

お節介な商売人

——中国の公園お見合いにおける“紅娘”の役割——

岳 恒 萱*

I はじめに

21世紀以降の中国都市部では、公園の一角に中高年が集って子どもの結婚相手を紹介しあう“相親角”¹（公園お見合い）と呼ばれる光景が広くみられ、中国の結婚観や家族観の変化を体現する現象として主に社会学の領域において注目されてきた。本稿はそうした関心を引き継ぎつつ、これまでの研究で見過ごされてきたインフォーマルな仲介人“紅娘（ホンニャン）”²の存在に焦点を当て、彼らと親たちの関係構築を民族誌的に描くことを通じて、現代中国における結婚を若者よりむしろ中高年層にとっての課題として捉える新たな視座を提示することを目指す。

近年、中国では晩婚化・未婚化が急速に進み、婚姻件数は2013年の1346.9万組をピークに減少に転じ、2022年には683.3万組と10年を待たずしてほぼ半減した〔中国国家統計局 2023〕。「結婚不要社会」の到来が課題として掲げられる日本と比しても、その速度において中国の婚姻をめぐる変化は著しいといえる。そうした現代中国の若者にとって、願望の有無にかかわらず結婚は非常に難しくなっている。

これに対し、政府は晩婚化・未婚化とそれに伴う少子化を経済成長の阻害要因としてみなし、『中長期青年発展計画（2016～2025年）』や『青年結婚恋愛のさらなる改善に関する指導意見』など、様々な政策を矢継ぎ早に導入して問題解決を図っている〔新華社 2017；民政部 2017〕。ところが、結婚の当事者である若者はかならずしも晩婚・未婚を喫緊の課題として考えているわけではない。多くの若者の声は、自らを「非婚者」や「独身貴族」と称し、「結婚しなくてもいい」「結婚する必要性を感じない」など、結婚そのものに対する疑義や否定の声が日増しに大きくなっている。

このように晩婚や未婚の現実を受け入れ、「仕方がない」と達観する若者とは異なり、改革開放政策導入後の恋愛結婚の時代に配偶者を得た親世代にとっては、子どもが結婚できないでいることへの不安は一層大きい。皆婚社会で育った親世代は、“男大当婚、女大当嫁”（男も女も適齢期になったら結婚すべきである）という伝統的な考えをもっており、子どもの結婚は親の使命、及び家族の中心を果たす象徴的な出来事だと考えている。「子どもの結婚難を解決する」ということに使命を感じ、子どもの結婚を積極的に支援する親も多い〔Yan 編 2016：5-10〕。2019年の調査によると、中国の25～34歳の未婚若者の大半が親から結婚を催促された経験がある〔陳 2020：7〕など、親による子どもの結婚への期待や焦りから生じる介介入行動は年々激しくなっている。もはや若者世代にとって、結婚は自分自身の人生の問題というよりも、親や親戚への報恩や面目をめぐる悩みの種となっているとすら言える。

後述するように中国では、配偶者選択において親や親族が主導権を握る時代から、20世紀を経て徐々に当事者が配偶者を決めることができる個人主義の時代へと至ったとみる、近代化論ないし封建的因習からの“解放”の歴史観が主流であった。しかしながら、上述のような2010年代以降の現状に鑑みれば、事はそう単純ではないことがわかる。本稿で扱う事例からは、確かに最終的に配偶者を決めるのは若者たちであるとしても、それを重大な課題として捉えて悩み、時間と労力をかけるのはむしろ親たちであることが見て取れる。すなわち、現代中国における結婚を考

キーワード：中国、非婚社会、見合い、仲介人、親

* 立命館大学大学院先端総合学術研究科 2022年度入学 共生領域

えるにあたっては、若者だけでなくその親たちをも当事者として位置付け、彼らの視点に立った理解が不可欠になると考えられる。

そこで本稿では、結婚適齢期の子どもを持つ親たちを主体とする「婚活」を検討の俎上に載せ、とりわけ同年代のインフォーマルな仲介人である“紅娘”たちとの関係構築の過程で共有・共感される親たちの不安や葛藤に着目することで、現代中国における結婚をめぐる問題を中高年の視点から捉えるための視座を探っていく。

Ⅱ 先行研究と本研究の位置付け

“相親角”は2004年に北京で始まり、現在では全国の地方都市にまで拡大・定着した。これは、中高年の男女が公園の一角を舞台に、子どもの生年月日、身長、学歴、収入などを記した履歴書を持ち寄って結婚相手を探す活動である。彼らは適切な相手を見つけて連絡先を交換し、子ども同士のデートを促すが、最終的に付き合うかや結婚するかは子どもたちが決める。

“相親角”はその出現以来、恋愛結婚時代においてもなお親による結婚への介入が際立つ場の典型例として、多くのメディアや研究者から注目を集めてきた。これらの研究は“相親角”を、親が子どもの結婚問題を解決するために集まる場所として位置付ける一方で、実際にはほとんど成婚に至らないことから、効果的な配偶者選びの方法とは言い難いと説明する[賈・許 2016]。さらに一部の研究は、“相親角”が結婚問題の解決にはほぼ貢献しないものの、20年間にわたって根強い人気を保っていることから、実際に子どもを結婚させることとは別の機能があると示唆している。たとえば孫沛東[2012: 253]は、初期の“相親角”に参加する親を対象とした調査を通じ、彼らが公園を訪れる背景に、子どもの晩婚化・未婚化問題や急速に変化する社会環境への不安があると指摘している。彼女は、“相親角”が子どもの結婚問題を根本的に解決するわけではないが、同じ境遇にある親たちに新たな社交の場を提供し、互いのコミュニケーションを通じて共通の不安を和らげると論じている[孫 2012: 220-230]。また、喬麗娟[2023]はこの見解を踏まえた上で、“相親角”の親たちが対面交流やSNSグループを通じて新たなコミュニティを形成し、精神的な慰めを得ていると述べる。両者の研究は、親同士の関係に焦点を当て、“相親角”の真の機能が子どもの結婚問題の解決ではなく、親の不安を和らげるという役割がある可能性を示唆している。

これらの研究は“相親角”の事例検討を通じて、現代中国における結婚を、その当事者である若者たちのみならず中高年の親たちにとっての問題でもあるものとして議論を拡張したと言える。ただし、そこでは親同士の相互扶助や悩みの共有といった関係に焦点が限定されており、“相親角”という公共空間に常駐し、結婚相手探しに欠かすことのできない仲介人の役割は周縁に置かれてきた。

