



ネタを簡単に見つけるには、世の中の相反する2つの事柄を見つけ、比較提示することである。一人勝ち、一人負け、新旧交代、世代交代などの事例を見つけ、それを世間が注目する話題に広げ、一般化することである。

### 第十九話 ネタを探す方法 (2) 相反する話題を比較する

前回に続き、話のネタを探す方法について説明する。今回は、相反する方向を向いている2つの話題を比較する方法である。世の中には、成功と失敗、成長と衰退、繁栄と衰亡などの相反する現象が沢山存在する。この中で意外性のある話題を見つけ、話題を発展させるのである。

比較する対象の選び方は、大きく2つに分けられる。1つは「全体と個の比較」であり、もう1つは「個と個の比較」である。ここでの意外性とは、世間の常識に反する、事前の予想を覆す、定説を覆す、人々の期待を裏切るなどなどである。

「全体と個 (部分)」とは、具体的には、太陽系惑星と地球、世界 (アジア) と日本、業界と企業、スポーツ (全体) とサッカー、相撲力士 (全体) と外国人横綱、外国人旅行者 (全体) と中国人旅行者などなど、その比較対照は多種多様である。

「個と個」とは、人間とコンピュータ、サッカーと野球、コーチ (教師) と選手 (生徒)、大手航空と格安航空、国産と外国産、天然産と養殖産、書籍と電子書籍、有料と無料などなど、ここにも、多種多様な組み合わせがある。

このなかで、相反する方向性を持つ対象間の意外性を探るのである。「先進国で一人デフレ経済の日本」、「低迷する業界で一人好調な企業」、「低迷する大手航空と好調な格安航空」、「天然物より高価な養殖物」などなど、方向性の異なる対象を比較対照し、意外性を探るのである。

この中で、世間が「何故?」と注目するような事象が見つけられれば、ネタとしての価値は高まる。これに関する他の事象を探して、より普遍化した話題へと飛躍させるのである。そうすれば、説得力が高まるのである。

「全体と個の比較」の場合について、業界と企業を例に説明しよう。たとえば、「一人勝ち」や「一人負け」している企業を見つけてみよう。これには、{一人勝ち 音楽配信} や {一人負け 日本企業} などと、ネット検索すればよい。

{一人勝ち 企業} と検索すると、ヤマダ電機、マクドナルド、任天堂、東宝、住友金属工業といった企業名が検索される。逆に、{一人負け 企業} と検索すると、ドコモ、吉野家、マイクロソフト、トヨタといった企業が検索される。

この中から「全体と個」の方向が不一致な業界と企業を探るのである。例えば「家電業界と東芝」が見つかる。日本の家電メーカーは軒並み薄型TVの業績赤字に苦しめられているのに、東

芝一社のみが黒字であり、「電機業界七不思議の一つ」と言われている。

かつて世界の家電工場といわれた日本の家電業界の凋落は、日本人にとって大きな関心事である。この凋落の原因と対策が示せれば、台湾や韓国に比べ劣勢な日本の家電業界の復権に、何らかの示唆が与えられるかもしれない。

また、かつては意外性があり注目された話題であっても、歳月の経過により話題性は失われる。例えば、「日本のデフレ経済」である。しかし、欧米諸国もデフレ経済に陥る危険に直面するようになり、日本のデフレ現象はこの反面教師として、再度、ネタに出来るかもしれない。

動物のペットの話題を紹介しよう。ペットの世界で、「秋田犬が国内絶滅の危機」といった記事が、2000年代半ば過ぎ頃から目立つようになっている。これはネタとしての可能性がある。それは、1990年代からペットブームが続いているからである。

「ペットブームなのに、秋田犬が激減しているのは、何故か」である。調べてみると、南極大陸の観測で話題を集めたタロとジロの樺太犬も、絶滅の危機に直面しているのである。かつて我が国で注目された名犬達に、何が起きているのか。

さらに興味深いことに、秋田犬の血統を受け継ぐ「Akita」は、海外では愛好家が増えているのである。秋田犬の人气が、海外で高まっているという逆転現象は興味深い。このように見ると、秋田犬の話題は、広がりを持つ話として展開できる可能性がある。

この問題をさらに発展させると、現在、世界で注目を集めている「絶滅危惧種の保存」問題に行きつく。希少動物だけでなく家畜やペットも含めて、絶滅危惧種の問題として捉えれば、「秋田犬」問題は、ネタとしての価値を十分有しているといえてよい。

次に、「個と個」の意外性について話題を移そう。例えば、「アマがプロに勝つ」は意外性のある現象である。「弱者が強者に勝つ」、「中小企業が大企業に勝つ」なども同類である。また、「新旧交代」や「世代交代」に伴う意外性もある。少し古い話題であるが、「書籍が低迷するなか、電子書籍が急増」、「パソコンが不振のなか、タブレットPCが急増」などなど。

今年1月、卓球の全日本選手権で小学6年生が、ベスト32位に進出した。マスコミは「卓球いまや小学生が席卷！五輪代表選手キリキリ舞い」(J-CAST ニュース)などと囃し立てた。ベテラン選手を負かす相次ぐ小学生の台頭に、マスコミは注目したのである。

さらに、今年1月、オーストリアの冬季ユース五輪大会で、15歳の女子中学生がユース五輪のジャンプ初代女王に輝いた。日本の各種スポーツの世界で、小中学生の台頭が推測できる。これらの事例を調べれば、日本のスポーツの未来を支える新しい若者像を、描けるかもしれない。

最近、人間とコンピュータの対局で、注目される事件が相次いでいる。「米クイズ番組でIBMのスパコンがクイズ王を破り優勝」(2011年2月)、「永世棋聖がコンピュータ将棋に破れる」(2012年1月)である。

これまでの常識では、「コンピュータの思考は、人間の思考に比べて劣る」ものであった。しかし、「コンピュータに思考させる」は、コンピュータの誕生以来の重要なテーマであり、最近のチャンピオン対局の勝利には、スパコンが大きな役割を果たしている。

このスパコンは、民主党の事業仕分けで世間の注目を集めた。理化学研究所のスパコン「京」は世界一の座を獲得して注目を集め、日本のスパコン研究は世界のトップクラスにある。未来学者のカーツワイルの予測「2045年、スパコンが地球を支配する」などの話題と組合せれば、新しいネタとして発展させられる余地は、十分あるといえる。

以上見てきたように、これまでの常識に反する2つの比較結果を手掛かりにして、その意外性が従来にない「目新しさ」を持ち、また、特殊事例ではなく広く一般化できる広範性を持たせられれば、世間の注目を集め説得力ある情報に仕立て上げられるのである。