

I-House 01

Quarterly No. Spring 2014

**親日でも
反日でもなく、
日本を知る**

毛丹青

**Seeing Japan
Through
the Eyes
of an Insect**

Mao Danqing

Recent Activities at I-House
I-House & Me
Program Calendar





Jan. 16, 2014 Japan-India Distinguished Visitors Program

岐路に立つインド

プラタープ・バーヌ・メータ 政策研究センター所長

Is India at a Turning Point?

Pratap Bhanu Mehta President and Chief Executive, Centre for Policy Research

2014年春に総選挙を控えたインドでは、市民社会の活性化に伴い、長らく国を支えてきた社会原則が破綻しつつある。これまで政府に幅広く与えられてきた裁量権や、秘密主義の行政、社会的説明責任の欠如などは、もはや許されるものではない。残念ながら、インドの政治制度はこうした変化に対応しきれておらず、それが中産階級の政治離れを招いたとメータ氏は指摘する。

しかし、反汚職を掲げる「庶民党(AAP)」の台頭により、主要政党も変革に取り組みつつあり、来る総選挙では新たな社会原則のあり方が争点となるだろうと語った。メータ氏はこうした政治変革を明るい兆しと見るが、野党がいまだ政策的立場を明確にしておらず、経済の見通しも不透明なことが、状況をさらに複雑にしているとも述べた。変革は容易ではないが、最終的には旧システムが徐々に崩壊することで、インドが今後も政治的、経済的、社会的改革の道を進んでいく可能性を示唆した。

India is undergoing a pivotal transformation as a result of interrelated political, economic, and social crises. Dr. Mehta argued that long-standing principles underlying the state are untenable in the face of an increasingly engaged civil society. The status quo—where government officials have had wide discretion, operated in secrecy, and been accountable only to their superiors—is no longer acceptable. Unfortunately, the political system has not responded adequately to this breakdown, leading to political apathy. But, as Dr. Mehta pointed out, the rise of the anti-corruption Aam Aadmi Party is forcing other political parties to address reform issues, setting the stage for the upcoming national election to be fought on a new basis. Dr. Mehta viewed this political orientation toward reform as cause for optimism, but noted that India's opposition parties have yet to clarify their policy positions, and that the unclear economic outlook complicates the situation. Despite the challenges ahead, however, he suggested that the gradual breakdown of the old system will likely compel India to continue on the path to political, economic, and social reform.

WEB

Nov. 19, 2013 japan@ihj

CSR(企業の社会的責任)の可能性と限界

デイヴィッド・ヴォーゲル カリフォルニア大学バークレー校教授

Potential and Limits of CSR

David Vogel Professor, University of California, Berkeley

米国における企業の社会的責任(CSR)研究の第一人者であるヴォーゲル教授が、CSRを取り巻く昨今の論点について分析した。CSRはグローバル企業のビジネス規範になり、そのことで企業が環境に与える負荷を減らしたものの、社会問題の改善や増収につながる度合いという点ではいまだ限界があると述べた。

Corporate social responsibility (CSR) has become a business norm for global corporations and changed the environmental impact of those companies. However, there are still limits as to what CSR activities can do to alleviate social problems or improve profitability. Dr. Vogel also gave his analysis of recent debates surrounding CSR, citing cases in the United States and Europe.

WEB

Nov. 30, 2013 Nitobe Kokusai Juku

これからの世界を動かすリーダーへ

行天 豊雄 国際通貨研究所理事長

A Message to the Global Leaders of the Future

Gyohten Toyoo President, Institute for International Monetary Affairs (IIMA)

1980年代以降大きく変化した世界を「グローバリゼーション」「金融と情報の制覇」「パワーシフト」をキーワードに読み解き、その中で日本の力や理念をどうバランスよく維持、拡大していくのか、世界、特にアジアの中での地位や役割について述べた。また、一個人として、人と意思を通じ合わせる事、自らを知ることの大切さにも言及した。

Mr. Gyohten explained the fast-changing world after 1980 using three key terms: globalization, domination of finance and information, and power shift. He discussed how Japan should maintain and increase its power and ideals without losing balance and about Japan's role in Asia and the world. Lastly, he touched upon the importance of personal communication and self-awareness.

WEB

Nov. 11, 2013
IHJ Artists' Forum

平凡の変容—物語のやってくるところ

ブルース・ホランド・ロジャーズ 作家

Ordinary Transformations: Where Story Comes From
Bruce Holland Rogers Writer

Dec. 4, 2013
Lunchtime Lecture

ミャンマーの現状と課題

根本 敬 上智大学教授

Politics and Challenges in Myanmar
Nemoto Kei Professor, Sophia University

Dec. 9, 2013
Reading About Japan

カレン・テイ・ヤマシタ作『オレンジ回帰線』朗読会

朗読者:ゲイル・K・サトウ 明治大学教授

Tropic of Orange by Karen Tei Yamashita
Reading by Gayle K. Sato Professor, Meiji University



More on the Web

国際文化会館では、日本と世界の人々との文化的・知的交流を促進するため、さまざまな公開プログラムを実施しています。詳細はウェブサイトをご覧ください。WEBマークの付いた記事は、レポートや動画なども公開しています。

I-House holds various public programs to deepen international understanding. Please visit our website for information on programs. WEB indicates more detailed reports are available.

