

ローカル・イニシアティブにおける伝統の創造

——長崎ランタン・フェスティバル(春節祭)とニュー・エスニシティ——

廖赤陽・王 維

はじめに

前世紀後半から今世紀にかけて、グローバル化の波は、資本主義市場と大衆文化、情報消費などの世界的一体化、均質化をもたらした。一方、画一された国民国家の境界の裏側に隠されてきた地方性というものは、むしろグローバルを契機に積極的に蘇っている。言い換えれば、グローバル化は、ローカルの増大によって進められた。例えば、前世紀80年代以降、華僑華人の地縁・血縁団体のような極めてローカルの性格を持つ組織が、華人の世界的なネットワークの形成における大きな推進力のひとつとなっている。他方、各地方の民間社会組織、行政、企業などを中心に、当該地方の歴史・自然・文化資源を活用して「伝統」をアピールすることを通して町おこしを図る動きが、東・東南アジアに限らず世界各地で広く見られている⁽¹⁾。

日本では、1960年代後半から、町おこしは地域コミュニティにおける草の根の運動としてスタートし⁽²⁾、1980年代以降、各自治体は、グローバルの挑戦を受けて地方分権を主張し、地方の国際化を地域発展における重要な戦略として打ち出した⁽³⁾。こうした動きは、国家を相対化し、地方をコアに国境を越えた新たな歴史・文化・生活・政治空間を生み出すことを意味している。このような「ローカルが主体となって、新しい生活空間を創造しようという運動を『ローカル・イニシアティブ』と呼ぶ」⁽⁴⁾。

本稿は、この動きの一環として、長崎ランタンフェスティバルを取り上げ、その生成過程を通して、グローバリゼーションの背景における長崎の独特な地域性を検討したい。

近年、日本の各地の中華街において、中国文化をベースに新しい「伝統」を創出する傾向が顕著に見られる。中では長崎は華僑の人口がもっとも少ないが、中華街の華僑によって始められた小さな春節祭が長崎市の全体の祭として拡大され、現在長崎の冬を飾るランタンフェスティバルとなった。このケースは、長崎ないし日本華僑社会の動きとして見るよりも、むしろエスニック社会を越えた地域性の特質を示している。また、このような地域の特性は、町おこしからローカル・イニシアティブにいたる東アジアの広い空間に共通する歴史文脈の一環として位置づけることができる。

地域というテーマは実は広狭さまざまなレベルの空間を取り扱う。その概念は通常三つに区別して表現できる。第一に、ある特定の場所を表す「ローカル」に対応する地域である。第二に、ローカルよりも広い意味をもたせるものとして、ある特定の空間をあらわす「リージョン」に相同する地域である。第三に、より広い地域、或いは大きく統轄された地域、あるいは相互関係をもつ「エリア」に対応する地域が想定される⁽⁵⁾。

長崎地域社会は、ローカルとして取り上げることができるが、「リージョン」(長崎周辺或いは日本)と「エリア」(長崎を囲む地域あるいは周辺のアジア地域)というより広い意味の地域の背景を配慮しながら考える必要がある。地域のエスニシティはさまざまな環境にかかわりながら、形成されたのである。グローバル化の背景下では、地域の特徴つまりより地方化をすすめるために、地域のエスニシティが強調され、造成化される傾向が強い。

以上のような視点を以って、本稿は新地中華街発展会と長崎ランタン・フェスティバル(春節祭)に関する考察を通して、具体的に以下の二つの問題を探りたいと考えている。

第一に、ランタン・フェスティバルを通して、地球化と地方化の相関関係を具体的に検討する。ことに、グローバルを背景とした地方性の増大に注目して、ローカル・イニシアティブの歴史的条件を提示する。

第二に、ローカル・イニシアティブにおける伝統創造をニュー・エスニシティの形成と関連付けて描き出す⁽⁶⁾。具体的には、新地中華街を中心に、伝統の創造を通して、当該地域社会の表層と深層は、いかなる関係で結ばれていたのかを示す。いわゆる表層とは地域行政、施策、組織運営、都市発展戦略などの制度の側面を指しており、深層とは、地域自治組織、人間関係、ネットワーク、行動、文化と思考様式の側面を含意している。

一. 周縁化による課題と挑戦

1. 東アジアの中継センター及び全国中心市場

長崎は日本の南西端に位置し、上海、寧波など沿岸都市と一衣帯水、北は釜山に隣接し、南は沖縄、福建及び東南アジア各地と繋がっている。このような地理位置は歴史上では東北アジア、東南アジア区域内の多角貿易中継地の自然条件の一つとして備える。400年余り前からポルトガル、オランダなど西洋と中国の商人たちが長崎に来航し、長崎をはじめ九州各地に居留拠点を構えた。17世紀30年代より、幕府の鎖国政策によって、対外貿易が長崎一港に集中され統一管理されるようになった。また長崎ではそれぞれオランダ屋敷と唐人屋敷という集中居留地が建立された⁽⁷⁾。江戸時代において、長崎は東アジアの多角貿易の重要な中継地だけではなく、多額の輸出品としての海産物の全国中心市場となっていた⁽⁸⁾。

