

〈家〉（うち／ハウス）をめぐるテレビCM

メタデータ	言語: jpn 出版者: 明治大学教養論集刊行会 公開日: 2021-11-29 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 畑中, 基紀 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10291/22047

〈家〉(うち/ハウス)をめぐるテレビCM

畑 中 基 紀

1

テレビCMがそのオーディエンスに対してどのような説得を試みるにせよ⁽¹⁾、言い換えれば、基本的にはそれがどんな商品の広告であれ、テレビCMは、CMというメディアそれ自体が生成するメッセージとして、オーディエンスと社会との関係性に言及せずにはいない。あなたは、あなたの属する集団に対して、このように振る舞うべきだ、とか、集団の成員たちは、それによってあなたをこういうふうに見ることになりますよ、と映像テキストの意味構造上の深部から訴えるメッセージは、同時に、オーディエンスの側の集団に対する帰属意識や、集団との関係性において暗黙のものとして保持されている規範の存在を逆に反映する。

だが、それらについて分析し考察する場合に問題となるのは、いわばその前提となる、日本人にとっての社会と個人との関係性、あるいは、そもそも日本文化において、社会や個人がどう定義されるかという点において、一定の曖昧さを払拭しきれない点にあると言ってよいだろう。それはまた、英語でなら“society”という、近代化の過程で西洋から、いわば輸入された概念に対して、「世の中」や「世間」といった、それ以前から日本文化の中で共有されていたと思われる社会観が存続しつづけたまま、両者が日本人の生活のなかに混在しているという問題とも言い得る⁽²⁾。この問題は、明文化された法や規則などによって規定される「社会」、いわばタテマエの「社会」に

対して、その裏に隠れている、日本人のホンネの部分での関係の網の目のあり方、それがどのように形成されているか、そこでは、日本人にとっての〈私〉は理念的な〈個人〉とどう折り合いをつけているのか、といった問いへと置き換えることができる。

こうした問いが示唆するのはまた、日本文化における公共性の概念の曖昧さである。〈公共〉という概念にも〈社会〉と同様、直輸入語と既成の概念との間の齟齬が解消されないままに流通しているという問題が伴っていることが類推される。〈個〉としての日本人が生きていく上で関わることを欠かせない集団との関係において、「誰」と呼び得る一個の人間 (who) としてではなく、「何 (者)」つまり、どこの集団で何をしている者かという社会的属性や地位 (what) によって認識され、その言動も「共約可能」(他との交換可能) な位相におかれ、処遇される⁽³⁾のが日本の社会であり、「共約可能」ではない、ユニークな存在として行為し、また言葉をもつ他者どうしが集散的に、しかも不断に生成しつづける〈社会〉の全体性と〈個人〉との関係においてみいだされる〈公共〉という概念が、決定的に馴染まず、今もなお十分に定着していないと考えられるのである。

これらの一般的な課題を追及することが本稿の目的ではないが、議論の前提として、こうした問題にも若干触れておきたい。

和辻哲郎は、『人間の学としての倫理学』で、「人間」を「世の中自身であるとともに、また世の中にある人」⁽⁴⁾と定義している。この定義を、少々乱暴にパラフレイズするなら、「人間」の意味は、まず「世の中」を前提として決まる、ということになるだろう。少なくとも、日本において「人間」とは何だろうと考えるならば、「世の中」との関係を含む形で答えを作っていかなければならない、ということはできそうである。その和辻が、『風土』のなかで、日本人と、社会の一単位ともいえるその家族という集団との関係について、「人は家族の全体性において初めて夫婦・親子・男女として役目づけられるのであって、逆に男女・夫婦・親子の集合により家族が成立する

のではない」⁽⁵⁾と述べている。家族とは——これを日本人は家（イエ、またはウチ）と呼ぶことがある——、まず家長として父がいて、その家の嫁として嫁いできた母がいる。その上に父の両親である祖父母（舅・姑）がいて、下には子どもがいる、といった型のようなものがまずあり、それぞれのポジション（地位）に自分を当てはめることで、家族の成員ひとりひとりのアイデンティティがかたちづくられていく。ポジションが先にあるのだから、その人がどんな人であるか、ということよりも、まず、その「役目」に、まるで型にはまるようにうまくはまっているということが重要になる。したがってこれは、〈共約可能性〉のひとつの表れということになる。

