

<論 文>

アジア各国における交流の進展と多文化交流圏の形成

—青島日本人社会の形成を中心に—

李 勁松 (Jingsong LI) 呉 紅敏 (Hongmin WU)

要旨

1990年代初頭から青島市には数多くの日本企業が進出しており、それに伴って日本人駐在員やその家族、自営業者などが多く居住するようになった。この20年間、彼らは日本人会を中核としてさまざまなネットワークを広げながら日本人社会を形成してきた。他方、地域社会において彼らは日本人学校を設立し、日本文化の伝達やホスト社会との活発な経済交流を行うなど、永住志向は希薄ながらも地域社会への一定の影響を保持している。青島における日本人社会の形成、日本人会の活動を通して現代における海外進出する日本人駐在員たちの現地社会へのさまざまな適応様式、それに伴う現地社会の変化の一端を見ることができよう。

キーワード

駐在員、日本人会、ネットワーク、地域社会、多文化交流圏

はじめに

- I 問題意識と研究アプローチ
 - II 「青島日本人会」を主軸として構築される青島日本人社会
 1. 「青島日本人会」の設立
 2. 「青島日本人会」三つの目標とその実現
 3. 「青島日本人会」と青島日本人ネットワークの諸相
 - III 「青島日本人会」活動の社会的結合—地域社会との交流と協力
 - IV 中国人パートナー層の増加と多文化交流圏の形成
 1. 日本語による情報環境の厚みの増加
 2. 留学生を主軸としたパートナー層の形成
 3. 日本文化演出の「装置」としての「日本飲食店」
- おわりに—地域社会における「共存」関係の構築にむけて

はじめに

グローバル化に伴い東アジアでも域内の国同士の経済交流がますます盛んになっている。例えば中国では、2001年 WTO への加入を契機に外資企業の進出が一気に加速しており、中でも日本との関係が貿易面、投資面の双方において特筆すべき存在感を示している。2012年の中国の対外輸出先として日本は米国について第二位（1516億ドル）、また、2012年の日本の対中国投資は、国別では世界第一位の73億8000万ドルとなっている。さらに言えば、2013年現在までに中国に進出した日本企業数は2万2790社（2011年末）にのぼり、外国から中国へ進出した総企業数の7.9%を占めている。その結果、直接・間接併せて約1,000万人以上の雇用を生んでいるとされるなど、雇用創出面での貢献も大きいこともあって、中国にとって日本は最も重要なパートナーとなっている¹。そしてそうした経済交流の活性化は当然の如く、国境を超える人の動き、国境を越えるネットワークの形成を促進し、その結果、一部の地域では多文化交流圏が形成されつつある。

そうした社会空間は本来は経済交流がもたらしたものであったとしても、そこに生じるのは経済現象だけであるはずがない。移動する人々、そうした人びとのネットワーク、そしてホスト国の人々やネットワークとのからみ合い、つまり文化接触による軋轢、対立、妥協、相互理解といった諸相、文化交錯と異文化理解というきわめて文化的な現象が生成する。本研究は、グローバル化に伴う国際的な経済交流がもたらした文化現象の現状を解明するための事例として、国際都市として成熟しつつある中国山東省青島市における日本人社会の実態及び彼らと地域社会との関わりを紹介・検討する。

山東省は中国では朝鮮半島、日本にもっとも近い省という地理的位置からも、昔から日本・韓国との往来が盛んで、いまや韓国は第二の貿易相手国、日本は第三位の貿易相手国であり、その貿易量が全体貿易量の12%を占めている²。なかでも山東省の玄関口

1 『中国経済と日本企業2013年白書』：p. 6

2 2012年現在、山東省の人口は全国第二位（9,637万人）、地区総生産は全国第三位の5兆13億2,000万元である。

とも言われる青島は「環渤海経済圏」の第3の市場³として、保税港区など開発区では企業誘致が推進され、交通インフラの発達、港湾整備が進んでおり、韓国・日本など先進国家（地域）の投資額の増加が著しい⁴。こうした経済交流に伴って行政や市民のレベルなど幅広い領域で、しかも速いテンポで交流が進んでおり、それとともに日本・韓国の駐在員とその家族、自営業者、留学生なども多く生活し、諸種のレベルの交流が互いに交錯したり重なり合ったりするかたちで展開されている。

そこで本研究は、青島における「日本人会」を中心とした日本人社会の形成および地域社会との関わり方を明らかにすることを通じて、グローバル化時代において国際都市として浮上りつつある青島における独特の多文化交流圏の様相、換言すれば「現代の越境」の新たな様相の把握に努めたい。

I 問題意識と研究アプローチ

ここでは「現代の越境」の様相を明らかにするために、まずは越境に関する先行研究を概観しておきたい。国境を越える移動は古くからあり、当然の如く、それに関心が寄せられ、主に社会学の領域で多くの研究がなされてきた。例えば、西ヨーロッパや北アメリカにおける社会の底辺を形成するエスニック集団である移住労働者を考察対象として①労働力の国際移動のプッシュ・プル要因、②移住者たちの生活戦略として、都市部の貧しい地域で集居区を形成するなどの伝統的コミュニティ形態の存在を明らかにしてきた。他方では、同化や融合のフレームを用いたエスニック個人や集団の環境適応に関する調査もなされてきたが、それは経済的な後進地域から先進地域への移動、貧しい地域に住む移住者の形態を明らかにするという意味で大きな成果を上げてきた。

3 「環渤海経済圏」には連港・青島港・天津港が含まれる。

4 2012年青島市商務局は六大『『蒼色（ブルー）』プレート建設行動計画』を定め、「外商投資企業サービス環境の更なる向上へ向けての実施意見」（「进一步优化外商投资企业服务环境的实施意见」）を出し、積極的な外資誘致政策を実施してきた。そうした努力もあって青島市はアメリカの中国雑誌『財富』で「2012年最優秀商務都市」に選ばれた（青島年鑑：2013年：p. 245）。

しかし、現代における越境は以上のような研究の枠組みでは捉えきれない要素を多く含む。何よりも、後進国から先進国への移動とは正反対の移動が見られるのである。しかも、現代における先進国からの越境者たちは、従来と比べればはるかに自由に越境し、ホスト社会でもはるかに能動的、積極的な生き方を示して、その社会と独自の融合・同化形態を示している。しかも、そうした人々の様々な意味でのバックグラウンドも従来とは性格を異にしている。例えば、教育程度の高さ、専門的職業有資格者の多さ、出身階級、都市的生活様式の訓練そのほかの属性において、1970年代以前の「古典的」なアジア移民とは大きな隔たりがあり、これら古典的な移民とは別な視点から新しく研究しなければならないとされている（服部：2002年）。本研究はそうした指摘に大きな示唆を受けている。

