The University of Osaka
Institutional Knowledge Archive

Title	日本の職人イメージの受容から「台湾職人」の再発見へ
Author(s)	林, 蔚榕
Citation	言語文化共同研究プロジェクト. 2016, 2015, p. 43-54
Version Type	VoR
URL	https://doi.org/10.18910/57328
rights	
Note	

The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA

https://ir.library.osaka-u.ac.jp/

The University of Osaka

日本の職人イメージの受容から「台湾職人」の再発見へ

林　蔚榕

1.はじめに

2013 年に『職人誌』という 52 名の台湾の職人を記録した本が出版された。書名には、日本語の「職人」がそのまま使われているが、内容はもともと台湾で「師傅」や「工匠」と呼ばれている人たちのことである。同書を推薦する民俗学者の林承緯[1]は序文「職人文化的展現（職人文化の表現）」に次のように書いている。

> 『職人』という言葉は、かつての台湾では馴染みのない語彙だったが、今は誰でも簡単に口にする言葉になっている。例えば、職人精神、職人厳選、〇〇職人などが挙げられ、本書『職人誌』もそうである。『職人』という言葉は、常に、メディア広告、商品名と結びつき、我々のまわりに出現し、今では、誰もが使う『流行用語』となっている。[2]

台湾では、日本イメージの一つとして「職人」や「職人精神」など、職人に関わる言葉や表現がメディアで頻繁に使用されている。特に日本に関する商品の宣伝や広告などにおいて、職人は「専門性」・「物事に対するこだわり」・「極めの精神」といったプラスの日本イメージあるいはブランドを構築するコンセプトとして使われることが多い。こうしたイメージを受け、「職人」という言葉から派生した台湾独自の「職人」に対する捉え方が見られる一方、近年では特に台湾の文化復興という流れにおいて、日本の職人に見られる内面的な特徴、いわゆる職人精神を台湾で追求し、台湾の師傅を「台湾職人[3]」と呼び、再評価・再発見する動向が活発になっている。こうした中、上述の『職人誌』のような「台湾職人」をテーマとした出版物や政府機関が主催する文化イベントが盛んに行われるようになってきた。

本稿では、台湾における日本の職人イメージの受容を踏まえ、台湾の職人に対する再評価・再発見の動きに関して、近年の事例を取り上げながら検討する。まず、日常生活に見る職人イメージについて実例を取り上げ紹介する。次いで、「台湾職人」をテーマとした出版物や政府機関が主催した文化イベントにおいて、台湾の職人がどのように描かれているのかを考察する。

---

[1] 日本国立大阪大学博士、国立台北芸術大学建築と文化資産研究所（大学院）副教授
[2] 黄靖懿・嚴芷婕、2013、p. 5。引用部分の原文は中国語であるが、筆者が日本語に訳した。
[3]「台湾職人」とは、中国語で「タイワンヂーレン」と発音し、台湾の職人という意味を指す。

2.日本の職人イメージの受容プロセス

日本の職人イメージの受容に関しては、公式ルートによって日本発のメディアコンテンツが台湾に大量に輸入・受容されるようになった1990年代に遡ることができる。その端緒は職人を主題とするマンガである。日本マンガは、70年代から80年代にかけてすでに海賊版として台湾で大量に流通し、その表現形式とストーリー展開が親しまれてきた。そうした状況を背景に、1992 年に新しい著作権法が確立することにより、日本マンガは急速に台湾マンガ市場で優位を獲得し、多様な作品が次々と翻訳・出版されるようになった。1993年には早くも『将太の寿司』と『ミスター味っ子』の2作の職人マンガが翻訳されている。

『将太の寿司』は、日本の寿司職人を題材とすることで人気を集め、さらに人気俳優が主演する同名のドラマとの相乗効果により多くの人に注目されるようになった。『将太の寿司』をはじめ、多様な職人マンガが台湾で翻訳・出版されることにより、マンガを通じて描かれた様々な分野の職人に関する知識や情報も伝わってくる。これはその後の職人イメージを形成する重要な土台となり、「専門性」、「プロ精神」といった職人イメージが形作られていったと考えられる。そして、日本のテレビ番組をはじめとするその他のコンテンツと連動し、そのイメージはさらに強化されていく。

