創刊10周年記念号

有楽町かわら版

発行所　東京都千代田区有楽町1丁目12-1 郵便番号100-0006
日本製紙株式会社新聞営業本部
電話　03-3218-8050
FAX　03-3213-7308
www.np-g.com
newsprint@npaper.co.jp
©日本製紙株式会社　2007

ピークを過ぎた新聞用紙需要と原燃料の高騰

2006年度の国内新聞用紙需要は374万2千トンで、面積ベースの対前年度比で99・1％（重量ベースでも同じ）と3年ぶりのマイナス成長となった。年計表で見ると昨年7月にピークを向かえその後マイナス成長が続いている。電通発表の2006年の日本の総広告費は前年比100・6％で2005年に続いて前年比を上回った。金額の5兆995４億円は過去最高である。しかし、新聞広告費は前年比96・2％となり、総広告費に占める新聞広告の割合はさらに低下して16・7％となって金額で1兆円を割り込んだ。製紙会社も原燃料価格の高騰を受け自助努力の限界にある。かわら版発刊10年間のなかで一番厳しい時に直面している。

新聞営業本部新聞営業一部長（有楽町かわら版主筆）　前田高弘

「総広告費が伸びても新聞広告費は減少」

『有楽町かわら版』オリジナル新聞用紙需給年計表を見ると、昨年2006年7月時点のSLベースの年計需要は378万トンでピークを記録した。昨年のサッカーのワールドカップによる頁数の堅調さがこのピークを支えたと観測する。年計表を少し拡大してみると、2001年9月の同時多発テロをきっかけに2年間冷え込んできた用紙需要が2003年夏以降順調に回復して3年かけてピークを更新したことがわかる。

しかし、昨年8月以降広告段数が減少を続け今のところ回復の兆しが見えない。用紙需要も確実にグラフでマイナス傾向が読み取れる。

2006年度需給実績（対前年度比・重量ベース）

需要	国内	374万2千トン	(99.1%)
	輸出	17万6千トン	(92.7%)
	合計	391万8千トン	(98.8%)
供給	生産	380万3千トン	(101.9%)
	海外生産	11万5千トン	(64.5%)
	純粋輸入	2万3千トン	(70.6%)
	合計	394万1千トン	(99.9%)
年度末在庫		32万8千トン	(107.7%)

2006年の新聞広告金額は3・8％も減少して金額で9986億円と1987年以来19年ぶりに1兆円の大台を割り込んだ。総広告費が伸びても新聞広告費が減少するという2年連続の記録となった。

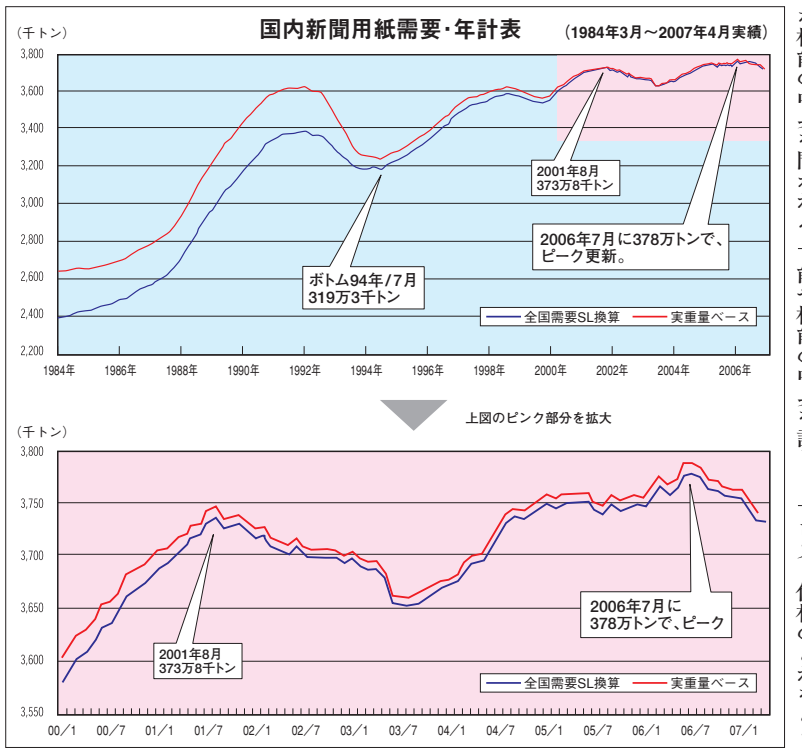
業種別に新聞広告を考察すると「ファッション・アクセサリー」、「食品」、「化粧品」等の広告は感性に訴える大きなカラー紙面で新聞の得意とするところということだろう。こういう分野では新聞広告も伸びている。しかし商品の性能や細かな機能の中身を問われる「自動車」、「不動産」、「金融・保険」等の広告は新聞以外の媒体に流れていると見る。実際インターネットでないとこれら性能や機能の中身を詳しく探ることはできないし、感性だけの自動車広告は効果があるのか?とスポンサーは疑いの眼で見ているように思える。

