

2018年度（平成30年度）

東洋大学社会学部社会文化システム学科

卒業論文

東京都台東区御徒町のインド人宝石商にみる徒弟制

～トランスナショナルな継承～

2018年12月21日提出

社会学部 第一部 社会文化システム学科

1520150044

飯島芽美

要旨

東京都台東区御徒町は「ジュエリータウン」と呼ばれ宝飾の町として栄え、多くの宝石店が軒を連ねている。そして、御徒町には日本人宝石商だけでなく、多くのインド人が宝石を輸入販売して生活している。

本論の目的は、東京都台東区御徒町に住むインド人宝石商に対するインタビュー調査を行い、宝石商になった理由や宝石商になるための修行を検討することで、修行にみられる徒弟制を通じて宝石商という職業が国境を超えて継承されていく過程を明らかにする。

本論の調査は、2017年10月から2018年11月にかけて、御徒町で宝石店を営むインド人男性6人に、宝石商になった経緯や宝石商の修行を中心にインタビュー調査を実施した。また、2018年8月25日に御徒町で日本人経営の宝石店とインド人経営の宝石店がそれぞれどのように分布しているのかを明らかにするために、町を歩いて地図に記入した。

本論の構成としては、第I章では、徒弟の定義を述べ、「正統的周辺参加」として徒弟制を捉えた後、世界の様々な徒弟制の事例を明らかにする。その後で徒弟教育が「教えること」を重視する現代の教育とは全く違った考えに基づいていることについて検討する。最後に徒弟制に関する先行研究を整理して本論の位置づけを述べる。第II章では第一にジュエリータウンおかちまちについて、御徒町がどのように宝飾の町として栄えたのかという歴史的背景を明らかにし、第二に現在の御徒町の宝石店の分布について、筆者が行ったフィールドワークをもとに、日本人経営の店とインド人経営の店に分けて示す。第III章では第一にインドにおける宝石の歴史的背景を、第二にインドでの宝石の分布や宝石の産地を、第三に現代のインドでの宝石事情について明らかにする。第四では宝石商の多くはジャイナ教徒であるため、ジャイナ教の歴史や特色を述べる。そして、ジャイナ教の教えの中から宝石商と関わりのあると考えられる教えを検討する。第IV章ではエスニック・ビジネスの観点から御徒町のインド人宝石商がビジネスを成功した要因について明らかにする。第V章では御徒町のインド人宝石商へのインタビュー調査結果をもとに(1)プロフィール、(2)宝石商になった経緯、(3)宝石商の修行について明らかにする。最後に第VI章では、世界の徒弟制の事例との比較から、御徒町におけるインド人宝石商の徒弟制の特徴を明らかにし、最後に御徒町の宝石商にみるインドと日本の国境を超えた継承のあり方を考察する。

結論として、御徒町のインド人宝石商の仕事が継承されていく過程は、第一に宝石商を始めるためには家族や親戚が宝石の仕事に就いていなければならないこと、第二に宝石の勉強やビジネスの仕方をインドの宝石店での徒弟としての修行を通して学んでいること、第三にインドでの修行を通して学んだ知識を持って御徒町に移住してきたジャイナ教徒は、「Tokyo Jain Sangh」に参加することで日本でビジネスを営むことができている。インドで親方-弟子という徒弟制による修行によって宝石商になったジャイナ教徒は、昔からの日本の宝石店との繋がりを生かして日本でのビジネスの基礎を形成し、「Tokyo Jain Sangh」へ参加することによって、国境を越えて宝石商という仕事を継承している。

目次

はじめに	1
I 徒弟制と本論の位置づけ	3
1 徒弟制とは	3
2 世界の様々な徒弟制の事例	5
3 「教えない」ことの意味	7
4 先行研究の整理と本論の位置づけ	7
II ジュエリータウンおかしまち	8
1 「宝飾の町」御徒町の歴史的展開	8
2 現在の御徒町における宝石店の分布	9
III 宝石大国インドとジャイナ教	12
1 インドにおける宝石の歴史	12
2 インドと宝石	13
3 インド人宝石商とジャイナ教の教え	15
IV エスニック・ビジネスとしての御徒町のインド人宝石商	17
1 エスニック・ビジネスとは	17
2 在日インド人にみるエスニック・ビジネス	18
3 エスニック・ビジネスとしてのインド人宝石商	18
V 「宝石商になる」ーインド人宝石商へのインタビューからー	19
1 調査概要	19
2 インタビュー結果	21
(1)A 氏の場合	21
(2)B 氏の場合	23
(3)C 氏の場合	24
(4)D 氏の場合	25
(5)E 氏の場合	27
(6)F 氏の場合	27
VI 考察	28
1 宝石商にみる徒弟制の特徴ー世界の徒弟制の事例との比較から	28
2 トランスナショナルな継承	29
おわりに	30
参考文献	31

はじめに

東京都台東区御徒町は「ジュエリータウン」と呼ばれ宝飾の町として栄え、多くの宝石店が軒を連ねている。この御徒町が宝飾の町として栄えたのは江戸時代まで遡る。その当時、御徒町付近には数え切れないほどの寺社があった。多くの寺社があったためにかんざしや櫛を作る飾り職人が多くいたことや、また台東区には色街が多くあったため、そこで必要とされる宝飾品小物を納めるビジネスの拠点として御徒町は便利だった。明治の中頃には廃仏毀釈が行われ、仏具職人から、指輪などの装飾物を製作、加工する業者に転向した者が増えたことから、宝飾の町としての御徒町が形成されていった。現在も数多くの宝石店が並び、日本を代表し世界からも注目される宝飾の町となった。そして、御徒町には日本人宝石商だけでなく、多くのインド人が宝石を輸入販売して生活しているが、これについてはほとんど知られていない。バブル経済期に出回った多くの宝石が、バブル経済崩壊後家庭で眠っていたが、最近ではその宝石がインド人宝石商に売られ、それが日本で売られているだけでなく、インドに輸出、加工されインドや世界でも売買されている。

私は以前、御徒町のインド人宝石商についてのテレビ番組を視聴したことがあった。日本の宝石がインドに輸出、加工されインド国内で宝石が売られていく過程について放映されていた。特に 2000 年代以降に来日するインド人が増えたが(注 1)、その多くは IT 関係の仕事に携わっている。しかし、宝石商として来日するインド人もいることを知り、彼らのライフストーリーや生活についてより深く知りたいと調査を始めた。

インド人が展開する宝石ビジネスはエスニック・ビジネスとして捉えることができる。樋口[2012a]はエスニック・ビジネスを「ある社会のエスニック・マイノリティが営むビジネス」と定義している。そのエスニック・ビジネスを成功させる要因として人的資本・社会関係資本・機会構造の 3 つの変数がプラスに働いているビジネス集団はビジネスを成功することができる」とされている[樋口 2012a]。この定義は御徒町におけるインド人宝石商の宝石ビジネスにあてはまると同時に宝石ビジネスが成功した要因にもなっている。

そして、宝石商になる者の多くはジャイナ教徒である。なぜなのか、そしてインド人宝石商へのインタビューをする中で、宝石商になったきっかけや宝石商になるための修行について興味を持ち、さらに詳しく知りたいと調査を行った。そして、インドで修行して宝石商になった人が日本に移住後、どのようにビジネスを営み日本でも宝石商が継承されているのかという疑問を抱いた。

本論の目的は、東京都台東区御徒町に住むインド人宝石商に対するライフストーリーを構成するインタビュー調査に基づいて、宝石商になった理由や宝石商になるための修行を検討することで、修行にみられる徒弟制を通じて宝石商という職業が国境を超えて継承されていく過程を明らかにする。方法としては 2017 年 10 月から 2018 年 11 月にかけて、御

徒町で宝石店を営むインド人男性6人(A氏、B氏、C氏、D氏、E氏、F氏)にインタビュー調査を実施した。また、2018年8月25日に御徒町で日本人経営の宝石店とインド人経営の宝石店がそれぞれどのように分布しているのかを明らかにするために、町を歩いて地図に記入した。さらに2018年9月23日に御徒町でジャイナ教徒が集まるランチ会のスワームワッスル(注2)に参加した。

本論の構成として、第I章では、徒弟の定義を述べ、「正統的周辺参加」として徒弟制を捉えた後、世界の様々な徒弟制の事例を明らかにする。その後で徒弟教育が「教えること」を重視する現代の教育とは全く違った考えに基づいていることについて検討する。最後に徒弟制に関する先行研究を整理して本論の位置づけを述べる。第II章では第一にジュエリータウンおかしまちについて、御徒町がどのように宝飾の町として栄えたのかという歴史的背景を明らかにし、第二に現在の御徒町の宝石店の分布について、筆者が行ったフィールドワークをもとに、日本人経営の店とインド人経営の店に分けて示す。第III章では第一にインドにおける宝石の歴史的背景を、第二にインドでの宝石の分布や宝石の産地を、第三に現代のインドでの宝石事情について明らかにする。第四では宝石商の多くはジャイナ教徒であるため、ジャイナ教の歴史や特色を述べる。そして、ジャイナ教の教えの中から宝石商と関わりのあると考えられる教えを検討する。第IV章ではエスニック・ビジネスの観点から御徒町のインド人宝石商がビジネスを成功した要因について明らかにする。第V章では御徒町のインド人宝石商へのインタビュー調査結果をもとに(1)プロフィール、(2)宝石商になった経緯、(3)宝石商の修行について明らかにする。最後に第VI章では、世界の徒弟制の事例との比較から、御徒町におけるインド人宝石商の徒弟制の特徴を明らかにし、最後に御徒町の宝石商にみるインドと日本の国境を超えた継承のあり方を考察する。

注1：2018年の在留外国人数と在日インド人の総数

法務省の2018年6月在留外国人統計より、総在留外国人は3,214,187人であり、その中でインド人は38,010人である。

注2：ジャイナ教のお祭りマハヴィーラジャヤンティーが8月に御徒町で開催された。このお祭りは1か月にもわたるもので、ジャイナ教徒にとっては年に一回の大きなイベントである。神へのお祈りや楽器を弾いたりする、またその祭りの一環で断食をする者もいる。断食の期間は人それぞれだが、長い人だと30日以上行う。今回の祭りでは10代後半の女性が断食に成功しそのお祝いにスワームワッスルが行われた。この食事会には200人以上のジャイナ教徒が集まり、食事代や食事会の費用すべてが断食をした女性の両親がお金出した。

I 徒弟制と本論の位置づけ

本章では、徒弟の定義を述べ、「正統的周辺参加」として徒弟制を捉えた後、世界の様々な徒弟制の事例を明らかにする。その後で徒弟教育が「教えること」を重視する現代の教育とは全く違った考えに基づいていることについて検討する。最後に徒弟制に関する先行研究を整理して本論の位置づけを述べる。

