

NIHON - GATARI - SHO

日本語り抄

Guidelines for
Narrating Japanese Culture



日本の物語編集のためのガイド

内閣府知的財産戦略推進事務局委託事業



編集工学研究所

EDITORIAL ENGINEERING LABORATORY

日本語り抄

Guidelines for Narrating Japanese Culture

日本の物語編集のためのガイド

「日本語り」をはじめるとにあって……………	P.03
Japan Editingのための Japan Concepts ……………	P.05
Marginal Japan ……………	P.06
■ Japan Concept 1 kiwa キワ ……………	P.07
世界一統 大吟醸「熊楠」(和歌山県和歌山市)	
庖丁工房タダフサ パン切り包丁(新潟県三条市)	
■ Japan Concept 2 marebito マレビト ……………	P.10
新野の雪祭り(長野県阿南町)	
遠隔操作型アンドロイド「テレノイド」(大阪大学 石黒浩教授)	
Mixing Japan ……………	P.13
■ Japan Concept 3 musubi ムスビ ……………	P.14
コンビニおにぎり	
ご祝儀袋	
■ Japan Concept 4 awase アワセ ……………	P.17
柔道 合わせ技一本	
マンガ『ONE PIECE』(尾田栄一郎)	
Extreme Japan ……………	P.20
■ Japan Concept 5 kabuku カブク ……………	P.21
歌舞伎	
原宿カワイイモンスターカフェ(東京都 原宿)	
■ Japan Concept 6 wabi ワビ ……………	P.24
HIGASHIYA GINZAの一汁三菜(東京都 銀座)	
ビックジョンのダメージデニム(岡山県倉敷市)	
Books for Japan Editing ……………	P.27
日本を語り継ぐために ……………	P.30

「日本語り」をはじめるとあって

忘れられた日本

世界を魅了する技術も芸能もコンテンツも、日本が誇るモノやコトの背景には、古来継がれてきた潜在的な文化的文脈がある。近世にいたるまで日本は、海外の知恵を取り入れながらも独自の文化を紡ぎ、次世代へとつないできた。長らくこの国の軸をつくってきた文化への高い意識は、近代化にともない軍事と経済成長へと取って代わり、外側（欧米）の後ろ姿を追いかけるうちにだんだん見えなくなってしまった。戦後の経済成長と平成のグローバリゼーションの波の中で、日本の文化の構造はいまだ発現しきれないままにある。

自らの文化構造を自覚しないまま、何に価値を見出し、それをどう外に伝えていくのか。日本の魅力を海外に向けて発信するためには、その背景に流れるヴィヴィッドな文化的コンテキストに目を凝らし、そこに躍動する日本特有のメソッドやスタイルを自覚する必要がある。

日本の深層・中層・表層

本来の日本を語り直すには、その文化の様相を深層・中層・表層で捉え直すアプローチが有効だ。表層に浮かび上がる事象にも、その奥には何らかの歴史をまたいだ物語の継続がある。その特色と道筋を中層・深層にまでたどってから現在を語り直すことで、文化的な意味付けや価値付けが確かなものになる。日本の本来を将来に向けて編集し直すのだ。

まず深層には、風土や歴史の成り立ちがある。災害が多く資源が限られている日本では、一つの資源（粉・木・紙など）を再編集しながら活用する再利用の価値観をつくった。その中で培われた独自のスタイルやメソッドやコンセプトがあり（餅・酒・障子など）、これを中層として捉えると、さまざまな文化のコンテキストが見えてくる。

本流から機能を切り出しながら新たな価値を産むカットアップの感覚（膳・俳句・生け花など）、小さな切り出しを持ち合うことで成立する場や座の文化、その場をマネジメントするための方法として「設え」「調度」があり、「おもてなし」の手続きもその中に発達した。それらを継いできた文化装置ともいえるものが公家が用意した有職故実であり、地域で守られてきた祭りであり、武士や町人が芸や技を磨いた道場でも

ある（茶道・武芸・書道など）。それらは、しきたりや格式として日本の文化的教養となり、習わしや風習、精神や技能として日本人の価値観を形づくってきた。そこに真行草のバラエティも生まれていった。

そうした文化的コンテクストを背景に、さまざまなモノやコトが表にあらわれている。コスプレとJポップと歌舞伎は、表層的に見れば一見バラバラの事象のように見えるけれど、中層・深層から捉え直せば、同じ文化的コンテクストから生まれてきたことに気がつく。

日本のクリエイティビティと本来のクールジャパン

元来日本は、海外の制度や仕組みを内側に取り込み、独自の文化へと昇華させてきた。豊かな文化的土壌の中で、名もなきイノベーターが次の文化をつくる。深川芸者の小唄や小袖は江戸時代に表出したJポップであったし、いまでは伝統芸能と呼ばれる歌舞伎は、カブキものたちが起こしたカウンターカルチャーだった。

外来コードを内生モードに仕立てながら、街場のマイノリティが型を破っては新たなスタイルを提示する。この足元の土壌と先端のイノベーションのかわるがわるが、日本文化をつくってきたのだ。

それらを何で表現していくかという日本のメディア感覚が、歌や浮世絵や茶の湯となり、能や歌舞伎や職人の技となっていった。少数のクリエイターやイノベーターたち（世阿弥・利休・乾山・歌麿など）の手による、まったく新しい価値観として生まれ出てきた文化の諸相を「日本の伝統」とくくるだけでなく、当時のコンテクストを引き寄せて生き生きと持ち出すことの中にこそ「クールジャパン」が躍如する。

日本を語るために

この「日本語り抄（にほんがたりしょう）」では、日本の中層にいまも息づくさまざまな価値観を「Japan Concepts」として取り出し、そこを入り口に「クールジャパン」を語るモデルを提示する。日本の物語を再編集する試みとして表層・中層・深層をまたぐ「Japan Editing」の手法と素材を、ごく一部ながら紹介したい。

Japan Editing のための

Japan● Concepts

Marginal Japan

kiwa キワ

marebito マレビト

Linking Japan

Mixing Japan

Contextual Japan

musubi ムスビ

awase アワセ

Analogical Japan

Implicit Japan

Transforming Japan

Flattering Japan

Imaginative Japan

Extreme Japan

kabuku カブク

wabi ワビ

「かわいい」や「気配」という、
領界があいまいで流動している空間。
そこには機械論的に単純化されない、
未分化の状態の直覚的な空間観応能力をもった
イメージの源泉がある。

磯崎新『都市デザインの方法』

Marginal Japan

日本は周縁から立ち上がる。新しい価値や希望は中央からでなく、マージナルなところからやってくる。現在では伝統文化といわれるもののほとんどが、名もなき職人や河原者から生まれたように、はぐれたり、はみ出したり、逸れたりすることこそが、日本のクリエイティビティをつき動かしてきた。日本の美意識を知るには、キワを見るといい。キワにはたいてい、マレビトが出入りする。

Japan Concept 1
kiwa キワ

Japan Concept 2
marebito マレビト



①

©タナカカツキ/KITAN CLUB



②

①2013年頃大流行した「コップのフチ子」は、日本人のキワ（フチ）で遊ぶ感覚が結晶したフィギュア。②日本のネイルアートのレベルは世界一ともいわれる。③女子高生は校則のキワでおしゃれする。ルーズソックスもそのあらわれだった。④⑤畳の縁や着物の半襟で、個性を競い楽しんできた。

襟元 指先 足元、 勝負はキワで。

よく見れば なずな花咲く 垣根かな

松尾芭蕉



③

提供：制服通販リサ アンド ザスターライト



④



⑤

提供：ふりふ <http://furifu.com/>

「キワ」は内と外をつなぎながら
そこに臨める目印となるところ。
キワに赴くことが「極める」となる。

ウチ・ソトを分断しない、日本のフレーム感覚

日本は「キワ」を大事にする。キワは「際」、たんなるヘリやフチではなく、そのキワが立つこと、つまり際立つことが、日本のデザイン感覚の第一歩にあたっていた。縄文土器はとくにキワを強調したし、十二単の襲（かさね）も、畳や襖や屏風の縁も半襟も、「キワ」にこそ意匠の極みが宿ってきた。

こうした日本のフレーム感覚が西洋の額縁と違っているのは、内側と外側を分断せずにつないでいることだ。このことは、生垣や軒や縁側といった日本の家屋の構造にも通じる。家から世間にせり出すちょっとした空間のキワが、日本人のコミュニティ感覚もつくってきた。枕草子なら「春はあけぼの」として「やうやう白くなりゆく山際」を愛でたように、瀬戸際、去り際、別れ際、移りゆく時間の中のキワにも、日本人の美意識があらわれてきた。

