

論文

## 専門化された世界への抵抗

——ミネラルコレクティングにおけるコレクターが持つ専門知を事例に——

孫 倩 然\*

### I はじめに

本論文では、鉱物の原石を集めるミネラルコレクターの世界と専門化された世界との折衝に光をあて、専門知識のヘゲモニーがいかにして薄れていくかを考察する。まず鉱物の世界が専門化されていく歴史と、その問題点を提示したい。

世界最大の宝石学の研究教育機関である GIA (Gemological Institute of America) が策定した全世界に通用するダイヤモンドの評価基準「4C」は、カラー、クラリティ、カット、カラットの4つを指す。ダイヤモンドをはじめ宝石のグレーディングはランクが高いほど高価になる一方で、低い評価を受けた石は傷もの、低価格なものとなされる。その石が良質であるか、どの程度の価値を有するかを知るためには専門知識を有する業者を介し、鑑定機関に判断を委ねて鑑定書を依頼することが必要となる<sup>1</sup>。

GIA や他の無数の鑑定機関は、人間が作り出した基準により「良い石」「悪い石」を区分するだけでなく、「良い石」に対する普遍的な基準も作り上げた。イリイチによれば、諸産業革命は「新しい知識がはっきり指定された問題の解決に適用され、科学的な測定手段が新たな効率性を説明するのに用いられる」という第一の分水嶺、そして「それまでの達成によって立証された進歩が価値のサービスの形をとった社会まるごとの搾取に対する理論的根拠として用いられる」という第二の分水嶺をすでに越えたという [イリイチ 1973: 32]。我々の石に対する視点は、まさにこの第二の分水嶺を越えたところに存在する。つまり、最初は宝石商が顧客に価値を効率的に説明するために作り出した「共通言語」が「良い石」をめぐる資本主義的価値に変貌することによって、石を鑑賞することがこれ以上なく不便なことになってしまったのだ。イリイチが例示する、専門化された現代医療が医療手段の独占を主張し、結果的に新たな病気を作り上げたように、鑑定機関の発展は「良い石」を決めるのに逐一鑑定機関の認定が不可欠になる状況を生み出した。

このように資本主義経済の進展は、規格化・画一化とそれに伴う一部の専門知の権威を推し進めることで、人間と個別の自然・モノとの間にあった多義的な関係を捨象する運動となる。それは今や全世界のあらゆる人間と非人間との関係を覆いつくそうとしている。しかし、それに飲み込まれない世界も存在する。ミネラルコレクティングの世界である。この世界では、宝石として商品に選ばれなかった石、特定の専門的技術により均一の形状に加工されていない自然の石の姿が価値づけられ、取引されている。ただし鉱物と宝石は全く異なる世界に属しているわけではない。むしろ、宝石のグレーディング化の浸透により、鉱物の世界も同じような基準に侵食される傾向が見られる。例えば、鉱物業界では「ジェムクオリティー」という言葉が流行しており (つまり、いい鉱物というのは宝石のような石であるということ)、また、曖昧ではあるが、宝石のようにカラーやクラリティなどの基準に従って値段付けする現象も見られる。さらに(中央宝石研究所などの)宝石鑑識機関は鉱物の鑑識も行っている。鑑定書やソーティングなどを頼り、石を自分で観察したり、知ろうとしたりはしないコレクターは増加している。それでも、石

---

キーワード：鉱物、専門知、経験的知識、資本主義、コレクター

\* 立命館大学大学院先端総合学術研究科 2021年3年次転入学 共生領域

と接触し、長年に渡って自らの経験から獲得する知識を駆使し、鉱物の世界が宝石グレーディングに呑み込まれないように抵抗するコレクターも多数いる。

チンは「二〇世紀の学問は、現代人の思い上がりを助長しながら、分岐し、重なり、結びあわさって世界を形づくっているという企てに気づく能力を弱めてきた」[チン 2015: 33] と批判する。二〇世紀に始まった石のグレーディング化がその一つの象徴であるとする、特定の資源にも宝石にもならない石を追い求めるコレクターの世界は、規格化とそれを支える専門的権威に基づく資本主義経済の運動への抵抗としてもみることができよう。以下では、具体的な事例の分析に入る前に、石をめぐる人類学的研究を整理したい。

## Ⅱ 先行研究と研究の位置付け

これまでの人類学的研究は、主に二つの側面から石と人間が複雑な関係性を持つことを示唆してきた。第一に、信仰、文化的な観点における石と人間の関係である。例えば、中沢厚は、山梨県に見受けられる丸い石に対する「丸石神信仰」について考察した [中沢 1988]。インゴルドは、一石の彫刻の視点から、石はどのように人類社会を通過し、自然の中で己の循環を完成するかについて論じた [インゴルド 2021]。

第二に、資源としての鉱物、すなわち工業的に用いられている鉱物または上記に言及した統一的な基準に従って加工された宝石と人間との関係である。これまでボリビアの鉱山労働者が信仰する悪魔「エル・ティオ」とスペインの植民者の関係性を探求したタウシグ [1980] をはじめ、近代化や（ポスト）植民地主義、グローバルな歴史の動態を議論する過程で、石（鉱物）は度々取り上げられてきた (e.g. Nash 1980; 谷口編 2023)。つまり、これまでの石に関する人類学研究のほとんどは、資源としての鉱物をめぐる略奪、闘争、流通に関わる研究であるか、もしくは石の宗教的・文化的な意味を探究する研究である。

