インキ(株) インキ営業本部新聞インキ営業部第一課 課長	藤井 公一 22
日本アグファ・ゲバルト(株) 執行役員グラフィックシステム事業部 新聞営業本部本部長	佐藤 克英 23
日本新聞インキ(株) 東京営業部副部長	余 鴻鈞 24
富士通(株) メディア営業統括部第一営業部 マネージャー	李 晟準 25
富士フイルムグローバルグラフィックシステムズ(株) 新聞営業部部長	下平 泰生 26
JANPS会場で帰国報告会	27
第71回 新聞大会	28
CONPT日誌	28

●表紙写真提供：CONPT-TOUR2018 入選作より 東芝デジタルソリューションズ 深谷亜ん理氏「ブルージュの運河」

●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

CONPT-TOUR2018足跡

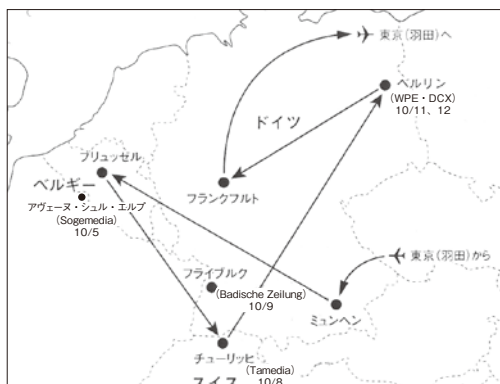
今年のCONPT-TOUR（欧州新聞製作事情視察団）は“紙で頑張る新聞社”の姿を見た。視察団は10月4日に出発、フランス、スイス、ドイツの新聞社を訪問した後、IFRA World Publishing Expo/DCX Digital Content Expoを視察して同13日に帰国した。一行は新聞社・関連印刷会社、日本新聞協会から15名、会員社から12名、事務局・添乗員を加え総勢30名。団長は新井利行氏（東京機械製作所）、副団長は下平泰生氏（フジフィルムグローバルグラフィックシステムズ）が務めた。

＊

昨年のツアーでは、最初に訪問したスウェーデンの新聞社で、いきなり「紙の需要は残るだろうがコストを考えると、やがて決断の 때가…」といった悲観的な見通しや「紙の新聞は5年でなくなる」との予測を聞いた。ところが今回は違った。

ベルギー・ブリュッセルからバスで南へ2時間ほど。国境を越えたフランス北部の町アヴェヌヌ・シュル・エルブに印刷拠点 digitaprint（デジタルプリント）社を置く Sogemedia（ソゲメディア）は、デジタル印刷機を使って地方紙（週刊）など21紙を発行している。その戦略は徹底した地域志向と、記事・広告とも一人ひとりの読者を意識した小ロット印刷だ。

この地方で発行するL'Observateur紙の1面は地域別に4つの版があり、紙面はスポーツや趣味の面の組み合わせによる4パターンの中から選択し、変更はいつでも可能だ。コンテンツに信頼性もあり、読者は1年で10%増加したという。



CONPT-TOUR2018の行程

Sogemediaの取り組みを自らプレゼンテーションしてくれたジャン・ピエール・ド・ケハウル社長は「Make newspapers relevant again!」と結んだ。新聞はまだまだやれる。

スイスではチューリッヒに拠点を置く同国最大規模のメディア企業Tamedia（タメディア）を訪問。旗艦紙Tages-Anzeiger（ターゲス・アンツァイガー）、フリーペーパー20 Minuten（ツバンツィッヒ・ミヌーテン）の編集室や印刷工場を見学した。

Tages-Anzeigerの発行部数は約13万部（2018年）、読者数は40万人という。編集室には記事のアクセス表示装置があり、デスクトップで見られているか、モバイルで見られているのかも分かるようになっている。

20分で読める新聞という20 Minutenはドイツ語、フランス語、イタリア語で発行され、この3紙の発行部数は70万部、読者数は200万人を超えるという。

Tamediaでは新聞12紙を発行していて、売り上げの内訳は紙が75%、Webが25%だが、利益のほぼ100%は紙で、デジタルはゼロに

本号はCONPT-TOUR2018の特集号として、ツアーに参加された方々から届けていただいた原稿、写真をもとに構成しました。ご協力いただいた皆様に御礼申し上げます。（CONPT編集人）

近く、唯一20 Minutenの広告収入が寄与しているとの話があった。

スイスには日本でいう全国紙にあたるものではなく、各都市でブロック紙が読まれている。チューリッヒではTages-Anzeigerに有力な日刊紙のライバルがあり、20 Minutenも同様に競合するフリーペーパーがある。しかし、その印刷はTamediaグループのチューリッヒ印刷センターに集約されている格好だ。同センターではグループ内外の新聞を週1000万部印刷しているという。

ドイツの地方新聞Badische Zeitung（バーディシェ ツァイトゥンク）はバーデン地方、フランスとの国境に近い都市フライブルクを拠点とする。チューリッヒからバスで北西に2時間ほどだ。

創業者の8代目M・ポッペン氏が迎えてくれた。新聞社と印刷会社は別の会社になっているが、グループの従業員は1500人、エディトリアル400人、印刷部門は160人とのこと。

同紙の発行部数は宅配13万部、即売5000～8000部で、デジタル読者は20万人いる。紙の新聞は伝統的なつくり方で大きな変化はなく、21のローカル版がある。デジタルでは地域ニュースを重視していると強調していた。

印刷工場は水なしオフセット印刷を採用、KBAの輪転機Cortinaを導入している。日本の新聞印刷では見られない設備のため、印刷関係の視察メンバーは熱心に観察して、写真を撮りメモをしていた。

視察団の帰国後、ポッペン氏からメールが届いた。CONPT-TOURの訪問を読者に紹介したとのことで、その紙面を送っていただいた。「Badische Zeitung Wir uber uns」で検索したら、会社の近況を知らせる欄(10月10日付)で見ることができた。

＊

WPE・DCX展は10日～11日に視察。10日は午前中に恒例のWAN-IFRAによる新聞最新事情のセミナーを受講した。



CONPT-TOURの来訪を紹介する Badische Zeitungの紙面

データ分析に基づく世界新聞事情をテーマにしたD・ローパー氏によれば、新聞事業の総収入(2017年)は1.8%減の約1500億ドルで、紙の販売、広告ともダウンする一方、デジタルは伸びている。それでも紙の収入は約1340億ドル、デジタルは約160億ドルと紙の比率が圧倒的に大きい。2013年に販売収入が広告収入を上回ったが、その開きは年々拡大しており、購読者に焦点をあてた戦略の必要性などを示した。

M・ワーフェル氏は欧州における新聞用紙が42.5～40g/m²の軽量化へ向かう動きについて語った。

セミナーの後、WOODWING、ppi、フジフィルム、アグファ、マンローランド・ゴス、ミューラー・マルティニ、KBA、TOYO PRINTING INKS INK、フェラーグの9社のブースを巡回し、新技術・新製品のセールスポイントや会社の戦略などを聞いた。

同展の来場者は4985人、出展193社だった。来年も同じメッセ・ベルリンを会場に10月8日～10日の3日間開催される。(事務局)

Newspaper が似合う街並み

朝日新聞社 製作本部生産管理部次長

藤本 豪樹

工場から今の部署に異動して一息ついたころ、本部長からCONPT-TOUR参加の打診を受けました。毎年ツアー参加者からの報告書を拝見させて頂いていますが、昨年の報告では「5年で紙の新聞はなくなる！」など、非常にショッキングな話を聞いていたこともあり、長年下流系で働いてきた私としては「何を見てくればいいんだろう」と考える反面、久々の海外ということで「ラッキー」という思いもありました。しかしそのあとに続いた「ツアー中に現地研修会があり下流系の担当よろしく。資料まとめなんかで夜はゆっくり出来ないかもね。あと帰国後のセミナーもあるから」との言葉に、ニヤニヤ気分も一気に吹っ飛び、出発までプレッシャーと不安に苛まれる日々。「研修会の資料取りまとめなんて自分にできるんだろうか」「あまりにショボくて参加する皆さんに迷惑かけたらどうしよう」「そもそも全く英語話せないし…」などなど。しかし実際にツアーが始まってからは、行く前の不安が嘘のように、見るものすべてが新鮮で楽しく充実した日々の連続で10日間があったという間でした(帰国後には一気に現実に引き戻されましたが…)

*

今回訪問した国はベルギー、フランス、スイス、ドイツでしたが、どの街でも歴史を感じさせる石造りの重厚な建物と市電が走る美しい街並みを堪能することが出来ました。やや肌寒くなっているのにもかかわらずオープンカフェが多かったのも印象的です。そこはコーヒーを片手に新聞(カフェの中に数種類の新聞が置いてあり自由に選ぶことができる)を読みながらタバコを燻らせるオシャレな空間。ヨーロッパでは室内はほぼ全面禁煙なのに外に出ると吸いたい放題。私はタバコ



