

# 低炭素社会における「カワイイ移動体」と

## その有効性に関する研究

### A Study on the KAWAII-Vehicle and it's Relevance to the Low Carbon Society

研究代表者：龍谷大学社会学部教授 工藤保則

(Ryukoku University Faculty of Sociology , Yasunori Kudo)

共同研究者：武庫川女子大学生生活環境学部教授 藤本憲一

(Mukogawa Women's University Faculty of Human Environmental  
Sciences , Kenichi Fujimoto)

奈良女子大学文学部教授 寺岡伸悟

(Nara Women's University Faculty of Letters , Shingo Teraoka)

#### 要旨

「カワイイ」はカタチやデザインを指す言葉であると同時に、美意識（感性）を指す言葉である。その「カワイイ」に注目することで、五感とのかかわりやコミュニケーション性から離れていく一方だった移動体について、あえて五感とのかかわりやコミュニケーション性に着目して研究することは、かえって新しい移動体研究・移動研究となるだろう。特に2013年度は、これまでの研究によって明らかになった「重厚長大なもののカワイイ化」を研究の補助線としながら、「カワイイ移動体が日本を含む東アジアの諸都市において、どういう存在となるのか」についての考察を行う。

#### 英文要旨

"Kawaii" is a word which relates to "aesthetics (sensitivity)" as well as to "design" and "form". So far, the "Mobility" studies have not taken into account of "communicativeness" and "sensitivity". Therefore the focus on "Kawaii" will lead the studies to new arena. Among the previous studies, we have clarified how "heavy and sluggish" things turn into "kawaii" ones. In 2013, we consider what the "kawaii mobilities" will mean to the people in the cities of East Asia (including Japan).

## 1. 研究目的

前年度までの研究において「近未来の都市交通のひとつのかたち」と考えられた超小型カワイイEVについて、その社会的・文化的な価値をより深く考えることを今年度の研究の目的とした。その際、とくに「社会的・文化的な存在としての超小型カワイイEV」に注目することにした。

## 2. 研究経過

研究の経過としては、研究代表者と共同研究者は2か月に1度の割合で研究会を開催し議論を行った。また、前年度に続き、東アジアの都市交通を調査するために研究代表者と共同研究者は2014年3月に台湾（台北市）を訪れ調査を行った。本稿では「社会的・文化的な存在としての超小型カワイイEV」についての研究報告を行う。東アジアの都市交通については稿を改めて報告したいと思う。

## 3. 研究成果

デザイナーの原研哉も「これからはエンジンの性能というよりも、たとえば都市全体を制御して行くというような、都市とクルマ、あるいは人とクルマ、クルマとクルマのコミ

ュニケーションがとても重要になってくると思うんです」というように、クルマのコミュニケーション機能はこれから大きな関心を集めるだろう。原がいうのは情報通信的な意味でのコミュニケーションの意味が強いのだろうが、同時に、情緒的な意味でのコミュニケーション重要になってくるように思われる。

都市型コンピューターとしての超小型カワイイEVが実現された場合、その社会の中での可能性、人との関係としての可能性はどのようになるだろう。コミュニケーション的な変化を考えてみる。

第一に、カワイイクルマの中でいること自体が楽しいとなるだろう。それは、スピードや力強さを制御できるために感じる楽しいではなく、つつまれて居心地がいいから中でいること自体が楽しい、という感じであろう。そうすると、おそらく、カワイイEVは男のロマンと結びついた力強い存在から解放されて、日用品、生活品、家電的な存在になるだろう。スピードに結びつくエンジンメーカーが開発・生産を独占することはなくなり、いずれ家電メーカーやファッションメーカーやおもちゃメーカーなども生産するようになるだろう。そうするとよりコミ

