

「悪」と「愚」の重さと軽さ

ユニバーサルデザイン総合研究所所長 赤池 学

故人となった日本マクドナルドの藤田田会長は、「人間の味覚は十二歳までに決まる」という独自の「十二歳味覚決定論」を唱え、「だから子どもの頃からハンバーガーを食べ続ければ、大人になってもハンバーガーを食べる」とメディアで発言を繰り返してきた。ファストフードの多くは、メインターゲットを若者や子どもたちに据えている。さらに言えば、ファストフード店舗の働き手も、人件費が安い若者たちである。彼、彼女らは、ものづくりやビジネスのキャリアを十分に積むことなしに、歯車のように使役され、社会へと未熟のままに放出される。狂牛病問題、食品アレルギー、オーガニックやスローフード、そして企業の社会的責任事業がもてはやされる一方で、こうしたファストフードが抱える原罪については、多くのマスコミが沈黙している。

あるいは、街を歩いてみる。世代、性差を超えて人々は今、携帯電話を握りしめている。傍若無人に通話し、メールを交換し、車内でも街角でも着信音が鳴り響く。その時、若者たちの脳のなかでは何が起きているのか。着信音とともに脳内アドレナリンが放出され、いつしかその行為が中毒化する。「モバイル症候群」と呼ばれる、日本のIT技術力がもたらした喜劇的な悲劇である。

あるいは、「シックハウス症候群」。化学建材の多用と、通気性に乏しい高断熱高気密工法がもたらした化学物質過敏症である。二人に一人の子どもたちがアトピー性皮膚炎や喘息に悩んでいる背景には、戦後日本が展開してきた経済性追求の家づくりがある。そのソリューションの一つとして、国産木材や自然建材を用いた家づくりが期待され、多くの林業地域で山づくりが奨励されながら、品質確保法のように、国産材や伝統工法を排除する、複雑系サイエンスを学び得ない、知り得ない悪しき新法も公然と制定された。

実は、メディアには知られていないが、「シックカー症候群」もある。クルマのインテリアに多様される化学素材は、化学建材同様にVOC(揮発性有機



化合物)を放出し、化学物質過敏症を引き起こす。車中で飲食する子どもたちの食べ残は、ダニ、カビを発生させ、動物性アレルゲン由来のアレルギーを招き寄せる。さらに、密閉された車中の湿度に眼を向ければ、その乾燥した空気がさまざまな感染症の遠因であることにも気づくはずである。

そして、エネルギー問題に目を転じれば、オール電化を吹聴し、受容させようとする危険なトレンドも台頭してきた。日本の暮らしが、電力依存に偏く「スイッチ」した時、京都議定書の批准が果たせるのか、何より持続可能なエネルギー社会がデザインできるのだろうか。これもまた、燃料電池のような新電源への期待が語られながら、その燃料となる天然ガス資源の利活用ビジョンとの関わりのなかで、充分な国策的議論が語られないままである。

いつから私たち日本人は、子どもたちを愛するものづくり、くにづくりを忘れてしまったのだろうか。アメリカンフードの珍しさも、携帯電話の利便さも、安価な工業製品としての住宅も、そして自動車もオール電化住宅も、私たちの欲望を満たし、利益と経

済、そして雇用を生み出したことは言うまでもない。しかし、その皺寄せを、子どもたちに求めるという選択の愚かさ、その根本にある価値意識の過ちに、私たちはそろそろ本気で目覚めるべきである。

その象徴が、明治大学・一場靖弘投手の裏金問題と、イラク・ザルカウィー派に首を切られ、殺された香田証生さんという二人の若者に対する評価である。一場投手は、ジャイアンツのみならず、ベイスターズ、タイガースからも裏金を受けていたにも関わらず、これまで公然だった裏の仕組みの存在を理由に、許されるのみならず、胸揚げまでされて社会に受容された。一方、香田証生さんは、日本の若者として戦地の実際に身を置いて考えようという高い志を持った選択であったにもかかわらず、リアリティの欠如、杜撰な行動形態を理由に、その死までが愚かしい行動の結果として指弾された。そこにあるのは、悪と愚かさの是非をジャッジできない、私たちや社会の歪んだ価値意識に他ならない。

私たちが育てるべき、期待される若者像は、「赤信号、皆で渡れば怖くない」とばかりに、旧悪をそらとぼけながら受け入れた一場投手ではなく、同時代の若者としてイラクの現状を身をもって知ろうとした香田さんだと考えるのは、私だけではないはずだ。

今まで公然だった旧弊と裏の仕組み。それを許容する「仕方がない症候群」が、この国に蔓延している。公害問題、環境問題の根底には、常にこの意識が存在し、その温床である根源的課題解決を避け続けてきたのではないだろうか。

ここで思い起こしてもらいたいのは、宮崎駿さんのアニメ映画「千と千尋の神隠し」である。なぜ、石油メジャー、穀物メジャーの暗喩と思われる「湯婆婆(ゆばーば)」が、「巨大な赤ん坊」の御機嫌を取り続けていたのか。それは、私たち巨大な生活者の存在を、巨大な赤子に仮託していたからではないだろうか。湯婆婆の存在は、巨大な赤子である生活者を騙し、誘導し、おもねることで成り立ってきた事実、そろそろ私たちは気づくべきである。

幸いにも、私たちは誰一人、ファストフードを買うことも、携帯電話を持つことも強制されてはいな

い。世界の食業界を牛耳る経営者はわずか十数人だが、巨大な赤子である私たち生活者は、世界中で六十四億人もいる。狂った誘導やブランド、何よりそれを受容してきた狂った私たちの価値意識に目覚め、明日からでも始められる質実な選択があり得るはずである。

そして、さらに付言すれば、「千と千尋の神隠し」のなかでは、その解決策さえも示唆されている。なぜ、湯婆婆の双児の姉妹である「銭婆(ぜにーば)」の下へ、「顔なし」が最後に居着いたのか。かつての職人、技術テクノクラートの象徴と思われる、ボイラー焚きの「釜爺」が、昔そのもとで働いていたと語られる銭婆。彼女は多分、健全な労働に基づく経済活動の象徴である。顔なしが佇んでいた銭婆の家の壁には、さまざまな農業や匠の道具が並んでいた。職人や技術者や農業従事者が、自ら汗して食材や製品をつくっていく、私たち生活者はその実践や成果を受容していく。この当たり前で不易な選択の大切さを、宮崎映画は提起していたのではないだろうか。

こうした不易な実践が、実は貨幣価値、経済価値だけでは決して計ることのできない、そして還元できない、誇りや喜びという不易の労働対価に根ざしている事実注目してもらいたいと思う。お金ではない「ものづくりの内発的動機」にファークラスしていくことが、ポスト資本主義社会構築のための重要な選択肢ではないかと考えている。

「子ども基準」を忘れたものづくり、くにづくりを改革するためには、長期的な問題をリアリティをもって感じるための知識力と想像力、自らの現在の行動が引き起こす広い視野からの推測力、未来の世代の痛みに対する共感力、正しい選択を行うための判断力、行動力、企画力を必要とする。これらは、知識として教えられるものではなく、知覚し、体験し、自ら思考することによって学習されるものに他ならない。それは知識の量ではなく、認識の深さそのものであることを、私たちは公害問題を含めた社会システムを考えるあらゆる局面で内省すべきだと考えている。