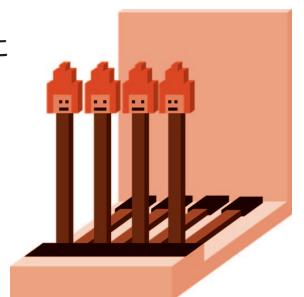


盛り上がるための緩やかな関係

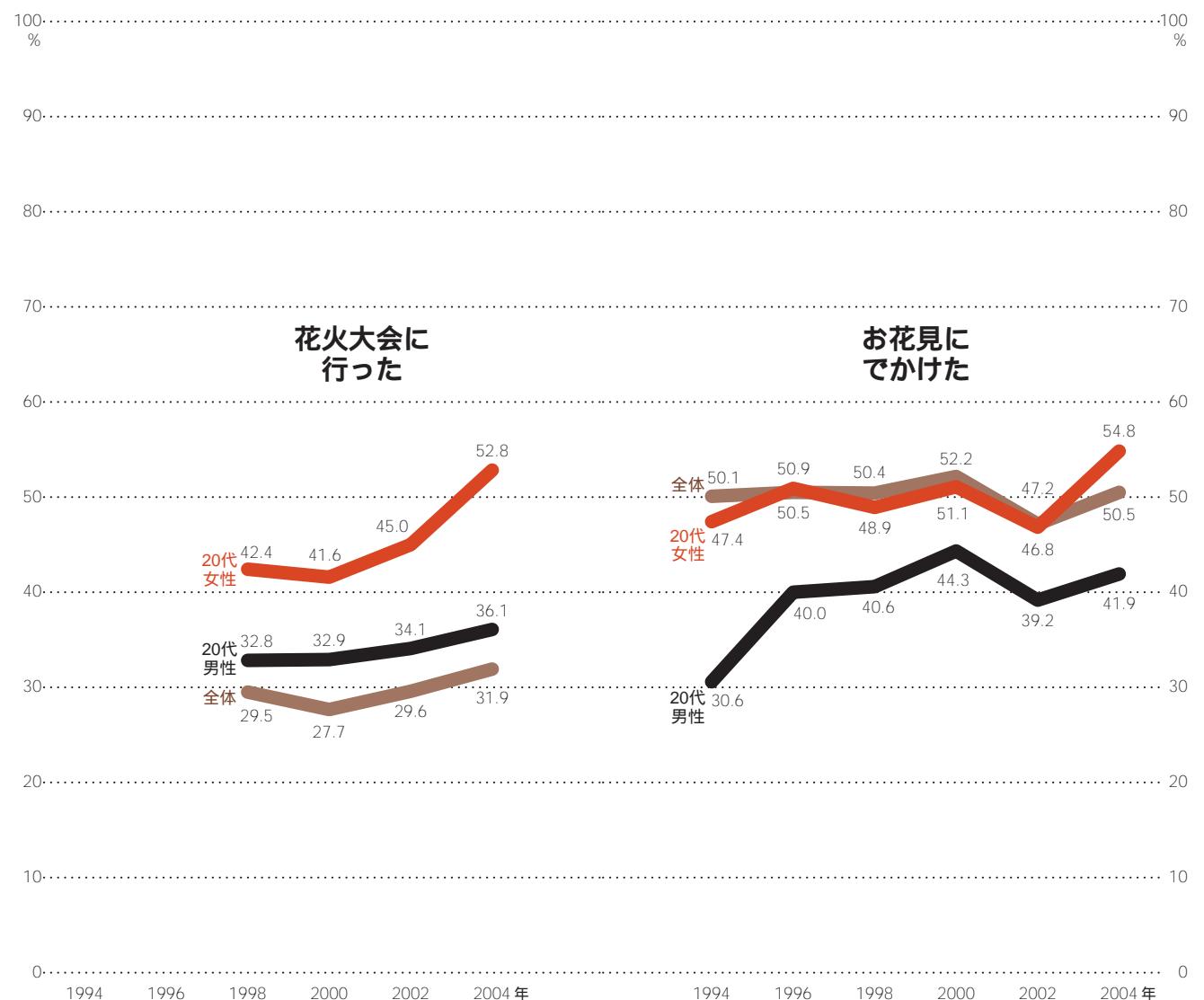
## 発火系

なぜ、花火大会に  
若者が  
集まるのか？



# なぜ、花火大会に若者が集まるのだろう。

真夏日の記録更新のなか、今年も、全国各地で花火大会が開催された。夜空にあがる花火は、昼間の暑さを一瞬忘却させてくれる。技術が向上したせいか、昔に比べて、色の数も多い。花火大会といえば、従来は、家族で行くことが多かった。多くの人が子供の時に親に連れて行った夏の花火大会の思い出がある。しかし、そんな花火大会の風景も、以前と比べると、ここ何年間ある傾向が見られる。若者の姿が目立つようになってきたことである。サークルの仲間、仕事の仲間、地元の仲間。5、6人から、多い場合で12、3人のグループが一つ一つの花火に喚声を上げている。都心に行けば行くほど、カップル率は高くなるが、それでも、若いグループが主役である。それにひきかえ、家族の姿が目立たない。地域差はもちろんあるが、住宅地に近い会場でも、地元の若者の姿が目立つ。博報堂生活総合研究所が2年おきに実施している生活定点調査のデータを見ると、ここ数年で、以前に比べると、花火大会に集っている若者たちが増えている様子がわかる。特に、20代の男女では、「ここ1年で花火大会にでかけた」人が2004年で最も多くなっている。(5月に調査を実施しているため、実際は昨年の経験)花火大会に、なぜ、20代が集まるのだろう。



