

「中国の変化は個人、企業の役割大 日中学生・院生の討論で浮き彫りに」(下)

各国はスマホ決済の相互独立と自由を

劉崢さん(南開大学外国語学院日本語文学科 2 年生)の受賞論文題名は「中日モバイル決済の日中比較研究」。1990 年代から 2010 年までの第一段階と 2011 年から現在までの第二段階に分けて、第一段階ではモバイル決済で日本が世界をリードしていたのが、第二段階では中国が日本を追い越したのはなぜかを探求した。

第一段階で日本が世界をリードするに至った理由として劉さんが挙げたのは、電気通信事業者の主導的役割、政府の ICT (情報通信技術) 振興戦略とモバイル決済に対する積極的かつ開放的な姿勢など。一方、第一段階で海外と異なる技術を導入した結果、「ガラパゴス化」と呼ばれる独特の市場が形成されたことや、首相が頻繁に交代するといった政治的不安定のため政策が不連続となり、振興戦略が十分に実施されなくなったことなどを、第二段階でモバイル決済が主流となっていない理由として挙げた。

「日本は個人と個人の信頼感が欧米や中国よりも強く、現金に対する信頼感も強いことが、モバイル決済が広く普及しない理由ではないか」。劉さんの主張に対し、会場の日本人参加者から、このような発言があった。これに対する劉さんの答えは、モバイル決済が日本では中国ほど普及していないとはいえ、既にスマホ決済が中日両国の交流を促進するよい媒体になっている、というものだった。これからの中日両国の経済発展にも大きな役割を果たすとした上で、次のような課題があることも指摘した。

「高齢化が進む日本は、既存の決済システムをいかに改善し、膨大な数の中高年層をどのようにモバイル決済への道に導けるかが大きな課題。一方、中国は日本の第一段階における経験に学び、管理監督の主体を明確にし、モバイル決済の安全性を高め、公正な市場環境を提供していく必要がある」

さらに国際的に大きな問題となっている個人情報管理については次のような考え方を示した。「個人情報は本国と現地の金融機関、移動体通信会社が管理すべきだ。各国のスマホ決済の相互独立と自由を保つことが大事で、日中両国政府が提携し、意見交換することが必要。企業の交流を促進することも大事だ。そうすることで日中関係をよりよくすることができる」

セルフメディアが日中両国の理解に大きな役割

李嫣然さん（南京大学外国語学部日本語科博士課程前期 2 年生）の受賞論文題名は「中国の日本ブームにおけるセルフメディアの有様と役割～2014 年から 2017 年にかけて」。今、中国で起きている「日本ブーム」の理由として、従来の「伝統的メディア」の代わりに、新興の「セルフメディア」がどのようにうまく活用されているかを分析している。中国人が本当に知りたい日本の情報を「セルフメディア」によって大量に得ているかを詳しく紹介した。「セルフメディア」という日本では聞き慣れない言葉を用いることで、一般にソーシャルメディアと呼ばれる新興メディアの影響の大きさが、個人が発信するという特徴に起因することを解き明かしているのが特徴だ。



司会者の質問に答える李嫣然さん(中)。左は劉崢さん。

李さんが論文の中で紹介している中に、中国人の日本メディアに対する見方をがらっと変えるきっかけとなったのが、朝日新聞の公式アカウントの記事だったという事実がある。2012 年 12 月に中国の代表的なセルフメディア「微博」に投稿された記事だ。日本でまた首相が短期間で交代した、というニュースを、中国人が驚くような漢字を用い機知に富んだ表現で伝えているのが大反響を呼んだ。その後、日本からの「セルフメディア」を介した情報に対する関心が急速に高まり、2018 年 10 月時点で共同通信社の発信に対するフォロワーは 290 万 2,594 人、在中国日本大使館が 83 万 7,559 人、日本政府観光局が 38 万 6,184 人に上る事実を紹介している。こうした“公式的団体”による情報が、中国の日本ブームに寄

