

「新聞・通信社の働き方・将来性に関するアンケート」の結果について

新聞労連は昨年10～12月に組合員を対象に、「新聞・通信社の働き方・将来性に関するアンケート」をWEB上で実施しました。内容は「働き方」「ダイバーシティ・キャリア形成」「ハラスメント」「新聞産業の未来」の4本柱。特に女性の組合員から過去の労連調査を上回る400件の回答がありました。ご協力をいただいた加盟単組の皆さんに心から感謝申し上げます。今年6月の労連結成70周年に向けて、これからの時代の新聞・通信社での働き方について議論しているプロジェクトチーム(70周年PT)の提言に反映する予定です。

【回答期間】2019年10月10日～12月10日

【対象】新聞労連加盟の約2万人の組合員

(※加盟単組を通じて「ゲージフォーム」のアドレスを周知、回答呼びかけ。アドレスは外部には非公表)

【有効回答数】1236件(女性400件、男性807件、性別無回答・その他29件)

(※「労連加盟労組の組合員ではない」と回答した人は有効回答数から除外)

回答者の属性

年代	全体		女性		男性		その他	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①19歳以下	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
②20～29歳	245	19.8%	120	30.0%	120	14.9%	5	17.2%
③30～39歳	376	30.4%	149	37.3%	224	27.8%	3	10.3%
④40～49歳	453	36.7%	99	24.8%	346	42.9%	8	27.6%
⑤50～59歳	139	11.2%	31	7.8%	107	13.3%	1	3.4%
⑥60歳以上	6	0.5%	1	0.3%	5	0.6%	0	0.0%
⑦答えたくない	16	1.3%	0	0.0%	5	0.6%	11	37.9%
無回答	1	0.1%	0	0.0%	0	0.0%	1	3.4%
合計	1236		400		807		29	

職種	全体		女性		男性		その他	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①編集	804	65.0%	314	78.5%	474	58.7%	16	55.2%
②広告・事業	155	12.5%	48	12.0%	103	12.8%	4	13.8%
③販売	50	4.0%	11	2.8%	38	4.7%	1	3.4%
④印刷	66	5.3%	0	0.0%	66	8.2%	0	0.0%
⑤技術・SE	73	5.9%	2	0.5%	70	8.7%	1	3.4%
⑥総務・事務	34	2.8%	14	3.5%	20	2.5%	0	0.0%
⑦答えたくない	12	1.0%	1	0.3%	4	0.5%	7	24.1%
その他・無回答	42	3.4%	10	2.5%	32	4.0%	0	0.0%
合計	1236		400		807		29	

はじめに

「私たちは新聞業界で働いている」。この一文の持つ意味を考えたい。

スクープをはじめ読者が共感する記事、生き生きとした情報が満載された新聞を制作、印刷し届けること。新聞というメディアを担う労働者として、金銭的な報酬とは別にやりがいを感じられる瞬間は確かにある。その高揚感是他に替えがたいとも思う。

だが、人間が生身である以上、やりがいだけで働き続けられるものでもない。「働き方改革」という言葉が人口に膾炙したこの7年ほど、社会的に「働く」ということの意味合いを見つめ直す動きが深まっている。すなわち、人生の持ち時間の中で、いかにして働く時間の占める比率を適正化し「生活時間」をどう確保するかということだ。その動きは、子育て中の男女の叫び声から始まり、働く人々に幅広く浸透しつつある。

ひるがえって、長い間、「無理が通れば道理が引込む」式の長時間で不規則な働き方が蔓延してきた新聞業界ではどうか。アンケートを通じ、明らかになったのは意識転換が遅々として進んでいない現状だ。自由記述には「この業界は社会の変化を読み取り、木鐸となるのが本来の職分ではないのか」というもっともな指摘があった。1日15時間働く記者が「過労死をなくせ」と訴えたり、仕事に追われ家にもほとんど帰れない記者が子育ての大切さを説いたりするのは、大いなる矛盾だと言わざるを得ない。

(70周年 PT 座長・西村誠)

I. 働き方

働き方に関する項目では、「長時間労働」が常態化していた新聞・通信社の働き方の現状と課題、会社が進めている「働き方改革」への評価を中心に聞いています。

Q1: これまでに、働き方が厳しいことを理由に仕事を辞めたいと思ったことはありますか。	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①ある	564	45.7%	216	54.0%	330	40.9%
②ない	670	54.3%	184	46.0%	476	59.1%
合計	1234		400		806	

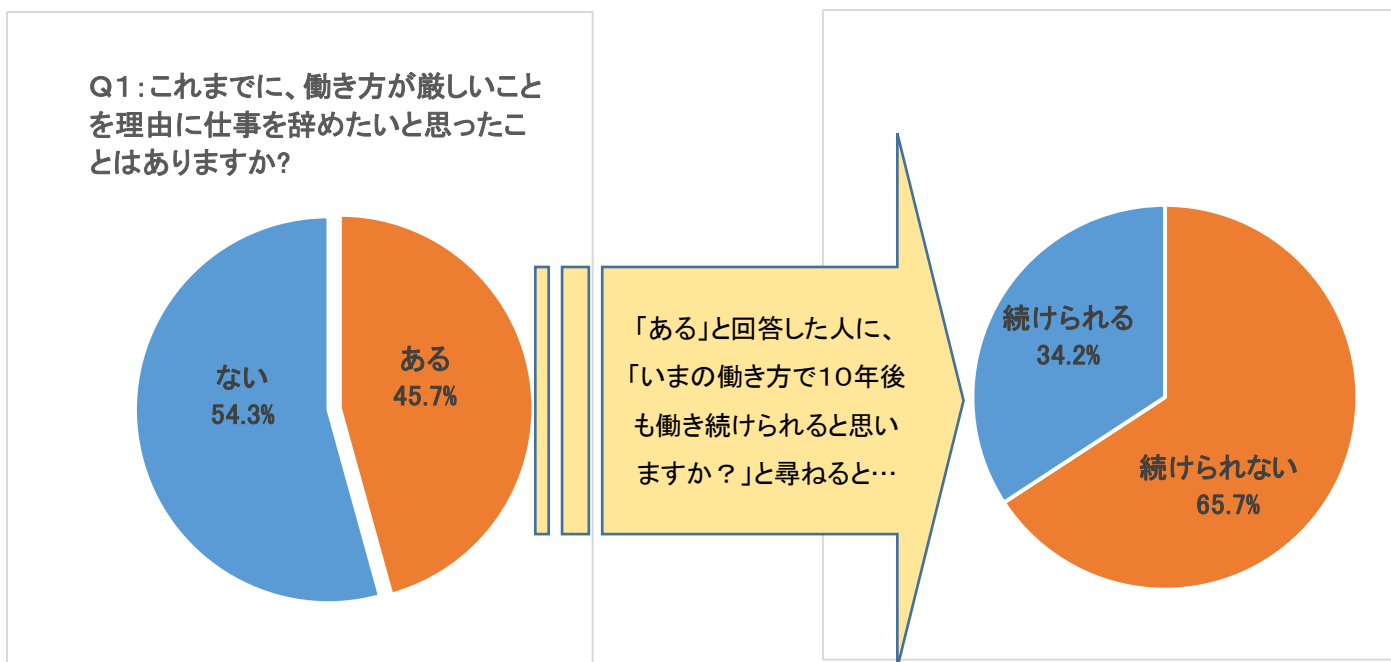
Q2: いまの働き方で10年後も働き続けられると思いますか。	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①続けられる	589	47.8%	163	40.8%	414	51.6%
②続けられない	643	52.2%	237	59.3%	389	48.4%
合計	1232		400		803	

◆半数超が「働き続けられない」

「Q1: これまでに働き方が厳しいことを理由に仕事を辞めたいと思ったことはありますか?」の問いに、回答者の半数近い45.7%が「ある」と回答しました。また、「Q2: いまの働き方で10年後も働き続けられると思いますか」の問いには、「続けられない」との回答が「続けられる」を上回る52.2%になりました。やりがいだけでは続かない、まともな暮らしができる労働環境が必要だということを示す顕著な数字です。「辞めたいと思った」と答えた中には、やる気にあふれて入社し、上司の指示に応えようと頑張った結果、疲れ果ててしまった人も相当数含まれると考えられます。まさに「ブラック企業」というべきで、持続可能な状況ではありません。さらに言えば、働き方のみならず、その背景にある賃金、報道のあり方、会社の存続にも不安を抱えていると考えるべきでしょう。特に、女性が男性よりも厳しい現状を訴えています。

Q1で「辞めたいと思ったことがある」と回答した人に絞ると、「10年後働き続けられない」と回答したのは65.7%まで増えます。現状の働き方を変えていかない限り、このまま働き続けることは困難と感じている人が多数を占めていること

は、新聞社の存続自体が危ぶまれる状況に陥っていることを示しています。



Q1、Q2の回答を職場別にみると、「辞めたいと思ったことがある」「10年後も働き続けられない」で最も高かったのはいずれも「編集」でした。

Q1・Q2【職場別】	これまでに、働き方が厳しいことを理由に仕事を辞めたいと思ったことがある	いまの働き方で10年後も働き続けられない
①編集	51.6%	55.5%
②広告・事業	40.6%	51.6%
③販売	46.0%	42.0%
④印刷	30.3%	40.9%
⑤技術・SE	17.8%	45.2%
⑥総務・事務	35.3%	32.4%
その他	35.2%	50.0%

◆美化される長時間労働

働き方の課題で、自由記述で目立つのは「長時間労働が良し」とされる風潮です。

- ・「夜間や休日働かないと『仕事していない』とみられる雰囲気があると感じる」(30代男性・編集)
- ・「マスコミ業界特有の『長時間働いた人間が偉い』かのような、いつまでも会社に残り、休日勤務している人が多いのが実情」(20代・性別答えたくない、編集)

