

# 中国における花見ブームについての文化的考察

鄭 偉

## A Study on the Trend of Cherry Blossom Viewing in China with a Cultural Perspective

Wei ZHENG

### 要 旨

本論では、過去 10 年の中国における花見ブーム、特に日本の代表的な花である桜を見るという意味での花見、中国における桜祭り、花見をする中国人の視点と関心に焦点を当て、日本との関連性を軸に、中国の桜名所の発達とその特徴を整理し考察する。また、桜をめぐるメディアディスコースと SNS の言説、桜と花見に対する中国の人々の眼差しを分析した上で、花見ブームの背後にある中国社会と文化変異におけるいくつかの特徴を試論したい。

キーワード：桜と花見、日中文化、文化記号論、体験消費

### 1. はじめに

1925 年 12 月に周作人により出版された『雨の日の書』（原題：雨天的書）は、生活における芸術を中心に珠玉の随筆で構成され、中国現代文学史の中で周氏の代表作と目されてきた。淡泊、閑散、日常の美が満ちる生活への憧れと推賞は、「茶を飲む」、「北京の茶菓子」<sup>(1)</sup> など、幾つかの篇に表れている。日常生活に必需ではない「無用の遊び」と「享楽」を提唱し、これらにこそ生活の豊かさがあると氏は述べる。花を見、雨を聴き、香を嗜み、渴きを解くのではなく酒を飲み、腹を満たすではなく菓子を食べることは、いずれも真の意味で生活に必要なのであり、無用の飾りではあるが、精練されていればいるほどよい、と。氏は、民国となり現代的な中国の生活に対して「極端に乾燥粗野である」と不満をこぼし、時には「日本のお菓子の優雅な形色、素朴な味いは、茶受けの資格にかなっており」と、日本の文化と生活を他山の石として鑑み、当時の中国の現実に対する批判と建言を交えながら、伝統の復興と「美」がある生活についての議

論を展開させた。その流れが、後の林語堂に継承され、国内外で開花したとも言える。

そして21世紀現在、現在進行中の中国の生活に対して浮騒で生活美学に欠けていると言う声や、日本には伝統的な美があり、これを手本に中国伝統文化と「伝統」と「美学」のある生活を再建しようとする動きが、商業中心の流れの中で迅速に拡大している<sup>(2)</sup>。例えば3月から4月になると、中国各地の桜の観光名所は百万単位の花見客で賑わい、桜祭りが盛大に開かれ、新聞やテレビに花見の様子が報道され、SNSでは周囲の人が挙って皆花見に出動しているかのような印象を受けるほどである。桜をテーマとする北京、上海、武漢、広州などの大都会にある公園や「最も〇〇な桜の町」と自称する様々な桜の名所には全国各地の花見客が集まり、ネットで入場の予約をしたり、花を背景に写真を撮ったり、ピクニックをしたり、スポーツやゲームをしたりしている。様々な売店に囲まれ桜並木の下で春陽を浴びる人々の姿を見ると、まるで開花シーズンの日本にいるような錯覚を覚える。また、同時期の日本の桜の名所では、大勢の中国人観光客がレンタルの着物を羽織って写真を撮っている。日本の観光名所を巡るコース以外に、桜のシーズンの花見に特化したコースが大人気となり、中国観光客による日本への観光が、モノの消費からコトの消費へと進化し続けている。さらに、中国の業者が東京の街に立てた「武漢大学へ桜の花見にどうぞ」<sup>(3)</sup>という看板を見た瞬間、花見に興味を持ち消費能力を有する来日した中国人観光客は、渡航先の日本で自国の桜の宣伝を見て不思議に思うだろう。同時に、中国における花見を中心とする桜経済学の爆発的な成長が印象付けられるであろう。

2010年、中国の一人当たりのGDPは4550ドルとなり、2019年には初めて1万ドル台となった。3千ドル台を突破すると観光旅行などの消費が成長し、5千ドル台になると文化関連の消費が一気に伸びると言われている<sup>(4)</sup>。花見ブームは、間違いなく経済と消費の原理で説明が付き、それは文化関連の消費の一つとしてカウントされてよいであろう。

さらに、2015年12月18日には、中国桜産業サミット及び桜産業融合発展サミットが北京の国家行政学院で開かれた。会議は「中国桜復興宣言」を発表し、桜産業協会と産業関係者が中国の桜を復興する決意を宣言し、それを中華民族の偉大な復興の模範にしていきたいという意志を明確にした<sup>(5)</sup>。中国の桜産業にとって歴史的な意味を持つ2015年は、2010～2019年の丁度中間に位置する年であり、それまでの実績を見ていくと、2014年の桜観光産業はすでに1.23億人の延べ人数を数え、その観光収入は152億円と成長していた。全国で40回以上の桜祭りが開催され、その内200万人規模のものは10回以上もあったのである<sup>(6)</sup>。また、サミット前の2015年3月8日には、専門家による「中国の桜と民族復興」についての会議が北京で開かれた。専門家の意見としては、観光・サービス産業の発展にはイノベーション性が極めて重要であり、対して桜産業は

非常に良い方向へ向いていて、千億級のビジネス規模にもなるという。このビジネスは、桜の文化産業、桜の観光、桜の園林産業、桜の関連商品、桜の苗木販売、桜の金融という6個の項目に分けられ、それぞれが文化産業、環境産業、Eコマース、新農業という4つの主流産業と関連するため、国家レベルの重要項目として認識されている<sup>(7)</sup>。2015年のこの2回の会議は、すでに大きな成功を味わい起動した中国の桜産業の、未来に向けての確信的な宣言であり戦略提案であると認識しておこう。

では、花見と言っても多くの種類の花がある中で、これまで中国と中国人に比較的縁の薄かった桜がなぜ主人公となったのだろうか。周作人が目指した優雅さと美とがある生活は、本当に中国の人々のもつに訪れたのだろうか。本論では、過去10年の中国における花見ブーム、特に日本の代表的な花である桜を見るという意味での花見、中国における桜祭り、花見をする中国人の視点と関心を中心に焦点を当て、日本との関連性を軸に、中国の桜名所の発達とその特徴を整理し考察する。また、桜をめぐるメディアディスコースとSNSの言説、桜と花見に対する中国の人々の眼差しを分析した上で、花見ブームの背後にある中国社会と文化変異におけるいくつかの特徴を試論したい。

## 2. 中国における花見ブームについて

中国には、百花争鳴の春には花を觀賞し、自然の美を楽しむ文化が昔からある。ただし、牡丹や梅などの中国伝統文化と深い関連を持たない桜と、桜を中心とする花見が注目されたのは、この10数年のことに過ぎない。また、桜を中心とする中国国内における花見ブームの盛り上がりは、日本への観光旅行の人气が上昇し来日する中国人観光客の数が増加したことに比例しており、この現象は偶然ではなく連動していると言えよう。では、一体どの位の人气があり、どのように急増してきたか、いくつかのデータを見ながらその「ブーム」と言われる現象の実態を把握しておこう。

「美团旅行2018年清明節連休」の人气ランキングによると、中国国内の観光地の中で、桜と花見を特色とする上海顧村公園と「日中桜友誼林」を有する無錫の鼈頭渚が、数多くの世界遺産、観光名所を有する中国の観光地の中で3位と4位にランクされていた<sup>(8)</sup>。季節との関係性はあるものの、ここまでの順位は10年前では考えられないものであった。また、大手旅行会社Trip.comの「2018年グローバル花見観光旅行報告書」<sup>(9)</sup>によると、2018年の中国国内において、花見を目的とする観光地のランキングトップ10のうち、桜の名所が2位、6位、7位と3つをも占めている(表1)。トップ10にランクインされた桜の観光名所の中で、2009年に上海の宝山区に作られた顧村公園はもともと歴史が浅く、1.2千余畝の面積に90品種の桜1.2万株を有する。2011年には初めて顧村公園桜祭りが開催され、およそ70万人の花見客が来園したが、2015年にはその数

が早くも倍増して151万人を突破し<sup>(10)</sup>、2018年にはのべ166万人となった<sup>(11)</sup>。中国桜産業協会によると、2015年末までに11個の都市が桜のテーマパークを開き、この数字が今後更に上昇するであろうというトレンドを考えれば、顧村公園は新規テーマパークの一つに過ぎない。世界に誇る兵馬俑の同年度の年間観光客の延べ人数（2015年500万<sup>(12)</sup>、2018年858万<sup>(13)</sup>）と比較すれば、顧村公園のような新規公園の3週間程度の桜祭りの集客がいかに爆発的なものであるかが認識できる。

中国国内の花見の盛況は、開花シーズンに合わせた日本への観光旅行と関連している。上述した同報告書によると、海外旅行の目的地の中で、桜の開花のシーズンに合わせた日本への旅行は大変人気上がり、花見目的で日本へ観光する人数は60万人以上に上る。

そのため、桜の開花シーズンに合わせた東京・大阪へのフライトが、目的地別国際便の2位と5位に上がっており<sup>(14)</sup>、表2が示すように3～5月に日本を訪れる中国人観光

