

第4章:さて、どうなる？

「名こそ惜しけれ日本の美」

アングロ・サクソン系エリート達が持つ特徴の一つに人間の多様性への理解が薄いことがあるようだ。それは恐らく、自分達の優位性を意識するあまり、物事を「1 か 0」、「Yes か No」、といった「2 値」の概念を齎しているからであろう。

この「1 か 0」の概念は「デジタル digital」の世界であり、自然科学に基づく工業技術が現文明のもと、凄まじい発展をもたらしたのは当然のことである。一方、日本には自然物も含めて他者と共に生きる「心」と「名こそ惜しけれ」という美学がある。すべての日本人が「1 か 0」の世界に飲み込まれることなく、日本の心と美学を見失うことなく「資本経済」一辺倒から「倫理経済」さらに地方創成のカギとなる「共生経済」への可能性も探りたい。

I、二つの社会、あるいは、二つの世界

西洋世界の特徴は、国内においては二つの社会で構成されており、世界をコントロールするシステムも、上流の西洋国と下流のその他世界に分けて動かされているところにある。つまり、持てる者と持たざる者、金持ちと貧乏人、貴族と平民、エリートと大衆、高学歴と低学歴、将校と兵士、経営幹部と労働者、先進国と後進国、欧米とアジア・アフリカ・中近東・ラテンアメリカ、というようにくっきりとした区分けのもとにこの50年運営されてきている。

このような区分けとは異なる日本の伝統社会の中で育ってきた者には、西洋社会のこの在り様に接すると、何かしっくり来ない違和感を感じざるをえない。現在の世界のきしみは、この二つの世界・社会にその根本原因があることも推測できるものでもある。

この二つの世界・社会が出てきている根っこには多分、自己を中心に置いて対象物を客観的に眺める思考方式があるのだろう。そのような観察方法と分析方法によれば、

自国の社会を眺めて考える場合も、世界を眺めて考える場合も、全体の把握は極めてシンプルなものとなりうるだろう。したがって、どのようにその対象物を経営していくかも極めてシンプル(単純)な方式に収めることができるようになる。

この「単純」であることが、西洋世界が全世界を主導してくることができた、もしかしたら、一番の要因なのではないか。もちろん西洋世界といっても、ラテン系とゲルマン系社会では、二つの区分けの徹底に強弱があり、あまり徹底できなかったラテン系大国の、ポルトガル、スペイン、イタリア、フランスが主導権をアングロ・アメリカに譲ることになったのも、なんとなく分るような気がする。

世界、国、社会、団体を経営するうえで、その方式が単純であればあるほどうまく行くと考えれば、文化や民族性や人間性などなど「1 か 0」では計れない曖昧なるものに思い煩うことなく進めるのが、一番成功するやり方ということになるのだろう。

この方式が極限まで単純化されたものが、現在の米国の諸政策に現れており、それが世界中の軋みを招いていることは多くの人を感じているところである。もちろんそれ以前においても、世界と社会の経営がうまくいったことで利益を享受できたのは国の中では上部集団であり、世界の中では先進諸国と自称している国々だけである。そうではない下部集団と、世界の中のその他多勢国にとってはたまったものではないことになる。

二つの世界、二つの社会の方式は、かつての植民地経営においても採用され、そこでも植民地経営に協力する現地の少数上部と組み、その他大衆という図式は守られてきた。植民地解放後に於いても、この少数(ひとにぎり)の上部層と大多数の下層部という形は継続されてきている。

日本は、西洋世界に属さないのに、この少数上部国にまんまと属して来た。しかも、その社会の基本的なあり方は、西洋流の二つの社会ではないという、異色の存在として、この100年ほどを過ごしてきている。

「目には目を」「力には力で」という報復の文化が、終わりなき紛争を起こしている今日の世界において「日本」という国に生まれたことの意味、使命を考えてみたい。

Ⅱ、二極化による「分断社会」を生み出す背景

『私が嫌な感じで目にし、耳にした言葉に「勝ち組、負け組」というのがある。人間の存在をこのような言葉で分類して、しかもそれが当たり前のように多くの人々が使う社会がまっとうであるとは思えない。もちろん全員ではないが、社会を構成する多くの人々の品性が疑われても仕方がなかろう。社会を構成する多くの人々の品性がそこまで落ちたかと、私は暗澹たる気持ちにならざるを得ない。

多くの人々が、理解しているか否かは定かでないが、この言葉「勝ち組、負け組」の出所は、社会をほんの一握りの自分たち勝ち組（取り巻きを含めて）と、多くの負け組みに二極化（分断化）して、無関心な大衆を自分たちの都合の良いように制御しようとする勝ち組の戦略であると思えない。つまり、先進諸国の社会はそこまで荒れ果ててきているのだ。「資本（マネー）経済」一辺倒から「倫理（モラル）経済」への転換は難しいのであろうか。』（篠原泰正）

1、私、篠原が欧米資本の会社で働いていた時の驚きの体験

欧米資本の会社で働いていたとき、会社の幹部がコロコロ変わるのに閉口した覚えがある。特にCFO（Chief Financial Officer）は私の勤めていた短い期間（5年半）の中で確か6人ぐらい変った。全て外部から募集した人材である。このCFOが変わるたびに日本地域の売上・利益計画やら、為替変動対策等々を新たに「ご説明」申し上げることとなり、それが「閉口した」記憶の原因である。

同時に、彼ら新参の幹部が、ほとんど入社の日から、バリバリと業務を始めるのには驚いた。欧米の会社は各人の果たすべきファンクションが明確に定められており、そのファンクションに対応できる技能と知識を持った人が採用されるわけだから、驚くことはない。片や日本の会社であれば、新入の幹部あるいは中間管理職がその実力を発揮できるようになるまでは、少なくとも1年はかかる。その実例を多く見てきた者にとっては、やはり驚きであった。

日本の会社はそれぞれが村であり、村には村のしきたりがあるので、それに慣れるまでには時間もかかるし、仕事は顔と顔の「心意気」で遂行されることが多いので、顔が売れてスムーズに運べるようになるまでには相当の時間とお酒（ノミネーション）が必要となるわけだ。

考えてみると、欧米の集団というのは、傭兵の集りであり、傭兵の幹部は頭と腕次第で多額の報酬を得ることができるし、またそれが当たり前とされる。会社という集団で見れば、CEOの報酬が中間管理職の100倍ぐらいは当たり前で、その下の重役連は10倍ぐらいとなるだろう。因みに日本企業と違って製造部長には権限はなく、報酬も少ない。製造従事者達のモチベーションは極めて低い。

アメリカ人は独創力、創造力に優れているという。そして日本は物真似が得意なだけだという。果してそうか？アメリカ人が遺伝子的に日本人より独創的で、チャレンジ精神に富んでいるとは思わない。日本人にも独創力、想像力、チャレンジ精神はある。ただ文化の違いから生まれた技術、商品などの結果で論じられているようだ。

アメリカと日本の違いは、アメリカには日本にはない緊張感(ドライビングフォース)があり、それがうまく(?)キープされている。第一の緊張感は学歴による明確な待遇差、職位差だ。第二は人種間の緊張である。南北という問題とは別に、あらゆる国からの優秀でハングリーな人材の流入がアメリカには常に有る。これは、意図的に創り出されている部分のある緊張感である。差別を受けたハングリーな人間だけが努力するわけではなく、エリート(*)や金持ちも、追いつかれてはならないと努力をさせるに十分なドライビングフォースがアメリカにはあるのだ。(篠原ブログ:2007/06/27)

