

2023年9月1日

言葉の有効性

公益財団法人 国際通貨研究所
理事長 渡辺 博史

言葉は言うまでもなく意思伝達のツールである。伝達させるためには、単に話し手が語り伝えるだけではなく、聞き手に理解してもらわないといけない。

どれだけ理解されるかは聞き手側の様々な条件によって変わって来る。小職も年に何回も講演をさせて頂くことがあるが、聞いて頂く側がどのような集団であるかによって、使う言語は変わり、略称に注釈を付するかどうかも変わり、論理だての説明の精粗も区別になるといった変化がある。例えば、国際金融情勢について語る時に、聞き手が高校生であるか、あるいは金融機関関係者であるかによって、同じ時間を使って説明しても、伝達した情報量は相当違って来る（言うまでもなく後者への伝達量の方が多い。）

この聞き手側の集団の人的規模が大きくなればなるほど、どのようなレベルで語れば概ね理解されるかの見極めは難しくなる。先ほど例示した「金融機関関係者」でも、国内リテールをやっている人と、海外投融資業務を行っている人とでは、そのレベルは相当違う。

その最たるものが、選挙の際の政策アピールである。選挙区の選挙民全員に語りかける必要がある。その対象者数には数百人から数億人までの違いがある。例えば、米国の大統領選挙を考えるとその候補者の語りかけのレベルは概ね中学校低学年に合わせたものになっているという。過去 15 人の候補者の中で、一番低学年のレベルで語ったのはトランプであって、2016 年の選挙戦では、クリントンは中学校二年生あたりが理解しうる水準で語ったのに比して、トランプは小学校五年生あたりに相当する水準で語ったとされる。これがトランプ当選の理由とは言えないが、理解の有無という点では一定の影響はあったろう。（確かにトランプのスピーチは分かりやすく、中学生のヒヤリングのテキストに使いたくなるくらいであるが、内容に問題が多いので、断念している。）

日本でも、昔誰かに「行政官は国民に説明するときには、中学二年生向けと意識して語るべし」と言われた記憶が無いでもない（「国民を馬鹿にしている」と怒られないようにという配慮か小声で言われたかも・・・）一般国民全体に対してもそのような配慮が必要だが、小中学生を念頭においた説明では更に水準を下方修正する必要があり、また文章を忌避し画像・映像に傾斜している小中学生の関心を惹きつけるためには、「モノの言い方」だけではなく「モノの見せ方」にも工夫が必要になるろう。この関係で言え

ば、最近、官庁のパンフレットに、小学生向けドリルのキャラクターが使われ始めたそうである。

ただ、いかなる場合でも、伝達すべき文章の論理性はキチンと維持されるべきであって、その点検・確認は怠ってはいけない。

「金利を下げ 融資を促す」という新聞の見出しを見たが、これで良いのかどうかはしっかり確認すべきである。普通に考えれば、金利引き下げで促されるのは、「借入」であろう。貸借の両方向を一括する語として「融資」を使っているのかも知れないが、今でも「私は融資をしました」というのは貸し手の言いぶりであり、借り手が言うとは思えない。しかも記事の中で「市場にマネーを大量に供給しても、投資・消費につながらない『流動性のワナ』…」とか言っている文脈では、銀行には十分に資金が行き届いているのにそれへの需要が無いという議論をしている訳であるから、特に違和感が募る（誤用がいつの間にか許容事例になることの多い日本語であるので、今は既にこれでも良いのかも知れないが…旧人類としては抵抗感がある）。言葉の定義があいまいになっている状態では、同じ説明に対して正反対の解釈がされる恐れも出てきかねない。

最近、話題となっているのは、「新しい金融商品」が「想定外」の大損失をもたらしたことを巡る諍いである。市場の状況によっては損失が相当多額に出る、という認識が無いままに、ネガティブ条件成就に遭遇して損失を被った投資家の不満が絶えない。売り手側は、「説明した」、と言い、買い手側の投資家は「聞いていない」、あるいは「損失の規模感の説明が乏しい」といったやりとりが広汎に生じている。

「説明」を飛ばしたというのは論外であるが、先ずは「説明」はしたが、「理解」してもらったかの確認が相互の間に無いことがある。場合によっては、売り手側自身が十分に理解していないこともある（最近のスイスからみの債券の対応は、ややそれに近い感じが強い）。あるいは条件成就と損失・利益の発生額との関係を数字の規模まで含めて語ったかどうかという問題が有る。解釈によっては、180°逆の認識までもたれる恐れもある。あるいは、正直であっても利益の規模感の説明時点と損失の規模感の説明時点とでは、「熱意」の入れ方が違ったというこさえも起こる。「想定外」というが、多くの場合は「理解の外」であろう。

昔、低金利時代が始まった頃、中小企業の経営者の方達に「財務経理担当者に、『運用利回りを上げろ』とは言わないで下さい。窮すると、得体の知れない「高金利標榜商品」に手を出して、元本まで毀損しますよ」と申し上げた記憶があるが、そのような上からの圧力が無い個人の投資家にとっても、「老後の資金が足りません」といったキャンペーンが張られると、焦りも出るし、意識にはやや霞がかかってくる。何が今必要なのかの確認は常に行われなければならない。

そして当然のことではあるが、売り手側も自分の販売手法・説明ぶりが正しいかどうか、十分かどうかの点検は、行政の監督を受けるのみならず、自ら常に行わねばならない。

(ここからは、ほとんど冗談だが、) このような新しい金融商品を販売する会社の役員は、報酬の三分の一まではこの商品を原則購入しなければいけないことを取締役会で決議してはどうか? 購入したくない者は、その理由(「商品特性が良く分からなかった」、「資産の大規模縮減の予定があるので元本保全を重視した」、「現在保有する資産の運用利回りの方がこの商品よりも高いと判断する」 etc.)を明記した文書を商品毎に提出させ、かつ一年分まとめてこれを公表することにする。報酬の一部をこれら商品で払うということにすると、現金支払いを原則とする法令に違反するので、各人の合意に基づく購入とする。正確かつ分かりやすい販売手法・説明ぶりかどうかを上司自らの損得に立脚した判断で評価してもらえることになる。(コンプライアンス、インサイダーなどの問題を生じることとは重々承知だが) 投資家に納得し、理解を持って頂くことに向けた何らかの方策を講じないといけないくらいに危機感が高まっていない現状に危機感を持つ。

(IIMA メールマガジンへの寄稿)

当資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、何らかの行動を勧誘するものではありません。ご利用に関しては、すべて御客様御自身でご判断下さいますよう、宜しく願い申し上げます。当資料は信頼できると思われる情報に基づいて作成されていますが、その正確性を保証するものではありません。内容は予告なしに変更することがありますので、予めご了承下さい。また、当資料は著作物であり、著作権法により保護されています。全文または一部を転載する場合は出所を明記してください。

Copyright 2023 Institute for International Monetary Affairs (公益財団法人 国際通貨研究所)

All rights reserved. Except for brief quotations embodied in articles and reviews, no part of this publication may be reproduced in any form or by any means, including photocopy, without permission from the Institute for International Monetary Affairs.

Address: Nihon Life Nihonbashi Bldg., 8F 2-13-12, Nihonbashi, Chuo-ku, Tokyo 103-0027, Japan

Telephone: 81-3-3510-0882

〒103-0027 東京都中央区日本橋 2-13-12 日本生命日本橋ビル 8 階

電話 : 03-3510-0882 (代)

e-mail: admin@iima.or.jp

URL: <http://www.iima.or.jp>