

研究・イノベーション学会 国際問題分科会

文化人類学、ビジネスに活用 - 数字に出ない「文脈」知る

大川内 直子
株式会社アイデアファンド



ideafund

大川内 直子

東京大学教養学部総合文化研究科卒業。
東京大学大学院総合文化研究科修士課程修了。
専門は文化人類学。

2018年株式会社アイデアファンドを設立、代表取締役役に就任。
アイデアファンドでは、文化人類学に基づく独自手法による
リサーチ&コンサルティングを数多く手掛け、
国内外のクライアントの事業開発・組織開発に携わる。
国際大学GLOCOM主任研究員、昭和池田記念財団顧問 ほか。

著書に『アイデア資本主義 文化人類学者が読み解く
資本主義のフロンティア』（実業之日本社）。

出演：「NHKスペシャル ヒューマン・エイジ」（NHK）、
「カズレーザーと学ぶ」（日テレ）など



今を読み解く

文化人類学者
大川内 直子

文化人類学、ビジネスに活用 数字に出ない「文脈」知る

「脈」と理解する。ただ思い至った。そもそも文化というのは物性のように固定的なものではなく、文脈に応じて表情を変える柔らかな傾向のものなのだ。こうした文化の見方は、ティム・インゴルドが「応答、しつつよ。」（奥野克己訳、23年・曲紀書房）などで知識生産ではなく学び合うこととして文化人類学を再定義する試みとも重なりあう。

（シリアン・ネット著、土方奈美訳、22年・日本経済新聞出版）で、こうした思考法および調査手法がどのようにビジネス課題を解決・解決しつつあるのかについて、自動車メーカーや金融など様々な業界の実例が示される。文化人類学のビジネスへの応用は、欧米では40年以上の歴史を持つものの本邦での歴史は浅い。近年大企業を中心に採用され始めている背景としては、数字に表れない隠れた問

題やニーズを知ることがますます重要になってきているというのが大きいだろう。例えば、従業員満足度に関するアンケートでは目立った不満が見取れないのに従業員のモチベーションが低い場合、オフィスや工場において文化人類学者が参与観察を実施し、発見された制度設計や人間関係の課題を企業文化に応じた施策につなげることができ。あるいは、飲料メーカーとお酒の調査をするのであれば、飲酒習慣のある人の家を訪ね、一緒にお酒を飲み交わしながら、お酒の意味について考える。

●安心を求めず

現代社会は科学に頼りきっている。宗教の代わりに科学を信仰していると言ってもいいほどだ。数字で示されると客観的に見えてきて安心するというのが現代人の性である。しかし、安易に安心を求めず、数字の背景に目を向けること、数字に表れないものの姿を見んとすることが先の見えない時代を生き抜くうえで重要な態度だ。

AIが台頭する中、煩わしくも愛すべき身体でもって世界を知覚し、所与の問いに答えるだけでなく、自ら問いを設定して何らかの兆しを捉えることが人間に課せられた使命ではないか。そうした営みと、対象を固定的な枠に閉じ込めることなく、生起しつつある現象として理解せんとする文化人類学的な態度と呼応する。

●自然科学との違い

第一に、参与観察と呼ばれる調査手法である。近年では社会学でも盛んに取り入れられており、「エスノグラフィ入門」（石岡文昇著、24年・ちくま新書）は分かりやすい解説書だ。一般に観察というと観察者と観察対象は隔絶されている。しかし、文化人類学者は研究対象とする文化の中に身を置き、観察対象の人々と交わりながらその生活や思考を深く理解する。こうした点で、同じ観察という語を

用いていても自然科学における観察と参与観察とは大きく異なる。理系出身の筆者は、参与観察のこうした特徴を再現性のない非科学的な手法だと否定的に捉えていた時期もあった。しかしながら自ら調査の経験を積み中で、文化人類学的な調査の本質というのは対象を正確に捉え示すことではなく、生起しつつある現象として文



お酒を飲み交わしながらお酒の意味を考えるなど、参与観察の手法が活用できる。イラスト・よしおか じゅんいち



1. 文化人類学とは
2. ビジネス人類学の歴史
3. アイデアファンドの紹介
4. 人文学の可能性について
5. アイデア資本主義（時間が余れば）

- 同時代に生きる人々の日々の暮らしから、（観察対象の）異文化と（観察者自身の）自文化を同時に発見し、近代社会が前提としてきた「当たり前」を問い直していく態度をとる学問
 - 狩猟採集民の暮らしから「働く」意味を捉え直す
 - 市場経済とは異なる先住民による島々での宝物交換からプレゼントを考え直す
 - 狩猟のために使用した道具を思考の手がかりに最新の科学技術を問い直す
 - 「未開」とされてきた人々の呪術的思考を通じて現代の健康や美意識を考える



1. 文化人類学とは
2. ビジネス人類学の歴史
3. アイデアファンドの紹介
4. 人文学の可能性について
5. アイデア資本主義（時間が余れば）

- ビジネス人類学の主な研究対象（Jordan 2003）

組織

- 組織文化、業務プロセス、組織変化などに関する研究
- 複雑/複合的な組織を人類学的観点から研究し、組織の問題を解決したり、組織内外の組織形態の性質や機能をよりよく理解するための研究

マーケティング /消費者行動

- 人類学的方法（特にエスノグラフィ）によって消費者ニーズを明らかにすること
- 学問的関心で言えば、消費行動を文化的、歴史的、グローバルな文脈に位置付けて政治経済や世界システムを理解すること

デザイン

- デザイン人類学
- ルーシー・サッチマン『プランと状況的行為』（1987）
- 文化人類学者の能力：消費者に接近する能力、消費者の考え方を明らかにする能力、製品の使い方をめぐる豊かな文脈上の課題を見出す能力

出所) Jordan, A. Business Anthropology (Waveland Press, 2012)

1920年代

ホーソン実験

- 文化人類学がビジネスをフィールドとした最初期の例
- 疲労と仕事満足度に関する調査から「非公式な組織」という概念がもたらされる

1940年代

産業人類学

- 企業が人類学を雇用
- インフォーマルな人間関係、労使間関係、労働組合などの調査
- 労使間の敵対や反目を協働へ導く視点の提供

1950年代

**異文化
コミュニケーション**

- 人類学者のE.ホールが米・国務省における北米外で働く技術者のための訓練プログラムを指揮
- グローバルビジネスにおける異文化コミュニケーションの重要性を示す理論体系