2. 国民国家政策の統合による周縁化

1850年代以後、日本各地が開港するにつれて、長崎の歴史地位は厳しい挑戦

を迎え、次第に全国中心市場としての優位から地方市場に成り果てた⁽⁹⁾。この時期以来、東京を軸とする日本国民国家の建設過程において、都市は外向的に世界経済に繋がる一環ではなく、内向型の国民経済の一部として、中央垂直体系の統合政策に従って、順次に国家都市—地方中枢都市—地方中核都市—地方中心都市など重層的な階段型の都市体系に編成された。地方中心都市に相当する長崎は、国民経済の体系の中で、東京に一極集中する影響を受けながら、九州地区内の福岡に一極集中する圧力を受けざるをえなかった⁽¹⁰⁾。また1980年代より始められたグローバル化の波の中で、中央大企業の海外進出によって、長崎は地方へ大企業の資本を誘致し経済を振興する希望が幻滅した一方、国家政策の保護によって発展してきた造船などの重工業が、韓国など外国の同業者の激しい競争に攻められる。その上、さらに少子化、高齢化及び地域過疎化など問題が加わり、地域の経済地盤が沈下し、社会事業が衰微することに拍車をかけた。伝統をもつ造船、水産及び観光という三大産業のうち、造船が東アジア区域内の国際競争をむかえ、水産が環境破壊という深刻な影響を受けているため、残った選択肢として観光産業にほかならなかった⁽¹¹⁾。

3. 地域アジア化の構想と条件

中央政府の規制緩和及び中央系統の大企業が地方に介入する程度の低下は、地方の自主性と選択性の拡大をもたらした。グローバル化の背景において、長崎がいかにか国境を越えた形で地域間の水平的分業を拡大し、地域の国民経済体系中の垂直序列を引き上げるかは、地方が周辺化から脱却する重要な課題となる。1980年代以来、長崎を含め、九州各地の経済、行政、学界などの領域においては、国際化というスローガン、構想及び具体的な対策が積極的に出された。長崎には三つの優勢があるといわれている。1) アジア経済の活力を利用し、水平分業の領域が拡大できる。2) アジアに近いという地理的な利点があると同時に、インターネットの情報化により、東京を離れる弱点を克服することが

できる。3) 中央の規制緩和は地方における中小企業が廉価商品を発展するのに有益であるだけでなく、アジアの観光客を誘致し、観光産業で地域の発展を求める戦略を確立するのにも役立つ⁽¹²⁾。いわゆる長崎の国際化というのは、実際中央に頼らず、地方の自主的選択性に基づいて、国境を越えた形で多様な地域間のネットワークを展開することであり、その中身は、当該地域のアジア化にはかならない。

20世紀後半、九州各地では政府と産業界を中心に、アジア太平洋地域に向って、多くの大規模な高級ホテル、国際会議センター及び観光遊楽施設が建設されたが、成功した例が少ない。長崎ランタンフェスティバルの事例はアジア化の構想を現実とさせるのにどんな条件が必要であるか、という思考が提供できる。

二. 華僑社会と地域社会

1. 歴史の持続と変容

日本の華僑社会は持続する中国人社会としてイメージされ、華僑から華人への明確な変遷が見られない。国籍からいえば、中国国籍を保持する華僑が依然として多数を占めている。各地の華僑総会と地縁会館が華僑社会組織の基幹となり、中華文化が華僑の学校を通じて伝播を果たした。一方、日本の華僑社会はまた変動的、多元的な社会であって、今日まで四極多元な社会構造を成してきた⁽¹³⁾。四極とはつまり、近代開港以来、日本へ移住してきた「老華僑」と1980年代以後来日した「新華僑」、そしてイデオロギーの対立によって分断された大陸系と台湾系の華僑を指す。多元とは、華僑の学校、出身地、職業、在留資格などによって華僑社会の多様性を構成するということである。400年以上の歴史を持つ日本華僑社会の持続性は主に「老華僑」によって担われているが、「老華僑」を主体となす長崎華僑社会は日本華僑の発祥地といえる。16世

紀後期より、中国の商船が頻繁に長崎港を出入りし、福建、三江、広東三大幫は相次いで華僑の地縁組織の原型を作った。近代開港以後、華商たちは東南アジアの各主要港から長崎を訪れ、それから神戸、大阪、横浜、函館へ北上し、国際貿易基地を建立し、東・東南アジアにおける広域の貿易ネットワークを形成した⁽¹⁴⁾。先着する有力商幫は開港場に集中していたが、後に来日した他の地縁グループの小幫は奥地の市場に入り込んだ⁽¹⁵⁾。

1920年代頃にいたって、神戸華僑はなお国際貿易に重要な位置を占めていたが、華僑の主要経済活動は国際貿易から三刀業などサービス業に転換した。さらに戦後、戦勝国民へ特配された物質を用い、華僑が飲食サービス業と不動産業を基礎に経済の再建を果たした⁽¹⁶⁾。

2. グローバル化のなかの中華街の再編

現在、飲食サービス業を中心に、日本華僑社会の顔となる横浜、神戸、長崎三大中華街がいずれも新たに作られたものである。横浜と神戸の中華街は戦後まもない頃から占領軍と船員達の歓楽街となり、中国的な特色を失い衰退していき、一般市民が恐れ足を踏み入れようとしない地域であった。一方長崎では、現在の中華街の所在地である新地は1947年の大火災により、中国式の建物が殆ど焼かれてしまった。戦時の日本の政策により、混合型の地域社会になり、新地の日本人の数が華僑より上回って、1960年代になるとこの地域は殆ど中国人居住区の特徴を失っていた。

各地域の中華街が特に1970年代の日中国交回復とその後の国際化の波を契機として再建を果たした。横浜と神戸の中華街が地方性の都市経営の戦略の一環として整備を実現し、当地域はさらに日本全国の観光地へと発展した。長崎新地も1980年代において、新地中華街商店街振興組合の成立に伴って、新地の中心となる十字街の東西南北に門が完成してから、「中華街」と呼ばれるようになった⁽¹⁷⁾。

中華街の整備は横浜、神戸、長崎において、共通する現象である。中華街は、「中華街らしさ」を備えたエスニックな地域として整備された結果、それ自体が華僑エスニシティのシンボルとして、また、エスニック・シンボルとしての祭の開催の場として、さらには華僑社会の様々な生活や運動の結節点として飛躍的に重要な役割を果たすようになった⁽¹⁸⁾。