街中のオープンカフェ

を嗜みませんが、古い街並みとよくマッチしてとても格好良く見えました。

またスイスは多言語国家ということもあるのでしょうか、売っている新聞の種類が半端なく多いのにも驚かされました。価格も日本円で1部250円～500円弱とバリエーション豊か(残念ながら中身のバリエーションについては分かりませんでした…。)。ちなみに今回訪問したTamedia社の旗艦紙「Tages-Anzeiger」は1部4.2スイスフラン(=470円くらい)でした。通りしなに新聞を手にとって購入していく方も結構見かけ、何となくうれしい気持ちになりました。

*

最後にツアーを率いてくれた団長、副団長、事務局の皆様、また参加された新聞社、メーカーの皆様、夜の勉強会も含めた濃密な10日間どうもありがとうございました。皆様との語らいが私の中で大きな財産となりました。今後も「ムール会」での再会を楽しみにしています。

あつという間の10日間

(株)朝日プリンテック 東京営業部主任

小山 雄樹

お盆の閑散期を利用して、社外研修を受講

していた私に1通の社内メールが届きました。「おめでとう。今年のCONPTツアー参加者に選出されました」。海外渡航経験ゼロの私にとっては刺激の強すぎる知らせでした。

あっという間に出発日を迎え、約12時間の長時間フライト。疲れ果てながらミュンヘンで飛行機を乗り継ぎブリュッセルに到着。

翌日から現地の新聞社を訪問し欧州新聞製作事情の視察がスタートしました。やはり国が違うと考え方も違うもので、「発行部数は？」という質問に対し「巻取りを使い切れば終わりだ。頁建てによって刷れる部数は違う」という答えや、「印刷部数は70万部だが、1部を2.9回読まれているから読者数は200万人だ」などと「??」な返答もありました。欧州では当たり前の光景のようですが、ドラムに巻いた印刷物の保管方法にも驚かされました。

現在の肩書は営業部の私ですが、今年の4月まで輪転現場にいたので、KBA製の輪転機は興味深いものでした。

海外旅行にトラブルは付き物で、ドイツへの移動時、離陸直前に機体トラブルのため乗り換えを余儀なくされ、18時ドイツ入りの予定が大幅な遅れ。夕ご飯にとJTBさんが手配を掛けてくれていたのはステーキ屋さん。22時過ぎの250グラムリブステーキの味は忘れられません。



22時過ぎのステーキ

＊

楽しい事ばかりのツアーでしたが、全てみなさまのおかげだと思っております。

飛行機で隣に座り、楽しくお話しをしてく

れた方。ホテルでの朝食やレストランでの食事の際に、同じテーブルで楽しく食事を一緒にしてくれた方。チューリッヒで狭い階段を息を切らせながら一緒に上ってくれた方。夜のベルリンの街を一緒に散歩してくれた方。

皆様との関わりが一番良い思い出です。ありがとうございました。

波瀾万丈、しかし終わりよければすべて良し

共同通信社 経営企画室委員

黒澤 勇

今回のツアーは8泊10日と久しぶりに長い期間だ。出発空港も羽田空港と便利な空港を利用することができた。まずはドイツ・ミュンヘンに降り立ち、乗り換えてベルギー・ブリュッセルに到着したのは夜遅くだった。ここでこのツアー最初の事件が起こる。宿泊先のホテルはあまり治安が良くない場所にあるところで、チェックイン待ちをしている間に手荷物を置き引きにあったメンバーがいた。波乱のスタートだった。宿泊したホテルではセキュリティボックスもなく、毎日貴重品は持ち歩かないといけない視察になった。慣れない海外でツアーメンバーに負担がかかったのではないかと思う。しかし、翌日から視察が開始されると最終日まで天候に恵まれ、最後は気持ちいいくらいの気持ちになったのは私だけではないと思う。

＊

今回の視察先はローカル紙を重点に巡り、全国紙に無い各社の工夫を見て取れた。最初に訪問したフランスの北部にあるSogemediaでは、社長が元NHKフランス支局で働いていたなど日本とつながりがある新聞社で、デジタル印刷機を利用したマーケティング広告の効果を最大限に出す媒体作りをしていた。

ここでの嬉しい事件は、我々の訪問を喜んでいただき、当日の紙面1面に集合写真を入れた新聞制作をしてくれたことだ。その紙面



地元密着の戦略を熱意を込めて
説明するSogemedia幹部

はツアー全員に配布された。デジタル印刷機だからこぞできるオンデマンド対応だったと思う。

次の訪問先は、スイス・チューリッヒにあるTamediaだ。ここの本社ビルは日本人建築家坂茂(ばん しげる)さんが設計したとのことだ。この建築物だけを視察にくる日本人が多いと聞いた。木のぬくもりをふんだんに使った屋内は優しさに包まれた感じがした(注)。

ここでの取り組みで気になったのは「20Minuten」という媒体だった。逆転の発想で、20分で読み切れる媒体。内容はデジタル編集でセレクトされたコンテンツと広告を組み合わせたフリーペーパーだった。

発行部数は70万部だが、1部あたりの回し読み数値は2.9人(スイスでは公的機関でビデオリサーチのように媒体接触率を調査する機

関がある)、よって210万部に近い媒体ということで広告収入も多く、新聞社にとって大きな収益になっていた。街なかで媒体を手にとった人に取材したところ、「インターネットに掲載されているニュースはフェイクニュースが多くあるが、紙に発行されたものは信頼がおけるので確認するために毎回読んでいるよ」という回答だった。これには紙の強みを改めて感じただいだ。

3番目に視察したドイツ地方紙へは長距離バスに揺られて片道2時間の移動だった。

最終視察を終え、またチューリッヒに戻り一路ドイツ・ベルリンに向かうため空港に移動したが、ここでまたまた事件が発生した。空港での搭乗手続きを終え、バスで飛行機まで移動して搭乗。ここで1時間まったく動く気配なし。アナウンスが入ったのは「機材不良で再度チェックインのやり直しをします」だった。機材は最新機材だった。またバスに乗車してチェックインカウンターに戻り、再度チェックイン。またバスに揺られて搭乗する飛行機のところまで移動したら、なんと先程機材不良だった飛行機の隣にあった飛行機だった。これにはツアー全員から笑みがこぼれた。

*

ベルリンに到着する時間は大幅に遅れるため全体夕食会は相当遅くなるだろうと予測された。ベルリンの空港に到着するとまたまた事件が発生。ツアーメンバーのひとりのスーツケースが無い。またもう一名のメンバーのスーツケースに異常が発生。場所を移動するたびに何かある波瀾万丈のツアーだった。結局夕食にありつけたのは午後10時過ぎだった。メニューはステキだ!!ここでもツアーメンバーから笑みがこぼれた。結局、見つからなかったスーツケースはチューリッヒで発見され、翌日には届くことになった。破損したスーツケースは保険申請のための手続き書類を入手でき事なきを得た。ここまでき

(注) Tamedia本社ビル

スイスを代表するメディア企業Tamediaの本社ビルは木造7階建て、ガラス張りのビルで、世界の木造建築をリードするといわれる建築家・坂茂氏の設計です。チューリッヒの都心を流れるシール川のほとりに2013年7月完成しました。

今回訪問した際、「印刷とデジタルを融合して会社のメッセージとして伝えたい」との目的をもった建物との説明がありました。(14ページに写真掲載)

と残りベルリンでの視察も注意を払いながらの工程をこなした。その結果、最終日にツアー全員無事に帰国できたのは良かったと思う。

今回のツアーは、いろいろな事件に遭遇したが、すべてメンバー全員で解決できたところに強い団結力があつたためだろうと思う。帰国してみれば良い思い出だ。

ツアー参加の皆さん、事務局、JTB添乗員の方々本当にありがとうございました。

工夫やキーワードがいっぱい

(株)高速オフセット

取締役新聞担当新聞印刷部長

川嶋 照顕

平成30年10月4日(木)から13日(土)迄、日本新聞製作技術懇話会主催の欧州新聞製作事情を視察するCONPT-TOUR 2018に参加させて頂きました。私自身2度目の海外出張になり、今回はフランス、スイス、ドイツの新聞社・印刷工場及びドイツ・ベルリンで開催されている世界新聞技術展を視察しました。