1960～
1970年代

停滞期

- ビジネスをフィールドにするのは「本物」の人類学ではない
- 政府や大企業の資金援助への倫理的な問題

1980年代～

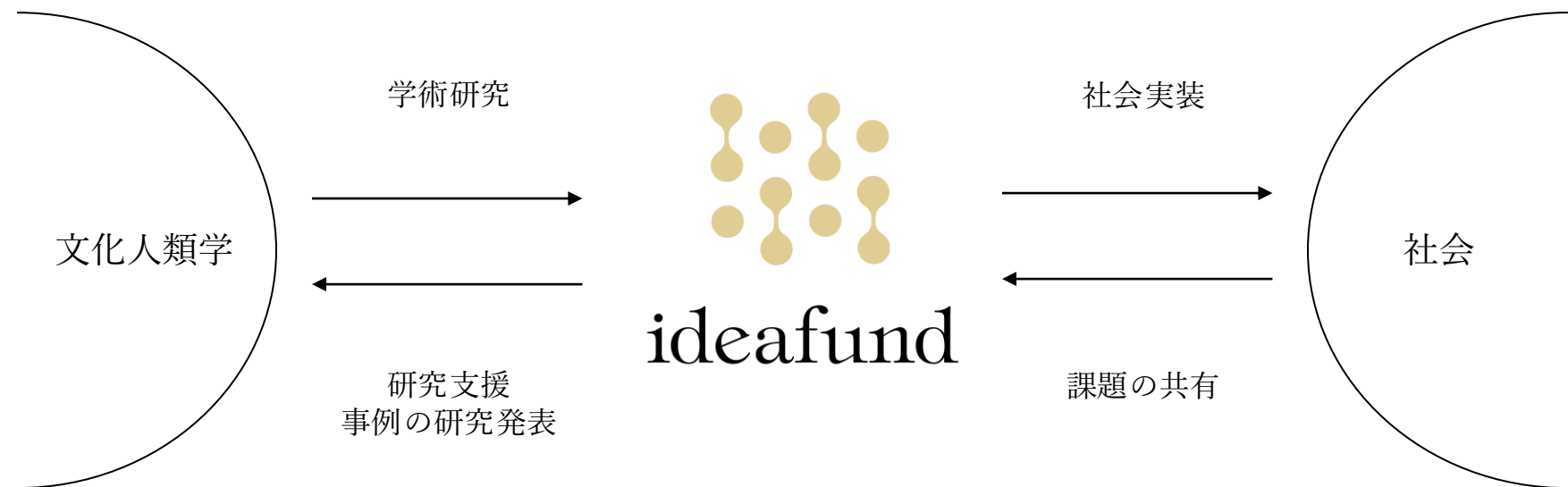
ビジネス人類学

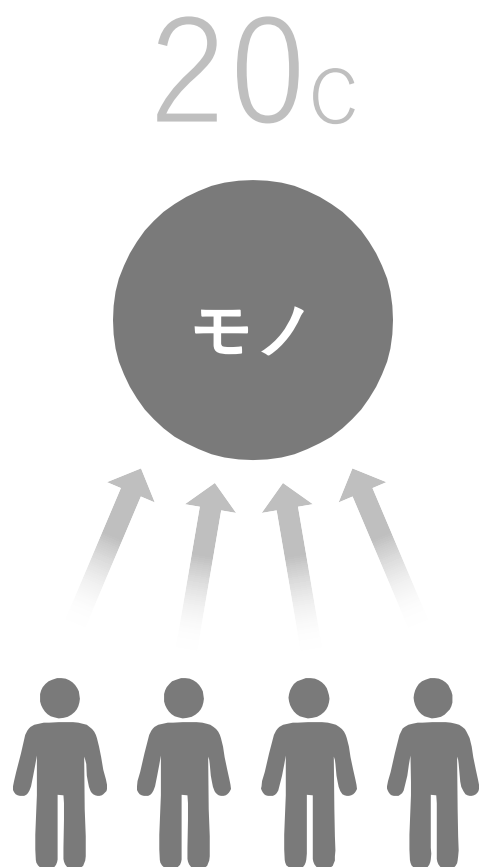
- 欧米を中心に、組織、マーケティングと消費者行動、デザインの3つをサブフィールドとするビジネス人類学が確立

- 背景
 - 米国での博士号取得者の過剰
 - 日本企業の成功
- 産業界のリーダーや大手商業誌が人類学へ関心を示し出し「文化」がバズワード化
 - 日本企業が成功した理由は米国企業にはない「日本文化が有する何か」
 - ビジネス人類学における「組織分析」へ展開
- IRL (Institution for Research on Learning)
 - 1987年にゼロックスを含む様々な企業・団体の資金で設立された「学習」に関する学際的な研究機関。人類学以外にも経済学・統計学・心理学・コンピュータサイエンス等の諸分野からなる。
 - 学習とは、先生が学生の頭の中に知識を入れるというような受動的な状況ではなく、よりインタラクティブな状況で起こるものというパラダイムに基づき、人間がどのように学習するのか、学習によって仕事のパフォーマンスを向上させるためにはどうすればいいのかを研究
 - 例えば保険会社における苦情処理、航空会社の管制塔、コピー機を修理する技術者の業務実践など
 - 組織や従業員（個人）を理解する手法がビジネスにおける顧客理解にも流用できるという考えから「マーケティングや消費者行動」「デザイン」といった領域でも文化人類学（の手法）への関心が高まる

