

【講演2】『「書く力」は「話す力」を高める
～NHKアナの「教え」と、森ゼミ21年の「実践」を紹介～』

森 吉弘氏（学び舎「森ゼミ」代表）

今日は、1つ、パワーポイントの資料を見ていただくんですけども、一番リアルな資料を見ていただくということで、つい先日やった森ゼミ、10月29日で使った資料をお見せしたいと思います。

その前に、森ゼミとは何ぞやというところから、ちょっと話をさせていただきます。

始めたのが1992年でありまして、私が就職活動を終えたときからです。時代はバブル崩壊の次の年で、結構大変でした、就職活動。就職活動を私したときに思ったんですけども、急に言われるわけですね、200字で自己PRを書きなさい。3,000字のレポートは書いたことあるけれど、2万字の卒論書いているんだけど、200字の文章って書いたことない。さらには、タイトルつけなさい。タイトルつけて書いていったら、今度は、もっとキャッチなコピーでタイトルつけないと目立たないよ。いやいや、それ習っていないんだけどもね。

さらに、面接に行ったら、一番早いところは3分で終わっちゃう。いやいや今までのコミュニケーションで、飲みみケーションで先輩たちと2時間、3時間飲んでいて、おまえおもしろいねという話じゃないのという。そうしたら、NHKも10分だし、でも、そんなプレゼンテーションというのは習ったことないよねという、結構戸惑いました。就活を終えて、そうしたら後輩たちが来て、「森さん、就職活動どうするんですか」と。そこから始まったのが1992年の森ゼミでございます。

うちはキャリア支援をしていますけれども、就職先は僕ほとんど関心がありません。ですから、内定が決まっても、今まで一度も学生におめでとうございませうと言ったことがありません。というのは、おめでとうと思わないので。思っていないことを口にすることはできません。勝負は何かというと、学生を見た

ときに、35歳から45歳で活躍できるような人間をつくっていきたくてやっています。それがたまたま社会で活躍できるような力をつけておくと、就活でも生かれます。ですから、履歴書の書き方を懇切丁寧に教えるという指導はやったことはあまりありません。面接会場への出入りなど、マナーやエチケットを懇切丁寧に説明ということもあまり力を入れていないようなキャリア支援です。

ですから、私たちのホームページを見ると、わかると思うんですけども、キャリア支援していても、内定先というのは全く書いていないですね、そこを狙っているわけではありませんので。あくまでも内定は通り道（通過点）、手段に過ぎません。ちなみに、NHKは、後輩、今、森ゼミの出身者は18人いますという状況です。東京と関西と北海道で今やっていて、今年で22年目。講義料は無料ですので、「じゃ、何で食べているの」と学生にも聞かれるんですけども、「終わった後で、みんな、講師陣でマクドナルドに行っバイトしているんだよ」「そうなんですか。大変ですね」、結構信じられちゃいます。

ではなくて、そのノウハウを生かして、おかげさまで今、25の大学で講義、そして連続講座、合宿、またはちょっとした講演をやらせていただいています。その内容は、ビジネスマンにも生かされていまして、ビジネスマンにも教えている。さらには、海外でも教えてほしいということで、3日前までハノイにいたんですけども、ハノイ貿易大学等で教えてきたという経緯がございます。

ですから、就職支援、キャリア支援、キャリアというと、ちょっと就活、就職、「じゃ内定、森さんのところ、取らせてもらえるの」「勝手にとってください」。それよりも、僕が行っているのは、35歳から45歳、特に学生に言っているのは、まず卒業式でお互いありがとうございますと言ひ合おうね。その後、君が同窓会に行ったときに、「生き生きしてるね」というような活躍ができるようにお教えしていると。

じゃ何を教えているんだということ、習慣です、1つ

は。就活も人事も直接言わないんですけども、習慣を見えていますね。何を考えて、どう動くのか。例えば、おい、これあしたまでにやっておいてと言うと、「えー、今仕事がたくさんあるんで、できません」、NHKに向いていませんね。おいおい、地震って、すぐ、今、いつ起こるかかわからないんだけどね。だから、考えるより体が動くような子が、NHKに向いていたり、ほかに、考えてやる子もいるし、考えて考えて、やらない子もいる。習慣はいろいろです。

