

# つながりを創る行商活動

## —ベトナムの観光地サパにおける少数民族行商人女性と 国外観光客のあいだの互酬的關係—

今井 彬暁

総合研究大学院大学 文化科学研究科 地域文化学専攻

本稿は、ベトナム西北地方の観光地サパにおける少数民族女性の行商活動を主題として扱う。

サパの少数民族女性は、サパの町を訪れる観光客に対して土産物としての民族工芸品を路上で売り歩く。その際、彼女らは、民族工芸品の売買を成立させるため、時には観光客に対して食い下がって購入を熱心に懇請し、また時には自ら率先して観光客の便宜を図ることでその返礼として土産物を購入するように観光客を誘導する。彼女らのそうした販売戦略には、観光客に対する過度な積極性が伴うように映り、観光化の影響により少数民族女性が「商業化」した結果のすがたであるとしてメディアによる批判の対象となっている。サパの行政もまた、少数民族女性による行商活動を規制すべき対象と位置付けている。

しかし、サパで行商を行う少数民族の一つであるモン族のイーミックな表象に目を向けると、モン族女性にとって行商活動は、家計を支える副次的収入源であるとともに、村での自身の役割から一時的に解放され、町で友人や観光客との交流を楽しむ機会として位置付けられていることが明らかになる。すなわち、彼女らにとって行商活動は、経済的な価値付けに加えて、楽しみを得るといった価値付けも併せ持っている。このような性格を持つ行商活動は、時として行商人女性と観光客のあいだに刹那的な取引関係を越えたつながりを創り出していく。

サパの少数民族女性の行商活動が、いかなる性格を帯び、いかなる原理に立脚して行われているのか。この点を明らかにすることにより、少数民族行商人女性に投げかけられる「商業化」の言説の妥当性を検討し、行商活動がサパの行商人女性と国外観光客のあいだに生み出す関係の性質を描き出すことが、本稿の目的である。

サーリンズによる未開交換の理論を踏まえつつ、本稿は以下の二点を結論として提示する。一点目に、メディアにより「商業化」の産物として批判されるサパの行商人女性の販売戦略は、現金収入獲得のための利己的な奸計に起因するものではなく、道徳的な交換の図式に立脚した戦略であることを描き出す。その上で、二点目に、彼女らが行商活動において用いている販売戦略は、彼女らが観光化の影響で「商業化」した結果の産物ではなく、彼女らが「未開」的な交換に顕著に見られる原理を観光客とのあいだの経済取引に適用した結果の産物であることを論じる。

キーワード：ベトナム、サパ、少数民族、行商、観光、互酬性

- |                       |                          |
|-----------------------|--------------------------|
| 1. はじめに               | 4.1 行商活動の通時的概略           |
| 2. 少数民族女性の行商活動        | 4.2 行商活動の動因              |
| 2.1 観光地サパの概要          | 4.3 行商と「仕事」の領域的区分        |
| 2.2 国外観光客と少数民族女性の出会い  | 5. 行商人女性と国外観光客のあいだの互酬的関係 |
| 2.3 行商人女性の販売戦略        | 5.1 関係を構築する行商人女性         |
| 3. 行商活動をめぐる言説と政策      | 5.2 道徳的図式に則った取引関係        |
| 3.1 行商活動をめぐる批判的言説     | 5.3 行商活動に内在する交換原理        |
| 3.2 サパ町人民委員会による政策     | 6. おわりに                  |
| 4. モン族社会における行商活動の価値付け |                          |

## 1. はじめに

ベトナムの山地民に関する民族誌的研究は、古くはフランス植民地時代のフランス人やベトナム戦争時のアメリカ人、そして戦中から戦後にかけてはベトナムの平地民であり多数民族であるキン族によってなされてきた<sup>1)</sup>。そうした研究の大部分は多様な山地民に固有な伝統文化を記述するための研究であり、研究の背後には、戦時中には山地民を理解し味方につけることで戦争を有利に進めるという思惑があり、また戦後には国土全域に居住する多様な民族を一つの多民族国家の下に統合するという目的があった。こうした一連の研究においては、山地民は外界から切り離された「未開」の存在であるという認識があり、山地民は外部からの働きかけによって教化し発展させられる必要があるという姿勢が表れていた。こうした研究の動向に対して、1990年代後半からは、土地政策や開発政策などのベトナム政府の政策的介入に対する山地民側からの主体的な働きかけ、すなわち山地民のエージェンシーに着目する研究の視座が導入され始める。そうした近年の研究により、国家の政策と山地民の主体的働きかけとのあいだの相互作用が、地域的に極めて多様な生計活動のあり方を生み出していることが次第に明らかにされつつある (Sikor 2011: 12-14)。本稿の主題もまた、このような研究の流れの中に位置付けられる。

