

学位請求論文

Appearance Matters: Beauty Culture and the Japanese American

Community in Los Angeles, 1910-1941

(外見が持った重要性：ロサンゼルス日系アメリカ人社会におけるビューティ・カルチャー 1910-1941年)

北脇実千代

論文要旨

本論文は、1910年から1941年にかけてロサンゼルス日系アメリカ人社会においてビューティ・カルチャーがいかに形成されたか、またそのビューティ・カルチャーにどのような特性があったかを分析し、当時の日系アメリカ人女性ならびに日系アメリカ人社会全体にとって、ビューティ・カルチャーの形成がどのような意義を持っていたかを考察している。

20世紀初頭、アメリカ社会における厳しい人種差別に直面するなかで、日本からアメリカへ移民した一世は、アメリカにおいて市民権を得ることができず、多くが生業としていた農業においても土地の所有が禁じられるなどの苦境に接していた。そのようななか、日系人指導者は、移民たちの外見を「改善」していくことで、人種差別の要因となりうるものを減じようとする。外見に注意を払う日系アメリカ人社会の試みは、1920年代の「フラッパー」像に象徴されるような女性の登場及び当時の消費主義やモダニズムの興隆に後押しされ、日系アメリカ人独特のビューティ・カルチャーの形成へとつながっていった。

外見を重視する日系アメリカ人の傾向は、アメリカ主流社会に受け入れられたいという「居場所」の探求であり、アメリカ社会における^{カルチュラルシティズンシップ}文化的市民権を得ようとする試みでもあった。人種によって階層化されたアメリカ社会では、「白人性」が優先され、白

人中心の美の基準が構築されていた。日系アメリカ人社会におけるビューティ・カルチャーの形成過程は、そのようなアメリカ社会の状況を受け入れつつ、日系アメリカ人としていかにあるべきかという理想像を探る過程でもあった。

本論文は、アメリカ国内最大の日系人社会がみられたロサンゼルスに焦点を当て、1910年から1941年までの日系アメリカ人のビューティ・カルチャーを考察している。当時、日本からアメリカへ移民する女性が増加して二世も生まれ、家族を基盤とした日系人社会が、アメリカ社会に根付いて発展しつつあった。そこで、この時代の一世代と二世の動向に注目し、1941年の太平洋戦争勃発により、日系人の強制収容が決定され、日系人社会が強制的に解体されることになるまでの期間を考察の対象とした。

当該時代のビューティ・カルチャーを検証するにあたり、本論文では、アメリカ主流社会だけでなく日本社会のビューティ・カルチャーにも着目した。当時の消費主義やモダニズムの興隆のなかで、日本のビューティ・カルチャーがアメリカの影響を受けて形成され、また日系アメリカ人社会は、そのような日本のビューティ・カルチャーを受容しながら、独特なビューティ・カルチャーを形成していくという流れがあったためだ。日米間のトランスナショナルな文化の流れによって、日系人社会では、ハイブリッドなビューティ・カルチャーが形成されていった。1930年代に入ると、アメリカ市民でもある二世が成長し、一世と二世双方の志向が反映され、日本的な要素とアメリカ的及び西洋的な要素のバランスが慎重に保たれることにもなる。この日系アメリカ人社会特有のビューティ・カルチャーの形成により、「日本」か「アメリカ」かという二者択一ではないエスニック・アイデンティティが形成され、日系人としてのアイデンティティを維持しつつも、アメリカでの「居場所」を探求することが促されたことを本論文にて明らかにした。

本論文は、以上のような論を展開するうえで、序論の後、4章が続き、結論で終わる構成をとっている。各章にて検証するにあたり、当時発行された書籍や文書に加え、ロ

サンゼルスの日系人社会で発行されていた『羅府新報』『加州毎日』等の新聞、また女性の読者を対象としてロサンゼルスで発行されていた雑誌『在米婦人の友』、また日本より輸入され日系人社会で購読されていた女性雑誌『婦人倶楽部』『婦人世界』『主婦の友』を主な一次史料として活用した。

