

Japan's "Soft Power"



Glen S. Fukushima
President & CEO
Airbus Japan K.K.

“Soft power” has become a veritable fad concept in Japan. First coined by Harvard University professor Joseph Nye in a celebrated article published in the fall 1990 issue of *Foreign Policy*, it has recently found a wider audience through the publication of a book, *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: Public Affairs, 2004).

Simply put, the definition of soft power is power based on intangible or indirect influences such as culture, values, and ideology. As Nye writes, “[Soft power] is the ability to get what you want through attraction rather than coercion or payments. It arises from the attractiveness of a country’s culture, political ideals, and policies. When our policies are seen as legitimate in the eyes of others, our soft power is enhanced.”

Soft power has gained increased attention after the terrorist attacks of September 11, 2001 in part because the Bush Administration has relied so heavily on “hard power” — the use of brute military force — to counter terrorism both at home and abroad. Many foreign observers, including America’s traditional allies, have been critical of the U.S. tendency in recent years to give short shrift to what they view as the real sources of America’s standing in the world — elements of its culture, values, and ideology that have universal appeal.

Although Nye has applied the concept primarily to the United States, many Japanese have found the concept attractive and have started to apply it to Japan. This has resulted in recent years in a plethora of publications, conferences, and symposia on the subject of soft power and Japan. But there appear to be basically two schools of thought among those who have investigated the issue.

The first group argues that Japan is deficient in soft power but needs to develop it. With the relative decline in Japan’s economic power compared to the 1970s and 1980s, the rapid rise of other economies such as China and India, and Japan’s continued adherence to its Peace Constitution, the argument is that Japan’s soft power needs to be strengthened in part to compensate for its modest arsenal of hard power. According to this view, Japan may be an economic colossus but a pygmy when it comes to intellectual leadership, conceptual discourse and debate, and persuasive power on the world stage when compared to Singapore, Hong Kong, India, and other countries and regions.

The second group argues that Japan actually possesses and exercises a substantial amount of soft power through its traditionally based culture — whether intended or not. Examples often cited are *manga*, *anime*, *karaoke*, *sumo*, computer games, food including especially *sushi*, and music such as “J-pop.” Some adherents of this view go so far as to assert that the world, and especially Asia, is enthralled by “Japan Cool,” and that Japan is in many respects the exemplar of what it means to

exercise soft power. Such a view has dominated Japanese perceptions after the publication of an article entitled "Japan's Gross National Cool" by the American journalist Douglas McGray in the May/June 2002 issue of *Foreign Policy*.

Each side of the debate makes plausible arguments. However, adherents of the second view often misunderstand the meaning and significance of soft power and seem to be engaged in a certain amount of wishful thinking. Japanese no doubt find it gratifying to see that *karaoke* is the rave in certain parts of Asia, *sushi* restaurants can be found in Europe, and *manga* is being read by youth in the United States. But does this really mean that Japan is therefore more respected, trusted, or admired by others, or that it has greater influence on the thinking and behavior of others?

One could argue that *karaoke*, *sushi*, and *manga* have little to do with Japan per se. That is, the non-Japanese who are attracted to these products of Japan may or may not associate them with the nation or people of Japan. Thus, the fact that *karaoke*, *sushi*, and *manga* have gained fans around the world does not necessarily equate to Japan or its people or policies gaining supporters around the world.

Nye posits that hard and soft power are "both aspects of the ability to achieve one's purpose by affecting the behavior of others....Command power — the ability to change what others do — can rest on coercion or inducement. Co-optive power — the ability to shape what others want — can rest on the attractiveness of one's culture and values or the ability to manipulate the agenda of political choices. ...Soft power resources tend to be associated with the co-optive end of the spectrum of behavior, whereas hard power resources are usually associated with command behavior....Soft power rests on the ability to shape the preferences of others." Thus, soft power is by definition goal-oriented.

Given the above, it is misleading to claim that Japan is exercising its soft power simply because the popularity of *karaoke*, *sushi*, or *manga* has increased around the world. One needs to ask whether such trends allow Japan to influence or shape, more than in the past, the preferences of others.

By now, the reader will have discerned that this writer agrees with the views expressed by the first group described above, i.e., those who argue that Japan is deficient in soft power but needs to develop it. Wherever I travel around the world these past two or three years, I hear the same theme — that Japan's presence is receding, whereas China's presence, attention, and influence are rapidly on the rise.

Part of the reason is, of course, China's aggressive efforts to win friends and allies around the world and to re-establish its traditional role as "the center of the world." But another factor is Japan's continued complacency and unwillingness or inability to explain to others its values, principles, policies, and direction.

Up through the 1980s, it was common to describe Japan's behavior at international fora as the "3S's" — sleep, smile, and silence. Even in the 1990s, a common joke was that the mark of an effective moderator at international conferences was the ability to keep the delegates from India silent while coaxing those from Japan to say something. Such Japanese behavior appears to stem from at least five factors.