次いでは、日本における日本人の越境に関する先行研究を概観する。日本における日本人越境者に関する研究としては、戦前にアメリカ本土へ越境した日本人を対象とするものが目立つ一方で、現代の越境者に関する研究はいまだに少なく、そのことがすでに問題視されている（水上徹男：1997）。他方、最近では日本企業の中国進出が本格化するにつれて、そうした企業に関する研究が多くなされて来たが、主に経済提携の側面から北東アジア経済圏の実体分析を行い、東アジア産業構造の構築と市場形成の前途を展望している。例えば青島における日本の企業に関しても、両者を固く結ぶ輪として外資企業の投資環境に関する研究が多くなされてきた⁵。

ところが、以上はもっぱら経済的な側面に偏重しており、本研究が目的としている地域交流圏の形成という視点は殆ど見られない。それにはもちろん、日本企業の中国進出の歴史がまだ浅く、中国に長期滞在する日本人数が限定的であったことなどの理由がある。しかし、日本人駐在員たちが中国社会に与えるインパクトは経済的な側面

5 日本企業に関する主な研究としては『現地化する中国進出日本企業』（関満博：2008）『東アジア諸国の企業経営とグローバルゼーション』（大西昭生，2006）；青島における日本企業の投資環境に関する研究として「中国・青島地区の経済技術開発区と日系企業の投資環境」（孟丹『立正経営論集』33/2, 2001）、「青島経済技術開発区における日系企業」（吉岡秀輝、『港湾経済研究』38, 1999）、「産業集積の経済機能、形成ルートに関する考察—青島市政府の育成事例を通じて」（趙長祥『月刊経営労働』39/10, 2004）；「北東アジアのハブ港を目指す青島港の現状と課題」（『港湾経済研究』48, 2009）などがあげられる。

だけではなく、地域社会における多文化交流圏の形成といった側面も大きく、今後の日中関係を考察する上で労働者の国際移動という視点のみならず、一定期間滞在する駐在員の存在が現地に与える影響を無視することはできないだろう。

本研究では、グローバル化時代における日本人の越境現象および地域社会との関係を明らかにするために、青島における「日本人社会の形成・地域社会との関係」を事例として考察する。それをより具体的に言えば、以下の通りである。

- ① 国境を越えて青島で形成される日本人ネットワークの形成において主軸的な役割を果たしている「青島日本人会」の実態を、その設立経緯から明らかにする。
- ② 青島における日本人社会と地域社会との関係を、主に「青島日本人会」の活動の変遷を通じて考察する。
- ③ 地域社会における日本文化の受容と日本人社会と地域社会とのつながりを考察する。その際、青島で展開される日本関連エスニック・ビジネス⁶、日本人社会と地域社会とのネットワークの結び目の役割を果たす中国人パートナー層の活動などに注目する。

以上の研究を通じて、青島における日本人と地域住民とが日常生活において展開している関係性、つまり地域社会において形成される多面的な交流圏が一段とリアリティを帯びて浮かびあがるだろう。

II 「青島日本人会」を主軸として構築される青島日本人社会

前章までに明らかにした本研究の視点の提示を受けて、本章では青島における日本人コミュニティの中核となっている「青島日本人会」について、その設立にまで遡って論じることとする。2012年現在、山東省内の日系企業は1929社で、青島進出企業は867社、公式滞留ビザを取った人口が2,684人（全体の77.4%）で、観光ビザで往来する流動人口を含めると年間3万人を上回る⁷。日本人駐在員たちは散して居住している

6 ここでのいうエスニック・ビジネスとは、青島に居住する日本人ための日本式料理店や医療などのサービス業や新聞・雑誌などを指す。

7 山東省内の在留日本人は3469人で、日本人数の上位5市としては青島市が2,684人（全体の77.4%）、煙台市が235人、済南市が132人、威海市が120人、濰坊市が101人である（2010年青島日本領事館の資料より）。

が、市の中心のホテルで暮らす人が多く、その意味では地域的集中化傾向も見られる。

1. 「青島日本人会」の設立

青島における日本人社会の形成において中核的な役割を果たしているのが青島日本人会である。青島に初めて日本企業が進出したのは1979年で、その企業とは株式会社「イトマン」だった。同年には、青島と日本の下関とが姉妹都市となり、1984年には青島で初めての日本との中日合併会社が発立された。その後も日本企業の進出は続いたが、いまだ日本人駐在員の数は少なく、相互交流の規模も数人単位に限られていた。そんな状況下で青島日本人会の設立機運が高まったのは1989年6月の中国天安門事件がきっかけだった。当時、中国では大学生を中心とした民主化運動が全国的に高揚するにつれて、社会全体が不安定的になる一方で、情報手段や交通手段も発達していなかった。例えば、日本と中国を結ぶ飛行機の便数も北京―成田で週3便程度に限られていた。こうした状況のなかで、日本人駐在員は安全確保のために相互連絡を密にする必要を切実に感じ、日本人会設立の機運が盛り上がったのである。そして1990年には日本人駐在員たちが「青島日本人会」を立ち上げた。しかし、当初は正式な主旨が明らかにされず、また、発足式自体がその開催直前に中国当局の要求で中止せざるを得なくなったりするといった事情もあって、主に異国でも孤独を紛らわす程度の集まりにとどまっていた。加入駐在員も少なく、年に一回の親睦会が唯一の正式な活動というレベルだった。

「青島日本人会」が本格的な活動を始めたのは2000年以降のことである。中国へ進出する日本企業の増加に伴って、当然のごとく青島の駐在員やその家族も増えてきた。その後、2003年には中国でサーズが発生したのがきっかけとなって、駐在員たちは異国で互いの安否確認のため、連絡先を登録し、名簿を作成する動きが起こった。当時の青島はいまだ外国企業が進出し始めたばかりの時期で、国際化が進んだとは言いにくく、日本人の仕事、生活などを取り巻く環境は良好なものではなかった。しかも、青島に進出した日本企業の多くは繊維関連の中小企業が多く、様々な意味で力が弱かった。そこで、青島在住の日本人駐在員たちは自らの力で自分たちをまとめていく必要に迫られた。それが自主的な組織の結成・活性化であり、その表れとしての「青島日本人会」は中国政府との交流の道を模索しながら、青島在住日本人の生活支

援、経済活動支援体制を打ち立てて、本格的に活動を始動した。すなわち、「青島日本人会」は青島に進出した日本人駐在員たちが主体となって自発的に誕生した団体で、2003年を境目に一つの組織としての明確な目標を持って活動するようになった。以下では、当時「青島日本人会」の会長を務めた大谷吉治氏（以下大谷氏と略す）の活動から2003年以降の「青島日本人会」の活動の展開を考察する。

