

北インド、ウッタルプラデシ州、サンディラ地域における 市購買者の属性と行動

石 原 潤

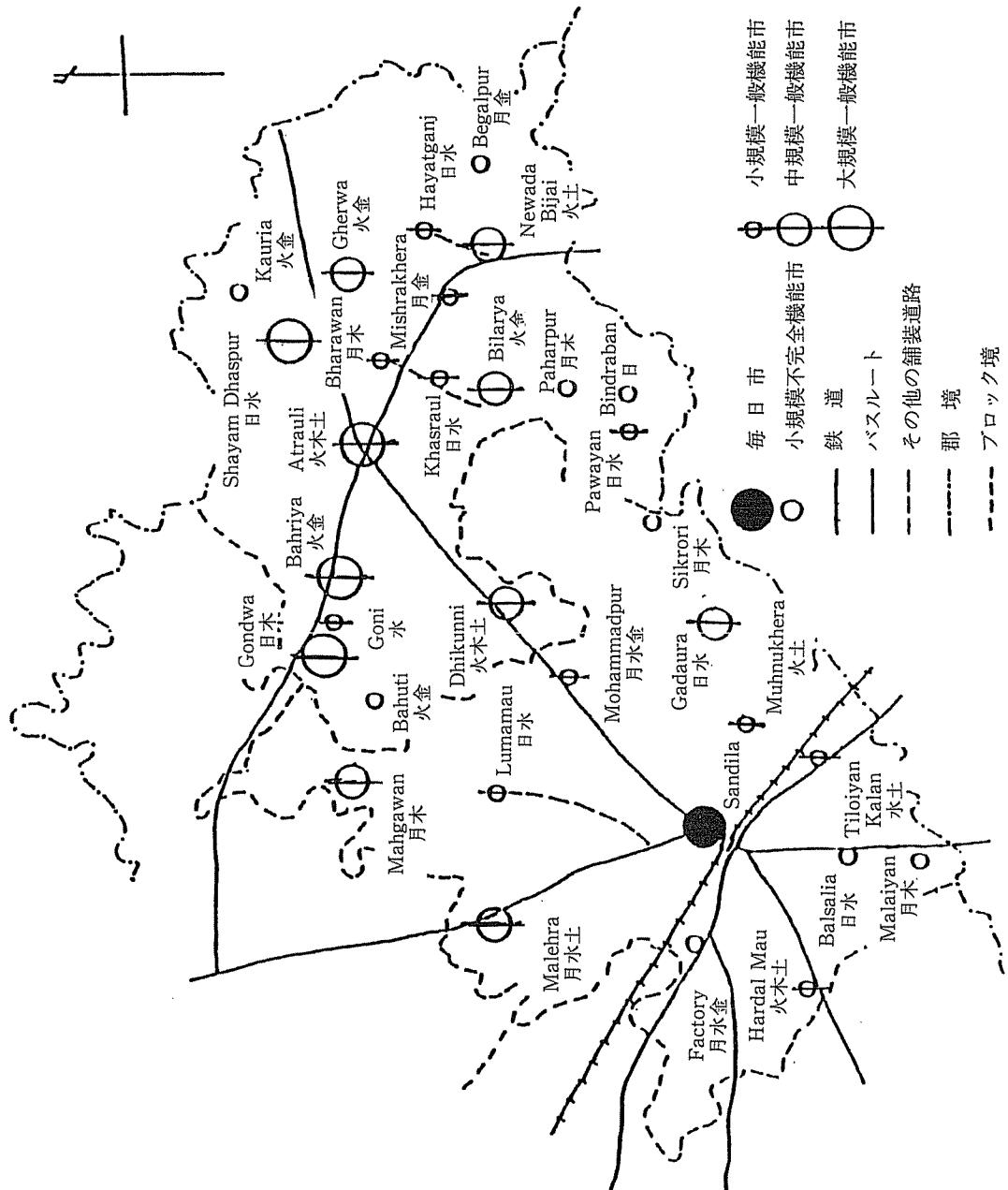
1 はじめに

筆者らは、1989年度科学研究費国際学術研究によって、北インド・ウッタルプラデシ州、ハルトイ県、サンディラ地域において、伝統的市に関する調査を行った。本稿は、その調査結果の内、市購買者の属性と行動に関する部分の報告である。この部分に関わる調査は、1989年11月から90年1月にかけて行われた。

前稿¹⁾で詳述したように、対象地域は、ハルトイ県の南西部サンディラ郡 (*Thasil*) に属するサンディラおよびバラワンの両ブロック (*Vikas Khand*) である。対象地域の人口は24.2万人(1981年)、面積は616km²、人口密度は394人/km²である。地域内の主産業は、伝統的な小農経営による農業である。*kharif* 作の主要作物は米、*rabi* 作の主要作物は小麦で、この他、大麦、とうもろこし、*jowar*、*bajra*、さとうきび、豆類、油脂作物、各種野菜類も栽培されている。なお、地域内の工業化の程度は低い。

対象地域内には、31の定期市と一つの毎日市（サンディラの市）がある（第1図）。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タビュー調査を行った。調査地点は、29ヶ所の定期市で、対象地域の全域に及んでいる。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なかからランダムに選ばれ、その数は184名であった。対象者の中には、市へ行ったが購買を行わなかった者が若干含まれるが、ほとんどの者が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」と呼ぶことにする。

インタビューの内容は、購買者の属性、購買活動、および出市活動に関する約25項目に及ぶ。回答は変数としてコード化し、電算機によって処理を行い、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、平均値等の各種統計量の算出、平均値の有意差の検定、変数間の相関関係の判定等を行った。ただし本稿では紙数の制約のため、クロス表の全ておよび統計量の多くの掲載を省略し、意味のある結果のみを記述することにする。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徴の把握につとめた。



第1図 定期市の分布

(注)定期市の類型区分については卷末注1) の文献参照。

なお、本稿における分析は、筆者らによる以前の調査地域、すなわち、バングラデシュ・ミルジャプール郡²⁾(以下では単にバングラデシュと記す)、タミルナード州ナーマッカル郡³⁾(以下ではタミルナードと記す)、および西ベンガル州タムルク地域⁴⁾(以下では西ベンガルと記す)との比較において行われる。

2 市購買者の属性

インタビューの対象になった市購買者はどのような属性を持った人々であるのか。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。本章ではこれらの点を明らかにしたい。

市購買者の性別では、第1表に示したように、圧倒的に男性が多い。イスラム教国のバングラデシュのように100%男性というわけではないが、西ベンガル(男性92.7%)とはほぼ同じ数字であり、タミルナード(男性44.3%)とは大いに異なっている。北部インドにおける女性の外出抑制の強さの表れと考えられる。

市購買者の年齢別構成を見てみると、第2表に示したように、10代から60歳以上まで全年齢層を含んでいる。しかし、最頻値は40代に現れ、平均値は39.2歳である。これは、西ベンガル(42.9歳)やタミルナード(39.1歳)とほぼ同じであり、バングラデシュ(25.3歳)に比べれば、年齢層の重心がやや高年齢側へ移行していると言えよう。

