日本記者クラブ
研究会「中国とどうつきあうか」⑥

「反日」下での『知日』の成功

毛丹青　神戸国際大学教授

２０１４年5月１６日

作家で神戸国際大学教授の毛丹青（Mao Danqing）さんが主筆を務める中国の雑誌『知日』について聞いた。2010年９月の尖閣諸島中国漁船衝突事件で反日ムードが高まったことをチャンスと見て日本をテーマにした雑誌の発行に踏み切り、しかもビジネスとして成功しているという話は驚きだった。日本語のできない若い編集者らが自らの感性で取り上げた「猫」「鉄道」「制服」「禅」「明治維新」「妖怪」などのテーマを特集した『知日』は月一冊ペースで出版され、十万単位の読者が購入している。現代日本のライフスタイルに強い関心を持つ中国の若者像は反日デモから日本人が想像するイメージとは大きなズレがある。逆に「日本においては中国の今のライフスタイルはどんなものかをくみ取ることとはできないと思う」という毛さんの問いかけは日本のメディアにとって重い指摘だと感じた。

司会：坂東賢治　日本記者クラブ企画委員（毎日新聞論説室専門編集委員）

YouTube 日本記者クラブチャンネル
https://www.youtube.com/watch?v=wzcFCqk-h9Q

©公益社団法人　日本記者クラブ

司会：坂東賢治企画委員（毎日新聞論説室専門編集委員）　シリーズ「中国とどうつきあうか」、きょうは神戸国際大学教授で作家の毛丹青先生に来ていただきました。

毛先生は、尖閣で漁船がぶつかった直後の2011年に、中国で『知日』という雑誌を出され、これが、特に中国の35歳以下18歳以上という若者層に非常に売れていると。日本を紹介する雑誌が中国で商売として十分成り立っている。日本からすると、一見、不思議な光景ではありますけれども、その裏側といいますか、実際、中国でどういうふうに日本が受け入れられているのか、『知日』がどう受け入れられているのかについてお話をお伺いして、われわれの参考にしたいと思います。

司会は、企画委員をしております毎日新聞の坂東が担当させていただきます。

では毛先生、よろしくお願いいたします。

毛丹青・神戸国際大学教授　毛（マオ）といいます。

まず、この場で、日本を知るというコンセプトでお話しさせていただくということに対して、非常に感謝を申しあげたいと思っています。

なぜこういうことをまず言わなければならないかというと、おそらく、いまから３年ほど前だったら、不思議な現象があって、果たして中国では、日本を知りたいという勢力というんですか、若者たちがいるかどうかということが非常に疑問だったりして、僕はそのようなことを思い出しながらいまの話をしようと考えています。

最悪の日中関係のもとで「知日」ビジネス

皆さんもご存じのように、日中関係が最悪の時代だと。少なくとも、私がことし52歳で、日本では26年も住んでいまして、かつてみたことのない、最も厳しい、最も険しいという状況です。

しかし、そんな中で、日本のことを嫌っているというようなテレビ報道、新聞報道などの中で、ひそかに笑っている連中がいる。日本を知るということでビジネスとして成り立っている、金もうけをしている、という事実を、ぜひ皆さんに知っていただきたい。

中国の若者たち、彼らはどのような心境なのかというようなことを、ここで紹介をしたい。彼らのまなざし、それから日本へのアプローチといったものを通して、日中関係が悪い中、われわれが何かヒントを得ることができたら幸いと思います。

先ほど打ち合わせで、こういう話をしたんですね。中国というコンテンツは、日本で消費される場合においては、おそらく圧倒的に多いのは、古典のものだということです。例えば『三国志』とか『水滸伝』とかそういったものばかりだったのです。

しかし、逆の場合を考えますと、中国においては、日本についてのコンテンツは、ほとんど歴史のものではない。いまの日本です。日本のライフスタイル、それから日本の推理小説あるいはアニメーションといったものなのです。あたかも違う次元に暮らしているような文化という雰囲気があったと思うのです。果たして日本においては、中国にいま何が起きているか、中国のいまのライフスタイルといったものはどういうようなものなのか、多分、くみ取ることはできないと思うのです。

私が1987年に初めて日本に来たときに、三重県にいたのですが、私が中国から来まして、大家さんの最初の質問が、「中国には醤油がありますか」。非常に驚いたのです。なぜ驚いたかというと、何か生活感のないような質問だったからかもしれません。しかし、いま現在、どう変わってきたかというと、いまの若者が日本を知るというツール、チャンネルというのは多彩にあります。

われわれは雑誌『知日』を2011年１月に創刊しました。この雑誌を最初につくった当時のいきさつをご紹介させていただきたいと思います。

少しだけ私の経歴を紹介させていただきますと、北京大学を卒業し、それから中国社会科

学院というシンクタンクですね、私の同期にいま中国の指導者の秘書を務めている方がいます。中国の社会科学院というのは国家公務員ということで、たまたま日本に来るというチャンスがあったので、1987年に日本にやってきました。

もともと進学したかったのですが、あまりにも金がなくて困っていて、ただ、僕はアルバイト云々というのはあまり好きじゃないタイプです。学業のために借金までしてするべきであるという考えと、金がなかったら全てやめて金を稼げばいいという考えで、僕は後者を選びました。

そうしたら、たまたま友達経由で魚屋さんのオファーがあって、それで魚を売りに行ったんです、昼もなく、夜もなく。最後には遠洋漁業にも出かけたりしました。で、３年間は、そこで日常的にたくさんの日本の方に接したりしていました。

その後は、中国の経済が成長していって、だんだん漁民たちが日本への魚の売りをやめて、中国に売ったほうがもうけがいいということで、残念ながら、私の得意な商売がやがてなくなってしまったわけであります。それで、上場一部の商社で務めるようになっていて、以来８年間ぐらいはいました。

「虫の眼」で日本を見る

その間は、仕事として日々中国で工場を建てたりするというときに、従業員の規則云々という規則集みたいなものを訳したりしていると、何かむずむずしてきて、そうして会社をやめてハローワークに行って失業保険をもらいながら、本を書くことを決心したのです。せっかくですから日本語で書いてやろうと考えていて、『にっぽん虫の眼紀行』（法蔵館・文春文庫）という旅行記なんですね。本を出したからといって、それで生計を立てられるわけではないので、半分、諦めるつもりがあったんです。北京に戻ってちょっといい場所を見つけ出して、そこで魚屋を開こうかなと思ったときに、案外に日本で自分が書いた本が文学賞を受賞し、それから、読まれるようになっていて、そうしたら引き続いて日本語作家として、各地に旅をして、私が魚のビジネスをしたときに、結構な額でもうけさせてもらったんだけれども、その金を使って各都道府県に行きました。

それから、僕は鉄道マニアですから、単線の、７割以上は全部行って、そういったありのままの日本といったようなものを表現し、それから中国語でも書き出していくことにしたのです。

ちょうどこの時期が、歴史的に言いますと2008年の北京オリンピック開催が決まった年で、中国では空前の海外旅行ブームが起きてしまいました。そこで、外国の文化についての話が欲しいと、各出版社こぞってライターを求めてくるんですね。

