

日本で中国を研究する意義を探して

永田邦和
(プロジェクト研究担当)

今年度のプロジェクト研究では、「文系の研究は一人でやるもの」という意見と、「異なる分野の研究者との交流が新しい発見を生むので、共同研究は重要」という正反対の意見が出された。

博士後期課程の時期には、自分の専門分野の研究に集中する必要がある。その分野で必須の先行研究を深く理解し、必要な分析手法を身につけなければ、一人前の研究者として認めてもらえない。しかし、自分の専門分野に集中しすぎて、視野が狭くなってしまうのも問題である。最初は順調に進んでいても、研究に行き詰まる日が来るかもしれない。それを乗り越えるためにも、研究者人生の初期に、異分野の研究者と交流して、視野を広げることが重要になる。

本専攻のプロジェクト研究では、近年、各自の研究成果を土台にして、統一の視点から議論している。授業では、専門外の教員や院生と議論する。院生は、質問や意見に戸惑い、非専門家を納得させることに苦勞するだろう。この戸惑いや苦勞が、院生の視野を広げ、新しい発見につながる。ここに、博士後期課程の時に、あえて共同研究する意義がある。

今年度も、例年通りのやり方を踏襲して、4名の学生（1年生3名、2年生1名）が、各自の研究（将来、博士論文の一部になるもの）を報告し、それを土台に統一のテーマで議論することにした。しかし、報告者の専門分野は多岐にわたり、分析手法も異なっていたので、共通点を探し出すのに苦勞した。ようやく見付かった共通点は、「中国からの留学生であり、日本の大学院において、中国を研究している」ことであった。そこで、日本で中国を研究することの意義を尋ねると、「日本人研究者の論文が簡単に手に入る」等の恵まれ

た研究環境についての回答はあったが、学術的な視点が欠けていた。

中国から日本に来て研究することの意義は、日本人研究者の論文を読むだけでなく、自分の専門分野に限らず様々な分野の日本人の研究者と交流することで、異なる視点があることに気づき、中国に対する自身の見方を変えることにある。そのことが、自分の問題意識を鮮明にしたり、考察や分析を深めたりして、最終的には、新たな発見につながっていく。そのことを念頭に置きながら、自分の研究の意義や内容を考えてもらいたいと思い、今年度のテーマを「越境する知——中国から日本へ、日本から中国を」にした。

報告会を終え、振り返ってみると、研究報告の準備に時間をとられてしまい、上記のテーマについて十分に議論できなかった。しかし、この半年間、院生達は真摯に研究や授業に取り組んできた。そんなに遠くない日に、日本で中国を研究する意義を見付けられると信じている。

今年度の指導は、永田（地域政策コース）、渡辺芳郎教授（文化政策コース）、桑原季雄教授（島嶼政策コース）、熊華磊特任助教が担当した。報告会では、三木夏華准教授と林亮輔准教授、熊特任助教がコメンテーターを務めた。

最後に、2016年8月の伊佐市での合宿研修に御協力いただいた南清喜氏（伊佐市観光ボランティアガイド 伊佐の風）、星野元興氏（大嶺寺住職）、上田次郎氏（大口酒造専務）に御礼を申し上げる。

永田 邦和（ながた くにかず）

鹿児島大学法文学部経済情報学科教授、大学院人文社会科学部研究科地域政策科学専攻「金融システム論」担当。

目 次

巻頭文

日本で中国を研究する意義を探して	永田邦和	i
------------------	------	---

報告

中国語における日源新詞について —語彙の収集を中心に—	張 曉娜	1
--------------------------------	------	---

中国湖北省における少数民族観光 —恩施土家族苗族自治州の事例を中心に—	龔 卿民	13
--	------	----

中国のオートバイ産業 —日本のオートバイ産業との比較を通じて—	邵 利軍	25
------------------------------------	------	----

職場ドラマにおける謝罪言語行動の中日対照研究 —「不快状況」を中心に—	李 竺楠	37
--	------	----

平成28年度プロジェクト研究概要	熊 華磊	51
------------------	------	----

プロジェクト研究を振り返って		59
----------------	--	----

中国語における日源新詞について

—語彙の収集を中心に—

人文社会科学研究科 地域政策科学専攻 文化政策コース 1 年
張 曉娜

はじめに

中日両国間には、漢の時代から千年以上にわたる語彙交流の歴史がある（山田 1937）。両国は同じ漢字文化圏に属しているため、語彙の貸し借りが活発に行われてきた（彭 2013）。古代は中国側から日本側への影響が強かったが、日本の近代化以来、中国は日本を通して西洋文明を吸収すると同時に、大量の語彙を輸入した。また、1978年の中国の「改革開放」政策¹以後は、「御宅族」「萌え」「单品」等のような現代の日本文化と関わりの深い語彙が数多く輸入されてきた。史有為（2000）によれば、1978年以降の日本語由来の外来語はすでに400語を超え、日常生活の様々な面に分布している。本調査は「1978年の中国の『改革開放』政策以来、中国語に取り入れられた日本語由来の外来語」を「日源新詞」と定義し、調査の対象とする。

「日源新詞」は文字通り、常に更新されるものである。そのため、新詞の収集にはできる限り新しい資料を利用し、その特徴をとらえることが重要である。しかしながら、中国語においては「外来語」「新詞」などの概念の意味範囲が定まっていないこと（史 2000、沈 1994）、「日源新詞」だけでなく「日本語由来の外来語」に特化した辞書は一つもないこと、くわえて語彙の収集は、多くの場合各研究者が単独で行っており、そのため日源新詞を判断する基準がしばしば研究者により異なること（謝 2012、彭 2005）、などの問題がある。これらの問題をふまえて、本研究はま

ず日源新詞の定義を明確にし、分析対象の語彙を絞り込む。そののち、対象となる語彙に関して、語構成、音訳・意識など受容の方策、意味に関する問題など語彙の言語的特徴を整理する。その結果を通して、中国語における日源新詞の受容状況を考察する。

1. 日源新詞の定義

1.1 中国語における外来語

本稿のテーマである日源新詞は、中国語における「外来語」の一種である。中国語の「外来語」については、これまで数多くの研究者によって多様な研究がされてきた（王 1958、高・劉 1958）。そこでは、「外来語」の概念とそれが意味する範囲についての議論も盛んに行われてきたが、その外延をどこまで含めるかは学者により異なり、いまだに定まった結論が出ていない（彭 2005）。とくに、その意味する範囲についての議論は、主に意識語（翻訳借用）と日本語由来の借形語が外来語に属するかどうか集中している。

意識語を外来語に含めるかどうかについては、逐訳語²を除けば、主に意見が二分している。意識語を外来語だと考えるのは、主に語彙の意味内容を重要視する場合である。それにたいして、外来語に含めない立場では、主に語彙の形式や造語面に焦点が置かれる。筆者は語彙が「能記」と「所記」が表裏一体のものであり、「所記」である「意味内容」と「能記」である音素列を切り離して、どちらか片方だけを輸入するの

1 1978年の「改革開放」の政策をきっかけに、中国は日本語由来の外来語の輸入ブームを迎えた。特に21世紀に入ってから、科学技術の発展やグローバル化の進行とともに、大量の語彙を借用するようになった。

2 本稿は、意識語のような記号表現の面で借用が発生しなかった語彙は外来語から除くが、逐訳語は準外来語の一つだと捉える。詳しくは（金錫永 2011）を参照されたい。

は語彙の借用とは言えないと考える。「意味内容」だけを借用する意識語は、原語の形式である「能記」を借用しないため、外来語というより外来の概念の輸入と見なしたほうが妥当だと考える。

「借形語」については、史（2000）と同じ立場をとり、一種の準外来語だとみなす。史が指摘するように、語形と意味を借用する「借形」は漢字を使う言語同士に見られる独特な現象である。表音文字を使う英語やフランス語の間で語彙の貸し借りが発生する時には、「語形」を借用すると同時にある程度「音声」も借用される。つまり、表音文字を使う言語間では「音声」「形態」「意味」の一括借用が行われる。それにたいして、中国語と日本語は表意文字である漢字を使うため、「形態」と「意味」は大きく違わないが、「音声」はそれぞれの言語のものが利用されるため、その隔たりは大きい。言い換えれば、「形態」を輸入する際に、便宜的にでも「音声」も取り入れることは不可能である。したがって、漢字文化圏では、「形態」と「意味」を輸入して、その国・地域の言語の音声と結びあわせることにより、語彙の貸し借りが成立する。これは漢字文化圏のみの現象であり、「借形」は典型的な借用形態ではないが、その独自性は認められる。

本稿は、以上の疑問をふまえて、外来語を以下のように定義する：

他の言語から取り入れられ、記号表現の面（音声面あるいは形態面）で借用が発生する語彙のことであり、具体的には、音訳語、逐訳語、そして借形語のことを指す（図1）。

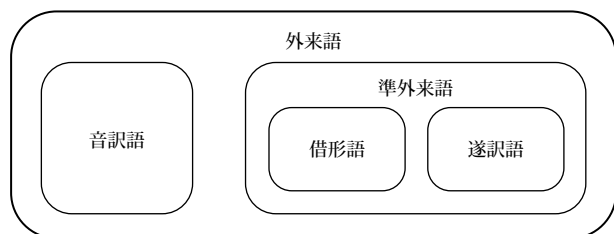


図1 本稿における外来語の意味範囲

この定義にしたがい、本稿では、「日本語由来の外来語」は「日本語から借りてきた語彙」という意味で使うことにする。

1.2 本稿における日源新詞の定義

「日源新詞」を定義する前に、まず「新詞」の意味について述べる。彭（2013）によると、「新詞（新語）」の指し示す範囲は固定しているものではなく、時代とともに変化するものである。中国語における「新詞（新語）」の意味には、少なくとも以下の4つが挙げられる。

- ①五四運動（1919年）以降にできた語彙
- ②中国建国（1949年）以降にできた語彙
- ③プロレタリア文化大革命（1966年）以降にできた語彙

- ④改革開放政策実施（1978年）以降にできた語彙

彭が指摘するように、中国の歴史上での区分は、1978年以降を「新時期」と呼ぶ。中国はこの年を皮切りに社会が急激に変化し、より開放的な姿勢で他国との交流を始め、その結果数多くの外来語が中国語に取り入れられた。そのなかで、日本語由来の外来語も増加しつづけ、19世紀末から20世紀初頭の輸入ブームにつづく、第二回の輸入ブームを迎えた。これらのことを考えて、本稿では「1978年改革開放政策以降に現れた語彙」を「新詞（新語）」として扱うことにする。

つぎに新詞の種類についてである。張黎（2012）によれば、新詞は主に以下の4つの種類に分類することができる。

- ①全く新しく誕生したもの
农家乐（農家民宿 農家レストラン）
- ②方言が一般化したもの
埋单（飲食店で勘定を払う 広東語）
大腕儿（トップスター 偉い人 北京語）
- ③外来語
黑客（ハッカー） 在线（オンライン） カ哇伊（かわいい）
- ④旧詞新義（元からある語彙に異なる意味が付加されたもの）
山寨（旧：山村）（新：パクリ 偽ブランド）

以上のことを考えると、「日源新詞」は「外来語」でありながら「新詞」でもある。そのため、本稿では、図2に示すように、「日源新詞」を「1978年の中国の改革開放政策以来、中国語に取り入れられた日本語由来の外来語」と定義する。

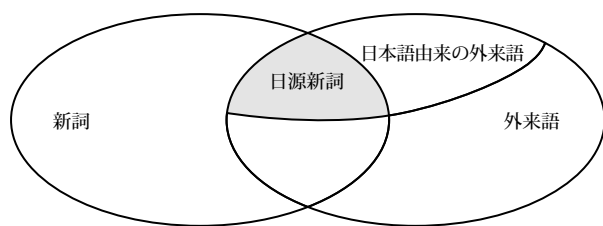


図2 本稿における日源新詞の意味範囲

2. 日源新詞の収集と判別

2.1 収集の基準と調査対象の選定

上述のように、「日源新詞」は常に更新されるものである。そのため、新しい資料を利用し、できる限り新詞を広く収集し、その特徴を明らかにすることが重要である。しかし、中国には日源新詞に特化した辞書は一つもなく、日源新詞を収録する新詞辞書でも日本語由来だと明記するものが少ないため、その量を把握するのは非常に難しい。そこで、本研究は1.2で述べた日源新詞の定義を基準として、新詞辞書および日源新詞に関する先行研究を中心に語彙を集めた。くわえてインターネットや雑誌など各種のメディアからもできるかぎり語をひろい、考察の対象とした。

語彙を収集するときの判別基準は以下の通りである。具体的な判別ステップは2.2.1にゆずる。

- ①語彙が外来語かどうか
- ②語彙が日本語由来かどうか
- ③語彙が新詞かどうか（1978年以後に輸入された語彙かどうか）

調査対象は①新詞辞書、②日源新詞に関する先行研究、③メディアの3つの資料による。新詞辞書は比較的に新しいものを選び、先行研究ですでに考察された辞書を避けることにした。

彭（2013）が指摘するように、英語などの欧米語と違って、中日両語は同じ文字表記であり、語構成にもたいした相違が見られないため、中国人は日本語由来の外来語にさほど違和感と抵抗感を覚えないで済む。それゆえ、日本語由来の借用語に対しては鈍感になりがちで、その出自に気づきにくいいため、それを採録し

た辞書でも日本語由来の外来語だと明記するものが少ない。したがって、本稿は、調査対象の辞書に「日本語由来」と明記された語はもちろん、その他の収録語彙を一つ一つチェックし、日本語由来の可能性のある語を全部取り出して本稿の判別基準で判別を行った。先行研究とメディアも同様の方法で判別した。

本稿が選定した新詞辞書と先行研究は、表1と表2の通りである。

表1 調査対象とした新詞辞書と収録語数

辞書	収録範囲	収録語数
漢語新詞語2006－2014 (計9冊)	2006	171
	2007	420
	2008	444
	2009	573
	2010	626
	2011	618
	2012	525
	2013	363
	2014	424
中国言語生活状況報告書2016	2015	469
100年漢語新詞新語大辞典 1912－2011 (下巻のみを考察対象とする)	上巻 1912－1949	約11000
	中巻 1949－1978	
	下巻 1978－2011	
新世紀新詞語大辞典 2000－2015	2000－2015	約5400
漢語新詞詞典2005－2010	2005－2010	約2000

表2 調査対象とした先行研究と収録語数

丁杨 (2010) 現代汉语中的日源外来词研究 pp.21-22	単語：183 接辞：7
王雯 (2010) 改革开放以来的日源外来词研究 p.5	単語：117
譙燕 徐一平 施建军編 (2011) 日源新詞研究	単語：75
谢静怡 (2012) 日源外来词新词语特征 pp.37-38	単語：280
石聪慧 (2014) 动漫文化中的日源外来词研究 pp.43-55	単語：62
王婷 (2015) 現代中国語における日系外来語に関する認知的研究 —改革开放以來の新語を中心に— pp.41-42	単語：295
張黎 (2015) 中国の新語に於ける日本からの借用語について —メディアの使用状況を中心に— pp.41-42	単語：171

2.2 日源新詞の判別

2.2.1 日源新詞の判別ステップ

2.1で述べた判別基準にしたがって、調査対象から集めた語彙が日源新詞かどうかの判別を行った。上述の3つの判別基準にしたがって、以下の(1)~(3)の

ように具体的なステップを考えた。

(1) 語彙が外来語かどうか

1.1の図1で示すように、本稿における外来語は、音訳語、借形語（形訳）そして逐訳語のことを指す。しかしながら、中国語における外来語の定義については定まっておらず、意識語も含まれるという主張や（彭 2013）、逐訳語を除外する考え方も見られる（史 2000）。

日源新詞かどうかの判断は、研究者の外来語にたいする定義によって異なる。先行研究の語彙集に意識語（生魚片sheng yu pian - 刺身）や派生語（オタクの派生語：宅男zhai nan 宅女zhai nv）が含まれるのはそのためである。

意識語については上述したように、逐訳語を除き、記号表現の面で借用が発生しないため、本稿では外来語と扱わない。派生語は史（2000）が指摘した通り、語彙には「外来語素」（外来形態素）が含まれているが、語彙全体の意味が外国語由来ではなく、中国人が社会の発展やコミュニケーションのために作り上げたもののため、一種の「外来語自構詞」（日本語の混種語に相当する）だとみなしたほうが妥当だと考えられる。したがって、新詞辞書や先行研究で集めた語彙の

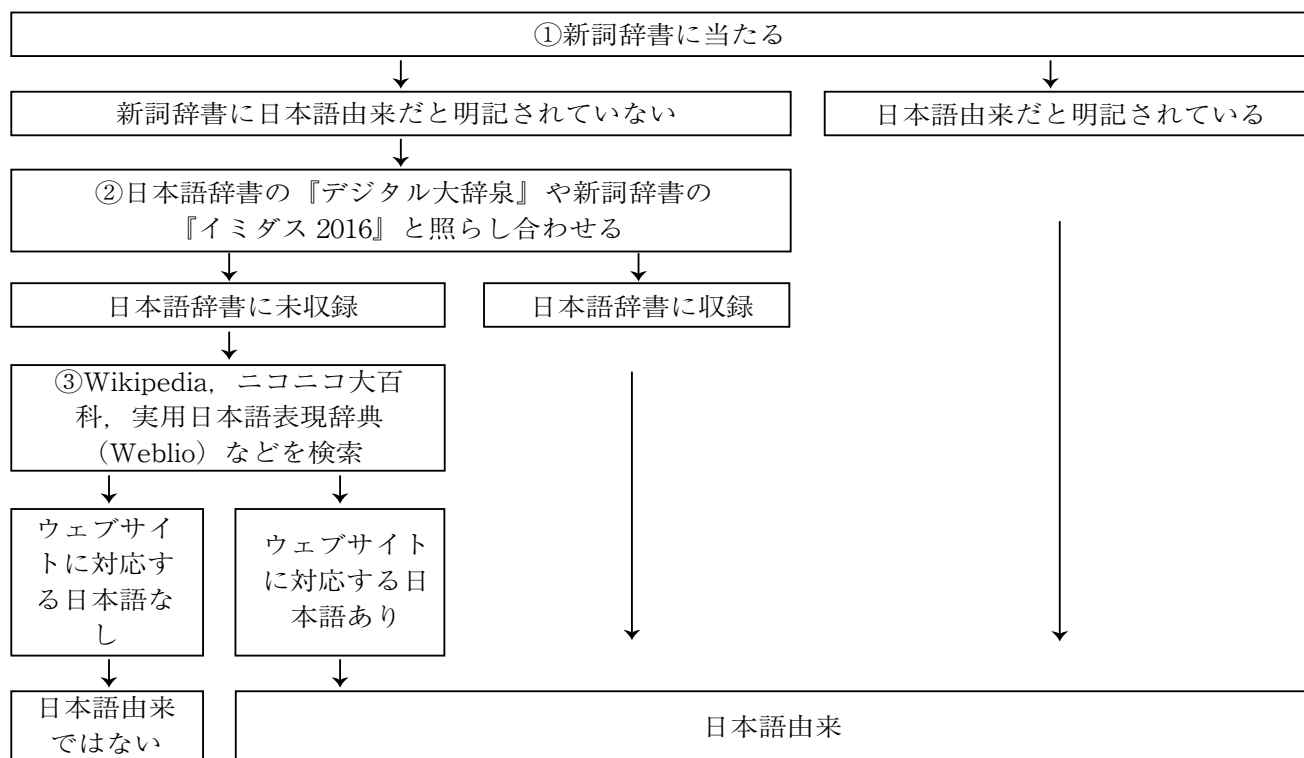


図3 語彙が日本語由来かどうかを判断するステップ

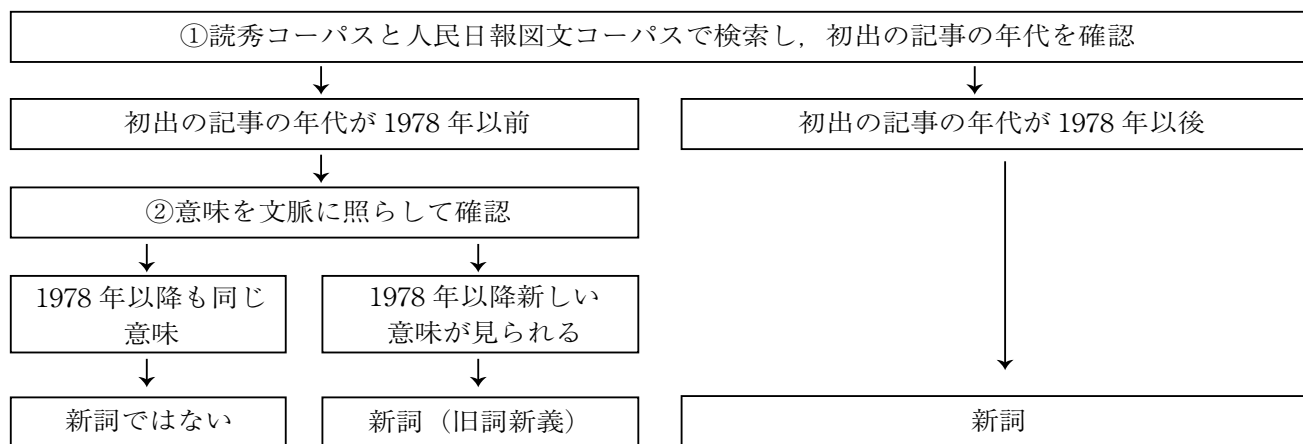


図4 語彙が新詞かどうかを判断するステップ

うち、意識語や派生語は分析の対象としない。

(2) 語彙が日本語由来かどうかを判断するステップ

語彙が日本語由来かどうかを判断するときには3つのステップが考えられる（図3）。

ステップ①：新詞辞書で日本語由来と明記されているかどうかを確認する

ステップ②：ステップ①で明記されていない場合は『デジタル大辞泉』や新詞集の『イミダス2016』などを確認する。

ステップ③：ステップ②でも確認できない場合は、検索エンジン、Wikipedia、ニコニコ大百科、実用日本語表現辞典（Weblio）などを確認する。

このステップを経て、「日本語由来」と確認できた場合のみを日源新詞とし、それ以外は分析から外す。

(3) 語彙が新詞かどうか（1978年以後に輸入された語彙かどうか）を判断するステップ

語彙が新詞かどうかを判断するときには2つのステップがある（図4）。

ステップ①：読秀コーパス³と人民日報図文コーパス⁴で検索し、初出の記事の年代を確認する。

ステップ②：ステップ①での検索結果により、初出の記事の年代が1978年以前の語彙の意味を文脈に照らして確認する。

コーパスの検索により、初出の記事の年代が1978年

以後の場合は新詞と扱う。それにたいして、初出の記事の年代が1978年以前の語彙は、文脈から判断される意味が、1978年以降に新しい意味が加わった場合は「旧詞新義」と判断し、新詞に含める。1978年以降も意味が変わらない場合は新詞ではないと判断する。

2.2.2 語彙の判別に関する問題点

本稿の新詞判別の基準は比較的きびしいため、語彙の収集と判別のさいには、以下のようないくつかの問題があった。

(1) 新詞辞書の収録語彙の中には、読秀コーパスや人民日報図文コーパスで検索すると、1978年以前に用例が見られるものがあった。これらは以下の3つの可能性が考えられる。

①1978年以前に入った日本語由来の外来語（公害病）

②1978年以前にできた在来語（名手）

③旧詞新義（鈍感）

③の場合は旧詞新義として新詞辞書に収録されても問題はないが、①と②の場合は疑問を感じる。もちろん各新詞辞書の収録基準は、編集者により厳しかったり緩かったりすることはあるかもしれない。おそらく①と②のような場合は、もともと特定の分野の専門用語として使われたものが、あるきっかけで社会に広がり、一般の言語使用者にとっては新語のように聞こえるため、新語として辞書に収録されたのではないかと考えられる。しかし、上述したように、本稿は比較的厳しい判別基準を立てたため、これらの語彙、特に②のような語をできる限り除外した。また、判別がむず

³ 中国超星会社により開発した中国語学術論文や図書・雑誌などの学術情報データベース。

⁴ 人民日報社により開発した人民日報のデータベース。1946年から現在までの人民日報が収録されている。

かしいものも今回の分析対象からは外した。

(2) 一部の語彙は辞書に「日本に由来する」(梨花頭－モデルの梨花さんが広めた髪形)、「日本で流行っている…」(就书)のような新詞が掲載されているが、筆者が調べた限りでは、日本語にはそれらに対応するものが見つからなかった。これらの語彙を「日源新詞」だと扱う先行研究もあるが(謝 2012⁵)、日本語に対応するものが見つからなかったため、本稿の分析からは省くことにする。

2.2.3 現在までの収集結果

収集した語彙数は表3の通りである。辞書と先行研究の両方に現れる語は、辞書に掲載されたものとして数えている。

表3 現在までの収集結果(371語)

	語彙数	進み具合
新詞辞書	108	判別済み
先行研究	217	判別中
メディア	46	判別中

現段階で新詞辞書、先行研究そしてメディアから371語を集めた。新詞辞書における収集と判別は終わったが、先行研究及びメディアからの語彙の判別は進行中である。したがって、3.で述べる日源新詞の受容に見られる特徴は新詞辞書から収集した108語を分析したものである。

3. 日源新詞の受容に見られる特徴

外国語が外来語として輸入されるときには、自国語の文字表記や文法の制約にしたがって、何らかの変更が生じることがある。英語が日本語に取り入れられるとき、カタカナで表記されたり、在来語との共存により意味する範囲が変わったりすると同様に、日本語が中国語に輸入されると、音声、形態、意味の各レベルにおいて中国語らしい改変が加えられる。本節は日

源新詞の中国語化(または言語的受容の状況)を形態と意味の2つのレベルで考察する。

3.1 日源新詞の形態レベルの受容

3.1.1 日源新詞の受容パターンによる分類

日本語が中国語に輸入されるときには、主に以下のような受容パターン⁶が見られる。

表4 受容パターンによる日源新詞の分類

受容パターン		例
(1)音訳	①純粋な音訳	卡哇伊(ka wa yi) - かわいい 欧巴桑(ou ba sang) - おばさん ～控(kong) - ～コン
	②音訳＋類名	乌冬面(wu dong mian) - うどん
	③音訳＋形訳	壁咚(bi dong) - 壁ドン OL - OL
	④音訳＋意識	酷毙装(ku bi zhuang) - クールビズ 猎婚吧(lie hun ba) - 婚活バー
	⑤音訳と意識を兼ねる	一级棒(yi ji bang) - 一番
(2)形訳	⑥借形語	催眠(cui mian) - 催眠 取缔(qu di) - 取締 萌(meng) - 萌え 导盲犬(dao mang quan) - 盲導犬 伪娘(wei niang) - 男の娘(おとこのこ)
(3)逐語訳	⑦逐語訳	死亡笔记(si wang bi ji) - デスノート 轻小说(qing xiao shuo) - ライトノベル

