

はじめに

教養の現在地としての「ファスト教養」

ひろゆき、中田敦彦^{あつひこ}、カズレーザー、Daigo、前澤友作^{ゆうさく}、堀江貴文^{たかふみ}。

この面々は、二〇二一年の年末にエンターテインメントサイト「モデルプレス」で発表された「ビジネス・教養系 YouTuber 影響力トレンドランキング」の上位陣である。

ここまでの文字列に、何とも言えない居心地の悪さと日本の「教養」への不安を覚える人は少なくないのではないか。断定的な口調でたびたびネットを騒がせるインフルエンサーたちが発信するものは果たして教養なのか？ 教養とはビジネスの成功者によって語られる概念になったのか？ そもそも、「ビジネス」と「教養」は同列に並べられるべきものなのか？

ここ数年、「ビジネスパーソンには教養が必要」といったメッセージがさまざまメディアで取りざたされるようになった。たとえば、書店を見渡してみると、ビジネス書のコーナーに

『教養としての〇〇』という本が並んでいるさまをよく目にするだろう。また、二〇二二年二月には『1日1枚で身につく世界の教養365』（文響社）という日めくりが発売された。タイトルを見るだけでめまいがしてきそうな商品だが、もともと二〇一八年に刊行されていた『1日1ページ、読むだけで身につく世界の教養365』という書籍を日めくり形式にしたものである。ニュースリリースによると、この商品の特徴は「デスクやトイレに置いておけば挫折しない！ 普段よく使う場所に置いて1日1枚めくっていくだけで毎日新しい知識を身につけることができます。『日めくり』形式なら必ずめくるので、挫折する心配もありません」とのことだ。現代のビジネスパーソンは、デスクのみならずトイレでまで教養に追い立てられている。なぜこれほどまでに、ビジネスパーソンに向けて「教養」が押し出されるようになったのだろうか。

もちろん、教養の重要性は以前からたびたび言われてきているものではある。欧米のエグゼクティブには教養がある、それに比べて日本のおえら方は……というような比較も昔から存在していた。

しかし、最近の「教養が大事」論は、過去のものとはやや位相が異なっているのではないかと筆者は感じている。過去の「教養」という言葉と比較して、今の「教養」がとくに色濃く帯

びているもの。それは、ビジネスパーソンの「焦り」である。

手っ取り早く何かを知りたい。それによってビジネスシーンのライバルに差をつけたい。そうしないと自分の市場価値が上がらない。成長できない。競争から脱落してしまう……。

今の時代の「教養が大事」論は、そんな身も蓋もない欲求および切実な不安と密接に結び付いている。ビジネスで役に立つ知識としての教養、サバイバルツールとしての教養。そういう風潮と歩調を合わせるかのごとく、中田敦彦は自身のYouTubeチャンネルを「新時代を生き抜くための教養」と銘打ってスタートさせ、堀江貴文は自著で「骨太の教養書を読め」と煽る^{あお}。現代のビジネスパーソンは、なぜ「教養が大事」というかけ声に心を揺さぶられてしまうのか。そして、「教養が大事」と発信するビジネス系インフルエンサーはどのようにして時代の風を捉えて勢力を拡大してきたのか。

その問いに答えるためのキーワードが、本書のタイトルにもなっている「ファスト教養」である。ファストフードのように簡単に摂取でき、「ビジネスの役に立つことこそ大事」という画一的な判断に支えられた情報。それが、現代のビジネスパーソンを駆り立てるものの正体である。

本書では、「ファスト」になっていく教養のあり方を、関連する書籍やビジネスパーソンの

生の声などを頼りに掘り下げる。そうしたプロセスを通じて見えてきたのは、ファスト教養の体現する価値観を受け入れるようになっていく日本社会の変遷と現在地である。

「古き良き教養論」の向こう側へ

このファスト教養の問題について筆者が考え始めたきっかけのひとつとして、自身の働き方に関するバックグラウンドがある。

現在筆者は企業に勤めながら、社外では音楽プログラマー・ライターとして個人で活動しており、いわゆる副業（もしくは複業）を含めてキャリアのあり方を考えている。

前者においては転職を複数回経験し、自分のスキルと市場価値を見極めながらどう動くのが最適かを日々試行錯誤している。一方で後者においては、ブログをきっかけとして商業媒体で執筆する機会を得るようになり、アーティストや音楽業界で働く人々とも関係を築きながら日本の音楽シーンに関する批評を発信している。