2. 「青島日本人会」の三つの目標とその実現

青島日本人会の設立に携わり、2013年まで日本人会の名誉会長を務めていた大谷氏は2011年の筆者のインタビューで日本人会の設立当時の活動について次のように語る。

「青島日本人会は最初は主に親睦を目的として設立されたもので、組織といっても具体的な主旨も目標もなかった。その後、親睦活動を重ねるうちにしだいに組織としての活動の目標を見つけるようになった。それは青島における日本人人口の伸び、社会活動・経済活動の勢いから、日本企業投資環境と青島在住日本人の生活環境の改善・進化・向上、中国の発展と友好的な日中交流を展開推進することであった。しかし、民間団体として中国政府と交渉するには限界があった。これらの問題を解決するには日本政府のバック・アップが必要なものとなり、そのためにもまず青島に日本の領事館を設立しなければならないと判断した。もう一つの目標は日本貿易振興機構ジェトロ（JETRO）の誘致であった。青島において日本人駐在員たちが地域社会で円滑に適応するには多くの日本企業を誘致し、日本人の力を強める必要があった。しかし、日本国内の多くの企業は中国への投資を願っていないもの、投資先の情報やパイプを持たないため、なかなか実現できない状況であった。この問題を解決するためにも国際ビジネス情報源となるこれらの組織が不可欠だと判断したのである¹。他方、青島は日本人の仕事の場であると同時に生活の場でもある。駐在員の生活を考えた上で、家族同伴の最も切実な問題である子供の教育問題も解決しなければならないと判断した彼らは、日本人学校の設定を重要なテーマとした。この三つの目標を掲げて、日本人会は積極的に日本政府と中国政府に働きかけた。

大谷氏は1993年に観音寺に本社を置く食品会社の中国への進出計画を推進するため現地派遣駐在員として山東省の威海へやってきた。その後、会社の中国事業の現地化が順調拡大発展し、2000年には会社から中国事業を統括管理する「山東省総支配人」

に任命され、青島市に移ることになった。そして2003年4月から会社の仕事の傍ら青島日本人会会長に就任することになった。就任にあたり、彼は「駐青島日本国総領事館の誘致」、「青島日本人学校の新設」、「日本貿易振興機構（ジェトロ）の誘致」の三つの目標を実現するために奔走した。その活動には青島日本人社会の特徴の一端が伺えるが、以下では具体的にその活動をたどってみることにする。

①駐青島日本国総領事館の誘致

2003年6月、大谷氏は日本人会会長に就任した直後、駐北京日本大使館へ赴き、青島での日本領事館・日本人学校の開設を陳情した。当時は日本政府が財政的にも厳しい問題も抱えていて、在外公館を減らそうとしていた時期であって、その陳情の実現にはハードルが高かった。それにも関わらず、彼は北京日本大使館へ陳情を繰り返した。そして、日本領事館の青島誘致にはもう一つの障害があった。それは在外領事館は地域の首府に設置するのが原則であるということであった。そこで彼は、山東省の省府である済南市政府、山東省政府に対して、青島への日本領事館誘致活動の趣旨を説明し、理解を求めながら誘致運動を進めた。そうした努力の甲斐もあって2008年4月には、駐青島日本総領事館の開設が決定され、2009年1月1日には正式の開館にこぎつけた。駐青島日本総領事館の設立は青島日本人社会はもとより青島市、山東省にとっても計り知れない便宜をもたらすことになった。

②日本人学校の設立

日本人会のメンバーたちは青島へもっと多くの日系企業を誘致するには駐在員たちの生活環境を整える必要があり、その中でも子供の教育問題の解決が最も切実な問題であると判断した。青島日本人会は日本人学校の誘致のため、関係行政機関に対して誠意をこめて働きかけた。結果、2003年12月、日本政府から特例的に一年前倒しの2004年4月に青島日本人学校開校を許可する旨の決定通知が届いた。しかし、教師は文部省から派遣するものの、校舎の確保、学校開設や運営資金などは自力で解決しなければならなかった。そこで、日本人会のメンバーたちは日系の有力企業に協力を求めて寄付金集めに奔走した。校舎については、青島市人民政府の協力を得て青島大学系列の専門学院の一部を借用できた。その後、生徒数の増加に伴って借用した校舎が手狭になり新しい校舎を作ることを決定した。教育施設の建設には市政府が認可する文教地域内でなければならぬとの敷地の用途規制があった彼らは青島政府と交渉し、

2005年10月には校舎用地を確保するに至った。校舎の建設資金については銀行からの融資が不可能という難題があったが、大谷氏は個人的な人脈を利用して現地勤務会社を借入名義人として融資の承諾を得た⁸。こうして2008年9月には念願の新校舎が完成された。

③ジェットロの誘致

ジェットロについては、当時の理事長渡辺修氏が大谷氏の同郷香川の出身という縁を頼りに直接面会し、青島周辺の日系企業の状況などを説明し、ジェットロの開設を請願した。その結果、2004年9月にジェットロ青島事務所が開設された。現地日系企業にとってはそれによって、当地の行政機関との風通しが良くなり、青島とその周辺地域への日本企業の進出に大きく貢献することになった。

以上のように、「青島日本人会」は2004年3月6日に「日中経済協会」を設立、2004年9月にはジェットロ、2007年には日本人学校⁹、2009年1月には日本総領事館と次々と誘致することに成功したわけだが、特に着目すべきは「青島日本人会」は駐在員たちによって自発的に形成され、さまざまな社会活動を展開し、青島日本人社会の形成に中核的な役割を果たしたという点である。「青島日本人会」の初代会長は三井物産商社の所長の萩原徳夫氏（1990年）で、その後の「日本人会会長」も駐在員によって構成されている。日本人会の会長は当番制で基本的に一年ごとに変わるシステムとなっている。また、2003年から「青島日本人会」事務局という専門職が誕生し、いまは二人で日常の業務を扱うが、企業と会員の会費で運営される。2012年には日本人会に加入した企業が最も多く422社に達しており、個人的に参加した人も50人であった。

すなわち、青島日本人社会は青島在住日本人駐在員が主体となって、実質的には有

8 大谷氏は勤務会社の創業者オーナーである会長に、学校建設資金についての協力を依頼した。オーナーは山口銀行青島支店を通して、学校建設に要する資金融資の申し入れと協力を要請し、現地勤務会社を借入名義人とする融資の承諾を得た。

9 2012年、小学校部には93人、中学校部には118人在籍していた。また一部の子供はインタナショナルスクールや現地の学校に通う。2010年調査当時には、95人が日本人小学校へ、21人がインタナショナルスクールに、25人が中国の学校へ通っていた。中国の学校に通っている子供が意外と多いのは、日本人学校の授業料が高いのが一つの要因でもあるが、親とのインタビューの感触では、中国の将来性に注目して子供に中国語を覚えさせたいとの願いもあってのことのようである。

力なリーダー層を中核にして様々な活動を行なっているが、その他、多くの人々を巻き込んで、青島在住日本人のネットワークの範囲拡大に寄与している¹⁰。以下では、青島日本人会を主軸として広がる日本人ネットワークの様相について具体的に紹介、検討する。

