

未来を読んでいる。  
未来が呼んでいる。

 日刊工業新聞社 Company Profile





日刊工業新聞社は新たな歩みを始めています。2015年11月に創刊100周年という記念すべき節目を迎え「100年企業」の仲間入りを果たしました。創業の理念「工業立国」「技術立国」を胸に一貫して日本の産業界とともに歩み、日本の科学技術の発展や産業競争力の強化、中小企業振興に努めてまいりました。こうした伝統を守りながら、新聞を核に産業総合情報機関としての機能をさらに高め、電子メディアや展示会・イベント、出版、教育といった事業に新たな視点で挑戦していきます。

日刊工業新聞の歩みは「日本経済の100年史」と言えるほど、経済や産業の変遷と軌を一にしてきました。日本経済の黎明期から第二次大戦、戦後復興、高度経済成長、冷戦構造の終結、バブル経済の崩壊、そして現在という大きな歴史のうねりの中で、常に「産業界の羅針盤」としての使命を果たし、日本の「モノづくり」に貢献したいと努力を続けてまいりました。

日本は戦後「20世紀の奇跡」と世界で称賛されるほどの復活を果たし、世界有数の経済大国に成長いたしました。しかし経済のグローバル化やインターネット社会の到来により、足元の社会はさまざまなパラダイムシフトが起きています。ビジネスの世界でも従来の手法は通用しなくなり、さらにメディア業界にあっては情報伝達の仕組みが大きく変わろうとしています。100年に1度の大変革の波が、日刊工業新聞社にも押し寄せてきています。

電子メディア事業は日刊工業新聞電子版の発行とともに、技術動画サービスのニーズが高まっています。展示会・イベント事業では国際ロボット展の主催者であることから「ロボットの日刊工業」というブランドを築き、日本のロボットビジネスの発展に全力をあげます。出版はベストセラー書籍「日本列島改造論」を出版した伝統があります。「モノづくり」はイコール「人づくり」であり、教育事業にも力を入れていきます。

「防災」を切り口にして日本に新たな成長産業を育む取り組みにも着手しました。内閣府と連携し、企業が持つ防災に役立つ技術や製品を結集し産業化を推進する団体「日本防災産業会議」を旗揚げしました。今後、防災で世界をリードするイノベーションを起こしていきたいと考えています。

日刊工業新聞社はこれからも経営の理念「物事の本質を捉え、産業界の指針となり得る情報を発信する」「モノづくりの革新に注力し、わが国の産業・技術の発展に貢献する」、このことを忘れず未来への歩みを進めてまいります。

## 社長メッセージ



日刊工業新聞社 代表取締役社長

### 井水 治博

日刊工業新聞社は、「産業総合紙」として、  
 不断の努力を重ね、  
 豊かな社会の発展に貢献します。



#### 【経営理念】

- 物事の本質を捉え、産業界の指針となり得る情報を発信する。
- モノづくりの革新に注力し、わが国の産業・技術の発展に貢献する。
- 社員を大切にし、人材の育成に努め、競争力のある企業を実現する。

#### 創刊100周年を期に紙面大改革。新題字・新タグラインスタート



新題字のイメージは、「知の顔」。きりっとした明朝体風の題字は斬新さを体現。ブルーグレーの色は爽やかさと暖かみを兼ね備えています。



未来を読んでいる。未来が呼んでいる。

新タグラインは、「未来を読んでいる。未来が呼んでいる。」という新たなキャッチフレーズを策定しました。

#### 【会社概要】

社名：株式会社 日刊工業新聞社  
 代表者：代表取締役社長 井水 治博  
 本社：〒103-8548  
 東京都中央区日本橋小網町14-1  
 代表番号：TEL.03-5644-7000  
 FAX.03-5644-7100  
 資本金：1億円  
 社員数：531人(平成29年4月1日現在)

#### 【題字の変遷】







■日刊紙



■日刊工業新聞電子版



■ウェブサイト『ニュースイッチ』



■日刊紙



■タウン紙『メトロガイド』

■出版書籍



おもしろサイエンスシリーズ



数学フリーのシリーズ



今日からモノ知りシリーズ



田中真紀子著『父と私』

■月刊各誌



『機械設計』 『工場管理』 『型技術』 『プレス技術』



『機械技術』 『工業材料』 『The ROBOT』 『新製品情報』

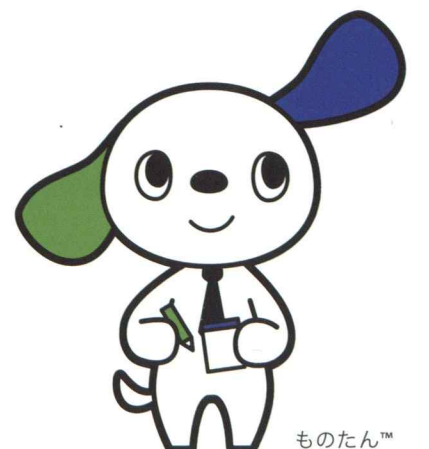
■国際ロボット展



■教育用DVD



■主催セミナー



ものたん™



# 事業紹介 新聞

## 日本のモノづくりを見つめ、伝え続けて一世紀。

1915年に産声を上げて以来、日刊工業新聞は産業総合紙として、全ての産業分野における企業活動や有意義な情報を迅速・的確に発信してきました。そのニュースは読者に笑顔や驚きをもたらすこともあったでしょう。時として顔を曇らせることもあったかもしれません。それは日刊工業新聞が真摯にモノづくりに寄り添った結果だと考えます。日刊工業新聞はこれからも、変わる産業の姿を、変わらぬ情熱で最前線から、全ての産業人へお届けします。

## ◀▶ 産業を大きな視点で捉える

1面では産業・経済のうねりをお伝えします。産業の今と明日が分かるニュースで構成し、タイムリーな連載企画記事や、産業界で活躍する理系女性が登場する読み物「リケジョ小町」(毎週月曜日)、著名経済人が持論を語る連載企画「広角」などを掲載。2面、3面、4面ではその日の重要な企業の発表や官庁の統計、記者会見、企業信用情報、訃報など。最終面の「深層断面」はホットピックスを深掘りしています。また、ロボット、AI、IoT、防災の動向も丹念に追っています。

## ◀▶ 産業をフルラインで網羅

「モノづくり」「自動車」「ロボット」「機械・航空機」「電機・電子部品・情報・通信」「ヘルスケア」「素材・環境」「建設・エネルギー・生活」「金融」「商品市況」「科学技術・大学」「モノづくり基盤・成長企業」「中小企業・地域経済」など、業界別に読みやすい紙面構成としています。特に「中小企業・地域経済」は全国44カ所の拠点から記者が送ってくる地場産業の動きや自治体の産業支援策、産学連携などの取り組みを発信しています。