(*)AI 概要、エリートとは社会や集団において優秀とされる人や集団、または指導的地位にある層とある。語源はラテン語で神に選ばれたものを指す、とある。日本では、単なる高学歴者を指すようだ。アングロ系アメリカンでは、議論で相手を打ち負かせる能力のある人、となるのかな？

2, 欧米の文書は、主張を通すため

欧米社会で生産される文書、私(篠原)が知っている範囲で言えば、アメリカ社会で生産される文書の完成度とその量(1件あたりのページ数)には、いつも圧倒される。文書、例えば政府の戦略書、調査委員会の報告書、企業の年次報告書、製品の説明マニュアル、特許仕様書(明細書)などを作成する情熱とその技巧は、とても我々が真似できるものではない。その背景記述から全てが、実に分かりやすく丁寧に書かれている。

彼らはなぜ、あれほどまでリキ(力)を入れて丁寧に一つの文書を構築するのだろうか。いろいろな原因が考えられるが、その一番の理由は、「自分の主張」を通すためだろう。そう見れば、あの行届いた書き方は、親切心から出たものではない。自分の主張を通すために、受け取り手である貴方の理解を得て、自分の味方になってもらうために、とことん書いているわけだ。

自分の主張を際立たせるためには、例えば他者が何をやってきたかを丁寧に記し、その違いをはっきり言う必要がある。だから、他者の業績を尊重して、あれもこれも参照(references)を挙げているわけではない。自分の主張が通るか通らないかが、自分の存在が承認されるか、否定されるか、直につながっている過酷な社会においては、報告書一つを出すにも、仕様書一つまとめるにしても、いささか大げさに言えば命が掛かっている。(篠原レポート)



Ⅲ.なぜ、アメリカの製造業が衰退したのか

IPMA の支援者であった、久里谷美雄(故人)の著書「R&Dプロフェッショナル(1997年文芸社)」から、日本企業と米国企業の R&D に対する考え方の違いが分かる。米国の製造業が、なぜ衰退したのか、日本の製造業が、なぜ成長したのかが読み取れる。次は日本が新興国に追い上げられることも十分に予測している。

米国の製造業は停滞したが、他民族国家で国土が広く多様なニーズに応えねばならない米国企業は、情報を経営資源として捉える風土がある。情報の共有がインターネット技術の進歩を速めた。この領域において日本は、米国に追いつくどころか、益々引き放されていく。日本は、既に衰退期を経て、変革期を迎えている。日本企業での「R&D 体制」の問題と改革の必要性を具体的に提唱している。それらを故人の著書から拾い出して原文を記載した。

1.私、クリヤビューが「米国B社の日本研究所」で働いていたときの驚き

私、久里谷美雄は、1983 年「米国 B 社」の日本研究所へ転職した。これは「米国 B 社日本研究所」に移ってからのことである。ある偶然から、たまたま私がT社(日本)いたときに担当した製品と同じ分野の製品を製造している工場をみせてもらったことがある。

私がT社を退社してから既に10年以上経っていた。製造工場を見せてもらいながら、この工場で見、目の前で製造されているこの製品を、T社にいたころ競合品として手に入れたことがあるのを思い出した。

その頃、私たちには B 社のその製品を見て、それがどうやって製造されているのかわからない点がいくつかあった。それぞれ、こうやれば何とかできるという方法は思いつくのだが、あまりにも原始的で、あまりにも手工業的である。言い換えれば、もしそんな方法での製品化なら、あまりにも力ずくの製品化である。だから、まさかそんな方法で、それもアメリカの一流の会社が実際に物をつくっているとは思わなかった。

ところが！である。そのまさか、という方法で今、目の前で作っているのである。それも私が、その製品を見て既に10年以上たっているのに……。T社だったら、日本の会

社だったら、まさかそんな製造プロセスでは絶対に製品化しない。そんなプロセスでは、日本ではそれを製造とも生産とも言わない。

その製造プロセスにも驚いたが、その検査工程にも驚いた。その製品はシート状の物で用途によって、そのサイズはまちまちだ。だから、大きなシートを造って、それを用途に合わせて裁断する。ところが、製造装置にゴミがくっつくと、それが原因で大きなシートの数箇所にあってはならない欠点ができる。それを肉眼で見つけて、その部分をよけて裁断していく。これがすべて手作業である。

しかも、その欠点品が並大抵の量ではない。T社でも同じ事をスタートした当初は、しばらくやっていた。だが、それでも欠点品の量は ずっと少なかった。同じ事をB社で、今もやっている。シート製品だから、検査や裁断に広い場所が必要だ。随分広い所で何人もの人間でやっている。周りにはこれから検査して裁断しなければいけない仕掛品が、うずたかく積まれている。この検査場所と欠点品置き場がとてつもなく広くて、製造設備が占める空間なんてゴミみたいなものだ。不良品処理場の片隅に製造設備が小さくなっている、というのが実感だった。

「米国S社」の人たちと共同で仕事をしていたときにも同じような、製造とは言えないような方法で製品を作っている例を幾つか見たことがある。

そういえば、もうひとつ、私がT社時代、炭素繊維のプリプレグを担当したときにアメリカの会社から導入されたプロセスもそうだった。まともに動かないし、欠点だらけの製品しかできず、高価な炭素繊維でできた製品なので捨てる訳にもいかず、ほんの数時間 生産機を運転しただけで、あとの数日は総出で欠点の修正をする、という毎日が続いた事を思い出す。私たちは根本から製造プロセスを見直して心臓部分を新しく開発して、全く別のプロセスに置き換えた。

2.高品質、多機能の日本製品が生まれる土壌

・アメリカでは、地道な工程の改良とか、収率の向上とかの努力をあまりしない。何とか目標の物ができてしまったらそこでおしまい、すぐに次の新しい事に挑戦していく。人はこの新しいことへの挑戦をほめてチャレンジ精神というのかもしれない。ではこのチャレンジ精神はどうして生まれてくるのだろう。

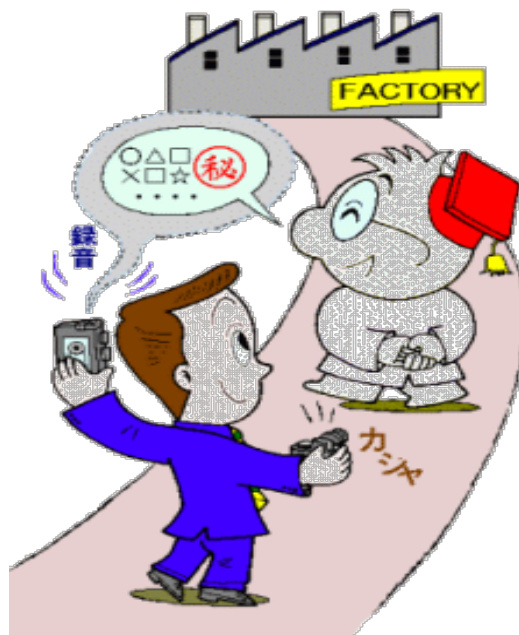
・日本では製造現場に近い部署の実権や発言力が研究サイドに比べて格段に強い。

製造サイドに立つ人間が、こんな製品、あるいはプロセスでは安定して生産できないと言え、それで研究サイドに差し戻される。

・アメリカでは研究サイドの発言力が格段に強い。新しいものを作り出すことの価値がそれだけ高く評価されているのだろうか。日本では、まだ研究サイドで改良すべきだ、と試験工場とか開発部の人たちが判断して差し戻すようなものでも、アメリカでは簡単に次の段階へ進んでしまう。