1 徒弟制とは

(1) 徒弟の定義

協調会[1985]によると、徒弟とは一般的に、雇用との契約に基づき、習業を目的として一定期間業務に就く年少の職工のことを指す。雇い主は徒弟に対して契約期間中、特定の職業に関する知識や技術を授ける責任がある。徒弟は一定期間雇い主に対して忠実に労務を提供する義務があるとされている。雇い主の方は少なくとも契約期間の初めは徒弟の提供する業務以上のものを授けることが一般の慣例になっている。徒弟の形式には3つほどあり、1つは雇い主との間に正式の徒弟契約承諾書を取り交わすもの、2つ目は簡略な書式による契約、3つ目は口頭契約がある。この中でも口頭契約は書式によるものよりも拘束力が弱いとされている。徒弟にはさらに3種に分けられる。1つは *trade apprentice* とされ普通一般の徒弟を指し、2つ目は *pupil apprentice* とされ将来管理者になるものを指し、普通の徒弟よりもさらに訓練を必要とされる、3つ目は *student apprentice* とされ工場で特殊な仕事に関してのみ訓練するものである。1つ目の *trade apprentice* に属する者も外部の学校学級に通学している場合は *student apprentice* と呼ばれることもある[協調会 1985: 16-21]。

(2) 「正統的周辺参加」とは

レイヴ&ウェンガー[1993]によると、「正統的周辺参加という中心概念が意味するのは、学習者が熟練者の実践活動に参加はするが、それはごく限られたレベルであり、しかも最終的な産物に対しては、ごく限られた責任しか負わないという独自の関与のあり方である」[レイヴ&ウェンガー1993: 7]。さらに「学習者は実践共同体という学習集団に属していくことで一人の学習意図が受け入れられること、社会文化的な実践の十全的参加者になるプロセスを通して学習の意味が形作られる」[レイヴ&ウェンガー1993: 1-2]。

このレイヴ&ウェンガー[1993]が述べている正統的周辺参加についてわかりやすく述べた野村[2003]によると、文化人類学者であるレイヴとウェンガー(1991)は正統的周辺参加論を展開している。レイヴらはマルクス主義的な認識論を前提とし、ヴィゴツキー派の活動理論、さらにはブルデューに代表される近年の実践理論を自らの理論的前提として、従来の

徒弟教育を一気に社会学化している。この論からすると新弟子は正統的周辺参加というゆるやかな条件のもとに実際に仕事に従事することで業務を遂行するに必要な技能を獲得していく。熟練者を含む実践共同体の活動に参加するという意味で、新弟子の参加は正統的参加であると言える。その参加の最終的な所産に対してはごくわずかな責任しか負わないことから周縁的参加と呼ばれている。参加のあり方として最初は周縁的であるとしてもやがては十全的参加となる。この周辺から十全への移行が学習である。

例として新弟子として仕立屋に弟子入りすることは、直ちに実践共同体に参加することになり、彼らは掃除や雑用、ボタン付けといった周縁的な参加を通し、やがては裁縫から裁断へと参加の形態を順次変えていく。周縁的参加で責任を負うことは少ないが、洋服には欠かせないボタン付けといった最終的な所産に関与し続けている。熟練者になるにつれてその責任は重くなっていき、周辺から十全への参加が保障されているという意味でこの参加は正統的であると言える。実践共同体は時間をかけ形成された価値観を共有する中で、人々がそれを価値あるものと積極的に認め、それを生み出す重要な知識・技術なりを身に付けさせていく。新弟子は周縁的参加の過程で価値観を共有し、やがて十分に身につける中で十全的な参加に移行し徐々に中心的な存在へととなっていく〔野村 2003 : 31-33〕。

(3) 「正統的周辺参加」としての徒弟制

レイヴ&ウェンガー〔1993〕は、徒弟制についての事例は正統的周辺参加の概念の意味を探るためには、特に役に立つと考えられると述べている。しかしこの概念は徒弟制の蒸留物とみなすべきではない。徒弟制の民族研究は、学習と仕事の遂行が不可分のものであることを強調している。これらの研究が部分的に明らかにするように、仕事と学習のいかなるシステムも、歴史、技術、発展する仕事の活動、経歴、さらに新参者と古参者の関係、あるいは共同作業や実践者同士の関係などを根源としており、またこれらすべてを通しての相互依存関係もある。徒弟と聞くと多くの人は親方-徒弟の関係と考える。しかし実践では親方の役割は時間と空間を通して多様である。ユカタンの産婆や操舵手にしても特定の親方-徒弟の関係で学習していない。

これとは対照的に仕立屋の徒弟は親方との特定の関係を持つため親方がいなければ徒弟ですらない。親方は徒弟が共同体の生産活動における参加に正統的アクセスできる前に、徒弟の保証人にならなければならない。そのような正統的アクセスが徒弟に保証されているケースは、実践共同体が位置づいている社会的環境での分業の特徴に依存している。また、産婆になるための学習で学ぶのは、自分が慣れ親しんだ家族での特殊技能であり、それは毎日行われる広く分散した「ふつうの」活動とは異なるが、それから際立って分離しているわけでもない労働の一形態なのである。ここでの正統的参加は家族や共同体の成員であることを通じて分散して行われるのである。徒弟が特定の職業を学ぶところでは、実践共同体に入るための保証が問題になる。特定の親方との意図的な関係、さらに契約関係ですら一般的である。親方と徒弟の関係を形成する際に、正当性を与えているかどうか、教えを授けてい

るかが非常に重要である[レイヴ&ウェンガー1993 : 37-38, 72-73]。

2 世界の様々な徒弟制の事例

以下、世界の様々な徒弟制の事例の中からそれぞれ異なる特徴をもつ 4 つを取り上げて検討する。

(1) ユカタンの産婆にみる徒弟制

レイヴ&ウェンガー[1993]に基づいてまとめると、ユカタンの産婆の徒弟制についてジョーダン[1989]は、ユカタンの産婆が何年もかけ産婆術について周縁的参加から十全的参加に向かう過程を研究した。徒弟制は日常生活の一部である。そこには教える努力と言えるものは見られない。なぜなら将来産婆になる少女はほとんどが母か祖母が産婆であるために、産婆術は家族の系譜に沿って語り継がれているからである。

産婆になるための徒弟は認められず、成長過程の中で産婆術の実践のエッセンスを多くの手続きの知識と共に吸収していく。少女たちは産婆の生活がどのようなものかを知ることや、産婆に相談に来る男女がどんな話をするのか、どんな種類の薬草や他の治療薬を集めなければならないのかなどを知るのである。また少女の母親が出産前のマッサージを施している間は部屋の隅に座り、少女は難しいケースや奇跡的に成功した結果などの話を聞いたりする。そして、少女は成長する過程で伝言を運び、使い走りをし、必要な備品を得るためにかけずりまわる。少女は母である産婆が普段の市場での買い物の後には出産後検診の訪問に同行することもある。このような経験をし、のちに少女たちが子供を産む立場になり、少女たちが自分の出産時にしてくれたことを今度はほかの女性の分娩を手助けすることになる。どこかの時点で彼女自身が真にこの仕事をしたいと決意するときが来るかもしれない。彼女の指導者は彼女との関係は主に自分のために役立っていると考えている。時間が経過するにつれ徒弟は一層多くの仕事を代行する[レイヴ&ウェンガー1993 : 46-48]。

(2) ヴァイ族とゴラ族の仕立屋にみる徒弟制

レイヴ&ウェンガー[1993]に基づいてまとめると、1973年から78年にかけてヴァイ族とゴラ族の仕立屋たちが商業地域の外周にある川岸の狭い道に沿って、仕立屋の店をぎっしり建ち並べていた。それぞれの店には数人の親方がおり、店を経営し、服を仕立て、徒弟の監督をしていた。仕立屋は最下層の人々に服を作り、なかでも彼らの専門は安くてすぐに履ける男物のズボンであった。それ以外にも製品を作り、衣服のタイプリストは仕立屋の親方になっていく過程に不可欠な複雑な順序形態をコード化したものになっていた。それは徒弟たちに対する一般的なカリキュラムにもなっている。徒弟は最初に帽子とズボン、普段着のくつろいだ子どもの服のつくりかたも学び、その後には外出着のフォーマルな衣服に、最後には高級スーツを作る流れである。

徒弟制の過程の構成は衣服全体のレベルに限られていない。初期のステップでは手で縫うことから足踏みミシンで縫うことを学び、アイロンがけを学ぶ。仕立ての知識本体からこ

れらを除いたとしても、衣服に対して徒弟は裁断の仕方や縫製の仕方を学ばなければならない。学習過程は衣服の製造過程を単に再現しているのではない、実際には衣服の製造過程は逆になっている。つまり徒弟たちは衣服の製造仕上げの段階を学習することを始めに学び、つぎにそれを縫うこと、後になって裁断の仕方を学ぶのである。製造の過程を逆から学ぶことは、ボタンを付けるときなどに、最初に衣服構成の全体を大きく見た輪郭に徒弟の注意を向けさせることができるからである。次に縫うことで徒弟の注意を異なる布切れが縫い合わされる順序や位置に注意を向けさせることができる。それぞれの過程で前段階が現在の段階に貢献しているかを考えさせる機会を与えている[レイヴ&ウェンガー1993：48-52]。

(3)米軍海軍の操舵手にみる徒弟制

レイヴ&ウェンガー[1993]に基づいてまとめると、操舵手はその専門職をかなり限定された任務から始め、習熟するにつれさらに複雑な業務に進む。新人の操舵手は、洋上で操船するとき、港に入港する際に他の人と共同作業しているとき、船の位置を確定することを学習しておく必要がある。操舵手の実務の基礎を学習するには1年はかかる。操舵手を目指す若者にとっては仕事について多くの情報源がある。ある者は船員になる前に専門学校へ行き、そこで彼らは基本的用語や概念には接するのだが、それ以上の経験を積むわけではない。つまり訓練されるが経験はしない。しかしある操舵主任は訓練生がこの実務についての訓練を受けていない身体強壯な船員であるほうがよいと語った。なぜならその方が学校で学んだ悪い習慣を壊す手間が省けてよいからである。

訓練中経験を積んだ見張り担当者がそばにいて、初心者の活動を細かく監視し、船の操縦に必要な事項を満たしていない場合は代行できるようにしていた。しかし経験を積んだものであっても、訓練で見張り役に立つ仕事はかなりの知識を必要とするものであり、初心者は数か月の経験をやるまでできない。初心者の仕事は作業をこなすために組織のために自分の行動を学ぶことである。有能になるにつれ今まで周りにやってもらった仕事を組織的業務の一部としてこなすようになる。見張り役の指導の下見張り役に立つずっと前に、初心者は航行及び停泊時の見張り役服務規程で測深儀の操作及び方位測定の仕事にかかる。ここでは6つのポジションがありこの一連の業務を一つずつ学んでいく。習熟度が増すにしたがって様々な仕事の知識の重なりで、熟練者レベルの仕事の知識は最小の内容の重なりで理解されていることになる[レイヴ&ウェンガー1993：52-55]。

(4)肉加工職人にみる徒弟制

レイヴ&ウェンガー[1993]に基づいてまとめると、肉屋の徒弟制は職業学校と職場内訓練との混合で構成されている。肉加工職人組合が認定書を出すことから始まる。認定書は6か月の徒弟制と同じものとされ、所有者は2年半就業すると職人の賃金と地位をもらう資格を与えられる。認定書を与えるために職業学校では伝統的な方式の学級を運営しており、学級では本の勉強とペーパーテストをし、店では実習を行う。生徒は小売店では使えない間屋

での肉のカットの仕方を学び、客に肉の料理法を助言する仕方を学ぶ。作業場のレイアウトも学習の特質であり、なぜなら徒弟はほかの人々を観察し、自らを観察されたりして多くのことを学ぶ[レイヴ&ウェンガー1993 : 56-60]。

