

# 「副読本・・・」

Concerning about to report——.

Sadayuki KURIYAMA

Chief Editor,  
The Daily Automotive News

栗山定幸  
日刊自動車新聞社  
論説室長

アメリカに、日本のくるまが走っている。とりわけ五大湖周辺にシビックが目立つ、と言う旅行者の報告もある。

そのくるまは、完成車として日本から輸出されたのかもしれない。現地に出揃った日本のメーカーの現地会社が生産した“米国車”かもしれない。が、そんなことはどちらでもいい。あるいは、日本の——日系の——くるまでなくても一向に構わない。

アメリカ人にとって、くるまは生活の足そのものだ。だからしばしば故障するようでは困る。トラブルの少ないことが、くるま選びの眼目となる。

もう一つ、「ちょっとスーパーまでひとつ走り・・・」でフリーウェー30km、40kmのお国柄だ。ガソリン代が家計に響く。燃費が安いにこしたことはない。

この二つの条件を満たせば、平均的アメリカ人にとっては、そのくるまを日本人が作ろうがアメリカ人が作ろうが、頓着しないというわけだ。それにもかかわらず、そのくるまが、日米貿易摩擦の象徴のように問題になる。少なくとも日本の国内にいる限りの印象では——。

それには理由がある。

貿易摩擦の“被害者”UAW（全米自動車労組）が、創始者ルーサー会長以来その体質に政治性があるということも、いくらか関係しているかもしれない。

がそんなこと以前に、全米のユーザーのくるま意識とは別のところで、くるま問題がワシントンのコロンビア特別区で格好の政治課題になる。これを日本人特派員が報ずる。「スーパーまで何十キロ・・・」といった話よりこっちのほうがネタになるから、あるいはネタはそれしか入電しないから、我がデスクは大見出しで取り上げる。何といってもワシントンはアメリカの顔ですからね。で、現地取材陣は、大見出しを期待し、さらにワシントン取材に熱を入れる……。

そんな構図が、あたかも全米で日本車のオーバープレゼンスが問題になっているような印象を、日本の読者に与える。だからというのが一つの理由だ。

ところで同様の構図が、国内の交通問題の報道にも、指摘できるように思われる。

その交通問題の中での最大の課題、交通事故の場合、極端な話、死者が出ないとニュースにならない、デスクも大見出しをつけない、だから……。もちろん死傷者発生ニュース・バリューも、新聞のセンセーショナルリズムも否定はしないが。

だが、アメリカのモータリゼーションの実像を、とりわけ新聞の経済部デスクに理解してもらうことと同様に、社会部記者が交通問題を勉強できる機会をもっとも提供し、デスクたちにも、交通・安全の問題と社会の関わり合いの重大性に、過不足ない正確な認識を持ってもらったら。

“日本人なら誰でも・・・” 読んでいる、読まされている日本の新聞の紙面は、随分と変わった印象を読者に与え、交通安全教育の「副読本」としての大きな役割も、今以上に果たしていくにちがいない。

原稿受理 1991年8月5日