# なぜ、お花見に若者が集まるのだろう。

お花見で人が集まる公園などを歩いて気がつくことだが、以前に比べると、ここ数年、若者の集団が実際に多くなったような気がする。かつて、お花見といえば、中年を中心とした職場の仲間同士のグループが多かった。それが、職場の若い人だけのグループや、大学のサークル、高校や中学時代の仲間が目立つようになった。なかには、今、注目されているインターネットで知り合った趣味のグループもいるだろう。彼らは、中年の花見客がしてきたのと同様に、墓石やビニールシートを敷き、その上に車座になって花見を楽しんでいる。ただ違う点は、車座の中心にあるのが、かつてのような日本酒の一升瓶やウイスキーのボトルなどではなく、酎ハイ、カクテル系の軽いアルコールとソフトドリンクなどである。当研究所の生活定点調査からも、若者のお花見人気は年々高まり、特に20代の女性のデータを見ると、「ここ1年以内にお花見にでかけた」という人が1994年で47.4%であったのが、2004年で、54.8%に上昇し、ピークを迎えている。すべての年齢層を合計した数字では、男女合計でわずか0.4ポイントしか上昇していないこと比較すると、若者の変化は大きい。では、なぜ、お花見に20代を中心に関若者が集まるのだろう。若者に何が起こっているのか。

「生活定点調査」		
調査地域:	首都圏、阪神圏	調査方法:
調査対象:	20~69歳の男女	訪問留め置き法
	20~29歳の男女	
1994年	2000人	473人
1996年	2000人	480人
1998年	2000人	473人
2000年	2000人	458人
2002年	2000人	450人
2004年	3105人	632人

「発火系調査」		
調査地域:	首都圏	調査方法:
調査期間:	2004年7月	
調査対象:	18~69歳の男女	
	18~29歳の男女	
1994年	382人	
1996年	480人	
1998年	473人	
2000年	458人	
2002年	450人	
2004年	632人	

