

「中国社会と TV 広告表現」* —Chinese Society and its TV Advertising Creatives—

大 平 浩 二，肥 田 日出生
西 原 博 之，董 光 哲

I はじめに—中国社会の歴史像のなかで—

1990 年代以降の中国や華人経済，とりわけ私営企業の生成と発展は目覚ましい。今や日本をはじめとする先進諸国の製造拠点としてゆるぎない地位を確立し，先進国のライバルかつ脅威の的ともなっている。

こうした生産ないし製造の拠点としての中国企業の調査・研究も，現在では多くの蓄積が見られる。だが，その一方で，企業の広告・宣伝活動についての調査は，いまだ不十分な状況で放置されている。

われわれは，数年前より，とりあえず中国企業の広告活動をテレビにおける広告に絞りその特徴を分析してきた。

しかしながら，その分析をする中でわれわれは，テレビ広告を単独でとり出して行くと，その考察は表面的なものにとどまることを悟っていった。やはり同国の歴史や文化を踏まえつつ分析する必要があることを痛感した。また，それは，日中相

互のビジネス慣行の相違についても有益な示唆を与えるだろうと理解した。本稿を，中国の歴史や文化の内容から始めたのはそのような理由による。

その一方で，歴史文化特性にかかわらず，広告メッセージ一般がもたらす心理効果を把握する視座も必要だった。これにはイメージセット理論を借用した。

本研究は，まだ途上にある。さらなる研究への一步としたい。

*本研究は，文科省の科研費「課題番号：20530390」による研究成果の一部である。

II 中国社会をどう理解するか—ビジネスのための中国知識

1. 始皇帝，広域国家中国の意識を創成

広告分野に限らず，中国でのビジネスを志すものは，まずそのスケールの大きさに感銘を受ける。国土も大きく，人口も多い。日本の 10 倍いる人口は，そのまま巨大な需要にみえる。1%のシェアを確保しても，日本での 10%の大きさに相当する。

だがその中国も、はじめから一つの広域国家だったのではない。中国大陆には昔は小さな部族国家が併存していた。各々が他者を恐れて、戦争を繰り返していた。戦国時代（BC403-221）と言われる時期には、「戦国の七雄」といわれる七つの戦国部族国家が並立していた。

それらをすべて征服し一大広域国家に仕立て上げたのは、秦の始皇帝（BC259-210）だった。帝は物理的に広域国家空間を形成しただけでなかった。その空間を「一つの国家空間」と人民に感じさせる政策を実施した。

漢字を共通文字にする

その一つが「漢字という文字」を統一し全域で共有させる政策だった。以前より人民には民族統一を願う気持ちは常にあった。だがそれには「我々是一つ」と人民に深く思わせる要素が必要だった。それが全土に渡る文字の共有化で、文字は具体的には漢字だった。

漢字は単純な象形文字から始まった文字だったが持続的に発展し、孔子（BC552-479）の時代にはすでに、彼の思想を表現するほどの記号として成熟していた。始皇帝はこれを征服地全土の共通文字にさせて、人々の間に「我々は同じ言語を使う単一民族だ」という意識を確立したのである。

文字というものは、それ自体の中に、その言語特有のものの考え方、思想を内包している。同じ文字言語を用いることは共通した思想を抱くことにつながっている。始皇帝は武力だけでなく、国家運営センスにおいても飛び抜けた人だったのである。

万里の長城の築城を開始

人民に国家意識を増す画期的手段を、始皇帝はもう一つ打っている。万里の長城の築城開始がそ

れである。一般には万里の長城は、外敵の侵入を防ぐ塙であるとみられている。だがあの広大な国土のすべてを、長城で取り巻くことなど出来ない。実際長城の建設は、その何百年後の明の時代にも続行され、なお未完成の部分が沢山ある。

またもし完成したとしても、それが機能するようにメンテナンスするのが大仕事である。国境を画する長大な城壁の上に、一定距離ごとに監視兵を置かねばならない。かつ、有事の際に素早く駆けつけられる軍隊をすべてのブロックに配置しておかねばならない。それを続けるのは経済的に不可能である。

中国という小宇宙空間

だが始皇帝は築城を開始した。始皇帝の在位時代（11年間）に出来た長城はさほど長くないが、それでいいのである。始皇帝がもくろんだ成果は物理的なものではないからである。彼のねらいは、それを建設することを通して、人民に「我々是中国という空間のなかの民である」という心理を創成するところにあった。このプロジェクトを続行していると、人民は「我々は対外的に防衛すべき独立空間の中にいる」という感覚をもっていく。彼らは「長城の内側に一つの閉鎖的な小宇宙」を感じるようになるのである。

漢字という文字の共有化と万里の長城プロジェクト～この二本柱でもって始皇帝は茫洋として広大な空間に国家アイデンティティ（National Identity）意識を創成することに成功した。帝はそれをわずか11年という短い在位期間のうちに成し遂げたのである。

2. 日本は四面を“海水の長城”で囲われた例外国

始皇帝の功労は、日本のビジネスマンにはなか

なか実感できないと思われる。それは日本という国が地政学上、まれに見るほどに特異だからである。

日本は周囲を海の壁で囲まれている。これは万里の長城よりもはるかに高く厚く強固な海水の壁である。おまけにその建築費、維持費はゼロである。異民族がこれを超えて侵入するのは容易ではなかった。船は造らねばならず、その船で海岸を取り囲んでも、予期せざる暴風雨(台風も)がやってくる。早く上陸し攻撃しないと、嵐で船が沈められてしまう。世界に稀なる自然の防壁。だから日本列島に形成される統治空間は、いったん確立すると対外的にはきわめて安定したものとなる。人民に「ここは一つの国であり、自分たちはその国民だ」という国家意識を植え付ける統治者の努力は少なくてすむ。日本人はそういう統治空間に生まれ育つので、秦の始皇帝がなした功労の追体験が難しいのである。

中国大陆では異民族が陸続きで隣接している。昔は境界線だっってはっきりしていなかった。国々は互いに隣国を収奪しようと目を光らせている。そういうなかで大国を成立させ維持していくのは至難の業だったのである。

中国の南北分裂可能性は小さい

始皇帝は漢民族の一体性意識が長期的に持続するようにしていった。それをもたらした最大要因が、文字の統一だった。

中国で民主化運動が起きるごとに、外部者は「この国はいずれ二つに分かれるのではないか」と思いがちになる。そういう期待混じりの見解が日本のマスコミにも多く流れる。曰く～中国はいずれ北と南に別れるだろう。この国は広大すぎる。人口も多すぎる。いずれそうなるだろう～と。

だが、その可能性は実際には小さい。分裂を防

いでいるのが、同一の文字「漢字」を使っているという状況である。南北の人民は、互いに、漢字でもって意思疎通が出来る。記録文書も共有できる。それが「我々是一つ」の感覚を安定的に形成しているのである。

3. 陰陽(いんよう)の思想

中国には紀元前の古代から独特の存在論が出現している。陰陽(いんよう)思想がそれである。陰陽説は中国最古の王といわれている伝説上の帝王・伏羲(ふくぎ: BC3350-3040)がつくったとされている。そんな昔に王がいたかどうかはともかくとして、陰陽説はきわめて古くからの思想であることにはまちがいない⁽¹⁾。

陰陽思想の骨子

陰陽思想の骨子は次のごとくである～

「天地万物は陰と陽から成っている。両者は互いに消長を繰り返す。

陰がきわまれば陽が萌し、陽が極まれば陰を萌す。こうして世界は発展していく」。

陰陽とは具体的には、男・女、天・地、火・水、表・裏、善・悪などなどの対(ついで)をさしている。世界はこれらによって構成されていると考えるのである。

さらに根底的なところは「すべての根源は太極(たいきょく)である」となっている。そして「そこから陰と陽という両儀(りょうぎ)がうまれる」と考えるのである。

太極のイメージは、混沌としたどろどろの状況という説もあるようだが、実際のところは明らかではない。要するに「根源」であり源である⁽²⁾。

兵馬俑(へいばよう)にも陰陽思想が影響

万物が陰と陽との一対で出来ているという陰陽

想は、中国人の現実生活、人生観、家族・親族観などに濃厚に影響してきている。彼らは、今生きているこの世界を陽宅（ようたく）と考える傾向が大きい。そしてこれに死後の世界である陰宅（いんたく）が一对になって対応している、と考える。つまり「陰宅と陽宅とは常時組み合わせあって働いている」と考えるのである。

秦の始皇帝の時代においても、陰陽の世界観は人々の意識の根底にあって色濃く働いていた。中国西安の街の郊外に、兵馬俑とよばれる巨大な埴輪の墓がある。

埴輪とは「貴人の死後のお供を陰宅でする」と考えられた人形である。兵馬俑も埴輪の一種であって、それらは始皇帝が陰宅に行ったらお供をすると考えられている人形である。だがこれには通常の埴輪と異なる点がある。普通の埴輪はおもちゃの人形程度の大きさだが、兵馬俑の埴輪は人身大である。そしてみな武装をした武人の人形である。

もう一つ重要な違いがある。通常の埴輪は、貴人が死んだ後に造られる。だが兵馬俑に納められている埴輪は、始皇帝が死ぬ前に造られている。いきさつはこうである。

帝を慕う武人の数は極めて多く、彼らはみな帝が死んだら陰宅にお供する（殉死する）つもりでいた。だが、そうなると陽宅の秦国の武力が弱体化してしまう。

ここで帝はこれを防ぐためまたまた跳躍力あるアイデアを出した。武人たちが生きている間に、各々に生き写しの等身大の埴輪を造らせたのである。馬が必要な部下には等身大の馬の埴輪も造らせた。

そして自分が死んだら、それらの埴輪を地下に埋めて、武人たちには生きて国家を守るように命じた。その結果できたのが、兵馬俑で、現在埴輪

の墓地の一部が掘り起こされて観光資源になっている。

陰陽概念の展開

陰陽の概念は展開していく。

すべての存在の源は太極（たいきょく）で、そこから陰と陽が派生している、というのが出発点の思想であった。だがその各々からまた陰と陽が生まれる。陰からは「老陰」「少陽」が、陽からは「少陰」「老陽」が派生する。これをまとめると「四象（ししょう）」となる。概念はさらに展開し、この四象がまた各々陰と陽を生むことになる。 $4 \times 2 = 8$ だから、概念は合計八つになる。これらのおのおのを「卦（け）」という。八つだから八卦（はっけ）である。日本でのいわゆる「当たるも八卦、当たらぬも八卦」の「八卦（はっけ）」はここからきている。

「当たる、当たらぬ」が出てくるのは次の理由による。陰陽説は最初は哲学の存在論であった。だがそれは事象の動きも説明する動態理論に展開させることもできる。するとそれは先を占う理論、すなわち「易学」にもつながることになる。

日本に輸入された陰陽論では、その占いの面を多用する。その結果、「当たるも八卦、当たらぬも…」と言う格言のようなものが出ることになっているのである。八卦にもまたおのおの陰陽が案出されて、概念はさらに積み上げられていく。中国人はそういう積み上げを驚異的に行っていくのである。

陰宅と陽宅は対応して動いている

始皇帝（BC259-210）時代から約2000年後の、明王朝の時代にも陰陽の世界観は働いている。明朝時代、永楽帝以後の中国の首都は北京であった。この街の郊外には、明朝の皇帝の巨大な墓地が

13 稜ある。墓は掘り下げられた地下にあって、そこに皇帝らの死体が収納されている。

地下に死体をおくのは「陰宅の世界」だからである。これが皇帝一族の「生者の陽宅」と対になって存在し、両者は常時相互に影響し合っていると考えられたのである。

今も皇帝の死体が置かれている場所の前の空間に、現在使用可能な中国政府発行の紙幣や硬貨が沢山投げ置かれている。陰宅の世界でも陽宅と同じようにおカネが要る。陰宅の皇帝にそれをさしあげる、という思想からそうされているのである。

陰陽の世界観は、今日でも人民意識の根底で働いている。一般人は地下に墓を造れないので、墓は地上である。その前で陰宅向けの紙幣を作ってそこで燃やす人もいる。それによって陰宅で使うお金を提供した、と考えるのである。そのほか、馬の形の模型を作って燃やしたり、自動車の模型を燃やしたりもする。これが陰宅で馬になったり自動車になったりすると考えてそうするわけである。

4. 驚愕の国際都市・唐の長安と日本への恩恵

中国の国家史を統治者に焦点を当ててみると概略～（春秋戦国時代）→秦→漢→隋→唐→宋→元（蒙古民族）→明→清（満州民族）→中国共産党国（中華人民共和国）～となる。

始皇帝によって「中国は一つ」の民心が確立されて以来、統治者は民族を一つにする仕事は少なく済むようになった。以後、中国統治の野望をもつものは、その一つになっている民族集団の統治権を奪取することを主に考えればいい状態になった。だから上記はその政権奪取者の変遷でもある。

隣接する異民族が中国の統治権を手中にすることもあった。元は北西の蒙古民族が統治権を手にした状態での国家である。清は北方の満州民族が

統治権を奪取してなった国家である。

驚愕の国際都市・長安

日本はこのうち唐の国際都市長安から、大きな恩恵を受けている。

長安は、唐の衰退と共に崩壊したが、現在その地の一角に、当時の有様を再現した模型都市がある。西安（シーアン）がそれである。

長安は～西安も同じ様式でつくられている～城壁に四角く囲まれた城壁都市であった。それは長安が置かれていた環境に由来している。長安は蒙古など北西方面の騎馬民族に接していた。彼らがいつなだれ込んでくるか判らないので、高い城壁でもって周囲を囲み大都市を運営していたのである。

居住者 100 万の長安は当時世界に類例のない超巨大都市であった。この都に唐の時代、日本から多くの留学生が来ていた。空海も最澄も留学僧として学び、多くの成果を日本に持ち帰った。その知識をもとに空海は京都の高野山に金剛峯寺を、最澄は比叡山に延暦寺を建てた。

西安の街を出てタクシーでしばらく走ったところに空海が修行したという青龍寺がある。宋代以降は荒廃し、建物の構成物の多くが土に埋まっていたのを、日本の真言宗の信徒たちが基金を募って掘り出し、寺を再現したという。空海は讃岐の人だったので、四国は讃岐の真言信徒が中心になって再現した。

そしてこの青龍寺の位置も、かつては城壁都市長安の内部の一点だったという。

長安は日本人留学生の想像を超えた巨大国際都市だったのである。そこに多数の民族、文化が出入りした。異民族が出入りすると治安の危険が増す。とりわけ日が暮れると危険は大きくなる。今のように、電灯やネオンサインが明々と街路を照

らすことのない時代で、夜は暗い。

統治者は日が暮れる頃になるとすべての城門を閉じることでもってこれに対した。かつ、内部に碁盤の筋目のように縦横に走っている道路の交差点を、すべて閉門することでもって安全を確保した。

日本の江戸でも、街の道路の結節点に番所を置いて治安を守ったが、長安はさらに門を造り、日が暮れるとそれを閉じたという。すると夜の間には、人々は一つのブロック内だけで暮らすことになる。もし犯罪や暴力沙汰が起きても容易に犯人をとらえることが出来る。ブロックを超えて人が渡り歩くことが出来ないという状態は、夜の治安を大きく高めた。

統治者はこの状態で、昼間には隣接民族の出入りや商売などの活動を自由にし、人口百万という大都市を国際都市に保った。壮大なる都市統治センスと能力である。そこには諸外国の商品が持ち込まれ、商われ、儒教も仏教もキリスト教も互いに刺激し合い、発展しあっていた。インドから玄奘三蔵（三蔵法師）が運び込んだ仏教の經典が漢字訳され、学ばれていた。ネストリウス派のキリスト教僧侶も活発に伝道し、あちこちに教会を建てて大繁盛していた。

