

「五感」を失いかけている日本

大阪ガス(株)エネルギー・文化研究所長

池永寛明
Kenaga Hiroaki

中国・深圳最大の書店で無心に本を読んでいる子どもたち

ここは図書館ではない。中国の深圳で最も大きな書店である。通路に階段に床に座り、本を貪り読む子どもたち。礼儀正しく知的で、取材の際にも日本のことを一言も漏らさず聴こう、すべてを吸収しようとする深圳の若い経営者たち。かつて日本人もこのような鋭い目だった。

深圳で、こんな話を聞いた。「みんなで話をして、『こんなものがあれば良い』とアイデアが浮かぶ。じゃ、それをつくってみようと友人と相談して、1時間で『形』にする。それを市場で試し、お客さまの反応を確認し、修正して、その日中にまた試す。こうしてすごいモノ・サービスが高速で生まれていく」と。

深圳は実験都市だから、20〜30歳代が6割を占める若い都市だから、できることだというのが、それだけではない。この空気はかつて日本でも確実に流れていた。「日本はさびた。日本の速度は遅い。物事を決めるのに時間がかかりすぎる。日本人だけで群れて、『世界基準』からずれている。日本はどこで『道』を間違ってしまったのか」と、アジアで、『日本の今』を何度も訊ねられた。

本当に日本は「あかんようになった」のか？「iPhoneを日本のショップで買う、

マクドナルドも日本のマクドナルドで食べることに、意味がある」と、中国の実業家が言った。セブン・イレブンもマクドナルドもアメリカ発であるが日本で洗練され、世界に展開したことを、サーティワンもミスタードーナツもみんな「Japan Made」と、日本が本物になったということ、中国人は知っている。

海外の物真似では決してない。海外から入ってきたモノ、コト、技術、サービスを、日本人の感性によって磨きあげて洗練し、心地よさを生み出した。私たち日本が失いかけているのは、これらを生み出す「五感」かもしれない。

前号のオランダとデンマーク、イタリアで掘んだのは、「技術と社会をつなぐのは文化」であるということだった。今号訪れた中国、シンガポールの各都市を歩いて感じたのは、日本には他の国にはない「文化力」があるにもかかわらず、生かしきれいていないのではないかということであった。

ルネッセを求める旅は、最終コースに入る。ルネッセとは文化の核心である「五感」をとり戻すことではないかと考えながら、深圳とシンガポールの旅から帰ってきた。