

2016 国際平和のための世界経済人会議実行委員会

Session7：世界平和拠点としての広島【未定稿】

《登壇者（敬称略）》

・モデレーター

藤井 宏一郎（マカイラ株式会社 代表取締役）

・パネリスト

隈元 美穂子（国連訓練調査研究所（ユニタール）広島事務所 所長）

チャールズ・E・モリソン（イースト・ウェスト・センター 所長）

ジョナサン・マックローリー（ポートランド社 パートナー）

パー・L・サクセガード（ビジネス・フォー・ピース財団 創設者・会長）

・ディスカッションコントリビューター

荻田 知英（中国経済連合会 会長）

末松 弥奈子（ツネイシホールディングス株式会社 専務取締役 CSV 本部本部長）

○司会者

お待たせいたしました。只今よりセッション7、『世界平和拠点としての広島』を開始いたします。モデレーターをお務めいただきますのは、マカイラ株式会社代表取締役藤井宏一郎様です。それでは藤井様、よろしくお願いいたします。

○藤井宏一郎（マカイラ株式会社 代表取締役）

皆さん、おはようございます。やっと本日というか、この会議の最後のセッションになりました。この会議のセッションで一番最後に、皆さんと一緒に、この広島という土地が世界平和に貢献するためにどのようにして持続して対話の場になっていくかということを考えながら、このセッションを進めていきたいと思います。

一番ここで皆さんに考えていただきたいのは、この場を持続的な場にする、すなわちここで二日間みんなが集まって、それでまた次の日、飛行機に乗って帰って行って、ここを忘れてしまうのではなくて、どうやってここをそういった対話をサステイナブルに行っていく場にしていくか、それを広島が継続的に発信していくためにどういうことができるかということを考えるセッションにしたいと思います。

それでは時間もないので、早速始めたいと思いますが、まずこの広島という町をどうやって平和の都市として作りあげていくか、これは一応マーケティングの会議なのですが、地域ブランディングという考え方がありますね。プレイス・ブランディング。町をどうブランディングするか。国をどうブランディングするか。県をどうブランディングするか。そういったことを専門的に考えてらっしゃる、コンサルティング会社のポートランドのジョナサン・マックローリー氏をここにお招きしておりますので、まずそのベースとなるフ

レームワークを考えるために、マックローリー氏からご説明お願いしたいと思います。それではマックローリーさん、お願いいたします。

○ジョナサン・マックローリー（ポートランド社 パートナー）

こんにちは。マイケル・ペングさんについて立ってお話をさせていただきたいと思います。スライド、映りますでしょうか。まず最初に組織委員会の皆さまにお祝い申し上げたいと思います。このような素晴らしい、高いレベルな、そして野心的な、また高名なこういった世界会議であると思ひまして、そしてそれに参加させていただくことができたこと、非常に光栄でございます。これを主催なさった県、様々な関係者方にお祝い申し上げたいというふうに思います。

私、世界平和について広島で話をするのだということを、私の地元の人々に言いますと、「すごいな」とみんな反応いたしました。広島がこのような平和会議を組織されているということ、みんなを感銘させています。そして広島が世界平和拠点として、どのようにブランディングすることができるかということでもありますけれども、強いブランド認知ということ、これはもうすでに行われていると思います。ここからどのように進んでいくべきなのか。これは今までの遺産だけではありません。これからどのようにそれを推し進めていくか、ということが課題であります。そのためにはビジョンが必要であります。世界平和拠点としてのビジョンでありますけれども、三つの質問に広島は答えていかなければいけないと思います。

まずあなたは誰なのか。そしてどうして他とは違うのか。それをまず説明しなければなりません。そして何をするのか。なぜ広島は特別なのか。そして広島はどこに向かっているのか、こういった質問に答えていかなければなりません。過去だけではありません。これからどのように進んでいくかということが重要であります。プレイス・ブランディングというのがとても重要だと思います。

プレイス・ブランディングとは何でしょうか。これは測定したり、理解したり、構築したり、つまり都市や地域や国の評判を測定したり構築したり管理するものであります。プレイス・ブランディングには三つのキーの機能があります。それは経済的な業績を改善すること。そしてその場所の場のプロファイルをあげる、向上させるということであります。国際的な場においてです。そして国内的な部分もあります。いかに誇りを構築するか、自信を構築するか、人々の結束を構築するか、ということでもあるわけであります。プレイス・ブランディングということに関して、こうした三つのことを考えなければいけないわけでもありますけれども、DNAのモデルを考えたいと思います。この場所のDNAでありますけれども、まず戦略から始まります。今広島はどこにあるのか。そして将来に向かってどういったビジョンを持っているのか。そのビジョンをどのように達成するのか。というのが戦略です。

そして2番目にサブスタンスであります。世界平和拠点として、どういった資産を広島は

持っているのでしょうか。そしてこれらの資産を、説得力のある話術にどのように展開することができるか。どういった活動、イニシアティブが必要であるのか、どういった施策、変化が必要なのか、ということでもあります。ただ話をする、ストーリーを語る、というだけでなく、実際何をするか、ということが重要であります。

そしてポジショニングです。コミュニケーションの部分です。ブランディングの部分であります。そのナラティブは何なのか。誰にリーチするのか、ということ。オーディエンスは誰なのか、ということです。そしてそのナラティブをどのような形、チャンネルやメディア、媒体でそれを伝えていくのか、ということでもあります。

そこでソフトパワーですが、昨日もソフトパワーの話がありました。これは非常に強力な枠組みであります。場所をブランディングするためであります。資産があるわけでありませんが、そこには枠組みがあります。ハーバードの学者が、ソフトパワーを構築したわけでありすけれども、三つの側面があります。人権、言論の自由、民主主義というのが政治的な価値観です。そして文化であります。昨晚のレセプションでのパフォーマンスも文化であります。Jポップであったり、漫画であったり、それも全部文化に含まれます。そして対外政策であります。この国は、善に向かっているのか、悪に向かっているのか、ということでもあるわけであります。

私のコンサルタントの仕事でありますけど、ソフトパワーに関してのスタディー、研究を行っています。フェイスブックでリサーチしているものなのですが、この枠組みを開発したのは客観的なデータに基づいたもの、そして主観的なデータを使っています。その資産を理解するには、あるいはブランドを構築するのに何を使うことができるか、ということを理解するためにこういったものを使っています。

まず、何を対象としているのか、ということを理解しなければなりません。スタディーでは国をランキングしているわけですが、広島、日本はとてもいいランキングであります。30カ国のうち7位に日本は位置付けられているわけです。これ2年目ですけれども、昨年よりもランクアップしています。ということで広島は、国の政府とともに協力することによって、様々な日本のソフトパワーを最大に有効利用することができるというふうに思います。

そしてもう一つ、どういったステップがあるのか、ということでもありますけれども、効果的に広島をブランディングするために、世界平和拠点として発信していくために何をしなければいけないか、ということでもありますけれども、まず第一にリソースを定めるということでもあります。様々なリソース、ハードリソースもあります。インフラもあります。そしてソフトリソース、文化、遺産、そういったものを明確にする必要があります。

そして2番目でもありますけれども、明らかなビジョンが必要であります。我々はこういった会議を開いている、ということ自体が広島にはビジョンがあるということは明らかであります。世界平和拠点になりたいというビジョンであります。それを明確にする必要があります。

