

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.5  
2023.11.1  
(通巻 281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

CONPT-TOUR再開 新局長に就任して	日本新聞製作技術懇話会 副会長	林 克美	3
	東京新聞(中日新聞東京本社) 技術局長	国立 孝雄	4
	産経新聞大阪本社 制作局長	山田 英嗣	5
	西日本新聞社 執行役員グループ技術局長	後藤 正次	6
	西日本新聞社 執行役員メディア戦略局長	堺 成司	7
新聞メディアの潮流 欧州報告(10)	在英ジャーナリスト	小林 恭子	8
楽事万歳	神戸新聞社 情報技術局長	富本 一男	11
新聞大会			12
第130回技術懇談会			12
新聞製作講座			13
美味あっちこっち	コダック	久米 邦雄	13
わが職場あれこれ	山陽新聞印刷センター 取締役マネージャー	山本 龍朗	14
会員消息、CONPT日誌他			14

- 表紙写真提供：CONPT-TOUR アーカイブ（スイス・ルツェルン）
- 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

## drupa2024やメディア視察

日本新聞製作技術懇話会

副会長 林 克美

CONPTツアーを来年、再開します。

日本新聞製作技術懇話会は2024年5月30日から6月6日までの8日間(6泊8日) = 案 = で、国際印刷・メディア産業展drupa2024と新聞社・メディア企業の視察を予定しています。昨今の為替状況を鑑みて、行程は従来より短縮しますが、視察内容は同等となるように企画しています。

### 〈4年間の空白〉

1976年から44年間続いたCONPTツアーは、Covid-19の世界的流行のため2020年から今年まで行うことができませんでした。この間、様々な変化がありました。例えば、これまで視察を行っていたWAN-IFRAの大規模展示会のWPE (World Publishing EXPO) は開催されなくなり、世界各地で行うイベントに切り替わりました。国内でも同様に新聞製作技術展JANPS2024は開催を取りやめることになりました。懇話会では、JANPSに代わって会員社と新聞社が参加する新たな機会を創出するため、日本新聞協会と共に内容の検討に着手しています。

新聞界の世界的な変化を捉えることを目的とするCONPTツアーにつきましては、再開を望む声を多くの方からいただき、また、今年5月に新型コロナが5類感染症とされたことから、再開を決定した次第です。現在、WAN-IFRAの協力を得て、視察先の選定および調整を行っています。来年2月頃にはご案内の文書をお届けする予定です。

さて、ここからはCONPTツアー2024について紹介いたします。

今回の展示会視察はWPE展が開催されないため、ドイツ・デュッセルドルフで開催されるdrupa2024とします。drupaは新聞印刷に限らず幅広い印刷技術、機材、システムの潮流の発表機会として4年に1度開催されており、日本からも多くの企業関係者が視察に訪れます。

### 〈持続可能性とデジタル化〉

drupa2024では、2大トレンドとして、「持続可能性」と「デジタル化」を取り上げています。Covid-19の影響によって2020年の開催は中止され、今回は8年ぶりとなります。この間の技術革新や新たな潮流を視察できる展示会として、大いに期待をしております。

CONPTツアーでは、展示会だけでなく、欧州の新聞社、メディア企業の視察を行っております。この視察は他のツアーにはない特長です。新聞社の編集ルームや印刷工場を直接見学し、企業の動向や新聞界のトレンドなどについて、社の幹部から説明を聴き、意見交換を行います。最終日には全員で視察報告をとりまとめ、帰国後に日本プレスセンターで視察報告会を開催する予定です。

様々な経験を持って集まる参加者同士の交流も、このツアーの魅力のひとつです。参加される方々には貴重な体験となることでしょう。所属する新聞社、会員社にとっても、オンラインでは得ることができない情報・知見を得る機会となります。

今回のCONPTツアーは、4年間の中断を経て、その間の変化、新たな潮流を実感する絶好の機会だと考えております。是非とも、多くの方にご参加いただきたく存じます。何卒、よろしくお願い申し上げます。

# 新局長に就任して

## 逆風の時代を生き抜く

東京新聞（中日新聞東京本社）技術局長  
国立 孝雄

気持ち重い。こんな思いは、私だけだろうか。そうではなからう。職場の同僚も、もしかしたら経営者も。きっと全国の新聞社の仲間たちも同じではないだろうか。新聞業界の将来に対する不安、ずしりとのしかかる重圧だ。



\*

定年を間近に控え、思うことがある。三十数年前はどうだっただろうと。

私が編集職で入社した1989年だ。まだ若かったあのころ、将来のことなど考えもしなかったが、世の中がバブルという頂に向かって登っていく勢いを肌で感じて心は希望に沸き立っていた。本社のフィーチャー部門（放送芸能部）で記者生活をスタートした2年半の間は、世界が大きく動いた時代だった。崩れ行くベルリンの壁、クウェートに侵攻したイラクと多国籍軍の交戦した湾岸戦争。社内で「緊急事態」となるたびに応援要員として駆り出された。ライブで映される衝撃のシーンは、言葉は悪いがエキサイティングで息をのんだ。

