コミュニティ政策学部における異文化教育の試み（2）
― 中国と日本 ―

成戸 浩嗣
（愛知学泉大学コミュニティ政策学部）

0. はじめに

本報告は、成戸 2008 の冒頭で紹介した本学部２年次生の「演習」のうち、秋セメスターに行なわれる内容（2006～2009 年度）を紹介するものである。春セメスターの「演習１」においては、英語圏、フランス語圏、中国語圏、韓国・朝鮮語圏における価値観やものの考え方、それらが反映された慣習などについて知り、日本との相違について考えた。これに対し、秋セメスターの「演習２」においてはテーマを「中国と日本」にしぼり、異文化について「演習１」よりも一層深く理解することをねらいとする。

周知のように、中国(中華人民共和国)は 56 の民族を有する多民族国家であり、同国の国籍を有する者が必ずしも漢語(いわゆる中国語)を母語とするわけではない。多くの民族は漢語以外の民族言語を使用しており、回族のように、漢語を使用していても漢族とは大きく異なる文化的特徴を有する人々も存在する。また、漢民族の間においても、出身地による方言の相違、それらと表裏一体となった価値観、ものの考え方の相違があり、それらの中には異国間の相違に匹敵するものも見受けられる[1)]。外国人との接触が日常的となった今日の日本に住む我々が、多民族国家である中国の状況を知り、中国および中国人について理解を深めると同時に、異文化と衝突し、理解・受容していく上でのヒントを得られることを願ってゼミ内容を構成した。以下に、１セメスターで行なう順序に沿って紹介する。

1. 演習の構成

本演習における各回のテーマとねらいは以下の通りである。１セメスターは 15 回(ゼミ 14 回＋レポート１回)である。成戸 2008 で紹介した「演習１」の内容と同様に、①～⑧のような項目をたててはいるが、１セメスターにおける演習の回数は 14 回であり、一つの項目が複数回にまたがることもある。また、使用する資料も年度ごとによりよいものに差し替え、新聞記事などは最新のものを提供するようにしている。

① 「中国人が日本に来たら？」

―日本に来た中国人がどんなことに驚き、困惑するかについての興味深い事例を紹介し、日本人にとっては普通の出来事が中国人にとっては驚きであることを知ってもらう。中国人による日本での体験を紹介した資料をもとに、日本社会が彼らの目にどのように写っているか知ることを通して、受講者が本演習のテーマである「異文化理解」について興味をもつようになることを目的とする。

② 異文化を学ぶことの意義

―コミュニティづくりに際してさまざまな人々と関わりをもつことは、日本人同士の場合であれ、中国人との場合であれ、異なる価値観、ものの考え方を有する人々との間に関係を築き上げることであり、その際には相手が属する社会の文化的背景を知っていることが必要である。

このような異文化についての知識が、よりよいコミュニティづくりのためのスキルとなることを理解するのがこの回の目的である。

③ 中国語を聴く

―中国語の文章や詩の朗読を聴き、我々にとっての日本語と同様に、中国語も日常的な存在であることを感じてもらう。文献資料を用いた解説のみでは中国人社会が身近に感じられにくいため、この回をもうけた。また、第6回では「中国の方言事情」がテーマとされるため、まず中国語の「普通話(共通語)」の音をここで聞いてもらうという意図もある。

④ 中国がかかえる各種の問題

―③の資料として使用した中国語の文章およびその内容に関連する補助資料も使用しながら、現代中国の諸問題(本稿では一例として「環境問題」を挙げた)について知ることを目的とする。

⑤ 複数民族が居住する中国

―多民族国家中国における少数民族について知ることを目的とする。対象は、モンゴル民族を祖先とする人々およびその言語と、回族(使用言語は漢語)である。これらの民族および言語の分布状況が歴史的な要因によるものであることを受講者に理解してもらうことを目的とする。

⑥ 中国の方言事情

―中国語の方言の中でも、歴史的な要因によって形成された点において他の方言とは異なる「客家(はっか)方言」について紹介し、中国社会における複雑な方言の実態を知ると同時に、言葉と表裏一体となった独自の生活様式や価値観が存在する点について理解することを目的とする。

⑦ 中国を知る―生活―

―時間に対する考え方、人間関係の築き方にみられる日中間の相違について知ることを通して、相手の行動原理を知ることが異文化理解においては重要であり、よりよい関係をつくり上げていくために不可欠であることを理解する。

⑧ 中国を知る―ビジネス―

―ビジネスの場において生じる日中間の摩擦・衝突の例を紹介し、実際にどのような解決がなされたかを知ることによって、受講者が将来同様の場面におかれた際に自ら考え、解決方法を見いだす力を養うことを目的とする。

上記のような内容構成は、基本的には成戸2008と同様である。中国の常識が日本のそれとは異なることから生じる驚き・戸惑いについての具体例を知ることで受講者に関心をもってもらうことから始め、様々な個別のテーマについての分析・検討を経て、最終的には、それらから得た情報をよりよいコミュニティづくりにどのように生かすかを模索する方向にもっていく。

2．各回の内容について

以下に、各回のテーマおよび内容を紹介する。セメスターのはじめにおいては、受講者に興味をもってもらうため、具体的な個別の事例を多くあつかう。異文化と出会って戸惑ったり困ったりした中国人の経験を紹介した文献を使用し、それらのケースが日中双方の価値観やものの考え方の相違によって引き起こされていることを理解してもらう。

①「中国人が日本に来たら？」

中国では普通のことが日本でも普通とは限らないし、逆もまたしかりである。この点について知ることが、この回の目的である。

例１　鄭麗芸 1999：121-123「感謝の回数」

著者が日本人の知人から「この間はどうもありがとう」と言われ、何のことかわからなかった。日本人には、人から好意を受けた際にお礼を言うのはもちろんのこと、後日その人と会った時にも改めてお礼を言う習慣があるのに対し、中国人にはそのような習慣がないのでしばしば戸惑いを感じることがある。

