

ロータリー青少年交換の舞台裏

アル・カルター 多地区合同青少年交換委員長

ロータリーにおいて最も際立ち、成功しているプログラム、青少年交換で味わう経験はほかにもまして個人的なものです。本日は、この青少年交換についてお話できることを大変光栄に思います。

世界中の数多くの地区で、青少年交換にかかわるロータリアンは、とりわけ熱心であり、若者を信じ、10代の青少年に国境を越えたユニークな体験が提供できることを誇りに感じています。多くのロータリアンは、青少年交換が好きだからこそ、これに力を注いでいるのです。しかし、本日は、このプログラムを少し違った角度から見てみたいと思います。諸々の書類手続き、政府の規制や組織規定の遵守、プログラムを毎年継続するための努力など、ロータリー青少年交換は、単なるプロジェクトやプログラムではありません。そこで、本日はロータリー青少年交換の「ビジネス」について、皆さんと一緒に考えてみたいと思います。

ビジネスは、「発想」、「投資家」、「納入業者」、「顧客」、「製品」、「マーケティング」といったさまざまな要素から成り立っていると一言でよいと思いますが、これを青少年交換に当てはめると、どのようになるでしょうか。一つずつ考えていきましょう。

ロータリー青少年交換の背景にある「発想」は、互いの文化を学びあい、学校や地域社会で世界に触れる機会をもたらす、世界への扉を人々に開くことです。青少年交換は、青少年に投資し、直接的かつ個人的な方法で、国際理解と平和というロータリーの目標を推進することのできる機会です。そこで、使命声明を掲げるのがよいと考え、カール・ヴィルヘルム・ステンハマーRI元会長のお考えを伺ってみました。

ロータリー青少年交換に対するステンハマー元会長の思いをお尋ねしたところ、次のように答えてくださいました。「私たちの目標の一つに、人々の間に平和とより良い理解を育むことがあります。ロータリーの青少年交換プログラムは、これを実践するのに最適な方法だと思います。私の夢は、すべての17歳の青少年が交換学生となることです。これを実現したなら、この世から戦争は消えてなくなるでしょう」

このように、青少年交換の発想がロータリーの理想そのものであることは明らかです。では、このほかの要素はどうでしょうか。

「投資家」には2つのグループがあると考えられます。1つ目は、親です。結局、財布のひもを解くのは親からです。しかし、プログラムに対して財政的、組織的な支援を提供する地区ガバナーの皆さんも投資家です。

「納入業者」は、学生を推薦してくれる地区やクラブです。学校まで足を運んでプログラムを推進したり、学生の面接や留学の準備を手伝うのは、地区やクラブです。

一方、「顧客」というと、留学生を受け入れる地区やクラブがこれに当たります。この定義にいささか驚く方もおられるでしょう。学生こそ顧客であると、私たちは考える傾向にあるからです。しかし、そう考えるなら、青少年交換を担当するロータリアンは、旅行代理店に毛が生えた程度のもものとなってしまいます。国際理解と平和の推進が真の目的であるなら、毎年、顧客、すなわち交換相手となる地区やクラブを満足させる努力を怠ってはなりません。この努力があつてこそ、このビジネスを末永く続けていけるというものです。

私たちの「製品」となるのが、実は学生です。学生は、私たちが顧客に提供し、納入業者から仕入れる製品とも言える存在なのです。ロータリーの目標を叶えてくれ、私たちが全力を傾ける対象となる製品、それが学生です。

今、「全力を傾ける」と申しましたが、これが「マーケティング」活動です。この活動で、製品を選定し、準備して磨き上げます。ビジネスでこれは特別なことではなく、むしろ、私たちの活動においては当たり前のことなのですが、納入業者や、交換を行う海外のパートナーもまた顧客であるということは、覚えておく価値があります。ですから、ビジネス関係を強めるには、双方が、できるだけ最良の製品を提供し合うよう努めなければなりません。ここで、「製品」について少し詳しく見てみましょう。

