

コメント 2

杉浦 未樹 法政大学

たいへん充実した三つの発表を聞かせていただいて、とてもいま幸せな気分です。エビステモロジーという言葉がありますが、まさに衣類とその装いをめぐる行為、それからもっと広いものに対する認識がさざ波のように、ダイナミックかつ、細かく多層的な文脈を生み出しているということが、どの発表にも感じられました。すべての発表に対して複数の質問をしたいのですが、時間もあるのでできる限りのところでお答えいただければと思います。

■ 認識と文化財化の時点およびミャオの動きと消費可能化における海外移民の役割

まず佐藤さんの発表についてです。最初に中谷文美先生の事例を引かれて、モノが文化財になるには消費可能なモノへの転換があると位置付けられたことに関連して質問します。中谷先生の事例ではローカルなところで、エスニック・グループのリーダーのような女性がそれを再生産するというイニシアティブがあって、それが正当性を確保して、さらに地元の方やツーリストやコレクターに売って行って、それでまた新たな正当性ができて文化財になるといった過程だったかと思います。佐藤さんが取り上げた事例では、外部のコレクターや図案を研究された方、そして博物館において、「認識される時点」と「文化財になる時点」とは同時的なものだったのでしょうか。そしてその場合は、ローカル、つまりミャオ族、ムウの作り手や装い手の役割はどんなものだったのかを教えてくださいたいと思います。

法政大学の山本真鳥先生が、サモアのファインマットを取り上げています。そちらでは、移民の仕送りのお礼品として作っているあいだに品質が悪化し、逆にそれを地元のエスニックでもう1回高級品にして品質を向上させて、それで消費可能なものにするという過程があったことを教えていただいたことがありました。このムウについて、他の研究ではアメリカの移民が民族衣装として取り上げているという発表も聞いたことがありますが、海外の移民の役割についても教えてくださいたいと思います。

■ ヘレロ・ファッションがもつ不快感の軽減機能とファッションショーの継続

次に香室さんの報告についてです。今回の報告では、異なる文脈のファッションショーでの提示のされ方を分析されていました。わからないなかでの質問で失礼かもしれませんが、これをやめさせようという動きはなかったのでしょうか。外に対する目や、安城さんもおっしゃっていた世代間のジレンマや抵抗と、もう一つは外国の人たちから見たら、たとえばドイツ側のファッションショーでは美意識が共有されていたというお話でしたが、ドイツ側にとってこのヘレロのファッションは、居心地の悪いファッションではないのか。そこでこのファッションの中に相手側に不快にさせない装置みたいなものを持っているのかが知りたいです。

もう一つは、ナミビア・ファッション・コレクションができたそうですが、2012年で中止になったというお話でした。これをもっと継続的な組織化したものにしようという動きがあるかをうかがいたいです。

また佐藤さんの発表とつなげて、ヘレロ・ドレスが100年を超える歴史を持ってきたものとなっている今、これを文化財として捉えるという動きはあるのかをおうかがいしたいです。

■ グローバル向けに作るイギリスおよび各地のニーズに合わせて作る日本との違いは

最後の雄大な松本先生の発表も、たいへん興味深くうかがいました。タイトルにありました世界の工場について経済史の立場から、19世紀から20世紀の日本とイギリスのやり方に対して中国はどうかのについてお聞きしたいと思います。特に注目したいのが、トランスポーターに展開していることです。トランスポーターに展開する装置を持ち、安さを実現するインフラが整っているなかで、それをどう利用しようとしているのか、またそこで何か新しいことが動いているのかをお聞きしたいです。

具体的に話しますと、たとえば19世紀の世界の工場のイギリスは、いろいろなところで売るときに各

地の需要の細かさに悩まされて、ご報告の後の質疑応答にもあったように、この時のイギリスには、乱暴なまとめかたでいうと棲み分けることを自分たちがしたくないからグローバルに受けるものを作っているという思考があったかと思います。1930年代のアフリカの資料で、イギリス人が「土人に安く売る必要はない」と言っていたと読んだことがあります、安いものを提供したほうがいいだろうという思考がない。

それと対照的なのが20世紀の日本のやり方です。これも乱暴なまとめ方ですが、各地の需要に沿って製品を作って、棲み分けをします。しかし、逆にその反面、越境性がなくなってしまう。日本でたとえばアフリカ向けの商品が国内で売れるとは思わなかったし、それがヨーロッパでも売れるとは思わないというような姿勢が見られたと思います。

また、安さは志向しますが、輸出先市場における日本製品の地位は上昇していかないと困る。ですから、日本にはなるべく他の高級品と一緒に成れるような可能性を持っている製品を提供することを目指すというところがあったと思います。

以上のようなイギリス製品や日本製品がトランスボーダーに売るときにとってきた姿勢に対して、中国製品はどうかをうかがえればと思います。