

**科学研究費助成事業 研究成果報告書**

平成 28 年 6 月 29 日現在

機関番号：34302

研究種目：挑戦的萌芽研究

研究期間：2013～2015

課題番号：25580184

研究課題名(和文)文化人類学における文化的ビジネス・スキル開発のための調査研究

研究課題名(英文)Research for the cultural business skills development in cultural anthropology

## 研究代表者

佐々木 伸一 (Sasaki, Shin'ichi)

京都外国語大学・外国語学部・教授

研究者番号：30175377

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 2,900,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、人類学を学び研究をすることによってどのようなビジネススキルが獲得されるかという問題提起であった。結論として、それはフィールドワークを行い、エスノグラフィを作成するために培われたスキルであることが判明した。

まず、「見る」「聞く」力とその記憶の保持、次に俯瞰的な情報の収集力と聞き出す力、さらに情報への偏見を持たずに受容する力とその価値や意味をくみ取る能力である。この3点は当たり前のように思われるが、実際には多くのトレーニングが必要で、また対話型のコンサルティングで不可欠なスキルであることからすれば、ビジネススキルの一端をなすと言えよう。

研究成果の概要(英文)：The present study, was whether that posed a problem any business skills by making the research studied anthropology is acquired. In conclusion, it is carried out the field work, proved to be a skill that has been cultivated in order to create the ethnography.

First of all, is a "see," "hear" forces and the holding of the storage, then holistic collection force and elicit the power of information, power and ability to make aware of the value and meaning to receive without any prejudice to the further information. Although the three points is considered as a matter of course, in fact, it requires a lot of training, also if since it is an essential skill in an interactive consulting, be said to constitute the end of the business skills.

研究分野：文化人類学

キーワード：文化人類学 フィールドワーク ビジネススキル 相対化 情報収集 ダイアローグ

### 1. 研究開始当初の背景

日本の文化人類学は昨今、以前の輝きを失っており、社会での立ち位置も不確かになっているように感じていた。そういったなかで、現在の消費社会で暮らす人びとの「嗜好」を説明できないことに気づき、それが人類学自体の欠陥なのか、それともそれを対象にしてこなかったからなのか、またビジネスエスノというものがあるのに、なぜ人類学はビジネスの領域へと向かわないのか。これらの問題意識を背景として、本研究を開始することになった。

### 2. 研究の目的

本研究では、次の二つの疑問を解明することを目的とした。一つは日本人には「嗜好」についての特定のセグメントが存在するの

か。もう一つは、ビジネスエスノという工学的質的調査法が産業界で作られ、ビジネスに役立つものとされる現状がある。それにもかかわらず、それを行わない人類学は、ビジネスに役立つスキルを本当に内包するののかという疑問の解明であった。

### 3. 研究の方法

「嗜好」のセグメントについては、それを専門の職業とする、マーケティングリサーチ会社への、業務の有り方についての聞き取りを主に行った。

他方、ビジネスに役立つスキルとはという問題については、エスノグラフィに限定せず、人類学一般における研究方法自体を分析し、それがどのような技法で構成されているかの検討であった。

こちらについてはアメリカの事情を参照することにした。なぜならアメリカでは、人類学者がビジネスの現場へ入る事例がかなりみられるようになってきたからである。このため、アメリカでのそれを実際に見聞し、そこにはどのようなスキル群があるかを探索することとした。

### 4. 研究成果

本研究の成果についての位置づけは、国内外で大きく異なる。アメリカでは既に、NAPA (National Association for the Practice of Anthropology) が学会のメインストリームとなり、やっとその端にたどり着いたものでしかない。ただ、日本の事情に通じた会員から、本研究は日本では最先端のそれで、1980年代のアメリカで繰り広げられた苦闘の時期、それとほぼ同じ位置にいるそうである。

こういった示唆も頂いたが、本研究からの発展として、DMO 構築に関わるプランナーという立場を想定し、国立研究開発法人科学技術振興機構の「持続可能な多世代共創社会のデザイン(H28)」へ応募した。これは人類学からではたぶん初の試みで、これまでの JICA 等の援助における仲介や地方振興の試みと

は、その主体性において大きく異なるものとなっており、本研究は日本の文化人類学で、この分野での先端をなすものといえよう。ただいずれにせよこれからが全てで、認知されていくためには初期の NAPA と同様に実践事例を積み上げることが必要と考える。ただ NAPA メンバーから、国際的連携を行おうという提案を受けており、それをベースにできれば、かなり早い時期に一定の成果を出せる可能性は高い。

