

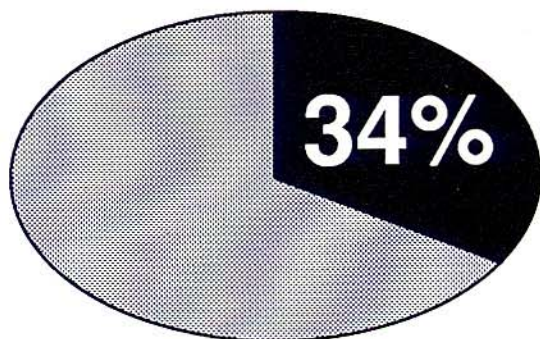
生活新聞

今、「何をもつか・何をするか」より「何をもたないか・何をしないか」が、その人のアイデンティティを浮き彫りにする。固辞する！という側面から眺めた方が人と人の差異が見えやすい。飽食化した『欲しい』『したい』の裏側で、先鋭化する『もたない』『やらない』。この、負のこだわり、負の美意識に露呈される【その人らしさ】を

不可価値観と呼びました。★

不可とする物事が鮮明に映しだす価値観。人も企業も、互いの姿が見えにくい時代だからこそ、不可価値観の表明が好感を誘う。その人、その企業が、何を選択しないかで、相手から『みとめられる』、そんな関係が始まりそうな気がします。★

背中泣いてる 人の差異。



今、どうしても欲しいものが思いあたらない。
(生活定年90年：東阪2000サンプル)

●どうも、最近、調査をしても人の価値観が見えてこない。人と人の**差異が見えてこない**。いったい、みんな何を大切に生きているんだろう？これまでの生活者分析は、その人が「何を掴み取ろうとしているのか」を追いかけてきたけれども、ここへきて、別の視点が必要な気がする。

●で、思い切った提案です。差異が見えない、というのは、人を表からばかり眺めているからなんじゃないかと。みんなが同じことを知っている（知りうる）みんなが同じモノをもっている（もちうる）時代。「欲しい」「したい」という正のこだわりで元気がなくなっているのかもしれない。そこで、人を裏から眺めてみたらどうかと考えた。モノも行動も、**何を選択しないか**、で人をとらえていけないか。「もたない」こだわり「やらない」こだわりを知ることで、差異が見えてく

るんじゃないか。そう言えば、あなた自身も今、何をもたないか、しないかを大切に生きていませんか？そこに自分のヨリドコロや美意識を見いだせそうな気がしますませんか？

●負のこだわりが気になる時代背景を考えてみよう。ここに、一つの広告がある。

オレはオレだ。「トレンディ」なんてコトバに、おびえるのは、もうゴメンだ。こま切れに押し寄せる情報に、振り回されるのは、もうゴメンだ。いったい、ホントにやりたいことって、何なんだ？ホントに、好きなことって、何なんだ？自分らしさって、何なんだ？