近年では、ものの人類学の視点から、販売品としての鉱物標本を扱う研究が出現している。その一つが、エリザベス・フェリーらが編集した『貴重な鉱物の人類学 (The Anthropology of Precious Minerals)』[2020] という論文集である。この論文集に寄稿したレイヴニューは、アバドゥライ [1986] とコピトフ [1986] の議論を踏まえ、ローレントと名付けられた一つの水晶を事例に鉱物標本の「社会生活」を追うことで、鉱物がいかに商品化から脱商品化のプロセスを経るのかを論じた。彼によると、アルパイン水晶は単なる鉱物ではなく、クリスタルハンター<sup>2</sup>が命を賭けて獲得したものであり、それゆえ鉱物の価値はクリスタルハンターの名声や身体の延長線にあるという [Raveneau 2020]。しかしそうした社会生活における鉱物の価値の転換に、鉱物を商う業者とコレクターがどのような影響をもたらしているのかに関しては十分に議論されていない。

ミネラルコレクティングは長い歴史を持つ活動である。ヨーロッパの最も著名なコレクターの一人であるゲオルク・アグリーコラは、1546年に初の近代的な鉱物書『De Natura Fossilium』を著している [Wilson 1994: 19]。ヨーロッパのほかにもミネラルコレクティングの慣行が残されている地域は多い。中国では、『太湖石記』[岡村 2005] や『雲林石譜』[杜 出版年不詳] などの多くの文献で人々が石の特性を楽しむ行事があったことや、石の特性や産地などが詳細に記録されている。日本では、江戸時代の鉱物コレクターの木内石亭によって書かれた『雲根志』[木内 1773] に石の分類、特性、由来、伝説などが記されている。

ミネラルコレクティングは、現代に至るまでより繁栄してきた。石を蒐集する範囲も自国に限らず、世界各地の鉱物市場に広がった。これに応える形で、世界各地でミネラルショー（鉱物の展示・販売会）が開催されている。ミネラルショーでは石に値段が付けられ、売買される。その意味では資本主義経済にも組み込まれている。しかし GIA のように鉱物標本の品質を定義する統一された基準を作り上げる機構は存在しない。実際、ミネラルショーのような諸国の鉱物愛好家によって構成されたハイブリッドな空間での取引は、人工的な評価基準によって価値が決まる宝石とは異なるかたちでなされている。海外へ買い付けに行ったり、SNS を通じて世界中の業者と繋がったりすることで、理想の石を探し求める業者やコレクターたちのほとんどは、鉱物に関する専門的な教育を受けておらず、長い経験と情報共有に基づき、各石の個性と差異を見極める。彼らは専門的な教育を受けた人とは異なる視点と知性・感性で石を理解している。それゆえミネラルコレクティングの世界では教育を受けた専門家の言葉や、鑑識機構によるグレーディングは、ヘゲモニーを握っていない。これは考えてみたら不思議なことである。なぜ専門家や鑑識

機構、あるいは商業的に成功した会社が権威をふるうことが叶わず、世界各地のコレクター個人々の愛好、あるいは各地の石と人間との文化的宗教的な関係が雑然と石の価値を決めているのか。

この問いを紐解く手掛かりとして、本論文ではハリー・コリンズによる「専門知」をめぐる議論を援用する。ミネラルコレクターたちは自らの経験による暗黙知、いわゆる「素人専門知」と呼ばれる知識を活用し、石と触れ合う。コリンズは「科学の成果が実践的使用に供されるとき、科学者たちは世界を過度に単純化してから仕事にかかる傾向があり、経験に基づく専門知のことを考慮に入れない」[コリンズ 2014: 53] と批判し、長期にわたって一つの特定分野に浸っている「経験に基づく専門家」は「素人」ではなく、間違いなく「エリート集団」の一員として見られるべきであり、「貢献的専門家」であるという。複雑な鉱物の取引において、鉱物コレクターや業者一人一人が持つ断片的な知識をはたして「貢献的専門家」のそれと見なすべきかどうかは怪しいものの、彼らが専門教育を受けた、あるいは専門職に従事する専門家と意見を言い合うことができることは事実である。本論文では、混乱を招くことを避けるため、あえて専門教育を受けた人々を専門家と呼び、専門教育を通じて得た知識を専門知と呼ぶことにする。それに対し、長年の蒐集や交換、売買の経験を通じた専門家を「素人専門家」と呼び、その知識を「経験的知識」と呼ぶことにする。

以上を踏まえて、本論文では、コレクターと業者が鉱物の世界の役割を注目し、さらに専門知識という点に絞り、コレクター、業者、専門家、学会の権威者の専門性に関する点に対してコレクターがどのように自分の観察に基づく経験的知識を活用し、情報の偏りに対抗し、知識の脱集約化を一時的に実現するのかを事例を通じて探る。それを通じて、経験的知識がいかに均質化されていく資本主義経済の仕組みに抵抗するかを提示する。

### Ⅲ 調査方法

本研究は、ミネラルショーと SNS を中心にし、2018 年 12 月から 2023 年 6 月までに実施した、参与観察と半構造化インタビューに基づく。

ミネラルショーとは、世界各地の業者が鉱物標本を中心に展示し、売買する集会である。例えば、ツーソンショーはアメリカ・アリゾナ州の都市ツーソンで毎年 2 月に開催される世界最大規模のミネラルショーである。公式サイトによると、同ショーは 1955 年に小さな小学校で開催されたのが始まりである。その後、ショーの規模は次第に大きくなり、2020 年に出した公式ガイドブック [Romero 2020: 1] によると、2020 年までに年間 65,000 人が訪れ、130 百万ドルの収益を上げたとされる。『鉱物学記録 (The Mineralogical Record)』によれば、「ツーソンショーは (中略) 世界中の宝石・鉱物を収集、情報共有、研究、または売買に興味がある人々が集まり、情熱を分け合う初めての場所である<sup>3</sup>」と説明されている。つまり、ツーソンショーは世界中に離散するコレクターや業者などを一つの地に集結する行事であり、ミネラルコレクティングのグローバルの市場の形成において最も重要な役割を果たしているのである。

