

ニューヨーク

NYビジネスマンは みんな日本人の マネをしている

マックス桐島

映画プロデューサー



講談社+α新書

プラスアルファ

ニュー・ヨーク

NYビジネスマンはみんな日本人のマネをしている

講談社+α新書
プラスアルファ

マックス桐島

1956年、神奈川県に生まれる。日本人有数のハリウッド・プロデューサー。DENビチャーズ社長兼CEO。上海SJSスタジオ・マネージングパートナー。大手スタジオ作品1本を含むハリウッド映画14作品をプロデュース。「ブルーヒル・アベニュー」でアカブルコ国際映画祭最優秀映画賞を受賞。UCLA映画学科で映画製作を専攻したあとハリウッド俳優に。その後、ハーバード大学でビジネスを学び、1990年、映画ビジネスを始める。日本のコンテンツをハリウッドに逆輸入するビジネスも精力的に進めている。著書には「ハリウッドの隠れない面々」「ハリウッドではみんな日本人のマネをしている」(以上、講談社)などがある。

講談社  新書 492-2 C



ニューヨーク に ほん じん
NYビジネスマンはみんな日本人のマネをしている

マックス桐島 きりしま ©Max Kirishima 2010

本書の無断複写(コピー)は著作権法上での
例外を除き、禁じられています。

2010年 9 月20日第1刷発行

2010年10月12日第2刷発行

発行者——— 鈴木 哲

発行所——— 株式会社 講談社

東京都文京区音羽2-12-21 〒112-8001

電話 出版部 (03)5395-3528

販売部 (03)5395-5817

業務部 (03)5395-3615

カバー写真——— Getty Images

デザイン——— 鈴木成一デザイン室

カバー印刷——— 共同印刷株式会社

印刷——— 慶昌堂印刷株式会社

製本——— 株式会社大進堂

落丁本・乱丁本は購入書店名を明記のうえ、小社業務部あてにお送りください。

送料は小社負担にてお取り替えします。

なお、この本の内容についてのお問い合わせは生活文化局Aあてにお願いいたします。

Printed in Japan ISBN978-4-06-272673-3 定価はカバーに表示してあります。

プロローグ——JFK空港で見た「日本的親切」 3

第一章 アメリカ人がハマる日本式仕事術

仕事も家も「孫子の代まで」 16

ハリウッドスターCMを「逆輸入」 19

共存共栄のスタンスまでも 21

日本の職人から学んだ「天職」 24

日本のホームセンターの衝撃 29

マックの一人勝ちに本社も注目 32

「名刺」か「ビジネスカード」か 35

ウォール街の信条「継続は力なり」 40

トヨタは「家族愛」で失地回復 45

航空業界の変革の裏で密かに 49

第二章 ヒット商品はいつも日本発

ユニクロがアメカジを変える 56

日本人社長のクリエイティブティ 59

使い捨てカイロをアメリカ人は 61

「プレミアム感」で差別化を 64

ハンバーガーや手羽先まで日本流 67

スナック菓자에隠されたアイデア 69

第三章 ブロードウェイとスポーツ界の日本流

アメリカ人を肥満から救う糸口 73
日本のビジネスIQまでも輸入 74
エコポイントをアメリカも採用? 77

日本の長寿企業の秘密 79
日本はビジネスヒントの宝庫 80

日本人が教えた夢を売る秘訣 86

イーストウッドの任侠映画 90

プロデューサーを救った高橋大輔 92

舞台を支える「KUROKO」 95

役者は相撲の新弟子と同じ 98

横綱の「まだまだ」を見習って 101

アメリカン・スポーツの品格 104

流行語となった「カッコイイ」 108

ヒデキ・マツイの人間学 110

全米一の監督が見せる日本流 112

第四章 ビッグアップルは和食に夢中

チップのプール制の原点は 118

朝礼を行う店まで登場して 122

第五章

ライフスタイルに溶け込んだ「和」

ふりかけは「グルメ・フレーク」
124

チキンヌードルより雑炊を