表1 2018年中国国内花見目的地 TOP 10

目的地	花種	開花時期
江西省ブ源県	レイブの花	3月上旬～4月中上旬
無錫市鼈頭渚（げんとうしょ）	桜花	3月中旬～4月中上旬
杭州西湖	桃の花	2月下旬～3月下旬
チベット自治区ニンティ市	桃の花	3月中旬～4月中旬
雲南省羅平県	レイブの花	2月下旬～4月
武漢大学	桜花	3月中旬～3月下旬
上海顧村公園	桜花	3月下旬～4月中旬
河南省洛陽市	ボタン	4月上旬～5月上旬
湖南農業大学	レイブの花	3月中旬～4月中旬
江西省井岡山市	ツツジ	3月下旬～5月下旬

出典：「2018年グローバル花見観光旅行報告書」

表2 中国訪日観光客数（暫定値）

3月									
2011年3月	2012年3月	2013年3月	2014年3月	2015年3月	2016年3月	2017年3月	2018年3月	2019年3月	2020年3月
14,883	64,362	33,034	112,990	246,011	409,978	417,718	493,586	587,480	4,313
4月									
2011年4月	2012年4月	2013年4月	2014年4月	2015年4月	2016年4月	2017年4月	2018年4月	2019年4月	2020年4月
4,948	93,496	50,135	136,865	342,726	447,782	454,866	604,281	647,544	65
5月									
2011年5月	2012年5月	2013年5月	2014年5月	2015年5月	2016年5月	2017年5月	2018年5月	2019年5月	2020年5月
6,181	61,836	81,571	165,784	325,335	436,243	443,188	590,436	668,757	15

出典：日本観光局

客の人数が年々増えてきている。また、2015年から2019年の5年間において、2019年を除き、4月に来日し観光した中国人が3月と5月より多く、花見との関連性があると推測できる。

上記の報告書によると、中国人の海外人気ツアーコーストップ10のうち、目的地を「日本」にして「桜の花見」を主たる目的とするものがトップ3を占めている<sup>(15)</sup>。推奨された人気ツアーとその内容は下記に纏めておく。

TOP 1：日本大阪+京都+箱根+東京6日間桜花見ツアー

TOP 2：日本名古屋+金澤+富山7日間桜花見ツアー

TOP 3：日本大阪+京都+大津7日間桜花見ツアー

これらは、桜の開花シーズンに合わせて日本各地の桜の名所を中心に巡ることに特化した観光コースとして定番になりつつあり、旅行代理店が企画するツアーのみならず、個人旅行者も参考にしている。2020年は日本に行けないので国内の花見を楽しむ、そしてまた必ず日本へ桜を見に行くつもりであると言う声が観光関連のサイトやSNSに後を絶たず散見される。経済的かつ時間的に許されるなら直接日本に行き、観光と共に桜を見る。それが叶わなかったら中国国内での春の行事として桜の花見を楽しむ、という優先順位がこのブームの生成中に自発的にできているように見える。

特筆すべきことは、2020年年頭から急速に拡大した新型コロナウイルスの影響を受け、国際間の移動が大きく制限され、花見を目的とする3月、4月に来日することが不可能になったため、来日する中国人観光客の姿が日本の各観光地から消えたことである。ただし、中国国内のウィルス拡散が比較的早く終息したという背景もあり、2020年の中国国内の桜の花見は、規模として縮小し制限もされたが、予約制で一般公開がされた。前出した桜の観光名所としての顧村公園の桜祭りは、毎日6万人の予約制で大勢の花見客を迎えた<sup>(16)</sup>。

ここまで、一連のデータを通して中国国内の桜の流行と日本への観光ブームを、ひとつの現象として紹介した。では、この桜産業の発達は一体いつからどのように発展してきたのか、日本との関連性を軸にし、次の章で考察をしていく。

### 3. 中国における桜の観光名所と日本

従来、梅・蘭・菊・牡丹などの伝統的な十大名花に比して、中国における桜の存在感は極めて低く、その認知度は限定的であったと認めざるを得ない。そのため、桜の花見に来る人々の中には、それを桜と認識できず桃や杏などと間違える人が大勢いる<sup>(17)</sup>。中

国は桜の原産地と自称しながらも、ごく一部の日本から輸入し移植した品種以外、国内の鑑賞用桜は20世紀前半まで基本的に野生の状態にあった。中国では古代から桜の食用価値を重視してきており、鑑賞の対象というよりもミザクラなどの果樹としての長い栽培の歴史を有しているが、その品種は決して多くはない。桜属の植物は世界に120種類以上あるとされているが、中国には西南地域を中心に30種類、国土の全域に計48品種が分布している。品種の区別と管理が細かく行われ、200を超える数の品種があるとされている日本に比べると明らかに少ない<sup>(18)</sup>。

鑑賞目的の桜の日本からの輸入の歴史を振り返ると、青島の中山公園が日本の桜を栽培する歴史においてもっとも古く、19世紀晩期からその栽培が始まった。また、日中戦争中に始まった武漢大学キャンパス内の日本品種の桜にも70年近くの歴史がある。さらに、70年代以降の日中国交正常化に伴い、友好の象徴としての桜の木が、日本の政府や民間団体から送られている。北京の玉淵潭公園や武漢東湖に移植されたものや、上海植物園、無錫の鼈頭渚などに植えられたものは、ほぼこの時期に日本から輸入したものである。これ以降、桜の商業的な移植が少しずつ増え、21世紀に入ってからには品種も量も一気に広まった。ただし、その殆どが時を同じくして70年代に日本から輸入されたため、樹齢が近く、適切な改良や選別も行われてこなかったため、輸入の桜による景観に雷同する傾向が強い。主力品種としては、適応性の高い染井吉野か関山が殆どであり、その他の品種はごく少数で脇役として存在する<sup>(19)</sup>。

日本との関連性を踏まえた上で、中国における桜の歴史を時間軸で追って分類していくと、3.1 負の歴史的遺産としての桜、3.2 友好関係の象徴としての桜、3.3 商業と文化産業としての桜、の3つに分けることができると著者は考える。中国に育つ桜の日本との関連性のみならず、鑑賞用の桜がどのように中国で発達し今日の花見ブームに繋がったか、それぞれの歴史的背景と特徴を考察すると整理がつくと考えられる。

### 3.1 負の歴史的遺産としての桜

青島の中山公園では19世紀晩期から日本の桜の栽培が始まっており、今日に至っては桜の古木が国内で最も多い場所だと言われている。計2千株程を有し、染井吉野を主力品種として公園の西部にそれらは集中していて、660メートルの道の両脇が桜並木になっており、この景色が公園の中で最も人気のあるスポットである。その桜祭りと同時期に20万株のチューリップ展とツツジの展覧会も開催され、桜の連動効果で多くの観光客を呼び込んでいる。青島桜祭りは毎年4月10日から25日までの半月に開催されており、2018年4月15日、16日の週末には22万人の花見客で覆いつくされ、15日だけで15万人が訪れたという<sup>(20)</sup>。青島市も中山公園の桜祭りを毎年最初の祭りとしてブランド化し、8月に開催する青島ビールフェスティバルと共に町の一大イベントとしてい

る。

しかし、今日の和気藹々とした花見風景の背景には、植民地時代の中国の歴史が横たわっている。20世紀初頭、今日の中山公園の場所には漁業を生計とする会前村があり、1898年にはドイツがその土地を租借して植物園に改造した。各地から170種余りの花草樹木を取り寄せ栽培し、日本からも2万本の桜が輸入され、その桜が園の特色となった。1914年の日独戦争の後には、日本がドイツの代わりに青島を統治し、桜の栽培をさらに拡大、公園の南北を貫通する1キロにも及ぶ桜並木を作った。公園の名も旭公園と改名したが、中華民国が主権回復後の1922年には第一公園に、1929年には孫文を記念するため中山公園へと名称が変わり今に至っている。中山公園の桜に纏わる植民地時代のこの歴史は、「桜と歴史認識」の話題として取り上げられることはあるものの、中国メディアとネットにおける論戦の主題になることは少ない<sup>(21)</sup>。ドイツ側から発動し、日本側が経営する、また、最初から公園として機能していたこともあり、負の歴史的遺産として大きく批判の矢面には立たなかった。稀に言及されることがあっても、次に登場する武漢大学の話題の付属品的なものに留まったのである。

武漢大学キャンパス内の桜とその桜祭りが、中国における桜の名所の人気トップ3に入ることは、本文の冒頭にも紹介した。青島の中山公園に比べ、全国規模の観光客が桜の開花シーズンに訪れる。「三月賞櫻唯有武大」（三月の桜の花見といえば武漢大学しかない）と言われるほど、地元の湖北省のみならず広東省・河南省・華北省・北京・香港からも花見客が一堂に集結するため、近年以来、人数制限やネットによる完全予約制などの措置を取らざるを得ない状況が発生している。2019年には、武漢大学が「実名限定、無料予約、ダブルチェック」の措置を取り、花見客に溢れる大学キャンパスを完全に閉鎖して管理し、平日は1.5万人限定（午前9千人/午後6千人）、週末には3万人限定（午前2万人/午後1万人）の措置を取った。もし制限をしなければ、単日10万人以上、開花期間中には恐らく100万人以上の人々がキャンパスを訪れると言われている<sup>(22)</sup>。

