

# 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―

長崎大学多文化社会学部 牛久 晴香

## 1. はじめに

近年、欧米や日本で、アフリカやアジアでつくられる手工芸品をファッションアイテムとして消費する動きがある。手元にある女性ファッション誌、『Oggi』<sup>1</sup> 2016年7月号（小学館 2016）をみると、バッグに限っても、ケニアのサイザルバッグ、フィリピンの麻バッグ、ガーナのファッションバスケット（いわゆる「かごバッグ」）<sup>2</sup>などが誌面に並ぶ。これらのバスケットは、「女度が高まりすぎないように、かごバッグでいい具合のリラックス感を加えます」（小学館 2016：55）というように、ここ数年の服飾業界のキーワードである「ぬけ感」<sup>3</sup>を演出するものとして紹介されたり、とくに説明も付されずにさりげなく流行の服にコーディネートされている。

従来、とくにアフリカの手工芸品は、「エスニック（民族風）」、「アフリカ」、「ノスタルジック」などの表現とともに、うやうやしく紹介されていた。それらは、かつてから日本でひろく流通してきたアジアの手工芸品と同様に、エキゾティシズムとノスタルジアの対象として差異化され、産業化以前のゆったりとした暮らしや場所を想起させるモノとして扱われる傾向がよかった（中谷 2005）。むしろ、アフリカの手工芸品を民族雑貨として扱う傾向はすでに定着している。その一方で、現在では日本人女性の日々のワードローブに知らぬ間にとりいられるような、「ファッションナブルなモノ」としてたち現れてもいる。

ここで、ファッションとは、「生活行動のさまざまな面で、ある一定の時期に、ある価値観に基づく共有の現象が、少数の集団から多数の集団へと移行していく過程の総称」であり、いわゆる「流行」現象を指す（深井 2014）。ただし、この意味での「流行」は服飾（アパレル）ビジネスにおいてもっとも顕著にみられるため、現在では、服飾とファッションは同義語として使われることが多い（深井 2014）。

流行を定義に内包しているファッションを対象としたビジネスは、消費者に前のシーズンの品物を古いと感じさせ、買い替えを喚起すること、つまり品物の陳腐化を制度として組み込んでいる（バルト 1972、南 2003）。本稿でいう「ファッ

ション市場」は、流行を生み出し、新しさを絶えず追求することを志向するアクターからなる服飾品の（抽象的な）販路・マーケットを指している。

詳しくは後述するが、ファッション市場向けのバスケットは、民族雑貨や手づくりバスケットとして取引される場合よりも、厳格な生産・品質管理が必要となる。本稿でとりあげる「ボルガ・バスケット」の場合、このことは外国企業の関係者が生産に直接的に関与する状況を生み出している。

それにより、生産現場では社会的、文化的背景の異なる人びととの経済的なやりとりが展開する。こうした状況は、学術的には「文化横断的な取引関係 (cross-/inter-cultural business relationship, inter-firm relations)」としてとりあげられている。文化横断的な取引関係の研究は、「文化」を掲げていながら、文化人類学よりも経営学の視点から進められている<sup>4</sup>。その背景には、グローバル化の進行にともない、人びとが空間的な距離や文化的、社会的背景の違いを超えて、経済活動で協働する機会が増えたことがある。企業関係者が文化的差異によると思われる取引上の問題を実感するようになったため、経営学的な関心が高まったのである (Doney et.al. 1998, Leung et. al. 2005)。

多くの先行研究が、文化、あるいは社会的な規範や価値観を表す指標として重視してきたのが、「ホフステードの文化の5次元(Hofstede's five-dimension of culture)」である。ホフステードは、IBM社の72カ国、88,000人以上の従業員に対して大規模な質問紙調査を実施した。彼は「文化」を「ある人間の集団の一員を他の集団と区別する、集合的にプログラミングされた志向性 (the collective programming of the mind)」(Hofstede 1980: 25) と定義し、国によって1) 個人主義／集団主義、2) 権力の格差 (power distance)、3) 不確実性の回避、4) 男らしさ／女らしさ、の4点に違いがみられること、そしてこれらの文化的背景が従業員の仕事へのとりくみ方に影響していることを統計学的に示した (Hofstede 1980)。彼はのちの研究 (Hofstede and Bond 1988) で、上記の指標に5) 将来志向／過去・現在志向をくわえ、「文化の5次元」アプローチを確立した。

このアプローチは、その後の企業間関係や取引関係の分析にひろく応用された。彼の文化のとらえ方は、文化を極度に単純化している、個人による多様性を捨象しているといった批判を受けてきた (Sivakumar and Nakata 2001, Kirkman et. al. 2006)。その後の研究によって指標の改善が図られはしたが、近年の研究レビュー (Leung et. al. 2005, Tsui et. al. 2007, Jackson 2013) をみてもわかるように、現在でも多くの研究がホフステードのとったアプローチのうえに議論を展開している。

一例を挙げよう。2017年1月時点で1,200以上の論文に引用されているドーニー

ら (Doney et.al. 1998) の研究は、文化の違いが、取引の円滑化に貢献する信頼関係の構築にあたる影響について、理論的な概念整理をおこなっている。

ドニーらは、文化を「人間の集団の間で共有され、[その集団に属する個人の] 生き方の見取り図を構成する価値と規範の体系」と定義する (Doney et. al. 1998: 607)。そのうえで、1) 自己との関係、2) 他者との関係、3) リスクとの関係に着目すると、社会の文化的傾向性は集団主義的／女性的か個人主義的／男性的かのふたつに大別できるという。

ドニーらの議論は、こうした社会の文化的傾向性の違いは、取引をするにあたりどのような人物を信頼するかという個人の判断基準につよく影響するというものである。たとえば、個人主義的／男性的な文化を身につけた個人は、相手を信頼する際に、提案の経済合理性や相手の能力の高さ (competence) を重視する。他方で、集団的／女性的な文化を身につけた個人は、相手が自分を裏切るおそれがないか、あるいは両者の利益に献身的に行動するかを重視する。このような個人の文化的傾向性に配慮してふるまうことにより、相手の「信頼を勝ち取る (earn trust)」ことができ、よりよい取引関係が構築できるだろうと、彼らは主張する (Doney et. al. 1998: 616-617)。

この研究に表れているように、経営学的な先行研究の問題意識は、単純化すれば、文化的背景が異なる人びととの取引を円滑に進めるにはどのような対策が必要か、ということである。そのため、多くの研究は量的調査をおこない、大づかみに文化的傾向をとらえ、相手の行動を予測、計算することをめざす。

上記のようなアプローチは、文化をはっきりと線引きができる静態的な体系ととらえている点で問題がある (Welge and Holtbrugge 1999, Jackson 2013: 22)。また、個人の行動が生まれ育った社会の価値体系に決定されるという本質主義的な想定にも危うさがある。さらに、これらの研究は、取引上の問題をひきおこす文化的な諸要因を研究者が予想できることを暗黙の前提としている。質問紙を準備する段階で、それらはすでに一定程度あきらかになっているのである。しかし、現実の要因は本当に研究者があらかじめ想定できるようなものばかりなのだろうか。

そこで本稿では、社会的、文化的背景が異なる人びとのあいだの取引で、そもそも何が問題となっているのかを、事例からくみ上げる方法を採用する。本稿は、理論化や他事例の分析への応用を第一の目的とはしていないので、あくまでも個別具体的な事例の分析に終始する。しかし、いくつかの研究が指摘しているように、人間の行動が文化だけでなく状況や文脈、相手によって左右されることをふまえれば (e.g. Leung et. al. 2005: 366-369)、事例を丁寧に分析し、取引の内容や、

個別的な関係性、問題が起こる／起こらない状況をひとつひとつあきらかにしていく必要があると筆者は考える。

以上をふまえて、本稿では、ガーナ北東部でつくられる「ボルガ・バスケット」をめぐる外国企業と地元の仲介業者のやりとりに着目し、両者のあいだの文化横断的な取引においてどのような問題が生起していたのかを検討する。取引はどのようなかたちで進められ、両者のあいだにどのような関係が育まれてきたのだろうか。取引をつづける過程で、問題や衝突はなかったのだろうか。衝突があったとしたら、それは何をめぐって起こったのだろうか。彼らは取引関係の崩壊をどのようにして回避してきたのだろうか。これらの問いに答えることをつうじて、外国企業と仲介業者の衝突の背景には、バスケット生産の時間や対価に関する企業と生産者（以下、「編み手」とする）の考え方の相違があったことをあきらかにする。そして、衝突にもかかわらず取引をつづけていくことができた要因に、長年かけて培ってきた仲介業者との信頼関係にもとづく、外国企業の一種の不干渉の姿勢があったことを論じる。

