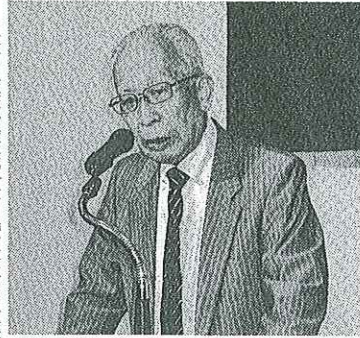


日販協月報

最賃アップが経営圧迫

発行本社の支援が必要

東北本部会
東総



あいさつする谷津本部長

日本新聞販売協会北地区本部(谷津男本部長)は9月24日、秋田市の「秋田キャッスルホテル」で令和7年度総会を開催した。

総会は新聞動秋田県副支部長の司会で進行。谷津本部長があいさつに立ち、まず「年の天候はものすごく暑さと集中豪雨で甚大な被害を蒙り、配達従業員、所長の皆様は大変なご苦労されたと思う」と努めた。続けて「労務問題に燃れ、困っているのは最低賃金のアップで、販売店は境界を超えて崩壊寸前だ。この状態から脱するにはや

来賃紹介を経て、あいさつに立った日本新聞販売協会の岩城善之会長は、「自民党総裁選で候補が各種の政策を論じているが、今の政権与党の状態で連立または連携の形を取るようになるかもしねなく、我々の業界

公益社団法人
日本新聞販売協会
東京都中央区銀座1-2-1
第一ビル3F 303室
電話 03(3538)3031 密着
FAX 03(3538)3032 密着
URL http://nippankyo.or.jp
Eメール info@nippankyo.or.jp

綱領

- 一、世界に誇る戸別配達制度を堅持しわが国の政治・経済・文化の発展と民主主義の擁護に貢献する
- 一、新聞の持つ公益性に基き公正な販売を期する
- 一、新聞販売店共通の目的である経営の健全化を追求する

「今年の夏も連日猛暑が報じられており、各地で観測史上最も暑い夏といふことである。私の周りでも配達員の重傷症例もたは死に至ったと聞き及んでいく。人命は何よりも優先すべきものであり、一層の防止策を講ずるべきではないか」と述べ、本年の熱中症発生アンケートの実施に続き、対策を講じた。

「今年も暑い夏といふことである。私の周りでも配達員の重傷症例もたは死に至ったと聞き及んでいく。人命は何よりも優先すべきものであり、一層の防止策を講ずるべきではないか」と述べ、本年の熱中症発生アンケートの実施に続き、対策を講じた。

震災支援金に謝意

労務問題が経営に影響

北陸本部会
北総

日本新聞販売協会北陸地区本部(高橋富治本部長)の令和7年度総会が10月16日、金沢市の「金沢東急ホテル」で開催された。

まず高橋本部長が、北陸本部総会(全国本部総会)より先に実施するが本部長が、各系統の値上げの理由により本日延期となった。神を脱いで本音を語ったと開会のあいさつ。

議長選出後、最初に事業報告及び事業計画について高橋本部長が登壇。事業報告として、令和6年6月の北陸本部役員会、7月の本部総会、日販協総会・設70周年記念式典、9月の日販協第1回理事会、11月・12月・令和7年1月・3月の日販協常務理事会の開

いるが、これから迎える冬に際しては新聞配達に従事する方の安全確保に取組んでいただきたことと安全推進を訴えた。

このあと、福田洋秋田県支部長を議長に選出。月後は戸別配達を再開された。自らが地域復興に尽力する一方で、2ヶ月後は戸別配達を再開された。このことには改めて敬意を表する」と称賛した。

岩城会長は続けて、「自然災害という今年も日本中が熱波に襲われ、各地で熱中症の被害が多く報告されている」と注意を喚起し、数年来続く熊による被害についても「当地でも出没警報情報が出ていると聞くので、皆様の安全を祈念する」と述べた。最低賃金については、「日本新聞協会には最低賃金の上昇に応じた定価原価の設定を求める要望書を提出して」と説明し、各系統と新聞社との交渉に期するとして、一方、休刊日に

OO百円の支援金を拝領した。北陸振興のためにお役に立ちたいと考えている」と謝意を表した。

続いて収支決算報告、予算案、監査報告をすべて承認し、高橋本部長が再度登壇し、「日販協の会議で他の地区本部長の方々の話しでは、やはり人手不足と最低賃金上昇の話題に集中する。両者とも販売店経営には大きな影響を蒙る。日販協で取り計らっていただき、業界の明日を担う」と述べた。

