〈研究ノート〉

首都圏地方紙（埼玉新聞）の編集力と「埼玉都民」の「ふるさと意識」構築の試練

大　西　正　行

はじめに

『新聞社〈破綻したビジネスモデル〉』[1]（元毎日新聞社常務取締役河内孝著）が上梓されて，2008年8月で1年半が経過した。ネット社会の風圧等々，同書で指摘された新聞社を取り巻く厳しい環境は，地域に発行拠点を置く地方紙においても例外ではない。とりわけ，東京文化圏の吸引力に抗（あらが）い，各々「地方のアイデンティティー確立」を編集方針に掲げて，地域文化発信の松明（たいまつ）を燃やし続ける埼玉新聞社はじめ首都圏の地方紙の位置付けは，東京隣接の地の利が紙勢拡大に逆作用する宿命を負うがゆえに，ひときわ厳しいものがある。

全国紙に大きく水をあけられた首都圏地方紙の発行部数は，同一発行エリア内で競合する全国紙をはるかに超える部数を持つ「首都圏から遠い主要地方紙」とは，全く対照的といってよい。本稿では，借入金減等，経営面の改革にも寄与したといわれる，さいたま市北区への移転を機に題字変更・紙面刷新を行った埼玉新聞社の展開をモデルケースとして，①「なぜ，首都圏地方紙は全国紙の後塵を拝するようになったか」，②「ふるさと意識の希薄さを余儀なくされてきた首都圏地方紙はいかなるところに活路を見いだすことができるか」等に視点を当て，埼玉県に移り住んで東京に通勤し続け，今，

(1) 国民のインターネット平均利用時間が1日37分で，新聞の閲読時間31分（朝夕刊の合計）を超えた（05年情報通信白書）。河内孝著『新聞社＜破綻したビジネスモデル＞』新潮新書　2007年　P.33

退職期を迎えた「団塊世代」が，地域社会（終のすみか）を振り返る時機到来を探りながら，考察を加えることとしたい。

Ⅰ　埼玉新聞の紙勢と在京紙，地方紙の趨勢

1）新社屋移転と「ふるさと意識」発信の再確認

埼玉新聞社（資本金3億円，従業員156人＝2008年9月現在）は2008年4月14日，さいたま市北区吉野町2-282-3に移転した。1944年の発刊以来，同社の歴史を刻んできたさいたま市浦和区の地から新天地をJR大宮駅，宮原駅が最寄り駅となる吉野町に求めての再出発である。移転から3カ月後の7月11日，同社は，3階建てオフィス棟と輪転機が据えられた工場棟からなる本社新社屋の完成記念式典を，パレスホテル大宮で盛大に催した。

式典の様子を伝える2008年7月12日付『埼玉新聞』(2)には，知事はじめ埼玉県内の政財界，行政・文化・スポーツなど各界各層から約1千人が出席したとある。写真グラフを含めて3個面で展開した同紙の紙面，わけても出席者で埋め尽くされた会場写真が裏付ける地域各界のリーダーの多士済々ぶりは，地方の紐帯としての県紙の存在感と求心力を見せつけた。

その熱気は，何かにつけて「埼玉都民」と皮肉られ，日本の首都・東京の強い磁場の影響を受け続けるがゆえに「ふるさと意識」が希薄とされてきた「埼玉県人」が，半面で，埼玉の県紙・埼玉新聞に，愛着と期待を持ち続けていることを証明したのである。

「どローカルに徹せよ。社員は自信を持て」。7月12日付『埼玉新聞』には，県経済界を代表して式典の挨拶に立った川本宜彦埼玉県商工会議所連合会頭の極めつけのフレーズが紹介された。これに応えた丸山晃埼玉新聞社社長の挨拶の要旨は，以下の通りである。

---

(2) 埼玉新聞社新社屋完成記念式典出席者は，地元選出の大野松茂内閣官房副長官，枝野幸男民社党県連代表はじめ，上田清司埼玉県知事，相川宗一さいたま市長，川本宜彦埼玉県商工会議所連合会頭等。『埼玉新聞』2008年7月12日付，1面，18面

「地方の時代を切り開き，県民の絆（きずな）が深まるような県紙を目指す。時代は変わったが新聞に懸ける思いがあれば，二十一世紀でも必ずや県紙の役割が果たせると思う。ふるさと埼玉に軸足を置いて新聞を作り，地域の応援団になれるよう努力したい」

贈る祝辞も感謝の言葉の内容も，煎じ詰めるなら，紙面づくりの方向付けにおいて全国紙と一線を画する地方紙の生命線「地域密着路線」の意義に収斂したのであり，式典会場のエール交歓は，ふるさと意識というキーワードの共有を確認する儀式ともいえた。

2）世帯普及率 6.2 パーセント，読朝毎の後塵を拝する

ただ，ここで，本稿が問題としたいポイントは，この宴の盛大さと比べた首都圏地方紙の「紙勢」の弱さについてである。インターネットで展開している総合情報誌『ザ・ファクタ』(3) の都道府県別新聞発行部数と世帯普及率（2007 年 5 月集計）によれば，埼玉県で首位の読売新聞の発行部数 1,072,548 部，世帯普及率 39.1 パーセントに対し，埼玉新聞の発行部数（公称）は 162,167 部，世帯普及率 6.2 パーセントと大きな差があるうえ，2 位の朝日新聞，3 位の毎日新聞の後塵を拝している。

ここで注目されるのは，首都圏地方紙の世帯普及率の低さ（神奈川新聞 6.8 パーセント，千葉日報＜公称＞8.1 パーセント）と裏腹に，「首都圏から遠い地方紙」の多くは，総じて世帯普及率が相当高い点である。例えば鳥取県の日本海新聞は，埼玉新聞と同様，発行部数は 16 万部台（167,837 部）だが，世帯普及率は 75.9 パーセントに達している。

また，同じ北関東の地方紙であっても，群馬県で発行されている上毛新聞は発行部数 309,046 部，世帯普及率 41.9 パーセントと首位に立ち，全国紙の攻勢をしのいでいるのである。

---

(3)『ザ・ファクタ』のデータは，新聞広告業界筋がＡＢＣ協会＝新聞雑誌部数公査機構＝の公表データをもとに集計。「朝毎読日経 VS 地方紙のシェア争い」FACTA online- 総合情報誌『ザ・ファクタ』2007 年 7 月号 http://facta.co.jp/article/200707008-print.html　p .1 ～ 4

3）醸成しにくい首都圏の「ふるさと意識」と地方紙

「47都道府県のうち，実に8割近い37道府県ではブロック・地方紙が圧倒的なシェアを保っている」（『ザ・ファクタ』）との指摘を裏付けるように，新聞・広告業界等において，一般に地方紙といえば，江戸時代の雄藩の印象とオーバーラップさせて，「地方の『雄』的新聞」と一括りで語られることが今でも多い。

しかるに，他県からの人口流入の激しい首都圏においては一部に郷土愛は強烈に残っていても，それは旧住民の範囲内，もしくは新住民であっても地縁ができ移り住んだ土地への愛着が生まれた層に限られる。裏返せば，東京の磁場に引き寄せられた埼玉県で発行される県紙埼玉新聞のように，「ふるさと意識」が育ちにくい首都圏の地方紙は，「地方の『雄』的新聞」としての紙勢を保ち得ないまま今日に至っているのである。

首都圏地方紙の特殊性といってよいこの逆風については，埼玉新聞自身が，新社屋移転を契機とした改革紙面の初日（2008年5月19日）のコラム「さきたま抄」[(4)]で，次のように認める。