多神多仏のアナロジー

日常を見廻してみると、キワにまつわるシソーラスがふんだんにあることに気がつく。極める、際どい、極み、キワモノ、きわきわ、瀬戸際、間際、生え際、波打ち際、窓際、スミ、カド、ヘリ、フチ、ハシ、キレ、カギリ、隅っこ、部分、間……。なぜ日本はこんなにも端っこが好きなのか。八百万の神々とともにあった日本では、厳密な論理の整合性を継承するよりも、言葉やイメージの律動や意味の共鳴こそを継いできた。連歌や茶の湯といった座の文化も、こうしたアナログカルな連想力や共創力に支えられて出来上がったものだ。事象や現象の似たイメージを重ねて、そこに立ち会う者の心の機微をとらえる。このときに、ハシやフチやキワが動き出す。相接するものをつなぐインターフェイスとしての「キワ」から、数々の日本が立ち上がっていったのだ。

そのキワ感覚は、繊細なネイルアートにも、相槌を引き受けるLINEのスタンプにも、コンビニおにぎりの包装の工夫にもあらわれている。



縁側

縁側は内と外を仕切りながら、つなげる。誰でも出入りできる、近所の人との交流の場でもある。



草履の花緒

足のキワを彩る花緒は、着物コーディネートの際の詰め部分。写真は「祇園ない藤」の草履。



LINEスタンプ

「了解!」「ありがとう」。喜んでるのか怒ってるのかツッコんでるのかボケてるのか。それが意味するところは、互いの間合いのみぞ知る。超文脈的にコミュニケーションのキワを引き取る。



つけまつげ

100円ショップにズラリと並ぶ種類豊富なつけまつげ。その微妙な差異が、キワのおしゃれの醍醐味なのだ。

日本の風土性は、間隙と間、空無と沈黙を尊重して、
ヨーロッパの風土性よりも場所的な次元を相対的に重視する。
—オギュスタン・ベルク『風土の日本』

とうじ 素材のキワを扱う杜氏のテクノロジー

中世の芸能者と職人は遊行する民だった。多様でたくさんの日本をつなぐマレビトなネットワークだった。中世ノマドたちは卓越した感性で時間と空間を編み変えていく。酒造りを担ってきた職人集団・杜氏も遊民の系譜に位置づけられる。

杜氏は酒造の全工程において極めて繊細なセンスと技能が求められる。経験と勘をたよりに、うつろう香味と風味、酵母菌や酵母といった微生物の動向を適切にキャッチし、そのキワを見定めながら銘柄の味に仕上げていく。勘を働かせるとは、すなわち「当てる」ということだ。「見当」という熟語があるように、「当」を見極めていく。

博物学者・南方熊楠は、直感的な中を「やりあて」と呼び、その方法によって数々の独創的な発見や発明を残した。熊楠が目指した見当の科学はまた、日本の職人の技能の中に生きている。



世界一統 大吟醸「熊楠」(和歌山県和歌山市)

世界一統は南方熊楠の父が創業した酒造会社。銘酒として名高い銘柄でもある。大隈重信が命名した。大吟醸「熊楠」は熊楠誕生120年を記念して発売された。

洋の用途に和のキワを。包丁デザインの現在



庖丁工房タダフサ パン切り包丁(新潟県三条市)

定番のパン切り包丁と異なり、先端だけが波刃に。抜群の切れ味で、切り口はなめらか。さらにパンくずがほとんど出ない。研ぎ直して使い続けることができるのも特徴。ものづくりと金物の町・燕三条でつくられている。

鋭さや手際の良さを評価するとき、「キレがいい」とか「キレがある」という。もともとは刃物の切っ先の鋭さをあらわす言葉だ。刃物鍛冶職人のキレとキワの熟知が、日本に豊かな包丁文化を生み出してきた。包丁は刺身包丁、出刃包丁、菜切り包丁と用途に合わせて多岐に特化し、包丁さばきも、みじん切り、イチョウ切り、半月切り、小口切りと料理人の技とともにキレとキワが磨かれてきた。

日本の包丁は切れ味と切断面の美しさが長所の片刃が基本だ。一方、洋食とともに輸入されるようになった西洋のナイフは両刃構造になっている。両刃は切れ味は落ちるが長持ちする。近代以降、職人たちは和洋それぞれの美と用を併せ持った国産の洋包丁の開発に取り組んでいく。

吉田金属工業のGLOBALシリーズや庖丁工房タダフサは、包丁デザインの極みとして、世界中から注目されるようになった。



①



②

①福の神・エビスさんは、海に流されてやってきた異形の神。②日本の神様は神輿に乗って移動するのも特徴だ。③たまに帰ってきてはまた旅立ってしまうフーテンの寅さんは日本人の好きなマレビット・キャラクター。④ビリケンは意外にもアメリカ生まれ。いまや通天閣の神様として有名。⑤海からやってくるゴジラにも神性が宿っている。

やってくる ストレンジャーが 日本の神様。



©松竹株式会社

③

『男はつらいよ』シリーズより
歩きながら考えるさ』

「俺は旅人だからな、
風の吹くまま気の向くまま、



④

写真：太田真三



⑤

marebito

Marginal Japan

マレビトはゲストの神。
客神感覚は
主客を転換する作法を生み出した。

村や里に稀にやってくるストレンジャー

日本はマレビトの国である。マレビトは「稀なる人」のこと。「客神」「客人」とも綴る。村や里に稀にやってくるストレンジャーだ。民俗学者の折口信夫が命名した。折口は沖縄のノ口と呼ばれる巫女の儀式を目の当たりにして、日本の神の本来の姿を直感した。ノ口は海の彼方の理想郷ニライカナイから神を呼び寄せる。来訪神は常住しない。時折どこからかやってきて、どこかへと帰っていく「客なる神」だ。日本の神々は、ユダヤ教やキリスト教、イスラム教のように、いつも天に君臨する神とは異なる。欧米型一神教の神が主神なのに対して、多神多仏の日本において多くの神々はやはり客神。いわば、ゲストの神なのだ。

ガイジンさんこそ日本を活性化するヒントを握っている

客神を迎える習俗はさまざまな日々の生活にもあらわれている。ゲストを招くための日本独特の作法や習慣の発達にもつながった。たとえば、お座敷ではゲストが上座に座る。ただし、主人と客人の位置関係はきちっと定まっているわけではない。シチュエーションに応じて、大事な客のために座布団を裏返して座を譲ることができる。寄席で落語家が交代するときに座布団をひっくり返す高座返しもその一例。大事な物もいったんは神棚に上げるが、その時々で入れ替えることができる。このように主と客が転換するのが客神感覚のポイントだ。

日本人が舶来品やガイジンさんをことのほか意識的に扱うのも社会文化の奥に「客なる神」という見方があるからだ。古代に仏像を大事にしたのも、近代にお雇い外国人を大事にしたのも、彼らをマレビト扱いしたからだった。現代においてもそれは変わらない。ドナルド・キーンや白鵬ら外国人たち、異装の美輪明宏やマツコ・デラックスといったストレンジャーやアウトサイダーこそが、日本を活性化するヒントを握っていることに、日本人はうすうす気がついているのである。



弥勒菩薩・千手観音

仏教はインドから中国、朝鮮半島を経て日本に渡来、聖徳太子の時代に広まった。菩薩も観音も客神なのだ。



お雇い外国人による建築：法務省旧本館
ドイツ人建築家エンデとベックマンの設計。明治政府はマレビトである彼らに国家の中枢機関の建物を任せた。



提供：公益財団法人
日本相撲協会

外国人力士

ブルガリア出身の元・琴欧洲（現・鳴戸親方）。いまや前頭以上の外国人力士の割合は4割にもなる。



©諫山創/
講談社

マンガ『進撃の巨人』（諫山創）

テレビアニメ化、実写映画化もされたヒットマンガ。巨人＝マレビトの物語と読める。

いつの日か日本へ行かれるのなら、
是非一度は縁日へ足を運ばれるとよい。
縁日は夜見るに限る。無数のランプや提灯の光のもと、
ものみなこの上なく素晴らしくみえる。 —小泉八雲『日本の心』

芸能の本質を告知するマレビトの舞い

折口信夫は、マレビトの芸能として、長野県の新野の雪祭りを取り上げている。「ランジョウ、ランジョウ」という掛け声の中、五穀豊穡をもたらす幸法（さいほう）、茂登喜（もどき）、競馬（きょうまん）といった仮面の神々が次々と登場する。

客神たちは、真冬の深夜から早朝にかけて舞い続け、「おとづれ」の気配を残してまたどこかへ去っていく。目尻の下がった穏やかな表情の幸法に対して、茂登喜は目と眉が吊り上がっていて、怖い面をつけている。茂登喜とは「擬き」のことだ。模倣すること、何かを真似ることをいう。折口は、このようなモドキの芸能には、「代わって再説する」という役割があると見た。また、世阿弥が芸能の本質を物学（ものまね）にあるとみなしたのは、そこにモドキを投影したかったからだった。



