

スペイン人、イタリア人、ラテン系 の人々に関わる四方山話

2020年12月6日(日)14:00

日西クラブ主催ウエビナー

桜井悌司

私の小さな満足

平均の人より少し頑張ったこと・幸運だったこと

- * スペイン・ラテン、イタリア・ラテン、ポルトガル・ラテンに15年半
駐在できたこと スペイン(マドリード、セビリヤ)、メキシコ、サンティア
ゴ、ミラノ、サンパウロ
- * 世界の3都市のロータリークラブの会員だったこと(サンティアゴ、
ミラノ、サンパウロ)
- * パンダを世界5か所で長時間見たこと
- * テーマパークをたくさん見たこと
- * 世界遺産を180くらい見たこと
- * 1992セビリヤ万博以降すべての国際博覧会を見たこと

本日のテーマ

*** 当初のテーマ 「人生を楽しみ、長生きする方法」を少し変更する。**

*** 本日のテーマ**

- ① 新型コロナウイルスとラテン系の人々。なぜ蔓延したのか？**
- ② 日本人はラテン好き？**
- ③ ラテンマジックについて**
- ④ 人生を楽しみ、長生きする方法**

*** 本会は、スペイン関係の専門家であるため、みんなで考える**

1. 新型コロナウイルスとラテン系の人々。 なぜ蔓延したのか？

- *コロナとは 王冠、王権、栄光、頂上、光環、大物等々
- *王冠の各国語 スペイン&イタリア corona、 フランス couronne 英国 crown ドイツ krone ポルトガル coroa
- *ビールのcorona(メキシコ製、ボクシングのスポンサーとして有名、おいしい)
- *株式会社コロナ 石油ファンヒーターのメーカー
- *セビリャ万博の日本館、「王冠の中の真珠」と称えられた

感染者数ワースト15(10月17日時点)

出所:ジョーンズホプキンス大学

順位	国名	感染者数	順位	国名	感染者数
1位	米国1	8,050,141	9位	ペルー15	859,740
2位	インド2	7,432,380	10位	メキシコ11	841,661
3位	ブラジル3	5,200,300	11位	南アフリカ	700,203
4位	ロシア5	1,361,317	12位	英国7	692,112
5位	アルゼンチン9	985,809	13位	イラン14	522,387
6位	コロンビア10	945,354	14位	チリ	488,190
7位	スペイン6	936,560	15位	イラク	420,303
8位	フランス5	876,342		イタリア8	

何故、ラテンアメリカで蔓延したのか？

*** 一般的な理由:**

- ① 大都市の貧困層に感染が広がった ファヴェラ、ランチョ等
- ② 医療体制が脆弱であった
- ③ 生活習慣的にハグ、キス、パーティ好き等の生活習慣
- ④ 各国政府の対応は異なるが、ブラジルのように経済優先策がとられたように必ずしも適切な対応策が採られなかった等々である。

*** 加えて、私の国民性から見た個人的な意見 日刊工業新聞11/18
「感染症を防ぐ3つのP」 Pesimismo, Paciencia, Precaucion**

1)ラテン系の人々は総じて楽観主義者

- *物事を楽観的に考える

- *コロナは風邪

- *自分がかからない。すぐ直る等々

2)ラテン系の人々は攻撃には強いが、防御には弱い

- *サッカーの試合、ボクシングの試合 W杯でブラジルはドイツに1対7で大敗

- *我慢強く振る舞うのは苦手

3)ラテン系の人々はカッコよく振る舞うのが好き

- *大胆、良い男・良い女でいたい、マチスモ

- *用心を怠る傾向

これらラテン系特徴は、時代が変われば、良い方向に進む可能性あり

2. 日本人はラテン好き

* 日本人は総じてラテン好き

- ・一度でも訪問・滞在すると好きになる傾向がある
- ・スペイン、ポルトガル、フランス、イタリア大好き人間
- ・メキシコ、アルゼンチン(アル中)、チリ、ブラジル(ブラキチ)等々