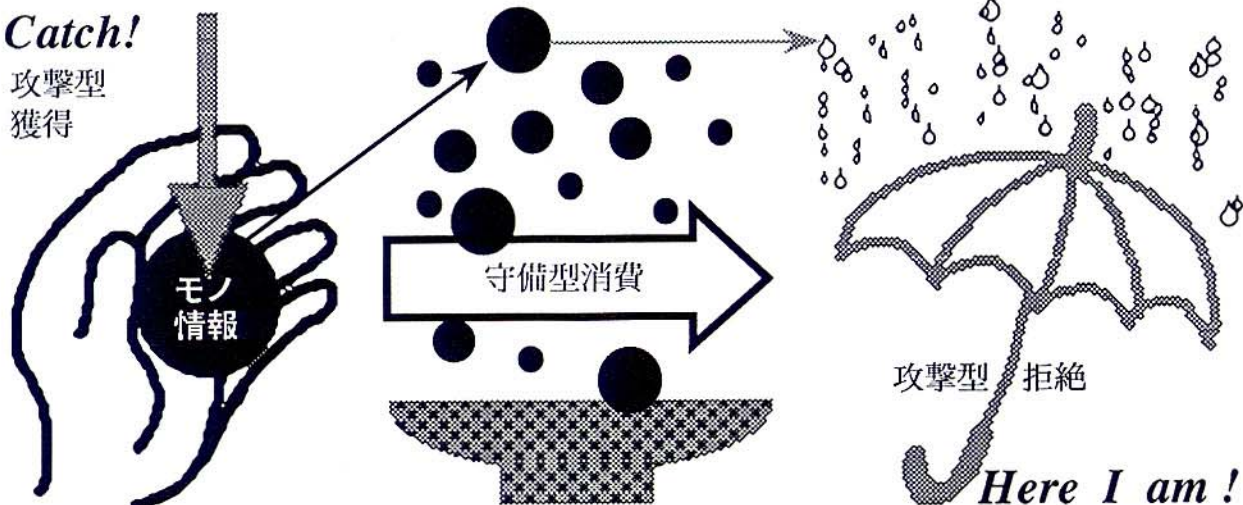
小学館の月刊誌「DENIM」の創刊告知だ。何やら叫びに聞こえませんか。

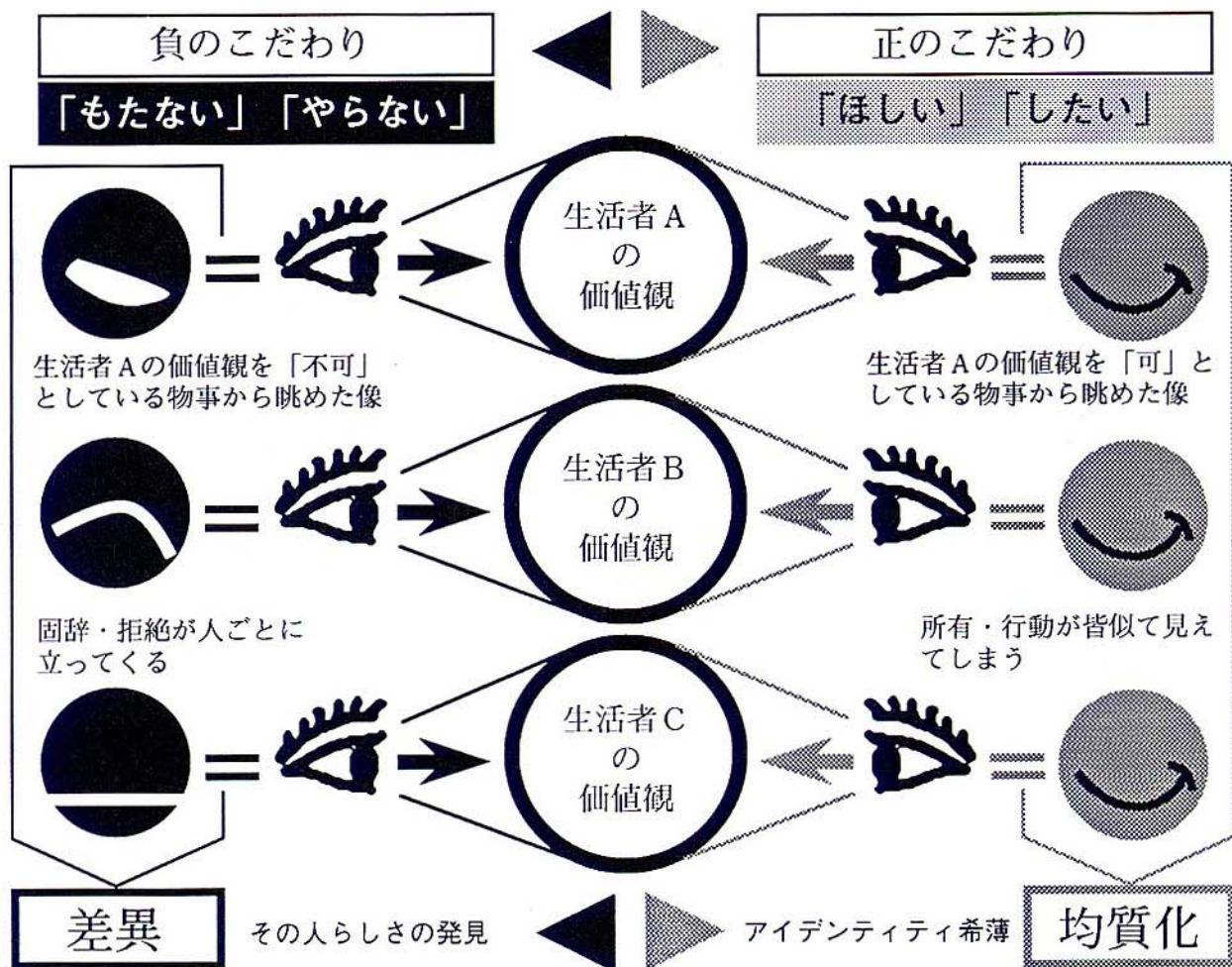
●モノや情報が少なかった時代は『**つかみとる**』ことがその人のアイデンティティだった。選択肢の広がった80年代は『**なんでもやってみよう**』の時代だ。そして、誰もが同じ物事をつかみ取れる今、シャワーのように降ってくるモノや情報に『**傘をさし**』、その傘の下から「僕はココにいるよ」と叫んでるのかもしれない。

●当然、人々が「もつ」「やる」に消極的になったということじゃない。もつこと、やること、それが生活だ。問題は、それが『**こだわり**』と呼ばなくなってきている、ということ。今の消費姿勢は選択肢が少なかった時代に比べれば、とても守備的だと思う。ま、いろいろやってみただけさ、とりあえず買っておこう、だ。**とりあえずに「こだわり」や「自分らしさ」という言葉は似合わない**。じゃ、君は誰だ？差異は何処に？そうだ、君のやらないことがあるじゃないか。攻撃的拒絶に

Catch!

攻撃型
獲得





にこそ、あなたらしさが潜んではいないか。
 ●結局、その人らしさを探す話なんです。一人の価値観は一つだ。とても複雑な形をしてるだろうけど、一個のものだ。それを、どのアングルから見たら見えやすいかは、時代で変わる。

	88年	90年
多くの人が同じものをもつと興味なくなってしまう (生活定点時系列データ)	20%	34%

生活の中に、**自らのこだわりとして、取り入れないことは何か、という窓**から覗けば、よりフォーカスが、はっきりするかもしれない。人は、モノや情報を、いつも評価している。そう、優・良・可・不可と。今、ある個人にとっての**優・良・可の差が、本人も見えない**のかもしれない。生活の可方向は他人との関係においても、個人の中でも

微差、微差、微差。そこを、深くリサーチして正（プラス）の側から、きっちりしたアイデンティティを発見していくことも大切。でも、可と不可のボーダーをまたいじったらどうだろう。不可をダイレクトに追求し、負（マイナス）の側からその人の価値観をあぶり出すことにも意味があるんじゃないか。**負から眺める価値観を不可価値観なんて、呼んでみました。**

今、あなたはバーのカウンターにいる。あなたは、カクテルという飲み物を、美意識において憎んでいたとする。そこで、あなたは、ビールばかりをおかわりしている。バーテンダーは思っているだろう。「ああ、この人はビールの好きな方なんだな」。しかし、あなたは、こう言いたいんじゃないか。「カクテルがキレイな〇〇です。ビールをください」と。

3人に1人、拒否ゆえに我あり。

●さて、人々は、どの程度、負のこだわりを有しているのか。負のこだわりがたくさんある人、あまりない人、200人に聞いてみた。

【自分らしさについての街頭自記入アンケート調査】：20代女性（有職）／30代男性／40代主婦（有職&専業）／50代男性、各50サンプル◆92年5月、東京にて実施

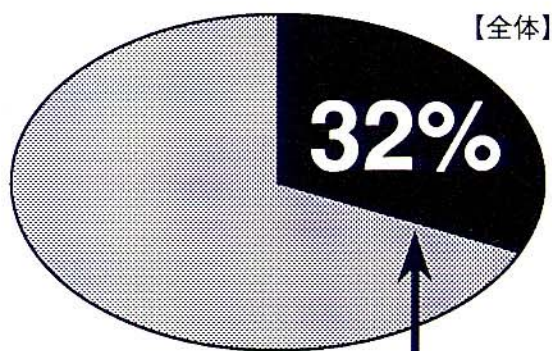
●まず、ぶしつけな質問。「何を／する」「何を／しない」、どちらに自分らしさが露呈しているかをたずねた。結果は、何を／しないかに露呈する人が30%、何を／するかに露呈する人が32%。3人に1人の人は、その価値観を不可価値観として説明できる、ということのようだ。どうも、前頁の生活定点のデータといい、**負のこだわりから生活者を眺めていこうとすると**なにかと**3割という数字に突き当たる**。この3割という数字、決してマジョリティではないが、無視できない規模でもある。この「気になる、でもどう扱おうかな」と、ちょっと考えさせる所が不可価値観という概念の現在地なのだ。

