

マレーシア、サラワク州における手工芸品研究のための覚書： 観光と民族関係の接合

Preliminary Study of Ethnic Handicraft in Sarawak, Malaysia: Articulation of Tourism and Ethnic Relationship

市川 哲*
ICHIKAWA, Tetsu

Key words: マレーシア (Malaysia), エスニック・ツーリズム (ethnic tourism), 手工芸品 (handicraft), 接合論 (articulation theory), 観光人類学 (anthropological study of tourism)

- I はじめに
- II サラワク州の観光と手工芸品
- III 手工芸品の販売に見られる民族関係
- IV 考察

I はじめに

本稿の目的はマレーシア、サラワク州における手工芸品の制作と販売を事例とすることにより、外部起源の現象としてみなされがちな観光の脈絡の中に、観光地の在地の民族間関係がいかにして取り込まれるのか、そして同時に、いかにして在地社会の住民が観光という現象を自己の社会の中に取り込むのか、という接合の様式に関する文化人類学的な考察を行うことである。近年の人文社会科学ではすでに一般的な潮流ともなった観のあるグローバル化研究やトランスナショナリズム研究にはいくつかの特徴があるが、その中でも人間や商品、資金、情報、ライフスタイル等、様々な事物が国家や国境を越え、地球規模での様々な分野の相互交渉が増大する状態を自己の研究にいかに取り込むかは、文化人類学の分野でも無視できない潮流になりつつある (e.g. アバデュライ

2004; Marcus 1995; Kearney 2003; Wherry 2008; West 2012)。従来、比較的小規模なコミュニティでの対面的な状況に基づく集約的なフィールドワークを行い、それを自己の研究上の特徴としてきた人類学は、グローバル化の進展とともに、小規模コミュニティにおける対面状況を越えた現象をいかにして自己の研究に取り込むべきかを真剣に議論する必要に直面するようになった (e.g. Brettell 2003; Hirvi & Snellman 2012)。開発研究やディアスポラ研究、そして観光研究といった、ある意味「流行りの研究」は、このような1980年代以降の文化人類学における潮流の中から浮上してきた分野であるといえるだろう。

観光人類学と総称される文化人類学の一分野においても、上述したような自己が対面的状況下で行うフィールドを越えた社会レベルの現象をいかにして自己の研究に取り込むべきなのは、無視できない問題として存在する。基本的に外部社会から特定の観光地を訪問するゲストとしての観光客が存在し、それら外部者をゲストとして受け入れる観光地の内部者が存在する観光の場で、文化の動態や社会関係、観光の場における現地の住民のアイデンティティや生活文化等を主な研究対象

*立教大学観光学部・助教

とする観光人類学にとって、調査地とそれが取り巻く外部社会とがいかなる関係を取り結び、その関係をいかに理解するべきかは、学問分野の根幹にかかわる問題であるといえよう。

観光を対象とした人類学的研究、特に東・東南アジアやオセアニアを対象とした研究では、ホストとゲストの相互交渉への注目や、観光客の訪問による現地社会における新たな観光文化の誕生、植民地主義と文化の関係、世界システムへの在地の文化の包摂により形成される文化、といったテーマに興味の関心を集中させる傾向があった(e.g. 山下 1999; 山下編 2007; Michel & Wood 1997; Hitchcock, King & Parnwell 2009)。このような研究は、そもそもの始まりから自己が対面的なフィールドワークを行う地域を越えた、様々なレベルの大規模社会や人の移動、事物の流通、イメージ操作といった様々な外部社会との関係を研究の焦点に充ててきたという点で、上述した文化人類学的調査や研究が直面してきた問題に正面から取り組む研究であったといえるだろう。

以上のような観光人類学がなしてきた研究に加え、いわゆるフィールドにおける「在地社会の論理」と、観光という脈絡に代表される「外部社会の論理」がいかなる関係を取り結んでいるのか、そしてそれをいかに理解するべきかという問題を、別の方向性から検討するのが本稿の目的である。いわば本稿が目指すのは、観光の場における異なる主体同士の関係や、異なる地域のコミュニティ相互の関係にのみ注目するのではなく、異なる論理を持つ社会が、いかにして接合(articulate)しているのか、という側面を重視する姿勢である¹⁾。

ここで文化人類学的な接合論に関する議論と問題意識について確認しておきたい。文化人類学では一般に、相互に異なる生産様式が市場等を介することにより、相互に接触あるいは交流しながらも、お互いの生産様式を変化・吸収させることなく、むしろお互いに異なる生産様式の特徴を保持し、場合によっては強化させるような現象を指す傾向がある(e.g. Comaroff 1984; Kearney 2003; 前川 2009)。接合論そのものはマルク主義経済学的な開発理論の展開の中で議論されてきた理論だ

が、文化人類学の領域では特に移民研究の分野で言及されることが多かった²⁾。例えばカーニーは、村落地域や発展途上国から都市部や先進国へと人々が移住し、そこで経済活動を行うだけでなく、新たな生活様式を獲得することにより、かつての出身地に戻りそこで近代化や都市化を推し進めるとは限らず、むしろ在地の生産様式や生活文化、世帯構成等を保持する場合があることを指摘している(e.g. Kearny 1986)。

文化人類学的な移民研究で指摘されるように、接合論の特徴は、異なる社会的脈絡の異なる論理が、お互いに排除したりどちらか一方を吸収するような状態に注目したりするのではなく、むしろ異なる論理の併存や、相互に異なる論理を強化し合う状態に分析の焦点を当てる部分にある(e.g. Rouse 1991; Kearny 2003)。このような観点は、外部社会起源のゲストと、内部社会の当事者であるホストの相互関係を研究対象とすることの多い観光人類学的研究でも参考になる視点であると思われる。

