

現代イラン流通考 : 市場と商人

著者	岩? 葉子
権利	Copyrights 日本貿易振興機構 (ジェトロ) アジア 経済研究所 / Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (IDE-JETRO) http://www.ide.go.jp
雑誌名	現代の中東
巻	30
ページ	58-70
発行年	2001-01
出版者	日本貿易振興会アジア経済研究所
URL	http://hdl.handle.net/2344/703

現代イラン流通考：市場と商人

岩崎 葉子

- I はじめに
- II 経済学における流通論の焦点
- III イランにおける市場と商人
 - 1. 市場とは何か
 - 2. 商人とは誰か
- IV イランにおける流通論の諸問題 (1)
 - 1. 不完全情報
 - 2. 取引費用
 - 3. 寡占市場
- V イランにおける流通論の諸問題 (2)
 - 1. 輸送における規模の経済
 - 2. 商業集積の要因
- VI むすびにかえて

I はじめに

従来の経済学ではごく周縁的な分野としてしか認知されてこなかった「流通」や「マーケティング」について、近年にわかな関心の高まりが見られる。こうした関心の高まりがこれまでではむしろ経営学・商学などの対象とされてきたこの分野で顕著なのは、新古典派経済学が想定するところの「合理的個人」や「市場主義」と、それに伴って確立されることになっている経済秩序のパターン化されたありようが、果たして多くの国々の実体経済を

どの程度的確に描写し得ているのか、という経済学界でのさまざまな議論を反映しているためと考えられる。

市場の成立の仕方がさまざまな地域・国によって異なっていること、それらが個別の歴史的背景を背負っているがゆえに必ずしも決まった発展パターンを取らなかったことなどをどのように説明すべきか、というきわめて真摯な問いに対する答えを、現代の経済学は模索している。もちろんこうした模索の歴史はいま始まったばかりというわけではなく、たとえば、いわゆる「制度学派」と呼ばれる経済学者たち^(註1)による合理性への批判や市場主義の見直しにその端緒を十分見て取れる。また、近年は特定地域の史料からさまざまな経済諸制度の成立過程を、ゲーム理論などを使って経済学的に分析するといった手法も注目されている^(註2)。こうした幾多の試みは、「科学」たらんとする経済学が生み出してきた分析ツールの普遍性と、実際に展開する人間の動的な経済生活の多様性とを、いかに有機的に結びつけられるかという経済学自身の懊悩を反映しており興味深い。

冒頭で述べたような「流通」に関する関心の高まりも、大きくはこうした模索の流れの

中に位置づけることが可能であるように思われる。生産から消費へ至るモノの流れに着目するということは、売り手と買い手にとっての完全競争市場の存在が前提であった主流派の経済理論ではほとんど顧みられることのなかった実体経済への、一つの接近方法と言えるからである。

筆者は、こうした経済学の新しい試みに非常な関心を覚えると同時に、自身がフィールド・ワークの場としてきた現代イランの流通機構の諸事例が、こうした試みのなかで検討されるとき、いったいどのような意味を持つのだろうか、という素朴な疑問をも抱いている。そこで本稿を、いま経済学で取り上げられている「流通」関連の論点の把握と、それらをイランに引きつけた場合に考えられる問題関心の整理作業とにあて、短い研究ノートの形でまとめてみたい。

II 経済学における流通論の焦点

本稿ではまず、新古典派的アプローチでは現実に繰り広げられる流通現象を十分に説明し得ないという問題認識を持つ経済学者たちが、さしあたりどのような論点を提示しているか、というところから始めたい。ただし、流通に関するこうした議論が注目を集め始めたのは近年のことであるために、いまださまざまな論点が出し尽くされ、整理し尽くされているわけではない。そこで本節では、我が国において、理論経済学にその学問的基礎をおきつつ「流通」「マーケティング」分野に研究関心を寄せる先駆的経済学者の一人である成生が『流通の経済理論』（1994年）^(註3)の中で

指摘したいくつかの論点を紹介することで分析の足がかりを提示したい。

成生は、産業組織論などのマイクロ経済理論の近年の発展に刺激をうけた経済学者たちが、その応用の観点から流通分野に対して関心を高めている、と位置づけている。その中で、いわゆる伝統的経済理論の完全競争モデルで想定される諸前提^(註4)が、現実のマーケティング・流通環境では必ずしも満たされていない、という点について次のように要約している。

1. 生産者は消費者の欲求について、また消費者は生産された財の価格・品質について、完全に知りながら取引を行うわけではない（情報の不完全性）。

これは日常生活レベルでは我々がごく当たり前のこととして受け止めている事実のように思われるが、これが指摘されることによって、生産者の側の市場調査や消費者の側の情報収集、あるいは広告などを通じた宣伝活動の重要性が見直されることになる。