その後異動して四半世紀を過ごした整理部時代には米中核同時テロ、東日本大震災とさらに目を疑うようなシーンの数々に触れた。単なる歴史の傍観者でしかなかったが、時を忘れて紙面づくりにのめり込んだ。通常半月分まとめて作られるローテーション勤務表は、臨時で増頁される紙面に対応するため日々作り替え。出勤は前日の夜決まるといふありさまだった。ただ疑問も不満もなかった。「いいものを

つくる」ことだけが整理記者としての矜持だった。

\*

だが、月日が流れた今はどうだろう。なんとも言えない閉塞感がぬぐえない。

業界各社は生き残りにもがくが、全国の新聞発行部数は右肩下がり。2003年に約5287万部だったのが、2022年には約3084万部に（日本新聞協会調べ）。20年間で4割減だ。ニュースをどう届けたら読者に響くのだろうか。

ウクライナ情勢の余波で物価高騰も追い打ちをかける。紙やインキなどの資材は新聞発行を継続するための生命線だ。加えてイスラエルとパレスチナの衝突激化。中東情勢も心配の種として覆いかぶさる。経営を取り巻く環境が逆風ばかりではこんな心境も当然か。

外憂ばかりではない。全国各社も同様の悩みを持つと思うが、社内に目を向ければ部局員は高齢化の一途だ。新聞社の技術系職場は入社希望者が少ない。現役社員は年を取る一方で、私の世代の「バブル入社組」が定年を迎える数年後には現役・OBの構成比が大きく変化する。今の勤務体制維持が困難なのは目に見えている。

\*

一昨年55歳で編集局を卒業し、技術局勤務を命ぜられた。残念だが技術話にはとりわけ疎い。ありきたりだが晴天の霹靂だ。ただ自分なりに新聞づくりをやり切ったとの思いだ。今後は恩返しのステージに入ったと感じている。知らないことが多いのは知る喜びが多いこと。そう思えば「年を取った新人」も悪くない。

局を預かる者として考えるべきは、将来の組織の青写真づくりだ。組織を新しい道にいざなうのは容易ではない。全国の新聞社の事例やアイデアを参考にして、まだこれから働き続ける部局員のために持続可能な組織をつくり上げる。未来は暗くない、暗くしてはならないと思っている。

## 情報を着実に届けるために

産経新聞大阪本社 制作局長

山田 英嗣

入社から間もなく1年が経とうとしていた1995年（平成7）1月17日、記者として赴任していた神戸の街を未曾有の地震が襲った。未明の激しい揺れにたたき起こされ、しばらくは寝食を忘れてがれきが散乱する商店街や火災で焼失した住宅地などを取材してまわった。



よく訪れていたのは避難所となっていた学校だった。自宅を失ったお年寄りや幼い子供を抱えた親子連れらが身を寄せていた。困っていることはないか、必要としているものはなにかなど被災地の現状や被災者の思いを聞くため足しげく通った。

ある日、避難所に新聞が届けられたところに居合わせた。すると避難所にいた人々が次々に新聞を手取る姿を見かけた。少しでも早く有益な情報を得ようとしたのかその場で熟読する男性の姿も見られた。そのとき、新聞が身近なメディアとしてどれだけ多くの人に必要とされているのかをあらためて知ることができた。

\*

あれから約30年。新聞を取り巻く環境は様変わりした。発行部数は漸減し、直近5年間で1,000万部以上減り、1世帯当たりの部数は1.0を下回ってから10年以上経つ。

小学校で教師が授業で使うため新聞紙を持参するように促したところ、3人に1人が「自宅で新聞をとっていないので持ってくるのができない」と答えたという話を耳にしたことがあるが、数字をみると冗談ではないことがうかがえる。

一方、インターネットやスマートフォン普及で、Webメディアの影響力は急速に増している。

総務省が2021年に行った調査では、「いち早く世の中の出来事や動きを知るメディア」について質問したところ、「新聞」との回答が22.9%だったのに対し、「ニュース配信」は40.7%、「検索エンジン」は32.7%という結果になった。

新卒採用を担当していた数年前、ある大学を会社説明会のために訪れた。そのとき就職活動中の学生から、「産経新聞社って何を作っている会社ですか」と尋ねられた。新聞を発行していることを伝えるとピンとこない表情を浮かべた。だが、ニュースサイトにニュースを掲出していることも話すと、ようやく理解してもらえたようで、「わかりました」と笑顔をみせてくれた。