仲介人の存在に着目した数少ない研究としては、成都市の“相親角”における結婚相談所スタッフと親とのやり取りを扱ったPettier[2019]の論考が挙げられる。Pettierは、現代中国の結婚相談所が伝統的な仲介人である“媒人”の機能を継承しているように見える一方、その社会的地位が大きく変化していることを指摘している。かつてすべての「まともな(respectable)」結婚に不可欠だった伝統的な仲介人は、20世紀初頭には社会進歩の障害とみなされ、毛沢東時代には政府により禁止された。しかし、仲介人の慣習は完全になくならず、1980年代の経済改革とともに新たな変容を遂げた。今日、仲介人は単なる商業的選択肢に過ぎず、個人の結婚自主権の欠如とみなされ、若者からは排斥されることもある[Pettier 2019: 1-3]。Pettierはさらに、現代の仲介人が新たな社会制度として「再発明(reinvented)」されたことも強調している。伝統社会において、仲介人は主に家族間の結婚を仲介し、結婚の社会的・道徳的正当性を保証していた。しかし、現代社会では、結婚の選択が個人の感情や自由を重視するものとなり、仲介人は親子世代間の新たな仲介者としての役割を担っている。“相親角”の結婚相談所は、親の期待に応えるだけでなく、子どもの個人的な意思や感情とのバランスを取る必要もある[Pettier 2019: 14-17]。こうしたPettierの研究は、現代中国の“相親角”における結婚相談所が、親の子どもへの結婚介入という独特なプロセスにおいて、仲介人が果たす役割を明らかにしている。結婚相談所の仲介人たちは、ビジネスとして利益を得ながら、結婚を成功させようとする両世代のニーズを調和する機能を担っている。

以上のような先行研究には、2つの疑問が未解決のままに残されている。まず、Pettierが検討した政府の営業許可を得た「結婚相談所」以外にも、ボランティアや“紅娘”といった個人仲介者が“相親角”のグレーゾーンで活動

しているが、その実態は十分に調査されていない。次に、先行研究では一般的に、“相親角”における仲介人の活動は単なる経済行動と見なされ、動機は金銭的利益であると考えられている。しかし、“相親角”に限定して活動する個人仲介者たちは、固定の事務所を持つ「結婚相談所」とは異なり、通常、定年退職後の余暇を利用して活動している。したがって、これらインフォーマルな仲介人の動機やニーズ、さらにはそれを生み出す社会的背景についても、さらなる調査が必要である。

以上を踏まえ、本稿では、“相親角”における未研究のインフォーマルな仲介人である“紅娘”に注目し、彼らが親と築く関係とその役割、特にこの活動に積極的に参加する高齢者の動機を明らかにする。さらにそれを通じて、これまで見落とされてきた非商業的な仲介人の存在に光をあて、現代中国における結婚をめぐる研究を拡張することを目指す。

Ⅲ 調査方法と調査地

1 調査方法

本研究は、上海 R 公園内の“相親角”（以下“R 相親角”）における参与観察と、長年この“相親角”で結婚紹介に従事してきた2人の“紅娘”への半構造化インタビューによるデータを主として用いる。調査は2023年5月から6月の前期調査と、9月から11月の後期調査を行なった。約3ヶ月間の調査期間中、“相親角”にはのべ32回参加した。調査中、“相親角”に長期参加している“紅娘”であるオウさんとゴさんの同意を得て、2人のブース運営に「助手」として参加した。インフォーマントの個人情報保護のため、本稿の趣旨に関係のない情報は、対象者の同意を得たうえで変更した。

2 調査地の紹介

“R 相親角”は、北京の“鵲橋会相親角”をモデルに、子どもの結婚を心配する地元の親たちによって2005年に設立され、マスメディアの報道を通じて多くの親たちを引き寄せた〔孫2012：45-46〕。最初の仲介組織は、数人の発起人によるボランティアチーム“公益紅娘”で、無料で情報登録とマッチングサービスを提供していた。しかし、参加者の増加に伴い、2007年頃から有料の仲介人が次々と現れ始めた〔東方網2012〕。規制の欠如、専門能力のばらつき、料金基準の混乱、さらには親から金をだまし取ろうとする悪徳業者の存在などから、「有料仲介人」を指す“仲介”という中国語の言葉は次第に「詐欺師」として認識されるようになり、中国社会で広く批判されるようになった。2010年、公園の管理者はフォーマルな結婚相談所を導入し、規制化を試みたが、最終的には失敗に終わった。2014年8月以降、公園ではすべての結婚仲介活動を禁止し、親のみが参加できるようにした〔澎湃新聞2014〕。だが、2023年の調査によると、禁止されているにもかかわらず、多くの仲介人がひそかに活動を続けている。

現在、“R 相親角”は主に公園の5番ゲート付近に位置し、公園面積の約4分の1を占めている。仲介人もしくは親たちの一部は道路の両側に履歴書やスツールを並べたブースを設置して目を引こうとするが、歩き回りながら会話することを通じて子どもの結婚相手を探そうとする親たちも多い。警備員は定時に決められたコースをパトロールし、仲介人を見つけると叱責し、履歴書を没収する。しかし、パトロール時間外には仲介人の活動を黙認し、ほとんど干渉しない。図1に示されるように、親、仲介人、警備員は、暗黙のルールに従い、それぞれエリアに配置されている。毎週土日祝日の開設時間には、ピーク時には1,000人から2,000人が集まり、上海最大の“相親角”となっている。

Ⅳ 現場からの声

1 自らを“紅娘”と称するオウさんとゴさん

現在、“R 相親角”ではすべての結婚仲介活動が禁止されているが、実際には、結婚紹介を生業にする企業のスタッフ（以下「企業仲介者」）からインフォーマルな個人の仲介人（以下「個人仲介者」）まで様々な仲介人が存在し、なかには詐欺師まがいの行為を働くも少なくない。オウさんとゴさんはともに個人仲介者として“相親角”に参加し

