

苗族社会における男性と刺繍

楊 梅竹

要旨

これまで刺繍について、中国（張暁、周夢、袁潔など）と日本（佐藤若菜、宮脇千恵、鳥丸貞恵など）の研究者の多くは、苗族社会における刺繍を女性文化と見做し、それは、ほぼ「定説」として議論されてきた。本稿は中国貴州省黔东南苗族侗族自治州雷山県西江鎮を調査地として、これまで女性の視点から論じられることがほとんどであった苗族社会における刺繍研究を、男性の視点を取り入れて再考するものである。

本稿では男性と刺繍との関係を、①刺繍の完成前（製作過程）と②完成後（販売、使用）に分けて整理する。①刺繍の完成前での参与で示されるのは、刺繍の完成までに、すなわち刺繍の製作過程において男性が刺繍の紋様を描く事例と、女性の刺繍時間を確保するという形での積極的あるいは消極的な参与である。ここで言う消極的参与とは男性が家事や農作業をして女性の刺繍時間を確保し、男性は女性が刺繍をすることに反対しないといった刺繍製作への消極的な「協力」を意味する。

また②完成後の刺繍と男性との関係については、刺繍をどのように使用するのかという面から、すなわち、製作者本人（女性）の使用、次世代への伝承用、販売用という3つの面から論じる。特に本来母娘の間でしか行われてこなかった「ハレ着」である烏貝の譲渡において、息子を介しての「未来の嫁」への譲渡が本稿の事例から確認された。これはこれまでの研究では報告されてこなかった男性を介しての「ハレ着」の継承であり、たとえば佐藤若菜が指摘したような母娘の紐帯が強調される苗族の民族衣装（烏貝）研究にとっては画期的なことであるといえる。

本稿では、女性が刺繍において重要な位置にあることに大きく反論を加えようとするものではない。しかし、男性も苗族社会の一員であり、女性を基盤とした刺繍製作において男性は女性にとって父、夫、兄弟、息子、近隣住民といった関係で深く関わっているのである。しかしこれまでの刺繍研究ではそれがあたかも無関係かのように描かれてきた。そのため本稿は、刺繍研究において男性と刺繍という研究の空白を埋め、研究史を補完することを目的とする。加えて、急激な市場経済化に伴い、生業が変化し、人の移動が活発になった状況の中で、ジェンダー的な分業がどのように現地社会において機能しているかを描き出す。

キーワード：苗族、刺繍、ジェンダー、男性

はじめに

本稿はジェンダーという観点から、刺繍する女性はもちろん、刺繍をしない男性が刺繍とどのような関係を持っているかを明らかにするものである。西江苗族出身の人類学研究者である張暁は2017年に『貴州苗族代表性服飾』を出版したが、同書における聞き取り調査の対象は全員女性であり、日本の研究者である佐藤若菜や宮脇千恵も苗族の衣装に関する研究においては女性を中心としている。確かに苗族女性は刺繍製作の主役であることは疑いの余地がない。しかし、筆者は2018年に「銀匠¹村」と呼ばれる控排村²で行った調査において、銀匠であるM1

¹ 銀匠：銀飾りを作る職人。

² 控排村：地名。中国貴州省黔东南苗族侗族自治州雷山県西江鎮の東北部に位置する。

(40代、控拝出身、男性)から「銀飾りの紋様は刺繍の紋様を参照したことがある」という語りを得ている。

苗族の刺繍の製作、使用の主役は女性である。これまでの研究においても、刺繍に関して女性を特に重要な位置に付け、男性と刺繍はあたかも無関係のように描かれてきた。しかし、1990年代の出稼ぎブームや、交通網の整備、観光化などにより、若年層が「労働力」として村を出て、農業用の畑や水田がなくなり、苗族の村の生業形態が変わり、生活様式にも変化が現れるようになってきた。このような時代背景を経ても、刺繍における主役は女性であることに変わりはないが、潜在化していた男性と刺繍との関係は顕在化するようになり、無視することができなくなった。具体的には刺繍が民族商品として開発され、観光化という背景もあつて刺繍が商品として販売され、その販売には男性が参与している事例も少なくない。男性も苗族社会の一員であり、刺繍を製作する女性と場を共有している限りにおいて、決して刺繍製作と無関係であるとは言えない。

繰り返しになるが本稿の目的は、刺繍研究において男性と刺繍という研究の空白を埋めることにある。加えて、市場経済化し、生業が変化し、人の移動が活発になった現代社会な状況の中で、ジェンダー的な視座からみた刺繍の位置づけを考察するものである。

2. ジェンダー論からみた刺繍に関する研究の現状

手工業とりわけ女性とテクスタイルの研究で有名な文化人類学者ジェーン・シュナイダーとアネット・B・ワイナーはいわゆる「布」に関して、「布と社会関係」、「文化的意味」、「スタイルの創造」などの分野でなされている研究を総括的に紹介し、その中で「いろいろな社会関係を1つにまとめる象徴的な力が布にある。(中略)……人類は織られたマットのようなものだ」³と指摘している。ジェーン・シュナイダーは東南アジアの研究者はジェンダーの視角から女性が布の製造を男性が金属の剣を作り出すのと補充し合っていると考え、北アメリカの母息子の関係を事例として、「男性」は経糸で、出産のアナロジーで最初に設定され、「女性」は緯糸で、それらをインターレースし、成熟を示唆する⁴。すなわち、人間と社会は布により結ばれ、またそれは象徴的な意味を成し得るものであるため、一つの社会を理解するには布が非常に重要な位置を占めているというのである。ジェーン・シュナイダーとアネット・B・ワイナーの布についての研究では、どれもジェンダーの視点を重視している。

