

# いちば 市場における人間関係と市場の経済的機能

——東南アジア市場<sup>いちば</sup>研究とフィリピンでの調査事例を踏まえつつ——

さ 佐 たけ 竹 まさ 眞 あき 明

はじめに

- I 市場とは何か——用語の定義・説明、フィリピンの市場——
- II 市場における人間関係——親族・顧客関係、規範と経済活動——
- III 市場の経済的機能——人間関係、規範、商慣行——  
結論

はじめに

いわば在来型の経済制度として、市場（いちば）は特に第3世界と呼ばれる国々において、生鮮食糧、衣料、雑貨その他の生活必需品を地域の人々に供給し、その生活を支え、重要な経済的機能を果たしている。のみならず、活気に満ちた取引、一物一価の法則が必ずしも貫徹しない価格決定、大勢の人が集まるがゆえの社交機能等、社会経済的に興味深い現象を見せる「バザー経済」<sup>(注1)</sup>の実態に関しては、おおいに検討がなされてしかるべき、と思われる。

実際、これまで経済学、経済史、歴史学、地理学、社会学、経済人類学、(日本)民俗学等の分野において、市場の起源・発生、資本主義発展との関係、地理的分布形態、市場内外の人間関係、規範、交易の特徴、民俗学的意味等々が研究されてきている<sup>(注2)</sup>。対象地域もヨーロッパ(歴史研究)、アフリカ、ラテンアメリカ、日本を含むアジア地域という具合に、世界各地が網羅されている<sup>(注3)</sup>。

さて、本稿はフィリピンにおける市場交易を対象とし、東南アジア市場研究で主要な論点となってきた、そこでの人間関係のあり方、および市場の経済的機能を検討する。

検討にあたっては、これまでの主要と考えられる東南アジア市場交易研究を概観したうえで、筆者が1986年11～12月の約2カ月間<sup>(注4)</sup>にフィリピン・バタンガス州で行なった調査の事例を検証する。さらに、東南アジア農村史研究における著名な論争(スコット-ポプキン論争、後述)も論点に関連すると想定され、この論争も参照する。

市場の売り手(店舗商、露店商、街頭商等)と買い手(町や村の消費者)、または前者間でどのような人間関係、行動様式、価値規範が存在しているのか、加えてどのような仕組みによって、売り手・買い手を含む地域の人々の生活が支えられているのか、を検討し、地域に根ざす「バザー経済」の側面を解明したいと考える。

(注1) 「バザー経済」については後述するギアーツの諸著作、論文および原洋之介『クリフォード・ギアーツの経済学——アジア研究と経済理論の間で——』リポート 1985年 第II章等を参照されたい。

(注2) 経済史：Walford, Cornelius, *Fairs, Past and Present: A Chapter in the History of Commerce*, ロンドン, 1883年(中村勝訳『市の社会史——ヨーロッパ商業史の一断章——』そして 1984年)。歴史学：日本中世の「市」の無縁性については網野善彦『無縁・公界・楽——日本中世の自由と平和——』平凡社 1978年。地理学：Skinner, G. W.,

“Marketing and Social Structure in Rural China,” *Journal of Asian Studies*, 第24号, 1964年11月。社会学: 後述のサントンの著作等。経済人類学: Bohanan, P. J.; G. Dalton 編, *Markets in Africa*, エバンストン, Northwestern University Press, 1962年/ Polanyi, Karl, *The Livelihood of Man*, ニューヨーク, Academic Press, 1977年(玉野井芳郎他訳『人間の経済』I, II 岩波書店 1980年)。民俗学: 北見俊夫『市と行商の民俗』岩崎美術社 1970年等。

(注3) ヨーロッパ: Walford, 同上書。アフリカ: Bohanan; Dalton 編, 同上書。ラテン・アメリカ: Beals, Ralf Leon, *The Peasant Marketing System of Oaxaca, Mexico*, パークレイ, University of California Press, 1975年。アジア: Skinner, 同上論文, および, 後述の東南アジアを対象とした諸研究等を参照されたい。

(注4) 11月1日~12月23日。

## I 市場とは何か

——用語の定義・説明, フィリピンの市場——

まず, 本稿で用いる「市場」という用語について, 定義・説明をしておきたい。本稿でいう「市場」(いちば)とは国内市場(しじょう), 国際市場(しじょう)等, 一定の価格体系, 組織, 制度を備えた広域的な商品の販路, またはそれを支える諸制度を指すのではない。主に一国内(注1)のある地域において, 一定の場所に人々が集まり, 物資の交換または売買を行なう場所, あるいは施設を指している(注2)。種類としては, 都市・町等の一区画, またはそのなかの建物・施設内・周囲に店舗・露店・街頭商が並ぶ常設市場, 町村等で一定の日, 一定の時間帯に売買が行なわれる定期市(場), 取引品目が特定・特化した市(衣料・家畜, 日本のダルマ市, 植木市等), 寺社の門前市(縁日市)などがある(注3)。また, 市場には卸売・小売機能が存在するが, 本稿では市場商人または市場と, 当該地域の人々とのより直接的な取引・関係を重視する

ため, 以下, 市場の小売機能を中心に論じる。

さて, 古代ギリシアの市(注4), 日本の平安京の東西市(官営常設市場)(注5)に見られるごとく, 市場の歴史は世界各地で古く遡ることができる。現在でも, スーク(suq, モロッコ等北アフリカ), ポーラ(pola, スリランカ), メルカード(mercado, ラテンアメリカ地域等), と呼び名を異にしつつ, 市場は各地で生活必需品の供給地としてのみならず, 集う人々の間での社交の場としても地域の中心地となっている(注6)。

そして, フィリピンでも, 首都マニラ等の大都市ではアメリカ式の大型スーパーマーケットの進出が著しいものの, 大部分の市民は市内各地の市場で, 野菜, 果物, 魚, 肉, 衣服, その他日用諸雑貨を購入し続けている(または住居近くのよろず小雑貨屋——サリサリ・ストア[sari-sari store]——で用をまかなう)(注7)。まして, 地方の町では, こうした必需品のほとんどを供給するのが市場であり, 人々の市場への依存は大きい(注8)。特に, 朝夕, 定期市の日などには人々が集い, 活気あふれる取引が行なわれている。こうした市場(フィリピンでは一般にパレンケ[palengke]と呼ばれる)(注9)において, どのような人間関係, 行動様式, 規範が存在しているか, を次節で検討したい。

(注1) 国境地帯での市, 市場で密貿易品が売買されるなど, 市(場)への流通が国境を越えることはあるが, 市(場)の場所自体は通常一国内である。高村三郎・毛利卓『国境貿易——東南アジア陰の経済——』弘文堂 1984年も参照されたい。

(注2) 市の定義については, 北見 前掲書 4ページも参照した。

(注3) 同上書 47~49ページも参照した。インドネシアの中部ジャワで農村定期市を調査したチャンドラーも同様に, 常設市(daily), 定期市(periodic), 特別市(special)という分類を行なっている。Chandler, Gren, *Market Trade in Rural Java*, Monash Papers on Southeast Asia, No. 11, メルボルン,

Monash University Press, 1984年, 2ページ。なお、タイの門市市については、友杉孝「タイ農村社会における市場と多義性」(『東洋文化』第63号 1983年)を参照されたい。

(注4) Polanyi, 前掲書。

(注5) 日本の市場交易史については、北見 前掲書 第3章/中村勝『市場の語る日本の近代』そして1980年が詳しい。

(注6) その他、アジアではインドネシアのパサール(pasar), バンコクの水上マーケット, ソウルの東・南大門市場等が有名である。

(注7) 後述するシルベリオ(S. Silverio)のすぐれた研究がある。

(注8) スペイン統治の名残りで、教会・役所・広場とともに、市場が地方の町の中心地を形成する場合が多い。

(注9) その他メルカド(merkado), パミリハン(pamilihan), バラカハン(barakahan)という語も使われる。

## II 市場における人間関係

### ——親族・顧客関係, 規範と経済活動——

#### 1. 東南アジア市場研究の概観——理念型モデルの設定

フィリピンの調査事例を検討する前に、その前提作業として、まず第2次世界大戦後に著わされた、主要と思われる東南アジアの市場研究を概観してみたい<sup>(注1)</sup>。いずれも対象となる市場の様子が詳しく報告されているが、そこでの人間関係と経済活動との関連については、興味深い見解の相異が存在している。

戦後の東南アジア市場研究で、比較的初期に著わされたものに、アメリカ人類学者<sup>(注2)</sup>アリス・デューイ(Alice G. Dewey)によるインドネシアの市場研究(1962年)がある<sup>(注3)</sup>。東中部ジャワの町モジョクト(Modjokuto, 仮称)<sup>(注4)</sup>の市場を中心とする農民・商人らの経済活動を、1953年6月

から、54年7月半ばまでの調査<sup>(注5)</sup>に基づき、報告している。すなわち、経済活動の特徴、商人の諸タイプ、資金の入手方法、市場内の職人、村落工業・輸入製品の販売等、綿密な調査結果が伝えられる。そして、そこでの市場商人と一般的社会関係については次のような記述がある。

「…親族, 近所づき合い, 宗教的帰属などは通常, その場での経済的必要のために無視される。この点において, 市場は非経済的紐帯が経済活動でも重い位置を占める農村とは異なる」<sup>(注6)</sup>。

こうした市場商人像を踏襲し、さらに明確に提起したのが、デューイと同時期、および1957~58年の間の短期間<sup>(注7)</sup>、同様にモジョクトで調査を行なったクリフォード・ギアーツ(Clifford Geertz)による著作(1963年)<sup>(注8)</sup>である。ジャワ、バリでのインドネシア人による経済活動が同国の近代化、経済発展(「離陸」)にどう結びついていくか、を主題とした同研究において、この著名なアメリカ人類学者<sup>(注9)</sup>は以下のような見解を示している。

「商業的つながりは注意深く、一般的社会関係から切り離される。友人関係, 近所づき合い, 親族関係と商売は別のものである。つまり, 非人格的で計算高い, 合理的な経済活動アプローチ(the impersonal calculating rationalistic approach to economic activity)——先進国経済を特徴づける際, 用いられてきた——がモジョクトのパサール<sup>(注10)</sup>では顕著に存在しているのである」<sup>(注11)</sup>。