(1) 音訳は原語の音声に基づき、当て字によって表現する訳し方である。そのため音訳語は最も典型的な外来語と言える。日源新詞には純粋な音訳語と部分的な音訳語がある。

①純粋な音訳語は、「卡哇伊(ka wa yi) - かわいい」「欧巴桑(ou ba sang) - おばさん」等が挙げられる。

②音訳＋類名とは、原語を音訳した上で、語彙のカテゴリーを表すために「類名」を付け加える訳し方である。「乌冬面(wu dong mian) - うどん」

5 謝は「日本語由来」ではなく、「日本からの由来」だと表記される語彙を日源新詞だと扱っている。これらの語彙は日本の物事を表しているが、日本語にはそれに対応する語が見つからなかったため、中国人が自ら作り上げた可能性が高いと考えられる。

6 受容パターンの分類の仕方は彭広陸(2005)が整理した郭伏良(2001)の分類をもとに、史有為(2000)および金錫永(2013)を参照しながらまとめた。

の場合は「うどん」の音声を漢字の「乌冬」によって表現し、最後に麺類を表す類名の「面」を付け加えることによってできている。

③音訳+形訳は二種類ある。一つは「OL - OL」のような音訳でありながら、形訳でもあるローマ字語であり、もう一つは「壁咚 (bi dong) - 壁ドン」のような半分音訳「咚 (dong) - ドン」、半分形訳「壁 (bi) - 壁」の語彙である。

④音訳+意訳（翻訳借用）は半分音訳、半分意訳の語彙である。例えば、「猎婚吧 (lie hun ba) - 婚活バー」の前半は意訳「猎婚 (lie hun 婚姻を狙うという意味) - 婚活」で、後半は音訳「吧 (ba) - バー」である。

⑤音訳と意訳を兼ねるとは語全体が音訳になっていると同時に、意味も字面からある程度読み取れる訳し方である。中国語は表意文字である漢字を使うため、中国語母語話者にとって、字面から意味が読み取れない一般音訳語より、意味が読み取れる語彙のほうが好まれる傾向がある。そのため、中国人にとって、音訳と意訳を兼ねる訳し方はより理想的な訳し方である。「一级棒 (yi ji bang) - 一番」の場合、「一级棒 (yi ji bang)」は「一番」の音声を当てると同時に、字面から「一級のようにすごい」という「一番」に似た意味も読み取れるため、一気に広がった（中国の検索サイトBAIDUでの検索性件数：4,940,000 2017/01/12、読秀コーパスの検索性件数：4,594 2017/01/12）。

(2) 形訳は音声ではなく、文字表記に基づいた訳し方である。日源新詞の場合、主に漢字で書かれる日本語を中国語の漢字で書き、中国語の読み方（ピンイン）で読む。（形訳語は「形訳詞」「借形詞」「借形語」とも呼ばれる。）

⑥借形語も音訳語と同じ、完全借形と部分借形がある。「催眠 (cui mian) - 催眠」のような語は完全借形であり、「伪娘 (wei niang) - 男の娘（おとこのこ）」のような語は部分的借形である。一方、「萌 (meng) - 萌え」「导盲犬 (dao mang quan) - 盲導犬」のような語の場合、中国語の文字表記（仮名表記がない）と文法（日本語がSOV型言語にたいして、中国語はSVO型言語で

あるため、動詞（V）である「導」が目的語（O）である「盲」の前に来る）の制約にしたがって、仮名が省略されたり、語順が調整されたりすることもあるが、これらの語彙は部分借形語と区別するために、完全借形語として扱うことにした。

(3) 逐語訳とは「原語の構造、要素の意味に一对一対応で翻訳する方法」である（荒川 2012）。逐語訳は中国語だけではなく、ほかの言語が外来語を取り入れる時にもよく使われる方法である。（中国語「篮球 - basketball（英語由来）」英語「moon cake - 月饼（中国語由来）」日本語「酸素 - zuurstof（オランダ語由来）」）

⑦逐訳語は意識語の一種であるが、純粋な意識語と違い、語素の対応、語素順、語構成上に外国語の形式が維持され、一種の「準外来語」だと見なしでもよいと考えられる（史有為 2000）。日本語から中国語へ取り入れられた逐訳語は「死亡笔记 (si wang bi ji) - デスノート」「轻小说 (qing xiao shuo) - ライトノベル」などが挙げられる。

以上で述べた受容パターンのほかに、日本語が中国語に取り入れられるときには、意識（意味に基づいた訳）の手法も使われる。本稿は「意識語」を外来語だと扱わないが、いくつかの用例を挙げておく。

吐槽 (tu cao) - ツッコミ

生鱼片 (sheng yu pian) - 刺身

定日递 (ding ri di) - 指定日配達

3.1.2 日源新詞の形態レベルの受容特徴

これまで集めた日源新詞の形態レベルの受容には、以下のような特徴がみられた。

(1) 日源新詞の受容パターンは増えたが、借形語が依然として一番多い。

1978年以前、特に19世紀末～20世紀初頭にかけての「日本語由来の外来語」輸入ブームにおいては、受容は借形語が圧倒的であり、音訳語と逐訳語は極めて少なかった（沈 1994）。それにたいして、1978年以降は以前より多様なパターンが見られるようになった。たとえば、「OL - OL」のようなローマ字語や、「壁咚 (bi dong) - 壁ドン」のような音訳+形訳の形式である。

これには、語義の分布や日本語自体の変化などによる言語面の要因、および語彙を輸入するルートの多様

化など言語外の要因が関わっていると考えられる。明治時代に伝わった語彙は自然科学や社会科学などの専門用語が中心で、主に書籍や新聞などを經由して中国に伝えられた。一方、日源新詞の場合は専門用語が減り、日常生活に関する語彙が中心となった。輸入ルートは以前にくらべて多種多様で、①インターネットなど各種のメディア経由、②日本語学習者、留学生や観光客など人的交流、③香港、台湾経由などが挙げられる。それにくわえて、明治時代の日本語とくらべると、現代の日本語は漢語の割合が減り、「カタカナ語」志向へと変わりつつある（陣内 2007）ため、カタカナ語や混種語などのような日本語を取り入れるときに、多様な訳し方で対応しなければならない。これらのことが原因で、日源新詞の受容パターンが増加したと考えられる。

しかしながら、新詞辞書から収集した108語のうち、87語が借形語であるように、受容パターンの中では借形語が依然として大部分を占めている。これは、中日両語が漢字を使うため、形態の借用が効率的であることによると考えられる。

(2) 音訳語が以前より徐々に増えている。

沈（1994）の『近代日中語彙交流史』は「近代における中日間の語彙交流」に着目する著作である。沈によると、近代以降、中国語に入ってきた日本語の語彙には、「夏普（SHARP）」「索尼（SONY）」のようなブランド名などの固有名詞を除けば、一般名詞としての音訳借用語は「榻榻米（ta ta mi）－ たたみ」のみのものである。それに比べて、新しい時代に入ると、日源新詞の受容パターンが増え、音訳語が徐々に見られるようになった。王雯（2010）が集めた日源新詞の語彙集には、音訳語が「欧巴桑（ou ba sang）－ おばさん」「卡哇伊（ka wa yi yi）－ かわいい」「卡拉OK（ka la OK）－ カラオケ」「榻榻米（ta ta mi）－ たたみ」の4語に増えた。また、筆者が新詞辞書で収集した108語のうち、音訳語は14語あり、全体の13%を占めている。現在まで先行研究とメディアから収集した音訳語をくわえると、その数は20語以上になる。このように、日源新詞の音訳語は少しずつではあるが、増加する傾向にあると思われる。

その原因は、(1)で言及した輸入ルートの多様化と大

きく関わると考えられる。特にテレビ、インターネットなどのメディアの発展により、中国人が日本語に触れる機会は、書籍などの文字による接触から、テレビドラマやアニメなどの音声による接触に傾いている。特に若者たちは日本のアニメ、ゲームなどに関心が高く、それを日々見て（やって）いるうちに、日本語の音声にも馴染みが生じる。それゆえ、中国のサブカルチャー関係の語彙には数多くの音訳語が作られ、使用されている。

筆者が集めた音訳語には、「卡拉OK（ka la OK）－ カラオケ」のような既に『現代汉语词典』（第6版）に収録され、中国語としてすっかり定着した語彙もあれば、「飞特（fei te）－ フリーター」のような受容度の低い語彙もある。このような受容度の低い語彙がこれから定着に向かうか、それとも意識語に訳し直されるか、あるいは使われず死語になるかは現時点で判断が付きにくい。音訳語が徐々に増えていることが今回の調査からわかった。

(3) 日本語由来の形態素（接頭辞と接尾辞等）の生産力が高い。

今回の収集により、新詞辞書には、「激(ji)～－ 激～」 「～控(kong)－ ～コン」「～族(zu)－ ～族」のような日本語由来の接辞（接頭辞と接尾辞）によって作られた派生語や「过学死(guo xue si)」「过劳肥(guo lao fei)」などのような日源新詞になぞらえて作られた「外来語自構詞」（史 2000）が数多く存在することがわかった。一部の例を挙げる。

～控(kong) 大叔控 穿越控 攻略控 数码控
推特控

～族(zu) 婚活族 剁手族 房族 恐生族 走
婚族 叹老族

これらの派生語の数は筆者が調べた中でも150語以上に達している。これらの語彙は日源新詞と言えないが、日本語由来の形態素の生産力が高いことは、これらの派生語や「外来語自構詞」から伺える。

3.2 日源新詞の意味レベルの受容

日本語が中国語に輸入されるときには、形態レベルだけでなく、意味レベルにおいてもいろいろな変容が見られる。外来語の意味的変容は主に意味範囲の拡大

と縮小、意味のプラス/マイナスの変化、意味の派生、そして意味の転換などから観察できる（彭 2005、丁 2010）。新語辞書から拾った日源新詞である“暴走”⁷は中国語に取り入れられて、意味範囲の拡大/縮小、プラス/マイナスの変化、意味の派生等の変容すべてに関わるため、本節は、“暴走”を例に、日源新詞の意味レベルの受容状況を考察する。本稿は辞書に載っている意味を限定に分析対象とする。語用論的な分析はこれからの課題にしたい。

3.2.1 “暴走”の意味的変容

『デジタル大辞泉』によると、「暴走」の意味は以下の通りである。

【暴走】ほう - そう [名] (スル)

- ①常軌や規則を無視して乱暴に走ること。「オートバイを——させる」
- ②運転者のいない車両が走りだすこと。また、走っている乗り物が制御できない状態になること。
- ③周囲の状況や他の人の思惑を考えずに勝手にどんどん事を進めること。
- ④野球で、走者が無謀な走塁をすること。
- ⑤コンピューターが異常な動作を始めて、制御できなくなる。

上記の辞書の定義を見ると、「暴走」の意味には5つの項目があり、基本的にはマイナスの意味の表現として使われている。それにたいして、中国語としての“暴走”の意味は、新語辞書の『新世紀新詞語大辞典』によれば以下の通りである。中国語の例文は読秀コーパスの検索による。

“暴走” [動]

- ①形容因失控而导致的狂暴以及不受人控制的行为、多出现在动漫作品中。

（コントロール不能により引き起こした乱暴な行為。アニメやマンガ作品によく出てくる。）⁸

7 本節は、日本語と中国語を区別するために、日本語の暴走を「」、中国語の暴走を“ ”で括る。

8 中国語辞書の意味および中国語の例文の翻訳は筆者による。

例1 去年的深圳、今年的上海、加上不甘落后的北京和广州、一线城市房价的集体“暴走”、成为新一轮全民关注的话题。（新金融观察报 2016/03/14）

（去年の深圳、今年の上海、くわえて遅れることに甘んじない北京と広州、大都市の住宅価格の高騰が注目を集め、話題となっています。）

- ②一种户外运动方式、通常沿着确定的路线、徒步或驾车行走一日或数日。

（戸外スポーツの一種であり、普通は決まった路線に沿って、徒歩やドライブで一日（数日）中歩く（走る）ことを指す。）

例2 杭州的刘先生想通过暴走减肥、每天走的步数都在15000以上、不到一星期、就患上了膝关节滑膜炎。（黑河日报 2016/09/26）

（杭州の劉さんは早足ウォーキングでダイエットするつもりで、毎日15,000歩以上歩いた結果、一週間も経たずに膝の滑膜炎に罹った。）

中国語と日本語の意味を比べてみると、中国語新詞辞書の意味②と対応する日本語の意味は見られないが、中国語の①は日本語の②とある程度の対応関係があると思われる。

中国語①の「多出现在动漫作品中」（アニメやマンガ作品によく出てくる）という説明から、この意味はアニメやマンガ作品の輸入により伝わってきた可能性が高いと考えられる。「暴走」という語彙はアニメやマンガ作品に初めて使われたのが1988年の『機動警察パトレイバー』⁹（第5話のタイトルは『暴走レイバーX10』）である。しかし、当時そのアニメが中国に輸入されるときには、第5話のタイトルは「暴走」ではなく、「狂走」と訳された。「暴走」の語彙自体が中国人に知られたきっかけは、恐らく『新世紀エヴァンゲリオン』¹⁰の輸入だと考えられる。「暴走」は主人公ら

9 『機動警察パトレイバー』：1988年を基点とした10年後からの数年間の近未来の東京を中心とした地域を舞台とした漫画、アニメ、小説などのメディアミックス作品である。マンガはゆうきまさみにより、アニメは押井守、吉永尚之等による。（Wikipedia：https://ja.wikipedia.org/wiki/機動警察パトレイバー 2017/01/24）

10 『新世紀エヴァンゲリオン』庵野秀明監督、GAINAXの原作によるSFアニメ作品。大災害「セカンドインパクト」後の世界（2015年）を舞台に、巨大な人型兵器「エヴァンゲリオン」のパイロットとなった14歳の少年少女たちと、第3新東京市に襲来する謎の敵「使徒」との戦いを描く。（Wikipedia：https://ja.wikipedia.

『現代汉语词典』は中国における一番権威のある漢語辞書であり、最新版の第6版(2012)には“暴走”が収録されたが、語釈には「〔動〕指在室外长距离快速行走。」〔動〕戶外で長距離に早足すること」という意味しか収録されていない。つまり、日本語原語の意味は中国語では二次的な意味(①)であり、新しく派生した意味のほうが主要な意味になったものであ

本稿は日源新詞の定義と判別基準を明確にした上で、新詞辞書等の資料を利用して日源新詞を集め、語彙の形態と意味の2つのレベルに見られる受容の特徴について考察した。その結果、今の段階で新詞辞書、先行研究そしてメディアから371語を集められた。しかし、新詞辞書における収集と判別は終わったが、先行研究及びメディアから集められた語彙の判別はまだ進行中である。そして、判別済みの108語に基づいて分析した日源新詞の形態レベルの受容の特徴は、①受容パターンが増えたが、借形語が依然として一番多い、②音訳語が以前より徐々に増えている、③日本語由来の形態素（接頭辞と接尾辞等）の生産力が高いことがわかった。意味レベルにおいては、「暴走」を例に日源新詞の受容状況を考察した結果、日本語が中国語に輸入されるときには、意味範囲の拡大/縮小、意味のプラス/マイナスの変化、意味の派生、そして意

10

味の転換等の変容が観察された、②漢字が語彙の意味理解へ影響をもたらすことがわかった。

これからの課題としては、「日源新詞」の類別ごとの分析（中国語に同義語がある語彙とない語彙）や、言語外的要因（中国語母語話者の社会的属性）が「日源新詞」の受容に与える影響をさらに詳しく分析することなどを考えている。

参考文献

文献

荒川清秀

2012「中国における外来語受容の歴史的・地域的変異」『外来語研究の新展開』おうふう

陣内正敬

2007『外来語の社会言語学 日本語のグローバルな考え方』世界思想社

山田孝雄

1937『国語史 文字篇』刀江書院

丁杨

2010「現代漢語中の日源外来詞研究」[M] 江蘇大学修士論文

金錫永

2011『現代漢語外来詞的社会言語学研究』[D] 復旦大学博士論文

彭広陸

2005「中国語と外来語」『国文学 解釈と鑑賞』第70巻1号 至文堂

2013「中国語の新語に見られる日本語からの借用語」『日本語学』32 13-11 明治書院

沈国威

1994『近代日中語彙交流史』笠間書院

史有為

2000『漢語外来詞』商務印書館

王大阔

2014「日语ACG亚文化流行语研究」[M] 東北師範大学修士論文

谢静怡

2012「日源外来词新词语特征」[M] 燕山大学修士論文

辞書

『デジタル版イミダス2016』2005 集英社

『スーパー大辞林』（第三版）2010 三省堂

『超級クラウン中日辞典』2010 三省堂

『現代汉语词典』（第六版）2012 商務印書館

『デジタル大辞泉』（第二版）2012 小学館

『100年漢語新詞新語大辞典』2014 上海辞書出版社

『新世紀新詞語大辞典』2015 上海辞書出版社

参考サイト

現代日本語書き言葉均衡コーパス：

http://www.kotonoha.gr.jp/shonagon/search_form

実用日本語表現辞典（Weblio）：

<http://www.practical-japanese.com>

人民日報図文コーパス：

<http://58.68.146.102/rmrb/20170124/1?code=2>

読秀コーパス：

<http://www.duxiu.com/showyou.jsp?o=1>

ニコニコ大百科：<http://dic.nicovideo.jp>

ヤフー：<http://www.yahoo.co.jp>

Wikipedia：

<https://ja.wikipedia.org/wiki/メインページ>

張 曉娜（チョウ ギョウナ）

中国山東省臨沂市生まれ。鹿児島市在住。鹿児島大学大学院人文社会科学研究科人間環境文化論専攻修了。

中国湖北省における少数民族観光

—恩施土家族苗族自治州の事例を中心に—

人文社会科学研究科 地域政策科学専攻 文化政策コース1年
龔 卿民

目次

- I. はじめに
- II. 中国における観光化と少数民族観光
 - 2.1 中国の観光化の歴史と現状
 - 2.2 中国の少数民族観光の歴史と現状
- III. 湖北省恩施州における観光化と少数民族観光
 - 3.1 湖北省の観光化の歴史と現状
 - 3.2 湖北省の少数民族観光の事例
 - 3.3 考察
- IV. おわりに

I. はじめに

中国の観光業は、1970年代末期の「改革開放」実施以降、急激な発展をみた。周星によると、中国の観光業の顕著な発展の要因として、1つは政府、もう1つは市場を挙げる〔周2001：186〕。一方、中国の少数民族観光においても、1980年代後半から、地元の文化的な資源を掘り起こし、「民族風情」を主題とする民族観光が次々と現れてきた。これまで社会主義国家建設への障害とみなされた少数民族の伝統文化は、再評価の方向へと転換し、各地で少数民族文化の復興が動き始めた。

少数民族観光の歴史背景とその影響について、瀬川昌久は、次のように述べている。「1970年代末の改革・開放政策の開始以降、中国の民族政策は新たな展開をみることとなった。「伝統的」な文物に対する負の評価が見直されていく中で、少数民族の「固有」文化や社会慣習の再評価の動きも現れるようになった。（中

略）多くは後発的辺境地域に居住している少数民族の地方幹部たちが、観光開発というものを自分らの経済的發展のための重要な戦略の一つとして据えたことによるものである。もちろん、経済的動機のみが全てであったわけではなく、民族文化全体の再評価、民族的アイデンティティ確立そのものへの欲求に根ざすものであったことは疑いない」〔瀬川2003：87〕。

また、中国の少数民族が多く分布している雲南省や貴州省などの辺境地域では、1980年代から少数民族観光の先進地として観光産業が発展してきた。日本や中国の少数民族観光に関する研究の多くは、これらの地域とその少数民族を研究対象として行われている。

孫潔は少数民族地域の雲南省紅河ハニ族イ族自治州元陽県の一つの村を事例としてとりあげ、地方政府による観光開発の実態と地元民の対応の実践を包括的に明らかにした。孫によると、元陽県における観光開発状況については、まず「ハニ族の文化伝統の象徴として「蘑菇房」（ハニ族の伝統的な建築スタイルで、マッシュルーム型のハウス）の改築から始まった」〔孫2012：56〕。また、「菁口村においては、新しく導入されてきた観光開発により、ある程度まで村民の人々に利益を与えてきたことは明らかな事実である」〔孫2012：59〕。さらに、「菁口村では、実は観光業を生計として営んでいる村民は一部分しか限られていない。観光業に参加できる人々は、他の村民より経済的・文化的な優れた能力を持ち合わせる。しかしながら、菁口村においては、観光業の展開について、そのような経済的、技能的な能力を持たなかったのに、観光業による生計を立てている村民が現れてきた」〔孫2012：61〕。

須藤廣（2013）は雲南省のナシ族の事例をあげ、中国少数民族の観光と文化の関係について論じた。「中国・雲南省、麗江で見た少数民族納西族の観光化の姿は、政府（主に地方政府）の主導のもと、かなり強引に観光へと包摂されるものであった。麗江の事例の場合、少なくとも故城に住んでいた少数民族は経済的恩恵を受けている。しかしながら、彼らの『生活』文化のほとんどは、彼らの住居、あるいは観光そのものから排除されている。主に演じているのも彼ら自身ではない」〔須藤2013：53〕。

また、緒川弘孝によれば、貴州省の少数民族村では、文化資源が観光客を集め、観光発展が文化資源の維持・伝承に役立つという良循環が成立している〔緒川2010：95〕、また、貴州省の今後の観光傾向は、周辺地域雲南省などの観光地とは競合関係ではなく、提携的な関係と述べる〔緒川2010：197〕。

次に、国家の観光政策と少数民族観光化との関係について、瀬川は、「伝統文化」の復権、再編そして創出は、国家の政策の枠内である程度まで意図的・選択的に行われきたと述べる〔瀬川2003：97〕。また、瀬川は、観光開発による少数民族の文化や社会の深い影響があるとして、次のように指摘している。すなわち「観光化によって『民族意識』の高揚が生じる一方、自分たちだけで行う祭りから見せる祭りへの移行によって民族文化が再編されているのである。（中略）そしてさらに、エスニック観光の目玉となるような民族節日のいくつかを新しく創出したり、観光客受けするような民族衣装や民族芸能を普及させる動きがみられた」〔瀬川2003：95〕。

観光化が少数民族地域の地域経済に与える影響について、横山廣子は、雲南省大理市の事例から、「近年の大理盆地の農村は著しい経済発展を遂げてきた。その中であって、とくに84年以降の観光業の発展が経済全体に対して少なからぬ影響を及ぼしている」〔横山2004：184〕と指摘する。

以上で述べるように、近年、中国の他の地域でも、少数民族観光を推進している地域が増えてきているが〔林2011、李2013など〕、それらの地域に対する研究は辺境地域の雲南省や貴州省などと比べて少ない。

その他、土家族など、漢族と長期間生活を共にして

いる少数民族の多くは漢族文化の影響を受け、「漢化」の度合いが大きい、少数民族観光がブーム化するなかで少数民族それぞれの民族文化の位置づけを明らかにする研究は少ない〔高山2007、山路2002など〕。

また、観光化あるいは観光の産業化の進行の度合いは、国家の様々な政策によって刻々と変化しており、民族観光の現状をよりよく理解するためには過去から現在までの変遷を把握しておくことが必要である〔兼重2008：134〕。

そこで、本稿は、建国以降の中国と湖北省の観光化の経緯を明らかにし、とりわけ少数民族文化を観光資源化してきた過程を示す。また、その観光化の中で、湖北省の恩施土家族苗族自治州を事例として、その民族観光の1つの類型である民族テーマパークを取り上げ、現在の湖北省恩施の少数民族観光の現状と課題を明らかにする。

Ⅱ．中国における観光化と少数民族観光

2.1 中国の観光化の歴史と現状

中国建国以降、観光業は国家の政治宣伝と国際交流の手段として、政府が指定する限られた地域で行われた。「建国後の20年も続いた東西冷戦と、10年間の文化大革命による鎖国の間、中国の国際観光は政府の外交事業の一部として中央政府の管轄下にあった」〔曾ほか1995：30〕。1949年に成立した「華僑服務社」および1954年成立の「中国国際旅行社」が中国の観光産業の始まりと言われる。当時、それらは主に海外華僑を対象として、帰国訪問や観光などに関するものだった。その後、1964年に、「中国旅遊事業管理局」¹が成立し、一時的に国際観光の発展をみたが、1966年の「文化大革命」から1978年の「改革開放」まで、中国の国際観光は一旦中止状態に置かれた。

その後、1978年に中国政府が全国規模で「改革開放」政策を打ち出し、国家の経済、文化などが急激に発展する一方で、「改革開放」は中国の観光業にとっても重要な機会であった。「1978年の改革開放政策以降、国家の経済発展を推進する資金調達的手段として、国

1 中国国務院の管轄下に設置され、1998年に中国国家旅遊局に改名された中国全国（国内外）の観光業の部門である。

際観光の振興を図り、国際水準のホテルやショッピング・センターの建設、交通網の拡大整備、観光施設のサービスや運営など、包括的な観光開発に努めてきた」[国松ほか2005：4]。また、1982年に「中華人民共和国外国人入境管理規定」で第1回の対外開放都市が発表され、29の沿岸大都市が「完全開放都市」として指定された。その後、開放都市がさらに増加している。また、1984年には、政府が新しい旅行資源の開発や、国際・国内観光の同時重視、地方や個人の観光への投資の重視、企業経営への転換などを含む改革案を打ち出し、さらに、旅行社やホテルなど観光サービス業が行政機関から切り離され、独立の企業となった[曾ほか1995：30]。

1990年代に入ると、中国観光業は急激な発展を見た。中国国家旅遊局が1992年以降、全国の観光化を促進するため、毎年の観光テーマとキャッチフレーズを提示している²。また、1995年から、国は、祝日などの時期に、3連休やゴールデンウィークなどの連休制度を導入した。さらに、1998年の「中央経済工作会议」で、観光産業を国民経済の新たな成長スポットとして提出したことや、「中共中央関与制定国民经济和社会发展「九五」計画と2010年遠景目標的建議」という中央政策と、「第8回全国人民代表大会」の会議の結果により、中国はこれ以降の15年間に第三次産業を中心とした発展を目指し、とりわけ観光産業を重要産業として発展させることになっている³。こうして、中国の観光産業は、従来の国家による政治宣伝や国際交流の手段としてだけでなく、国家の重要な経済産業として新たに位置づけられ、また、国民統合の促進と安定の手段として注目されている。さらに、政府の「5カ年計画」⁴による国家経済の発展政策とともに、国民の生活レベルの向上と国民の消費観念の変容によって、第三次産業が国内総生産に占める割合も大きくなっていて、観光に関する産業値も増えている⁵。

