

生活文化産業学

(第 1・3 木曜日 午後 14 時～／成徳学舎)

2012 年度後期 第 6 回 ケーススタディ 5／アメリカでの取り組み

担当：古川 まどか、大倉 朗寛

～講義の流れ～

1. 米国雑貨輸入販売オーナー 古川まどかさんからの報告 (14:00～/60分)
2. 日本経済の再生に必要な「コモン・センス (共通認識)」とは (15:00～/20分)
3. ディスカッション (15:20～/30分)
4. まとめ (15:50～/10分)

～内容～

1. 米国雑貨輸入販売オーナー 古川まどかさんの取り組み (14:00～/60分)
 - ・テーマ 「米国在住の視点からみた日米の生活文化の違い」
 - ※内容は 2 ページ目以降を参照してください。
2. 日本経済の再生に必要な「コモン・センス」とは (15:00～/20分)
 - ※内容は 5 ページ目を参照してください。
3. ディスカッション (15:20～/30分)
4. まとめ (15:50～/10分)

「米国在住の視点からみた日米の生活文化の違い」

古川 まどか

1. アメリカでの生活

皆様、はじめまして、古川まどかと申します。私は現在ロサンゼルスに住んでいます。私は仲本小学校の出身で、母が今でも仲本地区のお手伝いをさせていただいていることから、今回こちらの新聞でアメリカの生活を皆様にご紹介していくことになりました。

私は、9年前アメリカ永住権の抽選プログラムに当選し、当時3歳の娘を連れて、LAに移住することになりました。アメリカだったらどこに住んでもよかったのですが、一番気候が日本のものも豊富にあるLAが一番住みやすそうに思い、そこに住むことに決めました。LAは車社会で電車やバスが充実していないので、車を運転しない人にとってはこれほど不便な場所はありませんが、日本でも電車にめったに乗らなかった車好きの私には、どこでも車で行けて、駐車場を探すストレスもないLAは、住んでみると私にとってはぴったりの場所でした。

日本人もたくさん住んでいますので、日系スーパーはもちろん、医者、学校、習い事、保険会社、不動産やなど英語が出来なくてもまったく困らないくらい、日本社会が充実しています。こちらに住んでいる日本人はほんとうに英語なしでも生活できてしまいますので、なかなか英語が上達しないというアメリカに住んでいながら信じられないことで、悩んでいます。私もアメリカに来た当初は、英語を勉強するぞと意気込んでいましたが、段々こちらの生活に慣れてくると、つつい日本語が通じる方へ行ってしまう、気がつけば自分の英語力の拙さに恥ずかしくなり、滞在年数をごまかしたくなるほどです。

これから私が実際に体験したアメリカでのびっくりしたことや困ったこと、日本と違うなど感じたことなど、皆様にお話していきたいと思います。どうぞよろしくお願ひします。

2. 生活様式の違い

まずお風呂ですが、最近では日本でもマンションなどは洗い場のないユニットバスが多いですが、アメリカはすべてこのタイプです。洗い場というものはありません。シャワーだけは別にシャワースペースがあるタイプもありますが、ほとんどはバスタブの中ですべてすませます。日本のようにバスタブは深くないので、子供一人入れても、危なくありません。ですので一緒に入らなくても親は洋服を着たまま、バスタブの外から洗ってあげることが出来ます。ただ日本人としては、深い湯船に肩までつかるといのがお風呂の入り方ですから、この浅いバスタブはほんとうにはいった気がしません。お風呂は日本式がいいですね。

あとアメリカ様式で、日本人に使い勝手が悪いなと思うところは、玄関ですね。アメリカは家の中でも靴で生活しますので、玄関というものがありません。ですので靴を脱いで置いておくスペースがないので、いつも部屋の中に靴が脱ぎ散らかっている感じです。ほ

んの少しの段差でいいのですが、これがないと、玄関という感じがしないので不思議です。それとは反対にアメリカ様式がいいなと思うところはキッチン回りです。私のお気に入りには、流しについているディスポーザーという粉碎機です。これは生ごみを小さく砕いて、そのまま流してしまいますので、生ごみがあまり出なくてすみますし、大体どこのキッチンの流しにも付いています。