市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89.1%と大部分を占め、残りがムスリムである。言うまでもなく、この構成はバングラデシュとは大いに異なり、西ベンガルやタミルナードと類似している。なおこの数値は、センサス(1981年)によるハルドイ県の宗教別構成比が、ヒンズー88.8%、ムスリム10.9%であるのとよく似ており、市購買者が母集団をよく代表していることを示唆している。なお、ヒンズーの中のカーストグループ別構成を見ると、農民カーストの割合が低く、職人・サービスカーストやブラーマ

第1表 市購買者の性別構成

性	実数	%
男	167	92.3
女	14	7.7
計	181	100.0
不明	3	—

第2表 市購買者の年齢別構成

年齢階層(歳)	実数	%
0-19	19	10.6
20-29	30	16.8
30-39	36	20.1
40-49	39	21.8
50-59	34	19.0
60-	21	11.7
合計	179	100.0
不明	5	—
平均値	39.2歳	

ンの割合が高い。これは、この地域の住民構成の特徴であり、職人・サービスカーストやブランマンであっても、現実の職業は後述するように大部分が農民である。また、指定カースト(scheduled caste) の構成比23.6%は、センサス(1981年)による対象地域の同カーストの構成比27.5%に近い値を示している。

市購買者本人および世帯主の職業別構成比を示したのが、第4表である。まず市購買者本人の構成比を見ると、農民の割合が著しく高く、農業労働者の割合はあまり高くない。工場労働者、職人・サービス業就業者、商人、ホワイトカラー・専門職就業者は、合わせても12.1%を占めるにすぎない。無職と答えた者は、3.8%のみで引退者・学生・主婦から成っている。農民に農業労働者を加えた農業的人口の比率は、81.3%で、バングラデシュ(67.0%)、タミルナード(55.2%)、西ベンガル(43.5%)のいずれよりも高い。一方、世帯主の職業別構成比では、農民、農業労働者および工業労働者の割合がやや高まり、その他の割合がやや低くなっている。当然のことながら、無職の者はごく僅かである。これらの数字を、第5表に示した1981年センサスによる地域住民の職業別構成比と比較してみると、分類方法がやや異なるが、両者共に、

なかでも世帯主のそれが、地域住民一般の職業別構成比に類似していることがわかる。従って、調査対象者ないしその世帯は、母集団をよく代表しているものと判断される。なお、所属コミュニティ別に職業構成を見ると、ブランマンは本人の88.5%，世帯主の88.9%が農民であり、農民カーストは本人の85.4%，世帯主の90.9%が農民である。また、職人・サービスカーストでも、本人の74.7%，世帯

第3表 市購買者のコミュニティ別構成

コミュニティ	実数	%
ヒンズー	147	89.1
ブランマン	27	16.4
農民カースト	21	12.7
職人・サービスカースト	60	36.4
指定カースト	39	23.6
ムスリム	18	10.9
計	165	100.0
不明	19	—

第4表 市購買者本人及び世帯主の職業別構成

職業	本人		世帯主	
	実数	%	実数	%
無職	7	3.8	1	0.9
農民	134	73.6	88	80.7
農業労働者	14	7.7	10	9.2
工業労働者	7	3.8	5	4.6
職人・サービス業就業者	10	5.5	2	1.8
商人	7	3.8	2	1.8
ホワイトカラー・専門職	3	1.6	1	0.9
計	182	100.0	109	100.0
不明	2	—	75	—

第5表 1981年センサスによる対象地域住民の職業別構成

ブロック	農民	農業労働者	家内工業従事者	その他	計
サンディラ	28,774 (82.9)	2,451 (7.1)	598 (1.7)	2,895 (8.3)	34,718 (100.0)
バラワン	28,631 (86.2)	2,761 (8.3)	426 (1.3)	1,382 (4.2)	33,200 (100.0)
計	57,405 (84.5)	5,212 (7.7)	1,024 (1.5)	4,277 (6.3)	67,918 (100.0)

注) () 内は構成比 (%)。

第6表 市購買者の土地所有状況

所有面積 (パッカビガ)	実数	%
— 0.09	29	16.6
0.1 (0.025ha) — 0.99	15	8.6
1.0 (0.25ha) — 1.99	18	10.3
2.0 (0.5ha) — 4.99	57	32.6
5.0 (1.25ha) — 9.99	32	18.3
10.0 (2.5ha) — 19.99	18	10.3
20.0 (5 ha) —	6	3.4
計	175	100.0
不明	9	—
平均値	4.9パッカビガ	

第7表 ウッタルプラデシ州農村部における土地所有状況

所有面積 (ha)	構成比 (%)
0 — 0.01	17.4
0.02—0.20	21.4
0.21—0.50	10.9
0.51—1.00	13.2
1.01—2.02	19.4
2.03—5.05	22.8
5.06—	7.8
平均値	1.08ha

注) National Sample Survey (1982)
による。

主の72.0%が農民であり、職人・サービス職には、本人の13.3%，世帯主の2.8%が従事しているに過ぎない。指定カーストでも、本人の74.4%，世帯主の72.0%が農民で、それぞれ15.4%と24.0%が農業労働者である。ただし、ムスリムだけは本人の47.1%，世帯主の72.7%が農民であるにすぎず、本人の場合、農業労働者が17.7%，商人が12.7%を占めている。

最後に市購買者所属世帯の土地所有状況を示したのが、第6表である。平均で4.9パッカビガ (pacca bigha⁵⁾ (約1.2ha) であるが、さまざまな土地所有規模階層から構成されている。2—5パッカビガ層が最も多いが、土地を全く持たないか、あっても宅地のみに限られる0.1パッカビガ (約75坪にあたる) 未満層もかなりおり、他方では20パッカビガ (約5 ha) 以上の地主層も一定数存在する。すなわち、この地域の定期市には、住民のさまざまな階層が出市しているのである。サンディラ郡ないしハルドイ県の階層別土地所有状況を示すデータは得られないが、ウッタルプラデシ州農村部全体についてのサンプル調査⁶⁾によれば、1世帯平均の土地所有は1.03haであり、その階層別構成は第7表のごとくである。第6表と比べると州全体のデータの方がやや両極への分化が顕著であるが、大局的には類似した構成を示していると言える。したがって、市購買者は地域住民一般を代表している可能性が高く、言い替えれば、当地域の市に

は、貧しい者のみが出市するのではなくて、住民の各階層が出市していると言えよう。なお、所属コミュニティ別の土地所有規模を見ると、農民カースト（平均10.6パッカビガ：以下の数字も同じ）およびブーラーマン（9.7）で大きく、職人・サービスカースト（3.5）、指定カースト（2.7）、ならびにムスリム（2.4）で小さい。また、市購買者本人の職業別で見ると、ホワイトカラー・専門職（8.8）および農民（5.9）で大きく、他は零細である。