2. 現実世界に見られる流通取引の諸様式（垂直的取引制限^(註5)や統合など）は、流通取引に伴うさまざまな費用（輸送・在庫、契約締結時の交渉、契約履行の保証など）を節約するために存在している。

これは、従来のモデルにおいてさほど重視されてこなかった取引の「様式」や流通業者の役割に着目しているという点で重要である。

3. 財によっては必ずしも「競争的」市場が実現されておらず、売り手がある程度の価格支配力をもつ寡占市場である。

この結果、市場における予定調和的な均衡

価格の実現ではなく、売り手の側の意図的な価格設定などのマーケティング行動が有意味になる。

成生による以上の3点の指摘は、「(不完全な情報)」「取引費用」「寡占市場」といった伝統的経済理論モデルからはいわばはみだしている部分に、流通やマーケティングの果たす役割が凝縮されている、というメッセージを伝えたものといえよう。

さて成生の指摘する流通に関する経済学的論点は、本稿の主題である現代イランの流通を考える際に、いったいどのようなインプリケーションを持つのであろうか。これまで筆者は、数年間にわたってイランの繊維産業を中心に、生産企業と流通業者との関係やその商取引慣行などについてのフィールド・ワークを実施する中で、成生の指摘したような理論と現実の食い違いを発見し、またその食い違いを埋めるいくつものきわめて興味深い流通機構の事例に行き当たっている^(註6)。従来、経済学的アプローチを用いてイラン流通の分析を試みた先行研究はないが、本稿では、成生の指摘した論点に沿うとき、イランではどのような実証的事例研究が可能かを筆者のフィールド・ワークの成果などを用いて述べることにしたい。

III イランにおける市場と商人

ところで本来の作業に入る前にいくつか確認しておきたい点がある。イランの場合には、流通に関してミクロレベルでの実証研究はいまださほど成熟していない。そのために、流通の議論が盛んである先進諸国・一部の途上

国(地域)研究ではおそらく前提とされているような、種々の事柄・言葉の定義が曖昧になっている。筆者は、経済学において「市場」「商人」などの用語の指す内容を確認し、それらをイランにおける実体に照らし合わせる事が重要であると考え。またその上で、イランの流通諸事象を適切な用語によってあらためて表現し直す作業が必要であろう。そこでひとまず本節をこの作業にあて、読者との間で認識を共有したい。

1. 市場とは何か

筆者が第一に確認すべきと考えるのは、「市場」とは具体的にどのような場を指しているか、という点である。

成生が言うところの伝統的経済理論における完全競争市場では、公正中立な「競り人」の存在が仮定されていて、モノを持ち寄った売り手と不特定多数の買い手との間を媒介し、均衡価格を導き出すということになっている。この理論上の競り人は市場における価格均衡メカニズムのシンボリックな言い換えであるので、彼個人の利益を競りに際して追求することはなく、市場へ参集した売り手と買い手の間の需給バランスをとって適正な価格を導き出すのである。

このような単純なモデルは、私たちが抱く市場のごく原初的なイメージに比較的合致している。生鮮食料品の卸売市場や、途上国の農村で開催される定期市、あるいは美術品のオークションなどでもこうした競り風景が見られる(もちろん実在する市場の競り人は、競りの開催や取引の成立具合によって報酬を得ているから、これとてモデルと完全に合致するわけでは

ないが)。ここでは競りシステムが機能しているがゆえに取引の成立は即時的であり、その市場の内部においてはいわゆる完全競争モデルにきわめて近い。競りに参加する者全員が、自ら価格を設定する力を持たず、需給バランスによって決まる価格水準を受け入れる存在である。

一方私たちの日常生活では、このような競り人のいない市場というものの方がより身近な存在である^(註7)。競り人の存在しない市場では、(売り手の寡占または独占市場でない限り)価格は取引主体間の交渉やかけひきを通じて形成される。さらに、現実の社会ではこうした交渉の場で、財の本来の売り手(生産者)と買い手(消費者)を媒介するのは多くの場合流通業者であり、彼は取引の仲介業務の見返りに商品価格に自分の利潤を上乘せし、第二の売り手となって買い手と直接にあい対するのである(このような価格形成の原理的システムにおいては、たとえば定期市と常設市の間にも原理的な差はないように思われる)。冒頭にも述べたように、筆者の関心はこのように様々な流通業者が活躍する実体としての市場にあり、もとより経済学のモデルに現れる抽象化された「市場」にあるのではない。

さてイランにおいて流通業者の活躍する市場と聞いて思い浮かぶ場所には、具体的にはさまざまなものがある。テヘラン・大バーザールのような伝統的形態の常設市場をはじめとして、それとは別の地区に形成されている各種の卸売り・小売り業者店舗の集積地などもその範疇に含めることができる。これらの中には比較的歴史の浅い問屋街や、一般の消費者が集まるショッピング・モールの類まで含まれる。また都市部の地域型定期市や、上