他にもドイツのミュンヘンミネラルショー (以下、ミュンヘンショーと略) やフランスのサン・マリジェム&ミネラルショー (以下、サンマリショーと略) など、現在では世界各地で大規模なミネラルショーが開催されており、業者やコレクターから注目を集めている。日本国内でも池袋ショーをはじめ、年間 80 以上のミネラルショーが開催されている<sup>4</sup>。これらのミネラルショーでは、多言語が飛び交い、世界各地のコレクターや業者が繋がる。

また現在では、SNS の発展も同じく業界の拡大に大きな影響を与えている。調査した業者によると、かつて採掘業者は鉱物を販売する際に業者を紹介するしか方法がなかったという。そのため、長い間採掘した鉱物を低価で売っていた。しかし、SNS の発展により、現地の人でも簡単にコレクターと繋がり、採掘した鉱物がどのような値段で売れるのかを調べられるようになった。このように SNS は、ミネラルショーによって縮小したミネラルコレクティングの距離をさらに縮めている。

調査では、アメリカ (ツーソンショー)、日本 (池袋ショー)、中国 (郴州ショー)、フランス (サンマリショー)、ドイツ (ミュンヘンショー) といったミネラルショーに参加する業者に対してインタビューを実施した。またツーソンショーを除き、上記のすべてのショーで参与観察を実施した。また、Weibo、WeChat、Line、Facebook、Twitter などの SNS 上の鉱物コレクターコミュニティでの参与観察も行った。

主な調査対象である鉱物業者は、中国人13名、日本人7名、オーストラリア人1名、アメリカ人1名、ドイツ人1名、スロベニア人1名、イギリス人1名である。また鉱物業者だけではなく、数多くのコレクターと宝石業者と交流を持っている。インタビュー内容の公表にあたっては、全ての調査協力者から同意を得ており、匿名化している。

#### Ⅳ ミネラルコレクティングにおける専門的知識の位置づけと鉱物の価値

##### 1 コレクターたちが求める理想的な石

本節では、まずなぜ鉱物コレクターの世界において普遍的な基準が通用しないのかについて説明したい。「はじめに」で言及したように、鉱物の世界でもグレーディング化された宝石の世界に近寄る傾向があり、カラーやクラリティなどに関してほんやりした評価基準が作られている。しかし多くの場合、鉱物を統一した基準に当てはめることは難しい。

例えば、GIAの基準によると、宝石には「高価なカラー」と「廉価なカラー」があるが、鉱物はそれほど明確ではない。たとえば、南アフリカのN'Chwaning 鉱山で産出されるロードクロサイトは炎のような鮮烈な赤色で、アメリカのSweet Home 鉱山で産出されるロードクロサイトはピンクの色合いを持つが、業者Aは同じ大きさの二つの産地のロードクロサイトを同じ300万円で購入したと語る。またGIA基準では、クラリティは「インクルージョン(内包物)やプレミッシュ(傷)が無いこと」の程度を表すとされる<sup>5</sup>。ダイヤモンドなどの宝石の場合、クラリティは高ければ高いほど高価になるが、鉱物の場合むしろ逆である場合が多い。鉱物業者のBによれば、昔の日本で最も人気だった鉱物の一つは庭園水晶だった。庭園水晶とは、結晶の中に庭園のように華やかなインクルージョンが入っている水晶を指している。また、パバゴアイトインクォーツという、銅の水酸化アルミノ珪酸塩結晶が入っている水晶は、通常的水晶よりはるかに値段が高い。

実際、コレクターが石に対して求める基準は十人十色である。文学者・批評家であるカイヨワは、「(石は)根本的かつ不滅の何かによって、一般的な美が人間にその存在を認めさせないはずがない。その何か人間を驚かし、人間の欲望をそそり、鉱物という語がその不滅のものの荒々しさをよく要約しているのである」[カイヨワ1970:8]と主張する。鉱物コレクティングの世界に衝撃を与えた作品『宝石の国』を創作した市川春子は「レア度が高いものを手に入れたくなる」一方、「石拾いというものもある」と語り、石拾いの目的を「自分の墓石を探し出すことである」[市川2018:225]と書いている。このようにコレクターはそれぞれの美意識と思慮により石を集める。さらに言えば、たとえ美しくない石だとしても、人によっては価値があることもある。

コレクターの嗜好以外にも、鉱物の価値を決定する要因は無数にあり複雑に絡み合っている。レイヴニューは、鉱物の希少性に関して「注意すべきなのは、希少性というのは相対的な概念であり、鉱物自身の希少性を意味するだけではなく、より重要なのは、政治的・社会的・記号的な要因による希少性である」と論じた[Raveneau 2020:91]。例えば、調査期間中、ロシアによるウクライナ侵攻に抗議するために、業者が自発的にロシア鉱物の販売を中止し、結果的にロシアの鉱物が一時的に希少になったことがあった。

