

## 『いい日旅立ち』

塚田 實

「サンドウィッチマン&芦田愛菜の博士ちゃん」というテレビ朝日の番組がある。ある特定の分野に詳しい少年や少女が授業形式で番組を展開して行く。二月の放送で「平均年齢十四歳の博士ちゃん」が選ぶ『昭和の泣ける名曲ベスト二十』をやっていた。第二位に選ばれたのは山口百恵の歌う『いい日旅立ち』だった。

驚いたのは、この曲に関するエピソードだ。一九七八年「DISCOVER JAPAN 2」のキャンペーンを始めようとした国鉄は経営が苦しく、単独では十分な「マーシャル時間を確保できない」と日本旅行（指定券発券システムを使用）と日立製作所（車両を製造）にもスポンサーを依頼した。そのため作詞作曲を担当した谷村新司は「日旅」と「日立」を題名に埋め込んだと説明があった。

日立の鉄道事業には思い出がある。新幹線需要が一段落し、その他の車両事業も自動車の普及とともに需要が激減したとき、赤字続きの鉄道事業は撤退だと、経営会議で真剣に議論された。ところが当時の車両事業部長は、活路を海外に見いだすべく、海外進出計画を策定、果敢に挑戦することにした。しかも、最初のターゲットは鉄道発祥の地英国だった。欧州市場はシーメンスやアルストムなどが市場をがっちり押さえており、外部特にアジアからの進出には激しく抵抗した。

事業部長は失敗を重ねても三回までは挑戦しよう決めていた。日立の提案したアルミニウム合金製車両は、欧州メーカーから「ペーパートレイン」と揶揄されていた。日本の強みは運行の正確さだ。当時の新幹線は台風など自然災害で運行できない時も含め年間平均遅延時間は二十四秒で、この信頼性を強みに売り込んだ。英国では五分以内は遅延と見なさなかった。

二回目は私も現地責任者として関わったものの、欧州の壁は突き破れなかった。しかし三回目の挑戦で見事受注、その後実績を積み上げ、鉄道事業は日立の重要なインフラ事業になった。今『いい日旅立ち』を聴くと、苦しかった時を懐かしく思い出す。