例えば、編集部門で「夜回り」や「朝回り」が必要な場合もありますが、それ自体が目的化されている側面もあるのではないのでしょうか。長時間労働が当たり前という空気は、育児などを抱える女性にさらに重い負荷をかけています。

- ・「育児中で会社の育児支援制度を利用し、残業しない働き方をしている。『残業して長時間働く人の方が頑張っている』という認識を持つ人が未だに多い。その意識改革こそ、働き方改革の本丸だと思う」(30代女性、広告・事業)
- ・「24時間いつでも出勤できる人、不規則な勤務ができる人が評価される働き方を変えてほしい」(30代女性、編集)
- ・「(保育園の迎えのため)定時に上がらせてもらっているが、風当たりがきつい。『楽しんで』『いいなあ』『子育てしながら働きたいなら契約社員になればいい』など(と言われる)」(30代女性、編集)

時間的な制約のある中で効率的に仕事をこなして成果を出そうと必死に努力しても、遅くまで会社に残っていることのみで評価が決まるのだとしたら、仕事への意欲はそがれていきます。

1日平均の労働時間を聞いた Q3では「8時間超～10時間以下」が全体の約半数が占めました。一見ある程度労働時間は法定に収まっているように見えます。しかし、約4割が「10時間以上」で、いわゆる「過労死ライン」(月80時間の時間外労働)の目安となる「12時間超」が8%に上っている点が要注意です。働き方改革の怖さは、超繁忙職場が置いてきぼりになってしまうことにあるからです。理由としては、

①職場にかかわらず、特定の人に仕事が集中する傾向にある。職場によっては、担務がたこぼ化し、シェアリングが進まない

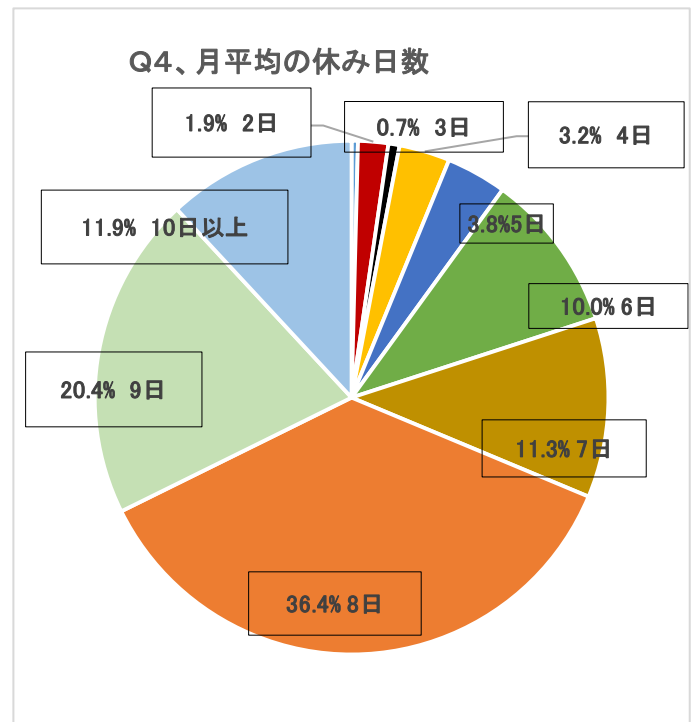
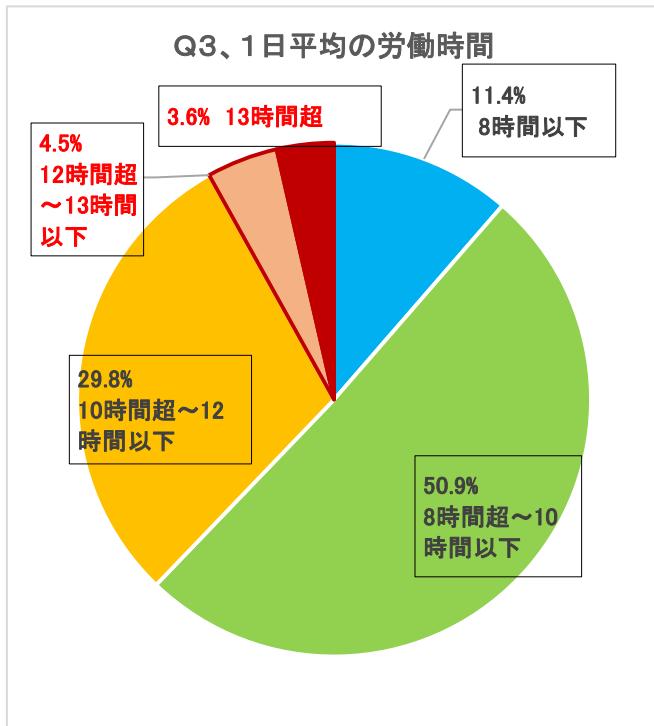
②編集の超繁忙職場では、夜討ち朝駆けなどがルーティーンとなって固定化しており、これらを減らすのには膨大な労力や意識改革が必要で進みにくい

③休日勤務や泊まり勤務の際、シフト時間だけで終わらず長時間になる
——などが考えられます。

月平均の休み日数を聞いた Q4 では、8～10日で計68・7%でした。新聞・通信社の働き方改革が「休日数増」に重点を置いていることがうかがえます。

Q3: 1日平均の労働時間を教えてください。	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①8時間以下	140	11.4%	50	12.6%	88	10.9%
②8時間超～10時間以下	627	50.9%	210	52.8%	400	49.6%
③10時間超～12時間以下	367	29.8%	108	27.1%	250	31.0%
④12時間超～13時間以下	55	4.5%	19	4.8%	35	4.3%
⑤13時間超	44	3.6%	11	2.8%	33	4.1%
合計	1233		398		806	

Q4: 月平均の休みの日数を教えてください。	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①1日以下	5	0.4%	0	0.0%	5	0.6%
②2日	24	1.9%	15	3.8%	9	1.1%
③3日	9	0.7%	3	0.8%	6	0.7%
④4日	39	3.2%	17	4.3%	22	2.7%
⑤5日	47	3.8%	16	4.0%	31	3.8%
⑥6日	123	10.0%	52	13.1%	69	8.6%
⑦7日	139	11.3%	59	14.9%	74	9.2%
⑧8日	449	36.4%	160	40.3%	279	34.6%
⑨9日	251	20.4%	54	13.6%	189	23.4%
⑩10日以上	146	11.9%	21	5.3%	123	15.2%
合計	1232		397		807	



◆休みは取れても…

働き方改革のもと、休みの日数自体は一定程度確保されていることがわかります。しかし、実際には「休日」といっても休めていない現状も窺えます。

- ・「長時間勤務の削減や休日取得が求められるなど改革は進んでいるが、実際は出勤していても記録を付けないことなどで帳尻を合わせているのがつらい」(30代男性、編集)
- ・「休みでも県外に出られない場合が多いなど制約が多く、無駄な時間を過ごしているようでストレスがたまる」(20代男性、編集)
- ・「働き方改革が叫ばれ、同僚の帰宅時間は以前よりかなり早くなり自身も心がけているが、自宅に持ち帰り休日も仕事をしているのが現状だ」(50代女性、編集)

表面上は休日を取得できても、実態と乖離(かいり)が生まれていたり、移動に制限があったり、いつ呼び出しがあるかわからない状況では、心身が休まりません。帰宅時間を早める風潮が職場であっても、帰宅後や休日に仕事をしているような状況は本末転倒です。

Q5: 家族と過ごすなど「生活のための時間」が確保されていますか。	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①確保されている	816	70.8%	258	69.9%	540	71.3%
②確保されていない	337	29.2%	111	30.1%	217	28.7%
合計	1153		369		757	

家族と過ごすなど「生活のための時間が確保されているか」を尋ねた Q5 では、7割が「確保されている」と回答しています。厳しい労働環境の中でも、何とか家族との時間などを確保しようとしている様子がうかがえます。ただ、3割の人が「確保されていない」と答え、理由として「仕事量の多さ」に加え、「深夜早朝や休日といった不規則な勤務状況」を挙げていることを踏まえると、「確保されている」と答えた人の中にも、生活時間の質を改善する必要がある人がいると思われます。「確保されていない」と回答した人には、「確保されていない理由」を尋ねたところ、「人員不足や人員構成のいびつさ

のため、一人当たりの仕事量が多い」が8割近く、「休日出勤が多い」が5割以上に上りました。このような記述もあります。

・「人生の時間は、価値を置くものに使いたい、家族と過ごしたい、スポーツがしたい、だから帰らせてと言える環境がないので、やばいと思う。そういうことを思う人もいなさそうなので、絶望している」(20代男性、編集)

Q5-②: 確保されていない理由を教えてください。 (複数回答可)	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①職場において、早めに帰りにくい雰囲気がある	102	30.3%	34	30.6%	63	29.0%
②人員不足や人員構成のいびつさのため、1人当たりの仕事量が多い	267	79.2%	93	83.8%	168	77.4%
③休日出勤が多い	188	55.8%	62	55.9%	121	55.8%
④無駄な会議や資料作りが多い	63	18.7%	15	13.5%	44	20.3%
⑤実働時間は短いのに、拘束時間が長い	104	30.9%	36	32.4%	65	30.0%
⑥泊まり明けにそのまま勤務が続く	51	15.1%	16	14.4%	34	15.7%
⑦深夜・早朝に仕事がある	156	46.3%	48	43.2%	104	47.9%
(n=②確保されていない)	337		111		217	

Q6: 働く時間は不規則ですか。	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①不規則だ	725	58.7%	223	55.8%	490	60.8%
②不規則ではない	510	41.3%	177	44.3%	316	39.2%
合計	1235		400		806	