1994年に台湾の日本番組専門チャンネルにおいて、『TVチャンピオン』をはじめ、『どっちの料理ショー』『大改造!!劇的ビフォーアフター』など、日本の職人や各分野のプロフェッショナルが技術を披露する番組の放送が始まり、台湾における職人イメージの形成に大きな影響を与えてきた。中でも、『TVチャンピオン』は1994年の初回放送以来、人気を博したため、2008 年頃まで複数のチャンネルにおいて放送され、台湾において最も長期間放送された日本のテレビ番組となった[4]。これらの番組を通じて形作られた日本の職人に対するプラスイメージは、放送当初から今日までの間に、一種のブームや潮流から一般化しつつある。そして、番組に表象された「専門性」「こだわり」「極めの精神」といった職人イメージは台湾人に受けられるとともに、優勝を獲得した職人の来台というような様々な活動を通してさらに強化され、強いインパクトを与えつつ定着してきたのである。そのような職人イメージが形成されるにつれ、「職人」という言葉も頻繁に使用されるようになった。

3.台湾の日常生活に浸透する職人イメージ

メディアコンテンツにより表象される職人の受容を背景に、台湾の日常生活では、日本に関する商品の宣伝や広告などにおいて「日本のプラスイメージ」、あるいは「日本ブランド」の構築を組み立てるコンセプトとして使用される「職人」の事例が増えてきている。職人は常に「専門性」・「こだわり」・「極めの精神」の象徴および体現者として取り上げられ、消費されている。ここでは、そのいくつかの実例について考察する。

---

[4] 最初に放送権を獲得したのは「國興衛視」であるが、その後、地上波テレビ放送局の「台視」と「民視」、同じ日本番組専門チャンネルの「緯來日本台」と「JET TV」でも放送された。

3.1 日本食の展開と職人

近年、日本関連の飲食店では、キャッチフレーズや店の経営理念に関する記述において職人精神や熟練した技術などが紹介され、作り手の職人性が強調されることが多くなった。ブランドを構築するコンセプトとして、料理の裏にある作り手の「職人」性が表に登場し、注目されるようになったのである。

例えば、日本の欧風カレーの専門店であるオーベルジーヌをインターネットで検索したところ、日本の広告でクローズアップされているのは、主に芸能人に人気があること、またはテレビ・雑誌などのメディアで数多く取り上げられていることであったが、台湾に2000年に出店した同店の海外チェーン店である「茄子咖哩」の台湾の公式ホームページでは、下の【図1】に示したように最初に目に入るのは「匠心 究極 美味しい」という匠＝職人の精神を強調したフレーズであった。こうした日本と台湾における広告表現の差異から、作り手の職人性とそのプロフェッショナリズムは、台湾の消費者を引き寄せる魅力の一つであると考えられていることがわかる。このように「職人」は、日本関連の飲食店の特色を表わす記号として機能しているのである。

【図1】「茄子咖哩」のホームページ

また、「職人」という言葉を訳さずにそのまま漢字で使用する例もある。例えば、台湾に出店した日本の和食レストラン「藍屋」の公式ホームページでは、経営理念の紹介において、スタッフの育成には定期的に日本の職人[5]を招き、指導を受けさせることが特徴であるとして紹介されている。そして、【図2】に示すように人材応募の項目では「職人の邀」と表記され、「職人をむかえる」という意味を表している。つまり「藍屋」の職人は日本の職人の指導を受けた「職人」であることが示唆され、それを通して日本の本場の味が味わえることを発信する意図が窺える。