そして3番目につながるわけでありましてけれども、それを共有していかなくてはなりません。このビジョンを様々なセクターで共有していく必要があるわけでありまして。今そのビジネスの世界にいるわけですが、市民社会ですとか、大学、高等教育機関などとも共有していく必要があります。そういったところにインプットを提供する必要があります。ビジョンをどんどんと洗練させていく必要があるわけですが、彼らのフィードバックのもとに洗練させていく必要があります。そして政府と共に、またコミュニティーと共にアクションをとっていかなくてはなりません。そしてそのブランドをプロモーションするという必要もあります。ブランドそのものを生きるということもありますけれども、促進する必要があります。これは政府と市民社会との協力が必要でありまして、そのナラティブを形成するという、これを効果的に様々なチャネルを通じて伝えていく必要があるということでありまして。これがディスカッションのはじめになればいいと思います。これからの作業の枠組みとして利用していただければ素晴らしいなと思います。

○藤井宏一郎（マカイラ株式会社 代表取締役）

どうもありがとうございました。非常に実践的な、そして明確なプレゼンテーションをしていただきまして、これからのディスカッションの大きな基盤になったと思います。ですから、どこに私たちは今あるのか、現在はどこにあるのか。資産を明確にしなければいけないという話でありましたけれども、隈元さんの協力を得まして、現在の資産について述べていただきたいと思っています。今、広島で何をやっているのか、何を強調したいのかということでありまして。現状をどういうふうになっているのか、というのを私と広島のユニタール、広島事務所の所長である隈元美穂子様のほうからご説明して、まず広島の現状というものをご説明したいと思います。

原子爆弾の被害にあった、世界で二つの都市の一つというわけです。そこが広島として、symbol of peace and hope 平和と希望のシンボルとしての使命になった町でございます。その使命を全うするために、広島としては広島国際平和拠点、広島構想というのを推進しています。これは2011年にできた総合的な、どうやって広島をグローバル・ピース・ハブにするかのプランでございます。

そこでいろいろなことがなされているわけですが、やはり広島は、平和といっても核軍縮、核不拡散、核セキュリティーといったものが非常に、アイデンティティーの核になっていますので、それに関する総合的な報告書を編纂しております。これが広島レポートというもので、各分野のエキスパートを集めて作った報告書となっております。

さらにこのような場を、実は広島はこれまでも継続的に開催しております。これが、ひろしまラウンドテーブルという会議になります。今回のような企業やNGOが集まった会議とは少し趣が違う会議で、ここに書いてあるように核軍縮や軍縮管理の専門家の方々による軍縮をテーマとした、非常にこれは重要な会議となっていて、これを継続的に開催しています。

人材育成も町にとって非常に重要ですので、これもこれまでやってきております。まずスペシャリストの育成。現役の方々の専門家の育成、これは例えばカンボジアとか東南アジアの地域で行っていて、これについては隈元所長のほうからさらに詳しいご説明がいただけると思います。さらに次世代の子どもたち、中学生、高校生のための平和教育、人材育成ということも積極的に行っております。

そしてここに、ユニタールが最初に出てきていますが、研究機関です。平和構築のためのリソースということで、ここにあるようにユニタール広島事務所。あと前のセッションで JICA さんからのお話もありましたが、JICA 中国センター。そして広島大学や広島市立大学にこういった平和研究所や国際協力に関するセンター、それから原爆放射線医学研究所のような研究拠点がございます。

さらに文化も重要だという話が、マックローリーさんからありましたけど、広島アーチプログラム。PEACE ARCH HIROSHIMA というような文化プロジェクト、音楽による平和の発信といったこともされております。2013 年、この会議が前回あったのも 2013 年ですが、そこにはクインシー・ジョーンズさんがいらっしやって、ユーストリームで 5 億世帯に配信されて、1 万 5,000 人の来場者があったという、こういったような文化プロジェクトもやって継続的に平和を発信しております。

ということで以上が広島の、これまでの平和拠点としてのざっとした活動のプランと現状でございます。特に研究拠点のところでご紹介したユニタールに関して、隈元所長からより詳しいお話を伺いたいと思います。

○隈元美穂子（国連訓練調査研究所（ユニタール）広島事務所 所長）

ありがとうございます。皆さん、おはようございます。マックローリーとジョナサン の例に従って、私も立ってお話をさせていただければと思います。

先ほどのプレゼンテーションにあったように、国連ユニタール、私たちはこの広島の平和拠点構想の中で活動を行っているということになります。国連ユニタールのまず簡単な説明ですが、国際連合といってもいろいろな機関があります。皆さん、ユニセフ、ユネスコ、UNDP といういろいろ聞かれると思うのですが、ユニタールに関しては人を育成する人材育成を専門とした機関です。本部がジュネーブにあって、それ以外にニューヨークと広島に事務所を構えております。

活動の規模ですが、ユニタール全体で見ると、世界全体で毎年 500 件ほどの研修事業を実施しています。毎年私たちの機関が実施する研修を受けている受講生の方々は、大体 4 万人という計算になっています。私が所長を務めております広島事務所に関してなんですけど、設立されたのが 2003 年なので、今から 13 年ほど前になります。事務所の規模としては、全体で 17 名のスタッフで実施をしております。ただこの 17 名のスタッフが全員広島にいるわけではなく、広島にベースを置いているスタッフもおりますし、あと現地にスタッフもおります。私たちの広島事務所は平和のための人づくりということで、あとからもう少

し説明しますが、紛争・紛争直後の国を中心に研修を実施しています。それなので現地のスタッフに関しても、アフガニスタンに現地スタッフ、イラクに現地スタッフ、南スーダンに現地スタッフを置いています。

規模ですが、今まで2003年に設置してから約4,000人の方々が私たちの研修を受講されています。これは年間にとすると大体毎年約300名の方々が私たちの研修を受けていることになります。

私たちが実施している研修、平和のための人づくり、ここが中心なので、私たちの活動、主にこの四つを柱にしています。最初の平和構築、紛争からの復興、ここが一番大きな柱です。対象国、多くの国があるのですが、主にアフガニスタン、南スーダン、イラク、あとアフリカです。サハラ諸国。非常にまだ不安定な地域ですが、そういった地域への研修の実施。

2番目の大きな柱、これが軍縮。今の段階ではやはり広島ということで、核軍縮、不拡散の研修が中心になっています。でもそれと同時に今の世界状態、犠牲になっている方々を見ると、例えば小型兵器であるとか、兵器もいろいろあります。化学兵器もありますし、生物兵器というものもある。ですので、そういった分野でも広島から研修が実施できないか、というところを今、いろいろ取り組んでいるところです。次、世界遺産の管理と保全。広島が誇る世界遺産、この二つを活かして文化を使いながらの平和を促進する取り組み、というも行っています。