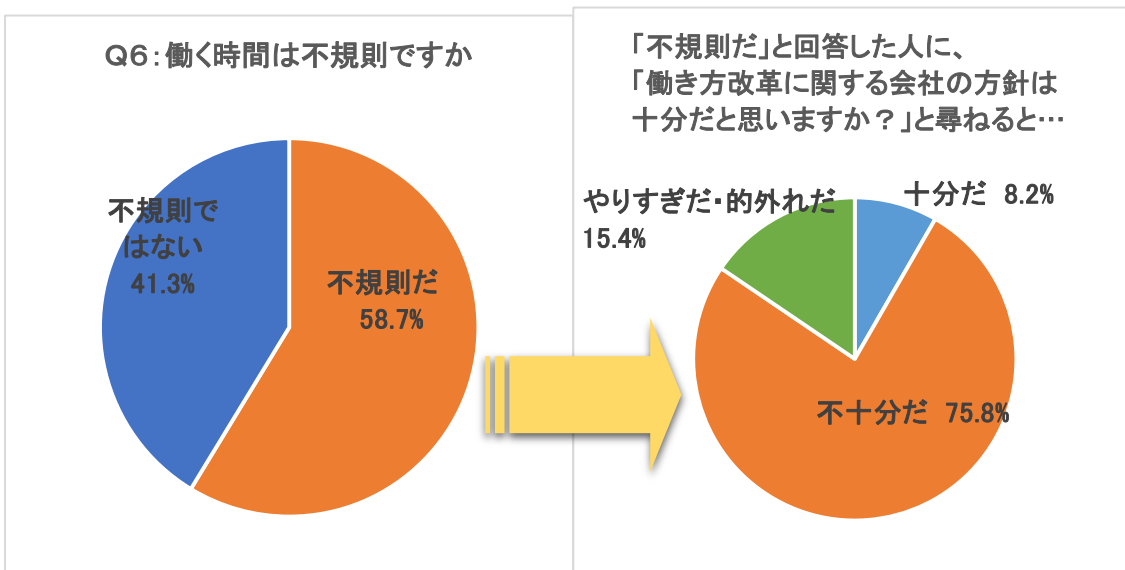
Q6-①: 不規則になっている理由を教えてください(複数回答可)	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①締め切りが近い仕事が多い	236	32.6%	107	48.0%	125	25.5%
②急な呼び出しが多い	118	16.3%	37	16.6%	81	16.5%
③週末の出勤が多い	320	44.1%	111	49.8%	203	41.4%
④早朝や深夜の仕事が多い	380	52.4%	98	43.9%	277	56.5%
⑤泊まり勤務が多い	94	13.0%	27	12.1%	66	13.5%
⑥取材先・取引先と夜に飲食する機会が多い	128	17.7%	56	25.1%	72	14.7%
(n=①不規則だ)	725		223		490	

Q6では、働く時間について聞いています。新聞業界の仕事の特性とは言え、「不規則だ」と回答したのは58.7%に上りました。不規則になっている理由としては、「早朝や深夜の仕事が多い」が52.4%、「週末の出勤が多い」が44.1%、「締め切りが近い仕事が多い」が32.6%に上っています。Q5とも関連しますが、生活のリズムを整えづらい状況にあることがうかがえます。生活リズムが崩れやすい働き方は、生活の質の低下に直結するため、改善が求められます。

Q7:「働き方改革」に関する会社の方針は十分だと思いますか。	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①十分だ	138	11.2%	36	9.0%	100	12.5%
②不十分だ	904	73.6%	304	76.0%	580	72.5%
③やりすぎだ・的外れだ	186	15.1%	60	15.0%	120	15.0%
合計	1228		400		800	

Q8:いまの働き方のどこを見直したいですか (複数回答可)	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
① unnecessaryな会議や資料作りなど、ムダな仕事を減らす	588	47.6%	177	44.3%	399	49.4%
② 深夜勤務を減らすなど、シフトを改善する	253	20.5%	112	28.0%	139	17.2%
③ 一つの仕事を複数人でシェアする	485	39.2%	186	46.5%	286	35.4%
④ 仕事と仕事間のインターバルの導入	243	19.7%	81	20.3%	153	19.0%
⑤ 緊急時の呼び出しにルールを作り、 unnecessaryな呼び出しを減らす	286	23.1%	103	25.8%	178	22.1%
⑥ 夜討ち・朝駆けなど、長時間労働につながる働き方を改める	319	25.8%	131	32.8%	181	22.4%
⑦ 人員を増やす	697	56.4%	218	54.5%	465	57.6%
(n=全体)	1236		400		807	

Q7で、「『働き方改革』に関する会社の方針は十分だと思いますか」と尋ねると、73・6%が「不十分だ」と回答。Q6で「不規則だ」との回答した人に限ると、「不十分だ」との回答は75・8%まで増えました。



不規則な働き方の実態と会社側が進める「働き方改革」が合致していないことが窺え、これが将来的に働き続けることへの不安を招いていると考えられます。

約4分の3が会社の「働き方改革」は「不十分としている理由には、次のようなことが考えられます。

- ①掛け声ばかりで時短が進んでいない
- ②時短が進んだが残業代が減り事実上の賃金カットになった
- ③制限のある働き手への配慮が足りない
- ④ハラスメント対策が足りない

「Q8:いまの働き方のどこを見直したいですか」との問いには、「人員を増やす」が56・4%、「 unnecessaryな会議や資料作りなど、ムダな仕事を減らす」が47・6%、「一つの仕事を複数人でシェアする」が39・2%に上りました。自由記述でも、業務の削減やIT化などを望む声は複数見られました。

- ・「要因は減り続けているのに、 unnecessaryな業務の削減が進まない」(40代女性、編集)
- ・「TI技術が発展し、仕事量を劇的に圧縮できるようなアプリも増え、仕事量は減らせるのに一向に減らず、時代に合った記事の見せ方も出来ていない」(30代男性、編集)
- ・「育休から復帰し時短勤務中です。一つの仕事を複数人でシェアすれば、不規則な仕事でも一人当たりの負担は軽減します」(30代女性、編集)

人員増はQ5でもあった通り、要望として強いものがあります。仕事にゆとりを持たせるには人員増を最優先で訴えることは当然です。ただ、春闘などでさまざまな単組が人員増を要求していますが、業界不振でなかなか実現していません。粘り強く訴えらるとともに、少なくとも適正で柔軟な人員配置が必要です。また、無駄な仕事を減らし、仕事をシェアすることは実現が可能なだけに喫緊の課題となります。

Q9・Q10では、賃金との関係について尋ねました。労働組合としては業界不振でなかなか賃上げを実現できていない中、「賃金水準が十分ではない」という答えが6割に達していることは重く受け止めないといけません。Q12の自由記述では「副業解禁」を求める意見が複数ありました。

Q9:いまの賃金水準は将来の人生設計の上で十分ですか。	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①十分だ	500	40.5%	182	45.5%	308	38.3%
②十分ではない	734	59.5%	218	54.5%	497	61.7%
合計	1234		400		805	

Q10:賃金が減っても労働時間を減らしたいと思いますか。	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①思う	485	39.4%	188	47.2%	284	35.2%
②思わない	747	60.6%	210	52.8%	522	64.8%
合計	1232		398		806	

一方、「Q10:賃金が減っても労働時間を減らしたいと思いますか」と尋ねたところ、男性は約3分の2が「思わない」と回答しましたが、女性は「思う」と「思わない」がほぼ拮抗する結果となりました。

また、Q10とQ3(1日の平均労働時間)、Q4(月の平均休み日数)、Q5(生活時間の確保)をクロス集計してみると、「月平均の休みが4日以下」や「生活のための時間が確保されていない」と答えた人の半数が「賃金が減っても労働時間を減らしたいと思う」と回答しています。

Q10:賃金が減っても労働時間を減らしたいと思いますか。	①思う		②思わない		その他・無回答	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
【Q3】1日の平均労働時間が13時間超	21	47.7%	23	52.3%		
【Q3】同12時間超～13時間以下	23	41.8%	32	58.2%		
【Q3】同12時間超	44	44.4%	55	55.6%		
【Q4】月平均の休みが1日以下	4	80.0%	1	20.0%		
【Q4】月平均の休みが2日	10	41.7%	14	58.3%		
【Q4】月平均の休みが3日	4	44.4%	5	55.6%		
【Q4】月平均の休みが4日	20	51.3%	18	46.2%	1	2.6%
【Q4】月平均の休みが4日以下	38	49.4%	38	49.4%	1	1.3%
【Q5】家族と過ごすなど「生活のための時間」が確保されていない	169	50.1%	166	49.3%	2	0.6%

◆「多様な働き方」へ発想転換を

アンケートの自由記述で目立ったのは、「24時間いつでもどこでも働ける」社員のみが、新聞・通信社の社員のあるべき姿として評価される旧態依然とした思想に対する反発です。

- ・育児中など『いつでも呼び出しに応じられる』状況にない記者の居場所が極めて限定されている。政治部、経済部、社会部などの旧態依然とした働き方、人員構成が若い世代から忌避されているし、キャリアの展望が立たない」(30代女性、編集)
- ・「一番重要なのは仕事やマスコミの在り方を見直すことではないか。抜かれようが落とそうが、無視していい。この話は、うちは重視していない。その代わりにこれだけは力を入れる、といったメリハリが必要だ」(30代男性、編集)
- ・「従業員に女性が増えてきたから」仕組みを変えなければとよく言われますが、若手男性も家庭や自分の時間を持つようにすべきだと思います。男性こそ個々の家庭の事情で柔軟な働き方ができるようにならないと、いつまでたっても社会は「家事育児は女性の仕事」という状態から抜けられません」(50代女性、編集)

