

Terms of Made-in World / Terms of World City

世界商品の条件・世界都市の条件

Daisaburo Hashizume + Atsushi Miura

橋爪大三郎+三浦展



橋爪大三郎

ウォークマンは「日本」を輸出したか

——三浦さんは、雑誌『アクロス』の編集長をなされていた89年に、「世界商品」という概念を出しましたね。具体的には、ウォークマンを挙げていらっしゃいましたが。

三浦 当時「ワールドミュージック」という、パリに住んでいるアフリカ出身の人たちなどが作った音楽が流行り始めていた。これは直訳すれば「世界音楽」なわけです。それをもじって異文化の交流の中から出てくる普遍性を持った商品という意味で「世界商品」という言葉を作ったわけです。

今の日本は、経済力はあるけれども思想がないとか、自動車でも、性能はいいんだけど文化を感じないというような議論がありますが、では商品を通して日本のオリジナリティをどうやったら出せるのか、ということを考えるための糸口として「世界商品」というキーワードを提示してみたのです。

で、ひとつの文化として見たときに、ウォークマンがもしかするとジャパンオリジナルな初の商品かなと、あえて仮説として提示したんですね。他にも、例えばカップヌードルも一種の世界商品かもしれませんし、今ですとカラオケとか、漫画や『アキラ』などのアニメとか、どちらかという軽い物が多いんですが、そういったものも日本的な「世界商品」かもしれません。

世界商品というのは、単に世界で売れているというだけではなく、他の国が商品を作ろうという時に、それをモデルにするような商品です。アメリカの50年代のテールフィンがついたような車は、輸出はほとんどされてない。ところが日本人は非常にあの車に憧れた。実際に、それを小さくしてかたちだけ同じにしたような車を作った。それは単にかたちということではなくて、馬鹿でかいテールフィンのついた水色とかピンク色の車に、豊かで明るいアメリカン・ウェイ・オブ・ライフというものがまざまざと見えたら、日本人は憧れた。ヨーロッパでも、『勝手にしやがれ』とかの映画を見ていると、やはりアメ車にはそういう記号性があるようです。それを他の国がモデルにして、変容させるかもしれないし、そのまま模倣するかもしれませんが、そういう商品が世界商品だと思います。コカコーラやマクドナルドも、やはり世界商品だと思う。あるいは、ディズニーもそうです。つまり20世紀という時代は、アメリカが軍事・政治はもちろんですが、世界商品を通して世界の生活文化のリーダーとなった時代であったと思うわけです。

では、日本人がそういうものを何か作ったのかというと、ウォークマンではないか。やろうと思えばアメリカでもドイツでもウォークマンのような物を作る技術はあったと思います。でも、ほんとにやってしまったというところが、すごく日本的ではないか。おそらく、外国の人が見たときに、ほんとにこれは日本人らしい物を作ったなという感じで見えるであろうと思います。神社仏閣ではなく、現在の工業製品でありながら日本を感じさせる。そういう意味で、ウォークマンは日本が作った最初の世界商品であると考えたわけです。橋爪 ある都市が、世界に向けて、一連の商品、のみならずこれらの商品を包み込む文化そのものを発信し続けた。そういう例は当然あるわけです。とりあえず、ニューヨークやウィーンを考えればいい。その二つに限って言えば、やはり多民族性を無視できない。いろいろな系統や起源を持った人たちがそこにいる。そこがある民族の都市ではなくて、世界の縮図になるような、都市自身の国際性がまずある。クリエイティブな人たちは、そういう都市の魅力ゆえに集まってきて、文化を作る。そこに産業的な基盤があれば、それがたまたまひとつの商品というかたちで、他の都市に伝播していくかもしれない。そういう現象ではないか。いまの東京にそういう条件があるかという、確かに情報の国際性だけなら非常にある。特に80年代以降、エスニックブームとかワールドミュージックとか、知識の差異化も進んで、情報として持ってこられるものはほとんど何でも持ってくるという時代になりました。しかし、ここでの主人公は圧倒的に日本人でしょう。外国の知識人、芸術家、文学者が、東京という人口1000万人の都会の中で、顕著な活動をしているなんていうことは全然ない。そういう意味では、東京は世界性がない都市なんです。ウィーンやニューヨークは、拡大していけばヨーロッパや自由主義世界になるけれども、それと同じ意味で、東京が拡大しても新しい21世紀の何物かになる条件はないです。それは、後で述べますが、東京という都市のできかたによっているわけです。

次に、世界商品ということについて考えると、世界で売れるためには、世界的なマーケットの存在が前提になります。世界的なマーケットが出現したのは、大航海時代、大量運送が可能になってからです。その頃の世界商品といえば、コショウとか陶磁器とかです。これらは世界商品か。例えばコショウは、もともとの生産者にとってはそもそも商品として認識されていたとはいいがたい。それはたまたまそこに生えていた植物なわけです。しかしそれが、肉食文化のような全く別な文脈に置かれると、有用な用途を持つに至る。それでコショウを栽培して、世界商品として貿易するというシステムができあがった。こういう初期の世界商品は、一次産品が多く、いわゆる産業化された商品ではない。それが、世界の中心国家の文化的な脈絡の中で