【図2】「藍屋」のホームページ

[5] 原文の記述は、「服務的細心來自於對員工栽培的用心，藍屋不定期邀請日本師傅的來店指導，讓桌邊服務更顯得道地窩心。」である。

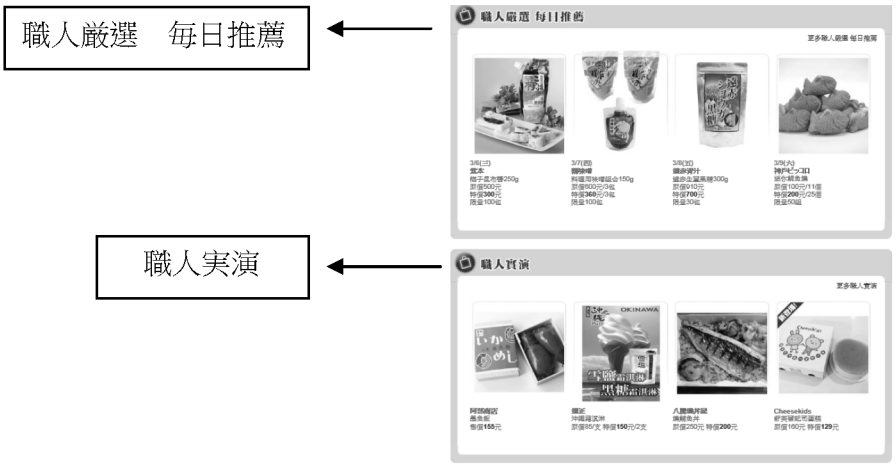
3.2 デパートで開催される日本関連の展示イベント

デパートが開催した日本関連の展示イベントでは、日本特有のイメージ像として職人がクローズアップされる傾向が見られる。展示イベントの宣伝や広告において日本から招いた職人による実演はもちろん、「職人」という言葉をそのまま訳さずに使用し、作り手という意味に止まらず、プロフェッショナルとしてのイメージ像を打ち出そうとする姿勢が窺える。

例えば、毎年 10 月に日系百貨店の「太平洋 SOGO」台北忠孝館では「秋冬和風節」という日本展が開催されるが、2015 年は「古都の楓韻　京都美食展[6]」がテーマで、ダイレクトメールには、次のような説明が書かれていた。

> 「日本職人一生懸命的究極堅持,精雕細琢的京都美食與工藝，絕對值得您細細品味。」
> 「日本の職人が一生懸命に極めこだわり、丁寧に作り込んだ京都の美食と工芸品は間違いなく、隅々まで味わっていただくに値する。」（筆者訳）

このように、「職人」という言葉を訳さずに使用するだけではなく、同時に職人イメージの特徴である「極め」、「こだわり」、「丁寧」などの表現も取り上げられている。また、関連サイト[7]でも展示イベントで販売される本場日本からの食べ物をリストアップする「職人料理美味登場」という項目が設けられていた。こうした例は、2015 年に限らず、「太平洋 SOGO」台北忠孝館によって開催された過去の日本展を調べると、【図 3】に示すように関連サイトにおいて、「職人厳選　毎日推薦」、「職人実演」[8]といった「職人」に関連する項目が見られる。



【図 3】「太平洋 SOGO」ホームページ

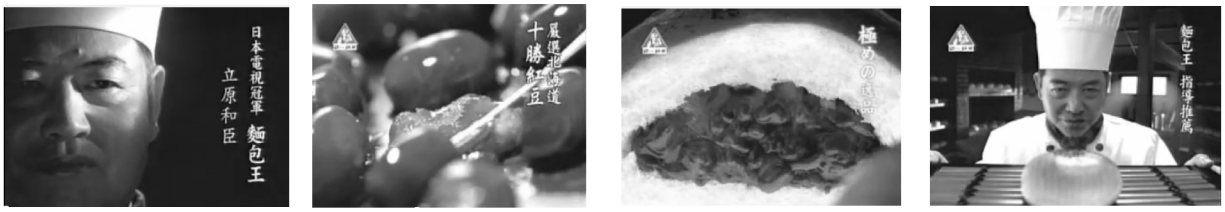
---

[6] 2015年10月6日から10月18日に開催された。
[7]「太平洋SOGO百貨」電子報（公式メールマガジン）より。
http://pic1.sogo.com.tw/UpLoadFiles/NewsLetter/1091/83124827.htm（参照2015.11.14）
[8]「太平洋SOGO百貨」電子報（公式メールマガジン）より。
http://www.sogo.com.tw/UpLoadFiles/NewsLetter/588/10585666.htm（参照2015.10.22）

3.3 テレビ CM にみる日本の職人イメージ

台湾では、テレビ CM において日本語や日本人、日本の風景などの要素を取り入れることにより、日本性をアピールするという宣伝手法が一般的になっている。中でも、日本の職人が取り上げられるケースが少なくない。

