

## 論説

# フィリピンにおける新興産業の勃興と社会階層の今日的動態 ——コールセンター産業の事例から——

田川 夢乃

## 1. はじめに

本稿は、現在フィリピン経済を牽引する主要産業のひとつであるコールセンター産業に着目し、グローバル化の浸透する新興国において、新たに登場したフレキシブルな労働が、社会階層をめぐる「文化の政治」、すなわち階層間のアイデンティティの交渉を引き起こし、階層をめぐる多義的なまなざしと語りが交錯する「コンタクト・ゾーン」を生み出していることを論じる。それによって、今日のトランスナショナルな空間に埋め込まれた新興国のサービス産業が経験する再編成と、それに対峙する人々の生を解明するための一つの視点を示唆することが本研究の目的である。

グローバリゼーションの進展は、世界経済における広範かつ頻繁で流動的なヒト・モノ・情報の往来や、人と人とのつながりの変容を生み出している。それによって現実世界の具体的な時と場を越えた多様な結びつきの有り様が生じている。本稿で取り上げるフィリピンのコールセンター産業は、そうしたボーダレス化の担い手の典型としてあげられる。

フィリピンを含むアジアのコールセンター産業は、欧米を中心とする多国籍企業の一部業務を請け負って代行するビジネス・プロセス・アウトソーシング産業（以下 BPO 産業）の分野のひとつであり、電話やメールによる顧客応対（カスタマーサービスやサポートデスクなど）を主要業務としている。フィリピンでは、BPO によるコールセンター産業は 2000 年前後に操業が開始され、以後 5 年の間に売上高や雇用総数などの成長率が年平均 120% 増（前年比だと 50% 増）というペースで急上昇した。2010 年にはそれまで世界トップのマーケットシェアを誇っていたインドを抜き、売上高でも現在世界一を誇っている。2016 年には約 63 万人を雇用し、同国の国内総生産において

約3%をコールセンター産業単独で占めるに至っている<sup>1</sup>。このようなコールセンター産業の目覚ましい発展は、近年のフィリピン経済の急成長を確かに牽引しており、初任給で月12,000PhPから20,000PhP<sup>2</sup>(30,000円から50,000円)と、給与水準も相対的に高い<sup>3</sup>ことから、一般に、同産業を含むBPO産業の発展は、フィリピン国内における中間所得層の拡大に繋がっており、個人消費を支える柱となっていると考えられている。しかしながら、他方では「コールセンターで電話応対に従事する労働者（以下、コールセンター・エージェント、あるいはエージェントと呼ぶ）は、新興中間層としては考えられない」、あるいは「あれは賢くない者のする仕事だ」という声も聞こえる。

このようなコールセンター産業に対する両義的な見方は、フィリピン国内のマスメディアにおいてもみることができる。一方では、今なお成長を続ける経済的インセンティブにより、“the dynamic rising industry”、“sunshine industry”、あるいは“modern new hero”と表され、エージェントは「訓練を積んだ(well-trained)能力の高い人びと」として紹介されている。他方、アメリカのエージェントに比べて5分の1の賃金で雇用されているという実態から、「搾取される労働者(exploited labor)」と言及され、顧客との時差の関係で大半のエージェントが就かざるを得ない深夜労働は「Graveyard shift(墓場のシフト)」と揶揄されている。あるいは、2006年3月31日付けのマニラタイムズ紙において取り上げられている、ある急進的市民団体のスポークスマンの発言にみられるように、「実際の業務に関わらず、エージェントは電話応対を繰り返すだけの、大学卒業者には相応しくない仕事」として考えられている<sup>4</sup>。

従来の研究では、この両義性の一面のみ、すなわち否定的側面に焦点が当てられる傾向にあった。コールセンターを含むBPO産業は、それ自体がグローバリゼーションの進展の中で生じ成長してきたという点で、同産業を論じる上でグローバリゼーションの影響を避けることはできないが、中でも、エージェントの感情労働への従事[Jaarsveld and Poster 2013]や新国際分業の被抑圧者[Stevens 2014]としての側面が言及されてきた。Roy(2007)は、平常とは異なる労働時間やスキルの要らない感情労働的側面が、インドのコールセンター・エージェントたちに部分的な疎外を生じさせていると指摘して

いる。また Nadeem(2011)は、そのような労働状況下に置かれ続けることで、エージェントの内に自己認識の変化が生じていることを明らかにしている。こうした視点は、フィリピンのコールセンター・エージェントを対象とした研究においても共有されている。エージェントとして働く大卒の若者がその労働経験を通じていかに自己認識を形成しているかを論じた Milawati(2011)によると、それらのエージェントは比較的高い給料を得ることで、消費社会に参加し、新たな余暇の過ごし方を形成している一方で、エージェントらのうちには両親、家族や友人からの自立とそれらの人びととの信頼関係の維持の両面における成長や葛藤が見られるという。Milawati は、この点をグローバリゼーションがもつ均質性と差異を同時に生成する性質との関連で論じている[Milawati 2011: 201]。また Padios(2012)は、コールセンター・エージェントの無形労働者(Immaterial labor) としての特徴に注目し、顧客サービスのグローバル化がフィリピン人コールセンター・エージェントの文化的実践、アイデンティティ、社会的存在をかたちづくり、またその一方で彼(女)らの存在が顧客サービスのグローバル化をかたちづくっていることを議論している。フィリピンのコールセンター産業の成長は、アメリカからの植民地経験を背景としている。Padios は、業務の一部として英語能力や「アメリカとの親密さ」が求められるという側面は、フィリピン人コールセンター・エージェントの間にグローバルな主体としての自己認識を生み、新たな消費者、あるいは奔放な性行動などへの従事といった変化をもたらしているという[Padios 2012: 332]。そしてそれは、無形労働というかたちのない商品が、実際は生身の身体をもった労働者によって生産されており、そうした実体性によってサービス業のグローバル化の社会・文化的影響が「南の世界」にもたらされることを指摘している[Padios2012: 332]。さらに、近年のコールセンター・エージェントの民族誌でも、その労働がエージェントのライフスタイルや自己認識に与える影響が指摘されている。そこでは、従来のフィリピン人の生活世界に存在したものとは極めて異質な時間観念や空間利用、そして対人関係によって管理され、方向づけられることによって、エージェントはアウトソーシング企業が要求する効率性と生産性を内面化した主体(アウトソーサブルな自己)へと変容することが論じられている

[Fabros 2016]。これらの研究では、総じてエージェントの感情労働が帰結する負の側面や、強固な管理労働が批判されている。あるいは、グローバル化の浸透がエージェントらを帰属社会から切り離し、異なるライフサイクルの形成による共同体からの疎外が生じていることを指摘している。また、匿名化され、不特定多数化されることによって、「アウトソーシング可能な自己 (Outsourceable-Self)」へと変容されることは、言い換えれば、個々の差異や固有性が捨象され、いつでも取り替え可能な画一化された量産型の労働力とされてしまうということだろう。

確かにグローバルに広がるマクロな市場経済においては、末端のエージェントは個別具体的である必要はなく、むしろそのような個性は逸脱として低評価の対象とされる可能性すらある<sup>5</sup>。だが生身の人間である労働者は、全く他から切り離され、機械のように労働に埋没することは不可能であろう。感情労働や職場の管理規範への順化に対する批判は、そうした人間の生の側面を重視する立場であるとも考えられる。