近年の日系アメリカ人研究において、日米双方の動向を合わせて検証するトランスナショナルな視座からの研究が増えつつあるが、ビューティ・カルチャーそのものを取り上げて論じたものは、まだ見受けられない。また、日系アメリカ人社会の消費文化や若者文化の側面から断片的にビューティ・カルチャーを捉えた先行研究はあるものの、太平洋戦争が勃発するまでの日系人社会におけるビューティ・カルチャーの全体的な特性を明らかにしようとしたものはない。したがって、本論文は、移民の母国である日本社会での動向も視座に入れながら、移民先において形成されたビューティ・カルチャーについて検証することで、日系アメリカ人のビューティ・カルチャーの全体的な特性を明らかにすることを主たる目的としている。以下に、各章の要旨をまとめていきたい。

第1章：From Kimono to Western Dress

第1章は、日本人移民女性の外見が、アメリカ社会の排日感情に苦慮している日系人指導者層にどのように受け止められ、それに対しどのような「改善」策が講じられたか、またそれが日系人社会においてどのような意義をもたらしたかについて考察している。

1908年の日米紳士協約の影響を受け、1910年代に日本からアメリカへ移民する女性が急増したが、その多くが洋服を着用した経験がほとんどなかった。日本において洋服がさほど普及していなかったということも理由として挙げられる。1925年に当時の文化・商業の中心であった銀座でさえ、洋装の女性が1%という調査結果があるほどであった。そのような状況下でも、アメリカ到着後は、着物ではなく洋服を日常的に着用することで、女性たちは新しい生活になじもうとした。慣れない洋服を着用する体験は、

しばしば失敗や苦痛をとまなうものであったが、概ね女性たちは、アメリカでの新生活を楽しみに積極的に着物から洋服へと衣服を変化させた。

洋服の着用に関する情報は、日本でも情報を入手することが可能であり、渡米熱に応じて発行された雑誌やこれから移民する者を対象とした栞といった出版物を通して、洋服の準備及び洋服の着方などを移民当事者が把握することができた。これは、移民を奨励する一方で、西洋列強諸国と肩を並べたい日本の指導者層が、日本へのイメージが低下しないようにという配慮で進めたものでもあったが、排日感情に苦慮していた日系人社会の指導者層とも利害が一致し、協力体制が築かれることになる。とくに、アメリカ主流社会において、移民が母国の服ではなく洋服を着ることを選択する行為は、「アメリカ化」及び「同化」として解釈され、好意的に受け止められるものであった。したがって、日米双方の指導者層は、太平洋を越えて協力し合い、日本人移民女性の外見が、アメリカ社会で「ふさわしい」とみなされる外見となるよう、アメリカ社会における排日感情に悪影響を及ぼさないよう、積極的に動いたといえる。

移民女性の外見を「改善」という日系人社会の指導者層による試みは、当時アメリカ社会で盛んであったアメリカ化運動とも呼応していた。ロサンゼルスでは、カリフォルニア移民住居委員会 (California Commission of Immigration and Housing) が主導となって進められ、ホーム・ティーチャーと呼ばれる教員免許を有した女性たちが家庭や地域に派遣されることで、移民とくに移民女性の「アメリカ化」に力が注がれた。英語の教授だけでなく、住居や衛生面の指導もあり、清潔さを保つことなど身体に関する助言も含まれていた。これらの影響を受けつつ、日系アメリカ人社会では、「米化運動」として同様の取り組みが展開されていく。

「米化運動」では、とりわけ、日系人社会で蔓延していた賭博の廃止に向けた運動とともに、日本人移民女性の外見の「改善」に力が注がれるようになる。これもまた、日本で移民事業を行う島貫兵太夫や永田稠が率いる日本力行会、河井道が総幹事を務めていた日本のキリスト教女子青年会 (Young Women's Christian Association) などの機関