さらに、和辻はそのことから、「家は家族の全体性を意味する」⁽⁶⁾という見方を引き出す。つまり、家という型によって、その成員としての〈個〉というものが定義づけられており、家長すら、自分の意志でその責任を引き受けるのではなく、家をかたどる一つのポジションである家長の型に自らをはめ込み、「役目」に従って判断し、行動する。家長とはこうあるべきだ、という明文化されないルール、つまり掟のようなものがあり、それを忠実に履行していくことで、家長としてのアイデンティティーが確保される。

最も日常的な現象として、日本人は「家」を「うち」として把握している。家の外の世間が「そと」である。そうしてその「うち」においては個人個人の区別は消滅する。妻にとっては夫は「うち」「うちの人」「宅」であり、夫にとっては妻は「家内」である。家族もまた、「うちの者」であって、外の者との区別は顕著であるが内部の区別は無視せられる。すなわち「うち」としてはまさに「距てなき間柄」として家族の全体性が把握せられ、それが「そと」なる世間と距てられるのである。このような「うち」と「そと」の区別はヨーロッパの言語には見いだすことができない。⁽⁷⁾

ここで和辻のいう「個人の区別は消滅する」とは、まさに、個人は「共約可能」であると言い換えることができる。そして、家に関して日本人が外部との境界を意識しているときの〈ウチ〉〈ソト〉は、欧州の言語に翻訳できない。日本にはあって、欧州にはない概念を表しているということになる。

和辻のあげている「家内」のような呼称としては、他にも、たとえば、妻が夫を「お父さん」と呼ぶ、あるいはその逆、また、母親が長女を「お姉さん」と呼ぶなどの例をあげることができるだろう。いうまでもなく、夫は妻の父ではなく、長女は妻の姉ではない。問題は、哲郎さん、とかテル子さんといった個人名を使うことが忌避されるという点にある。個人名とは、自分が何ものであるのか、ということに関わる、つまり、アイデンティティに関わる重要な記号であるとすれば、個人が「消滅」するとは、そういう意味で〈個人〉を自律させるアイデンティティが成立しがたいということの意味する。ただし、これは同時に、あたかも全体に溶け込んでしまうかのように、家のなかでのポジションの型にはまっていれば安心して生きていける、ということでもある（血のつながった家族にかぎらず、職場などでも集団を「一家」「ファミリー」などと家に擬することがあることにも注意したい）。

さらに和辻は、そのような「家に規定せられて個人主義的・社会的なる公共生活を営み得ない」⁽⁸⁾と、日常を生きていくうえでの〈ソト〉との関係のとり方が、日本人の公共性に関する態度を決定づけていることに言及しつつ、「人間の**間柄としての家の構造はそのまま家屋としての家の構造に反映している**」⁽⁹⁾と、建物としての家^{ハウス}がもつ形式上の特徴が、人びとの**家の**^{ファミリー}の成員としてのアイデンティティに起因する、家族内相互の、また対社会的な意識を象徴していると指摘する。

たしかに、1910年代頃までの日本の一般的な家屋の間取りを見ると、それを特徴づける、今日の住宅建築とのもっとも大きな相違として、「中廊下」がないという点をあげることができる。部屋と部屋とを隔てるのは障子や襖などの、可動式のいわば壁の代用品であり、これを取り外せば、全体が大き

な一部屋となるような造りの場合も少なくない。縁側があって、そこに接している部屋どうしの場合を除けば、基本的に部屋から部屋への移動には、どこか別の部屋を通って行くことになる。構造上〈個室〉というものは存在しえないと言ってもよい。いわば家全体で外部と対峙しているような形をとるのが日本の伝統的な家だと言える。部屋と部屋とを隔て、プライバシーを守るよう機能する廊下というものが、家屋の内部に取り入れられるようになるのは、おおむね1920年前後なのである。⁽¹⁰⁾ さらに、家長以外の家族の成員が占有できる個室があることが普通になるのは、高度経済成長期以後のことになる。

もちろん現代の住宅は、もはや洋室が中心となり、ドアと固い壁で隔てられた個室が「中廊下」で結ばれ、また家の外部との境界もシリンドー錠やドア・チェーンなどで守られていて、〈ウチ〉〈ソト〉双方に対して二重にプライバシーが確保されているのが一般的である。だが、そのことによって、和辻が指摘したような日本人の心性も、もはや過去のものになったと言えることができるであろうか。

