

対東南アジア外交政策の日中比較 —パブリック・ディプロマシーの観点から—

劉 雪 林

目次

はじめに

1. 概念の定着

1-1 日本の「広報文化外交」

1-2 中国の「公共外交」

1. 実践過程

2-1 対東南アジアPD政策の理念変化

2-2 対東南アジアPD事業の展開

3. 評価と展望

おわりに

キーワード：日本、中国、東南アジア、外交
政策、パブリック・ディプロマ
シー（PD）

はじめに

国際関係の主体には、国家、政府、地域集団のほかに、国民や民間団体もある。伝統的な国際関係では、国家間、政府間の関係のみ重視されていたが、グローバル化と情報社会が進んでいく21世紀に入ってから、国民や民間団体が主な担い手である民間関係としての国際関係は、重要性を増している。国際社会における相互理解、世論形成、国のイメージの向上も国際関係にますます大きな影響を及ぼすようになった。それを背景に、国際社会では直接、国民や国民集団に働きかけるパブリック・ディプロマシー（以下「PD」と略称する）の重要性が指摘されることが多くなってきた。

日本および中国にとって、東南アジアは地政学的な要衝であり、それぞれの外交において重要な位置を占めている。21世紀に入ってから、日中両国とも、自国の対東南アジアの外交政策を円滑に推進するために、ソフト・パワーの活用を中心的な役割を果たしている「PD」を重要視してきた。金子将史が指摘するように、グローバル化と情報化が進んでいる国際社会では、国家イメージが実力以上の力を持つ傾向が強まり、国や国民に対する関心や好意、信頼を高めることが、国の対外的影響力を強める（金子将史 [2010]）。例えば、日本では、1970年代に経済摩擦で東南アジアでの反日運動が発生して以来、文化交流を通して信頼感の醸成や国のイメージの改善に取り組んできた。1970年代後半からは、無償文化協力、遺跡保存事業、ASEAN文化基金といった枠組みを通じた支援も強化され、東南アジアはアメリカと並ぶ日本のPDの主要ターゲットの一つとなったと、渡辺靖は指摘している（渡辺靖 [2011]）。21世紀に入って特に2012年12月に第二次安倍政権が発足して以来、活発なPDを展開し、そのなかで対東南アジアへの対外発信を強化する姿勢を示した。

一方、中国では、2000年代以降、中国の指導者や有識者は西側のネガティブな報道に対し危機感を強め、「中国脅威論」をはじめとする外国の批判に反論し、世界に中国の国情や対外政策を説明する必要性について問題意識を共有する

ようになった（青山瑠妙 [2007]）。PDをめぐる議論が加速する中、中国を脅威と見なされるのは、あくまでも文化相違由来が想定され、文化を基本とする公共外交の展開はお互いの理解増進にきわめて効果的な手段だと捉えるようになった（趙啓正 [2011]）。こうした認識のもとで、中国の地政学的な要衝と「一带一路」戦略構想の重要地域としての東南アジアは、中国の台頭に対する誤解を解消し、責任ある大国のイメージと「和諧世界」外交理念を伝える舞台とされる必要があると強調された（唐翀 [2011]）。近年、東南アジアへの公共外交は「一带一路」戦略構想の一環として位置づけられるべきだという認識が広まり、「一带一路」戦略構想に奉仕できることが期待されている。有識者たちはそれに関する研究は多くなされたが、期待した効果がえられなかったのが現状である。なぜなら、中国のPDにおいて、宣伝広報が「内向き」のため不利な立場にたたされていることもあり（唐小松 [2006]）、お互いの認識にギャップも存在するためだと考えられる。この新たな課題に焦点を合せて、近年、中国政府は、東南アジア向けの文化発信力と影響力をさらに強化していく姿勢を示した。

こうして、国の外交政策においてPDの重要性が高まると、日中両国では東南アジアに対する独自の戦略と仕組みを展開していく動きが見られ、自国の魅力をアピールしたり、自国の文化や価値観などを他国民に働きかけたりする動きが活発化しているなかで、国家ブランドをめぐる競争とアジアの多文化共生のありかたなどの課題も絡まっている。そこで本稿は、日本と中国は東南アジアに対して、いかなるPD政策を展開するかについて詳しく検証することを目的としている。具体的には、まずは日中両国においてPDの概念が導入されたプロセスを踏ま

えたうえで、PDを対象とする概念の定着を解明する。次に、対外政策としての日中両国それぞれの対東南アジアPDの理念変容や事業展開を時系列的に概観する。最後に、日中両国が行っているPD政策の成果と問題を検討する。それらを踏まえて、対東南アジア政策としての日中両国のPDの今後の方向性について論じる。

1. 概念の定着

PDという言葉をはじめて用いたのはアメリカの元外交官エドムンド・ガリオン（Edmund Gullion）である。ガリオンによると、PDとは、「政府が自国の政策を外国に伝達する際に重要なことは、相手国の国民と意見、関心、文化を交換して理解すること、それを政策決定者に伝えてアドバイスすること、それが政策に反映されること、その結果立案された政策に関して相手国に説明し影響を与えること¹」であるという。PDという概念がアメリカ政府に最初に導入されたのは、国が他国の国民に直接働きかけて自国の外交目標と国益の達成に有利に働くからだという意図が見られる。後にアメリカ政府によってPDを政策概念として定着し、「アメリカ同時多発テロ事件」以降、それに関する論調が高まり、国際社会で広く流通するようになった。現在のところ、外交の目的を達成するには、国際文化交流、情報発信、人的交流、国際放送などが含まれるPDによって国民レベルに働きかけていくことが必要であるという認識が、国際社会では共有されるようになっている。

PDが外交政策として重要視される背景には、「ソフト・パワー」論の隆盛があった。ソフト・パワーは、アメリカのジョセフ・ナイ（Joseph S.Nye）教授によって提出された概念であり、「国の文化、政治的価値観、政策の魅力によって生

¹ 渡辺靖『文化と外交—PD時代』中央公論新社、2011

年、22頁

まれ、強制や報酬ではなく、魅力によって望む結果を得る能力である²」と定義されている（ナイ [2004]）。それ以降、情報社会と市民社会が進んでいる外交環境の変化のなかで、国の有する文化資産や政策の魅力などにより国際社会から信頼や理解を獲得し得るソフト・パワーを外交手段として戦略的に活用することを強調する国が多くなってきた。そのような状況のなかで、ソフト・パワーを向上させる外交実践として位置づけられるPDは注目されるようになった。PDという用語が日中両国に導入されてから、定義の定着までだいぶ時間がかかったが、その語訳として、日本語では「広報文化外交」、中国語では「公共外交」と訳されることが多い。

1-1 日本の「広報文化外交」

日本では、PDが「広報文化外交」という用語にたどり着いたのはごく最近のことであったが、文化を政策として外交に活用することは戦後から長い歴史を歩んできたといってもいい。戦後、国際社会への復帰を目指して、片山首相が『日本国憲法』のもとでの第1回国会での施政方針演説の中で、「国民に健康にしかつ文化的なる生活を保障する国家造りを目指したい」と述べたように、日本は「文化国家の建設」への歩みを始めた。続いて、1951年12月に公表した『外務省設置法』により、外務省に情報文化局が設置され、主に①対外政策や国際情勢の対内と対外報道並びに情報の収集、②各国との文化交流及び国際文化機関との協力を含めた事務をつかさどるとされた³。1960年代、1970年代には経済の大きな発展に伴い、1972年に国際交