商品価値を帯び、そのことによって商品の国際的な移動がおこる、という現象なんですね。

こういう状態がしばらく続いた後、イギリスを中心とする産業化の時代をむかえる。産業化の初期には、工業製品が世界商品になりました。例えばイギリスの綿織物。イギリス以外のところでは、それを生産する能力がない。だからもっぱら輸入される。ですから、世界の基軸工業国から、その商品が世界に伝播していくというかたちになる。典型的なのがインドとの関係です。インドでは手織りの綿織物が非常に盛んで、自給できていた。それがイギリスの植民地になってしまい、インドに綿工業製品を売るために、手工業を壊滅させる必要があった。そこで、綿織物の機織工の手を切り落とすなんてことまでやって需要を作りだしたわけです。イギリスは、それほどえげつないことをやって世界商品を売り込んでいった。これが産業化のごく初期のあり方です。

産業化は、世界市場でのコストの勝負になります。そこで、比較優位*1の論理に従って、イギリス以外の国も、相対的に競争力のある商品を持ち始めます。そうすると、海外に生産基地が移って、資本進出が起こる。日本は典型的な例ですね。明治20年ごろまで、綿布は全部輸入していた。明治10年ごろまで昔ながらの手織機も残っていましたが、太刀打ちできなくて綿布の輸入国になったんですね。その後、イギリスの中古の綿織物機械を輸入して、例の驚くべき低賃金労働による生産が始まる。同じ機械・同じ綿で作るわけですから、当然安くできる。それで、イギリスの綿織物に競争力が出来て、綿を輸出していく。これは、イギリスの資本がシフトしてきたものと考えればいい。こういう国際分業がどんどん起こって、イギリスとかアメリカのニューイングランドとか以外の様々な地域、さらにヨーロッパ各地に、産業資本がだんだん移っていく。ここで国際貿易摩擦が起こって、そのもつれから第一次大戦が起こった。

その時代には、社会生活のベーシックな商品を作っていました。資本が希少で、商品も相対的に希少ですから、安ければ作るはしから売れるという古典的な状況なわけです。

それから幾歳月を経たウォークマンの時代は、上のどちらとも非常に違っている。なぜウォークマンが国際性を持ったかということ、技術的に作れる可能性はあったけれども、誰も作っていなかった、いわば隙間商品でしょう。どうして、そういう隙間商品が生まれたのかということ、東京という都市の条件が、まさに「ウォークマンがあったらいいな」と思うようなライフスタイルを前提としていたからです。

その他の都市や地域では、そういうライフスタイルはなかった。例えば田舎では、職場まで自動車通勤する。カーステレオは当然あるだろう。地方都市であれば、電車通勤の時間は短いだろう。だからウォークマンなんかいらぬ。東京では1時間半とか2時間なんていう通勤時間がざらで、電車の中でぼけーっとして、本を読むのも骨が折れるということで、電車の中で音楽を聴くことへの需要が膨大にあったわけですね。こういう条件がある都市は、おそらく東京しかなかった。ゆえに、ウォークマンは東京で発明された。ヨーロッパなら音楽は、自分の家で、あるいは書斎で、リスニングルームで聴くということでもいいんですけど、そうでないところで聴いたって別にいいわけだから、この「ながら」の聴き方、新しい音楽の聴き方が、世界的な広がりを持ったのだと思います。

だから同じように、東京という都市だけに商品化の可能性があって、それが世界に広がっていくということはありません。そういう意味で、第二のウォークマンや第二のカップヌードルがでてくると思うけれども、これは打率が期待できないテキサスヒット性のもので、ときどき生まれるとしても、東京という都市の文化性がコンスタントに世界に広がっていったという話とはだいぶ違うのではないのでしょうか。

郊外が生み出したアメリカン・ウェイ・オブ・ライフ

三浦 綿織物の場合は、そこには価値観やイデオロギーはないと思うんです。で、今のお話ではアメリカの話が抜けていたのですが、ディズニーには価値観やイデオロギーがある。コカコーラもおそらくある。自動車もおそらくあるだろう。その辺についてはいかがでしょうか。

橋爪 アメリカは本来禁欲的な国です。だから資本蓄積に励んで、勤勉の倫理で資本主義国にもなれたんですけど、同時に、世俗的な国でもある。この論理をきちんとたどるのはちょっと複雑なんですけれども、結論から言うと、アメリカにはないものがあつた。それは身分制と、都市なんです。城壁を持った古典的な都市がない。アメリカにあるのはコミュニティだ。コミュニティが非常に発達すれば、ダラスとかロスアンゼルスみたいな、都市と言にくい都市になるわけですね。で、固定的な消費生活のイメージもまたない。おそらくここが、ヨーロッパと一番違うところでしょう。そこでは、ブルジョワジーとはまた違った意味で、中産階級というものが世界で最初に登場し、その中産階級をターゲットにした大量生産・大量消費にもとづく生活様式が世界で最初に登場した。そして、郊外があつた。郊外では、サラリーによって自分の家を買って、その家に備えつけるワンセットの家財とか自動車とか、いわゆる耐久消費財、それに耐久的でない消費財を買うというスタイルが出現する余地があつた。ヨーロッパの集合住宅では、そういうライフスタイルはなかなか生まれてこない。そういう条件を備えているのはアメリカだけだったと思います。