2

集団内において「共約可能」な存在として処遇されて生きること、ある種の安心感を覚える心性を、日本文化に一貫する原理と関連づけて論じたのは加藤周一である。

内と外との境界が明瞭で閉じている場合には、内に住む者と外に住む者との区別は鋭い。あらゆる機会にその区別が強調され、内に住む者は同じく内に住む者に対してと外に住む者に対してでは別の二つの態度をとり、別の二つの規則を適用する。その意味で境界が閉じている空間は、もちろん日本社会という全体だけではなかった。日本社会のなかに

は無数のムラ共同体があり、ムラ共同体のなかには「家」がある。日本社会の内外の人間が日本人と外国人であるとすれば、ムラの内外の人物はムラ人と外人^{ソトビト}であり、「家」の内外ではたとえば家族と非家族であろう。ここで便宜上あたえられた集団の成員を「内人」(insider)とよび、すべて集団外部の人間を「外人」^{ソトビト}(outsider)とよぶとすれば、日本の集団の内外人の関係を分析するためにもっとも便利な「モデル」の一つは伝統的なムラ共同体である。⁽¹¹⁾

現代人も用いる「うちの人」という語にこの「内人」、「よそ(そと)の人」に「外人」を適用すれば、これまで家の境界としてみてきたものを、日本人が自分の所属する集団の内外を区別しているさまざまな境界に当てはめられるということになる。したがって、家に限らず、〈ウチ〉と〈ソト〉とを画する境界の内側での日本人の生き方について考えるには、その人の属する「ムラ共同体」を見い出していけばよいということになる。

「ムラ共同体」では、婚礼や葬礼、祭礼や集団で行う農作業などに典型的なように、「公」と「私」の区別が事実上設けられず、そこに属することは、一人一人の人が「共同体に組みこまれ、その中に埋没する」⁽¹²⁾ことを意味すると、加藤は言う。そこで「ムラ人」として生きる一人一人の人々と、「ムラ」集団との関係は、

集団優先を原則とする。一般に地主・豪農は独裁者ではない。集団の決定は全会一致を原則とし、個人に異説があるときは説得し、成功しなければ「村八分」とする。ムラ人個人に集団が加える圧力は、当該個人の私生活の細部にまで及ぶ。それに対する個人の反応は、一般には、大勢順応主義(conformism)であり、例外的には、ムラからの脱出(自発的な「村八分」の先取り)である。このような集団主義の特徴は現代日本の中にさえも生きている。企業の決定過程への中堅社員の参加とそ

の意味での平等主義、「リストラ」とよばれる「村八分」、そういう習慣を職場から国の全体にまで拡大すれば、「それでもお前は日本人か」ナショナリズムやおどろくべき付和雷同性があらわれるだろう。日常生活の空間は明瞭な境界をもち、境界の内外で対応の原則が異なる。⁽¹³⁾

こうした集団のなかでそつなく生きて行くためには、つねに〈私〉を抑え、「個人の信条と良心の代りに集団の規範」を奉じて「大勢に従う」⁽¹⁴⁾ことが最良の手段として選択される。〈個人〉(individual)としての自律性を初めから持とうとしないのに等しい。まさに集団に「埋没」し、したがって、どう行動するかを決めるのに、集団の「信条」や「良心」に従っていれば、〈個人〉としての責任も意識する必要がなく、楽に生きていけるはずだ。それは、あたかも集団に人格があるかのようにみなすことであり、それと一体化することでもある。つまりは、「大勢」こそ正義であり、みんなが(／みんなで)やることなら、そこに〈私〉の正義がある、ということになる。

加藤のように、「伝統的なムラ共同体」を「モデル」とする視点を設定することは、一つの全体として捉えられる集団のスケールを、小は家族、親族共同体から、大は「お国」全体まで、自在に想定できる視座を得ることを意味する。ということは、見方を変えれば、家族のような共同体における、全体と〈私〉との関係のあり方、関係性が、相似形のようにスケールアップしていく共同体のなかにも見いだせる、ということにもなるだろう。そう考えると確かに、リーダーを〈親方〉とか〈親分〉と呼ぶ慣習は、さまざまな職能集団に、あるいは、明確に職能集団とみなすことができないとしても、「ムラ共同体」的な規範によって結束した集団などに、昔からよく見られると思われる。さらには、今でも中小企業などで、社長のように「長」のつくポジションにある人物を、部下たち、つまり集団の成員が〈親爺〉などと呼ぶ例は、いくらでもありそうだ。もちろん、何も中小企業に限ることはない。大小を問わず、他社の社員に対して、相手の会社を「御社」と呼ぶのと

