

分からないから面白い

企業経営漫談士 岡野実空

関西・中部の2府3県に跨り、我が国の私鉄で最長の路線網を持つ、近畿日本鉄道（近鉄）。その沿線にはさまざまな遺跡が点在し、古代へのロマンを誘います。これは1980年代前半、その東京支社が首都圏で展開した、「あすかの里」の広告コピー。（1983、田島一明）今回のコラムは、私たちの知的な原動力である、「好奇心」について考えます。

視点1：背景と真意

近鉄の母体は、1910年（明治43年）に設立された大阪電気軌道。多くの犠牲者を出した旧「生駒トンネル」の完成によって、まず1914年（大正3年）に上本町～奈良間が開通。その後は天理や橿原、さらには伊勢、志摩方面への延伸だけでなく、合併によって名古屋とも直結し、関西を代表する私鉄として今日に至っています。その大きな魅力は、沿線に点在する数々の名所旧跡。またそれに相応しい車両「ピスタカー」は、近鉄の代名詞として、予てからそのイメージアップに貢献して来ました。

さて今回の広告コピーは、政治に続き経済でも主役の座を奪った首都圏で、関西が絶対に優位性を失うことのない自国の歴史の領域へ、生活者の「好奇心」の方向転換を狙ったもの。海外旅行がすでに当たり間となっていた当時、奈良・明日香の遺跡を訪ね、「教科書」でしか知らない、自分の祖先たちへの関心を呼び覚ますことを狙っています。

視点2：教訓と学習

珍しいものや未知のものへの強い興味である「好奇心」は、「食住衣」の足りた多くの人間にとって、より良く生きる原動力。時間、空間、物質、そして人間など、その向かう方向はまちまちでも、何かを「知りたい」という願望は、私たちの本能に近いものです。またその探求をつうじて「わかる」喜びは、一般的な「分かる」だけでなく、「判」や「解」など、その内容や程度に応じて多様です。

さらに、これまでのコラムで何度か取り上げた「面白い」とは、その「わかる」に対応して、「目の前がぱっと明るくなる感じ」のこと。それは必ずや次の「なぜ？」を誘発し、その疑問が立ち止まることはありません。その意味でこのコピーは、無限の「好奇心」が、私たちの知的な糧であることを、実に「分かりやすく」表現しています。

◆教訓：「分かる」とは、物事を多面的に知ること
「面白い」とは、新たな切り口で見ること

◆参考コラム：『三々な経営』
3-24 ふつうの人のための「企画力」強化法
3-25 「わかりやすさ」の功罪

因みに明日香の場合、その目的も「分からないから面白い」遺跡の数々を巡り、その思いが一旦「人間の残酷な面」に向かうと、景色は一変。かつてそこはロマンとは対極にある、「血で血を洗う」権力闘争の地。目を覆いたくなるような修羅場の跡地に転じます。明日香は、「分かる」と恐ろしい。

以上のように、「表」だけでなく「裏」、あるいは、「正負」「善悪」などの両面が見えたとき、私たちは少し「分かる」レベルに近づいたといえます。

視点3：異論その他

80年代、日本人は衣食足り、個性や多様性を生活に求めるようになりました。「分からないから面白い。」は、広告主が価値観の視座を消費者に委ねた、そんな時代を象徴するコピーです。

しかし国家戦略となると「分からないでは済まされない。」はず。戦時中、人の死相が見えるという水野義人なる占い師がいて、山本五十六の推薦もあり、海軍飛行予科練生の適正検査員に採用されたという本当の話。戦時下にしてそうですから、この国の先を読む力にはお寒いものを感じます。

政治家の頭で考えるよりは、占い師の方がマシというのは言い過ぎか。AIが跋扈しそうな近未来、首相のお抱え占い師ならぬ、お抱えAIシステムの登場が現実となるかも知れません。（一力廉）

「過去」への好奇心で、「現在」をよりよく知り、それを土台に、「仮説検証」の試行錯誤を繰り返すのが、「未来」への好奇心。「分からないから面白い。」

2020年10月26日 実空