加地 1997：17-18 には、言葉の形式と内容のうち、中国人は内容を、日本人は形式をより重視する傾向があり、誠意を表わす時には、中国人は内容濃厚に一回の表現の中に気持をこめるのに対し、日本人は形式十分に何回もの表現で気持を示すという記述がみられる。加地によれば、このことは謝罪についても同様にあてはまり、それが外交上の行き違い、誤解にまでおよぶケースがあるとされる。一回ごとの言葉に濃厚に気持をこめるのであれば、その言葉はそれを裏付ける行為とセットでなければならない。従って、そのような気持が確実にあり、それにともなう行為を行なうことが前提となって初めて“谢谢。(ありがとう)”、“对不起。(ごめんなさい)”のような言葉が出てくると思われる。

例１のような経験は、中国で長く生活したことのある日本人であれば気づいた人も多いのではないか。日本人の場合、とりわけ目上の人に対して何度もお礼を言う習慣があるのに対し、中国人はそのようなことが少ないようだ。お礼を言うタイミングや回数は言語によって異なると考えられる。この点は謝罪についても同様である。

中国語を含め外国語の初級テキストのはじめの部分には、「あいさつ表現」が紹介されているものの、上記のような点についてまでは説明されないのが通例であり、教える側も講義ではあまりふれないのではなかろうか。例えば、中国語のあいさつ表現である“你好。”を例にとっても、よく知っている人に対してはほとんど用いないとされる。また、初対面のあいさつの中でどこまで自己開示を行なうか(ex.年齢や月収、結婚しているかどうかなど)の点においても大きな隔たりが存在する。

例２　鄭麗芸 1999：128-129「上等な『粗品』」

著者が中国に帰国する前に日本のデパートでお土産を買い、「のし紙はどうしましょう？」と聞かれた。店員が、「もし心ばかりという気持ならこれでいいと思います」と「粗品」ののし紙をすすめてくれたため驚いた。著者からみれば、買ったのは高級なハンドバッグであり、決して「粗品」ではない。中国でも、人に物を贈る際に「気持ちだけです」のように言うことはあるが、「粗品」ののし紙までつけることはしない。

人に物を贈る際の「つまらないものですが」、料理を出す際の「何もございませんが」のような日本語表現は、中国語話者には理解しにくいとされる。「そんなつまらないものをどうして私にくれるのだろう」、「おいしくないものをどうして私に出すのだろう」という反応をしてしまう。一方、韓国・朝鮮語ではしばしばこれと同類の表現が用いられる[2)]ため、日本人がよく用いる上記のような表現は、韓国・朝鮮の人々には理解しやすいと思われる。このような表現にみられる発想に通じるものとしては、自分や自分の身内がほめられた場合にそれを打ち消す言動

をとるということが挙げられる。この点において、中国人は日本人と大きく異なるようである。このことは例えば、就職面接において自分をアピールする際に顕著にみられる。自分の長所を積極的にアピールすることによって面接を成功させようとする傾向が強い中国人は、そのようなことを過度に行なうとかえって印象を悪くしかねない日本社会において不利益をこうむる可能性がある一方、自分をアピールすることを当然とする欧米社会においては、その強みを発揮する可能性が高いと考えられる。

例３　鄭麗芸 1999：143-145「箸・匙・味噌汁」

日本の下宿先での最初の夕食に味噌汁が出た。飲もうとしたが、匙が見あたらない。中国では、高級飯店の宴会から日常の食卓まで、スープ類には必ず匙が付いているが、日本では味噌汁や吸い物には匙が付かない。後日、著者が町の食堂で定食を食べた時にスプーンが付いてきた。そのスプーンで味噌汁をすくっていると、隣で食べていた人が「それは茶碗蒸しのスプーンだよ」と教えてくれた。定食には茶碗蒸しが付いていたのである。

一般に匙やレンゲを用いて、スープ類を大きなどんぶりから小さなお椀に盛ったり飲んだりする中国とは異なり、日本ではお汁の類はお椀に直接口をつけてすするため、味噌汁その他の汁物を食べる際にはお椀と箸をもつこととなる。また、日本人が西洋料理や中国料理のスープを飲む場合にはスプーンを用いるものの、スプーンに口をつける際には、お椀から直接飲む動作に近い方法、すなわち顔に対して横向きにスプーンを持ってきて、そこからスープをすする人が多いようであり、縦向きに持ってきてのどに流し込む欧米人とは異なる。ちなみに、主食や副食を食べる際に箸を用いる点において中国と日本は共通しているのに対し、韓国・朝鮮では米飯を食べる際に箸ではなく、独特の形をしたスプーンを用いる。

例４　鄭麗芸 1999：147-149「親子、月見、きつね」

著者が日本に来て一週間ばかりの頃、友人二人と町に出た際に、食事をしようと和食店に入った。メニューには「きつねうどん」、「親子どんぶり」、「月見そば」などがあった。友人たちは日本語がわからない。「きつね」、「親子」、「月見」や「うどん」、「どんぶり」、「そば」の個別の語の意味は知っているが、それらの料理の中身がわからないので、三人それぞれ別々のものを注文した。出てきたものを見て、「親子どんぶり」、「月見そば」の意味は即座に理解できたが、「きつねうどん」はわからない。勘定の際に店員に尋ねてようやくその意味を理解した[3)]。

上記のような例に限らず、「おでん」、「江戸前寿司」、「天丼」など日本人にとってありふれた食べ物の名前でさえも、日本に初めて来た外国人にはその内容が理解しにくい。また、これらの食べ物について言葉で説明されたとしても、実物を目にしないのであれば、果たしてどこまで理解することができるであろうか。食に関する言葉について知ることは、いうまでもなく、その民族の生活の根幹部分にふれることであり、そこには民族の伝統的な生活習慣が反映されていることが多い。このほか、生活面における日中間の相違がみられる例として、

