

なぜ中国ではスタートアップ・ベンチャー企業が育ちやすいのか?103

～文化的・政治的・経済的観点から考察する～

大西達也 (明治大学経営学部4年)

ロボットが繋ぐ日中関係 112

～広がる「中国智造」への波～

結城里菜 (日本大学商学部3年=代表)、黄鶯 (同4年)、
有田俊稀 (同3年)、李鍾榮 (同3年)、加藤司 (同3年)、
孔繁羽 (同3年)、王思銳 (同2年)、武田実沙子 (同2年)

翻訳における人工知能の応用と啓示 124

邵馨儀 (上海外国語大学日本文化経済学院日本語科2018年6月卒業)

蠟山政道の東亜協同体論 134

～日中戦争を収拾する手段として～

王継洲 (早稲田大学社会科学研究所博士課程後期4年)

「訳文学」理論に基づく日本現代詩歌の中国語訳について 149

～日本の「三行情書」を中心に～

文佰平 (大連外国語大学日本語学院日本語言語文学科博士課程前期3年)

知の越境 161

～中国新聞学草創期における日本新聞学著作の受容～

張鳳熙 (武漢大学外国語学院日本語言語研究科2018年6月卒業)

付 録

日中関係学会主催「第7回宮本賞 (学生懸賞論文)」募集要項	177
第7回宮本賞 ご推薦・ご指導いただいた主な団体や先生方	179
第7回宮本賞 審査委員会・実行委員会メンバー	180
これまでの主な応募大学一覧	181
第1回～第6回宮本賞受賞者一覧	182

新たな時代の中国における日本文化の流行

～時代・国家・企業・メディアと個人からの考察～



中山大学外国語学部日本語学科4年

王羽晴

はじめに

現在の中国では、未曾有の風景と言えるほど日本文化が広く伝播、浸透しており、若者層のみならず、大勢の人々が日本文化に魅了されている。2015年に国際交流基金が行った「海外日本語教育機関調査」によると、1979年から2015年までの36年間に、世界中の日本語学習者は28.7倍にも増加したという。その中で中国人の学習者が最も多く、しかも高等教育段階の学習者の割合が全体の65.6%を占めている。また、日本貿易振興機構 (JETRO) が毎年実施している「中国の消費者の日本製品等意識調査」の結果によると、今後行きたい国・地域について、「日本」と答えた人の割合が2013年調査開始以来増えつつあったが、2017年の調査ではついに初の1位となった。

日本製品を求め、日本の映画・テレビドラマ・アニメ・音楽を鑑賞し、また日本語を学び、日本に旅行・留学に行くなどといった「日本ブーム」は、現在の中国において目立っており、そして今後ますます深化していくのではないと思われる。

では、なぜこのような「日本ブーム」が生まれ、また日本文化のどのような部分が中国人を魅了しており、さらに今後「日本ブーム」はどのように変化していくのか。本論文では時代・国家・企業・メディアと個人という四つの角度からこれらの諸点について考察を行い、今の中国における日本文化の流行の実態を明らかにしたい。

一、時代における必然性

古来、日本は中国から多様な影響を受け、日本文化と中国文化は共通点が

多いことが知られている。それゆえ、中国人からすれば、欧米文化に比べて日本文化の方が親しみを感じやすいし、受け入れやすいと思われる。

こういった文化的な共通性は、今までの日中文化交流の基盤になっている。ほかにも多数の要素が働いており、例えば新たな時代ならではの原因も無視できない。

具体的に言えば、まず近年における中国人の文化的需要の増加があげられる。中国国家統計局のデータによると、2016年に中国の都市人口の割合は57%まで上昇した³。高速な経済発展を背景に、人々の文化への需要も急増し、文化の吸収に対して積極的な姿勢を見せている（陸, 2018⁴）。その中で、隣国である日本の文化は親しみがあり、共通点も多いため、吸収しているうちに中国の人々に受け入れられるようになったと考えられる。

また、日本文化の中で、「侘び・寂び（わび・さび）」などといったやや消極的な色彩を帯びるものが、特に中国の若者に好まれる。中国では、これまでポジティブ文化が主流とされてきた。それゆえ中国の若者は、「物の哀れ」、「侘び・寂び」など一見してネガティブだが、実に奥深い思考が凝縮されている日本文化に出会って、大いに驚いた。例えば、青春の無力感と虚しさをそのまま受け入れ、共存するという考えを伝える村上春樹の作品は、中国でも大人気である。また、人生の虚無に向き合う消極的な姿勢が描かれ、作品の中で度々極端なニヒリズムを見せる太宰治の『人間失格』も、中国の若者に多く読まれている。

このほか日本のドラマについても、「テーマが非常に広く、内容が豊か。国内で抗日戦争ものや宮廷闘争劇を繰り返し放送して飽きられているのとは違い、人々が人間性や社会について考える時、より多くの見方を提供してくれる」と評されている。“個性”を求める若者は、個性豊かな日本ドラマのBGMや役者、登場人物の衣装などに魅力を感じ、「若者の欲求と痛点（筆者注：心の痛いところ）を突いた」という⁵。

このような若干ネガティブな価値観が含まれている文化は、中国の若者に新鮮感を与え、興味を持たせてきた。競争の激しい社会においてプレッシャーを感じている中国の若年層は、繊細で人の内面の弱みを見つめる日本の文化に共感したのではないかと思われる。それはいま、中国の若者の間で流行している「喪文化」にも共通点がある。すなわち、消極的な姿勢で人を慰め、それで励みになるというところである。

このように、中国が文化的需要に目を向けるようになった新たな時代で、日本文化にその需要と合致する点があるため、中国において、とりわけ若者

層に愛されるようになったと考えられる。

二、ブームを生み出した中日両国

1970年代末から1980年代までは中日の「ハネムーン期」であるといわれ、中国人は戦後日本の先進的な技術を学び、大衆は初めて戦後の日本というイメージを思い知らされた。この時期の代表的な日本大衆文化は、劇場で上映する日本映画、国営のテレビ局で放送されるテレビドラマやテレビアニメ、そして日本から輸入されたカセットレコーダーから流れる流行歌、また新しい文学ジャンルとして大量に翻訳された推理小説などが挙げられる（王, 2005⁷）。

高倉健、中野良子や山口百恵などの映画俳優は当時の中国で大人気を呼び、日本映画のスターとして戦後日本のイメージを伝えた。一方、ドラマでは『おしん』、『赤い疑惑』、『燃えろアタック』等が当時の中国の視聴者に深く愛され、日本ドラマブームが中国を席卷したとも言えよう（崔, 2010⁸）。

その中で、特に日本アニメの影響が大きく、そして長く続いてきたと言える。1979年、中央電視台（CCTV）が手塚治虫の『鉄腕アトム』を放送した。それに続いて『花の子ルンルン』『一休さん』なども中国で放送され、今の20代から40代に至る中国人はそれらのキャラクターと成長をともにしてきたと言える。その後も『ドラゴンボール』や『Dr.スランプアラレちゃん』、『ドラえもん』、そして『NARUTO』、『ワンピース』など、数多くの日本アニメの作品が中国の人々に愛され続けてきた。

中国で日本アニメのイメージが定着し、アニメに対する審美の見極めも日本アニメを基準としてできたものである。人物像、色彩、セリフなど、最初から審美の基準は日本アニメによって築かれていた。こうして中国では、日本のアニメ文化が自然に受容されてきたのである。

そして、アニメに含まれている文化も中国人に影響を与えていると思われる。例えば、『ちびまる子ちゃん』を見て、日本人の挨拶の仕方、日本の弁当文化、日本住宅の建築様式、日本で多発する地震・洪水などの自然災害などを知ることができる。さらに少年漫画の中には、日本の武士道精神が描かれるものが多い。幼少期から日本のアニメを見て育った人には、無意識のうちに日本文化が浸透し、成長してからも日本文化を好む傾向があると考えられる。

また改革開放直後の中国では、日本製品を数多く輸入したことで、日本製

品が高級で質がいいというイメージが定着した。中国の生産力が著しく伸びた現在においても、そのイメージはまだ残っており、中国人が日本で「爆買い」する現象にも繋がっていると考えられる。

その後、国の事情によって中国では海外文化の輸入に対する制限が多くなってきたが、80、90年代の日本ブームは未だに影響が残っており、今日の「日本ブーム」が形成される要因の一つになったと考えられる。

