

[日] 鸿上尚史 著 陈恬 译



Cool  
日本  
不思議  
Japan

新星出版社 NEW STAR PRESS

〔日〕鸿上尚史 著 陈恬 译

# 日本不思议



新星出版社 NEW STAR PRESS

图书在版编目 ( C I P ) 数据

日本不思议 / (日) 鸿上尚史著 ; 陈恬译. -- 北京 :  
新星出版社, 2018. 1  
ISBN 978-7-5133-2890-6

I. ①日… II. ①鸿… ②陈… III. ①访问记—作品  
集—日本—现代 IV. ①I313.55

中国版本图书馆CIP数据核字(2017)第259699号

著作权合同登记图字: 01-2017-5981

《KUURU·JAPAN!?! GAIKOKUJIN GA MITA NIPPON》

© Kokami Shoji 2015

All rights reserved.

Original Japanese edition published by KODANSHA LTD.

Publication rights for this Simplified Chinese character edition arranged with KODANSHA LTD.  
through KODANSHA BEIJING CULTURE LTD. Beijing, China.

本书由日本讲谈社正式授权, 版权所有, 未经书面同意,  
不得以任何方式作全面或局部翻印、仿制或转载。

## 日本不思议

[日] 鸿上尚史 著

陈恬 译

责任编辑 汪欣

特邀编辑 李文彬

责任印制 史广宜

装帧设计 韩笑

内文制作 田晓波

出版 新星出版社 [www.newstarpress.com](http://www.newstarpress.com)

出版人 马汝军

社址 北京市西城区车公庄大街丙3号楼 邮编 100044

电话 (010)88310888 传真 (010)65270449

发行 新经典发行有限公司

电话 (010)68423599 邮箱 [editor@readinglife.com](mailto:editor@readinglife.com)

印刷 北京盛通印刷股份有限公司

开本 787mm × 1092mm 1/32

印张 7.75

字数 118千字

版次 2018年1月第1版

印次 2018年1月第1次印刷

书号 ISBN 978-7-5133-2890-6

定价 39.50元

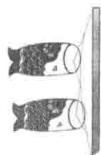
版权所有, 侵权必究

如有印装质量问题, 请发邮件至 [zhiliang@readinglife.com](mailto:zhiliang@readinglife.com)

## 目 录



- 1 序 章  
何为“Cool Japan”？
- 11 第一章  
外国人眼中最酷的 20 种日本事物
- 49 第二章  
如何定义日本人？
- 83 第三章  
日本由人情组成
- 119 第四章  
日本的“款待”果然很酷！
- 133 第五章  
日本食物真厉害



- 155      **第六章**  
驰名世界的 Made in Japan
- 187      **第七章**  
流行文化酷不酷？
- 195      **第八章**  
男人与女人，父母与子女
- 209      **第九章**  
东方与西方
- 221      **终章**  
今后的“Cool Japan”



序章

何为“Cool Japan”？

## “冰咖啡”的冲击

从2006年4月起，我开始在NHK的BS放送中，担任*Cool Japan*节目的主持人。幸运的是，这个节目长盛不衰，到现在已经步入第10年了。

每次节目都会事先确定主题，邀请八位外国人座谈。这八位外国人并非艺人，而是学生、因工作来到日本的人，或是因家人的工作调动而陪同赴日的人。

在节目开播初期时，有个问题是“你觉得日本哪些方面很酷（很帅、优于其他国家、很棒）？”

他们的答案是“附带清洁功能的马桶盖”“妈妈自行车”“冰咖啡”。

作为主持人的我，首先对“冰咖啡”这个答案感到震

惊。我简单问了一句：“为什么会觉得‘冰咖啡’很酷呢？”意大利人回答：“因为在我的国家没有冰咖啡，来到日本，第一次品尝到这种咖啡，让我非常感动。”当时在座的欧洲人和非洲人、俄罗斯人纷纷点头。

他们都说：“来日本之后，在炎热的夏天喝着冰咖啡，真是太美味了，在自己的国家无论天气多么热，咖啡都只有热的。”

我相当惊讶。

经过调查，我发现“冰咖啡”确实是日本人发明的。不过，还没找到什么学术或文献证明是谁、在什么时候发明这一饮用方式的（希望有人研究）。有大正时代或明治末期等不同的说法。

欧洲人和巴西人之所以没想到将咖啡冰镇着喝，是因为他们将“喝咖啡时必须享受其香味”视为绝对的原则。他们觉得将咖啡冰镇过后，就无法享受到香味了。

日本人发明的罐装咖啡之所以没有被世界各国广泛接受，也是出于这个原因。很多人认为封闭在易拉罐中的咖啡不可能有纯正的香味。但是，或许在不久的将来，日本可以发明出高超的技术，让罐装咖啡也能锁住令全世界惊