・「スイカを食べる時に砂糖、塩のいずれをかけるか（金文学 2003：126-128）」
・中国人は家に表札を用いない。電話をかけて

も話したい相手が出るまでは自分の名前を言わず、手紙には差出人の住所は書くが名前までは書かない（金佩華 1996：108-114）。

などを紹介する。初回の演習は受講者の興味を引くことを主たる目的とし、これらの例を知って各人が抱いた感想を聞くことから始まり、なぜそうなのかを受講者全員で考える。

② 異文化を学ぶことの意義

①の内容を通して異文化に関心をもった受講者が、②においては異文化について学ぶ目的を明確にすることをねらいとする。異文化についての知識は、自分たちとは異なる価値観やものの考え方を有する人々と意思疎通をはかり、よりよい関係を築いていく上で極めて大切なものであると同時に、相手が属している社会や組織がどのような原理で動いているかを知ることにもつながる。これらの知識が、受講者が将来コミュニティづくりに関わるようになった時に役立つものであることを確認した上でなければ、異文化学習に対するモチベーションがもてない。この回は、内容こそ異なるものの目的を同じくする「演習１」の内容を報告としてまとめた成戸 2008 と、言葉と社会との関わりについて記した成戸 2002 を用いて「異文化」、「言葉と社会」について知り、考える時間とする。詳しくは成戸 2002、同 2008 を参照されたい。

③ 中国語を聴く

この回においては、中国語を言語ではなく音として聴くことを目的とする。これは、演習の受講者が中国語を履修しているとは限らないことにもよるが、中国語も日本語と同様に、普通の人々が使用するごく身近な存在であることを感じてもらうためである。中国語を学んだことのない受講者は、中国語が有する声調(高さアクセント)に新鮮な驚きを感じるようである。中国語テキストの文章のほか、中国語の音声が最も美しく音楽的に感じられるのは韻文においてであるため、唐詩の朗読をも聴く。

文章朗読の資料としては、三潴正道・陳祖蓓『時事中国語の教科書』を用いる。同書は、内容を改訂しつつ毎年出版される中国語テキストであり、過去１年間の様々な出来事を紹介している。演習では、テキストの本文(中国語)と日本語訳を受講者に紹介し、内容は日本語によって、中国語の音声は原文によって理解してもらう。同書には、学部の教育内容における重要なテーマである「環境問題」に限っても、

「砂嵐が来たぞ！(2001 年度版第３課)」
「遠山さんと砂漠化防止（2003 年度版第 10 課)」
「長江の水を黄河へ(2004 年度版 第３課)」
「揚子江ワニを保護しよう(2005 年度版 第７課)」

のような文章が収録されているほか、

「エコバッグやハンカチがエコ生活を呼びかける(2009 年度版 第 11 課)」

のような資源問題をあつかったものをはじめ、学部の各科目でとりあげられるテーマに通じるものが収録されている。演習では、各文章の日本語訳を用いて内容の紹介・解説を行ない、④の内容にスムーズにつながるようにする。

韻文の資料としては、日本人にも比較的なじみのある唐詩の中から一首をとりあげる。受講者は漢文として唐詩に接した経験はあるものの、中国語による朗読を聴いたことのない者がほと

んどであるため、漢詩のもつ音としての美しさを味わう初めての機会となる。演習で紹介する詩の一例として、王之渙の「登鸛鵲楼」を以下に挙げる。

登鸛鵲楼　〔唐〕王之渙

白日依山尽　白日　山に依りて尽き
黄河入海流　黄河　海に入りて流る
欲窮千里目　千里の目を窮めんと欲し
更上一層楼　更に上(のぼ)る　一層の楼

上記の唐詩を記載した漢文・現代日本語訳(鎌田正監修／田部井文雄・高木重俊著1984:50-52)、現代中国語版(中野達・孟広学1983：16-17)を紹介し、朗読およびオーケストラ演奏にあわせてのプロ歌手の歌を聴く。

④ 中国がかかえる各種の問題

この回では、③で用いた三潴正道・陳祖蓓『時事中国語の教科書』に収録されている文章の日本語訳と、その内容に関連する資料を用い、現代中国がかかえる様々な問題を紹介する。テーマとしては、人口問題、環境問題などである。以下に資料名および内容を挙げる。

人口問題－建国後の人口急増は中国指導部の政策に起因する[4]が、演習では「人口が増えすぎるとどのような問題が生じるか？」について受講生と一緒に考える。最終的には、食料、住宅、医療、交通、教育などの各分野にわたって様々な支障が出ることに気づかせるようにもっていく。

環境問題－広大な領土と豊かな自然を有する中国といえども、環境破壊は深刻である。定方2000：59-61によれば、森林消失の最大の原因は人口増による農地化と燃料の伐採など、2000年以上にわたる自然からの収奪の結果であり、日本やヨーロッパに比べてはるかに少ない降水量も大きく影響している(特に北部、北西部)。また、三潴正道・陳祖蓓『時事中国語の教科書』2004年度版の第3課「長江の水を黄河へ」に収録されている黄河の渇水の問題、すなわち「黄河断流」の問題は、丹藤2000：70-73においてもとりあげられており、その対策として「南水北調(長江の水を運河で黄河にひく)」、「退田還林(農地を本来の自然にもどす)」が行なわれている。

人口増大と森林消失および砂漠化、黄河の渇水などの環境破壊とは深い関わりを有する[5]。この回では、受講者がこの点について理解し、複数の現象を連動させて観察・分析する目を養うことの大切さを意識するように演習をすすめる。

⑤ 複数民族が居住する中国

このテーマは、成戸2008：98-99で紹介した演習1の内容に含まれているため、演習2においては対象をモンゴル系民族および回族に限定してあつかう。

中国においては漢語以外にも様々な言語が用いられている。それらの言語を使用する人々が中国内に居住するにいたった要因の一つとして、歴史的な要因というべきものが存在する。例えば、かつて中国を含めたユーラシア大陸に広大