その一方、日本では、「クールジャパン」という海外への文化輸出推進戦略が進められている。経済産業省製造産業局に「クールジャパン室」が開設され、戦略産業分野である日本の文化産業の世界進出促進、国内外への発信などの政策を企画立案、推進している。民間企業に出資し、メディア・コンテンツの製作、海外進出の支援、観光支援など、日本の魅力を海外発信するために様々な戦略を実施してきた¹⁰。また、2020年の東京五輪も追い風になり、日本政府が「クールジャパン」「おもてなしの国」などの戦略に力を入れ、「観光大国」を目指した動きもある¹¹。

中国で昔の日本ブームの余熱と日本の海外発信の戦略が相乗効果を生み出し、日本文化の流行が生じたと見なすことができるだろう。歴史的要素と現在の発展目標が影響しあい、現在の「日本ブーム」を生み出したとも考えられる。

三、企業進出による文化浸透

日本企業の海外進出は活発化しているが、中でも中国への進出が際立っている。外務省が実施した「海外在留邦人実態調査」と「海外進出日系企業実態調査」の結果をみると、2016年10月1日時点で海外に進出している日系企業の総数は7万1820拠点に達している。過去5年間で約18%（1万1032拠点）増加したという。その中で、中国進出の日本企業は3万2313拠点（全体の約45%）となっており、2位の米国（同12%）を大きく上回った¹²。

日本企業の進出につれ、そのビジネスカルチャーや製品に含まれている日本文化も海外へ発信された。その例として、中国におけるファミリーマートなど日系コンビニエンスストアと無印良品など家具、衣料品、雑貨の日系販売店を取り上げてみたい。

日系コンビニの中国進出は、日本の食文化・企業文化・サービスだけでなく、日本語の語彙をも中国に伝播する役割を担っている。日系コンビニ大手は中国で大量出店に舵を切っている。ローソンは2018年に中国で過去最高

の800店の新規出店を計画している。このほかファミリーマートは300店超、セブンイレブンも200店程度を計画しており、3社合計で過去最高の出店数となる見通しだという¹³。ローソンは重慶市の中心部から約100キロメートル離れた周辺の小規模都市にも初めて出店した¹⁴。中国の沿海部から高成長が続く内陸部へも進出していく一例と言えよう。

まず、日系コンビニは日本の食文化を発信する。日系コンビニではおにぎり、おでん、コロッケ、大福餅などの伝統的な日本食を販売している。また、牛丼・うなぎ丼などの日本風味の弁当も店頭に置かれてある。これらの商品は手頃な値段で日本の食を中国の顧客に味わってもらい、日本の食文化の魅力を伝えている。日本の風情を感じさせるコンビニの日本食は中国の消費者に新鮮感を与え、好評を得てきた。そして、「差別化を図り、集客力を高めるため、弁当やお菓子など独自商品を拡充する」（付・胡、2011）¹⁵ことによって、日本の食文化が今後、ますます浸透していくと思われる。

また、日系コンビニは日本の企業文化を発信する。日系コンビニでは商品の販売だけでなく、サービスの提供も経営の一部としている。この経営理念はこれまでに中国本土の小型スーパーにはなかったものである。日系コンビニでは、清潔感のある店内、整然とした商品の陳列、親切に接客する従業員など、商品以外の要素が中国で人気を獲得した（許、2018）¹⁶。日本本土と比べると、サービスの面は及ばないところがあるが、日本企業文化の一部を中国に発信したことには違いない。さらに、日本アニメのキャラクターとのコラボや期間限定の商品を発売する（周、2013）¹⁷など、日本特有の経営方式によって、売り上げを刺激する一方、その企業管理方式と商品に含まれた文化も浸透していく。

そして日系コンビニでは、日本の商品名を翻訳する際に、日本語の語彙をそのまま残すという工夫もしている。例えば、昆布、唐揚、〇〇使用など、中国語にはない日本語の表現がそのまま使われている。おそらく中国の消費者に新鮮感を与えるために、あえて翻訳しないことにしたと思われるが、結果的に日本製・日本風というような高級感を出している。

もう一つは、生活雑貨店「無印良品」の中国での発展を取り上げたい。無印良品を運営する良品計画が発表した2018年3～8月期の連結決算によると、純利益が前年同期比24%増の181億円と6期連続で最高を更新しているが、そのけん引役となっているのが中国を中心とした海外である¹⁸。中国では前期（29店）を超える35店を増やし、衣料品、生活雑貨、食品にまで販売を拡大している¹⁹。また、良品計画のブランドを冠した世界初となる「MUJI

ホテル」も深圳で開業した²⁰。

中国では若者を中心に、派手さを好む消費から安心安全でシンプルであることを重視する傾向が強くなっている。無印良品のアートプロデューサー原研哉は、ミニマリズム²¹の美学を商品に吹き込み、白・黒・生成色などの自然色を使ってシンプルで高級感のある商品をデザインしてきた（許，2018）²²。店内では、アロマセラピーの香りと緩やかな音楽、笑顔で挨拶する店員、居心地良いインテリアなど、大自然を思わせる空間もその美意識の一部となっている。

無印良品のデザイン理念は日本の禅の境地、また「侘び・寂び」の美にも共通しているといわれている（張・王，2018）²³。例えば、無印良品のポスターの中には、地平線で画面を切り分けただけのものがある。そこには青い空と地面しかなく、寂しさと虚無感を醸し出し、また人と自然の関係性を意識させている。このようなミニマリズムの美は、まさに日本の茶道が追求する美の境地に近い。

高い実用性のほかに、日本の感性と美意識が製品に含まれている（李，2018）²⁴。こうした奥深いデザイン理念を持つ日本文化に、中国の人々が魅了されてきたとみられる。

企業の海外進出は異文化コミュニケーションを促進する場合が多い。中国の文化的要素を取り入れる一方、日本文化も中国人に理解してもらい、さらに愛されるようになる。近年の日本ブームが、こうした日本企業の中国進出の仕方によって引き起こされたのは間違いない。

四、メディアと個人における日本文化の流行

中国政府による政策の影響で、日本文化が輸入され、中国の人々に広く知られ、愛されるようになった80年代とは違い、現在、主に下から上への流れで文化を受け入れる時代となっている。日本の映画・テレビドラマ・バラエティ番組・アニメ・漫画・雑誌など、中国の民間で広く日本文化を受け入れる動きがみられる。

例えば、日本を中国に紹介する『知日』という雑誌が中国で刊行されている²⁵。これまで、『知日』は50冊以上の特集を掲載してきた。奈良美智や三島由紀夫、是枝裕和のような各分野の有名な人物をテーマにただだけでなく、明治維新やラーメン、喫茶店なども紹介してきた。創刊号は1万部が売れ、今は月刊誌として毎月の実売5～10万部を維持している。

もう一つの例は、2005年に創刊された中国のデザイン・アート雑誌『Lens』²⁶である。同誌では、日本に関する特集を度々取り上げて紹介している。特に注目されているのは、話題性のある人物にインタビューし、その内容を映像化して読者に紹介する映像製作部門「重逢島」である。そこで最初に取材した人物は山本耀司で、そのほかに安藤忠雄や黒川雅之、小野二郎、蜷川実花、坂本龍一など、数多くの日本のアーティストにもインタビューしている。

最近の日本のテレビドラマも中国で大きな人気を得ている。例えば、石原さとみ主演のTBS金曜ドラマ『アンナチュラル』が中国で話題になったため、中国の動画サイト「芒果TV」は日本から承認を得て、毎週最新話を中国のウェブサイトで公開することになった。また、日本の漫画作品『カードキャプターさくら』の著作権も、中国の動画サイト「bilibili」に購入され、オンラインでアニメ全集が公開されるようになった。このように、読者・視聴者の需要に応じて様々なメディアが日本文化に関する内容を取り上げ、その角度もより多様で深化していき、中国の最近の日本ブームに拍車をかけている。

そして、訪日ブームも日本文化流行の一つの要因として考えられる。近年、訪日中国人が著しく増加している。2003年の50万人弱から16年の640万人へと10倍以上に増え、特に14年には前年比83%増、15年は同107%増と急増している²⁷。

2017年の「中国の消費者の日本製品等意識調査」によると、中国の消費者の間に、日本に対し「礼儀正しい」「サービスが良い」「エコ」のイメージが定着し、越境ECでの日本商品購入経験者は約7割にも達している。旅行で得た日本に対する好印象が、日本製品の再購入につながったと見られる。

中国人の日本留学ブームも影響があろう。2008年に日本政府はグローバル戦略の一環として「留学生30万人計画」を発表した。それをきっかけに留学生の数は急速に増加した。日本学生支援機構によれば、2017年5月1日時点で、日本で学ぶ留学生の数は26万7042人に達し、うち約4割にあたる10万7260人が中国人だった²⁸。中国人留学生の増加につれ、異文化に適応し、帰国した後も留学経験を積極的に生かしている人が増えつつある。両国関係が緊張している時でも、人的な交流は深まり、経済と文化の両面で日中関係を支え続けている。