この思想を取り入れて、浄土仏教という中国独自の仏教（浄土仏教）も展開していた。善導という僧侶が集大成したこの仏教を、後の留学僧・法然が学んで日本に持ち帰り浄土宗を開く。それを学んだ親鸞は浄土真宗を開く。むろん、中国伝統の儒教も競って学ばれていた。日本からの留学生は、そこで学んだのである。

「かな」文字は改善の小工夫

長安での成熟した文化活動は、みな漢字という成熟した文字があって可能になるものである。こ

の文字によって多くの知識が記録保存できた。それをもとにさらに思考を深く詳細に展開することも出来た。

この漢字が日本の留学生によって輸入され、日本に広く普及した。奈良時代にも漢字は一部で表音文字として使われ、それによって「万葉集」「古事記」「日本書紀」などが書かれたが、意味をも含めて漢字を輸入したのは平安時代の長安留学生たちだった。

これによって日本も文化国家に踏み出すことが出来た。日本人はのちに音記文字（ひらがな、かな）を考案した。これを漢字に組み合わせることによって日本語での記録はさらに楽になった。ひらがなは「いろは歌」に納められ普及した。空海がこれを考案したと言われている。

日本国内にいと、これもまた大発明のようにみえたりする。だが「かな」の発明は、漢字そのものを作り出したオリジナリティに比べたら、「チョットした工夫」でしかない。やはり漢字の恩恵は大きいのである。

後年1972年、当時の田中角栄首相が中国に出向いて日中国交回復を実現した際、毛沢東主席に面会した。そのとき主席は、日本が漢字を輸入しそれに「かな」を加えて使いやすくしたことを褒めたと日本のマスメディアは報じた。日本人の知恵が大いに称賛されたかのごとくに。だが実際には、毛沢東はこれによって中国が歴史的に与えた恩恵を暗示したのである。漢字は紀元前にすでに、孔子の深遠な思想を記録出来る知的道具になっていた。

デザインも洗練されていた。最初は単純な象形文字だったが、書道が造形美術の一分野になるほどに改善されてきていた。この頃日本は、やっと縄文式から弥生式土器の時代に移行せんとする未開地だった。中国のこの文化的先進性の恩恵を日

本は平安時代に受けたのである。

儒教の思想

この機に儒教の思想についても示しておこう。

中国は長安にきた日本人留学生を寛大に受け容れ、この漢字を習得し持ち帰るのを助けた。毛沢東はそういう恩を日本が受けていることを暗示したが、代価を求める気持ちはなかった。

その背景には儒教思想がある。孔子の儒教では、国家統治を家族運営を基盤にして考える。国王は家父長に当たる。国際関係もこれを基盤に意識する伝統がある。中国は親であり、朝鮮は兄、日本は弟と考える。だから中国が日本に恩恵を施すのは、「親の子に対する正しい道」であり当然なのである。

日本は他にも中国から恩恵をほとんど一方的に受け続けて来た。にもかかわらず、この息子はその恩義をさほど感じていない。それどころか、ごく最近少し経済発展に先行したからといって、中国を遅れた国のようにみている。

だが日本が西欧の科学文化を吸収できたのは、漢字によって文化を記録、伝達する資質を養えたからであろう。その文字を中国が寛大に与えたのは、親のつとめとしてなすべきことだからそれでいい。恩を返せとは言わない。しかし、受けた方が、恩を忘れてしまっているのはどうか。のみならず、西欧科学の吸収において多少先行したからといって先輩風を吹かすのは軽薄ではないか。

これが毛沢東の田中元首相に対する姿勢だったと思われる。そしてそれは今も中国指導者の意識の根底にある基本スタンスである。

5. “なぞり”文化が決定する

孫子に「敵を知り己を知れば百戦して危うからず」との名言がある。中国を知るには、この国と

の関係で己をも知るのが有効である。長安という超巨大にして先進の国際都市。それに田舎国だった平安日本からの留学生。～この組み合わせは、以後の日本における学問知識の性格を決定づけている。

なぞり体質

長安と留学生の祖国日本との知識文化の格差は想像を絶するものだった。そこには漢字という高度に成熟した文字や、それで記録された経文や書籍のみならず、律令制、均田制などを可能にする法文もあった。

知識格差があまりに大きい場合、遅れた側の行為はそれをコピー輸入することだけになっていく。それを持ち帰るだけで母国には大きな益となるからである。長安で唯々感嘆した留学生も、知識を持って帰れば、母国では最先端の学者である。そしてこういう状況のもとでは、外国の知識を手際よく紹介する学者が最も評価される。そのことが以後の日本の学問知識の性格を決定づけた。

そもそも学問知識というものは、作成者のうちで次のような三段階を経て形成される。

- ① まず認識対象に関する漠然とした雰囲気としての情念が意識に浮上する。
- ② それを様々な言葉に納めて、断片知識群を形成する。
- ③ その断片群を論理的につなげて(整理して)理論知識(学説)にする。

「論語」の理論も孔子のうちでそうした過程をたどってできあがっている。理論に限らず、漢字の文字にしてもそれに似た精神過程を経て作られている。

知識の「全体的な」修得は、この三つを一体として体得することによって実現する。だがこのよ

うにして知識の全体像を得る余裕は、留学生たちにはなかった。彼らは③の部分だけをなぞって習得することしか出来なかった。そしてそれであったのである。この部分を手際よく母国に紹介すれば、母国では最高の学者として遇されたのである。

だがこのことが日本の学問世界に運命的な習性を形成した。すなわち「外国の進んだ知識の要点をいち早く手際よく紹介する人が最高の学者」という思考習性がそれであった。

哲学なき理論知識

このことは「ものごとの歴史を問いそのプリンシプル（基底原理）を把握する」という能力を日本人が形成するのに巨大な妨げになった。プリンシプルとは一般に言う「哲学」と言い換えてもいいかもしれない。あるいは他の「知識群」と基底において相互関係をもつ「共通則」のようなものといっているかもしれない。そしてそれは知識生成を歴史的に考察することによって、考究者が追体験把握すべきものである。それは雰囲気として把握される。知識作成者の心に当初浮かんだのは「雰囲気」だからである。

知識の底流にある「哲学感知」とはそういうものだ。だが、留学生にはそうした精神作業をする余裕はなかった。③の理論部分だけを先進国の知識のすべてと考えて吸収するしかなかった。

それが明治維新の奇跡も生んだ

だが、物事は皆プラスとマイナスの二面をもつ。明治維新時の日本ではこの知識習得習性がプラスに働いた。明治初期の日本人は、西欧知識の③の部分だけを素速く吸収利用した。明治20年の東京には、西欧科学技術によるインフラがワンセットできあがっていた。これはほとんど奇跡的

現象でドラッカーも感嘆した。こんな能力は中国人は持ち合わせていなかった。

知識の上澄み（③の部分）だけを素速く要領よく抜き取るという資質は、鍛えられずして出来上がるものではない。日本ではその能力が長安留学生以来延々と反復育成されてきていたのであった。以後も日本人はその資質を活かし、英国などから購入した軍艦や大砲を操作する知識を素速く身につけた。そして日清、日露戦争に勝利し、第一次大戦にも勝ち組の側に参戦して、利益を得たのであった。

長期にはマイナスも生む

しかし、この資質は長期的にはマイナスも生み出す。その後も日本人は、輸入した軍艦に埋め込まれていた知識を抜き出して、武蔵、大和といった自前の軍艦を素速く作った。

けれども技術の根底に横たわる哲学を吸収しないと大局観は芽生えない。大局的全体観は、創案者のうちにある精神も吟味し吸収することによって生まれる。それが欠如したがために、戦争の主力が飛行機になっても、技術知識を適応させていく視野は生まれなかった。

たしかに日本には輸入した知識でもって無敵の「零戦（ゼロセン：零式艦上戦闘機）」が生まれた。これは米国の戦闘機にしばらく圧勝した。だが米国はそれに応じて、新たに対抗できる機種と戦略を開発し、ゼロ戦は勝てなくなった。そして日本ではそれに対応する新機種は開発されえなかった。「プリンシプルへの鈍感さ」の故であった。

歴史的偶然の所業

日本人の知識層の「なぞり体質」はDNAではなくひとえに歴史的偶然に由来する。国造りをしている中で、たまたま知識文化に飛び抜けた隣国

があった。そこから知識を輸入した方が自分で一から知識を作るより、はるかに効率がいい。そうした場合、知識後進国は隣国の知識を素速く輸入しようとしていく。これは自然にそうなるのであってどうしようもない。それが今の日本の知的資質・習性を形成している。もしもそういう先進国が往来可能な地に出なかったら日本人も①から知識を積み上げて行かざるをえなくなる。そうしてオリジナリティ姿勢の強い民族になっただろう。

～以上が中国をよりよく知るために、日本が知ることの出来る「己」である。

6. ピラニアに食いちぎられる牛

唐に続いて現代日本に強く関わっているのは清王朝時代である。清王朝は満州民族による統治者による国家で、18世紀にはモンゴル、チベットを含む一大帝国となった。

清王朝、列強諸国に翻弄される

だが、19世紀以降の清王朝の中国は、近代化した西欧列強の食べ物になっていった。英国はインドでアヘンを作って、中国に密輸した。アヘン中毒患者の急増に驚いた清王朝は、輸入を禁止する。英国はそれを理由にアヘン戦争（1840-42）を起こした。（これはあまりに悪辣な政策なので、英国議会でも反対が多く、議決は僅差だったという）

英国軍は、近代的な兵器と軍隊技術を持っていた。清朝の軍隊は苦もなく敗戦し、「南京条約」を結ばされた。清朝は、没収したアヘン代金を含めた賠償金を支払わされ、香港を割譲させられた。さらに広東、厦門、福州、寧波、上海の開港を認めさせられた。翌1843年には虎門寨追加条約で治外法権、最恵国待遇条項を承認させられ、関税

自主権の放棄もさせられた。

するとポルトガルも1845年に「マカオ自由港」の成立を宣言して清の税関官吏を追い出し、統治権を獲得した。1887年になるとタイバ島とコロアネ島も占領し正式に植民地にしてしまった。ポルトガルは、明の時代の1557年にすでにマカオに居留権を獲得していた。フランシスコザビエルもこの居留地を拠点にして日本にやってくる。それを清朝時代に、植民地化したのであった。

すると他の列強諸国も類似の条約を要求してきた。王朝政府は断れなくてアメリカ、フランス、ドイツ、ロシアにも利権を与えるに至る。

中国の立場でみると

この時代の中国は、沼にはまった象がピラニアに食いちぎられていくかのような状態だった。中国の立場に立ってみれば、日本も一歩遅れてピラニア集団に参加したと言っていいたいだろう。われわれ日本人は自国中心の観点から見がちだから、そういうと「言い過ぎ」との評もでるだろう。だが、中国本体に焦点を当ててみれば、以後の日本もまた中国を食いちぎっていったという観は否定できない。

儒教思想を心底に持つ中国は、自らを親とし、朝鮮と日本をわが子と意識してきた。長安の都で文字（漢字）を寛大に学ばせたのも、親として与えるべき恩恵としてやってきた。この視角からすると、以後の日本は親の恩を仇で返す姿にも見えてくる。

日本は列強仲間を追いかけるようにして中国をかじり取りはじめた。現在日本では国益主義風が高まりつつあり、そういう見方は国内では抑圧される傾向にある。だが中国の立場に立ってみたらそういうことになる。

日本はまず、日清戦争（1894-）に勝利し、多

額の賠償と領土を奪取した。これはピラニア軍団への参加宣言でもあった。1932年には満州国を建国させ、自国の傀儡国家としてかじり取った。事実上の亡命状態にあった清朝最後の皇帝、愛新覺羅溥儀を皇帝につかせるという方式でそれをおこなった。日本はそれを「五族（日本族、漢族、朝鮮族、満州族、蒙古族）協和」の建国理念を掲げてやった。満州は実質上日本が支配する領土になった。

1937年になると日中戦争を起こした。これは中国全土をわが支配下に置こうという夢の試みだった。日本軍は中国人の住む村々、町々に力を誇示しつつ進軍した。一般人民はこれを呆然とみるしかなかっただろうが、中には悲しみや怒りを抱いたものもいた。その中からは抗日運動に腰を上げるものも出たであろう。

魯迅と『阿Q正伝』～愛国心のために～

列強諸国によって惨憺たる目に遭いながらも、中国の一般人民たちからは愛国心はなかなか燃え上がらなかった。

そうしたなかで魯迅（1881-1918）は、物語（小説）でもって自国民に愛国心を訴え始めた。魯迅は医学生として日本の仙台医学専門学校（今の東北大学医学部）で学んでいた。ある日、日露戦争における中国人露探（ロシア側のスパイ）処刑の記録映画を見た。そのなかで中国人民衆が銃殺に喝采している場面があった。魯迅は同じ中国人が殺されるのに喝采する姿を見て衝撃を受けた。

日本国内向けのプロパガンダ用の映画だから民衆の拍手は今流に言う「やらせ」の可能性もある。だが若き魯迅はこれによって医学を止め、中国人の愛国心発揚に小説という手段で貢献する決心をした。

彼の『阿Q正伝』（1921）は中国人民に、知識

と愛国心をもつことを訴える愛国小説である。後年、毛沢東が折に触れこれを評価したこともあって魯迅の仕事は多くが知るところとなっている。

7. 孫文、中華民国政府を樹立

清朝政府が列強ピラニア諸国のなすがままにされている中で、中国の再生を目指して立ち上がる政治革命家も出た。草分けは孫文（1866-1925）である。

彼は、香港で医学を学びポルトガル植民地だったマカオで医院を開業する医師だった。そのかわり帝制の清朝を倒して共和制中国を実現することを志すようになっていった。孫文は漢民族であり、清朝は満州民族政府である。少数派民族の満州民族が圧倒的多数派の漢民族を支配下に置いているのが清王朝時代であった。

革命家となった孫文は1895年、清王朝打倒をめざして武装蜂起（広州蜂起）を計画した。だが密告され日本に亡命した。日本では頭山満や犬飼毅を始め多くの日本人からの援助を受けている。中でも貿易商・梅屋庄吉は、現在価値に換算すれば1兆円にのぼるといわれる援助を孫文にたとえられている。

1904年、彼はハワイでアメリカ国籍を獲得し、世界をめぐる革命資金を集め始めた。1905年には、日本にきて中国同盟会を結成した。このとき日本に留学中だった蒋介石とも出会っている。

武昌蜂起

1911年、孫文の同志が中国武昌にて蜂起した。これが成功して辛亥革命に発展していった。革命派は南京に中華民国政府を設立した。北の北京には清朝政府が存続していた。革命政府ではリーダーがなかなか決まらなかった。そこにアメリカから孫文が帰国した。人々の彼への信頼は絶大

だった。上海に上陸すると熱狂して迎え、全会一致で彼をリーダーにした。翌1912年の元旦に孫文は臨時大統領となり、大統領制の南京政府が南京に成立した。孫文は新国家・中華民国を宣言した。

8. 怪物・袁世凱、皇帝即位を宣言

孫文の次の仕事は、北方に依然として存在する清王朝を解体して「一つの中国」を確立することだった。ここで孫文はスーパー外交を展開する。

北部武装軍団の大ボス

清王朝では豪傑・袁世凱（えんせいがい）が支配権を握っていた。彼は清王朝軍隊の実質的統率者だった。北の地域には数多くの武装軍団（軍閥）が活動していた。各々にボスがいて、彼らは自分の地域を統治し、税や貢納物をとって部下を養っていた。袁世凱はこのボスたちすべてを統率する大ボスだった。