筆者は、2010年から2014年のあいだに計18ヶ月間、ボルガ・バスケットの生産と取引に関する現地調査を実施した。以下の考察は、バスケットの生産・集荷・出荷に関する参与観察と聞き取り調査、および企業関係者や仲介業者から聞き取ったライフヒストリーに基づいている。また、企業、仲介業者、編み手のあいだ、および彼らと筆者のあいだで交わされた日常的な会話の内容を記録し、取引関係の分析に活用した。調査はグルニ語（Gurene）、英語、日本語でおこなった。なお、登場する人物の氏名は、本名での記載を希望した者を除き、仮名を使用した。文中に記載された年齢は、2014年3月当時のものである。



写真1 オールドックスなボルガ・バスケット

出所：筆者撮影



写真2 A社のバスケット

出所：筆者撮影

## 2. ボルガ・バスケットと調査地の概要

### 2.1. ボルガ・バスケットの概要

ボルガ・バスケットは、ガーナ北東部で輸出向けに生産される、イネ科草本を用いた手づくりのバスケットである。「ボルガ」の名称は、生産地域にある地方都市で、アッパーイースト州（Upper East Region）の州都であるボルガタンガ（Bolgatanga）の名前に由来している。その名が示すとおり、生産地域は主にボルガタンガ市周辺の農村地帯で、その範囲は同市から15km以内と非常に小さい。

しかしこのバスケットは、「カラフルな色が可愛いインテリアバスケット」（キャラバンサライ online）や、「使い勝手が良くしてお洒落なバッグ」（Import Outlet Musee online）、またフェアトレード商品として、日本や欧米、オセアニアを中心にひろく流通している。2010年の輸出額は70万米ドル、輸出量は370トンであった（GEPA 2011）。これは大型のバスケットで65～70万個、小型のバスケットで約150万個に相当する。

ボルガ・バスケットは、形状や色、模様といったデザインが多様である。また、原料の太さや編み目の緻密さを変えることにより、品物の印象が大きく違ってみえる（牛久 2014）。そのため、各外国企業は、ターゲットとする市場や消費の文脈にあわせて、趣の異なるボルガ・バスケットを取り扱う。

消費の文脈とバスケットのタイプはふたつに大別できる。第一に、民族雑貨やアフリカ手工芸品、あるいはフェアトレードといった、「エスニック」や「アフリカ」を強調する文脈である。こうした文脈で扱われるボルガ・バスケットは、素朴さを感じさせるボリューム感のある形状で、比較的単純な模様を編みこんだデザインが多い（写真1）。第二に、ファッションバッグやインテリアといった、「ファッション性」や「デザイン性」を強調する文脈である。この文脈では、近年のファッションに合うような、シンプルかつモダンな印象を与えるバスケット

が必要とされる（写真2）。本稿で検討するのは、後者のタイプのバスケットの生産である。

## 2.2. 調査地の概要

筆者が集中的に調査をおこなったのは、ボルガタンガから北西に約8kmの地点に位置するN村である（図1）。2010年の国勢調査によると、N村の人口は2,553人で、主な民族はグルンシである。

N村では老若男女問わず、ほとんどの住民がバスケットを編むことができ、その多くが日常的にバスケットを製作し、販売している。非公式なデータではあるが、2009年にN村の一部を対象に実施された就業調査によれば、15歳から59歳の住民の半数以上が自身の職業を「編み手（weaver）」と回答している（University for Development Studies 2009: 15）。ボルガ・バスケットは、一部の専門職人ではなく、ひろく一般の村人の手によって編まれているのである。

N村はボルガ・バスケットの生産と流通の拠点として中心的な役割を担ってきた村である。N村には1990年代前半、流通拠点であるボルガタンガ市以外ではじめて、バスケットの買いつけ市が立った。現在でも、N村の買いつけ市は約50ある生産村のなかで最大規模を誇っている。また、2013/14年にN村をつうじて取

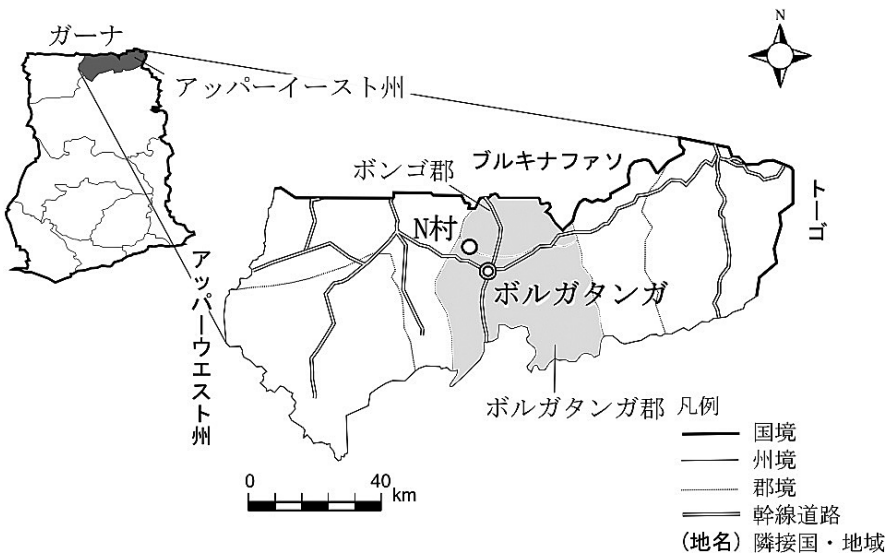


図1 調査地周辺地図

出所：筆者作成



引されたバスケットは25万個以上<sup>6</sup>と推計され、産業全体において重要な地位を占めている。

こうしてボルガ・バスケットの一大生産・流通拠点となったN村は、複数の外国企業をよびこむこととなった。2010年から2014年の間に、日本企業が2社、アメリカ企業が2社、デンマーク企業とフランス企業がそれぞれ1社、一定以上の期間N村の仲介業者と直接取引をおこなっていた。1度きりの取引や、100個以下などの小規模な取引を含めれば、少なくとも10の外国企業がN村にやってきた。

### 2.3. ボルガ・バスケット産業における外国企業と仲介業者の位置づけ

ここで、本稿で「外国企業」、「仲介業者」と呼ぶアクターの位置づけを示しておきたい。図2は、N村でつくられるバスケットの生産と流通に関わるアクターを示している。

外国企業は、ガーナやブルキナファソ<sup>7</sup>の卸売企業あるいは仲介業者からバスケットを仕入れ、日本や欧米などの消費地の小売店や消費者に販売する役割を担う卸売企業を指す。外国企業の主な役割は、消費地における商品の流通(distribution)にあるが、外国企業のなかには、生産村に赴き、生産や出荷などに積極的

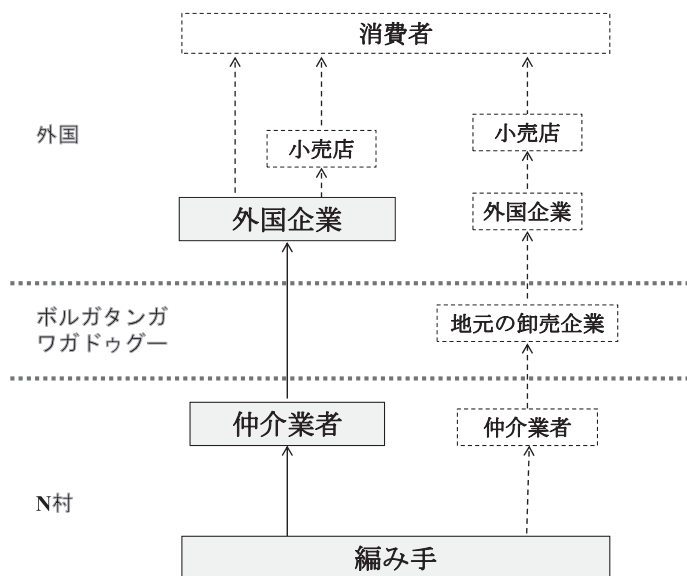


図2 ボルガ・バスケットの生産と流通に関わるアクター

実線部を本文で詳述する

出所：現地調査より筆者作成

に介入しようとする企業もある。そのような企業の関係者は、生産村に一時的に、しかしくりかえしやってきて、一部の村人と対面的な関係をもつ。

外国企業と実際に取引をおこなう相手は、地元の仲介業者である。仲介業者は、編み手からバスケットを買い集め、地元の卸売企業や外国企業に転売するアクターである。2013年から2014年にかけて、N村では21名の仲介業者が活動していたが、そのうち18名が地元の卸売企業にバスケットを転売し、3名が外国企業と直接取引をおこなっていた。