ひとつちょっとお話をしたいのですが、私たちの研修を通じて毎年アフガニスタンから多くの方が広島に来られます。私たちの事務所って、原爆ドームのすぐ向かいにあるのです。それなので私たちの事務所の窓から原爆ドームと平和公園がすぐ見えます。アフガニスタン、一人の方がその私たちの事務所の窓から外の景色を眺めながら、本当に心から言われたのが「ああ、本当に素晴らしい景色だ。アフガニスタンも今は大変だけれども、こういった広島みたいに、とても緑の多い、美しい町に再現できたら素晴らしい」というふうに本当にしみじみおっしゃったのです。アフガニスタンの平均年齢は18歳です。それなので多くの方々が生まれてから今の人生をずっと不安定な中で生きている。それなのでこの広島という都市で、今のこの美しい町を見ることによって、彼らに希望の光を与えることができる。広島という復興のひとつのモデルを示すことができる、という点で広島に拠点を置いている私たちの事務所は本当に最高の土地に拠点を置いていると思っています。

最後のスライドですが、広島、私たちの事務所からこういった国に研修を実施しているかというのを地図で示しました。「広島にあるので日本の事務所ですよ」とよく言われます。でも決してそうではなくて、私たちの広島のここの事務所を中心に世界に発信しています。対象となっているのが、今一番多いのがアフリカです。南スーダンを含め様々な諸国。あとイラクを含む中近東、アジア諸国、太平洋 SIDS と呼ばれる島国。それなので現段階で私たちは約40カ国に研修を実施しています。

この実施する中で非常に素晴らしく、広島に拠点を置いていることでうまくいっているな

と思うと同時に、私たちの中でのチャレンジは、この研修の規模をさらにどれだけ大きくスケールアップさせていくか。このスケールアップがひとつの課題なのです。あと他のパートナーと、民間の方ともさらに一緒になりながら、さらにこれを拡充させていく、そこが私たちのこれからの次の目標となっています。以上です、ありがとうございます。

○藤井宏一郎（マカイラ株式会社 代表取締役）

ありがとうございます。素晴らしいプレゼンテーションありがとうございました。やはり私も隈元所長のお話を伺って、すごいと思うのが、大体広島っていうと核軍縮だとか、平和祈念といったそういったことを考えるわけですが、例えば紛争解決や平和構築、それから文化財の修復のような文化事業、あとは特段第二次世界大戦の遺産とは関係のない形で、いろいろな未来に向けた平和構築をやっているというのがすごいなと思って、こういった拠点を広島が今後ともスケールアップ、拡大していけたらいいなと思いました。チャレンジはスケールアップとおっしゃったように、私もこの広島に、勉強するまでこういったことがあるって知らなかったわけで、そういったことが周りからビジュアルになっているのか、きちんとしたブランドとして構築されて人々が「国際協力といえば広島」といったようなことがいえているのか、ということは今後の課題なのかなというふうに思います。

冒頭の私がやった広島のアセットに関するプレゼンテーションでも、いろいろな形の上では研究所があります、人材育成をやっています、文化事業やっています、というのがあったのですが、それがどこまで本当に十分なスケールで、十分なブランドをもって、十分に発信できているのか、というのは私もまだわかりません。私はローカルではなくて東京の人間で、そこまで広島がそういった街であるということを知りませんでした。

次のプレゼンテーションに移る前に、これインタラクティブなセッションにしたいので、フロアの皆さんからも今のプレゼンテーション見て、「私、広島についてこう思っていたのだけど、実は違ったんだな」とか、あるいは特にローカルな方で、「そういうふうに言っているかもしれないけど、本当はこういう課題もあるのだよね」というのがあれば、二、三、拾いたいと思います。どうぞ手を挙げてください。お願いします。

○カワグチ（国連グローバルコンパクトネットワークジャパン 理事）

国連グローバルコンパクトネットワークジャパンの理事をやっておりますカワグチと申します。大和総研というところでCSRを中心にやっています、先ほどのセッションのビジネスとの関係ということと、今の広島のつながりもですが、今のお話を聞いて素晴らしいと思う反面、東京にいるとビジネスと平和って全く別物で、今のお話を聞いていても、平和っていうのは専門家が南スーダンとかあちらでやっているものすごいことをやっているね。そこと我々のビジネスとの間が分断されている、逆に国際協力の専門家がすごいことを広島でやっていて、日本ってすごいね、くらいの感じのレベル感なのですが、実

はビジネスというのは平和ではなくてはできない、という現状があって、それはみんな当たり前であると思うけど実は理解してない。

昨日もユーグレナの出雲さんがバングラに行っているのだけれども、テロがあったから今は行けないねとか。なんかテロがあったらそこで行き来が止まってしまう。それから多分多くの日本の皆さん、ご存知ないと思うのですが、日本というのは食糧もエネルギーも4割以上輸入している国です。それなので、船会社というか船舶というのがものすごく重要なのですが、日本人の船員というのは日本の船で1割です。先ほどお話になったフィリピンが6割なのです。例えば日本とフィリピンが変なことになって、フィリピンの船員が降りちゃったら日本はアウトです。例えば日本の平和というのは、本当に首の皮1枚でつながっている。南シナ海あたりで何か紛争があって、フィリピンの人が「やっぱりちょっと嫌だわ」と言って降りたら、ほんと日本ってアウトなのです。

そのぐらい我々の平和というのがものすごく距離があって、広島の人が頑張ってるスーダンとかでやっているのですけれども、我々は全然関係ないところで絶対平和みたいに、ほとんどの人が思っているのですけど、実はそれは首の皮の1枚でもものすごく薄い形につながっている。

これから広島の方に求めたいのは、海外でそういう発信をされると同時に、広島が世界に向かってやっていて、我々普通の日本の東京の生活とは関係ないというものではなくて、ものすごくそことリンクして、そちらに対してどういうメッセージができるかな、という、分断された意識をつなげるようなマーケティングをぜひやっていただければと思います。ありがとうございます。

○藤井宏一郎（マカイラ株式会社 代表取締役）

ありがとうございます。ビジネスと平和はすごく繋がっていて、広島でこうやって頑張っていて、広島の人たちは国際的にやっているけど、東京から見ると全然別の話だから、そこをちゃんと広島でつなげてほしいということだったのですが。東京から見るとそう見えるということで、どうでしょう、広島の方から末松様、お願いします。

○末松弥奈子（ツネイシホールディングス株式会社 専務取締役 CSV 本部本部長）

広島で造船海運業を中心とした事業をやっていますツネイシホールディングスの末松と申します。CSVを担当しております。今お話があったとおり、日本というのは島国で大変大きな資産、資源の輸入、98パーセントが船を通じてやっているのです。そういったことを日本の海運会社もそうですけれども、たくさんの人たちが自分たちの現状をきちんとアピールできてない、というのが私は大きな問題だと思っています。

広島県内の多くの製造業がグローバルで活躍しています。中小企業がアジアを中心にたくさん地方に行っているのです。そこで民間レベルの交流、非常に多いです。でもその事実について皆さんあまりご存知ないと思います。例えばフィリピンがASEANでナンバーワン

