

対東南アジア外交政策の日中比較
～パブリック・ディプロマシーの観点から～

劉雪林
中国・濰坊学院

◇パブリック・ディプロマシーが登場した背景

- ・*グローバル化の進行 政府以外の多くの組織や個人が様々な形で外交に関与
- ・*市民社会の台頭 市民が外交の意思決定プロセスに関わる機会の増加
- ・*情報技術の発展 情報発信力や国際世論が外交における役割の増大

- ・ グローバル化の進展、とりわけインターネットの普及とともに、情報の流れはかつてなく大量で迅速となった。文化面の広報活動やイメージ形成に力を入れる「パブリック・ディプロマシー」は、アメリカ合衆国のみならずEU諸国や中国・日本を含むアジア地域においても、対外政策の重要な柱となりつつある。

- ・ 1. 概念の定着
- ・ 2. 実践過程
- ・ 3. 評価と展望

1. 概念の定着

◇パブリック・ディプロマシー (PD)

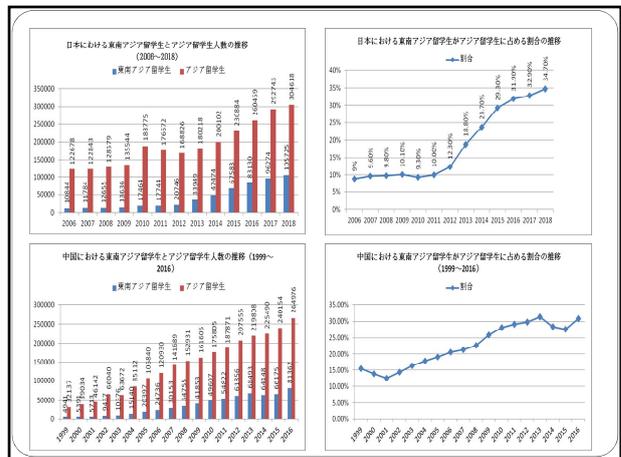
