

798 芸術区の広告にみる社会的ネットワークとコミュニティ

林梅・稲津秀樹

本報告の対象は、798 芸術区における広告を事例にして、その社会的ネットワークとコミュニティを明らかにすることである。以下、社会的ネットワークとコミュニティは、SNC (Social Network / Community) と略す。個別に言及する場合は、それぞれ社会的ネットワーク、コミュニティとしたい。

本報告では、書店・商店・ギャラリーとビエンナーレ 2009 の広告に対する考察から、798 芸術区における社会的ネットワークとコミュニティのあり方を見ていく。具体的には、中国中央美術院の隋建国先生へのインタビュー、ビエンナーレ 2009 の運営を担った雑誌編集部へのインタビュー等を通じて、798 芸術区を中心とする SNC の現状を把握していきたい。

調査は、北京市郊外の隋氏のアトリエにおけるインタビューにはじまった。その後、798 芸術区で配布されているチラシや地図、設置されている看板を悉皆調査し、得られた情報のデータベース化を行った。さらにそのデータをもとに、ビエンナーレ 2009 を運営した編集部と任意で選出した書店・商店・ギャラリーへのインタビューを実施した。

1. ビエンナーレの広告にみる 798 芸術区の社会的ネットワーク

798 芸術区内には多くの広告媒体として、旗や看板がある。そのなかでも、ビエンナーレ 2009 の看板は数と規模の双方で目立つ存在であった。このビエンナーレ 2009 は、2009 年 8 月 15 日から 9 月 12 日まで開催されたイベントである。看板に掲載されている情報は大きく二つに分けられる。一つは、実際の展示場所を表示した部分で、もう一つは、協賛団体に関する情報が示された部分である (写真 1)。

ビエンナーレ 2009 で活躍するアーティストも、その活動を財政的に支える企業も、中国国内に限らず、グローバルに開放された広がりを見せている点が特徴的である。出展者の一覧をみると、3 分の 2 が海外からの参加者であることが分かる。支援団体には、中国政府や国内の主要な博物館の名前はなく、中国内外の民間企業が名前を連ねている。

本節では、次の 2 つの観点からこの広告に関する考察を進める。国外の出展者 (アーティスト) は、このイベントをどのように知り、参加するに至ったのか。また、国内外の民間団体からの支援をどのように集めたのか。この 2 点を可能にするネットワークがあるのではないかという仮説のもと、このイベントの運営主体である、雑誌編集部における聞き取りをもとに、詳しく分析していく。

ビエンナーレ 2009 の運営を担っていた雑誌編集部が出版している雑誌『芸術地図』(写真 2)は、2006 年に創刊されて以来、毎月発行されている中国でも数少ない学術系芸術雑誌である。国内外の芸術の動向を扱い、中国・香港・アジア地域などで販売されている。この雑誌の編集部は、2008 年、798 芸術区内のマンションの一室を購入し、事務所を構えるようになった。では、この編集部はどのようにして、イベントを運営しているのだろうか。

編集部によると、雑誌編集の過程で培った従来のネットワークを利用して、出展・参加

ショップ、画廊などが多く店を構えている。いずれの場所にもチラシが置かれているが、その配布は個々人の志向性が反映されていて、一様ではない。悉皆調査にて収集した 128 種類のチラシ、7 枚の地図、182 枚の写真を整理してみると、それらが配布される場所が書店とコーヒーショップに集中していることがわかった。また、ギャラリーに配布されるチラシの数は比較的少なく、商店にはほとんど置かれていない。

そこで、書店¹、ギャラリー、商店という 3 つの行為者に着目してから、チラシの配布状況についてみていくことにする。聞き取り調査は、ギャラリー（2 店舗）、書店（4 店舗）、商店（2 店舗）の従業員に対してそれぞれ行った。

まず、書店については、他の 2 者と比べた場合、チラシの配布について比較的寛容な態度を取っている。書店の経営者たちは、チラシそのものを景観の一部とみなしていることが特徴的であった。しかも、これらのチラシに関する問い合わせにも積極的に応じてくれた。だが、同時に自らの店に置かれるチラシに関しては、内容と人間関係による選別を行っているという。例えば、チラシを持ち込んだ場合、まずは、いったん全てのチラシを受け入れる（配布自体を制限はしない）。しかし、その後、芸術関連のチラシのみ残し、その他（の飲食店のものなど）を放棄しているという。このように、チラシには一定の寛容さを見せながらも、実は、芸術関連のものかそうでないかによって、差別化を図っている。

ギャラリーでは、チラシの投函に非常に保守的な態度を示している。東京ギャラリーでは、支配人の許可を取らなければ、チラシを置かせないという方針がとられている。このため、書店と比べてチラシの数はたいへん少ないことが観察できた。上の 2 つの行為者と異なり、商店には、芸術関連のチラシはほとんどなく、少量の商業チラシのみが置かれていた。商店経営者自身がギャラリーと協力することに興味をもっていないことも聞き取りから明らかになった。

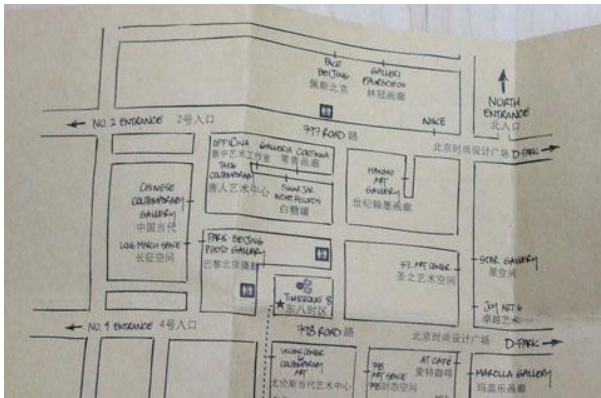
以上のことから、チラシは書店とギャラリーの間で循環しており、商店はそのサイクルには入っていないことがわかった。

（2）オリジナルな地図

書店、ギャラリー、商店という三者によって、798 芸術区の地図が作成されていることも、これらの行為者を考えていく際の重要なポイントとなる。なぜなら、それらの地図を比較すれば、（1）で考察した書店とギャラリー、そして商店のあいだに存在する関係性がさらにはっきりと見えてくるからに他ならない。

まず、書店に置かれていた地図には、ギャラリーや書店、コーヒーショップが表記されているものの、商店情報が殆ど記載されておらず（写真 3）。商店情報は、798 社区管理部門と商店が自ら組織設計した地図に限って掲載されていることが分かった（写真 4）。

¹ 調査から、書店とコーヒーショップは、同じ店主によって経営されている場合が多いことが明らかとなった。よって、ここでは書店とコーヒーショップを包括的に理解しておきたい。



【写真3：書店に置かれていた地図】



【写真4：商店に置かれていた地図】

この事態は、商店経営にとっては大変マイナス要因となるようにも思える。だが、商店経営者によれば、大部分の地図に商店に関する情報が載せられていないということに気にせず、自分たちが作る地図に自分たちの情報を載せていくことで構わないのだという。また、自分たちの店に常連の顧客を獲得しようとするものの、そのきっかけは地図などではなく、口コミによるものだと強調する。この点、798 芸術区で流通する一部の地図に自分たちの存在があらわれておらずとも、問題はないという立場を表明している。

このように見ていけば、798 芸術区で作成・配布されている地図は、それぞれで、ある特定の立場から描かれた「観念図」として位置づけることも可能ではないか。つまり、地図の発行元が芸術区内においてどの社会単位に属しているのか、ということが、地図そのものにあらわれているのだ。言い換えれば、798 芸術区を構成する人々の目に見えない関係性は、目に見える地図という形に反映されているのである。

では、ギャラリーと書店が描く地図には、商店はどうあらわれているのだろうか。その地図からは、自分たちを798の主体として描いていることが分かる。その一方、地図に掲載していないということをもって、商店を同じ文化圏から外すということを暗に示しているともいえる。このようにギャラリーと書店によって作られた地図に商店を記載していないということについて、社区管理局が異論を唱えることはない。とするならば、社区管理局もギャラリーや書店と同じような、「観念図」を描いているといえるかもしれない。

他方、商店が自らで地図を作るとき、商店のみに配布するわけではなく、ギャラリーや書店にも配布する。また、その地図からギャラリーと書店を外すということはできない。だが、自分の商店舗を他のギャラリーや書店と比べて目立つようにする、ということをもって、「主体としての商店」を主張していることを行っている。

これらから、798 芸術区の内部における力関係が見えてくる。書店とギャラリーが描く地図では、商店は地図上の空間から排除されているが、逆に商店は、書店とギャラリーを排除できないでいる。このように芸術区には小単位のコミュニティがあり、それらの関係性は、開放的な志向を持つ社会的ネットワークに限らない、異なった特徴を持っている。

3. 今後の課題

(1) 芸術家から見た芸術区—SNCの時空間と国家を巡る問いかけ

798 芸術区の広告に着目する形で、その中に存在する関係性には、開放的かつフラットな思考を持つ社会的ネットワークの側面と、閉鎖的かつ力関係を生み出すコミュニティの側面が存在していることを指摘した。2009 年現在で、798 芸術区の SNC は、上のように存在していると言えるだろう。

だが、今後の課題もある。まず、この芸術区に第 1 号の芸術家として入った隋建国氏へのインタビューから、次の点を考えてみたい。それはすなわち、798 における SNC が、どういった時間／空間の磁場に存在しているのか、という問いを巡るものである。以下、インタビューの内容を概観したい。

1997 年、隋建国氏は 24 名の彫刻家とともに、国家が出資する盧溝橋博物館の膨大な彫刻群を制作するプロジェクトを率いることになった。24 名の彫刻家に加えて 40 名の全国から選んだ助手、約 100 名の作業員が同時に作業できる巨大な空間が必要となった。そこで選ばれたのが、中央美術院の近くで、空き家が多く、かつ、家賃が安い 798 工場の跡地であった。このプロジェクトは 2000 年まで 3 年間続いた。プロジェクトの実行中からすでに個人的制作をこの空間で行うこともしばしばあったので、プロジェクトが終わったあとも 14 名の芸術家が個人的にアトリエを構えることになった。隋氏もそのメンバーの 1 人であった。

2000 年当時は家賃が安く制作に適した環境であったと隋氏は振り返る。798 にアトリエを構える人も増え、芸術区として注目を集めるようになった。しかしその後、家賃が高騰し、多くの芸術家が 798 芸術区を出て行くことになる。2004 年、隋氏も 798 芸術区を出て北京郊外にアトリエを構えた。しかし、798 芸術区との関係が切れたわけではなく、仲間の集まりでは芸術区内のコーヒーショップをよく利用するし、芸術関係の会議などはいつも芸術区内で行い、ギャラリーの展示にも積極的に参加している。

