

インド、西ベンガル州タムルク地域における 市購買者の属性と行動

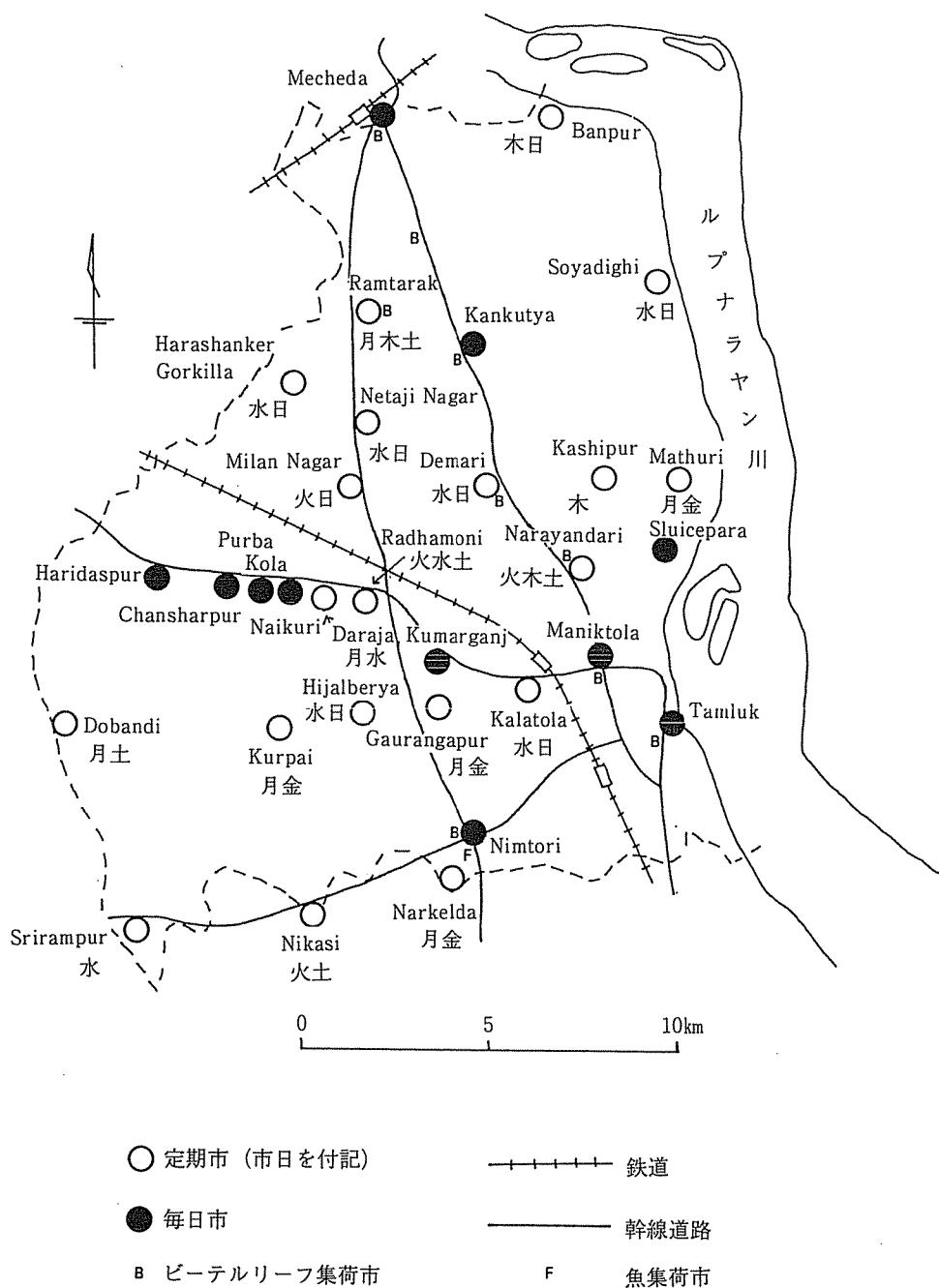
石 原 潤

1. はじめに

筆者は、1987年の8月から10月にかけて、文部省科学研究費（海外学術研究）の援助を得て、
インド、西ベンガル州、ミドナポール県（Midnapore District）、タムルク亜県（Tamluk Sub-
division）内のタムルク警察管区（Tamluk Police Station）において、伝統的市に関する実態
調査を行った。前稿で詳述したように、当管区は面積243km⁽¹⁾で、沖積低地に一面の水田が広がる
農村地域であるが、人口は29.4万（1981），人口密度は1,210人/km²にも達する。農民の土地
保有規模は零細で、商品作物としてのビーテル・リーフ⁽²⁾の集約的栽培や、家内工業としての綿
手織工業が活発に行われている。管区内には、第1図に示したように、伝統的市が高密度に分布
しており、その数は定期市が19カ所、毎日市が12カ所、合計31カ所に上る。⁽³⁾この他、比較的
新しい開設になるビーテル・リーフの集荷市が9カ所、魚の集荷市が1カ所、大部分が伝統的
市の近くに開設されており、手織物製品の集荷機能は、Radhamoni の定期市に集中している。

筆者は、前稿で報告した伝統的市の分布と特性に関する一般的調査に加えて、対象地域の住
民がどのように市を利用しているかを明らかにするため、市における購買者に対して、質問紙
をもとにしたインテンシブなインタビュー調査を行った。調査地点は、第1図に示しておいた
ように、管区内の17カ所の定期市と7カ所の毎日市で、管区内のほぼ全域にわたっている。イ
ンタビュー対象者は、各市から帰路につこうとしている者の中からランダムに選ばれ、その数
は定期市で286人、毎日市で106人、合計392人であった。対象者の中には、市へは行ったが購
買を行わなかった者が若干含まれるが、ほとんどの者はなんらかの購買活動を行っているため、
以下ではインタビュー対象者を「市購買者」と呼ぶこととする。

インタビューの内容は、購買者の属性、購買行動、及び出市行動に関する約30項目に及ぶ。
回答は全て変数としてコード化し、電算機によって処理を行ない、定期市購買者、毎日市購買
者及び全購買者に関する度数分布表やクロス表を作成すると共に、比例尺度の変数に関しては、
平均や標準偏差等の各種統計量の算出、平均値のt検定や変数間の相関関係の判定等を行い、
分析に資した。ただし本稿では紙数の制約のため、クロス表の全て及び統計量のほとんどの掲
載は省略し、有意な結果のみを付言したい。また、購買者の空間的移動の分析に際しては、地
図化によってその特性の把握につとめた。



第1図 市の分布

なお、分析結果については、筆者らが以前に調査したバングラデシュ及びタミルナードとの比較によって、その位置づけを試みた。

2. 市購買者の属性

インタビューの対象となった購買者はどのような属性を持つ人々であるのか、彼らは母集団たる地域住民一般をよく代表しているであろうか、それとも一定の偏りを持つグループであるのか、本章ではこれらの点を明らかにしたい。

第1表 購買者の性別構成

性 別	定期市購買者		毎日市購買者		合 計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%
男	256	91.8	100	94.3	356	92.7
女	23	8.2	5	4.7	28	7.3
計	279	100.0	105	100.0	384	100.0
不 明	7	—	1	—	8	—

購買者の性別は、第1表で示したように、全体では男性が92.7%、女性が7.3%と、圧倒的に男性が多い。イスラム教国のバングラデシュでは100%男性であったのに比べれば、女性が含まれている点が注目されるが、タミルナードにおいては約半数が女性であったのに比べると、同じヒンズー社会においても地域差が大きいことが理解される。⁽⁶⁾

第2表 購買者の年令別構成

年令階層 (歳)	定期市購買者		毎日市購買者		合 計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%
0~19	11	3.8	2	1.9	13	3.3
20~29	47	16.4	11	10.4	58	14.8
30~39	71	24.8	25	23.6	96	24.5
40~49	60	21.0	40	37.7	100	25.5
50~59	40	14.0	18	17.0	58	14.8
60~69	33	11.5	9	8.5	42	10.7
70~79	18	6.3	1	0.9	19	4.9
80~	6	2.1	0	0.0	6	1.5
計	286	2.1	106	100.0	392	100.0
不 明	0	—	0	—	0	—
平均値	43.1	—	42.2	—	42.9	—

購買者の年令別構成を見ると、第2表で示したように、10代から80代まで全年令階層を含んでいる。しかし最頻値は40代に現われ、平均では42.9才であり、これはバングラデシュの平均値が25.3才であったのに比べ著しく高く、タミルナードの平均値39.1才をもやや上まわっている。年齢層の重心が、特にバングラデシュに比べて、高年令側へ移行していると言えよう。

購買者の所属コミュニティを示したものが第3表である。宗教別には、ヒンズーが82.2%と大部分を占め、ムスリムが残り17.8%である。言うまでもなく、この構成はバングラデシュと大いに異なり、タミルナードと類似している。なおこの数値は、センサス（1961年）による当管区住民の宗教別構成比が、ヒンズー90.3%，ムスリム9.7%であったのに比べ、ムスリムの割合がかなり高く現れており、市購買者が母集団に対してやや偏りを持っている可能性を示唆している。次に、ヒンズーの中では農民カーストの割合が圧倒的に高く、その大部分は当地域のドミナント・カーストであるマヒシヨー（Mahishya）である。指定カースト（scheduled castes）の構成比は8.3%で、センサス（1981年）における構成比7.2%にはほぼ等しい。なお、市購買者のコミュニティ別構成を性別構成とクロスさせて見ると、指定カースト及びムスリムにおいて女性の割合が高いことが知られた。

第3表 購買者のコミュニティ別構成

コ ミ ュ ニ テ ィ 一	定期市購買者		毎日市購買者		合 計		
	実 数	%	実 数	%	実 数	%	
ヒ ン ズ 一	ブラー・マン 農民カースト 職人・サービスカースト 指定カースト	6 183 23 25	2.1 64.4 8.1 8.8	4 70 0 7	3.8 68.0 0.0 6.8	10 253 23 32	2.6 65.9 5.9 8.3
ム ス リ ム	47	16.5	22	21.4	69	17.8	
計	284	100.0	103	100.0	387	100.0	
不 明	2	—	3	—	5	—	

