

中国 恐れるに足らず

— China Something に向けて —

中国の経済的、政治的な存在感、圧力が増大している。日本にとって、おおきな脅威であると取り上げられることも珍しくないが、歴史的な観点からすると極めて必然的、自然な流れと思える。そしていずれ日本と同じく、China Something に収束していくことになる。その長期的な視点に立った戦略が必要である。

日本の国際地位の変遷

中国の地位を論ずるまえに、日本のこれまでの国際地位と評価の変遷を考える。

図1は、戦後の日本の（主として技術面、経済面からみた）国際的地位の変遷のイメージを表したものである。

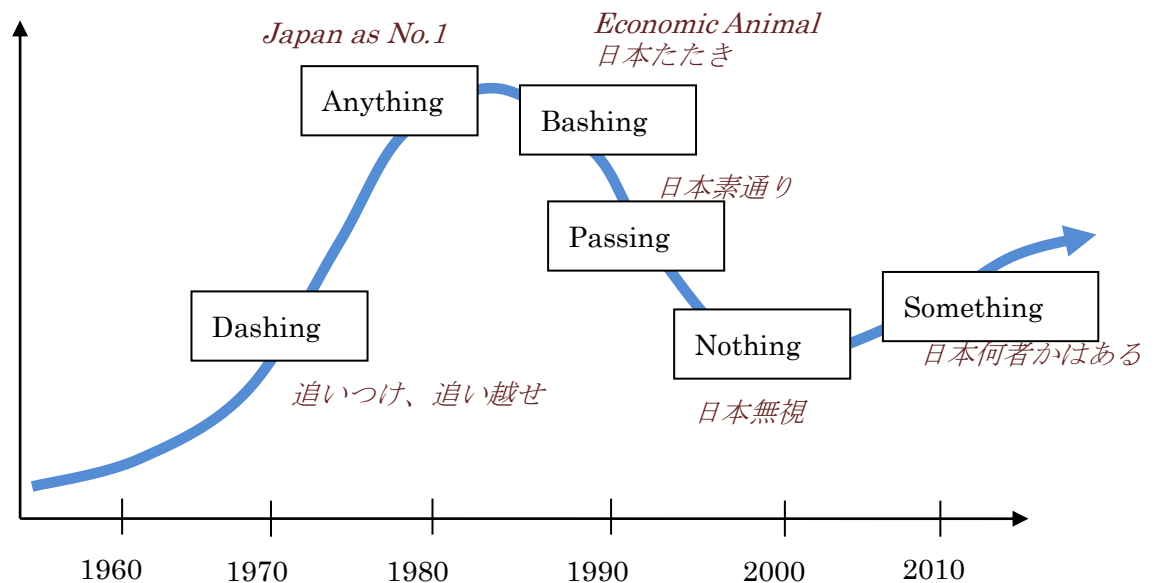


図1. 日本の国際地位の変遷

Dashing

東京オリンピック、新幹線開通（1964）などを契機として、欧米に追いつけ、追い越せとしてもものすごい勢いで突っ走った。給料も今から思うと、毎年面白いように上がっていった。

Anything

やがて経済力が高まり、社会学者エズラ・ヴォーゲルによる1979年の著書『ジャパン・アズ・ナンバーワン』にあるように、世界トップの技術力とおだてられ、ありあまる資金で

世界の土地や遺産を買いあさった。筆者の経験で行くと、それまでエンジニアリングの情報システム化の技術調査に団体で毎年欧米に視察旅行にでかけていたのが、最後の方では受入れ側も渋り始めたし、日本のメンバーからも、「もう欧米からは何も学ぶべきものはない」などと鼻たかだかになった時期があった。

Bashing

やがてこうした態度に世界から **Economic Animal** と揶揄され、非難をあびるようになった。これが、“日本たたき”と言われた現象である。米国のテレビで日本車がハンマーで打ち壊されている象徴的なシーンも記憶に残っている。

Passing

国内景気も 1980 年代後半から始まったとされる“バブル崩壊”もしくは 1990-2000 の第一次“失われた 10 年”の試練を受け、それまで少なくとも東南アジア諸国では強いリーダーシップを発揮していたが、それぞれ国力をつけ始め、日本を素通りして欧米と渡り合うようになってきた。“Japan Passing”とも称された。

Nothing

そういった状況が続くと、日本人自身も自信を失いかげ、例えば技能オリンピックなどでも大幅に地位を下げた。日本無視とも言える冷やかな目でみられる始末である。

Something

日本人もバカではない。このような逆境から目覚めて立ち直り始めたのが最近の動きである。もう何でもかんでも世界一(anything) など、不可能であるし、目指すべきではない。何か、世界に負けない、世界に貢献できるもの (something) をさらに強化して生き残りをかけ始めた。