毎年、新モデルの「製品」が出ます。聡明で輝かしく、時に燃料をたくさん消費する「製品」です。これらの「製品」は世界中に輸出され、輸入されます。多くの国々、特に米国では、輸入が輸出を上回るという貿易不均衡が若干見られ、「輸入品」のほうが、「輸出品」よりも質が高くなる場合が多いという事実は、認めざるを得ません。また、私たちの「輸出品」が、国際市場に適していないケースが多々あることも事実です。私が何のことを話しているのかご想像いただけるのではないのでしょうか。

さて、市場でのポジショニングと商品のブランドづくりに話を移しましょう。どんなビジネスでも、広く人々に知られるような商品の独自性を定義し、親しみやすさと信頼を生むブランドづくりをすることが大切です。とは言え、いくらデザインが良く、上手く宣伝しても、製品以上の価値は生まれません。このスライドの下の方にある、大きく「E」と入ったロゴに見覚えのある方はいらっしゃいますか。ご記憶の方も多いと思いますが、これはサクセスストーリーと呼べるものではありません。

人気のブランドと製品を望むなら、顧客の好みを調べる必要があります。それは高性能でたくさんの機能が付き、一流のサービスを提供している最新鋭モデルでしょうか。このタイプの製品なら、顧客の満足度が高く、その製品を所有することが誇りとなるため、顧客定着につながります。中級モデルを提供する場合、顧客はほどほどに満足しますが、飛びつきたくなくなるような魅力はありません。顧客は、次回は違う品に鞍替えするかもしれません。品質の低いモデルを提供する場合、それに伴う努力も少なくなりますが、顧客が負担するメンテナンス費用が高つくため、満足度は全体的に低くなります。そのような製品を所有することを恥ずかしく感じることさえあるでしょうし、次回に再び取り引きを申し出てくることは、まずありません。さあ、私たちの顧客が望むのは、果たしてどのモデルでしょうか。また、私たちが納入業者から仕入れたいと思うのは、どのモデルですか。

確かな性能によって、数十年にわたって世界中で認知され、尊敬されてきたブランドを付した製品はどうでしょうか。もしかしたら、皆さんの地区で既にこのブランドを扱っているかもしれません。その場合は、皆さんの努力を心から称賛いたします。

製品についてもっと知るために、試運転のドライブをしましょう。ドライブのルートは、私たちが行っているプログラム、「Rotary Youth Exchange Florida」（フロリダ・ロータリー青少年交換）のウェブサイトと、私たちの派遣・受入学生たちの日誌です。これらの日誌は、青少年交換での体験がどのようなものかを直に知る機会です。では始めましょう。

まず、日本に1年間留学したチェルシー・キングさんをご紹介します。日誌の中で、チェルシーはこう書き記しています。「どうして日本を選んだのか同級生に尋ねられたので、『冒険したいからよ』と答えたら、『私は冒険なんて怖い。うちが恋しくないの?』と聞かれた。『いいえ、うちやアメリカがなくなることはないし、こんなチャンスはめったにあるものじゃないでしょう』と私は答えた。

……アメリカに帰る日まであと48日。でも、そんなこと考えたくない。お別れ会でスピーチをするけど、「さようなら」という言葉を忘れたいとさえ思うほどつらい。日本も、この9カ月で知り合った人も、みんな大好き。どの交換留学もそうかもしれないけど、私の交換は最高に楽しかった。残された48日で楽しい思い出をたくさん作りたい」

次に、エクアドルに留学したタジャ・シュロフさんをご紹介します。彼女はこう書いています。「ヘクターが次の人を紹介して、社会における呪医の役割、仕事、責任や、呪医になる訓練について説明してくれた。その後、ドミンゴが帽子の中に火を点し、2本の葉巻のようなものに火を付けた。私たちが一人ずつ中央に置かれた椅

子に座り、ドミンゴが伝統的な浄化の儀式をした。葉っぱでできた小さなブラシで私の体を払い、背中や顔のまわりに煙を吹きつけた。

……ホストファミリーとの抱擁、友達との外出、人々からの優しい言葉や励ましの言葉など、たとえ留学が終わっても、生涯絶対になくならない思い出ができた。私は帰国するけど、ここで出会った人々の気持ちを持って帰ろうと思う。そして、私の気持ちをここに残して行きたい」