欧州の新聞発行部数も日本と同様に減少が続いている。今回の新聞社視察で各社の取り組み方や工夫・キーワードをたくさん見ることができた。

＊

フランスのSogemediaでは地域に密着した情報の発信するとともに、広告主にはターゲットを絞った効果的な出稿を可能にしていた。中でも同社CEOの方が印刷方式やジャーナリズム、セールスは変えたが、時代の変化に合わせて更に変えていかなければならないとのコメントが大変印象的であった。

スイスのTamediaでは20分で読めるタブロイド紙を発行し、70万部の印刷に対し、購読者は200万人。スイスでは発行部数ではなく購読者数を重視し、複数の人が回し読みし結果的に4人に1人が読んでいること、また第三



数々の受賞メダルなどの展示コーナー

(Freiburger Druck)

者機関が調査した結果がそのまま収益に繋がることには驚きました。

ドイツのBadische Zeitung社の印刷を行っているFreiburger Druck社では水なしオフセット印刷を導入していた。コンパクト、環境対応、ハイクオリティー等、幾つもの拘りの結果、INCQC (国際カラー品質クラブ)の常連だそう。

当日、水なしオフセット輪転機がカラー印刷で稼働していなかった事が残念でした。

世界新聞技術展では各社ブースには展示物が少なくモニターと椅子・机だけのブースがほとんどで驚きました。

またWAN-IFRA副会長のセミナーでは購読者の減少が緩やかから少し加速的になりつつある、合わせて広告収入が更に加速的に激減しているとの講演が印象に残った。

今回視察した新聞社・印刷工場ではデジタル化に移行しているものの、まだまだ未知数のように感じた。紙媒体も捨てた物じゃない！

＊

最後に新聞社・印刷工場を視察して自身の業務に置換えると、現在使用している輪転機は紙幅変更が容易に出来ないことも課題、部数減に応じて小廻りのきく輪転機が必要と考えます。

またツアー中、一緒に視察された皆様大変お世話になり有難うございました。幾つかの

トラブルはあったものの、全員が無事帰国できた事に、この場をお借りし感謝申し上げます。

長時間フライト / 感激、低反発クッション

産経新聞社 制作局局長

中谷 則行

CONPT-TOUR参加の打診があるも躊躇(ちゅうちょ)した。なぜなら、長時間のフライトで坐骨神経痛が発症したら我慢できるのか考え込むと、すぐには即答できなかった。しかし先輩から「何とかなるよ」との一言で、一生一度のヨーロッパ視察「弾丸ツアー」の旅に参加する運びとなった。

*

期限切れのパスポートを更新する手続きも大事であるが、腰痛対策の低反発クッションを探すことも重要であった。坐骨・尾骶骨・腰痛の軽減となる低反発クッションは自分の体形に合うのと、いかに持ち運びと収納が簡



今回のツアーの同窓会は「ムール会」と名づけられた。その発端がこのムール貝

単に出来る品物であるか、見極めて購入するのに時間を要した。

羽田から飛び立ち5~6時間経っても特に腰・膝の痛みがなく不安が解消されつつ、11時間30分のフライトで到着したときでも、辛く

なるような痛みがなかったのが、クッションの威力に感激した。今回の長時間フライトで得難い体験ができたことで、今まで敬遠してきた長旅への思いが解消され楽しみが増え

した。

*

出発の準備段階では海外経験者(特にヨーロッパ)から、気候・トイレ・洗面・風呂等のあらゆる情報を得て準備万端で臨んだ結果、不自由な思いもなく対応できました。

ヨーロッパ3都市のホテルに滞在して感じたことは、日本のホテルが安かれ高かれ同じような備品が整っているのは、いかに素晴らしいことか思い知らされた。

ベルギー(ブリュッセル)・スイス(チューリッヒ)と進むにつれ、朝~夜の一日中、洋食(フライ・ハム・肉)で始まり洋食で終わりの食事を繰り返すので、脂っこく食欲が進まぬお手上げ状態となり、4日目にして日本食(特に焼き魚・味噌汁)が恋しくなるとは思わなかった。

*

3都市を回って、日本と同じ状況なのが新聞の広告収入の落ち込みが激しく、部数減にも悩まされているもよう。新聞がダウンしているのをデジタルでは補えないなど、各新聞社も同様だった。昨年のツアーでは、「5年後には紙の新聞がなくなるだろう」「これからは、デジタルの時代」との報告があったが、デジタルの広告収益がなかなか加速しないため、紙での再検討が必要で、各社が多種多様な印刷物を手掛けており、まだまだ紙の売りに頼りたい姿勢が見受けられ気迫を感じた。

*

飛行機の計器故障による乗り換え、ホテルでの飲コミュニケーション等、いろいろな出来事があったが、ヨーロッパ有数の美食を誇るベルギー、スイスの水の都ルツェルン、建物の調和が美しいベルリンの歴史ある街並みの散策など、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いたします。

木とガラスで構成された正面玄関に秋の風景が映る



* 全員集合 (Tamedia本社前)

ヨーロッパの秋。ベルギー、フランス、スイス、ドイツと4カ国を巡った新聞事情視察団。歩いた街並み、訪れた新聞社——旅の想い出の一コマを紹介します。

旅の記憶



未来につながる路? (黒澤 勇氏)

ドイツ・ベルリン大聖堂 (野瀬雅人氏)



* 現地研修会 (齊木 浩二氏)





スイス・ルツェンカベル橋 齊木 浩二氏



ギャラリー サンチュベール(佐藤 克英氏)

CONPT – TOUR2018



* IFRAセミナー



ベルリンベア・ニベア(藤井 公一氏)

壁のアート(住吉 弘光氏)



運河の旅(下平 泰生氏)

仕事に役立つヒントの数々

信濃毎日新聞社

製作局長野製作センター印刷部部長

住吉 弘光

8月末にCONPT-TOURの話をいただき、私にとってもいい経験になると思い快諾しました。初めての海外ということもあり、多少の不安はありましたが、まだ時間もあるし、しっかり準備すれば大丈夫と考えていました。

しかし9月中旬に10月1日付人事異動の内示があり、長野への転勤が決まりました。アパート探しから引っ越し、連日の送別会とツアーの準備をする時間がとれないまま長野へ転勤。新しい職場で3日間だけ仕事をして、あっという間に出発日を迎え、不安だらけで羽田を出発しました。

＊

ドイツで飛行機を乗り継ぎ、ベルギーのブリュッセルに到着して、翌日から本格的に視察がスタート。初めて見る設備や機械に見入ってしまい、当初の不安はすっかりなくなっていました。



KBAの水なしオフセット輪転機Cortina

ドイツのFreiburger Druck（フライブルグ印刷社）では日本の新聞社ではお目にかかれないう水なしオフセット輪転機のコンパクトさに驚いた。水を使用しないためか、工場内のガラス面にはインキミストによる汚れもなく、非常に清潔な印象を受けました。

発送フロアも広大で、折り込み作業待ちの新聞がロールに巻き取られた状態で大量にストックされていた。ここでは見学途中で私を含む数名がみなさんとはぐれてしまい、迷子になるという失態もありました。JTBの加藤さん、その節はご迷惑をおかけしました。

今回の視察で世界的なデジタル化の流れは根本的に変わらないけれど、紙媒体も今までと違う視点で見直すことができれば成長の余地はあるし、まだまだデジタルには負けない魅力が出せると思いました。訪問した新聞社でもデジタル化に注力する一方で、個別のニーズに合わせた新聞づくりを積極的に進めていて、読者をうまく掘り起しているという印象を強く受けました。

欧州と日本では新聞事情が違うので、すべてを参考にすることは難しいですが、これからの仕事に役立つヒントを多く貰えたような気がします。

最後に今回のツアーで一緒させていただいた皆様に感謝申し上げます。本当に楽しく充実した10日間でした。今後も仕事やプライベートで「ムール会」の皆様とお付き合いが広がることを期待しています。

ノー！あっちいけ！！

中日新聞社 東京本社技術局局次長

伊藤 公一

今回、CONPT-TOURに参加の機会を与えられ、総勢30名でフランス、スイス、ドイツの3つの会社と、ベルリンのWPE・DCX展を訪れた。

今後の人生で二度と訪れる事がないであろう異国の地への出発準備は、一週間程前から開始した。まず、お土産の選択だ、これを忘れると大変、早速JTBのパンフレットを開き、WEB上でポチ。お土産終了というように、順調に準備は進んだ。

＊

ツアー中痛感したのは、英語が話せないこと。3国では、ドイツ語、フランス語、オランダ語、英語などが使われているが、英語はどこでも通用するようだ。説明も英語で通訳を介するが、通訳の方がいなければ、個別の質問もままならない、英語での説明中に“うんうん”と頷いている方々をちらりと見て、思わず同じように頷いている自分が恥ずかしい。