こういった 差はどうして生まれてきたのだろうか。日本はアメリカやその他の先進国にある製品や技術を学んで真似て製造することから始めて、そしてここまで成長してきた。この過程では実権や主導権を握るのは研究者ではない。世の中になく新しい、独創的なものを作る訳ではない。問題は如何にして、それを作るかであり、いかに収率を高く、安く、間違いなく作るかが目標であり、それが一番大切なことであった。

だから、それを担当する人間、部署の発言力が強くなる。そういった人達がウンと言わなければ物事は先には進まない。商品化されない。この風土が今でも続いている。だから、日本の製品には不良品が少ない。良いものが安くできる。アメリカでは立場が全く逆だ。



3.米国のチャレンジ精神と独創性が生まれる背景

私はアメリカのチャレンジ精神の、独創性の背景にはいつも レイオフされるか分からないという緊張感が横たわっているからだと思う。つまり、独創性の裏側にあるのは忠誠心とリストラの背中合わせ、だと思っている。

日本がもし、もっと独創性に富んだ人間が必要だと思ったら終身雇用制をやめるのが一番の近道だ。しかし、そんなことをすれば従業員の企業に対する忠誠心がなくなってしまう。それが証拠に、いまの私には B 社に対する忠誠心などない。T社にいた時はそうでなかった。

いつでもレイオフができる社会になったら従業員の企業に対する忠誠心がなくなる。従業員を信頼できなくなると、企業として従業員に必要な情報を十分に与えることができなくなる。みんなが必要な情報を共有してこそ良いアイデアが生まれるし、チームワークも生まれ、使命感や達成感を意識できる。これがなくなったら企業の研究開発にとって大きな痛手である。日本は、個人のスタンドプレー的な独創性よりも、皆で情報を共有して安心して仕事ができる国であり続けて欲しいと思う。しかし、この思いは届かないだろう。

4.優秀でハングリーな人材が集まる米国の強み

このアメリカの、レイオフされるかもしれないという緊張感は、人種間の緊張によって加速されている。アメリカでは人種差別をしてはならない事になっているし、人種差別はない事になっている。しかし、そんなことは無いことは今さら言うまでもない。

こういった感情は裏を返せば、白人系のアメリカ人が黒人、アジア系アメリカ人に対して強いプライドを持っている事につながる。だから、ただプライドだけでなく実力でも決して負ける事のないように、白人系のアメリカ人は努力する。そしてまた、白人系以外のアメリカ人も少なくともかなりの部分の人たちは、諦めることなく負けるものかと努力する。

一方、世界には様々な問題を抱えた国が沢山ある。それらの国々から、優秀でハングリーな人材がアメリカにはどんどん流れ込んでくる。白人系アメリカ人が危機感にかられて、プライドにかけて努力しない訳がない。

5.「デジタル技術」と「アナログ技術」の共存で勝負する

アメリカ生まれの IT 技術の領域では、日本は勝てない。既に手遅れかもしれない。だが、その領域を上手くうまく使い熟すことでなんとか互角にまでは持ち込まなければならない。そうでないと、何もかもアメリカに全部負ける。日本は、この領域について強く意識し、日本流に作りあげ、活かすべきだと思う。

もう一つ日本がアメリカに優っている点は、企業に対する従業員の忠誠心の高さだ。従業員が信頼できなければ、情報の共有などというものは技術的にはできたとしても、危なくて実行できるものではない。

そして従業員の忠誠心とモラルとがいかに大切であるかを見過ごして、我も我もとリストラに走っている企業が多い。これは間違いなくじわじわと企業をだめにし、日本をだめにする。これは現実にアメリカの企業の中でドラスティックなりストラを何回か体験した私の実感である。(故:久里谷美雄))



Ⅳ、社会の分断化で、どう変わる日本、

1、会社は誰のものか、

資本経済におけるグローバル化で、会社は誰のものか、株主の物であるという考え方が会社経営の中入り込んできた。日本人は金儲けを美化する風潮を卑しいと考えてきた部分があるが、拝金主義の国から、「儲ける会社・経営者がエライ！」という風潮が入り込んできた。創業者でない経営者は短期評価で勝負に出ざるをえない状態にある。儲け方を知らない経営者は無能であると、株主はもちろんマスコミも叩く。経営の効率化が最優先され利益追求だけが会社経営の目的となっている。

その経営学の構成要素は、石油や鉱石などの自然資源、お金、機械設備および人間であり、すべて無機質の存在物として同じまな板の上で料理できることになる。そうであるから、雇った人間に払うお金は報酬ではなく、「人件費」であり経費の「構成要素」の一つに過ぎない。但し、自分達エリートは超、高報酬を受け取るのは当然である。

つまり、この構成要素の一つである人間(他者)が、どのような感情を持つ存在であるかなどに彼等エリートは、従って、まったく関心を持たない。物体が感情を持っているということさえ彼等にとっては不思議ということになろうか。

儲かるという文字は「人を信じている者が儲かる」と書かれている。株価や為替変動に夜もオチオチ寝られないカネを信じるより、人を信じて儲けたいものだ。

口で相手を言い負かす業(わざ)には劣る日本人、金を転がして金を稼ぐやり方ではとうていアングロ・アメリカにかなわない。日本人が、世界の中で生きていくには「モノづくり」しかない。これまで日本人やってきた「モノづくり」の実績と、それを育てる心も伝承されているはずだ。

いま、我々日本人の前には新たな「モノづくり」のステージが広がっている状況にある。そのチャンスを生かすには、日本人が失いつつある「美への感性」と「育てる心」を復活させることで具体性が帯びてくると考えている。この感性と心は、当然のように、自然と共に生きる理念につながっており、世界の最大の課題(富と貧の2極化、地球の温暖化、資源の葛根など)に向かい合うことができるものである、

「モノづくり」を得意技としている日本が、その「モノづくり」を壊してしまったら、後に何が残るというのか。戦後の日本が如何にして高品質、高感度の数々のものを実現してきたのか、その要因を知ろうとせず、ものづくりの現場に立ったこともないような経営陣ばかりになって、アメリカ流のグローバル化だの自由市場経済だのの宣伝に乗せられて、自分達の強さを自分達で捨てることに成れば、実に愚かなことだ。

カラスを鷺と言いくるめる「ディベート」で、子供のころから鍛えられてきているアメリカ人に、我々日本人は口で勝てるわけがない。またそのような土俵で勝つ必要もない。ただ素直に、上品に、自分の知恵をわかりやすく平明に述べて、その存在を主張することが、我々日本人の取るべき、あるいは取れる唯一のやり方であろう。

日本人は、先端テクノロジー(AI や IoT 等)を理解し、使いこなしていく能力は十分にある。更に、それらの先端技術に工夫と改良を加え便利に、安全にするこだわりと知恵もある。「モノづくりジャパン」が日々壊れていくいま、日本人の知恵を、日本ならではのイノベーションを生み出すことにシャカ力(りき)にならないと、本当にもう後には何もないことになる。