あとほとんどのキッチンにあるのは、食器洗い機。日本でも最近よく見かけますが、大きさが違います。アメリカの食器洗い機は、おなべまで丸ごと入ってしまう大きさ。大体流しの下についていて、10人分くらいの食器は楽に洗ってくれます。そして乾燥までの時間も早い。日本のものとはパワーが違います。

パワーが違うといえば、乾燥機もアメリカのほうがずっと使いやすいです。約1時間で、布団まで乾きます。短時間でぱっと乾かしますので、洋服が縮むこともあまりありません。こちらに住んでいる日本人で、なんでも日本製がいいという方もいらっしゃると思いますが、私は両方のいいところをとって生活できるのが経済的にも一番賢いと思っています。

3. 消費税

日本は今消費税の動向が気になる場所ですね。私が住むロサンゼルスカウンティはなんと税率9.75%。すでに今日本が騒いでいる10%に届く勢いの消費税を2009年から課せられています。ただ日本のように5%の消費税をいきなり10%にしますという世間の批判を一気に浴びるようなやり方ではなく、じわじわ上がって気がついたらあらら・・・ということになっていました。

面白いのは、消費税は地方自治体が決めているので、シティーによって税率が変わってきます。すぐおとなりのオレンジカウンティはまだ8%台です。州によっても大きく消費税に関しての税率は違って、オレゴン州はなんと無税です。カリフォルニアは財政が緊迫しているので、税金は上がる一方、悲しいかな50州の中で、一番高い税率です。ただアメリカの消費税は商品に一律課税されるわけではありません。例えば、加工されていない生鮮食品等は非課税ですが、加工されたものは消費税がかかります。いちいち表示がないので、何にかかって、何にかからないのかはよくわかりません。ただオレンジを買っても消費税はかからないけど、オレンジジュースにはかかるようです。

お酒は消費税がかかりますが、酒税がないので、値段はビックリするほど安いです。缶ビール一本100円しません。今だったら大体80円くらいですね。私はもともとお酒を飲まないのですが、つい最近まで日本でもそのくらいの値段なんだろうと思っていて、日本の缶ビールの高さに正直ものすごく驚きました。この値段では晩酌は一日2本までと厳しく言われてしまうのも仕方ないですね。ただしアメリカはタバコの値段は高いですよ。1箱500円近くします。タバコを吸う人は日本より圧倒的に少ないですが、この値段の高さも少し禁煙運動に貢献している気がします。

4. 育て方の違い

先日こちらで毎朝やっている日本の番組で、おもしろい調査をしていました。日本の高校生とアメリカの高校生を対象に、自分の容姿に点数を付けるとすると何点かというのと、自分の長所短所をいくつでもいいからあげてくださいというものでした。

結果は日本の子の自分への平均点 38 点。大体の子供がとても低い点数を付けました。そしてアメリカの高校生の平均点はなんと 85 点。中には 100 点という子もいました。そして長所と短所は日本の子はまず短所からあげていき長所と短所では圧倒的に短所の数が多いのに対し、アメリカの子は長所からあげていき、短所は 1.~2 個入ったかと思うとまた長所に戻りもちろん長所の数が多かったです。まったく真反対の結果ですね。そしてアメリカの子供たちにどうしてそんなに自分に自信が持てるのかと聞くと、学校の先生や親がいつもあなたは最高だとほめてくれたので、とても自信がついたというのです。

確かにアメリカ人はものすごく子供をほめて育てます。大したことがなくても、ワンダフル グットジョブ、最高、とびっくりするくらいほめ言葉を並べ立てるし、お宅の娘さんかわいいわねとか勉強が出来るのねなんてほめたらたいへん。そうでしょう~うちの子は本当にかわいくていい子で素晴らしい子なのよと自分の子供をこちらがあっけにとられるくらい自慢しまくります。謙遜という言葉は知らないかのようです。