そのほか、毎年、中国の日本語学習者向けに、作文コンクール²⁹やスピーチコンテスト³⁰が数多く開催されている。今年は日中平和友好条約締結40周年を機に、日中関係をテーマとした作文・論文コンクールやスピーチコンテ

³¹ トが中国各地で行われ、全中国の日本語学習者に多大な影響を及ぼしている。

終わりに

本論文では時代・国家・企業・メディアと個人という四つの角度から、最近における中国での日本文化の流行の現状を分析し、その要因を考察してきた。

80年代中国の日本ブームの影響がいまでも残っており、とりわけアニメの影響が長く続いている。日本文化の性格が、昨今の中国若者層の文化的欲求に合致しており、映画・ドラマ・アニメを通して中国の若者を魅了している。そして、中国側の海外文化の輸入と日本側の海外発信の戦略が相乗効果を及ぼし、現在の日本ブームを生み出したと言えよう。

また、日本企業の中国進出がその企業文化と商品に含まれた日本文化を中国に発信する役割を果たしていることも明らかになった。民間においては、多種のメディアが日本に関する内容を取り上げて紹介していることや、昨今の訪日ブームなども、日本ブームを促進した要因と考えられる。

このような中国の日本ブームは、一方的なものではなく、今後中日間の文化交流に影響を及ぼしていこう。例えば、『知日』の日本語デモ版が日本の潮出版から刊行された。また、中国に119店舗を構えるしゃぶしゃぶ店「四川海底撈餐飲（中国）」は、日系企業の経営理念から心地よい接客を学び、逆に2015年から日本に進出した³²。このように、中国が日本文化を受容し、また日本に進出するといった動きも期待できる。

新たな時代の中国では、日本文化の流行は長期にわたり、深化していく傾向があると考えられる。このような中国における日本ブームは、日本にも影響を与え、日本における中国理解を促進することが今後、期待できよう。

参考文献

- 国際交流基金「2015年度日本語教育機関調査」
 日本貿易振興機構（JETRO）「中国の消費者の日本製品等意識調査」、2017年
 国家统计局「2016年人口普查城镇化率（%）」
 陆筱璐「促进城市空间开发，推动新时代文化产业发展」『东岳论丛（Dongyue Tribune）』2018年第1号
 王衆一「日本の大衆文化と日中交流」『人民中国』、2005年 www.geocities.jp/takechan64imc/0512ou.pdf
 崔保国「中国における日本のテレビドラマ」第19回JAMCOオンライン国際シンポジウム、2010年2月 <http://www.jamco.or.jp/jp/symposium/19/6/>

- クールジャパン政策課 経済産業省商務・サービスグループ「クールジャパン政策について」、平成30年5月
 付鉄山・胡春华「日本便利店の国際化戦略」『渤海大学学报』2011年第2号。许可可「全家便利店的营销策略制定——上海地区为例」『西部皮革』、2018年第4号
 周文岳「大城小市：上海与全家便利店（Family Mart）」『城市形象专刊』、2013年1月
 陈健玮「新零售时代的到来——国外便利店模式经验借鉴」『中国房地产』、2017年7月
 许钧天「无印良品的“空”概念及东方简约设计简析」『设计』、2018年第6号
 张以・王紫楠「归于自然的“Wabi-sabi寂”之美——以无印良品为例」『美与时代』、2018年第5号
 李圆「简论“无印良品”设计中遵循的基本原则」『科技与创新』、2018年第19号
 日本政策投資銀行「中国人の海外旅行の拡大と旅行先としての日本」、2017年3月17日
 祝方悦「中国の若者における日本ポピュラー文化の受容—アニメ・ファンの受容態度からの考察—」『市大社会学』、2011年9月
 殷梦茜・青木紀久代「在日中国人留学生的異文化適応に関する質的研究」『お茶の水女子大学心理臨床相談センター紀要』、2018年3月
 江崎康弘「中小企業の海外進出の課題と成功への鍵—重光産業・味千ラーメンの海外進出事例を通して—」『長崎県立大学論集（経営学部・地域創造学部）』、2017年12月
 陳塵「中国における日系企業の異文化経営に関する一考察—異文化コミュニケーションを中心として—」『東洋大学大学院紀要』、2015年
 北田「中国人はなぜ日本を憎みながら、ますます日本文化に魅了されているのか」Record China、2017年4月1日 <https://www.recordchina.co.jp/b174058-s0-c60-d0052.html>
 ウィキペディア「クールジャパン」<https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%AF%E3%83%BC%E3%83%AB%E3%82%B8%E3%83%A3%E3%83%91%E3%83%B3>
 観光産業ニュース「日系企業の海外進出数が7万1800拠点で過去最高、国別トップの中国は減少傾向に一外務省」、2017年6月6日 <https://www.travelvoice.jp/20170606-90198>
 福島香織「中国の若者に広がる『知日』ブーム」日経ビジネス、2015年1月28日 <https://business.nikkeibp.co.jp/article/world/20150126/276688/>
 Lens ホームページ <http://www.welens.cn/>
 村山健二「なぜ中国人学生は留学先として「日本」を選びたがるのか=中国メディア」Searchina、2018年2月27日 <http://news.searchchina.net/id/1654196?page=1>
 日本経済新聞「官邸が目指す観光大国（風見鶏）」、2016年9月11日
 日本経済新聞「中国10万店、コンビニ乱戦——日系、攻めに転じる、今年の大手3社、出店最多」、2018年9月16日
 日本経済新聞「中国コンビニ、主戦場は内陸、所得向上、食の安全志向も、ローソン、小規模都市に出店、セブン、独自商品の工場増」、2018年1月13日
 日本経済新聞「中国10万店、コンビニ乱戦、「無人化」技術は道半ば、日本流で専用商品拡充」、2018年9月16日
 日本経済新聞「良品計画、純利益24%増、3～8月、東アジア事業がけん引」、2018年10月4日
 日本経済新聞「良品計画、4期連続最高益、今期最終11%増、中国など海外伸長」、2018年4月12日
 日本経済新聞「MUJIホテル、中国で開業、良品計画」、2018年1月19日
 日本経済新聞「しゃぶしゃぶ店、中国に119店舗、四川海底撈餐飲（中国）——心地よい接客、日本に進出（アジアNEXT）」、2015年8月11日

- 1 国際交流基金「2015年度日本語教育機関調査」
- 2 日本貿易振興機構（JETRO）「中国の消費者の日本製品等意識調査」、2017年
- 3 国家统计局「2016年人口普查城镇化率（%）」
- 4 陆筱璐「促进城市空间开发，推动新时代文化产业发展」『东岳论丛（Dongyue Tribune）』、2018年第1号
- 5 北田「中国人はなぜ日本を憎みながら、ますます日本文化に魅了されているのか」Record