3 「教えない」ことの意味

野村[2003]は、徒弟教育は、教えることを重視する現代の教育とは全く違った考えに基づいていると指摘している。学習するものが前もってあり、それを学習者の頭の中に入れることが教育であるとする、教育の役割はなによりもまずは教えることである。これに対し、学びが具体的な状況のもとで成立するならば、学びを支援するシステムが教育ということになる。その一形態として「教えない」教育も存在してよい。しかし文字通り教えることが教育であるならば、成り立つかは疑問視される。この「教えない」の真意には教えることよりも、学ぶ方に重点を置いていると言える。事実、この世界では「わざ」は教えられるものではなく習うものであると言われている。この点で、「教える」ことに重点をおく学校教育と大きく異なる。学習者は師匠から直接的に教えられるわけではなく、実際の仕事に従事していく中で学んでいく。そのために徒弟教育は「教えない」という特性を持つが、それでいて学びが保障されているのは、この教育が実践共同体で行われているからである[野村 2003 : 33-43]。

そして、野村は、こうした「教えない」教育が重要なのは、知識を伝え—学ぶ機会が奪われているからであると指摘している。知識を生み出し、それを利用する場を共有するからこそ、知識を伝え—学ぶこともできるが、現実ではそれらが乖離し伝え—学ぶ機会が奪われていることから、人々が知識から疎外されている。自らの経験のような重要な部分は伝えられるものではなければ、また是非伝えたいとの思いを抱くほどの経験は少ない。このようなことから我々は伝えるべきものはもはやないというのが正直なところである。かつては固有の場を共有しながら親から子へ、あるいは師匠から弟子へ伝えられ多くの事柄は、伝統社会が崩落する中で確実に色あせている。ところが固有の場に身を委ね、そこで何かを学ぶことになる今なお、先輩や師匠から多くのことを学んでいく。我々は日常的な学びの多くは身近な先達によっている。初心者は経験者の仕事ぶりから多くのことを学んでいる。このように一方では我々は伝え—学ぶいきいきとした関係を構築している[野村 2003 : 11-13]。

4 先行研究の整理と本論の位置づけ

在日インド人研究としては、澤・南埜[2005]、澤・南埜[2009]の在日インド人の人口増加の歴史的背景の研究や、山本[2016]のインド人の子どもの教育に関わる研究や、小山田[2007]の江戸川区に住むインド人の生活やコミュニティに関する研究、周・藤田[2007]の東京都で最も在日インド人が多い江戸川区で、女性の増加傾向が全国よりも高いことを指摘している研究がある。御徒町のインド人宝石商に関する研究としては、インド人のエスニッ

ク・ビジネスに関する研究は樋口[2012b]、御徒町のインド人宝石商のビジネスの成功要因と、エスニック・ビジネスとしての特徴を明らかにした研究は尾野[2017]がある。しかし、本論のようにインド人宝石商になる過程に着目して、それを徒弟制として捉え検討した研究はない。

徒弟制に関する研究としては、徒弟の定義や形式、契約などについての研究[協定会 1985]、徒弟制を「正統的周辺参加」として捉えたレイヴ&ウエンガー[1993]の研究があり、レイヴ&ウエンガー[1993]は、世界の様々な徒弟制に関する事例を紹介している。また、この正統的周辺参加にみられる「教えない」教育に着目し学校教育に生かそうとした野村[2003]の研究、コンサルタントグループが行う成長し続ける人材を産む徒弟制についての研究[木村&木山 2015]、伝統工芸の技の伝承を師弟相伝の視点から研究した雨宮&林部[2007]の研究、丁稚と徒弟の養成に関する木村[2012]の研究、先進諸国における熟練工養成の実態を分析し、日本で排除されてきた徒弟制度を再評価する研究[平沼&佐々木&田中 2007]等がある。しかし、本論で取り上げる御徒町のインド人宝石商のように、一つの宗教を信仰する移民が営むエスニック・ビジネスにおける徒弟制の研究はない。

本論の意義は移住前にどのような特徴をもつ徒弟制による修行によって宝石商になり、移住先でどのようにエスニック・ビジネスを存続させているのかを明らかにすることによって、徒弟制を通したトランスナショナルな継承を明らかにすることができる点にある。

II ジュエリータウンおかしまち

本章では、第一にジュエリータウンおかしまちについて、御徒町がどのように宝飾の町として栄えたのかという歴史的背景を明らかにし、第二に現在の御徒町の宝石店の分布について、筆者が行ったフィールドワークをもとに、日本人経営の店とインド人経営の店に分けて示す。

1 「宝飾の町」御徒町の歴史的展開

御徒町という地名の由来について[日本唯一の宝飾問屋街ジュエリータウンおかしまちHP]に基づいてまとめると、江戸城の北方の護りとして、御先手組、御書院御番組、御徒士組といった幕臣に屋敷、長屋が与えられた。御徒士組は幕臣の中でも下級の武士であり騎乗は許されておらず、将軍の身の回りを警備する武士であり御徒(徒士)とされていた。このことから御徒町という地名に由来したのではないかと考えられている。

御徒町の宝飾の歴史は江戸時代に遡る。江戸時代には御徒町付近は上野寛永寺、浅草寺を

はじめとし、数え切れないほどの寺社があった。多くの寺社があったため、仏具や銀器の飾り職人が多くいた。また台東区には古くは浅草、吉原、柳橋、黒門町、湯島、根津など、域街、色街が多くあったため、そこで必要とされる、かんざし、帯留めなどの小物を納めるビジネスの拠点として便利だったことも理由のひとつにあげられる。明治の中頃から指輪などの装飾物を製作、加工する業者が増えたことから御徒町は、宝飾品の町というイメージがついていった[日本唯一の宝飾問屋街ジュエリータウンおかちまち HP]。

江戸時代に宝飾品の町を確立した御徒町のその後について[飯田馨の工房リンプラ『御徒町の歴史』]に基づいてまとめると、第二次世界大戦後、上野では米軍たちが時計やアクセサリなどを売買し始め、このときの青空マーケットが今のアメ横の母体となった。上野や御徒町はアメ横のバックヤードとして、買われた品の修理や仲介機能を果たした。1964年には困窮した家から売りに出された時計やジュエリーの交換などから、時計・宝飾業者同士の「市」も行われるようになった。この時代は贅沢品の輸入は認められておらず、時計は密輸入されていた。台東区内でも毎月決まった日時に様々な交換市が開かれていた。問屋は市で仕入れた商品を抱え、地方に売りに行ったが、完全な売り手市場であったため、地方の小売店も問屋が来るのを待たずに、仕入れるために直接上野に来るようになった。その当時、現在の東上野 1 丁目を中心に問屋が集まってはいたが、台東区内に散らばってあるため、仕入れの効率が悪く、まとまった問屋街が欲しいといった要望が多く寄せられるようになった。そこで、時計関係の問屋有志 12 社が協議し、戦火で焼けて空き地が多い上野駅からも近くアクセスが良い御徒町駅周辺に集まることになり、1956年に「仲御徒町問屋連盟」が結成された。交換市で活躍した人たちを旗師と呼び、この旗師たちが中心となって作った組合が「全国宝石卸協同組合」である。こうした歴史の中で宝飾品取引の中心地としての地位を確立した[日本唯一の宝飾問屋街ジュエリータウンおかちまち HP]。

2 現在の御徒町における宝石店の分布

(1) 日本人宝石店

現在の御徒町の宝石店について[暮らしっく不動産『御徒町と宝石』HP]にもとづいてまとめると、江戸時代から宝飾の町としての地位を確立した御徒町は、1987年9月に街作りと共同セールの開催を目的として、上野5丁目と3丁目のジュエリー業者159社が集まり「ジュエリータウンおかちまち」(略称・JTO)が設立された。1989年頃には御徒町地区だけで1000社以上もあると言われていたが、激しい経済競争と景気低迷により次第に減り、2000年代に入って半分程度になったと言われていた。その中でもインド人業者の進出がめざましいとされている。

なぜ御徒町に宝石店が集まっているのかというと、宝飾取引の中心地としての地位を確立した御徒町にあれば、どのようなお客さんの要望にも応えることができると小売店の間で評判になり、業者も競って御徒町に出店するようになったからである。御徒町を経由して出

荷されるジュエリーは、最盛期には全国取引額の 3 分の 2 もあると言われた。その御徒町の道には宝石の名前がつけられている。「ガーネット通り」、「ダイヤモンド通り」、「ひすい通り」、「エメラルド通り」、「ルビー通り」、「サファイア通り」など御徒町のジュエリータウンを交差する路地には宝石の名前がつけられている[暮らしっく不動産『御徒町と宝石』HP]。

(2)インド人宝石店

筆者によるインド人宝石商 C 氏へのインタビューによると、御徒町には宝石のお店がたくさんあるので、マーケットがわかり、宝石の動向がわかるため多くの宝石商たちは御徒町にやってくる。ここ 20 年でインド人が経営する宝石店が増えた。現在ではインド宝石会社が 100 社以上、インド人は 200~300 人ほどいる。インド人が 1 番多かったのは 2008 年~2010 年頃であったが 2011 年の東北大震災以降インドに帰ってしまう人が多く減少している。大きな理由としては、日本の女性は宝石をあまり使わず興味がないため商売するのが難しくなっているからである。インド人以外にもスリランカやイスラエルの人でも宝石の仕事をしている人がいる。インド人宝石商同士で自分の店の商品の貸し借りをして、お客さんのニーズに合わせて商売をしていることもあるため、インド人宝石商同士でのつながりは深い。御徒町だけではなく神戸や山梨の甲府にも宝石店が多くある。

インド人宝石商達は、日本人宝石商が作っている「ジュエリータウンおかちまち」の様なビジネスコミュニティは作っていないが、ジャイナ教徒による「Tokyo Jain Sangh」というコミュニティのメンバーはほとんどがインド人宝石商である。9 月に実施される、ジャイナ教のお祭りマハラヴィーラジャヤンティーやそのお祭りの後で実施されるスワームワッスルという昼食会には約 300 人以上のジャイナ教徒が集まるが、ほとんどが宝石商である。「Tokyo Jain Sangh」は Face Book に活動の様子や多くの情報が書き込まれ活発に活動していることがわかる。主に宗教のお祈りやお祭りを行うために作られたコミュニティであるが、同じビジネスをする仲間を知ることや情報の共有なども行われる。

以下の図 1 は、筆者が 2018 年 8 月 25 日に御徒町に赴き、黒い枠の範囲の中に宝石店がいくつあるか目視で確認し、地図に記したものである。

御徒町駅を出て少し歩くと、宝石店が立ち並んでいる通りがあった。実際に歩いてみるとほとんどの宝石店は日本人が経営しており、外国人が経営している店は少なかった。一般のお客に商売をしているだけでなく、事務所を構え宝石ビジネスを行うような卸売専門の店も多くあることがわかった。お客はほぼ日本人が多く、インド人が経営する宝石店は日本人の客でにぎわっていた。

【図 1】



(出典 : goo 地図サイト <https://map.goo.ne.jp/list/address/13106007/>を元に筆者作成)

