

一般社団法人
日本新聞製作技術懇話会
会報 (隔月刊)
VOL.47 No.4
2023.8.1
(通巻 280 号)
禁転載

CONPT

Conference for Newspaper
Production Technique-Japan

広報委員会編集
編集人 下平 泰生
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>



目次

CONPT2023年度事業計画	3
新局長に就任して	4
京都新聞印刷 取締役印刷局長労務担当補佐	谷 光博
毎日新聞大阪本社 制作技術局長	渡辺 拓児
新聞メディアの潮流 欧州報告(9)	6
在英ジャーナリスト	小林 恭子
楽事万歳	9
サカタインクス ビジネスソリューション部 シニアエキスパート	森 亨一
第14回CONPT技術研究会	10
第3回定時総会開催	10
美味あっちこっち	11
パナソニック コネクト	村山 隆敏
わが職場あれこれ	12
福島民友新聞社 制作局長・DX推進担当	竹田 浅昭
会員消息、CONPT日誌他	12

- 表紙写真提供：CONPT-TOUR アーカイブ（ドイツ・ベルリン）
- 表紙製版：(株)デイリースポーツ
- 組版・印刷：(株)デイリースポーツ

CONPT-TOURを来年再開 [drupa視察]

JANPS2024 リアル開催へ準備

CONPT23年度事業計画

日本新聞製作技術懇話会(CONPT)は、5月23日に開催した第3回定時総会で2023年度の事業計画を決定した。3年以上深刻な影響を及ぼしてきた新型コロナウイルス感染症がようやく5類に移行した。これを受け本年度は来年のCONPT-TOUR再開と6年ぶりの開催となる第24回新聞製作技術展(JANPS2024)へ向けた準備を精力的に進める。また、新聞社と会員社との対面式のイベントを企画・開催しCONPT活動を充実させる。

【JANPS2024開催に向けて】

次回JANPSは2024年12月4日から6日までの3日間、東京ビッグサイトでリアル展示会として開催する。

今回は従来の新聞製作術に加え、販売、広告、業総務などの分野にも展示の対象を広げ、製作系だけでなく新聞社全体から多数来場してもらえる展示会を目指す。

【新聞社との技術対話】

日本新聞協会技術委員会の印刷部会、情報技術部会の在京メンバーと今年2月に対話を実施した。引き続き在京の両部会との「技術対話」を開催する。

実施にあってはCONPT会員社側からも技術情報を発信することでより活発な議論を促す。また、それぞれの部会ごとに開催し、テーマを絞り込み、より具体的な意見交換ができる対話を実現する。

【技術懇談会】

3月に実施した日経大阪工場に続き、新工場の見学会を企画する。2日間の日程で見学し、新聞印刷工場に加え、他の工場や施設な

どの見学も含めて実施する。タイムリーなテーマで講演会を開催することも検討する。

【CONPT技術研究会】

7月7日に第14回CONPT技術研究会を開催した。この研究会では「新素材LIMEX（ライメックス）の活用事例を交えた環境対策」というテーマでニッカとTBMが講演した（講演概要は10頁に）。年度内にさらに1～2回の研究会の実施を検討する。

【会報CONPT発行】

年間6回発行の会報のうち、1巻をCONPT-TOUR特集号と位置づけ、CONPT-TOURが開催されない本年度は発行回数を見直し、年間5回の発行とする。また、送付している会報の必要部数を精査し、印刷部数を適正化することで経費節減に努める。さらに、CONPT誌に長期連載した「新聞製作技術の軌跡」の第1回から29回までの全回分をまとめた合本を製作・販売し、収益増につなげる。

【CONPT-TOUR再開に向けて】

2020年から中断しているCONPT-TOURは、2024年5月28日からドイツ・デュッセルドルフでリアル開催予定の国際印刷・メディア産業展drupaに向けて、ツアー再開を目指す。

海外の新聞メディアのトレンドや展示会に関する情報を積極的に収集し、魅力あるCONPT-TOURを企画する。

【会員社増の施策】

コロナ禍の影響で対面式のイベントが思うように実施できずCONPTの活動が停滞していた。会員社数も減少している。コロナの収束を機に、新聞社とCONPT会員社が交流できるイベントの企画・開催やJANPSの準備活動を通して会員数の増加をめざす。

