

産経新聞  
人よ

メディアの  
未来を

切り  
開け



入社案内



# 新聞ができるまで

新聞社の事業を存続させていくためには、新聞作りに関わるすべての部署が協力していくことが必要です。報道・言論に直接携わる仕事、アイデアを形にして収益を得る仕事、職場環境を整備する仕事、経営面で支える仕事など、どの仕事も欠かせません。こちらに登場している各部署の社員のインタビューが、後のページに載っていますので、ぜひご覧ください。

## 取材

産経新聞では、政治、経済、外信、社会運動といったさまざまな分野で、何が起きたかを取材し、「事実」を伝えます。サンケイスポーツではスポーツを中心にとしたニュース、夕刊フジでは夕刊紙ならではの独自の視点で、政治、経済、芸能、スポーツについて取材します。写真記者は、事件、事故などのニュースやスポーツの現場に赴き、「この一瞬」をカメラに収めます。

### この工程で活躍する主な職種



夕刊フジ取材記者    サンケイスポーツ取材記者    写真記者    産経新聞取材記者

## 営業

紙面を使った広告企画を立案し、広告主や広告会社に提案、掲載につなげる仕事です。相乗効果を上げるために、イベント開催やPR紙作成など紙面を超えた展開も考えます。

### この工程で活躍する主な職種



フジサンケイビジネスアイ営業    夕刊フジ営業    サンケイスポーツ営業    産経新聞営業

## 事業

新聞社ならではのイベント、国内・海外の絵画、美術品などの展覧会、音楽、スポーツなどの企画、運営を行います。どうすればより多くのお客さまにイベントの魅力を感じてもらえるのか、会場に足を運んでもらえるのかを考えて、紙面やその他の手段を用いて広報プランを立てます。

### この工程で活躍する主な職種



サンケイスポーツ事業    産経新聞事業

## 情報システム

基幹となる新聞制作のほか、新聞を支える販売、営業、経理、人事などのシステムも統括管理しています。サイバー攻撃から基幹システムを防護するため、セキュリティシステムを強化したり、最新技術の動向を研究し、社内システムに導入する試みが続けられています。

### この工程で活躍する主な職種



情報システム

## 整理・デザイン

整理記者は原稿に見出しをつけ、パソコン画面上で紙面のレイアウトをします。デザイン記者はニュースをより理解しやすくするための地図、グラフ、グラフィックを制作します。

## 印刷

完成した紙面はデジタルデータとして印刷センターに送信され、機械によってアルミ版に描画、出力されます。出力されたアルミ版を輪転機にかけて印刷し、各販売店に輸送します。

### この工程で活躍する主な職種



生産管理エンジニア

## 経理・総務

**経理**  
会社の予算や資金を管理し、財務面から経営をサポートする仕事です。滞りなく仕事を進めるために、それぞれの部署の担当者と連携し、情報を共有することが必要です。

**総務**  
組織全体に関する業務を扱う仕事です。備品や建物の管理、社内行事の企画運営、防災防犯対策など、幅広く担当します。社内全体を見渡すことができるので、経営陣と現場、部署と部署をつなぎ、社員全員を一つにし、経営陣の目指す目標に向かわせることが使命です。

### この工程で活躍する主な職種



販売コンサルティング

## 販売

新聞購読者との接点である販売店の経営を、本社の立場から多角的な視点でコンサルティングしていく仕事です。購読者数を増やすために、さまざまな工夫をします。

### この工程で活躍する主な職種



経理



# 取材記者

久保 まりな Marina Kubo

2015年4月入社  
東京編集局前橋支局県警担当  
現在は県政を担当

## 何十年先も残り続ける「新聞」

大学時代、就職活動の時にはマスコミ業界が見えていなかった。その中でも新聞社の記者として入社を決めたのは、形になり残り続ける新聞への憧れと、学生時代ずっと続けてきた水泳を世の中にもっと伝えたいという思いだった。また、自分の知らない世界を知ることができ、楽しさも記者の醍醐味であるかも知れない。前橋支局では、一年半の県警担当を経て現在は県政を1人で担当している。人数が少なく選挙の時期は支局一丸となって協力し、深夜まで仕事があるときも、大変なことはたくさんあるが、年齢の離れた上司にも直接意見をぶつけることができる風通しの良さが他にはない産経の強みだと感じている。

## 可能性を広げた支局

もともとは東京出身で1人暮らしも初めてだったが、今では休日成群馬のいいところを探すのも楽しみのひとつになっている。記者という仕事が少なく、不規則な生活を送らなければならないと思われるが、緊急時以外はある程度自由に行動することができる。休日には、今でも水泳を続けている。支局経験を経て、これからの自分の進む道に新たな可能性が生まれってきた。入社時は、水泳を伝えることができる運動部に配属を希望していた。しかし、県警や県政などさまざまな分野を担当するうちに、スポーツだけに絞らず、もっとたくさんのお仕事を体験したいと未来のキャリアを描いている。