僕は日本語でずっと書いていたんだけれども、上海文芸出版社の非常にユニークな社長がいて、「毛君、おまえさんが日本語で苦労して書いたって、あまり売れないだろう。中国語で書いてみい、売ったろう」と。僕はそれにひょいひょいと乗ってしまって、中国語で書いたら、これまた読まれるようになったんですね。

そうしますと、このありのままの日本、私が見ていた日本というのは、自分のキーワードは“虫の眼”というものなんですが、細かく見ていくということをずっと書き続けていた、こういうことになるのです。

その中に、私の本を読んでくれた１人の青年がいたんです。それがいまのうちの雑誌の編集長、蘇静君です。彼は2008年に北京の講演会があって、私を訪ねてきたんです。彼いわく、日本を知ることがビジネスのモデルになるのじゃないかと。

２つの要素がある。１つの要素というのは、「改革開放」です。中国は93年に著作権の国際条約（編注：ベルヌ条約と万国著作権条約）に入りました。それからの10年間、数多くのエージェントが誕生してくるのです。日本の版権とか肖像権といったものを扱う人たちで、日本からこの情報を欲しい、このテキスト欲しいとなったら、エージェントを選んで、金さえ払えばそれができるようになった。これが１つ。

もう１つが、いまの日本のリアリティーを持

っているようなコンテンツが、中国にはたくさん入っていくんですね。単に村上春樹の小説が人気だということではなくて、例えばライフスタイルの１つ、畳の部屋だとかですね。いま、畳の部屋って、電動のリフトみたいなものを家の中につくって、畳がアップ・アンド・ダウンするような建物が売れたりしていたとかいうような話をよく聞きます。

で、蘇君いわく「われわれ陣営は日本語は全くしゃべれません」。この雑誌をつくったデザイナーも彼も、全く日本語を学んだこともないんです。そこで、なんとしても、主筆として日本に精通している人を迎えたいということだったのです。

彼が、僕のことをなぜ知ったかというと、僕の本を読んでいて、やっぱり、私のスタイル、ありのままの虫の眼のようなスタイルが一番いいと。政治情勢、社会問題といったものは一切取り扱わない。こういうことにしたのです。では、やろうか、という話になったのです。

漁船衝突事件を機に

2008年にこの話が持ち上がりました。ちょうどオリンピックでした。北京オリンピックのときに、僕は彼にこういうことを言ったんです。「いま『知日』は出しても売れないよ」と言ったんです。彼もそう思ってくれた。なぜならば、みんなフォーカスしているのがスポーツ、大変な祭典である、最大な文化のショーである中国ですし。それで、ずうっとこの話は温めてきたのです。

ついにチャンスを迎えることができたのです。それは漁船衝突の事件だったのです。2010年の、たしか秋でした（編注：2010年９月７日に発生した尖閣諸島中国漁船衝突事件）。そのときに、「いまだ急げ」ということで、ちょうど４カ月後、初めての雑誌が誕生したのです。これがその誕生したときの様子です。

表紙の案が２つ。１つがブラックのバックで、１つは赤いバックなんですよ。われわれは赤を選んだのですね。中国では「開門紅（カイメンホン）」といいまして、最初が非常にもうかるように、あるいはヒットできるようなことで、で、右側（赤）にしたのです。もちろん、この当時、奈良美智さんには、キュレーターに交渉をして、払うべきお金を全部払っていたのです。

妙なことで、そのときの蘇君は、個人の会社ではなくて、最大の出版プロダクションの社員だったのです。だから、このお金は全部その出版プロダクションが出したお金なのです。

そうこうしていくうちに、その年、2011年は４冊発行したんです。４冊出して、彼はうまみをわかったんです。

さて、この４冊はどういうことになっていたかと説明しますと、創刊号は「奈良美智」。２番目に「制服」ですね。この「制服」はなぜやったかというと、中国は空前の制服のブームが起きていたという背景があったから、これは売れるだろうということで出したのです。

次のテーマは美術館です。その中で、一つ、われわれがオリジナリティーを持ってやったことがあります。編集長が大の村上春樹のファンなんです。中国語で翻訳された全巻を全部読み切

ったという、私より多く読んでいたというのです。別冊として「越境する文学」というものをつくったのです。日本語そのままでタイトルが入っています。ある鉄道沿線に、８人、スタッフを組んで、４人の中国人のカメラマンがカメラワークをして、村上春樹さんの心象風景といったようなものにしたのです。これを３冊目の別冊としてつくった。次の号では「書籍の王国」として、本を読む日本人のライフスタイルをとりあげました。

この４冊を出して、ビジネスモデルとして成り立つということがわかったのです。そうしたら、この若造の編集長は、次に何の行動に出たかというと、会社をやめたいと言い出したわけです。「社長のために金もうけなんかしたくない。おれ、自分でやりたい」ということですね。「おまえさんがやるんだったら僕が応援してやろうじゃないか」ということで、僕は、彼の社長のところに行って、「どうか若者の勇気を……。手を離してやってください」と。こうして、彼は一気に会社をつくったのです。

自分たちの感性を頼りに

こうして、日本を知るということを専門的にやろうと、『知日』という会社を彼が立ち上げた。そして最初の１冊はこれなんですね。猫です。これは僕のアイデアです。なぜ猫なのか。僕は猫を飼っているからです。それから、「猫の鼻を狙いなさい」と言いました。というのは、猫の雑誌を読んでいますと、ほとんど目に焦点をあてている。「日本の方は目に行くから、われわれは鼻を使おう」と。これがたちまち12万部を完売したんです。

それで、非常に感動的な話があるんですね。彼と一緒にトークショーを上海ブックフェアでやって、そのときに、たくさんの読者がサインを求めてくるんです。サインを求めてくるときに、非常に変わった名前なんですね。例えば、「パリ」とか、「スペイン」とか、何かわけわからんという、よくよく聞くと全部猫の名前なんです。その猫のために「サインしてください」という読者が来るんです。あ、そうだと思ったんですね。もう１つ、われわれは気がついたのです。これは日本の猫だからこそ売れたのです。台湾の猫、韓国の猫は多分だめだと思う。理由はよくわからない。これこそ日本のスマートパワーだったかもしれません。

なぜこのアイデアがうまれたか。それは思いつきです。われわれは、例えば、テーマを、会議を開いて検討するということはほとんどしない。単なるそのときのインスピレーションでした。

この次をみてください。これが江ノ電なのです。江ノ電のおもちゃです。編集長の蘇君とデザイナーと３人で江ノ島に行ったんです。そしたら、このおもちゃが売っていたんですね。たしか860円でした。それで、買ってきて、彼は電車に乗ったときに手のひらでずうっともてあそんでいて、「これ、おもしろいね」と言って、「そうだ、表紙にしよう」と、こういうふうになっちゃったんです。会議なんかはしません。しかし、これまた売れるんですよ。

