

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 6 月 16 日現在

機関番号：17301

研究種目：研究活動スタート支援

研究期間：2015～2016

課題番号：15H06300

研究課題名(和文) ガーナ産手工芸品のグローバルな流通と消費の動態に関する人類学的研究

研究課題名(英文) An Anthropological Study on the Global Commodity Circuit for Ghanaian Handicrafts

研究代表者

牛久 晴香 (USHIKU, Haruka)

長崎大学・多文化社会学部・戦略職員

研究者番号：10759377

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 1,800,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、「ボルガ・バスケット」を事例に、ガーナ産手工芸品のグローバルな循環の動態を、日本の消費者および企業の実践やアクター間関係から解明することをめざしたものである。本研究の主な成果は以下の3点である。(1)「オルタナティブな」消費実践にとどまらない消費者の志向の多様性がバスケットの循環の原動力となっていることをあきらかにしたこと、(2)他方で、いかなる消費理念を掲げようとも、近年の消費者がもともとめているのは、畢竟手ごろな価格で高品質な手工芸品であることをあきらかにし、(3)(2)のような消費者の要望に応えつつ商品の循環を維持するための消費地卸の契約外の実践を実証したこと。

研究成果の概要(英文)：This study examines how the global commodity circuit for Bolga baskets, a Ghanaian handicraft item, has been maintained by analyzing the associated marketing/consumption practices. Five different, partly overlapping circuits of consumption are identified. This multiplicity of consumption circuits provides markets for the various kinds of baskets. While some circuits emphasize alternative consumption practices, the results of interviews with retailers and analysis of consumers' blogs and online reviews suggests that consumers actually demand higher-quality baskets of moderate prices. This study then examines the trading practices wholesalers employ to meet the demands of "picky" consumers and the former's relationship with weavers and local middlemen. It describes the circuits cannot be maintained without flexible trading practices based on the holistic understandings of the life in the basket-producing villages, which leads to an adequate supply of higher-quality baskets.

研究分野：地域研究、文化人類学

キーワード：手工芸品 現代消費文化 流通 企業 ガーナ 「顔の見える」関係

1. 研究開始当初の背景

「倫理的消費」の勃興や「ハンドメイド」への評価などに代表されるように、アジアやアフリカでつくられる手工芸品の消費は、新自由主義的な経済システムのグローバルな推進に対するアンチテーゼとしての側面をもちながら促進されている。手工芸品のグローバルなバリューチェーンは利用価値や価格競争力だけでなく、経済的な公正やローカルな伝統文化の価値等でうごいており、先進諸国の消費者による貧困国の生産者への理解・共感に支えられた「連帯」関係をうみだす可能性がある」と評価されている (Nash 1993 他)。

他方で、消費者がもとめ、企業が宣伝する生産者像は実際の生産者の現状を反映しておらず、不正確な情報やイメージのみにもとづく「連帯」は実際には空虚な関係でしかない等の批判もある (中谷 2005 他)。事実、倫理的消費の高まりをうけた新たなビジネス機会の創出が、生産者に過剰な労働を強いることにつながる等、問題をひきおこしている事例は数多く報告されている (McGackin 1998 他)。

こうした産地の問題の根底には、不完全 / 不正確な情報しかもたず、景気や社会情勢、広告に左右されやすい「気まぐれ」な消費者や、上記のような理念をもちつつも「気まぐれ」な消費者を相手に利益をあげる企業の手、アジアやアフリカの手工芸品産業の持続性がゆだねられているという現実がある。

しかし、消費理念の展開とそれが産地におよぼす正負の影響については研究の蓄積があるのに対し、消費地におけるアクターの動向については広告分析や言説批判が中心を占め、実際の消費者の購買行動や、企業の商実践を実証的に調査した研究はたち遅れている。新たな消費潮流の勃興が手工芸品のグローバルな循環にもたらす可能性や問題・限界を論じるためには、産地研究だけでなく、先進諸国の消費市場がいかなるしくみで動いているのかを人びとの実践から解きあかす必要がある。