な領土を有していたモンゴル帝国の駐屯部隊の末裔が現在でも各地に点在し、独自の言語を使用していることが挙げられる。モンゴル帝国に限らず、中国においては、漢民族、非漢民族による王朝興亡史が繰り返されており[6]、その影響が今も残っているのである。また、梅棹1992：67-68 には、かつてのモンゴル帝国の駐屯部隊の子孫といわれる人々が、現在のアフガニスタンのゴラート地方に住んでいるという事例が紹介されている。それによると、彼らは「モゴール族」とよばれ、その言語「モゴール語」は消滅寸前であったもののそれを話せる人はおり、梅棹氏のモンゴル語の知識をもってしても十分に聞き分けられる語が多いとのことである。同：69-70 には、中国青海省西寧の互助土族(トゥー族)自治県[7]では「モングォル語」とよばれる言語が使用されており、モンゴル語とだいぶ形は変わっているが、かなりの程度にモンゴル語との対応を指摘することができるという記述がみられる。このような言語が存在する理由として同書は、チンギス・ハーンの軍隊が土着して農民化したためという説や、５世紀ごろにこの地方を治めていた遊牧民族の吐谷渾(とよくこん＝モンゴル族の一派)の子孫であるという説が存在するとしている。他にも甘粛省には、東郷(トンシャン)族、保安(ボウナン)族など、モンゴル語系の言語を話す少数民族が存在するという。

一方、かつて中国にやってきたアラブ人、ペルシャ人をはじめとする外国人が定住し、その子孫は現在も中国に多く住んでいる。彼らの多くは本来使用していた言語を失ったが、イスラム教への信仰はずっと続けてきた。「回族」とよばれるこれらの人々は、かつて中国が現在よりも広大な領土を治め、西域と盛んに交流したことによって誕生した。『岩波 現代中国事典(「回族」の項)』によれば、回族とは、中国でイスラームを信仰する 10 の少数民族の一つであり、漢語(いわゆる中国語)を話し、容貌も漢族と大差ないがイスラームを信仰し独自の習俗を保持することから少数民族として認定されている。また、張承志 1993：45 には、他の民族の場合には、「母語をもつこととその使われる程度」が一つの民族として認められる際の判断基準であるのに対し、回族の場合には「母語の喪失」がその判断基準である旨の記述がみられる。長年にわたる漢族などとの混血を経て、彼らが本来使用していた固有の言語は失なわれたものの宗教は受け継がれ、現在も中国各地に「清真寺(イスラム教寺院)」が存在する。

このように、中国における少数民族の分布状況には、もともとの居住地域とは異なる遠方への移動がもとになっているケースがあり、これらは民族の歴史的な変遷をふまえてはじめて理解することが可能なものである。島国である日本の場合とは異なり、大陸に分布する諸民族は、歴史の過程において移動を繰り返し、民族の移動とともに、その文化も各地に伝播していった。この点は漢民族の歴史においても同様であり、黄河の中流域にあって「中原」とよばれた「中国」の領域が、時代が下るにつれて周辺部に広がっていった過程は、異なる文化圏を包み込んでいく過程であったといえよう。

⑥ 中国の方言事情

⑤で述べたような中国少数民族の歴史について知ることは、中国という国の成り立ちおよびその本質を知るための手がかりとなる。

一方、成戸 2008：99 でふれたように、中国には７大方言が存在し、方言間の差異はかなり大きい[8]。７大方言の一つに「客家(はっか)方言」があり、これを話す人々は「客家」とよばれる。

方言は、一般には同一言語内における地理的な相違によるものを指すことが多いが、客家方言は、歴史的な要因によって生まれたものである[9]。すなわち、かつて中国の北方に住んでいた人々が、戦乱を避けるためなどの理由によって南方に移動し、南方の各地(主に福建省、広東省など)に定住した結果として生まれたものである。彼らの多くは山地のやせた土地を切り開き、苦労して自分たちの新天地を築き上げていった。客家の人々は、同じく漢民族である周辺の人々とは異なる方言を使用し(客家方言は古代の北方中国語の特徴を濃厚に残すとされる)、「囲屋」とよばれる家屋に住むなど独自の文化を維持している[10]。高木1991：64-71には、秦の時代以降に、中国北方から食料の豊かな南方に移住し定着していった客家の歴史的な経過についての記述がある。それによれば、北方の人々が南下して客家となるにいたった要因としては、以下のような5回にわたる大規模な移動が挙げられる。

イ．秦の始皇帝が異民族の南方からの侵入を防ぐために大軍を広東に派遣したが、始皇帝の死後に中原に帰れなくなってそのままとどまった(北方客家)。

ロ．東晋の永嘉以後、五胡十六国の乱で山西・河北・河南一帯の人々が黄河を越えて逃れ、安徽省に入り、長江を渡って江西省北部一帯に入りこみ、定着した。

ハ．唐末に、藩鎮割拠、黄巣の乱などで大きな被害を受けた人々が、江西省西部、福建省西部と南部、広東東部と北部へ移っていった。

ニ．南宋末期に、南北二つに分裂していた中国を統一しようとモンゴル人が南方に攻め込んできたため、宋の王室は広東に逃れた。その際に、江西・福建にいた客家人の多くが宋王朝を守るために広東北部や東部へ移ったが、モンゴル軍に討伐され、山間地に逃げ込んだ。

ホ．明末から清初にかけての混乱期に、清軍が四川省に攻め入った後、この地に新しい入植者を求め、広東・福建の客家がこれに応じた。

このような歴史的要因によって形成された客家の人々は、同：100-102に紹介されているように、「刻苦耐労」、「剛健弘毅」、「創業勤勉」、「団結奮闘」のような精神的特色をもつ[11]。客家誕生の歴史的経緯および客家の特徴について知ることは、現代においても強い影響力をもつ客家社会に目を向けるきっかけとなるとともに、仕事などで将来中国の人たちと関わりをもつようになった時に、相手が中国のいずれの地域あるいは集団の出身であるかを意識しながら付き合う姿勢を養うきっかけとなる。ひとくちに中国人といっても、出身地や集団によってその価値観やものの考え方が異なるため、同じような関わり方では通用しない。ビジネスで関わる際には、相手側が中国人による私企業である場合、福建系、広東系、客家系などのいずれであるかによって、ビジネスの進め方や交渉の仕方などに相違がみられよう[12]。

⑦ 中国を知る—生活—

成戸2008で紹介したように、異文化と接触する場合には、相手文化とのあまりの違いに事態を理解することすらできないケースも少なくない。この回では、⑧につながる形となるように、あつかう対象を「時間に対する考え方」と「人間関係の築き方」にしぼる。