ゆえに、アメリカン・ウェイ・オブ・ライフというものが生まれた。ひとつは、大量生産による規格化ですね。安価にするために規格化しなくてはいけない。そこでみんな似てくる。逆にこれがアメリカの理想にマッチした。アメリカはいろんな人種の・文化的起源を持った人々の集まりですから、価値観の共通項が必要なんですけれども、価値観というのは目に見えないから、シンボルが必要だ。星条旗とか、大統領とか、いろいろあるわけなんですけれども、それに加えて、ジーンズとか、コカコーラとか、ジュークボックスとか、自動車とか、そういう目に見える生活様式が一致しているということが、非常な心理的な安定と満足をもたらす。そこからおこちてしまうと、ものすごいフラストレーションを被るから、スラムやマイノリティの問題が重要なんですけど、少なくとも皆と一緒にフォーマットに乗っている限りは、俺も仲間だという一体感を持ち易い。そういう強迫神経症の的な何か、アメリカン・ウェイ・オブ・ライフの基本にあると思います。

三浦 アメリカの場合は、工業製品についてはあまり輸出国ではなくて、自国の中に多民族がいた。逆にいえば、自国の中でやるのが普遍性を持ち得たということですね。ただ、現状では、世界市場が、大航海時代の比ではないスピードと量である。日本の自動車にしても、現地生産も含めれば、半数近くが既に国外である。そういう中だと、東京の渋谷、六本木だけ定点観測していると商品開発のための新しい発想が見つかるというだけではなくて、既に、世界的なマーケットを前提としたようなことを考えるだけの基盤はあると

*1 比較優位：たとえばA国とB国の間で、生産コスト面でA国の方がどの商品についても安上がり（絶対優位）であっても、それぞれ自国の商品で比較的生産費が優位なものを輸出しあつた方が、両国の富は増える。これを比較優位説とか比較生産費説とか言い、リカードが最初に唱えた。



三浦展

思うんです。例えばウォークマンがでた79年には、渋谷でも六本木でも、若者にやらせて歩かせていけば流行った。日本の商品の持っているマーケット性が、せいぜいそういう段階であった。今は、日本あるいは東京で売るために、ニューヨークで歩かせて、それを情報として輸入するようなこともできる時代であるし、逆に、原宿で歩いていたらマニラで流行ってしまったとか、そんなことがありうる時代だと思うんです。だから、東京ブランドみたいなものが世界に発信していくみたいな認識で考えることができる。通勤時間が1時間だということだけでは、ウォークマンは日本では売れても世界では売れなかったと思うんです。いつでも音楽を聴きたいという人が世界中にいたということが重要です。ウォークマンはそういう世界中の人々の音楽のある生活に不可欠のものとして受容されたわけです。逆にいえば、音楽のない生活なんて考えられないという価値観もウォークマンとともに拡大したのではないのでしょうか。

東京はまだまだドメスティックだ

橋爪 国際都市というのが、いつごろから出てきたかよくわからないんですが、アジアではかつての上海がある。あれは、行ってみるとヨーロッパにそっくりで、そういう意味での国際性を持っている。中国という国家を超えて、アジアの中でヨーロッパと直結する感じが濃厚な街です。

その理由を考えてみると、そこに資本が投下されたからなんです。その資本の動きは国際市場と連動していて、イギリスの何とか銀行とか、アメリカの海運会社とかが、そこに立地していた。植民地だったせいもありますけれども、上海の動向は、中国国内の力学ではコントロールできないものだった。

今の香港も同じような意味で、中国の力学から相対的に切り離されている。香港ドルというのがあって、確かに、情報と資本と企画力と技術力と組織力のようなものが集積された都市である。それは海外から見ると、確かな実在感を持つんですね。

で、東京は、それと同列の国際都市なのかと考えてみると、東京に立地しているのは日本の企業の本社であって、上海とか香港のような、国際的な資本が都市を成立させているという要素は、まだまだ非常にマイナーだと思います。だから、東京の持っている世界性とか国際性というのは、幸か不幸か、植民地的でないからなんだけれども、もっとドメスティックな、霞が関的なレベルのものでしょうか。

三浦 たしかに東京の場合、日本の中心でもあるというのが非常に足かせになっている。たとえば大手町ですと、たまに天皇陛下が通って、おまえのビルは窓を閉めろというようなことがあります。窓が開いていると『ジャッカルの日』になっちゃうから。こういう状況だと、自由な世界的な交流は生まれにくい。もちろん、エスタブリッシュメントでの交流はあるんだけれども、どんどん変な人が入ってきて、変なことをするという状況が作りにくいと思うんです。

渋谷が良いのは、あの町には東京のパブリックな側面が全然ないですね。新宿でも、西新宿に都庁ができてしまうと、もうパブリックな感じで、やはりアクティブな動きが出てくるようになってきている。そういう意味では、池袋なんかは、これからもしかすると面白いという気もするんですけども。ただ、いかんせん、東京自体の国内的な求心力が強いから、どうかなとは思いますが。けっこう、池袋なんかは、そういう持ち上げ方をしたらいいんじゃないかと、急にちょっと世俗的な話になったけれども（笑）。なんというか、80年代に東京が非常にきれいになって、それが逆にマイナスになっている面もある。そこになんか猥雑なパワーみたいなものを生み出す都市基盤が消えてしまった。それと裏腹に、アジアから人が集まるようになってしまったので、その辺をうまく活性化の方向に、チャンネルを作るような仕掛けを、誰かがやればいいなと思うんです。

