

# 「日本3.0」

Vol.30

## マルチコミュニティの時代がやってくる

text by Norihiko Sasaki

文 佐々木 紀彦

2018年は「コミュニティ」という言葉をよく耳にしました。働き方、マーケティング、コンテンツ創り、そして、社会の幸福、安定など、あらゆる文脈からコミュニティが語られました。

中でも、とくに印象に残っているのは、作家の平野啓一郎さんが提唱している「分人」という概念です。

分人については、平野さんの『私とは何か』に詳しいですが、「人間を分けられる存在」とみなす考え方で、す。「たった一つの『本当の自分』など存在しない。裏返して言うならば、

対人関係ごとに見せる複数の顔が、すべて『本当の自分』である」ということです。

昭和、平成において男性にとつてのコミュニティの中心は会社でした。しかし、これまで「ミニ国家」として機能してきた会社というコミュニティの比重が下がるにつれて、会社外でのコミュニティが存在感を高めています。

今や日本の世帯の35%が1人暮らしです。平成2年の23%から急増しています。だからこそ、1人暮らしの人も多様な人々と出会えるような、価値観や趣味や地域や信仰などを軸としたコミュニティが大切なのです。

各人が自らの分人に応じて、3〜5つぐらいのマルチなコミュニティに属するようになれば、人生の楽しみが増えますし、いざというときのセーフティネットにもなります。

コミュニティは日本でも徐々に増えており、オンラインサロンに注目が集まっていますが、オンラインだけではコミュニティの普及は限られてしまっています。

今のところ、オンラインだけでは、どんなに工夫してもこぼれ落ちてし

まうものが多いのです。

ロゴス(論理)、パトス(情熱)、エトス(信頼)で言うと、オンラインでも、言語を駆使すればロゴスは伝わりませんが、絵文字や写真や動画を駆使しても、パトス、エトスは伝わりにくいところがあります。人は会ってみたいとわかりません。総合的には、リアルのほうが断然、効率がいいのです。

きっと今後は、リアルとオンラインが完全に一体化したコミュニティが生まれてくるはずですが、今、コワーキングスペースが人気ですが、それはリアルを基盤として、オンラインでもコミュニティを創っているからでしょう。

そもそも、日本のように国土が狭く、人が密集している国では(東京が典型)、人がリアルに会うコストが低い。

国土がバカでかい米国を真似してリモートに振りすぎるよりも、日本の地理的特徴を活かして、リアル空間をとにかく充実させたほうが、異質な人たちの化学反応が起きやすくなるのではないのでしょうか。



### Profile

NewsPicks COO (チーフコンテンツオフィサー)

1979年福岡県生まれ。慶應義塾大学総合政策学部卒業、スタンフォード大学大学院で修士号取得(国際政治経済専攻)。東洋経済新報社で自動車、IT業界などを担当。2012年、「東洋経済オンライン」編集長に就任。2014年7月からソーシャル経済メディア「NewsPicks」の編集長を務めた。2018年4月より現職。著書に「米国製エリートは本当にすごいのか?」「5年後、メディアは稼げるか」「日本3.0」がある