山陽新聞社 新任取締役・局長略歴

板谷　武氏（いたや・たけし）1962年生まれ。岡山県出身。岡山大法学部卒。津山支社編集部長、編集局政治部長、局次長扱・編集局報道本部長、局次長扱・吉備の環プロジェクト推進本部事務局長、局次長扱・読者局共創本部長、編集局長、執行役員編集局長などを経て2026年2月取締役倉敷本社代表

小寺　幸治氏（こでら・こうじ）1967年生まれ。岡山県出身。大阪大経済学部卒。編集局政治部副部長、編集局報道部副部長、東京支社編集部長、編集局報道部長、局次長扱・編集局報道本部長、局次長扱・東京支社長兼論説委員会委員、局長扱・社長室長などを経て2026年2月取締役編集局長

松尾　政典氏（まつお・まさのり）1961年生まれ。岡山県出身。立教大社会学部卒。営業局長付部長、営業局営業企画部長、営業局次長扱・営業局広告本部長、局長扱・営業局付休職・山陽新聞事業社出向、執行役員営業局長、取締役営業局長などを経て2026年2月監査役

広岡　尚弥氏（ひろおか・ひさや）1962年生まれ。岡山県出身。関西学院大社会学部卒。福山支社編集部長、編集局社会部長、局次長扱・津山支社長、販売局次長、局長扱・販売局付休職・山陽新聞販売出向、局長扱・読者局販売本部長、販売プロモーション局長などを経て2026年2月執行役員販売プロモーション局長

前川　真一郎氏（まえかわ・しんいちろう）1966年生まれ。千葉県出身。岡山大法学部卒。東京支社編集部長、編集局報道部長、局次長扱・倉敷本社次長、局次長扱・編集局報道本部長、局次長扱・津山支社長、ビジネス開発局長、局長扱・新事業戦略本部長代理などを経て2026年2月執行役員新事業戦略本部長

赤井　康浩氏（あかい・やすひろ）1965年生まれ。岡山県出身。専修大商学部卒。新見支局長、編集局政治部副部長、編集局メディア報道部長、総務局次長、局次長扱・総務局総務本部長、総務局長兼DEI戦略本部長などを経て2026年2月執行役員総務局長

中原　一夫氏（なかはら・かずお）1963年生まれ。岡山県出身。大阪大大学院法学研究科修士課程卒。編集局社会部副部長、部長扱・広島支社長、編集局経済部長、局次長扱・倉敷本社次長、局次長扱・編集局報道本部長、局次長扱・編集局統合コンテンツセンター長などを経て2026年2月局長扱・東京支社長

喜多　功氏（きた・いさお）1966年生まれ。岡山県出身。上智大外国語学部卒。社長室秘書部副部長、編集局メディア戦略部副部長、編集局運動部副部長、社長室経営企画部長、ビジネス開発局次長、局次長扱・東京支社長などを経て2026年2月局長扱・社長室長

藤原　恵子氏（ふじわら・けいこ）1967年生まれ。岡山県出身。津田塾大学芸学部卒。広告局企画開発室副部長、営業局広告本部広告編成部長、部長扱・吉備の環プロジェクト推進本部事務局次長、局次長扱・読者局共創本部長、みらい共創局次長などを経て2026年2月みらい共創局長

中村優一氏

省力化投資補助金対象 インサーター機 NR－X

プレッシオ東関東営業所 中村優一所長 千葉で展示イベント開催

丁合機能搭載

プレッシオのインサーター機「NR－X」（丁合機能搭載）

イベントのようす

創業75周年のプレッシオは、千葉県鎌ケ谷市でインサーター機「NR－X」（丁合機能搭載）や縦型の自動包装機「RV－iXI」を中心に、同社製品サービスの訴求イベントを、3月18～19日に開催した。

イベントを主催した東関東営業所の中村優一所長（当時）は「実機だからこそ、伝えられることがある。ぜひ、実際に見て触れて、NR－Xを中心にプレッシオの魅力を感じてほしい」と話す。