の造船大国なのです。今、世界で中国、韓国、日本について、世界では第4位、ASEANで第1位の造船大国はフィリピンなのです。それを支援してきたのが我々のグループでもあるし、そういったような民間で交流している。造船所で船ができました。それを地域の発展と共に造船所が大きくなってきているのを見ている。例えばギリシャやイギリスの船のオーナーさんが船をデリバリーするときに、いつもフィリピンのセブの地方の病院に最新の医療機器をプレゼントしてくれるのです。つまり日本の我々が造船所という形で雇用を生んで町を発展させている。それに感動してくれている、共感を持ってくれる船主さんが日本の造船所がフィリピンで頑張っているよね、それを応援しよう。だからフィリピンの工場で船を造ってくれというオーダーもあるし、それに対していろんな支援をしてくれている。そういった民間レベルの交流。たぶん皆さんに全然伝えきれていないと思っています。私はそういった地域を大事にする企業のあり方って、この2日間のセッションを聞いて、広島企業だからこそなのではないか、と改めて思っているのですね。それをいかに伝えるかという課題をすごく感じています。先ほどのCSVのPOPのセッションでお話伺っていて、こういった日本の企業の具体的な事例が出てこないのがすごくさみしいと思う一方で、陰徳という言葉が皆さんご存知でしょうか。海外の方にはちょっと難しいかなと思うのですけれども、いいことをやっているのを、声を大きくして言うのはみっともないのではないかと、そういう日本的な企業文化が我々の広島をベースにしている企業のほとんどなのではないか、と思うのです。そういったことをどのように伝えていくのかな、ということが私自身は課題だと思って、今日この場に参加させていただいています。それなので広島の企業として、今普通にやっていることがとても平和がベースで、経済というのは先ほどおっしゃったように生活の基盤であるし、平和の基盤であるし、でもそれが原因で争いが起こることもある、そういったことを自覚しながら広島の企業である、日本の企業であり広島の企業であるということでもうちょっとコミュニケーションをしていきたいなと今、思っています。

○藤井宏一郎（マカイラ株式会社 代表取締役）

ありがとうございました。大変有意義な指摘で、広島の企業というのは実はそういった世界平和に貢献していて、民間交流がたくさんあるのですが、それが十分に発信できていないではないか。だからこそ我々も東京からそれが見えないというコメントが出るのだと思うのですが、重要な指摘だと思います。今の話は、企業と平和という関わりでサクセガードさんにぜひお話を聞きたいと思います。ビジネス・フォー・ピース財団の創設者でいらっしゃいます。企業、特にオスロにおきましてロールモデルとなることのできるのではないかというお話をいただけたと思います。ではサクセガードさん、お願いします。

○パー・L・サクセガード（ビジネス・フォー・ピース財団 創設者・会長）

こちらに来られて本当に光栄に思っております。こちらに来られて本当に私は嬉しく思っ

ています。平和とビジネスとのリンクは強いと思いますので、それにうまく橋を架けたいと思っています。平和ということイコールビジネスだと、オスロでは思っているわけです。そのためにオスロの活動を申し上げます。オスロは平和の都市です。なぜ平和の都市になったかといいますと、一貫して政策をつくってきたわけです。ノルウェー政府がどのような色でも一貫して、70年間の間、平和の都市ということ象徴してきたのです。いろいろな企業やビジネスが、ここに載せられていますが直接的間接的に活動しています。しかし重要なのは関係性です。企業が世界の他のところとどんな関係を持っているかということが重要なのです。新たな都市の中で起こっていることだけではなく、その都市が世界のどこかの都市と関わりを持っているということが重要なのです。

ビジネスと平和、そして我々の財団がどのような形でこれをつくるのに関わっているかということ申し上げます。最後のところで、オスロの市と広島市の話に戻りたいと思います。オスロ市ですがやはりブランディングのプロセスをとっているのです。これが一つのロールモデルとなって私どもの経験として聞いていただければと思います。こちらのほう、オスロのビジネス平和賞です。国際的なメディアでもビジネスにおけるノーベル賞と呼ばれています。ではなぜ我々はビジネスにおけるノーベル賞をつくっているのか。ノーベル氏はビジネスマンです。ダイナマイトをつくりました。でもビジネスというのは、世界の雇用の90パーセントを占めているわけです。そしてそれらの雇用はモバイルフォン、携帯と結ばれています。よって、もしビジネスが社会のために貢献することができなければ、大きな穴が開いてしまうということになります。これはオスロの市役所に掲げられているもので、そしてノーベル賞はご存知だと思いますが、こちらはノーベル平和賞、それから経済省の人々が選ぶ賞なのです。グローバルな世界でも知られて、選ばれた人がこのようなビジネス平和賞を選ぶのです。つまりボトムアップでグローバルなパートナーを使って、国連もそうですしUNDPもそうですしUNグローバル・コンパクトの協賛もいただきまして、そして国際商工会議所の協賛もいただいて、このような賞を設けています。

ではなぜオスロビジネス平和賞があるのか。そしてどんな問題があるのか。これは背景にも関わってくるわけですが、間接的には今おっしゃっているディスカッションの背景にもあると思うのです。お互いに信頼感が社会と企業の間欠けていると思うのです。企業はお金を儲けることばかりを考えています。そして企業と社会の目的は何であるか。株主に対してお金を還元するためのマネーマシンなのか。それとも社会に貢献することが企業の役目なのか。

金融業をやっていると、単に金融ということでお金だけ考えていればいいというふうに見えるかもしれませんが。しかし問題解決しなければ利益も入ってきません。そして人類のための問題を解決しなければ、インドネシアの方がまさにおっしゃったようにです。問題解決をするということ、人のため、社会のための問題を解決するというのがこの本質的なものです。そして価値ができます。そうするとビジネスモデルが出て、財務的にもり

ターンを得ることができ、持続可能な企業が生まれるということになります。

インドのラタン・タタ、勝利者でありましょう。彼は言っています。社会はビジネス、企業におけるステークホルダーのひとつではなく、目的になるのです。そして企業は社会のためにあるのです。社会の公器です。そして我々がなければ、社会は向上していかないでしょう。

なぜあなたの存在がここにあるのか。広島の方がおっしゃいました。企業はいろんないいことができるのです。でも陰徳するのです。そして言わないのです。そしてこれぐらいの財務的なリターンがあがりましたよ、ということを喧伝するのですが、それは重要ですが、しかしこれはそのゲームの中の重要な本質的なものではありません。そしてこれは目的ではないのです。

この焦点をあててビジネスパーソンとしてやるためには、何をするべきか。ビジネスパーソンとして、お金を儲けるだけにここにいるのか。このグラフをご覧ください。これは私の歴史です。経営学を卒業しまして、私はお金を儲ければハッピーになると思いました。その後、結婚して、「あ、違うな」と思いました。これはリサーチがあって、こういったものが出てきました。お金がない、貧しい、貧困である。それはよくありません。しかし限界的なお金の効用は下がっていきます。しかし限界効用は他の人にとっては増加する、ということになるのです。この二つのカーブが一緒になって動いていかなければいけないのです。これによってこそ、社会の価値を、そして差異をつくることができます。そして企業は持続可能な利益を生み、成功を得ることができるのです。成功するとあなたの安寧や、そしてまた利益も生むことができるということになります。これがひとつの精神構造として頭においていただいて、考え方はいいなというふうに思われるでしょう。しかし我々ビジネスパーソンとして、これは思っているのでしょうか。こうなりたいと思って、多くの人にはこれが実際はそうかもしれませんが、実際になると実のところはお金ばかり儲けてしまう、ということになるかもしれません。