清朝王朝の軍隊は国民軍ではなく、袁世凱の統率する武装軍団の集合体だった。清朝は、こうした彼に軍務をゆだねていたのだが、王朝政府の統治力が弱まるにつれ、軍の統率者への依存度は高まっていく。王朝は袁世凱を皇帝の下で機能する二代目内閣総理大臣に抜擢し、軍事・行政を含む全権を委任していた。

宣統帝を退位させる

その袁世凱に、孫文は水面下で次のような骨子の提案をした。

- ① 清朝皇帝・宣統帝を退位させてほしい。
- ② 帝と家族の身の安全は保障する。
(当時上海は列強の疎開地でそこで暮らせば中国人民に襲われることはなかった)
- ③ 帝には豪華な生活が送れる生活資金を供給

する。

- ④ 袁世凱には新国家（中華民国）臨時大統領の地位を譲る。

袁世凱はこれを飲んだ。かくして宣統帝は単なる個人名の愛新覚羅 溥儀（あいしんかくら ふぎ）となり、1912年清王朝は消滅した。袁世凱は新国家の、孫文に次ぐ二代目臨時大統領を約束された。

袁世凱、専制政治に突き進む

孫文の外交は効を奏し、清王朝の消滅は成ったが、付帯する問題が起きた。袁世凱は北方の無頼漢を束ねるボスたちを統率する豪傑である。こういう人物には共和制下での臨時大統領という立場で、いちいち議会の承認を取って政治を行うことは間怠っくくてできない。彼は北京で「やらせ」の軍事反乱を勃発させ、これを納めるという口実で、南京に下らなかつた。そして北京において自ら二代目臨時大統領就任宣言をおこなった。

孫文、日本に亡命

袁世凱はさらなる独裁体制の確立に努めた。議院内閣制を取り入れようとする政敵（宋教仁）を暗殺し、強引に事を進めた。1913年10月、強引に議会の従わせ正式大統領に就任した。さらに大統領権限を強化し、軍事権限を掌握する大元帥制度を作り、みずからそれを兼任してしまった（1914）。孫文は仲間と共に反対運動を起こし敗北する。そして再び日本に亡命し東京で「中華革命党」を結成した（1914）。

袁世凱、自ら皇帝に

袁世凱はさらなる権力集中にむかう。皇帝制度を復活させて専制政治を再現しようとする。彼は自ら皇帝即位宣言をし（1915年12月）、あわせ

て1916年より「中華帝国」を樹立すると宣言してしまう。ところがこれには全国規模での批判がわき上がった。彼は3ヶ月で「帝国取り消し宣言」をせざるをえなくなり、3月に病没してしまった。

9. 内乱、国共合作、日中戦争終結

中国の国内統一のための苦闘は続く。袁世凱が死去すると、中国は政権獲得抗争の時代に入ってしまった。もう多数の武装軍団を束ねて統御できる大物はいなくなった。南京を取り巻く広大な地域で軍閥（日本の戦国大名のような武力統治者）諸勢力の覇権争いが続いた。

孫文の南京政府

他方、南京では孫文が中国国民党を率いて、中国統一を目指していた。孫文が目指すのは軍閥を解体しての中央集権的な国家だった。

ところがその国民党も内部は複雑化していた。党内に地方分権による地域連合型の国家建設を目指す人物も台頭してきたのである。彼らは各省に一定の自治を認め、それらを連合させた統治体制を主張した。主唱者の陳炯明（ちんとうめい）は何かにつけて孫文に反対した。

清王朝もこの地域統合型の政府だった。

現時点での民族構成は漢族が全体の92%を占め、残りの8%が他の55の「少数民族」となっている。清王朝は満州族の王朝である。こんな少数民族が中央集権体制をとるのは困難で、地方の省に一定の自治権を与えその連合政権として皇帝制の王朝を築いていた。日本の江戸時代の幕藩体制に似た統治構造である。その上に皇帝をたて専制政治を行ってきたのである。陳炯明はその専制部分を議会政治に変えた形を理想としていた。孫文にはこれは絶対に許せなかった。国民党は内部分裂含みになっていた。

中国共産党

さらに国内では共産党勢力も台頭してきた。1917年にロシアで社会主義革命が勃発し、共産主義国家ソ連が成立した。そこでは共産党の一党独裁統治が行われた。ソビエト政府は世界の共産主義化を志し1919年にモスクワでコミンテルン（各国共産党の国際組織）を結成した。この組織は中国にも同志を育て共産党を発足させて援助していた。中国共産党の勢力は成長し、これも政権争いに加わってきた。毛沢東や周恩来は後にその主導的地位に登りつめて行くことになる。

日本国（関東軍）、ソ連、米国

加えてそこに日本（関東軍）勢力が参加してくる。日本の本国議会は中国の関東軍に対する統治力を事実上失っているのです、この場合の日本国の実態は関東軍である。これもまた中国の支配に向けて動き出した。それにスターリンのソ連や米国などが関与してくる。これらが陰謀も含めてなす行動は複雑怪奇で、その魑魅魍魎ぶりは小説『三国志』以上だった。

孫文の死と蒋介石国民党による統一

袁世凱逝去後の混乱が約10年続いた後、1925年に孫文が死去する。翌1926年に蒋介石が孫文の後継者として国民党の主導権を手中にした。そして党内反対勢力を押し切って北伐に乗りだし、国内の統一をおおむね成し遂げる。

ここで協道に入るが、北伐（ほくばつ）というのはわかりにくい用語である。本来それは「中国で北に敵国がある場合にそこへ向けて軍を起こす」という意味だったという。

中国は地理条件からして南北に分裂しやすかった。南部は概して経済的にすぐれ、北部は騎馬を使った武力を得意とした。北は武力をもとに南の

地を脅かしやすめ取る。南部の国々には、こうした北の勢力を討伐するいくさが周期的に必要なだった。北伐というのはこの戦の総称だったのである。ところが蒋介石の南京政府にとっては、討伐すべき軍閥勢力が数多く、それらは南京から見て南や西の方角にも存在していた。蒋介石時代にはこれらの討伐もまた「北伐」と称した。だからわかりにくいのである。

蒋介石は北伐を成功させ、1928年に中国国家元首となった。そしてこの頃から、蒋介石には中国共産党への不審の念が急速に高まった。彼は共産党討伐を第一目標として、闘争に乗り出した。

1931年に日本(関東軍)が満州事変を勃発させ、翌32年に満州国を建国した。だが蒋介石はこれを黙認して(国際連盟への提訴はしつつ)共産党征伐を第一にしている。

毛沢東の「長征」

このころ中国共産党では毛沢東の指導力が高まっていた。蒋介石国民党軍の攻撃を受け、彼は江西省の本拠地を捨て、戦いつつ南下する。次にまた西に行軍し、さらに北上して陕西省に至るまで12500キロに及ぶ大後退を続ける。

後に彼はこれを「長征」というロマンチックで肯定的な言葉でもって呼んだ。彼は詩人だった。後退は彼にとっては壮大な大行軍だったのである。

西安事件と国共合作

ところが1936年、味方の張学良が毛沢東を追う蒋介石を軟禁するという事件が起きる。蒋介石は共産党軍追討の軍隊を激励しに西安(昔の長安)に立ち入った。その彼を張学良が監禁してしまうのである(西安事件)。

彼は、今はまず国民党と共産党とは合作してと

もに日本と戦うべきだと、蒋介石を説得した。この事件は共産党が裏で糸を引いていたとの説があるが、とにかく、蒋介石はこれを受け入れた。かくして国共合作になる。両党は戦いを保留して共に手を携え日本の関東軍との戦いに入ってしまった。

日本軍降伏する

この事態に日本はさらに強硬に応じた。翌1937年、日中戦争を起こし中国全土の支配を目指しはじめた。だがアメリカとも開戦していた日本は太平洋戦争に敗戦した。1945年8月15日にポツダム宣言を受諾し無条件降伏をする。ここに蒋介石の儒教的宣言が出た。

蒋介石「以德報怨」を宣言

蒋介石は1943年から、再び中国元首としての行動を容認されていた。その彼が、1945年8月15日に当時臨時政府を置いていた重慶から「以德報怨」(徳を以て怨に報いる)なる有名な言葉を含めた演説をした。

そのなかで彼は、日本が中国本土で与えた損害への賠償請求はしないと宣言し、日本軍に降伏を求めた。計上された対日請求額は当時の金額で500億ドルにのぼっていたという。

蒋介石のこの政策には様々な計算、思惑が絡んでいたと言われる。戦後、再び始まる共産党との戦いへの効果なども計算されていたという。そんなことはあたりまえで、政治決定に多様な思惑が絡まないことなどない。だがそうしたなかでも「徳を以て怨に報いる」などという宣言は普通ではとても出ないものである。

中国指導者の心では、重大な決定事項には儒教思想が働くのである。そこでは中国は親で朝鮮も日本もわが子である。親は子に対して諭しはするが弁償を要求することはしないのである。

10. 「鍵は『国民国家』」だった

1945年に日本が太平洋戦争に敗戦した後も、中国大陆では日本軍人の残党や技術者が様々な活動をした。戦後中国のために映画などの技術で役立った人もいた。だが中国の支配権をもくろむ大軍隊は消滅した。蒋介石の国民党軍と、毛沢東率いる共産党軍に共通の敵はなくなった。両者は再び中国の統治権を求めて戦いを始めた。国共内戦の再開である。

軍事力、逆転する

勝敗は4年後に決した。1949年、蒋介石は戦に敗れて台湾に逃れた。そして台北を中華民国の臨時首都とした。蒋介石は中華民国は健在で、首都を台北に臨時に移したにすぎないという立場で、中国全土の統治権を主張した。米国はこれを支持した。他方、中国大陆の支配権を確保した毛沢東は、共産党政権による中華人民共和国の建国を宣言した。そして台湾も含めた全土の主権を主張した。ソビエト連邦はこれを支持した。

内戦の前半二年間は、蒋介石の国民党軍が圧倒的に優勢だった。だが、二年を過ぎたあたりから、毛沢東の共産党軍の方が優勢になった。その根底原因を知ることは、今日の中国を理解する上での鍵になると思われる。そしてその知識の鍵になるのは「国民国家」の概念である。

国民国家

国民国家（nation-state）とは、「国民が最大の価値を認める社会集団が国である状態の国家」である。

人間個々人は様々な社会集団をつくり、所属する。国はその一つにすぎない。江戸時代の日本における藩も、また戦国時代の大名国家のような地

方政体もまた社会集団である。家族、血族、氏族もまた社会集団である。そして諸集団に属しながら「国民が国家マターに最大の優先順位を認めている」のが国民国家である。

国家の強い軍事力を作るには、こういう国家が出来ていることが大前提である。武器の優秀さも大切だが、とにかく国民国家の意識が人民に確立していないことにはどうにもならない。でないと人民も兵士も国旗の下に積極的に一つにまとまる（一体化する）ことをしないからである。

日本の廃藩置県は大英断だった

明治維新の元勳たちが、維新がなると速やかに版籍奉還と廃藩置県を強行したのもそれを洞察した故であった。

明治維新がなった時点で、日本人民が最大の優先順位におくのは自分の属する藩だった。藩の重要度は家族、血族を遙かに超えていた。とりわけ武士階級にはそれが顕著だった。藩命は絶対で、血族の絆を断とうとも、家族を不幸にしようともそれは従うべきものだった。その状態は藤沢周平が小説の中で繰り返し克明に描いてみせてくれている。そして武士ほどでないにせよ一般人民にとっても、自藩は最重要な所属集団だった。

ところが当時西欧列強はすでに国民国家を実現していた。これに藩優先意識を持った兵隊でもってしては、日本は太刀打ちできない。それを洞察した新政府指導者は廃藩置県を強行したのである。政策のあまりの迅速さに藩主（大名）も驚き怒り、武力でもって阻止しようと考えたものもいたようである。だが、これは日本が列強の植民地にされないために不可欠なことだった。西郷隆盛などは、従わない藩は薩長の大軍を持って踏みつぶす覚悟であったという。

皇室、天皇の権威も役立って、日本は速やかに

国民国家を実現した。これなくして日清、日露両戦争における勝利はありえなかった。そして日本はその後も、「♪見事散りましょ、国のため…♪」といった軍歌が自然に受け入れられる国家であり続けた。

この国民意識が、強大な軍国国家日本を形成したのである。最後は敗れたとはいえ、極東の小さな島国が太平洋から東南アジア、中国全土という広域にわたって戦った。こんな戦争を続けられたのは国民国家だったがゆえであった。

孫文も洞察していた

孫文もまた日本での生活を通してそのことを洞察していた。だから彼の新国家建設のビジョンには、中国を国民国家にすることは大前提だった。彼が国民党内部に芽生えた地域連合型国家建設論に断固反対したのもそれ故であった。

同じ国民党幹部の陳炯明が、連合型の国家を主張して孫文に何かにつけ反対したのも、孫文の思想をそこまで悟れなかったからである。国民国家を絶対目標にしないならば、地域連合型の国家を目指した方が、建設が遙かに容易で現実的だったのである。

孫文はその遠大な計画を、清王朝打倒の革命を仕掛けることから始めたのである。彼の三民主義の最初の項目「民族主義」も、彼のビジョンを知るとわかりやすくなる。彼の民族主義とは「民族共和主義」だった。それは多民族国家中国における全民族が、平等原則の下に共和制政府を樹立するという思想だった。彼は国民国家にせねば諸外国は中国を軽視することをやめないと透視していた。

11. 儒教・家族重視・私有農地保全

この国民国家を形成するのに、中国には日本と

は違った障害があった。儒教思想による、家族・血族の絆重視の姿勢がそれである。中国人には家族が最大の優先集団だった。

家族と儒教思想

儒教では、国の統治論も隣国の運営論も家族をイメージ基盤にして考えている。君主は家父長に相当し、家来はその子供たちになる。隣国である朝鮮（兄）も日本（弟）もその息子たちだった。

その理念の影響で中国では家族、血族が最大の優先集団だった。「四世同堂（よんせいどうどう）」ということばが中国にはある。「四世代の家族が同じ屋根の下に住む」という意味である。それは「そのように世代が集まって時々一緒に食事できるのが最高の幸福」というニュアンスにもつながっている。これらによって、中国人には血族の子孫繁栄が最大の幸福という思想が深く浸透していた。

そしてその幸福を支える経済的基盤が、彼らが自ら所有する農地だった。彼らはその農地の上に何世代にもわたって血族を維持してきた

儒教思想が支えた私有農地

中国の農民の所有農地を支えるにも、儒教思想は働いていた。時代が近代に入ると多くの国家では貨幣経済が進展し、小農民は貨幣的理由で土地を奪われていく。

経済生活に貨幣が必要な局面が加速度的に増えると、小農民は貨幣の扱いに慣れていないが故に借金をする。その形（カタ、抵当）にするのは農地しかない。そして借金の返済はいずれ不可能になり、彼らは農地を取られる。その結果大地主の小作労働者となったり都市の無産階級労働者となっていく。

だが、中国ではその現象は起きなかった。儒教

思想がその防壁となってきた。『論語』にある「以德報怨」はその代表だった。正確には、孔子自身は「徳を以て怨みに報いよ」とは教えていなかったようである。それは彼への質問「徳を以て怨みに報いるという考えはどうでしょうか？」の中で用いられている言葉だという。