一方、中国における観光は、多様な観光の形をとる

ようになり、中でも1980年以降始まった少数民族観光が中国の少数民族地域の発展にとって重要性を増し、「国家が今最も注目しているのが辺境少数民族地域における観光資源の開発」なのである[曾2001：88]。

2.2 中国の少数民族観光の歴史と現状

民族観光とは、「土着の人々自身、およびその生活習慣、芸能、建築、服飾、工芸品などの文化的エキゾティシズムを主要なアトラクションとする観光活動の主要な形態の一つ」を意味する[前田1998：96]。また、中国における民族観光は、中国語で「民族旅遊」や「民族風情遊」と呼ばれるように、少数民族の風俗習慣を対象とした観光類型である。中国の少数民族観光は、「改革開放」以降に始まった。1978年以降の「改革開放」路線は、歴史文化と愛国主義を新しい関係へ導いた。こうしてそして、すべての少数民族地域においてというわけではなく、最初にいくつかの特定の辺境の少数民族地域で観光開発が行われた。国家旅遊局は1995年に少数民族観光を中心テーマに据えて、その年の観光キャンペーンを「民族風情遊」(民族観光)、「中国：56個民族的家」(中国には56民族があり、56民族観光をしよう)、「衆多的民族、特異的風情」(中国には民族が多く、独特な民族観光)として打ち出し、全国的な少数民族観光が展開された。そこには、「地域格差の縮小と国民形成の促進が意図されていた」[曾2001：88]。

また、少数民族観光の発展の重要な特徴は、「少数民族地域の観光業には、全国に比べ、1つの特徴が見られる。観光客のなかで、国内観光客が圧倒的に多いということである。漢族の地域より、国内の観光客—その大半は当然漢族—がよく少数民族地域へ行く」[王2005：159]。その理由として、「外国へ旅行する政治的・経済的環境がまだ完全に整っていないせい、少数民族地域は漢族の観光客に人気が高い。その秘密は、美しい風景、汚染のない空気、昔のたたずまいを残した建築、そして純朴な気風が、漢族観光客の郷愁を誘っていることである」と指摘している[王2005：159]。それに、少数民族観光では、少数民族の人々が経済面での収入の増加と生活環境の改善が期待できるうえに、自文化に対する再認識ができ、民族アイデンティ

2 中華人民共和国国家旅遊局ホームページ<http://www.cnta.gov.cn>より(2016年12月1日参照)。

3 中華人民共和国中央人民政府ホームページ<http://www.gov.cn>より(2016年12月参照)。

4 中国の国民経済を発展するため実施している国家政策である。つまり、5年を一段階として、経済をテーマとして発展目標を出し、発展計画を作成する

5 注3を参照。

ティーの強化や高揚につながると考えられている。即ち、中国少数民族観光の発展は、国家政策に基づいて、漢族などの観光消費の需要の高まりと少数民族自身の発展の必要性に基づいているのである。また、中国少数民族観光のタイプについて、「中国政府は、少数民族の多様な文化を観光資源として活用することを奨励している。そのため、少数民族地域の各地で「民族文化村」ができています」という「曾ほか1995：300」。また、民族観光村の他には、民族テーマパークと民族イベントがある。

前述のように、中国の少数民族観光地の先進地としてあげられるのは、1980年代後期から少数民族観光を展開してきた雲南省と貴州省である。雲南省は、少数民族が数多く分布しているので、民族文化が多様である。その地域の少数民族は漢族からの影響の度合いが他の地域よりも小さく、少数民族文化が比較的良好に伝承されている。また、辺境の地としても、国内外から多くの観光客を集めている。その上、「雲南省の観光開発においては、亜熱帯の風物や少数民族の伝統文化など、雲南省の「風景」を構成する諸要素にそれぞれ付加価値をみとめ、最大限に活用しようとしている。また、「風景」の創出・再生産においては、少数民族出身の知識人や民族幹部が重要な役割を果たしている」[曾ほか1995：300]。他方、貴州省の少数民族観光の特徴については、雲南省と同じく、少数民族が多く分布することと、少数民族文化の多様性と「純粋性」の上に、「少数民族が実際に生活する村や祭りをする場所が観光スポットになっている」[曾2001：90]。また、「ここでも民族エリートが観光開発において重要な役割を果たしていて、貴州及び少数民族の地位向上に貢献している」[曾2001：102] のである。

一方、近年始まった湖北省の少数民族地域における民族観光開発においては、雲南省などの観光経験をふまえた上で、少数民族観光の新しい試みが行われている。

Ⅲ. 湖北省恩施州における観光化と少数民族観光

3.1 湖北省の観光化の歴史と現状

湖北省の観光は中国全体の観光の発展とともに展開してきている。他方、湖北省は国家の「5ヵ年計画」

や「中部崛起」⁶などの政策によって、地域の現状をふまえた独自の観光化を展開している。省内には多くの名勝古跡と自然の観光資源があるため、「文化観光」を中心として観光化を進めているほか、近年、「生態文化観光」（エコツアー）と「鄉村観光」（農村観光）にも力を入れている。また、湖北省の観光内容や観光インフラ施設の整備がますます充実しつつある。2014年12月の時点で、中国全体で国家5A級（最高ランク）の観光地は186件あるが、その中で湖北省のものが9件あり、全国第5位に位置する。同様に、湖北省には星級（高いランク）ホテルが569軒、観光会社が1,056社ある。また、観光客数と観光収入も増えている。湖北省統計局によると、2015年に、湖北省の観光客数は約5,098億人、観光収入は約4,309億元であった。2014年の観光統計に比べて、観光客数は約13%、観光収入は約15%増えている⁷。

2010年の「湖北省旅遊工作會議」により、「湖北省観光業発展の『十一五』⁸旅遊業発展計画綱要」（「湖北省第11次5ヵ年計画」）が提示された。この計画によると、11次5ヵ年計画の期間内に、「一江（長江三峡）両山（武当山、神農架）」の生態文化観光と武漢の都市観光を持続発展させ、宜昌市と襄樊市の観光化を推進し、全省内に十堰武当山鎮など10か所の観光町を創設することになった。また、計画は、「紅色観光」（中国共産党の戦争遺跡などの観光）と恩施州の民族生態観光に着目し、恩施州内の自然環境と少数民族文化を観光開発することになった。

2014年の「湖北省旅遊業発展『十二五』⁹計画綱要」（「湖北省観光業発展の第12次5ヵ年計画」）では、第12次5ヵ年計画期間内の「二四六八十」¹⁰の観光計画を提出した。特に、その中には、「武漢都市観光圏と鄂¹¹西生態文化観光圏」¹²を観光の中心として発展させ、他の観光地の観光開発も努力する。また、「恩施州の土家族と苗族の観光資源を利用して、鄂西¹³地域

6 湖北省を含めている中国の中部6省にたいして制定した発展政策。

7 湖北省統計局ホームページ：<http://www.hubeitour.gov.cn/a/2016/03/19743/>より（2016年12月22日参照）。

8 第11次五年計画政策。

9 第12次五年計画政策。

10 二：2つの観光集中地、四：4つの交通の要所、六：6つの観光発展の方向、八：8つの観光発展のモデル地区、十：10の観光ルート。

11 湖北省の略称。

12 武漢を中心とした都市観光と、恩施を中心とした文化観光。

の民俗生態文化観光を促進する」という政策が示され、実施に移されている。

また、近年、湖北省は海外華人市場と台湾市場に注目し、外国人観光客に対して観光PRを盛んに展開している。例えば、湖北省は2015年1月にシンガポールで「湖北観光シンガポール宣伝連合」を立ち上げ、「恩施+長江三峡」、「恩施+神農架」など一週間程度の観光プランを多数売り出した¹⁴。また、2016年に、「知音湖北、楚楚動人」（湖北省には美しい景色がある）の宣伝用語を作り、「第十二次海峡観光博覧会」で、台湾地域との観光交流を促進している。

湖北省には53の少数民族があり、少数民族の人口は283万人で、同省総人口の約4.7%であり、その中で土家族は約218万人と、少数民族としての人口が一番多い¹⁵。また、湖北省には、1つの少数民族自治州（恩施土家族苗族自治州）と2つの少数民族自治県（長陽土家族自治県、五峰土家族自治県）、10個の少数民族郷（松滋市卸甲坪土家族郷、宜都市潘家湾土家族郷、神農架下谷坪土家族郷など）と10個の少数民族村（鶴峰県三家台モンゴル族村など）が存在する。湖北省の民族自治地域の面積は3万km²で、全省面積の1/6を占める。そして、湖北省の少数民族観光と言えば、それは、土家族の民族観光であり、恩施地域の少数民族観光のことである。

現在、湖北省と恩施地域は、少数民族文化を観光資源として開発し、地域経済の発展を目指しているところである。また、恩施州は少数民族自治州として、少数民族文化に関する保護や伝承、宣伝することが、地域の少数民族の発展にとって重要なこととされる。また、恩施地域にとっても、少数民族文化は、文化的にも観光産業的にも重要であり、また、その地域の少数民族文化のなかで、観光資源として最も多く利用されているのは、土家族の文化である。

以下では、湖北省の少数民族観光の例として、恩施州の民族テーマパーク「土家女兒城」の事例をみていきたい。

3.2 湖北省の少数民族観光の事例

湖北省の南部に位置する恩施土家族苗族自治州は、中国国務院により、1983年8月19日に成立した¹⁶。湖北省の西南部に位置し、省内で唯一の少数民族自治州である。人口は約403万人（2015年）、面積は24,111km²である。恩施州は8県市¹⁷からなり、州内の漢族以外の多くは土家族と苗族の出身である。

恩施州では、自然観光と史跡観光を展開する一方、他の地域と異なる点は、少数民族観光を地域観光の目玉にしていることである。他方、恩施州は、従来から農業を重要な産業としてきた。近年、全国的な観光ブームにより、恩施州では住民生活の向上、地域経済の発展と産業の転換、つまり、「農業都市」から「観光都市」への転換を目指して観光化を推進している。そのため、恩施州では現在、多くの観光内容が提供され、なかでも、少数民族観光が観光化の重要な目玉となುತ್ತある。

恩施州の観光資源としては、まず、州内の恵まれた自然資源がある。恩施州は湖北省の西南部に位置し、かつて交通が不便であったことや山間部が多い地理的環境から、今でも農業が重要な生業となっているため、自然環境が比較的によく保全されている。次に、土家族と苗族などの少数民族が存在することから、少数民族の文化資源が豊かである。最後に、近年、恩施州の観光インフラ整備が進み、恩施への交通の利便性が改善されてきた（表1参照）。

恩施州統計局¹⁸の「2015年恩施州国民経済と社会発展統計公報」によると、州全体の2015年の年間観光客数は約3,700万人、観光産業による経済収入が2,492億元であった。また、2015年現在、州内のAAAAA級¹⁹観光地が2件、AAAA級観光地が14件、三つ星級²⁰以上のホテルは46軒で、旅行社²¹74社であった（表2参照）。

13 かつての恩施土家族自治州の略称。

14 湖北省統計局ホームページ：<http://www.hubeitour.gov.cn/a/2016/02/19622/>より（2016年12月22日参照）。

15 湖北省政府ホームページ：<http://www.hubei.gov.cn>より（2016年8月30日参照）。

16 成立する際の名称は、鄂西土家族苗族自治州であった。1993年4月4日に今の名称に改名した。

17 恩施州には恩施市、利川市と建始県、巴東県、宣恩県、咸豐県、来鳳県、鶴峰県の合計2市6県。

18 中国の政府行政部門の1つであり、主にデータ統計を中心とした業務を行う。

19 中国の国家旅遊局の審査委員会による一種の観光地評価基準である。つまり、観光地は観光資源の等級、安全性、交通利便性など方面から、「A、AA、AAA、AAAA、AAAAA」の5つの等級に分けられている。

恩施市は恩施州の中心都市で、人口数は約74万人（2010年）、面積は3,995km²である。市内には、「土家女兒城」や「恩施土司城」²²と呼ばれる民族文化観光地があり、また市外に、「恩施大峡谷」や「梭布垭石林」などの自然観光地もある。その他、商業施設の「硒都茶城」と現在建設中の「施南古城」等の有名な商業観光地がある。恩施市にこうした観光施設が造られ始めたのは、2010年代初期のことである。

表1 恩施州への交通手段

交通手段	具体的内容
鉄 道	一般列車（ほぼ全国の軌道とつながっている）、高铁 ²³ （主に北京、広州、重慶、成都、青島へ到達）、動車 ²⁴ （主に武漢、重慶、成都、アモイ、福州、南昌、鄭州へ到達）。
航 空	6つの都市（北京、広州、杭州、上海、武漢、西安）と直便がある。
道 路	高速道路（滬渝、漢宜、漢蔡）、国道（G207、G318、G316）と省道（S211、S107、S323）。

出典：2016年恩施市旅遊局が提供した統計を元に筆者作成。

表2 2012年の恩施州内の国家Aおよび以上の観光地

国家観光地レベル	観光地
AA	利川玉龍洞景区、鶴峰湘鄂辺蘇区鶴峰烈士陵園、利川市福宝山生態綜合開發区、来鳳龍嘴峡景区、利川市朝陽洞景区、利川大水井古建筑群
AAA	恩施土司城、恩施龍麟宮景区、恩施梭布垭風景区
AAAA	巴東神農溪景区、恩施土家族苗族自治州利川騰龍洞風景旅遊区

出典：湖北省観光局ホームページ
<http://www.hubeitour.gov.cn>（2016年11月28日参照）より筆者作成

「土家女兒城」（図1）は恩施州内または湖北省内の代表的な少数民族テーマパークとして、近年の少数

民族観光ブームの話題の観光地である。また、「土家女兒城」は湖北省で、土家族文化を中心とした民族観光を行っている観光地である。以上の二つの理由から、「土家女兒城」を調査地として選んだ。



図1「土家女兒城」の入り口 2016年9月筆者撮影



図2「土家女兒城」の宣伝広告 2016年9月筆者撮影

20 中国の国家や省の旅遊局の審査委員会の『中華人民共和國星級酒店評定標準』による一種のホテルの評価基準である。つまり、ホテルは、施設、サービスなどの面から、黄金☆の印で5つの等級に分けられている。

21 旅行代理店。

22 恩施市内の文化観光地である。かつての土司の城を復元した建築群である。

23 高速動車組旅客列車、平均スピードが時速300km以上である。Gが表示の記号。

24 動車組旅客列車、平均スピードが時速200km以内である。Dが表示の記号。

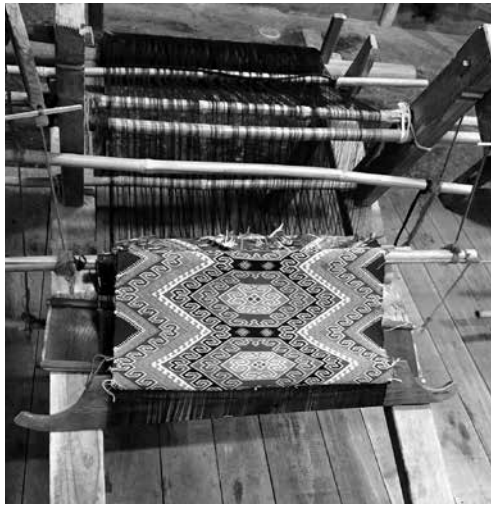


図3 土家族織物の展示 2016年9月筆者撮影



図4 特産品の売店 2016年9月筆者撮影

「土家女兒城」は湖北省恩施市の七里坪に位置する。恩施市内から車で20分の距離にあり、総面積は約67万km²である。2012年に恩施市華碩集团会社によって建設され、2013年10月に営業が始まった民族テーマパークである。「土家女兒城」が土家族の文化、特に恩施地域の習俗の一つ「女兒会」をメインにしたテーマパークであり、国家旅遊局が指定した国家AAAA級旅遊景区²⁵である（表5参照）。その観光の宣伝文句（図2）は、「相親之都、恋愛之城」（お見合いの都、恋愛の城）や、また、「世間男子不二心、天下女兒第一城」（世の男子は愛情に忠実で、世界で一番大切な女性の城）であり、「土家女兒城」のイベントや観光活動は

土家族の婚姻習俗を中心として行われている。2013年10月に営業が始まって以来、恩施州また湖北省で話題の少数民族観光地になっている。また、恩施市政府は、「女兒会」など恩施の伝統的民族文化を保存、伝承する一方、地域の民族文化をアピールするため、地域の重要な観光施設として、「土家女兒城」の建立に協力した。また、「土家女兒城」には、土家族の食文化（おもち作り、恩施玉露茶作りなど）、建築文化（吊脚楼）などが展示されているほか（図3、4）、民族文化の観光演劇が毎日行われている（表4参照）。さらに、観光地には「土家民俗博物館」が設置され、その中には土家族に関する歴史や民俗道具などが展示されている（表4参照）。

また、「土家女兒城」では、恩施州内各地域の民族文化、特に踊りや歌などができる民間芸能人を集め、彼らを観光専門のスタッフとして採用し、歌や演劇などが毎日行われている（表5参照）。

「土家女兒城」は地域政府と観光会社の共同の観光地である。つまり、観光会社が出資し、地域政府が土地など政策面で協力するという形である。観光会社の管理人Hさんと地域政府観光課のYさんの話から、「土家女兒城」は「女兒会」に基づいて建設した民族テーマパークということであり、地域政府が地域の宣伝や観光業と、経済の発展を目的に、また、観光会社が観光地の宣伝や会社の発展を目的に、両方の利益が一致したことで、「土家女兒城」のような観光地が出現した。現在、漢族とほぼ同じ生活をしている土家族の人々にとって、「土家女兒城」で展示されている土家族の文化から、自分たちの民族文化についての再認識や新たな学び、民族アイデンティティの強化などの効果が期待される。また、観光地内の「恩施非物質文化遺産傳承展演基地」²⁶からも、土家族の文化傳承に関し

てある程度の教育的効果があると思われる。

他方、地域の人々にとって、「土家女兒城」は観光地としての利用だけでなく、市民の休暇・娯楽地として、また、文化・商業の中心地にもなっている。営業開始から、ちょうど3年が経過したが、毎年旧暦7月の「女兒会」が一番重要な観光イベントとなっている。

25 これは中国の国家旅遊局の審査委員会による一種の観光地評価基準である。つまり、観光地は、観光資源の等級、安全性、交通利便性など方面から、「A, AA, AAA, AAAA, AAAAA」の5つの等級に分けられている。

26 恩施無形文化財の展示、保護施設。

「土家女兒城」の観光業は、恩施地域の人が多く、周辺地域の同業者の流入が少ないという状況で、近年ますます発展している。民族テーマパークの開始が2013年というのは、中国国内でみれば遅い方だと思われるが、これから民族観光を発展させようとしている恩施にとっては、他の既に成熟した少数民族観光の事例が参考になる。

表3 「土家女兒城」内の重要施設

観光施設名称	利用内容
広 場	女兒会広場（「女兒会」と民族舞踊など活動の開催）、婚慶広場（「女兒会」と結婚式やそのほかの活動の開催）
文化創意園	盛銘戈文化传媒会社（民族歌と舞踊の芸術団体）、好又多電子商務会社、新北辰夢工場など文化産業の会社
休閒娛樂中心	植物園、水上樂園、ジムや体育館など
女兒大劇院（1000人席）	民族劇などの公演
相親長廊（800メートル）	主に「女兒会」の時に使用
展示館	土家族民俗文化博物館、恩施州晒文化と晒産品綜合展示庁、恩施非物質文化遺産傳承展演基地
その他	芸術ホテル（1000人席、食事用）、土家民俗風情ホテル（500人、宿泊用）、会務中心（400人、会議など）、店舗（約300件、物品販売）、レストラン（20件、土家族料理を中心に）、屋台（30件、地域の特産食品を中心に）

出典：2016年9月に「土家女兒城」の管理人Hさんが提供した資料を元に筆者作成。

表4 「土家女兒城」での観光演劇

時間	演出場所	演出内容	演出者
毎日午前中：10:30～11:00	広場と「土家民俗博物館」	土家族の結婚式、婚姻習俗の「哭嫁」など	観光地の民族文化演出者
毎日午後：17:30～18:00	同上	同上	同上
毎日夜：20:00～20:30	同上	民族舞踊	観光地の民族文化演出者（観光客も参加する）
毎日夜：20:30～21:00	広場の舞台	民族舞台劇	観光地の民族文化演出者

出典：2016年9月の現地調査資料を元に筆者作成。

表5 「土家民俗博物館」における施設と展示内容

施設項目	展示内容
本 館	「土司」制度の紹介、農業道具など生活道具の展示、建築文化の展示、食文化の展示、民族歌などの展示
別 館	婚姻習俗の展示、結婚式の演劇を毎日2回公演
「西蘭卡普」展示館	織物の展示
地域物産店	特産品（農産品、織物）の販売

出典：2016年9月の現地調査資料を元に筆者作成。



図5 2014年「女兒会」の活動現場 2014年8月筆者撮影



図6 2014年「女兒会」現場 2014年8月筆者撮影

ここで、「女兒会」（図6、7）について紹介する。「女兒会」は恩施市、宣恩県と鶴峰県との3地域で、毎年旧暦7月12日に祝日として行われた。その日、未婚の若者は綺麗な服を着て地域の市場に行き、歌合戦で好きな相手を探す。また既婚の婦女は結婚前の恋人と会うことができ、その他の人々は土産品を持ちより、市場で販売活動を行う。未婚の若者は「女兒会」で好きな人を見つけた後、結婚に至る場合もある〔廖ほか2013：30〕。

表6 「女兒会」の発展年表

時期区分	行政区分	時期段階	主な活動関連事項
建国以降	郷の政府	建国以降～「文化大革命」 「文化大革命」 「改革開放」以降	「物資交流会」として、2回開催した 禁止 お見合い会、地域特産品の交流会、民族歌や舞踊など演劇会
1995年以降	湖北省政府と恩施市政府	1995年～1999年	恩施市民族路で「'95湖北民俗風情遊覧恩施土家族女兒会活動」と命名され、地域特産品の交流会を中心として行い、40名の青年男女が民族衣装を着て民族舞踊や土家族の婚姻式を演じた。
	恩施市政府と観光会社	2000年～2013年	恩施市観光地（「梭布垭石林」など）や市内で開催され、民族舞踊と民族歌を演じた。また、歌垣でお見合い場面を演じ、地域の人々や観光客もお見合い活動に参加した。
	恩施市政府と観光会社	2014年～現在	同上。そのほかに、地域特産品の交流会をした。

出典：2016年8月恩施市旅遊局が提供した統計を元に筆者作成。

次に、中国建国以降の「女兒会」の観光開発過程について見ていこう（表6、7参照）。

表7 「土家女兒城」で開催された「女兒会」

開催時間	テーマ	重要活動
2014年8月3日～10日まで	東方情人節・土家女兒会（土家族女兒会は東方のパレンタインダーである）	お見合い大会、民族歌などの演出、地域特産交流会など
2015年8月1日～8日まで	趕場相親女兒会（市場に行って、女兒会に参加しよう）	お見合い大会、民族歌などの演出、地域特産交流会、美人コンテストなど
2016年8月9日～14日	恋上梭布垭・愛在女兒会（梭布垭風景区で女兒会のお見合いに参加しよう）	お見合い大会、民族歌などの演出、地域特産交流会、美人コンテストなど

出典：2014年8月、2015年8月と2016年9月の現地調査資料を元に筆者作成。

要するに、かつての「女兒会」は恩施自治州の恩施市、宣恩県と鶴峰県の農村部地域の祝日である。湖北省政府と恩施市政府は、1995年から「女兒会」を正式に、地域発展の重要な民族文化の観光資源として観光化し、「女兒会」も土家族全体の民族文化に変え、開催場所も恩施市内へ移動した。その後は、毎年恩施州内の観光地と恩施市内で開催することになった。

その後、地域の人々だけではなく、他の民族の人々や観光客も「女兒会」に参加するようになった。参加

方法も、以前は直接現場でしか参加できなかったが、現在はインターネットや職場で申し込むこともできる。しかし、参加者の人数が多くなる一方、「女兒会」で恋愛または結婚に至る人はそこまで増えてはいない。

「歌垣による愛情表現」は「女兒会」での特別なお見合い方法であり、また、土産品の販売も「女兒会」の重要な部分である。現在、観光地で開催される「女兒会」では、お見合いが一種のゲームとして行われている。その他、土家族の民族文化（食文化、服飾文化など）の展示と地域宣伝（自然観光など）、地域の特産品（茶、蜂蜜、織物など）の物品交流会などの活動内容があり、交流展示が現在の「女兒会」の大きな目的になっている。

そして、2014年8月に「土家女兒城」が「女兒会」の開催場所となって以来、これまで3回開催されてきた。また、「女兒会」に基づいて建設されたテーマパーク「土家女兒城」は、毎年「女兒会」の開催期間以外では、土家族の婚姻文化の観光も宣伝にもなっている。「女兒会」に関する宣伝も多く、方法（インターネット、舞台劇、TVなど）を通して行われている。また、「土家女兒城」では、土家族に関する文化展示を行い、特に土家族の婚姻文化全般の観光化のほかに、「女兒会」を最も重要な民族文化として観光化している。毎年「女兒会」の開催期間中の観光客数も、売店の

売り上げも恩施州「土家女兒城」が最も大きい。

3.3 考察

まず、中国における観光化の特徴は何か。中国における観光化は建国以降に始まったが、実際に発展するのは1978年以降である。1978年の「改革開放」路線への転換以前には、「国際的には冷戦状態で、国内的には政治不安定といった社会環境のもとに観光事業のみならず、すべての分野が政治優先の原則に基づいて行われていた」[李1997：87-88]。そのため、観光事業も、主に、国家宣伝や政治交流を重要な目的とした。しかし、1978年以降、国家の重要な経済産業として急速に成長し、国内外の文化交流の重要な手段として発展してきた。