なぜこういうふうになったか。去年でしたか、鉄道関係者の人たちと話をしていたら、彼らも非常に驚いて、中国では、こういうものはやっぱり日本から来たということで売れるんじゃないかと。私もよくわからない。もしかしたらこの表紙の装丁の色が鮮やかで、よかったかもわかりません。

ともかく、われわれが自分の感性に100％任

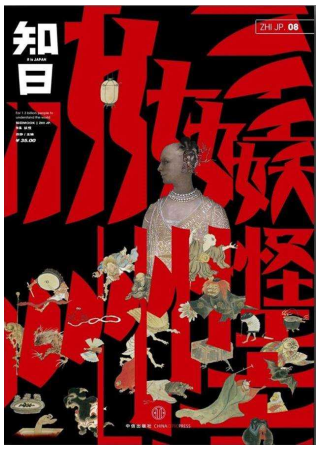
せていく。あまり真剣に身を引き締めて、あたかも大変なことを起こそうとするような、そういうことはせずに、まあまあいいじゃない、これはしょせん遊びじゃない、という軽いタッチで描いてきた日本、これが困ったことにヒットするんです。これは、いまの若者たちがそういう精神状態なのかもしれません。

「妖怪いいね」「やりましょう」

これは本来、例えば僕がやはり日本の各都道府県に行ってきた経験があったからこそ、日本のライフスタイルといったようなものをよく理解ができて、それに共感をしてくれた若手の編集長、それから若手の編集者たち、彼らは、非常にディテールを求めていくわけですね。大きな話ではない。こういうことになっていくのです。

その次の号は明治の100年を扱いました。表紙はうちのデザイナーの手描きのものです。この雑誌もよく売れまして、この売れた理由は、歴史を取り扱うようなものには、普通なら学術的なことをいっぱい入れていかないといけない。しかし、われわれは人間の服装、お茶のたて方、下駄といったようなところまで持っていくんです。社会的な、そういうコアなコンテンツをしない、こういうことなんです。

最近、「相撲」という特集を組もうとしています。相撲を組むときに、何をやるかというと土俵です。相撲の力士、もちろんそういう人たちが入るんだけれども、メインではありません。土俵そのものです。何もなかったところにやがて土俵がつくり上げられていく。穴を１つ四角にあけて、白い紙を立てて、神事を行います。これが知日の一歩です。非常に儀式があって、慎ましい、そういうのが美しいと思っているんです。



これは妖怪を扱った号です。この妖怪がなぜできたか。これはまた編集長とのエピソードなんです。彼と一緒に島根県に行ったんですね。島根県の潜戸という場所で、どうやら松本清張さんが書いた推理小説、殺人事件が起きた洞窟があったのです。船に乗っていくんですね。その中に、子どもが死んだ後に霊を慰めるための石ころがたくさんあるというんですね。そこに行ったんです。夏でして、彼は怖い怖いと言って。それで、夜は温泉に浸っていて、２人で雑談しながら、「妖怪はいいねえ」「よっしゃ、わかりました、妖怪の特集を組みましょう」と、それで決まりです。

その場の雰囲気をくみ取っていって、その場の色を鮮やかに、その場の感性をできるだけ残していく。それから、実行力そのものでやる。

私が、この業界で日本のたくさんの出版社の編集者たち、それから雑誌の編集者たちと会ったりするんですが、なかなかこういう感性というか、すぐ実行ということはまずあり得ないような気がするんです。もしかしたら、これは非常に新鮮だったかもしれません、日本の全てが。しかし、これを理解する中国人の読者層がいるんですね。われわれの雑誌は18歳から35歳をターゲットにして、文字の大きさが非常に小さいのです。非常に不謹慎ですが、年寄りは勘弁してくださいみたいな、そういうことになっていくんですが。要は、洪水のよう

な情報量を提供していく。それから、臨場感があふれるようなキャプチャー、そういったものをやっていくんですよ。

これが「森女（森ガール）」。これはエージェントを通してこのタレントの写真を入手したんですが、日本ではいま、一時ほどははやってはないようですが、中国では最近、ファッションにして山登りする女の子がたくさんいるので、そういうニーズがあるだろうと。これは僕の発想でも、編集長の発想でもない、若手の女性の編集者の発想だったのです。彼女が好きだったからです。「あなたが好きだったら、じゃ組んでやっていきましょう」と言って、すぐ実行することができたのです。

政治力が文化力を超えることはない

こうして、テーマの１つずつを、本当にインディビジュアルとして、個人の好みといったものを最大限に――いわゆる「ゼロ距離」という言葉があって、日本語で「等身大」と言うんですけれども――日本となるべくゼロ距離で持たせていく。いまの中国の若者のそういうノウハウ、そういう感性を大切にしようというやり方で進んできたのです。

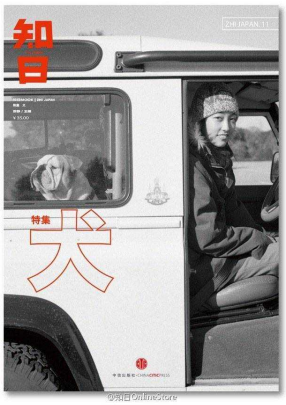
これは「ＺＥＮ（禅）」です。座禅の禅。これは、単なる筆文字でやっていたんですけれども、これはエピソードがあるんです。配付資料の中に出てきますが、土生川正賢さんという高野山の無量光院の住職がいます。彼と僕が非常に不思議な縁があるのです。私が日本語を全くしゃべらずに北京大学に行っていたときに、たまたま万里の長城で、短期留学生としてやってきた日本人のツアーと会いました。その中に彼がいたんですね。たまたま出会って、どういうわけか、そのときにわれわれは貧乏学生だったものですから、何かえらいごちそうになっていたときに、こういう会話をしたのを二人とも記憶をしていたのです。彼は「将来、僧侶になる」と言いました。私は「将来、大学の教授になる」と言ったんですね。

そして、以来25年ぶりに、取材班４人ぐらいが高野山の彼のところに本当に泊まりに行ったんです。そのときに、非常に感慨深くて、25年ほど前、われわれがお互いに冗談ぽく言っていたことが実現したということなんです。

それで、別れるときに「じゃ、さようなら」と言ったときに、彼は突然手を合わせて、「空海大師がわれわれをここの場で引き合わせてくれたことに感謝申しあげる」と言った。そのことに、うちの編集長が、いたく感動したと言うんですね。やっぱり時間というものをともにして、日常の中に、ああいうふうに何げなく告げてきた彼の優しい顔。その一瞬、「これだ」ということになったんです。そして、このすばらしい記事をうちの記者さんが書いたのです。

これこそ、僕にとっては日本と中国が出会った瞬間でもあるのです。もちろん、いま現在、政治情勢が厳しい、日中関係は最悪の状態が続いています。ポリティックス的には非常に悪くはなっていった。しかし、それは文化の一部にすぎないと思うんです。文化とは非常に大きくて、あたかも屋根のようなものです。その屋根の下に、政治があったり、経済があったり、外交があったり、軍事があったりするんです。決して政治力といったようなものは、文化力を超えるようなことはできないと僕らは思っています。