## One Day 1日のスケジュール

- 09:00 **新聞チェック**  
どんなニュースを報じているのか新聞各紙を読む
- 10:00 **持ち場の県庁記者クラブへ**  
記者会見に出席したり、取材で外出もしばしば。県内を駆け回る
- 16:00 **記事執筆**  
見落としているニュースがないか確認し、取材したものを記事にする
- 19:00 **支局へ、ガラチェック**  
翌日朝刊に載る記事に間違いがないか、入念にチェックする

## 産経取材記者ってこんな仕事

好奇心を刺激される仕事。ニュースを求めて、観光や産業、経済など幅広い分野の最先端に触れられる。日々、勉強だが、自分が知らないことをたくさん知ることができる。

# 写真記者



永田 直也 Naoya Nagata

2015年11月入社  
大阪写真報道局所属  
広島駐在を経て、現在は大阪本社でニュース担当

## 写真報道に携わるきっかけ

高校生の頃からカメラが好きで、電車を撮ってネットにあげたり、夜景を撮るなどしていた。卒業後は、写真を専門に勉強できる大学へ。入社後はスポーツ担当を経験し、現在は産経新聞に載るニュース写真を全般的に担当。災害や事件、インタビューほかさまざまな現場へ駆けている。

## カメラマンとしての信念

「自分が現場でニュースを伝える」という気持ちで大事にしている。心に残っているのは、平成29年7月の九州北部豪雨。入社後、初めて

## 学生へのメッセージ

写真記者は災害や事件の現場に出なければならぬ。そのような状況にも物おじせず、好奇心が強く、人と接することが苦にならない人は向いているだろう。カメラに詳しくなければならぬ訳ではない。今のうちに人でも風景でも、好きなものを見つけてそれを撮り、写真に興味を持ってほしい。

## One Day 1日のスケジュール

- 14:00 **泊まり勤務で14時に出社**  
写真記者の勤務は日勤、夜勤や出張などいろいろ
- 20:00 **現場に出向き写真撮影取材**  
泊まり勤務の主な仕事は発生モノ(事件や火災など)の対応
- 03:00 **発生待機を終え宿直室で仮眠**  
朝刊制作が終わる2時頃まで待機。3時から4時間程度仮眠をとる
- 14:00 **泊まり明け勤務を終え帰宅**  
泊まり明けは8時頃に起床。午前中は現場に向き、14時頃に帰宅

## 写真記者ってこんな仕事

一瞬を切り取り、ニュースを1枚の写真に収めるのが写真記者の仕事だ。簡単そうに見えるかもしれないが、1枚の写真を撮るために多くの労を要する。取材交渉、機材、コミュニケーション、アングル、悪天候…。撮影までにきつい思いをする分、掲載時の喜びはひとしおだ。ぜひ、この喜びを一緒に分かち合おう。



# 産経新聞 営業

石川 愛莉紗 Arisa Ishikawa

2016年4月入社  
大阪営業局企画開発部兼デジタル業務推進室  
2016年10月より営業第二部兼デジタル業務推進室  
百貨店や放送局などの広告営業を担当

## One Day 1日のスケジュール

- 09:30 出社。他紙朝刊の広告をチェック  
産経に掲載のない広告を見つけたら、すぐに次回出稿の提案に動く
- 13:00 プレス向けの映画試写会に出席  
映画の内容を確認し、適切な広告企画の提案につなげる
- 15:30 イベントタイアップ企画を提案  
イベントターゲットや来場者数、見込める効果の試算を提示する
- 17:00 帰社、デスクワーク、企画書作成  
自分の営業数字の管理や、イベント提案など企画書の作成

## 産経営業ってこんな仕事

紙面タイアップやイベント内での商品PRなどの広告企画を広告主、広告会社に提案し、実際に形にすることが広告営業の仕事だ。また、映画担当にとって、試写会の企画、運営も大切な仕事のひとつ。クライアントだけではなく、読者から直接「ありがとう」と声を掛けられることもある。

## 営業の基礎は関係づくり

営業の仕事は、新聞紙面の広告スペースを売ることが基本。部数や枠をもとに広告効果を提示し、セールスする。さらに収益をあげるため、紙面特集の企画、イベントやキャンペーンなどを組み合わせた展開も行う。新聞社の営業は、世の中のニュースやトレンド、課題をいち早く察知し、企画を提案する。成立したときの達成感は何ともいえず、企画を一から形にするおもしろさを感じられる仕事だ。

あらゆるところに企画の種はある。広告会社やクライアントとの普段の会話やメールからつながった企画もあり、要は「目の付け所」である。情報源、課題に気付くきっかけとして、知識や情報を集め、周りの人たちとのコミュニケーション、関係づくりを大切にしている。

## 自分らしさが出せる場所

就活時、さまざまな企業を受ける中で、産経の選考はひと味違って面白いと感じた。先輩社員も個性豊かで、ここなら自分らしさを発揮できるかもしれないと思い、入社した。

産経は、社員数が少ない分、先輩や上司と気軽に話せる雰囲気がある上、他部署とのつながりも強い。組織がシンプルで、やりたいことが実現しやすい会社だと感じている。与えられた仕事をするだけでなく、自ら考え、行動する人が輝ける環境が整っている。それが産経の強みだと思う。

