

Title	エスニック・ツーリズムにおける自己表象： タイ「山地民」と観光ミドルマンの事例から
Sub Title	
Author	石井, 香世子(Ishii, Kayoko)
Publisher	慶應義塾大学大学院社会学研究科
Publication year	2006
Jtitle	慶應義塾大学大学院社会学研究科紀要：社会学心理学教育学： 人間と社会の探究 (Studies in sociology, psychology and education : inquiries into humans and societies). No.62 (2006. ) ,p.215- 228
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	学事報告：学位授与者氏名及び論文題目：博士
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN0006957X-00000062-0215">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN0006957X-00000062-0215</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the Keio Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

り、有益である。

冒頭に述べたように、本論文は、自然言語に許容される変異の理論と言語獲得の理論を有機的に連携させることによって、この2つの理論に対して、より厳しい制約を課そうとする試みであるが、そのような試みはまだその数が少なく、広範囲な言語や事象についての調査にもとづいた研究が不可欠の状況にある。その状況下で、本論文が果たす役割はきわめて大きく、いくつかの国際学会で部分的に発表された成果にはすでに学界での注目が集まっている。また、フランス語・スペイン語の前置詞随伴・P+Dの獲得過程、および日本語のHIRCの獲得過程についてはこれまで全く研究がなされていなかった。これらの問題に取り組んだことで、個別文法獲得過程の解明に対しても重要な貢献があった。

最後に、本論文の問題点と今後の課題について述べる。もっとも重要な問題点であり、かつ、とりもなおさず、もっとも重要な今後の課題であるのは、自然言語に許容される変異の理論と言語獲得の理論を有機的に連携させる理論の構築である。もちろん、その構築のためには、ある程度の演繹力を持った変異の理論と言語獲得の理論の存在が不可欠であり、本論文のような研究が可能になったのは、その条件が満たされ始めたことによる。今後は、変異の理論、言語獲得の理論、両者を有機的に連携させる理論の3つを常に射程内におき、さらなる研究が蓄積されることを強く希望する。

博士(社会学) [平成17年11月9日]

甲 第2493号 石井香世子

## エスニック・ツーリズムにおける自己表象 ——北タイ「山地民」と観光ミドルマンの事例から——

[論文審査担当者]

主査 慶應義塾大学法学部教授・大学院社会学研究科委員

社会学博士

関根 政美

副査 慶應義塾大学文学部教授・大学院社会学研究科委員

文学博士

鈴木 正崇

副査 琉球大学法文学部人間科学科教授

社会学博士

鈴木 規之

### 内容の要旨

エスニック・ツーリズムをめぐる既存研究では、「見られる人」としての地元民のエスニック・イメージは、ビジネス利益の最大化を狙う観光産業と、国民統合の強化にエスニック・ツーリズムを利用しようという国家の意図とのバランス——そして時には共謀関係——によって作り出されていると考えられてきた。しかし、ここで指摘されているのは、観光産業であれ国家であれ、主流民族側が地元民のイメージを地元民抜きに操作しているという構図であった。これに対して、近年、地元民もまた観光の場を通じて作り出されるエスニック・イメージを飼いならし、自分たちにとって有利なように利用しているという見方が示されるようになった。一見、エスニック・マイノリティとしてのイメージを押しつけられているように見える地元民も、自分たちの観光イメージを積極的に利用している側面もあるというのである。しかし、この見方が浸透してくると、「地元民自身が自分の観光イメージを利用するといった

とき、それが地元民の中でも誰にとって有利なのか」という疑問が提出されるようになった。これはつき詰めれば、『見られる人』としての地元民を一枚岩的なひとつの主体と見なせるのか」という疑問にほかならない。既存研究はエスニック・ツーリズムという事象を通じて、「見せる人」としての主流民族と同様に、「見られる人」としての地元民の側にも、地元民の観光上のエスニック・イメージをめぐって多様な主体があるという点を指摘してきたのである。では、この観光メカニズムを通じて作り出されるエスニック・マイノリティのイメージと、このイメージを自己表象する人々の中の多様性は、地元社会におけるエスニック・マイノリティの自己表象と地元社会のエスニック・ヒエラルキーに、どのような意味と影響を与えているのだろうか。

本稿ではこの点について見るため、北タイのトレッキング・ツアーによって生み出される「山地民」イメージの自己表象の例を検討していく。本稿で事例として扱う北タイでは、もともと、タイ国の主流民族としての「タイ系諸族」と少数民族としての「山地民」という、近代的なエスニック・カテゴリー区分は存在していなかった。こうしたエスニシティ境界がつくられたのは、20世紀半ばに、国際政治の影響を受けるようになったこの地域で、タイ中央政府の影響力を国境付近まで確保するための開発プロジェクトが実施されるようになってからのことである。このときつくり出された「山地民」イメージとは、“開発援助の対象であるべき遅れた人々”というものであった。その一方でタイは、1960年代以降、近代国家としての経済開発のために、まず輸入代替型工業化、そして輸出指向型工業化を目指した。しかし20世紀末までのタイの対外貿易収支は、常にマイナスが続いていた。こうした背景の中で唯一、確実に対外黒字を残したのが、ベトナム戦争とその後の世銀勧告をきっかけにタイ国内で盛んになったサービス産業、つまり観光産業であった。タイから海外旅行に出かけたタイ人が外国で遣う金額よりも、外国人がタイ国内にやって来て遣う金額の方が、常に多かったのである。このためタイでは、観光振興政策を国家的な経済政策の一環に位置づけ、積極的に推し進めた。この過程で、地方まで観光開発が進められた。北タイでも、それまで一地方空港だったチェンマイ空港が国際空港へと格上げされ、首都バンコクからチェンマイへの高速道路が整備された。こうして、北タイへ外国人観光客がやって来るようになったのである。このときタイの政府観光局は、北タイの観光開発を進めるに当たって、寺院や滝などの景勝地を観光資源とする予定を立てていた。しかし、欧米人観光客は、山岳地帯を「秘境」と呼んで「山地民」を訪ねることを好んだ。このため、こうした観光客の志向に応じて、外国人観光客を山岳地帯へ連れて行くガイドや、そのガイドを束ねる旅行代理店が北タイで自生的に生まれた。こうした北タイのトレッキング・ツアー産業が1980年代を通じて発展し、1990年代に入るところには、トレッキング・ツアーは北タイの観光産業にとって主要な観光資源のひとつとなっていったのである。