われわれはその文化に対して、追求、アプローチをしようと考えているということです。これは、日本の取材のとき、僕らにとっては一番の思い出になりました。



さて、この号は犬なんですね。これはちょっと失敗作でして、猫が売れたから、犬はどうだ、という

話になったんです。もともともっときれいな盲導犬の表紙があったんだけど、編集部で議論になって、猫のときは鼻だけだったから、今度は人を入れたほうがいいんじゃないかと。これはちょっと不評だったんですね。

まあ、犬もそうなんだけれども、こういった日常の中のお話というようなものをわれわれが考える場合、決してかた苦しい会話は一度もありません。何かそこら辺の冗談ぽく言っていた連中の話とか、そういう話だったんですね。

これは、ちょっと細かいですが、紙面です。小さいですが、大体のレイアウトというか、配置図のようなものがわかってもらえばと思って用意しました。

この紙面のレイアウトは、馬仕睿さんというデザイナーがやっています。彼は蘇編集長と一緒で、日本語を全くしゃべれないんです。『知日』を立ち上げる前は、一度も日本を訪れたことはない。しかし、彼の知識の背景には、実際は中国で大変有名なデザイナーがいます。呂さん、呂敬人という方がいらっしゃいます。この方が「改革開放」後、多分初めて、デザイナーとして講談社に２年あまり研修に行ったんですね。彼は非常に日本のデザインに精通している。この人の教え子がわれわれのデザイナーの馬さんなんです。だから、彼は、もう頭から、いかにも日本の雰囲気を出すということができるんです。

この紙面としてのスタイルというのが、いまだに変わっていません。例えば、村上春樹の心象風景の写真。白黒です。これはデジカメじゃなくて、ライカで、フィルムで、そういうプロの人が専門に撮ってくる。で、われわれがその想定をしたのです。いわゆる少年時代への思いといったようなものをどのようにして撮れるか、というようなことを工夫してやっていたんですね。

こういう個人的な、時には私がそう思っている、時には編集長がそう思っている、時には若い女性編集者がそう思っている、という一個人の思いを、雑誌に持っていく力といったようなものがこの編集部にはあるんです。

「漫画を読まない人生はくだらない」

これは、一番ヒットした漫画特集号です。普通なら大体200ページなのですが、この号は300ページ以上なんですね。これがばか売れで、50万部以上売れたときに、本屋さんに立てたポップです。キャッチコピーが非常におもしろいんです。夜遅くまで、布団の中で漫画を読まないような人生はくだらない、そのような人が人生を語るなと。

どういうことかというと、漫画という、これは実際メタファーがありまして、例えば反日デモをボーンとやっていて、日本の漫画なんか読むなんて、叱られるんですね。何か嫌みを言われるという。だから、布団の中で読めという話なんですね。こういうことが知日だ、こうなったんですね。

だから「太喜欢漫画了」、もう漫画が死ぬほど好きだ、あまりにも好きだ、それだけの話に持っていったんです。

われわれが想定したのは、もちろん漫画の中身は掲載できないんだけど、出版社、編集者、

漫画家の紹介、といったようなもので、この雑誌を、立体的に、あたかも辞書のようなつくり方をしたい、ということです。

ネット公開動画でひきつけて本へ

次は、シリーズで、これは雑誌とは関係がないんです。52冊のシリーズで、いま４冊出しているんです。

われわれが考えたのは、まず、中国の若者向けに、動く映像、動画でひきつける。これは金もうけではなくて、要は、ひきつけることです。で、中国人が日本の奥地にいて、日本をどう考えているかというようなことを、まずインターネットで動画配信をするんですね。これは、いま500万アクセス以上あったんだけど、それを毎週10分程度でリリースをする。で、そういう人たちがしゃべった内容を、今度は本にするんです。これを５２冊出すという企画で、いま、４冊まで出している。中国人として、中国の若者として、日本の文化、日本のライフスタイルを最強に理解しようということになります。

では、その動画をひとつお見せします。

（動画上映）

いかがでしょうか。

太陽いっぱいの日本の若者の笑顔。それから、われわれは政治云々というのを取り扱いませんから、ライフスタイル。たとえば、ホームレス支援のＮＧＯの人たち、そういったことを、取材班が日本に来て、ゼロ距離で取材する。最後に出てきたアキバの女の子は中国人です。そういう日本の奥地に行ったわれわれ中国の若者がどのように日本をみているのかというようなことの映像をまず先行して、それから本がついていくというやり方です。

最新号は、まだ私のもとには届いていないんですが、きのう発売になっていて、「燃える（ファイアー）」というタイトルです。これはどのような組み合わせをするかというと、甲子園の高校野球と、ハルウララですね。例の地方競馬で一度も勝ったことがない馬と甲子園の野球、そういう組み合わせです。そして、次号は武士道です。

このように、次々とテーマに取りかかっていくということにしております。

文化というのは、非常に多岐にわたったものがあるのです。読者から「『知日』としてどこまでやれるか、ネタは尽きることがあるんですか」という問い合わせもありますが、それはあり得ません。いろんなものができていくんです。

このように、若者の感性を持って、われわれはやっていくということにしています。

これは、いま皆さんに紹介した３人です。真ん中はおっさん１人で、２人は若者で、右側は、これはデザイナーです。左側は蘇君です。

それから、もう１つの映像をみせます。2013年10月に、毎日放送の密着取材を受けたのです。「毛先生がゆく－『知日』と「反日」のはざまで」という番組で、その予告編をごらんください。

（動画上映）

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

ナレーター　去年秋、中国全土で起きた反日デモ。しかし、その同じ時期に、中国では日本の文化を専門に紹介する雑誌『知日』が売上１

位を記録していました。『知日』の主筆は、在日中国人作家の毛丹青さんです。

毛　反日デモがあれだけ起きていた結果、『知日』みたいな動きがそこで生まれてきたというか、つくり出されていったかもしれません。

ナレーター　この夏、毛さんは中国に一時帰国しました。上海ブックフェアでは、雑誌『知日』のＰＲのため、講演とサイン会を行いました。中国の反日ムードはどこに行ったのかというぐらいの盛況、人気ぶりです。

毛　この『知日』という動きというか、いまは小さいかもわかりませんが、これからどんどん大きくなっていくというのは、この上海ブックフェアを通して、そういうパワーを感じるんですね。

ナレーター　北京では、古い友人で、ノーベル賞作家の莫言（バクゲン）さんとも会いました。

莫言　毛先生のような人がもっとふえてほしいし、だんだん多くなってほしいと思います。両国間の関係を和らげ、よい作用をもたらすと思います。

ナレーター　日中関係が冷え込む中、ありのままの日本の姿を中国に伝えようとする作家、毛さんの日々を追いました。」

＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝＝

反日がなければ『知日』はなかった

いまの話にもありましたように、こういう言い方は正しいかどうかちょっとわかりませんけれども、もし反日デモあるいは反日という動きがなかったとしたら、『知日』は生まれてこなかったのではないか。非常に不謹慎ですが、反日デモはやればやるほど、われわれの『知日』が売れると思います。そういう逆の現象といえるようなものが中国にはあるのです。立体的にみなければなりません。物事は一面、これだけだというようなことは決してないのです。