I-House

www.i-house.or.jp

search

親日でも反日でもなく、 日本を知る

Seeing Japan Through the Eyes of an Insect

interview

毛丹青 (まお・たんちん) 作家／神戸国際大学教授

Mao Danqing Author; Professor, Kobe International University

冷え込む日中関係をよそに、いま中国で日本の文化やライフスタイルを紹介する月刊誌『知日』が売れている。制服、住宅、日本の禅、断捨離など、毎号一つのテーマに絞り、日本のありのままの姿を紹介しているのが特徴だ。主筆を務める、作家で神戸国際大学教授の毛丹青氏に、『知日』の躍進が示唆する日中交流の可能性について聞いた。

Despite the frigid turn in recent Sino-Japanese relations, the monthly magazine *Zhiri* (Know Japan), introducing Japanese culture and lifestyle to a Chinese audience, has been enjoying brisk sales. *Zhiri* highlights a single theme in each issue—examples include uniforms, housing, Japanese Zen—as a vehicle to convey actual life in Japan. We spoke with the magazine's chief writer, Mao Danqing, established author and professor at Kobe International University, about the potential for improvement in Sino-Japanese cultural exchange indicated by *Zhiri's* success.

一月刊誌『知日』が日中両国で話題を呼んでいます。あらためて創刊の背景をお聞かせください。

『知日』は文字通り「日本を知る」という意味ですが、そもそも僕は、中国人はもっと相手を知ろうとすべきだと思っているんです。中華思想には良い面もありますが、悪い面もある。例えば、あまりにも自分が偉いと思いつ込んでいて相手のことを見もしない。そういう姿勢は決して良くはありません。こうした考えのもと、15年前に『にっぽん虫の眼紀行』というエッセーを執筆しました。タイトルの通り、日本の何気ない日常を虫のように小さな目線で見つめた作品です。この本の中国語版を読んだ一人の青年との出会いが、『知日』創刊のきっかけとなりました。編集者だった彼は、僕のエッセーに感銘を受けたと言って、2008年に北京で行っ

The monthly *Zhiri* has been causing quite a stir in both China and Japan. Could you tell us something about how it came into being?

Zhiri literally means “to know Japan,” and from the beginning my idea was that the Chinese should have a better idea of who they are dealing with. China has traditionally seen itself as the center of civilization; this has both good and bad aspects. For one thing, it can lead to a certain arrogant shortsightedness and lack of interest in others, which is certainly not a positive stance. It was to counter this perspective that I wrote the essays in *Nippon mushi no me kiko* [A Bug's-eye View of Japan] fifteen years ago. As the title suggests, it was a modest, casual, close-up look at everyday life in Japan. My encounter with a young man who read the Chinese edition of that book became the

Mao Danqing 毛丹青 (まお・たんちん)

1962年北京生まれ。北京大学卒業後、中国社会科学院哲学研究所に入所。25歳で三重大学に留学し、後に商社勤務などを経て執筆活動を開始。日本での生活体験をつづった『にっぽん虫の眼紀行』(法蔵館 1998年)で神戸ブルーメール文学賞を受賞。中国語の著作も多く、日中双方の文壇で活躍している。

Born in Beijing in 1962. After graduating from Peking University, he entered the Institute of Philosophy of the Chinese Academy of Social Sciences. At the age of twenty-five he traveled to Japan to study at Mie University and later on began a career as a writer. His personal account of life and travel in Japan, *Nippon mushi no me kiko* [A Bug's-eye View of Japan] (Hozokan, 1998), won the Bleu Mer Literary Prize. He has been active in literary circles in both Japan and China.

た僕の講演会に来てくれたんです。そして「いま中国には、日本の小説やファッション、音楽、アニメなどが数多く入ってきているが、全体を文化として紹介するものがない。そんな雑誌を一緒に作りませんか」と言ってきた。その青年が、現在の編集長である蘇^ス静^{ジン}君です。

—創刊当時の2011年は、前年の尖閣諸島沖での漁船衝突事件をめぐって、日中が緊張関係にありました。なぜ逆風の中で創刊に踏みきったのでしょうか。

タイミングは非常に重要だと考えていました。構想が持ち上がった2008年に創刊していたら、おそらく失敗していたでしょう。当時は北京オリンピック色で、日本どころではありませんでしたから。そこで蘇静君とアイデアを温めつつ、最適な時期を狙っていました。そして起きたのが、2010年秋の漁船衝突事件です。日中関係に一気に緊張が走り、中国で大規模なデモが発生しました。日本ではメディアが中国のネガティブな映像を洪水のように流していた。これはチャンスだと思いました。なぜなら、あることをたたえ

impetus behind the founding of *Zhiri*. An editor himself, he was impressed by my essays and came to a lecture I gave in Beijing in 2008. He said to me, “China today is flooded with Japanese novels, fashion, music, and animation, but there isn't much out there that introduces the totality of the culture. Would you help me to publish a magazine that would do that?” So this young man—Su Jing—is now our editor-in-chief.

The year you started *Zhiri*, 2011, was one of increasing tensions between Japan and China surrounding the collision of a Chinese fishing boat with Japan Coast Guard vessels near the disputed Senkaku Islands. Why did you decide to buck the trend and proceed with launching the magazine?