トレッキング・ツアーとは、日帰りから数日間、ツアーガイドに従って、「本物の秘境」へ足を踏み入れ、自然を堪能し、少数民族に出会うというものであった。このトレッキング・ツアーに参加する観光客は、主に欧米諸国から来た若者であり、「本物の秘境」への旅を志向する人々だった。ここで観光客の志向するイメージに呼応してつくりられ宣伝されたのが、観光資源としての「山地民」イメージであった。観光客が志向する「山地民」イメージとは、色鮮やかで物珍しい民族衣装に身を包み、人里はなれた秘境に住んで、太古から変わらぬ文明に汚されていない生活を営む人々というものであった。そのため、山岳地帯へのトレッキング・ツアーでは、参加者をしり込みさせない程度に、“サバイバル”や“ジャングル”といった形容詞が盛り込まれ、人里はなれた雰囲気をもし出すよう配慮された。また「山地民」の生活に関して“自然との共生”や、“客人に対する素朴であたたかな歓迎”などのイメージが、文明社会＝

観光客の日常の生活世界との対比という形でイメージ商品化され、強調された。さらに、“太古から変わらぬ習慣が残る”というイメージを隠れ蓑に、アヘン吸引やフリーセックスなどが、あたかも「秘境」では違法性を伴わずに当たり前に行われているかのようなイメージが付与・誇張され、陰に陽に、観光資源として利用されてきた。こうして、北タイの山岳地帯における豊かな自然の残る秘境と、その秘境に住む「山地民」が観光資源化されたのである。しかし一方で、山岳地帯の村落社会は、1960年代から開発プロジェクトが投下され、貨幣経済と国家システムに組み込まれてきた。この結果、若い世代の中には町で学ぶ人も増え、タイ国内の都市や外国への出稼ぎも増えている。このため、村の生活そのものや価値観も、貨幣経済と国民国家システムの周縁に位置づけられてきたといえる。つまり、近代化が浸透しつつある山の村落社会の生活様式・価値観と、観光産業が観光客に消費させるべく提供する「山地民」イメージとの乖離が生じているのである。

ではなぜ、こうした貨幣経済と国民国家システムの周縁に組みこまれた山岳地帯の村を現場として、観光客による観光資源としての「山地民」イメージの消費を目的としたトレッキング・ツアーが、可能となるのだろうか。この背景には、情報媒介者としての観光ミドルマンが果たす役割が大きいといえる。「真正な秘境」を求めるトレッキング・ツアーに参加する観光客たちは、出発国でトレッキング・ツアー参加の手配を済ませるのではなく、バック・パッカーとして北タイへやって来て、北タイの町にある旅行代理店で参加手続きをする場合が多い。つまり、トレッキング・ツアーへの参加者が、山岳地帯や「山地民」に関する情報を入手する媒体は、主に北タイの町の旅行代理店やツアーガイドといった、地元の観光ミドルマンである。ここで、地元の観光ミドルマンが、「山地民」や山岳地帯について、観光客にどのようなイメージを提示するかをツアーガイドの語りと行動から見えていくと、ツアーガイドは、山岳地帯の村という観光の現場で、場と相手に応じて、「山地民」イメージの語りを使い分ける傾向があった。また、トレッキング・ツアーに参加する観光客も参加しない観光客も含め、もっとも多くの観光客に触れるのはチェンマイ市内の旅行代理店である。この代理店の窓口担当者が、山岳地帯や「山地民」について観光客にどのように語るかを見ると、代理店の窓口担当者の視点は観光客の志向に合わせて「山地民」を美化しつつも、“町に住む文明人”から見た“山奥に住む野蛮人”への蔑視も見せるというように、観光客の視点と町住みのタイ人の視点との間を揺れ動いていた。つまり、観光ミドルマンがいくつもの「山地民」イメージを語り分けることで、近代社会の周縁に位置づけられている山岳地帯の村という現場で、観光客のためにつくられた「山地民」イメージを消費しようとしている可能客を満足させ、エスニック・ツーリズムを成立させているのである。

では、このような観光産業をめぐるエスニシティ表象の多面性・多層性は、地元社会のエスニック関係にどのような影響を与えているのだろうか。この点を、まず観光ミドルマン自身のエスニシティの自己表象から見えていくと、以下のようなことがわかった。たとえば、現在旅行代理店で窓口案内係として観光客にトレッキング・ツアーを案内している1964年生まれの女性Nさんは、ターク県の山岳地帯にあるリスの村で生まれ、山の村で幼少期を過ごした。やがてNさんは奨学金を得、中学からは町の学校へ通い、18歳でバンコクの大学へ進んだ。大学を2年で中退してからはさまざまな職につき、その過程でチェンマイにやって来て、最終的に28歳のとき現在の職業に就いたという。彼女は32歳のとき北タイの主流民族であるコン・ムアン(Khon Mwang)の男性と結婚した。旅行代理店窓口で外国人観光客にトレッキング・ツアーを案内する彼女の営業に密着して観察すると、観光客からのトレッキング・ツアーについての問い合わせに、彼女が「山地民」であることを生かして解説することはない。それどこ

るか彼女は、そうした場面で自身が「山地民」であることを明かすこともない。Nさんが観光客に示す「山地民」イメージは、あくまでも、町の人が外国人観光客の志向に合わせてつくり上げている商品としての「山地民」イメージを踏襲したものである。たとえば、『『山地民』の人たちは昔ながらの素朴な生活を守っている』『『山地民』の人たちは、客人を手厚くもてなす習慣がある』といったイメージである。また彼女は、「家族・友達・職場の同僚などは皆コン・ムアンだから、自分も言葉まで“根っからのコン・ムアン”のようになってしまったよ」と語る。つまり、観光ミドルマンとなった山岳地帯出身者の場合、観光のメカニズムによってつくり出された商品としての、観光客の志向にあわせた「山地民」イメージを、主流民族出身のミドルマンの語り口と同じように語る傾向がある。彼女は、観光ミドルマンとして観光業に従事している間、「山地民」としてのエスニシティを切り捨てた自己表象をしていると言える。多くの研究者が指摘するように、主流民族であることが期待される職業や地位に就いたエスニック・マイノリティには、自分の社会的地位や立場を守るために、エスニック・マイノリティとしてのエスニシティを意識的に切り捨てる傾向が見られる。彼女もまた、主流民族であるタイ系諸族や、外国人観光客と同じような行動・語りをすることによって、主流民族出身者が多い観光ミドルマンとしての地位を保っているといえる。

