

Reflexões sobre o Japão

a partir de São Paulo, em um país longínquo

遠い異国の地サンパウロで日本を想う



Reflexões sobre o Japão

a partir de São Paulo, em um país longínquo

遠い異国の地サンパウロで日本を想う



Yasushi Noguchi

野口 泰

Editor e tradutor: Masato Ninomiya

São Paulo - SP
2025



CIATE - Centro de Informação e Apoio ao Trabalhador no Exterior

Reflexões sobre o Japão
a partir de São Paulo, em um país longínquo

Yasushi Noguchi
Edição e tradução: Masato Ninomiya

CIATE (Centro de Informação e Apoio ao Trabalhador no Exterior)
Rua São Joaquim, 381, 1º andar, Liberdade, São Paulo - SP
CEP 01508-001

Título original em japonês: *Tooi Ikoku no Chi Sao Paulo de Nihon wo Omou*
Copyright ©2025 por Yasushi Noguchi
Copyright da tradução em português ©2025 por Yasushi Noguchi

Todos os direitos reservados
Impresso no Brasil
1ª edição, janeiro de 2025

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Noguchi, Yasushi
Reflexões sobre o Japão : a partir de
São Paulo, em um país longínquo / Yasushi
Noguchi. -- 1. ed. -- São Paulo : Intercultural,
2025.

ISBN 978-65-990462-4-7

1. Brasil - Relações - Japão 2. Comparação
intercultural 3. Cultura japonesa 4. Imigração
japonesa - Brasil - História 5. Imigrantes
japoneses - São Paulo (SP) - História I. Título.

25-247516

CDD-303.48281052

Índices para catálogo sistemático:

1. Brasil : Relações : Japão 303.48281052

Impressão e acabamento: Paulo's Comunicação e Artes Gráficas Ltda.
Rua São Joaquim, 81, Loja 1, Liberdade, São Paulo - SP - CEP: 01508-030

PATROCÍNIO



Advocacia Masato Ninomiya

Reflexões sobre o Japão
a partir de São Paulo, em um país longínquo



Yasushi Noguchi

Sumário

Introdução.....	13
Capítulo 1 – A situação atual da comunidade nikkei, o apoio e a cooperação do governo japonês.....	15
1. Visão geral	16
A chegada do vapor Kasato Maru ao Brasil	16
A dimensão do Brasil	18
A comunidade nikkei no Brasil.....	18
2. Situação atual das principais entidades nikkeis 2	1
A Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa e de Assistência Social (Bunkyo).....	21
A Beneficência Nipo-Brasileira de São Paulo (Enkyo)	23
A Federação das Associações de Províncias do Japão no Brasil (Kenren).....	24
A Aliança Cultural Brasil – Japão (Aliança).	28
Os jornais em idioma japonês	29
A comunidade nipo-brasileira no Japão	29
O presidente Ikesaki da Associação Cultural e Assistencial da Liberdade (ACAL).....	31
Brasileiros sem ascendência japonesa que apoiam a comunidade nikkei.	33
Os estados de Mato Grosso do Sul e Mato Grosso	34
3. A importância da comunidade nikkei para o Japão e o significado do apoio e da solidariedade do governo japonês	36
A imagem das marcas japonesas	36
Os esportes introduzidos por nikkeis	37
A promoção da cultura e dos negócios japoneses	39
O apoio da comunidade nikkei ao Japão.....	41
A família imperial japonesa e a comunidade nikkei.....	42
O aumento do fluxo turístico brasileiro.....	42

A presença do Japão na agricultura brasileira	43
A Associação Hibakusha Brasil pela Paz	44
As relações de fraternidade entre estados, províncias e municípios	45
O papel dos hospitais ligados à comunidade nikkei.....	46
As escolas ligadas à comunidade nikkei	47
A presença ascendente da China e da Coreia do Sul.....	47
4. Apoio e cooperação à comunidade nikkei.....	49
Participação em eventos sociais da comunidade nikkei	49
A participação de jovens na comunidade nikkei	50
A cooperação com entidades nikkeis regionais	54
A difusão do “Festival do Japão” pelo país	59
5. Governo japonês e comunidade nikkei.....	61
6. Impacto da crise gerada pela Covid-19 na comunidade nikkei.....	62
Capítulo 2 – Ampliação das atividades de intercâmbio tendo como eixo a Japan House de São Paulo.....	65
1. Contexto para a atração de grande número de visitantes	66
A história de mais de 110 anos de imigração japonesa	66
Exposições a partir de uma perspectiva brasileira.....	67
Excelente localização	69
A disseminação de uma cultura de toque contemporâneo	69
Alvo de atenção desde a abertura	70
2. Japan House São Paulo reconhecida como importante centro cultural da cidade	71
A valorização por parte dos cidadãos paulistanos.....	71
A cooperação com outros centros culturais de São Paulo.....	71
O dia da fundação da cidade de São Paulo	72
São Paulo, Cidade Cultural	72
3. Presidente honorário e comitê supervisor	73
O presidente honorário, embaixador Rubens Ricupero.....	73
Comitê supervisor.....	74

4. Relacionamento com a comunidade nikkei	75
Cooperação com a comunidade nikkei	75
O envolvimento de jovens nikkeis	77
5. Cooperação com a Fundação Japão e com a JETRO	77
Cooperação com a Fundação Japão	77
Cooperação com a JETRO	78
6. Japan House como base de disseminação cultural na América do Sul	79
7. Apoio às empresas japonesas	80
<i>Showroom</i> da tecnologia japonesa	80
A popularidade das redes sociais no Brasil	81
MUJI	82
Outras atividades de empresas japonesas	83
8. Busca de patrocinadores	84
Sustentabilidade de suas operações	84
<i>Software</i> de reconhecimento facial da NEC	84
9. Revitalização regional do Japão	85
Para superar o declínio demográfico e o superenvelhecimento da sociedade	85
Reconstrução das áreas devastadas por desastres naturais	85
A difusão de produtos agrícolas japoneses no Brasil	88
10. Divulgação da política externa do Japão	89
11. Difusão cultural pela culinária e pela venda de produtos	90
Difusão da culinária	90
<i>Bentô</i>	90
Cafeteria	90
<i>Furoshiki</i>	91
Biblioteca	91
12. Esportes	92
Copa do Mundo de Futebol	92
Campeonato Sul-Americano de Futebol	93
Divulgação dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de Tokyo	94

13. Promoção de turismo interno no Japão.....	94
14. Japan House São Paulo como um lugar para os alunos interagirem	95
15. Outros.....	96
Capítulo 3 – A situação da economia brasileira e as tendências das empresas japonesas	97
1. Ambiente de negócios no Brasil.....	98
Potencial do Brasil	98
Um país onde os negócios são difíceis?.....	10 1
Administração de Jair Bolsonaro voltada para a reforma	10 2
Importância da reforma da legislação trabalhista	10 5
Importância do estado de São Paulo.....	10 5
Taxa de juros no Brasil	10 7
Situação energética do Brasil	10 7
O Brasil no contexto da América do Sul.....	10 8
Brasil, país da proteína animal	10 8
Greve dos caminhoneiros	10 9
Difusão do Uber	11 0
Para superar o envelhecimento da sociedade.....	11 0
2. Relações econômicas Brasil-Japão 11	2
Estatísticas do comércio bilateral	11 2
Reunião do Grupo de Notáveis para uma Parceria Econômica Estratégica entre Brasil e Japão.....	11 3
Fortalecimento das relações econômicas com o Mercosul	11 4
Voos entre o Japão e São Paulo	11 5
3. Tendências das empresas japonesas 11.....	6
Tendências em 2019	11 6
Agronegócios.....	11 7
Indústria de alimentos	11 8
Inovação	11 9
Tendência da diminuição de expatriados	12 0
Apoio à comunidade nikkei	12 1

4. Esforços do Consulado Geral para apoiar as empresas japonesas	12 2
Fornecimento de informações sobre segurança.....	12	2
Medidas contra a propagação da infecção da Covid-19	12	3
Almoços mensais	12	3
Solicitações às autoridades brasileiras	12	4
Apoio à expansão de pequenas e médias empresas ao exterior	12	4
5. Impacto da Covid-19 nas empresas japonesas	12 5
Capítulo 4 – São Paulo sob o recrudescimento da Covid-19.....	12	7
1. Situação local no início da infecção	12 8
2. Aumento da consciência local pela crise	12 8
Mudança no direcionamento da maré	12	8
Medidas de isolamento social	12	9
Medidas tomadas mais cedo do que na Europa e nos Estados Unidos.....	13	1
Governador João Dória vs. presidente Jair Bolsonaro	13	1
Abalos na administração federal	13	3
3. Esforços contra a disseminação da Covid-19	13 4
Proteção aos japoneses residentes na área de jurisdição.....	13	4
Apoio em São Paulo para conexão de voos para japoneses residentes em países vizinhos	13	8
Divulgação dos esforços do governo japonês, e outros assuntos	13	8
Ações da China e da Coreia do Sul no Brasil, durante a crise da Covid-19...	13	9
Gestão de saúde da equipe consular e dos funcionários locais.....	13	9
Posfácio.....	14	1
Posfácio do tradutor.....	14	3
Texto original em japonês.....	14	7

Introdução

Em 28 de julho de 2020, concluí a missão como Cônsul Geral do Japão em São Paulo, que durou pouco menos de três anos, e retornei para o Japão deixando o Brasil pelo Aeroporto Internacional de São Paulo, em Guarulhos. Minha primeira missão no Brasil transcorreu num piscar de olhos, mas foi intensa e muito gratificante. Sou grato por ter conseguido cumprir minha missão graças ao apoio de muitas pessoas, incluindo os funcionários e contratados locais do Consulado Geral do Japão em São Paulo.

Certo episódio me fez pensar em escrever um livro sobre essa experiência de trabalhar no Brasil e fazer com que muitas pessoas conhecessem São Paulo. Isso se deu quando conversei com um brasileiro que, já tendo ido muitas vezes ao Japão a negócios, me disse: “Eu fui ao Japão muitas vezes e conversei com muitas pessoas. Percebi que os japoneses de hoje não sabem como os patrícios que imigraram para o Brasil lutaram sofredamente e com esse sacrifício alcançaram sucesso através das gerações, estabelecendo uma posição sólida, e que os nikkeis são especialmente dignos de confiança e respeito no Brasil.”

“Não é verdade. Mesmo no Japão de hoje, muita gente conhece a história dos nikkeis brasileiros”, pensei. No entanto, certamente não sabem que, o sofrimento e os esforços feitos até agora, tornaram o Japão e os japoneses em um símbolo de confiança e credibilidade no Brasil, e também não sabem o quanto os brasileiros gostam do Japão e dos japoneses.

E assim, tive a ideia de escrever um livro com minhas experiências e tornar esses fatos conhecidos a um maior número possível de japoneses da atualidade. Naturalmente, escrever sobre a comunidade nikkei e o Brasil com menos de três anos de experiência pode parecer muita ousadia, já que se trata de uma história de mais de 110 anos. Contudo, considero que seja importante aos meus conterrâneos esse conhecimento.

Assumi minha missão pouco tempo depois da inauguração da Japan House SP, a nova base de divulgação do Japão instalada na cidade de São

Paulo. Eu também queria que todos no Japão soubessem que a Japan House SP é amada pelos paulistas e que está no mesmo nível que as outras instalações culturais da cidade. Em fevereiro de 2020, o número de visitantes ultrapassou 2 milhões* e a entidade é usada para muitos eventos, como exposições de arte contemporânea japonesa, de peculiaridades regionais fascinantes, de culinária japonesa, de promoção de empresas japonesas e de divulgação de diretrizes políticas.

Cerca de 700 empresas japonesas estão instaladas no Brasil com vistas a um mercado interno de mais de 200 milhões de pessoas e recursos naturais abundantes. Estas empresas vêm desenvolvendo ativamente seus negócios, porém enfrentam no momento um ambiente difícil para suas atividades. Assim sendo, tratei também sobre como forneci suporte paralelo a essas empresas.

Quando estava quase terminando de escrever o texto, ocorreu a crise da Covid-19. Nos últimos quatro meses, o meu trabalho foi todo dedicado às medidas para esta crise. Nesse contexto de disseminação crescente da infecção no Brasil, a mídia divulgava no Japão, com destaque às saídas do presidente Jair Bolsonaro sem o uso de máscara e a sua fala de que a Covid-19 era apenas uma gripe. Nessas circunstâncias, gostaria de tratar, também, de como assisti a disseminação dessa pandemia em São Paulo.

Embora não seja exaustivo, espero que este livro, escrito com base na experiência do que vi e ouvi, consiga transmitir o charme do Brasil e de São Paulo aos japoneses. Espero que compreendam que as opiniões apresentadas neste documento não representam necessariamente as do governo japonês.

Agosto de 2020

Yasushi Noguchi, ex-Cônsul Geral do Japão em São Paulo**

*NT: Em junho de 2024, o número de visitantes chegou a 3,7 milhões de pessoas.

**NT: O autor ocupa hoje o cargo de Diretor Geral do Departamento de América Latina e Caribe do Ministério de Negócios Estrangeiros.

CRPÍTULO
1

**A situação atual da comunidade nikkei,
o apoio e a cooperação do
governo japonês**



A situação atual da comunidade nikkei, o apoio e a cooperação do governo japonês

1. Visão geral

A chegada do vapor Kasato Maru ao Brasil

A história dos nipo-brasileiros é antiga. A primeira leva de imigrantes aportou em Santos em 18 de junho de 1908, trazendo 781 japoneses a bordo do vapor Kasato Maru. Santos é uma cidade portuária, conhecida pelo seu tradicional time de futebol, no qual os reis do futebol Pelé, Neymar e Kazuyoshi Miura desempenharam papel ativo. Santos também tem convênio de fraternidade com as cidades de Shimoseki, na província de Yamaguchi, e de Nagasaki, na província de Nagasaki, que são igualmente cidades portuárias.

Um jornal local da época escreveu, elogiosamente, que após o desembarque desses japoneses não havia nenhum lixo caído pelo chão. Creio ser um episódio típico japonês, de um povo que valoriza a limpeza e a cortesia. Naquela época, a conjuntura econômica do Japão não era boa e não havia muitos empregos para os jovens. Por outro lado, no Brasil, a cafeicultura exigia muita mão de obra e esse foi o pano de fundo da imigração.

No início, trabalharam arduamente na cafeicultura e, posteriormente, se dedicaram à cultura do algodão, do milho, de hortaliças, à avicultura, dentre outras, principalmente nos estados de São Paulo e Paraná. Diz-se que os primeiros imigrantes passaram por sacrifícios indescritíveis no Brasil. Enfrentaram língua, hábitos e costumes completamente diferentes, o risco de contrair doenças endêmicas como a malária e outras que

não eram familiares no Japão, e um clima completamente diferente. Em particular, na colônia Hirano, hoje cidade de Cafelandia, no interior de São Paulo, muitas vidas foram perdidas, inclusive a de crianças, devido à malária.



Visita à colônia Hirano (fev./2020)

As gerações se sucederam e logo começaram a surgir nikkeis cursando o ensino superior e surgiram profissionais médicos, engenheiros, advogados, professores, dentre outros. Houve, também, quem passasse a se dedicar ao comércio. Hoje, a comunidade nikkei tem destaque no Brasil. Graças a esses nikkeis, o Japão goza de presença especial no país. A postura diligente e honesta dos nikkeis é bem valorizada pelos brasileiros. Creio que muitos devem se lembrar que na cerimônia de abertura das Olimpíadas Rio 2016, a delegação japonesa recebeu, em especial, uma grande salva de palmas da multidão. No Brasil, posso trabalhar com muito orgulho como japonês.

A dimensão do Brasil

O Brasil é um país imenso. A sua área territorial é de 8 milhões, 512 mil km², 22,5 vezes a área do Japão, e a quinta maior do mundo. Tem uma população de cerca de 210 milhões, a sexta maior do mundo. O estado de São Paulo, que está sob a jurisdição do Consulado Geral do Japão em São Paulo, onde trabalhei, é um importante estado com uma população de cerca de 46 milhões e cerca de um terço do PIB do Brasil.

A comunidade nikkei no Brasil

Dizem que há cerca de 2 milhões* de nikkeis em todo o Brasil e que 1,2 milhão, ou seja 60%, estão no estado de São Paulo. Além de imigrantes de ascendência japonesa, há em São Paulo os de outras ascendências, como italianos e libaneses, dentre outras, e é considerado um caldeirão étnicocultural. Enquanto a língua portuguesa do Rio de Janeiro é fortemente influenciada pelo português europeu, a de São Paulo pronuncia as vogais de forma relativamente clara por causa da presença de muitos italianos. Tendo tido anteriormente experiência profissional em países de língua espanhola, que também pronunciam claramente as vogais, adaptei-me com relativa facilidade. Pelo fato de existirem no estado muitos descendentes de japoneses e italianos, casamentos entre os dois grupos são frequentes.

O bairro da Liberdade tem visto a diminuição da população nikkei nos últimos anos, provavelmente também devido aos que foram trabalhar no Japão, a partir da década de 1990. O bairro fica lotado com muitos turistas não nikkeis nos finais de semana, que formam longas filas em seus restaurantes e lojas de comida japonesa. O “Festival do Japão” realizado anualmente no mês de julho em São Paulo é um evento que apresenta os encantos do Japão, como a sua cultura tradicional com a apresentação de grupos de tambores, pratos típicos de cada província e atividades promocionais do governo e de empresas japonesas. O evento atrai cerca de

*Segundo informações do Ministério de Negócios Estrangeiros do Japão, o número chegou a 2,7 milhões em 2024.

200.000 visitantes em três dias. No interior do estado, há muitas cidades de população nikkei, onde são realizados vários “festivais japoneses”, que atraem dezenas de milhares de visitantes.

Em outubro de 2019, foi realizado o 1º Festival do Japão em Americana, e em novembro, o 1º Festival das Lanternas (*Toorou Nagashi*) em Promissão, interior de São Paulo. No mesmo mês de novembro, Campo Grande, capital do Mato Grosso do Sul, estado vizinho de São Paulo, realizou o seu primeiro festival do Japão, verificando-se a difusão de “festivais japoneses” pelo país. Fiquei sinceramente surpreso com essa tendência no Brasil, uma vez que no Japão esses festivais tendem a desaparecer com a diminuição do número de jovens que os organizam, devido ao declínio demográfico e ao superenvelhecimento da sociedade.



Festival das Lanternas (*Toorou Nagashi*) (nov./2020)

Os brasileiros não descendentes, com os quais tive contato, também têm consciência da existência da comunidade nikkei como algo próximo de suas vidas. Houve quem dissesse que um quarto dos colegas de classe

do ensino fundamental eram nikkeis ou que tinham primos casados com descendentes.

Como a avaliação da sociedade brasileira em relação aos nikkeis é alta, muitos se tornaram prefeitos e vereadores. Por exemplo, o caso do Sr. Rodrigo Ashiuchi, prefeito da cidade de Suzano, na região metropolitana de São Paulo, com uma população de mais de 150.000 habitantes.

Nessas circunstâncias, tratei o apoio e a cooperação com a comunidade nikkei como um dos temas mais importantes do Consulado Geral do Japão em São Paulo. É digno de nota que a comunidade nikkei realizou uma grande celebração em 2008, por ocasião do 100º aniversário da imigração, e que esse evento é apontado como o momento de reafirmação da identidade nikkei e também como a ocasião a partir da qual as atividades da comunidade se tornaram mais ativas.

Enquanto trabalhava, muitas vezes senti que o antigo Japão continuava a existir em São Paulo. Quando um nikkei foi ao Japão e em um restaurante, disse à garçonete: “Por favor, me dê um *saji* (colher)”, não foi compreendido. Embora, às vezes, ainda usemos “*saji* (colher)” em expressões como “grande colher, pequena colher (formas de medida)” ou “jogar uma colher (no sentido de desistir de algo)”, não é usual usarmos o termo *saji* para designar colher no Japão, hoje chamada de *supuun*. Ouvi, também, a palavra japonesa *benjô* (banheiro). Muitos sanseis viveram com os avós da primeira geração, e através da comunicação com eles, aprenderam a palavra japonesa *benjô*. A surpresa deles quando vão ao Japão pela primeira vez é descobrirem que: “No Japão, a palavra *benjô* não é muito usada hoje em dia”. Hoje, no Japão, usamos o termo *otearai* ou *toire*, mas raramente o termo *benjô*. Muitos sanseis que viveram com seus avôs conseguem entender japonês. Aparentemente, os avôs falam com os netos sanseis em japonês, e esses lhes respondem em português. No entanto, quando se trata da quarta geração, tende a haver uma dificuldade maior na compreensão do idioma japonês, uma vez que não há mais o contato com os avôs da primeira geração.

2. Situação atual das principais entidades nikkeis

A Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa e de Assistência Social (Bunkyo)

Na comunidade nikkei da cidade de São Paulo, existem as chamadas cinco principais entidades nikkeis. São elas: a Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa e de Assistência Social (Bunkyo), que tem como foco a difusão da cultura japonesa; a Federação das Associações de Províncias do Japão no Brasil (Kenren), que é uma federação de 47 associações de províncias, sediadas em São Paulo; a Beneficência Nipo-Brasileira de São Paulo (Enkyo), que administra hospitais e centros de assistência social no estado de São Paulo; a Aliança Cultural Brasil – Japão (Aliança), que atua principalmente na divulgação da língua japonesa; e a Câmara de Comércio e Indústria Japonesa do Brasil (Câmara), que é composta principalmente por empresas japonesas. A entidade central tem sido tradicionalmente, o Bunkyo.

Enquanto que o Kenren, uma das principais entidades nikkei, revitalizou-se com a criação do Festival do Japão, iniciado há cerca de 20 anos, e o Enkyo que tem tido sucesso na gestão hospitalar, o Bunkyo tem perdido associados e receita advinda da taxa de filiação. Nessas circunstâncias, o Sr. Renato Ishikawa foi eleito seu presidente em abril de 2019, e está trabalhando para revitalizar a Sociedade. Originário do ramo empresarial, o Sr. Renato Ishikawa foi eleito presidente em reconhecimento às suas realizações na reestruturação do Hospital Santa Cruz, fruto dos



Presidente da Bunkyo, Sr. Renato Ishikawa

esforços da comunidade nikkei. Na futura gestão do Bunkyo, ele enfatiza (1) a cooperação com as comunidades nikkeis regionais; (2) a participação de jovens nikkeis nas atividades sociais da entidade; e (3) a cooperação com o segmento empresarial. Com base nessa política, antes mesmo de assumir a presidência, ele visitou repetidamente as comunidades nikkeis regionais do Brasil, visando aumentar a capacidade centrífuga do Bunkyo nesses segmentos.

Em sua gestão, um dos vice-presidentes eleitos, o Sr. Marcelo Hideshima*, que é representante dos jovens nikkeis, foi encarregado de fortalecer as atividades relacionadas aos jovens. Com relação à cooperação com o segmento empresarial, o Sr. Gioji Okuhara, um dos vice-presidentes, que possui vasta experiência em empresas multinacionais como a Colgate, foi encarregado de fortalecer o relacionamento com empresas. O Sr. Okuhara está usando a sua vasta rede de relacionamentos na área para realizar muitos projetos do Bunkyo, como palestras de empresários japoneses, que estão atraindo a atenção como uma nova atividade da entidade. Como resultado desses esforços, o saldo do Bunkyo, que estava no vermelho, chegou ao superávit de R\$100.000,00 em 2019, e os resultados são promissores.

O Bunkyo realiza, ainda, o BUNKYO RURAL em diversas cidades do estado de São Paulo para incentivar jovens a desenvolver e trabalhar em negócios agrícolas, iniciativa muito bem avaliada pelo governo do estado. Durante a realização do BUNKYO RURAL na cidade de Adamantina, em setembro de 2019, o evento contou com a presença do Sr. Gustavo Diniz Junqueira, secretário de Agricultura e Abastecimento do estado de São Paulo.

*NT: Registro com grande pesar, o falecimento súbito do Sr. Marcelo Hiroyuki Hideshima, ocorrido em 2 de fevereiro de 2023.

A Beneficência Nipo-Brasileira de São Paulo (Enkyo)

O Enkyo também é outra entidade nikkei que desempenha um papel importante, paralelamente ao Bunkyo. Fundada com o objetivo de atender e dar apoio aos imigrantes japoneses que chegaram ao Brasil no período pós-guerra, exerce atualmente atividades como gestão de hospitais e de casa de repouso para idosos. A eficiente gestão de seus hospitais tem proporcionado superávit que é direcionado à manutenção das casas de repouso para idosos. Espera-se que o Brasil se torne uma sociedade com predominância de idosos no futuro e nesse sentido a administração das instalações para idosos do Enkyo, que incorpora o *know-how* japonês, certamente será útil ao país. Além disso, o tratamento para autistas do Enkyo tem sido alvo de atenção por dar ênfase à promoção de sua autonomia, diferentemente do tratamento medicamentoso geralmente prescrito no Brasil. Além disso, em colaboração com empresas e universidades japonesas, o Enkyo coopera com a difusão de equipamentos médicos japoneses no país.



Enkyo - Hospital Nipo-Brasileiro (Sede Guarulhos)

Além disso, com a cooperação de especialistas em dália da cidade de Kawanishi, província de Yamagata, um esplêndido jardim de dália foi criado na casa de repouso para idosos “Ipelândia Home” (cidade de Suzano, São Paulo) administrada pelo Enkyo. Graças a esses esforços, a Ipelândia Home realiza o Festival de Dália todos os anos, no início de março, com grande afluxo de visitantes, e já é considerado um festival representativo da cidade de Suzano. Trata-se de mais um exemplo da contribuição do Enkyo à comunidade local.



Dália Matsuri (mar./2018)

A Federação das Associações de Províncias do Japão no Brasil (Kenren)

O Kenren é a coalizão das 47 associações de províncias sediadas em São Paulo. A partir de 1988, ano em que se comemorou o 80º aniversário da imigração japonesa ao Brasil, o Kenren, visando a sua revitalização, passou a organizar eventos como o *furusato meguri*, ou seja viagens organizadas para conhecer os diversos locais considerados o berço da imigração

japonesa ao Brasil. Outro evento é o *nihon matsuri*, Festival do Japão, iniciado em 1998 em comemoração ao 90º aniversário da imigração japonesa ao Brasil. O número de presidentes nisseis nessas associações já é uma realidade e a presença feminina também tem aumentado. Os jovens que assumem a presidência têm batalhado na sua revitalização. Atualmente, com o aumento de presidentes nisseis ou das gerações seguintes, algumas associações têm encontrado problemas de comunicação com suas províncias de origem e esperam que o Kenren as apoie a esse respeito. Além disso, algumas das associações de províncias estão preocupadas com a diminuição de seus associados; e por exemplo, as associações das províncias de Miyagi e Saitama e a Sociedade Amigos de Tokyo realizam as festas de Ano Novo em conjunto.

Em cada uma das 47 associações de províncias, seus membros se reúnem com o propósito de divulgar a cultura japonesa, com ênfase na cultura de sua província, de promover suas atrações turísticas e cultivar a amizade entre si.

Por ocasião do aniversário de fundação dessas associações e também do aniversário da chegada dos primeiros provincianos no Brasil, são realizadas cerimônias para comemorar esses eventos; essas festas de confraternização são frequentemente visitadas por delegações para o festejo, enviadas pela província de origem. Essas delegações são chefiadas pelo governador da província, pelo presidente da assembleia legislativa e demais autoridades, podendo também incluir organizações privadas, grupos de entretenimento, dentre outros. Tais eventos costumam ocorrer a cada cinco anos e, por exemplo, os governadores de Aichi e Iwate têm visitado a cidade nessas ocasiões.

Durante meu período de trabalho em São Paulo, participei dos eventos de aniversário das províncias de Fukushima, Wakayama, Nagasaki, Gifu, Iwate, Aichi, Oita, Kumamoto, Hokkaido, Miyazaki e Okinawa. É esperado que o Consulado-Geral compareça a essas cerimônias comemorativas, e eu tentei fazer o máximo possível para corresponder às expectativas dos organizadores. Essas cerimônias se tornam um espaço de confraternização onde as delegações de festejo vindas das províncias ficam impressionadas com a árdua conquista da prosperidade pelos descendentes dos seus

conterrâneos no Brasil. E as associações de províncias anfitriãs se sentem valorizadas e ficam comovidas com as mensagens trazidas por essas delegações, que reafirmam os seus vínculos com as províncias maternas.

É desnecessário dizer que as associações de províncias são compostas integralmente por voluntários e que, apesar de todas as dificuldades, essas cerimônias têm sido realizadas de forma satisfatória. Enquanto existem associações cujas sedes possuem salões relativamente grandes, outras não; nesse caso elas alugam aqueles salões para seus eventos. As associações de Hokkaido e de Miyagi têm salões relativamente grandes que são alugados para vários eventos. Uma vez que grupos de entretenimento também fazem parte das delegações de festejo, as associações de províncias aguardam com grande expectativa a sua visita por ocasião desses eventos.

A seguir, gostaria de discorrer sobre as ações de algumas províncias e de suas associações das quais tive a oportunidade de participar.

Em agosto de 2018, foi realizada em São Paulo a cerimônia para comemorar os 60 anos da Associação Aichi do Brasil, que contou com a presença do governador de Aichi, Sr. Hideaki Omura. A província de Aichi é, atualmente, a província onde vive o maior contingente de nipo-brasileiros. Considerando que a província de Aichi é o local onde foi adotado o Protocolo de Nagoya do Tratado de Biodiversidade de 2010, a província busca ativamente reunir assinaturas para o memorando de entendimento (MOU) para a implementação desse Protocolo com suas contrapartes estrangeiras. Assim sendo, em setembro de 2018, quando o governador Hideaki Omura visitou São Paulo, ele assinou o MOU com o estado de São Paulo. Tanto a província de Aichi quanto o estado de São Paulo possuem parques industriais representativos de seus respectivos países, e fiquei impressionado com o fato de, justamente por esse histórico de industrialização, ambos os governos enfatizarem a questão ambiental. Além disso, a província de Aichi e o estado de São Paulo estão intimamente relacionados pelo fato de que muitas empresas, como a Toyota, cuja sede é na província de Aichi, ter filiais no estado de São Paulo.

A Associação Assistencial e Cultural Yamaguchi Ken do Brasil também tem atividades intensas. Construiu um dormitório na sua sede para

umentar a receita; e os jovens que estudaram com bolsa do governo provincial, participam ativamente, ao retornar das atividades da Associação. Na jurisdição do Consulado Geral do Japão em São Paulo, constam assentamentos como a Vila Mizuho, no município de São Bernardo do Campo, no estado de São Paulo, e Várzea Alegre, no estado de Mato Grosso do Sul, que foram desenvolvidos principalmente por imigrantes da província de Yamaguchi. A cidade de Shimonoseki tem um convênio de fraternidade com a cidade de Santos e, em setembro de 2018, quando o prefeito de Shimonoseki, Sr. Shintaro Maeda, visitou o Brasil, esteve em Santos para aprofundar os laços de amizade.

A província de Toyama também tem intercâmbio intenso com o Brasil. A Terceira Colônia Aliança, no município de Mirandópolis, no interior de São Paulo, é um assentamento iniciado principalmente por provincianos de Toyama. A província convida professores do Ensino Fundamental do estado de São Paulo para dar a conhecer o sistema educacional japonês e apoiar crianças nipo-brasileiras que vivem na província. Além disso, também está cooperando no desenvolvimento de recursos humanos no Brasil, fornecendo bolsas de estudo para alunos de língua japonesa da Universidade de São Paulo. A cidade de Takaoka, na província de Toyama, tem um convênio de fraternidade com o município de Mirandópolis, e promove o ensino da língua japonesa, enviando professores para a cidade.

A Colônia Pinhal, no município de São Miguel Arcanjo, no estado de São Paulo, também é chamada de Vila Fukui por ter uma relação próxima com a província de Fukui. Tem promovido diversos tipos de intercâmbio e, em julho de 2018, recebeu a visita do vice-governador Minoru Fujita. Hiroshi Itsuki, cantor natural da província de Fukui, também já visitou a comunidade. Anualmente, no mês de setembro, a Colônia Pinhal realiza o Festival Biwa para celebrar a colheita da nêspera.

Para que essas associações possam manter o contato facilmente com as províncias de origem, é indispensável a existência de recursos humanos que se comuniquem em japonês, o que demanda a formação desses recursos. Nesse sentido, é importante que aqueles que têm experiência em participar de programas de estudo implementados por algumas províncias se

envolvam ativamente nas atividades dessas associações, bem como torna-se importante o programa de apoio ao ensino da língua japonesa do governo japonês. Pelo fato das províncias de Nagano, Tottori e Toyama estarem intimamente relacionadas com as colônias da Primeira, Segunda e Terceira Alianças, no interior do estado de São Paulo, elas têm enviado professores para o ensino da língua japonesa nessas localidades. Creio que trabalhar no Brasil, um local tão distante do Japão, e principalmente no interior, pode ser difícil, mas fico feliz que esta cooperação venha sendo mantida por tanto tempo.

Segundo estatísticas sobre a origem dos japoneses que imigraram para o Brasil, a província de Kumamoto tem o maior contingente, porém a província de Okinawa é, atualmente, a mais ativa na comunidade. Em agosto de 2018, a Associação Okinawa Kenjin do Brasil realizou uma cerimônia em comemoração ao 110º aniversário da chegada de okinawanos no Brasil, e esse foi o maior evento de uma associação de província em número de participantes. Houve uma época em que nikkeis okinawanos comandaram três dentre as cinco principais organizações nikkeis de São Paulo: a Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa e de Assistência Social, a Beneficência Nipo-Brasileira de São Paulo e a Aliança Cultural Brasil – Japão.

A Aliança Cultural Brasil – Japão (Aliança)

A Aliança é uma instituição destinada ao ensino da língua japonesa e tem mais de 1.000 alunos matriculados. Com o crescente interesse pelo Japão, o entusiasmo por aprender o idioma japonês no Brasil também tem aumentado. Dizem que o interesse pela aprendizagem do idioma é marcante entre os brasileiros não descendentes.

A Fundação Japão conduz testes de proficiência na língua japonesa no país, a Agência de Cooperação Internacional do Japão (JICA) envia voluntários para assessorar o ensino da língua e o Centro Brasileiro de Língua Japonesa oferece treinamento para professores. Assim sendo, cada entidade coopera na difusão da língua japonesa no Brasil.

Os jornais em idioma japonês

O jornal São Paulo Shimbun, publicado há muitos anos na comunidade nikkei local, deixou a mídia impressa no final de 2018. À medida que a população de primeira geração, fluente em japonês, diminui na comunidade nikkei, verifica-se a queda do número de assinantes dos jornais em língua japonesa. O último jornal japonês remanescente, Nikkei Shinbun*, está trabalhando para desenvolver canais de venda, aprimorando a versão na web e a versão em português.

A comunidade nipo-brasileira no Japão

Atualmente, cerca de 200.000 nipo-brasileiros** vivem no Japão. Esses recursos humanos desempenham um papel ativo na indústria manufatureira do Japão, que enfrenta o problema da escassez de mão de obra, e apóiam a economia japonesa como uma força de trabalho valiosa. Os nipo-brasileiros têm uma história de 30 anos de trabalho no Japão e ouvi dizer que no início a coexistência era difícil quer para as comunidades e governos locais, que os recebam, quer para os recém chegados. Para muitos japoneses, os nipo-brasileiros são descendentes de japoneses, mas é inegável que são “estrangeiros” que nasceram e foram criados no exterior. No início, as comunidades que os receberam não estavam acostumadas a conviver com estrangeiros. Soube que os nipo-brasileiros também tiveram dificuldades na convivência com a comunidade local e que seus filhos tiveram problemas na escola devido à falta de conhecimento da língua.

Nessas circunstâncias, ocorreram vários atritos, e é doloroso pensar que algumas pessoas foram prejudicadas. No entanto, 30 anos se passaram e ouço que a coexistência melhorou comparada ao passado. Por exemplo, a província de Gunma tem uma relação próxima com o Brasil, já que muitos

*A denominação atual é Diário Brasil Nippou, publicado em japonês, com versão em português, Jornal Nippon Já.

**Fala-se hoje em cerca de 210.000 pessoas, e nesse grupo estão incluídos japoneses de primeira geração e também brasileiros sem ascendência japonesa.

nipo-brasileiros vivem nas cidades de Oizumi, Ota, Isezaki, dentre outras. Antes de assumir o cargo em São Paulo, fui conhecer a cidade de Oizumi e fiquei bem impressionado com o fato de que a cidade se esforça por uma convivência harmônica com os nipo-brasileiros. Há também o caso do Sr. Toshio Saito, um nipo-brasileiro de sucesso que vive na cidade de Kamisato, província de Saitama. Depois de ganhar experiência como trabalhador decasségui, o Sr. Saito obteve sucesso na agricultura e em outros negócios. A sua cebolinha é deliciosa e ficou tão famosa que ele passou a ser conhecido como o Rei da Cebolinha, inclusive como marca registrada. Além dos negócios, ele também tem interesse no desenvolvimento de recursos humanos e dirige uma escola de educação integrada, principalmente para nipo-brasileiros; atua como presidente da Associação das Escolas Brasileiras no Japão e se dedica, com afinco, à questão da educação dos brasileiros que vivem no país.

A província de Shizuoka é uma província com profundos laços com o Brasil, e os nipo-brasileiros se concentram, principalmente, na cidade de Hamamatsu. Devido a esse laço profundo com o Brasil, a cidade de Hamamatsu firmou um convênio com o Comitê Paralímpico Brasileiro para servir de sede de aclimatação que antecede os Jogos Paralímpicos de Tóquio. Além disso, também está previsto para servir como sede de aclimatação para a equipe olímpica de judô do Brasil.

Na província de Shimane, nos últimos anos, um grande número de nipo-brasileiros foi contratado nas fábricas da cidade de Izumo. Isso fez com que surgisse ali, repentinamente, uma grande comunidade nipo-brasileira e a população local tem se esforçado para viabilizar uma convivência harmônica. O Japão passará a receber doravante, contingente ainda maior de recursos humanos do exterior e, certamente, a experiência de 30 anos de convivência com nipo-brasileiros servirá como paradigma.

Devido à revisão da Lei de Controle de Imigração de 1990, nipo-brasileiros até a terceira geração foram autorizados a trabalhar no Japão, mas vezes na comunidade nikkei já solicitavam que a oportunidade de trabalho fosse estendida, também, para a quarta geração. Assim sendo, a partir de 1º de julho de 2018, teve início um novo sistema de visto para jovens de

quarta geração, visando a formação de novos recursos humanos que servirão para o intercâmbio futuro entre Japão e Brasil, e sob certas condições, com proficiência em língua japonesa. Com isso, tornou-se possível para a quarta geração de descendentes de japoneses trabalhar, ao mesmo tempo em que desenvolvem atividades culturais no Japão. Por outro lado, foi apontado que o nível de exigência das condições, como a proficiência na língua é alta, e assim, o número de candidatos tem sido pequeno.

Em São Paulo, há ainda o Centro de Informação e Apoio ao Trabalhador no Exterior (CIATE), que oferece orientação e instrução de língua japonesa para nipo-brasileiros que desejam buscar trabalho no Japão. O Dr. Masato Ninomiya, professor da Universidade de São Paulo, tem atuado como seu presidente, há mais de 30 anos.

O presidente Ikesaki da Associação Cultural e Assistencial da Liberdade (ACAL)

Entre os japoneses, uma pessoa que se preocupa com a transmissão da cultura japonesa é o Sr. Hirofumi Ikesaki, presidente da Associação Cultural e Assistencial da Liberdade. Liberdade é um bairro construído principalmente por japoneses desde a década de 1920. Pouco depois de minha chegada, em outubro de 2017, conheci o Sr. Ikesaki. O jeito que ele balançava os braços enquanto apertava minha mão, sorridente, com sua estatura avantajada, impressionou-me sobremaneira. Criado na cidade de Bastos, interior de São Paulo, ele é um empresário que teve sucesso no ramo de cosméticos desde que veio para a cidade de São Paulo. Ele organiza a “Beauty Fair”, grande feira anual de negócios de beleza de São Paulo, no mês de setembro, que chega a atrair cerca de 200 mil pessoas em quatro dias. Ele tem uma grande presença no Brasil, que dizem ser o maior mercado de cosméticos depois dos Estados Unidos e da China. Ele se preocupa com o fato de, ano a ano, o tradicional bairro japonês da Liberdade perder suas características, e se esforça para deixar para a posteridade a história de que a Liberdade é um bairro japonês.

Ele ainda é ativo, não aparentando ter 92 anos*. Quando o Nikkey Palace Hotel, que era um símbolo da Liberdade, estava prestes a ser adquirido por uma empresa chinesa, ele próprio comprou o hotel na tentativa de preservar o “Sol Nascente”. Por ocasião da celebração dos 110 anos da imigração japonesa, em 2018, fez gestões junto às autoridades municipais e estaduais, conseguindo acrescentar o nome “Japão” na praça e na estação de metrô Liberdade. Trata-se de seu ideal para deixar a marca do Japão para a posteridade no bairro da Liberdade. O presidente Ikesaki também organiza no decorrer do ano, vários eventos no bairro como o Festival das Flores, em abril; o Festival Tanabata, em julho; o Festival Oriental e o Festival Mochitsuki, em dezembro. O bairro é sempre muito movimen-



Festival Mochitsuki no bairro da Liberdade (dez./2017). Autor no centro da foto.

*NT: Registro com pesar, o falecimento do Sr. Hirofumi Ikesaki, em 2022, aos 94 anos.

tado, principalmente nos finais de semana; e isso se deve aos esforços do presidente Ikesaki, o verdadeiro samurai da Liberdade. Eu procurei dar apoio às iniciativas do presidente Ikesaki na medida do possível.

Brasileiros sem ascendência japonesa que apoiam a comunidade nikkei

Muitos brasileiros sem ascendência vêm apoiando entusiasticamente a comunidade nikkei. Por exemplo, o Sr. Mauricio de Souza, um dos cartunistas mais famosos do Brasil, cresceu em Mogi das Cruzes, cidade de forte influência nikkei e isso o fez desenvolver grande apego à comunidade. Ele também desfrutava da amizade do cartunista japonês Osamu Tezuka. O Sr. Maurício de Souza é particularmente interessado nas questões educacionais das crianças



Com o Sr. Mauricio de Souza à direita.



brasileiras que vivem no Japão; para que elas se familiarizassem rapidamente com o sistema educacional japonês, desenvolveu um quadrinho com sua famosa personagem Monica, onde explica de forma fácil as regras e os costumes das escolas japonesas. Ouvi dizer que muitas crianças brasileiras que moram no Japão não conseguem se adaptar às escolas devido não apenas ao problema do idioma, mas também às grandes diferenças entre os dois sistemas escolares.

O Consulado Geral também vem distribuindo esses quadrinhos da Mônica para os nipo-brasileiros que vão ao Japão com visto de trabalho. Além disso, o Sr. Mauricio de Souza vai ao Japão quase todos os anos, quando visita as comunidades nipo-brasileiras, encorajando as crianças.

Existe, ainda, um banco brasileiro que tradicionalmente tem apoiado com entusiasmo a comunidade nikkei. Trata-se do BRADESCO, o segundo maior banco do Brasil, que surgiu em Marília, no interior do estado de São Paulo, local com expressiva comunidade nikkei. O Banco vem concedendo sucessivos financiamentos aos nikkeis que, por sua vez têm honrado seus compromissos com o Banco, o que contribuiu para o seu crescimento. Devido a esse longo relacionamento com a comunidade nikkei, vem sendo patrocinador de muitos eventos da comunidade, como o Festival do Japão. Certa vez perguntei ao Sr. Lázaro de Melo Brandão, à época Presidente Honorário do BRADESCO, falecido em 2019 aos 93 anos, qual era o segredo do sucesso do seu Banco. A resposta impressionante que ouvi dele foi: “Trabalho. Trabalho. Trabalho. Foi isso que aprendi com os nikkeis”.

Os estados de Mato Grosso do Sul e Mato Grosso

A comunidade nikkei também é atuante em Mato Grosso do Sul, que está sob a jurisdição do Consulado Geral do Japão em São Paulo. Campo Grande, a capital do estado, é uma cidade com muitos imigrantes provenientes da província de Okinawa, e dizem que são descendentes daqueles que trabalharam na construção da ferrovia que liga o Brasil à Bolívia. Devido a essas circunstâncias, o Okinawa *Soba**, que é um prato regional de Okinawa, popularizou-se em Campo Grande, ganhando até status de prato típico da cidade; nas feiras regionais as barracas de *soba* de Okinawa atraem grande movimento.

*NT: *Soba* é um tipo de macarrão feito à base de trigo sarraceno. É servido quente ou frio, mergulhado em caldo, ou seco sobre uma esteira de bambu, com o molho à parte.

Esse *soba* já é tão conhecido localmente que anualmente, no mês de agosto, se realiza o Festival do Okinawa *Soba*. Nas feiras com barracas de Okinawa *Soba*, existe uma enorme escultura homenageando o macarrão *soba*.



Ao lado da enorme escultura de *soba*, em Campo Grande (ago./2018)

A Associação Esportiva e Cultural Nipo-Brasileira, originalmente chamada de Associação Japonesa de Campo Grande, é uma associação japonesa histórica que completou 100 anos em 2020. Outra grande associação japonesa no estado é a de Dourados, a poucas horas de carro ao sul de Campo Grande. É uma associação dedicada ao ensino do idioma japonês, denominada Escola Modelo de Língua Japonesa de Dourados, que em 2019 comemorou o 30º aniversário. Quando visitei o Festival do Japão de

Dourados, em novembro do mesmo ano, fiquei impressionado pelo fato dos alunos daquela escola estarem ajudando no evento como voluntários.

Outro estado sob a jurisdição do Consulado Geral do Japão em São Paulo é Mato Grosso, onde o número de nikkeis não é muito grande, mas a Associação Cultural Nipo-Brasileira de Cuiabá e Varzea Grande é também atuante.

3. A importância da comunidade nikkei para o Japão e o significado do apoio e da solidariedade do governo japonês

A imagem das marcas japonesas

Os nikkeis do Brasil passaram por árduas experiências ao longo dos anos e contam, hoje, com um alto grau de credibilidade na sociedade. Observa-se que as empresas japonesas que desenvolvem atividades no país tiveram sucesso graças à confiança conquistada pelo Japão através dos nikkeis e à alta avaliação das marcas japonesas. As empresas japonesas também têm tido sucesso na utilização de recursos humanos nikkeis. Citaria como exemplo o caso do Sr. Renato Ishikawa, atual presidente do Bunkyo, que já foi presidente da NEC Brasil.

Há, também, casos em que nikkeis são colocados como responsáveis locais, como o do presidente Issao Mizoguchi, da Honda South



Presidente Issao Mizoguchi, da Honda South America

America. Além disso, as empresas japonesas também empregam recursos humanos nikkeis como engenheiros e colaboradores.

Nos elogios ao povo japonês e aos nikkeis, há uma conotação especial, como “Os japoneses vieram para o Brasil há cerca de 110 anos, mas se tivessem vindo 100 anos antes, este país teria se tornado um país diferente”, ou, “O Brasil tem tanta terra, pessoas e recursos que se todos os 200 milhões de brasileiros fossem substituídos por japoneses, o Brasil seria um país mais forte que os Estados Unidos e a China”. É claro que é dito em tom de brincadeira, mas sugere o quanto a habilidade e a diligência do povo japonês é apreciada no país.

Os esportes introduzidos pelos nikkeis

Graças à comunidade nikkei, a penetração da cultura tradicional japonesa é maior no Brasil do que em outros países. Segundo registros do Kodokan, instituição que centraliza a difusão do judô no mundo, o número de praticantes no Brasil é de 2 milhões, que corresponde a 10 vezes o do Japão e é o maior do mundo. Das medalhas que o Brasil conquistou em Olimpíadas, a modalidade na qual mais ganhou medalhas foi o judô. O atual presidente do Comitê Olímpico Brasileiro (COB), Sr. Paulo Wanderley, e o diretor geral, Sr. Rogério Sampaio, também vieram do judô. A penetração do judô na sociedade brasileira é provavelmente o fruto do esforço dos nikkeis. Pode-se dizer que o fato de uma japonesa ser técnica, atualmente, da Seleção Brasileira Masculina de Judô indica a confiança do Brasil no judô japonês.

Deve-se aos nikkeis, também, a introdução do beisebol no Brasil. Dizem até mesmo que os brasileiros acreditavam, inicialmente, que o beisebol era um esporte originado no Japão. Hoje em dia, a seleção brasileira de beisebol é composta, majoritariamente, por atletas não nikkei. Contudo, no passado, a maioria dos integrantes da seleção era nikkei; e mesmo hoje, os dirigentes da Confederação Brasileira de Beisebol e Softbol são em sua maioria nikkeis.

Além disso, a cada dois anos, a Confraternização Internacional Esportiva Nikkei (Confra) é realizada nos países do continente americano e, em fevereiro de 2020, foi realizada em São Paulo. Na ocasião, o vice-ministro dos Negócios Estrangeiros do Japão, Sr. Keisuke Suzuki, participou da cerimônia de abertura, representando o governo. Essa foi a primeira vez que um integrante político do governo do Japão participou de uma Confra, em seus mais de 50 anos de história, e pode-se dizer que é a manifestação da importância que o governo japonês dá à comunidade nikkei. Diversas competições foram realizadas no Nippon Country Club, no subúrbio de São Paulo. Trata-se de um clube nikkei com muitas instalações esportivas e tem uma boa reputação como celeiro de recursos humanos jovens nikkeis.



Vice-ministro dos Negócios Estrangeiros do Japão, Sr. Keisuke Suzuki, na Confraternização Internacional Esportiva Nikkei (fev./2020)

Gateball é popular no Brasil e por ocasião do 12º Campeonato Mundial de *Gateball*, realizado em setembro de 2018, em São Paulo, repre-

sentantes de Memurocho, na província de Hokkaido, o berço do gateball, também participaram. O time de gateball do Nippon Country Club de São Paulo foi o vencedor no torneio.