岡・羽田・家島^(註8)が報告したような地方の週市なども想起されよう。

ところが、こうした具体的な場所はそれぞれ異なった流通機能を持っているにもかかわらず、現代ペルシア語ではこれらすべてについて一様にバーザール (bāzār) という語が用いられることが、議論を錯綜させている。そればかりか、前述した理論上の抽象化された市場も、またときとして特定の商品の流通範囲や商圈を表す市場(マーケット)さえも、bāzārという言葉によって言い表されるのである。しかしながら、もちろんこれらが同レベルに論じられるべき対象でないことは明らかである。言い換えると、ある場所をbāzārであると言うだけでは流通機構の説明としては不十分なのである。

この点を念頭に置き、常に「市場 (bāzār) とはどのような場か」という問題意識を持ち、その定義を明確にすることが重要である。すなわち、まずは検討対象とする市場は抽象的市場なのか、具体的市場なのか、また具体的市場であれば何を扱い、どこに立地し、誰を顧客層としているか、などの厳密な峻別を必要とするであろう。

2. 商人とは誰か

筆者が第二に確認すべきと考えるのは、現代イランにおける流通を議論する際に、その業務に携わる人々を何と呼ぶべきか、という点である。筆者は本稿において基本的に流通業者という言葉を用いているが、これはこの言葉が、財の売買のみならず輸送や在庫、情報伝達など広義の流通機能に携わるすべての業者を含むためである。一般に流通業者とい

うと「商人」と同一視されがちだが、財の購入・販売を通じて所有権を移動させる商人に対して、流通業者はより広範な業務内容の遂行者を意味し得る。

また財に対する所有権を有する業者をすべて商人という言葉で言い表しても良いか、という問題も残る。こうした人々の中にも実際には、卸売り、小売り、輸出入事業などいくつもの異なる機能を遂行する業者が含まれるからである⁽⁹⁾。議論を精緻にするためには、可能な限り当該業者の業務内容を的確に言い表す呼称を用いるべきであろう。

さらに重要な点は、現地語(ペルシア語)における呼称をどの程度尊重すべきか、という点である。たとえば、現代ペルシア語で商人を表す言葉とされているものとしては、*tājer*, *bāzargān*, *bāzāri*などがまず想起される。このほか、各地方や業界、取り扱い品目などによってもさまざまな流通業者の呼称が存在している。もちろん彼らはその業務内容に照らせば各々独自の機能を果たしているが、一方で、経済学的な議論の俎上に乗せる場合には必ずしもそれらの間の差異が重要でなく、単に慣習上の呼び分けがなされていると判断される場合も少なくない。筆者は、現地の流通業者が果たす独自の機能に着目しつつも、それをペルシア語の呼称で表現することで事足りるとせず、可能なかぎり普遍的な概念に置き換えて論じることが必要ではないかと考えている。

一例として、上記の3者(*tājer*, *bāzargān*, *bāzāri*)が現代のイランで流通業に携わる多くの人々のうち、具体的にどのような職種の人々を指しているのかを考えてみよう。

現在のイランでは、*tājer*もしくは*bāzārgān*

という呼称からは「相対的に資本額が大きく、多くの場合、自身が貿易業務を通じて輸出入物資を取り扱っているような流通業者」像が思い浮かぶ。もちろんこれは、筆者のフィールド・ワークの結果、実際の言葉の使われ方から暫定的に定義したものである。より厳密に法的な意味で貿易業務に携わっているか否か(すなわち輸出入業者であるか否か)は、一般的には商業省による認可の有無によって決まる。この認可は煩雑な手続き・審査を経て下されるため、事実上は一定程度の資金力・人脈のある業者でない限り取得し得ないと言われている。また革命後、為替管理の立場から貿易事業自体が厳しい統制下に置かれてきたという背景もあって、貿易に携わることのできる業者は相対的に資本額の大きな少数派として、その他の流通業者とは一線を画している⁽¹⁰⁾。

また*bāzāri*はイランにおいて商売を生業とする者の代名詞として最も頻繁に使われる言葉のひとつであるが、第一義的には、小売り・卸売りを問わず各都市の中心部に発展した伝統的形態の常設市場に店舗を構える流通業者に対して用いられる呼称で、その他の場所に営業の拠点を持つような業者は含まれない。いくつかの大きな都市では、歴史的に都市流通の中核をなしてきた常設市場内に店舗を持つ業者は、昔ながらの商売の方法を踏襲し、裕福で、宗教的に敬けんな商人集団の一員(もちろんこれは必ずしも事実ではないかも知れない)として、特殊なイメージを与えられているように思われる。また、おそらくは今世紀後半以後の急速な都市化や地価高騰の影響で、実際にもほんの一握りの業者だけが街の中心部にある常設市場内に出店することが許され