- China、2017年4月1日 <https://www.recordchina.co.jp/b174058-s0-c60-d0052.html>
- 6 中国の若者層で流行っているポピュラー文化、自虐や自嘲といった若者の心理を表す。
- 7 王衆一「日本の大衆文化と日中交流」『人民中国』、2005年 www.geocities.jp/takechan64imc/0512ou.pdf
- 8 崔保国「中国における日本のテレビドラマ」第19回JAMCO オンライン国際シンポジウム、2010年2月 <http://www.jamco.or.jp/jp/symposium/19/6/>
- 9 ウィキペディア「クールジャパン」 <https://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%AF%E3%83%BC%E3%83%AB%E3%82%B8%E3%83%A3%E3%83%91%E3%83%B3>
- 10 経済産業省クールジャパン政策課「クールジャパン政策について」、平成30年5月
- 11 日本経済新聞「官邸が目指す観光大国（風見鶏）」、2016年9月11日
- 12 観光産業ニュース「日系企業の海外進出数が7万1800拠点で過去最高、国別トップの中国は減少傾向に 一外務省」、2017年6月6日 <https://www.travelvoice.jp/20170606-90198>
- 13 日本経済新聞「中国10万店、コンビニ乱戦——日系、攻めに転じる、今年の大手3社、出店最多」、2018年9月16日
- 14 日本経済新聞「中国コンビニ、主戦場は内陸、所得向上、食の安全志向も、ローソン、小規模都市に出店、セブン、独自商品の工場増」、2018年1月13日
- 15 付鉄山 胡春华「日本便利店的国际化战略」『渤海大学学报』、2011年第2号
- 16 许可可「全家便利店的营销策略制定——上海地区为例」『西部皮革』、2018年第4号
- 17 周文岳「大城小市：上海与全家便利店（Family Mart）」『城市形象专刊』、2013年1月
- 18 日本経済新聞「良品計画、純利益24%増、3～8月、東アジア事業がけん引」、2018年10月4日
- 19 日本経済新聞「良品計画、4期連続最高益、今期最終11%増、中国など海外伸長」、2018年4月12日
- 20 日本経済新聞「MUJIホテル、中国で開業、良品計画」、2018年1月19日
- 21 完成度を追求するために装飾的趣向を凝らすのではなく、それらを必要最小限まで省略する表現スタイル。
- 22 许钧天「无印良品的“空”概念及东方简约设计简析」『设计』、2018年第6号
- 23 张以 王紫楠「归于自然的“Wabi-sabi寂”之美——以无印良品为例」『美与时代』、2018年第5号
- 24 李圆「简论“无印良品”设计中遵循的基本原则」『科技与创新』、2018年第19号
- 25 福島香織「中国の若者に広がる『知日』ブーム」日経ビジネス、2015年1月28日 <https://business.nikkeibp.co.jp/article/world/20150126/276688/>
- 26 Lens ホームページ <http://www.welens.cn/>
- 27 日本政策投資銀行「中国人の海外旅行の拡大と旅行先としての日本」、2017年3月17日
- 28 村山健二「なぜ中国人学生は留学先として『日本』を選びたがるのか＝中国メディア」Searchina、2018年2月27日 <http://news.searchina.net/id/1654196?page=1>
- 29 日中交流研究所が主催する「中国人の日本語作文コンクール」が2005年から開催されている。ホームページ <http://duan.jp/jp/index.htm>
- 30 日本経済新聞社は、中国教育国際交流協会、日本華人教授会議と共催で、日本語を学ぶ中国人大学生を対象に「全中国選抜 日本語スピーチコンテスト」を2006年から開催している。ホームページ <http://cn.nikkei.com/china/sc/13/>
- 31 例えば、2018年日本科学協会が中国教育機関などと共催した笹川杯作文・論文コンクール。
- 32 日本経済新聞「しゃぶしゃぶ店、中国に119店舗、四川海底撈餐飲（中国）——心地よい接客、日本に進出（アジアNEXT）」、2015年8月11日

国際緊急援助と災害外交

～四川大震災後における日中の地震外交～



早稲田大学アジア太平洋研究科
博士課程後期4年

李国輝

はじめに

日本は世界で稀にみる災害多発国である。そのため、日本は災害への対応に関する多くの知識と経験を蓄積している。1970年代以降は、世界において大規模な災害が発生した際に、積極的な国際緊急援助を実施してきた。また、日本は整備された国際緊急援助の体制を有し、国際緊急援助によって外交面での高い評価も受けている。

2008年5月12日、中国中西部に位置する四川省汶川県でマグニチュード8.0の大地震が発生した。2008年9月25日の中国民政部の報告によると、この地震による死者は6万9227人、負傷者は37万4643人に上り、1万7923人が行方不明となっている。災害は約8451億元（約14兆3000億円）の経済損失をもたらし、被災地域の総面積は約50万平方キロメートルとなった（孫成民、2010）。四川大震災後、中国政府は日本からの物資と資金を受け入れただけでなく、異例なことに、日本の救助隊を受け入れた。人的支援の受け入れは中華人民共和国の建国以来、初めてのことである。

四川大震災から10年目を迎えた2018年5月12日、救援活動に参加した日本の国際緊急援助隊（JDR）の隊員・糟谷良久（現在、日本国際協力機構中国事務所の副所長）と中島康が10年ぶりに被災地を訪問した。これを機に、本稿は国際緊急援助の理論と日本の国際緊急援助の体制を紹介した上で、四川大震災後の日本の国際緊急援助活動を概説し、日中の地震外交を考察する。

本稿は以下の構成をとる。第一、国際緊急援助とは；第二、日本の国際緊急援助体制；第三、四川大震災後における日本の国際緊急援助活動；第四、四川大震災における日中の地震外交；第五、日中の地震外交の分析；第六、今後の課題。

一、国際緊急援助とは

現在、世界のどこかで大災害が発生した場合、さまざまな国際支援活動が展開されている。しかし国際緊急援助の概念に関する定説は未だ定まっていないため、本稿では先行研究に基づき、「国際緊急援助」を以下の三つの観点から規定する。(1)国際緊急援助は国家と国家の間の行為であるため、普通の緊急救援を超えて、「国際協力」の性格がある (2)国際緊急援助は、人道の理念を持っているため、「国際人道主義援助」に属している (3)国際緊急援助は防災援助や復興援助と異なり、災害発生直後の「緊急性」を有する国際支援である (和田, 1998)。

国際緊急援助には「人的援助」「物的援助」「資金援助」という三つの援助活動が含まれている。「人的援助」とは、災害発生後、被災者の救出、負傷者の診療などを行う人員を派遣することである。「物的援助」とは、被災地に必要な物資を供与することである。「資金援助」とは、被災地に必要な資金を提供することである。

国際緊急援助は人道主義援助に属しており、非政治的な性格を持っているが、政治的影響をもたらすものである。たとえ明示されていなくとも、援助国が国際緊急援助を提供する際、政治的・外交的目的を持っているのは当然である。以下、災害外交の視点から、国際緊急援助について見ていく。

「難儀をともにしてこそ、真情が見えてくる」という言葉通り、大規模災害に直面した場合には、相手の真心を知ることができるものである。よってある程度までではあるが、国際緊急援助は被災国と援助国の関係を改善し得る。また、国際緊急援助に参加することは、国家のソフトパワーを示す好機でもある。他国に災害が発生した際、援助国がスムーズに国際緊急援助を提供できるかどうかは、援助国の国家イメージに影響してくる。

二、日本の国際緊急援助体制

日本は海外で発生する大規模災害に際して、日本政府の国際支援の他に、NGOなどのさまざまな援助を提供しているが、本稿は日本政府の国際緊急援助のみを対象として扱う。ここで、日本の国際緊急援助の理念を紹介するとともに、日本政府の国際緊急援助を「資金援助」「物資援助」「人的援助」の三つの部分に分けて説明していく。

日本の国際緊急援助の理念とは、日本がいかなる考えに基づいて国際緊急

援助を実施しているのかということである。その理念の特徴をまとめると次の四点となる (和田, 1998)。(1)国際緊急援助は、苦しんでいる同胞を助けようとする人間の本能的な性向に基づくものである (2)日本は世界でトップクラスに位置するため、国際緊急援助に対する貢献は国際的責務を果たすための役割の一つである (3)日本は世界に依存しながら成立している国家である。国際緊急援助には、国際社会の相互扶助的な意味合いもある (4)国際緊急援助は国家間の信頼関係を結び、友好関係を強化することができるため、国際緊急援助を実施するのは日本の安全保障に役立つ可能性がある。

さて、このような理念に基づいて、日本はいかなる国際緊急援助体制を持っているのだろうか。まず「資金援助」に関して、対象災害、実施主体、援助の方式、援助の流れ、資金援助体制の概観などの五つの方面から説明する。

日本の国際緊急資金援助の対象は自然災害だけでなく、紛争などによる人的災害も含まれる。日本の国際緊急資金援助は外務省が担当しており、資金は国際機関を通じて被災国に供与される場合もあるが、外務省から被災国に直接供与することができる。援助の流れは以下のように進む。①災害の発生 ②日本大使館の申し出 ③被災国からの要請 ④日本政府の援助決定 ⑤外務省から日本大使館への送金 ⑥日本大使館から被災国への送金、である (和田, 1998)。

日本の対外緊急援助体制は、当初、無償資金協力に限られ、予備費から支出されていた。しかし、予備費の支出は財政法により閣議決定の手続きが必要であるため、迅速に対応できないという問題があった。そこで昭和48年度から、外務省の本省予算の「経済開発等援助費」の中に新たに「災害関係援助分」を計上して、より迅速に無償資金協力ができるようにした。

次に「物資援助」に関しても、対象災害、実施主体、援助の方式、援助の流れなどの四つの方面から説明する。日本の国際緊急物資援助の対象は自然災害や人為的災害のみで、紛争などによる災害は含まれていない。物資の援助は、主にJICAが担当している。JICAは海外に六つもの倉庫を所有しているため、被災地に最も近い備蓄倉庫から迅速に輸送することができる。物資援助の流れは以下のように進む。①災害の発生 ②日本大使館の申し出 ③被災国からの要請 ④日本政府の援助決定 ⑤JICAから被災国までの輸送 ⑥被災国内での配布、である (JICA, 2009)。