Deve-se aos nikkeis a imagem construída pelos brasileiros segundo a qual o japonês é um povo que come muita verdura, ama esportes e leva uma vida saudável. Acredito, ainda, ser importante promover esportes comumente praticados no Japão, junto com os nikkeis, manter e fortalecer uma imagem positiva do país.

A promoção da cultura e dos negócios japoneses

Diversos festivais japoneses são realizados em várias partes do Brasil para apresentar a cultura, e um grupo indispensável nesses festivais é o do *taiko* (tambor). Hoje em dia, não apenas nikkeis, mas também muitos não descendentes participam das apresentações de *taiko*. Entidades que promovem a cerimônia do chá, a arte de arranjos florais e as artes marciais também são muito ativas. Pode-se dizer que é graças à contribuição dos nikkeis que os brasileiros podem aprofundar sua compreensão do espírito da cultura japonesa e absorvê-la. Creio ser bastante eficaz contar com o trabalho dos nikkeis na divulgação da cultura japonesa em todos os níveis da população brasileira. Além disso, a culinária japonesa está em alta no Brasil, e dizem que já existem mais restaurantes japoneses do que churrasarias em São Paulo, sem contar que também podemos encontrar *sushi* e *sashimi* no *buffet* de salada das churrasarias.

Não podemos ignorar o fato de que, por trás desse *boom* da culinária japonesa, existem anos de esforço da comunidade nikkei para popularizá-la no Brasil. Pode-se dizer que essa popularização gerou aumento nas exportações de ingredientes da culinária japonesa, de saquê, etc, criando alto efeito econômico. Além disso, tem servido de incentivo ao turismo para o Japão. Com o *boom*, sem precedentes, de *sushi* e *sashimi*, a demanda por molho de soja também aumentou significativamente. Ouvi dizer que no Brasil, comer peixe cru era visto como uma forma bizarra de se alimentar, mas agora os brasileiros estão saboreando *sushi* e *sashimi* sem qualquer

desconforto. Quando se trata de comer fora, parece que as famílias estão escolhendo restaurantes japoneses porque seus filhos gostam especialmente dessa culinária.

Na condução de atividades de divulgação da cultura japonesa, o Consulado Geral coopera com entidades culturais nikkeis. Por exemplo, por ocasião da Semana do Japão, realizada sob os auspícios do Clube Hebraica (de origem judaica) em São Paulo, no final de novembro de 2019, o Consulado Geral colaborou juntamente com as entidades nikkeis, como a de cerimônia do chá, a da arte de arranjos florais, a de *koto* e a de *origami*. Além disso, a visita ao Brasil do grande mestre de cerâmica Ôhi Chozaemon, o XI de sua linhagem, em janeiro de 2019, contribuiu para a disseminação da cultura japonesa, em colaboração com as entidades nikkeis de cerimônia do chá e de cerâmica.

A entidade Gifu Kenjinkai do Brasil, em São Paulo, vem realizando suas atividades culturais como a exposição anual de pintura nas dependên-



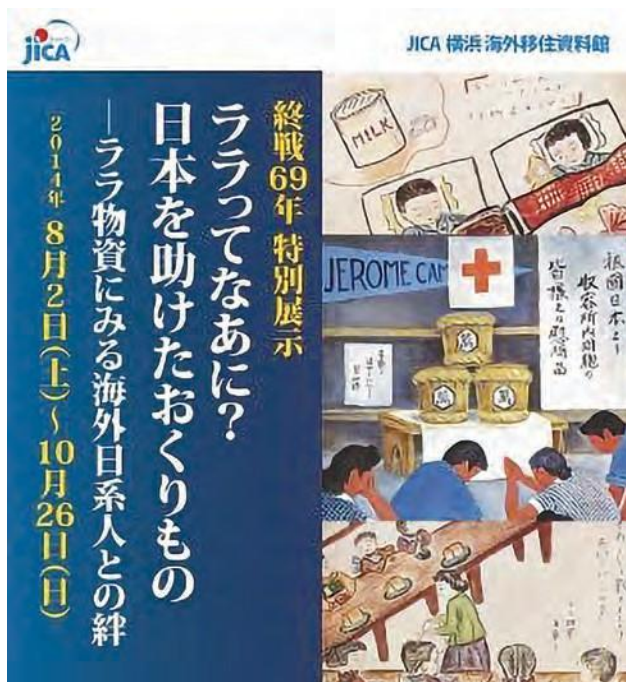
Visita do grande mestre de cerâmica Ôhi Chozaemon XI.

cias do Consulado Geral. A província de Gifu é uma das que abriga grande contingente de nipo-brasileiros em seu território. A cidade de Gifu mantém um convênio de fraternidade com a cidade de Campinas, no estado de São Paulo, bem como a cidade de Nakatsugawa mantém igual convênio com a cidade de Registro, também no estado de São Paulo, e seus prefeitos têm se visitado com frequência.

O apoio da comunidade nikkei ao Japão

O Japão é também muito grato à comunidade nikkei por lhe estender a mão em tempos de dificuldade. Depois da Segunda Guerra Mundial, quando o Japão sofria no processo de reconstrução, os imigrantes, mesmo levando uma vida difícil no Brasil, fizeram doações a atividades de arrecadação de fundos para ajudar o país. Essa ajuda foi entregue ao Japão, sob os auspícios da LARA (*Licensed Agencies for Relief in Asia* ou Agências Licenciadas para Ajuda Humanitária na Ásia).

O Japão sofria a falta dos itens básicos de sobrevivência. A Convenção de Nikkeis e Japoneses no Exterior, que foi instituída para expressar a gratidão do governo e do povo japonês por essa doação, continua a ser realizada anualmente, contando sempre com a participação de membros da família imperial. Por oca-



Exibição especial em comemoração aos 69 anos do fim da Segunda Guerra Mundial - LARA

sião do Grande Terremoto do Leste do Japão, em 2011, o Japão recebeu doação de 600 milhões de ienes da comunidade nikkei brasileira.

A família imperial japonesa e a comunidade nikkei

O respeito pela família imperial japonesa é muito forte na comunidade nikkei. Em 2019, as entidades nikkeis do Brasil organizaram uma celebração para comemorar a entronização do Imperador e o início da Era Reiwa; e no dia 22 de outubro, houve um jantar comemorativo para celebrar a entronização.

A família imperial japonesa também trata de forma especial a comunidade nikkei brasileira. O Imperador e a Imperatriz Eméritos visitaram o Brasil três vezes, e Sua Majestade, o Imperador, também visitou o Brasil três vezes, em diferentes ocasiões. Sua Alteza Imperial, o Príncipe Herdeiro Akishino, esteve no país duas vezes, e outros membros da família imperial também já estiveram no país, como Sua Alteza Imperial, a Princesa Mako de Akishino, em visita em 2018. A imagem da Princesa Mako, estendendo a mão para cumprimentar os nikkeis que a saudavam, em um gesto extremamente afetivo, permanece viva na memória da comunidade nikkei local.

O aumento do fluxo turístico brasileiro

Os brasileiros são conhecidos por sua paixão pelas redes sociais; muitos nikkeis que residem no Japão também divulgam ativamente o cenário comum do cotidiano, a comida, a natureza, a cultura, etc, do Japão nas redes sociais. Sendo divulgadas nessas redes, parece que uma grande quantidade de informações sobre o Japão é transmitida também no Brasil. Considero que a difusão dessas informações gera um interesse favorável pelo Japão e um incentivo para visitar o país. Nessas circunstâncias, o número de brasileiros que visitam o Japão vem aumentando nos últimos anos, principalmente nos meses de março e abril, durante a época da floração das cerejeiras. Em particular, os nipo-brasileiros tendem a visitar as áreas rurais do Japão em busca de suas próprias raízes, e uma vez que bus-

camos atualmente atrair turistas estrangeiros para o interior do país, esse é um grupo ao qual devemos dar destaque.

Além disso, com base no alcance e na influência dos *youtubers* nipo-brasileiros, algumas empresas japonesas os estão usando como meio de publicidade. Espera-se que o fluxo turístico brasileiro em 2020 diminua devido ao impacto do novo coronavírus, mas o seu potencial é digno de nota a longo prazo. Em 2020, a Organização Nacional de Turismo do Japão (JNTO) colocou o Brasil como um mercado semiprioritário e está reforçando as diretrizes para fortalecer a promoção do turismo ao Japão.*

A presença do Japão na agricultura brasileira

Os nikkeis têm contribuído para a sociedade brasileira em diversas áreas, como agricultura, medicina, educação, esportes, artes, direito e engenharia, e são muito bem avaliados. Em particular, os primeiros imigrantes trabalharam nas plantações de café e muitos nikkeis se engajaram na agricultura desde então, e suas contribuições são notáveis nessa área. Os japoneses são considerados os deuses da agricultura no Brasil.

Na área chamada Cinturão Verde, nos subúrbios da cidade de São Paulo, muitos agricultores nikkeis se dedicam à produção de horti-fruti-granjeiros, que são fornecidos para São Paulo, a grande área de consumo. Diz-se que graças aos nikkeis, os brasileiros passaram a comer verduras e seus hábitos alimentares ficaram mais ricos. Além disso, dizem que, originalmente, os sacos de juta para os grãos de café brasileiros eram importados da Índia, mas deixaram de ser importados desde que os nikkeis começaram a produzir juta na Amazônia. A contribuição nesse sentido também foi grande.

Além dessas contribuições, a cooperação para o desenvolvimento do Cerrado solidificou ainda mais a presença do Japão na agricultura brasi-

*NT: O governo japonês resolveu isentar o visto de curta permanência para os brasileiros a partir de outubro de 2023, o que servirá para aumentar o fluxo de turistas brasileiros ao Japão. O Brasil já havia isentado unilateralmente o visto para os japoneses, desde 2019.

leira. No início da década de 1970, surgiu no Japão um plano para diversificar as fontes de fornecimento de soja, além dos Estados Unidos. O Brasil, com seu imenso território, recursos hídricos abundantes e uma forte comunidade nikkei, atraiu a atenção do Japão. E assim, o Cerrado, que era uma terra árida, tornou-se um importante polo produtor de soja através da cooperação financeira e técnica japonesa, movimentando a economia brasileira. Atualmente, o Brasil é a segunda maior fonte de fornecimento de soja para o Japão, depois dos Estados Unidos. Além disso, considerando que o Brasil é um dos poucos países que podem contribuir para a segurança alimentar mundial, à medida que a demanda por alimentos continua a crescer na Ásia, é grande a contribuição da cooperação japonesa para o desenvolvimento do Cerrado. Como as exportações de soja para a China têm impulsionado a economia brasileira nos últimos anos, a importância do desenvolvimento do Cerrado está sendo novamente reconhecida.

Na Japan House, em novembro de 2019, o presidente da JICA, Sr. Shinichi Kitaoka, na sua palestra sobre os 60 Anos da Assistência Oficial para o Desenvolvimento (ODA) no Brasil, abordou a cooperação para o desenvolvimento do Cerrado e a cooperação técnica com o sistema *Koban* (sistema de policiamento comunitário).

A Associação Hibakusha Brasil pela Paz

A Associação Hibakusha Brasil pela Paz atua em São Paulo, ativamente envolvida em eventos de relatos sobre as experiências das vítimas das bombas atômicas. Além disso, a província de Hiroshima, sob o programa Equipe Médica para o Atendimento de Sobreviventes Sul Americanos das Bombas Atômicas, tem enviado profissionais da saúde para atender os sobreviventes residentes no Brasil. Em 2019, os esforços envidados durante anos pela Associação deram frutos e foi estabelecido um sistema no qual hospitais nikkeis do Brasil podem cobrar os custos do tratamento dos sobreviventes da bomba atômica, realizado em suas dependências, diretamente do Japão.

No desfile do Carnaval de São Paulo, de fevereiro de 2020, o tema do samba enredo da escola de samba Águia de Ouro foi “O poder do saber – se saber é poder...”. A Águia de Ouro mostrou o bombardeio atômico de Hiroshima como um exemplo de uso indevido do “saber humano”. A escola de samba contou com a cooperação do Centro Cultural Hiroshima do Brasil e da Associação Nagasaki Kenjinkai do Brasil, colocando no desfile um carro alegórico que alertava sobre esse uso indevido e se tornou campeã do Carnaval daquele ano. Organizações nikkeis locais foram capazes de se unir à sociedade brasileira e transmitir os desejos do Japão para um “mundo sem armas nucleares”.

As relações de fraternidade entre estados, províncias e municípios

Além do relacionamento ativo de fraternidade entre municípios do estado de São Paulo e seus congêneres no Japão, há movimentos para a celebração de novos convênios de fraternidade.

Para citar alguns exemplos, a cidade de Nakatsugawa, na província de Gifu, interage há anos com a cidade de Registro, no estado de São Paulo, que, em outubro de 2018, recebeu uma delegação oficial da cidade de Nakatsugawa. Em novembro de 2018, o prefeito de Marília visitou a cidade de Izumisano, na província de Osaka, e assinou um convênio de cidades-irmãs. Ouvi dizer que esse relacionamento se deveu à iniciativa de um voluntário da JICA enviado para a cidade de Marília.

Em abril de 2019, o prefeito de Mogi das Cruzes viajou para o Japão, visitando as cidades de Seki, na província de Gifu, e de Toyama, na província de Toyama, cidades com as quais mantem vínculos através da instalação de empresas.

A cidade de Bastos, que há muito é conhecida como uma cidade nikkei, é cidade-irmã de longa data de Engarucho, na província de Hokkaido, cujo prefeito visitou Bastos, para reafirmar os laços de amizade.

A província de Hyogo tem um vínculo de fraternidade com o estado do Paraná, vizinho do estado de São Paulo. Além disso, a cidade de Kobe, sua capital, foi o porto de onde zarpavam os navios de emigrantes, e o seu

alojamento na época foi transformado no “Museu da Emigração e Centro de Intercâmbio Cultural de Kobe”, cuja exposição permanente versa sobre a vida dos emigrantes antes de deixarem o Japão.

Em agosto de 2019, em comemoração aos 50 anos de intercâmbio entre a cidade de São Paulo e suas cidades-irmãs, houve a visita de uma delegação da cidade de Osaka, chefiada pelo vice-prefeito à época, Sr. Hiroshi Nakao. Além de visitarem as autoridades municipais e promoverem eventos sobre a cidade de Osaka, essa delegação também esteve em contato com a Associação Beneficente de Provincianos, a Osaka Naniwa Kai em São Paulo. Esta associação obtém recursos alugando seu próprio salão para vários eventos e também realiza atividades como aulas de *kendô*.

Mesmo uma relação de fraternidade bastante ativa pode, com o tempo e a mudança de prefeitos, tornar-se distante. Cada cidade tem seus próprios interesses; enquanto as cidades brasileiras esperam por investimentos e tecnologias do Japão, as cidades japonesas buscam promover seus negócios através de seus pares no Brasil. Buscam interagir com organizações nikkeis e enviar jovens no anseio de desenvolver recursos humanos globalizados. Na minha gestão, procurei fornecer o máximo de apoio indireto possível na esperança de um intercâmbio ativo “WIN-WIN”, onde todos pudessem sair ganhando.

O papel dos hospitais ligados à comunidade nikkei

O Hospital Santa Cruz* e o Hospital Nipo-Brasileiro, este último mantido pela Beneficência Nipo-Brasileira de São Paulo, são hospitais nikkeis que mantêm intercâmbio ativo com universidades japonesas e, ao interagirem com essas universidades, também servem como ponto de contato para a introdução e a divulgação de equipamentos médicos japoneses no Brasil. Colaborei fornecendo apoio indireto para essa interação entre hospitais nikkeis e universidades japonesas.

*NT: O Hospital Santa Cruz passou a se chamar Hospital Japonês Santa Cruz, a partir de 2020, no intuito de voltar às suas origens, quando os imigrantes o chamavam de Nihon Byoin (Hospital Japonês).

Esses hospitais também desempenharam um papel importante no combate à Covid-19, e o Hospital Santa Cruz, com a cooperação da JICA, também está fazendo esforços para popularizar a alimentação hospitalar japonesa saudável no Brasil.

As escolas ligadas à comunidade nikkei

Existem várias escolas no Brasil que incorporam elementos da educação japonesa. Eu tive oportunidade de visitar o Colégio Oshiman, o Colégio Harmonia e o Centro Educacional Pioneiro (Akama Gakuen). Todas essas escolas têm formado excelentes alunos e são altamente avaliadas em São Paulo, fato esse que me deixa feliz como japonês.

Os nikkeis são conhecidos no Brasil como pessoas que valorizam a educação. O Brasil recebeu mais imigrantes de países europeus do que de outros lugares, e conta-se que os imigrantes europeus ao criarem um assentamento constroem em primeiro lugar uma igreja, enquanto que a primeira coisa que os japoneses constroem é uma escola.

É digno de nota o discurso maravilhoso que Mayu Miyazaki, uma nikkei de quarta geração, que estudou no Colégio Oshiman, fez no “Encontro em homenagem aos 30 Anos da entronização de Sua Majestade, o Imperador”, realizado em Tokyo em abril de 2019.

A presença ascendente da China e da Coreia do Sul

Acho muito importante que o Consulado Geral expanda o *soft power* do Japão por todos os cantos do Brasil em cooperação com as diversas entidades da comunidade nikkei, que vêm se esforçando para divulgar a cultura japonesa na organização de “festivais do Japão” em vários lugares.

Hoje, no Brasil, a presença, principalmente a econômica, da China é muito forte. Cerca de 30% das exportações brasileiras já têm como destino aquele país. O investimento chinês em infraestrutura, como linhas de transmissão e usinas elétricas, é notável e, nos últimos anos, muitos governadores e prefeitos brasileiros visitaram a China repetidas vezes.

Por outro lado, as empresas chinesas estão aumentando sua presença na área de alta tecnologia, como câmeras de reconhecimento facial. O seu avanço também é notável no campo das *startups*. Tradicionalmente, os brasileiros consideravam os produtos chineses baratos, mas de qualidade inferior; entretanto, essa visão tradicional está mudando rapidamente. E nesse momento, na crise da Covid-19, a China mostrou sua presença doando e vendendo máscaras e equipamentos médicos para o Brasil.

É, também, digno de nota o avanço da presença da Coreia do Sul no Brasil. As empresas coreanas ocupam mais de 50% do mercado de *smartphones*, e a Hyundai compete com empresas japonesas como a Toyota e a Honda em busca de participação no mercado liderado pelas Big 4 (VW, GM, FIAT, FORD).

Em termos de cultura, o K-POP é extremamente popular, especialmente entre as adolescentes brasileiras. Na crise da Covid-19, a realização de testes em massa na Coreia do Sul e as medidas adotadas que fazem pleno uso de tecnologia estão chamando a atenção no Brasil, como um exemplo bem-sucedido para conter a pandemia.

No passado, para o Brasil, a imagem da Ásia era principalmente o Japão devido à presença de nikkeis, mas agora essa imagem está mudando de forma significativa.

Dessa forma, em meio à forte expansão da presença da China e da Coreia do Sul no Brasil, para que o Japão continue a garantir e expandir sua presença no país, é importante que apoiemos os negócios das empresas japonesas e a expansão de sua imagem. É importante, também, que divulguemos as atividades do Japão moderno, em colaboração com a Japan House SP, fundada em maio de 2017, e desenvolvamos uma diplomacia conjunta com a comunidade nikkei que angarie simpatia ao nosso país.

4. Apoio e cooperação à comunidade nikkei

Diante de tão proeminente presença da comunidade nikkei, prestei atenção aos seguintes pontos para promover o apoio e a cooperação com ela. Para avançar nestas medidas, baseei-me no “Relatório do Painel de Intelectuais Sobre a Colaboração com as Comunidades Nikkeis na América Latina e Caribe”. O Painel foi presidido pelo Professor Emérito Kotaro Horisaka, da Universidade Sophia, e apresentado ao Ministério dos Negócios Estrangeiros em maio de 2017.

Participação em eventos sociais da comunidade nikkei

Inicialmente, gostaria de mencionar os festivais do Japão, eventos organizados por entidades das comunidades nikkeis locais, dos quais participei e apoiei tanto quanto possível. Além dos festivais do Japão, acontecem vários outros eventos como serviços em memória de antepassados, aniversário da fundação de associações de províncias e de associações nikkeis



Japan Fest Marília (abr./2018)

locais. A impressão mais forte que me ficou do contato com os nikkeis foi a do seu orgulho de ter sangue japonês, que os fazem buscar alguma forma de conexão com o Japão, e desejar que o país resplandeça e seja admirado pelas outras nações.

Dizem que “a terra natal é aquela que está distante, mas no pensamento” e quando estou em contato com nikkeis esse pensamento fica mais forte. Mesmo um simples gesto, como a presença do Cônsul Geral em eventos como o “Festival do Japão”, é apreciado pela comunidade nikkei local. Parece que a presença do Cônsul Geral traz um sentimento de tranquilidade pela ligação com o Japão. Além disso, bens de propriedade do Consulado Geral do Japão, como maquetes de castelos japoneses e bonecas japonesas, são emprestados às entidades anfitriãs por ocasião dos “Festivais do Japão”.

Dentre os eventos das entidades nikkeis locais dos quais participei, o que mais me marcou foi o *Shokonsai*, culto ao espírito dos antepassados, que é realizado em Álvares Machado há cerca de 100 anos. A cidade fica a mais de 6 horas de carro de São Paulo, em direção ao interior do estado. A cerimônia acontece anualmente no mês de julho e dizem que na data nunca chove. Eu participei do *Shokonsai* em 2018 e 2019, mas a 100ª cerimônia, em 2020, foi realizada *online* devido à pandemia da Covid-19.

A participação de jovens na comunidade nikkei

O segundo ponto no qual me foquei foi o da participação de jovens nas atividades da comunidade nikkei. À medida que a comunidade nikkei passa pela terceira, quarta e quinta gerações, o contato entre os pares e a língua japonesa tende a enfraquecer. Nesse contexto, para que a tradição da comunidade seja transmitida através das gerações, é importante que os jovens nikkeis participem das atividades comunitárias.

1. Nessas circunstâncias, gostaria de citar o nome do Sr. Marcelo Hideshima que desempenha papel de liderança na comunidade nikkei paulistana. Enquanto servia como vice-presidente do Bunkyo, ele demonstrou sua liderança em eventos organizados por jovens nikkeis. Sob sua ini-

ciativa, o Fórum de Integração Bunkyo (FIB) é realizado em várias partes do Brasil. O Fórum é um espaço onde os jovens desempenham papel central na discussão de várias questões, incluindo a comunidade nikkei local. Além disso, o “Bunka Matsuri” organizado anualmente pelo Bunkyo, no mês de maio, teve início com sua iniciativa e é planejado, principalmente, por jovens nikkeis.

Marcelo Hideshima também está trabalhando no “Project Network”. Este é um projeto que visa organizar simpósios para discutir questões, como as dificuldades que os filhos de trabalhadores brasileiros no Japão, enfrentam para interagir na sociedade brasileira, quando de seu regresso, por não dominarem o português. O Consulado Geral também apóia essas atividades de rede.

2. Outro grupo é a JCI Brasil-Japão (Câmara Júnior). Formado por jovens nikkeis, uma de suas atividades mais proeminentes dos últimos anos tem sido o “Mutirão de Limpeza”. Inspirado nos torcedores japoneses que chamaram muita atenção durante a Copa do Mundo de 2014 no Brasil, limpando o estádio após a partida. Esta é uma iniciativa para tentar difundir a cultura de limpeza e higiene no Brasil. Nos dois primeiros anos, os mutirões foram realizados na Liberdade, tradicional bairro japonês de São Paulo, e no terceiro ano, em 2019, foi realizado na cidade de Mogi das Cruzes, subúrbio de São Paulo, que tem forte influência da comunidade nikkei. Podemos dizer que essa iniciativa está se consolidando. O Consulado Geral tem participado ativamente desde o primeiro mutirão, e empresas japonesas também estão cooperando, fornecendo ferramentas de limpeza.

A JCI Brasil-Japão realiza anualmente o Fórum de Lins, na cidade de Lins, no interior do estado de São Paulo, com o objetivo de revitalizar as comunidades nikkeis em outras regiões. Além disso, implementa um projeto chamado “Brazilian Mind” para aproximar os expatriados japoneses em São Paulo da realidade brasileira.

A ASEBEX (Associação Brasileira de Exbolsistas no Japão) também é um grupo de jovens nikkeis que apresenta as diversas modalidades de

bolsas de estudo no Japão e realiza seminários sobre como se candidatar a essas bolsas.

Não podemos deixar de citar a ABEUNI (Aliança Benéfica Universitária de São Paulo), um grupo de voluntários centrado em estudantes nikkeis de medicina que foi estabelecido para oferecer assistência médica gratuita e aconselhamento de vida em áreas carentes. Atualmente, inclui também membros não nikkeis, e é grupo bem conceituado. Tive oportunidade de observar suas atividades várias vezes e fiquei impressionado com a postura dedicada desses estudantes.

3. Tendo em vista a formação de liderança jovem nikkei, o ministério dos Negócios Estrangeiros tem implementado o programa Convite para Líderes Nikkeis da Próxima Geração, e os participantes deste programa vêm exercendo lideranças na comunidade nikkei. Os ex-bolsistas do projeto, incluindo o Sr. Marcelo Hideshima, mencionado anteriormente, são atuantes na comunidade nikkei. A Associação de Ex-bolsistas Gaimusho Kenshusei é uma entidade composta por nikkeis que participaram desse estágio a convite do Ministério dos Negócios Estrangeiros. Trata-se de um grupo composto por diversos profissionais, como juizes, advogados, empresários, dentre outros. A Associação realiza um jantar social todos os meses para aprofundar a amizade de seus associados, além de programar palestras com convidados. Esse Programa esteve suspenso por algum tempo, mas foi reativado há alguns anos, gerando grande satisfação da entidade.

Esta entidade vem construindo uma rede de contatos não apenas no Brasil, como em toda a América Latina e Caribe. Além dessa, há outras associações de ex-bolsistas relacionados ao governo japonês, que são ativamente engajadas em atividades, tais como a ABJICA (Associação dos Ex-bolsistas da Japan International Cooperation Agency), o Instituto AOTS do Brasil (AOTS – Association for Overseas Technical Cooperation and Sustainable Partnerships) e a ABMON (Associação dos ex-bolsistas do Ministério da Educação, Ciência e Esportes do Japão).

4. Além disso, durante a visita de autoridades do Japão, tentamos fazer o melhor possível para que os jovens nikkeis tenham a oportunidade de se encontrar com elas, como o ocorrido em maio de 2018, na visita do ministro dos Negócios Estrangeiros, à época Sr. Taro Kono e, em julho, de Sua Alteza Imperial, Princesa Mako. O encontro com essas autoridades e as palavras de encorajamento recebidas são memórias inolvidáveis para esses jovens nikkeis.



Visita do ministro dos Negócios Estrangeiros à época, Sr. Taro Kono.

5. Nos últimos anos, o Ministério de Negócios Estrangeiros também tem subsidiado projetos para promover a participação de jovens nikkeis em atividades de cunho social. Por exemplo, o projeto “110 + 10”, de 2018, foi um debate sobre iniciativas nas quais os jovens nikkeis deveriam se engajar nos próximos 10 anos, a partir da celebração dos 110 anos da imigração japonesa no Brasil. Como resultado desse evento, atualmente há muita discussão entre os jovens nikkeis sobre identidade e legado dos antepassados. Surgiu um movimento encorajador entre eles pela preservação e reafirmação de sua herança cultural, como o respeito pelos ancestrais, incluindo os pais, o respeito pelos outros, a disciplina, a gratidão, a resiliência, entre outros.

De acordo com pesquisa, as jovens gerações de nikkeis tendem a preferir os sobrenomes japoneses aos demais por denotarem, no Brasil, mais confiança e isso parece ser uma prova de que têm forte consciência de sua identidade como nikkeis. 20 de junho foi instituído como o “Dia Internacional do Nikkei” e, em comemoração a essa data, em 2020, um grupo de jovens nikkeis em São Paulo realizou um evento online. De 2019 a 2020, eles realizaram 17 *workshops* para discutir quais valores japoneses são herdados pelos nikkeis no Brasil e, no evento online, 8 valores (cooperação, honestidade, paciência, respeito, estudo, cordialidade, responsabilidade e gratidão) foram elencados. Foi encorajador ver os jovens nikkeis tomando esse tipo de iniciativa.

6. Muitos japoneses da primeira geração dizem que gostariam de levar seus netos, que não falam japonês e têm pouco interesse no Japão, para conhecer o país. E muitos também se dizem satisfeitos que, uma vez levados ao Japão, seus netos começam a se interessar pela cultura e pelo idioma japonês. Além disso, *karaoke* é extremamente popular na comunidade nikkei do Brasil. Há até concurso de *karaoke* para crianças, e quando vemos crianças nikkeis que não falam japonês se esforçarem para cantar músicas japonesas, nos faz crer que isso tem um efeito positivo na transmissão da cultura e da língua japonesa. Além disso, as canções folclóricas japonesas também estão sendo herdadas pelos jovens nikkeis.

7. Os grupos de jovens nikkeis de São Paulo visitam as comunidades nikkeis de outras regiões do Brasil, como as de Manaus e de Curitiba. Com isso expandem sua rede de contato, enquanto interagem com os respectivos grupos nikkeis, desempenhando um papel central nas comunidades jovens do Brasil.

A cooperação com entidades nikkeis regionais

O terceiro ponto em que foquei foi a colaboração com entidades nikkeis locais, cujas lideranças estão em vias de envelhecimento. De acordo com pesquisa divulgada pelo Centro de Estudos Nipo-Brasileiros de

São Paulo, em setembro de 2018, existem 255 entidades nikkeis no estado de São Paulo, 44 na cidade de São Paulo e outras 211 em outras cidades.

1. Assim como ocorre em várias regiões do Japão, nas entidades nikkeis do interior do estado de São Paulo também há poucos jovens, o que faz com que essas associações enfrentem sérios problemas com o envelhecimento. Esta situação é o resultado da redução significativa de jovens nas associações nikkeis locais, devido à ida deles ao Japão em busca de emprego, a partir da década de 1990. Outro fator é a ida dos jovens para as grandes cidades, como São Paulo, para estudar e trabalhar, já que as cidades do interior do estado não podem garantir emprego suficiente. Em alguns casos, vemos associações nikkeis que estão de fato inativas, ou se fundiram com suas congêneres de cidades vizinhas.

2. Para que os jovens permaneçam em suas cidades de origem, seria necessário revitalizar a economia destas cidades e aumentar o emprego. Para tanto, espera-se que as entidades nikkeis contribuam para a revitalização regional, em consonância com as municipalidades que lideram esse movimento. Há casos de seus prefeitos serem nikkeis ou esses ocuparem o cargo de secretário municipal de desenvolvimento econômico. A cooperação com a municipalidade é indispensável para a realização dos festivais japoneses locais e as prefeituras estão dispostas a cooperar com as associações nikkeis porque os festivais japoneses são muitas vezes a maior festa do ano naquelas cidades. Parece que esses festivais japoneses desempenham um certo papel na revitalização dessas cidades, atraindo público de cidades vizinhas. Todas as vezes que visitei cidades sob minha jurisdição, entrei em contato com os prefeitos e autoridades locais para expressar minha gratidão pelo apoio à comunidade nikkei.

3. Nos últimos anos, temos visto entidades nikkeis locais recuperarem a vitalidade com o retorno ao Brasil dos nikkeis que tinham ido trabalhar no Japão. Em particular, existem movimentos como o de crianças nipo-brasileiras que ao regressarem do Japão ingressam em grupos como os de *taiko* de associações nikkeis. Além disso, ainda que o número de sócios das enti-

dades nikkeis locais esteja diminuindo, ou o número de alunos nikkeis das escolas de língua japonesa dessas associações esteja em queda, vemos, casos de brasileiros sem ascendência se tornando sócios dessas entidades ou suas crianças sendo matriculadas nessas escolas, o que permite a continuidade de sua operação. Algumas entidades nikkeis têm postura cautelosa quanto à participação de brasileiros sem ascendência japonesa em suas atividades, mas principalmente nas áreas rurais, a sua participação é inevitável para a revitalização dessas entidades.

A Associação Cultural Recreativa Akita Kenjin do Brasil, em São Paulo, realiza anualmente o Concurso Honjô Oiwake Brasil com o objetivo de enraizar no Brasil a cultura do Honjô Oiwake, que é uma tradicional arte performática da província de Akita. O evento conta com a participação de pessoas de todas as idades e gêneros, independente de serem nikkeis. Há brasileiros sem ascendência japonesa entre os ganhadores do concurso, cujo nível tem melhorado a ponto dos vencedores do concurso brasileiro conquistarem boas colocações no concurso nacional do Japão.

4. Os voluntários da JICA são importantes para as entidades nikkeis regionais. Eles são enviados tanto para as associações centrais quanto para as regionais e atuam em uma ampla variedade de áreas, como língua japonesa, beisebol, culinária, enfermagem, *sumô* e *kendô*, e estão contribuindo para a transmissão e a disseminação da cultura japonesa. Com a atuação desses voluntários nas entidades nikkeis, verifica-se a sua revitalização.

Além disso, os voluntários seniores da JICA na área de cuidados aos idosos, também, são atuantes na comunidade nikkei. Não há dúvidas que o Brasil se tornará uma sociedade de idosos em um futuro breve. Assim sendo, não há dúvidas que o Japão, uma nação experiente no cuidado aos idosos, compartilhe seu conhecimento nesse campo com a comunidade nikkei brasileira. Um funcionário do hospital da cidade de Kitami, em Hokkaido, foi enviado pela JICA ao Hospital SBC, em São Paulo, para implementar uma cooperação técnica em cuidados paliativos.

5. É importante destacar o papel dos presidentes das federações das associações nikkeis regionais na administração dessas entidades. Há muitas comunidades nikkeis no interior de São Paulo, sendo que cada região possui uma federação, que congrega várias entidades da região. Nas regiões onde o presidente da federação exerce sua liderança, as entidades nikkeis sob seu comando são ativas. Podemos citar o Sr. Shinichi Yassunaga, da Federação das Associações Culturais Nipo-Brasileiras da Noroeste, que frequentemente visita as entidades nikkeis da região; o Sr. Toshio Koketsu, da Associação Cultural Nipo-Brasileira da Alta Sorocabana, que tem a reputação de batalhar pela formação da liderança jovem nikkei; o Sr. Kenichi Mizuno, da Liga das Associações Culturais Nipo-Brasileiras da Alta Pauista; o Sr. Toshiaki Yamamura*, da União Cultural e Esportiva Sudoeste, que revitalizou a cidade de Registro, firmando uma relação de cidade-irmã com a cidade de Nakatsugawa e com a realização do Tooro Nagashi - Festival das Lanternas ao Rio; e o Sr. Tadayoshi Hanada, da Federação das Associações Nipo Brasileiras do Centro Oeste, com sede em Campinas.

O Consulado Geral vem recomendando às lideranças das comunidades nikkeis do interior de São Paulo para que sejam condecoradas pelo governo japonês, para que recebam o Diploma de Honra ao Mérito do ministro dos Negócios Estrangeiros. Por outro lado, o Consulado Geral vem concedendo a esses líderes o Diploma de Honra ao Mérito do Chefe da Missão Diplomática no Exterior e tem se esforçado para prestigiar ativamente os festivais japoneses organizados pela comunidade nikkei, estando neles presente.

Menciono com respeito o nome do Sr. Kazushi Shiraishi, ex-presidente da Federação das Associações Culturais Nipo-Brasileiras da Noroeste, pois me era notável seu empenho em preservar a língua japonesa. Hoje em dia, mesmo nessas federações, as reuniões são realizadas em português ao invés de japonês, mas o Sr. Shiraishi em todas as ocasiões que fazia alguma

*NT: Registro, com pesar, o falecimento do Sr. Toshiaki Yamamura, ocorrido no dia 6 de março de 2022.



Sr. Shinichi Yassunaga

declaração como presidente, a fazia nas duas línguas.

6. Em Bastos, típica cidade de japoneses do interior de São Paulo, há muitos agricultores nikkeis que se dedicam à avicultura e são famosos pela produção de ovos. Em termos demográficos, a proporção de nikkeis diminuiu consideravelmente, mas as atividades de sua entidade continuam dinâmicas; e, anualmente, no mês de julho organizam a Festa do Ovo.

Dentre as associações nikkeis locais, uma que conseguiu ser reativada após um período de estagnação foi a Associação Cultural, Esportiva e Agrícola de Suzano, subúrbio da cidade de São Paulo. As atividades da associação estavam estagnadas porque muitos associados nikkeis foram para o Japão em busca de trabalho. Contudo, como resultado da criação de uma escola em suas dependências, o Centro Educacional Nipo-Brasileiro de Ensino – Suzano, e devido ao sucesso na sua administração tornou-se uma entidade nikkei ativa.

7. Nos anos de 2019 e 2020, houve empreendimentos no Japão visando o envio de estudantes e funcionários de organizações sem fins lucrativos ao Brasil, a fim de estudar a história e a situação atual das comunidades nikkeis do Brasil. Esses jovens do Japão contemporâneo foram enviados não só para a cidade de São Paulo, mas também para o interior do estado, sendo muito bem acolhidos pelas comunidades nikkeis locais, fazendo com que seus laços com o Japão fossem reforçados.

A difusão do “Festival do Japão” pelo país

O quarto assunto ao qual dei ênfase foi a difusão do “Festival do Japão” pelo Brasil.

1. A Federação das Associações de Províncias do Japão no Brasil (Kenren) congrega 47 associações de província. O “Festival do Japão” de São Paulo, que é o maior evento do ano patrocinado pela Kenren, é o maior do mundo. Consta, também, que essa Federação buscou sua revigoração, desde meados da década de 1990, por meio de visitas aos locais de colonização nikkei no Brasil e da realização de festivais do Japão.



22º Festival do Japão, em São Paulo (jul./2019)

No Festival do Japão, além de mostrar a cultura tradicional japonesa, como apresentações de grupos de tambores, dentre outras atividades, e expor e promover produtos de empresas japonesas, cada associação de província monta uma barraca para oferecer pratos típicos de sua região. Por exemplo, a Associação Fukuoka do Brasil oferece *lâmen* à moda de Hakata, o Centro Cultural Hiroshima oferece *okonomiyaki* à moda de Hiroshima e a Associação Fukushima Kenjin do Brasil serve *lâmen* à moda de Kitakata, etc. Há muitas associações de província que possuem sede própria e a receita proveniente das vendas no Festival do Japão serve para cobrir as despesas

da manutenção dessas sedes e de suas atividades. Além disso, também, alugam o salão social e o respectivo estacionamento para gerar receita que é usada para as suas despesas operacionais.

2. Nos últimos anos, não apenas o Consulado Geral, mas também o ministério da Agricultura, Silvicultura e Pesca, o ministério do Meio Ambiente, a Agência de Turismo do Japão, JICA, a JETRO (Japan External Trade Organization), a Fundação Japão e outros órgãos governamentais japoneses e organizações afiliadas têm participado ativamente dos festivais do Japão, engajando-se em atividades culturais e de divulgação para promover a popularização da culinária japonesa, do turismo, etc. Essa postura do governo japonês é considerada bem-vinda pelas entidades nikkeis.

3. As empresas japonesas por sua vez, montam estandes para promover seus produtos, enquanto que, no palco, são apresentadas diversas artes cênicas japonesas, como grupos de tambores, danças *Awa Odori* e *Yosakoi Soran*.

Trata-se de um mega evento que concentra todos os esforços para promover o Japão em todos os seus aspectos. Vem atraindo anualmente cerca de 200.000 visitantes durante três dias. A razão do evento atrair tantos visitantes se deve à história de mais de 110 anos da imigração japonesa e ao fato do Japão gozar do interesse e da confiança do povo brasileiro.

4. Dependendo da barraca, pode se formar longas filas; assim, os organizadores introduziram o Sistema de Produção Toyota (TPS) para garantir eficiência nas cozinhas e nas vendas das barracas. O resultado da introdução desse Sistema vem garantindo um fluxo eficiente de visitantes e reduzindo ao máximo as filas. Além disso, desde 2019, algumas entidades estão trabalhando para reduzir as filas usando aplicativos de pagamento nas vendas de alimento nas barracas.

5. Na perspectiva da difusão do Festival do Japão, o projeto do Ministério de Negócios Estrangeiros, que convidou, em janeiro de 2018, os organizadores desses festivais que se realizam em vários países da América Latina e Caribe, foi extremamente importante. Além de poder compartilhar a expe-

riência do Festival do Japão de São Paulo com outras partes interessadas nos países da América Latina e Caribe, os seus organizadores se conscientizaram de seu papel de liderança na difusão do “Festival do Japão” nesses países. O “Festival do Japão” realizado em vários locais mostra tendência de expansão a cada ano, e novas entidades nikkeis estão surgindo para realizá-lo, contribuindo, assim, para sua maior difusão.

Em março de 2019, a Federação das Associações de Províncias do Japão, responsável pelo Festival do Japão de São Paulo, realizou um simpósio na Japan House São Paulo, reunindo os organizadores desses festivais nas diversas partes do Brasil, e empenhou-se em compartilhar a sua experiência. Em março de 2020, foi realizado o segundo simpósio que contou também com a presença de representantes do México, quando tive a oportunidade de proferir a palestra “A política do governo japonês para apoio e cooperação à comunidade nikkei”. É importante lembrar que o departamento feminino das entidades nikkeis, responsável pelo preparo dos pratos típicos, e também muitos voluntários são apoiadores que sustentam esses festivais. Uma das maiores atrações para o público em geral que visita esses festivais é a degustação da culinária japonesa. Graças à devotada contribuição desses voluntários, o Festival do Japão foi sendo difundido no Brasil até alcançar o nível atual.

5. Governo japonês e comunidade nikkei

A comunidade nikkei avaliou positivamente os esforços do governo japonês no apoio e na cooperação a suas entidades, após a visita do primeiro-ministro à época, Shinzo Abe, ao Brasil em agosto de 2014. Após a visita, foi realizada a Conferência de Promoção de Intercâmbio Econômico e Cultural com a América Latina e Caribe, sob os auspícios do Gabinete do Primeiro Ministro, fortalecendo assim os esforços do governo japonês no apoio aos países dessa área. Participaram não apenas o ministério dos Negócios Estrangeiros, como também demais órgãos governamentais. A JICA dobrou o número de voluntários nikkeis, o Ministério da Agricultura,

Silvicultura e Pesca iniciou cursos para jovens agricultores nikkeis e o Ministério de Assuntos Internos e Comunicações também iniciou um projeto para subsidiar o intercâmbio de cidades com a comunidade nikkei na América Latina e Caribe. Participei da sessão de relatoria de um projeto subsidiado pelo Ministério de Assuntos Internos e Comunicações, onde as províncias de Yamaguchi e Fukushima deram aos jovens das associações dessas províncias a oportunidade de treinamento em suas províncias de origem. Parece-me ter sido uma oportunidade bastante eficaz desses jovens reafirmarem os laços com suas origens.

Atualmente, não apenas o Consulado Geral do Japão em São Paulo, mas também muitas organizações governamentais como o Ministério da Agricultura, Silvicultura e Pesca, o ministério do Meio Ambiente, a JICA, a JETRO e a JNTO participam do Festival do Japão de São Paulo. A Federação das Associações de Províncias do Japão no Brasil também valoriza muito a participação dos órgãos governamentais japoneses no Festival do Japão de São Paulo. Além disso, após a visita do primeiro ministro à época, Shinzo Abe, as oportunidades para que membros da cúpula de cada ministério visitem oficialmente países da América Latina e Caribe aumentaram. Alguns nikkeis, que ocupam a liderança na comunidade, avaliam que a postura do governo japonês de valorizar a comunidade nikkei na América Latina e Caribe fortaleceu o apoio do Japão como um todo, inclusive das empresas japonesas. Há quem avalie que o aumento desse apoio revitalizou a comunidade nikkei, levando os jovens a criar várias iniciativas.

6. Impacto da crise gerada pela Covid-19 na comunidade nikkei

A Covid-19 tem impactado social e economicamente a sociedade brasileira, atingindo, também, a comunidade nikkei local. Conforme já mencionado, a base da arrecadação de recursos das entidades nikkeis é a realização de vários eventos que reúne grande número de visitantes. Com a pandemia, ficou difícil realizar tais eventos onde era arrecadado recurso

com a venda de pratos típicos e com o aluguel do espaço de suas sedes. Assim sendo, tornou-se escassa a renda para custear as despesas administrativas e as atividades das entidades, comprometendo seu planejamento futuro.

Isto é especialmente verdadeiro, tendo em vista o fato de que as pessoas reponsáveis pelas atividades das entidades nikkeis serem idosas e que, portanto, correm maior risco de agravamento caso adoeçam. Além disso, muitas empresas que patrocinavam as atividades dessas entidades nikkeis estão em situação difícil devido à crise econômica causada pela pandemia, o que as impede de oferecer igual nível de suporte. O fato das entidades nikkeis se tornarem menos ativas pode causar dificuldades na diplomacia japonesa em relação aos países da América Latina e Caribe, que tem por escopo difundir e disseminar a cultura japonesa juntamente com essas entidades. Assim sendo, é necessário que repensemos o futuro da cooperação com as comunidades nikkeis.

Nesse contexto, a Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa e de Assistência Social (Bunkyo), tem realizado palestras *online*, e podemos destacar a realização, também *online*, do Dia Internacional do Nikkei, no dia 20 de junho, organizado por grupos de jovens nikkeis. Além disso, em São Bernardo do Campo, jovens têm realizado *karaokê online*, criando oportunidades de entretenimento para os idosos, que tendem a ficar em casa. Dizem que os idosos, ao perderem o contato com a sociedade, tendem a envelhecer rapidamente e a desenvolver demência. Assim sendo, os esforços desses jovens são importantes. Observando esta situação, pode-se perceber que a crise econômica gerada pela Covid-19 fez com que a liderança das atividades da comunidade nikkei fosse transferida aos jovens, mais acostumados com o ambiente *online*.

CRPÍTULO
2

**Ampliação das atividades de
intercâmbio tendo como eixo
a Japan House de São Paulo**



Ampliação das atividades de intercâmbio tendo como eixo a Japan House de São Paulo

A Japan House São Paulo foi inaugurada em abril de 2017. Foi criada tendo como objetivo divulgar os múltiplos atrativos do Japão, incluindo sua política, sua tecnologia de ponta, a fim de aumentar o número de conhecedores e simpatizantes do Japão. A entidade tem sido honrada com um grande número de visitantes, que chegou a 2 milhões em fevereiro de 2020. Como Cônsul Geral, exerci a presidência do Comitê Executivo da Japan House São Paulo durante meu mandato e gostaria de lhes apresentar as iniciativas da Casa.

1. Contexto para a atração de grande número de visitantes

Podemos cogitar nos fatores abaixo mencionados como uma explicação para a Japan House São Paulo ter sido honrada, até o presente, com um grande número de visitantes.

A história de mais de 110 anos de imigração japonesa

O Brasil tem uma história de mais de 110 anos de imigração japonesa e esses nikkeis têm feito grandes contribuições em vários campos, como agricultura, saúde, educação, cultura, esportes, engenharia e direito. Aliada a características como confiabilidade, honestidade, sinceridade, rigorosa pontualidade e disciplina, os japoneses e os nikkeis contam com avaliação e confiança extremamente altas no Brasil. Podemos considerar que a exis-

tência dessa sólida base pró Japão fez com que as iniciativas para atrair o interesse das pessoas para um novo e moderno Japão fossem bem recebidas.

Exposições a partir de uma perspectiva brasileira

A tônica da Japan House São Paulo tem sido uma variedade de exposições de cultura e tecnologia japonesas contemporâneas oferecidas durante um período de 3 a 4 meses. Quanto às exposições, além das propostas de forma rotativa por Tokyo, há as propostas feitas pela equipe da secretaria da Japan House São Paulo, a partir da perspectiva do interesse para os brasileiros. De qualquer forma, as secretarias da Japan House Tokyo e a da Japan House São Paulo trabalham juntas, de forma estreita. O fato das exposições serem montadas do ponto de vista do que os brasileiros gostariam de ver e conhecer, tem sido o motivo que atrai o grande público. Por exemplo, a exposição DIMENSION do NONOTAK STUDIO, uma exposição de luz e som, atraiu especialmente os jovens brasileiros. O desfile de moda LIGHT UN LIGHT, organizado pela marca nipônica ANREALAGE, utilizou em suas criações materiais de alta tecnologia, recebendo grande destaque da mídia local.



Exposição DIMENSION do Nonotak Studio, outubro de 2018 a janeiro de 2019.



Exposição LIGHT UN LIGHT, novembro a dezembro de 2018

Além disso, a exposição do artista Tadashi Kawamata, denominada CONSTRUCTION, usando 180.000 pauzinhos para comer, inaugurada em fevereiro de 2020, ocupou a primeira página dos principais jornais da cidade. Segundo os analistas, essas circunstâncias têm sido o motivo da afluência do grande número de visitantes.

Eu ciceroneei diversas autoridades japonesas à Japan House São Paulo e fiquei vividamente marcado pelos comentários de que a entidade expõe muito bem os encantos do Japão, desconhecidos mesmo dos japoneses, e que gostariam que eles também pudessem visitar a entidade.

A primeira presidente, Angela Hirata, embora fosse descendente de japoneses, tem um histórico comprovado de sucesso nos negócios na sociedade brasileira e seus olhos estavam voltados para os brasileiros. Seu sucessor na presidência, Marcelo Araújo, é um dos líderes da administração cultural no Brasil, tendo atuado como secretário da Cultura do estado de São Paulo e como presidente do Instituto Brasileiro de Museus; também

planejou as exposições da Japan House São Paulo na perspectiva dos brasileiros.

Em abril de 2020, tomou posse como terceiro presidente, Eric Klug. Como diretor executivo do Museu do Futebol, Klug tem um histórico de captação de patrocinadores privados e na reconstrução do Museu da Língua Portuguesa e espera-se que desempenhe um papel ativo na atual função. Além disso, a secretaria da Japan House São Paulo conta com excelente equipe, altamente motivada, composta de brasileiros de ascendência japonesa ou não, egressos da área empresarial, especialistas na área cultural, dentre outros.