同様の意識で、「(社名)さん」と表現するような慣習も、広く見られるようである。このような敬称の慣用は、すくなくとも欧米の言語ではあり得ない発想であろうと思われる。

こうした心性がテレビCMの映像にも表象されていることの一例として、たとえば、サントリー食品インターナショナルの缶コーヒー「BOSS」の、「宇宙人ジョーンズ」シリーズのなかの「大工篇」(2008.7)⁽¹⁵⁾をあげることができる。30秒の作品は、住宅(家)^{ハウス}の建築現場で、若者が叱責されているシーンと、大工の一人になりすましてその現場に潜入調査中の宇宙人ジョーンズがその後、叱られた若者のアパートを訪ねるシーンとで構成されている。

現場で働いている大勢の大工たちは、身分としては、おそらく工務店と雇用関係にある従業員でもあり、叱っている人は、その工務店の社長あたりではないかと思われるが、この現場の人々の映像は同時に、加藤周一のいう「内人」としてお互いを認識し合う「集団」の、一つの典型的な姿を表現しているとも言える。社長を「棟梁」とする職人集団は、同じ工務店の〈釜の飯を食う〉〈一家〉でもあり、「棟梁」とは、要するに〈親方〉でもある。その棟梁が「若者」を叱っているセリフ、「やめろ、大工(を)」とか「明日から来なくていいよ」などは、解雇の宣告ともとれるが、親方が弟子を叱りつけている場面とみれば、どこか父親が息子を説教しているようでもある。親子にも擬せられる、いわば切っても切れない関係を結んでしまっていて、言葉の表面の意味とはうらはらに、腹の中には、厳しく躰けて一人前の大工に育ててやろうという意図があるようにも見えてくる。

この解釈の妥当性を強めるのが、後半のシーンである。棟梁と若者との間の関係を修復してやることを意図するかのような風情のジョーンズ氏は、この工務店の人間関係のなかでは、「若者」に対する「兄貴」分とでもいうようなポジションにあると言える。そして、「俺、怒鳴られて、ちょっと嬉しかったです」という若者のセリフも、やはり、父親が本気で叱ってくれたこ

とに心を動かされている息子の言葉のようにすら聞こえてくる。このように、いわば、タテマエのうえでは、工務店の従業員たちの日常の一場面といえるストーリーが、同時に、ホンネの部分としての人間関係のあり方、とくに「ムラ共同体」的集団のなかでの、集団に対する〈私〉の関係のとり方、をコンテキストとして表象することで成立しているのが、このCMなのである。

3

前節で引用した加藤周一の議論のなかにも見られるように、日本人にとっての集団の〈ウチ〉〈ソト〉の問題を考える際には、〈私〉と対立する「公」という概念を無視することができなくなる。端的にいえば、「ムラ共同体」的集団は〈私〉にとっての「公」^{おおやけ}であり、その共同体の外部にもさらに大きな「公」^{おおやけ}が存在する。この「公」^{おおやけ}の原義が「大家」^{おおやけ}「大宅」^{おおやけ}であることは明らかである。つまり、もともとは統治機関の大きな建物を指す言葉が転用されたと考えられるわけで、このため、「公」の語義には〈大きい〉というニュアンスが今も残っており、人が自分を中心に、自分の属するさまざまな集団を同心円状にイメージするとき、そのそれぞれの集団の大きさに対応して、「公」も多元化するのである。

この点に関して、東島誠が次のように説明している。日本語の〈オオヤケ〉は元来、〈大宅〉、つまり大きな家という意味だった以上、その対義語は〈小宅〉^{おやけ}であって、〈ワタクシ〉ではなかった。中国から律令という制度が輸入されたときに、「公私」という概念も輸入され、そのとき、「オホヤケ」がもともと「ヤケ」のうちの大きなもの、であったがゆえに、「公私」もまた中国本来の対立概念としてではなく、相対的な〈大-小〉の関係として捉えられてしまった⁽¹⁶⁾のである。それぞれの集団における身分階層の最高位にある人物が〈オオヤケ〉を体現しているとすれば、その集団はまた、さらに

