

## 学位請求論文審査の要旨及び担当者

報告番号 乙 第 号

氏名 Meta Sekar Puji Astuti

論文題名 Japanese Commodities and Formation of Japan Imagery in Colonial  
Indonesia: The Case Study of Jintan Pills and Its Trademark

### 審査担当者

#### 主査

慶應義塾大学名誉教授・前大学院社会学研究科委員 社会学博士 関根政美  
(慶應義塾大学)

#### 副査

慶應義塾大学名誉教授・前大学院社会学研究科委員 Ph.D. 倉沢愛子  
(コーネル大学)

大学院社会学研究科委員・慶應義塾大学法学部教授 博士(社会学) 塩原良和  
(慶應義塾大学)

#### 学識確認

大学院社会学研究科委員・慶應義塾大学法学部教授 博士(社会学) 澤井 敦  
(慶應義塾大学)

### 論文審査報告書の要旨

#### 【論文構成】

本学位請求論文『Japanese Commodities and Formation of Japan Imagery in Colonial Indonesia: The Case Study of Jintan Pills and Its Trademark』はインドネシアからの留学生として慶應義塾大学院社会学研究科(社会学専攻)で研究したメタ・アストゥティ君(Meta Sekar Puji Astuti)が作成したものである。同君はインドネシア国のハサヌディン大学、人文科学部、日本語学科(Hasanuddin University, Faculty of Humanities, Japanese Studies Department)に所属する若手教員だが、2009年から2013年にかけて、所属大学より許可を得て社会学研究科博士課程に在籍し、倉沢愛子先生の下で研究した後、ようやく書き上げたものである。倉沢先生ご退職に際し、2013年より関根が指導教授を引き受けたこともあり、この度の審査報告までの過程を関根が担当することになった。メタ・アストゥティ君は博士課程修了後に一旦帰国し、その後も日本とインドネシアを往復し研

究を続けていたが、近年、健康を害したこともあり、完成までに想定以上の時間がかかった。ようやく、昨年2月に博論作成計画書を提出し直して学識確認も無事終了し、本年2月に論文の提出に至った。論文はA4サイズで221頁ほどのものであり、日本語を読めないインドネシアの研究者をも読者として想定しており、英文で書かれている。博士学位請求論文として十分な質量をもつ。

その内容は、戦前(明治後期～戦前昭和期)のインドネシア(蘭領東インド, NEI: The Netherland East Indies)における日本のイメージがどのようなものであったのかについて探求しようとするものである。現在のインドネシアでは、日本のイメージは決して良いものとはいえない。むしろ否定的なイメージが強い。さらに、戦前の日本に対するイメージについての研究は、インドネシアと日本においても少なく、戦前の日本のイメージについての関心も両国で低い。本論文はそうした状況のなかでも、戦前のインドネシア(NEI)における日本のイメージは、今日では想像し難いが「よかったのだ」ということを明らかにしようとする野心的なものである。

#### 【論文概要】

本論文は序章と4つの章により構成されている。目次は以下の通りである。

Acknowledgement.....	3
Table of Contents.....	5
List of Figures.....	7
List of Tables.....	9
Introduction.....	10
1. Self-Reflection on Japanese Commodity: Change and Continuity.....	10
2. The Theme of the Dissertation.....	12
3. Location and Period of Study.....	13
4. The Structure of the Dissertation and Contents of Each Chapter.....	14
5. Previous Studies.....	17
6. The Uniqueness of the Topic of this Dissertation.....	20
7. Sources.....	21
Chapter I: The Japanese Trader Community in NEI.....	23
1 Historical Background.....	23
2. Population Analysis.....	25
(1) Japanese Population in NEI.....	25
(2) Foreigners in NEI.....	28
(3) Forerunner of Japanese Migrants.....	30
(4) The Development of the Japanese Community in NEI (1910 to the early of 1940s).....	31
(5) The End of Japanese Community in NEI (The early 1940s).....	32
3. Business Strategies and Lifestyle.....	33
(1) The Peddlers.....	36
(2) Japanese Medicine Peddlers.....	40
(3) Toko Jepang.....	43
(4) Shipping.....	51

