

「新日本様式」協議会編、「新日本様式への挑戦 - 再生するジャパン・ブランド - 」

角川学芸出版 2009年1月28日刊を読む

## 新日本様式への挑戦

1. 19世紀後半から20世紀初頭にかけて、欧州で「ジャポニスム」という現象が起きた。200年以上、鎖国状態にあった極東の小国の文化・風俗が大いにもてはやされ、それまでのシノワズリ(中国趣味)に取って代わる。欧州の文化や暮らしの中で「日本ブーム」が起きたのである。
2. それから半世紀、20世紀の中盤から後半にかけて、極東の敗戦国が、工業製品を柱に、奇跡的な経済復興を遂げる。「made in Occupied Japan」の「Occupied」が取れた頃は未だ「安かろう、悪かろう」の代名詞であったその国の製品は、輸入されたQC(品質管理)手法や技術で磨きをかけられ、かつての戦勝国の市場を席卷し、続々と貿易摩擦の主役の座を獲得するに至る。世界の暮らしのあらゆるところで「日本」が受け入れられた結果である。
3. そして、20世紀末、世界に20年先んじてバブル崩壊の洗礼を受けた「経済敗戦国」日本は、世紀を跨いで、「クール・ジャパン」と呼ばれる文化と「ハイテクでエコな」工業製品を以って再び世界市場での地位を築き上げる。
4. だが、その「復興」を支えたのは、新たな「世界の工場」としてグローバル経済に参入してきた中国などの国々、あるいは、金融工学という錬金術で浮利を生み出してきたアメリカの経済成長であった。「世界の工場」も「バブル」も、ともに日本が辿ってきた道である。日本にとって新たな成長のシナリオは、日本自身が書き起こさねばならない。
5. 「新日本様式」とは、世界の人々の暮らしや文化の中に、「様式」としての定着をみるまでに「日本」の居場所をつくる、そのための運動にほかならない。

P.4 ~ P.6

## [コメント]

日本の伝統との付き合い方、国体づくりと運営のノウハウはじめ「新日本様式」推進のためのノウハウが満載された本書は、新しい日本文化に基づいた地域づくりの基本テキストと考える。

- 2009年2月11日林明夫記 -