1. 文化人類学とは
2. ビジネス人類学の歴史
3. アイデアファンドの紹介
4. 人文学の可能性について
5. アイデア資本主義（時間が余れば）

ideafundは、文化人類学を社会で実践し、実践から得た経験知をアカデミアに還流する
知のサーキュレーターです。



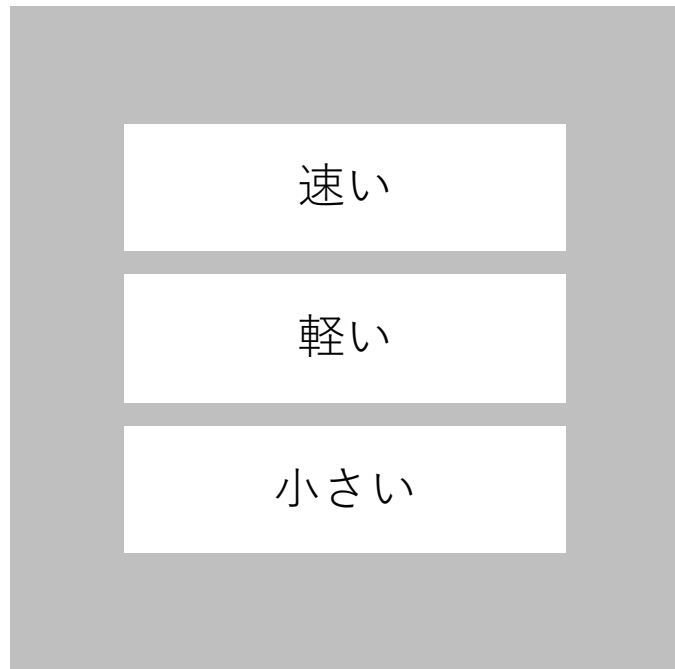


モノが不足し、良いモノを作れば売れた時代
資本にはモノという明確な投下先があった

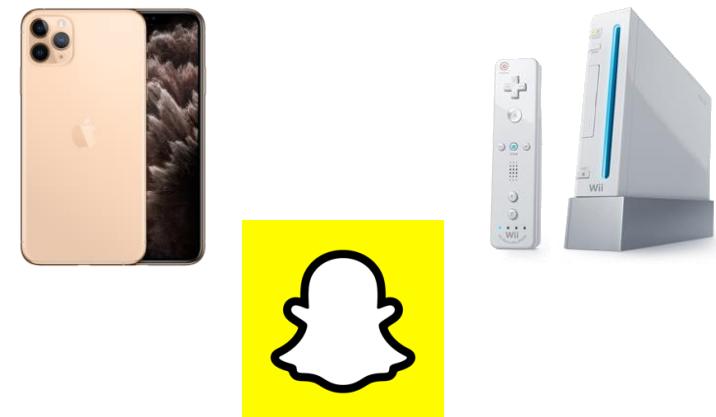
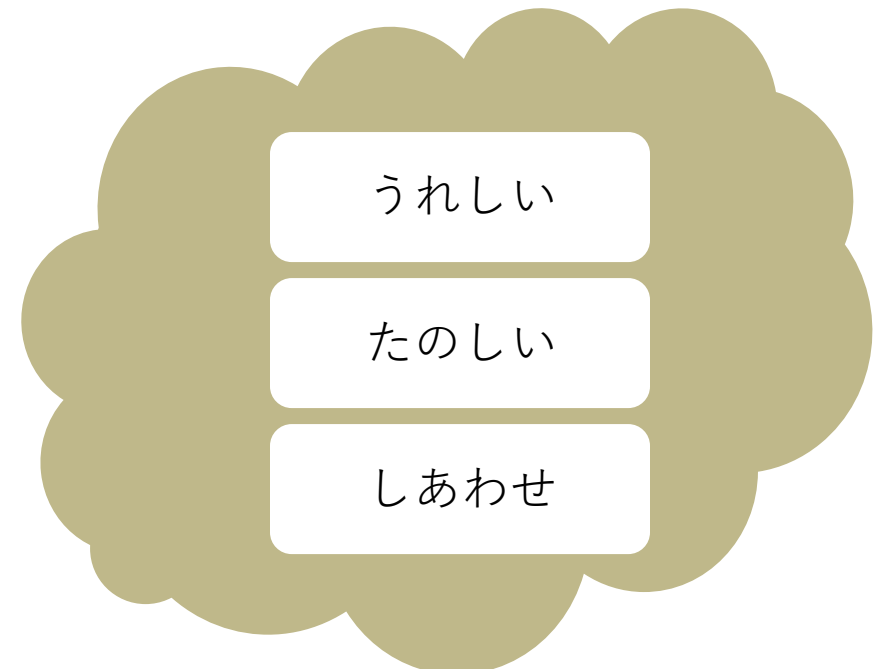


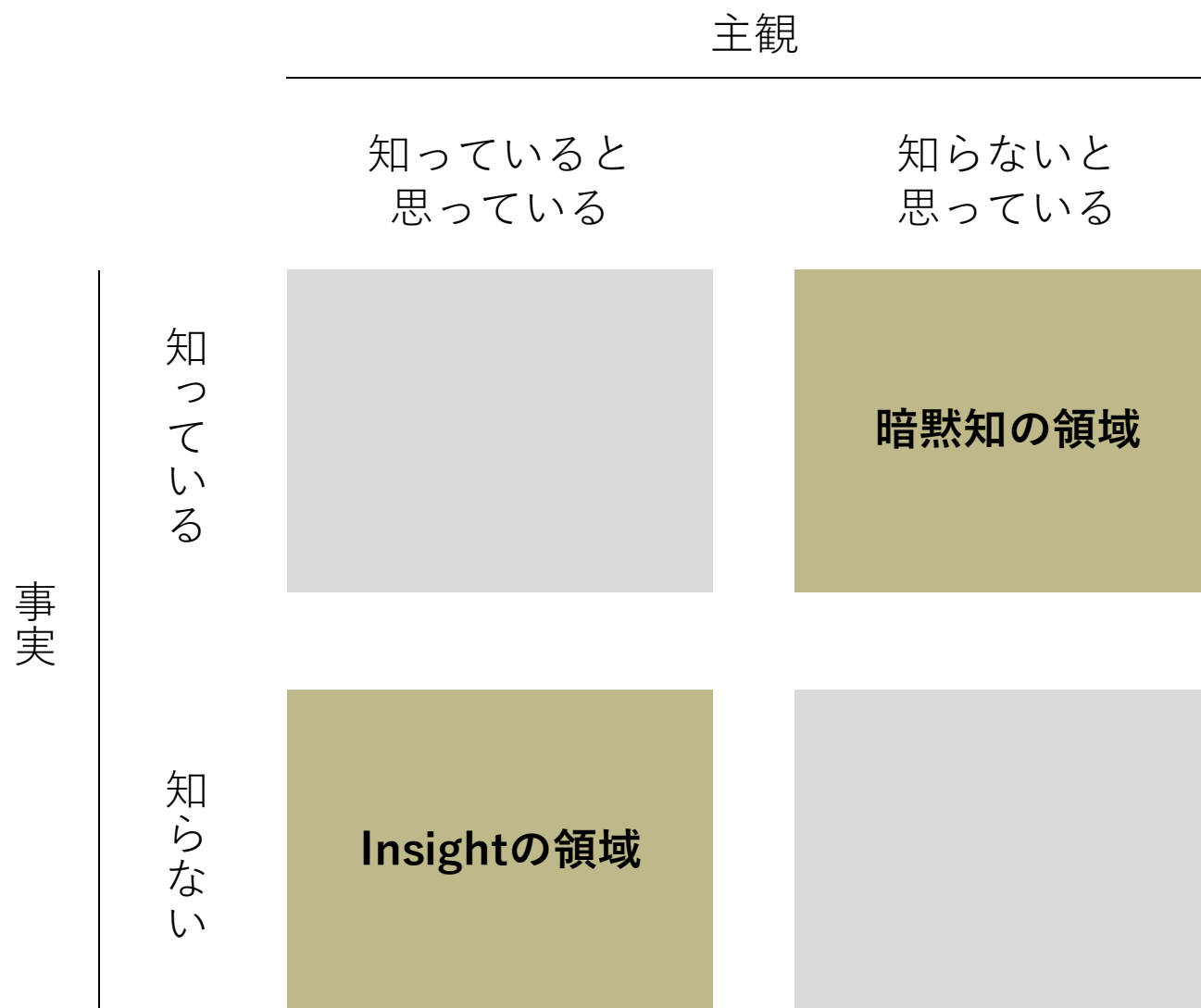
モノがあふれ、資本は行き場をなくす
価値の源泉はアイデアへ
アイデアが資本を呼び寄せ、資本主義の原動力となる

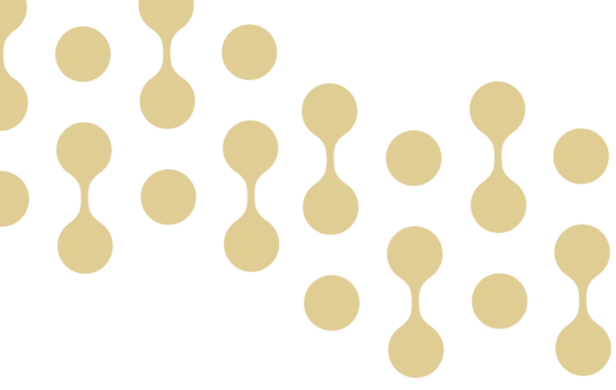
定量的なスペック



定量化できない心理的な作用







Case Study

1. 缶チューハイに関する参与観察

- 飲料メーカーとともに、缶チューハイユーザーの参与観察を実施
- コンビニやスーパーで缶チューハイを選ぶ・買う様子や、自宅で缶チューハイを飲む様子を含め、共に過ごしながら生活を観察
- 缶チューハイ以外の消費行動や、ライフスタイル、ライフヒストリーと、缶チューハイの銘柄選好がどのように関連するかを分析

