

苗族社会の「財」である刺繍と刺繍で装飾した民族衣装の交換

—中国貴州省黔东南州雷山县西江鎮羊排寨を事例として—

楊 梅竹

はじめに

1978年の改革開放以降、中国は少しずつ市場経済化が進んでいる。苗族社会も市場経済化の影響を受け、社会・経済的環境は変化しつつある。このような状況に対して、中国貴州省黔东南苗族侗族自治州雷山县における西江¹⁾苗族社会の女性たちの一部で、手作りの刺繍を買い集め、販売するなどの活動がみられようになった。特に2000年以降、西江の観光化が進む中、民族工芸品である刺繍の経済的な価値が高まり、刺繍の販売を通して経済的利益を求めようようになってきている。

筆者の調査事例では、刺繍の作り手である女性たちが、金銭的に余裕があれば、西江、烏堯²⁾、控拝³⁾などの近隣の苗族村落を回り、刺繍が施された衣装を収集するという状況が垣間見られた。たとえば、後述するS(1964年生、女性)の刺繍販売店では、彼女が買い集めた数百枚の繡片⁴⁾がある。また彼女と同じように、後述するL(1972年生、女性)も10年以上の間、繡片を収集し続け、2017年に(中国貴州省黔东南苗族侗族自治州雷山县南貴村西江千戸苗寨の中に)苗族刺繍博物館を設立している。折しも同地が観光化される中、刺繍の経済的価値は高騰していった。刺繍はすぐには金銭的価値には変換されないものの、その経済的価値が確立されたためS、Lらにとっては「財産」であるととらえるのが適切であろう。

本研究では文化人類学的なフィールドワークの手法を用いて得た事例に対し、2つのアプローチから検討を加えることで論を進めていく。1つ目は市場経済化が進む現代の苗族社会において、刺繍作品をめぐって取引交換と贈与交換(本論で扱う刺繍・衣装の贈与交換は贈るという行為だけではなく、広く無償の貸与が含まれている)という2つの交換形態が存在していることを明らかにする。これらの交換の過程において、苗族の女性は何をその価値(あるいは意義)の拠り所としているかという部分について検討する。そして2つめとして大きな変化の途上にあり、現代化しつつある苗族社会における刺繍の価値を動態的に考察し、外部・内部双方の視点を織り交ぜることにより、彼女たちにとっての刺繍の意義を再考する。

本論の主たる目的は、先行研究においてはほとんど描かれてこなかった刺繍の作り手である女性の視点から刺繍の価値及び位置づけを再考することである。以下では先行研究における到達点を示したうえで、調査事例を踏まえ、現代苗族社会における刺繍をめぐる2つの交換の在り方、そして現代の苗族社会における刺繍の新たな意義について明らかにする。

2. 苗族女性の財（財産）である刺繍と衣装

2.1 苗族女性としての「財産」とは

苗族女性が所有する財は何であろうか。苗族全般に関する代表的な文献である『苗族通史（五）』の「卷三十三 家庭村落誌」では、苗族の家庭内の財産の分配について「父母の財産は主に男子が継承する。女性には結婚する時に、嫁入り道具を与えるだけである。富裕な家庭は娘に『私房田』を娘に与える（筆者訳）」（呉榮臻・呉曙光 2007:663）となっている。

苗族女性を中心とする研究者である袁潔によると、苗族の財産継承について、苗族女性は結婚に際し実家の財産を継承する権利を持たず、結婚後も夫方の財産を継承することができないという（袁 2012）。結婚前も結婚後も苗族女性が継承できる財産は結婚の時、生家が用意した衣装と銀飾りだけである。このように、苗族女性は衣装と銀飾りの所有権のみを持ち、それが彼女らの「財産」となっている。これまで苗族研究者の多くは苗族の衣装を形状と装飾に分類し、主に形状によって苗族の衣装を分類してきた。たとえば西南少数民族を人類学的、民俗学的に研究している研究者の楊正文は苗族の衣装を地域的な特徴から、湘西型、清水江型などに分けている（楊 1998）。また、民族研究を専門とする席克定は苗族の服飾は上衣部分、下衣部分（スカートなど）、衣装の付属部分（頭巾、靴）及び衣装の装飾部分（刺繍、蠟染など）からなっていると整理した（席 2005）。換言すれば、刺繍は衣装の一部であり、苗族女性自身も刺繍の所有権を持っているといえる。そのため衣装に付属している刺繍も苗族女性の財産であると言えるであろう。本稿ではこのように婚姻に際して母娘間で継承される刺繍が施された衣服を「財産」とし、後述する世代間継承ではなく交換において価値が見出される衣装を「財」として整理する。

2.2 財としての苗族刺繍と財の交換に関する研究の現状

これまで苗族の言語、符号、古歌を研究してきた貴州民族大学の李一如によると苗族の服飾に関する研究は次のように整理される。李は現在までの苗族衣装に関する研究の領域について、「初期は苗族服飾の様式と種類に関する考察に重点を置いている。その後は研究を服飾の製作、服飾と歴史文化の關係に広め、解釈学理論と現象学、符号学などを利用し、研究は更なる範囲に広がり、服飾と文化学、歴史学、民俗学、芸術学、図像学、美学などと結合され、分野を跨る研究となっている（筆者訳）」と指摘している（李 2017:28-40）。しかし経済学的な視点、とりわけ経済人類学的な視点からは、苗族刺繍はほとんど議論されてこなかった。

