

反日暴動の跡を歩く

須賀 努

コラムニスト・アジアンウオッチャー

9月中旬、日本政府による尖閣諸島国有化に端を発した反日デモ・暴動が中国の数都市で吹き荒れた。単なるデモに留まらず、一部地域では日本企業や日本人に対する暴行・略奪も報道され、日中関係は最悪の状況となる。日中友好40周年行事も中止なるなど、その爪痕を大きく残した。

筆者は10月10-17日、27-29日、その中国、上海・南京・長沙の各都市を訪れた。「何もその時期に中国に行かなくても」という声も聞こえたが、敢えて実情を見てみようと思っ掛けた。勿論これは筆者の個人的な体験であり、全てを反映しているとは思われないが、結論としては、「9月中旬に数日あった反日機運は、10月には既に無くなっていたが、しこりのようなものは何となく残り、日本人や日本のマスコミが過剰に反応しているように見えた。また日本製品の販売は苦戦しているが原因は反日だけではない」状況が見て取れた。

南京

高速鉄道で1時間、南京南駅で下車し、タクシーに乗る。運転手が「どこから来たのか」と聞くので、「日本」と答えると、一瞬黙り込んでしまった



写真1 南京の美容院 日本人入店禁止の文字

が、それは我々が日本人だからではなく、行先がちょっと不思議な場所だったからだと後で分かる。こちらが意識過剰になっていると感じた。美容院の電光掲示板に「日本人入店禁止」の文字を見て驚いたが、その次の文字が「シャンプー込みで200元、安いよ」だったのには笑ってしまった。これは一つのスローガンであり、心から言っているとは思われない。

因みに南京というところでも「南京大虐殺」のイメージが強く、反日機運が強い場所、と思いがちだが、実は日頃は特に反日感情が悪い場所ではない。寧ろタクシーの運転手などは、日本人だと分かって親切に案内してくれたケースすらある。ただ、この反日騒ぎの前にも、名古屋市長の発言が物議を醸した。政府や政治と一般庶民とは自ずと異なることを認識する必要がある。

南京には今年になり日系大手家電量販店が進出した。南京はラオックスを買収した蘇寧電機の本拠地でもあり、ラオックスも店を構えている。中国の大手量販店、国美電機なども進出しており、家電激戦区でもある。

その日系量販店の店舗を訪ねて見た。少し分りにくい場所にあり、地元の人にもあまり知られておらず、探すのに苦労した。ようやく中へ入ると、殆どお客の姿はなく、店員の姿ばかりが目立った。店員によれば「国慶節休みの間は連日盛況であった。お客も買い物してしまい、休み明けは閑散としている」とのことであったが、それにしても驚くばかりの閑古鳥。日本にはない、食品コーナーや化粧品



【須賀努氏のプロフィール】

東京外語大中国語科卒。
金融機関で上海留学、台湾2年、香港通算9年、北京同5年の駐在を経験。
現在は中国を中心に東南アジアを広くカバーし、コラムの執筆活動に取り組む。



撮影：佐渡多真子



写真2 長沙平和堂 10月下旬営業再開を告げる幕

コーナーにもお客の姿はなかった。

反日の影響で日本商品がボイコットされているのか。何度も南京に出張している人によれば、反日暴動前でも、お客はそれ程いなかったという。であれば、進出が見込み違いであったということ。断面だけを見ると、反日に結び付けてしまいがちだが、実は中国に進出している日本企業の中には、赤字を垂れ流している法人を抱えている所も少なくない。

長 沙

長沙は9月15日、大規模なデモが発生、この地で15年営業している滋賀のデパート、平和堂が標的となり、暴行・略奪があった場所である。そもそも長沙は第2次大戦中も要衝の地として、日本軍が3度も陥落させた都市、言い換えれば国民党軍との間で激しい戦闘のあった場所である。

その平和堂の店舗へ行って見ると、店の前の大通りでは地下鉄工事が進行中で、平和堂の入居ビルは前を塞がれていた。ただよく見ると確かにガラス窓が割れ、入り口は固く封鎖されていた。すぐ隣のデパートが通常営業していたのを見ても、平和堂だけが狙われたのは明らかだった。

長沙で10年間、白タクの運転手をしているという

男性に話を聞くと「あの日1日だけさ。次の日から何もない。あの日だけ」と事もなげに答える。参加者は学生や地元の労働者が多かったという。彼自身は2003年に当時の国有企業改革で職場をリストラされ、その後定職に付けず、10年が過ぎている。「ライセンスのあるタクシー会社は結構稼げるが、俺たちは」との言葉に、政府への不満が滲み出る。

平和堂は10月下旬に営業を再開するとして、休業中の建物に「開業できることに感謝します。ご来場をお待ちしています」との垂れ幕を出しており、長沙市民は少し後ろめたい思いをしながらこれを眺めているようだ。ただこの言葉には15年培ったこの地への思いもあり、また例え撤退しても他に行くべき場所がない、という日本企業の現状を表しているようにも思えてならない。10月下旬予定通り営業再開したというが売り上げはどうであろうか。

また献血センターの前を通りかかると尖閣諸島の写真が大きく描かれ、愛国に訴えた献血を呼び掛けていた。そして極めつけは記念品として尖閣式USBメモリーを進呈するというのだ。こうなると、反日ではなく話題性に乗った単なる商売であろう。このような行動は日本人には理解できないが、中国各地で「愛国便乗」があったようだ。

上海で中国人の友人が言っていた。「日本製品が好き、買いたいと思う中国人は沢山いるが、今回は今までと違い、ネットでの批判が直ぐに出て来る。得体が知れない」。日中は引っ越すことのできない隣国であり、隣国がとても仲が良いという例はあまりない。領土問題は直ぐに解決できるものではなく、日本企業も自社の中国戦略を実態に即して見直す機会となるのではないだろうか。