3. 華僑組織から脱エスニックの地域組織へ

近代国家と華僑組織との関係という視点から見れば、二つの重要な時期が華僑の組織に影響を与えたと考えられる。一つは、19世紀後期、清国領事の直接の働きで、華僑が居住する各地では中華総商会、中華会館、学校などのような同郷幫を越えた組織が誕生した。二つは、戦時中、日本政府が一地方に一つの組織という政策を推進した結果、各地では強制的に華僑団体の合併が行われた。この政策が戦後華僑社会組織の構造にも影響を与えた。つまり、戦後、日本各地において、それぞれ華僑の代表的な組織「華僑総会」が成立し、各華僑総会間の関係が平行的である。日中国交回復まで、大陸系華僑総会は領事館のような国家機関としての役割を果たしていた⁽¹⁹⁾。地縁組織からみると、長崎の華僑はほぼ福建幫の一色的な社会となり、その中では福州、福清幫が中心となる。そのうち、三山公幫・福建同郷会（福州・福清幫）の主な役割は崇福寺を中心とする伝統祭祀の維持、華僑の親睦であり⁽²⁰⁾、福建会館（名義上福建省全域を包括す地縁団体）の主な機能は、所有する福建会館、観音堂、土神堂、天后堂などの古建築の保護、管理などに関する活動である⁽²¹⁾。

1984年に設立した新地中華街商店街振興組合（以下は振興組合と略す）という地域の組織は新地中華街で商売をしている店舗によって構成され、43軒の店のうち、華僑と日本人が半分ずつ占めている。華僑総会と地縁組織を比べると、中華街振興組合はエスニック・グループの組織として捉えられない側面をもち、地域の発展を目的とする地域自治団体であると思われる。つまり、中華街の華

僑は、同じ地域で店を構えて営業するという地縁的原理によって日本人店主と結びつき、新たな地域社会を形成しているのである。

このように、政治、文化及び経済的な諸課題は、華僑総会、地縁団体と振興組合という三つのタイプの組織によって分担された。

次に、三つのタイプの団体の性格の相違をそれぞれの会則を通して試みる。

A. 長崎華僑総会。

本会は祖国——中華人民共和国を熱愛し、華僑及びその家族の団結互助と親睦を計り、華僑の正当な權益を擁護し、経済文化の地位を高め、中日友好の促進を目的とし、かつ華僑公産の管理運営を行う⁽²²⁾。

B. 長崎福建同郷会（三山公幫）。

本会は長崎県下の福建省出身華僑を持って組織し、次の事業を行う

- 1) 華僑子弟のための学校に対する助成
- 2) 貧困者、罹災者等に対する助成
- 3) 同郷間の慶弔ならびに諸行事を行う⁽²³⁾

C. 新地中華街商店街振興組合

本組合は、組合員の相互扶助の精神に基づき、組合員のために必要な共同事業を行うとともに、地区内の環境の整備改善を図るための事業を行うことにより、組合員の事業の健全な発展に寄与し、合わせて公共の福祉の増進に資することを目的とする⁽²⁴⁾。

上掲の会則で示したように、振興組合は、華僑華人が中心的な役割を果たしているものの、同組織は、総会や同郷会のようなエスニック団体ではなく、むしろ日本のほかの商店街組合や発展会と同様に、地域の発展に立脚するローカル・コミュニティである。そして、振興組合の結成は直ちに、灯籠祭の創出へとつながった。

三、春節祭からランタンフェスティバルへ

1. 成立のきっかけ

中国灯籠を飾る春節祭は1987年から新地中華街で始まった。同祭りの創出のきっかけについて、振興組合理事長の林照雄は次のように述べた。

1986年新地中華街のシンボルだった中華門が作られた。その翌年の1987年に第一回の春節祭を行った。当時、福州市政府の関係で福州の職人を頼んで門聯を作ったので、そのルートで、猿とか馬とか、十二干支の灯籠60個を中国で作ってもらった。なぜ灯籠を飾るかという、春節をやろうとすればやはりランタンを飾るとみんなが考えた。また、中国では正月に甘いおかゆを食べる習慣があるという話を聞いて、乾燥フルーツを入った甘いおかゆを無料で配った。寒い季節でこれを食べると身体も温まるしいなと思っていた。

この祭りを作ったのは、主に二つの理由がある。ひとつは、その季節はちょうど長崎を訪れる観光客の数が少ないオフシーズンに当たる。もうひとつは、華僑の若い世代は中国の風俗習慣が何も知らない。これを通して彼らに中国の伝統を受け継いでもらおうと思った⁽²⁵⁾。

このように、1986年中華街のシンボルとされる中華門の落成にともなって、翌年、中華街商店街振興組合は観光客をひきつけるため、祭りの開催を計画した。その意図にはまず中華街の華僑は二世や三世が多く、中国的な文化や伝統を殆ど知らない、中華街のイベントは中国の伝統祭に関連するものが相応しいこと、次に、長崎地方の現状を考えて、冬が観光の閑散期であるし、この時期がちょうど中国の春節と元宵節にあたるということがあった。そのような経緯で、小正月の習慣のない華僑が自らの想像している中国春節の光景にちなんで「伝統的」祭日を作り出した。

同祭りは、観光客の好評を得て、昭和天皇が逝った1989年を除いて、1993年まで毎年開催された。

2. 春節祭からランタンフェスティバルへ

1993年まで中華街ですでに7回灯籠祭が実施され、良い経済と文化の効果が収められた。これによって地方政府の重視がもたらされ、それを正式に観光の柱とする長崎都市発展の戦略の一環として、政府によって資金の投入が行われ、参画し実施され、灯籠祭という中華街コミュニティのイベントを長崎市全体の祭ランタンフェスティバルへと発展させた⁽²⁶⁾。

