「JENESYS2.0」中国青年メディア関係者代表団第２陣
団員の感想（抜粋）

○ 今回の訪問ではアメ横のインタビューが印象深い。日本の人々と直接交流し、日本人の「食に関するクールな文化」の一面に触れることができ、日本への印象が更に深まった。日本料理のアピールポイントは新鮮・安全であり、食物の鮮度が非常に重視されている。上野のアメ横、石川県金沢市の中央卸売市場、近江町市場のいずれでも、鮮魚は時間の経過とともに価格が下がり、消費者は安心して新鮮な海産物を口にできる。食材の生産、検査、販売にかかる審査はいずれも厳しく、食品の安全性が保たれている。これらは日本社会の誠実性の表れであり、更には管理監督の公平、公正さを反映している。

モスフードサービスへの訪問では、ライスバーガーという商品から、食べ物に地域性とグローバル化を併せ持たせるということを知り、本来は欧米の食品であるハンバーガーに、地域ならではの「味」を加え、食物の刷新を図るという概念は私たちが学ぶべきであると感じた。

メディアに携わる者として、毎日新聞社と石川テレビ放送の訪問は意義深かった。毎日新聞は環境保護への取り組みを先駆的に行った新聞社として有名で、小学生新聞や点字新聞は 76 年の歴史を有すると知り、人に優しい新聞社であると深く感じた。石川テレビ放送はたった 1 チャンネルの小規模なテレビ局だが、豊富な番組構成で、地域住民に寄り添い、地域に根差した放送をしていた。メディアは人々の生活を豊かにし、生活の質を向上させるために存在するべきだ、というメディアのあるべき姿を認識した。中日両国は一衣帯水の関係で、共に手を携え平和と発展の道を歩むべきである。今回の訪問交流活動を通して、我々と日本の皆さんとの友好も深まり、メディアに携わる者として、更に日中両国間に友好の橋を架ける役割を担わなければならない。

○ 毎日新聞社と石川テレビ放送の訪問を通し、日本のメディアの特徴、管理方法、取材と編集、報道における過程を学んだ。そして両国メディアの発展プロセス、管理監督、運営上の違いを理解した。

「食」をテーマに「クールジャパン」に関する視察活動を行い、日本の伝統的な料理には「美・静・和」の要素が含まれていることを体得した。日本料理はいずれも細やかで、色彩にも趣向が凝らされ美しく、食材のハーモニーが重視されていた。単純な食材を、煮る、蒸すなどのシンプルな調理方法で仕上げ、食材の本来の味を頂く。またお皿に盛る際にも、色合いやバランスに配慮し、箸を付ける前に目で愉しむ時間を持たせることで、味に対する更なる期待が高まるのだ。

今回の訪問では、日本人の気配り、細やかさ、時間遵守の概念、秩序意識の高さ、友好の念などが心に残った。信号にはほとんど視覚障害者用の音響装置があり、その配慮に感動した。また秩序についてあげるなら、エスカレーターでは左側に立つ、会計では自然と一列に並ぶ、横断歩道で運転手は歩行者に道を譲る、急ブレーキやクラクションで歩行者を驚かせるようなことは全く無い。また路上にはゴミ箱がほとんど無いが、それでもゴミが散乱することは無く、皆がゴミを捨てずに、分別用のゴミ箱に捨てるか家に持ち帰ることが習慣化されているそうだ。時間厳守も訪日活動中に体感した。活動は

ほぼスケジュール通りに進み、時間を無駄にすることがほとんど無かった。また多くの日本人が非常に友好的だった。大多数の団員が自由行動中に道を尋ねた経験を持つが、日本人は親切に対応してくれ、目的地まで連れて行ってくれた人もいたそうだ。一つ一つの細かいことだが、本当に感動した。

我々の目、口、体を通して、周囲の人々に中日友好への期待を伝えていきたい。現在、両国関係は難しい状況にあり、日本側の指導者の言動が両国の友好感情を傷付けることもあるが、大多数の日本人は友好的であると信じている。私たちが共に努力を続けていけば、両国関係には明るい明日が訪れると思う。