とはいえ確かに、実際にはそんなに膨大に人は入ってこない。でも、人は来ないけれども、情報は来る。先ほど情報しかなくて、人はあくまで日本人だけだという話がありましたが、情報だけが来ることによって何かが生み得ないかどうかということも考える必要があると思うんです。東京に限りませんが、今の社会ですと、人が一人来るよりも大きな意味を持った情報が大量に集まっているわけで、それだけでも何か生まれてしまうという可能性はあるのではないかという気はするんですね。

橋爪 東京は非常にドメスティック（国内的）だと思います。国際的ランキングで上位に入る企業が並びながらもドメスティックである。

ヨーロッパの都市もイスラムの都市も、間違いなく国際性を持っていて、国家よりも先に成立しているんです。まず、都市が自治権を持っていた時期が非常に長かった。近代国家になる以前からです。近代国家になってからも、例えば、ロンドン市長は人間の移動に関する最終権限を持っていて、今でも形式的に女王に対してロンドンに入る許可を与えている。ということは、拒否もできるわけですね。

もうひとつは、国際機構が必ずある。その典型例は教会です。教会は文字どおりの国際機関、全ヨーロッパ的な統一機関であって、そのランチが各都市にある。しかも、都市の中心にあるわけですね。で、その教会の人事のようなものは、ドメスティックな枠を超えた、もっと大きな範囲で決まっている。それから、大学がある。大学も国際機関であって、そのネットワークを持っているわけです。企業も、ユダヤ系企業などを考えてみればわかりやすいと思いますが、ヨーロッパの場合、初めから国際的なネットワークとして成立していて、金融や手形決済の方法を含めて全ヨーロッパ的に組織されていた。

そういうネットワークのひとつとして都市が出てきて、その後近代国家、国民国家というものが形成されていった。だから、都市と国家はいつも二律背反的なんです。

けど、それが日本の都市にはなかった。日本の都市が自治権を持っていた時期は極めてわずかであって、しかも堺とかごく一部の都市に限られますし、その系統はそのあと切れているんです。人間が集まれば形態上は都市になるんだけれども、いわゆる都市文化、都市の自律性を十分発達させないまま東京は出発した。もちろん、江戸という政治中心都市だったわけで、そのあと天皇が住むようになったといういろいろな事情はありますが、それ以外に特別変わった点はなかったわけです。

私が小学校で習ったころには、まだ四大工業地帯というのがあった。東京と阪神と中京と北九州ですね。生産額で比べると、京浜工業地帯が30%弱ぐらいで、関西が20%、名古屋が10%、北九州が6%ぐらいだったかな、というようなバランスだった。ところがその後、四大工業地帯の地盤沈下が起こります。一回目はエネルギー革命による変動です。この時、一連の臨海工業地帯がわーっと発生して、瀬戸内工業地帯とか、東海工業

地帯とか、京葉工業地帯、いわゆる太平洋ベルト地帯を形成した。で、80年代になるころから、それが一極集中というかたちで、東京に集まってくるわけです。そして、関西の相対的な地盤沈下が起こって、本社機能がどんどん東京に移ってくる。

そこでどういうことが起こったのかというと、もちろん重厚長大から情報化へというのがあってと思いますけれども、スピードが問題になってきた。昔は、情報が手に入りさえすればよかった。そういうことなら、東京でも大阪でも福岡でもそんなに変わらないんですよね。ところが、スピードが問題になってくると、他の人間よりも半日、あるいは30分早く情報を手に入れることが、致命的に重要になってくる。そうすると、時間を生かすためには、情報が集積している中心地にいなければならない。これが一極集中化を進める根本のロジックなわけです。それは一カ所でなければならぬから、それが東京になってしまった。

東京は、もともと都市機能を持つことを予想して作られた都市ではありません。例えば自動車を走らせるための道路を、誰かが考えたわけでもないですし、その他のインフラも何もなくて、集積してから、その需要に答えるかたちで都市機能を整備していったわけです。土地に関しては何も制約がないので、地価の高騰を生むことになる。地価は信用創造機能があるので、バブル化するわけなんですけれども、企業が相互にこれを持ち合って、客観的に見れば外国企業の参入を阻止するという、非常に強力な機能を持ってしまう。そのことがあいまって、非常にドメスティックな性格を強めていったわけです。

アメリカに30年遅れた日本の郊外

三浦 戦後の日本は、アメリカモデルでやってきたと思うんです。僕は今、郊外に関心があって、それは第四山の手論*2みたいなことを言った流れもあるんですが、先ほどいみじくも橋爪さんがおっしゃったように、アメリカは郊外社会である。つまり、郊外の中産・中流が、アメリカン・ウェイ・オブ・ライフの担い手であった。戦後、昭和30年代の日本人が、そのサバーバン・ライフをひとつの理想の生活として追い求めて、30年ぐらいたった結果、実際にそうってしまったなという感じがしているんです。

映画『アメリカン・グラフィティ』*3の時代設定が62年でして、ベトナム直前の、まだアメリカが輝いていた時代ですが、あそこで描かれている若者はまさに渋谷でして、ファラオという、今の渋谷のセンター街のチームみたいなのがジャンパーを着て出てくるわけで、ほんとに、アメリカを追いかけて、30年遅れて80年代にそこまで到達したなという気がするんです。

アメリカの場合は、その後ベトナム戦争とかがありまして、結局、あそこをピークにして、次のイメージはつくれない。レーガン時代に、強いアメリカの復活という感じでやりましたけれども、あれも結局、50年代へのノスタルジーであって、だからスピルバーグやルーカスの映画がうけてしまう。しかし次にくる社会イメージを見つけれない。日本はそれを追いかけてきたから、ましてや次のイメージが出せない。次の生活がこれだというイメージがないということが、そもそも商品開発を難しくしている。つまり、生活の全体像の欠如ですね。

