

市場の下には人間の頭が埋まっている

—ベナン南部における市場という磁場—

村 津 蘭*

アラダの市場

赤い埃を巻き上げて頻繁に車が駆け抜けていく。市場の日だ。西アフリカのベナン共和国、その経済首都コトヌーと北部を結ぶ貨物線の線路のあたりで、もう喧騒が始まっている。村の、町のそこここからやってきた女たちが地面に古い布を広げて、あるいは木を打ちつけた台の上に商品を並べて、声を張り上げる。

「熱いパン」「殺鼠剤」「冷たい水」

「ぼちぼち売ってる?」「高すぎる」

「マラリアに効く石鹸だよ」「最終価格」

「きれいなサンダル、500 フラン、500 フラン」

ベナン南部のアラダ市中心部にある市場は、4日に1度開かれる。賑わう市場は、多

くの人びとにとって生活の中心となっている。市場で売られる品は、食料品から日用雑貨、衣類、ラジオなどの電子機器とさまざまで、売り買いをする人びとの目的や身分も多様である。隙間なくパイナップルを詰め込んだ耕作者の車が村から到着するかと思うと、隣の大きな町から1時間かけて来るパン屋がいる。アラダの王様の妻が売る布屋があれば、ナイジェリアから来た少年が売るサンダル屋がある。今日の晩御飯のおかずを買いに来る人がいれば、首都の市場の仕入れのために来る商人もいる。その客たちに混じって、頭に商品をのせて売り子たちが歩き売る。簡易食堂や髪結い、出張仕立屋などもあるので、市場に来れば大抵の用事を片付けることが可能だ。日本でいうと商店街と問屋が混じった場所といったところだろうか。



写真1 市場の風景

破格の原価率

しかし、商品の粗利率を比べてみるとその商売の構造は日本とかなり違うことに気付く。たとえば小売業である。ローションなどの美容ケア用品とプラスチック製品の小売りをしている女性に商品の仕入れ価格を聞くと、売価の大体8割前後であった。日本の

* 京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科



写真 2 市場の美容品店

小売業の売上原価率は 7 割程度 [日本政策金融金庫 2014] なので、仕入れ原価が割高なのがある。

製造業や飲食業となるとその差はさらに広がる。市場で、自分で作った洗濯石鹼を販売している女性に原価を聞いたところ、売価の 7 割以上が材料費であった。東京の中小企業で生活雑貨品の製造業の場合、材料費は平均で 2 割程度 [東京都産業労働局 2014] であるので、ここでの売価に対する材料費の割合は驚くほど高い。また、簡易食堂でインゲンマメの煮物を提供している女性に材料費を聞くと、1 日の売り上げの約 9 割が材料費であった。日本で飲食業を営む場合の原価率は約 3 割程度 [日本政策金融金庫 2014] なので、やはり破格の原価率だといえる。

なぜこのような原価率で商売が成り立つのだろうか。市場でモノを売る人に聞いて感じたのは、「人件費」という発想がないということである。日本の製造業では売上原価というときには、製造の労働費用も含める。そのうえで 3 割程度の粗利を見込むので、材料費は抑えざるを得ない。しかし、ここでは多

くの人が、売り上げから材料費を引くと利益だという発想をする。どうも、自らの労働を費用とみなしてはいないようなのだ。それが破格の原価率を可能にしている。

上述の煮豆屋は、朝 2 時間かけて調理をし、6 時間程度で売り切り、1,000 フラン程度の利益を出す。私がそれを聞いて、「じゃあ時給で考えると 100 フラン強なんだね」、と言うと、彼女は怪訝そうな顔をする。彼女にとって重要なのはそんなことでなく、1 日の終わりにどれほど手元に残るかということである。なぜ時給など計算する必要があるのか、というわけだ。

生活に埋め込まれた商い

そこで、自分自身が馴らされた労働に対する発想が、ごく限られた文化に依存したものだということに気付くことになる。労働を計量可能な費用と捉え、時間単位で切り売りできるものとする発想は、労働を代替可能で匿名的なものとする社会の考えにすぎないのだと思う。ここでの商いは、匿名化するにはあまりにも生活と人間関係の中に埋め込まれている。挨拶や噂話を通して人間関係を再構築し、新しい情報を仕入れ、市場の人びとの動きを気晴らしに眺めながら値段交渉に熱中する。市場の人びとにとってその全ての過程が商いであり、モノを売り買いするという行為なのだ。

市場で売買されるのは、日常生活で目にするモノばかりではない。ベナン共和国において広く流布する在来信仰であるヴォドゥン (vodoun) は、モノと密接な関係のある信仰