そのとき情報を届ける手段が紙からWebに変化しつつあることをあらためて感じた。

\*

新聞社のもっとも大切な仕事は正確な情報を安定的かつ着実に読者のもとに届けることだ。時代は変わり、情報を伝える手段も変わっても新聞社の役割は変わっていないと考える。

記者が取材で得た情報を紙面にし、印刷して輸送する。制作局はその一連の業務を管理している。どこかが滞ると新聞は発行できない。そのためには生産設備がきちんと稼働するよう日々メンテナンスをしなければならぬし、その時々々の道路状況に臨機応変に対応して工程を調整し、決められた時間に店着しなければならない。また、ニュースをWebに掲出するための各システムやネットワークの管理も制作局で行っている。

紙面であれ、Webであれ情報を流通させるためには制作局を通らざるを得ない。そんな新聞社の要と言える制作局を預かる立場となり身が引き締まる思いを感じるとともに、状況に応じた適切な組織運営をしなければならないと気持ち新たにしている。

産経新聞社は今年90周年を迎えた。10年後のメモリアルイヤーにも新聞社の役割をきちんと果たすことができるよう力を尽くしたい。

## グループ全体の課題に対応

西日本新聞社  
執行役員グループ技術局長

後藤 正次



西日本新聞社に入社することになったのは、母親が発した一言が発端だった。「明日の朝から〇〇さんのところで新聞配達をきなさい」。家でごろ寝していた中学生の私に、突然言い放った。朝寝坊で遅刻の常習犯だった私の将来を案じて新聞配達のアバイトを勝手に決めたのだった。

慣れないうちは、よく誤配をして読者や販売店に迷惑をかけたが、中学2年から高校卒業までの5年間、朝夕刊の配達をやり遂げたおかげで、忍耐力や責任感が身についた。

同級生がゼネコンや地場の建設会社への就職を希望するなか、私は西日本新聞社の求人票を手にとった。高校の学科は建築だったが、配達していた新聞を発行している会社に入るという考えは、自然な発想だった。

西日本新聞本社は、福岡市中心街の天神の目抜き通りに面した17階建ての大型複合ビルで、竣工から48年経った今も変わらず、ある種独特の存在感を放っている。お恥ずかしい話だが、新聞社に入ることにだけに気を取られ、具体的に何をやるのか理解していない状態で入社し、人事担当者に本社ビルに裏手の輪転棟に案内され、そこで初めて印刷課に配属されることを知った次第だ。

本社ビルとは対照的な低層の古い建物の内部には見たことがない大型機械がとこ狭しと並び、ここで印刷した朝刊やスポーツ紙を九州全域と山口県の一部に毎日トラックで送り届けている(当時)と聞き、驚愕したことを今でも鮮明に覚えている。

入社当時はホットからコールドに変わって

間もない頃で、旧来の経験と勘だけが頼りの職人文化は健在だった。この40年あまりの間に新聞づくりの現場は大きく変容した。上流工程では整理記者と組版オペレーターの2人で行っていた編集作業が記者1人で完結できるようになったほか、通信技術の発展によって、社外のどこからでも出稿できる環境を整えることができた。

下流工程の技術革新も目覚ましい。私が若い頃は印刷現場で一人前とみなされるまで、最低10年かかると言われていたが、自動制御技術でスキルレス化が進み、今では輪転機の運転などベテランしか許されなかった作業を経験が浅いオペレーターに任せることも可能となった。画像処理技術と印刷資材の進化によって印面品質も究極の領域に到達した。新聞づくりがこれほどまでに進歩を遂げたのは、CONPT会員各社の努力の賜物であると認識する。この場を借りて敬意を表したい。

さて、弊社は8月に技術部門の組織改革を実施した。昨年4月に営業を開始した西日本新聞プロダクツ(以下「西プロ」)に技術局を移管する一方、新聞社側には新たに、新聞づくりで培ったIT技術に関する知識を用いてグループ14社の技術的課題の対応にあたる「グループ技術局」を設け、局長を私が務めることになった。私自身は下流一筋でIT技術には明るくないが、西プロ技術陣と密接に連携しながら責務を果たしていくつもりだ。

ちなみに、西プロは自社開発の配達管理サービス「Delivery Support System」を先日リリースした。配達員不足を補うために「誰でもその日から配達できる」をコンセプトに開発されたソリューションで、スマホにインストールしたアプリの指示に従えば、初心者でも間違わずに新聞配達ができるそうだ。

配達管理サービスのことを初めて耳にしたとき、配達順を覚えるために、店主が運転するカブ号のあとを、自転車を漕いで必死に追いかけた遠い記憶がよみがえった。

## デジタル時代のあるべき姿を描く

西日本新聞社メディア戦略局長

堺 成司

「西日本新聞のデジタル化」ではなく「デジタル時代の西日本新聞」の姿をどう描くか。経営企画局新メディア戦略室から、2021年8月に局へと格上げされた新しい組織に課された命題である。その2代目の局長として今年6月に就任した。もともとデジタルという言葉にアレルギーがあっただけに、重責をひしひしと感じている。