# 産経新聞 専業

海老原 秀一 Shuichi Ebihara

2014年4月入社  
東京事業局事業部  
2016年事業本部スポーツ・エンターテインメント事業部  
「絵師100人展」を担当

## One Day 1日のスケジュール

- 10:00 出社・各紙の紙面チェック  
各紙の紙面チェック、取引先からのメールに返信をする
- 13:00 社内デザイナーとの打ち合わせ  
マラソン大会の募集パンフレットデザインの方向性を打ち合わせ
- 15:00 HP担当との打ち合わせ  
パンフレットを基に、募集HPのデザインを打ち合わせ
- 20:00 翌日のスケジュール確認・退社  
翌日のスケジュールを確認し、しっかりと準備をする

## 産経事業ってこんな仕事

事業本部では、展覧会やスポーツイベントなどの企画・広報・運営を行っている。業務内容としては、例えば展覧会の場合、作品の選定、PR、グッズ製作、会場づくりなど多岐にわたる。事業本部だけの仕事もあるが、編集局、営業局、販売局と連携して行う仕事もある。

## 「何が面白いのかな」と常に考える

大学では落語研究会に所属し、落語家を招いて落語の鑑賞会のイベントを企画する幹事を務めた。そのときに、自分が「面白い」と思ったことを人に伝える仕事がしたいと感じ、事業の仕事を目指した。仕事内容は、イベントの企画、会場との交渉、広報活動、グッズ作成など多岐にわたる。一日として同じ仕事をする日はない。これまで関わったイベントも、「メカニックデザイナー 大河原邦男展」や「絵師100人展」、「水戸黄門漫遊マラソン」など幅広いが、常に「何が面白いのかな」ということを意識して仕事をしている。自分が「面白い」と感じたことをイベントを通して人に伝える。どうやってわかりやすく伝えられるかを、日々考え抜いている。

## チームで成し遂げる、最高の瞬間

事業は、会社の内外問わず、多くの人と協力してひとつのものを作り出す仕事だ。「水戸黄門漫遊マラソン」という水戸市のスポーツ大会のイベントでは、水戸市役所とチームで連携しながら、編集局水戸支局にも記事に関してサポートしてもらった。いろいろな人と関わるので、調整が大変なこともあるが、イベントを成功させ、チームとして達成感を得られたときに、大きなやりがいを感じる。イベントの枠を越えて、地域活性化やクールジャパン推進など、社会貢献度の高い企画もこれから実現させていきたい。チームで何かを成し遂げて、みんなでお酒を飲む。その瞬間が最高だ。



# サンケイスポーツ

# 取材記者

長友 孝輔 Kosuke Nagatomo

2011年4月入社  
大阪サンケイスポーツ編集局運動部  
入社後、阪神タイガース担当を経て、福岡に駐在  
2015年12月より再び阪神タイガース担当



## 選手の頑張りを読者へ

高校生まで野球をしていたこともあり、漠然と野球に携われる仕事に就きたいと思っていた。大学生の時は球場でスコアをつけるテレビ局のアルバイトをしており、プロ野球の公式記録員にもあこがれがあったが、就職活動中にマスコミの合同説明会に参加した際、他紙とは違う特色や社員の人柄が自分に合っているように感じ入社を決意した。

記者の仕事は、スポーツ選手と近い距離で関わることができ、自分だけが知っている、選手の努力や活躍を世間の人に伝えることができる。以前、若手記者だったころからよく知っている選手が度重なる故障を乗り越え、活躍したことがあった。その時、選手が苦しい時期に聞いていた話などを含めて書いた原稿は周囲の評

判もよく、読者からも手紙をもらったことがあった。それまでの頑張りや伝えられたことに大きなやりがいを感じた瞬間だった。

## サンスポならではの紙面を

現在は、阪神タイガースの担当記者として糸井嘉男選手ら野手を中心に取材している。阪神担当の記者は5〜6人。関西のサンスポは365日のうち、ほとんどの1面が阪神タイガースの記事だ。そのため、取材はもちろん一人一人が原稿を書く量も多くなるが、そのなかでも読み応えやニュースで他社に勝ち続けていかなくはならない。2軍の練習や試合にも足を運び、下積みのあるところから見つめていたからこそ書ける話を取り入れたり、恩師や他の選手から聞いたエピソードを交えたり。読み応えのあるドラマチックな記事を心がけている。

## One Day 1日のスケジュール

- 09:00 若手やりハビリ中の選手を取材  
2軍の練習は午前から。1軍での活躍を目指す選手を取材する
- 14:00 1軍の試合前練習を取材  
タクシーで約15分の距離の甲子園へ移動。ナイターに備える
- 18:00 1軍のナイターが始まる  
手に汗握る試合をジッと見つめながらも「早版」を執筆する
- 00:00 原稿のチェックを終える  
午後11時までには原稿を出し終え、その後何度も読み返す

## サンスポ取材記者ってこんな仕事

若手選手を担当する若手記者は、毎日「遅寝早起」で寝不足が続く。でも、そうやって芽が出ない時期から取材してきた選手が1軍で活躍し、自分だけが知っているイイ話を原稿に書き込めたときには、自分も一緒に報われたかのような達成感がある。アスリートがつむぐ「人間ドラマ」に、一緒に飛び込むことができる仕事だ。