それで世界の中で起こっていることを、実際にこれを反映しているわけです。世界で行われていることはこうなのです。ビジネス、資本主義、これを考えること。その考え方が変わっているということです。影響力のある人々が、このカーター先生をはじめ、2、3年間の間にこのような形で書いています。

昨年だけを見ても、パリ協定が結ばれて、そしてSDGsができて、そして共通のテーマとしては世界でベストになるということだけではなく、世界のためにベストになるということが必要です。スターバックスの人も、さっきのセッションでおっしゃっていました。これも同じゴールです。インドネシアの方もおっしゃっていたと思います。失礼、フィリピンの人でした。ここに書いているのが重要なところで、これが変わりつつあるということで、それによって人材も魅了することができます。会社で働きたいという思う気持ちを起こさせるのです。これは実際に起こりつつあります。

企業はこうすることによって、ビジネスが成功して社会が成功するということにはシナジ

一がある、相互依存性があるということです。ビジネスというのは、与えるだけではいけないのです。これは本当に今までの歴史的な考え方にすぎません。そして、社会は単に受け取るだけではいけないのです。社会のニーズがあって、それによって市場が定義があるのです。フィリピンの方がおっしゃいました。それによって成長があるのです。そして企業をもっと強くするのは、ニーズを見つけるわけです。

また同時に、企業はいい規制やガバナンスが必要です。それによって機能性のあるマーケットと同じ状況で戦うということができるのです。技術的な発展があり、それが基盤となって社会的な進歩があるのです。信頼性を再創生することができるのです。企業がさらに再生し、社会に貢献すること、それによって平和もできるのです。これが私なりの平和の考え方です。

ただ平和というときにはイメージが制限されてしまいます。暴力のないこと、非暴力を平和という人がいます。でも平和というのはそれ以上のものです。平和は単に暴力の勉強だけをしていても語れません。もっとダイナミックなポジティブなそして扇動するような考え方が必要なのです。それをポジティブピースとっています。態度であるとか制度であるとか構造であるとか、こういったものを強くすることによって、もっと平和な社会をつくるのです。あなたが怒ったならばその言葉を発します。言葉で対応すればいいのです。拳銃ではダメです。繁栄のある、そして幸福な社会がこれによってできると思っています。平和の八つの柱があるのです。ちゃんと機能する政府、腐敗のない企業環境、全体的なシステムチックな形の平和を統合していくのが必要なのです。例えばボタンをプッシュして何かの結果として出てくるというものではありません。全体的なシステムチックなアプローチが平和には必要なのです。ですから平和のビジョンというのは、我々がこれから繁栄していくため、人類として最適の環境です。これが、広島が必要としていることだと思うのです。オスロも必要としています。

これがまとめです。ブランド戦略、オスロではこういうことをやっていました。ロゴはありません。スローガンもありません。イメージもありません。デザインもありません。その場所が物語るのです。名前を聞いたらすぐわかる、それがブランドです。でもあなたが言うことじゃないです。あなたがすることによって、行動によって語られるのです。ビジネスというのはイコールアクションです。

戦略のキーポイントとしましては、価値。スターバックスの方がおっしゃいました。価値こそ重要です。ビジョンと目標についてはあまり申し上げませんが、私は価値にこそ焦点をあてます。価値はあなたがあなたのアイデンティティーをもって、そしてあなたがその差別化を図ることができ、価値をつくっていくことができなければなりません。オスロは国際的に、またローカルなスタディーとして私たちは何か、ということをいつも問うています。三つ、パイオニア。誰かの先に立つ。そして豊かにする、エンリッチする。当局の力をあまり得ない。しかしインフォーマルな形の社会がある。我々が持とうとしているノルウェーの信念です。そして外の人も我々を見たときに、そう思ってもらいたいというふ

うに思うのです。これがいろいろな活動してPRですし、統合した活動もすることができるのです。

オン・ブランドですか。あなたのやっていることが、実際に世界をパイオニアしていることですか。そして平和を引っ張っていることですか。あなたはエンリッチしていますか。他の人々を豊かにしていますか。ビジネスは人を引きつけていますか。でも言葉だけで言っているではありませんか。ちゃんとそれを実行していますか。平和というのは価値をつくります。そしてアイデンティティーをつくりだします。そして行動を促します。この価値というのはポジティブピースをつくるやり方です。将来に向かって、未来に向かって足を向けて、そしてずっと進んでいくということです。平和といったときには、イコールビジネスだということがこういった意味でわかっていただけだと思います。

○藤井宏一郎（マカイラ株式会社 代表取締役）

ありがとうございました。ビジネスイコールピース、平和ですね。そしてその平和と社会の間の相乗効果ということについて、語っていただきました。私はビジネススクールを卒業しまして2005年ケロッグ経営大学を卒業したわけでありましてけれども、私のことも思います。ウォール街におきまして、大きな不況が起きる前にビジネススクールの学生として投資家のバンカーになるということが目的であったわけでありまして。2000年の初期はそうでした。でも近年におきましては、アントプレナーになる人たちのほうが増えています。そして日本でもそれが起こっています。従いまして、広島がその拠点になることを願っています。そしてポジティブピースというのも重要なキーワードだと思います。

広島、フォーカスというのはネガティブピースに向けられていたと思います。核兵器廃絶ですとか、非拡散というようなことを謳ってきたわけでありましてけれども、しかしながら今後シフトしていく必要があります。そして時間が限られておりますので、ビジネスとピースに関して、ご質問を受ける前にもう一つのご発表をお願いしたいと思います。広島のロールモデルとなるところであります。チャールズ・モリソンさんでいらっしゃいます。ホノルルのイースト・ウェスト・センターの所長を務めていらっしゃいます。ホノルル、広島におきまして、第二次世界大戦においては重要な役割を果たした拠点でありますので、ハワイ、ホノルル市からご発表をお願いします。

○チャールズ・E・モリソン（イースト・ウェスト・センター 所長）

個人のスペースに侵入して恐縮ですが、知事のそばに行きまして、知事の後ろから何か私がしゃべるのは申し訳ない気がしましたので、こちらのほうに來させていただきます。ホノルルから参りました。

私、会議のはじめには「おはようございます、こんにちは」ではなくて、「アロハ」といいます。アロハを聞いたことある人はいますか？すごいブランドでしょう。私の組織ですが、イースト・ウェスト・センターという組織です。議会によってつくられます。NGOなのです。

でも政府から基金を受けています。半分は私どもがファイナンスしています。

私どものミッションは、おっしゃったように、人々、米国の理解、そしてアジア、太平洋の理解を深めるということで、パキスタン、アフガニスタンを含めてのことです。でもビジョンステートメントはあります。ちょっと明確だと思いますが、広い形で我々は平和を普及し繁栄をつくり正義を実行していくというところにあります。そのビジョンはそうですが、しかしここにあるのは持続可能性です。