4. The Spies (?): Threat and Fear from the North	
(1) The Suspicions towards the Japanese Migrants.....	52
(2) Suspicion by the Dutch Government: Analysing from the Colonial Archives....	59
Chapter II: Japanese Goods in NEI.....	68
1. The Origin of Japanese Import in NEI.....	68
2. The Booming of Japanese Commodity.....	71
3. The Popularity and the Chinese: Cooperation and Boycotts.....	76
4. The Popularity of Japanese goods in NEI.....	79
(1) Umbrella or Japansche Parasol.....	79
(2) Bicycles and Becak.....	82
(3) Mosquito Coil.....	88
(4) Textiles and Cotton.....	94
5. The Changing Target of Consumer: From Japanese to Indonesian Indigenous People.....	97
6. The Influence of Japanese Merchandise on Indonesian Society .....	99
Chapter III: Morishita Jintan Company: The Founder, Commodity, and Business Strategies.....	105
1. The Story of the Company.....	105
2. Jintan Pills.....	105
(1) The Formula: Ingredients and Components.....	112
(2) The Trademark.....	115
(3) Jintan's Packaging.....	123
3. Advertising Strategies.....	127
(1) Newspaper Advertisement Utilization Strategies.....	127
(2) Outdoor: Illumination, Street Signs, and Parades...o .....	130
4. The Influence of Toyama's Patent Medicine .....	133
CHAPTER IV: THE BUSINESS EXPANSION OF MORISHITA JINTAN COMPANY IN NEI(1916-1942) .....	139
1.The International Expansion.....	139
2.The Competitors and the Boycott of Japanese Goods by the Chinese.....	141
3.Japanese Medicine Business in NEI.....	143
(1) Medical Business in Java: East meets West.....	143
(2) The Beginning of Japanese Medicine Business in NEI: Karayuki-san and Sexual Disease Transmission.....	143
(3) Jintan and Japanese Traditional Patent Medicine.....	143
4. Djintan Pills in NEI.....	158
5. The Roles of Tsutsumibayashi Kazue and Ogawa Rihachiro.....	165
6. Methods and Strategies of Advertising Jintan.....	167
(1)Global Strategies,Local Adaptation.....	167
(2)Advertising to the Indigenous Society: Pribumisasi (Indigenization) and Modernization.....	175
7. Advertising Jintan in Kaoem Moeda Newspaper.....	182
8. Signboards and Outdoor Advertising.....	186.
9. Jintan Influence on the Formation of Japan and Japanese Imagery in Indonesian History.....	189
(1)The Acronym and the Prophecy.....	189
(2)Djintan, Thamrin, and the Volksraad.....	193
(3)The Fantasy of "Jintan Imagery".....	198

Conclusion.....	203
1, Summary of the Dissertation.....	203
3. Jintan as a Catalyst.....	205
References.....	209

以下、論文の概要を述べる。

本論文は、戦前のインドネシア（当時の正式名称は蘭領東インド, The Netherland East Indies: NEI）において、被支配者であるインドネシア人の間にみられた対日イメージの形成に際して、日本人商人と日本商品が果たした役割を、歴史学的な視点から、とくに森下仁丹製菓が製造・発売していた丸菓「仁丹」を例にとって考察したものである。