日本人と中国人との間にみられる大きな相違

の一つに、時間に対する考え方が挙げられよう。尚会鵬・徐晨陽 2008 には、以下のような例が紹介されている。

例５　尚会鵬・徐晨陽 2008：81-86「日本人よ、時計に縛られる生活はもうやめよう！」

ある中国人大学生は、日本の友達と約束すると、時間が何時何分まで細かく決められるということに戸惑いを感じる。日本では、約束の時間より５分ぐらい前に待ち合わせの場所に着くのがマナーであり、何かの用事で遅刻でもしたら、大変な罪を犯したように何度も謝らなければならない。しかし、中国人である当該学生は、日本人のように時間を分で計算することがどうしてもできないため、日本人の友達に迷惑をかけてしまう。このように、時間のとらえ方は文化によってかわり、それによって周囲の人たちとの関わり方も変わってくる。中国人からみると、日本社会は生活テンポが速く、人々は時間をとても大切にしている。日本人は、歩くスピード、話すスピード、食べるスピードが速く、待たされるとすぐにいらだつ。日本社会においては、「人を待たせるのは悪い人間である」という価値観が支配的である。

時間に対する考え方の異文化間における相違については、成戸 2008：93 でもふれた。日常生活において人と関わる際に、時間に対する価値観の相違から行き違いやトラブルが生じる例は、何も日本人と中国人との間に限ったことではない。日本が世界で最も生活テンポの早い国であることは、尚会鵬・徐晨陽 2008：84 に紹介されているように、専門家の調査によっても示されている。「約束の時間」をどのようにとらえるかの相違は、いうまでもなく、相手との信頼関係を構築する際に大きく影響をおよぼすこととなる。

一方、中国人の人間関係観については、血縁関係が最も重視されるとしばしばいわれる。園田 2001：148-149 には、日本人にとっての姓は、血の繋がり以上に、家族・家庭という場の共有を表象しているのに対し、中国人にとっての姓は、中国の女性が結婚しても姓を変えないことにみられるように、それぞれの人がどの血縁集団に属しているかを示すものである旨の記述がみられる。中国に長く滞在した人はたいてい、中国人が日本人に比べ、血縁をはるかに大切にしていることを知る。家族はもちろんのこと、親戚とは、日本人よりもはるかに濃厚なつき合い方をしていると感じられることが多い。中国人社会は、血縁関係にある者を最も重視し、姻族や、さらには親戚に準じるような深い関係にある他人がこれに次ぐ。いずれの関係にもない者は「外人(ワイレン)」として容易には心を許さない[13]。このように、中国人と日本人とでは、信頼をおくべき対象が異なっている。お互いに血縁者であることに最も重きをおく中国人とそうでない日本人とでは、組織の構成員としてどのような人間をあてるかという点においても異なってくる。よく言われるような、中国系の会社は役員が血族によって占められる傾向が強いということも、上記のような人間関係に対する中国人の姿勢から必然的に出てくるものであろう。人間関係を構築する際にみられるこのような価値観の相違は、日本人が中国人と個人的に関わる場合にはもちろんのこと、組織として関わる場合にも常に意識しておかなければならない点である。個人レベルにおける行動原理の相違は、組織レベルにおいても同様にあらわれると考えられるからである。

⑧ 中国を知る―ビジネス―

日本人と中国人の間にみられる文化的相違は、生活の場に限らず、ビジネスの場においても問題となる。この回では、生活における価値観の相違がビジネスに影響した例をいくつかとりあげる。例えば、尚会鵬・徐晨陽2008には、生活における価値観の相違がビジネスに影響した以下のような例が紹介されている。

例６　尚会鵬・徐晨陽2008：58「おばけみたいな白菜じゃビジネスにならないのに」

長年中国との貿易に従事し、北京飯店に事務所を設けている日本人ビジネスマンがいた。1996年に、河北省のある県と白菜購入の契約を結んだ。契約書には購入品の数量、価格、包装運輸などの条件が定められていた。さらに、「白菜一個あたりの重さは４キロ程度」と一筆入れた。白菜収穫の時期になり、当該ビジネスマンは産地に行って品物のチェックをした。白菜は大きく育ち、ほとんどが５キロを超えるものばかりであった上、日本人が想像する緑と白の白菜ではなく、全体に白っぽいものであった。ビジネスマンが「この白菜を買うわけにはいかない」と言ったところ、生産者である農民たちとの間にトラブルが発生した。これ以後、そのビジネスマンは、契約を結ぶ際に、白菜一個あたりの重量のほか、成熟度についても詳しく要求を出し、さらに「白菜」ではなく「三色菜」というようにした。このように、商品に対する要求を明確にし、それを生産者である農民たちが理解したことによってトラブルも起こらなくなった。中国語では、白菜のことを“大白菜”といい、“大”と“白”がポイントである。白菜を買う際には、大きくて白いずっしりとしたものを選ぶ傾向がある。これに対し日本人は、適度なサイズで形のきれいなものを選ぶ傾向があり[14]、外側は青、中身は白、芯は黄色のものを好む。

日中双方のこのような価値観の相違を知っておけば、上記のようなトラブルは未然に防ぐことができる。その前提としては、相手側の価値観を理解していること、契約当初に要求を明確に相手方に伝えることが必要である。

また、朝日新聞には、以下のような内容の記事が掲載された。

例７　「高級御膳 富裕層狙う」（2008年６月１日付『朝日新聞』より）

「チタカ・インターナショナル・フーズ(愛知県北名古屋市)」のトンカツチェーン、「知多家(ちたか)」が、台湾人の豚肉好きの食習慣に目をつけ、94年に台北市に第１号店を出し、2008年現在では同市を中心に計 11 店を展開していた。トンカツは最初から好評であったが、一緒に出されるキャベツの千切りはなかなか受け入れられなかった。はじめは、「家畜のエサが食えるか！」と怒る客が後を絶たなかった。台湾では食材に火を通すことが基本であるためこのような反応が起こった。また、赤だしの味噌汁も、白味噌文化の台湾人には辛すぎた。これを受けて知多家では、まず台湾人従業員の教育に取り組んだ。すなわち、生のキャベツはトンカツの脂を体内で分解してくれる働きがあり、ソースをかけて食べるとおいしいこと、赤みそは名古屋の味であることなど、日本の食文化を理解してもらうための研修を行なった。従業員が客に対してうまく説明できるようになると、キャベツや赤だしも受け入れられるようになった。

