マスコミ関連報道について

個人会員　田中　博

1. 新聞、清水港の記事関連について

池田先生の日経新聞記事に対するお考えが配信されていましたが、日経 BP 社の本年 3 月 27 日発行の”**日経コンストラクション**”にて**「インバウンドとどう絡む？-訪日旅行者 4000 万人を目指して公共事業にできること」**のタイトルで日経新聞とは別の記者による、博多港、横浜港にも触れながら清水港のクルーズ船誘致で開けるかもしれない明るい将来性、可能性について、日経グループの専門雑誌としての記事が発信されています。図書館などでお読みいただくとよろしいかと存じます。日経新聞の記者はこの日系 BP の記事を認識したうえで記事を書いたものと思われます。

本年度のスターヴァーゴほかホーランドアメリカ船など、清水港では観光するには全く足りない停泊時間、昼食を船内で取るという時間配分なら下船上陸すらためらう短時間の停泊ではなにもできません。飛鳥 II は停泊時間が長くとってあり充実した観光ができそうです。関東←→関西の間での寄港地としては清水港寄港のアドヴァンテージが発揮できそうです。

コンクリートから人へという掛け声もありましたが、夕張市のレジャー施設、諫早湾干拓事業、法科大学院の大風呂敷需要予測など、自治体や国が審議会、学識経験者の起用、議会の合意など然るべきステップを経て行う事業においても、失敗例はいくつもあります。名古屋港イタリア村の例もあります。高齢化、人口減と余裕がなくなってきている日本では、利益誘導事業にも厳しい目が向けられているということです。

当方、会社員時代、静岡県内の複数の、かついくつかの業種の取引先も担当していたことがあります。地元では桜えび料理の店として知られる料理店を経営している学生時代からの友人もおり、数年に一度は静岡市ほかに宿泊し、定点観測ではありませんが、主に葵区ですが街の変遷も見てきています。せまい地域でみれば盛衰はありますが静岡県・静岡市一帯は日本でも裕福な地域であるという当方の認識はかわりません。

”経済効果”という四文字熟語は頭に入りやすいのですが、阪神タイガース優勝においては、経済学者の方ご自身も取材するマスコミも、酒の肴に話題にするファンも波及効果として生まれるといわれた効果額を話題として楽しみましたが、経済効果の掛け声で公金を動かそうとする場合は説得力のある説明が必要でしょう。会社員として駆け出しの時代ですが毎月、日銀の支店から会社の生産や営業実績の数字、業界の動向などの調査の返答窓口を担当したことがあります。また労働省の毎月勤労統計調査の定点定期の資料を担当したこともあります。自治体、民間銀行、マーケティング調査会社、専門誌なども定期的な調査をおこなっており、それらの機関や団体は定期的な調査レポートを現在も発行しているはずです。清水港においては次年度以降、寄港内容が充実した後の経済効果の実績が出てくることを期待したいものです。

2017年9月12日深夜放映　TV朝日　豪華客船ア～ス　QM2編について

REINA なる女性芸人がキュナード　QM2 でゴージャスな客室の船客にアプローチする内容だったのですが、いくつか誤りや問題点がありました。QM2 ファンだった私として皆様にお知らせしておきます。

- REINAのキャビンはナレーションでは”一番下”となっていたが画面にでた説明のためのピラミッドだけをみれば一番下には違いないが、「バルコニー」とあり、一番安い部屋ではありません。一番安い部屋はインサイドで外光が入りません。誤った説明でした。

- リッチな乗客を探して接触するという作業の中で、キュナードの写真スタッフが撮影し、船内で展示販売されているスナップ写真を番組として撮影し、放映していましたが、プライバシーの点からも、肖像権からも販売物の写真プリントの撮影は禁止されているはずです。写っている一人ひとりの許可を得て、別の場所でプリントを撮影するならよいが、そうではありませんでした。スマホで簡単に写真が取れる時代で、ついついイージーな考えが広まっているようですが、トラブルを誘発しかねません。取材・編集の姿勢として甚だ問題があると感じました。