流基金の設立をはじめ、日本政府は対外広報や国際文化交流を本格化させてくるのであった。

1980年代以降、経済活動の世界進出による貿易摩擦は対日不信感を助長し、「日本異質論」や「日本脅威論」に象徴される対日批判の流布も増した。こうした状況を背景に、1984年に外務省に文化交流部を設置、1986年に竹下首相が日本が世界に「国際貢献」と宣言し、翌年、竹下首相はロンドンでの演説のなかで、「国際文化交流の強化」を外交政策の柱と位置づけた。平野健一郎が指摘しているように、1980年以降の日本ではアジア諸国との双方向交流、多様な主体の連携などのかたちをとる新しい国際文化交流事業が、政府の対外政策の柱として位置付けられ、展開していった⁴。

1990年代初期から、冷戦の終結とグローバル化の進展により、日本ではNPOやNGOなどの市民組織の活動が活発となり、政府以外に多くのアクターが国際文化交流に参加するようになった。アクターの多様化が、PDの質的転換を促すきっかけとなり、政府はより中長期的で戦略的な観点から対外広報の実施によって対日イメージの向上や、双方向的な文化交流によって地域共通感の育成などに重点を置くようになった。このように、日本のPDは「誤解を解く」ことから「経験を共有する」ことへと重点がシフトしたのである⁵。

21世紀に入ってから、特に「アメリカ同時多発テロ事件」の勃発以降、文明衝突論が一時的に国際社会に大きな衝撃を伝え、PDが変容する契機ともなった。その状況と相まって、日本では「広報文化外交」に対する認識も高まってき、組織面においても政策面においても、政府

² ジョセフ・ナイ『ソフト・パワー』（山岡洋一訳）、日本経済新聞社、2004年、10頁

³ 衆議院、法律第二百八十三号（昭二六・一二・一）「外務省設置法」、http://www.shugiin.go.jp/internet/itdb_housei.nsf/html/houritsu/01219511201283.htm、（2020

年2月5日）

⁴ 平野健一郎『戦後日本の国際文化交流』勁草書房、2005年、68頁

⁵ 渡辺靖『文化と外交—PD時代』、中央公論新社、2011年、22頁

は広報文化外交を強化する姿勢を示した。組織面からみると、まず、2001年1月に中央省庁等の改革により外務省と文化庁の役割を明確化し、外務省および国際交流基金によって行われる文化交流活動を外交に資するものに特化した。つづいて、2004年8月に外務省機構改革により、80年代に分化した対外広報と国際文化交流を再統合し、「広報文化交流部」を設立した。外務省が意識的に「広報文化外交」を使い始めたのもこの時期である。機構改編後、外務省が対外文化交流戦略の策定と中長期の目標設定、国際交流基金が事業の実施を行うことになった。また、2012年12月に第二次安倍政権は発足するやいなや、世界に対する対外発信を重視し、活発なPDを展開するなか、広報文化交流部を廃止し、広報文化外交戦略課を新設した。その目的は、「外務省による迅速かつ一体的な内外への情報発信を効果的に行う体制を強化⁶」することであった。

一方、政策面においては、政治家や有識者による広報文化外交に関する講演、研究が多くなされている。まず外務省機構改編の一環として、政府は2004年8月に「日本の対外イメージを向上させ、日本文化の持つ魅力を外交上もソフト・パワーとして最大限活用するため、広報文化交流部を新設し、海外広報と文化交流を連携させたPDを展開⁷」させることとした。続いて12月に小泉首相が有識者を集め、「文化外交の推進に関する懇談会」を開催し、その狙いは「日本外交に幅と奥行きを与えるものとしての文化交流や知的交流の在り方につき有識者の提言を得る⁸」とした。さらに、PDの実践に向け

て、有識者や財団による研究が成果をあげ、「クール・ジャパン」「対外文化発信」などの言葉が登場し、広報文化活動を格段に強化してきた。

こうした研究の進展を踏まえ、日本でPDの概念を定着させたのは金子将史であった。金子将史によると、PDは「自国の対外的な利益と目的の達成に資するべく、自国のプレゼンスを高め、イメージを向上させ、自国についての理解を深めるために、海外の個人及び組織と関係を構築し、対話を持ち、情報を発信し、交流するなどの形で行われる活動⁹」と定義された。このように政府の積極的で確実な取組によって、広報文化外交への認識が明確化されているとともに、政治家や有識者の戦略的重要性に対する認識も高まった。だが、星山隆が指摘しているように、21世紀初めの約10年間を振り返ってみると、「多くの国々がPDの戦略的重要性に対する認識を高める中で、日本政府は必ずしも明確な認識をもってそれを戦略的に用いるに到っていない¹⁰」ということであり、本格的に国家の戦略レベルに持ち上げたのは第二次安倍政権発足してからだといえよう。第二次安倍政権が発足するやいなや、世界に対する対外発信を重要な外交課題とし、活発なPDを展開し始め、積極的な対外発信戦略をとることにしたのである。

1-2 中国の「公共外交」

中国では、「公共外交」という語は政府に用いられたのはかなり遅かったが、建国されて以来、相手国の国民に働きかける「文化外交」「民間外

⁶ 外務省広報文化外交戦略課、外務省における広報文化外交の取組、http://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/.../shiryo_2.pdf、(2019年7月3日)

⁷ 外務省、平成17年版外交青書、<http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/culture/index.html>、(2019年7月3日)

⁸ 外務省、文化外交の推進に関する懇談会、http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/staff/bunka_gaiko/

<pdfs/050104.pdf>、(2019年7月3日)

⁹ 金子将史、北野充『PD「世論の時代」の外交戦略』PHP研究所、2007年、15頁

¹⁰ 星山隆、「日本外交とPD～ソフト・パワーの活用と対外発信の強化に向けて～」報告書、<http://www.iips.org/research/data/bp334j.pdf>、(2019年7月3日)

交」などの用語は常に使われ、文化を外交に取り入れる実践活動も行われてきた。1949年に中華人民共和国が成立してまもなく、冷戦対峙とアメリカの封鎖という厳しい状況に置かれ、外交難局の打開や各国との国交正常化を実現するために、政策宣伝や文化交流を主な形としての文化外交の重要性が強調された。1956年4月5日に、周恩来総理（当時）は第2回駐外使節会議において、「我が国の外交は政治、経済、文化という3つの部分からなり、そして常に経済、文化が先行すべきだ¹¹」と強調した。こうした認識のもとで、1950年代～1970年代前半期までの中国の公共外交は、政府主導下の宣伝や文化交流を通して、①ソ連を中心とする社会的陣営を対象に、中国革命の勝利と社会主義というイデオロギーをアピールすること、②アジア・アフリカ・ラテンアメリカの発展途上国を対象に、国際友好関係の基盤を拡大すること、③西側世界の諸国を対象に、国交を正常化することに向けられてきた。

1978年以後、改革開放政策が実施され、当時の指導者鄧小平によって、国家発展戦略の中心が経済建設に移行された。これを背景にして、外資誘致、或いはより多くの国と良い経済関係を築いていくために、協力的で平和を愛し、開放的な発展途上国という中国のイメージを世界に伝えることが必要とされた。新華社社長朱穆之（当時）に「対外開放を実施するにはまず対外宣伝が必要だ¹²」と主張された通り、「対外宣伝」は当時の公共外交の中心となった。1980年4月に、中央対外宣伝弁公室が設置され、それをきっかけに、海外向けのラジオやテレビ、新聞・出版事業は花を咲かせた。1980年代～1990年代にかけて、①ラジオ事業において、記者の海外駐在拠点は16カ所建てられ、②テレビ事業

において、国際衛星チャンネルによって世界中に放送でき、③新聞・出版事業において、海外の新華社支社は101社増設され、外文局によって海外での出版発行量が大幅に増加し、1980年から1989年までの十年間の発行量は35017万冊であった、それに『中国日報』や『人民日報』、『瞭望』などの海外版も相次いで創刊され、これらをもって公共外交の基盤の充実・拡大に大きな成果を上げたと考えられる。