大きな集団に属していて、そこにはまた〈オオヤケ〉としてのその集団を象徴する存在がいる。つまり、「入れ子状の重層的構造、平たく言えば相手より『大きい』ということが、歴史上の『おおやけ』の基本的構造であった」⁽¹⁷⁾のであり、「多元的(かつ時限的)に存在する三角形の秩序の、それぞれの頂点により近く立つものが『公』とされた」⁽¹⁸⁾という歴史的経緯が、〈オオヤケ〉は大きい、というニュアンスを定着させ、今日にまで至るのである。

加藤周一の議論で、「大勢順応主義」を生み出すのは、その成員に対して加えられる集団の圧力であり、その集団に属する〈個人〉にとって何が正義であるかを決めるのがその力であった。つまり、日本文化においては〈私〉に対する「公」こそが正義なのである。家ならば家父長が、ムラ共同体ならばムラ長が、白いものを黒いといえ、それは黒いというのが正しいということになり、「『公』とは、権力を正当化するための言説である」⁽¹⁹⁾とも言うことができ、したがって、集団内での合意形成も、「実質的には時の権力者の意思が確認される」こととなり、また、そうやって合意形成を図るという「手続きそれ自体が、合理性の源泉」⁽²⁰⁾とみなされやすいため、全会一致こそが正しい決め方、という心性が養われることになる。

そうした権力と秩序の構造を正当化するために、それぞれの集団の頂点に位置する人物(さらには集団を包み込む、もっと大きな集団の頂点に立つ人物、あるいはその権威を帯びた人物)も、集団内の他の成員も、〈私〉との関係において、“impartial”な存在ではあり得ず、したがって〈私〉はまた、“individual”な存在ではないということになる。その頂点で権威を体現する人物の意思とされるものが、その「公」の意思のようにみなされ、そして、それが直ちに、つまり、批判の余地なく絶対的な正義とみなされるという認識が集団内で、暗黙のうちに共有される。

こうした正義の事例として、「絆」という語がスローガンのように使用される場合が考えられる。ポジティブな意味合いを付加して、あたかも、どん

なときでもしっかり結びついていて頼りになる、人と人との関係性と、それがもたらす安心感のような感情を表す言葉として使われる向きもあるようだが、元来は、断ち切りたくとも断ち切れない結びつきとして、その結びつきの強さがかえって、〈私〉の自由を制限したり、奪いとうろとしたりすよう作用する、宿命のようなネガティブな関係性を表現する言葉である。切っても切れない繋がりを強調して、(繋がっている人々を置きざりにして)そこから逃げることはできないぞという圧力をかける。その集団内に通用する倫理的な正当性を帯びた力で、個人(individual)としての意思を貫こうとすること、幸福を追求しようとすることを許さない。この場合、《お前は、集団内の他の成員と同じように、ここにいなければならない》と強制しようとする「公」の力に対して、〈私〉は、個人(individual)ではなく、まさに「共約可能」な存在と見なされていることを明らかにするという一面が、「絆」という言葉にはそなわっていると見てよい。

〈私〉との関係性によって浮かび上がる「公」の力の構造は、もちろん、倫理的な強制力のみを発動するわけではない。神島二郎の言葉を借りるならば、「異質馴化」のメカニズムによる統御が、日本の集団内における権力構造を基礎づけていると考えるのが適切であると思われる。

はやい話、今日の日本人は、会話をしている、話のくい違う点を価値あるものとして重視するよりも一致する点をさがし出してこれを価値あるものとみなす傾向がある。だからといって、話がくい違ってないわけではないのである。そのことが、政治の場面においては、違う意見を価値なきものとして押しつぶす動きとなってあらわれやすい。十五年戦争中、しきりに使われた「非国民」ということばは、この馴化の機制が異化の機制に立ち優っているということの政治的な一つの表現であると考えられる。⁽²¹⁾