序章は、本論の目的・問題意識を明らかにするとともに、研究対象期間・地理的範囲を明示し、本研究の独自性について論じる。まず、序章冒頭で研究開始の動機が明らかにされる。先述の通りメタ・アストゥティ君はインドネシア出身で、小さい頃から周辺の老人たちから、ある種の懐かしさをも込めて語られた、どちらかという好意的な一般的対日イメージをしばしば聞かされてきた一方で、インドネシアの学校教育、とくに歴史授業において教えられてきたステレオタイプ的でネガティブな軍国主義的日本像との違いに、大きな違和感をもっていたという。その個人的記憶に触発されてこの研究は始まったことが明らかにされる。序章の中間では、そもそも日本のイメージに関する研究関心は今日のインドネシアでは低いことと、また、本論文の各所で研究に必要な資(史)料が少なく、学位請求論文作成には困難がともなったことが明らかにされる。序章の最後で、NEIにおける日本製品の流入については、経済史的な立場から数量的に分析された研究はあったし、またそれらの流通に携わった日本人商人たちのライフヒストリーについても、すでに幾つかの先行研究が存在しているが、日本商品に触発されつつ形成されたインドネシア人消費者のもつ日本のイメージとその形成過程について、インドネシア人消費者側の視点にたって行われた経済社会史や社会学の研究は少なく、先駆的なものだと主張する。

第1章は、日本商品の輸入や販売を担った日本人商人のNEIへ、とりわけジャワ島への進出とその経済活動の歴史について論じている。鎖国が解除された明治初期には早くからいわゆる「からゆきさん」の渡航があり、それに付随して置屋の経営やピンブなどの関連業務や、彼女たちの必需品の供給を目的とする商人の渡航が見られた。そのため当時の在留邦人の人口構成は圧倒的に女性が多かったが、20世紀に入ったころから、現地住民への商品の販売を目的とした小規模な商人の渡航が始まった。当初は日本商社による大規模な活動はまだあまりなく、従って数年後には本社へ戻ることを前提とした駐在員型日本人ではなく、長期的に現地に腰を据えて商うことを意図した移民型商人たちがこのような活動を担った。ジャワ島の場合、日本からの移民の多くは商業移民で、農業移民を中心とした北海道・樺太・ハワイや南米大陸への渡航とは対照的であった。またそれらの地域と違って国策移民ではなく自由移民であったが、貧困を理由として海外へ出たものが多く、ほとんど資本をもたずに渡航し、渡航したばかりの頃は、多くは行商人として全国各地を売

り歩くものが多かった。

そうやって小金を貯めると小さな商店を開設したが、その際にはオランダ人商人や華僑との競争を避けると同時に、他の日本人商店が進出していないところを狙って進出したこともあり、日本人の商業活動は大都市部のみならず、地方都市・農村各地にも広がった。行商やあるいは僻地で小さな商店を営む日本人の増加をみて、オランダ当局は、日本人は諜報活動もしていると疑い、常に警戒心を抱いていたことがオランダ植民地政庁の文書からうかがえる。実際、日本人商人や行商人は華僑との差異化のため店頭では洋服を着用し、製菓行商人は白衣を着用することによって、日本人商人の近代性ととも、販売する日本商品の近代的性質・清潔感を強調したことが、勤勉な日本人というイメージとともに日本人商人成功の要因になったことが強調される。しかし、日本人行商人の多くは行商の際に地図とカメラをもち、自身の近代性の強調に努めたが、これがオランダ人により日本人はスパイだと疑われる要因にもなったということも指摘される。そして、この日本人スパイ説は現地インドネシア人の間にも広まっていったことが指摘される。なお、日本商人のライバルであった華僑は、日本の中国大陸進出に反対し、日本商品ボイコットの動きもみせ、オランダ植民地政府に日本商品輸入規制強化を求めることもあった。

第2章では、まず、日本人移民増加にともない成立した「日本人会」と、同会を中心とする日本人コミュニティの盛衰が語られた後、どのようにして日本商品が NEI 社会に導入され、それが現地インドネシア人の生活にどのような影響を与えたのかが考察される。日本商品はその安価な価格と、当時アジア地域において唯一近代化・工業化に成功した近代日本が生み出す近代的な商品と認められたゆえに、ヨーロッパ製品や中国製品に代わるものとして受け入れられていった。そしてまた掛け値なしで定価販売をするその販売方法や、当時の植民地社会ではオランダ人や東洋系外国人（中国人、アラブ人、インド人などの移民）の下に置かれ、経済的にも一様に貧しかったインドネシア人に対しても、きめ細かく・丁寧かつ腰の低い態度で接した日本人の接客方法は、彼らに好感を抱かせた。第一次世界大戦中は、ヨーロッパからの品物の輸入が滞り、日本商品がその隙をかいくぐって拡大していった。

