

## ウルグル山地深奥部の定期市

小村 成樹

### はじめに

構造調整政策導入後のタンザニア農村では、農業投入財の価格高騰による農業生産費の負担増、あるいは受益者負担の原則に沿った教育費および医療費の負担増で、農家世帯の家計は以前よりも苦しくなっているといわれる。一方、都市部では公共部門の縮小による雇用難から、これまで農村からの移入者の受け皿となってきた都市雑業において都市失業者との間で競争が激化しており、農村住民にとってはや向都移出による都市での就業は魅力を減じ、出稼ぎによる送金にも期待がもてなくなっているともいわれている。このように、農家世帯にとっての経済活動の場が次々と奪われてゆくかにもみえるタンザニアの経済環境のなかで、農村における非農業活動の展開が、農村世帯が生き残るすべとして、あるいは農村経済を活性化させるすべとして、さらには農村経済の活性化が国家経済再生に結びつくのではないかという期待のなかで注目されている。

本稿では、農村における非農業活動の事例として、タンザニア中東部のウルグル山地の定期市を

取り上げる。筆者が1999年2月から8月に同地でおこなった調査の折に観察した定期市はまさに活況を呈していた。大雨季の最中には出店数は200程度に落ち込むものの、乾季には500を超える出店があり、定期市には数千人のひとびとが集まってくる。早朝からやって来る出店者たちは、道路上に各自1メートル×1メートル程度のスペースを確保し、家族を動員して徒歩で搬送してきた商品をひろげる。午前8時頃にはすでに道路上は身動きができないほどの人でごった返すが、正午を回る頃には商品を売り切った出店者たちが次々と家路につき定期市は終了する。周辺地域のなかで桁違いの集客力を持つ定期市は、調査地住民が非農業活動をおこなう格好の場となっている。

以下では、この定期市で展開されている経済活動について報告し、その活況の背景を検討してみたい。

### 1 ウルグル山地深奥部

調査をおこなったブドゥキ村ムセパ村区（村区は村の低位行政単位。以下ムセパと略す）は、東西約20キロメートル南北約40キロメートルにわたっ

てひろがるウルグル山地の深奥部にある。ウルグル山地では東斜面と西斜面で生態環境が異なり、それぞれ異なった農耕体系がみられる。概して湿潤な東斜面では米、トウモロコシ、キャッサバ、タロイモ、それにオレンジやパイナップルといった果実類の栽培が盛んで、それらは換金作物としても利用される。ムセパのある西斜面は東斜面に比して冷涼で乾燥した気候をもち、トウモロコシとインゲンマメ、そして換金作物としては気候を生かした都市向け生鮮野菜の栽培が中心となっている。

山地東西にはそれぞれ乗り合いバスや農産物集荷のトラックが行き交う幹線道路が走り、この道路沿いに、西斜面では山中にムゲタ、東斜面では山麓にマトンボとよばれる町が発達している。この2つの町は後背山地の交通、農産物出荷の結節点として中心地的性格を持つ。

ウルグル山地の北部には人口約11万人を抱えるモロゴロ市があり、山地内からの換金作物の出荷先として期待される場所ではある。しかし、タンザニア中部および西部から首都都市ダルエスサラームへ向けての農産物輸送の主要経路が通るモロゴロ市では、それらの広大な農村地域からも農産物が流入するため、山地内からの農産物と厳しい競争が起こっている。このような流通環境のなかで農産物商人が車破損の危険を冒して山地内の支線道路まで来ることはほとんどない。ムセパにも自動車が通行可能な道路はあるが、集荷トラックが訪れることはなく、ムセパのあるウルグル山地深奥部は農産物流通路からは取り残されたかたちになっている。ムセパから西山中のムゲタまでは徒歩約2時間、東山麓のマトンボまでは徒歩で山越えて半日を要する。