「首都圏の地方紙は存在しにくい環境にあるといわれています。読者やスポンサー，販売店，各界の皆さんに支えられ，諸先輩方はこれまで何度も山や谷を乗り越えてきました」（抜粋）

創刊から64年，首都圏地方紙に吹き続ける逆風を認めたうえで，埼玉新聞は再スタートしたのである。「皆さんに愛される身近な存在を目指して」（前掲「さきたま抄」抜粋）と埼玉新聞社自身が紙面を通して訴える発行理念の原型は，もちろん地域に根ざすメディアの立場からの地域主義にあるといえよう。

一般の民間企業を超えた響きのある社会的使命の吐露は，「ふるさと意識」の構築を念じて，逆風に耐えてきた埼玉新聞の社風そのものであるといってよいし，むしろ，経営の厳しさが地域密着路線を踏み固めてきた側面もうか

---

(4)「さきたま抄」は毎日掲載される1面コラム。『埼玉新聞』2008年5月19日付

がえる。それだけに，この発行以来の存立基盤が揺らぐようなことがあれば，それは，「埼玉都民」という皮肉な言葉が常態化した埼玉県の社会文化構造に押し流され，これまで維持されてきた「ふるさと意識」の火をさらに小さくしてしまう象徴的な意味を持つ。やや情緒的な語感の伴う「ふるさと意識」のキーワードは，全国紙と向き合う地方紙のすべてにとっての拠り所であり，わけても埼玉新聞をはじめとする首都圏地方紙の命綱だからである。

地域文化の牽引力，地域の世論形成能力アップを発刊以来の悲願としながら全国紙との部数差に挑む首都圏地方紙（埼玉新聞，千葉日報，神奈川新聞），なかんずく十文字学園女子大学キャンパス（新座市）のある埼玉県の県紙・埼玉新聞が掲げる「地域密着路線」を見据えながら，「ふるさと意識」醸成の難しさと絡めて首都圏地方紙の今後を考察する意義はここにある。

表1　都道府県別新聞発行部数（2007年5月集計）

埼玉県	読売新聞	1,072,548	朝日新聞	617,533	毎日新聞	285,185
	日経新聞	160,339	産経新聞	102,808	埼玉新聞〈公称〉	162,167
千葉県	読売新聞	874,022	朝日新聞	547,758	毎日新聞	206,103
	日経新聞	186,490	産経新聞	125,595	千葉日報〈公称〉	190,327
神奈川県	読売新聞	1,074,386	朝日新聞	961,131	日経新聞	288,046
	毎日新聞	217,179	産経新聞	119,228	神奈川新聞	214,977
鳥取県	読売新聞	30,007	朝日新聞	18,014	毎日新聞	11,162
	日経新聞	6,910	産経新聞	3,071	日本海新聞	167,837

『ザ・ファクタ』2007年7月号のデータをもとに，左から抽出県の全国紙を部数順に並べた。右側下段網掛けは県紙の発行部数

図1 県紙を含む6紙の発行部数で見た比率,『ザ・ファクタ』2007年7月号のデータをもとに構成

Ⅱ　埼玉新聞社の地域密着主義と全国紙の攻勢

首都圏の地方紙が東京に本社を置く全国紙に席巻されながら，発刊の地を守り，紙齢を重ねてきたことは，表1の都道府県別新聞発行部数（抽出）にも歴然と表れている。Ⅱでは，首都圏の地方紙である埼玉新聞が苦しい位置付けを余儀なくされた理由を，歴史上・地形上の影響を抜きにしては語れない「ふるさと意識」のありようから探る。

1）強烈な「ふるさと意識」を背景に創刊

1994年10月14日発行された『埼玉新聞五十年史（1944～1994)』[5]（以下，『埼玉新聞五十年史』と略す）は，本稿のテーマを掘り下げていくうえで貴重な記述が多く記載されている。本稿のテーマの一つは，県紙のバックボーンといえる県民の「ふるさと意識」の考察だが，21世紀直前の出来事まで記された埼玉新聞発行の歴史を辿るとき，そのスタートはむしろ強烈な

郷党意識に支えられていたのであり，創刊時から「ふるさと意識」が希薄であったという結論は導き出しにくい。

『埼玉新聞五十年史』第1章「創刊以前」の締め括りにある次の一文は，戦時下の国家方針と深く関わりながら強烈な郷土意識を抱え込み，一県一紙の形を整えた埼玉新聞が創刊されたことを物語っている。そこには，終戦前年の創刊日〈1944年10月16日（第1号，タブロイド版2ページ）〉前夜の模様が以下のように記されている。

「内務省の指示を受けた埼玉県知事数藤鉄臣は『埼玉新聞』の強化，改革の実施を計画した」

「知事は県下には郷土紙『埼玉新聞』がありこれを強化再建することが，県民に応える途であるとして内務省や県内各界とも協議を遂げ，新聞統制団体である日本新聞会の指導も受け，19年10月岩田三史を社長とする社団法人埼玉新聞社が誕生することになった」

「まず資金面からは単なる私企業ではなく社団法人として，県内から広く出資を求めることとし，100万円を集めることに成功した。この間数藤知事は転任となったが，後任の知事福本柳一らもこの事業を積極的に支援した」（『埼玉新聞五十年史』第1部第1章「創刊以前」から抜粋。p.21）

埼玉新聞の立ち上げの中心となった人物が，初代川口市長岩田三史，そして地域の農業界，産業界代表らであったことは特筆しなければならない。「一県一紙」(6) の掛け声のもと，当時の県政指導者を中核とした官主導の取り組みを見るにつけ，上からの郷党意識醸成という側面が強かったことは否めない。同時に，県内から出資を求める運動の成功は，「『埼玉新聞』の強化再

(5)『埼玉新聞五十年史』には，社長に初代の川口市長で貴族院議員の岩田三史，理事に県農業経済会長の石坂養平，県商工経済会会長永田甚之助，大政翼賛会埼玉支部事務局長綾川武治，日本農士学校校長菅原兵治，日本新聞会から板谷幸太郎らが就任したとある。埼玉新聞50年史編さん委員会『1944－1994埼玉新聞五十年史』埼玉新聞社　1994年。以下，(　)内の数字はページ数を表わす。

(6)「一県一紙」体制。昭和16年に決定された新聞統合方針。「一県一紙体制は新聞の国家統制が強化されたことを意味するが，一方では地方紙が過当な競争を免れることともなった」（『埼玉新聞五十年史』，p.20）

建が県民に応える途である」との県政指導者の呼びかけに埼玉県内の各界各層が応じたことを裏付けているのである。

『埼玉新聞社五十年史』はまた，新生『埼玉新聞』発刊以前に発行された，旧の『埼玉新聞』にも言及し，郷土を代表する日刊紙がないことは，戦争（日華事変）遂行上の見地から好ましくないという声があがり県政界長老が刊行に取り組んだ経緯を説明。さらに戦時下の新聞編集に触れて，「戦争協力的な記事が多数を占めることは仕方のなかったことであるが，特に目を引くのは郷土出身兵の英霊帰還の記事が次第に増加してきたことで，これは胸が痛むことであった」と記している。

（『埼玉新聞五十年史』第１部第１章「創刊以前」から抜粋。p.20）

郷土出身兵の英霊帰還の記事等と絡めた地方からの戦意発揚が，国家的見地からも，地方紙への要請となっていたことは疑う余地がないし，どの地方紙の盛衰も戦争を抜きして語れないのは自明であろう。埼玉新聞においても，当時の地域エスタブリッシュメントらがアイデンティティーの立脚点としたい郷土紙へのこだわり，言い換えれば「ふるさと意識」の共有とその発信の願望は，戦争遂行の国家的要請と絡まり合いながら，当初から，相当強いものがあったといえるのである。