叹的芳醇香味。如果能实现的话，可以称为“Cool Japan”的代表商品之一吧。

不过话说回来，为什么是日本人发明了冰咖啡这种喝法？最开始做出“冰咖啡”的到底是谁？没有确切的研究结论，也就带来了巨大的想象空间。

或许是大阪的阿姨说了句：“这么热的天谁喝得下热咖啡！”然后无视店主对味道的讲究，任性要求加冰块。第一次遇到这种要求的店主，应该会欲哭无泪吧。

又或许是在大正时代的潮流中，为了制作出咖啡店的名品，名古屋人开始宣传“在咖啡中加入冰块，冰冰凉凉十分爽口”，于是成了名古屋独特的晨间餐饮服务文化。还有可能是因为，咖啡本来就是西方的饮料，饮用方式并没有非常讲究，所以人们只是单纯觉得“天热的时候，就喝冰的”。

总之，日本人在热咖啡中加入冰块，制作出了冰咖啡。之后慢慢在亚洲流行起来，再被世界上其他国家的人们所知，形成了今天这种状况。

现在美国大型的咖啡连锁店也卖起了冰咖啡，因此或许可以认为，冰咖啡在欧洲和巴西同样会广受欢迎。

不过，外国的冰咖啡和日本的冰咖啡，在做法上有些

微妙的差别。

日本冰咖啡的主流做法，是先挑选适合做冰咖啡的咖啡豆，做出稍浓一点的咖啡，再添加冰块。而外国多数是像平常那样泡出咖啡，再添加冰块。这对于习惯了日本冰咖啡的人来说，或许会觉得有点不够味。

顺带一提，冰茶早已在世界范围内流行起来了。不过，如果到欧美的饮品店点“冰茶”的话，得到的多数是在便利店或超市卖的立顿瓶装茶。人们就这样直接喝，或是倒入放了冰块的玻璃杯。用热水冲泡红茶，再加冰块的做法非常罕见。

多数外国人在日本初次品尝冰咖啡时会有抗拒心理，但喝过几次之后，就会觉得很美味了。

在日本人不知不觉的时候，“冰咖啡”变成了“Cool Japan”之一。

## 深入了解日本

九年前，在 *Cool Japan* 这个节目刚开始制作的时候，

我们做梦都没想到，有些东西对外国人来说居然是“Cool Japan”的代表。后来在制作一期节目的过程中，我们才发现，日本人觉得是“Cool Japan”的东西，和外国人眼中的不一样。

现在（这里并非指节目本身，而是普遍的认知），“Cool Japan”不知从何时开始，变成了“官方主导的以‘漫画·动画’为中心的销售战略”。给人们的印象就是国家将很多东西贴上“Cool Japan”的标签，一股脑儿地向外推广销售。如此做法引起民众的反感，在某种意义上来说是理所当然的。

“漫画和动画”，是亚文化的代表。也就是说，这是每个人自己的喜好，又或是和兴趣相投的伙伴们一起分享，并体会其乐趣的东西。他们对动漫倾注热情和喜爱，埋头苦干，并享受其成果。而这时，与个人最大的对立，也就是“国家”来插了一脚，对他们说：“国家用税金来推广销售你们的东西，因此你们必须给出相应的成果。”这理所当然会引起反感。

其实经济产业省在2010年设置了“Cool Japan室”之后，节目组就收到了反对的来信。观众以为这个节目是遵循国家的方针在制作的。

“Cool Japan 是捏造的”“Cool Japan 一点都不酷”“Cool Japan 在外国完全不为人知”，以类似的理由批判 Cool Japan 的日本人增加了不少。

每次收到这样的读者来信，我都觉得十分焦心。他们所说的“Cool Japan”和我所知的“Cool Japan”区别太大了，而这也成了我写这本书的动机。

原本我之所以接受 *Cool Japan* 的主持人工作，初衷在于想更加了解日本。节目刚开播的时候，刚好自虐史观正在受人们热议。全面否定自己所生所长的国家的人，与全面肯定的人相互对立，但我觉得两边的人都没有全面看清现实。全面肯定与全面否定终究只是硬币的正反面，只是以抽象的概念互相争论，并没有实际的结果。

我认为，日本的好与坏不应该由日本人的期许和情感来决定，而应该听听外国人的看法。

## 改变人生的“离子烫”

在纽约录制，并于 2007 年 6 月播出的《纽约特辑》中，

我们找到一些做客过 *Cool Japan* 节目，并对某些项目乐在其中的纽约当地人。有些美国人说自己喜欢“折纸”或“剑道”。最近有人将这类传统文化，也就是“Classical Japan”和“Cool Japan”区别开来，但我觉得这些当然也应属于“Cool Japan”。在我眼中，但凡令世界上的人们觉得很帅、很棒、很酷的东西，就是“Cool Japan”。以前就让外国人觉得很酷的“富士山”“寿司”和“艺伎”也可以归入其中。