こうした市場商人の行動様式の由来をギアーツは彼の呼称するバザー経済のジャワ社会への外来性に求めているが<sup>(注12)</sup>、ともかく、彼は信用供与での二者間関係を除き<sup>(注13)</sup>、市場での経済活動は非経済的要因に規定される面が弱く、商人は友人・近所づき合い、親族関係等の社会関係から独立し、利潤追求のため、功利的に経済活動を行なう傾向が強い、と指摘したのである<sup>(注14)</sup>。また、彼は商人が取引を「本質的に相互に無関係な交換の

寄せ集め、と見做し」、「安定した顧客をつくらうとしない」とも分析している(註15)。

一方、これらに対して、1970年代前半、二つのフィリピン市場研究が著わされ、社会・人間関係、価値・規範といった、いわゆる非経済的要因が市場での経済活動に無視し得ない影響を及ぼしているのではないか、という問題提起を行なった。

まず、フィリピン人 M・C・B・サントン (Maria Cristina Blanc Szanton) によるパナイ島エスタンシア (Estancia) 市場研究 (1972年)<sup>(註16)</sup>は詳細に、野菜、魚、塩、米、肉、タバコの葉、やし酒 (tuba) 等、地方の産物がいかに同市場へ流通してくるかを報告した後<sup>(註17)</sup>、次のように分析を加えている。

まず、市場では人間関係の果たす役割が大きく、たとえば商人は親戚・よき友人に対し、より速やかに値引きをするのが一般的である、という<sup>(註18)</sup>。さらに、サントンは「なじみ客」、「ひいきの店・売り子」という売買両当事者を指す概念、スキ (suki, 後述) 関係、つまり社会関係と経済関係が交錯する関係を分析し、フィリピンでの価値規範の一つ、ウタン・ナ・ローブ (utang na loob, 心の負債・義理) とも関連させつつ<sup>(註19)</sup>、社会・人間関係、社会規範と市場での経済活動とは決して、切り離せないのではないかと主張したのである。

さらに、アメリカ人 W・G・デイヴィス (William G. Davis) によるフィリピン・バギオ (Baguio) 市場研究 (1973年)<sup>(註20)</sup>も同様に、親族関係やスキに注目するとともに、スキ関係がコンパドレ (名づけ親) 関係に発展し、一層経済的紐帯が強化される例等も紹介している<sup>(註21)</sup>。親族、スキ、コンパドレ関係は市場に秩序と規則性をもたらす、というのである<sup>(註22)</sup>。

このように、サントン、デイヴィスのフィリピン市場研究は社会関係や規範によって、より影響を受ける商人像を提示した<sup>(註23)</sup>。

また、タイ中北部ワントン (Wang Thong) 市場を対象としたプリーチャ (Preecha Kuwinpant) の研究 (1980年)<sup>(註24)</sup>によると、商人間の競争が激しく、協力が限定されている同市場では親族、友人、顧客の支援がないと、商売上生き残ることは難しいという。商人間の関係は基本的に競争的である、として、前記インドネシア市場研究の系譜を引きながらも、サントン、デイヴィスの見解も受け入れているわけである<sup>(註25)</sup>。

以上、デューイ、ギアーツ (特に1963年) の研究が個人主義、経済合理主義的な市場商人の行動様式を示し、サントン、デイヴィスが経済動機だけでは割り切り難い (相互扶助の要素さえ含む) その行動様式を示した。プリーチャは前二者に近い、中間点に位置する立場である。

こうした論点の対立は東南アジア (ベトナム、ビルマ等) の農民反乱に関連する議論の対立、すなわち J・スコット (James C. Scott) の「モラル・エコノミー」論と S・ポプキン (Samuel Popkin) の「合理的農民」論との相克<sup>(註26)</sup>を連想させ、興味深い。

すなわち、詳しい説明は省くが、スコットによる「モラル・エコノミー」論はベトナム、ビルマなどの農村では、伝統的に小農の最低限の生存を保障するような倫理、社会関係、財の分配メカニズムが存在し、それらが機能する形で農民の生活が守られていたのではないかと主張する。そうした村内の生活保障システムが植民地統治、世界経済の浸透、人口増加圧力等の要因により、1920～30年代にほぼ崩壊状態となり、同地での農民反乱の契機となったという。一方、ほとんど同時期

## 研究ノート

までのベトナムを対象に、このような規範、およびその影響を受けた村内社会関係、生活保障機構を否定し、近代的「経済人」のごとく、費用便益計算をはじめ、専ら自らの、および家族の利益追求をはかるといふ農民の行動様式を示そうとしたのが、ポプキンの「合理的農民」論である。

さて、論点の類似性を踏まえ、ここであえてこの二つの興味深い仮説を借用すると、上記のインドネシア市場研究はたとえていうと、いわば合理的商人像 (rational trader) を提示し、フィリピン市場研究は道徳的商人、または商人・市場のモラル・エコノミー (moral economy of the trader) とも呼び得るモデルを提示した、と分類することができよう。また、経済的必要性ゆえに、人間関係も重視するというプリーチャのタイ市場での観察は両モデルの中間 (前者に近い) の、実用的な折衷モデルである。

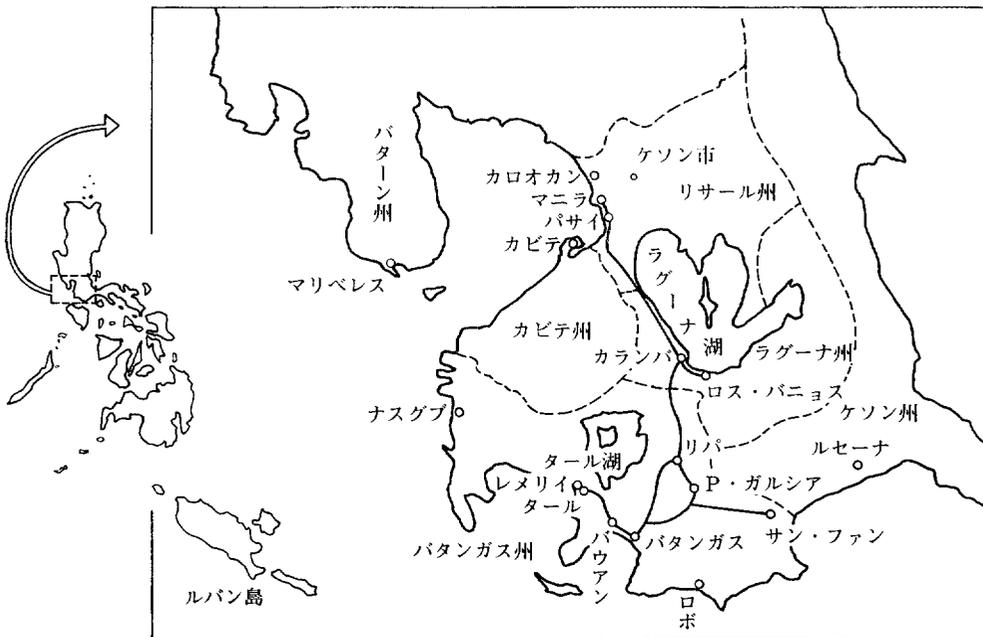
では次に、実際の市場での商人を中心とする人々の人間関係、および行動様式はどのようなものであるか。これらの理念型的な商人像、モデルを手がかりとして、以下、特に親族関係、顧客関係、規範という3項目に絞ってフィリピンでの調査事例を検討してみよう。

### 2. フィリピンでの調査事例

#### (1) フィリピン・バタンガス市と同市営公設市場<sup>(注27)</sup>

首都マニラから直線距離で南へ約112㎞、公共交通機関(バス)で3時間弱で、バタンガス州の州都バタンガス市 (Batangas City) に到着する (第1図参照)。南部ルソンのイロカーノ<sup>(注28)</sup>と呼ばれるほどの勤勉さ、前世紀末の独立戦争ではスペイン軍を降服させるほどの勇猛さ<sup>(注29)</sup>で知られるバタンゲーニョ (Batangueño, バタンガス州で出生、育った人々、出身者) の都である。経済的には州都とし

第1図 バタンガス州



(出所) Petrophil Corporation, *Philippine Motorist's Road Guide*, 第7版よりトレース。

て、コーヒー豆、牛、こしょう、柑橘類、砂糖、蒸留酒 (lambanog)、携帯ナイフ (balisong)、鉢等、州内の多様な農畜産物、家内工業製品の集積地として、州内のみならず、周辺諸州、マニラ首都圏も支えている(注30)。人口は1985年時点で16万人に達し(注31)、中堅規模の地方都市といえよう。市の中心にはカトリック教会、広場、市場、商店街等々、フィリピンの地方の町に典型的な配置が見られ、にぎやかであるが、郊外に出れば、広々とした牧草地で牛、やぎが草を食み、のどかな地方の雰囲気もただよっている。

さて、同市には主として市民に生活必需品を提供する市営公設市場が二つある。一つはスペイン統治期から継続するという「旧市場」(lumang palengke または luma)である。もう一つは同市場が混雑をきわめるといふ理由から、1977年に建てられた「新市場」(bagong palengke または bago)である(注32)。両市場では食糧、衣料、日用雑貨、

工芸品、等あらゆる生活物資が販売されているが、市の条例(注33)によって分業関係がある。つまり、旧市場では生鮮魚肉、新市場では米、および週1回の定期市日を除く衣類の販売が原則的に禁止され、おのおのそれらの常設店舗が置かれていない。旧市場が町の中心にあり、新市場がはずれにあるため、市当局が客の分散を図っているのである。実際のところ、生鮮魚肉の常設店舗が備わる新市場に午前中客が集まり、そこでの魚肉販売が終了する昼過ぎ以降、夕刻は地の利を得た旧市場がにぎわう。ともに400前後の店をかかえ、露店、立売りを含め、活気ある小売・卸売(卸売は新市場中心)取引が展開されている。市場を含む市の中心部、両市場の配置図、主要商品別の店舗数を別記するので、参照されたい(第2～4図、第1表)。