The first is an unquestioned dependence on and passive expectation toward the United States to defend Japan's interests, especially on matters of national security.

The second is the traditional Japanese belief that silence is golden, that the truly profound things in life cannot be adequately expressed by mere words, and that feelings and emotion can best be conveyed through such nonverbal modes of communication as "*ishin denshin*" and "*haragei*."

The third is the Japanese propensity not to want to stand out, be conspicuous, or be different

from others. This is also related to the risk averseness of Japanese and the fear of making mistakes in public.

The fourth is the weak Japanese education and training in critical thinking skills and in Aristotelian logic, argumentation, and debate.

The fifth is English-language education in Japan, which has aptly been described as follows: rarely in human history has so much time, effort, and money been spent on language education to produce such meager results. This derives in part from the use of English primarily to extract information and knowledge from abroad and to serve as a sorting device on school entrance examinations. The notion that English might be used as a vehicle to communicate with the outside world seems to be only a recent development.

Given these factors, it is not surprising that Japan is becoming increasingly marginalized in world affairs. Countries and regions much smaller than Japan – Singapore, Hong Kong, Korea, etc. – are becoming more influential in engaging with the global community in the world of ideas, policy proposals, and intellectual discourse. It is almost as if Japan is entering another “*sakoku*” period, as during the Tokugawa Period.

What Japan needs is a grand strategy to win friends, gain supporters, and influence world opinion. Japan’s cultural assets can, of course, play an important role in such a strategy, but they must go far beyond the current complacency of some Japanese being satisfied that Japanese food, film, and music are gaining popularity abroad. Such cultural assets need to be deployed strategically to fulfill the true meaning of soft power – “the ability to get what you want through attraction rather than through coercion.”

(仮訳)

日本の「ソフトパワー」

エアバス・ジャパン株式会社 社長兼CEO グレン・S・フクシマ

「ソフトパワー」という概念は日本でも一世を風靡^{ふうび}するようになった。ハーバード大学のジョゼフ・ナイ教授が「フォーリンポリシー」誌1990年秋号のあの有名な記事で初めて提起したこの概念は、*Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: Public Affairs, 2004) (邦題『ソフトパワー—21世紀国際政治を制する見えざる力—』日本経済新聞社) という本の出版を通じてさらに幅広く世の中に浸透した。

簡単に言えばソフトパワーとは、文化、価値観、イデオロギーなど、目に見えない間接的な影響を振り所にした力のことである。ナイ教授が言うように、「(ソフトパワーとは) 強制や報酬ではなく自身の魅力によって望みをかなえる能力である。その基になるのは一国の文化、政治的理想、政策の魅力度である。ある国の政策が他国の目に正当と映れば、その国のソフトパワーは増大する」。

ソフトパワーがさらに注目されるようになったのは、2001年9月11日の同時多発テロ以降のことである。それはひとつには、ブッシュ政権が国内外の対テロ政策として「ハードパワー」、すなわち主に軍事力のみ relied ためである。昔からの同盟国を含む諸外国の多くが、近年の米国は自国が世界のリーダーである真の要因—世界にアピールする文化、価値観、イデオロギーなどの諸要素—を軽んじる傾向があると批判している。

ナイ教授がソフトパワーという考え方を主に適用したのは米国だが、日本人もこの概念に関心を

持ち、自国にこれを当てはめはじめた。その結果、最近は「ソフトパワーと日本」をテーマにした出版物や会合、シンポジウムが目白押しである。しかし、この同じ課題に対して基本的には2つの意見があるようだ。

第1の意見は、日本はソフトパワーが弱く、これを強化する必要があると主張する。1970～80年代に比した日本の経済力低下、中国やインドなど他国の台頭、そして「平和憲法」を尊重し続ける日本、等の状況を踏まえてこの意見が主張するのは、日本はその限られたハードパワーを補うためにもソフトパワーを強化する必要があるということである。彼らに言わせれば、日本は経済大国かもしれないが、世界という舞台における知的リーダーシップ、概念的議論、説得力という面では、シンガポール、香港、インドなど他の国や地域に比べて微弱な存在なのである。

第2の意見は、日本はその意図にかかわらず、その伝統文化を通じてかなりのソフトパワーを保有、発揮していると主張する。よく引き合いに出されるのは、漫画、アニメ、カラオケ、相撲、コンピューターゲーム、寿司に代表される日本食、「Jポップ」などの音楽である。なかには、アジアをはじめとする全世界は「ジャパン・クール」に魅了されている、日本は多くの点でソフトパワー発揮のお手本である、とまで言う者もいる。こうした見方は、『フォーリンポリシー』2002年5/6月号でジャーナリストのダグラス・マ格雷イ氏が“Japan's Gross National Cool”（抄訳は『中央公論』2003年5月号「世界を闊歩する日本のカッコよさ」）と題する記事を発表してから、日本人の間で主流になった。