そのためここでは教科書的な観点から議論を始めたい。経済人類学において財は、取引交換と贈与交換の2つの扱いがある。文化人類学者の中川敏は、初学者向けの教科書の中で交換を財をめぐるゲームとした上で、「取引ゲーム」と「贈与ゲーム」という2種類の「ゲーム」に分けた。①取引ゲームの目的は得をすることであるのに対して、②贈与ゲームの目的は人間関係を構築することであると説明している。そして中川は「贈りものが『内なる』秩序に、取り引きが『外なる』秩序—あるいは無秩序なのかもしれませんが—に関連させられている」と述べる（中川 1992:50）。つまり議論を先取りすると、苗族女性

が市場経済化、観光化の中で刺繍を観光客に販売することで経済的利益を求めるのは、①の取引ゲームに当たり、また刺繍のついた衣装を親戚や友人に無償で貸し、それに対して親戚や友人が金銭ではなく食事や互助をすることで返礼し、緩い互酬性がみられ、両者の関係を維持することを目的とするのは、②の贈りものゲームであると考えられる。

経済人類学者である栗本慎一郎も1つの社会における市場は、内の市場と外の市場の結合であると指摘している（栗本 1995:85）。以上はあくまでも「教科書的な説明」であるため、この議論がそのまま苗族社会にあてはまるとは限らない。しかし、これまで経済人類学的な分析がなされてこなかった苗族女性の財をめぐる問題において、このような視点から考察を加えることは有益であろう。

確かに、民族観光開発に力を入れている張建春（2005:72-74）、王孔敬（2008:38-41）、王振豪（2013:217-227）などの研究者は、観光化が進む中で、刺繍が苗族を代表するような特色として表象され、文化的価値が高まることで経済的価値も上昇していることを指摘している。実際観光化の中で、苗族女性は刺繍の販売をとおして経済的利益を追求し、積極的に外部の人と取引交換をしている。すなわち、刺繍を対外的な領域において交換していることは確かである。しかし、対内的な交換を含んだ経済人類学的な研究は未だ十分に為されているとはいえない。

民族学的調査に関して言えば1950年代、費孝通（1951）、呉澤霖（1991）などが貴州の苗族村落の調査をはじめたことから、苗族に目を向ける研究者が増加した。刺繍に関しては、研究者たちは刺繍の交換にはあまり関心を示してこなかった。2000年以降、特に観光化が進む中で、刺繍の経済的価値は「発見」され、民族的特色のある商品として外部の者に販売されることが多くなった。たとえば、先に紹介した袁潔は調査地である郎徳上寨は観光業の発展に伴って、苗族刺繍が重要な「文化商品」として市場に進出し、他民族からの注目を集め、商品としてよく売れるようになったと指摘している（袁 2012:128）

研究者たちは刺繍の交換に注目し始めているが、彼らの関心はほとんどは対外的な交換である。たとえば袁潔（2011:46-50）、羅曉明・馬静（2012:97-105）、席克定（2013:87-95）は、対内的交換に触れてはいるが、それらは恋愛、婚姻あるいは祭りなどにおける男性と女性との間の、あるいは2つの婚姻集団の間の刺繍の交換といった限定的な議論に留まっている。具体的には、袁潔は「苗族女性は『姉妹飯⁵⁾』を男性に贈り、その中に松葉が入っている。後日男性は刺繍の針と糸を女性に返礼する」。また「婚姻儀礼において、……女性は嫁入り道具である衣装を男性に渡し、男性は傘を女性に渡す（筆者訳）」と記述している（袁 2011:47）。すなわち苗族女性は嫁入り道具である刺繍のついた衣装を結婚式という特別な日に男性と交換し、これから夫婦関係を築くということのみ触れられてきたに過ぎない。

以上述べてきたように、西江の苗族社会における刺繍の交換に関しては、対外的交換に注目が向けられ、対内的交換では2つの婚姻集団の間の交換のみに部分的に言及されるに留まっているのが研究の現状である。

本研究は苗族社会における対内的交換の対象、交換できる刺繍の範囲について検討する。

具体的には苗族女性が対内的交換において交換する相手との関係に基づいて、いかなる交換をしているのかについて明らかにする。以下では、中国貴州省黔东南州雷山県西江鎮羊排寨で刺繍販売店を営んでいる苗族女性 2 人の聞き取り調査を中心に、西江苗族社会において刺繍は取引交換と贈与交換の両方の対象物として存在していることを明示する。また現地の女性が刺繍の贈与交換においていかなる社会関係、人間関係を作り上げているのかについても明らかにする。

3. 西江の苗族社会における刺繍の交換

先に述べたように経済人類学では一般に、物の交換には「取引交換」と「贈与交換」の 2 種類があるとされている。これらの交換はそれぞれの次のような目的、特徴を持っていると整理される。中川敏によれば(中川 1992:28)、取引交換は関係性を持たない人と交換することで利益を求めることに対して、贈与交換は関係性を持っている人と損得を問わず交換することで関係性を維持することを目的とする。

もちろん、以上はあくまで教科書的な説明であるため、両者を明確に境界化することはできないであろう。だが本節では経済人類学が創り上げた 2 つの交換の特徴を手がかりとし、西江の苗族社会における刺繍の取引交換と贈与交換の傾向を検討していく。ただ細かな議論に入る前に、まず衣装と刺繍との関係を確認しておきたい。