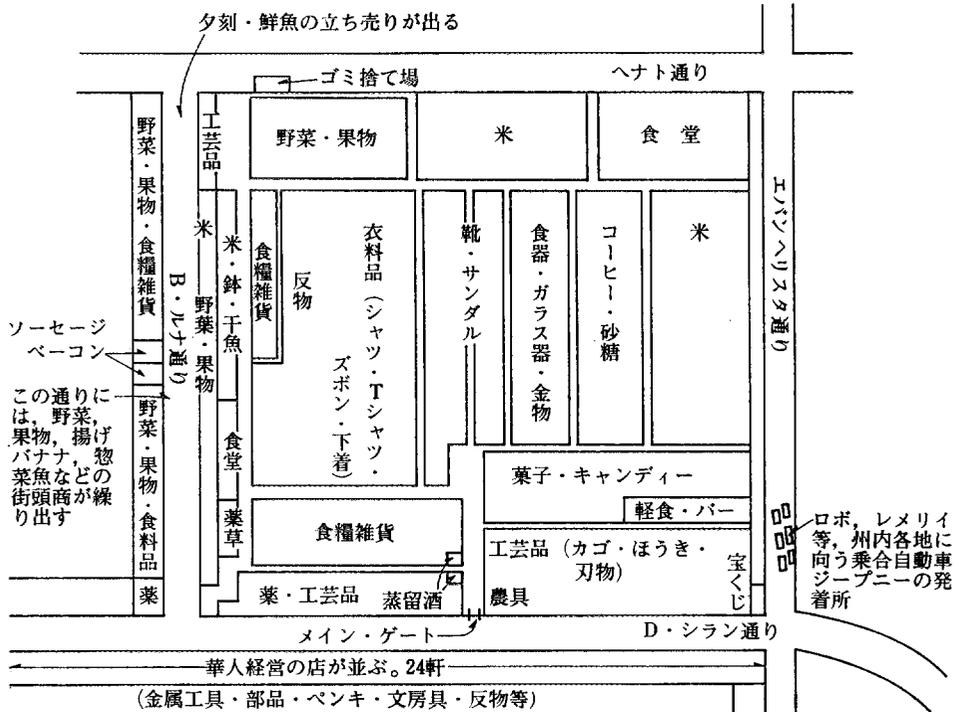
(2) 親族関係と経済活動

以下、前項で述べた項目に従って、調査事例を検討してみよう。



(出所) バタンガス市作成の地図に加筆・修正。

第3図 旧市場配置図



(出所) 筆者作成。

(注) (1) 面積は約1ヘクタール。(2) 常設店舗数は約400。(3) 第1表参照。

第1表 バタンガス市・新旧両市場における主要セクションごとの常設店舗数<sup>1)</sup>(1986年)

	米	食糧雑貨	野菜・果物	薬物	コーヒー・砂糖	肉	鮮魚	干魚	菓子・キャンディー	蒸留酒	自家製パン
旧市場	40	30~40	30~40		36	—(4~5) <sup>2)</sup>	—(15) <sup>2)</sup>	20	20	2*	2*
新市場	40	50~60	40~50		約20	40	50	20~30	30	2*	3*
	食堂	バー	薬	工芸品・農具	衣料品・生地	装飾品・置き物	食器・ガラス器・金物	燃料(炭, たき木)	靴・サンダル	全店舗数 <sup>3)</sup>	
旧市場	20	5*	10*	30	60	10*	20	5*	35	約400	
新市場	15	—	12*	—	(90~100) <sup>2)</sup>	20	10*	10*	12*	約370~380	

(出所) 筆者による調査・推計。新市場に関しては、バタンガス市作成の概略配置図も参考にした。

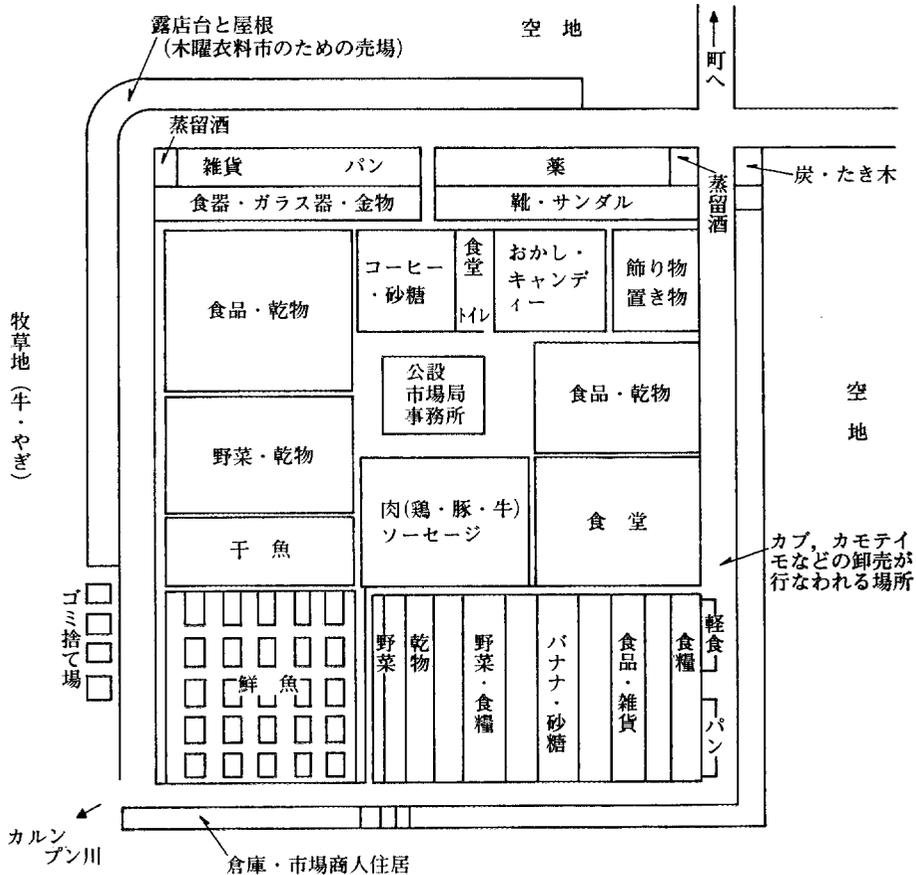
(注) 1) 街頭露店商, 立ち売り(両市場に3人ずついる惣菜魚売り等[本文参照]), 巡回商人(そば, 宝くじ売り等)などは省略した。

2) バタンガス市の条例により, 新市場では米, コーン(メイズ), 衣料品・生地が販売禁止, 旧市場では生鮮魚肉が販売禁止となっている。ただし, 条例に反し, 旧市場ではコーンビーフ・ソーセージ販売店が精肉を, 街頭立ち売り商人が鮮魚を販売している。かっこ内はその店・人数である。また新市場の衣料・生地欄のかっこ内は毎木曜に同市場で開かれる衣料市で商売を行なう露店商の数である。

3) 上記公設市場局資料等によると, 旧・新市場の全店・陳列台(stall)の数はそれぞれ524, 463である。しかし, 実際は複数の台を利用しての商売も見かけられるため, 表のように推計した。

\* 正確な数。それ以外は概数である。

第4図 新市場配置図



(出所) 筆者作成。バタンガス市作成の概略配置図も参考にした。

(注) (1) 面積は約1ヘクタール。(2) 店舗数は370~380。(3) 第1表参照。

市の旧市場には生鮮魚肉の常設店舗が存在しないという事情の間隙をぬって、同市場でバタンガス名物の調理魚、カツオの炊き込み (sinaing ng tulingan) を売る3人組の女性がいる<sup>(注34)</sup>。

1人はその母親について、40年前に商売を始めたという53歳のAさん。子供は11人いたが、7人が結婚または独立、よってAさんは残り4人の娘(30, 19, 17, 15歳)、および隠居中の元漁師の夫(60歳)を扶養している。細身の彼女だが、皆に「お母さん」(ナナイ, nanay)と親しまれ、かつ、頼りに

にされている。

Aさんの長男(35歳)の嫁Bさん(33歳)も同業である。威勢がよく、ナナイにはかなわないが、なかなかの商売上手である。14歳以下、5人の子供がいる。

もう1人の仲間はAさんの長女Cさん(34歳)である。やさしい性格で、やや消極的であるため、A, Bさんほど商売上手とはいえない。13歳以下、4人の子供を持つ。

この3人は市内の海岸沿いにある同一敷地内に

住み、それぞれ新市場で魚を仕入れ、各家の前で仕込み・調理を行なう。そして、旧市場で3人並び、自分の料理した魚を各自の壺に入れ販売する。「姑」、「嫁」、(姑の)「娘」という親族・家族関係のなかで、商業活動が展開されているわけである。

さて、夕刻、買物客で喧噪著しい市場では客がBさんの魚の入った壺をのぞくと、すかさず、Cさんが「こちらの魚もおいしい」と自分の前の壺に入った自ら調理した魚を売り込む。同業者間の競争であり、両者が義理の姉妹であろうと、関係ない。また、上記の魚の仕入れを含め、各自の商売は独立会計で行なわれている。よって、兄弟、家族、夫婦といえども、お互いを他の商人同様に見なす、人は人、金は金であり、両者は混同されてはならない、というギアーツのジャワ・モジョクト市場での観察<sup>(註35)</sup>も一面の真実をついているのかも知れない。

だが、次のような事例はどうか。17~18歳の女の子がBさんに魚の値段を尋ねた。Bさんは「7べ、50銭」<sup>(註36)</sup>と一度答えてから、「7べ」と言い直す。後者は他の客への売り値と同額であるから、この返答の仕方は相手に値引きを提供したような印象を与え、功妙な販売戦術と見られる。ところが、女の子は「5べしか持っていない」と困惑の表情となった。Bさんが瞬時考え込むと、横にいたAさん(ナナイ)が「その額でいいわ」と言いざま、自分の魚を渡した。Bさんは一瞬あつ気にとられた顔になったが、何も言わず、何事もなかったように次の客を待った<sup>(註37)</sup>。

前記のフィリピン・バギオ市場で調査を行なったデイヴィスは商人間の礼儀として、同業者の客(特に顧客)を自ら進んで奪う類の行為は慎まねばならないという規範があり、それを破ればさま

ざまな非難を受ける、と報告している<sup>(註38)</sup>。事例の女の子はBさんの顧客とは見受けなかったが、ナナイの行為は客の横取りといえよう。なぜ、普段威勢のいいBさんがナナイの行なったことを黙認したのだろうか。

ここで、親族関係と経済活動との連関が検討課題となってくる。実はBさんは1970年、ナナイの長男と結婚後、姑たるナナイから魚の仕入れ、調理、販売方法を習って、商売を開始したのである。現在でも商売上、40年のキャリアを有するナナイの恩恵は大きい<sup>(註39)</sup>。また、Bさんの家はこの義母の家のすぐ前にあり、日常生活でも何かと世話を受けている<sup>(註40)</sup>。つまり、両者間にはパトロン(Aさん)・クライアント(Bさん)的な関係<sup>(註41)</sup>さえあるといえよう。