以上の問題意識に基づき、本稿ではマレーシア、サラワク州におけるエスニックなイメージを付与されがちである観光土産を事例とし、それがいかにして外部社会からの観光客を対象とした市場で取引されるか、そして外部社会起源のエスニックなイメージによってその特徴が増幅されるかという側面と、それと同時に、観光の場では土産物として販売される物品が、サラワクの先住民社会という在地の論理の中では依然として各種の儀礼や日常生活の中で使用され、場合によってはそれらを入手するために在地の住民が観光客を対象とした市場を利用することがある、という二つの状態を採り上げる。そしてこの現象を、観光の論理と在地の論理の接合様式という観点から分析することを試みる。換言すれば、本稿の目的は、観光はいかにして在地社会の相互関係の中に導入されるのか、そして観光はいかにして在地の社会関係から影響を受けるのか、あるいはいかにして在地の社会関係に影響を与えるのか、という観光の論理と在地社会の論理の相互交渉の動態に関する民族誌的な研究を試みることである。

II サラワク州の観光と手工芸品

まず本稿が扱う対象地域の概況について述べる。本稿が取り上げる事例は、マレーシア、サラワク州³⁾の都市ミリにある観光客向けの手工芸品を販売する土産物販売センターである。サラワク州の社会文化的な特徴として挙げられるのが、域内に居住する多数の民族集団の存在である。サラワクには多数派を占めるイバンをはじめ、華人、マレー、ビダユ、ムラナウ、カヤン、クニャー、カジャン、ブラワン、クラビット、ルン・パワン、ルン・ダエ、プナン等、40以上の民族集団が存在する。国家としてのマレーシア自体、多民族社会として有名であるが、首都が存在し人口規模も大きな西マレーシア（半島部マレーシア）と比較しても、サラワク州を含む東マレーシアにおける民族集団はその数が多いことがその特徴である。

またサラワクの自然環境も地理的な特徴として挙げられる。サラワクが位置するボルネオ島は熱帯雨林気候に属し、地表の大部分を熱帯雨林や泥炭湿地林、マングローブ林が覆っている。そのため大規模な工業化や稲作等の農業開発には向かない一方、熱帯雨林での森林伐採やアブラヤシやアカシア等の大規模なプランテーション開発が盛んであるという特徴もある。またサラワク州では天然ガスの採掘や水力発電を目的としたダム建設等も主要な産業となっている。

このような地理的状況の下、サラワク州では近年、観光が州の産業として注目を浴びるようになっていく。1990年代以降、サラワク州政府はVisit Sarawak Campaignを提唱し、特にサラワク観光局（Sarawak Tourism Board）が中心となり各種の観光プロモーションを進めてきた⁴⁾。近年はサラワク・コンベンション・ビューロが中心となり、2009年に州都クチンに建設されたボルネオ・コンベンション・センター（Borneo Convention Centre）を中心としたMICEも進めている⁵⁾。だがサラワクにおける観光資源の中心的な役割を果たしているのが、先に述べた域内の少数民族の文化と、熱帯雨林という自然環境である。これら、いわゆる先住民文化を観光資源としたエスニック・ツーリズム⁶⁾と、自然環境を観光

資源としたエコ・ツーリズムは、サラワクの観光の二つの代表的な目玉となっている（e.g. King ed. 1993; Zawawi 2008）。マレーシアの中でも政治経済的な中心地であるマレー半島から離れたボルネオ島に位置し、マレー半島と比較しても多数の少数民族が居住し、さらには森林伐採やプランテーション開発の対象になっているとはいえ域内に広大な熱帯雨林が残っているサラワク州の観光は、「先住民」と「熱帯雨林」が主要な特徴となっているのである。

特に2000年にユネスコにより世界自然遺産に認定されたサラワクのグヌン・ムル国立公園は熱帯雨林を観光対象としたエコ・ツーリズムの中心地となっている。またサラワクの先住民を対象とした観光では、先住民の多くが居住する長屋形式のロングハウスと呼ばれる伝統家屋や、かつて行われた「首狩り」等の文化がエキゾチックなイメージの消費の対象となっている。「首狩り」は必ずしもサラワクを訪問する観光客が期待するイメージではないが、サラワクでエスニック・ツーリズムに従事している人々や土産物店の関係者は特にこの「首狩り」イメージを前面に出している。ここにはゲストの期待するイメージとホストの提供するイメージが食い違う部分がある⁷⁾。だがいずれにせよ、「首狩り」や熱帯雨林の中の「ロングハウス」といったエキゾチックな民族文化はサラワクにおける観光の主要な観光資源となっている。

また前述のようにサラワクでは域内の熱帯雨林を観光資源としたエコ・ツーリズムが盛んに行われているが、上述した先住民のロングハウスは都市部から離れた熱帯雨林の中にあることが多いため、実際には熱帯雨林を訪問しそれを観光する過程で先住民のロングハウスも訪問・滞在するという、エコ・ツーリズムとエスニック・ツーリズムが一体化した形態がとられている⁸⁾。特に先住民のロングハウスを訪問するエスニック・ツーリズムでは、観光客は旅行代理店が主催するロングハウス・ツアーに参加し、特定のロングハウスを訪問・滞在し、その過程でロングハウス周辺の熱帯雨林をトレッキングし、先住民がいかにして熱帯雨林の中で生活しているのかを見学し体験するこ

とを中心としたツアーが中心である。

この様にエスニック・ツーリズムとエコ・ツーリズムがかみ合う形でサラワクの観光はなされているが、「エスニック」というサラワクの観光に伴うイメージに関しては、この他にも注目するべき点がある。それが本稿で扱う「土産物」である。