「裁量労働制なのに裁量がない」という指摘も複数ありました。女性の社会進出が進み、従来のように「男性稼ぎ頭モデル」から、「結婚・育児をしながら女性も働く社会」が当たり前になりました。働く人の属性が多様化しています。いつまでも昔ながらの新聞記者像に固執しては、働き手が減り、時代から取り残されていきます。

働き方を見直すことは、育児をしている女性のためだけではありません。家族と過ごす時間や自分の趣味の時間などさまざまな物事へ関心を向ける余裕を持つことは、世の中の動きに常に敏感で、人の心の機微に触れる新聞・通信社の社員の素質として非常に重要なことです。新聞業界でこそ、働き手や働き方の多様性を認めていくことが、社会のひずみに目を向け、声なき声に耳を傾けることにもつながると思います。そうしていかないと、書き手と読者の感覚との間にズレが生まれ、新聞離れを一層加速させていきます。

長時間労働の是正のため、自由記述でも複数見られた「在宅勤務」や「勤務間インターバル」「地域限定勤務」など、さまざまな働き方を選択できるようにする必要があります。ともすれば目的化している夜回り・朝回りの見直しなどを進め、ニュースを追う重要性は持ちつつも、取材の選択と集中で紙面の質の向上を目指す努力を続けるべきです。「顔写真主義」などこれまでの報道のあり方の見直しを求める意見も複数ありました。

女性も男性も新聞業界に携わる全ての人が、働きやすく、やり甲斐を持って仕事を長く続けられるように、業界全体で真剣に働き方を変えていく時に来ています。

Ⅱ. ダイバーシティ・キャリア形成

新聞・通信社は新入社員ベースでは男女半々になっていますが、まだまだ女性の管理職が少ない状況です。また、男女通じて、「転勤」もつきものです。「ダイバーシティ・キャリア形成」に関する項目では、こうした状況が、働き方やキャリア形成、報道の内容などにどのような影響を与えているかについて、中心に聞いています。

Q12:賃金・待遇や働く上で、性別による差別があると感じますか？	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①とてもある	153	12.4%	86	21.5%	64	7.9%
②どちらかといえばある	430	34.8%	156	39.0%	265	32.8%
③どちらかといえばない	304	24.6%	100	25.0%	198	24.5%
④ない	164	13.3%	37	9.3%	124	15.4%
⑤わからない	185	15.0%	21	5.3%	156	19.3%
合計	1236		400		807	

◆女性の6割が「性差別ある」

「Q12:賃金・待遇や働く上で、性別による差別があると感じますか？」と尋ねたところ、女性では21.5%が「とてもある」と答えた一方、男性の「とてもある」は7.9%。3倍近い差がありました。「とてもある」と「どちらかといえばある」を合わせた回答も、女性が計60.5%に対し、男性は計40.7%でした。

「性別による差別がとてもある」と答えた人の60.1%が、Q2で「今の働き方で10年後、働き続けられない」と回答しています（「どちらかといえばある」の人は52.5%、「どちらかといえばない」は53.6%、「ない」は43.2%）。性別による差別から感じる不満が、将来も新聞・通信社で働き続けることへの不安につながっている可能性があります。

Q12-A①:差別と感じる内容を教えて下さい。(複数回答可)	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①男女によってまかされる仕事内容や責任の重さが異なる	297	50.9%	107	44.2%	182	55.3%
②男女によって昇進のスピードが異なる	251	43.1%	131	54.1%	115	35.0%
③男性あるいは女性だけが担当する仕事がある	243	41.7%	96	39.7%	145	44.1%
④性的少数者への理解がない	111	19.0%	45	18.6%	61	18.5%
(n=①とてもある+②どちらかといえばある)	583		242		329	

Q12で「性別による差別がとてもある」「どちらかといえばある」と答えた人には、「仕事に影響を及ぼしていると感じることを自由記述で尋ねると、「同じ仕事をしても賃金が低い」「女性に当直をやらせてもらえない」など、賃金や仕事内容など、明らかな男女差別が残る実態がみられます。「男性の昇進・昇格の方が明らかに早い」という指摘もありました。

特に女性からは、「政治部・経済部などの昔ながらの本流の領域は男性記者、教育や子育て、福祉、生活、ジェンダーなどの領域は女性記者の担当となることが多い」という趣旨の意見が目立ちました。一方、男性からも「夜中の事件事故や災害への取材は比較的男性に振られがち」「汚れ仕事は女性に頼みづらいという意識」などの意見がありました。

性別によって割り当てられる担当や取材テーマが異なることへの不満がうかがえます。

管理職やデスクに女性が少ない現状から、将来のキャリアが見通せないという意見が女性から示されています。一方、男性からは「男性育休取得への無理解」「子育て世代の共働き世帯への考慮がない」などの意見もありました。「同性カップルへのサポートがない」という指摘もありました。

「ニュースの取捨選択や編集方針が男性中心主義的な価値観にもとづいている」「時間制約なく働ける人たちでつくった評価軸であるため、新聞が読まれなくなっている原因になっている」など、新聞報道の内容そのものに影響しているという声も多く寄せられています。

◆「ニュース選びに影響」「キャリア形成に不安」

Q13では、新聞業界でデスクや管理職に女性が少ないという現状が「仕事に影響を及ぼしていると感じること」について聞きました。

女性からは、「デスクやキャップが全員男性で、たとえばジェンダーやセクシュアリティのテーマで原稿を出す前から分かってもらえるかどうか不安になりモチベーションが上がらない」といったケースや、「女性の視点では重要な事案がデスクの目に止まらない」といった意見が多く出されました。管理職の多くが、専業主婦の配偶者を持ち、家事や育児に積極的にかかわってこなかった男性が占めている現状があり、「紙面に掲載するニュース選びや旧態依然とした働き方や評価に影響している」と指摘する意見も複数寄せられました。

また、性別を問わず「時間制約なく働ける人」の価値観でニュースの価値判断をしていることから、「家事、育児、介護を経験している多くの市民であれば当たり前の常識をまったく知らない人たちばかりで新聞をつくっている」「そのため読者の生活実感とずれが生じている」という指摘も複数ありました。

一方で、男性からは「特になし」「影響は感じない」という意見も散見され、男女の意識の差もあらわれています。女性の管理職が少なく、ロールモデルがないことや、育児との両立への理解のなさから、「将来のキャリアに不安を持っている」という意見も女性から寄せられています。「生理などの体調不良を分かってもらえない」「女性特有の悩みを相談できない」という意見も多く見られました。

Q14では、現在の転勤制度について感じていることを尋ねました。

男女問わず、「人生設計が立てにくい」「結婚や子どもを作るタイミングに悩む」「新婚でも容赦ない」「独身ばかりが地方に置かれて納得がいかない」「動かしやすい人を安易に動かす」など、さまざまな不満や不安が多数寄せられました。

「内示時期が遅い」「単身赴任者が定期的に家族の元に戻れるようにすべき」など、早期に改善できそうな意見も多く、「エリア採用があつていい」「地域限定社員を増やしてほしい」「夫婦一緒に転勤できる制度を」「賃金差を伴う選択希望制がいい」など提案型の意見も目立ちました。

◆「編集至上主義」への不満

Q15では、「いまの新聞社で『不公平』と感じること」を自由記述で尋ねました。

給料、年功序列に基づく制度などの世代間の格差への指摘が多く寄せられ、「記者出身者が営業や販売など何もわからないまま他局の幹部になる」「記者時代の栄光を引きずる一方、経営手法を学ぶ意欲が薄い経営陣が多い」など、編集至上主義への不満も目に付きました。また、「部下が上司を評価する制度」を望む声もありました。

Ⅲ. ハラスメント

2019年の国際労働機関(ILO)総会でハラスメントを包括的に禁止する制定され、国内でもパワーハラスメント防止法が成立しました。2018年4月に起きた財務事務次官によるセクシュアルハラスメント以降、私たちメディアの足元が問われていますが、「ハラスメント」に関する項目では過去3年間の状況を中心に、現状と課題を中心に聞いています。

Q16: 過去3年間にハラスメント被害を経験したことがありますか。	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①経験した	220	17.9%	103	25.8%	113	14.2%
②経験し、同僚の被害も見聞きした	254	20.7%	130	32.6%	118	14.8%
③経験していないが、同僚の被害を見聞きした	497	40.5%	120	30.1%	367	46.0%
④経験も、同僚の被害を見聞きしたこともない	255	20.8%	46	11.5%	200	25.1%
合計	1226		399		798	

Q17: 職場で経験・見聞きしたことがあるハラスメント被害について教えて下さい(複数回答可)	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①容姿や年齢、身体的特徴などについて話題にされたり、からかわれたりした	339	34.9%	165	46.7%	163	27.3%
②交際相手の有無や性的な経験などの質問をされたり、卑猥な話を聞かされたりした	262	27.0%	149	42.2%	108	18.1%
③仕事と関係のないメールやライン、電話を受けた	201	20.7%	115	32.6%	82	13.7%
④不必要に体を触られた	141	14.5%	97	27.5%	41	6.9%
⑤性的関係を求められた	66	6.8%	47	13.3%	16	2.7%
⑥暴力を振るわれたり、暴言をはかれたりした	412	42.4%	115	32.6%	289	48.3%
⑦チームから外されたり、自分にだけ連絡が来なかったりした	122	12.6%	48	13.6%	69	11.5%
⑧遂行不可能なことを強制された	125	12.9%	31	8.8%	91	15.2%
⑨「結婚しないの?」「子ども産まないの?」などの自己決定権に関わる質問をされた	174	17.9%	109	30.9%	61	10.2%
⑩妊娠・出産の時期を指示・制約された	26	2.7%	19	5.4%	6	1.0%
⑪妊娠・出産に対して批判や陰口をたたかれたり、嫌な態度を示された	83	8.5%	51	14.4%	30	5.0%
⑫子どもの急病や時短などで退社する際に周囲から嫌みを言われた	67	6.9%	30	8.5%	37	6.2%
⑬産休、育休・介護休暇の取得の申し出に対して、拒否されたり、嫌がらせされたりした	51	5.3%	24	6.8%	25	4.2%
⑭休暇取得から復帰後、望まない配置転換や評価の低下、給与の減少など不利益を被った	48	4.9%	25	7.1%	22	3.7%
(n=①経験した+②経験し、同僚の被害を見聞きした+③経験していないが、同僚の被害を見聞きした)	971		353		598	