バルカン半島における平和の話がありました。ジムが言いました。アフリカにおける紛争についての話もありました。第一次世界大戦が終了したところ、こちらのほうで平和部隊ができ、1990年においてもフランスのマーシャル将軍がその結果を聞いたときに、そして米国がドイツと妥協して、こちらのほうは平和ではない、停戦だというふうになったのです。そして20年経って、50日経って、東西ドイツにおいてさらなる紛争が起こったのです。では平和をどのように恒久的にすることができるのか、持続可能にできるのか。私は持続可能にできるのは、コミュニティービルディングのプロセスが必要だと思うのです。特に大西洋諸国におきましては、大戦後それを行っていきました。ヨーロッパにおいても、そして大西洋を越えたところにおいてもコミュニティーづくりをいたしました。昔はヨーロッパにおきましては、200年の間、紛争していたところ。今は若い人々がフランス、ドイツ、英国、米国、カナダで育って、「こんなところで紛争があったのか、わからない。防衛なんかいらないだろう。紛争なんかないだろう」というふうに思っているのです。でもこれがやはり皆さんがまだわかっていないところ、そして不可逆的ではないということです。この100年間で我々はこれを構築してきたのです。

しかし今世紀のチャレンジとしては、さらにこの平和のネットワークをアジア、太平洋にも拡大していきたいと思っています。いろいろな紛争があります。中国、ロシア、潜在的にですが、他の国々でも非常に懸念のある近隣諸国があります。ですからそのようなネットワークを構築することはとても重要なのです。制度、そしてコミュニティーづくりができると思います。

そしてカナダが言っていたように価値づくりです。共通の理解が必要なのです。ゲームの役割は何なのか。ゲームは何をしていいのか、何をして悪いのか、そして手順は何であるか。ASEAN, APEC, 出来てきました。一つはこういった機関、制度をつくるということです。二つ目、では、広島のコミュニティーは何をしているのでしょうか。広島では商工会議所があります。商業やまた工業に就いていらっしゃる方が競争しています。しかし広島という一つの理解があったならば、我々は経済活動を活発にしなくちゃいけないということで結集するわけです。皆さんがコミュニティーとして脆弱性に対応しなくてはいけない。例えば高齢化社会、災害がひよっとしたら起こるかもしれない。地震、台風に襲われるかもしれない。よって防災、そしてそれが起こったときの素早い復旧、復元力を構築していくということがコミュニティーでは必要です。また若い人を訓練します。コミュニティーの価値や、コミュニティーに対する忠誠心を育成します。そしてそれを他の隣のコミュニテ

イーにも伝えていくのです。そして人類としての人のコミュニティーをつくっていくことができると思うのです。どこのコミュニティーでは、クリーンなところで、非常に大きないろいろな問題を直面して話すことができるのです。

アロハで先ほど始まりました。アロハというのは、ハローです。グッバイでもあります。アイラブユーでもあります。もうやめます、あなたとは別れます、ということにもそうなのですが、しかし平和が必要ですから、私のセンターといたしましては、こういった側面すべてに関連しています。アジア太平洋におけるコミュニティーづくりです。ひとつひとつのプロジェクトはご紹介できません。

広島についてですが、皆さま方に価値のあることとして、ジョナサンがおっしゃいました。まずはブランドを認識しなければいけません。そして北九州でも災害がありました。札幌でも台風の災害がありました。それによってブランドが崩壊するかもしれないと恐れられています。しかし昨日おっしゃったように、広島においてこういった様々なサジェスションがありました。しかし今までサジェスションがあったのは、今までの災害があつて、また今まで苦しみがあったからです。そして災害から復興し、いろいろなロータリーエンジン、マツダの工場もでき、大戦から復興し、いろいろな発展を遂げられました。

ブランドをつくるということ、そしてブランドをつくるにはリブランディングも必要です。そして苦しみ、サファリングというのは苦痛があったということは、非常に重要なブランドです。原爆が投下された二つのうちの一つの都市として、その苦痛、そしてそれが故に核兵器を廃絶するということが、広島がされている大きな仕事だと思います。でも平和とそれを結びつけるということが必要です。70年間、いろいろな所で紛争や戦争もありました。そしてその前も戦争がありました。全敗をしただけで戦争が終わるわけではありません。

では他のブランドは必要ですか。平和のためのブランドはいると思うのです。関連性が必要です。現代の社会と関連性を持つということが必要なのです。やり方はあると思うのです。関連性を持った活動をつくっていくのです。核廃絶の動きとリンクする、世界の、特にあなたの近いところで北朝鮮があります。そして核兵器を使っています。そして実際にNPTも脱退しています。それに対して広島に何ができるのか、あまりできることはないかもしれませんが、でも小さいことはできると思うのです。北朝鮮に対しての関連性を持っていく。そして何らかの理解を深めるようにできないでしょうか。

また復興、そして復旧ということで、広島はもう2、3日経ったあとで、壊滅のあとで、もう市が復旧していきました。降伏をする前に広島が復興しようとしていました。でも大悲劇がありました。我々は都市を一つの爆撃によって、破壊の憂き目にあっている状況があります。皆さんいろいろなイメージや写真をご覧になっています。1945年にもベルリンもそうだったと思います。

それで日本の中央政府もそうですが、新たな戦略は何ですか。シリアの状況は本当に変わることができるのですか。そして新たな都市はどのような形で復旧することができるので

すか。南京、私、二日前にも行ってきました。南京は世界の大戦後の苦しみを抱えています。南京と広島がお互いに何かをするということは難しいでしょう。中央政府はそのようなことを許さないと思います。

それから相手側と話し合う、人と人との間で話し合うということ。他の都市においてどのような形で復旧しましたか、復興しましたか、ということの交換ができると思うのです。いろいろなことができると思うのです。でも焦点をおいて平和というところに焦点をあてて、あなたはジョナサンがおっしゃったように、広島においてはブランド、皆さま方は素晴らしい資産を持っているわけですが、それを活かしていただきたいと思います。ありがとうございました。

○藤井宏一郎（マカイラ株式会社 代表取締役）

チャールズさん、とても豊かな、また深い洞察に富んだお話をいただきましてありがとうございます。一つ言葉でサマライズすることができません。関連性を持たせるということがとても重要だと思います。そして実際平和の構築と紛争解決のために何ができるかということで、素晴らしいことをされていると思います。私、ケログも行きましたけれども、センターでも勉強をしたことがあります。素晴らしいことをしています。また他の都市との関わりを持つ、コネクションを持つ。他の犠牲になった、苦痛を共有できるような都市とのシェアをするということは、中央政府はできなくても我々民間としてできると思うのです。これもぜひ焦点をあてていきたいと思います。時間がなくなってきましたので、他のコメント、皆さんから一つコメントありますか。

○発言者不明

私、広島生まれで、広島で育ちました。ケログの修了生として参加させていただいています。この二日間、これだけ活発ないい社会をつくらう、平和な社会をつくらうという、最先端で頑張っておられる人たちが広島に集まって議論されているということに、感動を覚えましたと同時に、広島の市民として、生まれた者として誇りに思いました。

なんでこういう人たちが集まってくださったのかというと、いうまでもなく広島で起こったこと、1945年8月6日に起こったことを多かれ少なかれシェアしてくださっているからだと思います。私たちはここで育った人間として、平和教育という形で原爆のこと、それから平和のことを教えてもらいましたけれども、大人になってその価値を本当に改めて今、味わっていますが、同時に本当に私たちは過去を知っているのだろうか、ということも同時に最近思っています。