●このデータを性年代別に眺めると面白いことがわかった。それは**30代男性の不可ジレンマ**だ。30代男性は、別質問で、他のどの層よりも「積極的にやりたいことより、積極的にやりたくないことの方がはっきりしている」と答えているながら「何を／しないかに自分らしさが露呈している」という回答は最低。モノや行為に対する不可願望を抱いているながら、拒否として、実現できていないんじゃないか。セイブ・ザ・サーティーズ！逆に**20代女性は「やりたくないことは、やらない。それが自分らしさよ！」**

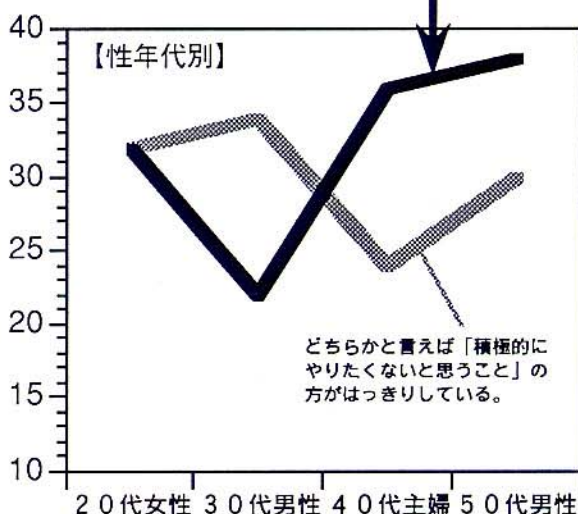
●次に、30個の生活領域別に、負のこだわりの有無を調べてみた。（右頁図参照）性年代別の不可価値観を知るための30の覗き窓だ。何処に強い不可反応がでたか。4層それぞれが、1位になっている項目をあらってみよう。20代女性は、ファッション、インテリア、余暇関係で「もたない」「しない」こだわりを有する人が他層に比べ多い。20女は『不可遊び』で自己主張。同様に40主婦は『不可食生活』で自己主張。30男は『不可サービス』、50男は『家族・縁者がらみの不可』で自己主張。

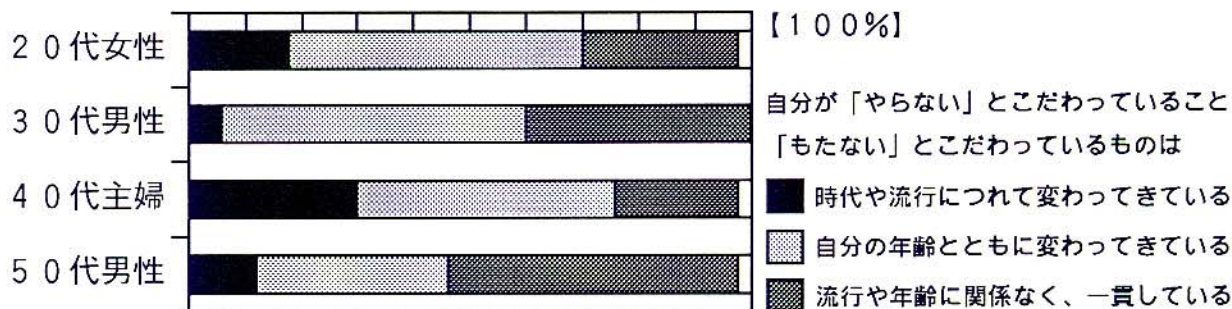
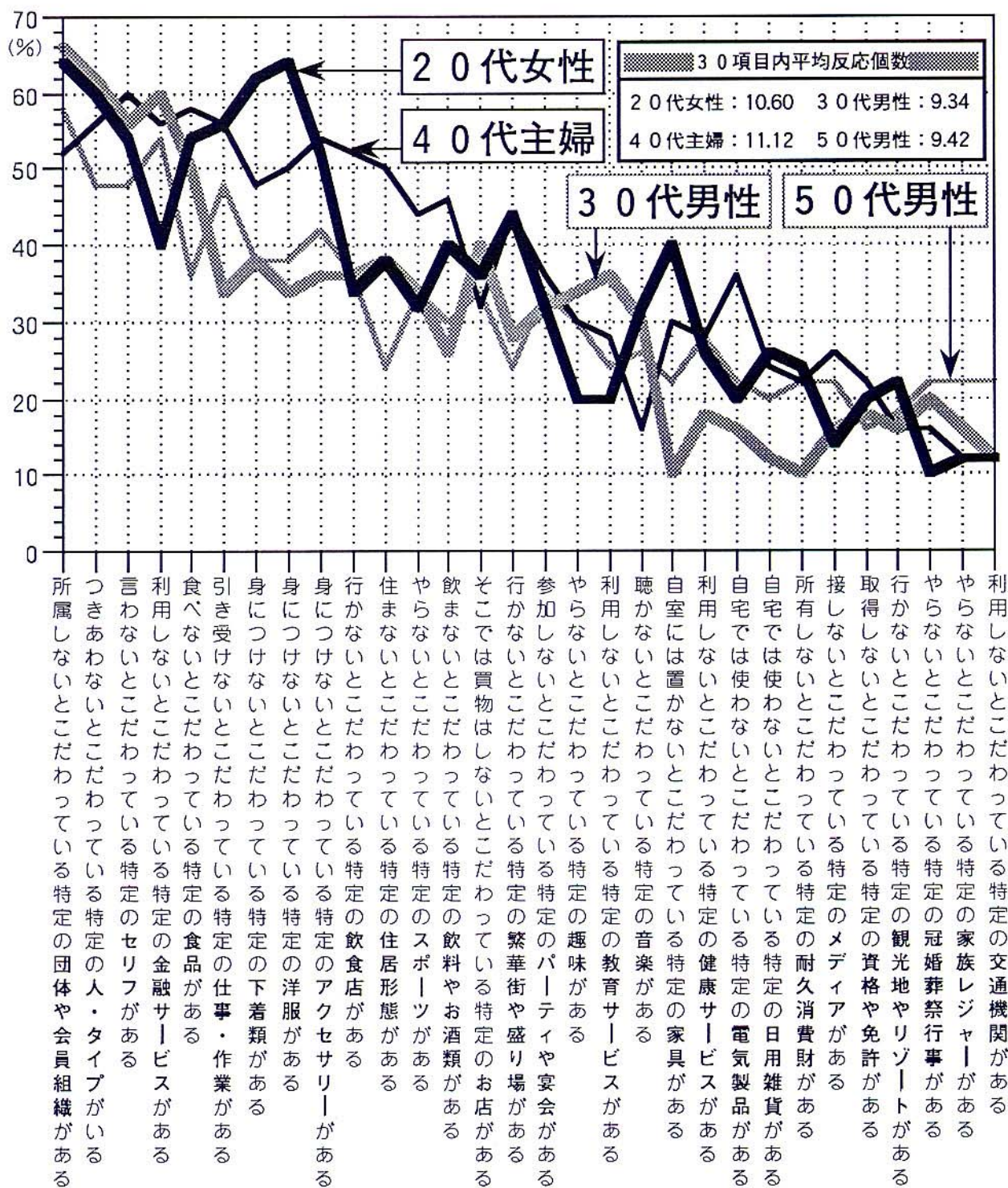
●層別に、この30項目のいくつに○がついたかという平均反応数を計算してみた。負のこだわりの幅である。結果、全体平均で10.12個。生活領域の3分の1のカテゴリーで不可価値観が察知できることになる。性年代別では、**男性より女性の方が不可とする物事が多く、負のこだわりが強い**。そして、ここでも、気になるのが30代男性。最も反応が低い。もたない、やらない、とこだわってられない状況なのか。ちなみに30項目中、20個以上に○がつくという異常不可反応を示した人が男女各6名いた。この人達の暮らしは「ゆるせないことだらけ」のとっても閉じた生活だ。（でも、納得のいく幸せな暮らしかもしれない）