2. 信用が第一という大企業であっても、なぜ不祥事が起きるのか

グローバル世界での会社経営は、市場の寡占化で居座る巨大会社と独創性で生き抜く会社の2極化である。経営戦略を明確に持たない中途半端の会社は、何れ倒産、合併、買収され消滅する運命にある。

会社経営の目的は利益の追求であり、株主からの評価を得ることである。経営者は、その目的を達成するには社員へ犠牲を強いることがある。会社は競争に追われ長期の展望が描き難くなる。経営者は、経営の効率化を求め、社員たちの働き方を変え、生産性の向上を求めることになる。

もちろん会社側もリスクを負うことになる。優秀な社員が外部へ流出することである。その人が、これまで蓄積してきた知識、知恵、といった記憶力が会社から消えて行く。残った社員とて不安を抱える。その不安が「やる気」と「目標」を失い、指示されたことだけを「そつなく」忠実にやっておけば良いという考えが蔓延する。つまり自分のアタマで考えられない、あるいは考えないマニュアル社員が増える。それが組織に蔓延り会社の不祥事につながる。

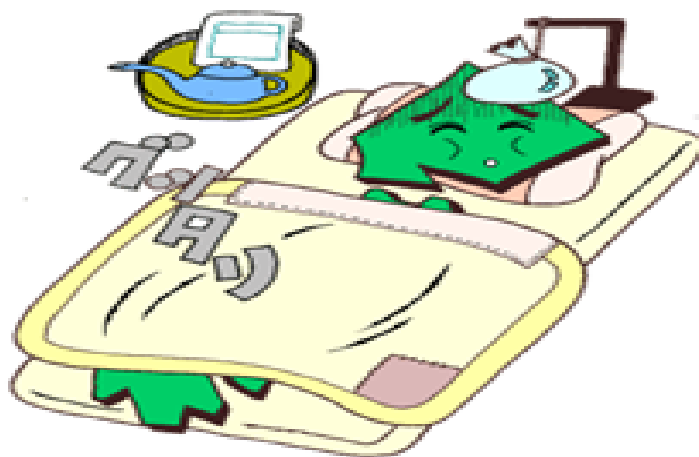
信用が第一という大企業であっても、今後も不祥事が続く可能性は十分にある。会社が社員への生産効率を求めすぎるが故に、面倒な品質の検査機能が疎かになり、手抜き製品を垂れ流すなど、会社のモラルが低下しているからだ。

悪しき慣習は組織に根付き、悪い事と分かっている、そのまま突き進むしかない。嘘が「バレる」まで、前例に従って突き進むしかない。真つ当な商売に戻したくても、その時はもう遅い。物づくりの理念(原点)に立ち返ることはできなくなる。

まさに今、日本を代表するような企業で、品質不正、データの改ざん、虚偽報告、等が起きている。お上が言う持続可能な産業の発展は言葉だけで終わる。ではどうする。日本企業が、失いつつある企業倫理や道義心と働く社員の「倫理確立」に立ち返ることが大前提である。

「天地」の利、不正な行いによる金儲けは駄目である、という言い伝えがある。つまり、世間から尊敬される会社になれば「天が味方をする」という教えである。つまり不正な行いによる金儲けを戒めている。突き詰めれば正しい「経営道」から生まれる会社の信用力である。

会社の信用は株主への貢献だけでなく、社会への貢献、地域への貢献、環境への貢献などでも評価されるべきである。さらに社員を大事にしているか、下請けを苛めていないか、といったことも加味されるべきである。もっとわかりやすいのは、商品の安全性、高品質と利便性、そして行き届いたサービスの提供である。これがその企業の「技術ブランド」である。「技術ブランド」はファン作りでもある。ファンはお客だけではない。社員、株主、取引先、いろいろある。使命感なき「モノづくり」は、人間が壊れて行く。



V、混乱の世界、「モノづくり日本」の役割は増える

1.「モノづくり」の基盤は人である

日本人と総称される集団は世界でも珍しい“モノづくり大好き”民族であり、このことが世界で生きていく上で大きな財産(資源)となってきた。他の民族から見ると、この異常な情熱を注ぐ「好き者」である日本人が「モノづくり」をやめてしまえば、日本は世界の中での存在感は薄れるであろう。

「モノづくり」の基盤は人であり、その人間の尊厳と価値を無視した、働く人を単なる「人件費」としかみなさない経営は、必ず「モノ」に反映され、その「モノ」は市場で拒絶されていく。働き方改革とは名ばかり、コスト削減の掛け声の下で、派遣社員だ、アルバイトだ、パートだ、あげくは労働委託だなんてやり方で、「良いもの」なんかが出てくるわけがない。

「モノづくり」には種々ある。まずは、農作物をつくる農業、森林を育て伐採する林業、魚類を養殖する漁業がある。そして料理、お菓子などを作る「モノ作り」、船、自動車などを造る「モノ造り」、この世にない新しいものを創る「モノ創り」、そして建てるという「モノづくり」がある。

(*)「作る」「造る」「創る」の漢字から、それが大きなモノなのか、小さなモノなのか、全く新しいモノなのかが想像ができる日本語の凄さを改めて認識した。

「育てる心」でもって、つくられたモノは、その受け手にも「育てる心」が伝わる。食べ物であれば、ありがたく受け取り、“いただきます”“ごちそうさま”と感謝をする。製品であれば大事に使い、長持ちさせて寿命まで使うという姿勢になって現れる。これも日本の美である。

日本文化の基底には二つの大きな核がある。一つは自然物も含めての他者と共に生きる心であり、これは哲学といえるものかもしれない。もうひとつは美学、あるいは美意識といえるものである。この美意識は、「名こそ惜しけれ」という精神上的の美学に現れてきた。その精神は生きる上での規律のようなものであり、かすかに西洋で言う倫理観に近いかも知れぬ。

日本は大国ではないが、世界秩序を守る**プレイヤー**に成れる。日本の「モノづくり」を支えてきた「和をもって尊し」の精神は世界の人々に受け入れられると思っている。日本の「美」であるこの精神は、この列島の住人が何千年も昔から自然の恵みを受けながら生き抜いてきた知恵の蓄積である。その原点は自然への感謝と共生への心、その土地に住む人達との助け合い、そして日々の営みを豊かにする「モノづくり」にある。日本は、アメリカ様の顔色を伺うだけでなく、時代と共に洗練されてきた「美」の感性を生かし、「**得意に帆を揚げて**」モノづくりに専念することが、日本の進むべき道かと思う。

▽2025/04/23 朝日新聞夕刊「日本文化・四季タイ客魅了 8年間で10倍

『今や日本経済の牽引役となっている訪日外国人客（インバウンド）。中でも急増しているのがタイ人観光客だ。近年、来日数が10倍近くに増え、リピート率が高く、東京よりも地方を好む傾向があるという。彼らが日本旅行に求めるものとは？』

▽2025/04/16 朝日新聞夕刊「日本最も好き」台湾世論 76% 調査結果、過去最高

『日本台湾交流協会の台北事務所は、15日、台湾の人々の日本に対する好感度が過去最高になったとする世論調査の結果を発表した』。（新聞記事引用）

（*）日本統治時代の負の部分を実感しないで、台湾は「親日的であるから」と見なしては、いいであろうか。反省の心と気配りを持って付き合いすることが大切かと思う。

2.「モノづくり」に挑戦する技術者達のドラマに感動！

▽ 2025/03/29 NHK 新プロジェクト X 100 年スペシャル

未来を切り開く挑戦者たち、名作「その後の物語」

先の見えない時代を切り開こうとする人たちの物語

『放送終了から20年近く経過した今も時代のうねりに翻弄されながら物語は続いている。そこで今回、100 年を記念して「プロジェクト X」の、その後にスポットを当てる』。

