



With コロナの世界観

みなさま、こんにちは！

とうとう8月も終わってしまいました…。夏休み最終日、手付かずの宿題を前に絶望感に打ちのめされていた子供時代が、ほろ苦くも懐かしい思い出としてよみがえる時期でもあります。あれから十一年。大変なことを後回しにしてしまう癖は未だ治らず、「三つ子の魂百まで」とはよく言ったものです。



宿題はいつこにはかどりませんが、「夏休み」には楽しい思い出がいっぱいです。

炎天下で虫取りをしたこと（今はできるだけ虫に触りたくない！）、屋外のプールで真っ黒になって泳いでいたこと（当時は日焼けしているほうが、子供らしく健康的だと思われていた！）、外から帰ってくるとすぐ扇風機の前に陣取り「あ〜」と言いながら涼んでいたこと（エアコンが今ほど普及していなかった！）、昼間はセミ、夜はアマガエルの鳴き声でうるさかったこと（田舎あるある！）…



今の小中高生に比べたら、ずいぶん不便で、娯楽も少なかったはずですが、あの頃は楽しかったなあ（思い出を美化しすぎている気もしますが…）。

少し前までは、体にまとわりつくようなじっとりとした暑さに辟易としていたのに、今は、過行く夏を惜しんでいます。。。



さて、新型コロナウイルスの世界的流行から早3年、当初の想定を上回る長期戦に、コロナとの向き合い方も少しずつ変わってきました。これまで完全制圧を目指したものの、ウイルスは次々と変異し、その都度新たなパンデミックが繰り返されてきました。そして今、世界は「撲滅」から、「被害を最小化しつつ共生する」フェーズへと変わってきています。各国で入国制限の緩和が次々進み、日本も9月以降の入国者に関しては、3回のワクチン接種を条件に、陰性証明の提出を免除することになりました。

しかし新型コロナウイルスによって人々の価値観や意識は変わりました。野村総合研究所の「日常生活に関する調査」によると、「コロナ禍以前の生活状態に完全には戻らない」との回答が全体の75%を超えたそうです。その理由としては、「完全に収束するとは思えないから」が一番多く40%以上でしたが、「今の生活様式に慣れたから（オンライン化、デジタル化で無駄を排除した生活）」が次いで多く、20%近くを占めました。コロナによる負の側面は圧倒的に大きいものの、「新しい生活様式」を肯定的に捉えている人が多いのも事実のようです。

そこで、今回はコロナ禍をきっかけに、流行ったものやことなどの中から、個人的に気になったものを、いくつか取り上げてみたいと思います！



ボードゲーム

ステイホームが推奨され、自宅で過ごす時間が長くなりました。そんなおうち時間を、充実させられることのひとつがゲームです。電子機器を使ったゲームは、eスポーツという新たな競技を生み、その人気はとどまることを知りません。

ですが、今回注目したいのは、アナログなボードゲームです。ボードゲームは、コロナ以前から人気が出始めましたが、親子そろって一緒に楽しめるという点で、巣ごもり期間に更に需要が高

まったとみられています。

ボードゲーム先進国はドイツで、1990 年以降ドイツを中心に発展してきたそうです。ドイツのボードゲームには、次のような傾向がみられるそうです。

- * 比較的ルールが簡単
- * 2~4 人向けが多い
- * 勝負は運と戦略の両方で決まる

子供が大人と対等に楽しめる内容で、しかも飽きないように工夫されている、ということですね。ドイツ語には「Spielabend (遊びの夜)」という言葉もあり、親子で、友人同士と一緒にボードゲームをする時間を取ることが普通に行われているそうです。

家族や友人との対面コミュニケーションのきっかけにもなるボードゲーム、まだしばらく人気が続くのではないのでしょうか。

サワードウ・ブレッド作り

外出自粛期間は、いつもより手の込んだお料理に挑戦した方も多いのではないでしょうか。



サワードウ・ブレッド (sourdough bread) は健康的なパンとして知られていますが、コロナ禍を機におうちで焼いてみる人が急増。世界中の SNS ユーザーがその出来栄をを投稿する現象がおきました。

サワードウ・ブレッドの特徴は、一般的なパンのようにイースト菌を使わず、自然発酵させた酵母を使う点にあります。水と粉を混ぜた生地を発酵させた種がサワードウですが、まずこの種づくりに時間がかかります。水と粉をよく混ぜ 1 日置き、翌日発酵が進んだ種にさらに水と粉を混ぜ 1 日置き…といった具合で、1~2 週間かかります。随分と気の長い作業ですね！

しかしこの発酵の過程で、カリウム、マグネシウム、亜鉛などの必要な栄養素が含まれ、一方で食物中のミネラルと結合してしまうフィチン酸やブドウ糖は消化してしまうため、体内へのミネラルの吸収を高めつつ、食後の血糖値の上昇を緩やかにするといった効果があるのだそう。

ちなみにイギリス人は「Bake (ケーキやパンを焼くこと)」好きが多く、「Great British Bake Off」という料理コンテスト番組が大人気とのこと。ここで優勝すると一躍セレブの仲間入りできるそうです。サワードウ・ブレッド作りの腕をあげれば、セレブになれるかも？

バービー人形

1959 年にアメリカの玩具メーカー、マテル社から販売されたこの着せ替え人形は、ブロンドヘアに青い目の白人で、スタイル抜群。かつては、米国女兒の 95% が最低でも 1 体は所有していたようですが、この「理想的」な外見が、非現実的だと批判を受け、90 年代半ばをピークに売り上げが落ちてしまいます。



ところがコロナ禍にバービーは売り上げを伸ばし、2020 年は対前年比 16% 増、2021 年は 29% 増にもなったそうです。なぜバービーは復活できたのか。それは、時代に合わせ、社会的価値観の変化に対応してきたからでしょう。

マテル社が意識して取り組んだことが、「ダイバーシティ (多様な人との共存)」と、「インクルージョン (性別、障害などの属性に関わらず社会生活できる状態)」の 2 つです。

2015 年には多様性を反映したコレクション、8 種類の肌色、18 種類の目の色、14 種類の顔、22 種類の髪型、23 種類の髪色を組み合わせさせた様々なバービーを発表し、イメージを刷新しました。翌 2016 年には、カーヴィー (ふくよか)、トール (長身)、プチ (小柄) の 3 種類の体型を追加しました。

現在は義足や車いすにのったバービー、性別に囚われないジェンダーフリー・シリーズも登場し、多様な容姿、多様な性に幼いころから触れることで、それが当たり前の世界になることを目指しています。

現代の子供たちは PC やスマホなどに接する時間が多いことから、デジタル部門の強化にも力を入れており、バービーのイメージを現代化することにも成功しています。バービーの YouTube オフィシャルチャンネルでは様々なコンテンツを配信していますが、その中でも「Black Lives Matter」が起きた 2020 年には、バービーが黒人のお友達ニッキーを招き、人種問題について対談しました。その踏み込んだ内容がソーシャルメディアで話題になったそうです。

バービーのメッセージは、「You can be anything (何にだってなれる)」です。実はバービーの歴史は、女の子を勇気づけ、後押ししてきたとも言えます。1960 年代、人類が月面着陸する前にバービーは宇宙飛行士になり、70 年代には当時 10% 以下しか存在しなかった女性外科医にもなりました。1980 年代になると CEO にもなり、常に女性の社会進出の先駆的存在でもあったのです。

バービーのこれからの変化にも、目が離せませんね。