新聞業界では，地方紙の存在意義をうたう立場から「地方紙を持たない県には地方の文化が育たない」と激越に語られることがある。その観点から言えば，埼玉新聞社の出自もまた，地方に根付いて繁栄を続ける「首都圏から離れた地方紙」と同様，中央に呑み込まれず，地方に生きることの矜持や充実感にこだわった地域の人々のモチベーションとともにあったのである。

2）全国紙の攻勢と埼玉の人口急増

第２次大戦後，埼玉新聞社は，GHQの占領政策を遂行する埼玉軍政部の影響下に置かれた。『埼玉新聞五十年史』には，『埼玉軍政部資料調査報告書』（県史編さん室刊行）の抜粋が以下のように掲載されている。

「埼玉の地方紙と埼玉版を出している東京の３新聞は，軍政部の各課から出された種々の話題を見事に報道した」（1948年４月）

「県報道室と埼玉新聞社は，協力してカラーの教育漫画ページを企画した。有益な知識を，おもしろおかしく県民に伝えることが出来る」（1948年11月）
（第1部第2章「社団法人埼玉新聞社の誕生」から，p.29）

戦前の国家的要請が，GHQからの要請に変わる中で，埼玉新聞が在京紙と並んで地方紙としての存在感を維持していたことは，この文面でも明らかである。『埼玉新聞社五十年史』には，昭和24年の米陸軍占領地域新聞課長，GHQ新聞課員らの埼玉新聞社視察の模様を伝える写真も掲載されている（p.30）

GHQの影響を強く受けた終戦直後は，編集作業が一変し，戦時下には確かなものとしてあった，例えば郷土出身兵の英霊帰還の記事等の「戦争の遂行と絡みあった郷土意識の価値観」は永続しようがなかった。埼玉新聞もまた，全国の地方紙と同じように，戦勝国アメリカによる上からの民主化を受け入れ，発行を重ねていくのである。そして，一方では，自由競争を大義とするこの戦後の民主化こそ，在京全国紙の発行拠点との余りの距離の近さゆえに，県紙埼玉新聞を揺さぶる皮肉な現象をもたらしたといえよう。『埼玉新聞社五十年史』は次のように記している。

「戦後の経済復興が進むにつれ，新聞も自由競争の時代に突入してゆく。昭和23年（1948年）11月，新聞出版用紙割当委員会は新聞の転読を自由化し，読者は自分が読みたい新聞を選んで，販売店に申し込むよう指導を始めた」
「県内では再び中央紙による読者獲得攻勢が激化，地元埼玉新聞は守勢に立たされた」
（第1部第2章「社団法人埼玉新聞社の誕生」，p.31）

埼玉新聞にとって，自由競争とは，資本力のある在京紙の攻勢を意味した。「新聞界は激烈な販売競争を繰り広げ，まさに弱肉強食の時代だった。東京各紙の景品付き拡張合戦は，次第に激しさを加えた。東京に隣接する埼玉県では，特に熾烈さを極めた」（第1部第3章「株式会社へ改組」，P.34）のである。

保守合同の末に，いわゆる55体制が確立された昭和30年，埼玉新聞は，その苦境を脱するため，当時の埼玉県知事，埼玉銀行頭取，日本新聞協会役員らが鳩首協議し，社団法人から株式会社への改組によって経営の建て直しを図った。新たに社長に迎えた大宮出身の川鍋秋蔵氏(日本交通株式会社社長)が同年6月，埼玉新聞紙上に載せた挨拶文は，愛郷心がほとばしる以下の内容であった。

「唯一の郷土紙である埼玉新聞を維持，育成していかなくては，県民の文化向上，産業発展のために益がない…」

「郷土を愛するものが，郷土紙に身を捧げることは，極めて至当なことだと思う」

(『埼玉新聞五十年史』第1部第3章株式会社へ改組，概要抜粋，p.35)

経営トップが強烈な地域主義をかざして牽引してきた埼玉新聞に立ちはだかった最大の壁は，単に東京に近いうえ地価が東京に比べて安いという理由で埼玉県に居を構え，都心に勤め，国際都市東京の文化を享受する人々の埼玉県への大量流入，すなわち県土の「東京化」であった。

余りにも距離が近く，土地と土地の間に何の区切りもないところでは，こういう現象が起きるのであろう。東京と埼玉を隔てる県境を意識するサラリーマンは少なく，流入した人々の多くの顔は，空間的にも文化的にも新居住地・埼玉に愛着を感じる前に，大都会・東京に向いていたのである。埼玉県から都心の職場を目指す通勤者の大方の心理は，「埼玉県民」ではなく，ほぼ「東京人」の感覚で，東京発の情報を吸収しようとしたといってよい。人口の増加がビジネスチャンスに繋がらない埼玉新聞の悲哀はここにあったのである。

平成19年度の『統計からみた埼玉県のすがた2007』(7)によると，「国勢調査」に基づく平成17年（2005年）10月1日現在の埼玉県の総人口は，前回調査（平成12年）より116,237人増の7,054,243人で全国5位。増加率は

(7) 総人口，人口増加率『統計からみた埼玉県のすがた2007』(埼玉県総務部統計課内，埼玉県統計協会発行)，2008年，p.10～11

過去最低の１．７パーセントとはいうものの，大正９年（1920年）の第１回調査以来，減少に転じたことはない。

また，『人口の動向　日本と世界』〈人口統計資料集〉[8]によれば，埼玉県の増加率（図２）ピークは，〈1960年～65年〉17.3パーセント，〈1965年～70年〉19.0パーセント，〈1970年～75年〉14.5パーセントであり，国勢調査のたびに２ケタ台の伸びを示してきた。

埼玉新聞社の公称部数162,167（2007年７月時点）については，ABC協会の公表データがないため，その推移等は把握できない。「絶対部数はしわじわと増えている」（丸山晃埼玉新聞社社長）というのが埼玉新聞社の公式コメントだが，この県人口の「急増」と県紙の「微増」との乖離に，首都圏と県境を接しながら，地方文化の担い手たらんとする県紙の苦渋が象徴的に現れているといってよい。

図２　埼玉県の人口急増を示すグラフ「人口の動向　日本と世界」〈人口統計資料集〉，都道府県別人口から抜粋

(8) 埼玉県の人口推移。都道府県別人口データから抽出，『人口の動向　日本と世界』〈人口統計資料集〉（財団法人厚生統計協会発行），2008年，p.178～179

3）東京の後背地としての埼玉県の苦渋

以下は，2008年8月19日，埼玉新聞社新社屋におけるインタビューで，丸山晃社長が示した埼玉県の歴史，地形をふまえた分析である。

【位置付け】

群馬以北の県のシェアナンバー1はそこで発行されている県紙だが，埼玉県は人口3000万の東京大都市圏の中にあり，首都圏を大本拠地化した全国紙の視野の中にある。全国紙は東京圏紙というか大都市圏紙になった感さえある。埼玉県の人口は700万人以上だが，他県から来た人が多い。埼玉県は東京の人口集中の受け皿となったが，昭和30年代からの社会増に埼玉県内の社会生活のインフラの整備が間に合わなかったことが「ダサイタマ」に象徴されるマイナスイメージを生み，転入者の地域への愛着を育まなかった側面もある。田畑の宅地化が進み，東京への通勤通学客は100万人規模に達し，山梨県の人口に匹敵する人が東京経済に依存している。地形的には，埼玉県は東京と境界を接している線が一番長く，交通網の発達によって，どこからでも東京へ行けるように出来ている。例えば，所沢→新宿，川越・東松山→池袋，高崎線沿線地域→東京等々の往来の便利さおいては，横浜を中継地とする神奈川県，半島のある千葉県とは，同じ首都圏でも趣が違う。