一方、製紙会社の用紙供給サイドを見ると国内生産への回帰現象がさらに加速している。2006年度の国内生産は380万3千トンとほぼ横ばいであったのに対して、当社開発生産のノーパックが11万5トンで前年度比36％も減少、純粋輸入紙も2万3千トンで29％も減少した。品質、サービス、価格のどれをとっても輸入紙はもはや脅威ではない。

このような中で、日本製紙の2006年の新聞用紙の販売は、国内133万3千トン、輸出11万9千トン、合計145万2千トンとなった。国内需要と輸出の合計需要の中で当社が扱う部分は37・1％となっている。

2006年度
日本製紙
新聞用紙販売実績

国内	133万3千トン
輸出	11万9千トン
合計	145万2千トン



「新聞とNewspaperは違うのか！」

80％も広告収入に依存しているアメリカの新聞業界の最近の低迷ぶりを見て、そのまま日本の新聞社の将来を悲観してよいのだろうか。広告収入に依存度合いの高いアメリカでは、フリーペーパーに走りやすいし、インターネットに軸足を置いた情報発信企業への変節もあり得るだろう。しかし、日本の新聞は購読収入と広告収入をバランスさせている。日本の新聞は読める価値の高いものであると思う。単一民族で識字率も高いというこの国の成り立ちも見逃せないだろう。45万人の販売員に支えられる戸別配達制度も大きな特色だろう。52百万部もの発行部数を維持していることは尋常ではない。だからこそ、新聞とNewspaperは違うと私は思うのである。ニュースはネットで表面的な関心のあることだけを知れば良いのか。そんな薄っぺらな世の中で良いのか。新聞は言論の府であり社会の公器である。メディアミックスへの取り組みも避けて通れないが、主軸はあくまで紙の新聞の発行である。早朝のテレビで朝刊記事を紹介するのもやめてほしい。

日本の製紙会社として、この特色ある需要家を用紙供給面で支えていくことは社是だろうと信じている。厳しい時代だからこそ、基本に立ち返り足元を再認識する天のときと思う。

「高騰する原燃料価格」

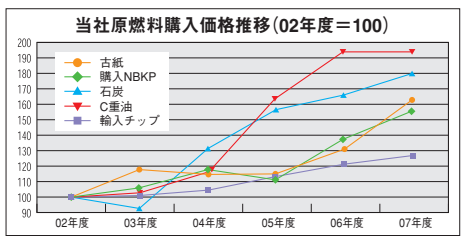
ところで、中国経済の活況は、日本国内の古紙、原油、木材チップ、薬品等の原燃料をブラックホールのように吸い上げ、各価格を高騰させている。特に新聞用紙の主原料である新聞古紙は3年前の2004年に比較して50％も高騰、この4月以降もその上昇の勢いは続いている。85％古紙配合で、古紙歩留り85％という前提で計算しても、古紙1円アップで製品コスト1円アップという単純計算が成り立つ。

当社は過去30年近く、用紙の軽量化、填料の開発、ゲートロールによる表面処理、古紙パルプの高配合化、用紙の中性化等の品質の改善とコストダウンにユーザーの皆様と共存共栄の精神で取り組んできた。

また1985年のプラザ合意以降の相対的な円高も当社の取り組みに順風を吹かせてきた。

しかし、今厳しい逆風の時代を迎えている。激化する世界市場での競争に打ち勝ち、コストダウンと原料確保、環境への取り組みを進めて、新聞用紙の安定供給体制を維持していくためにはお客様のご支援とご理解が欠かせない。