# サンケイスポーツ 営業

## 自分のアイデアを形にする仕事

大学まで続けてきたラグビーに関わる仕事がしたい。そこで入社を決めたのが、ラグビー取材に強いサンスポだ。広告部での主な仕事は、クライアントに広告掲載を提案し出稿していただくことだが、自分のアイデアで新しいことにもチャレンジできる。2015年には、ラグビーワールドカップに向けて企画を実施。オフィシャルスポンサーと協力し、24ページのPR紙を作成した。ファンも選手も喜んでくれる仕事ができるのは嬉しい。

実際に働いてみるまでは、イメージが湧かず、分からないことも多かった。入社後、少しずつ学びながら、仕事の中でやりたいことを見つけていった。今は、自分の目標に向かい、実現させることにやりがいを感じている。まだまだ新しい可能性があると感じ、挑戦を続けている。

## サンスポ営業ってこんな仕事

企業の宣伝担当者や広告会社の担当者に広告企画を提案、サンスポでの広告掲載につなげていく仕事。広告主と読者をつなぐ架け橋のような役割を果たしている。自由な部署なので、やりたいことが非常に実現しやすい環境だと感じている。自分で企画を立て、積極的に行動することが好きな人にとって、仕事がしやすい職場だ。

大澤 禎人 Sadato Osawa

2013年4月入社  
東京サンケイスポーツ営業局広告部  
自動車、スポーツ用品、観光娯楽の  
広告営業を担当

# サンケイスポーツ 事業

## 「楽しいもの」をつくりたい

事業の仕事は、イベントの最初から最後までを見届けることができるのが最大の魅力。参加者の反応が良いと、今まで頑張ってきたよかったですと心から思える。1から10まですべてを把握しているのが、達成感も大きい。大学時代にキャンプを企画するなどのボランティアを行っていたことが、イベントの仕事に興味を持つきっかけとなった。面接の際は産経新聞の事業で受けていたが、サンスポ事業でも同じことができることを知り、入社を決めた。

イベント前は忙しい日々が続くこともあるが、1年間のある程度のスケジュールが見通せるので、計画性を持って働きやすい。社外の人も協力して一つのイベントを成功させていくため、コミュニケーションが何よりも大切。何事にも意欲的で、やりがいを持って仕事に取り組める人にとって、きっとサンスポ事業は楽しい職場になるだろう。

## サンスポ事業ってこんな仕事

主にアマチュアを対象としたスポーツイベントの企画や運営をする。特徴は、全ての過程に自分たちが直接携われるところ。自治体との調整から、予算管理、協賛セールス、PR計画の立案、参加費デザイン、現場対応まで。大変だが、自分の仕事が形になっていく過程を最後まで見ることができるのは大きなやりがいだ。

岡田 怜子 Reiko Okada

2015年10月入社  
東京サンケイスポーツ営業局事業部  
嬌恋キャベツヒルクライム、  
キンカンファミリーキャンプなどのイベントを担当



# 取材記者



海野 慎介 Shinsuke Unno

2017年4月入社  
東京夕刊フジ編集局報道部  
遊軍班で事件・事故や選挙、  
スポーツ取材などを担当

## 社会、政治、芸能、幅広さが魅力

昔から街歩きが好きで、大学のゼミではフィールドワークを行っていた。その経験から外でさまざまな人と会い、ネタを集めてくる記者や編集者といった職にこれが持ち、就活初期は雑誌や週刊誌を中心に受験。夕刊フジは人数が少なく、一人の記者が社会や政治、芸能など、幅広い分野を扱っていることを知り、雑誌や週刊誌のような取材ができるのではと志望するようになった。

## 夕刊フジならではの紙面作り

夕刊紙の朝はとても早い。元々早起きは得意だったが、それでも慣れないうちは何度か寝坊したことがある。出社後は朝刊各紙を確認し、会議で当日の紙面内容について話し合う。大抵

の一般的なニュースは既に朝刊に出ているので、そのニュースの背景や裏話など、一般紙にはあまり掲載されそうにない記事を中心に扱う。またサラリーマンの目を引き、手に取ってもらうために、インパクトも重視して選んでいる。午後に行う取材では、対象者の言葉選びにも注意を払いながら、メモに書き留めていく。その発言がそのまま見出しとなることもあるからだ。デスクに原稿を提出後、削られたり怒られたりすることもしばしばあるが、夕刊フジならではの表現で記事を書くことがおもしろい。一人でさまざまな分野の記事を扱わなければならないので、日頃から新聞のみならず、雑誌や週刊誌などのメディアにも目を通して見ている。視野が広くさまざまなものに興味を持ち、常に面白いものを探している人にとって、夕刊フジの記者はぴったりの仕事だ。

## One Day 1日のスケジュール

- 05:50 出社 新聞チェック、ゲラ点検  
早朝に出社。朝刊各紙の確認と出稿済みのゲラ点検、会議へ
- 07:30 締切まで原稿書きや校正  
締切は朝9時台と12時台の2回。ギリギリまでニュースと格闘
- 13:00 話題の出来事の裏話を取材  
締切後、外へ出て関係者に取材。ネタ探しに歩くことも
- 18:00 得た情報を基に原稿作成  
取材メモをまとめ、デスクに提出。時に情報が足りず追加取材も