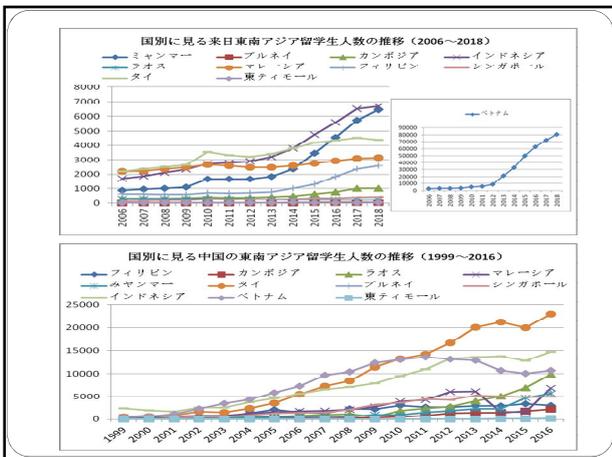
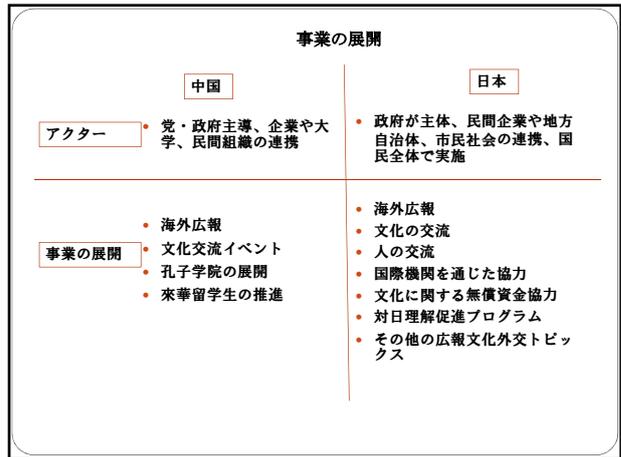
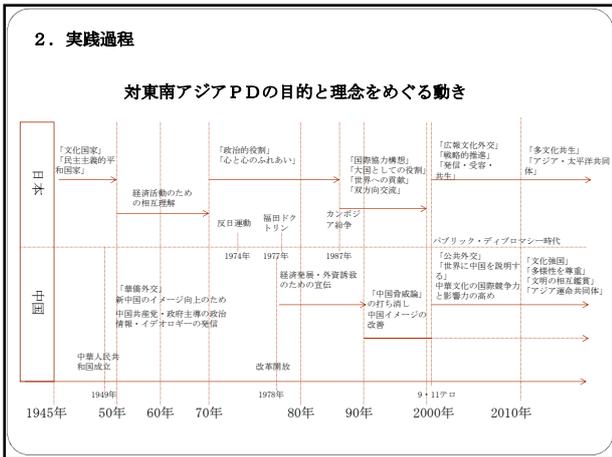
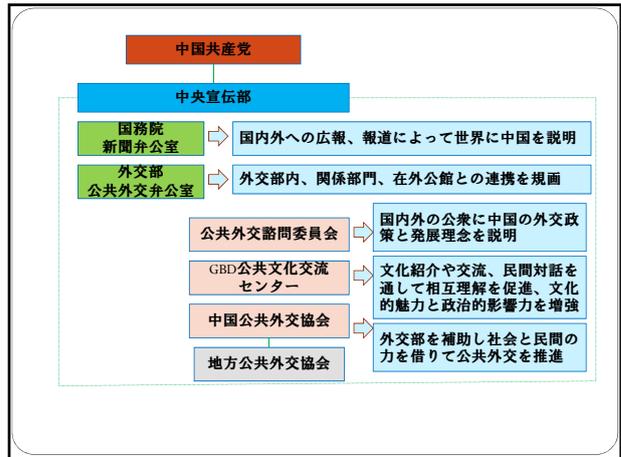
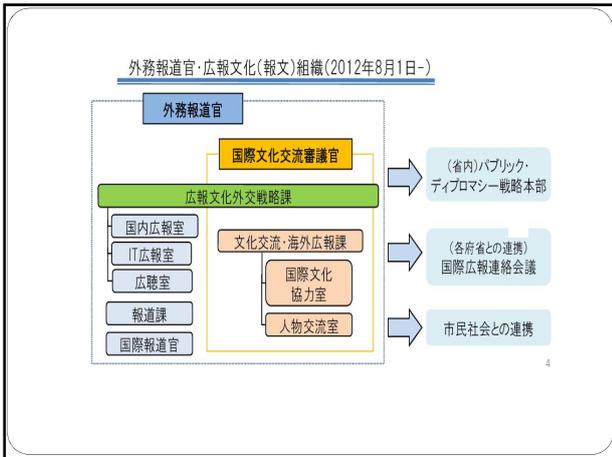
- ・ 1965年にアメリカの元外交官エドムンド・ガリオンによって初めて使われた。
- ・ 「政府が自国の政策を外国に伝達する際に重要なことは、相手国の国民と意見、関心、文化を交換して理解すること、それを(中略)政策決定者に伝えてアドバイスこと、それが政策に反映されること、その結果立案された政策に関して相手国に説明し、影響を与えること」(渡辺, 2011)
- ・ アメリカ旧情報局が「自国の国益と安全保障を促進するために、情報を提供することによって他国民に影響を与え、相互理解を促進する」と定義されている。これが一般的に定着している。(青山, 2009)

