

皆さん、ようこそいらっしゃいました。在ドバイ日本国総領事の梅澤でございます。まず、今般のドバイへの御出張、そして、GITEX展示におけます御対応、大変お疲れ様でございます。

昨年のGITEXにお目見えになられた方々も、ちらほらと拝見いたしますが、皆様、今年のGITEX如何お感じになられたでしょうか。そして、どのような印象を受け、またいかなる御成果がありましたでしょうか。

私は、ドバイに来て1年と2ヶ月、まだまだ新鮮な驚きを感じる日があります。例えば、皆様、今般ご参加されているドバイ・ワールド・トレード・センター国際展示場では、毎月、大小織り交せて様々な展覧・展示が開催されておりますが、今般のGITEXのような大規模な展示イベントがあるたびに感じ入ることがあります。それは、何か。まずは中身ではない、如何に見た目でインパクトを出すか。既にご覧になったかと思いますが、世界一高いビルディング、ブルジュ・カリファ。そして、お聞きになったことがあると思いますが、世界一豪華なホテル。ついでに、世界一背の高いホテルもドバイにあります。まずは、見た目のインパクトが大事。これがドバイですし、GITEXの展示でも、強く反映されていると思います。華美で、豪華で、豪快で、大胆な展示が多数見受けられ、また、そのような展示にお客さんも集まっています。

次に、このドバイで感じる事。金に糸目を付けない風潮があります。世界のヒト・モノ・カネが集まる中東のハブとして、大きく話題性のあるものには、驚くような金が注ぎ込まれるのも目にします。一方で、世界中の企業がしのぎを削るビジネス環境で、非常に厳しい、即断・即決の極端な価格競争が繰り広げられるのも、このドバイでの特徴でしょう。いい例ではありませんが、ハナから商品開発など眼中になく、人真似商品を如何に安く、そして早く売る事だけを戦略とする無責任な商売も見受けます。

そういう価値観が強いことからこそ、世界一、世界初、史上初といった、まずは見た目にインパクトある商品が大きく注目を集めるのが、このドライブでございます。

そういった中であって、日本の商品やサービスは、どのように映るのでしょうか。まず一般論として、日本に対する好感度は極めて高いのが特徴です。日本商品の信頼性、機能性、そして耐久性に対しては非常に大きな評価が得られています。また、日本社会の礼儀、規律、奥ゆかしさ、他人を思いやる気持ちといったものは、イスラムの教えを、宗教観なしに、世界で最も体現していると高い親近感を持ってもらっています。また、日本の商売の期間厳守、コンプライアンス、正確性も高く評価されています。大きなアドバンテージがあると言えます。

そういった中で、何が更に求められるか。既に、答えは述べてしまっていますが、見せること、です。ここの学校では、「ドラマ」という授業あり、如何に表現するかを小学生の時から学んでいます。先ほど述べた日本人の良さである「奥ゆかしさ」とは、真逆のことを述べておりますが、日本との商売を熱望する当地企業の方々は、日本の「奥ゆかしさ」に対して「歯がゆい」思いがあるとの声も聞きます。

そういった価値観の違いの中で、今般のGITEXご参加の経験を踏まえ、日本の強みである確かで信頼し得る先端技術という、テクノロジーの真髓を活かし、中東のみならず世界の市場で皆さんのビジネスが成功することをこころよりお祈りし、私の挨拶とさせていただくとともに、乾杯の音頭を取らせていただきます。