3.1 民族衣装の着用

西江苗族の民族衣装には普段着と晴れ着がある。普段着は苗語で「烏更^{WU GENG} (漢語発音)」(写真 1、写真 2) と呼び、直訳すれば「繡花衣」という。西江の苗族女性は普段はこの服を着ている。家事や農作業をする時もこの服である。烏更の特徴は襟、肩、首まわりに刺繍があり、袖口にも 5cm ぐらいの刺繍がある。また胸の部分には大きな花の繡片が付けられている。烏更は普段着であるが、M (1974 年生、女性、西江南貴村出身で、現在東引村に居住) の話によれば、彼女の家は富裕でなかったため、結婚式の時も烏更だったという。



写真 1 烏更を着ている M
(筆者撮影 2018 年 3 月)



写真 2 広場で刺繍している西江苗族の女性
(筆者撮影 2018 年 3 月)

現在西江苗族の女性は誰でも烏更を持っているが、それが自分で作ったものとは限らない。筆者が 2017 年に西江の定期市に行った際は、烏更の既製服を販売している店も存在した。1 軒は店頭販売で、もう 1 軒は露天販売であった。上衣は 150 元（約 2,500 円）から 300 元（約 5,000 円）で販売していた。自分で刺繍をし、仕立てている女性もいるが、現在は時間がないため既製品を買っている女性も少なくない。たとえば 2016 年 9 月の現地調査では、L1（40 代、女性）は貼花繡の技法を用いて烏更の刺繍を自分でしていたが、一方で Y（1994 年生、女性）は刺繍ができないため、販売店でそれを買っていた。また刺繍販売店を営んでいる S の三男の嫁（30 代）は三顆樹⁶⁾の出身で、刺繍ができないため、日常着として烏更を買っている。

次は晴れ着である烏貝について触れていく。西江の晴れ着は苗語で「^U ^{BBU}（漢語発音）」（写真 3、写真 4）と呼び、直訳すれば「雄衣」となり、語義をそのまま受け取れば男性の服となる。これに関し、S とその夫である L2（1939 年生、男性）は、「烏貝は昔は男性の着る服であったが、今は女性の服になっている」と語る。この衣装は結婚式や葬式、盛大なる祭り（苗年⁷⁾、鼓蔵節⁸⁾など）の時だけ着用する。2016 年 11 月は西江の苗年であったため、S は 2 着の烏貝を取り出し、息子の恋人と筆者に着せた。11 月 19 日の午後には烏貝を着た苗族の女性が広場に集まり、蘆笙舞⁹⁾を踊る。その女性たちほぼ全員が 10 代～20 代であった。S によると、「祭りの時、既婚の女性はあまり烏貝を着ない」という。現在、機械で作られた烏貝が市場に出回っており、数千元（日本円では数万円）という安価な値段で売られている。刺繍ができない人や烏貝を作る時間がない人が主に購入するという。しかし手工製作にこだわる人は値段が高くても、手工製作の烏貝を買う傾向が強い。また時間をかけても、自分で作る人もいたり、烏貝を必要な時だけ借りて着る人もいる。



写真 3 結婚式で烏貝を着る花嫁
（筆者撮影 2016 年 9 月）



写真 4 西江阿幼博物館に展示してある烏貝
（筆者撮影 2017 年 9 月）

以上述べたように、西江苗族の女性は日常的に着る衣装（烏更）と特別な日に着る衣装（烏貝）を持っている。烏更にしても、烏貝にしても、いずれも刺繍が施されている。刺

繡は衣装を装飾し、衣装の一部となっており、衣装に付加的価値を与えている。

3.2 刺繡の取引交換（他人の刺繡を収集し販売する2人の苗族女性）

本節では西江羊排寨で刺繡販売店を営んでいる苗族女性である S（1964 年生、女性）と L（1972 年生、女性）の 2 人の事例を通して、刺繡の取引交換について検討する。

この 2 人の女性が販売店に出している刺繡製品には次の 4 種類がある。それは、①機械製の刺繡品、②自分または母、姉妹などが作った古い刺繡品、③予約を受けてから作った刺繡品、④現地または周辺の苗族村落で買い集めた刺繡品である。②③④はいずれも手工製作品である。

S と L を事例として取り上げたのは次の理由からである。まず、2 人の年齢は 40 代と 50 代であり、2 人とも苗族出身であり、刺繡製作の技能を有する。外部社会との接触で必要な漢語が話せる。一般的に苗族の 60 代、70 代の女性は刺繡はできるが漢語を使用することができない。逆に 20 代、30 代の女性は漢語はできるが、刺繡については詳しくない者が多い。そのため、漢語も刺繡もできる 40 代の L と 50 代の S から刺繡をめぐる取引交換に関して多くの情報を得ることができるといえる。2 人の刺繡販売店で販売している刺繡の種類はほぼ同じであり、その中には他人から買い集めた刺繡製品が店の大部分を占めている。しかし 2 つの販売店は規模が異なり、それぞれの、経営方針も異なっている。これらの理由から、この 2 人の事例を検討することで、西江社会における苗族刺繡の取引交換の一端を提示することとしたい。

3.2.1 小規模経営店

S（1964 年生、女性）は 1980 年代、農作業の余暇を利用して刺繡を作り定期市で販売していた。その時は 1 枚の繡片は数十元（約 1,000 円）で販売していた。S の夫 L2 は小学校の教師であり、彼の話によれば「80 年代の自分の月給は数十元しかなかった」という。S によれば、「余裕があれば 1 週間ぐらいで 1 枚の繡片を仕上げ、布紐などと一緒に定期市で露店販売していた」という。「刺繡製作する時間がない時は、販売にいかなかった。数枚の繡片を作り上げたら、1 ヶ月から 2 ヶ月に 1 回定期市に行く」。すなわち刺繡製作できる時間によって、作り上げられる刺繡の数が限られているため、刺繡の不定期販売をしていたという。その頃 S は刺繡販売をしていた定期市に関しては、決まった場所と時間ではなかったと話す。刺繡製作は細かい手作業で、絵図から刺繡完成までは時間がかかり、手工製作の刺繡を量産することは難しい。S の刺繡は定期市で人気があったが、量産できないため、経済的な利益はそれほど多くなかったという。