こうした、AさんとB(Cとも)<sup>(註42)</sup>さんとの間の密接な親族・人間関係に加え、親分・子分のような関係が存在している以上、例外的事態を除いては、BさんはAさんとの摩擦を起こしにくい。だからこそ、BさんはAさんに抗議するのはもとより、Aさんが了承した額を女の子に提示し、Aさんに対抗するなどの経済行為を控えたのではないだろうか。

以上、まとめると、事例ではデューイ、ギアーツの主張するごとく、商売上の競争、独立会計に見られるように、親族・近親関係と経済活動との分離も認められた。だが一方で、特定の親族・人間関係の下では両者は必ずしも分離せず、それが経済行為・活動に無視し得ない影響を及ぼしているようである。また、以上は一例にすぎなかったが、親族・近親関係がさらに積極的に経済活動を支えている例も少ない。これらの事例は次節で触れるが、そうした事例も考慮すると、サントン、デイヴィスの観察の方がより妥当性を有する

ように思われる。

(3) 顧客関係

より一般的に市場での社会・人間関係と経済活動との関係を考えるため、顧客関係を検討したい。

前述のように、ギアーツ(1963年)は市場商人が安定した顧客関係をつくらうとはしない、と述べていた(注43)。確かに、大都市の大規模な市場周辺で、床几のような台の上で、野菜・果物を売る零細な街頭商が40~50以上も並ぶ場合(注44)、この議論は成り立ち得よう(注45)。

しかし、サントン、デイヴィスは各パナイ、バギオ市場での顧客関係に着目し、とりわけ、後者

は市場取引の多数がこの関係を通じて行なわれている、と指摘した(注46)。

実際、筆者のバタングス市での若干の調査によっても、市場施設内の常設店舗商のみならず、前述の惣菜魚売りの3人を含む街頭商、同州内外の隣接市場を巡回する移動・露店商等、少なからぬ市場商人が顧客を有しているのではないか、という感触を得た。第2表に調査事例を紹介する。常設店舗、露店、街頭商の区別、および、商人の性別、年齢、前歴、経験年数をほぼ問わず(注47)、顧客と呼び得る客の存在が窺える。

さて、こうした顧客はフィリピンの多くの地域

第2表 顧客、信用払いについての市場商人の意見(バタングス市, 1986年)

販売商品	性別	年齢	市場で働く以前の職業	現商売の経験年数	顧客、信用払いについての意見
① 米	女	46	無職	22年	・おとくい(suki)は沢山います。おとくいにはおいしい種類の米を優先して売ります。ツケ払いの人もいます。
② 食糧雑貨	女	45	小学校教師	6年 (1980年~)	・沢山います。数えられません。
③ 野菜(八百屋)	女	63	小学校教師(停年退職)	3年	・ツケは時々、認めます。でもあまり大きな額は貸し売りしません。2ペソとか、6ペソといった額です。
④ コーンビーフ、ソーセージ、肉	女	39	主婦	4年	・おとくいは沢山います。
⑤ やし酒の蒸留酒(lambanog)	男	56	農民	7カ月	・貸し売りも相手によって行ないます。最低2ペソくらいから、100ペソくらいまでです。でも貸しすぎると商売にならなくなるから、貸しすぎないように気をつけています。
⑥ 陶器、ガラス器	女	42	無職	5年	・知り合い(kilala)やいとこには安くしたり、ツケを認めています。
⑦ 衣料、生地	女	48	無職	28年	・ツケの額は50から200ペソくらい。貸しすぎで商売が成り立たなくならないように、貸しています。
⑧ 惣菜魚(Aさん)	女	53	無職	40年	・いっぱいいます。
⑨ 同上(Bさん)	女	33	大学生(3年で中退)	14年	・ふつうは現金払いですが、顔なじみにはツケも認めています。
⑩ 同上(Cさん)	女	34	無職	14年	・何人かいます。

(出所) バタングス市でのインタビューによる。旧市場での聞き取りは①, ③, ④, ⑥, ⑧~⑩, 新市場での聞き取りは②, ⑤, ⑦。1986年11月~12月。

出身地・住居、品物の入荷場所、家族構成、市場使用料、商売を開始した理由等についても、項目を準備して質問した。それらについては、いずれ他の機会に検討したい。

(注) 1) 以下、丸数字は①~⑥が常設店舗商、⑦が市場の周囲に設置された簡易な売り場で商売を行なう露店商、⑧~⑩が街頭商を指す。

2) ⑦の女性は市内では週1回の木曜衣料市においてしか商売をしない。週の他の日は周辺州の市、町で行なわれる定期市を巡回する移動商人である。

でスキ (suki) と呼ばれる。ただし、このスキという概念は売り手から見た顧客 (regular customer) のみならず、買い手にとってのなじみ、ひいきの店、売り子 (regular vendor) をも含む相互的な概念である。売り手はおとくい客を自らのスキと呼び、逆に買い手はなじみの店・売り子を自分のスキと言うのである。また、このスキ関係は特定の客が一定の期間以上、定期的にある頻度をもって、特定の店・売り子から購買行為を行なうことによって形成される二者間関係 (dyadic relationship) である、といわれる<sup>(註48)</sup>。

この関係の買い手への利点は第2表に見られるように、比較的良質の品を他の客より安価に得られたり、信用払いを認められたりすることである。一方、売り手にとっては、客を確保し、かつ同業者の参入を難しくし、一定の利潤を保障するというメリットがある<sup>(註49)</sup>。

実際、バタンガス市の事例でも、顧客に優先的に美味なる米を提供する商人が見られた (第2表①の事例)。また、同④、⑥、⑨の事例は知り合い、いとこなどのスキへの値引き例を示しており、ほとんどの調査事例が信用払いを認めている。

いずれも互酬的行為と考えられ、売り手の行為の結果、買い手は恩、または義理とも呼び得る感情を前者に抱き、規範的に他の店へは行きにくくなる。つまり、一般的には顧客関係がより強化され、売り手の商売安定要因強化につながる。

また、買い手の側には特定のなじみ関係ゆえに、売り手が劣悪な品質の品物を高く売するような行為を行なわないだろう、という信頼<sup>(註50)</sup>、あるいは実利的判断もある。売り手がそうした信頼、判断に應える限り、買い手は良質廉価な品物を得、売り手は顧客を維持し続けるのである。

さらに、こうした互酬的性質ゆえに、バタンガ

ス市の市場にもスキ関係が存在しているのではないだろうか。まず、売り手側の事情を考えると、第2表にあげた業種に限っても、同市場にはそれぞれ数人 (店) ~ 数十人 (店) の競争者がおり (第1表参照)、競争が展開されている。そうした状況下ではプリーチャの指摘どおり、親族、友人、顧客との人間関係を重視せざるを得ないものと解釈できる。また、買い手側の事情を考えれば、フィリピンには低所得層が多いといわれるが、市場利用客の家計調査 (第3表参照) や、市内の児童への栄養調査<sup>(註51)</sup> から判断すると、バタンガス市も例外とは言えない。したがって、同市場では、少しでも安く、かつ良質の品を求める買い手 (特に低所得層) にとって、顧客関係に伴う値引き、信用払いはきわめて魅力的なものとなっていることは疑えまい。

さて、ここで改めて考えてみると、第2表からもわかるように、スキは「知り合い」、「顔なじみ」や市場仲間等、市場内外の「近所の人」や「友人」

第3表 バタンガス市の市場利用客への家計調査 (1983年4月実施)\*

所得群 (ペソ)	%
500 未満	12
500 ~ 999	27
1,000 ~ 1,499	14
1,500 ~ 1,999	19
2,000 ~ 2,999	17
3,000 ~ 4,999	10
5,000 以上	1
計	100

(出所) Ministry of Human Settlements, Development Project Fund Secretariat, *Project Paper on the Proposed Public Market for the City of Batangas*, マニラ, Ministry of Human Settlements, 1983年, 8 ページに一部加算。

(注) \*新旧両市場利用客 500 名を対象とした調査。各市場で何名を対象としたかは明記されていない。また、上記報告書は「バタンガス市の世帯の多数は低所得層に属している。1世帯平均の月額所得は1659ペソであるが、全世帯の40%が1000ペソ以下となっている」と説明している (7 ページ)。

を含んでいる。そうすると、デューイ、ギアーツの指摘する、市場での近隣・友人関係といった社会関係と経済活動との分離は少なくとも、この調査事例には妥当しないのではないだろうか。むしろ、第2表④のいところへの値引き、信用供与の例のように、親族関係を含め、社会・人間関係が積極的に市場での経済行為に取り込まれているようである。

したがって、市場商人が安定した顧客関係をつくろうとしない、という前記ギアーツの観察は彼の呼ぶ「バザー経済」がインドネシアの「近代化」「離陸」のための組織を欠いている、という洞察<sup>(注52)</sup>に影響されすぎた見方ではなかったろうか。

#### (4) 商売における礼儀、規範

次に市場での礼儀・規範といった要素と経済行為との関係を考えてみたい。

前記の惣菜魚売りの事例をみってみる。夕刻、年配の男性客がナナイ(Aさん)に魚の値段を尋ねた。「7ペ」の答に対し、客は5ペという値を要求するが、断られる。この客はナナイのなじみ客(スキ)ではないらしい。すると、客は了承した表情で、1匹買う旨伝えた。ところが、魚を受け取ると、「この額でいいだろう」と言って、客は5ペしか払わなかった。すると、ナナイは烈火のごとく怒った。普段の温厚な彼女とは別人のようだった。そして、客は不承不承、不足分を払った。

市場での価格交渉については、ギアーツは交渉を通じ、明らかに高すぎず、かつ安すぎずという、より適正な(reasonable)価格が模索されると分析している<sup>(注53)</sup>。さらに、サントン、デイヴィスは通常買い手は売り手も正当なもうけ(a just due)が必要であることを認識しており、買い手は

売り手の商売・生計を脅かすような無茶な安値を要求すべきではない旨、報告している<sup>(注54)</sup>。すなわち、これは市場取引における買い手に対する一種の規範であると考えられる。また、こうした規範は逆に、売り手に対しても作用すると思われ、自らの利益を考慮しつつも、買い手にとって、法外に高い価格を求めてはならない、ということになる<sup>(注55)</sup>。

以上に基づいて、事例を検討してみよう。まず、客は1度はナナイの言い値に同意したような態度を彼女に見せた。しかし、品物を受け取ってから、再び自らの値に固執し、その額しか支払わなかった。こうして、売り手の立場、正当な利益を考慮しなかったと見受けられる客は上記のような売り手と買い手間の規範、礼儀を侵してしまったのではないか。この侵襲性はこの事例と、本項(2)で挙げたナナイによる女の子への値引きの例とを比較してみると、より明らかである。つまり、客の方から強く、大幅な値引きを求めた点(5ペでは純利益はほぼ消失する)<sup>(注56)</sup>、客が売り手の提示額に1度は合意した態度を示しながら、再び元の大幅に値引きした額しか支払わなかった点<sup>(注57)</sup>において、本事例の客は大きく礼を失したと考えられる。

