

刺繍屋(カシュタチー) 事業の成立

—ウズベキスタン・ブハラ州ショーフィルコーン地区での事例を元にして—

今 堀 恵 美

本発表では、2002年2月から2004年6月に行われたウズベキスタン共和国での留学成果に基づき、ウズベキスタン・ブハラ州の刺繍制作に関する調査報告を行った。1991年の独立以降、ブハラ州ではカシュタと呼ばれる刺繍の商業用制作・販売が盛んになった。本発表は歴史的变化と発展要因を考察したものである。

刺繍は、ウズベキスタン各地で日用品の装飾に用いられてきた。制作開始時期は正確に分かっているわけではないが、ロシア帝国が進出した19世紀にはすでに用いられていたという。その特徴は、大判の壁掛け(スザナ)に代表される布地一面に刺繍を施す技法であった。それ以外にも礼拝用敷物、布団台カバー等の刺繍品が女性の結婚用持参財として制作された。ソ連期、民族学者や芸術研究者を中心に刺繍品が収集され、収集品に基づく研究が行われた。その成果として、ブハラ州で制作される刺繍品の特徴が整理された。すなわち中央と周辺部を分けて、モチーフを配置するデザイン、小花柄模様、唐草模様を多彩色の絹糸での刺繍等である。これらからブハラ州の刺繍の典型像が出来上がり、後の時代に影響を及ぼした。一方、これらの研究では博物館における収集品を元にしており、制作者の活動の詳細は報告されているわけではない。

本発表では、ブハラ州ショーフィルコーン地区における刺繍制作の歴史変化を取り上げた。次に独立後、同地区で商業刺繍屋(カシュタチー) 事業を開始したZ-Rという人物に注目し、彼女の事業方針を見ていくことでその特徴を描き出した。これらの作業により以下のことが明らかになった。

1. 独立以前、ショーフィルコーン地区で制作されていた刺繍は、商品として用いられていなかった。

ソ連邦への編入以前、同地区で刺繍は結婚用持参財として制作されていた。編入後、社会主義に乗っ取った生産の共有化が行われ、養蚕業、綿花の個人生産は禁じられた。これにより刺繍糸用の絹糸、刺繍用布地の綿布の家内生産は不可能になった。第二次世界大戦後、本格的な女性の就業・就学機会の増大から大判の刺繍品の制作は下火となり、代わって工場製

布地、刺繍糸を用いた小さいサイズの刺繍を趣味で制作することが主流となった。ロシア風のモチーフや社会主義を象徴するモチーフ—レーニン像等—の多用により、デザインも変化した。現在でも、このデザインを趣味で制作するアマチュア刺繍家も多い。

独立後、商業用刺繍の制作が発展した背景には以下の要因が考えられる。①政府が推進する観光化政策や国民工芸家への奨励政策。②同地区の立地。特に観光客が訪れるブハラ市に隣接していること。③上述したブハラ州刺繍のデザインの美しさ。これらを背景に個人事業としてカシュタを制作し、販売するものが現れた。

2. カシュタ及びカシュタチーの単語使用法の変化。

ソ連期の研究では、カシュタという言葉はしばしば手織い刺繍、金糸刺繍、ミシン刺繍等を総合する上位概念として用いられてきた。ところが、同地区では、商業用刺繍の発展に伴い、カシュタチーという単語が使用される意味の範囲に変化が見受けられた。元々、「刺繍をする人」を意味するカシュタチーという言葉は、独立後、単に刺繍を繙う技能を有する人を指すのではなく、刺繍品の全般的な「制作」と「販売」を行う者がカシュタチーと称されるようになった。また、刺繍（カシュタ）という言葉も、類似工芸—金糸刺繍やミシン刺繍—と明確に区別され、手で刺繍糸を布地に直接繙いつける技法に限定して用いられた。

3. カシュタチーの制作する刺繍品の特徴 — Z-Rを例にして —

1で挙げた要因以外に、ショーフィルコーン地区でのカシュタチー増加には、商業用刺繍を開始したZ-Rの経済的成功が重要な意味を持つ。Z-Rは趣味で行う制作方法を改め、二つの事業方針に向けた改革を行った。一番目は、刺繍品の素材改良である。Z-Rは、ソ連期の芸術学的研究に基づき、デザインに19世紀で使用された「アンティーク柄」を復活させた。刺繍糸には絹糸、刺繍用布地には手織の綿布を用いた。さらに絹糸の染色には天然素材を多用した染色法をアピールした。また刺繍ステッチに改革を加え、繙い子達へ指導を徹底した。二番目に、「世界市場」への視点と宣伝である。Z-Rの作品の購入者は外国人注文者や観光客であった。Z-Rは常に芸術関連の知識人や外国人、外国人観光客に販売する土産物屋から需要に関する最新情報の入手に努め、作品に反映させた。また、自らの作品の宣伝として、毎年、全国規模の商工業展示即売会、タシュケント市の有名ホテルでの伝統工芸品の展示即売会、外国での展示会に参加してきた。一方、販売価格をおさえ、年に大量の作品を制作するため、直営の仕事場、三カ所の下請け所で、約120名（2004年）以上の繙い子を組織した。上述の事業方針により、Z-Rはショーフィルコーン地区にカシュタチーという新しい個人事業のスタイルを創設させたといえよう。

このカシュタチー事業の特徴は、購入者という外部からもたらされる「まなごし」を取り込んだ販売者の戦略に関する一つの知見をもたらす。つまり、工芸品購入者は、刺繍品等を

通して土地固有の文化／伝統を求め。それは往々にして、当該社会の現実の変化一ソ連期に被った近代化等一を無視し、イメージされた「伝統」に基づく制作品を求める傾向がある。また、それらが「商品」として市場に並べられる時、工芸品の質におけるグローバル・スタンダードに達していることが望まれる。その要求を上手く反映した事業方針により、Z-Rは刺繡を「趣味」から商品性の高い作品へと変化させたのである。

一方、カシュタチーの制作品のユーザーには、彼女が生活する農村の人々は含まれていないことも注記したい。同地区で行われる刺繡自体は、これらカシュタチーが制作した商品性の高い作品のデザイン、素材、形態だけに限定されるわけではない。その種類はより幅広く、多様であることを認識する必要がある。アマチュア刺繡家による制作品と、カシュタチーが制作する商品性の高い作品のデザイン、素材、形態は全く異なるが、その関係は明らかに見て取れる。それは、現在でも村の日常生活で刺繡品が制作され、使用されているという事実が、商品性の高い刺繡品に技術の継承という価値観を付与していることである。

これらの考察をもとに、今後は同地区で増加するカシュタチー達と繡い子との関係、繡い子が仕事を見つける際の当該社会におけるネットワークの存在等の課題に取り組んでいきたい。

(東京都立大学大学院博士課程)