図からもわかるように、仲介業者は編み手とのやりとりを一手に引き受けており、国内外の卸売企業が編み手と直接やりとりすることはほとんどない。その理由にごく簡単にふれておくと、まず卸売企業は消費地の企業への商品の分配業務や輸出業務に忙しく、何百人もの編み手とじかにやりとりする時間がない。他方で編み手の側も、「オフィス（＝卸売企業）の人たちとは話し合えない」と語り、企業との直接的なやりとりを嫌がる傾向にある。また、仲介業者は企業と編み手に一定の距離を置かせつづけることで利益を得ているので、企業がまず自分たちにアクセスせざるを得ないような体制を整えているという事情もある。そのため、企業が望みどおりのバスケットを手に入れるためには、仲介業者との密なインタラクションが必要となっている。

このことから推察されるように、仲介業者の役割は単にバスケットを集め、転売するだけにとどまらない。彼らは、編み手を組織し、技術指導をおこない、生産をうながすなど、編み手を動かし、バスケットを市場に供給していくうえで多面的かつ重要な役割を担っている（牛久 2012, 牛久 2016）。

品物を確実に供給していくための方策の一環として、多くの仲介業者は一部の編み手と長期的に取引をおこなう約束を交わしている。仲介業者はこのような約束を交わした編み手を「グループ」もしくは「僕の編み手（*mam wugeriba*）」と呼ぶ。ひとりの仲介業者の「僕の編み手」の数は40名から1,150名と差があるが、仲介業者がバスケットを集荷するにあたり、「僕の編み手」は重要な存在である。

さて、ボルガ・バスケットの仲介業者は、そのほとんどが編み手と同じ場所で生活をともしする村人である。N村で活動する仲介業者の場合、ブルキナファソの町からやってきた1名以外は、全員がN村あるいはその隣村で生まれ育った者であった。この1名も含め、すべての仲介業者は編み手と同じグルンシである。

本稿でとりあげる仲介業者タヒルも、N村で生まれ育ったグルンシの男性である。彼は、外国企業と直接取引をする3名のうちのひとりである。顧客は年によって変わるが、2013/14年はフランス、日本、アメリカの3つの外国企業と、ガー



ナの首都アクラ（Accra）にある複数のみやげ物店に、計11,000個強のバスケットを卸していた。

多数のバスケットを取り扱うため、タヒルは「クラフトセンター」と呼ばれる建物をN村に所有している。クラフトセンターは、本来編み手に技術を指導する場所として建てられたが、増改築を繰り返し、現在では在庫管理用の倉庫や、後述するバスケットの装飾・修正工程の作業場所としても使われている。

また、タヒルは多数の編み手を組織している。彼が「僕の編み手」と呼ぶ編み手（以下、「タヒルの編み手」とする）は約600名いる。これは、N村の仲介業者のなかで2番目に多い人数である。上述のとおり、N村では男性も女性もバスケットを編むが、タヒルの編み手は9割ちかくが女性である。

現在タヒルは4名の現地スタッフとともに仕事にとりくんでいる。その内訳は、マネージャー（品質管理を兼務）1名、品質管理スタッフ1名、技術アシスタント1名、集荷アシスタント1名で、いずれもN村の村人である。スタッフは月給制で雇用されている。

タヒルが多数の編み手を組織化し、スタッフを雇用しているのは、フランス企業A社との取引を円滑に進めるためといっても過言ではない。上述の約11,000個のバスケットのうち、約7,000個はA社に出荷されたものであり、同社との取引が彼の事業の中心となっていることがわかる。

以下ではN村の仲介業者タヒルとフランス企業A社の取引に焦点をあてる。まず、タヒルとA社の取引がどのようなかたちで進められてきたのかを、時系列で概観する。

### 3. 協働の過程で培われる相互理解

#### 3.1. 取引開始の経緯

A社の社長であるアリシアは、ファッションブルで情熱的な40代の女性である。彼女はフランスに生まれ育ったが、大学のときにとりくんだ染織の研究で日本に興味を持ち、大学卒業後は3年間、日本のアパレル企業で品質管理担当として働いた。その後フランスに戻り、フランスのアパレルメーカーと日本の小売店を取りもつ通訳の仕事をはじめた。

フランスに戻る前、バカンスで訪れたセネガルが強く印象に残り、休暇のたびに西アフリカに行くようになった。2002年頃、友人とブルキナファソに旅行に行き、ボルガ・バスケットを見かけ、一目で魅了された。彼女は「この素敵なバスケットを使って何かできないか」と考え、かごバッグを主力商品としたアパレル

メーカーA社を立ち上げた。彼女は、自身の経験や人脈を活かせる日本のファッション市場をターゲットに定め、シンプルながらファッション性の高いバスケットを開発することに決めた。

アリシアはまず、旅行中に会ったブルキナファソの卸売企業にバスケットの生産を依頼した。しかし、送られてきたバスケットは注文にまったく応えていなかったという。それでもしばらくはこの企業と取引をつづけたが、ボルガ・バスケットの流通のしくみがわかってくるにつれ、彼女は生産者とより直接的に関わるガーナの仲介業者と取引をしたほうがよいと考えるようになった。そして、知り合いの紹介で出会ったのが、タヒルであった。アリシアは、彼が主催する手工芸協会（後述）の活動や、誠実そうな人柄から、彼であれば一緒に仕事ができるだろうと考え、取引をはじめたという。

タヒルにとって、A社ははじめての外国人の顧客であった。2004年にA社と取引をはじめると、タヒルはバスケットの製作によりつよく関与していた。彼は10歳のときに実父を亡くしたため、自身でバスケットを編み、生計をたてていくことにした。彼は優れた編み手で、地元の卸売企業の社長にその腕を買われ、1990年代初頭から、編み手に技術を教えるトレーナーとして活動した。1995年からは、地元の卸売企業を相手にバスケットの転売をはじめたが、取引の規模は小さかったという。

上記の過程で多くの編み手と関わり、支持を得たこともあって、タヒルは1998年に弱冠27歳で郡議会議員に当選した。彼は、当選後すぐに「N村手工芸協会」を設立した。手工芸協会の活動では、編み手が仲介業者にバスケットを高く売れるように、製作で気をつけるべきポイントや新しいデザインの編み方を教えた。こうして育てた編み手と協働し、タヒルは仲介業者としてA社との仕事を進めていくことになる。

### 3.2. 取引内容

A社は、当時前例のないようなバスケットの製作をタヒルに依頼した。現在でも、同社のバスケットは他の企業が注文する品物に比べるときわめて特殊である。その背景には、A社がファッション市場向けの品物を取り扱い、かつその取引先が日本の小売店のなかでも上級品を取り扱う企業であるという事情がある。

ファッション市場向けの品物を扱うということは、数多あるアパレルメーカーと競争していくことを意味する。この競争で生き残るためには、「一点もの」といった唯一性や、素朴さだけを売りにするのでは不十分で、シーズンの流行をとらえ、女性のおしゃれ心をつかむようなバスケットをつくらなければならない。

そのため、A社のバスケットのデザインはプロのファッションデザイナーが考案する。デザイナーが考案するバスケットは、村で昔から編まれている形状とはまったく異なるし（写真1、2）、今まで地域になかった編みの技法が必要になることもある。

また、流行を取り入れるということは、シーズンが変われば品物が陳腐化してしまい、魅力を失いかねないことを意味する。去年の春に流行したものは、来年の春には消費者をひきつけられないかもしれない。そのため、形状や色、模様は毎シーズン変更される。