特に1人ではいる時には困る。深夜、ホテルでお湯を沸かそうとしたら、ブレーカーが落ち真っ暗になった。電話で、フロントに「ブレーカーダウン」と言ったら、「アイドントノー」と言われ焦った。



チューリッヒ駅内の新聞コーナー

ドイツでは、スリ集団と遭遇した。1人で散策していたら、いきなり3、4人に囲まれ、訳のわからない言葉をまくしたてられた。戸惑っていると、バッグがごそごそと動く気配。

海外はスリに気をつけろとは聞いていたが、遭遇するのは初めて。思わず、「ノー、あっちいけ!」と一応二カ国語で一喝して撃退。ホテルに帰って話をしていたら、ツアーの半数以上が同じような時間帯に遭遇していた。スリも集団で出張してくるようだ。

さて、ツアーはというと、メンバーの皆さんにも助けられ非常に充実した時を過ごすことができた。ほぼ全て初対面の方々ですが、その道のプロ集団、現地会社訪問もさることながら、懇親会等での会話では、いろいろ勉強になる話も聞くことができ、この繋がりを持てたことは、大きな財産だと感じた。

＊

現地視察で思った事は、紙からデジタルへの移行を掲げて、WEB、電子版、SNS等には注力しているが、収益的には、まだまだ柱にはなりえていない。むしろ、紙面を超ローカル化(ジェットプリンター)し、内容選択可能紙面として差別化したり、輪転機の稼働時間の効率化を図るなど、紙での収益アップに努めているように見える。ヨーロッパにおいても、新聞社のデジタルを含めた新たなビジネスモデルは、暗中模索状態のようだ。

もっと言葉が通じたら

中日オフセット印刷(株)
取締役制作部長

山田 吉孝

出発直前まで荷物は悩みの種だった。現地は初冬の備えをという情報もあり、いるか、いらぬか判断しつつも、詰め込む荷物は膨れていった。現地では飛行機とバスによる移動。EU域内の高速道を走るバスは、気付かぬうちに国境を通り抜け、街々が国を越えて、グローバルに繋がっていると実感した。

各社を訪問して感じたことは、新聞も、ネットも境なく、読者に密着し、地域に密着し、より読まれる情報発信、求められる新聞作りをしていこうとする姿だ。素材管理、コンテンツ編集、各メディア配信、紙面制作も統合された編集システムで編集者自身の操作により効率的に作業できる。そんな仕組が編集作業を支える様子が伺えた。

どの社もネットでは収益が出ず紙媒体が収

益源と言っていたが、読まれる新聞、アクセスを稼ぐ電子版には、地域密着、複数取分け、個人へのアプローチが鍵とみていた。

＊

Sogemedia社では、デジタル印刷機で、多品種、小ロットな新聞製作に使用していた。研究中として後で見せた一人一部の宛名書き。個人の情報まで取り込みパーソナルな新聞が作れる上流工程、梱包郵送の後加工装置があって、そこに商機が見い出せれば、「まだまだ新聞は輝ける」と言っていた社長の言葉が本当になると感じた。

Tamedia社は、木材とガラスを組み合わせたモダンなデザインが素晴らしい本社で、印刷とデジタルの融合をコンセプトにしていた(写真)。建物だけでも、もっとゆっくり見たかった。



ネットの発表に「新聞発行の省力化、省人化のため

に12の有料日刊紙、2つの日曜紙をドイツ語とフランス語の二つの編集室で編集、制作するように統合」また、WoodWing社のEnterprise Auroraの紹介ページに「Webベースの機能で場所に依存しない作業環境を可能とする。システム移行の最中であり、2020年までにすべての媒体を移行する。旗艦紙『Tages-

Anzeiger』と『Der Bund』が移行を完了」とあった。説明時には3つの編集拠点と言っていたが、さらに効率的な多言語、多媒体編集に向かうためシステムも編集作業も改革に取り組んでいる最中のようなのだ。

Badische Zeitungでは、部数が14万部、21の地域版取分けによる地域密着な紙面作りと水なしオフセット印刷。1000部しかない地域版もあると言っていた。21もの地域取分けの具体的な内容や仕組みまで話が及ばなかった。もっと言葉が通じたら、語学力の不足は反省点だった。

＊

各社見学の都度、持ち帰って見せたい新聞や資料、各地のお土産で荷物は増えるばかり。帰国前夜の荷造りは、捨てるか、持ち帰るか、またも格闘となってしまった。

最後に、メンバー内に荷物のトラブルがあったものの、全員無事に帰国でき、視察旅行を終えられたことに感謝します。参加の皆様、事務局様、JTB様 お世話になりました。

紙媒体の見直しに共鳴

東日印刷(株) 代表取締役社長

武田 芳明

今年のCONPT-TOURに参加したのは、デジタル化が進む欧州の新聞製作事情に直に触れて、経営のヒントを得られれば、と考えてだった。フランス、スイス、ドイツの新聞社3社と系列の印刷工場3カ所の見学は、個人では立ち入ることが難しい場所であり、参考になることが多かったと感じている。

「発想は移動距離に比例する」と、ある本に書いてあったが、時差ボケと腰痛の再発に苦しんだ身としては、ぜひそうあって欲しい。

昨年のツアーでは、スウェーデンの新聞社幹部が「5年後に紙の新聞はなくなる」と断言するなど、参加者は急激なデジタル化と「紙」の退潮を痛感したようだが、今年は様子が違



「Make newspapers relevant again !」と
熱弁をふるうSogemedia社社長

った。

「紙の新聞、特にフリーペーパーは有望。地方版を増やせば、広告も増える」「新聞のデジタルは儲かっていない」と聞かされ、デジタル事業の不振が、紙媒体の見直しにつながっていると、強く感じた。

最初に訪問したSogemediaは小さな新聞社だが、デジタル印刷機(Kodak Prosper 6000C)を採用しての新しい新聞作りへの挑戦は、刺激的だった。若い頃、NHKパリ支局の記者をしていた社長は、予定時間を大幅に超過して、熱のこもったレクチャーをしてくれた。締めくくりの「Make newspapers relevant again !」という言葉(「紙の新聞を再び意義あるものにしよう」と拙訳)には、大いに共鳴した。デジタル機の背後の壁には、仏語のフレーズがいくつか張ってあった。帰国後調べると、ひとつは古代ローマの哲人セネカ!の言葉(「困難だからやろうとしないのではない。やろうとしないから困難なのだ」)。

*

チューリッヒのTamediaは、日本人建築家によるガラスを多用した木造7階建ての潇洒な本社ビルに感心したが、2^キ離れた印刷工場の清潔さにも脱帽した。

「従業員は自分が担当している輪転機をマイマシーンとして大事にしている」との幹部の言葉に、東西を問わない職人魂を感じた。Badische Zeitung (フライブルク)の印刷工

場は、廊下の一角に印刷技術コンタールの表彰状や盾を展示したガラス張りのコーナーが設けられていた。壁には、昔の工場風景の写真パネルが多数飾っており、従業員の工場への愛着と誇りを感じた。



笑顔で視察団を見送ってくれるBadische Zeitungの皆さん

*

余暇を使つての観光地巡りは、ベルリン大聖堂は外観だけ、ペルガモン博物館は40~50分など慌しかったが、思い出作りに写真だけはたくさん撮ることができた。

総勢30人の視察団のメンバーに恵まれ、半世紀ぶりの修学旅行のように楽しい10日間でした。内田さん、大石さん、JTBの加藤さん、本当に有り難うございました。

高品位の紙面を目指す

(株)日経東京製作センター

東雲工場次長兼印刷保全部長

阿部 真治

CONPT-TOUR 2018の申し込み、パスポート切れのため再作成、旅の準備まで10月を前に意外と慌ただしい日々となった。ヨーロッパの天候は地球温暖化の影響もあり、夏から暖かい気候となっていた。

今回の視察では、デジタル印刷機、水なし印刷など日本の新聞社では見られない輪転機で印刷する会社となっている。工場の視察は

非常に楽しみだった。

10月4日の当日、飛行時間は11時間。さすがに長時間のフライトはつらい。

＊

現地では、まず北フランスのSogemedia社の工場デジタプリント社を視察。デジタル印刷機により版材廃止や損紙もなくなり、効率的な印刷を行っていた。地域に特化した紙面で部数減に歯止めをかけるようデジタル印刷を活かした工程を組み、紙の新聞を強めていきたいとしていた。「紙媒体でまだまだやれることがある」と強気のコメントは自分たちにとっても力強い言葉だった。昼食に用意していただいたチーズは絶品だった。

スイスのTamedia本社ビルは日本の建築家がデザインしたもので、ガラスと木を使い、モダンな建物となっていた。印刷工場のチューリッヒセンターは、印刷部数が週に1000万部とケタ違い。巻取りも列車で運ばれてくるという。大量のドラム型インサーターを使って、印刷物を保管、折り込み発送していた。印刷現場は、各セットが担当制で、損紙、品質、トラブル数などで競い合うという、意識の高さも見えた。