1994年、長崎市は第一回ランタンフェスティバルに対し2,500万円の助成金を出した。これは、同年度長崎市がほかの五つの観光行事に出した助成金総数の17,498万円よりはるかに上回っている。それ以降、助成金は倍増し、祭りの規模も着実に拡大し、二週間の集客数は、長崎市全人口の2倍近くまでに増加した。

表1. ランタンに対する市の助成金額・開催期間と集客数の推移

年度	助成金額(千円)	開催期間	集客数(万人)
1994	25,000	2月 1日～2月14日(14日間)	15
1995	30,000	1月28日～2月12日(16日間)	25
1996	40,000	2月16日～2月25日(10日間)	33
1997	50,000	2月 7日～2月16日(10日間)	41
1998	50,000	1月28日～2月11日(15日間)	56
1999	50,000	2月16日～3月 2日(15日間)	62
2000	70,000	2月 5日～2月19日(15日間)	69
2001	50,000	1月24日～2月 7日(15日間)	64
2002	50,000	2月12日～2月26日(15日間)	70(目標)

(長崎市議会事務局『市政概要』1992年～2001各年版。『2002長崎ランタンフェスティバル・長崎燈台 記者発表資料』2002年2月5日)

なお、2001・2002年の場合、その収支予算の内訳は表2の通りである。

表1で示したように、ランタンフェスティバルの規模拡大は、地域社会に生

ローカル・イニシアティブにおける伝統の創造

きる人々の地味な努力に加えて、市の行政側が財政の面から大きくサポートしていることとかかわっている。なお、表2で分かるように、一億前後の費用のうち、市県の行政とその関係する諸機構の負担金・補助金は3分の2を占めており、残りの3分の1はその他の団体・企業の協賛金によって賄われている。そして、支出の面から見れば、メイン・イベントのランタンを飾る費用は全体の70%を占めている。

2000年現在ランタンフェスティバルの直接的な経済効果は約41億円、その波及効果が28億円と推計されたが、政府の資金の投入も年々増加し、2003年のランタンフェスティバルに7000万円資金の投入が計画されている⁽²⁷⁾。

表2-A. 収入 (千円)

科目	2000年度	2001年度	備考
共催費負担金	75,000	55,000	
内訳	長崎市	70,000	50,000
	長崎商工会議所	35,000	35,000
	長崎国際観光コンベンション協会	15,000	15,000
補助金	53,000	53,000	
内訳	長崎バス観光開発振興基金	300	300
	長崎県観光活性化プロジェクト振興事業補助金	5,000	5,000
協賛金	30,000	28,000	
各種団体・企業等	30,000	28,000	
雑収入	6,034	5,000	
雑繰越金	1,266	0	
合計	117,600	93,300	

表2-B. 支出 (千円)

科目	2000年	2001年	備考
全体装飾費	85,000	61,000	ランタンの購入・配線・工事・運搬など
イベント費	16,000	17,300	音響・司会・テント・謝礼など
事業費	39,000	3,400	皇帝パレード・媽祖行列など
事務費	12,700	11,600	広告・警備・会議他
合計	117,600	93,300	

四. アイデンティティと市場ネットワーク

1. 伝統創造と本場志向

ランタンを飾り、甘いおかゆを配る——これは、新地中華街に住む人々の中国春節に対する想像に過ぎないにもかかわらず、同祭りは、強い本場志向を持っている。官民に問わず、調査にかかわった殆どの対象が、誇りを持って長崎ランタンが日本では最も本場的であることを強調する。

前掲表1で示したように、長崎ランタンの開催期間は、旧暦の元旦（春節）から15日（元宵節）の二週間となっている。中国の春節の習俗は、地域と時代によって必ずしも同じではないが、一般的にいうと、旧暦12月23日から竈神祭祀から準備期間に入り、旧暦12月30日の大晦日に祖先祭祀を行い、守歳と呼ばれる習慣を以って家族団らんでご馳走を食べ、新年の到来とともに爆竹を鳴らす。正月1日は拜年という年賀行事を行い、14日までは地域によりさまざまな行事を行って、15日にはランタンを飾って餅団子の元宵を食べる⁽²⁸⁾。長崎のランタンは、華僑社会における春節の習俗の継続でもなければ、本場中国の春節とも異なる。また、観光の視点から見ると、旧暦にあわせることは、商品として旅行プランを組みにくいなどのデメリットもある。それでは、なぜ旧暦にこだわっているのか、これについて、市観光課の責任者は次のように述べている。

期間をもっと一ヶ月をやればいいのか、必ず旧暦の春節じゃないほうがいいのか、2月1日からやったださいよ、決まった日にやれば一年前からわかると、いろいろな意見があった。しかし、私たち長崎は本物にこだわる意識があります。もともと春節にあわせているので、最大で1月から3月の間に動いている。商品として2月1日に決まるとやりやすいですけど、やはり本物にこだわっている⁽²⁹⁾。

この祭りのコンセプトは、「長崎に息づく異国 CHINA 再発見」として構築されている。同祭りの最大の彩るところは、言うまでもなく赤を基調に市街地を異国の暖かい風景に仕上げたランタンである。そして、主なイベントとして、龍踊り、媽祖行列は長崎唐人貿易の歴史に由来する伝統的芸能・行事であり、華僑青年会の中国獅子舞は1980年代以降横浜などから習ってきた芸能である。また、中国や日本の国内各地から招いた芸人による雑技、京劇、中国音楽の演奏や、長崎各商店街、町内会、学校、その他の各種のサークルなどの演出が賑わっている。そして、新たに作られた皇帝パレードは、清朝の皇帝（皇帝役は市商工会議所の会頭）と皇后らしい人物を中心に日本の大名行列を彷彿させるようなパレードである。その人物たちの服飾は、映画『ラストエンペラ』を根拠としている。