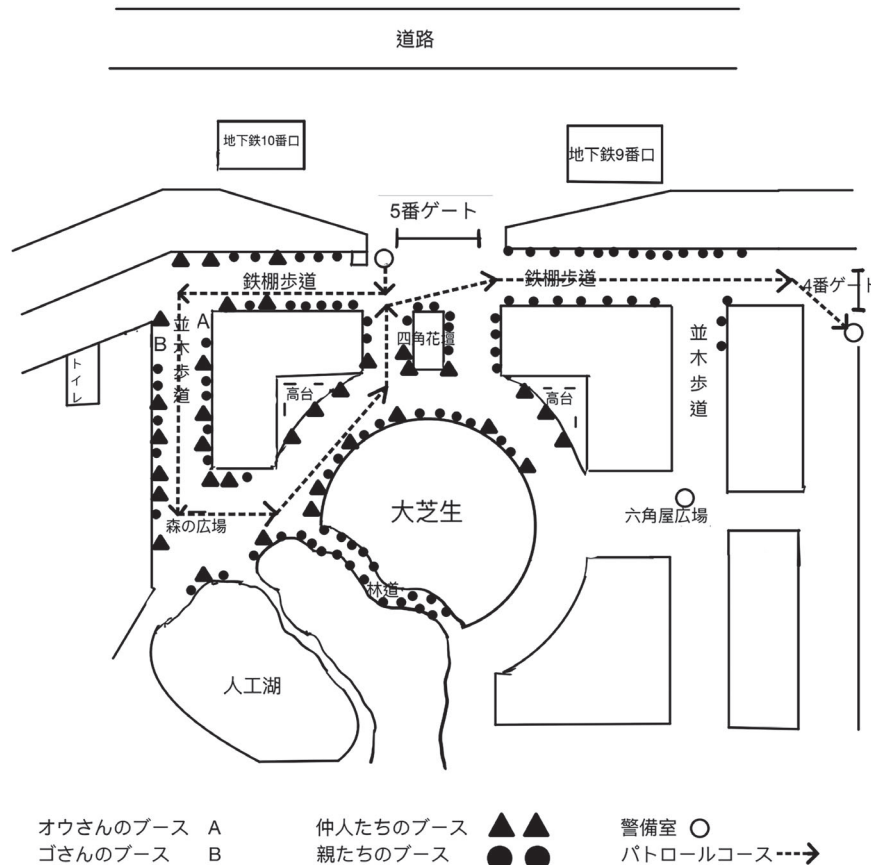


図1：相親角の空間分布（筆者作成）

ており、「顧客」に報酬を求めることを前提としながらも、ときには金銭的な対価なしにサービスを提供することもある。こうした人々は、報酬体系にしたがってサービスを行う企業仲介者と区別され、しばしば“紅娘”と呼ばれる。

現在、“R 相親角”では数十人の“紅娘”が活動しており、前期調査では、周辺省・市の複数の“相親角”にも同様の“紅娘”が広く存在していることが確認された。その中でも、“R 相親角”の長老的存在であるオウさんとゴさんは、長年の経験と幅広い人脈を持ち、“紅娘”の役割や特徴を理解する上で重要な事例といえる。

70歳のオウさんは6年前から“R 相親角”に参加しており、毎週末25キロ離れた自宅から始発バスでR公園へ通っている。彼のブースには、40枚以上の履歴書と折りたたみ式スツールがあり、朝7時半から午後4時までほとんどその場を離れることはない。

オウさんは1953年に重慶で生まれ、文化大革命の影響で小学校を中退した。雲南省に下放された際に上海出身の妻と出会い、1985年に上海へ戻った。その後、オウさんは上海宝山製鉄所で働きながら雀荘を経営していたが、その間に4度の離婚を経てほとんどの財産を失った。現在は50代の家政婦と同居しながら年金で生計を立てており、最初の妻との間に生まれた娘が孫を連れてよく訪れるという。

オウさんは自身の経験を活かして、“相親角”で“紅娘”として活動するようになった。1980年代、彼はしばしば雀荘経営で得たネットワークから製鉄所の同僚に結婚相手を紹介しており、工場内では「仲介人」として有名だったという。2010年代に退職し、時間を持て余していたオウさんは、隣人の娘の縁を助けたことがきっかけで、“R 相親角”で再び結婚仲介活動を始めた。彼は、広告費以外の前金は受け取らず、成功した場合のみ“紅包”を受け取る後払い制を採用しており、そのため多くの親から敬意を込めて「紅娘先生」と呼ばれている。

69歳のゴさんは、13年間“相親角”で活動している。朝、息子の朝食を準備した後、8時半ごろに地下鉄でR公園に到着するが、先に着いているオウさんに席を確保してもらうことが多い。彼女のブースには30枚以上の履歴書と2つのスツールがあり、「旧友」や「常連客」が頻繁に訪れる。

ゴさんは1955年に上海で生まれ、中学卒業後、軽工業工場で生産ラインの責任者として働いていた。工場のお見合いパーティーで夫と出会い、恋愛結婚し、1人息子を授かった。1990年代の工場再編を機に、日系企業の倉庫管理人に転職し、50歳で退職した。夫の死後、寂しさを紛らわすために2011年、個人仲介者をしていた友人の誘いを受けて“R相親角”に参加した。当初は友人の助手として活動していたが、友人の引退後、その人脈と依頼を引き継ぎ、独立して個人仲介者として活動を始めた。2012年、ゴさんは一度、公園管理者から「優秀な仲介者」として認定され、公園に設置された公式ブースを優先的に使用する許可を得たが、2014年以降は管理方針が変わって何度も追いつかれる経験をした。さらに、一時期“相親角”での詐欺行為が横行したことから、「顧客」たちからも厳しい目を向けられるようになった。そこで彼女は仕事を続けるかどうか悩んだ結果、紹介料を廃止し、広告料と“紅包”以外に報酬を受け取らないことにした。こうして、ゴさんは自らを「親を助ける紅娘」と自認するに至り、親たちからの信頼も回復していったという。現在では、警備員との対立の際にも親たちから支援を受けている。

2 顧客か友人か：“紅娘”と親との関係

2014年以降、R公園の“相親角”では、あらゆる種類の仲介人が警備員によって一律に追放されるようになった。オウさんやゴさんのような“紅娘”も、警備員から“黒仲介”（「ブラック仲介人」の略称）として扱われている。パトロール中に見つかれば、ブースを没収されるリスクがある。親たちからは、警備員が仲介人を区別せず乱暴に扱っているとの批判もある。以下は、この批判に対してパトロールを担当する警備員Aが語った、オウさんやゴさんに関する評価である。