また鉱物の価値は、採掘者、業者、コレクターの名望に左右されてもいる。そのうえ業者は自らの価値観で値段を調整する。例えば、調査した業者の中には、「学生だから、将来金持ちになってまた戻ってくる」「本心で好きそうに見える」などの理由で安く売る者がいる。また、元々業者自身のコレクションであり、売るつもりはなかったが、その鉱物を欲しがるとコレクターが得意客だから譲るというケースも観察された。この場合、鉱物は商品であると同時に、贈り物の性質も有する。しかし将来における見返りや得意客の確保など、ある種の計算も含まれており、アパドゥライが述べる通り、商品と贈り物の性質は常に同居する[Appadurai 1986]。

以上を踏まえ次節では、鉱物コレクティングの世界において専門的な知識がどのように位置づけられているのかを検討したい。

##### 2 鉱物標本業界にける専門的な知識の位置づけ

鉱物学は、自然科学の一分野である。鉱物の売買は学問としての鉱物学とは別物とはいえ、宝石よりも遥かに幅広い鉱物の知識に精通した地学の愛好家を含むコレクターを満足させるために、高度な専門知識が求められると一

一般的には考えられている。実際、序章で言及したように、宝石のグレーディング化の進展により、ミネラルコレクションの世界にも、専門の鑑定機構や地学の専門教育を受けた経歴などにより信頼を置くという考え方が出現し始めている。

例えば、業者のCは「(資格は) 必須ではない」と丁寧に前置きしつつ、世界に進出するには何かのライセンスがあった方がわかりやすいとの意見を述べた。そのうえで彼は、鉱物に関してはそのような資格がないため、宝石鑑定機構であるGIAのGG (Graduate Gemologist)の資格こそ一番のネームバリューがあると判断し、資格をとったと語る。また、2022年に刊行された雑誌『BRUTUS』による「珍奇鉱物」特集では日本の鉱物業者が数人紹介されていた。多くの業者は「現地活動20年以上の豊富な知識と経験」[Okajima 2022: 76]といった形での紹介がされているが、GIA資格を持つ業者には「GIA(米国宝石学会)の宝石鑑定士免許を取得」[Okajima 2022: 77]という肩書きが明記されていた。もう一例として、アメリカでは有名である鉱物店Zig Mineralの店主は、自分がマイアミ大学の地学専門だとホームページで明記している<sup>6</sup>。

しかし、鉱物業界での実際の取引では必ずしもそのような専門知識や資格が求められるわけではない。私がこれまで交流を持った25名の業者のうち、業者になるために資格を取ったCを除き、地学専門の背景を持つ業者はわずか2名だけだった。

業者が鉱物業者になるまでの経緯とその割合は、以下の円グラフにまとめている。

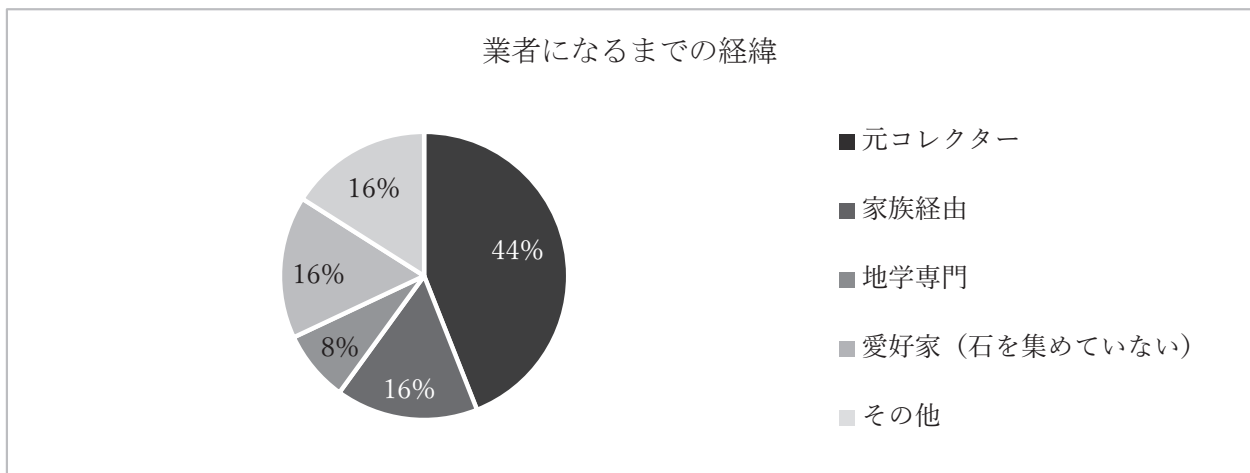


図1 図版のレイアウト

図に示される通り、業者になった経緯には、元コレクター、家族経由、地学専門、石の愛好家という理由以外に、「その他」として「特に理由がない」「(事業が) 始めやすいから」という曖昧な理由が含まれる。また鉱物学の専門家が少ない一方、業界に入る前にすでに長年にわたって鉱物と接触した経験を持つ人が多いことも明らかである。家族経由で業者になる場合、生まれてから数十年間、石に囲まれ、鉱物と接触する機会を持つ。また元々は愛好家であるDは、中学生の時に地学博物館を見学して以来、ずっと鉱物業者になるのが夢だったが、その夢が果たされるまでに十年くらいかかったと語る。