798 工場跡地が芸術区になった背景について、隋氏は大きく 2 つのポイントをあげた。1 つは、行政による中央美術院の移動先が 798 工場跡地の近くであったこと。2 つ目は、798 工場跡地では空間の改造が可能であったことである。使い古された粗末な工場を改造することは、誰の迷惑にもならなかったと隋氏は述べる。

隋氏は、「家賃が低いことは人を歓迎することであり、高いことは人に退去を迫るものだ」と語る。そして、798 芸術区の物件所有側の七星集団に対して、芸術家に安い値段で空間を提供する優遇装置をとるべきであるとの私見を述べる。また、「経済を強調することではいい芸術は残らない」と述べ、芸術家の活動経費を社会基金団体が支援する体制を作る必要があると指摘している。

国家主導の芸術活動が展開されるなかで、798 芸術区が形成された。その頃から、798 芸術区という空間、そして、そこに関わる人々は、常に国家の体制と経済活動の影響にさらされてきた。隋氏へのインタビューから、798 芸術区の空間形成を巡る国家体制の影響について、過去の歴史を遡りつつ検討する必要があることが示唆された。

(2) 雑誌「芸術地図」の特集についてーグローバル化の中のコミュニティを巡る問いかけ

ビエンナーレ2009の開幕前に、雑誌「芸術地図」には、「現代芸術とコミュニティに対する意識」という記事が記載された。この記事では、現代芸術では一種の「コミュニティ」が意識されるようになってきたことが指摘されている。文化大革命以後、極端的な個人主義に向かっている中国では、一方でコミュニティの自主性が欠けていることが懸念されているという。さらに、中国の国家主義、民族意識と個人主義が混在する中国社会にはコミュニティの形態が必要であるとし、コミュニティの自主性によつてこそ、中国が一旦民主制を実施したとき起こるであろう「混乱」を回避することが可能であると主張している(朱2009)。

この記事から、執筆者が社会の自主性形成過程における現代芸術のなかにあるコミュニティ意識と民間精神を強調し、「流動的コミュニティ」を意識していることが分かる。現代芸術は、政治と商業に利用されるだけではなく、社会的自主性の形成途上にある中国社会において、コミュニティづくりの一役を担う主体として期待されている。

このようにビエンナーレの主催者の狙いにおいては「社区²」あるいはその複数の集まりである「社群」が強調されている。本報告の中で言及することは難しかったが、今後は、グローバル化の波に曝される中国において、社区や社群といったコミュニティが構築される状況を見据えた考察も不可欠であろう。

4. まとめに代えて

本報告では、798 芸術区における広告類を事例に、芸術区内における社会的ネットワークおよびコミュニティ的な特徴を導き出した。雑誌編集部、書店、ギャラリー、商店、それぞれの行為者がどのような関係性を築いているのか、また、どのようなチラシや地図を作成、利用しているのかということをも具体的に問うていくことにより、それぞれが描く「798 像」というものがあきらかとなった。ここでの798 像とはつまり、それぞれのアクターが描き、かかわる社会ネットワークまたはコミュニティといえよう。地図には、排除する人／される人、捨てられるもの、認められるものなど、798 芸術区におけるさまざまな「力関係」が含まれている。

今回、雑誌編集部が非常に力を持ち、イベント実現を可能としたことや、商業施設がまだまだ力を持っておらず、「芸術性」という特徴をもったSNCで、居場所を探している姿などがみえてきた。しかし、数年後には、この芸術区の商業化が進み、商業施設がネットワークの中心となる可能性は十分にある。また、今、798 芸術区の中心に位置し、力を持っていたとしても、数年後にはそうではなくなっている可能性を否定することもできないだろう。つまり、この精神的な地図に描かれた力関係とは、まさに「流動的」なものであり、決して固定されたものではないということである。

ここで分析してきたことは、現時点での情報をもとに分析した、798 のSNCを巡る一端にすぎない。次は、今後の課題で提示したように、中国という国家体制が798 芸術区に時

² 広義では人々が集中して居住している区域をいう。同一性をもった人々によって構成されている社会、あるいはこのような人々が居住している区域をいう。

間的／空間的にもたらした影響や、グローバル化の中の国家やコミュニティを希求する動きなどといった課題に向き合う必要があるだろう。今後も798芸術区の調査を継続して行っていく中で、これらの問いにも向き合っていきたい。

参考文献

朱基、2009「当代艺术与”社群” 意识」『ART MAP 芸術地図』（2009年7月発行），pp. 8-9.

日中景観チームの報告書

松村淳

はじめに

本報告では、798 芸術区を対象とした関西学院大学と北京師範大学の合同調査の概要と調査結果について記述する。本報告は二部構成となっており、第一部では日中合同調査の概要について、第二部では詳細な調査内容について記述するものである。

第一部 日中合同調査についての概要

1. 建築景観チームの形成と分業

初日の総合予備調査を経て、798 芸術区の景観に注目した松村淳、崔海仙（以上関西学院大学）劉昌翠、孟凡行（以上北京師範大学）が「景観班」としてチームを結成した。

孟はチームリーダーとして、理論仮説、調査計画、調査報告の草案などの作成、インフォーマントとの連絡調整、インタビューとディスカッションの進行を担いました。松村は、主に建物本体の構造と変容に注目し、建物のスケッチや実測調査などを担った。崔は通訳と翻訳の作業を中心に担った。劉は、民俗学的視角から建築景観の改造、建築空間の利用、歴史表象の利用などに対して観察とインタビューを行った。

1-1. 概念分析

フィールドワークに先立ち我々は本報告の調査対象としての「景観」という概念に対して討論を行った。景観の学術的研究に基づき、皆が798 芸術区の景観に抱いている印象やそれぞれの理解を突き合わせながら以下の共通認識を得るにいたった。つまり、景観とは、視覚的審美対象であり、生活の場であり、システムであり、シンボルでもあるというものだ。限られた時間の中ではすべてを調査することは不可能であるので、本調査では、景観の持つシステムとシンボルという側面に重点を置き、展開された。

1-2. 調査対象の獲得

当初、我々は798 芸術区の景観の全体に対して総合的に配慮し、理論仮説を設定したが、時間上の制限によって調査対象を調整する必要に迫られた。初日の調査経験とメンバーらの研究背景、知識体系に基づいて、798 芸術区の景観の一部である建築景観に対して調査と研究を行った。建物本体、空間の利用、建物の内外装飾、建物と周辺関係および建築景観の改造と変容が民俗社会の構造と記憶に及ぶ影響などに重点を置いた。

1-3. 調査経過

2009年8月21日の総合調査では、798 芸術区建築景観の雰囲気を感じながら、景観を構成する建築を類型化し、典型的な事例を選んで考察、研究対象として選定した。

8月22～23日にかけて、選択したいくつかの建物に対して集中的に見分を実施した。訪れた場所は、时态空间、东京画廊、程昕东当代艺术中心、梯形艺术中心、红星画廊、中方角画廊、当代原创艺术中心、尚尊艺术中心、伊比利亚当代艺术中心などである。いくつかの

場所では聞き取り調査を実施した。たとえば東京画廊においては、アシスタントである战君徳氏に一時間程度の聞き取り調査を実施した。战君徳氏は日本語と中国語が両方できるため、効率よく聞き取りが実施できた。程昕东現代芸術中心のキュレータ凡子氏には二時間程度のインタビューを受けていただくことができた。梯形芸術中心の館長アシスタント李贝氏には約一時間のインタビューを行った。

調査と討論をクロスして行い、毎日三回以上の集中討論を行った。当日の仕事が終わるときには、翌日の予定を計画し、夜には各自の資料の整理を行った。

2. 調査報告

2-1. 理論仮説

798 芸術区の建築景観は著しい経済発展とグローバル化という背景を反映し、中国の「民間パワー」の上昇を表象するものである。798 芸術区の中でギャラリーを構えている人物の多くは中国だけではなく欧米での豊富な教育経験を有している。そうでない場合でも欧米と密接な関係を持っていたり、さらにある一部の人は日本人や欧米人などの外国人である。彼らは、798 工場建築景観の歴史的価値を知り、このような産業遺産としての建築景観を最大限に利用してこの場所を「ブランド化」させていくことに自覚的である。ゆえに、オーナー達は工場の外観を変えることなく、内部を作り変えてギャラリーやショップやカフェに改装しながら、建築景観の歴史的価値と現代芸術文化のバランスを十分に考慮している。

2-2. 焦点と視角

(1) 焦点

我々の理論仮説に基づいて、フィールドワークの焦点を以下の項目に照準させた。それはギャラリーやショップのオーナーが798 芸術区の建築景観改造の中で798 工場群が形成する産業遺産としての歴史的景観とショップやギャラリー、カフェが構成する現代的な景観とをどのように融合させながら、独自の空間を生み出しているのかという点である。

(2) 視角

社会学、民俗学、建築学の角度から切り込み、建築物そのものの見分というマテリアルな側面とその場所を生み出した人々への聞き取りを中心とした調査を複合させ、798 芸術区の建築景観に対する総合的な調査を展開した。

2-3. 調査方法

(1) 概要

総合的に観察し、798 芸術景観の歴史と現代の雰囲気を感じます。つまり、建築の利用方法から建築を類型化しました。そして、類型ごとに体表性がある建物を選択し、集中的に考察した。

(2) 具体的方法

観察、撮影、インタビュー、スケッチなどを取り入れた。調査前にミーティングを行い、「行き当たりばったり」にならないように事前に役割分担をしっかりと決めて現地へ入った。

(3) インフォーマントとの関係

我々の調査はインタビューも含まれるので、インフォーマントとの良好な関係を形成する必要があった。我々が行ったインタビューは、事前のアポイントメントなしで直接訪問するというスタイルであった。ギャラリーのオーナーにアポイントメントをとる際、我々も芸術に強い関心があるということを説明することによって、相手に好感を持ってもらうようにした。社会学や民俗学の調査を全面に出すよりも、芸術に対する興味関心を前面に出すことによって798芸術区の多くの機関の責任者はとても積極的に我々のインタビュー調査に応じてくれた。



3. 日中合同フィールドワークにおける成功点と課題点

3-1. 成功した点

本チームは個々人の興味に基づいて形成した。これは調査を成功させる基本的な条件であると考えている。そして、我々のチームではメンバーそれぞれの学問的バックグラウンドを最大限生かせるような分業体制を構築した。たとえば、建物を観察するとき、ある人は撮影し、ある人はスケッチを行うというように。あるいは、インタビューの際には前もって大まかな役割分担を決めておくことで、バランス良く質問をすることができ、限られた時間の中で最大限の情報を引き出すことができた。さらに、我々のチームはまず事前に詳細な計画を立ててフィールドに入ることを常に心がけていた。事前に検討した「総合計画」と日々の計画の進捗状況を昼食時と夕食時に確認し、午後からの調査や翌日の調査へと反映させた。

3-2. 課題点

本チームが獲得したデータはまだ不十分である。たとえば建物の面積、高さなど数値のデータを詳細に把握することが出来なかったし、いくつかのギャラリーでは調査のために最も有効だと思われるインフォーマントに出会えなかった。たとえば、建築家、芸術機構

