

令和 5 年 6 月 16 日現在

機関番号：23603

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2018～2022

課題番号：18K01203

研究課題名(和文) テーマのある都市空間に関する文化人類学的研究

研究課題名(英文) An anthropological study about themed urban spaces.

研究代表者

織田 竜也 (Oda, Tatsuya)

長野県立大学・グローバルマネジメント学部・准教授

研究者番号：00431841

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,500,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は「テーマのある都市空間」を基本概念として、都市における様々な表象がどのように創発され、都市空間のテーマとなるのかを明らかにすることを目指した。現地調査は米国オレゴン州ポートランドを中心に、ワシントン州シアトル、カナダのバンクーバーでフードカートや食料市場について実施した。コロナ禍に加えて米国司法省がポートランドやシアトルを「暴力と器物破壊を容認している行政区域」に認定したことから継続調査を断念し、スペインのCORDOBAとサン・セバスチャンで商店、バル、レストランの名称について現地調査を実施した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

調査資料を分析し、料理に使用される素材や食品の名称が固有の地域をイメージさせる作用に着目した。学術的に「テーマ」を概念化すると、マイケル・ポランニーの暗黙知理論における創発のモデルとして理解することができる。フードカートや市場、バルやレストランに人々が集うのは、必要な物品を入手する実利的な側面に加えて、非日常的な雰囲気を楽しむためでもある。そうした雰囲気は食料、メニュー、店舗の名称や形状などから創発されるが、この時にエスニシティは好意的な刺激となり、都市空間では「異文化というテーマ」として機能することが明らかになった。

研究成果の概要(英文)：This research aimed to elucidate how various representations in the urban context emerge and become the themes, using "themed urban space" as a fundamental concept. Fieldwork was initially conducted in Portland, Oregon, USA, with a focus on food carts and food markets, and subsequently extended to Seattle, Washington, and Vancouver, Canada. However, due to the COVID-19 pandemic and the US Department of Justice designating Portland and Seattle as "areas tolerating violence and property destruction," the continued investigation in those locations was abandoned. Instead, on-site research regarding the nomenclature of shops, bars, and restaurants was carried out in Cordoba and San Sebastian, Spain.

研究分野：文化人類学

キーワード：テーマのある空間 都市 食 市場 暗黙知

1. 研究開始当初の背景

本研究の基本概念となる「テーマのある空間 (Themed Space)」はレイク・タホ・コミュニティ大学の人類学者 Lucas によって提起された (Lucas(ed.), 2007)。考察対象はテーマパークやラスベガスなどの空間で、特定のテーマに沿った表象が配置され、統一感のある解釈がなされる文化的空間を指す。創られた伝統や文化の真正性の観点からは「テーマのある空間」は擬似的・複製的だが、新たに創作・移植された空間は場所性を有し、時間の経過と共に独自性を帯びる。

擬似的・複製的な文化であれ、関わる人々の印象に応じて創発的真正性を発揮し得るという Cohen の主張を踏まえれば (Cohen, 2004)、「本物/偽物」「リアル/ヴァーチャル」といった軸は一面的な切り口となる。例えば、喫茶店がスターバックスに、電気街がオタクの街になるとき、古い空間の愛好者は新しい空間にネガティブな印象や偽物感覚を持つ。この例では、変容する空間を重ねる複数の「テーマ」と表現することで、「本物の珈琲」や「本物の秋葉原」といった視点は放棄できる。すなわち「テーマのある空間」の利点は、空間の解釈を切り替え可能なレイヤーのように操作できる点である。多様な人々が集う都市空間では複数のテーマが重なり合う。本研究は「テーマのある都市空間」が創出される仕掛けに着目する。どのような仕掛けによってテーマは育ち、共有され、衰退するのかを明らかにする。

2. 研究の目的

本研究は「テーマのある空間」概念を都市空間に応用してフィールドワークを実施する。テーマは地理情報システムにおけるレイヤー概念に相当し、テーマに沿って資料を収集することで錯綜する都市空間を描写する。テーマごとに整理された仕掛けの横の繋がりにも考慮し、都市空間の活動的な世界観を損なうことなく、民族誌と地理情報システムの融合的な記述方法を探る。こうした研究は将来的には、文化人類学の収集した情報を地理情報システム、あるいは未来のデジタル地球儀に格納する可能性を推進することに貢献する。

3. 研究の方法

米国オレゴン州ポートランドの市街地で 500 台以上が稼働するフードカートを調査対象とする。フィールドワークを通して店名、メニュー、食材などの資料を収集する。フードカートは車両の荷台を調理場に改造した移動式の屋台で、一般にはフードトラック、日本ではキッチンカーとも呼ばれる。オーナーが料理の腕を競い合うテレビ番組 The Great Food Truck Race が 2010 年から放映されている。様々な料理の表象がどのような要素で構成されているのかを考察する。

