



平成23年4月18日

卓話 『世界に向けて日本を演出する』

株式会社フォルマ 代表取締役社長
東京六本木ロータリー・クラブ 会員
芹澤 ゆう 様



近年、世界に向けて日本から「発信」しなくては、という言葉を頻繁に耳にしますが、頑張って「発信」しようとしても、相手はどんなメッセージを聞きたがっているのか、如何なる情報を期待しているのか。つまり受信機を確認せずに、発信をしてよいのでしょうか。

私は、ダボス会議のWorld Economic Forumの日本事務局を17年間預かってまいりました。当時1980年代は日本からの参加者はほんの一握り。今でこそ有名なダボスですが、当時は全くの無名で、参加者自身で費用負担もし、時間を費やして、ご参加をいただく事に大変な苦労を致しました。

その創立者で今も理事長をしておりますクラウス・シュワブが言っておりました「ダボスはビュッフェ・ランチのようなもの。ただ座って待っていたのでは何も出ませんが、ご馳走は全て並んでおりますので、積極的にご自身にとっての良いものを取りに来てください。」国際会議では英語を流暢か否かではなく、自分自身の考えをはっきりと自分の言葉で話すことが大切です。ソニーの盛田会長や自民党の加藤紘一先生などは、上手にコミュニケーションがてきておられました。

World Economic Forumを4年前に辞めた理由ですが、当初の“Japan Bashing”がやがて“Japan Passing”へ移行して行きました。中国のセッションと日本のセッションが同じ時間帯に行われ、中国セッションは立見席のみ、日本側は日本人やその関係者のみで閑散とした状況でした。本部もそのような世界の関心の移り変わりと共に、日本から大物の登壇者を用意しても大きなセッションに出してもらえないことが続きました。

だからこそ、もっと必要性が出てきたのが「日本を演出する」ということです。「演出」とは格好と中身が一体となったものです。日本のトップ企業を紹介する企画として、英国ペンギン・ブックスより日本企業紹介の本のシリーズを出版したり、米国ビジネス誌フォーブスに「日本特集」という企業トップの紹介の特集を編集したりしました。

国際会議を日本で開催することも「演出」のひとつですので、2004年より毎年京都で科学技術版ダボス会議とも言われるようになった「STS Forum」の事務局長を務め、2005年からは毎年東京で、グローバルな観点から日本の中長期未来を語り合う「ラウンド・テーブルジャパン」を主催しております。また、1997年より毎年東京でパリの金融市場の紹介をする「パリ・ユーロプラス」の日本事務局を続けて参りました。

そこでも、一方的にフランスの紹介をするのではなく、「ホスト国」の日本からフランスから来る要人と同クラスのスピーカーを出すことに拘ってまいりました。

最後に、コミュニケーションをされる時の小さなヒントを幾つかご披露します。

(1)皆様が海外でご講演・ご登壇される際に、議長なり司会者から紹介された時には、お礼のみ言つて、本題に入ってください。紹介をされたのに、再度自己紹介から入るのは、紹介してくださった方に失礼です。

(2)さて、原稿を読み上げないで済むに越したことは無いのですが、やむを得ず読む際は「振り子」に御注意下さい。下を向いて原稿を読んでとちょっと顔を上げなくてはと思って、ちょっと目を上げてはすぐに原稿に戻るという上下運動は催眠術の振り子のように聴衆に睡魔を誘います。下を向いたままかなりの長い間、読み続けて構いません。ただ、何かを強調したい場合はそこに「間」を入れて（壇上で3秒待つというのは長いです）、その大事な言葉を言う時のみしっかり今度は上を向いて、顔を見せて言ってみてください。