1990 年代に入り S は再婚することとなった。夫方の家は田畑が多く、農作業が忙しくなったため、S はあまり刺繡にあてる時間が作れなくなった。2000 年以降は田畑などを子供に分け、彼女はある程度重い労働から開放されることでまた好きな刺繡ができる時間を持てるようになった。S は自分で刺繡をすると同時に、西江村や西江周辺の苗族村落から刺繡製品を一定の値段で買い集めるようになった。S は「私のお金は全部この刺繡品につき込んでいる。刺繡が好きだから、お金があれば、すぐ綺麗な刺繡品を買う」と語る。彼

女が刺繍を買い集め始めた最初の動機は刺繍に対する情熱であったという。

2008年以降西江の観光開発が始まり、外部社会との接触が増えた。Sは外部の人々が手工製作である苗族の刺繍に興味があることを知り、本格的に刺繍の販売を始めようとした。しかし、1980年代に刺繍販売していた彼女は、刺繍は経済的利益に転換できるが、それほど量産できないことをよく理解していた。彼女が買い集めていた西江や周辺村落の苗族女性の手工製作の刺繍品は刺繍販売店の経営を可能性にするもので、2008年にSは食堂経営と同時に刺繍販売店を始めた。Sの刺繍販売店には自分で製作したもの、母の製作したもの、買い集めた古いもの、少量ではあるが機械製作の刺繍品などが並んでいる。

2015年、筆者が現地調査で訪れた際、Sの刺繍販売店は独立した店舗ではなく、家の左側の部屋に刺繍製品が重ねて置いてあるのみであった。展示する空間が殆どなく、そこは観光客が通る道からは見えなかった。そのため、食事をするために店に入らなければ、刺繍販売コーナーがあることは分からなかった。そこで、Sは2017年に観光客の通る道に面して約8m²の店を建てた。しかし店は小さく、とてもではないが全ての刺繍を展示することは難しい。そのため数百枚の刺繍、衣装を小さな空間に置き、数枚の刺繍と蠟染を壁にも掛けて展示した。毎朝刺繍を出して展示し、夜にまたそれらを畳んで店の奥に収める作業をしなければならないため、刺繍販売店の開店の前と閉店後の30分位、準備と片付けに時間がかかっている。

Sは刺繍販売店の経営には、自分なりの考えを持っており、「私はLのように広い部屋を持っていないが、私の店で売っている刺繍は殆ど手工製作である。一針一針手で作ったものだから、高く売っている。分かってくれる人は、高くても買う」と語る。そのため、彼女が手工製作の刺繍と機械製作の刺繍につける価格には大きな差がある。機械製作の刺繍が装飾された盛装の上衣は3千元（約5万円）であるのに対し、手工製作は1万元（約16万円）から2万元（32万円）の値をつけている。すなわち、Sは刺繍の手工製作に高い価値があると考えている。Sが手工製作の刺繍に高い価値をつけている理由については後で詳しく述べることにするが、彼女の刺繍販売店は小規模であり、観光客の数や、天気などいろいろなことに影響され、収入が安定していないことは確かである。Sは一時期、インターネットで刺繍の販売をしようとしたが、漢語は話せるものの漢字を書くのが苦手であり、インターネットを活用することは難しかったので、店頭での直接販売に専念している。

3.2.2 刺繍を買わない観光客との取引交換

刺繍販売店に来る観光客には刺繍の値段が高くて買えない者、購買力はあるが買う程まで刺繍が欲しくない者、刺繍に興味があり購買力もあって買う者などの幾つのパターンがある。その中には刺繍のついた衣装を着て、写真を撮って記念にしたいという観光客も少なくない。Sはそのような観光客に向け、もう1つの商売（取引交換）をしている。それは、観光客に刺繍のついた民族衣装を30元（約500円）で観光客に貸すことである。観光客は衣装を着て、30分から1時間位楽しみ、その様子を写真に収める。

西江の博物館前には広場があり、そこでも民族衣装を観光客に貸している店が数軒ある。

そこの値段は 10 元であるのに対し、彼女の店の価格は広場の店の 3 倍と非常に高い。この理由について S は「あの店の服は私のとは比べ物にならない。あれは機械で作った服で、しかも西江の民族衣装でもない」と言う。このように衣装のレンタルであっても、彼女は手工製品と機械製品を明確に区別しそれらを差異化している。

観光客は民族衣装である烏更と烏貝を着る体験をし、苗族女性はお金をもらう。すなわち実物の刺繍や民族衣装と貨幣というモノ消費ではなく、コト消費を通して取引交換を行っているといえる。