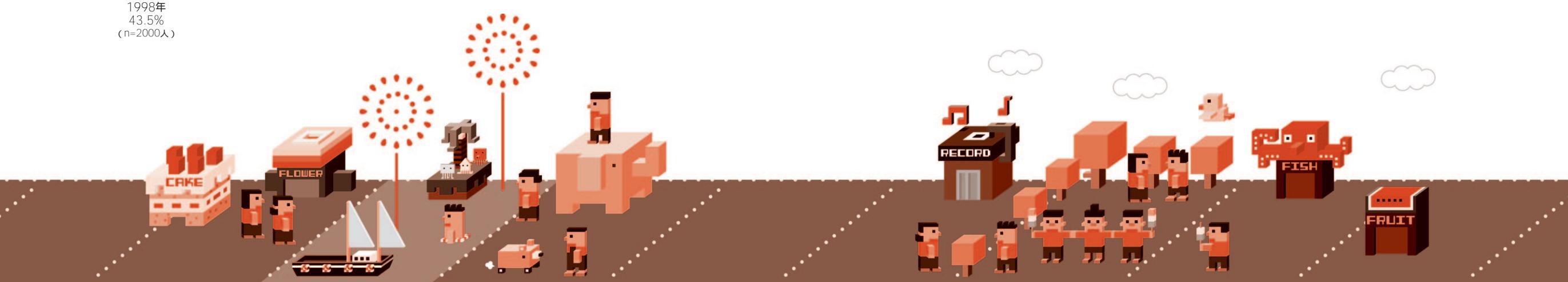
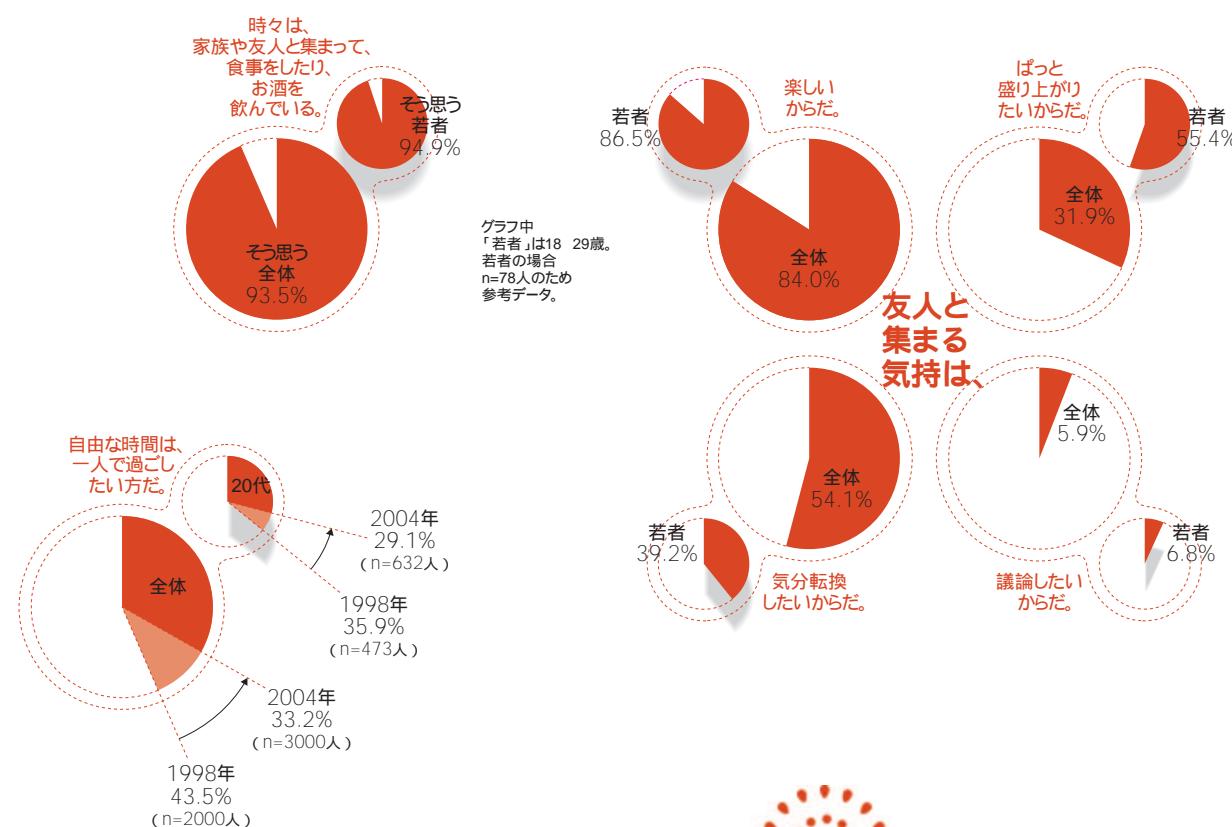
# 「盛り上がりたい」から、集まる関係。

日本人は、豊かさを獲得したと同時に、「個」を目指した。しかし、今、「個」を目指すべクトルとは違うベクトルが注目されだしている。若者を中心として、日本人が少しずつ集団還りをし始めている。しかし、いつも集まって行動するわけではない。特に、普段は一人でいる若者層が、人と集まるようになり、集団であることの恩恵を受けたら、再び、もとのそれぞれの「個」に戻っていく傾向が見られる。若者を中心とした一部の「個」を実現した人達が、