次に、中国における観光の中身は何か。中国の観光においては、海外からの観光客の興味や関心とも大きく関係して、「圧倒的に自然景観を見る環境観光と名所旧跡・遺跡を訪ねる歴史観光が多い」[曾2001：90]。広大な面積、複雑な文化、地域の独自性を誇る中国では、国家全体として観光化を展開する一方、それぞれの地方においても観光化が盛んに推進されてきた。近年、中国国内の観光客の数とその観光消費が急速に増えるなかで、新しく「文化観光」と称される少数民族観光なども、特に雲南省や貴州省など中国南部諸地域を中心に発展してきた。湖北省においても、国家の観光政策のもとで、地域の実情を踏まえて、「文化観光」を中心とした独自の観光を展開している。湖北省の南部に位置する恩施州では、自然観光と史跡観光を展開する一方、少数民族の文化観光を地域観光の目玉にしている。

では、湖北省の少数民族観光の特徴は何か。それは、少数民族のテーマパークによる文化観光である。それはまた、土家族の民族観光であり、恩施地域の少数民族観光のことである。土家族と苗族が多く存在する恩施州では、土家族の恋愛習俗である「女兒会」に着目して土家族全体の民族文化の1つとして観光化し、州内に「土家女兒城」と呼ばれる民族テーマパークを造って、この地域の祝日にもなっている「女兒会」を「東方のバレンタインデー」（東方情人節・土家女兒会）と称して盛大なイベントに仕立て上げた。

最後に、恩施地域の少数民族観光にはどのような課題があるのか。この点に関してはいくつかの問題点が指摘される。

第一に、土家族のテーマパークである「土家女兒城」が政府主導のものであるということだ。これは、1995年以来政府により展開されてきた地域文化の観光化という流れをくむものであり、2013年に州政府と地域観光業者が一緒になって、「女兒会」という婚姻習俗を基に建設したものである。地方政府が観光事業を積極的に展開した背景には困難な地方財政というものがあった[周2001：188]。「土家女兒城」が一定の成功を収めたことから、恩施地域の別の観光事業者によって、新たに「施南古城」や「中華男兒城」²⁷というテーマパークも次々と建立された。

第二に、恩施地域の少数民族観光を展開する中で、「漢族」との違いが意識されるようになったことである。恩施州の土家族と苗族等の少数民族は長期にわたって漢族と生活を共にしてきたことから、特に土家族は漢族から強く影響を受け、民族文化の多くが「漢化」されてきた。「漢族との共通性の認められる「漢化」した少数民族の風俗習慣は、都市住民のノスタルジーを喚起する」[高山2007：146]。そこで、恩施政府は、少数民族観光を展開するに当たって、「女兒会」という土家族の特定の地域に見られた婚姻習俗の一部を、「漢族と違う」土家族独特の「民族風情」のある文化として観光化し利用してきたのである。

第三に、恩施地域の民族テーマパーク「土家女兒城」における「女兒会」の開催や「土家民俗博物館」での土家族文化の展示は、経済効果とともに土家族の民族文化としての宣伝効果をもたらしている。また、高山陽子が指摘するように、「国内観光の発達によって、少数民族自身が、ディスプレイされる自己の「民族風情」をみる機会は確実に増えている」[高山2007：130]。民族観光は、間違いなく土家族の民族意識の覚醒・強化に貢献していると言えるだろう。しかしながら、「女兒会」のような政府による「民族文化の創出」あるいは「土家女兒城」で展示されている「選ばれた民族文化」が、当の土家族の人々に自分たちの「真の」

27 テーマパーク。場所は「土家女兒城」の近くで、現在計画中。

民族文化としてどこまで受け入れられるかは、今後明らかにすべき大きな課題と言える。

Ⅳ. おわりに

中国における観光化の発展は、1978年の「改革開放」路線への転換を境に、それ以前と以後の2つの時期に分けることができる。1949年の建国から「改革開放」までの時期、観光事業は国内的には振るわず、対外的にも国家宣伝や国家外交の政治手段として利用された。1978年の「改革開放」以降、観光事業は、対外的には国際観光による外貨獲得という国家経済発展の重要産業の1つとして発展し、また、国内的には国民の間の文化交流を促進し、国内の巨大な観光消費市場を活用するため、多様な観光政策を全国的に推進してきた。また、中央政府が、政治的安定、地域格差の縮小、少数民族の権利の確保、国家宣伝等のため、多くの少数民族地域で観光化を推進する一方で、少数民族地域の地方政府も少数民族観光を通じた地域振興を展開している。湖北省の観光化も、恩施地域の土家族や苗族を中心に民族テーマパークなどの少数民族文化観光を経済浮揚の重要な手段として積極的に推進している。

しかし、少数民族観光の推進に当たっては、当の少数民族の主体性を置き去りにした政府主導的、選択的なものであるといった問題を孕んでいるが、経済発展が優先される現在の環境において、当の少数民族の側からの不満や批判といったものは聞こえてこないため、このまま進めば、「創られた伝統」の恣意性が増幅していくのではないかという危惧が残る。湖北省恩施州の土家族の少数民族観光の展開は、一方に、観光化による経済発展と、他方に、伝統文化の創造の恣意性や民族のアイデンティティーの覚醒・強化という問題を孕んだものであり、こうした問題は他の少数民族地域でも起こりうる、あるいはすでに起こっているものと推測される。

参考文献

日本語

緒川弘孝

2010「貴州省の民族観光地と観光地ライフサイクル論」『CATS叢書』3, pp.189-201

王柯

2005『多民族国家 中国』岩波新書

兼重努

2008「民族観光の産業化と地元民の対応」愛知大学現代中国学会編『中国21』29, pp.133-160

国松博・鈴木勝

2005『観光大国中国の未来』同友館

須藤廣

2013「妖精たちを消費する—アジアにおける少数民族観光の構造と変容」『北九州市立大学国際論集』3, pp.39-55

瀬川昌久

2003「中国南部におけるエスニック観光と「伝統文化」の再定義」『東北アジア研究』31, pp.85-111

孫潔

2012「中国雲南省元陽県棚田地域における観光開発と地元民の対応」『佛教大学文学論集』96, pp.51-70

曾士才・西澤治彦・瀬川昌久編

1995『中国21』河出書房新社

曾士才

2001「中国における民族観光の創出—貴州省の事例から—」『民族学研究』66, pp.87-105

高山陽子

2007『民族の幻影』東北大学出版会

林梅

2011「観光開発見る村の意思と国家の力—中国東北地域の朝鮮族村を事例に—」愛知大学現代中国学会編『中国21』34, pp.265-280

前田勇編

1998『現代観光学キーワード事典』学文社

山路勝彦

2002「土家族とは誰か：中国の少数民族の創出と再編」『関西学院大学社会学部紀要』92, pp.41-53

横山廣子

2001「中国雲南省のチノー族における社会変動と民

族文化』『コミュニケーション科学』33, pp.17-46
2004「観光を中心とする経済発展と文化—雲南省大理盆地の場合—」『民族の文化とその政治経済学—東アジアの少数民族を例として—』50, pp.181-201

李瑄

1997「中国観光資源の開発と観光客の受け入れ体制」『産研論集』18, pp.87-95

李小妹

2013「深圳中国民俗文化村における『少数民族』の表象」『人間文化創成科学論叢』15, pp.311-319

中国語

周星

2001「旅游産業与少数民族的文化展示」『国立民族学博物館調査報告』20, pp.185-231

廖徳根・冉紅芳編

2013『恩施民俗』長江出版伝媒・湖北人民出版社

参考資料

中国国家政府

「中共中央関与制定国民経済和社会發展『九五』計画と2010年遠景目標的建議」

中国国家旅遊局

「2014年度全国星級飯店統計公報」

「2014年度全国旅遊教育培訓統計」

「2015年中国観光行統計公報」

湖北省旅遊局

「湖北省『十一五』旅遊業發展計画綱要」

「湖北省旅遊業發展『十二五』計画綱要」

参考ホームページ

中華人民共和国中央人民政府

<http://www.gov.cn>

中華人民共和国国家統計局

<http://www.stats.gov.cn>

中華人民共和国国家旅遊局

<http://www.cnta.gov.cn>

湖北省統計局 <http://www.stats-hb.gov.cn>

湖北省観光局 <http://www.hubeitour.gov.cn>

恩施州旅遊局 <http://www.esly.gov.cn>

龔 卿民 (キョウ ケイミン)

中国重慶市生まれ。鹿児島市在住。鹿児島大学大学院人文社会研究科修士課程修了。

中国のオートバイ産業

—日本のオートバイ産業との比較を通じて—

人文社会科学研究所 地域政策科学専攻 地域政策コース 1 年
邵 利軍

目次

はじめに

1. 日本のオートバイ産業発展の歴史
 2. 日本のオートバイ産業の現状
 - 2.1 国内のブランド化
 - 2.2 海外での現地生産
 3. 中国のオートバイ産業発展の歴史
 4. 中国のオートバイ産業の現状
 - 4.1 国内の各車種の生産状況
 - 4.2 国内の三輪車生産
 - 4.3 3つの集積地
 - 4.4 海外への輸出
 5. 日本との比較からみた中国オートバイの特徴
- おわりに

はじめに

日本のオートバイ産業は、国内需要が拡大している時期には、国内市場への供給に特化し、国内需要が頭打ちになって初めて海外市場へ目を向け、輸出及び現地生産を開始した。現在、日本国内でのオートバイ生産は高級ブランドに集中し、低価格の実用車は東南アジアで生産している。

一方、現在のオートバイ生産大国である中国も低価格の実用車を東南アジアやアフリカ、ラテンアメリカに輸出しているが、日本と異なり旺盛な国内需要が今なお存在している。

中国語の先行研究の多くは、中国のオートバイ産業発展の歴史、オートバイ産業の現状、オートバイ産業

が抱える問題とその解決戦略等に関するものが中心である。塩地（2008）は、中国のオートバイ産業の急成長と旺盛な需要の特徴を指摘したうえで、中国オートバイ産業の形成プロセスと価格の優位性について明らかにした。本研究では、国内外のオートバイ需要の動向や3大集積地の成長や企業間競争に注目し、日本との比較を通じて、中国オートバイ産業の特徴を明らかにする。

1. 日本のオートバイ産業発展の歴史

世界で初めてのオートバイは1885年にヨーロッパで誕生した。日本に初めて輸入されたのは1897年と言われる。当時のオートバイは「自動自転車」と呼ばれた。その後、日本は、ドイツやアメリカ等からオートバイを輸入し、これを模倣することで国内での小規模なオートバイ生産が始まった（表1）。日本では1935年頃からオートバイ生産が始まったが、その生産が本格化したのは第二次世界大戦後のことであった¹。

戦後、日本のオートバイ産業は軍用から転換され、数多くのオートバイ企業が誕生した。日本で最初のオートバイの生産は、戦時中航空機メーカーであった現在の富士重工業と三菱重工業によるものであった²。その後、ホンダ、ヤマハ等の主要なメーカーも参入してきた。1953年には参入メーカー数がピークを迎え、約150社あった³。その頃からオートバイの本格的な生産が始まった。

1 三嶋（2010）、p.92

2 日本自動車工業会編（1995）、p.14

3 片山（2003）、p.96

そして、多くのオートバイ企業による競争の結果、ホンダ、ヤマハ、川崎、鈴木の4つのメーカーが生き残った。国内市場では、国民所得の向上とともに、高排気量車種の需要が拡大し、高性能を競うこともオートバイの重要な条件となり、メーカーに求められる品質や技術水準も高まっていった⁴。また、原付クラスの運転許可制が廃止され、原付第一種は2人乗り禁止等の政策によって、多くのメーカーが淘汰された。60年代には、ホンダ、ヤマハ、川崎、スズキ4社の寡占体制が出来上がり、海外輸出も本格化した。

70年代に入ると、日本のオートバイの輸出量はピー

クを迎えた。その後、輸出に代わり、日本の主要なメーカーは海外に進出し、現地生産が始まった。一方、日本国内のオートバイの需要は縮小し、海外現地生産がきわめて重要となった。2000年代以降、日本のオートバイ産業は、国内では4社メーカーを形成し、海外では現地生産を実施している。

2. 日本のオートバイ産業の現状

2.1 国内のブランド化

日本国内におけるオートバイの生産量は1980までは年々増加したが、その後、徐々に減少傾向にある（図1）。各車種のオートバイの生産量も同様の傾向にある。ただし、251cc以上のオートバイの生産量は1998年に急激に増えた。その背景には、日本国内で高排気量車種のオートバイの需要が増加し、ブランド化されていることがある。よって、日本におけるオートバイの総生産量、各車種の生産量の変化によって、国内の需要の減少、高排気量車種のオートバイ需要の増加傾向が確認できる。日本のオートバイ産業は、模倣、習作、再創の発展過程を通じて技術水準等を高めてきた⁵。その結果、国内の高排気量車種の需要も満たすことが可能となっている。

また、各車種の総生産量に占める割合の変化から、

表1 日本のオートバイ産業の発展の流れ

1945年以前 (戦前)	アメリカ、イギリス、ドイツからオートバイを輸入、外車の模倣を行って、小規模なオートバイの生産を始め、国産化へも動く。
1945年－ 1959年	オートバイは産業として確立され、多くのメーカーも設立された。
1960年代－ 1970年代	生産大規模化、国内メーカーによる寡占の形成、輸出が本格化された。
1980年代－ 1990年代	国内需要が縮小し、海外生産が本格化した。
2000年代以降	国内では高級ブランド化、海外では実用車を特化した。

出所：太田原（2005）より作成

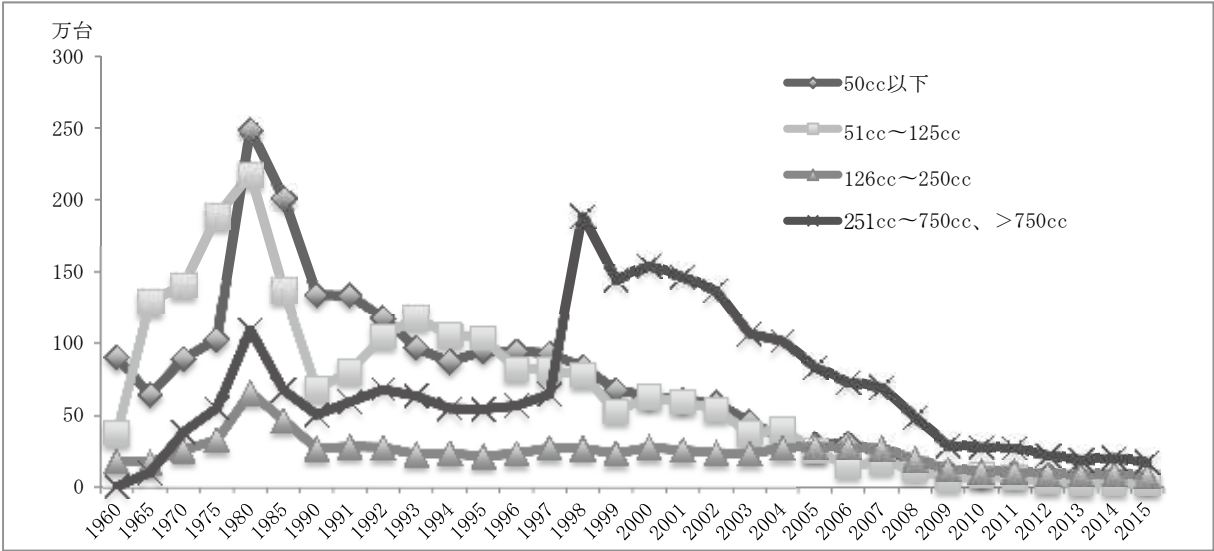


図1 日本のオートバイの車種別生産量

出所：『日本自動車工業年報』、『世界二輪車概況』 各年版より筆者作成

4 日本自動車工業会編（1995）、p.14

5 出水（2011）、p.104

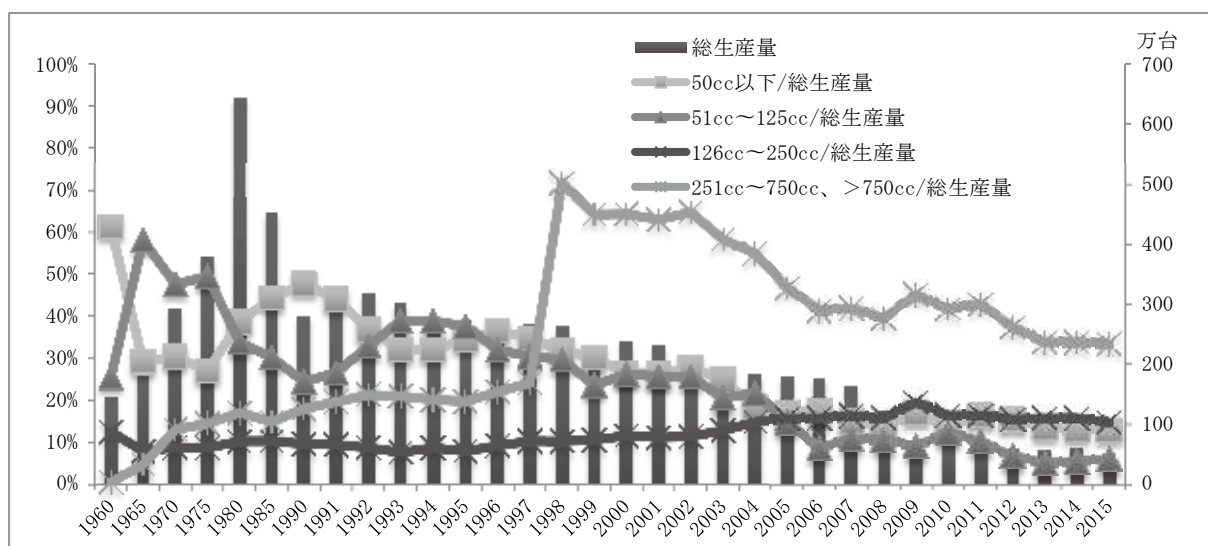


図2 日本のオートバイの車種別生産量の総生産量に占める割合
出所：『日本自動車工業年報』、『世界二輪車概況』各年版より筆者作成

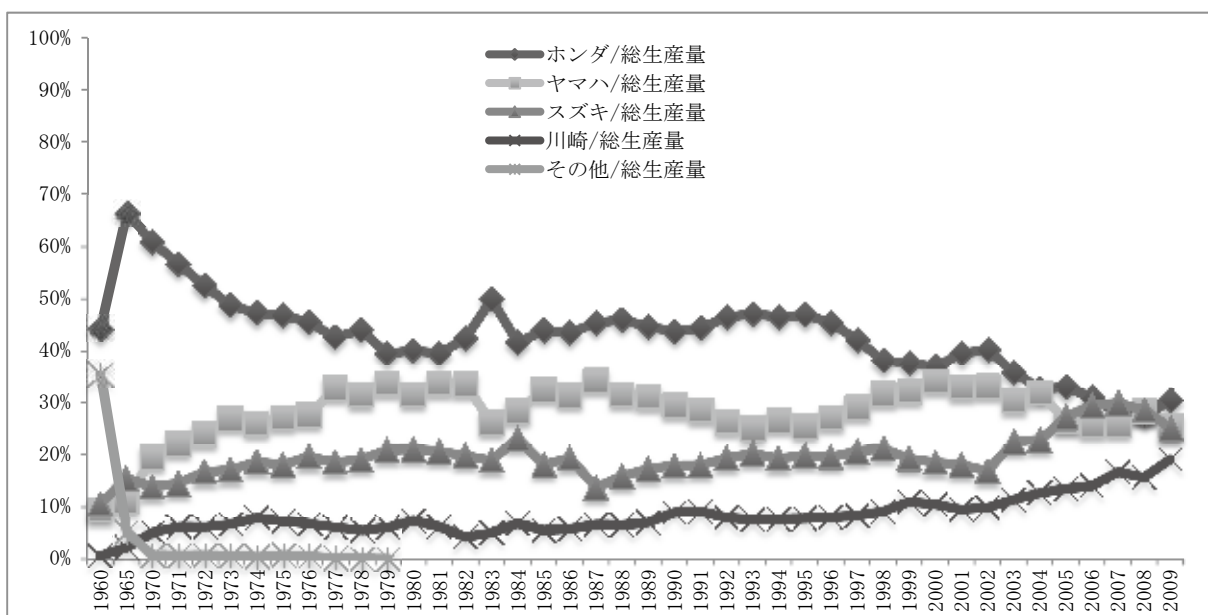


図3 日本のオートバイ4大メーカーの総生産量に占める割合
出所：『世界二輪車概況』各年版より作成

国内市場での需要が変化していることがわかる（図2）。50cc以下、125cc以下のオートバイの割合が年々減少し、125cc～250ccの割合は横ばいである。一方、251cc以上のオートバイの総生産量に占める割合は、1998年以降最も高い比率を占めている。以上のことから、日本国内のオートバイ生産の中心は、高排気量オートバイに転換していることが分かる。言い換えると、高級ブランドのオートバイへの需要に転換している。

1979年までは、ホンダ、ヤマハ、スズキ、川崎の4大メーカー以外のメーカーもまだあった（図3）。し

かし、1980年代以降、4大メーカーしか残っていない。

4大メーカーの総生産量に占める割合を見ると、2000年代以前は、ホンダの生産量が他の3つのメーカーより多く、ほぼ40%以上の割合を占めている。しかし、2000年代に入ると、4大メーカーの割合は徐々に近づいてきた。現在、日本国内では、オートバイは4つのブランドに集約されている。国内の競争もよりきびしくなっている。

図4によると、日本のオートバイの輸出量は、1975年に一番多かった。このことから、日本のオートバ

イ産業が70年代から輸出を本格化させたことが分かる。1975年は、日本が輸出量のピークであり、その後は減少に転じた。80年代に入ると、日本のオートバイ企業の海外生産が始まり、それとともに輸出量が減少した。しかし、2000年代に入ると、高級ブランドの輸出が増加し、全体の輸出量も増加した。これにより輸出量の国内生産量に占める割合が増加しているが、その量はそこまで多くない。それは、海外市場への供給手段が現地生産に転換したからである。

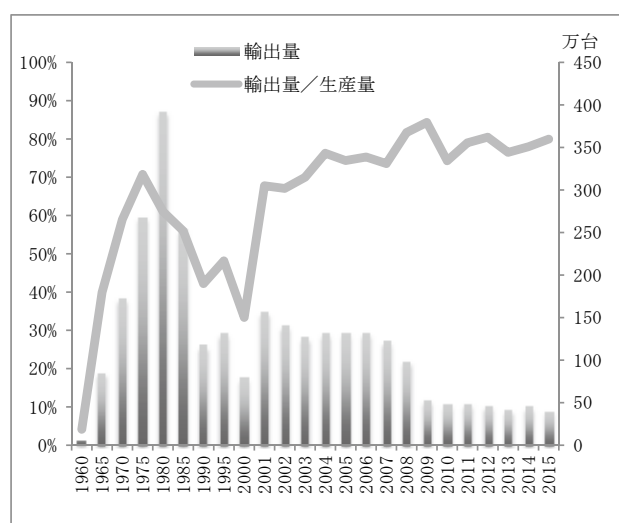


図4 日本のオートバイの輸出量及び輸出量の国内生産量に占める割合
出所：『日本自動車工業年報』、『世界二輪車概況』各年版より筆者作成

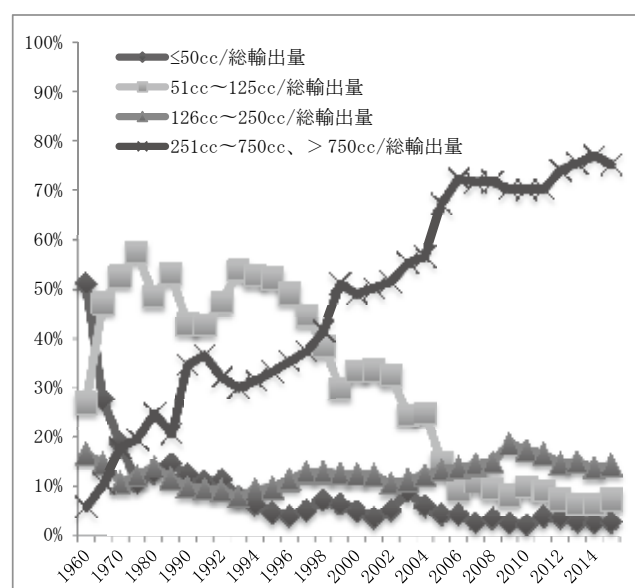


図5 日本のオートバイの車種別輸出量の総輸出量に占める割合
出所：『日本自動車工業年報』、『世界二輪車概況』各年版より筆者作成

日本におけるオートバイの各車種の輸出量を生産量に占める割合から見ると、90年代前半までは125cc以下のオートバイが中心であった（図5）。90年代後半になると、251cc以上のオートバイの輸出が急速に増加し、総生産量の半分以上の割合を占めている。2000年代から日本のオートバイの輸出も高排気量の車種に集中し、生産量の70%以上の割合を占めている。国内では高排気量車種のオートバイへの生産量の拡大が明確となった。他の車種はほぼ減少、あるいは横ばいである。

以上から、日本の国内では、低排気量のオートバイの生産は年々減少している。つまり、低排気量車種の需要が減少しているのである。それに対して、高排気量車種のオートバイの生産量は徐々に増加している。それは高排気量車種のオートバイの需要が高まっていることを示す。つまり、日本の国内ではオートバイの需要は低排気量車種から高排気量車種へ転換しているのである。

2.2 海外での現地生産

日本のオートバイ産業は70年代から輸出が本格化し、80年代からオートバイの現地生産も本格化した。日本オートバイ産業の現地生産は4つのメーカー（ホンダ、ヤマハ、スズキ、川崎）のみが展開している。

ホンダのオートバイ生産拠点は22ヶ国に32拠点存在している⁶。オートバイの輸出の本格化とともに、海外現地生産も始まった。1960年代には、ジャマイカ、タイ、韓国、パキスタン、台湾等に進出した。1970年代には、グアテマラ、ブラジル、ペルー、インド等の国へ展開した。1980年代に入ると、中国、メキシコにおいてオートバイの現地生産が始まった⁷。ホンダは「需要のあるところで生産」という理念により、世界を6極（北米、中南米、欧州、アジア・大洋州、中国）で事業を運営している⁸。中国には、五羊—本田摩托車有限公司、嘉陵本田発動機有限公司、新大州本田摩托車有限公司等の合弁会社がある（表2）。

ヤマハは1960年代にインド、タイ、台湾に進出し、

6 横井（2010）、p.377

7 日本自動車工業会編（1995）、p.56

8 出水（2011）、p.236

1980年代にスペイン、フランス、中国、インド、イタリアに展開し、1990年代にメキシコ、アルゼンチン、ベトナム、2000年代に入ってからフィリピン、カンボジアに進出している⁹。