新聞社も製紙会社も共に厳しい時代をどのように生き残るかが問われている。



◆組織改正／新聞営業本部を二部制に◆7月1日付で新聞営業本部は従来の一部制から、あらたに新聞営業一部、新聞営業二部の二部制となりました。新聞営業本部は本部長・専務取締役山下勁、本部長代理兼新聞営業二部長佐々木健二、新聞営業一部長前田高弘の体制となります。今後ともよろしくお願いします。

◆かわら版次回は1月に◆「有楽町かわら版」は平成9年7月に創刊、本号で創刊10周年を迎えました。この間、3ヵ月に1度の季刊発行を続けてまいりました。今後は発行頻度を見直し、もっとフレキシブルに年2回の発行に変更致します。次回は20年1月号の予定です。引き続きご愛読ください。

＝主なニュース＝

ピークを過ぎた新聞用紙需要と原燃料の高騰（1面）
06年度の国内新聞用紙需要は3年ぶりのマイナス成長となった。昨年7月をピークに下降を続けている。日本の総広告費は前年比を上回り、約6兆円は過去最高となったが、新聞広告費は前年割れで、総広告費に占める シェアはさらに低下した。多メディアの中の新聞、原燃料高騰の中での製紙会社の生き残りを考える。
有楽町からの提言「真夏の夜を彩る花火、その裏方に徹する」（2面）
抄造部長に聴く「新聞基幹工場として、さらなる飛躍を目指す」（3面）
有楽町かわら版「創刊10周年祝辞」（4～5面）
新聞営業本部紹介「盛夏の夕刻、有楽町山下一家の暑気払い」（6面）
品質・技術「京都新聞印刷久御山工場」（7面）
四方山川柳「有・楽・町」（7面）
異動のお知らせ／おしゃれなお店（8面）

NIPPON PAPER INDUSTRIES
日本製紙

YouLuck帖

北米第1位の新聞用紙メーカー・アビティビ・コンソリ社と第2位のボーウォーター社は、両社が合併する計画を今年1月末に発表した。世界の新聞用紙市場の17％、北米の47％を占める年産650万トンの世界最大の新聞用紙メーカーの誕生である。秋口には認可される模様だ◆北米の新聞用紙市場は疲弊している。最盛期の1999年に1千3百万トンあった需要が昨年はついに1千万トンを切った。広告収入に8割近くを依存する北米の新聞社は社会の木鐸を忘れ、インターネットやフリーペーパーにその収入源を奪われ、合併や紙面の縮小、部数減で用紙需要が激減するという構図である。製紙会社としては苦肉の策で生き残りをかけた合併で老朽・中小設備の廃棄に走る◆情報を知ることと理解することの違いが、インターネットと新聞にあるように思う。「知るはインターネット、読むは新聞」だろう◆このことをもっと世の中に広めて軽薄な社会を重厚な思考のできる社会に復活させていきたい。我々は社会の木鐸・民主主義を守るために新聞巻取を販売していることを今後も誇りたい。（M）

本紙は石巻工場高白新聞75を使用しております。

有楽町からの提言

創刊10周年記念号特別編

真夏の夜を彩る花火 その裏方に徹する！

新聞営業本部新聞営業一部
伊藤　淳

夏の風物詩である打ち上げ花火大会。アマチュア花火師として、そのお手伝いをするようになり今年で9年目になる。あと1ヵ月に迫った花火大会シーズンを迎える前に、裏方の視点から見た花火大会の現場事情と、花火の魅力について、私なりにお伝えしていきたい。

花火に触れたきっかけ

もうじき、夏空を美しく彩る打ち上げ花火の季節がやってくる。老若男女を問わず、毎年楽しみにしていらっしゃる方も多いかと思う。

そんな花火の世界を初めて垣間見たのは11年前、高校の文化祭で使用する玩具花火を購入するため、花火問屋を訪れたときだった。ディスプレイされた打ち上げ花火の写真を背景に、店主が様々な花火を手にとって見せてくれたのだ。その時は、初めて触れる本物の花火の世界にただただ圧倒されるばかりだった。思い返してみれば、多感な時期にこのような経験をしたことが、全ての始まりだったのだろう。

