

福島民友新聞社の各職場を紹介

WORKS 仕事×ひと

かく

〈報道部〉

読者に正確な情報を届ける



福島市政を担当しているため、定期的に市役所を訪れ、取材やネタ集めをしている。

「分かりやすく、正確な情報を伝えられるよう、丁寧な取材を心がけている」。地域の話題やスポーツ、事件・事故、災害など、さまざまな話題を取材し、記事にする報道部。あらゆる分野にアンテナを張り、情報を集め、読者にニュースを届けよう。日々取材に励んでいる。

話題や、新たに始める事業の取材などに対応している。最近では、JR福島駅東口の再開発事業など、大きな話題を取材した。今年の年始には箱根駅伝の取材も経験。「幼少期からテレビで見ていた競技を取材できるのは感慨深かった」と振り返る。

「さまざまな価値観を持っている人と関わることで、視野が広がった」と記者の魅力語る。取材した記事が掲載され、読者や取材対象者から反響をもらうとやりがいを感じる。



報道部
高橋 夏実

Interview

Schedule 1日のスケジュール

10:00 出勤 メールの確認、取材など (取材がない場合は、役所を回ったり、気になる話題のネタを集めたりしている)	16:00 本社に戻り原稿を執筆 19:00 メール確認、 明日の取材の準備を終えて退勤
12:00 昼休憩、休憩後取材へ	

ひろめる

〈デジタルメディア室〉

デジタルで新たな価値創出



デジタル
メディア室
高橋 直希



記事の閲覧数を増やすためにさまざまな工夫を重ねる

「新聞だから紙」にこだわる時代ではない。ネットニュースや動画、音声メディア、SNS(交流サイト)など、さまざまなツールを駆使して福島のニュースや情報を届けたい」と多様な発信方法を模索する。

デジタルメディア室の朝は早い。早番担当は午前7時に出勤し、朝刊記事をネット用に加工して福島民友ニュースサイトに公開。ヤフーやLINE(ライン)などの外部プラットフォームへの配信も行う。デジタル展開だけで収支が成り立っている新聞社は国内にはない。その状況の中でも「発行部数が減っている中、今後ますますデジタルを志向する新聞社が増えるはず」と時代を読み解く。

「新聞紙面との差別化によって、デジタルならではの価値を生み出したい」。視察の先には新聞社の未来像がある。

Schedule

1日のスケジュール

7:00 出勤 写真と記事データをデータベースから抽出し、ニュースサイトに公開。ヤフーやLINEへの配信を行う	12:00 社内の各部署から受けたニュースサイトへの情報公開や動画作成などを行う。外部プラットフォーム運営会社などとのオンライン会議も午後が中心	15:00 退勤
--	--	----------

つくる

〈編成部デザインラボ〉

紙面に新しい魅力吹き込む

「民友の創刊130周年ロゴの制作を担当し、先輩方の意見を反映しながら進める作業を通して、新聞はみんなで作ることを学んだ」



パソコンで紙面に使うグラフィックスの制作にあたる

「民友の創刊130周年ロゴの制作を担当し、先輩方の意見を反映しながら進める作業を通して、新聞はみんなで作ることを学んだ」



編成部
デザインラボ
阿部 叶葵

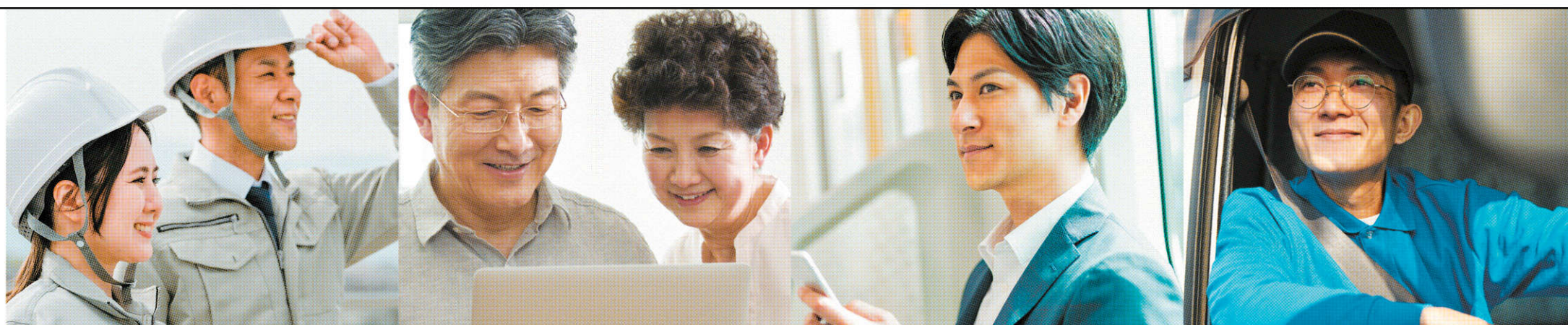
Design

Schedule

1日のスケジュール

11:00 出勤 新聞各紙を読んでグラフィックス研究、メールチェックなど	13:00 休憩 14:00 紙面に掲載するカットの作成や修正など(随時対応)	16:30 朝刊出稿予定チェック	19:00 退勤
12:00 紙面に掲載するカットの作成や修正など(随時対応)			