3. 「青島日本人会」と日本人ネットワークの諸相

「青島日本人会」が設立されるとやがて日本人会を主軸として青島日本人学校、さまざまな組織・団体が設立されることになる。「青島日本人会」傘下には「青島日本人商工会」「青島日本人生活文化会」「青島日本人学校支援委員会」が設置され、その「青島日本人商工会」はさらに食品部会、繊維部会、機会・電気、流通・サービス部と細分化されている。各部は部会別に定期的に例会を行い、情報交換を行うなど日本企業間の連携を強めている。「青島日本人生活文化会」は青島に駐在員としてやって来た日本人が一日も早く青島の生活に慣れるように世話をする目的で設けられた機構で、会員を紹介し、親睦を深めたり、情報交換を行ったりする。現在では「各同好会」、「青島文庫」なども構成され、「各同好会」は「ゴルフ会」、「将棋会」、「写真会」、「ボウリング会」など会員の趣味に合わせたサークル活動も活発に行っている。こうした中で、個人が複数の組織に参加したり、さらに組織に拘らず形をもたない同業者の集団に参加するパターンも見られるが、個々人の価値観やライフスタイルに即したかたちで、同業者とのネットワーク、あるいは同業集団に参加するといった形で結ばれている。

「青島日本人生活文化会」は2009年6月から「青島をもっと知る、みんなとつながる」という主旨で、毎月10日をめぐりにネット上でWEB情報誌『月刊青島』を刊行している。『月刊青島』には在青島日本国総領事館、青島日本人学校、ジェトロからのお知らせなどが配信されるが、青島在住日本人にとって生活や仕事、安全などにおける重要な情報源となっている。また日本人会各部会の活動や会員の動向、各種の親睦

10 2010年以降の日本人会の新たな目標は、終戦前の青島における日本人の足跡を辿ることである。戦前、青島には約4万人を超える日本人が生活していたと言われており、総領事館、複数の日本人学校、神社などがあった。彼らは集居したわけでもなく、雑居の形で地域社会に定着していたが、その形成とその後の展開においていわゆる伝統型の閉じた生活完結型コミュニティとは異なる様相を示していた。

活動や地域社会への貢献、青島在住日本人の生活に役に立つ生活情報や生活文化関連の内容などさまざまな内容が含まれている。『月刊青島』には毎月平均1100回を超えるアクセスがあり、日本人会の正式な会員でなくても、多くの日本人がこうしたネット上の情報を通じて青島における日本人社会の動向を把握でき、青島における日本人ネットワークの形成に多大な貢献をしている。以上の日本人会の活動の全体を図で示す通りである。以下では図1に基づいて、改めて青島における日本人会と日本人社会の関係について検討することにする。

図1は「青島日本人会」の組織図であるが、青島における日本人社会は「青島日本人会」を主軸として組織、団体の多様化が進んでおり、日本人同士の様々な結び合いのかたちや広がりが見え、一目瞭然である。その活動もビジネスを中心としたものから民謡・踊りなどのサークル活動を目的としたもの、企業経営者の団体、異業種交流団体などと特に近年においては多様化の傾向を示している。そうした中で経済、教育、生活などに関わる三つの大きな柱を中心に活性化されている。例えば、経済的には「商工会」が生活面では「生活文化会」が中心となってネットワーク化され、そして活動が展開されている。「日本人学校」も日本の文部省の管轄下にある日本全日制学校であるにもかかわらず、「青島日本人会」に「学校設立支援委員会」が設けられ、「日本人会」が学校の運営に直接に関わっており、青島日本領事館の総領事が学校の顧問に

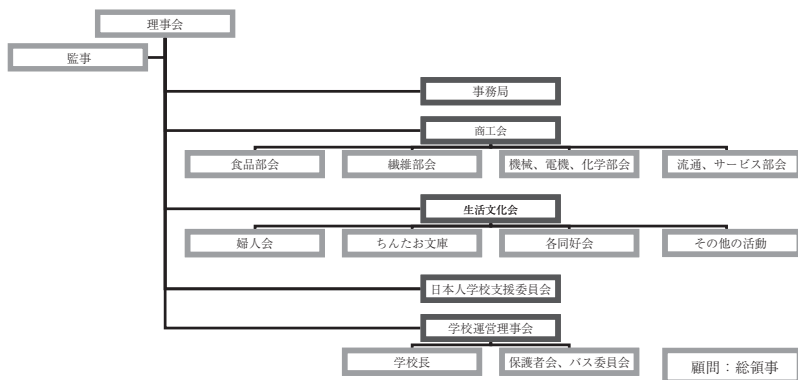


図1 青島日本人会組織図

* 日本人会のホームページの組織図も基づいて作成。

なっている。つまり、青島の日本人社会が全体として「日本人会」「日本駐青島総領事館」を中心に統一されているわけである。こうしたなかで、「青島日本人会」は「青島日本総領事館」、「ジェットロ」、「日本人学校」との緊密な連携を図りながら、忘年会や運動会など親睦を目的とした活動や、日本人の生活、事業の便宜を図りながら、青島在住日本人社会をまとめているのである¹¹。

2010年日本人会の会長を務めた飛坂有三氏（当時、三菱商事青島有限会社の総経理）は「青島日本人社会を海外における日本人社会の一つのモデルケースにしたい。青島日本人社会はいま一つの実験場でもある。そのためにも、日本人が生活しやすいインフラ、ネットワークを丁寧構築していく」¹²と意気込みを述べている。青島における駐在員を中心として形成される日本人社会はある意味で、しっかりとしたビジョンを持つコミュニティとして成熟している。

ところで、こうした青島における日本人社会はほかの国における日本人社会とも異なる特徴を持っている。アメリカにおける日本人駐在員の生活は日本人コミュニティとあまり関わりがないことが指摘されているが（町村：2000年）、それと青島の状況は対照的である。また、同じく青島における新移住者である韓国人コミュニティは、自営業者たちがコミュニティの主体となっており、一定の地域に集中して居住している（具：2006）¹³のとも明らかに異質である。青島日本人社会は地域社会のなかでタ

11 2013年の新年会には大人や子供を合わせて約500名を超える会員とその家族が参加して大盛況であり、「青島日本人会」への求心力が如実に伺える。

12 2011年飛坂有三氏とのインタビューにより。

13 同じく青島には1990年代以降から越境してきた韓国人のコミュニティが存在するが、そこでは地域社会と密接な関連を持っている中小資本のサービス自営業者が圧倒的に多く、その種の人々が青島における韓国人社会を形成する担い手になっている。韓国中小企業が集中する李滄区、城陽区が韓国人と中国朝鮮族が集居している地域である。それらの地域形成の契機は、中国朝鮮族の人々が韓国人企業人を対象として飲食業を展開していたことである。その後、自営業に乗り出した韓国人もこの地域を中心に商業活動を行うことになる。そうした集居地域には韓国料理に欠かせない調味料、食材を集めた市場、また韓国製の衣類を販売している店、レストラン、美容院が立ち並んでいるが、経営者には韓国人もいれば朝鮮族の人もいる。街にはハンゲルが溢れ、青島の中の「小韓国」様相を呈しており、それがいわゆる「コリアンタウン」である。このような集居区の形成は生活に必要なものが揃い、彼らの生活に便宜を与えると同時に、韓国人ネットワークの一拠点として更なる移住者を呼びやすい構造になっている。