冷戦後、意識的に対外宣伝の役割を担う組織が設立され、PDの部分的な役割を果たしていた。1991年1月に、國務院に「新聞弁公室」が新設され、主な機能は「中国メディアによって、国の対内と対外の政策、経済社会の発展情勢及び歴史や、科学技術、教育文化などの状況を世界に宣伝することとされていた。当時主任を務めていた趙啓正は「宣伝」という語のプロパガンダのイメージを意識し、それを「説明」と直した。

ソフト・パワー論が重要視され、本当の意味の公共外交が実践されるのは、21世紀にはいつからである。その前に、1998年にPDの取組を強化しようとする動きがすでに見られ、具体的表現としては、PDの専門家である趙啓正が國務院新聞弁公室の主任に任命されることであった。その後江沢民総書記は1999年2月に開催された全国対外宣伝工作会議で包括的な対外イメージ戦略を打ち出し、また2001年に対外宣伝弁公室を7つの内局を持つ組織に拡大した。これをきっかけに政府から対外の「文化発信」を重視するようになった。

経済発展に伴い、国際社会における中国の影響力が拡大しつつあるという外交環境の変化によって、2000年代後半から、中国でのPDについての認識は政府関係者と有識者との間で共有

¹¹ 宋恩繁『中華人民共和国外交大事記』（第1巻）世界知識出版社、1997年、255頁

¹² 申宏磊「対外宣伝工作広改革開放而——專訪新時期外宣事業の開拓者朱朱穆之」『対外伝播』、2008年第1期

されるようになった。政府から見れば2007年に開催された中国共産党第17回全国代表大会で、胡錦濤総書記が「国の文化、ソフト・パワーの向上」と呼びかけて以来、ソフト・パワーまたそれを強化するための文化外交が、対外政策の重要課題と位置づけられるようになった。それ以降、2009年7月に胡錦濤は第11回駐外使節会議において、はじめて「公共外交」という言葉を使用した。それから2010年に全国「两会」の開催中、外交部長楊潔篪（当時）ははじめて公の場合で「公共外交」について言及した。楊潔篪によると、公共外交は「客観的な中国認識を作り出し、中国の歴史、文化、発展モデル、政治理念、内外政策に対する理解を促進し、平和的かつ協力的で、責任のある国家だという中国のイメージを確立し、発信力を強め、国家の発展戦略と外交政策の遂行を保障」するものとされている。一方、有識者から公共外交についての議論も2000年以降活発に展開され、中国の特色のある公共外交の研究と実践が多くなされてきた。その代表作として、元國務院新聞弁公室主任趙啓正の『中国の公共外交』（2011）が挙げられる。趙啓正によると、公共外交は「外国の国民に自国の国情や政策、理解しにくいことを説明するものであり、その目的は、自国のイメージの向上、自国に対する他国民の態度の改善である」とされている。趙啓正に提出された「公共外交」概念が広く認められている。

以上を踏まえて、公共外交という概念が定着し、国家の発展戦略と外交政策を策定するなどの場合で、一般用語として政府関係者や最高指導者によって使用されるようになった。2010年10月に発表された「第12次5ヶ年計画」では、公共外交が取り上げられ、国家戦略方針の中ではじめて言及された。さらに、2011年10に行

われた中国共産党第17期第6回中央委員会総会で「文化体制改革を深化させ、社会主義文化の大発展大繁栄を推進させることについての若干の重大問題に関する決定」が発表され、「文化強国」戦略を打ち出した。そのなかで「文化強国実現のため、公共文化サービス体系の構築が必要であり、優秀な伝統文化の継承システムを構築する必要がある¹³」と強調され、世界における中華文化の影響力の向上を目指していることが見て取れる。ついに、2012年に行われた中国共産党第18回全国代表大会において、その報告書に「確実に公共外交と人文外交を展開していくべし」と書き入れられ、公共外交は国家の発展戦略に位置づけられた。その後、2012年には外交部による公共外交事務室と中国公共外交協会の設立をはじめ、広東、上海、天津など多くの地方でも公共外交協会が次々と設立された。

以上のように、日中両国におけるPDという概念が導入され、定着するプロセスからわかるように、グローバル化や情報化が進んでいるなか、両国は共に他国民に対する広報、文化交流の重要性を意識し、PDによって相互理解や親近感を醸成し、自国の外交政策をスムーズに展開することに強い期待をもっているといえる。こういう文脈のなかで、日中両国は東南アジアに対するPDをいかに展開してきたのか、いかなる成果を収めたか、次にそれぞれの実践過程を検証してみる。

2. 実践過程

2-1 対東南アジアPD政策の理念変化

「PD」は外交政策の用語として一般化されるのは21世紀に入ってからのことであったが、外交政策を効果的に実施するために対外広報や文

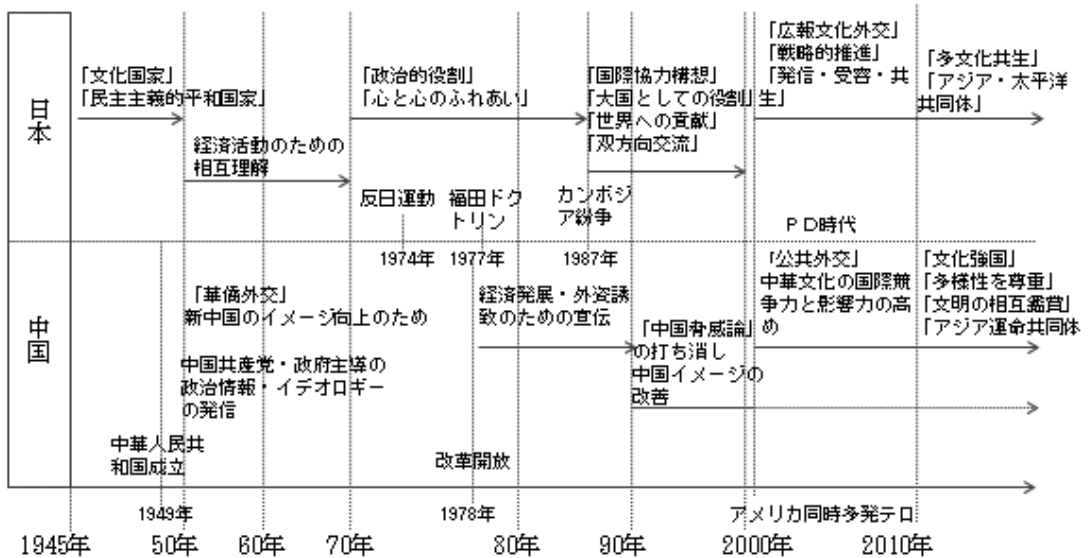
¹³ 新華網、中共十七届中央委员会第6次全体会議公報、
<http://news.sohu.com/20111018/n322602913.shtml>、

（2019年7月8日）

化交流を意識的に利用することは戦後から始まっていた。国際環境の変化や国の対外政策の調

整によって、日中両国におけるPDをめぐる理念や目的も段階的に変化してきた。

図1 対東南アジアPDの目的と理念をめぐる動き



出所：筆者により作成

戦後、日本は「平和国家」「文化国家」とのイメージで発足し、東南アジア諸国を主なターゲットとしてPDを行い、政策理念や目的をめぐる認識も文化が国際関係における役割が重要視された流れのなかで深くなってきた。1950年代から70年代前半まで、東南アジアにおけるPDは政策広報や日本文化紹介などが中心であり、二国間の交流に重点が置かれていた。この時期において、文化が国際関係での役割はあくまでも「経済活動の潤滑剤として、副次的・補助的に位置づけられていた¹⁴」と指摘されているように、経済活動を順調に展開するための一方向的な文化発信だけであった。