Excelente localização

A excelente localização da Japan House São Paulo, na Avenida Paulista, a principal avenida da cidade de São Paulo, metrópole com 12 milhões de habitantes, também é um fator importante para atrair visitantes. Além disso, a fachada de *hinoki*, espécie de cipreste japonês, projetada pelo arquiteto Kengo Kuma, cria um encanto único que atrai quem passa, provocando uma sensação de “parece interessante”, o que também contribui com o aumento do número de visitantes.

A disseminação de uma cultura de toque contemporâneo

O embaixador Rubens Ricupero, que aceitou ser o presidente honorário da Japan House São Paulo, tem dito sempre que lhe é forte a impressão de que os demais países vêm desenvolvendo atividades culturais tradicionais e de divulgação cultural em São Paulo. No caso do Japão, contudo, avalia o embaixador que o país está um passo à frente dos demais, tendo em vista o sucesso da Japan House São Paulo trazer ao conhecimento do público a cultura com toque contemporâneo e a tecnologia, além das atividades culturais tradicionais.

Além disso, a Japan House São Paulo vem cuidando atentamente da divulgação da chamada cultura *pop*, obtendo sucesso na realização da mostra denominada ISTO É MANGÁ – A ARTE DE NAOKI URASAWA.

Alvo de atenção desde a abertura

A Japan House São Paulo tem sido alvo de atenção no Brasil desde seu início. Na cerimônia, de inauguração, estiveram presentes além do Sr. Taro Aso, à época vice-primeiro ministro e ministro das Finanças do Japão, várias personalidades importantes como, do lado brasileiro, o então presidente Michel Temer, o ministro das Relações Exteriores, à época Aloysio Nunes Ferreira, o então governador do estado de São Paulo Geraldo Alckmin (que mais tarde vem a se candidatar nas eleições presidenciais de 2018) e o então prefeito da cidade de São Paulo João Doria (governador do estado à época desse relato). A presença dessas figuras importantes parecem evidenciar que São Paulo e o Brasil estão dando boas-vindas à Japan House São Paulo.



Além disso, *vips* de diversos países têm visitado a entidade, e houve quem dissesse que gostaria de ter a Japan House, também no seu país.

2. Japan House São Paulo reconhecida como importante centro cultural da cidade

A valorização por parte dos cidadãos paulistanos

O fato da Japan House São Paulo receber grande número de visitantes mostra que é muito bem avaliada, principalmente pelos formadores de opinião. E muitos deles me disseram “Queremos agradecer ao governo japonês por ter instalado a Japan House em São Paulo.”

Em particular, o que sensibiliza o sentimento dos paulistanos é o fato do governo japonês ter escolhido a cidade de São Paulo como uma das três localizações da Japan House no mundo, ao lado de Londres e de Los Angeles, e o fato de ter sido a primeira a ser inaugurada e apresentar o maior número de visitantes. O projeto “Dreamed Japan”, inaugurado em fevereiro de 2020, que usou o sistema de “projection mapping”, apesar das restrições devidas à pandemia da Covid-19, teve o maior público já alcançado em um dia e mereceu elogios dos paulistanos. Esse evento foi um dos cinco mais visitados da Japan House São Paulo. Nos últimos anos, diversas instalações culturais têm se concentrado na Avenida Paulista, onde fica a Japan House São Paulo. Foi inaugurado o Instituto Moreira Salles, e reformado e reaberto o SESC, entre outros. Em se tratando da Avenida Paulista, nos arredores da Japan House São Paulo, temos a Casa das Rosas, o Itaú Cultural e o SESC reinaugurado e se pode observar o efeito sinérgico no aumento do público dessas outras entidades.

A cooperação com outros centros culturais de São Paulo

Em março de 2018 e em abril de 2019, a Japan House São Paulo foi o único centro cultural estrangeiro a participar do Paulista Cultural, evento anual realizado em colaboração com sete instituições culturais que representam a Avenida Paulista, e pode-se dizer que este é o resultado da nossa entidade ter sido muito bem avaliada e reconhecida pelos cidadãos paulistanos.

O dia da fundação da cidade de São Paulo

25 de janeiro é o feriado do dia da fundação da cidade de São Paulo; e nessa data em 2018, uma emissora representativa de São Paulo transmitiu ao vivo da Japan House, um programa de rádio o dia todo. Durante a programação, foi levada ao ar uma entrevista comigo e com a presidente à época, Angela Hirata. Esse acontecimento pode ser considerado um exemplo de como Japan House São Paulo é reconhecida como um ícone cultural da cidade.



A presidente da Japan House Angela Hirata e eu sendo entrevistados

São Paulo, Cidade Cultural

Originalmente, São Paulo vem desempenhando o papel de centro da economia sul-americana como cidade de negócios, mas com as novas instalações culturais, acima mencionadas, constatou-se também o progresso

do seu conteúdo cultural, o que vem atraindo grande número de turistas. De acordo com dirigentes hoteleiros locais, a taxa de ocupação nos finais de semana era baixo por ser São Paulo uma cidade voltada aos negócios; contudo, a taxa de ocupação nos finais de semana vinha aumentando consideravelmente, antes da pandemia, com a afluência de turistas. Creio que a Japan House São Paulo deu uma certa contribuição para o desenvolvimento da indústria do turismo nesta cidade. Talvez inspirada pelo sucesso da Japan House São Paulo, a República da Coreia transferiu o seu já existente Centro Cultural Coreano no Brasil para a mesma Avenida Paulista, em agosto de 2019.

3. Presidente honorário e comitê supervisor

O presidente honorário, embaixador Rubens Ricupero

O presidente honorário, embaixador Rubens Ricupero, também desempenha um papel importante na administração da Japan House São Paulo. Estou ciente de que a sua nomeação como presidente honorário se deveu ao fato de ser uma figura que representa o Brasil, já tendo servido como secretário-geral do Ministério das Relações Exteriores, embaixador nos Estados Unidos, ministro da Fazenda e secretário-geral da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD). Ele está quase sempre presente nas reuniões do Comitê Supervisor, oferecendo sua opinião com base em sua rica experiência. Suas observações são bastante respeitadas pelos membros do Comitê, e sua presença tem um peso significativo para a gestão da Japan House São Paulo.

O embaixador Ricupero foi condecorado com o Grande Cordão da Ordem do Sol Nascente, no outono de 2019, em reconhecimento às suas atividades na UNCTAD e à sua contribuição para a Japan House São Paulo.

Comitê supervisor

O papel do comitê supervisor, que se reúne uma vez a cada três meses, também é importante. É composto por membros com diversificado histórico que representam vários campos, como o mundo dos negócios, da política, da comunidade nikkei, da mídia, de empresas brasileiras, da academia, dos esportes, etc., e oferecem conselhos valiosos sobre a gestão da casa. Além disso, esses membros são pessoas influentes no país e, para mim, a comunicação com eles por meio do comitê foi importante no sentido de criar conexão com pessoas influentes e pude aprender muitas coisas sobre a situação política e econômica do Brasil.



4. Relacionamento com a comunidade nikkei

Cooperação com a comunidade nikkei

Um dos temas importantes para a Japan House São Paulo é a cooperação com a comunidade nikkei, que tem um histórico de atuação principalmente junto à Sociedade Brasileira de Cultura Japonesa e de Assistência Social (Bunkyo) que serve de base de divulgação da cultura japonesa no Brasil. Nessas circunstâncias, após repetidas reuniões entre o Consulado Geral e comunidade nikkei, e apoiados no sucesso da Japan House São Paulo entre os paulistanos, houve avanços na cooperação entre a comunidade nikkei e a entidade.

Por ocasião da celebração dos 110 anos da imigração, em 2018, a Japan House São Paulo cooperou ajudando a vender produtos relacionados à efeméride e oferecendo um local para eventos relacionados, como apresentação de pesquisas sobre a comunidade nikkei, eventos sobre a expansão da rede de jovens nikkeis, simpósio sobre o Festival do Japão, dentre outros, recebendo avaliação positiva da comunidade. Em particular, impressionou-me muito a manifestação de gratidão que a Japan House São Paulo recebeu da Associação de Ikebana do Brasil por ocasião da exposição de arranjos florais “Dô – A Caminho da Serenidade”. Apesar da curta duração dessa exposição, realizada em parceria entre julho a agosto de 2019, atraiu cerca de 100.000 visitantes, número inédito para esse tipo de evento.



Espera-se que a comunidade nikkei e a Japan House São Paulo se tornem inseparáveis como as duas rodas de uma viga, e introduzam uma ampla gama de atrações japonesas no Brasil que venham expandir gradualmente o número de brasileiros conhecedores e simpatizantes do Japão.

Além disso, de abril a junho de 2019, foi realizado na Japan House São Paulo o evento “JAPÃO 47 ARTESÃOS”, que exibiu artesanato representativo de cada uma das 47 províncias japonesas. Fazia algum tempo que as diversas associações de províncias no Brasil tinham grande interesse em promover os produtos típicos de suas províncias e, durante o evento na Japan House São Paulo, mais de 20 associações de províncias utilizaram a Sala de Seminários para promover o turismo e os seus produtos típicos.

Em 18 de junho de 2020, Dia da Imigração Japonesa, a Japan House São Paulo realizou um *talk show online* sobre imigrantes japoneses. A jornalista nikkei Thaís Oyama atuou como moderadora e, como painelistas, participaram o embaixador Rubens Ricupero, presidente honorário da Japan House São Paulo, e o desembargador Kazuo Watanabe, discutindo sobre as contribuições da comunidade nikkei ao Brasil. Faço votos que a

Japan House São Paulo e a comunidade nikkei continuem a cooperar dessa forma.

O envolvimento de jovens nikkeis

Alguns jovens nikkeis têm pouca relação e interesse pelo Japão. Contudo, levando em conta que muitas das exposições na Japan House São Paulo são especialmente populares entre os jovens, espero que muitos jovens nikkeis visitem a entidade e que isso se torne uma oportunidade para o despertar de seu interesse pelo Japão.

5. Cooperação com a Fundação Japão e com a JETRO

Cooperação com a Fundação Japão

A Japan House São Paulo está em forte sintonia com a Fundação Japão no que tange a intercâmbios culturais e artísticos, ensino da língua japonesa no exterior, estudos japoneses e intercâmbio intelectual. O Centro Cultural da Fundação Japão está instalado no mesmo prédio da Japan House São Paulo para uma melhor eficiência e eficácia de suas atividades. Estou ciente que em consequência disso, o grande número de visitas à Japan House São Paulo, tem impacto no crescimento do número de usuários da Biblioteca da Fundação Japão. Além disso, eventos da Fundação Japão utilizam ativamente a sala de seminários da Japan House São Paulo e a cooperação entre as duas instituições está progredindo. Por ter um escritório no mesmo edifício, verifica-se que a comunicação entre as duas instituições se tornou mais ágil, gerando sinergia. A partir de abril de 2019, o diretor geral do Centro Cultural da Fundação Japão passou a fazer parte do Comitê Supervisor da Japan House São Paulo, fortalecendo ainda mais a cooperação entre as duas instituições.

Cooperação com a JETRO

Em outubro de 2018, a JETRO realizou a exposição “Japan Kodawari Design” na Japan House São Paulo. Tratou-se de um evento para a promoção de negócios com empresas japonesas com a exposição de produtos japoneses atraentes como um Descascador Wafer, lâmina ondulada que corta legumes em formato de malha, como um *wafer*; e colheres de alumínio que absorvem a temperatura da mão, permitindo servir sorvetes com facilidade mesmo quando estão congelados, dentre outros.



Em fevereiro de 2019, com o propósito de reconstruir as áreas afetadas pelo terremoto de Hokkaido, ocorrido em setembro de 2018, a JETRO se empenhou em promover o turismo na região, organizando na Japan House São Paulo o Seminário e Exposição Fotográfica sobre Hokkaido para agentes de viagem. Foram convidados representantes de agências de viagens e demais interessados, e jornalistas nipo-brasileiros apresentaram suas experiências em Hokkaido.

Além disso, a JETRO realiza atividades de promoção na Japan House São Paulo. Dentre essas atividades estão a discussão sobre inovação, como

os eventos; “Métodos de avaliação de novos empreendimentos de investidores profissionais” e “Workshop para pintura do *Daruma* de Takasaki”, visando a promoção da cidade de Takasaki.

As províncias japonesas que contam com a presença de escritórios regionais da JETRO, cooperam com esses escritórios para promover seus produtos típicos e agrícolas para o exterior. Cada província conta com a JETRO e com as associações de províncias para promover a exportação de produtos locais.

6. Japan House São Paulo como base de disseminação cultural na América do Sul

Espera-se que a Japan House São Paulo desempenhe um papel de disseminação da cultura japonesa não apenas em São Paulo, mas também em todo o Brasil e na América do Sul. Nessas circunstâncias, o discurso do ministro dos Negócios Estrangeiros à época, Sr. Taro Kono, na Japan House São Paulo, em maio de 2018, foi transmitido para toda a América do Sul, via *web*.



Além disso, a exposição “DŌ: A Caminho da Virtude”, que apresenta as artes marciais tradicionais japonesas, realizada de agosto a setembro de 2018, também foi levada para o Rio de Janeiro e espera-se que seja apresentada em outras cidades.



7. Apoio às empresas japonesas

Showroom da tecnologia japonesa

Uma das missões importantes da Japan House São Paulo é dar apoio indireto para que as empresas japonesas expandam seus negócios no Brasil ou na América Latina e Caribe. Suas instalações estão equipadas com toaletes TOTO, elevadores elétricos MITSUBISHI, Wi-Fi NTT, etc., e busca oportunidades de negócios enquanto exhibe a tecnologia avançada do Japão. A toaleta TOTO, por exemplo, será importada e vendida por um grande

varejista local de eletrodomésticos de luxo e sua cerimônia de lançamento foi realizada na Japan House São Paulo, em agosto de 2019.

A popularidade das redes sociais no Brasil

A CANON patrocinou várias exposições individuais na Japan House São Paulo até o momento e, em contrapartida, nos fins de semana, empresta câmeras DSLR Canon para visitantes no seu espaço externo. A empresa se esforça para popularizar a cultura fotográfica e promover a venda de suas câmeras, pedindo para que as pessoas publiquem suas fotos nas redes sociais, informando que foram tiradas na Japan House São Paulo com câmeras Canon DSLR. Segundo funcionários da Canon, a empresa empresta câmeras para cerca de 300 pessoas por dia e, considerando que os jovens brasileiros têm cerca de 800 seguidores em média, pode alcançar 240 mil pessoas por dia. Esse alcance é considerável, se comparado a outras formas de campanha; assim sendo a CANON está concentrando sua campanha promocional na Japan House São Paulo.



Das representações diplomáticas do Japão no exterior, mais de 180 embaixadas e consulados têm suas próprias contas no Facebook; e as 10 principais contas em número de seguidores estão no Brasil. A Embaixada do Japão no Brasil tem o maior número de seguidores no mundo, o Consulado Geral de São Paulo está em quarto lugar e o Consulado Geral do Rio de Janeiro também está entre os dez principais. Visto que os brasileiros são um povo que ama redes sociais, pode-se inferir que a promoção usando redes sociais é extremamente eficaz no país. De acordo com uma pesquisa da *We are social*, o Brasil ficou atrás apenas das Filipinas em termos de tempo médio de uso diário da Internet, com 9 horas e 29 minutos. A propósito, o Japão está na 40ª colocação, com 3 horas e 45 minutos.

MUJI

De junho a agosto de 2018, a Japan House São Paulo também abriu uma loja *POP-UP STORE* para produtos MUJI. Eu estava cético sobre os produtos sem marca da MUJI serem aceitos pelos brasileiros até a abertura da loja, mas tive a grata surpresa de constatar um grande número de visitantes (cerca de 140.000). Em número de visitantes diários, foi a maior de todas as exposições da Japan House São Paulo. Sobre essa tamanha popularidade, há a explicação de que muitos brasileiros já viajaram para Nova York e Europa, e marcas japonesas como a MUJI, junto com a UNIQLO, são conhecidas nessas viagens. De qualquer forma, parece que produtos de qualidade, sem marca, com funcionalidade, compactos, limpos e com design rico, como a MUJI, parecem ter mercado promissor no Brasil.

DAISÔ e SUKIYA já abriram muitas lojas em São Paulo, e creio que negócios voltados para as classes B e C, um mercado brasileiro de 200 milhões de pessoas, têm um grande potencial no futuro.

KAÔ tem promovido as vendas de *Bioré* na Japan House São Paulo, e ouvi dizer que as vendas têm aumentado desde então. O mercado brasileiro de cosméticos é considerado o terceiro maior do mundo, depois dos Estados Unidos e da China, e creio que os fabricantes japoneses de cosméticos terão boas oportunidades de negócios no país. No entanto, para

o desenvolvimento de tais negócios, foram levantadas questões como altas tarifas alfandegárias, sistemas tributários complexos e exames demorados dos reguladores de bens importados. Além da promoção e dos testes de mercado na Japan House São Paulo, entendo ser necessário atuar junto ao governo brasileiro para criar um ambiente favorável e reduzir as barreiras comerciais com o Brasil. O Brasil sob o governo Jair Bolsonaro teve uma política de liberalização econômica e se espera que o ambiente de negócios para as empresas japonesas continue melhorando.

Outras atividades de empresas japonesas

A Japan House São Paulo, em colaboração com a secretaria de Educação do estado de São Paulo, convidou alunos do Ensino Fundamental II e Médio do estado para visitar a entidade e transmitir os encantos do Japão às gerações que serão o futuro do Brasil. Na época dessa turnê, a NISSHIN FOODS ofereceu *Cup Noodles* no almoço, o que também foi uma oportunidade para a promoção de seus negócios. Muitas empresas japonesas operam no Brasil há muitos anos; por exemplo, a TOYOTA comemorou o 60° aniversário de suas atividades no país e a NEC seu 50° aniversário utilizando as instalações da Japan House São Paulo.

Outras empresas também estão patrocinando ativamente os eventos da entidade, de acordo com o conteúdo de cada exposição. De junho a outubro de 2018, patrocinado pela AJINOMOTO, empresa que comercializa condimentos no Brasil, realizou-se o evento “Aromas e Sabores”, para divulgar sabores típicos como o *umami*. Além disso, AJINOMOTO também patrocinou a exposição “DŌ: A Caminho da Virtude”, realizada de agosto a setembro, que mostrou as artes marciais tradicionais japonesas e promoveu a “Amino VITAL”, um suplemento de aminoácidos para a recuperação da fadiga, vendido no país.

8. Busca de patrocinadores

Sustentabilidade de suas operações

Espera-se que a Japan House São Paulo obtenha *superávit* por conta própria e para manter a sustentabilidade de suas operações busque patrocinadores dentre empresas. Além de buscar patrocinadores para cada exposição, fideliza patrocinadores corporativos, oferecendo benefícios, como o direito de exposição da logomarca da empresa, uso da sala de seminários a baixo custo e cotas de convites para eventos especiais, em troca de uma quantia anual fixa ou de suporte material. Em julho de 2020, os membros *Diamond* incluíam nomes como NEC e CANON e os membros *Gold* incluíam nomes como MITSUBISHI ELECTRIC, AJINOMOTO, HOTÉIS INTERCONTINENTAL e TAKASAGO.

Software de reconhecimento facial da NEC

Por exemplo, a NEC tem um contrato de fidelização para fornecer *software* de reconhecimento facial gratuitamente dentro da Japan House São Paulo. Com essa cooperação, a NEC está procurando divulgar o *software* de reconhecimento facial no Brasil. Com a introdução desse *software*, é possível otimizar os resultados dos eventos e das operações da Japan House São Paulo. Desta forma, o contrato de fidelização tem grandes méritos para ambas as partes. Além disso, a NEC instalou o *software* de reconhecimento facial em todos os 14 aeroportos internacionais do Brasil, o que é eficaz na detecção de suspeitos de crimes e de sonegação fiscal, e também realiza vários eventos relacionados à transformação digital na Japan House São Paulo.

9. Revitalização regional do Japão

Para superar o declínio demográfico e o superenvelhecimento da sociedade

Quanto às expectativas em relação à Japan House São Paulo, recebemos pedidos para que a entidade desempenhe um papel que contribua para a revitalização regional. O interior do Japão está na dianteira de uma sociedade em franco declínio demográfico e em estado de superenvelhecimento e, além da queda na natalidade, enfrenta o fluxo de jovens para as áreas urbanas. Essa situação dificulta algumas municipalidades a manterem suas funções enquanto governo local. Antes de servir em São Paulo, eu trabalhei na província de Miyazaki como Superintendente Geral da Polícia Provincial por dois anos, e testemunhei a dura realidade do declínio demográfico e de uma sociedade em envelhecimento.

Para a revitalização regional, é necessário tornar a região atraente para os jovens, aumentar o número de empregos que permitam a fixação das pessoas, a fim de garantir que a população cresça e torne a cidade ativa. Para aumentar empregos no interior do país, muitos governos locais estão se concentrando no incremento da exportação de seus produtos agrícolas, pesqueiros e no turismo receptivo. Consciente dessas questões, a Japan House São Paulo se empenha em contribuir para a revitalização regional do Japão.

Reconstrução das áreas devastadas por desastres naturais

Quando o governador de Fukushima, Sr. Masao Uchibori, visitou São Paulo em outubro de 2017, ele deu uma palestra sobre a reconstrução de Fukushima, na Japan House São Paulo, e promoveu o *Lámen Kitakata*, uma especialidade de sua província. Esta iniciativa selou a contribuição da Japan House São Paulo na revitalização regional do Japão. Em agosto de 2018, as restrições impostas pelo Brasil à importação de produtos agrícolas da província de Fukushima foram suspensas, graças aos esforços do governo provincial e da Embaixada do Japão no Brasil.

Em agosto de 2018, o governador da província de Iwate, Sr. Takuya Tasso, aproveitou a oportunidade de sua visita a São Paulo para promover o *Nanbu Bijin*, saquê de sua província, na Japan House São Paulo. Além disso, quando o vice-governador da província de Kumamoto, Sr. Taisuke Ono, visitou o Brasil, em novembro de 2018, trouxe consigo o *Kumamon*, o mascote da província de Kumamoto, e realizou um evento para sua apresentação na Japan House São Paulo. Esperamos que esses esforços levem muitos brasileiros a visitar a província de Kumamoto.



Em agosto de 2019, ocorreu a cerimônia em comemoração ao centenário da imigração de provincianos de Hokkaido para o Brasil. Para comemorar a efeméride, veio uma delegação liderada pelo vice-governador da província de Hokkaido, Sr. Yusuke Nakano. Na ocasião, a delegação trouxe um boneco de neve, transportado em um freezer, que foi exposto no espaço externo da Japan House São Paulo, e mereceu ampla divulgação na mídia local. Projeto semelhante foi realizado há 10 anos, por ocasião do centenário da imigração japonesa para o Brasil, e o boneco de neve foi

exibido na Associação Hokkaido de Cultura e Assistência. Para os idosos da primeira geração que imigraram para o Brasil na infância, foi um evento muito emocionante, pois não imaginavam que voltariam a tocar na neve de Hokkaido em vida.



As províncias de Fukushima, Iwate, Kumamoto e Hokkaido, nos últimos anos, sofreram com desastres naturais, como terremotos. Nada me deixa mais feliz do que ver a Japan House São Paulo contribuir para a reconstrução dessas áreas afetadas.

Como mencionei anteriormente, existem 47 associações de províncias em São Paulo e várias delas realizam, quase todos os anos, cerimônias de aniversário de sua fundação e também cerimônias de aniversário da chegada dos seus primeiros imigrantes no Brasil. Por ocasião dessas datas, há a visita de delegações com representantes dos governos locais, esperamos que essas sejam oportunidades para que a Japan House São Paulo possa colaborar, conjuntamente, com as associações de províncias e as autoridades japonesas na revitalização regional.

A difusão de produtos agrícolas japoneses no Brasil

Em agosto de 2018, quando o Sr. Mitsuhiro Miyakoshi, assessor especial do primeiro-ministro do Japão à época, visitou o Brasil, realizou-se na Japan House São Paulo, o evento “Uma Noite de *Wagyu* e *Awamori*” (co-patrocinado pelo Consulado Geral do Japão em São Paulo e pela JETRO). O evento buscou popularizar a carne *wagyu* de Kagoshima, que venceu o Campeonato Nacional de Carne *Wagyu*, realizado uma vez a cada cinco anos, e também a bebida típica de Okinawa, *Awamori*.

Além disso, quando o governador da província de Miyazaki, Sr. Shunji Kono, visitou São Paulo em agosto de 2019, houve o evento “Noite de Miyazaki” na Japan House São Paulo, visando promover a carne de Miyazaki, a bebida *shochu* e pratos típicos locais. Em decorrência dessas promoções, foram firmados negócios, resultando na exportação para o Brasil.



A carne *wagyu* vendida no Brasil é muito cara, devido à contínua desvalorização da moeda Real, mas ficou patente que se houver comprovação

do sabor e da alta qualidade da mercadoria, há no Brasil uma camada de alta renda que a compraria, mesmo se tratando de um produto caro.

10. Divulgação da política externa do Japão

A Japan House São Paulo visa aumentar o número de fãs e apoiadores, oferecendo uma compreensão correta do país e de sua política externa. Enquanto as exposições usuais se concentram em cultura, tecnologia, alimentação, etc., seminários sobre política são realizados oportunamente para disseminar informações sobre a política externa japonesa. Em fevereiro de 2018, o professor Akihiko Tanaka, Reitor do National Graduate Institute for Policy Studies*, em visita a São Paulo, deu uma palestra sobre questões de segurança no Leste Asiático, na Japan House São Paulo.

Em maio do mesmo ano, o ministro dos Negócios Estrangeiros à época, Sr. Taro Kono, em visita à Japan House São Paulo, proferiu palestra sobre Estado de Direito, liberdade de navegação e a cooperação econômica com a América Latina e Caribe.

Em setembro de 2018, o professor Toshihiro Minohara, da Universidade Kobe, em visita à entidade, proferiu uma palestra sob a ótica de um especialista nas relações Japão-Estados Unidos e Estados Unidos-China.

Em outubro do mesmo ano, o professor Tomoo Marukawa, da Universidade de Tokyo, proferiu palestra sobre a inovação na China e o futuro da economia e da indústria no Japão.

Em fevereiro de 2019, o professor Toshihiro Nakayama, da Universidade Keio, também proferiu palestra sobre as relações Japão-Estados Unidos. E em março, o Sr. Teruo Kishi, assessor de Assuntos Científicos e Tecnológicos do ministro de Negócios Estrangeiros do Japão à época, palestrou sobre o tema de sua especialidade.

*NT: O professor Akihiko Tanaka é o atual presidente da JICA.

Em setembro de 2019, o autor também teve a oportunidade de proferir uma palestra sobre as relações Japão-Brasil e as relações internacionais no Leste Asiático.

11. Difusão cultural pela culinária e pela venda de produtos

Difusão da culinária

O restaurante japonês Aizomê tem uma filial dentro da Japan House São Paulo e é muito elogiado. A *chef* do restaurante, Telma Shiraishi, foi certificada como “Embaixadora da Boa Vontade da Difusão da Culinária Japonesa” pelo ministério da Agricultura, Silvicultura e Pesca do Japão. Ela vinha realizando, ativamente, palestras sobre culinária japonesa, com destaque em *umami* e *kodawari*, na casa, uma vez por mês antes da pandemia, e no momento segue com suas palestras *online*.

Bentô

Aizomê vem trabalhando, também, na divulgação da cultura do *bentô*, uma espécie de marmita, disponibilizando-o na Japan House São Paulo. Os *bentôs* japoneses são populares entre os brasileiros por serem funcionais, compactos, levarem em consideração o equilíbrio nutricional e serem coloridos. Além disso, anualmente no mês de janeiro, o restaurante se esforça para criar uma atmosfera de Ano Novo japonês, oferecendo pratos como *ozôni* (sopa com bolinho de arroz).

Cafeteria

No térreo da Japan House São Paulo foi instalada uma cafeteria para o conforto dos visitantes. Alí são servidos, de forma atenciosa, cafés coados individualmente, pães de fabricação caseira, sanduiches com recheio de ovo, pepino, presunto e maionese caseira, e também bolos de chocolate. O

cardápio é típico de uma cafeteria japonesa e busca transmitir ao cliente o clima de *kodawari** e de *wa***.

*Furoshiki****

A Japan House também vende produtos japoneses tradicionais com *design* moderno, como o *furoshiki*, que são relativamente caros, mas consta que vendem bem.



Biblioteca

O espaço multimídia da Japan House São Paulo procura transmitir a variedade da cultura japonesa através de livros, mangás e conteúdos eletrônicos.

Quanto aos livros expostos nas estantes, há grande variedade de temas, como culinária, viagens, cultura, selecionados por especialistas. Os visitantes podem consultar todo o acervo em um espaço confortável.

*N. T.: *Kodawari* trata-se de dispensar a algo uma atenção, ou preocupação, cuidadosa.

**N. T.: *Wa* significa harmonia.

***N. T.: *Furoshiki* é uma espécie de lenço em formato quadrado, de vários tamanhos, usado para embrulhar objetos.

12. Esportes

Copa do Mundo de Futebol

Em 2018, foi realizada a Copa do Mundo de Futebol na Rússia e as seleções do Japão e do Brasil tiveram boas atuações, agitando o público em cada um dos países. A Japan House São Paulo também realizou uma exibição pública dos jogos da Seleção Japonesa, retransmitida por uma estação de TV local, contribuindo para a divulgação da entidade.



O futebol é uma das contribuições importantes do Brasil para o Japão, já que este conseguiu elevar o nível do seu futebol recebendo vários técnicos e jogadores do Brasil desde os anos 90, quando a *J-League* foi constituída.

Durante minha gestão, tive várias oportunidades de conversar com ex-jogadores brasileiros da *J-League*, e eles se mostraram impressionados com o futebol japonês, a hospitalidade e a atitude dos torcedores. Eles também estavam satisfeitos com a elevação do nível do futebol japonês e tinham consideração pela técnica japonesa. Destes, um técnico brasileiro que comandou um dos times da *J-League*, revendo seu passado como

técnico no Japão, disse que foi para lá aprender e não para ensinar futebol. Fiquei impressionado com suas palavras.

Algo que me surpreendeu quando trabalhei em São Paulo foi o fato de que os brasileiros estavam menos entusiasmados com a Copa do Mundo do que antes. Houve quem dissesse



Com o Sr. Zico, à esquerda.

que o Brasil estava traumatizado por ter perdido para a Alemanha por 7 a 1 nas semifinais da Copa do Mundo de 2014. Outra hipótese é a de que muitos jogadores da seleção brasileira atuam em times fortes de clubes europeus. Antigamente, os jogadores brasileiros eram frequentemente recrutados por times de clubes europeus depois de se destacarem em times brasileiros, sendo portanto, populares no país. Atualmente, contudo, os jogadores da seleção não são tão conhecidos pelo povo brasileiro, porque são recrutados ainda muito jovens pelos times europeus, não chegando a ser conhecidos no meio. Assim, alguns analistas creditam o baixo interesse a essa falta de familiaridade.

Campeonato Sul-Americano de Futebol

Em junho e julho de 2019, o Campeonato Sul-Americano de Futebol foi disputado no Brasil e a Seleção Japonesa foi convidada a participar após 20 anos, na qualidade de país extra regional. Embora o Japão tenha apresentado um bom desempenho, infelizmente, foi eliminado na fase de qualificação. Naquela oportunidade, o *talk show* que reuniu ex-participantes brasileiros do *J-League*, intitulado “Fascínio do futebol no Japão por ex-jogadores e técnicos brasileiros” e a palestra intitulada “Intercâmbio

entre o Brasil e o Japão através do futebol e a formação de recursos humanos”, proferida pelo Sr. Kozo Tajima, presidente da Associação Japonesa de Futebol, junto com o secretário geral da Confederação Brasileira de Futebol, realizada na Japan House São Paulo, conseguiu divulgar o profícuo intercâmbio futebolístico entre o Brasil e o Japão.

Divulgação dos Jogos Olímpicos e Paralímpicos de Tokyo

Após a realização das Olimpíadas e Paralimpíadas do Rio de Janeiro em 2016, o mesmo evento seria realizado em Tokyo em 2020, mas foi excepcionalmente adiado para 2021. Para dar ênfase a estes intercâmbios esportivos, a Japan House São Paulo realizou, de agosto a setembro de 2018, a exibição de artes marciais japonesas tradicionais, como Judô, Kendô, Aikidô, Karatê dentre outros. Estes eventos receberam o título de “DÔ (Caminho) – Busca extrema da virtude”.

Além disso, em julho de 2019, foi realizado na Japan House São Paulo, o evento “ Falta um ano para TOKYO 2020”, alusivo às Olimpíadas de Tokyo, pelo Comitê Olímpico Brasileiro (COB). Espera-se o fortalecimento das atividades de divulgação das Olimpíadas e Paralimpíadas de Tokyo em 2021, com a participação da Japan House São Paulo.

13. Promoção de turismo interno no Japão

Como o objetivo da Japan House São Paulo é aumentar o número de simpatizantes do Japão, é também importante promover o turismo no Japão. Enquanto o turismo receptivo cresce em todo o mundo, o número de turistas estrangeiros do Brasil no Japão também vem aumentando. Para superar a crise da Covid-19 e aumentar ainda mais o número de turistas que visitam o Japão, é necessário aumentar esse número, a partir de países da América Latina e Caribe, além dos turistas da América do Norte, Europa e Ásia. A expectativa é que a Japan House São Paulo continue realizando exposições atraentes sobre o Japão, ao mesmo tempo em que realiza

eventos especializados em turismo, atuando para aumentar o número de turistas do Brasil.

Felizmente, a partir de 2020, o Brasil foi certificado como mercado semi-prioritário pela Organização Nacional do Turismo Japonês (JNTO), e espera-se que sirva para aumentar o número de turistas do Brasil em cooperação com a Japan House São Paulo. Há pessoas no Brasil, com faixa de renda suficiente para visitar o Japão como turistas, e os nipo-brasileiros costumam viajar para o Japão em busca de suas raízes, ou seja, para visitar a província de seus ancestrais. É um grupo alvo importante em termos de promoção do turismo receptivo em áreas rurais.

14. Japan House São Paulo como um lugar para os alunos interagirem

A entidade é voltada para uma ampla gama de pessoas, mas, especialmente para os jovens, pois desempenha o papel de um lugar onde alunos possam interagir. A Universidade Tsukuba é comissionada pelo ministério da Educação, Cultura, Esportes, Ciência e Tecnologia para desempenhar o papel de coordenador de intercâmbio entre universidades japonesas e universidades da América do Sul, incluindo o Brasil. E a Universidade Tsukuba realiza, ainda, na Japan House São Paulo, feiras para promoção de programas de intercâmbio nas universidades japonesas, voltadas aos brasileiros. Além disso, a Universidade de Arte e Cultura de Shizuoka enviou alunos para a Japan House São Paulo pelo segundo ano consecutivo e, durante o treinamento como estagiários, realizaram atividades de apresentação sobre os encantos da província de Shizuoka. A Associação Shizuoka Kenjinkai do Brasil também coopera na recepção dos alunos desta universidade, e a Japan House São Paulo promove intercâmbio de estudantes em cooperação com a comunidade nikkei.

15. Outros

(1) Em termos de introdução da tecnologia avançada do Japão, a Japan House São Paulo organizou palestras sobre andróides oferecidas pelo professor Hiroshi Ishiguro, da Universidade de Osaka, e exposições de prototipagem oferecidas pelo professor Shunji Yamanaka, da Universidade de Tokyo.

(2) Em maio de 2019, enquanto a entronização de Sua Majestade, o Imperador Naruhito, chamava a atenção da população no Brasil, o professor Masato Ninomiya, da Universidade de São Paulo, proferiu palestra na Japan House São Paulo, sobre a família imperial do Japão.

(3) Em 17 de março de 2020, a Japan House São Paulo, assim como outras instituições culturais de São Paulo, foi fechada por um tempo como medida de prevenção da Covid-19. Foi um grande contratempo para a entidade, que buscava a visita de um número cada vez maior de pessoas para se tornarem fãs do Japão. Por outro lado, nessas circunstâncias, a Japan House São Paulo deu continuidade às suas atividades, como a divulgação ativa da literatura e da culinária japonesa por meio de *podcasts* e a realização de eventos *online*. “Estamos abertos, mesmo que as portas estejam fechadas”. De qualquer forma, mesmo que as restrições para saídas em São Paulo sejam afrouxadas e a Japan House São Paulo seja reaberta, a expectativa é que será difícil atrair visitantes como antes, e não será fácil atrair patrocinadores corporativos devido à crise econômica. Portanto, espera-se que a entidade elabore planos eficazes para operações futuras.

CRPÍTULO
3

**A situação da economia brasileira e
as tendências das empresas japonesas**



A situação da economia brasileira e as tendências das empresas japonesas

Em 2019, houve o início do governo Jair Bolsonaro, que prometeu conduzir a administração para promover negócios. As empresas japonesas com investimento no país esperavam que várias reformas econômicas fossem realizadas pelo novo governo. Entretanto, este se mostrou politicamente confuso com as declarações e ações do próprio presidente e de seus filhos, e a taxa de crescimento em 2019 não mostrou o crescimento esperado, embora houvesse certo avanço na reforma econômica. E por outro lado, o ano de 2020 foi seriamente afetado pela Covid-19.

Tendo em vista que muitas empresas japonesas possuem filiais no Brasil ou nos países da América do Sul, trato a seguir, a partir de minha perspectiva sobre a economia brasileira, as tendências das empresas japonesas e os esforços do Consulado-Geral para apoiar as empresas japonesas.

1. Ambiente de negócios no Brasil

Potencial do Brasil

O Brasil tem uma população de mais de 200 milhões de pessoas, é abençoado com recursos naturais, como minério de ferro e petróleo, possui terras e recursos hídricos abundantes. Além disso, ao contrário do Japão, é um país onde quase não há risco de desastres naturais em grande escala, como terremotos, tsunamis, tufões e erupções vulcânicas, o que parece ser um país muito abençoado aos olhos dos japoneses. Quando menciono este ponto de vista aos brasileiros, é interessante verificar a reação deles,

pois muitas vezes se auto-ridicularizam, em tom de brincadeira, dizendo: “Como você disse, não há muitos desastres naturais, mas existem muitos desastres humanos”. Imagino que eles estejam se referindo ao número de políticos corruptos e a falta de segurança no país. Dizem alguns brasileiros, que se você estender a mão, consegue frutas e se cavar o subsolo, consegue recursos naturais. Costuma se dizer, também, que o Brasil é mais descontraído em comparação com o México, outro grande país situado na região da América Latina e Caribe.

Podemos dizer em outras palavras, que o México tem como vizinho ao norte, um outro grande país chamado Estados Unidos, com quem tem um passado histórico de perda de territórios através de derrotas em guerras, e ainda hoje, enfrenta constantes tensões relacionadas à imigração e aos problemas com drogas. Além disso, o país é banhado pelo Oceano Pacífico e foi atingido diversas vezes por desastres naturais, como terremotos, e esteve às voltas com muitas dificuldades de caráter nacional.

Por outro lado, diz-se que o Brasil pode ficar descontraído por não ser atingido por grandes desastres naturais, como os acima mencionados; não vive em constante tensão com algum país grande da vizinhança, como os Estados Unidos, a exemplo do México; encontra-se longe, tanto da América do Norte, da Ásia e da Europa, não sendo exposto à acirrada competição internacional; e que não tem muitos problemas devido à abundância de recursos e à produção agrícola, e ao tamanho do seu mercado interno.

De qualquer forma, há expectativas quanto a esse potencial, e muitas empresas japonesas se expandiram para o Brasil adquirindo empresas locais, principalmente a partir dos anos 2000, que foi um *boom* do chamado BRICS. O choque de Lehman Brothers em 2008 não teve tanto impacto no Brasil quanto em outros países, porque o Brasil era menos dependente da economia estrangeira na época. Com a Copa do Mundo de Futebol de 2014 e as Olimpíadas do Rio de 2016, esperava-se um novo salto econômico, mas a economia estava lenta devido à instabilidade política causada pela corrupção, etc, em 2015-16 o crescimento foi de -3% por dois anos consecutivos, e as empresas japonesas também foram afetadas por essa volatilidade econômica. Embora tenha crescido a partir de

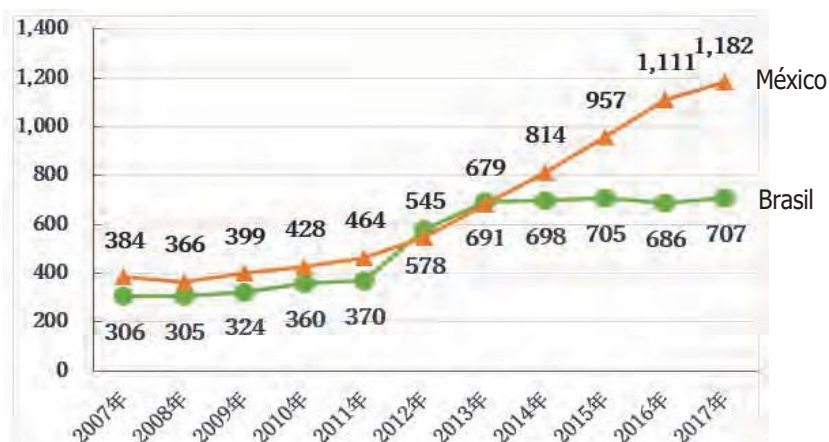
2017, a taxa de crescimento tem se mantido em torno de 1% por três anos consecutivos. Enquanto países emergentes como China, Índia e outros do Sudeste Asiático crescem em torno de 6%, o Brasil, membro do BRICS, não atingiu a alta taxa de crescimento esperada.



Após a posse do governo Jair Bolsonaro em janeiro de 2019, foi mencionado que uma das razões para o crescimento lento, apesar da expectativa de crescimento, era a retração da economia argentina. No Brasil, as exportações para a Argentina, incluindo as da indústria automobilística, era uma importante fonte de receita, mas nos últimos anos, a economia argentina tem desacelerado e as exportações de automóveis, que têm um impacto significativo nas indústrias de peças e componentes diminuíram, causando um efeito adverso no país. A outra causa é a taxa de crescimento da economia chinesa, maior parceiro comercial do Brasil, que tem sido baixa devido ao atrito econômico com os Estados Unidos. Além disso, alguns economistas apontam que o impacto do colapso da barragem de uma mina no interior do estado de Minas Gerais, em janeiro de 2019, e a estagnação econômica nos últimos anos no Brasil, tornou difícil ter uma perspectiva otimista para o futuro, e a redução resultante no recurso para os investimentos é a causa da desaceleração da economia brasileira.

Um país onde os negócios são difíceis?

Embora o potencial econômico seja alto, tradicionalmente se diz que o Brasil é um país de forte caráter protecionista e difícil para negócios. No período em que chefei a divisão do México, América Central e Caribe (2011-13) do ministério de Negócios Estrangeiros, tive oportunidade de ir ao México. Fiquei impressionado com a fala de um empresário japonês sobre a facilidade de se fazer negócios no México, comparado com o Brasil. Outrora, havia no México quase o mesmo número de empresas japonesas, mas agora são cerca de 700 empresas japonesas no Brasil contra cerca de 1.200 operando no México, provavelmente pela diferença de se ter ou não um Acordo de Parceria Econômica (APE).



Muitas empresas japonesas com investimentos no Brasil falam sobre o custo de contratação de recursos humanos no país. O presidente de uma fabricante japonesa me disse que havia comparado os custos dos funcionários da fábrica tailandesa e dos funcionários da fábrica brasileira. E se hipoteticamente pagasse os mesmos US\$ 1000 de salário para funcionários do mesmo nível na Tailândia e no Brasil, o custo total incluindo impostos e custos de seguro social é de US\$ 1.400 na Tailândia, e de US\$ 2.200 no Brasil. Assim, o Brasil tem altos custos associados à contratação de recursos humanos e, por isso, a competitividade internacional da indústria de trans-

formação é baixa. Além disso, tarifas altas e sistemas tributários complexos também dão muita dor de cabeça às empresas. Assim, é preciso contratar muitos consultores tributários e advogados para cuidar das medidas tributárias. Além disso, a existência de vários regulamentos também são obstáculos aos negócios.

Por exemplo, foi apontado que na importação de produtos japoneses incluindo equipamentos médicos, o exame de órgãos reguladores como a ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) e o INMETRO (Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia) é outro problema por ser demorado e caro.

Administração de Jair Bolsonaro voltada para a reforma

Diz-se que essa dificuldade de fazer negócios é exatamente o “Custo Brasil”, que tem sido um entrave para o avanço das empresas estrangeiras, inclusive as japonesas. Em tal ambiente de negócios, tem sido apontado que uma vez que você entra no mercado brasileiro e tem sucesso, essas barreiras funcionarão como uma barreira protetora para impedir a entrada de empresas rivais e acaba se tornando um mercado confortável, mas, em qualquer caso, é apontado que para o governo brasileiro poder receber investimentos de mais empresas estrangeiras, precisa reduzir essas barreiras empresariais chamadas de “Custo Brasil”, e o governo Jair Bolsonaro está trabalhado com afinco nessas reformas.



Na eleição presidencial de 2018, poucos especialistas no início, apontaram que o candidato Jair Bolsonaro seria eleito. Nessas circunstâncias, com os candidatos dos grandes partidos políticos rejeitados pelo povo devido ao problema da corrupção, ele foi eleito presidente, pleitando erradicar a corrupção e melhorar a segurança. Foi apontado, também, o uso das redes sociais com sucesso durante a campanha eleitoral.

No ano passado, o FTA (Acordo de Livre Comércio) entre a UE e o Mercosul foi concluído, em princípio, após 20 anos de negociações. Parece que, como pano de fundo, existem circunstâncias do lado da UE para concluir rapidamente as negociações, mas isso, também, não teria acontecido sem o surgimento do governo Jair Bolsonaro, que é orientado para a liberalização econômica. O FTA Mercosul-UE vai impor reformas estruturais na indústria de transformação brasileira. As negociações do FTA com a EFTA (Associação Europeia de Livre Comércio) também foram concluídas na mesma época. Em 2019, a reforma do sistema previdenciário também foi aprovada no Congresso Nacional e recebeu certo reconhecimento do mercado.

De acordo com o funcionário de uma empresa japonesa, o valor médio da pensão dos aposentados japoneses é de 40% a 50% do salário da ativa, enquanto o valor médio da pensão dos aposentados brasileiros é de 70 a 80%. Portanto, certas reformas deverão ser feitas num sistema previdenciário relativamente vantajado. No Brasil, à medida que a taxa de natalidade diminui, e o envelhecimento da população se torna aparente, surgiu, também, a consciência crescente de que a reforma do sistema previdenciário não poderia mais ser adiada, e foi impressionante que a reforma ocorreu sob a liderança do Congresso Nacional.

Pensa-se que os investidores estrangeiros deram ao Brasil um certo grau de valorização como resultado da reforma do sistema previdenciário. Reguladores como ANVISA e INMETRO, também, tendem a ser mais flexíveis, devido à mudança na presidência de cada instituição, com a posse do novo governo. Na agenda de reformas, depois da reforma da previdência, será a vez da tributária. É uma reforma que tem um impacto mais direto sobre os negócios das empresas que entraram no mercado, e está sendo

dada atenção sobre o quanto a alíquota será reduzida e de que forma o sistema tributário será simplificado, mas a tendência não está clara, devido à influência da Covid-19.

Em termos de desregulamentação, a isenção unilateral de vistos para o Japão, Estados Unidos, Canadá e Austrália — medida impensável em governos anteriores, pois a política da diplomacia brasileira é tradicionalmente em termos de reciprocidade —, também foi uma medida unilateral do governo Jair Bolsonaro. Por meio dessas medidas unilaterais, se pretende aumentar o número de viajantes a negócios e turistas provenientes desses países. Essas medidas também facilitam os negócios. Como o presidente Jair Bolsonaro foi militar e tem pouca experiência em política econômica, dizem que a confia ao seu ministro da Economia e isso também dá uma sensação de segurança aos empresários. Explicando essa situação aos visitantes do Japão, a reação que recebo é que “o ministro Paulo Guedes é como o ministro Heizo Takenaka durante o governo Junichiro Koizumi”.

A política da diplomacia do governo Jair Bolsonaro é singular em comparação com as políticas dos diversos governos brasileiros até agora. Devido à forte influência dos cristãos evangélicos, ele assumiu uma postura pró-Israel e defendeu a transferência da embaixada brasileira de Tel Aviv para Jerusalém, mas até agora isto não ocorreu, limitando-se apenas à criação de um Escritório Comercial do Brasil em Jerusalém. A atitude pró-Israel que levou a uma reação dos países árabes, pode ter contribuído para o fato da embaixada não ter sido de fato realocada. Os países árabes são grandes mercados de carne bovina e de frango para o Brasil e é preciso manter boas relações com esses países.

Além disso, a crítica do presidente Jair Bolsonaro à imprensa tem sido dura, mas também existe a visão de que essa atitude é apoiada pelas redes sociais. Ao mesmo tempo, para a imprensa que é criticada, há o efeito interessante do aumento do número de assinantes, por receber a atenção do público ao ser criticada pelo presidente.

Importância da reforma da legislação trabalhista

Importante melhoria no ambiente de negócios do Brasil, através de uma reforma realizada antes do governo Jair Bolsonaro é a reforma da legislação trabalhista implementada no governo Michel Temer, em 2017. Antes da emenda, mesmo que o trabalhador perdesse a ação trabalhista, raramente o reclamante pagava as despesas do advogado, mas com a revisão da legislação trabalhista, o trabalhador arcará com o custo em tal caso. Como resultado, os processos trabalhistas diminuíram significativamente. Muitos empresários apontam que foi uma reforma importante em termos de melhoria do ambiente de negócios no Brasil.