団塊世代から僕らぐらいの世代までにかけては、『パパは何でも知っている』*4のイメージは強烈だったと思うんですよ。あんなりたいと。あんなでかい牛乳瓶、あんなでかい冷蔵庫というのが非常に強烈で、あれをモデルにした。

で、次のモデルはないのという時に、とりあえず、ひとつ方向があるのは、日本の場合は、伝統に戻りましょうというか、日本古来の伝統を味付けとして使いましょうということがあると思うんです。だから、日産のインフィニティは、ジャパンオリジナルという、まさに世界商品的なコンセプトで作ったんだけど、なんとなく七宝焼を車につけちゃうみたいなことをしちゃう(笑)。

もうひとつの方向は、やはり他国、他の文化に求めようというやり方なんですけれども、それが、あまり大きなトレンドではないですけどもエスニックだと思えます。80年代は、アメリカのロックもいいけどバリ島の音楽もいいねということが当たり前になった時代であって、エスニックが次の日本社会のモデルというわけではないですけども、そのモデルのレファランスみたいな感じで出てきた。

もうひとつの方向は、モデルがないんだというニヒリズム的な認識を、もう一度よく深めて考えるという方向です。東京クリエイティブはどれだかわからないんですけども(笑)。

で、なぜ郊外を考えるかという点も、日本とか東京とかいったところから視点をちょっとずらしたいという意識があるんです。この前、ニューヨークでMOMAを見たんですが、MOMAがパーマネントコレクションにする商品は、今の東京人の感覚からすると古いと思うんです。通産省のグッドデザインと大差ない。しかしアメリカには、そういうものをよしとする必然性がある。近代しかない国の必然みたいな、やはりモダニズムを超えられないというようなところがあって、あんなる。で、伝統を否定することによって、近代化と産業化を進めた日本にも、単に伝統に戻るのではなくて、近代化と産業化の中で、特に戦後の日本は何をしてきたのということを、パーマネントコレクションするような組織なり機関なりミュージアムなりが必要だと思うんですけども、今やってしまうと、きっとMOMAみたいなものしか作れない。やはり日本における産業化というのは、最終的にこういうかたちに帰結するだろう、こういう生活を実現するだろうということがまだ見えていないからです。

郊外に関して、日本ではアメリカにやはり2、30年遅れるかたちで、大規模な郊外住宅地を作ってきたので、まだそこから何か生まれるという感じではない。ただ、そこから何か生まれるかもしれないという認識で注目したいんです。青山、六本木的な商品が東京商品だ、世界商品だということだと、限界がある、MOMAと同じになっちゃうような気がするんですよ。

橋爪 アメリカは大きな国で、東部と西部の時差が4時間ある。それだけでも東部は東部、西部は西部で全然別なリズムで動く必然があるんですよ。東京みたいな過度な一極集中は起こらない。

日本の場合は集中しすぎです。本来中産階級の人、郊外という場所に家を建てて住みたいんだけど、通常の方法では住めない。郊外とは言えないくらい遠くなるか、あるいは家とは言えないくらい狭くなるか、どちらかなんです。郊外は、過度の集中の結果、地価が上がった東京においては、もはや手の届かないものになりつつあるというのが、特にバブル以後の現状だと思います。

日本の消費生活が逼迫して、今度の不景気もなかなか立ち直りのきっかけが掴めません。それにはいろいろ

*2 第四山の手論：三浦展氏が雑誌『アクロス』で提唱した考え方。東京は明治以来、西南方向に山の手（新興中間層の居住地域）を拡大してきた。本郷などの第一山の手、目白・四谷・赤坂・麻布などの第二山の手、目黒区・世田谷区・杉並区の第三山の手と対比して、多摩丘陵を軸に北は所沢、南は藤沢に至る昭和40年代以降の広大な新興住宅地帯を「第四山の手」と呼ぶ。その前提には新興中流サラリーマンこそ新しいライフスタイルや文化の担い手であるという認識がある。

*3 アメリカン・グラフィティ：ジョージ・ルーカス監督の映画。1973年公開。全編フィフティーズのヒット・ポップスをちりばめたフィフティーズ・リバイバルの先駆けかつ代表的作品。



*4 パパは何でも知っている：Father Knows Best アンダーソン一家のやさしいパパ（ロバート・ヤング）を中心に、明るくユーモラスなホームドラマ。日本では日本テレビ系で昭和33～39年放映。

な理由がありますが、ひとつは家がない。家があれば、それに付属する様々なものを買えるんですが、それが買えない。そのために、買って捨てるようなものに需要がシフトしてしまっているわけです。それをもうちょっとまともなかたちに伸ばすためには、やはり、東京という、郊外がもう飽和している過度な集中都市の在り方を変えるというのが一番大切で、それは地方の時代でもなく、副都心でもなく、正面突破でいくしかない。基本的な要因を動かさない限り、出口なしだと思う。例えば、リニアが500キロになるだけだって、だいぶ変わるわけです。あるいは複々線化してノンストップの特急を通すことにし、軌道敷の幅を2倍にしたとしますね。そうすると、立ち退く人たちに補償をしたりいろんなことがありますけれども、線が通ることによって得られる経済効果と比べるならば、圧倒的に有利な投資なんです。