新局長に就任して

災害時も存在感を発揮できる媒体に

京都新聞印刷
取締役 印刷局長 労務担当補佐

谷 光博

私が京都新聞社に入社したのは、世間がバブル景気に浮かれていた1988年(昭和63)。新聞の発行部数もまだまだ右肩上がりで、通勤電車内で朝刊を広げるビジネスマンの姿が当たり前の風景として定着していた時代だった。以来35年、一貫して印刷畑を歩んできた。

新聞印刷では5分、10分の遅れが後工程に影響を及ぼす。ましてやトラブルで30分もの遅れでも出ようものなら、上司から大目玉を食らう。そんな経験も長い印刷人生の中で、一度や二度ではなかった。一方で、地震、台風、大雪などの災害で、不可抗力によって遅延が起こってしまうケースもある。

*

今年1月24日、日本列島に10年に1度といわれる最強寒波が襲来した。気象庁は事前に大雪や路面凍結、交通障害などに注意を呼びかけた。夕方以降、気温が急激に下がり、降雪は強まり、道路はみるみる積雪。鉄道のダイヤは大幅に乱れ、当社の印刷工場周辺でも幹線道路が大渋滞、帰宅困難者も出た。

当然、翌日付朝刊の降版時間は大幅アップとなり、印刷現場の夜勤要員にあらゆる手段を使って出勤するよう促した。幸い、出勤できなかった社員は1名のみで、何とか無事に早版を刷り終えた。

しかし、輸送の方はそうはいかなかった。

工場を出発したトラックはすぐに大渋滞に巻き込まれ、身動きがとれない状態に。高速

道路も閉鎖が相次ぎ、道路網は寸断された。さらに、多くのドライバーが交通渋滞の影響で工場まで出勤できない状況に陥った。すでに朝刊を積み込んで出発を待っているトラックの上に、ずんずん雪が降り積もっていく。各地の販売所から問い合わせの電話がひっきりなしに鳴った。

結局、すべての配送が終わったのは翌日の午前11時。3万部以上が届けられずに欠配となった。

*

京都新聞社では、緊急時の新聞発行について、近隣の新聞社と「災害支援協定」を結んでおり、実際に地震や大雪などで新聞の印刷や輸送の代行を行ってきた。

1995年1月の阪神淡路大震災は私が入社して7年目の時に発生した。地震発生時は北海道に出張中で、早朝のテレビに映し出された神戸市内の惨状を見て愕然とした。この時も災害支援協定によって、本社屋が崩壊した神戸新聞社に代わって、制作支援やデイリースポーツの印刷・輸送を担った。

今後30年以内に発生する可能性が高いとされる「南海トラフ地震」。もし最大級の地震が起きれば、東日本大震災をはるかに上回る甚大な被害になると想定されており、京都も大きな被害は免れない。新聞社として“万一”に備えたシミュレーションや訓練を定期的に行い、高い危機管理意識を維持していくことが肝要だ。

情報を得る手段がスマートフォンなどに置き換わり、紙媒体が苦戦を強いられている現代でも、情報の正確さや信頼性では高い評価を受けている「新聞」。だからこそ、新聞が災害時における情報源として存在感を発揮できるのではないかと。多くの人は心のどこかに「まあ当分は起こらないだろう」との油断がある。災害に対する日頃の備えを啓発していくことも、新聞に期待されている大きな役割だと思う。

Win-Winの関係で

毎日新聞大阪本社
制作技術局長

渡辺 拓児

昨年11月に毎日新聞大阪本社は移転30年を迎えた。私はその移転した年の入社であり、引っ越し当時ピカピカだったビルもそんなに経つのか、と感慨深い。



それより増して制作オペレータとして入社後配属された堂島の旧社屋での約8カ月の記憶は会社生活のかなりの部分を占めている。

1922年(大正11) 3月竣工した旧社屋には蛇腹式扉のエレベーターがあり、開閉も運転もベテランのエレベーターガールが手動運行をしていた。しかし、私は一度も乗ったことがない。建屋は5階までしかなかった、というのもあるが、何だか恐れ多い気がしたからだ。

