

市場経済と共生する ケニア牧畜民

湖中真哉

はじめに

ケニアの北部には広大な半砂漠地帯が広がっている。この乾いた大地を旅すると、砂塵を巻き上げながら家畜の群とともに移動するさまざまな牧畜民と出会うことになる。彼らは、ごく近年まで、もっぱら家畜の乳を主食としてきた人々である。小さな町に辿り着き、砂埃を払いながら飲み物を求めて商店に入ると妙なことに気づく。この周辺で暮らす消費者は、ほとんどが牧畜民であるにも関わらず、店の棚には、なぜか牛乳のパックやバターが山積みになっている。ふと見渡すと肉屋まで何軒かある。家畜なら腐るほどあるはずのこの地域で一体なぜこのように畜産物がもっぱら売られているのか？

この地方の一角に居を構え、サンプル(Samburu)の人々の間で暮らすようになってからも不思議な現象は続く。私が居候しているある家のお母さん

の弟は、ケニアの陸軍に勤めている。この弟が休暇を得て、任地で買ったお土産を携えて、徐々に集落に戻ってきた。毎日乳搾りをしながら暮らしている姉のために、彼が買ってきたその土産とは、なんとパック詰めの牛乳だったのである。つまり、いくら無数の家畜の群に囲まれて生活していようとも、この地域の人々が関心を向ける対象は、やはり家畜とその畜産物でしかなかったのである。この地域で少しでも経済現象について考えようとするれば、「稀少であるから価値がある」という常識すら通用しない世界と格闘することを余儀なくされる。

これに限らず、調査が進むにつれ、この地域の牧畜民がつくりあげてきた経済体系には、近代市場社会に暮らしてきた人間が知らず知らずのうちに身につけてきたさまざまな常識が通用しない側面があることを痛感させられるようになった。現在の私は経済学に関してあまりに無知であることは承知しているが、問題の多くは、人類学者より

もむしろ経済学者やこの地域の開発に携わる人々と共有すべき種類のものであることを近年実感している。この小論では、市場、商業、消費といった経済関連のキーワードを採り上げて、それらの言葉をめぐる記述が、牧畜民サンプルの経済体系においては、いかに私たちの通念を打ち破る独特の相貌を呈しているかを紹介したい。

1 1 牧畜民にとって市場とは何か

1991年、サンプル県のスグタマルマルという町に、この地域で初めての家畜の定期市が開設された。それ以前には、家畜はおもに物々交換を通じて散発的に取り引きされるにすぎず、サンプルの人々は、家畜を食料の供給源や日用品の材料として利用しながら自給自足を基調とする生活を営んできた。ところが、家畜市の開設により、家畜は新たに現金獲得手段としての意義を担うことになった。また、家畜市の開催日にはバザールが併設され、他地域からさまざまな商品が持ち込まれる。家畜を売却した人々は、農作物や工業製品をそこで早速購入して帰る。一見すると、ここでは典型的な市場経済への包括過程が現前しているように見える。

私は、1996年にこの家畜定期市における取引の調査を行ない、特にその売却理由に注目して362例の取引事例を収集した。この調査を開始した当初、私は食料や衣料を購入するために家畜を売却する人々が大半を占めると予想していた。ところが、例えば、オスウシの売却理由の場合、最も多かったのは、「別の家畜を購入」で22%を占め、それに続く「食料購入」(17%)や「家畜薬購入」(13%)を上回る割合を示したのである。つまり、意外なことに、物品の購入を目的として家畜を売却する人々よりも、別の家畜を購入するために家畜を売