* 何故か？

- ・日本人とアラブ人は両極端
- ・ラテン系はアラブ人と日本人の中間点とアラブ人の真ん中に位置する
- ・日本人が比較的かけている陽気さ、楽観主義的性格、個人主義的性格が魅力的

私の提案

- * ラテンを理解するカギ
- * 好きになる必要はないが、嫌いになってはいけない
- * のめり込み過ぎると他人に信用されなくなる
- * ブラキチ・アンチーグォからブラスキ・ノーヴォ
へ ブラジル時代の会議所での提言
- * ひょっとして世の中にはもっと面白い国が他にある
のではないかと考える。

私が考えるラテンマジックとは

- 1) 頼まれ案件がいつの間にか、こちらが頼んだかように変わる
- 2) 途中ハラハラさせられるが、最後にはつじつまを合わせる
- 3) 突貫工事マジック
- 4) 自分たちファーストマジック
- 5) アミーゴマジック
- 6) 攻勢に転ずると手が付けられない
- 7) 休暇マジック
- 8) ダメ元マジック
- 9) 神がかりマジック
- 10) 騙される方が悪い
- 11) 盗まれる方が悪い
- 12) 寛容性マジック
- 13) リカバリーショットマジック

世界の平均寿命(2018,Global Note)

順位	国名・地域名	平均寿命
1位	香港	84.93
2位	日本	84.21
3位	マカオ	84.12
4位	リヒテンシュタイン	83.73
5位	スイス	83.55
6位	スペイン	83.33
7位	シンガポール	83.15
8位	イタリア	82.95
9位	チャンネル諸島	82.95
10位	ノルウェー	82.81

何故、香港人は長生きなのか？

- * 運動大好き
- * 食べるの大好き
- * みんなでワイワイ話すのが大好き
- * 楽しいことが大好き
- * 美しいもの、素敵なものに飛びつく

香港人の将来は？

日本人とラテン系人との長生き についての考え方の相違

日本人

長生きするために長生きする

長生きが目標

ラテン系人

人生を楽しむために長生きする

人生を楽しむのが目標

ラテン系人に対する誤解・先入観

- 1)ラテン系は働かない
- 2)ラテン系は極楽とんぼ
- 3)ラテン系は組織的でない

本当にそうなのか？

スペイン人、イタリア人等から学ぶこと

1) 彼らの生き方

高年齢に生きる知恵

人が面白い、人間的魅力

2) スペインやイタリアの地方都市の元気さ

の秘密 コミュニティが面白い

3) イタリアの中小企業の強さの秘密

企業が面白い

人生を楽しむための心構え

- 心構え1 人生は1度しかないことを心に留めること
- 心構え2 人生を思い切り楽しもうという決意をし、決意が揺るがないこと
- 心構え3 目標に向かって具体的に行動し、アクションプランを立てること

ラテン人の生き方

ポイント1 人生を楽しむために長生きする

①家族の結束(国際結婚は大変)

②夫婦仲の良さ

③日曜日の礼拝

④手をつないでの散歩

⑤共通の趣味、楽しみ

*スペインやイタリアは日本人の熟年旅行に最適

*小さな町、道を迷いながらの散歩は最高

ポイント2 人生の楽しみ方

- ①話す
- ②食べる
- ③愛する
- ④着飾る
- ⑤歌う、わいわい騒ぐ
- ⑥旅行する ⑦休む ⑧趣味を生かす
- ⑨芸術・音楽・スポーツの鑑賞

*** 仕事と私生活は完全分離**

*** 仕事は集中的に、人生の楽しみは最大限に**

*** 夏休みはバッチリ1カ月**

脱線1 ラテン系の人々とうまく仕事するには

ストレスを感じずにラテン人と仕事をする方法

①彼らの生産性の目途をつける

(例)日本だと5日間でできる ラテン諸国では8日間でできる仕事
があるとする

②8日前に準備を始める

③途中で2～3回進捗状況を確認する

④前日に最終確認をする

⑤アミーゴ、アミーコになると3日間でできることもある

ポイント3 高年齢に生きる知恵

6つのキーワード

キーワード1 楽観主義

- * 人事を尽くして天命を待つ
- * ラテン的楽観主義とは
- * 世の中には自分で努力してできることと必ずしもそうでないことがある
- * 自分でやれる仕事はしっかりやる、しかし他人が絡む場合は、楽観主義に徹する
- * ダメ元主義でいく