#ユーザーリサーチ

#自宅での調査

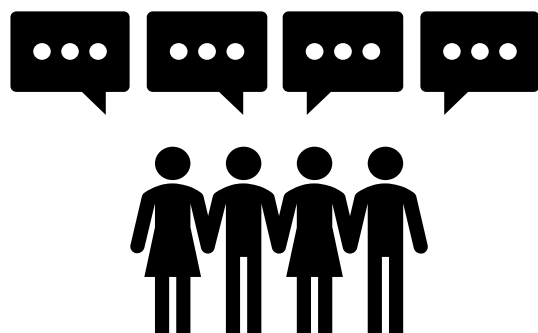


2. 経営改革のための企業のフィールドワーク

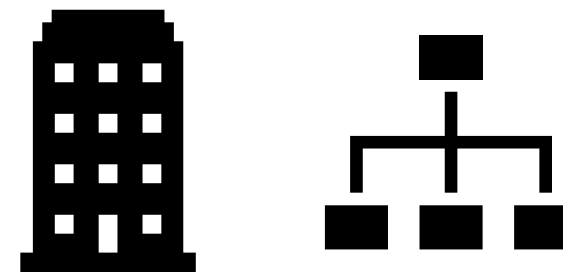
- 日本の大企業の多くは設立から何十年も経過しており、ビジネスモデルの変革やコーポレートカルチャーのアップデートが求められている
- 某大手家電メーカーでは、色々な部署で似たような課題が見られることに気づき、ある種のパラダイムが彼らの行動様式を支配しているのではないかと考えた
- そこでideafundが人類学的なフィールドワークを実施、コーポレートカルチャーを明らかにした上で経営改革につなげた

#組織リサーチ

#コーポレートカルチャー



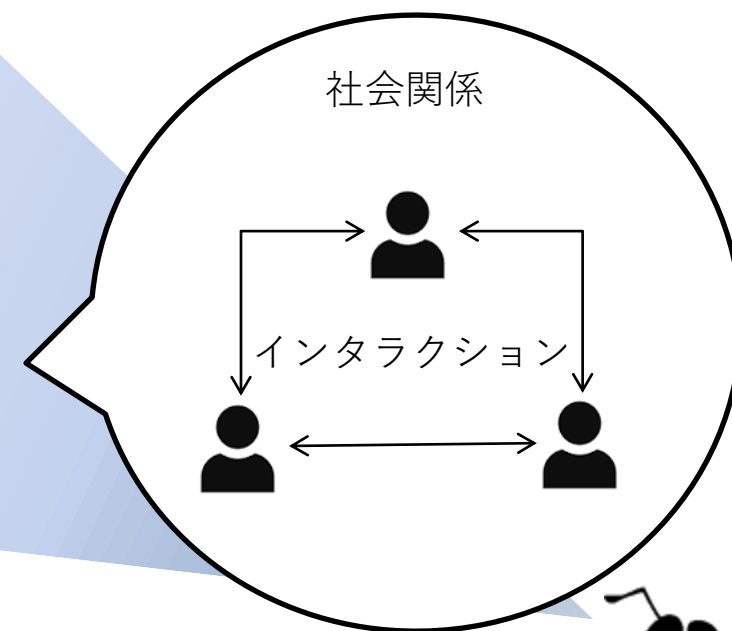
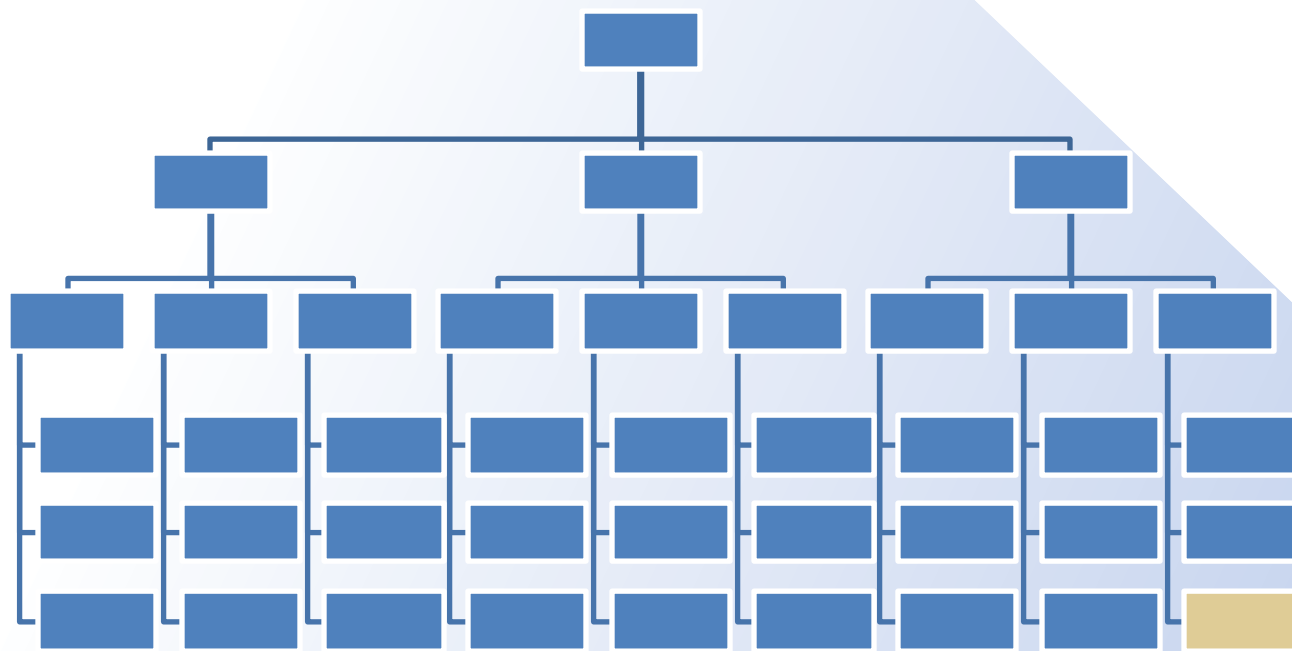
部署や立場によって考えや行動は異なるが、その背景には共通したパラダイムがあるのではないかな？



文化人類学的なフィールドワークによって、パラダイムを明らかにする

- 組織の上位レイヤーには、視野が広く・明確なビジョンを持ち・声の大きい人が多いが、組織の全員がそうであるわけではない。
- 虫の目…当事者と同じ目線で事象を観察し、事例を通じて組織全体や社会を捉える