パン職人の「TV チャンピオン」立原和臣を起用した「北海道十勝小豆パン」のテレビ CM が典型的な例である。これは「TV チャンピオン」が一種のブランドとして認知されてきたことを背景としている。CM では、職人の立原和臣が中国語のナレーションに合わせて、日本語で「極めの逸品」と「どうぞ召し上がりください」と語るシーンが商品の印象付けにおいて重要役割を果たしてきた。ここでは、厳選した北海道の十勝小豆という素材へのこだわりが強調されることにとどまらず、商品のイメージ作りにおいて「TV チャンピオン」の職人が「極めの逸品」の作り手であることが欠かせない要素となっているのである。



【図 4】「北海道十勝小豆パン」テレビ CM

また、2012 年に制作された「BIG TRAIN 牛仔褲[9]」の CM でも、【図 5】で示したように、日本の職人によるものづくりの場面が詳細に演出されるだけではなく、さらに職人の道具や作業場の場面も挿入されており、職人の「専門性」や「こだわり」といった特徴がより強調されている。

【図 5】「BIG TRAIN 牛仔褲」テレビ CM

[9] 牛仔褲とはジーパンのことである。

4.「台湾職人」の再発見·再評価

上述において日常生活に浸透する日本の職人イメージについて実例を通してみてきた。こうした日本の職人イメージの受容を経て、現在台湾では「職人」を自文化において捉え、独自に展開させる動向が顕著になりつつある。それはもはや一種の消費行為にとどまらず、異なる視角から捉えるべきものだと言えよう。

本節では、台湾の行政機関が主催した「台湾職人」をテーマとするイベントで日本の職人イメージがどのように活用されているのかを概観した上で、「台湾職人」を扱った書籍において台湾の職人がどのように日本の職人イメージと関連して語られてきたのかを探る。

4.1「台湾職人」に関わる政府機関の文化イベント

近年、台湾の行政機関が主催したイベントのタイトル、またはその一環として開催された講座やイベントのコーナーなどにおいて、「職人」という言葉が使用されるケースが多く見られる。“職人”をキーワードにインターネットの検索サイト（「Yahoo!奇摩」、「Google 台湾」）で調べた結果を、次の【表 1】にまとめた。

【表 1】「台湾職人」に関わるイベント一覧表

開催期間	イベント名	主催者	場所
2014/05/01～08/03	「職人臺灣特展」	文化部文化資産局、自由落體株式会社	台灣設計館（松山文創園區）
2014/08/29～09/30			台中文化産業創意園區
2014/12/06～12/14	2014 台南創藝生活節「夢想 x 職人講堂」	文化部	台南文創園區
2015/07/04～09/27（週一回開催）	新北市創意市集－「職人精神講座」	新北市政府文化局	國立台灣圖書館
2015/10/02～10/18	初次見面，台中：舊城生活節「舊城初見－職人新創展」	台中市政府文化局	台中放送局（文化部地方文化館）

これらのイベントは、全て政府機関の文化部[10]が管轄する文化関連の地方行政機関によって開催され、現在、積極的に展開される台湾ローカルの文化をテーマとする「文創[11]」の発

[10] 文化部とは、文化政策及び伝統文化の発揚を中心とする行政を担当する台湾の行政機関である。

[11] 文化創作（Cultural and Creative）の略称である。現在、台湾で「文創」といえば、主に台湾の文化を中心とした文化の創作とその発揚という文化産業においての意味合いで使用される。

揚を目的としたものである。そこに招かれたのは、主に台湾の伝統的な工芸職人で、そこでは、職人たちの創作が展示・販売され、職人による実演が行われる。また、【表 1】で示した新北市創意市集の「職人精神講座」のように、実演のような技術の披露だけではなく、その「職人精神」という内面的な側面に着目した職人による講演会も開かれた。そうした「職人精神」に着目した動きは、「職人臺灣特展」という展示会でも見られる。下の【図 6】は、展示会の紹介ホームページ[12]に掲げられたロゴ画像である。

【図 6】「職人臺灣」ロゴ画像

ここでは、「職人精神　台灣文創的魂（訳：職人精神　台湾の文化創作の魂）」というサブタイトルが付けられている。台湾の職人が持つ「職人精神」が取り上げられ、「職人精神＝台湾の文化創作の魂」であることが示されており、台湾の職人と台湾の文化を強く結びつける意図が窺える。また、ホームページでは、展示会の主旨と内容における職人精神について次のように説明している。

> 「窮盡畢生心力，以時間淬鍊的頂真技藝，傳達堅守傳承、奉獻一生、專注一藝的職人精神！」
> 「一生を懸け、時間をかけて磨かれた最高の技術と芸術が伝えるのは、一生を捧げて一つの芸に専念する職人精神である。」（筆者訳）

