

2017年度 地理環境学コース修士論文要旨

日本のプライドパレードの空間と社会的実践—東京レインボープライド参加者・関係者の語りから—

崎濱 奏子

セクシュアリティの垣根を越えて行われるさまざまな運動や支援の多くの取組みの中でも、プライドパレードは移動する集団の総体であり、限られた時間の中で公共に侵出し空間を攪乱するという点においてデモ行進と類似性を持ちながらも、「パレード」の名が示唆する通りその「祭り」的な性質に大きな特徴がある。本研究は、さまざまな立場に置かれた人々が誰も疎外されることなく多様な“性”と“生”を尊重する場所としてのプライドパレードの可能性を模索するために、性的少数者運動の手法としてプライドパレードが選択される意義と、これからのあり方について考察することを目的とする。

本研究では、第二章で研究の枠組みとなるセクシュアリティと空間をめぐる議論を取り上げる。続く第三章では性的少数者運動の歴史を概観し、プライドパレードが開始されるまでの背景を整理する。第四章では、国内最大規模のプライドパレードである「東京レインボープライド」について沿革とともに現在の主催団体の概要を述べる。

第五章での東京レインボープライド参加者・関係者から得られた語りの分析においては、東京レインボープライドの社会的意義について、当事者性を持つ人々のための場所として／当事者性を問わずに多様な人々が境界を越えて協働する場所として、という二つの視点からの考察を行った。また、「空間」と「時間」の重なりが、毎年開催される周期性と掛け合わさることによって参加者の「居場所」のように見出され、コミュニティ形成を促していた。

また、プライドパレードがその戦略上「運動」と「祭り」の両面を兼ね備えたことによる効果については、より多くの人々の視線を集める仕掛けとしてだけでなく、心理的・社会的、時には物理的境界を越えて人々が共有する場所としての考察を行った。

現在の課題として、第一に、さまざまな“居づらさ”を生んでいる実態を指摘した。第二に、今や「企業」と不可分となった東京レインボープライドというイベントが、これから主体性と目的意識を見失うことなくそれらの勢力と向き合っていくための関係性について、より現

実に即した議論の必要性を提起した。

第六章では、地方都市をはじめとして日本各地で生成しているプライドパレードに関する資料を収集・提示した。この試みにより、まず「単独開催」と「神戸スタイル」の二つの開催形態が見出された。また、いかにして「祭り」性をパフォーマンスするかという点において、視覚・聴覚に直接訴えかけるパフォーマンスの要素およびパレードルート設計において共通性が見出された。取り上げたプライドパレードの多くは黎明期・試行錯誤の段階にある。小規模ながらそのような実践が各地で始まった背景には、大都市での大規模なプライドパレードの影響があった。すなわち東京レインボープライドは、国内最大規模の活動として全国に向けた強い発信力・影響力を持つ象徴的イベントとしての役割も担っている。そしてその刺激を受けた地方の人々は、そのやり方を参照しながら、地域性やコミュニティの規模に合わせ、時には制約を受けながら、それぞれのプライドパレードを開催する様相が明らかになった。

プライドパレードという空間は、そこにあるさまざまな境界を溶融し、一人ひとりにセクシュアリティについての問いに直面させることを可能にする場所を生成していた。そして開かれた空間に創出された場所に人々が集合することそれ自体が、人々の文化的活動や日常的社会生活を支え、活性化するエネルギーの源泉になりえるものであった。さまざまな立場の人々が感じる“居づらさ”を低減・解消することを目指すために、「性的少数者とは誰なのか（「LGBT」とは何なのか）」という問いに回答を与えて満足する段階からは今や脱却しなければならない。そのための社会的実践として、本研究はプライドパレードに可能性を見出すものである。

(指導教員：熊谷 圭知)

エスニック・ビジネスから見る新華僑のネットワーク

張 依瓊

21世紀初頭、日本では華僑社会の実情は大きく変容しつつある。かつて、華僑に対するイメージは、中国大陸から外国へ出て行き、重労働に耐えてながら生活する、貧しい中国人というものだった。19世紀末の日本では、裁縫、理髪、料理に携わる華僑が多かったので、「三把刀」という言葉は華僑の代名詞であった。同じ出身地であれ