本章ではさらに、消費者側の事情として、NEI では日本人商人のまとまった進出が始まった 20 世紀初めに、ちょうど医療や教育などに関心を払って住民の福祉を向上させようとする、いわゆるオランダ植民地政府による「倫理政策」が導入され、NEI の現地住民の経済水準も少しずつ上がっていったため、日本製品を受け入れることを経済的にも心理的にも可能にするような消費社会が形成されるようになり、そのことが日本商品流通の拡大を容易にしたことも指摘される。ヨーロッパ製品に代わるものとしてのこのような日本商品の存在は、当時一部の現地人知識人層の間で醸成されつつあった民族意識を刺激することにもなった。品質はヨーロッパ製品に劣るものの、同じ用途の商品を入手できるということは彼らに満足感を与えた。たとえばそれまでは乗れなかった自転車に、ヨーロッパ人と同じように乗れるようになったことが、彼らの自尊心を大いに刺激した。やがて日本商

品は現地住民の日々の生活の需要を満たすうえで不可欠な存在になっていった。そのなかには自転車、蚊取り線香・綿製品など人気を呼んだ日本商品がいくつかある。とりわけ注目を集めたのが、日本の薬品だった。なかでも目薬と並んで「仁丹」は最も人気があったことに筆者は注目し、この商品に焦点を当てて以下に詳細な分析を行う。

第3章では、仁丹の製造元である森下仁丹株式会社が日本で設立された経緯、概要、さらに海外市場への進出経緯などに加え、仁丹の原材料・製造過程についても詳細に検討されている。仁丹は、くしくも日本が日露戦争に勝利した1905年に、まず国内市場向けに製造・販売が開始された。日本社会の近代化に貢献したいと考えていた創設者森下博が仁丹製造のアイデアを得たのは、彼が徴兵されて台湾で軍役に服していた1890年代に、健康管理薬の必要性を痛感したためである。2年後の1907年には中国、台湾、インドなどへも輸出され、NEIを含む東南アジア各国の市場にも出回るようになった。さらに、本章では、同社の販売・広告・ストラテジーが明らかにされる。長い記述を要約すると、「仁丹」の販売成功は、仁丹という商品の効能によるというよりは、マスコミの多用や派手な街頭看板や各種の広告塔を利用した周知徹底戦略によるものだということが明らかになる。とくに、森下仁丹の登録商標の軍服姿の人物(実は大礼装服姿の外交官)が印象的であり、日本のみならず海外でも大きな印象を与えた。本章により、森下仁丹株式会社は他の日本企業と異なり、創業時点より海外進出を目指したグローバル企業だったことが了解できる。

第4章では、そのような森下仁丹の海外展開に焦点を当て、具体的にNEIへ進出し、広く受け入れられていく過程を考察した後、ようやくではあるが、本論文の主題である仁丹と対日イメージの関係性を分析することになる。森下仁丹は、NEIに定着していた商人、堤林数衛や小川利八郎によって1900年代後半よりこの地に紹介された。しかし、日蘭貿易、南洋商会、小川商会という3つの貿易会社の現地代理店をつとめていた堤林は、この地での販売展開の見通しが明るいと見え、1914年に森下仁丹株式会社と契約を結んだ。16年には、森下仁丹会社の最初の支店がセマランに開店し、それ以降、販売は本格化する。そして仁丹は各地に散在していた日本人商店(多くは小規模のよろず屋で、親しみをもって「トコ・ジュパン(Toko Jepang)」と呼ばれた)によって幅広く販売された。やがて中国人商人や現地住民の商店もこれを取り扱うようになった。仁丹は、日本およびその他の海外同様に、公共の場やメディア(とりわけ現地の新聞)に多くの広告を掲載することによってその販売を推進した。その宣伝はインドネシアの「近代的で健康な家族」への志向と適合し、大きな効果をもった。