サラワクでは従来、居住する各民族集団が作製する日常的な衣服、装飾品や、非日常的な祭礼や儀礼での使用のために作成する木彫や織物、衣服、装飾品、籐細工、ビーズ細工等の、いわゆる「民芸品」や「手工芸品」が存在する。これらはサラワクの州都クチンをはじめとする都市部や観光地の土産物店で販売される以外にも、ロングハウス内で住民によっても販売される。本稿ではこれら観光地で土産物として売られる物品全般の呼称として「手工芸品」という用語を用いることとする⁹⁾。またこのようないわゆる手工芸品以外にも、特にサラワクのエスニックなイメージを強調するデザインを使用したTシャツやカバン等も存在するが、本稿ではそれらについては特に扱わず、サラワクの現地の住民によって制作・販売される各種の手工芸品を対象とすることとする。

本稿の対象地域であるミリはサラワクの北部のブルネイとマレーシアとの国境付近に位置するサラワク第二の人口規模を持つ都市である。ミリはサラワク州の第二の長さを持つバラム川に近接している。バラム川流域にはニア国立公園やグスン・ムル国立公園といったサラワクにおけるエコ・ツーリズムの代表的な目的地や、上流域の先住民居住地域等の観光資源が存在する。実際に国立公園や先住民のロングハウスを訪問する観光客はミリを起点としてこれらを訪問する。またミリ市内にはこのような観光客を対象とした旅行代理店が存在し、エコ・ツアーやエスニック・ツアーの受け付けをしている。さらにミリ市内では前述の州都クチンのような規模ではないものの、近隣の先住民が作成した手工芸品を販売する店舗や施設が存在する。本稿で取り扱うMセンターもその一つである。次にMセンターの概況と、そこで見られる手工芸品の取り扱いの特徴について検討してみたい。

Ⅲ 手工芸品の販売に見られる民族関係

Mセンターはミリ市内の中心部にある先住民関係の手工芸品を主に販売する施設である。Mセンターはかつてコミュニティホールとして使用されていた、体育館のような外観を持つ建物であったが、2001年よりミリ市政府により手工芸品販売施設として使用されるようになった。2013年8月の時点ではセンター内部には手工芸品や土産物を売るストールが10以上存在する。各ストールでは前述したサラワク先住民の木彫や織物、伝統的な衣服、装飾品、武器、籐細工等の手工芸品以外にも¹⁰⁾、サラワクやマレーシアのイメージをモチーフとしたTシャツや陶器、人形、ネックレス、キーホルダー等も販売している。

Mセンターの手工芸品販売ストールの特徴としてあげることができるのが、各ストールのオーナーの民族的背景の多様性である。ストールで手工芸品や土産物を販売する店員はサラワク州内の様々な民族である。イバンやカヤン、クニャー、ルン・パワンといったミリ周辺やバラム河流域に居住する民族集団のみならず、華人やマレー人も同様にストールを経営している。またこのストールでは実際に自分で販売するための手工芸品を作成する人々も存在するが、ほとんどの商品を卸売店や外部の制作者から仕入れ、販売するという形態をとっている。

前述のようにMセンターではサラワク先住民に関係する手工芸品を販売している。Mセンター自体が先住民が中心となって観光土産を販売し、また前述したサラワクのエキゾチックなイメージ¹¹⁾を基にした観光土産の販売を行うセンターであるため、そこで売られているものも、エキゾチックなイメージを持った手工芸品が多い。

だが実際にMセンターを訪問する観光客や、各ストールで手工芸品を購入する人々の多くは外国人観光客ではなく、地元のサラワク住民が大多数を占める。センター内のストールで商売をしている人々に聞いても、実際にセンターを訪問するのは外国人よりもマレーシア人の方が多いとのことである。またそれらのマレーシア人の訪問客は観光目的でサラワクを訪問した西マレーシア人

や、ミリを訪問するサラワクの他地域の人々も存在するが、いわゆる観光客以外の人々もセンターを訪問することが珍しくない。実際にMセンターでの参与観察では、ミリ市のツーリスト・インフォメーション・センターの紹介や英語版ガイドブック *Lonely Planet* の記事を見て訪問する外国人観光客も存在するが、それ以上にマレーシア各地からの観光客の方が多く、またその中でもミリ市内や近郊に居住する人々が目立つという特徴がある。

これらの人々がセンターを訪問し、各ストールで販売している手工芸品を購入する理由は様々である。観光目的でセンターを訪問するマレーシア人が手工芸品を購入する理由は主に旅行の記念であり、その点では他の外国人観光客とさほど違いはない。だがこれらの人々がセンターで手工芸品を購入する理由はそれだけではない。特にセンターを訪問するサラワク住民に限って言えば、主に婚姻儀礼の際に夫側から妻側に贈与する物品を入手するためにセンターで販売される手工芸品を購入する客が多いとのことである。いわばここでは、サラワクのエキゾチックなイメージを消費する対象として外部者が手工芸品を購入するだけではなく、在地社会の脈絡の中で、在地住民が必要としているものを購入するという現象が存在するのである。

一例としてサラワク先住民の中の民族集団の一つであるカヤンの婚姻儀礼を紹介する。現在では多くのカヤンがキリスト教を信仰しているが、婚姻儀礼の際にはキリスト教式の結婚式を挙げるだけでなく、「伝統的」な婚姻儀礼も同時に行われている。その際には、地域的なバリエーションもあるが、一般に夫側から妻側にビーズや山刀、ゴング等が送られる。また現在ではカヤンは結婚式の際にキリスト教会でのキリスト教式結婚式を行うが、それに先立ち結納を行ったり、キリスト教会での結婚式の後に「伝統的」な婚姻儀礼を行ったりもする。その際には新郎も新婦もいわゆるカヤンの「伝統的」な衣装を身につけることが一般的である。そのような場合には、夫方や妻方の家族成員が贈与交換のための物品や、自分たちが身につけるための衣装や装飾品を作成することもあ