であるが、特に成功や他者の失脚などを祈願して作られるボ（bo）という呪物は市場と関連が深い。ヘビの皮やコウモリの死体、銃の部品や植物の葉など、ボの作成のための材料を売る呪物コーナーは、どこの定期市の中にも大抵ある。コーナーといっても布屋や乾物屋などもその間に混じっていたりするので、夕飯の材料を買う人のすぐ傍で、人を惚れさせるためのボ、試験に合格するためのボ、誰かを病気にするためのボなどの材料が売買されていることになる。

市場という磁場

そのような呪術的な力を含め、情報や人間関係、おびただしいモノたちがやりとりされる市場が特殊な場所でないはずがないだろう。ここの人びとは、市場という場を生者の日常的な論理を超える場所であるとも想定してきた。

「賑わう市場の下には、必ず人間の頭が埋められている」、と私の知り合いは言う。「犬の頭などではだめだ、人間の頭でなければな

らない」、と。

ここでは市場を設立する時、アイザン（aizan）と呼ばれる市場のヴォドゥン神格を市場の中に赤土などを盛り上げるようにして作成する。作成にあたっては、多くのヴォドゥンの儀式同様、供犠が捧げられるが、それが人身供犠でないと効果が出ないといわれている。

人間の頭蓋骨は、ヴォドゥンの儀式の中で非常に力をもった材料だとされている。儀式の方法は祭司によって違うので、目の前に広がる市場のどこかに本当に人間の頭が埋められているかは定かではない。しかし、少なくとも賑わっている市場は、人びとにとって死者の頭を想起させるほどに強力な呪力をもった場所なのである。

またオロ（oro）と呼ばれる、風の神格の結社に属する男性に聞き取りをした際に、「今日は市場の翌日だから話せない」、と言われたことがある。結社の話と市場に何の関係があるのか問うと、「市場には死者も来るから」、という答えが返ってきた。結社内には死者も入っているため、自分が結社の話をしているのを聞かれるとまずい、ということらしい。

「死者は市場で何をしているのか」、と他の人に問うと、「モノの売り買いだよ」、と当たり前のように返事が返ってきた。死者は生者に混じり実際に売り買いをしているようだ。地元の市場に行くと身元がばれるので、死者は生前の自分を知らない遠くの市場に行くのだそうだ。そして、誰その死んだ身内を遠く離れた市場でみたという話が、時々人の口



写真3 隣町の市場の神格アイザン
囲いに神格アイザンの絵が描かれている。ヴォドゥン本体は囲いの中にある。

の端にのぼったりする。

夜に先祖の霊が歩くというのは聞いたことがあった。日中の光が明確な世界を作り出すのに比して、暗がりには論理の輪郭をぼやけさせ、他者との境界を曖昧にする。夜が死者と近づく時間であるのは頷ける気がする。しかし、ここでは夜と同じように、市場が死者を惹きつける。一体なぜなのだろう。

交換という行為が根源的にもつ魔術的な力、或いは偶発性を含んだコントロールしきれない力の存在が、市場をして生と死の境界の曖昧な場所にするのだろうか。それとも、賑わう人によって作られた非日常の空気が、死者の世界への結節点を作るのだろうか。どちらにしても、売買や交換、あるいは市場という場所に対して人びとがもっている恐れに近い感情と同時に、強烈な執着と愛着がそこ

には感じられる。市場という多くのものを惹きつける磁場は、このアンビバレントな感情によって支えられてきたのかもしれない、と思う。

「100 フラン?」「高い」「75 フランにしろ」「ふざけるな」「十分安くしてるだろ」

喧噪の中、人びとは湯立つような真剣さで値段の交渉を重ね、少し疲れたような顔をして去っていく。けれど4日後には、現実的な必要性と、埋められた何かの骨の力によって、生者も死者も惹きつけられるように市場へと戻ってくるのだ。

引用文献

- 日本政策金融公庫. 2014. 『小企業の経営指標 2014 卸売り・小売業／飲食店・宿泊業』, 1.
東京都産業労働局. 2014. 『東京都中小企業業種別経営動向調査報告書平成 26 年度調査』, 52.

カシュミール溪谷に残るいにしえの歌

井 上 春 緒*

2015 年 8 月 29 日の夕刻、私はスーフィアーナ・ムスィーキー (*Sūfīyāna Mūsīqī*) を夜通しで聴くメヘフィル (*mehfil*) という集いに参加するため、音楽家ムシュタク・サーズナワーズの運転する車でシュリーナ

ガルから南へ約 30 km 行った山の集落チャラール・エ・シャリーフへと向かっていた。街から離れた小高い山の頂にある集落に近づくにつれ、人も車もまばらになり真夏なのにひんやりとした空気が車窓の隙間から入りこ

* 京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科