食堂は地下1階で、それぞれのメニューはボリュームがあり安く、我流と思われる江戸前寿司職人(「踊る寿司職人」と言われていた)もいて人気があった。お昼時は一般の方も多く来られていたと思うが、制作印刷部門の更衣室と向かい合わせに位置していて、岩風呂も同じフロアだったため、通路は明け勤務で更衣室と風呂場を行き来する極めて軽い服装の先輩方と入り乱れていた。都会のオフィスビル群の一角に、こんなカオスな状況があるとは驚きだった。

食関連のネタを続けると、建屋のすぐ横に毎日軒という屋台のラーメン屋があった。旧社屋は大阪キタの歓楽街である北新地の入口にも位置し、当時はバブルがはじけたばかりで、まだまだ酔客やホステスらでごった返す中、朝刊後に2階の窓からラーメンなどを注文するとおじさんが岡持ちで届けてくれていたらしい。私の職場は3階だったので1、2度

屋台の中で食べたことがあるくらいだが…。

他には、猫くらいの大きさのネズミが天井に巡らされた配管の上を走っていたとか、朝刊後の夜食の調理に使っていた流し台で事務補助員が足を洗っていたとか、数限りないが、思い出話はこのくらいにしておく。

*

さて、今の新聞業界に目を向けると極めて厳しい状況だ。部数の減少理由はインターネットやスマホなどの普及と連動し、既存メディアの捉えられ方や習慣が変わってしまったため、と主に考えられているのは周知の通りだ。2000年の5,370万部あった全紙の部数が、2022年時点では3,084万部となった。

しかし、である。今まで新聞は時代の波にも乗り部数が極端に増えたとも考えられる。

ある資料によると1920~30年代は新聞部数の急増期であったらしいが、推計では全紙の部数は1920年に353万部、1930年に1,013万部だったらしい。このような部数でも新聞経営ができていたこと、部数の急増は都市住民・俸給生活者が急激に増え、日々の仕事・生活で政治・経済・社会に関わる情報の必要性の高まった、という変化が背景と考えられていることには注目したい。

生産設備と輸送網を維持、管理している制作技術局としては、現状の変化に応じて対策を講じていかなければならない。抜本的には部数の増加に従って複雑化、巨大化した新聞社の仕組みにメスを入れることにもなり容易ではないが、変化のスピードが速い時代に取り残されないためには避けて通れないだろう。

とは言うものの社員は日々の仕事に追われる毎日である。まずは目の前の業務改善などを重ね、工夫を創出し大きな波につなげたい。

また、メーカーの皆様には困難な時期であるが故に色々ご無理をお願いしているが、互いにWin-Winの関係でありたいという基本姿勢でお付き合いさせていただきたいと思う。

若者目線で見つけた「発想の転換」

在英ジャーナリスト

小林 恭子

第74回世界ニュースメディア大会が、6月28日から30日まで台湾・台北市で開催された。主催は仏パリと独フランクフルトに拠点を置く世界新聞・ニュース発行者協会(WAN-IFRA)である。約60カ国から900人を超えるメディア関係者が集まり、報道の自由、対話型のチャットGPTに代表される生成人工知能(AI)の活用、持続可能なビジネスモデルなどについて議論した。最近のニュースサイト市場の動向、AI導入のポイント、若者向け振興メディアの考え方などを紹介したい。

■ニュースサイト市場の動向

——有料購読率低い日本や独仏英

英ロイター・ジャーナリズム研究所のディレクター、ラスムス・ニールセン氏(写真)は、毎年発表する報告書「デジタル・ニュース・レポート」を初日セッションで紹介した。報告書は日本を含む46市場で約9万4000人の成人を対象にして行ったオンライン調査に基づく。各市場での調査対象者は約2000人(一部1000人余)。

どこからニュースにアクセスするかを聞いたところ、人口が数百万人規模の欧州北部の数カ国では直接ニュースサイトにやってくる場合が多い。しかし、世界の他の地域では検索エンジンやソーシャルメディアが最初の導入口となる。