くわえて、ファッション製品の場合、品物がかもし出す季節感も消費者の選択に大きな影響をあたえる。とくにA社にとって最大の市場である日本では、かごバッグは、外観の涼しげな印象から「春夏物」として定着している。商機を逃さないためには、小売店からの急な注文にも対応しなければならない。このように、ファッション市場向けの品物がもつシーズン性は、仲介業者や編み手が納期を厳守しなければならない状況をつくりだしている。

また、A社の取引先は、ユナイテッドアローズやシップスなどの「ラグジュアリー・カジュアル」を掲げるセレクトショップ<sup>6</sup>や、大丸や伊勢丹などの百貨店である。これらの小売店は、多少価格が高くても取り扱う品物の質の高さが保証されているために、消費者から信用を得ている。そのため、バスケットに関しても、編み目の緻密さ、均整のとれた外形、均一な染色、美しく編み出された模様といった品質の高さがとくに問われる。

さらに、品物が均質であることも重要である。上記の企業は、近年はインターネット上での小売もおこなっており、見本写真と実際に届いた品物に差があれば、消費者の信用を失うおそれがあるためである。以上のようにA社は、他の外国企業にもまして、品質の高さと品物の均質性をもとめたのである。

### 3.3. A社の倒産とその後の展開

上記のようなバスケットを扱おうとしたA社の事業はたちまち行きづまった。タヒルにバスケットを注文するようになって、品質に問題があったり、納品が大幅に遅れたりして、取引がうまく進まなかった。状況は好転しないまま、事業を開始してわずか3年ほどで、A社は倒産する。それでも、アリスはアパレル系商社を経営する父親や、民間投資家の支援を受けて、すみやかに会社を再建した。

倒産を経て、彼女は消費者の目をもっている者による品質管理が必要だと考え、タヒルにN村手工芸協会をNGOにし、国際援助機関に支援を要請することを提

案する。そして、彼女のねらいどおり、2007年から2011年のあいだに、2名の日本人女性が青年海外協力隊（以下、「JOCV」と記す）として手工芸協会に派遣された。JOCVの活動目的は、主に品質管理、納期管理、組織運営の改善であった。

1人目のJOCVであったチヒロは、タヒルの業務を分担する者が必要であると考え、スタッフを雇用することを提案した。当初彼は乗り気でなかったようだが、チヒロとアリシアの説得により、3名の現地スタッフを雇用することにした。

2011年、3人目のJOCVが派遣されないことが決まった後、品質と納期の管理が難しくなると考えたアリシアは、1人目のJOCVであったチヒロをA社の従業員として雇用し、品質管理担当として1年間現地に駐在させた。

以上の経緯をみると、アリシアは外国人をよびこんだり、スタッフを増員させることによって、自身の事業を成功させようとしてきたようにみえる。しかし、倒産を経験してもなおN村でバスケットをつくることにこだわったのは、タヒルがいたからに他ならないとアリシアは語る。「(事業をはじめて) しばらくは、よいバスケットを全然つくれなくて、毎日どなっていたの。それでも、タヒルは私がダメといったバスケットをひとりで全部直してくれた。私を責めたり、仕事をやめたりすることもなく、頑張ってくれた。タヒルでなかったらN村でバスケットをつくることはとっくに止めていたと思う」[2013年12月18日聞き取り。以下、大かっこ内の日付は聞き取りをおこなった日付を表す]。

実際に、タヒルはアリシアのもとめるバスケットをつくるべく、並々ならぬ努力をつづけてきた。彼はA社と仕事をはじめて4年ほど、見本製作、技術指導、編み手への注文のふりわけ、進捗状況を確認するための編み手訪問、集荷・出荷作業、編み手への代金の支払い、輸出業者の手配といったあらゆる仕事をひとりでこなしてきた。通常これらの仕事には、どれだけ小さな規模の取引でも、「マスターウィーバー」(後述)、仲介業者、卸売業者の3名が関わる。タヒルがこれらの仕事をひとりで抱え込んできた背景には、他の編み手や仲介業者にA社の仕事を頼むことが難しかったことがある。

前述のとおり、A社のバスケットの多くは、編み手が今まで編んだことのないようなデザインであった。タヒルはこれらの編み方を自ら考え、編み手に教えて回った。しかし、一般的な仲介業者は、これらの仕事をマスターウィーバーと呼ばれる編み手に依頼する。村人によると、マスターウィーバーは、「どんなバスケットでも編めてしまう、天賦の才能がある編み手」であるという。彼らは新しい編み方を考え出し、他の編み手に教えることに長けている。

しかし、マスターウィーバーは、英語で細かく指示が書かれたデザイン画の図

面になじんでいなかった。そこでタヒルは、高いバスケット編みの技能、英語能力、そして高校時代に学んだ建築学の図面に関する知識を活かし、編み方を自分で考案した。図上のバスケットを立体として再現することで、実際にはどのように編めばよいかを編み手が理解しやすいようにするためである。タヒルは、まずマスターウィーバーに編み方を教え、彼らとともに実際に製作を担当する編み手の元へ行き、技術の指導にあたった。

見本製作と技術指導にはかなりの時間がかかる。A社は一度の注文でも、実に多様なバスケットを注文する。たとえば2013/14年の場合、10月から3月までの期間に注文されたバスケットの形状と模様の組み合わせは、29種におよんだ。以前はここまで多くはなかったにしても、地域になじみのない何種ものバスケットをデザイン画どおりに再現するために、タヒルが試行錯誤を重ねたであろうことは想像に難くない。また、一回の技術指導には5、6時間は必要である。いくつものデザインを数百人の編み手に教えて回るためには、多くの時間を割かなければならなかったはずである。

現在では、編み手も製作経験を重ね、以前のデザインのアレンジといえは伝わるようになったため、タヒルが自ら編み方を考案したり、教えて回ったりする回数は減った。しかし、今の状況はタヒルが費やしてきた時間と努力のうえに成り立っている。

製作面だけでなく、アリシアと村人の仲立ちをすることも、ほかの人には難しい仕事であった。アリシアが村に来るようになって10年以上経った現在でも、タヒルは両者の関係をとるもつために、細心の注意を払っている。ひとつだけ事例を挙げよう。

### 事例3-1. 「アリシアの仕事」の難しさ (2013年12月27日)

この日は、出荷する品物の最終チェックと箱詰め作業が佳境をむかえていた。アリシアはこの翌日にN村を離れ、帰国することが決まっていた。

この日は筆者も朝から作業を手伝っていた。16時頃、アリシアはため息をつきながら、ひとつのバスケットを不合格品に回した。そのバスケットは下部が膨らんでおり、形状の均整がとれていないとみなされたのであった。彼女はその前にも、バスケットに直径2cmほどの穴が開いているのを発見したばかりであった。

これらは、現地スタッフのデボラがすでにチェックしたはずのバスケットであった。作業の進捗の遅さに焦りを感じていたアリシアは、「本当にチェックしたの？これじゃあ、あなたの言うことを信じられない」と声を荒げ、きつい口調でデボラを責めた。

側にいたタヒルはすかさず、「彼女の集中力の問題はあるが、これは僕のミスだ。このバスケットは、デボラがチェックして『よくないんじゃないか』と僕に見せてきたものだ。だけど、僕は少し遠くにいたから、よく見ないまま OK を出してしまった。彼女はダメだと思っていたのに、僕を恐れて合格品に回してしまったんだ」と、デボラをかばった。アリシアはタヒルに対しても少し文句を言ったが、かんしゃくを鎮めて作業に戻った。

筆者は、一日中デボラの横でチェックを手伝っていたが、彼女とタヒルのやりとりをみかけなかった。のちほど、筆者はタヒルに「先ほどは大変だったね」と声をかけた。するとタヒルは、2008年頃から品質管理を担当してきたサンドラを引き合いに出し、以下のように語った。「サンドラはアリシアとのつきあいが長いから、彼女が何を求めているかがわかってるんだ。サンドラだって、最近では正直に「チェックを忘れていた、ちゃんと見ていなかったなど」と言うが、昔はそうじゃなかった。けれど、デボラは違う。彼女は2008年に3ヶ月間だけ僕と働いたことがある。でも、その後クマシ (kumasi、ガーナ南部の大都市の名) に行き……、2012年に戻ってきて、やっと1年くらいつづけて働いている。デボラはセンスがあるし、よくやっている。でも、まだ僕らの仕事を全部は分かっていない。この仕事を完璧に理解するには、3年は必要なんだ。」