しかしながら、確かにコールセンター産業におけるそれらの負の側面は看過できないが、他方で同産業の勃興がフィリピンの人びとの生活に大きく寄与していることも事実である。したがって、末端の労働者たちが持つコールセンター・エージェントに対する肯定的な視点を含めて考察することで、同産業がフィリピン社会にもたらす異なる影響の側面が見えてくるのではないだろうか。

以上のことから、本論ではコールセンター産業に対する見方の両義性の両面に言及し、それがフィリピン都市部の社会関係においてどのように現れているかということを検討する。このとき、フィリピンは階層間の隔たりが強固な格差社会として特徴づけられるという点から、主にインフォーマントの想定される所属階層を注視しつつ分析を行った。調査方法は対面式の半構造インタビューを用いた。コールセンター産業に対する評価や自らがそこで働く意志を持つかどうかについて、エージェントや管理職従事者といったコールセンター産業労働者に限らず、マニラ首都圏にある大学の学生、その他首都圏住民など、コールセンター産業と関わりを持たない人びとに対してもインタビューを行うことで、総体的な把握に努めた。

## 2. フィリピンのコールセンター産業

具体的な事例を検討する前に、まずフィリピンにおけるコールセンター産業及びエージェントの客観的な位置づけを整理しておく。

フィリピンのコールセンター産業は、アメリカ向けのカスタマーサービスを中心に成長してきた。既述のように、フィリピンにおけるコールセンター産業は 2000 年頃に操業を開始したが、当初の操業数は 4 カ所に過ぎず、従業員数も 2,400 人ほどであった[JETRO 2006:3]。しかしながら、欧米における IT バブルの崩壊と、それに伴う IT 産業のインドへの BPO の拡大、その後のインドにおける労働力人材不足と賃金の上昇といったグローバルな IT 業界の変動によって、それらの数はわずか 5 年のうちにセンター数 105 カ所、就労人口 112,000 人へと急速な勢いで増加した[JETRO 2006:2]。出口の見えない欧米の不況を要因とするインドへのソフトウェア開発などの専門技術を要する職種の流入により、それまでインド IT 産業の中心であった比較的低賃金である顧客サービスなどのコールセンターやコンタクトセンターといったボイス部門の多くがフィリピンへと移転することになったのである。2006 年以降も、過去 5 年の勢いは失速するものの緩やかな成長を続けており、今やフィリピンは世界トップの BPO コールセンター受託地として注目されている。2000 年の創業当初は採用条件として大学卒業以上の学歴が求められ、勤務地はマニラ首都圏に一極化していたが、急激な労働力需要の拡大によりその条件は高校卒業以上まで緩和され、地方の大学卒業者をターゲットに地方都市での操業も拡大している<sup>6</sup>。

このようなフィリピンのコールセンター産業における成長の最大の要因は、アメリカとの歴史的な関係性に求められる。フィリピンは 1946 年まで約半世紀に渡ってアメリカ植民地であったことから英語が公用語とされており、現在までの成長の主な要因に、アメリカアクセントに近い英語が堪能な労働力人材が豊富であることがあげられる。また、アメリカ文化・ビジネス習慣が一般にも浸透しており、馴染み深く抵抗感が少ないともいわれており、フィリピンの国外向けコールセンターにおける顧客のほとんどがアメリカを中心とする英語圏の人びとである[JETRO 2006:3]。

一口にコールセンター産業といっても、その業務内容は多岐にわたる。まずその設置形態として、自社コールセンターと委託コールセンターに分けられる。前者は企業がコールセンター部門の拠点を社外に持つことであるのに対し、後者は同部門を社外の請負企業に外注すること、その受託企業の拠点であることを意味する。フィリピンでは、Dell や IBM が自社コールセンターを操業しており、これらの自社コールセンターは一拠点地で同社の顧客向けサービスを行っている<sup>7</sup>。一方、委託コールセンターでは、ひとつのビルの中で階ごと、フロアの区切りごとに複数社のコールセンター業務が行われている。また、これらの、特に委託コールセンターでは、外注元の企業によって業務内容も多様化している。委託コールセンターのエージェントが行う業務には、大きく分けて「インバウンド」と「アウトバウンド」の二形態がある。企業側が顧客からの電話や来訪などを受け付ける形態の業務である「インバウンド」に対し、「アウトバウンド」は企業側から顧客またはユーザーに働きかける。「コールセンター」と聞いて一般に想像されやすい製品ユーザーからの問い合わせや苦情対応、カスタマーサービスなどはインバウンドの業務に含まれる。その他、ホテルや航空券の予約受付、技術サポート、テクニカルサポートデスク、保険会社の契約内容や保険金請求に関する顧客対応など、どの企業のセクションに配属されるかによってエージェントが携わる分野も様々である。これに対し、アウトバウンドのコールセンターでは、テレマーケティングや見込み・潜在顧客発掘が中心となっており、その他集金や市場調査などの業務がある。ただし、フィリピンのコールセンター産業は大半がインバウンド業務を行っており、それらアウトバウンドのコールセンターは非常に限定される<sup>8</sup>。

### 3. メディアが描くコールセンター・エージェント像の両義性

以下ではフィリピン社会においてコールセンター・エージェントがどのように捉えられているのかを検討していく。本章では主にメディアにおけるエージェントに対する見方を取り上げ、続く第4章ではインタビュー調査に基づくマニラ首都圏住民の個別具体的な見方を取り上げていく。

フィリピンのコールセンター・エージェントの月額給与は 10,000PhP から 25,000PhP (約 2 万円～ 5 万円)で、これは 2010 年の賃金労働者の平均月額給与 16,110PhP (約 3 万 2 千円)に比べても、平均前後からそれ以上に位置する<sup>9</sup>。加えて、コールセンターを含む BPO 企業では、社会保障制度への加入が適切に行われており、ショッピングモールや小売業の販売員などのサービスセクターに比して好条件だといえる<sup>10</sup>。それに加え、コールセンターはマカティ市やパッシング市のオルティガス、ケソン市のイーストウッド、タギック市のボニファシオ・グローバル・シティなど、フィリピンでも有数のビジネス街や IT パークに集中しており、モダンなオフィスで働き、休憩中や仕事終わりにスターバックスでコーヒーを片手にお喋りをするエージェントの姿は、地方の若者に憧憬と欲望を抱かせている。

また、フィリピンでは顧客の大半がアメリカやヨーロッパの人びとであるため、時差の関係で多くのエージェントがナイトシフト(20 時から翌 5 時、22 時から翌 7 時など)に従事している。生活サイクルが通常とは逆転してしまうエージェントのために、コールセンターが林立するオフィス街の周辺には、24 時間営業のファストフード店やコンビニエンスストア、マッサージ店の他、早朝から午前中にかけてハッピーアワーを設けているバーが軒を連ねており、中にはショッピングモールに併設されているコールセンターもある。このような職場環境の整備は、出来るだけ多くの若い労働力を確保したい企業の思惑が一面にあるが、他方、ストレスの溜まりやすいエージェントたちに気分転換するための娯楽を提供する目的を持つ。厳しいノルマや顧客からのクレームへの対応といったストレスフルな仕事を終えた若いエージェントたちは、連れ立ってバーに行き、ビールで乾杯して仕事のうっ憤を晴らすかのように大騒ぎする。こうした若者の姿が典型的なコールセンター・エージェントとして取り上げられるようになった。例えば、フィリピンで活動していたアメリカ人宣教師のブログサイトでは、以下のようなコールセンター・エージェントの特徴が指摘され、それに対し複数のコメントが寄せられている。そこでは、コールセンター・エージェントはナイトシフトのストレスによって、過度の飲酒・喫煙、「不道德な」性的関係(ホモセクシュアル、未婚カップルの同棲、乱交)、道徳的相対主義(絶対的真理を持たない)、賢く投資