上記の例においては、台湾の人々の食べ物の好みに合わせて出店を行なう一方で、日本では

普通に行なわれているキャベツの千切りを提供する点については、現地の人々に妥協して中止することなくそれを続けている。消費者の好みを知って顧客を呼び寄せる一方で、トラブルをきっかけにして、新たな野菜の食べ方を台湾の人々に提案したのである。商品の良さを顧客に理解してもらうことが難しいという経験は、ビジネスにたずさわる人であれば誰しももっていると思われるが、日本と同じ手法が外国では受け入れられない場合であっても、根気よく商品の良さをアピールすることが成功につながるケースがあることを上記の例は示している。

一方、ビジネスを行なう際にともなう、相手への接待の仕方も極めて大切である。日本人は一般に、仕事が終わった後に接待を行ない、接待の席でも仕事の話をすることが多いのに対し、中国人は、接待の席で仕事の話を持ち出されることを好まない。日本人が中国人を接待する場合、あるいは中国人が日本人を接待する場合には、接待という行為に対して正反対の関わり方をする者同士がその席にのぞむこととなる。日本側が中国側を接待する場合には、宴会の席で仕事の話を持ち出すことを避けるべきであろうし、中国側が日本側を接待する場合には、客が仕事の話をしてきてもいやな顔をしないように気をつけるべきであろう。尚会鵬・徐晨陽 2008 には、客へのもてなしを中国流に行なってしまい、取り引き相手を怒らせてしまったという以下のような新聞記事が紹介されている。

例８　尚会鵬・徐晨陽 2008：66-68「食事に招かれたときの不思議なルール」（2000 年２月８日付≪北京晩報≫より）

外国人を接待する宴会の席上で、当該中国人の某氏は、「もういい、次の約束があるから帰してくれ」という相手の言葉をきかず熱心に接待を行ない、相手は次の約束に２時間も遅刻するはめになった。「時間厳守を信条とする私の事情を無視するような人をビジネスパートナーとすることはできない」と接待相手の外国人は語っている。

中国人にとって、食事を共にすることが人間関係を構築するための重要な手段であることは、広く知られている。食事を共にすることで信頼関係が生まれ、その後の付き合いが一層深くなるのは、何もビジネスに限ったことではない。但し、中国人のこのような手法が、外国人に対しても同じように効果的であるとは限らず、上記の例のようにむしろ逆効果となる場合も十分に考えられる。外国人は、中国人にとって食事をともにすることがどれほど重要であるかを知っておくことが必要である一方、中国人は相手側の外国人が同じように食事に重きをおいているとは限らないことを知っておく必要がある。

また、ビジネスは企業単位で行なわれるのが一般的であるが、企業組織における個々の成員の組織に対する意識が、日中双方で異なる点も知っておかなければならない。金佩華 1996：85-95 は、たくさんの花からなる美しさ(集合的な美しさ)を有する桜を好む日本人と、一つ一つ大きくてきれいに咲く牡丹(個性的な美しさ)を好む中国人との相違は、日本人は全体の調和を、中国人は個性をそれぞれ重視する傾向があることと深く関わっているとしている。また、日本に来た著者は、そろいのスーツで就職活動を行なう学生の姿に同情した。このことに象徴されるように、「みんながそうしているから」という理由だけで何ごとも人と一緒にする発想は、日本人にとっては当たり前のことであるが、中国人である著者にとっては、自分の個性をなくしてみんなに溶け込むような生き方は、理解する

ことはできても好きにはなれないという[15]。

上記のような日中間の意識、行動様式の相違は、企業における就労意識においてもあらわれる。尚会鵬・徐晨陽2008には、以下のようなエピソードが紹介されている。

例9　尚会鵬・徐晨陽 2008：203-208「休みを取ることは権利なのに、日本ではなぜ認められないの？」

日本企業に入社して間もない中国人の社員が、病気で2週間入院していた同僚が退院して仕事に復帰した際に、まず関係部署に「ご迷惑をおかけしました」とあいさつして回るのを見て不思議に思った。「やむを得ざる事由によって休暇をとることとなり、日頃は有給休暇もとっていないのに、なぜ重大な失態を犯してしまったかのように謝らなければならないのか？」

休暇のとり方に関する意識の相違については、久米 1997 に以下のような内容の記述がみられる。

久米1997：172-173の要約

組織の中で人々がどのように役割分担を行なうかという点において、日本はきわめて特異である。日本型の組織においては、ある人が休むと必ず誰かが代わりにその人の分までやるため、組織全体としての業務の流れは滞ることがない反面、自分が休むと周りの人の負担が増えるため、その人たちに悪くてなかなか休めない。一方、日本型と正反対の型の組織では、ある人が休むとその人の業務は止まるが、休暇後に休暇前の状態から再スタートすることとなるため誰にも迷惑をかけることがなく、与えられた休暇はしっかりとれる[16]。

例9の中国人社員はその後、休暇をめぐって会社側と交渉を行なった結果、上司と折り合いが悪くなってしまった。このようなケースには、久米が指摘するような、日中間における組織原理の相違が深く関わっているとみてさしつかえないであろう。

ところで、ビジネスにおいて広告が重要であるのはいうまでもない。但し、文化的背景が異なる環境において広告による宣伝活動を行なう場合には、期待されるような効果が生じないばかりか、現地の人々の反発を招く結果となる可能性もあるので慎重さが求められる。王敏編2008に紹介されている以下のケースは、中国人の神経を逆なでしてしまい失敗した例である。