NR－Xは、インサーターと丁合機、リフターの3役をこなす。一般的なインサーターと丁合機をそれぞれ設置するスペースの半分以下に相当する約1・5畳のスペースがあれば設置できるため、導入店舗を選ばない。

コンパクトサイズながら、操作性と処理速度は向上した。新聞にチラシを折り込む一連の作業は繊細で、チラシの枚数や質、湿度によって微調整が必要となる。その調整は長年の勘に頼るところが多く、誰にでもできるものではない。

NR－Xの紙サバキ調整機構は、なめらかに動くダイヤルのため、微調整しやすい。担当者のスキルによる仕上がりのバラつきもないため、労務難改善にも役立つ。中村氏は「NR－Xは完成形。給紙やサバキ、すべてに安定感がある」と胸を張る。

中でも、8ページの薄い新聞にもインサートできる繊細さはおすすめできる点だという。中村氏は「薄物へのアプローチの際、スピードも維持しているため、時間に追われる日々の業務で使用しやすいと思う。ぜひ体感してもらいたい」と話す。

手入れ作業を当たり前の業務ととらえる販売店は多い。NR－Xがあれば、手入れ作業から解放されることで、業務内容が改善されるきっかけになる。

イベントでは、操作性や作業音を実際に見聞きすることで、店舗での使用イメージを明確に持つことができる。来場者がサイズ感に「このサイズなら店舗に設置できるかも」と話す場面もあり、多く見られた。NR－Xのコンパクトなじっくりと検討する姿が

補助金活用も可能 すべての販売店にオススメ

NR－Xは、中小企業省力化投資補助金カタログ注文型の補助対象機種でもある。定価で約650万円に対して、300万円弱の補助金が出る。

中村氏は「NR－Xはすべての販売店さまにおすすめできる機械。補助金を活用すれば導入ハードルも大きく下がるため、ぜひご検討いただきたい」と力を込める。

プレッシオは、今後も全国各地でNR－Xの展示イベントを開催する。実店舗でのデモも随時受け付けている。

山陽新聞社 第125期事業報告

（2024年12月1日～2025年11月30日）

当期の国内経済は、トランプ関税の影響を受けて一進一退の足踏み状態となった。4～6月期は、実質GDP成長率は前期比年率＋2・2％の成長となった。しかし、7月以降は輸出が落ち込み7～9月期の実質GDP成長率は前期比年率△1・8％のマイナス成長となった。

当社はこうした状況の中、新たな取り組みや改革を推進した。

6月にビジネス開発局新事業推進部を局から独立させ、新事業戦略本部新事業戦略室として新設。中期経営計画に掲げる「新規ビジネスモデルの確立」をより強力に推進していく。これまでのビジネス開発局は「デジタル推進局」に改めた。また9月に読者局を分割し、「販売プロモーション局」と「みらい共創局」を創設した。同月、営業局を「地域プロデュース局」に名称変更し、広告本部は「メディアビジネス本部」に改称した。

■デジタル推進局

デジタル推進局では、顧客基盤「山陽新聞ID」は、2025年11月末時点で11万914人となり、22年9月のサービス開始から約3年で11万人を突破した。中期経営計画（2024～26年度）の最終年を待たずに目標の10万人を達成。本社・関連会社によるプレゼント企画やサービス、協賛施設での特典提供などが会員増加を順調に後押ししている。今後は、デジタルで顧客基盤の収益化を目指す。

官公庁や民間企業の組織内で新聞記事を共有する「クリッピング」の関係業務を、4月から公益社団法人日本複製権センター（JRRC）に委託した。見積もり、契約、利用料支払いがウェブ上でできるようになり、利便性が向上。業務効率化も図られている。新たな契約に向けた見積もり依頼も届いており、今後の収益拡大が期待できる。また、記事の無断収集・共有は著作権侵害に当たることから、記事が著作物であるという認識の普及を目的に、紙面を通じて適正利用の啓発を行った。

複雑化・巧妙化するサイバー攻撃に対応するため、社内ネットワークの防御体制を見直し、セキュリティ対策ソフトを更新した。サイバー対策は終わりのない取り組みであり、今後も新たな脅威への研究を続け、柔軟な防御態勢を整えていく。また、社員への継続的な啓発にも取り組み、組織全体で安全性向上を図る。