るが、現在ではMセンターのような観光客向けの手工芸品を販売する店舗や施設で購入することが珍しくないのである。

このような状態は、観光客向けに「エキゾチック」なイメージを持つ手工芸品を販売する商店や施設でも、必ずしも外国人観光客にのみ「エキゾチックなサラワク・イメージ」を持つ観光土産が販売されるだけでなく、在地の住民も自己の必要に応じて手工芸品を購入しているのだと表現することができる。このような状態は、部外者が期待する「エキゾチック」なサラワク・イメージに合わせて自己の文化を表現し、あるいは強調するという、観光人類学的な研究でしばしば用いられてきたクリシェで表現することはできない。もちろん、そのような状態も全く存在しない訳ではない。だが上述のように、外部起源の観光客相手に観光土産を販売するのみならず、在地の住民も自分たちの婚姻儀礼で必要とされる物品を、観光客も利用する手工芸品を販売する店舗や施設で購入するという状態も併存しているのである。つまり在地の手工芸品を使用する在地の論理と、それらをエキゾチックなイメージを消費する観光の論理が共に存在し接合している状態であると表現することができる。

このような状態は、従来の観光人類学的な研究の多くが指摘してきたように、観光という場におけるホストとゲストの相互関係により、観光文化が形成され、それらが商品として消費されるという状態としてのみ理解することはできない。Mセンターで見られる状態は、むしろ観光文化が誕生する脈絡と、在地の社会関係の中に観光が取り込まれる過程が併存しているのだと捉える方が妥当だと思われる。

このような、観光客を中心としたエキゾチックなイメージを消費する論理と、在地社会の生活文化の論理が共に排除したり、一方が他方を吸収したりするのではなく、相互に接合し合っている状態は、Mセンターで販売されている手工芸品にも見て取れる。そのため次にMセンターにおける販売されている代表的な手工芸品である、ビーズ細工について検討してみたい。

Mセンターのストールではどこでもビーズ製

品が販売されている。ビーズ細工は一般にサラワクの代表的な手工芸品であり、Mセンターに限らず各地の土産物店や観光地で販売されている。また観光客が多く訪れるロングハウスでは住民が観光客相手にビーズ細工を製作し販売することも珍しくない。

Mセンターで販売されているビーズ細工には主に二つの種類がある。一つは「トンボ玉」¹²⁾と呼ばれる大粒のビーズであり、一つのビーズ玉に複数の色彩があるタイプである。このタイプのビーズは比較的大粒のものが多く、一繋ぎになったネックレスやブレスレット等の形態をとることが多い。だが大多数の販売されている手工芸品は、一般にシード・ビーズ (seed beads) と呼ばれるガラスやプラスチックで作られた小さな単色のビーズを用いて作られた手工芸品である。

「伝統的」にサラワクをはじめとするボルネオ各地では大粒のトンボ玉を使用したビーズ細工が一般的であった (Munan 2005: 84-85)。このトンボ玉は比較的古い時代から外部社会よりボルネオに持ち込まれたという歴史がある¹³⁾。特にサラワクでは、主に交易を通じてインド産やヨーロッパ産のビーズが持ち込まれた。ヨーロッパのビーズはベネチアやチェコ等の工房で作成されたものが交易ルートを通じてサラワク各地にもたらされ、各民族集団のロングハウス・コミュニティで所有・使用されるようになった。現在でも祭礼や婚姻儀礼の際には、これらのトンボ玉と呼ばれる大粒のビーズが使用されている (Munan 2005: 57)。

Mセンターでもこのような大粒のトンボ玉を使用したネックレスやブレスレット等の手工芸品が販売されている。だがMセンターの関係者からの説明では、現在では高品質の大きなビーズ玉を入手することは大変困難になっており、価格も上昇しているとのことである¹⁴⁾。その一方、センターのストールで数多く売られているのが、小粒で単色のシード・ビーズを使用した各種の手工芸品である。シード・ビーズは小粒のビーズ玉を糸に通すことにより、様々なパターンの文様を作ることでもある。またシード・ビーズ自体はトンボ玉と異なり、単色のビーズであるが、複数の色のシード・ビーズを組み合わせることで、カラ

フルな文様や複雑なデザインを創り出すことが可能である¹⁵⁾。そのためMセンターではネックレスやキーホルダー、ペンケース、小箱、背負子、壁飾り等、シード・ビーズを使用した様々な土産物が販売されている。

これらのビーズ細工はMセンターで手工芸品を販売する人々が暇な時間に自分たちで作成することもある。特にトンボ玉は現在では入手が困難であるが、シード・ビーズ自体は容易に入手可能であるため、サラワク各地で広く現地住民によって購入され、各種のビーズ細工が創られている。またシード・ビーズはサラワク先住民が現在でも祭礼の時以外にも農作業時等に被る菅笠状の被り物の装飾や、婚姻や各種の祭礼の際に着用する伝統的衣装やヘッドギア等にも使用される (Munan 1989: 62; 2005: 40-67)。特にオラン・ウル¹⁶⁾と総称されサラワク内陸部に多く居住するカヤンやクニャー等の民族集団は、「伝統的」に曲がりくねった植物や動物、人間をモチーフにしたデザインを家屋の壁や衣装に描いてきたが、近年ではシード・ビーズを用いることによってこれらの文様が表現されることもある。そのためこのシード・ビーズを用いた衣装はサラワク先住民の伝統的な生活を表象し、またサラワクの伝統的かつエスニックなイメージの源泉となるものとしての性格を持っている。実際、Mセンターではこれらシード・ビーズを用いたネックレスやキーホルダー、ペンケース等の小物や伝統的な衣装やヘッドギアに至るまで様々なものが販売されている。