また、別の例をあげれば、同業者の客、特に顧客を自ら奪うのは好ましくない、という本項(2)で挙げた例は商人間の行動を律する一つの規範であると思われる。

さらに、本項(3)で検討したスキ関係に伴う売り手から買い手への便宜の提供に関しても、売り手には顧客確保という実利的理由のみならず、定期的に購買してくれる客に対する恩義・礼儀という要素も存在しているようである。この便宜の提供により、一般に買い手も恩義を感じ、他の店へは

行きにくくなるという規範が生じることについては前述のとおりである。

かくして、市場において、礼儀・恩義などの価値規範は経済行為と密接に結びついているようである。よって、売り手、買い手が自らの利益・利害のみを追求し、他を顧みないという行動様式は一定の制限を受けているものと思われる。

### 3. 本節のまとめ

以上、本節では親族・顧客関係、規範といった要素が市場での経済活動とどのような関係を有しているのか、について、主に東南アジア市場研究、ならびに筆者の調査事例によって検討した。その結果、親族、友人、隣人等の社会・人間関係や礼儀といった「非経済的紐帯」(デュイ)・要因がそこでの経済行為に大きな影響を及ぼしているのではないかと、また、前者が後者に積極的にとり込まれているのではないかと、という暫定的結論を得た。この意味で筆者はデュイ(1962年)、ギアーツ(63年)の解釈への反論を試み、また筆者の見解はサントン、デイヴィスに近い。一方、プリーチャのやや実用的な見解も注目すべきものと考ええる。

ここで、本節第1項で提示した仮説に立ち返れば、以上のような考察に鑑み、市場商人が社会関係、規範から独立し、自己利害を専ら追求するという「合理的商人」アプローチには限界も感じられる。しかし、はたして、「市場のモラル・エコノミー」仮説は有効であるか、否か。このことを検討するには、さらに市場の経済的機能もよく検証する必要があるだろう。以下、節を改めて、その点を論じたい。

(注1) 概観にあたっては以下を参考にした。原前掲書 第II章/Preecha Kuwinpant, *Marketing in North-Central Thailand: A Study of Socio-Economic Organization in a Thai Market Town*,

バンコク, Chulalongkorn University, 1980年, 212~213ページ。

(注2) 著者は自らを“an anthropologist”(人類学者)と紹介している。Dewey, Alice, *Peasant Marketing in Java*, ニューヨーク, Free Press, 1962年, xvページ。

(注3) 同上。なお、これ以前の研究としてはFirth, Raymond, *Malay Fisherman: Their Peasant Economy*, ロンドン, Kegan, Paul, Trench, Trubner and Co., 1946年等がある。

(注4) 実名はクディリ県のパレとのことである。加納啓良「ジャワ農村経済史研究の視座転換——インボリューション・テーゼの批判的検討——」(『アジア経済』第20巻第2号 1979年2月) 8ページ。

(注5) Dewey, 前掲書, xiii ページ。

(注6) 同上書 68ページ。

(注7) 正確な期間は明示されていない。Geertz, Clifford, *Peddlers and Princes: Social Change and Economic Modernization in Two Indonesian Towns*, シカゴ, University of Chicago Press, 1963年。

(注8) 同上。

(注9) ギアーツについては原前掲書/間孝谷榮『現代インドネシア研究——ナショナリズムと文化——』勁草書房 1983年, 特に第2章参照。

(注10) “pasar”。インドネシア語で市場のこと。

(注11) さらに以下の指摘が続く。「……モジョクトの商業は広義の文化規範による拘束から、大いに解放されている。一般に、商売は商売なのである」。Geertz, 前掲書, 46ページ。

(注12) バザーはジャワ社会のすき間に入り込んだため、ジャワ社会の倫理秩序の外部にあるという。同上書 44ページ。この点に関しては、間孝谷前掲書 99~101ページも参照されたい。

(注13) 信用の額は借り手の評判、商人としての腕、貸し手・借り手間の非経済的紐帯、両者の経済力等次第として、例外的に非経済的要因と経済行為との関係に言及している。Geertz, 同上書, 38ページ。

(注14) 商人への聞き取りの結果、次のような結論も導いている。「商業活動はここでは、合理的計算、利己の行動、技術的熟練を抑制する厄介で、複雑な社会的偏見、義務と絡み合っていない」。同上書 47ページ。

(注15) 前者の引用は同上書 35ページ、後者は36

ページ。なお、後年、ギアーツはモロッコの市場(suq)研究において、本文の見解をほとんど全て変更した。宗教的要因、道徳(モラル)や社会規範が経済活動に大きく影響を与えるとしたのである。ギアーツ自身は、こうした意見の変化に関して、同研究の注159で、自分は *Peddlers and*……では信用供与以外での顧客関係を過小評価していた、と若干の省察を加えている。Geertz, C., "Suq: The Bazaar Economy in Sefrou," C. Geertz; Hildred Geertz; Lawrence Rosen 編, *Meaning and Order in Moroccan Society: Three Essays on Cultural Analysis*, ロンドン, Cambridge University Press, 1979年。また、Geertz, C., "The Bazaar Economy: Information and Search in Peasant Marketing," *American Economic Review*, 第68巻第2号, 1978年5月も参照されたい。

(注16) Szanton, Maria Cristina Blanc, *A Right to Survive: Subsistence Marketing in a Lowland Philippine Town*, ユニバーシティパーク, Pennsylvania State University Press, 1972年。

(注17) 同上書 第2, 3章。

(注18) 同上書 86ページ。

(注19) 同上書 99~100ページ。

(注20) Davis, William G., *Social Relations in a Philippine Market: Self-Interest and Subjectivity*, バークレイ, University of California Press, 1973年。1963年5月~64年4月までの現地調査に基づく。原 前掲書 第II章, 時に101~105ページに同書についての紹介, 批評がある。

(注21) Davis, 同上書, 234~239ページ。

(注22) 同上書 281ページ。

(注23) サントン, デイヴィスは品物の融通, 店番, 金銭の両替等, 同業者間を含む商人間の相互扶助の例も紹介している。サントンによれば, さらに, 魚を売る商人のなかには充分利益が得られた場合, あまり売れなかった仲間に魚を譲り, 売らせる, という互助慣行もみられるという。Szanton, 前掲書, 124ページ/Davis, 同上書, 244~245ページ。

(注24) Preecha, 前掲書。

(注25) ブリーチャは市場商人像に関し, 本文記のインドネシア, フィリピンの市場研究を比較しながら, 自らの観察結果はインドネシア研究側に近い, 両研究の中央に位置していると述べている。同上書 215ページ。なお, 1984年に著されたチャンドラーによる

前出の研究では, 以上の論点についての言及は見られない。Chandler, 前掲書。

(注26) モラル・エコノミー論については, Scott, James C., *The Moral Economy of the Peasant: Rebellion and Subsistence in Southeast Asia*, ニューヘブレン, Yale University Press, 1976年/白石昌也「書評: ジェームズ・スコット『農民のモラル・エコノミー』に関する覚書——紹介と批判——」(『アジア研究』第26巻第4号 1980年1月)の他, 以下も参照されたい。Scott, J.C., "History According to Winners and Losers," *Senri Ethnological Studies*, 第13巻, 1984年/Kerkvliet, B. J., *The Huk Rebellion: A Study of Peasant Revolt in the Philippines*, ケトン, New Day Publishers, 1979年。「合理的農民」については, Popkin, Samuel, *The Rational Peasant: The Political Economy of Rural Society in Vietnam*, バークレイ, University of California Press, 1979年。両論については, 白石昌也「東南アジア農村社会論の最近の動向をめぐって——モラル・エコノミー論とポリティカル・エコノミー論を中心に——」(『東洋文化』第64号 1984年)/原 前掲書 第III章等。

(注27) 調査地設定にあたっては, 対象地域が少なくともマニラ首都圏に隣接せず, 比較的独立した地域経済圏を有していること, 調査者のフィリピン言語能力(タガログ語)が通用する地域であること, を条件に検討した。その結果, マニラから一定の距離を持ち, かつ, 地方経済圏を形成する南部タガログ地方たるバタンガス州, およびその州都を調査対象として, 選択した。

(注28) 北部ルソンのイロコス地方の人々(イロカーノ)はその勤勉性がしばしば指摘される。

(注29) Alip, Mauricio M., "Gliceria Marella: The Tandang Sora of Batangas," *Batangas Yearbook, 1959*, バタンガス, Provincial Government of Batangas, 1959年, 39ページ。また, 以下も参照されたい。May, Glenn A., "Filipino Resistance to American Occupation: Batangas, 1899—1902," *Pacific Historical Review*, 第48巻第4号, 1979年11月。

(注30) バタンガス市, および州の経済に関しては以下を参照されたい。Provincial Development Staff, *Socio-Economic Profile, 1984*, バタンガス, Provincial Government of Batangas, 1984年/Filipinas Foundation 編, *General Development Framework*

for the Province of Batangas, マニラ, Filipinas Foundation, 1976年。

(注31) 正確には16万4421人。National Census and Statistics Office, 1985年資料より。

(注32) 両市場については以下の条例, および資料も参照した。Ordinance No. 50, An Ordinance Regulating the Establishment, Classification, Administration and Operation of Markets and Slaughterhouse in Batangas City, Otherwise Known as the Market Code of the City of Batangas, バタンガス, Office of the Sangguniang Bayan, 1977年/Ministry of Human Settlements, Development Project Fund Secretariat, Project Paper on the Proposed Public Market for the City of Batangas, マニラ, Ministry of Human Settlements, 1983年。なお「旧市場」, 「新市場」の正式名称はそれぞれ, “Batangas Municipal Market,” “Don Julian Pastor Memorial Market”である。

(注33) 同上条例参照。

(注34) 以下, 3人についての記述は1986年11月4日~12月20日までの同市営市場, および彼女らの家等での聞き取り, 観察に基づく。またカツオ(tulingan)の炊き込みとは, 体長25センチメートルほどのカツオに切り込みを入れ, 塩をもみ込み, 平たくし, 壺で煮込んだ料理。バタンガス名物として知られる。

