

古着・ヒト・街——街に古着屋は残 っていくのか——

渡辺 友理

古着は、現代の若者にとって洋服の身近な選択肢として認知されている。本論文の目的は、①その人気の要因を明らかにし、②一定の地域（東京都杉並区高円寺）において、古着屋の増加と、その街やそこにいる人々との関わりを検証し、③古着人気が一時的な流行かどうか、また、街に古着屋が生き残ってゆくかを推測する、ことである。

①：古着人気の要因について、ファッションの世代論や戦後のファッション史を通して、古着に新しい価値を見いだすプロセスを追いかけた。次に、古着を楽しむ世代がどんなバックグラウンドを持つのか、また、その世代の多くがどのように流行を広めたかを明らかにした。1990年代に古着を選択し、愛用したのは現在の20代の若者である。そこで、この世代の男女に、古着を買うこと、着ることについてアンケートで意識調査を行った。

②：フィールドは、JR高円寺駅周辺である。都内でも、若者を対象とした洋服店のうち、古着屋が占める割合が最も高い地域である。したがって、古着屋と街の関わりが明らかにできると考えた。経営者と利用者（高円寺を歩く若者）に聞き取りを行った。結論として、高円寺の場合、今後、古着屋は減少する可能性が高いと分かった。ヴィンテージと呼ばれる、商品1点で大きな利潤を得られる古着が以前に比べ売れなくなり、価格帯が低い古着が主力商品となっている。勢い、古着だけでなく、新品も店内に置くことになり、古着だけを扱う店舗は今やほんの一部になってしまっている。激減というほどではないが、高円寺の古着屋が扱う（1店舗当たりの）古着の割合は、確実に減っている。

③：だが、既存の古着イメージは変わり、古着はマニアックな（特定のファッションだけを愛用する）若者のためだけの商品ではなくなった。古着は、時代の流行を柔軟に取り入れられる、大きなカテゴリーにシフトしている。洋服の選択肢として、古着は定番のアイテムとなるだろう。今後、

古着だけを扱う店舗が減るとしても、商品の一部で古着を扱う店舗は増えるだろう。つまり、高円寺の街から、広義の古着屋が消え去ることはない。

サモアから見た日本——両国大学生 の相互イメージと滞在体験をもとに

阿部 香緒子

日本人にも少なからず根付いている南太平洋の「楽園」イメージは、どこまで現実を反映し、また太平洋島嶼国の人々は、日本との関係をどう捉えているのだろうか。こうしたことを追究するためにサモアをフィールドとし、日本とサモアの大学生の相互イメージ調査と、サモア在住日本人への聞き取り調査などを通じて考察を行った。

日本の学生27名に用紙または電子メールで行ったアンケートは、国名・風景・国民気質などのイメージとして、「南の島」「青い海・やしの木」「おおらか」など楽園イメージ（山中速人; 1992）との共通点が多かった。しかし生活・経済に関しては、「民族衣装は観光用」「出稼が多い」「基本的に自給自足」と、現実的な回答も得られた。

サモア大学の学生29名には、教室で用紙を配布してアンケートを行った。日本のイメージは「the most industrialized country」など経済関連が17名に及んだ。日本と交流が盛んな国は多くの方が「Samoa」とし、今後の関係について資金援助面から「I expect more help」「Samoa will be a colony of Japan」などの回答があった。日本の社会・文化・言葉について全員がかなりの知識を持ち、「education」(留学)のため日本に行きたいという答えも多く、サモアで「のんびり」したい日本人との差異が表れている。

サモア人は日本の文化や歴史よりも、経済への関心が強いことが読み取れた。国の開発が外国に依存している現在、エリートとしての大学生の意識は、援助として導入される技術や経済をもとにした、経済自立を目指すことに向く。日本(JICA)の援助によるインフラの整備、輸入商品(食料品・電化製品)の普及などから日本との関係の緊密化を期待しているが、自立性を失うことへ

の危惧もあり、現代サモア社会が持つ葛藤が反映されている。

沖縄の地域イメージとアイデンティティ

新垣 みのり

我々は地域イメージを安易に形成しやすい。その形成要因として考えられるものは、メディアや観光ガイド、その土地に関する文献や、人間関係であろう。しかしながらそこに浮かび上がる地域像というのは、実際には現実とは大きく乖離している場合が多い。私の出身地である沖縄県は、本土とは違う歴史を歩んできた。進学を機に上京してから、私の体験した「沖縄」に関する発言やイメージには、戸惑いを隠せないものが多かったような気がする。このような自らの体験と疑問が論文の出発点となった。

本稿ではまず、日本全国で用いられている歴史(日本史)や地理の教科書における沖縄の記述と、沖縄県で用いられている副読本の記述を比較し、その分量・内容・視点に大きな差異があることを確認した。次に、新聞における沖縄関係の記事を分類し、その報道内容が圧倒的に「基地問題」に偏っていること、また、「自然」に関わる記事が多いことを確認した。

その上で、本土の人々やメディアによってステレオタイプ化された「沖縄」イメージを、主に東京に在住する沖縄出身の大学生達がどのように受け入れ、あるいは抵抗しながら、自らの沖縄への帰属意識を確認し、自己のアイデンティティを再構築しているかをインタビューを通じて考察した。さらに、付与されたイメージの受け手として地元沖縄で伝統文化エイサーを継承する若者を取りあげた。

これら3事象を考察することにより、イメージとアイデンティティの相互作用を確認することができた。

過疎地域における交流活動とその意義——岩手県田野畑村を事例として

菊池 春子

近年、過疎地域を活性化させていくための方策として、体験型観光などを通じた、「農村住民と都市住民との交流」の取り組みが注目されている。実際、現在全国の過疎地域市町村の約半数近くが、都市住民対象の観光農園の開設や、ふるさと体験ツアー等を実施している。

このような活動は、定住(住民登録)人口の少ない過疎地域に、「交流」によって生まれる「交流人口」を増やすことによって、地域の活性化を図っていこうという目的で始められたものである。経済効果のみならず、都市という異なる環境で生活する人々と積極的に接することは、過疎地域の住民が自らの地域の価値を見出し、認めるきっかけになるとも考えられているのである。

本研究では、都市との交流活動が、実際にどのようなメリットをもたらしているのかを、岩手県田野畑村の事例を通して、検証することを試みた。田野畑村では長年、都会の大学生の林業体験合宿や、農家での農業体験、中高生の農漁業体験修学旅行等の受け入れが行なわれている。これらの活動に関わる、都市住民・村民双方へのインタビューを行ない、交流活動の意義を探った。

その中で明らかになったことは、交流活動によるメリットは、それが行なわれる「地域」という枠組みよりもむしろ、「第一次産業」などといった広い枠組みに、もたらされうることである。田野畑村での体験に大きな影響を受け、農業問題に関心を持ちながら都市生活を送る人は、確実に増えてきている。実際、田野畑村での生活をきっかけに、農業関連の進路を選んだ学生もいる。その反面、村民は日常生活が第一であるため、「交流」をことさら意識することは少なく、都市住民の農業体験に対しても、「しょせん一時的な体験に過ぎない」と、意外に冷めた目を向けている。村そのものが、目に見える影響を受けることが少ないため、「村での体験が都市住民の意識に大きな影響を与えている」という事実に気づきに