最後に「人的援助」に関して、国際緊急援助隊の体制を紹介した上で、国際緊急救助チーム、国際緊急医療チーム、専門チーム、自衛隊に関して具体

的に説明する。

1979年にカンボジアで内戦が激化し、多くの難民がタイに避難した。その難民の救援を行うために、日本政府は医療チームをタイとカンボジアの国境周辺に派遣した。これは日本政府として国際緊急援助活動を行った初めてのケースである。しかし、当時の日本政府には、他国のような民間ボランティア組織が整っていなかったため、医療チームを迅速に派遣し、救援活動をスムーズに行うことができなかった。そこで、日本政府は1982年に「国際緊急医療チーム」を創設した。このチームの設立により、医療関係者を平時より国際協力事業団（現在のJICA）に登録し、その登録者に対して訓練や研修を施すことで、海外での大規模災害時に迅速に救援活動を行うことができる体制が構築された（中内，2011）。

1987年には「国際緊急援助隊の派遣に関する法律」（JDR法）が施行された。湾岸戦争終結後、大量の難民が生まれたが、当時の日本政府は紛争に対する国際緊急援助活動を行う体制を持っていなかった。そこで紛争に起因する災害について、1992年に「国際連合平和維持活動等に対する協力に関する法律」（通称PKO法）が成立した。同時に、JDR法も改正され、大規模自然災害に対して、相手国からの要請に基づく自衛隊部隊の派遣が可能となったのである。

三、四川大震災後における日本の国際緊急援助

以上、日本の国際緊急援助体制を紹介した。これをもとに、この章では四川大震災後における日本の国際緊急援助活動を考察する。

2008年5月12日14時28分、四川省でマグニチュード8.0級の地震が発生した。災害が発生した後、中国政府は最善のタイミングで国際社会に災害支援を要請した。当日、日本の福田康夫首相（当時）はすぐに胡錦濤国家主席と温家宝首相に対して見舞いのメッセージを伝えるとともに、「必要がある限り、全力を尽くして援助を提供する」と表明した。そして、日本政府は総額5億円相当の無償資金協力と緊急援助物資の供与を決定したのである。

5月15日に人的援助の要請を受けた日本政府は、すぐ国際緊急救助チームを招集し、同日夜、第1陣の32名を派遣した。この国際緊急援助隊は、中国政府が受け入れた初めての外国の緊急援助隊である。第2陣も5月16日に被災地に到着した。救助の効率をより高めるために、日本政府は初めて日本航空のチャーター機を用いて、第2陣の迅速な搬送に成功したのである。翌々

日の5月18日、日本の国際緊急援助隊員は徹夜の救助活動を通じて、ある親子2名の遺体を掘り出したが、彼らはこの親子の遺体に黙祷を捧げて丁重に葬った。後に、このような日本の援助隊による献身的な活動の様子や、遺体に敬意を表する姿が中国国民に温かい感動と大きな反響を呼ぶこととなる。翌5月19日、被災者を治療するために、医師と看護師で編成された国際緊急援助隊医療チームなども派遣された。

また、四川大震災の発生以降、現地は悪天候が続いたため緊急救助の難度は増していたが、これに対して日本の宇宙航空研究開発機構（JAXA）は陸域観測技術衛星（ALOS）によるリモート・センシングの画像を中国政府に提供した。これらのリモート・センシングの画像は救援活動に非常に役立ったのである。

四、四川大震災後における日中の地震外交

国際緊急援助は人道主義の活動に属しているが、それはある程度外交的な影響をもたらすため、外交における「ソフトパワー」の一つともいえる。前章では、四川大震災における具体的な救助活動などを紹介したが、以下、政府レベルと民間レベルの両面で国際緊急援助による日中の地震外交の実態を考察する。

2008年の初めごろから中日関係は、釣魚島（日本名・尖閣諸島）の主権やギョーザ中毒事件による食品安全問題などで長い間低迷しつづけていた。それにもかかわらず、四川大震災が発生した際に、日本政府は中国に総額5億円相当の物資を提供しただけでなく、国際緊急援助チームと医療チームを派遣した。日本のこのような救援活動は中国国民に日本の善意を感じさせ、中国国民から高い評価を受けた。このことが日中関係と両国の国民感情の緩和にも役立った。

4-1 政府レベルにおける地震外交

四川大震災後の日本の国際緊急援助は、災害救援の分野で両国の協力を深めた。特に日本の人的支援は、中国政府から賞賛された。外交官、外交部、胡錦濤主席と温家宝首相など最高指導者のすべては、日本の援助隊に高い評価を与えた。

袁勇（外交部アジア局）は、「私はアジア局で働いており、日本政府に対して多くの不満がありますが、日本の救助隊の動きに対しては心から感謝して

います」と述べた。彼は、日本の救助隊の行動が救助そのものをはるかに上回って、日中関係を大きく促進するものであると考えている（葛軍，2008）。秦剛（外交部スポークスマン）も、「日本政府は、中国の被災地に救助隊を派遣した最初の国である。救助隊が災害地域に到着した後、危険を厭わず、救援活動を展開した。中国政府は、彼らの人道的精神と中国人に対する友好的感情に敬意を表する」と表明した（榮燕・林立平，2008）。崔天凱駐日中国大使（当時）は日本の救援対応を「戦略的で双方に有益な関係のしるし」と呼んだ。

2008年6月2日の夜、日本の医療チームは、四川の被災地での救助活動を終えて、東京に戻った。被災地で10日間活動した日本の医療チームに敬意を表するため、崔天凱大使が空港で医療チームを迎えた。

日本の医療チームが被災地で活動中、温家宝首相と楊潔篪（ヤン・ジェチ）外相が特別に医療チームを訪問し、日本政府と国民に感謝の意を表した。2008年7月8日、北海道洞爺湖サミット（G8 Hokkaido Toyako Summit）拡大合会が開かれた際には、訪日中の胡錦濤国家主席が8日午前、札幌市内のホテルで、四川大震災時に日本が派遣した国際緊急援助隊の救助チームや医療チームの隊員らと会見し、謝意を表明した。これは、首脳会議中の胡錦濤国家主席の最初の会談だった。胡錦濤国家主席は、「日本の救助隊は災害地域に最初に到着した国際救助隊であり、優れた救助活動に深く感銘を受けた。日本の医療チームも救助活動において顕著な成果を上げた」と述べた（人民日報，2008）。

さらに、国際救助活動は、中国人兵士に対する日本の救助隊員のイメージを改善し、中国軍の機能をよりよく理解させるきっかけになった。救援隊の田中一嘉は、「人民解放軍の笑顔を見て、私たちが兄弟として扱ったと感じている。この救助を通じて、中国人との距離が近くなった」と喜んでいる（人民日報，2008）。

4-2 民間レベルにおける地震外交

日本の災害救援活動は、民間レベルでも両国国民の感情を深めた（財部誠一，2008）。中国国民は日本国民の親善に深く感銘を受け、多くの人々が日本大使館に電話し、心から感謝の意を表明した。インターネット上でも、「ありがとう、日本」、「ありがとう、中国人は決して忘れない」といった言葉が溢れた（林曉光，2008）。

2008年5月17日7時25分、日本の救助隊員は、16時間の捜索と救助の後、

崩壊した6階建ての建物で、2人の被災者の遺体を発見し、全員で黙祷を捧げた。日本の救助隊が遺体を前に黙祷する姿は、中国メディアが繰り返し伝え、中国で大きな感動を呼んだ。その光景は今なお中国人の心に残っている。3日間の集中救助を終えた5月19日の夜、日本の救助隊は四川成都ホテルに戻った。言葉の障壁のため、ホテルのスタッフは直接感謝の言葉を表明できなかったが、彼らは無言で整列し、拍手の形で救助チームに感謝と激励を伝えた（陳君，2008）。

2008年5月19日から5月21日まで、環球時報のウェブサイト環球網は、「日本の災害援助により、日本に温かさを感じるか」という調査を行った。調査結果によれば、ネチズンの60%近くは、救助によって日本が友好的な存在になったと答えている。2008年6月下旬から7月上旬まで、中国の英字紙China Dailyと日本のNPOが共同で第4回日中世論調査を実施した。調査では、80%以上の回答者（学生は35.8%、住民は45.3%）が、日本の災害救援活動は日中の相互信頼と国民感情を向上させるのに役立ったと答えた（中国日報，2008）。

四川大震災の4年後には、中日国交正常化40周年を迎えた。これを記念して、中国対外友好協会は、四川大震災に派遣された日本の国際救助隊と医療チームの代表団を招待した。2012年6月14日に、代表団は成都空港に到着し、地元の政府や市民から暖かく歓迎された（徐楊祜，2012）。中国社会科学院日本研究所の金嬴研究員は、「日本の救援活動は、日中関係にとって非常に画期的な転換点である。日本の国際緊急援助は、両国の関係の現状を根本的に変えた訳ではないが、両国間の障害は、災害救援を通じて幾分軽減された」としている。