●では、これら不可価値観は不変なのか、可変なのか？【右頁下図参照】男女差がでた。女の不可価値観は（多くのことを不可とするが）その中身は時流で変わっていくトレンドイな不可価値観なのだ。男は逆に、変わることもない数少ない不可価値観を背負って生きていく。**女は化粧型不可価値観。男は入れ墨型不可価値観。**



他の人と違う自分らしさは「何をするか」よりも「何を／しないか」によくあらわれていると思う。





Y・Fさん 40歳：ポストカード製造販売業

◆私の性格の最大の弱点は、優柔不断なことだと最近わかってきたので、できるだけ決断を少なくして生きていくようにしてる。選択しなければいけないことが少なくてすむようにもっていつているの。

◆私が**テレビを持っていない**のも、最初はずる見る見てしまうのではないかという不安があったから。そういう誘惑に負けやすい性格だと思っていた。テレビは目で噛むチューインガムだというでしょう。でも、一度もらったけど、ほとんど見なかった。そのうち、そんな私の気持ちがテレビに通じて、壊れてしまった。それ以来、テレビは持っていない。今は、**テレビを見に友達の家遊びに行く**。これは、いいわよー。楽しい。見たいものがある時に、こちらから行く場合あるし、友達が誘ってくれることもある。テレビが日常的なものでなくなることで、自分の中での価値が少し高まった。

◆情報として考えると、テレビからの情報は私は必要としない。情報は街から直接仕入れるものだと思っているから。同じような理由で、**新聞もとっていない**。

◆基本的に、欲しいものがあまりない人なんだ。その時々には、買いたいものとかはあるんだけど、どうしても欲しいもの、手に入れることが目的になるようなものは何もない。

◆今の日本人にとっての一番大きな買い物は何かと考えると、家ということになるんだろうけど、私は積極的に欲しくない。いつも、**旅行をしている感覚で生きていたい**から。旅行の荷物になるようなものはできるだけ持ちたくないの。これって、もの自体が問題なのではなくて、ものを持つことによって精神的に付いてくるもの、日常的に身についてしまうものがいやなんだと思う。安定であるとか時間の過ごし方とか。

◆多分、旅行者として生きたいという美意識と通じていると思うけど、私は、仕事であれ何であれ、**はっきりとした目的を持たない**。持てないと言った方がいいかもしれない。はっきりとした目的を持つことで、先が見えて

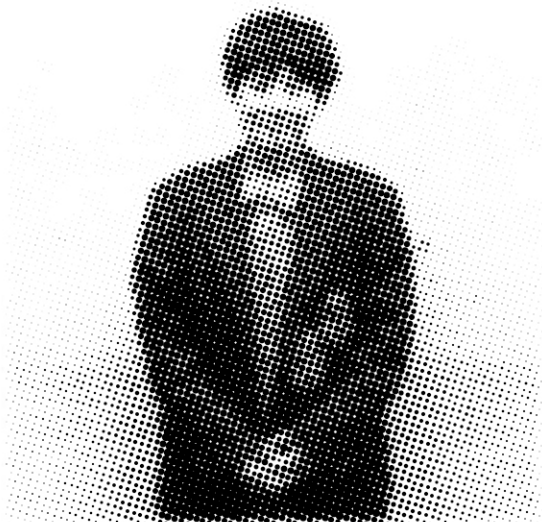
しまうのがつまらないから。努力することはかまわないんだけど、何か確実な目標を目指して努力するのは苦手。あくまで漠としたもの、もやーとしたものに向かって努力していく。私がポストカードを作って売り始めたのも、結局は作りたいという漠とした欲求が先にあって、動き始めてから販路などを考えた。いつも行動が先で、理論が後に付いてくる。だから、**当然、長期展望などないのよ**。

◆目的以外のものに関しても、**すべてをもやーとしたままにしておくの**。わざとそうして、はっきりさせない。言語化しないというのかな。人間関係でもそう。どんなに親しい人でも、その人のことを、どういうタイプの人間だといった風に、言葉にしない。もやーとしたままの関係が好きなんだと思う。