ウンのような明確なものを持たないものの、駐在員が主体となって日本人学校や日本人会、領事館を立ち上げるなど短時間で自分たちに必要な組織やネットワークを構築している。

以上、青島における日本人同士の連携の変遷を考察してきた。日本企業の中国進出の当初にあっては、青島における日本人駐在員の数も少なく、相互関係は主に異国での孤独を紛らわすための集まりにとどまっていた。しかし、その後日本人の増加と2004年の反日運動、サーズなどの状況に対応して自分たち生活防衛などのために組織作りが必要となって、多くの日本人が集結し、誕生したのが「青島日本人会」であった。そして、その組織を中核とした働きかけが「青島日本領事館」の設立を実現して、それがまた日本人社会の形成に輪を掛けるというダイナミックな関係が生じた。そしてその後は、「青島日本人会」、「青島日本領事館」を主軸として青島の日本人社会は組織化され、ビジネス及び生活関連のネットワークが構成されている。

但し、青島日本人社会は規模がまだ小さく、その内部構造も強固なものではない。その活動に参加する人がいれば、まったく関わりを持たずに暮らしている人もいる。また、関与すると言っても、一時的な場合も多く、全体として、緩やかで自由な結合が成立していると言ってよかろう。以上の在青島日本人相互の関係に対して、次章では、それら日本人がホスト社会とどのような関係を結んでいるのかを紹介、検討する。

Ⅲ 「青島日本人会」活動の社会的結合—地域社会との交流と協力

青島は植民地統治というように外国との「暗い」関係の歴史を持つ一方で、観光都市・貿易港として外国と「明る」く密接なつながりも持ってきた土地である。しかも、近年においては東京、大阪、福岡などの日本の諸都市と航空便と船便も開通し、青島を訪れる日本人も年間70万人に及ぶ。そして、日本企業や日本人の進出に伴って地域の人々と日本人との直接的な接触も増えており、地域社会のライフスタイルにも少なからぬ影響を与えている。以下では、そうした青島日本人社会と地域社会との関わり方をみていくことにする。

既述のように「青島日本人会」は青島における日本人の親睦、生活並びに企業活動等をバック・アップすることを目的として設立された団体である。しかし、2009年の

「青島日本領事館」の設立を機に、その活動の幅が広がり地域社会との交流も異なる様相を呈しだしている。2010年当時の日本人会の会長であった飛坂有三氏は、「青島日本人会」設立20周年記念パーティーにおいて「青島市の発展が青島日本人会とともにあることが表現できる」と地域社会との一体化を図る必要性を唱えた。つまり、「青島日本人会」の活動は経済的な活動や日本人同士の親睦に留まることなく、地域社会との交流と協力へとといった方向へ転換しつつあった。

「青島日本総領事館」は青島をゲートウェイとした日中交流の「掛け橋」としての活動の拡大を掲げており、それとの関連もあって「青島日本人会」も領事館と共に山東省の貧困地域の小学校への寄付や中日地域開発プロジェクトへ積極的に参加するなど、草の根レベルの民間外交を行っている。2008年5月、中国四川大震災の際には罹災民救済募金活動として、企業からの寄付のほかにも、「婦人会」のメンバーたちもバザーを開いて得た資金を中国の慈善事業に寄付するなど、地域社会への参入を図っている。

「青島日本人会」はまた地域社会における日本文化の伝授者としての役割も果たしている。日本企業の中国進出に伴って、2000年代に入ると青島の諸大学や多くの専門学校で日本語学科を設置するようになり、日本語を習う若者が急増した。「80後」「90後」と呼ばれる若者の多くは日本の漫画やアニメを見て育った世代で、日本のファッションや日本食、日本製品を好むなど親日的な傾向を持っている。当然の如く彼らの多くは日本への留学や日系企業への就職などを視座に入れ、日本人と積極的に交流しようとしている。他方、日中関係を考える上でも中国の若者が日本に何を思い、何を求めるのかは、日本側が常に関心を持つテーマでもある。そうした中で、「青島日本領事館」と「青島日本人会」は共催で各大学の日本語学科の学生を対象とした「青島日本文化講演キャラバン」を開催し、日本社会化や企業文化、留学などに関する講演を行っている。

2009年からは「青島日本領事館」・「青島日本人会」が主催し、青島市人民対外友好協会、観光局、日本政府観光局の共催で「青島 JAPAN DAY」が三日間にわたって開催され、日本のマグロの解体ショーや日本から輸入した各種食品、焼酎、日本酒の物産展示・試食・即売、茶道や着物の着付けなどが行われている。このイベントは青島の人たちに「日本の面白さを知る、日本の物を買う、日本に行く」といった、日本

の観光・文化・食の魅力を広く青島の人に知らせるための情報発信を目的としたものである。中国では近年、比較的裕福な中間層が増加しており、海外旅行をしたり、外国製の車を運転し、日本の電気製品などを愛用する傾向があり、こういった社会文化要素は中国の人々に日本文化への関心を引き起こす契機にもなる。

すなわち、「青島日本人会」は日本駐在員を中心として自発的に設立された民間団体であるにもかかわらず、地域社会との文化交流や地域の開発、文化、観光、親善交流の強化のための下地づくりといったレベルの活動も展開しており、こういう活動を通じて日本人・日本文化の影響力はローカルレベルでも深く、静かに広がっている¹⁴。ただし、今の段階では地域社会との交流は主に「青島日本人会」「青島総領事館」といった団体・組織レベルで行われるもので、駐在員個人個人が地域社会と深く関わるとは限らない。

IV 中国人パートナー層の増加と多文化交流圏の形成

本章では、ホスト社会に与える日本人の影響力を地域社会における日本文化の受容と言った側面から検討する。青島における日本人社会はまだその規模は小さいながらも地域社会への影響力を強めつつある。それは中国人パートナー層の増加からも伺える。青島にはジャスコなど日本の大型スーパーや日本料理屋、病院なども進出しているが、それらのインフラ施設は、エスニック・ビジネスとしてすべてが日本人によって経営されるというわけではない。むしろその多くが現地の中国人、特に「海帰」¹⁵たちによって運営されている¹⁶。日系企業による雇用拡大に伴って日本語を習う中国

14 青島における日本人社会の位相の高さは、地域社会による評価からも伺える。例えば、青島日本人会会長であった大谷氏の青島における活躍には、青島市人民政府も高く評価し、2008年8月に開催された北京オリンピックの聖火リレーのランナーとして、日本人で唯一選ばれ命され、その務を果たした。