ば、同郷同士の結びつきが強く、助け合いに富んでいるというのも華僑の大きな特徴であった。

しかし、20世紀末から21世紀初頭にかけて、こうした概念は大きく変わった。一つは、華僑自身が変化したためである。戦後、日本が経済成長を果たしたことで、日本で居住する華僑が豊かになり、貧しさのイメージが払拭された。彼らは国際化の流れによって国籍制限の壁が低くなった時代に生きている。以前のように華僑社会の中だけに縛られるのではなく、より広い日本社会で力を発揮するようになる。もう一つは、1980年代以降に、中国の改革開放とともに、中国大陸から大勢の留学生が日本にやってきたことである。中国人留学生は日本の大学で高等学校教育を受けて、卒業した後日本に居住するようになった。彼らは「新華僑」と呼ばれる。これに対して、従来から日本にいる華僑は「老華僑」と呼ばれることになる。「新華僑」はIT、金融、学術研究などの分野で職業についたり、日本の企業に就職したり、起業したりしている。「新華僑」の来日に伴って、従来から伝統的結合関係に支配されていた華僑社会が変化してきた。

本研究では「新華僑」ネットワークの実態を明らかにするために、エスニック・ビジネスを切り口として、東京都に在住している新華僑起業家3人に対して聞き取り調査を行った。彼／彼女たちのビジネスにおいて役割を果たす社会的ネットワークの実態を検討することで、現在の華僑社会がどんなネットワークを基礎としているのかを明らかにした。

第2章は日本華僑華人社会の歴史的特質と変容について、先行研究に基づきながら記述した。日中修好通商条約以降、大量の中国人が渡来し、華僑団体と華僑学校が続々と成立することで、華僑華人社会が本格的に形成された。この章では、初期の華僑華人社会を支配していた伝統的な三縁関係の形成および実態、華人社会の発展を促す神縁の作用についても述べた。最後に、日本の新華僑の生活、彼らの来日状況、在日の職業、在日の社会組織など各面の生活実態を明らかにし、彼らの来日に伴って新しいネットワークが出現していることも示唆した。

第3章は、在日外国人のエスニック・ビジネスについて、先行研究に基づき概観した。エスニック・ビジネスに関わる三つの条件から、エスニック・ビジネスとネットワークの関連性を提示した。また既存の研究における在日外国人、新華僑の四つのエスニック・ビジネス類型の中の、言語的障壁に基づく非エスニック財のビジネスに筆者が追加した新しいエスニック・ビジネスを紹介した。

第4章は、本研究の中心をなす章であり、筆者が行っ

たインタビュー調査の内容を基に、新華僑のネットワークとビジネスについて考察した。この章の前半では、まず新華僑たちが集住している東京都を事例にし、新華僑人口の推移と人口の分布を分析した。またフリーペーパー等から取得したデータに基づいて、新華僑のビジネスの地図化を試みた。章後半では、①進学塾、②法務事務所、③不動産仲介業、という三つのビジネスを取り上げ、3名の起業家に行ったインタビューを基に、それぞれのビジネスの実態を明らかにするとともに、そこにおいてどのようなネットワークが活用されているのかを検討した。

第5章は、これまでの調査結果に基づいて得られる結論である。調査と分析により明らかとなったのは、第一に、華僑ネットワークの変化には、出身地である中国社会の都市化とそれに伴う社会関係と価値観の変化が存在することである。第二に、すでに述べたように、本研究で取り上げたような、言語的障壁に基づく市場をめざした新華僑のエスニック・ビジネスに関していえば、個人がビジネスの展開過程で構築した顧客関係などの個人的なネットワークが大きな役割を果たしていることである。第三に指摘できるのは、在日中国人（新華僑）がこうしたエスニック・ネットワークとビジネスを通じて、日本社会に生活基盤を築いている事実は、ホスト社会には不可視であるという点である。

(指導教員：熊谷 圭知)