スズキは、1960年代にタイ、ナイジェリアに、1970年代にはインドネシア、マレーシアに展開し、1980年代にはコロンビア、台湾、スペイン、フィリピン、中国に、1990年代はパキスタン、ブラジル、ベトナム、2000年代からアメリカ、インドに進出している¹⁰。

川崎重工業はホンダ、ヤマハ、スズキと異なって海外生産拠点が少ないものの、インド、インドネシア、タイに生産拠点がある¹¹。

日本のオートバイ企業の進出先を見ると、東南アジアが中心である。それらの国々はオートバイの生産技術が低く、生活水準も低いため、比較的安いオートバイへの需要が大きい。その中に中国も含まれている。

中国のオートバイ産業は1950年代から生産が始まったが、生産量が少なく、全く模索の段階であった。中国のオートバイ産業が本格的に発展してきたのは1990年代である。当時、多くの外国企業が中国に進出してきた。特に日本の企業（ホンダ、ヤマハ、スズキ）の技術、資本などの提供により中国のオートバイ産業が

飛躍的に発展した（表2）。そして、ホンダ、ヤマハ、スズキは中国で多くの合弁会社を作り、中国側のオートバイ会社に技術を提供している。よって、中国のオートバイ産業の発展にとって、日本企業からの技術導入は重要は役割を果たしたと言って良いであろう。

3. 中国のオートバイ産業発展の歴史

中国のオートバイ産業は1950年代に発足したが、当時は生産量が少なく、自主ブランド製品のみであった。また、公的利用のための生産が主であった。1980年代からオートバイ企業が軍事用から民用に転換され、外国の技術が導入された。そして、中国政府は、オートバイ生産に従事していた機械工業系統や郵政系統より優先的に、外国メーカーからの技術導入を許可した¹²。

1990年代に入ると、新規民間企業が参入し、外資と外資系企業も入ってきて、中国のオートバイ産業は急速に発展をした。外資企業は日本のホンダ、ヤマハやスズキを中心に展開している。中国のオートバイ生産量は、1993年に3,612,554台となり、日本を超えて世界一の生産大国となった。

2000年代に入ると、中国のオートバイの生産規模が大きくなり、国内需要も拡大し、海外への輸出量もかなり多くなった。現在、中国のオートバイ産業は国内需要を満たしながら、海外への輸出を拡大している。また、中国では、低排気量車種のオートバイの生産が中心であり、主要な生産拠点は3つの集積地を形成している。

日中のオートバイ産業発展の歴史から見ると、両国のオートバイ産業の発足は、戦後の軍事産業を利用しながら、海外から技術等を導入してきた。ただし、日本は、海外の技術を利用し、自国のブランドを育成した。国内では4大メーカー体制が形成され、また海外では途上国を中心に現地生産拠点が確立されている。それに対して、中国は、海外の技術等を利用し生産量は大きく増えたが、国内に100社以上のオートバイ企業が存在し、国内ではブランド化は確立されてい

表2 日本のオートバイ企業の中国現地法人

ホンダ	独資	本田摩托車研究開発有限公司
	合弁	五羊一本田摩托車有限公司
		天津本田摩托車有限公司
		嘉陵本田発動機有限公司
		新大州本田摩托車有限公司
ヤマハ	独資	雅馬哈発動機研発（上海）有限公司
	合弁	雅馬哈発動機研発（蘇州）有限公司
		重慶建設雅馬哈摩托車有限公司
		株洲南方雅馬哈摩托車有限公司
スズキ	合弁	江蘇林海雅馬哈摩托車有限公司
		重慶望江鈴木発動機有限公司
		済南輕騎鈴木摩托車有限公司
		南京金城鈴木摩托車有限公司
		鈴木摩托車研究開発有限公司

出所：佐藤・大原（2005）より作成

9 横井（2010）、p.380

10 横井（2010）、p.382

11 横井（2010）、p.384

12 大原（2001）、p.7

い。一方、生産拠点は、3つの地域への集中が高まった。また、海外市場への供給は現地生産より輸出で行われている。よって、日本と中国のオートバイ産業は同じく海外の技術導入から本格的に始まったが、その結果は異なっている。

4. 中国のオートバイ産業の現状

4.1 国内の各車種の生産状況

図6から、中国のオートバイ生産規模が大きいということが分かる。特に、51cc～250ccの動きは中国全体の生産量の動きと一致している。50cc以下と400cc以上のオートバイの生産量が減少している傾向も見られる。ここから、中国国内のオートバイ需要は51cc～250ccの車種に集中していることがわかる。よって、中国企業によるオートバイ生産競争も51cc～250ccの車種に注目が集まっている。

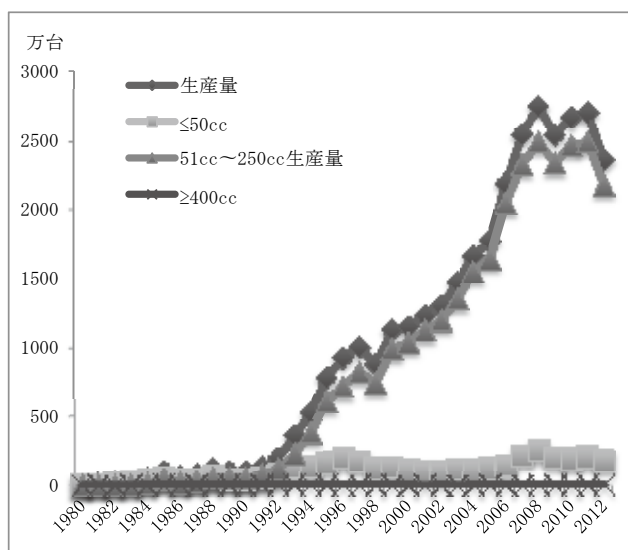


図6 中国のオートバイの車種別の生産量
出所：『中国汽車工業統計年鑑』各年版、『中国摩托車工業史』より筆者作成

中国のオートバイは、250cc以下のオートバイを中心に生産されている（図7）。250cc以下のオートバイの生産量の総生産量に占める割合は2000年以降、ほぼ95%以上で推移している。また、50cc以下のオートバイと51cc～250ccのオートバイの割合は正反対の動きが見られる。1989年以前、50cc以下のオートバイの生産量と割合は51cc～250ccより多かった。1989年から51cc～250ccの生産量は50cc以下より多くなり、

51cc～250ccの割合はますます増えてきた。現在、中国のオートバイ生産量のうち約90%は51cc～250ccのオートバイである。50cc以下のオートバイ生産量の割合は10%ぐらいを維持している。最後に、中国では、400cc以上の高排気量の生産量はわずかであり、その割合は1%程度しかない。よって、中国国内では、高排気量への需要が少ないことがわかる。

以上の分析から、中国国内では、オートバイへの需要は低排気量の車種に留まっている。それは、中国経済が発展途上であり、オートバイがまだ重要な交通手段や貨物運送の手段として使われているからである。一方、高排気量オートバイへの需要は価格が高い（関税も高い）こともあり、伸びていない。それに対して、先に見たように日本国内のオートバイの生産は251cc以上の高排気量のオートバイの生産に集中している。

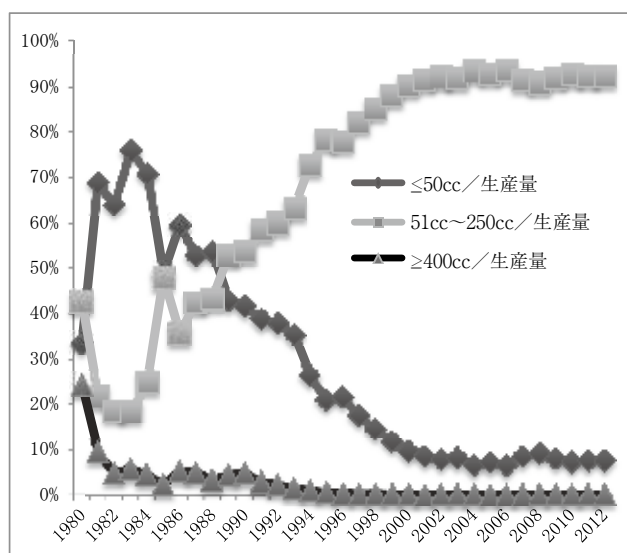


図7 中国におけるオートバイ車種別の総生産量に占める割合
出所：『中国汽車工業統計年鑑』各年版、『中国摩托車工業史』より筆者作成

4.2 国内の三輪車生産

中国のオートバイ産業において、三輪車の生産量は二輪車ほどではないが、年々増加している（図8）。特に近年、三輪車の生産量はかなり増えている。三輪車は主に農業用や貨物の運送等に使われている。80年代から、三輪車の生産が始まり、当時は250ccと750ccの2種類しかない。しかし、250ccの生産量は2009年までは非常に少ないが、2010年には急激に増加してき

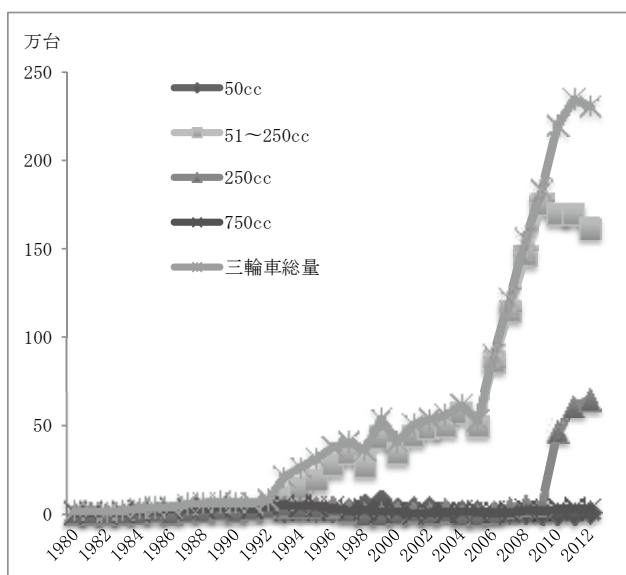


図8 中国における三輪車の生産量

出所：『中国自動車工業年鑑』各年版、『中国オートバイ工業史』より筆者作成

た。750ccの三輪車の生産量はまだ少ない。

1993年から、50cc以下や51cc～250cc等の三輪車の生産が始まった。三輪車に対する需要範囲が広がっていることが分かる。その中では、50cc以下の三輪車の生産量は引き続き少ない。逆に、51cc～250ccの三輪車の生産量は大幅に増加している。

オートバイ産業発足の初期に、三輪車の生産量は

40%ぐらいの割合を占めていた。しかし、オートバイ産業の発展とともに、三輪車に対する需要は減少した。1983年以降、三輪車の生産量がオートバイ総生産量に占める割合はほぼ10%以内で推移している。2010年から三輪車の割合の増加傾向が見られる。特に2012年から三輪車の割合は10%を超えているものと推測される。

2010年以降の三輪車の生産量の増加は、2009年に策定された『汽車オートバイ下郷実施方案』という政策と関連している。この政策により、農村部の人々はオートバイを購入する際に、国から補助金をもらえるようになった。これが農村部のオートバイの購買力を増加させ、二輪車や三輪車の需要も増加した。

1993年から、250ccと750ccの車種の割合は急速に減少した。それは、1993年以前、三輪車は250ccと750ccの2つの車種しかなかったが、93年から250cc以下の車種の生産が始まったからである（図9）。特に51cc～250ccの車種の三輪車の生産が急速に増加し、その割合は90%以上にまで上昇した。現在も70%ぐらいの割合を維持している。それはオートバイの排気量別生産量の動向に一致している。それもオートバイのローエンド需要に一致している。

以上から、中国の三輪車の生産量も年々増加してお

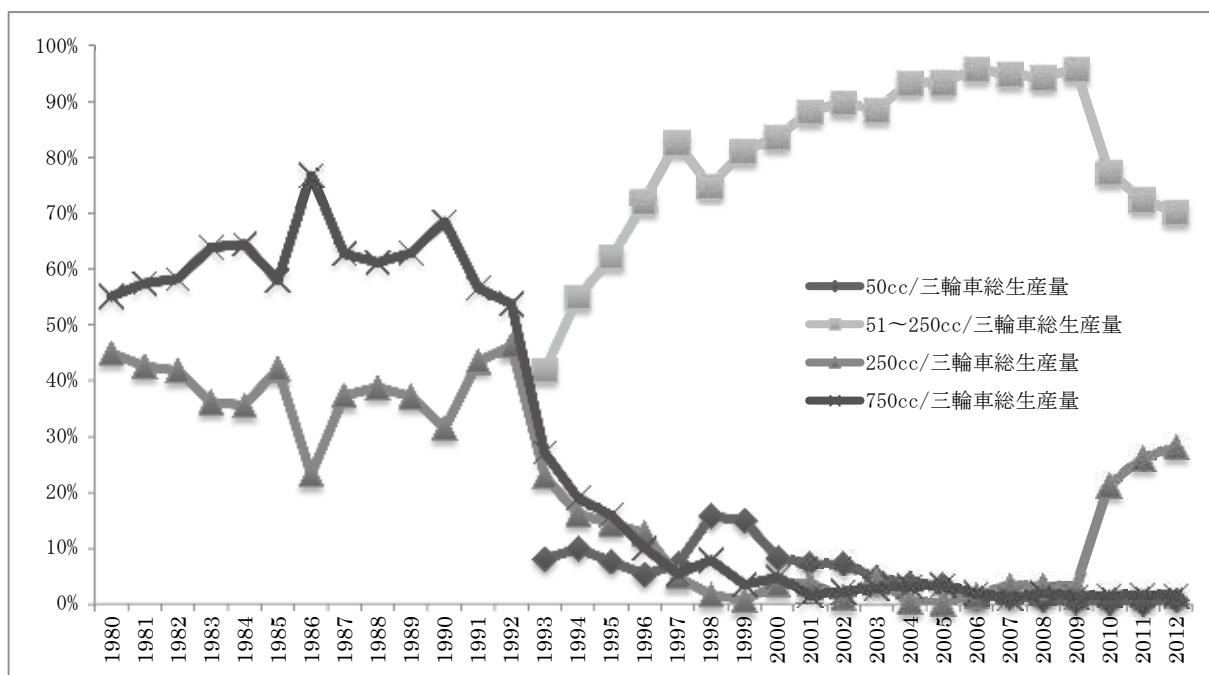


図9 中国における三輪車車種別の三輪車総生産量に占める割合

出所：『中国自動車工業年鑑』各年版、『中国オートバイ工業史』より筆者作成

り、250cc以下の車種の生産量が多いことが確認できた。三輪車は主に農村部で荷物運びなどに使われている。また、中国の農村部の人口は8億人ほどなので、潜在市場としてオートバイ市場を拡大することも可能といえる¹³。特に、近年、三輪車の生産量がやや増加傾向にある。したがって、中国の国内では、オートバイに対する需要はまだ旺盛である。特に、250cc以下の車種に対しての需要が旺盛である。それも中国のオートバイ産業のローエンド需要を表している。

日本では、三輪車の生産はほぼ行われてないが、中国では、三輪車の需要市場がまだ大きく、増加傾向にある。中国のオートバイ産業の生産車種は日本より多様である。言い換えると、中国国内のオートバイ市場はまだ広い。

4.3 3つの集積地

中国では、旺盛な需要市場の中で、オートバイ企業間の競争によって日本の4大メーカーのような寡占体制は形成されていない。その代わりに、重慶地域、広東地域、江蘇・浙江・上海地域の3つの地域にオートバイの生産拠点が集積している（図10）。これら3地域のうち、2つは沿海部、1つは内陸部ある。



図10 オートバイ産業の3つの生産集積地域の分布
出所：筆者作成

江蘇・浙江・上海地域は、江蘇省、浙江省と上海市を含んでいる。重慶地域は重慶市を指し、広東地域は

広東省を指す。3地域のなかで、広東地域のオートバイの生産量が一番多く、江蘇・浙江・上海地域は一番少ない。重慶地域はただ一つの直轄市でありながら、人口も他地域よりかなり少ないが、そのオートバイの生産量はかなり大きい。この3地域の中で、広東地域は生産量や販売量は他地域より多いが、集積度は重慶地域の方が高い¹⁴。

一方、広東地域のオートバイ生産量は重慶地域より多いが、その格差は小さい（図11、図12）。逆に、江蘇・浙江・上海地域のオートバイ生産規模は広東、重慶地域より遥かに少ない。また、広東地域のオートバイ生産量は2005年から重慶地域を上回った。

重慶市と広東市のオートバイ産業は、その発展方式が異なっている。重慶市は軍事産業を基盤として外資のサポートで発展してきた。広東省は主に外資に依存して発展してきた。特に、近年広東省は地理や外資などの優位性を利用してオートバイ生産量を拡大させており、重慶市を追い抜いている。また江蘇・浙江・上海地区では、オートバイ産業などの重工業より軽工業を重視している。

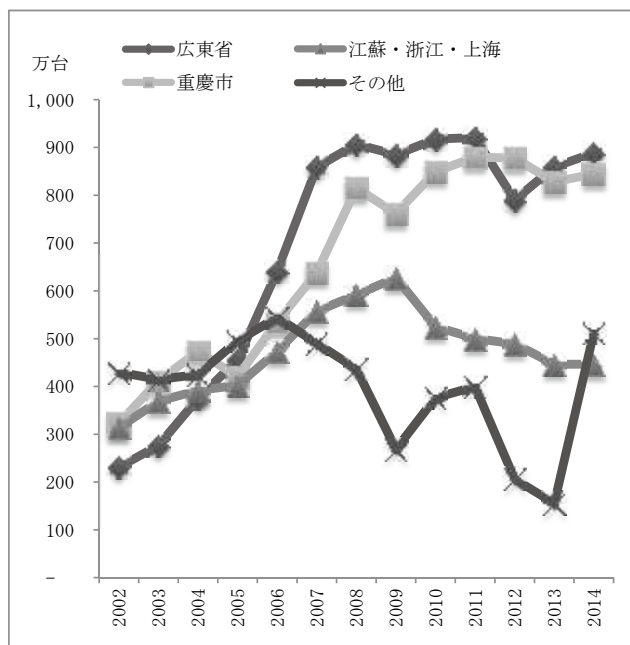


図11 オートバイ3地域の生産量
出所：各省、市『統計年鑑』より筆者作成

13 王編 (2006)、p.17

14 周 (2016)、p.67

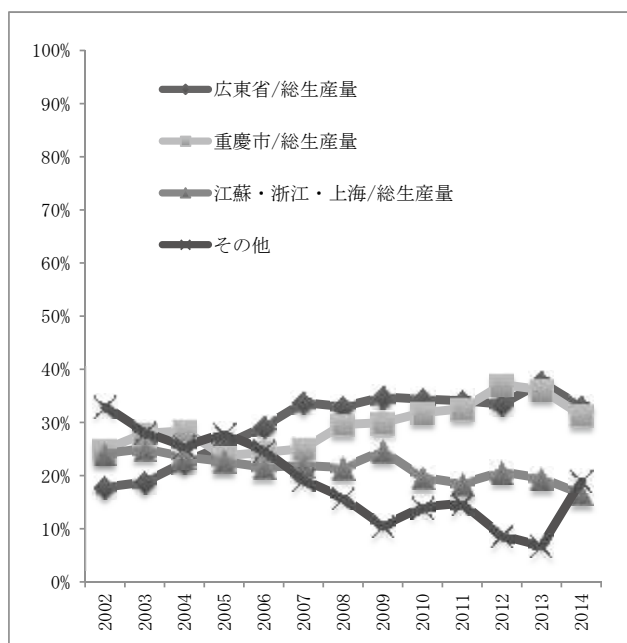


図12 オートバイ3地域の生産量の総生産量に占める割合
出所：各省、市『統計年鑑』より筆者作成

重慶地域には、主要なオートバイメーカーが8社ある（表3）。生産量が一番多いのが重慶隆鑫機車有限公司である。同社は中国で最大級のオートバイとオートバイエンジンの生産メーカーの1つである。続いて大きいのが、重慶力帆実業股份有限公司と宗申産業集団有限公司であり、両社とも民間企業であり、外資を導入していない。重慶建設摩托車股份有限公司は中国兵器裝備集團公司の完全子会社であるが、その傘下にある重慶建設・雅馬哈摩托車有限公司は中日企業の共同出資によって設立された。中国嘉陵工業株式有限会社は日本のホンダとの共同出資で、嘉陵・本田エンジン有限公司を設立した。各社の生産量を見ると、外資合弁メーカーより地場メーカーが優勢であることがわかる。そして、地場メーカーは国有企業の既存の資源を利用し、低価格の優位性で農村部市場や海外市場を開発してきた¹⁵。

表3 中国におけるオートバイ3地域の主要なメーカーの状況（2012）

	会 社 名	成立年	経営形態	生産量（台）
重慶地域	重慶隆鑫機車有限公司	2007	民間企業	1,742,761
	重慶力帆実業股份有限公司	1992	民間企業	1,551,448
	宗申産業集団有限公司	1992	民間企業	1,098,405
	重慶建設摩托車股份有限公司	1980	国有企業	1,046,939
	中国嘉陵工業股份有限公司	1979	国有企業	990,642
	重慶銀翔摩托車有限公司	1997	民間企業	963,618
	重慶鑫源摩托車股份有限公司	1997	民間企業	390,616
	重慶航空巴山摩托車製造有限公司	2002	民間企業	325,741
広東地域	江門市大長江集团有限公司	1992	合弁企業	2,420,430
	広州大運摩托車有限公司	2004	民間企業	1,105,972
	五羊本田摩托車（広州）有限公司	1992	合弁企業	943,618
	広州豪進摩托車股份有限公司	2000	民間企業	437,661
	広州天馬集団天馬摩托車有限公司	1995	民間企業	293,226
江蘇・浙江・上海	浙江錢江摩托車有限公司	1985	国有企業	943,618
	新大州本田摩托車有限公司	2001	合弁企業	982,585
	南京金城摩托車有限公司	2008	民間企業	253,563
	無錫众星摩托車製造有限公司	2000	郷鎮企業	197,962
	浙江台州市王野動力有限公司	1999	民間企業	229,699
	常州光陽摩托車有限公司	1994	台資企業	178,534
	江蘇林海動力機械集团公司	1956	国有企業	126,499

出所：『2013年中国汽車工業年鑑』より筆者作成

15 大原（2004）、p.95

広東地域には、主要なオートバイ企業が5つあり、そのうち2つは合弁企業である。江門市大長江集団有限公司は日本のスズキとの合弁会社であり、五羊本田オートバイ（広州）有限公司は日本のホンダとの合弁会社である。この2つの会社の生産量から見ると、総生産量の40%以上の割合を占めていることが分かる。外資企業は広東地域のオートバイ産業に大きな影響を与えている。これは、広東地域のオートバイ産業のきわめて重要な特徴である。

江蘇・浙江・上海地域のオートバイ企業は生産規模が小さい。主に中国の地場企業であるので、国の政策の影響も大きく受けている。また、外資からの影響も大きい。ただし、外資の参入方式は多様で、合弁、買収、技術導入などが存在している。したがって、会社の経営形態も多様である。そのため、外資の影響はそこまで強くない。最後に、各会社の生産量から見ると、経済規模が小さく、江蘇・浙江・上海地域のオートバイ企業は主に中小企業であることが分かる。

オートバイ3集積地域には、各ブランドの生産工場や部品メーカーがあり、大きな生産能力を持っている。各地域で、それぞれの優位性もある。

また、この3地域の生産は低排気量車種に集中している。企業も地域も低排気量車種の生産に、技術、資本ともに力を注いでいる。それと同時に、国有企業、民間企業、外資企業間の競争もある。そのため、中国国内市場では、より安い、低排気量車種のオートバイが相次いで発売された。

このように、中国国内市場では、低排気量車種への需要に変動がないため、品質より価格の方が注目されている。つまり、国内オートバイ産業の競争は価格から展開しており、当然、低排気量車種の価格は安くなりつつある。一方、高排気量車種の生産技術はなかなか高まらず、国内ブランドも形成されるに至っていない。依然として多くのオートバイメーカーが林立している。そのような状況にあって、低価格の低排気量車種のオートバイは、中国のオートバイ輸出に大きな優位性をもたらした。

4.4 海外への輸出

世界のオートバイの輸出量から見ると（図13）、中

国の輸出量は圧倒的に多いことが分かる。中国のオートバイが売れている大きな理由としては、価格の優位性がある。100cc～125ccの車種のオートバイは世界平均価格が700ドルであるが、中国地場メーカーが生産したオートバイは600ドル前後である¹⁶。よって、中国オートバイ産業はローエンド需要に大きな優位性を持っている。

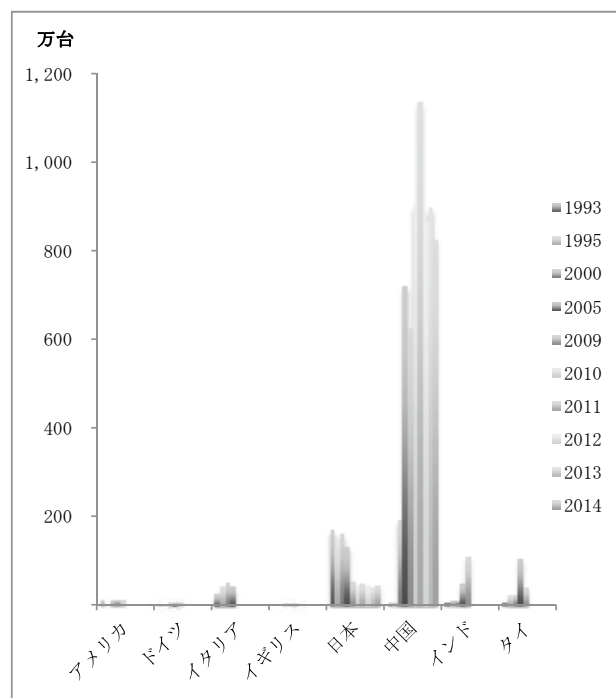


図13 世界の主要な国のオートバイ輸出量
出所：『世界二輪車概況』各年版、『日本自動車工業年報』、『中国汽車工業年鑑』より筆者作成

国のオートバイが初めて輸出されたのは1989年からである。その時の輸出先は、香港、ナイジェリアとモリシャスである。特に2000年代から、オートバイの輸出量は徐々に増加し、オートバイの輸出の本格化が見られる（図14）。近年その割合は40%近くを占めている。中国のオートバイ産業には輸出の果たしている役割を認めなければならない。