実は武漢大学の桜に纏わる歴史は、青島の中山より遥かに重い屈辱の記憶に繋がると中国では認識されている。1938年に旧日本軍の華中派遣軍が武漢を侵攻し、武漢大学のキャンパスを占領後、中原司令部の所在地と戦時病院として大学の敷地を征用した。勝戦の武功を称え、また負傷兵の郷愁を慰めるため、日本から取り寄せて植えたのは30本ほどの桜だったと言う。それが故に、武漢大学の桜の起源は「国恥」と見なされる側面があり、後に「花見の祭りの盛況」と「忘れられた屈辱の過去」というギャップをめぐる論争の原点となった。1947年3月の調査によると、当時の武漢大学キャンパス内に残った桜は28株であり、伐採の提案もあったが即処分となることはなく、放置状態により50年代にほぼ自然死滅したという<sup>(23)</sup>。そのため、戦時中に旧日本軍によっ

て栽培された桜はほぼ残らなかった。現在の武漢大学にある桜は、1972年の日中国交正常化以降に、時の首相田中角栄によって周恩来首相に礼品として送られた1千株の大山桜の一部である<sup>(24)</sup>。さらに、1973年には武漢大学が上海から山桜を取り寄せて老化した桜を刷新し、1983年には日中友好10周年記念として京都府と日本の民間企業によって100株が送られ、1992年には日中友好20周年記念として広島より200株が送られ、その基となった。その期間に武漢大学も計画的に中国各地から各種の桜を移植し繁殖を行っており、日本から送られたものと併せて現在は1千株の規模を有している<sup>(25)</sup>。

武漢大学の桜と桜祭りに対する中国国内の批判は、校内にある桜が侵略者から強制的に与えられたもので否認できない原罪を持つものだという論点に集中している<sup>(26)</sup>。批判する側は、美しい桜の花を楽しむ際には、その有する歴史も花見客や来園者に周知する責任が大学側にあると主張している。日中友好のために植えた桜が美しいのは良いが、侵略戦争の遺留物としての桜を美しく称えお祭り気分になるのは如何なものか、桜祭りは「国恥」教育として使われるべきではないか、と<sup>(27)</sup>。武漢大学の一部の学生も、自発的に「櫻花虽美，国恥勿忘」（桜が美しいが、国恥も忘れるな）のピラを配り、花見に来る来園者と武漢大学の在校生にその歴史的背景を伝えている。

著者は、武漢大学の花見客の桜についての歴史認識の甘さは批判のほんの一因に過ぎず、祭りの楽しさの裏の過剰な商業化行為がより本質的な批判の原因ではないかと考える。武漢大学は管理維持のコストを理由に2008年から開花シーズンの来校者から入場料を徴収し、人気上昇に相まって値上げも行っていった<sup>(28)</sup>。大学主体で桜の花見を過剰宣伝し入場料（2016年に廃止）を取る商業的な行為は、教育機関として行うべきものではないと批判されている<sup>(29)</sup>。更にその商売が国恥と目される歴史的遺産（桜）を土台に成り立っているため、売国奴に等しいという言説がネットと一般メディアに繰り返された。例えば、武漢大学大学史の専門家は、武漢の民間企業が東京都心に「歡迎来武大賞櫻」の広告を出したことに對して猛烈に批判し、武漢大学内にある桜はもともと旧日本軍が残した戦争工事やキャンプと同様に、負の歴史の証拠として認識されるべきだと指摘している<sup>(30)</sup>。さらに、中国人の歴史に対する習慣的忘却の悪癖に警鐘を鳴らした。このような批判に対しては、さらに様々な反論も多く上がっている。「歴史から抜け出すべきだ」、「花には罪がない」、「なんでも愛国心と関連付けるな」などが主な意見である。商売倫理と花見の美景と民族感情と、熱議に暇はないが、結局は負の歴史遺産と関連付けられており、最終的に、武漢大学で花見をするなら、その歴史を予習しておくべきだという認識で折り合いが付くようになっていように見える。武漢大学の桜は歴史における負の遺産としての一例に過ぎないが、数的には決して多くはないものの花見に伴う言説として必ず取り沙汰される目立つ存在だと認めざるを得ない。



### 3.2 友好の象徴としての桜

西安の東南部、鉄炉廟村の高台に立地する青龍寺は中国密教の伝統寺院で、隋代開皇二年（582年）に建てられた著名な仏教寺院である。弘法大師空海が恵果より密教を学び、帰国後に真言宗を開いて東密の祖となった歴史があるため、日本仏教界、特に真言宗関連の方は青龍寺を真言宗の祖庭と目している。1982年、西安市は香川・徳島・高知・愛媛四県と協議し、日本真言宗関連団体の協力をも得て、恵果・空海記念堂を設立した。以来、日本から継続的に桜を持ち込み植えてきた。1986年、青龍寺はさらに日本から千株以上の桜を取り寄せ、品種数量ともに規模を大きくした<sup>(31)</sup>。年月が経つうちに現在の青龍寺は西安のみならず全国的に有名な桜の観光名所となり、著名な寺院と共に花見の名所として認識されている。

日中関係という視点を通して青龍寺の桜を見ると、正に文化交流と友好の継承と言えるであろう。武漢大学と同じく武漢にある東湖桜花園にも同様な特徴が見られると言える。当園は国家5A級東湖磨山風景区にあり、1万株の桜を有しており、田中角栄首相が周恩来総理の夫人鄧穎超氏に78株の桜を送ったことが始まりであると言われている<sup>(32)</sup>。周恩来の享年が78であり、また日中平和友好条約の締結も1978年であるところに78株という数字は由来する。鄧氏が、日本側の好意を受けて日中友好を記念し、その78株の桜を周恩来が生前に仕事と生活をしてきた東湖に植えた。現在の東湖桜花園にある桜の殆どは、1998年以降に日中双方が投資し栽培したものである。東湖では、桜のみならず日本式の庭園をも採用し、五重塔を中心に日本式の池や鳥居なども取り入れ、日本的な要素が充満する空間となっている<sup>(33)</sup>。ここでは、武漢大学のような歴史的な議論になることは殆どなく、平和と友好の美談に纏わる桜のテーマ公園として認識されている。

上述した事例のように、北京玉淵潭公園と無錫の鼈頭渚も、日中間の国家と民間レベルの友好交流の一環として継承され、さらに発展してきたと見られる。北京の玉淵潭公園は国家レベルの交流活動の代表例で、1973年に中国政府が日本へパンダを贈り、日本からは北海道のオオヤマザクラが贈られた。玉淵潭公園で育った桜の枝は90年代に日本に持ち帰られ、北海道で増殖されて2001年に遠軽町の国際友好の森に植樹されたという<sup>(34)</sup>。2002年の日中国交正常化30周年の年、玉淵潭では植樹活動が行われ、桜と植樹は日中友好の象徴と記号化されてきた。太湖に面する無錫の鼈頭渚公園の場合は、1988年からの3年間で日本の民間人が「桜友誼林建設委員会」を組織して毎年無錫を訪れ、無錫の市民と共同で3千本の桜を植樹した<sup>(35)</sup>。その後さらに、民間人による「日中共同桜友誼林保存協会」が立ち上げられ、毎年のイベントとして中国を訪問し鼈頭渚での植樹活動を続けた。その活動は30年にわたり、参加者は延べ1万人を超えた

という。日中双方の努力によって当初の3千本の桜の林は3万本余りに増え、桜の谷を形成し、中国最大規模の桜の名所となっている<sup>(36)</sup>。竜頭渚にある桜は、30年近く続く植樹活動を通じた日中の民間人交流によって結実したものであろう。毎年の大勢の花見客の中で談笑する多くの上海、蘇州、無錫各地の日系企業関係者、教育関係者を見ると、これは決して交流のシンボルに留まらず、実態が伴う民間人の交流だと断言することができる。

### 3.3 商業と文化産業としての桜

上記の2種類と異なり、桜がもたらす経済効果と体験の消費によって新たに作られた桜を主題とする公園も数多くある。既存の野生桜の資源を改造し開発させたケースもあれば、新しく作り上げ産業化してきたケースもある。言うまでもなく、数多くの「最も大きい」、「最も美しい」、「桜の城」、「桜の町」と自称する桜観光地の中で、その殆どが桜経済学を中心に利益を追求するために生まれたものである。しかしながら、それにしても日本との関連性は明らかにある。

