

---

デジタルパンク通信 第二十九話

---

Q ウラでしょうか。オモテでしょうか。

A オモテです。

ウラ原宿とかウラ代官山がブームだとか。国産ブティックがティーンズを魅惑しているのですね。若い衆、堂々と制服でカッポしてますな。一方、表参道には巨大なルイ・ヴィトン。フェラガモもエルメスも、どどーんと表通りにゴージャスな店構え。オモテは欧州大陸の野郎どもに占拠されましたすな。それも釈然としません。国産はウラ街道というのは。国産は。どどーんと。

インターチェンジ付近にはどどーんと城が建ち並んでますわな。ラブホ。本来ウラでつつましく営むコトをなぜかドーンとした建物で。入口はつつましいんですがね。ヘンですな。ニッポンだけですな、ああいうのは。わびさびの奥ゆかしさと、豪華絢爛の安土桃山が同居するところが、しみじみニッポンなんですなあ。

家が狭いし。壁も薄いし。仕方ないですかね。文化ですね。部屋でイヌネコが飼えないもんだから、アイボとかプーチとか飼うんでしような。ロボットが発達するのも一理ありますぜ旦那。おかげでユビキタス大国になりますぜ。町じゅう自販機であふれてますしね、小銭つんだコンピュータが街角で24時間はたらいてる、そんなのも日本だけです。エロであふれてますしね。ビラとか看板とか。味わい深いです。かなりエロ度が高い国だと思いませんか？ デパ地下とかデコトラとかパチンコとかもコテコテです。欧米では子ども向けジャンルのアニメやマンガやゲームは日本じゃ大人も一緒に熱くなってるし。ギャルゲーとか、育てゲーとか、歴史学習マンガとか、OL向けマンガ誌とか、欧米人には不可解でしょうなあ。さまざま。音楽や映画は輸入超過ですが、こういうジャンルは輸出産業ですよ。

ポップ。こんなニッポン、これをデジタル時代にどう活かせばいいですか。エンタテインメント業界はのきなみシュリンクしてますが、どこかに活路が転がってませんかでしょうか。ニッポンは、ブロードバンドやモバイルやユビキタスの勝ち組になれないもんでしょうか。

前回ちょっと紹介したポップカルチャー研究では、このあたり、オモテもウラもひっくり返してニッポンのこと考えてみたいわけです。結局のところそういうの、何とかすれば何とかなるのか、どうなのか。ポップってやつは、育てることができるのか、育つのを待つしかないのか、みたいなことです。で、同時に、よそさまのポップと張り合ってみたいんです。アメリカならハリウッドとかヒップホップとかハンバーガーとか。負けへんぞ。フランスは何を出してくる？ ヴィトンにエルメス？ そんなんポップちゃうわ。ちょっとオモテ出ろ。みたいな。

---