筆者によるインド人宝石商 B 氏へのインタビューによると、日本は原石から宝石を作る技術はなく、インドやイスラエル、オランダ、アムステルダムは技術が高いとされている一方で、日本は出来上がったものや、カットしたものを完成させる技術は高い。15 年程前は御徒町にはインド人の店は 1 つか 2 つだったがここ最近でインド人の宝石の店はたくさん増えた。日本人の店は閉まりその店をインド人が買い、新しく店をスタートすることもあり、その逆のパターンもある。現在御徒町にインド人が経営している会社は 100 社程で、人数でいうと 300 人程である。宝石会社は東京だけではなく甲府、神戸もあり、20～30 年前は甲府には宝石職人がいて宝石を作り、その壊れた宝石は東京で修理していた。現在もメインジュエリーは甲府で作っている、神戸には 70 年前からインド人宝石商がいて真珠を専門としている。

Ⅲ 宝石大国インドとジャイナ教

本章では、第一にインドにおける宝石の歴史的背景を、第二にインドでの宝石の分布や宝石の産地を、第三に現代のインドでの宝石事情について明らかにする。第四では宝石商の多くはジャイナ教であるため、ジャイナ教の歴史や特色を述べる。そして、ジャイナ教の教えの中から宝石商と関わりのあると考えられる教えを検討する。

1 インドにおける宝石の歴史

インドと宝石の関係について[華やかな時代:インドの宝石 HP]に基づいてまとめると、インドにおいて5000年以上もの間、ジュエリーはインドの歴史の中で非常に重要な役割を果たした。たくさんの戦争を繰り返す中で、帝国はジュエリーなどの富を求め戦争を行っていた。しかし文化的慣習のため由緒ある宝石はあまりなく、宝石や貴金属は後の世代によって別の目的で使用されるようになった。ムガル帝国時代(1526年~1857年)には、自分たちが獲得したジュエリーを贈呈品として受け取ることや、宝庫に保管されていた多くの宝石や金から作られたジュエリーを惜しみなく身に着けていたムガル人やインドの支配者たちは、ジュエリーのような貴重な物質を、宗教的、霊的、社会的な重要性やそれらの様式を称えていた。複雑にデザインされたジュエリーは、ヒンドゥー教の神々であるシヴァ、クリシュナ、ヴィシュヌに称えられた。その他のジュエリーは結婚という契約において重要な役割を果たした。結婚式で身に付けるものや幸せの証として身に付けるものだった。また鮮やかなものは生命の力の象徴であり、赤は生命力、緑は植物の生命の象徴であるなど、様々な色において特別な意味合いを持つものとされた。現在のインドでは宝石はパワー、名誉、愛というメッセージを持つ者とされている。最高品質の宝石と最も純粋な金のみが、神々を敬い、悪を追い払うための魔除けとして力を引き起こしたとされた。またほとんどの王宮において宝石鑑定士は重要な役割を果たしたとされている。例えばムガル帝国の皇帝アウラングゼーブには3人の側近がおり、一人は宝石の手入れ、2人目は宝石の価値を評価する、3人目宝石をグレーディング(標準寸法の型紙から、大小のサイズに型紙を作ること)をし、処理済みの宝石であるか、まねて作られた石かを判断をしていた。また宝石に関する知識は何世代にも渡り引き継がれた[華やかな時代:インドの宝石 HP]。

インドでのダイヤモンドの歴史を、[『小売店様向け宝石の知識「宝石大国・インド 2」』HP]に基づいてまとめると、インドはダイヤモンドを最初に見つけて使い出した国であり、それは紀元前4世紀トラビダ族によるといわれる。1725年にブラジルでダイヤモンドが発見されるまでの間、世界唯一の産地として活躍した歴史があるが、現在では主要産地の地位を失っている。古代インドでは、ダイヤモンドが比類のない硬さをもつ性質に気づき、この

時代のインドではダイヤモンドの売買に税金がかけられ、国内税や関税の対象であり、王朝の財源の一つであった。とくに八面体ダイヤモンドには最高の税金がかけられ、ダイヤモンドのなかで最も価値あるものとして珍重された。インドが唯一のダイヤモンド産出国であったとき、17世紀にインド産ダイヤモンドをヨーロッパに紹介したのは、タベルニエ **Tavernier, Jean Baptiste(1605～1689)**である。当時の最高権力者であったフランスのルイ十四世(1638～1715)も顧客の一人だった。タベルニエは東洋に旅行し、インドのビッグ・ダイヤモンドを買い求め、ヨーロッパに持ち帰った。タベルニエが17世紀後半にフランスのルイ王朝にダイヤモンドをインドから運んで売っていたのは、ダイヤモンドが宝石の最高位に登りつつあった時代背景があった。17世にタベルニエがインドにダイヤモンドの買い付けに赴いたところは、インドの南西部アンドレブラデシュ州に位置するゴルコンダ **Golconda** 地方といわれている。17世紀のダイヤモンド大取引センターでもあり、当時は採掘場が存在していた。このようにインドは紀元前から18世紀前半まで世界唯一ダイヤモンド産地だった。現在ではダイヤモンドの大研磨加工センターである[『小売店様向け宝石の知識「宝石大国・インド2」』HP]。

インド政府発表の貿易統計によると、ダイヤモンド及び宝石類の輸出入額はインドの全商品の中でもトップクラスに位置している。また現在インドでは、ダイヤモンドの研磨加工地として世界最大級で、日本に輸入される研磨済みダイヤモンドの多くはインドからである。インド西部の首都であるムンバイと姉妹都市スーラトはダイヤモンドの一大取引地とされ、世界有数のダイヤモンド研磨加工センターとされている。またインド北部のジャイプールでは、カラーストーンの研磨加工宝石の装飾品加工として有名である。

インドは研磨加工地が世界最大級と輸出入額が国内トップクラスであると同時に、ゴールド消費大国でもある。結婚の際は膨大な金を必要とされるとともに、花嫁が身につける金や宝石もたくさん必要とされる。インド人は金嗜好がかなり根強く、金消費量の動向は世界の金市場相場に影響を与えるほどである[『小売店様向け宝石の知識「宝石大国・インド4」』HP]。

2 インドと宝石

インドで宝石が重宝された理由は、地下資源や水力エネルギーが豊富で各種の鉱工業が発展しているからである。そしてインドは長い歴史を持つ国であり、宝飾品や装飾品を身につけるといっても非常に古くから男女、王侯貴族や平民等という階層を問わず広く習慣としてあり、現在でも伝統的に受け継がれている。インドで宝石は昔から多くの人々に親しまれていたが、インド産の石は高級品というイメージが無く、品質の悪い宝石と思われがちだった。理由として、透明感が殆ど無い低品質なインドスタールビーやガーネット、ムーンストーン等の非常に安価な石が大量に採れていたからである。しかしインドでは過去に産出した宝石には世界一と称されるものがいくつもあり、その中で有名なのはダイヤモンド

とサファイアであった。インドでは今から 1000 年程前から既にダイヤモンドの採掘が行われていた。ダイヤモンドをカットできるようになったのは 15 世紀のことで初期のブリリアントカットは 17 世紀、完成されたのは 20 世紀であるために、この頃は原石のまま利用されたと考えられる。そのためインドは 1725 年にブラジルでダイヤモンドが発見されるまで世界で最も古く重要な産地だった。現在でも量のごくわずかだが大粒で質の良い原石が採れる。その例として、有名なホープ・ダイヤモンド(45.50 カラットの濃いサファイヤブルーの石で大きさや色の珍しさや、ダイヤモンドを所有した者が次々に不幸な目に遭うという伝説で知られた宝石)やドレスデン・グリーンダイヤモンド(アーモンド形にカットされた 41 カラットの明るいアップルグリーンの石で、現在のところこの色をしたダイヤモンドは世界に一つしかないという極めて珍しい宝石)、インドでは宝石収集家が一つは絶対に手に入れたいと思っている羨望の的である、カシミール・サファイアがインドで採れる[世界の宝石と鉱物レアストーンズ HP]。

筆者がインタビューを実施したインド人宝石商 A 氏によると、徹底した不殺生を説くジャイナ教徒は宝石業界にすることが多く、加工工場の経営者の人はジャイナ教徒が多い。宝石をカットし加工する職人もジャイナ教徒もいるが、イスラム系の人達が多く才能が高い。

また A 氏によると、インドでは宝石を結婚やお祝い事のときにたくさんの宝石をプレゼントする習慣があり、日本のように現金を渡す習慣はない。日本では貯金や資産を現金で残すことが多いが、インドでは宝石を貯金や資産として持つ。インドは 6 月～9 月はたくさん雨が降るので結婚式を挙げることは少ないため宝石があまり売れないが、11 月～2 月の期間は結婚式を行うことが多いので宝石がとても売れる。日本で買い取られた宝石はケースバイケースだがインドで装飾品として売られている。一時期はほとんどの宝石を輸出していたが最近ではマスコミの影響や、有名俳優や女優が CM・テレビドラマで身につけているため人気上がり売られている。インドにも御徒町のような宝石タウンがあるが、日本の御徒町のように安全ではなく盗みなどが多い。またインドではすりが多いため宝石を身に着けることはあまりできない。

さらに、インド人宝石商 C 氏によると、インドの中で宝石商が多い地域は、一番はムンバイ、その次にスーラット、ジャイプールである。ムンバイとスーラットはダイヤモンドが多くジャイプールは卸屋が多く、スーラットは研磨工場がたくさんある。ジャイプールは人口の 30%が宝石の仕事と繋がっていて、卸屋がたくさんあるので世界の中で宝石の町として有名である。ジャイナ教徒以外が宝石商になることはある。世界で一番宝石に関わっているのはイスラム教徒であり、理由は鉱山持って採掘しているのはほとんどイスラム教徒だからである。インド、アフガニスタン、アフリカ、ミャンマーはイスラム教徒の人が多く、ジャイプールで研磨をしている人はイスラム教徒が多い

宝石が一番売れるのは中国で二番目がインド、昔はアメリカが一番だった。中国もインドのように宝石を身に付ける人はあまりないが、結婚式のときにたくさん渡すことが多い。イ

インドで一番人気がある石はルビー、その次はサファイア、ダイヤである。インド女性は宝石が大好きで指輪、ピアスなど多くの装飾品を好み身に付ける。結婚式の時に男性、女性の両親からたくさんの宝石をプレゼントされ、宝石は結婚式の一部として大切に扱われる。

3 インド人宝石商とジャイナ教の教え

御徒町と神戸、甲府では多くのインド人宝石商が活躍している。その多くはジャイナ教徒である。時計・宝石・貴金属商にはジャイナ教徒が多い。御徒町駅近くのビルにはジャイナ教の小寺院もあり信者が訪れる。

ジャイナ教はインド固有の宗教で、菜食主義であり、戒律は厳しく、「うそを禁じ、信用第一」を重んじている、彼らとの取引は間違いがないといわれている。宝石は高額なものであるため信用がなければ取引が成立することはできない。これらのことからジャイナ教徒のインド人はまじめで、頭もよく、信頼も厚いことから宝石商として成り立つ[小売店様向け宝石の知識「宝石大国・インド4」HP]。ジャイナ教は仏教と同時期に生まれたインドの新宗教であり、ジナ教とも言われており、徹底した不殺生を説いている。古代のインドで、ブッダが仏教を始めたのと同じ時代に、ヴァルダマーナが始めた宗教であり、権威主義、形式主義を批判するとともに、カースト制度も否定した点では仏教に共通している。ジャイナ教は人間が輪廻を解脱するためには、正しい生活を送り、苦行によって業を消し去ることが必要であると説く。苦行を否定していないところは仏教と異なる。また生き物を殺すことは厳しく禁止されていて、ジャイナ教徒は動物の殺生を避けるために生産活動から離れ、商業に従事するものが多い。ジャイナ教の不殺生の教えはジャイナ教の始祖ヴァルダマーナが厳しく教えたことや、仏教やヒンドゥー教にも影響を与えたとともに、後のガンディーのサティヤーグラハの思想に強く影響を与えた。