バリ島を中心とするインドネシア農村社会の社会変化と女性労働を研究する中谷文美によれば、「インドネシアをはじめとする東南アジアの多くの社会では、布づくりが象徴的なレベルでも実際の生産の場面でも、女性と深く結び付けられてきた。バリでも、布の生産と消費をめぐる変化がさまざまにみられるなかで、『機織り＝女の仕事』という文化的通念は今のところ根本的な揺るぎを見せていない。若い世代を中心に織布業に従事する男性の数も増えているが、彼らのかかわる領域はまだ限られており、生産や流通の主力をになうのは依然として女性たちである」⁵としている。すなわち1つの社会において、布を作るのは女性であり、布と女性との関係性を通してその社会の一部を理解することができるが、それでは不完全であるとも言える。布の研究では主役である女性を研究するはもちろんだが、女性と関係のある男性も当然その調

³ アネット・B・ワイナー、ジェーン・シュナイダー、佐野敏行訳、『布と人間』、ドメス出版、1995年、p. 61

⁴ Jane Schneider, “The Anthropology of Cloth”, *Annual Review of Anthropology* Vol. 16, 1987, pp. 409-448

⁵ 中谷文美、「布を織る『みえる仕事』としての機織り」、『「女の仕事」のエスノグラフィ バリ島の布・儀礼・ジェンダー』、世界思想社、2003年、pp. 113-149

査対象に含まれなくてはならない。

1960年代以前、中国貴州省黔东南州雷山県西江鎮では苗族女性は刺繍を習得する際、糸紡ぎ、布織り、刺繍の3つの作業をセットで習得した。刺繍を作る前に、まず糸と布を作る。苗族の女性は布に刺繍を施し、その布に付加価値をつけた。苗族社会において刺繍を施した布は帽子、衣装、BI⁶、冠婚葬祭時の衣服など多くの生活の場面に使われ、インドネシアのバリ島における布と同じような意義を有しているといえる。すなわち、苗族社会の刺繍は財貨であり、苗族の社会関係に影響を与えている点を見れば、バリ島の布織りと同じである。つまり苗族社会における刺繍の研究においてもジェンダーの視点から議論を加えることは重要であろう。

まずジェンダー論の観点から苗族の刺繍に関して行われたこれまでの研究動向について日本の研究者と中国の研究者に分けて検討したい。日本では苗族の刺繍や民族衣装について、多くの研究成果をあげてきたのは佐藤若菜、在野研究者である鳥丸貞恵と鳥丸知子などの女性研究者である。たとえば、婚姻関係と刺繍の関係に関して、佐藤若菜⁷は刺繍の製作者である女性との結びつきを強調し、刺繍ができるか否かは（かつては）女性の婚姻と関連付けられていたとする。鳥丸貞恵⁸は苗族の村を訪ね、20年以上苗族の衣装、蠟染、刺繍についての記録をしてきた。鳥丸は苗族の刺繍技法、衣装の形などを詳しく記録しているが、その記録の中に、男性の姿はほとんど見られない。佐藤、鳥丸のいずれも刺繍、衣装を製作した女性に注目しており、男性の刺繍や民族衣装との関係については、あまり関心を示していない。

次に、中国における苗族の刺繍に関しての研究を見てみたい。たとえば、服装の歴史や民族服飾文化とデザインを研究してきた周夢⁹は3回にわたり、中国貴州省黔东南苗族侗族自治州のいくつかの県に行き、服飾についてのフィールド調査を行った。彼女は苗族侗族女性の服装に注目し、服装の構成、装飾、刺繍、布染め、文化、タブーおよび伝承などの状況などについてまとめた。西江出身の張曉¹⁰は1990年代に『西江苗族婦女口述史研究』を著し、苗族研究で女性を主役とする研究分野を発展させた。また、張曉・張寒梅などは2017年に『貴州苗族代表性服飾』¹¹を著した。この本の前半は苗族の服飾を東部、中部、西部の3つの方言区に分けて、各地区の代表的な服飾を紹介している。張曉は口述を重視し、本の後半には16人の女性からの聞き取り内容が採録され、彼女らと刺繍との出会い、刺繍製作の現状について紹介されている。このように周夢も張曉も服飾と刺繍の研究において、精緻なデータを集めてはいるものの、それは主役である女性の視点から採録されたものとなっている。同じような視点を持つ研究者は少なくない。たとえば、李迎喜¹²、聶羽彤¹³、楊菲・張寒梅¹⁴などである。これらの研究者もまた女性の視点から刺繍を考察する傾向があり、刺繍製作における男性の位置づけを重視しているとはいえない。

