

1980年代における国際社会での日本の経済力の上昇はめざましいものがあるが、最近気になるのは、それによって生じている日本とラテンアメリカ各国との相互認識における一種の非対称性である。ラテンアメリカ諸国の中にも日本の変化があまりにも急速であるために、それについての十分な認識に欠ける場合もあるが、いわゆる開放経済政策を徹底して実施したチリのような場合には、日本に対する理解はかなり高まってきていると思われる。むしろ最近心配されるのは、日本側のラテンアメリカ各国への理解が、その逆の場合と比較してあまりにも乏しいということである。

チリを例にとってみれば、チリと日本の貿易、経済関係の拡大のなかで、チリの一般市民の日本に対する認識なり理解と日本側のチリに対するそれとは二重の意味で大きく相違せざるを得ない面がある。

第一に、日本にとっての対チリ貿易の比重は比較的小さく、日本の一般市民がその持つ意味について気が付かないことが多い(我々の記憶に新しいブドウ事件が起って初めて日本がチリからブドウを輸入していることに気が付いた人も多かった)。これに対し、チリにとっての対日貿易は、きわめて大きな割合を占め、輸出品によっては日本が最大の輸入国となっていることもあって、日本に対する認識は急速に強まっている。先日にもブドウ事件の直後NHKとチリ通信公社(ENTEL)との間での衛星中継によるテレビ討論会が行なわれた。チリが日本に対して輸出している商品は、すでに多様化しており、日本の水産会社が操業を許されているパタゴニア沖で水揚げされる水産物を始め、ウニ、アワビや海藻類、魚粉等や木材、果物の輸出が増加しており、また従来からの輸出品である鉄鉱石や銅の輸出も続いている。ラ・エスコンディードと呼ばれる大規模な銅山開発に日本企業が加わっていることから、将来はさらに銅の輸出が増加するであろう。

日本側とチリ側の相互認識の非対称性のもう一つの要因となっていると思われるのは、日本が輸入するものの多くが原材料や食料であるため、チリ産品であるという差別化が必ずしもなされていないものが多い(この点で例えばチリのワインは例外であるが、そのワインについても商品名の入った瓶詰めものは少なく、バルクワインと呼ばれる日本で瓶詰めされるものが多い)。これに対し、日本からチリに輸出するものの多くは、市民が直接の消費者であり、自動車にせよビデオ、テレビ、ステレオ装置、パソコン等にせよ多くの場合直接日本製品であることを知って購入し、その性能を知り、そうした商品を通じて日本を知ることも多いのである。サンチャゴ市で年1回行なわれている国際見本市(FISA)でも日本館は非常に人気がある。

さらに最近の経済関係の緊密化を反映して、チリの新聞には累積債務問題、直接投資、各種の経済協力案件などに関して、日本についての記事がしばしば掲載される。また日本からの技術協力も最近はかなり盛んに行なわれつつある。これに対して日本の新聞にチリの記事が載ることはごく稀である。テレビ番組などについても同様のことがいえる(他の国と同様チリでも日本の漫画がよく放映される)。

こうした状況は、経済関係の急速な変化によって生じている相互認識における非対称性とでもいうべきものと思われるが、これはチリに限らず多くのラテンアメリカ諸国(おそらく他の地域の途上国でも)で生じている現象である。順調に経済関係が進んでいる時は目立たないが、問題が生じた時には認識の非対称性は事態の解決を困難にすることもあり得るであろう。その対策としては、特に名案はないが、日本によるラテンアメリカ諸国に関する研究や学術・文化面を含む広範な国際交流の努力が欠かせないと思われる。