のオーナーなどに直接会うことが一軒を除いてできず、そこの従業員やアシスタントなどにインタビューを行う結果になった。しかし、これらの不足点を補うのは限られた調査時間の中では難しかったのも実情である。

第二部 具体的な調査結果について

1. 798 芸術区の概要

798 芸術区は元々が工場地帯である。798 芸術区の 798 という名前の由来は人民解放軍 798 部隊に所属する国営電子部品工場の跡地であったためだ。その工場は 1950 年代に旧西ドイツの中国支援プロジェクトとして、北京の東北側の郊外である大山子地区に建設された。そこは六つの軍事工場跡で形成されているが、798 工場が一番大きいため通常 798 工場と呼ばれている。建築（新築）ラッシュとそれに伴う建物の取り壊しが続く北京で、過去の遺物である工場跡を再利用するという試みは大変に興味深い。一口に再利用といっても様々な方法があり、多くのバリエーションが 798 芸術区で看取できる。今回のフィールドワークではそのバリエーションについて調査・記述することを目的とした。

2. バウハウスについて

798 芸術区に存在する工場の建築は 20 世紀の初めにドイツで起こった新しい建築・デザインの運動とその実践の場であるバウハウスの影響を大いに受けた建築様式を有する。この 798 芸術区の工場群を構成する「バウハウス」とは何か。本報告では、バウハウスが何であるのかについての知識は不可欠であるので、一度ここで整理しておきたい。バウハウスとは 1919 年、ドイツのワイマールに設立された（のちに Dessau に移転）美術（工芸・写真・デザイン等を含む）と建築に関する総合的な教育を行った学校である。学校として存在し得たのは、ナチスにより 1933 年に閉校されるまでのわずか 14 年間であるが、表現傾向はモダニズム建築に大きな影響を与えた。バウハウスで教鞭をとり、初代校長になったヴァルター・グロピウス、そして第三代校長にもなった建築家ミース・ファンデル・ローエらが近代建築の父と呼ばれることから想像できるように、この学校の建築教育は近代建築を志向するものであった。近代建築とはそもそも、それまでの華やかな装飾に彩られた建築を否定し、簡素で合理的な外観を持つ。鉄、ガラス、コンクリートといった汎用性の高い材料で構築され、世界中どこでも均一な建築を生み出すことができるのである。

グロピウスには「ファッグス靴工場」という近代工場建築の白眉と称される作品がある。798 芸術区の工場群はグロピウスの建築デザインを踏襲しているように思われた。798 芸術区の工場をデザインした建築家の固有名を知ることはできなかったが、（工場建築の場合建築家の名前が前面に出ることが非常に稀ではある）それでも、バウハウスの特にグロピウスの影響を強く受けているということは施設を見学しながら理解することができた。

3. 五つの分類

我々は 798 芸術区における建築空間を以下の五つの類型に分けて調査をすることにした。

1. 工場の建築をほぼそのまま使用し、最小限度のリノベーションしかしていない。

2. 元の様式を生かしながら、適宜手を加える方法。
3. ギャラリーとカフェを併設し、ギャラリー部分が多いに改造するが、カフェ部分に工場の痕跡を残している。
4. 原形がわからないほど徹底的に改装している。
5. 建物を改修するのではなく、新築する。

この五つの類型は現地における観察にもとづき整理されたものであるが、すべての建築がこの類型に過不足なく当てはまるということはない。しかしながら、大きく外れることもなく、限られた時間で芸術区の建築を整理するには適切なカテゴリーといえる。

以下、五つの類型に関して個別にみていくことにしたい。

4. 798 芸術区における建物の個別の事例研究

まず、一つ目の分類項目、「工場の建築をほぼそのまま使用し、最小限度のリノベーションしかしていない例」について試みる。おそらく最も多くのギャラリーがこの手法を用いていると思われる。798 芸術区の工場群はシンプルだが特徴のあるヴォールト天井を持ち、そして十分な天井高を有するため、巨大なインスタレーションも設置可能な空間である。なによりも、この芸術区はバウハウススタイルの工場跡を転用したことに意義があるため、建物をほぼそのまま使うことは最も理にかなったやり方であろう。天井や壁には「毛沢東万歳」というスローガンが描かれているが、当時のものに交じって、最近新たに書き足されたものもあるという。



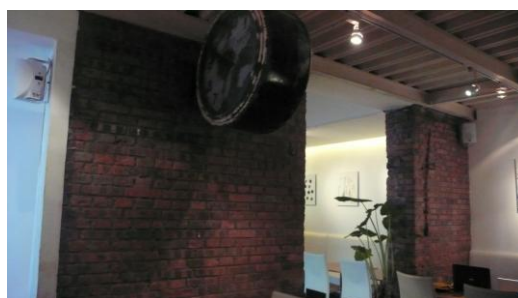
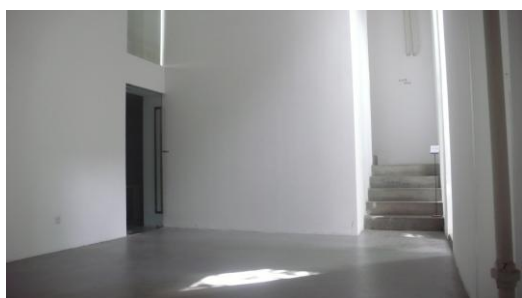
二つ目の例は「元の様式を生かしながら、適宜手を加える方法」によってリノベーションされた例であるが、ここでは「東京画廊」を取り上げたい。

ここは名前からもわかるように東京銀座に本社がある「東京画廊」が作ったギャラリーである。798 芸術区の草創期から存在する「老舗」である。我々は、日本人スタッフを通じて、当ギャラリーの中国人スタッフ（以下 A 氏）に詳しい話を聞くことができた。A 氏は福岡大学に留学経験があり日本語が堪能な人物である。私が気になったのはこの建物をリノベーションした設計者だった。このギャラリーは中国を代表する建築設計事務所である MAD 建築事務所の日本人スタッフが設計したと A 氏は答えてくれた。本人にアポイントを取って後日直接話を聞こうと思ったのだが、残念ながら設計した本人は日本に帰国中で会うことはできなかった。そこで設計のコンセプトはマネージャーの A 氏に聞くことにし

た。まず、元の建物を生かしつつ、必要なところは変えるというスタンスのようであった。建物内部は白く塗られているが、元の質感をそのまま残している。ショップとギャラリーの仕切りには、崩れかかって内部の煉瓦が露出した壁が使われていた。実はこれは作為的に作られたものであり、この空間が工場だったころの記憶をビジターに喚起する仕掛けなのである。



次に、三つ目のギャラリーとカフェを併設し、ギャラリー部分は改装するが、カフェ部分に工場の痕跡を残している事例として、T-ARTCENTER をとりあげたい。ここは美術館建築の典型である「ホワイトキューブ」を内部に挿入するように、壁面を白一色で塗りこめている。「ホワイトキューブ」とは美術館建築に典型的に見られる真っ白な壁面で構成された空間である。絵画を引き立たせるために最適の空間とされ数多くの美術館が採用している。内部だけを見ればここが昔工場であったことは全く分からない。しかしながら、併設されたカフェに行くとその痕跡が見て取れる。備品に工場で使っていた道具や時計が置かれたり、壁面を露出させたりして当時を偲ばせる工夫をしている。



四番目は、原型が分からないほど徹底的に改装している事例である。このギャラリーは数少ない有料のギャラリーであり、欧米の資本が入ったおそらく 798 芸術区の中でも最大のギャラリーである。建物に入ると、広大なエントランススペースがある。左手に受付カウンターがあり、右手にはアーティストの作品やグッズを売るミュージアムショップがある。そこはかなり大きなスペースを占めていて商品も豊富であった。エントランスの奥には有料スペースがあり、アーティストの作品が展示されていたが、外からはあまり垣間見ることができなかった。二階部分には事務所というよりはオフィスと呼んだほうが当てはまりそうな広い執務スペースがあり、数名の職員が働いていた。そこで詳しい話を聞こうと交渉したが残念ながら取材は断られた。このギャラリーの一角に、おそらく工場で使っ

ていたと思われる巨大な機械が美術作品のように展示されていた。ここ 798 芸術区では工場の痕跡こそが展示される作品と同等なくらいの価値を持つのだろう。

最後は建物を新築した事例である。798 芸術区では出来るだけ外観や内部を当時のまま残すような決まりがあるようで、取り壊して新築することは認められていない。ここが昔工場だったこと、そしてそこを再利用していることこそが、798 芸術区のアイデンティティでありセールスポイントであるので当然であろう。しかし、例外的に新築を認められた事例があった。798 芸術区を歩いていると突然コンクリートの箱が目飛び込んできた。内部を観察してみたがどうやら新築ではなさそうだ。マネージャーにコンタクトをとり、インタビューできることとなったので、このギャラリーが作られた経緯など様々なことを聞くことができた。

ここが新築された理由は、改装しようとした建物が古く、当局から新築するように頼まれたからだという。コンクリートの打ち放しというデザインの選択は日本の建築家、安藤忠雄の作品に触発された結果らしい。中にもガラスで囲まれた光の井戸（ライトウェル）を設置したりしているが、これも日本の建築からの影響らしい。コンクリートの打ち放しの建築は仕上げを一切しないため、コンクリートを打設する技術的精度によって仕上がりが大きく変わる。この建物は日本のコンクリート打ち放しの建築の水準には遥かに及ばない低い施工精度であった。コンクリートを美しく打設するには熟練した技術者のテクニックが不可欠である。



5. 798 芸術区の問題点

日本や欧米でも、工場跡地を美術館にリノベーションする事例多い。たとえばイギリスのテート美術館は元々発電所だった建物を、スイスの建築家ユニットヘルツォーク&ド・ムロンがリノベーションした。日本でも瀬戸内海に浮かぶ犬島に建築家三分一博が、銅の精錬所をリノベーションした美術館を設計し話題を呼んでいる。

この 798 芸術区の実例も、これら日本や欧米の実例の延長線上にあることは間違いない。しかしながら、五番目にとりあげたギャラリーの施工精度の低さが 798 芸術区を象徴しているような気がした。ここで取り扱われている中国人アーティストの作品は決してレベルの高いものではない。多くは既視感を誘発させるものであるし、明らかに日本の作家を参照しているものもあった。中国は国家戦略として文化事業に取り組み、現代アートもまた重要な文化産業として位置付けられている。物珍しさも手伝ってか、多くの人々が訪れる観光スポットとなっている。そのため家賃が高騰し 10 年前の 10 倍になっているという。