【歴史的分析】

埼玉県には，行田の古墳群など武蔵の国として吸引力の強かった文化があったが，江戸時代に転機を迎えた。江戸の大きな経済圏に組み込まれた。江戸幕府の手で街道の整備や河川の整備が行われた。蕨，浦和，大宮，鴻巣，熊谷，本庄等は，いずれも宿場町である。利根川は江戸湾に流れ森林開発もなされた。すでに藩政期，江戸経済圏のマネジメントに組み込まれ，多くあった城は江戸幕府によって川越，忍，岩槻の3城にされ，譜代大名，東京の老中が支店長のように行き交いするだけになった。加賀百万石のような強烈なふるさと意識は育たなかったのである。今日，さいたま市の中心となっている浦和に埼玉県庁があるが，浦和という地域に，他県の県庁所在地のような求心力がない。

丸山晃埼玉新聞社社長の地方観は，埼玉を扱った書籍の内容にも共通する部分が多い。祖父江孝男著『県民性の人間学』[9]の「埼玉県人」の項には，

こうある。

「…ここでの大きな特色は台地や低地が全体の約三分の二をも占めるといういわば平坦性であると地理学者の新井寿郎は指摘する。そのために埼玉は江戸が大都市となって以来，その後背地として開発が進み，産業や文化の面でも江戸との関係が深くなったのだが，そのためにここ独特の特色が何も作られることなく，現在にいたっているとも言える」

祖父江孝男氏は，この特徴のなさこそ埼玉県人の「特徴」との説を受け入れながら①いまでも県庁所在地の浦和市（現さいたま市）の顔がはっきりしない，②ただし，平地が少ない厳しい風土の秩父山地は，素朴だが激しい秩父独特の気性が生み出された，③東京に接する県南部で，秩父と対照的で，東京都の間には平地がひろがり，双方の間を隔てる障害物は何も無かったため，明治以降，東京との結びつきは交通網の発達とともにますます強くなった，などと洞察し，以下の気になるデータを紹介した。

「NHK 放送文化研究所の全国県民意識調査において『あなたは自分の県が好きですか』という問いに対して「はい」の答えは 78 年，96 年とも全国最低であった」

県民の愛郷心を問う NHK の調査で，埼玉県が全国最低ランクに位置づけられた衝撃は小さくない。県紙が地方文化を語り，継承する主柱だとしても，ここ埼玉の地は，語り継ぐべき固有の歴史，文化の発信が不十分で，よしんば発信したとしても，これに共感を覚える層の薄さはいかんともしがたいといわざるを得ないのである。

埼玉の県民性に関連し，荻野嘉彦著『R16 二重人格だから埼玉はおもしろい』(10) は，政治，経済の視点から，県民性を分ける国道 16 号に着目して，以下のように述べている。

---

(9) 祖父江孝男著『県民性の人間学』（新潮 OH ！文庫）2000 年，p.86 ～ 90 以下（…）は，前・中・後略を表す。

(10) 荻野嘉彦著『R16 二重人格だから埼玉はおもしろい』（まつやま書房）2008 年，（　）内の数字はページ数。

「2003年衆議院選挙では民主党が南部を固め，自民党が北部を支配した。…私が引いた線は国道16号とほぼ一致していた」「国道16号こそ田舎と都会を分ける埼玉の境界線だ」（第1章オリエンテーション「都会と田舎の境界線はR16」から抜粋，p.12～13）

確かに，都市部に近い地域に民主党支持者が多く，都市部と距離のある地域に自民党支持者が多い傾向は全国的にも見られる。しかし，国道を挟む南北の地域で，その支持傾向に違いが出る点は，大都会・東京との緊密度合い抜きには語れない，二極分化した埼玉の政治風土といえよう。

前掲書は，次に，経済の視点から，2008年現在の野村證券の支店数を比較している。

「支店所在地を国道16号線の南北で区分すると，国道16号以南－さいたま，川口，所沢，川越，越谷　国道16号以北－熊谷。野村證券の支店配置は，日本全国と同様，埼玉県内の人口と富の偏りを確認できる」（第3章経済学「ビジネスとR16」から抜粋，p.46～47）

国道16号以南の支店数5に対し，国道16号以北は熊谷のみという，「経済格差」は，大県埼玉の二極構造を如実に現し，それが地元の文化状況等にも影響を与えている側面が否めないのである。

埼玉新聞社の丸山晃社長によれば，埼玉新聞のシェアを見ても，R16号から北の地域が高く，同社の新社屋を熊谷に置く案もあったほどである。埼玉新聞社発行の『埼玉の三偉人に学ぶ』（堺正一著）[11]で取り上げられたそれぞれの生地〈塙保己一（盲目の大学者）＝本庄市，渋沢栄一（大実業家・社会福祉事業の草分け）＝深谷市，荻野吟子（日本初の女性医師）＝熊谷市〉は，くしくも国道16号以北であることにおいて共通している。

また，今日，俳句界の重鎮として活躍する金子兜太氏は，秩父出身である。人口と地形，文化とこれを紡ぎだす人間群像は，埼玉一県においてこれだけ違い，それが県民意識に差を生んで，県紙埼玉新聞の紙面展開等にも投影しているのである。埼玉県の人口は，例えば，日本海新聞のある鳥取県と比較

（11）堺正一著『埼玉の三偉人に学ぶ』埼玉新聞社，2006年

すると，ざっと11倍。しかも埼玉県に住む人々の気風が南北で違うことを意識したとき，埼玉新聞の紙勢拡大にとって何が逆風で，何が順風なのであろうか。これは埼玉新聞に限らず，大都会と接しながら地域密着路線を貫き続ける地方紙各社の盛衰に関わるテーマである。

Ⅲ　「埼玉都民」から「埼玉県民」化に活路

「東京化」に慣れた県民の意識構造は，簡単には変わらないであろうし，この中で，県紙がその存在感を高める活路が，エンドレステープのような「埼玉県民化」のアピールであることは，論をまたない。前掲の丸山晃埼玉新聞社社長のインタビュー後段を紹介する。

1)「埼玉都民」からの脱却促す

【展望】

「埼玉都民」という言葉があるように，廃藩置県以来の県境が経済圏と合わなくなってきている側面が埼玉の悩みだ。しかし，その中で「浦和レッズ」，「埼玉西武ライオンズ」等，埼玉の地名が冠になり，スポーツの面から埼玉に住むアイデンティティーを育む兆しはある。つまるところ，ここは，ここに住んでいる人にとって，終のすみかになる。住んでいる場所に対する愛着は地域の住民の絆として大事であり，コミュニティーの再構築は大きな課題であろう。そのためにわれわれ県紙が役割を果たさなければならない。東京に通勤して，寝に帰るだけで終わりではない時代が来ている。少子高齢化社会は，近所同士が助け合うつながりがないと生きていけない。だからこそ，埼玉固有の文化も知っていただきたいし，戦後ずっと東京のベッドタウンだった歴史を越え，経済的にも落ち着いた今，「ダサイタマ」のイメージを払拭し，改めて住んでいる身の回りの地域を見直してもらいたい。