そして孔子自身は「怨みには誠実をもって報い、徳には徳を以て報いるのがいい」と答えたといわれている。中国で「怨（うら）みに報ゆるに徳をもってすべし」と説いたのは後の老子だという。

だが以德報怨は人間の心底にある人間愛の理想でもある。この言葉自体が、人の心に浸透する力を持っている。そうしたことによって以德報怨は中国人一般の道德となったのである。

この思想の故に、小農民は私有地を所有し続けられた。貸金者（多くは大地主）は小農民を、土地を取り上げられるところまでは、追い込まなかった。貧しい農民が食べる糧を失う、その一步前で許した。

もちろん例外もあったろうが、全般的にはこの儒教の「徳」によって、多くの中国農民たちは私有農地の上に何世代にもわたって血族を継続させることができたのである。

私有農地が国民国家の障害に

ところが歴史とは皮肉なもので、この麗しき風習が国民国家を作る上での強大な壁になってきた。工業化の進む前の中国では、全人口に占める農民の比率は高かった。

そうしたなかで孫文は、私有農地制を残したままで、国民国家化を志した。孫文ほどの人だから、事態が進めばこの問題に新たな対処を考えたかも知れない。だが、彼の生きた時代には、そこまで事態は進展しなかった。

蒋介石は、孫文の後継者を自任する軍人政治家

であり、かつ、強い反共産主義者でもあった。それ故に、国民党は戦前戦後一貫して私有農地容認の路線を進んだ。

12. 毛沢東、土地公有化で国民国家を実現

だが毛沢東の共産党は、中国人の根っこにある家族重視の意識習慣を強引に解体した。彼はマルクス・レーニンの共産主義思想を活用してこの問題の打開案を編み出した。マルクス理論は、受け入れる者にはその精神を活性化する力をもっている。人間に自分が属する世界の全体観をもたせることによって、それを実現する。その力は時として魔力とさえいえる強烈なものとなる。

全体観の精神活性化力

全体観というのは、人間の精神・知性を活性化することに決定的な役割を果たす。人は全体観をもって、初めてものごとの究極の真偽を考えることが出来る。物事それ自体にはいろんな解釈、理解が成り立つ。そのうちの一つを真と定められるのは、全体観の中にそれが位置づけられたときである。だから全体観はまた人間の真理希求心を充足させる。

さらに人は全体観を持つことによって正義とは何かを考えることもできるようなる。「これが真である」という感覚は「これが正義である」という感覚に繋がっている。だから人はストレートに正義感を抱けるようもなる。そしてこういう感覚を持てる状態が、人間の精神を強く活性化するのである。

マルクス思想の魅力

マルクスは人が属する「社会」の全体像を、とても理解しやすいものに作った。

彼は社会に不平等と不自由をもたらす根源は生産手段の私有にあるとした。そしてその諸悪の根

源である「私有財産を否定すれば」諸悪は消滅し、理想社会はオートマチックに実現すると説いた。

そこでは「個々人が利己心から解放され、“一人がみんなのために”生きる」ことができる。またそこでは「各人が能力によって働き、必要に応じて取る」ことができる、と説いた。

生産手段を公有化すればそういう自由で平等な共産制社会が自動的に出来上がる。人間社会というのはそういう仕組みになっている。～それが彼が提供した社会の全体観だった。この全体像はとても簡素で納得しやすかった。初めて聞くものの心の琴線に触れ、強く感動させる力を持っていた。

毛沢東、独自の革命思想を展開

毛沢東はそれを独自の理論に変換した。マルクス理論では、共産主義社会は都市で経済の工業化が熟すと、次の段階としてやってくるものであった。私有財産制のもとで産業経済が進展すると、それは無産労働者を大量に生み出す。彼ら労働者は社会革命を起こし、共産社会に必然的にいきつく～という歴史理論だった。

毛沢東はそれを農民主導の革命理論に転換した。私有財産を平等社会実現のために公有化するという思想は、論理的には農地にも適用できる。彼はそれを活かしたのである。

毛沢東は、中国では事態は異なるのであって、そこでの社会主義革命は農村から農民が蜂起することから始まると述べた。圧倒的に多数の農民がゲリラ活動をもって都市を囲い込む。こうして革命は実現するのだと論じた。この理論は農民が農地を公有化に差し出す道理的根拠となり、農民に公共的な動機を形成した。

日本軍が消滅したが故に

とはいえ農民の私有地への愛着は深く、そんな

ことで農地公有化がスムーズに実現するはずはない。だが毛沢東は独自の方法でもって、支配地域での農民の私有地を公有化するに成功した。その方法については後述する。がとにかく公有化の過程で、中国人民の血族愛は、長期的ではないにせよバラバラに解体されていった。

こうして共産党支配地域では農民は国民国家の人民たるべき資質をもたされていった。そして共産党に直接忠誠する兵士と化した。

こういう意識改革が本格的におこなえるにつけてはやはり日本軍という強敵がいなくなることが必要だった。この条件が整った戦後になってはじめて、中国共産党は農民の生活意識にまで踏み込んだの思想教育に本格的に着手することができた。その成果が、戦後の国共内戦の中頃から現れていった。そして共産党軍の中にかく成立した国民国家的結集力が、当初は圧倒的に優勢だった蒋介石の国民党軍を、徐々にくつがえしていった。

農地の公有化を強行

毛沢東共産党は蒋介石との内戦に勝利した。翌1950年、彼は「中華人民共和国土地改革法」を公布した。それは、従来共産党支配地域で実施してきた土地革命を、残された地域でも行おうとするものだった。

共産党による土地改革は「土改」と略称される。これは凄まじい内容を持っていたようで、平和な日本で育った日本人には、聞くだけで胸がつぶれそうになる悲惨な話もある。その多くをスキップしつつ以下に述べる。

分与して2年で召し上げる

この土地改革を毛沢東共産党はまず、大地主から農地を没収しこれを小農民に分配するという名目で始めている。そしてそれを政府の指令によっ

ででなく、農民自身にさせている。それは小農民に階級闘争を習得させるためでもあったという。

彼は各地の地主に対して小農民の憎しみをあおり、財産没収、処刑をさせている。そのやりかたは悲惨だった。加虐趣味的、サディスティックだった。このとき共産党は地主・富農のみならずその直系子女にも、以後30年間にわたって最下層階級の生活をさせたという。また毛沢東は処刑を常に公開でさせた。それは小農民に共産党への恐怖を染みこませるためでもあった。社会変革は、恐怖でもっていくと速やかに進むのである。

それでも小農民は農地を分与されて喜んだ。だが歎びはつかの間で、その土地は二年足らずのうちに党に召し上げられてしまう。1950年に公布された「中華人民共和国土地改革法」を、2年後の1953年に共産党は新しく運用しはじめた。互助組と合作社という組織をつくり、それに農民の土地を「集体」という機関に移管させてしまった。その後互助組と合作社は消滅させ、集体だけを残した。後の1978年になると、そこから土地を農民に「貸与」する。以後そのまま現在まで来ている。つまり土改によって、土地はなし崩し的に公有化されたのである。

現在、住宅地の貸与期間は70年である。工業用地のそれは50年である。農地には当面年限が決められていない。けれどもそれが国のものであることに変わりはない。

中国では土地の公有は不可欠

土改における最初の農民への土地分与は、毛沢東共産党の仕組んだ茶番劇だった。彼は最初から公有にもちこんでいくつもりでいた。それは考えてみれば当然であって、中国を国民国家に保つには土地の公有は不可欠だったのである。

中国人の心には儒教の家族重視の思潮が染みこ

んでいる。農地を私有にすれば、農民はすぐにその上に一族の構築を始めこれを最重視する。すると国民国家は崩れていくのである。戦前にも共産党は支配地域で同じ内容の土改をしていたという。全国規模のものが出なかったが故に表に出なかっただけのことであった。

とにかく他国に蹂躪されない国を

毛沢東は土改で、同胞である中国人を500万人殺した、といわれている。その後、いわゆる「大躍進運動」の失敗で5000万人を餓死させたとも言われる。さらにその失敗で失脚しているなかで、若者や子供を煽って周知の「文化大革命」を起こしている。彼らに結成させた紅衛兵は1000万～2000万人を殺していると推定されている。

これがどれほどのものかを日本人がリアルにイメージするのはむずかしいが、第二次大戦を引き合いに出してみる。あれだけの戦争をしながら、日本人の死者は約300万人だった。中国では人間の数に関する事柄は、多くの場合日本より一桁大きいのである。

これらをもってして、毛沢東は極悪非道の人非人だとする論議もある。曰く～ヒトラーは異民族は殺したが、同じドイツ人の大量殺戮はしなかった。曰く～スターリンは同胞を2000万人殺したが、シベリア送りなどで密かに処分した。ところが毛沢東は、同胞を公開で処刑し続けた。「毛沢東は公開処刑を好んだ」と評する論者もいる。だから人類史上類例のない大悪人だ、という。

確かに大量殺人それ自体を許すのは難しい。この時代に生きた中国民衆への哀れみを今も禁じ得ない人は多かろう。あるいは悪魔はなんてことをさせるのかと思う人もいるだろう。

だが、こと土改に限って言えば、毛沢東はもうこれ以上他民族に侵略されない国に中国をしたい

と切望したという推察もあるいは可能かも知れない。もしそうなら彼は中国を国民国家にせねばならなかった。それには中国人に未曾有の意識改革をさせねばならなかった。これは一気に速やかにしないと実現できない。彼はそう考えてことを断行したのかも知れない。

異民族による蹂躪は屈辱感が大きい

もちろん、繰り返すが、かといって同胞の大量殺人自体が許されるという人はいないだろう。人民を恐怖で突き動かすことに好感を持つ人もいないだろう。だが、同胞に騙され殺されるのも悲惨だが、異民族に武力の優越でもって蹂躪され殺戮されるのはもっと悲惨ではないだろうか。

このケースでは、人民は屈辱感をも味わう。日頃住んでいる土地で他民族の優越をみせつけられると、民族的劣等感が生まれる。それが屈辱感を生む。そして、屈辱感は後々にまで残るのである。

中国の統治環境は過酷だった

また中国における過酷な政治行為は毛沢東共産党に始まったものではない。残虐性を強烈に打ち出す政策の体質は古くからあった。

秦の始皇帝の中国統一（漢民族の一体化）政策からしてすでにそうだった。彼が民族統一のために漢字を統一させたのは驚くべき慧眼だった。だがそれのみでは漢民族の統一はならない。皇帝は自らの統一思想を貫き通すために、別方式の思想を主張した儒学者ら 460 人を生き埋めにして殺している。これは儒学の文書焼却とあわせて、始皇帝の焚書坑儒とよばれている。中国の国土は広大である。そこに何億もの人民が散在している。これを統一し統治していくにはダイナミックな政策が必要な面もあるだろう。

人種的な政治環境も過酷だった。ほぼ単一民族

の日本と違って、中国では常に異民族が統治権を奪取する可能性があった。実際モンゴル族は元を建国し、漢民族を統治下においた。蒙古民族の凶暴さは、日本人にも蒙古襲来時に対馬の人民になした処置でもって知られる。彼らの体力の強さは、朝青龍や白鵬、日馬富士といったモンゴル力士が日本大相撲の頂点を占めてきていることからもうかがわれる。

だがその彼らでさえ、漢民族の明王朝に政権を奪われるときには、悲惨な歴史をたどっている。中央政府のみならず、地方政庁で働いていた元人の役人までもが皆殺しにあっている。異民族による征服、政権奪取というのはそういうものである。

よく、日本の皇室は万世一系という。建国以来続いてきているのは、世界に類のないすぐれた皇室だからと誇る国粹主義者もいる。これに神道の神のちからといった宗教的な意味を加える人もいる。だが、それは異民族による政権奪取の歴史がなかったからというだけのことに、つまるところはすぎない。もし異民族による征服が起きていたらその時点で全血統が断絶となったことは必定である。

毛沢東は詩人でもあり大変な読書家だったと伝えられている。彼は中国政治史もその政治土壌と共に学んだのだろう。地理的人種的に形成された過酷な政治環境には、凶暴な政策も必要だった。彼は歴代統治者の歴史にそれを悟ったのではなかろうか。毛沢東はそれを「人民集団にさせるという方式」を“発明”しただけにすぎないのかもしれない。

国民国家の本質

だがそれもこれも国民国家の確立と保持のためであったとしても、国民国家という社会集団システムは無条件に必須なものではない。これは民族

の武力を最大にするに有効なシステムである。この力は他国の侵略に対抗する時に有益なものであって侵略してくる可能性を持った国家がなくなれば、必要なくなるものである。

もしその危険がなくなれば、そもそも国民が国家マターを最大優先事項とする状態が、国民に高い幸福度をもたらすかが問われることになる。そしてひとりひとりがもっと小さな集団に別れて、もっと濃密なコミュニティの中で暮すほうが幸福感は高いと悟られるかも知れない。

けれども残念ながら異民族の国民国家が他国を侵略する可能性は、この地上からなくなっていないようにみえる。とりわけ中国は清朝時代以来、近代人類史に類がないほどの侵略を受けてきている。前述したように、西欧列強は沼にはまった象に食いつくピラニアのように、中国領土を食いちぎった。日本もまた満州を取り、さらに、国家全体を支配下に置こうとして国土を軍靴で踏み荒らした。これらによるトラウマは中国人の中でまだ200年は続くのではなかろうか。

共産党独裁の中で

だから中国では土地の公有は当面続けられるだろう。市場経済化をしても、土地だけは公有に保つだろう。ということは社会主義体制を外すことは出来ない、ということでもある。

さすれば思想の自由も容認することはできない。思想言論を自由にしたら、自由選挙で政権者を決める制度を人民はもとめるだろう。そしてもし私有財産制への転換を主張する政党が多数の支持を得て政権を取ったら、すべてがぶちこわしになる。農地は私有化されそこに家族・血族が優先順位最高位とする一族集団を中国人は造ってしまう。儒教気質がそうさせてしまう。そうしたら国民国家が崩れる。

まだまだ中国には思想統制は必要である。少なくとも当面は共産党の一党独裁は不可欠である。現在中国では、その上で共産党員になる機会を全国民に解放している。すべての人民に、既成党員2名の推薦があれば一定の審査を経て共産党員になれる機会を均等に開いている。中国の共和制はそういうものである。

現代中国の統治状況は、巨象が傷を負ってのたうち回るようにしてたどりついた結果とみることもできるのである。いいも悪いもない。とにかくここまでたどり着いたのだ。

独裁政党の上に9人の政治局常務委員グループに最高政策政治決定権をもたせて国家運営するシステムも、手傷を負いながらたどり着いた果実だろう。9人の賢人が13億の民を統治する、そういう国家である。のみならず従来チャイナナインと呼ばれてきたその委員会も、それでも意見が分かれすぎるので7人のチャイナセブンに減らされた。こういう国が、全人民参加の選挙制度に政治を変更するなど容易ではない。13億の民に政治総選挙をさせる体制に急ハンドルを切ることなど出来るわけがない。

食べて着るのが容易になった中国に育った若者は、先人の苦勞を知らないから、思想言論の自由を求める。これも人間の本性であって、自然なことである。

だがチャイナナインは独裁を楽しんできただけではない。たとえばキリスト教活動にいかにして自由を与えていくか、徐々に与えていくプロセスを現実的に模索してきた。いまここに具体的に書くことは出来ないが、いろいろ試行してきている。