直接ニュースサイトに来訪する比率が最も高いのはフィンランド(63%)で、ノルウェー(59%)、デンマーク(50%)、スウェーデン

◆世界ニュースメディア大会から(台湾・台北)



42%が「有料購読しない」という

(48%)が続いた。ソーシャルメディアからの比率が最も高いのはタイ(64%)、フィリピン(53%)、チリ(52%)、ペルー(49%)の順だった。検索及びアグリゲーターサイトを通じた場合が最も多いのは韓国(66%)、日本(65%)、台湾(50%)、インド(43%)の順となった。

対象者の中でニュースサイトを有料購読する人はノルウェーが全体の39%、これにスウェーデン(33%)、オーストラリア(22%)、フィンランド(21%)、米国(21%)、デンマーク(19%)。欧州の中で低い有料購読率を記録したのがドイツ(11%)、ポルトガル(11%)、フランス(11%)、英国(9%)。ちなみに日本は9%だった。

——決め手は価格・コンテンツ

では無料から有料購読への転換の決め手となる要素は何か。報告書によると、32%が「購読料の安さと柔軟性」、22%が「価値あるコンテンツ」、13%が「広告がないこと」をあげた(複数回答)。より年齢が若くニュースへの関心が高い層は価格の安さや柔軟性、価値あるコンテンツを転換理由にあげる傾向が見られた。ニュース発行者にとって壁となるのが、42%が「どんな理由でも有料購読をしない」と

新聞メディアの潮流

欧州報告

(9)

答えている点だ。より年齢が高い層でニュースに関心がない人がこの答えになりがちだという。その比率は英国では65%にも上り、ドイツは54%、米国は49%。英国では公共放送BBCによるBBCニュース(無料閲読可能)が大きな位置を占めるが、これも影響しているようだ。

最後のまとめで、ニールセン氏は以下のような全体的特徴を披露した。

①読者はより娯楽性が高く、個人に合わせた作られた、相互やりとりがあるプラットフォームに移動しつつある。このようなプラットフォームとは、短編動画投稿アプリ「TikTok (ティックトック)」、写真投稿アプリ「インスタグラム」など。この移動によって、ニュースサイトはどこに主眼を置くかを変更せざるを得なくなる。

②暗いニュース、溢れる情報、政治の分断化などによって、ニュースを避ける、あるいはメディアに対する信頼感を失う傾向がある。読者は前向きなトピックや希望が持てるニュースを求めている。

③ビジネスモデルに下向きの圧力がかかっている。プラットフォーム同士の競争や不景気などが有料購読数や広告収入に影響を及ぼしている。読者は対価に見合うだけの価値があるコンテンツを探している。

④動画や音声コンテンツの重要性が増している。文字情報に取って代わるわけではないが、さまざまなフォーマットを通してライブメディアを凌ぎ、読者と継続した関係を築くことで、新たな収入源につなげることが重要だ。

■編集室に入ってきたAI

——「人間の役割」真剣に考える必要

AIをニュースの編集室に取り入れる際に、心得ることは何か。オランダの公共放送NPOの戦略&イノベーション部のディレクター、エズラ・イーマン氏が概要を紹介した。

AIを導入すると、多くの編集スタッフが高レベルの技術を使うことができるようになり、「人間として何ができるのか」を真剣に考えればならなくなるという。「情報収集作業にAIが導入されることで、ニュースを出力する速度が格段に加速化する。効率性が高まり、ニュースの生成から消費までのサイクルが短くなる」。AIで何ができるのか、またAIの限界とは何かを考える必要があるという。生成AIが生み出すコンテンツは信頼性がまだ十分ではなく、人間が間違いをただしたり、著作権違反がないかを確認したりする必要がある。

■若者向け新興メディアの決断

——オーディエンスがカギ握る

大会2日目のセッション(「オーディエンスが望むジャーナリズム」)では、複数の新聞メディアやBBCで経験を積んだカーメル・アーメド氏が最初の登壇者となった。同氏はソーシャルメディアと深く結びついた若者向けの英ニュースサイト「ザ・ニュース・マネジメント(TNM)」の共同設立者兼編集長である。設立には大きな発想の転換があったという。