【紙面展開】

地方分権の流れ，自立した地域づくり，影の部分として行政サービスにおける市町村格差はこれから生まれてくる。読者の関心に応える細かい行政情報の報道は，県紙の役割としてますます重要になってくる。コアとなる読者を固めて，県紙の役割を果たしていきたい。

他の県紙のようなナンバー1を常に意識する気持ちではなく，われわれ県紙をつくる者が伝えなければならない情報，伝えたいと考える情報を伝えていくつもりである。世界のニュースも全国のニュースも地方に引き付けて報じる姿勢を心掛けたい。そうしてコア読者を守り，経営を守っていく。

上記の丸山晃社長の基本方針は，新社屋移転を機とした紙面改革に表れた。2008年5月19日付から1行分が11字から13字になり，36年ぶりの題字変更も行われた。題字変更を伝える埼玉新聞の社告（2008年5月2日付）にはこうある。

「デザインは埼玉の大地がモチーフで，テーマは彩の国の四季です。奥に秩父連山（冬），中央を流れるのは荒川もしくは利根川をイメージ。麦と稲穂（秋）を左右に配置することで実り豊かな大平野を表現。ケヤキ並木（夏）とさきたま古墳の上にはシラコバトが舞い，下方にはサクラソウ（春）。さらにサッカー，野球ボールを置いてスポーツ大県であり，明るい県民性を表しました」（抜粋）。

続く2008年5月12日付社告では，「県内経営者が人生を語り明日を語る」週5回の経済面ワイドの展開に加え地域コア版増設をメーンとする紙面改革のメニューが次のように載った。「東西南（県央）北，4地域版のほか，『秩父・本庄・寄居』と『さいたま市』の二つある地域コア版に，『小川・東秩父・東松山・ときがわ』版と『熊谷・深谷・行田』版，さらに『鴻巣・加須・騎西』版を増設します」（社告抜粋）

地域情報をすくい上げ，土の匂いのする紙面を目指す地域コア版の充実は，「どローカルに徹せよ」と新社屋移転記念式典で祝辞を贈った地元経済界代表の言葉と，期せずして一致していたのである。新紙面がスタートした2008年5月19日付『埼玉新聞』特集には，「『古里埼玉』軸に発信」と題する丸山晃社長の以下のような挨拶文[12]が掲載された。

---

(12) 挨拶文は「埼玉新聞新紙面特集」(24p) に掲載。『埼玉新聞』2008年5月19日付

「本県は，1960年ごろから急激，継続的な流入人口がありました。東京への人口集中の受け皿になったのです。時は流れ，古里意識が弱いといわれたこの数百万人の県民は，埼玉が終（つい）のすみかとなりました」

「…本県は，武蔵国といわれ，埼玉郡，比企郡，高麗郡など二十一郡が置かれました。この時，五十戸を一「里」とし，五十戸を生活コミュニティーとしたのです。…武蔵国は，それから実に一千年の間，南端に巨大都市江戸が出現するまで，強く熱い郷土愛をはぐくんできました」「埼玉新聞の軸足は，常に古里埼玉です。郷土への熱き思いです」（抜粋）

巨大都市江戸に飲み込まれた武蔵国の文化と誇りの再興を請い願う熱のこもった文章には，地域主義へのこだわりと同時に，首都圏地方紙の戦略も盛り込まれていた。

「本県が終のすみかとなった人たちは，終のすみかの伝統と魅力の発見力を高めると同時に，近隣五十戸の範囲のコミュニティーを出身地の古里以上に心の通う地域にしないと生活が立ち行かなくなる恐れがあります」「数百万人の新県民の流入によって，県の人口構造は，同年齢者が多く，一気に高齢化が進むことになりました。高齢化率は，間もなく20％になります。百四十万人超の高齢者が生まれます。加えて，核家族率は既に60％を超えているので夫婦どちらかがなくなると，近隣に，あまり親族のいない高齢者の一人世帯が爆発的に増加することになります」

「そのため，こうした変化に対応した古里づくりの思想と方針，そして心の通う地域社会がなければ，特に高齢者の元気な暮らしは成り立ちません」「自律性の回復を加速させるには，県民一人一人が自らの課題として古里づくりに心を砕くことです。また，終のすみかづくりのために何ができるか自問することが何より大切になっているのではないでしょうか。県紙は，そうしたコミュニティーの再構築に貢献できるものでなければならないと考えています」（抜粋）

グローバルな変化，公共の在り方はもとより，そこでは「地域の絆」を伝えることに力点が置かれたのである。そして，ここで語られた「終のすみかの伝統と魅力発見」の趣旨は，2008年8月30日付同紙1面で，丸山晃社長

自身が筆を執って，行田市の埼玉（さきたま）古墳群の重要な歴史的意義付けを県民にアピールし，世界遺産登録運動支援の意義をこめた解説記事「さきたま古墳考」へと繋がっていく。

埼玉県の伝統や文化をからめ取った江戸時代を突き抜け，ストレートに武蔵国の時代の栄耀栄華にタイムスリップする「興奮」を県民と共有しようとする試みは，県紙埼玉新聞の将来展望と深く関わっているといってよい。

2）県民の呼称すらあいまいな中で

もちろん，外部の応援もないわけでない。2008年5月19日付埼玉新聞新社屋完成新紙面特集号「埼玉新聞に期待する－法曹・文化・芸能界」に，俳人金子兜太氏の次の言葉が載っている。

「言うまでもなく，中央と地方の中間地域にあって，県民という呼称の内容すらあいまいになっている埼玉県のようなところでは，報道に値する独自新鮮な素材ばかりか，それへの視角さえもなかなかに捉えにくい。埼玉新聞はよく頑張ってここまで来たということであります。地元県民の私には特に嬉しい」（抜粋）

掲載紙への賛辞の範囲内とはいえ，埼玉新聞という極めて難しい位置付けにある地方紙の現実を洞察した上での応援歌であった。

2001年に発行された金井塚良一，大村進編『埼玉県の不思議事典』[13]のはしがきには，上記の金子兜太氏が指摘した「県民という呼称の内容すらあいまいになっている埼玉県のようなところ」を認識した上で，その定説を跳ね返す意欲が以下のように記されている。

「…従来は，全国でも目玉を持たない印象の薄い県，果てはダサイタマともいわれたこともある。ある人は埼玉には埼玉を象徴する都市 ― つまりヘソがないからだといい，その理由を江戸時代の定府大名領の分布や旗本の細分支配に求める。後者はあるテレビタレントにダサイと一刀両断に切り捨て

（13）金井塚良一，大村進編『埼玉県の不思議事典』新人物往来社，2001年，P.3

られたことによる」

「だが，埼玉はそうした負のイメージで表される県ではない。…多くの人が住居の地としてやってくるところである。首都東京の北進県としての宿命は負わされているが，…若々しいエネルギーに満ちた魅力ある県である。それを象徴するかのように，2001年5月1日から県南3市（浦和・大宮・与野）が合併し，近代的なさいたま新都心を核とする『さいたま市』が誕生し，21世紀の我が国における大都市合併の先鞭をつけた。ここに市名に県名を冠し，新都心の整備によって名実ともに立派なヘソができあがった」（抜粋）

一気にさいたま市が埼玉県のヘソになると確信する人は少ない。しかし東京の後背地としての悲哀をかみ締めながら，これに甘んじない郷党意識は，地元の言論人の精神構造の中に連綿と流れているといってよい。