ここでは、台湾の職人精神とは、一つの芸に専念し、それを極めることであると説明されているが、これは日本の職人気質と一致している。日本の職人気質とのつながりに関しては、「職人臺灣特展」のプロモーションビデオが公開されているウェブページに掲載された開催主旨からも窺える。そこでは、台湾の工芸の伝承やその技術を受け継ぐ職人が消えつつあることに危機感を感じたことが開催のきっかけであることも述べられている。そして、台湾の状況との対比として、日本の工芸の精神が受け継がれてきたのは、そこに諦めることなく、こだわってきた職人魂があったからだと説明されており、日本の職人精神と

[12] 展示会が開催された「松山文創園區」の公式サイトより取得。
http://www.songshanculturalpark.org/Exhibition.aspx?ID=a827de3d-96f6-4baa-8626-b39ad4ccded2（参照2015.11.17）

いう異文化受容から自文化の価値を再発見する様相が窺える。

また、2015 年 10 月に台中市[13]で「古い都市の再生」を目指し、「初次見面，台中[14]：舊城生活節」というイベントが開催された。その企画のひとつとして「舊城初見－職人新創展」という職人に関する展覧会と実演会がある。招かれたのは主に金工、木彫、紙芸術など、台湾中部の伝統的な職人である。【図 7】は、「舊城初見－職人新創展」の会場に飾られていたイベント看板の写真である[15]。

【図 7】「舊城初見－職人新創展」のイベント看板

現在台湾では、民主化の進展と台湾ナショナリズムの台頭により、台湾ローカルの文化に関心を持ち、それを追求しようとする流れにおいて、台湾文化をテーマとする芸術活動や文化イベント、展覧会などが増え、全国各地で開催されるようになった。前述の例で見てきたように、台湾の職人、中でも伝統的な職人は台湾の文化創作において、その体現者としての役割を果たしている。そして、職人の内面に着目し、「台湾の職人精神」を探求しようとする背景には、異文化である日本の職人文化へのまなざしがあるとも言えよう。

4.2 本に描かれた「台湾職人」

台湾の職人を追求する流れにおいて、【図 8】に示すように台湾の職人を描く書籍も出版された。

『百業職人：CCC 創作集 9』

『尋百工：四個年輕孩子與一百種市井職人相遇的故事』

『職人誌：52 個頂真職人，認真打拚的故事報乎恁知』

【図 8】台湾の職人を描く書籍

---

[13] 台湾の中部に位置している台湾第三の都市である。

[14]「初次見面，台中」は、「はじめまして、台中」という意味である。

[15]「初次見面，台中：舊城生活節」の公式フェイスブック「舊城初見－職人新創展」より。https://www.facebook.com/media/set/?set=a.1028505173860241.1073741833.1008532335857525&type=3（参照2015.11.17）

『百業職人：CCC 創作集 9[16]』（以下、『百業職人』）は、『CCC 創作集』という台湾の歴史、文化などを題材とするマンガ総合情報誌の第 9 号である。「百業職人」がテーマとなる第 9 号では、台湾の職人が主人公となる短編マンガを中心に、その他に伝統職人の紹介記事やイラストなどが掲載されている。そして、『尋百工：四個年輕孩子與一百種市井職人相遇的故事[17]』（以下、『尋百工』）と『職人誌：52 個頂真職人，認真打拚的故事報乎恁知[18]』（以下、『職人誌』）の 2 冊は、ともに台湾の私立輔仁大学応用美術学科の学生が卒業制作展において発表した視覚デザイン作品をもとに編集したものである。

この 3 冊とも前述の展示イベントと同様に、主に台湾の伝統的な工芸職人を紹介するものであるが、『職人誌』は、様々な分野の職人を取り上げ紹介するだけではなく、特に「職人精神」に着目し、それぞれの職人に関してその修業過程や仕事態度についても詳しく述べている。『職人誌』は、本として出版する前は視覚デザイン作品として発表され展示されていた。下の【図 9】は、《職人誌》がデザイン作品として展示されていたときの写真である。以下の記述において、デザイン作品と本を区別するために、本を『職人誌』、デザイン作品を《職人誌》と表記する。

【図 9】視覚デザイン作品《職人誌》[19]

