

ふじさわ くみ
藤沢 久美

国内外の投資運用会社勤務を経て、1996年日本初の投資信託評価会社を起業。2000年シンクタンク・ソフィアバンクの設立に参画。現在、副代表。法政大学大学院客員教授。金融審議会委員など公職も多数兼務。国内外の1000社を超える企業経営者のインタビューと現場の取材を行い、経営と経済をテーマに、テレビや講演など各種メディアを通じて発信中。

COP17 に向け広報戦略チームを早急に設置すべき

伝わっていない日本の真意

昨年11月の最終週から12月にかけての2週間、メキシコのリゾート地、カンクンで、国連気候変動枠組み条約第16回締約国会議(COP16)が開催された。09年にCOP15が開催された日照時間の短い極寒のコペンハーゲンとは打って変わって、降り立ったカンクンの空港では、どこまでも青い空と温暖な空気、そして陽気なメキシコ人に迎えられ、一気に楽観的な気分をさせてくれた。

しかし、COPの会場に入るやいなや、日本人NGO(非政府組織)関係者から「いやあ、大変ですよ。日本政府が突然とんでもないことを発言するものだから、僕たちは各国から質問攻めと批判攻めを受けていますよ」という嘆き節が飛んできた。

会議の初日に日本政府交渉官が「日本はいかなる条件あるいは状況のもとでも、延長された京都議定書に基づく削減制約に参加しない」と発言したことで、前向きに議論しようとしていた会議の出鼻をくじい

たという批判が上がったのだ。そのうえ、なぜ、日本政府がそのような発言をしたかという理由が各国に伝わっていないのが、さらに重要な現実のようであった。

私が現地に到着したのは、会議開催から1週間目のちょうど折り返し地点だったこともあり、それまでの交渉に携わってきた政府関係者、組合関係者、財界、NGOなど、現地に来ている人たちにさっそく話を聞いてみることにした。そこから見えてきたのは、交渉関係者の間では、発言の背景も戦略もある程度共有されているにもかかわらず、活動家、メディアへこうした情報を共有するための準備が不足していることだった。

正念場 COP17 への準備

今回のCOP16において日本が初日に主張したことは、決して新しいことではなかった。これまで継続的に発言してきたことであり、外国メディアの中には「日本は今まで言ってきたことを改めて口にただけ」

と書いたところもあるが、残念ながら大半のメディアや各国の活動家たちは、日本が今まで主張し続けてきたことを知らなかったし、当然、この主張の背景にある理由や戦略を知る由もなかった。

しかし逆に、この状況は日本に多くの国からの注目が一気に集まるといふ好機でもあった。これがもし、戦略的に行われていたとすれば、見事と言えたかもしれないが、残念ながらそうではなかった。会議中、多くのメディア関係者が、日本の主張の背景を知るために会場中をかけずり回ったが、明確な答えを得ることは



「本日の化石賞第1位は、日本」

できなかった。つまり、日本は大胆な発言はしたものの、その背景を伝える術が用意されていなかったわけだ。

COP16は、最終的に日本の主張も取り入れられ、カンクン合意が採択されたが、正念場は今年末に、南アフリカで開催されるCOP17だ。COP16では主張がほとんど通らなかった欧州の逆襲もあるだろうし、京都議定書の第1約束期間終了直前というプレッシャーも最大化し、厳しい交渉が予想される。

だからこそ、そのための準備は徹底されるべきで、その一つが、情報戦による空気づくりだ。日本のシンパを増やす必要はない。日本の主張を理解している、または知っている仲間をまず増やしておくべきだ。過去の交渉においても、「日本は裏切らない」ということを、大方の国が経験的に知っているのだから、日本のスタンスを十分に伝えておくことで、疑心暗鬼がゆえに日本が必要以上に攻撃されるリスクを抑えておくべきだ。

情報戦略、3つの提案

そこで、まずは大きく3つの提案をしたい。

(1) 広報戦略チームの設置

COP17に向けて、どのような順番で、誰に対し、どのような方法で、どの情報を外に流すかという戦略とその主張や情報の論理性、現実性、公平性などの検証を行うことが第一に必要である。交渉関係者の間だけで理解し合える理屈ではなく、言葉も文化も環境も異なる人でも理解できる伝え方も検討する必要がある。

これは、国内外双方に対して必要である。国外に対してどれほど効果的に広報を展開しても、各国が国益をかけて挑んでくる交渉の現場は、厳しいものになることは間違いない。その際に、国内メディアを含め世論の応援がなければ、国のリーダーは、国益に反した決断をすることにもなりかねない。

したがって、国内および国際広報戦略を無駄なく展開するためのチームの設置が求められる。メンバーは、広報戦略の専門家、COPに長年かかわってきたNGO、交渉関係者などがあげられる。

(2) 主張ペーパーの作成

戦略を策定した上で必要なのは、

主張を言葉にしたペーパーである。英語はもちろんのこと、中国語、スペイン語などでも作成することが望ましい。COPの会場に足を踏み入ると驚くことの一つが、英語を話す人が少ないことだ。もちろん、公式には英語を話す人が大半の日常会話は英語ではない。人口比を考えても、英語、中国語、スペイン語くらいは用意しておきたい。

(3) 広報官の選定と育成

次に求められるのが、広報官の選定と育成だ。これからCOP17までに開催される関連イベントや会議に積極的に出向き、(2)で作成したペーパーを配りながら、日本の主張を草の根レベルで伝え、議論をすることができる人材だ。さまざまな関係団体との対話を通じて、互いの利害を知ることだけでも大きな収穫となるし、多くのコンタクトパーソンを確保することで、情報収集のネットワークも広がる。

また、特に各国メディア関係者とのネットワークづくりも重要である。影響力のあるメディアに対して、いざというときにリークをするためのパイプづくりをしておくことは、会議開催中の世論形成に多いに役立つだろう。

もちろん、これだけでは不十分であるが、まずはこの3つの取り組みに早々に着手し、動き始めるべきだ。本来1年足らずで行うには短すぎるが、これまでの広報不足を考えれば、十分に価値があるはずだ。政官財そしてNGOが協働して、すぐにでも動き出すことを期待する。



各国政府やNGOの情報発信ブース