## 2 山地深奥部内の農産物流通

上述のような流通環境にあるなかでムセパの定期市が開かれている。約530の出店者を集めた1999年7月のある日曜日の定期市を事例にその姿を概観してみよう。

この日の出店者の約70%はムセパを中心に徒歩1時間程度の範囲に収まるウルグル山地西斜面のごく近隣の村々から、約25%はムセパにほど近い山地深奥部の東斜面から来ていた。ムセパは山地東西の行き来が容易な鞍部付近にあるため、山地東斜面からも出店者を集めることが可能になっている。それ以外の地域から訪れるものは約5%にすぎない。つまり大部分の出店者は幹線道路からはずれた山地深奥部から来ていることになる。

興味深いことに、これらの出店者が販売する商品の8割近くは農産物によって構成される。ただし東西の出店者で持ち込まれる主要な農産物は異なっている。この日、36種類の農産物を販売した西斜面からの283店では、インゲンマメ(130店)、トウモロコシ(52店)、キャベツ(37店)、乾燥キャッサバ(32店)以外の出店数は10店以下しかなかった。また、東斜面からの124店の農産物販売者でも同様に、販売される17種類の農産物のうちキャッサバ(48店)、タロイモ(32店)、サトウキビ(20店)、ココナツ(13店)以外の出店数は10店以下であった。

これらの商品を購入する買い物客の大部分を占めるのも、近隣村の人々である。ムセパには、その教区を西斜面からの出店者が来る範囲とほぼ同一にする教会がある。市日と重なる礼拝日には、約2000人を収容する教会にはしばしば入りきれないほどの人が集まる。そして礼拝後にそれらのひとびとが定期市に流れ込んでくるのである。西斜

面に限って言えば、販売者と購買者がやって来る地域が、ほぼ同一だということになる。

西斜面での農耕体系が似通っていることを考えると、わざわざ定期市で販売・購入をおこなう必要はないようにもおもえる。しかし、西斜面には主食であるトウモロコシの十分な生産を得ていない世帯が多いこと、そして都市向け流通への不安からキャベツなど生鮮野菜の栽培をしない世帯が多いことから、販売・購入者がほぼ同一の小地域内から来ていても、ある程度の需要が生み出されている。

さらに、東西の主力商品の構成から察せられるとおり、西斜面からの買い物客による東斜面産物の購入、そして東斜面から来る出店者自身による西斜面産物の購入もみられる。東西斜面からの出店者が最も多く販売するインゲンマメとキャッサバについてみてみよう。東斜面からの販売者が多いキャッサバは西斜面でも栽培されているが、生食、あるいは朝食用にゆでて食するには東斜面産の方が美味しいといわれ、西斜面からの購買者を引きつける。また7月のこの時期は、西斜面ではすでに大雨季作のインゲンマメを収穫し終わっていたが、東斜面では播種時期に当たり種豆としてインゲンマメの需要が高い。つまり山地東西で生態環境が異なること、また山地東西および西斜面内部でも栽培される作物が異なること、そして食の嗜好を利用して、ウルグル山地深奥部という比較的小さな地域内においても売買を成立させ、またそれによって定期市の活況が生み出されているのである。

### 3 定期市とムセパ住民の経済活動

このような定期市の賑わいは、市の場を提供しているムセパの住民にとって非農業活動をおこな

う格好の場となる。ムセパに居住する52世帯のうち、実に50世帯が農業以外の収入源を持っていた。このうち、ゴザ作りや製材業など製造業に従事するものはわずかで、大部分を占める45世帯は商業およびサービス業に従事していた。これらの非農業活動は定期市を中心に展開されており、上述した7月の市日だけでも、合計21世帯が定期市に関わっていた。当日のムセパからの出店者の内訳は、地酒販売が7世帯、雑貨販売が4世帯、調理食品販売が4世帯、乾物販売が1世帯、手工芸品（ゴザ）販売が1世帯であり、定期市全体での出店者の大部分を占める農産物販売は4世帯にとどまった。定期市全体における、非農産物の出店数に占めるムセパ住民の割合をみても、地酒販売では総出店数19のうち7店（37%）、雑貨販売では総出店数15のうち6店（40%）と、ムセパの在住世帯数が52であることを想起すれば大きな割合を占めているといえよう。