⇔ 鳥の目…上から全体を見下ろす

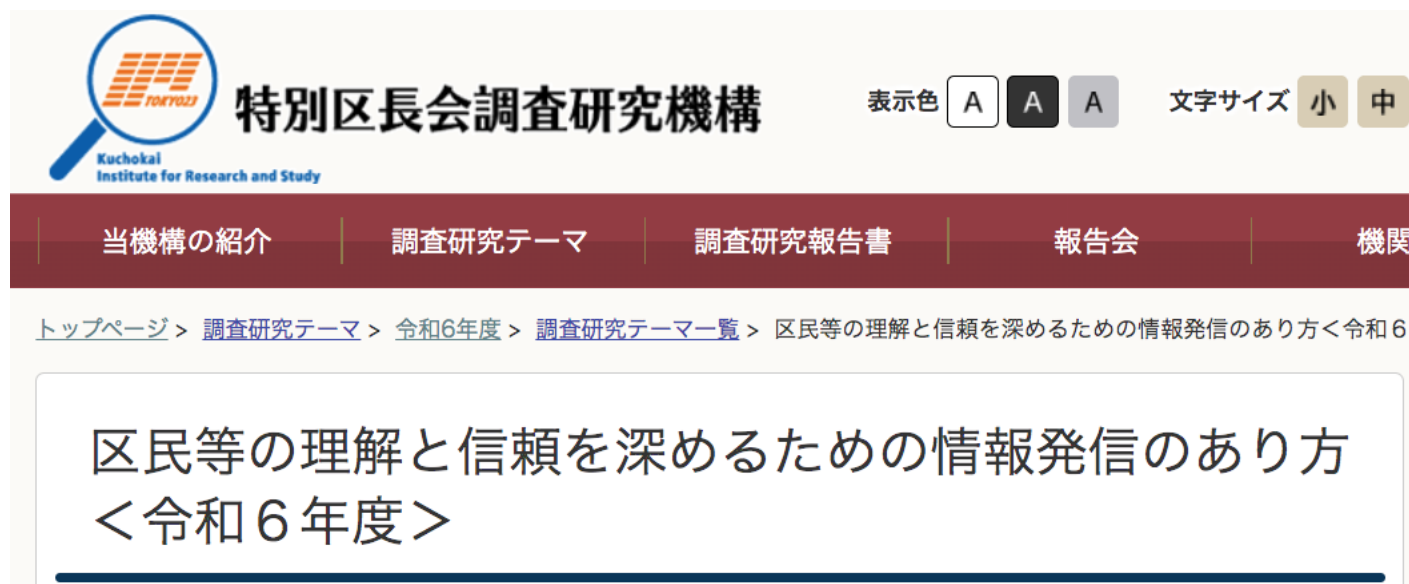


3. 行政の広報改善に資するエスノグラフィー

- 行政の広報は多くの住民の目に留まっていないのが現状
- 自治体は多くの調査を実施しているが、基本的には量的な世論調査であり、住民の生活実態を理解した上で広報のあるべき姿を考えられているわけではない
- そこで特別区長会調査研究機構にて、大川内がリーダーを務める「区民等の理解と信頼を深めるための情報発信のあり方」研究会を発足。東京23区区民のエスノグラフィーを実施した
- 日本の行政が人類学的手法を取り入れた初の事例であり、公共人類学の広がりが期待される

#住民の調査

#公共人類学



1. 文化人類学とは
2. ビジネス人類学の歴史
3. アイデアファンドの紹介
4. 人文学の可能性について
5. アイデア資本主義（時間が余れば）

VUCAの時代に、人文・社会科学の 「とらえどころのないものを捉える力」が求められている

先行き不透明な、変化の激しい時代。

課題へのアンサーが必要である以前に、ビジネスで取り組むべき課題自体も自明ではない。
多くの企業にとって、いまや課題探しが課題になっている。

- ▶ 「何を問うべきか」から問わなければならない状況であり、
特定のスキルよりも、複雑な現実を洞察し未来を見通すための思考力が求められている。
- ▶ 人文・社会学分野の大学院で培われた高い思考力・洞察力が活かせる状況の到来

VUCA = volatility, uncertainty, complexity and ambiguity

・ 分野によって違いはある

人類学には「フィールドワーク（参与観察）」というわかりやすい方法論があるため、ビジネスシーンに応用したときの状況や効用がイメージしやすい。

←→ 一方で文学や歴史学はどうか？

・ 一口に「人類学」と言っても様々

人類学の下位分野によっても、ビジネスとの“距離”は異なる。

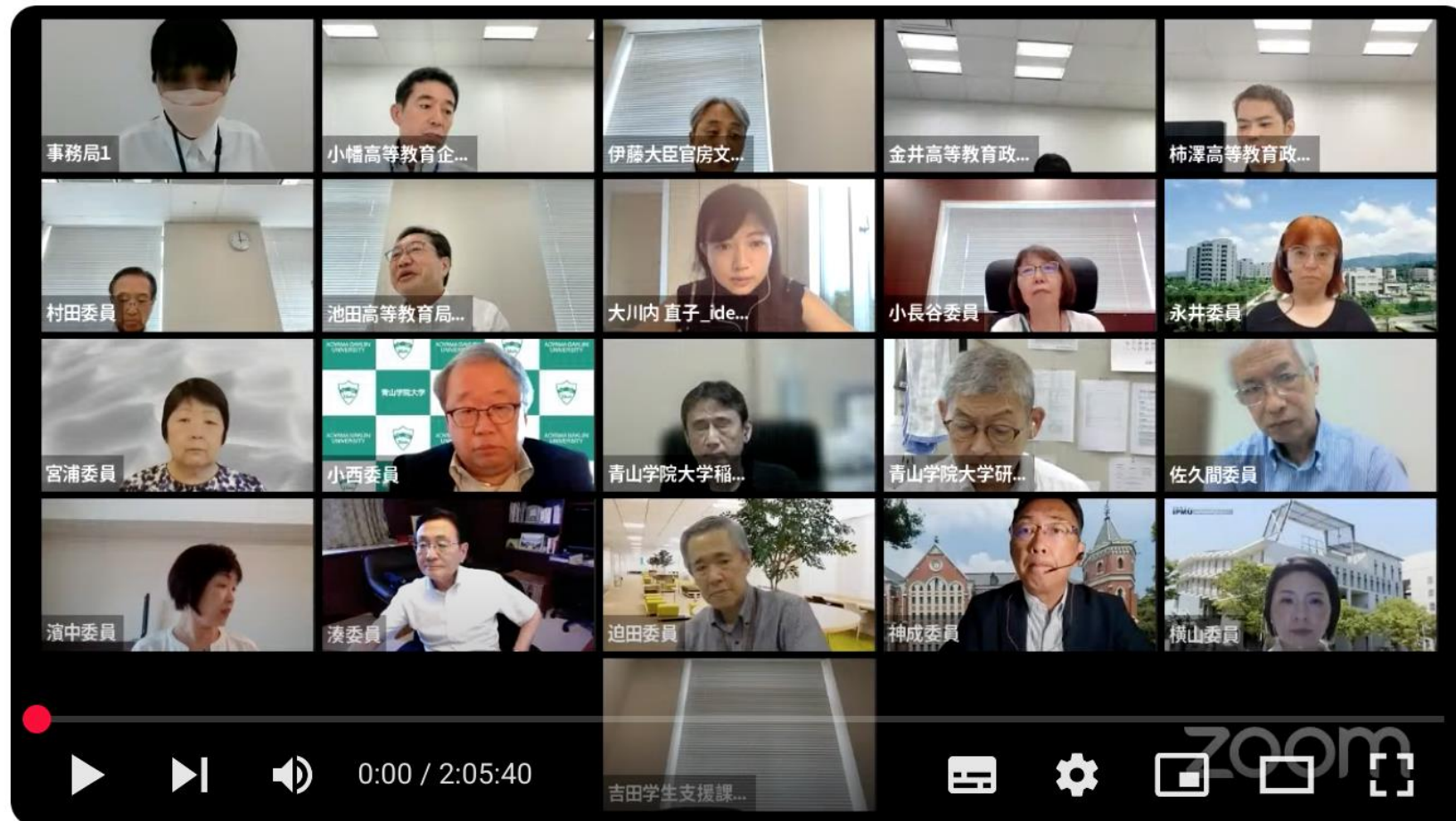
(例)	・ 医療人類学	→ 医療分野・企業への適用
	・ 開発人類学	→ 開発分野・企業への適用
	・ 宗教人類学	→ 前者ほど明確な適用先がない



文科省「博士人材の社会における活躍促進に向けたタスクフォース」（第1回）にて
森山文部科学大臣（当時）に向け意見を述べた



第111回中央教育審議会大学分科会大学院部会にて、ideafundの取り組みについて報告・提言



第111回中央教育審議会大学分科会大学院部会

⇒ 限定公開



文部科学省会...
チャンネル登録者数...