現在のジャイナ教徒はインドに約 420 万人いる。インドは人口大国であるために、総人口の 0.4%であり圧倒的少数派であると言える。これらのジャイナ教徒は農業や畜産業は不殺生の教えを破ることになるので、商人、金融業、教師、宝石商が多く、最近では IT 産業技術者になる者も多い。これらの職業に多い理由は、不殺生戒を守っているので農業や牧畜を嫌ったからである。また行商などに出ると荷車でひき殺してしまう恐れがあるので、出歩かなくてもよい小売商や金融業を営んだ。またこれらの職業にはある共通項があり、その 1 つは田舎よりも都市部に需要があること、2 つ目にインテリ層が多く、比較的高収入である、個人の所得額は全インドの 20%を占めている。これはジャイナ教徒の特色である。ジャイナ教は徹底した不殺生を教えとしているので、修行者は虫も殺してはならず、気づかずに殺生をするおそれがあるのでマスクをし、歩くときには虫を踏みつぶさないために箒で前を払いながら進む[世界史の窓『ジャイナ教』HP]。

以下、筆者はジャイナ教の多くの教えの中で、宝石商という仕事と関連のあると考えられる教えを 4 つ取り上げて説明する。

(1)うそをつかないという教え

ジャイナ教の教えの一つに、「不実の言葉を発してはならない」があり、つまり偽りの言葉を口にする事や、嘘をついてはならないという意味である。日本人からしたら当たり前のことに思われるが、インドにおいては嘘が蔓延している現状がある。インドは貧富の差も激しく、貧しい中でも少しでも豊かに生きていこうとするために、嘘をつくことが少なくはない。そのようなインド社会の中で、ジャイナ教は嘘をついてはならないとされている。「不実の言葉を発してはならない」という教えは、単なる言葉としてではなく、実生活の中で実践しているためにインドでジャイナ教徒は絶大に信頼されている。そのためにジャイナ教徒であるために、大きな商取引も安心できる相手として考えられるため、ジャイナ教徒がビジネスで成功する理由の一つともなっている[上林 2007 : 14-15]。

(2)相手を傷つけてはならない

ジャイナ教の教えの一つに、「相手の心は『自分の鏡』」がある。この教えには、「たとえ自分が殺されようとも、相手を傷つけない」という覚悟がある。ジャイナ教では自分の命と同様に相手の命を大切にする。長い歴史の中で人類は互いを攻められ、攻め返すといった行為をしてきた、しかしこの行為を繰り返してばかりでは、解決の糸口からは遠ざかってしまうのにも関わらず、世界では紛争が絶えない。これらを解決するには、自分の命と同様に相手の命を大切にするといったジャイナ教の考えは大切である。こうしたジャイナ教の徹底した思いやりが、信用と成功につながっている[上林 2007 : 18-19]。

(3)ビジネスを成功するには同業者の仲間を作れ

現在のジャイナ教は、インドに約 420 万人の信者がいる、インドは人口大国であるために、ジャイナ教徒は総人口の 0.4%であり圧倒的少数派であると言える。その少数派が都市部に集中し、特定の職業についているために、ジャイナ教徒同士のネットワークが非常に強固である。同業者仲間も多く、厳しい生活規律を守った人々がネットワークを形成しているため、ジャイナ教徒の多くはビジネスにおいて、信用と成功を勝ち取っていると考えられる[上林 2007 : 24-25]。

(4)掃除をすることはビジネスの成功への近道

インドのジャイナ教寺院は、「清潔の代名詞」と言われるほど、余計なものがなく掃除が行き届いている。寺院や僧侶のみならず、ジャイナ教徒は部屋の整理整頓をきちんとしている。家庭の整理整頓や掃除がされていれば勉強がはかどり、掃除の行き届いたお店は繁盛すると考えられている。家庭で身に付いた整理整頓や掃除の習慣は、実生活でも役立ち会社では仕事の効率も上がり、業績を伸ばすことができる。これらの習慣が信用や成功につながるとされている[上林 2007 : 26-27]。

宝石商の仕事は高価な宝石を取引する仕事のため、特に信頼・信用がなければ、宝石商になることはできない上、仕事を続けていくことができない。そのためにインドでも信用、信頼で一目置かれている以上のような教えのあるジャイナ教徒に宝石商が多いと考えられる。

IV エスニック・ビジネスとしての御徒町のインド人宝石商

本章では、エスニック・ビジネスの観点から御徒町のインド人宝石商がビジネスを成功した要因について明らかにする。

1 エスニック・ビジネスとは

樋口[2012a]によると、エスニック・ビジネスは外国語の看板を掲げた商店やレストランのような移民の存在を可視的に示す象徴である。樋口[2012a]はエスニック・ビジネスを「ある社会のエスニック・マイノリティが営むビジネス」と定義している。エスニック・ビジネスは雇用創出・失業対策のみならず、移民による受入国の経済活性化の観点からも注目されている。エスニック・ビジネスは移民にとって一般の経済とは区別される「エスニック経済」と呼ばれる自立した基盤を成しているため、そこで働くことで将来の独立も夢ではない。今まで日本だけではなく世界的にもエスニック・ビジネスの研究着手は遅れていた。なぜなら近代化が進めばエスニシティそのものがなくなると一般的に考えられ、また零細自営業も前近代の遺物でしかなく消えゆく存在とされていたため、この2つの条件が重なるエスニック・ビジネス 1970年代になるまで研究の注目が集まることがなかった。ようやく 1970年代初頭からアメリカの社会学者によって調査が手掛けられた。アメリカでは現実に特定のエスニック集団が特定のビジネスに従事する状況が続き、消えるどころか新規の移民たちが次々にビジネスに参入していった。そういった背景から徐々に研究が始まるようになった[樋口 2012a]。

エスニック・ビジネスに対しては一般労働市場から「排除された者の避難所」という差別・排除がエスニック・ビジネスを生み出すという「排除仮説」が唱えられていた。エスニック集団外部からの差別・排除はそれに反発する形で集団内部の連携を作り出し、エスニック・ビジネスに必要な協力的行動をもたらすと考えられていたのである。アメリカの社会学者ライトは「アメリカ北部の黒人は非ヨーロッパ系であることが外見からわかり、労働市場で差別に遭いやすいことから非西洋系として小商いを開業する客観的動機があった」と述べている。「排除仮説」を提示したライトはエスニック・ビジネスが上昇の経路をたどってきたという現実を認めているが、積極的に評価することはなかった。ライトが注目したのはアメリカの東アジア系移民に対する差別とエスニック・ビジネスの関係であり、同じくアメリカの社会学者であるボナシチも日系移民の事例を研究している。アメリカの東アジア系移民の例では差別とエスニック・ビジネスの関係が結び付き、この「排除仮説」が成り立っているが、近年のラテン系アメリカ移民ではそうは言うことはできない。ラテン系アメリカ移民はアメリカの国内において差別の対象になっているとは言い難く「排除仮説」は必ずしも成

り立っているとは言えない。

1980年代以降のエスニック・ビジネスの研究ではビジネスの積極的な側面を強く打ち出すようになり、エスニック・ビジネスとはどのように生まれ、どの程度の階層移動を可能にするのか、また集団ごとにエスニック・ビジネス従事比率が異なるのはなぜなのか研究がなされている。こうした問いはエスニック・ビジネス研究の中で共有されている[樋口 2012a]。

2 在日インド人にみるエスニック・ビジネス

樋口[2012b]に基づいてまとめると、インド国籍のエスニック・ビジネス従事比率は19.3%(1995年)から18.9%(2000年)と横ばいであり、絶対数は微増である。95年時点でのエスニック・ビジネス従事比率は韓国・朝鮮籍に次いでいる。インド人商業移民として戦前から日本に移住しほとんどが自営業に従事してきたと言える。インド人のビジネスは古くからある貿易関係が挙げられる。神戸ではヒンドゥー教徒が繊維・電化製品、シク教徒が雑貨・自転車部品、ジャイナ教徒が真珠を、戦前の東京ではジャイナ教徒がダイヤモンドを扱う商人となってきた。それ以外にもインドレストランへの進出もあり卸売・小売・飲食従事比率が高い。

人的資本についていえば、インド人は最も高学歴の集団と言っても間違いない。古くから日本に在住するインド人の多くはインターナショナルスクールに通い海外留学をしていた。貿易に必要なのは英語であるため、日本語の会話に不自由しなければ日本の教育を受ける必要がなかった、日本語ができないことは日本企業に就職するには不利になるため、自営業層になるべく運命づけられていた。ニュー・カマーのインド人も大学卒の専門職層が多く、英語力も相まって日本語面でのハンディキャップは問題にはならない。

社会関係資本についていえば在日インド人は昔からインド商工会議所・インド人社会教会・インドクラブなどの他に宗教ごとに強固なコミュニティを形成していた。宗教集団と職業上のニッチが重複しているのが強みである。

機会構造は戦前からすでに構築していたことから継承者にすでに開かれている。現時点で人的資本と社会的資本の蓄積が高いエスニック・ビジネス従事比率の背景であるとみるべきである[樋口 2012b]。

3 エスニック・ビジネスとしてのインド人宝石商

エスニック・ビジネスは人的資本・社会関係資本・機会構造の3つの変数がプラスに働いた集団のみ企業家移民としての地位を築くことができると考えられている[樋口 2012a]。インド人宝石商においてこの3つの条件は当てはまっているのか検討し、エスニック・ビジネスとして成功した要因についてまとめる。

まず人的資本と視点からみると、筆者のインタビュー対象者のインド人宝石商6名の内、大学卒業をした者が5人、日常の会話が問題ない程度に日本語が話せる人5人であり、他

国のエスニック集団に比べ比較的人的資本が高いと言える。つぎに社会関係資本としては、御徒町のインド人宝石商のネットワークはほとんどがジャイナ教徒でありジャイナ教の寺院も近くにあることから、12年前に「Tokyo Jain Sangh」と呼ばれるジャイナ教徒もしくはジャイナ教に興味のある人が集まるネットワークが創設された。そこでジャイナ教の祭りを開催し、食事会を行うなどイベントを行いジャイナ教徒同士の交流がある。ほとんどがジャイナ教徒であり宝石商であるためビジネスの情報交換も行われている。そのことからネットワークは密であると言える。このネットワークを頼りに来日しビジネスを始める者や、物の貸し借りやビジネス上での付き合いがあることから、インド人宝石商同士の繋がりには欠かせない。第三に機会構造としては、インドそのものが宝石大国であるために、インドで工場を持つ者や宝石の仕入れルートを持つ者が多い。インド人宝石商が提供するビジネスは日本の宝石ビジネスに大きな需要がある。以上から、御徒町のインド人宝石商は人的資本・社会関係資本・機会構造の3つの変数が働いているゆえに、日本でのエスニック・ビジネスを成功させることができたと考えられる。

