

は中心的存在として位置付けられているとも言えよう。

さらに、情報提供機能に関して言えば、近年彼らの母国語で発行されている数々のエスニック・メディアの動きも注目できる。これらは、日本での生活上彼らが最も知りたいことや、日本では入手が難しい母国の情報を分かりやすく伝えている。最近のアジア・ブームも手伝って日本人講読者も増加しており、中には相互理解の萌芽を示すような記事も見られる。また、「在日外国人生活情報誌編集長シンポジウム」の開催や、「在日外国人情報誌連合会」の設立等、エスニック・メディア間での連帯の動きが活発化してきた。

しかし、将来的にこの種のビジネスがどのように発展、あるいは後退していくのかを予測することは難しい。エスニック・ビジネスは、顧客であ

る外国人就労者の動向、詰まるところ、日本経済の良し悪しにかかっている。しかし、日本経済に左右されて淘汰されていくのではなく、エスニックな市場のみならず、一般市場へもビジネスを拡張するなど、エスニック・ビジネスの新たな展開も考えられる。

このような経済動向、あるいは法的規制があるにしろ、エスニック・メディアに顕著なように、エスニック・ビジネスの需要が緩やかに増加している状況が見受けられる。これは、出稼ぎや留学などでの単なる一時的滞在ではなく、彼らが定住へと向かいつつあるこくの表れであるとも言えるであろう。在日外国人の状況は新たな段階に差しかかっており、これからもその動向を注目していく必要は十分ある。

盛り場の形成と変容

—鹿児島の社会史—

前屋敷 史 子

盛り場は、都市社会が凝縮され、特徴的に表れる空間である。盛り場には多くの人々が集まり、施設やそれを支える人達と相互に関係し合い、盛り場は変容していく。盛り場は出来事であり、一つの〈上演〉の場であるという吉見（1987）の立場から、鹿児島の盛り場・天文館地区を分析し、さらにそれを東京の盛り場の上演と比較・検討することによって、より全体的な鹿児島の社会史を明らかにしていくことが本論文の目的である。

戦前は、「近代」「モダン」の象徴として「浅草」「銀座」という盛り場に視線を向けた。「鹿児島の銀座」「鹿児島の浅草」という表現は、鹿児島の盛り場において「浅草」「銀座」が特権的地位を持っていたことを示しており、鹿児島の盛り場の時間—空間構造を大きく影響していたことが分かる。

戦前になると、まず、闇市が中心となって復興した。視線は戦前の盛り場に向けられていた。し

かし、ある程度復興すると、「新宿的なもの」が世相として波及してきた。そして高度経済成長期を迎えると、「渋谷的なもの」が流行とともに波及する。「新宿的なもの」「渋谷的なもの」がその上演を通じて視線を向けた場所は、「新宿」「渋谷」という東京の盛り場ではなく、大都会・東京自体であった。

このように常に東京へのまなざしを反映しつつ、鹿児島の盛り場はその変容を決定づけられてきた。しかし、それらの視線は複雑に混じり合い、独自の空間変容をしてきた。

中央へのまなざしを根底に持って変容してきた天文館地区ではあるが、これからは中央への視線を向けるための窓としての役割よりも、中央や他の街から視線を向けられるための窓としての役割を果たせるような盛り場として変容していくことが必要である。