ドイツのBadische Zeitung社は、ケーニッヒ&バウワー社の水なしオフセット輪転機を使用している。メンテナンス時にはプレスの真ん中から割れ、作業できる。また、水なし印刷でインキミストが軽減され、機械はきれいに保たれていた。品質面では賞を獲得するなど「高品位な印刷」に取り組んでいた。紙の新聞への取り組みが重要視されていた。

今回の視察では新聞社でもデジタル化を進めてはいるが、売り上げは紙の収益を上回らず、新聞の価値を上げ再度紙に注力する流れも見えた。WAN-IFRAの報告の中でも、巻取りの減斤化、インキ使用量の削減など、日本と同様に資材へのコスト減が報告された。部数減での対応はどれも同じなのかなと感じた。今後も紙面を高品位に保つことが紙の新

聞の維持には重要であることを再認識した。

＊

帰国後のテレビでは、ブリュッセルで行われていた欧州理事会のニュースが放送されていた。幾度となく目の前を通ったグランプラスの映像をみて、現地を思い出した。



ブリュッセル・グランプラスの市庁舎

ツアー全般の準備をしていただいた関係者の皆様、魅力的な新聞社の視察を用意いただきました。研修会、懇親会にとご苦労された皆様には、この場をお借りして感謝したいと思います。全日程で天気に恵まれ、無事に日程を終了でき、よい思い出となりました。

紙面品質は日本の方が…

（株）日経首都圏印刷 横浜工場 製作部部长
齋木 浩二

CONPT-TOUR2018に参加されたみなさまお世話になりました。

欧州の新聞事情とデジタル印刷機の稼働現場を確認出来たことはもちろん、新聞製作に関わる他社のみなさまとお近づきになったことが何よりの収穫であったことは間違いありません。

自身二度目の海外出張。参加にあたり言葉の問題とハードスケジュールの対応など期待と不安を抱えておりましたが、東京機械製作所の新井団長、富士ファイルグローバルグラフィックシステムズの下平副団長お二人の高

い統率力とみなさまの連帯意識が相まってチーム力を高め、終わってみればあっという間の10日間でした。

＊

欧州新聞製作事情の視察先は4か所。

ツアー2日目に視察したSogemedia社の社長、ジャン・ピエール・ド・ケハウル氏の言葉「紙はもう一度輝く！」には感銘を受けました。

インターネットの普及で新聞印刷部数の低迷、広告収入が落ち込む中で、多くの新聞社は「大ロット少品種印刷」に移行して業務の効率化を図る中、「小ロット多品種印刷」という発想で読者を獲得する戦略は、生き残りをかけた経営努力を感じ、新聞印刷に携わっている私には大きな期待と共に心に残りました。

また、視察した印刷工場はいずれも職場環境に恵まれて綺麗であったことが印象的でした。特にBadische Zeitung社の印刷会社、Freiburger Druck社は、2006年に日刊紙では世界初となるKBA社の水なしオフセット輪転機を導入。湿し水を使用していないためインキミスト量が軽減され、輪転機室のフローリング調の床はピカピカに輝いていました。



輪転機室に隣接したオペレーションルームは、機械稼働時に発生する騒音を遮り、オペレーターにとって恵まれた環境は羨ましい限りでした(写真)。

しかしながら日本の新聞の優位性も確認しました。紙面品質です。印刷された紙面のカラー見当精度や折調精度は、日本の新聞の方

が高く、紙面検査装置設備は見当たらず、品質に対する意識の違いを感じました。

＊

最後に、今回ツアーでレポート作成の指名を受けた共同通信社の黒澤様、朝日新聞社の藤本様、日経編集制作センターの山本様、おつかれさまでした。ツアー中のおつかれのところ、部屋飲み会後のほろ酔い気分のところ、レポート作成に尽力されたことに感謝いたします。

そしてツアーに参加したみなさま、貴重な経験と素晴らしい思い出を得ることができました。今後も末永いお付き合いをよろしくお願いいたします。

数々の美に触れた旅

(株)日経編集制作センター
デジタル情報グループ チーフ

山本 英司

欧州の新聞社をめぐるCONPT-TOURにこのたび参加させていただきました。旅行は好きでも、スーツ・ビジネス靴をもって渡航するのは初めてのこと。さらに「現地研修会の講師役を」との身に余る役目まで拝命してしまい、ふだん社内の人間としか会話しない内勤の私がどれだけお役に立てるのか…と、「不安」というほかに形容しようのない悶々とした気分を抱えたまま、当日ルフトハンザ機に乗り込みました。

とにかく快晴と、季節外れともいえる温暖な気候に恵まれた幸運な視察ツアーでした。まるで何かの神通力が働いているようでした。

＊

訪問した3社はどれも地方紙でありながら野心的な取り組みを進めており、新聞発行を取り巻く社会構造がドラスチックに変化してゆくなか、その潮流に乗り損ねまいとする彼らの積極的姿勢に強く学ぶものがありました。

ふだん電子版や電子速報の制作・配信を担

当業務としている私にとっては、多くの社が「デジタルファースト」を掲げて電子版発行のプライオリティをより高めつつあることが何よりも印象的でした。また終盤訪れたDCX展では、上流部門としての展示がすべてクラウドサービス型のシステムでした。もはや独自規格・独自ソフトウェアによる堅牢性の保障といった概念は完全に過去の遺物であること、低コスト・高拡張性という2大利点を武器にクラウドサービスはこれから世界の主流となるだろうということを強く実感させられました。

ところで参加者の皆さんは年齢も肩書もまったく幅広く、ふだんは決してお会いできないような方々が朗らかに接してくださり、私は深い感謝の気持ちで胸一杯です。日ごろ使い慣れない社交性をフル回転させて臨んだ私は時に空回りもしましたが、皆さん本当にありがとうございました。



ベルリンでは「Festival of Lights」が開催され、街中の歴史建造物がプロジェクションマッピングで幻想的に飾り立てられている

襲いくるムール貝や数々のトラブル(この冊子で他の方々が詳述なさっていることでしょう)も、メンバーの結束を高めるという点ではプラスに働いたように思います。

最終日、皆さんがやりきった感と帰国の喜びに満ちた表情を浮かべるなか、私と同僚・高樋の2名は、会社に命じられた追加出張で英国へ飛びました。

まったくの余談になりますが、ロンドンのホテルに夜22時ごろ着いたら「予約がありません」と告げられたり…小雨とも霧ともつかない陰鬱な天候がつづいたり…、CONPTの神通力はやはりCONPT内にしか届かないのだなあと実感しました(私の日ごろの悪行のせいかもしれませんが)。

＊

最後に私的な想い出話を。視察の合間にあった自由時間をフル活用し、各国で美術館めぐってまいりました。ベルギーの王立マグリット美術館、その最奥に架かった名画「光の帝国」。「タンタンの冒険」で知られるエルジェの美術館。チューリヒのフラウミュンスター教会に輝くシャガールのステンドグラス。ベルリン新美術館に収蔵された古代秘宝「ネフェルティティの胸像」。ロンドンの大英博物館では、あのロゼッタストーンも見ることができました。

「会社のお金で、こんなにも壮麗な美の数々に触れられて大ラッキー！」などと不謹慎きわまる喜びを抱いてしまったことをここに深く懺悔して、メとさせていただきます。

協調の精神と 28 人の紳士

日本新聞協会

編集制作部技術・通信担当副主管

根岸 えみ子

今年はJANPS開催年。48メーカーと2新聞社に出展いただきました。その運営上、参考にすべきことや、新聞製作の知識を身につけることこそ、新聞協会技術・通信担当に4月から異動したばかりの職員として参加する目的だろうと自覚していました。

今回の視察では、共同・黒澤さんはじめ参加者が感じたでしょうが、欧州メディア各社がデジタル事業の収益を思うように上げられず、紙の新聞の存在感の大きさを再確認していることが印象に残りました。一方で部数が



(Sogemedia)

右肩上がりすることはありえない話。上流部門ではAIや汎用ソフト、クラウドを駆使し省力化を図ること、下流部門ではメーカー各社や競合紙とも協調して、高品質で低コストの印刷をどう維持できるか、これが日本の新聞事情と共通課題かと、勉強中の身ながらも強く感じ取りました。