と協力して進められていった。

このような外見の「改善」すなわち「ふさわしい」外見の追求は、子供である二世の人口が増えるにしたがい、一世の女性の母親としての役割が強調されることで、さらに強化されていく。女性が母として子供たち二世を適切に養育し、その外見を気遣うことが、日系人に対する差別の解消につながると考えられたのだ。結果として、女性自身が責任を持って「ふさわしい」外見を追求するよう促され、日系アメリカ人社会においてビューティ・カルチャーが形成されるうえでの基盤となっていったことを本章にて明らかにした。

第2章：Japanese Female Immigrants and Dressmaking

第2章では、指導者層に注目されていた日本人移民女性自身が、いかに自分たちの外見をアメリカ社会に「ふさわしい」ものにしようとしたかを、洋服を自ら作るという行為に焦点を当てつつ、日系人社会における裁縫の意義を論じることで分析している。

20世紀初頭、日本からの移民が増加するなかで、女性の数も少しずつ増加し、女性たちの互助組織が生まれていった。1926年には、南加婦人会同盟（後に、南加婦人会連盟と改称）も結成され、数々の女性団体をまとめる組織も登場するほどになる。このような女性同士の連携も女性たちの「ふさわしい」外見の追求を後押しすることになった。また、同時にこのことは、日系人社会が、リトル・トウキョウを中心として着実に発展していたことから可能となった。リトル・トウキョウは、日本の食材や日本の商品など、移民が日常生活で必要としているものが入手できる場であり、移民にとっては社会的・文化的な交流ができる貴重な場であった。

そのリトル・トウキョウを中心とした日系人社会で入手可能なものには、洋服も含まれていた。一世の男性数名が、日本でもしくはアメリカ主流社会で習得した仕立て技術を生かして、洋服店を立ち上げていたためだ。アメリカ主流社会では、言葉も通じず、

体型に合う洋服を見つけることも注文することも難しいという状況があったため、日系人社会において洋服店は重宝されビジネスとして成長していく。一方で、経済面を考慮すると、洋服店が日系人社会に存在するとはいえ、頻繁に洋服を購入するわけにはいかなかった。そこで、日常生活で着用する自分の洋服そして家族の洋服を、一世の女性たちが自ら縫うことが求められるようになる。

移民女性が自分たちの洋服を縫った背景には、日本社会において女性が裁縫をすることが美德とされていたという側面もあった。女子の就学率を上げるために女子教育において「裁縫」が教科として置かれるなど、良妻賢母思想のもと、裁縫は女性が必ず習得すべき技術として捉えられていた。また裁縫をするというこの行為は、アメリカ主流社会で構築されていた「真の女性らしさ」の定義にも相当するものであった。アメリカ主流社会において、裁縫は、「真の女性らしさ」を体現する行為として重んじられており、機械化にともなう安価な既製服が入手できる環境が整いつつはあった 1920 年代においても、依然として女性たちは、家庭で洋服を作る傾向にあった。すなわち、裁縫は、日本社会でも、アメリカ社会でも、女性性を象徴するものとして重要視されており、アメリカ主流社会の動向や反応を気にしていた日系人社会においても、大いに推奨されるべき行為として捉えられていたといえる。

日本人移民女性の多くは、裁縫自体には慣れ親しんでいたものの、困難にも直面した。移民女性の大半が、日本で習得した裁縫の技術は、着物を縫うためのものであり、洋服を縫うためのものではなかったためだ。日本社会全体をみると、当時ミシンもすでに販売されており、洋裁の技術を学ぶ機会は無ではなかった。けれども、多くの移民女性は、地方の出身者で、日本においてそのような機会に恵まれず、アメリカで洋裁技術を習得しなければならなかったといえる。そしてその需要に応じて、日系人社会において裁縫学校が増加していった。