この事例では、タヒルがアリシアに非難されたスタッフをかばい、「自分のミス」と言うことでその場を収めた。しかし、その後のタヒルの発言からは、スタッフが本当は先のバスケットをチェックしていなかったと想定していたことがわかる。そのうえで、彼がスタッフをかばったのは、彼女がまだ「僕らの仕事」を理解していないからだと述べている。

ここで、「僕らの仕事」という表現を理解するために説明をくわえたい。アリシアをはじめ、村に滞在するたいの外国人は、出荷前にものんびりしているように見えるタヒルやスタッフ、編み手の様子にいらだち、周囲を無視して黙々と作業をしたり、声を荒げたりする。こうした外国人の姿を、村人はやれやれといった様子でみているし、その場にいと面倒なことになるから、なるべく関わりたくないと思っている。他の仲介業者との仕事では、製作や出荷作業の現場に外国人がいることはないのだから、村人にとっては、これはタヒルのバスケットをつくる際に特有の問題である。こうした事情もあいまって、タヒルは常に編み手やスタッフが自分から離れていくことを懸念していたし、実際に何人もの村人が離れていった (牛久 2016)。

以上をふまえると、「僕らの仕事」というタヒルの言葉には、外国人とのつき



あい方を知り、うまくやっていくためのふるまいや態度を身につけることが含まれていると考えられる。せっかく仕事を請け負ってくれた編み手やスタッフが、それを理解する前に嫌になり、自分から離れていってしまう事態はできるだけ避けたい。だからこそ、これまでのつきあいのなかで、外国企業と村人の双方をよく理解している彼が、両者の間をとりもつ必要があるのである。

こうしたタヒルの仕事ぶりをみて、他の村人もA社の仕事はタヒルにしかできないと考えていた。タヒルを含む複数の仲介業者のもとでアシスタントなどの仕事を請け負ってきたハサンは、以下のように述べた。「サキ（注：タヒルの顧客である日本企業の担当者の名前）の仕事は問題がない。彼女は他の仲介業者にもバスケットを頼めばいいからね。でも、アリシアにはタヒルしかいない。他の人じゃアリシアと仕事はできないよ」[2013年12月30日]

以上のように、タヒルはA社と取引をつづけていくために、他の仲介業者以上に奔走してきた。それではなぜ、タヒルはここまで献身的に仕事にとりくんできたのか。その理由をタヒルの口から聞くことはなかった。ただし、タヒルはアリシアがN村に来たことにより、村全体のバスケット生産が盛り上がったと考えている。彼は、筆者にN村のバスケット生産の歴史を話す際、「N村が他の村と違うのは、編み手がいろいろなデザインのバスケットを編めることだ。アリシアが来てくれたおかげで、編み手はたくさんの編み方を覚えたし、そこから新しいデザインも生まれたんだ」という旨の発言をくりかえしていた。この言葉には、アリシアとともにN村のバスケット生産の発展に貢献してきたことに対する彼の誇りが感じられる。タヒルは、A社の事業の方向性を支持しているからこそ、彼女の考えや性格も深く理解したうえで、取引をつづけるために尽力してきたのである。

こうしたいきさつを経て、現在はA社の事業も軌道に乗った。2010年に2,000個弱だった出荷個数は、2013/14年には3倍以上に増加した。A社のバスケットは日本の主要な女性ファッション誌にも頻繁に掲載されるようになり、売り上げは右肩上がりに伸びている。ここ数年は、欧米にも販路を開拓し、N村のバスケットをさらに世界に広めている。

ここまでをまとめると、アリシアとタヒルは偶然の出会いから共に仕事をしていくことになった。その過程で、両者は多くの問題に直面した。しかし、タヒルは、A社の仕事内容やアリシアの人柄を深く理解し、彼女のもとめるバスケットをつくるべく奔走してきた。アリシアもここまでのタヒルの努力に感謝し、倒産を経験したにもかかわらず、彼と共にN村でファッション市場向けのバスケットをつくりつづける道を選んだ。彼らは取引をつづける過程でかけがえのない仕事

のパートナーとなり、共にA社の事業を発展させてきたのである。

#### 4. 生産をめぐる意見の相違—仲介業者が外国企業の提案を拒否したとき

上記のように、タヒルはA社の仕事を誰よりも理解し、受け入れてきた。そうしたタヒルの姿を、外国企業の手先となって村人を動かし利益を得る「買弁(compradore)」のようにとらえる読者もいるかもしれない。事実、タヒルをはじめ、仲介業者に収入をもたらすのは国内外の顧客企業であるから、彼らは基本的には企業の要求を全面的に受け入れる。そうしなければ、仲介業者は顧客と収入源を失うおそれがあるためである。

それにもかかわらず、タヒルがA社の提案や要求をかたくなに拒否する出来事があった。以下では事例から、A社が何を問題とし、タヒルがどのような考えにもとづいて同社の提案を拒否したのかを検討する。

##### 事例4-1：納品の遅延をめぐるアリシアとタヒルのやりとり（2012年8月）

編み手は自宅でバスケットを編む。仲介業者は、進捗状況を確認するために頻繁に編み手の自宅を訪問して回るが、庭に転がっているバスケットからできばえを推察したり、何個くらい編めているかを口頭で聞くことがせいぜいで、実際にバスケットを見ることができるのは、約束のバスケットを集荷しに行く、出荷予定日の直前になることがほとんどである。

このときは、注文されたバスケットが新しいデザインだったこともあり、複数の編み手が品質基準にかなうバスケットをつくれず編み直しとなり、出荷が数日遅れてしまった。似たような理由で出荷が遅れる事態は、過去に何度も起きていた。

この出来事を受けて、アリシアは「自宅で編ませるから直前まで間違いに気づかない」と言い、編み手をクラフトセンターに呼び、最初の一個だけでもタヒルの目の前で編ませることを提案した。しかし、タヒルは渋い顔をして「編み手はセンターに来たがらないし、きっと来ない」と述べた。それでも、「何かしないと同じことをくりかえすことになる」とあおるアリシアに対して、彼は「僕には僕のやり方があるので、そういうことはしないでほしい」と言い、断固とした態度で提案を拒否した。

その晩、アリシアと筆者は村のバーで酒を飲んだ。彼女は「きっとタヒルにも考えがあるとは思うんだけど……。それならもっと早く様子を見に行くようにしてよ!」と、不満を吐露した。しかし、それ以降彼女がタヒルに同様の提案をす

ることはなかった。

筆者はこのやりとりをみて、アリシアの言うことにも一理あると考えていた。そこで筆者はタヒルに、なぜ彼女の提案をつよく拒否したのかを尋ねてみた。彼の説明は以下のようなものだった。「ただでさえアリシアのバスケットを編むのは大変なんだ。そんなことをしたら、次から編み手は僕のために編んでくれなくなるかもしれない」[2012年8月20日]

この事例でアリシアは、予定どおりに出荷するためには、最初のうちに編み方を完璧に理解させる必要があると考え、編み手をクラフトセンターに集めて編ませることを提案した。これは、彼女の事業を成功させるための方策ではあるが、アリシア自身は、そうすることが編み手のためにもなると考えていた。彼女は「不合格品をつくったら、結局編み直すことになって、編み手の労力が無駄になってしまう。最初からちゃんと編めるようにしておくことが、彼らの利益になるのに」という考えを口にしていた。

また、アリシアが提案したのは、工場制手工業のように、編み手を常にタヒルやスタッフの管理下におくことではない。そのシーズンの最初に編むバスケットと一緒に完成させるだけである。バスケット1個をつくるだけならば、集中すれば2、3日で終わる。編み手も確実にデザインを覚えられるので、これは両者にとって有益な方策のようにも思える。

それでは、なぜタヒルは編み手をクラフトセンターによびだすことについて危惧を示したのか。上記のタヒルの言葉を理解するために、ひとつ事例を紹介したい。以下は、筆者がN村で調査を開始する前に起こった出来事だったので、タヒルやその関係者から聞いた話を再構成している。