どちらもそれなりにまともな意見である。しかし、第2の意見を主張している人々はソフトパワーの意味や意義を誤解していることが多く、希望的観測も少し入っているようである。確かにアジアの一部地域ではカラオケが大流行し、欧州では寿司レストランが盛況であり、米国の若者には漫画が読まれている。日本人がこれに目を細めているのは間違いはない。しかし、こうした現象が、日本が他国から真の意味で尊敬、信頼、賞賛されていることになるのだろうか。また、日本が他国の考え方や振る舞いに大きな影響力を持っていると言えるのだろうか。

カラオケや寿司、漫画は日本の本質とはほぼ無関係であるとも言える。つまり、カラオケや漫画に引きつけられる外国人は、それを日本や日本人とは必ずしも結びつけて考えてはいない。したがって、カラオケや寿司、漫画が世界中でファンを獲得しているからと言って、日本や日本人、日本の政策が世界中で支持を得ていることには必ずしもならないのである。

ナイ教授いわく、ハードパワーとソフトパワーは「他者の行為に影響を与えることで自身の目的を達する能力の両面を表している。威圧する力、すなわち他者の行動を変える能力を支えるのは、強制や誘導である。取り込む力、すなわち他者の望むものを形にする能力を支えるのは、自身の文化や価値観の魅力であり、あるいはさまざまな政治的選択肢の処理能力である。ソフトパワーの基になるのは取り込む力の方であり、ハードパワーは普通、威圧する力と関係する。ソフトパワーを支えるのは、他者の志向を形成する力なのである」。このようにソフトパワーとは本来、目的志向である。

以上を踏まえると、カラオケや寿司、漫画の人气が世界中で高まったからというだけで、日本がソフトパワーを発揮していると主張するのは正確さを欠く。問われるべきは、そうしたトレンドによって日本が他国の志向にこれまで以上の影響を及ぼしているかということである。

読者はもう、筆者が第1の意見、すなわち日本はソフトパワーが弱く、強化する必要があるとい

う主張に賛同していることがお分かりだろう。ここ2～3年、世界各地で耳にするのも同じ内容である。つまり日本の存在感が弱まる一方、中国の存在感、魅力、影響力が急速に高まっている。

その理由はもちろん、世界中に友好国や同盟国をつくり、「世界の中心」としての役割を取り戻そうとする中国の積極的努力もあるが、もうひとつの要因は、日本が状況の緊急性を認識しないままに、自国の価値観や方針、政策、方向性を他国に説明しようとしなかった、あるいは説明できなかったことにある。

1980年代までは、国際会議における日本の行動はよく「3S」、つまりsleep（居眠り）、smile（微笑）、silence（無言）で表された。1990年代になっても、よくジョークとして言われたのは、「国際会議の実力ある議長は、インド代表を黙らせ、日本代表から発言を引き出せる人である」ということだった。こうした日本の行動パターンは少なくとも5つの要因に由来すると思われる。

第1は、日本の国益、とくに安全保障上の国益を守るうえで、紛れもなく米国に依存し、受け身の姿勢であることである。

第2は、沈黙は金という日本の古くからの考え方である。人生の深奥とは言葉だけで十分に表現できるものではなく、感情を最もよく伝えられるのは「以心伝心」「腹芸」など言葉によらないコミュニケーション方法だという考え方である。

第3は、目立ったり他人と違ったりすることを嫌う日本人の傾向である。これは日本人がリスクを避け、人前でのミスを恐れることにも関係する。

第4は、論理的思考（クリティカル・シンキング）、さらにはアリストテレス論理学や議論、討論に関する教育訓練の不足である。

第5は、「歴史上まれに見る時間、努力、費用を注ぎ込みながら、十分な成果が上がっていない」と言われている日本の英語教育である。これは英語が、主に外国から情報や知識を吸収する手段、また入学試験での選別を行う手段として用いられてきたせいだと考えられる。外界とのコミュニケーションの手段としての英語の重要性が強調されるようになったのは最近のことである。

以上の要因を考えると、日本が世界情勢から取り残されつつあるのも不思議ではない。シンガポール、香港、韓国など、日本より小さい国・地域が、アイデアや政策提案、知的議論の分野でグローバルコミュニティに対する影響力を強めている。日本はあたかも江戸時代と同じような「鎖国」に入ろうとしているかのようにみえる。

日本に必要なのは、友好国を増やし、支持者を獲得し、国際世論に影響を与えるための戦略である。日本の文化資産はもちろんそのなかで重要な役割を果たすが、自国の食べ物や映画、音楽が外国で人気を博していることで満足している人々がいる現状を打破しなければならない。真のソフトパワー、すなわち「強制ではなく自身の魅力によって望みをかなえる能力」を実現するためには、そうした文化資産を戦略的に活用すべきである。

JF
TC