Entretanto, embora as ações trabalhistas relacionadas a salários, horas extras, férias etc, tenham diminuído como um todo, as ações judiciais relacionadas a assédio sexual e assédio de poder, no local de trabalho, aumentaram relativamente. Chama a atenção que, para prevenir tais ações judiciais com antecedência, escritórios de advocacia, consultores especializados e outros, realizam seminários sobre assédio sexual e assédio de poder, dentre outros, enquanto explicam as diferenças nas relações humanas entre os locais de trabalho no Japão e no Brasil.

Importância do estado de São Paulo

O estado de São Paulo tem uma população de 46 milhões; é maior do que a da Argentina, sendo a Colômbia o único país da América do Sul que tem uma população maior do que a do estado de São Paulo. O tamanho do PIB também é maior do que o da Argentina e é o centro econômico do Brasil e da América do Sul. Originalmente, tem uma história de desenvolvimento por meio do cultivo de café, mas agora é um estado onde se desenvolvem a indústria, o comércio, as finanças e a agricultura. A indústria de transformação, centrada no automóvel, se instalou nos arredores da cidade de São Paulo, e a agricultura, especialmente as fazendas de cana e de pecuária, se espalhou para o interior do estado. Além disso, o plantio de eucalipto também chama a atenção. A vantagem do plantio de eucalipto no Brasil é o seu clima favorável, que faz as florestas crescerem mais rápido

do que em outros países, contribuindo para prosperidade da indústria de papel e celulose. Da cana-de-açúcar podem ser produzidos açúcar, aminoácidos, cachaça, etanol e combustível de biomassa.

O ex-governador João Dória, que assumiu o cargo em janeiro de 2019, tinha uma postura pró-negócios, como o presidente Jair Bolsonaro, interessados em atrair investimentos de empresas estrangeiras. Embora a indústria manufatureira no Brasil esteja concentrada no estado de São Paulo, diz-se que as empresas têm investido sem receber muitos incentivos, por ter uma grande área consumidora como a cidade de São Paulo, com 12 milhões de habitantes. Por outro lado, como resultado de grandes esforços para atrair empresas por parte dos estados vizinhos, como Minas Gerais e Paraná, os investimentos nestes estados também estão aumentando. Nestas condições, o governador João Dória está trabalhando com afinco para atrair investimentos, dando incentivos à indústria automobilística, dentre outras, procurando reter as empresas estrangeiras existentes e buscando novos investimentos.

Por exemplo, o ex-governador João Dória visitou a China em agosto de 2019, e abriu um escritório do governo do estado em Xangai. Em junho de 2020, ele anunciou a assinatura de um acordo de desenvolvimento de vacina contra a Covid-19 de uma empresa chinesa com o Instituto de Pesquisa filiado à Secretaria de Saúde do estado de São Paulo. Nessa ocasião, o ex-governador enfatizou que o acordo foi resultado do estabelecimento do escritório em Xangai. Ele visitou o Japão em setembro de 2019 e conseguiu atrair o investimento de R\$ 1 bilhão, da TOYOTA. A taxa de crescimento de São Paulo em 2019 foi de 2,5%, muito superior à do Brasil como um todo. Pode-se dizer que o primeiro ano do governo João Dória foi relativamente tranquilo, mas o segundo ano foi um desafio por causa da crise da Covid-19. Fala-se, também, que ele almeja disputar as eleições presidenciais de 2022. Trata-se de um ano que será memorável por ser o ano de bicentenário da independência do Brasil, e vários eventos estão programados para serem realizados em São Paulo, considerado o “berço da independência”.

Taxa de juros no Brasil

O Brasil teve alta taxa de juros por muitos anos, mas ela está caindo em meio à inflação estável e à queda das taxas de juros globais. A situação mudou significativamente em comparação com o passado, quando era possível obter uma receita suficiente de juros de um simples depósito bancário. Nessas circunstâncias, é possível que as empresas tenham mais facilidade para pedir empréstimos aos bancos e estimular a economia. Além disso, sob a ótica das carteiras de ativos, há um movimento para investir em imóveis ao invés de continuar com depósitos, e o mercado imobiliário está se revitalizando. Por outro lado, a situação se tornou um obstáculo para os setores que fazem negócios, com o lucro proveniente da receita de juros.

Situação energética do Brasil

O Brasil é um país abençoado em termos de energia renovável, com 60% de sua energia gerada por hidrelétricas e 20% por outras energias renováveis. É adequado para geração de energia solar devido ao seu longo tempo de incidência de raio solar, a biomassa pode ser extraída da cana-de-açúcar e a energia eólica tem grande potencial. A HONDA instalou uma usina eólica no estado do Rio Grande do Sul, na parte meridional do país, e está gerando mais energia do que a fábrica de automóveis HONDA consome no Brasil. Por outro lado, afirma-se que a atual capacidade de geração de energia não é suficiente para que o Brasil cresça ainda mais e, desse ponto de vista, seria interessante introduzir no Brasil a avançada tecnologia japonesa de economia de energia. Por exemplo, a DAIKIN está trabalhando para popularizar no Brasil os aparelhos de condicionador de ar, que economizam energia.

O Banco Japonês de Cooperação Internacional (JBIC) tem fornecido os recursos necessários para projetos de energia renovável no Brasil, por meio do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES).

O Brasil no contexto da América do Sul

Na América do Sul, a Argentina se tornou um governo de esquerda na eleição presidencial de 2019 e, na Bolívia, o presidente Evo Morales foi para o exílio. Como resultado das manifestações estudantis no Chile, a Reunião de Cúpula da APEC (Asia-Pacific Economic Cooperation) em 2019 teve que ser cancelada e no Peru a instabilidade política continua. Com manifestações no Equador e na Colômbia e sanções internacionais ao governo Nicolás Maduro na Venezuela, o Brasil é visto como um país relativamente estável na América do Sul. Mas essa visão pode ter mudado durante a crise da Covid-19. Mesmo durante a crise, o ex-presidente Jair Bolsonaro saía sem máscara, cumprimentava apoiadores e criticava a política de isolamento social. Além disso, passou a intervir nas nomeações da Polícia Federal, por motivos pessoais, e isso valeu críticas do seu ministro da Justiça, que renunciou ao cargo. Verificamos, com isso, o início de alguma instabilidade política.

Brasil, país da proteína animal

As exportações agrícolas para a China estão impulsionando a economia brasileira, e um item típico é a soja. As exportações de soja do Brasil para a China aumentarão à medida que o atrito econômico EUA-China impõe altas tarifas sobre as exportações de soja dos EUA para aquele país. Além disso, se a cólera suína africana se espalhar na China e muitos suínos forem abatidos, as exportações brasileiras de carne suína e bovina para a China aumentarão, enquanto a soja, que também é usada como ração para suínos, será exportada menos para a China. Logo, as exportações do Brasil para a China são fortemente influenciadas por fatores externos. Na segunda metade de 2019, como resultado do forte aumento nas exportações de carne bovina do Brasil para a China, o preço do produto no Brasil subiu e, em alguns casos, atingiu o bolso do cidadão comum.

O Brasil responde por cerca de 60% das importações de frango do Japão, por não ter sido afetado pela gripe aviária. O fato do Brasil ser considerado livre da gripe aviária se deve a sua situação geográfica, pois as aves

migratórias não cruzam a linha do equador para chegarem ao país e por estar numa localização geográfica onde há relativamente pouco trânsito de pessoas. Esses fatores constituem ponto forte da avicultura brasileira.

Com o crescimento econômico dos países asiáticos, a demanda por proteína animal, como carne bovina, suína e de frango, continuará crescendo, e o Brasil é um dos poucos países que pode atender a essa demanda. Mesmo sob a crise econômica da Covid-19, as exportações de produtos agrícolas brasileiros continuam fortes, impulsionadas pelas importações da China.

Greve dos caminhoneiros

Após registrar crescimento econômico negativo de 2015 a 2016, o Brasil obteve crescimento positivo em 2017. Assim, no início de 2018, havia uma expectativa generalizada de que poder-se-ia alcançar um crescimento econômico da ordem de 3%, mas o crescimento foi de apenas cerca de 1%. Os principais motivos para isso são as incertezas nas eleições presidenciais e o impacto da greve nacional de caminhoneiros, que ocorreu de maio a junho de 2018. O transporte rodoviário desempenha um papel vital na economia, pois o transporte ferroviário é extremamente incipiente no Brasil. Assim sendo, o transporte rodoviário é o principal *player* da logística. A insatisfação dos caminhoneiros com a taxação do óleo diesel aumentou e gerou uma greve nacional que paralisou a economia.

Devido à suspensão da distribuição, peças e matérias-primas não puderam ser transportadas para as fábricas, rações não puderam chegar nos aviários e com isso, muitas galinhas morreram. Além disso, os restaurantes tiveram de ser fechados porque não podiam adquirir ingredientes e bebidas, e os cidadãos não podiam ir trabalhar de carro, porque não havia entrega de combustíveis nos postos. Como resultado, a taxa de crescimento econômico do Brasil foi forçada a passar por uma grande revisão para baixo. Diante desses incidentes, a necessidade de redes de transporte ferroviário tem sido enfatizada no Brasil, e projetos ferroviários de grande porte estão sendo planejados, atraindo também o interesse de empresas

japonesas. Em setembro de 2018, a JICA assinou um contrato de empréstimo com a empresa brasileira de grãos Amaggi, e está cooperando com a empresa no investimento de capital em infraestrutura de transporte de grãos.

Difusão do Uber

O Uber é muito difundido em São Paulo, e sua taxa de utilização é alta. Devido à disseminação do Uber, existe uma tendência de não se ter um carro particular e, mesmo que tenha um veículo particular, há uma tendência crescente de usar o Uber devido a problemas como estacionamento e consumo de bebida alcoólica. Como resultado, foi apontado que a taxa de estacionamento na cidade de São Paulo diminuiu. E também aponta-se que no futuro, quando empresas como o Uber se tornarem mais difundidas, a grande demanda por automóveis virá do Uber e de empresas similares, e não de consumidores individuais, e essas empresas terão poder para influenciar o mercado automotivo.

Para superar o envelhecimento da sociedade

A experiência do Japão para superar o declínio demográfico e o envelhecimento da sociedade pode ser compartilhada com os países da América do Sul, incluindo o Brasil, e será muito útil para o futuro destes países. Embora existam no Japão, alguns aspectos de como superar esses desafios, é importante para os países da América do Sul, que enfrentam declínio na taxa de natalidade e envelhecimento da população, poderem compartilhar a experiência japonesa, pois são pioneiros nesse campo. A taxa de fertilidade total do Japão é de cerca de 1.4, enquanto que a do Brasil é de 1.8, e assim sendo, espera-se que o país enfrente, mais cedo ou mais tarde, os mesmos problemas vividos por nosso país.

No Japão, o declínio da população e o envelhecimento da sociedade estão causando vários problemas econômicos e sociais. Nessas circunstâncias, o Japão está promovendo um novo modelo de crescimento, tentando captar a demanda externa, firmando proativamente Acordos de

Parceria Econômica (APEs) com países estrangeiros. Trata-se de uma resposta à redução da demanda interna causada pela sociedade em declínio e em envelhecimento, enquanto atrai turistas estrangeiros para revitalizar a economia interna, incluindo a das áreas rurais. Além disso, em resposta à forte redução da oferta de trabalho causada pela sociedade em declínio e em envelhecimento, incentiva-se as mulheres e os idosos a participarem do mercado de trabalho. Ao mesmo tempo em que o Japão abrirá o mercado de trabalho doméstico aos trabalhadores estrangeiros, usará IA, IoT e outras tecnologias para disseminar sistemas de operação automática de automóveis e buscará construir um sistema econômico que não dependa da força de trabalho. Quanto aos aspectos sociais da sociedade em declínio e em envelhecimento, vários esforços estão sendo feitos no Japão para resolver problemas que incluem formas para a sociedade apoiar o crescente número de idosos com demência, resolver o problema de acidentes de trânsito causados por idosos com capacidade de condução diminuída e casos criminosos de fraude direcionados a pessoas idosas.

Por outro lado, creio ser referência importante para o Brasil o caso do Japão, onde a reforma da previdência é um dos maiores problemas no plano doméstico. Assim sendo, lidar com problemas financeiros causados pela previdência e seguro saúde diante de uma sociedade superenvelhecida é uma questão de maior importância para o Brasil. Nessas circunstâncias, em setembro de 2019, eu fiz uma apresentação sobre os esforços do Japão para superar o declínio populacional e o envelhecimento da sociedade, em um seminário socioeconômico sobre o envelhecimento na cidade de São Paulo.



Por outro lado, a JICA colabora com cuidados paliativos em hospitais no Brasil. Além disso, a ABJICA, uma associação de ex-bolsistas da JICA, deu uma palestra sobre o envelhecimento da sociedade, na Japan House São Paulo, em março de 2020.

2. Relações econômicas Brasil-Japão

Estatísticas do comércio bilateral

Verificando as estatísticas comerciais entre Japão e Brasil, temos a grosso modo, que a relação comercial entre ambos os países, consiste em produtos industriais exportados do Japão e alimentos como café, soja, frango, e recursos naturais como minério de ferro, que são exportados pelo Brasil. A situação atual é a de que a quantidade de comércio entre os dois países vem diminuindo ano a ano.

Acredita-se que esta queda nas exportações do Japão para o Brasil se deve ao fato de que, à medida que as empresas japonesas se globalizam e mudam suas bases de produção para o exterior, verifica-se que um número cada vez maior de empresas japonesas está produzindo no Sudeste Asiático e na China e exportando para o Brasil. Sabe-se que esta situação não pode ser captada por estatísticas bilaterais. Além disso, como resultado dos investimentos de fabricantes japoneses no Brasil, por exemplo, os fabricantes de automóveis japoneses começaram a produzir motores no Brasil e, como resultado, as exportações do Japão para o Brasil vem diminuindo. No entanto, não se deve olvidar que esse investimento no Brasil gera muitos empregos e contribui para a economia local. As exportações do Brasil para o Japão também estão diminuindo, devido à queda na importação de minério de ferro do Brasil.

Reunião do Grupo de Notáveis para uma Parceria Econômica Estratégica entre Brasil e Japão

Em abril de 2019, logo após a posse do governo Jair Bolsonaro, foi realizada, em Tokyo, a Reunião do Grupo de Notáveis para uma Parceria Econômica Estratégica entre Brasil e Japão, da qual eu também participei como observador. O objetivo dessa reunião foi para os líderes empresariais do Japão e do Brasil fazerem propostas para perspectiva de médio e longo prazo para fortalecer as relações econômicas Japão-Brasil. Os participantes do lado japonês, pareceu-me atentos com o futuro do mercado brasileiro, e saudaram o surgimento de um governo pró-negócios no Brasil, que tem uma população de 200 milhões, abundantes recursos naturais e potencial agrícola, em meio às incertezas da economia mundial devido ao BREXIT na UE e ao atrito econômico entre Estados Unidos e China. Já do Brasil, compareceram o General Carlos Alberto dos Santos Cruz, então ministro-chefe da Secretaria do Governo, e o Sr. Joaquim Levy, Presidente do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social), figuras centrais na política de privatizações e do núcleo da equipe econômica

da administração Jair Bolsonaro, deixando claro que a reunião era extremamente importante.

Senti que era uma forte mensagem do lado brasileiro para o Japão — que graças também aos imigrantes japoneses é um aliado tradicional do Brasil na Ásia —, de que gostariam que o Japão voltasse a prestar atenção no mercado brasileiro em um momento em que o Brasil deseja diversificar sua dependência do exterior em meio à extrema dependência da China em termos de comércio e investimento. De acordo com relatos da mídia, em junho de 2020, a ministra Tereza Christina Costa Dias, da pasta da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, enfatizou a importância das exportações agrícolas para a China, mas expressou preocupação com a dependência excessiva da exportação para o país, enfatizando a importância de diversificar os destinos de exportação. Em julho de 2019, uma delegação chefiada pelo Sr. Masami Iijima, presidente do Comitê Econômico Brasil-Japão (presidente da Mitsui & Co.) visitou o Brasil e, em São Paulo, realizou a reunião do mesmo Comitê com a contraparte brasileira, emitindo uma declaração conjunta a favor do APE-Acordo de Parceria Econômica Mercosul-Japão.

Fortalecimento das relações econômicas com o Mercosul

A Câmara de Comércio e Indústria Japonesa do Brasil criou a Força-Tarefa Preparatória do Acordo de Parceria Econômica (APE) Mercosul-Japão para conduzir pesquisas e análises sobre o APE e uma pesquisa de conscientização sobre o APE entre as empresas membros. Como resultado, verificou-se que mais de 80% das empresas japonesas opinaram favoravelmente em relação a APE. Depois disso, na reunião do Grupo de Notáveis Brasil-Japão realizada em Tokyo em abril de 2019, a expectativa para o APE foi novamente expressa durante as discussões e aventado que os governos de ambos os países deviam iniciar as conversações oficiais para a celebração da APE Mercosul-Japão, incluindo-se ali a possibilidade para o Acordo Bilateral Japão-Brasil. As propostas da reunião do Grupo

de Notáveis Brasil-Japão, incluindo o conteúdo acima mencionado, foram entregues ao primeiro-ministro, à época Shinzo Abe.

Em julho de 2019, o Comitê Econômico Brasil-Japão realizou a sua reunião em São Paulo, e a discussão de vários temas foi bastante proveitosa, culminando com a assinatura da declaração conjunta cujo conteúdo sugeria o início das negociações para um APE Mercosul-Japão, o mais rápido possível. E assim, as expectativas para o início das negociações aumentaram. Ao retornar ao Japão, o Sr. Masami Iijima, presidente do Comitê Econômico Japão-Brasil, da Keidanren (Japan Business Federation), renovou seus esforços ao entregar a declaração conjunta ao ministro-chefe de gabinete Yoshihide Kan (cargo ocupado à época). Do lado japonês, especialmente entre as empresas japonesas da indústria automobilística, elétrica / eletrônica, maquinários / metais, etc., existe um forte senso de perigo devido às negociações do Acordo de Livre Comércio Mercosul-UE terem sido concluídas e estarem em andamento as negociações do Acordo de Livre Comércio Mercosul-Coreia do Sul.

Nessas circunstâncias, a Federação das Associações de Províncias do Japão no Brasil (Kenren) apresentou ao governo japonês, em agosto de 2018, uma petição para se firmar APE Mercosul-Japão. Segundo o Sr. Yasuo Yamada, o presidente da Kenren à época, cada província tem consultado a Federação para promover as exportações de produtos agrícolas para o Brasil, e várias exposições de produtos já foram realizadas, mas os resultados não têm sido alcançados. Ele acredita que isso tenha ocorrido porque existem várias barreiras comerciais entre o Japão e o Brasil, e afirmou que o APE Mercosul-Japão é necessário para remover essas barreiras e permitir que os produtos típicos das províncias sejam exportados para o Brasil.

Voos entre Japão e São Paulo

No passado, os aviões da JAL (Japan Airlines) voavam para São Paulo, e ouvi várias vezes de brasileiros, que se lembram daquela época, que gostariam que essa rota fossem reativadas. Quando eu visitei o então governador João Dória, em novembro de 2019, o próprio governador expressou sua

expectativa de uma companhia aérea japonesa operar até São Paulo, do ponto de vista de promoção do turismo ao Brasil. Por outro lado, não parece tão fácil para uma companhia aérea japonesa operar até São Paulo. No passado, quando a JAL operava, seus concorrentes eram principalmente companhias aéreas americanas e brasileiras, mas agora a concorrência inclui companhias aéreas da Europa e do Oriente Médio, e a competição está cada vez mais acirrada.

De fato, muitos passageiros têm usado as companhias aéreas do Oriente Médio, como a Emirates Airlines, via Dubai, para viagens de ida e volta entre o Japão e São Paulo. Nessas circunstâncias, durante a crise da Covid-19, muitos expatriados japoneses em São Paulo voltaram de Qatar Airlines, via Doha, enquanto o número de voos para o Japão diminuía. Sou muito grato ao Sr. Toshimitsu Motegi, ministro dos Negócios Estrangeiros por persuadir o seu colega de Qatar, em abril de 2020, a continuar os voos de São Paulo para o Japão, via Doha.

3. Tendência das empresas japonesas

Tendência em 2019

O investimento das empresas japonesas, que vinha caindo desde o seu pico em 2011, deu sinais de recuperação em 2019. Como resultado do estabelecimento de um fundo de investimento de US\$ 5 bilhões na América Latina pelo Softbank, o investimento do fundo no Brasil está aumentando. Em particular, o fundo atraiu a atenção por investir ativamente em *startups* brasileiras.

No terceiro trimestre de 2019, o Japão ficou em primeiro lugar em termos de investimento no Brasil por país, com US\$ 1 bilhão. Quanto às *startups*, existem casos de fundos de capital de risco japoneses que investem por estarem interessados nas *startups* brasileiras, como é o caso do Softbank, e casos de agricultores brasileiros interessados em se tornarem clientes das *startups* japonesas que ofereçam aplicativos para operação auto-

mática de tratores. Assim, existe a possibilidade do intercâmbio entre os dois países continuar ativo neste campo.

A China tem uma grande presença na área de agricultura e de infraestruturas como redes de linhas de transmissão no Brasil, mas recentemente, parece que também está expandindo sua presença no campo do investimento em empresas *startup*. De acordo com uma pesquisa da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), o Brasil recebeu US\$ 75 bilhões no ranking dos países que receberam Investimentos Estrangeiros Diretos (IED) em 2019, sendo o quarto maior do mundo, depois de Estados Unidos, China e Cingapura.

Além disso, a OJI PAPER CO., LTD. ocupa grande fatia do mercado de papéis termossensíveis no Brasil, utilizados para a emissão de extratos em terminais de pagamento com cartão de crédito e débito, e, em 2019, anunciou que faria um novo investimento de 13 bilhões de ienes em Piracicaba, no interior do estado de São Paulo. A AGC VIDROS também inaugurou uma nova fábrica, a segunda no Brasil, em 2019, e suas atividades estão ganhando dinamismo. A TOYOTA também anunciou, em setembro, que faria um novo investimento de R\$ 1 bilhão na fábrica de Sorocaba.

A DAISO também tem negócios no Brasil. Apesar do custoso e complicado sistema tributário brasileiro, o preço é mantido relativamente baixo e sua qualidade é muito bem avaliada pelos brasileiros, e a marca DAISO está também se estabelecendo no Brasil. Assim que a marca se enraizou, parece que vários shopping centers começaram a enviar ofertas para abrir lojas DAISO, sendo possível abrir lojas a um preço inferior, facilitando ainda mais o crescimento do número de lojas. Além de shopping centers, as lojas também estão se expandindo ativamente em espaços de supermercados. Atualmente, o número de lojas cresceu para mais de 50 no Brasil, principalmente no estado de São Paulo.

Agronegócios

O Brasil começou a exportar uma grande quantidade de soja, milho, proteína animal, etc. para a China, e essas exportações estão impulsionan-

do o crescimento econômico do Brasil. O crescimento do setor agrícola devido à demanda chinesa pode ser uma oportunidade de negócios para as empresas japonesas. Por exemplo, a SUMITOMO CORPORATION adquiriu a Agro Amazônia, que vende maquinário agrícola, pesticidas, fertilizantes, etc., com sede em Mato Grosso, e está fazendo negócios. A MITSUI & CO., LTD. também investiu em uma empresa de defensivos agrícolas em Ribeirão Preto, no estado de São Paulo.

A expansão dos negócios relacionados à agricultura, como pesticidas, maquinários agrícolas e fertilizantes, parece ser uma oportunidade de negócios também para as empresas japonesas. Além disso, o Brasil, uma potência agrícola, também visa reduzir custos e melhorar a produtividade com a introdução da agricultura inteligente e da agricultura de precisão. Por exemplo, conforme mencionado anteriormente, há interesse nos esforços para reduzir custos, usando o aplicativo de operação automática de tratores de *startups* japonesas, que pulverizam pesticidas e fertilizantes sem desperdício.

Indústria de alimentos

Diz-se que a indústria de alimentos não é facilmente afetada pela situação econômica. Entre as empresas japonesas, o tempero em pó “Sazón” da Ajinomoto se consolidou como uma marca sólida no Brasil. Eu visitei a fábrica da AJINOMOTO em Valparaíso, que costumava produzir ração animal a partir de aminoácidos, mas com o avanço das rações baratas das empresas chinesas, mudou seu modelo de negócios e agora produz um ingrediente usado em creme dental para aliviar dores de dente, fazendo negócios com maior valor agregado. Além disso, a Nisshin Foods já consolidou o *Cup Noodles* entre os brasileiros. Em janeiro de 2019, a YAKULT realizou em São Paulo uma grande cerimônia pelos 50 anos da Yakult Brasil. 2.000 pessoas compareceram, incluindo várias vendedoras autônomas de produtos Yakult. Ouvi dizer que a comercialização de produtos Yakult através do sistema das vendedoras autônomas foi bem aceita no Brasil.

Inovação

O escritório da JETRO em São Paulo, juntamente com o Consulado Geral, está apoiando o intercâmbio de negócios entre os dois países na área de inovação, realizando eventos como uma reunião aberta de intercâmbio de inovação na Japan House São Paulo, em novembro de 2019. Jovens japoneses que estudaram na Espanha estão desempenhando um papel importante no intercâmbio Japão-Brasil no campo da inovação.

A NTT DATA adquiriu a empresa espanhola de TI Everis, que está expandindo ativamente seus negócios no Brasil e na América Latina. As empresas espanholas têm pontos fortes nas áreas de finanças e telecomunicações, especialmente na região da América Latina, e este é um exemplo de como aproveitar os pontos fortes dessas empresas espanholas. Este foi um exemplo de entrada no mercado sul-americano através da Espanha, enquanto muitas empresas japonesas procederam com negócios sul-americanos, via Estados Unidos. Mencionei anteriormente que jovens japoneses que estudaram na Espanha também são atuantes no campo da inovação, mas parece que a Espanha desempenha um papel importante no fortalecimento das relações econômicas entre o Japão e a região da América Latina. Desde a década de 1990, empresas espanholas como a Telefonica e o Banco Santander avançaram nas áreas de telecomunicações, finanças, energia elétrica, etc. na América Latina, através dos laços históricos, e agora se tornaram grandes empresas que sustentam a economia espanhola. Olhando para a expansão das empresas espanholas nesses campos da indústria terciária, na região da América Latina, eu acho que os benefícios de ter um idioma comum são imensos.

A NEC introduziu sistemas de reconhecimento facial em 14 aeroportos internacionais do Brasil e, por ser realmente eficaz na detecção de contrabandistas, etc., o governo brasileiro obteve resultados suficientes, proporcionais ao valor do investimento. Por quase 20 anos, o governo japonês tem cooperado com a Polícia Militar do estado de São Paulo para introduzir um sistema de polícia comunitária e, graças a essa cooperação, São Paulo tem a menor taxa de homicídios entre os 27 estados do Brasil.

Acho que poder ver esta melhora na segurança do Brasil, por meio da cooperação dos setores público e privado japoneses é uma contribuição importante do Japão. De qualquer forma, o sistema de reconhecimento facial de empresas japonesas também está exposto a uma competição acirrada com empresas chinesas em termos de preços.

Um exemplo bem-sucedido de cooperação Japão-Brasil é a adoção do sistema japonês de transmissão de televisão digital terrestre pelo Brasil. Este método Japão-Brasil foi levado horizontalmente para outros países da América Latina, e o método japonês alcançou difusão nestes países, através do Brasil. O ministério de Assuntos Internos e Comunicações está em negociações com o governo brasileiro para realizar tais cooperações com o Brasil em uma ampla gama de áreas de TIC. Em junho de 2020, a Allm Inc., que desenvolve tecnologia de diagnóstico médico remoto no âmbito internacional, decidiu desenvolver esta tecnologia em São Paulo, com o apoio do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

Tendência da diminuição de expatriados

Diz-se que o número de expatriados japoneses no Brasil está diminuindo. O motivo é que os lucros das empresas não aumentaram, devido à recessão da economia brasileira e que o envio de expatriados para o Brasil acarreta custos como o de impostos e outros. Ouvi dizer que alguns presidentes de empresas japonesas estão aconselhando a matriz a reduzir o número de expatriados. Ao reduzir o número de expatriados, os custos de mão-de-obra podem ser reduzidos e a equipe local pode ser designada para os cargos vagos, o que incentiva a equipe local e revitaliza a organização.

Tem sido crescente no Brasil, o número de empresas japonesas representadas por pessoal contratado localmente. Parece que algumas empresas japonesas julgaram que os negócios andarão melhor se um brasileiro (ou alguém de outro país da América Latina), que vive no local, ocupar o cargo de chefia, ao invés de expatriados do Japão, que serão substituídos em 3 a 5 anos. É incerto se o número de expatriados diminuirá ainda mais à medida que a comunicação *online* se torna mais ativa devido à crise do coronavírus,

mas de acordo com um funcionário de uma empresa japonesa, é necessário um certo número de expatriados familiarizados com a situação local. Em vez disso, alguns indicaram que a disseminação de conferências *online* pode reduzir o número de viajantes de negócios da matriz.

Além disso, ouço de muitos japoneses que estiveram no Brasil, após terem vivido em vários países ao redor do mundo, que sentem um respeito muito forte do Brasil pelo Japão e pelos japoneses em comparação com outros países. Provavelmente, isso também é resultado da confiança que os nikkeis cultivaram no Brasil ao longo dos anos. Também existem muitos expatriados japoneses que ressaltam que o povo da cidade de São Paulo é simpático ao Japão, tem muita comida japonesa e restaurantes japoneses, tem clima ameno por estar a 800 metros de altitude, e é uma cidade muito confortável para se viver, exceto pela segurança. Embora possa ultrapassar os 30 graus no verão, não é tão úmido como no Japão e raramente cai abaixo dos 10 graus no inverno. Em relação à segurança, o número de homicídios por 100 mil pessoas melhorou em São Paulo, sendo o menor número em 27 estados brasileiros. Também gostaria de mencionar o papel desempenhado pela cooperação no policiamento comunitário com o sistema japonês *koban*, na melhoria da segurança.

Apoio à comunidade nikkei

As empresas japonesas em expansão na região, também, estão apoiando ativamente a comunidade nikkei. A restauração do Museu Histórico da Imigração Japonesa no Brasil, no bairro da Liberdade, está sendo efetuada com a colaboração de várias empresas japonesas. Além disso, em 2018 foi comemorado os 110 anos da imigração japonesa no Brasil, e muitas atividades relacionadas à efeméride foram realizadas, com verbas arrecadadas com rifas de carros doados pela TOYOTA e pela HONDA. Além disso, a TOYOTA está cooperando com o Campeonato Brasileiro de Beisebol, e a HONDA coopera como patrocinadora de um torneio de golfe para japoneses.

Não só isso, muitas empresas japonesas participaram do “Festival do Japão” em São Paulo, e a relação de cooperação entre a comunidade nikkei e as empresas japonesas, que entraram no mercado, está progredindo. A MITSUBISHI ELECTRIC, além de ter se tornado membro Gold da Japan House São Paulo e usar ativamente a entidade para promover a empresa, fornece suporte para atividades de limpeza realizadas pela JCI Brasil-Japão (Camara Júnior Internacional), um grupo de jovens nikkeis, e para jogadores e treinadores de tênis de mesa nikkeis. Espera-se que esses atletas e treinadores tenham um papel ativo nos Jogos Olímpicos de Tokyo em 2021. Muitos nikkeis trabalham em empresas japonesas, e para promover o encontro entre nikkeis e empresas japonesas, o Consulado Geral realiza, na Japan House São Paulo, reuniões com os bolsistas que retornam ao Brasil, para ouvir seus relatos e criar um ponto de contato com as empresas japonesas.

4. Esforços do Consulado Geral para apoiar as empresas japonesas

Fornecimento de informações sobre segurança

Do ponto de vista do apoio às empresas japonesas, é importante fornecer prontamente as informações locais de segurança aos residentes japoneses, incluindo expatriados de empresas japonesas. O Consulado Geral fornece informações o mais rápido possível, quando toma conhecimento dos crimes em que residentes japoneses estão envolvidos, e também dá palestras sobre segurança para escolas japonesas e empresas japonesas, mediante solicitação. Em janeiro de 2020, convidamos um especialista japonês em medidas de segurança para em São Paulo, ministrar aulas sobre sua especialidade aos residentes japoneses, incluindo os expatriados.

Medidas contra a propagação da infecção da Covid-19

A primeira pessoa infectada foi confirmada em São Paulo no final de fevereiro de 2020, causando grave impacto econômico e social desde então. Nessa circunstância, o papel importante do Consulado Geral era transmitir aos residentes japoneses a política e as informações emitidas pelos governos federal e estadual, da maneira mais precisa e rápida possível. Além disso, operavam em São Paulo, rotas de voos comerciais internacionais que ligam a Europa e os Estados Unidos, mas o número foi diminuindo gradativamente. Assim sendo, enviei aos residentes de curto prazo e àqueles que precisavam voltar para casa, um e-mail consular recomendando que voltassem o mais cedo possível. Os demais países ocidentais emitiram recomendações semelhantes, para incentivar as viagens de retorno.

Estou ciente de que houve um número relativamente grande de famílias de ex-patriados que voltou para o Japão, em meio a essa situação, mas também houve expatriados que permaneceram e continuaram a trabalhar. Naquela época, a infecção se espalhou por São Paulo, e a possibilidade de um colapso médico não poderia ser descartada. Entretanto, fatores como a longa viagem para o Japão ser um risco de infecção, a imposição de ficar isolado por 14 dias na chegada, e ainda haver trabalho a ser feito no Brasil parece ter contribuído para que muitos expatriados permanecessem no país. De qualquer forma, como as medidas de quarentena continuavam em São Paulo, o Consulado Geral atendeu a diversas consultas de empresas japonesas.

Almoços mensais

A Câmara de Comércio e Indústria Japonesa do Brasil realiza um almoço regular na terceira sexta-feira de cada mês, com a participação de muitas empresas japonesas. No almoço, eu relatei sobre a situação das atividades do Consulado Geral, a situação de segurança, etc., para fornecer informações às empresas japonesas.

Solicitação às autoridades brasileiras

A preocupação dos fabricantes japoneses de pesticidas é que os produtos ilegais que não foram aprovados pelos reguladores brasileiros entraram no mercado nacional por contrabando e violaram os direitos dos fabricantes, que produzem e vendem pesticidas por meios legítimos. Os fabricantes japoneses de cigarros também estão sendo afetados pelo cigarro ilegal barato trazido pelo contrabando. No Brasil, os cigarros ilegais representam mais da metade dos cigarros vendidos no mercado. Com relação a essas questões, o Consulado Geral presta apoio indireto às empresas japonesas, solicitando às autoridades que tomem medidas cabíveis.

Apoio à expansão de pequenas e médias empresas ao exterior

Como o Japão enfrenta o declínio populacional e espera-se o encolhimento do mercado interno no futuro, o governo japonês está apoiando ativamente a expansão internacional de pequenas e médias empresas. O mercado brasileiro que não é fácil nem para as grandes empresas, será ainda mais difícil para o sucesso das pequenas e médias empresas japonesas. Algumas delas, contudo, encontraram bons parceiros no Brasil e obtiveram sucesso, e o Consulado Geral também fornece apoio indireto para que elas possam entrar no Brasil.

No início de fevereiro de 2020, mais de 10 pequenas e médias empresas japonesas visitaram o Brasil como uma equipe de sondagem em colaboração com a comunidade nikkei da América Latina e Caribe, conduzida pela JICA, e como resultado da prospecção de oportunidades de negócios, houve resultados promissores para o futuro. Impressionou-me muito, as palavras de um jovem empresário japonês que visitou São Paulo em agosto de 2019. Ele me disse que muitos japoneses migraram para o Brasil a partir de 1908 em busca de trabalho, pois não havia empregos no Japão. E agora que o Japão enfrenta crise de população em declínio e envelhecimento da sociedade, espera-se que os japoneses de hoje tenham a coragem de se aventurarem rumo ao exterior.

O governo japonês coopera com os escritórios regionais da JETRO no Japão para oferecer apoio indireto aos esforços de pequenas e médias empresas, de diversas partes do Japão, a se expandirem para o Brasil.

5. Impacto da Covid-19 nas empresas japonesas

Embora a crise da Covid-19 esteja tendo um grande impacto na economia e na sociedade brasileira, o mesmo está ocorrendo com as empresas japonesas em atividade na nossa região. Alguns apontaram que, devido à influência da Covid-19, 2011-2020 pode ser o período com o crescimento mais lento desde a década de 1980, que foi considerada a década perdida no Brasil. Mesmo nestas circunstâncias, negócios relacionados à agricultura, logística e saúde continuam fortes, e os negócios de alimento, apesar do impacto da alta dos preços das matérias-primas importadas, devido à desvalorização do Real, continuam tendo uma demanda razoável por serem produtos indispensáveis mesmo em tempos desta crise. Por outro lado, o negócio automobilístico, que tem um grande efeito cascata sobre a economia e o emprego, parece ter sido bastante afetado, precisando estar atento às tendências futuras.

CRPÍTULO
4

**São Paulo sob o recrudescimento
da Covid-19**



São Paulo sob o recrudescimento da Covid-19

Ao terminar de escrever o Capítulo 3 do meu relato, veio a crise da Covid-19 e, durante os últimos quatro meses do meu mandato, o trabalho foi quase todo direcionado às contramedidas do coronavírus. O Brasil foi amplamente divulgado no Japão como sendo o segundo país mais infectado do mundo, depois dos Estados Unidos. Neste capítulo, gostaria de comentar sobre o que senti, estando em São Paulo.

1. Situação local no início da infecção

Mesmo após a confirmação da primeira pessoa infectada em São Paulo no dia 26 de fevereiro, parecia para mim que a crise não era tão grave. No início de março, aproveitei a oportunidade para trocar ideias com alguns especialistas locais sobre o assunto do novo coronavírus, mas eles pareciam não estar preocupados. Na ocasião, funcionários do governo do estado de São Paulo também fizeram declarações desfavoráveis sobre o fechamento das escolas.

2. Aumento da consciência local pela crise

Mudança no direcionamento da maré

Nestas circunstâncias, parece que a direção da maré passou a mudar, de 11 para 12 de março. Em 11 de março, a OMS declarou a existência

da pandemia do novo coronavírus e no dia 12 de março, foi confirmada a infecção do Sr. Fábio Wajngarten, secretário especial de Comunicação Social da Presidência da República, que visitou os Estados Unidos com o presidente Jair Bolsonaro. A partir dali, começou a surgir, de forma repentina, também em São Paulo, a tendência de levar a sério a Covid-19. Existem números que expressam claramente os fatos.

Na Japan House São Paulo, a mostra *Dreamed Japan* (Japão em Sonhos), mostra de projeção por meio de *video mapping* iniciada em fevereiro, foi um grande sucesso e foi abençoada com muitos visitantes de fevereiro a março. Na quarta-feira, 11 de março, o número de visitantes foi 2.445, quase o mesmo da quarta-feira da semana anterior, mas na quinta-feira, 14 de março, o número diminuiu 20% em relação à semana anterior, 15% no dia 13 (sexta-feira), 42% no dia 14 (sábado) e 50% no dia 15 (domingo). Pode-se dizer que o número diminuiu significativamente na segunda metade da semana, conforme a sensação do aumento de perigo de disseminação da infecção da Covid-19, ficando os paulistanos mais relutantes para sair de suas casas.

Medidas de isolamento social

A. No dia 13 de março (sexta-feira), à noite, a cidade de São Paulo solicitou a suspensão voluntária de eventos onde muitas pessoas poderiam se reunir e, no dia seguinte, estava programado o “Simpósio do Festival do Japão” promovido pela Federação das Associações de Províncias do Japão no Brasil (Kenren). Parecia que a entidade organizadora também estava em dúvida se deveria ou não realizar o evento no dia seguinte, mas naquela noite, o governo do estado de São Paulo fez um anúncio fixando em 500 pessoas ou mais o tamanho da aglomeração que deveriam ser suspensas e, por causa disso, foi decidido pela realização.

Naquela época, havia a sensação de que as políticas da cidade de São Paulo e do estado não estavam coordenadas entre si. Depois disso, contudo, o governador João Dória e o prefeito Bruno Covas deram uma coletiva de imprensa para levar ao conhecimento do público que estavam trabalhando

em colaboração. Olhando para trás, o critério de 500 pessoas parece ter sido bastante brando. Naquela época, parece que o governo do estado estava preocupado com a disseminação da infecção, mas ainda queria minimizar o impacto na economia. Em 17 de março, quatro dias após o anúncio desse critério, o mesmo foi cancelado, tendo sido solicitada a suspensão de todas as aglomerações e as instalações culturais foram fechadas. Em 20 de março, o estado de São Paulo declarou a situação de calamidade pública e tomou medidas de isolamento social. Estas medidas eram mais brandas do que as dos países ocidentais, mas eram mais rígidas do que as do Japão. Em princípio, as atividades comerciais, como restaurantes e shopping centers, foram suspensas e as pessoas foram impedidas de sair, exceto para a compra de mantimentos e medicamentos.

B. A paisagem da Avenida Paulista, via principal da cidade de São Paulo, mudou após a implantação da política de isolamento social. Durante o dia, o número de pedestres diminuiu drasticamente, dando lugar aos jovens chamados *motoboys*, encarregados de entregas, aguardando os respectivos pedidos. O estado e a cidade de São Paulo mediram a taxa de implementação do isolamento social com a cooperação de empresas de telefonia móvel. O governador João Dória emitia um alerta sempre que o valor fosse inferior a 50%. No início do isolamento social, a taxa de implementação estava perto de 60%, mas depois diminuiu e, em maio, fechou muitas vezes abaixo de 50%. Um outro assunto é o alerta emitido na Avenida Paulista, sempre que o nível de poluição do ar aumenta. Apesar do isolamento social ter começado e nenhum alerta ter sido dado durante algum tempo, o primeiro alerta foi emitido em 30 de abril. Ao se verificar o motivo, teria sido pelo volume de trânsito que havia crescido, causado por aumento das saídas de carro, provavelmente devido ao cansaço pelo isolamento.

C. No estado de São Paulo, em meados de maio, a população estava cansada do isolamento e começaram as manifestações contra as medidas de quarentena, embora a situação não mostrasse queda na propagação da infecção. Assim sendo, foram tomadas medidas mais severas como restrições rígidas no controle de tráfego, de acordo com os números das placas

de veículos, e antecipação de feriados, na tentativa de aumentar a taxa de isolamento social. A partir daí, começou-se a falar sobre a implantação do *lockdown*, e o número de infectados continuou a aumentar devido ao crescimento da quantidade de exames e a disseminação da infecção pelo interior do estado. Entretanto, em decorrência do aumento dos leitos de UTI, a sua taxa de ocupação caiu e a situação se acalmou. Olhando para trás, a taxa de ocupação da UTI na cidade de São Paulo girava em torno de 90%, do final de maio ao início de junho, e a situação era muito preocupante.

Medidas tomadas mais cedo do que na Europa e nos Estados Unidos

Avalia-se também que São Paulo tomou medidas de forma precoce, tendo como referência as da Europa e dos Estados Unidos, uma vez que enfrentou a crise depois da onda de lá. De acordo com os dados do governo do estado de São Paulo, ao comparar o número de infectados no momento da adoção da política de isolamento social, a Bélgica tinha 1.243, a Espanha tinha 6.391, a França tinha 5.423, a Itália tinha 7.375 e o Reino Unido tinha 6.650. Por outro lado, o número de infectados em São Paulo, era de 745. Ou seja, verifica-se que as medidas foram tomadas antecipadamente, ao identificar as medidas tomadas pelos países europeus.

Talvez devido a estas medidas, a proporção de pessoas infectadas em São Paulo, em comparação com o resto do país, diminuiu de 68% em 15 de março, para 27% em 13 de maio. Prevendo a falta de leitos, foram construídos hospitais de campanha no estádio de futebol do Pacaembu, centro de eventos do Anhembi, Parque Ibirapuera, dentre outros, aumentando o número de leitos em mais de 2.000. Houve aumento do número de UTIs e aquisição de respiradores artificiais. Desde meados de junho, o então governador João Dória afirmava repetidamente que não haveria colapso de saúde em São Paulo.

Governador João Dória vs. presidente Jair Bolsonaro

A campanha que levou à eleição de João Dória, em outubro de 2018 foi muito difícil. Ele se aliou ao candidato à presidência Jair Bolsonaro, e

usou o ímpeto de sua campanha para vencer elegendo-se com a dobradi-
nha “Bolsodoria”. Depois disso, os dois se distanciaram gradativamente, e
o conflito entre os dois tornou-se decisivo quando da resposta à crise da
Covid-19. Os eixos de polarização são os dois pontos seguintes. O primei-
ro foi o desacordo sobre o isolamento social. Enquanto o presidente Jair
Bolsonaro criticava abertamente o governador João Doria, que continuava
a sua política de isolamento social, chamando a Covid-19, de “simples gri-
pe”, o governador discutiu frontalmente com o presidente, dizendo que ele
não deveria trazer política e ideologia para a luta contra a Covid-19, mas
que deveria tomar medidas do ponto de vista científico e médico e que, no
momento, deveria se concentrar em salvar vidas.

O segundo ponto foi a postura em relação à China. As pessoas ao
redor do presidente Jair Bolsonaro continuavam a realizar campanhas nega-
tivas contra a China e as relações com a China se tornaram instáveis. Por
exemplo, em 18 de março, o deputado Eduardo Bolsonaro, filho do pre-
sidente, que tinha forte influência na política externa, fez uma declaração
criticando fortemente a ocultação da Covid-19 pela China. Em resposta, o
governador João Doria destacou a importância da China, principalmente
no campo econômico para o estado de São Paulo, e enfatizou a cooperação
com a China no combate à Covid-19, ao mesmo tempo em que criticava
implicitamente o presidente Jair Bolsonaro, que repetidamente atacava a
China. Ambos tinham aspirações na eleição presidencial de 2022 e pare-
cia que as campanhas eleitorais já haviam começado. De acordo com as
estatísticas de comércio exterior do primeiro trimestre de 2020, as expor-
tações do Brasil para a China, principalmente de produtos agrícolas, têm
sido positivas ano após ano. Considerando as dificuldades enfrentadas pela
economia brasileira, destaca-se a importância cada vez maior da economia
chinesa para o Brasil.

Além disso, em 18 de junho, o estado de São Paulo anunciou que
daria continuidade ao desenvolvimento governado de uma nova vacina
contra a Covid-19, em cooperação com a China, mas foi criticado na
Internet, por grupos que são críticos à China. Deve-se notar que esses
grupos são os mesmos que apoiavam o presidente Bolsonaro. Em resposta,

o governo brasileiro anunciou cooperação no desenvolvimento de vacinas com a Universidade de Oxford.

Abalos na administração federal

O governo Jair Bolsonaro foi inicialmente considerado como sendo formado por quatro grupos. Em primeiro lugar, devido ao fato do presidente ter sido militar, houve a nomeação dos militares nos postos-chave do governo, incluindo ministros de Estado. Embora esse grupo tivesse sido visto de forma negativa por aqueles que não gostaram de sua atuação durante o período militar, alguns brasileiros tiveram expectativas pela capacidade de organização, estratégia e disciplina dos militares.

O segundo era um grupo liderado pelo ex-ministro da Justiça Sérgio Moro, que liderara a luta contra a corrupção. Ele foi o ministro-propaganda do governo Jair Bolsonaro, que trouxe muito apoio do público, mas renunciou após criticar a intervenção do presidente nas nomeações da Polícia Federal. O presidente Jair Bolsonaro foi eleito porque a população estava enojada com a corrupção do governo anterior, mas a imagem do presidente lutando contra a corrupção desabou rapidamente, devido à suposta corrupção de seu filho Flávio Bolsonaro, o que fez com que o seu índice de aprovação caísse.

O terceiro é o grupo do ministro da Economia Paulo Guedes, que lidera a rota da liberalização econômica. Ele liderou várias reformas, como reforma previdenciária, desregulamentação e acordo de livre comércio com a UE, mas o déficit orçamentário se expandiu rapidamente devido às despesas provenientes de combate a Covid-19, deixando a gestão econômica futura sob atenção.

O quarto é um grupo que também é apontado como sendo anticomunista e dogmático, centrado no filho do presidente, Eduardo Bolsonaro. Tem grande influência na política externa, enfatizando as relações com os Estados Unidos, criticando a China e sendo pró-Israel. Como as exportações agrícolas para a China estão impulsionando a economia brasileira e a importância da economia chinesa vem aumentando, tornaram-se contro-

versas as críticas a esses grupos que realizam campanhas negativas contra a China.

Em meio a um movimento para *impeachment* do presidente Jair Bolsonaro, desencadeado pela sua intervenção nas nomeações na Polícia Federal, ele precisou buscar o apoio dos partidos do centro para evitar de alguma forma o seu *impeachment*. E assim, se viu forçado a atender as demandas quanto à distribuição de cargos do governo para nomear os políticos dos partidos do centro. Com isso, a situação tornou-se a mesma dos governos anteriores, contrariando as suas promessas eleitorais de que não haveria este tipo de acordos. Isto pode vir a ser um obstáculo às várias reformas que o presidente estava tentando realizar.

Fala-se também que a renúncia do ministro Sérgio Moro eliminou a presença do segundo grupo e, acabou por dar espaço para o grupo dos militares. Embora o presidente Jair Bolsonaro tenha sido criticado no país e no exterior, sua popularidade não caiu abaixo de 30% nas pesquisas de opinião, e parece ainda ter uma base sólida de sustentação.

Mesmo diante desta situação, há opiniões de que a democracia está funcionando razoavelmente, devido às ações do Poder Judiciário, pois quando o presidente sai sem máscara e pratica ações desenfreadas, como o aperto de mãos e abraços aos simpatizantes, foram os casos em que o Poder Judiciário interveio ativamente, multando-o pelos seus atos.