つぎに、北タイにあるチェンライ県で生まれ育ち、北タイの都市にある大学の英語学科を卒業してツアーガイドになった1979年生まれ的女性Oさんは、コン・ムアン、つまり北タイの主流民族の出身であり、「大学まで出た自分が働くような職場は生家の近辺にはないので、都会で働いている」という。彼女は、もともと首都バンコクで働くことを希望していたが、就職活動が思うようにいかず、あきらめてチェンマイの旅行会社に就職したという。しかし、Oさんがガイドとして山岳地帯に人々を率いていく場合、彼女はこうした背景を一切語らない。その代わりに彼女の相棒となるガイドがする語りは、以下のとおりのもので決まっている。その語りとは、「Oさんは山の方の小さな村で育ったんだ。子供の頃、彼女は『山地民』の子供たちといっしょに、山の中で遊んでいたのさ。だから彼女には、山の中にも我々にはわからないような道がわかるし、方角や時間もわかるんだ。彼女は、植物についても特別な知識を持っているんだよ。それは我々には想像できないすごい能力さ」というものである。そしてOさんは、毎回ツアー客に対してそのイメージを演じる。ツアー客の先頭を歩き、草木や方角についてもっともらしく解説をつける。山岳地帯の大自然と、大自然に培われた“知”のすばらしさを語るのである。つまりこのとき彼女は、「山地民」らしさを装っていると見ることができる。ガイドたちは「より本物らしいツアーを提供」して観光客の満足度を高めるという競争の中にいる。このため、コン・ムアンのガイドでも、自分が「山の村で長い間生活した」ことや「山地民」の生活に詳しいことを強調することで“顧客をより満足させるサービス”を提供することができるのである。山岳地帯出身のNさんがツアーガイドとしての社会的地位を確保するために「主流民族」らしさを提示するのと同様に、コン・ムアンのOさんはツアーガイドとして外国人観光客をより満足させるために、コン・ムアンでありながら「山地民」らしさを装っているのである。ここまで見てきた両者に共通しているのは、たとえそれが「山地民」からコン・ムアンというベクトルであれ、逆向きのコン・ムアンから「山地民」へというベクトルであれ、いずれにせよ何らかの形の自己利益の追求のために戦略的にエスニシティを表象しているという点である。

こうしたNさんやOさんのあり方に対して、ツアーガイドとしての経験が長いPさんの場合、エスニック・ツーリズムから立ち現れるエスニシティのあり方と個人との関係がより深化しており、先述の

〇さんとはまた異なる“タイの主流民族”の立場を観光客の前に現出させている。1967年生まれのアークガイドPさんは、自分を「バンコクの人(Khon Krungthep)」と呼ぶ。Pさんはバンコクで生まれ育ち、大学の経済学部を卒業した後、いくつかの仕事を転々とした。本人によれば、「出版関係の仕事や、いろいろなことをしていた」という。しばらくそうして、いくつかの職を転々としていたが、28歳のとき「偶然、友達が来ていたから」チェンマイへやって来て、旅行代理店で働き始めた。彼はこの動機を「何か新しい世界で働きたいと思ったとき、ちょうどいい具合に友達が誘ってくれたから」だと言う。しかし、彼がガイドとしてツアーを率いていく際に観光客に対してする語りは、これとは異なる。Pさんは、「自分はバンコクの街中で生まれ育ちました。でも、都会の喧騒に嫌気が差して、かねてからの憧れだった山岳地帯の大自然の中で生活したいと、飛び出して来てしまったんです。その後、僕は山の村に住んで『山地民』の人々と生活を共にしました。そうするうち、僕が感動し、愛してやまない北タイの大自然と、『山地民』の人々の温かさを、ぜひ他の人にも味わってもらえたらと思うようになったんです。それで今、こうしてガイドとしてあなたたちを大自然の懐へご案内できる幸せを味わっているというわけです」と語る。Pさんが観光客の前に現出させる「『山地民らしさ』に憧れる都会からきたタイ人」という存在は、彼が欧米人観光客から学習した欧米社会における「主流民族らしさ」だと見ることができよう。タイの都市部に住む主流民族の人々にとって、「山地民」は田舎者や違法移民としてエスニック・ヒエラルキーの下位に位置づける存在でこそあれ、「憧れる」存在とは言いがたい。これは、そもそもチェンマイへの旅行者は、バンコク圏などタイの別の地域からやってくる国内観光客の方が外国人観光客よりも圧倒的に多いのに、トレッキング・ツアーの参加者はほとんどすべてが外国人であることから明らかである。こうした中で「山地民の生活にあこがれる都会人」を演じるPさんは、彼の中で完全に客体化されたエスニシティを演じていると見ることができよう。これはつまり、〇さんが「山地民らしさ」を演じるのと同様、観光客をひきつけるための、ひとつの資源として客体化されたエスニシティだと言うことができよう。

さらに、こうしたエスニック・ツーリズムにかかわる人々のエスニシティ表象を見ていくなかで注目されるのが、タイ社会のエスニック・ヒエラルキーを越える手段として、意図的にエスニック・ツーリズムにおけるエスニシティの多面性と交錯性を利用したSさんの事例である。Sさんは、現在スイスに在住する、チェンライ県の山岳地帯にあるリスの村出身の女性である。1972年生まれのSさんは、北タイの大学を中退した後、家族とともに、北タイ都市部にある観光施設で観光客向けに「山地民の踊り」を踊って生計を立てていた。やがて20代半ばに奨学金を得、語学学校を卒業してツアーガイドになった。しかし半年もしないうちにガイドを辞め、外資系企業の事務員となり、やがてバンコク圏の外資系工場で働くようになった。そして、その後外国人と結婚してヨーロッパへ移住し、専業主婦として現在に至っている。ガイドだった頃も、ガイドを辞めた後に現在の夫など外国人の友人を北タイ周辺に案内する際も、彼女は必ず事前にガイド仲間に「××人が好きなレストランは？」「××人が好きな観光地は？」と情報収集してから外国人の案内をした。相手の出身地ごとに傾向と対策を練って、「××人が喜ぶ北タイらしさ」を演出したのである。その彼女に、「なぜすぐにガイドをやめて別の職業に変えてしまったのですか」と聞くと、彼女は、以下のように答える。「ガイドという、収入がよくてその分ストレスが多い仕事は、一生続けていく職業じゃないの。ガイドになる前、町の観光施設で“山地民の踊り”を踊っていた私も、観光ガイドとして“チェンマイ案内”をしていた私も、ほんとうの私じゃなかったのよ。そうした経験は、外国人を目の前にして堂々と外国語で話したり、何が彼らにとっての『理想の