(注35) Geertz, *Peddlers and*……, 46~47ページ。

(注36) 1986年11~12月の時点で1<sup>レ</sup>は約8円。100<sup>%</sup>が1<sup>レ</sup>である。

(注37) 以上は1986年12月5日の観察に基づく。

(注38) 「この規範を破った者は卑劣者と呼ばれ, 非倫理的で, 人を欺いたと言われることになる」という。Davis, 前掲書, 244ページ。

(注39) 一例をあげよう。商売歴の長いナナイには後述のスキ(なじみ客)が多く, 他の2人よりも早く魚を売り切ることがある。その後, ナナイの魚を買いに来た客はB, またはCから魚を買うことになる。

(注40) ナナイの家には3女(28歳)の海外出稼ぎによる送金のおかげもあって, テレビ, 冷蔵庫がある。B, Cの家はこれらを持たず, その利用をはじめ, ナナイ家の恩恵に与かっている。

(注41) パトロン-クライアント関係についてはたとえば, Scott, James C., “Patron-Client Politics and Political Change in Southeast Asia,” *American Political Science Review*, 第66巻第1号, 1972年3

月。

(注42) CもB同様, ナナイから商売の手ほどきを受け, かつ, ナナイの家の隣に居住している。

(注43) 繰り返し断わっておくと, 1979年に著わしたモロッコの市場研究で, ギャーツは見解を大きく変え, 同市場での顧客関係に注目し, 詳しい分析も行なっている。

(注44) 1985年9月4日, フィリピン・セブ市のカルボン(Carbon)市場での観察。

(注45) この場合でも, 顧客関係が全く存在しないとは言いきれまい。

(注46) Szanton, 前掲書, 第5章/Davis, 前掲書, 216~234ページ(本文の指摘は同217ページ)。

(注47) 商売の経験年数が最も短い例は⑥の7か月であり, その他は20年以上(①, ⑦), 40年に達する例(⑧)もあり, 比較的年数が長い例が多いため, 顧客保有の割合が高かったと考えられる。

(注48) 「スキ」の二者間関係については Szanton, 前掲書, 97ページ。なお, マニラのスラム地域にある街角の店(tianggi)での「スキ」については Jokano, F. Landa, *Slum as a Way of Life: A Study of Coping Behavior in an Urban Environment*, ケソン, University of the Philippines Press, 1975年, 44~46ページ。

(注49) 「スキ」の利点については Szanton, 同上書, 98ページ/Jokano, 同上書, 46ページ等参照。

(注50) 前項で紹介した惣菜魚売りのA(ナナイ=第2表⑧)から, 30年以上にわたり, 魚を買い続けている市内のある婦人(Aの「スキ」の1人)はこう語っている。「他の売り子だと心配ですが, 長年のつき合いから, 彼女が新鮮な魚を使って, 清潔に, 丹精込めて料理しているのを知っています。ですから彼女の魚を買うのです」。1986年11月30日のインタビューによる。

(注51) 同市が1985年, 7歳未満の乳幼児5021人を対象に行なった調査結果は以下のようである。標準体重が1666人, 標準以上が216人であるのに対し, 軽度の栄養失調(第1度低栄養=標準体重の10~25%減)の子供は2213人, 中度(第2度=同25~40%減)の子供は766人, 重度(第3度=同40%以上減)の子供は160人に達している。比較的所得水準が高いと言われるバタンガス州の州都でも, このように乳幼児の栄養水準は芳しいとは言えない。これは市場利用客を含む市民の所得水準を示唆している。実際, ナナイらの住

む漁村を含め、市内には低所得層の居住集落も少なくない。Batangas City, Health Office, *Nutritional Status: 10~83 Months Old*, バタンガス, 1985年。

(注52) Geertz, *Peddlers and……*, 121~141ページおよび第5章。

(注53) 同上書 33ページ。

(注54) Szanton, 前掲書, 94ページ/Davis, 前掲書, 266ページ。“a just due”の表現は後者より引用。

(注55) かくして、「両者の利害は価格に反映され……、価格はバランスのとれた交換の状態に近づく」。Davis, 同上書, 266ページ。ただし、観光客、全く見知らぬ客等、相手が一過性の客であろうことを前提に、売り手が相当の高値を要求することはある。また、顧客獲得と交渉との関係についてはSzanton, 同上書, 第4章参照。

(注56) 当日(1986年12月6日)の魚の仕入れ値は1匹4<sup>元</sup>。燃料、調味料、包装材(バナナの葉、古雑誌)等の出費を加えると、惣菜魚1匹当りの原価は5~5.50<sup>元</sup>に達していたと推計できる。

(注57) 一度同意された価格を買い手は一定以上上げてはならないし、逆に売り手は上げてはいけないという慣習・礼儀が市場には存在しているという。Geertz, “Suq……,” 227ページ。

### III 市場の経済的機能

#### ——人間関係、規範、商慣行——

##### 1. 本節の目的

本節ではまず、前節で触れた親族・顧客関係、規範といった非経済的側面を備えた要素が市場での経済行為を通じ、売り手、買い手にどのような経済的機能を果たしているか、を検討する。次いで、主にスキ関係に伴う信用供与、小単位売買という商慣行がそれらの人々にどのような経済的意味を持っているのか、を検証する。なお、市場のマクロ的な経済的機能としては、たとえば、いわゆるインフォーマル・セクター<sup>(注1)</sup>の集まる場としての雇用効果、国民経済上の位置・役割等、重

要なテーマが存在するが、本節では専ら上記の論点に絞るつもりである。

#### 2. 人間関係・規範の経済的機能

##### (1) 親族関係

前節では惣菜魚売りのナナイ(Aさん)とBさんとの「姑一嫁」関係が経済的対抗行為を抑制した例を紹介した。しかし、一般的にはサントン、デイヴィス、プリーチャが指摘したように、親族、血族関係はより積極的に市場での経済行為を支え、相互扶助的機能も果たしているようである。バタンガス市の事例で見てみよう。

前掲第2表①の米屋の女主人(夫婦で商売)は従妹(44歳)が商売を始めるにあたって、市場内の隣の店を確保し<sup>(注2)</sup>、自ら商っている塩、鉢の仕入れ先などを教え、その塩・鉢売り業を支援した。同様の援助は③、④間にも見られる。すなわち、実のところ、③の長男(41歳)の嫁が④の女性なのである。③の母親が小学校教師を退職後、店の隣に八百屋を開く際、①のケース同様、場所確保等で息子夫婦は尽力した。この息子(夫)が海外出稼ぎに出た留守中(1984~85年)も、この嫁と姑は店番、つり銭の融通等、隣同士の協力を続けた。⑥やし酒の蒸留酒商の場合、妻(44歳)の兄が州内農村部の蒸留所から酒を買いつけてくる。⑦の呉服商の女性は16年前に夫を亡くしたが、ともに行商を行ない、また交通手段(ジープ)を持つ姉(54歳)の夫婦に衣料運搬、買いつけを助けられ<sup>(注3)</sup>(精神的サポートもあったと思われる)、商売を続け、5人の子供を育てた。⑧の嫁、⑩の娘は、いずれも前節で触れたとおり、「お母さん」ナナイ(⑥)との絆は深い。

かくして、筆者が調べた範囲では第II節第2項(2)のような制約的事例もあったが、親族、血族間の絆は強く、相互扶助的側面を持ち、お互いの経

済活動を支え、その生計を維持する機能を果たしているように考えられた。

### (2) 顧客関係

スキについては第Ⅱ節第2項(3)で触れた。第2表でもわかるように、人間関係が積極的に経済行為に取り込まれている。そのことによって、値引きや収入安定化のように、買い手、売り手への恩恵は大きく、さらにそれを通じ、それらの人々の生活、生計が支えられている。よって、サントンの市場研究が強調したスキの生存維持的機能は、低所得層が少なくないバタンガス市においても、相応に大きな役割を果たしているようである。

### (3) 規範

第Ⅱ節第2項(4)で検討したごとく、相対交渉、スキ関係をめぐる規範、商人間の信義なども、買い手、売り手のニーズを充たし、または適当な収入をもたらし、双方各自の生計を保障する機能を果たしているように思われた。

以上、親族・顧客関係＝人間関係や規範に見られる、人々に対する生存維持、という市場の経済的機能を概観した。次に、二つの主要な商慣行についての検討を通じ、さらにこうした機能を考察してみたい。

## 3. 商慣行の経済的機能

### (1) 信用払い

スキも商売における一つの慣行であるが、前節では市場での人間関係の一形態として論じた。だが、主に、「スキ」関係に伴う信用払い(掛け売り)は値引きと並び、売買当事者に著しい経済的効用をもたらしているようである。そこで、以下、商慣行の一つとして、特に信用払いを取り上げ、その経済的機能を検討してみよう。

すなわち、再び第2表の事例にもどると、10例中8例が何らかの形で信用払いを客に認めてい

た(①～⑥, ⑦～⑩)。「おとくい客」「知り合い」「いとこ」等にはその場で代価を受け取らず、後払いも可、というのである。

ちなみに、前記サントンによると、市場での信用(credit)供与は零細な塩、野菜、魚貝類の街頭売りではまず行なわれず、品物の質が一定で、継続的に商売に従事し、比較的多額の資本を備えた商人によって、行なわれるという。具体的には食糧日用品雑貨(sari-sari)、肉、服地(cloth)の売りが挙げられている(註4)。奇しくも、調査事例には、これら3種の商人が含まれている(②, ④, ⑦)。また、①～⑥は常設店舗商、⑦～⑩は露店・街頭商ながら、ほぼ毎日(⑧～⑩)、毎週(⑦)商売を行ない、いずれも少なくとも継続的に商業活動を行っていること、①～⑥のみならず、⑦～⑩の露店・街頭商でも比較的多額の資本を要すること(註5)、同一商売に従事する期間が長い例が見られること(①, ⑦, ⑧)、こうした理由ゆえに、信用供与の事例が多かったと考えられる。

さらに事例を分析すると、信用供与の対象は前記のように、「知り合い」「いとこ」「おとくい客」といった友人・知人、親族・スキ関係等、一定の信頼関係が樹立された相手となるようである。また、信用の額は②, ③, ④で見ると、2～6ペから、100～200ペという多額に及んでいるが、貸し過ぎを戒めてもいる(③, ④)。これは③, ④の女性が述べるように貸した額を回収できずに、商売が危うくなることを懸念しているためであろう(註6)。

だが一方で、こうした掛け売りへの商人の依存も無視できまい。再度、サントンの事例を借ると、町に居住する小商人・露店商の場合、1日の資本(商品の仕入れ等に必要の資本)の平均14～42.5ペ相当額が1日当り信用供与されるという(註7)。