近年の動向として、葉蔭茵¹⁵、廖婧琳¹⁶、齊玉瑩¹⁷などによって、苗族社会の観光化が進む中

⁶ BI：苗語でいう子供を背負うもの、漢語発音。

⁷ 佐藤若菜、「衣装がつなぐ母娘の『共感的』関係」、『文化人類学』79(3)、2014年、pp.305-327

⁸ 鳥丸知子、『苗族の民族衣装 刺繍と装飾技法』、誠文堂新光社、2017年

鳥丸貞恵・鳥丸知子、『中国貴州省苗族染織探訪18年 布に踊る人の手』、西日本新聞社、2010年

⁹ 周夢、『黔东南苗族侗族女性服飾文化比較研究』、中国社会科学出版社、2011年

¹⁰ 張曉、『西江苗族婦女口述史研究』、貴州人民出版社、1997年

¹¹ 張曉・張寒梅・潘璐璐、『貴州苗族代表性服飾』、知識産権出版社、2017年

¹² 李迎喜、「試論女性主義視角下貴州苗族刺繍的文化内函」、『山東女子学院学報』2011.4(2)、pp.45-48

¹³ 聶羽彤、「苗族女性服飾伝承与変遷の心理闡釈—対黄平、鎮寧及貞豊服飾的比較研究」、『貴州大学学报・芸術版』、2014.4(2)、pp.88-100

¹⁴ 楊菲・張寒梅、「苗族婦女研究回顧与展望」、『苗族研究回顧与展望』、知識産権出版社、2017年、pp.41-49

¹⁵ 葉蔭茵、「苗綉商品化視域下苗族女性社会性別角色的重塑—基于貴州省台江県施洞鎮的個案研究」、『民俗研究』、2017.3(133)、pp.86-92

¹⁶ 廖婧琳、「平等或従属：旅遊参与与女性家庭権力—以西江千戸苗寨为例」、『西南民族大学学报（人文社会科学版）』、2018(1)、pp.42-48

¹⁷ 齊玉瑩、「貴州苗族地区女性家庭地位与經濟發展初探」、『改革与戰略』、2018(1)、pp.25-28

で、女性が刺繍を通して、家計に直接的に貢献をすることができるようになり、家庭内での地位が向上し、かつてより家庭内における決定権を持つようになってきているという研究がなされている。刺繍や刺繍のついた民族衣装では女性は製作の主役であり、また使用者であるため、刺繍の生産と消費において重要な位置を占めているのは確かである。しかしこのような研究者らは一つ重要な問題を見落している。それは家庭内に、女性と男性が各自で分担する作業があり、女性の家庭内での地位が変化するとともに、男性もその変化の影響を受けているということである。そのため男性の変化についても女性と同様に検討する必要があるといえよう。

これまでの苗族社会の刺繍に関する研究において、男性は全く言及されなかったわけではない。たとえば、曹端波¹⁸、呉育標・馮国荣¹⁹、鈴木正崇・金丸良子²⁰の研究は刺繍が苗族の男性と女性の恋愛と婚姻において重要な役割を占めていることを示している。しかし、男性と女性とは夫婦という関係しかないというわけではなく、女性をとりまく男性との社会関係は兄弟、父娘、母息子、近親者など幾重にも及ぶ。この点から考えれば、現在までの男性と刺繍についての研究は、恋愛や婚姻に関わるものばかりであり、決して十分とは言えない。

以上が日本と中国における刺繍に関する研究の現状である。確かに苗族女性が刺繍製作の主役であることに疑いの余地はない。しかし筆者の調査に基づけば男性が刺繍と無関係であるとは言いきれない。その理由は、刺繍の製作過程において男性が刺繍の紋様を描く事例があり、また女性の刺繍時間を確保するという形で、男性が刺繍と関わっているからである。さらに刺繍の継承という点でも男性は無視できない存在となっている。以下では、ジェンダーの視点から、刺繍製作に参加する女性だけではなく、刺繍の製作におよび継承直接的、間接的に参加する男性。

3. 男性と刺繍との関係

前節で述べたように、刺繍の研究領域においては刺繍をしない苗族男性がほぼ見落とされている。しかし、それは決して男性が刺繍と関係がないということではない。本節では男性と刺繍の関係という観点から、刺繍しない男性はどのような形で、刺繍のどの部分に参加しているのかについて、①刺繍の製作過程での参加と②刺繍が完成した後の販売への参加の 2 つの部分に分けて論じていきたい。

3.1 刺繍製作における男性

3.1.1 刺繍の製作過程に参加

西江苗族の刺繍技法には平繡、辮繡、鄒繡、纏繡、鎖繡（単針繡、双針繡）、数紗繡、挑花繡、馬尾繡など十数種類があり、その中で平繡は入門技法、基本技法である [楊 2017]。筆者は2016年2月、西江在住のSH（1964年、女性、羊排村）から平繡の技法を習った。各種類の刺繍技法で使用する道具は同じである。刺繍するには、布、紙（普通の紙、硬い紙）、針、糸、ハサミ、鉛筆、エジェクターピン（針を硬い地布を通す時に使う）などの道具を揃える。平繡の場合、以下の流れに従い刺繍を施していく。

①繡紋様を紙に描く。刺繍を始める前に、まず植物や動物の紋様を普通の紙に描く。絵図が上手な人は自分で紋様を書く。絵図が上手でない場合、薄くて透明な紙で昔の刺繍を複写する。描いた紋様をハサミで切り取る。

②刺繍しやすくするために、地布を作る。固めの紙を用意し、紋様を書いた紙の大きさに合わせ、固めの紙を切る。次に、刺繍をする布の縁を固めの紙の縁より1cmほど余裕をもって切る。次に布と固めの紙を重ね、はみ出た布を紙の裏面に折り返し、固めの紙を挟むようにして、紙に縫い付ける。この時布がしわにならないように、縁を押さえながら縫う。

¹⁸ 曹端波・傅慧平・馬静、『貴州東部高地苗族的婚姻、市場与文化』、知識産権出版社、2013年、p.122

¹⁹ 呉育標・馮国荣、『西江千戸苗寨研究』、人民出版社、2014年

²⁰ 鈴木正崇・金丸良子、『西南中国の少数民族』、古今書院、1985年、pp.131-132

- ⑥繡紋様の縫い付け。切り取った紋様を布の上に置いて、左手の人差し指で布の裏面、親指が表に出るように布を挟む。紋様を固定するように親指で紋様を押さえながら縫い付ける。紋様を部分部分に分け、描いた鉛筆の線に沿い、紋様の縁から糸の間を1-2mmほど空けるように縫う。
- ⑦同じ紋様でも、刺繍技法と色合わせによって、出来上がった刺繍は異なる。1つの刺繍には幾つもの刺繍技法を使用することがある。
- ⑧色合わせ。自分が好きな色の糸を選び、色合わせを想像して刺繍を始める。
- ⑨刺繍。平繡の場合、常に左右対称を意識しながら刺繍する。その際、部分部分に分け、左右対称にするため各部分の中心から刺繍し始める。

以上は平繡の製作過程であり、刺繍技法によって地布製作など準備や製作方法が異なるが、「紋様を書く」、「色合わせ」などの部分は同じである。

3.1.2 刺繍製作過程に参加している男性

2016年2月と7月～9月の西江での調査では、紋様を描くのも、糸の色合わせも省略されたものが、定期市にて直接刺繍のサンプルとして販売されていた。具体的にいつ頃から販売されるようになったのか、数人の女性に聞いたが、はっきりとした答えは出なかった。2016年9月7日、西江では定期市が開かれた。定期市では、女性向けの日常着と刺繍関係の物が多く販売される。その中に、刺繍のサンプルが販売されていた。2018年9月に雷山県の定期市に行った時も、刺繍関係の販売店があり、刺繍サンプル（写真1）も多く見られた。