筆者は業者にインタビューを行う際に、必ず鉱物鑑定士資格の有無、または鑑定士資格に対する見解について尋ねた。鑑定士資格を持たない業者の典型的な意見として、二人組の業者BとEの語りを紹介したい。二人は商業パートナーであり、日本において鉱物店を共同経営している。筆者による「石屋の経営における資格や専門性」をめぐる質問に対し、彼らは自分たちには資格がないが、専門資格を持たない代わりに石と長い間関わってきたと語った。二人は専門知識よりも、鉱物を知ろうとする意欲、または経営を持続する能力の方が業者として重要であり、資格はその能力の後付けに過ぎないと主張した。つまり、専門資格を持つCと、BとEという二組の間で共通しているのは、宝石鑑定士とは異なり、具体的な専門知識が鉱物の取引においてどのように役立つのかについては明確に答えられないものとしている点である。

また、GIA資格や専門知識などには鑑定の確実性が連想されがちであるが、そもそもコレクターは業者にそうし

た確実性を求めている可能性がある。なぜならば、コレクターは鉱物の不確実性を一番よく知っているからである。一例を挙げよう。

【事例：SNSを通じたコレクターからの知識の伝授】

2020年3月から2021年8月まで、わたしはほぼ毎日、中国の業者Fによる石の展示販売のライブ配信を観察していた。彼女のストリーミングは毎晩4時間続いた。Fは以前、鉱物についてほとんど知識がなかったが、夫の死後、彼の石屋を引き継ぐことになった。彼女のライブ配信では、コレクターがFに石の情報を教えたり、鉱物の種類を指導したりするシーンがしばしばあった。数ヶ月後、夫の形見でしかなかった石屋は、彼女にとって楽しい仕事場になり、さらに彼女は鉱物に愛着を感じ始め、自身のコレクションを持つようになったという。2023年6月20日から25日まで、サンマリショーで、わたしはFに再会した。彼女は手馴れた様子で鉱物を選び、説明した。彼女と一緒にいた3人の業者はそれぞれ店を営んでおり、彼らが購入した石の写真をWeChatのグループ（2023年7月20日時点で371人）に投稿したところ、数分で売り切れた。

このように、石に対する知識が不足する業者に対して、コレクターはいきなり信頼を失って離れていくわけではなく、むしろ毎日、コミュニケーションを深めたり知識の共有を行ったりするなかで、信頼関係を築き上げていくのである。

### 3 専門知識に抗するコレクターたち

本節では、三つの事例を通じて、コレクターは不確実性を有する特定の鉱物に対して、具体的にどのように自らが持つ経験的な知識を発揮し、専門家または専門知識に対抗するのかを検討する。まず、業者とコレクターの事例から検討したい。

【事例1：コレクターがフェイク疑惑の鉱物にめぐる論争】

2021年10月21日、日本で人気を博している鉱物店〈クリスタルステージ〉がアメリカのデンバー・ジェム・ミネラルショーで購入した二つのフローライトの写真をTwitterに掲載した。これらのフローライトは一見ドーナツ（ボンディング）に似ており、その奇抜な形状が多くの人々の注目を集め、Twitter上で大いに話題となった（2023年7月19日時点で、リツイート7853回、いいね2.2万件）。

Twitterに掲載した店主は、二つのフローライトについて次のように述べた。

今年のデンバーショーで仕入れたドーナツ・フローライトです。アメリカ人業者曰く、作り物ではなく、ナチュラルだという話でした。自然の造形美ってすごい。母岩付きもございます〔……〕標本が自然な状態であることを確認します。〔後略〕<sup>7</sup>

店主はこのようにドーナツ型フローライトが自然物であると主張したが、以前からその真偽に疑問を持つ声も存在していた。きわめて独特な形状を持つフローライトをめぐる論議は世界中で行われている。例えば、mindat<sup>8</sup>の掲示板 Fakes & Frauds では、ドーナツ型フローライトが加工されたものである可能性について議論がなされていた。また、Facebook でこの種のフローライトの写真が掲載されるたびに、人工物であると指摘するユーザーが少なからず出現する。Facebook の若年層向けコレクターグループ「Young Mineral Collectors」でもドーナツ型フローライトの真偽が議論されていた。その中で、インド人コレクターのKは次のように述べている。

私は10年間、インドの鉱物と接してきた。その石（ピーナツ型フローライト）については詳しい。それは人の手によって加工されたものであると確信している。しかし、そのタイプのフローライトが自然に産出できないとは主張していない。そのリング状の形状は小型の研磨機で作成されたのだと思う。

議論の推移をみると、グループのメンバーの多くはそのフローライトが人工物であると考えているようであった。しかし、すべてのドーナツ型フローライトが人工物であると確認する方法は存在しない。

クリスタルステージが掲示したフローライトも例外ではなかった。鉱物に詳しくない一般人は、ただ自然の神秘に感嘆しただけであったが、コレクターたちは店主が主張する「自然に由来するものである」ことを疑う者と信じる者の二派に分かれ、論争を始めた。論争が激化する中で、長年にわたってフローライトを専門に収集してきたコレクターのMは、次のように自身の見解を述べた。

件のアヤシイ形の蛍石については海外でも、この数年間幾度となく話題になっていたりします。[……] ドーナツ型蛍石ですが [……] 今まで私自身がやり取りをした多くのディーラーやコレクターは、Man-made-shaped であると考えているようです。[……] フェイクというのは得てして、ある時を境にして一斉に出回るものです。[……] 今回のドーナツも 2019 年頃を境に沢山出てきているようですから、それも傍証とはなっているようです。ここまで長く色々申しましたが、結局真偽はわかりません。現地に行って、産地で確認してですら、ワンポケットもの<sup>9</sup>とかならその現場に居合わせないとわかりませんから [後略]