たとえば 100 点満点で 50 点の成績でも、50 点も取れてすごいとほめるのがアメリカ流で、50 点しか取れてないんだからもっと頑張れというのが日本流というかんじでしょうか。日本人の私からしてみる 50 点でそんなに褒めたら、あと 50 点取る努力をしなくなるのではないかと思ってしまうのですが、アメリカ人はほめてほめておだてて木に登らせるという方法を好むようです。どちらがいいかはわかりませんが、子供が自信を持つように育てるということは、とても大事なことのような気がします。

ちなみに同じ質問をうちの子にしてみましたら、自己採点は 80 点、長所短所は、長所から初めて長所 8 短所 4 でした。どうやら娘はすっかりアメリカ人のようですね。いつのまにか私もアメリカ流子育てをしていたのでしょうか・・・でもちょっとは謙虚な日本人の気持ちも忘れないでいてもらいたいですね。

【楽天市場】 LA からアメリカの新商品をご紹介します : LA MINNIE

<http://www.rakuten.co.jp/laminnie/>

LA MINNIE - ショッピング | Facebook

http://www.facebook.com/pages/LAMINNIE/267265063332706#!/pages/LAMINNIE/267265063332706?sk=app_140139496065117

日本経済の再生に必要な「コモン・センス（より高次な共通認識）」とは

大倉 朗寛

日本経済を再生したいと考えるとき、いくら立派な経済政策や成長戦略が掲げられてもなぜかうまくいきそうな気がしないので、今まず何が最重要かを考えることにした。それは、やはり何か重要なことが欠落しているように強く「直感」したからである。

それぞれ立場や考え方が異なる人同士が同じ組織や地域、国家に属して暮らしているわけだから、それぞれが属する組織や地域、国家などがより善い方向に向かうように「コモン・センス（より高次な共通認識）」をもち、一人ひとりが自発的に行動することが強く求められる時代となっている。逆にこの「コモン・センス」という概念がない組織や地域、国家では、いくらリーダーがトップダウンで指示しても、指示された範囲でしか行動しないであろうし、指示されたことすら行動しない場合も想定される。このような状況では、とても国際的な競争に勝ち残れないし、日本経済が再生するシナリオも描けないであろう。

今はもう、そういう時代に確実に移っている。その背景としては、ニーズやライフスタイル、さらには人生観の多様化がある。これだけ一人ひとりの考え方が多様化している時代に、何をもって組織や地域、国家をまとめてゆくのか。非常に難しい問題であるが、それぞれ異なる部分があれば、逆に共通項も必ずあるはずなので、その共通項をつないでゆくことができれば、解決策は十分にあると考えられる。

その共通項とは何か？それは「感性」である。具体的にいえば、人間がもつ感覚、つまり五感（視覚、聴覚、触覚、味覚、嗅覚）を介して感じる心の働き（想い）である。綺麗な物や景色を見たい、心地よい音を聴きたい、心地よい物に触れたい、美味しい物を食べたい、心地よい香りを楽しみたい、などといったニーズの集積として「豊かで安心した暮らし」に対するニーズがあり、一人ひとりの心の働き（想い）としては、おおよそ、その方向を目指すと考えてよいのではないだろうか。

そして、それら一人ひとりの心の働き（想い）の「つながり」や「ひろがり」によって、より豊かな生活文化が形成されながら、各地域に生活文化に関連しつつ、五感を満たす商品を開発・生産・販売する仕事（雇用）、あるいは五感を満たすサービスを提供する仕事（雇用）が増えてゆく。そして、この「五感を満たす」ことによって顧客から料金を頂けるような商品やサービスを提供できるレベルが、プロフェッショナルであって「職人技」なのである。この「職人技」の含まれない商品やサービスは、たとえ一時的に価値があつたとしても持続しないし、永続的に仕事や雇用を創出することにはならないであろう。

まずは異なる地域や国家間の生活文化の違いを認識することから「共通項」を見出し、その「共通項」を介して、一人ひとりの「つながり」や「ひろがり」を再生しながら一人ひとりの感受性・創造性、そして生産性を高めてゆく。そうすれば結果として、それぞれが属する組織や地域、国家は必ず善い方向に向かってゆくのではないだろうか。

私たちが目指す次の時代は、そういう組織や地域、国家が発展する時代であってほしい。