偶然の出会いにも恵まれ、その2年後にはいわゆる花火師（煙火打揚従事者）の免許を取得することになった。それから現在まで、およそ人生の3分の1の期間は花火に携わっている計算になる。その間に、気心が知れた花火仲間ができ、工場・問屋の方々とも知己を得ることができた。そのおかげで、仲間と共に花火を打ち上げたり、大きな花火大会の手伝いをしたり、はたまた結婚披露宴の演出を行ったりと、様々な経験をさせてもらっている。

ただ、その美しさからつい忘れてしまうのだが、花火は火薬の塊。ちょっとした気の緩みが死を招くことすらある、正真正銘の危険物だ。そのため、毎年この時期は楽しみでもあると同時に、「今年も事故なく過ごせますように」「体力がもちますように」と、心の中で祈り、気を引き締める時期でもある。

▲ずらりと並んだ大筒

知られざる裏方事情

たった1時間か2時間で終わってしまう花火大会だが、その準備は本当に過酷なものだ。

朝からトラックいっぱいに積まれた荷物を降ろし、筒を並べるだけでも重労働。大きな花火大会ともなれば、荷物の量は大型トラック3～4台分、20トンにものぼる。そして筒を並べ終えたら、今度は1本1本に玉を入れ、導火線をつなぐという、神経をつかう細かい作業が待ち構えている。また、当然これらの作業は野外で行うため、照り付ける夏の日差しが本当に体にこたえる。ちょっとでも水分補給を怠れば、すぐに熱中症になってしまうほどだ。

こうして炎天下の中、朝から夕方までかかって、やっと仕込みが完了する。あとは火を点けるだけ…といきたいところだが、ここからが本番。いざ大会が始まると、不発弾はないか、火の粉で草木が燃えていないか、プログラム通りに進行しているか等、注意すべきことは山のようにある。しかも、目の前に何百本も並んだ筒から吹き出る火柱、上空から鳴り響く轟音、という異常な状況の中で、それらの仕事を冷静に行うことが求められるのだ。

よく「真下で見る花火は綺麗でしょう？」という質問を受けるが、このようになかなかゆっくり鑑賞する暇などないのが現実である。たとえ暇ができたとしても、上空から降りかかる燃えカスや玉の殻があるため、ボンヤリ上を見ているだけでも怪我をする可能性があるのだ。付け加えれば、真下から見る花火には、迫力はあっても情緒がないため、それはそれで何か物足りないと感じられるかもしれない。

▲仕込み作業

無事に大会が終わり、大歓声にホッとするのも束の間。まだまだ仕事は終わらない。疲れ切った体に鞭を打ち、不発弾の捜索をした上で、使用した機材をトラックに積み込んで工場へ。今度は荷降ろしと、火薬で真っ黒に汚れた筒を洗う作業が待っている。そうして全ての作業が終わるのは、日付も変わった午前1時すぎ。あとは翌朝に改めて不発弾を捜索して、ようやくお疲れ様、となる。

花火を続けてしまうわけ

ここまで辛い思いをしても花火を続けてしまうのは、観客の皆様からの歓声があるからだ。特に自分が打ち上げた花火に返ってくる歓声は、本当にたまらなく嬉しい。1日働いた疲れも吹っ飛んでしまう瞬間である。初めて体験したときには、あまりの興奮に全身に鳥肌が立ち、涙が出てきたのを覚えている。

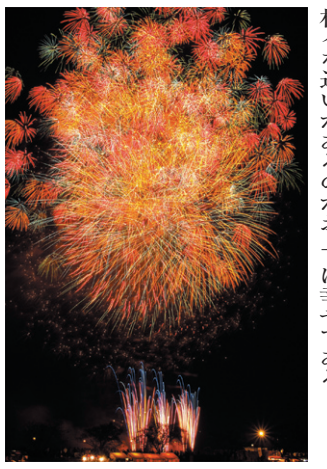
だからこそ、今年花火を見る予定の方にはぜひお願いしたい。花火を見て何かを感じたら、声で表現してほしいのだ。本当に不思議なもので、多少距離が離れていても、鳴り響く轟音の中でも、観客席の笑い声や歓声は耳に入ってくる。そして、そういった反応こそが花火師達の明日への活力になり、疲れた体を奮い立たせる原動力となってくれるのである。

花火大会を鑑賞する機会には

打ち上げ花火は火薬を用いた芸術作品であり、日本の技術は世界一とも言われている。今年花火を鑑賞する予定のある方は、その技術に注目してみてはいかがだろう。

たとえば、最近は花火鑑賞士なる資格も生まれており、インターネットには写真付きで花火の解説を行っているサイトがいくつも存在する。ちょっと下調べすれば、「これは菊」「あれは牡丹」など、上がっている花火の種類が分かるようになるはずだ。それだけで、従来とは一味違った視点で楽しめること請け合いである。