裁縫学校増加の立役者となったのは、先に日本から移民していた女性であった。主流社会で洋裁の技術を習得し、後からくる日本人移民女性にその技術を伝えた。農業や小

売業など家業の手伝い、家事、育児に追われている女性たちのニーズに応えるべく、さまざまなコースが用意され、交通手段を提供するサービスも盛り込まれたりもした。教授内容には身近にある着物で洋服を作る技術も含まれるなど、女性たちは、日常生活に即した実用的な技術を学校で習得することができた。また裁縫学校は、コース修了後に、裁縫師として、または裁縫学校の教師として働くという選択肢を女性たちに提示した。洋裁技術の習得によって、経済力を高める手段を得て、家庭内や日系人社会、さらには主流社会のなかで働くことが可能となったのだ。とりわけ、裁縫学校の教師という立場は、主流社会での就業機会に恵まれなかった二世の女性にとってロールモデルともなり、日系人社会において重要な存在となっていった。

結果として、日本人移民女性たちは、アメリカ社会において「ふさわしい」とされる外見に見合う洋服を、洋裁技術の習得を通して知ることになり、また自ら洋服を作り出すことで、「ふさわしい」外見の追求に直接関わるようになっていった。それは子供である二世の女性たちにも受け継がれることになり、このような状況が、ビューティ・カルチャーの発展に大いに寄与することになったと本章では結論づけた。

第3章：Beauty Practices in the Japanese American Community

第3章は、「フラッパー」という女性像に象徴されるような消費主義やモダニズムが興隆した時代に、日系人社会においてどのような美しさが追求されたか、またそれがエスニック・アイデンティティの構築とどのように関わっていたかを、アメリカ主流社会だけでなく日本社会のビューティ・カルチャーも視座に入れて分析している。

1920年代、「フラッパー」とよばれる女性像が、アメリカから世界各国へと広がっていった。短い丈のスカートを着用し、髪を短く切り、喫煙も厭わないその女性像は、日本社会においては、「モダンガール」もしくは「モガ」と称され、「モダン」な女性として脚光を浴びる存在となる。このことは、日本社会における消費主義の興隆を意味する

とともに、アメリカ社会で流行しているものを日本が取り入れようとしていたことも示唆していた。

「フラッパー」の登場は、アメリカ国内のマイノリティの女性たちにも影響を及ぼした。日系人社会においても、当初衝撃と共に受け止められた「フラッパー」像が徐々に社会に浸透し始め、長い髪を切る女性も現れるようになる。日本社会において、長い髪を保つことは女性性の象徴として捉えられていたため、移民してきた一世の女性にとってはとりわけ、髪を短くする行為が「アメリカ化」と重なり、日本かアメリカかという選択を迫られるような大きな決断となった。

短い髪の流行は、アメリカ社会において、美容院の急増をもたらすことにもなった。日系人社会でもまた、主流社会で美容師としての技術を得た女性が美容院を開業するようになる。美容師という職業は、裁縫師と同様、女性に新たな職業選択を提示することにもなった。1930年代に入ると、パーマメントも流行し始め、美容院の存在意義もさらに大きくなっていく。また美容師は、どのように髪や肌の手入れを行うかを日系人社会に提示する役割も担うことになった。「アメリカ化」運動でも推奨された清潔感を保つことが、美容師を通して改めて強調されていくことになる。

1920年代、大量消費社会の到来とともに、アメリカ主流社会において化粧品の売り上げが急増していったが、日系人社会でも、主流社会で流通している化粧品だけでなく、日本人移民自らがアメリカで製造した化粧品など様々な種類の化粧品が売られるようになる。これにともない、化粧品の販売促進を兼ねた化粧の講習会が日系人社会において催されるなど、売春婦や酌婦など限られた職業に就いた女性のみがする傾向にあった化粧を、日系人社会全体へと普及していくことに力が入れられた。また、日系人社会で発行されていた新聞や雑誌上でも、化粧方法などのアドバイスが掲載されるようになる。

