

平成艸紙



おりおりの記

## イタリアから見た日本

国際交流基金 理事長  
(前イタリア大使)

安藤 裕康

日本におけるイタリアの人気は、ひと頃より下火になったとは言え、まだ根強いものがある。私がイタリア大使として赴任する時、ある政治家から、イタリアの魅力は、FOOD、FASHION、FERRARI（車）、FOOTBALL（サッカー）の4Fだという話を伺って、なるほどと思ったことがある。今もこれらの魅力に惹かれて、毎年100万人もの日本人がイタリア旅行を楽しんでいる。確かに、安くておいしいワインと食事、美術とオペラの宝庫、美しい自然、世界最大数のユネスコ遺産、歴史の豊かさ、などに多くの人が讃嘆の溜息をつくのも無理からぬことだ。

しかし、歴史や自然や文化ということなら、日本だってイタリアに負けてはいないはずだ。それなのに、日本を訪れるイタリア人の数は、訪伊日本人の20分の1程度に過ぎない。中国にはその4倍ほどが訪れるというのに、である。また、イタリア語を学ぶ日本人は5万人もいるのに、日本語を学ぶイタリア人は、たった5千人だ。日本が嫌われているとか、敬遠されているというのではない。日本に来た人々は一様に、日本社会の質の高さに感銘を受けて帰るし、日本ファンもたくさんいる。ローマの市長は三島由紀夫の信奉者で、大の親日家であり、私もずいぶん助けてもらった。それなのに、なんとなく日本の存在感は希薄で、イタリアのレーダーからは消えてしまっている。

そんな状況に大使としては非常なフラストレーションを感じ、日本を少しでも強く印象付ける活動に励んだ。

このような傾向はイタリアだけの現象ではなく、世

界中で起こっている。日本は国際社会からどんどん忘れ去られている気がする。日本の経済力が低下するにつれ、ある程度止むを得ないことだとしても、日本には、まだまだ世界に対し胸を張って誇るべきものがたくさんあるはずだ。日本の広い意味の文化、つまり生きざまというものは、その最たるものだと思う。伝統文化から現代文化まで、多様で豊かな文化の存在はもちろんのこと、これほど平和で安全で便利な社会は世界でも稀だ。そのことが外国でいかに高く評価されているか、日本人は気付くべきだ。自分をPRするのが不得手という日本人特有の謙虚さが邪魔している面もあるだろうが、このような日本の優れたところを、国を挙げて売り込むよう努めるべきではなからうか。それが経済の活性化にも大いに役立つに違いない。