We thought the timing was crucial. I think if we had launched in 2008 when we first came up with the idea, it would have failed. Because at that point, it was all about the Beijing Olympics—no one had time for Japan. So Su Jing and I incubated the idea, waiting for just the right time. Then the

る者がいれば、必ず反対する者がいる。逆に反対する者がいたら、必ずそれをひっくり返そうとする者が出てくる。マーケットのメカニズムと同じです。ですから、盛大に立ち上げたのです。

—どんな人がこの雑誌を読んでいるのですか。

われわれがターゲットにしているのは、ずばり18〜35歳の若者です。この年齢層は家庭を持っていない人が多いですから、本を読む時間的余裕があり、同時に日本文化を貪欲に消費している世代です。実際、2013年8月に上海で開催されたブックフェアでは、『知日』ブースを訪れた約千人全員が若者でした。北京で暮らす蘇静君はちょうど読者世代であり、彼らの関心事を非常によくつかんでいます。そこにありのままの日本文化、ライフスタイルを当てはめていくのが僕の役割です。

—2013年10月発売の「マンガ」特集号は50万部を売り上げたそうですね。それほどまでに売れる理由は何でしょうか。

理由はいくつかあると思います。一つは、読者ニーズをきちんと分析できていること。いま日本の何を集めれば中国読者に受けるのか、それを常に意識しています。

もう一つは内容の濃さです。『知日』では、一つのテーマについてその全体像がつかめるような作りを心掛けています。例えば「マンガ」特集の場合、各出版社

fishing boat incident occurred in the autumn of 2010. There was an immediate wave of tension in Sino-Japanese relations, and big demonstrations all over China. The Japanese media was flooded with negative images of China. And we thought: this is our chance. Why? Because whenever there is praise, there is criticism. And conversely, whenever there is someone opposing something, there is always someone who will emerge to oppose that. Just like the mechanisms of the market. So we launched with great fanfare.

What sort of people are reading the magazine?

In broad terms, our target audience is young people aged 18 to 35. In this age bracket, people without family responsibilities predominate; they have plenty of time to read, and as a generation they are also avid consumers of Japanese culture. The thousand or so people that visited the *Zhiri* booth at the Shanghai Book Fair in August 2013 were all young people. Su Jing, who lives in Beijing, is squarely in the midst of our readers' generation, and has an excellent grasp of the topics that interest them. My job is to link that up with information on the realities of Japanese culture and lifestyles.

I hear that your October 2013 issue featuring manga sold over half a million copies. Why do you suppose it did so well?

I think there are several reasons. One was that we very accurately analyzed the needs of our readers. We keep asking ourselves what sort of features on Japan will appeal to the Chinese audience.

やマンガ家の立ち位置を体系的に紹介しているほか、大手出版社のマンガ編集者へのインタビューや、中国人の著名なマンガ家による批評なども掲載しています。巻末にはインデックスも付けて、これ1冊で日本のマンガ界が分かる「事典」のような構成にしています。単発的な紹介ではなく、多くの情報とそれらを束ねて見せる力があるのがわれわれの強みですね。

—『知日』には広告が一切入っていませんが、これには理由がありますか。

広告まみれの雑誌はブランド価値が下がります。しかも、日本のことを紹介する雑誌にトヨタやソニーの広告があってはならない。これが僕の主張であり、『知日』が売れたもう一つの大きな理由だと思います。つまり、中国人による中国人のための日本文化紹介の雑誌だということを、はっきりと打ち出しているのです。広告に限ったことではありません。冒頭ページの執筆陣リストには、僕をはじめとする中国人名が並んでおり、一目で中国人が作った雑誌であることが分かるようになっています。もしこれが日本人の視点で日本人によって作られたものだったら、これほど受けなかっただろうと思います。

—たしかに、『知日』のアプローチは政府による文化広報などとは全く違いますね。

国による広報はどこか人工的ですが、われわれがやっているのはまさに野生そのものです。市場という名の「光」と、読者という名の「水」があって、初めて雑誌の命が育まれている。出版自体はあくまでビジネスの世界ですから、日本のさまざまな話題をいかにして中国人読者のニーズにフィットさせるかの勝負であり、そこには日本人が気付かないような視点が必要になります。日本文化を「理解する」というより、むしろ「消費する」という発想なんです。

では完全に中国人目線の雑誌かと言えば、そうではない。巨視的な目線をやめて、日常にある小さなことに目を向けるというのは、いわば非中国人的な精神の持ち方なんです。あえてそこを表現しているのが『知日』の特徴です。ですから、日本人自らによる広報との違いは言うまでもなく、日本文化に対する従来の

Another factor is the richness of the content. With *Zhiri* we are working to make something that will give readers a comprehensive look at a specific subject. For example, with the manga issue, we provided a systematic introduction to the major Japanese publishers and manga artists, interviews with editors at the major publishing firms, and critiques and evaluations by prominent Chinese comic artists. We even provided an index at the back so that readers could use this issue as a single-volume reference work on the world of Japanese manga. I think our strength is that we don't approach our topics from a single, narrow perspective—we have the ability to collect and curate a lot of diverse information.

There are no advertisements in *Zhiri*. Why is that?

Plastering a magazine with ads dilutes its brand value. Moreover, in a magazine whose purpose is to introduce Japan, ads for Toyota and Sony are inappropriate. That is my firm conviction, and I think it is another major reason that sales of *Zhiri* have been so strong. In other words, it is essential to clearly emphasize that this is a magazine about Japanese culture, but one that is being created by Chinese for other Chinese. This policy is not limited to ads. Our masthead list of staff and contributors is a list of Chinese names—you can tell at a glance that it is a magazine made by Chinese people. If it had been created by Japanese people, from a Japanese perspective, I do not think it would have won the acceptance that it has.

Certainly the approach in *Zhiri* is completely different from the type of cultural PR put out by the Japanese government.