4. 研究成果

(1) ポートランド

2018 年と 2019 年の夏、ポートランドに延べ 40 日間滞在してフィールドワークを実施した。ポートランドは 1970 年代からしばしば「米国で最も住みやすい街 (The Most Livable City in America)」と呼ばれてきた。「妙な街ポートランド (Keep Portland Weird)」というスローガンを掲げ、公共交通機関と徒歩 20 分で街を移動できる「コンパクトシティ」の政策や数十カ所のビール醸造所が知られている。

カートが密集するポッド(Pod)という区画には 20-30 台のカートが道路に荷台を向けて並ぶ。料理の国籍(地域)はエジプト、インド、イスラム系、タイ、ハワイ、中東、メキシコ、イラク、キューバ、韓国、フィリピンなど多様である。メニューはパン、ライス、麺類、サンドウィッチ、ブリトー、卵料理、サラダなど多岐にわたる。



図 1 フードカート

3rd Avenue Food Cart Pod			
E01	Moonlight	N01	Sushi Chinese Food
E02	Francisco Taqueria	N02	Persian Kebab Verona
E03	Just Thai	N03	Thai Kee Mao
E04	Pho Le	N04	Slavic Eats
E05	Native Bowl		
E06	Ausay Middle East		N01-N04
E07	Bans on The Run		
E08	Don Jalapeño		
E09	Phat Blue Buddha		
E10	Abo Omar		E01-E18
E11	Dr. Philly Cheese		
E12	Taqueria El Rodeo #2		
E13	Open Wide Deli		S01-S04
E14	Persian Sofreh		
E15	Turkish Cuisine	S01	Honey Thai Food
E16	Rishi's	S02	The Little Pizza
E17	La Piñata Takos	S03	Stretch The Noodle
E18	El Masry	S04	Tamago Bro's

図 2 店名と配置

比較の観点から近隣のファーマーズ・マーケットやワシントン州シアトルでもフィールドワ

ークを実施した。著名なパイク・プレイス・マーケットだけでなく、先住民のダンスと食事を組み合わせた観光メニューやゴールドドラッシュの時代をイメージしたレストランの表象など、都市空間を彩る「テーマ」の創出事例が観察された。ここから「テーマ」の中心にマーケットを据え、「フードコート」「ファーマーズ・マーケット」「ローカル・マーケット」「ショッピングモール」の表象を比較することを構想した。



図3 パイク・プレイス・マーケット

(2) コロナ禍の影響

2020年にはそれまで収集した資料を整理し、中間報告として日本文化人類学会研究大会で発表した。フィールドワークについてはコロナ禍の拡大により自重せざるを得なかった。文献とウェブサイトを中心に、ショッピングモールについてはオレゴン州ポートランド近郊のヒルズボロ、ローカル・マーケットについてはワシントン州シアトルで展開するハンバーガーショップ、ファーマーズ・マーケットについてはカリフォルニア州サンフランシスコのフィッシャーマンズワープに関する情報を収集し、翌年の調査に備えた。

(3) 米国の状況

米国ではコロナ禍の影響ばかりでなく、B. L. M. のデモが一部暴徒化した。本研究の主要調査地であるポートランドでは銃撃によって男性が死亡し、米国司法省は2020年9月にシアトル、ニューヨークとともに「暴力と器物破壊を容認している行政区域」に認定した。フードカートの営業は困難になり、市街の店舗のウィンドウには破壊されないように木の板が貼られた。

以上の状況から2021年にポートランドやシアトルで現地調査を行うことを断念した。研究計画にも不測の事態に際しては別の都市や別のテーマで対応すると記載したので、急遽他の都市での調査を検討した。

米国の規制では入国後に2週間の自主隔離期間が必要で、十分な調査時間を確保することが難しかったため、規制の緩いメキシコでの調査を検討した。メキシコ政府観光局が選出する「プエブロ・マヒコ（魔術的魅力のある村）」において、フードコートにも多く見られたメキシカン・フードに関連した文化的表象を調査する構想を練り、研究期間の延長を申請した。

(4) スペインでのフィールドワーク

感染症の拡大に注意を払いながらメキシコでの調査準備を進めていたが、2022年には欧州の入国規制が緩和された。そこで長期の調査経験のあるスペインでの調査が好ましいと判断し、中世文化や食文化が創出する「テーマ」を観察する事例として、アンダルシア地方のコルドバとバスク地方のサン・セバスチャンを選択した。



図4 コルドバの歴史地区



図5 コルドバの商業地区

コルドバは後ウマイヤ朝の首都であり、当時のイスラーム建築メスキータ（モスク）が観光の見どころとなっている。2022年夏に約2週間滞在し、旧市街の歴史地区でレストランや雑貨店

を中心に表象を収集した。中世都市やイスラーム建築をイメージさせる表象を期待したが、十分な成果は得られなかった。

そこで視点を切り替えて新市街の商業地区に移動し「イエスとマリア通り (Calle Jesus y María)」に着目し、街路に並ぶ店舗の表象を調査した。結果としてスペイン各地で見られる小売店舗と大きく異なる特徴は見られなかった。コルドバラしさや中世都市やメスキータを創出する表象は少なく、地元のサッカークラブのオフィシャルショップや、コルドバ出身のローマ人セネカの名前の店舗が見られた程度だった。

