

## 一億総「カワイイ」の日本 低知力の社会に



かわいい少年がスーパー探偵ぶりを示す「名探偵コナン」、ピンク色の口紅で頭にはリボンを結んだ店員たち、ぬいぐるみを肌身離さず持ち歩く会社員……日本人ほど極端に「カワイイ」を追い求める民族は世界中どこにもいない。「中国経済週間」が伝えた。

日本のある化粧品会社が行った調査によると、20歳から30歳前後の日本人女性は漫画やアニメのキャラクターが大好きで、無邪気な少女風・ドール風に装うのを好むという。彼女たちは立ち居振る舞いでも「カワイク」するのが好きで、恐いときには大声で「キャーッ」と叫び、怒ったときには文字通り地団駄を踏む。30歳をいくつも過ぎたキャリア女性でさえ天真爛漫な少女風で、その年齢にふさわしい成熟や果断さ、独立心などを備えていないという。

今では日本人男性も「カワイイ」ブームに参入している。日本のテレビや映画には携帯電話に「カワイイ」デコシールを貼った男性や、斜めがけしたカバンにマスコットをつけた男性など、細部に少年の無邪気さを宿した男性が数多く登場する。

日本に暮らして15年になる有人の話によると、日本企業には厳格な階層があるが、「カワイイ」部下は上司に可愛がられやすい。上司の方でも彼らを脅威とみなさないため、うち解けた上下関係が築けるといふ。こうしたわけで、大人たちの中には無意識に「カワイク」なることを受け入れる者が出てくる。こうした人たちの潜在意識では、社会人になることは子どもの成長のようなもので、だからこそ子どもで居続ける道を選ぶのだという。

だが最近、日本の識者からこんな声が聞かれるようになった。「カワイク」装い、もの

を考えず、流行に押し流されるという行為は、日本民族の集団としての知力が衰退しつつあり、日本が低知力の社会に突入したことを示しているのだ、と。

## 一億総「カワイイ」の日本 低知力の社会に (2)

日本の有名経営コンサルタントの大前研一氏は、最近の著作「『知の衰退』からいかに脱出するか？」の中で、バブル経済崩壊後の日本社会のさまざまな問題は、集団としての知力の衰退に原因があると述べて、各界の注目を集めた。

日本の一連の社会現象に大前氏は心を痛め、次のように述べる。テレビ番組で「納豆がダイエットに効く」と聞けば、次の日にはスーパーで納豆が売り切れる。10年前、若い男性は就職した後は車を買うことが目標で、小さい時から夢見てきた女の子とのドライブデートを実現させようとしていたものだが、今の若者はこんな事にすら興味がなく、携帯電話があれば満足という状態で、「ケータイを持ったサル」になってしまった。

大前氏は、日本人の集団としての学ばない、考えない、無責任な姿勢が、日本人を「経済素人」にしてしまったといい、これが日本経済低迷の真の原因だと指摘する。大前氏は、今の若者は自分の周囲3メートル以内のことにはしか興味がない、と嘆く。

日本の共同通信社の報道によると、日本政府の内閣における会議で、このほど約5兆500億円規模の追加経済対策をうち出すことを決定した。対策の柱は1兆円の公共事業プロジェクトで、雇用と人材育成、成長戦略の推進、育児・医療・介護・福祉、

地方の活性化、中小企業対策、制度・規定の改革などが含まれる。だが「東京新聞」の報道によると、このほど発表された調査結果では、追加経済対策をうち出しても、日本企業の8割は先行きに不安を感じており、日本経済が再び低迷するのではないかと懸念しているという。

大前氏はさきの著作の中で次のように述べる。政治は社会の縮図だ。世界中が日本の首相の度々の交代劇に驚きを感じているが、今の日本社会をみれば、あれほど多くの首相が「逃げる」のも理解できなくはない。こうした民族的な、集団としての思考の欠如がもたらすものは、欲望や向上心の喪失だ。日本人はすぐにも学習して、素質を向上させなければならない。(編集 KS)

「人民網日本語版」2010年10月28日