■編集局

編集局では、統合編集システムを25年6月に稼働した。外勤各部、倉敷本社、津山支社などの出稿デスクから電子版に直接配信できるようにし、さんデジの記事本数を導入前の約1・5倍に増やしたほか、速報性もアップ。「紙もデジタルも」の情報発信体制を一層進めた。電子版は24年12月にデザインも内容も一新した。14年6月の創刊以来、初の全面的なモデルチェンジで、トップ画面にその時間のおすすめ記事を掲載。岡山県内27市町村ごとの記事を読めるよう利便性も向上させた。

25年11月に朝刊の紙面刷新を行った。大きく変わる教育や受験の現状を伝える「教育はいま」（月1回）をオピニオン面でスタート。地方経済面は業界の動きや課題を深掘りする「焦点リポート」を新設。各地域版の連載「岡山学」も新たなテーマで再発進した。紙面刷新は24年12月にも実施し、全県版のカラー化、地域版への身近な情報の充実を図る。

参院選（25年7月20日投開票）で、岡山選挙区は新人4人の争いとなった。SNSを通じた真偽不明の情報やフェイクニュースが有権者の選択に影響を与えている中、公平・中立を原則としつつ、「政治とカネ」の問題など読者の知りたい情報をしっかり伝えるとの方針で臨んだ。電子版では、出口調査の結果を初めて投票終了直後からアップした。10月5日投開票の岡山市長選は、現職に3新人が挑戦。新アリーナ問題、周辺地域の振興策などの課題を多角的に報道した。電子版では、自分の考えに近い政策の候補者がだれか分かる「ボートマッチ」に初めて取り組んだ。

児童虐待や不登校が増加する中、企画「リアルボイス　居場所探す子どもたち」を25年1月から半年間連載。苦境にあったり、生きづらさを感じたりしている子どもたちの声を伝えた。戦後80年関連では、年々減少する戦争経験者の証言を中心に、年間を通じて重点的に報道した。初めてJ1に昇格したサッカー・ファジアーノ岡山はリーグ戦38試合を朝刊と電子版、バーティカルメディアのファジゲートで詳報した。創刊の精神である「地域とともに」を基軸に、引き続き地域に役に立つ正確な情報を伝えていく。

■販売プロモーション局

販売プロモーション局では、25年9月の機構改革で読者局から販売プロモーション局に改編、2本部制とした。新設のマーケティング本部は「紙とデジタル」を各世代にどう訴求していくか、戦略を練った。中でも脳育・脳活のアプローチでは7、11月に小学生親子対象の「作文教室」を山陽新聞販売と共催。今後は各販売所に広げ、応募した無購読者をリスト化し営業に生かす。また、ちまた面掲載「きょうの脳トレ」の懸賞企画を12月から始め、中高年向けコンテンツの認知度向上、購読に結びつけている。NIB（ニュースペーパー・イン・ビジネス）研修は25年度、異業種を集めたプログラムも取り入れ、企業・団体37件の実績。2年目のパン宅配サービスなど新規事業にも取り組んだ。

販売本部は系統会・山陽会と連携し、紙の一覧性とデジタルの速報性双方の利点を踏まえたハイブリッド営業を展開。各種PR版をポスティング後、戸別訪問する対面営業にこだわり、春と秋の拡張運動、「ありがとう懸賞」や新規購読者紹介キャンペーンで読者確保に努めた。統合編集導入で充実した山陽新聞電子版（さんデジ）も単独プラン普及に注力した。年間平均部数は無読市場の広がりや、物価高の影響もあって前期比減の25万800部。一方、コロナ禍以降、労務難が深刻な販売所経営をサポート、他系統との協業も推進しエリア再編・宅配網維持に努めた。