2007年頃から中国政府の力が入るようになり、2008年には798芸術区を北京市の文化創意産業集中区とした。また、2008年のオリンピックもあって政府と機関部門では798芸術区の街景観に対してより大規模な改造を行った。その後芸術区は徐々に有名になり、それとシンクロするように家賃も徐々に高くなった。「アートスポット」として大々的に紹介されたため環境客も多くやってくるようになった。そのために賑やかな環境となり、商業的雰囲気が日々濃くなっていく。その結果芸術家の創作空間には相応しくない環境になった。多くの芸術作業室は芸術区を撤退し、代わりにビジネスの雰囲気が濃い芸術機関、(たとえばギャラリー、展示空間)、芸術品を扱う売店、レストランなどが増加した。

このように政府の援助と保護があったおかげで798芸術区は中国における芸術振興の「中心地」になった。しかし、「管理」や「保護」は現代アートとは根本的に相いれない概念である。現代アートのモチーフには反政府や反国家、露骨な性描写や差別的な表現などインモラルなものも多い。政府の「過保護」「過干渉」と商業主義の蔓延は798芸術区から創造性と奪っている。実際に、高騰する家賃のため次代を担う若手が次々この場を去っている。インタビューしたあるギャラリストは「高く売れる作品がよい作品であり、ここ去らざるを得ない人間は作品が売れない作家、つまり能力がないからだ」と喝破した。現代アートは「わかりにくい」ゆえになかなか買い手が見つからない。しかし、すでに売れている日本や欧米の作家の作品を真似たものなら、売れやすいのである。このままでは798芸術区は次世代のアーティストを揺籃する場所にも、中国における現代アートの中心地としても場所ともども、一時のブームとして飽きられるのは時間の問題だろう。

6. 再利用文化の試金石としての798芸術区

しかしながら工場を再利用するという方法は、猛烈な勢いで建物が「新築」されている中国においては例外的な事例であり、この点は評価できる。日本や欧米ではすでに建築物のストックが十分にあり、これからは新築よりもいかにそれを現代に即した形で再利用するかという問題に関心が移っている。そこで新築の機会を失った建築家が多数中国に押し寄せ、さまざまに意匠を凝らしたビルを新築している。中には奇抜さのみを売りにしているのではないかと疑りたくなるデザインのビルも存在する。実際に中国ではこのような現状を批判する言論も出てきている。

2008年6月29日、中国科学院第14回院士大会は学部学年会議を北京市にて開催。中国科学院院士で中国工程院院士、建築および都市計画指導者の呉良[金庸](ウー・リョンヤン)清華大学教授は会議の席上、「発展モデルの転換と都市建設計画の再思考」というテーマで報告を行った。「中国新聞網」が報じた。呉教授は「中国は建築デザイン市場や都市デザイン市場が活発化している。このため海外の有名建築事務所が競って中国の土地を購入し、これまで本や雑誌、展示会などでしか見ることができなかった奇抜なデザインの高層ビルを建てており、今や中国は外国人建築士の腕試しの場と化している。この傾向は北京などの大都市で顕著だ」と指摘。さらに「こうした奇抜なデザインの高層ビルを建てるのに、一体いくらかかるのか?中国は世界最大の建築費用浪費国家になっているのではないか?」と疑問を投げかけたうえで、現在の中国では高層建築に対する基準や都市計画、都市デザインなどといった科学的知識が欠落しているとして、乱立する高層ビルが将来の中国において「消えない

傷痕」にならぬように建築業界に対して軌道修正を求めた。³

精華大学の呉教授の上記の批判は正鵠を射たものであると私は考える。この批判をより説得力を持たせ、広く世界にアピールしていくには798芸術区のような再利用を積極的に進めている地域のプレゼンスを高めていく必要があるだろう。しかしながら798芸術区は場所がブランド化しており、一種のジェントリフィケーションの様相を呈している。若い芸術家が参入しやすいように高騰する一方の家賃を適正価格に戻すなどの施策も今後必要になるだろう。



³Record China<http://www.recordchina.co.jp/>より引用

家族経営と流動的な雇用自営関係—798 芸術地区における商店調査報告—

傲登・荒木康代

報告者 2 名は、2009 年 8 月 20 日から 23 日にかけて行われた北京 798 芸術地区日中共同調査に参加し、BNU 院生 4 名と KG 側 2 名で 798 地区内の商店についての調査を行った。798 地区は全体を 6 ブロックに分類されているが、今回、この中で商店が集中している第 4 ブロックを対象とした。当該ブロック内には大小あわせて 9～10 の通りがある。798 地区内の商店数を正確に把握することはできないが、100 店前後あるのではないかと思われる。その多くはアクセサリや小物・雑貨・民芸品等の店である。商店班の担当者 6 名は、まず 798 地区全体と商店地区を全員で見回りながら、数店で簡単な聞き取りを行った。以上の観察と聞き取りをもとに、798 地区内の商店を次の 3 種類に分類して分担して調査することになった。すなわち、①自らのオリジナル手工芸品のみを取り扱う店 (A)、②自らのオリジナル製品と一般仕入れ商品の両方を扱う店 (B)、③自ら商品を作ることはなくすべて仕入商品のみのお店 (C) の 3 種類である。そこで、①②③に対応するそれぞれの商店を選び、インタビューの了承を得た商店 A B C に対して、各 2 人が担当して詳細な聞き取りを行った。本報告では、オリジナル手工芸品のみを取り扱う A 店の事例を中心に報告する。

1. 798 芸術地区における商店の概要

798 地区は、元国营工場の建築物をそのまま利用した芸術地区であるが、現在では、新しい観光スポットとなっている。当地区は北京の芸術地区として 2003 年にアメリカのニューズウィーク誌で取り上げられるなど、すでに欧米からは注目されていたが、2007 年にオリンピック委員会や EU の議長が訪問し、政府による 798 地区の大規模開発が行われた。*(Beijing798Now Changing Arts Architecture and Society in China timezone8 2008)*。2008 年のオリンピック時には各国首脳が訪問したことによってさらに有名になり、各国メディアでも多く紹介されることによって 798 地区は一気に観光地化した。このような観光客の増加にともなって、2008 年には商店が一挙に増加した。

798 地区において最初の商店が誕生したのは、2004 年である。以下は、当地区での最初の開業者である Y さん (女性 55 歳) からの聞き取りによるものである。Y さんは、798 地区内の軍需用品の部品工場で長年勤務し、45 歳で定年退職した。その後、地区内の一画を借りて建築会社を起こしたが、当地区内で初期から活動していた「大物芸術家」と知り合い、彼から Y さん得意の刺繍や編み物の店を開くことを勧められ、会社を閉めて店を開いた。Y さんが開店した 2004 年頃の 798 地区は芸術家の工房やギャラリーばかりであったが、その後 798 地区が有名になるにつれて、地区への入居を希望する芸術家や商店が多くなった。そこで、当地区で初期から活動していた芸術家達は自らが借りていた工場や倉庫を分割して小規模ギャラリーや店舗に貸し出し、自らは、その賃貸収入でより広い活動場所を求めて郊外へと移転していった。このような工場の細分化と商店などへの貸し出しもあり、店舗が急激に増えていった。特にオリンピック前後で 2 倍くらいに増えたという Y さんの話であった (2009/8/23 聞き取り)。

商店を 798 地区で開業するためには、基本的に貸主である七星物業管理有限公司に申請をして、審査を受ける必要がある。この審査の過程で重視されるのが、「オリジナリティー」

であり、商品がオリジナルであることが重視される。しかし、798 地区内の商店を見回してみると、確かにハンドメイド作品の店は多いが、必ずしもそのような店ばかりではない。また、ハンドメイドではあるものの、類似の素材、類似のデザインによる商品も少なくないとの印象を持った。小物・雑貨・装身具等といった同系列の商品を取り扱う商店が多い798 地区では、オリジナリティーにも限界があり、「オリジナル」な商品が他の店にもすぐに出回り、そのオリジナリティーは消滅する。このような中で、各商店の関係は熾烈な競争にならざるを得ず、商店の入れ替わりを激しくさせている。

その一方で、商店の入れ替わりの激しさは若年商業者の参入を容易にしているとも言える。聞き取り調査からは、798 地区の商店主には北京以外の地方からの流入者が多く、20 代後半から 30 代にかけての若者も少なくないことがわかった⁴。次節で詳しく取り上げる A さん（女性 29 歳）によると同世代（80 世代と呼ばれている）の大学卒業時は安定した職業がなかったため、事業を起こした人も少なくないとのことである。これには、時代的な経済環境が影響しているが、それとともに地方出身者は北京市民に比べて就職が不利であるという背景もあるように思われる。このような経済状況のもとで、798 地区は彼女/彼らに新たな就業場所を与えたとも言えそうだ。しかし、北京戸籍を持たないこと、若いということは、北京で商業活動を行うにあたっては不利な条件だといえる。競争の激しい798 地区で、豊富な経営資源を持っているとはいえない彼女/彼らは、どのような社会的資源、あるいはネットワークを利用して開業し、そして商業活動を行っているのだろうか。A B C 各店はそれぞれ独自のネットワークを構築していたことが聞き取りから観察されたが、A 店の場合のネットワークは、家族・親族であった。以下、この点に留意しながら A 店について考察してみたい。

2. A 店および周辺についての概要

A 店のある通りには大規模ギャラリー（2）、小規模ギャラリー（6）、商店（7）、レストラン（2）と書店（1）があるが、商店は A 店のある西側に集中している。近隣にあるギャラリーは油絵、山水画の他、彫刻や写真などであり、A 店の南隣は山水画のギャラリー、北隣は現代絵画のギャラリー兼関連商品のグッズショップとなっている。この通りの商店は、ほとんどがアクセサリー、装身具、衣服、小物、雑貨などの店であるが、装身具や衣服は、他の通りの商店に比べて比較的高額な商品が多い。一方、A 店の向かい側（東側）は元工場建物をそのまま使った大規模なギャラリーと七星物業有限公司のビルがあり、周辺は大規模ギャラリー、小規模ギャラリーおよび商店によって構成された通りになっている。近隣にあるギャラリーは油絵、山水画の他、彫刻や写真などであり、A 店の南隣は山水画のギャラリー、北隣は現代絵画のギャラリー兼関連商品のグッズショップとなっている（図 1・写真 1）。ただし、近隣店舗間の交渉はほとんどなく、A さんによれば「あいさつ程度」ということである。一般的に 798 地区内の商店間の関係はきわめて希薄のように思われた。以下、A 店の事例に入るが、聞き取りは主に、2009 年 8 月 21 日から 23 日にかけて A さん（A 店の妻）に対して数回行った。

⁴ 今回調査した A 店、B 店、C 店ともに地方出身者で、20 代後半であった。

西側	東側
コーヒーショップ	七星物業有限公司
商店	
ギャラリー	大規模ギャラリー
書店	
ギャラリー	
A店	
ギャラリー（山水画）	
ギャラリー（写真）	商店
商店	商店
ギャラリー（彫刻）	大規模ギャラリー
空工場	
ギャラリー（写真）	
商店	
商店	空地
商店	
ギャラリー（写真・絵）	
レストラン	

(図 1)