植民地建築としての中国・大連駅に見る戦後大連人のアイデンティティの形成

鄭 芸

中国における植民地建築では、第一次アヘン戦争(1840年)とその後の南京条約(1842年)から、上海、広州などの5港がイギリスの租界となり、外国人による建築が生み出されていた。1905年日露戦争後ロシアに代わり大連は完全に日本による統治支配を受けるようになった。それから、日本は植民地支配を示すために、学校、病院、郵便局などの公共施設を建設し、鉄道や港湾といった交通基盤整備に伴う駅舎や埠頭施設などの建物を建設した。大連市は現在まで歴史のほぼ半分が植民地統治の時代であり、大連市には戦後もたくさんの植民地建築が残されていた。その中で大連駅は大連市の植民地における歴史的遺産の象徴の一つである。

建築には政府の何らかの目的が反映される。こうした目的はその都市に住んでいる人々の認識とも深く関係してくる。特に植民地建築は当地の人のアイデンティティの形成に何らかの影響を与えられ、したがって

て、本研究では、大連人は大連駅にどのような思いを持っているのかを明らかにし、そして、1949年以降政府が時期ごとに行った政策の変化の中、戦後大連人にはどのようなアイデンティティが形成されたのか、また大連駅は戦後の大連人のアイデンティティの形成にどのような影響を与えたのかについて明らかにしたい。主な研究方法としては、文献研究と半構造化インタビュー調査を用いる。

本論文では、第1章は、研究目的・研究方法を述べ、インタビュー調査の内容と調査対象者を簡単に紹介する。

第2章では、まず、中国政府が植民地建築を保存する意図を述べている。次に、中国において植民地として支配された地域の人たちが植民地建築に対する認識について故郷感(家園感)と環境のイメージから検討する。そして、大連を含む中国の各地において植民地建築の保存または破壊の原因について検討する。

第3章では、まず、漁村であった大連はどのように都市を形成したのか、また現在の大連市の発展状況を紹介する。さらに、大連駅が建設された契機、現在の大連駅の様子および戦後の大連駅に関する保護について紹介する。

第4章では、まず、新中国成立初期(1949~1965年)、文化大革命時期(1966~1976年)と改革解放後(1978年以後)という三つの時期に公布された政策に基づいて中国政府が植民地建築を文化財としていく過程を紹介する。次は、現在大連にある植民地建築の概要と全国または市級文物保護単位になる状況、そして、政策から見る大連における植民地建築が文化財になる過程を詳しく紹介する。

第5章では、植民地建築としての大連駅に関する基本情報、大連駅の保存に関する評価などから、現在の大連人と大連駅の関わりの深さを調査し、またこれに基づいて、本調査での質問票作成の基本資料にするための予備調査を行った。

第6章では、研究テーマに関する本調査について詳しく分析する。まず、調査の概要について紹介する。次に、インタビュー調査から明らかになった大連人のアイデンティティの形成に関する三つのプロセスを紹介する。最後に、大連駅がアイデンティティの形成に与える影響について分析する。

終章では、調査結果によると、大連人のアイデンティティは三つのプロセスから形成されている。それは、中国改革開放の時期に、「改革グループ」の大連人は大連駅に「故郷感」というアイデンティティを持ち、文革時期に、「文革グループ」の大連人は、大連駅に感情を持って

いない「無関心」というアイデンティティを持ち、最後、戦争の記憶を持っている「記憶グループ」の大連人は、大連駅に「国辱を忘れない」というアイデンティティを持っている。そして、大連人は大連駅を「ノード」と「ランドマーク」と見ている点から見ると、大連駅は安全感、アイデンティティを生み出す場所といえる。したがって、大連駅は大連人のアイデンティティの形成にある程度影響を与えるといえる。

(本誌にフルペーパーを掲載。指導教員：小林 誠)