加えて、日系人社会では、日本の化粧品も輸入され販売されていた。これは、女性たちが購読していた日本の女性雑誌に広告や使用上のアドバイスが掲載されている商品でもあった。一世や二世の女性たちは、アメリカにいながらにして、日本の女性雑誌を

読み、日本の化粧品を使用することが可能であったのだ。このことから女性たちは、日本のビューティ・カルチャーの動向にも関心があったといえるが、注目すべき点は、日本の女性雑誌が、アメリカのビューティ・カルチャーの動向に敏感だったことである。毎号のように、ハリウッド映画の紹介と合わせて、ハリウッド女優のファッション等が誌上に掲載されていた。また、日本のビューティ・カルチャー全体をみても、アメリカで美容技術を習得した女性たちが日本に戻って活躍するなど、アメリカの影響を大いに受けていた。ハリウッド映画やハリウッド俳優・女優への興味は、日系人新聞のなかでも見受けられるものであったが、日系人女性たちは、日本から輸入された日本の女性雑誌を通して、同様の情報を得ることができたのだ。

このように、日本のビューティ・カルチャーがアメリカのビューティ・カルチャーの影響を強く受けていたことから、日系人女性は、「モダン」で「自然な」美しさや「白くあること」が美しいというアメリカ主流社会でも発せられていたメッセージを日本社会からも受けることになった。日系人社会で入手可能な化粧品も同様のメッセージを広告に掲載することで販売されていったが、日系人社会で活躍する美容師によっても「モダン」で「自然な」美しさや「白さ」が強調されていくことになる。さらに、目を二重に大きくしたり、鼻を高くしたりするなどの美しくなりたいという願望を満たすような広告や記事も、日系人新聞及び日本の女性雑誌双方でみられた。

このことから、日系人社会における美しさをめぐる基準は、日米間を行き来するトランスナショナルな文化の流れの影響を受けて、構築されていたといえる。アメリカ主流社会における美しさの基準を直接認知した一方で、日本を経由して同様のメッセージを把握することができたのだ。このように、日系人社会におけるビューティ・カルチャーは、「日本」か「アメリカ」かという二者択一的ないずれかに偏ったものではなく、日米のトランスナショナルな文化の流れのなかで、ハイブリッドに形成されていった。そのため、日系人は、「日本」を意識した、日系人としてのアイデンティティを維持しながらも、アメリカ社会において「ふさわしい」とされる外見を同時に追求することがで

きたのではないかと本章で結論づけた。

第4章：Nisei Queen Contest

第4章は、日系人社会で1935年から毎年開催された二世クィーン・コンテストというビューティ・コンテストに焦点を当て、日系人社会において培われたビューティ・カルチャーが二世クィーンが存在を通してどのように表象されたか、またその存在が日系アメリカ人社会においてどのような意義を持ったかについて分析している。

二世クィーン・コンテストは、ロサンゼルス日系人社会で1934年より年に一度開催された二世ウィーク・フェスティバルという祭りのイベントのひとつとして行われた。アメリカ生まれの二世が成長しつつあった当時、日系人社会内の商業は停滞しつつあった。アメリカの学校に通ってアメリカの生活様式にふれ、英語も不自由なく話せる二世にとって、日系人の商店を利用する必要性がなくなっていたことも一因であった。また白人が経営する近隣のデパートも、日本語が話せる店員を配置するなど、急増する日本人移民を顧客として対応する状況もみられ、日系人が経営する商店の利点が失われつつもあった。その停滞しつつあった商業を盛り立てるための策が二世ウィーク・フェスティバルの開催であり、さまざまな討議が重ねられたうえで、全米日系市民協会（Japanese American Citizens League）に所属する二世が中心となって実施されることになる。

二世クィーン・コンテストは、第二回二世ウィーク・フェスティバルから導入された。このビューティ・コンテストは、1921年より開催されているミス・アメリカをはじめとしたアメリカ主流社会のコンテストの模倣であり、「アメリカ化」のひとつであるという指摘もなされているが、日系人社会の動向を注視すると、必ずしもそうではなく、日本社会の影響も受けていたことが分かる。日本社会において、1890年代より芸者を被写体とした写真を通して「美しい」女性を選ぶコンテストが開かれていた。さらに