当然，如果还有日本人尚未发觉、新的“Cool Japan”，就更棒了。

有位年轻的美国女士说：“对我来说 Cool Japan 就是日本的‘离子烫’。”她说这句话的时候满脸笑容，我一时无从理解，便反问了一下为什么，这让她的笑容变得有点害羞。

“我的头发是重度自然卷，老是乱糟糟的，我很想把它们弄直，于是去了很多家美发店，但都没有结果。后来有一家店的店员告诉我：‘我们这边做不了，你可以去日本人开的美发店试试。’于是我将信将疑地去了。日本的离子烫（英语是 Japanese straighting）真的把美国美发店束手无策的卷发漂亮地拉直了。”

她给我们看了自己以前的照片，虽然这么说有点失礼，但照片上的确是一位有着一头乱糟糟的卷发，看起来土里土气的女士。

而我们眼前的她，有着一头飘逸的直发，非常时髦而自信。她用手撩起自己美丽的直发，脸上洋溢着幸福的笑容。

“日本的离子烫完全改变了我的人生。”

她开朗地说着，看起来比照片上年轻很多。

“在泳池游泳时，我可以在钻出水面的瞬间左右甩动头发，把水甩出去，我以前一直梦想着这一瞬间。”

我被她的笑容感动了，甚至对自己出生于一个“发明了改变人生的离子烫的国家”而感到自豪。

然后我想，日本会作为一个改变这位女士人生方向的国家，会因此被她牢记吧。这不管对于日本、对于她，或是对美国人和日本人来说，都不是一件坏事。

经历过这件事之后，我认识到自己对“Cool Japan”还一无所知——日本还存在许多本国人毫无察觉，对外国人来说却非常酷的东西。

我觉得“作为日本人的自豪”并非只体现在国力强盛

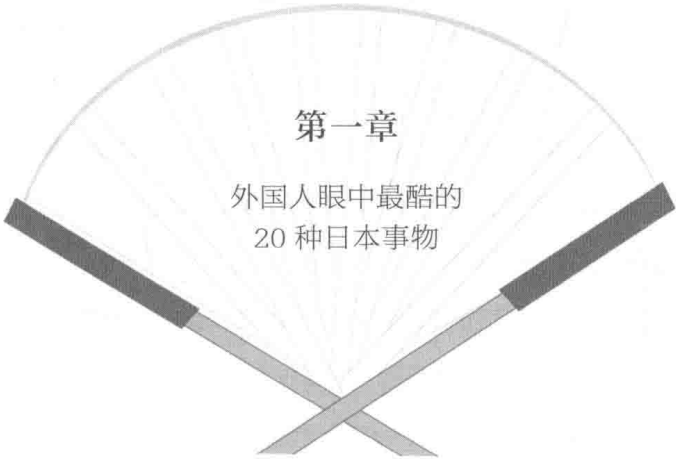
或是传统文化优秀这种大的方面，也可以体现在“冰咖啡”“强效离子烫”，或是“在旅行箱上装轮子（有了轮子我们就不需要提着笨重的旅行箱移动，而是可以拖着走了）”等看似微不足道的小事上。

这就像并非只有高级的法国大餐才算豪华，即便只是新鲜的鸡蛋盖饭或当地特产的蔬菜料理，随着感受的方式不同，也可以成为比任何高档菜肴更加丰盛、美味的食物。

另外我认为，了解外国人的想法，能够让我们更加具体地了解自己的国家，最终也能更加深入地了解自己。

世界上的人们有千千万万不同的看法和想法。体会这种多样性的乐趣，也一定能让自己的人生经历变得丰富多彩，更有深度。

那么我就开始谈谈，我从节目中学到，和通过在国外工作了解到的“Cool Japan”吧。



## 第一章

外国人眼中最酷的  
20种日本事物



## “妈妈自行车”和“附带清洁功能的马桶盖”

外国驻日大使馆工作人员或外资企业员工的妻子来日本后，最喜欢购买回国的两大商品，是“妈妈自行车”和“附带清洁功能的马桶盖”。

日本的妈妈自行车为了骑起来省力，前轮设计得比后轮小。各位要是有机会看到妈妈自行车，可以仔细观察一下。这种细节，也是日本人在产品设计上用心的体现。

在其他国家也有带儿童座椅的自行车，但座椅都是安在后面。外国主妇看到日本的妈妈自行车时惊叹不已，大多是因为其儿童座椅安在前面，这种设计是为了让大人带小孩骑自行车时能照顾到孩子。参加节目的外国人都说：“这样一来我就真的放心了。”“为什么我的国家就没有这种