以上、当地域の市購買者は、各年齢階層に及んでおり、コミュニティ構成、職業構成、さらに土地所有規模構成においても、地域住民一般のそれに類似している。したがって、市購買者は母集団たる地域住民一般をよく代表していると考えられ、当地域においては、住民の全階層が市に出市するものとみなすことができる。このような状況はバングラデシュと類似しており、出市者が住民のうち土地なき者や貧しい者にやや偏っていた西ベンガルやタミルナードとは異なっている。ただし、バングラデシュとの相違は、女性の出市が若干でも見られることと、出市者の平均年齢がある程度高い点にある。

3 市購買者の購買行動

市購買者は、他の流通施設に比して、市にどの程度依存しているのか。市へはどのような目的で参加するのか。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。

まず、インタビュー対象者が、日常利用している小売施設の内容を問うた結果が、第8表である。対象が市購買者であるので、市の利用率が100%であるのは当然として、村の常設店舗、町の常設店舗、行商、大市(fair: mela)の利用者も過半数を越えている。このうち、村の常設店舗利用者と行商利用者は、その属性が似た傾向を示しており、性別では女性（それぞれ、

第8表 市購買者による各種小売施設の利用

小売施設	利用する	利用しない	計	不明
市	183 (100.0)	0 (0.0)	183 (100.0)	1
村の常設店舗	130 (71.0)	53 (29.0)	183 (100.0)	1
町の常設店舗	103 (56.3)	80 (43.7)	183 (100.0)	1
行 商	118 (64.5)	65 (35.5)	183 (100.0)	1
大 市	110 (60.1)	73 (39.9)	183 (100.0)	1

注) () 内は構成比 (%).

85.7%, 71.4%) の、また職業別では農民（それぞれ73.7%, 69.9%）の利用率が高く、農村部居住者でかつ村から外へ出る機会の少ない層によって、よりしばしば利用されていると考えられる。一方、町の常設店舗利用者と大市利用者は、似た傾向を示しており、年齢別で若年層（10代で、それぞれ83.3%, 77.8%）の、また土地所有別では大規模所有層（20パックカビガ以上層で、それぞれ83.3%, 83.3%）の利用率が高い。村から外へ出る機会が多く、かつ高次財や贅沢品を購入する可能性の高い層によって、よりしばしば利用されるものと思われる。なお、町の常設店舗利用率には地域差もあり、サンディラの町近くや、サンディラへ直接通じる幹線道路沿いでのインタビュー対象者の場合は、利用率が高く、町から遠方で、かつ幹線道路から入った地域での対象者の場合は、利用率が低い（図表省略）。

以上のように、各種小売施設の利用には属性や居住地による差異が認められるのであるが、次に、それらの内、日常、最大の購買先としているものがどれかと問うたところ、第9表に示したように、90%強の回答者が、市を最大の購買先として挙げ、村の常設店舗を挙げた者はごく少数で、町の常設店舗を挙げた者も多くはなかった（なお、大市または行商を挙げた者は皆無であった）。こうした状況は、バングラデシュ（市を最大の購買先とするもの94.0%）や西ベンガル（同92.7%）と類似しており、タミルナード（同59.0%）とは大いに異なっている。当地域において、市が極めて重要な購買の場であることが理解されよう。

そこで、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、市に参加した目的を問うた結果が第10表である。購買のみを目的とした者が83.3%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目的にやって来た者が15.3%含まれている（その他の目的による者はごく少数であった）。この、購買兼販売者の割合は、タミルナードでは約8%に過ぎなかったのに比べて、高い値を示しているが、バングラデシュで30.3%，西ベンガルで24.4%であったのに比べれば、かなり低い値である。なお、購買兼販売者28名中、27名は男性であり、職業別では、23人が農民、2人が商人、その他が3人

第9表 市購買者の最大の購買先

最大の購買先	実数	%
市	166	90.7
村の常設店舗	2	1.1
町の常設店舗	15	8.2
計	183	100.0
不 明	1	—

第10表 出市目的

出市目的	実数	%	うち男	%	うち女	%
購買のみ	152	83.1	138	82.7	11	84.6
購買+販売	28	15.3	27	16.2	1	7.7
購買+他の目的	1	0.5	1	0.6	0	0.0
他の目的のみ	2	1.1	1	0.6	1	7.7
計	183	100.0	167	100.0	13	100.0
不 明	1	—	0	—	1	—

であった。彼らの販売品は、穀物 (millet, 小麦, 米), 落花生, 野菜, タバコ, ベテル・リーフなどの農産物が主で(以上, 農民による), 布, ビニール靴, 化粧品等の工業製品が一部を占めていた(非農民による)。売ろうとして売れなかつた者3名をも含めて, 購買兼販売者の当日の売上高の平均は19.5ルピーであり, 後述する購買者全員の平均購買額よりも大きい。市が住民にとって, 単に購買の場としてのみならず, 生産物の販売の場としても, 一定の役割を果していると言えよう。

インタビュー当日の購買内容については, 購買額および購買商品の種類と価格を問うた。その結果, まず各人の購買額は第11表に示したとおりである。最小0から最大219.5ルピーにのぼるが, 最頻値は5.0—9.9ルピーの階層にあり, 平均値は11.9ルピー (調査当時の換算率によれ

第11表 市購買者の購買額		
購買額(ルピー)	実数	%
0	4	2.2
0.1—1.9	20	10.9
2.0—4.9	52	28.3
5.0—9.9	55	29.9
10.0—19.9	25	13.6
20.0—49.9	22	12.0
50.0—	6	3.3
計	184	100.0
平均値	11.9ルピー	

ば, 107円に相当)であった。この平均値は西ベンガルの52.2ルピー (同679円) およびバングラデシュの46.0タカ (同332円) よりかなり低く, タミルナードの11.3ルピー (同193円) に準ずる値である。購買者の属性別に購買額を見てみると, 性, 年齢, コミュニティ, 土地所有規模による差異は小さい。ただ, 職業別に見ると, 商人の平均購買額が異常に大きく(77.6ルピー), これは, 彼らが市で買付けて他の場所で再販売するという行動をとっているためと思われる。また, 購買者の他の

第12表 商品別購買者数・購買率・購買額・購買者1人当たり購買額

商 品	購買者数	購買率 (%)	購買額 (ルピー)	同構成比 (%)	1人当たり購買額(ルピー)	
					全購買者	当該商品購買者
野菜	160	87.0	567.8	25.97	3.09	3.55
果物	12	6.5	20.3	0.93	0.11	1.69
穀物	22	12.0	401.1	18.35	2.18	18.23
香辛料	41	22.3	86.4	3.95	0.47	2.11
砂糖	36	19.6	180.8	8.27	0.98	5.02
肉	3	1.6	66.5	3.04	0.36	22.17
加工食料品	12	6.5	197.3	9.03	1.07	16.44
マスタードオイル	9	4.9	57.0	2.61	0.31	6.33
嗜好品	29	15.8	39.3	1.80	0.21	1.36
衣類	11	6.0	367.0	16.79	1.99	33.36
燃料・灯油	12	6.5	57.3	2.62	0.31	4.78
その他の商品	12	6.5	135.2	6.18	0.73	11.27
サービス	5	2.7	10.0	0.46	0.05	2.00
計	—	—	2186.0	100.00	11.88	—

