

2025年7月5日

『世界を知ろう』

アジアの国々を知ろう



国際人をめざす会 仲 栄司

授業のはじめに

- ◆ アジアってそもそもどの国？
- ◆ 日本とアジアの関係は？



アジアとは？

① イメージ

② 地理的範囲

③ 民族・言語・宗教の多様性

クイズ：どこの国でしょうか？（1）



クイズ：どこの国でしょうか？（2）



南洋（東南アジア）のイメージ（ケーススタディ）

1. 観光
2. 料理・食べ物
3. ファッション
4. スポーツ
5. 音楽
6. 伝統芸能
7. 映画、ドラマ
8. 産業
9. 歴史
10. 気候



- ① 仏教・漢字・稲作の伝来ルート
- ② 日本の伝統行事に見られるアジア的要素
- ③ 現代に広がるアジア文化

日本の伝統行事に見られるアジア的要素

1. 自然崇拝と季節の移ろいを重視

花見、月見、節分、七夕



2. 先祖崇拝

お盆、お彼岸、正月の初詣



3. 仏教・道教の影響

節分、花祭り、精霊送り



4. 農耕儀礼

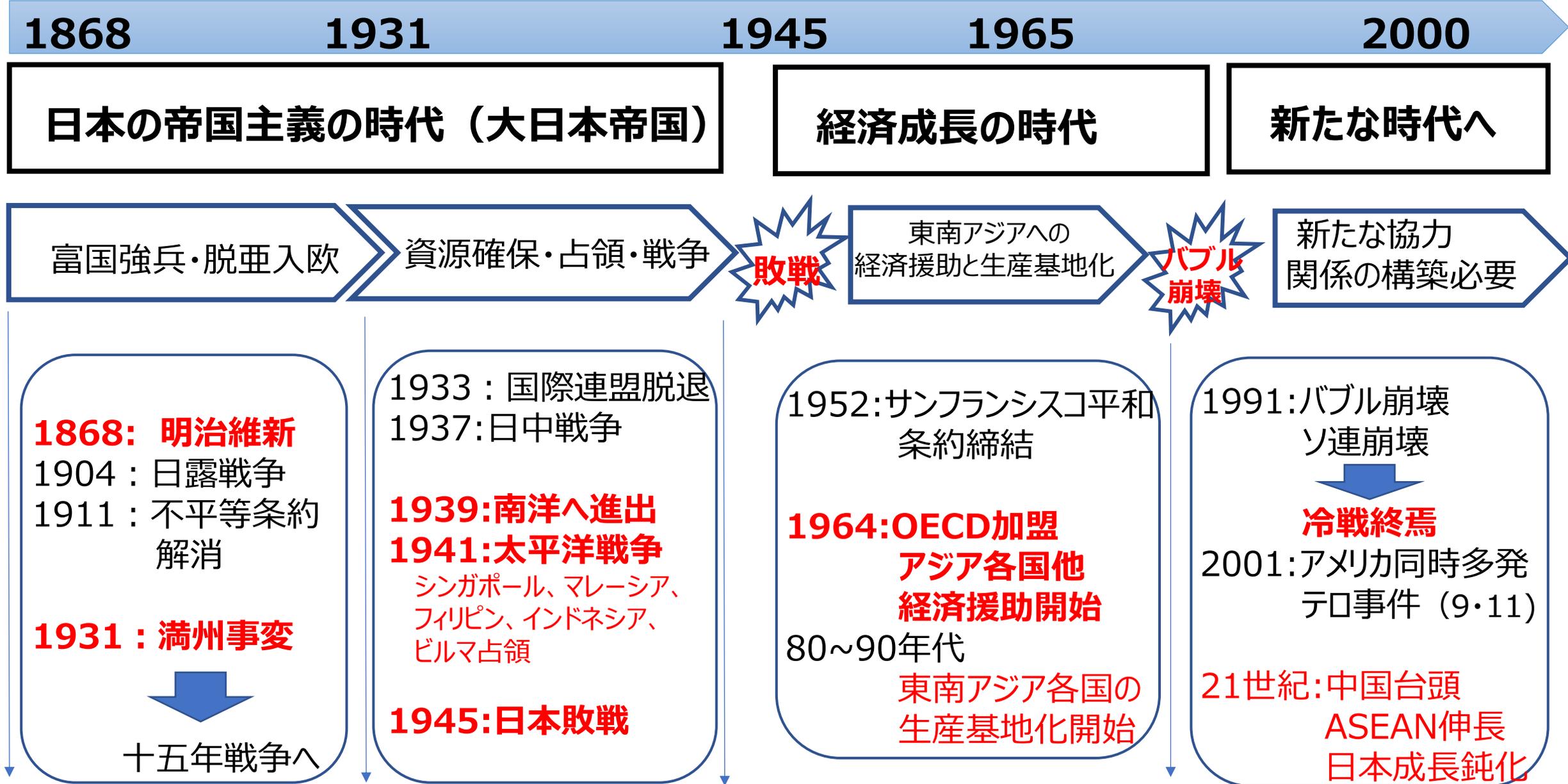
田植え祭、豊作祈願、秋祭り



歴史の中の関係性

- ①文化受容の時代（遣隋使、遣唐使）
- ②20世紀の戦争（太平洋戦争、日中戦争）
- ③戦後の経済協力（戦後補償、ODAなど）

日本と東南アジアの歴史(大掴み)



経済的なつながり

① 貿易相手国

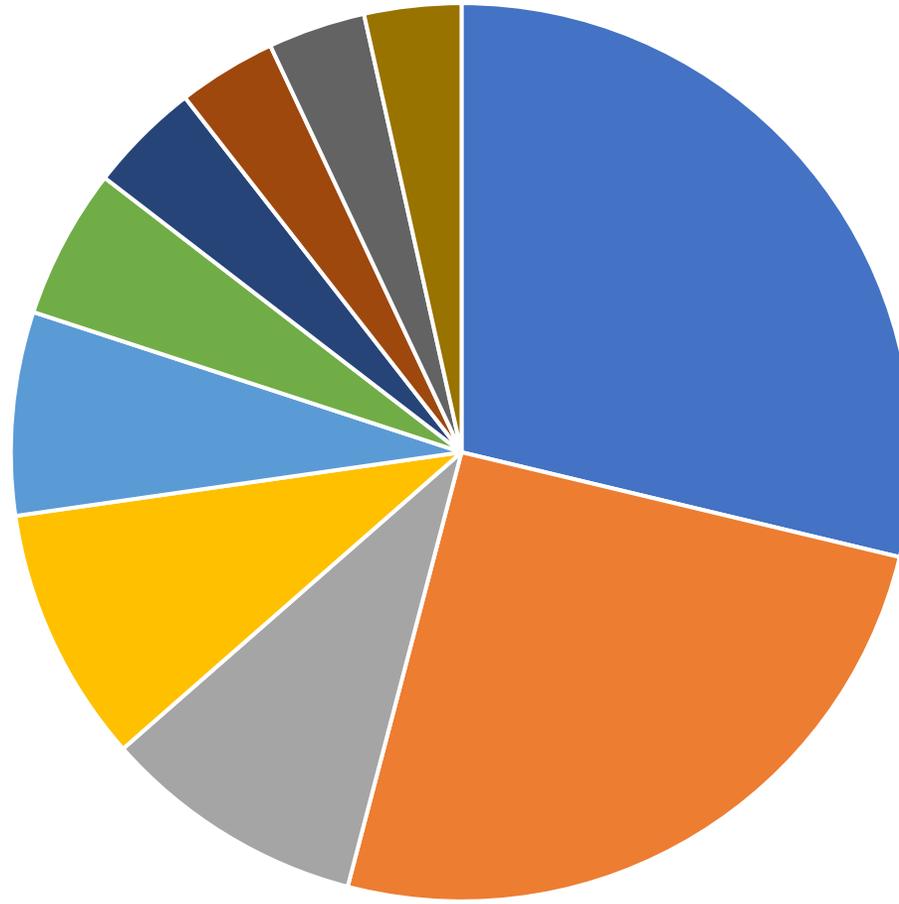
② 日本企業の進出先

③ 日本が提供するODA先

*ODA : 「**Official Development Assistance**」の略で、
政府が開発途上国への経済協力や支援を行うこと

日本の貿易相手国

上位10か国輸出額(B US\$)