既存の桜資源を利用する場合は、野生桜などの基礎条件を必要とするため、90年代以降に作られた桜の観光名所の多くは新規開発タイプである。ゼロベースから桜産業を立ち上げた代表格としては、広東省の天適企業が挙げられる。1996年、創立者の何宗儒氏が日本へ旅行した際に、開花シーズンに東京の桜名所に人が溢れる様子に驚き、予定を変更して日本人の花見風景を見学することにした。その体験から、中国で「美しい風景を商売する」構想ができ、帰国後広東省で桜の栽培に着手し、全国各地に桜の育成基地を作り始めた<sup>(37)</sup>。2008年、経営不況の広州市彫刻公園と協議し、自ら育成してきた1.2万株の桜を園内に持ち込み、それまで桜と全く縁のない広州の地で初めて桜祭りを開き、大きな成功と莫大な経済利益を収めた。その後、広東省、四川省、湖南省などの各地で、合同で6回の桜祭りを開催し、毎回百万人以上の観客を集め、莫大な経済利益を生み出した<sup>(38)</sup>。2010年、何氏が広東省に百万株以上の桜テーマパークを開き、膨大な量に付け加えて早咲きと遅咲きの各種類を揃え、開花のシーズンを最大限に伸ばした。2016年、その産業が10億円の売り上げを突破し、各省にある桜の合計からすると、現在中国最大規模として成長を続けている<sup>(39)</sup>。

既存の資源を改造したケースの中では、雲南省にある新平磨盤山の「中国桜城」がもっとも有名である。新平磨盤山は、輸入に頼らず中国国内で開発した国家森林公園であり、20万株の雲南種の桜と他の種類の桜とその他の野生花に併せて、中国最大規模の桜鑑賞地となっている。新平磨盤山は、元々あった8千畝の野生の桜林を桜経済学の新しい視座をもって発見した桜の宝山だと言える。新しく栽培した1千畝の桜を加算し、かつてない最大規模の桜名所を目指している<sup>(40)</sup>。地元の行政は、桜の観光産業を地方経済

の起爆剤にし、それを地元の重点産業として開発に力を入れている。

また、福建省漳平市永福鎮もまた、「中国で最も美しい桜の勝地」と自称している<sup>(41)</sup>。漳平市の場合、桜の産業を目指して計画的に桜を栽培したのではなく、永福鎮の標高と気候が台湾の阿里山に近いこと、台湾からの農業投資者が茶園として開発してきたという背景がある。1997年、ここでは台湾農業創業園として、ウーロン茶の茶園が大量に作られ、台湾の個人経営者が中国で投資した最大の農園となっている。現地の自然環境を改良するため、茶樹の栽培のついでに桜の木を植え始めた。2010年以降、全国的に桜の花見ブームが広がり、茶園経営の付属品として植えた桜とその開花シーズンの美景が茶園のウーロン茶と共に経済利益をもたらすことを地元の人々が意識して桜の栽培を拡大し、15万株以上に増やした。また、量だけでなく、品種も意識した結果、漳平市では世界各地で一般的に見られる桜の殆どが現地に揃っている。2017年にも桜の花が咲く12月から翌年の3月までに27万人の観光客が訪れた。現時点桜では、桜産業がウーロン茶産業の付属品ではなく、桜産業がウーロン茶の牽引役になっており、花見のついでにお茶を飲みお茶を買うという流れになり、主役は早くも交替している<sup>(42)</sup>。

さらに、従来桜との関連性が薄い中国北方の町にも桜経済学は浸透してきている。2017年に開いた桜管理研究及び産業文化発展サミットが河南省鶴壁市に開かれた<sup>(43)</sup>。ここでは、「最も美しい桜の道」——華夏南路が出来上がっている。全長4千メートル、32万平方メートルの桜並木に、「貂蟬」、「昭君」などいかにも中国らしい名の桜が植えられている。これらの桜は交雑で育成した新種目であり、例えば「昭君」は江戸彼岸と大島桜のハイブリッド種である。桜サミットに参加した関係者は北京、河北、山東、河南から集まり、中国北方の栽培に適している桜の品種や栽培技術、開花期の管理などの経験が共有されたという<sup>(44)</sup>。言うまでもなく、鶴壁市も現地で開催する桜祭りのブランディング化を推進し、桜経済学のパワーで地域の経済を発展させようとしている。

商業的価値を求める桜経済学の背後には、桜という植物の多様化、環境改善、余暇の過ごし方の多様化などの意味で、経済のみならず社会全体にプラスの効果があると認識して良いだろう。その中で少しずつ企業のビジョンと国家のビジョンの一体感が見られるようになってきている。政府の方針が企業に影響を与えたり働きかけがあったりすることも考えられるが、文化産業を運営する立場の企業が一定の規模に達していくと、次第に企業のビジョンと理念が発展していったとも考えられる。例えば、上述した天適グループは「最も専門的な桜テーマ公園の企業」を目指すと同時に「30年後中国の桜が日本を追い越す」目標も打ち立てている<sup>(45)</sup>。そもそも、中国国内で桜の文化産業を運営している企業が、なぜ日本と日本の桜をそこまで意識する必要があるのだろうか。中国の桜が日本を超えるビジョンは、面積、品種の数、規格などの意味だけではなく、人々の意識、認識、文化的側面がより大きいと中国の桜産業界は考える<sup>(46)</sup>。桜産業の関係

者は、経済利益の追求と同時に文化的アイデンティティの意識も強く持っている。桜の原産地は中国でありながら、日本でその文化が開花してきたことを認めた上で、多くの中国人が桜は日本のものだという認識をひっくり返し、中国の桜の復興を自らのミッションとして認識している。さらに、桜文化の再建を通して、中華民族の復興、文化的ルネサンスを実現することを意識している。従って、桜を日本から輸入するのではなく、日本との差別化を意識し、中国原産の桜を選別、育成、繁殖を繰り返すこととなった<sup>(47)</sup>。天適のトップマネジメントは、日本の桜の代表格は淡雅の薄色が多く、7日間の短い開花期が日本の文化によく合うが、中国人が求める桜は開花期が30日前後で、色彩感がより華やかなものだとして述べている。さらに、「10年後、20年後、30年後、我々の子供が大きくなったら、桜の花見と言ったら、日本の東京、大阪などではなく、思いつく場所は中国の広州、武漢、北京などになってほしい」と桜大国を「再建」する夢を述べている<sup>(48)</sup>。

#### 4. 花見を楽しむ人々の眼差し

ここでは、花見ブームの中で中国の人々がどのような眼差しをもって桜を楽しみ、桜関連のモノとコトの消費に巻き込まれていくか、日本での花見行動との違い、また、桜と花見に対する認識の差異を中心に議論を展開していく。検証にあたっては、主に下記の2つの調査手法を用いる。第1に、インターネット、SNSに掲載した桜と桜祭りに関する注目度が高く閲覧回数の多い映像の記号分析をし、第2に、桜の観光地と桜祭りに参加した観光客のヒアリング調査をすることである。

##### 4.1 桜を巡る映像コンテンツの分析

中国の若者たちは、梅や牡丹などの中国の伝統的な花見より桜の花見に興味を持っているという。武漢大学の「桜調査報告書」によると、花見客の過半数は25歳以下の若者で、18~35歳の割合は約8割であるという<sup>(49)</sup>。この年齢層の大多数は、Bilibiliと小紅書（シャオ・ホン・シュー）を利用しているため、この二つの主流プラットフォームに登場し注目されている桜関連の投稿映像とキーワードを取り上げてみよう。

Bilibili（略称：B 站）は、2009年に創立した若者向けの映像コンテンツとソーシャルメディアが重なるプラットフォームであり、現在の中国の若者がもっとも利用しているオンライン・エンターテインメント・プラットフォームとなっている。主に、PUGV（Professional User Generated Video）という、ユーザーが自主的に制作するビデオが中心となっている。生活関係がその中心的なコンテンツであり、アップの量も再生回数ももっとも多い主力ブロックである。また、Vlog（ビデオ+ブログ）はBilibiliにお

いてもっとも成長してきた領域で、2019年には百万近いアップ主が作品を掲載し、延べ再生回数は110億回以上と、Z世代に一番好まれる商品である<sup>(50)</sup>。

