

2023年5月19日18時から駿河台キャンパスリバティータワー1136教室にて、ボローニャ大学（イタリア）特任教員・ルーベン大学（ベルギー）研究員のマルタ・ファネスカ（Marta Fanesca）氏による講演会“Counter Normative Identities in Contemporary Japan and the Business of Emotions”（現代日本における対抗的規範アイデンティティと感情のビジネス）が実施された。なお、講演は英語で行われ、講演・質疑応答は日本語の通訳と共に行われた。

マルタ・ファネスカ氏は、ヨーロッパにおける新進気鋭の日本現代文化研究者であり、ジェンダー・セクシュアリティに関する理論家でもある。両分野の結節点である日本の「異性装」の現象を社会人類学的見地から研究しているファネスカ氏にご講演いただくことで、日本研究や社会学、文化人類学の領域において新しい研究対象として注目を集めている現代日本社会の「異性装」の現象を解き明かす一視点を提供いただけることが期待された。

講演においてファネスカ氏は、日本における「男装」文化を歴史的に紐解いた後に、現代日本において「男装」の現象が見られる場面を3つ（1男装アイドル・モデル、2男装喫茶、3男装エスコート）に分けて紹介し、その中でも男装エスコートの現象をジェンダー・パフォーマンス性の理論を用いて分析したと述べた。そして、調査に対するリサーチクエスチョンとして、(1)なぜ、彼らは男装をするのか、(2)なぜ、彼らは男装エスコートとして働くのか、(3)顧客は男装エスコートに出会うことで何を求めているのかの3つの論点を掲げて調査に取り組んだとした。また、実際の調査では、エスコートビジネスに従事する男装たちと顧客たち両者に対して実施したインタビューと、ファネスカ氏自身が男装としてエスコートビジネスを体験し、内部者としてその現象を観察する「参与観察」を行なったと説明された。

一つ目の「なぜ、彼らは男装をするのか」という論点に対し、ファネスカ氏は、彼らが男装をするのは、そうした形で彼らが本当の自分を表現できるからという見解を述べた。男装をする人々は、男性として振る舞いながらも、自分たちの身体が

女性のそれであることを決して否定せず、その一方で、「男になりたくない」とも公言していることから、彼らが同意しないのは日本における女性に対するジェンダー化された視線であると考えられるという。すなわち、女性として生まれた個人として、彼らは女性性の演じ方を学ぶ社会的な過程を経験してきた。しかし、彼らは女性性が自分たちを表現するものではないことから、そうした過程を拒否し、自らが居心地のよいアイデンティティのあり方を追求した結果が「男装」であったというのである。

二つ目の「なぜ、彼らは男装エスコートとして働くのか」という論点に対しては、彼らは自分らしくいられる仕事を選んだからという回答が示された。一般的な企業で働く場合、男装たちは女性的な服装をし、典型的な女性性を演じる必要がある。このことは男装が自分を表現したいと願うことと相反するのは明らかである。男装することで自分を表現していると考えている彼らは、仕事の場においても典型的な女性性を演じたくはないのだ。したがって、自分らしくいられる職場として彼らに与えられた数少ない選択肢の一つが男装エスコートであったというわけだ。

三つ目の「顧客は男装エスコートに出会うことで何を求めているのか」という論点に対して、顧客にとって男装は様々な形での役割を担っていると述べられた上で、男装がどのような役割を担うとしても、男装エスコートと顧客との関係性はデートを重ねるにつれて親密さを増すような特徴を持っていると指摘された。そして、ファネスカ氏は、すべての顧客は、男装がありうべき最良のパートナーであることに同意している点に着目し、顧客にとって現実世界でのパートナーシップが様々な問題を孕んでいるが故に、対価を払ってでも最良のパートナーを選びたいという欲求があると述べた。

講演の最後に、ファネスカ氏は、現代日本社会を形容する表現として「無縁社会」という言葉がしばしば用いられることを取り上げ、独居人口が人口の三分の一となり、結婚率や出生率が著しく低い日本において、家族に象徴される人と人との絆や精神的結びつきが崩壊していることを述べるためにこの表現が使われてきたと指摘した。これに対して、ファネスカ氏は、自身の男装エスコートに対する研究を踏まえると、「感情労働」というべきサービス業が大きな市場を持つ現代の日本社会において、現実の人間関係の問題を回避するために、多くの女性が「男装」エスコートに代表される「感情労働」に対価を払うことで虚構のパートナーシップの中に

人とのつながりや絆を見出しているのではないかと結論づけた。すなわち、問題となるべきは、女性たちが「感情労働」に対価を払うことではなく、日本社会における現実の人間関係があまりにも異性愛主義に基づく家父長的な性格を持っていることなのであり、そうした肉体的・精神的暴力や搾取を伴う人間関係に女性たちが疲弊し、それとは異なる人間関係を求めざるを得ないことなのである。

講演に対して、コメンテーターを務めてくださった明治大学文学部教授生方智子氏がコメントと質問を投げかけた。生方氏は、アカデミアでは新自由主義体制下で商品の購買行動に走る人々が資本主義経済に搾取されていると語られることが多いのに対して、資本主義経済に巻き込まれながらも、女性たちが自らの選択として「男装」エスコートに対価を払い、現実の人間関係に代わる人との繋がりを主体的に求めているというファネスカ氏の議論が従来の研究の枠組みから一線を画する新機軸を打ち出しているとして評価した。その上で、男装エスコートに従事する人々や顧客はこうした産業において疲弊せずに済むのかという危惧も呈した。さらに、男装エスコートのような産業が成り立つ日本という社会の特殊性は何を根拠として説明しうるかという問いも発せられた。

質疑応答では、対価や時間の制約の中で生じる擬似的な人間関係を主体的に演じるためには、ファンタジー（幻想）を信じる想像力が不可欠であるのではないかという指摘や、日本とヨーロッパとでの人間関係構築における差異についての質問、自らを「男装」というアイデンティティで語る男装の当事者を、LGBTQ+の枠組みの中に当てはめて語ることの危険性などについて活発な議論が行われ、講演会の終了予定時間を30分以上超過することとなった。

以上、ファネスカ氏の最先端の研究、生方氏の洞察に富んだコメント、参加者の意欲的な質問によって、本講演会は盛会のうちに終了したことを報告するものである。



### To conclude

Muen shakai reflects how non-commodified relationships are structured and negatively influenced by gendered stereotypes → quality of intimacy and love from non-commodified relationships.

Paying to get what women want, rather than obtaining for free something they despise.