写真2は2016年9月に撮影したもので、男性のS2（40代）が刺繍の紋様を描いた紙を販売しているところである。S2は身体的な原因で会話ができないため、聞き取り調査はできなかったが、絵が上手で現地では有名人である。現地の人の話によると、S2は西江鎮南貴村²¹の住民であり、現在廃品回収と刺繍紋様の販売で生計を立てているようである。現地の刺繍する女性はS2から刺繍紋様を買い、紋様を布に縫い付け、糸の色合わせを考えて刺繍作業を始める。筆者は2018年9月に再度調査に行ったが、S2はまだその商売をしていた。



写真1 刺繍サンプル（筆者2018.9）



写真2 刺繍紋様の紙を販売するS2（筆者2016.9）

S2の事例からは、彼は刺繍はできないが、刺繍の紋様を描くことができることが読み取れる。聞き取り調査ができなかったため、S2が女性の刺繍製作に参加しようとする意欲があるかどうかは分からないが、彼は女性の刺繍製作過程の1つである紋様を描くという部分に参加していることは確かである。S2の事例はかなり特殊なケースかもしれないが、女性が男性であるS2の書いた紋様を抵抗なく受け入れていることから、男性が女性の刺繍製作へ参与することが可能であることが分かる。

²¹ 南貴村：地名。中国貴州省黔东南苗族侗族自治州雷山県西江鎮に属する。

3.1.3 刺繍時間を確保する男性

筆者は2015年から2018年11月までの間、合計9回西江でフィールド調査を行った。S1は刺繍販売店と食堂の両方を経営しており、筆者の調査中、彼女は何回も「食事屋経営を止め、刺繍に専念したい」と言っていた。しかし、食堂はすぐ収入が得られるため、観光客が食事に来ると断れない。また、筆者がS1の生活を定量的に観察した結果に基づけば、彼女の1日の大部分の時間は家事、農作業、売店経営、食事屋経営、娯楽などに使われていることが分かった。彼女は毎日刺繍できるとは限らず、刺繍ができる時間も決まっていない。すなわち、いつ刺繍するか、1日どのぐらい刺繍するか、いつまでに1つの刺繍を完成させるかはランダムである。筆者が観察した50日の中で、S1が刺繍できた時間は最長が3時間半であり、普通は1時間から2時間である。このように刺繍する時間が少ない状況において、夫であるL1はどのような役割をはたしているのだろうか。

筆者はこれまでの調査で観察したL1(1939年)とS1(1964年)の日常生活を整理してみた。調査は主に大学の夏と冬の長期休暇を利用して行われるため、1年を通して生活を見ることはできないが、L1-S1夫婦の生活の一端を窺い知ることができる。定量的な生業時間の調査の結果L1とS1夫婦は各自の分担がはっきりしていることが明らかとなった。L1は畑仕事を中心に、S1は家事と畑仕事、刺繍販売店と食事屋の経営などが中心である。女性の方が男性より仕事が多いというのは1つの特徴である。たとえば、2018年3月17日は、L1が村の祭祀に参加し、田畑での仕事、野菜の収穫などを行っている間に、S1は家で刺繍をしていた。翌日の18日は、S1は病気で入院した友人の見舞いで雷山県へ行き、家を空けた時、L1が刺繍販売店の店番をした。

2018年9月の調査では、L1は雨の日を除いてほぼ毎日田畑に行っている。その理由について、L1は「私は妻の刺繍について何もわからない。お客さんが来ても、役に立たない。畑仕事は疲れるが、私が畑に行き、妻が家に残ったほうがいい」と語った。すなわち、L1は自分が畑仕事をするすることで、S1が家に残って家事などをすれば、刺繍をする時間が作れる、少なくとも彼女の仕事の邪魔をしないと考えている。

次にM2(1974年生、女性、南貴村出身)の事例を見る。彼女は南貴村の出身で、東引村²²の嫁となった。夫のL3(40代)は西江千戸苗寨の北門入口の門衛を務め、家のことは全部M2に任せている。さらに、2018年に東引村に新しい家を建てる時も、M2のほうが多く仕事を分担した。M2は普段農作業や家事で忙しいが、観光シーズンになるとS1の食堂でアルバイトもする。仕事ぶりが真面目であるため、信頼されている。彼女は刺繍もできるが、筆者は彼女が刺繍しているところを一度もみたことがない。彼女は「忙しいから、刺繍する時間がない」と語った。

この2人の事例から、夫婦間で仕事に対し役割分担が明確になっていること、そして彼女らは刺繍をする時間を十分に確保できていないという現状が理解される。

3.2 製作完成した刺繍と男性

女性が刺繍を作って、それを子供の帽子、BI、エプロン、烏更(日常着)、烏貝(ハレ着)、靴などにつける。それらは子供用のものを除き、衣装とエプロンはすべて女性用のものであり、男性の衣装には刺繍が付かない。すなわち、その烏更、烏貝、エプロンは女性が使用するもので、製作者本人あるいは家族の女性が使用するのである。また、刺繍のついた衣装(烏貝)は次の世代に継承される。さらに、観光化の中で、刺繍は販売されている。すなわち、女性が完成させた刺繍は自分で使用する、次世代へ継承する、販売するという3つの扱い方をされている。

本節では、女性が完成させた刺繍の扱い方によって、刺繍と男性との繋がりを整理することを目的とする。

²² 東引村：地名。中国貴州省黔东南苗族侗族自治州雷山県西江鎮に属する。

3.2.1 女性が自分で使用する刺繍

苗族女性は子供の帽子、靴、布団、BI、エプロン、烏貝、烏更などに刺繍をつけている。その中の帽子、靴、BI、布団は子供が使い、エプロン、烏貝と烏更は女性が使っている。衣装に付けられている刺繍には歴史記録、装飾、民族集団識別などの機能があるが、ここでは刺繍の装飾機能に注目する。女性が化粧するのも、綺麗な服を着るのも美に対する憧れである。すなわち、刺繍は衣装を装飾し、さらに衣装を着る主体である女性を装飾する。この時、見てくれる人がいなければ、装飾の意味がないといえよう。