3. Esforços contra a disseminação da Covid-19

Nessas circunstâncias, tratei de trabalhar de acordo com as seguintes prioridades:

Proteção aos japoneses residentes na área de jurisdição

A. A primeira prioridade foi a medida de proteção aos residentes japoneses. Com a disseminação da infecção em São Paulo, as preocupações dos residentes japoneses aumentaram. Com a sua propagação, havia a preocupação se a situação médica estaria bem, e se haveria tratamento disponível

suficiente quando a situação se agravasse e a saúde entrasse em colapso, ou se haveria turbulências sociais caso os cidadãos não suportassem o isolamento social por longo tempo. Para muitas empresas japonesas em atividade na região, parece ter sido decisão difícil, chamar de volta ou deixar os expatriados e suas famílias no local. Eu também fui consultado diretamente pelas matrizes das empresas no Japão sobre a situação no Brasil.

Parece que muitas famílias com filhos receberam ordens para voltar ao Japão, mas também houve um número relativamente grande de expatriados que permaneceram e continuaram a trabalhar. O agronegócio e a logística de produtos agrícolas continuaram operando apesar da crise da Covid-19, e as fábricas de produtos médicos também operam com o aumento da demanda, devido à pandemia.

B. Considerando a fragilidade da situação médica na África, o governo japonês emitiu um alerta em 31 de março, pedindo a evacuação dos residentes japoneses. Por outro lado, no Brasil, apesar de variar de acordo com a região, o sistema médico não é frágil e há hospitais de nível respeitável. Além disso, como a infecção se espalhou no Japão e tendo sido declarado estado de emergência, o país também não estava exatamente seguro. E havia, ainda, o risco de infecção nos voos de retorno para o Japão e também nas conexões. Assim sendo, implantou-se a obrigatoriedade de se submeter aos exames de PCR na chegada dos voos, e restrições de atividade ao retornar ao país, incluindo-se a necessidade de permanecer em casa por duas semanas. Nessas circunstâncias, o número de voos de ida e volta de São Paulo ao Japão diminuiu e o Consulado-Geral começou a divulgar informações sobre viagens, recomendando o retorno antecipado de residentes de curto prazo e daqueles que precisavam retornar ao Japão. Essas informações sobre viagens eram geralmente semelhantes às de outros países ocidentais.

C. A pior situação possível era que ocorresse um colapso na saúde em São Paulo e não houvesse voos comerciais regulares para o Japão. O Consulado-Geral se esforçou para enviar informações divulgadas pelas autoridades federal, estadual e municipal de São Paulo e informações sobre

voos comerciais com a maior rapidez e precisão possíveis, através de e-mail consular. Além de trabalhar em estreita colaboração com o governo do estado de São Paulo por meio de videoconferências, etc., também trabalhei em estreita colaboração com a Secretaria Internacional da cidade de São Paulo. O então governador João Dória passou a dar coletivas diárias regulares à imprensa até o dia 24 de abril e a partir do dia 27, às 12h30 das segundas, quartas e sextas-feiras (mais tarde alterado para 12h45), para informar sobre os esforços do governo estadual. Nas coletivas de imprensa, ele insistia sempre em medidas para as pessoas de baixa renda, protegendo o emprego e mantendo as pessoas em casa para aumentar o índice de isolamento social. Tendo em vista a diminuição do número de voos comerciais e o aumento da taxa de ocupação das UTI em São Paulo, o retorno das famílias expatriadas pareceu ter avançado neste período.

D. Outro motivo para o Japão se preocupar com a situação no Brasil, era o fato de que o então presidente Jair Bolsonaro descrevia a Covid-19 como “apenas uma gripe”, apertava as mãos dos apoiadores sem usar máscara e tirava fotos. Em meio à crise do novo coronavírus, ações como oposição ao isolamento social e, ao mesmo tempo, demissão sucessiva de dois ministros da Saúde foram repetidamente noticiadas. Além disso, a turbulência política causada pela renúncia do ministro da Justiça Sergio Moro estimulou ainda mais a preocupação. Essas ações do então presidente também foram um fator que inquietou as matrizes das empresas japonesas.

O Brasil tem um sistema federal, e o Supremo Tribunal Federal decidiu que as medidas de isolamento social eram da competência de estados e municípios, e o estado de São Paulo e outros estados adotaram medidas de isolamento social de acordo com os padrões internacionais. Não havia muito espaço para o presidente intervir, mas do ponto de vista do Japão, parecia difícil entender essas diferenças.

Eu tentei explicar a situação para as empresas japonesas. Contudo, foi relatado, além disso, que o Brasil não foi capaz de suportar o isolamento por um longo período e começou a retomar as atividades econômicas. Porém, ao menos o estado de São Paulo não seguiu uma regra uniforme

para todo o estado. Buscou garantir a transparência, elevou ou reduziu o nível de atividade econômica com base em indicadores objetivos, como a taxa de ocupação da UTI e o número de pessoas infectadas por semana. Em todo caso, no Brasil, como em outros países, foi uma tarefa difícil garantir a saúde das pessoas ao mesmo tempo em que se tentava suprimir, ao máximo, a estagnação econômica.

Em 25 de março, o então presidente Jair Bolsonaro insistiu que não era preciso se isolar, postando um vídeo com flores de cerejeira japonesa, filmado por nipo-brasileiros, em sua conta do Twitter. Acredita-se que o vídeo tenha sido filmado durante os três feriados consecutivos de 20 a 22 de março. Vale registrar que foi irônico ter ocorrido a propagação da infecção da Covid-19, tanto no Japão, quanto no Brasil, após a postagem no Twitter do presidente.

E. Houve um tempo em que o número de infectados aumentava significativamente em São Paulo, verificando-se que as áreas onde o número de infectados aumentava eram frequentemente bairros com população de renda relativamente baixa.

O ambiente sanitário não era bom e era possível que a infecção tenha se espalhado por causa da densidade de ocupação destas áreas. Por outro lado, na área onde os expatriados japoneses viviam não houve tanto problema de infecção e, felizmente, o número de expatriados japoneses infectados não foi tão alto, devido às precauções tomadas no seu dia a dia, e devido aos trabalhos em *home office*. Houve um tempo em que a taxa de ocupação de leitos para os brasileiros em geral era bastante elevada, mas parecia que ainda havia leitos para estrangeiros.

F. Em relação aos voos comerciais, o número de voos de retorno ao Japão diminuiu para cerca de 2 a 4 voos por dia desde a crise da Covid-19, mas de acordo com funcionários de companhias aéreas, os voos comerciais continuariam operando, devido à necessidade de transporte de cargas. Quando perguntei a uma pessoa relacionada a uma companhia aérea europeia, que eu usei para voltar ao Japão, ele me disse que havia uma demanda para transporte de frutas brasileiras para a Europa e, embora fossem pou-

cos os passageiros, era possível operar voos regulares devido a esse negócio. Assim, foi um alívio saber que os voos comerciais continuariam a operar.

G. De qualquer forma, o ritmo de aumento do número de óbitos se acalmou em junho, e como resultado dos esforços para aumentar o número de leitos da UTI, a sua taxa de ocupação diminuiu, trazendo tranquilidade aos residentes japoneses.

Apoio em São Paulo para conexão de voos para japoneses residentes em países vizinhos

Com a disseminação da infecção da Covid-19, vários países da América do Sul tomaram medidas como o fechamento de aeroportos e suspensão de voos internacionais. Nesse ínterim, o Aeroporto Internacional de São Paulo, na cidade de Guarulhos, que é um aeroporto *hub* na América do Sul, manteve voos comerciais para os Estados Unidos, Europa e Oriente Médio. Tendo em vista a possibilidade de voltar para o Japão por meio destas rotas, São Paulo se tornou uma verdadeira porta de entrada e saída para conexão dos japoneses residentes na América do Sul. Por outro lado, houve anúncio de regras para estrangeiros como os japoneses que fazem conexão em São Paulo, de que não poderiam entrar no Brasil e haveria algumas restrições de comportamento durante a espera no trânsito pelo Aeroporto Internacional de São Paulo. E para os passageiros que chegavam em São Paulo, vindos de países vizinhos para fazer conexão ou fretamento de aeronaves, havia restrições quanto à bagagem que podia ser despachada em voos comerciais regulares de São Paulo. Assim sendo, fornecemos indiretamente o nosso apoio, comunicando estas informações às nossas missões diplomáticas nos países vizinhos. Buscamos, ainda, incentivar as autoridades aeroportuárias e as companhias aéreas a realizarem as conexões com tranquilidade.

Divulgação dos esforços do governo japonês, e outros assuntos

A. Durante o período de crise da Covid-19, eu também me esforcei para divulgar as mensagens sobre as medidas tomadas no Japão, incluindo as

coletivas de imprensa do primeiro-ministro à época, Shinzo Abe. Fizemos *podcasts*, entrevistas na Rádio Nikkei, conferências públicas no Instagram e eventos *online* na Japan House São Paulo, através das redes sociais. Além disso, esforços foram feitos para divulgar as contribuições relacionadas ao novo coronavírus feitas por empresas japonesas com investimento na região, como TOYOTA, HONDA, AJINOMOTO e PANASONIC. Além disso, o Consulado Geral também cooperou financeiramente e na promoção das atividades beneficentes com a iniciativa de fornecer marmitas a moradores de rua, patrocinado pela JCI Brasil-Japão e por Telma Shiraishi, a Embaixadora da Boa Vontade da Difusão da Culinária Japonesa. Como o número de visitantes do Museu Histórico da Imigração Japonesa no Brasil diminuiu devido às medidas de quarentena, também houve uma campanha de resgate a esse Museu, apoiado pelo Consulado Geral.

Ações da China e da Coreia do Sul no Brasil, durante a crise da Covid-19

A China temia que a crise da Covid-19 criasse uma imagem negativa de seu país e estava ansiosa para apoiar o fornecimento de suprimentos médicos, por meio da chamada “diplomacia de máscara”. Mas membros do governo brasileiro disseram, repetidamente, que a origem da Covid-19 era na China e fizeram declarações negativas sobre a falta de transparência daquele país, provocando opiniões negativas sobre a China nas redes sociais brasileiras. De qualquer forma, as exportações de produtos agrícolas do Brasil para a China pareciam continuar fortes mesmo durante a crise econômica provocada pela Covid-19.

Por outro lado, a Coreia do Sul foi frequentemente relatada de forma positiva como um país que teve sucesso em conter a Covid-19, e foi amplamente divulgada na mídia.

Gestão de saúde da equipe consular e dos funcionários locais

Prestamos muita atenção à manutenção da saúde dos membros da equipe consular, funcionários locais e suas famílias. Se este pessoal fosse

infectado, o funcionamento do Consulado Geral seria significativamente prejudicado. Portanto, em resposta à declaração do Estado de calamidade em São Paulo, foram tomadas medidas como mudança de funcionários locais idosos para *home office* em regime integral, atendimento limitado no balcão de atendimento do Consulado, de tal forma que não afetasse as operações de proteção aos japoneses, *home office* tanto quanto possível para a equipe consular e funcionários locais, e controle do horário de trabalho no escritório para evitar ao máximo, que membros da equipe de um mesmo grupo sobrepusessem os horários. O principal objetivo de limitar o atendimento no balcão foi para evitar o risco de infecção, devido ao grande número de visitantes. Contudo, tendo o Brasil sido incluído na lista de áreas de onde a entrada no Japão fora proibida, houve uma queda na demanda de vistos para brasileiros e conseqüentemente, parece que a limitação no balcão de atendimento do consulado não teve efeito prático.

Por outro lado, para evitar a perda da coesão entre os membros, devido ao fato da equipe não se encontrar todos os dias, realizamos reuniões *online* diárias para compartilhar informações. Nestas condições, conseguimos superar a situação unidos, com cada membro da equipe cumprindo suas respectivas funções.

Devido à montagem de tal sistema, felizmente, não surgiu nenhuma pessoa infectada dentre os membros da equipe, funcionários locais e suas famílias, mas é mister continuar vigilante.

Posfácio

Quatro anos já se passaram desde que deixei São Paulo. Lembro que os últimos quatro meses da minha missão naquela cidade foram de medidas e providências em relação a Covid 19, e portanto, não foram dias de muita tranquilidade. Naquela ocasião, não tinha certeza se um dia voltaria a cuidar de assuntos sobre o Brasil. Após deixar São Paulo, fui designado temporariamente para trabalhar no ministério da Defesa, por dois anos, e depois, como Consul Geral em São Francisco por um ano. E felizmente, fui nomeado em setembro de 2023, para ocupar o cargo de Diretor Geral de Assuntos de América Latina e Caribe do ministério de Negócios Estrangeiros. Voltei, assim, a cuidar de assuntos sobre o Brasil após 3 anos.

Ao reler o meu texto, percebo que foram quase três anos de missão repleta de atividades. Procurei concentrar esforços em três segmentos: atividades de cooperação e apoio à comunidade nikkei, suporte à Japan House São Paulo e suporte às atividades das empresas japonesas.

As atividades de cooperação e apoio à comunidade nikkei é um dos pilares principais da diplomacia japonesa em relação à América Latina. Durante minha missão como Consul Geral senti firmeza nas atividades da comunidade através do *Nihon Matsuri* nas diversas localidades na área de minha jurisdição e a impressão que tenho no momento é que a comunidade nikkei saiu fortalecida após vencer a onda da Covid 19. Na verdade, mesmo durante a minha missão em São Francisco, assisti à ampliação do *Nihon Matsuri* nas diversas localidades do estado da Califórnia. Assim, poder-se-ia dizer que o aumento do interesse pela cultura japonesa, incluindo o *Nihon Matsuri*, é um fenômeno de amplitude mundial.

As atividades da Japan House São Paulo vêm se ampliando cada vez mais, após atravessar a onda da Covid 19 e pode-se dizer que conquistou posição de destaque entre as diversas entidades culturais da cidade de São Paulo.

As empresas japonesas também conseguiram atravessar a crise da Covid 19 e neste momento vêm ampliando seus interesses em combustíveis para aeronaves (SAF) de natureza sustentável, bem como o chamado “hidrogênio verde”, e demais negócios relacionados a descarbonização.

Quando este livro foi publicado no site da Associação Central Japão-Brasil, recebi a oferta do Dr. Masato Ninomiya, Professor Senior da Faculdade de Direito da Universidade de São Paulo, para traduzir e publicar em língua portuguesa. Gostaria de externar os meus sinceros agradecimentos ao Professor Masato Ninomiya e demais colaboradores e empresas que apoiaram a publicação deste livro. Será de grande satisfação para mim, se a publicação desta obra em língua portuguesa puder contribuir para aprofundar na sociedade brasileira, o conhecimento sobre a situação da comunidade nikkei no Brasil, os trabalhos da Japan House São Paulo e as atividades das empresas japonesas no Brasil. Tendo em vista a celebração do 130º aniversário da assinatura do Tratado de Amizade, Comércio e Navegação entre o Japão e o Brasil no ano de 2025, quero externar as minhas sinceras aspirações para o fortalecimento e o progresso ainda maior das relações entre os dois países.

Dezembro de 2024

Yasushi Noguchi, ex-Cônsul Geral do Japão em São Paulo

Posfácio do tradutor

Quando o Sr. Yasushi Noguchi publicou este livro *online*, no site da Associação Central Japão-Brasil, impressionou-me a riqueza do conteúdo sobre o seu trabalho em torno do apoio e cooperação junto a comunidade nikkei nos estados de São Paulo, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso e Triângulo Mineiro, área de sua jurisdição. Pensei imediatamente, em traduzir para o vernáculo a fim de possibilitar o acesso ao maior número de brasileiros, de origem japonesa ou não, acerca de informações sobre a realidade das entidades da comunidade nipo-brasileira, da Japan House São Paulo e das empresas japonesas no Brasil.

Entrei em contato com o autor, à época lotado no ministério da Defesa do Japão, que imediatamente me autorizou a traduzir sua obra. Estávamos, contudo, numa época difícil da pandemia da Covid 19, o que causou atraso no trabalho, mas de alguma forma favoreceu a publicação que ocorre no início de 2025, ano do 130º aniversário da celebração do Tratado de Amizade, Comércio e Navegação entre os dois países. Nesse ínterim, ele foi nomeado Consul Geral do Japão em São Francisco e após cumprir essa missão, é agora, o Diretor Geral de Assuntos da América Latina e Caribe, no ministério de Negócios Estrangeiros, cujo escopo do trabalho inclui naturalmente o Brasil.

Tenho me dedicado a diversos trabalhos voluntários na comunidade nipo-brasileira em São Paulo, especialmente ao de apoio aos brasileiros que têm ido trabalhar no Japão, nos últimos 35 anos. Venho presidindo o CIATE – Centro de Informação e Apoio ao Trabalhador no Exterior, constituído em 1992, única entidade que tem o reconhecimento como de utilidade pública, por ambos os governos. Considero o fenômeno Decasségui, um dos três acontecimentos mais importantes da história da imigração japonesa para o Brasil. Citaria, em primeiro lugar, a chegada do *Kasato-maru*, o vapor que trouxe a primeira leva de imigrantes japo-

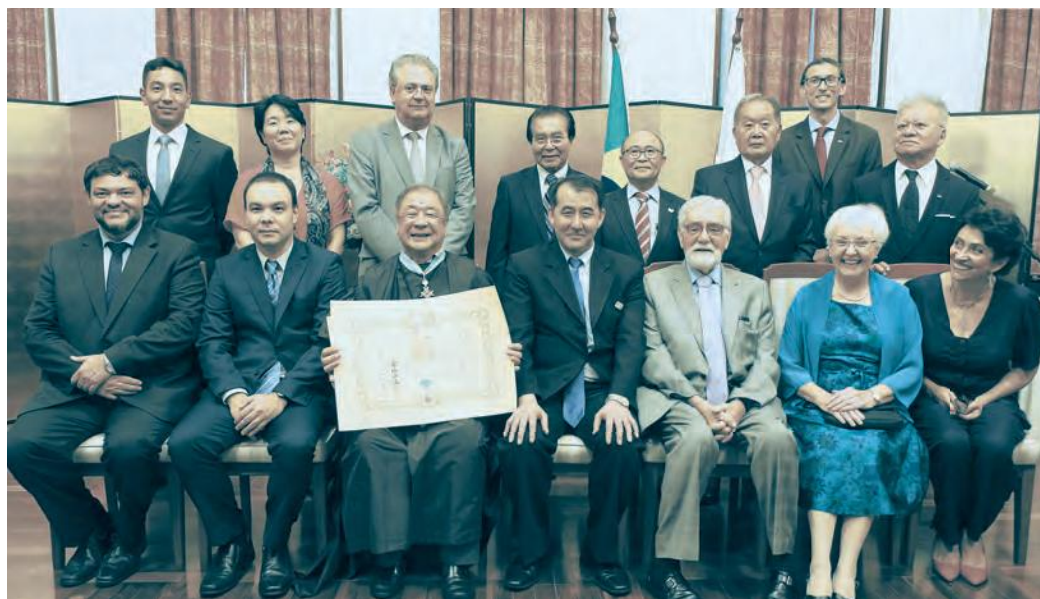
neses para o Brasil em 1908; em segundo lugar, os 10 anos de lacuna no relacionamento devido à Segunda Guerra Mundial, no período de 1942 a 1952. E agora, a existência de uma comunidade brasileira no Japão, de cerca de 210.000 pessoas, fato sempre citado em qualquer oportunidade em que se fale de relações bilaterais. Isto, sem mencionar que nos últimos 35 anos, estima-se que cerca de 700.000 brasileiros foram ao Japão, e de lá voltaram, tendo conhecido o país através do trabalho ou por seus filhos que tiveram oportunidades de estudar naquele país.

Todas as autoridades brasileiras têm dado apoio às realizações do CIATE desde a sua fundação, principalmente do Itamaraty, quer diretamente, quer através do ERESP, Escritório de Representação em São Paulo, do ministério do Trabalho e Previdência Social, INSS e também do Departamento de Trabalho do governo do estado de São Paulo. E do governo do Japão, o ministério de Negócios Estrangeiros, através do Consulado Geral do Japão e do ministério da Saúde, Trabalho e Bem Estar Social, que fornece recursos para manutenção da entidade, através da Associação de Japoneses e Nikkeis no Exterior. Devo agradecer indistintamente a todos, mas em especial ao Sr. Yasushi Noguchi pelo incansável apoio a nossa entidade, tanto através de sua presença nos simpósios internacionais, quanto nas discussões acerca deste assunto em diversos níveis.

Além disso, recebi no dia 3 de novembro de 2019, a inesperada notícia de ter sido agraciado pelo Imperador do Japão com a Ordem do Tesouro Sagrado, Raios de Ouro com Fita, honraria concedida anualmente a um número restrito de pessoas, tanto no Japão como no Brasil. Estive no Japão, juntamente com minha esposa para participar da outorga solene das condecorações, onde tive o privilégio de receber os cumprimentos do próprio Imperador Naruhito, entre centenas de agraciados presentes. Tendo voltado para o Brasil, recebi convite especial do Sr. Yasushi Noguchi, então Consul Geral do Japão em São Paulo, a participar da outorga conjunta de honrarias, juntamente com figuras como o Embaixador Rubens Ricupero, Ministro Roberto Rodrigues, Sr. Luiz Carlos Trabuco Cappi, Dr. Kiyoshi Harada, entre outros.

Assim sendo, o trabalho voluntário desta tradução representa para mim, um modesto agradecimento ao Sr. Yasushi Noguchi por tudo que fez para prestigiar o CIATE, bem como a minha pessoa. Desejo ao Sr. Noguchi, um futuro promissor na sua carreira, bem como os votos de felicidade pessoal junto aos seus familiares.

Dezembro de 2024
Masato Ninomiya



遠い異国の地サンパウロで
日本を想う



野口 泰

はじめに

2020年7月28日、筆者は3年弱の在サンパウロ日本国総領事の任務を終え、サンパウロのグアルーリョス空港を後にし帰国の途についた。初めてのブラジル勤務はあっと言う間の時間であったが、非常に充実した中身の濃い時間であった。在サンパウロ総領事館の館員・現地職員をはじめ多くの方のサポートを得て任務を全うすることができたことに感謝する次第である。

このブラジル勤務の経験をまとめて、多くの方にブラジル及びサンパウロのことを知っていただきたいと思ったのはある契機があった。それは、ビジネスで何度も日本に行ったことのあるブラジル人と懇談した際のこと。そのブラジル人が、「自分は何度も日本に行って日本人と話をしたが、今の日本人は、ブラジルに移住した日本人が如何に苦勞したか、その苦勞を経た上で世代を経るに従ってブラジルで成功し、確固とした地位を築き、ブラジルにおいて日系人は特別に信頼され、尊敬された存在となっていることをあまり知らないね」と言われたことに端を発する。日本でもブラジル日系社会の歴史はそれなりに知られているとは思いますが、ここまでの苦勞をされ、その後の努力により、ブラジルでは日本・日本人が信用・信頼のシンボルとなり、ブラジル人が如何に日本・日本人のことが好きであるかについては、確かにまだ十分には知られてないかもしれない。そこで、自分の経験をまとめて現代の多くの方の日本の方に知ってもらいたいと思った。もちろん、110年を超える日系ブラジル移民の歴史がある中で、わずか3年間にも満たない経験だけで日系社会やブラジルのことを書くことはおこがましい感じもした。それでも、今のブラジルの日系社会がどのような状態にあるかを今日

本の日本人に知ってもらうことは重要なのではないかと考えた次第である。

また、筆者が着任した頃は、日本の新たな発信拠点であるジャパン・ハウス・サンパウロ（以下、ジャパン・ハウスSP）が開館して間もない頃であり、ジャパン・ハウスSPが如何にサンパウロの人たちに愛され、サンパウロの他の文化施設と肩を並べる存在になったかについても、日本の皆さんに知っていただきたいと思う。

2020年2月には、来館者が200万人を超え、日本のコンテンポラリーなアート、日本の地方の魅力、日本食、日本企業プロモーション、政策発信など多くのイベントに使われている。

そして、ブラジルには、2億人を超えるマーケット、豊富な天然資源などを念頭に積極的なビジネスを行っている日本企業が約700社存在する。難しいビジネス環境の中で、日本企業をどのように側面支援させていただいたかについても書かせていただいた。

概ね原稿を書き終えたところで、新型コロナウイルス危機が発生した。筆者の業務も、最後の4ヶ月はこの対策一色になった。こうした中、日本においては、ブラジルでは感染がどんどん拡大しているにもかかわらず、ボルソナーロ大統領がマスクもつけずに外出して新型コロナウイルスは「単なる風邪だ」と言い放っていることなどが大きく報道されていたが、こうした中で、筆者が見たサンパウロでの新型コロナウイルス感染拡大の状況と対策についても触れてみることにする。

あくまでも、筆者が在任中に見聞きした経験に基づいたもので網羅的なものではなく、また、コロナ禍の前と後では状況が著しく異なっている面もあるが、本稿を通じて、多くの日本の皆様にブラジルそしてサンパウロの魅力が伝われば幸いである。なお、本書に示された見解は必ずしも日本政府の見解を表すものではない点にご理解いただければ幸いである。

2020年8月 前在サンパウロ総領事 野口 泰

目次

はじめに.....	14 8
第1章 ブラジル日系社会の現状及び日系社会への支援・連携.....	155
1. 概観.....	156
(1) 笠戸丸のブラジル到着.....	156
(2) ブラジルのサイズ.....	15 7
(3) ブラジルにおける日系社会の存在.....	15 7
2. 主要日系団体の現状.....	159
(1) ブラジル日本文化福祉協会.....	159
(2) サンパウロ日伯援護協会.....	161
(3) ブラジル日本都道府県人会連合会.....	161
(4) 日伯文化連盟(アリアンサ).....	16 4
(5) 日本語新聞.....	16 5
(6) 在日日系ブラジル人社会.....	16 5
(7) 池崎リベルダーヂ文化福祉協会会長.....	16 7
(8) 日系社会を支援する非日系ブラジル人.....	16 8
(9) 南マットグロッソ州及びマットグロッソ州.....	169
3. 日系社会の我が国にとっての重要性及び日系社会への支援・連携の意義.....	170
(1) 日本のブランドイメージ.....	170
(2) 日系人が持ち込んだスポーツ.....	170
(3) 日本文化・ビジネスの推進.....	17 2
(4) 日系社会による日本への支援.....	17 3
(5) 我が国皇室と日系社会.....	17 4
(6) ブラジルよりのインバウンド増加.....	17 4
(7) ブラジル農業における日本のプレゼンス.....	17 5
(8) ブラジル被爆者平和協会.....	176
(9) 姉妹都市関係.....	176
(10) 日系病院の役割.....	17 7
(11) 日系学校.....	178
(12) 存在感を増している中国・韓国.....	178

4. 日系社会への支援・連携.....	18 0
(1) 日系社会行事への出席.....	18 0
(2) 若手日系人の日系社会への参加.....	18 1
(3) 地方日系団体との連携.....	18 4
(4) 日本祭りの拡がり.....	18 7
5. 日本政府と日系社会.....	19 0
6. 新型コロナウイルス感染危機の日系社会に与える影響.....	19 1
第2章 ジャパン・ハウス・サンパウロを軸とした交流活動の拡がり.....	19 3
1. 多数の来館者の背景.....	19 4
(1) 日本人移民の110年を超える歴史.....	19 4
(2) ブラジル人目線の展示.....	19 5
(3) 抜群のロケーション.....	19 6
(4) コンテンポラリーな文化の発信.....	19 6
(5) オープニングから注目.....	19 7
2. サンパウロの主要文化施設として認知されたジャパン・ハウス・サンパウロ.....	19 7
(1) サンパウロ市民も評価.....	19 7
(2) 他のサンパウロ文化施設との協力.....	19 8
(3) サンパウロ市創立の日.....	19 8
(4) 文化の街サンパウロ.....	19 9
3. 名誉館長・運営委員会.....	19 9
(1) リクペロ名誉館長.....	19 9
(2) 運営委員会.....	200
4. 日系社会との関係.....	200
(1) 日系社会との協力.....	200
(2) 若手日系人の取り込み.....	201
5. 国際交流基金及びJETROとの連携.....	202
6. 南米の発信拠点としてのジャパン・ハウス・サンパウロ.....	203

7. 日本企業支援.....	203
(1) 日本技術のショールーム.....	203
(2) SNSが盛んなブラジル.....	204
(3) 無印良品(MUJI).....	205
(4) その他の日本企業の活動.....	206
8. スポンサーの獲得.....	207
(1) 持続可能な運営.....	207
(2) NECの顔認証ソフト.....	207
9. 日本の地方創生.....	208
(1) 人口減少・超高齢社会克服のために.....	208
(2) 被災地の復興.....	208
(3) 農産品のブラジル展開.....	209
10. 政策発信.....	210
11. 食・物販による発信.....	211
(1) 食の発信.....	211
(2) 弁当.....	211
(3) カフェ.....	211
(4) 風呂敷.....	212
(5) ライブラリー.....	212
12. スポーツ.....	212
(1) サッカーW杯.....	212
(2) サッカー南米選手権.....	213
(3) 東京オリンピック・パラリンピックに向けた広報.....	214
13. インバウンド観光促進.....	214
14. 学生の交流の場としてのジャパン・ハウス・サンパウロ.....	215
15. その他.....	215

第3章 ブラジル経済状況及び日本企業の動向	217
1. ブラジルにおけるビジネス環境	218
(1) ブラジルの潜在性	218
(2) ビジネスの難しい国?	220
(3) 改革志向のボルソナーロ政権	221
(4) 労働法改革の重要性	223
(5) サンパウロ州の重要性	224
(6) ブラジルの金利	225
(7) ブラジルのエネルギー事情	226
(8) 南米の中のブラジル	226
(9) 動物プロテインの国ブラジル	227
(10)トラック運転手のスト	227
(11)Uberの普及	228
(12) 高齢社会克服に向けて	229
2. 日伯経済関係	230
(1) 二国間貿易統計	230
(2) 日伯戦略的経済パートナーシップ賢人会議	231
(3) メルコスールとの経済関係強化	232
(4) 日本・サンパウロ間フライト	233
3. 日本企業の動向	233
(1) 2019年の動向	233
(2) 農業ビジネス	235
(3) 食品産業	235
(4) イノベーション	236
(5) 駐在員の減少	237
(6) 日系社会支援	238
4. 総領事館による日本企業支援の取り組み	239
(1) 治安情報の提供	239
(2) 新型コロナウイルス感染症対策	239
(3) 定例昼食会	240
(4) ブラジル当局への申し入れ	240
(5) 中小企業海外展開支援	241
5. 新型コロナウイルスが進出日本企業に与える影響	242

第4章 新型コロナウイルス拡大下のサンパウロ	24 3
1. 感染初期の当地状況	24 4
2. 当地での危機意識の高まり	24 4
(1) 潮の変わり目	24 4
(2) 社会的隔離措置	24 5
(3) 欧米よりも早めの措置	24 7
(4) ドリア・サンパウロ州知事 vs ボルソナーロ大統領	24 7
(5) ボルソナーロ政権の動揺	24 8
3. 新型コロナウイルス感染拡大下の取り組み	25 0
(1) 在留邦人保護	25 0
(2) 近隣国在留邦人のサンパウロでの乗り換え支援	25 3
(3) 日本政府などの取り組みの広報	25 3
(4) 新型コロナウイルス危機に際してのブラジルにおける中国や韓国の動き	25 4
(5) 館員・現地職員の健康管理	25 4
あとがき	25 6
訳者あとがき	25 8

第1章

ブラジル日系社会の現状
及び日系社会への支援・連携



第1章

ブラジル日系社会の現状 及び日系社会への支援・連携

1 概観

(1) 笠戸丸のブラジル到着

日系ブラジル人の歴史は古い。1908年6月18日、笠戸丸に乗って781名の日本人がサンパウロ州サントス港に到着したのが最初の移住者であった。サントスというと、サッカーの王様ペレ、ネイマール、三浦知良選手が活躍した伝統あるサッカーチームを有する港町である。同じ港町の山口県下関市や長崎県長崎市とも姉妹関係を結んでいる。笠戸丸到着時の地元の新聞は、こうした日本人が下船する際、塵一つ落ちていない状況を称賛したそうだ。清潔・礼儀を重んじる日本人らしい逸話であると思う。当時、日本は景気も良くなく、若手の雇用があまりなかった。他方で、ブラジルではコーヒー農園で大量の労働力を必要としていたことが移民の背景である。最初はコーヒー農園に入って過酷な労働に従事し、その後は、サンパウロ州やパラナ州を中心に綿花・トウモロコシ・養鶏・野菜作りなどに従事した。初期の移民の方は、言語・風俗・習慣が全く異なり、マラリアなど日本では馴染みのない風土病のリスクがあり、気候も全く異なるブラジルで筆舌に尽くしがたいご苦労をされたと言われている。特に、サンパウロ州内陸部にあるカフェランジアの平野植民

地では、マラリアで幼い子も含め多くの命が奪われた。その後、世代を経て、2世、3世の時代になってくると、大学で勉強して、医者・弁護士・エンジニア・商業・教師等の職業に就く人も出てくるなど、今日、日系社会はブラジル国内で大きなプレゼンスを示すに至っている。こうした日系人の方々のおかげで、日本はブラジルで特別な存在である。勤勉、正直な姿勢がブラジルで高い評価を受けており、日本・日本人はブラジル人の信頼が厚い。2016年リオ・オリンピック開会式で、日本代表団の入場の際し、観衆よりひと際大きな拍手が起こったことを記憶の方も多いであろう。ブラジルでは、日本人として本当に誇りを持って仕事をする事ができる。

(2) ブラジルのサイズ

それにしてもブラジルは大きな国である。面積は851.2万km²で日本の22.5倍であり、世界第5位である。人口も約2.1億人で世界第6位である。筆者が勤務した在サンパウロ総領事館が管轄するサンパウロ州は人口が約4600万人、ブラジルのGDP（国内総生産）の約3分の一を生み出す重要である。

(3) ブラジルにおける日系社会の存在

このサンパウロ州には、全ブラジルに200万人の日系人がいると言われている中で、その60%の120万人が居住すると言われている。サンパウロは日系のほか、イタリア系、レバノン系など数多くの移住者及びその子孫が含まれる人種のるつぼといえる。リオデジャネイロのポルトガル語はポルトガル本国の影響が強いのに対し、サンパウロのポルトガル語はイタリア系が多いため母音を比較的はっきり発音するポルトガル語となっており、同様に母音をはっきり発音するスペイン語圏に勤務経験のある筆者にとってより馴染みやすいポルトガル語であった。また、サンパウロ州では日系とイ

タリア系が多いこともあり、日系・イタリア系が結婚する場合も少なくないようだ。

90年代以降の日本への就労目的の日系人の流出等もあり、近年日系人口が減ったのではないと言われるサンパウロ市のリベルダーヂ地区も、週末になると大勢の非日系の観光客で賑わい、日本レストランや日本食材店は長蛇の列で大盛況である。サンパウロ市で毎年7月に開催される「日本祭り」は、太鼓などの日本の伝統文化、各県の郷土料理の紹介、日本政府・企業のプロモーションなどオールジャパンで日本の魅力を紹介するイベントであり、3日間で約20万人の集客である。サンパウロ州内陸部には日系人が多く住む町が多数あり、そこでは、数千人、数万人規模の集客がある「日本祭り」が数多く開催されている。2019年においても、10月にはサンパウロ州内陸部のアメリカーナで第1回日本祭りが開催されたほか、同じくサンパウロ州内陸部のプロミンソンにおいては11月に第1回灯笼流しが開催され、同じ11月にはサンパウロ州に隣接する南マットグロッソ州の州都であるカンポ・グランデ市でも第1回日本祭りが始まるなど、いわゆる「日本祭り」の拡散現象が見て取れる。日本では、人口減少・超高齢社会の結果、地方のお祭りの担い手となる若者人口が減少し、こうしたお祭りが消滅するケースもあると承知しているが、ブラジルでのこうした現象には正直驚いた。

筆者が当地において接触した非日系のブラジル人も、小学校のクラスでは4分の1が日系人であったとか、いところが日系人と結婚しているなど身近な生活体験として日系社会の存在を強く認識しているケースが少なくない。日系人への評価が高いので、市長や議員としても日系人が活躍している。例えば、人口15万人を超えるサンパウロ市近郊のスザノ市のアシウチ市長も日系人である。こうした中で、筆者としては日系社会への支援・連携を在サンパウロ総領事館の最重要課題の一つとして取り組んだ。日系社会は移住100周年の2008年に盛大な祝賀行事を行ったが、その機会に日系の

アイデンティティを再認識し、日系社会の活動が活発になっていったとの指摘もある。

筆者在勤中、昔の日本が残っていると感じた経験がしばしばあった。ある日系ブラジル人が日本に行ってファミリーレストランを訪れた際、若い店員に「さじをください」と言ったが、その若い店員には通じなかったようだ。確かに、「大さじ、小さじ」とか「さじを投げる」といった表現で「さじ」を使うことはあっても、スプーンのことを「さじ」ということは今の日本ではあまりないかもしれない。そのほか、次のような話も聞いた。「便所」という日本語がある。三世の日系ブラジル人の中には、一世の祖父や祖母と一緒に生活していた人も多いが、祖父や祖母とのコミュニケーションを通じて「便所」という日本語を教わっていた。こうした三世の日系ブラジル人が初めて日本に行って驚くのは、「今の日本では『「便所』という言葉はあまり使われないのですね」という反応である。確かに、今の日本では、御手洗いとかトイレとは言いが、「便所」という言葉はあまり使われないのかもしれない。なお、三世の日系人で祖父や祖母と一緒に生活していた人は、日本語を聞くのは理解できるという人が多い。祖父や祖母が日本語で三世の孫に話しかけ、その孫がポルトガル語で応えるといった会話をしていたようだ。ところが、四世となるとこうした一世の祖父や祖母との接点がなくなるので、日本語の習得がますます難しくなってくるとの傾向がみられるようだ。

2 主要日系団体の現状

(1) ブラジル日本文化福祉協会

サンパウロ日系社会においては、いわゆる主要日系5団体がある。日本文化の普及を中心に活動するブラジル日本文化福祉協会（文協）、サンパウロ所在47都道府県人会の連合体であるブラジル日本

都道府県人会連合会（県連）、病院・福祉施設を経営しているサンパウロ日伯援護協会（援協）、日本語普及を中心に活動する日伯文化連盟（アリアンサ）、進出日本企業が中心になって構成するブラジル日本商工会議所（カマラ）の5団体である。伝統的にその中心的な存在は文協である。他の主要日系団体である県連が約20年前に始めたサンパウロ日本祭りで活性化し、援協が病院経営で成功を収めている等の動きがある中で、文協は会員数が減り、会費収入が減少するなどの課題を抱えていた。こうした中、2019年4月より、レナト・イシカワ氏が文協会長に就任し、文協の立て直しを図っている。同氏はビジネスマン出身で、日系のサンタクルス病院の建て直しでの功績が評価されての会長就任である。同会長は、今後の文協の運営において、①地方日系社会との連携、②若手日系人の日系社会活動への参画、③ビジネスとの連携を重視している。こうした方針を踏まえ、会長就任前から、ブラジル国内地方日系社会への訪問を繰り返し、ブラジル日系社会における文協の求心力を高めている。また、副会長職の一人に若手日系人の代表格であるマルセロ・ヒデシマ氏を置き若手日系の活動強化に努めている。更に、ビジネスとの連携に関しては、COLGATEなど多国籍企業での豊富な経験のあるジョージ・オクハラ氏を副会長の一人として配置しビジネスとの連携強化に努めている。オクハラ氏は当地における豊富なビジネスネットワークを活用して日系企業家の講演会等文協の多くの事業を実施しており、文協の新しい動きとして注目されている。こうした取り組みの結果、赤字であった文協の収支も2019年は10万レアルの黒字になり、着実に成果が上がっている。なお、文協は、サンパウロ州地方都市で「BUNKYO RURAL（地方文協）」を開催し、若者の農業ビジネス起業・就労を促しており、こうした取り組みがサンパウロ州政府よりも評価されている。2019年9月にサンパウロ州内陸部アダマンチーナでBUNKYO RURALが開催された際には、ジュンケイラ・サンパウロ州政府農務長官も出席した。

(2) 日伯援護協会

サンパウロ日伯援護協会（援協）も文協と並んで重要な役割を果たしている日系団体である。戦後にブラジルに到着した日本人移住者の支援を目的に設立され、現在では、病院経営、高齢者福祉施設経営等の活動を行っている。順調な病院経営による利益を高齢者福祉施設に配分することにより、高齢者福祉施設を支えている。ブラジルも今後、高齢社会の到来が予想されているところ、日本のノウハウを取り入れた同協会の高齢施設の運営はブラジルでも必ずや役に立つであろう。また、援護協会の自閉症患者への治療は自立を促すことを重視した治療であり、ブラジルで一般的に行われている薬に依存した治療とは異なり、ブラジル国内でもこうした治療が注目されている。更に、日本企業や大学とも連携して、日本製の医療機器のブラジルでの展開に協力している。

なお、山形県川西町のダリアの花弁栽培専門家の協力により、援協が運営する高齢者施設「イペランジア・ホーム」（サンパウロ州スザノ市）に見事なダリア園が整備されている。こうした努力もあり、イペランジア・ホームでは、毎年3月上旬にダリア祭りを開催し、スザノ市の代表的な祭りとして多くの来場者でにぎわっている。援護協会の地域貢献の一例である。

(3) ブラジル日本都道府県人会連合会（県連）

県連はサンパウロの47都道府県人会の連合体である。1988年のブラジル日本人移住80周年を記念して開始された、ブラジル国内の日系移住者ゆかりの地を巡る「ふるさとめぐり」事業や1998年のブラジル日本人移住90周年を記念して始めた日本祭り開催を通じて、県連も活性化してきた。各都道府県人会も1世から2世以降の世代に交代するに従い、女性会長が増えてきている。また、若手が会長に就任する場合もあり、県人会の活性化に努めている。現在、

各都道府県人会会長も2世以降の会長が増えている中で、移住者を送り出した「母県」とのコミュニケーションが難しくなっている県人会もあると聞いており、こうした面で県連がサポートすることが期待されている。なお、県人会の中には、会員数の減少に悩んでいるところもあり、例えば、宮城県人会、埼玉県人会、東京都友会は合同で新年会を開催するなどの取り組みが行われている。

サンパウロにある47の各都道府県人会は、各都道府県にルーツのある日系の方が集まって母県を含む日本文化の普及、母県の観光の魅力などのPR、会員相互の親睦などを目的として活動している。県人会創立周年や県人ブラジル移住周年の際に、祝賀の式典を開催し、母県より慶祝団の訪問を迎えることが多い。慶祝団は、県知事、県議会議長等により構成されることもあり、さらに、民間の団体、芸能団なども含まれる場合もある。5年ごとにこうした周年行事が開催されることから、例えば、愛知県知事や岩手県知事は5年ごとにサンパウロを訪問されている。

筆者はサンパウロ在勤中、福島県、和歌山県、長崎県、岐阜県、岩手県、愛知県、大分県、熊本県、北海道、宮崎県、沖縄県の周年行事に出席させていただいた。こうした周年行事式典には総領事館の出席が期待されており、筆者も可能な限り出席した。母県の慶祝団は、筆舌に尽くしがたい苦勞の末に、県の同胞の子孫が繁栄を築いておられる様子に感激し、受け入れの県人会は、母県よりの慶祝団の来訪により母県にも大切にされているという思いを新たに、母県との絆を再確認する感動的な場となっている。いずれにしても、県人会は全員ボランティアで組織されており、いろいろ苦勞されながらも、式典等を然るべく執り行っている状況にある。県人会は、独自の比較的広い会館を持っている県人会もあれば、そのようなものを持っておらず、県人会の周年行事を開催する際には大きな会館を持っている県人会の会館等を利用する場合もある。北海道協会や宮城県人会などは比較的大きな会館を持っており、こうした会場を様々な

イベントに貸し出している。県よりの慶祝団には、芸能チームが参加していることもあり、各県人会も県の周年行事に際して慶祝団の来訪を非常に楽しみにしている。

以下、筆者が関わったいくつかの県、県人会の動きについて参考例として触れておきたい。

2018年9月にブラジル愛知県人会創立60周年記念式典がサンパウロで開催され、大村愛知県知事が出席された。愛知県は現在、最も多くの日系ブラジル人が住んでいる県である。愛知県は2010年の生物多様性条約名古屋議定書が採択されたゆかりの県であることを踏まえ、外国のカウンターパートと名古屋議定書実施のための覚え書き(MOU)署名を積極的に行っており、大村知事がサンパウロを訪問された際、サンパウロ州ともMOUに署名した。愛知県もサンパウロ州も両国を代表する産業地帯であるが、両自治体とも産業地帯であるからこそ環境配慮を重視している旨述べている点が印象的であった。また、愛知県に拠点を置くトヨタ等多くの愛知県企業がサンパウロ州に進出している等愛知県とサンパウロ州は深い関係にある。

山口県人会も活動が活発な県人会の1つである。山口県人会は会館に寄宿舎を新設し独自収入を上げているほか、県費留学経験のある若手メンバーが積極的に県人会活動に参加している。サンパウロ総領事館管轄内には、サンパウロ州サンベルナルド・ド・カンポ市のみずほ村やマット・グロッソ・ド・スル州バルゼア・アレグレなど山口県移住者が中心となって入植した町も点在する。下関市はサントス市と姉妹関係を結んでおり、2018年9月に前田市長のブラジル訪問時にサントス市を訪問し交流を深めた。

富山県もブラジルとの交流が深い県である。サンパウロ州内陸部のミランドポリスの第三アリアンサは、富山県人が中心になって開拓した移住地である。富山県はサンパウロ州の教員を富山県に招聘し、日本の教育制度を学んでもらいつつ、富山県在住の日系ブラ

ジル人子弟のサポートを行っている。また、富山県はサンパウロ大学学生に奨学金を供与する等人材育成面での協力も行っている。富山県高岡市はミランドポリス市と姉妹関係を結んでおり、ミランドポリス市に現職教員を派遣しつつ、日本語教育を行なっている。

サンパウロ州サンミゲル・アルカンジォ市のコロニア・ピニャルは福井県との関係が深いこともあり、福井村とも呼ばれ、2018年7月も藤田副知事が訪問する等の交流がある。また、福井県出身の歌手の五木ひろし氏も訪問したことがある。毎年9月にびわ祭りが開催されている。

県人会が今後とも母県との連絡を円滑にしていくためには、日本語でコミュニケーションのとれる人材が不可欠となる。こうした人材の育成が必要となる。こうした観点から、いくつかの県が実施している県費留学制度経験者が県人会活動に積極的に携ることや日本政府の日本語教育支援も重要になってくる。長野県・鳥取県・富山県は、サンパウロ州内陸部の第一・第二・第三アリアンサと関わりが深いことを踏まえ、各々に現職教員を派遣して、日本語の指導等に当たっている。日本から遠く離れたブラジルで、かつ、その中でも特に内陸部に入った場所での勤務は苦勞も多いのではないかと思われるが長年にわたって協力を継続していることはありがたい。

日本よりブラジルに移住した日本人の出身県別の統計では、熊本県出身者が一番多い由であるが、ブラジル日系社会で最大勢力は、現在では沖縄系である。沖縄県人会は2018年8月、沖縄県人移住110周年式典等を開催し、当地最大の県人会のプレゼンスを示した。サンパウロ日系主要5団体のうち、文協、援協、日伯文化連盟のトップを沖縄系が同時に務めていた時期もあった。

(4) 日伯文化連盟 (アリアンサ)

アリアンサは、日本語を教えている機関であり、1,000名を超える生徒を抱えている。日本への関心の高まり等もあり、ブラジ

ルでの日本語学習熱も高まっている。特に、非日系ブラジル人の学習熱が高まっている由である。なお、当地においては、日本語能力試験実施などを国際交流基金が、日本語指導のボランティア派遣を国際協力機構（JICA）が、日本語教師の研修などをブラジル日本語センターが実施し、各機関が連携してブラジルでの日本語普及に取り組んでいる。

（５）日本語新聞

当地日系社会で長年にわたって発刊されてきたサンパウロ新聞が2018年末をもって紙媒体から撤退した。ブラジル日系社会も日本語が堪能な1世の多くが鬼籍に入り、日本語新聞の購読者が減っていた中での撤退であった。最後に残った日本語新聞であるニッケイ新聞は、ウェブ版やポルトガル語版「Jornal Nippak」の充実化を図ることで、販路の開拓に努めている

（６）在日日系ブラジル人社会

現在、日本には約20万人の日系ブラジル人が生活している。こうした人材が、人手不足の課題を抱えている我が国製造業等で活躍し、貴重な労働力として我が国経済を支えている。日系ブラジル人の日本での就労は30年の歴史があるが、当初は、受け入れの地元社会・自治体や日系ブラジル人にとって、共生は難しい課題であったと聞いている。多くの日本人にとっては、日系ブラジル人は日本人の血を引いているものの外国で生まれ育った「外国人」と受け止められている面もあった。こうした日系ブラジル人との共生には当初は慣れていなかったのではないと思われる。日本語もできない日系ブラジル人も多く、子供の学校の問題、地域コミュニティとの共生には苦労したと聞いている。こうした中で様々な摩擦が起き、被害を受けられた方がおられると思うと心が痛む。しかし、30年が

経過して、かつてと比べると共生は進んできたと言われている。例えば、群馬県は大泉町、太田市、伊勢崎市等に日系ブラジル人が多く在住することもあり、ブラジルとの関係が深い。筆者は、着任前、大泉町を訪問し現地を視察した。町として日系ブラジル人との共生に意を用いていることに強い印象を受けた。また、埼玉県上里町には、成功した日系ブラジル人である斉藤俊男氏がいる。出稼ぎ労働者の経験を経て、農業等で成功した。そのネギが非常に美味で普及したことから「葱王」と言われるまでになった。また、ビジネスのみならず、人材育成にも意を尽くしており、日系ブラジル人を中心とした子弟を対象とした学校を運営し、在日ブラジル学校協議会理事長を務め、在日ブラジル人教育問題に熱心に取り組んでいる。更に、静岡県はブラジルとの縁が深い県であるが、浜松市を中心として日系ブラジル人が多く住んでいる。浜松市はこうしたブラジルとの深い関係を踏まえ、ブラジル・パラリンピック委員会と協定を締結し、東京パラリンピック前のブラジル選手団の事前合宿の場所としての受け入れを決めた。その他、ブラジル・オリンピック柔道チームなどの事前合宿も浜松市で予定されている。島根県では、近年、出雲市の工場が大量の日系ブラジル人を採用したことから、急に大きな日系ブラジル人コミュニティが出現し、地元では如何に共生を図るかに尽力している。今後、日本はより多くの外国人材を受け入れることになる中で、日系ブラジル人との30年の歴史は先駆的例として参考になるであろう。