だがこのビーズ細工の手工芸品も、必ずしも外部社会からサラワクに向けられるエキゾチックな存在、かつエスニックな存在としてまなざされる中で、ホストとしてのサラワク住民がゲストのために創り上げ、発展してきた観光文化というだけの性格を持った存在ではない。もちろん、シード・ビーズを使用した手工芸品の中には明らかに観光客向けに作られた、いわゆる観光文化としての性格を持つ商品もある。これらの商品は、いわばサラワクの土産物として認識され、販売され、外部社会からの訪問者によって購入されている。だがそれだけではなく、実際には外部社会からの訪問者を意識しただけでなく、在地社会の論理に

従った販売もなされているのである。

前述したように、実際にMセンターを訪問し、シード・ビーズを用いて作られた伝統的な衣装や装飾品を購入する主要な顧客は、外国人観光客やサラワク外部のマレーシア人観光客だけでなく、サラワク先住民も存在する。むしろ実際には彼ら彼女らが多数派を占めている部分に顕著な特徴がある。前述のように、一部のサラワク先住民による婚姻儀礼の際に新郎新婦が身につける「伝統的」な衣装には、現在ではシード・ビーズを使用した図柄や装飾が用いられている。そのためMセンターで販売されている伝統的衣装や装飾品は、必ずしも外部社会出身者のみが購入する訳ではないし、またそのような外部社会の観光客のみを対象として販売されているわけでもない。観光客向けの場で観光文化としての手工芸品を販売しているように見えて、現実には在地の社会関係が依拠する論理を重視した商業活動も行われているのである。

さらにMセンターに限らず、現在のサラワク各地におけるビーズを利用した手工芸品は、そのほとんどが外部社会からもたらされたビーズを用いている。実際に現在のサラワクで使用されているシード・ビーズは日本製や中国製、台湾製、インドネシア製といった域外の工業製品であり、それらがサラワク域内に輸入され、店舗で販売されているものを、サラワク住民が購入し、個人的あるいは手工芸品を作成する工房や店舗等で使用されているのである。

ここで注意すべきなのが、前述のトンボ玉と同様、シード・ビーズはサラワクの外部社会からもたらされたものではあるが、歴史的に見てトンボ玉よりも比較的近年になってから導入されたという点である。実際に、現在のサラワク先住民、特にカヤンやクニヤーといった、オラン・ウルと総称される民族集団の伝統的な衣装や装飾品ではシード・ビーズが使用され、凝ったデザインのもの使用されることが多い。そのようなシード・ビーズを用いて模様をデザインした衣装や装飾品は、エスニックなイメージをまとったものとして土産物としても販売されており、また各種のエスニック・ツーリズムのイベントでも使用されてい

る¹⁷⁾。だがこのような「エスニック」なデザインの衣装や装飾品、壁掛け等は、実際にはシード・ビーズがサラワクに導入される以前には各種の塗料を用いて描かれてきた。しかし、特に第二次世界大戦後に商品としてのシード・ビーズが大量に入手できるようになって以降は、塗料ではなくビーズを用いた衣装のデザインが可能になった。これにより、サラワク先住民、特にオラン・ウルの伝統衣装のデザインは次第にカラフルになり、また装飾品のパターンも増えることとなった。

このような状態は、いわば観光客を対象とした市場の論理と、在地の社会関係の論理が接合している状態であると表現することができるだろう。前述したように、サラワクにおける手工芸品はサラワクを訪問する観光客を対象とした観光資源の一つであるが、これは単に外部社会出身の観光客を対象として、ホストとゲストの間でのみ生み出され、ゲスト向けにのみ販売されている存在なのではない。むしろMセンターでの観察から明らかかなことは、外部社会との関係により、新たな材料が導入され、それらを使用した作成方法や販売の場が提供されるという結果になり、更に在地の社会関係で必要とされる婚姻儀礼の際の交換財として使用され、それらが観光客を対象とした場で売買されるという現象を産み出したのである。

このような状態は、外部社会との関係という論理に基づくエスニック・ツーリズム的な観光と、在地の先住民の婚姻儀礼や伝統行事等に基づく社会関係という、相互に異なる論理が結合し、それぞれが相手を自己の脈絡の中に取り込むというよりも、お互いの論理から相互に影響を受けながらも、独自の特徴を強化・発達させている、というのが現状に近いように思われる。これは、例えば「ビーズを用いたエスニックなデザインをもつ衣装や装飾品」という、一見して観光文化の典型例に見られがちな商品を、観光客も購入し、観光客向けの場でそれらが販売されると同時に、現地の人々も観光とは全く別の脈絡で購入・使用しており、また同時に、外部起源の工芸品であるシード・ビーズを用いることにより新しいデザインやカラフルなデザインの伝統衣装や装飾品を誕生させ、それらがまた観光客向けの手工芸品として土

産物になる、という二つの論理がもつれ合った接合状況として理解することが可能である。

IV 考察

エスニック・ツーリズムやエスニックなイメージを持つ観光土産を対象とする観光人類学的な研究の多くは、外部者としてのゲストが持つイメージや、ゲストのイメージを内面化したホスト側の自己イメージが、エスニックな観光土産の形成に大きな役割を果たすことを指摘してきた。このような状態は、本来の在地社会の生活文化が、場合によっては観光の場で顕著化・極端化し、消費の対象となるのだとして理解され説明されてきた。東南アジアにおける先住民観光や文化観光を対象とした先行研究でも、このような現象はしばしば報告されてきた。これはいわばホストとゲストとの間で生成される観光文化の誕生であり、そしてその観光文化とは必ずしも昔から在地に存在して来たものとは限らず、観光という場で新たに生み出された存在として捉えられてきた (cf. 山下 1999; 橋本 2011)。J. クリフォードによる「消滅の語り」と「生成の語り」という概念を対比させ、観光文化の誕生について論じる山下の議論に従えば (山下 1999)、そうした観光文化は、それ自体が真正な文化か、非真正な文化かを問題にするべきではなく、観光という場で新たに生み出された存在として理解するべきであり、そうした現象を肯定的に捉えるのが観光人類学的研究の一般的な姿勢であるように見受けられる。