日本の救援活動は日本に対する中国人の感情を深めただけでなく、中国人に対する救助隊や医療チームの個人的な友情を深めた。日本の医療チーム長の田尻和宏は、「四川省での医療救援の時間は短かったが、多くの負傷者を治療するために地元の医療従事者と緊密に協力した。医療救助活動は積極的に評価され、医療チームは地元の人々と友情を築いた」と語った（劉贊2008）。日本の救助隊員の田中一嘉は、「この救助を通じて、中国人との距離が近づき、私は中国に深い感情を持っている」と述べた（人民日報，2008）。

五、日中の地震外交の分析

前章では、政府レベルと民間レベルでの日中の地震外交を考察した。では、

なぜ四川大震災後の国際緊急援助は日中関係を好転させる効果があったのか。被災国としての中国は、どのように日本の災害緊急援助を受け入れる政策決定をしたのか。これらの疑問に答えるために、以下はメディアの影響と政策決定という二つの視点から、日中の地震外交を分析する。

5-1 メディアの影響力

岡田実の分析によると、日中の地震外交に影響する要因は、①「雪中送炭¹」の援助であったこと ②日本人の真面目で勤勉な仕事が積極的に評価されたこと ③被災者を一人でも多く救援したいという日本隊員一人一人の気持ち、中国の人々に伝わったこと、である（岡田実，2008）。

これらの要素に加えて、著者は、地震外交に影響を与える非常に重要な要因はメディアであると考えている。なぜなら、メディアは依然として両国の相互理解のための最も重要なチャネルだからである。

2008年の日中共同調査によると、中国側は市民の90.9%と学生の82.3%が、ニュースメディアが日本を理解するための最も重要なチャネルであると答えた。日本側は市民の96.1%、知識人の88.8%であった（中国日報2008）。従って、地震救援に関するメディアの報道は、地震外交に直接影響するだろう。2008年の四川大震災救援については、中国と日本のメディアが大きな関心を払っただけでなく、メディア報道の内容のほとんどは客観的かつ中立的だった。これは日中関係の発展に有益である。

震災以来、中国のメディアは日本の弔慰と援助等に注意を払っていた。文末の付表から、中国のメディアは災害発生後、日本の救援の動向を包括的に報道したことがわかる。これらの報道により、中国の一般市民は、あらゆる面で日本政府の態度と実践、日本の救助隊・医療チームの救助活動を理解できるようになった。四川大震災では、日本のメディアも震災の状況を客観的に報告し、災害救援における中国政府の行動について積極的なコメントをしていた。保守系の『産経新聞』でさえ、否定的なニュースをあまり伝えなかった。両国のメディアの報道姿勢は、両国の国民の感情を大きく改善したといえよう。

5-2 中国政府の国際緊急援助受入れの決定

国際社会では自国の領域内の被災者を救済することは、被災国政府の主権行為と解されており、外国政府が他国の領域内の被災者の救済を行う場合、被災国政府の要請ないし同意が必要である（和田1998）。四川大震災後の地

震外交をよりよく理解するためには、被災国としての中国が、どのように日本の災害緊急援助を受け入れる政策決定をしたかを理解する必要がある。以下、本稿では、中国の国際緊急援助受入れをめぐる政策決定を分析する。

5-2-1 国際緊急援助受入れをめぐる政治構造

四川大震災後の中国政府の国際援助の受け入れ決定を説明するためには、中国の災害援助受入れをめぐる政治的構造をまず理解しなければならない。

（一）まずは改革開放以前の国際緊急援助受入れにおける政治構造である。中華人民共和国建国の初期、長江、淮河、海河流域などの16省・区で特大の洪水災害に直面し、中国政府は災害救助の問題を非常に重視していた。1949年12月19日、中央人民政府政務院は『生産と救済に関する指示』を出した（中華人民共和国内務部農村福利司，1958）。その『指示』を実行するために、1950年2月27日に中央防災委員会が正式に創立された。董必武副首相は創立大会で救援活動の推進について報告し、各関連の省庁が足並みをそろえ、救援活動を強化するよう呼びかけた。会議では、「生産自助、節約渡荒、民衆互助、以工代賑、補佐の救済」という救済方針も決定された（中華人民共和国内務部農村福利司，1958）。

1958年5月、共産党代表大会の第8期第2回会議では、社会主義建設の総路線が正式に採択された。この総路線は15年間あるいは更に短い期間で、主要な工業製品の生産でイギリスに追いつくよう全党と全国人民に呼びかけた。こうした中、中国内務部は精神の効果や人間の能力ばかり誇張し、「人の意志は天より強い」などとして、長期的な防災・救済の重要性を見落とした。甚だしきに至っては、災害対応の中心である中央防災委員会が1958年に撤廃された。1966年、中国に文化大革命（1966—1976年）が勃発した。1969年には内務部も廃止され、内務部の災害管理機能は様々な省庁に分散されてしまった（ChenGang，2016）。

以上の経緯を見れば、建国初期、中国政府の災害救援方針の中で、公的な「補佐救済」は最後の救済手段とされていたことが分かる。しかも、ここで言う救済は中国政府による救済だけであり、決して国際災害援助は含まれなかった。実は、1949年から1978年までの時期、中国は国際災害援助を排斥する立場をとっている。東西二大陣営の対立、イデオロギーなどの影響で、帝国主義侵略といじめを嘗め尽くした中国は、長期にわたり国際人道支援の受け入れを敵視していた（韓，2010、劉少奇，2005、董必武，1950）。

1976年7月28日、中国河北省唐山市で強い地震が発生した。震災後、世

界各国は、中国を支援する意欲を表明した。7月30日、宮沢喜一外相の提言に基づき、日本政府は中国に救援物資を提供することを決めた。宮沢外相は、「中国政府側に物資を受け取る準備が整ったら、すぐに救援物資を送る」と述べた。当日、中国外交部は、日本政府の支援を正式に拒否し、日本大使に「中国は日本を含む外国の災害援助を一切受け入れない」と通知した。人民日報の社説は、中国政府が国際災害援助を拒否した理由を明確に示していた。社説は「自立更生で災害救援活動を行うことは、わが国の社会主義体制の大きな優位性を示している」と述べた（銭剛、2010）。

(二)次は改革開放以後の国際緊急援助の受け入れをめぐる政治構造である。1978年に第11期の第3回共産党中央委員会全体会議が開催された後、中国では政治経済体制の改革、対外開放が徐々に推し進められた。それ以来、国際災害援助の受け入れに対する中国政府の姿勢も次第に開かれていった。

災害援助の受入れに係る省庁は、主に民政部、対外経済連絡部、対外経済貿易部、外交部である。1980年10月、対外経済連絡部、民政部、外交部は共同で『国連の救災機関からの援助受け入れに関する指示』を国務院に報告した。報告の中で、「発展途上国は被災時に国連機関に救済を要請するのが一般化している。災害救援は国家の政治と関係なく、各国国民の間の相互支援に属している。そのため、今後、自然災害が発生した際、我が国も直ちに救災機関に災害の情報を提供することができ、場合によっては、救援要請をも出すことができる」と言及され、国務院はこの指示を認めた。1981年8月、対外経済連絡部、民政部、外交部は共同で、『四川省洪水に関する国際救援問題の対応要請』を国務院に報告した（民政部政策研究室1984）。

1987年5月6日、大興安嶺森林区で、森林火災が発生した。深刻な被害状況に対応するため、中華人民共和国民政部、対外経済貿易部、外交部は協力して国際災害援助要請の方針を提案した（中華人民共和国民政部、1993）。国務院がこの提案を許可したため、国際災害援助の受け入れ政策が改めて調整された。1988年8月3日に民政部、対外経済貿易部、外交部はともに、『国際災害救済援助の受け入れに対する態度表明』という報告を国務院に提出した（民政部救災救済司、2005）。国務院は9月8日にこの報告を許可し、以後は国際災害援助全般を民政部に任せると規定した（民政部法規弁公室、2001）。2003年までに、民政部などの関係省庁が国際災害救援の受け入れに関する重要な規定を打ち出した。

2002年11月16日、世界で初めての重症急性呼吸器症候群（SARS）の症例が中国の広東省佛山市で発生した。当初は、中国政府の伝染性に対する理

解不足や情報隠しなどの原因により、対策の導入が遅れる結果となった。SARSの危機は、緊急対策における中国政府の欠点を露呈した。当時、政府による緊急事態の管理については、組織的かつ完全な法的根拠がなく、効果的で統一された対応と調整メカニズムが欠けていた。そのため、危機に直面して、一部の政府機関は直ちに決定を下すことができなかった。SARSによってもたらされたショックにより、中国政府はその後、災害緊急政策の調整と変更に取り組み、2005年4月、すべての災害関連省庁が含まれる中国国家減災委員会が設置された。この委員会は国務院が主導する各省庁間の調整機関である。