1990年の入管法改正により、3世までの日系ブラジル人に日本での就労の機会が認められたが、日系社会からはその後、3世までと同様4世についても日本において就労の機会が得られることを要望する強い声が上がっていた。そこで、2018年7月1日より、将来の日伯関係の交流の担い手となる若手人材の育成を目的として4世に対する新たな査証制度が始まり、日本語能力等一定の条件のもとで、日系4世が日本で文化活動などを行いつつ就労することが

可能となった。ただ、日本語能力等の条件のハードルが高い等の指摘も日系社会にはあり、利用者が伸び悩んでいる状況にある。

なお、サンパウロには、国外就労者情報援護センター（C I A T E）があり、就労目的で訪日する日系ブラジル人に対し、研修や日本語の指導を行なっている。長年にわたり、二宮正人サンパウロ大学教授が理事長を務めている。

（7）池崎リベルダーヂ文化福祉協会会長

日系人の中でも、特に日本文化の継承にこだわりを見せるのが、池崎博文リベルダーヂ文化福祉協会会長である。サンパウロ市のダウンタウンにあるリベルダーヂは、古くから日系人が中心になって作った街である。筆者が2017年10月に着任して間もなく池崎会長にお目にかかった。恰幅の良い体格で、ニコニコした笑顔で握手しながら腕を前後に大きく振る姿が印象的であった。サンパウロ州内陸部のバストスで育ち、サンパウロ市に出て来られてから化粧品ビジネスで成功したビジネスマンである。同会長は、毎年9月にサンパウロで一大美容ビジネス展示会である「ビューティーフェア」を開催し、4日間で約20万人を集める規模と聞く。米中に次ぐ化粧品マーケットと言われるブラジルで大きな存在感を示している。同会長は、伝統的な日本人街であるリベルダーヂにおいて年々、日本色が薄くなることを懸念し、なんとかリベルダーヂが日本人街であったことを後世にも残そうと奮闘している。92歳とは思えない若さで今も精力的な活動を行っている。リベルダーヂのシンボリックな存在であったニッケイ・パレス・ホテルが中国系に買収されそうになった時は、リベルダーヂに日の丸をなんとか残そうと自ら同ホテルを買収した。また、2018年のブラジル日本人移住110周年に際しては、サンパウロ市やサンパウロ州と掛け合って、「リベルダーヂ広場」を「リベルダーヂ・日本広場」へ、地下鉄「リベルダーヂ駅」を「日本・リベルダーヂ駅」へと改名することに成功し、リベルダー

ジに後世に渡り日本の痕跡を残す取組を行っている。池崎会長は4月には花祭り、7月には七夕祭り、12月には東洋祭り及び餅つき大会等リベルダージにおける様々なイベントも企画しており、今日、週末でも多くの人でごった返すリベルダージの盛況は池崎会頭のこうした努力なしには語り得ないであろう。正にリベルダージのサムライである。筆者としてもこうした池崎会頭のイニシアティブを可能な限りサポートした。

(8) 日系社会を支援する非日系ブラジル人

非日系のブラジル人の間でも、日系社会に熱心に協力して下さる方も多い。例えば、ブラジルで最も著名な漫画家の一人であるマウリシオ・デ・ソウザ氏は、日系社会の影響の強いモジ・ダス・クルーゼス育ち。周りに多くの日系人がいたことから、日系社会に対する愛着が非常に強い。また、手塚治氏とも親交が深かった。ソウザ氏は、特に、在日ブラジル人子弟の教育問題に関心が高く、こうした子弟が日本の学校に早く馴染めるよう、同氏がプロデュースした人気のアニメ・キャラクターのモニカを使った漫画で日本の学校の規則・習慣等をわかりやすく解説している。在日ブラジル人子弟の中には、日本語の習得がなかなかできなかつたり、ブラジルとは全く異なる学校制度もあり、日本の学校に馴染めない子供も少なからずいると聞いている。総領事館においても、就労ビザで日本に赴く日系ブラジル人にモニカの漫画を配布してきた。また、マウリシオ・デ・ソウザ氏は、毎年のように訪日し、在日日系ブラジル人コミュニティを訪問し、日本各地の子供たちを激励している。その他、ブラジルの銀行の中にも、伝統的に日系社会への支援に熱心な銀行がある。ブラジル国内第2位の規模を誇る銀行ブラデスコである。日系社会のプレゼンスの大きいサンパウロ州内陸部マリリア市発祥の銀行であり、日系人を対象とした多くの融資を行い、正直・勤勉な日系人は確実に債務返済をして、結果的にブラデスコの成長に結び

ついたと聞く。こうした日系社会との長年の付き合いもあり、現在、日本祭り等数多くの日系社会のイベントのスポンサーとなっている。2019年に93歳で亡くなられたブランドン・ブラデスコ名誉会長に対し、筆者は生前、ブラデスコの成功の秘訣は何かと質問したことがある。これに対し、同名誉会長は「仕事。仕事。仕事。これは自分が日系人から学んだことだ」と述べていたのが印象的であった。

(9) 南マットグロッソ州及びマットグロッソ州

在サンパウロ総領事館が管轄している南マットグロッソ州も日系社会の活動は活発である。州都であるカンポ・グランデ市は、沖縄系移住者の多い町であり、かつてボリビアと結ぶ鉄道建設に従事していた沖縄系日系人が多く住んでいたと言われている。こうした経緯もあり、カンポ・グランデ市ではかねてより沖縄郷土料理である沖縄そばが人気を集めている。現在ではカンポ・グランデ市を代表する料理としての地位も得て、沖縄そばレストランの集まるフェイラ（市）が設置されており、にぎわいを見せている。毎年8月には沖縄そば祭りが開催されるほど沖縄そばが地元で定着している。沖縄そばのレストランの集まるフェイラには、巨大な沖縄そばのオブジェがある。カンポ・グランデ日本人会は2020年に創設100周年を迎える歴史のある日本人会である。同州内にあるもう一つ大きな日本人会はドウラードスで、カンポ・グランデから南に車で2～3時間の距離にある。2019年は、日本語モデル校が30周年を迎える等日本語の教育にも熱心であり、筆者が同年11月にドウラードス日本祭りに出席した際には、同校の生徒がボランティアとして一生懸命手伝っていたのが印象的であった。

在サンパウロ総領事館が管轄するもう一つの州がマットグロッソ州であるが、日系人の数はそれほど多くないが、ここでも日本人会が活動している。

3 日系社会の我が国にとっての重要性及び 日系社会への支援・連携の意義

(1) 日本のブランドイメージ

ブラジルにおいて日系人の方々は、筆舌に尽くしがたいご労苦を経た上で今日、高い信頼を獲得している。当国でビジネスを展開する日本企業も、こうした日系人が築いた日本に対する信頼、日本ブランドへの高い評価のおかげで、ビジネスが成功しているとの指摘もある。また、日本企業は日系人材の活用についても意を用いてきた。レナト・イシカワ文協会長は、かつてNECブラジル社長を務めていたこともある。また、現在もミゾグチ南米ホンダ社長らのように現地の責任者に日系人を置いているケースもある。その他、日本企業はエンジニアやスタッフとしても日系人材を活用している。

ブラジルにおける日本・日系人に対する賛辞には格別なものがある。「日系人は約110年前にブラジルに来たが、もう100年早く来てくれたら、この国ももっと違った国になったであろう」とか、「これだけの国土・人口・資源のあるブラジルであるので、人口2億人のブラジル人が全部日本人に取って代わったら、ブラジルは米国や中国よりも強い国になるであろう」と言ってくれるブラジル人もいた。冗談半分ではあろうが、それぐらい日本人の能力・勤勉性を評価していることを物語っている。

(2) 日系人が持ち込んだスポーツ

日系社会のおかげで、他国と比べてブラジルにおける我が国伝統文化の浸透度は高いものがある。講道館の資料によると、ブラジルにおける柔道人口は200万人で世界一の人数であり、日本の10倍以上である。ブラジルがオリンピックで獲得したメダルのうち、最もメダル獲得の多い種目は柔道である。現在のブラジル・オ

オリンピック委員会（COB）のワンデルレイ会長及びサンパイオ事務局長も柔道出身者が務めている。こうした柔道のブラジル社会への浸透は日系人の尽力の賜物であろう。現在、ブラジル柔道男子チームの監督を日本人女性が務めているのも、ブラジルの日本柔道に対する信頼の現れとも言える。また、ブラジルに野球を持ち込んだのも日系人である。こうした経緯もあり、ブラジル人は当初、野球は日本発祥のスポーツと信じていたとのことである。今でこそ、ブラジル野球代表は非日系人が主力であるが、かつて選抜メンバーはほとんど日系人であった由である。現在でも、ブラジル野球連盟の役員は会長をはじめほとんど日系人が占めている。

その他、二年に一度、米州各国を持ち回りで、日系国際スポーツ親善大会（コンフラ）が開催されており、2020年年2月にはサンパウロで開催され、日本政府を代表して鈴木外務副大臣が開会式に出席された。50年を超えるコンフラの歴史の中で、我が国政治レベルが出席するのは初めてであり、日本政府の日系社会重視の現れと言える。数多くの競技がサンパウロ近郊の日本カントリークラブで開催された。同クラブは日系人のクラブで多くのスポーツ施設を有するほか、若手日系人の人材育成でも定評のあるクラブである。

ブラジルではゲートボールが盛んであるが、サンパウロで2018年9月に開催された第12回世界ゲートボール選手権大会には、ゲートボール発祥の地である北海道芽室町の代表者も出席した。同大会では、サンパウロの日本カントリークラブ所属のゲートボールチームが見事優勝した。

日本人は野菜を多く食し、スポーツを愛し、健康な生活を送る民族とのイメージをブラジルで定着させたのも日系人のおかげである。日系人とともに、日本ゆかりのスポーツを推進し、日本に対する肯定的なイメージを維持・強化することも重要であると考えられる。

(3) 日本文化・ビジネスの推進

ブラジル各地では多くの日本祭りが開催され、日本文化が紹介されているが、こうした日本祭りで欠かせないパフォーマンスが太鼓である。今では、日系人のみならず、多くの非日系のブラジル人も太鼓パフォーマンスに参加している。茶道、華道、武道等の日系団体も活発な普及活動を行っている。こうした日本文化の浸透により、ブラジル人が我が国の精神文化に対する理解を深めることができるのも日系人の貢献であり、日系人と連携して草の根レベルで日本の文化を浸透させていくことは効果的である。また、今日、ブラジルでは日本食が空前のブームとなっており、サンパウロでは既に焼き肉のシュラス・コレストランよりも日本レストランの方が多いと言われているばかりか、シュラスコ・レストランの前菜のテーブルには寿司・刺身が並んでいる。こうした日本食ブームの背景には長年にわたって日系社会がブラジルにおいて日本食普及の努力を払ってきたことを抜きには語れない。日本食の普及により、日本食材のブラジルへの輸出の増加、日本酒の輸出の増加等につながるとともに、訪日観光の誘因にもなっており、経済効果も高いことが窺われる。寿司・刺身が空前のブームになると、醤油の需要も大きく増えている。ブラジルでは以前は、生魚を食べることはむしろ野蛮な食べ方とのイメージがあったとのことであるが、現在では何の違和感もなくブラジル人が寿司や刺身を美味しそうに食べている。外食時には、特に子供が日本食が好きだからということで、家族が日本食レストランを選んでいる光景もあるようだ。

総領事館は、広報文化活動を行うにあたって、日系の各文化団体と連携している。例えば、2019年11月末にサンパウロのユダヤ人クラブ「Clube Hebraica」で日本文化週間を開催した際には、茶道、華道、琴、折り紙等の当地日系団体と連携して実施した。また、2019年1月に第11代大樋長左衛門陶芸

家が当地を来訪された際には、日系茶道、陶芸団体と連携して、我が国文化の発信に努めた。

サンパウロの岐阜県人会は、毎年、総領事館において絵画展を実施するなど、文化活動を継続している。同県は在日日系ブラジル人が多い県でもある。岐阜市はサンパウロ州カンピーナス市と姉妹関係を締結している他、中津川市がサンパウロ州レジストロ市と姉妹関係を結んでおり、市長の往来等が活発に行われている。

（４）日系社会による日本への支援

日系社会は我が国にとって、困難に陥った時に手を差し伸べてくれるありがたい存在でもある。戦後、我が国が苦しかった時代には、自分たちも苦しい生活をしていたにもかかわらず、祖国日本の力になりたいと日本救済のための寄付や募金活動により、「ララ物資」として日本に届けられ、あらゆる物資が不足していた敗戦後の日本を支援した。現在、毎年日本で開催されている海外日系人大会は、こうした海外の日系人の支援に感謝を表すために開催されたのが契機であり、毎回、皇室にご参加いただいている。2011年の東日本大震災の際にも、ブラジル日系社会よりは6億円の義援金をいただいた。

なお、長年にわたり800名以上の若い日本人を研修のためにブラジルに派遣している「ブラジル日本交流協会」も、研修生の派遣にあたり日系社会の支援を得て研修の受け入れ先を調整している。こうした研修を通じて、多方面で活躍するブラジル・ファンの日本人が育成されていると聞いており、日系社会が日本人のグローバル人材育成に貢献している。

(5) 我が国皇室と日系社会

日系社会の我が国皇室に対する敬意の念は非常に強く、2019年には天皇陛下御即位・令和幕開けを記念する日系団体主催の祝賀会が当地で開催された他、10月22日には即位の礼を記念する祝賀会も日系団体主催で開催された。我が国皇室もブラジル日系社会を特別に大切にいただいている。上皇陛下は3回ブラジルを訪問され、天皇陛下も3回ブラジルを訪問されている。秋篠宮皇嗣殿下も2回訪問され、さらに、2018年の眞子内親王殿下などその他の皇族も訪問されている。眞子内親王殿下が、ご来訪を歓迎する日系人に対し、自ら握手され、親近感を示しておられるお姿が、当地日系社会では非常に印象深い記憶として残っている。

(6) ブラジルよりのインバウンド増加

ブラジル人はSNS好きで知られているが、日本にいる多くの日系ブラジル人も、日本のさりげない日常風景・食事・自然・文化等をSNSで積極的に発信し、こうした情報がブラジル国内でもSNSを通じて拡散することで、我が国についての豊富な情報がブラジル国内でも伝わっているものと思われる。こうした情報の流通が、我が国に対する好意的関心、我が国を観光する誘因になっていると考えられる。コロナ禍以前のことではあるが、近年、桜の時期の3月、4月を中心に我が国を訪問するブラジル人が増加傾向にあった。特に、日系ブラジル人は自らのルーツを求めて日本の地方を訪問する傾向があり、外国人インバウンドを如何に地方都市に誘致するかが課題となっている中で、重視すべきインバウンド層である。また、日系ブラジル人ユーチューバーの発信力・影響力を踏まえ、ユーチューバーを宣伝媒体として活用する日本企業も出てきている。新型コロナウイルスの影響により、2020年のブラジルからのインバウンド観光は落ち込む見込みであるが、長期的にはブラジルからのイン

バウンドの潜在性は注目されている。2020年度、日本政府観光局（JNTO）は、ブラジルを準重点市場に位置付け、ブラジルでの訪日観光プロモーションを強化する方針を打ち出した。

（7）ブラジル農①における日本のプレゼンス

日系人は、農業、医療、教育、スポーツ、芸術、法曹、エンジニア等の数多くの分野でブラジル社会に貢献し、高く評価されている。特に、最初の移住者がコーヒー農園で働きその後も多くの日系人が農業に従事した歴史もあり、農業分野での貢献が顕著で、日本人はブラジルでは農業の神様とも言われる。サンパウロ近郊のグリーン・ベルトと呼ばれる地帯では、多くの日系農家が野菜作りに従事し、大消費地のサンパウロに野菜を供給した。日系人のおかげで、ブラジル人は野菜を食べるようになり、食生活が豊かになったと言われている。また、ブラジルのコーヒー豆を入れるジュート製の袋もかつてはインドから輸入していたとのことで、日系人がアマゾンでジュート栽培に従事するようになってから輸入する必要がなくなったとのことであり、こうした形での貢献も大きい。農業生産の貢献の上に更に、農業分野での日本のプレゼンスを確固としたのがセラード開発協力である。70年代始め、日本で大豆調達先を米国からのみならず多角化していこうとの計画が持ち上がった際、土地もふんだんにあり、水資源も豊富で、巨大な日系社会の存在があるブラジルに目をつけ、不毛の大地であったセラードが日本の資金・技術協力によって一大大豆の生産地となり、今やブラジル経済を牽引する重要産業となった。現在、日本にとってブラジルは米国に次ぐ大豆の調達先となっている。また、今後ますますアジアにおいて食料需要が高まってくる中で、ブラジルは世界の食料安全保障に貢献できる数少ない国の一つとなったことに鑑みても、セラード開発協力の貢献は大きい。近年、大豆の対中国輸出がブラジル経済を引っ張っていることを鑑みても、セラード開発の重要性が改めて認識される

ところである。ジャパン・ハウスSPにおいては、2019年11月、北岡JICA理事長が日本の対ブラジルODA60周年記念式典で、ブラジルにおけるセラード開発協力や交番協力について紹介した。

(8) ブラジル被爆者平和協会

サンパウロではブラジル被爆者平和協会が活動を行っており、被爆体験を語るイベント等活発な活動を行っている。また、広島県は南米被爆者健診団を派遣し、在ブラジル被爆者の健康診断にあたっている。2019年、長年の同協会の活動が実り、被爆者の日系病院での治療費に関し、被爆者が立て替えることなくこれら日系病院が直接日本側に請求する制度が整った。

2020年2月のサンパウロ・カーニバル・コンテストは、「人類の知」をテーマに開催された。右コンテストに参加したサンバチームの一つであるアギアジオウロが、当地広島県人会や長崎県人会の協力を得て、「人類の知」が誤って使われた例として広島の被爆を取り上げ、警鐘を鳴らす山車を出して見事優勝を果たした。当地日系団体がブラジル社会と一体となって、「核兵器のない世界」に向けた我が国の願いを発信することができた。

(9) 姉妹都市関係

サンパウロ州内の自治体と日本の自治体との姉妹関係も、活発に継続している例のほか、新規に姉妹関係を締結する動きもある。例えば、岐阜県中津川市は長年にわたってサンパウロ州レジストロ市との交流を続けており、2018年10月も中津川市の公式訪問団がレジストロ市を訪問した。また、サンパウロ州マリリア市は2018年11月、同市市長が大阪府泉佐野市を訪問し、姉妹関係を締結した。マリリア市に派遣されていたJICAボランティアがきっかけとなって姉妹関係が締結されたと聞いている。

2019年4月、モジ・ダス・クルーゼス市長は訪日し、企業進出等で縁の深い岐阜県関市や富山県富山市を訪問し交流を行った。

サンパウロ州内陸部にあり、古くから日系人の町として知られているバストス市は長年にわたって北海道遠軽町と姉妹都市関係にあり、2018年7月には遠軽町長がバストス市を来訪し、友好関係の再確認を行った。

兵庫県はサンパウロ州と隣接するパラナ州と姉妹関係にある。また、神戸市は、かつて移民船が出向した港であり、当時の移民収容所は現在、「海外移住と文化の交流センター」に衣替えされ、日本出発前の移住者の生活が忍ばれる様子が展示されている。

2019年8月には、サンパウロ市との姉妹都市交流50周年を記念して、中尾大阪市副市長（当時）をはじめとする代表団が来訪し、サンパウロ市との交流、大阪のプロモーション等を行った他、在サンパウロ大阪なにわ会とも交流を持った。大阪なにわ会は所有している会館を様々な行事などに貸し出したりして収益を得ているほか、剣道教室を運営する等の活動も行っている。

かつては活発な交流を継続していた姉妹関係も年月が経ち、首長が交代となることにより、関係が疎遠になる場合もある。ブラジル側自治体は日本からの企業進出の期待、日本の技術供与への期待があるのに対し、日本の自治体側では、当該ブラジル自治体を通じたビジネス促進、当該ブラジル自治体の日系団体との交流、地元の若手を派遣してグローバル人材育成を図ることなど、それぞれの関心分野がある。WIN-WINの関係で活発な交流が行われることを期待しつつ、筆者としても可能な限りの側面支援に努めた。

（10）日系病院の役割

日系病院であるサンタクルス病院及び援協が経営する日伯友好病院は、日本の大学との交流も活発であり、こうした大学と交流を行いつつ、日本の医療機器をブラジルに導入・普及するための窓口

ともなっている。筆者としても、こうした日系病院と日本の大学との連携の側面支援に努めた。なお、これら病院は、新型コロナウイルス対策でも重要な役割を果たしているほか、サンタクルス病院はJICAの協力も得て、健康的な日本の病院食のブラジルでの普及にも尽力している。

(11) 日系学校

ブラジルには、その教育制度の下で、日本的教育要素を取り入れた学校がいくつかある。筆者はそのうちの大志万学院、アルモニア学園、ピオネイロ教育センター（赤間学園）を視察する機会を得た。こうした学校では、いずれも優秀な学生を輩出しておりサンパウロでの評価も高く、日本人として率直に嬉しい。日本人は教育を重視する国民であることはブラジルでも大変よく知られている。ブラジルには欧州諸国からも多くの人に移住してきたが、欧州の人は移住して入植地を作るとまずは教会を創るが、日本人は入植地を作るとまずは学校を作るとの逸話も残っている。なお、2019年4月に東京で開催された「天皇陛下御即位三十年奉祝感謝の集い」で素晴らしいスピーチをした日系4世の宮崎真優さんは大志万学院の出身である。

(12) 存在感を増している中国・韓国

総領事館が、ブラジル各地で「日本祭り」を主催し日本文化普及のための努力をしている日系社会と連携して、日本のソフトパワーをブラジル国内隅々にまで広めることは非常に重要であると考えている。今日、ブラジルでは、中国の特に経済的プレゼンスが大きくなっている。ブラジルの輸出の約3割が既に中国向けである。送電線網・発電所等インフラ分野への中国の投資は目覚しく、近年、ブラジルの多くの州知事や市長が中国詣でを繰り返している。また、

顔認証カメラ等ハイテク分野でも中国企業の進出は顕著である。スタートアップ分野でも中国企業の躍進が目立つ。ブラジル人にとっては、昔から、中国製というと、安いが粗悪な製品というイメージが強かったが、こうした伝統的見方は現在大きく変わりつつある。更に、新型コロナウイルス禍においては、ブラジルに対して多くのマスク、医療機材などを贈与・販売することによってもプレゼンスを示した。また、韓国のブラジルでの躍進も目覚ましい。スマートフォンでは韓国メーカーがマーケットの5割以上を占め、ヒュンダイはビッグ4（VW、GM、FIAT、FORD）に次ぐマーケットシェアをトヨタやホンダといった日本勢と争っている。文化面でも、K-POPが特に10代ブラジル人女性の間で爆発的な人気である。新型コロナウイルス危機においては、韓国の大量検査、テクノロジーを駆使した対策が封じ込め成功例としてブラジルにおいても大きく報じられ、注目された。かつては、ブラジルにとってアジアというと、日系人の存在もあり、ほとんど日本というイメージであったのが、こうしたイメージが現在では大きく変わりつつある。このように中国・韓国がブラジルでプレゼンスを大きく拡大する中で、我が国が引き続きブラジルにおいてプレゼンスを確保し、拡大するためには、日本企業のブラジルでのビジネスを側面支援しつつ日本企業の存在感を高めたり、我が国の現代の魅力を紹介するためジャパン・ハウスSPを通じて我が国の魅力・政策を発信することに加え、何と云っても日系社会と連携しつつ、パブリック・ディプロマシーを展開し、親日層を拡大することが重要である。

4 日系社会への支援・連携

こうした圧倒的な日系社会のプレゼンスの中で筆者としては以下の点に留意して日系社会への支援・連携を進めた。なお、こうした施策を進めるに際しては、2017年5月に「中南米日系社会との連携に関する有識者懇談会」の堀坂浩太郎座長（上智大学名誉教授）より外務省に提出された報告書を踏まえつつ、支援・連携に努めた。

（1）日系社会行事への出席

まずは、地方日系社会も含め日系団体が主催する「日本祭り」などのイベントに可能な限り出席し、また可能な範囲での支援を行うことである。こうしたイベントには、いわゆる「日本祭り」の他、先人の慰霊法要、県人会創立周年行事、各地日本人会創立周年式典など様々な形態がある。

当地日系人と接触していて筆者が強く感じたのは、多くの日系人が日本人の血を引いていることを誇りに思い、なんらかの形で日本とのつながりを求め、そして日本がいつまでも世界から尊敬される国、光り輝く国であって欲しいということである。「ふるさととは遠きにありて思ふもの」とも言われるが、日系人の方と接しているとその思いを強くする。こうした「日本祭り」などのイベントに総領事館のプレゼンスがあるだけでも地元日系社会は評価してくれる。総領事館のプレゼンスが、日本とつながっているとの安心感を持っていただけるようである。また、日本の城の模型や日本の人形等、日本文化関連の総領事館所有グッズを「日本祭り」開催の機会などに主催団体に貸し出したりもしている。

筆者が出席した地方日系団体の行事の中でも、特に印象に残っているのが、アウバレス・マシャード市で約100年にわたって行われている、先人の霊を弔う招魂祭である。サンパウロから内陸部に向かって車で6時間以上かかる場所にあるが、毎年7月に開催さ

れ、一度も雨が降ったことがないという。筆者は2018、2019年に出席した。しかしながら、100回目の2020年の招魂祭は、新型コロナウイルスの影響でオンライン開催となった。

(2) 若手日系人の日系社会への参加

筆者が2番目に重視した点は、若手日系人の日系社会の活動への参画である。日系の世代が3世、4世、5世と世代を経るに従って、ともすると日本語や日系社会との接点が希薄になりがちである中で、当国における日系社会の伝統を継承していくためには、若手日系人が日系社会の活動に参画することが重要である。

ア こうした中、当地日系社会においてリーダー的な役割を務めているのがマルセロ・ヒデシマ氏である。同氏は文協の副会長を務めつつ、日系若手主導のイベントで指導力を発揮している。同氏のイニシアティブの下、ブラジル各地で文協統合フォーラム(FIB)が開催されてきている。これは、若手日系人が中心になって地域の日系社会を含めた様々な問題につき議論する場である。また、毎年5月に文協において開催される「文化祭り」も同氏のイニシアティブの下で始まり、日系若手が中心となって企画している。マルセロ・ヒデシマ氏は、「project network」も進めている。これは、日本で就労していた日系ブラジル人子弟がブラジルに戻ってから、ポルトガル語が十分にできない等のためにブラジル社会のネットワークに入れられないなど困難に直面している問題についてのシンポジウムを開催するなどの活動も行っている。こうしたネットワーク活動に対しても、総領事館は支援している。

イ その他の日系若手グループとしては、ブラジル-日本青年会議所(JCI)がある。若手日系人で構成されており、近年特に活発に行っている活動が「大掃除」である。これは、2014年のサッカーワールドカップ・ブラジル大会の際に、日本人サポーターが試

合後にスタジアムを清掃して注目を浴びたことに触発され、日本の清掃文化・衛生文化をブラジルにおいて普及すべく行っているもので、最初の2年間はサンパウロの伝統的な日本人街であるリベルダーヂで行われ、3年目の2019年はサンパウロ近郊で日系社会の影響の強いモジ・ダス・クルーゼス市で開催され定着しつつある。総領事館も第1回より積極的に参加しており、日本企業も掃除道具を提供するなどの協力を行っている。JCIは、その他地方の日系社会の活性化を念頭にリンスフォーラムを毎年サンパウロ州内陸部リンス市で開催しているほか、在サンパウロ日本駐在員にブラジルのことに触れてもらう企画「ブラジリアン・マインド」を実施している。ASEBEX（元日本留学生ブラジル協会）も若手日系人のグループで、日本で留学するための様々な奨学制度等のスキームにつき紹介しつつ、奨学金を獲得するための方策につき講習会を開いている。また、ABEUNI（サンパウロ学生福祉連盟）は、日系の医学生が中心となって貧困地区に無料の医療・生活相談を提供するボランティアとして立ち上がったグループであり、現在では非日系のメンバーも含めて活動を行い、地元で評価されている。筆者も何度かこうした活動を視察する機会を得たが、熱心な学生の姿勢に感銘を受けたところである。

ウ 若手日系リーダーの育成の観点から、外務省は次世代日系人指導者育成招聘事業を行っており、こうした事業の参加者がその後、日系社会のリーダーとして活躍している。先に述べたマルセロ・ヒデシマ氏を含め同研修生OBが日系社会で活躍している。こうした次世代日系人招聘等の外務省招聘研修経験者の日系人で構成されるのが外務省研修生OB会である。裁判官、弁護士、ビジネスマンなど多様な職業人の集まりである。同会は毎月、懇親夕食会を開催して会員の懇親を深めているほか、ゲストスピーカーを招いた講演会を開催している。一時期、同研修制度が中断していたのが、数年

前に復活したことを同会は高く評価している。こうしたブラジル国内でのネットワークのみならず、中南米全域にわたって同研修生OB会がネットワークを構築している。なお、このほか、JICA研修生OB会、AOTS（海外産業人材育成協会）研修生OB会、国費留学生OB会など日本政府関連研修生のOB会組織が活発に活動を行っている。

エ また、我が国からの要人來訪に際しては、可能な限り若手日系人との懇談の機会をいただくこととしており、2018年5月に河野外務大臣（当時）が、また7月には眞子内親王殿下が來訪された際にもそのような機会を設定させていただき、若手日系人を激励していただいたことはこうした若手日系人にとっても忘れられない思い出となった。

オ 若手日系人への日系社会活動への参画を進める上で、外務省は近年、日系若手によるプロジェクトへの助成も行っている。例えば、2018年度のプロジェクトである「110+10」は、日本人ブラジル移住110周年を契機として、今後10年を見据え、若手日系人がどのような取り組みを行っていくにつき議論したものであるが、こうした取り組みなどの結果、現在、若手日系人の間で、日系人のアイデンティティ、日系人のレガシーについての議論が活発になっている。両親を含む先祖や他者へのリスペクト、規律、感謝の気持ち、強靱性等こうした日系のレガシーを再認識し、受け継いでいこうとの心強い動きが始まっている。調査によると、日系若手世代にも、日本の名字がブラジルでも信頼感があるということで、名字に日系の名字を嗜好する傾向があるとのことであり、日系人としてのアイデンティティを強く意識している証左であると思われる。6月20日は、「国際日系デー」とされているが、同日を記念して、サンパウロの若手日系人グループが2020年の同日にオンラインイベントを開催した。彼らは、2019年から2020年にかけて、

ブラジルの日系人にどのような日本的価値観が受け継がれているかを議論するために17回のワークショップを開催し、同オンラインイベントで、8つの価値観（①協同、②誠実、③忍耐、④敬意、⑤学び、⑥親切、⑦責任、⑧感謝）を発表した。若手日系人が自発的にこうした取り組みを行っていることに大いに勇気づけられた。

カ 一世の日系人の中には、日本語も話さず、日本への関心もあまりない孫を是非一度日本に連れて行きたいと語る方も多い。そして、一度日本に行くと、日本文化や日本語に関心を持つようになったと喜ばれる一世の方も少なくない。また、当国日系社会ではカラオケの根強い人気があるが、ちびっこカラオケ大会も開かれており、日本語を話せない日系の子供が日本語の歌を一生懸命歌っている姿を見ると、日本の文化・日本語の継承にも好ましい影響を与えていると考える。なお、日本の民謡についても若い日系人が継承する動きがみられている。

キ サンパウロの若手日系グループは、マナウス市、クリチバ市等ブラジル国内各地方の日系社会を訪問して、それぞれの若手日系グループと交流しつつ、ネットワークを拡大し、ブラジルにおける若手日系社会の中心的存在として活躍するようになっている。

（3）地方日系団体との連携

3番目に筆者が重視したのは高齢化が進む地方の日系団体との連携である。サンパウロ人文科学研究所が2018年9月に発表した調査によれば、サンパウロ州には255の日系団体があり、そのうち44がサンパウロ市内でそれ以外の211の団体がサンパウロ州のその他の町に存在している由である。

ア 日本の地方都市同様、サンパウロ州内の地方の日本人会は若手日系人が少なく、深刻な高齢化に直面している日本人会が多い。90年代以降の日系ブラジル人の就労目的の訪日により、日本人会

の担い手である若手が、地方の日本人会では大きく減少したことが響いているとともに、サンパウロ州地方都市でも十分な雇用が確保できないことから、若者が進学や就職のためサンパウロ等の大都市に流出していることも一因である。日本人会も事実上休眠状態になっているところや止むを得ず近隣の日本人会と合併しているケースもある。

イ 若者に地方都市に踏みとどまってもらうためには、地方都市の経済を活性化させ雇用を増やす必要があり、地方の活性化の先頭に立つ自治体と連携する形で、日系団体が地方の活性化に貢献することが期待される。地方では、日系の市長や日系人が市の経済開発局長を務めているケースもある。地方の日本祭りも当該自治体と連携して実施することが必要不可欠であり、また、自治体側も日本祭りがこれらの市にとって一年で最も大きな祭りである場合が多いことから日系団体に喜んで協力している様子が窺われた。こうした日本祭りが近隣の自治体からも観光客を集めることにより、地方の活性化に一定の役割を果たしているようだ。筆者が地方都市を訪問する際には、市長等自治体関係者にも接触し、日系社会支援に対する謝意を表明するよう努めた。

ウ 近年、就労目的で訪日した日系ブラジル人がブラジルに帰国後、地方の日系団体に戻り、これらの団体が活気を取り戻しているところもある。特に、こうした日系ブラジル人子弟が日系団体の太鼓などのクラブに入る等の動きが注目されている。また、地方の日系団体では会員数も減り、例えばこうした日系団体の日本語学校も生徒が減少するなどの状況にあるが、このような中でも、非日系ブラジル人が会員になったり、日本語学校の生徒になったりして運営を継続しているケースも見られる。日系団体の中には、非日系ブラジル人が活動に参画することに慎重なところもあるが、地方ではとりわけ、非日系ブラジル人に日系団体の活動に参画してもらって

会を活性化することは避けられない状態となっている。サンパウロの秋田県人会は秋田県の伝統芸能である本庄追分の文化をブラジルでも根付かせようと、毎年、ブラジル本庄追分大会を開催し、老若男女、日系・非日系を問わない層が参加している。非日系のブラジル人が優勝することもあり、ブラジル大会優勝者が日本の全国大会でも上位に入賞する等レベルも向上している

エ また、地方の日系団体にとって重要な存在がJICAボランティアである。日本語、野球、料理、介護、相撲、剣道など幅広い分野で、地方の日本人会も含め派遣され、日本の文化の継承・普及に貢献している。日本のボランティアが日系団体に活動することにより、これらの団体が活性化している。また、介護分野でのJICAシニアボランティアも日系社会で活躍している。ブラジルも将来、高齢化社会を迎えることが予想されているところであり、高齢化先進国である日本の介護の経験をブラジル日系社会と共有することは、ブラジルにとっても重要な意味がある。北海道の北見市の病院からは、JICA派遣により同病院職員がサンパウロのSBC病院に派遣され、緩和ケアの技術協力が実施された。

オ 地方の日系団体の運営に当たって重要なのが、地方の日系団体の連合体である地方連合会長の役割である。サンパウロ州内には、内陸部に多くの日系社会が存在するが、地域ごとに当該地域の日系団体の集合体である連合会が存在している。こうした連合会会長がリーダーシップをとって当該地域の日系団体を引っ張っているところは日系団体も全体として活発である。足繁く域内の日系団体を回るノロエステ（北西部）連合の安永会長、若手日系人の指導に定評のある汎ソコ連合の瀨瀬会長、アウトパウリストア連合のミズノ会長、中津川市との姉妹関係や灯籠流しでレジストロなどを盛り上げる聖南西連合会の山村会長、カンピーナスを中心とする中西部日系連合会のハナダ会長などが、各地域のリーダーとして現地日系社会を引っ

張っている。総領事館では、功績のあったサンパウロ州内陸部の日系社会のリーダーを叙勲、外務大臣表彰、在外公館長表彰の対象とするとともに、こうした日系社会が主催する「日本祭り」等にも積極的に出席するよう努めるなどサポートしている。なお、筆者が印象に残っているのが白石一資元ノロエステ連合会長である。こうした連合会も、今や会議は日本語ではなくポルトガル語で行われているが、同元会長は発言する際、必ず日本語とポルトガル語で話して、何とか日本語を残そうとしている姿が忘れられない。

カ 典型的なサンパウロ州内陸部の日本人町であったバストスは、多くの日系農家が養鶏を営んでおり、卵の生産で有名である。人口の上では日系人の比率がかなり減ったものの日系団体の活動は活発であり、毎年7月に卵祭りを開催している。地方の日本人会で、一時期停滞期が続きその後復活を果たしたのが、サンパウロ近郊の汎スザノ文化体育農事協会である。同団体は、就労のため多くの日系ブラジル人が日本に行ったこともあり、活動が停滞したが、敷地内にスザノ日伯学園を創設し、同学校の経営が軌道に乗った結果、今日では非常に活発な日系団体となっている。

キ 2019年及び2020年には、日本で日系ブラジル人への支援に当たる学生やNPO（民間非営利団体）関係者をブラジルに派遣し、ブラジル日系社会の歴史や現状を研究する事業が行われた。こうした派遣に際しては、サンパウロ市のみならずサンパウロ州内陸部にも派遣されるが、内陸部の日系社会は現代の若い日本人の来訪を大変歓迎し、日本との絆を確認していた。

（４）日本祭りの拡がり

4番目に筆者が力を入れたのが、ブラジル全土における「日本祭り」の普及である。

ア ブラジル日本都道府県人会連合会（県連）は47都道府県人会の連合体である。県連が主催する年間最大行事であるサンパウロ「日本祭り」は世界最大規模である。県連は90年代半ばより、ブラジル国内の日系移住者ゆかりの地を巡る「ふるさと巡り事業」や日本祭りを開催することにより、活動が活発化したとの評価もある。日本祭りでは、太鼓等日本の伝統的文化の披露、日本企業の展示・プロモーションに加え、各都道府県人会が出店して、ご当地料理を販売する。各県人会は、独自の会館を所有している県人も多く、こうした会館の運営経費や県人会としての活動経費を捻出するために、日本祭りでは各県人会がブースを設け、そこで郷土料理を販売して収入を得ている。例えば、福岡県人会は博多ラーメン、広島県人会は広島風お好み焼き、福島県は喜多方ラーメン等である。また、会館のサロンや駐車場を貸し出して収入を得ることにより、県人会の運営経費に充てている。

イ 近年、総領事館のみならず、農林水産省、環境省、観光庁、JICA、JETRO（日本貿易振興機構）、国際交流基金等の日本政府・政府関係機関等が積極的に日本祭りに参加しており、日本食の普及促進、観光促進等の文化・広報活動を行っている。こうした日本政府の姿勢が日系団体からも歓迎されている。

ウ 更に、日本企業もブースを出して自社製品のPR活動を行い、ステージでは太鼓、阿波踊り、よさこいソーラン等日本の芸能が繰り広げられる。まさに、オールジャパンで日本を売り込む巨大イベントである。毎年3日間で約20万人の来場者を得ている。ここまでの来場者に恵まれているのも、ブラジルでの110年を超える日系人の歴史もあり、日本に対する関心・信用がブラジルにおいて極めて高いことが背景としてあげられるであろう。

エ ブースによっては長い行列ができていることもあり、主催者側では、トヨタ生産方式（TPS）を導入して、各県人会ブース厨

房の効率的な調理・販売を確保したり、効率的な来場者の流れを確保し行列をできるだけ減らす取り組みを行っている。また、2019年よりは、幾つかの県人会はブースでの料理の販売の支払いに、アプリを使うことによって行列を少なくする取り組みも行われている。

オ 日本祭りの拡散の観点から、2018年1月に実施された中南米各地の「日本祭り」運営者を招聘した外務省のプログラムは極めて重要であった。サンパウロの日本祭りの経験を他の中南米各国の関係者と共有することができたほか、サンパウロ日本祭り運営者に中南米地域の「日本祭り」普及のリーダーとしての自覚が芽生えたことも成果であった。既に、各地で開催されている「日本祭り」は年々拡大する傾向にあるほか、新しく「日本祭り」を開催する日系団体も現れており、その勢いはますます高まっている。サンパウロ日本祭りの実施主体である都道府県人会連合会は2019年3月にジャパン・ハウスSPにおいて、ブラジル国内の日本祭り運営者を集めてシンポジウムを開催し、サンパウロ日本祭りの経験の共有に努めたが、2020年3月にはブラジルのほかメキシコからの参加も得て日本祭りに関する第2回シンポジウムを開催し、筆者も「日本政府の日系社会支援・連携政策」につき講演する機会を得た。こうした日本祭りを支える担い手として忘れてはならないのが、料理を担当する日系団体の婦人部の皆さんや多くのボランティアの存在である。日本祭りに来場する一般客の最大の魅力の一つが日本祭りでも味わうことができる料理である。こうしたボランティアの献身的な貢献により、日本祭りがブラジルでここまで拡がる状況となっている。

5 日本政府と日系社会

ブラジル日系社会は、2014年8月の安倍総理（当時）ブラジル訪問を受けての日本政府の日系社会支援・連携の取り組みを高く評価している。訪問後、官邸主導の下で、中南米経済・文化交流促進会議が開催され、外務省のみならず各省の参加も得て、日本政府全体としての中南米政策の取り組みが強化された。JICAは日系社会ボランティアの数を倍増したほか、農水省は若手日系農業家研修を開始し、総務省は、都道府県が中南米日系社会との交流を実施する事業に補助金をつける事業も開始した。筆者は山口県や福島県が県人会子弟などに母県での研修の機会を与える総務省補助事業の報告会に出席したが、母県とのつながりを再認識する機会になった模様であり、非常に効果を上げていることが伺われた。サンパウロ日本祭りにも、現在では、在サンパウロ総領事館のみならず、農水省、環境省、JICA、JETRO、JNTO（国際観光振興機構）など多くの政府関係機関が参加している。都道府県人会連合会も、サンパウロ日本祭りに日本政府の各省が参加していることを高く評価している。また、安倍総理（当時）訪問後、各省政務レベルが中南米を訪問する機会も増えてきた。日系人の中には、こうした日本政府の中南米日系社会重視の姿勢により、日本の企業も含めオールジャパンとして日系社会に対する支援が強化されていると評価している向きもあり、また、日本政府の日系社会支援の高まりにより、日系社会が若手を含め活気付いて様々なイニシアティブが生まれていると評価している向きもある。

6 新型コロナウイルス感染危機の 日系社会に与える影響

新型コロナウイルス危機は、様々な社会的・経済的影響を与えるが、当地日系社会に対する影響も大きいものがある。日系各団体は、これまで述べたとおり、多くの集客のもと様々なイベントを開催することにより、食事などの販売で収益を上げたり、会館のスペースをイベントに貸したりすることで、会館の維持管理費や団体としての活動経費に充てることを基本としていたが、こうしたイベントの実施が困難となり、今後の活動をどのように進めていくか非常に頭を痛めている。特に、日系団体の活動の担い手が重症化リスクの高い高齢者であることに鑑みればなおさらである。更に、これまでこうした日系団体の活動のスポンサーとなってきた多くの企業がコロナ経済危機によって大変困難な状況に陥っており、これまでのような支援が難しくなっている。日系団体の活動が低調になることは、日系団体と共に、日本文化の普及・拡散を目指す我が国の中南米外交にも大きな支障を与える可能性があるところであり、今後の日系社会との連携のあり方につき検討していく必要がある。

こうした中、ブラジル日本文化福祉協会（文協）はオンラインでの講演会を実施したり、若手日系グループは、先に述べたとおり、6月20日の国際日系デーの日にオンラインでのイベントを開催したりしている。また、サンベルナルド・ド・カンポ市では、若手がオンライン・カラオケを実施し、自宅に籠もりがちな高齢者の娯楽の機会を作っている。社会との接点がなくなると、高齢者は急速に老化や認知症が進むともいわれているが、こうした若手の取り組みは重要である。これらの状況を見ていると、コロナ経済危機を契機として、日系社会の活動の主導権が、ベテランからオンラインの得意な若手に移行しつつある状況も看取されるところである。

第2章

ジャパン・ハウス・サンパウロ を軸とした交流活動の拡がり



第2章

ジャパン・ハウス・サンパウロを軸とした 交流活動の拡がり

当地ジャパン・ハウスSPは、2017年4月に開館した。日本の多様な魅力や政策・先端技術などの発信を通じ、親日派・知日派を増やすことを目的に創設された。2020年2月に来館者200万人を達成するなど多くの来館者に恵まれている。筆者は在任中ジャパン・ハウスSP運営委員会議長を務めたところから得たこれまでのジャパン・ハウスSPの取り組みにつき紹介したい。

1 来館者多数の背景

これまで多くの来館者に恵まれている点については以下の要因が考えられる。

(1) 日本人移民の110年を超える歴史

ブラジルは日本人移民110年以上の歴史を有し、ブラジル国内では、日系人は農業、医療、教育、文化、スポーツ、エンジニアリング、法曹、産業、政官等の様々な分野で多大な貢献を果たしており、その実直、正直、誠実、時間厳守、規律正しさ等の性格とも相まって、ブラジルにおける日本・日系人に対する評価・信頼は極めて高いものがある。こうした日本に対する分厚い親日層が基盤に

ある中で、新しい日本、現代の日本を魅せる取り組みが好評を博したと考えられる。

(2) ブラジル人目線の展示

ジャパン・ハウスSPの生命線は3～4ヶ月の期間で行われるコンテンポラリーな日本の文化・技術等の各種展示である。こうした展示については、東京主導の巡回企画による展示に加え、ジャパン・ハウスSP事務局スタッフがブラジル人の関心を集めそうな展示は何かといった観点から展示企画が提案されることもある。何れにしても、ジャパン・ハウス東京事務局とジャパン・ハウスSP事務局が緊密に連携することとしている。ブラジル人の目を通して、ブラジル人が見たいもの・知りたいものは何かといった観点からの展示であることもあり、ブラジル人に関心を持ってもらっている。例えば、ユニットNONOTAKが作り上げる光と音の展示である「次元 DIMENSION」展は、ブラジルの若者を特に引きつけた。ハイテクの素材を使ったファッションショーであるANREALAGE「A LIGHT UN LIGHT」展も当地メディアの大きな注目を浴びた。また、2020年2月にオープンした、18万本の割り箸を使った川俣正氏による「コンストラクション」展は、現地主要紙の一面を飾った。こうした経緯もあり、多くの来館者を得たとの分析がなされている。筆者は日本から来られた訪問者に何度かジャパン・ハウスSPをご案内する機会を得たが、ジャパン・ハウスSPは日本人も気づいていない日本の魅力を上手に展示しており、日本人にも是非見て欲しいといった反応をされる方もおられたのが印象に残っている。初代館長のアンジェラ・ヒラタ氏は日系人ではあるものの、ブラジル社会のビジネスで成功した実績を有しあくまでも視線はブラジル人の目であったし、ヒラタ氏の後を引き継いだ2代目館長マルセロ・アラウジョ氏は、サンパウロ州政府文化長官、ブラジル博物館協会会長等を歴任したブラジルにおける文化行政の

第一人者であり、同じくブラジル人の目線で展示の企画に従事された。そして、2020年4月、3代目の館長としてエリック・クルッグ氏が就任した。クルッグ氏は、サンパウロ市内にあるサッカー博物館及びポルトガル語博物館の館長として、民間スポンサーの獲得、同博物館の立て直しに手腕を発揮した実績があり、今後の活躍が期待されている。また、ジャパン・ハウスSP事務局には、ビジネス出身者、文化分野のエキスパート、日系、非日系ブラジル人などから、モチベーションが高く、かつ優秀な人材が集まり、チームワーク良く業務に当たっている。

(3) 抜群のロケーション

当地ジャパン・ハウスSPは、人口1,200万人のサンパウロの一番の目抜き通りであるパウリスタ大通りに面するといった抜群のロケーションにあることも、集客面で重要な要素である。また、隈研吾氏設計による檜を使った「地獄組み」のファサードが、通りがかりの人にも、シズル感、「何か面白そうだな」といった人を惹きつける独特の魅力を醸し出しているのが、来館者の増加に大きく貢献している。

(4) コンテンポラリーな文化の発信

名誉館長を務めていただいている著名な元外交官ルーベンス・リクペロ氏（下記参照）は常々、他の国はサンパウロにおいて従来からの伝統的な広報文化活動を引き続き実施している印象が強いが、日本は伝統的な文化活動に加え、ジャパン・ハウスSPによりコンテンポラリーな文化・技術の紹介に成功しており、他国に一步先んじているとの評価をしている。また、ジャパン・ハウスSPはサブカルチャーの発信にも正面から向き合っており、例えば「浦沢直樹ー漫画という芸術」展を開催して人気を博した。

(5) オープニングから注目

当地ジャパン・ハウスは、オープニングの時からブラジル国内で多くの注目を浴びてきた。オープニングには、我が国より、麻生太郎副総理兼財務大臣にご出席いただいたのに加え、ブラジル側はミシェル・テメル大統領（当時）、アロイジオ・ヌネス外務大臣（当時）、ジェラルド・アルキミン・サンパウロ州知事（当時。2018年大統領選挙立候補）、ジョアン・ドリア・サンパウロ市長（当時。現サンパウロ州知事）等の要人が多数参加した。こうした要人の顔ぶれは、ブラジル、とりわけサンパウロがジャパン・ハウスを歓迎している証左であると思われる。また、諸外国の要人がジャパン・ハウスSPを訪れ、是非自国にもジャパン・ハウスを開設して欲しい、という声をいただいたこともある。