## ◀▶ 新しい風

業界別面では多彩な有識者の寄稿も掲載し、時代の最先端を紹介します。学識経験者やシンクタンクの専門家らが執筆する「卓見異見」、経営者や団体トップらによる「主張」などのほか、遊・健康・食などをテーマにした「ウイークエンド」があります。



# 事業紹介 イベント事業

見直されるFace to Faceの場(イベント・セミナー)をプロデュースします。

日刊工業新聞社のイベント事業は、  
展示会・セミナーなど時代の一步先を行く  
内容で開催しています。

## ◀◀ 展示会事業

「国際ロボット展」「プレス・板金・  
フォーミング展」「防災産業展」など、「モ  
ノづくり」に関する様々な技術・製品の  
専門展・総合展を開催しています。

## ◀◀ 受託事業

数々の主催展で培ったノウハウを基  
に、官公庁や企業、団体から受託した展  
示会・セミナーなどを運営しています。



## ◎各種展示会開催

東京、横浜、名古屋、福岡など国内の主要都市で、様々な産業分野における最先端の“モノづくり”を一堂に集めた展示会を開催し、  
出展者と来場者によるコミュニケーションの場を提供しています。

## ◀◀ 国際ロボット展



製造現場で活躍する“産業用ロボット”から暮らしの中で利用される“サービスロボット”まで、最新のロボットが一堂に展示されます。海外からの来場者も多く、国際的なイベントとして注目を集めています。