(写真 1)

A店は、2007年にA夫妻によって開業された皮革製品とアクセサリーと陶器の店である。皮革製品としては、バッグ、さいふ、手帳など、アクセサリーとしてはピアス、ネックレス、ブレスレットなどを置いている。その他には、皿、カップ、花瓶などの陶器がある。壁には絵が1点だけ掛っているが、これも売りものである。

Aさん夫妻はともに武漢で生まれ、武漢大学を卒業し、昨年結婚した。Aさんは1980年生まれで現在29歳であり、前述した就職が困難であった80世代である。夫妻が皮革製品とアクセサリーの店を開業したきっかけは、Aさんの夫がヨーロッパ旅行で皮革製品の製作に興味を持ち、友人とバッグなどの製作を始めたことによる。当初は郷里で店を持ち、製作、販売をしていたが、その後上京し北京市内の他の地域に店舗を開いた。しかし、その場所が再開発される対象になり、2007年に友人の紹介をきっかけに798地区で開店した。

A店の主要商品である皮革製品はすべて夫のデザインによるが、バッグで400元から1200元（約6000円から18000円）と、他店に比べてかなり高い。これは、品質の良いイタリアから皮革を輸入していることと、すべて手作りで作っていることによるものだと考えられる。Aさんによると、皮革製品は、欧米の客に人気があるとのことで、一度店舗で購入した客がHPを通じて購入したり、あるいは口コミによる購入など、リピーターが多いとのことであった。一方、アクセサリー（写真2）は、日本で造花の材料として使われて

いる「軟水晶」⁵を素材に作っており、材料は日本から輸入している。Aさんは、偶然この素材を知り、アクセサリーにすることを思いついたと述べていた。798 地区の商店にはアクセサリーを扱う店が非常に多いが、なかでも多いのは銀のアクセサリーである。そのためAさんは、他店との差別化を図るため、銀のアクセサリーではなく、他店が取り扱っていない素材に着目したのである。確かにアクセサリーに関しても類似の商品が多く見られる798地区のなかで、A店のアクセサリーと同じものは報告者が見た限りにおいて他店に見出すことはできなかった。これは、A店で用いている「軟水晶」という素材およびそのアクセサリーへの加工が当地区ではまだあまり知られていないことによるのではないかと考えられる。



(写真2)

皮革製品と比べて、アクセサリーは30元から50元（450円から750円）と安価であるため、中国国内あるいは北京市内の観光客の購入が多く、ネット販売はしていない。A店の主要商品は高額な皮革商品と比較的安価なアクセサリーであるが、両者に共通するのは、どちらも夫妻それぞれのデザインによる製品であり、他者の作品は置いていないということである。皮革製品は品質の良いイタリア製皮革を用いて夫自身がデザインし、アクセサリーも他店では使用していない素材をもとに妻がデザインする、このような夫妻それぞれのオリジナルデザインであることと他店とは異なる素材にこだわっている点が、A店の独自性だと言えるだろう。

3. A店のオリジナリティーと親族経営

この他にA店では陶器と絵も販売しているが、陶器は陶芸家である妻のお婆の製作によるものであり、絵は画家である妻のおじが書いたものである。すなわちA店では、皮革製品は夫、アクセサリーは妻、陶器はお婆、絵画はおじというようにすべてが親族による商品構成となっており、親族以外の商品は取り扱わない。その一方で、1種類の商品を家族・親族が協力して製作することはなく、それぞれ異なる種類の商品を各自が担当する。夫は皮革製品を、妻はアクセサリーを、お婆は陶器を、おじは絵をというように各自が自らの

⁵ 「軟水晶」とは日本名「蛍石」英名 *flourite* である。ハロゲン化鉛物の一種でガラスのような光沢がある。幅広い波長の光を透過するため光学材料にも用いられている。

作品のみを製作している点もA店の特徴である。

このような4種類の商品に対して、A店では芸術部門（陶器と絵）と商業部門（皮革製品とアクセサリ）というように2つの部門に分けて考えている。絵と陶器はその芸術性を尊重して量産はせずに本人の自作にこだわる一方で、手工芸部門は、採算性を重視し、規模の拡大を図る。そのため、皮革製品とアクセサリのデザインは夫妻それぞれが担当するものの、製作は別の場所にあるA店の工房で人を雇って作っており、皮革製品に約20人、アクセサリに約10人が従事している。A店では今後、皮革製品やアクセサリなどの手工芸部門は増産し規模の拡大を進めることを目指す一方で、芸術部門も維持していく。A店がこのような芸術部門を持つことに固執するのは、芸術部門がA店のオリジナリティーを補強する役割を担っているからである。798地区の商店に対して求められるオリジナリティーや芸術性を、A店では芸術部門を持つことによって担保しているのであり、このことがオリジナリティーを求める七星物業に対するアピールにもなっている。この芸術部門についてAさんは、陶器や絵は今後も親族のものしか取り扱わないと断言するが、芸術部門を親族以外に広げないのは、親族以外の製品を扱うことがA店にとってのリスクとなるからでもある。すべて親族の製品に固執することこそが、A店のオリジナリティーを守ることにもなっているのである。すなわち、A店のオリジナリティーを補強するためには、芸術部門が不可欠であり、芸術部門の信頼性を担保するためには、見知らぬ他者の製品ではなく親族であることが不可欠なのである。このような親族に基盤を置く経営スタイルは、商品に関してだけの話ではない。798地区で開店するにあたって、夫妻はおじやおばなど親族から資金の提供を受けている。また、売り上げから経費を差し引いたA店の利益は親族で分配している。商品のみならず、資金の点でも親族との関係が密接なのである。すなわち、A店の経営は、商品構成も資金も親族ネットワークを土台に成り立っているのであり、このような親族ネットワークがA店の経営を補強しているといえる。

Aさんによれば、このような親族経営は中国では普通に見られる形態であり、親族から資金の提供を受けることも珍しくない。中小商店のみならず大規模企業においても、中国では親族経営が極めて多い。もっとも、798地区の商店が親族経営の店ばかりというわけではもちろんない。友人同士が協力して経営している店もあれば、単独経営の店もある。しかし、地区内の他店へのインタビューからは、親族経営、特に夫婦による経営は少なくないとの印象を持った。このような親族経営には多くのメリットがある。雇用による人件費が抑制できること、店業務の繁閑による調整が容易であること、雇用によるリスクを軽減できること、生活との調整がしやすいことなどである。特に小規模商店では、人件費抑制のメリットは大きい。このようなメリットは、日本においてもその零細性にも関わらず家族経営の小商店が消滅せずに根強く残ってきた論拠とされてきた。しかし、798地区の調査から見られた家族経営のあり方は、日本の商店の家族経営とは異なる面を持つ。それは自営雇用間の流動性である。

4. 流動的な自営雇用関係

A店では、接客販売や経営全般に関しては、妻であるAさんが担当している。Aさんによると、これは夫が接客販売や経営が得意ではないこともあるが、同時にAさん自身大学で経営学を学ぶなど経営に興味があったからという理由もあるようだ。現在、販売はAさ

んが中心に担当しているが、1年後にはアルバイトを店番に雇ってAさん自身は元の職場に復帰する。A店はAさんの休職期間を利用して開店されたのだが、Aさんの休職期間が1年後には終了するにともない復職するのである。もっとも、店の経営が軌道にのれば、勤務先を退職して店の経営に専念するつもりだとAさんは述べていた。当初の予定では、今年度中に北京市内で2店目を開店する予定であったが、不況の影響で売り上げが落ちたため予定を延期した。このような不況や、まだA店の経営が軌道にのっていない状況のなかでは、復職するほうが得策だとAさんは判断したのかもしれない。ここには、雇用から自営への移行と自営から雇用への移行、さらに自営と雇用を並存させるきわめて流動的な雇用自営関係が見られる。

このような雇用自営間の流動性は、彼女/彼らにとって不況というリスクに対応する戦略ともなっている。インタビューしたある男性は、旅行会社に勤めていたが、不況により解雇されたため、粘土人形作りの技術を生かして798地区で粘土人形の店を開業した（2009年8月22日聞き取り）。現在は、家族とともに粘土人形制作をしている。このように不況の影響で失職した人々が、798地区に新たな就業先を見出す一方で、商店経営が芳しくない場合は、再び雇用労働へと戻るのである。

また、家族経営のあり方も、このような自営雇用の流動性の中にある。798地区における家族経営は必ずしも夫婦両方がともに商店経営に専念しているというわけではない。むしろ、夫婦どちらかが中心的に経営に従事し、配偶者は他の職業を持っている例が多いようだ。ある商店では、妻が自らの手作りによるアクセサリーを売っていたが、ここでは夫は別の職業に従事する一方で、休日だけ店を手伝いに来ていた。これも夫婦ともに商店経営に従事することによって両者がともに同じリスクを被ることを避ける戦略であると言える。Aさんの場合も、まだ経営が安定していないことや現今の不況という経営環境によるリスクを回避して、復職という選択をしたのである。

このような雇用自営間の流動性と自営や家族経営が雇用労働に対するセーフティーネットとなっているという状況は、1950年代以前の日本とよく似ている。当時、失業者を農業や商業などの家族経営が家族労働力として吸収した。また、不況になると行商や露天商などの零細商が膨大に現れ、失業者は自営業者となった。そこでは、行商や露天商から始まって自らの店を持つにいたる者もなくはなかった。798地区でも同じような事例が見られる。798地区内には、許可を受けずに路上で営業している露天商も見受けられたが、なかにはC店のように露天商から自らの店を798地区内で持つまでにいたった商店主も存在した。ここでは、解雇などにより近代的な雇用の世界から排除された人々が、新たな生計の場を見出す空間として798地区を見出しており、雇用の世界とは異なる自営の世界の上昇ルートが存在しているとも言える。このような上昇ルートは、日本ではきわめて希薄になっているが、中国ではまだ強固に存在しているように思えた。

雇用自営間の流動性と自営における家族経営は、日本では1960年代以降の雇用労働の急激な増加と職分分離、性別分業によって成り立つ西欧的な近代家族生活の浸透によって急速に衰退した。雇用労働が自明となり、家族経営の商店は周縁化した。男は仕事、女は家事育児という公私分離、性別分業規範は商店にも影響し、店と家の分離によって商店の妻も専業主婦化する傾向があらわれ、家族経営の家族性は希薄化していった。一方、中国では、その歴史的背景からこのような公私分離・性別分業規範による近代家族の波をこれま

で受けてこなかったといえる。はたして、今後このような家族と経営のあり方に何らかの変化は現れるのだろうか。日本のように、雇用自営間の流動性や家族経営のあり方はいづれ周縁化され衰退していくのだろうか。