もしかしたら、日中関係が一番よかった時期、おそらく80年代ですね、3，000人の日本の若者が中国に行って、70年代、80年代、非常によかった。その時代には、『知日』はありませんでした。日本を知るという若者の動きはありませんでした。なぜでしょうか。反日デモがこれだけ起きていたときに、ひそかにこういうことがあったのです。

いま、この番組でも言いましたけれども、ちょうど一番ひどかった時期に、われわれの鉄道特集というのが、瞬間的にアマゾン中国のネットショップの１位に輝いたという記録があるのです。外で日本を罵倒する一方で、家に戻ったら布団の中で、多分漫画をひそかに読んでいる、こういう現象、これこそ中国だということだと思うのです。

それからもう１つ、私としましては、何としても日本と中国は仲よくしようじゃないかというのは、もちろん非常に小さな努力ですけれども、だけど、全力で持っていきたい、僕はそう思っているんです。

ここまでの『知日』の、私の予想をはるかに超えたような発展ぶりに対して、僕は非常に満足をしています。だけど、ここだけではとまらずに、もう１つ、２つを、最も厳しい日中関係の中で視点を変えてみようじゃないかということで、１冊の本を来月発売します。たしか６月19日、文藝春秋社から出ます。この本に焦点を当ててお話をさせていただきます。

最初は、この本の成り立ちについて、どういうものだったのかというようなことを書かせてもらったんです。ここで、僕、読み上げていきますので、お聞きください。

「本書の成り立ちについて。

北京サッカーアジアカップ決勝戦を発端にして、反日暴動が起きたのは2004年８月のことです。その４カ月後のクリスマスに、美しい関西学院大学のキャンパスで、ある日本人の青年と中国からの女子留学生が出会いました。笑顔が愛くるしい、利発そうなその女性は、詹松恵といい、愛称は「恵恵（フィーフィー）」と言いました。スポーツマンタイプの引き締まった体をした日本人の青年は、岡崎健太君、高校の教員をしていました。２人はキャンパスに集う大勢の中から、お互いをみつけ出し、そして恋に落ちます。

フィーフィーが、自身の乳癌に気づいたのは、

約８年に及ぶ日本留学から帰国し、北京の日本企業での就職も決まり、半年後に健太君との結婚を控えていた2005年のことでした。就職、結婚、日本で学んだことを生かして日中交流に役に立つことをしたいという夢、28歳のフィーフィーは目の前が真っ暗になります。

その可能性を電話で告げた翌日、健太はこれまで一度も訪れたことのなかった北京に、たった１人で、文字どおり飛んできます。その日から、２人のつらく、苦しく、けれど明るく、楽しい日々が始まりました。

フィーフィーは残念ながら2011年６月にこの世を去りました。フィーフィーは私のいとこでした。

私は、北京に生まれ、日本に25歳のときに留学し、以来２つの国を愛しながら、互いの理解がどのようにしたら図れるか、ずっと考えてきました。『知日』という雑誌を中国で創刊し、日本のことを紹介するのもその活動の１つでした。

しかし、あるとき、気がついたのです。フィーフィーと健太の物語を日中両国の人々に紹介することで、その一助となることはできないかと。

残された母の付楠は娘の思い出を手記にまとめて、「天国からあなたのことを祝福します」として、2013年５月に中国で出版をしました。それに刺激を受けた健太君もまた自分で手記をしたためました。この『恵恵(フィーフィー)日中の海を越えた愛』。その２人の手記を編集し、１つにまとめ、残された幾つかのフィーフィーの文章とともに１冊の本に編んだものです。

２人が出会って、激しく生きた７年間は、2004年の反日暴動に始まり、2005年の北京、上海での反日デモ、尖閣諸島をめぐる衝突など、日中間の対立の最も厳しかった７年間でもありました。そうした中、２人は、そして２つの家族は習慣や文化の違いを超え、ときに激しく議論しながらも、互いをいたわりながら、互いの幸せのために生きました。

本文の母親の手記にもありますが、苦難を乗り越え、よりよく生きようとした２人の姿は中国の人々に大きな感動を与えました。この日本語版が、少しでも日本の人々に互いの理解を考えるきっかけになってくれることが、日本を愛し、健太を愛したフィーフィーの遺志でもあると考えています。

神戸国際大学教授・毛丹青」

もう少し、これは私の家族の悲しい話ですけれども、私は一人っ子でして、最愛のいとこを亡くしたのは非常に大きな悲しみ、しかし、それを家族、耐えて耐えて、私がいとこの母親を説得して、「あなたが体験したことをどうか書いてください」ということをプロデュースし、昨年の５月、中国で出版をしました。それに刺激を受けたのは、この健太君という日本人青年でした。彼にも「書いてくれ」というようなことで、書いてくれました。

このようなお話は、大きな歴史の中では、もしかしたら誰もみようとしないかもしれません。しかし、北京のあの青い空の下で２人、たくましく生きていました。そのことは、ぜひとも考えてほしい。日中関係、最も厳しい、最悪の状態の中で、しかし、美しい純愛物語が、すぐそこにあったのです。

これは、『知日』を最初に思いついたときと同じようなパッションといったようなものを僕は感じたのです。もちろん、この悲しみを乗り越えて、それを広くこの世に知ってもらうというようなことで、ぜひともこの日中関係が悪い中、こういった話をみてもらいたいのです。

フィーフィーを亡くしたんです。悲しいです。しかし、これを乗り越えなければならない、全ては私が２つの国を愛しているから、こういった話をぜひとも皆さんに聞いてほしいということであります。

健太君は、いまなお北京に住み続けています。日本に戻ってきていません。

以上、ご清聴ありがとうございました。（拍手）

＜質疑応答＞

司会　非常に刺激的なお話と感動的なお話、本当にありがとうございました。日本で、同じ鏡の裏のようなことはなかなかできないのかなというふうなことを考えながら聞いておりました。では、質疑応答に移りたいと思います。まず司会者から質問をさせていただきます。

政治には触れないということではありましたが、先ほどの本の紹介のビデオをみていますと、天皇制であるとか、日本は軍国主義になるような可能性はない、というような若者の言葉とかが紹介されていましたけれども、ああいうものは政治ではないという扱いで、中国の出版業界は大丈夫なんでしょうか。

もう１つ、そういう『知日』が売れていると、中国で、例えば二匹目のドジョウといいますが、似たようなコンセプトで同じようなことをやろうというようなライバルは出てきていないのでしょうか。

17歳の編集長

毛　１つ目は、もちろん政治問題を避けたいと言いながらも、やっぱり触れないといけないという実情があるんですね。しかし、あったとしても、何げなく、こういう街頭インタビューみたいな形で。ちゃんと座ってシンポジウムというような、そういう真面目な話はしないということです。これが１つ。