ただ、高速鉄道という話になってきますと、これはかつての郊外電車とは、ちょっと違った論理だと思うんです。郊外電車だったら、デベロッパーがいて、ここに電車を通し、ここを分譲して、ここにデパートをつくって、25年で払い終わるようにローンを組んでもらって、銀行から金を借りて、危険負担をずーっとしながら、初めの10年くらいは赤字で我慢をして、だけど25年すると、見事に儲かる。それは最終的には郊外に住む人たちが全部、電車賃というかたちで負担しているんだけど、それを資本家先払いしたかたちなんです。これは個別の企業でもできる。

だけど、200キロで走る高速鉄道で、周辺エリアに200万人とか500万人とかいったら、それはほとんど都市の4分の1くらいを作り替えてしまうような大きなプロジェクトですよ。しかしこれは国家全体の（つまり税金で全部まかなう）問題ではない。やはり地域的なことだ。だけど、個々の私企業の問題でもないだろう。そうすると、これをどういうシステムでやればいいのか。消費ともいえないし、生産ともいえないし、なんともいえない不思議な公共的な部門ということになると思うんです。これを推進する論理はあまり聞いたことがないんです。第3セクターとも違うしね。

で、その時の鉄道とか、鉄道に接続する各家庭の在り方とか、こういうものをトータルに設計することを考えれば、ここにもすごい需要が生まれるはずなんです。これが例えば、次の商品開発をする場合のイメージなんじゃないかと、僕は思うんです。

まず、その仕組みを作ることです。昔、郊外電車を通したときに、デパートの上には食堂を入れましょうとか、日曜日には遊園地に行きましょうとかいうライフスタイルを作った。そういうことまで一生懸命、電鉄会社の人は考えた。それとよく似たことなんです。

ハイテクな未来像を描かれても心が動かない

三浦 そういう巨大な人工都市は僕は個人的には好きじゃないですが、シーズで発想するとどうしてもハイテクによる快適な生活ということになっていく。しかしそれを未来像として描いた時に、僕ら自身がそういうものに憧れを持たなくなってしまっている。その種の未来像の骨格は1920年代ぐらいに出てますからね。それをある程度実現してきたわけですけども、あらためてそういうハイテクな社会像、生活像を描かれても、心が動かないというところがある。だから、「東京商品」「東京ライフ」みたいに、ひたすら洗練に向かう切り口が出てくるのだと思います。

本来資本主義というのは、個人がやりたいことをやっていいよというのが最大の原理であると思うんです。だから、極端に言えば、地価なんかあがったっていい、人の迷惑は顧みなくていい、それは自由だという面があると思うんです。ところが、今や自由に何でもやっていいという原理が硬直化している。ここ1、2年、企業がエコロジーを念頭において商品を次々と作ったのも、うがった見方をすれば、他に商品開発のコンセプトがないからです。リッチもファッションブルもハイテクも古い。エコロジーでいこう、ということにすぎない面があると思います。

世界商品を世界に貢献する商品と呼びかえるのであれば、日本車が世界市場を席巻した根本の理由は燃費です。やはり燃費のいい車を作るとかいうことでいいわけです。もし、リッター50キロ走る車を作れたならば、第三世界の人でも車で移動できるようになって豊かになれる。しかし、その発想自体が、僕はいつまでもそれでいいのかっていう気がしているわけです。今までの先進国がやってきたことを、そのまま他の国でもできるようになるよということ自体が、もうつまらないじゃないか、という。

橋爪 いや、われわれはつまらないと思っていますけれども、まだ手に入れてない人はつまらないなんて全然思っていないで、それこそわれわれよりずーっと熱心にそういうことを思っていますよ。

それにテクノロジーについて、そんなに過小評価すべきでない。今は92年でしょ。82年の段階で、今ある製品がどれだけあったかと考えてみると、ある分野ではもうゴボツとないわけです。ワープロ、パソコン、ファクシミリなどは皆無。私がワープロを買ったのが85年かな、それから4、5台買い替えて、非常に重宝している。友達なんかもみんな持っている。実需があるわけです。それはなぜかという、今までやりたくてできなかったことが、確かにその技術によってできるから。82年か83年に、あなたワープロ要りますかと聞いたら、要ると答えた人はほとんどいないでしょうけれど、あれば便利、確かにその機能がきちんと果たしているという商品の場合は、十分コストダウンすれば、爆発的に売れます。

そういう分野はいくつかある。ひとつは、エネルギー関係のもの。もうひとつは、コンピュータないしロボット関係のもの。人間の知的活動に反応する機械は、実需が膨大に発生するはずなんです。それからもうひとつは、生命関係のもの。寿命が延びるとか、病気が直るとかということに対する需要は、もちろん膨大にある。そういうものは、バブルではなくて実需があるから、技術的に可能でありさえすれば、本来の資本主義の論理でもって、個人需要を喚起する。これは明らかだと思う。もちろん、今現在はできないわけです。どうやって作ったらいいか、その工学的なプロセスもよくわからない。そこがわかれば、原材料を扱っている企業の株を買えばいいし、経済も動き始める。今は、それがわからないから停滞しているわけです。それでも、その潜在力はあるし、そういう方向に行くのはもうほとんど間違いないことだと思うんです。