3.2.3 大規模経営店

次に大規模経営をしている L の事例を見てみよう。L は 1990 年代（当時 20 代）に出稼ぎで貴州省貴陽市¹⁰に行き、そこで木工（彫刻）職人であった夫の L3（当時 20 代、生年不詳）と出会った。L は刺繍が好きで、2 人とも芸術的なものに興味があることが 2 人を結婚に導いたという。貴陽市には長く滞在せず、1990 年代後半に夫と西江に戻ってきた。彼女の話によれば、西江の家屋は全て木造であるため、夫が木工として稼いだお金で生活することはできるが、結婚後は貧しい生活を送っていたという。彼女が刺繍を買い集め始めたのは 1990 年代後半の頃からであり、もちろん刺繍作品が好きだというのが L が刺繍を収集する大きな理由であった。しかし、もう 1 つ理由があることが彼女の次の語りから窺える。「あの頃、私は人の家を訪ねた時、刺繍作品を燃料として燃やしていた女性が何人もいた。それは私には衝撃的であった。燃やすなんてもったいないと思った。だから、私は安い値段でそれを買った」。この話からすると、1990 年代、すべての苗族女性が刺繍に価値を見出していたとは言えない。特に、刺繍を燃料として燃やしていたことからすると、苗族女性が刺繍を製作するのは販売を目的としていなかったことは明らかである。つまり 1990 年頃までは、刺繍には歴史的価値、社会的価値があるかどうかは別として、西江苗族の女性自身は、そこに経済的価値があるとは考えていなかったといえる。しかし現在 L は「西江阿幼民族博物館」を経営しており、そこに彼女が買い集めた刺繍、母と姉妹と自分の手工製作の刺繍、機械製作の刺繍など千点以上を展示しており、また刺繍販売店も経営している。

L の刺繍販売店は S の刺繍販売店と異なり、規模が大きく、雷山县政府から経済的な支援を得ている。彼女の店舗は刺繍や蠟染、布などの製作道具を展示し、博物館の形を取っている。また、刺繍、蠟染の体験館も設けている。その博物館は 800 m²以上の広さで、単なる刺繍の販売店ではなく、博物館、体験館、販売店など総合的な施設となっている。そこには、刺繍製作をする者、蠟染をする者、販売をする者、布を縫う者、インターネット管理をする者、経営販売する者、デザイナーなどの職員がいる。まさに小さな企業と言ってよいであろう。それらの職員は現地の女性や隣村の女性、省外から来た若い女性（インターネット管理）、L の家族などである。

L は「私は手工芸が好きで、もっと多くの人に我々苗族の刺繍を知ってもらいたい。外部の人に刺繍や蠟染という手工芸の魅力を伝えたい。観光客は機械で作ったものより、手工のほうを求めている」と語る。L はウィーチャット¹¹、新浪微博¹²などのネット広報を

通し、博覧会への参加、テレビを通しての宣伝などを行っている。Lはまた、旅行会社からも観光団体を紹介してもらっている。彼女の博物館に来る客の数はSの売店よりはるかに多い。Lは博物館を経営しているので、商売人的な雰囲気があるが、刺繍製品はSと同じように手工製作に価値があることを強調し、重視している。

3.3 刺繍の贈与交換

3.3.1 販売店に出さない刺繍（秘蔵している刺繍）

SとLは刺繍販売店を営み、店頭あるいは博物館の中で数百数千点の刺繍を管理している。しかし、2人とも表には出さず秘蔵している刺繍があり、それを売ることは考えたこともないという。それは彼女たち自身（或いは親世代）が子供のために作った鳥貝である。Sの息子のL4（1987年生）はまだ結婚していないが、彼女は息子の将来の伴侶のために1着の盛装を作った。またSは母が作ってくれた盛装を1着持っているが、それも息子の嫁に贈るつもりであるという。その2着の衣装は決して店頭に出すことはない。Sは自分の作った盛装と母からもらった盛装をとてとても大事に扱っている。たとえば折りたたむ時に刺繍の部分に傷や折れ目などをつけないように注意したり、ほかの服との摩擦によって刺繍が傷つくのを避けるため、盛装は内面を表にし、刺繍のある面を裏にしている。また刺繍のある部分を繡片の形により整えている。盛装の刺繍のあるところは袖口、襟、肩などであるため、その部分はたたみじわができないように細心の注意を払ってたたむ。その2着の衣装は祭り、結婚、葬式などの重要な日にだけ出す。その理由について、盛装は普段鼠などの害を防ぐため、とても安全な場所に置いているので、すぐには取り出せないからであると語る。

Lも息子の将来の結婚相手と娘のために1着ずつ盛装を作った。Lは1着の盛装を作るには1年以上かかったと言い、この衣装は絶対売らないと話す。博物館に展示している盛装は彼女が買い集めた手工製作のものであり、彼女自身が作ったものではない。

また、Sの売店でもう1つ売らない刺繍がある。それはSが買い集めた刺繍の中の特殊なものである。この衣装は見た目が新しく、刺繍の紋様が綺麗であるという。使っている刺繍技法は西江でよく見られる技法であるが、糸が整って綺麗に並んでいるため、専門家であるSの目に大変美しくみえるため、手元に置いておきたいと語る。

3.3.2 刺繍の対内的交換と対外的交換

3.3.2.1 現地の人に対する鳥更と鳥貝の貸借

中川敏は人が贈与をする理由について、先の論述の中で、「社会構造の語彙の最小ユニットである2者関係は、たいていの文化においてその関係に適当な行為パターンを規制しており、「ある関係に適当な行動パターンが存在する、と文化は主張する」（中川 1992:91）と述べている。中川は1つの社会における交換は、交換を行う両者の関係の生成、あるいは再確認をするものであると指摘する。筆者は「金銭を媒介にした衣装の貸与」という取引交換との対比において「無償・金銭を媒介としない衣装の貸与」を贈与交換に分類し、以下では刺繍で装飾した衣装の貸し借りの事例を通して、西江苗族社会における刺繍の贈