来賓あいさつでは、最初日本新聞販売協会の向仁史氏は、北陸3県のABC部数が47都道府県の最上位であることを報告。「販売店の方々の心遣いが大きく寄与されている」とエールを送った。

新しい朝をつくれ。

わからないって、不安だ。
不安はふくらむ。拡散する。
それはいつしか混乱を生み、
本当のことを見えなくする。
だから今日も、
ことばを届けようと思う。
文字だけじゃない。
形にもこだわらない。
届けるために全力を尽くす。
ことばがあれば、光があたる。
わからないことは、
話し合えるようになる。
それぞれの答えを持ち寄れば、
新しい明日が見えてくる。
わたしたちは、朝日新聞社。
きっかけを届ける、
人間たちのチームです。

つながれば、見えてくる。

朝日新聞社

ブランドサイトで
ショートドラマ
公開中



北國新聞宝立販売所

好きの子とものが育つよう活用したい」などの声が寄せられている。

25年6月からは「絵本貸し出し隊」事業をスタート、地元書店の選書による多彩な絵本を貸し出し、各団体が読み聞かせや読書時間に活用しても

部正一（毎月）

進（初） 旦
地
原淳 一（麗） 極
田賢 一（説） 亮

井貫男（複） 色

をスタートさせた。図書カードを希望図書の購入費用に充ててもらい、子どもたちが活字を読む機会を創出している。寄贈先からは「財政面で厳しい中、図書購入ができて大変助かっている。活字

好きの子とものが育つよう活用したい」などの声が寄せられている。

25年6月からは「絵本貸し出し隊」事業をスタート、地元書店の選書による多彩な絵本を貸し出し、各団体が読み聞かせや読書時間に活用しても

部正一（毎月）

進（初） 旦
地
原淳 一（麗） 極
田賢 一（説） 亮

井貫男（複） 色

好きの子とものが育つよう活用したい」などの声が寄せられている。

25年6月からは「絵本貸し出し隊」事業をスタート、地元書店の選書による多彩な絵本を貸し出し、各団体が読み聞かせや読書時間に活用しても

井貫男（複） 色

専務理事 堀井 賢男 (復)

関東本部

“
関川憲一
(新潟日報)

情報の新聞は2位に

メディア全国世論調査

新聞通信
調査会
新調

新聞通信調査会は10月11日、今年7月18日～8月17日にかけて実施した「第18回メディアに関する世論調査」結果を発表した。全国の18歳以上の5000人を対象に、訪問調査法で行った。2665人(53.3%)から回答を得た。

調査結果によると、各メディアの情報量の程度を0～1点の上昇(前回)で評価しているが、全体的に信頼している場合が66.7%で、「民放テレビ」は1.00点、全く信頼していない場合は0.00点、平均は0.55点(前回0.51点)となった。新聞の場合は50点と点数を付けてもらったところ、「新聞」は66.2%の信頼度は長期低下傾向と前回調査より0.3点上昇し、僅差で「NHKテレビ」に続いた。「NHKテレビ」は66.8%・4点(前回66.8%・4点)の低下となった。

一方、インターネットの信頼度は長期低下傾向と前回調査より0.5%から1.0%低下し、20.5%だった。プロック3紙は前回調査より1%から変化はなかった。

新聞の購読率

低下傾向続く
新聞の購読率は、前回調査53.8%から3.7%低下し、50.1%だった。本調査を始めた2008年度から低下傾向が続き、08年度88.6%から38.5%低下した。全国紙は前回調査25.6%から2.7%低下し、22.9%。県紙・ブロック紙は前回調査21.5%から1.0%低下し、20.5%だった。プロック3紙は前回調査7.1%から低下はなかった。