日中におけるPD概念の定着

- ・ ◇日本：広報文化外交 (文化外交・広報外交・対市民外交)
 - ・ 外務省が意識的に「広報文化外交」を使い始めたのは2004年のことである。
 - ・ 「パブリックディプロマシーとは、外交の目的を達成するためには、相手国の政府に働きかけるだけでなく、国民レベルに働きかけていくことが必要である、という認識に基づいて行われる政府の活動であり、政策広報としての情報発信、国際文化交流、国際放送がそれに含まれる」(金子・北野[2007]15ページ)
- ・ ◇中国：公共外交 (民間外交)
 - ・ 21世紀に入ってから、中国では「公共外交」という概念を導入し、理論と実践を深化させてきた。
 - ・ 「公共外交を行う国はあらゆる角度から他国民に自国の国勢や国の政策・誤解などの説明に努めるべきであり、同時に国際交流のなかで、相手国の考えも理解すべきである。その目的としては、自国のイメージを向上させ、他国民の態度を改善させことであり、それによって自国に対する他国の政策にも影響を与えられることである。」(趙啓正[2014])

組織改編・体制更新

日本	<ul style="list-style-type: none"> ・ 2001年 中央省庁等改革により、外務省と文化庁の役割が明確化 ・ 2004年 広報文化交流部が新設 ・ 2012年 外務報道官・広報文化組織が発足 ・ 広報文化外交戦略課を新たに設置 ・ 体系的にパブリックディプロマシーを実施する体制をとる
中国	<ul style="list-style-type: none"> ・ 1998年 趙啓正を國務院新聞弁公室主任に起用され、公共外交の役を担う ・ 2001年 中央対外宣伝弁公室を7つの内局を持つ組織に拡大 ・ 2004年 公衆外交処が設立 ・ 2008年 公衆外交処を公共外交弁公室に改名 ・ 2009年 元新聞司の「公共外交処」を「公共外交弁公室」に昇格 ・ 部内及び関係部門の連携システム完成 ・ CBD公共外交文化交流センターが成立 ・ 2010年 公共外交諮問委員会をはじめ、地方公共外交協会が成立 ・ 2012年 「新聞司公共外交弁公室」を「外交部公共外交弁公室」に昇格 ・ 中国公共外交協会が成立



東南アジアにおける孔子学院の展開
(2006～2016)

東南アジアにおける初めての孔子学院は2006年2月28日に中国の重慶大学とタイのベトナム市政局の連携で設置された。それをきっかけとして、孔子学院は次々と建てられてきた。

国別	孔子学院	孔子レッスン
タイ	14	18
インドネシア	6	2
フィリピン	4	3
マレーシア	2	0
カンボジア	1	3
ラオス	1	0
シンガポール	1	1
ベトナム	1	0
ミャンマー	0	3

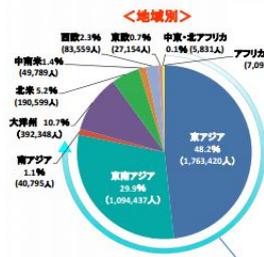
“日本語パートナーズ”派遣

2014～2020年までの7年間で3000人以上の20歳から69歳までの日本語母語話者を、現地の日本語教師や生徒の日本語学習のパートナーとしてASEANを中心とするアジアに派遣

【派遣実績】

国名・地域	2014年度	2015年度	2016年度	合計
1 インドネシア	48	74	156	278
2 タイ	29	52	99	180
3 マレーシア	8	20	38	66
4 ベトナム	10	12	41	63
5 フィリピン	5	9	10	24
6 ミャンマー	—	1	5	6
7 シンガポール	—	1	1	2
8 カンボジア	—	—	2	2
9 ラオス	—	—	1	1
10 ブルネイ	—	1	1	2
11 中国	—	—	5	5
12 台湾	—	—	5	5
合計	100	170	364	634

学習者数の割合(計308万人)



東南アジアにおける中国語の学習者数

	大学生 (万人)	中小学生 (万人)
インドネシア	623	5223
フィリピン	263	2045
ベトナム	225	1207
タイ	241	958
ミャンマー	63	798
マレーシア	108	564
カンボジア	22	306
ラオス	1.4	14
シンガポール	2.6	5.3
東ティモール	1.8	3.5
ブルネイ	0.8	9.3

国際交流基金：『海外の日本語教育の現状と課題』
http://www.iie.go.jp/tp/content/uploads/2017/06/20170615_JF.ppt

国連経済協力開発機構が提供したデータによって作成

文化交流イベント

交流事業 (中国-ASEAN)	年代	目的	
文化フォーラム	2006	ASEAN諸国との文化交流についての対話・提携の促進	
文化部長会議	2012	ASEAN諸国政府と文化協力目標の設定、優先プログラムの選定、問題の解決、地域文化の全体的な競争力の向上	
青少年文化交流節	2013	ASEAN諸国の青少年との理解・信頼の醸成	
民族文化フォーラム	2016	民族文化についての研究の深め、学際界における人文交流の促進	
教育交流フォーラム	2008	業務レベルと制度化にわたる多岐にわたる教育協力・交流の実現	
教育部長デジタル会議	2010	ASEAN諸国とハイレベルの教育会合の促進、交流と協力関係の発展、教育戦略協力の推進	
職業教育シンポジウム	2015	職業教育革新の現代化、現代職業システムの形成、経済発展と中国-ASEAN地域協力の促進	
音楽フォーラム	2012	露出、セミナーなどの豊かな活動によって、音楽交流を促し、お互いの楽しみ合い、親善の道を拓く	
ダンス教育フォーラム	2013	交流を通じて、ASEAN諸国とダンス文化の融合を促進	
建築空間デザイン教育ネットフォーラム	2015	ASEAN諸国と建築デザイン分野における異文化研究の推進、ASEAN諸国大学との学際文化交流の促進	
芸術大学長テーブル会議	2016	ASEAN諸国の芸術大学との交流・協力の促進、芸術教育と地域芸術の両面からの相互発展の促進、芸術教育の推進	
芸術大学長リーグ	2017	国際的視野と競争力を有する人材の育成、学際・創作分野の交流と協力の促進、地域文化芸術の発展	
メディア	メディア協力フォーラム	2018	ASEANメディアとの交流プラットフォームの構築の推進、早く便利的な情報共有の機会、業務レベルの協力の強化、お互いの信頼の醸成、実地の育成
メディア	メディア交流年	2019	ASEANとのパートナーシップの強化