タイ女性』なのかを私にわからせたりしてくれる、ステップのひとつだったの。ほんとうの私は、ずっと別にいたのよ。今、ヨーロッパで素敵な夫と幸せな生活をしているのが、本当の私なのよ」。つまり S さんは、エスニック・ツーリズムに関わることによって、エスニシティの多面性と交錯状態が存在し、それが自分の生活を変える資源となることを悟ったのである。そこで得た経験と知識をもとに S さんは、タイ社会でエスニック・マイノリティとして様々な被差別体験を受ける「山地民」としての立場から、タイ社会のエスニック・ヒエラルキーを乗り越えて自分が生きる環境を生み出す可能性を求めた。そして、エスニック・ツーリズムとそこに作り出されるエスニック・イメージを客体化した自己演出を意識的に行い、「理想のタイ女性」として欧米人の眼に映ることで、(少なくとも彼女にとって) 主流民族タイ社会より上位に位置づけられるエスニック・カテゴリー社会に“属する”機会を得たのである。つまり、北タイの人々の中には、トレッキング・ツアーに関わることで外国人観光客から見たエスニシティと、北タイ社会内部でのエスニシティとの違いがあること——つまりエスニシティの多面性・重層性を認識し、それを自分のエスニシティ表象に利用する人々が生じていると——言うことができるだろう。

では、こうしたエスニシティ表象の多面性・多層性は、観光のメカニズムの中でどのように成立しているのだろうか。この点を見るために、トレッキング・ツアーをめぐる利益分配構造を見た。トレッキング・ツアーで観光客によって支払われる代金の分配構造の特徴は、第一に、代金を支払う観光客にとっては、何よりも「直接、村人——観光客がイメージしている“秘境”に住む貧しい人々——にお金を落としている」というイメージこそが大切であり、観光客がトレッキング・ツアーに対して支払う(対価のうち幾分か)は、その直接村人にお金を落としているというイメージのために支払われているという点である。また第二の特徴は、観光客は、村人に直接代金が分配されるというイメージに対してツアー料金を支払っているにもかかわらず、代金を支払う観光客と「見られる人」である村人との間には、ミドルマンが幾重にも横たわり、その各々に利益が分配される重層的な構造が存在するという点である。では、この観光客と村人との間に介在する重層的なミドルマンの関係と役割とはどのようなものなのだろうか。これが、ツアーガイドによる「山地民」イメージの使い分けに何らかの影響を与えているのではないだろうか。この点を知るため、本稿ではトレッキング・ツアーに参加した観光客が支払った代金が、誰にどのように分配されていくかという流れを見た。ここで1992年に行われたミカウド(Jean Michaud)の調査と2003年に筆者が行った調査を比べると、1992年から2003年の間に北タイのトレッキング・ツアー産業に生じた構造変化が浮かび上がる。1992年の時点では、ガイドがツアー参加料徴収の主体となって最大の取り分を得ていたのに対し、2003年の調査ではガイドを束ねる旅行代理店が徴収の主体となって最大の取り分を得ていた。これはつまり、1992年から2003年の12年間に、北タイのトレッキング・ツアーをめぐる観光産業において、ツアーガイドを束ねてトレッキング・ツアーを運営する旅行代理店の力が拡大したこと——ひいては、北タイの観光産業の利益分配構造の構造化がより進んだことを意味していると言えよう。

では、この利益分配構造の構造化とは、いったいどのようなものなのだろうか。この点を見るために、以下ではツアーガイドをめぐる状況を見た。まず、2003年現在、北タイでツアーガイドになるためには、タイ政府観光省旅行案内人管理局が全国に支部のある政府観光庁を通じて行う旅行案内人養成講習に参加し、最終試験に合格しなければならない。この、大学教員が政府観光省のマニュアルに従って進める講習の期間は3ヶ月であり、大学の授業がない長期休暇中に、普段は別の科目を教えている教員が観光省の定めたマニュアルに従って講習を進める。講習および資格試験の内容は、外国語と観光理論、

実地テストの3種類である。理論試験では、各地の名所旧跡に関する知識とツアーガイドとしての基礎知識やサービス理論が問われる。トレッキング・ツアーガイドの場合、北タイの主要な観光地についての知識に加えて、「山地民の文化風習」が講義される。さらに実地試験では、トレッキング・ツアーガイドの場合、国立公園に指定されている山岳地帯に赴いて、模擬ツアーを率いる。この資格取得試験での合格要件は、山岳地帯の村落社会で培われる知識や経験は判断基準とされておらず、講習で講義された正しい知識を記憶しているかどうかを判定基準となる。また講習への参加資格は、資格設置以来2001年まで、タイ市民権を持っていることと高校3年生までを卒業していることであった。しかし、2002年の法律改正によって、一般旅行案内者については、大学卒業者にのみ講習参加資格が与えられるようになった。トレッキング・ツアーガイドを含む特定旅行案内者資格に関しても、間もなく大学卒業者にのみ講習受講資格が与えられるように変更になる見込みだという。さらに、講習への参加には、参加料金として5,500 バーツがかかる。この金額は北タイでの大卒者の初任給に当たる。これが支払えなくては、ツアーガイド講習を受けることはできない。しかも2001年から、ツアーガイド講習に参加するために事前テストが実施されるようになり、この段階でふるい落とされる人も出てきている。こうして見ていくと、ガイドとして真正な山岳地帯の自然や「山地民」文化に関する知識を習得する資格があるかどうかは、タイ社会の中で学歴や資格取得のために投資できる経済力を持った人であるかどうかによって決まる傾向があるといえよう。なおツアーガイドの中に山岳地帯出身者も存在するが、彼らは規定以上の学歴を持ち、講習を受けて資格試験に合格した人々である。その際、彼らが山岳地帯の出身であるかどうかは、何ら合格の判定材料とはなっていない。つまり、彼らはタイ人としての試験に合格したことでツアーガイドとなったのであり、そこに山岳地帯での村の生活経験や「山地民」としての知識は必要とされていない。