◆被害経験 女性は男性の2倍

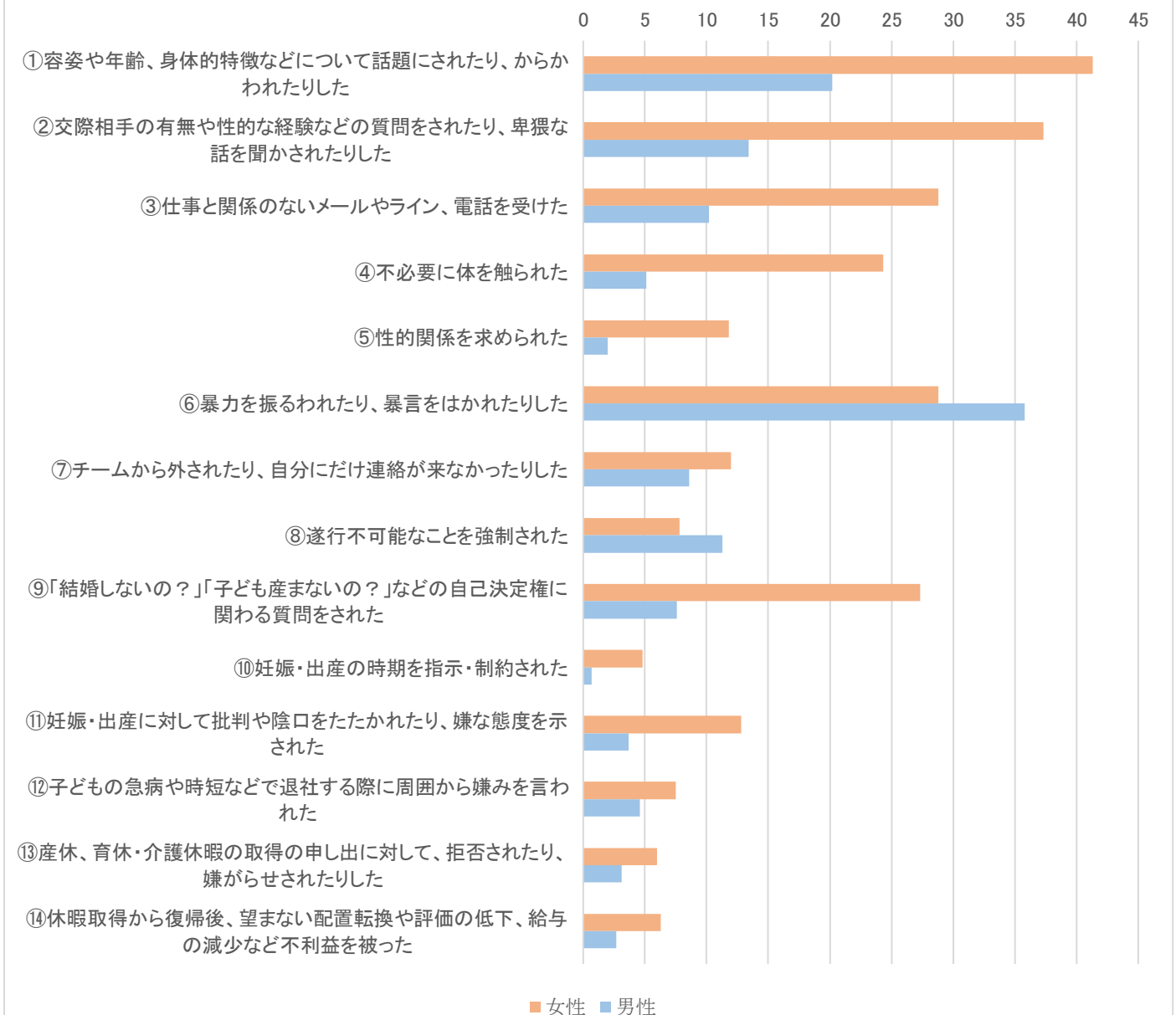
ハラスメントは長年続いてきた問題ですが、Q16 ではより直近の状況を探るため、過去3年間に絞って、ハラスメントの被害を尋ねました。

「経験した」「経験し、同僚の被害も見聞きした」を合わせて、過去3年間に被害を経験した人は、女性が58.4%、男性が28.9%と、男女で2倍の差がありました。

被害の内容について Q17 で尋ねると、女性はセクシュアルハラスメントの被害が圧倒的に多く、「性的関係を求められた」という回答が13.3%もありました。セクシュアルハラスメントの次にマタニティーハラスメント、パワーハラスメントが続いています。一方、男性はパワーハラスメントが圧倒的に多く、マタニティーハラスメントも一定数あります。男性が見聞きしたセクシュアルハラスメントについては、「同僚女性の話」として報告するケースが散見されます。

Q17:職場で経験・見聞きしたハラスメント被害について

(※数値は回答者全体に占める割合(%))



Q17の具体的な被害の内容について、男女別の上位5位は以下の通りです。数値は回答者全体(女性400、男性807)に占める割合にして示しています。

	女性	男性
1位	容姿や年齢、身体的特徴などについて話題にされたり、からかわれたりした ……41.3%	暴力を振るわれたり、暴言をはかれたりした ……35.8%
2位	交際相手の有無や性的な経験などの質問をされたり、卑猥な話を聞かされたりした ……37.3%	容姿や年齢、身体的特徴などについて話題にされたり、からかわれたりした ……20.2%
3位	・仕事と関係のないメールやライン、電話を受けた ・暴力を振るわれたり、暴言をはかれたりした ……28.8%	交際相手の有無や性的な経験などの質問をされたり、卑猥な話を聞かされたりした ……13.4%
4位	「結婚しないの?」「子ども産めないの?」などの自己決定権に関わる質問をされた ……27.3%	遂行不可能なことを強要された ……11.3%
5位	不必要に体を触られた ……24.3%	仕事と関係のないメールやライン、電話を受けた ……10.2%

◆被害に関する分析

①セクシュアルハラスメントでは、加害者は社内(上司、先輩、同僚)、社外(取材先、取引先、同業他社)の両方にいるが、社内の方がやや多い傾向

ハラスメントの被害内容について自由記述で尋ねたQ18を分析すると、加害者は「社内」が40超、「社外」が30超でした。新聞労連などでつくる「日本マスコミ文化情報労組会議」がメディア労働者を対象に2018年7～8月に実施したアンケートで「加害者」の属性について尋ねた際も、トップは「職場の先輩」です。ハラスメントがメディア業界全体で継続して行われていると言え、被害者がなかなか声を上げられない状況や人権意識の欠如、当事者意識のなさ、などが関係していると思われます。

「社内」からのケースでは、被害に遭った場所は、飲み会の場やその帰りが多く、個別のメールやLINEなどの被害も多数寄せられました。具体的には、「性的関係を迫られる」「ホテルに誘われる」「卑猥な発言をされる」といった回答が多く見られ、「実際に身体をさわられる」といった回答もありました。こうした言動からは、加害者側に部下や後輩を下に見たり、女性を「女」として扱い、場合によっては、もの扱いしても構わないと思ったりしている傾向が依然としてあるように見えます。

②社外のケースでは、上下関係、権力、立場を悪用したケースが多い。また、女性を「記者」ではなく「女」として扱う傾向が依然として強い

「社外」からの被害では、取材対象の警察官が加害者、女性記者が被害者になるケースが多数ありました。駆け出しの新人記者を狙った悪質なものもありました。具体的には、「記者1年目の送別会で、警察幹部から抱きつかれ、キスされる▽チークダンスを強要される」「官舎で一緒に年越ししようと言われる」「性的関係を迫られた」といった回答がありました。加害者は自らの権力や立場を利用し、ハラスメントに及んだと推測されます。

また、自治体の幹部・職員や政治家などが加害者になるケースは、「自分は取材される側で、相手は情報がほしい」といった立場を利用したものが多く感じられます。具体的には、「自治体職員から『美人だ、下半身がきつくなった』と言われ、下半身を触る動作を見せられた」「飲み会の帰りに、政治家から太ももや胸を触られた」「出張先で取材相手から性的関係を迫られ、『もう取材を受けない』と脅された」といった回答がありました。

営業の現場では、取引先等からのハラスメント被害を訴える声が上がっています。

③パワーハラスメントは、「暴言、暴力をはく、怒鳴る」といった回答が多く、デスクや先輩といった立場で、「指導」や「教育」といった範囲を超えているであろうものが多数存在

パワーハラスメントの被害申告には、「死ね」「射殺する」「精神科に行ったら」などのひどい発言がありました。ひどい言動としては、「意見したら『職場にいられなくさせるぞ』と恫喝された」「意見したら、その後、ずっとネチネチ説教をされる」「忌引き含めて多く休んだら、『来月たくさん休んだら首にする』と言われた」「1年以上、キャップから無視された」などといった回答もありました。