そういう国の人民に、歴史も知らない外部者が思いつきでもって日米流の民主主義を勧めるのは的外れである。善意でもって勧めても、勧められる方はただ煩わしいだけである。

中国で長期的にビジネスを行っていくには、この国に関する歴史観をもつことが必要である。そして様々に生起する出来事をその中に適確に位置づけた中国知識をもつべきである。

注

- (1) この思想は日本に輸入され、加工され、陰陽（おんみょう）道と呼ばれている。
- (2) この思想は韓国に濃厚に流入している。韓国の国旗に描かれている、相組み合わさった二つの巴は陰陽の両儀を示している。彼らがそれを太極旗というのは、二つの巴（陰 陽）の源が太極であるとするが故である。

Ⅲ イメージセット理論

一国の TV 広告表現を考察するには、複眼的視野が必要になる。

一つはその国に特有の文化土壌をみる視野である。第一部に試みた中国政治文化の歴史的考察は、そのために役立つ。今ひとつは特定の国に限ることなく、どの国にもある広告表現一般を評価する視野である。後者の視野のためには、あらかじめ広告表現一般が人間心理に与える効果を把握する理論がある。それがないと世間で語られるような「あの広告は良かった」とか「印象的である」とかいうような、昔の言葉を使えば素人の「井戸端会議」的議論と大差ない評価で終わってしまう。

そうした事態を打開しようとして肥田日出生が構築した理論に「イメージセット理論」がある。本稿ではこれを中国の TV 広告表現事例の分析に利用するために、その目的に役立つ範囲で理論を概観しておこうと思う。

1. イメージセット理論の基本フレームワーク

商品の意識は意識断片の集合体

広告表現が人の意識に与える効果を具体的に把握するには、その意識をイメージ断片の集合体としてとらえるのが有効である。ここでの「イメージ」は「意識」と同義に扱う。イメージ断片の「断片」は要素と言い換えることが出来る。イメージ断片はイメージ要素でもあるのである。

イメージ要素は「群のまとまり」によって意識を出現させる

人の意識には多種多様なイメージ要素がある。そのなかであるグループが「一群」となると「まとまり」（英語では unity）をもつと、一つの物体に関する意識があらわれる。

カルピスという商品の意識は、カルピスという「名」、乳酸菌飲料、酸味、水玉、売価（例えば 450 円）、初恋の味、おやつなどのイメージ要素が、一群となって浮上するとき生じる。

また「一群」とは「組み合わせあった一体」でもある。そこでイメージ要素の組み合わせを「イメージセット」と称するのである。

イメージ要素間の結合は「連想」による

特定のイメージ断片たちが「一群」になるのは、それらの間に連想関係が成立しているからである。ここで連想の定義は「ある心像要素を想起するとき、同時に他の心像要素も想起されること」である。

つまり、ある要素を想起すると、それに連なって他の要素も想起されるので、それらは結果的に一群のまとまりを持ったイメージ要素として意識されるわけである。

“カルピス”でいえばその名の要素や乳酸菌飲

料、酸味、白、甘さ、水玉、初恋の味、といった要素が相互に連想関係にあることになる。プロセス的には、そのうちの一つの要素が想起されると、他の要素も同時に想起され、結果的に一群のイメージセットとなって浮上する、ということになる。

イメージセットは「名」を中核とする

さらにその連想の内容に立ち入ってみると、そのセットは「名」というイメージ要素を中核に形成されることがわかってくる。他の要素はそれに優先的に結び付けられていて、それを媒介にして相互連想関係になるのである。

主たる理由は、ここで詳論はしないが記号論的なところにある。たとえばカルピスという飲料に関して我々が心に抱くイメージ要素は、すべてこの実在に対応する記号でもある。“カルピス”という名も乳酸菌飲料、水玉、初恋の味というイメージ要素もすべて記号なのだ。そして記号論の元祖ソシュール（Ferdinand de Saussure 1857-1913）は、「名（という記号）は対象界を先駆的に分節してまとめ上げるという独自の機能を持っている」ことを発見した。

わかりにくいが要するに「たとえば金といわれ

る鉱物をわれわれが認知する場合、先に“金”という名が我々の心に出現する。次いでそれに照らされて対応する物質が認知される」ということだ。さらに碎いていえば「金という名が意識に形成される以前には、何か黄色っぽく光るものを鉱物の中に漠然と意識する以上にならなかった。だがその名が出現することによって対象を他（の鉱物）と明確に区分された物質として認識できるようになる」ということである。

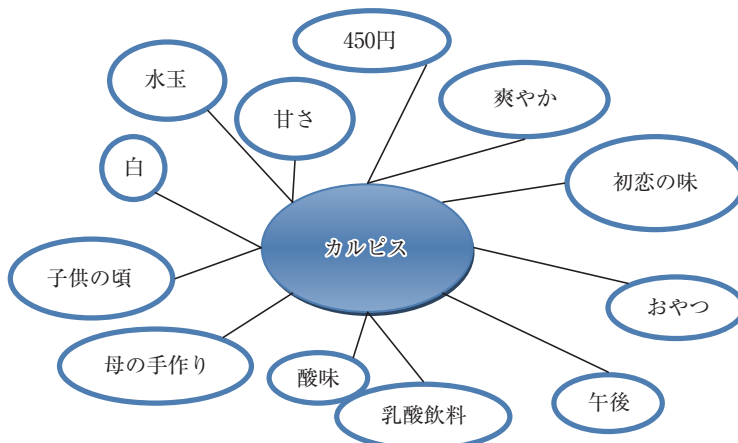
それはおそらく、認識対象の「全体」に対応する記号は「名」だけであることとも関連しているだろう。他の記号はみな対象の「部分」（属性などの）に対応しているのである。

かくしてカルピスという実体に関しても、われわれの心にはまずその「名」が先駆的に形成される。次いで他のイメージ要素（属性などの）がそれと連想関係を形成していくのである。これを考慮に入れるとカルピスのイメージセットは図表3-1のようになる。

基本仮説

以上はイメージセット理論の基本的な部分である。そこでこれらを基本仮説としてまとめておく。

図表3-1 カルピスのイメージセット基本図式



イメージセット理論—基本仮説

- ① 名をもったある認識対象に関する人の意識は、その心の中心に形成されるイメージ要素群によって構成される。
- ② イメージ要素群は、それが一体性（まとまり）を持つことによって、意識を出現させる。
- ③ このまとまった要素群をイメージセットと称する。
- ④ 要素間の結合は連想による。
- ⑤ イメージ要素は「名」の要素を媒介にして連想関係にある。
- ⑥ イメージ要素群は「名」を中核にして一体性を形成する。

2. 実在感仮説

さらにみていくと、イメージセットには実在感（英語では reality の語に近い）の濃淡もあることに気づく。そしてそれを決定する主要因は、セットに基本機能関連の要素が内包されているかどうかである。

基本機能とは何か

基本機能は副次機能に対する言葉である。この用語は感覚的には比較的わかりやすい。例えば、乗用車の基本機能は高速安定走行機能である。そしてそれに対応する主要なメカニズム部品は「エンジン」と「足まわり」である。

時計の基本機能は時刻表示機能である。対応する主要部品は、ゼンマイであったり、クォーツであったり光発電部品であったりする。カメラの基本機能は映像記録機能である。対応する主要機械部分はレンズ（の解像力）とシャッター（スピー

ドの多様さと正確さ）である。

だが例示に比べるとその語を定義することは難しい。商品について敢えて試みれば「その商品が開発され、人々に受け入れられ普及していく際、受容の主要根拠となった機能」ということにもなるだろうか。

商品というものは、はじめは従来の商品にない機能を果たす存在として世の中に登場し普及していく。あるいは従来の商品が果たしていた機能をよりすぐれて遂行する存在として受け入れられ、既存商品を徐々に代替していく。乗用車も、乗用馬車の競合商品として登場した。馬車の馬の部分エンジンを置き換えた新製品だった。

これが馬車より安定的に走行した。馬が客室を引っ張るときも、エンジンが車体を引っ張るときにも前後方向の「縦揺れ」が生じる。けれどもエンジンの縦揺れは馬が客室を引っ張るときよりも格段に小さかった。そしてしばらくするとその速度も乗用車の方が速くなった。

すると人々は馬車をやめて乗用車を使うようになっていく。このように乗用車が馬車を市場から駆逐していった主因は、その安定走行機能の優越であった。定義によれば、その機能が基本機能となる。そしてそれは上記の感覚的認識に一致する。

副次機能とは

ところが乗用車が普及すると、消費者は基本機能の有り難さに慣れていく。するとさらなる欲求を強く抱くようになる。後部座席の居住性や空気調整機能、オーディオ機能、外観によるファッション機能などがそれである。そしてこれらは安定走行機能に比べると副次的な機能である。そこでこれらを副次機能ということができるのである。

基本機能関連イメージ要素

乗用車の例では、基本機能たる高速安定走行機能に関連するイメージ要素は、車格、エンジン排気量、メーカー名などである。副次機能に関連するイメージ要素は、後部座席の居住性や外観デザイン、ブランド名などである。そしてある乗用車のイメージセットの実在感は、それが大型車か、普通車か、高級小型車か大衆車かといった車格の情報が無いと心に浮上しにくい。エンジンの排気量がどれだけか、何 CC かなどの情報が無い場合にも浮上しにくくなる。メーカー名の情報も然りである。ホンダかトヨタか日産かがわからないと実在感が湧かない。

ところが後部座席の居住性や外観デザインなどの情報がなくても実在感の形成にはさほど妨げには成らない。それらは副次的機能に関連するイメージ要素だからである。

だが副次機能関連のイメージ要素はイメージセットに特有の役割を果たす。それは当該車両のイメージセットを「より豊かにする」のである。

そこでこれらも仮説の形で示しておこう。

イメージセット理論(2)―実在感仮説

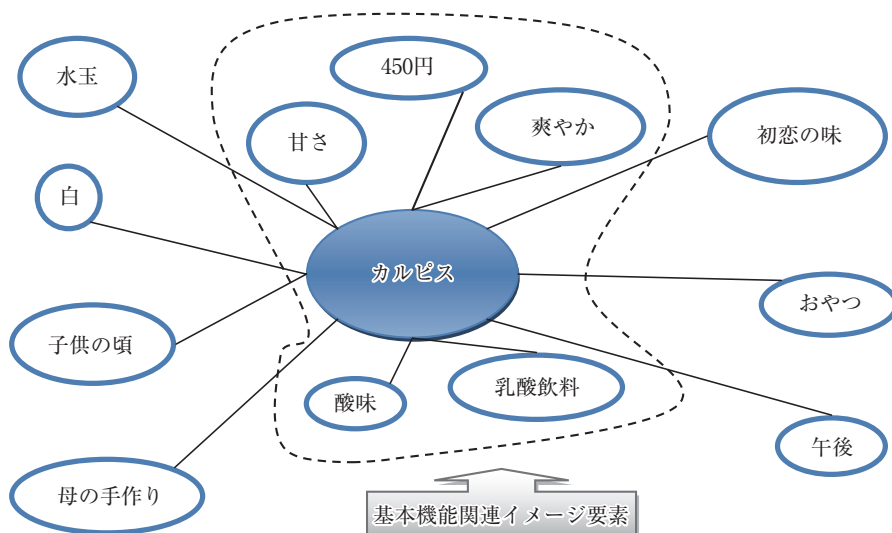
1. ある存在のイメージセットに実在感を与えるための必要十分条件は、その名と基本機能関連のイメージ要素である。
2. 副次機能関連イメージ要素など、非基本機能関連のイメージ要素は、当該商品のイメージセットをより豊かにする役割を持つものである。

また、実在感仮説を現場で用いるには、それを図式化するのが有効だろう。そこでその方法をカルピスのイメージセット図式でもって例示しておく。基本機能関連イメージ要素を比較的名前の要素に近いところに描き、かつそれを点線で囲んで非基本機能関連イメージ要素と区分するのである。

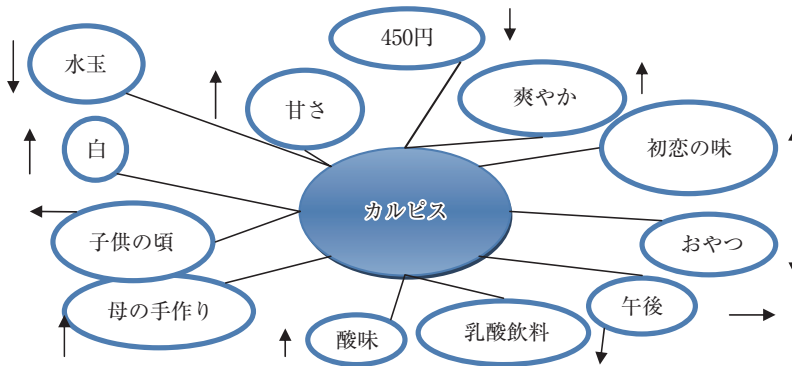
3. イメージの高低と品位イメージ

人は商品について、高級とか低級とかいう評価のイメージをもいだく。これも人々が商品を購入する際に大きな役割をはたす。そしてこの心理も

図表 3-2 基本機能をゾーンニングしたイメージセット図式



図表 3-3 品位イメージを加味したイメージセット図式



イメージセット理論の中に位置づけ把握することが出来る。

品位イメージ

まずこの評価のイメージを「品位イメージ」と呼ぶことにする。評価は最終的にはイメージセットの全体に関してなされる。だがそれはセットを構成する各イメージ要素に付与された品位イメージの総計結果とみることも出来る。

総体的品位イメージ

具体的には図式で示しながらの方がわかりやすい。図3-3のように各イメージ要素に品位イメージが付随すると考えるのである。カルピスの名、酸味、甘さ、白、水玉模様、定価、初恋の味などの各々に品位イメージは伴うとみる。そしてその値は矢印をもったベクトルで示す。高品位イメージは上向きの矢印で示し、低品位イメージは下向きの矢印で示す。そのどちらでもないものは横向きで示す。

そして、各々の大きさは矢印の長さで示す。そしてこの商品品全体の総体的品位イメージは、これらのベクトルの総和でもって把握するのである。

これも次のようにまとめておく。

イメージセット理論(3)—品位イメージ仮説

1. 商品に関してその「イメージが高級、低級」と日常称されるような意識を「品位イメージ」とする。
2. イメージセットを構成する各々のイメージ要素には品位イメージが付随する。
3. イメージセット全体の「総体的品位イメージ」は各品位イメージ要素の総和でもって形成される。

4. イメージ要素の忘却、再生および形成

イメージ要素は忘却されることもある。またそれが再生もされうる。さらに新たなものが形成されることもある。これもビジネス上、重要な事象である。だが忘却・再生といった意識作用をイメージセット理論に組み込むのは容易である。フロイトの精神分析学の理論枠を援用すればいい。

周知のようにフロイトは、人の心の意識領域を当人が自覚できる領域と、自覚できない領域に分けている。前者は、彼によれば「意識」領域であるが、わかりやすいために通常「顕在意識」と呼ばれている。後者も、彼によれば「無意識」領域であるが、やはりわかりやすいために「潜在意識」

と呼ばれるケースが多い。

ここでもその用語を用いると、忘却はイメージ要素が潜在意識領域に沈んだとしてとらえられる。再生は逆に潜在領域から顕在領域に浮上したとなる。

これを図に反映させるには、個々のイメージ要素を囲む円の線を、実線と点線に分ければいい。顕在意識にある要素は実線で囲む。潜在意識に沈んだイメージ要素は点線で囲むのである。

また、広告メッセージなどによってイメージ要素が新たに追加されることもある。これはビジネス上文句なく重要な事象なのだが、その表記も簡単である。顕在領域に新しく実践で囲んで書き加えたい。