中国のオートバイの輸出車種は主に51cc～250ccの低排気量車種のオートバイであることが分かる。その総輸出量に占める割合約80%である。それも51cc～250ccの低排気量車種のオートバイの生産量と関連している。中国の50cc以下のオートバイの輸出は1996年

16 塩地（2008）、p.137

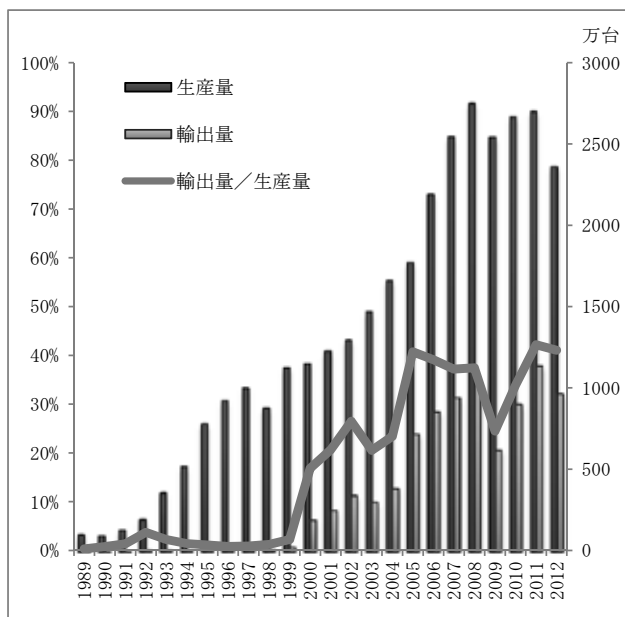


図14 中国のオートバイの輸出量、生産量及び輸出量の生産量に占める割合
出所：『中国汽車工業統計年鑑』各年版、『中国摩托車工業史』より筆者作成

の40%から2010年の10%に減少した。400cc以上のオートバイの輸出量は生産量の動向と一致しており、わずかな数である。

また、50cc以下のオートバイの輸出比率は大きくなっている。1996年のデータによると、当時の輸出量はその生産量の2%弱しか占めていなかったが、2013年になると、その割合は70%強になった。よって、現在50ccのオートバイはほぼ輸出向けに生産されていることが分かる。一方、生産している51cc～250ccのオートバイは30%ぐらいが輸出されている。400cc以上のオートバイの輸出はわずかである。一方、日本のオートバイの輸出は量的に見ると少ないが、生産量に占める割合が比較的大きい。また、日本のオートバイの輸出車種を見ると、400cc以上の車種が主に輸出されている。そして、日本のオートバイ企業は、輸出より海外生産に力を入れて取り組んでいる。

中国のオートバイの輸出の分析を通じて、生産量の40%ぐらいが輸出されていることがわかる。また輸出の車種は250cc以下に集中している。よって、輸出先も低排気量車種のオートバイに対する需要が大きい地域であることがわかる。そして、その需要が持続していることから、中国国内でも引き続き低排気量車種のオートバイの生産が行われている。言い換えると、低

排気量車種のオートバイの輸出拡大が中国における生産を促進している。海外で低排気量車種のオートバイの需要が存在すると、中国の低排気量車種のオートバイの輸出も長く続き、国内の低排気量車種のオートバイの生産も続くことが予想される。

5. 日本との比較からみた中国オートバイの特徴

日本のオートバイ産業は、国内では需要が少なく、4大メーカーに生産は集中しており、特に高排気量車種のオートバイを生産している。海外では、実用車のオートバイを現地生産している。一方、中国のオートバイ産業は、国内では需要が多く、特に250cc以下の低排気量車種のオートバイを中心に生産している。そして、三輪車の生産規模も小さくはなく、250cc以下の車種を生産している。また、国内のオートバイ産業は3地域に集積している。よって、3地域のオートバイメーカーも低排気量車種のオートバイの生産をめぐって競争を展開しており、中国の低排気量車種のオートバイは価格の優位性を徐々に獲得しつつある。中国のオートバイ産業は海外での現地生産も行っているが、まだ少ない。その代わり、低排気量車種の輸出の方が盛んに行われている。

以上の比較を通して、中国のオートバイ産業は日本のオートバイのように国内ブランド化し、海外現地生産を中心に行う構造になってないことが分かった。逆に、中国国内では、低排気量車種の需要が存在し、低排気量車種の価格優位性が見られ、海外でも中国の低排気量車種のオートバイの需要があることなどから、中国のオートバイ産業においては、今後も低排気量車種のオートバイの生産が続いていくことが予想される。

おわりに

日本のオートバイ産業は、国内の需要が拡大している時期には、国内市場への供給に特化し、国内の需要が頭打ちになって初めて海外市場に進出し、現地生産を始めた。日本国内では高級ブランド(趣味としてオートバイに乗る)に集中し、海外では実用車の生産に集

中するという構造になっている。逆に中国国内市場では、交通や貨物運送等の重要な手段として、オートバイに対しての需要はまだ大きく、低所得を背景に、低価格の低排気量車種のオートバイの生産に集中している。また、競争を通じて3つのオートバイ集積地が生まれ、競争による低排気量車種のオートバイは低価格を維持している。東南アジア、ラテンアメリカ、アフリカ等の国々では低価格のオートバイの需要があるため、中国のオートバイ産業も低価格のオートバイ生産に集中し、それらの国々に輸出する。そのため、中国のオートバイ産業の技術の進歩はなかなか進まず、今後も低技術のオートバイ生産を続けていくと予想される。

参考文献

出水力

2011『二輪車産業グローバル化の軌跡—ホンダのケースを中心に—』日本経済評論社

大塚昌利・小田巻滋

1998「第二次大戦後における二輪自動車の生産動向」『立正大学文学部論叢』107 93A-120A

大原盛樹

2001「中国オートバイ産業のサプライヤー・システム—リスク管理と能力向上促進メカニズムから見た日中比較」『アジア経済』アジア経済研究所

2004「移行過程における民間企業の発生と発展—重慶の私営オートバイ企業の事例」『中国経営管理研究』第4号

2005「日本の二輪車産業—発展のプロセスと全体像—」『アジアの二輪車産業—各国二輪車産業の概要—』アジア経済研究所

片山三男

2003「日本二輪車産業の現況と歴史的概要」『国民経済雑誌』第188巻第6号

佐藤百合・大原盛樹

2005「中国の二輪車産業—巨大ローエンド市場がもたらした地場企業中心の発展」『アジアの二輪車産業—各国二輪車産業の概要—』アジア経済研究

塩地洋

2008『アジア優位産業の競争力—その要因と競争・分業構造』ミネルヴァ書房

三嶋恒平

2010『東南アジアのオートバイ産業—日本企業による途上国産業の形成—』ミネルヴァ書房

横井克典

2010「日本二輪企業の海外展開—現地生産拠点の発展と日本向上の新段階—」『同志社商学』

王立三編

2006『鉄騎雄風—中国摩托車工業発展的戦略思考』内蒙古科学技術出版社

周泳宏

2016『中国摩托車行業發展研究』经济管理出版社

日本自動車工業会編

1995『モーターサイクルの日本史』山海堂

日本自動車工業会

『統計月報』各年版

本田技研工業株式会社

『世界二輪車概況』各年版 広報部世界二輪車概況編集室

中国摩托車工業史編

1995『中国摩托車工業史』人民郵電出版社

『中国汽車工業統計年鑑』各年版

『中国摩托車工業年鑑』各年版

『重慶市統計年鑑』各年版

『上海市統計年鑑』各年版

『江蘇省統計年鑑』各年版

『浙江省統計年鑑』各年版

『広州省統計年鑑』各年版

邵 利軍 (ショウ リゲン)

中国重慶市生まれ。鹿児島市在住。鹿児島大学大学院人文社会科学研究所修士課程修了。

職場ドラマにおける謝罪言語行動の中日対照研究

—「不快状況」を中心に—

人文社会科学研究科 地域政策科学専攻 文化政策コース2年
李 竺楠

はじめに

自らに何らかの過失があって相手に迷惑をかけた、不快感を与えたり、感情を害したことに對し、それを修復するための謝罪言語行動は、ほぼすべての文化社会に存在し、日常の人間関係の維持において機能している。しかし、それは、共通の言語を持つ人間の間でも円滑に遂行するのは難しい言語行動と言えるが、ましてや異なる言語文化を持つ人間の間では、謝罪をめぐる誤解や問題がしばしば生じるのである。筆者は自らの経験によってはじめて、その点に思い至った。異なる言語文化間の誤解や問題を回避し、円滑なコミュニケーションを進めるためには、謝罪を言語間で対照し、それぞれの特徴を明らかにすることが重要な課題だと考えられる。

1. 先行研究

謝罪の対照研究は、二言語、もしくはそれ以上の言語間で謝罪を様々な角度から対照することで、それぞれの言語での謝罪の特徴をより明確にしようとする研究。また、それぞれの言語文化の価値観や規範との関係を明らかにしようとする研究である（大谷 2008）。これまでの中日の謝罪対照研究は大きく以下のように分けることができる。

1.1 謝罪の定型表現に関する対照研究

「出会いや別れなど他のあいさつ行動と同様に、謝罪にも決まり文句的な定型表現がある。（中略）このような定型表現があることによって、謝罪の場合、他

の種類の言語行動と比べて特定の表現に研究の視点が置かれる可能性も高くなる。」と熊谷（1993）が指摘するように、謝罪の定型表現に関する研究は、謝罪に用いられる明示的な言語形式を研究対象とした具体的な考察である。中日の謝罪の定型表現に関する対照研究には、以下のようなものが挙げられる。

崔（2005）は、謝罪の受け手側の観点から、謝罪行為の実態について複数選択質問法によるアンケート調査を行い、日本人は謝るという行為自体に重点を置き、決まった謝罪表現形式によって誠意を示すことを評価するのに対し、中国人はそれぞれの相手や場面に応じて、相手に親しみを表すなど、積極的な表現によって相手に誠意を示すことを評価し、特定の言語表現形式にこだわらないと述べている。

また陶（2005）は、シナリオから資料を集め、「对不起」と「すみません」のコミュニケーション機能を比較し、「对不起」には深い反省の内面志向の傾向が見られたのに対し、「すみません」は他人志向のお礼として用いられる傾向が見られると指摘した。

さらに李（2006）は、テレビドラマ・映画の映像資料を用いて中日の謝罪言語表現を比較した結果、日本人は親しい関係でも「慣用表現」をもって謝るのに対して、中国人は親密度が高ければ高いほど、「慣用表現」を避け、間接的に謝ると指摘した。

以上に挙げた研究は、謝罪に用いられる言語形式、いわゆる明示的な謝罪表現を考察の対象に取り上げ、言葉の使用から謝罪を捉えようとする試みであり、中日の謝罪行為の全体的傾向を示すものである。

1.2 謝罪ストラテジーに関する対照研究

この分野の研究は、一般言語学の立場から、普遍的な謝罪のストラテジーを具体的に記述しようとする試みである。その主な研究成果には、以下のようなものが挙げられる。

まずボイクマン・宇佐美（2005）は、謝罪の送り手と受け手両方の行動を見る観点を取り入れ、ロールプレイによるデータを分析した。そして、日本語母語話者と中国語母語話者が「友人に対して謝罪する」という言語行動を行う際に、中国人は謝罪の受け手は直接的な非難を行い、相手の責任を追求するのに対して、謝罪の送り手はその非難を自己弁護などによってかわしながら問題解決交渉を進めること、その一方で日本人は謝罪の受け手は間接的な方法で非難を行い、それを受けて謝罪の送り手は自分の責任を認め、その上で問題解決交渉を行うことを指摘した。

つぎに高橋（2005）は、3つの場面を設定し、記述式質問紙調査とインタビュー調査を行った。日本人はまず言葉で謝罪の意を表明することから関係修復を始めるのに対し、中国人は言葉による謝罪だけではなく、実際の行為を示して見せることで相手からより深い納得を得ようとする傾向があると論じた。

また、鄭（2006）は半構造的面接法と単純観察法を用い、日本語話者と中国、台湾の中国語話者における謝罪行為について考察した。その結果、謝罪の適切性条件の中でも、文化によって重視する条件が異なり、中国人は謝罪の言葉より実質的な補償を問題解決の必要条件とし、言葉だけでは謝罪とは認めがたいことを指摘した。

これらの謝罪ストラテジーについての研究は、明示的な言語表現だけに焦点を当てて謝罪を分析していた研究に対して、形式の上で明示的な標識は持たず、謝罪の意図を暗示するような発話から謝罪を捉えようとしている点でより「謝罪の本質」に近づこうとした研究である。

1.3 中日の社会規範に関する対照研究

彭（1992）は、「謝罪」行為を中心に、日本社会と中国社会の間で語用論的原則の適用に関して、どのような社会的要因が関与しているか、語用論の原則は2

つの社会においてどのようなタイプの適用状況を呈しているか、またそこに反映される社会的、文化的意識は何かを明らかにしようとした。彭は上海大学と関西大学の大学生を対象にアンケート調査を実施し、その結果、語用論的原則（「質の原則」と「合意の原則」）の適用の仕方に現れた両国の社会語用論的特徴を次のように指摘した。1つめは、中国人の言語行動の遂行は相手との年齢差、職位等の上下関係に影響されるが、日本人の場合は上下関係のほかに親疎関係にも大きく影響されること。2つめは、日本人の言語行為はグライスの「協調の原理」とリーチの「丁寧さの原理」の枠組みの中で説明できるが、中国人の言語行為はこの両原則の外に、更に「メンツの原理」を導入して説明しなければならないこと。中国人の言語行動は中国特有の社会的・文化的環境—メンツ環境と深い関わりを持っていることが指摘された。

以上に述べたとおり、これまでの中日の謝罪言語行動に関する対照研究は、様々な側面から多様な方法で行われてきたが、その中には、言語的表出や謝罪の心理など謝罪の送り手をめぐる研究がほとんどで、謝罪が生じる原因となる「不快状況」、つまり、「謝罪」という行為によってコミュニケーション場面でのどのような問題が処理されようとしているのかに関する研究はほぼ空白の状態である。そこで本研究は、これまでの先行研究を踏まえながら、謝罪を誘発する「不快状況」に焦点をあて、職場という特定の領域で中日の謝罪言語行動の共通点と相違点を明らかにし、謝罪言語行動という行為の本質について考えることを目的とする。

2. 研究方法

荻野（2003：215-217）によれば、言語行動の調査法は観察法、実験法、質問法の3つに大別することができる。質問法は、「手軽に多数を相手にできる」こと、および「回答者の多様性を抽出することができる」ことが特徴で、言語行動の研究においては多用されていた。しかし、質問法による回答は、あくまでも意識によるものであって、実際の言語行動ではないということである。それに比べて、観察法は、「ありのままの

自然なデータが得られる」こと、および「(相づちなどの) 無意識行動の部分も調査可能である」ことが特徴である。人々が言語を使うそのありさまを研究しようとする言語行動の分野では、質問法より観察法のほうがより相応しいのではないかと考えられる。

しかし、現実の謝罪言語行動を直接観察し、生のデータを得ることは非常に困難である。なぜなら、多くの場合、謝罪は予測できないときに突然生じるからである。予測ができれば、普通は謝罪をしなくてはならないような事態を回避しようとする。また、謝罪は送り手にとっては自分のメンツを脅かす場合が多いので、録音などをされたくないケースが多い。さらに、観察者の存在がどうしても被観察者に影響を与えてしまうというパラドックスも存在する。これらの状況的な問題を解決するために、本研究は研究素材としてテレビドラマを利用する。

北山(2014: 25)が指摘するように、(1) テレビドラマはフィクションとはいえ、現実をもとに作られたもので、その発話行為と実生活の状況が近似している、(2) 背景を含めた談話の流れがある、(3) 比較的入手が簡単で、短時間で多数の用例が収集できる、など言語行為の研究としては一定の成果が得られると予想できる。ただ、もちろん、その一方で、取り上げるべきテレビドラマが必ずしもすべて入手可能なわけではないこと、フィクションのためときおり誇張された描き方がされる傾向があること、台詞の聞き取りに限界があるなどの不都合な点もあり、データの利用にあたっては留意しなければならない。本研究でもこれらの点には十分注意を払っている。

3. データの収集

3.1 テレビドラマの選定

本研究は、職場での謝罪言語行動を研究するため、「職場ドラマ」を研究対象とする。本稿での「職場ドラマ」とは、職場を中心にストーリーが展開するテレビドラマのことを指すものとする。収集する素材の表現レベルの均質性を保つために、ストーリーは主に大都市の大企業に関わるもの、および制作年や時代設定が2010年以降のものから、謝罪の用例が頻出し、描かれる職場が現実に近いと思われるドラマを選んだ(表

1)。本研究に取り上げるドラマは、中国の場合は『浮沈』(2012)の1本で、日本の場合は、『半沢直樹』¹(2013)、『ホテルコンシェルジュ』(2015)と『営業部長吉良奈津子』(2016)の3本である。詳細は表1のとおりである。

表1 研究対象としての中日の職場ドラマ

国別	ドラマ	放送期間	話数	時間
中国	浮 沈	2012.06.30 ~ 07.14	30話	1350分
	合 計	—	30話	1350分
日本	半 沢	2013.07.07 ~ 09.22	10話	580分
	ホテル	2015.07.07 ~ 09.22	10話	474分
	吉 良	2016.07.21 ~ 09.22	10話	470分
	合 計	—	30話	1524分

3.2 データの収集

3.2.1 不快状況の定義

大谷(2008: 27)によると、謝罪研究のもっとも大きな問題は、そもそも「謝罪とは何か」というその定義が問われている点である。では、本研究に先立って、謝罪言語行動の定義を明らかにしておきたい。

先行研究では、謝罪の定義は実に様々である。たとえば、Goffman(1971)によると謝罪(apology)とは、自らに何らかの過失があつて相手に迷惑をかけたり、不快感を与えたり、感情を害したことに対し、それを修復するための言語行動(remedial work)であるとされる。また、熊谷(1993: 4-5)では、謝罪は、話し手のあやまちや相手への被害などへの責任を認め、許しを乞い、それによって相手との人間関係における均衡を回復する行為であると定義した上で、以下の3つの点についてその特徴を把握している。

- (1) 相手との社会関係を調整する行為である。
- (2) 専用の定型表現をもつ。
- (3) 社会の規範や倫理観と密接な結びつきをもつ。

謝罪言語行動の本質を理論的にとらえようとする際には、発話行為理論からとらえるのが有効であると考えられる。

熊谷(1993: 6-7)は、発話行為理論の観点からは「謝罪を特定の文脈から抽象化し、普遍化することによっ

1 以後、『半沢直樹』を『半沢』、『ホテルコンシェルジュ』を『ホテル』、『営業部長吉良奈津子』を『吉良』と略称する。

て、行為としての性質のエッセンスをぬき出す」ことができるという。彭（2005：78-79）が言うように、発話行為であるとみなされるためには、その行為の「適切性条件（felicity condition）」が満たされることが前提となる。適切性条件は、命題内容条件（問題の発話の命題内容が満たすべき条件）、準備条件（発話の参与者、場面ないしは状況設定に関する条件）、誠実条件（発話者の意図に関する条件）、および本質条件（問題の行為遂行の義務に関する条件）からなる。

謝罪発話行為の適切性条件について、これまで、Searle（1969）の理論に基づいてOwen（1983）、西山（1983）、山梨（1986）、熊取谷（1988）、Thomas（1995）などが記述を試みた。しかし、「既存の適切性条件の諸説のままだでは、社会で一般的に認識された謝罪表現の多くが適用されなかったり、謝罪として機能しない表現が謝罪の適切性条件を満たしたりするなど多くの不備が存在することも事実である。われわれは、発話行為理論の枠組みの有効性と謝罪発話行為の豊かな表現事実の両方とも犠牲にせず分析しようと思えば、謝罪発話行為の適切性条件そのものを精密化し、最適化する必要がある。」という彭（2005：79）の指摘を踏まえ、本研究は彭による改良された次の謝罪発話行為の適切性条件を導入する。

命題条件：話者（及びその関係者）が行なった（又は行なおうとする）行為

事前条件：話者（及びその関係者）の行為が相手に不利益を与えた（又は与えようとする）

誠実条件：a. 話者は該当行為に対して責任を負うことを認める

b. 話者は命題行為について悔いを感じている

c. 話者は相手に許しを乞い、関係修復を望んでいる

d. 話者は該当行為の再発防止を約束する

本質条件：話者は誠実条件で示された意向を表明する

以上の適切性条件にしたがって、本研究では謝罪言語行動の前提となる「命題条件」と「事前条件」による生じる状況を「不快状況」と呼ぶことにする。

3.2.2 不快状況の分類

謝罪言語行動を誘発する「不快状況」は、「命題条件」と「事前条件」のどちらに傾いているかによって、概ね2つに分けることができる。それはそれぞれ、「話し手による不適当な行為」と「相手への損害」と呼ぶことができるものである。

「相手への損害」は、さらに2つに分けられる。1つは、はっきりと目に見える「物理的損害」、もう1つは目に見えない「精神的損害」である。前者の場合は、相手の所有物への損害及び身体的な苦痛をもたらす事態を指す。例えば、相手の所有物を壊す、服を汚す、または相手にぶつかる、足を踏むなど、相手に物理的、身体的負担を与える場合である。後者の場合は、相手に心配をかけたり、相手を怒らせたり、名誉を傷つけたり、あるいは相手に面倒・迷惑をかけるなど、何らかの精神的負担を生じさせる状況である。

また、「話し手による不適当な行為」も、様々な原因が認められ、さらに細かく分類することができる。その主なものは以下のとおりである。

(1) 礼儀違反

社会的礼儀、つまり「エチケット」とは、その時その場面において、そうすべきだ、あるいは、そうすべきではないとされる社交上の決まりである。それに反することは、修復作業が必要な状況と捉えられることが多い。特に公式な場である職場では、事実上の過失より、待ち合わせの時間に遅れたり、対話に割りこんだりするなどのような場合で謝罪表現が多発する。

(2) 仕事過失

「仕事過失」とは、文字通り仕事でミスをおかしたことを指す。この場合での謝罪は、上司や同僚など仕事相手からの指摘によるものと話し手の自覚によるものがあるが、ほとんどの場合は、相手からの指摘によるものである。

(3) 規則違反

人間集団としての社会、あるいは会社は、一定の規則によって構成されている。その集団の構成員全体が合意するルールにそむくことは、どの集団においても明白な不快状況として認識される。

(4) 暴言失言

「暴言失言」とは、話し手による不適当な発言が相手に不快な思いをさせたり、そのプライドや名誉を傷つけたりするなどの場合である。これらの場合では相手との人間関係を悪化しないよう、話し手からの謝罪が必要である。

(5) 期待未満

相手から期待あるいは要求されていた行動がとれなかった場合は、その相手に「負い目」の気持ちを持つようになり、申し訳なく思ってしまう。このような状況になった場合、相手に謝ることが一般的である。

(6) 業務の怠慢

上司や同僚など、仕事相手から任された任務が成し遂げられない場合は、会社の業務やビジネスに支障をきたすことになりかねない。この場合は、相手にとって明白な不快状況となり、話し手からの謝罪が要求される。

(7) 約束違反

信用を何より大事だとされる職場においては、約束を守らないことは個人あるいは個人の所属する集団一会社の信用を傷つけることにつながる。そこで、話し手は相手に謝罪することによって、できるだけ信用を挽回しようとする。

(8) 信頼への裏切り

仕事の場で、相手の信頼を裏切ることは、約束を破ることと同様、人間性が疑われ、信用を落とす行為である。これはお互いにとっても感情的なダメージを受けることに間違いない。しかも親しい関係であればあるほど、人間関係を崩す可能性は高くなる。従って、このような状況でお互いの不快を取り除き、関係を修復する手段として謝罪することが求められる。

(9) 嘘をつく、だます

お互い誠実さが求められる職場では、相手に嘘をつくことは最大の禁忌であると言っても過言ではない。誠実さがなければ協力関係は成り立たない。場合によっては、話し手自身の身に危険をもたらすことになるかも知れない。

(10) 能力不足

話し手の能力不足が原因で、任務が全うされない場合は、相手にとっての不快状況となる。このような場合、特に会社の責任者の立場にあった話し手は、責任

を持って謝る必要がある。

(11) 事実の隠蔽

仕事相手に事実を隠蔽することは、社会的な暗黙のルール、あるいは会社の規則に違反することになり、話し手の人間性を疑われる深刻な状況に陥ることにもなる。このような場合も話し手が誠心誠意を持って謝罪しなければならない。

(12) 前置き

前置きが多発する不快状況は、主に断りと依頼の2種類である。相手の誘いを断ることは、「他人に好かれたい、承認されたい」と望む誘う側のメンツを脅かす言語行動である。そのため、断わる側が、如何に誘う側のメンツを保てるのかを考えなければならないのである。大杉(1981:50)によれば、断言するときには、「不好意思」、「すみません」など相手への影響を緩和する表現を加えることが求められる。

また、依頼は、話し手の利益になる一方で相手は時間や労力を求めることになり、それが「不快状況」になることがある。そのため、「すみません」、「不好意思」などの謝罪表現をそえることで相手の不快さへの配慮を示すと考えられる。

(13) 感謝の代替

感謝の代替とは、謝罪表現をもって、感謝の意を表すことである。「ありがとう」より「すみません」というほうが丁寧に響くこともある(生越 1993:35)。話し手から相手への「恐縮」を示すという配慮である。

4. データの分析

4.1 謝罪用例の抽出

『世界映画大事典』(2008:421)によると、映画のような映像作品には、基本的な構成要素として、ショット(shot)、シーン(scene)、シーケンス(sequence)などがある。単一のカメラによって連続撮影された、切れ目のないひと続きの画面をショットという。シーンはショットとシーケンスの中間単位で、1つのまとまったエピソードからなる。シーンでは、通常、アクションが一定の期間内に、一定の場所で展開する。そしてシーンがいくつか集まって構成されたもっとも大きな単位をシーケンスという。また、『フィルム・スタディーズ事典』(2004:173-174)によれば、シー

表2 謝罪用例の抽出

国別	ドラマ	総場面	職場場面	比率	総時間	職場時間	比率	謝罪場面
中国	浮 沈	762	520	68%	1350分	1020分	76%	54
日本	半 沢	320	266	83%	580分	484分	83%	84
	ホ テ ル	418	404	97%	474分	448分	95%	137
	吉 良	369	270	73%	470分	335分	71%	112
	合 計	1107	940	85%	1524分	1267分	83%	333