チャンネル登録

👍 高評価



➦ 共有



①開かれたアカデミアの実現

- 人社系の人材がビジネスの場でも活躍するようにするためには、ビジネス界に対する働きかけ、認知向上も必要であろう。（＝**ビジネス側の門戸を開く**）
- しかし、一方のアカデミアの側が十分開かれていると言えるだろうか？
個々の大学院・研究分野によっても異なるが、日本の人社分野において、**アカデミアとビジネスの人材の循環は非常に不活発**。
- アカデミアの知見をビジネスで活かすことに効用があるのと同様に、ビジネスにおける生きた実践、最新の動向をアカデミアに還流させることも重要。
開かれたアカデミアの実現こそが、実は大学院修了者が社会で活躍するための王道なのではないか？

②「役に立たなそう」が役に立つ時代。 「役に立つ」に重きを置きすぎないバランス感覚

- 短期的な視点で「役に立つ」教育（就職しやすいカリキュラム、企業の要請に応える形での人材育成）ばかりに重きをおいては**学問が育たないだけでなく、人社分野が社会で果たしうる役割も薄れていく**。
- 変化の早い現代社会では「役に立たなそう」が役に立つこともあれば、「役に立つだろう」が役に立たないこともある。
計画主義、迎合主義になりすぎず、おおらかに学問を育てる役割も大学には担ってほしい。

I. 給与・待遇

「大卒」 $\geq$ 「院卒」だと、
優秀な学生・社会人が大学院に進学するインセンティブはない

① 「高卒」・「大卒」・「院卒」の比較

- 大学進学率が上昇したのは、給与・待遇面（主に生涯年収）が一般に「高卒」 $<$ 「大卒」であり、大学進学に経済的インセンティブが働くから
- 一方で人文社会系の大学院に関しては、「大卒」 $\geq$ 「院卒」になってないか？
それだと大学院に進学するインセンティブはない

東大の文化人類学の場合は、長期間の調査を実施することもあり、
博士課程だけで5年～10年かかることも経済的な問題をより深刻にしている（現在改革中の模様）

- こうした状況は、「院卒」に社会的・経済的な価値が認められていないことの証左
 - ✓ 価値が正しく認められていないという側面もあるが、それだけではない
 - ✓ 適正に認められた結果、給与・待遇が良くないという側面もある
（II. スキル面参照）

② 矢鱈と人文社会系の大学院進学率を上げることは反対

- アカデミックなポストが限られており、非アカデミアでも博士人材が専門性を生かして働く道は現状少ない。この状況のまま給与待遇面の向上のみ働きかけてむやみに人文社会系の大学院進学率を上げると不幸な進学者を生んでしまう

Ⅱ. スキル・カリキュラム

「院卒」だからできることは？ 能力・スキルが不明で、あるとしても抽象的で明文化しづらい

① 企業にとって

- 学士だと何ができて、修士だと何ができて、博士だと何ができるのかが不明
- 「差分が分かりづらい」というだけではなく、差があること自体が疑わしい場合もある
- 能力・スキルに違いが見いだせないなら、「長く働けるより若い人を採用したい」というのは当然の流れ

② 学生にとって

- 同様の問題。院に進んだから何になる？自分で本を読むこととの差分は？が不明瞭
▶ 換言すると、社会のなかでの人文社会系大学院の役割・位置づけが曖昧
- 「院に進学すると就職しやすくなる」「就職先の幅が広がる」ということがなく、むしろ逆の状況

③ 一方で、能力・スキルの明確化・画一化はナンセンス

- ①②で挙げた課題はあるものの、対策として「博士号取得者は〇〇ができる」という明示的・画一的なスキルを大学院で身に付けさせることには反対
- 博士号は自分で研究の道を切り開いた人に与えられる学位。それを「教えられ、特定のスキルを身に着けた証」にしてしまっては個々の研究の創意工夫・可能性が損なわれる
- かといって、具体的なスキルではなくコア・コンピタンス程度の粒度にすると抽象的で品質保証が難しく、形骸化するおそれ

Ⅲ. 出口・就職先

専門を生かせる働き口が少ない、企業と大学院のつながりも希薄

① 大学院を出た後の進路・就職先の問題

- 院を修了してそのまま大学教員になるのは今やマイノリティ。大学教員にならない人がマジョリティにも関わらず、大学院ではそれ以外の進路がイメージしづらい
- 人文社会系の大学院で身につけた専門性を生かすことのできる就職先が現状限定的であり、就職活動では学部卒と並んで「新卒一括採用」の枠組みで評価・採用されることがほとんど
- 当社では大学院修了者が文化人類学の専門性を生かして働けるよう業務設計しているが、こうした取り組みはまだレアケース

② 高い専門性が求められるニッチな就職では、大学教員がハブになりうるか？

- 理科系では研究室と企業との持続的な関係の中で就職先を見つける学生も多い
- 人文社会系においても、近年は文化人類学や哲学といった諸領域で専門性の高いサービスを提供する企業が出現してきており、大学・教員がハブになって専門性を生かして働ける先と大学院生とを連携する可能性がありうるか

大学での講義（東京都都立大OUなど）

2024年度



東京都立大学 オープンユニバーシティ 2024年度夏期講座

人類学「再」前線

～いま、人類学の可能性について考える～

高校生無料
会費・一般は有料

オンライン
会場

東京都立大学オープンユニバーシティでは、オンライン スペシャル講座を開講いたします。オンラインならではの特性を活かし、全国の様々な研究者や専門家が登壇し、ユニークかつ興味深い講座を提供します。今回は、人類の多様性を研究する学問である「人類学」がテーマです。異常気象やイデオロギー・宗教観の違いによる紛争など危機に直面する世界において、人類学が果たす役割についても考えます。

人間とはとても興味深い「種」です。地球上のすべての人々が、ホモ・サピエンスというひとつの種に属しながらも、地域や国などによって実に多様な考え方や生き様があり、またそれがゆえにすれ違ったり衝突したりすることもあります。グローバルな次元での共通価値を追い求める動きも活発に続けられてきていますが、近年の世界の動向をみるにつけ、その試みは必ずしも成功しているようには見えません。

こうした人間の「性（さが）」を長い間見つめ、またそれについて草の根レベルで問い続けてきたのが人類学です。人類学は人間を多様性と普遍性の双方、あるいはその間の関係から理解しようとする。そのための代表的な手法がフィールドワークであり、人類学者は世界各地に赴いて人々と暮らしを共にし、人々の生の声に耳を傾けつつ、常に変化していく世界と私たち向き合うための方法論や視点を提供してきました。いわゆる伝統的な社会に関する研究であると思われがちですが、現代の人類学は、先進国の都市社会の動向、大企業やスタートアップ企業についての研究まで幅広く行います。単に哲学的な思索に身を委ねるだけでなく、社会を能動的に変えていくための提言やコンサルティングを行うこともあります。