例10　王敏編 2008：59-74「日中広告文化の違い―最近の広告摩擦を機に考える―（福田敏彦）」

2003年12月に中国の『自動車の友』に掲載されたトヨタ自動車「覇道(プラド)」の広告が現地の人々の批判を招いた。一台の自動車が二頭の獅子(狛犬)の前で止まっており、一頭が車に敬礼し、もう一頭が頭を下げている。ヘッドコピーは「あなたは『覇道』を尊敬せざるをえない」であり、中英合弁の「盛世長城国際広告公司」が製作したものである。広告が掲載されると、いっせいに批判の声が起こった。その理由は、「石の獅子は中国人にとって伝統を思わせるもの、神聖なものであり、それに敬礼させるとはあまりに失礼であり、横暴である」ということであった。『自動車の友』は読者に謝罪すると同時にホームページに「お詫びの声明」を出し、トヨタも新聞などに「お詫びの声明」を出した。一方、「盛世長城国際広告公司」も新しい広告を作り直すと発表した。このことによって騒ぎはようやくおさまった。日本のシンボルと

される富士山や桜、新幹線や東京タワーなどが同様のあつかいで外国の広告に掲載されたとしても、「たかが広告」と軽く受け流されるため、あまり問題とはならない。これに対し中国では、広告というものが急激に成長しつつある過程にあるため、日本に比べると、広告は真正面から受け止められて人々はそれに反応することとなる。

福田によれば、上記のような摩擦には、市場の発展段階の相違と関連した、広告に対する消費者の習熟度の差異に加え、文化的な相違も大きく関わっている。福田は、広告活動によって引き起こされた摩擦の根本的な要因は、文化的な相違であるとしている。これまでみてきたように、ビジネスにおける様々な場面における摩擦は、当事者の一方が意識しないでとった行動が、相手にとっては受け入れがたいものであるという点、換言すれば、双方が自分が属する社会の常識にもとづいてごく普通にとった行動およびそれに対する反応がその原因となっている点において共通すると考えられる。但し、生活の場におけると同様にビジネスの場においても、相手と自分との相違をあらかじめ知っておくことにより、摩擦をできるだけ少なくすることは可能である。

3．コミュニティ政策と異文化学習

中国および中国人について知ることは、日本および日本人について知ることにつながる。すなわち、自分たちとは異なる文化的背景を有する中国の人々を知ることにより、日本人がどのような価値観、ものの考え方を有しているかがうきぼりとなる。と同時に、これからますます頻繁となる中国および中国人との交流のためのスキルを身につけるきっかけを得ることとなる。学部で学ぶ人たちが、自分たちとは異なる他者に関心をもち、将来、自分たちとの相違を知った上で異文化社会出身者と付き合い、あるいはビジネスを行なうようになった時に、本演習で学んだ知識を生かすチャンスは必ずあると思われる。朝日新聞に掲載された以下の記事のようなケースを目にした受講者が、演習で学んだことをどのように生かせるかについて考える姿勢ができれば、学んだ甲斐はあると思われる。

例11　「外食産業、中国に活路 13億の胃袋狙い積極出店」（2009年11月22日付『朝日新聞』より）

中国で店舗網を広げる日本の外食チェーンが増えている。日本では少子化に加えて節約志向で外食を控える傾向が続き、市場が縮小気味であるため、中国に活路を見いだそうと懸命になっている。日本でファミリー・レストラン「デニーズ」を展開する「セブン＆アイ・フードシステムズ(本社・東京)」は7月下旬、北京市中心のオフィス街に「奥楽多(オールディーズ)」中国1号店を開いた。和食がないという点を除けばメニューも味も日本と同様である。北京市や四川省成都市で行なった同社の調査によれば、外食する人の割合は日本での調査結果の約3倍であった。一方、上海市のオフィス街には、イタリア料理チェーンの「サイゼリア(埼玉県吉川市)」が2003年12月に進出している。日本企業であることは表に出さず、安さを重視している。同店がねらいとしているのは、月収5千元(約6万円)以下の層の世帯である。当初は苦戦したものの、2004年8月にピザとパスタを半額にしたところ、週末を中心に客が押し寄せるようになった。

一方、中国人の志向をとらえきれずに撤退を迫られた日系企業も多く、食べ放題の富裕層向

けレストランを開いた「柿安本店(三重県桑名市)」は2007年に、開店から1年弱で4億円の特別損失を出して撤退した。日本で成功した高級野菜メニューを充実させたが、野菜が安い中国では受け入れられなかったようである。

上記の「柿安本店」のように、中国市場に食い込むための妙案が見いだせないまま撤退した例も多いと推察される。現実の問題として、現地の消費者の志向をとらえることは簡単ではなかろうし、それらをとらえた上でなおかつ、ビジネスとして成功させるためには他にも多くのハードルをクリアしなければならないであろう。何よりも、ビジネスの現場における長年の経験が必要なのはいうまでもない。同様のことは、ビジネス以外の場においてもあてはまり、異文化との衝突を経験し、理解・受容した上で妥協点を見つけるということは、単なる知識によるだけではむろん不十分であり、そのような力は、人間同士の関わり合いの中で少しずつ培われていくものである。但し、本演習で学んだ経験によって、異文化社会における様々な事象を観察・分析し、解決方法を模索しようという意識を受講者がもつようになりさえすれば、将来遭遇するであろう様々な異文化との出会いにおいて助けとなるのは間違いないであろう。

