

憂鬱な気分で創造を



写真提供=ユニバーサル ミュージック、ナクソス・ジャパン

日本の存在感の変化

先日マレーシアで働いている友人に「マレーシアの景気はどう？」と聞いてみたら、「景気はいいんじゃない、開発国だから。それにしてもこんなマレーシアのジャングルの奥地でも、地元の飲食店で日本人を見かけるようになった。去年までこんなことはなかったのに」と言っていた。景気後退という前提は、先進諸国に限られる条件なのだと改めて感じた。アジアの国や新興国には、元気な国も多いのだ。

マレーシアには前職時代に何度か出張でも訪れており、営業活動やマーケティング手法を伝授したりと交流も持っていた。基本的には親日気質が強く、日本に強い憧れと尊敬を持っており、日本の進んだやり方を学ぼうという意欲に満ちていた。ところが近年、マレーシアの大学で30年以上続いている、マレーシア・日本両政府が奨学金を支給する日本へ

の留学生向けの日本語コースで定員割れが起きているという。以前は600人以上だった応募者が、2008年には200人に減少した。理由としては中国の台頭による日本への関心の低下、学生の意欲の減退などが挙げられていた。少しの間に、世界における日本という国の日本の存在感には、思った以上の様々な変化が起きているようだ。

蔓延する不安感

日本の国を覆う何とも言えぬ閉塞感。理由は色々あるであろう。経済の減退、高齢化と若年層の減少、デフレ、上がらない給料、年金問題を始めとする将来への不安、など。「今日より明日は悪くなる」という気分が高まると、人間は幸福感を持ちにくい。

大学生の就職内定率が過去最低というニュースもあった。その度に、時系列で大学卒業者の就職

率をパーセントで表したグラフが紹介される。来春大学を卒業する学生の実数は、十数年前の就職氷河期と呼ばれた時代に社会に出たベビーブーマー世代である団塊ジュニアの年代と比較して減少している。その事実を鑑みれば、単にパーセントという画一的な数値以上に深刻な、新規就業ポストそのものの減少という事実も浮かび上がる。

ダーク気分がもたらすもの

とはいえ、憂鬱、不安、悲しみといった負の感情ばかりでは、さすがに憂鬱疲れしてしまう。全ての出来事は意味があって起こっているとの観点から、この閉塞感にも何か利点があるのではないかと探ってみた。すると人間の創造性が「不幸」と関係があるという記事が見つかった。

コロンビア大学ビジネススクール教授のModupe Akinola氏は、『創造性のダークサイド』でこのこと裏付けるような実験を行っている。Akinola氏の実験では、まず被験者が自分の就きたい職業について短いスピーチを行う。次に被験者は、スピーチに対してうなずき、笑顔といった肯定的なフィードバックを受けるグループと、眉をひそめる、首を横に振るといった否定的なフィードバックを受けるグループとにランダムに分けられた。その後被験者たちは紙、カラーフェルト、のりを使用しコラージュを制作。その作品の創造性を専門家が評価したという。この実験結果では、否定的なフィードバックを受けた被験者の方が、肯定的なフィードバックを受けた被験者と比較して、より創造的なコラージュ作品を作ったという。憂鬱な気持ちや悲しさによって、我々はより注意深く、細部に関心を持ち、焦点を合わせやすくなるためだと分析している。

もう1つは、オーストラリア・ニューサウスウェールズ大学の社会心理学者Joe Forgas氏による研

究。Forgas氏は、否定的な気持ちの利点を研究しており、怒りや悲しみは「要求度の高い状況に最も対処しやすい情報処理戦略」を発達させるとしている。Forgas氏は小さな文具店の支払いカウンターに、おもちゃの兵隊やミニカーなど小物を多数置いておき、出口を出た買い物客に置いてあった物を出来るだけ多く思い出すように尋ねた。その結果、雨の日にヴェルディの「レクイエム」を流すといった憂鬱な雰囲気と、晴れの日にGilbert and Sullivanの曲を流す陽気な雰囲気では、「憂鬱で低調な雰囲気」にいた人たちが、「陽気な雰囲気」にいた人たちに比較して、4倍の記憶力を示したという。

これらの研究結果を受けて、記事では2つのことを指摘している。1つ目は、感情が認識を変えるということ。悲しみが人間の集中力と熱心さを高め、より細かいことへ注意が向くようにさせる。これに対して幸福は逆の効果をもたらし、「ひらめきの瞬間」が出やすい傾向が20%高まる。

2つ目は、創造的挑戦の多くは熱心さ、粘り強さそして集中力を必要とする作業だとしている。決して容易ではないこれらの作業では、「少し悲しい気分であること」が能力を高める場合があるとしている。

心理学では、すべての出来事は最善のために起こっているとする。現在日本を覆う閉塞感、憂鬱な気分も、恐らく最善のために起きているのであろう。そして、こういう気分の時に創造的な能力が高まるのであれば、現在にまさにその創造性によって大きくブレークスルー出来る時なのかもしれない。

POINT

- 1 日本の存在感と日本人の行動は変化している
- 2 「不幸」は人間の創造性を助ける
- 3 蔓延する閉塞感はブレークスルーの合図

佐藤靖子 [さとう・やすこ]
ドルチェ・マーケティング(株)代表取締役。経営コンサルタント大前研一氏に認められ、(株)ビジネス・ブレークスルー(代表取締役社長:大前研一)の出資を受ける。「マーケティングは世の中を幸せにする仕事」という理念のもと、コンサルティングから販促ツール制作、海外進出まで、経営視点での結果につながるマーケティング活動を総合プロデュース。費用対効果1000%以上の実績や、全日本DM大賞、DMA米国ダイレクトマーケティング協会主催DMA国際エコー賞などの国内外受賞歴多数。オーストラリア・ボンド大学MBA。