東京都立大学 教授
社会人類学研究室
博士（社会人類学）
飯田 真雄

本講座では、「人類学「再」前線」と題して、東京都立大学社会人類学研究室の教員を中心とした様々な地域や分野の専門家が、多彩な視点から人類学の現在位置について講義します。コンテンツ自体の新旧にかかわらず、それぞれがいま最も伝えたいことを中心に講義内容を組み立てる。だからこそ「再」前線です。

※東京都立大学 社会人類学研究室は1953年に設置された日本で最も歴史のある人類学研究室であり、70年をこえる歴史のなかで育んできた研究成果の還元に努めています。

本講座講師に関係する著作



8 お問い合わせ TEL: 03-3288-1050 (飯田橋キャンパス)

※講師の都合その他の理由により、上記の講義日程は変更される可能性があります。

2025年度

講座コード

2521F007

人類学「再」前線 特別編
観察の技法：ビジネス人類学の理論と実践

場所 飯田橋キャンパス | 受講料 7,500円(3回) | 定員 20名 | 単位 1

講座形式 対面 | 対象者

対面講座

木曜日

18:30~20:00

9月 11, 18, 25日

講師

大川内 直子
アイデアファンド代表取締役
国際大学GLOCOM主任研究員

文化人類学は、世界中の多様な社会や文化を比較研究する学問です。変化の激しい現代を生き抜くヒントが見つかるかもしれないと、近年特に脚光を浴びている分野でもあります。皆さんは文化人類学と聞くとアフリカなどの「未開の地」でフィールドワークを行う不思議な学問と思われているかもしれませんが、今やGoogleやインテルなど多くのグローバル企業が文化人類学の手法をビジネスに取り入れ、成功を収めています。時には経済学やビッグデータ分析よりも頼りになることもあります。

文化人類学をビジネスに取り入れるとは、一体どのように行うのでしょうか。事例を紹介すると共に、皆さんに実際に「観察」を実践してもらいます。

●第1回 今、なぜ「観察」が必要なのか
ここ10年ほどビッグデータやデジタルマーケティングが持て囃されてきました。これらは過去や現状の分析には有効ですが、未来に向けた示唆を得たり新たなアイデアを生み出したりするには不向きです。データを基に仮説を検証するというフェーズの前に、まずは目の前の現実データより生々しく、複雑な一を自らの目で観察することで豊かな経験世界が立ち現れます。

本講義では、人文系の学問の中で観察を最も重視してきた文化人類学の見地から、参与観察という方法論とそのビジネスへの応用可能性について述べます。

●第2回 観察の実践に向けて：フィールドワークとエスノグラフィ
観察の重要性を知るには、机上での学びだけでは不十分です。本講義では皆さんに短期間の参与観察を実践してもらうことで全員が生きた知を体得することを目指します。各自が調査に出ることを前提に、「自分の色眼鏡を知る」「調査計画を立てる」という2点に取り組んだ上で、第2回と第3回の間には身近な場所での参与観察に取り組んでもらいます。参与観察のテーマは「飯田橋という街」「自分の住む街」「自分の家族」の3つから選択予定で。

●第3回 観察結果の解釈
文化人類学的な参与観察において重要なのは、調査後にどのように結果を解釈するかです。各自が調査結果を持ち寄って、テーマごとにグループディスカッションを行い、発表することを通して、観察結果をどのようにホリスティックに解釈するかを学びます。

【講座に関係する書籍】

文化人類学が読み解く
資本主義のフロンティア

アイデア
資本主義

大川内直子 著
大川内直子 著

飯田 真雄 著

大川内 直子 著
(実業之日本社)

エスノグラフィ入門

生活を書く。

石岡 丈野 著
(ちくま新書)

石岡 丈野 著
(ちくま新書)

ANTHROVISION

人類学的思考で捉える
ビジネスと世界

ジリアン・テット 著
土方 奈美 翻訳
(日本経済新聞出版)

講師略歴
東京大学教養学部卒。同大学大学院より修士号取得。専門分野は文化人類学、科学技術社会論。学術活動と並行して、ベンチャー企業の立ち上げ・運営や、米大手IT企業をクライアントとしたマーケットリサーチなどに携わる。大学院修了後、みずほ銀行入行。2018年、株式会社アイデアファンドを設立、代表取締役に就任。国際大学グローバル・コミュニケーション・センター(GLOCOM)主任研究員、昭和池田記念財団顧問。著書に『アイデア資本主義 文化人類学が読み解く資本主義のフロンティア』(実業之日本社)。

8 お問い合わせ TEL: 03-3288-1050 (飯田橋キャンパス)

※講師の都合その他の理由により、上記の講義日程は変更される可能性があります。

1. 文化人類学とは
2. ビジネス人類学の歴史
3. アイデアファンドの紹介
4. 人文学の可能性について
5. アイデア資本主義（時間が余れば）

今回扱う範囲

第1部 資本主義のフロンティアの消滅

1. 資本主義の歴史の紐解きかた
2. 空間のフロンティアとその消滅
3. 時間のフロンティアとその消滅
4. 生産=消費のフロンティアとその消滅
5. 伝統的なフロンティアは消滅した

第2部 アイデア資本主義の到来

1. インボリューション:内へ向かう発展
2. アイデアの時代へ
3. アイデア資本主義で起こること
4. 資本主義のこれから



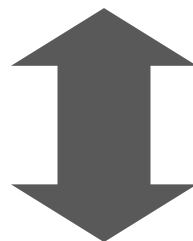


§ 1 〈-ism〉としての資本主義

【資本主義】

ある国の商業や産業が、国家ではなく、営利目的の民間所有者によって制御されている、
経済的・政治的システム

(Oxfordオンライン辞典)



それはそうなのだが、「資本主義」と一口に言っても世界の資本主義とされる地域を見渡すとそこにおける経済も政治も実態は様々。

資本主義は一つの画一的なシステムではなく、現地の「文化」に根ざした形で独自に発達しており、しかも日々変化している。

そもそも、資本主義はある日突然国家によって制定され、導入されたシステムではない。草の根的に、気づけばはびこっていた“なにか”。

→実は資本主義の本質は制度や社会システムではなく、よりミクロな次元にあるのでは？

そこで、資本主義をシステムとしてではなく、資本主義的経済行為を生み出す〈-ism〉として捉えてみる。

暫定的な定義：

【資本主義】

将来のより多い富のために現在の消費を抑制し投資しようとする心的傾向

（アイデア資本主義）

〈-ISM〉としての資本主義はどう生じるか

- 「将来のより多い富のために現在の消費を抑制し投資しようとする心的傾向」があらゆる社会で見られるわけではない。
- むしろ、文化人類学が伝統的に調査対象としてきた社会の多くは非資本主義。



それでは、〈-ism〉としての資本主義はどのように成立するか？



- 文化人類学の研究の中には、社会の中で徐々に資本主義的な経済行為が広まっていったのとちょうど同じ時期にフィールドワークを実施していたものがある。
- それらを参考に、非資本主義から資本主義への変化において何がキーとなるかを検討したい。

- フランスの社会学者／人類学者。コレージュ・ド・フランス教授
- 社会の階級構造が再生産される仕組みと文化資本との関係や、私たちが自分の意志で選択していると思っている趣味や性質が実はハビトゥスに基づくことなどを指摘した『ディスタンクシオン』などが有名
- そのため社会学者として語られることが多いが、研究生生活の初期にアルジェリアの農耕社会で人類学的なフィールドワークを行っている



ピエール・ブルデュー、
『資本主義のハビトゥス—アルジェリアの矛盾』
(1993)