以下では上記に至る、問題設定から解答へのプロセスを提示する形で、研究成果の報告としたい。

マーケティングリサーチ会社への聞き取りなどを通じて、「嗜好」とは、多様なセグメントと変化の激しいものであるのが実態で、それは、「日本人」というより、極めて多様に分節化した時々の事情でしかない。過去に生成されたそれは伝統文化という文脈で活用され、より最近の伝承は「風俗データベース」として記録され、世代間マーケティングなどに利用されることは事実であるが、大方は今の事情、すなわちビジネスの世界で多用される「世界観」を勘案しつつ、文化操作的な状況構築、つまり新たな嗜好のセグメント開発、これが最前線の状況であることが明らかになった。

この段階において、近代の文化観、国民国家や民族におけるいわば金太郎飴のような、誰もが同じような価値観や考え方をもち、それを支える潜在的な文化的核の存在があるとする考え自体を疑うこととなる。これは E.B. タイラーの文化定義の否定ではなく、極めて単純な社会なら当てはまるそれは、複雑で多種多様に分節化し変化の速い高度な消費社会に当てはめることが無理というだけのことなのである。

このことに関して「開かれた世界 / 閉ざされた世界」という観点が、キーワードとして有効ではないだろうか。人類史をみていくと、世界は常に開かれていたのではないが、アフリカを出発した人類という言い方、聞こえは良いが、人口増の圧力に耐え切れなくなった人びとが、食べることを確保するために移住し続けなければならず、結果として世界中に拡散していったのである。そういった中で新石器革命における穀物生産の開始は、人びとの集住を可能にし、都市文明が成立する。しかし、当時の技術水準からすれば耕作可能地と水や肥料という資源は限られ、人口増が争いや移住を余儀なくされる状況を作り出したといえよう。この状況はその後、世界の至る所で起きていたことは明らかで、詳細は別にゆだねるが、世界はずっと開かれ続け、人びとは空いていそうなところを探し、それがなければ弱そうな他の集団を滅ぼし、あるいは追い出すことで、自己の領域を確保したのである。

それが初めて閉ざされるのが、近代国家の出現時ではないだろうか。近代国家は国境を

定め、その内部における主権を宣言し、それを戦争や軍事力により外部に認めさせ、閉じた領域を構築することに成功する。その内部では中央集権体制のもと国民という観念を作り、その浸透を図るため様々な施策を打ちだし、言語や文化にまでそれは及んだ。数世代に渡るそれにより、「国民」はベネディクト・アンダーソンのいう創造の共同体意識にからめ捕られ、単純な社会のそれであるタイラー的な文化観を自己に適用し、自分たちはこういう独自の存在で、それは絶対的なもので、はるかな昔にまで遡ると主張するようになる。これが今の我々の「常識」であるが、現在の社会を見ればそんな単純でないことは明白である。世代・地域・年齢・階層などの様々なセグメントがあり、そこではビジネスの世界から提供され続けるモノ・コトに頼っての生活が日常となる。それを買ってもらうためには事業体は創意工夫により「変化」をし続ける他はない。この状況での情報は膨大な量になる。その中を分け入っても、様々なその時々状況的構築が見られるだけで、それを統括するような文化の隠された核など実は存在しないのである。

モダンの発想の否定、こういった認識にたどり着き、嗜好のセグメントとは過去ではなく、今現在で生成される事象という結論を得ている。ただこれは過去の全否定ではない。伝承系的事象、その時間経過の長短はあるが、そのモーメントは無視できない。少なからずのモノがモダンという枠組みの中で生き残り、かなりの賛同を今も得ている。とはいえ、それらをも含む現在の極めて多様で多種の状況を俯瞰的に理解し、それを言語化する、その困難さは並大抵のものではないだろう。しかしそれをある程度でもできなければ、我々の今を語ったことにはならない。こういった理解へ辿り着いた段階である。

人類学のビジネス・スキルに関しては、まずアメリカでのビジネス人類学の盛況についての調査を計画、14、15年度の2回についての調査報告を受けた。以下は調査に従事した八巻恵子・高島知佐子の報告の一部である。

「日本と比較して欧米先進国では、文化人類学の産業応用が非常に進んでいる。例えばアメリカでは、地域の貧困問題、空き家対策、高齢者介護、生活習慣病などの健康問題等の地域にある問題や課題について、文化人類学的質的調査を導入し、問題が生じている要因となる社会構造や、人々の行動を起こさせている信念や慣習などの文化を明らかにし、文化操作をすることによって人々の行動変容を促し、社会問題が減少するしくみをビジネスや事業などによって仕掛ける活動が、産学官連携で実施されている。