本章ではそのような仁丹の販売戦略を、当時、現地で刊行されていた、オランダ語、マレー(インドネシア)語、ジャワ語、日本語の新聞に掲載された広告を数多く集め、詳細に内容を分析して明らかにしている。NEIにおいては広告の内容に現地の要素を取り入れたことが大きな特徴だと指摘される。たとえば、ジャワの貴族の典型的な服装をした男性、とくにその当時の著名な3名の民族主義運動のリーダーの容貌に似た絵柄を使って、現地社会にアピールを試みている。その一方でカイザル髭を生やした将軍という仁丹のトレー

ドマークは、「強い日本」のイメージを植え付けるものだったが、日本の軍国主義による侵略ではなく、むしろ「アジア民族の欧米支配からの解放」に結びつくものとして提示され、受容された。DJINTAN というローマ字の文字の一つ一つは、実はインドネシア語で「Djendral Ini Nanti Tolong Anak Negeri (「この将軍はやがてこの国の人民を救ってくれる」) という意味のアクロニウム(標語)なのだという解釈がどこからともなく広まるようになり、同様なものが数多く現れていった。オランダの植民地支配から脱したいと願っていた現地住民の希望の強さによるものだろう。

最後に筆者は、仁丹のもたらしたイメージが、インドネシア人の中での日本イメージ形成においてどの程度決定的な意味をもったのかを明確に判定はできないが、少なくとも、日本に対する恐怖を和らげ、むしろ日本に対する期待感を醸成するうえでは、ある程度の影響をもったと考えられると論じる。その結果、1942年に日本軍がNEIに軍事侵入したとき、日本軍は現地住民からさほど大きな抵抗を受けなかったこと、むしろ歓迎された場面もあったことが、これで説明できるとする。それを全面的に仁丹の効果だとは決して思わないが、少なくともそれに向けて一定程度の影響をもったと筆者は結論づけている。

以上が論文の概要である。

#### 【論文評価】

次に、本論文の評価をする。本論文の功績の第1は、NEI史のなかでこれまでほとんど取り上げられることが無かった、ユニークなテーマを扱っているということである。しかも、それは歴史のある特殊な一面に特化した、いわゆる「オタク」的なく小さな研究テーマではなく、反オランダ民族独立運動や、ファシズム日本のアジア侵略といった大きなテーマとも繋がっているのである。この時代の歴史研究者はだれもこれまで顧みなかった日本商品を通しての対日イメージの形成という問題に、歴史の大きなイシューと繋げる視点から取り組んだことは無いので、本研究は極めて斬新である。

第2の功績は、インドネシアの歴史研究者のなかで、これまで日本語文献を駆使して研究する者は皆無であったなかで、筆者はその壁を破ったということである。たとえば、第二次大戦期の日本占領時代の研究をする場合でも、インドネシア語あるいはオランダの資料、あるいはインドネシア人からの聞き取りのみに依存する研究ばかりであった。一次資料のみならず日本人研究者の日本語による著作もインドネシアの歴史学会では紹介されず、日本の研究成果が十分に生かされていないという残念な状況があった。その必要性は叫ばれながらも難解な日本語にあえて挑戦する研究者はほとんどおらず、またかつてそれに挑戦した者も日本語のあまりの難解さに途中で諦めてしまったのである。そのようななかで筆者は、学部時代の専門が日本語であったことから、すでに言語の障壁をクリアしており、日本語の二次資料はもちろんのこと、難解な手書きの一次資料にも挑戦し理解した。