第4表 購買者所属世帯の成員数

世帯員数 (人)	定期市購買者		毎日市購買者		合 計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%
2	3	1.5	0	0.0	3	1.0
3	9	4.4	8	7.5	17	5.4
4	16	7.8	8	7.5	24	7.7
5	19	9.2	11	10.4	30	9.6
6	21	10.2	16	15.1	37	11.9
7	26	12.6	17	16.0	43	13.8
8	26	12.6	19	17.9	45	14.4
9	18	8.7	1	0.9	19	6.1
10	31	15.0	9	8.5	40	12.8
11	5	2.4	1	0.9	6	1.9
12	9	4.4	8	7.5	17	5.4
13	8	3.9	2	1.9	10	3.2
14	4	1.9	1	0.9	6	1.6
15	4	1.9	2	1.9	6	1.9
16~20	6	3.5	1	0.9	7	2.2
21~	1	0.5	2	1.8	3	0.9
計	206	100.0	106	100.0	392	100.0
不 明	80	—	0	—	80	—
平均値	8.204	—	7.736	—	8.045	—

購買者の世帯成員の数を示したものが、第4表である。平均値は8.05人で、センサス（1981年）の管区内1世帯当たり人数5.97人を2人余りも上まわる。このような差が生じた主な要因は、インタビューの際、世帯員数を問うたつもりが、翻訳上の問題もあって、回答者が家族員数を問われたと理解し、出稼ぎ者や他所へ移住した子弟をも加えて回答したためであると考えられる。なお構成員16人以上の大規模世帯は3.1%を占めており、これらの多くは合同家族（joint family）制の名残りを示していると考えられる。世帯員数をコミュニティ別に見ると、予想されるように、プランマンや農民カーストで大規模世帯の割合が高く現われる。

購買者の世帯内の就業者数については、表を省略するが、その平均値は2.43人とかなり高い。複数の就業者によって家計が支えられているのが一般的な姿であると言えよう。

第5表 購買者の職業別構成

職業	定期市購買者		毎日市購買者		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%
無職	22	7.7	3	2.8	25	6.4
耕作農民	41	14.4	16	15.1	57	14.6
ビーテルリーフ栽培者	33	11.6	9	8.5	42	10.7
さく乳業者	2	0.7	0	0.0	2	0.5
農業労働者	36	12.6	23	21.7	59	15.1
漁民	9	3.2	5	4.7	14	3.6
職人	15	5.3	7	6.6	22	5.6
手織物織工	54	18.9	6	5.7	60	15.3
サービス業従事者	1	0.4	3	2.8	4	1.0
工場労働者	8	2.8	2	1.9	10	2.6
建設労働者	3	1.1	7	6.6	10	2.6
人力車夫	10	3.5	1	0.9	11	2.8
舟乗り	3	1.1	0	0.0	3	0.8
その他の交通労働者	2	0.7	4	3.8	6	1.5
市商人・行商人	20	7.0	5	4.7	25	6.4
商店主・店員	10	3.5	3	2.8	13	3.3
各種自営業者	4	1.4	5	4.7	9	2.3
ホワイトカラー	12	4.2	7	6.6	19	4.9
計	285	100.0	106	100.0	391	100.0
不明	1	—	0	—	1	—

購買者本人の職業別構成を示したのが、第5表である。全体で構成比の高いのは、農民（14.6%）、ビーテル・リーフ栽培者⁽⁷⁾（10.7%）、農業労働者（15.1%）、手織物職工（15.3%）等であり、工場労働者・建設労働者・各種の交通労働者をあわせると16.3%となり、市・行商人と商店主・店員をあわせると9.7%となる。購買者に成人男子が多いため、「職業なし」と答えた者は6.4%にすぎない。なお、バングラデシュ及びタミルナードと比較すると、購買者中の有業者に占める農業の職業従事者の割合は、バングラデシュで67.0%，タミルナードで55.2%な

のに対し、本地域では43.5%と最も低い。農業的人口の中でも、ビーテル・リーフ栽培者が多いこと、非農業的人口の中では、特に手織物職工が多いことが、本地域の購買者の特徴であろう。ところで、このような購買者の職業別構成が母集団たる地域住民のそれを良く代表しているかを検討するため、購買者中の有業者の産業別構成を、1981年センサス（分類が粗い）及び1971年センサス（分類が詳しい）による管区内有業者のそれと比較したのが、第6表である。これによれば、市購買者は、家内工業就業者（その大部分は零細な手織物業織工）⁽⁸⁾、漁業・牧畜業等就業者（その多くは指定カーストたる漁民）、商業就業者（その多くは市・行商人）及び運輸業就業者（その最も多くは人力車夫）の割合が住民一般に比してかなり高く、逆に耕作農民（ビーテル・リーフ栽培者を含む）や工場制工業就業者の割合がかなり低いことが明らかである。年次の変動を考慮に入れる必要はあるが、母集団に比べ、貧しい者にやや偏っていると考えて大過なかろう。

第6表 有業者の産業別構成 (%)

産業	1971年センサス	1981年センサス	市購買者合計
耕作農業	40.6	34.9	26.9
農業賃労働	18.5	17.7	16.1
家内工業	8.8	13.7	16.3
工場制工業	5.9	33.7	2.7
漁業・牧畜業等	2.6		4.3
建設業	3.5		2.7
商業	5.8	33.7	10.3
運輸業	3.3		5.4
その他のサービス	11.0		7.7
計	100.0	100.0	100.0

第7表は、購買者自身ではなく、購買者の世帯内の他の成員が従事する職業（複数ある場合は最も重要なものの一つ）を問うた結果である。60.1%の世帯で何等かの別の職業への就業が認められ、その構成比が比較的高いものは、農民（5.6%）、ビーテル・リーフ栽培（11.2%）、農業労働者（7.2%）、手織物織工（15.5%）、工場・建設・各種交通労働者（5.9%）などである。なお購買者本人の職業と、他の世帯員の職業とは、同じ場合が最も多いが、農民とビーテル・リーフ栽培者、農民と手織物織工、農業労働者と人力車夫といった異業種の組み合わせもかなり認められる。

最後に、購買者（ないしその所属世帯）の土地保有状況を示したのが、第8表である。一般にその保有規模は極めて零細で、平均で51.6デシメル（0.516エーカー）にすぎない。10デシメル（約120坪に当る）未満の保有層は、屋敷地のみを保有しているにすぎないとと思われるが、そのような者が27.3%を占める。一方、多少ともまとま農業が行えそうな100デシメル（1エーカー）以上層は、17.4%を占めるにすぎない。大部分の者（54.7%）は10～99デシメルの

間にあり、この程度の保有面積では、ビーテル・リーフの集約的栽培を行なわない限り、農業による生計の維持は困難であると思われる。ところで、1961年センサスの20%抽出統計によれば、当管区内の世帯中、耕作世帯は74.1%，1エーカー以上耕作世帯が25.8%であった。この数値と比較すると(年次による変動を考慮に入れねばならないが)、市購買者は土地保有規模においてより零細な層をより多く含んでいると言えよう。なお、他の諸属性とクロスさせて見ると、土地保有は、コミュニティ別では、ブーラーマンや農民カーストで大きく、指定カーストやムスリムで小さく、職業別では、農民、ビーテル・リーフ栽培者、自営業者等で大きく、人力車夫、建設労働者、サービス従事者、職人、漁民等で小さい。

第7表 他の世帯員の主な職業

職業	定期市購買者		毎日市購買者		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%
なし	97	35.9	52	50.5	149	39.9
耕作農民	15	5.6	6	5.8	21	5.6
ビーテルリーフ栽培者	34	12.6	8	7.8	42	11.3
さく乳業者	2	0.7	0	0.0	2	0.5
農業労働者	19	7.0	8	7.8	27	7.2
漁民	7	2.6	3	2.9	10	2.7
職人	12	4.4	5	4.9	17	4.6
手織物織工	49	18.1	9	8.7	58	15.5
サービス業従事者	1	0.4	0	0.0	1	0.3
工場労働者	4	1.5	1	1.0	5	1.3
建設労働者	5	1.9	1	1.0	6	1.6
人力車夫	5	1.9	2	1.9	7	1.9
舟乗り	1	0.4	0	0.0	1	0.3
その他の交通労働者	2	0.7	1	1.0	3	0.8
市商人・行商人	0	0.0	0	0.0	0	0.0
商店主・店買	7	2.6	2	1.9	9	2.4
各種自営業者	1	0.4	3	2.9	4	1.1
ホワイトカラー	9	3.3	2	1.9	11	2.9
計	270	100.0	103	100.0	373	100.0
不明	16	—	3	—	19	—

以上により、当地域の市購買者は、男性に偏っており、平均年令もやや高いが、全年令層、様々なコミュニティのメンバー、各種の職業従事者、大小の土地保有者からなっており、住民のほぼ全階層に及んでいると考えられる。しかしながら、センサス統計で示される住民の一般的状況と比較するならば、市購買者はムスリムの割合が高いこと、手織物織工、漁民、人力車夫、市・行商人等の割合が高いこと、及び土地保有が零細な者の割合が高いこと等により、比較的貧しい者、あるいは土地をわずかしか持たぬ者の比重がやや高い構成を示していると言えよう。

第8表 購買者世帯の土地保有

土地保有面積 (デシメル)	定期市購買者		毎日市購買者		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%
0~ 4	38	13.3	20	18.9	58	14.8
5~ 9	36	12.6	13	12.3	49	12.5
10~ 19	40	14.0	20	18.9	60	15.3
20~ 49	79	27.7	21	19.8	100	25.6
50~ 99	38	13.3	16	15.1	54	13.8
100~199	35	12.3	10	9.4	45	11.5
200~499	17	6.0	5	4.7	22	5.6
500~	0	0.0	1	0.9	1	0.3
計	285	100.0	106	100.0	391	100.0
不 明	1	—	0	—	1	—
平均 値	54.5	—	43.7	—	51.6	—

なお、定期市購買者と毎日市購買者の間には、性別、年令階層別、土地保有階層別の構成において大差はなく、平均年令、平均世帯員数、平均世帯内就業者数、平均土地保有面積についても、t検定で有意差は認められなかった。したがって、両者は基本的には類似の集団であると見なしてよいであろう。ただ、コミュニティ別構成では、職人・サービスカーストが定期市購買者でのみ見られること、本人及び他の世帯員の職業別構成では、定期市購買者において手織物織工が多いこと、及び定期市購買者の世帯の方が、毎日市購買者の世帯より就業者数が多いこと（t検定により5%レベルで有意）が注目される。これらは、特に職人カーストの提供する手工芸品がほとんど専ら定期市で売買されること（次節参照）、手織物の集荷が当地域ではほとんど専ら Radhamoni の定期市で行われること、及び世帯内就業者数が職人・サービスカーストや手織物織工の世帯において多いこと（平均値は、前者で2.7人、後者で3.2人）等によって説明される。