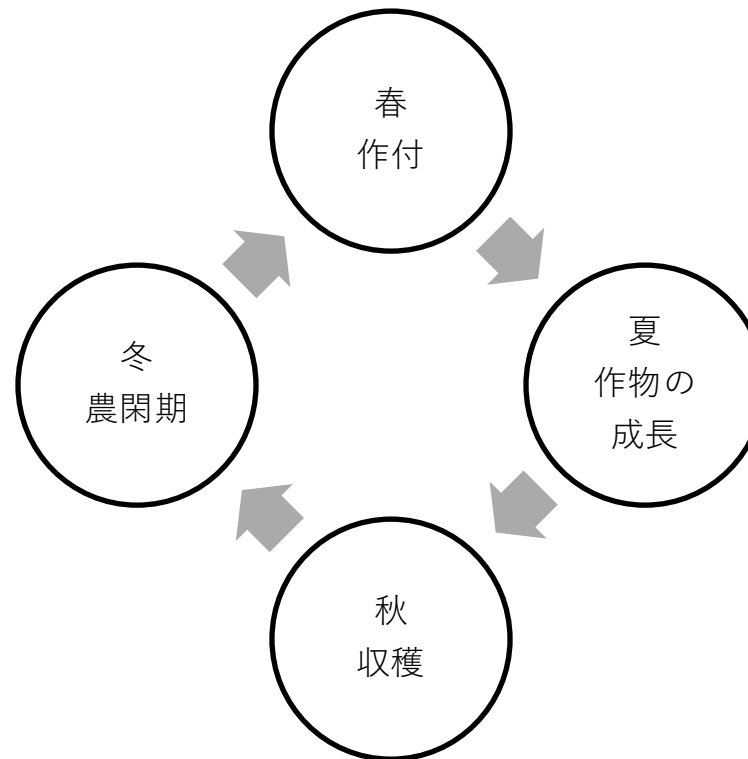
図2 前資本主義と資本主義における計算の違い

	計算の位置づけ	具体例
前資本主義	・表立ってはなされない ・利益の確保ではなく、信頼関係や慣習の維持が目指される	・ヤギの価値を大雑把に見積もる ・宴会に呼べる人数(もてなすことができる人数)を推し量る ・振る舞われる食事に値段をつけてはならない(計算の禁止)
資本主義	・正確になされる ・利益の確保が目指される	・企業の会計や税務 ・家計簿 ・スーパーでの購入金額や釣り銭の額

〈直線的な時間〉

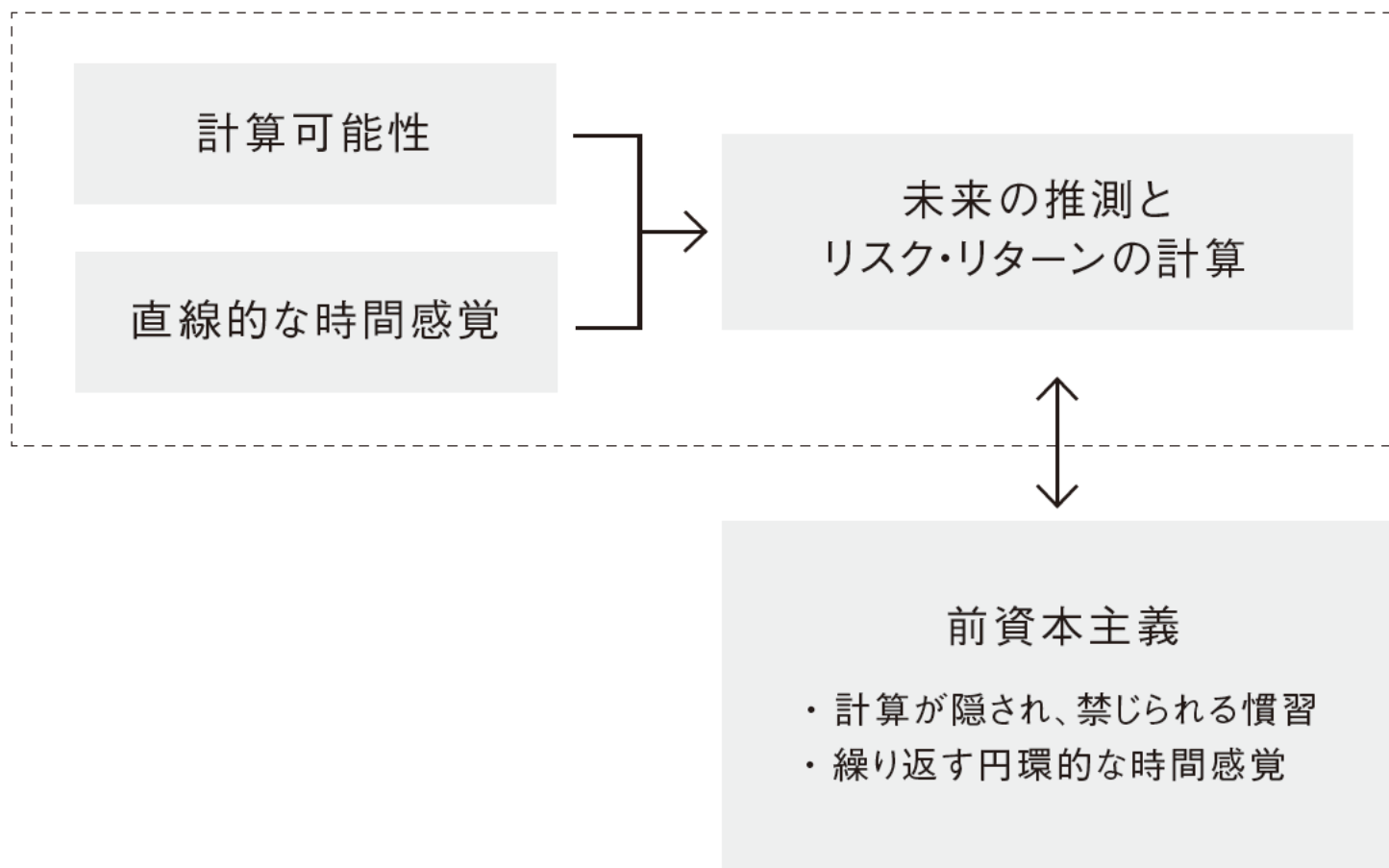


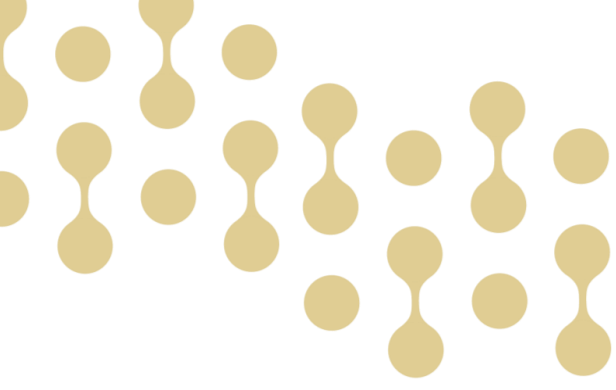
〈円環的な時間〉



直線的な時間の観念が未来についての予測を促し、それがさらに未来における利潤の計算を可能にするからこそ、人は資本をどのように投資すべきかを判断できるようになる

図1 資本主義的経済行為の前提





Thank you for your kind attention.