## 「発火系」という 関係。

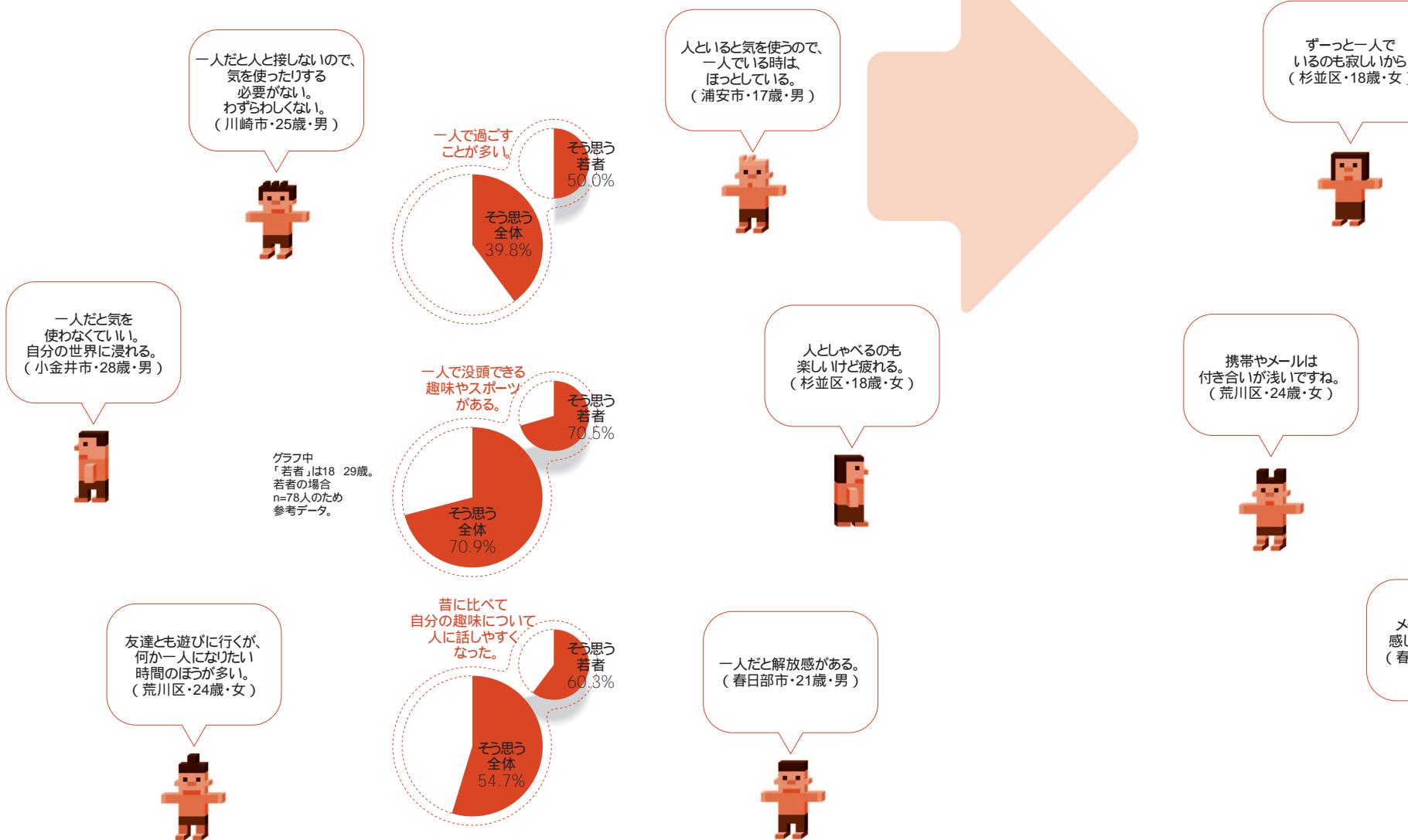
当研究所では、生活予報1995・「点と系」を発表し、21世紀にかけての生活構造の変化を予測した。そのなかで、生活者は、従来の帰属的な関係ではなく、緩やかな関係を求めるようになると説明している。つまり、生活者が学校、会社、企業など何かの枠組みにはっきり所属している「属」という人間関係から、個人の意思で瞬間ごとに関係を変化させる緩やかな人間関係＝「系」に向かうとしている、と述べている。緩やかな関係「系」は、友人関係、会社の同僚、インターネット上の関係を

超えて広がっていく。特に、10代、20代の新しい世代では、友人同士でも、お互いの関係に責任を負いたくない、縛られたくないという意見が目立つ。べたべたせず、深いところまではお互いに立ち入らない緩い関係。「個」でいることに冷え切ったら、盛り上がるためには集まり、瞬間、盛り上がって、そこそこ理解を深めたら、それぞれの「個」に帰っていく緩やかな関係。そんな傾向が見られる。盛り上がるためには集まる「発火系」という新しい人間関係を望む若い人たちが増えているようだ。