2022年冬にはサン・セバスチャンに2週間滞在し、旧市街を中心にレストランやバルの表象を調査した。日本では近年サン・セバスチャンは「美食の街」と紹介されるが、バスク地方には古くから男性だけの料理クラブの伝統がある。旧市街ではとりたてて「美食」を喧伝するような広告や看板はなく、感染症の影響で観光客も多くはなかった。市街を巡回し100店舗以上の看板やメニューを撮影することができた。夜になると地元の人たちでバルやレストランは混雑していた。バスク語の使用が目立ち、日本語の漢字やひらがなのように独自のフォントを採用している。



図6 サンセバスチャンのバル

(5) 考察と意義

米国オレゴン州ポートランドの複数のポッドで観察されたフードカートについて、18店舗の全てのメニューにある商品名を書き出すと314種類であった。表記揺れを整理して単語ごとに切り分けると143個の単語が抽出された。TacosやNachosはメキシコ、Hummusはイスラーム圏など、料理に使用される素材や食品の名称が特有の地域を創発させることがある。こうした事例はマイケル・ポランニーの暗黙知に関する創発の理論に当てはめて理解することができる(ポランニー、2003年)。複数の要素は上位の概念によって統合される。その統合は別の統合と結び付いてさらに上位の概念にカテゴライズされる。

E01	Moonlight	Hummus	\$7.50		
		Falafel Wrap	\$9.50		
		Falafel Saj	\$9.50		
		Falafel over Salad	\$10.00		
		Falafel over Rice	\$11.00		
		Lamb over Salad	\$11.00		
		Lamb over Gyro Saj	\$11.50		
		Lamb Gyro	\$9.00		
		Soda Cans	\$2.00		
		Bottled Water	\$1.50		
		E02	Francisco Taqueria	Fajitas	\$8.00
				Carne Asada	\$8.00
				Fajitas con Camarón y Asad	\$8.50
				Fajitas de Asada	\$8.00
De 3 Camarón Asada y Pesc	\$8.50				
Pollo con Camarón	\$8.50				
Enchilada	\$8.00				
Enchilada Buttito	\$8.50				
Quesadilla	\$7.50				
Tacos Comnbo	\$6.00				
Tacos Sombo	\$7.50				
Nachos	\$6.00				
Burrito Camarón	\$7.00				
Burrito Camacón Combo	\$8.00				
Torta de Camarón	\$7.00				
Torta de Camarón Combo	\$8.00				

図7 メニューの表象

スペインのサン・セバスチャンでは、バスク語による看板やメニューが多数観察された。日本語では連合王国スペインにおける「バスク地方」または「バスク自治州」と翻訳されるが、スペイン語で País Vasco、フランス語で Pays Basque、ともに Basque Country、バスク国といったニュアンスで、スペイン領とフランス領にまたがって存在する。そのためメニューにはバスク語、スペイン語、フランス語が併記されることがある。

フードカートの事例ではカートごとにメニューが異なり、食品がエスニシティを創発することがわかった。そうしたエスニシティは異文化の表象として、好意的な刺激となって非日常的な雰囲気を生み出す。バスク語の表記も同様にエスニシティを創発するが、観光客には理解できない表象となっている。だが英語表記のメニューも散見され、ナショナリズムと呼べるほど強いニュアンスは感じられなかった。

旧市街にはバルやレストランの数は多いが、スペインの他の都市と比較して際立って多いほどではない。バスク語の表記がバスク人による美食クラブの伝統を喚起させ、サン・セバスチャンが「美食の街」として認識されるようになったのだと仮に推測しておく。米国の事情から急遽調査地を変更したので考察には十分な時間がとれなかったが、短期の調査には多くの映像資料を収集することができた。店舗の名称やメニューの考察を今後の課題としたい。

<引用文献>

- ①Cohen, E. 2004 *Contemporary Tourism: Diversity and Change*. Elsevier Science Ltd.
- ②Lucas, S.A. (ed.) 2007 *The Themed Space: Locating Culture, Nation and Self*. Lexington Books.
- ③M. ポランニー 2003年 『暗黙知の次元』筑摩書房。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計0件

〔学会発表〕 計2件（うち招待講演 0件 / うち国際学会 0件）

1. 発表者名 織田竜也
2. 発表標題 昭和レトロの世界観：過去の断片が想起する情景
3. 学会等名 日本民俗学会
4. 発表年 2021年

1. 発表者名 織田竜也
2. 発表標題 都市空間の論理と創発：米国オレゴン州ポートランドのフードカート
3. 学会等名 日本文化人類学会
4. 発表年 2020年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
---------------------------	-----------------------	----

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関
---------	---------