2022/7/12
（うと Q 世話し 階段を下りてみる）書庫版

歩くより自転車に乗った方が楽。
自転車に乗るより自動車の方がもっと楽。
更にこちらが動かずに向こうからやって来てくれた方がもっともっと楽。
有史以来、大凡世の中の流れは大体この様でした。
一方それに反比例して目には見えませんが減っているものもあります。
耐性、体力、持久力等です。
其れでは大変、是は問題だという事で、要件が向こうからやってきてくれる生活を送りつつも一方で意識的に体を動かす様になります。或いは心がけます。
ところが更に
「そんなに無理をしなくても楽をしたままで耐性、体力、持久力を維持する新手法を当社が独自に開発。しかも安価でご提供」
という新たな流れが積上げられます。
「良い処はそのままに。今迄足りなかった処を解決して新たなステージへ」
とか何とか、理屈だけは聞いた感じ尤もらしいのですが。
話は変わって、家族で移動するのに自家用車で移動する事が常態化しております。
確かに誰にも邪魔されない家族同士のコミュニケーションという点ではいいのですが、反対に電車やバスでの移動に比べて世間様（新規の第三者）との触れ合いや巡り合いは激減します。
外界からのアタックに対するセキュリティー上、自家用車は安全には安全なのですが、反面、新しいきっかけを産むかもしれない「偶然という新風」が入ってきません。
ですが是も家族だけで移動する自家用車内でドライバー以外全員が各々勝手にスマホに目

をやって会話なし。電車やバスに乗っても車内や車窓からの景色を見る事なくスマホにだけ目をやっているのであれば、自家用車で家族とともに移動しようが一人で電車やバスなどの公共交通機関で移動しようが見ている世界や触れている世界はスマホの画面内だけなので、周りの状況変化は全く何の意味も持たない事になります。
ところが是また広告では
「大切な家族との大切な時間を過ごす為に、●●の▲▲車を」
と謳い、他の家族全員がシラケている中、ドライバーであるお父さんだけがその気になって「買ってはみたものの展開される光景は上述の如く也」と思いつつも「ひょっとしたら新しい展開のきっかけになるかもしれない」と淡い期待に対して高すぎる大枚をはたいてその▲▲車を買っているのが実態の様な。
確かに「商品を売る為」に世の中は此処まで積み上がっては来ているのですが、非常に単純に考えると
「はいっ、次。はいっ、次は是」とドンドン上り続けるよう積上げられて来た赤絨毯仕様の階段上で一旦歩を止め、振り返って少しずつ階段を下りていく様に
宅配も止め、車も止めて
「家族と話をしながら食事をしに歩いてレストラン迄行く」
方が耐性、体力、持久力の為にも家族同士のコミュニケーションの為にも世間様から送られて（贈られて）くる偶然の新風を得る為にも、そして差し迫った必要のない車のグレードアップによる経済負担軽減の為にもいい様な気もするのですが、どうなんでしょう。