決して少ない額とは言えない。さらに、第2表でも見られる信用供与の多くは顧客確保を目的としたものと解釈され、この商慣行により、一応は(前記のごとく、不払いの可能性は否定できないが)商人に対する後々の収入が保障されているものと思われる。

一方、買い手が特に低所得層である場合、たとえ収入が乏しく、購買時必要な金銭を欠いていても、信頼関係に基づく信用を供与されることにより、生活に不可欠な財を得ることができる。第II節第2項(3)で述べたように、低所得性が指摘されるバタガス市の人々への恩恵が想定される。

また、小売ではないが、同様の信用慣行は前記惣菜魚売りの3人が魚を仕入れる際にも見られる。仕入れ時に現金を支払わず、翌朝、再び魚を購入する際、彼女らは前日の売り上げのなかから、前日の仕入れ相当額を市場の仲買人に支払うのである。これは仲買人と小売商人との間のスキ関係に基づく信用供与の例である(註8)。こうして、自転車操業の側面はあるにせよ、彼女らの商売・生活は維持されている。かくして、この商慣行は卸売でも注目すべき経済的機能を果たしているのである。

## (2) 小額小単位売買

マニラで低所得層、および中流階層の住宅地に点在するよろず小規模雑貨店(サリサリ・ストア)を調査したS・シルベリオ(S. Silverio)は、そうした店では小単位売買が顕著であり、特に低所得層への恩恵は大きいとした(註9)。

彼によると、小単位販売は2種類に区別され、たばこなど一つずつ分けて販売できる品物はバラ売り(tingi, ティンギ)、塩、魚醬など一定量に分けて販売できる品物は量り売り(takal, タカル)、によって売られるという(註10)。

同様の例は市場においても見られ、すでに前出デューイはジャワ農民から、中間商人(bakul)がコーン(メイズ)を買いつけ、モジョクト市場で、その粒を1.5匁に相当する“umplung”という小単位の缶で、いわば量り売りする例を報告している(註11)。さらに、デイヴィスもティンギ、タカルという区別こそしていないが、バギオ市場での小単位売買に注目し、清涼飲料瓶1本分の食用油、灯油、せき止めスプーン1杯といった例を伝えている(註12)。そして、筆者の調査でも第4表のような事例を見出した。この表では、さまざまな品物がティンギ、タカルによって、ほとんどが1ペ、以下というフィリピンのなかでも比較的小額と考えられる額で、かつ小単位で販売されていることが注目される。

むろん、たとえば⑤~⑧を販売する店でも魚(いわし)缶詰155ㄱ入り4.7ペ、チーズ・スプレッド100ㄱが6ペ、焼きそば用の麺1匁が7.5ペ等の食品もあり、市場であらゆる品物が第4表のごとく、小額で売られているわけではない。さらに、言うまでもなく、雑貨、農具、工業製品等の1単位当りの額はこれより大きいのが一般的である。

しかし一方、食品、嗜好品、一部雑貨(石鹼等)等、非耐久的な性質を備えた商品の多くが前記サリサリ、バギオ市場、そして第4表の例のごとく、小単位に分けられ、小額で販売されているのも事実である。第4表の⑤~⑧販売の店でも、さらに干しさくら海老(hibi)小袋1ペ、春巻用の皮10枚で1.2ペ、グリーンピース30~40個で2ペ等々、例は尽きない。同店、および①~③販売の店の例から判断すると、こうした市場内の食糧雑貨・菓子店では小袋に入った家内工業産の菓子、飴(1~2ペ)を含め、少なくとも全商品の6~7割

第4表 バタンガス州内の市場における小額小単位売買 (1986年)

	販売方法 (* 売買例)	tingi (バラ売り) / takal (量り売り)	最小単位, 額 (ペソ) <sup>2)</sup>
① 洗濯石鹼	4個つながっている製品を1個ずつ折って販売。	tingi	1個 2.25
② レポート・ノート	約50枚綴で6.25ペソ。 * 14~15歳の女子学生に20枚を数え販売。	tingi	20枚 2.5
③ 砂糖	白砂糖: 1kgで7.7ペソ, 500gで3.85ペソ。 ブラウン・シュガー: 1kgで5ペソ, 500gで2.5ペソ。 * みなりの質素な老婆が100gを0.5ペソで購入。	takal	100g 0.5
④ やし酒蒸留酒	5ガロン瓶から350mlほどの小瓶に分け, 5ペソで販売。さらにその瓶からやや小型のコップ1杯に分けて売ると1杯1.5ペソ。 * 中年男性がコップ半分を0.75ペソで, 老人の男性がコップ3分の1を0.5ペソで購入。	takal	コップ $\frac{1}{2}$ 0.75 コップ $\frac{1}{3}$ 0.5
⑤ たばこ	箱をバラにして1本ずつ販売。マルボロ等。	tingi	1本 0.5
⑥ 飴	25個入り袋で4.5ペソ。バラ売りで1個0.25ペソ。その他2個で0.25ペソの飴もあるが, これは2個単位でしか販売しない。	tingi	1個 0.25 2個 0.25
⑦ マーガリン	大缶からビニール袋に分けて販売。100gで4.5ペソ, 50gで2.25ペソ。	takal	50g 2.25
⑧ 化学調味料	4g入り小袋が2ダース入った大袋で仕入れ, バラして1個0.5ペソで販売。10g入り袋が1ダース入った大袋で仕入れ(9.4ペソ), 1個1ペソで販売。その他100g入り袋7.5ペソ, 36g入り袋3ペソ, 16g入り袋1.5ペソ等。	tingi	4g 0.5 10g 1
⑨ 香辛料(こしょう)	黒こしょう7粒が小袋に入れられ, 2袋単位で0.25ペソで販売。	tingi	14粒 0.25 (2袋)
⑩ 香味野菜	根しょうがのかたまり2~3個, にんにく同2~3個, 小トマト3~4個が別々に直径7~8cmのプラスチック小皿に入れられ, 1皿1ペソで販売。	tingi	2~4個 1
⑪ パナナ	1本ずつ販売。中位のものは0.5ペソ, 大きいものは1ペソ等。	tingi	1本 0.5

(出所) ①~③は同州リパ (Lipa) 市の市場内食糧雑貨店(1986年11月11日), ④~⑧はバタンガス市の新市場 (④は同年11月17日, ⑤~⑧は同年11月14日), ⑨~⑪は同旧市場 (同年12月14日) でのインタビュー, 観察による。

(注) 1) ワラ半紙状。両面に罫が入っている。

2) ちなみに当時のジープニーの最低運賃は0.9ペソ (マニラ首都圏), 1ペソ (それ以外, バタンガス州を含む), 米1kgは6~7ペソ。

近くは小額小単位で売られているように推測される。

では, なぜ, こうした販売方法が採られるのか。第4表⑤~⑧販売(第2表②)の食糧雑貨店経営の女性はこう語った。「たばこでも1本1本バラにしないと, 客が買ってくれません。お金が足りないのです」<sup>(註13)</sup>。つまり, 人々の低所得状況が指摘されるフィリピン, およびバタンガスでの買い手の購買力を考慮すると, 小額(したがって, 多くの場合, 量も小単位)にしないと, 買い手は購入困難となるのである<sup>(註14)</sup>。

また, ここで, 小単位購入と, より大きな単位での購入, 特にいわゆる徳用買いとを比較してみよう。たとえば, 第4表⑥の飴をバラ売りで購入

すれば, 1個の値段は25%である。だが, 25個入りの袋は4.5ペソで売られており, これを買えば単価は18%となり, 徳用買いとなる。しかし, 一部中上流層による場合や, 町中や食堂でさらにバラ売りするための購入を除くと, こうした徳用買いはまず行なわれない。若干損ではあるが, バラ売り購入がほとんどである。⑧の化学調味料の場合でも, 大型雑貨店では50%小袋の2ダース入った大袋が9.5~10ペソで販売されている。単純に計算すれば, 50%が24個で12ペソとなり, 大袋を購入した方が2ペソは得なのであるが, 多くの買い手は小袋を一つずつ購入している。⑤のたばこ, ⑪のパナナの例でも, 1箱, 1房での購入の方が徳用となる場合が見られる<sup>(註15)</sup>。つまり, 一般にバラ売

りは安い、と考えられているが、確かに購買1単位当りの絶対額自体は小さいものの、徳用買いと比べ、若干割高となることは否定できないのである。

このように、小単位購入には買い手にとって不利・不合理な側面もあることも考慮すると、上記のような、この商慣行の前提とも考えられる人々の低所得状況自体が問題となつてこよう。低生産性→低賃金・低収入→消費水準の低さという、古典的な貧困の悪循環<sup>(注16)</sup>にも似たフィリピン国民経済の状態がひいては市場の慣行に反映している。その意味でも、買い手、さらには国民多数の低所得状況を生み出す国民経済構造の改革が求められるべきであろう<sup>(注17)</sup>。

しかしながら、筆者がここで強調したいのは以下の点である。すなわち、あるがままに市場での小単位小額販売を見てみると、それは与えられた(強制されたという論もある<sup>(注18)</sup>)低所得条件のなかで、一種独特に、買い手、売り手の生活、生計を支えているのではないか、という点である。つまり、前に見たような米、穀物、調味料、野菜、干魚等、基本的食糧の小単位売買は人々、特に低所得層の生活を支えるうえで、大きな役割を果たしているのではないか。最小限の出費によって、当座必要な量を購入し、食事を準備することが可能となるのだから。また、冷蔵庫といった保存設備を整えた家庭に限られる状況下では、少量を小額で購入し、損失分を減らすというのも(たとえ、そうせざるを得ないとしても)一つの選択であろう<sup>(注19)</sup>。さらに、嗜好品(飴、たばこ、蒸留酒)、雑貨品(洗濯石鹼)等の購入方法を見てみると(第4表参照)、人々はティンギ、タカルを利用、活用して、必要最小限の額によって、かなりの効用を得ているのではないか、という積極的な側面さえ窺われるの

である。実際、前記サリサリ・ストアの場合、こうした販売方法は中流所得地域ではめったに行なわれず、圧倒的に低所得層が集まる地域で見られるという<sup>(注20)</sup>。つまり、この小売技術は低所得層のニーズに合致しているのである。一方で、売り手も小額ずつとはいえ、収益を増やしていくことが可能となる。以上のように、一見不合理に見えながら、前項で検討した信用供与同様、この商慣行は買い手に財、売り手に収入をもたらし、結果として、両者の生活・生計を支えるという意味で、逆に合理的な経済的機能を有しているのではないだろうか。ひいては、これがフィリピンのいわば庶民経済の根強さにつながっているのではないだろうか。