Ⅳ　新聞生き残り時代の県紙

スター記者の誕生を視野に

2008年8月，『新聞社〈破綻したビジネスモデル〉』（前掲）が発行された時の新聞界の衝撃は少なからざるものがあった。同書のカバーにある短い文章は，深刻化する新聞業界の苦悩を今も的確に言い当てている。

「新聞という産業は今，様々な危機に直面している。止まらない読者の減少，低下し続ける広告収入，ITの包囲網，消費税アップ，特殊指定の見直し－そして何より，金科玉条としてきた『部数至上主義』すなわち泥沼の販売競争は，すでに限界を超えている。…」

もっとも，本稿は，全国紙に席巻された首都圏地方紙の活路を編集面から探るものであり，上記に記された新聞界の逆風は，編集を取り巻く厳しい環境を認識する程度にとどめたい。ここで，示唆に富むのは，事件や役所の発表記事を共同通信社等に依拠して役割分担を進め，新聞記者は解説記事に力点を置く著者の提言である。

「記事には事件や出来事を伝えるものと，それを掘り下げる解説とがあり

ます。今日，新聞に求められているのは，言うまでもなく後者。極論すれば，『解説部』と『論説部』があればいいぐらいです」「独自取材や良質の解説を書くためには，自分なりのしっかりした問題意識と勉強が必要です…」（第４章「新聞の再生はあるのか」，p.181 ）

集団主義の日本の新聞記者とスター記者を重視する米ジャーナリズムの差をつまびらかにした上杉隆著の『ジャーナリズム崩壊』(14) は，上記の河内氏の主張と繋がる日本の新聞のありようを示唆している。同書は，①日本では個々の記者が通信社的な仕事までこなす日常と絡め，日本の記者が書く記事の内容はストレートニュースばかりで，分析や批評記事を書ける記者はそれほど多くないこと，②これとは逆に米紙の新聞記事の一文は長く，日本の週刊誌のトップ記事の分量くらいあること，③個々の記者が個性を十分に発揮して自由なスタイルで書いている，④それゆえ特定の記者にファンがついたりすることもあり，それがスター記者を生む土壌にもなっている現実を挙げ，日本のジャーナリズムの問題点を突いたのである。（第１章「日本にジャーナリズムは存在するか？」から）

こうした指摘は元朝日新聞社代表取締役・専務取締役中馬清福著『新聞は生き残れるか』(15) でもなされた。

「…新聞が生きる道を模索するとき，活路のひとつは，テレビにもインターネットにも負けない『分析力』と『解説性』の充実である。しかし，これはいずれも豊富な言葉と精緻な論理を必要とする。表現の単純化が進めば進むほど表現に巧緻な工夫をこらさなければなるまい…」（『新聞は生き残れるか』政治面主導型の弊害）

複数の全国紙が，ニュースに対する洞察力を含めた記者の能力向上の研修に踏み切っていると伝えられる今日，他メディアをしのぐ新聞記者の分析力と解説力に裏打ちされた「筆力」アップは，紙媒体メディアの代表である新

---

(14) 上杉隆著『ジャーナリズム崩壊』幻冬社新書，2008 年，p.23 ～ 24）
(15) 中馬清福著『『新聞は生き残れるか』岩波新書，2003 年，p.54

聞の編集に際して，とみに重要性を増している。これを地方紙に置き換えれば，例えば，地方分権時代の見届け人として，地方の問題を地方の視点から解説し得る地方紙記者の重点投入等に行き着くのであり，紙面の質とストレートに関わる「筆力」養成は焦眉の急といってよい。

『週刊東洋経済』（2008年4月12日号）特集「『日経新聞』を読む人読まない人・新聞ビジネス大解明」[16]に，産経新聞，日経新聞とともに，有力地方紙の部数増（08年2月部数，05年下期比増減）が報じられた。

その見出し等には「全新聞のうち3割強は逆風下でも部数積み上げ」「全国を見渡すと，県内世帯普及率が8割に迫る福井新聞など，地域内で圧倒的な強さを誇る新聞がある。地元密着の新聞社の経営は比較的好調だ」「シェアが高いと業績も安定」とある。

文中には，読売，朝日，毎日とは異なる特徴を打ち出している産経，日経が部数を伸ばし，北日本新聞などの地方紙の部数増も特筆された。業績の悪化が進んでいるのは，部数が大きい全国紙と，部数の少ない県内シェアの低い新聞社で，県内シェアの高い新聞社の経営の堅調さも伝えられた。

2008年春から「毎月，広告売上高の対前年比3割減が恒常化している」（大手広告代理店幹部）との厳しい現実が業界の常識となっているといわれる昨今，定期購読者を軸にした販売収入を下支えとして持ちこたえるかどうかの体力勝負の環境下に，首都圏地方紙も置かれているのである。

販売収入のウエートの高まりは，A紙はB紙と比べて読むに値する新聞かどうかという知的商品としての新聞の質が徹底的に吟味される時代に入ったことを象徴している。ネット社会における新聞の凋落を語る者はこれからも後を絶たないであろう。しかし，それはあくまで総論の1つにすぎず，新聞が生き残るためには，記事の質を上げる「王道」が問われるのである。その意味から，全国紙自身の筆力低下の危機感を地方紙，なかんずく首都圏地方紙が共有して，「大向こう（県民）をうならせる記事」を書くために，記者教育の轡を並べることこそ，現実的かつ喫緊の課題といってよいのである。

---

(16)『週刊東洋経済』（2008年4月12日号）特集「『日経新聞』を読む人読まない人・新聞ビジネス大解明」，p.90～911

結　論

1）地方紙のフィルターを意識すべき共同通信社

これまで，首都圏地方紙，とりわけ，文化的にも地形的にも巨大都市東京の影響を強く受けている県紙埼玉新聞の位置付けを分析し，同時に逆風にさらされている紙媒体の新聞界全体の動静を俯瞰しながら，その活路を探ってきた。この中で，明らかになった点は，部数の深刻な落ち込みは，新聞界全体の総論としてあっても，各論段階つまり新聞社によっては増えているところもあり，一概に論じられないということである。「地元密着の新聞社の経営は比較的好調だ」(前出週刊東洋経済4月12日号)との指摘は，地方紙が「地元密着路線」をキーワードに紙齢を重ねる方向性は間違っていないし，今後もそうであることは論をまたないのである。

キャリアアドバイザー渋井真帆著『渋井真帆の日経新聞読みこなし隊』[17]は，日経新聞について「1面や経済面はもちろんのこと，政治面，国際面，社会面，スポーツ面まで基本的に『経済』というフィルターを通して紙面が作られています」との認識に立つ一方で，地方紙などについて以下のように言及している。

「…他の全国紙はある種の主義・主張・思想というフィルターを通して紙面が作られており，地方紙は地域というフィルターを通して紙面が作られているといえます。これはどれが良いとか，どれが悪いとかではなく，マスコミとはそういうものです。いろいろなフィルターで報道するマスコミがいる，ということは言論の自由があるということですから，民主主義の国として正常な姿だといえます。このことは普段あまり意識することはないと思いますが，実はとても幸せなことです」(第1章「世界経済欲望ドラマ新聞」(1)日経新聞と他紙の違いから抜粋)

地方紙の紙面づくりにおいて，地元密着路線とは，渋井真帆氏のいう地域

(17) 渋井真帆著『渋井真帆の日経新聞読みこなし隊』日本経済新聞社，2005年，p.3～4

のフィルターにほかならない。ここまで論じてきて新たに浮かび上がるテーマは，県境はもとより，国境さえ低くなったボーダレス社会の出来事を地域のフィルターを通して報じる難しさであり，その作業は，主要地方紙の本社に支局を置き，「地方紙とは運命共同体」と位置付けられる共同通信社の方向性と切り離しては考えられない。