する代わりに浪費する、教会との関係の希薄化(この一因として非伝統的な仕事のスケジュールがある)といった行動や思想のサブカルチャーを持つようになると述べられている(図1 参照)<sup>11</sup>。すなわちコールセンター・エージェントは、一方では若者たちの憧れの職業となっているが、他方では独自のサブカルチャーを持つ問題含みの集団として捉えられている。多くの若者、特に地方のハイスクールやカレッジ、大学に通う若者たちは、親のコネがなければ卒業してもなかなか就職先を見つけることは難しい。彼らにとってコールセンター・エージェントは、十分な収入と都市でのホワイトカラーの仕事という魅力的な条件を揃えている上に、どんな学問的背景を持つ人にも就労可能であるという点で自らにも手の届く職業として卒業後の進路として選択しやすい仕事となっている。2017年現在、回復傾向にあるとはいえ未だ6.0%という高い失業率にとどまるフィリピンにおいて、就職難にあえぐ学生たちにコールセンター産業は多くの雇用機会を提供している。

しかしながら、同国の雇用不足という問題がコールセンター産業に与えた影響は、若く優秀な労働力人材の確保を容易にしたというだけではない。同産業が勃興し急成長を遂げた黎明期の2000年から2005年は、いずれも失業率11%を超える近年でも最低の雇用難にみまわれていた<sup>12</sup>。そのため、従来ならば国内外の有名企業や大手銀行などに就職する私立のアテネオ・デ・マニラ大学 (Ateneo de Manila University: 以下 ADMU)、デ・ラ・サール大学 (De la Salle University: 以下 DLSU)、国立のフィリピン大学 (University of the Philippines: 以下 UP) といった、国内トップの大学の卒業生が希望する職種に就職できず、コールセンター産業に流入することとなった。だが、自らが学んできた学問的知識を活用する必要がなく、英語の語学力<sup>13</sup>やコミュニケーション能力といった専門性に欠けると考えられがちな技能が評価の対象となり、マニュアルに沿ったルーティンワークをこなすことが求められる職務内容に、それらトップの大学卒業生たちの多くは不平や不満を抱きがちであった。それに加え、ナイトシフトや厳しいノルマ、顧客からの理不尽な悪態の甘受などからくるストレスにより、エージェントの多くは6ヵ月から2年未満で仕事を辞めてしまう傾向にある<sup>14</sup>。エージェントの早期離職という問題はトップの大学卒業者に限ったことではないが、それ

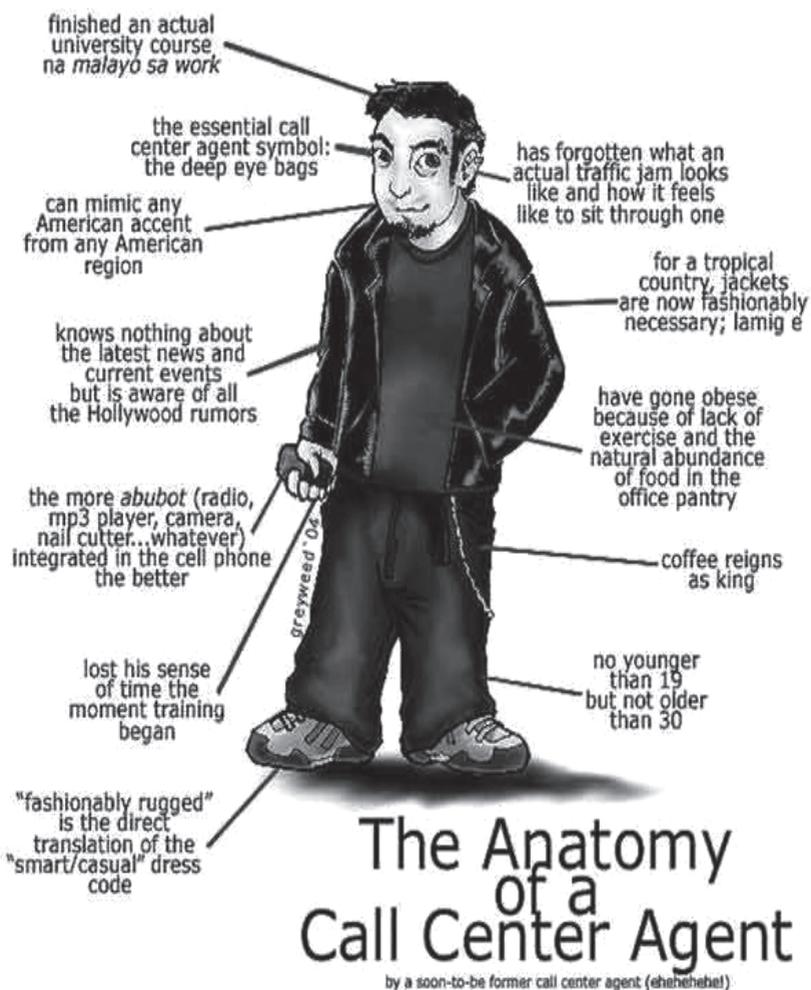


図 1: コールセンター・エージェントの分析

Source: <http://kevinsanders.org/2009/06/the-call-center-culture/>

らの若者ほど就労当初から長期就労の意思が弱く、希望する職種に採用されるまでのつなぎであったり、大学院進学や海外出稼ぎのための資金稼ぎを目的としていたりする場合が多い<sup>15</sup>。さらに、期待した進路に進めずコールセンター・エージェントとなる学生の増加は、ある種のコールセンター産業への否定的な見方を誘引することとなった。例えば、2006年3月31日付けのマニラタイムズ紙において取り上げられている、ある急進的市民団体のスポークスマンの発言では、コールセンター産業は「空調のきいた搾取労働の集積地」であると揶揄されている<sup>16</sup>。またここでは、当時のアロヨ政権におけるコールセンター産業の積極的な誘致政策が批判されており、「大統領は立派な大学の教育学、数学、あるいは工学の優秀な学生でさえ、電話対応のオペレーターとして卸売している」<sup>17</sup>と非難されている。

このことは、比較的上位の階層所属者であったり高学歴であったりする若者たちの流入によって、コールセンター・エージェントとして働くことの社会的位置付けが曖昧となっていることを示唆している。フィリピンは階層間の隔たりが強固な格差社会だが、コールセンターでは企業が求める英語の語学力やコミュニケーション能力といった採用基準を満たせば、所得階層や出身校に関わらず、誰でも働くことができる。したがって、コールセンターという職場空間において、従来ならば共に働くことのない、あるいは同じ職場でも職務内容や獲得賃金が異なっていたであろう人びとが、同じ条件のもとに働いている状況がみられるのだ。そのような状況は、階層間の区別に混乱を生む。そうした混乱により、比較的上位の階層所属者の中では、同じく上位階層出身でありながらもエージェントとして働き始めた者に対して、「彼らは頭の悪い人たちだ」、「他のところに就職できなかったんだ」といった批判を向け、自らと彼らを区別し差異化する見方も少なくない。