## ◀◀ MF-Tokyo プレス・板金・フォーミング展



日本で唯一のプレス加工・板金加工・フォーミング加工に特化した展示会です。モノづくりの現場で使用される鍛圧機械が展示され、会場では活発な商談が行われています。

## ◀◀ 防災産業展



防災技術・製品に関する専門展。安全・安心な街づくりに寄与することはもちろん、幾多の災害から得た教訓、防災技術・ノウハウ等の発信や被災地の振興も目指しています。



# 事業紹介 電子メディア

## ICT社会のゲートウェイ

今や情報はインターネットから得る時代になりつつあります。場所や時間の壁をなくし常に情報を得たいビジネスマンのニーズに応えます。

### 産業界の鼓動を迅速に伝える

あらゆる情報がインターネットに氾濫する時代に、100年の歴史を持つ産業情報のプロとして、正しい情報を選択し、必要とされる人に提供します。

### 日刊工業新聞電子版

いつでもどこでも日刊工業新聞のニュースが読める電子版。会員数は20万人を超え、モノづくり産業に携わる方をはじめ、多くの方にご覧いただいています。

記事検索や動画ニュースなど電子版ならではの機能を満載しています。

### ニュースイッチ

日刊工業新聞をはじめとする、少し硬くて難しいニュースを分かりやすく、詳しくをコンセプトとしたニュースサイト。

ニュースを起点に、コミュニティを少しずつ広げています。Yahoo!などの外部ニュースサイトにも配信し、若いビジネスパーソンの力になります。

### PR動画掲載サービス@monoDo

日本の誇る技術や製品を、日英2か国語の動画で世界に発信します。中小企業の技術が世界の超大手企業に採用されるきっかけとなる最強の海外向けビジネスツールです。

### データベースサービス

日刊工業新聞の記事データベースを日経テレコンやジー・サーチ、エレクトロニック・ライブラリーなどに提供しています。

# 事業紹介 教育事業

企業の人材育成を側面からサポートします。

セミナーから通信教育など様々なコンテンツを用意。

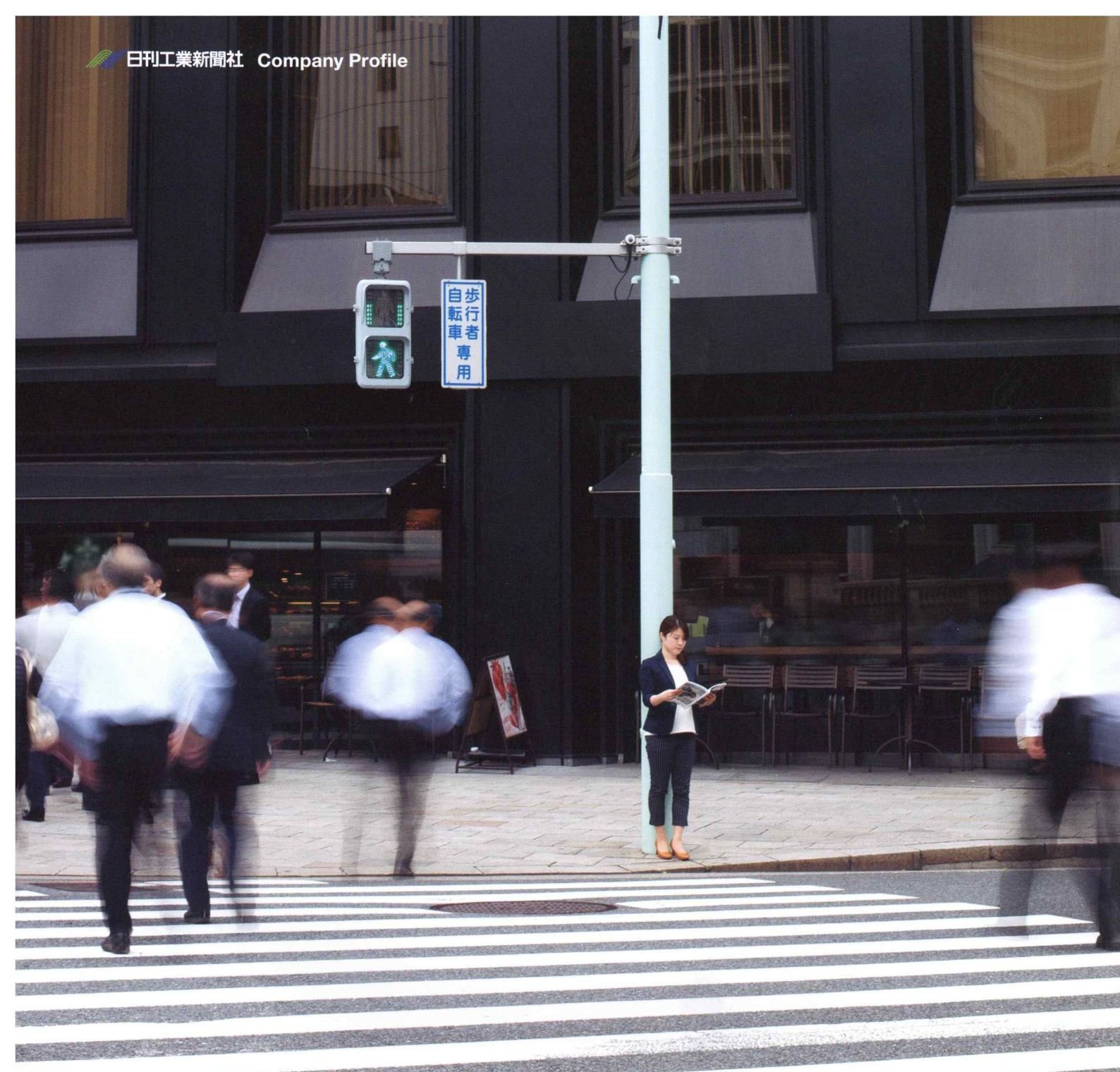
### セミナー

組織マネジメントから機械加工といった技術分野まで多岐にわたり効率よく学べます。

### 通信教育/教育用映像ソフト

経営ノウハウから工場内の加工現場に必要な知識まで、時間・場所を問わずに学習できます。





# 事業紹介 出版

情報の深掘りは雑誌・書籍で

雑誌・書籍は日々の情報を追う  
新聞では報道出来ない技術動向や  
経営実務情報をわかりやすく  
提供しています。

## ◀◀ 雑誌部門

「機械設計」「プレス技術」「型技術」  
「工業材料」「工場管理」「機械技術」の定  
期刊行6誌とMOOKを発行しています。  
モノづくりの最前線では必ず購読されて  
います。

## ◀◀ 書籍部門

機械、電気・電子、生産管理などを中心と  
する技術書・実務書や各種資格試験  
向けテキストと、ビジネスマン向けのB&T  
ブックスを発行しています。

# 事業紹介 フリーペーパー

## 無料で取得できる情報誌

メトロガイドは東京のイベントやスポット、  
街歩き情報を発信するフリーペーパーです。  
新製品情報はモノづくりを支える生産財の  
総合情報誌です。毎月200本以上の製品記事  
を掲載しています。

## ◀◀ メトロガイド

「地下鉄で四季を感じる」をコンセプト  
に奇数月に100万部発行され、様々な街  
のイベント情報をメインに掲載し、東京メ  
トロ133駅で配布しています。

「お花見」「お祭り」「花火」「クリスマス」  
「初詣」などを中心に構成され、2015年  
で創刊25周年を迎えたBtoC媒体です。

## ◀◀ 新製品情報

エレクトロニクス・メカトロニクスの  
BtoB製品(生産財)に特化した、文字通  
り新製品の情報を毎月200製品ほど  
紹介する月刊誌。おもな読者は購買担  
当者や経営者層で、読者まで無料で直  
送しています。





松浦 格子 京都総局所属  
2001年9月1日入社

# 特別企画 緊急座談会

## 日刊工業新聞社の未来を語る。

日頃、日刊工業新聞社の各部門で大活躍する中堅・若手社員を募り、入社動機などプライベートな部分から、現場ならではのクライアントの忌憚のない声や、ネット社会の今だからこそわかる新聞の良さを語ってもらいました。また、次の100年に向けて今後、取り組むべきことも話題に。

Q: みなさん今日は宜しくお願いします。まずは入社の経緯からお聞きしたいのですが、そもそも日刊工業新聞社の事はご存知でしたか？

永井: 恥ずかしながら、転職サイトの募集要項をみて日刊工業新聞を知りました。自分のイメージしていた新聞社とは違い「モノづくり」をキーワードにしていることに魅かれたのを覚えています。当時、何かつくる仕事をした

いと思っていたので、そのキーワードが決め手となって応募しました。

山田: 私は大学生の時、新橋駅の広告を見ていたので知っていました。

松浦: 私は転職してこの会社に入社しました。以前勤めていた会社では日刊工業新聞を購読しており、業界の記事が掲載されると社内回覧で回ってきましたのでよく読んでいました。

水野: 私は永井さんと同じで入社するまで

知らなかったです。転職活動しているちょうど10年前、モノづくりという言葉が世間で飛び交っておりました。「モノづくりってなんだろう」と思っていた時、それを謳(うた)っている新聞を見つけたんです。横浜で転職先を探しているときでした。ちょうど横浜で募集があったので応募したのですが、今思うと縁があったのかもしれないです。

田中: 私の場合は就職がそんなに簡単に来るご時世ではなかったので、転職先は特に

### 座談会参加者 (右から)

- 田中 健太郎
- 杉本 要
- 水野 史彦
- 永井 裕子
- 松浦 格子
- 山田 諒

業種にこだわらず、営業職を幅広く探していました。そんな中でたまたま日刊工業新聞社の広告営業の募集を見つけ、そこで初めて知りました。広告のデザインにそもそも興味があったので、広告業界に携われるならと思い応募しました。

入社後に聞いた話ですが、その当時、日刊工業新聞社が社員募集するのは大変珍しいことだったらしく、たまたま応募して縁が生じて入社できたことに少し運命を感じました。

杉本: 私は新卒入社です。新聞記者にずっとなりたくていろいろな新聞社の中での選択枠の一つが日刊工業新聞でした。もともと文系で就職活動を始めるまでは知らなかったです。大学の図書館に置いてあったのを見て知りました。名前からどうしても技術的な理系の内容が多いのかなという先入観で見ると、経営ネタや流通サービスなど意外に幅広く扱っていたので興味を持ちました。もともと化学が嫌いでも理系分野の事はわからず苦勞していました。しかし日本が科学大国で科学には興味があり、いつかしっかり学びたいという思いがあったので入社を決めました。結果的に入社2年目で記者になり、航空機関連などやりたい事をやらせてもらえるのでよかったです。

Q: 学生時代から知っていた人、就職・転職活動のタイミングで知った人、日刊工業新聞社との出会いは様々なようです。では、実際に読者や取引先からの日刊工業新聞に対する印象はいかがでしょう？

山田: 「日刊工業新聞

社です」と取材先を訪問した際、「ああ、あのやたら未来を描いている新聞だね」と、言われたことがありました。車のミライから技術的な未来まで、将来完成しそうな事が取り上げられていて面白い新聞だと評価されています。

松浦: 菓子メーカー用の機械を製造・販売している会社が広告を出してくれたのですが、数日後、業界雑誌から取材の申し込みがあったようで、大変喜ばれました。そういったおしゃれな雑誌の人も日刊工業新聞をみてくれているんだと知りました。幅広い業界の人に読んでもらえている新聞だと思います。

杉本: 投資家さんはよく読んでおられるようです。証券会社から「(株価)上げの日刊工業新聞」と言われたことがあります。

山田: おそらく未来の技術について記載した記事が多いからでしょう。ある会社の中国工場が製造能力を引き上げるとの記事を書かせてもらったのですが、紙面に掲載された日の株価が前の日の終値より60円近く上がったそうです。その会社でそんなに上がったのは初めての事だったようで、お礼のメールをいただきました。わたしたちが思っている以上に、読者は熱心に読んでるんだと強く感じました。