国内を代表する
“333”の企業が
株価指数に。



ニッポンを
元気にする
株価指数

Y●MIURI
333

読者新聞



うごかす

〈事業部〉

参加者の「楽しい」を第一に



イベント当日は準備から運営、スタッフへの指示出し、片付けまで行う(写真は2024年11月に開催した「わんわんウオーク」で受け付けを行う様子)

「参加者の『楽しい』を第一に、最後まで全力で事業をやり遂げる」。ウオーキングイベントや作文コンクール、展覧会など、各種事業の企画と運営を担う。関係者との打ち合わせや現地の確認、後援申請、会場借用などの各種手続き、交流サイト(SNS)への投稿、チラシ作成。一つの事業を運営するために、多くの業務をこなす。

これまで担当した事業の中で印象に残っているのは、昨年5月に開催した「檜枝岐歌舞伎福島公演」。告知やチケットの販売だけでなく、物産イベントも同時に開催した。当日の運営スケジュールや関係者との打ち合わせ、会場準備など難しいと感じることもあったが、大きな経験になった」と手応えを感じる。

チラシのデザインを考えたりなど、部員それぞれが得意分野を仕事に反映させている。企画の内容によるが、自分の興味・関心が高いものを事業にうまく生かしているのは、今年5月に創刊130周年事業も展開する。



事業部 柏倉 南

Schedule 1日のスケジュール

9:30 出勤 メールの確認や 問い合わせに対応	13:30 書類作成・発送 チラシや広報物のチェック
11:30 アポイントのため外出	15:30 事業に向けた関係者とのオンライン会議
12:30 昼休憩(毎日お弁当)	18:30 メールの確認 明日の業務を確認して退勤

とどける

〈販売部〉

信頼築き民友ファン増やす



販売部 大竹 健一郎



販売店との小さな約束ごとを守り、積み重ねていくことを大切にしている

県北・浜通りの一部販売店の販売担当として、新聞販売店との橋渡し役を担う。「いざというとき頼りにされる担当員」を目標に、販売店主の話を傾け、販売店との小さな約束ごとを守り、積み重ねていくことを信条にしている。

近年、大規模な自然災害が相次いでいる。新聞配達スタッフの高齢化が進むなか、より安全に、安心して新聞を届けるにはどうすればいいか、震災や大雪、台風といった過去の経験を踏まえ、自問を続けている。

休日には家族と登山に出かけ、山頂からの景色を楽しむ。その充実感は仕事への自信にもつながっている。「販売店は家族のような存在。一緒に民友ファンを増やせば」

Schedule 1日のスケジュール

9:30 出勤 メールチェックや社内打ち合わせ	12:00 昼休憩(出張先でランチ)
11:00 販売店訪問 所長やスタッフさんたちと業務打ち合わせ	13:00 午後は販売店3店で業務打ち合わせ
	17:30 帰社 読者向け物販チラシの原稿をチェック
	18:30 退勤

しらせる

〈営業部〉

魅力が伝わる広告を提案

「地域に密着した地元紙として、福島民友を読んで新しい発見があったと思われるような広告を企画したい」。読者と広告主を結びつけることが新聞広告の役割との思いを持って、福島県内の魅力を伝えたい。

営業部は新聞に掲載する広告や、事業協賛の提案を主な業務としている。商談では分かりやすい説明を意識し、提案内容がイメージしやすいよう過去の事例も紹介。要望にはすぐに対応する。会話には雑談も織り交ぜ、お互いに話しやすい雰囲気づくりを心がける。「掲載した広告に多く



商談の際は事前準備を徹底。分かりやすい提案を心がけている

の反響があり、クライアントから喜んでもらえるやりがいを感じる」と語る。

新聞広告で福島県の魅力を発信したいと考え、2年前に埼玉県からリターンした。地域の伝統や文化、県内で頑張っている企業や団体などを広告企画を通して応援してい



営業部 田中 吉樹

Schedule 1日のスケジュール

9:00 出勤 部会(週3回。打ち合わせ、進捗確認など) 提案資料準備、メール・FAXなどの確認	12:00 昼休憩(営業先で外食)
10:00 営業活動 クライアント訪問	13:00 営業活動
	16:00 クライアント訪問、広告原稿の作成・出稿、売上入力
	17:30 退勤



加藤 さわ

石井 佑弥

小野 紗由利

野尻 英恵

永井 麻葵



月～金
3時50分

4 → 6 時中をふくしまに
シロクジチュウ



中テレアナウンサー
永井 麻葵

母心
関 あつし

