

先日、小学5年生の社会科の授業をした。テーマは「日本の工業生産の特色」。教科書には工業種類別の生産額の割合の変化などの帯グラフが並ぶ。5年生は百分率(%)を学ぶ学年でもある。覚えたての知識を活用して、グラフや地図を読み解き、「繊維工業から機械工業に中心を移しながら、日本の工業は第二次大戦後、飛躍的に発展した。日本の工業生産は圧倒的に多い中小工場と、数は少ないが生産額が多い大工場で支えられており、その多くは太平洋ベルトに集まっている」というまとめに至る。日本を支える自動車産業やオンリーワンの製品を生み出す中小工場の技術など「世界に誇る日本のモノづくり」を学ぶ単元の導入部分だ。

授業準備のさなかに、東芝の事実上の「解体」のニュースが飛び込んできた(朝日新聞11月13日)。冷蔵庫や洗濯機など多くの家電製品の国産化第1号を誇り、日曜日のテレビアニメ『サザエさん』のスポンサーだったことから、子供たちにもおなじみだ。その東芝の解体の報に、「モノづくり大国日本」の黄昏を改めて実感した日本人は少なくないだろう。

教科書には各工業の主な製品がイラストで掲載されている。パソコン、洗濯機、電子レンジ、自動車など機械工業製品のうち、今日本がシェアを誇るのは自動車のみだ。だが、国連気候変動枠組条約の中で、日本車の立場は危うい。国内でさえ「自動車をもって一人前」の価値観が崩れ、免許を持たない若者が増えている。

「労働力が安い海外にシェアを奪われたこと」が日本工業凋落の原因とされることが多い。しかし、東洋経済オンラインによれば(<https://toyokeizai.net/articles/-/458676>)2020年の日本の平均賃金はアメリカの約半分。OECD加盟国の中で日本より平均賃金が低い国は、旧社会主義国やチリ、メキシコ、そして財政不安の中にあるイタリア、スペイン、ギリシャくらいか。賃金の高さはもはや理由にはならない。

日本はモノづくりには成功したが「コトづくり」に失敗したとの声も多い。物質的な豊かさから、生活体験の豊かさや多様性を求める人々にとって、高性能でも画一的な日本製品は魅力的に映らないとの指摘だ。確かに、日本企業の研究所や工場を視察をすると、世界に誇る高性能の技術が多い一方で、これまでまったく見たことも聞いたこともない、今すぐ私も欲しいと思うようなモノやサービスにはなかなか出会わない。

そんなとき、ふと一本のテレビCMを思い出した。1982年に放送された、TOTOのウォッシュレットのCMだ。「おしりだって、洗ってほしい」という強烈なコピーが、まだ封建的な空気も残るお茶の間を困惑の渦に巻き込んだ。「食事時間に便器のCMなど流すな」と苦情もずいぶん言われたという。

だが、「おしりだって、洗ってほしい」という、潜在的な需要を確信し女性従業員も巻き込んで作り上げられたウォッシュレットは、モノづくりだけでなくコトづくりの上で画期的な商品だった。今や温水洗浄便座は住宅だけでなく、公共施設でも当たり前の存在になりつつある。最近では、日本に旅行に来た外国人が母国に持ち帰りたいものの筆頭に挙がると聞

く。私も、海外出張中、ほかほかのごはんやみそ汁と同じくらい恋しくなるのがウォッシュレットだ。

身体づくりの違いから、便座に座る回数は男性より女性のほうが圧倒的に多い。トイレを掃除する回数も（残念ながら）まだ圧倒的に女性の方が多い。80年代の開発陣がそれを意識していたかどうかはさておき、ウォッシュレットは女性を主たるターゲットとし、トイレを臭く、寒く、汚い「不浄の場」から「楽しい空間」に変えた画期的なコトづくりだった。

だが、ウォッシュレットの後がなかなか続かない。なぜだろう。

モノづくり現場で話を聞く中で痛感するのは、「女性の暮らし」への想像力の圧倒的な欠如だ。企業で講演をする際、私は必ずまずトイレを使わせてもらうことにしている。しばしば聞くのが「このフロアには女性トイレがないので、少し遠くなります」との前置きだ。到着してみると、未だ「ご不浄」時代の施設のままで驚かされる。講演会場に戻ると、聴衆の圧倒的多数が男性だ。これでは、女性の気持ちに寄り添う商品開発など夢のまた夢だろう。

消費者の半分以上は、女性だ。高齢者や子供、障害者らを加えると、消費者の圧倒的多数が実は多様な弱者の集まりだ。弱者のコトづくりに真に向き合うことで、ウォッシュレットを越えるヒット商品が生まれることを期待したい。

別稿

「転石苔むさず」のことわざがある。解釈には二通りあるそうだ。米式は「積極的に活動の場を変えていく者は常に清新でいられる」であるのに対し、英式は「引っ越しや転職を繰り返す者は、財産や地位が得られない」と真逆なことに驚かされる。進取の気風に富むベンチャーの国アメリカと、伝統を重んじる英国、それぞれのお国柄が出たというべきか。

我が国では、何事においてもこの道一筋何十年を良しとする。その極致が「苔のむすまで」であるから、大方の解釈は英式だろうか。それとも、バブル崩壊からの失われた30年を開くには米式の解釈こそが今は必要、との意見が優勢を占めるだろうか。

さて、メディア私評を担当して満四年の節目を迎えた。私は、米式の解釈を是とし、次の場へと転がっていこうと思う。ご愛読いただいた方々に心から感謝申し上げたい。