新野（にいの）の雪祭り（長野県阿南町）

提供：南信州広域連合

古代芸能のルーツとされる長野県の祭り。1月14日の夜から翌朝にかけて伊豆神社境内で執り行われる。折口信夫は「日本の芸能を学ぶものは、一度見る必要のある祭り」と紹介した。



提供：株式会社テレノイドケア

おとづれを感じる モドキの装置

ロボット開発者の石黒浩（大阪大学）が開発したテレノイドは一見不気味な姿をしている。一目で人間を想起させると同時にあきらかに異形でもある。まさしく異人の趣がある。はじめは誰もが「なんだこれは」と訝しがるのだが、たちまち好きになっていくのだという。男性なのか、女性なのか、子どもなのか、老人なのか、誰であるかわからないニュートラルなデザインは誰にでもなれるということだ。各人が思い思いのマレビトをテレノイドに乗り移らせることができる。おとづれを感じるができるわけだ。テレノイドはデザインがまことに絶妙だった。ロボットデザインはモドキの技量が試される。新野の雪祭りをはじめとするお祭りや能、文楽や歌舞伎といった伝統芸能の中にもイノベーションの鍵は潜んでいるのだろう。

遠隔操作型アンドロイド「テレノイド」（大阪大学 石黒浩教授）

国際電気通信基礎技術研究所（ATR）と大阪大学が開発した遠隔操作型アンドロイド。要介護高齢者の中でも特に認知症状が重度化した人の会話促進などコミュニケーションロボットとしての役割が期待されている。

Mixing Japan

日本はその本来の様相が多様で多層だ。多神多仏を暮らしに取り込んできた日本の社会文化は、そもそもが異質なもの同士の共存を前提としている。和魂洋才、神仏習合、天皇と将軍、和事・荒事など異なる特色を取り込んで提示するデュアルスタンダード性が日本文化の底を流れる。多様をつなぐムスビ目に力が宿り、キワをアワセるところに日本的編集性を発揮してきた。

Japan Concept 3
musubi ムスビ

Japan Concept 4
awase アワセ



日本はたしかに

一途なところはあるのですが、

それとともに

たいそう多様な歴史を歩んできました。

日本は「一途で多様な国」です。

松岡正剛 『日本という方法』

musubi

Mixing Japan



①

②

①お正月の注連飾りは、年神を祀るための依代である。
②日本には100種類以上の「むすび」の形がある。そのデザイン性を生かした【能作】の箸置き。錫100%を用いて製作されている。③結び方ひとつでいろいろなものを含み分ける風呂敷。④巫女の髪結びに使われる水引は神道の清き心をあらわす。



③

結び目から、 文化が生まれる。



④



雨がふります 雨がふる
遊びにゆきたし 傘はなし
紅緒の木履も緒が切れた

北原白秋「雨」



musubi

Mixing Japan

ムスビとは、何かが
いよいよ生まれ出る状態。
その力を暗示するのが「結び目」。

日本の神話構造のいちばん奥

ヨーロッパやアジア、世界中に結髪文化やリボン文化はあるものの、日本ほどムスビを重んじてきた国はない。日本神話からして最初の最初に登場するのは、タカミムスビとカミムスビというムスビの神々。すなわち、ムスビは日本の神話構造のいちばん奥にひかえているというわけだ。

ムスビは「ムス」と「ヒ」という二つの言葉から成り立っている。ムスは「産す」であって、産出することを意味する。ヒは日本人が古来から大事にしてきたスピリットのこと。したがって、ムスビとは、何かがいよいよ生まれる状態になっていることを指す。古代では「産霊」と綴られた。

水引と横綱とじゃらじゃらストラップ

産霊の最もわかりやすい例は、新たな子どもが生まれることだろう。生まれた子が男の子ならばムス・コ（産・彦）、女の子ならムス・メ（産・姫）と呼んできた。このような産霊の威力が出現する可能性を独特の形であらわしたものが「結び目」というものだ。

何かが出現したことをあからさまにしない。結び目によって暗示する。神がおりの依代には、結界として注連縄（しめなわ）や幣（ぬさ）を結んだ。これが神社発祥の淵源となった。ムスビは神祇のしきたりから生じた。

注連縄をもうすこし簡便にすれば水引になり、これを頭髮に持っていけばチョンマゲになる。水引にもチョンマゲにも霊力への思いが込められた。大銀杏を結ぶ力士はまさに生きている注連縄だ。おみくじやご祝儀袋、現代においても、一昔前に女子高生がケータイを覆いつくすほどにじゃらじゃらとぶら下げていたストラップ、サッカー日本代表の勝利や震災復興の祈りを込めたミサンガに、ムスビの観念と技術は宿っている。



結界

注連縄はその場所が神聖であることをあらわす。縄を張れば、邪悪なものが侵入するのを防げると信じられた。



横綱

横綱は横綱という格別の綱を締め、「結びの一番」に登場する。結びの威力を告知する存在だ。



おみくじ

引いたおみくじを結ぶのは「願い事をしっかり結ぶ」「神様との縁を結ぶ」などの意味がある。



女子高生のキーホルダー

キーホルダーの原型をたどれば、結んで持ち歩いていた魔除けの鈴。注連縄のモバイル化なのだ。

写真4点：太田真三

日本にあっては、
美は違ったものから違ったものへと移ろいながら、
個体を包みこむ大きな結合体のなかに並列されるのである。
—ロラン・バルト『表象の帝国』

ムスビの力とキワ感覚のアワセ技



提供：本音でテストする商品評価サイト『360.life (サンロクマルドットライフ)』

コンビニおにぎり

コンビニエンスストアによって呼び方が異なる。ローソンはおにぎり派でファミリーマートはおむすび派、セブン-イレブンは混在している。

結び目の真行草は 日本のしきたりを物語る

日本の「しきたり」は「結び」のかたちこそ真骨頂があらわれる。その「しきたり」を代表してくれるものとして、颯爽と登場してきたのが金銀紅白の水引だ。

水引とは、もともとは麻などを水に浸してその皮を剥ぐことをいった。それが布や紙を素材に広まって、衣冠束帯の儀式や冠婚葬祭の場でも多用されるようになり、やがては紙こよりに糊を引いて固めたものを染め分けて、それを何本も結び合わせて進物用に使うようになった。庶民のあいだにも爆発的に広まった。

水引は「結ぶ」のではなく、象徴的な色の紙こよりとともに最初から「結ばれている」。それがそのまま「しきたり」を示してくれているため、庶民にもたいそう重宝されたのだ。結び目はスタンダードな真結びを筆頭に、蝶結び、片蝶結び、相生結び、鮑結びなど多種多様。しかもそのそれぞれが真行草に結び分けられていった。

今も昔も旅には危険がつきまとう。そのため、旅支度には力の象徴としての結びをいろいろなところにつけるようになった。かつて中世日本のネットワークーたちも、旅の無事を祈って草鞋(わらじ)を結び、弁当を結んだ。弁当を「包むための結び」が転じて、握り飯を「むすび」とも呼ぶようになった。

現代人もコンビニにずらっと陳列されるおむすびからこのムスビの力を思いのほか感じとっている。そもそも、風呂敷に代表される包むための結びは力の結節を象徴しているわけだが、コンビニおむすびも、あの魔法のような包装フィルムによってまさに包み結ばれている。

おむすびフィルムの技術によって海苔の鮮度をそのままに、パリッとした破裂音の食感が中身の「フワッと感」をいよいよ引き立てる。ムスビの力とパリフワなキワ感覚のアワセ技は、絶えない人気とおいしさを演出する第一級の日本流だ。



提供：TOSAWASHI PRODUCTS

ご祝儀袋

水引の本数は陰陽五行にちなんで慶事は五、七、十などがあ。色は慶事には紅白や金銀、弔事には黒白や藍白が選ばれる。結び目の種類はゆうに100種を超える。文具店に並ぶご祝儀袋が水引デザインを現代につないでいる。



awase

Mixing Japan

①日本の遊びの原型は「あわせ」ることにある。読み札にあわせて取り札をゲットする百人一首は、アワセ・キソイを持った日本の遊びの代表格。②おせち料理は素材を色鮮やかに「詰めあわせ」て何段にも「重ねる」。③十二単の色合わせを「かさね」という。四季ごとに組み合わせのルールがある。④よさこいソーランをはじめとする祭りも、仲間と踊りをあわせて、チーム同士で競うことで盛り上がる。

①

あわせ かさね、 競って遊ぶ。

おもひおもふ 今のところに 分ち分かず
君やしら萩 われやしる百合

与謝野晶子『みだれ髪』



②



③



④

アワセからキソイへ、 そしてソロエを提示する。 日本の遊びの文化の原型。

アワせて、カサネて、キソって、ソロエる

日本文化の編集方法としての最大の特徴がアワセ・カサネ・キソイ・ソロエとあっていい。アワセは欧米型のM&Aに代表される合併やマージとはニュアンスが違う。二つの相対する文物や表現を、左右や東西の仕切りの両側で情報的に比べあわせることだ。