約30年、大手メディアでニュース担当者だったアーメド氏は、既存の編集室の仕事は「編集スタッフが『城』のなかで城の外にいる読者にとって重要と思われることが何かを決めて、ニュースを発信していた。読者が編集室に手紙を出してもこれに関与しようとはせず、読者を見下ろしていた。対話の機会を持つとはしなかった」。

しかし、テクノロジーの発展とソーシャルメディアの勃興でニュースの制作者側と受け手との関係性が大きく変わってしまった。「今はオーディエンスが鍵を握っている」。アーメド氏はBBCを辞め、2020年、「TNMエディトリアル」を立ち上げた。現在までに10万人を超えるフォロワーを持ち、その59%は18歳

から24歳の若者層だ。

——新聞の紙面構成とは全く別物

一体どのようなトピックがこの層にアピールするのだろうか。新聞であれば最初の数面には政治や経済記事が掲載され、そのニュースサイトも新聞紙面の構成をなぞるような作りになっていることが多い。



しかし、TNMはオーディエンスが以下のようなプリズムを通して世界を見ていることを学んだ。まず「娯楽&文化(テレビや映画、フェスティバル、ファッション、音楽)」、「性&ジェンダー(アイデンティティ、女性の健康、ハラスメント、平等性)」、「世界を見る(生活費、お金、テクノロジー、国際事情)」、「平等と公正さ(人種、LGBTQプラス、障害、運動と解決策)」、「自分自身(成人になるまで、メンタルヘルス、ウェルネス、姿形)」、「より良い地球(気候、環境、イノベーション、食事及びダイエット)」。一連の項目は確かに、この層に属さない私たちの多くが考えるところのニュース項目の優先順位とは異なることに、筆者は驚いた。

もうひとつ驚きがあった。スマホの縦長の画面上で始まったTNMの各動画は「フェスティバル」、「新国王(チャールズ英国王)」、「ウクライナ・ロシア」などのタイトルがつき、ニュースを伝えるリポーターたちがすべて20歳前半ぐらいの若者たちだった。若者層にニュースを届けたかったら、前面に出る作り手も若い人でなければ、身近には感じられない。

目から鱗が落ちた思いがした。アーメド氏自身は50歳半ばだが、編集スタッフの平均年齢は25歳という。

ビジネスモデルとしては、TNM、動画サイト「Recount」などが編集コンテンツを作り、米AP通信を含むメディア企業と連携し、米アマゾン、動画サイト「Brut.」などのサービスを通じて、コンテンツを出していく。オーディエンスについてのデータの分析も経営の重要な柱だ。

——多様な社会のニーズに対応課題

北欧メディア大手シブステッド社とティニアス・トラスト社との合弁プロジェクト「IN/LAB」を統括するアグネス・ステンボム氏は同じセッションで登壇し、一定数の人々がニュースを回避する傾向があるのは、「多様な社会の多様なニーズに十分に対応してこなかったからではないか」と指摘した。AIがオーディエンスとの新たな関係構築に役立つのではないかと期待する。

若者層へのアピール力を強めるため、IN/LABはさまざまな社会的背景を持つ若者10人を「ニュー・チャレンジャー」として10ヶ月のプログラムに参加させた。10人にシブステッドのニュースサービスを見てもらい、感想を聞いた。その一人が自分のような人種の背景を持つ人が登場しないと指摘したという。チャレンジャーたちの発案で「景気後退を音で表現したら、どうなるか」という問いから、デジタル音をいくつか作ってみた。「若者はこういう遊びを好む」。

◇

次回の世界ニュースメディア大会は来年6月、デンマーク・コペンハーゲンで開催される。

(写真はいずれも筆者撮影)