しかしアメリカの社会学者ライトの「排除仮説」は、インド人宝石商のエスニック・ビジネスには当てはまっていない、むしろその逆であると言える。インド人だけでのネットワークがかなり強固であるために日本の経済とは独立したビジネスを行っていると考えられるが、実際は日本語が上手なインド人もおり、日本人宝石店ともビジネス上で交流がある。インド人宝石商はほかのエスニック集団と比べ、自分たちのネットワークを築きビジネスを成功させていると同時に、日本の同業者ともうまくネットワークを築くことでさらにビジネスの幅が広がっている。そのために、御徒町のインド人宝石商はエスニック・ビジネスを行うエスニック集団の中で極めて優秀な集団であるといえる[樋口 2012a]。

V 「宝石商になる」ーインド人宝石商へのインタビューからー

本章では、御徒町のインド人宝石商へのインタビュー調査結果をもとに(1)プロフィール、(2)宝石商になった経緯、(3)宝石商の修行について明らかにする。

1 調査概要

御徒町のインド人宝石商に、2017年8月～2018年11月に以下のようなインタビュー調査を実施した。宝石店と菜食レストランを経営するA氏、東京都でジャイナ教のコミュニティを設立したB氏、先祖代々宝石商の家系で育ったC氏、父(E氏)の宝石店を手伝いネットワークを駆使して宝石ビジネスを行うD氏、御徒町で宝石ビジネスを始めたインド人

の中で初期に来日したベテランの宝石商 E 氏、父(E 氏)の宝石ビジネスを継いだが現在ではインドで建築関係の仕事に就いている F 氏の 6 人にインタビュー調査を行った。

調査日程及びインタビュー対象者の属性とプロフィール詳細は以下の通りである。調査で使用した言語はいずれも日本語である。

(1)A 氏

実施日：2017 年 8 月 1 日(火)、23 日(水)、10 月 10 日(火)、12 月 6 日(水)、2018 年 9 月 22 日(金)

調査場所：A 氏が経営する宝石店

調査対象：A 氏

調査時間：各 1～2 時間程度

(2)B 氏

実施日：2017 年 10 月 22 日(日)

調査場所：B 氏の自宅

調査対象：B 氏

調査時間：1 時間半程度

(3)C 氏

実施日：2018 年 10 月 3 日(水)

調査場所：C 氏の経営する会社の事務所

調査対象：C 氏

調査時間：1 時間程度

(4)D 氏

実施日：2018 年 11 月 25 日(日)

調査場所：新宿駅近くのカフェ

調査対象：D 氏

調査時間：1 時間程度

(5)E 氏

実施日：2018 年 11 月 25 日(日)

調査場所：新宿駅近くのカフェ

調査対象：D 氏

調査時間：1 時間程度

(6)F氏

実施日：2018年11月25日(日)

調査場所：新宿駅近くのカフェ

調査対象：D氏

調査時間：1時間程度

【図2】 調査対象者属性表

	性別	年齢	出身地	宗教	滞日年数
A氏	男性	49歳	デリー	ジャイナ教	28年
B氏	男性	50代	ジャイプール	ジャイナ教	22年
C氏	男性	50代	ジャイプール	ジャイナ教	30年
D氏	男性	35歳	ムンバイ	ジャイナ教	27年
E氏	男性	67歳	ムンバイ	ジャイナ教	28年
F氏	男性	30代～40代	ムンバイ	ジャイナ教	不明

(筆者作成)

2 インタビュー結果

1 A氏の場合

(1)プロフィール

A氏は1968年(昭和43年)生まれの、デリー出身のジャイナ教徒である。現在の家族構成は、日本人の妻と息子の3人家族である。父親は国会議事堂でインド語日本語の同時通訳をしていた。父はインドと日本の関係が良くなるのではという考えを持っていたため、A氏もその影響を受け高校生の時に日本語を勉強した。高校卒業後はニューデリーの大学に入学し、歴史・英文学を学んだ。1987年代ごろに宝石業界に入る。インドの日本大使館がやっている日本文化情報センターに週に2回、1～2時間ほど通い日本語を学び上達させた。1999年に御徒町で宝石店を始めた。2002年に結婚し、2009年には菜食レストランをオープンさせた。現在では宝石店とレストランを同時に経営している。

(2)宝石商になった経緯

A氏が宝石の業界に入ったのは約30年前の1987年頃のことである。宝石商になろうと考えたきっかけは親戚に宝石商がいたことや不殺生を説くジャイナ教徒であるためである。高校の時から日本語を勉強していたこともあり、将来は日本で仕事をするイメージがあった。また知り合いの宝石商からインドの宝石は世界の中で価値があるため儲かることを聞き、日本のコネクションを紹介してもらえるということで商売を始めた。大学卒業後1990

年に初来日し、それから 9 年間は実際に甲府や大阪の市場でどのような色・形態の宝石が売れるか、どのような年齢層が買うのかなど日本の宝石市場の視察を行い、1999 年に御徒町で宝石店をオープンさせた。

御徒町で宝石店を開いた理由は、宝石店がたくさん集まっているためお客さんのニーズにあった品物が選べること、品数が多いことでお客様の満足が得られる、宣伝活動をしなくてもお客様が集まってくるといった利点があったからである。

A 氏は自分の店を持った後、2002 年にインドのラジャスタン州の首都ジャイプールに自分の工場を建てた。

(3) 宝石商の修行

A 氏は大学を卒業後してニューデリーで 2 年半親戚の宝石店で修行を行った。詳しい修行内容には、エチケット、言葉遣い、行儀良くすること、時間を守る、宝石について学ぶであった。宝石業界では取引の相手は年齢、経験関係なく敬語を使わなければならない。「君」、「お前」などの呼び名は目上の人が目下の人に対しても使わず、命令もしてはならない。特に言葉遣いには注意をし、誰に対しても公平な立場でなければならない。また宝石業はソフトな人が上手いくとされ、気性の荒い人は取引の相手から除外されることもある。

会社や事務所では細かい宝石が店内で落ちていることも考えられるため、掃除を丁寧にやらなければならない。宝石店では防犯の面から夜の掃除はせず朝掃除を行う。外でゴミをあつめるのではなく室内でゴミをまとめ、宝石を誤って捨てないようにしている。

石について学ぶ修行は原石から次の形はどのようになるか、どこからカットすればよいか、カットしたうえでどんな形にするか見極める。考え方は様々でなるべく重いものを取る、小さくても最高質を取りたいなど、お客さんのニーズによって様々である。きれいな原石から加工しても小さいきれいな石が取れるが、1 個、2 個取れてもお客さんの売り先がない。宝石を見極めるために何百個の宝石を与えられ、毎日何回も色分けして宝石の見る目を養った。宝石はまったく同じものがないので宝石を見る目はとても大事である。

また宝石のカットの修行も必要である。少しでもカットを間違えるだけで宝石の値段は桁違いになる。うまくカットできなくても売れないわけではないが、100 万円ものが 10 万円になってしまう。宝石を見る目があってもカットする技術なければ宝石も価値がなくなってしまう、場合によってはカット技術がないために原石よりも価値が下がってしまうこともある。石の知識のある人はカットする前から加工しなくとも原石のままでも価値があることがわかる。

これらの修行の中で A 氏が一番大変だったことは、若いうちに一人暮らしをすることだった。A 氏の家族は宝石の仕事をやっていたので、一から宝石商を目指すわけではなかったため、そこまでの苦労はなかった。また商売始めるときには紹介してもらったり、手助けしてもらったり、信用で品物を貸してもらったりしたため苦労は少なかった。そういった繋が

りがないと最初は苦勞する大変な業界である。

親戚の家で修行するとき家に泊めてもらい一緒に生活をする。一緒に生活することでその人はどこまでまじめなのか、本当に信用できるかがわかる。宝石に関係ない話でも嘘をついたらそこで失格とされる。

修行して辞める人もいる。なぜなら、修行の最初のころはほとんどただで勉強し、修行先は食事代や交通費だけ出すか、場合によっては出さないためお金の面で苦勞することが多い。教育させ人を育てるのは大変であり、時間もお金もエネルギーもかかる。

(4) 宝石学校事情

昔は親戚や宝石店で実際に修行する人が多かったが、最近では宝石学校に通う人が多い。インドには昔はなかったが宝石加工技術を学ぶ宝石学校があり現在では多くの人が通っている。宝石学校だと最初は3か月～6か月は石を見ずに宝石の種類、加工技術、宝石鑑定について勉強する。宝石学校はアメリカや日本にもある。アメリカの宝石学校はロサンゼルスにあり GIA と呼ばれ、インド人だけではなく世界各地から通う人がいる。GIA を卒業したら知識も経験もあり、それを信じて物を買ったり売ったりすることが多いため世界からは、GIA の卒業生は信頼されている。日本の宝石学校は御徒町・横浜・名古屋・大阪・福岡にある。

2 B 氏の場合

(1) プロフィール

B 氏はラジュスターン州のジャイプール出身の 50 代のジャイナ教徒である。家族構成は、インド人の妻と、息子 2 人の 4 人家族である。御徒町で主に六本木や世田谷の大口の会社を相手に宝石の卸売会社を経営している。ジャイナ教のコミュニティ「Tokyo Jain Sangh」の創始者である。

(2) 宝石商になった経緯

父や祖父など家族が宝石商をやっていたため、子どものころから自然と宝石商の道を目指した。宝石をインドで売るより日本で売るほうが儲かることが多いため来日した。B 氏はインドから日本にきた宝石商のなかで初めの方だった。30 年前に日本に来たインド人は宝石だけではなく、服を売る商売をしていた人も多かった。

B 氏が 20 年前来日したときにジャイナ教の集まりが何もなかった。ジャイナ教徒が御徒町周辺にたくさんいたためコミュニティで色々やりたい、同じジャイナ教徒や他の宗教の人たちにも自分たちの活動を知ってもらいたい、広めたいと考え 12 年前に作ったのが「Tokyo Jain Sangh」である。ジャイナ教は宝石商の人が多いため、集まった際には仕事の情報を共有している。

(3) 宝石商の修行

宝石商の修行はジャイプールの知り合いの家で高校生の時から 2~3 年間行った。修行は人により時間の長さは様々で、1 年かかる人もいれば 10 年かかる人もいる。修行は大学のようなものではなく、好きな気持ちややる気があればたくさん勉強することができる。学校の勉強もしなければならぬため、朝は学校へ行き、昼から修行をしに親戚の家に行っていた。

3 C 氏の場合

(1) プロフィール

C 氏はジャイプール出身のジャイナ教徒である。家族構成は専業主婦の妻と、息子が 2 人いる。息子は 2 人とも宝石商であり、それぞれ日本と香港でビジネスを行っている。C 氏は高校の普通科を卒業した後ラジャスタン州の大学でサイエンスを学び、卒業後 10 年程銀行に勤めた。その後父の影響で宝石商になった。

(2) 宝石商になった経緯

C 氏は父、祖父、11 人兄弟の男兄弟 7 人とその息子たちを含め、父系親族の 99% は宝石屋を営んでいる。代々宝石商の家庭で育ち、C 氏は宝石商 15 代目である。兄弟はインドとアメリカで仕事をしている。祖父はパルマヤスイス、フランス、イギリス、その後ミャンマーやスイスで宝石の商売していた。家族が宝石に携わる仕事をしてきたために宝石に興味を持ち勉強していた。大学を卒業後は銀行に 10 年勤めた後、父の影響と C 氏も宝石に興味があったことから、アメリカの宝石関係の会社で働くチャンスがあり宝石関連の仕事に就いた。1990 年にアメリカの宝石会社の仕事で来日し、宝石の町として知られている御徒町でビジネスをしようと考えた。現在は御徒町に事務所を持ち輸入販売を行っているため一般のお客さんはほとんどいない。C 氏の仕入れ先はインドのムンバイ、香港、ベルギーが多い。ベルギーには宝石屋は多いが鉱山はなく昔のダイヤモンドセンターと言われていた。