④妊娠、出産に関するハラスメントの回答からは、旧態依然の意識が根強いことが分かる。

具体的には、「『～歳になるまで(～を担当しているときは)妊娠するな』といった発言をされる」「つわりがきつく、体調が悪くても、通常通りの勤務(夜勤など含め)を強要される」「妊娠、出産した時期について悪口を言われる」「子どもの世話で休みを取ったり、時短勤務をしたりしたら、悪口を言われる」といった回答がありました。

このような発言からは、「仕事が第一優先、家庭は犠牲にして当たり前」「出産や妊娠しても仕事に穴は開けるな」といったいわゆる「おっさん思想」が新聞・通信社において依然として強いことが分かります。

「男は仕事、女は家事」といった考えが背景にあるとみられますが、社会全体で「共働き」が進むなか、こうした状況に苦しむ男性もいて、男性から被害を訴える回答も寄せられました。

Q19:職場(社内、取材・取引先含む)で、ハラスメントにつながる風土について教えて下さい(複数回答可)	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①慢性的な長時間労働	397	32.1%	131	32.8%	259	32.1%
②代替要員がないなど、人手不足によるストレス	586	47.4%	182	45.5%	393	48.7%
③飲み会が断りにくい雰囲気がある	192	15.5%	79	19.8%	109	13.5%
④性差別的な冗談や軽口が許されるなど、人権意識が低い	424	34.3%	193	48.3%	220	27.3%
⑤「男性が家計を支える、女性は専業主婦、または補助的業務」など固定概念が強い	256	20.7%	142	35.5%	108	13.4%
⑥転勤や残業が男性や子どものいない女性に偏っている	325	26.3%	167	41.8%	154	19.1%
⑦夜討ち朝駆けなどの密室での取材	139	11.2%	71	17.8%	68	8.4%
⑧ハラスメント加害者への処分が軽かったり、処分を公表しない	475	38.4%	181	45.3%	280	34.7%
⑨会社がハラスメントの相談に対応できていない	327	26.5%	135	33.8%	180	22.3%
⑩SNSなどインターネット上で中傷にさらされやすい	55	4.4%	20	5.0%	34	4.2%
(n=全体)	1236		400		807	

Q20:ハラスメント解決に向けて、必要と考えることを教えて下さい(複数回答可)	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①社内の相談窓口の設置	243	19.7%	86	21.5%	151	18.7%
②社外の第三者機関の設置	543	43.9%	183	45.8%	346	42.9%
③加害者の厳罰化	628	50.8%	211	52.8%	404	50.1%
④相談者の保護と相談内容の保秘	481	38.9%	188	47.0%	278	34.4%
⑤新人や管理職のハラスメント防止研修を義務化	473	38.3%	183	45.8%	281	34.8%
⑥ハラスメント被害を受けたときの対応マニュアルの作成	303	24.5%	127	31.8%	173	21.4%
⑦法律の強化	172	13.9%	73	18.3%	93	11.5%
(n=全体)	1236		400		807	

◆ハラスメントにつながる「風土」の分析

①長時間労働や人手不足

「職場でハラスメントにつながる風土」について尋ねた Q19 の質問回答の割合を見ると、以下のような結果でした。長時間労働や人手不足の問題が根底にあり、そこに対して「組織として対応していない、もしくは対応できていない」→「現場には不満がたまり、部下や後輩に不満のはけ口がいく」→「ハラスメントが発生する」。そのような「負のスパイラル」に業界全体が陥っているにもかかわらず、会社組織として真剣に向き合おうとしていないことが推認されます。

	全体	女性	男性
1位	代替要因がないなど、人手不足によるストレス ……47.4%	性差別的な冗談や傾向が許されるなど、人権意識が低い ……48.3%	代替要因がないなど、人手不足によるストレス ……48.7%
2位	ハラスメント加害者への処分が軽く、処分を公表しない ……38.4%	代替要因がないなど、人手不足によるストレス ……45.5%	ハラスメント加害者への処分が軽く、処分を公表しない ……34.7%
3位	性差別的な冗談や傾向が許されるなど、人権意識が低い ……34.3%	ハラスメント加害者への処分が軽く、処分を公表しない ……45.3%	性差別的な冗談や傾向が許されるなど、人権意識が低い ……27.3%

②人権意識が欠如している

ハラスメント問題について感じていることを自由記述で尋ねた Q21では、ハラスメントにつながる風土として「人権意識の低さ」を挙げる回答が40近くと最も多く寄せられました。紙面では「人権」や「尊厳」の重要性を説きながら、その書き手として働いている人間に人権意識が欠如しているのです。この状況を、業界全体として重く受け止める必要があります。特に、ジェンダー感覚の欠如は著しく、社内で被害者が叩かれる傾向まで指摘されました。「女性の訴えはヒステリー」「訴えた人は面倒な人」と一方的に決めつける風土や、「被害者の方がマイナスイメージを植え付けられる」「好奇の目に晒される」などの事例もありました。

また、Q21の回答では「当事者意識がない」という回答も15近く寄せられており、加害者側にハラスメントをしている認識がないことがうかがわれます。会社として、より深刻な状況と言えます。加害者に対し、自らの行為が、重大な人権侵害を行っていることを認識させるための取り組みや制度が必要です。

③会社組織としてハラスメント全体を軽視し、被害認識した場合も適切な対応をしていない

「ハラスメント解決に向けて、必要と考えること」を Q20 で尋ねたところ、以下のような回答になりました。

	全体	女性	男性
1位	加害者の厳罰化 ……50・8%	加害者の厳罰化 ……52・8%	加害者の厳罰化 ……50・1%
2位	社外の第三者機関の設置 ……43・9%	相談者の保護と相談内容の保秘 ……47・0%	社外の第三者機関の設置 ……42・9%
3位	相談者の保護と相談内容の保秘 ……38・9%	・社外の第三者機関の設置 ・新人や管理職のハラスメント防 止研修を義務化 ……45・8%	新人や管理職のハラスメント防止 研修を義務化 ……34・8%

これは被害者がしっかりと救済され、ハラスメントのない職場づくりに向けて必要な対策ができていないことの裏返しです。実際に、Q20の自由欄の回答では、「処分が甘すぎる」といった回答が20近くあり、「相談が筒抜けで機能していない」「ハラスメントの対応策が整っていない」という意見も複数寄せられました。また、「ハラスメントを訴えても隠蔽する」「調査拒否」「被害者が不利、不遇な扱いを受ける」「加害者は逆に守られる」といった回答もあり、ハラスメントに対して、会社が真剣に向き合っていない状況がわかります。ハラスメント処分の基準を明確化し、対象者がいる場合はきちんと処分や公表することが求められます。

④世代間でハラスメントの意識差があると感じている人が多い

具体的には、「30代後半より上の世代」「40代以上の男性」「男性管理職」「部長クラス」「デスク」「幹部クラス」のハラスメントへの意識が低く、「厳しい叱責を受けてきた世代はそれが当たり前で部下にもやっていいと思っている」「若手と管理職の意識が乖離している」などの意見がありました。一方、「判断が難しい」「ルールが曖昧」「受け取り方による」「教育・指導が難しい」など、部下や後輩を持つ世代から「何がハラスメントか分からない」という戸惑いの声も複数寄せられました。その中には理解不足によると思われるものも多くあります。処分の厳罰化と合わせて、ハラスメントの定義付けや実体験を元にした事例集・マニュアル・ガイドラインの作成の提言も寄せられています。意識を変えるため、研修や社内規定の整備と合わせて、法制度の強化を求める声もありました。「女性活躍・ハラスメント規制法」施行で会社の取り組みがどう変わるか、働き方改革と同様に注視し、声を上げ続けることが必要と思われます。

Q22: 記者の活動への誹謗中傷などで不安・不満に感じていることを教えてください。(複数回答可)	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①記者会見での質問の様子をネット上で監視・攻撃されること	283	22.9%	117	29.3%	162	20.1%
②SNSを活用した取材について攻撃されること	233	18.9%	100	25.0%	130	16.1%
③自身のツイッターなどの炎上	42	3.4%	18	4.5%	24	3.0%
④署名記事をきっかけに個人情報などがネット上に拡散すること	260	21.0%	130	32.5%	121	15.0%
⑤「マスゴミ」と存在を否定されること	455	36.8%	188	47.0%	262	32.5%
⑥会社がネット上での攻撃を放置していること	207	16.7%	74	18.5%	130	16.1%
(n=全体)	1236		400		807	

IV. 新聞産業の未来

「新聞産業の未来」に関する項目では、デジタル時代における対応などを中心に聞いています。

Q23:新聞産業に対して将来性を感じますか。	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①感じる	270	22.0%	95	23.9%	169	21.0%
②感じない	959	78.0%	302	76.1%	635	79.0%
合計	1229		397		804	

【年代別】	①新聞産業に対して将来性を感じる	【職場別】	①新聞産業に対して将来性を感じる
20代	21.2%	①編集	23.6%
30代	24.7%	②広告・事業	23.5%
40代	20.2%	③販売	30.6%
50代	20.4%	④印刷	7.6%
60代	33.3%	⑤技術・SE	12.7%
その他	26.7%	⑥総務・事務	20.0%

Q23-①:どの事業に将来性を感じますか？(複数回答可)	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①広告	82	30.4%	21	22.1%	58	34.3%
②販売	47	17.4%	12	12.6%	33	19.5%
③事業	115	42.6%	40	42.1%	70	41.4%
④不動産	77	28.5%	24	25.3%	51	30.2%
⑤印刷	29	10.7%	8	8.4%	21	12.4%
⑥デジタル	238	88.1%	82	86.3%	144	85.2%
⑦編集	213	78.9%	74	77.9%	133	78.7%
(n=①感じる)	270		95		169	