127

日本料理は第六感を刺激する
129

「秘伝のタレ」で億万長者に
132

デリバリーよりDEMAE
133

パーティーの最後は一本締めで
140

スーパームデルが憧れるメイク術
142

五番街のアジア風メイキャップ
145

心をストレッチするヨガ教師
147

四〇代後半が三〇代に見えるわけ
149

日本人が増えると街がきれいに？
152

マイハウスからマイホームへ
156

日本人女性の優しさにぞっこん
159

日本人団体旅行者の美德
162

アメリカ人が憧れる日本式ツアー
165

日本のホテルは世界のお手本
169

バスドライバーの義理人情
172

受け継がれていた日本の感性
177

ことわざに見る精神性の違いとは
180

エピローグ——ニューヨークに広まる「米製和語」
183

ニューヨーク

NYビジネスマンはみんな日本人のマネをしている

講談社+新書
プラスアルファ

プロローグ——JFK空港で見た「日本の親切」

「映画の仕事がしたい。憧れあこがのハリウッドで働きたい」

少年時代からの夢をかなえるべくアメリカに渡り、そこで生活するようになってから、約四〇年が経った。

その間、映画のプロデュースをはじめ、アメリカのショービジネスの世界で生きてきつくづく感じるのは、

「ああ、自分は日本人なんだ。日本人に生まれてよかった」ということだ。

もちろん、アメリカは僕にとって夢の国。得たものは数えきれないくらいあるし、いくら感謝してもしたりないくらいだと思っている。ただ、それと同時に外国で暮らすからこそ日本のよさが見えてくるという部分もあった。

まして、近年ではアメリカでも日本のよさが高く評価されている。

『リング』や『呪怨^{じゆおん}』のハリウッド・リメイク。メジャーリーグにおけるイチローや松井秀喜^{まついひで}の活躍とWBC（ワールド・ベースボール・クラシック）連覇。マンガ、アニメの大ブーム。渋谷や原宿を歩くギャルたちのファッションを一流モデルが参考にし、日本食を楽しむのはもはや日常茶飯事になっている。

それに加えて、コンビニやデパ地下でのショッピングや六本木でのナイトライフ、さらには独特の気配りや職人^{かたぎ}気質といった精神性まで……。ハリウッドで暮らす人々は日本と日本人のよさを取り入れ、マネをしているのだ。

そんな、ハリウッドで働きながら感じた日本人の素晴らしさ、いかに日本文化がこの地で評価されているかを伝える前著『ハリウッドではみんな日本人のマネをしている』を書いた直後、僕が思ったのは、

「ニューヨークだって同じじゃないか」

ということだった。

気候が温暖でレイドバック（お気楽）な精神風土のカリフォルニア（ハリウッド）と、夏は酷暑だが紅葉もあれば雪も降る、すべてにおいて「イン・ユア・フェイス（真っ向からのガチンコ勝負）」人間ばかりのニューヨーク。そういった差を超えて、世界最大の都市、世界のビジネスの中心と呼ばれるニューヨークでも、日本文化と日本人の精神性が大きく受け

入れられているのだ。

ビジネスや休暇で何度となくニューヨークを訪れている僕には、そう断言できるだけの記憶がいくらかでもあった。

僕がよく覚えているのは、ジョン・F・ケネディ（JFK）国際空港での経験だ。

JFKは、人種の坩堝^{るっぼ}であるニューヨークへの空の玄関口。当然、世界各国から様々な人種が集まるだけに、そこで繰り広げられる光景からはアメリカの現状や各種の人間模様が垣^か間^ま見られる。

ニューヨークからヨーロッパへと出張に出発しようとしていた僕は、フライトまでのひとときをラウンジで過ごしていた。ある者は新聞を広げ、コーヒーを味わい、あるいはラップトップPCで仕事を進める人もいる。そんな静かな空間を引き裂くような大声が、突如として響き渡った。

声の主は、フランス人のビジネスマンらしき男性。きついフランスなまりの英語を聞き取ってみると、どうやらインターネットで銀行口座の残高を調べようとしたところ、暗証番号の入力を何回か間違えてしまったらしい。