じゃ、コンピテンシー、社会で活躍する習慣を持っている人というのはどんな習慣を持っているのかということをご一般教養で教えます。靴をそろえるところからスタートしますね。あと挨拶なんですけど、何でこんにちは、「は」なの、「わ」じゃないよねというふうに学問させます。というのは、私の慶應の恩師で、「学問というのは、森ね、問うて学ぶんだよ、Whyの追求なんだよ」。社会、ビジネスマンもそう、Whyの追求、どうしたらこれ売れるんだろうとね。だから、一々考えさせます。一々取材させます。そういったコンピテンシー、社会で活躍できるような一般教養を教えしながら、さらに私の得意わざであるコミュニケーションについて教えているというゼミでございます。

15年間、NHKでアナウンサーしてまして、その間も自宅を開放して森ゼミをやっていました。一番長い子は3カ月居候していました。今は、東京と関西と、そして北海道でやっているという次第です。対象の学生は、大体、就職活動で将来のことを考えますので、大学3年生、院1年生が8割、そのほか1年生、2年生が2割ぐらいというゼミでございませう。

こんな話はさておき、どんなことをやっているかということ、経験則に基づいた論で展開しているというように思ってください。最初にNHKに入ったときに、僕、アナウンサーで、何を言われたかということ、こういうことを言われました。「書いてまとめることができなければ、話してまとめることできないよね。書いてまとめることができなければ、まとめて話

すことなんて無理だよ。」つまり、書くところからスタートだよと言われました。確かにNHKのアナウンサーは、話すコメントは一字一句全部書いています。僕らも書かされました。さらに、中継が終わってくると、一字一句全部今度は書かされて、反省をさせられましたね。話したことを書いて、自分の話した言葉や内容を客観視するわけなんです。

さらに、森ゼミというのは最初、徹底的に書かせるんです。だから、森ゼミって、来る日も来る日も作文を書いています。一番長い題は3カ月書いていました。同じタイトルを3か月ですよ。何を書くかということ、まちネタです。これもNHKで最初に見つけてこいと言われるのは、まちにあるネタなんです。意外と身近に気づいていないわけです。

僕が最初につくったのは、瓶牛乳復活というレポートです。おかげさまで、同期の中で一番、自慢するわけじゃないんですけども、自慢ですかね、「おはよう日本」の全国放送で最初にレポートを出すことができました。それは、鹿児島島の初任地で、朝5時、飲んで帰るときに、びっくりしたんですね。ガシャーンという軽トラックで瓶が重なる音、ぱつと見たら、おっ、瓶牛乳じゃん。今、瓶牛乳ってこんなに配達してんの。すぐ瓶牛乳屋のネームとテレホンナンバーをチェックして、すぐ電話しました。結局、鹿児島は単身のお年寄りが多くなったので、1リットル、2リットルの牛乳は運べない。だから、牛乳配達屋さんに頼む。お年寄りはカルシウムが少ない。瓶牛乳独自のカルシウム入りの瓶牛乳を開発しているとかという動きが見えたんですね。

我々はまちネタ、つまり、何げなく見過ごしているものに対して目を向けられない限りは、遠くのものが見えないよというようなことを言われているので、身近なことに気づくという視点を作らせると同時に、文章の書き方の基礎も学ばせています。つまり、まちネタを書かせ、プレゼンテーションをやるんですけども、プレゼンが上手になるためには、書いてまとめることができなければできない、アドリブは無理

だよという、そういう教えのもとから、私のゼミではプレゼン向上のために、文章について徹底的に学ばせています。書くことから始まるのです。

これはもう第4回ぐらいなんですけれども、第4回のつい先日やったものを、皆さんにちょっとご紹介します。ここに、担当ヨシカワとあるんですけども、学生が代々つくり変えていっています。リアルな話をどんどん入れるようにしてつくり変えています。これを何回も僕とやりとりして、ことしは東京森ゼミが担当なので、東京のメンバーがつくって、それを関西と北海道で使っていくという流れになっています。ですから、あまりデザインは施されていないんですけども、見ていただきたいと思います。

こんなスケジュールでゼミを始めます。前回の復習、今回は説得の基本ということで、やりました。

前回の復習ですけれども、こんなことを習わせています。まず、学生と社会人の大きな視点は何かというところ、学生は授業料を払っているので自己満足を考える。ビジネスマンは何かというと他己満足を考える。お客さんが喜んでいただかなければ、リピーターは出てこない。東京ディズニーランド、リピーター率97%は、お客さんの満足がなきゃ生まれませんね、この数字は。だから、学生は授業料を払っているんで、学校に要求していく。それはもうしょうがない。でも、どんどんビジネスマンの視点に変えていく必要もあります。他己満足、他者を意識するということは大事だよということをお話しています。ですから、読み手、聞き手にどういった印象を与えるかを意識して書こうねということをやっています。