C 氏の父は昔から日本人の宝石店とのつながりがあった。日本の古い宝石会社はどこの会社も C 氏の父を知っている。C 氏の父が日本人の宝石店と知り合いであったのは、日本人が宝石関連でインドに行ったとき父の会社に来ることがあったからであり、また C 氏の父もかなり昔に何度か日本に来たことがある。C 氏が日本にきて仕事をするのが難しくなかったのは、C 氏の父の知り合いが多かったためである。御徒町のインド人宝石商は、ほとんどが知り合いであり商売でもインド人宝石商のつながりはある。

(3) 宝石商になるための修行

C 氏は 12、13 歳のころからインドにある父の宝石店で毎日兄弟と宝石の勉強をしていた。勉強内容は、石の種類、構成、名前、価値、値段どこから発掘されているなど宝石につ

いてである。石の勉強以外に石の研磨の方法を学び、実際に研磨も行ってた。このような勉強は 12、13 歳のころから少しずつはじめ、学校に行きながら、銀行員として働いている間も勉強をしていた。12 歳から 25 歳まではずっと学校以外の時間を宝石の勉強の時間に充てた。学校の勉強終わった後、23 時、24 時まで勉強していた。会社で修行するときお客さんを相手にすることもあった。C 氏の父の会社は宝石店を開かず事務所と工場を持っていた。また会社は鉱山を持っていたため、実際に鉱山に行き原石の採掘から加工までの一連の流れを多く学んでいた。鉱山から出てくる石はガーネットが多かった。C 氏は現在鉱山を所有していない。インドには鉱山はたくさんあり、ダイヤモンド、ルビー、サファイアが多く出ている。

宝石について学ぶと同時にビジネスの話し方も学んだ。商売ごとに話のマナーはあり、どのように話したら良いのかを学んだ。宝石商は女性を相手とすることが多いためソフトな人ではないと宝石は売ることができない。

C 氏の知り合いの日本に住む宝石商は、インドの宝石学校に行っていた人はいない。インドでは GIA(Gemological Institute Of America)と呼ばれるアメリカに本校がある世界的な宝石学校に行っている人はいるが、インドの宝石学校に行っている人はあまり知らない。ほとんどの宝石商がどこかの宝石店に行き勉強して日本に来る。女性で宝石商になる人はいる。インドの宝石デザイナーはほとんどが女性であり、C 氏のように会社を持つ人も多い。しかし日本にいるインド人宝石商に女性はいない。

4 D 氏の場合

(1)プロフィール

D 氏はムンバイ出身のジャイナ教徒の 35 歳男性である。インドで 8 歳まで過ごしその後日本で生活している。インドには毎年夏休み、冬休みにそれぞれ 3 か月ほど行く。家族構成は宝石商の父(E 氏)と、専業主婦の母、兄(F 氏)がいる。現在は研究者である日本人の妻を持つ。高校卒業後はアメリカに留学し、卒業後は NGO で仕事をし、日本に帰国後は IT 業界を経て、大学の非常勤講師をしていた。現在は父の宝石ビジネスを手伝っている。

(2)宝石ビジネスに参入した経緯

東京都にある国際高校を卒業後、英語を勉強したいという思いや親元を離れ一人暮らしをしたいと考えアメリカのサンディエゴにある大学に留学し、大学では経済学を学んだ。大学を卒業後アメリカで 2 年ほど NGO で働いていた。最初の 1 年は卒業した大学で同窓生担当のような寄付を集めるような仕事をした。その後は海をきれいにする活動や、メキシコでのクジラの保護活動、カリフォルニアのカメを保護活動などの環境保全やボランティアマネジメント、イベント企画などの仕事に就いていた。その後日本に帰国し、知り合いに勧められ IT の仕事を始め、ソフトウェアのコンサルタントやファイナンスの仕事をしていた。

その仕事を 1 年ほど続けたところで会社が潰れたので、日本にあるアメリカの大学支部で同窓生担当の仕事 시작했다。仕事の内容は日本の会社や財団から研究費やスカラシップのお金を集め、イベントを行っていた。またここではアジア学生と同級生のネットワークを作った。この大学は世界に約 30 万人の卒業生が居て、その中でアジアには約 5~6 万人ほどいる。このネットワークを作ることでグローバルな同窓生のつながりができ、このネットワークを利用し学生が卒業後の仕事の相談や、引越した国のことについて相談することができた。この仕事を辞める 2 年前からは日本の大学でグローバル人材を育てる授業を行っていた。学生が海外に留学したいときに海外の考え方、読み方を教えた。海外経験がある D 氏は他の部署からは修士のディベートやネゴシエーションを教えることを頼まれ、博士にプレゼンテーションやセールスマーケティングも教えていた。

父(E 氏)の仕事の手伝いとしてカスタム宝石と呼ばれるお客さんの要望に合わせた宝石を作る担当していた。オンラインセールスやイベントセールスを行い、展示会なども手伝っていた。お兄さんはブランド宝石と呼ばれる百貨店で売るといったような高価な宝石を扱う仕事をしていたのでその仕事も手伝っていた。宝石以外のネットワークの仕事が大きかったので、それを生かしてお客さんのニーズにあったカスタム宝石の仕事を主に行っていた。卸屋であったため、値段もお手ごろな価格で提供できた。宝石を作るときは海外で作るほうがコストを抑えられる。カスタム宝石を兄が百貨店などで販売していたが、D 氏はその宝石を大きなチャリティーイベントや外資系の販売などのイベントで販売していた。値段は高価で 500 万円からスタートするためお金持ちの人が買いに来る、高価な値段で売れるため得た利益を寄付する。このようなイベントは日本各地で行われ、御徒町の宝石ビジネスとは全く違ったものになる。E 氏が行っている宝石ビジネスは御徒町の宝石ビジネスに関係があるが、D 氏の関わっている宝石ビジネスは全く違ったビジネスである。御徒町で D 氏のようなリテールビジネス(小売りビジネス)をしている人はごくわずかである。卸の方はコストが低くリスクが低いのでビジネスがしやすい一方で、リテールはコストが高くリスクも大きいのでビジネスをする人が少ない。

宝石ビジネスは多岐にわたっているもので、一概に宝石ビジネスということではできない。宝石が作られる様々な段階でいろいろなビジネスが合わさるため、宝石ビジネスのどの段階に携わるかによって、宝石の勉強内容も変わってくる。D 氏は宝石の勉強は大学卒業後父から教えてもらっただけで、宝石学校や宝石店での修行はなかった、小さいころは父の宝石会社の仕事をそばで見ながら宝石ビジネスのやり方を学んだ。宝石の勉強内容は石の見方、保存方法をした。宝石業界に入る予定はなく違う仕事をしてきたため、宝石の勉強は小さいころからしなかった。なぜならファミリービジネスは 1 人っ子しか継ぐことができず、兄が継いだため D 氏は宝石業に入らなかった。兄はその後宝石業界を辞めた。宝石業はとても奥が深いので途中から始めるのは難しい。

5 E氏の場合

(1)プロフィール

E氏はムンバイ出身のジャイナ教徒 67歳男性である。家族構成は専業主婦の母、息子2人がいる、一人はD氏でもう一人はインドで建設業の仕事に就いているF氏である。

(2)宝石商になった経緯

宝石商を始める前は機械の部品を作る仕事を数年していた。その後宝石に興味があったため宝石ビジネスを始めた。離れている親戚が大きい会社で宝石の仕事をしていたので、そこで宝石の仕事を紹介してもらった。家族には宝石商はいないため家族の中で初めて宝石商の仕事をスタートさせた。宝石商は40年以上続け、日本でビジネスを始めたのは28年前である。インドで10年ほど宝石ビジネスを続け、その後は海外にビジネスチャンスが多かったため海外でも宝石ビジネスを始めた。その後日本に宝石の子会社を作り、その後に独立して自分の会社を始めた。現在は宝石商の仕事をリタイアの方向ではあるが、営業活動は一切せず、常連のお客さんからの依頼があればその都度仕事をしている。常連のお客さんには大きい会社や工場などもあり、昔からのビジネスパートナーが多い。

最初は石だけの卸屋をしていたがその後宝石も始めた。そこから自分のブランドを始めた。御徒町に事務所を置き全国にビジネス展開をしている。会社の従業員は2、3人ほどだった。

(3)宝石商の修行

最初は勤めていたインドの宝石会社で宝石の勉強をしていた。宝石の種類や産地、宝石ビジネスの仕方などを勉強した。

6 F氏の場合

(1)プロフィール

F氏はムンバイ出身のジャイナ教徒 30代～40代男性である。家族構成は父(E氏)、母、弟(D氏)である。宝石の仕事をしていたが、現在はインドで建設業の仕事に就いている。

(2)宝石商になった経緯

大学卒業してから父の仕事である宝石商を手伝っていた。その後GIAに通い宝石の勉強をし、宝石業についた。ブランドに興味があり、ブランド宝石を扱っていた。カスタム宝石を百貨店などで売っていた。

(3)宝石商の修行

小さいころに父(E氏)の宝石会社で、弟(D氏)とともに宝石業の勉強を少ししていた。そ

の後高校を卒業しインドの GIA で宝石について学んだ。学校行くと同時に知り合いの宝石商のお店や工場に勉強しに行っていた。ブランドに興味があったので、石の勉強はもちろんブランドの勉強もした。内容は日本でブランドはどうやってやるのか、マーケティングセールスは どうやってやるのか、日本人はどんなデザインが好みであるのかなどである。

VI 考察

1 宝石商にみる徒弟制の特徴—世界の徒弟制の事例との比較から

世界には様々な徒弟制の事例があることがレイヴ&ウェンガー[1993]より分かった。また職業によって徒弟制の在り方は様々であり、親方と弟子の関係、修行の内容もそれぞれ特徴があった。1章2でレイヴ&ウェンガー[1993]が取り上げた4つの徒弟制の事例を検討したが、ここでは御徒町のインド人宝石商の徒弟制と比較することによって、インド人宝石商にみられる徒弟制の特徴を考察していく。

1つ目のユカタンの産婆には「教える」という行爲がない。母親や祖母の産婆としての役割を、仕事を手伝うことで自然と学ぶ。組織化された徒弟制がなくとも産婆の仕事が継承されていくような徒弟制の事例である。宝石商はこのユカタンの産婆のようにはっきりした徒弟制がないのは異なっているが、実際に仕事を手伝うことで自然と知識を身につけていく点で似ている。

2つ目のヴァイ族の仕立屋は、親方と弟子という関係がはっきりとあるとともに、学習段階によっては同じ弟子同士仕事を教えあう徒弟制の事例である。また学習過程は日常の実践カリキュラムの中で、服を素材から学び仕立てまでの一連を学ぶ。宝石商も親方と弟子という関係がはっきりしており、宝石ビジネスに必要な宝石の採掘から加工販売までの過程をすべて学ぶため、この仕立屋の事例によく似ている。