#### 事例4-2. 怒った義父の殴りこみ事件

A社への出荷日が近づくと、クラフトセンターではバスケットの装飾や修正の作業が忙しくなる。作業には、月給で雇われているスタッフだけでなく、自主的に手伝う編み手や、裁縫のできる女性も関わることもある。スタッフ以外は、完成した品物の数に応じて賃金が支払われるので、来るのも帰るのも本人の自由である。

編み手Pは、5歳の息子をもつ若い女性であった。彼女は、A社のバスケットを編むことを楽しんでおり、すすんでバスケットをつくり直す作業を手伝っていた。出荷作業が正念場をむかえた際には、彼女も連日夜までクラフトセンターで作業していた。

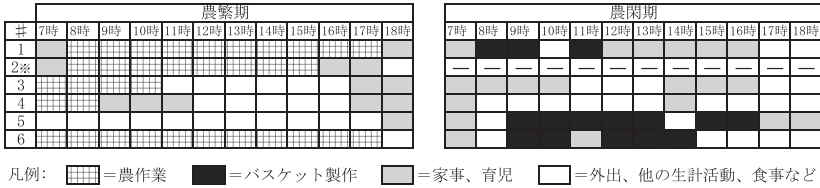


図3 編み手女性6名の日中の活動内容

注： 朝7時から18時まで1時間に1度家を訪れ、その時点での生計活動を記録した。  
 農閑期は2014年3月4日、農繁期は2010年10月24日、10月30日のデータを用いた。  
 いずれも、N村で3日に一度開かれる、バスケットの買いつけ市の前日である。  
 ※「—」は出稼ぎで不在を示す。  
 出所：2010年、2014年現地調査より筆者作成

ある日の夕方、Pの義父が突然クラフトセンターにやってきた。彼はPにむかって「水も汲みに行かず、料理もせず、何をしてるんだ！家の仕事をしないなら、もうここには来させない！」とどなり、クラフトセンターは騒然とした。Pは泣きじゃくり、タヒルも「自分が悪かった、もうこのようなことが起こらないようにする」と頭を下げたが、義父の怒りは収まらなかった。彼は、過去の出来事ももちだし、タヒルの仕事の仕方はおかしいとなじった後、Pを家に連れ帰った。それ以降、Pがタヒルのクラフトセンターに来ることはなくなった。

この事例でPの義父は、Pが家事もせずに外でバスケットを編んでいる、といて憤っていた。それでは、通常女性はどのようにバスケットを編んでいるのだろうか。

図3は、農繁期と農閑期のある1日に、既婚の編み手女性6名が日中に何をしていたのかを1時間おきに記録したものである。ここで、農繁期は自給用作物であるトウジンビエの収穫期（雨季）を、農閑期はトウジンビエの収穫を終えてから次の播種までの期間（乾季）を指している。なお、この地域では、屋敷畑でおこなう自給用作物の生産は、女性の仕事とみなされている<sup>9</sup>。

この図をみると、女性たちは、家事や育児、農作業など、既婚女性に期待される仕事に一日の少なからぬ時間を割いていることがわかる。農繁期をみると、この6名の女性は農作業や家事に多くの時間を割き、日中にバスケットを編んでいない。実際には、女性も農繁期にバスケットを編むが、家事や農作業のすきま時間、あるいは早朝や夜間に少し編む程度である。農閑期には、当然ながら農作業に時間を割くことはなくなる。それでも彼女たちは、一定の時間を家事や育児に割き、それ以外の時間でバスケットを編んだり、外出したり、休憩したりしている。

家事や育児の時間は編み手によって異なる。たとえば編み手1と6は、家事や育児にかかる時間の差が大きい、それは自身や彼女の子どもの年齢、家事や農作業を手伝える家族の有無などが違うためである。編み手の属性や彼女の世帯における立場、あるいは家族構成の違いは、家事にかかる時間を変え、結果として編み手がバスケットを編む時間をばらばらにする。

また、ここでとりあげた日には、バスケットを編んでいない者もいる。編み手は必ずしも毎日バスケットを編むわけではない。たとえば、編み手3（農閑期、3月4日）は自宅に併設されたバーでの給仕に忙しかったし、編み手5（農繁期、10月30日）は、実家の母親が病気になり、隣村に見舞いに行っていた。もちろん、休息や楽しみの時間をとることもある。バスケットを編む時間は、その日の仕事や用事余暇などによっても左右される<sup>10</sup>。

以上からわかることは、編み手はそれぞれが置かれた状況に応じて、村のさまざまな仕事や用事、余暇の合間をぬうようにしてバスケットを編んでいることである。ただし、既婚女性に期待される仕事は、自宅周辺でおこなうものが多い。そのため、自宅でバスケットを編んだほうが、自分にとっても対面的にも都合がよいと考える者は多い。編み手Pの事例のように、家族のために働いていても、長時間家を空けることで、女性の役割を放棄しているとそしりを受ける可能性も否定できない。女性たちは、彼女たちの生活をとりまくさまざまな事情のバランスをとりながら、バスケット製作を進めているのである。

このような状況であるから、注文を受けるたびに編み手全員が集まることのできる時間を探すのは至難の業である。他の仕事との兼ね合いを考えたら自宅以外で編むことを面倒と考える編み手もいるだろうし、長時間外出することが困難な編み手もいるだろう。だからこそタヒルは、クラフトセンターに来ることを義務づけるような体制をつくってしまったら、編み手が自分から離れてしまいかねないと憂慮したのである。

上記の事例でA社が問題視したのは、つまるところ生産の進捗管理であった。もうひとつ、A社が常日頃頭を悩ませている課題があった。それは、バスケットの品質管理であった。

#### 事例4-3. 品質等級制をめぐるチヒロとタヒルのやりとり

チヒロはきつぷがよく、茶目っ気のある40代前半の女性である。彼女は、宝飾品店で宝石の品質管理を担当したのち、2007年にJOCVとしてN村に赴任した。2年間の任期を終えて日本に帰国したが、アリシアからの依頼を受け、2011年に

A社の従業員としてN村に戻ってきた。

チヒロはタヒルとともに仕事をしてきたため、彼が抱える生産・運営上の問題をよく理解していた。また、宝石の品質管理を担当してきた経験から、バスケットのチェックには厳しい姿勢で臨んでいた。とくに彼女が問題視したのは、編み手によってバスケットのできばえに大きな差があることであった。彼女は、品質がよいものも悪いものも同じ価格で買いとられるために、編み手がよいバスケットを編む気にならないのではないかと考え、Aランクは満額、Bランクは8割、Cランクは6割といった具合に、同一製品でも品質に応じて価格に差をつけることを提案した。しかし、タヒルはその提案を受け入れなかった。

そこで彼女は、品質に応じて減額するのではなく、質の高いバスケットを編んだ編み手に「ボーナス」をわたすことをタヒルに提案した。「買取価格は変わらないのに、期限までにがんばってよいバスケットを編んでくれる編み手に感謝の気持ちを示したい」というのが、チヒロの思いであった。しかし、その案に対してもタヒルは難色を示していた。

2011年12月、出荷日が近づいているにも関わらず、バスケットが揃わないことに焦っていたチヒロは、その勢いで「わたしがお金を払うから、ボーナスをわたす方法を試させてほしい」とタヒルに申し出た。このときは、彼はつよい口調で、「僕には僕の考えがある。頼むから僕のやり方でやらせてくれ」とはっきりと拒否した。

その後もチヒロはタヒルに同様の案を提案したようである。しかし彼女は、「何度提案してもタヒルがまともにとりあってくれない」とため息まじりにもらしていた〔2012年7月23日〕。

彼女がN村を去った後、タヒルとチヒロの提案について話す機会があった。彼の考えは以下のようなものであった。「できのいいものも悪いものもあるし、彼女の言うことはわからなくはない。けれど、自分のバスケットは他の仲介業者の製品よりもむずかしい。それでも僕のために編んでくれる編み手に対して、『君のバスケットは下手だから、約束の値段では買えない』なんて言えるだろうか？ そんなことをしたら、編み手はやる気をだすどころか、やる気をなくしてしまうだろう。仕事が難しいからこそ、僕の編み手がみな気分よく、一緒に働いて (*tuni la tuume taaba*) いけるようにしなければならないんだ」〔2013年12月10日〕