警備員A：公園では、すべての“仲介”ブースを設置することは禁止されています。それに、この人たち（オウさんやゴさんのような“紅娘”を指す）は正式な業者ではなく、営業許可も持っていないんです。彼らはみんな“黒仲介”ですよ。無料サービスだなんて言ってますが、結局お金を取るんでしょう？うまいこと言ってますけど、結局はお金のためですよ！

警備員の言葉を裏付ける事実として、オウさんとゴさんは親からお金を受け取っている。ブースが近い2人の料金設定は一致しており、主に“紅娘”のブースで履歴書を展示・宣伝するための月額100円（約2000円）の広告費と、結婚が成立した際に「謝礼金」として請求される約3,000円（約6万円）の“紅包”が含まれている。経済的な観点から見れば、2人は確かに無償のボランティアではなく、商業的な従事者と見なされるべきである。一方、オウさんやゴさんは、次のように自らを公益的な役割を担っていると考えており、そうした主張を信頼してくれる人たちのみとの交流を望んでいる。

オウさん：私たちは“相親角”に来て人々を手伝う“公益紅娘”だ！定年退職後、良いことをしている良い人だよ！これは“雷鋒精神”を発揚することだ！

“雷鋒精神”とは、中国共産党と国家への愛、他者への自発的な奉仕、勤勉さなどを含む精神性を表す言葉である。現在、日常的な会話でこの精神は、善行を行うボランティア精神を指すことが多い。オウさんは「雷鋒精神を発揚する」という表現で自らの活動を説明し、自分が提供する無償のサービスが他者の幸福のための自己犠牲であることを強調している。オウさんは、一般的な個人仲介者のように登録料や紹介料を取らず、登録やマッチングが必要な人に無料で手助けをしている。また、「成功してから支払う」というモデルは、“相親角”の成功率の低さと相まって、オウさんの労働のほとんどが無報酬になることを意味している。

この商業と公益の間で揺れ動く様子は、依頼する親に対する2人の呼称や用語にも表れている。一般的に、“相親角”の参加者は、プライバシーとわかりやすさを両立させるため、「特徴+身分」という半匿名の呼称を使用している。例えば、アメリカに留学経験のある娘のために結婚相手を探す山田一郎さんは、“相親角”では「アメリカ留学生の父」や「留学生の娘を持つ山田さん」と呼ばれる、といった具合である。オウさんとゴさんも、日常的にこのような呼称を使用している。しかし、金銭の取引が話題になると、彼らは「顧客」や「お客さん」という言葉を使うように

なる。例えば、誰かが有料広告サービスを選んで料金を支払うと、オウさんは「今日は“開張”した！お客さんが来た！」と喜ぶ。“開張”という言葉は、中国語で新しい店の営業開始を意味し、何かの始まりやその日の最初の取引を表す際に用いられる。

このように、オウさんとゴさんは利益追求の姿勢を隠しておらず、はじめは無料の“公益紅娘”を装い、信頼を得てから突然支払いを要求する悪徳仲介人とは異なる。以下は、オウさんが顧客を引きつける際に行う自己紹介の一例である。

オウさん：ここで登録とマッチングは完全に無料だよ！でも、もし成功したら“紅包”をください！少なくとも 3000 元はね！

「“紅包”をください」というのは、オウさんとゴさんが親との交流で特に強調するポイントである。しかし、恋人同士の交際期間を考慮すると、この収入は“紅娘”たちにとって長い待ち時間が必要となるものである。さらに、法的な契約がないため、仕事を終えた後に報酬が支払われないリスクも少なくない。ゴさんは、この行為を“吃霸王餐”（「食い逃げ」）と呼んでいる。また、“相親角”の成功率が非常に低いため、年に一度も成功しないこともある。月 100 元の広告費をはるかに上回る高額な“紅包”は、彼らにとって高額な収入であるだけでなく、苦勞の証明であり、当然の報酬でもある。以下は、ゴさんが「食い逃げ」された体験談である。彼女は私の隣にいた親に同じ過ちを犯さないよう警告するためにも話してくれた。

ゴさん：前にある親さんの息子さんに相手を紹介したが、事前には一切お金を取らなかったんだ。その息子さんに 5、6 人の女性を紹介し、半年近く忙しくしてた。結局、息子さんの家族は「誰も合わない」って言って、連絡が途絶えたんだ。……と思ってたら、1 年後に別の親さんから、その息子さんは私が紹介した女性の一人と結婚したって聞いたんだよ。私はすぐにその親さんに問い合わせて、“紅包”を要求したんだけど、あの親は私をブラックリストに入れ、電話にも出ないし、WeChat にも返事をしなかった。半年間の苦勞が全部無駄になったんだよ！本当に、善意が報われないってこのことだね！

オウさんにも、依頼人の子どもが成婚した後に「あなたの紹介ではなく、自分で相手を見つけた」という口実のもと、“紅包”の支払いを拒否された経験がある。このような状況について話す際、彼らは怒りをあらわにし、その経験が仕事を続ける自信を失わせたと述べている。

しかし、観察によると、“紅娘”と親との関係は、単なる「サービスを提供する業者」と「料金を支払う顧客」の関係に留まらず、より深い絆が形成されることがある。カクさんは、39 歳の娘の結婚相手を探す母親で、ゴさんの常連客の一人である。婚期を逃しつつある娘への焦りから、カクさんは最初、毎月 100 元を支払ってゴさんに広告を依頼し、自身も“相親角”に通って適切な相手を探し続けている。この状況はすでに 3 年間続いている。

ゴさんに娘を積極的に紹介してもらうために、カクさんは公園に行くたびに果物、飲み物などを差し入れていた。そうした贈り物を渡す際、彼女はゴさんが用意したスツールに座り、最近の適切な相手の有無、自分の状況、また求められる基準に変化があるかなどを話し合った。年齢の近い 2 人は次第に親しくなり、子どもの結婚への不安から家庭での些細な出来事、さらには日々のニュースまで話題が広がっていった。ゴさんは、ほかの「顧客」への対応を放り投げてカクさんとの話に夢中になることもあったという。

ゴさん：私たちはもう何でも話せる親友だよ！彼女はブースの運営を手伝ってくれたり、知り合いを紹介してくれたりしてね。彼女のおかげで、新しいお客さんがたくさん増えたんだ。この 2 年間、彼女は広告料を払おうとしてくれたけど、私はずっと受け取らなかったよ。みんな仲良くなったのに、どうして彼女のお金を受け取れるっていうんだ？