モデルの動態化が開く戦略視野

イメージ要素の忘却や再生を視野に入れるということは、イメージセット理論を動態化することでもある。そしてこのような動態化はこれまでに示したイメージセットの性格を歴史の中で運営していくという戦略的視野をも開いてくれる。

たとえば～

- ① 「名」のイメージ要素が潜在領域に沈むと、イメージセットは消失する。

諸要素に相互に連想関係をもたせている結節点がなくなるからである。その場合には、ブランド名の印象づけを主眼にしたクリエイティブ作品を、ふたたび制作させ、発信するのが適確な戦略となるだろう。

また～

- ② 基本機能関連のイメージ要素が潜在領域に沈むと、実在感が希薄化する

この場合にも「いまさらまた…」という常識論を押し切って基本機能関連イメージ要素を訴求する広告作品を改めて制作し発信する必要が

出るだろう。

さらに～

- ③ 品位イメージの高い要素が沈むと総体品位イメージは低下する。この場合も、改めて言うまでもなく、品位イメージの向上に主眼を置いた広告コピーを発信するのが適確な広告戦略となる。

～以上の理論のメガネをかけて、次章における「中国のTV広告表現事例」を理解していく。

IV 中国のTV広告表現事例

まず、中国特有の広告状況を示す事例をあげる⁽¹⁾。商品広告にまじえて発信される国家広告がそれである。第一部に述べたように、中国は共産党一党独裁の統治体制をとっている。それが国家広告を周期的に発信することにつながっている。

社会学者マックス・ウェーバーは、国家の統治が成り立つには二本の柱が必要であるという。

- ① 政府に対して人民がもつ正当性の意識と
② 政府のもつ物的暴力手段（警察と軍隊）～
がそれである。

一般に、①「人民が統治者にもつ正当意識」が大きいと②「物的暴力手段行使が必要な局面」は少なくなる。逆に正当性意識が小さいと、物的暴力手段が活躍する局面は多くなる。

共産党一党独裁で統治を行うばあい、国民の思想統制をする局面は多くなる。ところが人間というものは、自由に思考し自由に表現することを本能的に求める。だから思想言論の統制を行うほど、人民が政府を正当と思う意識は小さくなる。すると、政府には国民の一体性を保つために、現国家体制が正当だという意識を高めるための手立てが必要になる。中国政府はそのために、周期的に一体感覚を補強するメッセージを発信している。中

国の場合には、商品広告にまじえて国家宣伝広告を発信している。日本企業が中国で TV 広告をする場合、こうした特異な広告環境の中で行うことになる。それを知ってもらうために、まず国家広告の一例を示しておこうと思う。

1. 中国共産党の国家宣伝広告（60 秒）

〈訴求ポイント〉

- ・ 中国とその国旗
- ・ その崇高さ

〈表現素材〉

- ・ 早朝の空気
- ・ 天安門
- ・ 中国国旗（五星紅旗）
- ・ 人民武装警察部隊兵士
- ・ 駅の人々
- ・ 僻地の小学生

- ・ 大都市の警察官
- ・ 天安門を出た兵士たち
- ・ 風にはためく中国国旗
- ・ 海・陸・空軍兵士
- ・ 少年先鋒隊隊員の小学生
- ・ 歩道の人々
- ・ 労働者たち
- ・ 町中の老人・子供
- ・ 開いた中国国旗
- ・ スローガン「同一の国旗を揚げ、共に 1 つの家を愛す」（「一つの国」でなく「家」となっているところに留意されたい。中国人の心の拠り所は「国よりも家」なのである）

〈表現理解〉

これは中国政府の政治プロパガンダメッセージであって、ストーリーは単純そのものである。国旗に向かって全人民の心が集中している様を次々

図表 4-1 国家宣伝広告コンテ



- ① 朝、人民武装警察部隊の兵士たちが中国国旗（五星紅旗）を持って、天安門からゆっくり歩いてくる



- ② 朝、海上の海軍兵士も国旗を持って、歩いてくる



- ③ 駅で列車を待つ人々もこれから揚げる国旗に向かって直立目礼



- ④ 遠い山間の僻地で小学生たちが国旗を持って、掲揚台に向かって歩いていく



- ⑤ 朝、大都市の警察官たちが国旗を持って歩いていく



- ⑥ 天安門から出た兵士たちが国旗を持って、ゆっくり掲揚台に向かっていく



⑦ 旗が一人の兵士によってあげられる



⑧ 海軍、陸軍、空軍兵士が国旗に向かって軍人の敬礼をする



⑨ 少年先鋒隊隊員の小学生が国旗に少年先鋒隊式の敬礼をする



⑩ 歩道の人々も歩行を止めて、国旗に向かって直立



⑪ 労働者たちも手を止め国旗に向かって直立



⑫ 町中でも国旗を揚げ、老人から赤ちゃんまで敬礼



⑬ 国旗を提示し「同一の国旗を揚げ、共に1つの家を愛す」とのナレーション
音声：「同升一面旗，共愛一个家」

に繰り出して示しているだけである。様々な人々の姿を「この人たちも」「この人たちも」と呈示していく。

コンテ画面①は、人民武装警察部隊の兵士たちによって行われる国旗掲揚式典の場面である。この式典は北京の天安門廣場で毎朝行われる。

画面②以後では、中国の全国各地域で同じ五星紅旗を揚げ敬礼されている様が呈示されていく。五十六民族からなる一般大衆市民，海軍，陸軍，空軍兵士，労働者たち，小学生たちに至るまで，この国旗に敬礼している。

コンテ画面⑨には少年先鋒隊隊員の小学生が少年先鋒隊式の敬礼を行っている様が描かれている。少年先鋒隊というのは、満7歳から14歳の児童で、学力・品行・思想優秀として選ばれたものからなる部隊である。隊員は共產主義建設の後継者とみなされ、共產主義青年団の指導下に置かれている。

彼らはつねに人々の模範となることを要求され、紅領巾という赤いネッカチーフをネクタイのように首に結んでいる。これが隊員のしるしであり、その赤い布には意味がある。「国旗の一部を

切り取ってもらっている」というのがそれである。2009 年 10 月 13 日、少年先鋒隊は成立 60 周年を迎えている。隊員の少年たちは、全国各地で詩を朗読したり踊ったりして周年を祝った。

CF の最後に「同じ一枚の国旗を揚げ、共に 1 つの家を愛する」というメッセージが出てくる。ここでいう「一つの家」というまでもなく中国を指している。

愛国心とは国民が自ら育った国に対して愛着や忠誠を抱く心情である。中国では愛国心教育を制度化している。1994 年に中国共産党の中央宣伝部が「愛国主義教育実施要綱」を起草し、祖国を愛することが国民の義務となった。学校では国旗の掲揚を毎日行い、小中高校生は全員国歌が歌えなければならないとされた。だが実際にはこの儀式が毎日行われている例は少ない。一般には毎週の月曜日のみに行われている。

このコピーでは 1 本の作品の中に、あらん限りの人民集団のすがたを盛り込んでいる。

今後、この広告クリエイティブの展開には二つの方向が考えられる。

一つは、この表現を周期的に繰り返す方向である。これには飽きられやすいという難点が出るだろう。とりわけ知的水準の高い中国人民にはその傾向が高いだろう。

もう一つは、この作品の中に埋め込まれている

素材を小分けして、各々をもちいたコピーを数多く作り、それらをシリーズ的に展開していくという方向である。そしてその表現をさり気ない、洗練されたものにしていけば、飽きられる可能性は低下するだろう。

2. ハイアル（海爾）洗濯機広告（15 秒）

どの国でも家族というのは人民の歓びの要素である。だがⅡで繰り返し記したように、中国では血族への思いが特異に深い。儒教思想の故である。

この作品では、家族が一堂に会する歓びの風景の中に、洗濯機ブランドを位置づけている。家族同堂の場面は中国の消費者には特別な快感を与える。それ故このメッセージは日本人の常識感覚を超えた好感を持って受信される。その雰囲気の中に、当該商品ブランドを位置づけるという構成の作品である。

〈訴求ポイント〉

- ・血族同堂の歓び
- ・ハイアル洗濯機

〈表現素材〉

- ・中国人家族、妻は白人。子供は一人で混血。
- ・海外の空港。
- ・ハイアル洗濯機

図表 4-2 ハイアル（海爾）洗濯機広告コンテ



① 外国に住む華人家族が北京に帰国しようとしている



② 嬉しそうな三人家族。お父さんが「家に帰るんだよ」という。



③ ハイアル洗濯機



④ 三人が乗った飛行機が出発



⑤ 北京の祖父母が三人を迎えようと家の準備



⑥ 三人を出迎える祖父母



⑦ 家族のみんなで食事。
音声：「海尔汇聚全球技术，欢乐与万家分享」
訳（ハイアルが世界技術を凝集し楽しい事をすべての家族と分かちあう）



⑧ ブランド名（ハイアル）提示
音声：「一个世界一个家」
訳（one world one home）

- ・北京の祖父母
- ・出迎えと団らんの食事
- ・「ハイアル」のロゴ文字。

〈表現理解〉

非基本機能関連イメージ要素を多く発信し、イメージセットを豊かにしておいて、そこに商品ブランドをそっと位置づける表現方式の作品である。

生長率は鈍ったといえども中国経済は高度成長期のなかにある。その時期には消費者にとって家電品は初体験であるケースが多い。すると消費者はその基本機能を大きく喜ぶ。だからこの時期の広告メッセージには新商品の名と基本機能の告知を中心にしたものが多くなる。

そうしたなかで、この作品は血族という非基本機能イメージ要素を十分に表現し、そのなかにブランドを位置づけている。だからこのメッセージ

は現代中国では希なものとなる。

作品は、まず海外生活している中国人家族が海外の空港のカウンターにいる場面を呈示する。妻は白人のようである。一人息子も混血の顔をしている。

三人家族はお正月を祝うために、ふるさとの北京に帰国するのである。祖父母は三人を迎えるために、洗濯したり（ここで商品のハイアル洗濯機を呈示している）、部屋を掃除したりして準備する。

三人が家に到着する。家族全員で楽しくお正月の食事をする（中国人の人生最高の喜びがこれである）。そして最後にハイアルの文字を呈示する。

西洋人は“個人”を最小単位として社会を考える。対して中国人は伝統的に“家”を最小単位として考える。家を構成する縦糸は父から息子へという父系血縁である。それに横糸として妻子がつながる。家はこの縦糸と横糸によって形成される

集団である。

血族が同じ屋敷に居住し、財産と家計を共にし、いわゆる「同居・同財・同竈」の集団を形成する。これが中国の家の思想であり理想である。

「家」には基本的にすべての男が残留する。それによって、幾世代にもわたった大家族が形成される。理想的な家は四世代が同居する「四世同堂」の大家族だという意識が中国人の心底にある。その意識にありながら中国人にも、父母と離れて核家族で暮す息子が時と共に多く見られるようになった。CF 作品はその一例である三人家族を登場させている。

だがお正月のような祝日などに本来の「家」の全員が揃って団らんすると、伝統的な家族意識がよみがえる。自分がその状況になくても、これが深い喜びであるという意識を中国の消費者はもっている。だからこの作品が異例に心にしみるのである。

非基本機能関連イメージ要素を豊かに描く TV 広告作品は現代中国には少ない。そこで日本に來る中国人留学生などは、日本に多いこの種の作品にとっても印象づけられる。そうして母国に帰るとこうしたイメージセットの豊かな広告表現を渴望するようになるケースが多いようである。

3. フン酒（汾酒）広告（15 秒）

トルコ人は、トルコは 5000 年の歴史をもつ国という誇りの感覚を持っている。中国人も 4000 年の歴史を持つ国として、自国の伝統の古きを誇る心情を心底に持っている。

その心情にタッチしつつ、歴史文化の中に古くからあるお酒のブランド品名「フン酒（汾酒）」を連想的に位置づけようという作品である。

「フン酒（汾酒）」は現代中国においても最も愛飲されているお酒の一つである。これは 2009 年 CCTV-1（中央電視台）で放映された作品である。

〈訴求ポイント〉

- ・中国の豊かな歴史
- ・フン酒（汾酒：中国読みは「フンチェ」）の長い伝統

〈表現素材〉

- ・フン酒

この酒は山西省の汾陽県杏花村産の白酒。1400 年前から作られてきている。醸造技法の精巧さには定評があり、中国の名酒のさきがけとされてきている。その色と香りと味は「三絶」と言われてきている。色は透明で清

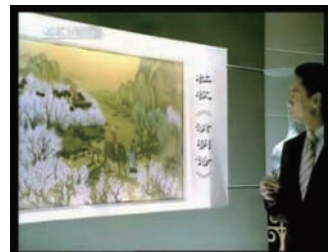
図表 4-3 フン酒（汾酒）広告コンテ



- ① 一人の紳士がフン酒博物館を訪ね、古い酒壺を眺めている。
CM 音声：【源远流长】
訳（長い歴史の中で）



- ② フン酒登場の歴史を記載した竹簡も陳列されている。
CM 音声：【載誉一生】
訳（名声の誉れを載せ）



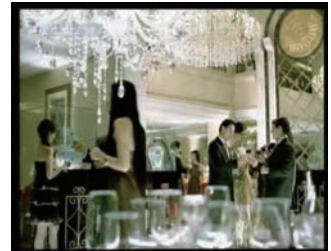
- ③ 杜牧の詩を描く絵画もある。



- ④ 紳士はフン酒の香りも味わう。
CM 音声：【清香典雅】
訳（優雅ですがすがしい香り）



- ⑤ 現代のフン酒ボトル。
CM 音声：【天賦高貴】
訳（天から高貴な身分を授かる）



- ⑥ 現代風のパーティにもフン酒はある。



- ⑦ 人々はフン酒で乾杯する。
CM 音声：【汾酒 开启尊贵生活】
訳（フン酒は高貴な生活を開く）



- ⑧ 商品提示。

らか、香りは優雅である。味は純一で柔和、甘く口あたりが爽やかで、飲んだ後に優雅な香りが口に残る。清香タイプの白酒の代表格であり、これに比肩する名酒は他に、長江以南の濃香タイプの白酒や貴州の茅台酒、さらに瀘州の老窖特曲などがある。

・フン酒博物館

フン酒の歴史を伝える素材が沢山陳列されている博物館。

・古い酒つぼ

コンテ画面①に呈示されている酒つぼは、酒を保存する器。日本や韓国でもそうであるが、古代中国ではとくに多用された。この作品ではそれはフン酒の長い歴史を示唆する素材になっている。

・竹簡

コンテ画面②に提示されている細長い竹の札。古代中国では紙が作られる以前には、文字をこれに記した。この博物館の竹簡には24史の「北齊書」が記されている。その中に北齊の武成帝高湛が、その甥である河南の康舒王に宛てた手紙がある。「わしは“汾清”（汾酒）を二杯飲んだ、そちも二杯飲んでみよ、うまいぞ」と武成帝は勧めたとそこには記されている。その文が、フン酒は中国の南北朝時代の北齊時代にすでによく知られ、よく飲まれていたことを証明している。

・杜牧の詩

コンテ画面③の絵画。唐代の詩人杜牧の絶句（詩）が書き込まれている。

詩題は「清明」（一族そろっておこなう墓参り。清明祭）である。そこには「清明の時

節、雨紛々とし、路上を行く人、魂を断つことを欲す。酒家はどこにあるかと問えば、牧童は杏花村を指す」と詠まれている。そしてこの「杏花村の酒」が汾酒である。かくも旧き時代より汾酒（汾酒）は有名な酒であったと詩は示しているのである。なお、同じく唐代の詩人李白が「汾陽にて友人と酒を飲み、余りうまいので飲みすぎて酔っ払った」とも記している。この酒もまた汾酒であったらしいと言われている。