15 海外での留学を経て帰国した人たちに対する愛称。

16 青島における韓国人コミュニティでは、彼らの生活に必要な飲食店、病院、ホテル経営、不動産などエスニック・ビジネスの殆どが韓国人と中国朝鮮族によって運営され、現地の漢族が携わるケースが極めて少ない。同じく、アメリカにおける日系社会においても、日本関連エスニック・ビジネスは主に在米日本人によって運営されている。

人高学歴者、特に日本での留学経験者たちの流入現象が目立っており、その多くは日本人の仕事、文化、生活と密接な関係のある分野で活躍しながら日本人と地域社会を結ぶ役割を果たしている。以下ではその実態を紹介・検討する。

1. 日本語による情報環境の厚みの増加

まずは青島で発行される生活情報誌から青島在住日本人の生活と関わりのある事業について考察してみたい。1990年以降の日本資本の大量進出とそれに伴う日本人駐在員の増大によって、地域社会の経済活動は日本人駐在員等に対応した飲食業だけではなく、旅行業、不動産業、広告業、法律事務所などがつぎつぎと登場するようになった。こうした中で青島在住日本人への地域社会の情報提供と日本人と地域社会とのネットワーク形成を目的として誕生したのが日本語による生活情報誌である。以下では、現地調査で得られた一部の刊行物の刊行状況から考察してみたい。

表1 青島発行の生活情報誌一覧

情報誌名	発行元	創刊年	発行形式	発行部数	広告率	言語
ナビゲーター	中国人	2006.6	月刊誌	7000部	広告90%	日本語 中国語
すまいる青島	中国人	2005.3	月刊誌	7000部	広告90%	日本語 中国語
コミュニケーション	中国人	2006.9	月刊誌	8000部	広告95%	日本語 中国語
ぼけっと	中国人	2007.6	月刊誌	3000部	広告100%	日本語 中国語

典拠：2011・2012年に各情報誌関係者からの聞き取り調査に基づき作成。情報誌は全て無料で「広告公司」から発行されている。

青島で発行される生活情報誌には『ナビゲーター』、『すまいる青島』、『コミュニケーション』、『ぼけっと』があり、主に日本関係の飲食業や病院・旅行社、不動産などサービス業が広告を出している。これらの生活情報誌はあくまで日本語がメインだが、中国語訳もあって、日本人ネットワーク形成のための「装置」とすると同時に、その

ネットワークと地域社会とをつなげる機能ももっていることを示している。つまり、生活情報誌は日本人読者だけではなく、現地の人たちも呼び込む機能もっており、それこそ他の地域では見られない特徴でもある。また、その内容においても、中国と日本のトップニュースや日本と中国の文化の紹介など、内容の多様化が進んでいる。無料で提供される生活情報誌は広告収入が主な収入源で、配布場所は日本料理屋、ホテル、旅行会社で、情報誌の発行数も増加の傾向にある。

2012年現在、青島在住日本人人口は4千人程度にすぎないが、各生活情報誌の発行総部数の合計は2万部以上に達しており、生活情報誌の普及率がかなり高く、日本語による情報環境も整備されつつある。また、『ナビゲーター』などは2005年に日本人によって発行されたものだが、その後、経営主体は中国人に代わっても継続し、その発行部数も年々増えており、そうした状況からも、青島における生活情報誌の重要性が伺える。

雑誌、新聞などメディアの成立、そしてその運営には情報の発信者、情報の需要者、さらにはそのメディアを継続させる経済的基盤が必須である。青島における日本人関連メディアの場合、青島在住の日本人と中国人読者、そして発行を支える経済基盤ということになる。『ナビゲーター』はフリーペーパーなので、その経済基盤はもっぱら広告収入に頼らざるを得ない。『ナビゲーター』はカラー印刷の78ページ、そして月刊誌である。その発信内容の中核は経済情報で、広告が90%を占める。しかし、運営が成り立つにはさらに多様な条件が求められる。配布に関しては読者のピックアップに依存するが、そのためには恒常的に日本人および日本人と関連のある中国人が集まる場所がなくてはならない。例えば、高級ホテル、和食店、旅行社などがその筆頭である。以上のような複合的な条件が満たされているからこそ、情報誌の発行が可能になっているのだが、そのこと自体が、青島において日本人社会、そしてその社会と地域社会を結ぶパートナー層がある程度成熟し自立していることを示している。

すなわち、青島における日本関連生活情報誌は新しく青島へやってくる日本人の地域社会への適応水準を高める手段として、そしてエスニック・ビジネスの拡大や青島在住日本人ネットワークの形成を促進する上で、情報環境を作り出す機能を持っているといえよう。そこで、以下ではエスニックビジネスと情報誌との関連について考えてみる。

2. 留学生を主軸としたパートナー層の形成

地域社会における日本人の影響力は日本人と密接な関係を持つ中国人パートナー層の増加からも伺える。「ナビゲーター」第40号の広告には旅行社、不動産情報、日本料理屋、日本の投資会社、法律事務所、求人案内、求職案内、クラブ、病院などが掲載されている。また中国の経済情報とトップニュースなどの紹介のほか、「便利電話」欄が設けられ、青島市における日本関連機構、団体、学校から飲食店、投資会社、ホテル、旅行社、金融、運送、通訳社などの連絡先も紹介され、日本と地域社会との双方向コミュニケーション強化の成果が現れている。ほかにも地域社会の経済・文化状況、個人情報を含む青島在住日本人の生活や仕事に関するインタビューなどもある。

経済発展に伴って青島には日本留学経験者も多く集まり、その多くは大学や日系企業、或いは、日本人の仕事、生活と密接に関係する不動産や法律事務所などに勤めている。例えば、中国で起業するには日本と中国の法律の両者に通じている人材が必要で、日本留学経験を持つ中国人弁護士が大きな役割を果たしている。そのほかにも、表2でも分かるように、医療など青島在住日本人の生活をサポートするための事業が多様に展開されている。

中国に進出した日系企業では一般的に、日本人駐在員が一人、二人、そのほかのスタッフとしては現地人を採用するが、その際に管理職などは日本留学経験者、あるいは大学で日本語を専攻とした人たちが歓迎される。また、日本人駐在員の中には中国での仕事が長くなるにつれ、自分で会社を立ち上げる人も少なくなく、そんな場合には人脈がきわめて重要で、管理職には地域社会と強いパイプを持っている人が起用される。このように、青島在住の日本人駐在員の数は限られているが、その限られた日本人が業務上で現地の中国人と緊密な関係を保っているのである。

日系企業に勤める中国人には日中の文化的葛藤を乗り越え、会社でも管理職に就く人が少なくない。そうした人びとは日本語の能力に加えて日本的な発想に基づいて行動する。日本人に「学ぶ」、日本風に「姿勢を変え」ているわけである。また、日本人との接点をもつことで、日本的なライフスタイルが一種の理想となっている場合も少なくない。