神島の議論は、日本の政治文化とは、西欧のような「暴力支配を政治的統合の起点とする〈支配〉」や、それが転回した〈自治〉とは対照的な、「帰服推戴を政治的統合の起点とする〈帰嚮〉」を成立させ、これに歴史的には暴力による支配を加味しながら、理論的には〈同化〉原理や〈支配〉原理を外国から摂取してきた⁽²²⁾ものである、という前提にたつ。日本の政治支配、集団内の力の構造は、本来性質が異なるものたち、多様なはずの人々を同一化してしまい、長としておしいただく人に服従させる、ただしそれは隷従ではなく、家長としての父親にすぎるように、いわば大樹の陰に身を寄せて保護してもらうかのような形の服従である。そうして「馴化」することによって、多様性や独自性を押しつぶしてしまうような強制力が、「公」の〈私〉に及ぼす力であると言ってよいだろう。

日本社会においては、馴化強制がはたらいており、そのため、社会が拡大される場合にも、それぞれの社会単位を維持しながらそのそとに開放的な場所を設定するよりも、社会単位そのものを開放化して大きい社会をつくっていく傾向がある。政治的には、殊別を前提にして統合をすすめるのではなく、融合を前提にして殊別を隠蔽していく傾向がある。そういうことから、公私の境界が確定せず、人により時にしたがって公私の通次転換が起りやすくなるのではないかと思われる。⁽²³⁾

この言説は、東島の説く「入れ子状の重層的構造」の実態をよく説明する。どのような階層の〈親分〉も、家父長も親方も、自分が頂点にたつ集団と、その集団が属するより大きな集団との関係性においては、その大集団の一成員にすぎなくなる。究極的な大集団の頂点にたつ存在を別とすれば、絶対的な正義はなく、彼らの言葉や行為は、あるときには「公」を体現し、またあるときには〈私〉のものであるというように、相対化されるのである。

4

ここで、住宅メーカーのCMを検討したい。大和ハウスグループの企業CMで、「『共創共生』シリーズ」の1本として2021年現在放映中の、「共創共生・『湯浅町・醤油少年』篇」⁽²⁴⁾である。ストーリーの中心を成すのは、湯浅町に暮らす小学生が、体験学習の一環として、町内の醤油蔵、醸造現場を教師に引率され級友たちとともに見学する場面、その学習内容を整理している教室での授業の場面、そして、同じ少年が自宅で机に向かい、その体験レポートと思われる作文を書いている場面、夕餉の食卓を、両親、祖父母、兄弟たちと囲む場面である。食卓では醤油瓶を手にした彼が、おそらく父親の質問に答えて、醤油の原料を列挙している。

少年を視点人物と想定すれば、表面的なテーマは明確である。日常において彼を取り囲む家族、学校の人びと、そしてコミュニティの人びとというパースペクティブが明瞭で、このCMにおける家には^{ハウス}〈ソト〉に対する嚴重な防壁としてプライバシーを守る建物という意味合いは付与されていない。むしろ、そのパースペクティブに従って、同心円状に広がる〈ウチ〉のイメージが重なり合い、コミュニティを形成する一単位としての^{ファミリー}家の器としての家、ともい^{ハウス}うべき機能が顕著に表現されている。

つまり、そこを拠点に、家族の成員がコミュニティと関わっていく場所、むしろ建物の外へと繋がりが広がっていく起点としての家という意味合いが強調され、そこに暮らす家族の意識も、より大きな集団に対して開かれている感じが強くでてい^{ハウス}ると言^{ファミリー}ってよい。キャッチコピーの「共に創る、共に生きる」も、第一義的には、宅地を開発したり住宅を販売するメーカー（またはディベロッパー）と顧客とが、あるいは地域社会とが「共に」、人と暮らしを作るのだということになるのであろうが、同時に、街の人々と「共に」コミュニティを「創る」ことも^{ハウス}家の使命であるというメッセージが示唆され、コミュニティと「共に生きる」ことの価値を高く認める思想をもつオー

ディエンスの共感を喚起しようとしている意図もまた明らかである。

いずれにしても、共同体的集団内での繋がりを描くことに重点が置かれているために、家族のメンバーの個性や、その家での彼ら^{ハラス}なりの暮らしぶりといった情報はほぼ排除されてしまっている。机に向かって作文を書く少年は、学校の教室における生徒の身振りを反復し、醤油の醸造法に関する質問を少年向けの父親は、教師の身振りを模倣しているのに等しい。そのようにいわば、〈私〉の表象を抑圧した結果として、このCMにはどのような「公」が表現されているであろうか。

