

絨毯売買から見る体制転換後のウズベキスタン

——カシュカダリヤ州チロクチ地区の事例から——

宗野 ふもと

本報告は、ウズベキスタン、カシュカダリヤ州チロクチ地区における絨毯売買に着目し、村落部において絨毯がどのように売買されているのかを体制転換後の市場経済化との関連から明らかにした。さらに、絨毯を売ることについての人々の語りに着目し、絨毯が人々の生活の中でどのような位置づけにあるかを考察した。後者に関しては、絨毯売買だけでなく、人々の生活と絨毯の関わりを多面的に理解したいという報告者の興味関心が背景にある。

カシュカダリヤ州はウズベキスタンの南東部に位置する。チロクチ地区は、カシュカダリヤ州の北部に位置し、面積は2,835km²、人口は323,200人である。年間降水量はチロクチ市では368mm。ただし、調査を行なった地区北中部の降水量はこれよりも少ないと思われる。地形は、南西から北東へ、平坦な乾燥ステップ（標高400～600m）、丘陵地帯（700～900m）、ザラフシャン山脈（1200～1500m）と徐々に変化する。筆者の調査地は、乾燥ステップから丘陵地帯の境界地帯に当たる。調査期間は、2010年5月から2011年4月までと、2011年8月から10月までの合計約15ヶ月にわたる。

・調査地における絨毯

調査地において、絨毯制作は、女性が春に行う仕事として一年の労働サイクルに組み込まれている。絨毯ははじめから売られるために制作されることは少ない。主に結婚の際の持参財として準備され、その後家計に不足が出た際にバザールで売られる。バザールで絨毯の仲買人に聞き取りをしたところ、近年、絨毯を売りにバザールに出る人の数は増えているという。さらに、報告者の滞在先では14年前から自宅を観光客相手に絨毯を売っており、調査地において絨毯を売ることが盛んになっている状況がうかがえる。

本報告では、売り手を3タイプに分け、それぞれの売り手がどのように絨毯を売っているかを多様性の観点から明らかにするとともに、共通する点も取り上げ、絨毯を売ることについてどのような意味づけがされているかを示した。

・様々な売り手

第一は、報告者の滞在先のシャリフ一家である。家の前を観光地シャフリサブス市に通じ

る舗装道路が走るという立地条件を生かし、休憩所として外国人観光客を受け入れている。そして、敷地内の工房で制作された絨毯やバザールで買った絨毯を販売している。彼らは、買い取った絨毯を、バザールで売られている絨毯の3倍ほどの値段で販売する。この他、持ち帰りやすい小さい絨毯の制作や、天然色の羊毛で織った絨毯の販売など、商売の工夫にも余念がない。また、観光客が訪れた際には、織りや糸つむぎのデモンストレーションをして彼らに興味を持たせたり、売れ行きがよかった場合には、ガイドに売上の10%を渡したりして次の訪問につなげることも忘れない。絨毯の販売で大きな利益を得ている一家だが、「貧乏でなかったら絨毯なんか売らない」という声や、「絨毯を売る以前はいかに貧しい暮らしぶりだったか」という貧しさと結びついた話が調査期間中しばしば聞かれた。

第二は、バザールで絨毯を売る人々である。報告者は、調査地で毎週開催される二つの絨毯バザールで、売り手33名、買い手19名から聞き取り調査を行なった。売り手の多くが制作者であり女性で、子供の衣類や医療費などの急な出費に対応すべく絨毯を売りに来ている事情がうかがえた。さらに、売る理由を尋ねても答えてがらない人が少なからずいた。これは、売り手には豊かさの指標である家畜がないこと、定期的な収入源がないことを明らかにするのをためらったことが背景にあると考えられた。

第三は、バザールで絨毯を買い付け、他の地域で売る仲買人である。買い手の中には一定数の仲買人が存在していて、調査地の絨毯バザールで買い付けをし、絨毯制作のあまり行われていない地域で販売する。聞き取りや観察から、彼らが得ている利益はそれほど多くはないことが明らかとなった。絨毯の仲買は元手が少なくて済む分大きな利益も生まない。恒常的なインフレの中で手にした現金を絨毯にしておくのは、蓄財の一種として位置づけられているのだろう。

絨毯売買に着目することで、市場経済化のなかで人々が生活を維持するために様々な資源を活用している様子が明らかになるとともに、調査地では絨毯売りが貧しさと結びついていることが浮かび上がった。調査地において第一の富と位置づけられているのは牛、羊をはじめとする家畜である。売るような家畜がない世帯がひとまず絨毯を売り、現金を獲得する。絨毯を売ることは、得られる現金の多少にかかわらず、富の指標である家畜がないことを示し、それゆえ貧しさや恥ずかしさと結びつく。この他、絨毯を売る行為に積極的な意味づけがされないのは、絨毯が威信財として認識されていることとも関連しているのだろう。

本発表では、絨毯売買の場面に焦点を当てたために、絨毯の商品として以外の側面については十分に明らかにできなかった。これらは今後の課題としたい。

(京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科一貫制博士課程)