3. 市購買者の購買行動

市購買者が、他の流通施設に比して市にどの程度依存しているのか、また市では具体的にどのような品物をどの程度購入するのか、このような購買行動そのものを検討するのが本章の目的である。

インタビュー対象者は全員が市参加者であるわけだが、彼らが市以外の小売施設を、日常、どの程度利用しているかを問うてみた。その結果が第9表であるが、村の店舗を利用する者は76.7%にも及び、町の店舗を利用する者も10.0%存在する。その利用率は、両者共に土地保有の大きい者で相対的に高い。

また、市、村の店舗、町の店舗のうち、どれが最大の購買先であるかを問うた結果は、第10表のように92.7%が市を挙げ、村の店舗を挙げた者は6.1%，町の店舗を挙げた者は1.1%に

すぎなかった。この状況は、バングラデシュ（定期市94.0%，村の店舗1.0%，町の店舗5.0%）とタミルナード（定期市59.0%，村の店舗9.6%，町の店舗30.1%）の中間に位置するが、バングラデシュのそれに近い。なお、購買者の属性とクロスさせると、村の店舗や町の店舗を最大の購買先とする者は、女性より男性で、老年より若年層で、他のコミュニティに比しブライアンやムスリムで、その割合が高い。

第9表 購買者の常設店舗利用

		定期市購買者		毎日市購買者		合計	
		実数	%	実数	%	実数	%
村の常設 店舗利用	なし	63	24.0	16	21.1	79	23.3
	あり	200	76.0	60	78.9	260	76.7
	計	263	100.0	76	100.0	339	100.0
	不明	23	—	30	—	53	—
町の常設 店舗利用	なし	229	87.1	76	100.0	305	90.0
	あり	34	12.9	0	0.0	34	10.0
	計	263	100.0	76	100.0	339	100.0
	不明	23	—	30	—	53	—

第10表 最大の購買先

最大の購買先	定期市購買者		毎日市購買者		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%
市	204	97.6	50	76.9	254	92.7
村の常設店舗	2	1.0	15	23.1	17	6.2
町の常設店舗	3	1.4	0	0.0	3	1.1
計	209	100.0	65	100.0	274	100.0
不明	77	—	41	—	118	—

第11表 購買者の出市目的

出市目的	定期市購買者		毎日市購買者		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%
購買	198	70.5	86	81.9	284	73.6
購買+販売	75	26.7	19	18.1	94	24.4
購買+所用	3	1.1	0	0.0	3	0.8
ひまつぶし	5	1.8	0	0.0	5	1.3
合計	281	100.0	105	100.0	386	100.0
不明	5	—	1	—	6	—

次に、インタビュー当日における購買活動について一連の質問を行った。まず、市に参加した目的について問うた結果が第11表である。商品の購買をのみ目的とした者が73.6%と大部分を占めるが、購買に加えて自らの商品の販売をも行った者が24.4%を占める。購買とその他の

所用を兼ねた者、及びひまつぶしに来た者は、ごく少數であった。購買と販売を兼ねた者の割合は、バングラデシュで約30%、タミルナードでは約8%であったのに比べると、当地域の数値はその中間、ややバングラデシュに近いと言えよう。販売商品の内容は、現地での観察から、野菜や穀物はあまり多くはなく、自家製の手織物、ビーテル・リーフ、魚等が主である。なお、購買者の属性とクロスさせると、購買+販売目的の者は、性別では男性、コミュニティ別では職人・サービスカーストと指定カースト、職業（本人及び他の世帯員）別ではビーテル・リーフ栽培者、漁民、職人、手織物織工、市・行商人等で高い割合を占める。

第12表 市での購買額

購買額 (ルピー)	定期市購買者		毎日市購買者		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%
0.0~ 4.9	14	5.2	1	1.0	15	4.0
5.0~ 9.9	29	10.8	10	9.8	39	10.5
10.0~ 19.9	67	24.9	34	33.3	101	27.2
20.0~ 49.9	102	37.9	43	42.2	145	39.1
50.0~ 99.9	33	12.3	4	3.9	37	10.0
100.0~199.9	9	3.3	1	1.0	10	2.7
200.0~499.9	14	5.2	5	4.9	19	5.1
500.0~	1	0.4	4	3.9	5	1.3
計	269	100.0	102	100.0	371	100.0
不明	17	—	4	—	21	—
平均値	45.5	—	70.0	—	52.2	—

インタビュー当日の購買内容については、購買額及び個々の購買商品の種類・重量・価格・消費日数（何日間で無くなると予想するか）を問うてみた。その結果、まず、各人の購買額は第12表に示した通りである。最小0から最大835ルピーにのぼるが、最頻値は20~49.9ルピーの階層にあり、平均は52.2ルピーである。この平均値は、調査時点のレートで換算すると679円に相当するが、これはバングラデシュ及びタミルナードで得られた数値（調査時点のレートで前者が322円、後者で193円）より、かなり高い。なお、購買者の属性や他の行動特性とクロスさせると、平均購買額は、性別では女性（25.0ルピー）より男性（55.0ルピー）において高く、職業別では交通（トラック・鉄道等）の労働者（457.6ルピー）、サービス業就業者（287.8ルピー）、工場労働者（191.3ルピー）、手織物織工（75.6ルピー）など、給与または賃労働取得者で、食料を全面的に購入しているグループにおいて高い。また、最大の購買先を村の店舗又は町の店舗と答えた者（それぞれ17.2、13.2ルピー）よりも市と答えた者（62.0ルピー）で高く、市へは購買にのみ来た者（52.2ルピー）より購買+販売のために来た者（58.1ルピー）の方が高い。

次に、購買商品を種類別に分けて、購買者の数（購買率）を見たのが第13表である。購買率が上位にあるのは、①野菜94.1%，②米52.3%，③食料雑貨（groceries）⁽¹²⁾ 29.1%，④魚27.8%，

⑤スパイス16.6%, ⑥菜種油15.6%であり、以下、⑦煎り米（ムリ）5.4%, ⑧果物4.1%, ⑨豆3.6%, ⑩布2.6%と続く。商品の分類基準がやや異なるが、バングラデシュにおける順位が①野菜、②調味料、③菓子・スナック、④穀物・豆類、⑤嗜好品類であったのに比べ、またタミルナードにおける順位が①野菜、②調味料、③嗜好品、④菓子・スナック、⑤果物、⑥穀物一般であったのに比べてみると、食料が上位に来る点では共通するが、当地域では米及び魚が相対的に上位を占め、嗜好品が低位にある点が注目される。なお、購買者の属性とクロスさせてみると、食料は男性、女性共に購入するが、農用資材、工芸品、布、ケロシン油、薬などの非食料は、ほとんど専ら男性が購入している。また、農民の大部分が野菜を購入しており、約4分の1が米をすら購入している点が注目される。

第13表 商品別購買者数

商品の種類	定期市購買者		毎日市購買者		合計	
	実数	購買率	実数	購買率	実数	購買率
野 菜	269	94.1	100	94.3	369	94.1
果 物	13	4.5	3	2.8	16	4.1
米	150	52.4	55	51.9	205	52.3
小 麦 粉	2	0.7	1	0.9	3	0.8
豆	11	3.8	3	2.8	14	3.6
ス パ イ ス	44	15.4	21	19.8	65	16.6
塩	2	0.7	1	0.9	3	0.8
砂糖・粗糖	2	0.7	1	0.9	3	0.8
タ バ コ	1	0.3			1	0.3
食 料 雑 貨	71	24.8	43	40.6	114	29.1
煎 り 米	16	5.6	5	4.7	21	5.4
パ ン			1	0.9	1	0.3
菜 種 油	36	12.6	25	23.6	61	15.6
魚	74	25.9	35	33.0	109	27.8
農 用 資 材	3	1.0			3	0.8
材 木	1	0.3			1	0.3
土器・陶器	2	0.7			2	0.5
竹 細 工	1	0.3			1	0.3
ロ ー プ	1	0.3			1	0.3
祭りの飾り	1	0.3			1	0.3
魚取り籠(うけ)	4	1.4			4	1.0
布	8	2.8	2	1.9	10	2.6
糸	1	0.3			1	0.3
ケ ロ シ ン	2	0.7	1	0.9	3	0.8
薬	4	1.4			4	1.0
不 明	8	2.8	1	0.9	9	2.5
購買者総数	286	—	106	—	392	—

(注) 購買者は (各商品の購買者数/購買者総数) × 100。

購買商品の重量については、第14表に示した。購買者全体の総重量では、①米1,583.5kg, ②野菜1,023.2kg, ③食料雑貨162.6kg, ④魚58.9kg, ⑤煎り米32.0kg, ⑥菜種油24.5kgの順で、特に米と野菜のウェイトが大きい。それぞれの商品を購買した者1人当たりの重量で言えば（第14表）、①米9.54kg, ②農用資材5.25kg, ③野菜4.19kg, ④食料雑貨3.15kg, ⑤小麦粉3.00kg等の順となる。これらは自宅まで運搬するのがかなりやっかいな商品と言えよう。

第14表 購買商品の重量・価格・予定消費日数

	重 量		価 格			平均予定 消費日数	
	総重量(kg)	購買者数	1人当たり重量(kg)	総価格(ルピー)	購買者数	1人当たり価格(ルピー)	
野 菜	1,023.2	244	4.19	2,588.7	201	12.9	2.62
果 物	5.5	6	0.92	53.0	5	10.6	2.07
米	1,583.5	166	9.54	3,642.5	95	38.3	3.49
小 麦 粉	9.0	3	3.00	24.0	2	12.0	2.00
豆	4.2	8	0.53	11.3	4	2.8	2.50
スパイス	7.4	44	0.17	27.0	11	2.5	2.85
塩	1.0	1	1.00				2.00
砂糖・粗糖	0.3	1	0.30				2.00
タバコ				3.0	1	3.0	4.00
食料雑貨	162.6	52	3.13	6,882.0	64	107.5	7.21
煎り米	32.0	19	1.68	100.0	12	8.3	1.90
パン				4.0	1	4.0	2.00
菜種油	24.5	51	0.48	248.7	14	17.8	3.65
魚	58.9	79	0.75	939.8	48	19.6	2.92
農用資材	10.5	2	5.25	50.0	1	50.0	2.00
竹細工 祭りの飾り 魚取り籠(うけ)				8.0	1	8.0	
				148.0	4	37.0	60.00
布 糸				87.0	3	29.0	3.00
				100.0	1	100.0	3.00
ケロシン 薬	0.1	1	0.10	3.5	1	3.5	3.67
				151.0	3	50.3	23.00