1970年代に入ると、東南アジアでは日本の経済進出をめぐる反発が顕著となり、1972年にタイで大規模な反日運動が発生した。貿易摩擦は

対日世論の悪化を助長し、「日本異質論」に象徴される対日不信感も浮上してきた。そうした状況のなかで、1977年に福田赳夫首相がASEAN 5カ国（マレーシア、フィリピン、タイ、シンガポール、インドネシア）を訪問した際に、「福田ドクトリン」のなかで「心と心のふれあい」を提唱し、東南アジアに対して本格的なPDの取組を始めたといえる。それをきっかけに、1980年代以降、東南アジアへの日本のPD政策の理念は根本的な変容を遂げ、その変化の特徴は、①政府が主から政府と民間組織や財団などが連携へ、②一方向的な文化発信から双方向的な交流志向の増大の2点にまとめられる。その要因を考えてみれば、経済摩擦解消のためのほかに、経済大国を実現した日本は「政治的役割」を果たす責任感を持つ大国イメージ

¹⁴ 平野健一郎『戦後日本の国際文化交流』勁草書房、

2005年、57頁

を世界に伝えようとする目的も含まれているといえよう。その例として、1990年に国際交流基金にASEANセンターが設立され、積極的にASEANの文化を紹介することが挙げられる。その後、双方向的な交流理念が日本のPDに取り入れられ、中長期的な視点に立ってお互いの信頼関係の構築に取り組んできた。

1990年代後半から、日本のPDにはまた大きな変化があった。1995年にASEANセンターがアジアセンターに改組され、アジア地域内の多角的交流、地域統合志向交流へと方向性を向けたことである。その背景には、日米貿易摩擦を経験した日本は再びアジア地域の重要性を認識し、「世界への貢献」を唱え、その対象としての東南アジアとのPD経験を活かし、より広いアジア地域を枠組みとして、多角的な文化交流事業を展開することを通して、新しい国際環境における日本のアイデンティティを追求しようとする考えがあった。

21世紀に入って、特に「アメリカ同時多発テロ事件」が発生して以来、アメリカをはじめEUや日本、中国、韓国などアジア諸国が再びPDの重要性を再確認し、外国に対する独自の戦略と仕組みを持った国が飛躍的に増加し、PDをめぐる国際競争も激しくなっている。東南アジアの状況を見れば、アメリカと中国も積極的な政策広報や文化攻勢を通してこの地域でのプレゼンスを高めることに取り組んでいる姿勢が見られる。こうしていくと、ASEANが再びアメリカ影響圏と中国影響圏に分断される恐れがあるだろうという懸念が、日本の政治関係者や有識者の間に持たれるようになった。そこで対東南アジアのPD政策には①文化予算をASEAN諸国に傾斜し、文化発信力を一段と強化する②地域形成志向を目指し、ASEAN地域統合を促

進すると2つの方向性が見られている。特に2012年12月に、第二次安倍政権が発足すると、日本のPDを強化すべきだという認識が一段と強く持たれ、政権の優先課題となった¹⁵。

東南アジアへのPDは日本に比べて、中国での発足がたいへん遅かった。それにしても、戦後以来、対東南アジアの中国の公共外交は政策目標と理念に段階的な特徴が見て取れる。まずは中華人民共和国が成立してから改革開放までの冷戦対立時期である。この時期において、新中国のイメージの向上を図るために、中国の公共外交は主にベトナムやラオスなどの社会主義国家を対象として、政府主導のもとでイデオロギーや政治政策の宣伝を行っていた。主な担い手は新華社の在外支社であり、一方向的な政治宣伝が特徴であった。次に1978年に改革開放政策が実施されてから冷戦の終わりまでは第二段階である。この時期において、東南アジアの華僑の力を借りて経済発展を促進するために、ラジオ・テレビ・新聞などのメディアを通して、中国经济発展の状況などを主な内容とする対外宣伝が続いていた。

冷戦が終わってから、特に「アメリカ同時多発テロ事件」以降、アメリカをはじめ、西欧諸国がPDを重要視していくなか、経済の急速な発展に伴う国際社会で流布している「中国脅威論」を払拭し、中国イメージを改善するために、本格的な公共外交の道に歩みだした。目覚ましい経済発展を実現した中国は、公共外交の目標を調整し、21世紀の中国イメージをアピールすることに重点を置いてきた。21世紀の中国イメージとしては、対外広報におけるキーワードを検証してみれば、「平和的な台頭」「中国式の経済発展モデル」「中華伝統優秀文化」「運命共同体」などが挙げられる。つまり、開放的で明るいイ

¹⁵ 栞原響子、第二次安倍政権下の対米PD～その実情と効果についての一考察～、[https://ir.librar.yosaka-u.](https://ir.librar.yosaka-u.ac.jp/repo/ouka/all/60688/osipp_040_035.pdf)

[ac.jp/repo/ouka/all/60688/osipp_040_035.pdf](https://ir.librar.yosaka-u.ac.jp/repo/ouka/all/60688/osipp_040_035.pdf)、(2019年7月8日)

メージ、平和的で責任感を持つ大国イメージの向上は大国となった中国が公共外交の役割に期待しているものと捉えられる。こうした認識のもとで、中国政府は戦略的なPDを開始し、孔子学院の開設をはじめ、中国語教育や留学生教育、文化イベントなどの事業を東南アジア諸国で大規模に実施し、文化発信力と影響力を強化していく姿勢を強く示している。こうした東南アジアへの戦略的文化発信は、「文化強国」の建設と「一帯一路」の構想という国家発展戦略も絡み合い、ソフト・パワー遂行の一部となり、21世紀の中国のアイデンティティを高めることにも寄与している。

これまで日中における対東南アジアPD政策の理念や目的の分析により明らかになったのは、日中両国は独自のPD政策を活発に推し進めてきたが、焦点は段階によって異なっていることである。日本の場合は、「経済摩擦解消の手段～一方向的な文化発信～双方向的な交流～地域統合志向」という流れのなかで、直接的な政策表現から中長期的観点からきめ細かい営みに移り変わり、大きな成果も収めた。また、中国の場合は、「ソフト・パワー」を徹底している文脈のなかでPDを捉え、21世紀の中国のアイデンティティを確立するために積極的で量にまかしたPDを行っている最中である。いずれにしても、PDはあくまでも外交目標を実現するための手段であり、日中両国の対東南アジアPDの最終的着地点が、自国に対する好感度が定着し、より幅広い層にポジティブなイメージを持ってもらい、経済発展に有利な環境をつくったり、大国としての役割を果たし、地域でのプレゼンスを拡大したりすることを通して、国益を実現することである。

2-2 対東南アジアPD事業の展開

日中におけるPD事業は独自の文脈でポジティブな発信を展開し、相互理解や自国イメージの向上に取り組み、具体的には、①報道機関やメディア、各種外国語広報資料による情報発信②文化紹介事業や文化イベントによる文化交流③留学生交流や若手交流プログラムによる人的交流④語学の海外普及や研究支援、シンポジウムの開催による知的交流などが含まれる。