2. 研究の目的

以上の問題意識をふまえ、本研究は、消費地においてボルガ・バスケットの流通をになう企業 (以下、「消費地卸」と) と消費者を対象に、消費・流通にまつわる実践とその論理を実証的にあきらかにすることを目的とした。生産地 - 消費地関係がかかえる現実的な問題と同時に、それをのりこえようとする人びとの営みを描きだすことによって、手工芸品のグローバルな循環の動態を解明することをめざした。

3. 研究の方法

(1) ボルガ・バスケットの消費・流通をう

ながす社会・経済・政治的背景の把握

ボルガ・バスケットの消費と流通をめぐるキー概念を析出するため、日本の小売企業によるインターネット広告 100 件、および欧米のインターネット広告 50 件を分析した。またその概念が生じた社会・経済・政治的背景をあきらかにするため、文献調査を実施した。

(2) インターフェイスとしての消費地卸の実践の解明

消費地卸は、ガーナの生産者や仲介業者から商品を購入し、日本の小売店や消費者にむけて販売する、流通の要をになうアクターである。本研究では、商品の継続的な循環における消費地卸の役割とその実践をあきらかにするため、生産地のアクターとの取引の参与観察および聞き取り調査を実施した。参与観察は、筆者が 2010 年以来調査を続けているガーナ共和国アッパーイースト州 N 村にて実施した。

(3) 消費者の購買動機の解明

消費者の購買動機や消費志向を調査し、彼らの消費行為がバスケットのグローバルな循環にどのように関与しているのかを考察するために、以下の調査を実施した。バスケット購入者のブログや口コミの分析、消費者の購買行動を実際にみている小売企業への聞き取り調査。

なお研究期間の制約から、(2)(3)についてはボルガ・バスケットの主要な消費地のひとつである日本の消費者および消費地卸に焦点をあてて調査を実施した。

4. 研究成果

(1) 第一の成果は、ボルガ・バスケットの消費を促す複数の消費潮流を同定し、「オルタナティブな消費実践」ととどまらない消費潮流の多様性こそがバスケットの広範な流通を可能としていることをあきらかにした点である。

具体的には、「インテリア」、「ファッション」、「エスニック / アフリカ」、「手づくり / ハンドメイド」、「フェアトレード」といった、5 つの消費潮流が確認できた。これらはいずれも「ナチュラル」であることや「天然素材」で作られていることを強調する点で共通していたが、強調する価値の異なる潮流ということができた。

「インテリア」および「ファッション」の文脈では、機能性、流行との親和性、見た目のよさ、ファッション性の高さが重視されていた。このことは、バスケットにデザインの高さや形状の均整をもとめることにつながっていた。

他方で、「エスニック / アフリカ」、「手づくり / ハンドメイド」、「フェアトレード」は、大量生産・大量消費社

会における画一化・規格化、機械制生産に異議をとなえる「オルタナティブな消費実践」として比較的新しく成立した消費潮流である。「エスニック/アフリカ」、「手づくり/ハンドメイド」が強調される文脈では、各地の伝統やローカリティ、ゆったりとした全人的な労働のあり方、人の手による仕事であることなどに価値を置いていた。そのことは、形のゆがみや商品の不均質さにも価値を見出すことにつながっていた。

そして、「フェアトレード」は、これまでの消費社会および経済体制が生み出し、再生産してきた南北格差や貧困問題の是正を目的に誕生した潮流であり、「倫理」や「持続可能性」が価値判断の基準となっていた。そこでは、モノが作られたプロセスや生産者に支払われる対価の「公正性」「倫理性」が重視される傾向にあった。

それぞれの潮流が重視する事柄の内実はともかくとして、上記のような複数の消費潮流の存在を生産地の側から眺めてみると、価値の見出し方の異なる複数の消費潮流があることで、品質にばらつきのあるバスケットをもれなく流通にのせることが可能となっていた。以上から、「オルタナティブな」消費実践にとどまらない消費者の嗜好の多様性が、バスケットの循環の原動力となることがあきらかになった。

(2) 第二の成果は、(1)のような複数の潮流がある一方で、いかなる消費理念を掲げていようと、近年の消費者が求めているのは、つまるところ高品質でありながら手ごろな価格で購入できる手工芸品であることをあきらかにしたことである。