○ 毎日新聞社と石川テレビ放送の訪問を通し、中日両国のメディア関係者は共に、公平公正の精神のもと、客観的に報道を行っていることを知った。ニューメディアに対しては、両国とも積極的に対応策を検討している。経済と科学技術の発展により、地球のボーダレス化が加速している。この地球村において、我々が直面する課題やチャレンジは共通しており、メディアが両国の交流に果たす役割は非常に重要である。私はメディア関係者として、相手の短所ばかり探すのではなく、その功績を自発的に紹介し、両国間の障害となるのではなく、友好の懸け橋を築いて行きたい。

○ 最も印象に残ったこと：

① PM2.5 の空気に慣れてしまっている私には、日本の素晴らしい環境がとても羨ましい。これは、政府に依存するだけではなく、まさに国民の自覚と資質と意識により得られるものである。

② 日本人の謹厳で真面目な点。サンリオの質疑応答で、さほど重要とも思えないデータに質問が及んだ際、説明者はすぐさまデータベースから資料を取り出して調べ、その上で正確な内容を回答してくれた。

③ どこにでもキャラクターがいること。来日して私が最も発したひとことは、“かわいい”である。食品やビニール袋から政府のマスコットまで、かわいいキャラクターが日本人の価値観を私達に伝えてくれている。

④ 友好的な国民。秋葉原でインタビューをしていたとき、ちょっと困ったことになった。リュックが壊れてしまったのだ。そこで私は通行人に、バッグを修理できる店かバッグを売っている店を知らないか尋ねた。広島から来たという中学生の 3 人組が私に代わって他の人に尋ねてくれ、さらには同行してくれて、私は目的を達成することができた。このやりとりをするにも、言葉が通じないという問題があったが、私達は文字を書いたり絵を描いたりして、うまく意思疎通ができた。最後には Email を交換して、私もまた彼女達に、中国に是非来てほしいと伝えた。

帰国後、私はこの自らの体験を人々に伝えたい。日本には、アニメ外交、企業文化、国民の資質、素晴らしい自然等々、学ぶべきことがたくさんある。そしてまた他の人々にも、自ら来て体験してほしいと思う。

○ 8 日間の訪日日程もまもなく終わろうとしている。私の日本に対する印象は、曖昧模糊としたものから体験を経て徐々に明瞭になってきた。短期間では、日本やその国民、ま

た日本文化に対して十分に理解することは難しいが、それでも自分なりの観点を見出すことができた。

日本のアニメ文化の発達ぶりや、アニメが経済や政治や文化を先導し、共に発展している姿が、非常に強く深く印象に残った。世界に知られたハローキティもしかり、地方で大きな影響力を持つくまモンもしかり、さらには厳粛な歴史ある新聞社に至るまで、皆がかわいいキャラクターを有している。まさに、アニメのないところはない、ユビキタスである。

日本の人々の熱意溢れるおもてなしと率直さ、そして細部にわたる真面目さも、とても強く印象に残った。どこに行っても、受け入れ側は我々のために周到な手配をしてくれており、我々の質問にも一つ一つ真摯に答えてくれ、さらに我々から中国の事情を学ぼうと質問もしてくれた。日本人は意見交換の場ではとても率直であり、もてなしの面では非常に根気強く、そして極めて細やかである。日本側事務局、そしてドライバーの仕事ぶりはプロであり行き届いていて、非常に強く印象に残った。

帰国後、私は今回の訪日の内容を全体的に整理し、文章にして、写真とともに同僚や新聞の読者に紹介しようと思う。彼らに日本の一般庶民を紹介し、多くの日本人が中日友好の交流事業に従事していること、日本には中国が学ぶべき多くのプラスの経験があることを知らせたい。日本の人々が中日関係の改善を切に望んでいることを、中国の読者に伝えたい。

