

大貫 学（おおぬきまなぶ）

教授

専門分野／開発事業経営論、不動産事業経営論、テーマパーク経営論、ベンチャーキャピタル論、経営コンサルティング論



横浜銀行、浜銀総合研究所、流通科学大学サービス産業学部教授を経て、平成 21 年現職。

著書：『開発の経済学』（メタモル出版、2000）

『図解・世の中のしくみ（監修）』（ナツメ社、2002）

濫読の薦め

ちょっと前ですが「人は見た目が 9 割」（竹内一郎、新潮新書）という新書が、ベストセラーの上位に入っていました。著者はこの本の中で、言葉は 7%しか伝えないのに、学校教育で言葉だけを伝達手段としている問題点を指摘し、「本をたくさん読む人」の中に、人望もなく、仕事もできず、社会の仕組みがまったく理解できていないと思える人がたくさんいると述べています。この箇所を読んだ読書嫌いの学生諸君は「吾が意を得たり」と、ポンと膝をたたいたのではないかと思います。

しかし、残念ながらこの著者の指摘は間違っていると断言してもいいでしょう。私が 30 年近くいたビジネス社会では本を読まない人は、人望もなく、仕事もできず、社会の仕組みがまったく理解できていないことの方が、圧倒的に多いのです。

ビジネス社会における伝達手段は、基本的に言葉を文章の形で表現していかなければなりません。連絡するための報告書、上司の決裁を必要とする稟議書、アイデアを提案文書にした企画書など、いろいろなシーンで、文章力が要求されてきます。

しかし、仕事ができると言われているのに文章表現が拙いという例が往々にしてあり、そのような人間は、見た目と口先と要領のよさだけで実力が伴っていないことが多いのです。その意味では、私は文章力のない人間を評価することはできません。すなわち文章で表現できないということは、自分の考え、意見、アイデアをきちんと整理できない人間だからです。

それでは、それほど重要な文章力をどのようにつけていったらいいのでしょうか？

世の中には「論文の書き方」と題したハウツー本があふれかえっていますが、賢明な学生諸君ならば、このような本を読んでも、けっして文章力が付かないことを実感していると思います。古典的名著といわれる清水幾太郎の「論文の書き方」も、ハウツー本として読んでも何の役にも立ちません。それは、文章を書くことをテーマとした随筆であり、その視点でこの本は読まれており、読む価値のある本として評価されているからです。

私が、学生の諸君に勧める文章力をつける秘訣は、「より多くの本を濫読する」ということ

です。そして濫読する本は小説にすべきであり、読んでもすぐに眠くなるような学術書は、私が薦める本の中には入りません。自分が好きな小説を片っ端から読んでいく。感想文を書こうなどとは思ってはいけません。次から次に読み倒していく。行間ににじみ出てくる作者の息づかい、一つの言葉から浮かび上がる情景などを感じながら感覚的に読んでいく。それを続けていると、いつの間にか自分に文章力が付いていることを実感する時が必ず来るはずで。

十条商店街をテーマパークに

皆さんは、テーマパークという言葉を知ると、何を連想しますか？

誰もが真っ先に思い浮かべるのが、東京ディズニーランドですね。その他にユニバーサルスタジオジャパンとか、ハウステンボス、日光江戸村・・・なんて言うものも出てくるかもしれません。また食いしん坊の人は、横浜ラーメン博物館などのフードテーマパークが、目に浮かんでくるかもしれません。さらに、最近流行のアウトレットモールを、思い浮かべる人もいるかも知れません。そういう意味では、テーマパークという言葉は、あらゆる業態で使われるようになってきているわけです。

ところで、日本では、いつ頃テーマパークが誕生したのでしょうか。

一般的には、1983年の東京ディズニーランド誕生が、日本のテーマパーク元年だといわれています。東京ディズニーランドは、昨年25年目の誕生日を迎え、入園者数が前年度比7%増の2,722万人と開園以来過去最高を記録し、いまだに成長し続けています。

それにひきかえ、その他のいわゆるテーマパークは、みんな青息吐息の状況になっています。具体的な例をあげると、ハウステンボスやスペイン村、倉敷チボリ公園、レオマワールド等、ことごとく事業の見直しや事業再生の段階に入っています。

その意味では、地域開発の目玉としてテーマパークを作って多くの観光客を集めようなんて安易な考えを持っている人は、東京ディズニーランドの呪縛から開放される必要があるのかもしれません。

あんなに大規模な投資や施設・設備を整えたものでなく、テーマパークを「あるテーマのもとに人が交流する場所」と定義すれば、お金をかけなくても立派なテーマパークができます。しばしば、都市はそれ自体がテーマパークだと言われることがあります。それは、あるテーマのもとに、人が交流する場所だからです。その意味では、商店街も立派なテーマパークとすることが出来るのです。

かつて、私たちは「工業化による豊かさ」を、追求してきました。しかし、すでにモノがあり余るほどに満たされるようになった現在、日本は工業社会以降の新しい社会（脱工業社会、ソフト化社会）に入っているのです。その社会は、モノよりもソフト、つまり楽しさや快さ、癒し、学びなど、心の豊かさを求めるようになっているのです。その背景にあるのが、生活文化です。それぞれの地域で長い年月をかけて育まれてきた生活文化は、人を楽しませ、心を豊かにする力を持っています。

そうした生活文化の中から、魅力あるテーマを見つけ出し、たくさんの人が交流する場を創造していけば、地域経済を活性化させることは、案外簡単なことなのです。

柔軟な発想と、今まで地域で育まれてきた文化を融合していけば、日本で唯一のユニークなテーマパークを、作ることが出来ます。

皆さんの豊かな発想を活かし北区内でにぎやかな「十条商店街」を、もっともつとにぎやかで、楽しく、新しいテーマパークに、変身するように、考えてみませんか？