

企画を楽しむ気持ちとニッチな街への関心を

編集長に聞く「いま求められるライター」

『散歩の達人』編集部



【散歩の達人】
交通新聞社 毎月1日発売
580円(税込) 8万部 1996年創刊
コンセプトは、大人のための首都圏
散歩マガジン。首都圏の街を歩く
気分散歩することを提案。

共同執筆ページに見える「沼」「香」「佐」の文字

匿名原稿ではないが、原稿の最後にライターの名前を入れ、主観を交えた文章にしている。読まれた感じも演出できる。



調査・分析まで担当 1ページでも労力は3ページ分

横浜中華街の全店舗174軒を分析。アウトプットはたった1ページでも、2日以上の作業を要したため。ギャランティはページ単価以上に。



『散歩の達人』編集長 山口昌彦さん

1985年交通新聞社入社。半年間ガイドブックの編集を担当し、同年秋から『散歩の達人』副編集長に就任。以後同誌の編集一筋。2005年12月編集長に就任。



首都圏を旅するメディアとして、旅と情報誌のニッチなポジションを築いている『散歩の達人』。

いわゆる情報誌のような「おいしいレストラン」などの飲食店情報のほか、編集部が発掘した、散歩にふさわしい街の切り口を紹介。一つ一つの情報を点から線へ、線から面へとつなぎ、様々な顔を持つ街として立体的に紹介する誌面が『散歩の達人』流だ。

そんな誌面作りを支える理想のライター像を、編集長の山口昌彦さんに聞いた。

「いろいろなことに首を突っ込む好奇心があり、仕事を楽しくしてくれる人。また、店をただ紹介するのではなく、店主の魅力まで紹介するなど、独自の視点で対象を見ることができるといい。それから、原稿がうまい。うんぬんよりも、編集部員と二人三脚で企画を実現させようとする意欲

旅・食・美 フリーライター事情

取材、撮影、執筆、構成、イラスト……すべて1人で作るページ

幕末好きというイラストレーターさんが担当する連載。本業のイラスト以外にも、幕末に関する知識や文才も買われて、写真撮影に至るまですべて一人でこなす珍しいページ。



遊び心に富んだ文章で読者を旅にいざなう

掲載する情報のセレクトのセンスだけでなく、遊び心のある文章も多いのが『散歩の達人』の特徴。楽しい文章は、読者を誘惑分にしてくれる。



が大事。編集部員と同じテンションで楽しくやれる人なら、面白い誌面作りができると思いますよ。貴重な人材は、「銭湯」といえば誰々、「映画」といえば誰々、「大御所」がいるジャンルでも、独自の視点と意見を持っている人ですね。

かかるライター陣は、1誌につき10〜20人。ある程度、「旅」「食」などの得意分野の傾向はあるが、担当制度はとっていない。企画内容をいかに楽しめるかのほうを重要視しているようだ。

「読者は、インターネットで検索できないような、こだわりのある遊び方を求めているように思います。ですので、最近では街の健全でない部分も含めて、街の味わい方を提案しています」と山口さん。

その典型的な例が、1月発売の横浜中華街特集号。飲食店情報などの「表の顔」だけでなく、ひと昔前は「娼婦の街」と言われた黄金町を取り上げ、横浜の別の顔を伝えている。今後は、通動圏でも観光地でもないニッチな街をクローズアップしていきたい、と山口さん。これまでなかなか注目されなかった街の魅力を見出せるライターが、今後の『散歩の達人』に必要とされているようだ。