ンは、物語映画の物語の1つの単位（ユニット）であり、連続した時間、空間において起こり、時間・空間のいずれか、あるいは両方の変化とともに終わる。一般的にシーンはいくつかのショットから成り立っているが、1つのショットでも成り立ちうる。本研究では、テレビドラマの謝罪場面を統計するため、「シーン」の代わりに「場面」という用語を使うことにする。

表2は選んだ中日のドラマを場面ごとに分け、各場面の時間を計測した結果である。各場面の内容によって職場かそれ以外かを判断し、職場を中心に話が展開するものを「職場場面」とし、その場面数と時間を整理した。そのうえで、職場場面の中で現れた謝罪言語表現を職場の謝罪用例として抽出した。

ドラマの構成から見ると、中国ドラマでは、職場場面の比率は68%だが、日本の場合は3つのドラマの平均が85%と中国より多い。これは、同じ職場ドラマでも、中国の場合は職場の人間関係だけでなく、登場人物の家族関係、恋愛関係などについても多く語られているのに対して、日本では、職場以外の人間関係についての描写が少ないためと考えられる。

また、表2を見ると、中国ドラマでは、合計520の職場場面のうち54の場面で謝罪言語行動が見られた。その割合は10.4%であり、時間に換算すると、約19分おきに1つの謝罪場面が出現したことになる。一方、日本ドラマでは、合計940の職場場面のうち333の謝罪場面が見られた。その割合は35.4%で、約4分ごとに1つの場面が現れた。この結果から、職場の人間関係においては、日本のほうが中国よりも頻繁に謝罪する傾向があると考えられる。

4.2 謝罪用例の分類

中日のテレビドラマから抽出された謝罪用例を、謝罪双方の人間関係によって、同じ組織の人間同士が

表3 謝罪用例の分類

国別	ドラマ	ウチ	ソト	合計
中国	浮 沈	29	25	54
	合 計 (%)	29 (54%)	25 (46%)	54 (100%)
日本	半 沢	64	20	84
	ホテル	64	73	137
	吉 良	55	57	112
	合 計 (%)	183 (55%)	150 (45%)	333 (100%)

行ったものを「ウチ」、異なった組織の人間の間で生じたものを「ソト」と分類した（表3）。

中国ドラマでは「ソト」より、「ウチ」の用例が多く（54%）、全体の半分以上を占めている。一方、日本の場合は、全体的には中国と同じ傾向を見せているが、各ドラマにはバラツキがある。『半沢』の場合は、「ウチ」の謝罪用例が圧倒的で、『ホテル』と『吉良』の場合は「ソト」のほうが多い。その原因は選んだドラマが描く「業界」のちがいによると考えられる。（『半沢』は金融業だが、『ホテル』は接客業、『吉良』は広告業で、両者はクライアントとのやりとりが重点的に描写されている。）

また、今回選んだ中国ドラマは1本しかなく、収集できた謝罪用例の数も少ないため、「ウチ」と「ソト」のどちらに謝罪用例が頻出するかについては断言するのはむずかしい。今後はデータを増やし、さらなる検討が必要だと考えられる。

4.3 「ウチ」の用例分析

つぎに各種類の謝罪用例がどのような状況で発生するのか、それについて具体的に検討する。

同じ組織の人間同士は、部署や肩書、経歴などにより、明確な上下関係が存在する。それによって、「ウチ」の謝罪用例はさらに「目下→目上」、「目上→目下」、「同

等」の3種類に分けられる。分類の結果は表4である。

表4 謝罪用例の分類：ウチ

国別	ドラマ	目下→ 目上	目上→ 目下	同等	合計
中国	浮 沈	13	14	2	29
	合 計 (%)	13 (45%)	14 (48%)	2 (7%)	29 (100%)
日本	半 沢	26	20	18	64
	ホテル	36	6	22	64
	吉 良	24	9	22	55
	合 計 (%)	86 (47%)	35 (19%)	62 (34%)	183 (100%)

謝罪用例の構成から見ると、中国では、出現率が最も高いのは「目上→目下」(48%)、続いては「目下→目上」(45%)、「同等」(7%)の順番である。目上と目下という縦の人間関係における双方向の謝罪用例が全体の93%を占めている。一方、日本ドラマでは、「目下→目上」(47%)の比率が一番高く、その次は「同等」(34%)で、「目上→目下」(19%)の比率が一番低い

のである。中国と比べて、日本は縦の人間関係の謝罪頻度が低いが、同等立場の人間同士、つまり横の人間関係の比率が高いのである。また、縦の人間関係では、上の立場の人間が頻繁に謝罪言語行動を行う中国とは反対に、日本では下の立場の人間が謝罪する比率が高い。次から上下関係の違いによってそれぞれの特徴を分析する²。

4.3.1 「目下→目上」の用例分析

同じ職場で目下の人間が目上に対して、どのような事柄が原因で謝罪言語行動が発生するのかについて見てみる。表5は不快状況の違いによって謝罪用例を分類した結果である。図1はそれを各種類の出現率として示したものである。

中国ドラマに見られた13の謝罪用例は、「仕事過失」(6例)、「規則違反」(4例)、「暴言失言」(1例)、「期待未満」(1例)及び「能力不足」(1例)の5つのカテゴリである。これらのうち、「仕事過失」と「規則違反」の2つで76%を占めている。一方、日本ドラマでは、86の謝罪用例を12のカテゴリに分けら

表5 不快状況の分類：目下→目上（ウチ）

適切性条件	不快状況	中 国	日 本			
		浮 沈	半 沢	ホテル	吉 良	合 計
命題条件	礼儀違反	0	2	9	2	13
	仕事過失	6	6	13	4	23
	規則違反	4	0	6	4	10
	暴言失言	1	0	1	1	2
	期待未満	1	2	0	3	5
	能力不足	1	3	3	3	9
	業務怠慢	0	1	0	0	1
	事実隠蔽	0	1	0	1	2
	感謝代替	0	3	0	0	3
	前置き	0	2	1	1	4
	合 計	13	20	33	19	72
事前条件	物的損害	0	2	2	2	6
	精神負担	0	4	1	3	8
	合 計	0	6	3	5	14
合 計	—	13	26	36	24	86

² 謝罪用例の数から見て、同等立場の謝罪用例は、中国ドラマではわずか2例しかないので、今回は分析対象から外すことにする。

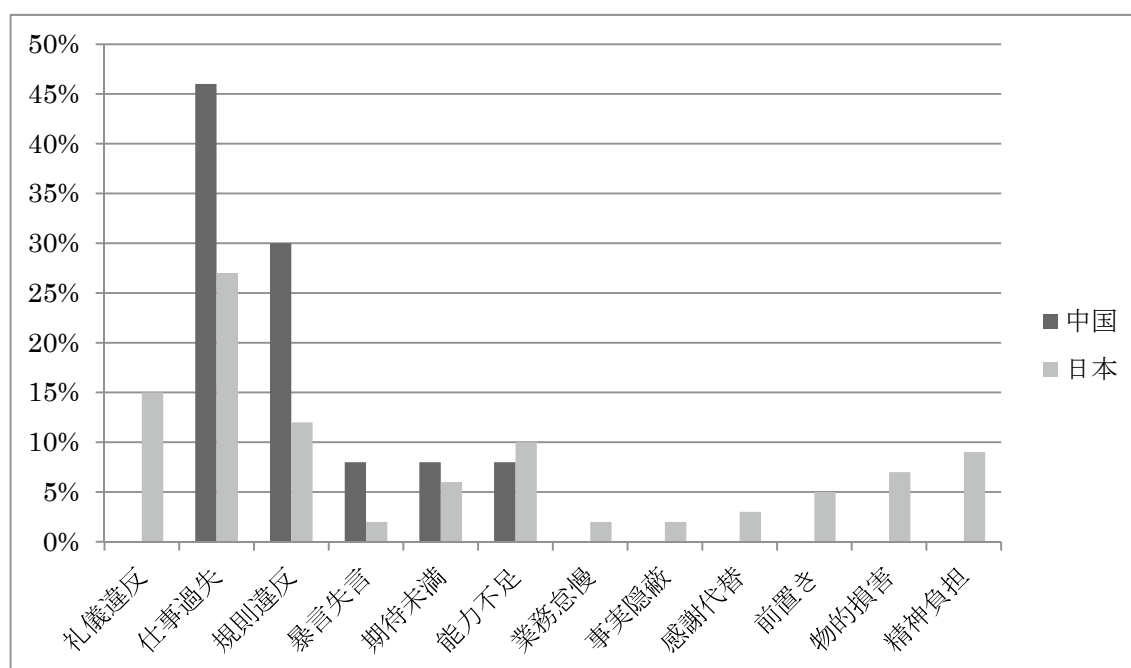


図1 不快状況の出現率：目下→目上（ウチ）

れる。中国の5つのカテゴリーのほか、さらに「礼儀違反」、「業務怠慢」、「事実隠蔽」、「感謝代替」、「前置き」、「物的損害」、「精神負担」の7つで謝罪用例が現れた。最も多く出現したのは「仕事過失」(27%)だが、ほかの11項目すべては2%～15%の比率で現れ、目立つものは見られなかった。中国の謝罪用例は少数のカテゴリーに集中的に分布するが、日本は多数のカテゴリーに分散する傾向が見られる。

また、中国ドラマの用例は5つのカテゴリーのいずれも謝罪の適切性条件の「命題条件」によるもの、つまり謝罪の送り手による不適切な言動が原因であり、「事前条件」についての言及はない。一方、日本では10カテゴリーの84%の用例が謝罪の「命題条件」で、「物的損害」と「精神負担」の2つだけ（16%）が「事前条件」によるものである。日本においては、「命題条件」はもちろん重視とされるが、それと同時に「事前条件」も謝罪へとつながることがあるという点は注意すべきである。

4.3.2 「目上→目下」の用例分析

つぎに、目上から目下に対して、いかなる状況で謝罪言語行動が発生するのかについて分析する。表6は不快状況の違いによって謝罪用例を分類した結果である。

中日ともにすべての謝罪用例が8つのカテゴリーに分けられる。そのうち、「礼儀違反」、「規則違反」、「期待未満」、「能力不足」、「前置き」、「物的損害」及び「精神負担」の7つが中日に共通するカテゴリーである。「約束違反」は中国だけ、「感謝代替」は日本だけで見られた。

中国では8つのカテゴリーのうち、「精神負担」（29%）、「礼儀違反」（21%）、「能力不足」（14%）の3つが全体の64%を占めている。一方、日本では、「前置き」が一番多く（23%）、つぎに「礼儀違反」（17%）が多いが、ほかは10%程度である。つまり、中国では少数のカテゴリーに集中するが、日本ではいろいろな場合に謝罪が生じていると言える。

4.4 「ソト」の用例分析

つぎに、職場の「ソト」との関係での謝罪行動の例を考える。業種別に見ると、今回選んだ中日のテレビドラマは、それぞれIT業界（『浮沈』）、金融業界（『半沢』）、ホテル業界（『ホテル』）、そして広告業界（『吉良』）の物語である。そのうち、『浮沈』、『ホテル』と『吉良』の3つは、サービスを提供する「サーバー側」とサービスを受ける「クライアント側」の区別がある。ここでは、立場上優位に立っているクライアント側を「上側」、サーバー側を「下側」とみなす。『半沢』で

表6 不快状況の分類：目上→目下（ウチ）

適切性条件	不快状況	中 国	日 本			
		浮 沈	半 沢	ホテル	吉 良	合 計
命題条件	礼儀違反	3	3	1	2	6
	規則違反	1	3	0	0	3
	期待未満	1	1	0	2	3
	約束違反	1	0	0	0	0
	能力不足	2	2	0	1	3
	感謝代替	0	4	0	0	4
	前置き	1	2	3	3	8
	合 計	9	15	4	8	27
事前条件	物的損害	1	3	1	0	4
	精神負担	4	2	1	1	4
	合 計	5	5	2	1	8
合 計	－	14	20	6	9	35

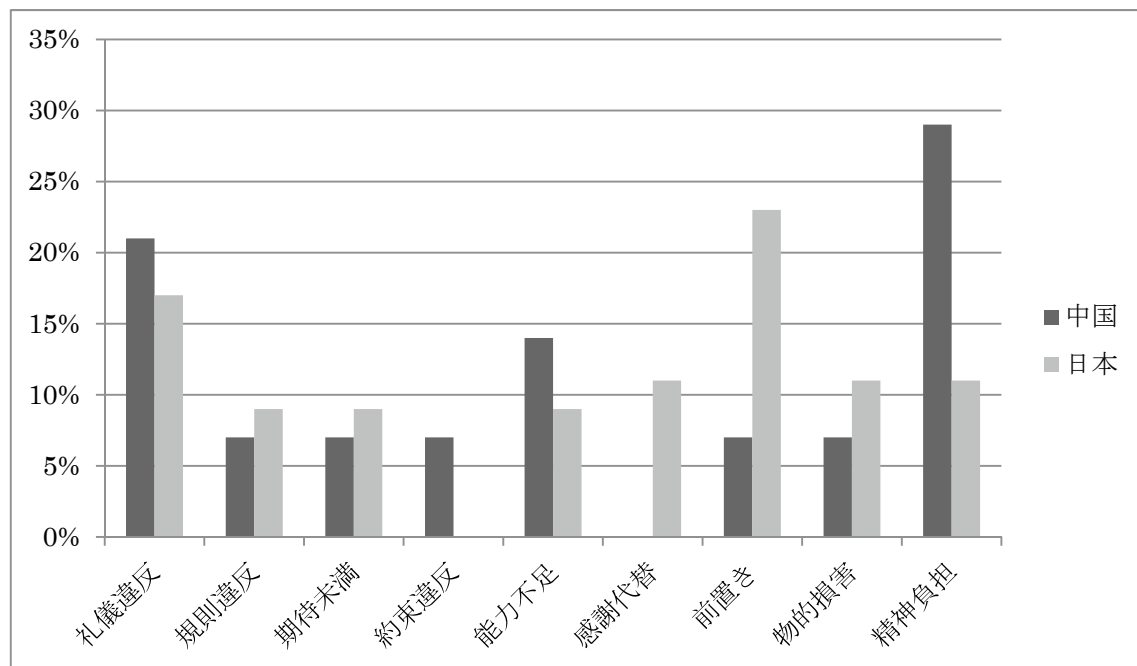


図2 謝罪用例の出現率：目上→目下（ウチ）

は、組織別の人間関係は主に企業、銀行そして金融庁を中心に展開されていることから、企業と銀行の間では、前者が「下側」、銀行と金融庁の間では、後者が「上側」になる。そうすると、前節と同じ、ソトの謝罪用例は概ね「目下→目上」と「目上→目下」に分けることができる。その結果は以下表7のとおりである。

4.3.1と同様、中国ドラマでは目上の人間が目下に謝罪する比率が高く（52%）、逆に日本ドラマでは目下の人間が目上に謝ることが多い（50%）。

表7 謝罪用例の分類：ソト

国別	ドラマ	目下→目上	目上→目下	その他	合計
中国	浮 沈	10	13	2	25
	合 計 (%)	10 (40%)	13 (52%)	2 (8%)	25 (100%)
日本	半 沢	6	11	3	20
	ホテル	36	33	4	73
	吉 良	33	13	11	57
	合 計 (%)	75 (50%)	57 (38%)	18 (12%)	150 (100%)

4.4.1 「目下→目上」の用例分析

目下から目上への謝罪言語行動の前提となる不快状況のカテゴリーは以下の表8となり、さらに各カテゴリーの不快状況の比率を示したのは図3である。

中国ドラマでは6つ、日本ドラマでは10に分類され、不快状況の種類はここでも日本ドラマのほうが多い。日本の用例数は75、中国は10とデータの数にばらつきがあるため、確定的なことは言えないが、日本のほうが不快状況ととらえられる行為の範囲は広いのではないかと推測される。

また、各カテゴリーの出現率は、中国では「前置き」(30%)、その次が「礼儀違反」と「物的損害」(20%)で、6つのカテゴリーのうちこれらだけでは全体の70%を占めている。日本では、最も多いのは「礼儀違反」(31%)で、つぎに「精神的負担」(17%)、「前置き」(16%)、「期待未満」(13%)、「仕事過失」(11%)とつづき、ほかの4つのカテゴリーはわずかに見られる程度である。中国に比べると、ここでも日本は多数のカテゴリーに分散する傾向がみられる。

4.4.2 「目上→目下」の用例分析

では、目上の人間が目下に謝罪する場合、その不快状況はいかなるものかについて分析する。表9と図4は不快状況の分類とその出現率を示したものである。中国では13の謝罪用例を5つのカテゴリーに分けられるが、日本では57の謝罪用例を9つのカテゴリーに分類できる。そのうち、「礼儀違反」、「規則違反」、「前置き」、「物的損害」と「精神負担」の5つは中国と共通するカテゴリーで、ほかの「期待未満」、「約束違反」、「能力不足」、「感謝代替」の4つは、日本の用例にしか現れなかった。不快状況の種類が日本のほうが多いのは4.4.1と同じである。

各カテゴリーの出現率は、中国では「礼儀違反」(47%)、「規則違反」(15%)、「前置き」(15%)、「物的損害」(15%)、「精神負担」(8%)の順である。逆に日本は、「精神負担」が最も多く(44%)、「礼儀違反」(21%)、「物的損害」(18%)、「感謝代替」(14%)、「前置き」(11%)と続く。つまり、中国の謝罪用例は半数近くが「礼儀違反」に集中するが、日本では、「精神負担」と「礼儀違反」の2項目で全体の65%を占めるほか、少数のいくつかのカテゴリーが見られ、分散

表8 不快状況の分類：目下→目上（ソト）

適切性条件	不快状況	中 国	日 本			
		浮 沈	半 沢	ホテル	吉 良	合 計
命題条件	礼儀違反	2	2	11	10	23
	仕事過失	0	1	4	3	8
	暴言失言	1	0	1	0	1
	期待未満	0	0	5	5	10
	業務怠慢	0	1	0	0	1
	約束違反	0	1	0	2	3
	嘘 つ く	0	0	1	0	1
	感謝代替	1	0	0	0	0
	前置き	3	0	9	3	12
	合 計	7	5	31	23	59
事前条件	物的損害	2	0	0	3	3
	精神負担	1	1	5	7	13
	合 計	3	1	5	10	16
合 計	－	10	6	36	33	75

的である。

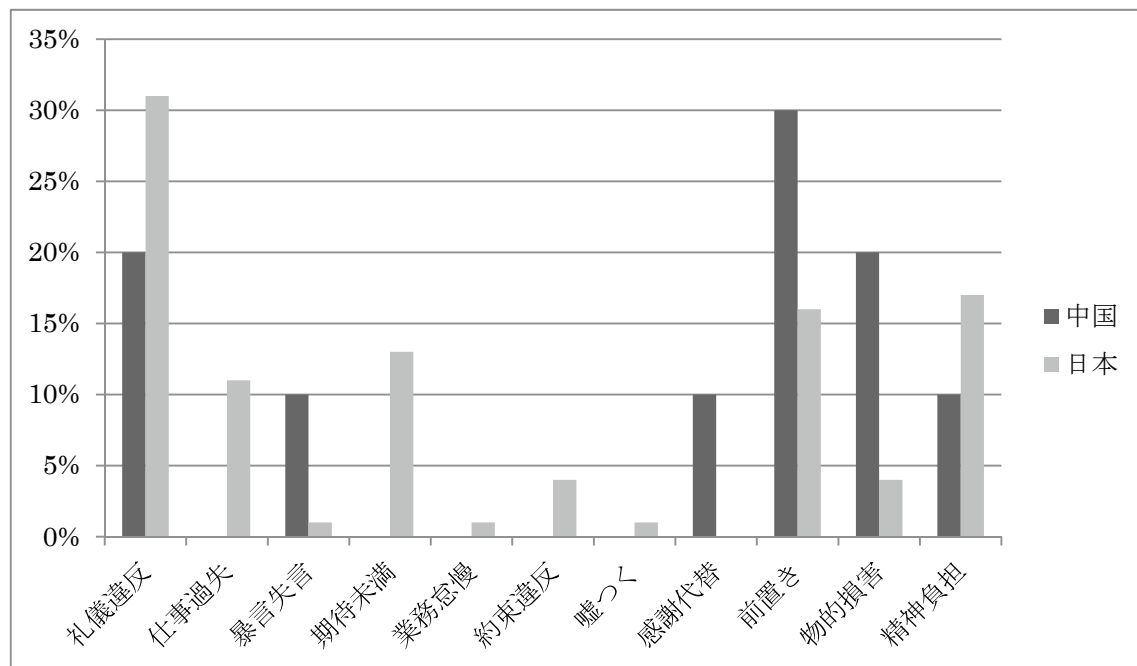


図3 不快状況の出現率：目下→目上（ソト）

表9 不快状況の分類：目上→目下（ソト）

適切性条件	不快状況	中 国	日 本			
		浮 沈	半 沢	ホテル	吉 良	合 計
命題条件	礼儀違反	6	2	3	7	12
	規則違反	2	1	1	0	2
	期待未満	0	0	1	0	1
	約束違反	0	0	1	1	2
	能力不足	0	0	0	1	1
	感謝代替	0	0	7	1	8
	前置き	2	1	4	1	6
	合 計	10	4	17	11	32
事前条件	物的損害	2	2	7	1	10
	精神負担	1	5	9	1	15
	合 計	3	7	16	2	25
合 計	－	13	11	33	13	57

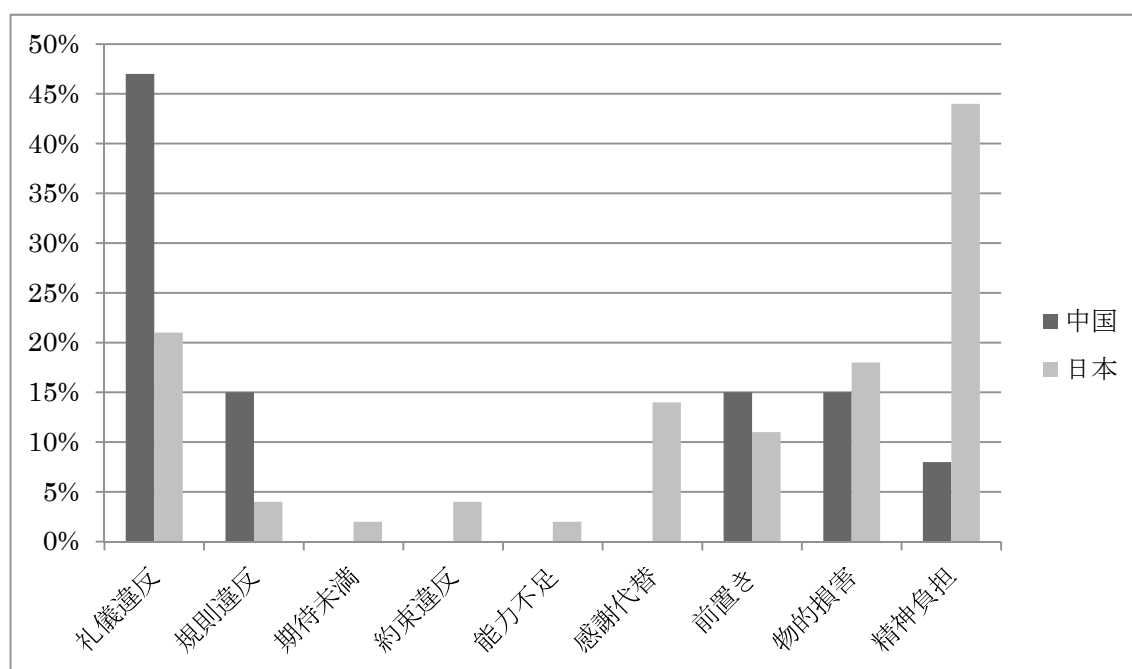


図4 不快状況の出現率：目上→目下（ソト）

5. 考察

以上は謝罪言語行動の前提となる「不快状況」について、職場の上下関係を中心に、中日のテレビドラマを材料として分析してきた。その結果は以下の3点にまとめることができる。

まず、テレビドラマの場面構成である。中国では合計520の職場場面のうち、54の場面で謝罪用例が現れ、その出現率は10.4%である。一方、日本では、合計940の職場場面のうち、謝罪用例の場面数は333であり、出現率は35.4%である。つまり、職場場面では、中国人より日本人のほうがよく謝罪するように描かれていることがわかる。

次に、不快状況の種類についてである。人間関係の親疎や立場の上下と関係なく、中国よりも日本のほうがより多くのことが原因で謝罪言語行動が行われていた。つまり、日本のほうが中国より謝罪行動を誘発する原因が多いことを示唆していると考えられる。

また、各不快状況の出現率を見ると、日本と比べて、中国の謝罪用例はより少数の不快状況に集中して現れていた。このことから、謝罪行動が生じる原因は、中国のほうが日本よりも限られている傾向にあると考えられる。

おわりに

最後に今回のプロジェクト研究「越境する知：中国から日本へ、日本から中国を」という共通テーマのもとで謝罪の対照研究を行う意義について、筆者個人の立場から述べておきたい。本研究では「中国人はめったに謝らない、日本人はよく謝る」などの観念レベルのステレオタイプを超えて、テレビドラマという研究素材を利用し、そのデータで検証することで、謝罪言語行動に関する中日それぞれの特徴をより細かくとらえることを試みた。このような研究を通じて、中国人が感じる日本人の謝罪の仕方への違和感の理由が明らかになり、より客観的な立場で中日両方の言語文化を見つめることができるようになると考えられる。これが今回のプロジェクト研究に参加する意義だと思う。

参考文献

大杉邦三

1981『敬語の敬意表現』大修館書店

大谷麻美

2008「謝罪研究の概観と今後の課題：日本語と英語の対照研究を中心とした考察」『言語文化と日本語』

教育』(一)

生越まりこ

1993「謝罪の対照研究:日朝対照研究」『日本語学』
12巻12月号

北山環

2014『ビジネス場面におけるポライトネスの考察:
アメリカ・イギリス・日本映画に表れる依頼・対立・
謝罪表現の分析』大阪教育図書

熊谷智子

1993「研究対象としての謝罪:いくつかの切り口に
ついて」『日本語学』12巻12月号

崔信淑

2005「日常生活における詫び行為に関する中日韓対
照研究:受け手調査より得られた言語表現について
の調査を中心に」『日本学研究・北京日本学研究セ
ンター編』15学苑出版社