少年を取り囲む多重化した集団というパースペクティブに呼応するように、表現される「公」も多元化している。なかでも、CMの映像にはっきりと描き出そうとする意図が読み取れるものとしては、湯浅町（特に伝統的建築物の保存地区）というコミュニティ、つまり地域共同体がある。その街に住む人々を全体的に包み込むオオヤケ、つまり、大きな家のような集団の存在として、ひとつの大きなファミリー、あるいは一族のように、ひとつの規範といえるものを共有している姿を映像は強調してしまう。具体的に言えば、湯浅は醤油の町だというアイデンティティを守り、継承していくという意識が共有されている街として、コミュニティが表象されるのである。

映像のなかには、そうした規範に対する批判的視点は入り込んでいないために、たとえば、どんな思想をもつ（親の）子どもも一様に、小学校の教育実践のなかで、醤油について詳しく学ぶ⁽²⁵⁾べきだという考えが容認されているのは、それは正しいことだという判断基準を、人びとが無条件に受け入れているかのような世界を、映像は表現してしまう。どの家庭の子にも、画一的な教育を受けさせることを、いわば喜んで強制される世界である。仮にこれがそのまま現実で、そこでは、自分の子がその体験活動に参加することを拒否できるとしても、それをためらってしまうような力が働いているとすれば、それもまた、ゆるやかな受忍ということが出来る。もし映像が、そのように考え方を換えようとする〈個人〉が、全体に対して批判的に働きかける

ことを許さない空気までもも巧妙に表現しえていたならば、それこそが〈公〉の強制力の表象ということになる。

もちろん、たとえドキュメンタリー風のCMであっても、映像である以上、そこにはあくまでフィクションとしての日常が再現されている。表層に描かれるのは、一面だけを誇張した、一種のユートピア的世界であるとも言えよう。それゆえ、たとえば、社会科の教育の一環として、自分の生まれ育った土地の文化と歴史を学ばせるのは、それ自体が善だという考え方は普遍的であるというコンテクストのもとにこれを見れば、あたかも「道徳」の教材であるかのように、もっと大きな「公」の規範にかなった善の実践が写しとられているということになる。

このように、このCMは、「ムラ共同体」のはらむ、いわばネガティブな側面が、きれいに拭い取られた世界を描き出そうとする。だが、登場人物たちの行為が示唆するのは、「共に生きる」ことを目指す実践が、ある種の理想的な家庭の成員、理想的なコミュニティの成員というポジションに、彼らを、いとも簡単に押し込めてしまう仕掛けである。そのことによって、「共約可能」な存在として生きることを受け容れた人びとの姿を、逆説的に表現する。

少年の属する学校という集団も、ひとつの「公」である。だが日本の学校が、まさに「馴化強制」の力が働くもっとも典型的な場であることについては、説明も不要であろう。ならば食卓における父親の振るまいも、ひとつの「馴化」された姿である。その場面に被せられる、「この町にしかないものを、ちゃんと教えていくこと。それは醤油造りと同じくらい大変だけど大事な仕事」というナレーションが、まさにその「強制」力の倫理的な裏づけを映像に付加している。

念のために繰り返すが、ここで述べようとしているのは、このCMが現実の湯浅町の営みを批判しているということではない。逆にそれが、自らのより理想的な存続を、さまざまなスケールの集団をうまく機能させて実現

しようとするコミュニティの実践を、60秒なり90秒なりといった短い時間のなかで正確に再現し、賞揚する映像として十分に成立しているがゆえに、直接的に目に見える像としては表現し得ない日本人の集団の特性が、これもまた分かりやすく表現されてしまっているということである。⁽²⁶⁾