コミュニケーション的な意味が増していくに違いない。

カワイイデザインの社会的意味、そのコミュニケーションの意味を考えるならば、今までのクルマとは異なるあらたな五感とのかかわりが生まれるのではないだろうか。カワイイの「自分効果」により、たとえば「気持ちイイ」「ヤサシクナレル」「癒サレル」存在としてのEVと人とのかかわりが生まれると思われる。つまり、カワイイEVは、男性女性に関係なく、乗る人の人格や感性とより積極的につながる存在になると思われるのである。それはもこもこした大きなクルマに乗ることで獲得するような、力強く大きいものの一部になる感覚とは異なるはずである。もこもこした大きなクルマは身体感覚をこえ、まるであたかもモバイル・スーツを操縦するみたいな感覚となり、そこには強固で大きなものにつつまれているということからうまれるであろう、対向車に対しての安心感がある。対向車に対しての安心感というのは、他との隔絶感であるだろう。また街を切り裂く感覚でもあるだろう。それらは、部屋・家そのまま街に出ていった感覚ということがいえるかもしれない。

スマート感、小ぶり感、その上で

のキャラ感のある超小型カワイイEVにのることで得られる感覚は、クルマと一体化する感覚（自分もカワイくなる）、そして街とも一体化した感覚ではないだろうか。それは、つつまれる感覚からくる安心感、といえるだろうか。つつまれて、その一部になるこちよさ、ともいえるかもしれない。またそれは、モバイル・スーツを身にまとったものではなく、からだにあった小ざっぱりした清潔な服を身に着ける感じだろうか。そういう服は長く着続けたい服でもある。

長く着続けられる服みたいな超小型カワイイEVは、一台のクルマと人の関係の長期化もうながすのではないだろうか。「買い換えたいが仕方なく長く」乗るのではなく、「できるだけ長く」乗りたくなるということである。これまでクルマはモデルチェンジによる買い換えというシステムをとってきた。また車検という制度もあり、乗り換え、買い換えを基本としてきた。それによる繰りかえす人とクルマの「新しいお付き合い」としてのコミュニケーション、つまり新車との/新車によるコミュニケーションを尊ぶのではなく、「ながいお付き合い」としてのクルマと人のコミュニケーションが尊ばれる。このように、カタチの成熟

としてのカワイイとなると「ながいお付き合い」としてのクルマと人のコミュニケーションがうまれる。それは、モデルチェンジ、買いかえ、新車とは異なるクルマと人のコミュニケーションになるだろう。

このことは、必然的に、クルマの成熟について考えることにもなる。産業としては既に成熟しているとも考えられるが、工業製品であるクルマとしての成熟はまた別である。ヨーロッパでのクルマの成熟とは別に、日本という文化の中でのクルマの成熟とはどういうふうなものなのだろうか。そこで言う成熟とは、クラシックカーではない、そして中古車でもない、日常使いのクルマの成熟である。そういうクルマと人とのコミュニケーションについて考える必要があるだろう。またそれは、同時に、成熟するクルマや成熟する工業製品について考えることにもなるだろう。長くのるにより完成されるデザインということを考えることになる。

#### 4. 今後の課題と発展

クラシックカー的ではなく、レトロ的ではなく、積極的に（というか普通に）クルマに長く乗ることの可能性を考えてみる。それは同時に、新車の時が（購入した時が）最

高ではない、ということになる。長く乗ることにより街になじんでいき、風景や人の暮らしに溶け込んでいく、そしてそのことが、街をつくる、風景をつくる、生活をつくる、という感覚である。古くならない、味がある、素朴、そして、カワイイ、そういうクルマである。

クルマにおいてはこれらがこれまでなかったとも考えられる。逆にいうと、都市交通の超小型EVに関してはこれらを意識する必要がある、ということである。そうでないと、今までのクルマの延長線上のものにしかならない。それはつまり今までのものをただ小さくしただけのものになるということであるが、そういうクルマは新しい生活の道具とはならないだろう。新しい生活の道具としないなら超小型カワイイEVはあまり意味がない。

#### 5. 発表論文リスト

工藤保則・藤本憲一・寺岡伸悟「社会的・文化的存在としての超小型カワイイEV（2013年度研究報告書）」『Zero Carbon Society 研究センター紀要』第2号

工藤保則・近森高明編『無印都市の社会学』法律文化社