2 サンパウロの主要文化施設として認知された ジャパン・ハウス・サンパウロ

(1) サンパウロ市民も評価

多くの来館者に恵まれていることに示されている通り、当地ジャパン・ハウスはサンパウロ有識者を中心に高く評価されている。サンパウロ有識者より筆者に対し、「日本政府にジャパン・ハウスを作ってもらいありがとうと感謝申し上げたい」といった声をよく聞いた。特に、サンパウロ市民の気持ちを感じたのは、日本政府がロンドン、ロサンゼルスと並んで、サンパウロを世界3カ所のジャパン・ハウスの場所の一つに選んだことに加え、その一号館がサンパウロでオープンし、最も来館者が多いという点にある。また、2020年2月にオープンしたプロジェクションマッピングを使った「Dream ed Japan」は、コロナウイルス感染症対策で入場制限を行っ

たにも関わらず、1日あたりの来訪者としては、ジャパン・ハウスのすべての展示の中で歴代トップ5に入る程の人気の、サンパウロ市民からの評価が高かった。近年、サンパウロでは、ジャパン・ハウスSPの所在するパウリスタ通りにモレイラ・サレス美術館がオープンし、SESC（ブラジル商業連盟社会サービス。各種文化・教育・スポーツ等普及活動を行っている団体）が新装オープンする等、文化施設の集積が図られている。パウリスタ大通りの中でも、特にジャパン・ハウスSPを中心とする地区は、カザ・ダス・ホーザス（バラの家）、イタウ・クルトゥラウ（イタウ銀行文化施設）、新装SESCが集積し相乗効果がみられ、各々の訪問者が近隣の施設も併せて訪問することにより、各施設の来訪者の増加傾向が見られている。

（２）他のサンパウロ文化施設との協力

2018年3月及び2019年4月に、パウリスタ通りを代表する7つの文化施設が協力して行った文化祭りである「パウリスタ・クルトゥラウ（Paulista Cultural）」においては、ジャパン・ハウスSPは唯一の外国の文化施設として参加したが、これもジャパン・ハウスSPがサンパウロ市民から高く評価され、認知されている結果と言えるであろう。

（３）サンパウロ市創立の日

さらに、毎年1月25日はサンパウロ市政記念日としてサンパウロの祝日であるが、2018年は同日に、サンパウロを代表するラジオ番組がジャパン・ハウスSPから1日中生中継を行い、その中で、筆者及びアンジェラ・ヒラタ館長（当時）に対してインタビューが行われたが、これもジャパン・ハウスSPがサンパウロのアイコン的な施設として認知されている一例と言えるであろう。

(4) 文化の街サンパウロ

サンパウロは元々ビジネスの街として南米経済の中心都市の役割を果たしていたが、上記文化施設等の増加もあり、経済の中心に加え、文化の集積もみられ、それに伴い観光客も増えているようである。当地ホテル関係者によると、かつてサンパウロはビジネスの街なので週末の稼働率が低かったが、パンデミック以前のことはあるものの、観光客の増加に伴い、週末の稼働率がかなり上昇したようである。こうしたサンパウロの観光産業発展にジャパン・ハウスSPも一定の貢献をしているものと思われる。なお、ジャパン・ハウスSPの成功に触発されてか、韓国は、2019年8月、既存の韓国文化院をジャパン・ハウスSPと同じパウリスト通りに移転している。

3 名誉館長・運営委員会

(1) リクペロ名誉館長

ジャパン・ハウスSPの運営においては、ルーベンス・リクペロ名誉館長の役割も大きい。同名誉館長は、ブラジル外務省事務次官、駐米大使、財務大臣、国連貿易開発会議（UNCTAD）事務局長等を歴任したブラジルを代表する有識者であるということでジャパン・ハウスSP名誉館長に就任いただいたと承知している。運営委員会にはほぼ必ず出席し、豊富な経験に基づいた見識を披露していただきつつ、ジャパン・ハウスSP運営委員会委員も、その発言には一目置いている等運営の重石ともなっており欠かせない存在である。同名誉館長は、UNCTADの功績やジャパン・ハウスSPへの貢献などもあり、令和元年度秋の叙勲で旭日大綬章が授与された。

(2) 運営委員会

3ヶ月に一度開催される運営委員会の役割も重要である。ビジネス界、政界、日系社会、マスコミ、ブラジル企業、学界、法曹界、スポーツ等多様なバックグラウンドを有する各界を代表する委員により構成され、運営についての貴重なアドバイスをいただいている。また、各委員はブラジル国内の有力者であり、筆者としては有力者との人脈構築の観点からも運営委員会を通じた彼らとのコミュニケーションは重要であり、ブラジル政治・経済情勢につき多くのことを学ぶことができた。

4 日系社会との関係

(1) 日系社会との協力

ジャパン・ハウスSPにとって、日系社会と如何に協力していくかは非常に重要なテーマである。日系社会は日本文化のブラジル国内における日本文化普及の拠点として、ブラジル日本文化福祉協会（文協）を中心に活動してきた経緯がある。こうした中、総領事館と日系社会との幾度にもわたる協議を経て、さらに、ジャパン・ハウスSPが成功を収めサンパウロ市民よりも十分に認識されるようになったこともあり、日系社会とジャパン・ハウスSPとの協力関係は進んでいる。2018年のブラジル日本人移住110周年に際しては、同ハウスが110周年関連グッズの販売を手伝ったり、日系社会関連のイベント（日系社会実態調査発表会、日系若手ネットワーク拡大イベント、日本祭りシンポジウム等）の会場として場所を提供したりする等の協力関係があり、日系社会よりも評価されている。特に、2019年6月から8月にかけてジャパン・ハウスSPで開催された生け花の「DŌ（道）— 平静の極みへ」展については、ブ

ラジル生け花協会と協力して開催されたが、開催期間が約1ヶ月と短かったにも関わらず約10万人の来館者があり、通常、生け花協会が実施する展示ではここまでの数は期待できないということでジャパン・ハウスSPでの開催を高く評価されていたことが印象的であった。日系社会とジャパン・ハウスSPが車の両輪となって、ブラジルにおいて幅広い日本の魅力を紹介し、骨太の親日層をじわじわと拡大することが期待されている。

また、2019年4月から6月、ジャパン・ハウスSPにおいて、47都道府県を代表する工芸品を1点ずつ展示する「NIPPONの47人CRAFT」展が開催された。かねてより当地各県人会は、母県特産品の当地における販売促進に高い関心を持っているところ、ジャパン・ハウスSPでの同イベント開催中、館内のセミナールームを活用しつつ、20以上の県人会が地元の観光促進や特産品のプロモーションを行った。

なお、2020年の「日本移民の日」である6月18日、ジャパン・ハウスSPはオンラインで、日本人移民に関するトークショーを開催した。日系女性ジャーナリストのタイス・オヤマ氏がモデレーターを務め、パネリストとして、ルーベンス・リクペロ・ジャパン・ハウスSP名誉館長及びカズオ・ワタナベ・サンパウロ州高裁判事が出演し、日系社会がブラジルに対して行ってきた貢献につき議論が行われた。こうした形でのジャパン・ハウスSPと日系社会の連携が継続することを期待したい。

(2) 若手日系人の取り組み

若手日系人の中には、ともすると日本との関わりが希薄となり、日本への関心が薄くなっている日系人もいる。ジャパン・ハウスSPの展示は特に若者に人気の高いものが多いことから、多くの若手日系人にジャパン・ハウスSPを訪問してもらい、日本への関心を持つきっかけになればと期待している。

5 国際交流基金及びJETROとの連携

(1) ジャパン・ハウスSPは、文化芸術交流、海外日本語教育、日本研究・知的交流を推進する国際交流基金との連携にも十分に意を用いているところである。国際交流基金サンパウロ文化センターは、より効率的・効果的に事業を行うとの観点から、ジャパン・ハウスSPと同じビル内に事務所を構えた結果、ジャパン・ハウスSPに多数の来館者が訪問していることもあり、国際交流基金図書館の来館者も増加していると承知している。また、国際交流基金の各種イベントも積極的にジャパン・ハウスのセミナールームを活用しており、両機関の連携が進んでいる。同じビルに拠点を構えていることにより、両機関のコミュニケーションが円滑となり、相乗効果が現れていることが伺われる。2019年4月よりは、国際交流基金サンパウロ文化センター所長がジャパン・ハウスSP運営委員会に加わり、より連携が強化されることになった。

(2) JETROも2018年10月、「ジャパンこだわりデザイン展」をジャパン・ハウスSPで開催し、食材をワッフル状に削れるワッフルピーラーや、手の体温がスプーンに伝わりやすく固く凍ったアイスクリームでも簡単に掬うことができるアルミ製スプーン等、日本企業25社の魅力的な製品展示及び販売促進会を实

施するなど、日本企業のビジネス促進に努めている。また、2018年9月の北海道胆振東部地震の被災地の復興を目的に、2019年2月北海道復興観光セミナーをジャパン・ハウスSPで開催し、旅行代理店等の関係者を招きつつ、実際に北海道を旅行した経験を有する日系ブラジル人ジャーナリストのプレゼンテーションを行って、北海道観光を促進する取り組みなども行った。その他、JETROは、イノベーションイベント「プロ投資家の新規事業の評価方法」、高崎市プロモーションイベント「高崎だるま絵付けワークショップ」などジャパン・ハウスSPを活用して積極的なプロモ-

ション活動を行なっている。日本国内の各都道府県には、JETRO 地方事務所が存在するところであり、各県特産品・農産品の海外展開において、これら地方事務所と連携することも有益であり、各県はこうしたJETROや県人会と連携して地元産品の輸出促進を図っている。

6 南米の発信拠点としてのジャパン・ハウス・サンパウロ

ジャパン・ハウスSPは、サンパウロの発信拠点のみならず、ブラジル及び南米における発信拠点としての役割も期待されている。こうした中、2018年5月のジャパン・ハウスSPにおける河野外務大臣（当時）による政策スピーチに際しては、ウェブ中継を行うことにより対南米発信に努めた。

また、2018年8月から9月にかけて開催された日本の伝統的な武道を紹介する「DŌ（道）－徳の極みへー」が、リオデジャネイロにおいても開催され、今後他の都市への横展開が期待されている。

7 日本企業支援

（1）日本技術のショールーム

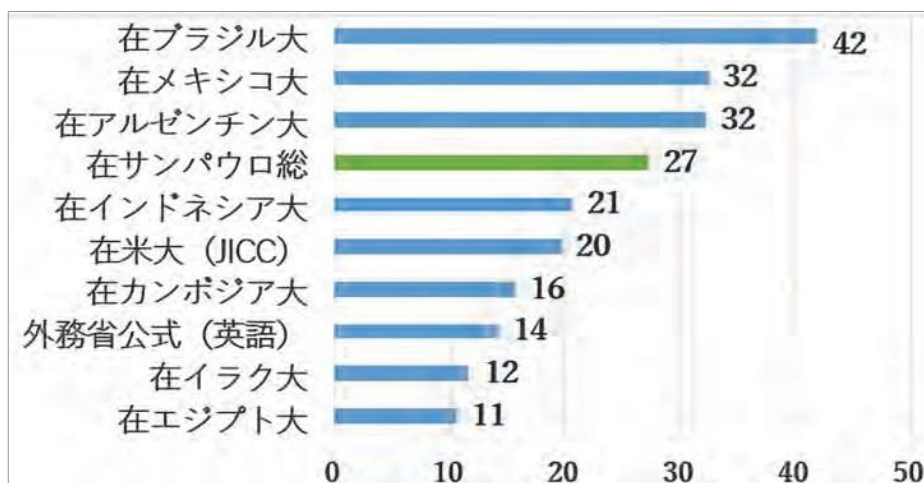
ジャパン・ハウスSPの重要なミッションのひとつは、日本企業のブラジルあるいは中南米へのビジネス展開を側面支援することである。ジャパン・ハウスSPには、TOTOのウォッシュレットのトイレ、三菱電機のエレベーター及びハンドドライヤー、空調機、NTTのwifi、パナソニックの60型TV及びセキュリティカメラ等が設置されており、我が国の進んだ技術を紹介しつつ、日本

企業にビジネスチャンスを提供している。TOTOのウォシュレットトイレについては、当地大手高級家電量販店が輸入販売を行うことになり、そのお披露目式が2019年8月にジャパン・ハウスSPで開催された。

(2) SNSが盛んなブラジル

キヤノンはこれまでいくつかの個別展示のスポンサーとなってきた。その対価として、週末、ジャパン・ハウスSPの敷地にある外土間で、キヤノンの1眼レフカメラを来訪者に貸し出し、ジャパン・ハウスSPでキヤノンのカメラで撮影した写真であることを明記した上で、各自のSNSにアップしてもらうことにより、写真文化の普及、ひいてはキヤノンカメラ販売促進に努めていた。キヤノン関係者によると、1日300人程度に貸し出し、ブラジル人の若者の行動様式として平均800人程度のフォロワーがいることを考えると、1日24万人にリーチしたことになり、こうしたリーチ数は他のキャンペーンと比較してもかなりの数になるとのことであった。キヤノンとしても、ジャパン・ハウスSPでのプロモーションを重視しているとのことであった。世界の我が国の在外公館のうち

180を超える大使館・総領事館が自館のフェイスブック・アカウ



ントを持っているが、2020年2月の統計によると、フォロワー数のベスト10には、在ブラジル大使館が世界最大のフォロワー数（約42万人）を誇るほか、在サンパウロ総領事館（約27万人）が第4位であるなど、在ブラジル在外公館が目立つ。このようにブラジル人がSNS好きな国民であることから、SNSを使ったプロモーションがブラジルでは極めて効果的であることがわかる。また、We are social社の調査によると、各国の1日の平均のインターネット使用時間につき、ブラジルはフィリピンに次ぎ世界第2位で9時間29分であった。因みに、日本は3時間45分で40位とのことである。

（3）無印良品（MUJI）

ジャパン・ハウスSPでは、2018年6月から8月にかけて、無印良品の「POP-UP STORE」を展開した。筆者自身、オープンするまでブラジル人にどこまで無印良品の製品が受け入れられるものなのか半信半疑であったが、蓋を開けてみると非常に多くの来館者（約14万人）に恵まれた。1日あたりの来訪者としては、ジャパン・ハウスSPのすべての企画・巡回展示の中で最も多いものとなった。こうした人気の背景としては、ブラジル人の中でも、ニューヨークやヨーロッパ諸国への旅行経験者が多く、ユニクロと並んで無印良品等の日本のブランドも外国旅行を通じて馴染みがあるとの解説もあった。いずれにしても、無印良品のような機能性、コンパクト、清潔感、デザインに富んだ製品はブラジルでも十分にマーケットがあると思われる。ダイソーやすき家もサンパウロ州で既によくの出店を達成しているが、人口2億人のマーケットをにらんだブラジルのB to Cのビジネスも今後大きな潜在性があると考えられる。花王はジャパン・ハウスSPでBioréの販売促進を行い、その後売上げが伸びていると聞いている。ブラジルの化粧品マーケットは、米国、中国に次いで世界第3位とも言われており、日本の化粧品メー

カーもまだまだビジネスチャンスがあると思われる。ただし、こうしたビジネスの展開にあたっては、高い関税、複雑な税制、輸入物品の規制当局による長期間の審査等の課題が指摘されている。ジャパン・ハウスSPでのプロモーションや市場テストに加え、ビジネスフレンドリーな環境に向けてのブラジル政府への働きかけ、ブラジルとの貿易障壁を削減する努力も引き続き必要になってくる。現在、ブラジルはボルソナーロ政権の下で、経済自由化の方針が打ち出されており、日本企業にとってもビジネス環境が改善されることを期待したい。

(4) その他の日本企[Ⓐ]の活動

ジャパン・ハウスSPはサンパウロ州教育局と連携して、サンパウロ州立中学・高校の学生を見学に招き、ブラジルにおける将来を担う世代への日本の魅力発信にも努めた。こうした見学会に際しては、日清食品がカップヌードルを提供しており、日本企業のビジネスプロモーションの機会にもなった。

当地においては、長年にわたって操業している日本企業も多く、例えば、トヨタ自動車は操業60周年のイベントを、またNEC（日本電気）は50周年のイベントをそれぞれジャパン・ハウスSPを活用して実施した。

その他の企業も各展示の内容を見極めつつ、積極的にスポンサーとなっただけにしている。2018年6月から10月にかけて、日本の旨味等の味や香りを展示する「Aromas e Sabores」が開催されたが、当地で調味料を販売している味の素がスポンサーとなってバックアップしていただいた。味の素は、8月から9月にかけて開催された日本の伝統的な武道を見せる「DÔ（道）－徳の極みへ－」展にもスポンサーとなっただけに、当地で販売している疲労回復アミノ酸補給剤である「アミノバイタル」の販売促進などを行った。

8 スポンサーの獲得

(1) 持続可能な運営

ジャパン・ハウスS Pは、自ら収益を上げることも求められており、持続可能なジャパン・ハウスS Pの運営に向けて、企業のスポンサー獲得に力を入れている。展示毎にスポンサーを個別に集める形に加え、ハウス・スポンサー制度のもとで、年間一定の金額、あるいは物的支援をいただくことと引き換えに、各社のロゴマークのジャパン・ハウスS Pにおけるディスプレイ、セミナールーム等の低料金での活用、ジャパン・ハウスS P特別イベント開催の際の優先招待等の特典を提供しつつ、企業のスポンサーを募っている。2020年7月現在、ダイヤモンドメンバーとして、NEC、キヤノン、ゴールド・メンバーとして、三菱電機、味の素、インターコンチネンタルホテル、タカサゴが名を連ねている。

(2) NECの顔認証ソフト

例えば、NECはハウス・スポンサー契約に当たって、ジャパン・ハウスS P内に顔認証ソフトウェアを無償提供する契約を結んでいる。こうした協力により、NECとしてはブラジルにおける更なる顔認証ソフトウェアの展開を睨んでいる。ジャパン・ハウスS Pにとっては、NECの顔認証ソフトウェアの更なる導入によって、効率的・効果的なジャパン・ハウスS Pの展示・運営に役立てることとしている。このようにジャパン・ハウスS Pにとっても、NECにとってもハウス・スポンサー契約は大きなメリットがある。なお、NECはブラジル国内の14の全ての国際空港に顔認証ソフトウェアを入れ、犯罪容疑者や脱税者の摘発に効果を発揮している由であるほか、ジャパン・ハウスS Pでデジタル・トランスフォーメーションなどに関する様々なイベントも開催している。

9 日本の地方創生

(1) 人口減少・超高齢社会克服のために

ジャパン・ハウスSPに期待することとして、ジャパン・ハウスSPが地方創生にも資するような役割を果たして欲しいとの要望をいただいている。日本の地方は、人口減少・超高齢社会の最前線にあり、出生率の低迷に加え、若者の都会への流出もある。今のままではコミュニティとしての機能を維持することが困難になる自治体も出てくるとも言われている。筆者はサンパウロ着任前、2年間、宮崎県警本部長として宮崎県に勤務・生活していたが、人口減少・超高齢社会の厳しい現実を目の当たりにしたところである。地方創生のためには、若者にも魅力があり、地方に定着できる仕事を増やし、その地での人口を確保しつつ、町を活性化していく必要がある。地方での仕事を増やすために多くの自治体が重視しているのが農水産品の海外展開とインバウンド観光誘致である。こうした問題意識のもと、ジャパン・ハウスSPでは日本の地方創生にも資する役割を果たすよう努めている。

(2) 被災地の復興

例えば、2017年10月に内堀福島県知事がサンパウロを訪問された際には、ジャパン・ハウスSPで福島復興に関する同知事の講演会が行われるとともに、福島特産の喜多方ラーメンのプロモーションも行われた。こうした福島県の努力や在ブラジル日本大使館の働きかけなどもあり、2018年8月、ブラジルによる福島県農産品の輸入規制が解除され、ジャパン・ハウスSPとして地方創生に向けて貢献した形となった。また、2018年8月には、達増岩手県知事がサンパウロに来訪された機会をとらえ、岩手県の日本酒である南部美人のプロモーションがジャパン・ハウスSPで行われ

た。更に、2018年11月に小野熊本県副知事（当時）が当地を訪問された際には、熊本県のゆるキャラである「くまモン」も併せてサンパウロを訪問し、ジャパン・ハウスSPで「くまモン」のイベントも行った。こうした努力を通じて、多くのブラジル人が熊本県を訪問するようになれば幸いである。2019年8月には、北海道人ブラジル移住100周年式典が当地で開催され、北海道からも中野副知事をはじめとする慶祝団が来訪した。その際、冷凍庫を使い北海道の雪だるまを持ち込まれ、ジャパン・ハウスSP外土間で展示し、サンパウロのメディアにも大きく報道された。日本人ブラジル移住100周年の2008年の際も同様の企画が行われ、その際は北海道協会の敷地内で展示されたとのことであるが、幼い頃にブラジルに移住した一世の高齢の方にとっては、生きているうちに北海道の雪に再び触れることができるとは思っても見なかったということで大きな感動を生んだ由である。

福島、岩手、熊本、北海道いずれも、近年、地震等の自然災害の影響を大きく被った地域であるが、ジャパン・ハウスSPがこうした被災地の復興にも貢献できるのであればこれ以上嬉しいことはない。

なお、先に述べたとおり、サンパウロには、47都道府県の県人会があり、毎年のように複数の県人会が県人会創立周年式典や県人ブラジル移住周年式典を開催し、母県より知事をはじめとする慶祝団が来訪するところ、引き続き、上記のような形でジャパン・ハウスSPと県人会・地方自治体が連携して、地方創生に資する試みを行うことが期待される。

（3）農産品のブラジル展開

2018年8月、宮腰内閣総理大臣補佐官（当時）が当地を訪問された際、ジャパン・ハウスSPで「和牛と泡盛の夕べ」（在サンパウロ総領事館・JETROの共催）を開催し、5年に一度の全国

和牛能力共進大会で総合優勝を果たした鹿児島牛と沖縄の泡盛の当地での普及に努めた。また、2019年8月に河野俊嗣宮崎県知事がサンパウロを訪問された際は、ジャパン・ハウスSPを活用したイベント「みやぎきの夕べ」を開催し、宮崎牛、焼酎、郷土料理等のプロモーションを行った。こうした活動の結果、実際に商談にも結びつき、ブラジルへの輸出が一部行われるようになった。通貨レアル安の状況が続いていることもあり、ブラジルで販売される和牛は非常に高額であるが、美味しいもの、質の良いものであれば、高額であっても購入するような高所得層がブラジルには存在していることが証明された。

10 政策発信

ジャパン・ハウスは、日本ファン、日本のサポーターを増やしつつ、我が国の外交政策などへの正しい理解を得ることも目的としている。通常の展示は文化・技術・食等を中心としつつ、適宜政策セミナー等を実施し、我が国の外交政策などについての発信の場となっている。2018年2月には、田中明彦政策研究大学院大学学長に当地を訪問いただき、ジャパン・ハウスSPで東アジアの安全保障をテーマに講演していただいた。同年5月には、河野外務大臣（当時）にジャパン・ハウスSPにお越しいただき、法の支配・航行の自由、中南米との経済連携等の発信を行っていただいた。同年9月には、葦原神戸大学教授に当地を訪問いただき、日米・米中関係の専門家の立場から講演会を実施いただいた他、同年10月には丸川知雄東京大学教授に中国のイノベーションと日本の経済・産業の将来に関する講演会、2019年2月には、中山俊宏慶応大学教授にも日米関係についての講演会、同年3月には、岸輝雄外務大臣科学技術顧問（当時）に我が国の科学技術に関する講演会をいただいた。また、筆者も、

2019年9月に、日伯関係及び東アジアの国際関係につき講演をする機会を得た。

1.1 食・物販による発信

(1) 食の発信

ジャパン・ハウスSP内では、サンパウロの日本レストラン「藍染」が営業し、好評を博している。同レストランシェフのテルマ・シライシ氏は、農林水産省の「日本食普及親善大使」を務めているが、パンデミック以前には、ジャパン・ハウスSPで「旨み」、「こだわり」などの日本食に関する講演会を月に1度の頻度で、活発に実施しており、コロナ禍でもオンラインで発信を続けている。

(2) 弁当

「藍染」はジャパン・ハウスSPにおいて、弁当文化の普及にも努めている。日本の弁当は、機能的でコンパクトにまとまっており、かつ栄養バランスにも配慮しつつ、カラフルな色彩にも配慮していることもあり、ブラジル人にも好評で、レストラン内で販売している。また、毎年1月には、お雑煮も提供しつつ、日本の正月の雰囲気醸成するよう努めている。

(3) カフェ

ジャパン・ハウスSP内では、来館者が一息つけるようにカフェを設け、一杯ずつ丁寧に入れるドリップコーヒー、自家製パン、たぶりの卵・ロイヤルハム・きゅうり・自家製マヨネーズを使った卵サンドや定番のチョコレートケーキなど、日本のカフェならではのメニューを通して、「こだわり」や「和」の心の発信を行っている。

(4) 風呂敷

ジャパン・ハウスSPでは、風呂敷等の日本の伝統的な産品をモダンにデザインしたものの販売も行っており、比較的高額ではあるもののよく売れているとのことである。

(5) ライブラリー

ジャパン・ハウスSPのマルチメディアスペースには、本・漫画・電子コンテンツを通じて、多様な日本文化を伝えている。書籍については、日本の書籍選定の専門家の眼を通して厳選した多くの書籍が食・旅行・文化を始めとした10近いテーマで綺麗に配置されており、来館者は居心地の良い空間の中で、日本の書物やコンテンツに触れることが出来る。

12 スポーツ

(1) サッカーW杯

2018年はサッカー・ワールドカップ・ロシア大会が開催され、日本代表もブラジル代表も活躍し、日伯両国で大いに盛り上がった。ジャパン・ハウスSPでも日本代表の試合のパブリックビューイングを行い、地元のテレビ局もその模様を中継することによりジャパン・ハウスSPの宣伝にもなった。Jリーグが発足した90年代以降、日本はブラジルから数多くのコーチ、選手を迎え入れることによってサッカーのレベルアップをはかることができたという意味で、サッカーはブラジルの日本に対する重要な貢献の一つである。筆者は在任中、ブラジル人元Jリーガーと何度か懇談する機会があったが、日本のサッカー、日本人のホスピタリティ、サポーターの姿勢に感銘を受けていた。彼らも日本のサッカーのレベルが上がったことを

喜び、日本のサッカー・テクニクにも一目置いているようであった。このうち、Jリーグのチームで指揮を取ったことのあるブラジル人監督が日本で仕事を振り返り、自分は日本にサッカーを教えに行ったのではなく、サッカーを学びに行ったのだと言っていたのが印象に残っている。

なお、筆者がサンパウロ在勤中に聞いた話で意外と思ったのが、かつてと比べて、ブラジル人もワールドカップにそれほど熱狂しなくなってきたとのことであった。2014年ブラジルワールドカップ準決勝でドイツに1-7で敗退したことがトラウマとなっているとの説もあった。あるいは、ブラジル代表チームの選手は欧州の強豪クラブチームで活躍している選手が多いが、かつてブラジル人サッカー選手はブラジルのクラブチームで活躍した上で欧州の強豪チームに引き抜かれることが多かった。このため、国民にも馴染みのある選手が代表選手となっていたが、今はブラジルのクラブチームで活躍する以前の非常に若い段階から欧州強豪チームに引き抜かれるため、代表選手がブラジル国民にとってはあまり馴染みがなく関心を持たなくなってしまっているのではないか、との分析をしている人もいた。

(2) サッカー南米選手権

2019年は6月から7月にかけてサッカー南米選手権がブラジルで行われ、日本代表も20年ぶりに域外招待国として参加した。日本は健闘したものの残念ながら一次リーグ敗退となったが、この機会に、元ブラジル人Jリーガーを集めてのトークショー「元サッカー選手、監督が語る日伯サッカーの魅力」や田嶋日本サッカー協会会長とブラジルサッカー連盟事務局長の間で「サッカーを通じた日伯交流と人材育成」と題した講演会をジャパン・ハウスSPで開催し、日伯間のサッカー交流をアピールすることができた。

(3) 東京オリンピック・パラリンピックに向けた広報

2016年のリオ・オリンピック・パラリンピックの次が2021年の東京オリンピック・パラリンピックという流れもあり、こうしたスポーツの交流を重視する観点から、2018年8月から9月にかけて、ジャパン・ハウスSPは、柔道・剣道・合気道・空手等の日本の伝統的な武道の展示「DŌ(道)－徳の極みへー」も行った。また、2019年7月には、ブラジル・オリンピック委員会(COB)の東京オリンピックに向けた発表イベント「東京2020まであと一年」がジャパン・ハウスSPで開催された他、今後、2021年の東京オリンピック・パラリンピックに向けて、ジャパン・ハウスSPを活用した広報活動が強化されることが期待されている。

13 インバウンド観光促進

ジャパン・ハウスが親日層を増やすことの目的の一つに、日本への観光を促すことも重要である。訪日観光が世界的に伸びている中で、ブラジルからの訪日観光客も増加傾向にある。新型コロナウイルス危機を克服して、更に訪日観光客を増加させるためには、これまでの北米・欧州・アジアからの訪日観光客に加え、中南米からの訪日観光客も拡大する必要がある。ジャパン・ハウスSPでは引き続き日本の魅力的な展示を行うとともに、観光に特化したイベントも実施しつつ、ブラジルからの観光客増加に努めることが期待される。

幸い、2020年度より、ブラジルが日本政府観光局(JNTO)の準重点市場に認定されたとのことであり、ジャパン・ハウスSPとも連携しつつ、ブラジルからの観光客誘致の手がかりとなることが期待される。ブラジルには、日本にも観光することのできるそれなりの所得層が存在する上、日系ブラジル人は自分たちのルーツを

求める日本旅行、すなわち自分たちの祖先の出身母県を訪問する傾向があり、地方へのインバウンド促進と言う意味で重要なターゲット層である。

1 4 学生の交流の場としての

ジャパン・ハウス・サンパウロ

幅広い層をターゲットとするジャパン・ハウス S P であるが、特に若者をターゲットに、学生の交流の場としての役割も果たしつつある。筑波大学は文部科学省の委託を受け、日本の大学とブラジルを含む南米の大学との交流のコーディネーターの役割を果たしており、筑波大学が中心となってジャパン・ハウス S P でブラジル人向けに日本の大学への留学フェアも行っている。また、静岡文化芸術大学は2年連続でジャパン・ハウス S P に学生を派遣し、インターンとして研修を積み重ねつつ、ジャパン・ハウス S P で静岡の魅力に関するプレゼンを行うなどの活動を行なった。同大学学生の受け入れに当たっては、当地静岡県人会も協力しており、ジャパン・ハウス S P が日系社会と協力して学生交流を進めている。

1 5 その他

(1) 日本の進んだ技術の紹介という意味では、これまで、石黒浩大阪大学教授によるアンドロイドに関する講演会や山中俊治東京大学教授によるプロトタイピングの展示などを実施している。

(2) 2019年、天皇陛下の御即位がブラジル国内でも注目を浴びた中で、同年5月、ジャパン・ハウス S P において、我が国皇族に関する二宮サンパウロ大学教授による講演会が開催された。

(3) 2020年3月17日、ジャパン・ハウスSPはサンパウロ市内の他の文化施設同様、コロナウイルス感染症対策のため、しばらくの間、閉館となった。多くの人に来館してもらって日本ファンになってもらうことを狙ってきたジャパン・ハウスSPにとっては大きな痛手である。他方、こうした中でも、ジャパン・ハウスSPは、ポッドキャストやユーチューブ等で日本文学や日本料理などにつき積極的に発信したり、オンラインイベントを開催したりするなどの活動を継続・強化している。「扉は閉まっても営業中」である。何れにしても今後、サンパウロの社会・経済活動の制限措置が緩和され、ジャパン・ハウスSPが再開しても、従来通りの集客を得ていくことは容易でないとみられ、また、経済危機により企業のスポンサー集めも同様の状況にある中で、その運営については更なる工夫が望まれる。

第3章

ブラジル経済状況 及び日本企①の動向



第3章

ブラジル経済状況及び日本企[Ⓐ]の動向

2019年、プロビジネスのボルソナーロ政権が発足し、当地進出日本企業も新政権による様々な経済改革に期待している。ボルソナーロ政権は、政治的には大統領自身や大統領子息の言動等によりやや混乱し、2019年の成長率も期待されたほどではなかったが、経済改革はそれなりに進んだ。ただ、2020年に入ると、新型コロナウイルスの深刻な影響を受けるに至った。多くの日本企業が当地にブラジル拠点あるいは南米拠点を置いていることを踏まえ、筆者から見たブラジル経済、日本企業の動向及び総領事館の日本企業支援の取組につき以下述べる。

1 ブラジルにおけるビジネス環境

(1) ブラジルの潜在性

ブラジルは人口2億人以上を擁し、鉄鉱石・石油等の天然資源にも恵まれ、土地もふんだんにあり、水資源も豊富である。更に、日本と異なり、地震、津波、台風、火山噴火等の大規模自然災害のおそれがほとんどない国であり、日本人から見ると非常に恵まれた国に映る。筆者がこうした点をブラジル人に話すと、「確かにご指摘の通りで、自然災害(natural disaster)はあ

まりないのだが、人的災害（human disaster）が多い」と半ば冗談交じりに自嘲気味に話すのが興味深いところである。政治家の汚職が多いことや治安が悪いことを指しているのであろう。ブラジルでは、何も働かなくても少し手を伸ばせばたわわに果物が実り、地下を掘れば資源が出てくると表現する人もいる。また、中南米のもう一つの大国であるメキシコとの比較でブラジルはのんびりしていると言われることもある。即ち、メキシコは北の隣国に米国という大国を抱え、戦争をして多くの領土を奪われた歴史があり、現在でも移民・麻薬問題など常に緊張関係にある。また、太平洋に面し地震など自然災害にも数多く見舞われ、国難を数多く経験している。これに対しブラジルは、先に述べた通り大きな自然災害にも見舞われず、メキシコのように近隣に米国のような大国との緊張関係が常にあるわけでもない。北米からも、アジアからも、ヨーロッパからも遠く離れ、熾烈な国際競争にこれまで晒されることなく、豊富な資源・農業・巨大な国内マーケットのゆえに、それほど困窮することなく、のんびりしてきたのではないかと指摘もある。

何れにしても、こうしたポテンシャルへの期待もあり、特にBRICSブームであった2000年代以降、現地企業を買収する等により多くの日本企業がブラジルに進出した。2008年のリーマンショックにおいても、当時のブラジルは対外経済への依存度が低かったこともあり他の国ほど影響は受けなかった。2014年のFIFAワールドカップや2016年のリオ・オリンピック・パラリンピックを開催する中で、更なる経済的飛躍が期待されていたが、汚職に起因する政治の不安定化等によって経済が低迷し、2015～16年は2年連続で3%を超えるマイナス成長となり、日本企業もこうした経済のボラティリティの影響を受けている。2017年以降は上向きになったものの、3年連続で成長率は1%前後にとどまっている。中国、インド、東南アジアといった新興国は6%前後の成長をしていた中で、BRICSの一員であるブラジルは期待されたほ

どの高い成長率を達成できていない。2019年1月のボルソナロ口政権発足後、経済成長が期待されたにもかかわらず伸び悩んだ背景としては、1つにアルゼンチン経済の低迷が挙げられる。ブラジルは自動車産業をはじめとしてアルゼンチンへの輸出が重要な稼ぎ頭であったところ、ここ数年、アルゼンチン経済が低迷し、裾野産業にも大きく影響する自動車の輸出が減少したこともあり、ブラジル経済に悪影響を与えた面がある。もう一つは、米中経済摩擦等もあり、ブラジルにとって最大の貿易相手国である中国経済の成長率が伸び悩んだことが挙げられる。また、2019年1月のミナスジェライス州の鉱滓ダム決壊事故の影響を指摘する向きもあるほか、ブラジルにおける過去数年の経済停滞により将来に対する明るい見通しが持てず、投資に積極的に資金が回らないことがブラジル経済の低迷の原因であると指摘するエコノミストもいる。

(2) ビジネスの難しい国？

経済の潜在性は高いと言われているが、伝統的にブラジルは保護主義色が強く、ビジネスが難しい国であると言われている。筆者は、外務省中米カリブ課長時代（2011～13年）にメキシコを担当していたが、その際、メキシコに進出していた日本企業関係者は、同じ中南米の大国であるブラジルと比べ、メキシコが如何にビジネスがやりやすいかについて語っていたのが印象的である。かつては、ブラジルとメキシコは、進出日本企業数はほぼ同じであったが、現在では、経済連携協定（EPA）の有無の違いもあってか、ブラジルには約700社の進出日本企業があるのに対し、メキシコでは約1200社の進出日本企業を数える。ブラジルに進出している多くの日本企業が指摘するのが、ブラジルにおいて人を雇用する際のコストの高さである。ある日本企業メーカーの社長が筆者に語ったところによれば、タイ工場の従業員とブラジル工場の従業員にかかるコストを比較したことがあるが、タイとブラジルの同レベルの従業

員に仮に同じ1、000ドルの給料を払うとすると、その他の税金、社会保険の費用等を加えたトータルのコストが、タイでは1、400ドルであったのに対し、ブラジルでは2、200ドルであったとのことであった。このように、ブラジルは人を雇用することに伴うコストが高く、その結果、製造業の国際競争力が低くなっている。また、関税が高く、税制が複雑であることも企業泣かせである。税金対策のために多くの税制コンサルタントや弁護士と契約しなければならない理由はここにある。また、様々な規制もビジネスの障害になっている由である。例えば、医療機器を含む日本製品の輸入に際して、ANVISA（伯国家衛生監督庁）やINMETRO（伯国家度量衡・規格・工業品質院）といった規制当局の審査が長期間にわたるとともに、多額のコストがかかることが問題点として指摘されてきた。

（3）改革志向のボルソナーロ政権

こうしたビジネスのやりにくさがまさにブラジルコストと言われ、日本企業を含む外国企業の進出の足かせになってきた。こうしたビジネス環境の中、一度ブラジル市場に参入して成功すると、障壁がかえって防護壁となってライバル企業の参入をおさえ、むしろ居心地の良いマーケットになるとの指摘もあるが、いずれにしても、ブラジル政府がより多くの外国企業による投資を受け入れるためには、こうしたブラジルコストと言われるビジネス障壁を低減する必要があると指摘されており、ボルソナーロ政権はこうした

改革に意欲的に取り組んでいる。2018年の大統領選挙において、当初ボルソナーロ候補が当選することを指摘する有識者はあまりいなかった。こうした中で、汚職の問題などもあり、既存大政党の候補が国民から敬遠される中で、ブラジルの汚職を根絶し、治安を改善してくれる候補として期待を集め、最終的に当選を果たした。選挙キャンペーン中、SNSをうまく利用したとの指摘もある。

2019年、EU（欧州連合）とメルコスール「（南米南部共同市場。1991年にブラジル、アルゼンチン、パラグアイ、ウルグアイが結成した共同市場）」とのFTA（自由貿易協定）が20年間の交渉を経て妥結に至った。こうした急展開な交渉妥結の背景としては、EU側の事情もあると思われるが、やはり経済自由化を志向するボルソナーロ政権の誕生を抜きには語れないであろう。EUメルコスールFTAは、今後、ブラジル製造業の構造改革を迫るものとなるだろう。欧州自由貿易連合（EFTA）とのFTA交渉もほぼ同時期に妥結した。2019年は、年金制度改革も議会を通過し、マーケットから一定の評価を得ている。ある日本企業関係者によると、日本の年金受給者の平均年金額は現役給与の4割から5割であるのに対し、ブラジルの年金受給者の平均年金額は現役時給与の7割から8割とのことであり、こうした比較的恵まれた年金制度に一定の改革が行われることになった。ブラジルにおいても出生率の低下や高齢化が徐々に顕在化している中で、年金制度改革をこれ以上先延ばしにできないとの意識が高まり、議会主導で改革が進んだのが印象的であった。年金制度改革が通ったことにより、国外の投資家もブラジルに一定の評価を与えているものと考えられる。ANVISAやINMETROといった規制当局も、政権交代に伴い、各機関のトップが交替になったことにより、これまでのスタンスより柔軟化する傾向が見られている。年金制度改革の次の改革アジェンダは税制改革である。進出企業のビジネスにもより直接的な影響のある改革であり、どこまで税率が下がり、税制が簡素化されるのか注目されているが、新型コロナウイルスの影響で今後の動向が不透明になってきている。

規制緩和という意味では、日本、米国、カナダ、オーストラリアに対する一方的な査証免除もボルソナーロ政権ならではの措置である。伝統的なブラジルの外交政策は相互主義であり、これまでの政権では考えられなかった措置である。こうした単独的な措置によ

り、これらの国からのビジネス客、観光客の増加を狙っている。こうした措置もビジネスをやりやすくする措置の一環である。

ボルソナーロ大統領は軍人出身で、経済政策についての経験が豊富でないが故に、経済政策をゲデス経済大臣に任せていることも企業家に安心感を与えていると言われている。日本からの来訪者にこうした状況を説明すると、「ゲデス大臣は小泉政権時代の竹中平蔵大臣のような存在だな」との反応もある。

なお、ボルソナーロ政権の外交政策はこれまでのブラジル政府の方針と比較してもユニークである。キリスト教福音派の影響が強いこともあり、親イスラエルの姿勢をとり、テルアビブのブラジル大使館のエルサレム移転を標榜していたが、現在までのところ大使館の移転には至らず、ブラジル貿易事務所のエルサレム設置にとどまっている。親イスラエルの姿勢がアラブ諸国からの反発を招いたことが本格的な大使館移転に至っていない一因かもしれない。ブラジルにとってアラブ諸国は牛肉、鶏肉などの一大マーケットであり、これら諸国との関係も良好に維持しておく必要がある。

また、ボルソナーロ大統領はプレスに対する批判も歯に絹着せぬ言い方に終始しているが、こうした姿勢がSNS上でも支持されているとの見方もある。同時に、批判を受けるプレスにとっても、大統領に批判を受けることにより世の中の注目を浴びる結果、購読者が増えるといった興味深い効果もみられる。

(4) 労働法改革の重要性

ブラジルのビジネス環境の改善につき、ボルソナーロ政権以前に行われた改革として重要性が指摘されているのが、2017年にテメル政権下で実現した労働法改革である。改正前は、労働訴訟において労働者側が敗訴した場合でも、訴訟費用を労働者側が負担することはほとんどなかったが、労働法改正により、そのような場合には労働者側が負担することになった結果、労働訴訟が大幅に減少

した。多くの企業家にとっては、ブラジルにおけるビジネス環境の改善という点では、重要な改革であったと指摘されている。

なお、給与・残業代・休暇などに関わる労働訴訟が全体として減少してきた一方で、職場内でのセクハラやパワハラについての訴訟が相対的に増えてきているとのことである。当地法律事務所等は、こうした訴訟を事前に防止するために、日本とブラジルの職場での人間関係の違いなどを説明しつつ、セクハラやパワハラについての講習会を開催する等して日本企業に注意を呼びかけている。

(5) サンパウロ州の重要性

サンパウロ州は人口4、600万人を擁し、この規模はアルゼンチンよりも大きく、南米でサンパウロ州よりも多くの人口を有する国はコロンビアのみである。GDPの規模もアルゼンチンよりも大きく、ブラジル及び南米経済の中心地である。元々、コーヒー栽培で発展した歴史があるが、現在では、製造業、商業、金融業、農業と多産業が発展する州となっている。自動車を中心とする製造業がサンパウロ市近郊に広がり、農業はサンパウロ州内陸部にかけて特にサトウキビ畑や牧場が広がる。また、ユーカリの植林も目立つ。気候が良く他国よりも早く成長することがブラジルのユーカリ植林の強みのとのことであり、紙・パルプ産業も盛んである。サトウキビからは、砂糖、アミノ酸、カシャーサ（サトウキビを原料として作られる蒸留酒）、エタノール、バイオマス燃料を製造することができる。2019年1月に就任したドリア・サンパウロ州知事もボルソナーロ大統領と同様にプロビジネスの志向を示しており、外国企業の投資誘致に熱心である。サンパウロ州にはブラジル製造業が集積しているが、人口1200万人のサンパウロ市といった大消費地を抱えていることから、それほどのインセンティブを与えなくても企業側が投資してきたとも言われている。他方、近隣のミナスジェライス州やパラナ州等は熱心に企業誘致に取り組んだ結果、これら

の州への投資も増えている。こうした中、ドリア州知事は、投資誘致に熱心で、自動車産業等にもインセンティブを与え、既存の外国企業を引き留め、新たな投資を誘致することに努めている。

例えば、ドリア州知事は2019年8月には中国を訪問し、上海にサンパウロ州政府の事務所をオープンした。2020年6月にドリア州知事は同州保健省傘下の研究所と中国企業との新型コロナウイルス・ワクチン開発合意を発表したが、その際、同知事は、この開発合意は上海事務所設置の成果である旨アピールしていた。

2019年9月には訪日し、トヨタの10億レアルの投資誘致に成功した。サンパウロ州の2019年の成長率は2.5%であり、ブラジル全体よりはるかに高い成長率を達成している。ドリア州知事にとっての1年目は比較的順調に推移したと言えるが、2年目はコロナ危機で試練を迎えている。同知事は2022年のブラジル大統領選挙を狙っているとの指摘もある。同年はブラジル独立200周年の記念すべき年であり、ブラジル独立発祥の地であるサンパウロでも様々な行事が行われる予定である。

(6) ブラジルの金利

ブラジルは長年にわたって高金利の国として知られていたが、インフレの安定及び世界的な低金利の中で金利が下がってきている。かつては、銀行に預けているだけで金利収入が十分に入ってきたのと比較すると、大きな状況変化である。こうした状況の中で、企業も銀行からの借り入れが容易になり、経済に刺激を与えることが考えられる。また、資産ポートフォリオの観点から、預金ではなく不動産に投資する動きも起こっており、不動産市場が活性化してきている。他方、金利収入に伴う利益でビジネスを行ってきた業界にとっては逆風となっている。

(7) ブラジルのエネルギー事情

ブラジルは、エネルギーの6割が水力発電、2割がその他の再生可能エネルギーによる発電によって賄われており、再生可能エネルギーに恵まれた国である。日照時間が長いため太陽光発電に向いており、サトウキビからはバイオマス燃料も採取でき、風力も大きなポテンシャルを有している。ホنداはブラジル南部のリオ・グランデ・ド・スル州に風力発電所を設置しており、ブラジル国内のホنداの自動車工場が消費する電力に見合う以上の電力を発電している。他方、ブラジルが今後更に経済成長するためには、現在の発電能力では足りないと言われており、こうした観点から、日本の進んだ省エネ技術をブラジルに導入することへのニーズがあり、例えば、ダイキンは省エネエアコンの普及に向けて活動を行っている。

なお、国際協力銀行（J B I C）は、ブラジルにおける再生可能エネルギー事業に向けた資金を、ブラジル国立経済社会開発銀行（B N D E S）を通じて融資している。

(8) 南米の中のブラジル

南米においては、アルゼンチンは2019年の大統領選挙で左派政権となり、ボリビアではモラレス大統領が外国に亡命する事態となった。チリでは学生デモの結果、2019年APEC（アジア太平洋経済協力会議）首脳会議をキャンセルせざるを得ない状況に追い込まれ、ペルーでも政情不安定の状況が続いている。エクアドルやコロンビアでもデモが発生し、ベネズエラではマドゥーロ政権に対する国際的な制裁が続いているといった状況の中で、ブラジルは南米においてはビジネスを行う人々にとっては相対的に安定しているとの見方もある。しかし、こうした見方は、コロナ危機を通じて変わってきているかもしれない。コロナ禍においても、ボルソナロ大統領がマスクもつけずに外出して支持者と握手したり、社会的

隔離政策を批判する言動や、ボルソナーロ大統領が私的な動機で連邦警察人事に介入したと批判して法務大臣が辞任するなど、政治的に不安定な面も見られるようになってきている。

(9) 動物プロテインの国ブラジル

ブラジル経済を引っ張っているのが対中農業輸出であるが、その代表的な品目は大豆である。米中経済摩擦によって米国の対中大豆輸出に高い関税がかけられるようになると、ブラジルの対中大豆輸出が増える。また、中国でアフリカ豚コレラが蔓延し、多くの豚の殺処分が行われると、ブラジルの対中豚肉・牛肉輸出が増える現象が見られる一方で、豚の飼料としても使われる大豆の対中輸出が減る反動もある。このように、ブラジルの対中輸出は外的要因に大きく左右される。2019年後半、ブラジルの対中牛肉輸出が急激に増えた結果、ブラジル国内の牛肉価格が上昇し、庶民の懐を直撃したこともあった。なお、日本の鶏肉輸入に占めるブラジルの割合は約6割と高いが、ブラジルは、渡り鳥が赤道を渡ってブラジルまで来ないことや人の往来が相対的に少ない世界の一角にあることから、鳥インフルエンザ・フリーであると言われており、ブラジルの養鶏産業の強みであると指摘する向きもある。今後、アジア諸国の経済成長に伴い、牛肉、豚肉、鶏肉等の動物プロテインの需要がますます高まっていく中で、ブラジルはこうした需要を満たすことのできる数少ない国の一つである。なお、コロナ経済危機のもとでも、ブラジルの農産品輸出は堅調であり、中国の輸入が引っ張っている。

(10) トラック運転手のスト

2015～16年のマイナス成長を経て、2017年にプラス成長に転じたことから、2018年当初は、3%程度の経済成長が

達成できるのではないかとの見通しも広がっていたが、結果的には1%程度の成長にとどまった。この原因としては、大統領選挙の動向が不透明であったことに加え、2018年5月から6月にかけて全国的に広がったトラック運転手のストライキの影響が挙げられる。ブラジルでは鉄道輸送が非常に脆弱であり、主要な物流の担い手がトラック輸送となっていることから、トラック輸送が経済にとって極めて重要な役割を果たしている。ディーゼル燃料への課税をめぐりトラック運転手の不満が高まり、全国的なストライキに発展したが、これにより経済は麻痺状態となった。物流がストップしたことから、工場に部品や原材料を搬送することもできず、鶏舎に飼料を運ぶことができず、多くの鶏が死んでしまった。また、レストランも食材や飲料を調達できないため閉店せざるを得ず、ガソリンスタンドにガソリンが運べなくなったことから市民も車で仕事に行けない状況となった。この結果、ブラジルの経済成長率は大きな下方修正を余儀なくされた。こうした事象から、ブラジルでは、鉄道輸送網の整備の必要性が強調されるようになり、鉄道に関する大型プロジェクトも計画されており、日本企業も関心を持っている。なお、2018年9月、JICAはブラジル穀物企業アマッジ社との間で融資契約を結び、同社の穀物輸送インフラ設備投資などに対する協力を行っている。