(注1) インフォーマル・セクターについては以下の文献等を参照されたい。International Labour Organization, *Employment, Income and Equality: A Strategy for Increasing Productive Employment in Kenya*, ジュネーブ, ILO, 1972年/Sethuraman, S. V., "The Urban Informal Sector: Concept, Measurement and Policy," *International Labor Relations*, 第114巻第1号, 1976年7・8月/鳥居泰彦・積田和「経済発展とインフォーマル・セクターの膨張」(『三田学会雑誌』第74巻第5号 1981年10月)/村井吉敬「インドネシアの民衆生業」(『アジア研究』第24巻第4号 1978年1月)等。

(注2) バタンガス市公設市場局から、場所使用許可を得たということ。

(注3) 彼女はマニラのデヴィソリア市場で衣料を仕入れ、バタンガス州内や、隣接するラグーナ、ケン州の市場で商売を行なう移動商人である。その仕入れ、商売いづれにも、同業の姉夫婦が同行している。

(注4) Szanton, 前掲書, 103ページ。なお、彼女が調べた市場商人245名中、71名が信用供与を「スキ」に認めていた。同 102ページ。

(注5) 惣菜魚売りの場合でも、たとえば4~4.50<sup>ペ</sup>の魚を50~100匹という単位で1回に仕入れる。相応の資本は必要である。

(注6) 貸した金銭の返済を受けないため、倒産した店もあるという。Szanton, 前掲書, 138ページ。

(注7) 同上書 104ページ。

(注8) これらの仲買人は“casa”と呼ばれ、信用払いで魚を購入する顧客たる街頭商、商人らの住所を知っており、後者が不払いとなったり、姿を見せなくなった場合、その居住場所に出かけ、支払いを請求するという。漁村から市場の仲買人に魚を出荷する集魚人へのインタビュー、1986年12月9日。

(注9) Silverio, Simeon G., Jr., “The Neighborhood Sari-Sari Store,” Marie S. Fernandez 編, *The Philippine Poor I: Two Monographs*, ケソン, Institute of Philippine Culture, Ateneo de Manila University, 1982年。

(注10) “tingi”の例としては、しょうが、ペパイヤ、かぼちやー切れ、蚊取り線香1巻、“takal”の例としては米、塩、干魚、ミルク、魚醬 (patis)、魚のペースト (bagoong) 等が挙げられている。同上書 99ページ。

(注11) 「彼ら (bakul-引用者) は品物をたくわえ、消費者に都合のよい時に、都合のよい単位で売るのである」。Dewey, 前掲書, 124ページ。

(注12) Davis, 前掲書, 92ページ。

(注13) 1986年11月14日のインタビューによる。

(注14) 実際、マニラのスラムでは料理のたびごとに、人々はサリサリ・ストアで、醤油・酢スプーン1杯、塩一つかみを25<sup>ペソ</sup>で購入するという。三好亜矢子『フィリピン・レポート』女子パウロ会 1982年 29~30ページ等。筆者の調査でも、100<sup>ペソ</sup>入りの砂糖の小袋を50<sup>ペソ</sup>で購入した老婆の質素な身なりが印象的であった(第4表⑧)。

(注15) タバコは種類によって、バラ売り単価(1本)は40<sup>ペソ</sup>か50<sup>ペソ</sup>となる。20本入り1箱ではそのまま、20倍の値段で8<sup>ペソ</sup>、または10<sup>ペソ</sup>となる。だが、1箱10<sup>ペソ</sup>の製品を9<sup>ペソ</sup>に値引きして売る店もある。バナナはたとえば、1本50<sup>ペソ</sup>でバラ売りされる場合、1房13本を購入すると、本来なら6.50<sup>ペソ</sup>となるところ、交渉によって、6<sup>ペソ</sup>に値引きされる場合がある。このように両品物とも小売のバラ売りの方が安いとは必ずしも言えないのである。

(注16) Nurkse, Ragnar, *Problems of Capital Formation in Underdeveloped Countries*, オックスフォード, Basil Blackwell and Mott, 1953年(土屋六郎訳『後進諸国の資本形成』[改訳版] 巖松堂 1966年 7ページ)。

(注17) フィリピン経済の問題点を分析・指摘した

研究としては、Ofreneo, Rene, *Capitalism in Philippine Agriculture*, ケソン, Foundation for Nationalist Studies (FNS), 1980年/Walden, Bell 他編, *Development Debacle: The World Bank in the Philippines*, サンフランシスコ, Institute for Food and Development Policy, 1982年/Third World Studies Center 編, *The Political Economy of the Philippine Commodities*, ケソン, University of the Philippines, 1983年。さらに改革の展望をも考察した著作として、Constantino, Renato, *The Nationalist Alternatives*, ケソン, FNS, 1979年。

(注18) 国外的要因をも重視して、フィリピンの「低開発」的歴史を分析した著作として、以下がある。Constantino, R., *The Philippines: A Past Revisited*, マニラ, 出版社不明, 1975年/Constantino, R.; L. Constantino, *The Philippines: The Continuing Past*, ケソン, FNS, 1978年。

(注19) 一つの選択、という指摘は Silverio, 前掲論文, 99ページ。

(注20) 同上論文 100ページ。

## 結 論

第II節においては、市場での親族・顧客関係、規範と経済活動との関係を例に、そこでの社会関係、価値規範といった非経済的要因と経済行為との関わりを検討した。その結果、両者が原則的に分離されるとしたデューイ、ギアーツの解釈とは異なり、サントン、デイヴィス、さらにはプリーチャの見解同様、二つは切り離すことは困難であり、かえって、社会関係に見られるように、非経済的要因が経済行為に積極的にさえ取り込まれているのではないか、という暫定的結論を得た。

第III節では、そうした親族・顧客関係、規範といった非経済的側面を備えた要素がさらに進んで、積極的に市場に関与する人々の生計を保障しているのではないか、加えて、信用払い、小額小単位売買という市場での商慣行もまた、一種合理

的に、売買両当事者の生活 (subsistence) を保障しているのではないか、という結論に至った。

さて、こうした市場の生存維持・保障とも表現しうる経済的メカニズムは、そこで見られる多様な職種・販売形態の存在<sup>(注1)</sup>をも考慮すると、オランダ植民統治期以降、ジャワ農民がお互いの生存をはかろうとしたという「農業インボリューション」<sup>(注2)</sup>と様相が似てくる。市場も複雑精緻とも呼べる形態によって、絶えず、より多くの人間を吸収し、生存に必要な最小限の収入を提供する側面を持っているからである<sup>(注3)</sup>。この点で、市場はいわゆるインフォーマル・セクターが集積する場として、「都市インボリューション」論<sup>(注4)</sup>の枠組で一層検討する必要がある。

また、市場の経済は人間関係、規範、財・所得分配メカニズム (信用・小単位売買) が組み合わさって、人々の生存を保障するという点で、地主・富農一小作・貧農間のパトロン・クライアント関係 (=人間関係)、生存倫理 (=規範)、共有地分配 (=財・所得分配) という仕組みによって、農民の生存が維持されるという「農民のモラル・エコノミー」<sup>(注5)</sup>ともきわめて類似している。こうした経済メカニズムを考慮して、第Ⅲ節では第Ⅱ節の「商人・市場のモラル・エコノミー」を検討したつもりである。

だが、一方で市場のなかでも、計量単位の虚偽、ごまかし<sup>(注6)</sup>、第Ⅲ節第3項(1)で挙げた信用不払い等、信義・モラル違反的行為は存在する。また当然ながら、スキ、信用の存在理由で考察したごとく、同業者間の競争もある。そして、市場商人は商人である以上、利益追求は当然である。それが彼らの生業なのであるから。買い手もよい品を極力安く手に入れたい、というのが基本であろう。

ただ、本論では、市場という具体的、かつ直接的な人間関係が顕著に存在している場所においては、人々の間に一定の人間関係への配慮、または規範が働く余地が大きく、たとえば規範違反者には相応のペナルティが存在するのではないか、いわば露骨な利益・利害追求行為は行なわれにくいのではないか、少なくともそれらが相手を全く慮ることなく行なわれるのは一般に抑制される傾向があるのではないか、という点を検証したかった。さらに、そうしたミクロ的世界のなかで、人間関係、規範、商慣行が重合しあって、市場に参与する人々の生活が結果として、支えられているのではないか<sup>(注7)</sup>、という旨を論じたかったのである。

以上をまとめると、市場商人像、または人々の行動様式に関しては、筆者の解釈はデューイ、ギアーツよりも、サントン、デイヴィスの見解に近い。プリーチャは両者の中間に立ちつつ、前二者に近いと自らを位置づけたが、筆者は逆に後二者に近い見解である。その意味では、「合理的商人」モデルには限界があるように思われる。さらに、市場の経済的機能をみると、人々に対する生計・生活保障機能は重要であり、「商人、または市場のモラル・エコノミー」的側面は無視できないように思われるのである。

(注1) 本論ではそれほど職種・販売形態に触れなかったが、店舗商、街頭露店商、立ち売り、市場内巡回商人 (宝くじ、買物袋売り等)、職人 (時計、皮革修繕)、芸人 (ギター弾き、ヘビ使い) 等、バタンガスをはじめ、フィリピンの市場での職種・販売形態はきわめて多様である。

(注2) Geertz, Clifford, *Agricultural Involvement: The Process of Ecological Change in Indonesia*, バークレイ, University of California Press, 1963年。

(注3) サントンも同様の指摘をしている。Szan-

ton, 前掲書, 138ページ。

(注4) Armstrong, W. R.; T. G. McGee, "A Theory of Urban Involution," Hans-Dieter Evers 編, *Sociology of Southeast Asia: Readings on Social Change and Development*, クアラルンプール, Oxford University Press, 1980年。

(注5) Scott, 前掲書。

(注6) 1985年9月16日, マニラ首都圏カロオカン (Caloocan) 市の市場での調査。実際の重量より重い目盛りをはかりが示す。

(注7) サントンはこう結論づける。「……市場は……そこに参加する圧倒的多数の人々に対する安定と安全 (stability and security) を重んじる, 高度にパターン化された役割関係の場である」。Szanton, 前掲書, 141ページ。

(上智大学大学院)

〔付記〕 本稿では以上の仮説の検証に努めたが, 今後, さらに長期フィールド調査によって, 仮説の再検証を行なっていきたい。