5. まとめ

A店の事例を中心に798地区の商店を調査して感じたことはいくつかある。まず第一に、親族ネットワークというA店にとっての経営資源である。A店に対しては当初、「自らのオリジナル手工芸品のみを取り扱う」という性格に焦点をあててインタビューを行ってきたが、調査の結果、そのオリジナル性ととも、A店がきわめて親族色の強い経営モデルであることが浮き彫りになった。資金面でも商品面でも親族ネットワークにその多くを負っているA店では、親族に固執することがA店の経営を支えるとともに、そのオリジナリティーの源泉ともなっていた。親族以外の商品は取り扱わないというその閉鎖性が、競争の激しい798地区において他店との差別化を図ることに優位に働いていたのである。もうひとつは、雇用自営間の流動性である。Aさんの復職という選択は、雇用と自営をその都度の経営・社会環境から判断して選択するという柔軟な労働のありようを示している。それは、Aさんに限らずいくつかの商店で見られた選択であった。

以上から言えるのは、日本と比べて商店を開業すること、あるいは自営を選択することに対する障壁の少なさである。その理由が、労働に対する意識の違いにあるのか、あるいは経済・労働・雇用といった社会的背景の違いによるものかはわからない。おそらく、その両方だと思われるが、自営を選択することに対する敷居が日本よりもはるかに低いことを感じさせられた。自営雇用間の移動は決して珍しいことではなく、むしろ一般的であり、同様に雇用間の移動、すなわち転職も頻繁である。すなわち自営を選ぶか、雇用を選ぶかは、そのときの社会経済状況によって柔軟に選択されるのである。これは別の視点からいえば雇用が不安定であるということでもある。自営業は不安定な雇用に対するセーフティーネットになっている。そして、このとき自営への移行を背景で支えているのが家族親族である。A店の開業を可能にしたのは、家族親族ネットワークであったが、798地区で若年者の商店が少なくないことから考えると、このような家族親族ネットワークに負う商店はA店に限ったことではないと思われる。

日本では、現在と比較してかつて家族はセーフティーネットという機能を果たしてきたというように評されることが多いが、798地区の調査からは、家族親族はセーフティーネットであるとともに自営や創業へと移行するトランポリンのような役割も果たしているように思われた。もちろん、これは情緒的な意味ではなく、経済的な意味からである。このように考えると、本調査において見られた雇用自営間の流動性や家族経営のあり方はいづれ周縁化され衰退していくのではなく、むしろ、労働のあり方や労働と生活の関係が大きく変化し、また雇用が流動している今日、むしろ生活から分離された雇用への専門を自明とする西欧近代的労働とは異なる新しい労働のあり方として検討に値するのではないかと思えるのである。

今回は調査不足もあり深く触れることはできなかったが、798地区の商店では、子供が店先で遊んでいたり店番をしているような商店もあった。798地区以外の商店では、子どもの姿はさらに頻繁に見られたし、商店に限らず、私たちが見学した博物館でもそのよう

な光景を目にした。本報告書で述べてきた家族経営や労働と生活の柔軟性には、このような労働と家族生活の不可分さも含まれることを付け加えておきたい。

今回の報告は、きわめて短い期間での調査であり、また上記の考察は798地区を調査しての感想に過ぎず、中国一般に適用できるものではないが、労働と家族や生活の関係を考えるにあたってきわめて興味深い示唆をあたえてくれたように思う。今後統計や資料等も含め、より深く考察していきたいと考えている。

参考文献

- 荒木康代 2009 「『自営』という選択——戦前戦後の2人の女性事業者の事例から」 『労働社会学研究10』 日本労働社会学会
- 那須良郎 1969 「第三章 独占資本の進展と国民生活」 小西四郎・森末義彰・寶月圭吾編 『生活史』 山川出版社

文化空間における若者たちの職業選択と起業精神 —798 芸術区・「80 後」世代のショップ経営を事例に—

山本早苗

1. 不透明な時代の将来設計

1.1 工場跡地からアート空間への転換

近代化のシンボルであった工場が廃墟と化したのち、そこがあらたにポストモダンの拠点として再編成されていく。空間の意味の転回には、あらたな時代の方向性を読み解くためのヒントが隠されている。

北京北東部の大山子地区にある 798 芸術区（以下、すべて 798 と略す）は、工場跡地を利用して、いまでは現代アートの拠点となり、海外から観光客がたくさん訪れる観光スポットになっている。ドイツのバウハウスとよばれる近代建築様式の工場が建ちならぶ景観は、いまでは 798 のシンボルとなり、産業遺産からアート空間、観光地、電子産業の最先端の場へと変貌をはたした¹⁾。



写真 1. 798 のバウハウス建築

798 は、「50 年ほど前は中国の電子工業を代表する国営華北無線電器材連合工場（718 連合工場）が建ちならんでいた。この連合工場の第三工場にあたるのが 798 工場だった」（程磊・朱其：22）。軍需工場など国家機密にかかわるものを生産していた工場では、工場名をすべて数字にして、なにが生産されているかわからないようにしていた。当時、工場ではたらいっていた人たちでさえ、ほかの工場でなにが生産されているか知ることはできず、工場内部のことを口外することも許されていなかった。当時の工場労働者は、社会のエリートにあたる人たちで、「鉄飯碗」（鉄の茶碗）とよばれ、終身雇用と社会保障が確立された食いはぐれの無い、みなに羨まれる職業だった。

2000 年に、中央美術学院が移転するにともなって、中央美術学院の隋建国教授が、ちょうど空きのでた 798 工場に自分の工房をかまえて、自分の作品づくりに専念した（程磊・朱其：52）。798 のアート空間のきっかけとなる小さな芽がでて、その後、いくどの淘汰と抑圧を経験して、雑誌編集者、小説家、音楽家、画家など前衛的な若いアーティストたち

が続々とあつまって、現代の798が形成されるにいたる。

しかし、2002年に日本の東京画廊が798に進出したことが、それまでの純粋に芸術的なものを追求するアート空間に大きな転換をもたらし、アートの産業化を引きおこすことになった(程磊・朱其:70)。2005年には、北京市が、北京市建築設計院の提言をうけて、798のパウハウス建築を「近現代優秀建築」として保護することを決定する(程磊・朱其:53)。政府の介入が大きくなるにつれて、798が本来もっていた反体制・反権力的なものが薄められていった。産業遺産を保護する動きが展開するとともに、海外の大統領や政治家および多くの観光客から注目をあつめる798の存在は、政府にとってあらたな政治的価値を帯び、と同時にあらたな経済的価値をもたらすマーケットとしてとらえられている。2006年以降もひきつづき、政府からの財政援助をうけて798の修築がなされ、運営管理の規制も強められていった。しかし、グローバルな市場化の波と国家の思惑に翻弄されつつも、798の文化空間の魅力に引き寄せられた若者たちが次々と798につどい、ショップを経営している。

1.2 「80後」世代の若者たち

798でショップを経営しているアーティストや店主のほとんどが、「80後」世代の若者たちで、そのほとんどを地方出身者が占めている。中国では、1980年から一人っ子政策がとられ、1980年代に生まれた世代は「80後」世代とよばれて、ほかの世代とは区別されている。現在、20代の若者たちが「80後」世代にあたる。この世代の特徴は、小さいころから受験戦争を経験し、はげしい競争社会のなかで育ち、両親からは溺愛されて育ったため、自己中心的で責任力にかけるといわれる。しかし、既成概念にとらわれず開拓精神に富み、四川の大震災の時のようにボランティアを組織し強い団結力や愛国心をしめすともいわれる。

結果の平等を徹底した社会主義経済から、改革開放により、社会的セーフティネットが整備されないままの市場経済への大転換により、「80後」世代は、自分たちの仕事は自分たちで探さなければならず、先行きの不透明な将来に不安をかかえながらも、あらたな空間を開拓し、チャレンジしつづけている。しかし、金融危機による不景気を背景に、若者たちの就職は、ますます難しくなっている。

798では、こうしたおおくの「80後」世代たちが、手工業の皮革バッグや手づくりアクセサリを販売したり、大量生産の商品を仕入れて販売することで生計をたてている。郷里の家族や親族のネットワークを利用しながらショップを経営する若者もいれば、個人的な趣味が高じて自分で手づくりのショップをひらく若者たち、あるいは自分の芸術的センスと眼力を頼りに他者の作品の販売を専門にあつかう若者たちもいる。店を借りる資金力のない若者たちは、警備員にみつからないように、道ばたで手づくりアクセサリや自分の作品をこっそりと販売している。

グローバルな市場化の波と国家管理の徹底にたいして、若者たちはアートを媒介として、どのように将来設計をくわだて、適応・抵抗しているのだろうか。本論文では、一人っ子政策が開始されてから生まれた「80後」世代の職業選択と起業精神に着目し、798という文化空間において、「80後」世代は、北京オリンピックが引きおこした観光化や金融危機がもたらした影響にどのように対応しているのかを明らかにする。

1.3 調査方法

関西学院大学大学院 GP プログラムの一環として実施されている本プログラムは、社会学と民俗学を学ぶ日中の院生と若手研究者たちが、国際的・学際的な共同調査研究をつうじて、「東アジアの共同フィールドワークの理論と技法」を構築することを最終目標としている。今年8月のフォーラムでは、おたがいの方法論を共有するために日中のフィールドワーク論と各自の研究成果を報告しあい、その後、4日間にわたって、日中の院生たちが、798 芸術区にて一緒にフィールドワークを行った。

共同フィールドワークの流れは、まず1日目に全員で798の中心地区をめぐり、それぞれの関心にそってテーマを探ることからはじめた。2日目にグループわけをして、「景観」・「ショップ経営」・「広告」の3つのテーマのもとで、3日間グループごとにフィールドワークをおこなった。5日目は、グループごとに調査内容を整理して、スケッチや写真を活用してパワーポイントを作成した。フォーラムをつうじて、この日の作業がとても重要だった。というのは、おなじ場でおなじモノをみているも、異なるアプローチをとったり異なる解釈にいたること、その一方で非常に共通しているものが多いことなど、おたがいの方法論についてさらに理解が深まったからである。フォーラム最終日に、座談会をひらき、グループの調査成果を報告して、調査内容を全員で共有し、おたがいの調査内容についての質疑やディスカッション、そして認識論や方法論についてのディスカッションをかさねて理解を深めた。

筆者は、「ショップ経営」のグループに参加し、フィールドワークを行った。まず、グループのメンバー全員で798のショップをひと通りめぐった後、798の中心地でショップがとくに集中している地区を調査対象に選んだ。798のショップには、3つの異なる経営モデルがある。1) 生産から販売まですべて家族経営でオリジナルな手工業を追求する家族(工房型)経営モデル、2) オリジナルな作品の制作・販売と仕入れ販売とをかねた複合経営モデル、3) オリジナルなものを一切あつかわず完全に仕入れ販売に特化した販売経営モデルの3つのタイプにわけられる。798のショップのほとんどが、80後世代の若者たちの創業による。筆者たちが調査対象としたショップもすべて80後世代の若者たちが経営しており、それぞれ 1) 山西省、2) 広西省壮族自治区、3) 黒竜江省の地方出身者たちが起業したものである。