共同通信社と47都道府県・52新聞社はネット社会を意識した多メディア展開として，「47NEWS」を立ち上げ，共同通信と地方紙の主要ニュースをインターネットで見ることが出来るサービスを軌道に乗せている。この画期的な取り組みが携帯ビジネスとして新たな富を生み出す意味も加盟社にとって小さくないが，地方紙にとっては，ここに，それ以上に重要な意義が含まれている。

それは，先の「地方のフィルター」論と深く結びついている。渋井真帆氏がいうように，基本的に全紙面が『経済』というフィルターを通して作られている日経新聞の紙勢の伸長を見るにつけ，「全紙面を『地方』というフィルターを通して作りたい」と願う地方紙編集者は少なくない。その時「47NEWS」という，共同通信記者と地方紙記者が一体となったニュース発信の場が設定されていることは，長期的に見て，共同通信記者に「地方紙のフィルター」を意識させる効果をもたらすかもしれないという期待は，特に地方紙の側に大きいのである。

共同通信社に対する加盟社からの編集上の要望は，「全国紙の記者と同じ目線で書かれた配信記事ではなく，地方を常に意識した記事配信を」，そして「大ニュースは，通信社の速報性は失うことなく，全国紙記者を凌駕し，地方の読者をうならせる名文を配信できるスター記者を育ててほしい」の2点に集約されよう。

全国紙が記者教育に力点を置く今，共同通信社記者に託する「地方の視座」と「名文記者養成」は，「地方フィルター」を通した「質」の高い記事を読者に提供して生き残っていくための地方紙の喫緊の要請といってよい。その願望の強さは，消費税論議に関する全国ニュースであっても埼玉県経済界代表のコメント取材にこだわり，「地域フィルター」をかけた新聞づくりに身を粉にする埼玉新聞をはじめとする首都圏地方紙として，当然であると言えよう。

2)「どローカル」をかみ締めて

「紙面を良くしても部数は簡単に伸びないが，質を悪くすればたちまち部数が落ちる」というのが，今日の新聞業界の定説である。各新聞社は必然的に，記者の人件費支出をにらみながら，新聞の質を高めるための絶えざる紙面改革に取り組む必要があるわけで，もとより，埼玉新聞も例外でない。先に紹介した埼玉新聞社の新社屋記念パーティーで地元経済界代表が「どローカルに徹せよ。社員は自信を持て」と強調した祝辞は，「どローカルの方向性を信じて，地域フィルターを通した質の高い紙面を送り出せ」と読み替えることが出来よう。

前掲『R16　二重人格だから埼玉は面白い』の著者荻野嘉彦氏は，埼玉県のマスコミを評して，以下のように，述べている。

「新聞も朝日・読売・毎日・産経など全国紙が幅を利かせている。その全国紙で地域面（埼玉版）は2面前後。埼玉県に関する情報量は本当に申し訳程度，掲載されているだけだ」「一方，地元紙である『埼玉新聞』は地元情報満載だ。地域の話題や情報，地元スポーツ（学童・学生レベルから）など，地元情報の充実には目を見張る」「しかし，埼玉人の全国紙を好む志向に加え，埼玉新聞の宅配には折込チラシがないため，『埼玉新聞』は一般家庭になかなか浸透していない」（第6章地域学　みんなで「お国自慢」をしよう，p.220）

地域フィルターをかけても，かけても，振り返らずに東京を向く層にも，根気よく地方のことを説き続ける埼玉新聞のスタイルは続いていくであろう。埼玉新聞社幹部が展望するように，高齢化社会が本当にやってきて地域コミュニティーの構築が必須になり，互いに励ましあっていくための地域の情報を求める時が来るかもしれない。そこでのマスコミとしての強みは，県紙として，郷土に根ざし，情報を通して郷土に貢献してきた歴史と，経営トップから記者に至るまで「顔が見える」働き手が地元密着意識を抱えて新聞を送り続けてきた「信頼」に尽きるといってよい。

『テキスト現代ジャーナリズム論』[18]（石澤靖治著，ミネルヴァ書房）は，

(18) 石澤靖治著『テキスト現代ジャーナリズム論』ミネルヴァ書房，2008年，p.28～29

「情報の格付け機関」の考え方に言及し，「…ジャーナリズムにとっての価値は，報道した情報が社会からいかに信用され，その結果世論に対していかに影響力をもつかにある。それはその情報を発信するジャーナリズムの『ブランド力』に他ならない」と指摘する。

ここで，著者の石澤靖治氏は，部数が大きいことが必ずしもブランド力も１位とならないケースも紹介しているが，それでは，前掲のように，「地元情報の充実には目を見張る」（前掲，荻野嘉彦著『R16　二重人格だから埼玉は面白い』）と評価された埼玉新聞社の，埼玉県におけるブランド力を上げるにはどうすべきであろうか。

3）地域解説で増す県紙のブランド力

編集紙面に限って言うなら，それは日経の社説が経済のフィルターを通して書かれているように，まずは，埼玉という「地域のフィルター」を通した社説の展開であろうし，埼玉新聞のスター記者の手になる土の匂いのするジャーナリスティックな名文であろう。深く掘り下げた記事を書くための材料はいくらでもある。例えば，道州制導入によって埼玉県が東京に入るか，東京と切り離されるかという重大なテーマは，県紙埼玉新聞であればこそ，地方のフィルターで延々と語るに値するものであろうし，それらのことを通して埼玉新聞の解説部門の評価が増すと思われる。

前掲の中馬清福氏は，著書『新聞は生き残れるか』で，「一般的に新聞は，発行部数が多ければ多いほど経営面では安定するが，新聞づくりはむずかしくなる。部数の伸びにつれて当然，読者が増える，つまり最大公約数の分母が大きくなるから，よほど用心して分子に力を入れておかないと紙面が甘くなる。分子とは，新聞の信念･信条の発露であり，従業員の質の高さであり，経営者の志である。私の経験では，この分子部分に力を入れない新聞社は空洞化していく」と述べている（p.77 ）。

上記の示唆に従えば，発行部数の少なさをむしろ強みとし，トップ自らも，第一面で埼玉古墳群の世界遺産登録運動を鼓舞する主張を展開するなど，新聞の信念・信条の発露である分子に力を入れる埼玉新聞の考え方は正鵠を射ている。ポイントは，この「地域フィルターを通しての呼びかけに対し，『埼玉都民』がいつ振り返るか」にかかっているし，振り返ったときの評価に備

えて，社説はもとより，埼玉都民を感動させ，埼玉県民に向かわせる地域テイストの読ませる紙面づくりを常態化させておく必要があるだろう。

もとより,「いつ振り返ってもらえるか」という時期は,埼玉新聞にとって,極めて大切である。その方策は土の匂いのする編集紙面の絶えざる発信であることは言うまでもないし,「振り返ってもらう」ために既存の読者あるいは新規読者に対して地域キャンペーン等の企画の周知を図るなど地道な企業努力は一層問われよう。最大のポイントは，その時期が到来しているかどうかだが，これまでの考察を踏まえると，多様なメディアを享受しながら地域で暮らす人々が一斉に地方紙のかけがえのない価値に着目する現象は生まれないとしても，地方の情報に接する下準備がなされている兆候はすでに見られるといってよい。