3つ目の海軍の操舵手の徒弟制は宝石商には似ていない。なぜなら操舵手は専門学校へ行き、基本的用語や概念には接するがそれ以上の経験は積まない。つまり訓練はされるが経験はしない。宝石商の場合、宝石学校に行く場合や宝石店の修行であっても、宝石の勉強をするとともに、宝石の技術を学ぶことや、ビジネスの仕方を学び宝石商になるために経験を積む。そのため海軍の操舵手と宝石商の徒弟制は似てないと言える。

4つ目の肉加工職人の徒弟制は最も宝石商の修行に似ている。職業学校に行き知識をつけ、実際の職場で訓練を並行して行うことで、知識を蓄えその知識を実践できるからである。肉加工職人のように学校で学んだ知識とは別に実際の職場でしか学ぶことができない勉強ができることも、宝石商の修行によく似ている。本論の調査対象者はインドで宝石商になるためインドの宝石店で修行をしていたが、インドで宝石学校に行く者もいた。宝石学校で世界

的に有名な GIA の卒業生は世界の宝石業界で人目置かれる存在となる。技術や知識はもちろん GIA の卒業生という肩書から信頼も厚い。卒業生は世界で活躍している者が多く、日本で宝石商として来日するものはない。現在のインドでは、GIA のような宝石学校に行く者も増えている。

以上から、世界の徒弟制の 4 つ事例と比較したインド人宝石商の徒弟制の特徴は、親方と弟子という関係がはっきりしていて、その上で宝石店で実際に仕事を手伝うことで知識を身につけ経験を積むことであることが指摘できる。

2 トランスナショナルな継承

インタビュー調査を行った結果から、御徒町のインド人宝石商の仕事が継承されている過程は大きく 3 つに分けることができる。

第一は、宝石商を始めるためには家族や親戚が宝石の仕事に就いていなければならないことである。なぜなら修行をするような機会が得られないからである。インタビューを行った A~F 氏全員が家族や親戚が宝石商であり、早い人は 12,13 歳頃から、高校や大学を卒業してからインドの宝石店で修行を行い、宝石商から宝石の勉強を教えてもらっていた。C 氏は祖父の代から宝石商で、父が宝石会社を経営し、鉱山を持ち小さなころから宝石を学ぶことができる環境であった。また宝石商の家系ではない人が宝石商を始めることは稀にあるが、高価な宝石を扱う仕事のためビジネスの手伝いやコネクションがないため続けることが難しいことがわかった。このことから宝石商になるためには宝石商の家系に生まれることが条件で、それによって、学習の機会が与えられていることが指摘できる。

宝石の仕事をする人の中には、他の仕事を経験して宝石商になる人がいた。C 氏のように銀行員として働いた後宝石商になったり、D 氏のように大学職員として働いた後宝石ビジネスに入ったり、E 氏のように親戚に勧められ宝石関連の仕事を経験し宝石商になった人もいる。しかし 3 人とも他の仕事をする前から宝石商の家系に生まれることによって宝石の勉強をしていた。宝石商や宝石ビジネスに入るには、宝石の勉強をある程度行ってこなければ宝石業界に入ることは難しい。このことから宝石業界は、宝石商の家系に生まれることが重要であるといえる。それゆえ、インタビュー対象者の出身地は、ムンバイやジャイプール、デリーと限られ、インドの限定された地域に家族や親族のつながりを通して宝石商が継承されていくといえる。

第二に、宝石の勉強やビジネスの仕方をインドでの宝石店での徒弟としての修行を通して学んでいることである。多くのインド人宝石商はインドの宝石店で修行を行うことで、宝石を見る目を養い、宝石の種類や産地など基礎的な勉強をしながら、実際に宝石商の仕事を手伝いながら宝石ビジネスの仕方や宝石の売り方やお客さんへの接し方、話し方やマナーなど宝石商になるために必要な要素を学んでいく。人によって修行年数は様々だが、アルバイトのように賃金が払われることはなく、その代わりに知識や経験を与えてくれるのであ

り、辞めてしまう人も少なくはない。

第三は、インドでの修行を通して学んだ知識を持って御徒町に移住してきたジャイナ教徒は、「Tokyo Jain Sangh」に参加することで、日本でのビジネスの仕方を学んでいた。

「Tokyo Jain Sangh」は御徒町に住むジャイナ教徒のコミュニティである。ジャイナ教徒が自分たちのコミュニティで何かをしたいという意見があったため、12年前に作られたものである。同じジャイナ教徒やその他の人にも活動を知ってもらいたいと考え、Face Bookを利用し活動を行っている。参加している者のほとんどが宝石商であることから、ビジネスパートナーとして情報交換も行われている。B氏はこのコミュニティの創業者であり、B氏が日本に来た時全くなかったインド人宝石商の繋がりを作った。B氏の息子は、ジャイプールをでて一人暮らしをしたかったため宝石商という職業は選ばなかったが、インドの高校に通っていた頃、叔父の宝石店で修行をしていた。D氏は父(E氏)が古くから日本の宝石店とのビジネスのつながりがあったため、現在は宝石商という形ではないが父が行っていた宝石ビジネスを引き継ぎ、自身の得意とするネットワークを利用し、宝石ビジネスを展開している。

以上から、御徒町のインド人宝石商の仕事が継承されていく過程は、第一に宝石商を始めするためには家族や親戚が宝石の仕事に就いていなければならないこと、第二に宝石の勉強やビジネスの仕方をインドでの宝石店での徒弟としての修行を通して学んでいること、第三にインドでの修行を通して学んだ知識を持って御徒町に移住してきたジャイナ教徒は、「Tokyo Jain Sangh」に参加することで日本でビジネスを営むことができている。「Tokyo Jain Sangh」はレイヴ&ウエンガー[1933]のいう実践共同体として捉えることができ、来日した宝石商は「Tokyo Jain Sangh」への周縁的参加によって日本でのビジネスの仕方を学んでいくといえる。インドで親方-弟子という徒弟制による修行によって宝石商になったジャイナ教徒は、昔からの日本の宝石店との繋がりを生かして日本でのビジネスの基礎を形成し、「Tokyo Jain Sangh」へ参加することによって、国境を越えて宝石商という仕事を継承している。

おわりに

宝石商という職業は日本人にとって馴染みのない職業であり、調査も行われていなかった、文献やデータも一切なく一からの調査スタートであった。宝石ビジネスがエスニック・ビジネスという観点で成功する要因3つを満たしており、日本で宝石ビジネスを成功させている。その宝石商たちが宝石ビジネスに携わっていった経緯を調査で知ると同時に、宝石商という仕事がどのように継承されていくのかがとても気になった。調査を進めたところ

徒弟制と呼ばれる親方と弟子という関係が色濃くあるために、宝石商の仕事が何代にも渡って継承されていることがわかった。宝石はとても高価なものであり信用で取引が成り立っていることからとても厳しい世界であり、その中でビジネスをしていくことができるのは徒弟制という枠で厳しい修行を経験したからであることも分かった。このような目には見えない徒弟制の中で、厳しい修行や経験をしたことで宝石ビジネスというシビアな世界でもビジネスを勝ち取っていくことを知り、とても奥の深い研究であることを感じた。この調査はインド人宝石商のインタビューがとても重要なものであるため、時間を割いていただいた多くのインド人宝石商の方々にはとてもお世話になり、また本論を執筆するにあたってたくさんの指導をして頂いた山本須美子先生には深く感謝したい。

参考文献

【文献リスト】

- ・雨宮正彦・林部敬吉(2007)『伝統工芸の「わざ」の伝承師弟相伝の新たな可能性』酒井書店。
- ・尾野明日香(2017)『東京都台東区御徒町におけるインド人宝石商』2017年度東洋大学社会学部提出卒業論文。
- ・小山田基香(2007)「西葛西におけるインド人コミュニティ：IT 技術家族へのインタビュー調査を中心として」『社会学研究年報』立教大学大学院社会研究科、第 14 号 59-68 頁。
- ・上林龍永(2007)『ジャイナ教の教え信用と成功を手にする一番簡単な法』三笠書房。
- ・木村元(2012)『丁稚と徒弟の養成』クレス出版。
- ・木村亮示・木山聡(2015)『BCG の特訓 成長し続ける人材を生む徒弟制』日本経済新聞出版社。
- ・協調会(1985)『徒弟制度と技術教育』芳文閣。
- ・澤宗則・南埜猛(2005)「在日インド人社会の変遷—一定住地神戸を事例として—」『兵庫地理』兵庫地理学学会、第 50 号、4-13 頁。
- ・澤宗則・南埜猛(2009)「グローバルシティ・東京におけるインド人集住地の形成」『移民とともに変わる地域と国家』国立民族博物館調査報告、第 83 巻、41-58 頁。
- ・野村幸正(2003)『「教えない」教育—徒弟教育から学びのあり方を考える—』二瓶社。
- ・樋口直人(2012a)『日本のエスニック・ビジネス』世界思想社。
- ・樋口直人(2012b)「在日外国人のエスニック・ビジネス-国籍別比較の試み」『アジア太平洋レビュー』大阪経済法科大学アジア太平洋研究センター、第 7 号、2-16 頁。

- ・平沼高・佐々木英一・田中万年(2007)『熟練工養成の国際比較：先進工業国における現代の徒弟制度』ミネルヴァ書房。
- ・山本須美子(2016)「在日インド人家族の学校選択を通してみたトランスナショナリズム」『アジア文化研究所研究年報』東洋大学アジア文化研究所、第 50 号、279-281 頁。
- ・レイヴ、ジーン・エティエンヌ・ウェンガー(1993)『状況に埋め込まれた学習』佐伯 胖 訳、産業図書株式会社。
- ・渡辺研二(2006)『ジャイナ教入門』星雲社。

【ウェブサイト】

- ・暮らしっく不動産『御徒町と宝石』(2018年9月22日閲覧)
<https://www.kurachic.jp/column/859/>
- ・日本唯一の宝飾問屋街ジュエリータウンおかちまち(2018年9月22日閲覧)
http://jto-net.com/about/page_04.php
- ・中央宝石研究会(CGL)『小売店様向け宝石の知識「宝石大国・インド 2」』(2018年9月24日閲覧) http://www.cgl.co.jp/latest_jewel/gemmy/147/66.html
- ・中央宝石研究会(CGL)『小売店様向け宝石の知識「宝石大国・インド 4」』(2018年9月10日閲覧) http://www.cgl.co.jp/latest_jewel/gemmy/146/63.html
- ・飯田馨の工房リンプラ『御徒町の歴史』(2018年9月15日閲覧)
<https://www.rinpla.jp/2017/09/29/%E5%BE%A1%E5%BE%92%E7%94%BA%E3%81AE%E6%AD%B4%E5%8F%B2/>
- ・世界史の窓『ジャイナ教』(2018年9月15日閲覧)
<https://www.y-history.net/appendix/wh0201-034.html>
- ・GIA『華やかな時代；インドの宝石』(2018年9月20日閲覧)
<https://www.gia.edu/JP/jewels-of-india>
- ・世界の宝石と鉱物レアストーンズ(2018年9月24日閲覧)
<https://www.rare-stones.com/topics/india.html>
- ・外務省『インド基礎データ』(2018年11月29日閲覧)
<https://www.mofa.go.jp/mofaj/area/india/data.html>
- ・法務省『在留外国人統計』(2018年12月16日閲覧)
http://www.moj.go.jp/housei/toukei/toukei_ichiran_touroku.html
- ・GIA : Gemological Institute Of America 米国宝石学会(2018年12月10日閲覧)
<https://www.gia.edu/JP>