Q: 取引先の印象と重なる部分もあるかもしれませんが、日刊工業新聞の優れている点と未だ足りない面についてはどのように感じていますか？

水野: 先ほどのみなさんの話に重なる部分がある

かもしれませんが、よく業界内読者率の高い新聞といわれますよね。ある他紙からは必ず問い合わせがあったりします。幅広い業界の話を取り上げているので、思わぬ化学反応を起こす可能性のある新聞です。

田中: 先日ある人に、日刊工業新聞は産業総合紙としての地位を確立しているのだから確実に一般紙より価値があると言われました。BtoBに強い新聞で、他紙に載っていない広告が掲載されているところは強みですね。日刊工業新聞は製品や技術情報を柱にした新聞なので反応率は非常に高いです。それゆえにBtoB向けの広告が多く、BtoC向けの広告は少ない傾向にあります。ここは強みでもあり課題だとも思います。ただ、確かな未来づくりにつながる紙面は日刊工業新聞にしかつけれないと思います。

永井: 出版部門では月刊誌の発行を毎月行っています。「工場管理」という雑誌は創刊61年目を迎え、新聞と同様に製造業に関する最新情報を取り上げています。例えば、インダストリー4.0に関する特集を取り上げたところ、非常に好評で多くの問い合わせを頂きました。雑誌の特集でもしっかりと読んでくださる、多くの読者の方に長く支えて頂けている、という点は強みだと思います。弊社の弱みは、広報・宣伝力でしょうか。せっかくいい素材や情報が沢山あるのに、広く知ってもらえる力が乏しいのはもったいない。自社PR力は強化すべき点だととらえています。今後の課題です。

山田: 中小企業報道に強みを発揮しています。しかしながら日本の中小企業はすそ野が広く、まだ日刊工業新聞のことを知らない企業も意外に多かったりすることがもどかしい



山田 諒  
本社 編集局所属  
2010年4月1日入社





杉本 要 名古屋支社 編集部所属  
2010年4月1日 入社

です。

杉本:色々とお話を聞いた取材の最後に、「それでお宅は月何回発行しているの?」と聞かれた事もあります。「いや社名の通り日刊です」と答えましたが…。

松浦:確かに、知っている方は知っていますが、知っていただけていない方もいますね。

水野:学生さんの場合も、理系の研究室でいろいろ学んできた人は以前から知っているのですが、意外にも文系の学生さんはなかなか触れ合う機会がないようです。そういった層に対しての認知度を上げていく必要はあります。

山田:工業高校や工業高等専門学校などで未購読のところがあれば積極的に購読を勧めます。日刊工業新聞は産業界の羅針盤であり、記事内容では他紙に絶対に負けておりません。さらに言えば町工場ネタなど弊紙にしか載らない記事も沢山あります。

松浦:そういう意味では、中小企業の社長さんなどは、隅から隅まで読んでくれています。広告原稿に製品のスペックを細かく入れる社長に「文字が多くなると読んでもらいにくくなりますよ」といったところ「自分は隅から隅まで読んでいますから!」と答えが返ってきました。記事も広告もきっちり読んでいただけている真面目な読者が多いと感じています。

山田:日刊工業新聞は回読率が高いのが特徴です。企業内で決定権を持つ役職の方々、さらには若手技術者や営業マンまで回し読みされているということです。

松浦:ただ社内によっては多くの方が回覧するので、すぐには手元に回ってこない現状もあるようです。他社の知人から「記事を見たよ」と言われたのですが、一か月前の記事だった、なんてこともあるようです。雑誌と比較すると新聞は一日だけとよく言われますが、日刊工業新聞は長く読まれる新聞だと思います。ある取引先に、君の所の新聞は息の長い新聞だからね。だから広告を出してみたいと言われたこともあります。

水野:それはセールストークで使えますね。いいことを聞きました。

松浦:その点でネットは新聞とは違ってリアルタイムに情報を見れます。

ネット上にニューススイッチがオープンしましたが、もともとはどういういきさつで始まったのですか。

杉本:ニューススイッチは活字離れが叫ばれる中で、新聞の良さをどう伝えていくかを考えていたことが原点にあります。一方で読者も新聞からネットへと移行している中で、新聞社から読者に近づいていくことも大事だろうという話からスタートしました。現状、ウェブの読者層で圧倒的に多いのは30代でその次が20代。ターゲットにしている読者層ヘリーチできているという印象です。

水野:ニューススイッチは新聞と記事の出し方に違いがあるんですか?

杉本:記事そのものは、基本的に新聞と同じです。異なるのは見出しですね。ウェブは見出しでどれだけひきつけられるかが変わってきますから。

山田:新聞は紙面を広げてみるこ

とで思わぬ発見がありますが、ネットだと見出しで続きが見たいか見たくないか判断してしまう傾向にあります。

永井:毎朝、自社の電子版をチェックしているのですが、やはり見出しで読む記事を判断しているかもしれません。後から新聞で見ると、この記事はこんな風に載っていたのかと、記事の印象が変わります。紙面とウェブでは頭への入り方が違うようです。

田中:紙面だとスペースの大きさで記事の重要度がわかりますからね。

杉本:通常のニュースは、紙面と電子版で取り上げているので、ニューススイッチはあくまで若い世代がニュースに親しんでもらうきっかけ



を作るのが目的です。だから紙面には載らないような記事、若い人が読みたいような記事で構成するよう心がけています。新聞と連動させるのも当然ですが、今後はニューススイッチをサイトとして独立させるのが目標です。

永井:理工学書やビジネス書など専門性の高い書籍を出版局では発行しているので、やっぱり若い世代にどうやって広げていくかが課題です。そこで、出版局独自のFacebookのアカウントを設け、最新号や新刊案内や取材での裏話などを発信し、認知活動を行っています。Facebookが呼び水となって少しでも部数を伸ばせられればと思って始めました。ネットの便利なところはリアルタイムにアクセスが集計できる場所ですね。東南アジアや台湾、韓国など海外の人から「いいね!」を押してもらって、そういった地域の人たちも情報をほしがっ

田中 健太郎 西部支社 業務部所属  
2013年11月1日 入社

ている事がわかります。

Q:ニューススイッチなど新たな事業も展開しておりますが、次の100年に向けて、紙媒体の今後や市場的な部分はどうかと思えますか?