＊

「ハイパーローカライゼーション」と「パーソナライゼーション」。Sogemediaのケハウル社長の言葉も心に残りました。WAN-IFRAのローパー氏の分析にもありましたが、米国ではネット広告費がAmazonやGoogle、facebook (FB)に傾注し、メディアへの収入に結びつかないとのこと。しかし、欧州ではFBへの注目度が個人情報問題などから下がり始め、メディアが発する記事へのダイレクトアクセスが増加する傾向があるそうです。今後は、この辺りの動向が気になります。新聞社の確かな情報が読者に届き、「眠っている広告主を呼び覚ます」。ケハウル社長の言葉が言霊となり、紙とデジタル両面の可能性を開くと信じたいと思います。

そして協調の精神は、縁あって参加した全員の団結から生み出されるものと思い知る10日間でもありました。新井団長はWPE会場でブース通訳役まで買ってください、下平副団長はいつも和やかムードを演出してくれました。常に28人の紳士の皆さんから「疲れてない?」「気をつけてね」「バッグ見張りますよ」などさりげなく優しい声かけをいただき、女一人でも不安なく過ごすことができました。さらに嬉しいことにツアー終盤から日経編集制作センターの高樋さち代さんが加わり、夕食会などでご一緒できたのも心強かったです。飛行機の機体交換など小さな事故はありましたが致命的な事件には発展せず、天候もよく、体調を崩す方もいらっしやなかったのも何よりでした。ブリュッセルの昼食会場でテーブルの角におでこをぶつけ、ばんそうこうを貼ったのが恥ずかしかったのは、私だけ!? かと思います。

正副団長はじめ、参加者皆さんとCONPT事務局、JTBさんに心から感謝しています。

この経験 どう活かす

サカティンクス(株)

新聞事業部東京営業部マネージャー

田中 周爾

今回初めてCONPT-TOURに参加することとなり、期待と不安の中、出国しました。期待通りの素晴らしいツアーとなりました。

今回のツアーはベルギー・スイス・ドイツに滞在し、フランス・スイス・ドイツの新聞社及び印刷会社を視察しました。各社とも特徴ある社で日本との違いに、驚くばかりでした。下記に視察先を訪問した感想を記載致します。

Sogemediaは北フランスに位置し、デジタルプリント社を設立しインクジェット印刷機「プロスパー」を導入しております。印刷技術の特徴は割愛致しますが、紙面が特徴的で、

地域細分化及びパーソナライゼーションに特化しており、読者がコンテンツを選べるなど、非常に面白い考え方と感じました。



デジタルプリント社

Tamediaはスイス最大のメディアで本社が日本人建築家の坂 茂氏による設計であった事もあり、親近感をおぼえました。同社の印刷とデジタルの融合を目指す姿勢は、チャレンジ精神にあふれ頼もしく感じました。また、印象に残ったコメントがあり、『記者はネット用に取材をし、その中から紙面へ流用する。』。日本とは違う発想に驚くばかりでした。

Badische Zeitungは南ドイツで発行されている日刊紙ですが、雰囲気は少し日本と似ていると第一印象を持ちました。デジタルの会員を増やすことを課題としており地域版の充実を図っておりました。印刷は同敷地内にある、印刷会社が行っており、印刷機はKBAの水無し輪転機を導入しております。インキメーカーの私としては、非常に興味が湧きました。輪転機もコンパクトでなによりも印刷現場が非常にきれいな事に驚きました。

最後はWAN-IFRA主催のWPEの視察となりました。各ブースともに展示物はほとんど無く、モニターとデスクだけの商談場所の印象が強く残りました。セミナーでは様々な調査機関のデータ紹介があり、興味ある内容でした。意外に感じたのは、紙媒体の将来性を危惧するだけではなく、紙媒体を見直す傾向が強い事に驚きました。昨年参加者の報告とは違い、予想外な傾向でした。

*

10月4日から8泊10日のツアーはとても刺激的で素晴らしいものでした。各視察先も勿論ですが、各地の景色、料理、ビール、ムール貝、毎晩の飲み会…何より今回の参加者の皆様との出会い。全てが、財産となりました。今回のツアーで見たこと、感じたことをどのように伝え、どのように活かすかを改めて考えることが、本当の課題だと痛感しております。

最後に事務局、団長・副団長、参加者の皆様が同ツアーを積極的に盛り上げて頂いたことに感謝申し上げます。このご縁を今後も大切にしていきたいと思っております。『ムール会』での再会を楽しみにしております。

紙への回帰?!

西研グラフィックス(株) 代表取締役 社長
並田 正太

今回のCONPT-TOURについては紙への回帰という命題が大きなキーワードとしてありました。全世界に共通する部数減の中、デジタルに注力しているものの、なかなか利益につながらない。一方でSNSに代表される情報発信の多様化の弊害としてのフェイクニュースの蔓延(まんえん)…紙媒体を発行している新聞社の発信するニュースの信頼性が再評価されているという流れもあります。その中でハイパーローカルやパーソナライゼーションなどの情報発信や広告媒体としての質的向上を図ると同時に、新聞印刷ビジネスとしての効率向上の重要性を改めて感じました。特に大きく印象に残ったのは2点でした。

まずは印刷物の集約です。チューリッヒのTamedia社においてはKBA社のCommander6X2輪転機16T5F16Rという大規模なプレス設備。そして夥しい数のフェラーグ社のドラムインサーターが稼働する発送設備。このような圧倒的なキャパシティによって本紙はもちろん競合紙であっても積極的に委託印刷を受託し、地域の新聞フォーマッ

トの印刷を独占して利益の向上に努めている姿勢がうかがえました。逆にTamedia社が持っているマガジンフォーマットの印刷物は競合社に委託しており、互いに住み分けを聖域なく行うことでWINWINの関係を構築し、少しでも印刷にかかる設備投資やコストを抑える戦略をとることで、基盤となる紙媒体印刷ビジネスの足腰強化に取り組んでいたのが印象的でした。

*

もう一つは資材コストの低減でした。巻取紙やインクなどの新聞印刷に係る資材の効率化の流れは全世界で共通です。特に紙は近年著しくコストが上昇し、発行部数の多い国では収益性を圧迫する大きな要因となっています。しかし今回IFRAのレポートで巻取紙のコスト削減について言及されていたことについては大きな驚きを感じました。現状では削

減コストと調達コストのバランスから40gsmが限界であるとの見解でしたが、このあたりの省資源化が品質を担保した上で打ち破られていくのか否かは製紙メーカー、インクメーカー、そして輪転機メーカーの今後の課題の一つになっていくのだと考えています。

今回従来のCONPT-TOURより一日長い10日間という旅程でしたが、運営の方々のご尽力で非常に内容の濃い視察をさせて頂き大変勉強になりました。またディナーや部屋での宴会(お部屋を提供して頂いた皆様ありがとうございました。)などもこの難しい局面と対峙する中自由闊達な意見が飛び交い多くの気づきを皆様から頂きました。この場を借りてお礼申し上げます。皆様にはこれからも末永くお付き合い頂きご指導賜りたく存じます。今後とも何卒よろしくお願いいたします。



新聞やチラシを巻き取り、ストックするメールルーム

久しぶりの海外

第一工業(株) 搬送システム本店
技術部主幹

野瀬 雅人

今年の5月に名古屋支店から埼玉県蕨市の搬送システム本店に転勤し、ようやく慣れてきた7月の末にCONPT-TOURへ参加するよう伝えられました。

海外へは20年程前の新婚旅行が最後でパス

ポートも期限切れのため、慌てて再申請手続きを行いました。スーツケースも無いため新調したものの、その他何が必要なのかわかりません。インターネットで検索すると100円ショップで一通り調達できると知り、「便利な世の中になったな」と感心しつつ出発の準備を始めました。

あっという間の出発日。現地の気温が12月くらいとの情報でパンパンに詰まったスーツケースと共に、通勤ラッシュの電車で揺られ

羽田空港へ。意気揚々と出国したものの長時間のフライトでお尻が痛く、あまり寝ることが出来ませんでしたが、これが幸いし時差ボケになりませんでした。

*

視察では欧州の新聞制作について多少勉強してきましたが、「メールルーム」と呼ばれる発送場にドラム型インサーターが設置され、前刷りした印刷物や外部から持ち込まれた大量のチラシをドラムに巻き取りストックしていました。その大量のストックに大変驚くと共に、日本との新聞事情の違いを考えてしまいました。

欧州での新聞は夕刊が無く、昼間は別刷り印刷して朝刊に折り込み工場から直接配達しています。人の集まる駅などに無料紙用の街頭スタンドを設置したり、専門分野に特化した銘柄や地域に密着した情報を掲載した多数の銘柄を発行し、購読者の確保や広告主へ安価に掲載可能な仕組みを作るなどして増収を図るなど、今後の存続に向けた取り組みをしています。