アレルギーといっても、パソコンが苦手とか、やっぱり紙面が好きとか、そういうわけではない。あれは、5年前にさかのぼる。

私たちローカルメディアの役割は、ひとりでも多くの人にニュースを届け、地域の社会課題解決にひとつでも多く貢献すること。この使命は、今も昔もこれからも変わらない。そして部数減が続く中、使命を果たすには、デジタルで広く発信することが求められる。言うまでもなく新聞業界共通の課題だ。

弊社でも2018年、編集局を中心としたプロジェクトチームが発足。いわゆる統合編集体制への移行を検討することになった。その初会合で「あれ」は起こった。

先行して発足していたデジタル編集部の部員が、記事を紙面にもマルチユースする提案をしたときのこと。あるベテラン社員から「紙面のことはこっちで考えるから『デジタルさん』は口を挟まないで」との発言が…。この「デジタルさんショック」が原因で、私はデジタルという言葉に過敏になった。

もちろん、デジタルシフトに抵抗感を抱く気持ちも分かる。私も1992年(平成4年)に入社して以来、報道の現場で記者として過ごしてきた。紙面で記事が大きく扱われることが何よりの評



価だった。編集局だけでなく、販売も広告も技術部門にしても100年以上、中心にあるのは「紙」だった。

プロジェクトチーム発足当時、私は編集局の社会部デスクから経営企画局へ異動したばかりだった。「デジタルさんショック」は、紙とデジタルの統合を進める上で、フローやシステムはもちろん「意識の統合」が最重要課題であることを改めて教えてくれた。

1年の議論の末、編集局は2019年9月から統合編集体制への移行を開始した。同時にサブスクリプションのニュースサイト「西日本新聞me」をリリースする計画も進められ、集中的に準備を担う組織として「クロスメディア報道部」が置かれた。前身はデジタル編集部。サブスク事業への本格参戦に備えて、記者のデジタルマインドを醸成する重要な役割りながら、あえて組織名からデジタルという文字が外された。抵抗感に配慮し、ソフトランディングさせるため。最初の部長を私が務めることになった。

そもそもデジタルは紙と対立軸で語るものではない。あくまでもツールであり、新聞をデジタルメディアに再編成したからといって、大きな変化がもたらされた実例は、日本の新聞業界ではほとんどない。デジタル時代に西日本新聞はどうあるべきか。「デジタル戦略」ではなく、組織名の通り「メディア戦略」を描くのが局長の役割だと背筋を伸ばしている。

弊社には「あなたの特命取材班」という編集局の取り組みがある。読者から「困った」「知りたい」という声を募り、記者の取材力で解決する市民参加型の調査報道。その取材は読者との双方向のやりとりから始まる。そこで大いに活用されているのがLINEというコミュニケーションツールだ。

「新聞離れ」といわれて久しい。読者との距離が広がり、時には「マスコミ」とやゆされる。信頼を取り戻すには、距離を縮めることが第一歩。そのために新しい技術をいかに活用していくかを考えていきたい。

## ※ 国境越えて市民つなぐプラットフォーム

在英ジャーナリスト

小林 恭子

日本で「欧州」というと、すぐに頭に思い浮かぶのはドイツ、フランス、英国など「西欧」のイメージではないだろうか。筆者自身も同様の感覚を持つが、欧州は歴史、文化、言語などが異なるいくつもの国が入る大きな地域である。27カ国が加盟する欧州連合(EU)だけを見ても、約4億人が住み、公用語は24に上る。自分が住む国と周辺諸国についての事情は知っていても、欧州内の遠く離れた他国のニュースに触れる機会は意外と少ない。

### ジャーナリストら170人が参加

こうした状況を変えるため、昨年11月、3人のジャーナリストが「欧州を形成する物語」を伝えるプラットフォーム「ザ・ヨーロッパアン・コレスポネント」を誕生させた。創設理由についてはこんな説明がサイトにある。例えばドイツであれば、サッカーに特化したニュースサイトは多数あるが、欧州全体をカバーする専門サイトが少ない。「欧州」で特化したサイトとなると、EUが本部を置くベルギー・ブリュッセル界隈の話が中心となる。「富裕層や権力者のレベルでは国際的なつながりができているが、国境を越えて市民がつながる場がない」。「コレスポネント」はそのような場となることを目指す。参加しているのは約170人のジャーナリストや編集者で、欧州大陸全体で発生するニュースをまとめ、読みやすい形で読者に届ける。運営資金は読者からの募金が原資だ。