(注) データーが得られた分についてのみ集計しているので、重量の項と価格の項の購買者数は一致しない。

購買商品の種類別購買額についても第14表に示した。まず購買者全体の総購買額では、①食料雑貨6,882.0ルピー、②米3,642.5ルピー、③野菜2,588.7ルピー、④魚939.8ルピー、⑤菜種油248.7ルピー、⑥薬151.0ルピー、⑦魚取り籠(ムグリ)148.0ルピー、⑧糸及び煎り米各100ルピーの順となる。これらの数値は、当地域の家計の、市を通じての支出の構成を直接反映したものと言えよう。上位の4種の商品は、順位こそ異なるが、購買者数においても総重量においても上位に現れていた商品であった。また菜種油や煎り米も、構成比はかなり下がるがそれに準ずる商品であった。それらに対し、薬、魚取り籠、糸(手織物業の原料となる)は、購買

者数や重量においては上位には現れてこないが、総購買額においてはかなりの比重を占めており、たまにしか買われないが、地域住民にとって重要な商品であると言えよう。ところで、バングラデシュでは総購買額の上位が、①穀物・豆類、②繊維製品、③調味料類、④野菜類、⑤魚であったのに比べると、当地では繊維製品が上位から脱落している。また、タミルナードでは上位が、①野菜類、②穀物・豆類、③調味料類、④嗜好品、⑤雑貨・金物であったのに比べると、当地では嗜好品と雑貨・金物に代って、魚と菜種油が入っている。総じて食料への集中が、当地域において最も顕著であると言える。なお、商品別の総購買額をそれぞれの商品の購買者数で割って、購買者1人当りの購買額を算出すると(第14表)、その上位を占めるものは①食料雑貨、②糸、③薬、④農用資材、⑤米、⑥魚取り籠等である。これらは地域住民にとって高価な商品と言うことになろう。

最後に、購買商品の予定消費日数を問うた結果をも、第14表に示しておいた。魚取り籠(平均60.0日)、薬(23.0日)、食料雑貨(7.21日)などは例外的に長い消費期間が予定されているが、その他の大部分の商品は平均2~4日で消費されると考えられている。このことは言い換えれば、商品購入を市に依存するかぎり、週に2~4回は出市せねばならぬことを意味している。次章で述べる出市頻度と大いに関係するところである。

以上本章では、市購買者が、他の流通施設に比して市にどの程度依存しているか、また市ではどのような品物をどの程度購入しているかを検討した。その結果、当地域の市購買者は、その大部分が村の店舗を、その一部が町の店舗をも利用してはいるが、市を最大の購買先とする者が多く、市への購買面での依存性はかなり高い(バングラデシュとタミルナードの中間にあり、バングラデシュ寄り)ことが明らかにされた。また市購買者が市で自らの商品を販売する割合についても、同様なことが言えた。さらに市購買者の購買額は、(バングラデシュやタミルナードと比べても)相当高いことが明らかにされた。購買商品の内容は、購買者数においても、総購買額においても、食料への集中が(バングラデシュやタミルナードと比べても)とりわけ顕著であることがわかった。さらに購買商品の消費予定日数は短く、市購買者は週に2~4日の出市を必要とすることも推定された。

なお、定期市購買者と毎日市購買者の間には、購買行動についても違いは大きくなない。しかしこのような若干の差違が認められる。まず町の店舗利用については、定期市購買者での利用が多い。また最大の購買先については、毎日市購買者の中に村の店舗を挙げる者が多い。これは、定期市所在集落よりも毎日市所在集落(いずれも「村」とされている)⁽¹³⁾において市をとりまく常設店舗群の発達が顕著であるため、後者において市と店舗の同時利用が行われるためであり、逆に前者においては、むしろ常設店舗利用は上位の「町」(地域内では Tamlikのみ)で行われるためであると推測される。次に、出市目的について、市で購買+販売を行う者の割合が、毎日市購買者に比べ定期市購買者でより高い。これは前章でも述べたように、手織物の集荷が Radhamoni の定期市に限られていることに加えて、次章で述べるように、ある種のビー

テル・リーフの集荷が Narayandari の定期市附設集荷市に限られていることの結果であろう。さらに、商品別購買者数（購買率）については、定期市購買者と毎日市購買者の間に顕著な違いは認められない。しかし、魚取り籠を含む工芸品、農用資材、材木の購入は、定期市購買者に限られている。おそらく、これらの商品は毎日市ではほとんど売られていないためであると思われる。最後に、購買額については、定期市購買者よりも毎日市購買者において平均値が高い。しかし t 検定では有意な差であるとは判定されなかった。

4. 購買者の出市行動

市購買者は、市への参加のために、どのような手段で、どれほどの距離を移動するのか。また彼らは、どれほどの頻度で、どのような市を訪れているのか。本章ではこれらの問題を扱いたい。

第15表 市への移動手段

移動手段	定期市購買者		毎日市購買者		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%
徒歩	342	87.4	92	86.8	334	87.2
自転車	19	6.9	10	9.4	29	7.6
舟	2	0.7	0	0.0	2	0.5
バス	14	5.1	3	2.8	17	4.4
鉄道	0	0.0	1	0.9	1	0.3
計	277	100.0	106	100.0	383	100.0
不明	9	—	0	—	9	—

第16表 市までの移動距離

移動距離 (マイル)	定期市購買者		毎日市購買者		合計	
	実数	%	実数	%	実数	%
0.0~ 0.4	102	38.8	28	26.6	130	35.3
0.5~ 0.9	23	8.7	16	15.2	39	10.6
1.0~ 1.9	83	31.6	33	31.4	116	31.5
2.0~ 4.9	35	13.3	25	23.8	60	16.3
5.0~ 9.9	14	5.3	1	1.0	15	4.1
10.0~19.9	6	2.3	0	0.0	6	1.6
20.0~49.9	0	0.0	2	1.9	2	0.5
計	263	100.0	105	100.0	368	100.0
不明	23	—	1	—	24	—
平均値	1.39	—	1.67	—	1.47	—

市購買者にインタビュー当日における市への移動手段、移動距離、及び移動に要した時間を問うてみた。まず移動手段については、第15表に示したように、徒歩による者が圧倒的に多い（87.2%）が、自転車による者（7.6%）、バスを利用した者（4.4%）もある程度見られる。

舟及び鉄道の利用は例外的である。この状況は、徒歩による者が99.0%を占めたバングラデシュと、徒歩(65.5%)の他、自転車(20.7%)とバス(13.8%)の利用がかなり多いタミルナードとの、丁度中間の姿を示している。購買行動とクロスさせると、購買だけの者よりも、購買+販売を行った者の中に自転車やバスの利用が相対的に多く、また自転車・バス利用者は購買金額も相対的に高い。

居住地から市までの距離については、第16表に示したように、0.5マイル未満(その多くは同一村内)の者が最多であるが、次いで1~2マイルの者が多く、5マイル内で93.7%を占める。ただしバスや鉄道の利用者もあるため、最大は40マイルにも及ぶ。平均値は1.47マイルで、奇しくもバングラデシュの平均値と同じであるが、バングラデシュではほとんど専ら徒歩によっていたため最大移動距離は5マイルにすぎなかった。購買者の属性及び購買行動とクロスさせると、性別では女性(平均0.72マイル)より男性(1.54マイル)が、職業別ではビーテル・リーフ栽培者(3.18マイル)、手織物織工(1.78マイル)、市・行商人(1.71マイル)、農民(1.70マイル)等が、出市目的別では購買だけの者(0.96マイル)より購買+販売目的の者(2.83マイル)が、それぞれ遠方まで出市する傾向が強い。移動手段別では、言うまでもなく、徒歩の者(0.97マイル)より、自転車利用の者(2.42マイル)、バス利用の者(9.41マイル)で移動距離が長い。なお、市からの距離帯別に見れば、0~4.9マイルでは徒歩が最も多く、5~9.9マイルで徒歩・自転車・バスが均衡し、10マイル以上ではバス利用が圧倒的となる。

第17表 市までの所要時間

所要時間 (分)	定期市購買者		毎日市購買者		合 計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%
0~ 4	51	20.4	11	11.1	62	17.8
5~ 14	52	20.8	23	23.2	75	21.5
15~ 29	47	18.8	22	22.2	69	19.8
30~ 44	51	20.4	25	25.3	76	21.8
45~ 59	24	9.6	7	7.0	31	8.9
60~ 89	19	7.6	6	6.1	25	7.2
90~119	4	1.6	2	2.0	6	1.7
120~	2	0.8	3	3.0	5	1.4
計	250	100.0	99	100.0	349	100.0
不 明	36	—	7	—	43	—
平均 値	23.9	—	27.8	—	25.1	—

出市に要した時間については、第17表に示したとおり、平均25.1分で、45分以内が71.9%を占め、最大で180分である。この平均値は、バングラデシュにおける平均37.2分よりかなり短く、タミルナードの平均26.1分にはほぼ等しい。移動距離の平均ではバングラデシュと等しかったにもかかわらず、所要時間ではかなり短いのは、言うまでもなく、自転車・バス利用が含まれるためである。購買者の属性、購買行動とクロスさせると、性別では女性(平均19.8分)よりも

男性（25.3分）で、出市目的別では購買だけの者（22.4分）より購買+販売の者（34.2分）で、それぞれ長時間の移動をしている。

次に、市購買者に1週間の出市スケジュールを問い合わせ、出市頻度、市別・曜日別の出市状況、最大の購買地、その購買地における購買依存率を聞いて見た。

そのうち1週間の出市頻度を示したのが第18表である。まず購買者が毎週参加する市の数を見ると、最頻値は2カ所、最大値は6カ所で、平均では1.85カ所である。これは、バングラデシュの平均が1.09カ所、タミルナードが1.38カ所であったのに比べ、明らかに高い値である。購買者の属性とクロスさせると、年令別に見て若年層ほど参加市数が多い傾向が認められる。なお定期市購買者と毎日市購買者の間には参加市数に明らかに違いがあり（平均で前者が2.06カ所、後者が1.30カ所、t検定で1%レベルで有意差あり）、前者では2カ所の市に、後者では1カ所の市にのみ毎週参加する者が最も多い。

第18表 毎週又は時々参加する市数及び市日数

毎週参加する 市の数	定期市購買者		毎日市購買者		合 計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%
1	72	25.2	78	74.3	150	38.4
2	141	49.3	23	21.9	164	41.9
3	59	20.6	4	2.8	63	16.1
4	13	4.5	0	0.0	13	3.3
5	1	0.3	0	0.0	1	0.3
計	286	100.0	105	100.0	391	100.0
不 明	0	—	1	—	1	—
平均 値	2.06	—	1.30	—	1.85	—