■ アメリカ ■ 中国 ■ 韓国 ■ 台湾 ■ 香港 ■ タイ ■ シンガポール ■ ドイツ ■ インド ■ ベトナム

日本企業の進出先（取引額ベース）

順位	国	金額
1位	アメリカ	79.0兆円
2位	シンガポール	17.6兆円
3位	イギリス	16.7兆円
4位	UAE	9.6兆円
5位	タイ	4.2兆円
6位	中国	3.3兆円
7位	インド	1.8兆円
8位	ドイツ	1.7兆円
9位	ベトナム	1.5兆円
10位	フランス	1.2兆円

日本のODA（累積供与額 1979~2023年）

順位	国	金額
1位	中国	3.6兆円
2位	インド	3.2兆円
3位	インドネシア	2.9兆円
4位	フィリピン	2.6兆円
5位	バングラデシュ	2.0兆円
6位	ベトナム	1.9兆円
7位	タイ	1.7兆円
8位	ミャンマー	1.2兆円
9位	エジプト	1.0兆円
10位	ケニア	0.9兆円

*中国向けは、2012年を最後に供与終了

- ◆日本のODAの7割はアジア、特に東南アジアや南アジアの経済成長と安定に貢献
- ◆インフラ支援が中心（鉄道、道路、港湾、電力など）
- ◆人材育成や教育支援も重要視
- ◆人道支援・災害支援も実施し

① 留学生、インバウンド（観光客）

② 相互に人気のある文化

相互に人気のある文化(1)

1. 音楽 (J-POP&K-POP)

- ◆J-POP: YOASOBI、Aimer、LiSA
- ◆K-POP: BTS, BLACKPINK、NewJeans



2. アニメ・マンガ&ドラマ・映画

- ◆「ワンピース」「鬼滅の刃」「ドラえもん」、ジブリ映画、マンガアプリ
- ◆韓国ドラマ (恋愛、サスペンス、BL)
- ◆タイBLドラマ*、台湾青春映画

*タイBLは、**ボーイズラブ (BL)** を扱う、**タイ王国のドラマ**を中心とした作品ジャンル

3. ファッション・メイク

- ◆原宿系、ゆるかわ、ユニクロ、GU、透明感メイク、制服文化
- ◆韓国メイク (**オルチャン風***)、韓国ストリート
- ◆チャイナ風アイテム、タイのおしゃれ制服風

*オルチャン：「オルグル=顔」と「チャン=最高」を組み合わせて作られた造語「最高にかわいい顔・状態」を意味

相互に人気のある文化(2)

4. 食文化

◆寿司、ラーメン、抹茶、コンビニスイーツ、弁当文化、居酒屋スタイル

◆韓国料理（チーズタッカルビ、キンパ）、ベトナム料理（フォー、バインミー）、タイ料理（ガパオ）

***タッカルビ**：鶏肉と野菜を甘辛いコチュジャンで炒めた韓国料理 ***キンパ**：韓国風海苔巻き

***フォー**：米粉の麺で作るベトナム料理 ***バインミー**：ベトナムのサンドイッチ（フランスパンにレバーペースト、パクチー、鶏肉、海老などを挟む）

***ガパオ**：ホーリーバジル（シソ科のハーブ）のこと、「バジルライス」=バジル炒めごはん



5. ポップカルチャー・押し文化

◆押し活はK-POP,J-POP共通

◆アニメキャラ、アイドル、U-Tuberなどが国境を越えて支持されている

◆グッズ、イベント、聖地巡礼も共通の現象

アニメキャラの人気ランキング

* Fun Japan Communications 2018年リサーチ

好きなキャラクターは？					
順位	 インドネシア	 タイ	 マレーシア	 台湾	 香港
1位	ドラえもん 82%	ドラえもん 75%	ドラえもん 75%	となりのトトロ 74%	ドラえもん 57%
2位	セーラームーン 45%	リラックマ 44%	ポケモン 57%	ドラえもん 66%	となりのトトロ 49%
3位	ポケモン 45%	ハローキティ 43%	ドラゴンボール 42%	ワンピース 46%	ポケモン 37%
4位	ハローキティ 38%	ポケモン 40%	ハローキティ 40%	リラックマ 41%	セーラームーン 32%
5位	ワンピース 38%	ドラゴンボール 34%	ワンピース 36%	ポケモン 34%	ワンピース 27%
6位	ドラゴンボール 37%	セーラームーン 29%	セーラームーン 35%	ハローキティ 32%	ドラゴンボール 25%
7位	となりのトトロ 24%	ワンピース 27%	となりのトトロ 31%	ドラゴンボール 27%	アンパンマン 25%
8位	リラックマ 24%	となりのトトロ 26%	リラックマ 28%	アンパンマン 22%	ガンダム 21%
9位	ガンダム 23%	マイメロディ 26%	ガンダム 26%	マイメロディ 19%	ハローキティ 20%
10位	仮面ライダー 21%	ガンダム 20%	仮面ライダー 20%	ガンダム 18%	リラックマ 18%