しかしながら、こうした否定的見方がなされている一方で、政府はIBPAP、CCAP、労働雇用庁、教育省の協力のもと、コールセンター及びBPO産業に適した労働力人材育成に力を注いできた。それらの政策のなかには、カレッジにおけるITスキルの向上を目的とするカリキュラムの導入や、教授言語として英語の使用を推奨、BPO企業への就職を条件とする奨学金の給付などがある。また、それらの職業の求心力を高めるために、IBPAP、CCAPや企

業によって専門職としての積極的な価値付けも試みられている。例えば、フィリピンで最初の IT-テクノロジー産業の集積地として整備されたイーストウッドシティの中心部には、BPO ワーカーをモダン・デイ・ニューヒーロー<sup>18</sup>として讃えるモニュメントが設置されており、彼らは海外出稼ぎ労働者に代わるフィリピン経済のアイコンとして表象されている。

すなわち、フィリピン社会においてコールセンター・エージェントは、一方で反感や忌避といった否定的感情を、他方で憧憬や称賛などの肯定的感情を向けられている。特に前者においては自らよりも低位の階層所属者がホワイトカラーの高給職に突如大量に進出してきたという状況に対する上位階層者の不満や拒否がみられ、他方、後者においては雇用創出、外貨獲得を目論む政府の働きかけと、比較的低位階層者の上昇志向があるだろう。

それでは、このような両義的なまなざしを社会階層関係に注目して個別具体的にみてみると、どのようなことがいえるだろうか。以下では、マニラ首都圏の住民に行ったコールセンター・エージェントに対する見方に焦点を当てたインタビュー資料を、インフォーマントの想定される所属階層に注視しつつ検討していく。

#### 4. コールセンター・エージェントを取り巻く両義的なまなざし

本章で各事例を検討していくに当たって、各事例におけるインフォーマントの大まかな社会階層的背景の特徴を説明しておく。以下第1節で扱う4つの事例は、いずれもコールセンター産業で働いたことのないマニラ首都圏住民に行ったインタビューである。前者2名はそれぞれ上位階層、上中位階層に所属すると考えられる人びとであり、後者2名はいずれも低中位から下位階層所属者だと考えられる。続く第2節で取り上げる5つの事例は、コールセンター・エージェントとしての就労経験を持つ人びとに対して行ったインタビューである。Eさん、Fさん、Hさんは上中位階層に所属すると考えられるが、GさんとIさんは中位から低位中間層に位置付けられる。

##### (1)コールセンター・エージェントを取り巻く両義的なまなざし I

事例①：Aさん(男性、25歳)は、ケソン州の家族経営(母親が創立者)で運

営している就学前学校(Pre-School)で学校運営に携わっている。ハイスクールはボニファシオ・グローバルシティにあるインターナショナルスクールを卒業し、その後は渡米し現地の大学に進学した。彼はコールセンター・エージェントに対するイメージとして、現在多くの人々がその仕事に携わっており規模拡大が続いていること、給与も介護士や看護師といった専門職と比べて高給であることをあげた。また、そうした高給を得ることで彼らは家族を経済的に援助しており、コールセンター産業の成長はフィリピン国家、国民、個々の家族に益するものであると考えている。他方、ネガティブなイメージとして、労働力人材の潜在能力の無駄遣いであるように感じているという。Aさんは、エージェントの仕事は単純なルーティンワークであり、高等教育における専門的な知識を必要としないという。またサービス業に特化した人びとであり、英語の能力さえあれば良い。労働の質よりも量が重視される、つまり個々の優れた能力を持った労働者よりも最低限の英語の会話と読解能力を持った大量の労働者が必要とされるエージェントという仕事は、高等教育卒業業者の中でも、少なくとも有名大学出身の者にはふさわしくない、というのがAさんの見解である。

彼が運営に携わる就学前学校では、子供たちのキャパシティ・ビルディングに力を入れているという。彼はフィリピン政府や政治の腐敗、汚職に厳しい目を向けており、フィリピンの人々は有能な人材として磨かれることで困難に自ら対処出来るようになる必要があると考えている。Aさんによれば、フィリピンの人びとは得てして簡単な道を選びがちである。「フィリピン人はいつでも簡単な道を選ぶ。『パハラナ(Bahala na)』って知っているかな? 『全ては神様の思し召し』という意味だ。あるいは、『待っていれば何とかなるさ』、『That is like that.』という感じ。このメンタリティがどんな仕事を選ぶかにも影響するんだ」。このようにフィリピンの人びとについて考えるAさんだが、自らが働くうえで重視することは、家族経営であるという点から、家族に対する責任と、生活を維持するだけのお金を得ることだという。また、学んできたキャリアを活かすこと、そしてより良い生活を実現していくことも重要であると考えている。(2016/02/21 ボニファシオ・グローバルシティのCoffee Beans Cafeにて)

事例②：Bさん(男性、47歳)は、DLSUでInternational Center(海外からの留学生に対応する部署)の専門職員として勤めている。自身もDLSUで経済学の修士号を取得しており、父親はビジネスマン、母親はDLSU Venirde校で教師をしていた。Bさんは、コールセンター・エージェントとして働く場合、参入が容易であるほどアウトバウンドの仕事に就かされる傾向があり、困難であるほど給与も高くなるが、その分流暢な英語を話せるだけの語学力が必要となると考えている。また、この仕事が主にナイトシフトであることにも言及した。彼は夜勤が原因で体調を崩してしまったエージェントのケースや、勤務中にトイレに行くことが出来ず二回も膀胱炎になってしまったケースなどをあげ、エージェントの仕事が健康面でいかに悪影響を及ぼすかということを説明してくれた。さらにBさんによれば、コールセンター・エージェントたちにはサブカルチャーがあるという。彼はそれをしばしば衝撃的なものであると評し、セックスについて語ったり、ドラッグが蔓延していることなどをその特徴とした。

Bさんにとって、働くことにおいて重要だと考えることは何かと訊ねると、「自分が達成してきたものを使って働くこと。学校で習ってきたことを十分に活かすことが出来る職に就くことが大切だ。それから、参加していると感じること。働くことで社会の一部として参加すること。あとは、給料を得ることと仕事から幸福感を得ること」と答えてくれた。更に、フィリピンの有名な大学の学生がコールセンターで働くことをどう思うかと訊ねると、「最初の仕事として、経験を得るためになればいいんじゃないか。ただ、一時的にならね」とのことだった。(2016/02/15 DLSU、Bさんのデスクにて)

事例③：Cさん(女性、40代)はかつて日本に出稼ぎをした経験のある元OFW(Overseas Filipino Worker)である。現在はマニラ市マラテ地区のバラングイ754<sup>19</sup>でサリサリストア<sup>20</sup>を営んでいる。彼女は茨城で働いていたという。小学校とハイスクールに通う二人の子供がいる。コールセンター産業についてのイメージをたずねると、「It's OK.」と返答してくれた。その理由については、今まさにコールセンターで働こうと考えているからだそう。ハ

イスクールに通っている娘が IT を学ぶための専門学校に行きたいと考えているという。Cさんは娘のためにも学費を稼ぐ必要があり、明日 Teleperformance(大手コールセンターのひとつ)に面接に行くそう。明日受けるのは日本企業らしく、日本語能力を活かして働こうと考えている。とりあえずは娘の学費のためであるが、続けるか続けないか、どれだけの期間働くかといったことは特に考えていないという。自分は(コールセンターについて)それ以上詳しく知らないので、明日の面接がどういった風に行われるのかは想像もつかないという。(2016/01/18 マニラ市マラテ地区、バランガイ 754にて)