さらに、ツアーガイドたちは資格取得の際だけでなく、ガイドとなってからも、知識を維持するために継続して政府観光省による講習を受け続ける。ここでも「正しい山地民文化」が「知識」のひとつとして教えられる。北タイの町でいくつも結成されているトレッキング・ツアーガイド協会は、1～2年に1回の割合で、ツアーガイドの質の維持と向上を目的とした講習会を提供している。この講習会は、政府観光省が内容を決め、大学に依頼して行うものである。ガイド協会にとっては、こうした政府観光省による情報更新の機会を協会員に提供することも、主な活動のひとつであるという。これは、政府観光省が定める「山地民らしさ」こそ「真正性」が高いという理論ができあがりつつあることを意味していると言えるのではないだろうか。また、現在タイ国内で営業している旅行代理店は、開業時に政府観光省の旅行代理店・旅行案内人管理局へ開業許可の申請することと保証金を支払うことが義務づけられている。政府観光省の許認可を受けて開業した旅行代理店は、開業してからも2年に1度、資格更新手続きを繰り返さなければならない。筆者が2004年1月現在に調査した限り、チェンマイ市街のターペー通りで非合法の旅行代理店は1件も存在しなかった。つまり、政府による観光産業への統制は実質的な意味があるといえるのである。このシステムを逆に考えると、北タイのトレッキング・ツアーで「山地民」イメージを商品として利用するためには、政府による許認可が大きな意味を持ち始めているといえる。このため、北タイの観光ミドルマンが提示する「山地民」に関する知識や情報の真正性に、政府による「あるべきツアーガイドのための」指針や規定が影響すると考えてもおかしくはないだろう。つまり、エスニック・ツーリズムの産業構造化は、エスニシティ表象の真正性の根拠そのものを、山の村ではなく、政府という権威に移してきたと見ることができる。

では、このようなエスニシティ表象をめぐる真正性の根拠のあり方は、地元社会のエスニック関係にどのような影響を与えているのだろうか。この点を明らかにするため、チェンマイ市でコン・ムアン、「山地民」、観光ミドルマンそれぞれのカテゴリーに属する人々に対して、「山地民」のエスニック・イメージについてインタビュー調査を行った。この調査結果から、北タイの地元社会に生きる人々にとって①そもそも誰が「山地民か」という認識は、客観的な認識・主観的な認識ともに多様である、②何が「山地民らしさか」という認識は、コン・ムアンの人々のあいだ、そして自分を「山地民」と認識する人々自分のあいだでも多様である、③観光の場で提示される「山地民」表象に対する、自分を「山地民」と見做す（ことがある）人々の認識も一様ではない、という点が明らかになってきた。では、こうした状況下で、観光のメカニズムを通じてつくり出される「山地民」のエスニック・イメージは、地元社会における「山地民」としてのエスニシティの自己表象に、どのような影響を与えているのだろうか。

以下ではこの点を、観光のメカニズムを通じてつくり出される「山地民」イメージを投影される山岳地帯の村人と、「山地民」イメージとの関係を、観光客がしばしば訪れるD村での、「伝統的な祭り」を事例に見た。2003年12月にD村で行われたモンの新年の祭りは、村人によって「伝統的な、昔からモンの間に続く祭り」と語られた。しかし、この祭りは、行政県単位の「モン協会」を中核に運営され、祭りの協賛者には政府観光局やタイ国軍放送が名を連ねた。祭りの期間中、村の各所で催された行事の様子は、タイ人テレビ局スタッフによって収録され、村の辻々に設置されたテレビで生中継された。村人は、このテレビの前に人だかりをつくって祭りを体験したのである。さらに、この「伝統的な祭り」の様子を、自らビデオカメラに収録する村人もいた。彼らは、祭りの様子をビデオカメラに収める理由を「祭りに参加できなかった自分の村の人に祭りの様子を伝えるため」「アメリカにいるモンの同胞に送るため」さらには「自分たちの子孫に伝統文化を伝えるため」と語った。ここから言えることは、観光のメカニズムを通じてつくり出される「山地民」のエスニック・イメージについては、すでに観光客の視点と「自分たち」の「伝統的」な祭りの現場に参加しているモンの人々の実体験の視点が交錯しあっているということである。そして、村人がエスニック・ツーリズムによって生み出されるエスニック・イメージを自分たちの記憶として鑑賞・記録・編集しているということである。つまり観光のメカニズムを通じて生みだされるエスニック・イメージを、モンの人々が「自分たちのイメージ」として、認識・再生産する状況ができあがりつつあると言える。

さらに近年では、町に住む山岳地帯出身者の間に、この「山地民」イメージを利用した自文化表象の活動が始まっている点が注目される。こうした活動は、都市に住む「山地民」のアイデンティティ確立とネットワーク形成を主目的としている場合が多い。たとえば、そうした活動のひとつである「若者のための民族文化関係研究会」は2003年に始まり、チェンマイ山地民博物館を拠点として活動している。この会は、活動目的を①一般の人々および少数民族の人々の間に協調関係を確立すること、②少数民族各世代の人々が自民族の文化と知識に対する価値を再認識すること、③東南アジア各地に散在する少数民族の文化および生活様式を保存すること等としている。具体的には、この会はチェンマイ山地民博物館を会場とした「山地民」文化祭りの運営をしている。この祭りでは、「山地民の踊り」が披露され、「山地民の工芸品」が展示される。この会の活動の特徴としては、行政機構と対立するのではなく、協調関係を築こうという姿勢を打ち出している点が挙げられる。たとえば、チェンマイ県庁やタイ国政府観光庁、国境警備隊第三師団など、行政各部署もこの活動のメンバーとして名前を連ね、北部の県レベルの政治家をアドバイザーや後援者として取り込んでいる。ここから言えることは、この活動は都市という

空間に象徴される国民国家システム・市場経済システムに対抗する新たなシステムの提示ではなく、そうしたシステムの一部としての都市部在住「山地民」という居場所の創設、言い換えれば都市エスニック・マイノリティ社会の創出という意味を持っているということだろう。ここで注目される点は、この活動が、「モン」や「アカ」といった「民族」ごとのまとまりではなく、「山地民」という、外部者によってつくられた単位を「自文化」単位と称している点である。この活動以前には、この「山地民」というカテゴリーは政治的な権利主張の場でこそ用いられることはあったが、「自文化」主張の単位に利用されることはなかった。そして、山地民が「自文化」単位として語られるようになった背景に、「山地民」を観光資源としたエスニック・ツーリズムの影響が見受けられる。たとえば上述の「山地民」文化祭りは、エスニック・ツーリズム上で語られる「色鮮やかな衣装」や「美しい少女」といったイメージを踏襲したものが多く、つまりここで言う「山地民」イメージとは、観光産業のメカニズムが生み出したイメージに大きく依拠していると見ることができる。