◆そういう言葉にしない関係性を維持するのは、お互いが自立していないとだめ。だから**私は自立していない人は嫌い**だし、同じような意味で、**アマチュアも嫌い**。当然、アマチュアが集うカルチャースクールも嫌い。

◆そんな人間関係を保ちたいからだと思うんだけど、人を使わないし、人に使われない。また、荒々しい言葉、汚い言葉も使わない。

◆こうやって考えて見ると、私はつくづく、**する人ではなく、しない人**なんだと思う。



A・Sさん32歳：音楽プロダクション社長

◆持たないものとしてこだわっているのは、ネックレスをはじめとするアクセサリ類と coron の類い。アクセサリはうっとうしいし、何よりつけている人間が嫌いだ。特に男性は。女性でも薬指にする指輪は許せても、人差し指や中指は許さない。coron は、つけているしぐさ等のイメージがいや。似合うならかまわないが、僕の美意識の中ではアクセサリや coron が似合う人は極端に少ない。

◆他に持たないこだわりとしてあるのが、**外車**。小さいながらも会社の社長だし仕事も順調なので、もっと車に金をかければと言われるのだが、そういう境遇にあって**ボロな国産車に乗っていることが、快感**になっている。前の車検の時に買い替えを考えたが、外車を含めてこれという車がなかったこともあり、今の車を**乗りつぶしてやろう**と思いついた。そして、その考えに快感を覚えた。

◆時計もそう。今しているのは、数年前に買った国産の時計だけど、ベルトを替えたり、電池交換して使っている。何年か前だったら絶対、ベルトが壊れた段階で新しい時計を買っていると思う。

◆こうした、少しダメになったものでも大事にしていく**感覚**、新しいものに買い替えない**感覚**が、最近はとても強くなってきている。

◆今住んでいるマンションのオーナーが、バブルの崩壊で破産し、僕たち借入人は第三債務者になってしまった。おかげで、エレベーターが壊れても直す人がいないし、家賃を法務局に持っていかなければならず、不便この上ない。でも、この状況を楽しんでいる。**最後まで残ってやろう**と思っている。

◆同じように、うちの会社は音楽制作者連盟に加盟している会社の中で、パソコンがない2社のうちの1社なんだ。それを知った時「よしよしよし」とうれしくなってしまった。

◆パソコンぐらいいつだって入れられるし、お金さえあれば何でもできるわけでしょ。引越さなくてもいつでもできるし、そうなれば引越さないことの方に価値がでてる。

◆かつては貧乏くさいと思われたことが、逆



に快感になってしまった。昔、おふくろの実家がわらぶき屋根の農家で、小さい時はとても恥ずかしかったのだが、それが市の指定を受けた貴重な家だと知ったこともあって、ある時からすごく誇りに思うようになった。同じように、どこかで**貧乏くさいという感覚が快感と自信に変わってきた**のだ。

◆こうした心境の変化は、つまるところネタが多くなった結果じゃあないかと思う。少なければ、選択する方向に動いていったんじゃないかな。外車の中でも、アルファロメオがいいとかね。でも、今では**外車は外車にすぎないから**。かつて、ベントは着物を着ている人のことも考えて設計されていると、友人に薦められたこともあった。そのこと自体はとても感心したけど、乗れば、やっぱりベントはベントだから。

◆最近人気の相撲も、僕は子供のころからの大ファンで、毎日テレビにかじりついてたけど、今は誰でもが見るでしょう。そうなる昔からのファンとしては少し引いた対応の仕方になってしまう。別に、誰が見ていようとかまわないはずなのに、群衆の一人になった気がして、自分の世界に入り込めない。**バックボーンはどうであれ、表面的には同じになてしまう**ということがポイントなんだ。

拒否と否定の 自己紹介。

自己紹介をお願いします。禁句は「スキ」「もっている」「したい」など肯定的な言葉。「キライ」「もたない」「やらない」「ゆるせない」側面から、あなたらしさを伝えて下さい。

【美意識についての郵送アンケート調査】：生活総研主婦ネット206サンプル/若者ネット(大学生男子55サンプル 大学生女子81サンプル)/30・40代男性FAXアンケート10サンプル◆92年4月実施

●人々の「もたない」こだわり「やらない」こだわりとは具体的に何なんだろう？352人の人に自分を負の側から見つめ直してもらった。その中から、ちょっと気になった不可価値観の中身を公開します。(カッコ内数字は対象者年齢)

大学生男子

■もたないもの。女、車、ネックレス、指輪、ブレスレット、時計、カード類、宗教、思想、携帯電話、FAX、ポケベル、電子手帳、アドレスブック、コンタクトレンズ、ピアス、ブリーフ、ネクタイ、サングラス、スキー用品、ゴルフバッグ、帽子、その他プレゼント類。人を束縛するところ、下品な所がいや。(20)

■信仰はもたない。幸福は、独り占めにしたいから。(21)

■社会奉仕はしない。てれくさい。女の写真を定期入れに入れない。(20)

■誰もがあこがれるあの「フーテンの寅」とかいうのが、私はきらいだ。その登場のおかげで、日本人のダンディズムに対する見方は、かたよったものになった。なんでも、気安けりゃいい、という考え方は、私はきらいだ。(19)

■食べ物にあまり金を使わない。最低限食べていれば良いと思うから。(21)

■バイトをしたくない。自分の時間を切り売りしてまで中途半端なお金をかせぎたくない。(23)

■腕時計、ネックレスはしない。つけていると何となく縛られているような感じがする。(23)

■アドレス帳はもたない。親しい友達の電話番号はすぐ覚えるし、めったに電話しない人のところへ電話する時は名簿などを見ればいい。(20)

■ビデオはもたない。映像はリアルタイムで見なくてはダメだ。(20)

大学生女子

■私は田舎がキライです。私の住んでいた街には本当に何もありませんでした。文化水準も低いし流行にも鈍感だし、人にはあまりに親切で、おせっかいな感じがとてもイヤでした。(21)

■Tシャツをファッションとしては着ない(20)

■私は全ての“若者文化”と言われる物事に反抗しながら生きています。(20)