次、5W1Hを使って、事実の積み重ねで書くということもやっています。というのは、何も言わないで書かせると、僕の言う、ニュース言葉と感想文言葉、あまり理解せずに、認識せずに書いてくるんですね。読みにくくてしょうがないわけです。これって君の感想だよ、主観だよ、客観的事実は何なのという。まず主観はある程度取り除いて、客観的事実、ニュース言葉で書いていこうねと話をします。そうしな

いと、感想文なのか、ニュースなのか、記事なのか、全然わからない。妄想、空想が膨らむ言葉を使うわけですね。「おいしいラーメンだった」、めちゃくちゃ妄想、空想、膨らみますね。「おいしいよ、あのラーメン」、行ってまずかったら、おいおい責任とってくれよと。だから、形容詞、形容動詞、副詞というのは、妄想、空想が膨らむので、おまえ危険だよという話もします。ですから、事実で書いていこうぜという、まずそういう指導をします。使ってはいけないのではなく、意味のあるように使おうねと。

ただ、プレゼンテーションのときには使いますね。いや、すごいおいしいラーメンがあったと引きつけておいて、今度は具体的に左脳にわかるように紹介していくという具体です。まずは右脳で引きつけておいて、そして左脳に理解をさせるというようなことはプレゼンテーションでしますけれども、まずは文章を書くときには、客観的ニュース言葉で書こうぜという指導をしています。

あとは、文章を読む人というのは何かというと、友達じゃないぜ。つまり、あうんの呼吸はきかないぜ。私と妻は出会って結婚して、もう16年です。そんなことはどうでもいいんですけれども、つまり、きのう関東ですごいおいしいラーメン食べたんだよと言うと、うちの妻は、それで食べに行こうよと僕が言った場合、妻は即答します、行かないと。じゃ、これは夫婦仲が悪いのかどうなのか、その真偽はともかく、私の好きなラーメンはしょうゆ味、油ぎとぎと、チャーシューメン、麵太麵、かた麵。うちの妻は、塩味、細麵、やわらか目、野菜、あうんの呼吸で通じるわけですね。だから、すごいという副詞を使って、おいしいという形容詞を使っても通じるんですね。ただ、読み手は通じないぜ、おい、初対面だぜ、それを想定して書こうぜという、ターゲットを考える、ビジネス視点です。

次、3つ目、テレビ、そして映画、CM、一点突破なんですね。つまり、1つのことしか言わないという手法を使っているわけですね。だから、一点突破でま

ず書いてみようよ。ただし、シーンによっては違わず。例えば、きょう懇親会ですごくたくさん質問を受けたいなと思ったときは、すごい餌をまいたほうがいいよね。出身は愛知県豊橋で、私はみたいな、来年 4 月からベトナムに住みますとか言ってね。日本で行き来してやっちゃいますとか、いろいろ種まけと。そうすると、後から手をつないでくれる人が出てくる。つまり質問をしてくれてより親密になる、そういう自己紹介がありますね。あとは、これだけは覚えてほしい。森ゼミの森、覚えてほしいと思ったら、その一点突破で 1 分間、自己紹介をする。それはターゲット、そして目的によって違ってくるという。ただ、みんな、まずやろうぜ、プロがやっているのは一点突破だから、そこへ行こうぜというのを教えています。

そして、半径 5 メートル、これを僕はずっと言っていますね、身近な話題でいこうぜと。まずは見える範囲で書いていこうぜと。まちネタなんでね。最後は、興味を喚起させるようなタイトルをつけようぜと。文章は読んでもらうように書かないと。究極はタイトルです。タイトル、難しいですよ。どんどん写メさせ、データを蓄積させます。携帯普及、ラッキーですね。気になった言葉、どんどん写メして、みんなを集めようぜと言う。街で見るコピーはある意味、プロが命かけて、そこまで言っていないかな、生活かけてキャッチコピー、コピーを考えているんで、広告代理店はね、だから、君たちが作るよりもキャッチだぜ、それを参考にしようぜ、本屋に行こうぜ、帯をどんどん撮ってこようぜ、言葉を集めようぜ。というのは、データの蓄積がセンスを生むと思っているので、バイネチャー、生まれつきある人もいるかもしれないけれども、基本的には後天的ですね。だから、どれだけデータを持っているかが勝負。ですから、どんどん収集しようぜ。言葉の収集をしてセンスを磨こうと。