誌上 CONPT-TOUR

歳万事楽

「乗りヒコ」の話

サカタインクス
ビジネスソリューション部
シニアエキスパート

森 亨一

「乗りヒコ」という言葉をご存知でしょうか？ 鉄道好きには、「乗り鉄」や「撮り鉄」の方がいますが、私は飛行機に乗ることを楽しむ「乗りヒコ」です。飛行機好きには、新機材や新路線の初便に乗ることに快感を覚える人や空港の施設や雰囲気が好きな人、航空機の撮影や航空無線(エアバンド)の傍受に歓びを感じる人——など色々な楽しみ方があるようです。

私が「乗りヒコ」になったきっかけは、入社以来、出張の移動手段として、飛行機を使う機会が多かったからでしょうか。週に2回、羽田空港を利用した時期もありました。



真っ青な空と太陽が急に現れる

「乗りヒコ」の楽しみは、地上12,000m上空を時速900kmのスピードで高速移動しながら空弁(崎陽軒のシューマイ弁当を羽田空港でよく購入します)を食べる非日常の時間です。特に梅雨時は、ジメジメした地上から数千m上空まで、一気に駆け上ると真っ青な空と太陽が急に現れて、ドヨーンとした気持ちを一気に晴らしてくれます。

最近、機内での新しい楽しみができました。フライトレーダー24というスマートフォン・タブレット向けアプリケーションを機内Wi-Fiに繋ぎ、リアルタイムで自機の飛行位置や高

度、対空速度の情報を得ることができます。また、他機の動きも地図上に表示してくれるので、先行機や対向機の機影をはるか数100km先に発見できるとコックピットと同じ光景を共有できたような気分になります。

*

もう一つの楽しみは、出張や家族旅行で搭乗マイレージを貯め、航空会社の高級会員になり、特典(空港のラウンジ利用、優先チェックイン・搭乗、座席のアップグレード)を得ることです。しかし、ここ数年はコロナの影響で飛行機の利用機会が減り、高級会員継続のため、自腹でマイル修行をした年もあります。休日の早朝、羽田から那覇空港に飛び立ち、那覇空港から一歩も出ることも無く、2時間後には羽田空港に向かう機内にいました。これがマイル修行です。

更に地上でも楽しみが増えました。2020年3月29日から運用が始まった羽田空港への新進入ルート(着陸機が都心上空を通過する南風運用)です。たまたま、自宅が新進入ルートの直下であり、夕方になると数分おきに地方空港や海外からの便が自宅1,200m上空を通過し、羽田空港へと高度を下げる姿を見ることが出来る様になりました。

ここまで「乗りヒコ」が如何に楽しいかをお話させて頂きましたが、お恥ずかしい話、昔から機体の急なユレが怖く、何百回、搭乗しても緊張感と恐怖感を克服することができていません。横ユレはなんとか耐えられますが、上下のストンと落ちる感じがホントに怖いのです。離陸直後や着陸前の降下時の大きな揺れは、それ程、怖くありません。

この恐怖感を和らげるため、独自の着席方法を考えました。まず、床から数センチ足を浮かし、背中を座席に付けず、腕を組み、出来るだけ体と座席を接触させない姿勢を取ります。この方法で機体のユレが体に少ししか伝わらず、ユレが収まるまで祈っています。以上、私の「乗りヒコ」のお話でした。

第14回CONPT技術研究会

新素材「LIMEX」を紹介

ニッカ・TBM

日本新聞製作技術懇話会は、7月7日に第14回CONPT技術研究会を開催した。新素材「LIMEX（ライメックス）」を活用した環境対策について、この2月に新規事業部を立ち上げたニッカの事業戦略本部新規事業企画室菅原清弘氏とパートナー企業であるTBMのLIMEX事業本部奥利朗氏が講演した。新聞社関係17社20名（内オンライン14名）、CONPT会員社11社16名（内オンライン7名）の36名と事務局4名が聴講した。



LIMEXは石灰石を主原料とするリサイクル可能な環境配慮素材で、紙やプラスチックの代替として使用することができる。石灰石（炭酸カルシウム）は日本国内で100%自給自

足が可能な素材であり、安価で価格が安定しているという。

紙の代替製品としての特徴は、製造工程で水や木をほとんど使用しない点である。また、水に強く簡単には破れないため、屋外でも使用できる。この特徴を活かし、紙にラミネートが必要な飲食店のメニューやマップ関係の利用が増えている。