購買行動特性とクロスさせて見ると、村の常設店舗利用者（10.9ルピー、以下同じ）よりも非利用者（14.6）、町の常設店舗利用者（11.3）よりも非利用者（12.7）、行商利用者（10.9）よりも非利用者（13.8）において、いずれも平均購買額が大きい。また、最大の購買先を村の常設店舗とした者（6.0）や、町の常設店舗とした者（5.7）よりも、市とした者（12.6）において平均購買額が大きい。したがって、市と村および町の常設店舗や行商との間には、購買先としての代替関係が、ある程度存在することが推測される。なお、平均購買額をインタビューの行われた市別に見ると（図表省略）、一般に Bahriya, Atrauli, Gondwa, ShayamDhaspur など、規模が大きく高次な機能を持った市において、それが大きい傾向が認められる。

次に、購買商品の種類別に、購買者の数、全購買者数に対するその比率（購買率）、購買額、全購買者1人当たり購買額、および当該商品購買者1人当たり購買額を示したのが、第12表である。購買者数、従って購買率が上位にあるのは、①野菜（購買率87.0%）、②香辛料（22.3%）、③砂糖（19.6%）、④嗜好品（タバコ、ベテルリーフなど：15.8%）、⑤穀物（12.0%）等であり、以下、⑥果物、加工食料品、燃料・灯油、その他の商品（各6.5%）、⑩衣類（6.0%）、⑪マスタードオイル（4.9%）、⑫サービス（2.7%）、⑬肉（1.6%）と続く。いずれも地域住民の日常消費物であり、特に食料品の割合が高い。このような構成は（商品の分類基準が地域によりやや異なるものの）、バングラデシュにおいて上位が、①野菜、②調味料（香辛料・砂糖など）、③菓子・スナック、④穀物・豆類、⑤嗜好品であり、西ベンガルにおいては上位が、①野菜、②米、③食料雑貨、④魚、⑤香辛料、⑥マスタードオイルであり、また、タミルナードにおける上位が、①野菜、②調味料、③嗜好品、④菓子・スナック、⑤果物、⑥穀物であったのと、類似している。

一方、購買額において（従って、全購買者1人当たり購買額においても）上位に位置するのは、①野菜（26.0%）、②穀物（18.4%）、③衣類（16.8%）、④加工食料品（9.0%）、⑤砂糖（8.3%）、⑥その他の商品（6.2%）であり、以下、⑦香辛料（4.0%）、⑧肉（3.0%）、⑨燃料・灯油（2.6%）、⑩マスタードオイル（2.6%）、⑪嗜好品（1.8%）、⑫果物（0.9%）、⑬サービス（0.5%）の順である。購買単価の違いがあり、この順位は、上述の購買率の順位とはかなり異なっており、穀物や衣類が上位を占め、逆に香辛料、嗜好品、果物は順位を下げている。この数字の方が、当地域の家計による市を通じての支出の構成を、直接反映していると見ることができよう。ところで、購買額の順位は、バングラデシュでは、①穀物・豆類、②繊維製品、③調味料、④野菜、⑤魚であり、西ベンガルでは、①食料雑貨、②米、③野菜、④魚、⑤マスタードオイル、またタミルナードにおいては、①野菜、②穀物・豆類、③調味料、④嗜好品、⑤雑貨・金物であった。いずれもかなり類似しているが、自然環境の違いを反映して、バングラデシュや西ベンガルでは上位にあった魚の購買は、ここでは重要ではなく、代わってタミルナードにおけるように、肉類の購買が一定の比重を占めている。また、衣類（繊維製品）の購買が、西ベンガルやタミルナードでは、（おそらく市以外の流通チャネルを通じて行われるた

め) 重要性を持たないが、バングラデシュと同様に、ここでは重要な購買品の位置を占めている。さらに、「その他の商品」(化粧品・装身具・金物・文房具など)が上位に来ている点も注目される。西ベンガルおよびタミルナードでは食料品への偏りが認められたが、当地域では、むしろ日常必需品全般の購買が行われているように見える。なお、購買者の属性との関連で全購買者の1人当たり購買額を見ると、野菜は、各職業、各土地所有規模階層の購買者に、比較的均等に購買されているのに対し、穀物は、商人(平均35.6ルピー)や農業労働者(同3.2)によって購買される額が大きく、農民(同0.6)によって購買される額は小さい等の、特徴が読みとれる。

最後に、第12表中、当該商品購買者1人当たり購買額は、購買行動1回当たりの当該商品への支出額に相当し、それが上位に来る商品は、住民にとってのいわば高額商品であると言えよう。当地域で上位に来るのは、①衣類(33.6ルピー)、②肉(22.2)、③穀物(18.2)、④加工食料品(16.4)、⑤その他の商品(11.3)である。バングラデシュにおいては、①家禽、②繊維製品、③穀物・豆類、④農用品、⑤薬が、西ベンガルにおいては、①食料雑貨、②(手織物原料の)糸、③薬、④農用資材、⑤米が、また、タミルナードにおいては、①穀物・豆類、②雑貨・金物、③衣類、④食用油、⑤果物が、上位に位置していた。このように高額商品として現れるものには、生産構造や消費構造の違いから若干の地域差が認められるが、地域間でかなりの共通性も認められる。

以上本章では、市購買者が、他の小売施設に比して市にどの程度依存しているか、また、市参加の目的が何で、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、村や町の常設店舗、行商、および大市を、それぞれかなりの程度に利用しているが、ほとんどの者が市を最大の購買先としており、この点ではバングラデシュや西ベンガルと類似しており、タミルナードとは異なっていることが明らかになった。次ぎに、出市の目的が購買兼販売である者が含まれており、市が生産物の販売の場としての役割をはたしていることが確認されたが、購買兼販売者の割合は、タミルナードよりは高いが、バングラデシュや西ベンガルよりは低い。このことの持つ意味については第5章で論じたい。また、当地域の市で購買率の高い商品は各種の食料品であるが、購買額においては衣料品やその他の商品も上位に位置する。したがって、当地域の市購買者は、日用必需品全般を市で購買していると見なされ、この点ではバングラデシュと類似しており、市での購買品が食料品に偏っている西ベンガルやタミルナードとは異なっていることが明らかとなった。しかし市での購買額そのものは、西ベンガルやバングラデシュよりは相当低く、タミルナードに準ずるレベルである。市の相対的重要性が高いにもかかわらず、市での購買額がこのように低いのは、どのように説明されるであろうか。この点についても、第5章で論じたい。