「すべての教室へ新聞を運動」とは

日本新聞販売協会が23年間実施している事業。希望する小・中・高校の全教室に、地域の新聞販売店がボランティアで新聞を無償提供すること。

目的は新聞活用を通して、子どもたちが日常、社会、国際情勢など多様な事柄を学ぶ機会を創出すること。

実施規模は全国約2400校(正確には444校)の各クラスに毎日、新聞を届けている。

現状の課題

エビデンス不足、長期継続にもかかわらず、学校現場での具体的な活用事例や教育効果のエビデンスが十分に収集できていない。

事業の形骸化、学校側で「無料で新聞がもらえる」ことが当たり前に主権者教育を可視化し、その価値を高めるため、活用事例を収集している。

事業見直しの新提案

目的は新聞活用の教育効果、特に主権者教育を可視化し、その価値を高めるため、活用事例を収集している。

新提案

目的は新聞活用の教育効果、特に主権者教育を可視化し、その価値を高めるため、活用事例を収集している。

「すべ教」にご協力頂いております販売店の皆様へ —現状の活用実態調査にご協力お願いいたします—

日頃より「すべての教室へ新聞を」運動に御理解御協力を賜り、厚く御礼申し上げます。

「すべての教室へ新聞を」運動は文部科学省後援のもと、地域の新聞販売店がボランティアで学校に新聞を無償で届ける活動として23年目を迎えました。

2024年度においては約2400校が参加して、それぞれの学校において新聞を活用した探究学習が行われております。

ただ、課題もみえてきております。そこで、「すべての教室へ新聞を」運動の活用実態を把握して、次年度から新しいすべ教(NEWすべ教)運動に転換する為、現在新聞販売店において無償で新聞をクラスに届けている学校名、校長名、学校所在地(郵便番号・住所)、届けている新聞銘柄、部数をご記入いただき、もしくはURLからご報告をお願いいたします。

お忙しい中、恐縮ですが2025年12月24日までにご協力お願いいたします。なお、ご報告いただきました「すべ教参加校」には、来年4月からの「NEWすべ教」への変更についての案内文を発送させていただきます。

「すべての教室へ新聞を」運動」活用実態調査

販売店名	例: 日本新聞販売店
販売店名(フリガナ)	例: ニホンシンブンバイテン
所長名	例: 日坂 太郎
所長名(フリガナ)	例: ニハタ タロウ
販売店郵便番号	例: 1040061 ハイフォンは入れないで下さい
販売店ご住所	例: 東京都中央区銀座1-24-1 郵便局前からお願ひします
販売店電話	例: 0335383031 半角数字でご記入ください
販売店FAX	例: 0335383032 半角数字でご記入ください
販売店MAIL	例: info@nippankyo.or.jp 半角英数字でご記入ください
すべ教 配属学校名	例: 東京都立日本新聞中学校
学校名(フリガナ)	例: トウキョウトリツニホンシンブンチュウガクコウ
学校長名	例: 東 京太郎
学校長名(フリガナ)	例: アヅマ キョウタロウ
学校郵便番号	例: 1040061 ハイフォンは入れないで下さい
学校住所	例: 東京都中央区銀座1-24-1 郵便局前からお願ひします
学校電話番号	例: 0335383031 半角数字でご記入ください
すべ教配属新聞銘柄	銘柄① 銘柄②
配属部数	例: 4 例: 4

すべ教実施店は2025年12月24日までにご回答ください。

URL: <http://npkcmp.jp/dis/index.html>



今後の新聞との接し方については、「紙の新聞を購読する」と答えた人が最も多く40.7%だった。18年度の58.5%から低下を続けている。

「図書館やインターネット」に、民放テレビのニュースが46.5%、NHKテレビのニュースが35.8%、新聞が33.4%、ラジオのニュースが9.2%だった。

「ニュース接触率は、新聞が昨年度から2.7%、NHKテレビのニュースが同2.3%低下した。一方、インターネットのニュースが同2.1%上昇した。毎日の接触率は、

新聞と民放テレビのニュースが昨年度からそれぞれ2.7%低下した。今回の参院選投票先を決める際に、または投票しないことを決める際に参考にした媒体として、民放テレビ、NHKテレビ、インターネット、ラジオのニュースが最も多く、以下、NHKテレビが36.5%、新聞が33.8%、インターネットが29.2%だった。

年代別では、「インターネット(SNS以外)」が30代以下で1位、40代以下で2位だった。20代では「短文投稿型SNS(X(旧Twitter)、Threadsなど)」「動画投稿・共有型SNS(YouTube、TikTokなど)」がテレビ、新聞などの既存メディアより上位に挙げられた。

今回の参院選で投票先を決める際に(または、テレビなどマス・メディアと答えた人が多かった。

「の報道」「選挙公報や政見放送」は高年齢層ほど多かった。政治家のSNS等の発信は70代以上から20代にかけて年代が低いほど多かった。選挙に関する報道について7項目を挙げて、どのメディアが当てはまるかと思うか尋ねた。「信頼できる」「専門的に詳しい情報」が得られるは「NHKテレビ」「新聞」と答えた人が多かった。