アワセをカサネていく中で、キソイが起こる。競って、勝負や判定をつけるのだが、これもまた敗者が落ちていくトーナメントとは違う。プレゼンテーションされた表現物を勝ちも負けもアワセてソロエて、改めて編集構成しながら新しい価値を引き出していく。

このように、日本文化は、あらかじめ後々のソロエを意識して競い合い、あらかじめキソイを意識して重ね、そのカサネを意識して当初のアワセをはじめていた。

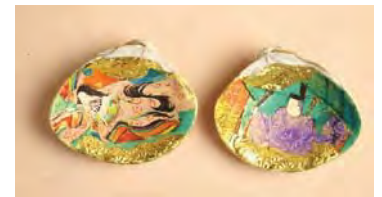
グローバル市場におけるキソイ

平安前期、歌合わせ、前裁合わせ、貝合わせ、香合わせなど、さまざまな合わせものが流行した。公家たちが二手に分かれて、それぞれがお題に従って歌を詠み、その優劣を競う。ここでもやはり重視されたのは勝敗ではなく、「座のルール」の中でいかにその場その場のクリエイティビティを発揮するかだった。そのためのアワセなのである。ここに日本の遊びの文化の原型がある。

将棋や囲碁などの盤上遊戯から茶道や香道などの室内遊戯まで、まことに小さめの遊びが発達し、しかもそれらが精緻を極めてきているのは、アワセがポータブルサイズを重んじてきたことと関係がある。

現代のコンピュータゲームにもアワセの技法の影響を見とることができる。たとえば、「ポケットモンスター」シリーズは「交換するゲーム」をコンセプトの一つとして開発された。ポータブルゲーム機の草分けとなったゲームボーイの通信ケーブル機能に着目したのである。さらに収集、育成、対戦がゲームシステムの根幹をなす。キソイのみのバトルゲームにするのではなく、遊びの醍醐味を多様にした。

日本の遊びの原点には、組み合わせによって生じるクリエイティビティのヒントが詰まっている。



貝合わせ 提供：みかわ工房

貝殻の内側に描かれた絵を題材にした歌を詠んで優劣を競う。形と絵と言葉の「アワセ・カサネ・キソイ・ソロエ」が組み合わせられている。



闘牛 写真：太田真三

場を盛り上げるため互角に戦えそうな動物を出し合うのが暗黙のルール。ただ優劣を争う競争ではなく、一對の「アワセ」なのだ。



紅白戦

歌合戦も運動会も、紅白対決が好きな日本人。ウラ・オモテで使える紅白帽は知恵が詰まったアイテム。



ポケモンカードゲーム

カルタ遊びがこう進化した。70ヶ国以上で販売され、累計236億枚出荷の大ヒット（2017年時点）。ゲーム『ポケットモンスター』シリーズとは技や設定を変えており、そこがファンを夢中にさせる。

©2018 Pokémon. ©1995-2018 Nintendo/Creatures Inc./GAME FREAK inc. ポケットモンスター・ポケモン・Pokémon は任天堂・クリーチャーズ・ゲームフリークの登録商標です。

現代の日本は、良き伝統の大きな重みと、新しきものを公平に正視し得るであろう若々しい弾力性とを以て、その前に立っているのである。
—ブルーノ・タウト『ニッポン』

柔道型と相撲型のアワセ技へ



柔道 合わせ技一本

合わせ技一本は、技あり二つで一本勝ちとなるルール。2016年の廃止から一転、復活が決まった。同時に、延長戦で、柔道精神に反する行為に対する「指導」の数の差で勝敗が決着するルールは消滅した。

グローバル・ジャパンを掲げる方法は大きく二つある。一つは柔道型、もう一つは相撲型だ。柔道型とは、グローバル・ルールを発信していく方法だ。柔道は、オリンピックの正式種目になるために重量制や判定制を拡大し世界に広がっていった。いわば、国技の柔道からスポーツのJUDOへと変化した。

もう一つの相撲型はドメスティックなルールを堅持していく方法。土俵も部屋制度も変えず、伝統を守る方向性だ。けれども他方で、高見山を筆頭に朝青龍や白鵬、琴欧洲や把瑠都など外国人力士の活躍がめざましい。オリンピックに負けず劣らず国際色豊かだ。

翻って、国際柔道連盟 (IJF) は、2020年の東京オリンピックの新ルールとして、合わせ技一本の復活を決定した。これによって一本の数が増え、勝ち負けがより明確になる。

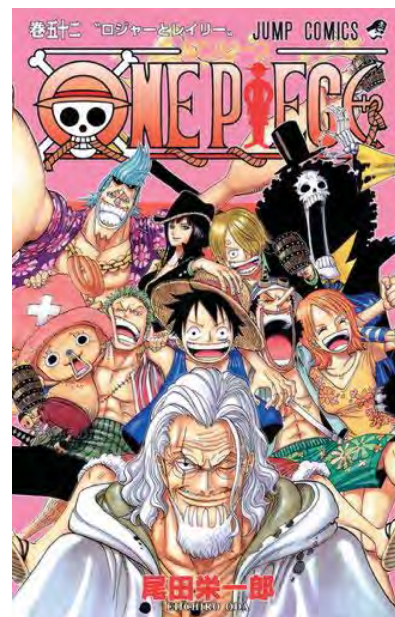
柔道型も相撲型も、それぞれに日本のグローバル化のスタイルを反映している。二者択一ではなく、いずれの方法も深化させながら、それこそアワセ技の真価が問われる局面だ。

力をアワセる、仲間と自分のリアリティ

日本の建築的思考にはウチとソトとナカという概念がある。それぞれの境界はけっこう曖昧で、気分や文脈で変わったりする。いちばんわかりやすい例が、ウチともソトともいい切れない縁側だろう。ゲストがあらわれて初めてその場所の概念が決まっていく。

ナカに入れる人をナカマと呼ぶようになった。場所の感性が仲間意識やチーム感の原型になったというわけだ。ウチの引力が強すぎると窮屈になるし、ソトに放り出されれば孤立する。昔話の桃太郎から「ONE PIECE」や「ポケモン」まで、日本人が仲間と力を合わせる物語を大切にしてきたのは、ウチとソトのあいだのナカでつながっているというリアリティを感じたいからだろう。

メンバーは個々の領分や身分に合わせて仲間のために仕事をまっとうする。「分」が柔らかくてダイナミックな連中は強い。分とは、力量や役割であって、その人そのものでもある。「自分」「分際」「持ち分」「分け前」などという熟語を考えるとわかりやすい。「分」をアワセるのが日本のチームワークだ。



©尾田栄一郎 / 集英社

マンガ『ONE PIECE』（尾田栄一郎）

世界累計4億部超の大ヒット少年漫画（2017年時点）。ルフィを船長とする海賊団の麦わらの一味の冒険譚。組織論やリーダーシップ論として読まれることもある。

Extreme Japan

アマテラス=和霊（にぎたま）とスサノオ=荒魂（あらたま）、両極のカミサマの魂を持ちながら使い分けてきた日本は、その一対性の上にさまざまなスタイルを築いてきた。北山の金閣・東山の銀閣、歌舞伎の和事・荒事、侘び茶の草庵と黄金の茶室…。派手でパンクで賑やかな日本と静謐でブルージーで穏やかな日本。足し算でカブいて、引き算でワビる。振り切るのが肝心、いずれもすこぶる日本流だ。

Japan Concept 5

kabuku カブク

Japan Concept 6

wabi ワビ

今日瞬間瞬間に失いつつある

人間の根源的な情熱を呼びさまし、
とりかえすならば、新しい日本の伝統が
より豪快不敵な表情をもって
受けつがれるのです。

岡本太郎『日本の伝統』

kabuku

Extreme Japan



① 写真：高瀬智司



②



③

かぶ
傾きものがモード最先端。

①電飾の山、デコトラ。トラック野郎の濃密なこだわりがてんこ盛り。②きゃりーぱみゅぱみゅのクレイジーなKAWAII感性は世界を虜に。③氣志團はヤンキーのファッションスタイルを用いて、ツッパリ頭&学ランでキメた。④今治タオルの歌舞伎フェイスマスク。隈取りはパワフルな魔除けメイク。ブルゾンちえみにも通じる!? ⑤花魁は江戸のファッションリーダー。櫛やかんざしを盛りまくる。

④



顔見世は世界の凶なり夜寝ぬ人

井原西鶴



⑤

kabuku

Extreme Japan

能と歌舞伎と
ユースカルチャーを疾駆する
やりすぎ、つくりすぎ、
too muchでパンクな者たち。

能の根っこにあるバサラ・スピリット

カブクは歌舞伎の由来となった言葉だ。歌舞伎はそもそも変わった格好をする者たちをカブキものと呼んだことに発する。いわばパンクな連中という意味で、カブクは「傾く」と綴る。やりすぎ、つくりすぎ、英語でいえば、too muchということになる。

