

時評

英国のソフトパワーを見落とすな

にしかわ
めぐみ
西川 恵

(毎日新聞客員編集委員)

英国の欧州連合（EU）からの離脱は、英国にマイナスになるとの見方が強い。

いわく、英国の貿易量の半分をEUが占めるのに、EU市場への自由なアクセスを失う。離脱で外資は英国を拠点とする理由がなくなる。米欧の橋渡ししの役割を失い、国際社会での存在感と発言力が減退する……。

離脱が決まった当初は、私も以上のような理由から悲観的に見ていた。しかし離脱決定の興奮が収まってくると、「市場」や「資本の論理」といったものに重きを置きすぎて、別の大切な要素を見落としていたのではないか、
と思いはじめた。何かと言うとイギリス人のソフトパワーだ。

欧州大陸ではものごとのアプローチが、論理的考察に基づく演繹法なのに対して、英国のそれは帰納法で、経験の積み重ねから結論を導く。論理や観念ではなく、経験に基づいて考える。このイギリス人の柔軟なアプローチに支えられたソフトパワーは、他の国とは異なる独特なものがある。

ひとことと言うと、潜在的な可能性や魅力あるものを見出し、それを組み替え、編成し直して普遍的なものにする力、とでも言えようか。

私は1990年代半ばまでの7年間、特派員としてフランスで暮らしたが、フランス人とはまた違うイギリス人のソフトパワーを実感した。

卑近な例で言えば、フランスの観光地はイギリス人が見出したところが本当に多い。

最近テロがあった南仏のニースも、18世紀にイギリス人が避寒地に利用し、地元で街作り提案をして一大観光地にした。花火の見物客85人を死亡させたトラックが暴走したのも、イギリス人のアイデアで作られた海岸遊歩道「プロムナード・デ・ザングレ」（「イギリス人の遊歩道」の意）だった。

フランスアルプス山中の温泉保養地エクス・レ・パンも、ひなびた温泉地をイギリス人が見出し、ビクトリア

女王が通つて有名になった。ちなみに日光の中禅寺湖畔も、明治初期、イギリス人が東京から近い避暑地として利用したのを契機に、戦前まで各国外交団や皇族が集う夏の一大社交場になった。

現在、フランスが世界に誇るオートクチュール（高級注文衣装）のシステムを作ったのも、イギリス人デザイナーのシャルル・フレデリック・ウォルトだ。

仏ファッション業界は19世紀半ばまで、生地屋、仕立て屋、お針子が、独立して別々に存在した。顧客は自分で生地を選び、仕立て屋に持つて行ってデザインしてもらい、このデザインをもとにお針子に縫ってもらった。

ウォルトは自分でデザインした幾つかの服を自分の店でモデルに着せて見せ、顧客が選んだデザインを、その顧客の体型に合わせて作るようにした。デザイナーによる一元管理で、これがオートクチュールの起源だ。

自国の文化でないものを普遍的な価値にする点ではワインもそうだ。英国はワイン生産国ではなかったにもかかわらず、ロンドンには19世紀から世界のワイントレードの中心だった。フランスでもイタリアでもない。

その理由について、世界のワイン事情に詳しく、権威あるマスター・オブ・ワイン受賞者の大橋健一氏は「ボルドー、シエリー、マデイラ、ポートの4つのカテゴリーのワインを、最初は英国向けに創り上げた、イギリス人のクリエイティブティの素晴らしさ。それをやがて世界中のマーケットに浸透させてしまう説得力。加えて英ワイン・ジャーナリズムの世界的な影響力です」と指摘する。

英ワイン評論家ヒュー・ジョンソンのワイン評価は、世界のワイン愛好家の一つの目安である。彼の評価によってシンデレラワインとなった日本は数知れない。



また客観的で、冷静な視線が、独善に陥るのを防いでいる。

私がパリ特派員時代、国連教育科学文化機関（ユネスコ、本部パリ）は組織がガタガタだった。米、英の離脱でタガが緩み、嫌気がさして辞める人も少なくなかった。

旧知のユネスコ幹部が指摘したのが、イギリス人のアジエンタ（議題）設定力と、多様な議論に目配りしながら結論に落とし込んでいく力だった。この静かな外交も英国のソフトパワーだ。「英国が抜けてイギリス人の底力を思い知った」と語っていた。

EUの規制から解放された英国のソフトパワーも念頭に入れて、英国を見ていく必要がある。