杭州在住の中国人の日中ゴミ分別に対する意識と実態

LI Wenqing

杭州市は浙江省の省都であり、1986年から生活ゴミの分別を意識し始め、2000年に中国国家建設部が「ごみの分別回収」の試験地域として設定した。近年、都市化が進んだ反面、生活ゴミの収集・運搬と処理が問題になった。中国建設部は2010年に改めて杭州市を「ごみ分別回収試験ポイント」に指定し、各住民団地においてゴミ分別が導入された。しかし、現在に至っても分別回収はほとんど実現されていない。その原因は何か。杭州市のゴミ分別の現状に対して、日本は中国よりゴミ分別の先進国だと考え、日中の比較調査を行った。中国人が日本に滞在した際のゴミ分別の実態とゴミ分別に関する意識調査より、杭州市のゴミ分別の不十分さの要因を検討できると考えた。

以上の問題意識から本研究の対象地域を杭州市とした。本研究では杭州市のゴミ分別が今まで定着していない原因を探求するため、杭州市のゴミ収集・運搬システムを踏まえて、杭州市の現地調査と杭州市住民を調査対象とするインタビュー調査の方法を用いた。(第1章)

杭州市のゴミ収集と処理システムを明らかにするため、中国のゴミ処理に関する現状を紹介した。先行研究によると、中国においては、生活ゴミを混合収集(ゴミ中継ステーションで分別→ゴミ処理場に運送→埋め立て)で処理する方法がメインである。しかし、杭州市ではこのシステムを改め直送式にした。そのため、杭州市住民にゴミの分別を課したが、本研究の調査によると、住民たちはゴミ分別の政策を納得していなかった。(第2章)

以上の杭州市のゴミ収集・処理システムに対して、日本でのゴミ収集、分別はどのように発展したか。筆者は日本のゴミ分別の変遷、ゴミ分別に関する法律の変更から日本におけるゴミ分別の歴史を把握した。(第3章)

杭州市と日本のゴミ分別に関する情報に基づき、現地調査で杭州市のゴミ収集から処理までのシステム、杭州市で現在実施しているゴミ分別のルールと方法を紹介し

た上で、杭州市における住民団地と公共地域のゴミ分別の現状を調査し、ゴミ分別の効果が十分でない原因を検討した。調査結果より、住民団地の施設問題や、宣伝方法、賞罰の不十分さなどが杭州市のゴミ分別の効果が十分ではない要因だと考える。(第4章)

現地のゴミ分別の現状を把握した上で、杭州市住民のゴミ分別の意識と実態を調査するため、14名の調査対象者に対してインタビュー調査を行なった。14名の調査対象者の中に、日本に留学した経験がある人は5名、日本に旅行した経験がある人は4名、日本に行っていない人は4名、また、杭州市政府で働いたことがある人が1名含まれる。全員に30分から1時間程度の半構造化インタビューを行った。(第5章)

日本に留学した経験がある調査対象者へのインタビュー調査を行い、日本滞在中の家庭ゴミと公共地域のゴミ分別の実態について分析した。日本に旅行した際の日本の公共地域のゴミ分別を体験した感想を中心にして分析した。調査対象者の全員に杭州市のゴミ分別方法に対する意見調査を行った。(第6章)

杭州市におけるゴミ分別の現状を分析する上で、日本に滞在経験がある杭州市住民の意見に基づいて日本と杭州市のゴミ分別を対比した研究はほとんどない。杭州市で生活している住民のゴミ分別の実態とゴミ分別の意識を分析するのは初の試みといえる。杭州市のゴミ収集・運搬システム、ゴミ分別の施設や情報の宣伝などの外的要因、住民のゴミ分別の実態、3者の間にはお互いに影響を及ぼす関係が存在している。調査結果に基づくと、杭州市住民にはゴミ分別の習慣が身に付く可能性はあるが、法律の制定の問題や、ゴミ関連設備とゴミの管理が不十分であることなど外部要因が、住民たちのゴミ分別行動を阻害している。政府からの強制的な法律とルールの設定、施設と監視の完備が重要なポイントであると考えられる。将来の杭州市では、日本のように、ゴミ分別が日常生活の一部になることを期待する。(第7章)

(指導教員：長谷川 直子)