だがこのような観光の場における観光文化の性格について考察する場合には、特にエスニック・ツーリズムやエスニックなイメージの消費の場における、外部社会起源の観光文化の誕生と、在地社会の論理という二つの異なる論理が、観光土産としての手工芸品を売る場で接合し、相互に影響を与え合いながらも、お互いの存在を強化し合っているという現象にも研究の視点を向ける必要があるのではないだろうか。もちろん、このような現象が必ずしもエスニック・ツーリズムの全ての事例に当てはまる訳ではないと思われる。事実、エスニック・ツーリズムの多様性は多くの研究者

によって指摘されており、過度の一般化は出来ない (e.g. Smith 2003; Hitchcock, King & Parnwell 2009; 朝水 2012)。だがエスニックな存在が必ずしも在地社会に古くから連綿と存在するプリミティブな存在ではなく、世界システムに代表される複数地域間の交易等の様々な事物や政治経済関係の中で形成されてきた歴史的存在である以上 (e.g. Metcalf 2005: 147-152)、サラワクにおける観光客向けの商店や組織で販売されるビーズを用いた伝統衣装や装飾品に代表される手工芸品は、外部社会との関係の中で不断に形成されてきたものなのである。

そしてこの外部社会と在地社会との関係の中でエスニックな存在が形成される以上、エスニック・ツーリズムの観光資源の一つともなる手工芸品も、外部社会との関係の中で形成される存在である。そこで考察すべきなのは、ではそれらはどのようにして外部社会と在地社会との関係の中で形成されてきたのか、それらはどのような外部社会と内部社会との関係の中で形成されてきたのか、という問題である。

文化人類学的な接合論は、近代化や開発が進む中で、それに取り込まれつつあるように見える小規模社会が、必ずしも大規模社会の論理である近代化と均質的に同化し吸収されるのではなく、逆説的に在地の社会の論理や構造が保存され、あるいは強化されるという現象に注目する部分に特徴がある。サラワクのエスニック・ツーリズムの場における観光資源としての手工芸品に注目する場合、それらは外部社会との関係の中で誕生し、その形態を変化させつつ、ある一面ではゲストとしての外部者のイメージや期待を内面化させながらも、他方では自分たちの生活の脈絡で使用するものを観光の場で売り、また自分たちもそれらを観光の場で購入するという状態にあることに留意する必要がある。本稿で紹介した M センターの事例からも見て取ることができるよう、外部社会と在地の社会の相互関係の中で生み出される観光文化は、在地の社会関係の中でも利用され消費されるという現象を生み出しているのである。

このように、外部社会との関係によってもたらされる観光や土産物ビジネスの発展により、在地

の婚姻儀礼で使用する衣装や装飾品を、観光客にも販売すると同時に、自分たちも観光客向けの店で購入し利用するという、異なる論理の接合の状態は、サラワクのエスニック・ツーリズムの一端を理解する上で必要な観点の一つである。今後求められるのは、観光文化の消費者としての観光客を過度に強調するのではなく、それを作り、販売する人々も、自分たちの在地の論理の中で購入し利用するという、観光開発と在地の社会関係の接合の様式に注目するという姿勢である。

極端な表現が許されるのであれば、観光人類学的な研究ではこれまで、観光の場で「エキゾチック」や「エスニック」なイメージをまとった観光客向けの衣装や芸能、実践等が生み出されるという、「生成の語り」を強調し、場合によってはそれを意図的に探し出すような学問的な実践すら見受けられたのではないだろうか。このような研究では、観光客という外部起源のゲストと、観光地の内部者というホストとの相互交渉による、新たな観光文化の生成を過度に強調してしまう恐れがある。ホストとゲストの相互交渉の中で新たに生成する観光文化に注目するという研究は、無意識の存在としての文化を疑問視し、文化が意識化され、場合によっては操作されるという側面に研究者の注意を向け、それにより観光の場における新たな文化の創造という現象を文化人類学的に研究する意義を明らかにしたという学問上の成果を上げてきた。だが観光という、そもそも外部社会と内部社会との相互交渉という性格を持った複合的な現象について文化人類学者が調査研究を行う場合には、本稿で取り上げたMセンターの事例のような、外部社会起源の工業製品が在地社会に取り入れられることにより、エキゾチックあるいはエスニックなイメージをまとった手工芸品を産み出し、さらにそれが観光客向けの市場というグローバルな論理と、在地社会の社会関係というローカルな論理の新たな接合様式を生み出すという現象にも注目する必要があるのではないかと、本稿が紹介した事例は限定的なフィールド・データに留まるものであり、今後さらなる民族誌的調査と理論的考察が求められる。エスニックな手工芸品の接合様式に関する観光人類学的な研究の可能

性を示唆し、今後の研究の方向性を示すことにより、本稿のとりあえずのまとめとしたい。

謝 辞

本稿が依拠するフィールド・データの収集に当たり、文部科学省科学研究費補助金プロジェクト（若手研究B）「マレーシア、サラワク州における在地の社会関係と観光開発に関する研究（代表者：市川哲、研究課題番号：23710308）」および文部科学省科学研究費補助金プロジェクト（基盤S）「東南アジア熱帯域におけるプランテーション型バイオマス社会の総合的研究（代表者：石川登、研究課題番号：22221010）」からの援助を得た。また現地調査の過程ではMセンターのメンバー各位から特別の協力を得た。ここに明記し深謝いたします。