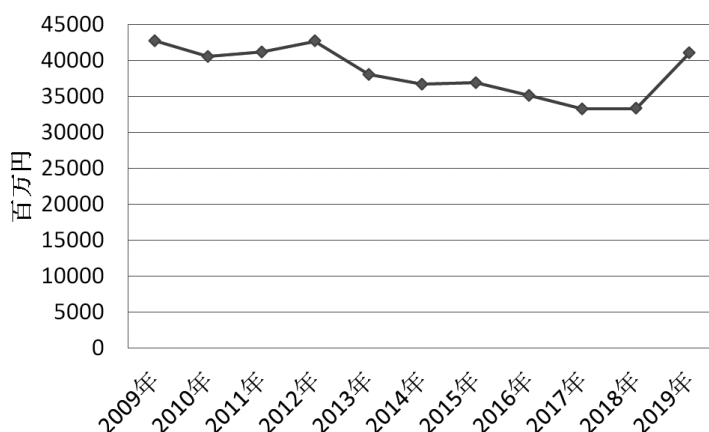
ここ数年、国際的なPDの場で競争が激しくなるなか、PD事業をより効果的に行うために、日中両国はPD事業にかかる予算を増額してきた。日本では、PD事業を推進する機関として、主に外務省と文化庁が挙げられる。近年、外務省と文化庁の予算において、「戦略的対外発信」を重点項目として、それにかかる費用の増額が行われた。2015年度日本外務省予算においては、重点項目として掲げられている「戦略的対外発信」のため、約700億円が計上され、補正予算計上分305億円と合わせれば、対前年度比500億円の増となる¹⁶。この「戦略的対外発信」は政策広報としてのPD事業の中核であり、それにかかる増額分に関する事業項目は、主に日本の「正しい姿」の発信や知日派の育成、並びに在外公館による発信の強化とされている。一方、日本文化庁の予算において、2009年から日本文化の戦略的発信を重点事項として掲げられ、「日本文化の発信」への予算額を増加し、海外への文化発信、文化財の国際協力の推進、外国人に対する日本語教育の充実、文化発信を支える基盤の整備・充実などのPD事業に効果的な援助を提供してきた。(図2)

¹⁶ 外務省、平成27年度予算―「地球儀を俯瞰する外交」を実現するために、<http://www.mofa.go.jp/mOfaj/>

files/000064869.pdf、(2020年2月5日)

図 2

文化庁「日本文化の発信」事項予算額の推移



出所：日本文化庁予算の概要各年度（https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/yosan/index.html）により作成

中国では、ここ十数年、文化部の予算において、「文化・体育・メディア」事項の予算額は大幅に増額され、2007年度は265592.86万元であったが、2019年度は568289.18万元となり、2倍以上も増えた¹⁷。各年度の『文化部予算の概要』によると、その増額分は主に文化交流や文化財の保護伝承、及びメディア・出版事業という文化発信の基盤を充実する事業にかかったとされている。特に、2018年度の文化部の予算において、「対外文化交流と協力」プロジェクトが実施され、2018年～2020年三年間合わせて107,340万元が計上されている¹⁸。中国のPD事業を推進していくことを目指しているこの事項は、主に政府主導の文化交流、中国文化の対外発信、政策広報などの項目へ援助を提供している。

PD事業にかかる予算額のみを単純に比較することは意味が少なく、その背景に国の政策や動向を合わせてみるのが重要である。近年、「一帯一路」構想の実施に伴い、東南アジアは中国の公共外交の重点地域と位置づけられ、東南ア

ジア諸国に投入するPD資金も大幅に増額するのに対して、安倍政権は2020年の東京オリンピックまで300億円を国際交流基金に与え、アジアセンターを活発化させようとしていたが、ほとんどはASEAN諸国に向けていた。こうした文化力とプレゼンスをめぐる競争意識を織り込みながら、日中両国は独自のPD事業を展開している。

(1) メディアによる情報発信

情報を発信するとは、報道メディアなどによって対象国とその国民に自国の立場を理解してもらうことである。情報を発信するだけでは、一方的なプロパガンダになる可能性が高いが、メディア環境の激変（SNS、グローバル・メディア）でそれを効果的に活用する情報発信は政府に重視されている。

2000年以降、中国の政策関係者は「中国脅威論」などの西側のネガティブな報道に対し危機感を強め、中国を正しく理解してもらう必要があると認識してから、メディアによる積極的な情報発信に乗り出した。現在、中国国際放送は

¹⁷ 戴延年、陳日濃『中国外文局五十年大事記』新星出版社、1999年、20、44、74、100、122、145、166頁

¹⁸ 中国文化と旅行部、2018年度部門予算、<http://120.22>

1.32.84:6510/zwgk.mct.gov.cn/auto255/201804/W020180413575970323898.pdf、(2020年2月5日)

40以上の言語で放送され、ウェブサイトも50以上の言語に対応している。日本では中国の台頭による自国の存在感の相対的低下というパワー・シフトへの懸念があり、安倍政権発足後に、SNSを用いて日本の多様な魅力などの情報発信を積極的に行っている。

(2) 語学教育の普及

海外における語学教育は、外国との交流の担い手を育て、自国への理解と認識を深めることを通して、友好関係の基盤を作るためにきわめて重要であるため、日本と中国は東南アジアにおける国語の普及に努めている。中国では、経済の急速な発展に伴い、東南アジア及び世界で中国語を学ぶブームが起こってから、政府は中国語の海外普及に努めてきた。現在、東南アジア、特にインドネシア、マレーシア、タイなどの諸国で中国語がすでに国民教育体系に入っている。東南アジアは中国語学校を3000か所以上持っており、中国語教育の重点地域である。(表1) そのほかに、孔子学院や「漢弁」*などの機関を媒介として、短期的及び中長期的な中国語トレーニングも大規模に行われている。(表2)

表1 東南アジアにおける中国語の学習者数
(2015年度)

	大学生 (万人)	中小学生 (万人)
インドネシア	623	5223
フィリピン	263	2045
ベトナム	225	1207
タイ	241	958
ミャンマー	63	798
マレーシア	108	564
カンボジア	22	306
ラオス	1.4	14
シンガポール	2.6	5.3
東ティモール	1.8	3.5
ブルネイ	0.8	9.3

出所：経済協力開発機構（OECD）ウェブサイトのデータにより作成

表2 東南アジアにおける孔子学院の開設状況
(2018年まで)

国別	孔子学院	孔子レッスン
タイ	16	21
インドネシア	7	2
フィリピン	4	3
マレーシア	4	1
カンボジア	2	3
ラオス	2	5
シンガポール	1	2
ベトナム	1	0
ミャンマー	0	3
合計	37	40

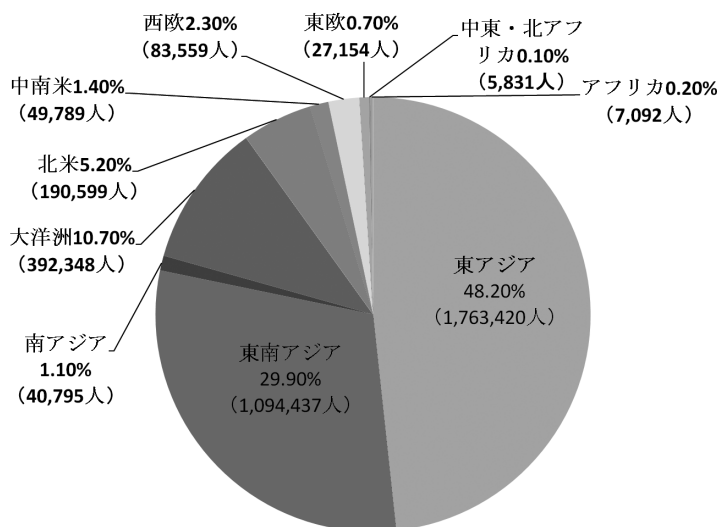
出所：孔子学院総部「2018年度孔子学院発展報告」
(<http://duiwaihanhanyugkk.com/>) により作成