コンテンツの余白に組み込まれる地域性－『刀剣乱舞－ONLINE－』における聖地巡礼を通じて－

若山 沙織

観光の形態は、1960年代の発地主導の「マストゥリズム」から着地主導の「ニュートゥリズム」、そして旅人主導の「次世代トゥリズム」と移行し、観光振興の焦点は旅行者の知的好奇心や感性を満たす資源である情報やコンテンツに集まっている。コンテンツツーリズムにおけるコンテンツは、マンガ、アニメ、ゲームなどの作品か

ら文学作品、楽曲作品、アート作品、エンタテインメントなど幅広い題材がある。従来の研究においては、アニメの場面や小説の地名として地域と直接結びつきのある作品が多く取り上げられていたが、地域とコンテンツの結びつきの薄いツーリズムにおける研究は、岩崎(2014)によるアイドルのファン行動のほかは事例が乏しい。

本論文で扱う刀剣というコンテンツは、長いものでは千年以上前から存在し、持ち主や場所を変えて今に伝わっているものである。そのため、コンテンツと展示される場所に対しての繋がりや、他のコンテンツよりも格段に薄い。しかし、ここ数年のゲーム『刀剣乱舞－ONLINE－』の人気をきっかけとした刀剣コンテンツそのものに対する集客力は各メディアに取り上げられるほどに非常に大きく、その展示施設での集客を波及させようとする、地域側からのコンテンツツーリズムのアプローチが強くと見られる。

この刀剣によるコンテンツツーリズムを通じて、地域的な要素の不足したコンテンツをどのようにして地域性を補ってツーリズムとして成立させようとしていったのか、各地の実施資料の分析による事例の分類、それに基づき選定した事例3地域における取組みに対して地域側のアプローチをインタビューすることにより明らかにした。

東京都文京区のような大都市においては、訪問時の利便性が高い反面、ファンは鑑賞後にその地域から離れやすい。その為、鑑賞以外にもその地域を周遊させるラリー形式によって、滞在時間を増やそうとしている。また、利便性の高さを逆手にとって何度も来てもらうべく、一日では消化が難しい内容が組み込まれていた。

栃木県足利市においては、大都市から離れており、訪問するファンは刀剣鑑賞だけでなく観光していこうとする。そのため、地方都市においては一日で消化できる内容が多くなっている。普段とは異なる層と規模が訪れるため、行政・民間ともにその機会をどう生かしていくかが鍵となっていた。ゲームとの公式なコラボレーションが終了した後も、商店街が自主的に刀剣のファンをターゲットとしてイベントを行い、刀剣の街というイメージの定着を図ろうと活動を続けている。

茨城県水戸市では、観光都市としてのキャパシティの大きさ、観光スポット間の利便性の良さを生かしつつ、普段訪れない層や閑散期の対策として実施している。あくまで観光のメインではなく、さまざまな要素の一つであり、若い女性層という、従来水戸市へ訪れることの少ない層を取り込む一つの切っ掛けという狙いもあった。

「物」に対するコンテンツツーリズムは、動産である

ためにさまざまな地域を渡り歩いた歴史があり、他のコンテンツよりも一つの地域に対する結びつきは希薄である。刀剣男士のキャラクターは元の持ち主や刀剣の要素が強く、必ずしも展示場所・所蔵場所とキャラクターとの繋がり強いわけではない。場所の要素は二つの要素を介して存在しているため、コラボレーション側は意識的に刀剣との繋がりを強めていかないと地域への興味を持ってもらいにくい。

コンテンツに地域が組み込まれていないために、コンテンツを見ることが第一である旅行者は、コンテンツの存在する地域への拘りは元来持っていない。そのため、

コンテンツと地域の間にある空白に如何に地域側が要素を組み込んでいくか、地域内における展示に向けての密な情報交換など地域側の創意工夫が求められている。

また、事例を見ていくと、組み込む地域のポイントは刀剣というコンテンツと関係のないものが多く、刀剣のファンから地域のファンに移行させるには弱いコンテンツツートリズムでないかと考えられる。よって、コンテンツツートリズムにおいて、地域との関連の薄いコンテンツは、中長期的な地域振興に用いることは不向きであると結論づける。

(指導教員：宮澤 仁)