キーワード2 好奇心旺盛

- * 好奇心は長生きの秘訣
- * 好奇心は脳を活性化する
- * 好奇心は生きがい
- * 好奇心は老若男女の友人づくりに最適
- * 好奇心は孤独から解放する

いくつかの例

- ①世界における日本食ブーム
- ②世界におけるアニメ、マンガ・ブーム→日本語の普及
- ③世界中盆栽ブーム、忍者ファンブーム

キーワード3 家族

* 家族の絆は絶対

* 毎週、どこかで集まる→国際結婚は大変

* ママの強さは絶対 イタリアの場合

MAMMISMO 母親が男の子を溺愛し、結果的に息子が大人になっても、母親に「マンマ、マンマ」と甘えて乳離れできない親子関係をいう→いつまでも結婚しない→少子化

* 国際結婚をする日本人の女性が心得るべきこと

脱線2 何故中華料理は世界中にあるのか

＊中華レストランは世界中にある

＊その理由は？

- ・現地の食材をうまく使う
- ・一族総出で営業する→人件費安上がり
- ・それゆえ抜群に安い
- ・料理の性格上、各料理をシェアすることができる
- ・気楽な雰囲気、大騒ぎしてもそれほど問題なし

キーワード4 友情 友人関係は最高の宝

* 世界共通だが、もう少し密度が高い

* AMIGOとは

皆さんが考えるアミーゴの定義は？

* どこまで親切にできるか

(92年セビリャ万博での経験)

キーワード5 愛、恋愛

- * いい男でいたい いい女でいたい
- * 服装に気をつける
- * 装い、化粧品にお金をかけるのは40代以降
- * 60代は人生の花、60代からおしゃれが始まる
- * イタリア人にネクタイを褒められるにはどうすればいいか
- * 「年甲斐もなく」、「ええ年して」は禁句
- * 年をとっているからこそさらに人生を楽しむ

キーワード6 ボランティア活動

* 人のために役立つ

* 自分を必要としている人々がいる

* 自分を磨く

* 友人ができる

脱線3 広場の役割

*ラテン社会での「広場の役割」

スペイン語 PLAZA

イタリア語 PIAZZA

ポルトガル語 PRACA

フランス語 PLACE

*広場は集いの場所

* 友達同士が集まり、談笑、ゲームに興じる

* カフェテリア、BARがある

日本は広場から何を学べるのか？ 広場を普及させるには？

脱線4 食べるということ

- *MAGIARE イタリア語
- *COMER スペイン語、ポルトガル語
- *MANGER フランス語
- *食事は儀式
- *食べることは至福の幸福
- *スロー・フード ゆっくり食べる・つくる
- *地中海式料理(ワイン、オリーブ、海産物、野菜、果物等々)、メキシコ料理は世界遺産
- *ラテン世界のどの料理がおいしいか？

脱線5 今の時代は何が不幸になるかわからない

- * 食のおいしい国は国際化にとってハンディになる(日本人、スペイン人、イタリア人)
- * 治安がいい国も国際化のハンディになる
- * 清潔すぎは国際化のハンディになる(ウオッシュレットは日本だけ)
- * 親切すぎは国際化のハンディになる
- * 医療が進歩しすぎると国際化のハンディになる
- * おとなしいこと、謙虚なことは国際化のハンディになる

世界遺産国別ベスト13(2019年)

順位	国名	件数	順位	国名	件数
第1位	イタリア	55	第8位	英国	32
第1位	中国	55	第9位	ロシア	29
第3位	スペイン	48	第10位	イラン	24
第4位	ドイツ	46	第10位	米国	24
第5位	フランス	45	第12位	日本	23
第6位	インド	38	第13位	ブラジル	22
第7位	メキシコ	35	合計		1121