るという事情が、彼らをさらに際立った存在としているのであろう。

ただし、ここでいまひとつ注意しなければならないのは、bāzārīと呼ばれる流通業者の中には上記のような文字どおりの商人のほか、厳密にはバーザール内で働くさまざまな職種に従事者も含まれているという点である。それは、たとえば荷運び人夫であり、お茶売りであり、店の丁稚であるわけだが、彼らは広義のbāzārīとして認知されている。彼らはもちろん広い意味で流通業務に従事しているとは言えるが、むしろバーザール内のサービス・セクターに属しており、財の売買に直接携わっているわけではないので、商人と呼ぶには問題がある。また彼らが商人と必ずしも経済的利害を一致させていないであろうことも容易に想像がつく。その意味ではbāzārīを均質な商人の集団と見ることは危険で、むしろ多様な職種・所得階層・利害関係を内包した関連職業集団と考える方が適切であろう。

また、tājerやbāzārgānが必ずしもbāzārīでない、という点も見落としてはならない。現在いろいろな形態で貿易事業に携わっているような業者^(註11)は、バーザールと頻りに連絡を取り情報を得てはいるものの、彼ら自身の営業の拠点はバーザールの外に(ときとして海外に)あることも多い。一方でbāzārīと呼ばれる業者たちは、通常は海外情報とは疎遠である。彼らの多くは外国語がさほど堪能でなく、税制や輸出入に関する技術的知識も持たない。彼らは国産品を買うか、あるいは海外製品を扱う他の国内業者から買い、それをバーザールを通じて国内にディストリビュート(pakhsh)する。彼らは国内流通網の主要な部分を掌握してはいるが、貿易事業には精通していない

ことが多い。もちろん2者の役割を兼ね備えた業者もいないわけではないが、おおむね、貿易事業と国内流通事業との間にはそれぞれに特化した専門家グループの棲み分けが見て取れる。

以上のように、tājer, bāzārgān, bāzārīという3者の実体を、それぞれの業務内容を確認した上で検討するならば、それらは必ずしも同義でなく、かといっておのおのの業務内容ごとに厳密に峻別された呼称でもないことが分かる。いわば文化的・慣習的呼称である。

このように見てみると、前述したように経済学的議論の際には、当該流通業者のペルシア語の呼称を随時確認しつつも、その機能については可能なかぎり普遍的な範疇(卸売り業者、小売業者、輸出入代理業者、などのような)に当てはめて考えることが、議論を簡潔かつ精緻にする方法であると考えられる。そうすることによって初めて、仮に彼が普遍的タームでは表現され得ない独自の機能を持つ場合でも、それを的確に把握することができるであろう。

IV イランにおける流通論の諸問題(1)

さて本稿の主題にもどらう。IIで紹介した成生の指摘(理論と現実の食い違いとそれを埋めるものとしての流通機構)を現代イランに引きつけてみた場合、どのような実証的事例研究が可能になるであろうか。

1. 不完全情報

売り手・買い手双方とも、取引を望む財に

関して「どうしたら適正な条件で売れるか(あるいは買えるか)」という情報を求めているものだが、特定の財に関する「完全な」情報をすべての取引主体が入手することが可能であるような単一の市場は現実には存在し得ない、と成生は指摘している。これはイランの場合にもあてはまる。実際には、売り手・買い手はそれぞれ可能な範囲で情報収集活動に当たり、その際流通業者による宣伝活動などが非常な効力を発揮するとされているが、イランの場合にはどうだろうか。

テヘランのアパレル製品流通の事例を考えてみよう。現在のテヘランはイラン全国を商圈とする一大アパレル産地であり、かつその卸売りセンターとなっている。しかし実際には巨大なテヘラン産地で、売り手・買い手がすべての製品についてその品質・価格などを知ったうえで取引に参加することは不可能である。ここでの売り手(この場合はアパレル製造業者)・買い手(この場合は各地のアパレル小売り業者)双方の情報収集活動は、実は取り扱いアイテムの異なる卸売り業者店舗の集積地が複数展開していることに助けられている。

取引されるアパレル製品の量という点ではテヘラン・大バーザールが最大と言われているが、一極に集中しているわけではなく、大バーザールの他にもテヘラン南部に分散するいくつかの卸売り業者店舗の集積地が、おのおの独自の品揃えと価格帯で顧客を獲得している。各集積地には、アパレル製品のアイテムごと、品質(価格)ランクごとのアパレル製品が集荷され、そこへ当該ランクの製品を供給する売り手と需要する買い手が同時に参集する。このため、「自分の製品はどこで、どの程度の値段で売ることができるか」「自分のニ