4 市購買者の出市行動

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。

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、および移動に要した時間を聞いてみた。

まず移動手段については、第13表に示したように徒歩による者が約8割、自転車による者が約2割である。バスは普通、購買者によっては利用されていない。バングラデシュ（徒歩99.0%、自転車1.0%）とは、徒歩と自転車のみによると言う点で似ているが、当地域のほうが自転車の割合がずっと高い。西ベンガル（徒歩87.2%、自転車7.6%、バス4.4%）と比べれば、当地域はバス利用を欠くものの、やはり自転車利用の割合は高い。しかしタミルナード（徒歩65.5%、自転車20.7%、バス13.8%）に比べると、自転車の割合がほぼ等しいが、バス利用を欠く分、近代化が遅れていると言えよう。移動手段を市購買者の属性別に見ると、自転車利用者は全て男性であり、低年齢層ほどその利用率が高く、職業別では、ホワイトカラー（66.7%）や、商人（42.9%）においてその利用率が高い。また移動手段を購買者の行動特性とクロスし

第13表 市購買者の市への移動手段

移動手段	実数	%	うち男	%	うち女	%
徒歩	145	79.7	130	78.3	13	100.0
自転車	37	20.3	36	21.7	0	0.0
計	182	100.0	166	100.0	13	100.0
不明	2	—	1	—	1	—

第14表 市購買者の市までの移動距離

移動距離(km)	実数	%	累積%
0-0.99	42	24.1	24.1
1.0-1.99	54	31.0	55.2
2.0-4.99	68	39.1	94.3
5.0-9.99	7	4.0	98.3
10.0-	3	1.7	100.0
計	174	100.0	—
不明	10	—	—
平均値	2.22km		

てみると、自転車利用率は、購買のみの者（17.8%）より、購買兼販売者（35.7%）の方が高く、市での購買額は、自転車利用者（平均14.9ルピー）の方が、徒歩の者（11.1ルピー）よりも大きい。類似の傾向は、西ベンガルにおいても観察されたところである。

居住地から市までの移動距離については、第14表のような結果を得た。2.0—4.99kmの者が最も多く、1.0—1.99kmの者、0—0.99kmの者がそれに次ぎ、4.99kmまでで94.3%を占める。大部分が市の近隣の住民であると言える。移動距離の平均は2.22kmで、バングラデシュ、西ベンガル（共に平均2.35km）とほぼ等しい（タミルナードについてデータを欠く）。しかし、移動距離の最大値は、当地域では14kmで、自転車の普及していないバングラデシュの8kmより大きく、バス利用の見られる西ベンガルの64kmよりはるかに小さい。移動距離を市購買者の属性別に見ると、男性（2.12km）より女性（3.03km）の方が平均移動距離が長いが、この理由は定かでない。年齢別では、10代と60代以上で移動距離が短い（1.0—1.99kmに最頻値がある）のは、肯綮けよう。職業別では、工場労働者（平均1.06km）と職人・サービス業就業者（1.56km）で短い他は、大差がない。一方、移動距離と市購買者の行動特性をクロスさせると、出市目的が購買のみの者（2.16km）よりも、購買兼販売者（2.34km）の方が、平均移動距離が若干長い。また、移動手段が徒歩の者（2.05km）よりも、自転車の者（2.96km）の方が、平均移動距離が長い。これらの点は、西ベンガルにおいても同じ傾向が認められた。ただし、西ベンガルでは、ドミナントな移動手段が距離圏別に変化したが、当地域では、第15表に示したように、外側の距離圏ほど自転車利用の割合が高くなるが、いずれの距離圏においても、徒歩による者がドミナントである。なお、各市別に平均移動距離を算出すると（図表省略）、幹線道路沿いの比較的大きな市ではその値が大きいが、一般に内陸部の市はその値が小さく、中には1kmを割る市すら存在する。

市までの所用時間については、第16表に示したとおりで、最小で0分、最大で90分、平均は25.6分で、60分以内が87.5%を占める。この平均値はバングラデシュの平均値37.2分よりかなり小さく、西ベンガルおよびタミルナードの平均値、それぞれ25.1分及び26.1分にはほぼ等しい。バングラデシュのみで所用時間が大なのは、ほとんど専ら徒歩交通に依存しているためである。

第15表 市購買者の距離圏別移動手段

距離圏(km)	徒歩(%)	自転車(%)
0—0.99	92.7	7.3
1.0—1.99	83.0	17.0
2.0—4.99	70.6	29.4
5.0—9.99	57.1	42.9
10.0—	66.7	33.3
計	79.1	20.9

第16表 市購買者の市までの所用時間

所用時間(分)	実数	%	累積%
0—14	53	28.8	28.8
15—29	54	29.3	58.2
30—59	54	29.8	87.5
60—89	19	10.3	97.8
90—	4	2.2	100.0
計	184	100.0	—
平均値	25.6分		

所用時間を市購買者の属性とクロスさせると、性別では男性（24.5分）より女性（36.8分）で平均所用時間が長い。これは女性の方が平均移動距離が長い上に、自転車利用者がいないためである。年齢との関係を見ると、所用時間と年齢の間には1%レベルで有意な正の相関がある（ $r=0.1948$ ）。これは、高年齢層ほど自転車利用率が低く、所用時間が長くなるためと考えられる。職業別では、やはり工場労働者（平均12.9分）や職人・サービス業就業者（13.5分）などで、平均所用時間が短い。一方、所用時間を市購買者の行動特性とクロスさせると、出市目的別では、購買のみの者（平均24.7分）より、購買兼販売者（27.1分）の方が、より時間をかけて市にやって来ている。また、自転車利用者（16.6分）よりも、徒歩の者（28.1分）の方が、平均所用時間が長い。なお、当然のことながら、移動距離と所用時間の間には1%レベルで有意な相関関係がある（ $r=0.4970$ ）。各市別の平均所用時間を見ると（図表省略）、平均移動距離の場合に見られたような、幹線道路沿いの市と内陸部の市との違いは明瞭に現れない。これは、幹線道路沿いの市では移動距離が長いが、自転車利用率が高く、相殺されて所用時間があまり長く表れず、一方、内陸部の市では道路未整備のため自転車利用率が低く、移動距離が短くても所用時間がかかるためと思われる。

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、毎週または時々参加する市数および市日数、ならびに曜日別の出市状態を明らかにしようとした。

第17表および第18表は、そのうち1週間の参加市数および市日数を示したものである。まず、第17表によって市購買者が毎週参加する市の数を見ると、最頻値は1ヶ所、最大値は4ヶ所で、平均値は1.43ヶ所である。この値は、バングラデシュ（1.09ヶ所）よりは大きく、タミルナード（1.38ヶ所）に類似し、西ベンガル（1.85ヶ所）よりは小さい。

本地域の市のほとんどは、州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、上記の市の数を上回る。第18表に示したように、最頻値は2日、最大値は7日、平均値は2.71日である。この値は、バングラデシュ（1.39日）やタミルナード（1.40日）よりはかなり大きく、

第17表 市購買者が参加する市の数

市数 (ヶ所)	毎週参加する市		時々参加する市		参加する市の合計	
	実数	%	実数	%	実数	%
0	16	8.7	118	64.5	1	0.5
1	90	49.2	38	20.8	64	35.0
2	61	33.3	24	13.1	72	39.3
3	14	7.7	3	1.6	35	19.1
4	2	1.1	0	0.0	11	6.0
計	183	100.0	183	100.0	183	100.0
不明	1	—	1	—	1	—
平均値	1.43ヶ所		0.53ヶ所		1.95ヶ所	