中華街の建設であれ、それによって生まれた春節祭文化であれ、濃厚な中国的な情緒が漂っているにもかかわらず、中国風文化といえども中国文化ではない。これは、長崎の地域を振興するために作られた新しい伝統のほかならない。400年間築いてきた長崎華僑社会、及び長崎対アジア諸地域の歴史的関係を土台に作り出された新しい伝統は、グローバルの時代におけるローカル・イニシアティブを可能にした歴史文化資源である。

2. 市場ネットワーク

祭りに飾るランタンの数は、最初の60個から2000年以降の12,000個にのぼり、2000年度の購入費用は4,000万円も越えた。これらのランタンはどこから、どのようなルートで仕入れたのか。これについて、振興組合の理事長は次のようなことを語った。

最初のランタンは、福州市の関係者に頼んで作ってもらった。福州との関係は、中華門を作ったときに、江山楼の王さんの紹介で福州市政府の関係者を通して職人を頼んだことがきっかけとなる。その耐久性がよくないため、その後、

台湾にコネを持っている神崎さんを通して500個を買った。神崎さんはかなり高齢の方で孔子廟と法人株式唐人館の理事であり、日本人であるが中国語も話せるし、いろいろなコネを持っている。銀行融資とか、華僑はいろいろなことを彼に相談する。そのほか、福建省の漳州も仕入れ地のひとつである。もともと、長崎で研修をした漳州出身の貿易関係者はずっと県の貿易公社と連絡を取っている、その関係で漳州から仕入れた。なお、市とともに第一回ランタンフェスティバルを共催するとき、大量のランタンをシンガポールから購入した。シンガポールのランタンはもともと漳州から仕入れたもので、チャイナ・パークでランタンフェスティバルを終えて、飾ったランタンを500万円で全部買い上げた。相手はシンガポール政府である。シンガポールのほか、香港からも仕入れている。なお、四川出身の中国駐長崎領事の紹介で、成都から車で12時間もかかる自貢市から、陶磁のランタンも仕入れている。ただし、自貢には人物のランタンがない。その人物のランタンを求めて、県の観光連盟の人とともに台湾に赴き、ランタンフェスティバルを参加し、優れた人物のランタンを見つけた。その製作者は、もと中学校の美術教師出身の台湾灯籠協会の会長の林先生である。その後、長崎ランタンは複数の仕入れルートを持ちながら、林先生の製品を中心とした。林先生は、需給の拡大に応じて、広東の珠海に投資し、50人の従業員を抱えて300坪の広さの工場を設立した。珠海を選んだのは、香港に近いからである⁽³⁰⁾。

このように、ランタンの購入をめぐる、長崎華僑の原籍地及び長崎貿易の歴史的ネットワークに及ぶ福建、台湾、香港、シンガポールなどを中心に市場ネットワークが広げられ、さらに、遙かな四川内地にも及んだ。なお、このネットワークを編み出すには、さまざまな個人的コネに頼るところが大きいといえる。

3. 文化か市場か

同祭りは、灯籠祭・春節祭としてスタートし、8回目から市の参画により、第一回長崎ランタンフェスティバルという名称が使われた。しかし、春節祭という名称はその後も残され、一つの祭り、二つの看板となった。メインイベントの会場や配布資料、ポスターなどは、ランタンフェスティバルという名称を使っているが、新地中華街では、「春節祭」と書かれた小さい三角の黄色い旗がいたるところに飾られている。

二つの名称の併用について、振興組合理事長は次のように説明した。

台北でも、シンガポールでも、全部ランタンフェスティバルと呼ぶ。長崎では、英語でも、漢字でも両方通る町です。最初は灯籠祭、春節祭という名前を使っていた。そこでみんなで集まって、どういう名前にするかを考えた。台北でもシンガポールでもランタンフェスティバルを使っているから、長崎も同じのにしよう。日本では、ランタンフェスティバルは長崎だけだ、というようなものにしよう。という考えでランタンにした。ただし、僕らはどうしても春節祭というのを基本にしたい。あの三角の旗に春節祭と書いた。それは、僕らの気持ちを表したいから⁽³¹⁾。

つまり、ランタン・フェスティバルは、同祭りの公式的な性格を示すと同時に、アジアのなかの長崎の普遍性、及び日本のなかの長崎の独自性をアピールできる。これに対し、春節祭という名称は、新地中華街というローカル性と華僑のアイデンティティを強く含意している。

二つの名称に対応して、同祭りの運営組織も人員を重ねながら二つに棲み分けした。

市のほうは、ランタン・フェスティバルの運営組織として、1) 企画幹事会、2) 実行委員会、3) 推進委員会という三つの部会を設けた。1) は振興組と商工会議所をそれぞれ幹事長・副幹事長として、市（主に観光課）を事務局長として、観光コンベンション協会、各主要商店街の組合、長崎青年会議所、

ネットワーク市民の会などによって構成される。2)は最も重要な役割を果たしている「実働部隊」で、商工会議所の会頭と市の助役を正・副会長として、各主要商店街の理事長、地元にある銀行、航空会社、鉄道、商船、大手旅行社、ホテル協会、観光旅館連盟、電信、電力などの会社、組織の社長、支店長、会長などが揃って委員となる。3)は経済などの面でサポートする部会で商工会議所を中心に、コンベンション協会、市、銀行、三つの主要商店街振興組合などによって構成される⁽³²⁾。

それに対し、新地は新地組合のメンバーを中心とする中華街春節祭新地実行委員会という別の組織を作った⁽³³⁾。棲み分けの当面の理由のひとつは、宗教の問題に絡んでいるからである。

関帝の祭壇があるんですが、あれはどっちかという、宗教行事になるから、市のランタンフェスティバル実行委員会で行くと、やはり問題がおきるんです。政教分離の問題がある。それで中華街独自でやる。お坊さんも中華街が呼ぶ。御礼も中華街が渡す。実行委員会には迷惑をかけない。二つを作ったほうがしやすい。役所の人が入ると難しくなる。この辺の人間だけで仕事の役目や内容をしっかり決めておけば全部済むことです⁽³⁴⁾。