与交換から、関係の生成および再確認ということに関して検討を加えていく。

西江苗族の女性はほぼ全員が烏更を所持している。当然 S も手工製作と機械製作の烏更の両方を持っている。日常的に家事や農作業などをする時は機械製作の烏更と古い手工製作の烏更を着ることが多いが、観光客や親戚の人が来る時や、外出、親戚の家を訪ねる時には新しい手工製作の烏更を着る。S は烏更を人から借りることはないが、人に貸すことはある。この時、彼女と貸す対象との関係により、烏更は異なる扱い方をされる。

西江の苗族女性の多くは自分の烏更を持っているため、互いに烏更を貸借することは滅多にない。しかし観光化の中で、商売あるいは仕事で西江に来る外部の人や漢族の人に対し烏更を貸すことはよく見られる光景である。湖南省鳳凰から来た L5 (50代、女性) の事例を見てみよう。L5 は S の家の近くに露天の店を出している。L5 は糸で腕輪を編み、女性向けのネックレスやピアスなどの装飾小物を販売している。L5 は西江に既に 5 年近く居住しているため、周囲の人からは現地の住民と認められており、L5 自身もある程度現地の社会活動に参加している。

たとえば、2018 年 3 月には羊排寨の李家の先祖の墓参りに参加した。しかし彼女は普段苗族の衣装を着ないので、烏更を持っていない。そのため彼女は現地の人と一緒に行動を共にしたり、状況に応じて苗族の民族衣装を着る必要に迫られることがあるという。そのような時、S は自分の好きな烏更と烏貝を出して L5 に選んでもらい、彼女に貸し出す。特に烏貝は 1 人で着ることができないため、S 自身が手伝わなければならない。L5 はその衣装を着て外出してもよいし、いつ返してもよい。S は L5 に見返りを期待してはおらず、お金を払う必要もないという。だが L5 は S が衣装を貸してくれたことに対して、少し時間を空けた後、食材を買いこんで S の家で料理をし、一緒に食事をするなどの「返礼」を行っている。また S が忙しい時には刺繍販売店の留守番をしたり、食事屋が混む時には、L5 が野菜を洗ったり皿洗いをするなどの手伝いを率先して行ったりする。すなわち、S が烏更や烏貝を「無償」で貸してくれたことに対して、L5 は食べ物や労働を通して「返礼」をしているともいえるのである。このように、ここでは 2 者間の緩やかな「互酬性」が垣間みられる。

S の姉である S1 は娘の花嫁衣装について、「私は作らない。娘が大人になったし、私も作る時間がない」と語る。S1 の話によれば、現在の女性は結婚式の時、普段着の人もいるため烏貝がなくても特に問題にはならず、烏貝自体も結婚式の日の 1 日しか着ないので、もし着たければどうにでも都合がつくという。S1 自身も烏貝を持っていない。かつて自身が結婚する時に母が烏貝を作ってくれたが、今それは妹の S のところに保管されている。S1 の妹 (S) が 1 着の烏貝を作ったので、S1 の娘が結婚する時に S の烏貝を借りると語る。一般的にこの烏貝という衣装は、自分の家族以外の人には貸したりはせず、みな大事に保管している。S と S1 姉妹の事例では、妹の S の家にある烏更と烏貝はすべて姉と姉の娘に貸し出されたという事実が存在する。つまり、S と S1 は親族という関係を持っているので、大切な烏貝を貸すことが可能であり、あるいは借りることが可能であるということである。

3.3.2.2 外部の人に対する烏更と烏貝の交換

先に述べたように S は他人である観光客に対して、お金をもらって苗族の衣装を貸している。客は 30 円で 30 分から 1 時間、刺繍のついた衣装を借りて着ることができるが、衣装は店頭に出ているものに限られており、自分の着る烏更は決して店頭に出すことはない。見知らぬ観光客に対して、その場で衣装の着用と貨幣の交換を直接的に行い、厳格に取引交換のルールを守っている。

2016 年苗年の時、S の嫁の友人である女性 A（50 代）が貴陽から西江に遊びに来たので、S は A を自分の家に招待した。S は息子の恋人と筆者の着る烏貝を 2 着用意した。A は翌日の蘆笙舞で、烏貝を着て踊りたいと S に言った。S は直接その申し出を断ることはなかったが、A に烏貝を貸さなかった。A は普通の観光客であるが、S の嫁を介して S と知り合ったので、両者は一定の関係性を持っているといえる。しかし、S は A からお金をもらうことはできないし、今後 2 人間の関係を継続する可能性も低いので、A に衣装を貸さなかった。その理由について、S にとって A はあくまで「初対面の人」であることには変わりはなく、深い関係性を持っておらず、今後も親密に接触することはないからであろうと筆者は考えている。

4. 苗族女性にとっての刺繍の交換

4.1 刺繍と貨幣の交換

本論の前半部は西江の苗族社会において、刺繍の取引交換と贈与交換が行われていることについて検討した。刺繍の取引交換とは刺繍と貨幣の交換である。本論で事例として取り上げた S と L はお金があればできるだけ安い値段で刺繍を買い集め、刺繍販売店で高い値段で販売している様子を示した。たとえば、S は数十円で買った刺繍を数百円で販売し、数百円で買った刺繍を数千元で販売している。その価格差が S の収入となっている。これに関しては、図 1 で示すとおりである。