## 個に向かう日本人。

日本の経済が成長するなかで日本人は豊かさを追求してきた。しかし、大都市では、日本人は2DKの住まいとラッシュアワー通勤のように、常に狭い空間と多くの人口という環境に囲まれてきた。しかも、団塊の世代といふべきブーマーが、社会の中心的な存在であることが、「密」の時代をさらに進行させた。その結果、日本人は、自然と、一人で行動することよりも集団で行動することが多くなり、お互いに影響を受けながら生きてきた。しかし、日本人の生活に豊かさが実現されていくと、人といつしょに行動することを嫌う日本人も増えた。集団のなかで人に合わせるのはもう疲れた、気楽に一人で行動したいという志向が日本人のなかで芽生えてきた。一方、自分の趣味



## 「メールだけでは、寂し過ぎる。」

「個」に向かった日本人は、「個」を実現しどのような意識でいるのか。一人だけの世界や趣味に没頭し、インターネットで意見を交換したり、情報を仕入れる。人に気を使うこともなく、自分の思うように時間を過ごすことの楽しみと安らぎを感じる反面、「個」を実現したことによって別の感情を体験するようになる。それはひとりで過ごすことの寂しさ、虚しさである。また、「人と集まることは楽しいことだ。」という発見である。一人でも、メールや携帯電話で人と繋がることは容易にできる。しかし、メールも「個」になって寂しく思う生活者の気持ちを芯から

は温めてはくれない。メールは、伝えたい情報は伝えられても、自分と相手の気持や温もりまでは伝えられないと考えている人は多い。最近は、若者の間で、登録すれば、友人だけではなく、友人の友人とも日記を見せ合うなど、お互いに広くコミュニケーションをとることができる「ソーシャルネットワーキング」(総称)と呼ばれるサイトも生まれている。しかし、それでも、ITだけでは、「個」になって抱えた寂しさを癒すことはできないようだ。誰かと物理的に会い、盛り上がってこそ、気分転換にもなり、心も温まる。