祭壇の設置とその関連行事は、宗教的な意味合いを持つものの、新地の華僑たちは、これを宗教というよりも、むしろ自らの文化として捉えている。振興組合の理事長は日本国籍の華人であり、クリスチャンである彼は、何の抵抗もなく祭壇の前に立って祭祀を行う理由について、これは華僑の文化だと説明している。

このように、ランタンの組織形態は、政府部門、外郭の半政府半民間の組織、中華街及び他の地域の自治団体、商工会議所、在地の有力企業及び中央系の支店などの組織によって構成されている。これらの組織のつながりによって社会的な連携網が形成された。しかし、ネットワークに参加する者の計算は必ずしも一致するわけではなく、ランタンの規模の急速の拡大に従って、市と中華街

側は、地域振興という大きな目標を一致しているものの、具体的な進め方について、多少の考え方の違いも生じた。振興組合の理事長は、新地の人々の考えを次のように述べている。

民間の考え方と役所の考え方がずれているところもある。組織のシステムが違うから…僕はあまり背伸びせずに、今のレベルで少しずつよくして、それで数を重ねて、来年は市とやってやっと十回目になるだけ、そんなに全国的になるわけがない。30回50回重ねてから、やっとものになるわけです。そんなに早く有名になる、と求めてもね⁽³⁵⁾。

なお、市の役人はその考え方の違いを課題として取り上げ次のように語った。

新地の皆さんが考えている、春節祭を重んじて、あくまで中国の春節祭から始まったランタンですから、イベント先行ではなく、イベント中心ではなく、ランタンが主役であること、それが新地の皆さんが言っていること…行政側はかなりの年間投資している、長期のスパンで百万人構想を出したとしても、やはり結果が求められている。今年は目標いくらか、来年の目標はいくらか、この辺で、新地が考える長いスパンと行政側が言う長いスパンの戦略が、もしかして噛み合わないところがあるかもしれない⁽³⁶⁾。

このように、「伝統文化」とマーケットの原理のどちらかを優先すべきかをめぐって、中華街と行政側のそれぞれの思惑を反映している。

終わりにかえて

1. 伝統の創造とニュー・エスニシティ

地域における伝統文化の再編・創出とエスニシティの再編・活性化の流れは、日本華僑全体の流れであるが、その背景として、華僑社会の内的変化（世代交替、日常生活の日本化など）、日中関係（日中国交回復）、中国本土における伝統復興の動き、日本の近代化及び観光ブームなどがあつた。それは長崎だけで

はなく、神戸や横浜にも共通するものである。直接的な契機として最も重要な要素は日中国交回復であった。国交回復を契機に各地域における文化交流と人的交流が飛躍的に増大し、中国文化が見直された。長崎新地中華街の灯籠祭（1987年）、神戸南京町の春節祭（1987年）、横浜中華街の春節祭（1986年）の創出時期が一致するのはそのためである。

こうした、日本の華僑社会におけるエスニシティ再編の動きは、「まったく新たな目的のために、古い材料を用いて斬新な形式の作り出された伝統を構築する」⁽³⁷⁾ 一面をもっており、江淵一公が論じた「ニュー・エスニシティ」の流れの一つとしてとらえることができる。「状況のなかで活性化された民族文化なるものは必ずしもその民族本来の伝統的・土着的な文化の復活・再生であるとは限らない。むしろ、時代の客観的状況に合わせて、再編されたり、新たに創出されたりしたものも多数含まれる」⁽³⁸⁾ のである。

上記のような最近の中華街の振興と華僑社会の活性化には、華僑の第二世代の活躍が大きく貢献している。また、地域の特定の何人かの人々が重要なイニシアティブを担った点も共通している。

新しい伝統の創出の直接的な刺激となったのは観光であるが、山下晋司は、観光には時間と空間における「日常性から非日常性への移行という『聖なる旅』の構造が存在する」としている⁽³⁹⁾。日常の生活においてはホスト社会に社会化しつつある華僑社会は、エスニックの境界線を維持するため、その弁別的文化項目として非日常的な文化一祭祀や芸能一を選択してきたが、それは観光が求めるものとまさに一致するのである。

華僑が日本に定着・社会化する状況のなかで、日中国交正常化が契機となり、観光と地域活性化という新たな要因が刺激となって、「新伝統祭祀」として新たなエスニック・シンボルが創出された。つまり伝統的な文化表象は一方では断片化されてゆくが、他方ではとりわけ観光というコンテキストの中で再構築される⁽⁴⁰⁾。それは実利的な目的が直接的な契機となって創出されたものであ

る。しかし、華僑にとっては、伝統への愛着がその背景にあり、さらに結果的にも伝統への愛着が一層触発されたと言えるだろう。

つまり、華僑社会における伝統の再編・創出は、実利的な目的を重視する「動員主義アプローチ」だけでなく、伝統とアイデンティティを重視する「原初的アプローチ」をも同時に考慮する必要があるだろう⁽⁴¹⁾。すなわち、華僑エスニック・グループの「ニュー・エスニシティ」現象は「自分たちの経済的利益や社会的立場の向上のための合理的な戦略」という側面をもつと同時に「自らのアイデンティティを再強化させる」という側面をもっている。

原初的な愛着は原初的な起源への関心という郷愁に由来し、その念に駆けられて、伝統を創作しようとするのがしばしば取り上げられる⁽⁴²⁾。郷愁という語は中国では故郷と哀愁という二つ言葉の意味の結合であり、人々の故郷への強い思いを示している。しかし、現代の郷愁はグローバリゼーションの一つの重要な特徴として、「グローバルな資本主義の産物であるという意味において——より経済的であり、またより『大衆的に』文化的である」と指摘される⁽⁴³⁾。長崎の華僑だけではなく、地域性の再編に実はこのような背景が見られる。つまり、長崎は、古くから華僑の文化を受容し、自らの地域文化を構築してきた。祭と芸能はそれ自体が「日常から非日常への移行」である。華僑文化が持つエキゾチシズムは、唐人時代の長崎の日本人にとって、祭の呼びものとして取り入れるのに魅力的なものだったであろう。現代では郷愁に結びつけられるようなエスニックな祭は、観光産業の一環として、地域経済の活性化による生成された、長崎人に共有される地域文化である。