中日の民間交流活動がますます盛んになることを期待し、両国が長きにわたって友好を続け、良き隣人となり、良き友人となることを切に希望する。

○ 日本メディアへの訪問やメディア関係者との交流を通じて、3 つの点において強い印象が残った。第一に、施設などハードの面である。熊本日日新聞を視察した際、新聞一部を作り上げるために投じている実際の作業員数は非常に少なく、編集者がいるのみであった。しかも、日本では外国製に頼ることなく完全に国産の印刷設備を有しており、作業工程は完全に自動化されていた。少なくともハードの面においては、中国より絶対的に進んでいると感じた。第二に、仕事の環境と雰囲気である。どのメディアにおいても職場環境は完全に開放的で、ミーティングをする者、実況報道をする者、ニュースを編集する者、電話中の者まで、一カ所の環境にいてそれが相互に邪魔になっていない。これはおそらく日本人の資質と関係していることであり、中国では絶対に不可能なことだ。第三に、メディア関係者の報道に対する理解と職業意識の高さである。数社のメディアの視察を通じて、日本のメディアの職業道徳の規律の強さを感じた。報道の客観的な真実をきちんと押さえ、ニュースはタイムリーに、いつでも、効果的に行われている。また、日本のメディア関係者の職業意識の高さも、実際に目にし、体感した。両国のメディア間の交流は今後も継続していくべきであり、マスメディアの力を発揮すれば相互の理解と友好を増強することができ、さらには両国の懸け橋としての役割を持つことができると思う。

○ “クールジャパン”は、3 つの面に表れている。

第一に、日本の“クール”はクリエイティブの中に見出せる。若い人々が人とは違う新し

さを創造し、個性をアピールすることが、イノベーションの源泉であり原動力となっている。企業は市場のニーズに応えるため、クリエイティブなデザインによって競争力を維持している。第二に、日本の“クール”は、伝統をかたくなに守るところに表れている。企業も個人も、仕事においていささかも手抜きすることなく、さらなる向上を目指しており、伝統的な日本の精神を守り抜くことが、日本がその生命力を維持する重要な鍵となっている。第三に、日本の“クール”は中国と密接な関係を持っている。若者が購入する品にはメイドインチャイナが満ち溢れ、企業も中国マーケットを非常に重視している。中日の産業が相互に補完し、強く結びつき、協力を強化していくことが、ウインウインにつながる選択といえる。

○ 最も印象的だったこと：

10 月 15 日、我々は花王を視察した。花王では、企業の特色や代表的製品などの紹介を受け、さらに化粧品類のプレゼントまで頂いた。花王の企業文化や企業の発展ぶり、熱意などを感じることができたが、最も感動したのは、10 月 20 日(帰国の前日夜)、思いもよらず、そのプレゼントの使用説明書と注意書きがわざわざ送られてきたことだ。細かい点まで行き届いた配慮と同時に、責任感と親切心が伝わってきた。

帰国後に伝えたい情報：

第一に、日本の経済、社会、文化の発展の理念である。特に、価値観、生活を愛する心、流行の追求、環境保護、秩序の遵守、法律の畏敬などである。第二に、日本の人々の友好の心である。8 日間の日程中、外務省、日中友好会館、そして業務関係者に至るまで、心を尽くし責任を全うし、すべての事柄が細かく手配されていて、どれも整然と秩序立っており、どこに行っても親しみある笑顔と、謙虚で礼儀正しい挨拶を受けた。第三に、中日両国国民の相互交流の意義である。今回の活動から見ても、中日の関係はさらに一歩理解を深め、交流と信頼を深めた。双方が協力し、ともに利益を得る必要性を改めて感じた。中日関係が、各方面の関係者の共同の努力によって、より良い軌道に乗っていくことを信じている。

○ 今回の訪日では、3 社のメディアを訪問し、専門的な分野での収穫も大きかった。主たる 3 点を述べる。

① 日本のメディアも中国のメディアも、記者や編集者の評価に対して同じような難しさを抱えており、基準を計量化することは容易ではない。共同通信社では、記者は 5～10 年の地方支局での業務経験を積まねばならず、さらにそこでの業務態度によって、本社に戻った後のポストが決まるとの説明を受けた。社員は半年ごとに報告と面接を受ける。つまり、半年分の業務総括をするのであり、面接の結果によって給与総額の 20%の範囲内で給与が増減する。非常に参考になった。

② 東京の講談社では、“有益で且つ面白い書籍をつくる”という企業文化を学んだ。まさに日本では、講談社と同じような多くの出版社が、有益で面白く対象を的確にした書籍や雑誌を大量に出版しているからこそ、日本人の年平均読書数が 40 冊以上もあるのであり、これは中国人の 10 倍に相当する。こうした理念は学ぶ必要がある。

③ 岡山県の山陽新聞社では、人口 70 万人の都市で 43 万部の新聞が発行されているこ

とを知った。これほどまでの読者率は、中国では、紙の媒体が激減しているマスメディア環境においては全く考えられないことである。文化や閲読の習慣以外にも、一連の“NIE”プログラムの実施が読者を保持しているという点が、非常に参考になった。