西ベンガル（4.17日、定期市購買者のみなら3.62日）よりはかなり小さい。

市購買者は、上記のような毎週参加する市の他に、時々参加する市を持っていることがある。第17表に示しておいたように、時々参加する市数は、最頻値が0ヶ所、最大値が3ヶ所、平均値は0.52ヶ所である。この値は、タミルナード（0.19ヶ所）よりは大きく、西ベンガル（0.46ヶ所）に類似し、バングラデシュ（1.39ヶ所）よりは小さい。

同様に、時々参加する市日の数は、第18表に示したように、最頻値は0日、最大値は5日、平均値は0.93日である。この値は、タミルナード（0.19日）および西ベンガル（0.59日、定期市購買者のみだと0.64日）よりは大きく、バングラデシュ（1.63日）よりは小さい。

毎週参加する市の数に、時々参加する市の数を加えた、合計参加市数も第17表に示しておいた。それによれば、最頻値は2ヶ所、最大値は4ヶ所で、平均値は1.95ヶ所である。この地域の住民は、毎週出る市に時々出る市を加えて、ほぼ2ヶ所の市に出るのが標準であると言えよう。この値は、バングラデシュの2.38ヶ所、西ベンガルの2.31ヶ所に次ぎ、タミルナードの1.57ヶ所よりはかなり大きい。なお、合計参加市数を市購買者の属性別に見ると、性別では男性（1.99ヶ所）の方が女性（1.43ヶ所）よりも平均値が高い。職業別では、商人（3.14ヶ所）の平均値が高く、工場労働者（1.00ヶ所）で低く、他の職業では大差がない。これらは、いずれも肯綮けるところである。また、市購買者の行動特性とクロスさせてみると、最大の購買先を町の常設店舗とした者の合計参加市数は、やはりやや少ない（1.80ヶ所）。一方、大市の利用者（2.08ヶ所）は、非利用者（1.76ヶ所）に比べて合計参加市数が多い。大市利用者は同時に定期市にもよく参加するようである。

同様に、第18表には、毎週参加する市日に時々参加する市日を加えた、合計参加市日数をも示してある。それによれば、最頻値は4日、最大値は7日、平均値は3.64日である。すなわち

第18表 市購買者が参加する市日の数

市日数 (日)	毎週参加する市日		時々参加する市日		参加する市日の合計	
	実数	%	実数	%	実数	%
0	16	8.7	118	64.5	1	0.5
1	1	0.5	9	4.9	0	0.0
2	85	46.4	30	16.4	54	29.5
3	23	12.6	4	2.2	20	10.9
4	43	23.5	21	11.5	69	37.7
5	7	3.8	1	0.5	13	7.1
6	7	3.8	0	0.0	25	13.7
7	1	0.5	0	0.0	1	0.5
計	183	100.0	183	100.0	183	100.0
不明	1	—	1	—	1	—
平均値	2.71日		0.93日		3.64日	

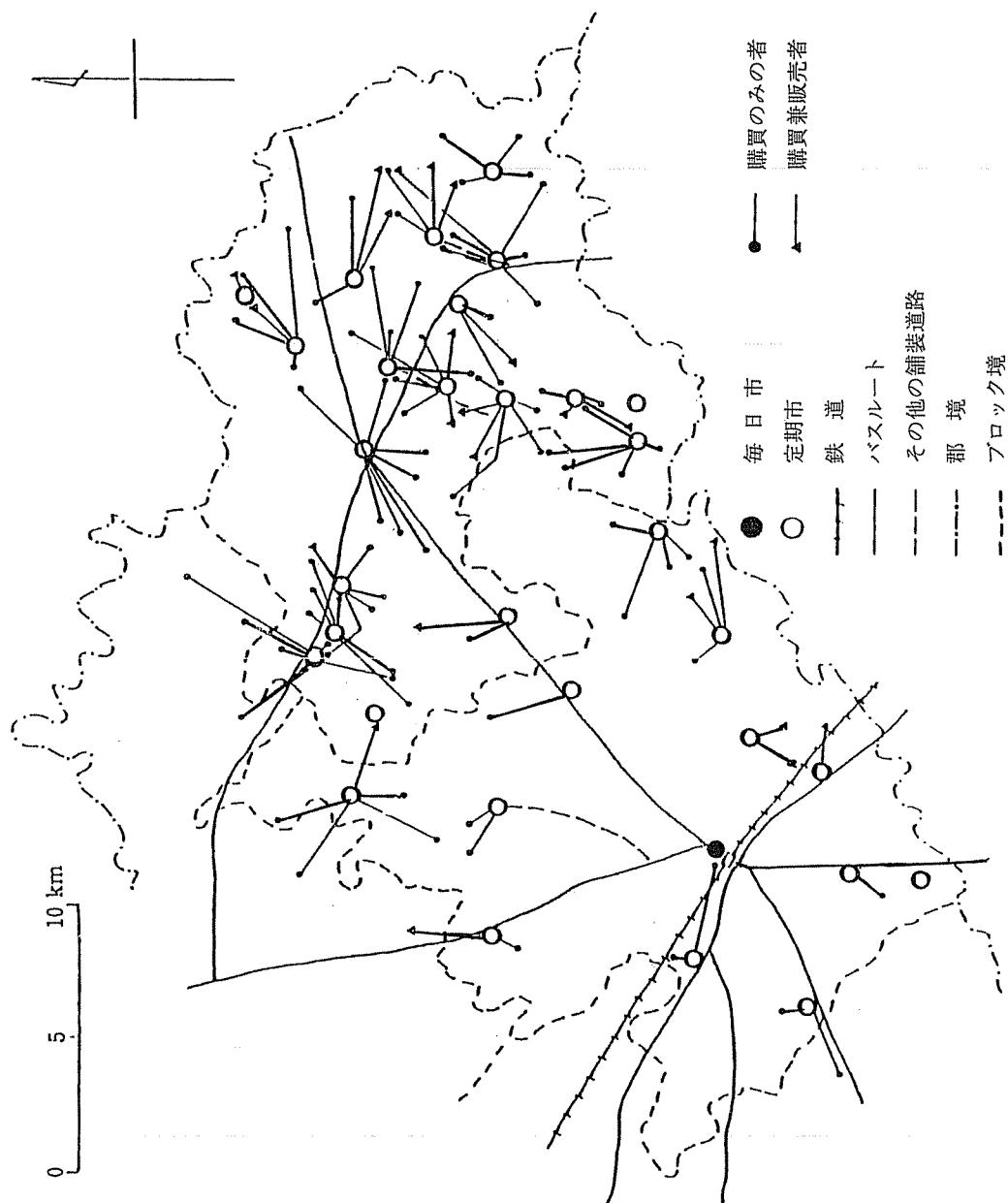
第19表 市購買者の曜日別の出市行動

	月	火	水	木	金	土	日	計
毎週参加する市(人)	58	89	91	49	74	50	82	493
時々参加する市(人)	23	33	25	18	19	26	26	170
合 計 (人)	81	122	116	67	93	76	108	663
地域内の市日数(日)	9	11	12	8	9	6	11	66