中世において風流は風流過差とも呼ばれた。風流はフリュウと読む。過差とは過剰ということである。まさにカブクことだ。当時、とりわけてパンクな者たちはとくにバサラ（婆娑羅）と呼ばれた。バサラとは過差であって風流服飾、さらには物狂いを意味した。都の住人にとって物狂いの連中はいかにも騒々しいものであったが、一方でいっときの物狂いに夢中になれることはすこぶるうらやましいことでもあった。

物狂いの風俗と風流はそのまま猿楽に流れ込んでいく。そんな中で風流やバサラの心の奥に潜む物狂いに着目したのが観世流の創始者・観阿弥だった。そこから能が確立していくことになる。

歌舞伎からきゃりーぱみゅぱみゅへ

能の確立は、かつてのフリュウの時代が終わったことを意味していた。このあとフリュウは、江戸のフーリュウへと転換していく。江戸幕府は、遊女や芸能民といった中世の漂泊の民たちを管理するシステムとして、遊郭と芝居小屋を用意した。これを悪所（あくしょ）という。ここから歌舞伎が生まれ、江戸の人々を熱狂させていく。

カブク文化は現代のユースファッションにもほとぼしっている。戦後のバンカラ、ツッパリ、スケバンといったヤンキー文化、ゼロ年代以降はギャルファッションやゴスロリファッションがリアルクローズ化する世界に抗ってきた。また、ドラッグクイーンや地下アイドル、忌野清志郎からきゃりーぱみゅぱみゅまで、現代のカブキものたちが時代とトレンドを切り拓いている。



浮世絵

浮世絵で多いのは美人画と役者絵。役者絵は歌舞伎スターのプロマイドとして膨大に描かれた。写楽の絵はトリミングが大胆で画風がバサラ。



新宿歌舞伎町

大戦後、焼け野原になった新宿に歌舞伎劇場をつくって復興しようと、歌舞伎町と名付けられた。結局劇場は建設中止されたが、街自体がド派手なカブキものになった。



提供：NORITAKA TATEHANA

館鼻則孝のヒールレスシューズ

レディー・ガガが履いて注目を集めたこの靴は、花魁の高下駄からインスピレーションを得たもの。ファッションリーダーはいっつの時代も前衛的。



東京レインボープライド

写真：荻部太郎

最近ではLGBTがカブク文化と結びついておもしろい。歌舞伎が男装からはじまったように、ジェンダーを飛び越える。

日本人が最も好む花が桜であることは、言うまでもない。その理由は、まさにこの花の開花の期間が、殆どうらめしいほど短い上、盛りを見とどける前に、花が散ってしまわないかという恐れが、ひどく大きいからである。

—ドナルド・キーン『日本人の美意識』



江戸の荒事と上方の和事



歌舞伎

漫画の歌舞伎化が流行中だ。「スーパー歌舞伎II ワンピース」に続いて、新作歌舞伎「NARUTO-ナルト-」も上演される。他方、前衛の動向としては、京都を拠点に活動する木ノ下歌舞伎のインディペンデントな試みが好評だ。絵は1893年頃の歌舞伎座（第1期）内観。

出雲阿国（いずものおくに）という女芸人が、カブキもののファッションを真似た男の格好をして四条河原で踊りはじめたのが歌舞伎のルーツとなった。女たちが男ぶりをして踊るこの女歌舞伎は爆発的な人気を呼ぶ。さらに、若い男性たちによる若衆歌舞伎があらわれてくる。いわば江戸時代の宝塚やジャニーズのようなものだ。

すると今度は、若者ではなくて大人の男たちが演じる野郎歌舞伎に変化する。これが現在の歌舞伎の原型になり、元禄時代になると市川團十郎というスーパースターが登場した。顔に隈取りをし、派手な格好で、大胆かつ豪快なキャラクターを演じる荒事をやって、一世を風靡した。一方大阪では、優美で繊細な芸風が好まれた。江戸が荒事を好み様式性を重んじたのに対して、上方は和事でリアリズムに向かったのだ。東西の対照的な芝居づくりが、歌舞伎の文化を厚くしていった。

ポップでクレイジーな原宿KAWAII世界観

ゴスロリやヴィジュアル系ファッションで着飾った奇抜な服装の女の子が原宿にはたくさんいる。むしろそこは現代の悪所ではないけれど、カブキものたちの服飾過差を許容する大切なアジールになっている。増田セバスチャンはこの街をモンスターに見立てた。KAWAII MONSTER CAFEは、セバスチャン流のポップでクレイジーな原宿KAWAII世界観が溢れるコンセプトレストランだ。原宿KAWAIIを求めて世界中から観光客が押し寄せる。

セバスチャンが最初に原宿に出した店「6% DOKI DOKI」には、無名時代のきゃりーぱみゅぱみゅも通ったそうだ。きゃりーがデビュー曲の「PONPON PON」のPVの美術にセバスチャンを指名すると、原宿KAWAIIは瞬く間に世界中に拡散していった。

江戸歌舞伎と上方歌舞伎が東西で競ったように、将来、KAWAII文化も各地各所で独自に発し、愉快的キソイが多発することもありうるだろう。



© KAWAII MONSTER CAFE

原宿カワイイモンスターカフェ（東京都 原宿）

毒々しく極彩色のカラフルレインボーパスタやカラフルポイズンパフェ・エクストリーム！ お店のコンセプトを体現したファッションを身に纏うMONSTER GIRLが観光名物。

①



②



③

黒樂茶碗 銘秋菊 15代樂吉左衛門作
共箱蓋裏「秋菊有佳色 裛露綴其英 汎此忘憂物
遠我遺世情 (壽光印) 吉左 (花押)」 吉左衛門筆

引き算の イメージネーション。

見渡せば 花も紅葉も なかりけり

浦の苦屋の 秋の夕暮

藤原定家



④

①無印良品はシンプルな機能美を追求する。②盆栽には花鳥風月をつかった日本人の人為的な自然観が象徴される。③千利休によりプロデュースされた黒樂茶碗。これは15代樂吉左衛門の「黒樂茶碗 秋菊」（樂美術館蔵）。④現代美術家・吉岡徳仁によるガラスの茶室「光庵」。⑤日の丸弁当の潔さ。白地に赤丸を愛でていただく。



⑤

wabi

Extreme Japan

手持ちのもので精一杯の心を伝える。
その「取り合わせ」の美意識に、
「おもてなし」の本来がある。

「ごめんなさい」の美学

日本文化のキーコンセプトの一つ「わびさび」。侘びしく寂しい様をあらわす言葉としてよく用いられるが、その本来の意味は案外知られていない。

「ワビ」は「侘び」、「詫びる」の気持ちがおもとにある。ワビを持ち出すためには、なぜ詫びるのかを知っておく必要がある。

「こんなものしかありませんが」と、十分なものを用意できなかったことを詫びているのである。その粗相を心から詫びつつも精一杯のものを用意することがワビの気持ちというものであり、そこから侘び茶の意識も生まれた。

余白を想像力で補う日本の美意識

侘歌・侘言・侘人・侘声といった侘びるという言葉は万葉時代からすでにあった。それを美意識にまで高め、ワビという不思議な感覚世界をつくりあげたのは村田珠光だ。侘び茶の創始者である。珠光が試みたことは、それまでは中国渡来の唐物などの道具を持っていなければろくな茶数寄ができないと思われていたところへ、間に合わせの手持ちの道具を心を尽くして用意すれば、そこに新たな茶の心が生じるはずだというまったく新しい茶の方法だった。

珠光は一人一人が自分で創意工夫をするアソシエーションやコンビネーションの美を発見した。こうして、「間に合わせ」「取り合わせ」でもいいのだという、とんでもなく控えめな哲学がラディカルに出現することとなる。侘び茶は、削ぎ落としてこそ見えてくる「打ち消しの美」や「負の美しさ」を研ぎ澄ませながら、連歌師の武野紹鷗に伝わり、利休にいたって完成に達する。

ワビ・サビは、総合や正面や本体から零れるところにはじまった感覚だ。したがって、全面に押し出して議論したり表現すること自体がこの概念には似合わない。たちまち、ワビでもサビでもなくなっていく。OMOTENASHIマインドも過剰になればなるほどに、珠光が発案した本来の「もてなし」（持成）から外れていく。ワビの精神に、日本のホスピタリティの本来をたどりたい。



お茶漬け

「こんなものしかありませんが…」が、最高のごちそうになるのが、お茶漬け。お米とお茶の絶妙なコンビネーション。



ミニマルライフ

本当に大事なものだけを見極めて取り入れる「持たない暮らし」。「断捨離」もミニマルライフに通じる。



写真：横須賀功光

一枚の布ニット (1977春夏)

