

仕事人秘録

平松氏のニューヨークでのソニーの広報マン生活はあっという間に過ぎた。

全力で仕事に取り組んだことが評価されたのか、1978年に東京本社の海外事業部に異動することになった。担当地域は日本・北米・西欧を除く世界の各地域。現地の広報戦略を担当し、それぞれの宗教や文化、慣習の違いに配慮すべく腐心したことを懐かしく思い出す。中近東向け製品の広告にテニスウェアの女性を掲載して印刷し、無駄にしてみましたこともある。

「ウォークマン」発売にかかわることができたのもこのころだ。ウォークマン

人に恵まれた転職人生 ⑥

元ライブドア社長
平松 庚三氏



時代には多くの先輩から刺激を受けた(前列左端が平松氏)

という表現は英語では意味不明だ。しかも、米国ではチンピラを連想させるらしく、米国のマーケティング担当者には「サウンドアバウト(Sound About)」と命名し、売り出した。意味は「ちょっと聞いてみる」といったこと

いと、隠れて聞くというニユアンスが出る「ストーリーウェイ(Storyway)」とネーミングした。米英では大々的にテレビCMまで放映。販促活動を強化し始めた。

ところが、商品名を異にした米英の営業活動が

「ウォークマン」に込めた思い

ろだろうか。

英国では米国人の英語感覚の低さにはついて行けな

盛田昭夫会長の逆鱗(げきりん)に触れることになる。

させて頂くことが多かったが、烈火のごとく激怒した姿を見たのは初めてだった。「彼らの判断は現地での市場調査に基づいたものではないですか」となだめても、怒りは収まらな

しかし、ウォークマンは世界共通規格である単3電池2個で駆動でき、カセットテープを用いた再生専用製品だ。それ1つあれば全世界で使用できる。こうした商品を世に出すことこそ、盛田会長の悲願でもあった。世界のどこでも使えるのに、国や地域別に商品名が異なっている意味がないというのが盛田さんの言い分だった。

部署的に盛田会長のすぐ近くで仕事を

「では、なぜウォークマンという商品名でないといけないのですか」。社内の一部からの問いかけに盛田会長はこう豪語した。「ウォークマンは英語でも日本語でもない。ソニー語だ。いつか、あのウェブスター大辞典に掲載される日がきつと来る」。その予言は約10年後、現実となる。