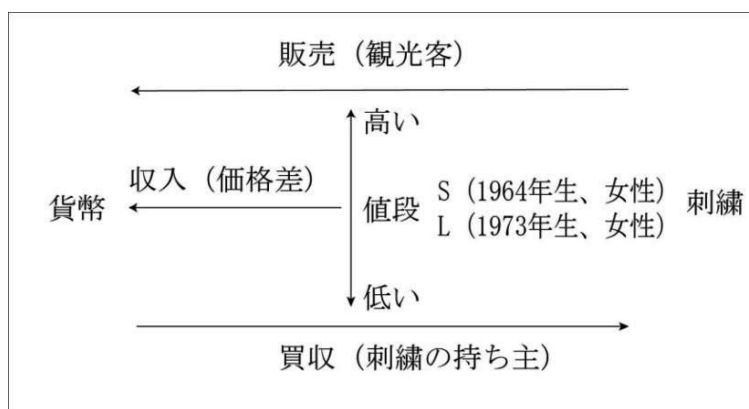


図 1 苗族女性の刺繍と貨幣の転換（筆者）

これを一般的な経済人類学の図式に再配置してみよう。栗本慎一郎は、貨幣は交換手段、支払手段、価値尺度、富の蓄蔵手段、計算手段の 5 つの機能を持っているとしている（栗

本 1995)。S と L は買い集めた数多くの刺繍を貨幣と交換することで経済的利益を得ていることは明らかである。刺繍はすぐにはお金にならないが、経済的価値を持ち、刺繍と貨幣の交換が可能となっている。言い換えれば、S や L は貨幣で刺繍を買い集めて貯蔵し、また買い集めた刺繍を売ることによって貨幣を得るという行為によって利益を得ている。つまり彼女らは刺繍の「貯金」「投資」を通して、貨幣を刺繍と交換し、また刺繍を貨幣と交換することで、利益を生み出す経済活動を行っているといえる。

4.2 親疎関係による交換

次に親疎関係に基づく贈与交換についても整理しておきたい。前章で述べたように S と L は刺繍及び鳥更や鳥貝の貸し出しに関して、異なる対象に対して、異なる交換の様子を見せている。S は嫁候補である K (30代、女性) に対しては鳥貝を貸すだけではなく、K が息子の L4 (1987年生) と結婚すれば、S と S の母が手作りした鳥貝も譲渡すると話す。S は姉、姪、現地に住む女性に刺繍のついた衣装貸すが、親族の姉と姪に貸し出す範囲は現地に長く居住する女性の L5 より多い。ここで、S は姉、姪に対して直接的な利益を求めておらず、また L5 に対しても取引交換を行うことを拒絶している。これはつまり取引交換を行わないことで良い近隣関係を築き、日常的に店を見てもらったりというといった関係性を求めていることを意味しているといえよう。

S の嫁の知り合いの A は嫁の紹介で知り合っているが、S にとって A はあくまでもこれから接することのない観光客であり、衣装を借貸することを拒否した。筆者が確認することができた事例より、彼女が様々な関係性により、刺繍及び鳥更、鳥貝の貸し出しを行っている範囲をまとめると以下の図 2 のようになる。

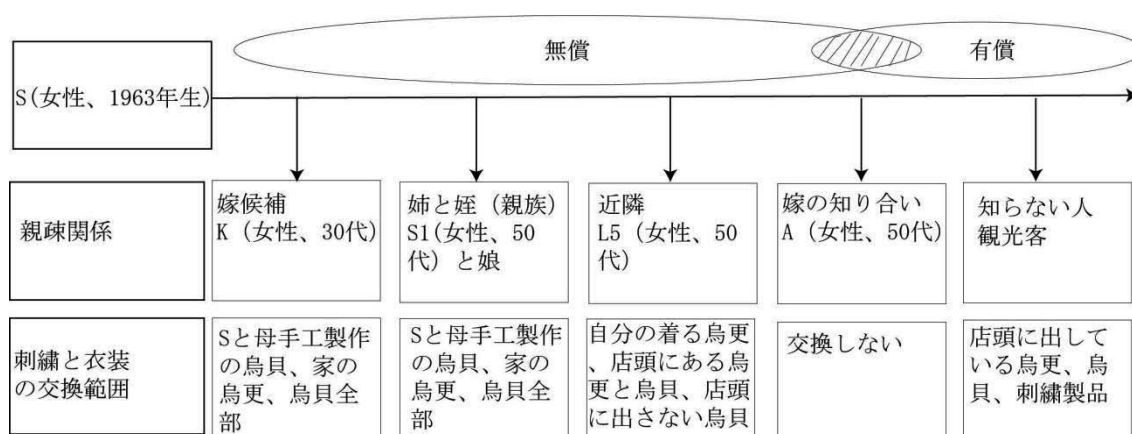


図 2 親疎関係による刺繍や衣装の借貸範囲

図 2 で示したように、S は親疎関係により、異なる対象に対し、刺繍と刺繍で装飾したそれぞれの衣装を交換している。また交換できる刺繍の範囲は親疎関係に基づいて異なっている。彼女に近い関係があればあるほど交換する刺繍及び衣装の範囲が広く、交換の等

価値が低くなる。反対に彼女と遠い関係であればあるほど、刺繍及び衣装の範囲は狭く、等価交換性は高くなることが窺える。

また、Sは娘がいないが、嫁のK(30代、女性)に対する衣装の交換(貸与)について、Sは「この衣装は息子が結婚したら嫁にあげる」語った。衣装の所有はS、Sの息子、Kの誰にあるのかは別稿で検討するが、この衣装は女性の衣装のため、使用权は嫁にあるということになる。すなわち、Kは現在嫁候補であるため、SはKに対して衣装の貸与しかしていないが、将来KがSの嫁になれば、Sは衣装の所有権をKに贈与することが想定される。しかし、この衣装の所有権の贈与は姉・姪、近隣などとの間では行わない。すなわち、関係性によって(嫁・娘など)無償の貸与行為の果てに所有権の移動(贈与)がある場合と、完全に貸与のみで終わる関係性(姉・姪、近隣など)があると考えられる。