Bilibiliの動画サイトでは、桜関連の動画を多数アップロードしている。その内容を分類し、注目度が高い代表例を紹介しながら映像分析を行っていく。

表3 Bilibili動画サイトにて桜に関する代表的な動画

分類	Link および動画タイトル	内容紹介	再生回数	いいね!
中国で花見	動画① 【櫻花飞落时】在南京赏樱花成海 <sup>(51)</sup>	ライフスタイル系ビデオブロガーが撮影した桜祭り。人気ブロガーは花見を通して人気を集めた代表例	3万	1376
	動画② 汉服赏   四   花朝将至, 和小姐姐们一起去赏花吧 <sup>(52)</sup>	桜+花見+漢服(コスプレ)	10.4万	226
日本で花見	動画③ 一目千本櫻! 与黑丝大长腿御姐工具人一起欣赏日本最美的樱花绝景! <sup>(53)</sup>	日本の桜の景色を紹介する	23.4万	6374
	動画④ 日本大学校园里的樱花季, 这也太好看了吧! 一桥大学   大学食堂   原宿   涉谷 <sup>(54)</sup>	一橋大学にある桜の紹介から、原宿、渋谷など、若者に人気のある観光スポットを紹介する	9.3万	3411
桜ダンス	動画⑤ 【咬人猫】虫奉行♥明年也一起去看樱花吧o(*≧▽≦)ツ <sup>(55)</sup>	Bilibili動画サイト人気ブロガー「人咬み猫」が着物姿で桜の下でダンス動画を撮影	217万	1.2万
	動画⑥ 【HO☆SHI】武斗 Johnny (❀ ◦ ˘ ˇ ◦ ❀) 【组合初投稿】 <sup>(56)</sup>	上海同济大学の在校生が桜通りで撮ったダンスの動画	10万	68
	動画⑦ 【LOVE LIVE!】波利花菜园《前进→Tomorrow》樱园中的纹身不良少女 <sup>(57)</sup>	武漢の桜並木を背景に日本の女子高生のコスプレでダンス	19.6万	172
桜と食べ物	動画⑧ 快来我碗里看樱花吧! 樱花水信玄饼   芋头 SAMA <sup>(58)</sup>	桜を取り入れた信玄餅は美しく透き通るような外観から、中国の若者の間でも人気が高い。また、桜入りのお茶とセットで、季節の人気となる	132.4万	3.3万
	動画⑨ 樱花季限定樱花咖啡伴侣~天寿啦! 速溶咖啡都变值钱啦 <sup>(59)</sup>	珈琲の上に載せる桜の形のクリーム	21.4万	5350

(再生回数といいねの数は2020.10.25までのデータ)

小紅書(シャオ・ホン・シュー)はEC機能が付く「インスタグラム」として、90後世代とZ世代に一番人気があるアプリで、写真と動画を中心に利用されるSNS機能以外にユーザー間で商情交換もできる。2020年の時点で小紅書のユーザー数は3億を超るとも言われている<sup>(60)</sup>。中国の若者は小紅書を使って、服のコーディネートや化粧方法などを勉強したり、新しい観光スポットを検索し旅行のプランを計画したり、

流行のライフスタイルを発見したりする。この SNS で桜をキーワードに検索したところ、閲覧回数と人気順に勧められたものは下記の通りであった。

表 4 小紅書 APP における桜に関する動画

分類	Link および動画タイトル	内容紹介	いいね!
中国で花見	動画⑩ 桜花开了 <sup>(61)</sup>	漢服で花見	4989
	動画⑪ 北京赏花最全攻略 <sup>(62)</sup>	北京の桜の花見の全攻略を紹介する映像	756
日本で花見	動画⑫ 櫻花 <sup>(63)</sup>	有名なアニメ「秒速5センチメートル」をモチーフに作った日本各地の桜の風景	6348
	動画⑬ 神奈川県西平畑公園の櫻花溜滑梯 <sup>(64)</sup>	神奈川県西平畑公園の桜に囲まれた滑り台の紹介	5193
花見の自分	動画⑭ 【锁拍樱花照小技巧! 滤镜】 <sup>(65)</sup>	花見時の撮影のコツを共有する	2913
	動画⑮ 春日穿搭 Plus <sup>(66)</sup>	中国にて有名な若手女優鄭爽が花見時の服のアレンジを教える	1.6 万
	動画⑯ 在宿舍画个樱花妆出门赏花吧 <sup>(67)</sup>	大学の寮で花見のための化粧をして出かけよう。花見時の化粧方法を共有する	1203
	動画⑰ 国风少女春日赏樱发型教程 <sup>(68)</sup>	漢服を着て花見の髪型を共有する	6192
桜と食べ物	動画⑱ 简单又超美的樱花薯片, 最适合做给小仙女 <sup>(69)</sup>	桜の形にするチップスの作り方	3.5 万

(いいねの数は 2020.10.25 までのデータ)

Bilibili に登場した①と②の動画は、人気プロガーが桜と花見の映像を送信して人気を集めているものである。特徴としては、何れも桜と花見のテーマを出しながらも花をフォーカスするのではなく、自分や花見に来る人々と食べ物はその対象であり、主役はあくまで自分である。特に、服装の部分に非常に重点を置くという特徴がある。花見は季節限定の舞台に登場するコスプレのためのものだという印象を強く受ける。

18 本の動画を分析していくと、花見におけるコスプレは主に 3 種類に分けられる。まずは、日本文化の記号としての和服である。日本で花見をする際には、現地の雰囲気に対応し、体験の一部として和服がよく選ばれている。動画⑤はその典型的な例で、中国人の人気プロガーが和服姿で桜並木を背景に現れ、大量に「美しい」というフィードバックを得ている。しかし、中国国内での花見の時には、撮影用のレンタルの和服があったとしても、着用する人は遥かに少なくなる。これは、和服に代表される日本的要素が回りの中国人観光客の嫌悪感を買ひ、不快な体験に巻き込まれるリスクが想定されるこ

とが原因だと推測する。例えば、負の歴史的遺産として解釈された武漢大学で花見をした際に、女性の花見客が桜の下で和服姿で写真を撮っていて周りの観桜客の怒りを買ってしまった事件が2009年に実際にあった<sup>(70)</sup>。そのようなトラブルを防ぐために、武漢大学は校内での桜鑑賞時には和服姿の撮影を禁止している<sup>(71)</sup>。それ以外の桜の観光地ではそこまでのドレスコードはないが、自ら和服で来る中国人はやはり少ない。ただし、それが日本人の団体の場合はこのようなことが見られることはなく、無錫などの沿岸部においてはむしろよく見かける風景である。次に、二次元と呼ばれるアニメ系や日本のサブカルチャーのコスプレイヤーが花見客の中に散見するという現象である。例えば、動画④番の場合、ブロガーが女子高校生の制服姿で大学キャンパス内の桜を見る動画を作っている。また、⑥番と⑦番もアキバ系の姿で花見をし、桜の下でダンスを披露している。日本のサブカルチャーの場合、それはあくまで個人々々、特に若者の趣味の世界であって批判されることもほぼなく、むしろ他の中国の花見客は見物気分でのその姿の人々を見ている。

最後に、中国の花見の際にもっともよく見かけるコスプレが、中国の伝統衣装を復活させた漢服（漢民族の伝統衣装）と呼ばれるコスチュームにあることである。漢服とは、中国の古代王朝の漢民族の人々の衣装をベースに、異民族支配であった清朝に起源を持つ旗袍（チャイナドレス）、唐装（清王朝の騎馬服に起源する立襟のジャケット）などへの強い対抗意識から生まれ、文化的他者である韓国と日本の民族衣装との差別化を意識したものである<sup>(72)</sup>。想像の共同体である歴史上の漢民族の人々が着ていた「伝統衣装」を、さらに創造と承認の上で「復活」させたものである。それがインターネットの普及によってメディアディスコースの中で市民権を獲得し、若者の間に広く普及した中国の「伝統的な」「民族衣装」である<sup>(73)</sup>。さらに、これまで海外でステレオタイプ化されてきた中国の服装、「中山装」（人民服）に比べて、美しく伝統的な中国の服装として記号化したものである。復活する桜の伝統、復活する伝統衣装との組み合わせによって、それらは復活する中国伝統のアイデンティティの具現化に繋がり、被写体としての映りもよく、花見のシーズンにもっともよく見かける。この漢服を着た花見の動画は特に注目を集めており、例えば、Bilibiliに登場した動画①と②を比較した際、漢服を着た②の方が圧倒的に再生回数が多い。小紅書に登場した⑩番の動画と⑪番の動画を比較する際には、漢服を主役とする桜関連の動画が桜を主役とする花見全攻略の動画に比して、同じく2019年の3月に掲載したにもかかわらず、前者は7倍もの評価数を得ていることはその証拠の一つと言えよう。

日本での桜と花見に関する代表的な動画としては、③番、④番、⑫番、⑬番が挙げられ、何れも日本のアニメーションや映画の視点が強く見られる。桜文化の消費者の主力は中国の若者であり、彼（女）らは、実際に桜を見て花見に触れる前に、まず桜の記号