## 夕刊フジ取材記者ってこんな仕事

夕刊紙の役割は、午前中に入るニュースを伝えることだけではない。メインは、話題のニュースの裏にある秘話や物語を伝えることである。一般紙とは異なる切り口と自由な取材手法が特徴だ。事件の核心や人が隠したいことに迫るので難しさを感じることもあるが、原稿が完成したときの喜びはひとしおだ。

# 夕刊フジ 営業



後藤 徳明 Noriaki Goto

2017年4月入社  
東京夕刊フジ営業局販売部  
コンビニエンスストア、JR、各鉄道会社の  
販売営業を担当

## 居酒屋で新聞販売も

販売部の仕事は、完成した紙面を多くの読者に正確に届けることだ。業務内容は印刷、配達、部数管理、販路の拡大、販売PRと幅広い。いままでにはなかった新しい販路を見付けるべく、出かける先々に常にアンテナを張っている。「ここに置けば売れるんじゃないか」そんな小さな気付きの積み重ねが、仕事のアイデアにつながる。最近では、居酒屋チェーン店とコラボし、期間限定で夕刊フジをセットメニューにプラスして販売してもらうことができた。こうした難しい試みができるのは、少数精鋭で機動力がある産経ならではといえる。

## 自分の行動が売り上げに表れる

紙媒体に携わりたいという思いで、新聞業界を志望した。夕刊フジはコンビニや駅で販売する即売がメインであるため、日々売り上げが変化する。数字に届かないとプレッシャーを感じる。夕刊フジを手取る人を見かけると、そんな苦労も吹き飛ばす達成感を味わえる。自分の行動が売り上げに貢献していると感じる瞬間だ。夕刊フジは人数が少ないので、若くても意見を聞いてもらえるし、先輩たちの面倒見もよい。アイデアが求められる仕事のため、理想的な人材像は何事にも関心を持ち、創意工夫できる人。紙媒体が好きならば、なお良しだ。

## One Day 1日のスケジュール

- 10:00 販売実績、前垂れ会議  
前日の販売実績を報告、当日の前垂れについて打ち合わせ
- 11:00 販売促進のPOP作成  
原稿を読み、PRしたいコラムをピックアップしてPOP作成
- 14:00 即売社との打ち合わせ  
販売部数を伸ばすため、案を出し合い、増紙につなげる
- 16:00 夕刊フジ主催のイベントを運営  
イベントを無事に成功させるため、あらゆる努力をする

## 夕刊フジ営業ってこんな仕事

紙面をより多くの読者に、正確に届けることが販売部員の仕事だ。印刷、配送、売り場の管理、販路の拡大、販売PRなど多岐にわたり、さまざまな企業の方々と協力して仕事をしている。逆境の新聞販売ではあるが、情熱を持って、一部でも多く積み重ねる意識で業務に携わっている。



# 販売コンサルティング

## 「この仕事だ」と直感が働いて就職

販売局では主に、購読者数を増やす取り組みと販売店の経営コンサルティングを行っている。担当員が地域の販売店と信頼関係を築きながら、現場に近い視点に立って経営課題について考える。新しい経営戦略の提案やトラブル対応など、日頃から販売店主との細かな打ち合わせが欠かせない。販売店の方に「木下さんがいだから頑張れた」と言っていただけのように、今後も販売局を軸にいろいろなことに挑戦していきたい。

自分にしかできない、代わりのない仕事があったという気持ちで就職活動を行った。説明

会に参加したとき、販売局を見学した。そこで出会った社員は個性豊かでおもしろい人ばかり。信念を持ちながら働く背中を眺めた瞬間に「ここで自分は働くかもしれない」という直感があつた。その気持ちをありのまま話したことが、内定につながったと思う。

## バランス感覚が大切

販売局の仕事は、販売店と産経新聞社をつなぐことだ。会社と経営者の間に立って仕事をするので、バランス感覚が求められる。また、課題に対して真摯に向き合い、解決のために熟考し、すばやく行動することが必要だと考えている。

## One Day 1日のスケジュール

09:30 訪店用の資料作成、事務

午後の訪店用の資料作成。経営内容、増紙目標の再確認



12:00 訪店(経営内容の確認)

所長から経営に関する不安をヒアリング。解決策を考える



15:00 訪店(増紙目標の再確認)

増紙目標に到達しているか確認。達成していれば次の目標を設定



17:30 訪店(キャンペーンの打合せ)

何店かの販売店を集めたキャンペーンの打ち合わせの後、会食



木下 雪乃 Yukino Kinoshita

2014年10月入社  
東京販売局販売管理部  
2015年3月から販売局販売2部  
現在は神奈川県横浜エリアを担当

## 販売コンサルティングってこんな仕事

いい意味で何でも屋のような存在だ。業務内容は経営コンサルティング、販売店の人材育成、キャンペーンの立案など多岐にわたる。販売店所長と一緒に頭を悩ませ、目標を達成したときは本当にうれしい。忙しいと感じることもあるが、自分の企画で読者が増え、所長に喜んでいただけたときは、疲れも吹っ飛んでしまう。

