

「核となるところは揺るがずに」

東

海・北陸地方で最大の発行部数を誇る中日新聞社。

その新聞社のなかで、記者ではなく“営業マン”として働く若手社員が、公共放送をどう考えているか、求めることは何かを聞きました。



畦地 真二 中日新聞社 名古屋本社営業部

プロフィール

1982年生まれ。中日新聞社名古屋本社営業部。2011年2月に中日新聞社北陸本社営業部に転属。新聞離れが進むなか、読者を増やす取り組みに従事。

インタビューの目的

私たちテレビ業界と同じように、若者が離れていると言われる新聞業界。「活字離れ」という言葉に象徴されるように、新聞を購読していない世帯が増えていると言われています。

メディアを取り巻く環境が厳しさを増すなか、新聞社に勤務する二十代の若手営業担当がいま何を考えているか、公共放送に求めるものは何かを、畦地真二（あぜちしんじ）さんに話を伺いました。

新聞離れに対しては「わかりやすい紙面づくり」

——新聞社の営業として活躍するなかで、いわゆる若者の「新聞離れ」を感じる時はありますか。

お客様（若いご夫婦の世帯）を訪問して「新聞はいらぬ」という反応が多くあります。どこの新聞ということではなく、新聞自体に興味がなくなっている状況。二十代を中心に周囲の人が新聞を読んでいることが少なくなっていると、プライベートでも感じる場合があります。親世代は新聞を読んでいるけれど、若い人とは新聞の話がしにくいと感じます。

——新聞離れに対してどのような取り組み、対策をしていますか。

「分かりやすい新聞作り」というのが第一です。新聞は小難しいことが書かれているという印象が強いので、最近ばかりやすいニュース解説を掲載しています。それは、絵を使ったり、平易な言葉で解説したりして、知る楽しさを知ってもらおうという取り組みです。

また、学習指導要領で新聞が教材として扱われます。日本の学力が落ちてきていると言われるなかで、新聞が役に立っている部分があるという考え方です。新聞を使っている学習を推進していくことも大切だと思います。

若い親が新聞を読む習慣がないと、子どもは読む機会を失います。子どもからでも新聞に親しんでもらえれば、という思いです。

さらには、学校に専門の社員が赴いて講義を行ったり、子どもに一枚の新聞を完成させる授業も行っています。調べる楽しさや紙面づくりについて学んでもらおうという企画です。

まとめると、「わかりやすさ」「新聞での教育」といったところでしょうか。

県紙や全国紙との違いは、記事のバランス

——ブロック紙の営業として、地域を意識するのはどんなときですか。

中日新聞は各地に拠点がありますので、たとえば受け持ち区域の福井などでは、地元の県紙よりブロックや全国の情報に強いと自信を持っています。逆に、福井県内の情報が弱い部分もあると思います。全国的なニュースよりも地元ネタなどに需要があるようです。紙面調査をしても地域情報の閲覧はアンケート結果で割合が大きいようです。

営業でお客様のお宅を訪問するなかで、全国ニュースより地元の話題を取り上げてほしいという要望が多いと実感することがあります。身近な話題や、自身が参加しているイベントについての関心が高いのです。そうしたニーズに応じていくためには、より地域に密着した情報を掲載していくことが大事だと思っています。ただし、情報誌のよう

になるのではなく、社説や政治経済なども含めてバランスを取るように工夫しています。

テレビと新聞は共存が可能なメディアだ

——テレビの存在を新聞と比較した場合、どのように感じられますか。

新聞は毎朝、手元に届きます。各ページで興味のあるところを見て、必要な情報を取捨選択しつつ確認することができます。短時間で必要な情報をキャッチできるのは便利などころだと思います。いくつかの項目は読む時間がないけれど、社説だけでも読んでおこう、など自分のペースで読むことができます。また、読み返すことも可能です。

そうした新聞のメリットもあるのですが、テレビ、特に映像の影響力はまだまだ大きいと感じます。福井県内でも、関西の電波か福井の電波かで、その方の考え方がかなり変わるように感じます。

テレビが新聞と違うところは、受像機の目の前に座って、自分の必要な情報が出てくるのを待たなければいけないことでしょうか。テレビ局のペースで情報が流れてきます。

今は、世の中から紙媒体がなくなりつつあります。特に若い人が離れています。だからこそ、テレビの持つ映像は魅力的だと思います。イチローのプレーを新聞で伝えるには限界があります。活字に比べて映像の力は、圧倒的に強いと思います。

ただ、新聞社の営業を担当する者としては、テレビに脅威を感じることはありません。うまく棲み分けをしていく存在だと思っています。

——新聞の現状をどう感じていますか。

一昔前は、新聞社は新聞社と競えばよかったけれど、今はいろんなメディア（インターネット・携帯など）が出てきました。もちろん昔からテレビもありますし、人々が情報に対して使えるお金は限られてもいます。過去と違って、新聞に割く割合・優先順位が低くなってきています。お客様が少なくなってきたのは日々感じる。他紙よりも他メディアとの情報の競争を考えています。競争相手は増えています。

新聞を読む人は、インターネットでも情報を求める傾向があると言われています。新聞だけ、テレビだけ、と決め込んでいる人は少ないと感じます。また、「情報を求める人」と「求めない人」の二極化も進んでいると思います。

強力な取材網で、深く掘り下げた番組を

——地域に根ざした新聞社から見ても、公共放送NHKはどのような存在ですか。また、「NHKが地域に根ざす」とは、何を指すと思いますか。

ニュースよりも番組を見ているから、という個人的な傾向からだと思いますが、地域に根ざしているというよりは、取材網が強い（細かい）という印象です。地域の情報を丁寧に拾い上げているから、より深い番組作りができるのだと思います。

名古屋のことを取り上げてよ、盛り上げてよという人が多いのでしょうか。名古屋に関する放送が多いと感じます。長く住んでいる人と転勤族との違いかもしれませんが、名古屋だけというよりも、全国的な内容を充実させてほしいと思います。新聞も全国紙を購読する割合が、都会ほど増えています。特に我々のように独身で転勤族の場合は、

名古屋の内容よりも、世間の広く深い内容の番組に関心があります。

核となるところは揺るがずに

——これからの公共放送NHKに期待することは。

ひとことと言うと「質の高い番組を作ってください」ということに尽きます。個人的には、NHKはバラエティーを求めなくてよいと思うくらいです。

テレビはNHKしか見るチャンネルがないという何人かと話をしたことがあります。テレビに教養を求める人は、物足りないのではないのでしょうか。面白かったね、という簡単な感想で終わります。NHKにはそれと同じ路線を歩んでほしいはありません。NHKとして核となるところは、揺るがないでほしいと思います。

インタビューを終えて

同世代の新聞社の営業として、活字離れを肌で感じていることや、その点についての対策などに苦労されているということは、内容は違えどもNHKとも通じるものがあると思います。新聞業界も混沌とした状況の中で、生き残りに必死だという事を感じるとともに、公共放送が生き残るためには、常に新たな展開を考えていかなければならないと実感しました。

報告 中部支部名古屋営業・管理分会 丹生谷慎

五十嵐歩