(11) U b e r の普及

サンパウロではU b e rが普及し、利用率が高い。U b e rの普及により、自家用車を持たなくなる傾向があり、また、自家用車を持っていても、駐車場の問題や飲酒等の問題で自家用車を使わずにU b e rを利用する傾向が高まっている趣であり、その結果、サンパウロ市内の駐車場の料金が下がっているとの指摘もある。U b e rのような配車サービス会社が更に普及するようになると、自家用車ではなくU b e rなどが自動車の大口需要となり、自動車メー

カーもこうした意向に左右されるなど自動車マーケットで力を持つようになるのではないかと指摘も出ている。

(12) 高齢社会克服に向けて

ブラジルを含む南米諸国との間で共有出来、かつ南米諸国の将来にとっても有益な参考事例となりうる日本の経験は、如何にして人口減少・超高齢社会を克服していくかの点である。日本においても如何にしてかかる課題を乗り越えていくかについては、道半ばの面はあるものの、ブラジルを含む南米諸国も経済成長するにつれて、少子化・高齢化を迎えており、この分野でフロントランナーである我が国の経験を共有することは重要である。日本の合計特殊出生率が約1.4であるのに対し、ブラジルは1.8であり、早晚日本と同様の問題に直面することが予想されている。

日本では、人口減少・超高齢社会が経済的・社会的に様々な問題を引き起こしている。こうした中、日本は、同社会がもたらす国内需要減少に対し外国との間でEPAを積極的に締結することにより外国需要の取り込みに努めつつ、国内へは外国人観光客を誘致して地方を含めた経済の活性化に努める等、新たな成長モデルの形成を進めている。また、同社会がもたらす深刻な労働力供給の減少に対しては、女性・高齢者の労働市場への参画を奨励しつつ、外国人労働者に対しても国内の労働市場をオープンにするほか、AIやIoT等の技術を使って、自動運転の普及等労働力に頼らない経済システムの構築に努めている。同社会がもたらす社会的側面としては、認知症高齢者が増えることによって社会がどのようにこうした高齢者を支えるか、運転能力の衰えた高齢者の交通事故の問題、高齢者を狙った詐欺事件等の問題があり、こうした課題に対しても日本の中で様々な取り組みが行われている。超高齢社会を迎えて年金・医療保険等の財政問題にどのように対峙しているかについても、年金改革が内政上最大の課題となっているブラジルにとっても重要な参

考事例となるものと思われる。こうした中、筆者は2019年9月、サンパウロ市内で、高齢社会経済セミナーにおいて、我が国の人口減少・超高齢社会克服の取り組みにつきプレゼンを行った。また、JICAはブラジルにおける病院で緩和ケアの協力も行っている。更に、JICA研修生のOB組織であるABJICAが2020年3月、高齢社会に関する講演会をジャパン・ハウスSPで実施した。

2 日伯経済関係

(1) 二国間貿易統計

日伯両国の貿易について述べる。日本とブラジルの貿易関係は、大まかにいうと、日本からは工業製品を輸出し、ブラジルから日本にはコーヒー、大豆、鶏肉、鉄鉱石などの資源・食糧を輸入する構造になっている。両国間の貿易額は年々低下傾向にある。日本からブラジルへの輸出が低下している背景には、今日、日本企業がグローバル化し、生産拠点を国外にシフトしている中で、東南アジアや中国で生産してブラジルに輸出する日本企業も増えていると思われる、二国間の統計では把握できない経済の実態があるからと思われる。また、これまで、日本のメーカーがブラジルへの投資を進めてきた結果、例えば、日本の自動車メーカーがブラジルでエンジンを生産し始めたこと等により、日本からブラジルへの輸出が減少しているとの側面もある。ただ、こうしたブラジルへの投資が多く雇用を生み、地域経済に貢献していることも看過されてはならないであろう。また、ブラジルから日本への輸出も減っているが、これは、鉄鉱石のブラジルからの輸入が減っていることに起因している。

(2) 日伯戦略的経済パートナーシップ賢人会議

ボルソナーロ政権が発足して間もない2019年4月、東京において日伯戦略的経済パートナーシップ賢人会議（日伯賢人会議）が開催され、筆者もオブザーバー参加した。同会議は、日伯両国の経済界などの重鎮が、両国経済関係強化に向けて中長期的観点から提言を行うことを目的としている。日本側出席者は、EUにおけるBrexitや米中経済摩擦等により世界経済の不透明感が漂っている中で、2億人の人口を抱え、豊富な天然資源や豊かな農業ポテンシャルを持つブラジルにプロビジネスの政権が誕生したことを歓迎し、今一度、ブラジル・マーケットに注目しているように思われた。これに対し、ブラジル側からは、民営化政策の中心人物であったサントス・クルース伯大統領府政府調整庁長官（当時）、ジョアキン・レヴィBNDES（伯経済社会開発銀行）総裁（当時）が出席する等、ボルソナーロ政権の経済チーム中枢が参加し、同会議を極めて重視する姿勢が鮮明であった。ブラジル側としては、貿易面でも投資面でも中国への依存度が極めて高まっている中で、外国への経済依存度を多角化させたいという思いがあり、また、日系移民のおかげもあって、アジアにおける伝統的なブラジルの友好国として日本に対し、今一度、ブラジル・マーケットに注目してほしいとの強いメッセージの意欲を感じた次第である。なお、報道によれば、2020年6月、テレーザ・クリスティーナ農務大臣は対中農業輸出の重要性を強調する一方で、過度に輸出を中国に依存することに懸念を示し、輸出先の多様化を強調していた。また、2019年7月、飯島彰己経団連日本ブラジル経済委員会委員長（三井物産代表取締役会長）を団長とする代表団がブラジルを訪問し、サンパウロでブラジル側カウンターパートとの間で日伯経済合同委員会を開催し、日メルコスールEPAに向けた共同声明を発出した。

(3) メルコスールとの経済関係強化

サンパウロに所在するブラジル日本商工会議所は、「日メルコスールEPA準備タスクフォース」を立ち上げ、同EPAについての研究・分析を行うとともに、会員企業に対して同EPAに関する意識調査を実施し、その結果、8割以上の会員企業が「必要性を感じる」と回答した。その後、2019年4月に東京において開催された日伯賢人会議においても、両政府が「日メルコスールEPAを日伯二国間協定の可能性も含めて進めるための公式対話をできるだけ早く開始すべき」旨議論され、この内容を含む日伯賢人会議の提言書が安倍総理（当時）にも手交された。2019年7月にはサンパウロにおいて日伯経済合同委員会が開催され、様々なテーマについて非常に噛み合った議論が行われたが、この場においても「質の高い包括的な日メルコスールEPAが極めて重要である」ことを確認する共同声明がまとめられ、同経済合同委員会の日本側団長である飯島彰己経団連日本ブラジル経済委員会委員長は、帰国後、菅官房長官（当時）に同共同声明を建議した。我が国民間サイドでは、EUとメルコスール間のFTA交渉が妥結し、韓国メルコスール間でもFTA交渉が進展している中で、特に、自動車産業、電気・電子産業、機械・金属産業などの日本企業の危機意識が強い。

こうした中、ブラジル日本都道府県人会連合会（県連）は、2018年8月、ブラジル及びメルコスールとのEPAの早期交渉についての嘆願書を日本政府に提出した。山田県連会長（当時）によると、それまで各母県からは各県の農産品等の対ブラジル輸出促進の相談を受けており、様々な物産展を開催したが、なかなか結果につながらなかった、これは日伯両国で関税や行政手続きなどの貿易の様々な障壁があるからと考えている、こうした障壁を除去して県の特産品をブラジルにも輸出できるようにするためにも、メルコスールとのEPAが必要である旨述べていた。

(4) 日本・サンパウロ間フライト

かつては、JALの機体がサンパウロまで飛んでいたが、その時の記憶のあるブラジル人からは、是非こうした路線を復活して欲しいとの声をよく聞く。2019年11月に、筆者がドリア州知事を訪問した折、ブラジルへの観光促進の観点から、同州知事より日本の航空会社のサンパウロまでの乗り入れの期待表明があった。他方、日本の航空会社のサンパウロまでの乗り入れはそれほど簡単ではなさそうである。かつて、JALが乗り入れていた頃は、競合他社は米国系やブラジル系の航空会社を中心であったが、現在では、欧州系や中東系の航空会社にまで競合他社が広がっており、競争がますます激しくなっている。現に、日本とサンパウロとの往復に当たっては、ドバイ経由のエミレーツ航空等、中東系航空会社を利用する乗客が多くなっている。こうした状況下、新型コロナウイルス危機の際には、サンパウロ駐在の日本人は、日本に帰るフライトが少なくなっていた中で、ドーハ経由のカタール航空で帰国する人も多かった。なお、2020年4月、茂木外務大臣には、カタールの外務大臣に対し、サンパウロからドーハ経由で帰国できる航空便の継続を働きかけていただき、非常にありがたく思った次第である。

3 日本企業の動向

(1) 2019年の動向

2011年をピークに右肩下がりとなっていた日本企業の投資も2019年には復調の兆しが見られた。ソフトバンクが50億ドルの中南米投資ファンドを設立した結果、同ファンドによる対ブラジル投資が増えている。特に、ブラジルのスタートアップ企業への投資を活発に行い、注目を集めた。2019年第三四半期は、国別

の対ブラジル投資額において日本が10億ドルで第1位となっている。スタートアップ企業については、ソフトバンクの例のように、日本のベンチャーファンドがブラジルのスタートアップ企業に関心を持って投資するケースもあれば、トラクターの自動運転のためのアプリケーションを提供している日本のスタートアップ企業にブラジルの農家に関心を持って顧客となるケースもある。今後とも同分野における両国の交流が活発になる可能性を秘めている。なお、中国は、ブラジルにおいて農業や送電線網等のインフラ分野でプレゼンスが大きい。最近では、スタートアップ企業に対する投資の分野でも、ブラジルでのプレゼンスを伸ばしている趣である。国連貿易開発会議（UNCTAD）の調査によると、2019年の対内直接投資（FDI）ランキングでは、ブラジルは720億ドルを受け入れ、米、中、シンガポール等に次いで、世界第6位であったとのことである。

その他、王子製紙は、ブラジルにおいて、クレジットカードやデビットカードの決済端末で明細の発行のために利用される感熱紙のマーケットで大きなシェアを占めているが、2019年、サンパウロ州ピラシカバ市で新たに130億円の投資を行うことを発表した。旭硝子も、2019年、ブラジルにおいて2つ目となる新たな工場を立ち上げ、活動を活発化させている。トヨタも同年9月にソロカバ工場に10億レアルの新たな投資を行うことを発表した。

ダイソーもブラジルで活発なビジネスを展開している。ブラジルの高く、複雑な税制にもかかわらず、価格を比較的安く抑えるとともに、その品質が評価され、ブラジルでもダイソーブランドが定着しつつある。一度ブランドが定着してくると、様々なショッピングセンターから、是非ダイソーに出店して欲しいとのオファーが来るようで、出店料をより安く抑えた形での出店が可能となり、更なる店舗拡大を容易にしている。また、ショッピングセンターのみならず、スーパーマーケットの一角への進出も活発に行っている。現在、

サンパウロ州を中心に、ブラジルでも店舗数を50以上に拡大している。

(2) 農①ビジネス

ブラジルは、大豆、トウモロコシ、動物プロテイン等を中国に多く輸出するようになり、こうした輸出がブラジルの経済成長を引っ張っている。中国の需要により農業セクターが伸びていることは、日本企業にとってビジネスチャンスともなり得る。例えば、住友商事は、マットグロッソ州を本拠として農業機械・農薬・肥料等の販売を行うアグロアマゾニアを買収しビジネスを行っている。三井物産もサンパウロ州リベロンプレトの農薬の会社に出資している。こうした農薬・農業機械・肥料等の農業周りのビジネスの拡大は、日本企業にとってもビジネスチャンスであると思われる。そのほか、農業大国ブラジルも、スマート農業・精密農業 (a g r i c u l t u r a d e p r e c i s ã o) の導入によりコスト削減、生産性向上を狙っている。例えば、先に述べた通り、日本のスタートアップ企業によるトラクターの自動運転のアプリケーションを利用し、無駄のない農薬・肥料の散布を行うことにより、コスト削減を行う取組にも関心が集まっている。

(3) 食品産①

食品産業は景気の影響を受けにくいと言われている。日本企業では、味の素の粉末調味料である「サゾン」がブラジルで確固としたブランドを確立している。筆者は味の素のバルパライゾ工場を視察したが、かつて家畜飼料用のアミノ酸飼料を生産していたが、中国企業の安い飼料の進出を受け、ビジネスモデルを転換し、歯磨き粉に使われる歯の痛みを和らげる成分などの生産を行うなど、より付加価値の高いビジネスを行っている。また、日清食品もカップ

ラーメンがブラジル人の間で定着してきている。なお、ヤクルトは2019年1月、サンパウロでブラジル・ヤクルト50周年の盛大な式典を開催した。多数のヤクルトレディを含め2000名が出席していた。ヤクルトレディがブラジルでも定着している様子が伺われた。

(4) イノベーション

JETROサンパウロ事務所も、総領事館とともに、2019年11月にジャパン・ハウスSPを使ってオープンイノベーション交流会を開催する等イノベーション分野における両国ビジネスの交流をバックアップしている。こうしたイノベーション分野の日伯交流において、スペインで勉強した若手日本人が重要な役割を果たしている。

NTTデータは、スペインのIT企業であるEverisを買収したが、Everisはブラジルを始めとする中南米で積極的なビジネスを展開している。スペイン企業は中南米地域で特に金融や通信等の分野に強みを有するが、こうしたスペイン企業の強みを活用した事例である。米国経由で南米ビジネスを進める日本企業が多い中で、スペインから南米マーケットを攻める事例となった。先に、スペインで勉強した若手日本人がイノベーション分野でも活躍していると述べたが、日本と中南米の経済関係強化に当たってスペインが重要な役割を果たしていることが窺われる。スペイン企業は90年代以降、歴史的なつながりを背景に、テレフォニカ、サントンデール銀行等が中南米の通信、金融、電力等の分野に進出し、今やスペイン経済を支える稼ぎ頭に成長している。中南米地域におけるこうした第三次産業分野へのスペイン企業の進出を見るにつけ、やはり言語が近いことのメリットは大きいと感じる。

NECは、ブラジルにある14の国際空港に顔認証システムを導入しており、密輸業者等の摘発に効果を上げた結果、ブラジル政府

にとっては効果的な投資となった由である。日本政府は、過去20年近くにわたり、サンパウロ州軍警察に対して交番制度の導入のための協力を行っており、その協力の成果もあり、サンパウロ州はブラジルの27州の中で最も殺人比率が低い州となっている。こうした我が国官民の協力により、ブラジルの治安改善の面が見られることは、我が国の重要な貢献ではないかと考えている。他方、日本企業の顔認証システムは、ブラジルにおいても価格面で中国企業との厳しい競争にさらされている。

なお、日伯協力の成功事例として位置付けられているのが、地上デジタルテレビ放送日本方式のブラジルによる採用である。この日伯方式が他の中南米諸国にも横展開し、ブラジルを通じて日本方式を中南米に普及することができた。総務省はこうしたブラジルとの協力事例を広くICT（情報通信技術）分野全般で行うことにつきブラジル政府と協議を行っている。なお、2020年6月、遠隔医療システムを国際展開するアルム社は、米州開発銀行（IDB）の支援を得て、新型コロナウイルス対策としてサンパウロ州で遠隔医療を展開することになった。

（5）減少傾向の駐在員

当地駐在の日本の駐在員は減少傾向にあると言われている。ブラジル経済の後退により企業の収益が伸び悩んだことや、ブラジルへの駐在員の派遣は税金などコストがかかることがその背景にある。本社に対して駐在員を減らすよう進言している日本企業現地法人社長もいると聞く。駐在員を減らすことにより、人件費を減らすことができるとともに、その空いたポストにローカルスタッフを配置することができ、それがローカルスタッフにとっても励みになり、組織が活性化することがその理由であるとのことだ。ブラジルにおいても、現地採用の人員を代表に置く日本企業も増加傾向にある。3～5年程度の任期で交代する日本からの駐在員の社長よりも、当地

を生活拠点とするブラジル人（又は他の中南米諸国出身者）がトップを務める方が、ビジネスが円滑に回ると判断している日本企業もあるようだ。コロナ危機によってオンラインによるコミュニケーションが活発になる中で、更に駐在員の数が減るのか定かではないが、ある日本企業関係者によると、現地の事情に精通した駐在員の重要性はむしろ高まる傾向にあり一定数は必要で、オンライン会議の普及により、本社からの出張者が少なくなる可能性があるとの見方を示す向きもあった。

なお、世界の様々な国で駐在を経験した後にブラジルで駐在している日本人の中には、他国と比較して、ブラジルでの日本・日本人に対する尊敬の念が非常に強いを感じるという話す方も多い。これも、日系人の方々が長年に渡ってブラジルで培った日本への信頼の賜物であろう。サンパウロは、対日感情も良好で、日本食材、日本食、日本レストランも豊富にあり、標高800メートルに位置することから気候も穏やかであり、治安を除くと住みやすい街だと指摘する日本の駐在員も多い。夏には30度を超えることはあるが日本のような湿気はなく、冬も10度を下回ることはあまりない。治安についても、サンパウロ州は10万人あたりの殺人件数が改善しており、ブラジル27州で最も低い数値となっている。

（6）日系社会支援

当地進出日本企業は、日系社会への支援も積極的に行っている。東洋人街リベルダーヂにある移民史料館の修復は多くの日本企業の協力により実施されている。また、2018年は、日本人のブラジル移住110周年の年であり、トヨタやホンダが車等を提供し、こうした車を景品としたくじ（R i f a）によって多額の寄付を集め、多くの110周年関連行事が実施された。その他、トヨタはブラジル野球選手権のスポンサーを務め、ホンダは日系人を対象としたゴルフ大会のスポンサーを務める等の協力を行っている。さらに、多

くの日本企業がサンパウロ日本祭りに参加し、日系社会と進出日本企業との協力関係が進展している。三菱電機は、ジャパン・ハウス S P のゴールド・メンバーとなって、会社のプロモーションのためにジャパン・ハウス S P を積極的に活用しているのに加え、若手日系人グループである J C I (ブラジル日本青年会議所) の清掃活動への支援、日系卓球選手及びコーチへの支援等の活動を行っている。こうした選手・コーチが 2021 年の東京オリンピックで活躍することが期待されている。日系人は日本企業で活躍している人材も多いが、日系人材と日本企業のマッチングを促進するために、総領事館は帰国国費留学生の報告会をジャパン・ハウス S P で開催し、日本企業との接点を探っている。

4 総領事館による日本企業支援の取組

(1) 治安情報の提供

日本企業支援の観点からは、当地における安全情報について、駐在員を含む在留邦人に対して迅速に提供することが重要である。総領事館では、在留邦人が巻きこまれた犯罪について認知した時点で可能な限り迅速に情報提供しているほか、要望に応じて、日本人学校や日本企業に対して安全講話を実施している。また、2020年1月には、日本人の安全対策専門家をサンパウロに招き、駐在員を含む在留邦人に安全対策セミナーを開催したところである。

(2) 新型コロナウイルス感染症対策

サンパウロでは、2020年2月下旬に最初のコロナ感染者が確認されてから、以後、深刻な経済的・社会的影響を受けている。こうした中、総領事館の重要な役割が、連邦政府、州政府などの発する様々な方針、情報などをできるだけ正確に、迅速に在留邦人に

提供することであった。また、サンパウロは、欧米を結ぶ国際商用線が運行していたが徐々に本数が減らされたこともあり、短期滞在者や帰国する必要がある方については、早めの帰国を勧めるとの領事メールを発出した。欧米諸国も概ね同様の渡航勧告を発出していた。こうした中、駐在員の家族の方には帰国された方も比較的多かったと承知しているが、残って引き続き業務に従事する駐在員の方もおられた。当時、サンパウロでも感染が拡大し、いずれ医療崩壊の可能性も否定できない状況にあったが、日本に帰国するとなると、長時間フライトによる感染リスク、帰国後14日間の隔離義務などもあり、また当地での業務も残っていたことから、駐在員の中には、帰国されなかった方も多かったようだ。何れにしても、サンパウロでも自宅隔離措置が続く中で、総領事館としては、日本企業の方々の様々な相談に応じた。

(3) 定例昼食会

ブラジル日本商工会議所では、毎月第3金曜日に定例昼食会を開催しており、そこに多くの日本企業が参加しているが、同昼食会において、筆者より、総領事館の活動状況、治安情勢等を報告し、日本企業への情報提供に努めた。

(4) ブラジル当局への申し入れ

日本の農薬メーカーの悩みは、ブラジルの規制当局の認可を受けていない違法な農薬が密輸によってブラジル市場に入り込み、正当な手段で農薬を生産・販売している農薬メーカーのビジネスを侵害していることである。また、タバコの密輸による低価格の違法タバコの被害に苦しんでいる日本のタバコメーカーもある。ブラジルでは、マーケットで販売されるタバコの半分以上を違法タバコが占めているとのことである。こうした問題に関しても、総領事館から

当局に対し、然るべく取締りを行うように求め、日本企業の側面支援を行っている。

(5) 中小企①海外展開支援

我が国は人口減少社会を迎えており、今後、国内のマーケットは収縮していくものと考えられる中で、日本政府は中小企業の海外進出を積極的にサポートすることとしている。大企業にとってもそれほど簡単ではないブラジルのマーケットにおいて、我が国中小企業が成功を収めることは更に困難を伴うものと思われるが、ブラジルで良きパートナーを見つけて成功を収めている中小企業もあり、総領事館としても中小企業のブラジル進出を側面支援している。

2020年2月上旬には、JICAが実施する中南米日系社会との連携調査団として、10社以上の我が国中小企業がブラジルを訪問し、ビジネスチャンスを探った結果、今後につながる成果もあった。

2019年8月にサンパウロを訪問したある日本人若手実業家は、筆者に対し、1908年に日本人のブラジル移住が始まった当時、日本には職がなく、仕事を求めて多くの日本人がブラジルに渡ったことに現れているように、日本国内は当時危機に直面していたが、現在もまた、日本は人口減少・超高齢化社会という危機に直面している、当時の日本人が海外に出て行ったように、現在の日本人も海外に打って出る勇気が求められていると発言していたが、それが強く印象に残っている。日本政府はJETROの国内地方事務所とも連携しつつ、日本各地の中小企業のブラジル進出を側面支援している。

5 新型コロナウイルスが進出日本企業に与える影響

新型コロナウイルス危機がブラジル経済・社会に大きく影響を与えている中で、当地進出日本企業にも大きく影響を及ぼしている。コロナの影響により、2011年～2020年は、ブラジルにとって「失われた10年」と言われた1980年代以来の低成長になるおそれがあると指摘する向きもある。こうした中でも、農業及びそのロジスティックやヘルス関係は引き続き堅調のようであり、食品関係も、レアル安により輸入原料の価格高騰の影響はありつつも、やはり食料はこの危機下でも不可欠であるということでそれなりのニーズがある模様である。これに対し、経済・雇用への波及効果の大きい自動車関係は大きな影響を受けている模様であり、今後の動向を注視する必要がある。

第4章

新型コロナウイルス拡大下の サンパウロ



第4章

新型コロナウイルス拡大下のサンパウロ

第3章までを概ね書きあげたところで、コロナウイルス危機が発生し、在任中の最後の4ヶ月は筆者の仕事もほぼ全てコロナウイルス対策に取り組むことになった。この章では、日本でも大きく報道された、米国に次ぐ世界第二位の感染国であるブラジルのサンパウロで感じたことを記すこととしたい。

1 感染初期の当地状況

サンパウロでは2月26日に最初の感染者が確認されてからも、筆者が見聞した感じでは危機意識はそれほど高くなかったようであった。3月初旬に、筆者は何名かの当地有識者と意見交換する機会に、新型コロナウイルスについての話題について水を向けたが、ほとんど意に介してないようであった。当時、サンパウロ州政府関係者も学校の閉鎖などについては否定的な発言をしていた。

2 当地での危機意識の高まり

(1) 潮の変わり目

こうした中、当地で潮目が変わったと思われるのが、3月11日から12日にかけてである。3月11日には、WHO（世界保健

機関)が新型コロナウイルスのパンデミック宣言を行い、3月12日にボルソナーロ大統領とともに訪米したバンガルテン大統領府広報担当局長の感染が確認された頃から、当地でもにわかに新型コロナウイルス感染を深刻視する風潮が出てきた。それを端的に表す数字がある。ジャパン・ハウスSPでは、折しも、2月に始まったプロジェクト「Dreamed Japan」の展示が盛況で2月から3月にかけて多くの来館者に恵まれていた。3月11日(水)は2445名の来館者があり、それまでの週の水曜日とほぼ同じ来館者であったが、12日(木)はそれまでの週の20%減の来館者、13日(金)は15%減、14日(土)は42%減、15日(日)は50%減とみるみるうちに減少し、当該週の後半にかけて来館者が大きく減少した。新型コロナウイルス感染拡大の危機感が一気に高まり、サンパウロ市民も外出を控える雰囲気が出てきた。

(2) 社会的隔離措置

ア 3月13日(金)には、夕方になってサンパウロ市より、多くの人が集まるイベント開催自粛の要請が出され、翌日には都道府県人会連合会(県連)主催「日本祭りシンポジウム」が予定されていたことから、県連も翌日開催すべきか否か悩んでいた模様であった。その日の夜に、サンパウロ州政府の発表で、自粛を求める集会は500人以上との基準が打ち出されたこともあり、何とか開催に踏み切ったようであった。当時、サンパウロ市とサンパウロ州の打ち出す方針が調整されないままバラバラに出されていた感があった。その後は、ドリア・サンパウロ州知事とコーバス・サンパウロ市長が共同で記者会見を行うなど協調的に対応している様子が窺われた。なお、500人の基準は今から振り返るとかなり緩い基準と思われる。当時は、サンパウロ州政府も、感染拡大は気になりつつも、まだまだ経済への影響をできるだけ与えないようにしたいとの意向があったのではないかと思われる。この基準を発表した4日後の3月

17日には、同基準を撤廃し、あらゆる集会の自粛を要請するとともに、文化施設などの閉鎖も実施した。3月20日には、サンパウロ州は災害事態宣言を発表し、社会的隔離措置を取るに至った。サンパウロ州の社会的隔離政策は欧米諸国よりは緩いが、日本よりは厳しい措置であった。レストランやショッピングセンターなどの商業活動は原則停止され、食料品や医薬品などの購入を除いては人々の外出は規制された。

イ サンパウロの目抜き通りのパウリスタ大通りも、社会的隔離政策実施後は風景が様変わりした。日中は歩行者が激減し、変わってデリバリーを担うモトボーイと呼ばれる若者がデリバリーの発注を待って待機する光景が目立つようになった。サンパウロ州や市は、社会的隔離の実施率計測を携帯電話会社の協力を得て行なった。社会的隔離が50%を切るたびにドリア州知事より警告が発せられた。規制が始まった当初は60%近い実施率であったが、その後低下し、5月に入ると50%を切る日も度々あった。なお、パウリスタ大通りには大気汚染の度合いが高くなると警告を発する表示があるが、社会的隔離が始まって交通量が減りししばらく警告が発せられることはなかった。4月30日に久しぶりに警告が発せられたが、自粛疲れのためか車での外出が増え、交通量が増えたようであった。

ウ 5月中旬になると、サンパウロ州では、自粛疲れの中、隔離措置批判のデモが起きる一方で、感染拡大の勢いが衰えない状況を踏まえ、従来よりも厳しい車両ナンバーを活かした交通規制を行ったり、祝日を前倒しで実施したりして、社会的隔離率を上げる試みを行なった。その後、ロックダウンの実施が囁かれるようにもなったが、感染者数は検査数を増やしたことや州内陸部で感染が拡大したこともあり増加し続けたものの、ICU（集中治療室）を増床した結果、ICU占有率が下がりやや落ち着きを取り戻す状況となっていた。今から振り返ると、5月下旬から6月上旬あたりがサンパ

ウロ市のICUの占有率も90%前後となり、一番心配される状況となっていた。

(3) 欧米よりも早めの措置

サンパウロは、欧州や米国の感染の波の後に、その波が来たので、欧米の対策を参考にして早めの対策を講じたとの評価もある。サンパウロ州政府の資料によると、社会的隔離政策を取った時点の感染者数を比較すると、ベルギーが1243人、スペインが6391人、フランスが5423人、イタリアが7375人、イギリスが6650人であったのに対し、サンパウロ州は745人であった由である。すなわち、欧州諸国の措置を見極めつつ、早めに措置を取ったことがうかがわれる。こうした措置もあってか、ブラジル全国の感染者に占めるサンパウロ州感染者の割合は、3月15日時点で68%であったのが、5月13日には27%に減少している。また、サンパウロは、病床が不足することを見越して、パカエンブー・サッカー場、アニエンビー・イベント会場、イビラプエラ公園などに野戦病院を建設し、2000病床以上増やした他、人工呼吸器の調達を増やしつつ、ICUを増やしていった。なお、6月中旬以降、ドリア州知事は、サンパウロ州では医療崩壊は起きないと繰り返し述べるようになった。

(4) ドリア州知事VSボルソナーロ大統領

ドリア州知事にとっては、2018年10月の州知事選挙は、非常に厳しい選挙戦であったが、ボルソナーロ候補とタッグを組んで、同候補の勢いを利用し、「ボルソドリア」と銘打って当選した経緯がある。その後、徐々にお互いは離反するようになり、新型コロナウイルス危機対応を巡って両者の対立は決定的となった。対立軸は以下の2点である。一点は、社会的隔離の見解の相違である。ボルソナーロ大統領が、新型コロナウイルスを「単なる風邪」と言いつつ、

社会的隔離政策を継続するドリア州知事を公然と批判したのに対し、ドリア州知事は、新型コロナウイルス対策に政治やイデオロギーを持ち込むべきではない、あくまでも科学的・医学的見地から措置を取るべき、今は命を守ることに専念すべきなどと述べ、ボルソナーロ大統領に対し真っ向から反論している。もう一点は、中国へのスタンスである。ボルソナーロ大統領周辺は、引き続き、中国へのネガティブ・キャンペーンを行い、中国との関係がギクシャクしている。例えば、3月18日、ボルソナーロ大統領の子息で外交政策に強い影響力を有するエドワルド・ボルソナーロ連邦下院議員は、新型コロナウイルスに関し中国の隠蔽体質を強く批判する発信を行なった。これに対し、ドリア州知事は、サンパウロ州にとっての特に経済分野の中国の重要性や新型コロナウイルス対策における中国の協力の重要性を指摘しつつ、中国への批判を繰り返すボルソナーロ大統領周辺を暗に批判している。両者とも、2022年の大統領選挙に出馬意欲があると言われており、早くも大統領選挙前のさや当てが始まっている様相である。なお、2020年第一四半期の輸出統計では、ブラジルの対中輸出は農産物輸出を中心に前年同期比でプラスとなっており、ブラジル経済が困難を迎えている中で改めて中国経済の重要性が浮き彫りになっている。

なお、6月18日、サンパウロ州は中国と協力して新型コロナウイルスのワクチン開発を進めることを発表した。中国を批判するネットグループにより批判を受けた。こうしたグループはボルソナーロ大統領を支持するグループと重なっていることに留意する必要がある。これに対し、ブラジル政府はオックスフォード大学とのワクチン開発協力を発表している。

(5) ボルソナーロ政権の動揺

ボルソナーロ政権は、発足当初、4つのグループから構成されていると見られていた。まずは、ボルソナーロ大統領自身が軍人出

身ということもあり、閣僚クラスを含め要所に軍人出身者が配置されている。こうした人事については、軍政時代に嫌悪感を覚えている人にとっては否定的に見られているが、ブラジル人の中には、軍の組織力・戦略性・規律に期待する向きもある。

二番目は、モーロ前法務大臣を中心とする汚職との闘いを主導するグループである。ボルソナーロ政権の看板大臣で、国民からの支持も多かったが、ボルソナーロ大統領の警察人事介入を批判して辞任した。これまでの政権の汚職体質に嫌気がさして選ばれたボルソナーロ政権であったが、子息フラビオの汚職疑惑などにより、汚職と戦う大統領とのイメージが急速に崩れ、支持率低下の要因となった。

三番目のグループが経済自由化路線を主導するゲデス経済大臣のグループである。年金改革、規制緩和、EUとのFTA合意など様々な改革を主導してきたが、コロナ経済危機対策で財政赤字が急速に拡大しており、今後の経済運営が注目される。

四番目が、子息エドアルドを中心とする反共・教条主義とも指摘されるグループである。対米関係重視、中国に対する批判、親イスラエルなど外交政策に大きな影響を与えている。対中農産物輸出がブラジル経済を牽引し中国経済の重要性が高まっている中で、こうしたグループが対中ネガティブ・キャンペーンを繰り広げている。

ボルソナーロ大統領の警察人事介入などを契機とした大統領弾劾の動きがある中で、ボルソナーロ大統領としては中道政党のサポートを得てなんとか弾劾を回避する必要があると、中道政党関係者への政府高官ポスト配分に応じざるを得ない状況になっている。これはかつてのブラジル政治と全く変わらない状況になりつつあり、ボルソナーロ政権が進めようとしている様々な改革の足かせにもなりかねない状況となっている。また、モーロ大臣の辞任により、二番目のグループの存在感がなくなり、代わって軍人出身グループの存在感が増しつつあると指摘されている。

ボルソナーロ大統領が国内外で様々な批判にさらされている中でも、世論調査では30%を下回ることはなく、岩盤支持層が存在するものと思われる。

なお、マスクをつけずに外出して支持者と握手したりハグをするなど奔放な行動をとる大統領に対しては、司法が罰金を命令するなど積極的に司法が介入し、それなりに民主主義が機能しているとの見方もある。

3 新型コロナウイルス感染拡大下の取り組み

こうした中で筆者は、以下のプライオリティのもと取り組んだ。

(1) 在留邦人保護

ア まず重視したのが、在留邦人の保護である。サンパウロで感染が拡大する中で、在留邦人の心配は拡大していった。感染の拡大に伴い、医療事情は大丈夫であろうか、医療崩壊により重症化した場合に十分な治療が受けられないのではないか、長期間にわたる社会的隔離に市民が耐えられず社会的混乱が起こるのではないかとといった心配であった。多くの当地進出日本企業にとっては、駐在員やその家族を帰国させるのか残すのか悩ましい決断であったようである。筆者にも日本の本社などから直接、現地の状況につき見解を求められることもあった。子供も一緒に赴任している家族については帰国された方も多かったようであるが、引き続き残って業務に従事する駐在員も比較的多くおられたようである。農業ビジネス及び農産物ロジスティックは、新型コロナウイルス危機にもかかわらず動いているし、医療関係メーカーなども新型コロナウイルス危機であるからこそ需要が増し工場が稼働している面もあった。

イ 日本政府はアフリカにおいては脆弱な医療事情などを踏まえ、3月31日に在留邦人に退避を呼びかける注意喚起を発出した。他方、ブラジルにおいては、地域にもよるが医療体制はアフリカほど脆弱ではなく、それなりのレベルの病院も存在する。また、日本でも感染が拡大し、非常事態宣言も発出される中で、日本も必ずしも安全とは言えない状況があった。更に、日本まで帰国する際のフライトや乗り換え時の感染リスク、日本到着時のPCR検査や2週間の自宅などでの待機など、帰国時の行動制限もあった。こうした中、総領事館は、サンパウロから日本への帰国便が減っている中で、短期滞在者や帰国する必要のある方については早期帰国を勧める渡航情報を発出した。渡航情報は他の欧米諸国とも概ね同様であった。

ウ 最も懸念される事態は、サンパウロで医療崩壊が起こるとともに、日本への定期商用便がなくなるという事態であった。総領事館としては、連邦政府、州政府、サンパウロ市役所などの当局の発表する情報や商用便の情報をできるだけ迅速かつ正確に領事メールで発出するように努めた。サンパウロ州政府ともビデオ会議などを通じて緊密に情報共有すると共に、サンパウロ市国際局とも緊密に連携した。ドリア州知事は、4月24日までは毎日、27日以降は月、水、金の12時30分（その後12時45分に変更）に定例記者会見を実施し、州政府の取り組みにつき発信に努めていた。記者会見では、低所得者対策、雇用を守ること、とにかく家にとどまって社会的隔離の率を上げることなどを常に主張していた。商用便が少なくなっている状況やサンパウロにおけるICUの占有率が上がっていることなどを踏まえ、駐在員家族の帰国は進んだようである。

エ 日本から見て、ブラジルの状況を心配する別の理由として、ボルソナーロ大統領が、新型コロナウイルスを単なる風邪と表現したり、マスクもつけずに支援者と握手したり、写真を撮ったりする光景や、新型コロナウイルス危機の最中に、2名の保健大臣を事実

上解任しつつ社会的隔離に反対するなどの行動が繰り返し報道されたことがあったのではないだろうか。また、モーロ法務大臣の辞任に起因する政治的混乱も拍車をかけた面もある。こうした大統領の行動も日本の本社から見て不安になる要因であった。ブラジルは連邦制をとっており、最高裁の判断でも社会的隔離措置は州や市の権限とされたこともあり、サンパウロ州などは国際スタンダードに沿った社会的隔離措置をとっており、大統領が介入できる余地はあまりなかったのであるが、日本から見るとこのあたりの違いがなかなかわかりにくいようであった。筆者は、こうした違いを日本企業関係者にも説明するようにした。また、ブラジルでは長期間の自粛に耐えきれず、経済活動再開に踏み切っていると報じられていたが、少なくともサンパウロ州は、州全体の一律の規制ではなく、ICU占有率や1週間の新規感染者数などの客観的な指標に基づき、経済活動のレベルを上げたり下げたりしつつ、透明性確保に努めている。いずれにしても、ブラジルでも、他国同様、経済の停滞をできるだけ抑えつつ、人々の健康を如何に確保するかは困難な課題であった。

オ サンパウロでも感染者が非常に増えていた時期もあったが、感染者増加地域は比較的所得の低い地区に多く見られた。衛生環境もよくなく、密集して生活していたことから感染が拡大した可能性がある。これに対し、日本の駐在員が住む地区は、感染はそれほど拡大しておらず、日本の駐在員もホームオフィスや日常生活での注意で幸いにもこれまでのところ感染者はそれほど多くなかった。一般のブラジル人向けの病床の占有率はかなり高くなった時期もあったが、外国人向けの病床はまだ余裕があるようであった。

カ 商用便については、コロナ危機が発生してから日本への帰国便は1日2～4便程度に減ったが、航空会社関係者によれば、貨物輸送のニーズがあり、商用便がなくなることはないのではないかとの見通しを述べていた。筆者は帰国に利用した欧州系航空会社関

係者に質問したところ、ブラジルから欧州に向けてブラジル産フルーツ輸送のニーズが多くあり、こうしたビジネスが寄与して乗客が少ないものの何とか定期便を運行できているとのことであった。商用便が継続していたことも安心材料であった。

キ 何れにしても、6月に入ると死者数増加のペースが落ち着いてきたこと、また、ICU増加の努力の結果、ICU占有率が下がってきたこともあり、在留邦人の心配も落ち着いてきた感がある。

(2) 近隣国在留邦人のサンパウロでの乗り換え支援

新型コロナウイルス感染拡大に伴い、南米の多くの国が空港閉鎖や国際線の停止措置などを行ったのに対し、南米のハブ空港であるサンパウロのグアルーリョス空港は米国、欧州、中東への商用便路線を維持していた。この空港を経由して帰国することができることから、南米在留邦人にとってサンパウロが正に南米のゲートウェイになっていた。他方で、サンパウロ乗り換えの邦人など外国人については、乗り換えのためにブラジルには入国できないとの規則が発表されたり、乗り換えのためのグアルーリョス空港滞在中もいくつかの行動規制があったり、チャーター機で近隣国よりサンパウロに到着し乗り換える乗客については、サンパウロからの商用定期便への預け荷物の引き渡しの制約もあり、こうした情報を近隣国の在外公館に伝えつつ、側面支援を行った。また、空港当局や航空会社に円滑な乗り換えを働きかけた。

(3) 日本政府などの取り組みのサンパウロでの広報

ア 筆者としても、新型コロナウイルス危機期間中、安倍総理(当時)の記者会見も含め日本の施策に関するメッセージの発出に努めた。ポッドキャストでの発信、ラジオ・ニッケイのインタビュー、インスタ公開会議、ジャパン・ハウスSPでのオンラインイベント

などSNSを通じた発信を行なった。また、トヨタ、ホンダ、味の素、パナソニックなどの当地進出日本企業の新型コロナウイルス関連の貢献の広報に努めた。更に、当地日系ブラジル青年会議所（JCI）やテルマ・シライシ氏の食の普及親善大使などが主催した路上生活者に対する炊き出し支援についても当館も資金協力しつつ、こうした日系団体の慈善活動のPRに努めた。外出自粛措置の影響で移民資料館も来館者が減少したこともあり、移民史館救済のキャンペーンも行われ、サンパウロ総領事館もこうしたキャンペーン・サポートを行った。

（４）新型コロナウイルス危機に際してのブラジルにおける中国や韓国の動き

中国は、新型コロナウイルスが自国に対するネガティブなイメージに繋がることを懸念し、いわゆる「マスク外交」で医療関連物資の支援に余念がなかったが、ブラジル政府関係者が繰り返し、新型コロナウイルス発生源が中国であるとか、中国の隠蔽体質につき発言をしていたこともあり、ブラジルのSNS上では中国に対するネガティブな意見が少なからず見られた。何れにしても、コロナ経済危機の最中でもブラジルの対中農産物輸出は堅調の模様である。韓国は新型コロナウイルス封じ込めに成功した国として肯定的に報じられることが多く、メディアにも多く露出していた。

（５）館員・現地職員の健康管理

館員・現地職員及びその家族の健康維持にも十分注意を払った。これら関係者に感染者が出る場合には、総領事館の機能に著しい障害が生じる可能性がある。したがって、サンパウロ州の災害事態宣言を受け、高齢現地職員の完全自宅勤務シフト、邦人保護業務などに影響を与えない形で領事窓口対応を限定した。館員・現地職員の

可能な限りの自宅勤務、事務所で勤務する場合も同じ班の館員相互が極力勤務時間が重ならないようにする措置を取った。領事窓口の対応の限定は、来館者が多数来館することによる感染リスクを避けることを主な目的とした。ブラジル人の査証のニーズがある中で、日本政府による入国拒否対象地域にブラジルも含まれることになったことから、日本の入国制限に関する問い合わせの電話が急増し、その対応に追われた。

なお、館員が毎日顔を合わせなくなる事による求心力の低下を防ぐため、オンラインによる館内会議を毎日開催し、館員の情報共有に努めた。館員各自が各々の役割を果たしつつ、一丸となって乗り越えることができた。

こうした体制により、筆者在勤中は館員・現地職員及びその家族に感染者がこれまでのところ出なかったことは何よりであるが、引き続き最大限の警戒は必要である。

あとがき

サンパウロを離任してから早いもので4年以上が経過した。最後の4ヶ月はコロナ禍での業務であったこともあり、落ち着かないまま帰国した記憶がある。帰国後、再びブラジルのことに関わることができるかどうか定かではなかったが、幸いなことに2023年9月に外務省中南米局長に発令となり、再びブラジルを含む中南米のことに携われることになった。サンパウロ勤務の後、2年間防衛省に出向し、その後1年間サンフランシスコに勤務したので、3年ぶりのブラジルであった。

読み返してみても、非常に充実した3年弱の時間であった。在勤中は、①日系社会との連携・支援、②ジャパンハウスに対するサポート、③日本企業の活動支援の三本柱に力を入れていた。

日系社会との連携・支援は中南米外交の柱の一つでもある。在任中も各地における日本祭りの拡大には手応えを感じていたが、コロナ禍を乗り越えて、この勢いは更に拡大している印象である。実は、サンフランシスコ在勤中もカリフォルニアで日本祭りが拡大しているのを目の当たりにした。日本祭りを含む日本文化の関心の高まりは世界的な現象と言えるかもしれない。

ジャパンハウスはコロナを乗り越えてますます活発であり、サンパウロの文化施設としては不動の地位を確保している。

日本企業もコロナ禍を乗り越え、現在では、持続可能な航空燃料(SAF)やグリーン水素などの脱炭素化関連ビジネスへの関心を高めている。

拙稿を日伯中央協会ウェブサイトに掲載していたところ、二宮正人サンパウロ大学名誉教授より、同拙稿のポルトガル語版発行の

お話をいただいた。同名誉教授及びその他、本件出版にご協力いただいた全ての関係者の皆様に感謝申し上げます。今回のポルトガル語版の出版により、ブラジルの方々に、ブラジル日系社会の状況、ジャパンハウスの取り組み、日本企業の活動などにつき理解を深めていただくことができれば何よりである。2025年の日伯外交関係樹立130周年を契機として、日伯関係が更に発展し、強固なものとなることを願ってやまない。

2024年12月 前在サンパウロ総領事 野口 泰

訳者あとがき

野口泰氏が本書を日本ブラジル中央協会のサイトにオンラインで発表された際、一読して感じたことは、在サンパウロ日本国総領事館の管轄地域であるサンパウロ州、南マットグロッソ州、マットグロッソ州及び三角ミナスにおける日系社会への支援と連帯に関する記述が真に充実していることであった。これまで、日系社会の諸団体やジャパンハウス・サンパウロ及び日系企業の最近の活動がこれほど詳細に紹介されている書籍が出版されていなかったことから、本書をポルトガル語に翻訳して、日系・非日系を問わず、できるだけ多くの人々にその内容を知って欲しいと思ったのである。

著者は当時防衛省に出向しておられたが、翻訳の意向を伝えたところ、直ちに賛同いただいた。しかし、世の中はちょうどコロナ禍の真っ最中であったこともあり、翻訳作業は大幅に遅れてしまった。但し、本書の出版が1895年に両国が修好通商航海条約を締結してから130年を迎える記念すべき年になったことは、その意味で幸運であったとも言えよう。その間、著者は在サンフランシスコ日本国総領事を経て外務省中南米局長の要職に就き、その職務にはブラジルも当然含まれることになったからである。

私はこれまでブラジル日系社会においてさまざまなボランティア活動に従事してきたが、最も長期にわたり、充実した内容であったことを自負しているのはCIATE 国外就労者情報援護センター（日本名で日伯雇用サービスセンター）における活動である。これは、35年ほど前に始まった、日系ブラジル人及びその配偶者の日本への就労に対する支援活動を目的とする団体である。私はブラジル日本文化福祉協会、日伯援護協会、都道府県人会連合会といった日系主要

三団体の推薦により、1992年の設立以来一貫してこの業務に取り組んできたが、当初より日本、ブラジル両国政府から公共性を認定された唯一の団体であることを誇りにしている。

私はいわゆる「デカセギ」現象は、日本人ブラジル移住の歴史のなかで、三大出来事の一つであることを確信している。まず、最初は1908年に始まった移民船笠戸丸による最初の移民のブラジル到着、次は第2次世界大戦の勃発により、1942年から1952年に至る国交断絶と戦争状態による両国関係の10年間の空白、そして現在は21万人とも言われている日本に在住するブラジル人の存在である。このことは、近年における双方の政府関係者のみならず、二国間関係について言及される際に必ず触れられていることである。そして、過去35年にわたって約70万人の日系人及び非日系人を含むその配偶者が両国間を往復し、就労によって日本に居住・生活を体験し、その子女が日本において様々なレベルの教育を受けるチャンスを得たことは、両国関係にとって真に重要な出来事であったと思う。

CIATEは設立以来、ブラジル政府からは同国外務省サンパウロ代表事務所や労働社会福祉省、社会保険庁、サンパウロ州政府労働局等による協力・支援を受け、そして日本からは海外日系人協会を通じた厚生労働省の補助金によって業務を行い、毎年行ってきた国際シンポジウムに際して、本省から幹部職員の参加を受け、業務指導を受けてきた。また、在サンパウロ日本国総領事館においては、歴代総領事をはじめとして多くの領事や職員の方々に支えられて今日に至ったが、本書の著者である野口泰氏においては在任中にCIATEの様々な行事に出席され、各種の相談にも応じる等、温かい支援をいただいた。

なお、私事で恐縮であるが、令和元年秋において予期せぬ榮譽に浴した。すなわち、日本においても、またブラジルにおいても毎年限られた人数の方々のみを対象とする「瑞宝中授章」を授与されることになった。私は妻を伴って訪日し、外務省において副大臣か

ら勲章と勲記を伝達され、次いで皇居において天皇陛下の拝謁を賜ったが、その際並み居る多くの受章者の中でただ一人、陛下からお声がけをいただいたことは一生忘れえぬ光栄であった。

のみならず、帰国後には当時在サンパウロ日本国総領事の職にあった野口泰氏から特別に招待され、管内で授章したルーベンス・リクペロ大使、ロベルト・ロドリゲス元農務大臣、ルイス・カルロス・トラブッコ BRADESCO 銀行評議員会議長、原田清弁護士等とともに、総領事公邸で再度勲章伝達式に参加させていただいた。

したがって、この度野口氏の著書の翻訳を申し出たことは、これまでの CIATE や私個人に対する数々のご配慮に対するささやかな奉仕のつもりである。最後に、今後の野口氏の外交官としてのますますのご発展とご家族のご多幸を祈念してペンを置く。

2024年12月 二宮 正人