創設者3人のうちの一人はオランダ・アム

◆いま注目される3つのこと

ステルダムを拠点とするジャーナリスト、ユリウス・フィンテルマン。ドイツの大手経済紙ハンデルスブラットで働き、社会正義、気候危機、住宅問題、犯罪などを専門とする。フィリップ・クレイマーはスイス・バーゼルに住むキャンペーン活動家及び経済学の学生で、若者の政治参加を振興するプログラムをいくつも手掛けてきた。3人目はカーラ・アレンバッハで、スイス・チューリッヒやブリュッセルのメディアで新規ビジネスの立ち上げを担当した後、スイスを拠点とする電子雑誌「リパブリック」の副代表を務める。サイト上の紹介イラストを見ると、編集チームは、20代、30代の若者層のようだ。

ウェブサイトで登録すると、ニュースレターが毎日送られてくる。1つのニュースレターでは数本の記事が紹介される。独自の取材によるものではなく、既製の報道機関による報道を出所元の情報を付けてまとめ、記者のコメントを入れて構成する。



### 「欧州で最大の富豪」独自調査

独自調査の記事は、ウェブサイトに掲載されている。欧州の富豪がいかに政治に影響を

新聞メディアの潮流

欧州報告

(10)

誌上 CONPT-TOUR



与えているかを伝える記事「欧州で最大の富豪」(前頁写真)である。40カ国を拠点とする70人のジャーナリストが協力し、9月に公開した。欧州には10億ユーロ(約1600億円)以上の資産を持つ600人弱の富豪が存在し、その中の130人について調査した。欧州の地図が掲載されており、特定の国をクリックすると、

## ※ 英保守系高級紙 売却へ…どこが買う？

英国の老舗の保守系高級紙「テレグラフ」、日曜紙「サンデー・テレグラフ」、週刊政治雑誌「スペクテイター」などを所有するテレグラフ・メディア・グループ(以下、「TMグループ」)が売却されることになった。

### 買収候補者の噂が次々

テレグラフは1855年、「デイリー・テレグラフ&クーリエ」として創刊された。1961年創刊の日曜紙は長い間編集室や方針が日刊紙とは別であったが、2013年以降、2紙は統合された。新聞の売却話は英国では珍しくないが、デジタル時代が到来し、どの大手新聞も経営に苦勞する中、正式に売りに出される前から次々と買収候補者が噂に上った。

TMグループは2004年から富豪バークレー家が所有してきた。カナダ系英国人コンラッド・ブラックが経営する米持ち株会社ホリンジャー・インターナショナルから2つの新聞を6億6500万ポンド(約1200億円)で買い取ったのは、スコットランド人の両親を持つ双子の兄弟デービッドとフレデリックである。デービッドが2021年に死去した後は2人の息子ハワードとエイダンが経営を統括してきた。

### 負債10億ポンド抱え経営破綻

インターネットや携帯デバイスの普及とともに英国の新聞は発行部数の減少に見舞われてきた。調査会社エンダーズ・アナリシスの調査によると、2009年の英全国紙の発行部数は約900万部だったが、現在までに300万部に

その国の富豪の情報が出てくる。

汎欧州に特化したサイトがないので、その需要を満たすために生まれた「ヨーロッパ・コレスポンデント」。読者の欧州への帰属感を深めそうな媒体だ。創設から1年を経たが、今後も続けて行けるかどうか最大の課題に思える。

落ちている。広告収入も過去10年間で半減した(広告調査会社Mグループの調べ)。

どの新聞も電子版を有料化しており、テレグラフ(平日版と日曜版)の紙版と電子版セットなど、有料購読者は100万人を数える。このうち、80万人が電子版のみの購読者だ。総収入の半分以上が購読料から生じており、昨年は税引き前で3900万ポンドの利益を出した。前年比32%増である。しかし、今年6月、10億ポンドの負債を抱えて経営破綻に陥り、取引銀行ロイズがグループの経営権を握った。10月、正式に売却に出された。

### デジタル時代に新聞買収 なぜ？

なぜこのデジタル時代に大手新聞を高額で買収しようとするのだろうか？ガーディアン紙のコラムニスト、ジェイン・マーティソンは「政界に影響を及ぼし、ニュースの議題を支配するため」と書いている(10月19日付、ガーディアン紙)。保守党の元首相デービッド・キャメロン(在職2010-16年)、労働党の元首相トニー・ブレア(1997-2007年)、ゴードン・ブラウン(2007-2010年)などがバークレー家と会食を共にし、親密な関係を維持したという。

買収先として予想されているのは、ドイツの複合メディア、アクセル・シュプリングァー。日本経済新聞社によるフィナンシャル・タイムズ売却の際にも名乗りを上げたが、日経に敗れた。保守系大衆紙デイリー・メール、無料紙メトロなどを発行するDMGTグループも関心を持っていると言われている。