すなわち、ドーナツ型のフローライトは一般的に人工的に作られたものと考えられているが、店主が保有するフローライトの真実性は確定できないというのが彼の見解である。この観点から、M は以下のように自身の結論を述べた。

ですけれども、怪しいかどうかを理解しつつ、個人個人で鑑賞したり楽しめたらそれで充分なのかともしっかりもします。<sup>10</sup>

つまり、そもそもにおいて石が自然物か人工物かを確定することは困難であり、そうした怪しさを含めて楽しむのが石の鑑賞方法なのだとして述べているのである。実際、フローライトの真偽についての議論は鉱物コミュニティで一時的に注目を集めたものの、店主が人工的に手を加えたという疑念を公に表明した人はほとんどいなかった。あるコレクターは店主の許可を得て、本物のドーナツの写真を投稿し、それがフローライトであると主張するジョークをツイートして場の雰囲気や和らげた。これに対して、店主は以下のように反応した。

こちらの標本は国内外の色々な方々からフェイクかどうかの疑問や論争の絶えないフローライトですが、でも夢のある形態だと思いませんか？ご自分の眼で確かめて頂きたい、出品いたします。<sup>11</sup>

その後、店主は 2021 年 12 月に池袋でドーナツ型フローライトを展示した。ドーナツ型フローライトを目当てにしたコレクターたちが大挙して訪れ、展示品はすぐに完売したとのことである。

このように、フェイクの可能性のあるドーナツ型フローライトについて、コレクターたちは見解または情報を話し合った。彼らはいくまでその石がフェイクである可能性を提示しただけで、全てのドーナツ型フローライトがフェイクであるとは明言しなかった。一方、業者は自然物であると主張したが、フェイクの可能性のあることを否定しなかった。結局、結論が曖昧なままで買い手に判断が委ねられた。

続いて、コレクターと専門知識を持つ業者の事例を取り上げ、素人専門家であるコレクターが専門家である業者の判断に影響を与える可能性を示唆する。

#### 【事例 2：経験に基づく知識が専門家の判断に与える影響】

2023 年 1 月 15 日から 2 月 12 日までの期間、毎年恒例となっている世界最大級の鉱物・化石直売会であるツーソンショーがアメリカ・ツーソンで開催された。このイベントには世界各地から鉱山関係者、業者、コレクター、愛好家、専門家が集まり、石の売買や情報交換、鑑賞といった活動が行われる。

G は、ツーソンに訪れる機会がない中国のコレクターや愛好家たちのためにツーソンショーで代理購入を行う業者の一人であり、自身もコレクターである。彼はアリゾナ大学の宝石・地学専門の学生としてツーソンに留学して

いる。彼は中学生の頃から石に興味を持ち始め、ツーソンでの留学を志していた。現在では、その夢を実現し、大学の博物館に自身のコレクションを寄贈するという経験もしている。

Gは中国の通信アプリ「WeChat」上にグループを設け、知り合ったコレクターや鉱物業者を招待している。このグループでは、既存のメンバーが新たなコレクターを招待することが可能であり、メンバー数は増加している（2023年7月時点で424人）。

アメリカで鉱物展示会が開催されるたび、Gは現地に足を運び、その様子を録画しグループで共有する。また発見した素晴らしい鉱物標本をグループに投稿する。この際、その標本を望むコレクターがいれば、Gはそのコレクターのために石を購入し、コレクターからの代金を受け取った後、そのコレクターに郵送する仕事もしている。

しかし、アメリカと中国には時差があるため、リアルタイムで鉱物を選ぶことができるメンバーは限られている。それゆえに、Gは通常、自らが選び出した数点の標本を仕入れ、後日グループ内で販売するという方法を採用することが多い。販売は以下の手順で行われる。Gは毎日特定の販売時間を設け（通常は北京時間の11時から13時まで）、鉱物の名前・産地あるいはおおよその価格（例：フローライト、アメリカイリノイ産、大千元<sup>12</sup>）をグループに送信後、鉱物の動画と数点の写真をアップロードする。購入を希望するコレクターはGにダイレクトメッセージを送り、詳細な価格を尋ねる。鉱物は一個一個独特な一点物であり、先着順に購入が行われるため、競争は激しく、迅速な決断が求められる。

2023年1月27日、Gはこの手順でグループにおいて鉱物を販売した。Gはいつも通り鉱物名と産地「ジェレメジェバイト、ミャンマーモゴク産」と送信し、仕入れた希少石ジェレメジェバイト三点の動画をアップロードした。三点中の一つ目のジェレメジェバイトの結晶は高い透明度を有しており、他の二点よりも品質が飛びぬけていたため、多くのコレクターから注目を集めた。しかし、透明度を除けば、これら三つの標本はほとんど区別がつかなかった。その時、グループメンバーの一人が、最初のジェレメジェバイトが偽物であると指摘した。このグループメンバーは非常に有名なコレクターであり、愛好家の間で「鳥おじさん」（以下、「鳥おじ」）と呼ばれていた。

鳥おじ：これは……（ジェレメジェバイトではなく）水晶だ。

G：ジェレメジェバイトですよ。

鳥おじ：（ジェレメジェバイトの）結晶はそんなもんじゃない。他の二点はジェレメジェバイトだと間違いはないけど、最初のピースは水晶だ。よく観察したまえ。

このように言いながら、鳥おじはGがアップした写真を用いて図解を書き、水晶とジェレメジェバイトの結晶の違いを解説した。これに続いてグループメンバー間で次のようなやり取りがなされた。