1980年代には企業のマーケティングリサーチにも広く導入されるようになり、practitioner（学位を持つプロの文化人類学者）たちがアメリカ文化人類学会傘下の学会を設立した。企業組織や職場、生活用品や家

電などの市場調査、プロダクトやパッケージなどの産業デザイン、広告やブランドづくりなどのプロモーション、1990年代以降はIT企業、システム構築、売り場などの空間づくり、人材育成のプログラム設計、発展途上国のNGOの支援プログラムの設計、ビッグデータ都市や地域のデザインにも参与している。北欧はアメリカを追い同様の成果を出している。中国がそれに続こうとしている。これらは Business Anthropology、ビジネス人類学と総称されることがある。

こういった事情を聞きながら、なぜ日本の人類学はこういった「モノ」を受容しなかったのかという疑問が生じた。それについての詳細はここでは省くが、アメリカでもAAAという人類学の保守本流は、上記1980年代に始まった practitioner という有り方を、全く無視してきたことが判明している。先の報告は、事実関係において正しいが、その影響力は、当時は微々たるもので、学会からまともに相手をしてもらうまでは、茨の道だったという。

なお、この点に関して八巻は以下のように語っている。「日本でも文化人類学の産業応用は多くの企業やマーケティングリサーチで取り入れられているが、そのスキルは数日間の企業教育を通じて表面的なノウハウを学んだ程度であり、アカデミックな知識に基づくものでもなく、博士論文作成のプロセスで身につけた職人技とも言える情報処理のスキルとは根本的に異なる技術である。日本でなぜ practitioner の職業が成立しないのかは、日本独自の産業構造に大きな要因があることがこの研究を通じて明らかになった。マーケティングリサーチが欧米諸国では専門性の高いコンサルタントとしてクライアント企業とのパートナーシップの関係にあることに対して、日本においては下請け業者的な構造になっている。各リサーチャーは調査ごとに雇われる不安定な身分の雇用環境に置かれ、クライアント企業の都合の良いデータを創造するエビデンスの量産を担当させられている。製造業の発展と経済的成功のピークを過ぎたのち、日本企業は徐々にマーケティングを外注するようになった。マスマーケティングによる調査では市場や消費者が読み解けなくなった。日本の製造業が弱体化した背景にはこれらの産業構造が大きな原因の一つであることも指摘できる。しかしながら、欧米先進国の成果を見れば文化人類学は市場の課題発見と仮説を立てることに優れた情報処理のスキルを保持していることはまぎれもない事実である。

ただ、こういった報告を聞いても社会に役立つそのスキルとはなにが理解できないなかで、人類学が他の学と大きく異なるものは何かと考え、やっと気づいたのはフィールドワークが人類学に欠かせないことであった。

フィールドワークで、人に話を聞かなければ成り立たないという点が極めて重要であ

る。人は日常、家族・親戚や友人（学校や地域生活での所与のもの）、社会の中での関係者と会話をし、いずれも会話をしなければならぬからするのだが、フィールドワークでは、会話をする必要のない状況で、会話を求める点が大きく異なる。関係がゼロの中で、会話を求め、それを開始し情報を教えてもらう。マーケティングリサーチやビジネスエスノでも、同じと思われるかもしれないが、どちらも話しを聞く対象は、報酬をもらうかステークホルダーで話さなければならない立場であることがほとんどであろう。これに対し人類学のそれは相手の善意にすべてを頼るものである。しかも有益な情報を教えてもらうためには、一種の信頼関係を、いいかえらばダイアログ的な場をそこに作り出さなければならない。これはコミュニケーションの問題としてもよいだろう。

フィールドワークでは、この場を作り出すことが最初の一步である。これをどうやって成立させるかは不分明の部分が多く、これ以上は語れないが、誰からでも話を聞くことができる、これが最初のスキルといってよいだろう。このスキルは、多分現場を踏まなければ身につかない性質のものと思われる。企業セミナーのようなところで、シミュレーション的なそれでは難しいと感じている。それは緊張感に関係している。断られるのが当たり前、真剣勝負、これを繰り返していくことで身につくのではと思う。

現場では「聞く」ことと、それを記憶することが必要で、話を引き出すためには相手の語りを記憶し理解し、それを使いながらさらに話を進めなければならない。その際には、相手の語る情報を価値のあるものと認識し続けることも欠かせない態度になる。これがなければダイアログの場はすぐに消滅するからである。