Government PR has an artificial, man-made quality, but what we are doing is natural and unscripted. Magazines grow in the sunlight of the market and are watered, so to speak, by their readership. Publishing is, after all, a business, so our challenge is how to tailor a variety of Japan-related topics to the needs of our Chinese readers—something that requires a perspective different from that of the Japanese themselves. In a sense, the emphasis is more on “consuming” Japanese culture than it is on “understanding” it.



月刊誌『知日』は一部35元（日本円で約590円）。決して安くはないが、販売部数は月平均5〜6万部、「マンガ」の特集号は50万部を売り上げた。

The monthly *Zhiri* sells for 35 yuan (about 590 yen). Not cheap, but the average circulation is 50,000–60,000 copies a month, and the issue featuring Japanese manga sold 500,000 copies.

中国式アプローチと比べても、一味も二味も違うものになっていると思います。

—中国人の多くは、毛先生がおっしゃるような「虫の眼」では物事を見ないということですか。

はい。むしろ「龍の眼」のようです。龍はもちろん架空の動物ですが、大上段に振りかぶって空の上から物事を見下ろすような生き物ですよね。僕自身、来日する前は書物から得た知識をもとに、「国家論」など大きなことばかりを論じていました。しかし、日本の日常を経験する中で、虫のように地を這い、小さな目線でじっと観察することで初めて見えてくるものがあると気付きました。僕が日本文化に強く魅かれた理由の一つに「職人氣質」があるんですが、地に足を着けてひたむきに何かと向き合うという姿勢は、「虫の眼」という僕の発想に大きな影響を与えており、ひいては雑誌『知日』のコンセプトへとつながっています。小さな視点から見る日本は、決して完全な光景ではないかもしれないけれど、そこには真実が存在していると思うんです。『知日』の成功は、僕のこうした考えに共感してくれる若者が中国にも大勢いるということを実証するものであり、それは大変意義深いことだと思っています。

—中国の若者たちの日本に対する考え方が変わりつつある、ということでしょうか。

反日の規模と比べたら、日本を知ろうという動きはごく小さなものに過ぎません。しかし重要なのは、反日感情が強いと言われる中国でも、日本のことをもっと知りたいと考えている人たちがいるということです。小さな勢力でも、地道な努力を積み重ねることによってやがては大きくなっていきます。一足飛びにはいきませんが、『知日』も健全な思想の醸成に貢献することができると信じています。

僕は、中国の若者にとって日本を知することは智慧になると思っているんです。表紙のロゴを見ると分かる通り、「知日」の2文字を縦に並べると「智」という漢字になりますね。このロゴにはそうしたメッセージが込められています。中国人、特に若い人たちが、日本人の暮らしぶりを通してその思想を知ることが非常に重要

So is the magazine completely defined by a Chinese way of looking at things? I would say no. Letting go of the macro perspective to pay attention to the smaller details of everyday life is not at all a typically or traditionally Chinese approach—but this focus and mode of expression is the unique characteristic of *Zhiri*. So in this sense, I think we are quite different, not only from the PR that the Japanese create about themselves, but from traditional Chinese approaches to Japanese culture.

You mean most Chinese people don't see the world from what you call "the bug's-eye view"?

No, I think they tend to prefer the “dragon's-eye view.” Dragons are of course mythological creatures, but the idea is of a majestic creature lording it over and looking down from above on the things of this world. Before I came to Japan, I also based most of my knowledge on books and liked to discourse on grand themes like national policy and the state. But in the midst of my everyday experience of Japan my eyes were opened to another possibility: that of examining things carefully from the humble perspective of the bug crawling along the earth. One of the reasons I was so strongly attracted by Japanese culture was the spirit of craftsmanship (*shokunin katagi*) you find here—a down-to-earth spirit of single-mindedly engaging in your work. This was a major influence on my “bug's-eye view” concept, which in turn developed into the concept behind *Zhiri*. This deliberately “small” perspective on Japan may not take in the entire landscape. But I believe there is truth in it. The success of *Zhiri* proves that there are large numbers of young people in China sympathetic to this way of thinking of mine, and I think this is quite significant.

Do you think that the way young people in China think of Japan is in the process of changing?

Compared to the level of anti-Japanese sentiment, the trend toward wanting to understand Japan better is very limited. But what is important is that even in China, where anti-Japanese sentiment runs so strong, there are still people who want to learn more about Japan. Even a small force can, with persistent grass-roots effort, gain significant momentum. We're not going to get there in a single leap, but I believe *Zhiri* can make a contribution to nurturing healthier ways of thinking.



2013年末には『知日』初の読者ツアーを企画、ネット番組の配信も始めた。2014年には日本語学校の開校も予定しており、活動の幅を広げている。

Mao further stated that *Zhiri* is expanding its scope of activities, with a Japan tour, webcast, and planned Japanese-language school.