次に、マイク・ウィリアムズ君をご紹介します。青少年交換に参加したとき、彼は祖父母と暮らす都会っ子でした。「信じられないかもしれないが、都会よりも、(イタリアの)この農場での生活が好きだ。匂いのせいかもしれないし、ただ楽しい時間を過ごしているからかもしれない。

……今までにない感情が生まれたが、それが何なのかははっきりとはわからない。これまでに体験したことのない不思議な気持ち。ある日、目が覚めて、それが僕が帰国する7月14日なら、その日、僕は、ホストファミリーや、新しい友達や、新しい生活にさようならを言わなければならない。帰りたくない。僕に言わせれば、ここが自分の故郷だと感じる」

次は、2004年12月の大津波の際に、タイのプーケットに留学していたジェイコブ・ダブス君です。「このレポートを書いている現在、死者は約7万人に達した。昨日、僕は市役所で丸1日を過ごした。そこでは、30人以上の世界中の大使館員が、パスポートの再発行やお金の問題について被災者を助けたり、バンコクに彼らを送る手配をしていた。そこは、最愛の人の顔写真を印刷したチラシであふれ返り、病院の掲示板には、損傷が激しく身元が識別できなくなってしまった人々の写真が貼り出されていた。僕は、英語・スペイン語・タイ語の通訳として、観光客らが母国に帰るためのあらゆる書類手続きを手伝った」

次にご紹介するのは、フロリダ州のジャクソンビルで生まれ育ったマット・ハグラール君です。私たちは彼をシベリア南部に派遣しました。「芝居の後、僕たち5人は近くのカフェに行った。5カ国から来た僕たちを、人々はじろじろと見た。ヤクーツクでは、外国人1人でも珍しいのに、5人もいたら追い出されても仕方ないところだ。

……生の馬肉が変な味だと思わなくなった。ポテトチップやポップコーンを食べるとあまり変わらない。ただ時々、凍った肉のかたまりの中に紫色の血管が見えたときにだけ、“あれっ”と思ったのを憶えている」

日本に交換留学をしたハナ・クラインさんはこう書いています。「愛する日本で、夢のような素晴らしい経験をしている。“夢のような”と言ったけど、留学中は、ここ日本が私の現実。日本以外に、いる場所が想像できない。友達と付き合い、英語を忘れ、桜の木の下でおしゃべりし、弓道大会の学校代表となり、ハリー・ポッターを漢字で少し読めるようになった。ずっと探し求めていたものすべてが、ここにある。

……私にこの経験を与えてくれたロータリーには、いくらお礼を言っても言い足りない。私を世界市民として育ててくれたロータリー、どうもありがとう。ロータリーが私に与えてくれた自信、知識、愛は、生涯続くと思う。私になりたいものが一つあるとすれば、それはロータリアン。ロータリアンとなって、母国以外に故郷を見出したいと望んでいる、自分のような子供たちに、同じ経験をさせてあげたいと思う」

最後に、もう一度マイク・ウィリアムズ君に戻しましょう。「今、わかった。このプログラムが一体何なのか。それは「理解」だ。交換は決して終わらず、永遠に続いていく。なぜなら、人生で誰もが絶対に経験する唯一のことは「変化」であり、変化を理解して初めてそれに意味が生まれる。真に理解に達するための唯一の方法は「適応」だからだ。適応による理解の中で変化を直に体験する機会を、ロータリーは僕に与えてくれた。本当に奇跡的なことだと思う。平和はこのように実現できるし、だからこそ実現可能だと思う。僕たちはみな違っているようで、とても似ている。1年に1人ずつ、こうして世界を変えていくことが実際に可能なのだ。次は誰の番だろうか?」

皆さん、この質問への答えは、まさに皆さんの手の中にあります。

ご協力とご支援、そして国際理解と平和を推進するという現実的なビジョンと目標さえあれば、ロータリー青少年交換のビジネスの機会は皆さんに開かれています。ここにおられる全員に、このプログラム、そして未来への投資家となっていただけることを、心から願っております。