ーズに合致したどのような製品を、どこで買うことができるか」という情報を双方が比較的容易に探索することができるのである^(#12)。

このテヘラン・アパレル卸売市場の例は、生産者・消費者双方にとって不可欠な情報が市場のあり方を強く規定していることを示唆すると同時に、そうした市場を構成している流通業者の役割がきわめて重要であることをも示している。

2. 取引費用

現実の流通取引の諸様式はさまざまな取引費用の節約のために存在する、という成生の指摘に沿って、テヘランのアパレル製造業者と卸売業者の間で一般に行われている製品取引の形態について考えてみよう。

テヘランでは、全体のマジョリティを占める中小・零細のアパレル製造業者が、おのおの独自の生産計画の下に生産した各種の製品を、ビジートル(vizitör)と呼ばれる企業外の営業専門員と契約を結んで卸売り業者のもとに持ち込み、その販売を委託するのが慣例となっている。生産に先立ってアパレル製造業者と卸売業者との間に連絡はなく、製品の企画は製造業者が独自に行う。卸売業者からの事前の注文もない。卸売業者は持ち込まれた製品の中から売れ筋と見込まれる製品を選りだして店舗に並べるが、それは一般に委託販売形式にのっとり、一定期間後に売れ残りが生じた場合には返品され、その分の代金は製造業者には支払われない^(#13)。

現地では「アマーニー」(預託)などと呼ばれるこの方式が現在のテヘランのアパレル製品取引では主流となっている。製造業者と卸

売業者が製品をより効率的に販売しようとするならば、たとえば卸売業者の持つ市況情報をもとに両者が協同して企画・受注・製造・販売の連携体制をとるなどの戦略が考えられるが、そうした例はほとんど見られない。

現在の方式が一般化している背景には、契約履行に対する監視コストの問題があると考えられる。筆者の調査結果によれば、製造業者、卸売り業者双方が「契約履行の保証」に関する少くない不安を感じている。製造業者は、注文を受けて製品を生産しても卸売業者が買い取りを拒否する場合を懸念し、卸売業者は品質の面で発注どおりの製品が納入されない場合を懸念する。ここにはテヘランのアパレル製造業界全体の技術水準の低さ、あるいは設備投資の資金的難しさなどの問題がからんでいる。またこの方式が一見して卸売り業者にとって一方的に有利であるように思われる背景には、実際に現在のテヘランにおけるアパレル生産が供給過剰気味であるという事情もあろう。いずれにせよ、両者は事前契約を結んだ場合の監視コストが大きすぎるために、あえて一見非効率とも思われる現行方式を採用しているのである。成生が指摘するように、これは「取引費用節約のための制度」として分析することが可能である。

3. 寡占市場

財によっては競争的市場が実現されておらず、売り手がある程度の価格支配力を持つ寡占市場である、と成生が指摘している点はやはりイランの場合にも当てはまると言えるだろう。一例として以下の事実を考えてみよう。

1. でふれたテヘランのアパレル卸売り業者

店舗の集積地は、それぞれの取り扱い商品の「ブルス」(bürs)の役割を果たしていると現地では言われている。ブルスとは本来フランス語から入った株式市場を表す語であるが、ここでは「価格が決まる場所」といった意味合いにおいて用いられている。たとえば地方市場向け低級ニット製品の価格については、テヘラン・大バーザール内の集積地での卸売り価格がすなわち全国の卸売り価格、ひいては小売価格の基準になっている。そのため連日、大バーザールに取引価格についての問い合わせが全国から寄せられると言われる。広域に流通範囲が拡大しているような財の規準価格を決定する権威が、ある特定の売り手の集団に与えられていることになる。テヘランの集積地で基準価格が決まる理由としては、巨大産地であるテヘラン中から製品が集荷されること、ファッション性が重視される財であるために大都市でのトレンドが重視されること、などが挙げられよう。

しかし言うまでもなく、これはテヘラン市内の特定の一角所に全国から売り手・買い手が参加するような当該財の競争的市場が実現していることを意味しない。前述したようにアパレル製品はその品質・価格帯別に、卸売業者によって事前に振り分けられている。生産されたすべての製品が市場に持ち込まれるわけではなく、卸売り業者によるスクリーニングを経ているのである。すなわち、各市場(集積地)では売り手(この場合は卸売り業者)の意図的なマーケティング活動(誰に、何を、どのくらいの値段で売るか)が行われていると言ってよい。つまり、実際には競争的市場どころか、集荷・販売チャネルを掌握している卸売業者の寡占市場が実現しており、彼らが