注

- 1) 経済学や開発理論等における従属論や世界システム論、接合論等の学説史については末廣（1986）に詳しい。
- 2) 非資本主義的かつ非近代的な生産様式や生活文化が存在することにより、逆説的に資本主義が安価な労働力を確保し、さらにそのような労働力の再生産を可能にするという、世界レベルでの分業体制に注目する視点は、移民研究に限らず接合論的アプローチの特徴であるといえよう。
- 3) サラワク州はボルネオ島北西部に位置するマレーシアの一行政区画であり、面積は約12.5万km²、人口は約250万人である。
- 4) サラワク州におけるCANに関しては奥野（2001）参照。またサラワク州におけるエスニック・ツーリズムの概況についてはKing ed.（1993）やYea（2002）、Bralek, Devlin & Simmons（2007）、Kim（2008）を参照。
- 5) 2012年のSarawak Tourism BoardおよびBorneo Convention Bureauでの聞き取りによる。
- 6) エスニック・ツーリズム（ethnic tourism）という用語に関しては、単に民族的な文化や生活を観光対象とするのではなく、先住民（indigenous peoples）を対象とすることが多いため、エスニック・ツーリズム（ethnic tourism）よりも先住民観光（indigenous tourism）という表現の方がふさわしいという指摘もある。だが本稿では用語法の混乱を避けるために、サラワク先住民を対象とした観光、およびエスニックなイメージを消費する形態の観光の総称としてエスニック・ツーリズムという用語を用いることとする（cf. Smith 1989; Smith 2003; Richard & Hinch 2007）。
- 7) 例えば吉岡と増田は、クチン近郊のビダユ人のロングハウスでの調査から、首狩りを自己のイメージとする現地住民と、必ずしもそれを目的としてロングハウス

を訪問する訳ではない外国人観光客との間の意識のずれについて報告している（吉岡・増田 2011）。この問題はサラワクを訪問者する観光客の内訳からもうかがい知ることが可能である。例えば 2007 年には約 527 万人、2008 年には 512 万人がサラワクを訪問したが、その内訳は他のマレーシア出身者が約 56%、ブルネイ約 26%、インドネシア約 10%、フィリピン約 2%、シンガポール約 1%、日本、台湾、中国、UK、欧州、北米、オーストラリア、ニュージーランド等はいずれも 1% 以下である（cf. State Planning Unit 2012）。観光客と訪問者の明確な区別は困難だが、サラワクにおいてはマレーシア国内や近隣諸国の訪問者が重要な位置を占めているのは確かであり、それら国内や近隣諸国の観光客が必ずしも「首狩り族」としてのサラワク先住民イメージを求めているとは限らない可能性がある。

- 8) サラワクに限らず、「自然の中で伝統的な生活をおくる人々」というイメージが付与されがちな先住民を対象としたエスニック・ツーリズムでは、自然環境に負荷をかけずにそれを観光の対象とするエコ・ツーリズムとセットにされる傾向がある（cf. Smith 1989; Zeppel 2006; Chambers 2010）。
- 9) 本稿では先住民文化と関係する土産物一般を表す用語として「手工芸品」という語を用いることとする。サラワクでは一般に観光目的で制作・販売される物品一般をマレー語で *kraftangan* と呼ぶ。
- 10) サラワクにおける各民族集団が作製する手工芸品の種類については Munan (1989, 2005) に詳しい。
- 11) サラワクにおけるエスニックかつエキゾチックなイメージについては King (1993) や Kim (2008) の議論を参照。
- 12) 「トンボ玉」とはトンボの目のようなカラフルなガラス玉を表す日本語表現であり（上田・上田 2008）、英語表現では glass beads や drawn beads, lamp work beads 等と表現される。いずれも比較的大粒のガラス玉に様々な色のついたガラスを用いて複雑な模様やパターンを付けたものである（Munan 2005: 27-28）。
- 13) サラワクをはじめ、ボルネオにおけるビーズが導入された正確な年代ははっきりしない部分が多いが、少なくとも 12～13 世紀には東南アジア各地に交易品としてインドやヨーロッパからビーズがもたらされ、住民によって装飾品として使用されていたとされる。さらにベネチアやチェコでのガラス工業が発達し、ヨーロッパ各国による東南アジア地域の植民地化が進行した 18 世紀から 19 世紀にかけ、ビーズは東南アジア内陸部の森林産物との交易品としての性格を持ち、次第にサラワクを含む東南アジアにもたらされ、各地の先住民の文化に取り入れられていった（King 1993: 254; Metcalf 2005: 150-151; Munan 2005: 30, 84）。
- 14) 真偽のほどは定かではないが、M センターの関係者からは、かつてサラワク先住民の間で使用され、取引されていたトンボ玉と比較し、現在、商店等で入手でき

るトンボ玉はインドネシア等の工場で作られた「安物」が多いため、かつてのものと比較し色彩も鮮やかではなく、色のパターンも単純である、との説明を受けた。

- 15) このような、シード・ビーズを用いることにより、サラワク先住民が多様なデザインや色彩の手工芸品を作るようになったという現象については他の研究者も報告している（e.g. Munan 1989: 56-64; King 1993: 254-255）。
- 16) オラン・ウル（Orang Ulu）とはマレー語で「奥地の人々」を意味する単語であり、特定の民族集団を厳密に定義する用語ではない。どの民族集団をオラン・ウルに含めるかは論者や当事者によって異なるが、一般にカヤンやクニャーが代表的である。その他にカジャン、ウキット、ルン・パワン、ルン・ダエ、ブラワン、ブナン等が含まれることもある。
- 17) 一例を挙げれば、サラワクの州都クチン近郊にあるサラワク文化村（Sarawak Cultural Village）はサラワクに居住する代表的な民族集団の家屋を展示し、各民族集団の舞踊を披露するテーマパークであるが、この文化村で舞踊を披露するオラン・ウルのスタッフたちはシード・ビーズを用いた「伝統的な衣装」を身にまわっている。