- 客室のカテゴリーや料金の違い、(キュナードでは指定レストランの違いにもなる)のことを「階級」という時代錯誤で不適切な用語で説明していました。クルーズ船の部屋の広さや料金差を「階級」とすることは正しくありません。日本でもまだ少し残っているキュナード船のレストランの違いから誤解が生じている「差別があるのでは？」(旅行会社の説明会などでよく出る「差別」という言葉を使っての質問です）という非常に由々しき誤解を招きます。もちろん払う料金に差があるのですから受けるサーヴィスに差があるのは当然のことです。多くの企業などが自社品の優位性を示すために「差別化」に努力し、「差、違い」を PR しています。「差」という日本語すら注意しなければならないのに class という区分けの意味での単語を「階級」という言葉にすると話は複雑になるばかりです。テレビ局や番組作成の下請けにおいては人材が枯渇しているのでしょうか？　放映局の番組審議委員会にクルーズや社会問題に詳しい人が加わらない限り、また放送局の自助努力がなされない限りこのような誤りが今後とも生み出されノーチェックで放映され続けるのではと危惧いたします。学会の皆様におかれましては、業界で気になると思える点に気づかれた場合、遠慮することなく指摘されるべきでしょう。指摘事項を改めるかどうかは各企業のご判断によりますが、問題のある企業はいずれ淘汰されるはずです。

- ベランダという名の船内有料レストランにおいて、営業中で他の客が食事中にもかかわらず、動画撮影がされていました。着席してから、自分が座ったテーブルを小型撮影機で撮影する程度なら良いでしょうが、隣席の他の食事中の乗客の姿も数秒ですが写っていました。一般的な料理番組でも、レストラン内全員の事前了承を得ない限り撮影は営業時間外に行うべきものです。レストランの雰囲気がわかるように撮影、編集したのでしょうが他の乗客に対し失礼です。

（その他）

取材に関してはオスマン（番組ではオズマンと紹介）と言う名のレストラン部門の接客責任者（男性、トルコ系）に交渉したようですが、このオスマン氏は画像の顔つきや態度からもわかるのですが、詳細は省きますが私がキュナード嫌いになった原因の一つが彼の横柄な態度とレストランマネージャーとしてのサーヴィス精神の欠如でした。その時は、オスマン氏の子供を含む家族が乗船しておりオフ・タイムなのだろう、パブリックスペースで家族と団欒する姿が航海中見受けられました。当方の知る限り、キュナードは温かい会社で上級船員が家族を乗せる特権を有することは承知していましたし、家族が自腹で乗船していたのかは不明ですが、少々のことは微笑ましいとなるのですが、家族とともにパブリックスペースであたかも乗客のように振る舞う姿は、レストラン以外でも低下したサーヴィスを受けた乗客としては神経を逆なでされているようなものでした（家族が職権で乗船する場合は職種ランクにより家族が立ち入れるエリアにも細則があったはずで、ルール破りはしていなかったと思いますが）。そのオスマンが何故か番組では取材撮影の交渉窓口となったようですが、番組内容からしてもあまりにも不適切な窓口だったと思われます。きちっと事前に筋を通して取材をするという番組ではないようでした（番組としてはタレントが試行錯誤する姿が売り物なのかもしれませんが）。

番組としては価格の高い部屋の乗客にアプローチしての取材は成功したのですが、乗客が支払ったと乗客が答えた価格は、当方が認識していた大西洋横断の料金とは、日数の違いを頭のなかで調整しても、かなり安い価格でした。しかし番組では絶対額として高価な部屋という点のみを強調しその部屋の乗客がリッチであると強調したいようでした。実際の販売価格があいまいになっているクルーズ業界ですが、建値正規料金と、早期割引、リピーター割引、などの仕組みも視聴者に案内してもらいたいものです。

わざとぶっつけ本番でタレントが興味本位に試行錯誤する姿をメインテーマとする番組のようなので、撮影スタッフの準備不足、事前の交渉不足が目につきました。日本のカーニバル・ジャパンが取材撮影にどの程度関与したかは存じ上げませんが、せっかくの番組が、クルーズや船を軸にしたものではなく、タレントの動きを中心としたものであったことはタレントの売り出しと視聴率、番組のスポンサー確保のため仕方ないのかもしれませんが、クルーズファンとしてはこのシリーズ番組は二度と見たくないという印象しか残りませんでした。

多くの人がクルーズを楽しむ時代になってきているのですから、プロダクションの人たち、特に編集に携わる人達は、船内の雰囲気を台無しにするような企画や取材のスタンスは謹んでもらいたいものです。船やクルーズの多面的な楽しみなどを PR していくことが、誤解や色眼鏡でみた意見が喧伝されることを防ぎ、業界全体の利益、発展につながるものと考えています。なおこの番組のシリーズでは QE も取材しているとのことですが当方は見ておりません。

（2017 年 9 月 15 日）