を通してそれを認知しているようだ。そのため、彼（女）らが認知し再現する「桜」の映像の中では、日本のアニメ、漫画、映画、ドラマなどの影響が強く見られ、殆どの記号解釈がそこから来ていると考えられる。中国では「二次元」（エル・ツー・ユアン）と呼ばれる日本のアニメ、漫画を中心に登場した「桜」は、サブカルチャー的な側面が強く、日本の伝統文化における「桜」が持つ意味とは異なり、その多くが弱体化され修正されている。例えば、武士道の精神、潔さ、自己犠牲、無常などの意味は殆ど含まれていない。中国の若者の認知にある「桜」のコノテーションの意味は、「浪漫」、「青春」、「美しさ」、「期待」、「恋愛」、などとなっている。例えば、細密な美しさを演出した日本のアニメーション監督新海誠氏の代表作の一つ、「秒速5センチメートル」は、桜がロマンチックな切ない恋のシンボルとして広く知られている。ヒロインが言った「知っている？桜の落ちるスピード。秒速5センチメートル。」は、中国の若者の間でも有名な名セリフとなっている。⑫番の映像はそのアニメ、映画に登場する桜のシーンを強く意識し作られている。また、「秒速5センチメートル」だけではなく、「CLANNAD」や「君に届け」、「氷菓」などの日本の人気青春恋愛アニメでは、主人公たちが桜の木の下で出会ったという美しいシーンが登場する。映像④番の主人公が大学のキャンパスに入った直後の感想は、「桜を見て、学園の純情の恋愛にやっと到達した。」であり、これはその典型である。③番動画では、日本の桜を紹介する際に案内役の女の子が黒いストッキング姿を強調した上で桜の景色を紹介するという視点は、漫画などの二次元作品に登場する女の子の官能的側面を強く強調している。また、⑬番の神奈川県西平畑公園にある桜に囲まれる滑り台の紹介にも通ずる特徴として、日本の観光名称ではなく極一般的な日常風景にある桜のシーンを取り上げている。その視点の背後には常にそこにある日本の桜＝「本物の良さ」、中国人観光客が溢れる場所ではないところに来ている、というアピールがある。そしてそれは、「いつか行って見たい」という反応を多く引き起こしている。中国国内の花見に飽き足らないのであれば、いつか日本を訪れようという誘いに満ちており、一種の自慢と優越感すら表現されている。

次に注目してほしい要素は、「桜ダンス」と言われているものである。これは、桜を背景に流行りの歌でダンスをすることを指しており、動画の⑤番、⑥番、⑦番はその代表例である。最も気のある⑤番の動画は、投稿者が振袖姿でアニメ「ムシブギョー」のキャラクターソング、ハルウララ・モモラルラの旋律で踊った「桜ダンス」で、217万回も再生され爆発的な人気を得ている。他の2本の動画もアニメと関連する曲で楽しく「桜ダンス」を踊っていることから、中国の若者の視点における桜と日本のアニメの関連性を再確認できる。

最後に、桜と花見そのものではなく、その関連性から提案された食べ物（モノ）と、桜関連の体験（コト）について紹介したい。桜をモチーフに、その形と色を取り入れて



作られる食品の事例として、⑧番、⑨番と⑬番が挙げられる。また、桜の塩漬けを使う水信玄餅は、中国の若者の間で特に人気が高く、数多い日本の菓子の中でも高いアクセスと認知度を獲得している。何れにおいても美しく甘い食べ物として目で楽しめる側面が高く、お茶と珈琲の受けとして幸福感に繋がる要素が高い。さらに、小紅書において人気の高い桜関連の投稿動画として、⑭番の桜の写真の撮り方の紹介や番の花見の時のコーディネート、⑯番の花見の時の化粧、⑰番の漢服で花見をするときの髪型の紹介動画が挙げられる。桜の写真の撮り方とは、桜を被写体として捉えるのではなく桜と一緒に写真を撮るときに人物のポーズや画面構成などを紹介したものである。被写体はあくまで自分であり、その自分をより良く見せるための技の紹介である。その他、服装のコーディネート、化粧、髪型は、同じく「被写体は自分」という視点によって様々なアップ主が追加していると理解してよい。従って、桜と花見のキーワードで注目されているこれらの動画投稿において桜はあくまで道具であり、花見もあくまで背景に過ぎないという側面があると言える。

これまでに、桜に纏わる映像分析を通して桜を記号化し、それを消費する中国の若者が持つ桜への眼差しも明らかになってきた。日本における桜に対する認識とは異なり、彼（女）らは、選択的に一部の意味に集中した「ロマン」、「青春」、「期待」、「恋愛」などの意味を持つ「桜」のシニフィエに定着していく。日本のアニメ、漫画、ドラマが中国に紹介され始めた時期は1980年以降生まれの中国の世代の成長の時期であり、その影響をもっとも受けていると言える。そして、現在の花見ブームの中で彼（女）らは、桜文化を消費する主要な層となり、それらが重なることもその関連性から由来するだろう。この人々を中心に、彼（女）らは映像系のネット発信を通して自ら作り上げた桜の映像、自分と桜／花見との関わり型の記号を広く中国に拡散し浸透させていき、さらに共有される眼差しとなりつつある。

また、動画投稿サイトおよびVlogの普及によって、彼（女）らの発信の特徴は投稿者が主体であり、桜を見るというよりも桜を見る自分がどのように見られるかに焦点を置く。映像コンテンツの制作と共有が日常化し、Vlogの普及が中国における桜の流行と同じ時期になることによって、花見に対する認知は花見を見る自分の見せ方へと自然に切り替えられている。これは、一眼レフを持って桜を綺麗に撮ろうとする人々の眼差しと根本的に異なるであろう。花見は桜という花が象徴する「快樂」・「浪漫」・「青春」の舞台を用意した上で、主体としての自分を如何に演出し、如何に見られる側の自分を作っていくかという行為であり、少なくとも彼（女）らにとって重要な一部である。このような「桜」との接し方は、日本の若い世代と共通する部分があるものの、その相違は大きい。何故ならば、日本の若い世代は、伝統的な花見という行為に関する作法、桜に対する眼差しを、日本における花見という日常の中で無意識的に継承しているため、

桜の花見に新規参加する中国の人々とは本質的に異なるであろう。

## 4.2 花見客へのヒアリング

ここでは、花見の主力消費者である35歳以下の人々より上の世代の人々の桜の花見に対する認識を、ヒアリング調査を通して纏めておく。35歳以上の世代は、動画系サイトの投稿に積極ではなく、よって上記のプラットフォームにおけるコンテンツ分析は難しいと考えられた。対象は、上海を中心に直近5年間に習慣的に花見に出かけた人々、男23女27計50人である。質問は、①花見を始めたきっかけ、②どのように花見を楽しむか、③桜の花見に対する意識、を中心に行い、発話のキーワードを集め談話分析を行った結果、性別による差異はあまり見られないが、年齢が高ければ高いほど桜の花見への興味関心が減っていく傾向がみられた。

日本の花見との共通点として、冬の寒さから抜け出し、春という季節を迎える際の楽しい雰囲気最大の共通項だと言える。余暇を楽しく過ごすことによって、仕事の緊張とストレスからの解放、家族、同僚、友人との社交的要素などは、現代日本社会における花見と大きな違いはない。飲食が伴う世俗的な楽しさという部分も、食べ物の違いが日中間や中国の地域の差異としてある程度表れるものの、景色を見たり飲んだり食べたりする生活の楽しさへの追及において大きな差はない。彼（女）らの解答の中には、「春という季節感」、「花の美しさ」、「リラックスする」、「週末の過ごし方の一つ」などのキーワードが一番よく上がる。桜に対する認知度もこだわりをあまりなく、飽くまで春に咲いている綺麗な花に留まっている。多くの家族連れの人々は、どれが桜なのか他の花との区別がつかず、「子供に笑われない花の知識」を予習したり、スマートフォンの認知機能を駆使して花を弁別する場面もよくあった。一方で、桜を日本と関連付ける人も一部いるが、花見は徐々に一種の「エキゾチックな体験」方法になっているという認識で語っている。チューリップというとオランダの明るく爽やかな風景を思い出し、ラベンダーというとロマンチックなフランスの田舎の風光を思い出すように、桜は日本の有名な景色を連想させやすい。花見のうちに日本にいる感覚を味わえ、日本的な生活の楽しさを体験できることが良いと回答したり、子供に異国的な体験をしてもらえて良いという声も調査中にあった。

何れにしても、桜に対する回答の中で、生活に「儀式感」が必要だ、「儀式感のある生活」が必要だ、という表現がよく聞かれる。儀式感がある生活とは、実用性を重視するのではなく、日常生活に必需ではない「無用の遊び」、「美のある生活」、「余裕を感じる享楽」であり、これらは本論の冒頭に登場したが、周作人が中国の人々に提案している生活に繋がっている。季節が移る時、その季節に相応しい花見に出かけ、花を楽しむ行楽が、儀式感のある生活の現れである。もちろんこれは、中国社会の豊かさから由来

し、人々の心のゆとりから由来するものであろう。若い世代と異なり、「日本」と「桜」に対する強い意識はあまりなく、花見という体験消費によって儀式感のある生活を実践しているのはこのグループの人々である。日本に対する憧れもこだわりもない、この人々の眼差しこそ、寧ろ現代の日本人の花見の視点に一番近いと考えられる。

## 5. 終わりに

植物の多様性を保護するという視点からすると、桜経済学は野生の桜の木を守り、野生の品種に対する研究と保護、開発と育成に貢献していると考えられる。花見の繁栄によって、中国社会における公共秩序の向上や、人々の環境意識の向上、生活における美への追及などに、確実にプラスの効果が見られる。ただし、現在進行形の桜と花見のブームは、消費社会に突入した中国における体験消費の一つに過ぎない。莫大な経済利益がその起爆剤であり、それを支えながら迅速に拡大していく。桜経済学は、大衆が余暇を楽しみ、裕福な生活への憧れと欲望に応えるものであり、更には、国家戦略及び産業戦略に支持され、迅速な拡張が実現できている。そこに協力し支えているのは、裕福になってきた中国の人々にほかならない。