事例④:Dさん(男性、18歳)はマリキナ公立大学(Pamantasan ng Lungsod ng Marikina)に通いマスコミ学を学んでいる。将来はニュースキャスターかジャーナリストになりたいという。父親は警察官で母親は専業主婦。コールセンター・エージェントに対しては、短期間の仕事であるというイメージを持っているという。以前彼の友人がコールセンターで働いていたが、ナイトシフトで時間のマネジメントが出来ず 2、3ヶ月で辞めてしまった。友人を見ていて長く続ける仕事ではないと感じたようである。しかし、機会があればエージェントとして働きたいかとたずねると、それについては意欲的であるようだった。Dさんはちょうどエージェントとして働こうと考えていたようで、これまで年齢制限で不可能だったが、18歳になったので採用試験に応募するのだという。また、彼はニュースキャスターを目指しているので、エージェントの仕事は会話や英語の発音の練習にもなると考えているようだった。ナイトシフトに関しては、友人を反面教師にライフサイクルの管理をうまくやれば大丈夫だろうとのことだった。ただ、働くことにおいて何を重視するかという質問に対しては、どれだけの給与を得られるかということをついにあげ、「自分と家族の生活を支えていくことが最も大切なんだ」と答えてくれた。(2016/02/18 マリキナ市マランダイにて)

ここからいえることは、コールセンター・エージェントに対する「特別な資格や技能を必要としない」、「英語や外国語の語学力が重視される」といっ

たイメージが所属階層の違いに関係なく一般的であるということだ。その上で、AさんやBさんのような比較的上位階層に位置付けられるインフォーマントは、エージェントに対してあまり肯定的なイメージを持っておらず、自らと同等の社会階層の人びとにとってふさわしい仕事ではないと考えている。対して、比較的低位階層に位置付けられるCさんとDさんに関しては、コールセンター・エージェントになることは、自らと家族の生活をより良くするためのステップング・ストーンとして捉えられていることが分かる。彼らにとって「誰にでも就労可能な」、「特別なスキルを必要としない」といった特徴は、自らにも就労機会が開かれており、家族のために大金を得るチャンスとして捉えられているようである。

これらのインフォーマントは、自分自身や周囲の近い者にエージェントとしての就労経験がない人びとであった。そのため彼らのエージェントに対するイメージは、マスメディアや人びとの間の噂で得られた情報から形成されており、既述の一般的なイメージにほぼ当てはまる。これらのインフォーマントの見方を踏まえた上で、以下ではコールセンター産業でエージェントとして働いている人びと、以前に就労経験を持つ人びとのコールセンター・エージェントに対する見方に焦点を当てたインタビュー資料を検討していく。

## (2) コールセンター・エージェントを取り巻く両義的なまなざしⅡ

事例⑤：Eさん(男性、30歳)は、2007年にイースト大学(University of the East, Manila)でHumanityの学部を卒業後、11年間コールセンター産業で働いている。その間に二回転職し、現在は世界各国に展開するXホテルのカスタマー・サービスをしている。父親は人的資源管理部門のマネージャーをしており、母親は元国家公務員ですでに退職しているが、両親とともにマカティ市に住んでいる。Eさんは大学でスペイン語を学んでいたため、これまでも主にスペイン語圏の顧客向けの仕事に従事してきた。彼が従事しているカスタマー・サービス部門はインハウス・コールセンター(自社の顧客向けサービス)<sup>21</sup>であるため、福利厚生が充実しており、給与も平均的なエージェントの受給額よりも割高である。EさんはXホテルのコールセンターで働く理由のひとつとしてそれらをあげた。彼の仕事は1日11時間労働、週4日

の勤務だが、通常の休みに加え年 40 日の休暇を申請することができる。また、世界各地にある X ホテルのランチに社員割引価格で宿泊することができるという。海外旅行が趣味だという E さんにとって、その特典は非常に魅力的であるのだそうだ。大学を卒業した当時、E さんは「初めからコールセンター産業に就職しようと考えていたわけではなかった」という。だが同時に、「コールセンター産業は最も勢いのある職種であったし、平均以上の給与にも魅力を感じたから、この仕事に就くことにしたんだ」。E さんは 2 回転職しているが、いずれもエージェントとして働いていた。

エージェントとして働くことについては、「楽しさと困難 (fun and challenging) が伴う」という。前者の場合、多くのことを学べることと仕事の達成感を得られることにおもしろさを感じる。他方、規律や規範の厳しさ、定められたノルマをこなすことに関しては困難を感じている。E さんは現在の給与や待遇に満足しているし、仕事内容や職場に対して大きな不満を持っているわけでもないが、もしもより好条件の仕事があれば転職したいかという問いに対しては転職に積極的であった。これはエージェントに限ったことではなく、フィリピンでは同じ職場に生涯留まるよりもキャリアアップを目して転職を繰り返すことが一般的であることが理由であるように思う。ただし、コールセンター産業ではキャリアアップが非常に難しいことも事実であり、これからもエージェントとして働き続けたいかという質問に対して「いつまで続けるかは分からない」と回答を得たこと、自分の出身校の学生の進路としてエージェントになることは適しているかという問いに対して「あまりそう思わない」との回答を得たことから、エージェントという仕事の将来性に不安を抱えていることが伺える。

またエージェントとして働き始めた当初、両親や友人といった周囲の人間から就労を反対され、彼らにはコールセンター・エージェントは先がなく、頭を使う必要もない仕事だと言われたという。それに対して E さんは、自ら彼らの考えていることは間違っていると証明してきたと自負する。彼にとってエージェントの仕事は、「経済的にも専門的にもやりがいがあり、多くの人と電話越しに、あるいは職場で出会い彼らを理解することは、仕事の上でも人生においても、新たな知識と多くの学びを彼にもたらしてくれる」のだと

いう。(2016/02/11 マニラ市マラテ地区 DLSU 付近の Starbucks Coffee にて)

事例⑥：Fさん(男性、33歳)は、日系企業Y社でエージェントのチームリーダーとして働いている。ADMUを卒業後、12年間コールセンターで働いている。同じBPO企業のなかで二回配属される企業を移動しているという。Eさんと同じくFさんも元々コールセンターへの就労を望んでいたわけではなく、「大学を卒業後六ヶ月は別の職種で職探しをしていた。広告系企業二社から内定を得たが、どちらも思いのほか給料が低かったため、そこへ就職することはせずにコールセンターで働くことにした」という。就労当初、家族や友人には「何でコールセンターなんかで働くんか」と言われたそう。彼自身、当時は長期間勤め続けることは考えておらず、すぐに別の仕事を探すつもりでいた。

コールセンター・エージェントに対するネガティブなイメージについて訊ねると、Fさんが働き始めた2003年当時、「コールセンター産業は確立されていない不安定な仕事であり、エージェントになることは一時的な選択で、『良い大学を出たのに、もったいない！(=Sayang)』というイメージを持たれた」という。だがFさんは続けて、「そういったイメージは誰に聞くか、どんな人に聞くかで変わってくるものだ。給料が高いことを幸福だと捉える人もいる。10年位前は(コールセンター産業は)学校の延長みたいなもので、みんな若かったし、ただ楽しさを求めていた。だけど今はより確立されていて、専門化している。特別なトレーニングはいらないと思われているけれど、ITスキルも必要だし、もっと厳しいものだ」と説明を加えた。それに対し、「誰でも簡単に参入出来るものではないんですね」と相槌を打つと、「そうなんだ。今ではDLSUやADMUの学生もコールセンターで働いている。たとえ電話応対のポジションでも。ただし、誰でも採用されるわけではない。BPO産業はイメージと実際とは違うんだ。コールセンターだけ、電話をとるだけ、と思っている人も多いけど、実際はもっと複雑なんだ」と語ってくれた。(2016/01/18 マカティ市Y社のオフィスにて)