表1. 798のショップ経営モデル

	手工業 (オリジナル)	大量生産 (コピー)
家族 経営	家族経営モデル	
個人 経営	オリジナル重視 経営モデル	販売経営モデル

注： 太線で囲まれた部分が「複合経営モデル」にあたる

調査期間が非常にかぎられていたため、筆者らは、2人ずつの小グループにわかれて、3つの経営モデルをそれぞれ調査することにした。家族経営モデルは、荒木康代と傲登が調査を担当し、複合経営モデルは、山本早苗と李靈曦が担当し、販売経営モデルは、邵鳳麗と吳文仙が担当した。ただし、調査内容を全員で共有するために、毎日、調査を終えた後にミーティングをひらいて、調査内容を報告しておたがいに情報を共有し、調査が不足している点や3つのモデルの比較のための追加調査について議論することで、調査項目や調査の方向性について、毎日こまかな調整をはかった。フォークロアと社会学のフィールドワークの技法の共通点や差異についても議論して、両者の強みをいかしながら共同フィールドワークを実践するよう試みた。本論文では、筆者が調査を担当した複合経営モデルの事例をもとに論じる。



写真2. ショップ経営の調査メンバー

2. 複合経営モデルの開拓

2.1 若者たちの起業と複合経営

798のメインストリートを占める商業ショップは、もともと画廊を中心としていたが、しだいに商業空間へと転換されていった。はじめて798でショップを開いたDは、工場時代の798ではたらいた経験をもつ。定年退職したDは、2004年に、もとはたらいていた「単位」（日本の勤務先、所属する機関・団体の部門に相当する）に部屋を借りて、建築材の会社をおこした。しかし、その後、不景気になり、しだいに手編みの作品を生産・販売するように経営方針を転換して、友人と一緒に手編み作品のショップをオープンする。こうして798の商業ショップの第一号店が生まれた。

Dによると、798がアート空間になりはじめたころは、貧しい若いアーティストたちが多

かったが、ここ数年で、地価が急騰したため、これまで住んでいた貧しいアーティストたちは家賃を支払うことができなくなり、798 を離れるようになったという。そのかわり、裕福なアーティストやスポンサーのついでにいる若手アーティストや画廊などが増えた。798 は、すでにセレブリティ化が大規模にすすんでいる。798 にはショップがたちならび商業化の雰囲気もつよまり、ヨーロッパ的なカフェやバーも増えて、アート空間の再編が進んでいる。

しかし、重要なことは、商業化がはげしくなったからアーティストたちが、798 を離れて郊外へと出て行ったわけではなく、地価高騰を背景にして798 をはなれて郊外で暮らすようになり、アーティストでありつつ大家となり、部屋を又貸して生計を立てるようになったということである。798 のセレブリティ化は、郊外のアーティストのセレブリティ化とともに進んでいる。

北京オリンピックの影響をうけて、2006 年から、798 の商業ショップはしだいに増加していき、2008 年の北京オリンピック開催年には、ショップ数がさらに増大していった。しかし、それとどうじに、経営が思わしくない商業ショップは、つぎつぎに店をたたんでいき、ショップの淘汰がますます激しくなった。

798 で起業したい「80 後」世代の若者たちには、798 の高い家賃を負担できるだけの資金力と、入居申請をするときに原材料やデザインにおいてオリジナリティあふれる作品づくりを維持しつづけることが求められる。ショップ経営者のほとんどが、オリジナルな手工業にこだわりをもつが、A 店の事例にみられる家族経営のような親族ネットワークをもたない若者たちは、共同経営を選択する。共同経営でよくみられるのは、家賃の負担を軽減するために、複数のショップ経営者が共同で間借りして、こまかく仕切られたショップで手づくりの作品や大量生産の既製品を販売するパターンである。この場合、ショップの大家は、不動産業者の役割をはたしており、ショップの経営に口をはさむことはない（注3 参照）。もうひとつは、本論文でとりあげる複合経営の事例のように、大家とともにショップを共同経営する場合である。

本論文でもちいる「複合経営」とは、表1の太線で囲まれている部分にあたり、オリジナルな手工業の生産・販売だけでなく、大量生産の既製品も販売するタイプの経営スタイルのことをさす。大量生産の既製品のなかには、手工業によるものも含まれているが、オリジナルなデザインを重視した手工業とはことなるためここでは区別する。原材料の生産・加工・流通・販売のながれについてみると、家族経営では、すべて親族ネットワークで完結しており、複合経営モデルでは、原材料の生産以外はすべて個人でおこない、販売経営モデルでは販売部分のみあつかう。

2.2 手工業への憧れと人生の転機

798 で複合経営をいとなむBは、1986 年生まれの「80 後」世代の女性である。B自身は漢族だが、広西省壮族自治区に生まれ育ったため、少数民族の伝統文化に関心をよせてきた。不動産業をいとなむ父と専業主婦の母、そして4人の兄弟にかこまれて育つ。Bは、だれに教えられるでもなく、小さいころから一人で手づくりの小物をつくるのが好きだった。手近にあるものを利用して母からもらった櫛に飾りをつけるなど、いまの手づくりオリジナル・アクセサリーのルーツになる趣向がすでに芽生えていた。

B は、広西省の高校を卒業してから、首都師範大学に合格して北京に上京する。大学では、情報学を専攻するが、それほど興味をもてず、かえって手工業にたいする思いが強まった。そこで、大学一年の時に転学する決心をして、宝石鑑定を専門的に学びはじめる。卒業前のインターンシップでは、江西省でツアーガイドをしたこともあり、その時に英語を身につけ、欧米の観光客とコミュニケーションをとることができるようになった。韓国語は基本的に聞き取ることができ、商売する範囲内で必要な簡単な韓国語も話せる。ガイドの経験は、現在の 798 で販売する時にとっても役立っている。

卒業まもない頃に、B に大きな転機とチャンスが訪れる。自分で小さな店を開いて手づくりアクセサリーを販売したいと考えていた B は、798 の雰囲気魅せられて空きショップを探しに行った。そのとき、偶然いまのショップの大家と知りあい、意気投合して共同で店を経営しようという話に展開した。当時、大家も自分でデザインした服を販売していたが、オリジナリティに欠けており、淘汰の激しい 798 で生き残るために、よりオリジナリティの高い作品を必要としていた²⁾。B は、エスニックなテイストをうまく取り入れて、ほかの店にはない服をデザインし、アクセサリーのデザインでも徹底してオリジナルなものを追求する方向を基本的な経営方針にした。2009 年から、B の経営方針のもと共同経営がはじまる。



写真 3. B が経営するショップ

B が経営するショップは、798 の中心地の中二街に位置している。この通りには、商店がずらっと建ちならび、観光客がもっとも多いスポットになっている。B 店の周囲には、ちいさな画廊や手工芸品をあつかうショップが軒を連ねる。

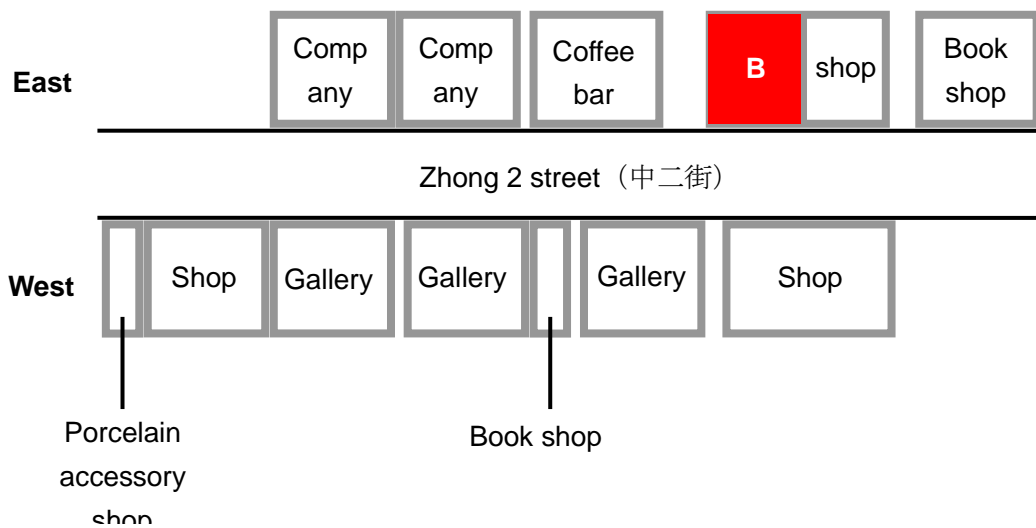


図1. ショップ周辺マップ

B 店は、ショップの前にも露店をひろげて、自分で創作したオリジナル・アクセサリーを中心に、仕入れた大量生産の既製品のアクセサリーも販売している。ショップのなかでは、自分たちでデザインしたオリジナルTシャツや、少数民族のテイストを取り入れてデザインしたオリジナルの服を販売している。ふたつに仕切られた奥の部屋では、雲南省で購入したタペストリーもあり、手前の部屋では、既製品のおもちゃやアクセサリーもあつまっている。

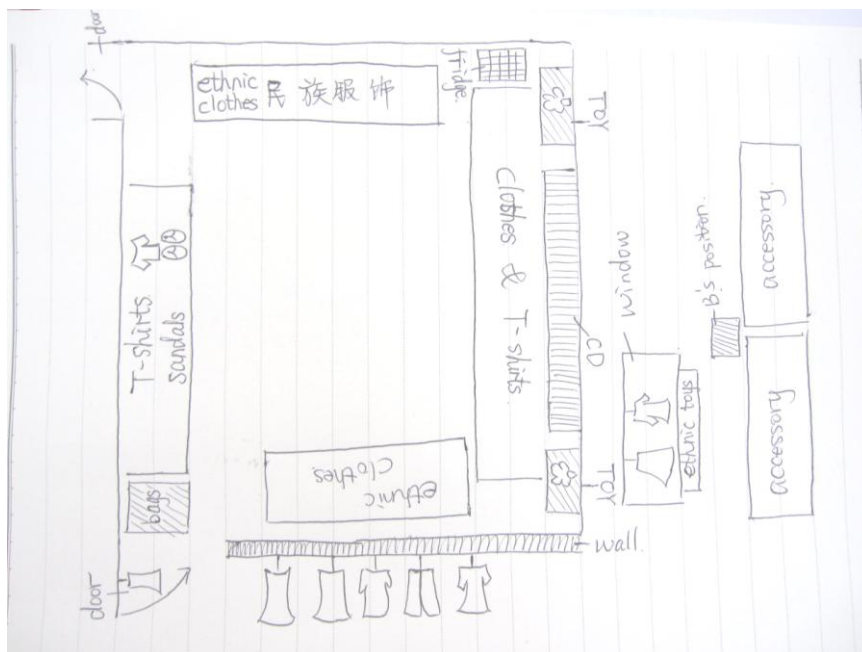


図2. B店の商品のディスプレイ (李靈曦のスケッチによる)