毎週参加する 市日の数(日)	定期市購買者		毎日市購買者		合 計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%
2	58	20.3	6	5.7	64	16.4
3	95	33.2	14	13.3	109	27.9
4	72	25.2	7	6.7	79	20.2
5	30	10.5	12	11.4	42	10.7
6	20	7.0	11	10.5	31	7.9
7	11	3.8	55	52.4	66	16.9
計	286	100.0	105	100.0	391	100.0
不 明	0	—	1	—	1	—
平均 値	3.62	—	5.65	—	4.17	—

本地域の市のほとんどは、週に複数の市日を持っているため、毎週参加する市日の数は上記の市の数を上まわる。第18表に示したように、最頻値は週2日であるが、最大値は7日で、平均値は4.17日にものぼる。この数値は、バングラデシュの1.39日、タミルナードの1.40日に比

べて著しく高い。その理由として、当地域においては毎日市が多く、インタビュー対象者にも毎日市購買者がかなり含まれており、これらが出市日数を高める要因となっていると考えられる。事実、定期市購買者と毎日市購買者の間には、参加市日数に明らかに違いがあり、前者は平均3.62日、後者は5.65日で、t検定によれば1%レベルで有意な差である。しかしながら、定期市購買者に限っても、その参加市日数はバングラデシュやタミルナードのそれよりもはるかに高く、この説明には他の要因を考慮せざるをえないであろう。なお前章で見るように、購買商品の消費予定日数から推測すれば、購買者は週に2~4日は市に出市しなければならないが、現実に彼等はそれに相当する日数、あるいはそれ以上の頻度で市に出ていると言えよう。購買者の属性とクロスさせた結果は、性別では女性（平均3.61日）より男性（4.23日）で、職業別では交通労働者（6.19日）、建設労働者（5.10日）、さく乳業者（5.00日）、漁民（4.93日）等で参加市日数が多い。

時々参加する 市の数	定期市購買者		毎日市購買者		合 計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%
0	104	57.5	78	74.3	242	62.1
1	103	36.1	22	21.0	125	32.1
2	14	4.9	4	3.8	18	4.6
3	2	0.7	1	1.0	3	0.8
4	2	0.7	0	0.0	2	0.5
計	285	100.0	105	100.0	390	100.0
不 明	1	—	1	—	2	—
平均 値	0.51	—	0.31	—	0.46	—

時々参加する 市の数(日)	定期市購買者		毎日市購買者		合 計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%
0	164	57.3	76	72.4	240	61.4
1	85	29.7	14	13.3	99	25.3
2	27	9.4	12	11.4	39	10.0
3	3	1.0	3	2.9	6	1.5
4	4	1.4	0	0.0	4	1.0
5	1	0.3	0	0.0	1	0.3
6	0	0.0	0	0.0	0	0.0
7	2	0.7	0	0.0	2	0.3
計	286	100.0	105	100.0	391	100.0
不 明	0	—	1	—	1	—
平均 値	0.64	—	0.45	—	0.59	—

ところで、購買者は毎週参加する市の他に、時々参加する市を持っている。第18表に示しておいたように、時々参加する市の数は、購買者全体では0.46カ所であるが、定期市購買者では0.51カ所、毎日市購買者は0.31カ所で、t検定によれば両者間には5%レベルで有意な差があ

る。なお、これらの数値は、バングラデシュの数値（1.39カ所）よりは小さく、タミルナードのそれ（0.19カ所）よりは大きい。また、時々参加する市日の数は、購買者全体では平均0.59日で、定期市購買者では0.64日、毎日市購買者では0.45日である。これらの数値も、バングラデシュのそれ（1.63日）より小さく、タミルナードのそれ（0.19日）よりは大きい。

第19表-A 定期市購買者の市別曜日別出市状況

定期市又は毎日市		正式の 市日	インタビュ ー対象者数	毎週出る市							時々出る市							
				月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	
管区内 定期市	1. Banpur	木・日	20				22			22								
	2. Soyadighi	水・日	19			18				18								
	3. Mathuri	月・金	20	23				21										
	4. Demari	水・日	20	5	4	20	2	5	2	24	1		2		2	1	1	
	5. Narayandari	火・木・土	20		18		17		19		16		1		1	2	2	
	6. Kalatola	水・日	12			16				14	1	1		2	2	3	1	
	7. Ramtarak	月・木・土	12	18			25	3	14	1	1		2	2	3	1		
	8. Harashanker Garkilla	水・日	8							10								
	9. Milan Nagar	火・土	20	3	21					19						1		
	10. Radhamoni	火・水・土	20	1		42	4		25	3		2	15	2		2		
	11. Hijalberya	水・日	14			20	2			19	1		2			1		
	12. Gaurangapur	月・金	5	6				6										
	13. Daraja	月・木	18	18	1		15				1							
	14. Kurpai	月・金	18	24				21							2			
	15. Dobandi	月・土	20	23	1	1		1	10	3		3	1		1	4	1	
	16. Nikasi	火・土	18		39				23			3	1					
	17. Srirampur	水	20			21	1				2		1		1			
	その他				2			3	1									
		小計		286	123	84	138	91	58	112	116	6	6	24	5	7	15	6
管区内 毎日市	21. Kanktya	毎日			11	7	6	5	11	5		5	3	2	7	2	2	
	22. Maniktola	〃			7	2		2	5		1	2		2			1	
	23. Mecheda	〃			2	2	1	1	1					1	3			
	24. Naikuri	〃				1	1											
	25. Purba Kola	〃					1											
	26. Chansarpur	〃				2	2	2		1	1							
	27. Haridaspur	〃				2	1		1	1	1							
	28. Tamlik	〃			10	2	5	4	3	1	2	8	3	3	1	5	4	
	その他				9	7	3	2	3	7	7	2	3	4	1	2	1	
	小計				41	24	18	18	24	15	11	16	11	9	3	11	10	10
管区外定期市又は毎日市					21	13	10	38	19	14	29	5	3	3	9	5	3	9
合計				286	185	121	166	147	101	141	156	27	20	35	17	23	28	25

毎週参加する市数に時々参加する市数を加えた値は、市購買者が利用する市の合計を示しているが購買者全体で平均2.31カ所である。この値は、バングラデシュの2.38カ所とほぼ同じで、

タミルナードの1.57カ所よりも高い。なお、定期市購買者では2.57カ所、毎日市参加者では1.61カ所であり、かなりの差で前者で高い。また、毎週参加する市日数に時々参加する市日数を加えた値は、購買者が最も頻繁に市に参加した週における出市頻度を示すと考えられる。購買者全体では5.13日で、バングラデシュの3.03日及びタミルナードの1.60日よりもかなり高い。なお、定期市購買者では4.26日、毎日市購買者では6.10日で、これについては逆にかなりの差で後者で高い。

第19表—B 毎日市購買者の市別曜日別出市状況

定期市又は毎日市	正式の 市日	イントビ ー対象者数	毎週出る市							時々出る市							
			月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土	日	
管区内 定期市	1. Banpur	木・日														1	
	2. Soyadighi	水・日															
	3. Mathuri	月・金															
	4. Demari	水・日															
	5. Narayandari	火・木・土															
	6. Kalatola	水・日															
	7. Ramtarak	月・木・土													4		
	8. Harashanker Garkilla	水・日													1	1	
	9. Milan Nagar	火・土															
	10. Radhamoni	火・水・土															
	11. Hijalberya	水・日															
	12. Gaurangapur	月・金															
	13. Daraja	月・木															
	14. Kurpai	月・金															
	15. Dobandi	月・土															
	16. Nikasi	火・土															
	17. Srirampur	水															
	その他																
小計			2	0	6	1	0	0	0	1	3	2	5	0	2	2	
管区内 毎日市	21. Kanktya	毎日	20	16	19	18	15	20	19	16							
	22. Maniktola	〃	19	19	19	19	19	19	19	19							
	23. Mecheda	〃	20	14	14	14	17	14	13	16	1			3			
	24. Naikuri	〃	9	9	9	9			9								
	25. Purba Kola	〃	10	3	4	5	2	8	5	2	1			1	1	1	
	26. Chansarpur	〃	13	14	10	8	7	6	7	8	2	1	1	1	2	1	
	27. Haridaspur	〃	15	11	19	13	18	8	16	14	1			2	2	3	
	28. Tamluk	〃									2		1			1	
	その他																
小計			106	77	94	77	78	75	88	77	5	3	2	4	5	3	5
管区外定期市又は毎日市				3	3	3	0	5	2	3	2	1	0	0	1	0	0
合計			106	82	97	86	79	80	90	80	8	7	4	9	6	5	7

次に、購買者の市別・曜日別の出市状態を示したのが第19表である。定期市購買者と毎日市購買者の出市状態は全く違った形をとる。定期市購買者の毎週参加する市について見てみると、それぞれの市におけるインタビュー対象者のほぼ全員が、その市の全ての市日に参加していることが、表中の数字から推測される。また、Ramtarak. Radhamoni. Nikasiなどの比較的高次な機能を持つ市には、他の市でのインタビュー対象者も参加していることが明らかである。全体としては、言うまでもなく、管区内の定期市への参加が最も多いが、一部の者は管区内の毎日

第20表 最大購買地

インタビュー実施市	インタビュー対象者数	最大の購買地が管区内の定期市所在地		最大の購買地が管区内の毎日市所在地・恒常的中心地		最大の購買地が管区外	不明
		インタビュー実施地	その他	インタビュー実施地	その他		
定期市	Banpur	20	19			1	
	Soyadighi	19	14		5		
	Mathuri	20	15	3	2	1	
	Demari	20	15	2	2	1	
	Narayandari	20	14	1	4	1	
	Kalatola	12	9		3		
	Ramtarak	12	9		1	2	
	Harashanker Garkilla	10	2	3	4	1	
	Milan Nagar	20	16	3		1	
	Radhamoni	20	11	2		6	
	Hijalberya	14	10	2	1		1
	Gaurangapur	5	2	1	1	1	
	Daraja	18	8	6	3		1
	Kurpai	18	15	3		6	1
	Dobandi	20	13				
毎日市	Nikasi	18	11	4	3		
	Srirampur	20	10	4		5	1
	計	286	193	36		25	4
	%	-	67.4	12.6	10.5	8.8	-
	Kanktya	20		20			
	Maniktola	19		18	1		
	Mecheda	20		15		5	
	Naikuri	9		9			
	Purba Kola	10		6	4		
	Chansarpur	13		12	1		
	Haridaspur	15		14	1		
	計	106		94	7	5	
	%	-		88.6	6.6	4.7	