Q23-②:どの事業に将来性を感じませんか？(複数回答可)	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①広告	622	64.9%	186	61.6%	426	67.1%
②販売	691	72.1%	218	72.2%	462	72.8%
③事業	164	17.1%	50	16.6%	111	17.5%
④不動産	64	6.7%	19	6.3%	42	6.6%
⑤印刷	407	42.4%	131	43.4%	267	42.0%
⑥デジタル	150	15.6%	44	14.6%	103	16.2%
⑦編集	307	32.0%	99	32.8%	203	32.0%
(n=②感じない)	959		302		635	

◆8割が将来性に不安

「Q23:新聞産業に対して将来性を感じますか」と尋ねたところ、8割弱が「感じない」と回答する結果となり、新聞・通信社の社員が閉塞感や将来不安を抱えながら働いている現状が浮き彫りになりました。この傾向は、男女別、年代別でもほぼ同等の比率であり、新聞産業で働く組合員は、新聞の将来を感じていないことが示されています。職場別に見てみると、「将来性を感じる」という回答が最も少ないのが「印刷」(7.6%)で、「技術・SE・デジタル」(12.7%)で続きます。逆に最も多かったのは「販売」の30.6%でした。

「将来性を感じる」と答えた人を対象に、「将来性を感じる事業」を尋ねると(Q23-①)、「デジタル」が88.1%、「編集」が78.9%と高く、「事業」は42.6%、「広告」「不動産」が3割前後、「販売」「印刷」は1割台でした。男女差もあり、男性は女性と比べて、広告・販売・不動産・印刷の比率が若干高い傾向にあります。

「将来性を感じない」と答えた人には、「将来性を感じない事業」を尋ねました(Q23-②)。

この回答を、「将来性を感じない」と選ばれなかった事業から順に並べてみました。「不動産」が最も高く、新聞社の経営を支える上で必要と感じている人が多いことが推測されます。

Q23-①で「将来性を感じる」と選ばれた事業と並べてみると、「デジタル」はいずれも高く、紙の収益を支えてきた「販売」が低迷しています。全体として、ジャーナリズムや報道の担い手としての役割には期待できるものの、紙の売り上げが下がる行方を不安視し、デジタル時代への対応を求めている様子がうかがえます。また、「編集」については、業界の将来に疑問を感じている人ほど「将来性を感じない」と回答する傾向があり、現在のあり方への問題意識がうかがえます。

「将来性を感じる」と選ばれた事業 (Q23-①:「新聞産業に将来性を感じる」と答えた270人の回答)	「将来性を感じない」と選ばれなかった事業 (Q23-②:「新聞産業に将来性を感じない」と答えた959人の回答)
①デジタル (88.1%)	①不動産 (選ばれなかった割合 93.3%)
②編集 (78.9%)	②デジタル (同84.4%)
③事業 (42.6%)	③事業 (同82.9%)
④広告 (30.4%)	④編集 (同68.0%)
⑤不動産 (28.5%)	⑤印刷 (同57.6%)
⑥販売 (17.4%)	⑥広告 (同35.1%)
⑦印刷 (10.7%)	⑦販売 (同27.9%)

Q24:新聞産業の将来性を妨げていると感じているものを教えて下さい。(複数回答可)	全体		女性		男性	
	回答数	%	回答数	%	回答数	%
①顧客(読者など)目線の欠如	698	56.5%	234	58.5%	450	55.8%
②硬直化した人事	566	45.8%	212	53.0%	336	41.6%
③賃金制度	246	19.9%	84	21.0%	155	19.2%
④編集至上主義の経営	561	45.4%	180	45.0%	369	45.7%
⑤組織の縦割り	534	43.2%	198	49.5%	322	39.9%
⑥過度な前例踏襲の横行	710	57.4%	248	62.0%	448	55.5%
⑦デジタルへの無理解	692	56.0%	241	60.3%	437	54.2%
⑧エンジニアへの軽視	435	35.2%	138	34.5%	284	35.2%
(n=全体)	1236		400		807	

Q24【職場別】	④新聞産業の将来性を妨げているのは 「編集至上主義の経営」	①新聞産業の将来性を妨げているのは 「顧客(読者など)目線の欠如」
①編集	36.9%	56.8%
②広告・事業	70.3%	58.7%
③販売	72.0%	76.0%
④印刷	24.2%	42.4%
⑤技術・SE	65.8%	49.3%
⑥総務・事務	70.6%	50.0%

◆「過度な前例踏襲」「顧客目線の欠如」

Q24では、新聞産業の将来性を妨げている要因について尋ねました。

6割近い人が「過度な前例踏襲の横行」「顧客目線の欠如」「デジタルへの無理解」を挙げ、新聞・通信社の組織の硬直化への不満が強く示される結果になりました。

また、性別によって差が出ています。「硬直化した人事」「組織の縦割り」では10ポイント以上、「過度な前例踏襲の横行」「デジタルへの無理解」でも5ポイント以上、女性の方が男性より高い数値になっています。老舗企業が多く、「男性稼ぎ主モデル」が続いてきた新聞業界において、女性の活躍は今なお厳しい現状があり、女性がより問題意識を強く感じている状況が浮かび上がります。1人の回答者が挙げた要因の数でも、男性の3.47個に対し、女性はやや多い3.84個でした。

記者出身が経営の中枢を担い、編集部門の意見が相対的に強い「編集至上主義の経営」への問題意識も強く示されました。広告・事業、販売では7割を超える人が「将来性を妨げている」と回答し、編集でも36.9%に上りました。さらに、販売では4分の3が「顧客(読者など)目線の欠如」を訴えています。

◆デジタル展開 経営陣に不信

「Q25: デジタル事業についての期待や懸念を教えてください」の回答からは、紙中心の報道・経営姿勢を不安視する現場の社員の悲鳴が聞こえるようです。「紙はもう死んだ」という厳しい指摘もあり、デジタル展開は新聞社の急務であるという問題意識が広がっています。

若手からは「これから成長するはず。一緒に頑張りたい」という未来志向の声や、地方紙からは「地元のみならず、広く日本、海外に発信できるのではないかとデジタルの可能性に賭けようとする思いも伝わってきます。

しかし、中堅以上になると、デジタル化を進めるにあたっての課題やデジタル化の途上で見えてきた弊害を指摘する声も多く見られます。「販売店との関係がある限りデジタルシフトは難しい」「プラットフォーム事業者とのあり方」「収益化ができるのか」などが代表的です。

「販売店との関係」や「マネタイズの問題」をどのように解決していくかは、新聞業界にとって大きな課題です。ただ、なかなか組織改革が進まない現状に、若手を中心に「世代間ギャップ」を感じ、「紙固執で逃げ切ろうとしている」と映る管理職・経営陣の「腰の重さ」にいら立ちを見せるコメントが目立っています。

デジタル上での『受け』とジャーナリズムの両立も急務です。紙とデジタルの編集スタイルを変革していく必要性に加え、「紙からデジタルへ」という変化を阻む構造的な問題への言及も目立ちます。歴史の長い企業ならではの「人事の硬直性」「社外との関係を拒む閉鎖性」に加え、編集部門の発言力が相対的に強く、デジタル化に不可欠な技術職を軽視していることや、マネタイズを担う広告・事業、販売業種と連携が取れていない「縦割り」の問題も浮き彫りになっています。

「新聞産業の未来」について聞いたQ26でもデジタル事業への言及が数多くありました。こちらの記載も含め、代表的な意見をまとめました。

①経営者や編集幹部への不信感

- ・デジタル推進部のトップにSNSを全く知らないという人を置く無理解(20代女性、編集)
- ・上層部のデジタルアレルギーがひどい。新聞大好きで、新聞に固執し、自分たちの世代は逃げ切ろうとしている(30代女性、編集)
- ・「1面アタマ」「社面アタマ」など読者にとってどうでもいい価値観で記事の内容を見られてしまう。デジタルで読まれる工夫など基礎動作を怠る人がデスク、管理職に多い(30代女性、編集)
- ・会社が絶対に口を出さない若手だけのプロジェクトチームを編成するべき。紙媒体を残そうとする新聞人が作るものは若者に受け入れられない(40代、編集)
- ・社外取締役の導入による経営の見直し(30代男性、編集)

②若手や技術職への低評価、人事の閉鎖性、硬直性

- ・若手の意見を未熟な意見として聞き入れない。デジタル対応が遅れる(20代女性、広告・事業)
- ・社内や関係者だけで練っていないで、ベンチャーや大学、外国とも勉強会、事業を展開すべき(50代女性、編集)
- ・編集、広告、販売、印刷の枠を超えて、若手社員を含めての英知の結集という考えが全くない(20代男性、編集)
- ・職種のデパートであり、人材の宝庫だが、上層部が新たな挑戦を毛嫌いしている間に社員が社外へ流出している(20代男性、編集)
- ・エンジニアが少なく、腕を振るう場がないので士気が上がらない。他部署の理解もない(40代男性、編集)
- ・経費節減としかいわず、AIや自動化に取り組む環境が全くない。じり貧を待っているだけ(40代男性、技術・SE)
- ・デジタルにリソースをかけず二次的な金儲けの手段にしか考えてない(30代男性、技術・SE)
- ・エンジニアとデジタル戦略を持つ営業、まとめるゼネラリストでプロジェクトチームを立ち上げてほしい。経営陣や管理職が他社に見学について、参考にしようという恒例の愚策は避けたい(40代、編集)

③販売店との関係

- ・販売店との関係をどうしていくのか、紙が圧倒的に減るだろう将来にむけ打開策を見いだせていないのが不安(30代女性、編集)
- ・紙離れの中で、販売店には本社への不安、懸念がある。残紙でも納金があり、折り込みが落ち込む中、ギリギリの経営。自己破産する所長もいる。販売店は疲弊している(40代男性、販売)
- ・新聞の販売網は強い。個人特定もたやすい。何かに生かせないか(30代男性、編集)