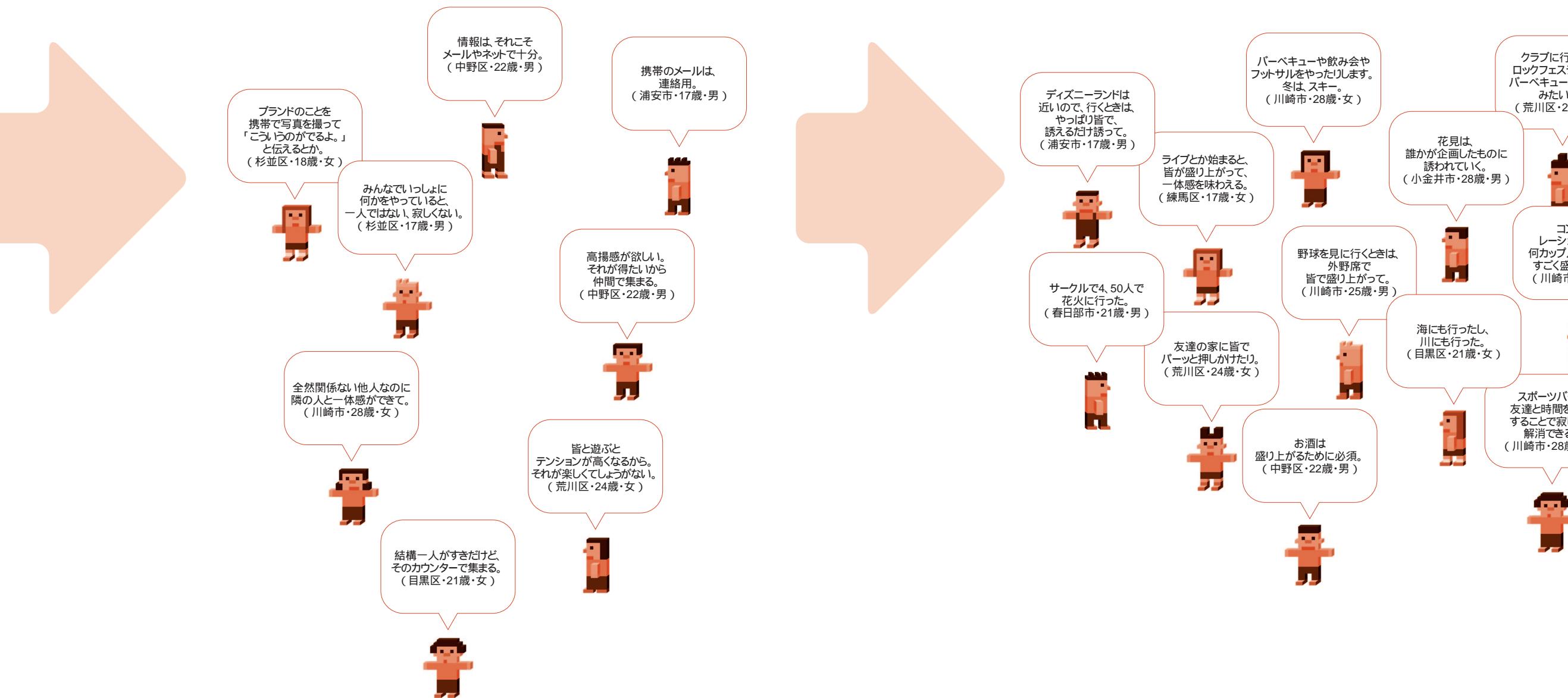
## 情報よりも、温度に集まる若者たち。

かつて、人は情報を求めて集まつた。むしろ、一人でいる時の寂しさを埋めるために、友人と会い、一体になって熱くなり、盛り上がるためには簡単である。しかし、趣味を中心にして集まる若者は、意外と少なかった。「どんな時に、友人と集まつたか」という質問では、理屈なく盛り上がりお花見や花火大会、カラオケ、スポーツも若者を中心に全年齢層で人気が高い。花火も、花見も、カラオケも、同期会も、若者を集め、若者を盛り上げ、そこそこ理解を深め

るための「きっかけ」であり、「発火装置」である。それでは、彼らが盛り上がるためには何か。同じ趣味を持つもの同士が集れば、答えは簡単である。しかし、趣味を中心にして集まる若者は、意外と少なかった。「どんな時に、友人と集まつたか」という質問では、理屈なく盛り上がりお花見や花火大会、カラオケ、ス

ポーツも若者を中心に全年齢層で人気が高い。花火も、花見も、カラオケも、同期会も、若者を集め、若者を盛り上げ、そこそこ理解を深め

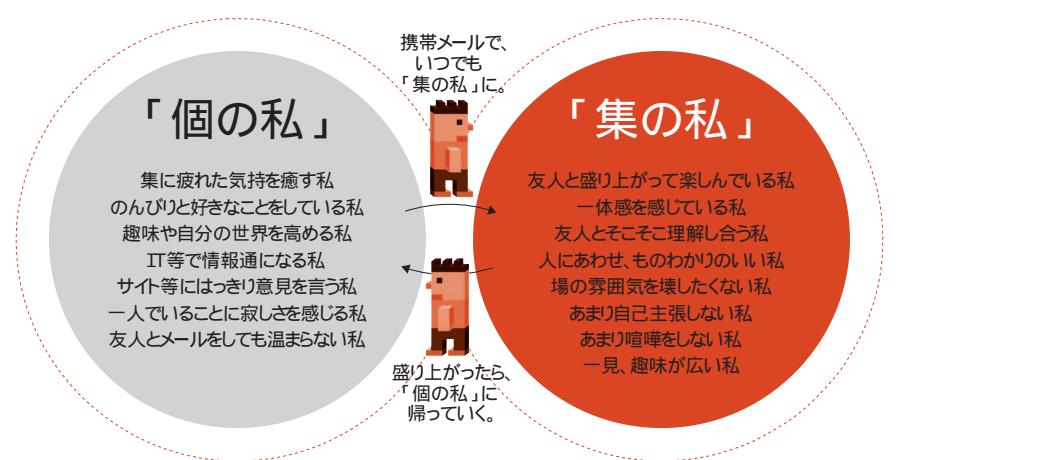
るための「きっかけ」であり、「発火装置」である。



## 「個の私」と「集の私」

個の進化が進めば進むほど、盛り上がるために集団を求める若者たちの「発火系行動」は増えていく、さらに質の高いもの、刺激的なものに向かう。そして、若者の行動の二面化はますます進んでいく。若者はより明確に「個の自分」と「集のなかの自分」を生きるようになる。「個の私」の世界では、集で疲れた自分を癒し、また、自分の趣味や世界に浸り、高めていく。また、インターネットによって情報を収集し、友人や知人と新しいコミュニケーションを模索する。一方、「集の私」の世界では、「個」でいることによって冷えた気持を直に友人や他人と集まり、盛り上がることで温め、理解し合う。しかし、そこには、お互いに守らなければいけないルールがある。人の領域に深く立ち入らないことはもちろん、人の気分や場の雰囲気を壊してまでも、自分の意見で人を言い負かしたり、自分の意見を主張しない。彼らには、自分が納得できない部分があっても、友達の