3. 評価と展望

*中国では、本格的なPD政策を実施したのは遅かったが、きわめて急速な勢いで発展してきた。2000年代後半からASEAN諸国を対象に行われた公共外交は、「孔子学院」の開設と並行して、現地中国語新聞やメディアの報道が多く多面的に活動し、領事館や地方政府レベルでの文化交流なども積極的に進めてきた。こうした公共外交の多面的な進展のなかで、ASEAN諸国では中国に肯定的な認識が醸成されている。

*日本では、90年代以前、PD政策は海外における日本語教育、日本研究の推進、日本文化紹介などが中心であり、二国間交流に重点が置かれてきた。だが、日本からの一方発信型のPDでは、説得力がなくなってしまうという認識から、双方向的、多角的・地域形成志向のPDに変え、日本政府のPDが一方発信型に縮小を迫られた。それに対して、2005年とほぼ同時期に中国政府は孔子学院を開始し、世界における中国語教育に乗り出してきた。そうした状況のなかで、中国政府がASEAN地域に影響力を強めようとし、ASEANが再び中国影響圏に分断される可能性があり、自国のプレゼンスや影響力を高めるために、PDをめぐる競合関係が形成しつつある。

日中の文化予算推移 (2007～2010)



日中文化予算が国家予算全体に占める割合の推移 (2007～2019)



評価指標

- パブリック・ディプロマシーの効果だけを単独に取り出すことは極めて困難であり、その効果は歴史的・実践的に検証されているといえる。ただし、国家のイメージに関する世論調査を一つの指標とすることは可能である。
- 2018年1月～3月、広西芸術学院と北京零点有数集団によって、「中国イメージがASEANでの認知状況」についての世論調査が行われた。
- 「国際及び地域問題を処理する能力が高い」と回答 60.1%
- 「中国に好感を持っている」と回答 61.3%
- 「世界経済発展への貢献が大きい」と回答 71.7%
- 「中国文化が好き」と回答 68.4%
- 「どの国の文化が最も感心」 「中国」と回答31.5%、「日本」と回答64.8%

- 日本外務省が2017年3月に実施した「ASEAN（10カ国）における対日世論調査結果」によると、ASEAN国民が日本に対する印象やイメージが高いことがわかる。
- 日本と「友好関係にある」と回答 89%
- 日本は「信頼できる」と評価 91%
- 平和国家としての日本の歩みを「評価する」と回答 88%
- 日本の対ASEAN支援が「役に立っている」と評価 87%
- 日本の青少年交流を含む人的交流における取り組みについて「評価する」と回答 90%



3. 評価と展望

- 問題点
 - ①一方向の対外文化発信 → 働きかけが逆効果となる
 - ②戦略が不足
 - ③硬直化

- 日本：長期的な信頼関係の構築や人的交流による友好関係が中心であり、ASEANが日本に対する好感度が高いことが分かる。だが、「好感度を高める」といった漠然とした目的が先行してしまい、いかなる政策目標を達成するために、どの地域のどの分野に働きかけるのかといった戦略的なフォーカスが不明瞭な場合が多い。
- 中国：党・政府主導の短期的・直接的な政策実現のための広報が主流で、公共外交の目的は極めて明確である。だが、一方向発信のPDでは、説得力がなくなってしまい、硬直化してしまうことが生じやすく、市民レベルの相互理解やより柔軟な働き方が必要。

3. 評価と展望

- 今後の方向性
 - ①外交政策においてパブリック・ディプロマシーの役割の増大
 - ②国家ブランディングをめぐる競合関係の形成
 - ③外交目標とPD効果の矛盾
 - ③「国益」と「国際利益」との調整