

謝罪の先に何がある？

食品偽装、リコール、異物混入、情報漏えい、社員の不祥事…。企業や団体にはさまざまな負の出来事が降りかかる。それとセットのようにメディアで流されるのが謝罪会見だ。出来不出来がその後の社運を握り、今では「謝罪コンサル」まで登場している。謝りたがりともいえる日本人だが、その謝罪の先には何があるのか？

雑誌「広報会議」1月号で「2014年不祥事迷言ランキング」が発表された。企業では顧客情報が流出したベネッセコーポレーション、慰安婦関連の記事を取り消した朝日新聞社などの会見がすべり。中でも最悪とされたのが日本マクドナルドのサラ・カサノバ社長による会見だった。昨年7月、中国の仕入れ先工場で賞味期限切れの鶏肉が使われていたことが発覚し、カサノバ社長は、商品撤去や品質管理の徹底など迅速な対応を強調した。ただ頭を下げての謝罪はなく「工場での悪意を持った人間による仕業。マクドナルドはだまされた」と自社の非を認めなかった。

いまを、呼吸

「消費者に迷惑をかけたことには変わりない。しかるべき立場の人がすぐに謝罪するのが鉄則です」。東京と福岡を拠点にするマーケティング会社「Bright Way」社長の高祖智明さん(56)はそう指摘する。高祖さんは福岡ドーム(ヤフオクドーム)の運営会社で広報宣伝部長を務めるなどし、1999年に独立。現在は記者会見対策など企業の危機対応へのコンサルティングも行っている。

不寛容に傾く時代 「許し」の議論避けていないか



記者会見する日本マクドナルドのサラ・カサノバ社長。昨年7月の会見(右)は釈明に終始したが、今年2月の会見(左)では、服装も変え、冒頭で深くと頭を下げて謝罪した

「釈明」も好意的に受け入れたのに対し、日本人は「謝罪」にこだわった。欧米は訴訟社会で、謝罪イコール責任、賠償となり安易な謝罪を避ける。対して協調志向が強い日本人は謝罪をすくなく責任と結びつけず、被害者側にもたらず別の意味を見いだしている。「(被害者側が)人として大切にされる。いたわられてる。そんな心情的な効果が謝罪に含まれているのです」

たしかに謝罪を後回しした会見は多くが失敗した。雪印乳業の集団食中毒事件(2000年)では社長が「私だつて寝てないんだ」と逆ギレ。06年に起きたシンドラエレベーター社製品による死亡事故でも当初謝罪はなかった。同時期に相次いだ食品偽装事件では、船場吉兆やミートホープの社長が責任転嫁して火に油を注いだ。

謝罪の先にある「許し」の存在に注目する研究者がいる。米コーネル大学の宮崎広和教授(文化人類学)は南太平洋のフイジーで伝統的な謝罪儀礼を調査した。加害者が被害者に贈り物を持って謝罪するものだ。

贈与儀式では謝罪と許しの言葉の交換に続き、受け手がもらった贈りものを神にささげるのだ。宮崎教授は「人から神への主体のずらしによって、謝罪と責任の所在や誠意の問題を回避し、神による根源的な許しの問題へと昇華させている」と言う。

大淵教授は、謝罪における重要な要素に加害者側の「責任の受容」と反省の表明を挙げ、うまくいけば被害者の怒りや敵意を和らげられるとする。つまり

最終的には「許し」につながる。最近では漫画「げんげん」「謝り男 シャーマン」、映画「謝罪の王様」など、日本的な土座をはじめとする謝罪で物事を解決する「謝りたがり」が主役の作品が話題になった。同時にコングライアンスという言葉も定着し、何かにつけて責任論が持ち出されるようにもなった。高祖さんは「近年、消費者がどんな不寛容になっている」。宮崎教授は「フイジーでも被害者め、そう思う。(小川祥平)」

が許すことは容易ではない。それでも許しを演出する。日本の謝罪には許しへの真剣な問いかけが欠けている」と指摘する。無謬幻想にとらわれ、何が起これば責任の所在をヒステリックに追及して、謝罪に結びつける。いつしか日本人は「謝りたがり」ではなく、許しの議論を避けた「謝らせたり」になってはいないか。メディアの一端にいる者として自戒を込め、そう思う。(小川祥平)

ますます複雑化し、スピードを増す「いま」という時代。「いまを、呼吸」は気になる現象や人物に記者が迫り、考え、探る年次企画です。金曜日掲載。