■みらい共創局

みらい共創局は25年9月に旧読者局から分離独立し、吉備の環プロジェクト推進、教育サポート、読者交流の3センターで組織している。住民とともに地域の課題解決や魅力創出を図って持続可能な地域づくりを目指す「吉備の環プロジェクト」は5年目に入り、「吉備の環アクション」を継続展開。教育やスポーツ分野に取り組みを広げ、新たに企業との協働にも着手した。連続シンポジウム「SDGs×吉備の環プロジェクト『地域課題に挑む』」は食品ロス、地域交通、海ごみ問題をテーマに計3回実施。若者の声を地域づくりに反映させるため、若い世代の登壇を促した。

国のGIGAスクール構想に対応して独自開発した高校向け学習支援サイト「キミスタ」は25年4月に有料化。併せて2次開発を行い、岡山県教育委員会と利用契約を交わした。試用を含め38の公私立高校等に利用が広がっており、授業への活用法を提案してさらなる普及に努めるとともに、小中学校での導入も図る。

教育に新聞を活用するNIE（ニュースペーパー・イン・エデュケーション）活動では、子どもしんぶん「さん太タイムズ」を週1回、「山陽子ども新聞」を4月、9月の2回発行し、岡山、広島県内の小中学生28人が各界で活躍する人をインタビュー取材した。出前授業は31小中高と7団体で行い、新聞の役割や情報リテラシーの大切さを伝えた。岡山県、県教育委員会などと主催する「おかやま新聞コンクール」は14回目を迎え、新聞づくりの部・新聞感想文の部に計1万6492点の応募があった。「さん太しんぶん館」は60校・24団体、計2991人の見学を受け入れた。

読者の投稿などでつくる「ちまた」面には25年5月、新コーナー「きょうの脳トレ」を設け、好評を得ている。今後も読者にアピールするコンテンツを充実させ、販売拡張にもつなげていく。

■制作技術局

制作技術局では、工程部門は26年12月の印刷工場一元化に向けて、安定稼働と安定輸送の実現へ、印刷工程や新聞輸送コースの再考、人員配置など抜本的に見直し協議を進めている。印刷受託社とも協議を重ね、印刷工程変更や契約書の修正を進め、スムーズな工場一元化を目指している。また、経費節減へ新聞用紙のさらなる軽量化へ向けて準備を進めている。

システム部門では、紙面とデジタル（電子版）の連動へ25年6月9日から統合編集システムをスタートさせた。日々、運用段階で起こる課題の解決に全力をあげながら、安定稼働を維持している。デジタルの速報性は飛躍的に向上し、よりタイムリーに読者のもとへ情報を届けている。また、11月11日付け朝刊から、新聞の明朝文字を15％太い線幅に拡大し、クリアでさらに読みやすい文字を読者に届けている。

■地域プロデュース局

地域プロデュース局では、メディアビジネス本部は、部数減、デジタル活用の常態化によって、新聞広告の需要低下による長期低迷に歯止めがかからず、加えて、物価高騰による消費不振によって通販広告の出稿減で前年売上を下回る93・6％で終えた。

減要因は、レギュラー広告主の出稿減、通販広告、衆議院選挙、創刊145周年企画だった。一方、増要因はJR西日本。増収対策として、ファジアーノ岡山J1昇格関連企画、岡山たいようプロジェクト、吉備津神社本殿・拝殿再建600年企画等を展開した。

地区別では、東京97・7％、大阪88・1％。地元も昨年に劣らず大型企画を推進したが、24年の衆議院選他の大型案件をカバーできず92・8％と全地区で前年を下回った。

事業本部は、人件費、輸送費などの経費が高騰する中、抜本的な見直しを実行しながら、インパクトのある多彩な事業を展開した。「ジブリパークとジブリ展」は入場者が13万2000人を超え、岡山シティミュージアム歴代1位となったほか、「ヨシタケシンスケ展」3万8000人、「魔法の美術館」6万6000人と、同ミュージアムの歴史に刻まれる展覧会を開催。福武財団、岡山市出身の現代美術家と連携した「平子雄一展」（岡山県立美術館）や、倉敷市出身の絵本作家・やべみつのりと矢部太郎の父子展（倉敷市立美術館）は企画段階から協力。地元にゆかりの深い作家たちの魅力を丁寧に伝えることができた。