ポジティブな生活イメージを作りだすこと

三浦 技術を過小評価しているのではなく、社会が変わっていくには、単に技術の進歩だけではなく、例えば、郊外で核家族で子供が2~3人とか、そういうトータルなライフスタイルや人生設計に関するイメージがあったということが、一般大衆レベルの機動力として働いたと思うんです。で、今後は高齢化が進むからこういうニーズがあるというのは、そういうものとはちょっと違うわけですね。高齢化や環境問題のような大きなトレンドには、これからどうしても、いやでも対応するんだけれども、それしか新しい世界像はないのか。例えば、家族というテーマが、70年代までである程度終わっていましたから、80年代はシングルが注目された。そこで売れるのはレトルト食品と留守番電話だよというのが、まあ、新しいライフスタイルのイメージでした。で、その次は何か。そのあたりをもっとポジティブに、こうなって変わっていくといいよというところが、おそらく企業も社会も提示できなくて、ただ、大きなトレンドとして進んでいく高齢化とか環境問題とかに対応するしかない。もっと明るい、ある意味ではイリュージョナリーな生活・社会イメージが出てこない。出るとすると、いわゆる未来社会になってしまう。企業の中で生活研究なんか盛んなのも、まさにそのへんにひとつ理由が潜在的にはある。第四山の手論が今だに注目されるのも、同じ理由です。ハイテクな未来でも高齢化でもないポジティブな生活イメージが欲しいのです。

ただ、第四山の手というのは、第一、第二、第三の山の手の大衆化ですから、スタイルとしての規範力みたいなものが弱いと思うんですね。僕は、山の手というのは、来るべき将来の日本人が全体として目指すべきライフスタイルをいち早く実現する場という風に定義しているんですが、かつての田園調布は、いちおうそうだったと思うんです。そこに入り出している酒屋や植木屋のおじさんは、息子はやっぱり大学出でて、ホワイトカラーになってもらおうと、その方がいいよと思ったということが、高度成長期の日本にあって、その結果手に入れたのが、たまプラーザだかの住宅だという構造だと思うんです。

ただし、第四山の手は確かに最近山の手然としてきたんだけど、それをモデルにしてくれる人がいないと、山の手ライフスタイルを確立したとはいえない。だから、ほんとの結論は30年後ぐらいに出るということでしょう。ただ確かに、第四山の手と呼んでいる地域は、学歴も高いですし、意識も高い。だから、非常に過当な受験競争によって、第四山の手生活レベルを維持しようという動きがある一方で、自然食品だ、環境だ、あるいは国際交流だとか、ボランティアやりましようみたいなことも言える精神的・経済的な余裕があるということで、ある程度は期待してよからうとは思っているんです。

昭和30年代の日本人にとって、アメリカとは実は郊外であった。「パパは何でも知っている」を見ていた人は、郊外という意識はなかったんだけど、あれはマンハッタンじゃなくて郊外であったからこそ、それを日本人が自分自身の将来の生活のモデルにしえた。マンハッタンの金持ちのドラマでは、国民全体の生活モデルにはなれなかったはず。じゃあ第四山の手を舞台にしたテレビドラマ『金曜日の妻たち』がタイで流された時に、「ああ素晴らしい生活だ」という風になるのかということ、ちょっと疑問ですけどね。

逆に、それを意識した何かというのはできると思うんです。ディズニーランドも、ロスアンゼルス郊外にあった。ロスアンゼルスというのは、アメリカでも最も歴史が浅い都市であって、郊外が計画的に非常に発達した。その郊外のまた外側にディズニーランドができた。故郷喪失者としての郊外住民とディズニーランドという必然性があるところに独特の文化が生まれて、それがなおかつ世界的な普遍性も持ち得たところがあると思うんですが、そういうような構図が日本の第四山の手にも有り得るのか。

世界的にいっても、これから、まだ先進国とはいえない段階の国が、同じような状況に置かれると思うんです。やはり核家族化するだろうし、郊外化するであろう。そういつたときに、日本がモデルになれるとしたらどういふモデルなのかなみたいなことに関心がある。サンリオがピューロランドを多摩センターに作る。ロスアンゼルスとディズニーランドみたいな関係で、東京の戦後できた新しい郊外にピューロランドができるという構図にのっとったまではいいんだけど、では、ピューロランドが、日本の民主主義は素晴らしいとか、日本の豊かな社会はいいなとかいうことで普遍化するのかというようなことですけれども。

橋爪 でも第四山の手には、外国人は高くてもあまり住めないでしょうね。だから、家賃の割安な東京の反対側に住んでいるわけで。

三浦 確かに、第四山の手の主婦が国際交流という時は、イコール白人かも知れませんが。しかし日本の国際化というのは、この5年ぐらいで証明されましたけれども、実はボリュームとしてはアジア人ですね。だから今、第四山の手に住んでいる人がイメージしている国際化と、日本がやるべき国際化というのはちょっとずれる面があるような気がします。

第四山の手というのは、住民にどうもプライドの妙に高い人が多いので、ある意味で、現在の日本の否定的な側面も色濃く持っている地域なんですよ。だから、第四山の手というのは、都市論というよりは社会心理とか、戦後の日本人が追求して実現できた結晶みたいなものですね。地域としては非常に特殊なだけども、ひとつの社会史的な産物として見たときには、すごくここに戦後日本があるという感じがするんですよ。良い意味でも悪い意味でも。家族の崩壊にしても、受験競争にしても、そういう解決すべき問題も一番たくさん持っている地域だったりする。