需給バランスの調整を通じて価格を操作する力(言い換えるとプルスとして機能する力)を持っている例として分析することが可能である。またこの場合、本来の製品供給者である製造業者ではなく、それを集荷しディストリビュートする卸売り業者がその役割を担っている点も重要である。

成生の三つの指摘をイランの流通機構・制度にあてはめて具体的に考えると、筆者がフィールド・ワークの場としている繊維業界に限っても以上のような事例を使つての研究が可能である。これらは、これまで新古典派経済学の市場観においてきわめて軽視されてきた流通の役割に着目し、そこからあらためて理論と実体経済との乖離を埋めようとする試みの一端なのである。

V イランにおける流通論の諸問題(2)

IVではイランの流通機構を成生の指摘に沿って検討した。もちろん現実のイランの流通シーンには、IVで挙げた事例のほかにも多くの興味深い考察対象が豊富に観察される。また、前述したように経済学的アプローチを用いた先行研究はほぼ皆無だが、興味深いことに他の分野のイラン研究の業績のなかに、筆者が目指すようなイラン流通機構の実体分析のための貴重な示唆が見いだされる場合もある。もちろんそれらの研究の方法論は経済学とは異なり、多くは歴史学や社会学、地理学などの分野の業績であるが、イラン独自の市場のあり方、経済行動パターンなどを考察する際にきわめて有益な情報を含んでいる。そ

こで本節ではIVとは逆の方向から考察を進めたい。すなわち、こうしたイランにおける具体的考察対象からヒントを得て筆者が注目するいくつかの流通論のテーマを、異なるディシプリンの先行研究^(註14)にもふれながら挙げておきたいと思う。

1. 輸送における規模の経済

流通問題を考察する際、取引の行われる市場内部の問題だけではなく、商品を搬出入する輸送ルートがいかに確保されているかが大きな問題となる。イラン国内でもしばしば、無数に存在する流通単位の中で、特定の市場間(業者間)に、物流の観点から、もしくは取引高の観点から他よりも太いパイプができ上がっている例が観察される。ここにはより大量の財を扱った方が経費を節減できるという「規模の経済」が働くが、それは言い換えると、ある財の流通に一定のルートが常時確保されればそのルートを使用することがより有利になることを意味している^(註15)。

ただし、一定の輸送ルートが確保される背景には、単に経済学的な諸要因のみが関係しないことを示唆する研究もある。家島・上岡^(註16)は、イランを越えて広がる歴史的東西交流路のなかでイラン南部のザグロス山脈越えの南北ルートが果たした役割について、当時の詳細な道程地図などを示しつつ分析し、また政治的变化がその後ルート全体の変容に結びついていった状況に触れている。ある時期にさかんに使われた特定の輸送ルートの発展(もしくは衰退)の過程を知ることが、経済学的に見れば本来はきわめて「技術的」であるはずの輸送活動が、時としてそれぞれの時代の社会

的・文化的様態と密接に絡み合っていたことを考える手がかりとなっている。

また、輸送における規模の経済の問題は、ネットワークが効率的に形成されているか否かという点とも密接に関わってくる。ネットワークの形成は、前述のような輸送・在庫のコスト節減のために特定の市場(複数)間にパターン化された往来が確立する、という理由からだけではなく、その過程で取引の形式・慣行までもが一定のパターンを生み、広義の取引費用のいっそうの節減をもたらすことによっても促進される。この意味では、成生が指摘したような流通取引の様式のみならず、輸送網やその形態(ネットワーク・パターン)にも着目することが重要であろう^(註17)。

2. 商業集積の要因

市場の存立形態を考える場合の最も基本的な問題として、どのような形で種々の商業施設(店舗)の集積という現象が起こっているか、が重要であることは前述したとおりである。集積を問題にする場合、原則的には常設店舗を想定することが多いが、価格形成システムの面からはいわゆる非常設市場(定期市)と常設市場との間に大きな原理的差異はない。定期市は当該商圏の人口増大や経済成長とともに常設市へと発展していく例が多いことが知られている。

商業施設の集積は、経済学的には立地、規模の経済の働き、集積が進んだ後の集客力、また地域全体の需要の大きさといった要因によって推進されると考えられる。しかし現実には、それらの経済的要因以外にも集積地の発展要因を見いだすことができる。

上岡・羽田・家島^(註18)で紹介されるギーラーン州での週市の様子は、消費者にとってはより利便性が高いと思われる常設市よりも祝祭的性格を持つ定期市のほうが集客力に優れていることが報告されており、より豊富な品揃えを持つ定期市が今後とも常設市場と併存していく可能性が指摘されている。もちろん、こうした現象の経済学的背景としては地域経済が市を通じた財の供給に対する恒常的需要をいまだ成熟させていない、という点を指摘できそうだが、市場の形態とその地域における社会的機能の関係を重視する視点は興味深い。