## ※ 中年2人の時事談話 人気のポッドキャスト

インターネット上で定期的に配信される音声コンテンツ・サービス「ポッドキャスト」。ラジオのトーク番組は放送予定表に組み込まれた特定の時間に流れるが、ポッドキャストの場合、パソコンあるいはモバイルデバイスのアプリをインストールすれば、一定の時間に配信されるので、自分の都合がよい時にアクセスして、楽しむことができる。

### 政治的立場は正反対

最近、英国で人気となっているのが、中年男性2人組による時事問題を扱うポッドキャストだ。保守党政権で一時閣外大臣を務めた議員ローリー・スチュアートとブレア労働党首相の側近アラスデア・キャンベルによる「ザ・レスト・イズ・ポリティックス」(昨年



3月開始=写真)がブームを作ったと言われている。スチュアートは議員になる前は外交官でイラクやアフガニスタン事情に詳しい。キャンベルは元大衆紙のジャーナリストである。信奉する政治が正反対の2人がその時々の時事問題や政治について話す回とリスナーからの質問に答える回を配信している。

### 真面目な政治の話からこぼれ話まで

9月に始まったばかりの「ポリティカル・カレンシー」は元保守党財務相ジョージ・オズボーンと元影の財務相エド・ボールドが担当する。「影の財務相」とは、2大政党制の英国で最大野党(労働党)が設置する「影の内閣」の

大臣職を指す。オズボーンが財務相だった頃(2010-2016年)の一時期、ボールドは影の財務相だった。かつてのライバルを番組で組ませたことになる。

英国の財政のかつての責任者が現在の政治経済政策をどう見るのか、国家予算はどのようにして決められるのか、野党側の対応策といった真面目な話に加えて、保守党の党大会で飲み過ぎた幹部が気まずい事態に陥ったことなど興味深いこぼれ話も多い。現在の政策にかかわる発言は保守系高級紙「タイムズ」が頻繁に記事化する。記事を読んだ人はポッドキャストの番組を聞くようになるだろう。リスナー増加のための巧妙な連携に思える。

### ジャーナリズムを語る追隨番組も

「柳の下のどじょう」の何匹目かにあたるのが、左派系高級紙ガーディアンのアラン・ラスブリジャー前編集長と経済紙フィナンシャル・タイムズのライオネル・バーバー前編集長による「メディア・コンフィデンシャル」(9月28日開始)。先の2つのポッドキャストは複数の企業の広告収入が支えているが、こちらはリベラル系雑誌「プロスペクト」が提供する。

ジャーナリズムについてのトピックを毎回取り上げ、10月26日配信分は「メディアは反イスラエルの偏向報道をしているか?」がテーマだった。読者の大半がユダヤ人の新聞「ジュエイツシュ・クロニクル」の編集長に報道の不偏不党性についてインタビューしたが、ラスブリジャーもバーバーも放送出身者のように丁々発止で相手を問い詰めていくスタイルを取らず、「言われたことをそのまま流す」傾向が少しあった。今後、改善されていくかもしれない。

(写真はいずれもウェブサイトから)

誌上 CONPT-TOUR

# 歳万事楽

## 有志の会

神戸新聞社 情報技術局長

富本 一男

子どもの小学校で、PTAの有志の会に入っていた。おやじの会と言う地域もある。卒業してからもメンバーとはしばしば飲む。たまに活動の手伝いもする。最近手伝ったことをご紹介します。

### <花火師>

校庭で花火大会をすることになった。地元の皆さんは会場の警備や来場者整理、中学生



は場内放送や受付を担当した。私たちと先生は花火師だった。市販の花火を使うので安易に考えていた。小さな打ち上げ花火で幼児に喜んでもらう程度と思っていた。でも

数千人が見物に来て、校舎の数倍の高さに何百発も打ち上げる本格的なものだった。朝から会場を準備し、打ち上げ花火の仕掛けを作り、リハーサルを繰り返して着火タイミングを合わせた。20分間の花火大会だったが、拍手と歓声をいっぱい浴びてうれしかった。火の粉と煤もいっぱい浴びて熱かった。打ち上げのお酒はおいしかった。

### <キャンプのリーダー>

体育館で1泊2日の防災キャンプをした。小学生が50人以上参加した。数人毎の班に分け、スーパーから集めた段ボールで寝床を作った。床に並べて冷気を遮断し、屋根や壁を自由に作った。キャンプの夕食はやはりカレー。母親の会が指南した。校庭で火を起こして、

野菜を切って、飯ごうでごはんも炊いた。夜には懐中電灯ひとつで校舎を探検した。卒業生や先生もオバケ役で参加した。地元消防団の女性分団演出の暗闇防災クイズは、少し怖かった。翌日朝にはアルファ化米試食の後、消防訓練。消防団から消火器の使い方を習って、消防車で校庭を一周した。放水体験もした。みんな友達が増えて笑顔で帰ったので良かった。夜の体育館は思いのほか寒かった。打ち上げのお酒がやっぱりおいしかった。