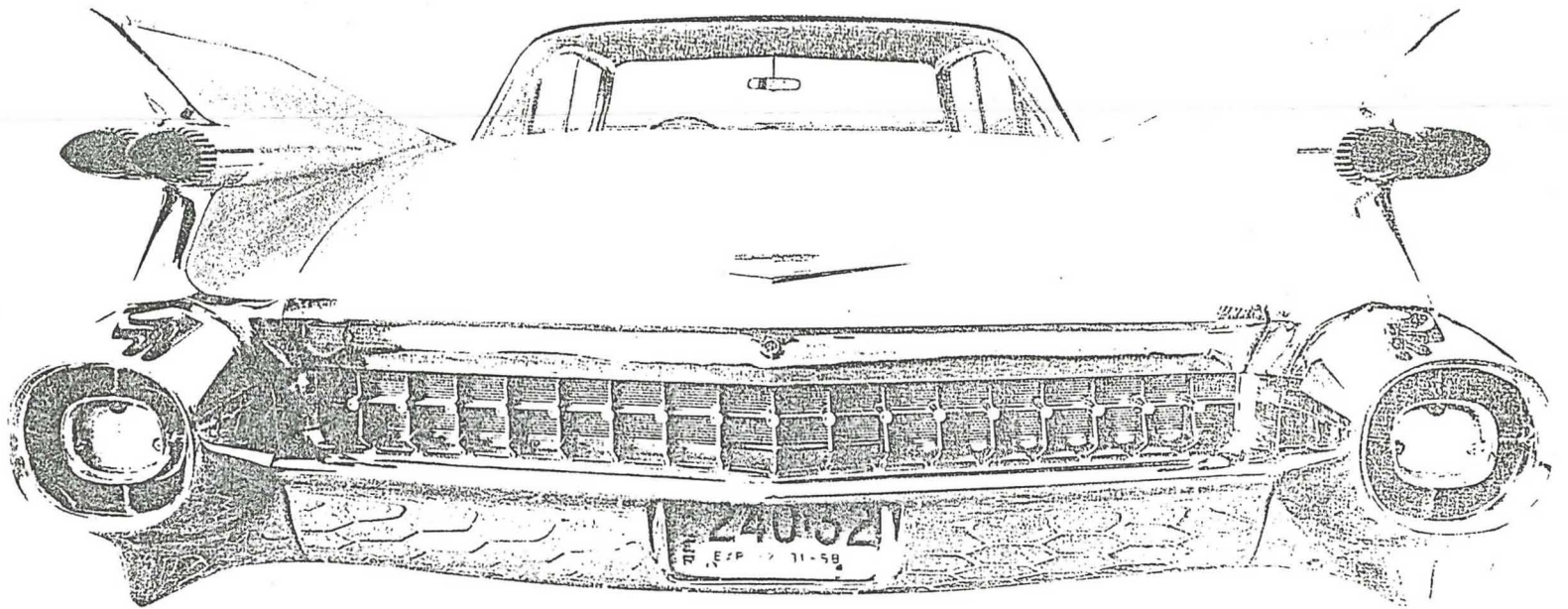
橋爪 最近、日本がちょっと舞い上がって、国連の常任理事国に入れてくれとか、円が来るべき国際通貨だとかいう話も出ているんですけど、円は国際通貨になりっこない。その理由は、日本が軍事力を持っていないからです。軍事力は一応ありますけれども、それが他国との関係で正当に行使できる武力であると、国際的に承認されていない。喉えていうと、金庫にお金がたくさん入っているけれど、警備員がいないようなものだ。強盗が入って持って行かれたら終わりである。こういうお金は国際通貨になりません。国連の常任理事国にならないのも軍事力のせいですね。日本がアメリカに代わる世界国家になっていくという道は、誠に遠いものがあると言わざるをえない。そんなこと、誰も日本人は本気で思っていない。やはり日本は、今のところアメリカとの関係でどうにかやっていると国に過ぎない。

では、日本の生きていく道はどこにあるかということ、やはり、ウォークマン的なものは非常に重要だろう。技術的可能性が与えられていれば、日本人はその枠内で、人間の快適さを追求することには熱心だ。感性的に幸福であるかどうかを知る能力は非常にあるし、その幸福を実現するための一歩を、自分たちの勤勉でもって実現していくことに関しても国民的合意があると思う。だからウォークマンのような、低価格で省資源で

高機能のものだったら喜んで作るんです。これは世界的にも容認される。そういうことで、地道に研究開発投資と商品開発をおこなって、非常にきめ細かな、ちょうど江戸時代の町人たちが作りだした様々な細工物みたいな、ああいう風なイメージで、たくさんの産業社会的な、あるいはハイテク的な細工物を作るというのが、とりあえず期待されていることでしょう。これ以上のことは、まだそんなに日本に期待されていないと思います。21世紀の前半は、それでいけるんじゃないか。

そうやって時間をかせいでいる間に、外国人を大量に日本に招いたり、大学を国際化したりして、少しずつ日本社会の成熟を図る。十分、物質的な水準にも満足して、人々の関心が、もうちょっと内的な、知的なものに向かっていくようになって、あともう一世代くらい経ったところで、やっと次の何かが起こってくる段階にたどりつくんじゃないかと思いますね。

(橋爪大三郎：東京工業大学助教授、三浦 展：三菱総合研究所研究員/1992.6.23 収録)



Cadillac Coupe De Ville (1959)