他県からの急激，継続的な流入人口の転換点となった1960年に埼玉県に生まれた人は2009年に50歳近くになる。当然ながらその後の爆発的な人口増の主役,すなわち東京に通勤し続け「埼玉都民」の核となってきたのは現在,退職期を迎えているいわゆる「団塊の世代」にほかならない。通勤時に日経新聞はじめ夕刊紙等を電車内で読んできた団塊の世代が退職後，終のすみかとなる埼玉で，地域社会にも関心を持つ環境が生まれているのである。その意味で今まさに到来しつつある「地域回帰時代」に，埼玉新聞がいかにして「ようやく自分の足元を見つめ出した埼玉県民」の心を,地域密着報道をキーワードとしてつかみ切るかは，同紙のみならず，首都圏地方紙にとって共通の重要テーマといってよい。

4)「一木一草」の地方紙の名文に活路

全国紙記者の感性とは違う地域テイストの意味を説明するために，11年前，筆者の地方紙編集局長時代，『新聞研究』[19]に掲載された随想の一部をここに掲載する。

「一木一草。…ある時ふいと頭に浮かんだこの言葉は，私にとって，少し，気障っぽく言えば，地方紙と，いわゆる全国紙，ブロック紙とをしゅん別し，

(19) 随想『新聞研究』No.575 日本新聞協会　1996年6月号，P.5～6

地方紙のアイデンティティーを見事に言い尽くしているのでないかと思うのです」

「人によっていろんな受けとめ方があるのかもしれませんが，この四文字の熟語を，私は私流に『自分が生き暮らし，死んでいくであろう父祖の地の匂いや気風を土着の人間として肌で感じ取り，それらを繊細に正確に文章に出来るかどうか』の大事な物差しであると理解しています。もちろん，完璧とはまいりませんが，取材したり，記事を書くにあたって，その土地の記者が例えば『この地域の，この場所には，いつから，なんという木，なんという草が何本生えていて，こういう意味を持つ』という細部に及ぶ深い理解と思い入れの上に立って，言うなれば『旅』の記者と一味違う，地域に根の生えた言い回しをできるかどうかに価値を置きたいのです」

「…地域の森羅万象を活写するうえで，『一木一草』の考え方の徹底は簡単ではありません。しかし，その心意気を地方紙の記者が失ったら，何のために地方紙の記者になったのか，わけが分からなくなると思います…」（北國新聞社取締役編集局長　大西正行）

地方紙には地方紙のテイストがある。そのテイストの底流にあるものとは中央紙の記者には表現できない，この「一木一草」の土着型感性なのではないだろうか。そして，この視点から送り出される土臭い記事が，やがて「埼玉都民」を「埼玉県民」に変える契機になり得るかもしれないのである。その思いを強くしたのは，2008年9月21日付『埼玉新聞』の社会面トップで報道された署名記事「ニュースの視覚」だ。

村田恭一記者が書いたこの記事は，埼玉県ふじみ野市内で深夜徘徊の少女を発見した同市教育長（64）が少女を注意したところから始まる。事態は，少女が逃げ込んだ店で顔を会わせた男性3人を店員と思い込んで注意した教育長と注意された男性側のいさかいに発展し，教育長が傷害容疑で書類送検され，辞職した経緯が綴られている。

この記事は，警察の「法は法」という物差しに対して，教育面から村田記者が問題提起した内容といってよく，「熱血漢『辞めさせないで』」「教育現場での及び腰を懸念」の大見出しが，記者の主張を伝えていた。記事は，教育長が当日，飲み会に出席していたことなどの事実関係を押さえたうえで，

教育長の人望，面倒見の良さにも触れており，次のリードには，地域で起きた小さな事件をあっさり加害者・被害者の図式で片付けず，教育問題に発展させて地域を我が事として憂える地方紙記者の「地べたの感性と知性」が光っていた。

「…悪いことをきちんと注意できる大人が少なくなった昨今，市の教育関係者からは教育長の辞職が，現場の指導力低下に結びつくことを懸念する声も上がっている」

法の厳格な行使か。それとも教育長の人格・業績にも照らしてその人を擁護すべきか。読者の多くは腕を組み，考え込んだであろう。永田町・霞が関からのニュース，ワシントンや北京発のニュースで一日が終わるはずもなく，地域の読者は，ある面で，地べたに張り付く記者の視点と取材力から生み出される，こうした記事を渇望しているはずである。前掲の「47NEWS」関係者によると，この記事のインターネットアクセス数は9月22日に5020件に達し，全国一位を記録した。「教育長を辞めさせないで」という反響も全国から相次いだという。

一木一草を地で行くように，記者が地域に精通し，地域の感性で書き綴る記事は，その切り口と筆運びによって，精彩を放つ。それらはインターネットや口コミなどを通して広がり，結果的に記事を発信した新聞社のブランド力が高まることもあろうし，例えば，埼玉県において，「ふるさと意識」の希薄な「埼玉都民」が足元の地域ジャーナリズムを見つめ直す機会も生まれてくるのでないか。際立った新聞発行部数の増加は難しく，インターネットビジネスの寄与もこれからの期待の域にとどまっている現状は否めないとしても，勝負どころは，地域主義に徹した記事の質に尽きるであろう。地域の生活者としての切実感，緊張感の伴う地方ごとのフィルターを通して大向こうをうならせ，考え込ませる「地方紙の名文」の発信体制の整備こそが，首都圏地方紙が優先順位を上げて取り組まなければならない課題であると結論付けるゆえんである。

《引用／参考文献》

（1） 河内孝著『新聞社〈破綻したビジネスモデル〉』新潮新書
（2） 『埼玉新聞』2008年7月12日付
（3） 朝毎読日経VS地方紙のシェア争い」FACTA online-総合情報誌『ザ・ファクタ』2007年7月号
（4） 「さきたま抄」『埼玉新聞』2008年5月19日付，1面コラム
（5） 埼玉新聞50年史編さん委員会『1944 − 1994埼玉新聞五十年史』埼玉新聞社，1944年
（6） 『埼玉年鑑（2008記録編）』埼玉新聞社2007年
（7） 『統計からみた埼玉県のすがた2007』（埼玉県総務部統計課内，埼玉県統計協会発行），2008年，
（8） 『人口の動向　日本と世界』〈人口統計資料集〉（財団法人厚生統計協会発行），2008年
（9） 祖父江孝男著『県民性の人間学』（新潮OH！文庫）2000年，
（10） 荻野嘉彦著『R16二重人格だから埼玉はおもしろい』（まつやま書房）2008年
（11） 堺正一著『埼玉の三偉人に学ぶ』埼玉新聞社，2006年
（12） 「埼玉新聞新紙面特集」『埼玉新聞』2008年5月19日付
（13） 金井塚良一，大村進編『埼玉県の不思議事典』新人物往来社，2001年
（14） 上杉隆著『ジャーナリズム崩壊』幻冬社新書
（15） 中馬清福著『『新聞は生き残れるか』岩波新書，2003年
（16） 『週刊東洋経済』（2008年4月12日号）特集「『日経新聞』を読む人読まない人・新聞ビジネス大解明」
（17） 渋井真帆著『渋井真帆の日経新聞読みこなし隊』日本経済新聞社，2005年
（18） 石澤靖治著『テキスト現代ジャーナリズム論』ミネルヴァ書房，2008年
（19） 随想『新聞研究』N0.575日本新聞協会　1996年6月号
（20） 共同通信社社史刊行委員会『共同通信社60年史1995 − 2005』社団法人共同通信社・関連会社　2007年
（21） 日本大学法学部新聞学科編『メディアの変貌と未来』八千代出版，2007年
（22） 横山秀夫『クライマーズ・ハイ』文春文庫　2006年