*

視察して感じたことは全体的に時間に追われず、ゆったり感が漂っていることです。

新聞社の作業でもそう感じましたが、飛行機で移動した時の出来事が深く印象に残っています。搭乗後に出発時間が過ぎても動く気配がなく、そのうちにCAさんが飲み物とチョコレートを配り始めました。嫌な予感でしたが約1時間後に「機材トラブルのため乗り換えて下さい」とのアナウンス。結局2時間の遅れとなりましたが、周りは誰も慌てないし、イライラしていない。こんな時は笑って受け入れるのが正解なのでしょうか。

日本の時間に対する意識の差が新聞製作にも表れており、欧州との決定的な違いがあるのだと感じました。

文化の違いを身をもって体感しながらも、いろいろと楽しく忘れられない貴重な時間を

過ごさせて頂きました。

事務局の皆様、団長をはじめとするムール会の皆様には大変お世話になりました。

心より感謝申し上げます。

この経験を糧にして

東洋インキ(株) インキ営業本部新聞インキ
営業部第1課 課長

藤井 公一

今回の視察ツアーはベルギー・ブリュッセルからはじまり、フランス北部、スイス・チューリッヒ、ドイツ・ベルリンと4ヶ国を巡る行程であった。が、1件目の視察先であるSogemedia社はベルギーから国境を超えた北フランスの都市にあり、4ヶ国を訪問したことになる。



チューリッヒ中央駅

*

Sogemedia社へはバスで移動。国境を超えるといても料金所を越える様な感覚で国境を通過。ここからはフランスと言われても実感がわかなかったが、国境を越えて直ぐにスマホの画面に表示されているキャリア(携帯電話のサービスを提供している会社)の表示が変わった事で国境を越えた事を実感した。Sogemedia社では従来の輪転機からデジタル印刷機にシフトし、特定エリアや読者の好みに応じるパーソナル新聞を実現させていた。直ぐに日本の市場で展開するには課題も多いと思うが、社会の変化に対応していけば紙媒

体もまだまだ出来る事はあると我々に力説するSogemediaの社長の言葉は印象深く残った。

チューリッヒに本社を置くTamedia社では20分で読めるフリーペーパー「20Minuten」の発行が特徴。発行部数で媒体の価値をはかるのではなく、回し読みも含めて最終的に何人の読者の目に触れるか第三者機関を通じて評価し、広告収入を得るというビジネスモデルは興味深い話であった。実際にチューリッヒ市内を走るトラムと呼ばれる路面電車の中でも「20Minuten」を読む乗客を何人も目にした。

3社目ドイツのBadische Zeitung社では環境、品質にこだわり、日本の新聞印刷では例がない水なし印刷で新聞を印刷していた。しかもINCQCに何度も入選しているとのこと。

今回訪問した3社は共通して市場のニーズや変化とそのスピードに対応すべく、自社の特色を活かし果敢に挑戦し続ける企業姿勢であった。

＊

先にスマホの話に少し触れたが、今回のツアー中、スマホの進化と利便性を改めて体感した。カメラやビデオ撮影はもちろんのこと、翻訳、ガイドブックやマップ、現地事情にレストランやその評判、現地の天気情報、もちろん日本のニュースもタイムリーにわかる。視察先で撮影した写真は参加者同士で直ぐにアルバムとして共有もした。初めて訪れる異国の地ではでは尚のこと重宝した。膨大なデジタルデータが世界を瞬時に駆け巡り全く新しい価値を生み出す現代、次の3年、もしかしたらもっと早くに、世界は今想像できない進化を成し遂げているに違いない。その様な時代に、これからは紙媒体がどの様に価値を発揮していくべきか、今回の視察での経験を糧にし、そして10日間のツアーを共に過ごした皆様とのご縁を忘れずに、これからも考え続けることになるだろう。

最後に、今回これだけ充実した視察を行えたのも、CONPT事務局の皆様をはじめ関係者の方々の入念な準備があったからこそだと思います。この場をお借りして改めてお礼申し上げます。

3つの「けいけん」

日本アグファ・ゲバルト(株)
執行役員グラフィックシステム事業部
新聞営業本部本部長

佐藤 克英

2年ぶりのヨーロッパ、今回はベルギー・フランス・スイス・ドイツの4か国ツアーであった。ベルギーのブリュッセルは4度目の訪問となった。最初の訪問は1992年2月、その時はオランダのマーストリヒトから電車で入国。いつ来てもグランプラスの夜景は心に残るものである。



グランプラスの夜景（ブリュッセル）

＊

電車や車の移動は国境の出入国審査も無く、人々は自由に往来。我々も知らないうちに「ベルギーからフランス」「スイスからドイ

ツ」へと移動を繰返した。さまざまな言語が飛び交う多様化の中で、国境を越えた市場規模のビジネスモデルが築かれている。これは印刷物のみならず関連する機材やハードウェア・ソフトウェア全てに共通している。地域を点とし、点と点を線で結ぶことで広がりを持って市場を見ることが出来た。

＊

さて、今回のツアーを通しての初経験が3種盛りであった。

一つ目は「置き引き」、次に「スーツケースの破損」、三つ目は「海外旅行保険、大活躍」である。ヨーロッパは1985年の初渡航から何度となく訪れ、1ヶ月半の滞在は当たり前、スリの現場を目撃した事や、スリ集団と軽い押し問答の末に逃げ切った経験を持っているが、今回は見事に置き引きの洗礼を受けた。

スーツケースの破損ではベルリンの空港でパクリ、帰国時の羽田空港では完全に割れ左右に口が開いていた。

たまたま入った「海外旅行保険」を初めて使うスーツケースの修理に。匠の技で「スーツケースの汚さはそのまま」「傷口は綺麗に」なって戻ってきた。



3つの経験と思っていたら、4つ目がありました。フランクフルトの空港で乗り換え便の出発時刻が過ぎており皆で走ったこと(写真)。これは良い思い出です。皆様お疲れ様でした。

最後に、今回ツアーでは多くの皆様にお世話になりました。心より感謝申し上げます。ありがとうございました。

責 任 重 大

日本新聞インキ(株) 東京営業部副部長

余 鴻鈞

個人としては初参加で、社としては12年ぶりの参加になりました。上司からCONPT-TOURへの参加の話を聞いた時、この責任の重大さに不安を感じました。出発前に羽田空港で結団式を行い、いざ出発。飛行機の中では、酒を飲んで寝れば良いと教えられました。さすがに、10時間を超えるフライトはきつかったです。ミュンヘン経由でブリュッセルに辿り着いたのは現地時間の夜9時過ぎでした。ホテルにチェックイン、部屋での反省会の準備をしようとした時、冷蔵庫がないことに気がきました。スーパーで氷を調達出来るまでの数日間はホテルのバーに氷をもらう日々が続きました。

旅行中に一番心配なのは体調管理です。ツアー2日目の朝から風邪気味で、食べれば何とか元気になると思って、朝食のバイキングを目いっぱい頂いて、部屋に戻った途端にトイレで全て返品しました。お陰様で、バスでの移動中は風邪薬を飲んで熟睡しました。

印刷工場の見学を終え、視察先の社長様が講演している間に悪魔が再び僕を訪ねて来ました。それから暫くの間は講演を行うレセプションルームとトイレに行ったり来たりしていました。その後の昼食会も調子は今一つ。ツアーの皆さんが美味しくフランスワインとチーズを頂いている間に水を数杯頂きました。帰りのバスでもう一度爆睡して、ホテルに着いたところでエンジン全開。言うまでもなく、夕食のムール貝は完食しました。そして、その晩も皆さんと氷探しの旅に出ましたが、結局はホテルのバーに再びお世話になり

ました。さすがに、3日目は夜遅くまでやっているスーパーを発見し、反省会の時間に合わせて水を買ってきました。



ブルージュの鐘楼

＊

ここまでは、飲んで遊んでいた話ばかりと思われても仕方ありません。僕の出番は3社目の視察先のBadische Zeitung社で回って来ました。今までの視察先の通訳は全てコーディネーターの内田さんをお願いしていましたが、この日は先方の都合で二班に分かれ、ひと班の通訳を私が務めました。運良く下流工程の話が大半を占めていたため、クレームもなく無事に終えることが出来ました。

最後になりますが、初めて参加したCONPT-TOURは、良き仲間にも恵まれ、とても楽しかったです。そして、今回のツアーを企画運営された皆様、またツアーへのご参加の皆様にお礼申し上げます。ありがとうございました。

思い出だけはロストせず

富士通㈱ メディア営業統括部
第一営業部 マネージャー

李 晟準

本年4月より新聞社担当となり、まだお客様の業務やシステムの精通はおろか、概要レベルも怪しい私に突然CONPT-TOURの白羽の矢が飛んで来たのは、猛暑が続く8月の下旬でした。