他方でアリシアは、チヒロから上記の提案とタヒルの反応に関する話を聞いており、彼女の考えやタヒルへの不満にも理解や共感を示していた。しかし、アリシアがこの件でタヒルに何かを言うことはなかった。彼女は、以下のように考えていた。「チヒロは私の目から見ても品質に関して少し厳しすぎるときがある。



それでタヒルとも口論になる。もちろん、A社の業績が伸びているのは、彼女が完璧に品質をコントロールしてくれたおかげだと思うし、タヒルも日本にバスケットを売るためにはどうすればよいかわかったと思うけどね」[2013年12月26日]

この事例でチヒロは、よいバスケットを編むインセンティブを編み手に与えるために、品質の優劣で価格に差をつけることを提案している。むろん、チヒロはA社の利益のためにバスケットを買い叩こうとして、上記の案を提案したのではない。先に述べたように、A社の取引先の特徴から、バスケットには高い品質が求められるし、品物のできばえをなるべくそろえる必要がある。小売店が品質に納得せず返品することがつづけば、いずれ取引は途絶えてしまうし、それはタヒルや編み手の仕事と収入の減少につながる。彼女は、村人の利益のために、上記の案を提案したのである。

それではなぜ、タヒルはチヒロの提案をかたくなに受け入れなかったのだろうか。タヒルも、長い付き合いがあるチヒロの発言の意図はわかっていたはずである。たしかに、事後的な減額が編み手の意欲を削いでしまうことは想像に難くない。しかし彼は、質の高いバスケットを編んできた編み手に対して、チヒロが自腹でボーナスをわたす案も却下している。

タヒルがボーナスにも反対した理由は定かではない。ただし、彼の言葉からは、買取価格に差をつけることが、編み手とタヒル、そしてタヒルの編み手同士が「気分よく、一緒に働いていく」うえで問題になりうると考えていたことは読みとれる。それをふまえると、彼はこれまで築いてきた編み手との信頼関係や、和やかにやってきた編み手間の関係が崩れることを案じていたと考えられる。つまり、タヒルは品質の格付けや対価の格差が引き金となって、編み手のあいだに不信や不和が生まれることをおそれたのである。

以上をまとめると、タヒルがA社の提案を拒否した場面では、編み手をクラフトセンターによびだすことや、品質に応じて買取価格に差をつけることが問題となっていた。タヒルがこれらを拒否したのは、「一緒に働いてきた」編み手と仕事をつづけていけなくなる可能性があると考えたためであった。その背景には、村の生活のなかでのバスケット生産の進め方や、村人のあいだの協働のあり方があった。その意味で、タヒルはA社の論理が生産現場に押しとおされてしまう事態を水際で防いだ。しかし、それは単に編み手を市場の「脅威」から守るためではない。むしろ彼は、編み手が自分の元を離れ、A社のバスケットをつくら

なくなる事態、すなわちN村とA社の関係の断絶を防ごうとしてきたのである。

## 5. おわりに

本稿では、フランス企業A社と地元の仲介業者タヒルのあいだの、ボルガ・バスケット取引をめぐるやりとりに着目し、両者の取引においてどのような問題が生起していたのかを検討することを目的とした。

3節でみたように、アロシアとタヒルは、さまざまな問題に直面しながらも、取引をつうじて互いの理解を深め、共に事業を発展させてきた。4節では、それにもかかわらず、タヒルがA社側の提案を明確に拒否した事例をとりあげた。以下では、これらの事例の争点とその背景、そして取引関係の崩壊が回避されてきた要因を検討することをつうじて、文化横断の取引の研究に対して本稿が貢献できる点を考えてみたい。

A社が問題としたのは、納期を確実に守ることや、品物の全体的な質を上げつつ均質化することといった、バスケットをファッション市場に流通させるうえで避けて通れない重要な課題であった。タヒルも、それらの問題の重大性をつくづく理解していたし、それを克服するために努力を重ねてきたことは、A社の売り上げが右肩あがりに伸びていることから推察できる。

問題は、A社が提案した課題克服のための方法であった。4節で検討したように、彼が提案を拒絶した理由は、それらの方法が村の生活におけるバスケット製作の進め方や、村人のあいだの協働のあり方にそぐわないためであった。A社と編み手のあいだに立ち、両者をよく理解している彼だからこそ、A社の提案する方法は村人の働き方と根本的に異なっており、それを押しすすめると大きな問題が起りかねないことを、なかば無意識のうちに、察していたと考えられる。

それでは、A社と村人のあいだにはどのような考え方の違いがあったのだろうか。ここでは、両者のバスケット生産のとらえ方に関するより本質的な違いを考えてみたい。

まず、バスケットを編む時間のとらえ方の違いである。編み手をクラフトセンターによびだすというアロシアの提案（事例4-1.）の前提には、みなが同じ時間に外出できるという考え、そしてバスケットを編む時間を、他の仕事や余暇の時間から切り離せるという考えがある。しかし、ボルガ・バスケット生産は、年齢や性別、家族構成、やらなければならない仕事異なる、多様な編み手によって支えられている。本稿ではとくに女性の編み手を取りあげたが、各々の編み手は、それぞれが埋め込まれた状況に応じて、他の仕事や余暇の合間にバスケット

を編む時間をくみこんでいた。複雑に編みこまれた模様のように生活のなかに埋め込まれたバスケット編みの時間を一律に切り出し、空間的にも自宅から切り離すことは、編み手の働き方に大きな変化をもとめるものだったといえる。

もうひとつは、労働への対価に対する考え方の違いである。事例4-3. でチヒロは、買取価格はバスケットの質に応じて変えられるべきであると考えていた。彼女の考えは、品質が高いから高く買い、低いから安く買うことを当然のこととして受け入れているわたしたちには、なじみのある論理である<sup>11</sup>。こうした論理の根底には、品物の対価は、編み手の能力、あるいは労働の結果に対して支払われるべきものであるという前提がある。

他方で、タヒルの反応が示していたのは、同じ品物を編んだにもかかわらず同じ対価が支払われないことに対して、編み手が不信感を抱きかねないということであった。それをふまえると、「タヒルのやり方」では、編み手への対価は個々の編み手の労働の結果ではなく、「一緒に働く」過程に対して支払われてきたと考えられる。以上のように、外国企業と編み手のあいだでは、労働の時間や対価に対する考え方が根本的に異なっていたのである。

それでも、A社と編み手の関係の崩壊は回避されてきた。それは、タヒルが村人の考えを代弁し、A社の提案を拒否したことによって可能となった。しかし、もうひとつ重要なのは、ファッション市場の厳しさを身をもって知っているアリシアが、タヒルが「僕のやり方」というような場面では、それ以上干渉しなかったという点である。彼女は、N村のバスケット生産のあり方を大きく変えようとしてきたし（3節）、ことあるごとに生産上の「問題」を訴えてもきたが、タヒルが拒否することを押しとおすことはしなかった。

このことは、文化横断的な取引において重要な姿勢を示しているように思われる。4節でチヒロがタヒルの拒否にもかかわらず提案をくりかえしたことにふれたが、なぜまっとうな意見が受け入れられないのか、当事者にはわからないという状況は、ボルガ・バスケットの事例にかぎらず、あらゆる取引で起こりうる。タヒルと長年協働してきたアリシアでも、そのように感じることはあったであろう。しかし彼女は、タヒルと意見が衝突した場面では、一種の不干渉の姿勢をとり、彼のやり方に任せていた。それが結果として、編み手との関係の崩壊という最悪の事態を防いできたのである。つまり、両者の取引が、問題を抱えながらもうまく継続してきたのは、相手の文化的な傾向性を探り、その行動を予測することに成功したからではない。予測できない反応を受けて、自分にはわからない社会的、文化的背景があることを察し、相手を尊重したからである。

アリシアがファッション市場での生き残りにも関わる重要な問題を一度棚上げ

にしてまで、タヒルのやり方を尊重した背景には、ふたりが築いてきた信頼関係があると考えられる。ここで、彼らのあいだの信頼関係とは、相手にとりいって「勝ちとる」ものではなく、取引の過程で相手を知り、ともに育んできたものであることに留意したい。3節で検討したように、タヒルは彼女の仕事を深く理解し、その実現のために奔走してきた。その並々ならぬ努力を知っているからこそ、アリシアは彼を信頼して「タヒルのやり方」に任せてきたと考えられる。逆にいえば、両者の信頼関係なしには不干渉の姿勢はとられなかったであろうし、取引関係は崩壊していたかもしれない。このことは、文化横断的な取引の展開に、相手との対面的で個別的な関係性が少なからぬ影響をあたえていることを示唆している。