根源的な衣服のあり方から発想を得た三宅一生の「一枚の布」。たたむ、折る、切る、くりぬくなど創意工夫に満ちている。



紙の器 WASARA

紙皿にもおもてなしの心を……。シンプルで有機的なフォルムがもつ「余白の美」は料理の繊細さを際立たせ、器を手にする人々の所作さえ美しく見せてくれる。

Cool Japan ●

わびさびは

不完全ではなく未完成のものが織りなす美

謙虚で慎ましやかなものが織りなす美

ありきたりでないものが織りなす美

—レナード・コーエン『Wabi-Sabi わびさびを読み解く for Artists, Designers, Poets & Philosophers』

wabi

Extreme Japan

温石と懐石と一汁三菜のワビ

茶の湯の席では茶の前に簡単な料理がふるまわれる。かつてこれは「ふるまい」とか「会食」、あるいは「会席」といわれていた。のちにそれが禅の「温石」（おんじゃく）の意義を借りて、「懐石」と綴られるようになった。

温石とは懐に入れて体を温める焼き石のことだ。したがって、懐石とは間違っても高級料亭の豪華なコース料理のことではない。また、必ずしも和食と同義でもない。もとをたどれば、南方中国的な精進料理であり、温石の保温時間くらいに一時ばかりの空腹をしのぐに過ぎない食事を意味しているのである。

懐石の誕生とともに、吸い物や葛切りやそうめんも生まれた。江戸期に入ると、こうした茶事の懐石はさらに見事な調理力を発揮して、原則として一汁三菜を求めるようになった。



HIGASHIYA GINZAの一汁三菜（東京都 銀座）

伝統美を追求する現代の“日本のティーサロン”「HIGASHIYA GINZA」のランチメニュー。節気茶、主菜と副菜3種、節気汁、御飯、香の物、季節の生菓子。二十四節気で内容が変わる。



日本の風景に溶け込む 洗い晒しのジーンズ

日本で初めてジーンズを穿いたのは白洲次郎だといわれている。1960年代に国産ジーンズの製造がはじまって半世紀が経過した現在、丈夫なデニム素材のジーンズは日本人の生活に欠かせないものになった。ファッションとしてはもちろんのこと、風景にすら馴染んできた。たとえば、都会の賃貸アパートの窓際につるされた洗い晒しのジーンズなどは「間にあわせ」のジャパニーズ・アーバン・スタイルとして様になる。

洗い晒しというのも日本流のポイントだ。洗い晒しの風合いを生み出すストーンウォッシュ加工を開発したのは日本の企業だった。古びた色合い、クタクタ感や破れ穴、負の美しさを遊ぶダメージジーンズは、日本人のワビ・サビ感覚ととてもマッチするのだろう。「ジーパン」「ジーンズ」「デニム」と愛称は移り変わりながらも、ずっと若者とともにある現代日本のワビ・スタイルだ。

ビッグジョンのダメージデニム（岡山県倉敷市）

国産ジーンズ第一号は岡山県倉敷市のマルオ被服（現・株式会社ビッグジョン）が縫製した「キャントン」だといわれている。1980年にはビンテージ加工技術としてムラ糸を世界に先駆けて開発した。

Books for Japan Editing

異人さんが見たニッポン



『日本奥地紀行』

イザベラ・バード (著) 高梨健吉 (訳)
平凡社 2000

文明開化の波に飲み込まれゆく日本の、失われた奥地の営み。その風景を率直に綴る英国人女性による紀行文。マージナルな日本の姿がここに。



『新編 日本の面影』 『新編 日本の面影 II』

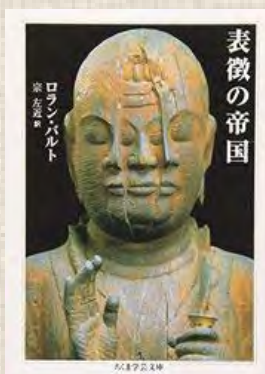
ラフカディオ・ハーン (著) 池田雅之 (訳)
KADOKAWA 2000・2015

美しい日本の愛すべき人々と風物を繊細な眼差しで描いたハーンの代表作。失われゆく日本の姿を詩情豊かに描く、想いの込もった一冊。

『表徴の帝国』

ロラン・バルト (著) 宗左近 (訳)
筑摩書房 1996

天ぶら、庭、歌舞伎の女形からパチンコ……。日本に対する常識と驚きを「零度」に解体して読み解く。記号学者が解析した詩的の日本。



『日本力』

松岡正剛、エバレット・ブラウン (著) パルコ出版 2010

異邦人の目に映る日本から、忘れられた日本を見つめ直すきっかけが開かれる。日本を内から語るだけにあらず。複数の目で語ることに日本力が発揮されるのだ。



『WA デザインの源流と形相』

ロッセッラ・メネガッツォ、ステファニア・ビョッティ (著)
美術出版社 2017

日本の伝統工芸や民芸に宿る美しさの影響源を、木、紙、鉄など素材ごとに新旧のオブジェを並べて見比べる。日本のデザインの真髄が浮き彫りにされる。

『YOKAI NO SHIMA』

日本の祝祭一万物に宿る神々の仮装
シャルル・フレジェ (著) 青幻舎 2016

フランス人写真家の眼に映る日本の祭りや年中行事に出現する仮面や装束からは、力強く奇怪で美しい、個性豊かな日本が溢れている。

『風土の日本—自然と文化の通感』 オギュスタン・ベルク (著)
篠田勝英 (訳) 筑摩書房 1992

『ビゴーが見た明治ニッポン』 清水勲 (著) 講談社 2006

『バーナード・リーチ日本絵日記』 バーナード・リーチ (著)
柳宗悦、水尾比呂志 (訳) 講談社 2002

『美しき日本の残像』 アレックス・カー (著) 朝日新聞出版 2000

『果てなく美しい日本』 ドナルド・キーン (著) 足立康 (訳)
講談社 2002

『「縮み」志向の日本人』 李御寧 (著) 講談社 2007

『菊と刀 日本文化の型』 ルース・ベネディクト (著)
長谷川松治 (訳) 講談社 2005

『菊とポケモン—グローバル化する日本の文化力』
アン・アリスン (著) 実川元子 (訳) 新潮社 2010

『Wabi-Sabi わびさびを読み解く for Artists, Designers, Poets & Philosophers』 レナード・コーレン (著)
内藤ゆき子 (訳) ビー・エヌ・エヌ新社 2014

『にほんとなニッポン—読みとばし日本文化譜 Seigow Remix』
松岡正剛 (著) 工作舎 2014

Books for Japan Editing

日本のイメージーション



『無縁・公界・楽』 —日本中世の自由と平和— 網野善彦 (著) 平凡社 1996

世俗の縁や法からはぐれて、戦の危険からも守られた平和な暮らしを送る人たちがいた。貧・飢・賤と結びつきながらも無縁・公界・楽と呼ばれる場は展開していたのだ。



『擬 MODOKI』 —「世」あるいは別様の可能性— 松岡正剛 (著) 春秋社 2017

「世」はすべて「擬」でできている。能、歌舞伎、茶の湯、俳諧から現代のサブカルチャーまで、日本の表象文化は「ほんと」と「つもり」を擬き続ける。日本の面影を追う一冊。



『ヤンキー人類学』 —突破者たちの「アート」と表現— 網の津ミュージアム (監修) フィルムアート社 2014

リーゼントや変形学生服、特攻服に改造車、デコトラなど、悪趣味さながらの過剰な装飾に代表されるヤンキー文化には、日本の美意識が染み付いていた。



『21世紀の民俗学』 畑中章宏 (著) KADOKAWA 2017

自撮り棒、アニメ聖地巡礼、河童の選挙権……。未来のような過去は、あまりに古くて新しい。最新テクノロジーや流行に民俗学からアプローチする、新時代のリアル！



『The Folk』 西村裕介 (著) リトルモアブックス 2015

日本各地に伝承される郷土芸能の美しい装いと力強い舞いに魅せられた写真家は、日本各地の祭りを撮り続けた。その写真たちは、目もくらむほどの異形で土着な輝きに満ちている。

