

Into my Packet



後藤滋樹の

新・社会楽

後藤滋樹 (goto@ntt-20.ntt.jp)
日本電信電話株式会社
ソフトウェア研究所

第14回「日本人の完璧主義」



【お煎餅】

94年10月に米国スタンフォード大学で開かれた「日本の情報インフラストラクチャの将来」という会合の中で、Enhance社社長のShizu Munekata(宗方静)さんは次のような指摘をした。

「みなさんの中にも、日本に製品やサービスを売りたい人がいるでしょう。そういう方々に助言をしたい。それは日本人が完璧主義者であるという事実です。それを理解する早道は、日本のデパートでお煎餅を買ってみることです。まず、折り目正しい包装紙、その中にはビニールテープで密閉された缶、ふたを開けると『この煎餅の由緒』、さらに消費者の苦情を受け付ける窓口を明記した紙、その下に1枚ずつ包装されたお煎餅がきれいに並んでいる。これが日本のお菓子の販売形態なのです。なんとパーフェクトなことでしょう」

そういえば随分昔のことだが、鳴物入りで日本上陸をした米国の巨大食品メーカーのクラッカーがさっぱり売れず、原因不明と騒がれたことがあった。実はその原因は売り場の棚に並んだクラッカーの箱の角がつぶれていたのでだという話がある。これは謎でも何でもなし。日本では箱が傷んだお菓子は売れないし、カバーが汚れている本も本屋さんの店先で敬遠される傾向がある。

【隣の韓国から助言】

本誌の愛読者である小川和彦さんから本欄に寄せられた電子メールによると、慶應義塾大学の渡辺キルヨン先生は日本人の欠点

として「お礼を2度言うこと。完璧主義であること」の2点を挙げられたという。うーむ。日本と韓国は文化を共有していると思っていたのに、どうも違うらしい。

お礼を2度言うという事実は、確かに外から指摘されないと気がつかない。日本人にとってごく自然な行動様式である。例えば私が小川さんからプレゼントをもらおうと仮定する。すると、その場でまず、お礼を言う(1回目)。それから次に彼に会った時に「この前はどうも」とお礼を言う(2回目)。この2回目のお礼は日本人にとっては自然なのに、他の国の人から見ると実に奇妙なものらしい。

まあ奇妙な風習と言っているうちは平和なのだが、日本人の完璧主義と2度のお礼が合体すると悲劇を生む場合がある。「あの人はこの前のお礼も言わないで……」と非難されるかもしれないのだから。

【過剰品質(オーバークオリティー)】

完璧主義が日本人特有であるとする、工業製品の品質が優秀である理由が容易に理解できる。米国の友人が「娘が大学に入学したのでTOYOTAを購入した」と知らせてきたが、なるほど、お嬢さんがハイウェイで立ち往生するのは危険だから通学用に安心できる車を買ったのだろう。

そう思って世の中を見渡せば、日本国内、これ完璧主義の過剰品質のオンパレードではないか。以前にMIT(マサチューセッツ工科大学)を訪問した際に、帰路の地下鉄の時間を知りたくて時刻表を見せてくれとたずねたところ、「何で時刻表を知りたいのか」と逆に詰問されてしまった。時刻表のとおり電車は運行されているのは、日本とドイツとオランダくらいだという説がある。

電力の供給も電圧が安定しているだけでなく、50Hzとか60Hzという周波数まで校正しているというし、電話の通話品質も相当によい。宗方さんが指摘したように、日本人の完璧主義は生活のすみずみにまで及んでいる。

完璧主義はときには過剰品質 = 高コストになるだろうが、反面では時刻表のとおり電車は運行されていることは経済効率のためにはよいことだ。すべて物事には両面があるのでそう単純ではないが、そこはよく考えてみる必要がある。インターネットは過剰品質の対極にあるような代物で、とても完璧とは言えない。そういう意味では日本にとって異質のものかもしれないが、それは「これまでの日本にとっては異質であった」と過去形にすべきだろう。日本もまた、変化しつつあるのだから。



[インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ] ご利用上の注意

このPDFファイルは、株式会社インプレスR&D(株式会社インプレスから分割)が1994年～2006年まで発行した月刊誌『インターネットマガジン』の誌面をPDF化し、「インターネットマガジン バックナンバーアーカイブ」として以下のウェブサイト「All-in-One INTERNET magazine 2.0」で公開しているものです。

<http://i.impressRD.jp/bn>

このファイルをご利用いただくにあたり、下記の注意事項を必ずお読みください。

- 記載されている内容(技術解説、URL、団体・企業名、商品名、価格、プレゼント募集、アンケートなど)は発行当時のものです。
- 収録されている内容は著作権法上の保護を受けています。著作権はそれぞれの記事の著作者(執筆者、写真の撮影者、イラストの作成者、編集部など)が保持しています。
- 著作者から許諾が得られなかった著作物は収録されていない場合があります。
- このファイルやその内容を改変したり、商用を目的として再利用することはできません。あくまで個人や企業の非商用利用での閲覧、複製、送信に限られます。
- 収録されている内容を何らかの媒体に引用としてご利用する際は、出典として媒体名および月号、該当ページ番号、発行元(株式会社インプレス R&D)、コピーライトなどの情報をご明記ください。
- オリジナルの雑誌の発行時点では、株式会社インプレス R&D(当時は株式会社インプレス)と著作権者は内容が正確なものであるように最大限に努めましたが、すべての情報が完全に正確であることは保証できません。このファイルの内容に起因する直接のおよび間接的な損害に対して、一切の責任を負いません。お客様個人の責任においてご利用ください。

このファイルに関するお問い合わせ先

株式会社インプレスR&D

All-in-One INTERNET magazine 編集部

im-info@impress.co.jp