

特集

- ・ ニュースレターを
リニューアルしました
- ・ 封筒・書籍用紙
キャンペーン終了
しました

ニュースレターをリニューアルしました

さわやかな薫風吹く皐月、小紙を
ご覧の皆さんは今、連休の計画を立て
ているところでしょうか。終了後
でしょうか。終わってしまうとアッ
と言う間ですが、連休とお祭りは準備
段階が一番楽しいもの。しっかり
計画を立ててキチンと行動するも良
し、はたまた「世の中に 寝るより
楽は なかりけり」とも申します。
自分なりの有意義な休みを満喫した
いものですね。

さて弊社は今年の4月を以て第69
期の決算とし、また新たな年度をス
タートさせました。それに伴いニュ
ースレターもリニューアル。今まで
は営業部1課(印刷用紙と板紙)・2
課(家庭紙)別々に発行してありま
したが、それを統合し、より幅広い
内容を皆様にお届けしたいと思いま
す。改めて宜しく願いいたします。

リニューアル第1弾は、小紙も一
応分類されるであろう「新聞」の話
題を。

古くからある新聞というと、時代
劇などでも見かける「かわら版」を
思い出す方もおもしろい。しかし
これは噂話や伝聞の話も載ってお
り、今で言うゴシップ誌に近いかも
しれません。

現代風の日刊「新聞」としては、
1871年(明治4年)発行の「横浜毎
日新聞」がそれに当たります。本邦
初の日刊新聞が画期的だった点は、
日刊だったというだけでなく、活版
印刷を使ったこと、それまで綴じて
いたものを1枚刷りにしたこと、洋
紙を使ったこと、などが挙げられま
す。その後、輪転機が導入されるな
どして飛躍的に発行部数も増え、日
本の言論の大舞台として花開いてい
ったわけです。

因みにこの横浜毎日新聞、現在も
ある全国紙の「毎日新聞」とは関係
ありません。毎日新聞の前身は、こ
の翌年発行の「東京日日新聞」です。

新聞の作成に関しては、記者が現
場に行って取材をし、それに基づい
て記事を作成していくという基本ス
タイルは当時から変わりませんが、
機器は当然大きく様変わりしまし
た。交通網の発達により日本全国が
取材対象になったのは勿論、カメラ
なども現在はデジタルカメラ。文章
もデジタルデータ。撮った写真、書
いた文章は一瞬でデータが記者から
会社へと送られ、それにより朝刊・
夕刊に間に合う締め切り時間が大幅
に伸びたと言います。また配送網が
あまり整っていなかった昭和中期く



スギウラ株式会社
営業部 営業一課
〒370-0006
高崎市問屋町 2-2-8

電話番号
代 表
027-361-5808
営業一課
027-361-5734

Fax
027-361-1272

当社 Web サイト
www.kamisugiura.co.jp

お気付きの点や質問、
疑問などありましたら、
ご遠慮なく営業または、
下記までお問合せくだ
さい。

お問合せ
メールアドレス
sg-arai-yoshio@kamisugiura.co.jp

らいまでは、撮った写真などは伝書鳩で会社に届けたそうです。たまに間違っって他社の鳩が来たりすると、お互いに届けてあげたようです。まだほんの 40 年位前の話です。

紙という観点から新聞を見ますと、生産量・使用量が全洋紙の 20% を占める、中質紙系の洋紙です。新聞用紙の基準寸法は 813mm×546mm（ブランケット判）。1890 年（明治 23 年）に朝日新聞社がフランス・マリノニ社の輪転機を導入し、この機械の寸法に合わせる形で新聞用紙のサイズの規格化が進みました。またブランケット判を開いた状態で斜めに折ると、ほぼ 1 m になるので、長さを測る際にも使えます。

新聞の多ページ化や省資源化の流れに伴い、紙の軽量化も進みました。新聞用紙は TMP（針葉樹チップを加熱し、すり潰したもの）と古紙を含有するパルプを原料と

し、厚さは第 1 次オイルショック頃まで 51.8 g/m²であったのが、徐々に薄くなり、現在は 43 g/m²のものが主流です。これにより、ページが増えても新聞 1 日分の重さはそう変わらないのです。

また品質向上により、カラー印刷にも耐えうるものとなりました。綺麗なカラー写真が見たいという読者側のニーズ、広告スペースを綺麗にしたいというスポンサー側のニーズ双方の要望に応えた形です。

昨今は新聞を取らない家も増え（特に若者の単身世帯）、さらに広告出稿も金額ベースでインターネットに抜かれました。速報性に関しても、TV やネットには敵いません。しかし 2009 年の日刊紙の戸別配達率は 94.73%。この数字を見ると、まだまだ新聞の役割は大きいと言えそうです。TV は見るだけの「受身のメディア」。ネットは興味があるもの以外は、なかなかクリックしません。そう考えると、一面に開いていろんな話題が目に入る新聞は、様々な知識を得るための縁（よすが）となるかもしれません。すぐ開いてすぐ閉じられるなどの、アナログならではの手軽さもあります。

色々な意味で新聞は、往時の勢いは無くなってしまいましたが、その役割が完全に消えることはありません。その末席に位置する小紙としても、皆様に読まれ続ける紙面づくりに努めたいと思います。

封筒・書籍用紙キャンペーン終了しました

2 月より始めました本キャンペーンも、好評のうちに終了いたしました。ご協力ありがとうございました。

キャンペーンが終わっても、これらに注力する姿勢は変わりませんので、引き続き宜しく願いいたします。