なぜ相互に人気なのか

1. SNS配信の普及

YouTube、TikTok,Netflixが国境を越える

2. 若者文化の共通点

感性や流行を共有しやすいアジアの近接性

3. ローカル+グローバル感覚の融合

それぞれの文化が身近でありながら新しい

4. エンタメ産業の戦略的展開

韓国、日本ともに輸出文化として推進

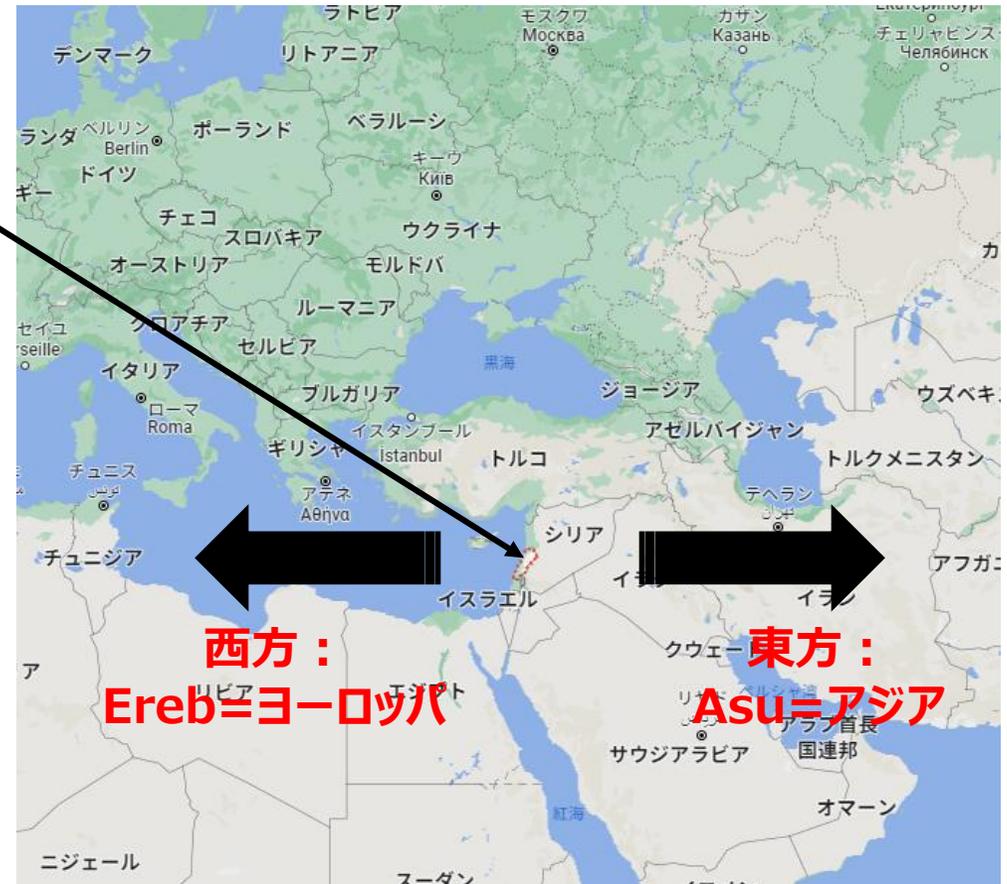
**アジアの人々と接するときに大切に
したいことは ？**

アジアとは

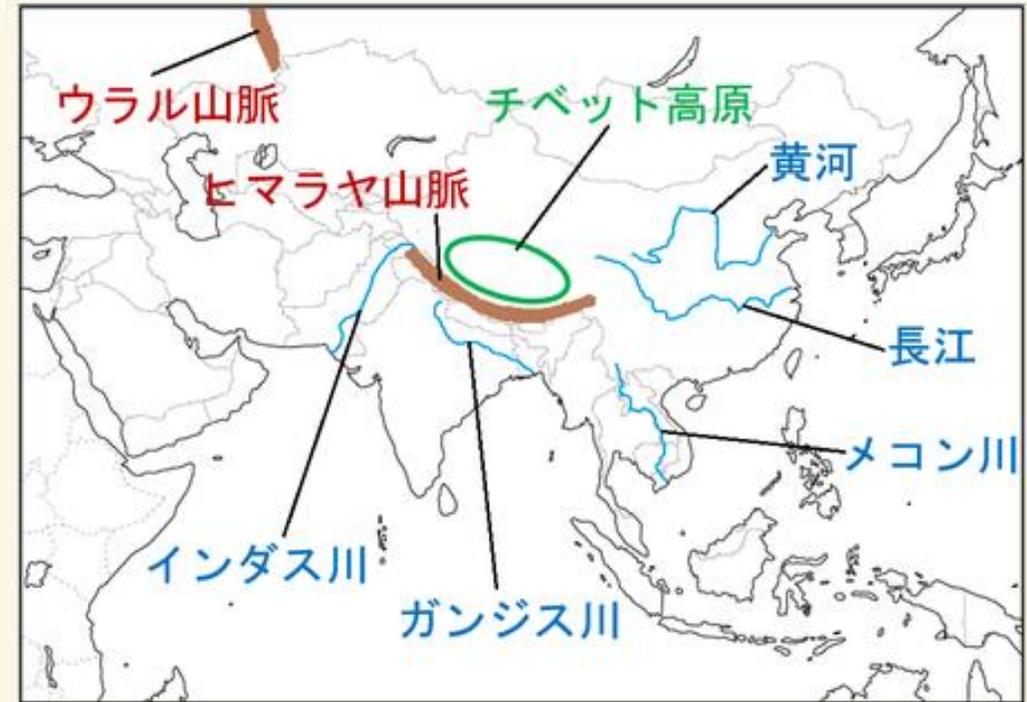
アジアという名称の起源は、古代（前11～前7世紀ごろ）地中海東部に栄えたフェニキア人が、その地より東方の地域をアスAsu（日の出る地方）、西方をエレブEreb（日の沈む地方）とよんだのが、アジアおよびヨーロッパの名称の始まりであるという。【出典：日本大百科全書】



フェニキア人の地
=現在のレバノン



アジアの地域と地理



アジアの国々



日本人のいうアジア

国連によるアジアの分類

東アジア	韓国、北朝鮮、中国、日本、モンゴル
東南アジア	インドネシア、カンボジア、シンガポール、タイ、東ティモール、フィリピン、ブルネイ、ベトナム、マレーシア、ミャンマー、ラオス
南アジア	アフガニスタン、イラン、インド、スリランカ、ネパール、パキスタン、バングラデシュ、ブータン、モルディブ
中央アジア	ウズベキスタン、カザフスタン、キルギス、タジキスタン、トルクメニスタン
西アジア	アゼルバイジャン、アラブ首長国連邦、アルメニア、イエメン、イスラエル、イラク、オマーン、カタール、キプロス、クウェート、グルジア、サウジアラビア、シリア、トルコ、バーレーン、パレスチナ、ヨルダン、レバノン

東アジアに台湾がない。これは台湾が国連に加盟していないことによる。中華人民共和国を「正統な中国政府」と認めるとしても、台湾の人たちのことを思うと複雑な気持ちになる。東南アジアは、東ティモールを除いて、すべてASEAN (Association of South-East Asian Nations) 加盟国である。域内の人口は6億人を超えており、約5億人の欧州連合 (EU) より多い。