このようにみても、あらかじめ定められた「文化」の指標や量的な分析だけで、文化横断の取引において生じる問題やその要因を十全に理解することは困難であることがわかる。応用可能性には乏しくとも、取引関係をつぶさなみにていく質的研究を蓄積することで、今後も広がりを見せるであろう文化横断の取引に関する研究に、新たな地平が拓けるのではないだろうか。

## 謝辞

本研究は、平成22年度笹川科学研究助成、平成24～25年度特別研究員奨励費（課題番号：12J04090）、および平成27年度～28年度科学研究費（課題番号：15H06300）によって可能となりました。この場を借りて御礼申し上げます。

## 注

- <sup>1</sup> Oggi は20代後半から30代前半の、いわゆるアラサー女性向けのファッション誌である。発行部数は約12万部で（日本雑誌協会 online）、女性の購買行動に大きな影響を与える雑誌のひとつである。キャッチコピーは「『知的・上品・趣味がいい』働くアラサー世代のためのリアルファッション誌」。
- <sup>2</sup> バスケットは、目視で検討つけた後、商品をインターネットで検索し、産地名を確認した。
- <sup>3</sup> 10代後半から20代前半の女性に人気のファッション誌『Cancam』が監修したファッション用語集によると、「ぬげ感」とは「きちんとしていながらリラックス感があったり、ナチュラルな雰囲気がある着こなしを表現するときに使われる言葉」である（Cancam online）。
- <sup>4</sup> 文化人類学にも組織人類学や企業人類学とよばれる研究群がある。しかし、これらの研究の中心は1つの企業をコミュニティとみだた「組織／企業文化 organization/ corporate culture」にあり、組織間関係の分析は途上である。
- <sup>5</sup> 1988年の新郡創設により、N村は行政区分上2つの郡に属する2つの村となった。この調査がおこなわれたのは、N村のうちボルガタンガ郡に属する地域であった。しかし、人びとはこの行政区分をほとんど意識していないし、2010年の国勢調査でもひとつの村として扱われ

- ていたので、本稿でもひとつの村として扱う。
- <sup>6</sup> 年間輸出個数を記録している3名の仲介業者のバスケットの輸出個数と、N村の買いつけ市での推定買付個数から算出した。後者については、調査期間中の36回の市日にのべ59人の仲介業者が買ったバスケットの個数から、1回の市日に仲介業者が買いつけるバスケットの平均個数を1人あたり170個とした。1回の市日に集まる仲介業者は平均10名で、1年の市日は計121日であるので、年間の買付個数を約20万個と推計した。
  - <sup>7</sup> ブルキナファソにボルガ・バスケットを扱う卸売企業がある大きな理由は、バスケットの生産地域が、ガーナの首都アクラ (Accra) よりも、ブルキナファソの首都ワガドゥグー (Ouagadougou) に近いためである。
  - <sup>8</sup> 服飾業界の小売形態のひとつで、自店のイメージやコンセプトを明確に打ち出し、それに見合った品物をメーカーを問わずに取り扱う専門店を指す (池辺 2007)。
  - <sup>9</sup> 男性が自給用作物生産に関わるのは、除草作業や収穫後に畑に残った稈を倒す作業のみである。ただし、自宅で暮らす未婚男性や、妻との死別・離別などで事実上独り身になった男性は、その他の作業もおこなう場合がある。他方で、乾季に灌漑用地でおこなう換金用作物生産は、主に男性の仕事とみなされている。
  - <sup>10</sup> ただし、編み手は整髪中やおしゃべりの時間にバスケットを編んだりもするので、余暇の時間とバスケットを編む時間は明確に区別できるものではない。
  - <sup>11</sup> 仲介業者と編み手も、買いつけ市におけるバスケットの売買では大方この論理にしたがって取引をおこなっている。不特定多数の編み手を対象とした、買いつけ市における現物取引 (スポット取引) と、長期的な取引を約束した「僕の編み手」との取引の違いについては、牛久 (2016) を参照されたい。

## 参考文献

- バルト, ロラン. 1972. 『モードの体系』佐藤信夫訳. みすず書房.
- Cancam. Online. 「ぬげ感」『Cancam 用語辞典』<http://cancam.tv/dictionary/> (閲覧日2017年1月13日)
- Doney, P., J. Cannon and M. Mullen. 1998. Understanding the Influence of National Culture on the Development of Trust. *Academy of Management Review* 23 (3): 601-620.
- 深井晃子. 2014. 「ファッション」『日本大百科全書』小学館. (電子辞書収録版、2014年12月更新版).
- Ghana Export Promotion Authority (GEPa). 2011. NTE Performance Report 2010. GEPa: Accra.
- Hofstede, G. 1980. *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*. Sage: Beverly Hills.
- Hofstede, G. and M. Bond. 1988. The Confucius Connection: From cultural Roots to Economic Growth. *Organizational Dynamics* 16 (4): 5-21.
- 池辺長康. 2007. 「セレクトショップ研究」『神戸ファッション造形大学神戸文化短期大学研究

紀要』31 : 1 -39.

- Import Outlet Musee. Online. 「MUUN CABA L かがバッグ 巾着付き 手提げバッグ ナチュラル」 <http://www.buyma.com/item/16825312/> (閲覧日2015年11月30日)
- Jackson, T. 2013. Reconstructing the Indigenous in African Management Research: Implications for International Management Studies in a Globalized World. *Management International Review* 53 (1): 13-38.
- Kirkman, B. and K. Lowe. 2006. A Quarter Century of Culture's Consequences: A Review of Empirical Research Incorporating Hofstede's Cultural Values Framework. *Journal of International Business Studies* 37: 285-320.
- キャラバンサライ. Online. 「ボルガバスケットL」 <http://item.rakuten.co.jp/c-serai/box-2/> (閲覧日2015年11月30日)
- Leung, K., R. Bhagat, N. Buchan, M. Erez and C. Gibson. 2005. Culture and International Business: Recent Advances and Their Implications for Future Research. *Journal of International Business Studies* 36 (4): 357-378.
- 南知恵子. 2003. 「ファッション・ビジネスの論理—ZARAに見るスピードの経済」『流通研究』6 (1) : 31-42.
- 中谷文美. 2005. 「日本の中のアジア、アジアの中／外の日本—『手仕事』の文化横断的消費をめぐって」『文化共生学研究』3 : 103-118.
- 日本雑誌協会. Online. 「印刷部数公表」 <http://www.j-magazine.or.jp/magadata/?module=list&action=list> (閲覧日2017年1月9日)
- Sivakumar, K. and C. Nakata 2001. The Stampede toward Hofstede's Framework: Avoiding the Sample Design Pit in Cross-Cultural Research. *Journal of International Business Studies* 32 (3): 555-574.
- 小学館. 2016. 『Oggi』2016年7月号. 小学館.
- Tsui, S., S. Nifadkar and Y. Ou. 2007. Cross-National, Cross-Cultural Organizational Behavior Research: Advances, Gaps, and Recommendations. *Journal of Management* 33 (3): 426-478.
- University for Development Studies. 2009. The Profile, Problems and Potentials of Zaare Nyariga, A Suburb of Bolgatanga Municipality in the Upper East Region of the Republic of Ghana. Unpublished manuscript.
- 牛久晴香. 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あいだの『コントラクト』に着目して」『アジア・アフリカ地域研究』16(1) : 38-72.
- 牛久晴香. 2014. 「北部ガーナの農村における輸出用バスケット生産—不均質な素材の活用に着目して」『生態人類学会ニュースレター』19 : 31-34.
- 牛久晴香. 2012. 「アフリカ農村と先進国市場をつなぐ仲介者—ガーナ北東部の輸出向け手工芸品ボルガ・バスケットの事例」『アフリカ研究』81 : 1 -15.
- Wegle, K. and D. Holtbrugge. 1999. International Management under Postmodern Conditions. *Management International Review* 39 (4): 305-322.