



## 号外がなぜ人々を惹きつけるのか

去る4月1日に発表された、新元号「令和」。そして今日、今上天皇の即位とともに遂にその時代がやって来ました。令和については発表直後から「印刷物を修正するための判子作り」をはじめ「新元号文字入り商品のスピーディーな出荷」そして「号外の配布」など様々な関連ニュースがネットやTVで報じられ、時代の大きな節目を感じました。やはり昭和から平成になった時とは異なり「天皇陛下の崩御」を伴っていないせいか、やたらにお祭り騒ぎを感じさせる経緯となりましたが、それらの中で私自身一番驚いたのは、けが人まで出たという「号外の奪い合い」でした。

新橋などではまるで巨大なおしくらまんじゅうのように人々が配布に群がり、ビリビリしわしわになった号外を大事そうに抱える「勝者」たち。さらにその少し後にはインターネットで多くが高値で取引されている様子まで報道され、思わず苦笑い。インターネットは平成最初の頃には普及していなかったため、こうした現象も史上初めてということになりますが、今回は検索すれば号外のデータを配布している新聞社もあり、わざわざ出かけなくても何種類か手に入れることができました。

思えば、私が初めて号外というものをもらいに行ったのは「昭和天皇崩御」そして「平成決定」の時でありました。確か東京や新橋などを周り、いくつかを入手。今回の騒動ほどではないものの、当時も号外目当ての人が沢山いたような記憶があります。それ以降は積極的にもらい歩くことはなくても、オリンピックで金メダル獲得とか要人（田中角栄氏、金正日氏ら）の訃報号外は偶然入手したことがあり、やはりちょっと得した気分になりましたね。また、10年以上前だったと思いますが、新聞社が発行した「歴代号外を集めた書籍」にも興味津々で、しっかりと購入してしまいました。

そんな風にいつの時代も、人々を惹きつけてしまう「号外」。その魅力は何なので

しょうか。根本的には「印刷に間に合わなかった事件などの記事を、リアルタイムに届ける」手段ではありますが、もらい手にとっての魅力というところ、おそらく「非日常の具現化」を実感できる場所ではないかな、と思います。それに付随して「配布場所に行かなければ入手できない」とか「発行部数が少ないので希少価値がある」といったこと、またそうやって入手できた「優越感」。そうした事柄が、きっといつの時代も人々を惹きつけるのでしょう。先ほど書いた通り、現代はネットでデータ配信すれば済む話で、そのような中わざわざ配布されるというのは、特別感や優越感を盛り上げる宣伝行為の一つといえるかもしれません。

宣伝といえば、遊技業界でもかつて「号外」と称した広告が流行したことがありました。配布場所は新機種展示会場で、中身は「〇〇（芸能人など）が遂にパチンコに！」といった、スクープ感溢れるもの。どこよりも早くゲーム内容を紹介したり、号外ならではの特別感で販促に役立っていました。そちらは業界規模の縮小やネットに押されるような形で見なくなっていきました。

そうした「号外広告」も貴重な資料ではありますが、やはり色々な形で入手した本物の号外たちは、お金では買えない思い出の一つとしても大切な存在になっています。令和時代はぜひ、嬉しいニュースの号外が増えますように。

▼平成と令和(データをプリント)の号外。入手方法は違えど、貴重な存在です



じんぼう・みか

法政大学卒業後、文具メーカー勤務を経て業界誌記者となり、1993年独立。取材記事、コラムなど連載。近著「パチンコ年代記」(バジリコ、07年)