東南アジアの各国概要

国	一人当GDP (US\$)	人口 (万人)	宗教				言語				民族				首都	
			仏教	キリスト教	イスラム教	その他	英語	中国語	マレー語	その他	地元	中華	マレー	インド		
シンガポール	72,794	545	○ (43%)	○ (15%)	○ (15%)		●	●	●	● (タミール)			● (76%)	○	○	シンガポール
ブルネイ	31,723	45	○	○	● (82%)		○	○	●	○ (タミール)			○	● (67%)		バンガル・スリ・ブガワン
マレーシア	11,371	3,278	○	○	● (82%)		○	○	●	○ (タミール)			○	● (67%)	○	クアラルンプール
タイ	7,233	6,995	● (94%)		○					● (タイ)	● タイ族		○	○		バンコク
インドネシア	4,292	27,636		○	● (87%)					● (インドネシア)	● ジャワ他		○	○	○	ジャカルタ
ベトナム	3,694	9,817	○	○		● (民間信仰74%)				● (ベトナム)	● キン(86%)					ハノイ
フィリピン	3,549	11,105		● (93%)	○			●		● (フィリピン)			○	●		マニラ
ラオス	2,551	738	●							● (ラオス)	● ラオ族					ビエンチャン
カンボジア	1,591	1,695	●		○					● (クメール)	● カンボジア人 (90%)					プノンペン
東ティモール	1,463	130		● (99%)						● (テトゥン、ポルトガル)	● メラネシア系、パプア系					デリ
ミャンマー	1,187	5,481	● (90%)	○	○					● (ミャンマー)	● ビルマ族 (70%)					