水野:大変難しい問いですが、新聞は100年後も残っていると思います。紙がなくなるということは考えにくいので。

杉本:もちろん紙の新聞は守らなければなりません。ただ個人的にはウェブと海外が今

後のカギになると考えています。会社を伸ばすにはそこに注力しなければいけないと思います。

山田:当然ウェブも重要ではありますが、まだまだ足元の中小企業から認知度を高めていく必要があると思います。伸びしろは絶対にあるはずですよ。

永井:そういう意味では、今回(2015年)の紙面刷新は外部の印象が良いですね。クライアントや著者からも「日刊工業新聞はなくなったね」と、いい意味で言われたりしています。

田中:営業もやりやすくなりました。画像の質が向上し、文字が大きくなって読みやすくなったので、高齢の経営者からは助かるって言っていただけます。ただ、広告のサイズがミリ単位で小さくなったので、「小さくなった分もう少し安くしてよ」と、冗談で言われたりもします。

水野:2015年は100周年のメモリアルイヤーで、そういう意味ではビジネスチャンス



水野 史彦 業務局 業務部所属  
2005年7月1日 入社

と言えます。そもそも新聞の名前が古めかしいと言われてきましたが、そこは題字の刷新でスマートな印象になったと思います。

松浦:100年後にも新聞があるかは正直わかりません。ところでわが家の子どもの小学校では、国語の授業の教科書で新聞の記事について学ぶ頁があります。同じ出来事を別々の新聞社が記事にしており、どういう違いがあるかと考えたりするようです。今、新聞の重要性が改めて認識されているんだなと思いました。

山田:地方の新人記者は、中学校で講演してくれと依頼を受けることもあるようです。若いうちから新聞や記者と触れ合ってもらえることは、この業界みんなの願いでもあります。

永井:若い人の活字離れは深刻です。雑誌も最近は若い人が進んで読まないという声を聞きます。そうした読まない層にどう読ませるかという事に苦勞しています。絵とかグラフとかビジュアルでとらえやすい記事が増えてきたことも最近のそうした流れからです。

松浦:今は会社で新聞を読んでいると、さぼってるようにみられる風潮があるようで、それは改善していきたいですね。仕事に役立つ情報がたくさんあるのですから。

田中:紙面を広げて読むというスタイルについて、弊社は新聞社だから問題ありませんが、ほかの業種だと難しいかもしれませんね。記事、広告等で弊社と良い付き合いができれば、少しは手に取りやすくなるかもしれません。あとは経営者の日刊工業新聞への認識で周囲のイメージも変わってくるでしょう。企業によっては関連記事をスクラップしているところもありますし、そんな環境があれば新聞を読むことに抵抗は無いかもしれません。

松浦:新聞を読むこと自体を肯定できるような大きな啓蒙活動が必要ではないでしょう

か。経営者の方から「なんや、新聞読むヒマあるんなら仕事せいつ」と言われるようでは、ちゃんと読もうという気にはなれません。

山田:あとは、そもそも新聞に対して、さらには弊社に対しても、硬いイメージが先行しているようです。全日本製造業コマ大戦に取材に行く際は、弊社が刊行している雑誌などを全部持って行き、会場に並べます。コマ大戦の来場者は熟読してくれる人が多いので、その場でどぶ板作戦でのアピールというか、認知してもらうためのきっかけをつくるようにしています。

## 座談会を終えて

日刊工業新聞の良い面、力を入れたほうが良い面が棚卸でき、これからの方向性も見えてきたと思います。

「未来を読んでいる。未来が呼んでいる。」

日刊工業新聞社は今回座談会に出席してくれたメンバーを含め、中堅・若手社員が中心となり、これからも日本のモノづくり産業発展に寄与していきます。

永井 裕子 出版局 雑誌部所属  
2008年1月1日 入社





# 支局紹介 札幌支局

日刊工業新聞社最北の支局である札幌支局。北海道と聞くと、「食」や「観光地」というイメージが強く、「工業」新聞である日刊工業新聞は一見なんの関わりもないように感じてしまうだろう。しかし、北海道は現在強みである「食」とモノづくりを連携させた取り組みで独自の姿を見せ始めており、日刊工業新聞とも深いつながりが。そんな札幌支局の最前線で活躍している山岸支局員に話を聞いた。



○札幌支局について教えてください。

札幌支局は基本的に北海道全域のニュースを一人でカバーしています。北海道庁クラブや北海道経済クラブなど道内の主要記者クラブにも加盟し、北海道の中心でのニュースを取り上げるほか、道内各地域の企業や行政への取材も欠かせません。北海道という広大な土地柄もあり、函館や釧路などへは300キロ以上を自動車や半日かけて移動し取材に行くこともあります。冬季の雪道などで移動は大変ですが、北海道内でも地域ごとに特徴があるなど興味深いです。



○北海道と日刊工業新聞の関わりは？

北海道は「食」と「観光」が強みですが、力強い経済をつくりあげるために「モノづくり」が欠かせません。ただ、製造業が北海道の総生産に占める割合は全国平均の半分程度であり、いかに成長させていくかが課題です。

一方で、実は北海道には技術力のあるモノづくり企業が数多く存在するなど、それらを「全国に発信したい」という需要を取材活動の中で日々感じております。日刊工業新聞の記事で全国から反響があり、新たな事業展開のきっかけにつながることもあるようです。食や観光といった経済の動向も押さえていきながら、「食」「観光」「モノづくり」が強みの3本柱となるように、北海道の魅力



を引き続き伝えていくことが重要だと感じております。

○1日の業務の流れについて教えてください。

私は8年間、広告営業の部署にいました。営業職だったときは、クライアントのニーズに合わせて広告や企画を提案しなければ当然売上は上がりません。つまり、こちらから一方的に話すのではなく先方の要望をしっかりと聞き取る力を8年間で身につけました。この経験を生かし日々取材活動を行っております。また、偏った業界ではなく幅広い業界を取材するように心がけております。

一日の流れは、9時頃からデスク（本社）に向かい、メールチェックや取材アポイントの電話、取材準備などに取っかかりします。11時、企業などの取材。昼食を挟み、13時半、次の企業などを取材。16時、記者クラブでリリースの確認。17時、事務所に戻り、記事執筆などです。これらは主に札幌市内での場合ですが、北海道内は広いので函館や釧路などへの出張も多くあります。

○山岸さんが日刊工業新聞社に入社したきっかけは？

学生時代からマスコミ志望で、大学のマスコミ講座にも入っておりました。マスコミの中でも、特に時代の最先端に触れることができる新聞記者へのあこがれがありました。日刊工業新聞は企業や経済を取り上げ全国に発行している新聞社だと知り、自分も大きなフィールドで活躍できるのではないかと、入社試験を受けました。

○最後に札幌支局の今後の展望などをお聞かせください。

できる限り道内を駆け回り、多くの北海道のニュースを全国に伝えていくことが重要だと思います。いろいろな企業を回る事で、次のニュースのきっかけが生まれ、またその記事が少しでも北海道の企業の成長に貢献できれば、こんなにうれしいことはありません。その一つ一つの積み重ねが、日刊工業新聞札幌支局の存在感を高め、ますます北海道から必要とされる新聞になっていくと思います。