戦後約20年を経て日本は復興し、海外で日本語教育を普及しようとする際に、東南アジアを最初に選択したのである。それから40年間あまり経っても、東南アジアでの日本語教育が盛んである。全世界における学習者の総数を地域別に比較すると、東南アジアにおける学習者の割合は高いことが分かる。(図3) 特に、安倍政権が発足後、2020年の東京オリンピックまでの7年間で300億円を国際交流基金に与え、アジアセンターを復活させた。その資金のほとんどはASEAN諸国に向ける日本語教育に使用されており、3000名の日本語教育ボランティアをASEAN諸国の中等教育機関にも派遣するという。ここから日中両国は、東南アジアにおける語学教育をめぐる競争が激しくなる動きが見られる。

*「漢弁」とは国家漢語国際推广領導小組弁公室の略称であり、教育部に管轄され、孔子学院の開設や海外にお

ける中国語教育などの事業を展開する機関である。

図3 2015年度海外の日本語学習者数の割合（計366万人）



出所：国際交流基金、海外の日本語教育の現状と課題、http://www.nkg.or.jp/wp/wp-content/uploads/2017/06/20170615_JF.pdf

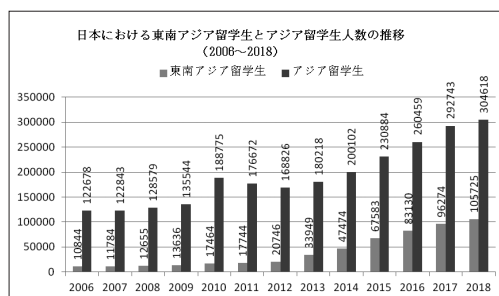
（３）留学生交流事業

留学生交流はPDにおける人的交流の主要事業であり、PDを効果的に役割を発揮する重要な基盤でもある。優秀な外国人留学生をめぐってすでに獲得競争が生じている。こうした背景に、中国政府は2010年に発表した「国家中長期教育改革・発展計画綱要（2010～2020年）」において、国際教育協力の展開を通じて教育改革を推進するという方針に基づき、教育部が「留学中国計画」を策定し、2020年までに留学生数50万人の目標を掲げた。一方、日本政府は「留学生30万人計画」のもと、外国人留学生数を2020年までに30万人に拡大する取り組みを行っている。

日中における東南アジア留学生数の推移からみると、入国管理にかかわる規制の変更に伴って変動を繰り返すことがありながらも、基本的には年々増加し、2016年度になって、アジア留学生総数の三分の一を占めるようになった。（図4、図5）。特に日本では、2012年以降、東南アジアの留学生数がアジア留学生総数に占める割

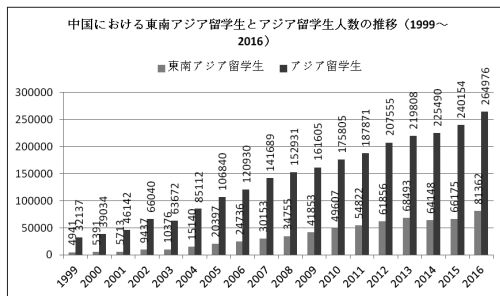
合が急速に高くなり、そこに安倍政権が東南アジアへのPDを重要視する背景があると推測できる。（図6）中国でも、2000年以降、アジア留学生に占める東南アジア留学生の割合が徐々に高くなっていく傾向が見られ、そこから中国では留学生の受け入れが「一帯一路」の沿線国である東南アジア諸国に傾斜する動きが読み取れる。（図7）

図4



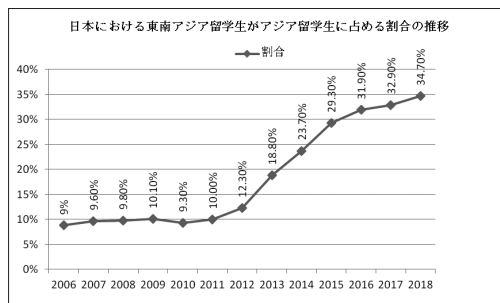
出所：法務省出入国管理統計統計表各年度（http://www.moj.go.jp/housei/toukei/toukei_ichiran_nyukan.html）により作成

図 5



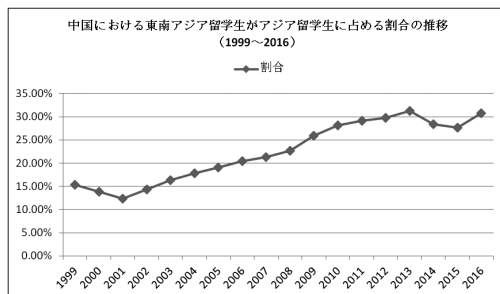
出所：教育部国際合作与交流司：『来華留学生簡明統計』各年度により作成

図 6



出所：法務省出入国管理統計統計表各年度 (http://www.moj.go.jp/housei/toukei/toukei_ichiran_nyukan.html) により作成

図 7

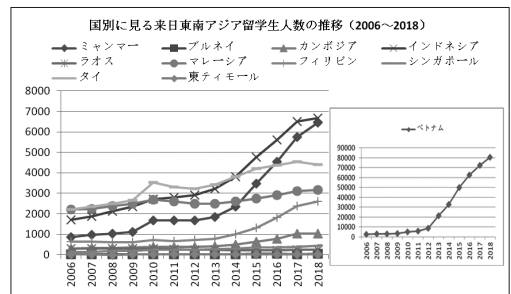


出所：教育部国際合作与交流司：『来華留学生簡明統計』各年度により作成

また、国別にみると、日本での大きな変化は、ベトナム人留学生の急増であり、2012年の10000人不足から2018年までに80000人を超え、6年間

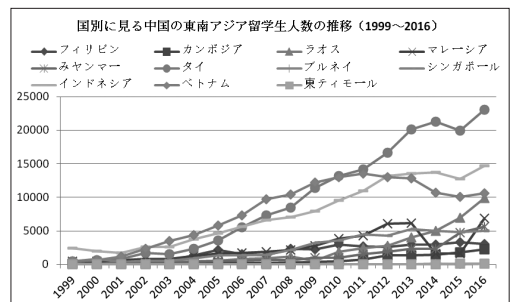
で8倍も急増した。ミャンマーとインドネシアの留学生数の増加も顕著であった(図8)。その原因として考えられるのは大震災や中国での反日デモ以降、日本企業が相次いでベトナムに進出したことである¹⁹。それに比べて、中国では、ベトナム出身の留学生数が2011年までに大幅な増加を経て、その後急に減少してきて、2016年に3位に下落した。だが、近年、中国へ留学するタイ人が大幅に増えている。(図9) 中国とタイの間の貿易が増加していることや、「一帯一路」の推進より、中国のソフト・パワーがタイへ進出していることが一因と推測される。

図 8



出所：法務省出入国管理統計統計表各年度 (http://www.moj.go.jp/housei/toukei/toukei_ichiran_nyukan.html) により作成

図 9



出所：教育部国際合作与交流司：『来華留学生簡明統計』各年度により作成

¹⁹ 財団法人アジア学生文化協会、急増するベトナム人留学生～その背景は、<http://www.abk.or.jp/abkd/>

(4) 文化発信と交流事業

日本では、ASEAN諸国における日本文化理解の促進を目指し、1970年代から積極的な文化交流事業が行われるようになった。1974年に開始した「東南アジア青年の船」事業をはじめ、40年間あまりの交流を経て、芸術、映画、体育、教育、観光、メディアなどを含む幅広い分野にわたるイベントやプロジェクトが行われてきた。そのなかで、国際交流基金のほかに、各自治体や民間組織による事業も盛んに行われている。安倍政権が発足後、特にASEAN向けの文化発信・交流事業を重視し、2014年4月に、国際交流基金の新しい対アジア文化交流事業「文化のWAプロジェクト」が発足、ここにいうアジア対象地域としては、東南アジアが念頭に置かれている。本事業の重点項目の一つは芸術・文化の交流強化であり、交流も日本から東南アジアへの流れだけではなく、双方向の交流を目指しているのである。また、「響きあうアジア2019」