G：正直、僕も水晶かと思った。しかし、店主が強くジェレメジェバイトだと言い張ったので、つい。

H：店主が正しいとは限らないでしょう。

鳥おじ：ジェレメジェバイトの中に水晶を混ぜているとは……

I：本当にただの不用心か？（笑）

G：わかった。大学のラマン分光機を借りて鑑定しよう。

このようにGが鑑定を提案したことで議論は一時的に収束した。Gが扱う一部の標本に疑義が呈されたにもかかわらず、その後もグループ内での鉱物売買は何事もなかったかのように続行された。またグループ内ではそれ以降、ジェレメジェバイトについては一切触れられず、Gは疑惑を持たれた標本を二度とグループ内で売買しようとはしなかった。その代わりに、数週間後、彼はそのジェレメジェバイトをInstagramにアップロードし、売り出した。筆者が「結局、ラマン分光の鑑定結果がどうだったのか」を尋ねると、Gは「一つの結晶面が小さすぎて、見え難いだけだった」と答えたが、彼はラマン分光分析の結果を公開しなかったため、真相を知る手段は存在しなかった。

このように、専門知識を持たないコレクターは、専門知識を持つ業者に対して、堂々と、または論理的に自分の意見を述べ、チャットグループにいる他のメンバーから支持を受けた。専門知識を持つ業者はコレクターの意見を



受けいれ、グループ内でその石を売ることを一旦やめた。だがその疑惑が業者の評価を下げることもなかった。

最後に、専門家と素人専門家コレクターの間の折衝について紹介し、素人専門家コレクターの意見がいかに権威に影響を与えたかについて検討したい。

### 【事例3：権威と対抗する知識】

張辰亮は中国において最も知名度または影響力が高い通俗科学ライターである。科学普及のための彼のエッセイや動画などは信憑性が高く、ユーモアな口調で分かりやすく専門知識を紹介する作風が人気を博している。現在、張の個人 Weibo アカウントは 664.5 万人のフォロワーを持ち<sup>13</sup>、また bilibili<sup>14</sup> アカウントは 926.2 万人のフォロワーが存在する<sup>15</sup>。

2022 年 4 月 23 日、彼は雑誌『中国国家地理』が主催する雨花石紹介の動画に出演した。雨花石は特定の鉱物種を指すのではなく、中国南京近郊の川で採集される丸石の総称であり、その多くが瑪瑙や石英、あるいは化石である。張自身も雨花石のコレクターの一人であり、以前に数点の雨花石の紹介動画を投稿していた。しかし、この動画がアップロードされた直後、Weibo のユーザー F が張の発言が不適切であると主張し、そのシーンのスクリーンショットを公開した。実際、その動画では張と共に出演している専門家が説明している雨花石が形成するメカニズムについて、疑問が多い理論がいくつも展開されていた。張には大勢のフォロワーがいるため、F の Weibo 投稿は迅速に拡散され、多くの人々から彼の発言の根拠を求める声が上がった。F は筆者の知り合いのコレクターである。地学の専門家ではないが、中学生の頃から多数の鉱物産地を巡り、鉱物標本の採取経験を豊富に持つ。また、彼は十数年以上自ら南京へ行き、雨花石を採取する経験もしているという。張の手元の雨花石標本の中にも F が郵送したサンプルが含まれている。

このようなフォロワーからの声に対して、張は以下のように対応した。

本来、今回の動画でその石（雨花石）の成因を紹介するつもりはなかった。（今回のインタビュー対象である）唐先生は、江蘇冶金勘探院院長（金属の精製や採掘などに関わる政府機構の一つ）を担当したことがあった。彼は雨花石の成因について（主流と）違う観点を持っていた〔……〕南京でインタビューをしているうちに、一つのことがよくわかった。すなわち、雨花石の成因に関しては、学术界と学术界、学术界と民間、それぞれ全く違う観点を持っていることだ。（実際、観点が人によってバラバラで、誰もが自分の観点こそ真理であると確信している）僕も散々悩んだ。そのため、正式にだす番組では、私は第一回と第二回で主流の観点を採用し、今回はコレクター自らの観点を提示したのだ<sup>16</sup>。

しかし、張は後に公に誤りを認め、全てのアカウントから該当の動画を削除した。この事例において、F はネットでの影響力が比べ物にならないほど大きな張に対し、専門知識を持たないコレクターだったが、長年に渡って石を採取する経験が専門家すら無視し得ない説得力を持ち、専門家である唐、または科学普及界隈で信頼度が高い張の結論を見直させることになった。

次節では業者たちが専門知識をどのように位置づけているかを検討する。

## V 考察と結論

本論文では、鉱物コレクターがどのように自らの経験に基づく知識に依拠して専門知識と対抗するのかを検討することを目的としていた。まず、グレーディング化された鑑識は、鉱物コレクターの間にあまり通用しないことを確認した。次にコレクターが自らの持つ断片的な知識を活用する三つの事例を取り上げた。

事例1のドーナツ型フローライトが自然物か人工物かをめぐる論争には、専門家は登場していない。鉱物の場合でも種類や特定の処理（例：加熱）などの単純な鑑別であれば、GIAなどの宝石鑑定機関の介入で足りるが、鉱物の形状の成因は複雑性と不確実性を伴うため、容易には判別できない。つまり、専門的知識は鉱物自体の不確かさによって無力化されている。ここでは代わりに、業者やコレクターたちの経験に依拠した知識が登場する。しかし、