上述のムセパからの出店者のなかには商店経営者（3世帯）も含まれる。これらの世帯は平日にも活動しているが、格段に客数の多い市日がかき入れ時となる。灯油、電池、砂糖、食用油などの乾物・雑貨については定期市、あるいはムセパでなければ購入が困難であり、平日は閑散としている商店にも、市日には引きも切らず客が訪れる。3軒の商店のうち2軒は、この日常設の店舗だけでなく早朝から道路上にも出店スペースを確保し、さらに集客をはかっていた（雑貨販売の世帯数と出店数が異なっているのはこのためである）。定期市活況の背景には、主にムセパの住民が販売する、農産物以外の商品も重要な役割を果たしているのである。

ムセパ住民が活発に非農産物の出店にかかわる要因としては、二つの点が考えられる。第1点は、ムセパにおいては、近隣の山地村と比べて、換金

作物生産のみならず自給用作物生産も振るわないことである。ムセパ周辺では1997年から98年にかけて不作が連続し、半数以上の世帯は主食であるトウモロコシを自給できず購入した。不作について人々は一様に天候によるものだと説明する。しかし、ムセパでは天候に関わらず主食を毎年購入する必要があるという人が多く、収穫不足は常態化している。すなわち、ムセパの住民は販売に回せる余剰生産物を持ち合わせていない。

非農産物の出店が多いもうひとつの理由は、農産物流通には利用されていないとはいえ、自動車が行き可能な道路がムセパに通じていることである。ムセパにある3軒の商店では、週1回商品を仕入れるが、その際にはしばしば車を雇って搬送する。これは道路がない周辺地域では不可能となっている。また商品搬送には賃労働による荷役も用いられるが、山道になれている彼らからも、雨季のぬかるむ山道を、重荷を頭に通行することは敬遠されており、搬送にはもっぱら道路が利用される。そのため商店立地としてムセパは好条件にあり、事実、周辺地域のなかで商店はムセパにしか存在しない。ムセパ住民はこの比較優位を活用して、雑貨を中心とした非農産物の販売に重点を置いているといえよう。

### おわりに

ウルグル山地深奥部において非農業活動に有利な条件を持っているムセパには、近年近隣村からの移入者が相次ぎ、人口規模を拡大させている。山地深奥部内で唯一ムセパにある3軒の商店も、それぞれ1990年代に入ってからムセパに移入し、商店を開業したものであり、ムセパは山地深奥部の流通の中心地としての役割を強めてきている。

1970年代まではムセパにおいても、まだ状態の悪くなりきっていなかった道路を用い、自動車によって農産物を集荷し都市部へ販売する商人が存在したという。ところが70年代半ばからのタンザニアの経済危機、そして構造調整政策導入以降の厳しい経済環境のなかで、それらの商人も農産物流通からははじき出されてしまったようだ。しかし、山地内の流通はすたれなかった。むしろ、全国的な農産物流通からはじき出され、また最寄りの町までは遠いからこそ、ムセパの定期市は山地深奥部内での流通の中心地たり得たのであろうし、さらには市を背景として商店が相次いで開業するなど新たな機能を加え、中心地としての性格を強めることが可能になったのであろう。ムセパ住民は、経済活動の場が次々と奪われてゆくかにもみえるタンザニアの経済環境の中で、一見すると不利にも思える状況に追い込まれながらも、その状況を積極的に活用し、新たな経済活動の場を創出してきたといえるだろう。

さて、ムセパ周辺では現在外国からの資金援助による道路整備が着々と進行している。交通問題が改善されれば、新たな流通環境のなかでムセパはまた変貌していくことだろう。ウルグル山地深奥部に多方面から舗装道路が到達し流通が容易になることで、ムセパが中心地としての地位を失うことも考えられる。しかし逆に、山地深奥部で中心地としての性格を持つに至ったムセパが、ふたたび全国規模の農産物市場につながることで、山地東西にあるムゲタ、マトンボのような町に成長してゆくことも充分考えられる。変転する経済環境のなかで、柔軟な対応を見せてきたムセパの定期市、経済活動、そしてムセパ自身がどのように変貌していくのかについて、今後も注目してゆきたい。

(こむら・まさき/京都大学大学院)