第3章と第4章の検証を通して、中国の人々が桜と花見に傾倒する視座の中で、下記の関連要因と特徴がみられる。まず、その大衆性と低コスト的側面が挙げられる。お茶のブームに見られる、高級茶道具や品位を象徴する高級茶に比し、花見は遥かに低コストで参与できる。中国国内での花見は海外（日本）渡航より安く、膨大な消費人口と関連産業に支えられる総合的な産業としてターゲット層が非常に広い。これが花見に関わる膨大な消費者の数字を支えている。次に、グローバル化の浸透によって海外との接近が簡単となり、他者への接近の衝動が上がっていることも挙げられる。2000年以降、中国の人々は経済のグローバル化のみならず今までにないスピードで海外の文化を経験し、海外の文化も見える形として迅速に浸透してきている。改革開放までに他者の文化と生活様式を見学・体験することは極めて限られた都市部と特定の階級に限定していた。Urry (2002) が指摘した、20世紀の前期までの少数の特権階級や富裕層のみが経験できた海外との接触が、中国の一般的な人々にも80年代以降に始動し、21世紀に入ってから更に本格的になっていると言える。桜の大量輸入、栽培、桜テーマパークの開設、花見の流行が、迅速に「日本」という記号化された異文化体験を身近なものにした。さらに、中国におけるインターネットやモバイルメディアの高い普及率によって、異質な文化に触れることが低コストで体験できるようになった。「他所」を「当地」に持ち込む作業が簡単になり、電子メディアの誕生によって、その「欲望」がより刺激され、「満足」することも比較的になった。

桜と花見のような日本文化は、中国の大衆にとって異国的な楽しい体験をもたらすと同時に、本国における花の文化との類似性があるため受け入れやすく親しみやすい。この相反する特質を持つ選択は、日本への観光と同様に極めて魅力があるように見える。また、花見が日本への観光と連動することによって、ブームに繋がる相乗効果をも生み出している。桜と花見ブームを主導する若い世代は、消費の主力だけではなく桜に対する眼差しと流儀を生み出し、それらの提案を広めている。そのプロセスは、インターネット、モバイルテクノロジーと SNS の迅速な普及によって支持され、桜をめぐる参与型文化を生み出していると言える。

Jenkins が指摘したように、参与型文化は民主的であり、また民衆的で、従来の文化浸透の秩序を根本的に変えている。デジタル時代前の文化の基準で考えると、知識も見識もそれ程高くない第 4 章の Bilibili と小紅書に登場した若者たちが桜への眼差しと花見の流儀を自ら発信することによって社会全体へと浸透・拡大することは恐らく難しいであろう。しかし、現代社会における彼（女）らは、大衆文化の消費者でありながら、その文化を作り上げた創造者でもある。参与型文化は、芸術と美学の基準を上げる時に、大衆の参加によって視点の提供と共有を力強く支持し、ある特定の視点と経験を迅速に新人にまで浸透できるインフォーマルな指導関係である (Jenkins et al., 2007)。春になったらモバイルネットで発信された文化的活動やライフスタイルに自ら関わり参与しないと疎外感すら覚える人々にとって、桜の映像を巡る言説は正にフーコーが指摘した「権力」に繋がっている。その支配の下で大勢の人々は桜の花見に出かけているのではないだろうか。

日本の二次元の影響を受けてきた中国の若い世代は、日本のサブカルチャーを桜と花見とに関連付け、中国でその派生の流行文化を生み出している。ただし、それだけではない。2019 年の太湖電頭渚国際桜祭りは、TikTok やアニメなどの多面的な要素を融和し、TikTok 大会のような斬新なイベントを打ち出した。その TikTok 大会には 1200 万人が参加し、257 万人がいいねをつけ、11 万回シェアした。その経営総収入は 1 億 1000 万元に達し、昨年同期に比して 29.86% を増幅し、観光地の経済効果と社会効果のダブル成長を実現させた<sup>(74)</sup>。中国の桜産業は、確実にインダストリアル 4.0 と連動し、IoT と AI の発達とともに経済、産業、技術の力で、桜に纏わる文化を体験消費から新しい次元にまで推進している。

また、2019 年上海の桜祭りにおいて、100 名の漢服を羽織る女性が伝統の「花朝節」の儀式を踏まえ、花、果実、お茶の三礼を持って春への祝福の儀式を行った。この古代「花朝節」の復興と儀式が、文化の展示として大勢の花見客を集めた<sup>(75)</sup>。日本の二次元の影響から始まった花見への眼差しは、中国伝統文化の創造的再生をもたらし、近年、その方向への分流が明確に表れ主流化している。これが、日本的な要素から意図的に脱

出し改造していくのではなく、既存の日本的な要素の刺激によって新しい文化的ニーズを生み出した結果だと言える。このように、新たな消費志向、伝統文化の再生産と創出、新しいメディアテクノロジーとの融合は、今後も花見という参与型の文化を益々進化させていくことに違いない。

《注》

- (1) 周作人著『雨の日の書』の和訳は、中嶋長文の訳を参照 [http://biaofeng.info/wordpress/wp-content/uploads/2019/11/amenohinosyo\\_all.pdf](http://biaofeng.info/wordpress/wp-content/uploads/2019/11/amenohinosyo_all.pdf) (2020/10/28)
- (2) 鄭偉 (2017)「中国伝統文化の復興における 日本の影響と役割について — 鉄瓶の流行と生活美学を中心に —」人文・自然・人間科学研究 No. 37, pp. 38-55
- (3) 渋谷「109」に「武漢世界の桜の郷」屋外広告が登場渋谷の屋外広告 <http://pekin-media.jugem.jp/?eid=2207> (2020/10/28)
- (4) 解放日报 2016年3月22日 第014版 新论 从“赏樱热”看体验经济发展 苏勇
- (5) 中国花卉报 2015年12月24日 第003版 苗圃苗木 产业融合让樱花更美丽 2015年中国樱花产业峰会在京召开 记者 李欣
- (6) 中国旅游报 2015年3月9日 第006版 景区/市场 赏樱催生大产业 陈熠瑶
- (7) 中国企业报 2015年3月17日 第010版 两会/重点/新产业 全国政协委员, 中国侨联副主席王荣宝: 让樱花产业成中国绿色经济新引擎 实习记者 刘军
- (8) 赏樱是如何成为一个全球现象的? <https://mp.weixin.qq.com/s/NodVLVRf63tD9i6SMNmRFA> (2020/10/28)
- (9) 同上
- (10) 宇视智能绽放上海樱花节: 150万客流大考 [https://cn.uniview.com/About\\_Us/News/News\\_Media/201504/794209\\_140493\\_0.htm](https://cn.uniview.com/About_Us/News/News_Media/201504/794209_140493_0.htm) (2020/10/28)
- (11) 2018上海樱花节闭幕 游客逾166万人次 创历史新高 [http://www.cnr.cn/shanghai/tt/20180415/t20180415\\_524199567.shtml](http://www.cnr.cn/shanghai/tt/20180415/t20180415_524199567.shtml) (2020/10/28)
- (12) 秦兵马俑: 年接待游客超500万人次 紧随故宫 <http://www.pinchain.com/article/61907> (2020/10/28)
- (13) 2018年全年西安的秦始皇帝陵博物院接待游客858万余人次, 惊人 [https://www.sohu.com/a/285967620\\_120044641](https://www.sohu.com/a/285967620_120044641) (2020/10/28)
- (14) 赏樱是如何成为一个全球现象的? <https://mp.weixin.qq.com/s/NodVLVRf63tD9i6SMNmRFA> (2020/10/28)
- (15) 同上
- (16) 染井吉野樱进入盛花期! 顾村公园每日预约上限调为6万人次 <http://n.eastday.com/pnews/1584999527013706> (2020/10/28)
- (17) 不认识樱花的游客究竟在武大欣赏什么 [https://m.sohu.com/a/227214495\\_779031](https://m.sohu.com/a/227214495_779031) (2020/10/28)
- (18) 王铖. 漫谈我国樱花现状与应用 [J]. 园林, 2010(03): 14-16.
- (19) 王铖. 漫谈我国樱花现状与应用 [J]. 园林, 2010(03): 14-16.
- (20) 中山公园周末游客22万人 单樱最佳观赏期后天结束 [http://news.bandao.cn/news\\_html/201804/20180416/news\\_20180416\\_2821905.shtml](http://news.bandao.cn/news_html/201804/20180416/news_20180416_2821905.shtml) (2020/10/28)
- (21) 青岛中山公园 <https://baike.baidu.com/item/%E9%9D%92%E5%B2%9B%E4%B8%AD%E5%B1%B1%E5%85%AC%E5%9B%AD/2610274> (2020/10/28)
- (22) 武大樱花节移动大数据 18万人次涌入 武汉居民占六成 <https://news.mydrivers.com/>