5-2-2 四川大震災後における災害援助の受け入れ決定

日本の国際救助隊は、過去の国際救援活動において重要な役割を果たしている非常に専門的な救助隊である。しかし、四川大震災後の直後、中国政府は日本の救助隊を受け入れなかった。人的支援を直ちに受け入れなかった中国政府の対応について、一部のメディアや学者が疑問を表明した。例えば、北京の学者は、「これほど大規模な震災に直面したにもかかわらず、政府当局者は、伝統的な考えや保守的な習慣に縛られ、初めての外国の専門救助隊の受入れを認められない」と指摘した（于沢遠、2008）。いくつかの保守的なメディアは、中国政府が人的支援を受け入れなかったのは、外部から災害地域の荒廃ぶりを見られたり、災害地域の原子力施設の状況が漏えいしたりするのを懸念したためだと推測した（Xin Fei, 2008）。

本稿では、前節で述べた国際緊急援助の受け入れをめぐる中国の政治構造を踏まえて、政策決定の過程でタイムリーな人的援助を受けられなかった理由は、関連省庁が当初合意に至らなかったためであると考察している。

中国における政策決定は「合意形成」を必要とするという特徴があり、関係者全員が納得できる妥協に達するために膨大な討論や交渉が行われる（岡部、2011）。四川大震災後の国際災害支援に関して言えば、民政部と地震局は、当時、地震で被災地域への道路が閉鎖され、国際救援隊が災害地域に出入りすることは困難であると考えていた。著者のインタビューに対して、民政部の関係者は「地震の直後、現場の状況は複雑で混乱していたため、最も必要なのは救援の技術よりも救助者の数だった。国際救助隊の高度な技術と豊かな経験は、初期の状況が安定した後、より良い役割を果たすことができる」と述べている。また、赤十字の関係者は、「国際人的支援の受入れは外交、航空管理、情報通信管理、医療と健康、国境検疫、運輸およびその他の

部門に関連している。中国には人的支援の受入れに関する規定がない」と語っている。こうしたことから、国際救助隊の受け入れに影響を及ぼす要素の一つは、規則の欠如であると判明した。

しかし、柳淳が指摘したように、「被災国が自国で対応できる場合でも、国際社会からの善意を無下に断ると、度量と透明性がないと見られるだろう」（柳淳，2014）。従って、外交部は国際人的支援を積極的に受け入れるべきであると考えた。当時の国際背景を考慮すると、外交部の立場は理解しやすい。

四川大震災前の2008年4月27日に、ミャンマーのベンガル湾でサイクロン・ナルギスが発生した。災害発生後、国際機関や各国政府はミャンマーに物資・資金・人的援助を申し出た。ミャンマー政府は自国の災害救援能力が限定的であるにもかかわらず、国際社会から寄せられた国際緊急援助を拒否した。ミャンマー政府は、当時、タイムリーな国際緊急援助を受入れなかったため、国連をはじめとする国際社会から強く批判された。このミャンマーの教訓を踏まえると、中国が国際人的援助を適時に受け入れなければ、国際社会から非難されただろう。さらに、四川大震災直前のチベット事件のため、当時の中国は国際社会から人権をめぐる批判を受けていた。国際人的援助を受け入れることで、チベット事件によって引き起こされた不利な外交的雰囲気逆転できるかもしれない、と考えた。

また、外交部は当時の日中関係を踏まえ、日本の国際人的支援の受入れについて適時に対処すべきであると考えていた。具体的に言えば、2008年5月7日から10日まで、日中平和友好条約締結30周年という重要な節目に、胡錦濤国家主席が日本を訪問し、5月7日に「『戦略的互惠関係』の包括的推進に関する日中共同声明」を発表した。このような状況で、中国政府が日本国際救助隊を断固として拒絶すれば、日中関係の改善に役立たないだろう。このように、国際人的支援の受入れについては、民政部などの省庁と外交部の立場が同じではないことが分かる。

国際人的支援の受入れが決定されたのは、中国の最高権力レベルの介入が始まってからであった。中国建国以来、中国共産党は唯一の与党として、中国社会の中で「中核的地位」を確保し、「指導的役割」を果たしてきた（小島，1999）。中国共産党の最高権力機関は党の全国代表大会（党大会）である。党大会は五年ごとに開催されることになっている。開会期間中、党の中央委員会や中央政治局と中央政治局常務委員会を中心とする党の中央機関は、年に一、二回の総会を招集することになっている。これらの中央機関の中で、一番重要な中枢的役割を担うのは中央政治局常務委員会である。この常務委

員会は総書記、首相などの最高指導者たちによって構成されている。例えば、2003年から2008年までの歴史時期で、「胡錦濤は政治局常務委員会の長であり、いかなる重要決定も胡錦濤の支持が必要である」（岡部、辻康2011）。2008年5月14日、中国最高指導部は地震発生後、2度目の政治局常務委員会を招集し、この会議で国際援助隊の受け入れを承認した。この決定は当時の最高指導部の対日重視の姿勢を示していた。

6. 今後の課題

以上、本稿では国際緊急援助の理論と日本の国際緊急援助の体制を紹介し、四川大震災後の日本の国際緊急援助活動を概説した。また、政府と民間レベルから、四川大震災後における日中の地震外交の実態を説明した。2008年5月12日の四川大震災後、日本政府は積極的に救助活動を組織した。日本政府の救助活動は、政府レベルと民間レベルの両方で日中関係の発展を促進した。その後、本稿はメディアの影響と政策決定の視点から地震外交を分析した。

以上の分析を踏まえ、本稿は災害外交を行うための三つの提言を示しておきたい。まず、両国は国際災害援助の受入れ体制を改善すべきである。具体的に言えば、国際緊急援助は「緊急性」を有するため、援助の迅速化が不可欠である。両国は、整備された体制を持っていないと、すぐに国際緊急援助を受入れることができない。外国捜索犬や救助隊の入国に関連した検査・検疫、外国救助隊の受け入れの基準や外国救助隊の調整方法などに関する具体的な規定を制定すべきである。

次に、両国のメディアは災害援助の報道において特定のルールを守るべきである。即ち、災害救援の人道性質を示すために、メディアは可能な限り政治色抜きで報道すべきである。また、政府が有効な広報を活用できないと、両国の国民は正しく緊急援助の人道性質を理解することができない。そのため、両国のメディアは、両国の災害救援協力をめぐる報道の範囲を拡大し、両国の国民に日中協力の状況を完全に認識させるようにすべきである。

最後は、日中両国は、相互の災害協力に加え、第三国での災害救援協力メカニズムの構築をすべきである。国際緊急援助は国家や民族を超えて、「災害」という人類共通の悲劇の救済に当たるものである。今日、全世界において大規模な自然災害が頻発しており、またこれまで以上に人類の相互依存も強まっている。そのような中で、中日両国の国際救援における協力は非常に大きな力となり得るのである。

2018年10月の安倍首相訪中は成功であった。安倍首相は「競争から協調へ、日中関係を新たな時代へと押し上げていきたい」などと述べ、関係発展に向けた新たな三つの原則を確認した。また、開発分野や気候変動など地球規模の課題での協力に向けた調整を関係部局間で進めることでも合意した。こうした中、どのような災害援助の協力を通じて、両国国民の友好と信頼を促進できるのか、そして、どうすれば災害のような「ローポリティクス」領域における協力と相互依存を通じて両国の信頼と協力の深化を促進できるのか、更に検討する必要がある。それが今後の重要な研究課題であるとする。