私の東南アジア感

1. 太平洋戦争の歴史
2. 仏教の風土
3. 農業の景観
4. 生産工場
5. 空気感

南洋（東南アジア）の空気感

■ 金子光晴の『西ひがし』より

乗合タクシーで出発の時間を待って空地にいと、光が盤石の重たさで頭からのりかかってきて、土地の体臭とでも言うべき、人間以外のものまでみないっしょくたになった。なんとも名状 できない漿液の臭気に、この身をくさらせ、ただらせようとかかるのであった。「ああ。この臭い」と、気がついただけで、三年間忘れていた南洋のいっさいが戻ってくるのであった。

（シンガポールからマレーシアのバトパハへ向かう途中のこと）

■ 浜なつ子の『死んでもいい』より

この国のおおらかさ、呑気さ、いいかげんさに触れると、かたくなだった心のどこかが柔らかく、豊かになれる。生きていること自体が楽しくなった。

■ 南洋（東南アジア）から思うこと

生きることは概念ではない。何のために生きていくのか、自分の存在意義は何か、と問う人は既に生きていける側にいるのだ。生きることはそんな高尚なことではない。取るに足りない日常こそが生にとってはかけがえのないことなのだ。

南国のしあはせバナナあれば足る 仲 栄司

金子光晴とバトパハ（マレーシア）

■ 金子光晴はなぜバトパハを愛したのか

1932年、パリからの帰国途中に再びバトパハに滞在。放浪の果てにバトパハに過ごすことで、**人間の儂さや無力を謙虚に受け止め、己に対する執着を捨てたとき、十年近く離れていた詩が、突然かえってきた。いわば、金子光晴の再生の地といえる。**



バトパハ（シンガポールから140キロ）

長いあいだの放浪の末に自己を失い、そこから自己の存在を認識するという、いわば「無」の認識が究極の「有」へ繋がるということを光晴は体感した。そこにはデカルトの「我思う、故に我あり」という近代の西洋思想はない。それは、**「我なし、故に我あり」という東洋の「無」の思想である。**パリでは生じなかった感覚をバトパハという街、それを取り囲むマレーの風土と再会し、そこに身を置くことで獲得し得たのである。

南洋を舞台とした小説、文学作品（私の好きな作品）

- サマセット・モーム** 「月と六ペンス」： 熱帯と植民地主義
- 金子光晴** 「西ひがし」*「洗面器」（詩）： アジアの空気感
- 山崎朋子** 「サンダカン八番娼館」*： からゆきさん
- 日野葦平** 「革命前後」： 庶民視点での戦争観
- 林芙美子** 「浮雲」： 敗戦の挫折感
- 桐野夏生** 「ナニカアル」： 戦時下の恋愛
- 井伏鱒二** 「黒い雨」「遥拝隊長」： 原爆と戦争被害
- 曾野綾子** 「地を潤すもの」： 不備を生きる、神の存在
- 竹山道雄** 「ビルマの豎琴」： 戦争と生きる価値
- 大岡昇平** 「野火」： 戦争体験（生死）
- 角田房子** 「責任 ラバウルの将軍 今村均」*： 軍人の戦後の生き方
- 中島みち** 「日中戦争いまだ終わらず」*： 遺族としての戦争への責任感
- 深田祐介** 「炎熱商人」「暗闇商人」： 商社マンと軍人
- 内田安雄** 「フィピンフル」： フィリピンにはまる日本人
- 角田光代** 「紙の月」： 男性社会への反発と女性の深層心理