市へ、他の一部の者は管区外の定期市又は毎日市へも参加している。曜日別に出市者数を集計

すると、月曜日、水曜日、日曜日の出市が多く、火曜日と金曜日の出市が少ない。これは管区内の市全体についても、⁽¹⁴⁾ インタビューを行った市についても、月・水・日曜日に開市する市が多く、火・金曜日に開市する市が少ないと反映である。なお、定期市購買者が時々参加する市に関しては、管区内の定期市と並んで、管区内の毎日市の利用が多い点が注目される。

一方、毎日市購買者が毎週参加する市について検討すると、各市の曜日毎の数字から、それぞれの市におけるインタビュー対象者が、毎日ではないにしても、高頻度でその市を利用していることが推測される。彼らは、管区内の定期市や管区外の市に毎週出ることはほとんどない。なお、曜日別に出市者数を集計した数字の方は、定期市に比べて、曜日毎の変動が小さいことが明らかである。ただし、毎日市購買者が時々参加する市に関して見ると、彼らが管区内毎日市の他に、管区内の定期市もある程度利用していることがわかる。

そこで、市購買者の最大の購買地がどこであるかを問うた結果が第20表である。この場合も定期市購買者と毎日市購買者の違いが大きい。定期市購買者では、インタビュー実施地を最大の購買地としたものが67.4%で、この他に管区内の他の定期市所在地を挙げたものが12.6%，管区内の毎日市所在地又は恒常的中心地を挙げた者が10.5%，管区外の各種中心地を挙げた者も8.8%に及んでいる。これに対して毎日市購買者では、インタビュー実施地を最大の購買先とした者が88.6%にも及び、その他の管区内毎日市所在地又は恒常的中心地を挙げた者は6.6%，管区内定期市所在地を挙げた者は無く、管区外の各種中心地を挙げた者も4.7%にすぎなかった。

第21表 最大の購買地での購買割合

最大の購買地での 購買割合 (%)	定期市購買者		毎日市購買者		合 計	
	実 数	%	実 数	%	実 数	%
40~	4	1.4	0	0.0	4	1.0
50~	5	1.8	2	1.9	7	1.8
60~	18	6.3	0	0.0	18	4.6
70~	42	14.8	0	0.0	42	10.8
80~	88	31.0	8	7.5	96	24.7
90~	100	35.3	53	50.0	153	39.3
100~	27	9.5	43	40.6	70	17.9
計	284	100.0	106	100.0	290	100.0
不 明	2	—	0	—	2	—
平均 値	82.5	—	94.3	—	85.7	

第21表は、このような最大の購買地における、各購買者の購買割合を問うた結果である。大部分の購買者が最大購買地において70%以上の購買を行っており、依存率の平均値は85.7%である。なお、定期市購買者の最大購買地依存率は82.5%であるのに対し、毎日市購買者のそれは94.3%にも上り、t検定によれば1.0%レベルで有意差が認められる。

さて、以上のような出市状態をより具体的に把握するために、インタビュー調査を行った市毎に、インタビュー対象購買者の参考範囲を図化したものが、第2~4図である。まず第2図

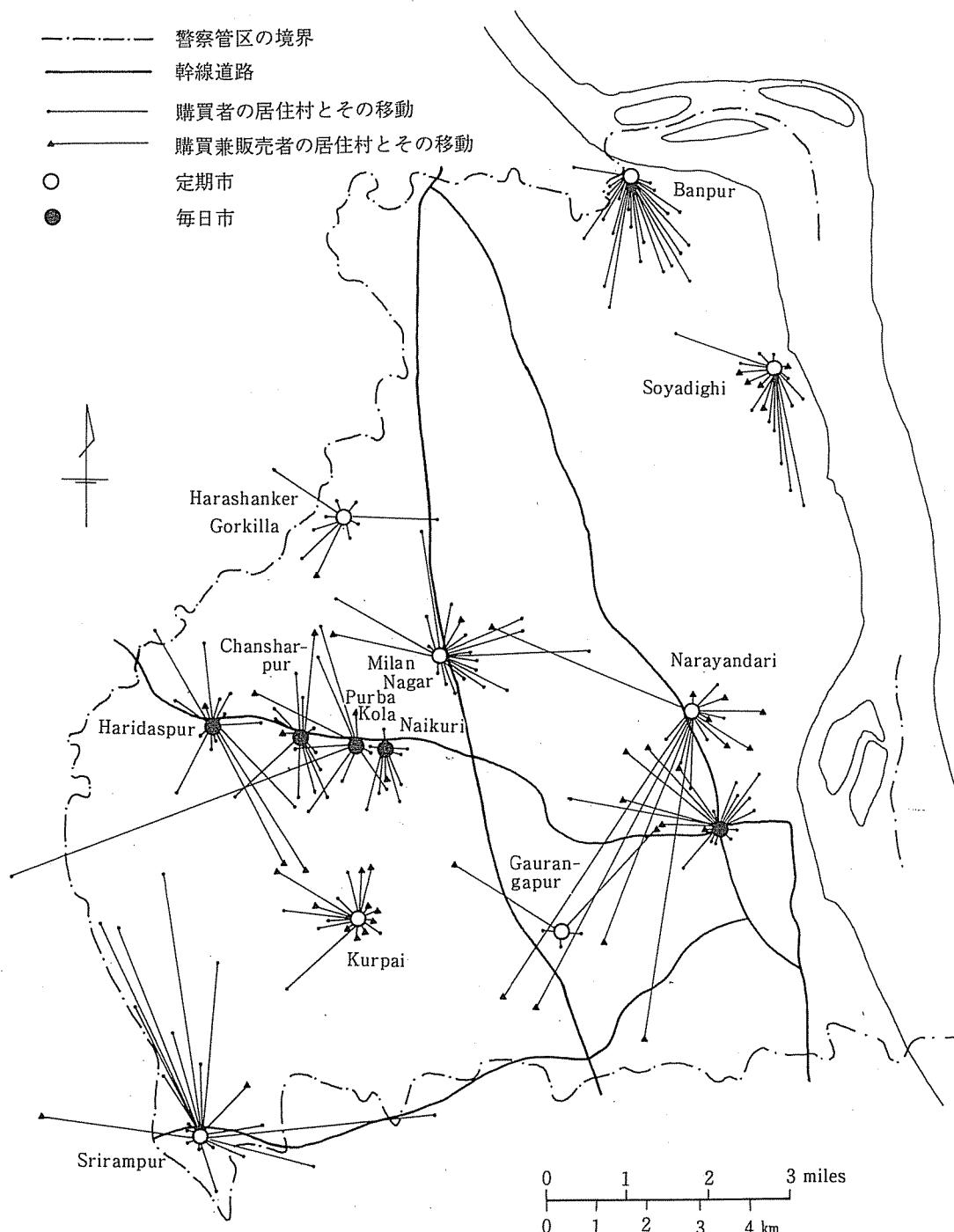
は、インタビュー実施市のうち、前稿で「小規模不完全機能市」とされた13市について見たものである。どの市でも、ほとんどの購買者が市の近在から集まっていることがわかる。例外は Narayandari の定期市で、購買+販売を目的とする者が、比較的遠方から集まっている。これはこの市に附属して、sachi 種という特別の品種のビーテル・リーフ（高品質である）の集荷市が開かれるためである。

これに対し第3図は、前稿で「小規模一般機能市」とされた6市について、同様に参集範囲を図化したものである。「小規模不完全機能市」よりも機能的に充実した市であるため、一般にその参集範囲はより広くなっている。ただしその中にあっても主要道路から遠く隔たった Mathuri の市については、参集範囲が近在に限られている。

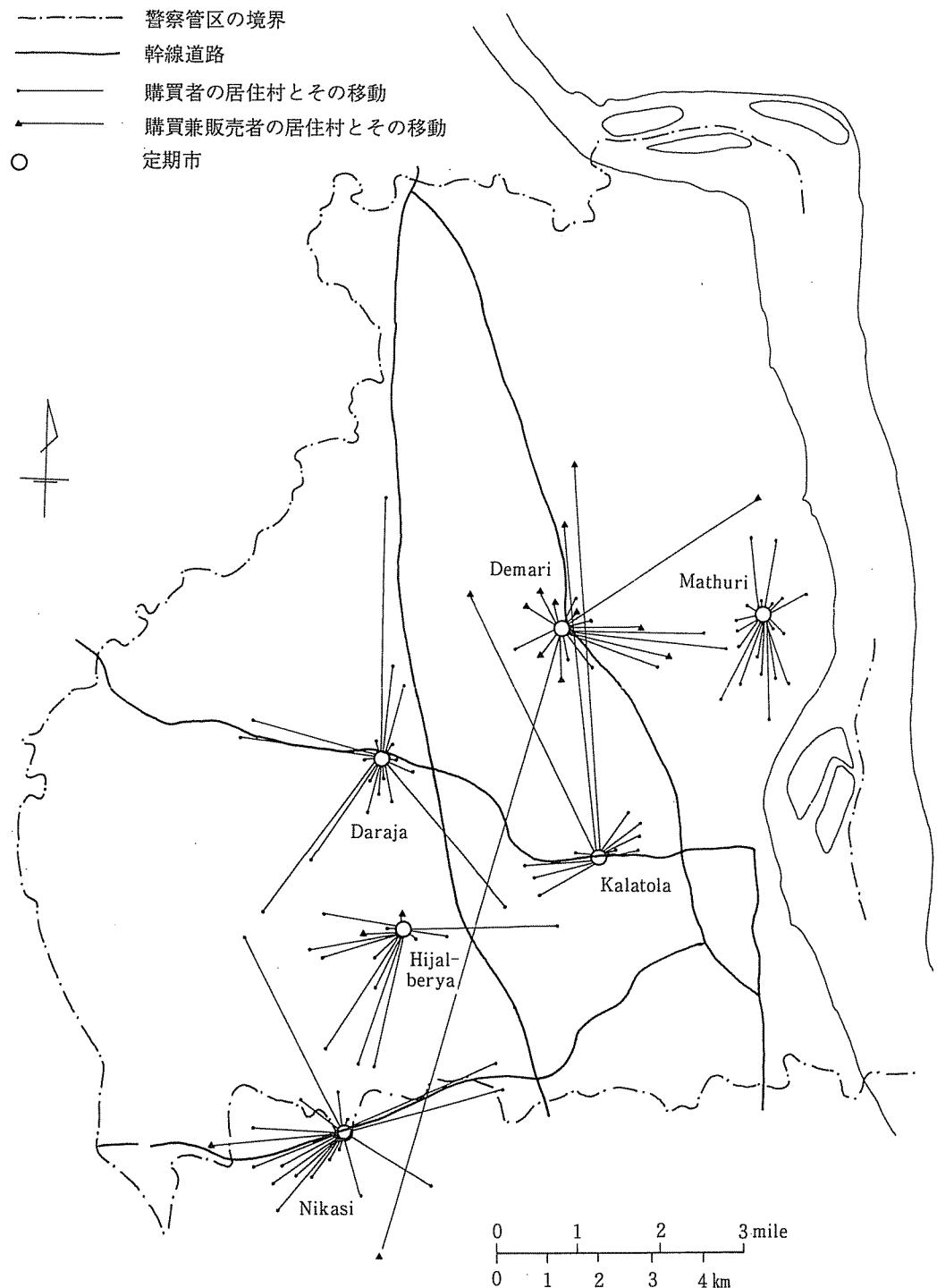
さらに第4図は、前稿で「中規模一般機能市」又は「大規模一般機能市」とされた5ヶ所の市の参集範囲を示している。規模も大きく、機能的にも充実した市であるため、その参集範囲は一般に広い。特に Radhamoni の市が購買+販売を目的とする者を遠方から集めているのは、前述のようにこの市が当地域内ではほとんど唯一の手織物集荷機能を担っているためである。一方、Dobandi の市は、規模や機能に優れてはいるものの、その立地が主要道路から遠く離れているため、参集範囲は比較的近在に限られている。