■ナイロンのワンピースは着ない。紙コップのコーヒーを自販機でかわない。(21)

■テーブルクロスは使わない。(19)

■トンボの“MONO”以外の消しゴムは使わない。50ccバイク、プレゼント以外の銀製品はもたない。(20)

■やたらとお店の名前とか物の名前とかを省略しない。(20)

■〇〇のテープは使わない。私の聞くミュージシャン(歌手)のイメージにあわない。(21)

■モカシンのくつはもたない。とにかくすべてがきにいらぬ。形をみるとイライラする。電車の乗り換えの時、走ればまにあうのにあきらめようとする態度はいや。(21)

■電車に間に合わなくなってしまうからといって走るのはキライです。朝起きてから、犬を見るまでは何もできません。タバコを吸わない人を彼にすることはできません。(自分で、というか女の人タバコを吸うのは大キライです)(23)

■私は中途半ばなふくらはぎ丈のスカートやキュロットははきません。(21)

主婦

■私はゲートボールはしない主義です。(62)

■人との深すぎるつきあいはしない。子供の関係で知り合った仲のいい近所の会話。Aさん「今晚何にしようかしら？」Bさん「あら、お豆腐が半丁あったから、あれ使ったら？」私はこの会話を聞いてびっくりした。何故他人のうちの冷蔵庫の中味を知っているのかしら？こんなつきあい方したくな〜い。(31)

■私は男の友人は持たない。(50)

■私は働くのがきらいです。働く事より、働く時間で、勉強したり、スポーツしたりした方が充実している。(45)

■人が訪ねてくれた時、どんなに遅く迄居ても時計は決して見ない。(54)

■しないこと。値切る。自分が必要な物なら、売り手の言い値で分けてもらおう。私が商売しても値

切るお客は相手にしたくない。私は物に執着したくないので、趣味の物を集めるとか、高価な調度品を買うのはやめています。「床の間のない家は家ではない」と言う夫や工務店の意見をおしきって床の間を作らなかったのは、掛け軸が欲しくなるといやだと思ったからです。それらの物があることによって、心を占領されたくないし、心を乱したくない。(46)

■パンツは、綿以外はかない。デジタル時計は、身につけない。荷物をもつのがキライです。ゴルフバッグを持ったおじさんたちを見ると、エライなあと思います。(34)

■**スポーツ少年少女はきらいです。**少年ソフト、サッカー、バスケットをやっている子たちだけが元気のよい子で子どもらしくてよいという考え方には反対します。(41)

■年賀状に子供の写真を印刷して送ることはしない。スッピン自分の顔がきらいです。私は「**みんなで力を合わせて理想に向かって進もう**」みたいなものがきらいです。(35)

■私は父母会等で「私は〇〇の母です」と自己紹介せずに「私は△△△△です。私の、次男が、このクラスの〇〇です」と言います。メモるのが好きですが感情は入れずに事実を書きます。(45)

■ヘッドフォン・ステレオはもたない。**外の雑音も聞く必要がある気がする。**(33)

私、天気が良いと家のなかでじっとしていたくないのよね。掃除せず汚れていても、死ぬこともないから、家の中ごちゃごちゃよ。友達いなくてもひとりだとび歩いているから、来客となると片付けがしんどいわね。家に来たらびっくりするかもよ。料理も時間かけないものばかり、味はまず我慢して貰うわ。テニスも下手の横好きなの。おばあちゃん相手でもわるいね。あら、また普段着でデパートまで来ちゃったあ。財布の中、軽いけど、私、貯金好きだから銀行にあるの、といたいけど、特売のおかずだけ買って帰ろ。(57)

■あまり、こった料理はしない主義です。(32)

■(マスカラまでする化粧が生きがいです)スッピンの女はきらいです。**お酒、タバコ、男をやらずに母になった女性がきらい。**(30)

■オーディオの機械はもたない。家で音楽を聞きたくないから。新しい車はもたない。新しい車の中にいる自分を想像すると恥ずかしい。少し古く「誰の車」とわからないくらいが好き。車が通っ

ていない時の交通信号は赤でもわたる。青になるまで待たない。冬にいちごを買わない。(50)

■素人の書いたものはあまり読まない。(51)

■私は娯楽が好きでない。(51)

■お墓(私の)を持たない。(55)

30代40代男

■ワンポイントのポロシャツは持たない(ホントは少し持ってるが)。感性の貧困を見せびらかしてるみたいな気がする。ガチガチのトラッドは着ない。**日本人にガチガチのこだわりなんかない**と思うから。政治的、社会的な意見を言うことはしない。趣味については発言できるけど、世の中複雑すぎて、とても生半可な意見を言える時代とは思えない。責任がもてない。(31)

■やらない、とこだわっていること。コンサートに遅刻すること(コンサートの始まる前の雰囲気が好きだから)。映画が終わったあとエンド・ロールの最中で立って出ちゃうこと(**エンド・ロールまでが作品だと思っている**から)。(36)

手でにぎる、口につける製品でプラスチックのものは持たない(例、コップ、傘のハンドル)。黒い電化製品は持たない(ステレオ、TV、冷蔵庫など)。ビデオデッキは購入時、黒しかなかったのも黒であるが。インテリアに合わない。バーゲンセールで並ばない。そこまでして屈辱的な思いはしたくない。コインケースは持たない。コインケースで小銭をチェックして、その後札入れをチェックして支払うのがまどろっこしくて、美しくないと思う。私はマスコミが「今の流行は〇〇です」と言っている事や物をやったり、持ったりするのがきらいです。みんながしているという事は、たいがいくでもない事です。TVの視聴率のトップをみればそれがよくわかります。(42)

■土地、建物、コタツはもたない。所有することにより、その場所に根をはやしてしまいそうな気がする。(35)

■子供を連れて行くようなところではない場所に子連れで現われて、子供がさわいで周囲のひんしゅくをかうようなことはしない。芸能人の結婚披露宴のテレビ中継は見ません。お寿司やさんでお茶をもらう時に「あがり下さい」とは言わない。**「おあいそして」などもってのほか。**(33)