なことです。日中の間にはさまざまな問題がありますが、慌てず騒がず落ち着いて相手の文化を見つめていく必要があります。

—日中両国の交流を深めるためには、日本側の努力も不可欠です。毛先生が日本の若者に期待されることは何でしょうか。

神戸国際大学の学生の間で、僕から学んだことを通して「中国を知る」雑誌を作ってみようという企画があるそうです。対中感情が過去最悪と言われる中、「少しでも相手の国を知ろうじゃないか」という若者が日本にもいることは、日中両国をつなぐ役割を担ってきた僕にとっては大変喜ばしいことであり、心強く感じます。

中国の目の前には、日本文化という、とてつもなく力のある文化資源がある。逆に中国文化だって決して捨てたものではない。中国にも非常に優秀な文化があります。日中両国の若者が互いの文化を消費し、それが自分の身となり、やがて智慧となっていく。そうしたことが近い将来に実現されることを期待しています。

I believe that knowledge of Japan will make Chinese youth wiser. As you can see from the logo on the cover of our magazine, the Chinese character for “wisdom” 智 is a compound of the characters for *zhi* 知 [“to know”] and *ri* 日 [“sun,” but also “Japan”]. This is the message we wanted to convey with this logo. It is very important for Chinese people, especially Chinese youth, to better know the way Japanese people think by learning more about how they live their daily lives. There are a variety of issues dividing Japan and China, but it is important to calm down and take a good look at each other's culture.

To deepen relations between Japan and China will require effort from the Japanese side as well. What would you like to see Japanese young people doing in this regard?

I understand that some students at Kobe International University have learned from my example and are planning to start a magazine aimed at increasing Japanese knowledge of China. The fact that at a time when anti-Chinese sentiment is running at an all-time high there are still young people in Japan who want to make the effort to learn more about China is very gratifying and encouraging to me, since I have devoted myself to building a bridge between the two countries.

The rich cultural resources of Japan lie right next door to China. On the other hand, Chinese culture can certainly not be written off. China, too, has an outstanding cultural tradition. If young people in both Japan and China become consumers of each others' cultures, using them to enrich their own lives, then ultimately wisdom will result. And it is my hope that this will happen sometime in the near future.

このインタビューは2013年12月10日に行われたものです。
This interview was conducted on December 10, 2013.

聞き手：降旗 高司郎（国際文化会館常務理事）
撮影：篠原 沙織

Interviewer: **Furuhata Takashiro**, Executive Director, International House of Japan
Photographer: **Shinohara Saori**

国際文化会館にまつわる人物や歴史上の出来事をA to Zで紹介。

【麻布十番】 Azabu Juban

国際文化会館が居を構える港区麻布十番。「十番」という町名の由来は諸説あるが、いずれも江戸時代前期にさかのぼる。明暦の大火（1657年）後に行われた都市改造に伴い、古川の川幅を広げる工事が行われ、その際に「10番目の土置き場だった」「10番目の工区だった」などの説が伝えられている。町域の大半は武家屋敷だったが、江戸中期の1729年、芝にあった馬場（武士が乗馬の練習や競技を行う場所）が十番に移転。これにより馬市が立ち、宿場や茶屋ができるなど町は大いに賑わったという。今日の男袴の原型となったと言われる「十番馬乗袴」はこの界限で考案されたもので、当時、武士たちの間で大流行したと伝えられている。1859年には麻布山善福寺にアメリカ公使館が置かれ、日米交流の始まりとなった地でもある。

Introducing historical events or persons related to the I-House.



©こちずライブラリ

Azabu Juban is a cosmopolitan district of central Tokyo where I-House is located. *Juban* literally means “Number 10” and is thought to have been the area’s designation when a nearby river embankment was being widened following the great fire of 1657. The district was a residential area for feudal lords before an equestrian training ground and race course were moved here from nearby Shiba in 1729. A horse market soon arose, and inns and teahouses were also built. Azabu was the site of the first US consulate in Japan, established in 1859 on the grounds of the temple Zenpukuji, initiating formal diplomatic relations between the two countries.

【小川 治兵衛】 Ogawa Jihei (1860–1933)

七代目小川治兵衛は、明治から昭和にかけて数々の名庭をてがけた庭づくりの匠だ。17歳で江戸中期から続く京都の植木屋「植治」の養子となるが、ほどなくして先代が死去。独学で造園を学んだ後、1894年、南禅寺近くにあった山縣有朋の別邸「無鄰菴」の作庭を行う。東山を借景とし、琵琶湖疏水を引き込み浅い流れを配した庭園は、自然の景観と躍動的な水の流れを組み込んだ自然主義的な近代日本庭園の先駆けと高い評価を受け、西園寺公望、近衛文麿ら明治政府の重鎮たちから続々と依頼が舞い込むことになる。国際文化会館の庭園は、1928年、ここに本邸建設を計画していた三菱財閥の統帥岩崎小彌太が、治兵衛に作庭を依頼したものだ。現在東京で彼の作品を見られる場所は数少なく、その意味でも貴重な存在である。



Yamagata Aritomo, Saionji Kinmochi, Konoe Fumimaro—one man beloved of all these leaders of the Japanese state since the Meiji Restoration was the Kyoto master gardener Ogawa Jihei VII. In 1894, Ogawa drew water from Lake Biwa to create the garden at Yamagata’s retreat, Murin’an—and from that time onward created a number of naturalistic modern Japanese gardens integrating lively water features into a natural landscape. His fame led Iwasaki Koyata, the fourth-generation head of the Mitsubishi zaibatsu, to commission Ogawa to design the garden for Iwasaki’s residence (now the site of I-House). There are few places in Tokyo where Ogawa’s work can be seen, which makes the I-House garden that survived the firebombings of World War II especially precious.