* 旅行記、ノンフィクション

タイパビリオン

■ 医療と文化が融合した、心身の健康を育む楽園

～幸せをもたらすタイ・スマイル、世界の人々の目的地～



「ヴィマン・タイ」(VIMANA THAI) と名付けられたタイパビリオンは、タイの知恵に根ざした「SMILE」のコンセプトで、**現地の知恵とイノベーションを融合したタイのアイデンティティ**を表す。



- ダンスパフォーマンスやタイ語の発音体験
- アプリを使った料理作り体験、地域ごとの食文化の展示
- 伝統医療やウェルネス関連の展示
- タイマッサージの体験
- 本格的なタイ料理レストラン

マレーシアパビリオン

■ 調和の未来を紡ぐ

～マレーシアの多様な文化と活気ある経済を展示～

- ◆ 「調和の未来を紡ぐ」というテーマを体現したパビリオン
- ◆ 印象的な竹のファサードは、マレーシアを象徴する織物である**ソンケット**の流麗な優雅さを彷彿とさせる、絡み合った「リボン」の魅惑的な模様が特徴。
- ◆ 夜になると、パビリオンは金色と銀色の糸がきらめくような豪華さを映し出し、幻想的な輝きを放つように変化。
- ◆ このデザインは、マレーシアの**多様な文化遺産を強調し、多様性が革新的で包容的かつ持続可能な未来を創造するためのきっかけ**となり得ることを示している。



シンガポールパビリオン

■ 夢が形になる場所

～小さな国の大きな夢～

- ◆「ドリーム・スフィア(夢の球体)」と呼ばれるシンガポールパビリオは、夢を現実に変える過程を体現
- ◆五感を刺激する没入型のインスタレーションを通じ、シンガポールが夢を現実に変えていく様子を体験することができる
- ◆多様なパフォーマンスやローカルフードも楽しみながら、ドリーム・スフィアで、**夢が持つ無限の可能性を探求**
- ◆**自分の夢に命を吹き込み、それが他の人と共有できる体験**ができる



インドネシアパビリオン

■ 調和の中で繁栄する：自然、文化、未来

船の形：絶えず前進し、成長し、障害を乗り越えて持続的に航行していく力強いビジョンの象徴

パビリオンのマスコット：インドネシアの民族模様「TUMTUM」から生まれた小さな精霊

トゥマラ：自然の要素としての開花

トゥンバヤ：インドネシアの文化「バティック」*の一部

* 伝統的なろうけつ染めの技法、およびその技法で染められた布や衣服

トゥマサ：未来への希望



バティック



TUMTUM(トゥムトゥム)



フィリピンパビリオン

■ともに織りなす：自然・文化・共同体

～「自然、文化、共同体— よりよい未来をともに織りなす」～

- ◆フィリピンの豊かな伝統、多様な自然、創造性を表現した外観
- ◆多様性の中での統一を象徴し、18地域を代表する200以上の手織りの織物が使用
- ◆織物の森を巡る没入型の空間や、AI技術を活用したインタラクティブなフェスタを体験
- ◆循環型デザイン、伝統的な素材の活用、博覧会終了後の再利用による持続可能性を強調



インドパビリオン

■ バーラト ～体験し、記憶し、受け継がれるもの～

- ◆パドマパニ（蓮華手）と菩提樹が、思いやりとマインドフルネスの象徴として**バーラト***の精神の源を語る
 - ***バーラト**：インドの伝統的な呼び名、サンスクリット語で「インディア」を指す言葉
- ◆聖なるマンダップ（祭壇）を思わせる「ワンネス・ラウンジ」：心地よく過ごせる調和の空間、バーラトの魂への入口
- ◆「チャンドラヤーン3号」の縮尺模型：月の南極を目指した探査機「dえ、バーラトの科学的挑戦と探究心をたたえる
- ◆「ジオライト・メッシュ・ルーフ」：パビリオンの上空を72,576個のLEDライトが彩る（統一と精神性の光のパターン）



中国パビリオン

■ 自然と共に生きるコミュニティの構築 ～グリーン発展の未来社会～

- ◆ パビリオンの外壁は、中国の伝統的な書道の巻物を広げた形をモチーフにしている
- ◆ 自然に由来し、自然に順応し、自然と調和して生きる中国文化をアピールする展