注

1) 漢民族の間にみられる「異文化」については、成戸2008：99-100、孔健1994：131-141を参照。
2) 渡辺・鈴木1981：38-46には、謙遜を美徳とする韓国人の価値観と、それを反映した韓国語の表現が紹介されている。
3) 同様のことは「××パン」にもあてはまり、「あんパン」、「ジャムパン」、「クリームパン」などは中身が何であるかを表わしているのに対し、「うぐいすパン」にはうぐいすは入っていない。この話は、筆者が学生時代に中国語を習った際に中国人の先生から聞いたものである。
4) この点については若林 1994：49-58、成戸2002：114-115を参照。
5) 「砂漠化」、「黄河断流」などの環境問題と人口増加との関連については、さらに興梠 2002：105-116 を参照。急激な人口増加が環境破壊の深刻化に深く関わっている例としてはさらに、いわゆる「白色汚染(食品用発泡スチロール容器によるゴミ問題)」が挙げられる。この点については、定方 2000：32-34、丹藤 2000：76-78 を参照。
6) この点については竺沙1977を参照。
7) 『中国少数民族事典』：80によれば、トゥー族の言語はモンゴル語によく似ており、互助、民和、同仁の三大方言に大きく分けられる。
8) 方言間の差異は音声面において最も大きいとされ、相互に全く通じないことがめずらしくない。
9) 日本語についての記述ではあるが、『日本語学キーワード事典』：399には、日本語の中に存在する様々な変種のうち、「地域的変種(local dialect)＝地域方言」すなわち地域の違いに関わる言語的差異をさして「方言」というが、「方言」を広い意味でとらえる場合、そうした地域的変種にとどまらず、「社会階層による言語的変種(social dialect)＝社会方言」を含めることもある旨の記述がみられ、この点は他の言語においてもあてはまると考えられる。
10) 客家の生活文化については、高木 1991：100-136 に記述がある。それによれば、客家は他の民族とは隔絶された山岳地帯に住んでいたため独自の文化を純粋に保持しており、例えば、外敵から身を守るために「囲屋」とよばれる集合住宅に住んでいる(「囲屋」のうち、円形

のものを「円楼」という)が、古い時代の廟堂の形式をよく残している。「囲屋」には同じ姓をもつものが居住し、その中心には祖先をまつる廟を置く。また、中原ではすでに消滅した宋代の中原語を使用すること、女性は貴重な労働力であるため「纏足(てんそく)」をしないなどの特徴がある。

11) タイガーバームガーデンで有名な胡文虎が雑誌『香港崇正総会三十周年記念特集』の序文に寄せた言葉より。

12) 注1)を参照。孔健 1994：131 も、中国各省の地理的状況を頭に描くことが、中国人とのビジネス交渉を上手に行なうために必要なことであるとしている。

13) 園田 2001：163-186 には、親疎の程度に応じた「自己人」、「外人」、「熟人」の３つのタイプについての記述がみられる。

14) 加地 1997：134-135 には、野菜に対する日中双方の価値のおき方の相違が紹介されている。それによれば、中国では野菜をカットして原型をとどめないような調理がなされるのに対し、日本では原型を残すような料理法をするため、買う際にも野菜の形を問題とするか否かの点で相違がみられる。

15) 天児 2003：56-62 にも「“個”で生きる中国人」と「“群れ”で生きる日本人」の相違についての記述がみられる。

16) 久米 1997：173 によれば、このような組織原理の相違は一言でいえば、「グリーンエリア(組織の各成員に割り当てられた仕事の領域以外の部分)」の有無のみであり、それが仕事のやり方、意思決定方法、実行方法、責任のとり方、人事管理のあり方などの面における相違を生み出す。日本型組織にはグリーンエリアが存在し、この部分で業務が発生した場合には、周囲の成員が互いに察し合ってその境界領域の仕事を行なう。

参考文献

・天児慧 2003.『中国とどう付き合うか（NHK ブックス)』，日本放送出版協会。

・天児慧・石原享一・朱建栄・辻康吾・菱田雅晴・村田雄二郎 編『岩波 現代中国事典』，岩波書店(1999)。

・梅棹忠夫 1992.『実戦・世界言語紀行』，岩波新書。

・王敏 編 2008.『国際日本学とは何か? 日中文化の交差点』，三和書籍。

・加地伸行 1997.『現代中国学』，中公新書。

・鎌田正監修／田部井文雄・高木重俊著『漢文名作選３ 漢詩』，大修館書店(4 版 1984)。

・金佩華 1996.『中国的 郷に入りて郷に従わず』，白帝社。

・金文学 2003.『日本人・中国人・韓国人 新東洋三国比較文化論』，白帝社。

・久米昭元 1997.「異文化経営」，石井敏・久米昭元・遠山淳・平井一弘・松本茂・御堂岡潔編『異文化コミュニケーション・ハンドブック』，有斐閣選書。

・小池清治・小林賢次・細川英雄・犬飼隆 編集『日本語学キーワード事典』，朝倉書店(1997)。

・孔健 1994.『日本人の発想 中国人の発想』，PHP 文庫。

・興梠（こうろぎ）一郎 2002.『現代中国 グローバル化のなかで』，岩波新書。

・定方正毅 2000.『中国で環境問題にとりくむ』，岩波新書。

・尚会鵬・徐晨陽 2008.『これでわかる中国人の常識・非常識―巨大な隣人とのつきあい方―』，三和書籍。

・園田茂人 2001.『中国人の心理と行動（NHK ブックス)』，日本放送出版協会。

・高木桂蔵 1991.『客家』，講談社現代新書。

・田畑久夫・金丸良子・新免康・松岡正子・索文

清・C.ダニエルス 2001.『中国少数民族事典』，東京堂出版(再版 2004)。
・丹藤佳紀 2000.『中国 現代ことば事情』，岩波新書。
・竺沙(ちくさ)雅章 1977.『征服王朝の時代』，講談社現代新書。
・張承志 1993.『回教から見た中国』，中公新書。
・鄭麗芸 1999.『目からウロコの日中比較文化論 ―ことば・文化・芸術―』，駿河台出版社。
・中野達・孟広学『中国詩詞選読』，東方書店(1983)。
・成戸浩嗣 2002.「ことばと社会」，愛知学泉大学コミュニティ政策学部編『コミュニティ政策を学ぶ』，愛知学泉大学出版会，113-119頁。
・成戸浩嗣 2008.「コミュニティ政策学部における異文化教育の試み」，『コミュニティ政策研究』第10号，愛知学泉大学コミュニティ政策研究所，91-105頁。
・三潴正道・陳祖蓓『時事中国語の教科書』，朝日出版社(2001/2003/2004/2005/2009)。
・若林敬子 1994.『中国 人口超大国のゆくえ』，岩波新書。
・渡辺吉鎔・鈴木孝夫 1981.『朝鮮語のすすめ』，講談社現代新書。

(2009. 4. 19)