高橋優子

2005「日中の謝罪コミュニケーション方略に関する
一考察:『補償の行為の申し出と行為の実行状況』
に着目して」『異文化コミュニケーション』第8号

鄭加禎

2006「謝罪行為における差異:日本語母語話者と中
国語母語話者の事例研究」『アジア社会文化研究』
第7号

陶琳

2005「“对不起”と『すみません』について」『比較
文化研究』第69号

萩野綱男

2003『朝倉日本語講座9 言語行動』朝倉書店

彭国躍

1992「謝罪行為の遂行とその社会的相関性につい
て:中日社会語用論的比較研究」『日本学報』第11
号

2005「現代日本語の謝罪発話行為の類型と機能」『日
本語学』24巻4月号

ボイクマン総子・宇佐美洋

2005「友人間での謝罪時に用いられる語用論的方
策:日本語母語話者と中国語母語話者の比較」『語
用論研究』第7号

李天陽

2006「日・中における謝罪言語表現の一研究」『大
阪外国語大学院』第33号

李 竺楠 (リ ジクナン)

中国山東省龍口市生まれ、鹿児島市在住、山東師範大
学大学院日本語文学研究科日本語学専攻修了。

平成28年度プロジェクト研究概要

熊 華磊
(プロジェクト研究指導補助)

●プロジェクト研究の歴史的背景

今年度、プロジェクト研究は14回目を迎えました。

今までのプロジェクト研究を振り返ると、第8回までは何人かでチームを組み、チームごとに共同テーマを設定するという方針を取っていました。このスタイルは共同性が高く、地域社会に対する発信も効果的だと感じられますが、その反面、院生個々人の博士論文との関連性が薄く、3～5年間で博士論文を書かないといけない院生にとって大きな負担となっていました。

その後、プロジェクト研究の方針は徐々に「個別」重視に転換し、特に最近では、複数キーワード式共同テーマが多く見られます(No.10, No.11, No.12)。つまり、報告者たちはそれぞれ博士論文に関係する研究を行い、それを何らかの形で共同テーマの複数キーワードのうちのどれかと関連付ければよいわけです。しかし当然のことながら、「個別」の研究における「共同」へのアプローチの工夫は、単にキーワードの部分的導入にとどまり、報告相互間の関連性が見えづらいとの指摘[西村 2014: 43]もありました。

私は今まで報告者として2回(No.11, No.12)プロジェクト研究に参加したことがあります。当時は自分の報告にだけ専念すればよかったのですが、今年度は初めて特任助教としてプロジェクト研究に携わることになりました。そこで最も課題として感じたのはやはり、「共同」と「個別」の間で如何にバランスを取るか、ということでした。

●前期のプレセミナー

「共同」と「個別」に関する課題を解決するた

めに、私1人で考えても仕方がないので、とりあえず行動を起こしました。具体的には、前期のプレセミナーと夏季の合宿を行いました。

「(後期の)授業開始後に共同テーマを考えると大変」という前任者からの助言もあり、まずは報告者4人だけで話し合おうと、前期にプレセミナーを2回実施しました。1回目は主に私から、今までのプロジェクト研究のテーマをレビューし、共同テーマを設定するいくつかの方法を紹介しました。2回目は、報告者4人がそれぞれ博士後期課程で行おうとする研究について紹介し、お互い何か共通点はないか話し合いました。2回のプレセミナーの成果として2点挙げられます。まず、①お互いの研究についてある程度理解できるようになりました。そして、②報告者は全員中国人留学生だという共通点が得られました。

特に2点目については、まさに共通点について議論が進まないときに、報告者の1人が冗談半分で言いだしたものです。これまでは報告者の研究内容から共通点を探っていたため、どうしても複数のキーワードになりがちでした。一方、報告者の研究者としての属性、あるいはスタンスを、共通点としてはほとんど考えていませんでした。しかし、博士課程1、2年という博士論文執筆のスタートラインに立つとき、研究内容をむやみに増やすことより、自分のスタンスを意識しながら、これからの研究の道筋を決めることのほうが重要かもしれません。そこで、全員中国人留学生という共通点に、全員の研究対象に中国が含まれているという共通点を付け加えた形で、共同テーマを考案することにしました。

●夏季の合宿

次に、上述した共同テーマ案についてプロジェクト研究を担当する教員に説明すべく、また、教員と学生との意思疎通を図るため、夏休みを利用して、鹿児島県伊佐市で1泊2日の合宿を実施しました。担当教員である桑原季雄先生、永田邦和先生、私、そして報告者4人の計7人が参加しました。

伊佐市では地元の方々に協力していただき、多彩な見学ができました。具体的な行程は表1をご覧ください。

伊佐市での合宿を通して得られたものは主に3点あります。①担当教員と報告者学生の間で、お互いについての理解が深まりました。これは後の授業などが円滑に進められたことに貢献していると思います。②報告者4人の専門とは直接関係あ



大口酒造にて

りませんが、伊佐市の方々のそれぞれができる、あるいは興味を持っている方面から地域社会に取り組んでいる姿を目にし、4人とも少なからず心を打たれているはずです。③大仏寺での二次会では、私と報告者4人のほうから、担当教員2人に

表1 伊佐合宿行程表

時 間		場 所	人 物	内 容
8/2	10:30~12:00	十曾池	南清喜氏（ボランティアガイドグループ「伊佐の風」所属・鳥撮影愛好家）	十曾池観光 伊佐の自然や鳥の撮影などについての話を聞いた。
	12:00~13:00	ゆかり樹	「伊佐の風」メンバーの女性4名	昼食 女性4名が自宅を改築し運営する完全予約制レストラン。金儲けより交流の場を創りたいという話を聞いた。
	13:30~15:00	曾木の滝・曾木発電所遺構	「伊佐の風」メンバー1名	曾木の滝・曾木発電所遺構見学 観光だけでなく、明治期の産業などについての話も聞いた。
	15:30~17:00	大仏寺	星野元興氏（住職、地域政策科学専攻OB）	大仏寺の歴史、鹿児島における仏教の歴史について話を聞いた。
	18:30~	王将	南清喜氏 星野元興氏	懇親会 二次会は大仏寺で行われ、担当教員2人に共同テーマ案について報告し、了承を得た。
8/3	10:00~11:30	大口酒造	上田次郎氏（大口酒造取締役）	大口酒造第2蒸留所見学 焼酎が造られる過程や、企業と地域の関係などについて話を聞いた。

共同テーマ案について説明しました。アルコールのおかげもあったのか、すんなりと受け入れられました。

●授業について

前期のプレセミナーと夏季合宿の努力の結果、後期の授業開始からまもなく、共同テーマを「越境する知——中国から日本へ、日本から中国を」に決めることができました。この共同テーマに関する説明は永田先生による巻頭文で詳しく書かれているので、ここでは割愛します。1つだけ付け加えると、3回目の授業で、共同テーマについて現時点でどんなものが言えるのか報告者4人に尋ねたところ、ほとんどの答えが、なぜ「中国から日本へ」なのかに対する説明となりました。しかし、「日本から中国を」の意義は何なのかという

ことのほうが、むしろ前述した研究の道筋とつながり、重要な課題だとの指摘がありました。

ところが、いざ授業になると、共同テーマの意義を考える余裕がほとんどありませんでした。今回のプロジェクト研究のスケジュールは表2で示します。

表2で示したとおり、今年度の報告者は4名と比較的少ないため、予行演習を入れると、1人の発表回数は計6回もあります。当初の目標としては、1回目は研究計画、2、3回目は研究の中心的部分（事例調査やデータ分析など）、4回目は考察・結論、5回目は報告用の完成版、6回目はリハーサルと考えていました。しかし、実際の進捗状況は個人差もありますが、かなり遅れていました。その中で、主な問題点は3点ありました。

①研究計画の設定に時間を要しました。半年間

表2 平成28年度プロジェクト研究スケジュール

回	日付	内 容	備 考
1	10/7	オリエンテーション（プロジェクト研究概要説明、昨年度報告例、自己紹介）	
2	10/14	発表者構想ミニ発表、共同テーマ検討	
3	10/21	共同テーマ検討、報告会内容検討	
4	10/28	研究計画案発表（2名）	
5	11/4	研究計画案発表（2名）	ポスター案検討・担当決定
6	11/18	研究進捗報告I（2名）	
7	11/25	研究進捗報告I（2名）	コメンテーター案検討
8	12/2	報告会内容決定、ポスター案検討	
9	12/9	研究進捗報告II（2名）	
10	12/16	研究進捗報告II（2名）	ポスター決定
11	1/6	研究進捗報告III（2名）	
12	1/13	研究進捗報告III（2名）	
13	1/20	報告演習（2名）	報告書原稿〆切は1/27
14	2/3	報告演習（2名）	
15	2/10	予行練習（4名）	
	2/11	報告会	

で、どんな方法でどこまでするのか感覚が掴みにくいようで、大きな計画を立ててしまう傾向がありました。

②担当教員及び報告会当日の聞き手の多くは専門外の方ですので、専門内で一般的に使われているような用語や考え方など、専門的概念に対する説明が必要ですが、そこが不十分でした。

③授業での発表は最初からプレゼン形式が取れましたが、文章化しないかぎり、それはいつまでたっても骨組み作業にとどまり、研究の中身に関する発表内容の構築が大幅に遅れてしまいました。

以上のような問題点を抱えつつも、教員や学生全員の努力によって、報告会当日までに何とか完成版を提示できるようになりました。

●報告会について

今年度のプロジェクト研究報告会は表3で示したプログラムで行われました。

表3で示したように、今回の報告会の特徴は、

①1人の発表に20～25分と十分な時間を取っていること、②個別の報告者に対し、専門分野に近いコメンテーターを配置すると同時に、共同テーマについて議論する時間も設けていることが挙げられます。

報告会は概ね時間どおりに進められました。個別講評の段階では、三木先生は李さんと張さんの2人に対し、適切かつ鋭い指摘と質問を出しました。一方、林先生はPPTまで用意して、プレゼンの形式で邵さんの発表概要をおさらいしてから、



報告会全体の様子

表3 平成28年度プロジェクト研究報告会プログラム

題目：越境する知—中国から日本へ、日本から中国を—		
13：30～13：35	開会あいさつ	人文社会科学研究科長：高津 孝先生
13：35～13：45	共同テーマの趣旨説明	司会者：永田 邦和先生
13：45～14：15	報告1（発表20質疑10）	張曉娜さん
14：15～14：45	報告2	龔卿民さん
14：45～14：55	休憩	
14：55～15：25	報告3	邵利軍さん
15：25～15：55	報告4	李竺楠さん
15：55～16：05	休憩・設営	
16：05～16：50	個別講評	コメンテーター①：三木 夏華先生 コメンテーター②：林 亮輔先生 コメンテーター③：熊 華磊先生
16：50～17：20	全体ディスカッション	フロアからの質問と、司会者から報告者へ共同テーマについての質問など
17：20～17：25	閉会あいさつ	地域政策科学専攻長：萩野 誠先生



張さん：報告者



龔さん：報告者



邵さん：報告者



李さん：報告者

いくつかの質問と提案をあげました。私の場合、龔さんの発表を授業の中で聞いてきたので、すでにコメントを出し尽くした感がありますが、今後の研究の発展を期待する意味での提案をしました。

全体ディスカッションでは、担当教員の桑原先生以外にフロアから特に質問が出なかったため、司会者の永田先生が報告者4人に対し、今回のプロジェクト研究を通して自分の研究にどのような変化があったのか、「日本から中国を」の部分を中心に述べるようにという問いかけがされまし



永田先生：司会



会場の様子



林先生のコメント



三木先生：コメンテーター



熊：コメンテーター

た。前述した3回目の授業の時に比べると、4人の回答は少し進化したと感じられました。特に他分野の研究から学ぶ視点を習得したように思われます。しかし、「日本から中国を」研究する意義に対する答えはまだ不十分であることは否定できません。その答えを今後の研究上でも探り続ける必要があると思いますが、そのなかで、日中両方の先行研究の流れや特徴を把握し、その中に自分の研究を位置付ける作業を行うことが1つの鍵なのではないでしょうか。

●報告会の課題について

今回の報告会は、プログラム全体で4時間を要

しました。しかし、来場者27名のうち、8名は学外からで、そのうちの3名がアンケートの回答で「専門的な部分は難しかった」と書いているように、その方々にとって、4時間の報告会はあまりにも長かったです。

今後の課題として次の2点が残りました。①博士論文とのつながりを考えると、報告がある程度の専門性を有することは避けられませんが、学外の参加者を考慮すると、わかりやすい報告の作成に努めなければいけません。②報告会の完成度を保ちつつ、時間を短縮するためには、単に各報告の時間を削減するのではなく、プログラム全体を見直さないとはいけません。

●謝辞

最後になりましたが、担当の先生方、特に司会を引き受けて4時間立ちつづけてくださった永田先生をはじめ、授業の中で指導してくださった桑原先生、渡辺先生、また、突然のお願いにも関わらずコメンテーターを引き受けてくださった三木先生、林先生、そして、運営面で支えてくれた在学生の皆さんと教務補佐員の遠矢さんにこの場を借りて感謝を申し上げます。



ディスカッションの様子



林先生：コメンテーター

熊 華磊（ユウ カライ）

鹿児島大学大学院人文社会科学研究科特任助教。

鹿児島大学大学院人文社会科学研究科地域政策科学専攻（文化政策コース）修了。

プロジェクト研究を振り返って

張 曉娜

瞬く間にプロジェクト研究の授業が終わりました。振り返ってみると、最初に研究分野とテーマがバラバラの4人が集まって、共同テーマを選定することが難しいと感じました。プロジェクト研究を支えてくださる先生方、そして2年生の先輩方と何度もディスカッションした結果、4人ともに中国人留学生で、それぞれのテーマは中国に関する研究や中日対照研究という共通点から、「越境する知——中国から日本へ、日本から中国を」というテーマが導き出されることになりました。私たち4人はそれぞれの研究分野から、このテーマに向けて頑張り始めました。

私は修士の時から、社会言語学の立場から日源新詞（1978年以来中国語に取り入れられた日本語由来の外来語）、とくに日源新詞が中国語における受容状況に着目し、研究を行っています。外来語は異なる言語集団間の交流の結果を反映したものです。中国と日本は一衣帯水で、古代から様々な面で交流し続けてきました。両国は同じ漢字文化圏に属しているため、語彙間の貸し借りも活発に行われてきました。中国語にとって、日源新詞はまさに日本から越境する知です。それにくわえて、私自身は留学生として中国から日本へたどり着き、日本で身につけた言語学の専門知識を利用して日源新詞を分析することも「越境」ですので、今回の研究テーマは私の研究課題にぴったりしたテーマだと感じました。

中国語における日源新詞の受容状況を考察するためには、日源新詞の収集から始めなければなりません。今回のプロジェクト研究を機に、日源新詞の定義を明確にした上で、中国の新語辞書、メディア及び外来語に関する先行研究などの資料を

利用し、その中から日源新詞を取り上げることになりました。そして、集めた語彙を音訳や意識などの中国語への受容、語形成のあり方、意味に関する問題など各面から語彙の特徴を分析し、中国語における日源新詞の受容状況を考察してみました。

語彙の収集作業そして原稿作成の4ヵ月間、指導教員の太田先生にはいろいろアドバイスをいただき、原稿も丁寧にチェックしていただき、本当にありがとうございました。また、プロジェクト研究の授業において、先生方、先輩方、および一緒に発表する仲間たちからもたくさんのご指導、ご助言をいただきました。自分の研究を社会言語学の世界だけではなく、ほかの専門分野の方にも理解してもらうためには、どういうふうに説明したほうがよりわかりやすいか、どの部分をアピールすべきかなどいろいろ教えていただき、とても勉強になりました。研究報告会においても、コメンテーターの三木先生をはじめ、いろんな方からコメントやご指摘をいただいたことに感謝の意を表したいです。そして、授業の運営や報告会のサポートをしてくださった遠矢さんにも大変お世話になり、ありがとうございました。皆様のご指導、ご助力のおかげで、今回の研究をスムーズに進めることができました。今後もプロジェクト研究で得た経験や知識を活かし、自分の研究を進めていきたいと思っています。

龔 卿民

私は日本で、中国の少数民族について研究している。今日、中国と日本の両国間の交流が各方面

でますます深まるなかで、中国から日本へ留学する若者の数も増えている。また、在日中国人留学生の研究内容に関して、自分の母国と関係があるケースが多い。私も、「なぜ海外または日本で自国のことについての研究なのか」と、よく聞かれる。その答えとして私は、日本からの方が母国の事情を客観に見やすいことと、日本の先進的な研究方法や先行研究にアクセスしやすいため、多様な視点が得られやすい点を利点としてあげる。また、中国の少数民族出身者として、自分の民族文化をもっと深く理解するためには、日本という異文化に身を置いて、母国との間を往復する中で、自文化について考察をめぐらすことが重要ではないかと考えている。さらに、日本にも、中国の少数民族に関する研究者が数多くいるので、彼らとの研究交流の機会を得ることで刺激を受け、将来、自分なりの少数民族研究ができるようになりたいと思う。

今回のプロジェクト研究では「超境する知——中国から日本へ、日本から中国を」という共同テーマを設定し、中国留学生が皆、それぞれ各自の視点から日本や中国と関連する研究に取り組んだ。

私の研究テーマは「中国少数民族観光」である。中国においては1980年代後半から、地元の文化的な資源を掘り起こし、「民族風情」を主題とする民族観光活動が次々と現れてきた。これまで社会主義国家建設への障害とみなされた少数民族の伝統文化は、再評価の方向へと転換し、各地で少数民族文化の復興の動きが見られた。なかでも、中国の少数民族が数多く分布している雲南省や貴州省などでは、1980年代から少数民族観光の先進地として観光産業が発展してきた。また、内陸部の少数民族地域では、漢族と長期間生活を共にしてきたため漢族文化の影響を大きく受けてきた。少数民族観光がブーム化するなかで少数民族それぞれの民族文化の位置づけを明らかにする研究が必要とされている。

そこで、今回のプロジェクト研究では、「中国湖北省における少数民族観光——恩施土家族苗族の事例を中心に——」をテーマに、少数民族文化

を観光資源化してきた過程と、その観光化の中で、湖北省土家族の少数民族観光の現状と課題を明らかにした。また、初めて大学院の報告会で自分の研究を他の方々に紹介できることは、貴重な経験にもなる。そして、他の方から多くのアドバイスをもらえれば、今後の研究に役立つと思う。

最後に、今回のプロジェクト研究に当たっては、担当の先生方、共同研究を一緒にやってきた皆さん、博士後期課程の先輩方から、多くの指導と貴重なコメントをいただきました。また、伊佐市での合宿研修では、専攻OBの星野さんをはじめ、地元の多くの方々にご協力頂きました。この場を借りて心より御礼を申し上げます。今回のプロジェクト研究で得られた経験や専門知識を、今後の研究にも生かしていきたいと考えています。

邵 利軍

去年の10月からプロジェクト研究という必修授業が本格的に始まった。3人の先生と先輩たちとともにこのプロジェクト研究に参加した。この授業が始まる前に、特任助教の熊先生は事前に私たち4人を集めて、各自の研究を皆に説明させた。それぞれが全く違う分野を研究している4人の共通点を探したものの、なかなかいいアイデアが出てこなかったが、皆の知恵を集めて、最終的に、「越境する知——中国から日本へ、日本から中国を」という共同テーマに決まった。このテーマは、中国出身でありながら、日本と関連したことを研究している私たち4人の徴特を表していて、とてもふさわしい共同テーマだと思われた。

しかし、実際に自分の研究を始めると、なかなか前に進まない。大きな問題として、研究すべきものが多い気がして、何を選んだらいいのか分からない。限られた時間内で、共同テーマに合い、かつ分かりやすい内容でみんなに報告するのは思ったより難しい。

私は、最初、オートバイ産業に関する多くの視

点を取り上げたり、実際やる可能性が低い観点を
出したりしてみたが、自分の中心点が見つからな
かった。何回かの発表を通じて、先生方から貴重
なアドバイスをいただき、最後に中国のオートバ
イ産業の独特な特徴に注目することができた。

日本のオートバイ産業と中国のオートバイ産業
の発展は、海外の技術の導入から始まった。日本
は50年間の努力を通して、国内ブランド化と海外
現地生産が実現した。しかし、中国はその60年間
の発展で、日本のような現状になってない。逆に、
中国のオートバイ産業は現在まで長期にわたって
低排気量車種の生産を続けてきた。中国のオート
バイ産業は日本等の先進国から技術や知識を導入
してきたが、日本とは違う独自の特徴を持つに
至っていることが、日本との比較によってより明
確になったと言える。それは、日本のオートバイ
企業は中国に先端技術や資本をもたらし、中国の
オートバイ産業の発展を促したが、日本の場合と
は違って、中国では生産地が3つの地域に集積し、
高級ブランド化に進まず、低排気量の生産と輸出
に特化してきたことである。

今回のプロジェクト研究を通して、両国のオート
バイ産業の違いについてより深く理解できた。
また、仲間たちと一緒に取り組むことで、自分の
研究を分かりやすく説明するだけでなく、分野の
違う仲間たちの研究もより理解できるようになっ
た。さらに、研究に対して新たな理解ができ、自
分の分野だけ知っているのは不十分であり、いろ
んな分野に自らを開いていくことが必要だと感じ
た。特に、最後の報告会は新たな磨きをもたらし
た。今回のプロジェクト研究の経験が、私のこれ
からの研究にも影響を与えていくと思っている。

最後に、今回のプロジェクト研究で関わった
人々に感謝の気持ちを伝えたい。先生方や先輩た
ちの支えがあったからこそ、今回の報告ができる
ようになった。また、報告の仲間たちも大変お疲
れ様でした。

プロジェクト研究にかかわった当初から、私は
疑問を持っていた。大学院に入学したばかりの私
は、2015年度後期のプロジェクト研究の授業に傍
聴者として参加し、この授業がどのような形で展
開されるかを見学してきた。その中で、共通テー
マで煮詰まったり、スケジュールに追われたり、
苦勞していた先輩たちの姿を見るたびに思ったの
である。わざわざ専門の全く違う人たちを集め、
時には「強引」と言えるほどに共通テーマを立て、
そのもとで各自の研究を進めることの必要性はど
こにあるのか。そういうふうにプロジェクト研究
の存在意義に疑問を抱いたまま今期の授業に臨ん
だのである。

毎週の授業で4人のメンバーが順番に発表し、
担当の先生方や先輩たちからコメントをいただ
き、それに基づいて修正して、また次の授業で発
表する。このような授業が重なるうちに、私は大
切なことに気付かされた。

一つは、研究の「関連性」である。世界の物事
は多かれ少なかれ全て関連している。学問の領域
でも、いくら関係がなさそうに見える分野にも、
必ずどこかで何らかの接点が存在するはず。私た
ちに必要なのは、それを見つけ出す「眼」なので
ある。例えば、今回の発表者4人の研究内容はそ
れぞれ、張さんは「中国語における日源新詞につ
いて」、キョウさんは「中国湖北省における少数
民族観光」、ショウさんは「中国のオートバイ産業」
であり、そして自分は「謝罪言語行動の中日対照
研究」を研究テーマとしている。4人は中国から
日本へ留学してきて、また日本で中国あるいは中
日について研究するという点で共通している。そ
こで、検討の結果、今回の共通テーマは「越境す
る知——中国から日本へ、日本から中国を」と決
定した。

もう一つは、「関連性」の延長とも言えるが、
研究の「開放性」である。それは、自分の専門分
野にとらわれず、自ら外に目を向けることを意味
すると思う。具体的には、授業の中ではもちろん、

最終の報告会で自分の研究成果を披露し、他分野の方々に意見を求めるなど、積極的に他の専門分野と接触することである。それによって、自分には常識的であるが、専門外の方々には初耳の内容は、改めて説明する必要があることに気づいたり、他分野の理論や方法などを自分の研究の中で生かせる可能性を感じたりした。これらは自分の研究をより成熟させ、多くの方々に受け入れてもらうために欠かせない重要なことだと思う。それと同時に、自分の研究が他の方々にヒントを与えるなどの相乗効果も生まれるかもしれない。

ここに至って、最初の疑問は完全に解消され、プロジェクト研究は大変有意義な授業だと実感した。この心境の変化は、今回のプロジェクト研究に参加したことによる大きな収穫だと思う。最後に、このプロジェクト研究を担当してくださった先生方、そして関係者の方々に厚く御礼を申し上げたい。本当にありがとうございました。

プロジェクト研究とは

「プロジェクト研究」は、地域政策科学専攻の必修科目である。この授業を通して、学生は自己のテーマや調査研究方法を模索し、中間発表を重ねて教員や他の学生からの意見や助言を聞き発表内容を固めながら、他分野の発表を聞き意見を陳述することで、研究者としての力を総合的に高める。

*プロジェクト研究報告会は、この授業の一環として学生主体でテーマを決め、開催するものです。

平成28年度「プロジェクト研究報告会」概要

総合テーマ：越境する知——中国から日本へ、日本から中国を

開催日時：2017年2月11日(土) 13:30～17:30

会場：郡元キャンパス 総合教育研究棟(文系) 2階201講義室

◇研究報告

張 曉娜(文化政策コース1年)、龔 卿民(文化政策コース2年)

邵 利軍(地域政策コース1年)、李 竺楠(文化政策コース2年)

◇コメンテーター

林 亮輔(人文社会科学研究科准教授)

三木夏華(人文社会科学研究科准教授)

熊 華磊(人文社会科学研究科特任助教)

◇司会

永田邦和(人文社会科学研究科教授)

平成28年度「プロジェクト研究」参加一覧

履修院生：

地域政策コース 寿 洋一郎(3年)、邵 利軍(1年)

文化政策コース 濱田みゆき(2年)、ガルシア・アロヨ・ホルヘ(2年)

李 竺楠(2年・10月入学)、龔 卿民(1年)、張 曉娜(1年)

周 倩(1年・10月入学)

島嶼政策コース 宋 多情(2年)

担当教員：桑原季雄(島嶼政策コース・人文社会科学研究科教授)

渡辺芳郎(文化政策コース・人文社会科学研究科教授)

永田邦和(地域政策コース・人文社会科学研究科教授)

指導補助：熊 華磊(人文社会科学研究科特任助教)

プロジェクト研究報告集 第14号

印刷 2017年 3 月21日

発行 2017年 3 月28日

発行所 鹿児島大学大学院人文社会科学研究科

(博士後期課程) 地域政策科学専攻

〒890-0065 鹿児島県鹿児島市郡元一丁目21番30号

TEL・FAX 099-285-3573

E-mail lehdoc@leh.kagoshima-u.ac.jp

URL http://www.leh.kagoshima-u.ac.jp/wp_leh/?page_id=13129

印刷・製本 濱島印刷株式会社

©2017無断複写・転載を禁ず

ISSN 1882-5648