参考文献

- ChenGang, The Politics of Disaster Management in China: Institutions, Interest Groups, and Social Participation. Palgrave Macmillan press, 2016.
- General Assembly. Strengthening of the Coordination of Humanitarian Emergency Assistance of the United Nations Doc. A/RES/46/182. 1991, Dec 19.
- Xin Fei, Why Does the Chinese Regime Refuse International Rescue Teams. theepochtimes, 2008. https://www.theepochtimes.com/why-does-the-chinese-regime-refuse-international-rescue-teams_1730922.html
- アジア大洋州局中国課「中国四川省を震源とする地震の発生に対する福田総理発胡錦濤国家主席及び温家宝総理宛見舞いの伝達」政府広報、2008年5月12日 <http://www.kantei.go.jp/jp/hukudaspeech/2008/05/12message.html>
- 岡田実『日中関係とODA—対中ODAをめぐる政治外交史入門』日本僑報社、2008年
- 岡部達味監修・辻康吾訳『中国の新しい対外政策—誰がどのように決めているのか』岩波書店、2011年（原著はLinda Jakobson and Dean Knox, New Foreign Policy Actors in China, SIPRI Policy Paper No.26, 2010.）
- 小島朋之『現代中国の政治—その理論と実践』慶応義塾大学出版社、1999年
- 国際協力機構「国際緊急援助隊 発足の経緯と沿革」 <http://www.jica.go.jp/jdr/history.html>
- 国際協力機構「国際緊急援助隊（JDR）設立20周年 被災者に寄り添う緊急援助」 <http://www.jica.go.jp/publication/monthly/0709/04.html>（最終閲覧日：2018年9月30日）
- 国際協力機構「中国西部大地震」2008年 https://www.jica.go.jp/jdr/activities/case_jdr/2008_01.html
- 財部誠一「四川大地震 救援隊がもたらした対日感情の変化」『Harvey Road Weekly』No585、2008年、pp.1～2
- サーチナ「四川大地震：日本医療チームが帰国」2008年 http://news.searchchina.ne.jp/disp.cgi?y=2008&d=0603&f=national_0603_002.shtml
- 中内康夫「国際緊急援助隊の沿革と今日の課題」『立法と調査』323、2011年、pp.3～13
- 柳淳「災害外交の確立と実践—国益を国際公益に昇華する」『外交』24号、2014年、pp.160～171
- 和田彰男『国際緊急援助最前線』国際協力出版社、1998年
- 陳君「日本救援隊令中国人民感動」『中国新聞週刊』2008年6月16日、pp.55～57
- 董必武「新中国の救済福利事業—1950年4月26日在中国人民救済代表会議の報告」『人民日報』、1950年5月5日
- 葛軍「特殊使命と外国救援隊在災区」『世界知識』2008年、pp.49～50
- 林暁光「日本救援隊：走進四川災区」『世界知識』2008年第11期、pp.31～34
- 劉少奇『建国以来劉少奇文稿』中央文獻出版社
- 劉贊「日本医療隊為中日友好作出貢獻」『人民日報』、2008年6月4日
- 民政部政策研究室『民政部工作文件汇编』民政部政策研究室、1984年

- 民政部法規弁公室『中華人民共和國民政工作文件汇编（1949—1999）』中国法制出版社、2001年
- 民政部救災救済司『救災救済工作文件汇编』民政部救災救済司、2005年
- 銭剛『唐山大地震』当代中国出版社、2010年
- 人民日報「胡錦濤主席会见日本国際緊急援助隊和国際医療隊」、2008年7月8日
- 人民日報「外国救援隊令陪都外交官落泪」人民日報海外版、2008年6月3日
- 柴燕・林立平「外交部：中方感謝日本救援隊的人道主義」『新華每日電訊』、2008年
- 孫成民『四川地震全記録』四川人民出版社、2010年
- 徐楊祜「日本国際医療救援隊回訪四川震区」『西部時報』、2012年6月19日
- 于沢遠「1949年以来首次 中国同意日本台湾派救助隊前往災区」『聯合早報』、2008年5月16日
- 中国在日大使館「崔天凱大使が空港で医療チームを迎えた」2008年 <http://jp.chineseembassy.org/chn/dszl/dszyhd/t461176.htm>
- 中国日報「世論調査顯示：中日関係明顯改善 首脳会談富有成效」、2008年9月8日 http://www.chinadaily.com.cn/hqgj/2008-09/08/content_7008063.htm
- 中華人民共和国内務部農村福利司『建国以来災情和救災工作史料』法律出版社、1958年
- 中華人民共和國民政部『中華人民共和國民政法規汇编』華夏出版社、1993年

付表：日本の国際緊急援助に関する中国新聞網と産経新聞の関連報道
(2008.05.13～2008.05.20)

日付	中国新聞網	産経新聞
2008.05.13	日米ドイツなどの首脳 中国側に哀悼の意を表明／日本の各界 被災地への寄付 まさかの友は真の友	五輪目前に激震 国際支援要請か 「協調」回復のきっかけに 四川省地震
2008.05.14	日本 被災地の衛星画像を提供／日本の明仁天皇は、中国の震災の被害者に深い哀悼の意を表し	四川大地震で都が見舞金／四川大地震 露仏と国連、支援を表明／四川大地震 日本、緊急援助5億円
2008.05.15	中国 日本人的支援の受入れを同意／初めての日本国際救助隊／四川大地震で日本の各界が見舞金	四川大地震 被災「72時間」…進まぬ救助 命のリミット刻々
2008.05.16	日本の日本国際救助隊 被災地に到着 救援展開／在日華僑、在日友好人 四川被災地に寄付	四川大地震 各国支援を「歓迎」 中国、国際協調アピール／四川大地震 日本の援助隊、一転受け入れ 国際協調アピール
2008.05.17		欧米メディアが見た中国の対応 ミャンマー対比で株上昇 辛口批評も／欧米メディア 災害報道 ミャンマーを酷評、中国は称賛
2008.05.19	日本の日本国際救助隊 被災者を捜索／日本の救助隊のメンバーは、休憩中に救助の問題を考える／日本人は四川地震に強い関心を持ち、積極的に寄付に参加／日本人の子供たち 四川地震被災地に寄付／外国救助隊 被災地で黙祷	大地震1週間 天安門広場に半旗 中国全土「哀悼」
2008.05.20	日本救助隊60時間の大救援／日本の医療チーム 中国四川省の被災地に出発／日本の参議院議長 四川大地震は「世界の痛み」／日本の捜索救助チーム 帰国	

- 1 人が困った時に差し迫って必要な物を援助すること。
- 2 1991年、国連総会において緊急・人道支援に係る総会決議46/182が採択された。この決議では、緊急・人道支援の原則である人道性・中立性・公平性の3原則、被災国政府の主権尊重、要請主義等の原則等が確認された。(UNGAR1991 General Assembly Resolution 46/182)
- 3 対外経済連絡委員会は1970年8月6日に正式に対外経済連絡部に変更された。1982年3月、第5回全国人民代表大会常任委員会第22回会合で対外貿易部、対外経済連絡部、国家輸出入管理委員会、国家外商投資管理委員会が合併して対外経済貿易部となった。1993年、対外経済貿易部は対外貿易経済合作部に改名された。2003年、対外経済貿易部は商務部に編入された。
- 4 調査結果、2016年9月、山東省民政部救災処
- 5 調査結果、2017年3月、山東省赤十字
- 6 ハイポリティックス (high politics) は軍事や領土などの国家の存亡に直結する高度な政治問題を意味する。これに対して、ローポリティックス (low politics) は経済や災害などの問題を対象とする低度な政治の領域を指す。

中日モバイル決済の比較研究



南開大学外国語学院日本語文学科2年

劉暉

一、はじめに

最近、次のようないくつかのニュースが私の関心を引いた。即ち、「日本の小売店は中国顧客のモバイル決済に応じるためにアリペイ及びWeChatPayを導入する」、「中国のモバイル決済は日本をパニックに陥れ、日本のネットユーザーを驚かせている」、「ある華僑が仕事で中国に戻った際、時の移り変わりが早回りした感じがした」等のニュースである。

中国人として中国の「新しい四大発明」の一つであるモバイル決済を誇りに思うと同時に、私は一連の疑問を抱いた。日本にはモバイル決済がないのだろうか。中国のモバイル決済は本当に日本より進んでいるのだろうか。現在のモバイル決済システムは本当に完璧なのか。これからどのように発展していくのか。上記の疑問を抱きつつ、本論文では主に比較研究の方法を用いて、これらの問いについて解明していきたいと思う。

モバイル決済は、ユーザーがスマートフォンやタブレットなどのモバイル端末で購入する商品¹或いはサービスの対価を支払う行為である。すなわち、電子マネーと移動通信事業の提携・協力による産物である。現在、一般的に、モバイル決済はその取引の距離に応じて近接型決済と遠隔決済に分けられる。近接型決済とは、ユーザーが移動端末を利用し、近距離通信技術で情報を交換して支払いを完成させることである。現在、近距離無線通信技術 (Near Field Communication, NFC) は、国際社会で主流となっている技術である。

遠隔決済はオンライン支払いとも呼ばれている。ユーザーは移動通信設備を利用して通信会社のネットにアクセスし、オーダーを発注することによって支払う方法であり、現在最も流行しているのは、QRコード支払いと指紋認証支払いである。

現在、日本で比較的流行しているモバイル決済手段はFeliCaである。こ