韓国パビリオン

■ここに寄り添う：いのち花開く未来へ

- ◆全世界の人々の心を1つに寄せ合わせすべてのいのちが共存できる新しい未来を創る
- ◆先端未来技術は、いのちの尊さを重んじながら人と人をつなぎ、持続可能な未来社会へと導いてくれる
- ◆私とあなたの心が出会う場所、韓国パビリオンですべてのいのちが共に未来を描いていく



アメリカパビリオン

■共に創出できることを想像しよう

- ◆米国の革新性と独創性を視覚的に表現
- ◆木造の外観が特徴的な三角形の建物2棟と並行にキューブが浮かぶように配置
- ◆テクノロジー、宇宙開発、教育、文化、起業家精神における米国のリーダーシップを紹介し、5つの没入型展示エリアが新たな視点から可能性について考えるように仕向けられている



日本パビリオン

■コンセプト

「いのちと、いのちの、あいだに」

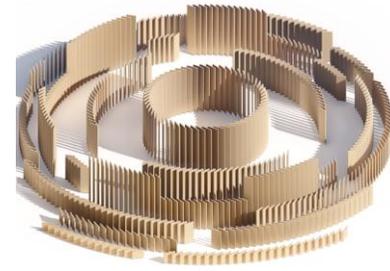
- ◆この世界は無数の「小さな循環」によって成り立っている
- ◆これからの豊かさとは、すべてのいのちに敬意を払いながらその意味や価値を見つめ、大きなつながりの一部となることで生まれるはず = 日本に息づいてきた自然観や美意識に他ならない
- ◆はじまりもおわりも存在しないひとつの循環の中で、何を感じ、何を考え、何を受け継ぐか



日本パビリオン

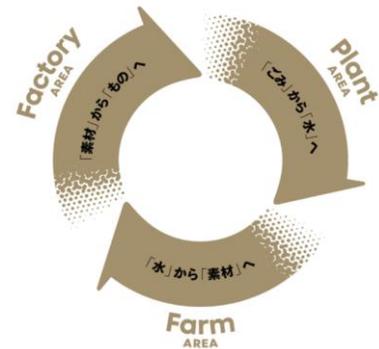
■ 建築

- ◆ 円環状の構造体によって、いのちのリレーを体現する日本館
- ◆ 円を描くように立ち並ぶ無数の「木の板」。その隙間からは内部を垣間見ることができ、中と外、展示と建築の連続によって、日本館のテーマにもある「あいだ」を来場者が意識するきっかけをもたらす。
- ◆ 主にCLT（直交集成板）で構成される「木の板」は、万博終了後に日本各地で建物としてリユースされることを前提に、解体や転用がしやすいよう工夫されている



■ 体験

- ◆ 「ごみを食べる日本館」。その正体は、バイオガスプラント。万博会場内で出たごみが、微生物のはたらきによって分解され、バイオガスとして再生される。その過程をインスタレーションで追体験しながら、プラントで生み出されたエネルギーが日本館を動かすさまを体感する「生きたパビリオン」
- ◆ 3つのゾーンで構成される館内をぐるりと一周することで、日本の美意識である「循環」の意義を理解し、自分自身も、その果てしなく壮大な物語の一部であることを感じる
- ◆ 循環は、はじまりも終わりも存在しない永遠のつながり。3つある出入口のどこから入り、どこから出るかによって、異なる物語を味わうことができる



日本パビリオン

■ビジュアルシステム

- ◆日本館は、ビジュアルシステムもひとつの「いのち」として考える。呼吸し、成長するかのように分裂と融合を繰り返しながら、絶えず変化を続けるそのデザインは、いのちといのちのあいだにあるものに目を向ける、という日本館の存在意義を体現
- ◆ひとつの「図形」としてではなく、変化の「過程」が訪れる人の記憶に刻まれていく。そんな視覚体験によって、日本館と人々のあいだにひとつの循環を生み出すことを目指している

■Uniform

- ◆日本館のアテンダントユニフォームは「日本の美意識を纏う（まとう）」をコンセプトに制作
- ◆着心地、動きやすさ、暑さ対策などの機能性に加え、環境に配慮した素材の使用や会期終了後のリサイクルなど、さまざまな視点に基づいた工夫が盛り込まれ、着物の構造をもとに、余白を大切にする日本的な感覚を体現
- ◆移り変わる季節それぞれの気候下で、日本館でアテンダントとして働く多様な人々が快適に美しく着られるユニフォーム