しかしながら、以上の第2～4図は、個々の市を中心に、そこでのインタビュー対象購買者の参集範囲を図化しているにすぎない。現実の市利用は、各個人が複数の市へ、毎週、あるいは時々参加しており、その空間的パターンは極めて複雑なはずである。こうした状況を比較的明瞭に図化するため次のような操作を行った。まずインタビュー対象者を居住する村 (mauza) 別に分け、対象者が1名のみの村については、その者がその村の居住者を代表するとみなした。インタビュー対象者が複数居住する村については、そのうちからランダムに抽出した1名をもって、その村の居住者の代表とみなした。このようにして各村の代表者の、全ての市への毎週及び時々の参加状態を図化したものが、第5図である。この図は、管区内住民の出市パターンを、要約的に示していると見てよいであろう。

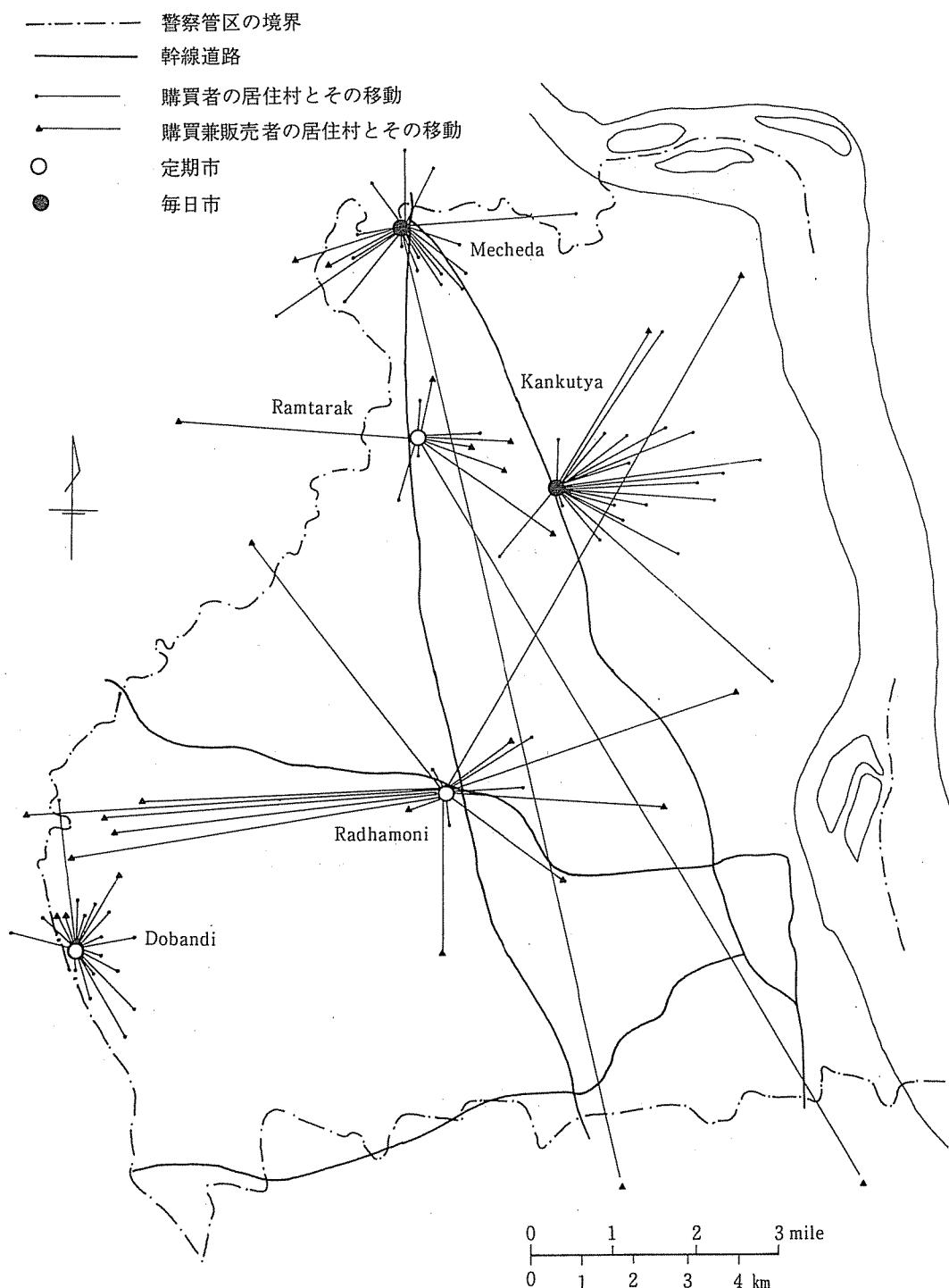
この図から読み取れることを列記すれば、以下のとおりである。①一つの市にのみ参加するのは、市の近在の村の住民である。②市から離れた村の住民は、複数の市に参加する傾向がある。③複数の市へ参加する場合、最寄りの小規模で低次な市と、やや遠方の大規模で高次な市への参加を、組み合わせている場合が多い。④したがって市の側から見ると、近在からのみ参集者を集めている市がある一方、Tamluk, Radhamoni, Kanktya, Ramtarak, Nimtori の市のように、広範囲から参集者を集めている市がある。これらの諸点は、すでにバングラデシュやタミルナードについても、明らかにされたことである。当地域に特徴的な点としては、以下の2点が挙げられよう。⑤当地域では住民の複数の市への参加がとりわけ顕著で、移動パターンが複雑化している。⑥当地域では毎日市が多く存在しているが、毎日市と定期市を比較すると、例えば Kanktya と Radhamoni の場合に典型的に見られるように、前者の近在にはその市のみを利用



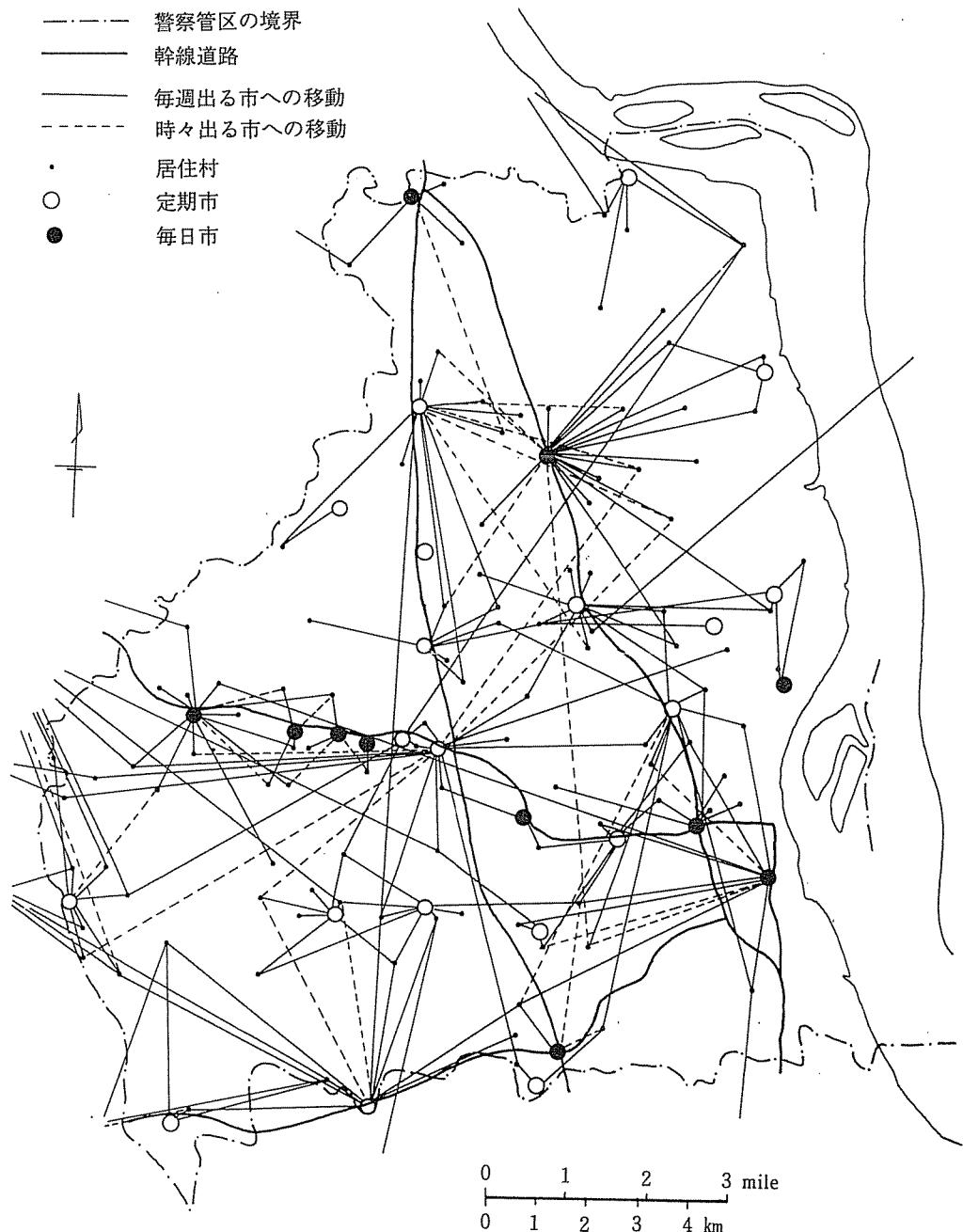
第2図 購買者の収集範囲 小規模不完全機能市の場合



第3図 購買者の参集範囲 小規模一般機能市の場合



第4図 購買者の収集範囲 中及び大規模一般機能市の場合



第5図 居住者の出市パターン

する地域が明瞭に存在するが、後者の近在にはそのような地域が明瞭には存在せず、むしろ複数の市への出市傾向が認められる。

以上本章では、購買者の出市行動を多面的に検討した。その結果、まず、当地域では出市に際して（タミルナードほどではないが）近代的交通手段の利用が見られ、平均移動距離は長くはないが、所要時間の短縮が実現していることが明らかにされた。また、当地域の市購買者は、（バングラデシュやタミルナードにおいてよりも）多くの市に高頻度で参加していることも明らかになった。さらに、彼らのほとんどが、管区内の中心地（ほとんどが市所在地）を最大の購買地として挙げ、しかもそこで購買額の70%以上を依存していることが示された。最後に、市の規模、機能、立地の違いに応じて、購買者なし購買兼販売者の参集圏が、異なることも明らかにされた。

