

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」のイマジネーション、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。

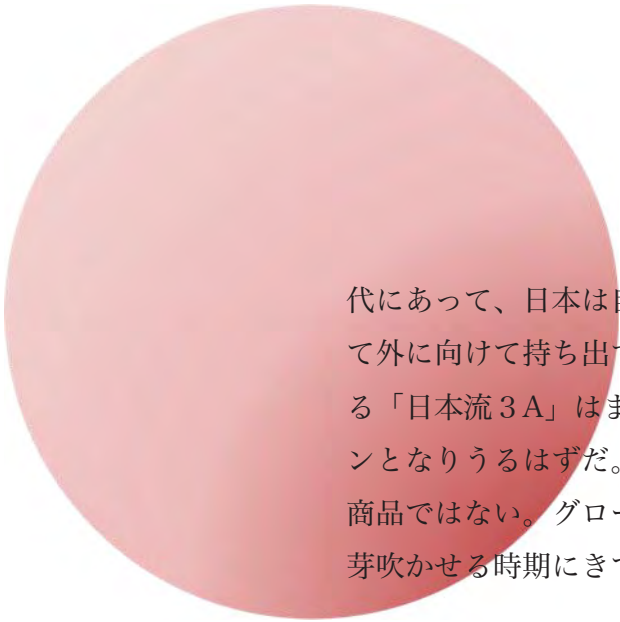
VUCAと日本流

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化の中で、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ツ
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