グローバル化の背景において、新たな伝統の創出は華僑社会だけではなく、地域の「ニュー・エスニシティ」現象として捉えることができる⁽⁴⁴⁾。経済的利益を求めての合理的な選択という面で、華僑と地域日本人社会は一致した。観光促進による町興しは新地中華街の成員の自発性によって始まったが、それは中華街の日本人の利益と一致し、長崎市の観光開発の需要とも一致したので

ある。つまり長崎において、エスニシティ再編と言っても、それは華僑社会の枠を越えたものである。

2. 歴史に収斂されるグローバルとローカル

「長崎に息づく異国 CHINA 再発見」は、ローカルをコアにした当該地域の歴史的なチャンネルの復活と再創造であり、ボーダーを越えるネットワークを編み出すことを意味していると読み取れる。このケースにおいて、地球化は地方化と二つ相反する過程ではなく、同一の事物が発展する二つの側面であることが示されている。グローバリゼーションはただ世界の均質化をもたらしただけではなく、国民国家の形成の過程に一度抑制された地方の特性の復活をもたらした。地方の自主性、及び鮮明な地方歴史、文化、自然、産業などの特性を有すれば有するほど、グローバル化時代における地域のイニシアティブが確立しやすい。長崎にとって、アジアへの歴史的戦略復帰はアジア化を実現する基礎である。長崎は対外的に重工業の基礎を用いて、アジア区域内の水平分業を拡大させ、対内的には観光業を地域経済活性化の柱とする。この戦略は400年間におけるアジアの移動と交流の中において形成し蓄積してきた豊富な歴史文化資源の上に成り立ったものであり、長崎地域社会に融合した華僑社会と華僑文化はこの歴史資源の蓄積であろう。

「老華僑」を主体とする長崎華僑は国籍上では長い間中国国籍を保持するが、日常生活や文化においてはかなり日本への同化が進められてきた。長崎華僑社会は成熟的、相対的に静的で、小規模なエスニック・コミュニティである。1970年代の日中国交正常化及びその後の国際化の波によってもたらされたエスニックブームがこの社会に新しい活力を注いだ。このような背景に、振興組合という地域組織が設立され、長崎新地中華街が建設された。これによって華僑社会組織の分業化がさらに進められた。華僑総会がエスニック・グループの政治代表となるが、同郷組織が文化伝承、古跡の保護及び感情の連絡を主とし、中華

街振興組合が地域経済を発展するための自治団体である。しかし、地域の活性化を目指し始められた春節祭は生活、エスニック情緒と文化を一体化させ、ついに華僑及び周辺地区の日本人社会組織及び企業を巻き込んで、最終的に、生活と権力は長崎のローカル・アイデンティティを土台に共鳴し、春節祭が都市発展の戦略の一つとして立て直され、都市空間の表層と深層が地域自治組織、半政府半民間組織及び政府組織と企業などの連携網を通して、社会的連携網の回路を形成した。

日本では地域文化伝承、祭や行事、生活互助及び行政との協力は主に町内会及び商店街組織など地域社会内部の自治組織によって担われている。振興組合は類似の役割を果たしている。しかし、地域社会内部の統合及び外向的なネットワーク作りの面においては、一般的な自治組織と比べるとよりグローバル化の時代の趨勢に適する性格を持っている。春節祭が長崎市全体の祭へ拡大された過程においては、深層と表層の間に亀裂が生じることが避けられなかった。それは組織上では振興組合と自治体行政部門の間に見られ、観念と行為の上では文化そのものの価値、エスニック・アイデンティティの内なる価値観を重視するか、或いは文化の外的装飾性と功利性を摂取し地域経済の需要に服従するかという論議をめぐって表されている。

日本華僑社会の歴史的な持続性が長崎で典型的に反映されるが、長崎中華街と春節祭はこの伝統の直接的な延長線にあるものではなく、町づくり及びグローバル化波の中における地方性を作り出すための産物である。中国的な鮮やかな灯籠、風水思想、歌舞音楽などは日本人に異国情緒として視されただけでなく、当地の華僑にとっても見慣れない人工的な外来文化であり、断層と創造である。だが、中国人というエスニック・アイデンティティが造られた異文化を通して再確認された。一方、異文化と本土化は矛盾するものではなく、異国文化の色彩が鮮明であるほど、地方文化の独自性が却って強調される。長崎の日本人はこのような中国風文化を長崎地域文化として誇り、華僑と日本人

に共通する長崎アイデンティティを通して、特定のエスニック文化が長崎の地方文化として公認された。400年間、長崎は積極的に外来文化を吸収しつつあり、長崎の人にとって、異文化に対してかなり開放的・肯定的な意識を植え付けてきた。一方、華僑はエスニックの境界線を維持しながら、長崎の人と長い間良い親戚関係を築いてきた。言い換えれば、このような地方アイデンティティの形成は、長い歴史の中で積み重ねてきた意識の沈澱でもある。1980年代以来、長崎文化として創り上げた中華街と中国風文化はまさにこうした断層の中の歴史の持続性を顕したものといえよう。