事例⑦：Gさん(女性、27歳)はFさんと同じく日経企業Y社でエージェントをしている。カロオカン出身で、父親はFarmer<sup>22</sup>をしている。地元の大学で看護学を学んだが、看護師にはなりたくなかったため他の仕事を探した。Y社には友人の紹介で働き始め、勤続4年目になる。Gさんはエージェントとして働く動機として、1歳の娘のために将来の学費を貯蓄したいのだと答えてくれた。(看護学を学んでいたということ) 海外出稼ぎ労働をする選択はなかったのかと訊ねると、国を離れることは嫌だという。

コールセンターの悪い噂(フリーセックスやドラッグの蔓延など)については「友人から聞いていて多少恐ろしく感じていたが、働きはじめてからは職場でそのような話を耳にしたことは一度もない」そうだ。ナイトシフトは大変だが、最も困難に感じるのは通勤であるという。彼女は毎日実家からマカティ市の職場までバスで通っているため、混雑する時間帯は片道約3時間もかかってしまう。終業後は疲れてしまいバスの中で眠ってしまいそうになるので、起きているのが大変なのだという。地元での就職を考えないのかと訊ねると、地元には選択肢が少ないという理由に加え、「マカティは(都会で)、Wow! って感じだから」。これは地方の若者によくみられる、都市への憧れを具体的に表している。言うなれば、Gさんはそうした大勢の若者の憧れを実現した存在なのだろう。(2016/01/18 マカティ市Y社のオフィス近辺のレストランにて)

事例⑧：Hさん(男性、21歳)はDLSUの修士課程の二年目に在籍しながら、同校で研究員としても働いている。学部はセント・トマス大学でAB Political Scienceを専攻し、弁護士を目指していた。学部卒業後、大学院進学のための学費を稼ぐために6ヶ月間エージェントとして働いていた。彼にとってエージェントの仕事は非常に退屈なものであったという。それが理由で半年間だけで辞めてしまったというわけではないが、Hさんからエージェントとして働くことに対するイメージ、あるいは感想として最初に得たものが「退屈だった」という言葉であった。彼は電子マネー取引サービス企業のBPOコールセンターで働いていた。給与は基本給が12,000PhP(約30,000円)、そこに夜勤手当や賞与が加えられた。同僚には短期大学卒業者や専門

学校卒業者が多かったが、30～40代のエージェントもいた。彼のような有名私立大学出身者は非常に限られていたという。

Hさんはエージェントとして在籍中に耳にした、「驚いてしまうような噂」を教えてくれた。それは、交際しているわけでもない男女のエージェントが、勤務中に給湯室でセックスをしていたというものだ。嘘か真かは定かでないというが、こうした不道徳とみなされる性行動はエージェントのステレオタイプとして頻繁に言及されており、時にはコールセンター・エージェントのサブカルチャーの1つとして表されている。

Hさんがエージェントとして働くことを両親に話したとき、コンサルタント会社でプログラマージャーをしている父親は困惑していたという。彼によれば、父親がコールセンターで働くことに消極的な反応を示したのは、上述の不道徳なイメージが強く彼にとって悪影響なのではないかと懸念したからだろうという。(2016/02/03 デ・ラ・サール大学 Hさんの研究室にて)

事例⑨：Iさん(女性、38歳)はADMUの社会学部で秘書をしている。ミンダナオ出身で1994年にマニラに移住してきた。彼女はマニラで夫と7歳の息子と暮らしており、二人目の子供を妊娠している。コールセンターへはマニラに移り住んでから8年間勤め、3社で働いていた。コールセンターで働き始める以前は10年間就学前学校(pre-school)で教師をやっていた。しかし月8,000PhP(約20,000円)の給与では息子のために貯蓄することが出来ないため、より高給の職業への転職を考えたという。この時コールセンター産業で働こうと決めた理由として、月々の給与が以前より高額であること、ナイトシフトであること、今までの仕事とは異なる経験が可能であること(今までとは異なるスキルが必要とされること)をあげた。エージェントになることは、夫も賛成してくれた。夫はデイシフトの職に就いている。Iさんの両親は彼女が幼い頃に離婚しており、母親は家を出て新しい家族と暮らしていたため、Iさんと3人の妹たちは父親に育てられた。しかしその父ともハイスクール卒業前に死別した。そうした事情もあり、共働きしようにもまだ幼い子供を預けることが出来る近親者がおらず困っていたが、自分がナイトシフトに就くことで夫と分担して育児を出来るようになった。彼女は月々

30,000PhP (約 75,000 円) の給与を得ていたため、財政的にも十分であったという。

またコールセンターでは、英語でのコミュニケーションやリスニングのスキルが要求された。それらの側面は教師をやっていた頃には必要とされなかったものであり、新しいスキルを身に付けることは自らのステップアップになったという。アメリカやヨーロッパの多様に異なる国の人びとを相手にすることも良い経験になった。I さんによれば、「エージェントは英語の読み書きが出来れば誰でもなることが可能であるし、どんな学問分野を学んでいても良く、ましてやハイスクール卒の学歴でもマネージャーになって月に 10 万 PhP 稼ぐことすら出来る」という。だがそれと同時に、「優れたコミュニケーションスキルが要求されるハードな仕事に打ち勝つ力がなければ、エージェントを続けることは出来ない」ことも強調した。

I さんはエージェントを辞めた理由として、より長く働き続けられる仕事に就きたかったこととお金よりも家族と過ごす時間を優先したかったことをあげた。「コールセンター・エージェントとして働くことの基本的な欠点は祝日でも働かなければならないこと、残業があること、電話応対が大変なこと、運動をする時間がなく健康に悪影響を及ぼすこと、そして体内時計がくってしまうこと」であるという。そのため、何歳まで病気にかかることなく仕事を続けられるか、あるいは体力的にもハードな仕事をこなし続けられるのかも分からないし、子供もつきっきりで面倒をみていなくても良いくらい大きくなったので、夫と子供の家族 3 人で過ごす時間を充実させるためにも転職に踏み切った。この事について、I さんは「家族はお金よりも大切でしょう？」と語ってくれた。(2016/02/22 ADMU の I さんの職場にて)

紙幅の都合上限られた事例のみを紹介したが、そこから明らかになる点を以下に検討する。

まず、E さん、F さん、G さんは現役のコールセンター・エージェントであり、勤続年数も前者 2 名に関しては比較的長期に及んでいる。対して H さん、I さんはエージェントとしての就労経験を持つが、既に離職した人々である。

ここからいえることは、コールセンター・エージェント自身の間でもエージェントに対する否定的な見方が共有されているということだ。特に外資系産業であり諸外国の経済状況にこの産業自体の進退が大きく作用されること、また心身への負担が大きく健康に悪影響を及ぼすリスクがあることから、いつまでも続けられる仕事ではないという不安は、比較的長期間エージェントをしている者の間でより顕著であった (E、I)。しかしながら、エージェントとしてある程度長期間働き続けている人々の間では、コールセンター・エージェントとしての職業的アイデンティティが少なからず確立されているようだ (E、F、I)。それらのインフォーマントにおいては、政府や企業が掲げているような「専門的な」、「特別なスキルが必要な」といった肯定的なイメージを内在化しており、それらの特徴が否定的イメージに対する反論として挙げられた。彼らは就労に対する周囲の反対や困惑に対し、エージェントという職業がいかに専門的であり、自らにやりがいと有益な経験をもたらすかを強調している (E、F、I)。それに反し、短期間の就労経験を持つインフォーマントはコールセンター産業に対する肯定的見方を内在化するに至っておらず (G、H)、既に離職している者においては、「誰にでも出来る」、「退屈な」仕事といった否定的見方をより強固に保持しているようであった (H)。