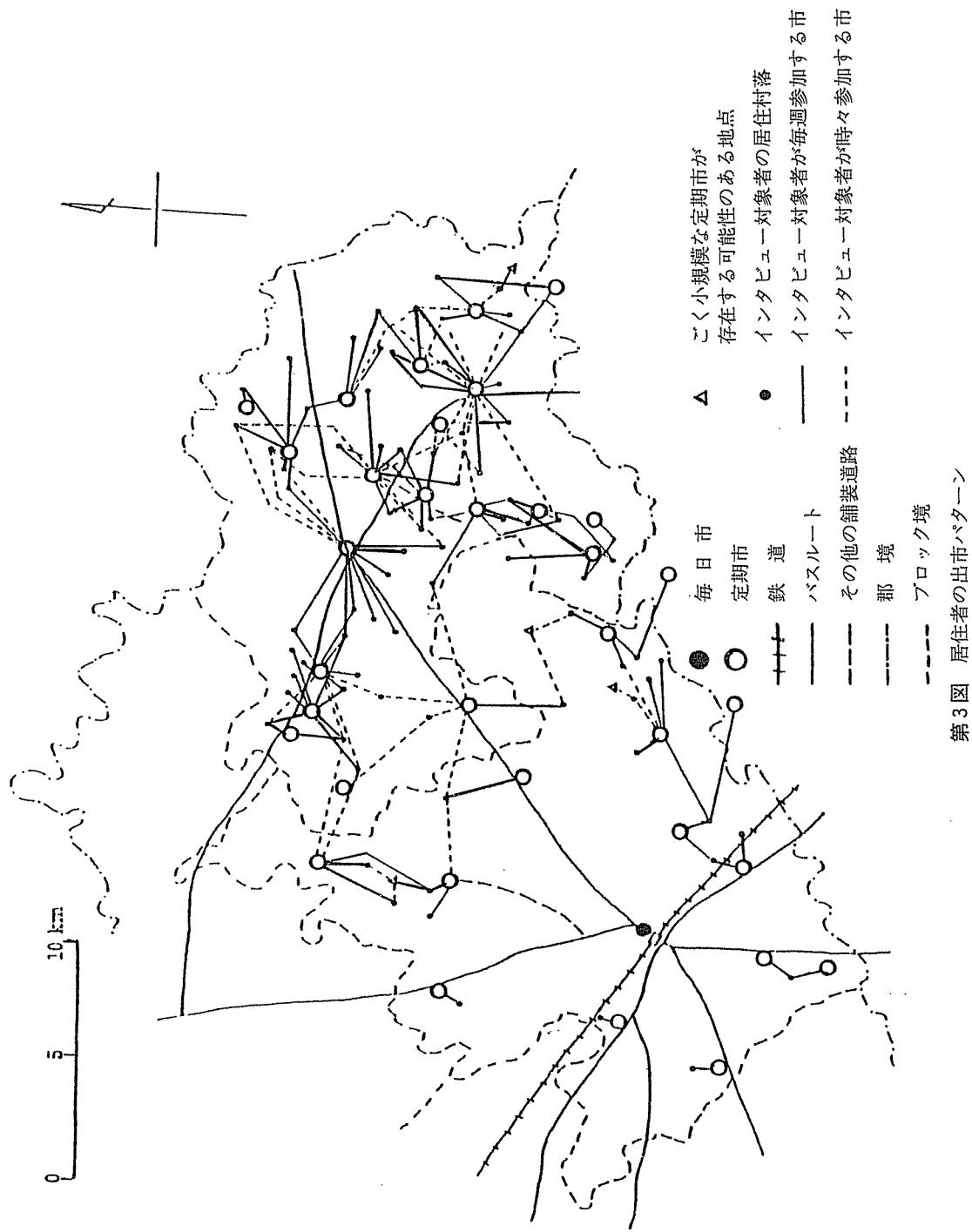
この地域の住民は、週に4日近くを市で過ごすことがあることを示している。この値は、西ベンガル(5.13日、定期市参加者のみだと4.26日)に次ぎ、バングラデシュ(3.03日)やタミルナード(1.62日)よりも大きい。この地域の住民の市参加頻度は相当に高いと見ることができよう。なお、合計参加市日数を購買者の属性別に見ると、性別では男性(3.69日)の方が、女性(2.93日)よりも平均値が高く、職業別では、商人(5.43日)で高く、他の職業では大差はない。また、購買者の行動特性とクロスさせて見ると、やはり、大市利用者(3.85日)が非利用者(3.35日)よりも平均値が高く、いわば市指向者であると言えそうであり、興味深い。

第19表は184人の市購買者全員の出市状態を曜日別に集計したものである。出市は、どの曜日においても相当数が見られるが、火曜日、水曜日および日曜日に相対的に多くの出市者が見られる。ただし、これは、表中に示したように、対象地域内でたまたまこれらの曜日に開かれる市が多いからであって、この地域の住民が曜日別に特別の行動をとるためだとは思われない。

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収集範囲を図化したものが、第2図である。この図においては、購買のみの者と購買兼販売者とを区別しつつ、彼らの居住集落と市立地集落が矢印で結ばれている。この図では、居住集落の位置を比定できなかった場合、および同一集落内の市へ出市している場合は、表現されていない。また、ある集落からある市へ複数の出市者がある場合も、1本の線でのみ表現されている。以上のような限定を考慮した上で、第2図を詳細に検討すると、以下のような諸点が指摘される。
①比較的大きな市(「大規模市」「中規模市」)ないし機能の充実した市(「一般機能市」)には、広域から購買者が集まって来る。Atrauli, Gondwa, Shayam Dhaspur, Bilarya, Newada, Mahgawanなどである。これに対して、
②比較的小規模な市(「小規模市」)ないし機能の充実していない市(「不完全機能市」)の場合は、近隣から購買者を集めているに過ぎない。
③サンディラの町を取り巻いて立地している市は、一般にごく近隣から購買者を集めているに過ぎない。これは、サンディラの町に立地する毎日市と多數の常設店舗の、強力な影響のためと考えられる。
④購買のみの者と購買兼販売者の収集範囲を比較すると、後者がやや遠方より集まっている傾向が認められるものの、両者の間に大差はない。これは、西ベンガルにおいて、両者の間に大きな違いが認められ、生産者が農産物や家内工業製品を特定の市への長距離移動によって販売していたのと、大いに異なっている。



第2図 各定期市への購買者の参集範囲



第3図 居住者の出市パターン

当地域の定期市の中には、特別顕著に集荷機能を持った市がないためと考えられる。

しかしながら、第2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。こうした状態を明瞭に表現するために、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集落別に分け、対象者が1名のみの集落の場合は、その者がその集落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集落については、そのうちからランダムに抽出した1名をもって、その集落の居住者の代表とみなした。このようにして各集落の代表者の、全ての市への、毎週および時々の参加状態を区別しつつ表現したのが、第3図である。この図においても、居住集落の位置を比定できなかった購買者、および定期市所在集落に居住する購買者の行動は、除外されている。また、サンディラの毎日市購買者がインタビュー対象に含まれていないので、サンディラの町の周囲の多くの集落が、対象から除外されている。このような問題点はあるものの、第3図は、対象地域内住民の定期市への出市パターンを、要約的に示していると見てよいであろう。