『首里城執念の再建へ 先人達の知恵を引き継ぐ若き職人たち <消えた名門家電メーカー元社員たち <それでも夢のエンジンにかける <製造中止からの復活劇 <インド市場への挑戦、日本の食材を世界へ、など、失われた30年の中、挑戦を続ける人々の思いに迫るスペシャル番組。』（NHK放送番組紹介から引用）

▽ 2025/04/05 (土曜日)20:00~20:45 NHK 新プロジェクトX
日本の物づくりの意地、世界最速レースF1 30年ぶりの復活優勝

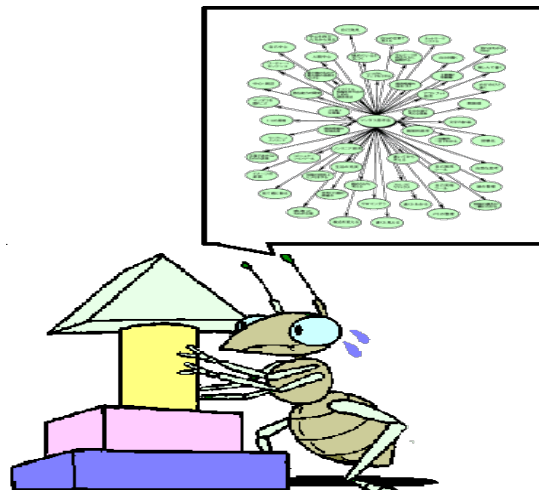
『復活を遂げた立役者は、新世代の技術者たちと、日本一売れた軽自動車を開発した「伝説男」。世代を超えて、ぶつかりながら大逆転を果たした技術者達の夢と挑戦の物語』。(NHK放送番組紹介から引用)

放送の中で技術者たちが言っていることは、“わくわくする物を作りたい。愉快的商品を作ろう。とにかく楽しいことを考える”。また経営責任者がこんなことを言っていた。“ロンマンとお金のバランス、反対する者もいるが最終決断は夢を追う社員への信頼”。経営者としての生きざまをみさせてもらった。

▽ 2025/04/24(木曜日)19:30~20:45 NHK 再放送
熱談プレイバック 新幹線誕生 D51を生んだ男が夢！講談と貴重映像で描く
『日本が誇る高速鉄道の開発物語を人気講談師・神田阿久鯉が読み上げ、背後に大きくプロジェクションされたお宝映像が技術者を持ち上げる』(NHK放送番組紹介から引用)

▽ 2025/04/25(金曜日)20:00~22:00 テレビ朝日 タモリステーション
新幹線開発に思いを込めた技術者たち、困難を乗り越えた日本の技術力

▽ 関連情報:リベラルアーツ研究所 【名言】尊敬できる人との仕事 嶋 秀雄
新幹線開発の決断 『全く新しいものは、実は古いものの組み合わせ、掛け合わせによって生まれることもある』 <https://libeken.com/hideo-shima/>



Ⅵ、日本の強みを活かした「知財戦略」を立案し、推進する

1. さて、「知的財産立国日本」は、どうなった？

2002 年 小泉純一郎首相は、知財立国を国家重点政策に定め、知的財産による事業保護や国民の知財意識の向上を推進する政策を発表し、「知的財産戦略本部」設置された。主たる内容は、

- ① 日本が持つ創造力・創作力を最大限に発揮し、技術、デザイン、コンテンツなどの無形資産を創造することを重視。
- ② 企業や個人が創造した知的財産を適切に保護し、保護された権利を効果的に活用できる体制を整備する。
- ③ 創造された知的財産を産業に活用し、経済的な価値を生み出す知的創造サイクルを構築する。
- ④ 大学や研究機関の技術を企業にスムーズに移転できるよう、TLO 法(大学等技術移転促進法)などを整備し、産学連携を促進する。

知財部署を持たない中小企業へ「知財アドバイザー」を派遣する仕組みが一部の自治体で設置された。大学との産学連携は、大学内に知財部署が設置され担当者が配置された、などの効果は得られた。一方、世界で通用する特許明細書の作成や休眠特許の技術移転などは、知財知識だけでは対応が難しく、人材不足が課題となっている。

お上は、「知財立国日本の実現」といった指針は出せる。しかし此処での提言は、特許を出願する、特許を取得する、特許を使うといったことが優先され、無形資産の存在と運営方針が曖昧で具体性に欠けている気がする。お上は、規則を新しく作ったり、変えたりすることは出来る。しかし応用から派生する課題を根本から解決する方法や、発想は期待できない。根本的な問題解決は、やはり現場からだと思う。お上が出した規則に知恵を付けて運営するのは民である。詰まるところは民の自己責任である。

▽ **首相官邸ホームページ**: 知的財産の創造、保護及び活用に関する推進計画

<https://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/kettei/030708f.html>

2、第4次産業革命での「モノづくり」はどのような？

これまでの「モノづくり」と違って、IT 技術 (Information Technology 情報技術)、IoT 技術 (Internet of Things インダストリアル 4.0)、AI 技術 (Artificial Intelligence 人工頭脳) 等を組み込んだ商品、サービスが主流となる。技術領域の拡がりだけでなく、それらの技術が複雑に融合し、溶け合っている。これまでの自社技術や専門知識だけでは間に合わなくなる。

▽ 2011 年、12月30日の日経新聞の第1面

カリフォルニア大学バークレーのロバート・コール教授へのインタビュー記事

題名は『ITこそモノ作りの中核』となっている。この中で教授は、『“日本は強みであるモノ作りに拘るあまり、世界の潮流を見失っていないか”、“ソフトを軽視したモノ作り回帰は非現実的な選択肢だ”、“日本企業ではソフト開発部門や技術者への評価が相対的に低く、IT企業は下請けのように扱われている”』などなど相当に手厳しい。

ドラッカー (P.F.Drucker) が「断絶の時代」の中で、知識社会 (知識経済社会) が到来している、と述べている。『知識社会では、資本金、設備、土地などの有形資産に変わり「知識・情報」が経済価値を生み出す主要な源泉となり、教育水準、業務プロセス、知的財産権、外部との結びつきなどの無形資産が価値形成に大きな比率を占めるとされる。特に知的財産権は事業競争戦略上きわめて重要である』、と。

▽ 2025年4月9日(水) 朝日新聞夕刊

論文数最多 特許も7割、日本は薄い存在感

AI開発覇権、米に迫る中国 米スタンフォード大報告

『人工頭脳 (AI) の開発では米国が世界一だが、中国が差をじわり縮めてきている。—米スタンフォード大の「人間中心の AI 研究所 (HAI)」は7日こんな調査報告結果を公表した。日本への言及は少なく存在感は薄い』

『一方、論文数そのものでは中国が最多で、AI 関連の特許も世界の 7 割を占める。質では米国が、量では中国が存在感を放ってきたが、性能面でも中国は急速に米国との差を縮めているという。AI を搭載した産業用ロボットの工場への設置数では、中国は 2 位の日本や3位の米国を大きく上回った。』(原文引用)