あと習慣でいいますと、言葉をどう受け取るかという習慣も教えます。明日につながる意味づけしようぜ。99%無理だよ、そうなんですか、やめておきま

すではなくて、そこでもうちょっと明日につながる意味づけで考えない。数学、おまえてできるの。1 万人いたら 100 人成功するんじゃない。それが 99% だよ。100 人だったら入れるじゃないとかね。あと 99% 無理だよといったら、あつ、僕のこと試してんの、やる気を、頑張っちゃおうとかね。というような言葉の意味づけ、どうとるかということも習慣、教えていますと。

これをやっていくとどうなるかということ、こんなことで、リアルにちょっとそのままやります。今回の宿題では、できましたかと。

説得の基本ということで、NHK スタイルでちょっとつくっているんですけども、同じバーバラミントさん、ご存じのように、マッキンゼーの、この方もやっぱり同じようなことを言っているの、テレビのづくりも、コンサルティングも結構似ているんだなという感じがしました。一応、学生には、この 2 冊は徹底的に読ませています。バーバラミントの「考える技術・書く技術」、これはビジネスでナンバーワンですね。あと山崎さんの「入門 考える技術・書く技術」という、ともにダイヤモンド社、これを学生には読めと、枕にせいというふうに言っています。

まず、皆さん、大学生が多いので、論文、みんな書いているよね。こんな感じじゃない。このような先行研究があります。それでは説明不可な事象があるんです。しかし、この理論で説明可能です。それが、以下の理論です。スタートみたいなね。これは何かというと、関心がない人に話を伝えるためには、興味を喚起する要素を追加するということですね。それは論文でもやっているよね、テレビでもやっているよね、映画でもやっているよね、一緒なんだよとね。

別にキャリア支援が学問と違うかということ、全く僕は一緒だと思っていて、説得の基本、じゃ、テレビいくぞ、テレビでは冒頭の 2 分から 3 分を見て興味が湧かなければ、すぐチャンネル変えちゃう、恐怖みたいな。さらに恐怖なのは、ラテ欄みたいなね。ラテ欄、「ためしてガッテン」なんかは私の同期がつくっていますけれども、あの「ためしてガッテン」のラテ

欄、いい大人が4人で一日考えていますからね。視聴率1%違うと、100万人違うので、大変ですわ。ライティング、書いて伝えること、必要ですよ。

いかにして短時間で視聴者の興味を引きつけるかが重要です。そこで、最近の「あさいチ」、有働さんですね、私の先輩ですわ、10月20日、ことしの放送、つい先日、「おい、学生、見たか」「いや、学校行っています」。じゃ、解説しようじゃないかと。冒頭、肝心なんだよ、イノッチと有働さん。冒頭で見られるか見てくれないか、選択をするか選択をしないか、食器を片づけるか片づけないか、いろいろ決まっちゃうんだよと。

「若者・女子の間でさ、日本酒がはやっているんだって」、番組冒頭の言葉です、そうなんだけれども、聞いたことがある話だな、つまんなさそうじゃん。「何か味以外で若者・女子を引きつけているポイントがあるんだって」、そんなのがあるのか、一体なんだろうな、本当にあるの。「それは作り手の多くがイケメンであるということである」、ここもイケメンみたいな、そうなんだ、知らなかった、おもしろそうだな。「20代の蔵元を取材しました。本編に入りましょう」というようなつくりでテレビはつくっているわけですね。かけ合いも思いつきでやっているわけじゃなくて、視聴者を引き付ける手段としてきちんと考えています。

テレビの冒頭も、文章を書く方法も、皆さん説得をする方法も、このパターンがある。いろんなパターンがあります、構成には、起承転結というパターンもあるし、よくテレビ局が用いる転起承転結というパターン、サスペンスドラマなんかはそうですね、転から入って起承転結。さらには、プレゼンテーション、ビジネスプレゼンテーション、それは結起承転結で入っていきます。いろんなパターンがあるんだけど、まずベースとしてこれ覚えておいてねというのが、ガイド、シチュエーション、コンプリケーション、クエスチョン、アンサーというテレビ的なつくり、ちょっと基本を学んでおいてね。