は、2019年6月から7月にかけて、国際交流基金アジアセンターによって、日本と東南アジアの文化交流事業を幅広く紹介するプロジェクトであり、舞台技術や映画から、サッカーチームの国際親善試合、日本語パートナーズのシンポジウムなどのイベントが含まれ、国際交流基金アジアセンターが成立から5年に歩んできた相互交流の成果を振り返る事業である。

中国と東南アジアの文化交流における協力の実行は遅かったが、発展の勢いは強い。2006年から東南アジアとの文化交流を促進するためのイベントが始まり、事業の担い手は主に政府と大学である。(表3) 現段階では、文化交流のありかたは単一であり、文化フォーラムや文化交流週(文化交流年)などのようなシンポジウムにとどまっているだけで、地方政府や、企業、一般国民はPD意識が欠くため参加意欲が低く、相互理解を促進する効果があるか疑問である。

以上概観してきたように、東南アジアへの日

表3 中国とASEAN諸国との文化交流事業

交流事業(中国—ASEAN)		年代	目的
文化	文化フォーラム	2006	ASEAN諸国との文化交流についての対話・提携の促進
	文化部長会議	2012	ASEAN諸国政府と文化協力の目標の設定、優先プログラムの選定、問題の解決、地域文化の全体的な競争力の向上
	青少年文化交流節	2013	ASEAN諸国の青少年との理解・信頼の増進
	民族文化フォーラム	2016	民族文化についての研究の深め、学術界における人文交流の促進
教育 芸術	教育交流ウィーク	2008	実務レベルと制度化にわたる多方面の教育協力・交流の実現
	教育部長テーブル会議	2010	ASEAN諸国とハイレベルの教育会話の促進、交流と協力制度の完備、教育戦略協力の推進
	職業教育シンポジウム	2015	職業教育革新の深化、現代職業システムの形成、経済発展と中国—ASEAN地域協力の促進
	音楽ウィーク	2012	演出、セミナーなどの豊かな活動によって、音楽交流を深め、お互いの鑑み合い、融合の道を検討
	ダンス教育フォーラム	2013	交流を通して、ASEAN諸国とダンス文化の融合を促進
	建築空間デザイン教育サミットフォーラム	2015	ASEAN諸国と建築デザイン分野における異文化研究の推進、ASEAN諸国大学との学術交流の促進
	芸術大学学長テーブル会議	2016	ASEAN諸国の芸術大学との交流・協力の促進、芸術教育と地域芸術の共同繁栄の解決策の提出、未来の芸術教育の展望
	芸術大学リーグ	2017	国際的視野と競争力を有する人材の育成、学術・創作分野の交流と協力の促進、地域文化芸術の繁栄
メディア	メディア協力フォーラム	2018	ASEANメディアとの交流プラットフォームの構築の推進、早く便利的な情報の分かち合い、実務レベルの協力の深化、お互いの信頼の醸成、共感の育成
	メディア交流年	2019	ASEANとのパートナーシップの深化

出所：中国—ASEANセンターウェブサイト (<http://www.asean-china-center.org/>) により作成

中のPD競争が顕在化することが感じられる。中国のPDは開始が遅かったが、孔子学院の開設をはじめ、東南アジアの留学生を大量に受け入れ、知識人による文化交流を盛んに行い、量にまかせた発信型・二国間交流型を急速に展開させている。語学教育競争を含む多くの分野でのPD競争を意識しながら、中国の台頭によるこの地域での影響力の相対低下を防ぐため、日本も近年、ASEAN諸国への文化発信、留学生交流や語学の普及に取り組んでいる。が、中国の圧力があっても、日本政府のPD政策は多角的な交流、対話型、地域統合志向型を目指して実施されている。それは長期的な日本の国益だと認識しているからであろう。

4. 評価と展望

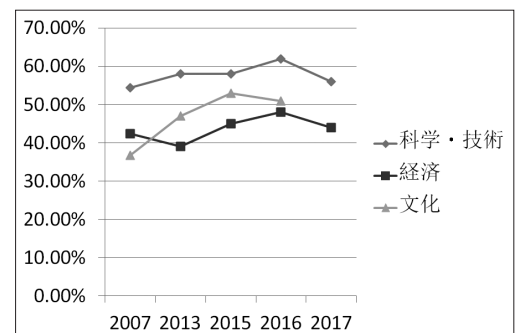
PDの効果を評価する際にまず留意しておかなければならないのは、PDの効果だけを単独に取り出すことは極めて困難であり、また短期的や数量的に検証することによりあまり適していない点である。つまり、その効果は歴史的・実践的に検証されているといえる。ただし、国家のイメージに関する世論調査を一つの指標として評価することは可能であり、一般的な評価方法でもある。

日本では、ASEANに向けた世論調査は20世紀70年代から外務省によって、だいたい五年ごとに行われ、現在まで、総じて11回（1978、1983、1987、1992、1997、2002、2007、2013、2015、2016、2017）実施されてきた。特に2010年代に入ってから、ほぼ年毎に実施されていて、ここからASEANにおけるPD効果を重視していることも伺える。世論調査の結果を概観してみれば、何十年間もわたって独自のPD政策を活発に推し進めている日本は、東南アジアにおいて成功を収めた。例えば、1962年に外務省が行ったASEAN 5カ国の対日世論調査によると、

「軍事大国になる」との懸念を抱く人は21%～53%を占め、かなり高い比率であったが、2002年の世論調査では、日本の安全保障政策への理解度は改善され、5割以上が「日本は軍事大国とはならないだろう²⁰」と回答した。さらに、2017年の世論調査によると、「戦後70年の日本の平和国家としての歩み」を評価する人は85%を占め、良好なイメージを持っていることが明らかとなった。

特に21世紀に入ってから、ASEANにおける日本のイメージがかなり高くなった。2002年の世論調査によると、「日本が信頼できる」とした回答が80%以上となり、2007年の世論調査では90%以上を超えており、肯定的なイメージがほぼ定着したという。一方、「日本について最も知りたい分野」への回答から見れば、21世紀以前は、科学・技術や経済の回答が圧倒的に高かったが、2007年の世論調査では、文化への関心がはじめて経済より高くなった。（図10）それ以降、文化への関心がますます高くなっていくことが明らかとなった。ここから日本文化に魅了されている人が大幅に増加し、ASEANへのPD政策の効果が評価できると思われる。

図10 「日本についてもっとも知りたい分野」回答



出所：外務省「海外における対日世論調査」各年度
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/culture/pr/yonon.html>）により作成

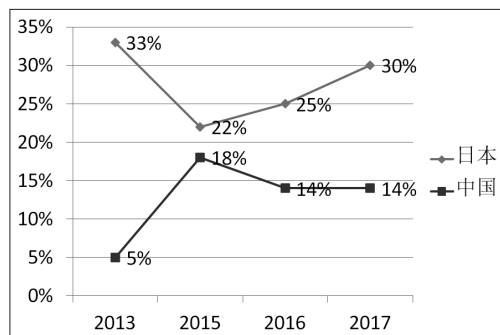
²⁰ 外務省、ASEAN諸国における対日世論調査、<https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/asean/yonon.html>、（2019年7月10日）

