

2024年10月25日
ニッセイアセットマネジメント株式会社

日本経済新聞「十字路」に当社代表取締役社長大関洋の寄稿文
『日本企業に必要な「断言」』が掲載されました

日本企業に必要な「断言」

日本の資産運用業界の発展を支援し、健全な資産形成に貢献する「資産運用フォーラム」の第1回年次会合が10月3日に開催された。就任直後の石破茂首相から資産運用立国の政策の継続・発展に言及した挨拶もあり、資産運用会社はもちろん、規制当局や国内外の金融市場関係者らが出席し、盛況であった。

資産運用立国の取り組みは始まったばかりである。日本企業の魅力、日本の金融市場の魅力を外に発信し、一定の関心と投資も得ることができたとは思いますが、日本の関係者は良い取り組みをしているのに対外的にはなかなか理解されないもどかしさを感じる場面は多い。何が原因か。

ある知人の指摘が印象的だ。日本企業の対外発信は「アサーティブ」ではないので本気度が疑われ、信頼されないというのだ。辞書を引くと「断言、断定」という意味が出てくる。自信を持って主張するという訳もある。

日本では何かにコミットする際に断定したり断言するとそれだけで「あんな風に言い切って大丈夫か」と心配する人が出てくる。明確に決定したことで「柔らかく」表現することが多い。日本では多くの人々がそれを理解してくれるが、海外では誤解を招く。

本当に決定して、実行するつもりならば言語表現もアサーティブでなければならない。覚悟が感じられないと受け止められてしまう。

会社情報の英文開示はいまや多くの大企業が行っている。そこで考えなくてはならないのは、日本語では柔らかい言い方であっても、決定している方針なのであれば、アサーティブな表現に英訳しないと同じ意味で受け止めてもらえないということだ。

心理的に抵抗があるかもしれないが、「対外発信はアサーティブに」を合言葉にコミュニケーションを改善することも日本には必要のようだ。

(ニッセイアセットマネジメント 社長 大関 洋)

(2024/10/25 日本経済新聞 夕刊)

<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOUB23CG20T21C24A000000/>