【吉田 茂】 Yoshida Shigeru (1878–1967)

会館の設立にあたり金銭的支援を約束したロックフェラー財団は、日本国内でも1億円の資金を集めることをその条件とした。首相の月給が11万円という時代にである。そこで設立者の一人、松本重治が真っ先に声をかけたのが首相の吉田茂だった。松本は、占領下当時に外務大臣だった吉田のブレーンを務めていた。吉田の呼びかけにより1952年11月、総理官邸で茶話会が行われ、各界から400人が集まった。その3年後には、会館竣工を祝して吉田が自らしたためた書が贈られた。「朋あり遠方より来る。また楽しからずや 素淮」と論語の一節から引用されたその書は、現在ティーラウンジ「ザ・ガーデン」の入口に飾られている。ちなみに素淮とは、吉田の雅号でイニシャル「S・Y」をもじったものだ。



Yoshida Shigeru, a leading Japanese prime minister after World War II, was also a key behind-the-scenes player in the establishment of I-House. When the Rockefeller Foundation pledged financial support, it had one condition: 100 million yen to be raised domestically in Japan. (At the time the prime minister’s salary was only 110,000 yen a month.) However, with Yoshida’s help, the fundraising campaign started off successfully with a big tea party of 400 attendees at the prime minister’s residence in November 1952. Three years later, Yoshida blessed the opening of I-House with calligraphy in his own hand of a phrase from the *Analects* of Confucius: “Is it not delightful to have friends come from distant quarters?” This scroll now hangs at the entrance to our tea lounge, The Garden.

「えっ、またあ？」

Always the Same!



日米協会会長
藤崎 一郎

President, America-Japan Society
Fujisaki Ichiro

「えっ、また国際文化会館？」と私。週末の昼、一人住まいの92歳の母を、外で食べないかと誘う。洋食屋、蕎麦屋などいろいろ案を出す。でも母は必ず「会館がいい。明るくて庭があって」と言う。お定まりはティーラウンジのマグロのたたき丼。戦争経験者は食べ物を残すことへの罪悪感が染み付いている。「量を少なくしてよ」と念を押す。夜に眠れなくなると、ほうじ茶をお願いしていたら最近はお茶を出してくる。まるでなじみのバーの「いつものヤツ」だねと笑っている。庭を「いいわねえ」と見る。かつては母親として、走り回るわれわれに「池に気をつけて」と言っていた。それが、祖母になり、曾祖母になり、同じ庭を見ている。その母が昨年末に心不全で床に就いた。またあの庭を見ながら一緒に食事をというのが私の新春の願いである。

会館の良い点は、海外から来ている学者たちとよく出くわすことである。「あー来ていたの」とあいさつし、時にはじゃあ食事でもということになる。ホテルオークラのオーキッドルームもちょっと似ている。あるアメリカの学者にそう言ったら、「あちらは懐の温かい人、こちらは頭はクールだけど懐はさっぱりな連中の集まりさ」と答えた。もちろん冗談半分だが、まさにそうした人へのディーセントな場所の提供こそが松本重治さんの目指したところだろう。

昨年、日米協会会長を引き受けた。若い人、女性、アメリカ人会員を増やそうと思っている。講演会の会場は、たいてい有楽町の外国特派員協会か国際文化会館である。ご縁がまた一つ増えた。

“The I-House again!” I cry. I often take my 92-year-old mother out for a weekend lunch. I sometimes suggest alternatives, but her request is always the same. “Let’s go to the I-House. I like the garden.”

She orders the same dish as well: tuna sashimi on rice. While the restaurant usually serves only green tea, she always asks for *hojicha*, decaf tea, so that it will not hamper her sleep. Now, they automatically bring her *hojicha* without even being asked. It’s almost like one’s favorite pub, where they know your order by heart.

She looks out over the garden, saying, “Oh, it’s so lovely.” There was a time when she warned us as a mother, “Be careful of the pond!” She has looked out over that same garden as a grandmother and now as a great-grandmother. Continuity, I think, is the club life.

My mother suffered heart trouble on Christmas Day and is now confined to her bed. My New Year’s wish is that we can go back to the I-House and have lunch together.

What I particularly like about here is that I often bump into scholars I know from the States. We say hello and sometimes arrange to have a meal together. It’s a bit like the Orchid Room at the Hotel Okura. I said that to an American professor, who quipped, “Yeah, but Okura is for people with fat wallets. Those with cool brains but with thin wallets gather here.” Of course, he was half joking, but I think that it was the objective of the founder, Mr. Matsumoto Shigeharu, to provide a decent space for just that sort of people.

About a year ago, I took on the presidency of the America-Japan Society. The venue for our events is usually either the Foreign Correspondents’ Club in Yurakucho or the I-House, thus giving me another connection with this great institution.



I-House INFO

From the restaurants

[一日限定25食] お花見ちらし “Ohanami” Chirashi-sushi

麗らかな日差しに囲まれたティーラウンジ「ザ・ガーデン」にて、春を迎える庭園の草木を眺めながら、ちらし寿司をご堪能ください。お花見シーズン限定です。

Please come and enjoy our “Ohanami” Chirashi-sushi. Our special menu only for this season.

期間 / Period **2014.3.21** (Fri.) ~ **4.6** (Sun.)

一般料金 / Regular rate **¥1,890** 割引料金 / Discount rate **¥1,512**

※税込。サービス料10%を加算させていただきます。割引料金は国際文化会館会員の方に適用されます。4月1日以降は新税率の適用により、価格が変わります。

Tax included. The above prices are subject to a 10% service charge. Discount rates are applicable for IHJ members. New rates (reflecting the new consumption tax rate) will be applied starting from April 1, 2014.