また「見る」ことも重要で、何があるかを常に細部まで観察すること、これもこういったことを意識してやっとなければ身につかないスキルではないかと思う。いずれも「忘れない」ことが重要となる。メモ、撮影、録画、録音という手段は当たり前かもしれない。それが使えない状況はいつでも起こりうる。筆者もたびたびそういう目に合った。ただそれらは、その現場を経験すると、各シーンが次から次へと思い出され、覚えようとしなくても、覚える現実があると感じる。これについてまだよくわからないが「百聞は一見にしかず」にヒントがあるのではと思う。「一見」とは現場を見なければということだが、それは動画の実態と捉えられるのではないだろうか。人間は時々の現場を動画的に記憶することに長けているような気がする。実際、文字からの記憶と動画からの記憶とでは、後者の方がはるかに簡単なのである。しかし、その記憶を取り出すには、引き金となるキーワードも必要で、あの時に見たこの話という、それを想起させるためのものを、必ず同時に

作成しておかなければならないのである。

改めて整理しておこう。人類学者になるためには、フィールドワークを行わなければならない。フィールドに出たら初心者からプロまで、その現場に何があるかを見なければならない。わからないものがあれば誰かに教えてもらわなければならない。簡単な質問なら傍にいる人に聞くだけでいい、少しの勇気があればよい。しかし根掘り葉掘り聞かなければならない時はすぐに訪れる。話してくれそうな人を見つけ、あるいは知っていそうな人を探し、ダイアログを成立させ、それをなるべく長く保たせる高い緊張感が必要になる。そしてそれらの情報を逐一覚えなければならない。そしてそれらの情報を、ここがもう一つの極めて重要な点だが、どのような「モノ」でも「尊重」しなければならず、また一切否定をしてはならないのである。

以上は情報の収集であったが、得られた情報が理解できない場合も多い。いくら教えてもらってもなぜそうなのか、判断できないまま日々を過ごすことは稀ではない。価値観や世界観が全く異なるから、これは当然のことであろう。手に入る情報をすべてかき集め、それらを何とか摺りあわせ、理解できるような形へと変換していく作業を行うことになる。いうならば、相手の世界の俯瞰的理解で、これがエスノグラフィの土台となる。その際に面白いのは、いろいろ悩むうちに、それぞれの断片が思わぬ形でまとまってくる。別の言い方をすると、断片的な様々な情報のある程度の量を集めると、そこに体系的な形、あるいは大きな塊のようなものが見えるようになってくる。また結びつくはずのない事象間に関係性を見出すことも多い。こういったことが起きていたのだと思い起こされる。これはまだ筆者個人の感覚で、この点について議論をしたことはなく、共有されるかどうかは確かではないが、多くのエスノグラフィを読んでいると、多分同じではないかと想像できるような気がしている。

なお、出来上がったエスノグラフィについて、それが「主観」的理解でしかないという人類学への批判がこれまで多々あった。それへの応答として、それはどうしようもないことで、そういった限界があることを、否定しないというものではなかったろうか。

これは正しいかもしれないが、しかし単純な社会ではなく、高度な消費社会であったとしたらどうだろうか。そこは先述したように本質のない状況構築的な文化操作の世界で、今の「世界観」を探し、それに基づき新たなモノを作っていく場なのである。そこでの断片的な諸事象にかたまりや体系を見出し言語化する能力は、開発の現場において貴重なスキルではないだろうか。

プロジェクトの開発現場、たとえば IDEO のそれでは、せいぜいファシリテーション程度の役割くらいかと研究途上では考えていたが、上記の可能性に気づいた時、産業の中

で欠かせない人材を育成できるのではないかと思うようになった。ただ、これまでの研究と大きく異なるのが、専門性の追求ではなく、俯瞰的な理解へ重点を置けるかである。大学院での教育・研究のありかたでは難しいそれをどのように実現させるかという点と、もう一つはこれまでの研究とは比較にならないほどの膨大な情報を、どのように処理し記憶するかである。これは上述した動画的方法が有効ではと考えているが、なかなか実現はしづらい。企業はビジネスや製造の現場を、そう簡単には部外者に見せてくれない。また見せてくれる部門があったとしても、縦割りの事業体制の中では、そこだけでは全体をうかがい知ることが、当事者でさえも難しいという現状があるからである。