また、プロ野球公式戦「阪神・DeNA」は4時間に迫る延長戦を3万人超が満喫。プロ2年目の吉沢柊月選手が優勝した「山陽新聞レディースカップ」は、ルーキー2人もトップ争いを繰り広げ、1万2000人を超えるギャラリーを沸かせた。このほか、80回を迎えた栄西茶会、第61回県華道展、第76回県展、第71回県児童生徒書道展、第44回山陽女子ロードレース大会なども経費節減に務めて開催。カルチャープラザは来年のシステム更新に合わせ、受講生の利便性を高める運営方式の再設計を進めている。

オリジネーター・プロファイル技術研究組合 あらたに2法人が加入

インターネット上のニュース記事や広告などの情報コンテンツに、発信者情報をひもづける新しいデジタル技術「Originator Profile（オリジネーター・プロファイル）」（OP）の共同開発を進める技術研究組合は3月24日、2法人が新たに加入したと発表した。参加法人数は48法人となり、社会実装に向けた実証実験や技術規格の国際標準化に向けた取り組みがさらに加速する。

今回加入が決まったのは、日本ビジネスプレスおよびUNICORN（以上、五十音順）の2法人。

24日に開かれた組合総会の決議を経て、正式に承認された。

OP技術は、インターネット上の記事や広告などの情報の一つ一つに、発信者の信頼性が確認できる情報を付与する仕組みだ。実用化されて社会実装が進めば、偽・誤情報（いわゆるフェイクニュース）や虚偽広告などを広める悪質なサイトを見分けやすくなる。広告主にとっても、自社の広告がこうしたサイトに掲載されるトラブルを未然に防ぐことにもつながる。

研究・開発をもとにWeb技術の標準化団体であるW3C（World Wide Web Consortium）などに技術提案をし、主要ブラウザに標準機能として搭載することを目指している。OPの普及により、世界中の人々が安心して利用できる健全なインターネットの発展に貢献することが期待されている。

【OP技術研究組合の組合員（五十音順）】

秋田魁新報社、朝日新聞社、一般社団法人WebDINO JAPAN、ADKマーケティング・ソリューションズ、NTT、愛媛新聞社、河北新報社、一般社団法人共同通信社、京都新聞社、高知新聞社、神戸新聞社、佐賀新聞社、SEARCHLIGHT、産経新聞社、山陽新聞社、時事通信社、静岡新聞社、信濃毎日新聞社、ジャパンタイムズ、小学館、スマートニュース、大日本印刷、中国新聞社、中日新聞社、TBSテレビ、電通、電通総研、新潟日報社、日本ビジネスプレス、日本経済新聞社、日本テレビ放送網、日本放送協会、News Corp、博報堂、ビデオリサーチ、福島民友新聞社、フジテレビジョン、fluct、フリークアウト・ホールディングス、北海道新聞社、北國新聞社、毎日新聞社、magapoart、宮崎日日新聞社、Moment、UNICORN、読売新聞東京本社、LINEヤフー

■OP技術研究組合理事長を務める村井純・慶應義塾大学特別特区特任教授の話　OPは、情報発信者の真正性をエンドユーザが検証できるようにすることを目的とした技術です。電子署名技術を応用し、コンテンツ発信者の情報を安全に開示できるようにすることで、読者や消費者が出自の明らかな情報をより受け取りやすくなり、情報に対する不安が減少することが期待されます。特にエンドユーザによる検証に着目した取組は世界的にもユニークなものであり、OP技術に国内外から大きな関心が寄せられています。

また、OP技術研究組合も参加した、総務省の「インターネット上の偽・誤情報等への対策技術の開発・実証事業」は、一昨年1月の能登半島地震をめぐり、偽・誤情報がSNS上で拡散する事例が相次いだことや、選挙期間中に発生する大量の偽・誤情報の対策など、デジタル情報空間における社会課題の技術的な解決を目指して進められており、我々もそこに参加して貢献を続けています。

OP技術により、信頼性の高い情報メディアが可視化され、偽・誤情報の拡散やデジタル広告エコシステムに関する課題（広告詐欺、詐欺広告等）などによって問われているデジタル情報空間の信頼性の向上に寄与します。また情報メディアだけでなく、政府・自治体や公益性の高い企業等のなりすまし対策等にも期待されています。