「食」や「観光」と「モノづくり」を連動させていくこの地で、これからも取材活動を通じて北海道の産業界の発展に貢献できればと考えてます。

# 支局紹介 那覇支局

## 那覇支局開設

2015年7月1日、那覇市内に38番目の総局・支局となる那覇支局が開設された。日刊工業新聞社100年の歴史で、沖縄県の拠点は初。創刊100周年を記念する事業であり、当社の成長戦略を象徴する拠点といえる。そんな那覇支局を担当するのは三苦（みとま）能徳（たかのり）支局長である。三苦支局長に、支局開設の経緯から今後の展望までを聞いた。



○まずはじめに、支局開設の経緯を教えてください。

私たちが沖縄県外で接する沖縄の情報の多くは基地問題か観光でしょう。前者は重要な問題ではありますが、県外へ発信される情報の偏りを懸念する地元の経済人は少なくありません。そこで創刊以来、産業報道に徹してきた日刊工業新聞社が沖縄でもその立ち位置を崩さず活動する事が、沖縄経済の振興に役立てると確信し、支局開設に至りました。

○県庁が目と鼻の先という好立地に支局を構えましたね。

ここは、県庁や那覇市役所のほか、地場企業や地銀2行の本社・本店、大手企業、メディア各社が集中している沖縄の政治経済の中心地です。私は支局開設の準備も担当しましたが、地元の不動産会社に案内された瞬間「ここだ！」と思い即決しました。観光地として有名な【国際通り】へも徒歩1分。楽しげな店やコバルトブルーの海に



囲まれながら、夏場は「かりゆしシャツ」で日々業務に励んでいます。ちなみに自宅も車で5分ほどの所なんです。沖縄の中心地とはいえ本土の大都市と比べれば家賃も安くすむのも魅力の一つですね。

○日刊工業新聞社の那覇支局開設に対して地元企業からの評価はどうか？

経済界から歓迎を持って迎えていただいているという印象です。準備段階から期待や支援は惜しまないという声を多くもらいました。一方で「日刊工業新聞社が沖縄で何をするのか」とおっしゃる方もいます。これは決して嫌みではなく「取材することがあるのか」との驚きであり、モノづくり分野に強い当社をご存じの方ほど口にされます。いずれにしても産業報道をはじめ当社の各事業で築いた実績を評価されている証であり、その評価を高めるために、取材に限らない多面的な関係づくりを進めていこうと考えています。

○多面的な関係づくりという事ですが、実際地元の声にあるように取材先は多いのでしょうか。

もちろん、これまで本土に情報が届いていなかった企業や製品は数多くあります。ただ同時に取材先を「増やす」ことに貢献することも私の使命だと思っています。沖縄の工業はまだ大きく伸びる余地を持っており、そういう意味では工業分野の取材先は他地域と比べて多いわけではありません。ただ、那覇空港はアジアの航空物流ハブ拠点となり、その拠点化自体がハブとなってビジネスを生んでいます。県中部では基盤産業の育成や誘致が活発で、2018年には技能五輪全国大会が開催されるなどモノづくり興隆の機運は高まっています。またIT分野も振興が進んでいます。さらに基幹産業の、観光業は勢いを持って拡大し、2020年には那覇空港第2滑走路の完成も控えています。このような「動き」を伝えるとともに、沖縄の産業発展に貢献するのが当社の役



割だと思っています。さらに当社媒体は読者にとって、取引先と話を合わせるために読む新聞ではなく、読んでいない他社と差を付けることができるという側面も持っています。その強みも沖縄で伝えていきたいです。

○最後に今後那覇支局でやりたい事を。

まだ全国に報じられていない出来事を発信することが私の役目ですが、私自身が沖縄に住んで取材を行うのは初めてであり、知らないこともたくさんあります。そのため、産業だけではなく文化や歴史を含めて、多くの人に会い真摯に学びたいです。沖縄本島の各地はもちろん、離島にも積極的に足を運ぶつもりです。

### 仕事の1日の流れ 那覇支局 支局長・三苦能徳

朝	朝食と市に他紙チェック
09:00	出社
10:00	県庁で情報交換
12:00	国際通りで昼食
13:00	取材先へ移動 (この日は車で1時間のうるま市へ)
16:00	帰社 執筆作業・ガラ確認
17:00	他支局と電話やメールでの情報交換
19:00	夕食を兼ねて取材先との情報交換



# 社会貢献

(顕彰事業・産業人クラブ・産業研究所)

優れた功績・技術・製品など広範な分野を表彰する顕彰事業から、情報網を駆使して産業、経済に関するあらゆる調査・分析をおこなう産業研究所、産学官・異業種交流をサポートする産業人クラブなど、日刊工業新聞社だからできる社会貢献に寄与する事業も展開しています。



## おもな顕彰・表彰事業

- |   |  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>十大新製品賞</li> <li>日本産業技術大賞</li> <li>機械工業デザイン賞</li> <li>日本産業広告賞</li> <li>環境賞</li> <li>発明大賞</li> <li>フレッシュヤーズ産業論文コンクール</li> <li>優秀経営者顕彰</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>中小企業優秀新技術・新製品賞</li> <li>読者が選ぶネーミング大賞</li> <li>オゾン層保護・地球温暖化防止大賞</li> <li>キャンパスベンチャーグランプリ</li> <li>理工系学生科学技術論文コンクール</li> <li>超モノづくり部品大賞</li> <li>経営者「環境力」大賞</li> <li>モノづくり企業CM大賞</li> </ul> |
|---|--|



## 産業人クラブ

製造業などの中堅・中小事業経営者で組織されています。地域ごとの色を出したきめ細かい運営をモットーに親睦会・勉強会を通じて情報の交換を行っています。



## 日刊工業産業研究所

産学官のネットワークを生かし、学生ビジネスプランコンテスト「キャンパスベンチャーグランプリ」や「環境賞」を主催しています。また顕彰制度の受託運営サービスを提供しています。



# 沿革

わが社の歩み



創業者 近藤義太郎  
現存する最古の『金属工業鉄世界』(大正7年7月15日付)



池田勇人首相と増田日刊工業新聞社社長 対談(昭和38年9月)



田中角栄著『日本列島改造論』(昭和47年日刊工業新聞社刊)