《職人誌》のコンセプトは、新聞を通して職人の精神を伝えることである。「職人誌」とは、仮想の新聞紙のタイトルで、職人を専門とする新聞という意味である。1 年の間に毎週 1 人の職人を紹介する新聞というコンセプトに基づき、台湾の昔の新聞紙のデザインを再現した、本物さながらの新聞が全部で 52 期作られ、52 人の台湾の職人が取り上げられた。《職人誌》は、2013 年に「新一代設計獎」の金賞[20]と「臺南創意新人獎」という二つのデザイン

---

[16] AKRU他（2012）『百業職人：CCC創作集9』蓋亞文化

[17] 祁台穎・林品儀・紀岱昀・廖祿禎（2010）『尋百工：四個年輕孩子與一百種市井職人相遇的故事』遠流出版社

[18] 黃靖懿・嚴芷婕（2013）『職人誌』遠流出版社

[19] 右：「悠遊台灣新聞網」、http://uutw.com.tw/shownew.asp?id=19724；左：「MOT/TIMES明日誌」、http://www.mottimes.com/cht/gallery_detail.php?serial=76（参照2015.11.17）

[20] 「2015金點新秀設計獎」公式サイトより。
http://www.yoda-tw.com/previous-works/all-previous-works/work/35.html（参照2015.11.17）

賞を獲得し、2013 年 10 月に『職人誌：52 個頂真職人，認真打拚的故事報乎恁知』というタイトルで本が出版された。そして、発売の 2 週間後にたちまち再販されたほど人気を集めた[21]。

『職人誌』で紹介される 52 人の職人は、下の【表 2】のように、すべて台湾の昔ながらの手工的な技術を持つ職人である。例えば、剪紙（切り絵細工）、刀鍛冶、毛筆、提灯などが挙げられる。その新聞記事の内容は、著者 2 人が実際に職人をインタビューして集めた資料をもとにしてまとめられたものである。そこには、職人が現在の職業に就いた背景、修業の過程、ものづくりに対する意識や態度、その職業と作品の関連知識などが記録されている。例えば、第 1 期の記事において剪紙職人（切り絵細工職人）の李煥章は、切り絵の技術に必要なのは才能ではなく、慣れれば上手になることとその作業を耐える精神であると主張している。そして、作業の段階において自分が納得できる作品が完成するまでには何回も修正するとも語っている。そうしたものづくりに対する「堅忍」と「こだわり」は、日本の職人精神とは同じ性質なものとも言える。また、第 4 期で紹介された鼓職人の王錫坤は、作業過程における難題を解決するには、長い時間を掛けて試行錯誤を重ねなければならないと述べ、鼓作りには技術が要求されるが、正しい仕事の態度も必要だと強調し、ものづくりに向き合うべき態度について指摘した。そうしたコツコツと地道な作業を重ねながら技術を磨いていく仕事の態度もまさに職人が体現するものであろう。

【表 2】『職人誌』で取り上げられた職人

1 剪紙職人、李煥章	20 蛇窯職人林瑞華	40 繡花鞋職人李東志
2 毛筆職人、陳耀文	21 竹編職人張憲平	41 旗袍職人鄭道瑩
3 珊瑚雕刻職人、黃忠山	22 蘭草編職人盧來春	42 帆布職人許勝凱
4 製鼓職人、王錫坤	23 木魚職人李隆彰	43 銀帽工藝職人林啟豐林盟修
5 樹皮編刻職人、李永謨	24 木鴨雕刻職人湯日耀	44 畫佛職人像賴俊榮
6 製刀職人、謝錦鐘	25 漆藝職人賴作明	45 磚雕職人王郭挺芳
7 鶯歌陶瓷職人、許朝宗	26 手工紙職人黃煥彰	46 榻榻米職人李宗勳
8 糊紙職人、林我福	27 蛋雕職人簡長順	47 竹雕職人李先明
9 手工燈籠職人、張美美	28 獅頭職人施竣雄	48 蒸籠木桶職人王開弘王炳文
10 麥頭(字樣鐵板)職人、林柏占	29 手工扇職人陳朝宗	49 玉雕職人黃福壽
11 門神彩繪職人、劉家正	30 古董傢俱修繕職人徐坤潔	50 剪黏職人葉明吉
12 打鐵職人謝次郎	31 土黏香布袋戲偶職人徐智雄	51 寺廟雕刻職人蔡德太
13 風箏職人謝金鑑	32 立體繡職人許陳春	52 石雕壺職人盧志松
14 銅鑼職人林烈旗	33 香包職人周月容	
15 竹具製作職人簡添盛	34 錫器職人陳萬能	
16 刺繡職人李文河	35 神像雕刻職人吳祥宇	
17 春仔花職人陳惠美	36 木器花窗職人陳輝煌陳正忠	
18 木屐製作職人林文樹	37 螺溪石硯職人董坐	
19 玻璃職人黃安福	38 布袋戲戲偶雕刻職人徐俊文	
	39 紙製神像職人蔡爾容	