過去 2 年間、ゴさんはカクさんの娘の履歴書を無償で展示し、積極的に宣伝している。カクさんは料金を支払っ

ていないが、感謝の意を示して贈り物を贈り、ゴさんが忙しい時にはブースの運営を手伝うことも申し出ている。一度、公園の検査中にカクさんはゴさんのブースを守るために警備員と衝突したこともある。

また、今回の調査期間中に、2023年9月から娘の結婚相手を探していたシュウさんとオウさんが友人関係を築く過程も観察された。

シュウさん：オウ先生に初めて会ったのは、9月の初めに相親角に来た時だった。ネットで相親角には詐欺まがいの仲介人が多いって聞いてたから、オウ先生が無料で紹介してくれるって言った時は、正直疑ってたんだ。……でも、どうせ無料だし、試してみても損はないだろうと思って、娘の履歴書をオウ先生に送った。そして翌日、地元で商売している男の子を紹介してくれたんだよ。娘を会わせてみたら、情報が本当だってわかった。オウ先生は一銭も請求してこなかったから、この人は騙してないって思ったよ。……オウ先生は本当にいい人で、無料で何人か紹介してくれたし、彼は色々なことを知っているから、分からないことは何でも聞けるんだ。すごく助かってるよ！

何度かの紹介はさまざまな理由で失敗に終わったが、シュウさんはそれでもオウさんの努力に感謝の意を示した。続く2ヶ月間、シュウさんは自らのブースをオウさんの近くに置き、ブースの片付けを手伝ったり、昼食を無料で提供したりして支援した。余暇には2人でおしゃべりをし、オウさんは自身の経験を交えながら、シュウさんに“相親角”でのさまざまなコツを教えていた。シュウさんも、自身の生活における悩みや逸話を共有していた。11月初め、娘の結婚相手は見つからなかったが、帰郷せざるを得なくなったシュウさんは、履歴書の広告費を支払い、引き続き広告を依頼したいとオウさんに別れを告げた。しかし、オウさんは笑顔でシュウさんの支払いの申し出を丁重に断った。

オウさん：私たちはもう友人だ！お金の話はやめろ！娘さんが結婚するまで、無料で宣伝してあげるよ。絶対に、この大事な問題を解決する手助けをしようじゃないか！

その結果、シュウさんは一切の費用を支払わずに全過程でオウさんの無償サービスを受け、友人関係を通じて長期的な無料広告サービスを得ることができた。カクさんやシュウさんの例は例外ではなく、実際にオウさんとゴさんのブースに展示されている履歴書の約半数は、料金を支払わない「友人」からの依頼によるものである。観察によると、このようにビジネス上の交流を通じて次第に親しくなり、友人関係へと発展するケースは、“相親角”の他の“紅娘”にも見られる。特に、グレーゾーンにいる“紅娘”と公園警備員が対立した際には、親たちが彼たちを保護することが多い。

しかし、時折、2人の“紅娘”は、親から「無料登録で情報を収集しているだけで、支払いをする顧客に対して早く相手を見つけることが目的ではないか」という批判を受けることもある。確かに、多くの場合、2人の“紅娘”の仕事は、このような親しい友人や有料顧客を中心に進められている。以下は、オウさんが自身の仕事について述べた言葉である。

オウさん：登録に来た人には、お金を取らずに3～4人の相手を紹介している。その中に適当な相手が見つからなければ、ゆっくり待つしかないね。私はまずお金を払ったお客さんを優先してサービスしなきゃいけないからさ。……多くの人を登録することは私にもメリットがあるよ。そうじゃないと、お金を払ったお客さんに紹介できる人もなくなっちゃうからね。

実際には、2人の“紅娘”は無料サービスにも多くの時間と労力を費やしている。観察によれば、ブースに登録した人々の約5分の1が最終的に有料広告サービスを選択し、残り的人々は「無料」という宣伝文句に惹かれて試しに登録したに過ぎない。数回しかサービスを受けられなくて優先順位が低いこの無料サービスが、2人の日常業務の大半を占め、利益の効率に大きく影響している。“相親角”の成功率の低さと、親がいつでも支払いを逃れられるリ

スクを考えると、オウさんとゴさんの実際の仕事の大部分は無償で行われていると言える。それでも、長年の活動の中で、2人は無料サービスの提供をやめることはなかった。彼らが自称する“公益紅娘”や“雷鋒精神”という言葉は、単なる宣伝だけでなく、彼らの心の一部を反映しているのかもしれない。

“相親角”でのやり取りを通じて、オウさんとゴさんが利益追求を隠さず、報酬が支払われない場合に不満を示すことがわかる。しかし、一部の友人に対しては、金銭を超えた親切心を示し、無償で多くのサービスを提供している。彼らの利益追求への意欲と、一部の消極的な行動には、一見矛盾があるように見える。彼らの行動からは、「お金のため」というよりも「収入があれば尚良い」といった微妙な態度が見て取れ、それが“紅娘”と親との間に築かれる関係であるのだろう。

3 プロかアマチュアか：仲介人と定年退職者の立場

オウさんとゴさんは、“相親角”でビジネスマンとしても友人としても中高年層との関係を築いており、情報管理や運営モデルにおいてもアマチュアとプロフェッショナルの間をさまよっている状態を示している。

オウさんは初等教育しか受けておらず、中国語のピンインの使い方を知らず、書くことが苦手で、スマホなどの電子機器の使用にも不慣れである。その結果、インターネット時代においても、オウさんは完全なデジタル管理を実現できず、非効率的な手法に頼らざるを得ない状況にある。まず、オウさんは親に WeChat で友達追加を依頼し、チャットボックスを通じて個人情報を受け取る。その後、ペンを使って情報を整理し、WeChat のニックネーム、性別、出生年、戸籍などの基本情報を紙のノートに記録する。情報を探す際には、記憶を頼りにノートの記録を確認し、そこに記されたニックネームから該当する WeChat アカウントを検索し、チャット履歴から情報を探し出す。“相親角”に6年間参加しているオウさんの WeChat 連絡先は2300人以上に達し、ノートも2冊に増えている。70歳の彼にとって、誰かの情報を探す作業は毎回大きな負担となっている。そのため、現場で迅速に適切な相手の情報を見つけるのは難しく、家に帰ってから時間と労力をかけて情報を探す必要がある。これはオウさんの業務効率や利益獲得の可能性に大きく影響している。