Tea Lounge

The Garden

国際文化会館内にある庭園が一望できるカジュアルレストラン

ティーラウンジ「ザ・ガーデン」

営業時間 (Hours) / **7:00 am–10:00 pm**

I-House INFO

From the restaurants

夜桜会席 Yozakura Kaiseki French Course

フレンチシェフが腕をふるった春いっぱいの会席コースを、ライトアップされた夜桜とともに楽しみください。

Our special Yozakura Kaiseki Course will be served at dinnertime at the Restaurant SAKURA for the dates below.

期間 / Period **2014.3.28** (Fri.) ~ **4.6** (Sun.)

一般料金 / Regular rate **¥12,600** 割引料金 / Discount rate **¥10,080**

※税込。サービス料10%を加算させていただきます。割引料金は国際文化会館会員の方に適用されます。4月1日以降は新税率の適用により、価格が変わります。

Tax included. The above prices are subject to a 10% service charge. Discount rates are applicable for IHJ members. New rates (reflecting the new consumption tax rate) will be applied starting from April 1, 2014.



SAKURA
Restaurant

都会の喧騒から離れ、和のテイストを取り入れたフランス料理でゆったりしたひと時を

レストランSAKURA

営業時間 (Hours) / **11:30 am–2:00 pm (lunch) 5:30 pm–10:00 pm (dinner)**

ご予約・お問い合わせ
For reservations and inquiries

Tel: **03-3470-4611**
website: www.i-house.or.jp/facilities/inquiryform_restaurant

5/23 Fri.
12:15 pm

講堂
Lecture Hall

JPN

会費: 1,000円
(学生: 500円、会員: 無料)
※昼食は含まれておりません。
定員: 70名

Admission: 1,000 yen
(Students: 500 yen, Members: Free)
Lunch is NOT included.
Seating: 70

I-House Lunchtime Lecture

在日ブラジル人から見る日本
—今あらためて「多文化共生」を考える
アンジェロ・イシ 武蔵大学教授

Japan from the Perspective of a Brazilian Resident
in Japan—Rethinking Multicultural Coexistence
Angelo Ishi Professor, Musashi University

交流から共生へと時代が移り変わる中、日本も多様な「外国人」の在り方を意識し直す必要があるのではないか。日本の移民政策の流れを整理し、諸外国に渡った「在外ブラジル人」と在日ブラジル人の共通点や課題も紹介いただきながら、多文化共生社会の実現に向けた意識改革のポイントをお話いただきます。

Professor Ishi will talk about the background of immigration policies in Japan and the keys for awareness-raising for multicultural coexistence. He will also explain issues faced by Brazilians living in Japan and in other countries.



6/27 Fri.
7:00 pm

講堂
Lecture Hall

JPN ENG

会費: 無料
定員: 70名
共催: 日米友好基金
※逐次通訳つき、
原語テキストを配布

Admission: Free
Seating: 70
Co-sponsored by
the Japan-US Friendship
Commission

With consecutive interpretation
and copies of the original texts.

IHJ Artists' Forum / Reading and Talk

この身は水の月の如し
—米国人詩人パトリック・ドネリーの日本との邂逅
パトリック・ドネリー 詩人、日米芸術家交換プログラム・フェロー
ステファン・D・ミラー マサチューセッツ大学アマースト校准教授

This Body Is Like the Moon in the Water
American Poet Patrick Donnelly's Encounter with Japan
Patrick Donnelly Poet; US-Japan Creative Artists Program Fellow
Stephan D. Miller Associate Professor, University of Massachusetts, Amherst

2004年より釈教歌(仏教を主題にした和歌)の翻訳に携わり、その経験から自らの詩作にも日本文学の手法を借りようになったドネリー氏が、日本の影響を受けた作品と翻訳した和歌を朗読します。また、共訳を務めた日本文学研究者のミラー氏も交えて日本の古典を文学的に英訳するプロセスについてお話しいただきます。

Patrick Donnelly began translating *shakkyo-ka* (Buddhist-related poems) with scholar Stephen D. Miller in 2004. The result was an explosion of creative energy for Donnelly, as he borrowed strategies from Japanese literature for his own poems. Donnelly will read from his Japan-influenced poems, and, with Miller, read from their *waka* translations, discussing their collaboration in bringing Japanese poetry into literary English.



©Carl Nardiello

6/17 Tue.
7:00 pm

講堂
Lecture Hall

ENG

会費: 無料
定員: 70名

Admission: Free
Seating: 70

japan@ihj

日本とアメリカをめぐる人口問題の課題
—経済の観点から
ジーン・エプスタイン 『バロンズ』経済担当編集者
滝田 洋一 日本経済新聞編集委員(モデレーター)

Japan, the US and the Challenge of Demographics
Gene Epstein Economics Editor, Barron's
Takita Yoichi Senior Staff Writer, Nikkei (Moderator)

いわゆる「従属人口指数」の低下に伴い、日米経済が直面するであろうリスクや課題、その対応策などについて、米国有数の金融専門誌『バロンズ』の経済担当編集者であるエプスタイン氏にお話しいただきます。また、人口統計学から見た日本の成長戦略とアベノミクスについての分析をうかがいます。

Mr. Epstein will discuss the unique risks and challenges that the Japanese and US economies will respectively face from the plunge in the dependency ratio of young to old, and the likely ways each will respond to those risks and challenges. Japan's growth strategy and "Abenomics" will be evaluated from this standpoint.