私の傘に、お入り になりませんか？

●拒否と否定の自己紹介。その一枚に、こんな意見が書かれていた。（36歳男性の回答）

自分の答を見ていると僕は情報量を制限しようとしているのだということがわかります。必要以上の情報は要らない。でも僕に必要な情報は手に入らないのです。情報は手に入れるまでの経過が楽しいのだと僕は思います。その間に思いもよらなかったことを知ることになります。とにかく、今のスピードが価値であるといわれている類の情報に興味はありません。そういうヤツだ、わたしは。

まさしく、**降り注ぐ雨を傘ではじくように、情報を拒絶**している姿に自分を見いだしている。

●アンケート結果を読んでいくと、やはり「負の筆圧」を感じるというか、ホンネ感が強い。「普段から、あまり大きい声じゃ言わないことだが……でも、言いたい、言ってしまった」

集団の中に入っていくのがあまり好きではありません。もしその中に入ったとしても、常に一步距離をおき自分のペースを乱されないようにしています。こんな風に書くと、自分がとてつもなく暗い人間のようにですが、人は私のことを全くそう思っていないようです。



神輿型共感

21歳の女子大生の回答だ。周囲からは、つまり表からは見えない自分らしさの申告。不可価値観は、社会人としてではなく、個としての自分を映しだす。実際、友人・知人にこの質問を向けると普段のその人の言動やイメージとは異なる一面が垣間見られたりした。当然だが、その人のしないこと、というのは日々の付き合いの中では相手に見えない。あえて語られもしない。けれども、意図的に話題を向けると、**負のこだわりは、雄弁に個の価値観を物語ってしまう**のかもしれない。

●もう一つ、アンケート結果の読み手として感じたこと。多くの回答は、「うん、うん、こういう人って確かにいる」という、クリアな存在認知を促すが、中には、それを越えて「そう、そう、それを言って欲しかった。オレもそれ絶対ゆるせない!」という喜びを誘う回答がある。この共感って何だ？

●三人の男連れが飲み屋で飲んでいる。一人が言う。「あのさ、この間もテレビ出てたアイツ。ほら、トレンド・セッターとか言ってるなにがし」「〇〇だろ。オレ、あいつ嫌い」「そう、そう、あいつニセモノだよな」（声をそろえて）「あいつだけは、ゆるせない!」……この一体感って何だ？

●**負の琴線が鳴っている。**

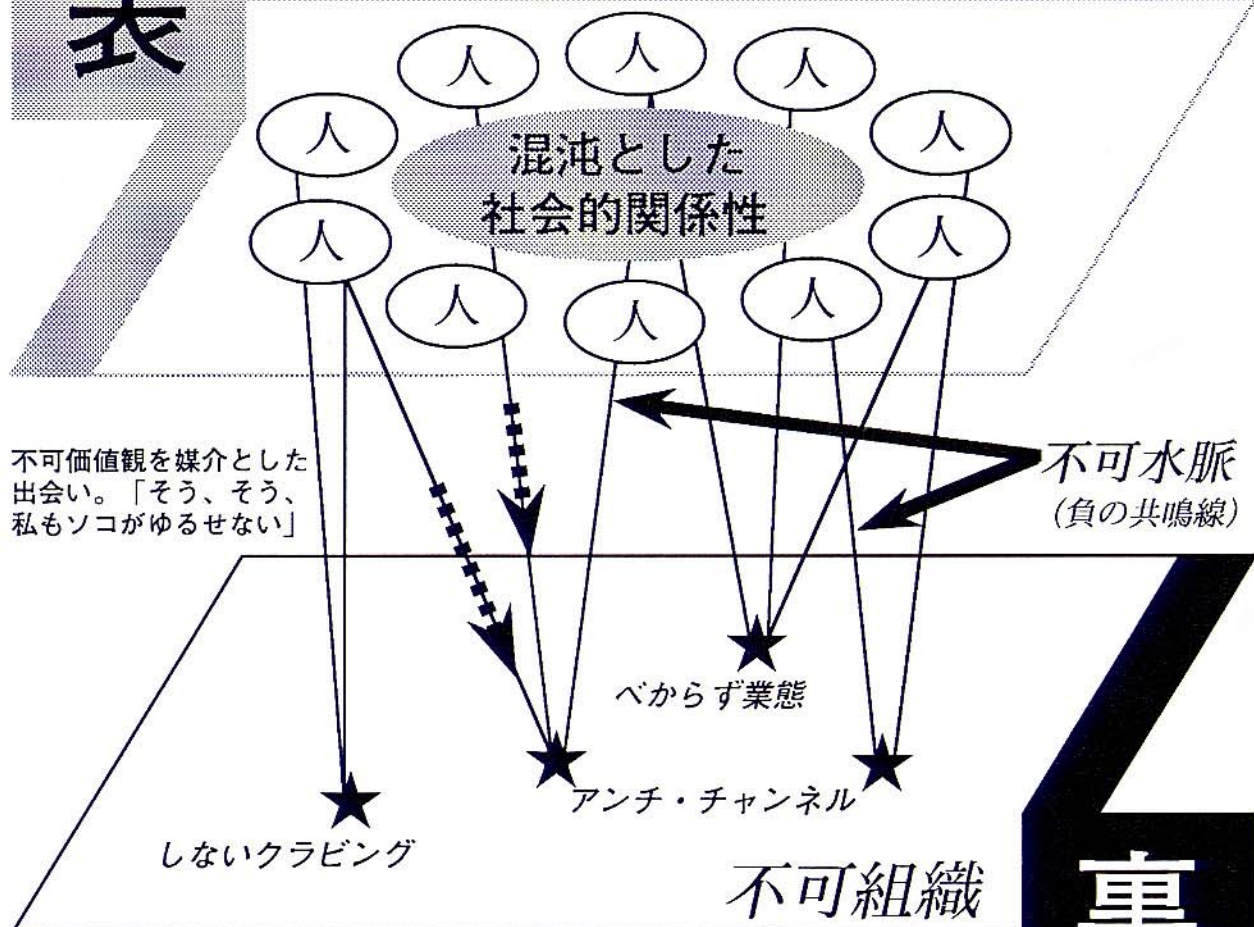
●今、不可価値観を語られると、差異がはっきりする、個としての相手が見えてくる、ということは「**出合いがはっきりする**」ということなんじゃないだろうか。相手が自分と共有しうる価値観の持ち主なのかが見える。不可で通じる出合い感。負のキズナと言ってもいい。そう言えばロックバ