却する人々の方が多いという結果が出たのである。

また、オスウシを売却して別の家畜を購入する人々のうち、未經産メス家畜を購入する予定の人々の割合は、88%と大半を占めていることがわかった。つまり、この地域の牧畜民は、オスウシを売却して、その売り上げで出産能力のあるメスウシを購入することにより、家畜群の繁殖力を人工的に増幅しようとしていたのである。その他にも、ヒツジの脂肪よりもヤギの脂肪が美味なので、ヒツジを売却してヤギを購入しようとした事例や、種オスウシがよく暴れるので困ったから売却して未經産メスウシを購入しようとした事例などがみられる。つまり、彼らが、たんに家畜同士を交換するための機会として、家畜市を利用しているにすぎない場合があることが明らかになった。家畜市の開設以前には、サンプルは「未經産メスウシ1頭＝未經産メスヤギ・ヒツジ12頭」といった固定交換レートに従って、家畜と家畜を物々交換していた。家畜市の開設以降も、彼らはこの物々交換の場として、家畜市を利用したにすぎない。牧畜民にとって家畜の市場とは、家畜を売却して現金を入手するための場所ではなく、現金を媒介として、家畜と家畜を交換するための場所だったのである。

1 2 牧畜民にとって商業とは何か

現在、サンプル県で活躍する家畜商は、市場仲買人と在地仲買人に大別できる。市場仲買人は、キクユ人などサンプル以外の民族の出身者が大半を占め、家畜定期市で買い付けた家畜を、貨物トラックなどを用いてナイロビなどの都市部に輸送することで利益を得ている。これに対して、在地仲買人は、地元のサンプル人がほとんどで、牧畜生産者やより末端の在地仲買人から家畜を買い付

市場経済と共生する ケニア牧畜民

けて、徒歩で家畜を輸送し、市場仲買人に売却している。

サンプル県では、家畜の価格は季節の変化に対応して変化しており、在地仲買人は、このような季節間の価格差を利用して取引を行なっている。この地域では、乾季には、家畜が乳を出さなくなるので、人々はトウモロコシの粉を購入するために、家畜を売却せざるを得なくなる。そのため、家畜市場には、多くの家畜が売りに出され、家畜の価格が下落する。これと反対に、雨季には、家畜が乳を出すので、トウモロコシの粉を購入する必要がなくなる。そのため、家畜市場には、誰も家畜を売りに出さなくなり、家畜の価格が上昇する。

在地仲買人は、このような仕組みを利用して取引を行なっている。彼らは、家畜の価格が下落する乾季を狙って家畜を安く買い付け、そのまま季節が変わるまで、家畜を自宅で飼育する。そして、家畜の価格が上昇する雨季が訪れると、高額で売りに出すのである。在地仲買人の多くは、家畜商を営む一方、自宅で自ら家畜を飼育している。そのため、家畜を買い付けた時の価格よりも市場価格が低かった場合には、家畜を無理に売却せずに、自宅の家畜囲いに戻して肥育に転じることが可能なのである。

経済人類学者ボハナンとダルトンは、市を持つてはいるが、市場原理が支配的でない社会では、目的取引人 (target trader) が活躍すると述べている。目的取引人は、市場以外の領域ですでに生計を成り立たせているので、自転車を買うとか税金を支払うなどの特定の出費のために、散発的に取引に従事するにすぎないというのである。

サンプルの社会は、まさに市を有するが、市場原理が支配的ではない社会の典型例に数えられる。しかし、在地仲買人は、自転車を買うなどの取引

の特定の目的を持たず、取引を恒常的に行なっている。彼らの取引の方法は、目的取引人よりも、むしろ、株や為替の投資家を思わせる。彼らは、家畜の価格が下落する乾季に家畜を買い付けて、家畜の価格が上昇する雨季やクリスマスに売却していることからわかるように、家畜という財をいつでも現金と交換すれば、あるいは、現金という財をいつでも家畜と交換すれば、最も高い利益を産出できるのかを、常に考えながら取引を営んでいる。在地仲買人は、土地転がしやマネーゲームに興じる投資家たちと同様に、いわば「家畜転がし」の卓越したゲームプレーヤーなのである。すなわち、牧畜民にとって商業とは、家畜をめぐる投資活動を意味するのである。