# 情報システム

## ITを通じて文化発信を支える

システム本部では、産経新聞社のシステム全般を管理している。新聞制作に欠かせないパソコンの管理、サーバーやネットワークなどの保守・運用を行っている。

大学時代は学内の新聞発行に携わっており、その中で新聞社の幅広い分野の文化発信に興味を持つようになった。産経に入社したのは、常に新しいことに挑戦しており、自分のやりたい仕事が積極的にできる会社だと感じたからだ。

今、新聞社へ入ることはリスクもあるが、新聞をアップデートする千載一遇のチャンスでもある。豊かで明るい未来を創る新聞社のジャーナリズムを更新するため、リスクを恐れない人は是非来てほしい。

## 情報システムってこんな仕事

新聞社を支えるさまざまなITインフラの構築・保守・運用を行っている。今日ではサイバーセキュリティも重要な仕事のひとつだ。新聞社が転換期を迎え、ネットニュースやアプリを使った新しい形の報道が求められるようになった。豊かで明るい未来を創る新聞社のジャーナリズムに、ITを通じて貢献することを目指している。

西山 諒 Ryo Nishiyama

2017年4月入社  
大阪システム本部  
社内のシステム管理、セキュリティ対策を担当

# 生産管理エンジニア

## 新聞印刷の救命医

新聞は朝一番に各家庭のポストに無ければ意味がない。「機械が壊れた関係で発送が遅くなりました」などの言い訳は読者には通用しないのだ。工場内の機械が故障すれば即修理。例えるなら、救命医のような存在で、限られた時間で最短の処置と判断が求められる。新聞印刷工場内で、こういった生産設備を含む建屋全般の保守管理をしているのが私たちの仕事だ。各メーカーとの情報交換や設備維持、更新関係の交渉なども行う。

ある程度の手先の器用さも必要で、自転車の修理くらいは自分で出来るような人材が向いているのではないかと思う。大変なこともあるが、自分自身で積み上げた経験や判断能力が生かされた時にやりがいを感じる。

## 生産管理エンジニアってこんな仕事

制作局技術部では、印刷工場内の生産設備を含む建屋全般の保守管理をメインとした業務を行っている。建屋関係では特高受電設備を含む生産設備の管理、また、低圧設備では印刷関連の電気系統の管理とメンテナンスを実施。印刷業界における技術の進歩は日々加速しており、メーカーの担当者との情報交換が欠かせない。

廣岡 敬二 Keiji Hirooka

1999年3月入社  
大阪制作局技術部  
新工場準備室などを経験し、  
現在美原印刷工場に勤務



# フジサンケイ ビジネスアイ 営業

ビジネス紙としての強みを生かす

いろんな場所へ行ったり、人に会ったりすることが好きだったので、この仕事を選んだ。学生時代にはバレスチナやインド北部などあまり人の行かないところを旅した。営業は、名刺一枚でさまざまな企業の担当者に直接会うことができる。「ビジネスチャンスを探る記者」だと思っているので、経済ネタへの興味は必須だ。趣味は語学学習と料理で、現在はアラビア語を勉強中。また、週の半分は弁当を作るようにしている。新聞だけではない総合メディア企業のビジネス紙として、ライバル紙の力が及ばない分野で強みを作ること目標にしている。

## フジサンケイビジネスアイ 営業ってこんな仕事

フジサンケイビジネスアイ紙面上の広告企画を、企業や広告会社に提案する。産経新聞と異なり、BtoBの新聞なので、広告主のみならず読者も企業ということになる。そのため、広告企画についても専門的な内容になり、企業や業界に関する深い知識が必要になる。



並木 宜史 Norifumi Namiki

2017年4月入社  
日本工業新聞社営業・事業本部  
商社、物流、自動車、製紙、書籍の  
広告営業を担当

# 育児休業

新聞社に勤めていると、育児が取りづらいというイメージがあるようだ。しかし、実際は全くそんなことはない。育児は国の制度なので、問題なく取得することができる。記者だと難しいなど部署による違いもなく、育児の延長、職場復帰後の時短勤務も選択可能だ。

多くの先輩が出産・育児を経て職場復帰をしているので、身近に参考になる存在が居るのもいいところだ。早朝や夕方以降の仕事は配慮をしてくれたり、「先輩、もう5時ですよ!」と声をかけてくれたり、上司や同僚の理解と協力により育児と仕事の両立ができていく。また、育児をしながらでも自分の頑張り次第で

やりたい仕事を制限されずに取り組む事ができる。  
男性社員で育児を取る人も、短期、長期を含め年に数人いる。育児は夫婦で行うものなので、男性の育児がこれからも増えていって、当たり前になってほしいと思う。

沼田 苑子 Sonoko Numata

2009年4月入社  
東京・企画事業局事業部  
2010年大阪・事業局事業部  
2015年東京・事業本部東京事業部  
2016年3月から産休を経て育児休業  
2017年4月に復職 東京・事業本部文化事業部