さらに、集積の動きを間接・直接に、促進(もしくは抑止)するような行政的施策が背景に存在していることが少なくない。たとえばテヘランでは、過去に一定程度の棲み分け(商業地区・工業地区・住宅など)が進んでいた旧市街から、商業施設が他の地区へ分散することを政府が政治的理由によって奨励した、などの例がMadanipour^(註19)やCostello^(註20)によって報告されている。この場合は集積要因としての都市行政に留意して考察を進めることが求められてくる^(註21)。

もちろん経済学的分析には、市場の社会的機能や都市行政などの視点すべてを同レベルに扱うことは適当でないが、商業集積の進行には非経済的要因も大いに関わっている点を指摘したい。

以上、IVの論点に加えるかたちでテーマを挙げた。これらはもちろん、現在の流通論のなかで少なからず議論されている問題であり、ことさらにイランの事例に限って問われるべきものではない。しかしイランの流通機構の実

体を分析するうえで欠かせないテーマとして筆者が注目するものである。また筆者は、自身が抱く問題関心に対する経済学的なアプローチを補強・補完するためのさまざまな材料を提供してくれる異なるディシプリンの先行研究があることにもふれた。その事實は、常に他のディシプリンの関連業績に注目していくことの重要性を示唆していると言えよう。

VI むすびにかえて

本稿では、近年の「流通」をめぐる経済学的アプローチにおいて、どのような問題関心が提起されているか、またそれが現代イランの流通を考える際にどのような手がかりを与えてくれるかを考察した。冒頭でも述べたように流通をめぐる議論は、市場のあり方、取引慣行など、地域に個別の特色を持たせている経済諸制度に着目し始めた経済学が、これまで少なからず看過してきたテーマのひとつとして扱いつつあるものである。

それは言い換えれば、経済学がこれまでに発展させてきた「普遍的」分析ツール、たとえば個人の経済合理性を前提とした完全競争モデルなどがさまざまな社会にどの程度まで適用可能か、というきわめて謙虚な問いかけをうけての試みでもある。しかし同時にそれは、経済学の分析ツールを捨て、個別具体的な事象の大海に身をゆだねるべきだという姿勢ではないことを強調しておきたい。各地域に一見独自に発展しているのかのように見える制度の本質を見抜き、それを他地域との共通言語で語ることの重要性はいまもって衰えてはいない。またそれをもって初めて当該地域

と他地域を比較することの意味も生じるであろう。筆者自身が、イランの流通業界で実際に使われているペルシア語の商人言葉、慣習、独特の雰囲気といったものに大いに魅力を感じつつも、あえてそれらを可能な限り普遍的な言語で言い表すよう努力したいと考えているのも、そうした故である。

冒頭にも述べたように、本稿は筆者の研究課題整理のため研究ノートとしてまとめたものである。調査結果に基づいた具体的なイラン流通機構の分析については、近々に稿を改めることとし、以上のような問題関心の提起にとどめてむすびとしたい。

(いわさき ようこ/地域研究第2部)

- (注1) ヴェブレンなどが創始者として挙げられることが多いが、この派に属するとされている名だたる先達たちはことさら「学派」を形成せんとしたのではなく、試みはむしろ個別的であったと考えてよい。
- (注2) 経済史の分野で、A・クライフによる中世の地中海沿岸部における不正行為に対する商人集団の制裁システムの形成・存続過程などを扱った「歴史制度分析」が注目を集めた。また、経済システムの多様性をゲーム理論などを用いて説明しようとするものとしては、我が国では青木昌彦によって提唱される「比較制度分析」が知られている。
- (注3) 成生達彦『流通の経済理論—情報・系列・戦略』名古屋大学出版会、1994年。本書ではマイクロ経済理論と現実の流通諸制度(垂直的取引制限など)とを結びつけて論じた部分に加え、日米流通摩擦を契機とする日本の流通システムに対する欧米の批判に応じて、日本独自の流通システムを検討した部分もある。
- (注4) 完全競争モデルでは、市場参加者が完全な市場情報や商品知識を持っている、取引費用は無視できる(ほど小さい)、個々の市場参加者は市場全体に対する影響力をほとんど持たず市場価格を与件とし

て受け入れる存在である、などが前提とされている。

(注5) 生産者が、自社の製品を取り扱う流通業者に課すさまざまな形態の取引上の制限をいう。販売価格を制限するものとしては再販制、取り扱い製品を制限するものとしては専売店制などがあり、垂直的取引制限の代表的な例として挙げられる。

(注6) 詳細は、Yōko Iwasaki, "The Role of the Namayande in Iran's Textile Industry," *The Developing Economies*, Vol. XXXVI, No.4, December 1998, および同じく岩崎葉子「イランの生産組織と流通機構—テヘラン・アパレル産業の事例」(原隆一・岩崎葉子編『イラン国民経済のダイナミズム』アジア経済研究所, 2000年)を参照。

