

## テレビの現場で 「和歌山」に対して思うこと

作家

若一 光司



私は生まれてこの方、大阪で暮らしているが、和歌山県には強い愛着を抱いている。なぜなら、和歌山県は半世紀近くにわたり、私が「魚釣り」「化石採集」「歴史探索」「温泉巡り」といった趣味を楽しむ際の、最大のホームグラウンドであり続けてきたからだ。

20代から30代にかけては、とくに田辺湾でのアイゴ釣りや広川町でのアンモナイト探しに熱中したし、40代から50代にかけては、熊野街道の魅力に取りつかれて、大阪から熊野三山への全行程を踏破したりした。

そして60代の現在は、龍神温泉や川湯温泉、勝浦温泉などでの湯浴みを何よりの癒しとしているが、そうした長年の関わりの中で、和歌山県はいつしか私にとって、「第二の故郷」とも言える存在になっている。

しかし、だからこそ、ひそかに心を痛めていることがある。それは、「自分が関わっているテレビ番組においても、なかなか和歌山に関する話題を取り上げる機会がない」という、ジレンマに関してだ。

私は作家業のかたわらほぼ30年間にわたり、

様々なテレビ番組にレギュラー出演してきた。その大半は、大阪の準キー局が近畿の2府4県に向けて放送している報道系番組で、私はそこに、コメンテーターやリポーターとして登場するのである。

そして現在も、読売テレビの夕方の報道番組である『かんさい情報ネットten』に出演中で、毎週水曜日には番組内で、『レッツゴー 若一調査隊』と題するコーナーも担当している。

関西圏の気になる話題や、行ってみたい場所、体験したい事柄などを、私と局アナ（清水健→林マオ→中谷しのぶ→黒木千晶と変遷）の二人で取材してリポートするこのコーナーは、幸いにも多くの支持に恵まれ、放送回数はずでに360回を越えている。

ところがその『若一調査隊』で、これまでに和歌山県関連のネタ（話題）を取り上げた回数は、たったの12回しかない。

もちろん、「和歌山ファン」を自認する私としては、常日頃から、和歌山の話題もできるだけ積極的に取り上げたいと思っている。にもかかわらず現実には、「取材対象エリアである2府

4県の中でも、ダントツでロケ回数が少ない」という状況のまま推移してきた。

だが、「犯罪・事件・災害」以外で和歌山情報を取り扱う回数が少ないのは、なにも私が関わっている番組に限ったことではない。「近畿の他府県に比べて、和歌山県に関連する話題の報道量が圧倒的に少ない」というのは、在阪各局で報道系帯番組の制作に携わった者の、共通認識ともなっている。

ではなぜ、そうなのか。そこには二つの理由が考えられるが、第一の理由はやはり、「和歌山から発信される情報量の乏しさ」だ。

和歌山県は、近畿でもっとも人口の少ない県である。現在の大阪府の人口は883万人、兵庫県は550万人、京都府は260万人、滋賀県は141万人、奈良県は135万人だが、和歌山県は95万人で、100万人を割っている。

こうした人口の大小はそのまま、情報発信量の差となって反映される。しかも和歌山県は近畿でもっとも高齢化率が高く、ブログやSNS（ソーシャル・ネットワークキング・サービス）で個人発信する年代の層が薄いため、近畿の他府県との「情報発信格差」は、質量ともに開く一方である。

言うまでもなく、番組で取り上げたくくなるような「注目情報や話題性」は、情報発信量に比例して発生する傾向が強いため、番組制作スタッフの視線はどうしても、大阪・兵庫・京都などに集中する。結果的に、それらの地域の話題はテレビで頻繁に取り上げられるし、その放送を見る地元視聴者の母数も大きいので、反響が目に見えやすくなる。

加えてそこには、「他局や他番組に先駆けて面白い話題を先取りしたい」という、制作者サイドの競争も発生するため、なおさら、大阪・兵庫・京都が注視されることになる。

一方、全都道府県の中で40番目の人口しかなく、情報発信量も乏しい和歌山県に対しては、どうしても関心が低下するし、実際問題として、注目情報に出会える確率も低い。しかも視

聴者の母数が小さいので、テレビ局に対する要望や不満の声も届きにくい。

さらに、それに輪をかけて和歌山ネタの扱いを困難にしているのが、第2の理由でもある、「取材やロケの際の時間効率の悪さ」だ。

たとえば、大阪市の中心部から兵庫県庁・京都府庁・奈良県庁・滋賀県庁までは、ロケバスで確実に1時間以内で行けるが、和歌山県庁までは、最低でも1時間20分ほどかかってしまう。

しかも、「全交通手段を駆使して一時間で到達できるエリア面積ランキング（Yahoo! JAPANビッグデータレポート・2017年2月22日現在）」でも、大阪府は全国4位、京都府は5位、兵庫県は12位、奈良県は13位、滋賀県は16位なのに、和歌山県だけは36位と、一気にランクが落ちる。

このデータは取りも直さず、「県内移動に時間がかかる」ことを示しており、それは、私たちが実際に和歌山ロケを重ねるたびに痛感してきた現実とも、完全に一致する。

時間的に余裕のある番組ならともかく、分単位で日々の制作に追われている帯番組では、こうした時間的な効率の悪さは、制作上の大きなマイナス要因となる。

これらの理由から和歌山ネタが敬遠されがちになり、それが常態化する中、「和歌山が番組で取り上げられる頻度が低いため、和歌山に詳しいスタッフが育たず、それがまた、和歌山を遠ざける結果を生んでいる」という悪循環が、すでに成立してしまっている。

実は私の周囲でも、20年前や10年前に比べて確実に、和歌山県に関心を持つディレクターやプロデューサーが減っている。テレビ業界にはもともと和歌山県出身者が少ないことも含めて、この現状はとても気がかりだ。

そんな中でつい先ごろ、嬉しいニュースがあった。なんと、2016年の和歌山県内の観光客数（速報値）が約3487万人に上り、過去最多を更新したとのこと。高速道路の延伸やPR強化が功を奏したようだが、観光による交流人

口の増大もまた、「外部からの注目」を促進する大きな力となる。

ある地域が肯定的な意味で外部から注目されたり、関心を持たれたりすることは、そこで暮らす人々の自尊心や連帯感を育み、地域の活力を生み出す上で、とても大切なことだ。

その「外部からの注目」をよりいっそう喚起し、地域住民のモチベーションを引き出すためにも、「マスメディアにおける和歌山県の露出頻度の向上」というテーマは、行政や関係機関にとっての重要課題だろう。

これは私自身が身をもって痛感してきたことだが、前述したハンディキャップを越えて、和歌山県には幅広い年代層を引き寄せるに足る、多様な潜在的魅力がある。

その魅力を常にフレキシブルな観点から見直し、時代状況に見合った切り口で果敢に話題化するには、どうすればいいのか。そして、一人でも多くの番組制作スタッフを和歌山県に振り向かせるには、どのような広報戦略とプレゼンテーションが必要なのか。関係者には大いに智恵を絞ってもらいたい。

私も66歳なので、あとどれだけテレビの現場に身を置いていられるかわからないが、せめてもう数本は、視聴者の心に響く「和歌山ネタの企画」を実現したいと思っている。