日本のこの DST (Dashing to Something time) は、約 40 年でこの DS カーブを辿ったと見れる。

中国の予測

そこで中国の現在にこの DS カーブをあてはめてみると、 **Dashing** から **Anything** に近づき始めた段階ではないかと見てとれる。一部の国家としての品格を欠いた言動から、国際的な非難の声も起こり始めているが、まだ“China Bashing”という表立った声にはなっていない。

日本との違いの大きな点のひとつは、中国の場合、“**Economic Animal**”だけではなく“**Political Animal**”を押しつけてくる点である。それと謙譲の美德という倫理観をもつ日本と違い、いかなる状況に陥ろうと“**Nothing**”などと口にすることはあり得ないであろう。中国の次に、いくつかの国が控えている。個々の段階のたどり方に差があるとはいえ、この DS カーブをえがくことは間違いない。

ただし、近年の人、もの、金、情報の流れの格段の進歩から DST は半分の 20 年程度でたどることも予測できる。日本よりさかのぼって、かつて大英帝国が世界に君臨した時代は、日本の DST の倍以上の年月をかけていたと推測できる。

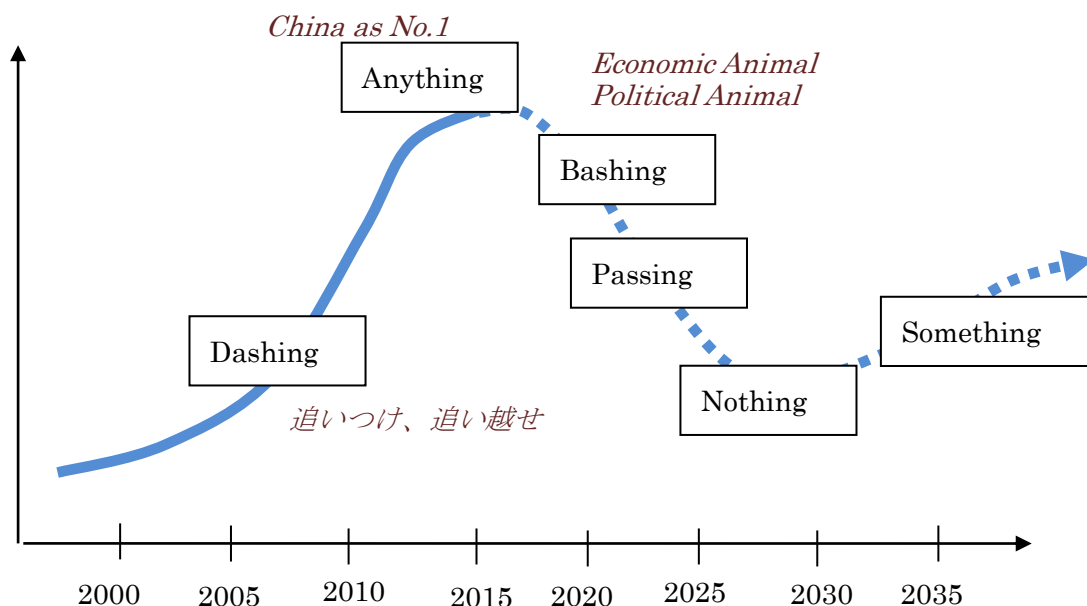


図 2. 中国の国際地位の変遷予測

極めて大胆で乱暴な予測であるが、もしこれに近い DS カーブを描くとすれば、2025 年にはそれほど先の話ではない。そうなった時に国家が、企業が、個人が、何を **Something** として誇れるものを持ち続けるのか、今から手を打っておかねばならない。

(余談)

先日テレビを見ていると、中国人観光客が大勢日本に押し寄せ、ショッピングにも大金を使っている様子を映し出していた。この種の放映は最近特に多いし、日本にとって有難いことである。 その一シーンのなかで、アナウンサーが買った品物を見せてもらって、その商品に小さな字で“made in China”と書かれているのを指摘すると、その買い物客は「せっかく、高品質の日本製品をみやげにかつたのに」とがっかりした表情をしていた。そこで思い出すのは筆者が入社した頃の話である。海外旅行そのものが極めて珍しく、上司が米国出張すると、壮行会を開いたり、チーム総出で羽田まで送り迎えしたものだ。アメリカでかってきてくれた小物のみやげものも大変に貴重であった。ところが、後でその小物をあけてみると、小さい字で“made in Japan”と書かれているのを見て、がっかりしたことを覚えている。劣悪品の代名詞のような風潮があって、いまでは考えられない認識である。 このように歴史は繰り返す。

以上