Bと大家が共同経営をはじめてから、家賃の負担は7対3にわけ、Bは3割を負担している。B店は、798に多くみられる又貸しのショップではないので³⁾、よそのショップとくらべても家賃は非常に低くおさえられている。だいたい毎月2,000~3,000元程度(日本円で4万円ほど)である。メイン・ストリートのショップは、通常この3倍以上の家賃を支払っている。

B店の売り上げ金は、大家とBのあいだで折半する。デザインした服の縫製は、大家が工房で制作しているが、B店の商品のほとんどをB一人がデザインして創作していること、日々の店番もすべてBが担当していることなどを考えると、Bの受け取りが若干すくないようにも思える。しかし、大学卒業してまもないため貯金がなく、家賃はすべて大家に立て替えてもらって、後払いで返済するように配慮してもらっている。こうした金銭換算されない部分での依存関係も大きい。

2.3 手工業と大量生産 —オリジナルもコピーも

Bは、経営の柱として「オリジナル」であることをとりわけ強調する。オリジナルであるために、Bの作品のデザイン、材料選定、生産・加工、販売のプロセスには、ほかの店が真似できない独自のルートが生かされている。Bは、大学時代の指導教授に紹介してもらって、銀製品の卸・販売商と知りあいになり、市場価格より大幅に低い価格でシルバー・アクセサリーの原材料を入手することができた。B店で販売されている大量生産のシルバー・アクセサリーもこの販売商から購入したものである。

Bは、通州宋庄のちかくにアクセサリーを加工する工房をかまえている。Bはデザインに携わるだけでなく、みずから制作も担当している。それにたいして、店で販売している服は分業体制をとっている。Bは、服のデザインにかかわるだけで、大家が五道口に工房をさがして制作している。販売については、すべてBがひとりで担当しており、休日なしで毎日店番をしている。経営方針やショップの日常業務は、すべてBが取り仕切っていて、大家がでてきて干渉することはない。

オリジナルな作品と大量生産の既製品の割合は、ほぼ半々である。ショップで販売している服のうち6割は、Bみずからがデザインしたものだが、のこり4割は仕入れてきた商品である。アクセサリーは、オリジナルな作品が半数、のこり半数が深圳で仕入れてきたものである。ここで注意が必要なことは、手工業にこだわることと大量生産であることとは矛盾しない。大量生産も手工業(手づくり)によるものだからである。仕入れ販売の商品は、コピーではあるが、手工業なのである。

ショップには、それぞれ自分で立ち上げたブランドがあり、そのブランド力を高めるために、自分でデザインしたオリジナルな作品を追求する。しかし、純粋にアートだけに携わっているわけではなく、経営者でもあるBは、ショップの経営を維持するために、大量生産のコピーの商品をあつかうのは仕方ないと考えている。店の商品の半数以上をオリジナル作品で維持している経営は、798のなかでもすくなく、ほかの店とくらべても圧倒的に高いオリジナリティを追求していることがわかる。ここでいうオリジナリティは、原材料およびデザインにおけるオリジナリティである。

2.4 ショップ間のつきあいと将来設計

798 は、平日は欧米の観光客がおおく売りがいいが、週末になると学生がおおく、とくにアートを学んでいる学生たちが勉強しにきたり、一般の若者たちがウインドウ・ショッピングにくるので、あまり売りがよくない。しかし、B は、商品の売りに関わらず、どんな客にたいしても自分から積極的に声をかけていく。客の外見やイメージに合うものを勧めたり、親しみやすく話しかけるが、押し売りすることはない。B は、自分でデザインし制作したアクセサリや服は、商品ではなく芸術品であると自負しており、オリジナルであるということに強い誇りをもっているため、値段で妥協はしない。一般の生活空間の露天で売られているモノと 798 というアート空間に存在しているモノとはまったく異なるという。

ショップのあいだのつながりは非常に希薄で、近所にどんなショップがあるのか知らないという経営者たちがほとんどである。B 自身も、通りを隔てたところにどんなショップがあるのかまったく知らない。この5年間、人の入れ替わりがはげしくなっていることも一因になっている。とりわけ、オリンピック前に地価が高騰してから、もともと 798 に大勢いた貧しい芸術家たちは、家賃を支払うことができなため郊外に移り住んだ。しかし、苦労して手に入れた賃借権を社区に戻すのも惜しいので、798 に入居したい裕福な芸術家たちや 798 にショップを開いて商売をはじめたい人たちに又貸しし、みずからは大家となった。798 に一番最初にショップをかまえた手編みの作品を販売するショップの経営者でさえも、いまでは近隣にどんな人たちがいるのかわからないという。とくに若い人たちとの交流はほとんどないという。

社会的ネットワークの要となる社区（コミュニティ）は、入居申請時にかかわりをもつのみで、日常的なかかわりは、まったくない。ショップの経営者たちは、個人化されており、かれらのあいだに相互扶助や社交などつきあい関係を見出すことはほとんどない。

こうした状況にあって、B は、うまく友人関係を築きあげている。B 店の横でショップを営んでいる「80 後」の女性 E は、画家志望だが、いまはアクセサリやバッチを販売している 798 の古株である。E は、798 の内部事情につづいているので、B は、E を介して 798 の変化や現状を理解している。B と E は、年の差も小さく、ショップであつかう商品も異なるため、非常にいい関係である。B がいそがしい時には、E がかわりに店番をしてくれることもある。

しかし、B 店のむかいでアクセサリや手づくりのオリジナル皮革製品を販売している男性と B との関係はよくない。B の悪口をいったり批判しているのをみかけたことがあるという。またオリジナリティを維持することが難しいなかで、B 店がオリジナルなものにこだわって営んでいるため、嫉妬して羨んでいるのだろうと B 自身は感じている。

B は、来年、第二号店をオープンしたいと考えている。いまのところ 798 付近かアクセサリに興味がある女子学生のおおい大学ちかくで、「軟陶」（やわらかい陶器）のアクセサリの実演販売をしようと考えている。軟陶は、作るのに手間がかかるのと、色とりどりのものを組み合わせつつっていくので、「見せる」というショー的要素を生かしてあたらしい経営スタイルを作れないかと模索している。

いまのショップの店番をしてくれる人の当てもあるので、B 自身は、来年からは第二号店の経営に集中しようと思っている。B は、これからの将来設計について、まず何よりも

オリジナルの手づくりの作品を制作しつづけたうえで、経営を拡大しつづけていき、あたらしい経営スタイルにもチャレンジしていくことが夢だと語る。



写真4. 軟陶でつくったオリジナル・アクセサリー

3. アートの変容、アートによる抵抗

「80 後」の若者たちの起業は、オリジナルかコピー（大量生産）であるかどうかにかかわらず、アーティストであるというアイデンティティのために、手づくり（手工業）をたいへん重視している。また、経営者の立場からしても、大量生産の商品よりも、オリジナルな手づくり商品のほうが圧倒的に人気が高く、経済的価値が高いということもある。オリジナリティのない商品をあつかうショップは、798 のアート空間では競争力が劣るため、たえず淘汰されていく。また、798 で開業する時には、オリジナルな作品を物業会社に提出して、入居・開業の許可をえなければならない。制度上も、オリジナリティを志向するように経営者たちに要請している。そのため、経営者たちも、商品のセールスポイントはオリジナリティの高さにあると考えている。

ショップの経営者たちは、798 の独特なアートの雰囲気魅せられて、ショップ経営をはじめているため、作品の芸術的価値をなにもまして強調する。もちろん、それぞれのショップでは、商品を販売することで経営をな立たせており、経済的利益や効率を重視している。しかし、一般の露店で売られているアクセサリーなどと異なり、798 の経営者たちは、商品の芸術性を非常に強調し、商品を芸術作品だと考えている。つまり、ショップの経営者たちは、生活空間と文化空間では、おなじモノであっても意味づけや価値がまったく異なると理解している。798 の空間は、ショップのブランド力を高める場になっているのである。

グローバル化を背景にして、798 のアート空間は、ショップの経営モデルに重要な影響をあたえてきた。それとともに、北京オリンピック開催による地価の高騰や観光化の波、それにつづく金融危機・経済危機の影響で企業利益が低下するにしたがって、失業した人たちや就職難の若者たちなど 798 で起業する人びとが増加するようになった。とりわけ、798 は、若者たちにあらたなチャンスを与える場となった。ショップ経営者たちは、積極

的に 798 のアート空間に魅かれてつどい、商品の手づくり（手工業）とオリジナリティを強調して、商品に芸術的価値を付加することで、ショップにやってくる客からも認められ、芸術的価値と経済的価値をともに実現している。

近年、798 に林立するようになったショップは、アートの産業化の典型とみなされ、798 が本来もっていた意義や雰囲気壊すものとして否定的に理解されている。しかし、798 のショップは、家族経営のネットワークをもたない個人化された「80 後」世代の若者たちにも起業できる空間を提供し、かれら/彼女らが将来設計をくわだてる場、そして自分たちの才能と眼力と独自のネットワークを頼りに経営者として成長していくための場となっている。アートは、生存・生活のための手段であるとともに、自己実現の場にもなっているのである。戸籍制度が転換期をむかえているが、相変わらず戸籍管理の厳しい北京で生活しようとする地方出身者にとって、アートを媒介にした生計手段の確保は、社会的セーフティネットの役割もはたしている。

注

- 1) 798 は、いまでは北京市と朝陽区の文化創意産業が集中する地区のひとつであり、また中関村の電子城創意産業基地のひとつにもなっている。アメリカの SOHO と比較されることが多い。
- 2) 北京市朝陽区政府と七星集団が共同で 798 管理委員会を創設した。798 管理委員会は、朝陽区宣伝部の直属になっている。社区では、798 に入居・創業する時の条件として、「オリジナル」な作品を提示することを義務づけており、審査に合格できた人のみ入居・創業することができる。申請と審査を担当するのは、七星集団という物流会社（日本の賃貸会社、不動産会社に相当する）である。798 に入居する場合は、ほとんどが知人や 798 のショップ経営者からの紹介による。
- 3) 798 のショップのほとんどが、「二手房」や「転租」とよばれる又貸しである。又貸しのしくみは実際には非常に複雑である。本来の大家であった 798 の初期の芸術家たちが、家賃の高騰のため住めなくなったが、入居時に煩雑な手続きを経てようやく手に入れた場所であったため、物流会社に戻すのは惜しいと考え、自分が借りていた部屋・建物を知人や管理会社にまかせて、又貸ししてそこから賃貸料をえている。ときには、大家がだれであるかわからないほど、何重にも又貸しをされているところもある。共同経営の場合、大家とショップ経営者との家賃の負担割合やショップ経営者間の負担割合は、それぞれのショップごとに異なる。

引用文献

程磊、朱其主編，《北京 798：北京变革中的艺术建筑与社会》北京：Timezone 8 Limited, 2008 年。