ところで、以上は市購買者全般にあてはまることがあるが、出市行動については、定期市購買者と毎日市購買者の間には明瞭な差異が認められる。まず、定期市購買者は一般に参加市数は多いが、参加市日数は相対的に少なく、毎日市購買者はその逆である。また、定期市購買者は最寄りの定期市の他に、管区内の他の定期市や毎日市、さらには管区外の市を利用する率が相対的に高いが、毎日市購買者の場合は最寄りの毎日市ののみの利用が圧倒的である。さらに、住民の出市パターンの地図化により、毎日市の近在にはその市にのみ出市する地域が明瞭に存在するが、定期市の近在では不明瞭であることも明らかとなった。これらの諸事実より、定期市購買者は、最寄りの定期市のみならず毎日市を含め複数の中心地を利用するのが一般的であり、これに対して、特に毎日市近在に居住する購買者は、最寄りの毎日市の利用のみで満足する傾向があると結論できよう。このことは、前章で見た購買行動における両者の違いとも矛盾しないと言えよう。

5. むすび

本稿では、西ベンガル州タムルク地域における、市購買者の属性、購買行動及び出市行動を、インタビュー調査をもとにして検討した。最後に、本稿で明らかにされた諸点を前稿におけるバングラデシュ及びタミルナードの検討結果と比較し、地域間の差異を生み出している要因について考察したい。

まず、市購買者の属性について見ると、女性の割合がイスラム教国のバングラデシュより高いのは当然として、同じヒンズー卓越地域であるタミルナードに較べ著しく低いのは、南インドに比べ北インドでは、ヒンズー社会においても女性の外出抑制の慣習がなお強いことの現れであると考えられる。また市購買者の平均年令が特にバングラデシュに比べ高いことは、タミルナードの場合と同様、当地域では若い人々にとって市が魅力ある場でなくなりつつあることの反映ではないかと思われる。事実、第3章で触れたように、若い層ほど店舗に依存する傾向が認められた。なお、カースト構成、職業構成、及び土地保有状況から、市購買者が住民一般

に比べ一般に貧しい者、土地なき者の比重がやや高い構成になっているとみなされた。このような状況は、市購買者が母集団たる地域住民全体をほぼ反映していると考えられるバングラデシュの場合と、貧しい者、土地なき者への偏りが明瞭なタミルナードの場合との、中間に位置していると思われる。前稿で述べたように、配給（小売）機構のうち、常設店舗に対する市の相対的重要性は、バングラデシュで最も高く、当地域がそれに次ぎ、タミルナードで最も低いと判断される。中・上層住民の市離れ・常設店舗利用が、この順で進んでいると考えられる。

次に、市購買者の購買行動について見ると、市への購買及び販売依存度は、バングラデシュで最も高く、本地域は中位にあり、タミルナードで最も低いと判断された。市利用者に限っても、市利用の程度がこのような順で現れることは、配給・集荷両面における市の相対的重要性が、やはりこの順で地域差を示しているからであろう。しかしながら、市における商品購買額の絶対値は、3地域の中で本地域が最も高く、かつ購買商品中、食料の占める割合が本地域で最も高かった。このことはおそらく、当地域住民世帯における商品（貨幣）経済への依存度の高さと、食料自給率の低さとを反映しているものと思われる。本地域では、第1章で述べたように、農家の土地保有規模が零細で、ビーテル・リーフの集約的商品生産と手織物家内工業が顕著に展開している。これらに従事する世帯では、本来農家であったとしても、食料はほとんど自給できず、市での購入に依存せざるをえない。第3章で触れたように、耕作農業主体の農家ですら、野菜を市で購入している状態である。なお、市での購買商品の中で、バングラデシュにおけるように織維製品が上位に来ないのは、当地域住民が、バングラデシュよりはるかに発展している常設店舗に、その購入を依存しているためと思われる。また、バングラデシュやタミルナードにおけるように嗜好品（その大部分はビーテル・リーフ）が上位に来ないのは、ビーテル・リーフの入手が村内で可能なためであろう。

最後に、市購買者の出市行動について見ると、本地域における出市移動の際の近代的な交通手段の利用は、バングラデシュより進んでいるが、タミルナードほど顕著ではない。これは3地域における道路網及びバス路線網の発達の程度を反映している。近代的交通手段の利用にもかかわらず平均移動距離がバングラデシュと並んで短いのは、第1章で述べた本地域における市の著しい高密度分布のせいであろう。近代的交通手段利用の影響は、バングラデシュに比べ移動に要する平均時間の短縮となって現れてゐる。しかるに、市購買者の参加市数及び参加市日数は、3地域中、本地域において最も多く、地図化された出市パターンを著しく複雑なものとしている。参加市数が多いのは、市分布密度の高さが市への近づきやすさ（accessibility）を高めているためと思われ、また参加市日数が多いのは、前述のように商品経済化の程度が高い結果であると思われる。

⁽²³⁾ 筆者は前稿で、3地域における市出店者数と常設店舗数の比較検討から、本地域を、市活動、常設店舗活動の両方が活発な地域として特徴づけた。本稿は専ら市購買者の側のデータを検討したものであるが、購買行動全体に占める市利用の相対的重要性では、3地域のうちで中位に

あるにもかかわらず、市での購買額の絶対値では、3地域中最も高いという結果が出た。このことは、前稿での結論が、購買者側のデータからも実証されたものと考える。

(1989. 7. 25)

謝　　辞

本稿は文部省科学研究費海外学術研究「インド亜大陸農村における市とそれをめぐる商人集団の研究」(研究代表者・石原 潤、課題番号 62041039 及び 63043028)による成果の一部である。記して感謝の意を表したい。

[注]

- (1) 石原 潤・溝口 常俊、インド、西ベンガル州タムルク地域における市の分布と特性、名古屋大学文学部研究論集104、1989、及び、H. Ishihara & T. Mizoguchi, Disitribution and Characteristics of Traditional Markets, in H. Ishihara ed. *Markets and Marketing in West Bengal and East Nepal*, Dept. of Geography, Faculty of Letters, Nagoya Univ., 1989.
- (2) インド人の嗜好物であるキンマの葉。
- (3) 100km²当り12.76カ所に当る。なお、後述するバングラデシュのミルジャプール地域では7.88カ所、タミルナードのナーマツカル地域では2.32カ所。
- (4) バングラデシュのタンガイル県ミルジャプール郡。石原 潤「定期市の研究」第10章、名古屋大学出版会、1987、及び、H. Ishihara ed. *Markets and Marketing in Rural Bangladesh*, Chap. 2 & Chap. 4, Dept. of Geography, Faculty of Letters, Nagoya Univ., 1987.
以下、本稿において「バングラデシュ」と記した場合、この研究地域のことと言う。
- (5) インド、タミルナード州セーラム県ナーマッカル郡。石原 潤「定期市の研究」第11章、名古屋大学出版会、1987、及び、H. Ishihara ed. *Markets and Marketing in South India*, Chap. 2, 3 & 4, Dept. of Geography, Faculty of Letters, Nagoya Univ., 1988.
以下、本稿において「タミルナード」と記した場合、この研究地域のことと言う。
- (6) なお、市の売り手に占める女性の割合は16.8%であった。この数値も、タミルナードにおけるそれが23.5%であったのに比べ低い。
- (7) ビーテル・リーフ栽培は、本来農民カーストの仕事ではなく、Barujibi カーストの仕事とされていた。したがって、現在でもビーテル・リーフ栽培者は、一般的の耕作農民とは異なった範疇として意識されている。
- (8) 手織物業織工については、宮町良広、南アジア農村手織業の生産流通構造、経済地理学年報、35-1、1989、及び、Y. Miyamachi, Production and Marketing of Handloom Textile in Tamluk Subdivision, in H. Ishihara ed. *Markets and Marketing in West Bengal and East Napal*. op. cit.
- (9) ビーテル・リーフの栽培については、Y. Usami, Economic Analysis of Beetel Vine Cultivation, in H. Ishihara ed. *Markets and Marketing in West Bengal and East Nepal*. op. cit.
- (10) 前掲 (8)参照。
- (11) タムルク警察管区内では、町 (town) とされるのは、Tamluk (人口2.9万) のみ。ただし隣接する諸管区内には、いくつかの町がある。
- (12) 現地では菓子・スナック、かんづめ・びんづめ、調味料、時には穀物や食料油をも総称して groceries と呼ぶ。
- (13) 常設店舗群の存在状態については、前掲(1)参照。

- (14) 管区内の市日の時間的配分については、前掲(1)参照。
- (15) ここでは市での購買に常設店舗での購買をも加えて、最大の購買地を問うた。
- (16) 管区内には、Burari 等、市は存在しないが常設店舗が集積している若干の恒常的中心地がある。

第19表、及び前掲(1)参照。

- (17) 出店数200未満、業種数15未満の市。前掲(1)参照。
- (18) 出店数は200未満だが、業種数15以上の市。前掲(1)参照。
- (19) 出店数200以上400未満、業種数15以上の市。前掲(1)参照。
- (20) 出店数400以上、業種数15以上の市。前掲(1)参照。
- (21) 前掲(1)。
- (22) 前掲(1)参照。
- (23) 前掲(1)。