### <会に入って、思うこと>

園児や小中学生と暮らす皆さんへ。どの地域の有志の会も、たぶん何の取り柄もない人たちの集まりだ。お互い仕事があるのがわかっているので、それぞれができる範囲で参加していると思う。活動内容も様々ではないか。私が参加したのは小学校のPTA有志の会だが、もし地元の学校などに同様の団体があれば、ちょっとのぞいてみてはいかがか。取り柄はないが久しぶりに褒められたい方にお勧めする。少し手伝うだけで先生がものすごく褒めてくれるし、子育てについて世間様から一目置かれる。それから、ここまで読んでただけの方だけに種を明かすと、子ども達のためと言いながら、本当は自分たちが楽しむ会だ。ご町内に友達が欲しい方はぜひ参加の検討を。少し活動するだけで大威張りで宴会ができる。たぶんご家族公認。これはとても重要なポイントだ。地元知り合いができるとかなり楽しい。

もうすぐ忘年会だ。右手にお金、左手にハンカチ。私を含む何人かは、それだけ握りしめて走って集合する。鍵やスマホを無くしたら、そこの嫁はんみんなが叱られるからだ。運動会なんかで嫁はんも顔見知りだ。スーパーで出合い頭に、あなたたちは宴会ではしゃぎ過ぎだと説教をくらう。有志の会への参加にひとつだけ警告しておくことがある。自分の嫁はんに加えて、メンバーの嫁はんも怖い存在になってしまうことである。

## 新聞大会、軽井沢で開催

第76回新聞大会(日本新聞協会主催)が10月18日、長野県軽井沢町の軽井沢プリンスホテルウエストで開かれ、新聞、通信、放送各社の代表者ら約380人が参加した。長野県で新聞大会が開かれるのは2007年の第60回大会以来16年ぶり3回目。



生成AIが偽情報の拡散を助長する危険性が懸念される状況で、「正確な報道と公正な論評を、人々に届け続け、健全な言論空間を守り育てなければならない。情報環境の激動期にあって、民主主義の発展に寄与すること

を誓う」との大会決議を採択した。

中村史郎日本新聞協会長(朝日新聞社社長)は挨拶の中で、「偽情報が拡散するデジタル時代において、報道機関が提供する良質な情報の価値が正当に評価される仕組みを築き、健全な言論空間を形成していくためにも、新聞界が一致団結して適切な対応を進めることが重要だ」と述べた。

続いて新聞協会賞5件(読売東京、神戸、毎日、日本放送協会、西日本)、新聞技術賞1件(朝日)の授賞式が行われた。

式典の後、脚本家の三谷幸喜氏が「三谷流世の中の見方、伝え方」と題して中澤佳子アナウンサー(信越放送)と対談形式で記念講演を行なった。

研究座談会のパネルディスカッションは中村新聞協会長をコーディネーターに第1部「AIと新聞」を、第2部「進化するメディアビジネス」は小坂壮太郎新聞協会副会長(信濃毎日新聞社社長)がコーディネーターを務めて開催した。

## 世界のニュースメディア最新事情と生成AI

### 第130回技術懇談会

日本新聞製作技術懇話会は2023年9月21日に130回技術懇談会を開催した。共同通信社のニュースレター「メディア戦略情報」編集長尾崎元氏が、「世界のニュースメディア最新事情と生成AI」をテーマに講演した。

懇談会には、新聞社関係者11社12名、CONPT会員社11社20名、および事務局3名が参加し、講演を聴講した。

〈講演の要旨〉生成AIはオリジナルなコンテンツを作成することはできないが、ワークフローの効率化に役立つ。例えば、新聞記事を放送原稿に変換したり、ウェブ用の記事やソーシャルメディア向けのコンテンツに変形したりすることも可能である。また、要約



や翻訳、蓄積されたデータを基に事象の背景や歴史的経過を記述することもできる。

生成AIの活用事例としては、ドイツの新聞社では警察署や消防署のプレスリリースを基に自動的に記事を作成している。また、アメリカの地方紙チェーンはテンプレートを使用して異常気象の記事を200以上の新聞社に配信している。

ニュースメディアは、インターネット普及時に貴重なコンテンツを無料で提供してしま

うという過ちを犯した。また、2007年にiPhoneが登場してから劇的に進展したモバイル化に十分に対応できなかった。

生成AIはニュースメディアにとって大きな脅威だが、同時にハイテクプラットフォームへの依存から脱却する大きなチャンスでもあり、生成AIが真のゲームチェンジャーになる可能性が大いにある。

