

日販協月報

公益社団法人
日本新聞販売協会
東京都中央区銀座1-24-1
日販協ビル
電話 03(3538)3031
FAX 03(3538)3032
URL <http://nippankyo.or.jp>
Eメール info@nippankyo.or.jp

組合長に小林氏(毎日)

「組合を力強く前へ進める」

埼玉県組合会
増総



抱負を述べる小林新組合長

埼玉県新聞販売組合の2026年度総会が4月26日、さいたま市のロイヤルパインズホテル浦和で開かれ、広地進組合長の任期満了に伴う役員改選で小林秀臣氏(毎日・久喜)が組合長に選出された。

総会では伊藤孝副組合長の司会で、竹内雅司副組合長の開会のあいさつに続いて広地進組合長が登壇。広地進組合長は「電気、ガス、燃料費のコスト上昇や最低賃金の上昇が続き販売店の経営環境は決して楽観できるものではない」と、「新聞購読料については各紙の改定が一巡した形となつたが、現在の経営環境を考えると、さらなる改定も含め今後の在り方について引き続き議論が必要だ」と述べた。さらに、「私たちが向き合うべき課題は明確だと、新聞の普及活動と折込収入減の改善、労務問題をおいては、二つは折込広告を取り巻く環境について、折込収入の減少は以前より多少改善は見られるが、まだまだ続いている。販売店と折込代理店の相互にとって大きな課題となつている。今後は従来の枠にとられず、系統や地域を超えた連携により、新たな需要の掘り起こしが求められる。三つめは労務問題。人手不足に加え、賃金の上昇、さらに外国人労働者の確保の難しさなど経営に直結する課題が山積している。労務の問題としてまず経営全体の問題として捉えていく必要がある」と訴えた。

さらに、公正販売については、「また落ち着かない時期も見られ、まだまだ努力が必要な状況だ」と指摘。「引き続き公正販売の徹底とともに、高齢者への丁寧で誠実な対応をお願いします」と求めた。

最後に、「これらの課題に対し、しっかりと意見交換を行い、具体的な行動につなげていくことが重要である。新聞、折込に続く新たな収入の柱の検討を進めていく必要があるかもしれないが、私たちの根幹はあくまでも新聞販売だ。普及に向け取組む組むとして、県立高校への新聞無償提供事業や、「ニューすべ」教」といった活動は将来の大切な投資である。こうした取組を継続し次世代へつなげていくことは重要だと考え、公正販売を徹底し、地域の組合員の裾を広げたい」と述べた。

小林組合長は、この2年間、組合員の皆さまに多大なるご協力いただき感謝すると述べ、退任のあいさつをした。

大田和彦副組合長を議長に報告、議事に移った。2025年度決算及び会費監査報告、2026年度予算案、新役員の内閣の各議案を全会一致で承認した。このあと、小林新組合長から広地進組合長に感謝状が贈呈された。

新役員を代表して小林新組合長は「広地進組合長に引き継ぎ組合活動に励みいただきたい。私自身、7年の間があったので、存じない方も大勢いると思う。埼玉県新聞販売組合を力強く進めたいので、皆さまのお力を借りたい」と抱負を述べた。

来賓あいさつでは、日販協の岩城善之会長、日販協関東地区本部の阿部正一郎部長、埼玉県支部新聞公正取引協議会の熊澤康一委員長、埼玉県教育庁県立学校部高校教育指導課の森孝博課長、準組合員から埼玉県折込広告同業組合の河野大児郎組合長、東京都折込広告組合の梶ヶ谷登氏、東京都第一折込広告組合の金子久保皇太副組合長の順であいさつした。

引適正化法(取適法)も施行されている。我が業界においても建設的な話し合いが進むと期待しているが、各新聞社、各系統におい交渉していただくとともに、各系統会長の皆さまは、重要な課題として取り組んでいただきたいと思つている」と話した。