今朝、平和公園を散策しました。メディケーションしましたが、あそこにはかつて非常にリッチな町がありました。平和な町がありました。それが完璧に壊されて、そこから復活したというストーリーは原爆資料館に行けばわかりますけれども、あれはまだ何パーセントかしか表現していないのかもしれない。やっぱり我々広島の価値というのは、徹底

的に事実をシェイプすること、過去をもっと、今のテクノロジーを使えば、バーチャルリアリティを使えば、もっと本当にリアルに何が起きたか、我々は何を失ったのかということ表現できるのだと思います。それがこれから50年、100年も世界中の人たちがここに来て、そういう話をしようということの力になるような気がします。

ですからもっともっと私たちは過去とかファクトに、それはビクティムとか加害者、被害者じゃなくて、あるいはポリティカルなステートメントではなくて、事実をもっとリッチに表現することにインベストしないといけないとアクションポイントという言葉がありましたので、それがひとつの広島のアクションかな、という感想を持ちました。

○藤井宏一郎（マカイラ株式会社 代表取締役）

ありがとうございます。我々は過去を知っているようで知らない。その原体験を新しいテクノロジーも使って生き直す、ということです。私も東京の人間ですけど、多くの、遠くの東京とか広島以外の日本人にとっては、広島って中学校か高校の修学旅行で来て、原爆ドームを見に来る町、みたいなふうになっているところもあると思うのです。そういった体験が、日本人としてもまだまだ、きちんと体験できてない部分もあると思うので、まさに広島の方からそういった提言があったのは、ブランディングの観点からも重要だったのではないかと思います。ここで様々な意見があると思うのですが、ビジネスの話が非常に多くありました。ここで広島、あるいは中国地方の経済界を代表されている中国経済連合会の荻田会長がいらっやっていますので、ひとつ会長からコメントをいただければと思います。よろしくお願いします。

○荻田知英（中国経済連合会 会長）

どうもありがとうございます。中経連の荻田でございます。パネリストの皆さんにはいろんな角度から真摯なご議論をいただきまして、本当に感謝申し上げます。経済界からということでございますので、平和拠点という視点は持ちつつも、少し経済界からということでの二点、広島ブランディングの問題と、もう少し視点を広げた世界的な平和に産業界がどう貢献するかと、そういった視点でお話をさせていただきたいと思います。まず広島が世界平和の拠点ということでのブランドというのは、いろいろな方が紹介されています。ただ産業界から見ると、そのブランド化された広島が世界へ向けて情報発信すると同時に、私ども広島人としては先ほどの方の被災の現場の話にありましたけれど、やはりここへ来て見て、そして考えてもらうという視点が非常に大事だと思います。

もちろん広島から世界へ向けていろんな形で発信するという機能もありますけれども、実はここにひとつ事例がありまして、ご存知の方もおられるかもしれませんが、世界最大の旅行サイト、トリップアドバイザーとありますが、ここに外国人の観光客が投稿された口コミ、評価というのがございます。外国人に人気の観光スポットということで、広島の平和記念資料館が3年続けて全国で2位という形でランクインされています。その感想の口

コミなのですが、外国人の方がこの資料館を訪れて、人としてぜひ訪れる場所だというようなことの感想を述べられています。その捉え方が広島のひとつの大きな、他の観光地とは違う視点だというふうに思っています。

今は、インターネットをはじめとして、サイトでいろんな方が利用できる場面がありますので、私ども広島人がいろんな形で平和拠点広島の発信をすると同時に、来ていただいた外国の方を含めた、国内の方もそうですけど、そういった人たちが自ら広島のブランドを発信していただく、というようなことも非常に大事だと思っています。そのためのいろんな、WiFiも含めて環境の整備を経済界としてもやっていく必要があるというふうに思っています。

もう一つは先ほど70年前の悲惨な歴史というのは、当然皆さん共有されている事象ですが、広島にはいろんな意味でその前からの歴史もあるし、文化遺産もあります。それから今度は70年前からの復興の歴史というのもあります。一つの例として中国放送という地元の放送局が漫画をつくりました。これはまさに広島の復興を漫画化したものですが、海外の人たち、いろんな悲惨な状況におかれている人たちが、どのように復興をしていくか。平和になった、紛争がなくなったという意味でいうと、それからどう立ち上がっていくかという参考になるという意味でも、やはり復興の歴史というのもしっかりと発信していく必要があろうかというふうに思っています。

それからもう一つ違う視点で、海外的な視点でございます。我々は先ほどからおっしゃっていますように、非常に奥ゆかしい企業で、海外でどういった貢献をしているかというのはなかなか言わないということであったのですけれども、私が知っている限りでも、広島の企業はたくさん海外へ出ていっています。確かにそういう地元での貢献の話というのは、やっているのは間違いないのですが、あまり聞きません。ここにいらっしゃる方、皆さんそうですけど、要は貧困と教育の不足というのが平和を築いていく上の一つの大きな、貧困の撲滅、これが大きな礎だと思っています。そういう意味でも広島の経済界、今からどんどん海外へ進出し、投資していくと思いますが、先ほどノルウェーの方がおっしゃったように、企業としての社会的責任という観点から見ると、当然ながらそういった面で行っていることも広島の企業とシェアしていくということも大事だと思っています。

ここはまだまだファクトを集めきれてないところはありますけれど、例えば私どもの電力会社の海外進出でも、やはり一番、例えばカンボジアとか、イラクとか、そういうところで研修生を集めて電力技術の研修を日本でやったり、そういうこともやっていますけど、いろんな企業がやっていると思います。経済界としては、そういった点を少し「見える化」する、そういうような努力もしていければなと思っています。長々とお話ししましたが、いろいろと今日ご議論をお聞きいたしました。大変有意義なものだと思っています。以上でコメントを終わらせていただきます。

○藤井宏一郎（マカイラ株式会社 代表取締役）

ありがとうございました。まず情報発信も大事だけど、まず来てもらうということ。来て、見て、考えるということの重要性。外国の方々が海外に戻って、もしくは日本の他の地域の方々がそれぞれ地元に戻って、ある意味アンバサダーとして広島を広めるということ。それからあとは、70年前の一瞬の出来事ではなくて、その前の広島の広い歴史、それからその後の復興の歴史からも、我々は学ぶ、そこにアセットがあるというお話。さらに先ほどの末松様のお話ともつながりますが、企業の社会的責任。いろいろな国で広島の企業が活躍している、こういったことをもっと発信していかなくちゃいけないという、大変重要なお話をいただきましてありがとうございます。

本当に時間がなくなってきましたが、最後にこの会議を、冒頭に私がこのセッションの一番重要な目的と言ったのは、この会議が今日終わって明日みんなが飛行機に乗っておしまい、もしくは新幹線に乗っておしまいではなくて、今後とも続くことが重要だというお話をしました。そのために我々の運営委員会、運営委員会というのは基本的に有志の方々、そういった情熱を持った方々でやっているのですが、運営委員会、それからこのセッションのパネリストの皆さま、それから事前に私が少しお話できた同志の方々で提案をしたいと思います。この提案をご紹介しますので、それを皆さんも是非サポートいただけたらと思いますので、提案文書みたいなものをつくってみたいので、ご紹介いただくことは可能でしょうか。