二つの足場を行き来する中でたびたび感じているのは、教養を取り巻く意見について相容れないものがそれぞれの場所で流通しているということである。簡単に言ってしまうと、一般のビジネスパーソンの世界ではファスト教養が相応の支持を集めており、片や音楽業界のような

いわゆる「文化系」の領域では冒頭に名前を挙げたようなインフルエンサーに対する嫌悪感が渦巻いている。

筆者は、そのような極端な分断を目にするたびに、そんな単純な二項対立で本当にいいのだろうかと疑問を抱いた。

文化を愛する人たちは、ファスト教養の「浅さ」や「不完全さ」を否定する。確かにその指摘は正しいかもしれないが、そういった意見は日々の仕事に追われるビジネスパーソンの焦燥感を理解していないからこそ発せられるものである。一方で、ファスト教養の影響下にあるビジネスパーソンが音楽も映画も読書もすべて「コスパ」と「ビジネスの役に立つか否か」で判断するような態度をとっているのを見ると、「文化はコスパや役に立つか否かで判断できるものではない」と違和感を通り越して義憤にかられることもある。

ファスト教養が流布している今の状況は批判的に捉えられるべきというのが筆者の基本的な意見である。ただ、だからと言って、ビジネス系のインフルエンサーを見下し、「古き良き教養に戻れ」といったメッセージを出したところで何の役にも立たないこともよく理解しているつもりである。

本書が目指すのは、理想を示しながらも、より現実的で、かつ実践的な行動指針を導き出す

ことだ。

本書の構成

本書の構成は以下のとおりである。

第一章ではファスト教養というものが何を指し示すかについて明らかにしたうえで、第二章でそれが広く受け入れられる背景について「中田敦彦のYouTube 大学」の動向なども取り上げながら深掘りする。第三章ではファスト教養が今のような一定の支持を得るに至った経緯について、二〇〇〇年代初頭のある出来事を起点としつつ、自己責任やスキルアップに関する考え方の浸透と併せて整理する。分析の過程において、堀江貴文、勝間和代、橋下徹、はしもととおるひろゆき、およびビジネス系メディア NewsPicks などそれぞれのタイミンングにおいて（また今に至るまで）影響力を持った個人やメディアが何を発信してきたかについても確認する。

第一章から第三章でファスト教養の概観について示したうえで、第四章と第五章ではより具体的な事象について触れる。第四章ではビジネス書を扱う読書会への参加やビジネスパーソンへのインタビューを通じて収集した生の声を紹介し、第五章ではファスト教養の考え方がカルチャー領域においてどんな形で観測されているかについてまとめる。音楽プログラマー・ライター

としてポップカルチャー全般を楽しんでいる立場から、映画『花束みたいな恋をした』（二〇二一年）、AKB48、本田圭佑^{けいすけ}などを題材に、ファスト教養視点からの批評を試みる。

最終章となる第六章では、「ファスト教養の時代において我々はどんな姿勢を持つべきか」という問いについて、第一章から第五章までの内容を踏まえたうえで「ポストファスト教養の哲学」として一つの考え方を提示する。

本書を通じて、今の世の中に対する見通しが良くなり、そのうえで何を考えていくことが大事なのか、少しでも視野の広がるきっかけになれば幸いである。

それでは、前置きはこのくらいにして、本論に入りたい。検討のスタート地点として、ビジネス系のインフルエンサーが提示する「教養あるビジネスパーソン」像のあり方からファスト教養の時代についての理解を深めていきたいと思う。