第3の功績は、これまで、植民地期のNEIにおける日本移民の研究等において十分使われてこなかったオランダ植民地政庁の文書や、当時刊行されていた各種の新聞・雑誌をふ

んだんに収集し参照したことである。すなわちオランダ語、インドネシア語、ジャワ語、そして日本語という多くの言語を駆使して幅広く文献を活用している。とりわけ仁丹の広告を数多く集め、その絵柄や宣伝文句を詳細に分析していることは評価に値する。これまでの研究の多くが、現地に渡航した日本人の回想録や日記などに依存するものが多く、オランダ当局や現地のインドネシア住民と日本の関係についての情報が極めて限られていた。

第4の功績は、オランダ当局が日本に懸念を抱いていたことはしばしば指摘されてはいたが、その内容が具体的に紹介されることは少なかった。筆者は、オランダにまで出張して政府資料を収集し、それを読み込み紹介している点も画期的である。またこの点に関しては日本人によるものに比べインドネシア人が書き残した回想録は極めて少ないが、現地の新聞などで、たとえわずかでも仁丹や日本人に言及しているものがあれば細かく洗い出し列挙するという忍耐強い作業に基づく研究であることも十分評価できる。

第5の功績は、本研究は日本人による国際移民が、進出社会にどのような印象を与えたのかという歴史的な日本人移民研究（日本人移民の歴史的国際社会学研究）の発展に大いに貢献すると思われる点である。日本人の農業移民の進出は日本の帝国主義的アジア進出と重なり、アジアにおける戦前の日本イメージの否定的形成の基礎となったが、商業移民の多い地域では、別のイメージを生み出していたという歴史の多面性を明らかにしている。日本の近代化とともに拡大した商業移民が NEI の現地住民の肯定的日本イメージを生み出したが、その同じ現象は NEI をはじめとする東南アジアやオセアニアの白人支配層に、NEI のオランダ人同様の日本の南進政策の現れであるという不安を生み出し、オーストラリアでは白豪主義を生み出すことになった。いずれにせよ本研究は、東南アジア・オセアニアの日本人移民研究にも資するものと思われる。究極的には国際社会学の発展に資するであろう。

メタ・アストゥティ君の議論は、公開審査において、倉沢名誉教授以外にも3人の日本人インドネシア研究者が参加しており、いずれも本論文の研究の着眼点の新規性を指摘するとともに、研究の成果は貴重なものだと意見を表明されていたので、上述の評価に間違いはないと思われる。日本人商人と日本商品の普及・展開にともなう日本イメージの変遷・確立に関する先行研究は、存在していたとしても断片的なものが多く、本研究のように日本人移民の歴史的展開、日本商人の活動と商品の普及と、そのために利用されたビジネス・ストラテジーについて体系的に論じられたものは少ないので、たしかに大変貴重である。しかし、問題もあるように思えたので以下まとめておきたい。

第1の問題点は、筆者は民族運動などを含む当時のインドネシア史の政治的背景に、苦勞して収集した貴重な資料を十分に織り込んでいないように見受けられることである。資料を発掘することに多くのエネルギーが費やされ、それを調理する過程がまだまだ十分でなかったということである。さらに歴史家としてのテキスト・クリティクが行き届かないと思われるところも散見された。つまり、入手できた資料をそのまますべて受け入れているような気配がときどき見受けられるのである。そのため、論理に矛盾が出ている箇所もな

いではない。たとえば、一方でオランダ人が煽っていたような対日警戒心の影響の下、日本人スパイ説が現地住民の心のなかにも沁みついていたことを明らかにする資料が利用されている半面、仁丹の將軍像の商標を通じて現地住民は対日期待感を強めていったことを示す資料を多用しているが、その双方の関係性が十分に論じられていない。そのため、仁丹がインドネシア住民の間で好意的な対日イメージ形成に役立ったという本論の一番重要な論点の説得力がやや弱くなっている。

