

東アジアのヤヌス神

——日本イメージの二面性——

ラインハルト・ツェルナー

2015年は日本の外交史にとって有意義な記念日の多い一年であった。40年前の1975年に日本は初めて先進国首脳会議（G6）に参加した。50年前の1965年、日韓条約が結ばれた。70年前の1945年、第二次世界大戦が終わった。80年前の1935年、日本の国際連盟からの脱退が正式に発効した。90年前の1925年には日ソ基本条約が結ばれ、日ソ国交が正常化し、日本軍は1918年以来占領していた樺太北部から撤兵した。100年前の1915年に日本は中国政府に対華21カ条要求を出した。110年前の1905年に日露戦争が終わり、ポーツマス条約が結ばれた。120年前、日清戦争が終わり、下関条約が締結された。こうして戦前の日本はほぼ10年ごと戦争を起こしたり、国際事件に巻き込まれたりした。これらの出来事が、その時代の近代日本の対外イメージに影響を与えたことは否定できない。

しかしながら、日本のイメージを形成するのは過去の問題、または過去の業績だけではないはずだ。日本が、現代と未来にどう向き合っているのかも注目されている。この発表では、20世紀から日本に貼られたいくつかのレッテル——経済大国、生活大国、文化大国、自然大国——を取り上げながら、日本のイメージの二面性について考慮したい。

経済大国の日本

2015年6月28日、ボンにおいてユネスコ世界遺産委員会は今年度の登録について議論した。日本は長崎県の軍艦島を含める「明治日本の産業革命遺産」を登録するよう提案したが、中国や特に韓国は強く反対した。韓国側は強制徴用された朝鮮人の苦しみを理由に、世界遺産にふさわしくないと訴えた。以前にも世界遺産をめぐる対立があったにもかかわらず、今までは日本の近代化はたいてい西洋以外で前例のない、模範的な、画期的な出来事として記念されてきたのだが、実は、日本の経済発展のマイナス面を国際的な舞台で強調する動きはさほど珍しくない。

確かに日本の経済大国化は、明治時代から半世紀で前近代的な農業国から世界大国に列したサクセスストーリーとして世界中によく知られており、第三世界という地域の一部で今日まで賛美されている。日本は1975年に先進国首脳会議のメンバーとして認められ、一時アメリカの唯一のライバルと見なされた。1979年に出版されたエズラ・ヴォーゲルの『ジャパン・アズ・ナンバーワン』は代表的であろう。ハーヴァード大学のヴォーゲルは日本の発展を「アメリカへの教訓」として高く評価した。これをうれし

く思った日本人が多かったことは無理もない。また、欧米は日本を徹底的に研究する必要があると認識し、大学などに研究施設を設け、日本学ブームが巻き起こった。日本企業で働きたいとの動機から日本語を勉強したり、日本の経済や経営を研究したりする若い欧米人がたくさん現れた。日本の高度成長期を背景に、1980年代は日本学の黄金時代とも言える。

ただし、ヨーロッパでの日本の評判は当時もそう簡単ではなく、意見が割れていた。日本の自動車産業をライバルとして恐れたドイツでは「黄禍論」を引用し、過労死するまで会社のために働く日本人を非人間的に描いた出版物が多かった。環境問題もしばしば取り上げられた。フランスのエディット・クレソン大臣も1989年に日本人を「黄色いアリ」と呼び、首相になった1991年にも「アリのような」存在として批判した。また、ヨーロッパの労働組合は「カイシャ」とか「日本的マネジメント」という概念を批判し、それを自分の働く環境に導入することに絶対反対の姿勢をとった。

生活大国の日本

1979年の「ウサギ小屋」発言は今日でも日本人のあいだでかなりよく覚えられている。当時のEUの報告書は日本人の住居の状態について厳しい批判を述べて、多くの人々が「ウサギ小屋のような住宅に住む」と書いてあった。英語では「rabbit hutches」になっていたが、これは実は誤訳であった。この報告書の下書きはフランス語であったが、フランス語でいう「cage à lapins」はフランスの大都会の郊外によくある団地を指し、日本人を皮肉の意味で使われたわけではなかった。が、日本では批判として受け止められて、波紋を呼んでしまった。

日本はその後その悪いイメージを乗り越える努力を見せた。「生活大国」というスローガンを打ち出したのは1990年代の宮沢喜一内閣である。豊かな生活を保障する国、生活者、特に女性のニーズを認める国を作ろうという試みによって、日本の社会は少しずつ変わり、今まで批判を浴びた住居状況も女性の地位も改善に向かった。よって、2000年代に入ると、日本の国際イメージも変わった。1995年度のWHO世界保健報告によると、日本人は誰よりも長生きし、誰よりも一人あたりのGNPが高かった。長い間、国際的に注目された環境問題もそのうちよくなった。10年後の2005年に米国のイェール大学とコロンビア大学はダボスの世界経済フォーラムで「環境持続可能性指数」(ESI)を提唱し、「今後の数十年間その環境を保護できる」国のランキングを決めた。人口密度が高い先進国のなかで日本は1位を占めた(ドイツは2位、韓国は14位)。また、1990年以来、国際連合開発計画が発表している人間開発指数(HDI)は、それぞれの国民が「長く健康に生き、知識を習得し、適切な生活を送るための資源にアクセスができ、共同体の生活に参加できる」度合いを計るものだが、日本は1990年、1991年、1993年に1位となった。つまり、豊かになった戦後日本は確かに国際的に生活大国、すなわち生活がしやすい国として認められたのである。