イタリアの中小企業から学ぶこと

- キーワード1 政府には決して頼らない
- キーワード2 自分で企画し、自分で実行する
企画から生産、販売まで
- キーワード3 3股4股をかける
- キーワード4 展示会、見本市を活用する
- キーワード5 世界を見て行動する
- キーワード6 ファンタジアの精神を持つ

キーワード1 政府に頼らない

- * イタリアの中小企業支援制度
- * 日本の中小企業政策はいたれりつくせり
- * イタリアは家族経営の国 権限と情報の集中
- * 政府が伝統的に脆弱
- * イタリアの中小企業の強さの最大の秘訣は政府に頼らないこと

キーワード2 自分で企画し、自分で実行する

- * イタリア企業は、市場調査、製品企画、生産、販売・輸出まで一貫して行う
- * 日本の中小企業、とりわけ下請け企業は、生産のみ
- * フランクフルト・メッセにおけるイタリアの中小企業の例

キーワード3 3股4股をかける

- * 1社に頼る商売はしない
- * 発注者と受注者の緊張関係の維持を大切に
にする
- * アウトソーシングをうまくやる
- * 下請けに甘んじない

キーワード4

展示会・見本市を活用する

- *フィエラ(見本市) 世界の情報と技術を自動的に集めるメカニズム
- *商談の場 トップが陣頭指揮、新商品の発表の場、千載一遇の販売機会
- *情報収集の場 世界から出展者とバイヤーが集まる場
- *需要動向、消費動向、技術動向、デザイン、価格、色、ライバル企業の動向

脱線6 ミラノはどうして世界のファッション都市になりえたか

*イタリアのファッションはフィレンツェが発祥地(1952年、オートクチュールのファッションショー→ピッティ・ドンナー→プレタポルテのショー→ピッティ・ウオモ)

*70年代は各地に広がる

1975年 アイデア・コモ

1978年 アイデア・ヴィエツラ

1979年 プラート・エクスポ

- *ミラノが出てきたのは70年代後半
- *1978年、MOMI(モダ・ミラノ、1969年開始)と同時にコレクションを始めて実施、年々拡大
- *わずか30年で世界の3大ファッション都市
- *一群のファンタジアあふれる天才デザイナーの出現
- *天才デザイナーを満足させる素材のメーカー
- *実際に作品を制作するプロの職人
- *世界市場を相手にする有カアパレルメーカー
- *上記要因をうまく機能させるメカニズム、ミラノコレクションとモダ・ミラノなど多くの見本市
- *ミラノ市民の協力

キーワード5 世界を見て行動する

* ニッチ市場を狙え

* 日本製品とイタリア製品の相違点

日本製品	イタリア製品
コモディティ	スペシャリティ・グッズ
機能性、均一な品質、安いコスト	独創性、使い勝手の良さ、見た目の美しさ
少品種大量生産	多品種少量生産
マスマーケット	ニッチマーケット

キーワード6 ファンタジアの精神を持つ

* ファンタジアとは

①創造性 ②独創性 ③想像力 ④幻想をミックス
した意味合い

* 最高の褒め言葉

* いかにか人と違うものをつくるか

* ファンタジアあふれる経営者、デザイナー等々

* ファンタジスタとは

最後の脱線

- * ブラジルに駐在する際に、過去の経験が最も役に立つ国は、イタリアである。
- * イタリアを知れば、ブラジルがわかる。
- * イタリアは、アルゼンチン、ウルグアイ、ブラジルで最も国民性に影響を与えている国である。
- * ブラジルで最も活躍できる日本人人材は？中国経験者である。
 - ・ 法治的より人治的 ・ 政治的に考える
 - ・ 発想力 ・ 万事大まか ・ 政治人間
 - ・ 打ち上げ花火的 ・ 楽観的等々

ご静聴ありがとうございました

桜井 悌司

teisakurai71@gmail.com