プラスチックとしては石油系の樹脂原料にLIMEXを混合することによって、石油系樹脂の使用量を削減することができる。また、既存の設備で成形が可能で、専用の装置は不要である。導入事例としてはレジ袋、プラカップ、クリアファイルなどがある。

さらに、活用事例として、デニーズではLIMEX製のメニューや掲示物を回収し再資源化、ドリンクバーで使用するトレーに再製品化する取り組みを行っている。

新聞社では新聞束の結束に使用するPPバンドの樹脂原料にLIMEXを混ぜることで、プラスチックの使用量を削減した事例がある。詳細については『新聞技術第260号』に掲載されている。

定時総会を開催

日本新聞製作技術懇話会



一般社団法人日本新聞製作技術懇話会は、5月23日に日本プレスセンタービル10階ホールで第3回定時総会を開催した。日本新聞協会から技術委員会の田中周委員長（日本経済新聞社東京本社製作本部長）、勝田洋人編集制作部長、桜井哲也編集制作部技術・通信担当主管を来賓として迎えた。会員社は27社36

名（オンライン参加6名含む）が出席した。

開会挨拶で清水英則会長は「CONPTの会員社数が減少しているという課題に対し、事業活動の活性化を図り、会員社増に取り組んでいく。そのための中心的なイベントがJANPS2024である。多くの来場者呼び込める展示会となるよう企画したい」と語った。

技術委員会の田中委員長は、これまでのJANPSは製作技術関連が中心であったが、「2024年の展示会では、編集、販売、広告、総務など新聞社に関わる業務全般について展示を募る予定である。皆様のご協力により、多数の来場者を期待している」と述べた。

勝田部長は「JANPSの出展募集を従来よりも早くスタートできるよう努め、新聞社の各

種業務を幅広くカバーする展示会として考えたいので皆様のご協力をお願いします」と挨拶した。

2022年度事業報告の中で、清水会長は「新型コロナウイルス感染症の影響により、合同名刺交換会は3年連続、CONPT-TOURは4年連続で中止となった。この状況下で、会員社が減少し、6月末時点で34社となる。その結果、会費収入が減少し、一般会計の収支が支払い超過となり非常に厳しい決算となった」と報告。今後は経費節減とともに会員社増加に向けた取り組みが大きな課題であると強調した。

また、新聞協会技術委員会がJANPSについて、新聞社に実施したアンケートの結果、業総務や広告・販売などにも関心が高いことが明らかになった。そのため、新聞製作以外の分野にも展示の幅を広げ新聞社全体から来場を促すよう準備を進めると語った。

その後、評議委員会、3委員会、技術対話部会の報告が続いた。議案は理事候補6名の選任

や事業計画など6件で原案通り承認された。

総会後に開かれた理事会では、清水英則氏が代表理事(会長)に、林克美氏と並田正太氏が副会長に選任された。

その後、場所を9階に移し約3年半ぶりとなる懇親会を立食形式で開催。参加者はマスクを着用せず会食を楽しみ、並田副会長の中締めでお開きとなった。

●「新聞製作技術の軌跡」を一冊に

日本新聞製作技術懇話会はCONPT誌に長期連載した「新聞製作技術の軌跡」を一冊にまとめ、今秋発刊します。

日本初の日刊紙が1871年に誕生して以降、発行部数が頂点を迎える2000年前後までを対象に、新聞の発展を支えた製作技術の流れを俯瞰するものです。予価2200円(税込み、送料別途)。お問い合わせ等は以下にお願いします。

事務局 メール：office@conpt.jp

電話：03-3503-3829

F A X：03-3503-3828

ラム肉の「林檎屋」(青森)

青森市内にあるラム肉のお店「林檎屋」を紹介します。以前、出張した際に「旨いラム肉屋さんがある」と誘われ、連れてってもらいました。

ラム肉!? 「観光牧場に行ったときに食べる、少々クセのあるお肉」というイメージでした。

ところが…。

お店に到着して、おススメの「超ぜいたく3品」を注文。生ラム肩ロース、生ラムロースチョップ、生ラムロースの3品です。ビールで喉を潤し待っていると、お肉が運ばれてきて、店員さんが目の前で丁寧に焼いてくれます。