2016年11月、苗族の正月である苗年にて、苗族の女性は烏貝を着て広場で蘆笙舞を踊っていた。踊っている女性は若い女性と子供だけであり、年配の女性はいなかった(写真3)。これについて既婚のS1が「結婚したら苗年の時蘆笙舞を踊らなくなる。若い女(未婚)の子が踊る」と語った。この場で、もちろん綺麗な衣装を着ている女性を見ているのは現地の苗族の女性、男性、観光客である。しかし、この時の若い女性は綺麗な姿をして人前に立ち、恋愛対象を探すことを目的の1つとしている。所謂「女為悦己者容」であり、すなわち、「女は自分を愛してくれる人のために、容貌をととのえ飾る」のである²³。苗族の女性が時間や精力を傾けて作り上げた刺繍で装飾した衣装(烏貝、烏更)には彼女らの思いが詰まっている。苗族の女性が刺繍のついている烏貝を着る理由の1つは、自分を悦んでくれる男性のためであると言ってよいであろう。



写真3 苗年の時広場で踊る女性(筆者2016.9)

3.2.2 次世代へ伝承される刺繍

苗族の刺繍のついている烏貝は女性の服であり、男性の服には刺繍が一切ついていない。その衣装の継承について、宮脇千恵も佐藤若菜も、母娘を通して継承されてきたと指摘している。苗族の刺繍と衣装の継承において、男性が衣装を受け継ぐという研究は今日までない。しかし、筆者は調査の中で、息子のために烏貝を作ったことがあるという人に出会った。それはS1、L2、L7(50代、女性)の3人である。

事例①

S1は子連れで再婚した。現在の夫との間には血縁関係のある子供はいないが、息子のL6(1987年生、男性)とは血縁関係があり、その息子の婚姻のためいろいろと準備している。たとえば、自分でお金を稼いで息子の結婚後の家建てようとしている。また、S1は今まで

²³ 「女為悦己者容」の出典は「戦国策・趙策」である。女は己れを悦ぶものの為に容づくることを意味する。諸橋轍次、『座右版 中国古典名言事典』、講談社、1993年、p.525

にあわせて4着の鳥貝を作った。その中の2着はL1の長男と次男の娘のために作った。3着目は息子のため、最後の1着は自分のものである。S1は「この衣装(3着目)は息子のために作った。息子が結婚する時、嫁にこの服を着て欲しい」と語った。しかし、孫の世代になると、S1は孫娘のために鳥貝を作ったが、孫には作っていない。これについて彼女は「孫には作らない。それに、今は作る時間がない」と語った。

事例㊦

博物館経営のL2は子供が2人いる。男の子1人、女の子1人である。L2は「私は今博物館のことでなかなか刺繍できないが、とっくに子供の結婚用の服を作った。2着で、1着ずつである」と語った。彼女は2人の子供の結婚用の鳥貝を作った。2着とも女性の鳥貝であり、娘と息子の嫁用に用意している。その盛装は博物館に展示しておらず、家で保管している。それは売るものではないからとL2が語った。

事例㊧

2017年9月17日、L7は鳥貝の腕部分の繡片を作っていた。彼女は「息子の嫁のために作っている。息子が結婚する時に、嫁に着てもらいたい」と語った。

S1とL2の2人の事例で、女性用の鳥貝を息子のために作ったということがわかった。その衣装は女性が着るもので、実際は嫁にあげるものではないかというような錯覚をおこすかもしれない。しかし、S1とL2は2人とも「嫁のために」ではなく、「息子のために」という表現をしている。また、L7は「嫁のために作っている」と表現している。L7の言った「嫁」は「息子の嫁」を指すことは誰でも分かるが、ここで嫁のために作った衣装の継承には息子が介在していることを見逃してはならない。さらに、結婚する時、あるいは祭りの時にこの鳥貝を着るのは嫁であることは確かであるが、それはあくまでも嫁がその衣装の使用ユーザーであるとしか言えない。嫁がその衣装を所有するわけではないのである。

これまでの研究では、苗族の衣装の継承について母娘の間に行われているとのみ指摘されてきた。筆者はこれを真っ向から否定するわけではない。上に記した3人は40代・50代の女性であり、1960年代から現在に至るまで文化大革命、改革開放、出稼ぎブーム、観光化といった目まぐるしい時代を経験している。1990年代の出稼ぎや2000年以降の観光化などの影響で、西江は外部との接触が増え、現地の人々の生活や考え方も少しずつ変わってきている。この中で刺繍のついた衣装において男性も伝承することが可能になっているのではないかと筆者は考えている。調査不足の部分もあるが²⁴、息子のために衣装を作ったのであれば、衣装は息子の所有物となり、衣装の使用権を嫁に与えるに過ぎないと考えることができる。ただここでは息子を介しての刺繍の継承があるという事実を確認するとどめ、この問題に関しては別稿にて議論することにした。

3.2.3 販売用の刺繍

西江は2007年に旅行開発大会が開かれて以降、現地の観光化が急激に進んでいる。このような背景において、刺繍という地域的特徴をもつものが観光商品として販売されている。筆者は2018年9月の現地調査で、西江村内にある刺繍販売店(13軒)を調査した。表1は調査した刺繍販売店と経営者を列挙したものであり、備考にはその店における男性のかかわり方について簡単に記した。