NOTICE

第七期新渡戸国際塾
塾生募集中(締切:5月8日)



NOTICE

アキム・ヌドゥルブ
「日米芸術家交換プログラム」で来日



©Lina Jang

第七期新渡戸国際塾(実施期間: 2014年6月~12月)の塾生を募集しています。カリキュラム・募集要項などの詳細は、国際文化会館のウェブサイト「新渡戸国際塾」のページをご覧ください。3/13(木)、4/9(水) 7:00pmから国際文化会館で事務局と修了生による説明会を開催します。

I-House is calling for applications for participants in the seventh Nitobe Kokusai Juku, which will be held from June to December, 2014. Please find detailed information on curriculum and guidelines for applicants on our website (only available in Japanese). Briefing sessions will be held from 7:00 pm on March 13 and April 9.

アキム・ファンク・ブッダことアキム・ヌドゥルブは、ビートボックス、ホーメイ、MC、ダンスもこなすマルチアーティストで、ビル T、ジョーンズのツアーや、リンカーン・センター、ラ・ママ、ブルーノートに出演してきました。滞日中、日本の踊りなどからインスパイアされた作品を5月下旬に披露します。

Akim Ndlovu (aka Akim Funk Buddha), multidisciplinary beat-boxer, throat-singer, MC, and dancer from Brooklyn, is now in Japan on the US-Japan Creative Artists Program. He has toured with Bill T. Jones and performed in many venues including the Lincoln Center, La Mama, and Blue Note. He will give a performance at the I-House in late May.

Reservations & Inquiries

プログラムのご予約・お問い合わせ
事前予約をお願いいたします Reservations required

国際文化会館 企画部 Program Dept., IHJ

Tel: 03-3470-3211 (Mon.-Fri., 9:00 am-5:00 pm)

Fax: 03-3470-3170

E-mail: program@i-house.or.jp

website: www.i-house.or.jp

※プログラムはやむを得ない都合により、キャンセルおよび変更が生じる場合があります。お申し込みの際は、必ず日中のご連絡先をお知らせください。
※各プログラムの詳細や講師のプロフィールは、ウェブサイトでご覧になれます。
※各プログラムの開場時間は、原則、記載されている開演時間の30分前となります。

PLEASE NOTE: All programs are subject to cancellation or re-scheduling due to unforeseen circumstances. When making a reservation, please include a daytime contact number or an e-mail address. A detailed schedule of the programs and profiles of the participants will be available on the IHJ website. As a general rule, the doors open 30 minutes before the start of each program.

What Is I-House?

国際文化会館にお越しください。

公益財団法人国際文化会館 (I-House=アイハウス) は、日本と世界の人々との文化交流と知的協力を通じて国際相互理解の促進を図ることを目的に、1952年にロックフェラー財団をはじめとする内外の諸団体や個人からの支援により設立された非営利の民間団体です。都心の緑豊かな環境の中で、世界の人々が集い、思索し、語り合う「場」と「機会」を提供しています。

The International House of Japan (I-House) is a nonprofit, nongovernmental organization incorporated in 1952 with the aim of promoting cultural exchange and intellectual cooperation between the people of Japan and those of other countries. Inspired by the beautiful traditional garden which surrounds the clean yet graceful design of its buildings, both foreign and Japanese visitors can come together in creative dialogue and relaxed contemplation.



How to Support I-House

ご入会、ご寄付のお願い。

国際文化会館の活動は、国内外の多数の個人、企業、助成財団などからの支援によって支えられています。当財団の活動趣旨にご賛同いただける皆さまには、ぜひご入会あるいはご寄付という形で会館の運営にご協力をお願い申し上げます。なお、公益財団法人である国際文化会館への個人および法人によるご寄付には、税法上の優遇措置が適用されます。

The activities of the International House of Japan are supported by individual and corporate members. We welcome your contribution through becoming a member, renewing your membership, or making a donation. Donations to the I-House by domestic corporations and individuals are deductible for tax purposes in Japan. In the United States, donations are tax-deductible when made through the American Friends of I-House.



〒106-0032 東京都港区六本木5-11-16
TEL: 03-3470-4611 (代) FAX: 03-3479-1738
5-11-16 Roppongi, Minato-ku, Tokyo 106-0032
Phone: +81-3-3470-4611 Fax: +81-3-3479-1738

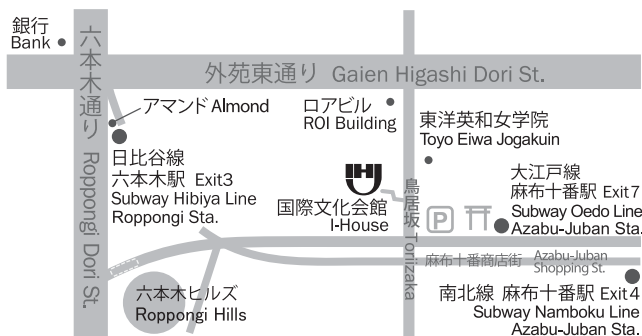
I-House

search

www.i-house.or.jp

facebook: [InternationalHouseofJapan](https://www.facebook.com/InternationalHouseofJapan)

Twitter: [@I_House_Japan](https://twitter.com/I_House_Japan)



都営大江戸線 麻布十番駅(7番出口)より徒歩5分
東京メトロ南北線 麻布十番駅(4番出口)より徒歩8分
東京メトロ日比谷線 六本木駅(3番出口)より徒歩10分
5 min. walk from Exit 7, Azabu-juban Station, Oedo Line
8 min. walk from Exit 4, Azabu-juban Station, Namboku Line
10 min. walk from Exit 3, Roppongi Station, Hibiya Line