もう１つが、これは中国の出版事情を説明しないと、多分仕組みがわかりにくいかと思います。中国は、出版というのは、国営出版社で、出版のためのコードが要るのです。その本のコードが。これがないと、違法印刷物になるんです。つかまるかもわかりません。

しかし、本当の中国の出版社が出した本が売れるかというと、そうではない。そのことで、出版プロダクションと、全く民間の会社が乱立をしてしまった。なぜならば、彼らは売れる本をつくれるんです。そこで、中国の国営の出版社から、このコードをお金で買うのです。買い取るんです。だから、中国の出版社は――言うたらいけないけれども――あんないい話はないと思うんです。何もせずに番号を売っただけで金もうけになるから。そういうことなんです。

だから、うちもそうなんです。大手出版社ですけれども、ちゃんと検閲する。この雑誌がどういうことを言っているか、みるんです。だから、じろじろみられるようなコンテンツを僕らはつくっていませんから、政治問題から離れて、こういったことになるんです。これは一つの中国の出版の事情になるんですね。

いま先生がおっしゃったように、同じようなコンセプトのものはあるんです。日本についての雑誌。しかし、われわれのライバルではなくて、子どもみたいなものです。『知日』チルドレンみたいなものが出てきているんです。中に、きょう持ってきていないのですが、雑誌で『雲爆弾（クモバクダン）』という、日本語そのままのタイトルのものがあるんです。この編集長は、17歳の高校生なんです。

北京で、うちの編集長とトークショーをやっていたときに、彼女が訪ねてきて、『知日』はわれわれにとってはバイブルだと。そして、雑誌を立ち上げたのです。日本文化が好きで。わずか１７歳の高校生ですよ。そういう人たちがいるんです。

なぜそういう魅力があるかというと、ビジネスモデルとしては成り立っている、なおかつ好まれるということにもなるので、これはいまの現状そのものです。

司会　ありがとうございました。「雲爆弾」というのは、空の雲と爆弾で……。

毛　そうです。

司会　何かそれは意味があるんですか。

毛　単に、発音がきれいだから、と言っていました。

司会　ありがとうございます。

質問　非常に貴重なお話をありがとうございました。先ほどおっしゃいました、ありのままの姿を虫の目でみるという、『知日』の姿が中国の方々に日本を正しく理解してもらう有効なすべになるというふうに願っております。

われわれが中国の一般の方と接すると、広い心、度量の大きさを非常に感じられることは多々あるんですが、一方で、対中国共産党、この組織にわれわれが取材等で立ち向かうと、一般の方々とのギャップに戸惑いを覚えます。

間もなく６月４日、天安門事件から25年を迎えます。人権活動家の方々や改革派の記者が徹底的に拘束されています。一般の方々の広い心と、中国共産党という組織、われわれは戸惑い、このギャップをどう埋め合わせていけばいいのか、毛先生はどのようにお考えでしょうか。

社会システムはタンスのようなもの

毛　そうですね、６・４が間もなくですね。個人的な経験なんだけど、89年、天安門事件があったときには、僕は留学生として日本にいました。衝撃を受けました。私がいま、なぜこのようなスタイルになったかというと、この事件の影響もあったんです。僕は逃げ上手ですから、あれはあまりにも憤りがあって、一生、政治云々というものにさわらないようにしたんです。それよりは金もうけをしようという話だったのです。

もちろんそうなんですが、もう１つ、いまのご質問に答えるために、例えば、編集長は湖南省の人なんです。湖南省というのは、皆さんも知っているように、日本軍と激しく戦っていた地域でもありました。彼は以前、日本に対して、好きというようなことではなかったんです。彼は本人がそういうことを言ったんです。編集長の最初の言葉で書いてあるのです。

しかし、変わってきたのは、こういうことなんです。彼は湖南省から北京に入ってきて、大学に行ったんです。行ったときに、もちろん当局の――彼は外の人間ですから、北京の戸籍を獲得するためには非常に苦労もしなければならない。それから、いろんな公平ではないような行為を受けるんです。しかし、それを逃がす方法とは何かというと、たまってきた不満といったものを別のところに持っていくことを、彼はわかったのです。

もちろん、いま中国は言論を制御する社会ですから、それは言うまでもないんですが、しかし、いまおっしゃるように、片一方で心を広く、反日デモがあったとして、日本のいい文化を取り入れようとすることと、それから内政的に制御されても反動できないというのは、多分これは別の話ではないかと僕は考えているんです。

社会のシステムは、あたかも１つのタンスのようなものなのです。タンスというのは、引き出しがいっぱいあるんです。最上階の引き出し、これが政治だとすれば、２番目が経済、それから３番目は外交、何番、何番と文学も全部入っていて、それを最上階の引き出しの中の話と、３番目の引き出しの話を比較するというのは、そもそも立ち位置が違っていたというようなことがあると思うのです。

もう１つが、僕が考えたのは、人間は時間が限られていますので、１つだけを潜ってやらなければならないんです。僕が好きな言葉は、われわれは潜り屋さんですから、表舞台にあまり出ないようにする。深く、細長く、あたかも牛のよだれみたいなもので、延々と流れていくというようなやり方で、バンとやるんじゃなくて、細長くやっていくというのがわれわれのいまのやり方なんです。

僕の答えは参考になるかどうか、ちょっとわかりませんが、ありがとうございました。

質問　私は中国の留学生です。貴重なお話をいただいて、まことにありがとうございました。私は、実は『知日』の愛読者で、日本に留学する前に、発行されている全ての『知日』を持っております。

毛　拍手を送りたい。ありがとうございました。（拍手）

質問　まさに毛先生にお会いすることができるなんて、本当にうれしく存じております。

先日「微博」（編注：中国版のツイッター）の、『知日』オフィシャルアカウントが、もうことしの年末までの全てのテーマが決まっているという投稿をたまたまたみました。そこで質問ですが、テーマをお選びになるときは、やはり感性で選ぶというか、あるいは何かの基準

を持って選択していらっしゃるのか。

もう１つは、われわれ中国から来て日本で勉強している留学生の力で、日中関係の改善に対して何かできるのか、どう考えていらっしゃるのか。それに、個人としてなんですけれども、『知日』のために、私のささやかな力で何か役に立つことができれば幸いと存じます。ありがとうございます。

毛　ありがとうございました。こういう若者の――非常にありがたく思っております。

トピックス、テーマですね。基本的に遊びながら決めていくという方針は変わりません。生真面目に考えるということは一切ないです。

これは、やはりクリエーティブというのは、時には異端児にならないとだめだと思うんです。伝統的な考え方ではいけない。これが１つ。

もう１つが、実にいまの質問に、アドバイスにつながっていくんですけれども、せっかく日本にいますから、教室にも行かなければいけないんだけど、どんどん外に行ったほうがいいと思うんですね。

私の学生（神戸国際大学）の中にはたくさんの留学生がいて、８人の中国からの女性留学生に、神社の巫女さんとしてアルバイトで働いてもらったんです。西宮神社（編注：「えびす神社」の総本社）という神社でアルバイトをして、非常に評判だったんです。