²⁴ 例えば、もし息子と嫁が離婚するような場合、衣装の所有は製作者本人か、息子か、嫁かということについては、今回の調査で聞き取りができなかった。

表 1 西江の刺繍販売店（筆者作成）

NO.	刺繍販売店名	経 営 者	備 考
1	苗疆錦綉民芸園	Z1 (40代、苗族男性)	Z1は刺繍できる L8 (40代、女性) を雇い、刺繍販売店の経営を任せる。
2	木春綉坊	30代女性	
3	苗綉生活館	20代の女性	
4	紅祥民族刺繍	T1 (30代、男性、施洞鎮出身)	T1は春花刺繍博物館経営者である T2 (30代、女性、施洞鎮出身) の弟で、T2が忙しい時に手伝いに行く。
5	苗族服飾刺繍博物館—春花刺繍博物館	T2 (30代、女性、施洞鎮出身)	
6	蝴蝶媽媽綉坊	30代の女性	
7	天下品綉	30代の男性	
8	阿麗沙苗綉包	20代の女性	
9	金花綉坊	S3 (60代、男性、施洞鎮出身)	実際の経営者は S3 の娘の S4 (30代、女性、施洞鎮出身) であるが、彼女は貴陽の青岩古鎮でも刺繍販売店を 3 軒も出しているの、西江の金花綉坊を父 (S3) に任せている。
10	西江阿幼蠟染紡績刺繍博物館	L2 (1973年、女性)	夫の L4 (40代、男性、西江出身) は博物館の建設にあまり経済的な応援はしていないが、800m ² の家屋を L2 の博物館に改造した。
11	西江阿幼苗族刺繍紡	L2 (1973年、女性)	
12	L5 刺繍工紡 (婦女手工試点企業)	L5 (1968年、女性)	夫は出稼ぎで広東省にいる。L5は夫の家の一部を刺繍工房として利用し、姑と一緒に経営している。
13	古屋人家刺繍工芸展銷	S1 (1964年、女性)	夫は S1 の刺繍販売店の経営にあまり口を出さないが、販売店の拡大には反対した。S1が忙しい時に、店番をすることもあるが、刺繍に対して詳しくないため、客が来ると、S1に電話する。

以上の 13 軒の刺繍販売店のうち、4 軒が男性によって経営されている。男性経営者の方が女性より少ないが、男性が刺繍の販売に参加していることは確実である。その中の T1 (30代、男性、施洞鎮出身)、S3 (60代、男性、施洞鎮出身) の 2 人に聞き取り調査ができた。2 人も刺繍していないが、1 枚 1 枚の刺繍を見るとその刺繍製品がどこのものなのかすぐ分かり、刺繍製品の技法についても詳しい。S3 から「私も少し刺繍できるけど、あまり上手ではない。勉強すればできる」という語りも得た。彼が刺繍しているところを実際に見ていないが、この語りから男性が刺繍してはいけないという文化的規範がないことが分る。

S1 の刺繍販売店の経営を L1 は支持しているが、規模を拡大することに対して反対した。L1 は S1 が刺繍できること、刺繍が上手であることをたいしたことではないと考えている。S1 は

L1の同意を得られないため、刺繍売店の規模を拡大することを諦めた。

L2が刺繍博物館を経営することに夫(L4)は一時期反対していた。だがL2の博物館を作る決心が固く、夫に「お金は自分で何とかするから、家だけを使わせて」と頼んだという。夫は「L2にこんな難しいことができるかと心配している」と語った。そのような心配を持ちながら、L4は最後に自分の受け継いだ家をL2の博物館に改築した。夫は博物館の木製の家具や展示台などを作り、内部と外部の工事をし、内装も外装もした。博物館内部の防犯カメラも買って設置した。

刺繍販売店の経営に関して、調査した限り、店の経営は女性を中心となっている。しかし、だからといって、女性のみで店が営めるわけではなく、父、夫、弟などからある程度の協力を得なければならない。再度細かな例を確認すれば、S4は父からの支援を得て数軒の販売店を開いている。T2は弟に店を手伝ってもらっている。L2は夫の家屋を博物館に改築し、ある程度の協力を得て大規模な刺繍販売店を開くができたといえる。男性の作用が逆に働いた例として、S1は刺繍販売店の規模を拡大することを夫に反対されたため、小規模販売店のままであるということも言える。女性が刺繍販売で家に経済的な貢献をすることができ、ある程度家のことに対して決定権を持つようになってきているが、基本的に家庭では男性が女性よりイニシアチブをとる傾向があることには変わりはない。

4. 考察

4.1 男性の刺繍製作への参与

以上で見てきたようにこれまでの研究において刺繍の仕事は、女性の役割であると語り続けられてきた。そのため、刺繍の仕事において女性しかいない、あるいは男性が参与してはいけないというような錯覚を与えかねない状況であった。しかし、本論で取り上げたS2(40代、男性)とL1(1939年、男性)の事例からみれば、必ずしも男性が刺繍製作過程に関係していないわけではない。

S2は刺繍の製作過程において、紋様のデザインに参与している。L1は農作業を多く負担することで、S1の刺繍時間を確保している。刺繍製作には多くの時間を要するため苗族女性が時間を持つことは刺繍製作の前提条件である。苗族の家庭において、女性と男性は各自仕事を分担することが多く、各自自分の仕事を遂行してから、余暇時間を持つことになる。逆に考えれば、男性と女性が自分の仕事をしなければ、余暇時間を持つことはできない。L1はきちんと畑仕事をする、さらにS1の分の畑仕事を分担することで、S1の刺繍に当てる時間を確保している。