3、有望な日本の「コンテンツ知財」、さあ、どうする？

▽ 2025/4/26(土)朝日新聞 ゲーム・音楽 新お家芸に コンテンツ輸出「20 兆円」へ動く官民

『日本のコンテンツを、国を挙げて世界に売り出す動きが加速している。経団連は2022 年コンテンツ分野を議論する委員会を立ち上げた。これまで政策づくり注力していた自動車や家電等日本のお家芸ともいえるものづくり産業は新興国の追い上げもあり競争力が低下。気づけばコンテンツ産業は重要な地位を占めていた(関係者)という。』

▽2025/05/17(土)朝日新聞 官民ファンド6割 累積赤字

業績の悪い上位4ファンドの中に、アニメや日本食の海外展開を支援するクールジャパン機構(経済産業省)が入っている。『映像コンテンツの海外展開など多くの事業が失敗』。

▽朝日新聞 2025/06/03 「知財の JAPAN」へ数値目標

『政府が近くとりまとめる「知的財産推進計画 2025」計画の草案が判明した。知財の国際的な競争力について初めて数値目標を盛り込み、国際ランキングで2035年までに4位(現在13位)いないを目指す。知財大国を実現する方針を鮮明にして、コンテンツ産業など強みを生かし、世界での存在感を高めていく』記事原文引用



4、「技術発明」と「文化発明」

「知財立国日本」の実現は、うまく進んでいないが「観光立国日本」の実現は順調のようだ。「観光立国日本」の魅力は、日本文化を代表する景勝地はもちろん、日本の食文化や日本の伝統工芸、芸能、芸術などが一翼を担っている。

「文化発明」は、「技術発明」のように権利を主張して囲い込むケースは少ないと思う。むしろ、世界へ発信して日本への関心を広めることに使う「**解放知財**」ともいえる。

「文化発明」は、日本の文化を世界へ伝える為の重要な「知的資源」である。幸いにして通信ネットワークのインフラは整っている。リスクもあるが上手に活用すれば良い。目先の損得(利益)に惑わされることなく、そのご褒美は、必ず廻り回って戻ってくる。

例えば自分の創作料理が世界の人々から受け入れられ、外国人のお弟子さんが誕生し、現地でお店を開くことだってありうる。それらの情報が巡り巡って日本に戻ってくれば、日本での知名度が高まり、ファンが増えてくる。また、外国人旅行者たちも本家本元の味を求めて訪ねてくれることだってありうる。

但し！ノウハウ等(技術、経験、手法・・・)に関する情報は、自分のオリジナルであることの証拠として、「**文書化**」して残しておくことが肝要である。特許権や著作権等と違って自分で管理することになるが、(公益社団法人)知財経営協会(SIR)が知財登録(IPコード)サービスを行っている。**(*)**

▽食彩の王国 毎週土曜日 午前 9:30～ テレビ朝日(東京ガス提供)

『食材と一途に向き合い、古から続く食文化を守り抜こうと奮闘する生産者の創意工夫があります。さらに、その思いを受け継ぎ、華やかに表現する料理人の誇り。お互いに食材への敬意と情熱に満ち、固い絆で結ばれています。そして、そのせめぎ合いは日々の料理に役立つヒントに溢れています』。[番組案内の原文引用](#)

▽テレビ東京の『世界！ニッポン行きたい人応援団』

『私たちは、どこかの国で待っているのであろうニッポンのことが大好きな外国人の方の熱い思いをご紹介したいと世界の国々で大搜索！その中からニッポンで夢をかなえたい方のお手伝いをするため、ニッポンにご招待します。』([番組案内の原文から引用](#))

▽テレビ東京の『YOUは何しに日本へ』

『年々増加している訪日外国人。番組では、外国人たちの日本への玄関口、空港で勝手にお出迎えして直撃取材を敢行！！前代未聞の空港アポなしインタビューをやり、当人の許可を得て日本滞在の目的をルポ。』（番組案内から引用）

▽2025/05/17(土曜日)20:00～20:45 新プロジェクトX 島に誇りを ～アートでよみがえった瀬戸内海～

『世界から年間100万人を超える観光客がおしよせる瀬戸内海の小さな島の物語。目当ては、アートと島に残る日本の原風景の融合だ。しかし、この海はかつて「瀕死の海」、島々は「はげ山」「ゴミの島」と呼ばれ、衰退の一途を辿っていた。再生に乗り出した教育企業だが、逆境続き。赤字を垂れ流す客の来ないアートホテル。無関心な島民。起死回生の一手法、倒壊寸前の民家を使ったアートだった。失われた誇りを取り戻す奇跡の物語。』（NHK 放送番組から引用）

▽朝日新聞 2025/5/9（金）ジョセフ・ナイ氏死去の記事から原文引用。

『ナイ氏の代名詞ともされたのがソフトパワーだった。軍事力や経済力などの「ハードパワー」だけでなく、価値観や文化などを通じて他の国や国民を惹きつけるソフトパワーの重要性を指摘』

(*)知財経営協会:『技術発明に加えて文化発明(例えば、文芸、音楽、映画、漫画、技芸、陶芸美術品等)』等についても、世界中で豊かな日本文化の価値を高め保護活用できるように、知財登録システム等の進化改良を行い、公正・健全・発展社会の実現に向けて知的パラダイムシフトを先導します。』協会趣意書から引用)

↓

<https://www.ipbrand.org/manifest.html>

5、日本の強みは、中小企業が持つ「モノづくり」技術である

2024年2月16日朝日新聞(朝刊):『日本 GDP4 位に転落.円安響きドイツ下回る。バブルの崩壊から続く「失われた30年」の低成長が齎した結果である』と論説されていた。2面には、『転落 失われた30年の果て 日本の技術力 世界に遅れ』と大きな見出しがある。そして7面には『ドイツ「稼ぐ力」で浮上 高付加価値を国内製造輸出し高いシェア』とある。大きく紙面を取って解説されていた。整理すると、

- ①付加価値の高さで勝負、ニッチ市場で高い世界シェアを持つ、それを支えているのが非上場のドイツ企業である
- ②ドイツ非上場企業の経営者は短期的な利益に左右されず長期的な視野 視点を持っている。
- ③ドイツ国の中小企業は開発から海外販路の開拓まで、同国の研究機関や大学の支援に助けられており、中小企業の「モノづくり」を支えている。(新聞記事から引用)

凡そ20年前であろうか、独立行政法人宇宙航空開発機構(JAXA)の技術移転を進める特許コーディネーターとして一年間、参加させてもらったことがある。JAXA さんの技術は高度で、どのように取り組めば技術移転(転用)の可能性が生まれるのか自分には、その応用能力がなく、お役に立つことができなかった。

奇遇というか、後年になって篠原さんが個人的な興味(趣味?)で、宇宙関連の市場動向や技術動向の調査研究をしていた。いま、知財業界で最も注目されている「IP ランドスケープ」であろう。情報収集は世界が対象である。検索言語は当然英語である。その調査レポートには、これまで聞いたことのない企業や個人が多く抽出され、技術の多様さ、深さ、独創性に驚いた。何故なら、宇宙開発といえば著名な大きな会社しか関わっていないと思い込んでいたからだ。

例えば、回転による動力の伝達を摩擦に置き換えて軽量化するといった技術などは、宇宙衛星などに組み込まれているのであろう。恐らくこれらの関心情報は、欧米や中国等の研究機関などで収集されており、絶えず追いつけているものと思う。それらの情報は英語であるから彼らにとっては支障なく情報収集はできる。英語を苦手とする日本は、このハンディを克服せねば世界から取り残されて行くであろう。