これは、少し仰々しいのですが、一応国際会議なので国際会議っぽく、かっこよく、仰々しい文章にしましたが、短いものなので一緒に読ませてください。国際平和のための世界経済人会議、持続的な平和の対話の場の構築に向けての声明、ということで、私たち運営委員会と、このコミュニティとして、実行委員会というのがあるのです。これは県の下にできている。県の経済界と政府の重要な方々とできている実行委員会なのですが、実行委員会と主催者である県に向けて、以下を提案したいと思います。

まず、この会議が、この一回で終わらないということですね。今後とも継続的に開催することを県に、このコミュニティとして提案したいと思います。それからちょっと説明させていただきますと、広島を拠点とした平和対話のためのトラック2コミュニティを以下の方法により創設、維持すること。トラック2というのは、要するに外交ジャーゴンかもしれないのですが、使いやすいので使っちゃいましたが、いわゆる民間セクター、企業だとかNGOだとかを第二の外交ルートとしてトラック2ということが多いのです。第一ルートはもちろん政治家や外交官の世界ですが、コミュニティを以下の方法によって維持するということです。

維持活性化のための事務局と財団を創設したいと思います。財団にしたい理由というのは二つあって、まず一つは我々、トラック2コミュニティである以上、政府でおんぶにだっこでいたくないということです。政府の一部だったらトラック2の意味がないので、一応人格を別にした財団にできたらと思います。さらに経済的にもそこで政府におんぶにだっこであれば意味がないので、そこを先ほどイースト・ウェスト・センターは半分のア

ンドは自分でファンドすると伺いましたけれど、そんなものをここで目指す機構をつくれたらと思います。

それから(2)ですが、平和のためのマーケティング研究所です。これはコトラー先生の、非常に高い理想を受けてのマーケティングの研究所。物理的な brick and mortar じゃなくて、箱モノじゃなくて、バーチャルなウェブサイトとか、人的なコミュニティーなのかもしれないですけど、そういったものをつくれたらと思います。

それから平和拠点としての広島の情報発信の強化。これは皆さま、気づいたかもしれないですけど、今回の会議、なかなかこれ手弁当でつくった部分というのは非常に多くて、短期間でまさにブリコラージュでつくりました。それでウェブサイトとかをちゃんとつくる時間もなくて、ソーシャルメディアアカウントもなくて、ハッシュタグも前日の深夜に決めました。まさにこれから広島をブランドして、情報を発信していかなくちゃいけないという中で、そこをもう一回やり直すための、やり直すというかこれからつくりあげるためのことをやっていきたいと思います。

最後に広島における平和のための研究機能を集積するということです。マーケティング研究所とは別に、様々な広島の情報発信。情報発信をするためには、発信する内容がなくちゃいけない。イースト・ウェスト・センターがこれだけ世界に影響力を持ってらっしゃるのは、本当に何百人もの研究者を抱えて、本当の本格的な平和研究所であるから、これだけのブランドと情報発信ができています。広島にも私のプレゼンテーションでご説明しましたが、いくつかの研究所はあるのですが、そこをもっと強化して、機能を集積して一体として広島の、まさに研究機関として情報発信ができるような態勢をつくらいいのではないかと、ということでこれは我々コミュニティーがすることというよりも、提案として広島県に発信したいと思います。

もう一回第1ページ目に戻りますけど、こんなことを考えておりますので、これをこのあと知事に渡したいと思いますので、皆さんサポートいただけたらと思います。

この資料をお手元に皆さまにお渡ししますけど、あくまでも案でありまして、ぜひここからスタートして、何かスタートになるものが必要かということで、とりあえず仮設的におつくりしています。このあと最後にありますので、そのときにも何かご意見をいただければと思うのです。

○発言者不明

提案ですが、私は5年前にCEOをやめてCHOになりました。チーフ・ハピネス・オフィサーです。利益じゃなくて幸せを追及していこうと。結果、売り上げは上がりました。私は今日、決めました。もう一個役職を兼務しよう。それはCPOです。チーフ・ピース・オフィサー。その事業は平和に寄与しているのか、その仕入先は平和に反してないのか、それをチェックする役目を兼務しようと思いました。ですから皆さんも、ぜひCPOを兼務していただいて、名刺にドカンと入れて、名刺交換のときに平和を語りましょう。これは企

業ブランディングにもなって、さらに利益にも寄与すると私は信じています。さあ、皆さん、平和をつくりましょう。

○藤井宏一郎（マカイラ株式会社 代表取締役）

あと1分だけやるので、もし他に、最後言っておきたいという方は、パネリストの方々、フロアの方々、誰でもいいです。あと一人だけ。

○間瀬陽子（ケログ・クラブ・オブ・ジャパン）

ケログ日本同窓会のディレクターの間瀬と申します。今回運営委員として参画させていただいた一つの反省点でもあるのですが、先ほど、広島経済、広島の企業体の話などが出てきておりますが、実は広島には、広島の外で活躍なさっている非常に優秀な、広島出身の人材という大きな資源、宝物があります。ぜひ次のこの大会のときには、ここから世界に向けて巣立っていく優秀な高校生の皆さんを、特に今日のような会議の場にお招きしてどんどんインプット、アウトプットをしていきたいなと思います。

○藤井宏一郎（マカイラ株式会社 代表取締役）

ありがとうございます。それではもう一言だけどうぞ。ナンシーさん。

○ナンシー・スノウ

ナンシー・スノウです。何年か前にアメリカ情報局で仕事をしていました。そしてそのモデルといたしましては、アメリカのストーリーを世界に発信するということであつたわけですが、日本に来る機会が与えられたのですが、まず広島というのが私の念頭にありました。どの日本人の方に対しても、おわびをしたいというふうに感じました。アメリカを代表してその原爆に関して、日本人一人一人におわびをしたいというふうに感じました。

そしてその後ですね、まもなくある人にお会いしまして、ある人が「あれは昔のこと。今は今」というふうにおっしゃってくださいました。非常に寛容だというふうに思いました。そして私の心は本当に安らぎました。

オバマ大統領がスピーチをしたあとに、ビヨンド・オバマにおける広島のブランディングということに関して記事を書きました。オバマ大統領のスピーチ以降、様々な世界の注目を浴びているわけでありますけれども、どのようにオバマ後の広島をブランディングすることができるか、今、チーフ・ピース・オフィサーのお話がありましたけれども、私も3月に被爆者にお会いしまして、平和博物館に一緒に行きまして、最後にお互いにハグをいたしました。そしてこれを広島ハグ、今私たちがやっているのは広島ハグですね、というふうに言いました。博物館を見終えたあとに、非常に心が苦しくなって息が詰まるような気がいたします。そのときに必ず広島ハグをすることによって、自分たちの心を少しでも和らげることができると思います。広島ハグというのを提案します。

○藤井宏一郎（マカイラ株式会社 代表取締役）

大事にしようという，最後，非常にいいコメントをいただきました。それでは時間がオーバーしてしまいましたけど，本セッションを終了したいと思います。皆さま，本当にありがとうございました。

○司会者

ありがとうございました。登壇者の方は撮影コーナーへどうぞお進みください。以上をもちまして，セッション7を終了いたします。引き続きまして，コトラ教授と湯崎広島県知事により，総括のパネルディスカッションを行います。ステージが整いますまで，今しばらくお待ちください。

（了）