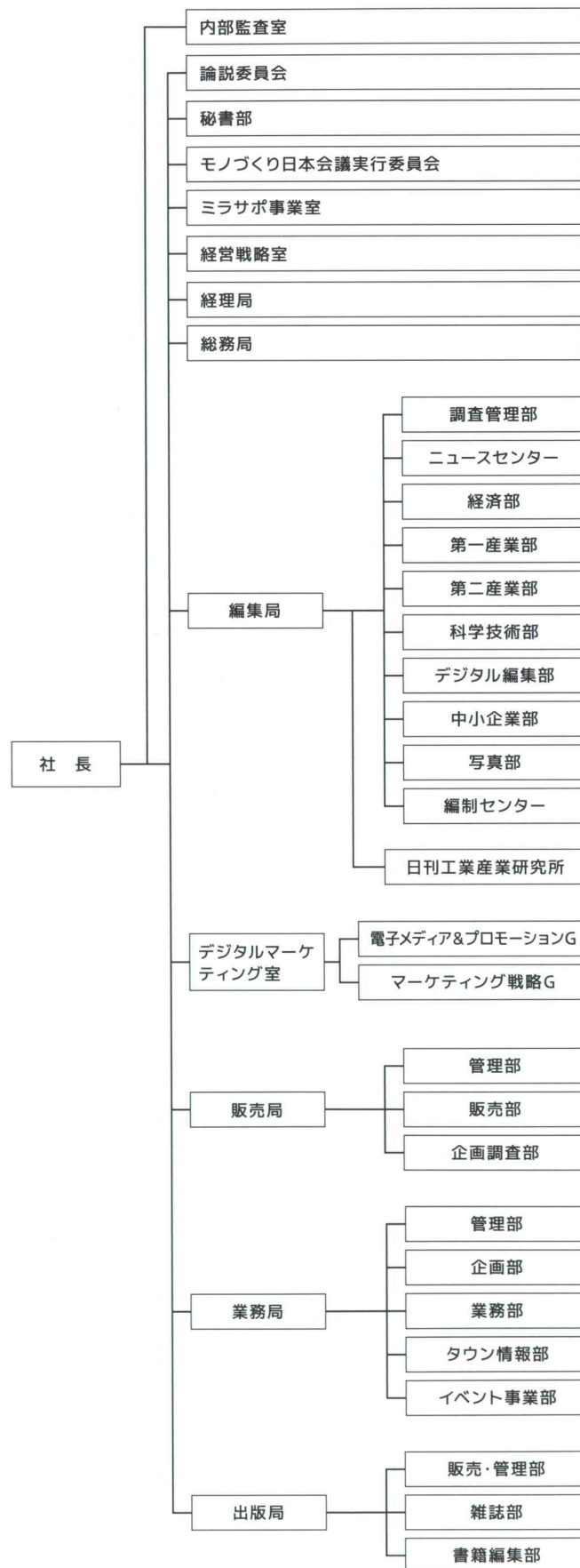
次の100年も日本の産業発展に寄与できるよう、様々な事業を展開しています。

- 大正 4年(1915) 創業者 近藤義太郎により「金属工業 鉄世界」を発行
- 大正10年(1921) 「金属工業 鉄世界」を「工業新聞」に改題
- 大正11年(1922) 「工業新聞」を「日刊工業新聞」に改題
- 昭和16年(1941) 本社を大阪から、東京・銀座へ移転
- 昭和17年(1942) 政府の新聞事業令に基づく日刊工業新聞、時事経済新報、中外商業新報(日本経済新聞の前身)等との合併になる「日本産業経済」が発刊
- 昭和20年(1945) 「工業新聞」の題字で復刊第1号を発行
- 昭和21年(1946) 社団法人日本新聞協会に入会
- 昭和25年(1950) 題字を「日刊工業新聞」と改める
- 昭和34年(1959) 日刊工業新聞十大新製品選定表彰制度を設け、本年度より毎年表彰を行う
- 昭和38年(1963) 本社新社屋完成
- 昭和39年(1964) オリンピック国民運動推進連絡会議、総理府等関係官庁の委託を受け、「国土美化国民運動推進連絡事務所」を本社に設置
- 昭和40年(1965) 大阪支社新社屋完成
- 昭和41年(1966) 国内初のファクシミリ国産第1号を導入し、大阪印刷開始
- 昭和44年(1969) 「日本産業広告賞」を創設
- 昭和45年(1970) 日本産業広告協会(現日本BtoB広告協会)を設立
- 昭和47年(1972) 「機械工業デザイン賞」を創設
- 田中角栄著「日本列島改造論」を発売、ベストセラーとなる紙齢10,000号達成
- 昭和49年(1974) 世界初の産業用ロボットの展示会「国際産業用ロボット展(現国際ロボット展)」を開催
- 「環境賞」を創設
- 業界初の週休2日制を実施
- 昭和51年(1976) 「発明大賞」を創設
- 昭和53年(1978) 「フレッシュマン産業論文コンクール(現フレッシュヤーズ産業論文コンクール)」を創設
- 昭和58年(1983) 「優秀経営者顕彰制度」を創設
- 昭和60年(1985) CTS(新聞制作システム)の新システムN-CESによる新聞制作を開始
- 日本工業人クラブ連合会設立
- 創刊70周年事業として「日刊工業産業研究所」を設立
- 昭和63年(1988) 「中小企業優秀新技術・新製品賞」を創設
- 平成元年(1989) 「日本工業人クラブ連合会」を「日本産業人クラブ連合会」に名称変更
- 平成 2年(1990) 大阪支社、名古屋支社、西部支社の新社屋完成
- 「読者が選ぶネーミングベスト10(現読者が選ぶネーミング大賞)」を制定
- 平成 3年(1991) 「グリーンフォーラム21」発足
- 平成 7年(1995) タウン情報誌「メトロガイド」を発売
- 平成 8年(1996) インターネット・ホームページ「日刊工業新聞社 Business Line」を開設
- 米国環境保護庁オゾン層保護貢献賞をわが国マスコミで初めて受賞
- 平成10年(1998) 「オゾン層保護大賞(現オゾン層保護・地球温暖化防止大賞)」を創設
- 平成12年(2000) 電子メールによる新聞界初のニュース配信「Newsウェブ21」スタート
- 平成13年(2001) 新世代CTSによる新聞制作をスタート
- 平成16年(2004) 本社を東京・日本橋小網町に移転
- 「モノづくり部品大賞(現超モノづくり部品大賞)」を創設
- 平成17年(2005) 「第1回キャンパスベンチャーグランプリ全国大会」を開催
- 紙齢20,000号達成
- 平成18年(2006) 「モノづくり推進会議(現モノづくり日本会議)」を設立
- 平成19年(2007) 「100年経営の会」設立
- 平成23年(2011) 本紙の電子版販売開始
- 平成24年(2012) 題字含め紙面デザインを一新
- 平成27年(2015) 新CTS始動
- 「日本防災産業会議」発足、日刊工業新聞社が事務局となる
- 創刊100周年