注

1. 拙稿「テレビCM表現学の試み」(『明治大学教養論集』524、2017.3)、「テレビCMの構造的一人称」(『明治大学教養論集』538、2019.03)、および「テレビCMにおける〈みなさん〉の表象」(『人文科学論集』66、2020.3)参照。なお、本稿の議論には、これらとの重複も一部含まれることをおことわりする。
2. 「大切なことは当時も今も『世間』は隠されていたことである。人々は自分が『世間』に私的生活の足場をもっていることを隠してあたかも建前の世界だけで生きているかに振る舞ったのである。『世間』はこうして隠されたのである。」「我が国の近代化がもたらした最大の問題がこうして生まれた。以後今日まで人々は政治、法制、教育そのほかのあらゆる分野において二重生活をやむなくされたのである。」(阿部謹也『「教養」とは何か』1997.5、講談社、p.16)
3. 齋藤純一「公共性」2005.5.19、岩波書店、p.39。
4. 和辻哲郎「人間の学としての倫理学」2007.6、岩波文庫版、p.38。
5. 和辻『風土 人間学的考察』1979.5、岩波文庫版、p.169。
6. 和辻、同書、p.170。
7. 同書、p.173。なお傍点は原文による。
8. 同書、p.175。
9. 注7に同じ。
10. 祐成保志『〈住宅〉の歴史社会学 日常生活をめぐる啓蒙・動員・産業化』2008.10、新曜社、p.32。また、西川祐子『住まいと家族をめぐる物語』2004.10、集英社、第3章も参照。
11. 加藤周一「日本文化における時間と空間」2007.3、岩波書店、p.152。
12. 同書、p.153。
13. 同書、p.226。
14. 同書、p.122。
15. DVD『宇宙人ジョーンズCM いまのところの総集編』avex club AQB150797(非売品)所収。
16. 東島誠『〈つながり〉の精神史』2012.3、講談社、p.219。
17. 同書、p.218。

18. 同書、p.220。
19. 同書、p.224。
20. 同書、p.225。
21. 神島二郎『日本人の発想』1975.9、講談社、pp.104-105。
22. 同書、p.96。
23. 同書、p.133。
24. このCMは大和ハウスグループのウェブサイト上に公開されている。(https://www.daiwahouse.com/ad/cm/syoyu.html 2021.6.29 アクセス) そこでは映像コンテンツの他に、以下のような解説が付記されている。

和歌山県有田郡湯浅町は、日本の醤油発祥の地と伝えられる町。およそ800年以上前、鎌倉時代に中国・宋で修行を積んだ禅僧がこの地に伝えた「金山寺味噌」製造の過程で、醤油が生まれたとされています。古くから熊野古道の宿駅として栄え、江戸時代には大坂と江戸を結ぶ航路の中継港でもあったことから商業都市としても発展。湯浅で生まれた醤油は、やがて関東にも伝えられ、全国に広がっていったと言われています。湯浅町北町通りに店を構える「角長」は、天保12年(1841年)創業の老舗。170年以上も醤油発酵の舞台となってきた蔵には、醤油製造に欠かせない酵母が棲みついています。CMには、この蔵や資料館を見学に訪れる地元の小学生が登場。醤油を関東に運んだ樽廻船の模型を見て想像を膨らませたり、目に見えない酵母の働きに驚いたりします。この町が受け継いできたもの、この町にしかないものを、こどもたちに丁寧に教える大人たち。その使命感や熱心さが、この町を輝かせていました。

25. 実際の湯浅町でも、「郷土愛を育む」という「重点目標」のもと、「地域教材を活用した取組(ふるさと教育の充実)」として、「ペットボトル醤油づくり等体験活動」が実施されていることは、「湯浅町 学校教育指導の方針と重点施策」(湯浅町教育委員会・令和2年度)から確認できる。町では、「家庭・学校・地域が一体となって子供を育む」との「学校教育指導方針」のもと、「体験活動の充実」が図られているという。http://yuasa.ed.jp/publics/index/34/&anchor_link=page34#page34
また、湯浅町のウェブサイトでは、3年生向けの「わたしたちのゆあさ町」、6年生向けの「わたしたちのゆあさ町-歴史編-」など、教育委員会によって作成された副読本を閲覧できる。http://yuasa.ed.jp/publics/index/38/&anchor_link=page38#page38 (いずれも 2021.6.29 アクセス)
26. 住宅メーカーのCMが表象する日本人の心性は、もちろん、こうしたことのみにかぎるわけではない。家と家族との関係に^{ハウス}着目することによっても、また別の論点が見えてくるのであるが、そこには経済政策の推移をはじめとして、他の社会的要因が関与していることもあり、それについては稿をあらためることとしたい。

(はたなか・もとき 経営学部教授)