

# 「職種を越えて会社の、産業の未来を考えよ」

**「若者離れ」「活字離れ」…**  
苦境に陥っているとされる新聞産業。

さらに広告収入の減少、  
用紙代など制作コストの上昇、  
値上げに踏み切れない経済状況…  
夕刊を廃止する新聞社も出てきた。

そこで働く人たちは、  
こうした事態をどう受け止め、  
状況の打開に向けどう取り組んでいるのか。  
社会部出身の労組委員長として指揮を執る  
西島氏に聞いた。

(このインタビューは2009年に行いました)



## 西島 太郎

読売新聞記者・読売新聞労働組合執行委員長  
新聞労連中央執行委員

### プロフィール

1968年生まれ。読売新聞社会部記者で、組合専従となり、読売新聞労働組合執行委員長および新聞労連中央執行委員を務めた。現在は、読売新聞ロサンゼルス支局長を務めている。読売新聞労組とは、マスコミ労組同士の連携を図っている。IFJメディアフォーラム・ジャパンで、日放とも意見交換をおこなっている。

### メディア界を覆う危機

日本新聞協会の調査では、08年度の1世帯あたりの新聞発行部数は0・98部になっています。発行部数の中には企業が購読しているものも含まれていることを考えると、新聞を購読していない世帯が少なくないことが読み取れます。また、折からの不況のあおりを受けて、広告収入が激減するなどの理由から、全国紙5社の08年度の経常利益も大幅な悪化が見込まれています。

このことは、私たちテレビ業界についても同じことが言えます。若者を中心としたテレビ離れが進み、NHK・民放を含めたテレビ視聴時間は減少傾向にあります。また、不景気の影響は民放各社の広告収入に大きな打撃を与えているだけでなく、NHKの受信料収入にも暗い影を落としています。

このように新聞・テレビといったメディアを取り巻く状況が厳しさを増すなか、同じ課題を抱える他社がこうした事態をどう受け止めているのか、どのような対策を進めているのか、読売新聞の記者であり、読売新聞労働組合の執行委員長を務められている西島太郎さんにお話を伺いました。

### 進む「若者離れ」

——テレビと同様、新聞も「若者離れ」が進んでいると言われていますが、どのような状況ですか。

今、新聞を熱心に読んでいただいているのは、主に中高年層です。若者層に向けた紙面にすることも可能ではありますが、中高年層に満足してもらえないかということ、なかなか難しいと言わざるを得ません。こうした意味からも、非常に厳しい状況だと感じています。

——若者に新聞を読んでもらう工夫等はされていますか。  
特に夕刊では、若年層をかなり意識した紙面も設けています。たとえば、▼若者に人気の雑誌とのタイアップ記事を掲載する▼紙面を雑誌のようなレイアウトにする▼芸能人を取り上げるなどといった工夫をしています。

また、若い頃から新聞に接してもらうことが重要だとこの考えから、「NIE（教育に新聞を）」<sup>\*1</sup>という取り組みも実施しています。以前は、親が普通に新聞をとっていたため、小さい頃から新聞が身近にあるのが当然でした。しかし今、30～40代の若い世帯を中心に新聞を購読していない家庭が増え、新聞が身近にない子供たちが目立っています。新聞にどれだけ多くの情報が載っているのか、それらがいかに暮らしに役立つのか、などといったことを知ってもらうため、小中学校に記者たちが出前授業に出掛けるなど、教育現場で新聞を活用してもらう取り組みを重ねています。あわせて、若い世代は携帯やインターネットでニュースを入手するようになっていますが、そうしたもののほとんどが新聞からの情報であることも知ってほしいと考えています。

### 現場が「未来」を考える

——「若者離れ」以外にもさまざまな課題があると思いますが、どのように対処しようと考えていますか。

今は、読売新聞に、そして新聞産業自体にさまざまな課題が突きつけられています。残念ながら、それぞれの課題について「答え」が見つかっていくわけではありません。しかし、経営陣は経営陣なりに多くの対策を考えていますし、労働組合、というか現場も、新聞産業の研究、その将来像について議論を深め、さまざまな対策を考え続けています。課題が山積しているなかで、経営陣の考えを引き出すこと

はもちろん重要なことですが、現場で働く私たち自身がどうありたいのか、どうあるべきなのかということをごちらから発信していくことも非常に重要だと思っています。最近も、組合員が集まって、広告収入や販売、新メディアへの展開などについての議論をおこなっています。