中国では、ASEAN諸国の国民を対象とする世論調査は政府によって実施されておらず、PD政策を評価する短期的かつ長期的な指標がないのは現実である。日本と比べると、政府によるPD政策の実施に伴う政策の評価や評価結果による要望・意見の調整はほとんど行われていない。そうすると、ASEAN諸国の国民の対中認識あるいは中国イメージは、政府の期待に合致しているかどうかは疑問であり、対中認識の全体像を把握することも難しい。こういう問題意識に基づいて、ASEANに向けたアンケート調査を実施する民間組織や学者が出てきたが、労働力や経費などの制約により、ごく稀のようである。2018年1月～3月にかけて、中国広西芸術学院と北京零点有数集団によって、「ASEANにおける中国に対する認知状況」についての世論調査が行われ、そのなかで、「中国に好感を持っている」と回答する人が61.3%を占めるそうである²¹。また、「どの国の文化が最も感心するか」という問いに、「中国」と回答する人が31.5%、「日本」と回答する人が64.8%を占めるという²²。この一例からASEANにおける日中PDの効果が見られる。また、日本外務省による対日世論調査における「もっとも信頼できる国のランキング」を見れば、中国より日本への期待が高いことも見とれる。(図11)

従来、PD効果をめぐって、長期的視点から検討されることが多かったが、情報通信技術の発達によって、世論調査をはじめ、短期的な視点からの検討もますます重要となってきた。これは日本外務省が近年、対日世論調査を重視し、より頻繁に行っている外部要因となったと考えられる。これから、日本はもちろん、中国政府も世論調査結果をPD政策の参考にすることの重要性を認識し、各事業の推進をめぐる短

期的な中間評価や最終評価、また世論調査を地道に展開することを重視していくと判断できる。

図11 「もっとも信頼できる国」回答



出所：外務省「海外における対日世論調査」各年度 (<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/culture/pr/yoron.html>) により作成

おわりに

さて、日本も中国も東南アジアに対して、独自のPD政策を活発に推し進めてきたが、その積極性や規模は21世紀に入ってから増大したといえる。日本では、長期的な信頼関係の構築や人的交流による友好関係が中心であり、東南アジア諸国が日本に対する好感度が高いことが分かる。だが、「好感度を高める」といった漠然とした目的が先行してしまい、いかなる政策目標を達成するために、どの地域のどの分野に働きかけるのかといった戦略的なフォーカスが不明瞭な場合が多い。中国では、党・政府主導の短期的・直接的な政策実現のための広報が主流で、公共外交の目的は極めて明確である。だが、一方向発信のPDでは、説得力がなくなってしまう、硬直化してしまうことが生じやすく、市民レベルの相互理解やより柔軟な働き方が必要であるといえよう。現在、中国の市民社会は

²¹ 罗幸、汤晓山「中国国家形象在东盟：基于2017年的数据调查分析」『現代伝播』、第11号、2018年、23頁

²² 同前、23頁

いまだに成熟しておらず、公共外交への参加意識と参加度がきわめて低いため、市民レベルの交流による相互理解や親近感を醸成ことは現段階で難しく、場合によって国家イメージにマイナスな影響を与えたりすることもあり、PD効果を発揮する妨げとなる恐れがある。そこに留意しておかなければ、嫌なイメージを買うこともあるわけである。

一方、日中の間に、文化力を巡る競争が起きているということであるが、これは外交、国際関係での現実であり、恐らく、その根底には戦略論的な文化の捉え方があると考えられる。競争は必要だが、対立を助長してしまうと、アジア文化の共生の未来はない。だから、競争を協調に変えていく試みが、こういう時にこそ求められている。また、PDはあくまでも国益を実現するための外交手段であり、そのなかで国益を意識しなければならぬのも現実であるが、できるだけ国際利益と矛盾しない形で運用したほうが、中長期的にみれば、自国の利益になると思われる。今後、説得力のあるPDをいかに外交目標の実現と調整しながら運用していくかは重要な課題である。

また、自国の文化を紹介するだけでなく、コミュニケーションによって、アジア文化の共通性を作ることもPDの一つの方向性を示すものである。「文化の共通性はコミュニケーションの発達によって深化し、拡大する。コミュニケーション網と共通文化圏とはほぼ重なり合うといってい²³。」と指摘されているように、日中両国は「多文化の共生」「運命共同体」と提唱している通りに、いかに矛盾と競争を乗り越え、アジア共同体の共通感を醸成していくかということもこれから着実に考えるべきであろう。

参考文献

日本語

1. 青山瑠妙『現代中国の外交』慶應義塾大学出版会、2007年
2. 渡辺靖『文化と外交—PD時代』中央公論新社、2011年
3. 衛藤藩吉、渡辺昭夫、公文俊平、平野健一郎：『国際関係学論』財団法人東京大学出版会、2000年
4. 平野健一郎監修『戦後日本の国際文化交流』勁草書房、2005年
5. 金子将史、北野充編『PD「世論の時代」の外交戦略』PHP研究所、2007年
6. 外務省広報文化外交戦略課、外務省における広報文化外交の取組、http://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkashingikai/.../shiryo_2.pdf、(2019年7月3日)
7. 金子将史、転換期を迎える一日本のPD、http://www2.jiia.or.jp/kokusaimondai_archive/2010/2014-10_005.pdf、(2019年7月8日)
8. 星山隆、「日本外交とPD～ソフト・パワーの活用と対外発信の強化に向けて～」報告書、<http://www.iips.org/research/data/bp334j.pdf>、(2019年7月3日)
9. 桑原響子、第二次安倍政権下の対米PD～その実情と効果についての一考察～、https://ir.library.osaka-u.ac.jp/repo/ouka/all/60688/osipp_040_035.pdf、(2019年7月8日)
10. 張雪斌、台頭する中国のPD（公共外交）—概念の変容を促す要因、http://www.jstage.jst.go.jp/article/asianstudies/61/3/61_18/_pdf、(2019年7月8日)
11. 中居良文「中国の公共外交（Public Diplomacy）—批判的検討」『中国外交の問題領域別分析研究会』日本国際問題研究所、2011年
12. 外務省、平成17年版外交青書、<http://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/culture/index.html>、(2019年7月3日)
13. 外務省、文化外交の推進に関する懇談会、<http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/staff/bunkagaiko/pdfs/050104.pdf>、(2019年7月3日)。

中国語

1. 教育部国际合作与交流司『来华留学生简明统计』（1999-2016各年度版）
2. 宋恩繁『中華人民共和國外交大事記』（第1巻）世界知識出版社、1997年
3. 戴延年、陳日濃『中国外文局五十年大事記』新星出版社、1999年
4. 申宏磊「対外宣伝工作應改革開放而——專訪新時期

²³ 衛藤藩吉、渡辺昭夫、公文俊平、平野健一郎『国際関

係学論』財団法人東京大学出版会、2000年、147頁

- 外宣事業の開拓者朱朱穆之』『对外伝播』、2008年第1期
5. 赵启正『公共外交与跨文化交流』中国人民大学出版社、2011年
 6. 唐翀「中国对东南亚公共外交的问题与建议」『东南亚南亚研究』、2011年第1期
 7. 周玉渊「认识大国：中国与日本在东南亚的软实力比较研究」『东南亚研究』、2012年第6期
 8. 罗幸、汤晓山「中国国家形象在东盟：基于2017年的数据调查分析」『现代传播』、2018年第11期
 9. 胡锦涛、在中国共产党第十七次全国代表大会上的报告、http://news.cyol.com/content/2017-10/11/content_16573950.htm、(2019年11月10日)
 10. 杨洁篪「大变革、大调整、大发展——2009年的国际形势和中国外交」『求是』、2010年第1期
 11. 杨洁篪「努力开拓中国特色公共外交新局面」『求是』、2011年第4期
 12. 中共中央、中共中央关于深化文化体制改革推动社会主义文化大发展大繁荣若干重大问题的决定、http://www.gov.cn/jrzq/2011-10/25/content_1978202.htm、(2019年11月10日)