## 5. 結論

ここでは、本論のコールセンター産業に対する両義的なまなざしの事例が持つ意義を、ポスト・フォードイズムのグローバル市場経済における今日的な労働のあり方とそこへの社会関係の影響から考察する。

1914年以降、ヘンリー・フォードによって導入された日給5ドル、一日8時間の労働体制は、高い生産性を維持するための規律を遵守する労働者を大量に生み出した。フォードによる労働体制の組織的、技術的革新は、大量生産と大量消費、新たな労働力生産システム、新たな労働統制・管理政策、新たな美学や心理学、要するに、新たな種類の合理化された、モダニズム的でポピュリズム的な民主的社会という、彼自身のビジョンに基づいていた。それは福祉国家との協力関係の下、画一化され規格化された商品を大量生産するために、高度に専門化された生産ラインにおいて労働者を規制し統率する

ことを企図していた。こうしたフォーディズム的なモダン社会においては、労働者は垂直的な労働組織のもとに組織化されていた[ハーヴェイ 1999:172-190]。

しかし、1960年代末の、アメリカドルが権勢を誇ったブレトン・ウッズ体制の崩壊は、福祉国家とフォーディズム的生産体制の破綻を引き起こすこととなった。これを契機として、国家とグローバル市場経済は、より流動的で柔軟なシステムを追求するようになっていった。1970年代以降のアメリカ、イギリスを筆頭として欧米を中心に行われた脱福祉国家改革、生産過程におけるスモールバッチ生産の普及は、自律的な市民や生産的で活発なコミュニティに価値を置き、自己選択と自己管理を行う柔軟で個別化された労働力としての個人を推奨し、人びとに対して常に自己評価を行い市場価値に見合うよう自らを統制することを求めるようになった。フーコー(2008)はこうした世界的状況を「真理の体制」としての新自由主義の浸透とともに論じている。フーコーは 19 世紀の市場社会の成立を可能にした、国家が市場での交換の自由を保証し監視するという自由主義思想に対して、市場が恒常的な競争状態において国家の存在及びその行動を端から端まで内的に調整するための原理となることを要求するものとして新自由主義を定義した[フーコー2008:183,297]。そのような新自由主義思想の浸透は、社会内部における「企業」形式の一般化によって促進され、それは市場経済的制度やイデオロギーを超えて、我々を取り巻くあらゆる関係性、内的で親密な領域にまで浸透していくとともに、個人の生そのものをも一種の恒久的企業、多様性を持つ企業として改変していく[フーコー2008:183,297]。

このような見方は、コールセンター産業に関する先行研究の多くに共有されているといえよう。匿名化され、不特定多数化された「アウトソーシング可能な自己」として形成されていくことは、まさに多国籍企業におけるスタンダードな時間や空間の観念が、個々人の生そのものを改変していくプロセスであるとして批判されていた。

本論で検討してきたコールセンター産業に対する一般的なまなざしは、こうした新自由主義思想の浸透を促進する権威側の働きかけと、それに対する批判の折衝によって両義性が生じていると捉えられよう。すなわち、国家や

企業が行っている教育現場における労働力人材の育成、エージェンツ職に対する価値付けとは、言い換えれば、市場マインドの教授、市場価値を持つ人びとの理想化であり、それら権威側が求める能力への方向づけの試みが肯定的見方を形成している。他方、そのような従来とは異なる価値付けへの不満や困惑、あるいは新たな評価基準のもとで台頭してきた人びとに対する嫉妬や拒絶が、否定的見方を形作っている。

しかしながら、個々のインフォーマントの事例に即していえば、人々は必ずしもそうした働きかけに促され変容していくとは限らず、むしろそれらを拒否しそこから離脱し、批判する側にとどまり続けている者も少なくないだろう。あるいは新自由主義的な労働のあり方を受容し、そこでの価値や規範を内在化している者でも、個々の背景や経験に基づく見方が存在し、それはグローバル化した世界における市場価値に見合ったものであるとは限らない。ある者は家族を何よりも優先し、またある者は生活における実益を視野に入れながら、自らの働き方を選択している。これらのことから、グローバルな新興産業の台頭が今日におけるフィリピンの社会階層関係の動態に与える影響を把握するには、マクロな視点におけるあり方と、より個々具体的なミクロな視点から捉えるあり方との二重性のもとで検討する必要がある。そしてそれは、言い換えれば、マクロとミクロの様々な視点からの肯定と否定のイメージが交錯する、コンタクト・ゾーンを形成していると表すことが出来るだろう。コンタクト・ゾーンという社会空間では、まったく異なる文化が出会い、せめぎ合っている。それは異質な者/ものが接触する場所であり、多様な文化実践が認められる異種混交的な具体的場所であることもあれば、それとは対照的な、無機質で抽象的な「非・場所(ノン・プレース)」[オジェ 2002]であることもある。

世間一般的なコールセンターへの見方は、肯定的でもあるし否定的でもある。これは発展途上国に多国籍企業が流入してきて新興中間層が勃興するときに典型的な反応であるといえる。そしてその二面的イメージは、主に政府や企業の積極的なイメージ改良と、他方で異質な労働文化への拒否反応、下位階層からの成り上がりへの拒否という要因が作用していた。またインフォーマントへのインタビューから分かったことは、そうした否定的イメージが

エージェント自身にも、就労経験を持たない人々においても一般的であること、しかしながら、エージェントとしてのアイデンティティをある程度形成している人々によるイメージ改良の働きかけがあること、否定的な見方を共有しているとしても、働くことにおいて何を優先しているかによってそうした（否定的イメージを有する）職業に就くことも辞さないことである。これらのことを踏まえ、社会階層関係の動態について考えてみると、コールセンター産業という異質な新興産業の登場によって、フィリピンの社会階層関係は今まさに変容の過渡期にあるということだ。様々な言論や経験が錯綜し折衝し、また新たな見方を生み出している。ある者は否定的見方を受容し、同産業を自らとは全く関係のない、低位階層の仕事であるとみなしている一方で、ある者は比較的上位階層に属していながらも非意図的にエージェントとなり、そこでの規律や規範を内在化することで一般の否定的イメージに対抗する言説を生み出している。それらの様々なイメージがフィリピンの至る所で発せられ、コンタクトすることで、コールセンター産業をめぐるイメージは日々更新されている。

また継続的な成長による就労者数の増加は、個別具体的な就労経験を伴うイメージをより多量に生み出し、フィリピンの人びとにとって同産業がより馴染み深いものとなってきていることも事実である。現在行われているコールセンター産業を含む IT・BPO 産業の地方都市への拡大進出が促進される中で、より多くの人びとが同産業に携わっていくことで、コールセンター産業の勃興を契機とするフィリピン社会の階層関係の変容がいかに広がっていくのかという点は、今後検討されるべき課題である。

## 注

<sup>1</sup> 日本の GDP でいえば自動車産業が占める割合が約 3%であるということからも、フィリピン経済にとってコールセンター産業がいかに重要であるかということが分かるだろう。