この図から読みとれる点を列挙すれば、以下の通りである。①市の近隣の集落の住民の中には、近在の市のみに参加する者がかなり見られる。②これに対し、市から離れた集落に居住する住民は、普通、複数の市に参加する。③複数の市に参加する場合、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を組み合わせている場合が多い。④また、前者には毎週参加し、後者には時々参加するといった、使いわけを行っている例も見られる。⑤したがって、市の側から見ると、近隣のみから参集者を集めている市がある一方、大規模で高次な機能をもつ市は、広範囲から毎週または時々参加する購買者を集めていると言える。これらの諸点は、バングラデシュ、西ベンガル、およびタミルナードにおいても、指摘されたところである。なお、当地域内部の地域差としては、⑥サンディラの町を取り巻く地域においては、おそらく、同町の毎日市および常設店舗を、曜日を決めずに利用するという強い流れがあるため、定期市の利用は、各市の近隣集落のみに限られた単純なパターンとなっている。⑦これに対して、サンディラの町から離れた地域においては、複数の定期市への出市行動が錯綜する、複雑なパターンが一般である。

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、出市そのための移動距離は短く、西ベンガルやタミルナードのようにバス交通の利用は進んでいないが、自転車の普及によりバングラデシュよりは移動距離の克服、移動時間の節約が認められた。また、当地域の市購買者は、参加市数がバングラデシュ、西ベンガルに次いで多く、参加市日数が西ベンガルに次いで多く、したがって、当地域は、市への参加頻度の高い地域であると評価された。さらに、出市行動パターンの地図化により、当地域でも、他の調査地域で見られたのと同様の諸傾向が確認された。ただし、当地域では、西ベンガルで見られたような、生産物

出荷のための集荷市までの長距離移動は、認められなかった。

5 結 論

本章では、第2～4章において明らかにされた諸点を整理し、それらの相互間の関係について若干の考察を行った上で、他の3調査地域に比べての本調査地域の位置づけを行っておきたい。

第2章で見たように、インタビューの対象となった市購買者は、母集団たる地域住民一般をよく代表している。言い替えれば、当地域では、住民の各階層が等しく定期市を利用しており、その点では、バングラデシュの状況に類似し、市購買者が貧しい者・土地なき者にやや偏りを見せるタミルナードや西ベンガルとは、異なっている。また、第3章で見たように、当地域では市購買者（従って地域住民一般）のほとんどが、市を主要な購買先としており、しかも市において日用必需品全般を購買している。これは、市における購買品が食料品に偏る傾向を見せる西ベンガル、および、そのことに加えて、市を主要な購買先とする者の割合も低いタミルナードとは、かなり異なっており、やはりバングラデシュの状況に類似している。さらに、第4章で見たように、当地域の市購買者（従って地域住民一般）は、西ベンガルに次ぎ、バングラデシュと並んで、高い頻度で市に参加しており、この点でもタミルナードの市購買者を凌いでいる。以上により、当地域では、バングラデシュにおけるように、定期市がいわば古典的な姿で機能しているように見える。バングラデシュとの違いは、女性が一定割合購買者の中に含まれていることや、市への移動手段に一定割合自転車が利用されていることなど、副次的な点で見られるにすぎない。

しかしながら、第3章で見たように市での購買額そのものは、西ベンガルやバングラデシュよりは相当低く、タミルナードに準ずるレベルである。市の相対的重要性が高いにもかかわらず、市での購買額がこのように低いのは、どのように説明されるであろうか。考えられる要因としては、①インドの中でも当地域の住民の所得が低いこと（1987/88会計年度における1人当たり所得⁸⁾は、西ベンガル州3,193ルピー、タミルナード州3,163ルピーに対して、当ウッタル・プラデシ州は2,488ルピー）、②西ベンガルやバングラデシュでは見られないジャジマニ制が、この地域ではなお残存している⁹⁾など、当地域農村における財やサービスの交換体系内で、貨幣経済化的程度が低いこと、および③当地域には、穀物以外に、西ベンガルにおいて見られた手織物やベテル・リーフ、バングラデシュで見られたようなジュートやマスター・シードなどのような、有力な商品作物や家内工業品が存在せず、商品経済化的程度が低いこと、などが挙げられる。また、第3章で見たように、当地域における購買兼販売者の割合は、タミルナードよりも高かったが、西ベンガルやバングラデシュよりも低かった。穀物の集荷が、商人による庭先買いなど、市以外のチャンネルにもよっているためと思われ、このことは、市における購買

額の低さに一定の影響を与えていたと考えられる。第4章において、購買兼販売者の長距離移動が認められなかった点も、このことと整合的である。

以上により、当地域は、バングラデシュに準じて、定期市が古典的に機能している地域であると言えるが、市における住民の売買活動そのものは、それほど活発な地域であるとは言えない、結論づけられよう。

謝　　辞

本研究は、1889・90年度の文部省科学研究費国際学術研究（代表者石原　潤、課題番号010411041）によるものである。また、データの電算機処理については、名古屋大学大学院の王徳氏の助力を得た。記して感謝の意を表したい。

注

- 1) Ishihara, H. ed., *Markets and Marketing in North India*, 1991, Dept. of Geography, Faculty of Letters, Nagoya University, pp. 23-46.
石原　潤、北インド、ウッタルプラデシ州サンディラ地域における伝統的市の分布と特性、名古屋大学文学部研究論集113・史学38、1992年、141-169頁。
- 2) Ishihara, H. ed., *Markets and Marketing in Rural Bangladesh*, 1987, Dept. of Geography, Faculty of Letters, Nagoya University, pp. 50-59.
石原　潤「定期市の研究」、名古屋大学出版会、1987年、278-289頁。
- 3) Ishihara, H. ed., *Markets and Marketing in South India*, 1988, Dept. of Geography, Faculty of Letters, Nagoya University, pp. 47-56.
石原　潤「定期市の研究」、名古屋大学出版会、1987年、332-343頁
- 4) 石原　潤、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、名古屋大学文学部研究論集、107・史学36、1990年、201-230頁。
- 5) 1 パッカビガ (*pacca bigha*) = 5/8 acre = 1/4 ha
- 6) Results on Some Aspects of Household Ownership Holding, National Sample Survey : Thirty-seventh Round (January-December 1982), *Sarvekshana : Journal of the National Sample Survey Organization*, Vol. 11, No. 2, Issue No. 33, Oct. 1987
- 7) 以下の市の分類については、石原　潤、前掲1)参照。なお、その類型別分布状態は、本稿の第1図に示しておいた。
- 8) State Statistical Bureaus and C.S.O., Govt. of Indiaによる。
- 9) Kano, K., Economic Exchange and Social Relationships in a Village. in Ishihara, H. ed. op. cit.
- 1) 参照。