■ 3 牧畜民にとって消費とは何か

私は、サンプルの二世帯に依頼して、1995年10月から1年間にわたる家計簿を記帳してもらい、その分析を行なった。家畜の保有頭数をみると、世帯Aは546頭、世帯Bは257頭を示し、世帯Aの財力は、世帯Bを大きく上回っている。いわゆるエンゲルの法則に従って考えれば、当然、支出を食費以外にまわす余裕のある世帯Aのエンゲル係数は、世帯Bよりも少ない値を示すと予想された。

ところが分析の結果明らかになったエンゲル係数(%)は、裕福な世帯Aが67、貧しい世帯Bが28と、エンゲルの法則とは全く反対の結果を示した。なぜこのような奇妙な結果を示すのだろうか。

エンゲルの法則は、食料の獲得を市場に依存する経済を前提としている。しかし、サンプルの経済の場合、家畜の乳を自らの家畜により自給している。それゆえ、エンゲル係数が低いことは、単に食料の自給度が高いことを意味するにすぎない。反対に、エンゲル係数が高いことは、食料がある

程度自給できるにもかかわらず、それに加えて穀類を購入する贅沢な消費を営んでいることを意味する。それゆえ、サンプルの経済においては、エンゲル係数の低さではなく、高さが経済的裕福度の尺度となるのである。

また、食に対する関心は、サンプルの文化のさまざまな側面に看取される。例えば、割礼を受けた青年たちは、飲み食いするときには、必ず他の青年たちと一緒にでなければならない、かつ食事の姿を女性に見られてはならないことになっている。このため、現在、町中の食堂では、女性の目を避けるために、青年たち専用の部屋がわざわざ設置されている。つまり、サンプルにとって、食はそれだけ重大な社会的関心事なのである。彼らの消費の仕組みは、こうしたサンプルの食に対する関心という文脈の中に位置づけることができる。サンプルにとって贅沢な消費とは、すなわち食費の支出を意味するのである。

■ おわりに

アフリカ牧畜民の経済の不思議に魅了され、格闘し始めて10年近くになるが、予想していたよりも、はるかに理解は困難で翻弄され続けている。サンプルの経済においては、市場、商業、消費といった基本的なキーワードで記述できる現象すら、この小論で示したように一筋縄では理解できない。おそらく彼らがもともとの経済体系を保持しつつ、独特のやり方で市場経済と共生しようとしてきたことが問題の理解を難しくしている。

ある時、私は、集落の人々に手伝ってもらって、

家畜市で未經産メスウシを3950シリングで購入したことがあった。この時私は、ウシを買ったのですっかり貧乏になってしまったとあるサンプルの少年にこぼした。すると彼は、「あんたは貧乏になったんじゃない、裕福になったんだ」と私に言い返した。事実、未經産メスウシを購入してからの私は、これを婚資にしてサンプルの妻を娶るつもりなのかと、しきりに尋ねられるようになった。ウシを購入した人物は、確かに現金を基準にみれば損失したわけであるが、家畜を基準にみれば、サンプル社会における自己実現の可能性を有したことを意味し、むしろ裕福になったと言える。そのことが「実感」としてわかったのは、一緒に暮らすようになってかなりたってからのことである。私は、少年の言葉を聞いたあの日の衝撃をいまだ忘れることができずにいる。

この小論では、異文化における経済現象を理解することがいかに困難かということの証左としていくつかの話題を呈示するに留めておく。このような現象を正確に理解するためには、人類学、経済学、開発学、生態学などの協同による地域研究の視座がおそらく不可欠なのだろう。ただし、ここで要請されるのは、いかにその現象が一見奇異に見えようとも、事実そのものを切り捨ててしまわずに、謙虚にそれを見据えるところから理解を立ち上げる姿勢である。そのような姿勢を失わない限り、ここに示した話題も含めて、さまざまな観点からの解釈は可能であり、また、私はそれを期待したい。

(こなか・しんや/静岡県立大学)