『日本の祭』 柳田国男 (著) 角川学芸出版 2013

『日本の民俗—祭りと芸能』 芳賀日出男 (著) KADOKAWA 2014

『ニッポンのマツリズム—盆踊り・祭りと出会う旅』
大石始 (著) ケイコ・K・オオイン (写真)
アルテスパブリッシング 2016

『境界の発生』 赤坂憲雄 (著) 講談社 2002

『境界の中世 象徴の中世』 黒田日出男 (著)
東京大学出版会 1986

『異人論—民俗社会の心性』 小松和彦 (著) 筑摩書房 1995

『河原者ノススメ—死穢と修羅の記憶』 篠田正浩 (著)
幻戯書房 2009

『フラジャイル—弱さからの出発』 松岡正剛 (著) 筑摩書房 2005

『風姿花伝・三道 現代語訳付き』 世阿弥 (著) 竹本幹夫 (訳注)
角川学芸出版 2009

『能』 高橋睦郎 (著) ビエ・ブックス 2010

『かぶき発生史論集』 郡司正勝 (著) 鳥越文蔵 (編) 岩波書店 2002

『大いなる小屋—江戸歌舞伎の祝祭空間』 服部幸雄 (著)
講談社 2012

『間道—見世物とテキヤの領域』 坂入尚文 (著) 新宿書房 2006

『見世物研究』 朝倉無声 (著) 筑摩書房 2002

『見世物小屋の文化誌』
鶴飼正樹、北村皆雄、上島敏昭 (編著) 新宿書房 1999

『ゴジラとナウシカ—海の彼方より訪れしものたち』
赤坂憲雄 (著) イースト・プレス 2014

『ラーメンと愛国』 速水健朗 (著) 講談社 2011

『ヤンキー文化論序説』 五十嵐太郎 (編著)
都築響一 ほか (著) 河出書房新社 2009

『世界が土曜の夜の夢なら—ヤンキーと精神分析』
斎藤環 (著) 角川書店 2012

『族の系譜学—ユース・サブカルチャーズの戦後史』
難波功士 (著) 青弓社 2007

『ROADSIDE JAPAN—珍日本紀行 東日本編』

『ROADSIDE JAPAN—珍日本紀行 西日本編』
都築響一 (著) 筑摩書房 2000

『「かわいい」論』 四方田犬彦 (著) 筑摩書房 2006

『世界カワイイ革命』
—なぜ彼女たちは「日本人になりたい」と叫ぶのか—
櫻井孝昌 (著) P H P 研究所 2009

『ギャルと「僕ら」の20年史』
—女子高生雑誌Cawaii!の誕生と終焉—
長谷川晶一 (著) 亜紀書房 2015

『カワイイ文化とテクノロジーの隠れた関係』
横幹 (知の統合) シリーズ編集委員会 (編) 東京電機大学出版局 2016

『日本の想像力の未来—クール・ジャパノロジーの可能性』
東浩紀 (編) NHK出版 2010

『食品サンプルの誕生』 野瀬泰申 (著) 筑摩書房 2017

『食品サンプル百貨店』 竹村真奈、小西七重 (編著)
キャンビット 2016

Books for Japan Editing

忘れられた日本がここに

『逝きし世の面影』

渡辺京二 (著)
平凡社 2005

開国以前の在りし日のこの国の文明は、異邦人の目には実に豊かに映った。外国人の手記を手掛かりに、近代日本が失ってきたものの意味を根底から問う。



『日本流』

松岡正剛 (著) 筑摩書房 2009

本来を見失い将来が見通せない日本を、童謡「歌を忘れたカナリヤ」に託してはじまる異色の日本論。見立て、数寄、趣向、面影、うつろひなど、多様で一途な日本の方法を説く。



『手仕事の日本』

柳宗悦 (著) 講談社 2015

日本各地で名もなき工人がつくる民衆の手仕事の「用の美」を訪ね歩いた柳宗悦。日本人の暮らしに欠かせない生活道具の美を、自らの眼で見極めた、「民藝運動」創始者の記録。



『茶の本』

岡倉天心 (著) ソートン不破直子 (訳) 春風社 2009

茶道とは、精神を修養し、交際の礼法を極めるものである。日常の事実における美の崇拜という霊性は、西洋文明に対する警鐘として東洋と西洋の懸け橋となる。



『拈華』

緒方慎一郎、川本論 (著) 青幻舎 2017

日本の美を革新し続ける緒方慎一郎がプラントアーティストと挑んだ草木花のしつらえ。生け花でもフラワーアレンジメントでもない「現代の花」が咲く。

『日本を知る105章』 コロナ・ブックス編集部 (編) 平凡社 2001

『忘れられた日本人』 宮本常一 (著) 岩波書店 1984

『日本という方法—おもかげ・うつろいの文化』 松岡正剛 (著) NHK出版 2016

『日本数寄』 松岡正剛 (著) 筑摩書房 2007

『花鳥風月の科学』 松岡正剛 (著) 中央公論新社 2004

『美しいもの 白洲正子エッセイ集<美術>』 白洲正子 (著) 青柳恵介 (編) KADOKAWA 2015

『いのちとかたち—日本美の源を探る』 山本健吉 (著) 角川書店 1997

『日本美を哲学する—あはれ・幽玄・さび・いき』 田中久文 (著) 青土社 2013

『日本の五感—小堀遠州の美意識に学ぶ』 小堀宗実 (著) KADOKAWA 2016

『数寄語り』 潮田洋一郎 (著) KADOKAWA 2016

『茶と美』 柳宗悦 (著) 講談社 2000

『「いき」の構造 他二篇』 九鬼周造 (著) 岩波書店 1979

『陰翳礼讃』 谷崎潤一郎 (著) 中央公論新社 1995

『手仕事の日本』 柳宗悦 (著) 講談社 2015

『民藝の日本 柳宗悦と「手仕事の日本」を旅する』 日本民藝館 (監修) 筑摩書房 2017

『日本再発見—芸術風土記』 岡本太郎 (著) KADOKAWA 2015

『神秘日本』 岡本太郎 (著) KADOKAWA 2015

『Katachi 日本のかたち—Japanese Sacred Geometry 新装版』 岩宮武二 (写真) 高岡一弥 (アートディレクション) パイインターナショナル 2011

『MADE IN JAPAN—素のものたち』 内田綱一 (著) アノニマ・スタジオ 2011

『包む—日本の伝統パッケージ』 目黒区美術館 (編) ビー・エヌ・エヌ新社 2011

『MIYAKE ISSEY展—三宅一生の仕事』 三宅一生、青木保 (監修) 求龍堂 2016

『デザイン物産展ニッポン』 ナガオカケンメイ (企画・構成) 日本デザインコミッティー (制作) 美術出版社 2008

『もうひとつのデザイン—ナガオカケンメイの仕事 (d books)』 ナガオカケンメイ (著) D&DEPARTMENT PROJECT 2018

『作る力—creators for everyday life』

『繋ぐ力—ideas for next Japan』 生活工芸プロジェクト (著) リトル・モア 2011・2012

『工芸とデザインの境目』 深澤直人 (監修) 六耀社 2016

『「世界一の金属の町」 燕三条の刃物と金物—暮らしの道具135選』 中川政七商店 (編) 平凡社 2016

日本を語り継ぐために

日本が世界に誇るモノやコトやヒトのラインナップは、実に豊かだ。列島の津々浦々の自然、繊細な職人の技能、豊かな四季の風景、素材を生かす食と酒、先端を拓くテクノロジー、海外を魅了するポップカルチャー。こうした日本の魅力の数々は、世界に向けて発信したいこの国の大切な資源でもある。

しかし、どんな文化背景を持つ商品も産業も、それを育んできた相応の文脈を持たないまま切り売りされるとしたら、あっという間に世界中に溢れるコモディティに紛れ込んでいく。その競争に向かっていけば、長きにわたって蓄積してきた文化資産はやがて摩耗の一途をたどり、いつしか本来何を売り出したかったのかさえ見失いかねないことになるだろう。そうなる前に、日本の記憶と面影を丁寧に手繰り寄せ、いくつものストーリーとして未来に向けて語り直す手当てが必要だ。

この国の魅力を「クールジャパン」として売り出すのであれば、ではいったい何が「クール」なのか、どのへんが「ジャパン」なのか、わたしたちはよくよくそこを見極め、語るための努力をしないとまらない時期にきている。


クールジャパンを生み出す日本流メソッドロジー

世界を魅了する多種多様な日本のモノやコトの背景には、この国に脈々と流れるある特徴を持った感性や才能や方法がある。

日本の得意技は「アナロジー」にあるとあっていい。「見立て」をはじめとした連想力・推感力が、日本のさまざまな芸能・しきたり・教養をつくってきた。ロジカルの前にアナログカルであることを重んじる。

「ワビ」の中に極上の風景をイメージできるのも、「キワ」に見当をつける職人技も、LINEスタンプのハイコンテキストなやりとりも、アナロジーの力の為せる技だ。

そのアナロジーは、外から取り込んだ価値を自分たち流にアレンジしていくプロセスにも発揮された。中国から採り入れた漢字から仮名文字を生み出し、仏教を日本流に編み直しながら神々と共存するスタイルを仕上げていった。カフェラテは抹茶ラテに、拉麺は醤油ラーメンや味噌




ラーメンに、ゴシック風をゴスロリに、外側のピンときたものを日本にじっくりくるものにアレンジする創造力は、いまでも随所で発揮されている。

そして日本は、アナロジーの力とアレンジの才能を駆使しながら、組み合わせで勝負する。たった一人のスーパースターよりも、アワセ・カサネで価値を見出すのが日本だ。AKB48やジャニーズやEXILEのような変幻自在に姿を変えるアイドルグループも、バラエティ番組に並ぶひな壇芸人も、「アソシエーション」の工夫でしのぎを削る。