おわりに

本論では中国貴州省黔東南州雷山県西江鎮羊排寨を調査地とし、現地で刺繍を収集し販売をしている苗族女性のSとLの事例について検討した。2人が経営している刺繍販売店の規模及び経営方式は異なっているが、販売している刺繍品の種類や刺繍の価値に対する認識は基本的に共通している。たとえば販売している刺繍は手工製作と機械製作の製品があるが、手工製作の方により重点が置かれている。SもLも刺繍製作ができるが、1枚の刺繍を完成するにはかなりの時間が必要であり、忙しい生活の中で大量の刺繍を自分で作ることは困難である。そのため、2人は他の女性の作った刺繍を買い集め、観光客相手に販売している。Sが刺繍販売店を経営する中で、現地の人に向けては刺繍の贈与交換をしていることに対して、外部の人である観光客に向けては刺繍の取引交換をしているという明確な違いも明らかとなった。またLも紙幅の関係上論じることができなかったが、同じような状況を確認することができた。すなわち、彼女らは刺繍の交換において、対内(贈与・無償貸与)と対外(取引)によって異なる態度をとっているのである。

対内的交換および対外的交換は明確な境界があるわけではなく、いずれも状況依存的である。しかし両者は大きな2極であり、性格を異にしていることは確かである。たとえば対内的交換において、知っているがこれから関係を持つとはしない人に対しては、取引交換も贈与交換もしない。一方外来の人であっても、現地で商売し居住している人に対しては刺繍のついた衣装の贈与交換をするが、刺繍の交換できる範囲は限られているといった事例をみることができる。すなわち、対内の交換においては、親疎関係により、刺繍あるいは刺繍のついている衣装を交換する範囲は状況に応じて異なった対応がなされているのである。以上、本稿では観光化により急激な社会変化に直面している苗族社会の刺繍販売を事例に、刺繍をめぐる2つの交換の在り方、そして先行研究では描かれてこなかった現代の苗族社会における刺繍の新たな意義について明らかにした。

[注]

- 1) 西江は地名。中国貴州省黔东南苗族侗族自治州雷山県東部に位置する。
- 2) 烏堯は地名。中国貴州省黔东南苗族侗族自治州雷山県東部に位置する。(西江から車で30分)
- 3) 控拝は地名。中国貴州省黔东南苗族侗族自治州雷山県東部に位置する。(西江から車で1時間)
- 4) 繡片は西江現地の人は刺繡製品を漢語で「繡片」と呼ぶ。苗語では「干留候區(漢語発音)」と呼ぶ。
- 5) 姉妹飯は旧暦の3月15日は姉妹節で、苗族女性がもち米でご飯を作り客をもてなす。
- 6) 三顆樹は地名。貴州省黔东南州に位置する。西江から25キロ。
- 7) 苗年は苗族の正月。毎年秋の収穫が終わった11月中旬に行われる。日程は鼓蔵頭により決められる。
- 8) 鼓蔵節は苗族が13年に1度行う胡蝶ママを祭る祭祀活動。
- 9) 蘆笙舞は男子が蘆笙(楽器)を吹きながら脚を柔軟に動かして踊る伝統的民間舞踊の1つ。苗族の青年男女が愛を語る場にもなる。
- 10) 貴陽市は地名。貴州の省都。
- 11) ウィーチャットは中国大手IT企業テンセント(中国名:騰訊)が作った無料インスタントメッセージングアプリである。
- 12) 新浪微博は中国・新浪公司の運営するミニブログサイトである。

[引用・参考文献]

中国文献(中国語読みアルファベット順)

- 費孝通,1951,「貴州少数民族状況及民族工作」
- 李一如,「苗族服飾研究範式的反思」『苗学論叢(一) 苗学研究回顧与展望』,知識産権出版社,2017
- 羅曉明・馬静,2012「从『礼物』解讀清水江流域苗族婚俗變遷——以三穗県L村為例」『貴州大学学报(社会科学版)』5.
- 席克定,2005,『苗族婦女服装研究』,貴州民族出版社
- 席克定,2013,「試論苗族婦女服装在苗族婚姻中的作用和意義」『貴州民族研究』
- 吳榮臻・吳曙光,2007,『苗族通史(五)』,卷三十三「家庭村落誌」,民族出版社
- 王振豪,2013,「論貴州苗族刺繡在現代生活中的傳承和發展」『2013年福建省傳播学年會論文集』
- 王孔敬,2008,「論苗族刺繡工藝文化的保護、傳承与開發」『湖北民族学院学报(哲学社会科学版)』23(1)
- 吳澤霖,1991,『民族研究文集』,民族出版社
- 楊正文,1998,『苗族服飾文化』,貴州人民出版社
- 袁潔,2012,『社会繼承制度變遷中的苗族女性研究——以貴州黔东南雷山県郎徳上寨為例』,博士論文,中央民族大学
- 袁潔,2011,「神聖化到世俗化的交換与財產權——对于黔东南台江苗族婚姻制度的思考」『湖北民族学院学报(哲学社会科学版)』6.
- 張建春,2005,「論苗族刺繡旅遊産品的開發」,『黔东南民族師範高等専科学校学报』

日本文献

- 栗本慎一郎,1995,『經濟人類学を学ぶ』,有斐閣
- 中川敏,1992,『交換の民族誌』,世界思想社

所属：山口大学東アジア研究科

E-mail アドレス：yangmeizhu721bluesky@aliyun.com