- 1 渡辺明次『世界の町おこし・町づくり』講談社, 1991年
- 2 西村幸夫『町並みまちづくり物語』古今書院, 1997年。同著・王惠君訳『故郷魅力倶楽部——日本十七個社区营造故事』(台北)遠流出版事業股份有限公司, 1997年
- 3 渡辺利夫・梶原弘和・高中公男『アジア相互依存の時代——展開するリージョンナル・ネットワーク』有斐閣, 1991年。野間重光『グローバル時代の地域戦略』ミネルヴァ書房, 2000年
- 4 藪野祐三『ローカル・イニシアティブ——国境を越える試み』中公新書, 1995年
- 5 濱下武志『沖繩入門——アジアをつなぐ海域思想』ちくま新書, 2000年
- 6 Hobsbawm, Eric, and Terence Ranger, eds. 1983 *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press. 『創られた伝統』(前川啓治・梶原景昭訳, 紀伊国屋書店 1992年)
- 7 山脇梯二郎『長崎の唐人貿易』吉川弘文館, 1964年。中村質『近世長崎貿易史研究』吉川弘文館, 1992年
- 8 小川国治『近世海産物貿易の研究』吉川弘文館, 1973年。荒井英次『近世海産物貿易史の研究』吉川弘文館, 1975年
- 9 秋谷重男・黒澤一清『水産貿易構造の数量の研究——日本資本主義と水産貿易』水産庁, 1958年
- 10 野間重元『グローバル時代の地域戦略』ミネルヴァ書房 2000。中藤康俊『国際化と地域』大明堂, 2001年
- 11 長崎市観光課浦瀬徹へのインタビュー 2002, 2, 15
- 12 日本銀行長崎支店経済研究会編刊『アジア効果で活気づく長崎』, 1997年

- 13 廖赤陽「在日中国人の社会組織とそのネットワーク—地方化・地球化と国家」『日本における華僑華人研究——游仲勳先生古希記念論文集』風響社，2003年
- 14 廖赤陽『長崎華商と東アジア交易網の形成』汲古書院，2000年
- 15 斯波義信『華僑』岩波書店，1995年
- 16 内田直作・塩脇幸四郎『留日華僑経済分析』河出書房，1950年
- 17 長崎中華街商店街振興組合理事長林照雄へのインタビュー，2002.2.14
- 18 王 維『日本華僑における伝統の再編とエスニシティ—祭祀と芸能を中心に—』風響社，2001年
- 19 留日華僑聯合総会会長陳焜旺へのインタビュー
- 20 四海楼 陳名治・陳優継へのインタビュー
- 21 長崎福建会館理事長陳東華へのインタビュー
- 22 『長崎華僑総会会章』2001年1.22日改定。第一章，総則，第二条
- 23 『長崎福建同郷会（三山公幫）会則』。第一章，総則，第三条，第四条
- 24 『長崎新地中華街商店街振興組合』第一章，総則，目的，第一条
- 25 同前掲注17
- 26 『長崎ランタンフェスティバル』1992-2000，長崎ランタンフェスティバル実行委員会
- 27 長崎市観光部資料「平成12年長崎ランタンフェスティバルの経済波及効果」，「2002年長崎ランタンフェスティバル収支予算案」
- 28 同上注18。宮田登・馬興国編『民俗』大修館，1998年
- 29 同前掲注11
- 30 前掲注17
- 31 同上注
- 32 「長崎ランタンフェスティバル企画幹事会名簿」・「長崎ランタンフェスティバル実行委員会名簿」・「長崎ランタンフェスティバル推進委員会名簿」
- 33 「中華街春節祭新地実行院会組織図」
- 34 同前掲注17
- 35 同上注。
- 36 同前注11。
- 37 同前掲注7。
- 38 江淵一公 1985「エスニック・バウンダリーとスティグマ」『文化人類学2』（綾部恒雄編），20-33 アカデミア出版会
- 39 山下晋司編 1996『観光人類学』新曜社

40 同上注。

41 「愛着」とはアイデンティティの希求であり、それをエスニシティ活性化の要因として重視する見方は、李のいう「原初的アプローチ」にあたる。実利的な目的を重視する見方は「動員主義アプローチ」である。筆者の立場は、「多くの研究が示すところでは、やはり両者は——排他的な関係ではなく——相補的な関係にあると言えるのである。というのも、エスニック・グループ自体が表出的役割と手段的役割を兼ね備えているからである」という李の相補的アプローチに基本的に準じている（李光一「エスニシティと現代社会」『思想』1985年4：191-219岩波書店）

42 R. ロバートン著・阿部美哉訳『グローバリゼーション 地球文化の社会理論』1997, 東京大学出版社

43 同上注

44 Stuart Hall は、かれの「ニューエスニシティ」という論文の中で、主に60年代末から70年代にかけてアメリカの黒人運動と同時にイギリスでも黒人運動が行ったと述べた。それに伴って、政府から新しい政策を出した。いままでと正反対で、黒人の経験を利用して、Black 文化を国家の民族文化としてアピールするようになった。Black 音楽, Black 文学, 黒人作家, 黒人の伝統などが社会でも一時的に大流行となり、Black 文化をエスニック文化の一つとして定着されようとした。この政府の政策から意図的に生み出された民族性（エスニシティ）は Stuart Hall が「ニューエスニシティ」と捉えた。（“New ethnicity” *STUART HALL—CRITICAL DIALOGUES IN CULTURAL STUDIES*,, EDITED BY DAVID MORLEY AND KUAN-HSING CHEN, 1996 By Routledge, pp441-449）。本文は、活性化された華僑のエスニック文化が、長崎華僑の「固有」文化の直線的な復活・再生ではなく、地域コミュニティの草の根の運動として新たに作り出されたエスニック文化であること、及びこのようにいわゆる「華僑文化」は制度のサポートによって意図的に「長崎化」されたこと、という二つの意味でニューエスニシティの用語を使っている。Stuart Hall はあくまでも政府の支配政策の一つとして「ニューエスニシティ」が利用されたと考えているが、本文はむしろ長崎におけるニュー・エスニシティをポジティブ的に捉える。