一抹の不安はありましたが、欧米の新聞業

界の事情を伺い知る好機であると気持ちを切り替え、そう考えると出発の日が近づくにつれ楽しみになってきました。

＊

最初に訪れた新聞社は、フランス北東部にあるSogemediaでした。同社は20数紙の週刊地方紙発行と出版事業を柱とするメディア企業になります。訪問当日は2年前に導入したデジタル印刷設備を見せて頂いたのに加え、CEOのジャン・ピエール・ド・ケハウル氏から同社の経営改革についての説明をお聞きする機会を頂きました。

新聞発行部数減と広告収入減という日本の新聞社でも直面している経営課題に対して、Sogemediaとしてどのように向き合ってきたかを熱く語って頂き非常に感銘を受けました。改革は単にデジタル印刷機を導入することだけではなく全社を挙げての広範囲に及ぶものでした。印象的だったのは、設備やシステムを導入することが重要なのではなく、それを使う社員一人一人の意識を変えて同じ方向に向いてもらうことだということでした。ケハウル氏の思いもあり、改革の中で一番重要視されたのは各部署に合わせた教育やトップ自らのメッセージを何度も実施したとのことでした。これは企業規模の大小の違いを超えて色々な企業に共通する重要なことだと思い、CONPT-TOURでの最初の大切な思い出となりました。

＊

今回のツアー参加前は、欧州ではかなりデジタルメディア、デジタルビジネスに傾注しているのではと想像していました。しかしSogemediaや、その後訪れたスイスのTamedia、ドイツのBadische Zeitungでも感じたのは、紙とデジタル事業をいかに上手く補完関係として成り立たせ、収益を増大させるかということでした。

例えばTamediaでは「20Minuten」というタブロイド紙を刊行していますが、紙面は短時

間で読めるように文章を工夫し、Webサイトで記事の詳細を読めるようにすることで、両媒体に購読者を引き込み広告収入増を狙っていました。紙、デジタルのどちらがどうではなく、上手く活かし合うにはどうすれば良いかを、各社が追求していると強く感じました。

また特徴的なこととしては新聞発行部数を伸ばすために、社内の業務プロセスにデジタルテクノロジーをこれまで以上にに取り込み、効率化や新たな価値を創造できるように模索されていて、色々な意味で2軸は対立関係ではないと思いを改めました。

*

ヨーロッパの街並みはどこも新旧が融合する非常に優雅で美しいものでした。まさにそ



れは新聞社における近未来のビジネス模様であるかのように見え、新聞社の未来を弊社のようなテクノロジー企業として、どのように描くかを考えるには非常に有意義な経験をさせてもらいました。

*

最後に。今回の旅では何度かトランジットをしましたが、チューリッヒからベルリンに向かった際、予期せぬバゲージロスに遭ってしまいました。CONPTツアーに参加された皆さまのお蔭で荷物も見つかり大きな問題にはなりませんでした。このハプニングもあったお蔭で今回の旅はより一層“忘れられない”ものとなりました。

凝縮の10日間

富士フイルムグローバルグラフィックシステムズ(株) 新聞営業部部長

下平 泰生

今回でCONPT-TOURは2000年、2014年に続き3回目の参加となりました。このTOURは視察してしっかりと勉強すること、同行する皆様との交流を深め良き絆を深めること。

これが先輩諸氏から伝わる引き継ぎ事項。出発当日、羽田空港の結団式で団長から「勉強と良きコミュニケーションを」とあり、TOUR中は新井団長を中心とした視察団の中で、微力ながらコミュニケーション(飲コミュニケーション?)をサポートできればとの思いで出発しました。

古くのCONPT-TOURは米国新聞社への視察でしたが、昨今は欧州への視察が多く展示会もIFRA-WPE展、DCX展の見学。過去参加させていただいた2000年、2014年とも米国へ視察であったので私自身は初の欧州TOURとなりました。

*

IFRA-WPE展。事前の情報はあったものの展示会場はまるで大商談会。欧州の展示会は日本のそれとは異なり、「商談の場」として展示会が活用されていることは事実ですが、会場に設置されているのは商談用のテーブルばかり。見学するものがないのはいかがなものか、考えさせられる展示会でした。

セミナーでは、新聞社が(どこの事例か失念致しました)紙をやめデジタル一本に集中したものの、デジタルの売り上げが全く伸びない。そんな事例紹介がありました。ある意味元気の出る事例。やはり新聞は「紙」。デジタルとの融合をもって「紙」にこだわって、CONPTの一員として新聞製作をサポートし続けたいと改めて思った瞬間でした。

この展示会の視察に先立ってSogemedia、Tamedia、Badische Zeitungの3社を見学させ

ていただきましたが、Badische Zeitungの系列のFreiburger Druck Gmbhでは、水なし印刷が行われていました。日本の新聞印刷ではとても無理かと思うものの、欧州ではドイツを中心に約20社が採用とのことです。



チェックポイント

今回はベルギーとフランス北部、スイス、ドイツの周遊となりましたが、参加した皆様の普段の行いが良く？大変天候には恵まれた旅程となりました。日本出発は台風の合間の

出発、ベルギーは雨を逃げるようにスイスへと。用意した折りたたみの傘は一度も出番なし。飛行機の機材変更がトラブルとはなりましたが、今となれば、いずれも良い思い出となりました。各国での食事も様々。バケツのような大きな器に入った「ムール貝」、スイスのチーズフォンデュ、下駄の様な大きさのどんかつ？「シュニッツェル」と各地の伝統料理とビールに舌鼓をうちました。ただ、帰国してしばらくたった現在も、まだムール貝は食べる気になれません。私だけでしょうか？（笑）

*

今やこのツアーの伝統ともなった「部屋飲み」。たくさんの方と談笑させていただきました。若手メンバーには部屋の提供のみならず買い出しを含めて大変お世話になりました。スーパーや商店で日本のようにロックアイスが売られていないのには大変苦労しましたね。皆さんお疲れさまでした。最後に今回ご同行させて頂きました皆様との貴重な体験を大変感謝いたします。ありがとうございました。



山本氏



藤本氏



黒澤氏

JANPS 会場で帰国報告会

CONPT-TOUR2018の帰国報告会は11月30日、JANPS2018（第23回新聞製作技術展）会場でCONPTセミナーとして実施した。

訪問した新聞社の上流工程とDCXの報告を山本英司氏（日経編集制作センター）、下流工程とWPEの報告を藤本豪樹氏（朝日新聞）、WPE/DCX会場で行われたセミナーの報告

とツアーの総括を黒澤勇氏（共同通信）にお願いした。

3氏は視察した新聞社の紙の新聞を強いのにするための取り組みやデジタル戦略、展示会における機器・システムの潮流について90分にわたり詳細に報告、新聞社関係など約80人が聴講した。



ブランデンブルク門前の大道芸人(並田 正太氏)

新聞力を磨く——新聞大会に参加(仙台)



第71回新聞大会(主催・日本新聞協会)が10月16日、仙台市の仙台国際センターで開かれ、「より一層信頼されるメディアとして、公共的・文化的使命を果たし、国民の知る権利にこたえていくことを誓う」との大会決議を採択した(写真)。新聞協会賞は編集部門3件、技術部門1件、経営・業務部門2件の計6件7人に贈られた。大会には新聞協会会員社の幹部ら約480人が出席。日本新聞製作技術懇話会からは3名が参加した。

今大会の新しい試みとして、式典に地元の大学生、高校生300人が招待された。白石興二郎新聞協会会長は挨拶の中で、「この機会に新聞の世界を垣間見て、新聞の魅力や役割

を知ってもらいたい」と語った。

今回の研究座談会は「直面する諸課題——新聞力を磨く経営戦略」をテーマに討議。白石会長をコーディネーターに、パネリストとして丸山昌宏毎日新聞社社長、一力雅彦河北新報社社長、大島宇一郎中日新聞社社長、河村邦比児熊本日日新聞社社長の4氏が登壇した。

新聞協会賞の技術部門は朝日新聞社の「読者と新聞社 リアルタイムでつなぐ〜編集部門向けデジタル指標分析ツール『Hotaru』の開発」(代表・今垣真人氏・野口みな子氏)。経営・業務部門で信濃毎日新聞社の「業務改革、AIと向き合う 記事自動要約への挑戦」(代表・古田俊一氏)が受賞した。

(事務局)

CONPT 日誌

- 10月4日(木) CONPT-TOUR2018 出発
- 13日(土) CONPT-TOUR2018 帰国
- 17日(水)企画委員会(出席10名)
- 31日(水)広報委員会(出席11名)
- 11月6日(火)クラブ委員会(出席7名)
- 12日(月)企画委員会(出席8名)
- 15日(木)評議員会(出席8名)