# 経理

会社の数字を任される「緊張感」

学生時代から会計を学び、大学院まで進学。産経新聞を購読しており、好きな会社で会計に関する仕事をしたいと思いつき、この職場を選んだ。

経理の仕事は「会社の活動を数字にすること」。言うならば会社の意思決定に資することだ。適時適切な情報開示が要求されるため、社内や関連会社との連携は欠かせない。数字に変換できるだけの情報はいつだってキャッチしなければならぬ。定時出社、定時退勤で土日もちんと休める。ただし決算期は忙しい。

決算時、たとえ「故意でなくとも」ミスをすれば重大な誤謬につながることもあり、常に大きなプレッシャーがかかる。しかし、無事決算が済んだときの解放感は格別で、やりがいでもある。そのため、投げ出さず最後まで緊張感を持って取り組める人に来てほしい。

## 経理ってこんな仕事

会社の活動を全て数字に変換する仕事。そうやって会社の意思決定に資するわけである。また、経理とは経営管理の略、言わば参謀ではないだろうか。



山内 佑興 Yuko Yamauchi

2014年4月入社  
経理本部財務部資金担当  
2016年経理部  
印刷、広告系の関連会社を担当

# 留学制度

あなた特派員に  
なったらいいわよ

入社前からソウル特派員が夢だったが、いつも目の前の仕事に必死だった。そんなある日、取材現場で出会った台湾メディアの東京特派員にかけられたこの言葉。女性特派員として東京、大阪を飛び回り積極的に働く姿に、背中を押された。「私も特派員になりたい」。初心を思い出し、留学を決意した。

韓国の若者の現実を  
目の当たりに

受験・就職競争が日本よりも激しいと言われる韓国。韓国人の友人たちは試験期間に入ると連絡を取るのとははかられるほど勉強熱心で、念ののが1か月ぶりということも。「何が人生の成功か」と進路を思い詰める学生たちと過ごす中で、若者に希望がない現実を目の当たりにした。一方で、日本の漫画や旅行を通じて、若者たちの思いがけない親日ぶりも垣間見た。取材では知れない韓国の変化を肌身で感じた。

石川 有紀 Yuki Ishikawa

2003年4月入社  
大阪編集局経済部  
2017年5月から11月まで  
海外留学生として韓国へ留学



留学中、ソウル市内の韓屋で





# 座談会 産経がめざすメディアの未来

サンケイってどんな社風なのか。

就活生が気になる、産経新聞社の実態を明らかにするために、現場で活躍する社員にインタビューを敢行。職種も年代も異なる社員らの座談会を通して、産経新聞社のリアルな姿に迫った。

個性豊かな社員が口をそろえて言うのは、社内の「風通しの良さ」。そこで働く人々は、どのようなメディアの未来を目指しているのだろうか。社員としての野望も語ってもらった。

サンケイの強みとは？「風通しの良い会社」ということはよく耳にします。

古川 風通しはすごくいいです。部署や媒体を超えて、垣根が低い印象があります。また、違う世代・部署の人と参加する研修があり、必然的に顔見知りになりました。その結果、フラットな関係で、この人に相談すればという「仲間スイッチ」が増えるのは、うちの会社の強みだと思います。

根岸 社員の間でお互いに顔や名前を知っていることが多いですね。

緒方 私は手を挙げた人の声に寛容な会社だと感じています。提案を却下するのではなく、目的達成の

ために必要なことを上司が教えてくれます。また、他社は何人も同じ担当の記者がいる一方で、うちの記者は1人で担当してたくさん記事が書けるので、書くスキルも身に付くし、さまざまな視点が若いうちから持てます。会社全体にとってもすごく可能性のあることだと思います。

富山 「名前が知られた会社」だということも強みだと思います。初めのお客様であっても門前払いされることが比較的少ないので、新しい情報を吸収するインプットの機会に恵まれていて、結果的にアウトプットもたくさんできます。社外の人にも新しいアイデアをぶつける度に、いろいろなインプットをもらえるので、それをカスタマイズして新しい企画に落とし込めるんですよ。

古川 確かに任される場面が非常に多いですね。あと、スピードが求められている感じはします。他社に比

べると早く物事が決まっていますね。

根岸 他の企業に比べて明らかに任されていますね。スピード感については、営業でも新規事業でも企画を上司に相談したら、すぐに関連企業を紹介していただきました。編集なんてスピード感の塊では？

緒方 例えば、相模原の障害者施設での殺傷事件のような、大きな案件があった時のスピード感たるやすごいですね。支局の若い社員を含めてチームプレーをする際は、お互い顔が分かるのでやり取りがスムーズです。他社には人手ではかきません

が、スピード感や、若いうちから仕事を任されていることで身に付く取

材力、連絡の緊密さが、うちの社の強みですね。

古川 キーワードは「読者」だと思います。即売はその日に買ってもらうわなと意味がありません。読者に寄り添い、満足してもらおう紙面づくりが大切です。また、紙面の価値から飛び出した企画を考えることも重要で、「健活手帖」などの企画によって今まで少なかった女性読者を獲得することができました。

富山 事業は報道と比較すると少し距離がある部署です。報道の面から未来を考えるならば、正しいことを分かりやすく伝えること、取材対象と深い信頼関係を築くことができるのは新聞社の強みでありユニークな