広告分析の結果から、本研究がおもな調査対象とした日本消費者の特徴としては、欧米と比べて倫理的消費に関する意識は高くなく、天然素材を使った手づくりの品物であることを重視する傾向がみられた。上記の傾向をふまえながら、日本の消費者の実際の購買動機を、他国、とくに日本のカゴと比較しながら検討した。

その結果、日本の消費者がボルガ・バスケットを購入する理由は、手づくりであることや、魅力的な色柄や形状のほか、「親しみやすさ」、「丈夫さ」、「使い勝手のよさ」、編み目の緻密さ、仕事の丁寧さといった「質の高さ」にあることがわかった。しかし、小売企業への聞き取りから、ボルガ・バスケットの売り上げは上々である一方で、これらの条件を満たしていると考えられる日本の手工芸品の売れゆきは必ずしも伸びていないことがわかった。

売り上げに相違がでる最大の要因は価格であると考えることができた。ボルガ・バスケットは日本のカゴと比べて価格が手ごろ

であるために、気負いなく使えることが、前述のような評価に結びついていた。つまり、ボルガ・バスケットが、質のよさを感じさせながら、価格が手ごろな手づくりバスケットであることが、日本における消費を促していることがあきらかになった。

また、バスケットに質の高さをもとめる風潮は他の消費潮流においても確認できた。近年生産地では、高品質バスケットを集めるために仲介業者による編み手の組織化や「青田刈り」がさかんになっている。その背景には、消費地市場におけるフェアトレードの主流化にともなう商品の差異化の必要性(渡辺2010, Goodman 2003)や、製品の完成度や見た目のよさに価値をおくインテリア・ファッション市場におけるバスケットへの注目の高まりなどがあると考えられた。

以上をまとめると、消費者は商品の質の高さを前提としたうえで、のんびりとした生産のようすや倫理的な労働環境といったオルタナティブな要素を求めていた。消費地卸には、こうした消費者の「わがまま」な欲求を満たす商品を開発し、生産させることが求められていた。

(3) 第三の成果は、商品の循環を維持するための消費地卸の契約外の実践の重要性を実証的にあきらかにしたことである。

近年需要が高まっている高品質バスケットの循環がどのようなかたちで維持されているのかをあきらかにするため、本研究では、生産地との取引関係が短期間で終わった消費地卸と長期間継続した消費地卸の違いに着目した。

高品質バスケットを扱う消費地卸は、形の均整さ、模様の美しさ、注文どおりの色調、原料の後処理のよさなど、一般的なバスケットよりも高い買取基準を設定していた。また、これらの企業は、日本人の用途や嗜好に合う独自のデザインを考案しており、編み手が好きな色柄を編みこむ一般的なバスケットとは異なり、図案どおりのバスケットを生産させる必要があった。

上記のような指定を伴うバスケットを製作することは、編み手にとっては必ずしも最良の選択肢ではなかった。補足すると、ボルガ・バスケットの編み手は専門の職人ではなく、一万人以上の一般の村人である。彼らは農業や小売業など他の生業との兼ね合いをとりながらバスケットを編んでおり、バスケットだけに生計を依存していない。また、上記のような指定のないバスケットの販路もある。編み手にとって、高品質バスケットの製作は、純利益は比較的高くても、(対価が支払われない)編み直しなどのリスクを伴う選択肢であった。

このような状況で、高品質バスケットの取引を長期間継続している消費地卸は、最低でも年に数週間、最大で数年にわたり村に従業員を派遣していた。彼らは編み手の生活や仲

介業者の仕事をよく理解していた。そのため、たとえば編み手の前で製作のやりなおしを依頼する際には、どこが悪いと厳しく責めるのではなく、冗談を交えながらさりげなく修正点を指摘するなど、円滑なコミュニケーションのためのふるまい方を一部身につけていた。また、編み手の管理や指導は地元の仲介業者（生産者からバスケットを買いとり、企業に転売する者）に任せ、干渉しすぎないといった実践もみられた。これは、村人同士でないといけない事情やコミュニケーションの仕方があることを感じとったうえでの実践であると考えられた。