日本流メソドロロジーともいうべきこの「3A」(AnalogyとArrangeとAssociation)、「クールジャパン」の源をたどっていくと、こうした柔らかな見方を動かす思考エンジンが多様に重なり合い、関係し合っていることがわかる。唯一普遍の主題をロジカルに扱うことよりも、その場その場の状況や文脈にアナログカルに対応するイマジネーションとクリエイティビティこそが日本人の才能となった。そうして育まれた社会文化への細やかな観察力や察知力は、空気を読むこと、相手を慮ること、おもてなしに心を尽くすことといった日本人の美意識・美徳につながっている。

カオスの縁から立ち上がる日本

日本人は複雑さを許容する。そもそもわたしたちを取り囲む世界は、経済であれ気象であれ生命であれ世間であれ、「複雑系」に溢れている。複雑系とは、部分と全体が相互に影響しながら、要素の分析からは予想のつかない「創発」がおこる系をいう。1980年代にサンタフェ研究所で研究がはじまって以来、従来の要素還元的な科学では捉えきれない現象を扱う科学として現在も研究が続く分野だが、日本の連歌のような座の文化は、まさにこの複雑系を場ごとマネージしたものだった。一座建立してアワセ・カサネ・キソイ・ソロエに遊ぶ連歌は、一人と一座が相互に響き合い、多様な意味が複雑に絡み合う中で、要素に還元できない意味の創発を楽しむ場だった。そこから茶の湯の文化が生まれ、心敬の「冷え寂び」のような極限の美意識が発生した。以降「冷え寂び」は



禅と交わりながら、「枯山水」のイメージーション、重森三玲の余白、イサム・ノグチの不完全の美、川久保玲の黒の衝撃、MUJIのミニマルライフにまでつながっている。日本の「引き算の美学」の源流は、アワセ・カサネのキワから生じるカオスの縁にあったのだ。

ではなぜ日本は、複雑なものを複雑なままに扱うことに長けてきたのか。そこには、芸道や技能の継承の中で磨かれてきた「型」の関与があった。「型」は「間（ま）」とともにある。マニュアル化できない「間」の中に、動きを持った「型」が生まれ、職能の伝統を守る「家」の単位で型が継がれていった。観阿弥や川上小白といった芸道者たちが、こうした型を「序破急」「守破離」「真行草」といったストラクチャーに仕立て、学びや上達のプロセスまるごとを包み込んだ。日本の「型」とはいわば、記憶の文化である。日本人のアナロジーの力が、それを育む土壌となった。

かつてアメリカのビッグ3を脅かしたトヨタの「かんぼん方式」も、オリンピックを湧かせた小さな日本人選手の活躍にも、複雑な動きを複雑なままにマネージする優れた型の力があつたことだろう。

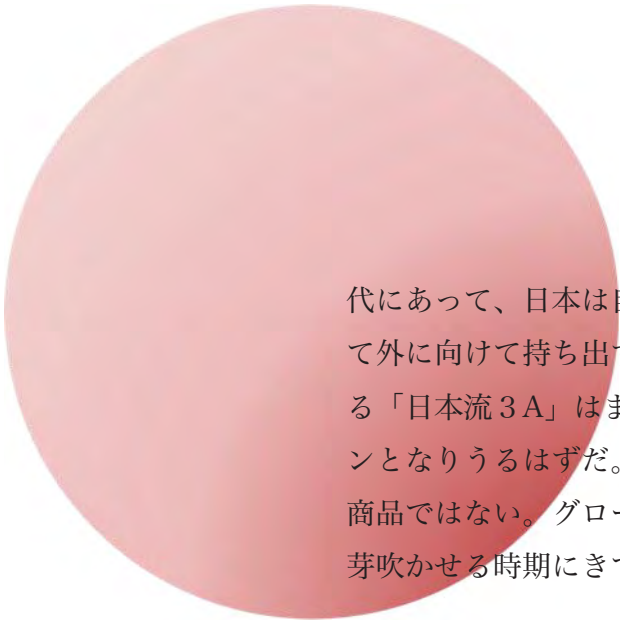
VUCAと日本流

世界はVUCAの時代に突入したといわれている。VUCAとは、Volatility（変動性）、Uncertainty（不確実性）、Complexity（複雑性）、Ambiguity（曖昧性）の頭文字を取った造語で、世界全体が極めて予測困難な状況に直面しているという21世紀の時代認識でもある。

急速に進んだグローバルゼーションの中で、日本企業もまたこの時代環境に翻弄される一員であろうが、考えてみればこれらはすべて日本が文化に内包してきた特徴であり得手でもある。変化に寄り添い

（Volatility）、不確実なもの遊び（Uncertainty）、複雑さを暮らしに生かし（Complexity）、曖昧さを共有してきた（Ambiguity）。

八百万の神とともに、VUCA的な環境を取り込んで文化の豊かさに変えてきたのが、日本なのだ。世界中がますます混迷を極めるVUCAの時



代にあって、日本は自らが育んできた方法を改めて見直し、誇りを持って外に向けて持ち出す時期にあるだろう。クールジャパンの背景に流れる「日本流3A」はまた、行き詰まる世界に提示すべき一つのオプションとなりうるはずだ。日本が世界に打ち出したい文化は、単なる国家的商品ではない。グローバルスタンダードの隙間から、いよいよ日本流を芽吹かせる時期にきている。

Japan Editing～日本の物語を編集する

こうした日本流の芽吹きを全国津々浦々で起こすためには、各地の文化や産業を、文化のコンテキストごと日本の物語として語り直す活動を、多くの人々に広げていくことが肝要だ。そのためには、表層の魅力を、中層・深層の文化背景とつなげて語るための再編集が必要になる。当資料ではそうした語り方のモデルを「Japan Editing」としていくつか紹介をしている。中層・深層にうごめく「Japan Concepts」を物語の入り口として、表層にあらわれているクールジャパンを語り直す試みをした。

この資料で紹介できた「Japan Editing」の素材や見方は日本語のごくごく一部にとどまるが、こうした物語のモジュールを蓄積していくことによって日本の魅力を世界に持ち出す足場は厚く豊かになっていくはずだ。願わくば、一人一人が日本人として自らの言葉で日本語りを試みてほしい。そうした国民の活動を支える、文化的装置も必要だろう。全国各地での学習プログラム、物語を掘り起こし蓄積する文化のシンクタンク、成果をアワセ・カサネるための多様な機会……。やがて日本中が、その本来の物語を生き生きと語りはじめたとき、世界が憧れる「クールジャパン」は、いよいよ本物の日本の文化資産となっていくことだろう。当資料が、その取っ掛かりとなることを期待したい。

2018年3月30日 編集工学研究所

Special Thanks



アソビシステム株式会社
石黒浩
太田真三
苅部太郎
株式会社キタンクラブ
株式会社講談社
株式会社集英社
株式会社小学館
松竹株式会社
株式会社SIMPLICITY
株式会社晋遊舎
株式会社世界一統
株式会社ソニー・ミュージックアーティストズ
高瀬智司
株式会社タダフサ
舘鼻則孝
株式会社テレノイド
TOSAWASHI PRODUCTS 事務所
豊田福樹園
祇園ない藤
公益財団法人日本相撲協会
株式会社能作
株式会社バグース
株式会社ビッグジョン
株式会社ファッションストリーム
株式会社フィルムアート社
有限会社藤プランニング「みかわ工房」
株式会社ポケモン
丸栄タオル株式会社
丸和商业株式会社
美柑和俊
南信州広域連合
株式会社三松
公益財団法人三宅一生デザイン文化財団
公益財団法人樂美術館
株式会社良品計画
株式会社WASARA

敬称略・五十音順

NIHON-GATARI-SHO

日本語り抄

Guidelines for Narrating Japanese Culture

日本の物語編集のためのガイド



内閣府知的財産戦略推進事務局委託事業

監修 : 松岡正剛
企画・構成 : 安藤昭子
編集・執筆 : 仁禮洋子 清塚なずな 金宗代
制作 : 株式会社編集工学研究所
発信 : 内閣府知的財産戦略推進事務局

内閣府及び関係省庁は、有識者や関係者からのインプットを得つつ、政府のクールジャパン戦略の深化を図っている。クールジャパンを効果的に発信・展開し、外国人に日本のモノ・コト・サービスをより高い付加価値をもって消費してもらうため、それぞれの魅力を含蓄のあるストーリーとして、また背景にある歴史、文化といったコンテキストを通じて、いかに効果的に発信するかは重要なテーマの一つである。内閣府知的財産戦略推進事務局は、このような問題意識のもと、クールジャパン関連企業、地方自治体、関係機関などが、各々の商品、サービス、観光地、地域文化等の魅力的な発信・展開に資するストーリーやコンテキストづくりの参考とできるモデルの一例を示す目的で、編集工学研究所に本事業を委託したものである。



編集工学研究所

EDITORIAL ENGINEERING LABORATORY