

中国日本商会

みつま

三瀨先生の 「ナルホド中国、ナットク中国」



三瀨コラム 中国「津津有味」-30

社団法人「日本在外企業協会」をご存知の方も多いと思います。そこで出版している『海外派遣者ハンドブック・中国実用ノウハウ事例集』上下本は豊富な事例を収録していて、多くの日本企業で重宝がられてきましたが、時代の急速な変化に合わせたリニューアルが必要になり、今、わたくしが主査となって作業を進めております。年内には完成の予定ですが、その中で、中国ビジネスに従事する日本企業の社員及び中国ビジネス直接従事者が中国や中国人をどう思っているかについてのアンケート調査結果の一部を紹介しました。ここでは、そのまたエキスを若干ご披露しましょう。

このアンケートは、2011年～2018年の間に三瀨が行った企業研修のうち、グループディスカッションを実施した延べ約70社、2000人あまりの社員から採取した材料を整理したもので、受講者から出された項目を整理し、70社での得票数から集計しており、全ての会社で項目に入っていれば70票になります。業種は製造業が主です。

特に得票が多かった項目には「ミスをして謝らない」56票（80%）、「交通ルールを無視」51票（73%）、「知財権を無視した模倣生産」47票（67%）等々。

なお、プラスイメージ、マイナスイメージの算出数字は、各項目をプラス・マイナスイメージと、どちらともとれるその他に分類したうえで、それぞれの分類の獲得票数を総和し、テーマ別分野における全得票数に占める割合を示したものです。

まず、「中国そのものに対するイメージ」を見ると、プラスイメージが9.7%、マイナスイメージが42%と、マイナスイメージが圧倒的に多い。但し、一般の新聞などのアンケートによる、時に80%も越えるような高率ではなく、其の他が48.3%と半数近くに達してマイナスイメージを上回っている。これは、中国に対する知識が、反中一辺倒のネガティブキャンペーン情報しか耳に入らない一般国民に比べ豊富であり、多岐にわたっているからでしょう。

情報統制、領土的野心を挙げた人が多い一方、貧富の差が大きい、とか、国内地域同士の仲が悪い、などといった指摘は、実際の見聞や体験による裏打ちが感じられます。ついでながら、プラスイメージの上位に、料理が豊富、酒がうまい、などが並んでいるのは、宴会が多い中国ビジネスを象徴しているのかもしれない。

面白いのが「中国人のイメージ」という項目で、プラスイメージが33.8%あるのに対し、マイナスイメージがわずか10.8%、其の他が55.4%と過半数を超えていることです。若干の差はありますが、中国という国に対するイメージと、中国人という人に対するイメージがほぼ逆転した比率を示しています。プラスイメージで特徴的なのは、一人ひとりはいいい人、と言う感想で、国と人とははっきり区別しています。そこには、家族を大事にす

中国日本商会

みつま

三渚先生の 「ナルホド中国、ナットク中国」



る、恩を大切にする、家族を大事にする、という項目が並んでいます。つまり、人間関係、人と人との絆を大事にする中国人の行動が支持されているわけです。その一方で、マイナスイメージとして、真の友人になるのに時間がかかる、赤の他人を無視する、という感想は、そういった絆が一朝一夕でできるものではないことを示唆しています。これは鋭い指摘であり、ビジネスを通して獲得した貴重な経験的知識と言えましょう。