

第 11 回：アルミ食器の行商人

行商は一般的には一つの国が経済発展の一定の段階に達すると自然に衰えていくと言われている。事実、イギリスでは 18 世紀に、フランスでは 19 世紀に衰退したし（ブローデル、1986）、日本においても第二次世界大戦直後のピーク時を経て、1960 年代以降、急速にその姿がみられなくなった（溝口、1976）。南インドにおいても近年急速に交通網が整備され、1985 年に見開いた際、定期市が減少しつつあったのと同時に、行商人の姿も少なくなってきた。こうした流れに反して、1986 年現在、バングラデシュでは、都市。農村をとわず、行商人の姿を見かけない日がないほど、行商がさかんである。

ヨーロッパ諸国や日本で社会史、民族学、地理学の分野でしばしばとりあげられてきた行商人研究もバングラデシュに関してはほとんど言及されていないし、バングラデシュにおいても行商人に関する研究物は出されていない。かくして、行商全盛期であるバングラデシュにおいて行商人をとりあげることは、世界史的にみてその社会経済状況との関係のもとでの比較研究に対して格好の材料を提供することになろうし、バングラデシュ社会に対しても、行商人は定期市¹とならんで流通機構の一翼を担っているが故に、その実情を明らかにしておくことは、無意味ではなからう。

現在のバングラデシュの商品流通において、定期市とならんで重要な役割を果しているのが行商人である。本稿は、従来ほとんど顧みられることのなかった行商人に焦点をあて、その空間的、時間的行動を明らかにすることを目的とした。種々雑多な行商人の中でも、最もポピュラーなアルミニウム食器の行商人を選び、行商先の村、販売額、掛売額等を聴き取った。また、顧客の分析にあたっては彼等の「顧客ノート」を検討した。

アルミニウム食器の生産・流通経路は、まず諸外国から輸入されたアルミインゴットが、チッタゴンからダッカへと運搬され、工場で各種食器が生産される。それが卸売店を経て小売店および全国に散らばる行商人販売網を通して消費者にわたる。

ミルジャプールに拠点を構える行商人の行動様式をみると、年間のスケジュールでは、乾季に出稼ぎ地で行商をし、雨季は自村で漁業をおこなう。行商活動は 9 人のグループを組み共同生活をしながらおこなわれる。食料、生活必需品は共同購入するが、行商であげた利益は各自の財産となる。販売圏は根拠地からおよそ 6km 圏内で、それぞれ天秤棒を担いで売り歩く。各自得意先の村と顧客をもっており、1 過間のスケジュールとしては金曜日（イスラム教徒の休日）に休みをとる傾向がみられる。仕入れはダッカおよび近隣の町カリヤカイル卸売店でおこない、グループの 1 人が交代で月に 1-2 回でかける。各自 200 人前後の顧客をもっており、彼等に対して、中古品を回収するとともに、掛売をしている。この販売方法が売手にとって都合がいいばかりでなく、売手にとっても結果的には高収益をもたらすことになっている。

さて、イスラム教徒が多数を占める社会ゆえか、イスラム教徒の女性はもちろん、ヒン

ドゥー教徒の女性すらめったに外出しない。高密度に分布している定期市への買物も男性がおこなう。それゆえ、戸別訪問してくれる行商人が彼女たちに強く求められるのである。事実、筆者がある 1 日、行商人につきそって取材した時、女性がいきいきと品定めに現れた。また、行商人の「顧客リスト」に少なからず女性の名前が連ねられていたサリー、ブレスレットなども夫が買ってきてくれる場合を除いて、ほとんど行商人から入手している。



写真 33 アルミ食器製品



写真 34 9人の行商人
ミルジャプールの根拠地
の前にて

ブローデル／山本淳一訳（1986）『物質文明・経済・資本主義Ⅱ－1 交換のはたらき』、みすず書房、74－82

溝口常俊（1976）「御勅使川扇状地畑作農村における行商活動」、人文地理 28－2、27－56