また、今年が初めての取り組みとなりますが、集まって議論するだけでなく、社内に埋もれているであろう「知恵」を掘り起こすために、テーマを決めて広く組合員から「提言」を求めるということを実施しました。「新聞産業を守る」ということは、労使が共有しているものですので、経営側に考えを求めるときには組合としてもきちんと対案を持つべきだと考えました。提言募集にあたっては、内容のハードルを高くしていたにもかかわらず、予想を上回る数のアイデアが寄せられました。まだ、まとめていく段階ですが、集まったものをもとに建設的な議論を展開したいと考えています。

——組合での社勢論議はどのように実施されているのですか。

編集・広告・販売・印刷などさまざまな職種の社員が一堂に会して話し合っています。もちろん、中には義務感から参加していた人もいたと思いますが、いざ始まると非常に熱い議論が交わされています。ある特定の職種に関わるテーマを取り扱うこともあります。そうしたテーマのときこそ、他職種が議論に参加することが重要だと思っています。実際、同一職種だけでの会議では思いつかない、思わぬアイデアが生み出されています。

かつては職種間の壁が高かったこともありましたが、実際、一昔前までは広告収入や販売部数が減ってきているという

\*1「NIE（教育に新聞を）」  
NIE (Newspaper in Education) とは、学校などで新聞を教材として活用すること。1980年代にアメリカで始まり、日本では1985年、静岡で開かれた新聞大会で提唱された。その後、教育界と新聞界が協力し、社会性豊かな青少年の育成や活字文化と民主主義社会の発展などを目的に掲げ、全国展開している。(http://nie.jp/)

営業的な危機感について、編集局の記者には今ひとつ、ぴんと来ていませんでした。本音を言えば、記者たちが自分の会社のふところ具合を気にすることなく、取材活動に専念できることが幸せな状態であるとは思いますが。しかし、新聞産業全体を取り巻く状況が変化しているなかでは、その悠長なことは言っていられませんが。新聞を読んでいる人が増えている、広告営業が苦戦しているなどといった状況について、社員一人ひとりの意識が高まってきた結果、横のつながりが強くなっていきました。

今、さまざまな課題が現場に突きつけられています。同一職種だけで解決策を探っていてもアイデアは限られてしまいます。いろんな職種の組合員が集まり、それぞれの視点で幅広い議論をしてこそ、アイデアも多様化します。もちろん、簡単に答えが見つかるものではありません。職種を越えて、会社の、ひいては産業の未来を考え続けることが重要だと思えます。

#### ——組合が「産業」の未来をも考えているのですね。

日本の文化や教育の基盤を支えているのは、ジャーナリズムではないでしょうか。だからこそ、メディアの労働組合は、会社を守るだけでなく、広くメディアという産業を守るという自覚と責任を持つ必要があると考えています。私は、労働組合を持つポテンシャルは非常に高いものだと思います。職場を越えたつながり、会社を越えたつながり、さらにはメディアを越えたつながりをつくることも組合ならそう難しくありません。こうした組合ならではの特徴をもっと活かし、広くメディア界の未来について考え続けたいと思います。

#### メディア界に活気を

——メディア全体が苦境にあるなか、NHKは公共放送としてどうあるべきだと思われませんか。

公共放送がどうあるべきなのか、これまで具体的に国民的な論議がなされてこなかったのではないのでしょうか。「NHKはニュースだけ放送していればいい」「災害時だけ報道すればいい」「エンターテインメント番組は不要だ」など、さまざまな意見がありますが、全体で共有化されるような見解は出ていません。であるならば、NHK自らが公共放送とはどうあるべきなのか、きちんと説明してもいいのではないのでしょうか。中には批判されるような内容も出てくるかもしれませんが、そうしたこともきちんと打ち出し、みんなが納得できるまで論議を尽くす姿勢が必要だと思えます。

今後とも、視聴率やスポンサーの存在を気にすることなく取材・制作できる環境を大事にして、良質な番組をたくさん提供してください。公共放送NHKがメディア界に活気をもたらす活動をしてゆくことを望みます。

インタビューを終えて

今、NHKは内外から縦割り組織の弊害を指摘されています。また、04年以降、さまざまな不祥事が続き、危機的な状況が続いています。しかし、これらの意識をどれだけ職種横断的に共有できているでしょうか。組合として、こうしたことにどれだけ貢献できていたかを見つめ直すとともに、職種を越えてNHKの、メディア界の未来を考える場を確保する必要性を痛感しました。

報告 中央放送部長 中村重治