以上述べたように、刺繍の仕事において、男性は刺繍製作の紋様デザインに参与し、女性の刺繍製作の時間を確保し、販売に参与するという役割を果たしている。

4.2 刺繍の所有と経営

調査地である西江の人たちは1980年代、90年代は刺繍の経済的価値をそれほど重視していなかった。というのも、80年代90年代には古い刺繍を薪かわりに使っていた事例が少なくもなかったし、古い刺繍を直接捨てるケースもあったという。だが時代が変わり、2000年に入ると西江一帯は観光開発され、刺繍は民族工芸品として外部に広く知られるようになった。外部の人たちは手工芸品の刺繍を求めて同地を訪れるが、これは苗族女性に刺繍で生計を立てる機会を提供している。L2、S1、L5などの苗族女性は刺繍販売店を出し、女性だけが所有する刺繍を販売して貨幣と交換をすることになった。また刺繍販売店の経営には、男性も参与するようになってきている。T1(30代、男性)やS3(60代、男性)は刺繍販売店を営んでいるうちに、実際に刺繍はしていないが、刺繍技法や紋様などについてある程度の知識を持つようになった。たとえば、S3は刺繍はしないが、平繡、打籽繡などの刺繍技法の製作過程を言葉で説明することができるようになった。だが、一方で、L1はS1の忙しい時に刺繍販売店の店番をするが、刺繍に関することは未だ詳しくないという。刺繍販売店を営んでいる男性の中で、T1(30代、

男性)はT2の弟であり、S3は金花綉坊の実際の経営者であるS4の父であり、L1はS1の夫である。刺繡を製作する女性と結びつく父、夫、弟はだれでも刺繡販売店の経営に参加することができるのである。

また、刺繡のついた民族衣装の烏貝(晴れ着)の継承において、今まで母娘の間でしか行われなかった衣装の継承に変化が起きている。それは息子も継承者の範囲に入ることである。S1、L2、L7の事例では、母親が息子あるいは息子を介して嫁のために刺繡のついた烏貝を作っていた。3人の息子はまだ結婚していないが、その衣装をいかなる形で受け継ぐか、受け継いだ後の衣装の所有権がどうなるかなどはこれからの課題となるが、男性が受け継ぐ可能性が大いにあるといえよう。男性が刺繡のついた衣装を継承できるというのはこれまでに報告されてこなかったことであり、刺繡のついた衣装をめぐる社会的な意義が変化しているとも言える。

4.3 男性の消極的な支持

西江が観光開発される前は「自給自足」の農耕社会であった。各家は自留地²⁵を持ち、家族は男女を問わず、農作業の労働力であった。女性は家事と農作業を終えてから刺繡をする。現在、西江の生活様式は一変し、道路や観光開発のため農民の自留地が減少し、農作業もするが、観光業が生計の中心となっている。このような背景の中で、農作業にしても観光業にしても、男性と女性は各自分担する仕事ははっきりするようになった。男性は積極的に仕事をして、女性に刺繡をさせるというわけではないが、自分の仕事をきちんとすることで女性が刺繡することに対して間接的に支援しているともいえる。また、筆者は現地調査で、女性が刺繡することに反対する男性には1人も会わなかった。このことから男性は女性が刺繡することに対し積極的な支持を表明せずとも、消極的にそれを容認していると考えることができよう。以下ではその部分についてさらに掘り下げていく。

4.4 男性のシャドーワーク

「シャドーワーク」とは、I・イリイチ²⁶が1984年にはじめて提出した概念であり、「買入れた商品に、それに適するようになる価値を付加するために支出されねばならぬ時間、煩勞、努力」[I・イリイチ1984:92]のことをいう。シャドーワークを理解しやすくするため、I・イリイチは卵を料理することを事例として取り上げている。女性が卵料理をするため、マーケットに出かけて卵を手に入れ、車で家に持ち帰って、コンロに点火し、バターを鍋に入れて、卵を焼く。彼女が問題の商品に各段階で価値を付加している。食材を買うことから卵を焼くまでの一連の作業が卵料理を作るための「シャドーワーク」である。I・イリイチはまた「財またはサービスをその生産者と消費者とのあいだで市場を介して交換することを基礎とする経済は、統計的に公表される部門と公表されない部門にまず区分される」[I・イリイチ1984:42]とし、女性が公表されない経済の中で差別されていると指摘した。

たとえば、夫(男性)は家庭外で働き、賃金が支払われているのに対して、妻(女性)は家庭内で家事、料理、育児などの仕事をするが賃金が支払われない。この場合、女性が賃労働をする男性のために、家事や育児などシャドーワークをし、男性と同じように労働をしているが、女性の労働は賃労働と認められていない。本稿で取り扱う西江苗族社会に置き換えてみれば、刺繡製作、刺繡販売は女性になって行っているという見方のみでは、その背景に、男性が刺繡に付加価値をつけるためのシャドーワークをしていることが無視されてしまっているといえる。

西江の住民は1980年代までは「自給自足」の農耕生活を送り、外部との接触が少なかった。現地の60代以上の人の話に基づけば、彼らの世代では道路がないため、周辺の苗族村落や雷

²⁵ 自留地：農民が所有する土地。

²⁶ I・イリイチ、玉野井芳郎訳、『ジェンダー 女と男の世界』、岩波現代選書、1984年

山県や凱里市などに行くには歩くしかなかったという。1980年代以降、道路ができ、西江現地の生活交通網の発達が多大な影響を与えるようになる。特に1990年代以降出稼ぎブームがあり、若者の多くは貴陽市や広州などの沿海都市へ出稼ぎに行った。その反動で村社会では、労働力の減少により自給自足の農耕生活は崩壊し始めた。しかし、この「自給自足」の生活様式が完全に崩壊したのは2000年以降の観光化による影響が大きかったとされる。観光化が進む中、商品経済が盛んになり、刺繍も民族商品として販売されるようになった²⁷。刺繍製品の販売は1980年代頃には既にあったが、消費者は現地の刺繍できない女性に限られており、限られた範囲での販売であった。それが2000年代前後になると、外国人や研究者が刺繍を買うようになった。その後観光開発が進み、刺繍の商品化が進み、刺繍製品販売の専門店が数多くできるようになった。