これは言い換えれば、観光のメカニズムを通じて生み出される「山地民」イメージを、「われわれのイメージ」として都市社会を生き抜く道具として位置づける動きが生じ始めていると言えるだろう。ところが、観光産業の文脈で生み出される「山地民」イメージを、都市社会を生き抜く道具として利用する人々は、必ずしも都市に生きる山岳地帯出身者すべてとはいえない。たとえば、チェンマイ市郊外の村で行われた祭りに参加した若者の様子を見てみると、山岳地帯出身の町に住む人々の中には、「自文化」を核とした集まりに参加しても、「自文化」を共有する「我々」に入ることを躊躇する人々がいる。なぜなら、都市在住の山岳地帯出身者が集まった社会では、山の村でのヒエラルキーが完全に払拭されるわけではなく、それに加えて、町の中でのヒエラルキーも完全に払拭されるわけではないためである。山の村でのヒエラルキーが比較的低くても町で成功した人々は、都市部在住「山地民」の「我々」の中でヒエラルキーを逆転させることができる。しかし都市社会である程度の成功を確認するためには、町へ出てきてから一定の期間と、都市社会への一定の適応を必要とする。また、村へ帰るときは「町で働いている」と言う一言で済ませばそれほど深く追求されない「町で何をして働いているか」という点も、町に住んでいる者同士で話していれば、「今、どこに住んでいるのですか」「何をしていますか」といった、知り合っただけの会話で、明らかになってしまう。つまり、町で意に染まない職業をしている人々にとって、村に帰ったときは働く変換装置が、町の中にいる者同士の中では働かず、町社会での個々人の地位や立場がすべて反映されてしまうのである。「山地民文化」の共有というものは、外部からの定義によれば「自文化」を共有する仲間であっても、それを投影される人々にとっては仲間意識を共有するのに十分な条件ではないのである。町で行われる「山地民」の「自文化」活性化の動きは、村の「文化」に詳しいというよりもむしろ、「町社会で居場所を確保した、町社会で成功した人こそ、活動に関わることができる」コミュニティだということができよう。

また、コン・ムアンの人々に「山地民とはだれか」を訪ねると、彼らの多くは「ナイトバザールで物売りをしている人々」と答えた。しかし「若者のための民族文化関係研究会」の参加者たちは、近年ビルマからきた難民である「ナイトバザールで物売りをしている山地民の人々」を、少なくとも2004年現在では自分たちの活動の担い手である「われわれ」の一部だとは考えていない。都市在住「山地民」としての「居場所」は、都市に適応した山岳地帯出身のエリートが中心となる主体となっており、都市内部に住む山岳地帯出身者すべてが「われわれ」として認識されているわけではないのである。これは、コン・ムアンの人々からは「山地民」として都市主流民族社会から排除されながら、観光上の「山地民」

イメージを利用して都市「山地民」社会を形成する人々からも「われわれ」としても認識されない人が生まれているということの意味している。観光産業のメカニズムを通じて作り出された「山地民」イメージを、戦略的に自分のものとして提示する活動が始まっているが、そのイメージを積極的に担う山岳地帯出身の人々と、その「山地民」イメージを積極的に自分のものとして担えない人々との間に格差が生まれつつあるのである。これは、エスニック・ツーリズムによって生まれた肯定的なマイノリティ・イメージを利用した都市「山地民」社会が形成されるに伴って、その都市「山地民」社会からも周辺化される人々が生まれているという、差別の入れ子構造の醸成を意味していると言えよう。

## 論文審査の要旨

### 〔I〕 論文の構成

石井香世子君（慶應義塾大学社会学研究科後期博士課程単位取得退学、名古屋商科大学専任講師）が、慶應義塾大学大学院社会学研究科に提出した博士学位請求論文「エスニック・ツーリズムにおける自己表象——北タイ「山地民」と観光ミドルマンの事例から——」の構成は以下のとおりである。

#### 図表一覧・凡例

はじめに

1. エスニック・ツーリズムと自己表象：既存研究のまとめ
2. 「山地民」カテゴリー成立の背景
3. 山岳地帯の変化と「山地民」イメージ
4. タイにおける観光開発とエスニック・ツーリズム
5. 観光ミドルマンの多面性
6. 観光ミドルマンと自己表象
7. トレッキング・ツアーをめぐるイメージの担い手と利益分配構造
8. 「山地民らしさ」をめぐる認識のズレ
9. 「山地民」観光イメージと山の村人

おわりに、参考文献

主論文は、A4用紙1枚に約1,400文字で221頁、約31万字という分量であり博士学位請求論文としては十分な量をもつものといってよい。

### 〔II〕 論文内容の要旨

筆者は、まず、「はじめに」において、既存研究をレビューし本研究の狙いを明らかにする。本書の狙いは、①タイにおけるエスニック・ツーリズムの展開によって創りあげられた一枚岩的な「観光用山地民」のエスニック・イメージと、山地民のもつ多様なエスニック・イメージ（自己表象）との乖離状況、②創りあげられたイメージと山地民社会のエスニック・ヒエラルキーとの関係を明らかにすることである。次に、エスニック・ツーリズム研究の現状を整理する。筆者によると先行研究では、「見られる人」としての地元民（本研究では山地民）のエスニック・イメージは、ビジネス利益の最大化を狙う観光産業と、国民統合の強化にエスニック・ツーリズムを利用しようとする国家との協力——そして時には共謀関係——によって創りだされたことがまず明らかにされ、さらに進んで、観光産業であれ国家であれ、

主流民族側が地元民のエスニック・イメージを、地元民抜きに操作し一方的に創りあげるという構図が明らかになり、観光とエスニシティの関係を批判的に研究するものが増加したが、近年では地元民もまた観光の場を通して創りだされるエスニック・イメージを飼いならし、自分たちにとって有利な方向に利用しているという見方を示す研究が増えていることを明らかにする。

たしかに最近の研究では、一見、エスニック・マイノリティとしてのイメージを一方的に押しつけられているかのように見える地元民の、他者が創りあげた観光イメージを積極的に利用するという「したたかさ」に注目が集まりはじめている。筆者はその研究の重要性を認めながらも、一つの疑問を率直に表明する。すなわち、「地元民自身が自分の観光イメージを利用する」といっても、「それが地元民すべてにとって有利に作用するのか」という疑問である。それは、『見られる人』としての地元民を一枚岩的な単一の主体と見なせるのか」という疑問につながる。たしかに、最近の研究にはエスニック・ツーリズムを通して創りあげられた観光上の一枚岩的なエスニック・イメージとは異なり、「見られる人」である地元民の側にも多様な主体が存在し、観光イメージとエスニック・マイノリティの関係の多様性を指摘しはじめたものがある。しかし、その議論はまだ萌芽的であり、山地民の主体的多様性が十分論じられていない。また、エスニック・イメージと地元民社会内のエスニック・ヒエラルキーとの関係を実証的に明らかにした研究は少ない、という筆者は、本研究でその点を補うため、北タイのトレッキング・ツアーとエスニック・イメージを検討する。