中等専門学校を卒業し、コンピュータ関連の仕事経験を持つゴさんは、電子文書の編集に精通しており、これは中国の同世代の高齢者の中でも珍しい。オウさんと比べて、ゴさんの管理方法はより専門的である。彼女は依頼者から送られてくる情報を整理し、履歴書に「性別、戸籍、生年月日、身長、学歴、職業、収入、家族状況、自己紹介、希望条件」を順に記入し、統一されたフォントと句読点を使用している。プロの企業仲介者から学んだ経験を活かし、男性用と女性用の履歴書をそれぞれ年齢順に整理し、親が見やすいようにしている。さらに、ゴさんは WeChat のさまざまな機能を活用し、デジタル管理を行っている。彼女は登録者のニックネームを編集し、タグを付けて分類している。例えば、1992年生まれで、上海市静安区在住、電力局勤務、月収6000元の独身男性なら、WeChat のニックネームを「92年男 電力局 6k 電話番号」に変更し、「90後」「上海人」「事業単位」などのタグを付ける。この方法で、検索時にキーワードを入力するだけで迅速に結果を見つけられる。WeChat を使わない親やスマホ操作に不慣れな親のために、ゴさんはメモ帳を使い、紙とペンで記録もしている。親たちはよく「まじめだね！すべてを書き留めている」と感心する。また、オウさんと比べると、ゴさんは情報の真実性に特に気を配っている。登録時、ゴさんは電話番号の確認のため直接電話をかけることがある。この方法で、偽の電話番号や高齢者による誤記を防ぐことができる。「すぐに通じる電話」はゴさんの得意技で、この方法でオウさんから数人の有料顧客を引き抜いたこともある。

長年の経験と企業仲介者を模倣することで、2人は独自の顧客情報管理プロセスを構築してきたが、大規模なデータベースや規範的なプロセスを備える本格的な結婚相談所と比べると、依然として素人の側面が残っている。特に情報の真実性の確認はかなり恣意的であり、電話番号以外の情報に関しては認証が十分ではない。そのため、一部の企業仲介者からは、“紅娘”たちはただの老人のままごとだ」という批判が聞かれることもある。

また、オウさんとゴさんが提供するサービスも限られており、主に男女の情報交換とマッチングを中心にしている。マッチングの過程も非常に単純で、基本的には「男は金持ち、女は美人」や「家名を継ぐための結婚」といった伝統的な結婚相手選びの考え方に従っている。この考え方は中高年の親たちには受け入れられやすく、成功例もあるが、子どもたちからは反発の声が多く聞かれる。先述のオウさんの友人であるシュウさんの30代の娘は、オウさんに紹

介された相手に対して不満を述べていた。

シュウさん：娘はね、ちょっと厳しいのよ。この前、オウ先生が30代後半の医者を紹介してくれたんだけど、収入もいいし、上海に自分の家もあって、見た目もまあまあだと思ってたの。でも、ちょっと禿げててね。……でも、娘が写真を見て「イケメンじゃないし、おじさんっぽい」って言って、あっさり断っちゃったのよ。それに、娘はオウ先生が本当にちゃんとマッチングしてくれるのかも疑ってるみたい。

対照的に、今回の調査では企業仲介者の話も聞き取りに行った。近くのブースにいる40代のソウさんは、2021年から妻とともに、3万～10万円（約60万～200万円）の高額な料金設定の結婚相談所を運営している。ソウさんは、いつも昼食後にしかブースを出さず、午後4時には早退する。通りすがりの人に履歴書を見せるために譜面台を使い、問い合わせをしてくる親に対しては、次のような説明を淡々と繰り返すだけである。

ソウさん：私たちはプロの仲介人で、実店舗のある合法的な結婚相談所です！契約を結ぶ必要がありますよ。……もし興味があれば、当社の専門の結婚紹介スタッフのWeChatを追加してください！お子さんを会社に連れて来てでもいいですし、会社のパソコンには何千もの良質なデータが蓄えられています。……私たちはWeChatでの連絡しか対応していないので、会社の電話はありません。もしWeChatの使い方がわからない場合は、QRコードを写真に撮って、家に帰ってからお子さんに連絡してもらってもいいです。むしろ、直接お子さんに連絡してもらった方がいいでしょう。

親への無分別な対応と、この場所に来る真の理由について、ソウさんは次のように率直に語った。

ソウさん：彼ら（親たち）の多くは、私がターゲットにしている顧客ではないんです。お金がなくて、支払う意思も低いですし、契約書にサインすると聞くだけでびくびくして、自分を売るような気分になっちゃうんです。……私たちはここで宣伝していて、この活動を撮影してTikTokに投稿して、人を引きつけているんです。……以前にブースを出した時、前後で4回もすごいキャスターに撮られて、ネットで話題になりました。これが相親角で人を引きつけるよりずっと効果的なんです！

すべての企業仲介者がソウさんのように親を無視するわけではないが、「宣伝」と「誘致」こそ彼らが“相親角”に来る主な目的であることは間違いない。これらの企業仲介者は、“相親角”で支払意欲のある親を見つけ、基本的にはその親や子どもを会社に招いて、さらに詳細な話し合いを行う。その後、身分確認、情報登録、契約締結、費用の支払いなどのステップを踏んだ上で、研修を受けたプロの仲介人がマッチングサービスを提供し、定期的にお見合いパーティーや恋愛セミナーも開催される。結婚紹介サービスの契約を結ぶには、法的要件に従い、本人または委任状を持つ親が代理人として結婚仲介機関と契約を締結する必要がある。そのため、フォーマルな結婚相談所のサービスにおいては、若者自身の出席は避けられない。

標準化されたプロセスや高い専門性を持つ従業員、法的に整備されたプロの結婚相談所と比較すると、オウさんとゴさんのアマチュア感が一目瞭然である。しかし、結婚相談所のような形に近い、より専門的なサービスを求める一部の親に対して、2人は断固として反対の姿勢を示した。オウさんはある親に対し、次のように答えた。

オウさん：いやいや、いくら払ってるんだって話だよ。私に全部やれって言うのかい？他の結婚相談所に1万円や2万円払っても、大した仕事をしないかもしれないだろう。私の年齢で、結婚相談所の若いスタッフと比べられるなんて堪ったもんじゃないよ。彼らは大企業で、能力のあるスタッフをたくさん抱えてる。でも私は小さな商売人だから、ちょっと気を使うくらいで十分なんだよ。……今のままで十分だ！私の登録とマッチングは無料なのに、成功してもあなたたちから礼金がもらえるとは限らない。全部無駄にやっているよ。1ヶ月で100円の広告費を受け取っても、それで交通費を稼ぐくらいだ！これは手間賃だよ！