刺繍が商品化され、市場で交換されるようになるという背景の中、男性が刺繍と関わり始め、特にその販売に大きな役割を果たすようになった。現地調査で見聞した事例からいえば、S1の刺繍販売店の看板や展示台は全部夫のL1が作った。L2の博物館の電気工事、木材の加工、展示台、家の改装は大工である夫のL4がした。T2の博物館の電気工事は弟がし、ガラス製の展示台や木製の展示台の運搬作業も弟がした。しかし、このようなことは外部の人から見えないので、刺繍の販売は女性が担うものという認識が強い。たとえば、刺繍販売店での客の多くはこの刺繍が素晴らしい。苗族の女性の刺繍技術が素晴らしい」という評価をよくするが、「この展示台が素晴らしい、電気が素晴らしい」とは誰も言わない。

観光客が刺繍販売店に入ると、販売店の内装や展示台を見るのではなく、刺繍を見るが、販売店の経営という観点からみれば、内装、展示台、ライトなどがあることで、刺繍が綺麗に見えるし、刺繍に高い値段をつける「自信」を持たせてくれるのである。事例に則して言えば、商店街通りにある刺繍販売店の中でも、内装が綺麗である方が、内装の良くない刺繍販売店より、販売している刺繍の値段が全体的に高い。2018年3月の調査で、金花繡坊という販売店の一枚の帽子は3900元（約70,000円）であったのに対し、古屋人家刺繍工芸展銷という販売店では、ほぼ刺繍技法と紋様が同じである帽子に対し1200元（約20,000円）という値段がつけられていた。これほど大きな値段の差がある理由についてS1は「刺繍は私のと変わらないが、販売店が人通りの多い所にあり、内装は綺麗だから」とS1は語る。2018年の夏に、S1の夫L1は1つの部屋を改築し展示壁と展示台を作り、息子のL6がライトを購入して付けた。このことがS1に自信を持たせ、2018年の9月の調査でS1は自分の店にある刺繍を全部販売対象とし、価格を上げた。すなわち、男性たちが刺繍販売店の内装に時間と労力を費やしたという、いわゆる、シャドーワークがすることで、刺繍の販売価格に大きく影響したといえる。

女性たちのほとんどは刺繍の販売で得た収入は自分の収入であると考え、刺繍展示台を作ってくれた男性、あるいは店番をしてくれた男性に給料を払っていない。この視点からみても、調査地において男性は刺繍の商品経済においてシャドーワークをしていることといえる。これらの仕事は「目につく」作業ではなく、賃金も支払われないため、文字通りシャドーワークとして「不可視」化されていると考えられる。

おわりに

これまで苗族の刺繍についての多くの研究によって、刺繍が女性によって育まれてきた文化であることは定説とされてきた。苗族の刺繍の製作と使用において中心的役割を果たすのは女性である。現地調査の際も、家の玄関や広場で刺繍をしているのは女性のみであった。刺繍のついた衣装、BI、靴なども女性が利用する。技術の伝承や刺繍の付いたモノの継承に関しても、苗族の人々は「母から娘へと伝承・継承される」と語り続けてきた。このように視覚的に見える刺繍の製作と使用の中心は女性であり、さらに現地の人の語りの影響もあり、男性と刺繍の

²⁷ これに対して、観光化される以前の刺繍について、西江で刺繍販売店を経営する数人の女性から、「1980～90年代に刺繍を薪替わりとしていた」という話を聞いた。

関係は目につきにくく見逃されやすいものであった。そのため、研究報告も女性のみを目を向けるものが多かった。

しかし、現在は、これまでと少し様子が異なっている。1990年代の出稼ぎブームや、道路の建設、観光化などにより、若い年齢層が村を出て、農業用の畑や水田がなくなり、苗族の村の生業形態が変わり、生活様式にも変化が見られるようになった。すなわち、農耕を中心とした「自給自足」的な生活から観光業を中心とする半農半商のような生活へと変化しつつあるのである。このような時代背景において、刺繍における主役は、もちろん女性であることに変わりはないが、潜在化していた男性と刺繍との関係は顕在化するようになり、無視することができなくなってきた。刺繍が商品化したことにより、その販売や提供されるサービスに付加価値をつけるため、男性が時間や労力をいとわず、シャドーワークをしている現状がある。しかし、これは一般的に意識されることは稀で、男性自身もこれからの活動から収入を得ていない。この点からみれば、男性が刺繍をめぐる経済において、「不可視」化されているといえよう。

まとめよう。本稿は中国貴州省黔东南苗族侗族自治州雷山県西江鎮を調査地として、これまで女性の視点に偏重してきた苗族の刺繍研究を、男性の視点を取り入れて検討してきた。筆者は男性と刺繍との関係を、刺繍の完成前（製作過程）と完成後（販売、使用）に分けて整理した。刺繍の完成まで、すなわち刺繍の製作過程においては、男性が刺繍の紋様を描き、女性の刺繍時間を確保するという形で積極的あるいは消極的に参与していると窺えた。消極的参与とは男性が家事や農作業をして女性の刺繍時間を確保し、女性が刺繍をすることに男性が反対しないといった間接的な支援を意味する。また完成後の刺繍と男性の関係については、刺繍をどのように使用するのかという面から、すなわち、製作者本人（女性）の使用、次世代への継承用、販売用という3つの面から論じた。特に本来母娘の間でしか行われてこなかった「ハレ着」である烏貝の譲渡において、息子を介しての「未来の嫁」への譲渡が確認された。これはこれまで報告されてこなかったことであり、たとえば佐藤若菜が指摘したような母娘の紐帯が強調される苗族の民族衣装（烏貝）研究にとっては画期的なことである。調査において、烏貝を製作する母から「息子のために作った」という語りを得たため、今回は事例として取り上げたにすぎないが、実際に息子が結婚した時、烏貝の扱い方、所有権、さらに息子と嫁の考え方について引き続き研究する価値があると考えている。このような刺繍と男性との関わりは、近年の社会経済的な変化において顕著に現われるようになったという点で、極めて現代的な問題とも言えるが、先に指摘したように、シャドーワークという観点からとらえれば、潜在的に存在していた男性と刺繍との関係が顕在化するようになったと見ることもできる。いずれにせよ苗族社会における刺繍研究において男性は、現在重要なアクターの一つとなっていることが明らかにされた。