(注7) 成生は、多くの消費財市場で競り取引が行われないことを指摘し、その理由として、すべての消費者が競りに参加するような市場の運営コストが膨大であること、市場外取引の禁止が難しいこと、競りの調整プロセスが品質に関する情報を伝えないこと、などを挙げている。成生, 前掲書, 29-30ページを参照。

(注8) 上岡弘二・羽田亨一・家島彦一『ギーラーンの定期市—1986年度予備調査報告』(Iranian Studies 2) 東京外国語大学アジア・アフリカ言語文化研究所, 1988年。

(注9) 本文中のような業種区分のみならず、「代理商」や「特約店」などのように取引に関するリスクをどの程度負担しているか、営業上の裁量権がどの程度認められているか、などによって区別される場合もある。

(注10) 現在のイランでは、貿易(ことに輸入事業)に対してさまざまな規制がしかれ事実上の認可制になっている。事業が認可される対象としては、イラン国内で生産活動に従事する製造業者、自社製品を輸出して外貨獲得に貢献した製造業者、商業者から輸入許可を得た業者(純粋な商業目的であっても当該製品が国内で生産されておらず輸入が必要と認められた場合)などである。また輸入の権利を獲得した製造業者から権利を買い取った流通業者なども含まれる。詳細は、岩崎葉子「ペルシャ商人の生き残り戦術」(『アジア研ワールド・トレンド』No.36, 1998年7月)を参照。

(注11) 輸入権を持つ製造業者や、輸入権を買い取った流通業者のほか、貿易事業に関するノウハウや人的ネットワークを売りものにする仲介業者も、こうしたなかに含まれる。詳細は同じく、岩崎葉子「ペルシャ商人の生き残り戦術」(『アジア研ワールド・トレンド』No.36, 1998年7月)を参照。

(注12) このアパレル製品卸売市場の様態の詳細については、拙稿「アパレル卸売市場と卸売業者の機能—テヘランの事例(仮題)」として、近々に稿を改め報告する予定である。

(注13) 詳細は、岩崎「イランの生産組織と流通機構…」を参照。

(注14) ここで取り上げる先行研究は、筆者がイラン流通研究にとってことに有益と考える、比較的近年に著されたものに限る。本稿中で、それらおのの分野における研究史上の位置づけや詳細な内容を紹介することは筆者の能力をもっては難しいが、筆者なりの視点から、当該研究が現代イランの流通問題のどの分野あるいは論点に対して重要な示唆を与えているかを整理してみたい。

(注15) こうした輸送における規模の経済を考察するために、日本貿易振興会・海外経済情報センター『イランの輸送事情』(1986年)などを用いて実際に使われているイラン国内外の輸送網を把握することが可能である。革命後のイラン国内の港湾・鉄道・道路・航空路などの輸送インフラに関する情報を得ることができる(ただしイラン・イラク戦争終結後国内の輸送網はまた大きく変化しているであろうことが推測されるため、現在の状況については付加的調査が必要であろう)。

(注16) 家島彦一・上岡弘二『イラン・ザグロス山脈越えのキャラバン・ルート』(Iranian Studies 1), 東京外国語大学アジア・アフリカ言語文化研究所, 1988年。

(注17) 現在のイラン国内の流通ネットワークに関しては、筆者の調査したテヘランを中心として全国の地方市場へと広がるアパレル製品の流通網を一例として考えることが可能である。さらに、歴史的な流通ネットワークの成立とその特色に関しては、坂本勉「西アジアの流通ネットワークとイランの絹貿易」(杉山伸也, リンダ・グロブ編『近代アジアの流通ネットワーク』創文社, 1999年)や、より広域を扱

った家島彦『イスラム世界の成立と国際商業—国際商業ネットワークの変動を中心に』（岩波書店、1991年）などが参考になる。

(注18) 上岡・羽田・家島，前掲書。

(注19) Madanipour, A., *Tehran: The Making of a Metropolis*, Chichester, John Wiley & Sons Ltd., 1998.

(注20) Costello, V.F., "Open Space in Tehran," *Urban Growth and Development in Asia* (Vol. 2

Living in the Cities), Ashgate Publishing Ltd., 1999, pp.129-139.

(注21) この他にも羽田正の「イラン」（羽田正・三浦徹編『イスラム都市研究—歴史と展望』東京大学出版会、1991年、217～263ページ）の、過去のイラン諸都市におけるバーザールと、主要施設（広場、モスクなど）、行政当局との関係などを分析した諸研究の紹介が、現存する集積地の発展要因を考える場合の参考になる。