

2025 神戸学院大学客員教授訪問心得

神戸学院大学客員教授

国立台湾師範大学スポーツ・レジャーとホスピタリティマネジメント研究所

教授兼所長 林伯修

私は神戸との縁が深いです。1993 年、私が筑波大学の修士課程で学んでいた際、兵庫県出身の吉田さんが私のチューターを担当してくれ、その後彼と深い関係を築くことができました。私は 1995 年に発生した阪神淡路大震災後、吉田さんと共に初めて神戸に赴きました。当時の神戸は荒廃した様子で、今でも脳裏に焼き付いています。2017 年 4 月、共通教育センターに在籍していた二杉先生に招聘されて、神戸学院大学で一年間講義と交流をしました。2022 年には現代社会学部の前林先生の招きで、二ヶ月間という短い期間ではありましたが、二度目の神戸学院大学訪問が叶いました。そして今回、共通教育センターの津田先生の招聘で三度目の訪問が実現しました。この場を借りて再度感謝申し上げます。

私にとって今回の神戸訪問は、この 30 年間で 77 回目の訪日であり、日本における様々な変化が目に入りました。神戸三宮で老舗の焼き鳥屋で食事をした際、インド人またはネパール人と思われる従業員の姿を見ました。またコンビニでも多くの外国籍店員が見かけられました。台湾にはベトナム人とインドネシア人の外国籍労働者が多く滞在しているのですが、やはり先進国では少子高齢化とともに労働力不足の問題が同じように深刻であることが見受けられました。神戸に到着して4日目に前林先生と大学校内のレストランで食事をしました。私は約束の時間よりやや早めに着いたので、レストラン前にある神戸学院大学各学部の DM を拝見しました。各学部の卒業後の進路を見ると、30%もの学生が宣伝、広告関係に就職していることに気づきました。その点を考慮し、今回の 4 つの講義内容を改めて調整しました。台湾師範大学で 20 年間してきたスポーツ・レジャーとスポーツツーリズム、文化人類学、スポーツ社会学等の授業内容をまとめて講義しました。

第一講は台湾人のレジャーと仕事について。まず初めに学生の皆さんに、日本人は漢字(中華系文化が読める)が読め、片仮名(最新知識をそのまま導入できる)も理解できるため、世界一賢い言語を持ち、世界一国際人材になりやすい国民なのに、パスポートを持つ割合がたったの 20%であることを伝えました。台湾の人口は 2 千 3 百万人で日本に比べれば少数ですが、その内 80%もの国民がパスポートを持ち、2024 年には 604 万人の台湾人が日本へ観光に行きました。言い換えれば、四分の一の台湾人が日本を好み、日本人より海外旅行を楽しんでいます。円安の影響もありますが、2024 年の台湾の一人当たり GDP は日本人より僅かに下回るだけです。私が言いたいことは、遊んでもよい仕事ができます。遊ぶこと、特に海外旅行は自分と国にとって沢山のメリットがあります。日本人のお正月、ゴールデンウィーク、お盆などにしかまとまった休暇を取らない、海外に出ることを躊躇する、大学三年

生から就活を開始する、ブランドは良くないという文化的習慣は、今の時代最も求められる創造力を育む機会を失ってしまうのではないのでしょうか。学生さんに日本人と台湾人の異なる生き方を提示し、考えさせました。

第二講はスポーツ産業記号消費です。スポーツ社会学の視野で、記号消費の視点からスポーツ、消費、スポーツ商品消費の本質を分析しました。やや難しい講義をしたのですが、その理由は前述のように神戸学院大学の学生は宣伝・広告関係の企業に就職する割合が高いからです。台湾 NIKE のトップの殆どは新聞学部（日本の大学にはないことも始めて知った）出身です。その理由は、彼らは社会のコミュニケーションの本質、メディアのことをよく理解しているからです。マルクスは商品の背景にある資本の作用を良く批判しています。その中で、商品の価値・値段におけるヒエラルキー構造を指摘しましたが、実は資本の作用以外に、国間、歴史により形成したヒエラルキー構造も存在します。私はユニクロや無印良品等のブランドがなぜアジア圏で人気なのかと皆さんに問いました。勿論、両社の製品は文句なしに良い品質ですが、もう一つ重要な要因があり、それは日本ブランドということです。日本人である学生たちは疑問に思いましたが、私はもう一度、もしそのマークのない服が台湾のブランドなら皆さんは買いますか、或いは他のアジア圏の人は買いますかと問いかけました。日本のファッションはアジア NO.1 なので、皆はユニクロを消費することでアジア NO.1 という記号を消費しています。このような例はスポーツ産業の中でもよく見受けられます。例えば、マイケル・ジョーダンのバスケットボールシューズは 90 年代から現在まで常に新しいモデルを出品しています。スポーツの優勝チームやスター選手がよく CM のイメージキャラクターに起用される理由はヒエラルキー構造における記号を消費するからです。

第三講と第四講は私のスポーツ・レジャー人類学の授業における国際分業というグローバル社会の中で、先進国の国民はどのように社会に植え込まれた先入観と差別のヒエラルキー・イデオロギーを批判、反省しどのように平等視すべきか、年々増加する外国籍労働者とどのように仲良く協力していくかについて話しました。講義中、日本と台湾の企業が東南アジアの工場で偉そうな管理態度を取り失敗した事例をいくつか共有しました。各社会にある文化、価値観、工業化の程度、教育の平均レベル、理性化等現代社会に必要な能力、態度、制度、社会構造等もそれぞれ異なります。たとえ投資者や管理者であっても、協力していくことはグローバル企業、社会、個人の基本素養であるのではないのでしょうか。むしろ異文化社会から来た管理者は、教育者という立場で従業員や部下に自社における企業文化、経営、管理理念、ヴィジョン、製品及びサービスの理念、生産の SOP などを徹底的に教えなければなりません。常日頃、自社の高い立場にいと、社内の問題に対処する能力が欠如し、運営はバラバラの難航に陥ることが多々あります。調和力は人々を管理する上で重要で、人間関係に関わる大切な側面であり、社内、工場内で問題を起こさない安定剤のような役割を果たします。例えば、日本は根回し、報告、連絡、対話が好きな過程志向の企業文化ですが、台湾で同様の方法を採用

と、結果志向の企業文化に社会化された台湾の上司は怒ります。「うるさい、結果をだせ」というと思います。多くの台湾人や東南アジアの上司は頻繁に報告されることを嫌います。台湾の上司は日本の上司より部下を信頼しており、未知の不安に対する忍耐力、包容力を持っています。台湾人の中庸の精神、アバウト精神は完璧な未来を求めないため、変化への対応を可能にさせます。

台湾の諺に「凡事皆有兩面性」という言葉があり、何事も二面性があるという意味です。企業などでは、頻繁な報告は慎重さを保つ上で重要ですが、一方で部下の自主性が育たなくなる懸念があります。結果だけを求めると、粉飾したり、物事がいい加減になったりする恐れがあります。場合によっては異なる能力や戦力、戦術、戦略が求められることもあります。そこで私は今回の講義で、人類学における異文化理解の視点から、人間性や仕事の可能性についてお伝えし、特に国際交流が盛んな現代社会において異文化理解がいかに重要であるかを伝えました。

最後に、私は学生たちに海外で異文化を体験し、異文化から受ける良い影響や制限を実感しながら、より良い自分になってほしいと願います。