本研究を終えかけた時に、奇しくもジリアン・テットという人物がテレビで紹介されていた。フィナンシャル・タイムズのアメリカ版編集長である彼女は、人類学のいわば真ん中でPHD.を取った後に、金融関係の記者として取材を続け、その俯瞰的理解からの著書や記事は、金融専門の記者とは大きく異なる視点からのもので、それが称賛されているという話であった。『サイロ・エフェクト』文芸春秋、2016という彼女の著書が紹介されていたが、この話を聞き、ここまで綴ってきた人類学者のスキル、それを完全に具現化している事例であることはすぐに分かり、本研究が誤った方向には至っていないことを強く実感した。

最後に、文化人類学のこれまでの有り方を考えると、情報を集めまとめるパッシブなもの、そこにアクティブな要素はありえなかった。ロンドン王立地理学協会での世界の情報の収集、文化人類学の1900年代初頭からのその受け継ぎ、その情報は植民地支配などにおいて価値を持ち、さらにインディー・ジョーンズ的なハリウッドの表現にまでに繋がっている。1960年代の朝日新聞に連載されていた本多勝一の記事やそれ以降も、発信される多様な世界は我々を魅了した。しかしその情動的な価値は、今や日本でもバラエティ番組において活用されるようになった。というより見世物的なその本質を、ハリウッドのように本家が使いだしたということに尽きる。では見世物的なそれを取り去った後に、文化人類学には何が残り、それについて何を研究していけばよいのか。こういった疑問設定が出来よう。考えてよい問題で今後の課題の一つとしたいが、それは縮小再生産的なマーケットでしかないのではという危惧も強い。

しかし、フィールド技法の有効性を考慮すると、本体を温存するには、この技法のさらなる開発を進めることが急務ではないかと考えている。その方向としてパッシブなそれではなく、まだ仮の名だが、アクティブ型のフィールドワークというものを想定している。これは、上記したスキルの積み上げの結果、対象となるフィールドで起きている諸問

題についてのリサーチから、対話型コンサルティングというようなものへと移行できるのではないかと感じている。現地での諸事象を俯瞰的に記憶し、様々な情報、特に話者から提供される情報を、上記では「尊重」しなければならず、また一切否定をしないと述べたが、この価値中立的な立場の維持、文化相対主義的なそれに加え、そのモノ自体においての価値を見いだせないかという認識あるいは態度をどの程度持ち得るか、ここが重要なポイントではないかと考える。それは行為者のプライドの尊重であるとともに、モチベーションの維持やその生成において不可欠だからである。もちろんそれ自体に価値がない現状では、何らかのものを見出すことは無理だが、しかし文化観の変容を遂げている人類学者であれば、「本質」ではなく、今の「世界観」あるいは多様な事象の把握に努めていけば、適切なサゼッションや情報の提示、それをリカバリーする技術やデザインについての連携的提案を示せると思う。この点がかなり大きいのではと感じている。さらに一番重要なのが、ここまで述べてきたフィールドワークの技法自体を伝え、できればそのトレーニングプログラムを提示、これにより経営他の世界での人材育成へとつながるのではないかと思う。

## 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)

〔学会発表〕(計1件)

代表: 伊藤泰信、飯嶋秀治・関根久雄・内藤直樹 / コメンテーター、亀井伸孝・飯田淳子・佐々木伸一「人類学教育と応答性 人類学者の再生産モデルを超えて」日本文化人類学会第49回研究大会、2015.5.30、大阪国際交流センター(大阪府・大阪市)

## 6. 研究組織

### (1) 研究代表者

佐々木 伸一 (SASAKI, Shinichi)  
京都外国語大学・外国語学部・教授  
研究者番号: 30175377

### (2) 研究分担者

高島 知佐子 (TAKASHIMA, Chisako)  
静岡文化芸術大学・人文・社会学部・准教授  
研究者番号: 70590404

### (3) 連携研究者

芹澤 知広 (SERIZAWA, Satohiro)  
奈良大学・社会学部・教授  
研究者番号: 60299162

伊藤 泰信 (ITO, Yasunobu)  
北陸先端科学技術大学院大学・知識マネジ

メント領域・准教授

研究者番号：40369864

八巻 恵子 (YAMAKI, Keiko)

就実大学・経済学部・准教授

研究者番号：10511298

田中 孝枝 (TANAKA, Takae)

多摩大学・グローバルスタディーズ学部・

講師

研究者番号：50751319

(4)研究協力者

平山 弓月 (HIRAYAMA, Yuzuki)

柳田 博明 (YANAGIDA, Hiroaki)

河上 幸子 (KAWAKAMI, Sachiko)