この「篠原レポート」から知り得たことは、先ず新規事業の支援を求めるベンチャー企業や自社技術の活用を求める非上場（中小）企業にとって、情報発信の場となり貴重なツールとなっていることである。一方、ベンチャー企業が持つアイデアや技術を評価して投資をする。あるいは非上場・中小企業が持つ技術の評価して自社との提携メリットを検証するなど投資家や事業家としては重要な情報源となっている。まさに「シーズ」と「ニーズ」の出会いの場になっていることだ。

スペインに移住している友人の話:『ラテン系であるイタリア、スペインでは、家族との生活、地域社会での人間味ある連携が最優先である。その生活を豊かにする「育てる」「つくる」の労働力と技術、そして情熱がある。ただしその小さな成果が大きなビジネスになるネタであっても、家族との生活を犠牲にしてまで金儲けをする気はない。金儲けはアングロさんをお願いして、ラテンさんは家族と地域の元気をつくるのが生きがいである』と。ドイツ非上場企業の短期的な利益に左右されない「モノづくり」と共通する部分がありそうだ。

参考:

先にアップした資料、2024/08/09 [歴史から学ぶ、「言語」と「文化」](#)で、ラテン系、アングロサクソン系の人たちの、ものの考え方、価値観の違い等に触れています。

日本企業も短期的な利益を追うコスト削減だけでなく、自社技術を生かした付加価値のある商品、サービスへの長期投資する余裕が欲しい。地方自治体も「文化知財」を含めた「知的財産」の重要性を認識し、地元企業の情報発信等の支援を積極的に行い地域の活性化に知的財産を取り込んでいくことを願う。

VII、日本人としての誇り、「アイデンティティ」を失うな

1、「日本語」と「オープンイングリッシュ」との共存は可能

世界の人々へ、世界の共通分野での「物・事・考え」を伝えようとするなら、論理的に筋道つけて説明しないと理解を得ることは難しい。つまり世界の中で、それなりの役割を果たすためには、「面倒だけれど」論理的であらねば、という必要性を理解して欲しい。しかし一方では、日本人としての「アイデンティティ」を失ってはいけないことを強く訴えておきたい。

誤解されると困るが、論理性と「人間としての正しさ」は必ずしもイコールではない。論理的にものごとを考え、表現する根元の所に、「人間としての正しい心」がなければ、論理的に怪しげなシステムを考え出し、論理的にとんでもない戦略を立案し、論理的に嘘をつく行いが横行することにもなる。論理的思考と表現能力を身につけることは、人間としての品質が向上することを必ずしも意味しない。

第3章で述べてきたが、英語は対立の図式で表せる文化の下にある言語であるとも言える。従って英語で事実報告や考え方や分析された英語情報を受け取る（主に読む）、英語で表現する、英語で討議するという場合には、英語力が高くなればなるほど、英語を母国語とする人の、この対立の図式の基で、思考や分析、議論を行うことに繋がる。これは、日本人としてのアイデンティティや、企業や国という団体の利益保持という面からは、極めて望ましくないと考えている。

実際のところ、英語およびその背景の文化にあるこの対立の図式が、今日の世界における様々な摩擦の原因の一つになっていると言える。しかしグローバルな環境で、英語で戦う戦士たちが、深い経験を積み、日本人であることを忘れなければ、そこから初めて、われわれの、日本式の生き方を、英語を使って表現していく場面が見られるようになると考えている。そのように期待をしている。

日本人としてのアイデンティティは見失うな、まず日本語を身につけろ、そして世界への対応が可能な英語力を身に付け、数段伸ばせ、と相反することを要求することになるが、それは日本人として克服しなければならない大切な事項と考えている。

2.世界の人々へ、誤解なく伝えるには「論理力」が求められる

確かに日本語は「情感」の表現には向いているが「論理的表現」には向いていない。しかし、問題がここにあり、それを解決するためには、このようにしなければならない、そのためにはこのような努力が必要である、等々を説得し、理解を求めるためには、論理的に筋道を立てなければならない。

論理的思考の起点は、事実の把握を出発点とする。いま生じていることは過去に生じた何らかの結果である。過去を知らずして状況把握は行えない。当然、分析も行えない。分析ができなければ問題点も出てこない。問題点が見つけられなければ、対策も考えられない。あるいは考える必要はない。

つまり「論理力」は、事実を矛盾なく明確に伝えることが目的である。文才は必要ない。要するに日本文化に根ざした叙情的で美しい、あるいは阿吽の呼吸を期待した以心伝心の「文化日本語」でなく、世界へ「物、事、考え」を伝える為の「やさしい平明な日本語」、即ち第二母語としてのもう一つの言語、つまり「文明日本語」を持てば済むことである。

[余計な能書き]: 新しい「モノづくり」の時代、“なぜ”を追求し、そして“どうする”を模索する“問答力”が、益々重要となってくる。企業であれば現場だけでなく経営陣も自社商品がどのような技術で構成されているのかを知っておくことは当然の義務である。この、「なぜ、どうする」の力が弱いと全てが後手、後手に回ることになる。

長きに渡る日本の教育政策のおかげか、この「なぜ・どうする」を問い、思考(模索)する能力は、日本人の中で見事なほどに低下している気がする。例えば日本の超エリート集団であるべき政府及び霞が関の施策、何かあった時の対応を見れば、問題の本質をおざなりにして甚だ場当たりの、曖昧である。これでは世界のエリート連中とは戦えない。

もちろん日本でエリートと呼ばれている人達は、頭脳明晰で語学力もある。しかし自分の考えを相手に認めさせる議論は苦手としている。“そこまで言わなくても理解して欲しい”という阿吽の呼吸は通じない。議論に負けない論理力を持たないと世界のエリート達から認められない。彼らから認められたら“名こそ惜しけれ日本の美”の精神を失わず対峙して行くことで更なる新しい信頼関係が生まれるはずだ。

3、✕は、篠原ブログ 79:「名こそ惜しけれ」日本人の美学の核

若いころ、ヨーロッパで、宗教とはいったい何なのかを考えさせられた。“お前は日本人だから仏教徒か”との質問に、仏教の教えに接したこともない存在としては、「ノー」と答えざるをえない。しからば無神論者なのか、と聞かれると、神がいるとかいないとかの話には答えようもない。問いかけてくる相手も私という存在をどのような範疇に当てはめているのかわからなくなる。なぜそのような「些細」なことに拘るのかとこれまた西欧人の考えに理解が及ばない。

キリスト教を信じる彼らにとって、信じる宗教を持たない人間は野蛮人であるか、あるいは得体の知れない存在とみなすということは、既にいくつもの書物で承知はしていたが、自分はなぜそうなのか、宗教なしでも別に何の支障もないことを適確に表現することはできなかったし、彼らがなぜ宗教なしの人間を理解する基礎を持っていないのか、理解できなかった。

後になって、司馬遼太郎さんの本を読むことで、問題のひとつは解決した。司馬さんがどのように記述されていたか、確かではないが、宗教は獰猛な人間を飼いならすために必要とされるという言葉に出会って、霧が晴れた。彼らには宗教が必要であり、自分たちが必要としているから、相手も必要としているに違いないとする。だから宗教を持たない存在は、自分たちが宗教を持たなかった時の状態と同じく「野蛮」であり、だからこの「福音」を伝授したいという、お節介になるわけだ。