### 新聞製作講座オンラインで開催

10月26、27日、新聞製作講座がオンラインで開催され、112社1,753人が参加した(写真)。26日の上流コースでは、ジェネレーティブAIとオリジネーター・プロフィールについて講演が行われた。その後、新聞協会情報技術部会副部長中村文昭氏がコーディネーターを務めたパネルディスカッション「システム部門の共通課題と展望～若手技術者の視点から～」、システム内製開発などに関する事例報告と続いた。



2日目は下流コースが行われた。「レベル4飛行の実現と将来に向けた日本郵便の取り組み」と題し、ドローンを使用した有人地帯での目視外飛行による物流についての講演があった。その後、西日本新聞プロダクツが自社開発した店着通知システムについての講演「新聞輸送DXの取り組み」が行われた。午後には新聞協会印刷部会長若松潔氏がコーディネーターを務めたパネルディスカッション「新聞資材の現状と課題」が行われ、実務者による「創意と工夫」の発表もあった。

### 洋食すいす(東京・御成門)

今回のご紹介は洋食となります。巨大メンチカツで有名な「洋食すいす」です。都営三田線御成門駅から徒歩からだと少し歩く必要のあるお店です。カロリー消費との兼ね合いを考慮して訪問をご検討願います。

メンチカツはMサイズでも十分なボリュームです。お腹が空いていて体調が万全であれば、Lサイズをお勧めします。因みに私はLサイズが定番です。味は普通に美味しいです。洋食の歴史を噛みしめながらご賞味下さい。メンチカツは玉ねぎが沢山入っておりますので、健康的と信じております。しかし、圧倒的に挽肉と油が勝っています。

満腹で動けなくなる可能性が高いです



メンチカツ

美味あつちこつち

コダック  
久米邦雄

が、近くの日比谷公園か芝公園のベンチで休息できますのでご安心下さい。お腹が落ち着いたら、仕事再開でよろしいかと思えます。是非ともシエスタを満喫ください。

カツカレーやハンバーグも常連さんの人気メニューとのことです。次はこうしたメニューにチャレンジしてみようと思えます。

# あれこれ わが職場

## 助からないと思っても助かっている

山陽新聞印刷センター 取締役マネージャー 山本 龍朗

山陽新聞印刷センターは1987年、山陽新聞社の100%子会社として設立され、1990年に完成した倉敷工場(岡山県倉敷市片島町)で「山陽新聞」などの受託印刷を始めました。1988年の瀬戸大橋開通を機に、全国紙各社が最新の新聞印刷工場を岡山県や対岸の香川県に相次いで構え、新聞業界においても「瀬戸内戦争」が展開されている頃でした。現在は2018年に稼働した早島工場(同県早島町早島)と2工場体制になっています。

少し早いですが、この一年を振り返りますと、今年の最大のテーマは8月末から早島工場で始めた2紙の受託印刷でした。ありがたい話ではありますが、工程がタイトになるほか、使用する用紙や刷版、人員体制や勤務帯の見直しなど調整事項は多岐にわたり忙殺されました。このほか、諸物価の高騰、特に電気料金の値上げはこたえました。節電策もやり尽くした感がありましたが、空調運転の最適化を模索したり、夏場は浴槽への湯張りをやめ、シャワーで済ませるなどできることに取り組みました。今夏(6~8月)は日本の平均気温が過去最高となるなど記録的な猛暑に見舞われましたが、倉敷工場では同時期の電気使用量が前年実績を下回り、正直驚かされました。

「助からないと思っても助かっている」。将棋の故・大山康晴15世名人(倉敷市出身)がよく揮毫した言葉の一つですが、まさに従業員の頑張りに支えられた一年でした。

新型コロナウイルスの5類移行から半年がたちますが、工場内でのマスクの着用は継続しており、歓送迎会、忘年会の類も再開に至っていません。元に戻すことよりも、今何をなすべきかを皆で考えていきたいと思います。

### 会員消息

#### ■担当者変更

\* 東京機械製作所(株)(10月31日付)  
[新]三村 成孝氏(営業本部 中部サービスセンター長)

[旧]安部 史郎氏

### CONPT 日誌

9月11日(月)技術対話部会(出席9名)  
企画委員会(出席7名)  
14日(木)クラブ委員会(出席11名)  
19日(火)広報委員会(出席9名)  
21日(木)第130回技術懇談会=共同通信社・尾崎 元氏講演会(於日本記者クラブ・大会議室 35名参加)  
26日(火)評議委員会(出席9名)  
10月12日(木)企画委員会(出席7名)

◇本誌に連載しました「新聞製作技術の軌跡」全29回を一冊にまとめました。購入方法は、CONPTウェブサイトでご案内しています。  
<http://conpt.jp/kisekibook.html>



定価2200円(税込み)