

## 第 41 回：王監督を、日本の国の監督にしませんか？

- 2008 年 10 月 3 日 金曜日
- [関橋 英作](#)

[政治・経済](#) [リーダーシップ](#) [コミュニケーション](#) [マーケティング](#)

“誰がなっても同じ”。この言葉が日本の政治家のすべてを物語っています。それほど、日本には人材がないのでしょうか。もしそうだとすれば、日本人にとってこれほど怖いことはありません。何とんでも、政治家、特に総理大臣は日本という国のビジョンを体現化していなければならないからです。

では、日本人は、日本がどういう国になってほしいのでしょうか。経済大国？世界の一流国？世界に貢献する国？環境を考える国？小さいけれど楽しい国？みんなで作り上げる国？隣人と仲良くやれる国？みんなが中流の国？人それぞれでしょう。

でも、大事なのはリーダーが明確なビジョンを持って、それに「責任」を持つ人であること。そうです、1年で総理大臣が3人も変わるような国は、責任という言葉から最も遠いような気がします。

そして、もう一つのリーダーの資質は、国民一人ひとりの心の中を感じ取れること。日本人がもともと持っていた「気遣い」です。総裁選で地方に行き、地方は疲弊しているなどと今ごろ話すような人では、気遣いとは縁が薄い。

私はこういことが、本当の意味でのコミュニケーションの力だと思っています。それが著しく欠如している。ただ、大きな声で面白いことを言うことだけが、コミュニケーションではありません。相手のことを念頭に置きながら話す。そうすれば、失言などあるはずがない。こうやって書いていても、寂しくなるばかりです。

そこで、あえて王監督のことを考えてみました。引退を宣言され、もうあのユニフォーム姿を見ることができません。

私は王さんが巨人に入団して以来 50 年、ずっと“ドキドキ”をしてきた一人。「王」フリークです。というより、王さんは永遠のアイドル、このほうが感覚的には近い気がします。オヤジの言うセリフではありませんが、王さんの笑顔と鋭い眼差しにやられっぱなしでした。それ以上に、誰もが認める「偉大な性格」に尊敬の念を抱いていました。

私は広告の仕事をしてきたので、王さんとは 2 回接点があります。どちらも、若いころです。1回目は、上司が王さん起用の CM を撮る仕事。必死でお願いして撮影に同行させてもらった

ときのことです。覚えている方はいらっしゃると思いますが、ペプシコーラの「ミリンダ」という飲料のCM。王さんが一口飲んで、“オー、ミリンダ！”と言う、ベタなストーリーです。

撮影は、巨人軍キャンプ地の宮崎。そのころは、V9へ突き進む全盛期ですから、打ち合わせの青島ホテルには、長嶋さん、土井さん、柴田さん、堀内さんなど野球少年にはドキドキのメンバーがそろっていました。もちろん、私は何か言う必要もないので、座っていればいいのですが、何だか恋人に会う心境。王さんが現れただけで上がってしまいました。それでも王さんは一人ひとりにあいさつされ、私に向かって“お疲れさまです”と声をかけていただきました。

次の日の撮影スタジオでは、王さんの好きなカーペンターズの「トップ・オブ・ザ・ワールド」を流していたのですが、入ってくるとそれを聞きつけ口ずさみながらニッコリ。普通ならライティングのためにスタンドインを立てるのですが、“いいですよ、本人のほうが間違いないでしょう”と言って、1時間も熱いライトの中に立っていたのです。既にスーパースターのその態度を見ていて、私の方がボーッと熱くなってしまいました。

その後、何十回もタレントCMを撮ってきましたが、王さんのような方はいません。私の王さん好きは、ますますエスカレートしていくことになりました。

スポーツ選手にしろ、歌手にしろ、アーティストにしろ、国民が影響を受けたり、感動したりするのは、彼らのパフォーマンスそのもの。あまり、彼らの性格や人格を気にすることはありません。

しかし、政治家の場合はどうでしょう。それも一国の総理の場合は。本来なら、総理の決断は、国民の明日の生活に大きな影響力を持っています。総理のビジョンはもちろんのこと、人格は大きな関心事です。

正直いって、「総理の人格」ということがマスコミ上で取り上げられたことが何回あるでしょう。見せかけのパフォーマンス、失言、優柔不断、そして無責任。これでは、日本というブランドをつくる以前の問題です。

総理のリーダーシップという点で考えた場合、いつもテーマになるのは、決断力、責任力、説明力。しかし実際は、世界の先進国としての責任、経済の立て直しのような観念的なことしか言いません。

今、国民の心配事は、年金に代表される明日への不安、食料問題に絡む食への不安、そして不可解な事件が示唆する人間関係への不安。どうして、このような心の問題を理解できないのでしょうか。

「総理の人格」こそが、いま最も求められることなのだと思います。総理が辞めても何も感じないのが当たり前になりましたが、王監督の引退には多くの選手が熱いコメントを寄せています。

イチロー選手「同じ空間にいたことが僕にとっての宝物」

松坂選手「この監督のためと思わせてくれる人柄」

城島選手「野球界の父のような存在」

福留選手「人を引きつける不思議な魅力のある人」

福岡ドーム最後の試合では、ファン全員が「やめないで！」と声をからしました。関東の最後の試合、ロッテ戦に行ってきましたが、ロッテの選手全員が握手を求めるセレモニーを行いました。相手チームの監督としては、異例のことです。



●2003年最後の優勝の時の胴上げ(千葉マリンスタジアム)

「やめないで！」。こんな総理は、日本には現れないのでしょうか。もし、王監督が日本の総理大臣になったら。想像しただけで、ワクワクしませんか。王監督の人格が、日本という国のブランドをすばらしい人格に変えるかもしれないからです。

そうなったときに、日本は大好きな日本になるのかもしれませんが。今回は、マーケティングの話からずれましたが、「王さんファン」のつぶやきと思って許してください。

でも、王さんの真価は、誰とでも心を開くコミュニケーション力にあるのでしょうか。これこそが、社会を変える力。

伝えることは、マーケティングにとっても、最も重要なものの一つ。伝え方が、相手の行動を変えるのです。せっかくなので、来週以降は、少しマーケティングコミュニケーションのことをお話したいと思います。