以上のように、青島においては日本文化に対する理解が深い「海帰」たちが、日本関連のさまざまな分野で活躍している。彼ら彼女らは「中日経済文化交流会」など

表2 日本関連事業の一覧表

企業名	設立時間	投資者	業務内容	スタッフ
A クリニック	2008年	日本人	日本人のためのクリニック、予約から診療まで完全日本語対応、日本滞在6年の実績を持つ医学博士が日本語で診察。	日本人スタッフ2と日本語ができる中国人スタッフ。
B トラスト メディック	2009年	中国人	24時間日本語で外来診療、入院手続き、医療通訳、費用のサポートサービス、緊急時対応、事故処理など総合的にサポート。	日本人スタッフと日本語ができる中国人スタッフ。
C 商務情報諮詢 有限公司	2006年	中国人	日本人のビザ申請のエキスパート。具体的にビザのアドバイスをから代行手続きを行う。	日本人スタッフと日本語ができる中国人スタッフ。
D 会計事務所 (日本語部)	2003年	中国人	決算報告監査、外資企業監査、訴訟時の専門会計監査、工費監査、不動産評価、登記資本査定、会計担当者の育成・派遣、企業財務の顧問・相談・代行。	日本で学位を取った中国人スタッフ。
E 法律事務所 (日本部)	2008年	中国人	企業法務、法律関連文章の作成、債券・債務の回収・示談、労務仲裁、司法事案の処理。	日本で学位を取った中国人スタッフ。

典拠：以上は『ナビゲーター』40号の広告記事の内容と、関係者からのインタビューに基づいて筆者が作成。

の団体を結成し、定期的に日中間の経済・文化交流会を開き、『日本の経済ニュース』を発行するなど積極的な活動を行っている。また、「青島日本領事館」と「青島日本人会」の主催で年に2回「在青日本留学生同窓会」を開くなど密接な関係を保っているが、これらの「海帰」たちが青島における日本人社会と地域社会を結ぶ中心的グループとなっている。

3. 日本文化演出の「装置」としての日本飲食店

青島において最近急増しているマクドナルド、ケンタッキーを始め、日本料理屋、韓国料理屋などは国際都市の象徴にもなっている。青島には、生活情報誌に登録され

ているだけでも61箇所と、日本の飲食店が多い。これらの飲食業は店の看板からメニューまで日本の特徴を強調したもので、日本文化の象徴として地域社会に定着している。ところが、それら日本料理屋も、開業した時点では経営者は日本人だったが、今では中国人あるいは台湾の華人が投資し、日本人シェフを雇う形で運営されるように変貌している。こうした変貌の事情に立ち入ってみる。非日本人が日本飲食店の経営に乗り出したきっかけはなんだろうか。

事例1。「2001年から2006年まで日本の名古屋に留学した。留学中に居酒屋でアルバイトした。留学生たちはよくアルバイト先を変えるが、わたしは料理が好きということもあって6年間ずっと同じ店で働いた。店の社長は料理に対してとても厳しい方で、私たち従業員にも料理や接客に関していろいろと教えてくれた。社長の息子も同じ店で働いていたが、年齢が近かったこともあって友達になった。休日には私のアパートにも遊びに来ることもあった。2007年私は帰国した。ちょうどその頃は日本人駐在員が増えてきた時期でもあったため、私は日本人駐在員をターゲットとした飲食店を開くことを決意し、親から資金を援助してもらい店をオープンした。最初は自分が料理を担当したが、和食といってもあまり形にならなかった。その後日本から帰ってきたパートナーができたので、私自身は再び日本へ戻って和食のつくり方も研修した。いまは日本で一部の食材を調達するものもあり、味も本場の味に近いとの評判もある。最初は日本人駐在員を客層に想定した。しかし、日本人のお客さんは主に日本人経営の店へ行くので、私の店は地元の人を中心にしている。中国の人も健康ブームで、和食を好む人が多い」（男性 30代）

事例2。「私は日本で生活したことはないが、2008年に北海道へ旅行に行った時、日本の店の雰囲気惹かれた。それがきっかけで和食屋の経営に乗り出した。正直に言って、昔からわれわれは飲食店というと食事をするのが主な目的で、その雰囲気を楽しむという意識があまりなかった。しかし、いまの中国では富裕層が急増しており、したがって店の味だけではなく、雰囲気に対する追求も高まりつつある。もともと日本的なものに興味があったし、その時期がちょうど私が新しい事業に乗り出そうとした時期だったこともあって、和食店の経営を決意した。店を開くため、私は日本

食に関するいろいろな情報を収集し、また日本食関連の人脈を広げた。店の運営においては日本人に料理を担当させ、本場の味を追及することを心がけた。また、店の雰囲気作りに力を入れた。店には畳部屋も設け、日本の人形を飾り、従業員には日本のハッピを着させ、日本語で挨拶させるなど日本的な雰囲気の演出に力を入れている。店の雰囲気が好きで、食事しながら写真を撮るお客さんもいる」(女性 40代)

中国人経営の和食屋の客層は主に現地の中国人で、日本人利用者はそれほど多くない。また、中国では和食の値段がやや高いこともあって、消費の主役となっているのが主に中間層である。つまり、青島の和食店は中間層の人たちに頻りに利用されることによって現地に受け容れられている。では、客層にとって和食を食べることはどんな意味を持つのであろうか。和食店が好まれる理由の一つは、健康食への追求が挙げられる。経済発展と共に健康食がブームになっている中国において、長寿国である日本の和食に多くの人が関心を持ち、日本料理のあっさりした味も多くの中国人に受け入れられる。また日本で生活したことのある人が増えるにつれ、多くの店では料理を日本人料理人に担当させるなど本場の味を追求している。勿論、和食店の経営者たちは地域の食習慣に合わせて和食を地元人の食習慣に合わせて変容させ、地域の人々が好むメニューを導入するなど、現地化も同時に追求している¹⁷。

その一方で、調査で出会った中年の女性客の証言によれば、日本料理が中国人に受けられた大きな要因は決して和食の味だけではなく、日本的な「スタイル」が魅力

17 飲食店と同じく、地域社会の中で日本文化を演出するものとしては日本式のクラブが挙げられる。生活情報誌には多くのクラブが登録されているが、その店名も「博多」「銀座」などの日本名をそのまま踏襲しており、接客や飾りなどにも日本文化の要素を導入している。クラブ経営の女性(日本滞在暦8年、38歳)の話によると、最初は日本人駐在員あるいは日本人観光客を相手に店をオープンしたが、今では地元の人に多く利用されるという。店では若い女性たちが簡単な日本語を駆使して接客したり、中国人客にも簡単な日本語を教えたりしており、日本語をなっている女子大学生たちがコンパニオンとして働くこともしばしばあるという。政府関係者の話によれば、日本人を相手として運営されるこれらの店に対してジレンマを感じることも多く、取り締まりを強化したりもするとのことだが、実際そこで働く女性たちの話からは、自分たちの経済利益と結ぶついていることもあって、何ら抵抗感を覚えたりしていない様子だった。