まずは生ラム肩ロース。タレに付けていただくと、これが絶品!。肉厚なのですが、とても柔らかく簡単に噛み切れて、後に引きずらない丁度良い加減のジューシー感。



生ラムロースチョップ

美味あつちこち

「この肉なら、いくらでも」そんなお肉でした。そして、まったくラム肉のクセを感じず、お口の中で「ラム肉革命」が起こった瞬間でした。続いてチョップ、ロース。これまた同様に絶品でありました。

メニューはこの他にも、「ラムタン」、「ラム肉のツボ漬け」等々いろいろあります。

お店は青森駅から徒歩10分程度です。青森を訪れる機会がありましたら、ぜひとも贅沢なラム肉をご賞味ください。

パナソニックコネクト 村山 隆敏

わが職場

DX推進`陰の力、を盛り上げる

福島民友新聞社 制作局長・DX推進担当 竹田 浅昭

阿武隈川を越えて読売民友ビル(本社ビル)に徒歩で通勤して3年が経過しました。近くには、13年連続で水質が最も良好な一級河川に選ばれた荒川が阿武隈川に流れ込む美しい景色が広がり、ビルからは吾妻連峰の美しい稜線を望むができます。この自然の景観は、私の癒しの要素ともなっています。

本社ビルは私が新聞社に入社した1986年4月竣工、その中に私の今の職場、福島民友新聞制作局があります。主な役割は、新聞制作における技術的なサポートや補完を担当すること。4月の異動時期になると、本社支社支局から「パスワードが…」「プリンタの設定が…」というヘルプが増えます。日ごろ局員には、福島民友各部局のマネージャーたちをサポートし、参謀として助言を提供するのが制作局員、まさに福島民友の頭脳部隊であれ！と言いながら、現実はまだまだ社内の電気屋さん。ネットワーク・セキュリティ関連、紙面制作の各種専用端末などの専門的なものから、コピー機、プリンタ、モニタなど一般事務機まで。社内の電子・電気機器あれこれを担当していて、困ったときはお声がかりします。

それが最近、少し様子が変わりました。社内横断のDX推進小委員会の担当者から出される「会議用資料のデータ化、ペーパーレス化」「販売関係のWeb申込画面リニューアル」「音声データの文字起こし」「取材予定の共有化」「人事労務業務の効率化」「いわきFCコンテンツの活用」「名刺管理の共有化」等々、さまざまなDX案件に対して具体的な対策案の検討、導入するデジタルツールおよび、サービスの選定、導入効果の検証、運用のフォローが追加されました。うちの制作局員には、社のDX推進をけん引して現場を支えるスペシャリストになって欲しい。そして、それを盛り上げるのが私の役割です。

「新聞技術」 3論考に技術委員会賞

日本新聞協会技術委員会は、2022年度に発行した「新聞技術」に掲載された論考の中から、技術委員会賞として3件を選定した。7月7日に開催された技術委員会で表彰式を行い、田中周委員長が表彰状と副賞を授与した。

▽「囲碁・将棋の譜面制作アプリケーションの内製化」(中日新聞社・加藤隆佳氏、山崎峻平氏、平野雅人氏) = 新聞技術No.259

▽折り機調整のスキルレス化に挑戦！ ラップ自動調整機能を実用化」(中日新聞社・古池政文氏) = 新聞技術No.258

▽「新聞輸送DXの取り組み～店着通知システムの自社開発」(西日本新聞社・佐々本隆一氏、松岡健氏、川島季文氏) = 新聞技術No.257

会員消息

■退会(6月30日付)

* 田中電気(株)

(現会員数34社)

CONPT 日誌

6月15日(木)広報委員会(出席6名)

19日(月)技術対話部会(出席11名)

企画委員会(出席8名)

22日(木)クラブ委員会(出席6名)

27日(火)評議委員会(出席9名)

7月7日(金)第14回CONPT技術研究会 = ニッカ・TBM(於日本記者クラブ・会場40名参加、内オンライン19名)