「アクセス拒否になってしまったんだ。このままでは次の目的地でクレジットカードが使えなくなってしまう！」

彼は、航空会社のカウンターでそう訴えていた。

「だったら銀行に連絡してみてください」

カウンターの女性係員は、実にそっけない態度だ。それでも、必死に頼み込むフランス人ビジネスマン。

「携帯電話はパリの自宅に置いてきてしまったし、レンタルも次の目的地とする予定なんだ。頼むからここで電話を貸してくれないか」

しかし、彼女は遠くを指さしてこう言う。

「このカウンターの電話は業務用ですからお貸しできません。あちらに公衆電話がありますから、それをお使いください」

理にかなってはいるが、見てみると彼はいかにも重そうな手荷物を抱えていた。これではラウンジの端にある公衆電話まで歩くのも一苦労だろう。彼は顔を紅潮させ、爆発寸前といった雰囲気になっていた。

そこに現れたのが、カウンター係員とは違う色の制服を着た中年女性だった。自分の携帯電話を取り出すと、優しく、落ち着いた口調で彼に尋ねた。

「銀行の名前は？」

取り乱している彼が無言でクレジットカードを差し出すと、彼女は裏面の電話番号をプッ

シユ。銀行の担当者と電話をつなぐと、「本人にかかりますので」と携帯を渡したのだった。本人確認の後、無事に口座へのアクセスを再開できたムツシユ。さっきまでの逆上ぶりはどこへやら、携帯を返すと「メルシー！」を連発しながら、恥ずかしがる彼女の両頬にキスの雨を降らせたのだった。

すっかり機嫌をよくしたフランス人がカウンターを離れた後、彼女のネームプレートを見てみると、そこには「スーパースパイザー」の文字が。親切な対応も素晴らしかったが、その後の係員との会話がまた最高だった。「自分たちの管轄外の問題だったので」と言い訳する部下に、彼女はこう言ったのだ。

「誰の管轄であろうと、心配事は乗客にとっては旅を台無しにしてしまう大問題よ。思い出に残る旅行は、目的地に着いてから始まるのではなく、その道中からスタートするものなの」

合理主義がはびこるアメリカ、それもとりわけ世^せ知^ち辛いと悪名高いニューヨークに、まさかこんなに気遣いにあふれた人間がいるとは……。感動した僕は、思わずスーパースパイザーに歩み寄った。

「今の親切な態度、本当にお見事でした。僕も彼と同じ外国人として感謝しますよ」
そう伝えると、彼女はにっこりとほほ笑んで僕にこう聞いてきた。

「お客様は日本の方ですか？」

イエス、と答えると、彼女はさらににつこり。そして「今の行動は、お客様の国から学んだんですよ」と言う。

「実は、私は若い頃、ユナイテッド航空のフライト・アテンダントだったんです。そのとき、同じ航空連合に所属するオール・ニッポン・エアウェイズ（ANAⅡ全日空）やシンガポール・エアラインの社員教育の実践訓練に参加して、数々のピープルスキル（じんしんしやうあぐ人心掌握術）を学びました。さつき部下に言った言葉は、そのとき学んだ教訓の一つなんですよ」
そう言い残して、颯爽とカウンターの奥へ去っていく彼女の姿は、何年たっても忘れられない。

日本人の気配りが、ニューヨークにも浸透していると実感した瞬間だった。

他にも、ビジネスでたびたび訪れたニューヨークでは、様々な場面で「やっぱり日本は素晴らしい国だな」と胸がいっぱいになる出来事を経験した。世界経済の中心地ウォール街で、ショービジネスの本場ブロードウェイで、それに古くからの友人たちと、そしてレストランやスポーツバーでの会話のなかで。

本書では、ニューヨーカーたちがいかに日本を意識し、日本的な思考や生活を実践しているかを紹介していきたいと思う。

僕の経験から、読者のみなさんがアメリカの「ジャパナイゼーション（日本化）」の現状について知ってくれたら、そして自分が日本人であることを（僕と同じように）誇りに思ってくれたら、これ以上の幸せはない。

目次●NYビジネスマンはみんな日本人のマネをしている