1907年には、アメリカの新聞社からの依頼もあり、一般女性を対象としたコンテストも日本の新聞紙上で実施された。コンテストで選ばれた女子学生は、理想の女性像を逸脱したものとして批判され、学校を退学に追い込まれるなどの事態になったものの、その後のトランスナショナルな文化の流れのなかで、日本社会も変化していく。1930年代に入ると、女性雑誌等との共催で、芸者ではない一般女性を対象としたコンテストが大々的に行われるようになった。日系人社会も、過去には酌婦を対象としたコンテストを新聞紙上で開催したことがあったものの、日本で開催された一般女性対象のビューティ・コンテストについて新聞で報道するようにもなり、アメリカ主流社会だけでなく日本社会の変化もみていくなかで、1930年代にはすでに、一般女性を対象としたビューティ・コンテストを実施する素地が出来つつあったといえる。

1935年から開始された二世クィーン・コンテストも第一回は、初の試みのためか候補者を集めることに苦勞し、審査も非公開で行われ、二世クィーンが選定された。それが第二回より大きく変化する。候補者の写真が公開され、一般の人びとによる人気投票が実施されるようになったのだ。選抜は、候補者数を絞っていくかたちで二段階に分けられ、5人に絞られた最終段階では、日系人社会の商店で買い物をするこゝで投票券が得られるという仕組みにもなっており、日系人社会の経済活性化という当初の目的に貢献するものにもなっていく。

二世クィーンとして選ばれた女性は、中流家庭出身で多くは大学に進学して学んでいるような独身女性であった。主流社会で実施されたコンテストと違い、背の高い女性は選考基準から外されており、好まれなかったことは興味深い点である。女性の顔立ちは、アメリカ主流社会において「他者」として表象されるような切れ長の目を持つ「オリエンタル」な顔ではなく、二重で目の大きい顔立ちであった。日米のトランスナショナルな文化の流れのなかで、日系人社会で構築された美しさの基準に従ったものであったといえる。

二世クィーンは、日系人社会と主流社会の架け橋となるべく、「日本的」及び「東洋

的」なもの「アメリカ的」及び「西洋的」なものの融合を体現した。主流社会へ日系人の存在を示す際は、白人の「オリエント」へのまなざしを利用し、着物を着用して「日本的」及び「東洋的」なものを前面に出す一方で、クィーン決定の際は、イヴニング・ドレスを着用して戴冠式が行われるなど、「アメリカ的」及び「西洋的」なものが演出された。日系人は、「日本」とのつながりも意識しつつ、「アメリカ」への忠誠心も示し、繊細な均衡を保つ努力をしたのである。そのような均衡を保ちながら、日系人は、二世クィーンの利用しつつ、アメリカ主流社会での「居場所」および文化的市民権^{カルチュラルシティズンシップ}を得ようとしたことを本章では明らかにした。

総じて太平洋戦争勃発前、日系人社会では、アメリカ社会で「ふさわしい」とされる外見が追求されつつ、日系人独特のビューティ・カルチャーが形成されていた。これは、アメリカ主流社会へ参入していく重要な手段でもあり、「居場所」及び文化的市民権^{カルチュラルシティズンシップ}を獲得しようとする試みでもあった。ただし、このことは、「日本」を抛り所とした日系人としてのアイデンティティを捨て去ることを意味したわけではなかった。本論文が指摘したように、ビューティ・カルチャーは、日米間を行き来するトランスナショナルな文化の流れのなかで形成されており、日系人は、日系人としてのアイデンティティを維持しつつ、アメリカ社会での「居場所」を探求することができたのである。日系アメリカ人社会特有のビューティ・カルチャーの形成がそこに大きく寄与していたといえる。