じゃ、これ何なのかというと、「あさいチ」で見えていきましょう。つかみ、興味を喚起するポイント。「あさいチ」の主な視聴者、旦那や子供を送り出した主婦、データで出ています。読み手との常識とのギャップ、これがつかみですね、まず。えっ、そうなんだというね。そんなの知っているよといったら、次のチャンネルってね。日本酒がおしゃれ、はあっ、今度はちょっとシチュエーション、土台、前提を教えますと。それだけじゃチャンネル変えちゃうかもしれない。すぐに土台をちょっと教えましょう。

前提、日本酒が味で若者・女子を引きつけている。でも、きょうの番組のメインの話は、日本酒が味以外からも若者・女子を引きつけている。簡単に説明しないとだめだよ。ちょっと言うわけです。ビデオを見せるわけです。渋谷で開かれた日本酒のイベントに、20代、30代、1,500人が参加しました。えっ、そうなんだ、知らないのは私だけ、遅れちゃうみたい。若者が日本酒に関心を持っていることがわかる。そりゃ見なきゃいけないな、私も若者・女子だから。

そしてここ、コンプリケーション、ギャップ、変化が大事なんですね。読み手の興味を喚起する事実を提示する。興味を喚起するポイントは何かというと、事実と受け手の常識のギャップを持ってくる。味以外の面でも日本酒好きな若者・女子が増えた理由があります。味以外なの、そりゃ何だ、知りたいという気持ちが視聴者に芽生える。ギャップが生まれたわけですね。えっ、が生まれたわけです。事実、日本酒はその味以外の部分でも若者女子を引きつけている。

じゃ、日本酒が女子の間で流行っていることは何となく知っているが、その理由が、日本酒の味が若者ナイズされ始めたなど、味が好きだということだろうと。ところが、日本酒の味以外の一面がある。何なの、何なの。そしてクエスチョン、出てくるわけです、見ている人に。一体何なのと、味以外で引きつけているのって。

そして最後、5番目、アンサーですね。これがメッセージですね、番組の。クエスチョンに対する答え、

それは作り手の多くがイケメンで、女性の心も酔わせているからです。女性の心をイケメンで酔わせている、日本酒の作り手にはこういったイケメンがいますということで、じゃ、20代の蔵元を取材しました、VTRをどうぞと言う。

ということで、ガイドとしては、日本酒がおしゃれと。そうなんだ。シチュエーション、若者・女子引きつけているよ。コンプリケーション、引きつけているポイントは味以外にある。ちょっと混乱してきた、何、何。そしてクエスション、それ一体何。アンサー、イケメンだということです。

注意すべきことは、学生に言っているのは、アンサーが8割から9割、ここポイントだぜと。どういう答えに持っていくか。答えがつまらなかったら、2回目ないぞと。大事なものは、受け手の知りたいことですよと。ターゲット、ターゲットと。コンプリケーションは、受け手の興味を喚起するものかどうか、しっかり考えよう。最後は何かというと、感想文じゃまずいぞ、事実で語ってよ、週刊誌じゃまずいよ、おまえと。しっかりとした事実できちんと語ってくださいと。

たまたまですけれども、去年、慶應の学生なんですけれども、兵庫県の川西市出身で、川西の作文を書きました。飛ばしていきますけれども、ガイド、川西が生んだ若返りの実ということで書きました。何だよ、川西がよくわからないよとね。土台、川西は都心から電車で20分、食物繊維のペクチンが100グラム当たり2グラム含まれるイチジクが結構特産品ということで、ギャップ、イチジクは2日で傷んでしまうため、多くの地域では未完熟の実が出荷され、完熟は食べることができない。ところが、完熟のイチジクを食べられる場所があると。えっ、そうなんだ、食べられる。さらにこんなエピソードがあると。駅前のイチジク畑の話、そして87歳のおばあさん、イチジクの健康効果のエピソード、えっ、いいのみたいなね。というようなことで書いていったということです。

この川西の話、作文、去年書いたものをきっちりと見せて、ただ、これがきちんと書けるのは、5回ぐら

い繰り返さないと難しいです。ですから、10月にやったんですけども、3回から5回ぐらい、書き直していきます。

ということで、経験則的に進めているという、私がやっている文章の校正ということで、まずは何かというと、ご存じのように、伝わる言葉、伝わらない言葉というのをきちんと理解させるということです。伝わる言葉、伝わらない言葉、これがきちんと伝わるかどうかというね。右脳ばかり刺激してもだめだよという、左脳できちんと理解しなきゃ。そうすると、一番大事なのは、数字だよ。世界共通語って数字だよ。1ドルとワンダラー、一緒だよ。言い方が違うだけ、読み方が違うだけ、書き方が違うだけ、でも1は一緒だよ。じゃ、まず徹底的に数字を使って話をしていきましょう。