- 1/526/526477.htm (2020/10/28)
- (23) 群文天地 2012年第3期下 语言与文学 樱花绽放后面的历史与人文 徐裕泉
  - (24) 群文天地 2012年第3期下 语言与文学 樱花绽放后面的历史与人文 徐裕泉
  - (25) 群文天地 2012年第3期下 语言与文学 樱花绽放后面的历史与人文 徐裕泉
  - (26) 包头日报 2016年3月22日 第A06版 时评 商贾不知亡国恨 赏樱先要啐一口? 舒圣祥
  - (27) 包头日报 2016年3月22日 第A06版 时评 去“武大”赏樱不要忘了历史 胡子民
  - (28) 新华每日电讯 2013年3月17日 第011版 综合新闻 武大赏樱涨价:“以花养花”有苦衷  
学校:收费的费用用于校园管理专家:大学应是资源共享倡导者 记者 喻珮 冯国栋
  - (29) 光明日报 2016年3月24日 第002版 评论 武大赏樱,究竟是谁想多了 胡印斌
  - (30) 光明日报 2016年3月24日 第002版 评论 武大赏樱,究竟是谁想多了 胡印斌
  - (31) 西安青龙寺烂漫樱花~~ [https://www.douban.com/group/topic/37084771/\(2020/10/28\)](https://www.douban.com/group/topic/37084771/(2020/10/28))
  - (32) 东湖故事之樱花园 <https://www.jianshu.com/p/c37f8247efa9> (2020/10/28)
  - (33) 同上
  - (34) 玉渊潭公园官网 <http://www.yytpark.com/news/show-189.html> (2020/10/28)
  - (35) 太湖に映える桜と中日交流 [http://www.peoplechina.com.cn/guanguang/2015-04/07/content\\_681944.htm](http://www.peoplechina.com.cn/guanguang/2015-04/07/content_681944.htm) (2020/10/28)
  - (36) 同上
  - (37) 资源与人居环境 2016年12期 “樱花王子”何宗儒卖“风景”年入10亿 李芯娟
  - (38) 同上
  - (39) 同上
  - (40) 玉溪日报 2013年9月16日 第001版 新平将打造“中国樱花城” 记者 刘跃 吴坤娱
  - (41) 福建日报 2017年3月24日 第006版 海峡 漳平永福:“中国最美樱花胜地”是如何造就的? 记者 张杰
  - (42) 同上
  - (43) 中国花卉报 2017年4月13日 第003版 苗圃苗木 中国樱花产业文化发展论坛举办 记者 骆会欣
  - (44) 同上
  - (45) 中国花卉报 2013年5月30日 第003版 苗圃苗木 让中国樱花超越日本 访广州天适集团常务副总裁叶超宏 记者 李欣
  - (46) 同上
  - (47) 同上
  - (48) 同上
  - (49) 赏樱,中国人何如此“狂热”? [https://mp.weixin.qq.com/s/pULnz74K05lg\\_Mq2kMr-2Q](https://mp.weixin.qq.com/s/pULnz74K05lg_Mq2kMr-2Q) (2020/10/28)
  - (50) Bilibili <https://baike.baidu.com/item/Bilibili/7056160?fr=aladdin> (2020/10/28)
  - (51) [https://www.Bilibili.com/video/BV1gb411x7YG/?spm\\_id\\_from=333.788.videocard.1](https://www.Bilibili.com/video/BV1gb411x7YG/?spm_id_from=333.788.videocard.1) (2020/10/28)
  - (52) <https://www.Bilibili.com/video/BV1cx411C7ET?from=search&seid=15433778055954449643> (2020/10/28)
  - (53) <https://www.Bilibili.com/video/BV1fQ4y1N7da?from=search&seid=5875719210304681559> (2020/10/28)
  - (54) <https://www.Bilibili.com/video/BV1f4411a76i?from=search&seid=10497641105688380065> (2020/10/28)
  - (55) [https://www.Bilibili.com/video/BV1Cx411e7kZ/?spm\\_id\\_from=333.788.videocard.9](https://www.Bilibili.com/video/BV1Cx411e7kZ/?spm_id_from=333.788.videocard.9)

- (2020/10/28)
- (56) <https://www.Bilibili.com/video/BV1cs411X7Ty?from=search&seid=16596796763102396973> (2020/10/28)
- (57) <https://www.Bilibili.com/video/BV1Rs411S7eQ?from=search&seid=114978355936505082> (2020/10/28)
- (58) <https://www.Bilibili.com/video/BV1yx411C7wN?from=search&seid=3935325886366255506> (2020/10/28)
- (59) <https://www.Bilibili.com/video/BV1nW411K7LP?from=search&seid=1149783559365005082> (2020/10/28)
- (60) <https://new.qq.com/rain/a/20201120a0giha00> (2020/10/28)
- (61) <https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5c792c8900000000f01a4bd?xhsshare=CopyLink&appuid=5b58726e4eacab38c9ee6e3c&apptime=1603002685> (2020/10/28)
- (62) <https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5c8cc5a700000000d02441e?xhsshare=CopyLink&appuid=5b58726e4eacab38c9ee6e3c&apptime=1603596106> (2020/10/28)
- (63) <https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5bff8dac672e141d8bbe82aa?xhsshare=CopyLink&appuid=5b58726e4eacab38c9ee6e3c&apptime=1603002238> (2020/10/28)
- (64) <https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5c84c91700000000f01012a?xhsshare=CopyLink&appuid=5b58726e4eacab38c9ee6e3c&apptime=1603591120> (2020/10/28)
- (65) <https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5e81b8c800000000f1005199?xhsshare=CopyLink&appuid=5b58726e4eacab38c9ee6e3c&apptime=1603003352> (2020/10/28)
- (66) <https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5e8ec70b00000000f100ae8e?xhsshare=CopyLink&appuid=5b58726e4eacab38c9ee6e3c&apptime=1603004230> (2020/10/28)
- (67) <https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5cb55e5300000000f008f8a?xhsshare=CopyLink&appuid=5b58726e4eacab38c9ee6e3c&apptime=1603004977> (2020/10/28)
- (68) <https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5c9d87e000000000f009322?xhsshare=CopyLink&appuid=5b58726e4eacab38c9ee6e3c&apptime=1603005344> (2020/10/28)
- (69) <https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/5e9f9dcb00000000f1008811?xhsshare=CopyLink&appuid=5b58726e4eacab38c9ee6e3c&apptime=1603593543> (2020/10/28)
- (70) 一对母女穿和服在武大樱园拍照 遭市民轰赶(图) <http://news.sohu.com/20090322/n262931945.shtml> (2020/10/28)
- (71) 同上
- (72) 浅析汉服运动兴起的原因 張小月
- (73) ICCS Journal of Modern Chinese Studies Vol.4 (2) 2012 汉服运动中国互联网时代的亚文化 周星
- (74) 中国・无锡太湖鼋头渚国际樱花节 “樱”为有爱 “鼋”定今生 [http://www.xinhuanet.com/travel/2019-10/14/c\\_1125102115.htm](http://www.xinhuanet.com/travel/2019-10/14/c_1125102115.htm) (2020/10/28)
- (75) 顾村公园上演汉服“花朝节” [http://www.360doc.com/content/18/0331/17/7793103\\_741809523.shtml](http://www.360doc.com/content/18/0331/17/7793103_741809523.shtml) (2020/10/28)

#### 引用・参考文献

- パウマン, Z. (2014) 『リキッド化する世界の文化論』 伊藤茂 訳 青土社
- バルト, R. (2005) 『映像の修辞学』 蓮實重彦, 杉本紀子 訳 筑摩書房
- ボードリヤール, J. (1980) 『物の体系：記号の消費』 宇波彰 訳 法政大学出版局
- ボードリヤール, J. (1985) 『消費社会の神話と構造』 今村仁司, 塚原史 訳 紀伊国屋書店

- 鄭偉 (2017) 「中国传统文化の復興における 日本の影響と役割について — 鉄瓶の流行と生活美学を中心に —」 人文・自然・人間科学研究 No. 37, pp. 38-55
- Dicks, B. (2003) *the production of contemporary visibility*, Singapore: McGraw-Hill Education
- Jenkins H, Clinton K, Purushotma R et al. (2007) *Confronting the challenges of a participatory culture: Media education for the 21st Century*. Chicago: MacArthur Foundation, 2007
- Jenkins, H. Ito, M, Boyd, D. (2016) *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. UK: Polity Press
- Urry, J. (2002) *The Tourist Gaze*, 2nd edn, London: Sage
- 潘志刚/游应天 (1994) 『中国主要外来树种引种栽培』 北京科技技术出版社
- 舒迎澜, 櫻花史记 [J]. 园林, 2010(3) : 26-27
- 王铖, 漫谈我国櫻花现状与应用 [J]. 园林, 2010(3) : 14-16
- 周东霖, 櫻花略考 [J]. 生态文化, 2008(2) : 51-52

※本稿は拓殖大学人文科学研究所・平成30年度個人研究助成の研究成果である

(原稿受付 2020年10月28日)