2人の収入はおおよそ把握でき、友人の履歴書を除くと、オウさんとゴさんの各ブースには約20枚の有料履歴書が掲示されている。これは、不安定な“紅包”収入に加えて、“相親角”から毎月約2000元（4万円）の定期的な広告収入があることを意味する。さらに、“相親角”では10元（200円）以下のタバコや飲み物、お菓子などのプレゼントを頻繁に受け取ることができ、100元（2,000円）程度のチップを受け取ることもある。このように見ると、収入は上海の最低賃金基準である月2690元を少し下回るが、「交通費」という言葉よりはるかに多い。だが、オウさんたちは、自分たちが提供するサービスは「十分だ」と考えており、収入には不満すら示している。この矛盾を理解するためには、2人が定年退職者であるという立場を考慮する必要がある。“相親角”での収入について、ゴさんは次のように述べた。

ゴさん：私は相親角からの収入に頼らなくても、年金もあるし、自宅もあるし、息子にも面倒を見てもらってるんだ。……もしお金だけが目的だったら、もっと前に辞めてるよ。

上海で定年退職した2人は、国家や企業から月額約6000元（12万円）の年金を受け取っている。定額の年金、持ち家、さらに40代の子どもたちからの援助もあって、彼らは上海では中流階級に属し、生活費に困ることは全くない。したがって、毎月の年金の3分の1に相当する“相親角”での収入は大きな額ではあるが、生計のために必須なものではない。むしろ、情報管理の専門性の低さや、無料登録者に対するほとんど金銭の見返りのない無償奉仕が、2人の老後の日常生活に負担をかけている。現場での活動以外にも、情報整理、履歴書作成、依頼者のマッチング、親からの問い合わせ対応など、平日にも大量の「隠れた残業」がある。オウさんは「夜11時になっても忙しく、寝ている間に電話がかかってくるよ」と不満を漏らした。月80時間の現場作業に加えて平日の「残業」、これほどの仕事は2人の定年退職者にとって高負荷な労働である。加えて、70歳のオウさんは糖尿病で甘いものが食べられず、68歳のゴさんは入れ歯のため硬いものが食べられない。プレゼントをもらうと、2人はほとんどの場合、タバコかスナック菓子でお返りする。このプレゼント交換の過程において、2人の“紅娘”は実際のところ、利益を得ていない。したがって、受け取ったプレゼントは「隠れた収入」というよりも、相互関係を維持するためのものである。このような状況の中で、まるで数年が1日であるかのように活動を続けてきた2人の“紅娘”は次のように述べた。

ゴさん：お金を払ってくれるお客さんが減ったら辞めようかと思ってたんだけど、まだ常連さんや昔からの友達の依頼が残っていて、彼らとの約束を果たさないといけなかったんだ！それに、毎週公園に来て新鮮な空気を吸ったり、人と話したりするのも慣れちゃってるしね。たくさん話すことが認知症予防にいいって聞いたこともあるし。

オウさん：主に定年退職して何かいいことをしたいと思った。私たちがやらなかったら、誰もやらないかもしれないし。多くの親さんは大変で、毎日ここに来るのも難しいね。私が手伝うことも善行積徳だ。……私自身もここで結婚紹介をすることに慣れた。これは私の趣味だ。そうじゃなかったら、毎日何をすればいいんだ。……親さんが紅包を出したくないこともあるが、忙しい中で果物を持ってきてくれたり、祝日にお祝いしてくれる親さんもいる。時に感謝の言葉を聞くと、やってきたことは無駄じゃなかったと感じるね。

2人の“紅娘”にとって、使命感や達成感、社交の機会、さらには健康維持が、「あれば良い」程度のお金以上に重要である。

V 考察と結論

本稿では、上海R公園の“相親角”における2人の“紅娘”を観察し、親の結婚不安を解消する役割と、定年退職者として老後の生きがいを求める動機について検討した。

まず、“紅娘”たちは、公益と商業の間で揺れ動き、親たちと商取引をしながらも友情関係を築いている。“紅娘”は利益追求の姿勢を隠さないが、実際の収入は不安定で、親しくなった親たちからの報酬を自ら拒否することが多く、

さらに多くの無料サービスを提供することにこだわっている。2人の利益追求と一見不真面目に見える行動の矛盾は、過去の“紅娘”の役割を商業的的属性だけで理解することが必ずしも十分ではない可能性を示唆している。

次に、“紅娘”たちはアマチュアリズムとプロフェッショナリズムの間で揺れ動き、数多くの親たちに認められている。“紅娘”は模倣と経験を通じて構築した一定の流れに沿って「顧客」である親たちに対応しているが、フォーマルな結婚相談所が提供する効率化・マニュアル化されたサービスに比べると、依然として即興的でプロ意識に欠けるきらいがある。しかし、“紅娘”は、紙とペンによる記録や口頭での契約、贈り物の交換など、中高年層のニーズに合わせた方法を用いて、多くの親たちの信頼を得ている。ソウさんの事例が示すように、“相親角”を通じて結婚当事者である若者にアプローチすることが、結婚相談所の業務の中心となっている。“紅娘”と親たちの親密な関係は、企業仲介者と親たちとの間にある疎遠さとは対照的である。

また、インフォーマルな仲介人としての“紅娘”の役割と、フォーマルな結婚相談所の役割にも違いがある。Pettier が描いた現代の結婚相談所は、世代間の結婚選択の調和を重視しているが、“紅娘”は子どもの意見にはほとんど配慮せず、公園で活動する親にサービスを集中させている。これもまた、彼らの活動が成功しにくい理由の一つかもしれない。

筆者の調査によると、“紅娘”たちは親が子どもの結婚問題を根本的に解決することは難しいが、商業的な結婚相談所に適応できない親たちに別の選択肢を提供し、長期的で親密なコミュニケーションを通じて親の不安を緩和していた。したがって、本稿では、“紅娘”はまさに親の結婚不安を解消するための特効薬であるとの見解を提示したい。