- 15 无穷小亮の科普日常 [https://space.bilibili.com/14804670?spm\\_id\\_from=333.337.0.0](https://space.bilibili.com/14804670?spm_id_from=333.337.0.0) (2023年9月6日閲覧)。  
16 張の觀點に異議を立つ [Fhttps://weibo.com/3831595012/4761436851536743](https://weibo.com/3831595012/4761436851536743) (2023年7月25日閲覧)。

## 参考文献

- 市川春子 2018 「理想の墓石を求めて」『群像』07: 224-225.
- イリイチ, I. 2015 (1973) 『コンヴィヴィアリティのための道具』渡辺京二・渡辺梨佐訳 ちくま学芸文庫. (Illich, I. *Tools for Conviviality*. Harper & Row.)
- インゴルド, T. 2023 (2021) 『応答、しつづけよう』奥野克己訳 垂紀書房. (Ingold, T. *Correspondences*. Polity Press Ltd.)
- 岡村繁 2005 『新釈漢文大系 105 白氏文集 九』明治書院.
- コリンズ, H. 2017 (2014) 『我々みんなが科学の専門家なのか?』鈴木俊洋訳 法政大学出版局. (Collins, H. *Are We All Scientific Experts Now?*. Polity Press Ltd., Cambridge.)
- コリンズ, H. & R. エヴァンス 2020 (2007) 『専門知を再考する』奥田太郎監訳 名古屋大学出版会. (Collins, H. & R. Evans. *Rethinking Expertise*. The University of Chicago.)
- 木内石亭 1979 (1773) 『雲根志』築地書館.
- 谷口智子編 2023 『タキ・オンコイ 踊る病——植民地ペルーにおけるシャーマニズム、鉱山労働、水銀汚染』春風社.
- チン, A. 2019 (2015) 『マツタケ 不確定な時代を生きる術』赤嶺淳訳 みすず書房. (Tsing, A. *THE MUSHROOM AT THE END OF THE WORLD On the Possibility of Life in Capitalist Ruins*. Princeton University Press.)
- 杜綰 2009 『雲林石譜』重慶出版社.
- 中沢厚 1988 『石にやどるもの 甲斐の石神と石仏』平凡社.
- Appadurai, A (ed) 1986. *The social life of things: Commodities in cultural perspective*. Cambridge University Press.
- Kopytoff, I. 1986. The cultural biography of things: Commoditization as process. In Appadurai, A. (ed) *The social life of things: Commodities in cultural perspective*, pp. 64-94. Cambridge University Press.
- Nash, J. 1980. *We Eat the Mines and the Mines Eat Us: Dependency and Exploitation in Bolivian Tin*. Colombia University Press.
- Okajima, M. 2022. 「鉱物店と押し石！」『BRUTUS (ブルータス)』6月15日号 No.963[珍奇鉱物]pp.074-077.
- Raveneau, G. 2020. The Value and Social Lives of Alpine Crystals. In Ferry, E., A. Vallard & A. Walsh (eds) *The Anthropology of Precious Minerals (English Edition)*, pp. 89-103. University of Toronto Press.
- Romero, R. 2020. *TUCSON MINERAL & FOSSIL SHOWCASE 2020 OFFICIAL GUIDE*. Courtesy of Visit Tucson.
- Taussig, M. 1980. *The Devil and Commodity Fetishism in South America*. University of North Carolina Press.
- Wilson, W. 1994. *THE HISTORY OF MINERAL COLLECTING*. The Mineralogical Record Inc.

# Resistance to the Expertise: A Case Study of How Mineral Collectors Using Their Knowledge

SUN Qianran

Abstract:

With the progress of standardization and homogenization brought by the capitalist economy, knowledge becomes highly specialized, leading to the classification and defined by such expert knowledge. Grading of gemstones is one such example, and the improvement of gemstone grading also influences the world of mineral collecting. However, there are those who, known as mineral collectors, oppose the aesthetic standards established by those kinds of criteria. The aim of this thesis is to discuss the mechanism surrounding the buying and selling of mineral specimens, an area that has not been sufficiently discussed. It seeks to illustrate how collectors exchange information and utilize empirical knowledge based on their own observations, against the biased information, and temporarily achieve a de-centralization of knowledge. Through the stones that leak out from the gaps of a world of gemstones divided by expert knowledge, we aim to offer a new perspective for anthropological research on minerals.

Keywords: Mineral, expert knowledge, tacit knowledge, capitalism, mineral collector

## 専門化された世界への抵抗

——ミネラルコレクティングにおけるコレクターが持つ専門知を事例に——

孫 倩 然

要旨：

資本主義経済による画一化と均質化の進行とともに、知識が高度に専門化され、物事が分類・定義される現象が進展している。宝石のグレーディングはその代表的な例である。この宝石のグレーディングは、現在、ミネラルコレクティングの世界にも影響を及ぼしつつある。他方で、ミネラルコレクティングの世界ではそのようなグレーディングが作り出す審美的な基準に対抗する動きもある。本論文では、「素人専門知」をめぐる議論を援用し、これまで十分に議論されてこなかった鉱物標本の売買を巡るやりとりを明らかにする。それを通じて、鉱物コレクターたちがどのように自身による石の観察に基づいた経験的知識を活用し、「専門家」による情報の偏りに対抗し、知識の脱集約化を一時的に実現するのかを示す。専門知識により規格化される宝石の取引から零れ落ちる鉱物の取引の世界を開示することで、鉱物に関する人類学研究に新たな視座を提供する。