[21] 2013.11.03『自由時報』電子版、http://news.ltn.com.tw/news/life/paper/727227（参照 2015.11.17）

このように、職人には、台湾であれ日本であれ、そのものづくりに見られる仕事への態度や自らの技術に対する誇りとプロ意識には、同じ性質の「職人精神」が秘められていると言えよう。しかし、日本には伝統的に受け継がれてきた職人気質、職人精神といった言葉があるのに対して、台湾の師傅に関してはこれまでそれに対応するものがなかったため、語られてこなかった。ところが、近年、日本の文化の一つとして日本の職人および職人精神が台湾で受容されてきたことにより、『職人誌』のように日本の職人精神の概念を踏まえて台湾の職人を再発見する試みも注目されるようになった。

近年開催された展示イベントや書籍の出版によって表されたのは、手工的技術以外に今まで注目されていなかった台湾の師傅の内面にあるプロフェッショナル精神の再発見である。そして、その内面性を再評価するために、日本から借用した「職人」という言葉がその特有性を強調し、「職人精神」を体現する役割を果たしているのである。

5.結び

以上、日本の職人イメージの受容と台湾の自国文化への再評価の関連性について例を挙げ見てきたが、日本の「職人」という言葉ないし職人気質という精神面の要素が、政府機関が主催した「台湾職人」をテーマとしたイベントや「台湾職人」を描く本においてプラスイメージとして使われていることが明らかになった。日本の「職人」は「台湾職人」の精神を再評価する際の一種の指標として用いられているのである。

台湾における日本文化の輸入や消費について、これまではドラマにみる近代的な日本、都会の恋愛、オタク文化、東洋の異国情緒、日本料理など、様々な視点からの研究が行われてきた。「職人」もその一環として、言葉の定着とともに、その意味する「専門性」や「プロ精神」などのプラスイメージも台湾人の生活に浸透してきている。しかし、本稿で明らかにしたように、「職人」はただ受動的に日本イメージとして受け止められ消費されるだけではなく、その優れた点を通じて自文化を見直し、「台湾職人」の価値を見いだすという能動的な側面も認められる。こうした台湾のローカル文化に結びつく異文化受容の型は、これまでの日本文化の消費や受容にはない新たな方向性を示唆している。

主要参考文献

AKRU 他（2012）『百業職人：CCC 創作集 9』蓋亞文化

祁台穎・林品儀・紀岱昀・廖祿禎（2010）『尋百工：四個年輕孩子與一百種市井職人相遇的故事』遠流出版社

黃靖懿·嚴芷婕（2013）『職人誌』遠流出版社

藤田真文・岡井崇之編（2009）『プロセスが見えるメディア分析入門―コンテンツから日常を問い直す』世界思想社

参考資料

「太平洋 SOGO 百貨」電子報（公式メールマガジン）、http://www.sogo.com.tw/Newsletter

「茄子咖哩」公式サイト、http://aubergine.com.tw/

「藍屋」公式サイト、http://www.aiya.com.tw/news.php

「MOT/TIMES 明日誌」掲載記事、2013 年 5 月 24 日、
http://www.mottimes.com/cht/gallery_detail.php?serial=76

「悠遊台灣新聞網」掲載記事、2013 年 5 月 30 日、http://uutw.com.tw/shownew.asp?id=19724

「2015 金點新秀設計獎」公式サイト、http://www.yoda-tw.com/#home

「松山文創園區」公式サイト、http://www.songshanculturalpark.org/Index.aspx

「初次見面，台中：舊城生活節」公式フェイスブック、
https://www.facebook.com/TaichuFestival/

「聯合知識庫」、http://udndata.com/