与している現実を認めた上で、これらの情報が中国の多くの人々にとっては実は知りたい情報の一部でしかないことを指摘しているのが、論文のポイントだ。

李さんによると、中国の人たちが本当に知りたい情報は、数億人単位の利用者を有する「微博」、「Wechat」、「知乎」といった「セルフメディア」で個人が発信する情報。発信者個人の体験に基づく情報であるのが特徴だ。「転載」の機能により、これらの発信は1万回以上も転載されることがある。典型的な例として李さんが挙げたのが、2015年に岐阜県の白川郷を紹介した「微博」への投稿。屋根が雪に覆われ、灯りがともる合掌造りの写真が付き、白川郷の冬の光景を文学的表現で紹介した投稿は、「微博」で炎上し、数千回転載された。中国人観光客には知られていなかったこうした日本の観光地を紹介する多数の記事が、日本に対する中国人の関心を急激に高め、日本ブームの原因になっているというのが李さんの主張だ。今や観光に限らず、中国人の日本あるいは日本人に関する知識、関心は多方面に及んでいる。例えば「礼儀正しさ」や「親切心」といったよい面だけでなく、「戦争に対する反省の不足」や「活力の乏しさ」といった日本人に関する批判的な見方も「セルフメディア」を通して流れているという。

政治に関する情報が多く、文化に関する記事も説明口調が多い。李さんは日本の「伝統的メディア」が発信する情報をこのように評価し、受信者との距離を縮め、日本の日常的姿を生き生きと伝えるのは「セルフメディア」だ、と「セルフメディア」の役割が大きくなっていることを強調した。その上で日本に対し、次のように求めた。

「日本人1人1人が発信者になり、中国人がもっと日本に親しみを感じるような情報を『セルフメディア』で発信してはどうか。自分の国の良いところはもっとはっきり言ってよいのでは。また中国を旅行したときも、日本人がもっと中国に関心を持つような中国の姿を『セルフメディア』で発信してほしい」

「中国人が日本に関心を持つほど、日本人は中国に関心を持っていないことについてどう思うか」。司会者の質問に対し李さんは、特に日本の若者の内向き志向を心配する日本人には耳が痛いと思われる答えも返した。

「中国はまだ途上国なので、日本の若者たちには中国を知りたいという意欲がわからないのではないか」

小岩井忠道 JST 客観日本編集部

関連サイト

日中関係学会ホームページ

<https://www.mmjp.or.jp/nichu-kankei/index.html>

日中関係学会・宮本賞授賞式

https://www.mmjp.or.jp/nichu-kankei/miyamotoshou/190316_award_7th_sympo_notice.pdf

日中関係学会「第7回宮本賞（日中学生懸賞論文）」受賞者決定

https://www.mmjp.or.jp/nichu-kankei/miyamotoshou/1812_award_7th_result.pdf

関連記事

第126回 CRCC 研究会「中国のイノベーション動向と社会の変化」（2019年3月6日開催）レポート「異質な企業層がイノベーション持続 梶谷懐氏が中国の活力解説」

https://spc.jst.go.jp/event/crc_study/study-126.html

2018年07月12日 SPC 取材レポート「中国の活力を日本の活力に 通商白書が経済変化詳述」

2018年05月24日 SPC 取材レポート「中国向けロボット輸出急増 前年比49.0%増の過去最高額に」

2018年05月22日 SPC 取材レポート「民営企業発展の一因は北京との距離 中国人パネリスト指摘」

第122回 CRCC 研究会「中国はなぜ成長し、どこに向かうか、そして日本の課題を読む」（2018年11月19日開催）レポート「中国の変化を信じよ 和中清氏が日本企業に提言」

https://spc.jst.go.jp/event/crc_study/study-122.html

2017年04月21日 SPC取材レポート「中国ボトムアップ型の強みも 研究開
発戦略センター報告書」