ところで、山地民とトレッキング・ツアーについて前もって説明しておきたい。石井君の調査地は、タイ北部にあるチェンマイ県内の山地民居住地域である。チェンマイ県はビルマ、ラオスと国境を接し、県の69%が山岳地帯にある。19世紀にバンコク王朝のもとに組み込まれるまで、文化的には中国南部やビルマ、ラオスとのつながりが強い地域であった。そのため、タイ主流国民であるシャム人とは異なる人々も多く住む。今日、「山地民」と呼ばれる人々がそれにあたり、エスニック・ツーリズムのメッカとなっている。山地民と呼ばれる人々は、タイ主流国民とは文化・言語的にも異なった人々として扱われ、二流国民扱いはされているが、経済的にはタイの観光産業、ひいてはタイ経済の一角を支える人々でもある。

ところで、トレッキング・ツアーとは、日帰りから数日間、ツアーガイドに従って、山奥にある「本物の秘境」へ足を踏み入れ、自然を堪能し、少数民族に出会うというものである。これに参加する観光客は、主に欧米諸国からの若者であり、「本物の秘境」への旅を志向する人々である。これに対して、北部の遅れた人々である二流国民をわざわざみに来るという酔狂なタイ人は少ない。外国人観光客が志向する「山地民」イメージとは、色鮮やかで物珍しい民族衣装に身を包み、人里はなれた秘境に住んで、太古から変わらぬ文明に汚されていない生活を営む人々というものである。山岳地帯へのトレッキング・ツアーの宣伝では、参加者をしり込みさせない程度に、“サバイバル”や“ジャングル”といった形容詞が盛り込まれ、人里はなれた雰囲気をかもしだすよう配慮され、「山地民」の生活に関しては、“自然との共生”や、“客人に対する素朴であたたかな歓迎”などのイメージが、文明社会からの観光客の日常生活世界との対比という形でイメージ商品化され、強調されている。さらに、“太古から変わらぬ習慣が残る”というイメージを隠れ蓑に、アヘン吸引やフリーセックスなどが、あたかも「秘境」では違法性を伴わずに当たり前に行われているかのようなイメージも付与される。これがトレッキング・ツアーの概要である。

筆者は、本稿の目的と考察対象を明らかにし、第1章で近年のエスニシティ研究の動向を論じた後、

第2章、第3章、そして第4章において、山地民カテゴリーの形成に関する歴史的経緯を明らかにする。山地民カテゴリーは、①第2次世界大戦後のタイ国の国民国家形成と国民統合過程の展開のなかで新たに生みだされたこと。②当初は、国民国家形成のためのタイ国家周辺地域の開発のなかで注目されはじめ、援助を要する厄介で遅れた人々として表象され、文明化されてタイの主流国民となった平地の人々に対して、文化的にも劣った人々であることを明示するために考案されたものだということが明示される。ベトナム戦争当時、北ベトナム支援者だとか麻薬栽培者だと見なされて、否定的イメージが押し付けられたのである。

しかし、その後の経済発展のなかで山地民の果たす役割が大きくなると、肯定的な意味が付与されはじめた。とくにタイ国民経済の発展戦略のなかで、観光産業が重視されはじめ、一部の先進諸国からの観光客の間で、タイ北部の山地民を観光対象とするトレッキング・ツアーの人気の高まると、先進諸国の人々が近代化のなかで失った純朴さを維持し、「本物の秘境」に住み古来よりの生活習慣を維持しつつ、昔ながらの生活を営む未開人であるとの観光用山地民イメージが創りあげられ、日本人を含む外国人観光客を多く呼び寄せるようになると、観光資源としての肯定的なイメージが付与された。ただし、山地民は依然として二流国民扱いられていることには変わりはない。筆者は、こうした経緯を明らかにするなかで、山地民イメージが、まずタイ国家によって一方的に創りあげられたこと、後に観光産業によって洗練されていったこと、そして、それが山地民自身のもつエスニック・イメージ（自己表象）と乖離していくことを明らかにする。その乖離は、山地民自身がもともと個々の部族的エスニシティしかもっていなかったため、山地民カテゴリーに違和感を抱いていたことに加え、戦後高度成長期の近代化、都会化の影響を受け、山地民自身もいつしか近代人に変貌したことにより、さらに強まっていくのである。

次に筆者は、トレッキング・ツアーの観光対象となっていく山地民のエスニック・イメージがどのように創造・管理され操作されているのかを明らかにする。そのために、観光ミドルマンとしてのツアーガイド、旅行代理店資格制度などについての実証調査の結果を報告する。なお、外国人観光客と、見世物になる山地民の間を取りもち、トレッキング・ツアーを企画し実施するツアーガイドや観光旅行代理業者が、観光ミドルマンといわれる人々である。

第5章と第6章では、ミドルマンであるツアーガイドによるイメージ操作の状況を探るため、数名のガイドに対する克明なインタビュー調査の結果を報告する。ツアーガイドのほとんどは主流国民だが、山地民出身者もいる。そのインタビュー調査が明らかにしたものは、一方でミドルマンたちの出身がどうであれ、山地民についての正規の教育を受け、自分たちが都会的である北タイの主流民族であるコン・ムアン(Khon Mwang)出身であることを強調することが多いことであり、他方で、山地民を守らるべき遅れた人々としてみなした上で、海外からの旅行者の望むイメージに合致した山地民ツアーを企画し、そして、観光客と山地民が接触しないように努める姿である。それは、山地民イメージと現実の山地民の日常生活との乖離を隠蔽するためである。

第7章では、ツアーガイドや旅行代理店の資格を得るための国家試験の概要が紹介される。そこでは、現実の山地民イメージではなく、タイ政府が認定した山地民イメージの内容に沿った教材とそれに基づく教育や資格認定試験が実施されることが論じられ、山地民の観光用イメージを維持するための制度が明らかにされる。また、資格試験を受験するためには高い授業料をまず支払う必要があるため、貧困家庭の多い山地民自身が、自らの手で観光産業を管理することは到底不可能なことが判明する。しか