ただし、日本の順位は2005年頃から低下している。HDIの指数を参照されたい(表

1)。

これでも日本が世界のトップ・クラスに入っていることは間違いないが、評価が低くなったことは明白である。この指数は日本の国際的イメージには直結していないかもしれないが、経済学の専門家だけでなく、一般にもこうしたデータはしばしば引用されるので、日本のイメージに少なからず影響を与えている。日本は「かつての」経済・生活大国と見なされ、その将来性に大きな疑問符が付けられている。しかも、日本には2011年以降「フクシマ」というレッテルも加わったので、こうした疑問を払拭するのは困難なのが現状である。

表 1

年度	順位
2006	7
2007	8
2008	8
2009	10
2010	11
2011	12
2012	12
2013	10
2014	17

文化大国としての日本

「経済大国、生活大国としての日本」の衰退を反映するかのようになり、海外で日本学を専攻する若者も変わってきた。20年前と比べ、貿易会社に就職したい、日本の会社に入りたいなどの動機で日本語を勉強するケースは少なくなった。極言すれば、オタク学生が主流になったのである。漫画、アニメ、J-Pop、ビートたけし、村上春樹などの、日本のコンテンツ・ビジネスの商品は世界中の若い世代で高い人気を集め、1990年代以降、サブカルチャーからメインカルチャーになった。

日本料理も欧米で普及し、ワサビ、抹茶、巻き寿司、インスタントラーメンなどを売っているスーパーは今やまったく珍しくない。この現象は日本のイメージを根本的に変えたと思われる。21世紀の日本は文化大国、いやライフスタイル大国として認知されている。コンテンツの消費者が求めているのは、源氏物語の日本ではない。一般の日本人が知っている日本でもないかもしれない。セーラームーンやトトロの、特別な日本であって、日常的な日本ではない。つまり、日本の現在も過去もあまり関係がないような、理想的な場である。こうした日本を想像する学生たちに現実の日本について教えるのはなかなか難しい。皮肉なことに、もし文科省が最近要求したように日本の大学が本当に文学部などを廃止すれば、日本の文化・歴史などを勉強するためわざわざ日本に留学する意味もなくなるかもしれない。

自然大国の日本

日本を訪れた外国人にとって、日本の自然は昔から恐ろしいものだった。火山活動、地震、津波などの怖さについての記録は山ほどあり、日本は地震大国であるというイメージは伝統的に強い。近代国家を目指した日本の政治家や科学者、建築家などはそうしたイメージを逆手にとって、技術で自然を克服できる国家を目指した。しかし、これが実現不可能であることは、1995年の阪神・淡路大震災と2011年の東日本震災で明確となった。もっとも、こうした安全神話は海外ではもともとあまり受け入れられていな

かった。日本の自然はきれいで恐い、という評価は昔も今も変わっていない。円安の影響もあって、日本の自然の美しさを楽しみたい観光客が最近増加してきたが、こうした観光客もオタクたちのように理想の日本しか求めているのではないのか。この観点から見れば、軍艦島を世界遺産に登録する動きは、より現実的な日本のイメージを広めるうえで非常に有意義であろう。

日本は愛されているか

2014年度のBBCの世界世論調査を見ると、世界人気ランキングで日本は6位だった。ドイツは1位、米国は9位、韓国は12位である。2012年には1位、2013年には4位だったので、日本はこのランキングでも最近順位が低下傾向にある。逆にドイツのイメージは上がっている。低下の背景には隣国との摩擦が増えたことが挙げられるが、それだけではない。日本のイメージは西洋、特に中央ヨーロッパでも悪くなった。「日本は世界に良い影響を与えているか、悪い影響を与えているか」との質問に対するドイツ人の回答を示すBBCのデータを参照されたい(表2)。

表2

年度	良い影響	悪い影響
2011	58	25
2012	58	29
2013	28	46
2014	28	36

要するに、日本イメージは2011年まで良かったが、2012年以降、反対意見が増えて、2013年以降逆転した。ドイツでも大いに注目された福島原発震災が一つのきっかけになったことは間違いないが、同時に論議を呼んだ捕鯨問題、慰安婦問題、領土紛争の影響も看過できない。また、日本の政治家の一部が唱えている歴史修正論も批判されている。

「ドイツ人は何でも批判する癖があるから」と言われるかもしれないが、それだけではない。例えば、フランスのNGOである「国境なき記者団」は毎年「世界報道自由ランキング」を公開しているが、このランキングでも日本のイメージが順次落ちている(表3)。

表3

年度	順位
2010	12
2011	22
2012	59
2013	53
2014	59
2015	61

これらの評価に表現されているのは政治的意識ばかりでなく、日本人の価値観への懐疑であろう。最近の日本は再びヨーロッパと違う道を歩んでいる、というイメージが海外で生まれつつある。それを多くの人々が不思議がる。古代ローマ人が崇拜した神々にヤヌス神という、二つの面を持った神がいた。最近の日本のイメージはまさにそうになった。面白くて楽しくて、憧れる面がある一方、暗くて分かりにくく、恐い面もある。「あいまいな日本」と、大江健三郎は言ったが、「東アジアのヤヌス神」と呼んでも過言ではないのではないだろうか。