・現代のパーティ会場

コンテ画面⑦は、おなじみの現代風パーティ会場である。中国での宴席の乾杯は、白酒（パイチュウ）で何度も行う。紹興酒などの黄酒を用いることもあるが、それは産地の浙江省や上海市周辺で使われる程度であって基本的には白酒である。中国人にとって白酒はビールや他のお酒よりも中国的な飲み物として愛好されるが、貴賓を招待する時や正式な場面では例外なく使用される高級飲料でもある。

乾杯には、小さいグラス（小酒杯）を用いる。飲んだ後で、相手に向けて杯を傾けて底を見せたり、逆さにしたりして飲み干したことを示す。

〈表現理解〉

これはよく知られた伝統的なお酒のブランド名に、品位イメージをさらに補強しようという作品である。高品位イメージを受信者意識に刷り込むとして、ストレートにたたみかけるようにして情報を次々に追加していく。旧い酒つば、竹簡、杜牧の詩、現代のパーティでの商品使用風景等々の素材などがそれである。

このクリエイティブ技術は高くない。この広告メッセージで何よりも目立つのはその技法が「田舎風」なことである。15秒という短い放映時間の中に、これほど多くの表現素材をつめこむと、表現が気ぜわしく貧しくなる。

またこのようにほとんど全ての表現素材を詰め込むと、以後の展開が困難になる。この商品の TV 広告メッセージを続けて発信していく場合、同じ素材群を盛り込んだ作品を繰り返し提示することになりがちになる。

反復訴求は人の心にイメージの刷り込みをする効果を持つ。だがそれは同時に「飽き」も生みやすい。そして飽きの心理は高品位イメージにマイナスの効果を及ぼす。

この種のブランド品の TV 広告は、むしろ表現素材のひとつひとつを個々の作品に分けて展開していく方が適している。素材を小出しにし、作品をシリーズ化する。そうすれば洗練された雰囲気の中で一貫した品位イメージを補強していくことが可能になる。その際にも、すべての素材を最初に提示しない方がいい。個々の表現素材の鮮度を下げるからである。

だがそうした洗練は、経済が成熟段階に達したときに生まれやすい。現在高度成長期にある中国経済の中ではこの CF 表現は自然なことかも知れない。

とはいえ日本の高度成長期には、ここまで田舎風の素材調理をする表現はほとんど現れなかったようにも思える。やはり共産党一党独裁国家という環境条件の影響もあるかも知れない。我々はケース 1 において、盛りたくさんの素材を詰め込んだ政治思想の反復訴求の国家広告事例をみた。この種のメッセージを繰り返し受信すると、洗練の感覚は麻痺していくのかも知れない。

4. 山峰驱蚊广告（蚊取線香）（10秒）

現代中国では『三国志』は大人から子供までの人気が高い物語である。物語は多くの小学校でも教えられていて、戦前の日本での『忠臣蔵』以上にポピュラーになっている。

この広告作品では、物語での最も人気の高い人物、張飛（ちょうひ）を登場させ、これにもう一人の人気キャラクター諸葛 亮（字は孔明：で日本では諸葛孔明として知られている）を配している。

張飛は剛気にしてお人好しの武将。喜劇俳優的な役回りの人物である。中国消費者の彼への注目度は高い。これを利用して会社名を提示・訴求する作品である。

〈訴求ポイント〉

- ・メーカー名「山峰」
- ・山峰驱蚊（読みは「チャンフォンチーウォン」：「驱蚊」は蚊取線香のこと）
- ・『三国志』に登場する人気キャラクター。

〈表現素材〉

- ・『三国志』
中国人民にもっともよく知られた戦記物語。その有名ぶりはもう一つの人気物語『水滸伝』をはるかにしのぐ。
- ・張飛
『三国志』に登場する英雄の一人。中国後漢末期から三国時代に、劉備と彼の建国した蜀漢に仕えた武将。『三国志（正史）』では姓

図表4-4 山峰驱蚊广告コンテ



- ① 兵士が張飛に「蚊と虫でよく眠れません」と苦情。
音声：「蚊虫甚多 无法安睡」



- ② 張飛は「軍師の妙策の袋を取ってこい」と兵士に命じる
音声：「速取军师锦囊」



- ③ 兵士はすばやく「軍師の妙策の袋」を取ってくる



- ④ 張飛が袋を開くと、「蚊取線香『山峰』を使用」との妙策がでて来る
音声：「用山峰」



- ⑤ 軍師・諸葛孔明が、山峰の諸商品を前にして「蚊取線香だけではないよ」と呟く
音声：「不只是驱蚊」



- ⑥ メーカー名提示。

は張、諱は飛、字は「益徳」で張益徳。

劉備の挙兵当初から付き従った古参で、劉備・関羽とともに「桃園の誓い」を結んだことでも有名。一丈八尺の蛇矛を武器に持っていたこと、長坂橋で仁王立ちしたこと、など数々の武勇でも知られる。

豪放な人物で酒好き。酒での失敗も多かった。そういう抜けたところによって、ユーモアあふれるほほえましい豪傑というイメージで、中国の消費者には広く親しまれている。

・諸葛 亮

『三国志』の主要人物にして歴史上の実在人物。中国後漢末期から三国時代の蜀漢の政治家にして武將。軍略家にして発明家（181年 - 234年）。字は孔明（こうめい）で日本では諸葛孔明として有名。司隸校尉諸葛豊の子孫。泰山郡丞諸葛珪の子。諡は忠武侯（ちゅうぶこう）。

蜀漢の建国者・劉備の創業を助け、その子の劉禪の丞相としてもよく補佐した。その智慧の故に、どんな問題に直面しても必ず解決方法を見つけ出す人物というイメージが中国一般大衆に確立している。

・「山峰」と「山峰驱蚊」

〈表現理解〉

ブランド名と基本機能関連イメージ要素を呈示し、その連想関係を確立しようとする作品である。「山峰」は社名と同一のブランド名「山峰」でもって、蚊取り機能を持つ商品を色々もっている。そのことを社名と共に、10秒という短いCM時間に印象づけようとする。

そのために、すでにイメージセットが人民に広

く形成されている『三国志』の人気キャラクターを用いる。

なかでも好感度が高い張飛を登場させている。豪傑であると同時に人のいいところがある彼は、ユーモアでもって受信者の心を速やかに開くに最適なキャラクター。中国の人々は彼の名を聞くだけで心がゆるむ。そしてそれに知将の代表である諸葛孔明（亮）を組み合わせている。彼には、同一ブランド山峰のもとでの複数の商品群があるというメッセージ発信させている。

作品ストーリーは簡明である。

まず兵士が出てきて、蚊と虫が多くてぐっすり眠れないと張飛に訴える。武將・張飛は軍師・諸葛亮の妙策の袋を持ってこいと命じる。袋を開くと山峰（蚊取り線香のブランド名）を使ったら良いと書いてあって、問題はめでたく解決する。その後、軍師・諸葛亮が登場する。かれに「山峰には蚊取線香だけではなくほかの商品もあるぞ」とメッセージさせる。

『三国志』の有名人物はあまりにもよく知られていて、二番煎じは効果が半減する。早くやったほうが勝ちという類のメッセージである。

5. 哇哈哈（読みは「ワハハ」）茶葉飲料広告（15秒）

中国人の意識の根底には儒教的道德観も色濃く流れている。

そこでは「忠誠心」に代表される「義」の精神が尊重される。そしてそれを俠客がすぐれて体現すると考えられている。『三国志』に次ぐ第二の人気物語『水滸伝』ではその精神が主題になっている。

この作品では、そうした庶民心理にタッチしつつ茶葉飲料のブランドを訴求しようとしている。

〈訴求ポイント〉

・任侠の姿と精神。

図表 4－5 哇哈哈茶葉飲料広告コンテ



① とある茶樓（お茶を飲む店）



② 男女の侠客が茶樓に入り「我々はお茶を探しに来た」と店員に言う
音声：「我们来找茶」



③ 驚いた店員が「言いがかりをつけるのか…!?」と呟く。
音声：「找茬？」



④ 女の侠客が店員に「私は天国の水で入れた竜井茶を探している」といい
音声：「我找天堂水沏的龙井茶」



⑤ 男の侠客は店員に「俺は天国の水を注いだ雲南の紅茶を探している」と言う。
店員が「ある、ある」と答える。
音声：「我找天堂水沏的滇红茶」「有，有」



⑥ お茶を飲む二人の画面に「ワハハ茶葉飲料」の声
音声：「哇哈哈茶飲料」
訳：（哇哈哈茶飲料）



⑦ 洋服に着替えた二人が（紅茶、緑茶、全部良いお茶だよ）と言う。
音声：「红茶，绿茶，都是好茶」

・茶葉ボトル飲料。

・男性侠客

人気タレント—謝娜（シェ・ナー）が演じている。

〈表現素材〉

・茶樓

古代の中国ではお茶も飲め、食事もできる店だった。現代では一般大衆が点心を食べながらお茶を飲む店になっている。

・女性侠客

人気歌手の張傑（チェイス・チャン）が演じている。

・竜井茶

読みは「ロンジンチャ」で、産地は杭州の高級茶。

・雲南の紅茶

高級茶。

・武俠小説

武術に長け、義理を重んじる人々を主人公とした小説の総称。「俠」とは己の信条に則って正義のために行動しようという精神の在り方を意味する。「武」はその精神を具現する手段としての武術である。この二つを加えて「武俠」となる。そしてこの2つの要素を柱に、勧善懲悪や義理、武術による闘い、冒険、恋愛、復讐、謎解き、伝奇、史実、喜劇などが展開する⁽²⁾。

〈表現理解〉

武俠小説は、かつては低俗な大衆小説として、知識人からは馬鹿にされる傾向があった。だが後年、金庸、梁羽生、古龍といった作家が文学の域にまで引き上げた。彼らは古典や歴史書に通じ、豊かな教養に基づいた格調高い文体で作品を描いた。そして愛国主義的色彩をも付与した。その結果今日では映画化、ドラマ化されることも多い。

ゲームにも取り入れられ中華圏の大衆娯楽文化を形成してもいる。翻訳もなされ東南アジア諸国や韓国の言語に翻訳もなされ根強い人気を形成している。

この広告作品では、「任俠物語」の雰囲気の中で、ペットボトル茶飲料のブランド名を呈示している。

ストーリーは、凡庸である。とある茶楼に男女二人の侠客が忍び込み、自分たちは竜井茶と雲南の紅茶を探しに来たと店員に言う。店員は「ある、

ある」と答えながら、それらの茶のボトルを出す。二人が美味そうに飲んでいる画面に「ワハハ茶葉飲料」の声が流れる。すると二人は一転、洋服姿になって「全部良いお茶だ」という。

任俠物語の一般的イメージセットは中国人の心にすでに形成されている。作品ではそれに加えて男女二人の侠客を人気タレントと人気歌手に演じさせている。人気タレントは「自らのイメージセットを大衆の心に形成している人」である。だからこの二人が侠客の姿で登場するだけで、中国の消費者はほとんど即時に侠客のイメージセットを心に抱く。それに、ワハハ茶葉飲料の名を同時受信させ、同時想起の関係を形成し、知名度を高めようとする作品である。

6. 経典ペンキ広告 (30 秒)

中国では分譲アパート(日本でいうマンション)は通常、内装などを施さない状態で販売される。そこで購入者は自ら内装業者と契約したり、自分の手で室内のペンキを塗ったりする。

その際、健康に悪い壁紙を貼られたり、買ってきたペンキが粗悪で身体に有害だったりすることが少なくない。そうした社会背景の中で、この作品は「経典ペンキ」が安心して使える優良品であることを訴求している。

〈訴求ポイント〉

- ・塗装ペンキの新製品ブランド名。
- ・ニオイが無く、健康に害がなく、表面についた汚れが容易に拭き取れるという商品特性。

〈表現素材〉

- ・夫婦 A と「経典ペンキ」
- ・夫婦 B の夫の鼻の洗濯ハサミ

図表 4-6 経典ペンキ広告コンテ



① 男が拡大レンズをもってペンキを選んでいる



② 突然、レンズに妻の顔が映り、「あなた、何をเห็นているのよ」と言う
音声：「看什么看」



③ レンズに大きく「経典ペンキ」の文字が映り、妻が「新しい経典ペンキを買うのよ!」と言う。
音声：「就买新一代的经典漆」



④ ある家の内装工事場面。



⑤ 部屋にいた夫は洗濯ハサミで自分の鼻を挟む



⑥ 妊娠中の妻が、「あなた、何を怖がっているの」と言う。
音声：「怕什么」



⑦ 妻は夫の鼻の洗濯ハサミを勢いよく取る



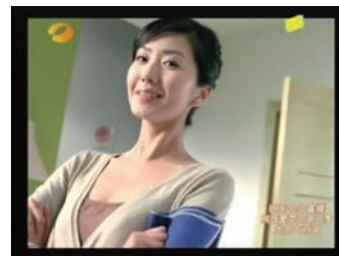
⑧ 妻は「私にはおわない経典ペンキを使っているのよ」と言う。
音声：「我用的是净味的经典漆」



⑨ (別の家庭)、子供が万年筆を持ちながら走ってくる



⑩ 不注意で壁をインクで汚し、父子びっくり。



⑪ 母親は「大丈夫、私は拭きやすい経典ペンキを使っているから」と言う。
音声：「没关系，我用的是易擦洗的经典漆」



⑫ 父親が雑巾で汚れを拭き取る。



- ⑬ 以上に登場した三人の女性が揃って「新シリーズの經典ペンキです」と言う。

音声：「新一代就是經典漆」

高度成長期の中国ではペンキにも臭いの強い粗悪品が多い。

・夫婦 B の妊産婦の妻

中国の粗悪品ペンキは、胎児や幼児の健康にも害を与えている。

妊産婦の妻は、胎児への影響関連での表現素材。

・夫婦 C と男の子供。

「ひとり子政策」によって夫婦に子供が一人という家庭が一般的。

・飛散したインク

汚れが落ちやすい機能表現するための素材。

〈表現理解〉

基本機能関連イメージ要素の形成に集中した広告作品。

それを 3 つの独立的なシーンで訴求している。

- ① 最初の夫婦 A は「經典ペンキ」というブランド名訴求を担当している。

- ② 二番目の夫婦 B は「健康被害のなさ」を訴求している。

部屋の内装工事用品からの被害を最も受けやすいのが胎児や幼児である。それ故二番目に妊産婦の妻を登場させているのである⁽³⁾。

- ③ 三番目の夫婦 C と子供には、汚れを拭き取りやすいという基本機能のメッセージを担当させている。

この作品も、一つのメッセージに盛り込む素材が多すぎる観をもつ。だがこれらの情報は、一つの TV 広告コピーのなかでまとめて伝えた方がいい面もある。30 秒という比較的長い放映時間がそれを許しているだろう。夫が洗濯ハサミで大きさに鼻をつまんだり、それを強引に引っ張ったりという直裁的で説明的な表現はメッセージの洗練度を低めている。だが、それもこういう商品の広告には適している面もある。

7. 美素化粧品広告 (30 秒)