④収益化への懸念と課題

- ・紙の売り上げで給料が出ている。紙の購読数を一気に減らすような安直な編集方針が横行すると、一気に経営が傾く可能性がある。デジタルが救ってくれるという盲信は捨て、現実的に売り上げが立つ紙やデジタル以外の事業を考えないと窮地に陥るだろう(40代女性、編集)
- ・新聞やテレビが業界で手を結び、プラットフォームへのニュース提供価格を値上げすべき(50代女性、編集)
- ・ウェブ＝無料のイメージをどう払拭するか。新たなビジネスモデルが必要(40代女性、編集)
- ・ポータルサイトのように読者を誘導する仕組みが必要。ネット上のインフラをマスコミが抑えないと、IT企業においしいところを持って行かれる(30代男性、編集)

- ・映像資産や過去の記事のデータベースを生かせていない(40代男性、編集)
- ・情報はタダという意識が浸透。新聞業界全体で社会に訴えていくべき(40代男性、編集)
- ・デジタル広告費はテレビ広告費に迫る勢い。だが、アド Fraud やビューアビリティなど課題も山積。安直にデジタルに手を出すのではなく、既存メディアとの配分量を考慮し適切な展開を模索すべき(20代男性、広告・事業)
- ・アマゾン、ネットフリックスといったコンテンツサービスの価格を考えると、デジタル新聞の購読料は高すぎる(20代男性、総務・事務)
- ・大手プラットフォームにウェブ上のコンテンツ使用料の見直しを迫るべき。各社の足並みをそろえるべく、労連が知恵を絞れないか(40代男性、広告・事業)

⑤デジタル化の弊害・課題

- ・PVを稼ぐことばかり考え、自ら品位をおとしめるような扇情的な見出しや記事が散見される(30代女性、編集)
- ・何も考えずにデジタルサイトを多く立ち上げ、新聞社が発信する情報の質の低下を招いている(50代女性、編集)
- ・今のデジタル版は紙の新聞用に書かれた記事をそのまま転載している。これでは読まれなくなる(30代女性、編集)
- ・権力の監視などが軽視される気がしている(30代男性、編集)
- ・デジタルへの理解がなく、人事的評価が低い。行き場のない管理職や休職からの復帰者などが集まる場所で、戦力が与えられていない状況。デジタル部署が日の目を見るには、何よりマネタイズが重要。「プラットフォーム対策」も15年遅い。紙よりも、記事と営業の垣根が低いのがデジタルメディアなので、ジャーナリズムとマネタイズの線引きが今以上に難しくなる(40代男性、デジタル)
- ・ネット業界のスピードについていけないし、現状の新聞社のニュースとネットの親和性が高いとは感じられない。ネットには新聞社をたたく人が多い(20代女性、編集)
- ・ネットでは、つまらない真実より面白い嘘が共感されることに脅威を感じる(40代男性、編集)
- ・SNSの拡大で「マスコミ＝悪」という印象が広がっている。先日の京アニの実名報道でも、事実誤認の感情的批判が多い。正義のように振る舞うフェイクニュースメディアが出てくると危ない(40代男性、広告・事業)

◆「社の垣根を越えた取り組み」求める声

「新聞業界の未来について感じていることを自由に書いてください(新たな収入源のアイデアや社内リソースの活用案)」と尋ねた Q26 では、Q25 と同様、業界への不安や不満が現れる一方で、報道の価値や民主主義の担い手としての自負、その価値観を社会に伝えていくことの意義、新聞の枠を超えて社会に貢献していく必要性を指摘するコメントも散見されました。新聞産業を取り巻く厳しい状況を打開するために、「情報の信頼性」「積み重ねてきた信頼性」「人的リソース」の活用が重要とみる意見も多く、「リスクを背負った有志がスリムな組織をつくるべきだ」との指摘もありました。

また、「権力対峙のためには経営体力も必要」「収入源は各社でバラバラに議論しても答えが出ない。横断的な場があってもよいのでは」などと、新聞各社が社の垣根を越えて、産業維持のための取り組みを進めることを求める声も上がっています。

①社の枠を超えた連携

- ・ウェブ戦略のつまずきは巨大プラットフォームに格安の料金設定をしたことに尽きる。新聞社連合が新たなニュースサイトやプラットフォームを創出してはどうか(30代男性、編集)
- ・全国紙とブロック紙のホールディングス化し、プラットフォームとの関係を見直す。HDとして、プラットフォーム社を買収し傘下に収める(40代男性、営業)
- ・調査報道で、新聞社同士の連携があってもいい(40代男性、編集)

②地域社会への貢献

- ・若手記者として地域の小学校の出前授業に出向いた。子どもは記事が出来る過程に興味しんしんで、町を歩けばみんなが声をかけてくれるようになり、実際に新聞購読を始めた子、将来記者になりたいと言う子もいて、驚いた。新聞を身近に感じてもらう手立てを講じる(20代男性、編集)
- ・新聞発行の他に、地域密着方のコンサル、データベース、フォーラムのような役割が求められている(20代男性、編集)
- ・新聞は高校野球などスポーツ至上主義で、文化、芸術、芸能のファン層は置き去り。吹奏楽などファン層を購読者に取り込む企画を進める(20代男性、編集)
- ・不動産業。シングルマザーやワンオペの親を集めたシェアハウス運営。子どもたちに新聞を読んでもらい、家族で親しんでもらう(30代女性、編集)
- ・県内のウェブサイト構築や自治体の広報、教育機関への新聞データベースを使ったツール配布など(20代男性、その他)

③リソースの活用

- ・アーカイブの活用(20代女性、編集など多くの人が指摘)
- ・取材や原稿を書くスキルを生かし、別会社を設けて BtoB ライティングなどのビジネス開拓(40代男性、編集)
- ・インバウンド事業に積極的に絡む。県域を越えたマネジメントでビジネスチャンスを作る(40代男性、編集)
- ・ファシリテーターの派遣業など人員や教育ビジネスへの展開。地域コミュニティの一員としての機能を強化する(30代男性、その他)

◆社会や時代の変化に向き合い、信頼される新聞へ

現在の新聞社の収益構造は、デジタルシフトに課題を抱えています。販売店や広告代理店とのあり方も議論する必要があり、デジタル事業でも有料モデルの構築を阻害するプラットフォーム事業者との関係など、デジタル戦略をしっかりと見直す必要があります。

「新聞は終わった」「もう遅すぎる」「危険水域だ」——。今回のアンケートの回答には、こうした絶望的な声が並んでいます。新聞業界が時代の要請に対応できていないこと、新聞がまだ「元気」だった時代に活躍した世代が経営を担うことへの危機意識、業界の危機から目をそらし対策を打ち出そうとしない上層部に対する現場の怒りは、限界に達しています。「衰退するだけ」という諦めも、まん延しています。新聞社の幹部には、この声を重く重く受け止める必要があります。

「今のまま手をこまねていることは、新聞社の社員だけではなく、新聞ジャーナリズムに期待する全ての市民に対する背信行為だ」——。そうした現場の声が聞こえてくるような結果でした。

一方で、多くの組合員は新聞業界で働くことに誇りを持ってきており、これからもそうありたいと望んでいます。「長い歴史をかけ培ってきたブランド力に望みをかけたい」という声が多く寄せられています。「紙かデジタルか」というのは、単なる技術論ではありません。ジャーナリズムの根幹に関わる問題です。回答からは、「デジタル化に向き合わないということは、社会や時代に向き合わないも同然だ」という問題意識が強く感じられました。

新聞が信頼を失い、「マスゴミ」扱いされるのは、何も「紙」という媒体の問題ではなく、社会や時代の変化に向き合おうとしなかった、ウェブやSNSにあふれる世論や読者の声に耳を傾けなかったことと、密接不可分です。上層部が「新聞離れ」が進むことを市民や若者の政治意識の低下など「人のせい」にして、自らを省み変化する姿勢がないことに現場は辟易しています。

時代の要請や市民のニーズに向き合わずして、社会正義の実現や権力監視を目指したところで、それは自己満足しかありません。たとえば、企業や官庁など社会の意思決定層を男性が占める社会において、新聞は女性の読者に十分

向き合えていたでしょうか。記者は、読者ではなく、上層部や業界内の評価ばかり気にしていなかったでしょうか。社会の問題を上から目線で指摘する一方で、足下の働き方改革やハラスメント対策、報道姿勢の謙虚な見直しをしてきたといえるのでしょうか。そんな業界の「内向き」の姿勢が読者に見透かされ、見放されている。そのような組織体質が、新聞業界の抱える本質的な問題です。

ジャーナリズムは市民の信頼なくして成り立たない仕事です。新聞の本来の使命を果たし、社会に貢献したい、そのために早急に経営基盤を固め、信頼される報道機関・情報産業として生まれ変わらなくてはならない——と訴えているのです。

私たちは、誰のために、何のために働くのか。新聞業界の将来性は、徹底的に原点回帰し、読者にその姿勢を示せるかどうかにかかっています。

今後の日程

今回のアンケートでは、自由記述欄にまで熱心な回答を多数いただきました。70周年 PT ではさらに詳細に分析をしながら、労連結成70周年を迎える6月30日をめどに新しい時代の新聞・通信社の働き方に関する提言をまとめる方向で議論を重ねていきます。また、今回のアンケートでは編集部門からの回答が約3分の2を占めているので、2月以降に労連本部が開催する職場集会や意見交換会、青年女性部全国学習集会などで出た意見も取り込んでいく予定です。

2020年1月22日

新聞労連70周年プロジェクトチーム