本組合は現在、社会実装に向けた実証実験を重ね、本格運用を控えています。メディアや広告などでOPの利用が進めば、健全なインターネット空間が保たれ、結果として公益性を高めることになります。そのため、今後もOP技術の実用化と社会実装に加え、インターネットの技術規格における国際標準化を目指していきます。

読者局長に井手章彦氏

◆南日本新聞社組織改編・人事（1日）【組織改編】印刷局を経営企画局に統合、デジタル室の発展解消、報道部に文化生活部・経済部の一部、写真部を統合再編し、総合メディア局も再編成。【役員人事】専務取締役（専務取締役・経営企画局長兼印刷局長委嘱）和田茂【経営企画局】経営企画局長兼印刷監理室長（編集局長兼報道本部長兼論説委員会委員）平川順一朗▽人事部長（霧島総局長兼論説委員会委員）吉田文▽企画経理部副部長（志布志支局長）福留梓▽印刷管理室次長（印刷局次長）竹下正明【論説委員会】論説委員会委員長兼論説副委員長（論説委員会副委員長）西青木亨▽論説委員会委員（薩摩川内総局長兼論説委員会委員）江田裕樹【編集局】編集局長兼論説委員会委員長（論説委員会委員）門田夫佐子▽報道本部長兼編集総務兼編集部長（編集部長）伊東昌樹▽報道部長＝企画・調査報道担当＝兼論説委員会委員（報道部長兼論説委員会委員）山下悟▽報道部長＝統合報道、統括・労務担当＝兼同部長兼論説委員会委員（編集部長＝デジタル・統合編集担当＝兼デジタル編集部長兼論説委員会委員）入角里絵子▽報道部副部長兼論説委員会委員（報道部副部長）犬塚政志▽報道部副部長兼論説委員会委員（報道部副部長）濱田朋美▽報道部副部長（写真部副部長兼運動部副部長）畦地文雄▽報道部副部長（報道部）江口淳司▽報道部副部長（報道部）西悠宇▽経済部長兼論説委員会委員（編集部副部長）小野智弘▽文化部長兼論説委員会委員（論説委員会委員）徳重里香▽文化部副部長兼論説委員会委員（さつま支局長）山田天真▽運動部長兼論説委員会委員（報道部副部長）上仮屋美佳▽運動部副部長（報道部副部長）有馬知洋▽ひろば室長兼同副部長（ひろば室副部長兼データベース部副部長）中尾勝博▽編集本部長＝デジタルトランスフォーメーション推進担当＝兼編集部長＝デジタル・統合編集担当＝兼記事審査委員会事務局長（編集総務部長＝デジタルトランスフォーメーション推進担当）神野卓也▽編集部長（経営企画局人事部長）山下博行▽編集部長（文化生活部副部長）中原克巳▽編集部長（報道部副部長）二石茂行▽編集部副部長（編集部）林孝輔▽編集部副部長（デジタル室デジタル編集部副部長兼編集部副部長）堀巨▽編集部副部長（文化生活部副部長兼論説委員会委員）桐原史朗▽編集部副部長（編集部）肥後美保子▽編集部副部長（報道部）兵頭昌岳【総合メディア局】デジタル技術部長（デジタル室デジタル技術部長）松元博幸▽デジタル技術部副部長（デジタル室デジタル技術部副部長）田中慎也【読者局】読者局長（読者局次長兼販売部長）井手章彦▽読者局次長兼読者総務部長（読者総務部長）益満秀和▽販売部長（販売部副部長）竹ノ下健▽販売部副部長（販売部）久本周平【営業局】営業局次長兼広告営業部長（営業局次長兼広告営業部長兼デジタル室デジタル営業部長）上和田卓也▽事業部副部長（広告営業部副部長）橋口雄作▽広告営業部副部長（広告営業部副部長）崩中幸太郎▽広告営業部副部長（伊佐支局長）勝目博之▽広告営業部副部長（広告営業部）室園喬▽広告営業部副部長（編集局報道部）吉松晃子