文 献

- 朝水宗彦（2012）『新版：北アメリカ・オセアニアのエスニシティと文化』くんぶる。
- アバデユライ、アルジュン（2004）『さまよえる近代—グローバル化の文化研究』（門田健一訳）平凡社。
- 石川 登（2008）『境界の社会史：国家が所有を宣言するとき』京都大学出版会。
- 市川 哲（2010）『「現地化」の多元性：マレーシア、サラワク州のある華人のファミリー・ヒストリーを事例として』『白山人類学』13：71-92。
- 上田雅子・上田慎司（2008）『旅するとんぼ玉』晴耕雨読。
- 奥野克巳（2001）「森林伐採からエコツーリズムへ：マレーシア・サラワク州の森へのまなざし」『アジア・アフリカ言語文化研究所通信』101：20-24。
- 末廣 昭（1986）「従属論・世界システム論・接合論（日本における発展途上地域研究 1978～85 テーマ篇）」『アジア経済』27（9/10）：76-84。
- 橋本和也（2011）『観光経験の人類学—みやげものとガイドの「ものがたり」をめぐる』世界思想社。
- 前川啓治（2009）「接合」日本文化人類学会編『文化人類学事典』丸善、614-617 頁。
- 山下晋司（1999）『パリ：観光人類学のレッスン』東京大学出版会。
- 山下晋司編（2007）『観光文化学』新曜社。
- 吉岡玲・増田美砂（2011）「民族観光の発展と人々の反応：サラワクのビダユ集落を事例として」『筑波大学農

林技術センター演習林報告』27: 123-145.

- Bralek, Oswald, Pat Devlin & David Simmons (2007) Conservation, Wildlife and Indigenous Tourism: Longhouse Communities in and adjacent to Batang Ai National Park, Malaysia. In Richard Butler & Tom Hinch eds. (2007) *Tourism and Indigenous Peoples: Issues and Implications*. Elsevier. pp. 141-157.
- Brettell, Caroline (2003) *Anthropology and Migration: Essays on Transnationalism, Ethnicity, and Identity*. AltaMira Press.
- Butler, Richard & Tom Hinch (2007) *Tourism and Indigenous Peoples: Issues and Implications*. Elsevier.
- Comaroff, John (1984) The Closed Society and its Critics: Historical Transformations in African Ethnography. *American Ethnologist* 11: 571-583.
- Chambers, Erve (2001) Native Tours: *The Anthropology of Travel and Tourism. Second Edition*. Long Grove.
- Hitchcock, Michael, Victor T. King and Michael Parnwell eds. (2009) *Tourism in Southeast Asia: Challenges and New Directions*. University of Hawai'i Press.
- Hirvi, Laura & Hanna Snellman eds. (2012) *Where is the Field?: The Experience of Migration Viewed through the Prism of Ethnographic Fieldwork*. Studia Fennica.
- Kearney, Michael (1986) From the Invisible Hand to Visible Feet: Anthropological Studies of Migration and Development. *Annual Review of Anthropology*. 15: 331-361.
- Kearney, Michael (2003) *Changing Fields of Anthropology: From Local to Global*. Rowman & Littlefield.
- Kim, Yongjin (2008) Representing Ethnic Cultures in Sarawak: A Study of the Sarawak Cultural Village. In Zawawi, Ibrahim (ed.) 2008 *Representation, Identity and Multiculturalism in Sarawak*. Persatuan Sains Sosial Malaysia. pp. 111-118.
- King, Victor T. (1993) *The People of Borneo*. Blackwell Publishers.
- King, Victor T. ed. (1993) *Tourism in Borneo: Issues and Perspectives*. Borneo Research Council.
- Marcus, A.G. (1995) Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology*. 24: 95-117.
- Metcalf, Peter (2005) *Anthropology: The Basics*. Routledge.
- Munan, Heidi (1989) *Sarawak Crafts: Methods, Materials, and Motifs*. Oxford University Press.
- Munan, Heidi (2005) *Beads of Borneo*. Editions Didier Millet.
- Picard, Michel and Robert E. Wood eds. (1997) *Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies*. University of Hawai'i Press.
- Rouse, Roger (1991) Mexican Migration and the Social Space of Postmodernism. *Diaspora* 1(1): 8-23.
- Smith, Melanie K. (2003) *Issues in Cultural Tourism Studies*. Psychology Press.
- Smith, Valene L. (1989) Introduction. In Smith, Valene L. (ed.) *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. University of Pennsylvania Press. pp. 1-17.
- West, Paige (2012) *From Modern Production to Imagined Primitives: The Social World of Coffee from Papua New Guinea*. Duke University Press.
- Wherry, Frederick F. (2008) *Global Market & Local Crafts: Thailand & Costa Rica Compared*. The Johns Hopkins University Press.
- Yea, Sallie (2002) On and Off the Ethnic Tourism Map in Southeast Asia: The Case of Iban Longhouse Tourism, Sarawak, Malaysia. *Tourism Geographies* 4(2): 173-194.
- Zawawi, Ibrahim (ed.) 2008 *Representation, Identity and Multiculturalism in Sarawak*. Persatuan Sains Sosial Malaysia.
- Zeppel, D. Heather (2006) *Indigenous Ecotourism: Sustainable Development and Management*. CABI.

インターネット資料

- State Planning Unit 2012 'Sarawak: Facts and Figures 2012.'
- (URL: http://www.spu.sarawak.gov.my/download_facts.html) 2013年1月アクセス