〈訴求ポイント〉

- ・「美素化粧品」の作る女性美
- ・ブランド名「美素」
- ・高級女性化粧品。

図表 4-7 美素化粧品広告コンテ



① 太鼓の音に乗って美女が踊り始める。



② 香港女優—舒淇（スー・チー）



③ 踊りの軌跡がピンクの墨跡となる。



④ 画像中に出るメッセージ「细致由内绽放」

訳（きめ細かくやわらかい肌は内側から咲く）



⑤ 優雅な中国宮廷舞踊



⑥ 踊りは続く



⑦ 画像中に出るメッセージ「弾力尽情展现」

訳（肌の弾力（張り）が十分に現れ）



⑧ 音声：「美素活悦弾力系列」
訳（美素活悦弾力シリーズ）



⑨ 音声：「独有 LOXL 弾力鎖」
訳（独自の LOXL 弾力成分が含まれている）



⑩ 声：「锁住肌肤弹性」
訳（肌の弾力性を閉じ込め）



⑪ 音声：「内耀活跃光彩」
訳（美しく輝く）



⑫ 舞踊の軌跡が鳳凰になる
音声：「我就是奇迹」
訳（私は奇迹だ）



⑬商品提示

〈表現素材〉

・女優—舒淇（スー・チー）

ほとんど全てのコンテ画面に現れて躍る女性
性は、香港の美人女優—舒淇（スー・チー）。

・宮廷舞踊

彼女の踊りは宮廷舞踊風である。宮廷舞踊
は皇帝の前で踊る舞踊である。中国の宮廷舞
踊は、魏晉・南北朝と隋朝の宮廷舞踊にはじ
まり、唐朝で空前絶後のピークを迎えている。

・ピンクの墨跡

踊りの背景にピンクの墨跡が使われている。
墨というのは文房四宝の一つである。中国
では昔、天然に産出する石墨（せきばく）
（黒鉛）の粉末に漆（うるし）を混ぜて用い
た。文房四宝は中国の発明品であるため、こ
れを使った墨跡の表現は中国独特なものとい
える。作品ではピンク色の墨跡をもちいてい
る。

・鳳凰

コンテ画面⑫では舒淇（スー・チー）のバック
に鳳凰が現れている。これは中国人の心理
に大きな影響を与える素材である。

鳳凰は中国の伝説の鳥である。孔雀に似て
いるが、背丈が4〜5尺はあり、その容姿は、
前は麟、後は鹿、頸は蛇、背は亀、額は燕、

嘴は鶏だとされる。また五色絢爛な色彩で、
声は五音を発し、霊泉を飲み、竹の実を食物
とし、梧桐の木にしか止まらなるとされる。
そして、中国人にとって龍は中国皇帝のシン
ボルであり、鳳凰は女王の象徴である。同時
に最も高貴な鳥、鳥の王でもあり、不死鳥で
あり、縁起の良い幸運の象徴でもある⁽⁴⁾。

〈表現分析〉

これは一見品位イメージ形成を志向した作品の
ようであるが、主眼は商品を使ったことのない人
を挑発することに置かれている。

日本でも高度成長期にこれと同タイプの化粧品
広告が盛んになされた。クリエイター・杉山登志
は資生堂のサンオイルやパンケーキ（Pan-Cake）
といった商品のために、美しくもみずみずしい画
面の TV 広告クリエイティブを作成した。その
際自ら現場でクリエイティブ・ディレクターもつ
とめる戦後初のスタークリエイターだった。

凡人離れしたスタイルのハーフ（西洋人との混
血）の美男美女モデルを起用し、海外ロケでもっ
て燦々とした太陽の下でため息の出るような恋愛
シーンを長尺で描き、そこに商品を提示した。

当時、日本の地方では十分に化粧品を使ってい
ない女性が多かった（男性調髪料などは、ポマード
しかない時代でそれも使わない若者が多く、女性
もせいぜい椿油といった状況だった）。その彼女
らが化粧品を買える所得を手にしていくときが高

度成長時代だった。資生堂は、これにたいして化粧品使用への強い憧れを形成する広告を強烈に発信した。

現代高度成長時代にある中国では、まさにその状況に相当する。上海や北京、香港といった大都市は別として、地方の小都市や農村では化粧品を使ってない女性が多いだろう。そして彼女らは、それが購入できる所得を得つつある。この彼女らに向かって、思いっきり、「これでもか、これでもか」というが如くにあこがれをかき立てようとするのが、ここでの事例、美素化粧品広告(30秒)である。

この作品では、香港の美人女優を起用している。日本ではハーフのファッションモデルが最大の憧れキャストだったが、中国でのそれは香港の女優ということになる。

その彼女に、優雅な宮廷舞踊風の踊りをおどらせる。さらにその軌跡を文房四宝の一つである墨跡で、それも綺麗なピンク色のそれで追う。加えてその墨跡で終盤に、中国での鳥の王にして不死鳥であり美の極致、鳳凰を描いておいて商品を提示している。こうして憧れをかき立てる。ここまで訴求されたら、多くの中国女性は腰を上げずにいられなくなるだろう。

しかし、多数が様々な化粧品を使う状態が普通になると、憧れ訴求の作品は、突然空回りし始める。一転して身近で温かいイメージを与える表現が多数の心理と噛み合うようになる。

日本ではこの心理変化は絵のように生じた。杉山登志はそれを追っての作品転換を試みたができなかった。憧れメッセージの絶品造りに全精力を鬼神のごとくに注ぎ込んできたが故に、成功しなかった。彼の場合、それが自死にまで至ってしまう。

中国は、人口が膨大なだけに、憧れ訴求の効く

消費者が比較的長く存在し続けるかもしれない。けれども、いずれは大半が使用者となって憧れメッセージが空転する時が来る。そのとき中国の広告クリエイターが、成熟経済用に作風を転換できるかどうか。これは今後の中国TV広告をみるに不可欠な視野となるだろう。

注

- (1) 作品は2009年に放映されたものである。
- (2) 中国における武俠小説の起源については諸説ある。
 - ① 『莊子』の「説劍篇」や『史記』の「刺客列伝」「游侠列伝」にまで遡るという説、
 - ② 『聶陰娘』や『崑崙奴』などの唐代の伝奇小説や宋代の話本に原型を見る説、
 - ③ 元代から明代にかけて成立した『水滸伝』や『三国志演義』に源を発するという説
 - ④ 清代末期の俠義小説とされる、『兒女英雄伝』や『三俠五義』に直接の繋がりがあるとする説〜等々である。
- (3) この時点の中国には、室内内装工事による健康被害が深刻になっていた。

経済特区として経済清祥を先駆した深圳(しんせん)において次のような事例がある。

2008年8月、深圳福田区に住む一家に息子が誕生した。同年末に子供の寝室の改装を内装施工会社に請け負わせた。その際併せて全部屋の壁の塗り替えも依頼した。工事中は借家を借りて住み、内装工事終了後、直ちに部屋へ戻った。1ヶ月後のある晩、息子が突然泣き出し、止まらなくなった。数日後、息子を病院で検査してもらおうと「血液に異常があり白血病の可能性あり」と診断された。

一家が内装工事を行ったばかりだと聞いた医師は、関連機関に部屋の汚染状況を調べてもらうよう助言した。子供の病気と内装工事との関係を知るためである。その結果、家から基準値を大幅に上回るメチルアルコールとベンゼンが検出された。以来、この部屋には誰も住んでいない。

別の例を挙げる。深圳福田区で行われた調査によれば、学校や幼稚園が夏と冬の長期休暇を利用して度々教室の改装を行っている。ある教室では3年間に4回の改装工事が行われ、毎年新しい学期が始まる頃に塗料の匂いが部屋に充満していた。深圳市の住居・事務所の約7割から不正な内装工事や安全基準を満たしていない家具がみつかった。そこでは大量のメチルアルコールとベンゼンが検出されている。

2009年度深圳市「两会」(人民大会議と政治協商

会議)では、市の政協委員の一人が次のように指摘している～「深圳の子供の白血病罹患率は毎年平均50%以上のスピードで上昇している。小児ぜんそく患者の増加率は毎年100%以上である。これら異常な増加率は室内内装による空気汚染と密接に関連していると思われる」～と。

深センほど顕著ではないにせよ、現在中国での室内汚染は全国的に深刻化している。そうした中で、ペンキ塗料や接着剤分野で、無害な商品も発売され始めている。それらは水性であったりホルムアルデヒドを含まなかったりしている。これらの商品を製造するメーカーの技術水準は高い。既存の有害塗料である、溶剤型ニトロセルローズ系塗料、ポリエステル塗料、ポリウレタン塗料等よりも優れた塗料を生産している。製造コストも予想より低く、販売価格も市場に出回っている中高級ランクの塗料より安い。

政府にもこれら商品を積極的に推奨し、室内空気汚染への厳格な監督管理機関を早急に確立することを求めている。

- (4) 鳳凰には百鳥朝鳳(バイニョチョーフェン)の伝説もあり、それは次のようなものである。昔、鳳凰は目立たない小さい鳥であった、羽根も平凡で特に美しくはなかった。しかし、鳳凰は他の鳥と違って、満腹したら遊んでばかりということではなかった。朝から晩まで働き、食料を貯めていた。ある年、森が干ばつとなり、たくさんの鳥が飢餓に陥った。その時鳳凰はそれまで貯めていた食料を鳥たちに分配した。危機を脱した鳥たちは鳳凰に感謝し、全員が自分の身体から最も美しい羽を選んで鳳凰に送り、鳥の王とした。以来、鳳凰の誕生日を祝すべく毎年鳥たちが四面八方から飛んでくるようになった。これを百鳥朝鳳と言う。

V むすびにかえて

最近日本のネット通信販売大手・楽天が中国の同種会社と提携して中国進出を試み、ほとんど即座に撤退したというニュースが流れた。あまりにも速やかな撤退であり、かつ、投資資金の損切りの額や撤退理由がほとんど公表されなかったの、ニューストピックとして長引くことはなかった。

だが、この事件には日本の企業が中国でビジネスをする場合の困難さが内包されているようにみえる。そしてそれは主に中国の社会特性や人民特性との衝突から来るように推察できる。ネット通販というビジネス方式では、そういう衝突に直面する機会が早く多かっただけに思われるのである。

中国社会の行動様式は日本のそれと異なるところがきわめて大きい。その相違は一つにはいわゆる文化土壌からくる。だが日中の場合、それは国家統治方式の相違からくるところもかなり大きい。こういう相違はアメリカでのビジネスでは浮上しない。中国との社会的・文化的相違から生じるトラブルが、いままで中国に進出した日本企業に表面化しなかったのが不思議なほどである。

だがそれは問題の根が潜在化していたからにすぎない。楽天ではそれが先行的に顕在化したにすぎない。長期的には今後多くの企業でその種の問題は顕在化していくだろう。それと共に、日本企業は中国の政治特性と、それから来る社会文化的相違をもっとよく知った上でビジネスをする必要を痛感して行くであろう。

広告もビジネス行為の一つである。それもまた中国の社会特性、人民特性の中で行われる行為である。広告表現(広告メッセージ)もまたその中で行われる活動である。日本企業が長期的に適切なメッセージ政策をとるためにも、中国の社会特性を歴史的に知ることが必要である。

従来、そうした考察はほとんどなされてこなかった。日本には先進的な広告クリエイティブ技術がある、それでもって広告政策を実施すればことはうまくいくという自負のもとに活動がなされてきた。その立場で大手広告代理店は、広告学校まで作って中国人を教育しようとしてきた。

だが、そのスタンスでは長期的には行き詰まるだろう。様々な衝突が表面化して、立ち往生する

だろう。本稿はそれを先回りして回避する手立てになることをも願って、まず、中国という国家社会の特性を歴史的に考察したのである。そしてその歴史観の中で、中国におけるテレビ広告メッセージの理解を試みた。それが広告クリエイティブ政策に限らず、中国でビジネス全般を長期的に持続するに益にもなると、我々は考えたからである。

参考文献

- ・毛沢東、松村一人、竹内実訳（1957）『矛盾論』岩波書店
- ・ソシュール、フェディナン・ド、前田英樹訳（2008）・注『ソシュール講義注解』法政大学出版局
- ・ソシュール、フェルディナン・ド、小林英夫訳（1972）『一般言語学講義』岩波書店
- ・アルンハイム、ルドルフ、関計夫訳（1974）『視角的思考（Visual Thinking）—想像心理学の世界—』美術出版社
- ・丸山圭三郎（1981）『ソシュールの思想』岩波書店
- ・ベネット、アルバート・アーノルド、西本武彦訳（1984）『認知心理学への招待』サイエンス社
- ・ウィリアムスン、ジュディス著、山崎カヲル、三神弘子訳（1985）『広告の記号論異Ⅰ』柘植書房
- ・ラックスマン、R., 箱田裕司、鈴木光太郎監訳（1988）『認知心理学と人間の情報処理』サイエンス社
- ・水島恵一（1988）『イメージ心理学』大日本図書
- ・小熊 誠（1988）「中国の家と日本のイエに関する一考察」『季刊中国研究』第10号
- ・ドゥニ、ミシェル、寺内礼監訳、大久保政憲訳（1989）『イメージの心理学』劉草書房
- ・山本武利（1989）『現代中国の消費革命—改革開放下 中国市民の消費・広告意識—』日経広告研究所
- ・肥田日出生（1992）『小売原論—購買不効用説』TBSブリタニカ
- ・肥田日出生・大平浩二・西原博之（2004）「中国における広告・メディア産業の現況とその課題」『研究所年報』第21号
- ・肥田日出生（1994）「イメージセット理論と広告クリエイティブ政策」『経済研究（明治学院大学）』第100号
- ・李志綏（1994）新庄哲夫訳『毛沢東の私生活』上・下巻、文藝春秋
- ・産経新聞（1999）『毛沢東秘録』上・下巻、産経新聞社
- ・加々美光行（2004）「ポスト冷戦と日中ナショナリズムのゆくえ」『論座』（11月号）朝日新聞社
- ・岡村志嘉子（2004）「中国の愛国主義教育に関する諸規定」『レファレンス』（12月号）国立国会図書館
- ・国分良成、劉傑（2004）「エリートに置き去りにされた中国民衆の危険なうごめき—グローバリゼーションの渦中で—」『中央公論』（9月号）中央公論社
- ・矢吹晋（2004）「中国の“反日感情”と日中関係」『公研』（10月号）公益産業研究調査会
- ・新宅純二郎（2006）「中国テレビ業界の変貌」『赤門マネジメント・レビュー』5巻9号 東京大学
- ・肥田日出生、大平浩二、西原博之（2006）「上海における屋外広告の事例研—屋外広告と近代都市上海の街景観との関係を中心として—」『研究所年報』第23号
- ・山田奨治（2007）『文化としてのテレビ・コマーシャル』世界思想社
- ・大平浩二・董光哲・肥田日出生・西原博之（2008）「中国企業のインターネット広告に関する準備的考察」『研究所年報』第25号
- ・竹田青嗣、山竹伸二（2008）『フロイト思想を読む—無意識の哲学—』日本放送出版協会
- ・王 鋭（2009）「中国のテレビ広告に見る文化的特性についての一考察」（明治学院大学大学院 修士論文）
- ・池上嘉彦（2009）『記号論への招待』岩波新書
- ・『中国広告年鑑』（2011年度版）
- ・井ノ口哲也（2012）『入門 中国思想史』勁草書房 [中国語文献]
- ①由 国庆（2006）『与古人一起读广告』新星出版社
- ②付 强编著（2010）『广告创意』武汉理工大学出版社
- ③毛德宝主编（2011）『广告设计』东南大学出版社
- ④孙 信茹（2011）『广告与民族文化产业』人民出版社
- ⑤王 树良（2012）『广告创意与表现』重庆大学出版社
- ⑥孙 会（2012）『电视广告』中国传媒大学出版社