第2の問題点は、本論ではなく背景説明にあたる日本人移民の歴史（第1章）と、森下仁丹株式会社そのものの説明（第3章）にやや過剰な分量が割かれていることである。そのため、本論文の中心的な論点に多少とも関係のある日本商品の流通状況（第2章）について、ならびに論点の一番の中心である NEI における森下仁丹の展開とその仁丹が日本イメージ形成に与えた影響（第4章）についての議論の分量が、少なくなってしまった。そのため第4章の仁丹が好意的な対日イメージの形成にどうつながったかという最も肝心の議論の説得力が不足している。これはバランスに欠けているといわざるをえない。たしかに——とくに筆者の祖国インドネシアにおいては——あまり知られていない日本商品の歴史を語るには、背景説明が必要だと考えられるが、その部分に時間とエネルギーを投入するあまり、最も重要な部分がやや薄くなってしまったのは残念である。

第3の問題点は、個々の事実関係についての記述は非常に細かくまた資料的な裏付けも取っているが、全体の分析や論述方法、論理の展開方法などに関しても問題がある。たとえば仁丹の消費者である現地のインドネシア人住民は、人種的にも文化的にも、また何よりも社会階層的にみてもきわめて多様で、オランダ語教育を受けてオランダ植民地政庁やオランダ企業の実力者として活躍していたエリート、自営の商工業者階層、さらには教育もなく、経済的にも豊かでない農村の多くの大衆、など多岐にわたっている。それゆえに、消費者の社会背景によっても仁丹を含む日本商品との接点のあり方は異なっていただろうし、ましてやそこから導かれる対日イメージには大きな差異があったものと思われるが、その違いや多様性について十分注意が払われていない。おそらく筆者がイメージしている消費者は、農村等に居住していた一般大衆だと思われるが、実際には、対日イメージ形成の論拠として筆者が使っている情報源は、知識人の発言や記述が大多数であり、それでは正確な像を映し出しているとはいえないのではないかと疑問が残る。文字記録を残すことが無かった庶民の声が反映されてこないのは仕方がないことではあるが、庶民のイメージを念頭に置いているのであれば、もう少し何らかの工夫が必要であったと思われる。日本人への不信をオランダ支配層の影響のもと共有しつつも、結果的には日本人商人と商品の活躍・普及の下、インドネシア人が肯定的日本イメージをもつに至った過程を明らかにした貴重な研究なので、以上の課題への対応が今後求められる。

【結論】以上、良い点と問題点を挙げてきたが、これまで歴史研究においては全く注目されてこなかった、インドネシア社会における日本商品の受容の在り方と、それに基づく

イメージ形成という視点に着目した本研究は極めて注目に値する。ただただ軍国主義者、侵略者としての日本イメージが強いなかで、このような捉え方もあったのだというオルタナティブを提示したことは高く評価できる。そのことによってその後の戦争の記憶が書き換えられるわけではないが、少なくとも開戦と日本軍による占領統治以前には、近代化を遂げたアジアの強いリーダーとしての日本の関与に何等かの期待をもつ人々がいたということ为例証したことには大きな意味がある。ふんだんなかつ貴重な資料発掘だけでも歴史学の研究としては相当程度の功績が認められるものである。今後この手持ちの資料を使ってさらに研究を発展させる可能性が十分にあり、研究活動を始める第一歩としての博士学位請求論文としては十分高く評価できるものである。さらに、本論文はメタ・アストゥティ君には本論文が残した課題を乗り越えていくことの出来る研究能力・脳力があることを十分に証明しているだけでなく、そのうえで新しい学問的展望を切り開く大きな可能性を秘めていることをよく示している。よって審査員一同は、メタ・アストゥティ君が提出した本博士学位請求論文は、博士（社会学）（慶應義塾大学）の学位を授けるに十分ふさわしい内容をもつものであると判定し、ここにその旨報告する。ご審議のほどよろしくお願いいたします。以上(文責:関根政美 2017年6月6日)。