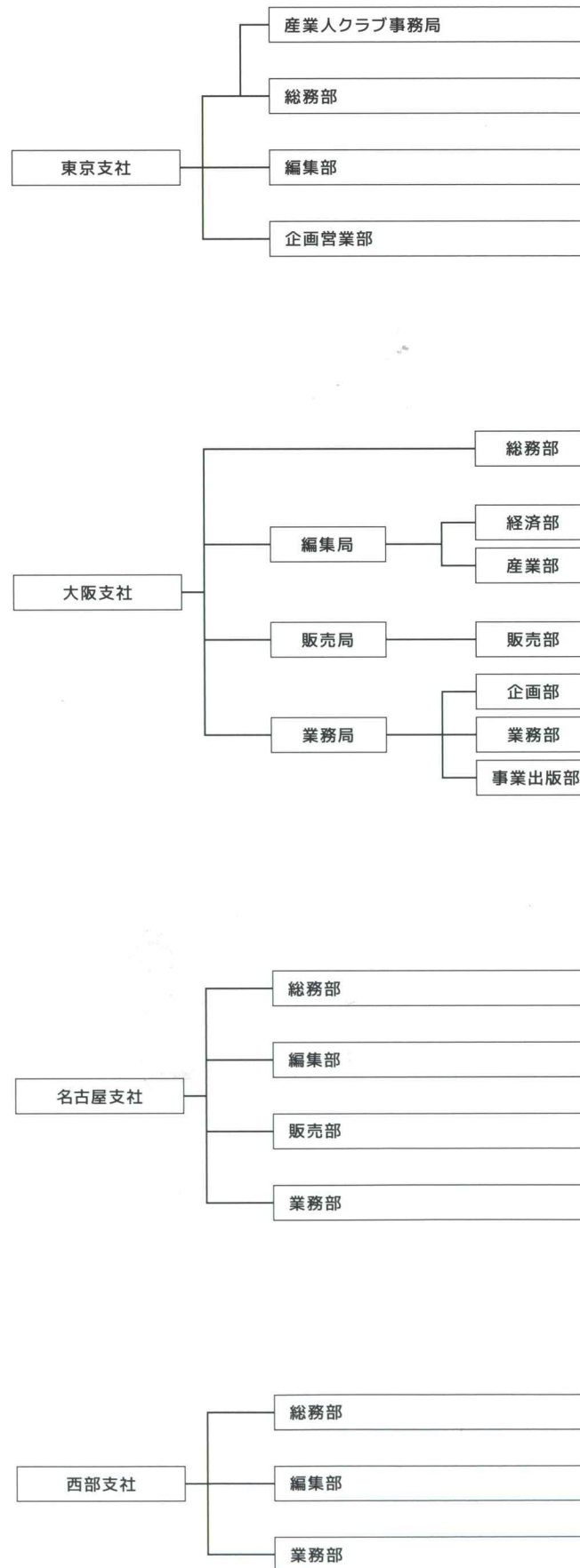


# 機構・組織図

## 本社



## 支社



# 支社・総支局網・関連会社

日刊工業新聞社は「モノづくり力」に関わる人々の羅針盤となり  
豊かな社会の発展に貢献します。

東京支社	TEL 03-5644-7284	FAX 03-5644-7249	東京都中央区日本橋小網町14-1 〒103-8548
さいたま総局	TEL 048-872-2281	FAX 048-872-2285	
横浜総局	TEL 045-201-7421	FAX 045-201-7424	
東北・北海道総局	TEL 022-225-8734	FAX 022-225-8736	
札幌支局	TEL 011-700-9540	FAX 011-700-9541	
山形支局	TEL 023-631-8932	FAX 023-631-8797	
福島支局	TEL 024-573-6105	FAX 024-573-6106	
北東京支局	TEL 03-5644-7283	FAX 03-5644-7119	
東東京支局	TEL 03-5644-7139	FAX 03-5644-7119	
南東京支局	TEL 03-3732-5451	FAX 03-3732-5453	
西東京支局	TEL 042-524-5721	FAX 042-524-5722	
新潟支局	TEL 025-265-2286	FAX 025-233-6127	
長野支局	TEL 026-219-3886	FAX 026-219-3897	
諏訪支局	TEL 0266-53-0250	FAX 0266-53-4390	
千葉支局	TEL 043-245-2711	FAX 043-245-2712	
川越支局	TEL 049-229-2225	FAX 049-226-7578	
栃木支局	TEL 028-622-0307	FAX 028-622-0308	
群馬支局	TEL 027-223-3187	FAX 027-223-3188	
茨城支局	TEL 029-221-6400	FAX 029-221-6416	
相模支局	TEL 042-703-3442	FAX 042-703-3443	
大阪支社	TEL 06-6946-3321	FAX 06-6946-3329	大阪市中央区北浜東2-16 〒540-0031
広島総局	TEL 082-511-7111	FAX 082-511-7117	
神戸総局	TEL 078-321-1731	FAX 078-321-1734	
京都総局	TEL 075-241-3828	FAX 075-241-3835	
福井支局	TEL 0776-43-1385	FAX 0776-43-1386	
姫路支局	TEL 079-224-8208	FAX 079-224-8209	
東大阪支局	TEL 06-6730-3320	FAX 06-6730-3322	
南大阪支局	TEL 072-221-0050	FAX 072-221-0051	
岡山支局	TEL 086-225-5705	FAX 086-225-5706	
高松支局	TEL 087-821-3641	FAX 087-821-3615	
松山支局	TEL 089-943-0212	FAX 089-943-0213	
福山支局	TEL 084-923-3494	FAX 084-923-3482	
名古屋支社	TEL 052-931-6151	FAX 052-931-6200	名古屋市東区泉2-21-28 〒461-0001
三重支局	TEL 059-227-5261	FAX 059-227-5262	
富山支局	TEL 076-424-4277	FAX 076-424-4278	
静岡支局	TEL 054-255-0431	FAX 054-255-0433	
金沢支局	TEL 076-263-3311	FAX 076-263-3312	
岐阜支局	TEL 058-201-2255	FAX 058-201-2256	
浜松支局	TEL 053-454-7496	FAX 053-454-7497	
西部支社	TEL 092-271-5711	FAX 092-271-5751	福岡市博多区古門戸町1-1 〒812-0029
北九州支局	TEL 093-562-7550	FAX 093-562-7560	
大分支局	TEL 097-578-9195	FAX 097-578-9196	
熊本支局	TEL 096-213-6373	FAX 096-213-6369	
那覇支局	TEL 098-943-2063	FAX 098-943-2696	
株式会社日刊工業コミュニケーションズ	TEL 03-5614-3080	FAX 03-5614-3011	中央区日本橋茅場町2-7-10 〒103-0025
株式会社日刊工業サービスセンター	TEL 03-5651-8801	FAX 03-3666-9800	中央区日本橋小網町16-1 〒103-0016
株式会社日刊工業出版プロダクション	TEL 03-5641-8350	FAX 03-5641-8360	中央区日本橋小網町14-1 〒103-8548
株式会社日刊工業開発センター	TEL 03-5847-2130	FAX 03-5847-2137	中央区日本橋小網町14-1 〒103-8548
グループ会社 新日本印刷株式会社	TEL 03-3269-6311	FAX 03-3268-4427	新宿区山吹町342 〒162-0801