ところが、日本人は、宗教なしでも別に獰猛でもなく、野蛮でもなく、近代文明も受け入れているし、知識教養も高く、礼儀も正しい。いったいどうなっているのだ、ということになる。ここまで書いてきたようにこの疑問に当時は、私は答えられなかったのだが、今ならできる。われわれ日本人は、人間存在の基盤に、「名こそ惜しけれ」という美学を持っているからこそ、キリスト教を信じる西欧人や、そのほかユダヤ教、イスラム教、ヒンズー教等を信ずるどのような人々に対しても、同じ土俵で毅然と相対(あいたい)することができるのだ。

「名こそ惜しけれ」とは、いうまでもなく坂東武者の中に育った「美学」であり、生きるうえでの基本基準とでもいうべきものである。もちろん宗教ではなく、また哲学という概念にもあわない。この概念を定義するのは難しいので、私はこれを「美学」と呼んでいる。生きるうえでの、美意識に関する感性に基づく、基本的な姿勢とでもいっておく。

鎌倉時代から、現日本の原型は形作られたのだから、その社会におけるエリート層の武士の美学は次第に日本人全体のものとなっていく。「名こそ惜しけれ」自分の行うことには自分が責任を持つ、ということである。恥ずかしい仕事はできないということである。自分の名にかけて、物事はキチンとやるという自意識を高く持った誇り高い存在を支えている美意識なのだ。

農民が作る農産物、職人が作る制作品、これらを見れば、日本人は庶民の隅々までこの「名こそ惜しけれ」の美学を持っていたことがわかる。日系移民という、高等教育を受けたわけでもなく、熱烈な仏教徒でもない普通の民衆が海外の地であれほどの評価を得たのも、この美学が根底にあったからに違いないと私は確信している。

この美学は、戦後、高い品質の工業製品を生み出す原動力にもなった。工場の現場の一人一人が無意識であってもこの美学を持っていたがために、自分が関係した製品は、恥ずかしくないものを市場に出すのだという信念があった。今もあるはずだ。

今なら私は、外国の人々に説明できる。俺たちには「名こそ惜しけれ」の美学があるから、宗教はなくとも、まともな行動が取れ、まともな社会を経営することができるのだと。ただし、外国語で、このことを説明するのは相当に難しい。あれやこれやの実例を示しながら説明していかないと、理解を得るのは大変な作業となるだろう。

ともあれ、われわれ日本人がこの「名こそ惜しけれ」を忘れない限り、というより、まだ維持している人々が先頭に立って行動すれば、21世紀のこれからの困難な局面において、世界のパスファインダー(pathfinders)として尊敬を受け、世界の存続に貢献できることになるだろう。論理の展開の根底にはまともな哲学、人間とは何、どうあらねばならないかの原理原則がなければならず、幸いなことにわれわれはその原理を「名こそ惜しけれ」という一言で表現されるもので持っている。(2006/01/01 篠原泰正)



編集後記

アメリカのトランプ大統領が“今はかつてないほど金持ちになるチャンスである”と吠えている。これは明らかに格差社会を生み出す仕組みである。

アメリカ型の経済システム(資本経済)を、ただそのまま受け入れているだけでは日本の強みを生かした経済再生は成り立たないと思う。日本経済を支える力は「物づくり」にある。アメリカ経済の支えは「カネづくり」である。「モノづくり」は、夢への挑戦で、ウエットな共生の世界である。「カネづくり」は、1か0の戦いで、ドライな過酷な世界である。

余計なことだが、トランプさんが吠えているアメリカ製造業の復活は難しいであろう。
Ⅲ、なぜ、アメリカの製造業が衰退したのか、この稿で久里谷(故人)さんが述べられていることは未だに変わっていないと思っている。

これも余計なことかもしれないが、いまアメリカでは優秀な人材が、排除されているようだ。日本に好感を持っている外国人は多いと思う。日本は優秀な人材を受け入れるチャンスを迎えている。日本の大学や研究機関など、日本の頭脳集団に彼らを受け入れる体制づくりを積極的に進めてはどうか？

「これからの世界はどうなるのか、どうする日本？」この問いに答えることはできないが、現情を予見していた学者がいたことを、篠原さんがブログで取り挙げていた。

篠原ブログ(62):西洋の没落:強欲の果てに

ドイツの歴史哲学者であるオズワルド・シュペングラー(Oswald Spengler)が1918年に「西洋の没落(The Decline of the West)」を表わしてから今年で90年になる。以降、何度も西洋の没落はささやかれたり語られたりしてきたが、西洋による世界支配という基本構図は変わっていない。

しかし、どうやら、今度こそ、西洋の没落は起こりそうである。ただ、問題は、西洋の没落が同時に地球の没落を意味しそうなところにある。地球丸ごとが彼らに引きずられて奈落の底に落ち込みそうなところに、厄介な、そして残念なポイントがある。

最大の問題は、自然物すべては人間のためにある、という厄介な考え方にある。これが、今われわれの前に広がりつつある地球崩壊の元凶なのだ。

われわれ日本人もこの150年、西洋のお仲間に入って「近代工業化文明」という名のお祭りに参加してきたので、地球を壊した点では同罪だから強いことは言えないが、西洋流の考えを捨てて日本流を前面に出せば、まだせめてもの罪滅ぼしができる余地がある。

日本人の考え方の中には、西洋を真似しての150年の間に随分と壊れてしまったが、まだ自然の恵みを「節度」をもって利用させていただくという軸が残っているはずだ。

日本人の心の中に、まだ自分が必要とする以上をむさぼるのは「強欲」である。という心が残っているはずだ。そして、この心こそ地球の非常事態に立ち向かうもっとも有効な武器となると思う。西洋にはこの心が無いから、放っておくと、彼らは最後の日まで「強欲—英語で greed という」の饗宴を広げるだろう。(2008/09/03 篠原泰正)

2025 年 5 月 25 日、兵庫県宝塚市にある「手塚治虫記念館」に行った。その時に購入した書籍、「ガラスの地球を救え」の中で地球の非常事態が訴えられていた。

『地球は今、息も絶え絶えの星になってしまいました。いったい、いつの間にこんな事態に陥ってしまったのでしょうか。人類はどこで針路を誤ったのでしょうか』(原文引用)

▽ガラスの地球を救え 二十一世紀の子供達へ 光文社知恵の森文庫 1996 年9月20日初版
『マンガの中で未来社会をずいぶん描いてきましたが、それは僕の中の”自然“が土壌となって、宇宙の彼方にも飛んでいく、あるいは小さな虫の中にも入り込んでいく創造力をはぐくんでくれたからこそだと考えています』(原文引用)

『自然がぼくにマンガを描かせた/地球は死にかかっている/科学の進歩は何のためか/子供の未来を奪うな/ぼくは戦争を忘れない/情報の洪水に流されるな/何が必要な情報か/異文化との衝突/人間の欲望/IF の発想』(目次から抜粋)

自然、生態系を無視した経済成長は、いずれ行き詰まり、このままでは地球の温暖化は止まらず次世代に残せるのは「負債」しかない。自然を破壊し続ける「資本(マネー)経済」—辺倒から「倫理(モラル)経済へのソフトランディングは難しいそうだ。さあ、どうすれば良い？(2025 年7月 8 日 はつめいくん)