なぜ評判になったかというと、こういう話があった。１人の子は非常にスタイルがよくて、もう１人の子は、かわいらしく顔が丸くて、それがえびす神社で、福笹を売っているわけです。そこへたくさんのお参りの人たちが来るんです。そしたら、なぜかかわいらしい子のところに長い列ができる。スタイルがいい子は、ちょっと寂しく、列があまり長くはなかったんです。そこで、神社の宮司さんに聞いたら、笑って「だって、簡単だもの、福をもらえるから」と言いましたよ。顔は丸いほうがいいと思っているんですね、えびすというのは。だから、そこで皆さんが並んでいるんです。そもそもこの発想が中国にあったんです。だから、スタイルのいい子が、それでやっと納得をしたといいます。

この学生は後に中国で銀行員になったんですけれども、面接のときに「あなたは日本の留学で何を学んだか」と質問され、彼女は延々とこの巫女アルバイトの体験の話をしたんです。採用されました。

このように体験というか、歩きながら日本を理解していくようなことをぜひしてほしい。

質問　大変興味深いお話をありがとうございました。単なる感想なんですけれども、例えば日本で『知日』の日本語版ができたらおもしろいかなと思う反面、日本の人たちに中国の一般社会、ライフスタイルを、中国のことを伝える、そういうものがあればおもしろいかなと。

私は日経にいたものですから、ビジネスのことをお聞きしたいんですけれども、それぞれいま漫画特集、コミックのときはすごく売れたということなんですけれども、だいたい何万部ぐらい売れているのか。

それから、編集長、デザイナーのお話をうかがいましたけれども、何人ぐらいのスタッフがやられているのか。それから、年商はどのくらいあるのか、といったことをおうかがいしたい。

それから、さっき出版社のコードをもらうという話がありましたけれども、これは売上がものすごくふえると、またそれに比例して納付金というのはふえるんでしょうか。

広告を入れず実売だけで

毛　非常にビジネスの話で生々しいかもしれませんけれども、ずばり言いますが、いまは編集長をヘッドにして、それからデザイナー、事務所を構えてやっているんだけれども、編集部員が総勢６人です。それから、実習生と言いまして、大学卒業間近の人たちが、そういうのは入れかわったりするのはあります。

それで、いま平均で、初刷りが５万部以上なんです。いまインターネットで先行予約というやり方がありますので、それをみきわめて（発行部数を）決めていくというやり方です。

いままで、僕は経営には携わっていませんので、編集長がやっていて、これは１冊35元ですから、日本円で約550円かな。大体この手の雑誌というのは、広告を入れて20元なんです。しかし、われわれは広告を一切入れないんです。これは非常に大きいです。

なぜならば、広告が入ることによって、ブランドが低下します。特に、日系企業の広告云々というのは要らない。確実に実売で売っていくだけでも成り立つというような自信がわれわれにはあるということなんです。

もう１つの本のコードですが、これは売り方がいろいろあります。例えば、この本は売れそうだとすれば、中国の国営の出版社がずる賢くパーセンテージで言ってくるんです、１冊何％と。あまり売れないやつだったら、一括払いで、あとは知らんと。いろいろやり方が違うんです。

それからもう１つが、いま現在、出版業界というのは、多分日本では考えられないことで、歩合制で実行しているんです。例えば、本１冊を担当の編集者がいたとしたら、著者と、この本に対してのパーセンテージを持っていくんです。例えば、この本の印税が10％だとすると担当の編集者は１％に持っていく。この編集者がメディアやら何やら、最後までやっていく。年間でやっていったら、何と社長より稼いだ人がいるくらいです。で、日本より資本主義です。日本でそんなことをやっていたら、大手出版社だったら、組合は絶対文句を言ってくるよ。

だから、ああいうやり方が、例えばこの記事が読まれていて、この記事に対して、何かがあったときには、奨励金として編集部員にお金を払うわけです。

例えば、われわれが日本の特集を組んだんです。あれは西宮の「白鷹」か「白鹿」か何かでやっていて、雑誌によって、関空に酒が置いてあるんですが、それが売れるようになったという報告があったんです。そしたら、こちらにアプローチがかかってきたんです、もっと宣伝してくれというような話で。「宣伝なんかはしませんけれども、酒だけ下さい」と言ったら、いっぱい送られてきたんです。それは奨励品として担当編集者に上げました。そういう話はあるんです。非常に生き生きした経済の現場のそのような雰囲気でした。

売上は、ごめんなさい、僕は計算していないので、大体10万部だとすれば、計算していただいて……。

なお、いま月刊誌です。去年の５月か６月から月刊誌になりました。

質問　お話をありがとうございました。杜（モリ）と申しますが、私は本当は木偏に土と書いて「トウ」と読みまして、小学校のときに日本に来日しました。そのまま日本で就職をして記者をしています。うかがいたいのは２つありまして、１つは、なぜ、この2011年の尖閣の漁船の話は当然ありますけれども、日本と中国でこれほどまでにお互いがお互いを快く思わないような状況になっているのか。その原因というか、背景をどのようにみていらっしゃるのかということ。

もう１つ、日本国内でも、これは中国に限らず、ですけれども、韓国あるいはほかのアジアに対して、ヘイトスピーチだったりとかというのがここ１～２年でものすごい勢いになっている。これをいかに打破して、よりよい関係をつくることができるのか、ということをどうみているのかというところを。

ライフスタイルに徹する

毛　漁船衝突があって、その理由というのは政治家たちに任せればいいんですけれども、われわれは現象として捉えていたんですね。起きたときに、現場で何が起きたかというようなことで、例えばデモ隊が行進して日本大使館の外にいて、笑いながら、あたかもピクニックを過ごしていたかのような話をよく聞きます。

僕は教職ですから、基本的に日本にいるんですけれども、絶えず中国のわれわれのスタッフと連絡を取り合いながらしているんです。

非常におもしろいのは、旗を掲げて、実際は日本の漫画について話をしているとか、という現象があるんですね。いち早く現場にいたわれ

われの編集者たちは、そこに１つの市場がみえてくるんです。そこのシフトというのはすばらしいものだと思うんですね。あたかもイデオロギーにおいて起きていたような全てが、今度お金になって目に映ってくるという、そういうすさまじい、どこからそういう商魂が出てきたか、僕は読めないまま、あ、なるほどと思っているのです。

いま日本ではヘイトスピーチみたいなものが起きてしまうんですけれども、しかし、これは一部だけだと思っているんです。基本的にわれわれは、ライフスタイルに徹するんです。先ほどの動画のように、ライフスタイル－教育、ホームレス、アキバ、そういったものに対して、生活の中に一緒に感じとることができるような現場を提供していく。

僕の言葉ですが、われわれは思想を提供しません。考え方、「私はこう思った」ということは提供しない。その現場をありのままに持っていく。私がみたものをできるだけ復元して、できるだけ元に戻してみせようじゃないか、というようなことに徹するんです。