休刊日については、「今年度は約40年ぶりの労働基準法の改正が予定されている。改正のタイミングは定かでないが、健康リスク低減のため、最長の連続勤務日数が40日から13日に大幅に改正されることが濃厚とみられている。こうした情勢を鑑み、昨年の総会で、休刊日増設に関するスロウカーブを掲げた」と述べ、休刊日増設への取り組みに理解を求めた。さらに岩城会長は「昨今、サブライインコンプライアンスという概念が社会課題になってきている。戸別配達網がコンプライアンスに触れる労働環境の上にあるとすれば、解決しなければならぬ課題になる」と思つた。また、昨年の新聞協会の新聞販売所従業員調査では、60歳以上の従業員が半数以上を占めるという結果が発表された。近い将来には人手不足に陥る構造的な懸念があることは明らかである」と強調したうえで、外国人雇用の特定技能制度の産業分野指定に向けて取り組んでいるとした。

選出の各議案を全会一致で承認した。このあと、小林新組合長から広地進組合長に感謝状が贈呈された。

新役員を代表して小林新組合長は「広地進組合長に引き継ぎ組合活動に励みいただきたい。私自身、7年の間があったので、存じない方も大勢いると思う。埼玉県新聞販売組合を力強く進めたいので、皆さまのお力を借りたい」と抱負を述べた。

来賓あいさつでは、日販協の岩城善之会長、日販協関東地区本部の阿部正一郎部長、埼玉県支部新聞公正取引協議会の熊澤康一委員長、埼玉県教育庁県立学校部高校教育指導課の森孝博課長、準組合員から埼玉県折込広告同業組合の河野大児郎組合長、東京都折込広告組合の梶ヶ谷登氏、東京都第一折込広告組合の金子久保皇太副組合長の順であいさつした。

日販協の岩城会長は、日販協が取り組んでいる事業活動について報告した。「スベへの教室へ新聞を運動として中心となり、スタートから23年経

引適正化法(取適法)も施行されている。我が業界においても建設的な話し合いが進むと期待しているが、各新聞社、各系統におい交渉していただくとともに、各系統会長の皆さまは、重要な課題として取り組んでいただきたいと思つている」と話した。

休刊日については、「今年度は約40年ぶりの労働基準法の改正が予定されている。改正のタイミングは定かでないが、健康リスク低減のため、最長の連続勤務日数が40日から13日に大幅に改正されることが濃厚とみられている。こうした情勢を鑑み、昨年の総会で、休刊日増設に関するスロウカーブを掲げた」と述べ、休刊日増設への取り組みに理解を求めた。さらに岩城会長は「昨今、サブライインコンプライアンスという概念が社会課題になってきている。戸別配達網がコンプライアンスに触れる労働環境の上にあるとすれば、解決しなければならぬ課題になる」と思つた。また、昨年の新聞協会の新聞販売所従業員調査では、60歳以上の従業員が半数以上を占めるという結果が発表された。近い将来には人手不足に陥る構造的な懸念があることは明らかである」と強調したうえで、外国人雇用の特定技能制度の産業分野指定に向けて取り組んでいるとした。

新しい朝をつくれ。

つながれば、見えてくる。

朝日新聞社

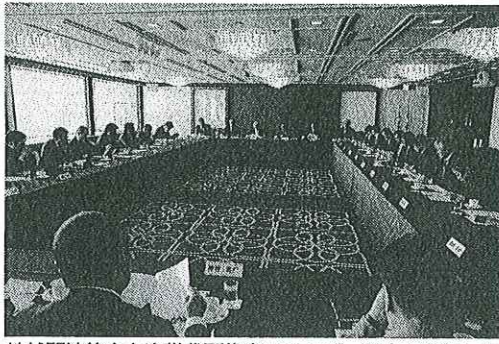
ショートドラマ公開中

関東地区本部地域間・次世代合同会

日版関東地区本部(阿部正一)部長は3月24日、東京・大手町のK&Rホテル東京で地域間連絡会と次世代研修会の合同会を開いた。カワロ通販事業「いもの通信」を展開する株式会社山貴(本社・広島)の真木悠介社長を講師に招き、「新規事業の取り組みについて」と題する講演を聴いた。阿部部長は冒頭のあいさいで「いまさの物販事業がどうも得意も

株山貴 真木悠介社長が講演

私は昭和52年生まれました。今年49歳になる。父 創業当初は、ホテルやが1975年に創業し私 結婚式場で冠婚葬祭などは2代目。昨年、創業50のギフト商品を御事業周年を迎え、8月に50周年を過ぎて通信販売業に移り、