対仲介業者関係では、品質基準以下の商品や契約外の品物を買いつけて仲介業者の仕事を助ける、契約上は禁止しているオリジナルデザインの横流しや商品の転売を黙認する（あきらめる）など、決して裕福ではない現地の状況をふまえた買いつ取りを時折おこなっていた。このような柔軟な買いつ取り実践は、企業の損失にならないという算段のもとでおこなわれるものではあるが、生産地の人びとの生活や彼らが抱くであろう感情への理解や配慮も含んでいた。

上記のような配慮を仲介業者も感じとり、そうした企業との取引は他を差し置いても成功させようとしていた。反対に、契約どおりの取引しか行わない企業とは交渉が決裂し、関係が短期間で終わってしまうことが少なくなかった。以上から、「安くて高品質なアフリカのバスケット」のグローバルな循環は、消費地卸と生産地の人びとの対面的な関係の有無と、生産地社会の生活に関する総体的な理解にもとづく柔軟な商実践によってかろうじて維持されていることがあきらかになった。両者の関係は資本主義的な経済関係であることに違いはないが、その中身は契約外の状況への配慮にもとづく、より「人間的」で「顔の見える」関係であるといえた。本研究は、先行研究で「資本主義的な経済関係を巧みに覆い隠している」と批判されてきた消費地企業の実践を実証的にあきらかにし、その実践が商品の循環に果たす意味を文化人類学的に検討する視点を提供することができた。

(1)～(3)を総合して、本研究は異なる意図をもつ多様なアクターの微細な実践の総体として商品のグローバルな循環の動態を分析する新たな視点を提示した。これらの成果の一部は論文として発表した。また、今年度中にいくつかの論文を公開する予定である。

5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

〔雑誌論文〕(計 2 件)

1) 生久晴香(2017)「ガーナ産手工芸品をめぐる文化横断的な取引関係 外国企業と仲

介業者の関係構築と衝突の事例に着目して」『多文化社会研究』3: 195 - 218. (査読なし)
2) 生久晴香 (2016)「ガーナ北東部の輸出向け手工芸品取引における契約履行 仲介業者と生産者の契約的關係に着目して」『アジア・アフリカ地域研究』16(1): 38-72. (査読あり)

〔学会発表〕(計 1 件)

1) 生久晴香 (2016)「ガーナ北東部の輸出向け手工芸品取引にみられるローカルな社会規範」日本アフリカ学会第53回学術大会2016年6月5日 於日本大学生物資源科学部(神奈川県藤沢市).

〔図書〕(計 3 件)

1) 阿部哲・生久晴香編(2017)『ザンジバルに学ぶ多文化社会の生き方 長崎大学多文化社会学部海外フィールドワーク実習調査活動報告書』長崎大学多文化社会学部. ISBN: 978-4-909175-00-7. 240 ページ.

2) 生久晴香(2017)「人びとの営みから考えるザンジバルの産業と社会 解題」阿部哲・生久晴香編.『ザンジバルに学ぶ多文化社会の生き方 長崎大学多文化社会学部海外フィールドワーク実習調査活動報告書』長崎大学多文化社会学部, pp.64-65.

3) 生久晴香(2017)「『社会経済班』のセミナー実施過程 コーチングフェローの視点から」阿部哲・生久晴香編.『ザンジバルに学ぶ多文化社会の生き方 長崎大学多文化社会学部海外フィールドワーク実習調査活動報告書』長崎大学多文化社会学部, pp.215 - 219.

〔その他〕

アウトリーチ活動

1) 生久晴香(2016)「ザンジバルのカゴ細工」長崎大学多文化社会学部アフリカハウス写真展&ギャラリートーク『It's Zanzibar Style!』2016年11月1日～14日.(ポスター発表)

ホームページ等

長崎大学多文化社会学部「研究活動」

<http://www.hss.nagasaki-u.ac.jp/research.html>

多文化社会学部アフリカハウス

<https://www.facebook.com/sghssafricahouse/>

6. 研究組織

(1)研究代表者

生久 晴香 (USHIKU, Haruka)

長崎大学・多文化社会学部・戦略職員

研究者番号: 10759377