



マスコミで働くということ 「医者、記者、役者、研究者」



中野 恵子

「この間、気に入っていた〇〇というイタリアンに行こうとしたら、お店がなくなっちゃってたの」

「え、私も、××という中華のお店に半年ぶりに行ったら、『閉店しました』って貼紙があって…。人気店だったのに、どうしたんだろう」

5年ほど前、こうしたことが重なったことがあった。

飲食店がどんどん閉店した理由

当時、外食業界の専門誌の編集部にも所属していた。主に飲食店に取材して、記事にまとめるのが仕事。残念ながら、美味しい店を紹介するグルメ系の雑誌ではなく、飲食店経営の参考になるような情報を提供する本だ。「こんなイベントならお客さんを呼べる」とか「こうやってコストを削りましょう」という記事、さらには「ウチの店、赤字なんですけどどうしたらいいでしょうか」といった相談コーナーなどが主な内容だ。記事を作るに当たっては、ネタ探し、企画作りが何より重要になる。「閉店する店が目につく」という現象も何かの“材料”になりそうだと、切り口を考えていた。

さて、調べるうちに「店の寿命は3年」という結論に達した。もちろん、すべての店が3年でなくなるということではなく、「そのくらいお客さんの支持を得られる時間は短いので、世の中の変化に対応していかなければ生き残れない」ということである。

その頃は、投資回収（店舗を出したときの費用と営業後の利益の累計が等しくなる）の期間の目安は5年程度とされていた。だが、そんな悠長に構えていては、この時代の飲食店はやっていけないということだ。警鐘を鳴らす記事ができる！実際の人気店ランキングの移り変わりや消費者調査、店舗取材などを行い、20ページ程度の特集記事に仕上げた。幸い、読者からの反響も上々で、それからは「店の寿命は3年」というのが業界の“常識”となった。

記者と研究者の共通点

私は、大学では薬学専攻だった。今はまったく違った業種にいるわけだが、「記者（編集者）と研究者は似ているなあ」と思うようになっている。

「似たところ」とは、生活時間が不規則になりがちなことだけではない。「仮説を立て、それを実証するよう取材

や調査を重ねて、それをまとめる」という記事を作る作業が、研究の「仮説を立てる→実験などで証明する」という大きな流れとダブる気がするのだ（少々乱暴なくくり方になるが）。時には、取材の途中で「仮説が少し違うようだ」ということが起こり、方向転換を迫られることもある。「いかに仮説（＝企画）を作る（あるいは見つける）か」が重要な点も共通だろう。

違うのは、我々の仮説は「唯一の答え」にはなり得ないことだ。だから、真っ向から対立する2つの「仮説」が、両方成り立つこともある。それだけに、仮説は「主張」でもあり、いかに新しい視点で仮説を立てられるかは、雑誌の命ともいえる。そして、「おもしろい仮説を立てられたとき」「その仮説が検証できたとき」のうれしさはひとしおだ。

「情熱」と「冷徹」の間

雑誌記者になって間もない頃、先輩に言われた言葉がある。「医者・記者・役者」。その心は、「この3つの職業は、自分の中に1つの面を持つ必要があるという点で共通」ということだった。

「まず1つの面は、対象にのめりこんで、そのものになり切ること。医者なら、目の前の患者さんの痛みや辛さを我がことのように感じられるということであり、役者なら、その役そのものになりきること、記者も同じで、その取材対象の立場に立って考える、ということだ。そしてもう一面は、のめりこむのとは正反対のことで、目の前の対象から一步離れて、冷静に客観的に全体を把握する意識を持つこと。医者も、患者さんがかわいそうだという気持ちにとらわれているだけだと、最善の治療ができない。役者だってそう。観客からどう見えているか、狙い通りに見せるにはどんな演技が必要かを“外からの目”で見極める必要がある。記者も、全体の構成やその取材の位置づけを、常に意識しなければならない」。

これは、研究者も同じだろう。「熱意」と「厳しく冷静な目」のどちらかに偏り過ぎては、いい結果は出せない。この言葉を思い出しながら、新たな仮説を見いだすべく、今日も取材を重ねている。

最後に、ぜひ皆様の「お気に入りの店」を教えていただければ幸いです。