点です。今できることをひたすらに続けていくことで、活路が見え、新聞の存在価値も明確になっていくのではないのでしょうか。

根岸 産経新聞の報道を守りたいという意識がないと、未来は作れないと思います。経営としてどのようにしていくのかと、今、自分が担当している仕事をより良くするにはどうすればいいのか、2つの視点で考えるべきです。現状をどう変えていくか、変えていきたいか。そういう思いや熱意を持っている方にぜひ入社していただきたいです。

緒方 入社して8年目になり最近本社に上がってきて、3、4年目の先輩と一緒に仕事をすることが増えたのですが、こんな見方をするのかと驚かされることが多いです。デジタルなものに関する感覚は特に違いますが、それはすごく面白いこと

で、これから会社に入って来るみなさんにはどんどん手を挙げてもらって、チームで一緒にいるんなアイデアを出して、良い仕事をしていきたいです。その中で、この会社を

どのようにしていきたいのかが見え

てきたらいいと思います。

緒方 現在記者の仕事をしている人で明確に答えを出せる人は、正直

では、最後に産経新聞社の未来についてどのように考えておられるか教えてください

古川 大介 (タ刊フジ営業局販売部部長兼タ刊フジ新規事業推進室) 2000年4月入社 タ刊フジ営業局販売部 2013年タ刊フジ新規事業推進室兼タ刊フジ営業局販売部 2015年10月タ刊フジ営業局販売部部長兼タ刊フジ新規事業推進室

緒方 優子 (東京編集局社会部) 2010年4月入社 大阪編集局神戸総局 東京編集局水戸支局 2015年社会部へ異動、現在は警視庁を担当

富山 俊作 (日本工業新聞社 営業・事業本部) 2011年8月入社 日本工業新聞社営業・事業本部に配属 展示会、セミナーの企画・立案、事務局業務を担当

根岸 宏樹 (新プロジェクト本部コンシューマー事業室(コンテンツ開発)) 2012年4月入社 東京営業局開発一部 2014年営業第一部 2017年新プロジェクト本部コンシューマー事業室(コンテンツ開発)

Profile



古川大介

緒方優子

富山俊作

根岸宏樹

今後の野望や目標について教えてください。

古川 企画を考える時に、まず自分が楽しむ、というのを大切にしています。そうしないとお客様も楽しんでくれないと思うので。タ刊フジの新規事業で居酒屋さんとタイアップした企画も、自分が楽しんで作り上げた企画でした。居酒屋さんと一緒にメニューを作ったり。その居酒屋のお客様の中にタ刊フジを読んでいる方がいらしたというのも嬉しかったです。チームとして熱を持ってやっていけるような仕事をこれからも作っていききたいなと思っています。

緒方 入社して8年目になり最近本社に上がってきて、3、4年目の先輩と一緒に仕事をすることが増えたのですが、こんな見方をするのかと驚かされる人が多いです。デジタルなものに関する感覚は特に違いますが、それはすごく面白いことで、これから会社に入って来るみなさんにはどんどん手を挙げてもらって、チームで一緒にいるんなアイデアを出して、良い仕事をしていきたいです。その中で、この会社をどのようにしていきたいのかが見え

富山 2017年5月に初開催の展示会を立ち上げました。テーマは林業です。実は、日本の林業って多くの問題を抱えているんです。日本の70%が森林なのに、森林が生かされていない。この話をすると、2時間経ってしまうので、割愛しますが(笑)。新しい企画を作るのは大変だけれども、林業は問題の根が深いだけにやれることがたくさんあります。今はこの企画を成功させるのが野望です。

根岸 新規事業の担当者としては、新聞社としての経営の第三の柱を見つけれ、というところに尽きるところだと思います。産経新聞が最初に見つけて、業界のトップランナーになることが野望です。しかし、それは会社の一部の人だけではできないです。新聞社の新規事業に前向きに、社員全員で取り組むような雰囲気づくりをしていきたいです。そして、産経新聞社の社としての地位を上げることが目指しています。

古川 大介 (タ刊フジ営業局販売部部長兼タ刊フジ新規事業推進室) 2000年4月入社 タ刊フジ営業局販売部 2013年タ刊フジ新規事業推進室兼タ刊フジ営業局販売部 2015年10月タ刊フジ営業局販売部部長兼タ刊フジ新規事業推進室

緒方 優子 (東京編集局社会部) 2010年4月入社 大阪編集局神戸総局 東京編集局水戸支局 2015年社会部へ異動、現在は警視庁を担当

富山 俊作 (日本工業新聞社 営業・事業本部) 2011年8月入社 日本工業新聞社営業・事業本部に配属 展示会、セミナーの企画・立案、事務局業務を担当

根岸 宏樹 (新プロジェクト本部コンシューマー事業室(コンテンツ開発)) 2012年4月入社 東京営業局開発一部 2014年営業第一部 2017年新プロジェクト本部コンシューマー事業室(コンテンツ開発)





**株式会社 産業経済新聞社**

SANKEI SHIMBUN CO.,LTD.

東京本社 〒100-8077 東京都千代田区大手町1丁目7番2号

TEL:03-3231-7111(大代表)

大阪本社 〒556-8660 大阪市浪速区湊町2丁目1番57号

TEL:06-6633-1221(大代表)