気持ちを不快にするくらいなら、人の意見に合わせたほうがいいと言う人は少なくない。なかには、喧嘩になりそうな時もあるようだが、彼らは鬭うことは少ない。違った考え方をぶつけあうよりは、みんなで盛り上がって、気分転換をしたい、楽しみたい、と思っている。「個の私」が実現したからこそ、価値を再発見した「集の私」。若者は二つの私の間を気分ひとつで行き来する。そして、それを支えているのは、すぐにお互いにコミュニケーションがとれ、すぐに集まることができる携帯電話などのITの進化である。そして、「個」の時間やスペースが一つの消費の流れを作っているように、盛り上がるための「発火系行動」も、新しい消費の流れを作っていく。ITの普及などにより、「個」の進化がさらに進めば、その反動から、今、若者だけの傾向と見られる「発火系」という関係も次第にすべての年齢層に広がっていくことが考えられる。



場を大切にする人のほうが、やっぱり全体的には増えているかも知れない。  
(江東区・19歳・女)

集団なので 和が大事だと思う。  
(中野区・22歳・男)

主張ばかりしちゃうのは、 幼いと思う。  
(春日部市・21歳・男)

携帯電話というツールで コミュニケーションが 取りやすい。 集まりやすい。  
(中野区・22歳・男)



## 「発火系消費」の法則。

若者向けのイベントなら必ず人が集まるかといえば、そうではない。集まるものと、集まらないものがいる。若者が集まり、彼らを盛り上がらせるものには、いくつかの法則があるようだ。ここでは、その法則を生活者の声のなかから見つけた。グループインタビューの結果から、4つの法則を発見した。

### 単発。期間限定

花火や花見のように期間が短いものほど、人は燃える。一回きりだから、人はより熱くなれる。盛り上ることの条件の一つは、時間が限られ、一回きりの単発で後がないことである。一回限りだと気持ちも集中できる。短時間だと熱中が持続する。停滞気味のプロ野球もパリーグのプレーオフが負ければ後が無いという状況から生まれる緊張感が好試合を生み、観客を集めた。若い層には、深いつきあいは煩わしいという人が増えている傾向がある。それゆえ、限られた時間だからこそ一体になれる。そして、気持ちも熱くなったら、「個」に帰っていく。

### 五感

頭で理解するのではなく、目で、耳で、体で感じるものは、誰でもがその感覚を共有しあえる。共感しあえる。盛り上がる。松平健とサンバと派手なコスチュームの異色の組み合わせの「マツケンサンバ」は、年齢を超えて話題になっている。一方、スポーツは、参加しても、観戦しても、五感で刺激を受け、一体感が作れる。一人でも見られる中継を、わざわざスポーツバーに行って感動を分かち合う人は多い。特に、格闘技は、見る人を熱くさせる。思わず、体が動く。体全体を興奮状態にさせる。一方、ライブは、音量の大きさと激しいリズムが強烈に聴衆の五感を揺さぶり、知らない人同士が一体感を感じる。他人同士がインターネットでメンバーを一回ごとに募り、試合をする「出会い系フットサル」も企業がうまくバックアップできれば、「発火消費」として可能性は高い。

### メジャー

一人一人、趣味や好みの違う仲間が集まると、趣味性の強いものでは、誰かの好みにはあっていても、しらける仲間は必ずいる。人が嫌がるくらいなら、趣味の押し付けや、自己主張はしたくない、と若者は考える。誰でもが熱狂的には好きではないが、みんなが知っていて、許せるものがあれば、みんなが盛り上がる。趣味の如何、男女の違い、考え方の違いを越えて、多くの人に知られ、そこそこ支持される普遍性を持つものは、人を束ねる力がある。そして、仲間同士に共通の感動を生み、気持ちを共有できる。一人でいる時はあまりにメジャーすぎて、特に好んでいないが、人と集まることで、メジャーなものに盛り上がれる違う新しい自分が生まれる。ニッポン、ディズニーランド、宇多田ヒカル、ビートルズ。日本人の心の底に共通に眠っているものを呼び覚ませば、人は集まり、盛り上がる。