アイアイ傘共感

表

□「しよう」「もとう」といった正のスローガンが関係性を生産していく。



■拒否する、という負のこだわりが「個」のつながりをまねく。

ンドも『紅白歌合戦出場辞退』というのがアイデンティティでありファンとの絆だった。

●モノや情報が少なかった時代は、「ほしい」「したい」ことが人と人を結びつけた。正の結束。憧れという正のこだわりを共有する空間が輝いていた。憧れの対象を、共にかつぎあげる『**神典型共感**』だ。けれども、神輿が増え過ぎた今、かっぴいでいるという実感は希薄だ。なんの団体でもそうだが、「〇〇しよう!」という集団よりも、今は『**べからず集**』をもっている集まりの方が結束が固いような気がする。「しよう」より「べからず」の方が、同志の顔がよく見える。同じものをつかみとろうとする集まり方ではなく、同じ傘に入ろうとする集まり方、『**アイアイ傘共感**』が目されるかもしれない。

●負のスローガンを掲げる『**しないクラビング**』や注文の多い料理店ならぬ『**べからず業態**』、美意識による自己規制の多いメディア『**アンチ・チ**

ャンネル』。不可とする物事を媒介に人が組織化されていくアイアイ傘ギャザリング。

●普段、口にはしない負のこだわりがある。その思いを吐露できる空間。水脈をたどって、自分の中に降りていったら、**コッソ!**と**何かにぶつかった**。見渡すと、とても気持ちのいい場所だった、というイメージなんです。

●もちろん、正のこだわりを媒介にした共感、結束がなくなってしまうというわけじゃない。それができるにこしたことはないわけだから。問題は今の時代背景をふまえて、どちらが「見えやすいか」ということ。どちらが実感をともなうか、ということ。けれども、こういった不可価値観を媒介にした出会い、ネットワークというのは、個人が表からは見えにくいように、表面的事件としては現われにくいのかもしない。それこそ地下組織ではないが、深く潜行しつつ生活に作用していくのかもしない。

さわってごらん、 企業の不可価値観。

●生活者、「人」のアイデンティティと不可価値観について追跡してきたわけだが、実は「企業」についても同じことが言えるんじゃないか。

●なにか最近、エコします、メセナします、とどの企業も同じ顔に見えてしまう（エコ行動やメセナ行動を批判しているわけじゃないです）。また積極的異業種参入で、何屋さんなのかわかりにくくなってしまった企業も多い。人と同じように「その企業らしさ」を正の方向だけでなく、負からも見ていくことが大切なんじゃないか。つまり**何をしないことにこだわっている企業なのか**。そして、そこにこそ、その企業らしさが表現されはしないか。企業の価値観を不可価値観としてとらえてみた時、差異が浮き彫りになりはしないか。

●そこで提案してしまうのが【**負のC I**】です。80年代に脚光を浴びたC Iという方法論は、企業の正方向のこだわりを明確化することに力点がおかれていた。それは当然だ。企業はつくってナンボ、やってナンボ、だから。でも今、負の視点から見る自己発見があってもいいんじゃないか。「うちの社員は〇〇はやらない、そこにこだわってます」とか「うちは、△△といった仕入れ・生産・売り方はしない、これ美意識ですよ」みたいな、負の企業資産、負の企業風土探し。

●人と企業の関係においては、今は、同じ価値観をどう共有するかよりも、まず互いが「見えない」ことをどう解決するか、の方が大きな問題なんだと思う。互いが互いを『**みとめる**』ことが大切な時代なんじゃないかと。今、『**みとめる**』ことは**強いこと**。みとめる、って容認のことじゃありません。「あなたはソコに、私はココに、しっかり立ってます。さあ、かけ橋をかけましょう」ってことです。人や企業の価値観は多様だけれど、隠れず立っている姿勢は好感を誘う。そして、企業が自らの立脚点を伝える際にも、不可価値観という考え方がいきるんじゃないかと。

●人の自己紹介と同じように、企業の『**拒否と否定の自己紹介**』が、今、鮮明に、その企業らしさを映し出す。その企業が、やらないこと、もたないもの、対応しないこと、反対していること、その企業の負の決意を表明していく広告。『私は〇

老舗に見る不可価値観

創業元禄元年・はんぺん蒲鉾【神茂】

はんぺん原料は戦前までは星鮫であった。よい原料を厳選したので夏場など気にいったものが入らないと、一ヵ月でも二ヵ月でも休んだという。「店を大きくするな。大きくすると目が届かず、いい品物もできない」これが家訓である。

創業明治初年・佃煮【海老屋総本店】

最近は減塩ブームだが、塩分を減らすと防腐剤を使わなければならないから、減塩はしない。「一度にたくさん買いたいというお客さんにはお止めすることもあります。香りや味が持たないんです。少しずつでも長くお付き合いしたいです」

（徳間書店『江戸の老舗』より）

〇はしない、ゆるさない。だからこれをつくります。こう売ります』というメッセージ。企業の正のこだわりに溢れたメディアの中は、今や微差合戦模様。その微差が大切な時代だとも言えるが、その戦いに埋もれてしまわないためにも（より強く『みとめられる』ために）負の力を利用することを考えてみてはどうだろう。例えば、老舗への好感というのは、不可価値観が形成しているように思える。老舗の態度は、今の時代だからこそ、「語っていて見えて、キモチイイ、清しい決意表明」という感じがする。**真の顧客志向とは、顧客への『おもねり』ではないことを教えてくれている。誠実に「やらないこと」を見据え、伝えていきましょう。**

編集後記

太田裕美の「木綿のハンカチーフ」という歌があった。故郷を離れ都会へでていく彼、華やいた生活の中で忘れられていく彼女。戻らぬ彼に彼女は最後の贈り物、涙ふく木綿のハンカチをねだる。社会が情報化していくということは私達が皆「都会へ出ていった恋人」化することなんじゃないだろうか。そして今、あなたの心の中には、木綿のハンカチをにぎりしめた自分が立ってはいないか。そんな「あなた」に出会いたくて始めた企画でした。6月号、担当は水割りキライな嶋本でした。（協力：堀口琢司）