地域間連絡会と次世代研修会のメンバー36人が参加した



真木社長

新規事業の取り組みについて

新規事業の取り組みについて

やっていた。それから森永の牛乳宅配店の顧客にチラシを配布して、折込広告がたかさん入っていた時期だったので、あつた時期が長く続いたので、チラシ販売に特化したのが、この20年になる。

度か声をかけたが、タイムが響く、その頃は折込広告がたかさん入っていた時期だったので、あつた時期が長く続いたので、チラシ販売に特化したのが、この20年になる。

このうち商品化されるのは年間60から70アイテム。その中から生き残っていく商品は1ケタくらい。2、3個残ればいい。毎日、商品探しが大きな課題となっている。

私たちが思っている新規開販店の強みは、商品の細かい配達ができること。28期から42期までは牛乳屋さんの売上がほとんどを占めていた。牛乳屋さんと話をしていると、いつも聞いていたのが配達効率が悪い。1件配達して次に移動するのにかかる時間が長か

課題を持ってきた。年間0円をやった。このところ3000円切っていた商品が4000円前後になるような商品も出てきた。それでも、価格帯をなるべく上げないようになっているのが現状だ。

新開販店用商品卸率を、条件別にAパターン(卸率75%)、Bパターン(卸率70%)、Cパターン(卸率65%)として、弊社としては継続してきている。もったい、逆に例えはテストで20万枚配るといのは非現実的、単価が高くなるので、この数字はちょっと継続してできない。いよねという話もある。これは試行錯誤でやっている。こちらでデータを提供して、販売店に印刷するというのが、印刷するというのが、商品の提案はできると思う。

仕入れ先が150社くらいあるので、その中からいろいろな商品の提案を受けて、これならいけるだろうと判断したものが商品化している。経費のことを考えなかったら、できるものもあるが、売れないものを商品化するわけにはいかない。テストをして売れたものが、こちらで印刷すること、外部で印刷してもらうこともできる。いろいろな協力をしながらできると思う。

今まではチラシの枚数を減らすことを重視的にやっていたので、販売店しめやられてなくて、さんと深く話をすることがあまりなかった。販売店さんも売りに関して、いかにか顧客との接点を増やして注力されている。いかにか顧客との接点を増やして、販売店しめやられてなくて、さんと深く話をすることがあまりなかった。販売店さんも売りに関して、いかにか顧客との接点を増やして注力されている。いかにか顧客との接点を増やして、

《会社概要》
 △設立1975年5月12日
 在地11広島県広島市 資本金13700万円
 △従業員137名
 △取引先 消費生活協同組合 京都新聞社 西宮市職員工協会は

金庫ほか、協力メカニカル、ルル食品、道南冷蔵、大和農園、前田屋ほか、買取先、川島県庁、消費生活協同組合、京都新聞社、西宮市職員工協会は

3千〜4千円の価格に設定
 今回、私どもは物販事業への着手について、

「売れるもの」を商品化する
 仕入れ先が150社くらいあるので、その中からいろいろな商品の提案を受けて、これならいけるだろうと判断したものが商品化している。経費のことを考えなかったら、できるものもあるが、売れないものを商品化するわけにはいかない。テストをして売れたものが、こちらで印刷すること、外部で印刷してもらうこともできる。いろいろな協力をしながらできると思う。

「売れるもの」を商品化する
 仕入れ先が150社くらいあるので、その中からいろいろな商品の提案を受けて、これならいけるだろうと判断したものが商品化している。経費のことを考えなかったら、できるものもあるが、売れないものを商品化するわけにはいかない。テストをして売れたものが、こちらで印刷すること、外部で印刷してもらうこともできる。いろいろな協力をしながらできると思う。

「売れるもの」を商品化する
 仕入れ先が150社くらいあるので、その中からいろいろな商品の提案を受けて、これならいけるだろうと判断したものが商品化している。経費のことを考えなかったら、できるものもあるが、売れないものを商品化するわけにはいかない。テストをして売れたものが、こちらで印刷すること、外部で印刷してもらうこともできる。いろいろな協力をしながらできると思う。

「売れるもの」を商品化する
 仕入れ先が150社くらいあるので、その中からいろいろな商品の提案を受けて、これならいけるだろうと判断したものが商品化している。経費のことを考えなかったら、できるものもあるが、売れないものを商品化するわけにはいかない。テストをして売れたものが、こちらで印刷すること、外部で印刷してもらうこともできる。いろいろな協力をしながらできると思う。