また、一見同じ形の花火でも、製造元の花火工場によって様々な特色があるというのも面白い点である。同様に、プログラムやスターマインの構成にも、花火工場・花火師ごとに独特の考え方、個性が表われる。今年の夏、もし2つ以上の花火大会を鑑賞する機会があれば、ちょっと目を凝らして頂きたい。色や形、火の消え方に至るまで、様々な違いがあるのがお分かり頂けるかもしれない。



▲打ち上げ花火は火薬を用いた芸術作品

私はというと、今年もくつろいで花火を見ることはできそうにない。猛烈な筋肉痛に悩まされながら、天気予報を気にする夏を迎えることだろう。それでも、時間・体力の許す限りは、今後も花火の世界に関わっていければ幸せである。

本部長代理コラム

関西営業支社長
（前新聞営業本部長代理）
赤津 隆一

『夏の思い出』

夏本番を迎え気持ちがワクワクしてきます。ボーナスの時期であることもそうですが、うっとうしい梅雨が終わり、ギラギラした太陽が連続して続く季節だからです。小生は暑さには強い方で、寒いのは苦手です。今年の長期予報では、「暑い夏が続く」との見通しで期待したいところです。とは言え、この頃季節感がどうもズレており、これも地球環境の変化なのかもしれません。経済活動には夏は暑く、冬は寒いのが肝要です。

さて、この時期になるとなぜか思い出すのは学生時代のことです。体育会系のワンダーフォーゲル部に所属していました。梅雨明けと共に夏合宿が控えており、それに向けてのミーティングや体力強化の陸上トレ、遠征費用捻出としてのアルバイトなど、期末試験が終わる時期から約3週間準備作業が続きます。陸トレは厳しいものでした。先輩を担ぎ階段登り、腹筋強化やランニングとハードで、現在何とか体調を維持できているのもこの学生時代の賜物と妙に納得しています。当時はすべての荷物を分散して持ち運ぶので体力が勝負です。

合宿となると初日は40kg以上の荷を背負うことになり、腕がしびれ、血液の循環が悪くなります。額に汗し、一歩一歩登っている時は「何でこんなことをやっているのか？馬鹿なやつだ」と思いながら、足元しか見ず、周りの景色を楽しむ余裕はありません。しかし、夏合宿は大部隊で混成チームなため、比較的コースが安全な地域を選ぶので、体力は使うものの精神的には楽な山行となります。特に、真っ青な空、残雪の白、ハイ松の緑、チングルマ・エーデルワイス・ニッコウキスゲなどの高山植物の原色など色のコントラストが魅力的で素晴らしい景色に心が奪われます。今でも目に焼きついています。1年時の大雪・日高、2年時の飯豊・朝日連峰など苦しい中にも素晴らしさを魅せてくれました。その感動が忘れられず、辛い山登りにはまってしまった訳です。

部内は、厳しい上下関係の組織で1学年違うだけで扱いは雲泥の差があり、厳しい規律で縛られた世界です。山と言う自然を相手にするので安全面がすべてに最優先されるからです。当時はワンゲルのしごき事件が社会事件として報道されていた時代ですから、我が部も程度の差こそあれ違いはなかったと思います。よく4年間続けられたものと感心します。特に、踏み跡程度のルートしかない「ヤブ山」が好きで良く行きました。少人数で地図とコンパスを頼りにヤブを掻き分けて進む、体力と技術と感が必要な山行です。途中に水もない、補充するのに何百mも下って水を汲む様な所で、計画通りに進まないことはしょっちゅうでした。しかし、踏破した時の達成感は今でも忘れておりません。

クラブを通して、登山技術は勿論のこと、人間関係の大切さも勉強させてもらい、現在もかけがいのない財産となっています。卒業後も、同期の仲間を中心に交流は継続しており、昔話には話題が尽きません。もう一度、戻ってみたい時代の一つです。いま思えば、学生時代は真夏の夜の夢のようで、青春は二度と帰ってこない、この言葉の意味すら知らない時であったと思います。

本紙は石巻工場高白新聞75を使用しております。