オウさんとゴさんの話によると、“紅娘”が“相親角”の活動に参加する主な動機は金銭ではなく、老後の使命感や生きがいなどを見出すことにあるという。退職後の生活に適応できないこれらの高齢者たちは、“相親角”で「経験豊富な退職老人」として親たちの尊敬と報酬を得ている。言い換えれば、高齢者たちは“紅娘”としての活動を通じて、高齢期における新たな社会的役割を自ら創り出している。

この現象は、中国の深刻化する高齢化社会の背景を反映しており、孫らが“相親角”の人気を検討した際に十分に説明されていなかった親世代の不安の源でもある。若者ですら適応が難しい急速な社会変化の中で、増えつつある高齢者にどのようにして人生の高齢期の意義を見出させるかが、現代中国における重要な課題となっている [穆・張 2011: 35]。“相親角”に集まる親の多くは中高年層の定年退職者であり、彼らは子どもの晩婚や未婚だけでなく、自身の老いの問題にも直面している。改革開放期以降の中国における社会変化に注目した Yan [2016] は、現代中国において子どもの結婚に介入しようとする親が再び増えていると指摘している。とはいえ、結婚に助けが必要だとしてもマッチングアプリや結婚相談所を選ぶ若者が主流になるなか、実際に親が見つけた相手と子どもを結婚させるといったケースは稀である。この矛盾から生じる親たちの実存をめぐる葛藤を受け止め、分かち合うのが“紅娘”であり、本研究ではその相互作用のなかで両者が社会的な尊厳や自負を維持している姿を描いた。

以上のように、本稿は、結婚の歴史的変化の中で徐々に影響力を失っていた親や仲介人が、中国の都市公園にある“相親角”で再び活躍する現象を明らかにしている。今後の“相親角”研究では、従来の結婚問題や親子関係に焦点を当てるだけでなく、高齢化社会における高齢者の役割を再評価する必要があると考える。

注

- 1 本稿では、特に漢語（中国語）の表現であることを示す必要がある場合、クォーテーションマークで括り“○○”のように表記する。ただし中国本土で使われている簡体字ではなく、日本語のフォントを用いる。
- 2 “紅娘”は、中国文学『西廂記』に登場する縁談を取り持った侍女の名前に由来し、仲介人を意味する言葉として広く用いられている。本稿では、調査対象となるインフォーマルな仲介人を指す表現として“紅娘”を使用する。

参考文献

- Pettier, Jean-Baptiste, 2019, The Reinvention of Matchmakers: Ethnography of a Marriage Agency in Urban China, *L Homme*, 1 (229): I –XXII.
- Yan Yunxiang ed, 2021, *Chinese Families Upside Down: Intergenerational Dynamics and Neo-familism in the Early 21st Century*,

Leiden: Brill Academic Pub.

陳光金編 2020『青年發展藍皮書：中國青年發展報告 NO.4』社會科學文獻出版社。

賈志科·許榮漫 2016「集體相親中參與主體行動策略分析——基於南京大型相親會的觀察」『中國青年社會科學』35 (02):68-73.

穆光宗·張團 2011「我國人口老齡化的發展趨勢及其戰略應對」『華中師範大學學報』50 (05):29-36.

喬麗娟 2023「相親角還是會友場？三重勾連的交織與時間場景的納入——對上海人民公園相親角的考察」『新聞與傳播研究』30 (05):75-92+127.

孫沛東 2012『誰來娶我的女兒——上海相親角與白髮相親』中國社會科學出版社。

中國國家統計局 2023『中國統計年鑑（2022）』中國統計出版社。

東方網 2012「上海相親季：人民公園相親角〈駐場〉婚介須登記掛牌」<https://news.cntv.cn/20120526/113085.shtml> 2024 年 8 月 27 日閱覽。

民政部 2017「三部門發布〈關於進一步做好青年婚戀工作的指導意見〉」https://www.gov.cn/xinwen/2017-09/18/content_5225967.htm 2024 年 9 月 4 日閱覽。

澎湃新聞 2014「上海整治“相親角”：重點查黑仲介不干預正常相親」<https://www.whb.cn/zhuzhan/jiaodian/20140901/13807.html> 2024 年 8 月 27 日閱覽。

新華社 2017「中共中央國務院印發〈中長期青年發展規劃（2016－2025 年）〉」https://www.gov.cn/zhengce/2017-04/13/content_5185555.htm#1 2024 年 9 月 4 日閱覽。

The Meddlesome Matchmakers: The Role of Matchmakers in China's Marriage Corners

YUE Hengxuan

Abstract:

With the rise in unmarried and delayed marriages, Chinese parents increasingly assume responsibility for their children's marriage prospects, often seeking potential spouses for them in urban park "marriage corners." This ethnographic study examines interactions between matchmakers and parents of unmarried children within these spaces. Prior research indicates that middle-aged and elderly parents ease their anxieties through mutual communication, while commercial marriage agencies balance financial gain with the demands of different generations. However, in the "marriage corners," interactions extend beyond those with marriage agencies to include dynamic exchanges between various types of informal matchmakers and parents. This paper focuses on the activities of individual, informal matchmakers, known as "hongnian," who navigate boundaries between financial transactions, friendship, professionalism, and amateurism. The findings suggest that through close relationships, these matchmakers not only alleviate parents' concerns for their unmarried children but also find a sense of purpose and fulfillment in their later years.

Keywords: China, unmarried society, matchmaking, matchmakers, parents

お節介な商売人

——中国の公園お見合いにおける“紅娘”の役割——

岳 恒 萱

要旨：

未婚化・晩婚化が進む中で、中国の親たちは子どもの結婚を使命と捉え、都市公園の“相親角（公園お見合い）”で子どもの配偶者探しを行っている。本論文は、“相親角”を対象に、仲介人と未婚の子どもを持つ親たちの関係を描く民族誌的研究である。先行研究では、子どもの結婚を心配する中高年者同士が交流するなかで不安を解消している一方、商業的結婚相談所は金銭を得ながら2世代のニーズを調和する必要があることが指摘されている。しかし、“相親角”では、親同士や結婚相談所以外にも、さまざまなタイプの仲介人と親との活発な交流が見られる。そこで本論文では、“紅娘”と呼ばれるインフォーマルな仲介人の活動に焦点を当て、彼らが金銭と友情、プロとアマチュアといった境界を行き来しつつ親たちとの親密な関係を築く過程を記述する。そして、親たちの不安が和らぐだけでなく、彼らが晩年に使命感や生きがいを見いだす様子を明らかにする。