<sup>2</sup> 本論では調査時 2016 年の為替レート 1 フィリピンペソ=2.5 円に基づいて算出する。

<sup>3</sup> このことは、フィリピンの 2016 年時の平均所得は 8,280PhP/月 (20,700

円) であることから明らかである。

4 The Manila Times. 'Call centers exploit Filipino workers, says militant group'. 2006/3/31.A8.

5 例えば、倒れた母親の容態を伝え救急車を呼んでほしいと訴える少年に 25 分をかけて対応したエージェントは、対応時間超過を理由に解雇されたという事例もある。

6 政府はマニラ首都圏、セブに次ぐ IT-BPO 産業拠点地域の育成を積極的に後押ししており、ダバオ、バコロド、イロイロといった地方都市を「ネクスト・ウェイブ・シティ(Next Wave City)」と称してランク付けしている。

7 フィリピン国内にいくつかのブランチを持つ自社コールセンターもある。

8 コールセンター産業の全体数におけるアウトバウンドの割合が少ないことに加え、顧客は「途上国」のエージェントによるセールスを厭う傾向が強いいため、アウトバウンドのコールセンターは成果が出にくいことがその要因にあると考えられる。

9 Philippines National Statistics Authority. 'Average Monthly Earnings of Paid Employees' <https://psa.gov.ph/content/2015-piyls-wage-statistics-0> 2017 年 12 月 18 日最終アクセス。

10 従業員の社会保障制度への加入は雇用主に義務付けられている(雇用者の支払額の 18%を負担)が、一部の職種では 6 ヶ月の見習い採用期間が認められており、見習い採用期間中は社会保障制度への加入は保留される。これらの販売・小売業では、社会保障制度への加入が免除されている 6 ヶ月の期間が満期になると該当する従業員を解雇し新規採用で労働力を補充することで社会保障費の企業負担を免れるというやり方が横行している。

11 "Pator Kevin Sanders". <http://kevinsanders.org/2009/06/the-call-center-culture/> 2017 年 12 月 23 日最終アクセス。

このウェブサイトの管理者で同記事の投稿者 Kevin Sanders はアメリカ人宣教師であり、2002 年から 2013 年の間、フィリピン独立教会の Campus Minister としてフィリピンに居住していた。同ウェブサイトにおけるエージェントのイメージを普遍化してフィリピン社会に一般的なものとして語ることは難しいが、少なからぬ人びとがこのイメージに賛同していること、また調査者のインフォーマントからも同様のイメージが語られたことから、ここでは興味深い一例として提示した。

12 "International Monetary Fund". <http://www.imf.org/external/ns/cs.aspx?id=28> 2017 年 12 月 24 日最終アクセス。

13 フィリピンでは英語は公用語であるため、英語の語学力、特にコールセンターで使用されるレベルの語学力は、特別な技能としては考えられない傾

向にある。

<sup>14</sup> フィリピンのコールセンター・エージェントの離職率は60%から80%だと言われている。これは世界でも最も高い割合であり、フィリピンのコールセンター産業連盟でも大きな問題として捉えられている。

<sup>15</sup> IT-Business Process Association in the Philippines(フィリピン IT-BPO 連盟)の人的資源管理部門マネージャーである J 氏へのインタビューより(2015年12月2日実施)。

<sup>16</sup> The Manila Times. 'Call centers exploit Filipino workers, says militant group.' March 31, 2006: A8.

<sup>17</sup> 同上。

<sup>18</sup> これまでこの言葉で賞賛されてきたのは海外出稼ぎ労働者だったが、それが今日では BPO エージェントにとって代わっている。

<sup>19</sup> バランガイとは、フィリピンにおける最小の行政区である。マニラ市のバランガイは通し番号が名称となっており、ここでの「754」は C さんが住むバランガイを指す。

<sup>20</sup> サリサリストアとは、多くの場合家の軒先を利用した個人商店で、日用雑貨やスナック、おかずなどを販売している。少量に小分けして販売しているため、貧困層世帯でも手軽に利用出来る。フィリピンの庶民の生活になくってはならない存在だといえるだろう。

<sup>21</sup> 他企業にアウトソーシングする BPO とは異なり、企業内の一部門をより低コストな地域で操業することをいう。フィリピンには IBM やトレンドマイクロ、Dell など多くの有名企業のインハウス・コールセンターが置かれている。このため、近年では BPO 産業を、インハウスも含めた BPM (Business Process Management)、KPM(Knowledge Process Management)と呼ぶ見方もある。

<sup>22</sup> ここでの「Farmer」は小作農を指すのか、自営農を指すのかが不明であるため、英語のまま表した。

## 参考文献

JETRO マニラセンター

2006 『フィリピンコールセンター産業調査報告書』2006年3月。

関 恒樹

2009 「トランスナショナルな社会空間における差異と共同性—フィリピン

ン人ミドルクラス・アイデンティティに関する考察—』『文化人類学』  
74(3):390-413。

田中 雅一

2006 「ジェンダーとセクシュアリティの文化人類学」『ジェンダーで学  
ぶ文化人類学』田中雅一、中谷文美(編)、世界思想社、pp.1-19。

2007 「コンタクト・ゾーンの文化人類学誌へ:『帝国のまなざし』を読む」  
『コンタクト・ゾーン=Contact zone』1:31-43。

ハーヴェイ デヴィッド

1999 『ポストモダン性の条件』青木書店。

フーコー ミシェル

2008 『ミシェル・フーコー講義集成<8>生政治の誕生 (コレージュ・  
ド・フランス講義 1978-79)』筑摩書房。

Business Process Association of the Philippines

Philippines IT-BPO Investor Primer

2010 Offshoring & Outsourcing Philippines Roadmap 2010.

2012 IT-BPM Road Map 2012-2016.

Fabros, Alinaya

2016 *Outsourceable Selves: An Ethnography of Call Center Work in a  
Global Economy of Signs and Selves*. Ateneo de Manila University  
Press.

Milawati, Resmi Setia

2013 Light at Night: How the Offshore Call Center Industry Is  
Shaping Young Filipino Workers. In CULTURE, POWER AND  
PRACTICES: THE GLOBALIZATION OF CULTURE AND ITS  
IMPLICATIONS FOR ASIAN REGIONAL TRANSFORMATION,  
Asian Public Intellectuals: The Work of 2010/2011 API Fellows.

Nadeem, Shehzad

2011 *Dead Ringers: How Outsourcing Is Changing the Way Indians  
Understand Themselves*. Princeton: Princeton University Press.

Padios, Jan Maghinay

2012 *Listening Between the Lines: Culture, Difference, and Immaterial Labor in the Philippine Call Center Industry*. New York University. Ph.D. dissertation submitted to social and cultural studies, New York University.

2013 *Queer Confessions: Transgression, Affect, and National Crisis in the Philippines' Call Center Industry*.

<http://www.centerforartandthought.org/work/item/queer-confessions-transgression-affect-and-national-crisis-philippines%E2%80%99-call-center-industry#popup01> 2017年12月15日最終アクセス。

Roy, Anurupa

2007 *Spaces of Labour Process: A Case Study of Call Centres in Kolkata, India*. Paper presented at Session II: The Geography of IT Enabled Services: New Empirical and Theoretical Insights, on April 21.

Stevens, Andrew J.R.

2014 *Call Centers and the Global Division of Labor: A Political Economy of Post-Industrial Employment and Union Organizing*. New York, NY: Routledge.