さっきの質問にありましたが、例えば日本で、果たして中国のライフスタイルをネタにして雑誌をつくれるかというと、つくれないんです。まず、売れないんです。売れない。このギャップを僕は非常に不思議に思っているんです。

中国で日本を紹介することでビジネスモデルとして立派にできているのに、一方で日本は全くできていない。日本でできたのは『三国志』『水滸伝』『論語』とか。昔の話です。孔子とか、もう死んで何千年ぐらいの人。

片一方で、こっちが生き生きとして、あたかもいまの日本の皆さんと同じ空気を吸っているという新鮮さというのがあるんですね。われわれの動きは野生です。人工ではありません。野生とは何かというと、太陽と水があれば生命が生まれてくるのです。太陽とは何かというと、いまの時代です。水とは何かというと、われわれのマーケットです。だから、これがフィットしてできたのが『知日』そのものである。

しかし、日本サイドからみた中国は、遠い昔から変わっていない。なぜ中国の、いま日本の若者によって、金もうけ――編集長、すごい金もうかっているから、僕はあまり言わないんだけど――ああいうのができたらいいのに、やる人、まずいない。そういう気迫がない。

いま中国では、17歳の高校生が『雲爆弾』という雑誌をつくった。17歳の日本の高校生がＡＫＢを追いかけているみたいな、こういうミスマッチというか、なぜなのか、僕はこれは読めない。もし答えがあるとするならば、１つ、日本文化の強さだったかもわかりません。これは認めなければなりません。

日本の方は、もしかしたらこのことに気づかれていない。日本文化というか、いま現在のライフスタイル。日本の昔ではないのです。『源氏物語』とか、そういうものではない。いま現在、この空気の中の日本文化がとてつもない大きな拡散力を持っている、というようなことになります。多分、これが１つのヒントということだと思うのです。

もう１つ、僕、言うのを忘れたんだけど、いま最後に紹介しました本の話ですが、映画化が決定しました。映画を撮るんです。これはいま発表してもいいんですが、ビル・コンさんという、この業界では敏腕のプロデューサーで、数多くのヒット映画をつくってきた男です。「ラストコーション」、それから、アカデミー賞を取った「グリーン・ディスティニー」とか。香港の方です。彼と３回くらいお会いしました。

彼はこういうことを言った。なぜこの物語、映画を撮りたいかというと、いまの時代を物語っています。大きな時代の流れの中に、１つの、言わないと誰もみに行かないというようなもの、これは功績だということ、これを最大限に表現するのがわれわれ映画人の務めだということを言っています。

僕だけじゃなくて、われわれの若い人たちが一緒に団結して『知日』みたいなブランドをつくり出したのは、これは実際、いまの経済の話ですけれども、これが４冊目に売れなかったら、とっくにやめてしまいました。これは、これからどこまでもち続けるかということは、毎回努

力してつくっていかないといけない。そうしますと、メカニズムとしては、ビジネスモデルとしてしっかりしていければ、不滅なんです。

もう１点、日本に対して、正直に申しあげますと、われわれは相当注目されるようになりました。つい最近、ＢＢＣが編集部に入っていって、彼らはメディアとして非常に興味を持っている。なぜ日中関係が悪い中、このようなものが存在しているか、というようなことを聞いているらしいんです。だから、一日も早く日本語版で、一冊でもいいから日本で皆さんにお届けをしたい。某出版社と、その話は決まって、年内に『知日』日本語版として登場してくる。

これはわれわれが若者として、やっぱり気持ちは、中国は全部反日ということではなくて、反日がやっているときに、売れる『知日』が便乗している、並走している、にこりと笑っている連中がいる、ということを忘れないようにしてほしいです。

質問　いまのお話をお聞きして、日本文化の拡散力というお話が非常に目新しいといいますか、新しい言葉として聞きました。日本から、サブカルチャー」とか、「クールジャパン」、世界にそういった文化を政府がお金を出して届けようという動きもあります。いまおっしゃった漫画とか、そういうものもコンテンツになっているんですが、日本文化の拡散力のその姿自体は、われわれ自身が実は気づいていないというご指摘で、実際そうだと思うんですけれども、それはどうしてなのかなということ。漫画だけじゃないと思うんですね。そして、そうした日本文化は中国だけじゃなくて、東南アジアとか、ほかのところにも拡散する力を持っているのか。その辺について、日本に来てずうっとみておられて、どう感じられているのか

もう１つ、これは外れる質問ですけれども、毛さんは、毛沢東さんとご親戚なのかどうか。日本で東条さんといえば、東条英機の親類じゃないかと思われる人がいるんですけれども、そういうことがあるのかどうか。もし、そうみられると嫌なのか、それともうれしいのか、その辺もお聞かせ願えますか。

「中国人による中国人のための日本」

毛　ありがとうございました。

最後の落ちがおもしろかったですね。まあ、中間ですね。毛沢東の隠し子じゃないかと言われることもありますよ。だって、毛丹青の「青」は江青の「青」だから。毛の心は常に江青に向かう、そういう迷惑な話があるぐらいです(笑)。

まあ、それはさておいて、さっきの話ですが、私は実はビジットジャパン大使なんですね。国土交通省の名誉ある仕事をさせてもらったんですが、まあ、だめですね、ほんと。

で、日本は、爆発的に感情をあらわすということより、忍耐強く耐える力がよほど強いと思う。来年、ちょうど阪神・淡路大震災の20周年ですか。僕は、そう思っているんです。

行政が、クールジャパンもそうなんだけど、いいコンテンツ、いい文化というのは、細長く時間をかけるべきなのに、担当の人が次々かわるんですね。１年、２年、長くても３年間。

一緒に中国でプロモーションをしました、一緒に台湾に行ってプロモーションしました。ある日突然、その職を離れ、別の人が来ました。「はじめまして。いままでどこの部署でしたか」とたずねると、「水道局にいました」。これからクールジャパンの担当をする人が。

びっくりしたんですね。どういう人事の事情かわからないんだけれども、文化というのは、そんな粗末なものではない。

もう１つが、何より『知日』の成功というのは、成功とは言いませんけれども、われわれが少なくとも元気で、ここまでやってこれたということの大きなポイントは、「中国人による中国人のための日本」だったんです。これは日本の方によってつくったものではありません。全て中国人の手によってつくっていくという、これが非常に大きいです。

これも私は行政の会議でも随分辛口で言いましたけれども、「何としてもお願いしますから、水道局から人を引っ張ってこないでくださいよ」とも言いましたよ。文化を理解するのは

非常に専門知識と時間が要るんです。本を読まなければならない。相手の国の事情とかいうようなものを、決してそんなに粗末にしてはいけない。それは日本文化の力、日本文化の拡散力に対する非常に失礼なやり方なんですよ。

以上、ありがとうございました。

司会　非常におもしろい話を聞かせていただきました。元気の出るような話でもありました。どうもありがとうございました。

毛先生からは「智者は知なり」、智は「知」と「日」－日本を知ることが知であるという言葉をいただきました。どうもありがとうございました。

（文責・編集部）