### 隙間

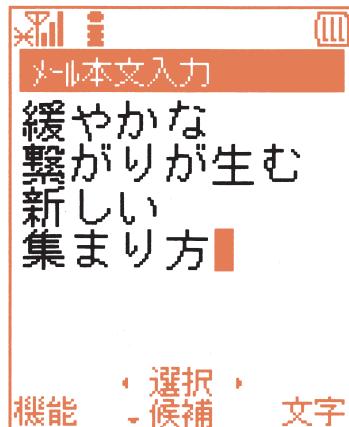
感想を言えば、誰から反応が返ってくる。突っ込みを入れれば、それ以上の突っ込みが追いつきをかける。仲間が集まると、それが、面白い。盛り上がる。一体感が生まれる。そのためには、誰もが参加でき、意見を言い合える場がなければならない。人が何かを言えるきっかけや隙間が欲しい。

テレビの番組では、クイズ番組やバラエティーが盛り上がり度という点で人気が高い。一人で見たいドラマとは対照的だ。みんなでカクテルなどを飲みながら、映画に突っ込みを入れられる「シターバー」などは、若者が集まる可能性がある。



# 生活次郎の偏見自在

◎連載 第12回



いる。パソコンのメールは、その送受信をいつするかという観点から見ると、「自分の都合がいい時」に送ればいいし、また、受信したのを読むのも、「自分の都合に合わせて」だから、結果的には送受信の間で時間的同期がないコミュニケーション手段だということで、2003年の生活予報で「非同期」という生活を提案した。しかし、携帯でのメールはたいぶ違う。

どう違うのかといえば、いまの携帯でのメールは、「受信したらすぐに読み、また、すぐに返事を出す」という行動をしているのだから、つまり「文字による電話」であり、そこでは時間的同期がなされているという意味で、「非同期」という予報の専外の行動であった。

この「文字による電話」がなぜこのように行われるようになったのかといえば、一つには交通機関やレストランなどの公開空間において、携帯電話による会話が禁止されているという日本特有の状況が大きく影響している。諸外国ではこうした場所での携帯での会話が非常識だという常識はないという情報が、このところ各所から寄せられているが、いまのところ日本では禁止されている。その

携帯電話にメールの機能が付いてからそれほどまだ時間はたっていないが、電車の中や歩きながらメールの送受信をしている光景は、いまや、もうとても普通の風景になった。この携帯でのメールというのは、メールの元祖であるパソコンのメールとはかなり違う意味を持っている

結果、「話さなければいいのだろう」という形で電車やバスの中でのメールは、最初は禁止されていながらも使われ、いまでは優先席の近く以外では使えるようになった。

さて、ここからが本題である。こうして携帯メールの使用が当たり前になって、以前よりもはるかに多くの時間、誰かと繋がっている状況を作り出した。ちょっと前までは、家や公衆電話で話している以外、誰かとコミュニケーション的に繋がっているということではなく、繋がるためにには文字通り「面と向かう」必要があった。しかし、この「面と向かう」という状況は、「合う」あるいは「集まる」ための「必然性用件」を必要とした。つまりなんらかの「用事」を必要としたのだ。

しかし、いま、携帯で「なんとなく『ゆるやかに』」繋がっているという状況が日常になると、前以上に「誰かと集まる」ことが簡単になる。話の流れで、「じゃあ集まろうか」ということになれば、例えば、花火や花見や月見など、なんでもきっかけがあれば、簡単に集まれる時代になっている。

人が集まることが、とくに特別なことではなく、「ちょっとそこまで」的な感覚で集まることが、なんの不思議もない時代なのだ。例えば、同窓会や同期会というのは、昔はそれこそ何年に一度、という「イベント」だったが、もし、卒業しても同窓生、同期生がいくつかの「系」でそれぞれ繋がり、それを合計すると全体を構成するような携帯電話網が出来あがっているとすれば、それこそちょっとしたきっかけで「集まり」が成立するのだ。こうした高密度コミュニケーション社会がもたらす人間関係は、世界のどこでもまだ現れていない。まさにいまの日本の若者社会は、そうした意味で世界の実験場であるのかもしれない。