そうすると、今度、数字を盛んに使うことで逆にわからなくなることもあるんですね。例えば、この部屋を紹介してと言うと、数字ですよ、森さん、横が8メートルで、縦が25メートルで、ちょっとなだらかな坂になっている教室です。わからないって。例えていうならば、例えば、25メートルプール4コースあるぐらいの広さですとかね。というように、今度は例え、比喩を使わせるという方法も学ばせます。そうすると、ちょっと考えない子は、何かというと、どこかのリポーターみたいになっちゃうんですね。いや、ここは広いですね、甲子園球場の6個分です。わからないです。ディズニーランド3個分が入る土地です。わからない。じゃ、数字を使えばいいかということ、比喩を使えばいいか、例えを使えばいいかということ、そうじゃないよというようなことも学んでいきます。より効果的に使わないとねと。

それを学んでいって、今度は文章を書いていく。さらには、構成を磨いていく。さらには、今度は何かというと、どうせだったらサプライズも書きたいよね。というのは、サムシングニューとかサプライズって結構期待しているから、そういうものを書いていくというようなことをやっています。

とはいえ、別にマスコミ志望の者だけが集まるんじゃないくて、マスコミで就職したいのは2割ぐらいです。8割は銀行だったりメーカーだったり、総合商社だったり。それこそ国家公務員もいますし、財務省とか、文科省とか、厚生労働省とかもいますし、だから、いろんな人が学んでいます。ただ、これは社会人になったときに、結構僕は必要なスキルだと思って教えている次第で、ですから、森ゼミって学生中心なんですけれども、社会人も結構見学に来ます。あと大学の先生たちも来ます、東京の場合。「森さん、いい、お邪魔して」みたいなね。というようなことで来たり、いらしたりするところでもありますよ。それを社会人の指導にも使っているということでございます。皆さんみたいに、ちょっとここに来てお話をするのはいいのかなと思ったんですけれども、小林先生が、森さん、話してくださいということで、調子に乗って来ちゃいました。

ということで、経験則的で、これが本当に効果があるのか。例えば、1期生でいいますと、亡くなっちゃたんですけれども、金子哲雄という流通ジャーナリスト、一緒に作り上げたメンバーです。後輩で、僕のところへ来て、4人でスタートしました。彼の葬式で弔辞を読まされて、1年半前にがんを告知されて、伝えに来て、「森さん、5人しか知らないんで、言わないでください」みたいなというのが、金子哲雄というのが1期生でいまして、今22期目に入っているということです。

まだまだ私も勉強中でございます、文章をどう書けばいいのかって、まだまだわかりません。ただ、何となくNHK的、マスコミ的な書き方はわかっている。じゃ、ほかの分野ではどうなのかというところを今、一生懸命勉強している次第でございます。ですから、今日はベースの部分のある一端の話しかしていません。ですから、もっともっと勉強したいと思いますので、今日をご縁に皆さんとつながっていただけらというふうに思っております。

47歳、うろろうしていますので、いなくなったと思

えば、どこかアジアでうろろうしていると。インドにも教えに行ったり、実は家族を来年ハノイに移して、僕、日本に20日間、2回ぐらい通って、アジア10日間ぐらい活動しようかなというふうに思っています。ご存じのように、本当に日本語は人気で、ベトナムでも、今年フオンドン大学という私立のナンバー2の大学へ行ってきたんですけれども、つい先日、外国語学部1,000人で、日本語学科450人希望、英語学科を抜いたそうです、初めて。だから、先生がいればいるほど生徒が集まると言っていました。日本の企業に就職したい、ですからハノイ貿易大学、そこも、卒業生のところに僕、5日間、集中講座で教えに行く予定です。

ということで、日本語、さらに日本語ライティングというのは、当然、日本人の学生もさることながら、アジアの学生たちも求めているので、私ももっと、ちょっとふざけて22年間やってきましたけれども、これからは、今日をきっかけに真剣にやっていきたいと思っております。ご清聴、ありがとうございました。