だったようである。青島には中国人経営（台湾人）の日本食の大型高級レストランもあるが、彼女らにとって日本の三味線の音楽が静かに流れるレストランの雰囲気のおかげで、優雅に食事を取るスタイルが何より新鮮で、日本文化が体験できる空間にもなっている。多くの店は主な客層が中国人でありながらも、畳の座席や日本の人形を置くなど日本風に徹し、食事の風景を写真に収める人も見かける。収入が限られている若者たちの中でも日本の食文化に対する好奇心を満たすために、稀には日本料理屋に行くこともある。つまり、日本で普通に食べられる刺身や寿司などが、中国ではおしゃレな「異国料理」になっており、日本の店で食事をとることは、彼らの新しいライフスタイルに必要な不可欠のアイテムなのである。

また、一部の人のとって和食を知る、食べることは、ステイタスを表す手段にもなる。調査で協力してくれた一人の男性は（男性、40代 中間層）、「昨日は故郷から来た友人を日本料理屋に連れていたら、口に合わないと言って全然食べなかった。仕方なく、もう一軒の中国の店へ行って8元のラーメンを食べさせたら友人は美味しいとって大変満足した」とエピソードを語りながら「田舎の人ですからまだ味がわからない」と笑った。この話からも彼にとって日本料理屋に連れて行くことが都市社会で洗練されたライフスタイルを強調する一つ的手段であることが明らかである。

青島には日本人駐在員、日本生活経験者も多く、そうした中で和食店の経営に乗りだす中国人も出現し、今ではそれが主流になっている。中国人経営者たちは地元新聞に折込広告を入れたり、情報誌に広告を載せるなど店の宣伝に様々な工夫を行っている。店では客層が主に中国人でありながらも、日本人料理人の雇用などによって、本場の味を追求している。また、和食だけを提供するのではなく、従業員たちに日本語による料理の説明や紹介など、客への細かな対応を指導している。つまり、これらの飲食店が提供するの中国版和食にすぎなくても、地域社会の人に日本文化を体験させる一つの空間となっており、これらの飲食文化を通じて日本文化がローカルレベルで静かに広がっている。

おわりに一地域社会における「共存」関係に構築にむけて

本稿では、青島における日本人社会の形成および地域社会における日本文化の受

容という側面から、青島在住日本人の地域社会に与える影響について考察してきた。1990年代初頭、日本の各企業が積極的に実施してきた海外投資により増加してきた駐在員や留学生、教師は経済活動、文化交流、留学といった移動形態を通して、現在の青島日本人社会の形成に一翼を担う集団へと成長しつつある。彼らはわずか20年という短い時間に、駐在員を中心として「青島日本人会」を立ち上げ、日本人会を中核としてさまざまなネットワークを広げながら青島における日本人社会のまとまりを促進していた。彼らは駐在員でありながら、青島で学校を設立したり、日本文化の伝達者やホストビジネス社会と深くかかわるなど、ビジネスだけではなく、文化などを含めて地域社会と新たな協力関係の築いている。いまは中国日本商会を通じて国内のほかの地域の日本人会と日本企業とも交流も行っている¹⁸。このような適応様式は、彼ら自身の教育程度の高さ、専門的職業有資格者の多さ、都市的生活様式や鋭い国際感覚などの属性によるもので、現代における経済発展国家の越境者適たちの適応の特徴ともいえよう。

他方、経済発展国家の越境集団としての青島日本人社会はまだその規模が小さいながらも主流社会との関係が密接で、文化的・経済的に地域社会に与えるインパクトが大きい。特に、日本人駐在員とその家族、毎年一万人以上の観光客の存在は無視できないが、彼らと地域の人々との交流の増加に伴って地域社会の中で日本文化がより早く、広く浸透されるが地域社会におけるこのような日本文化の浸透は、地域社会においていろいろな国の人たちが互いに異質・多様性を認め合いながら共存できる多文化交流圏が形成に有利に働くものと考えられる。

中国経済発展に伴ってこれからも日中間の民間レベルでの観光や文化・経済交流がますます加速化されることになるだろうが、グローバル化が進む中で日本と中国との経済交流に伴ったこのような「ソフトパワー」の影響力は中国地域住民の日本に対す

18 中国日本商会は1980年に設立された「北京日本商工クラブ」を母体とし、1991年4月22日には中国における外国商工会議所の第一号として中国政府から正式に認可された日系企業の団体である。当会は、中国に設立・出資した日系企業間の交流、日中経済交流の促進を図るほか、2010年4月には中国の中央・地方政府との対話促進を目的として在中国日系企業が直面している課題を取りまとめた『中国経済と日本企業白書』を初めて作成し、刊行している。

る感情の改善、特にナショナリズムや新しい日中関係の構築にますます有利に働くものであるといえる。すなわち、地域社会における多文化交流圏の形成は、地域住民の日本文化に対する理解を高め、日中関係で必ず一種のくびきとして出てくる歴史問題とは別の側面から、日中関係の改善にも一助になるものとも言えよう。

謝辞

本論文は、日本住友財団「2010年度アジア諸国における日本関連研究助成金」を得て実施した調査に基づいて作成したものである。ここで感謝の意を表したい。

参考文献

- 関満博 『北東アジアの産業連携／中国北方と日韓の企業』（新評論 2003）
- 服部民夫・船津鶴代・鳥居高編 『アジア中間層の生成と特質』、アジア経済研究所 2002年
- 町村敬志『越境者たちのロスアンゼルス』（平凡社 1999）
- 水上 徹男『異文化社会適応の理論—グローバル・マイグレーション時代に向けて—』（ハーベスト社 1996）
- 坂口光一等編 『国際交流の時代—九州アジア化戦略』（大明堂発行 1996）
- 町村敬志「ロスアンゼルス日本系コミュニティの成立と展開—グローバル化時代における想像力としての『地域社会』」地域社会学会編『地域社会学会年報 第9集＜地域・空間＞の社会学』（時潮社 1997）pp.71-105.
- 小井戸彰宏「グローバル化と越境的社会空間の編成—移民研究におけるトランスナショナル視角の諸問題」（『社会学評論』56/2 2005）pp.381～399.
- 具知瑛 「韓・中間の国境を越える移動とコミュニティー—青島の韓国人サービス自営業の事例を手がかりとして」『越境する移動とコミュニティーの再構築』（佐々木衛編著 東方書店、2007）pp.19～36.

資料

- 「ナビゲーター」（20～46号）
- 「すまいる青島」（30～46号）
- 「コミュニケーション」（15～20号）
- 在青島日本領事館 <http://www.qingdao.cn.emb-japan.go.jp>
- 在青島日本人会 <http://www.qd-nihonzinkai.net>
- 中国日本商会『中国経済と日本企業2013年白書』2013
- 青島統計局『青島年鑑2013年』2013