も、ツアーガイドになれた山地民出身者のなかには、観光用山地民イメージと自らのエスニシティの大きな乖離や、本当の自分でない自分を演じる山地民への不満を感じつつも、それでも生活のために割り切らざるを得ないことが明らかにされる。さらに、エスニック観光産業の利益分配構造が克明に調べられ、過去10年の間に、山地民観光産業のなかでかつては利益配分を一番享受していたツアーガイドや山地民の取り分は減少し、主流国民の多い観光代理店の利益配分率が高まり、エスニック観光における主流国民による物心両面の支配と搾取の構造がより鮮明にされる。また第8章では、ミドルマン研究の際に明らかになった、観光用山地民イメージとは異なる多様なエスニック・イメージが、ミドルマンたちによるもの、観光客によるもの、周辺に住む主流国民よるものなどに従って整理される。

さらに筆者は、最近の研究動向に沿って、第9章で、押し付けられた山地民イメージを利用して、都市に住む山地民の結束を強めるためのネットワークづくりの道具にしようとする動きに注目する。山岳地帯の人々のなかには、近代化の波に乗り都市に移住した人々が少なくない。このような人々が結束して、山地民祭りを都市や郊外で開催し、相互扶助団体や支援団体の基盤づくりに乗りだしはじめているが、その際に個々の部族(例えば、「モン」「アカ」「リス」など)ごとに集まるだけではなく、観光産業が生みだした「山地民」という新しいカテゴリーのもとにより広く結集していく動きがあることも明らかにされる。そして、文化的主張ばかりではなく、政治的主張もみられるようになったことが明らかにされる。その山地民祭りで披露される踊り・儀式などは、伝統的なものばかりではなく観光用に創られたものもある。そして、それらが、山地民出身者の間に、伝統的な祭りや踊りとして受け入れられつつあることも明らかにされる。

しかし、都市における山地民の集まりやその場で披露される伝統的な踊りなどを観察しながら、筆者は既存の観光とエスニシティ研究が論じるような、創られた伝統的イメージの地元民による飼いならしの過程を確認した後、筆者はそうした動きのなかにある種の違和感をもちはじめる。それは、都市におけるエスニシティの再活性化の動きに参画する人々の多くは、山地民出身者のなかでも、都会生活に適應あるいは同化して成功し、中流並みの経済・社会的地位を確立した人々であり、都市生活者である山地民でも、十分な成功を収められず貧困生活に甘んじている人々は、積極的にそうした山地民祭りや、それらを基盤としてできたエスニック・ネットワークには参加していない、あるいは排除されているという事実に気がついたからである。筆者は、新しいエスニック・ネットワークの登場を積極的に評価する最近の研究は、この点を見落としていると主張する。そして、山地民のもつ山地民イメージも多様であるということだけではなく、それを利用できる可能性はエスニック集団内の社会・経済的地位によっても異なると同時に、新しい観光用エスニック・イメージを利用できないだけでなく、むしろそこから生まれたエスニック・ネットワークからも排除されている山地民がいることを明らかにする。

そして最後に、以上のような自己表象の多様性と、エスニック・集団内の階層構造によるエスニック・イメージの戦略的利用可能性の違い・有無などの複雑な状況を理解しないと、タイのみならず似たような状況にある先進諸国の先住民族や周辺民族の社会的状況を正しく理解できなくなるのではないかという結論を導く。

### 〔Ⅲ〕 評価・結論

本論文は、石井君が慶應義塾大学社会研究科前期・後期博士課程在籍中より研究を進めてきた、タイ北部のチェンマイ市内外での山地民のエスニシティ研究を総括したものである。石井君は山地民の村に

入り込むだけでなく、チェンマイや首都バンコクに移住した山地民の生活とその文化状況を克明に探るとともに、観光とエスニシティについての理論的な考察を進めてきたが、その研究がまとまったものである。当初より、石井君はタイ山地民の生活の窮状を間近にみることににより、タイの山地民の研究を志し、山地民というカテゴリーの生成からはじまりその窮状生活の歴史を追いかけてきた。そのなかで1980年代より盛んになりはじめたエスニック観光産業の発展が、山地民の生活を救う一助になるという観点より、エスニック観光産業論に期待をもって注目してきた。だが、本稿で明らかにされたように、支配民族や外国人観光客の期待に沿った地元民イメージに創りあげられ、観光用生活様式を押し付けられ、見世物にされるだけでなく、観光からの利益の多くは主流国民のものとなり、物心両面で従属的な貧困生活から逃れられない人々が多いことに気がついたのである。

たしかに、新しいエスニック・イメージを利用して、例えば観光ミドルマンとしてしたたかに生きる山地民も増えたが、それは一方で山地民の間にアイデンティティ・クライシスを醸成するだけでなく、階層分化をも進めているのである。また、都市に進出したものでも、タイ社会に適應あるいは同化できたものは、創られた山地民イメージを利用して、近年、政治的・社会的・文化的主張を行いつつあるが、社会的に成功できなかった人々はそうしたネットワークにも参加できず、人知れず社会の底辺に沈んで行き、社会的に排除されていくのである。石井君はこうしたアンダークラス化する山地民へのまなざしを変わることなく維持してきたので、本研究は多少楽天的な既存研究が見逃しがちな側面、すなわち、階層性と不平等に焦点を当て、社会的包摂と排除に注目したエスニシティの政治・社会学的研究として高く評価できる。

残念なことに、都会に住むアンダークラスの山地民と山地民イメージの関係についての研究は未完成である。さらに、そのような山地民出身者が浮かばれ、社会に包摂されるようになるための解決策の提示はない。今後の課題は大きい。また、査読者の便宜のためにと付加した用語解説に不適切なものがある。しかし、短期間にここまで研究しただけでなく、本研究を進めるにあたりエスニシティについての研究整理を第1章において行っているが、エスニシティを原初主義的で本質主義的なものとみる研究視点から、社会構築主義的で道具主義的な視点へと移行しているエスニシティ研究のパラダイムシフトについても遺漏なく整理し、この変化がなければ最近の観光とエスニシティ研究は実現しなかったことを明らかにしている。また第5章から第8章のツアーガイドの実証研究の成果は資料的にも第一級のものであることは間違いない。

これらの点を総合的に評価すると、本論文が学位請求論文としての水準を満たしているだけでなく、今後、石井香世子君が博士号の称号を背負ってその称号に十分ふさわしい研究を次々に生みだしていく能力の持ち主であることが確信できる。よって、審査委員一同は石井君の学位請求論文が博士(社会学)学位授与にふさわしいものであると認定したことを、社会学研究科委員会に報告するものである。最後に、2005年10月20日三田キャンパスで行われた公開審査に参加された方々による貴重なコメント、忠告、疑問点などに感謝の意を表したいが、本報告にそのすべてを書き入れることはできなかったことをお詫びしたい。

以上