本稿の舞台であるベトナム西北地方の観光地サパは、フランス植民地時代にその観光地としてのルーツを持ち、1986年の市場経済化を契機に観光地としての発展を遂げてきた。今日、同地では、少数民族女性による民族工芸品の行商活動が行われている。彼女らは、同地を訪れる国外観光客に対して、土産物としての民族工芸品を路上で売り歩く。その際、彼女らは、様々な戦略を駆使して民族工芸品の販売を成立させようと企図する。そうした販売戦略は、時として観光客に対する過度に積極的な土産物購入の懇請を伴うように映り、観光化の影響により少数民族女性が「商業化(thuong mai hóa)」した結果のすがたであるとしてメディアによる批判の対象となっている。サパの行政もまた、少数民族女性による行商活動を抑制および規制の対象としている。そうした批判および規制の反面、行商人女性は、国外観光客への民族工芸品の販売活動を行う中で、国外観光客とのあいだに時として利他的な取引関係を越えた長期にわたる交友関係を構築していく。一方では観光開発の影響下で「商業化」した結果の産物として批判の対象となり、他方では観光客とのあいだに経済関係を越えた交友を創り出すサパの少数民族女性の行商活動が、いかなる性格を帯び、いかなる原理に立脚して行われているのか。この点を明らかにすることで、少数民族行商人女性に

投げかけられる「商業化」の言説の妥当性を検討するとともに、サパの行商人女性と国外観光客のあいだに生み出される関係の性質を描き出すことが、本稿の目的である。

本稿では、まず第2章で少数民族の行商人女性が国外観光客に対して用いる販売方法および販売戦略について素描し、続く第3章でそうした少数民族の行商活動に対してなされる批判的言説および行政の対策を略述する。その上で、第4章では同地で行商活動を行う民族の一つであるモン族に照射し、モン族自身の行商活動に対するイーミックな価値付けを描写する。そして結論部となる第5章において、行商人女性に対して付与される「商業化」の言説の妥当性を検討するとともに、行商活動が行商人女性と国外観光客のあいだに創り出す関係の性質を描き出す。なお、本稿は、2006年12月から2014年1月にかけて4度に分けて実施した、のべ約1ヵ月間のサパにおける断続的な調査に基づいている。

## 2. 少数民族女性の行商活動

### 2.1 観光地サパの概要

サパは、ベトナムの西北地方ラオカイ省に位置する観光地である（地図）。「サパ」という名称は、ラオカイ省の中の一つの県（Huyện）の名称であり、同県の中心地である町（Thị trấn）の名称であり、また町の北東に面する社（Xã）の名称でもある。観光地としてのサパは県全体を指し、観光の中心地であるサパの町とその東西南北全方位に広がる少数民族の村々が観光地としての空間を構成する。町にはゲストハウスや土産物屋などの建物が軒を連ね（写真1）、対照的に村には広大な棚田の合間に河川が流れる牧歌的な自然景観が広がる（写真2）。サパを訪れる観光客は、町での少数民族工芸品の土産物（写真3）の購入や、少数民族村落へのトレッキング（写真4）を行いながら時間を過ごす。同地の少数民族が製作する手工芸品は人気の土産物として販売されており、仲買人を通じてハノイに

も流通している。また、彼らの生活から生み出される棚田は、2009年に米国のTravel + Leisure誌によりアジアの最も美しく壮大な棚田の一つに選ばれた。さらに、サパはベトナム最高峰のファンシパン山脈を間近に臨む高山地帯にあり、夏場は平野部からの避暑地として重宝される。こうした多様な観光資源に恵まれるサパは、ベトナムの首都ハノイにある観光客向けのゲストハウスでは必ずと言って良いほどツアーが紹介されている人気の観光地である。ハノイから列車で約8時間という交通の不便さにもかかわらず、2007年には年間総観光客数約30万人（うち、国内観光客数約20万人、国外観光客数約10万人）を迎えている。これはサパ県の総人口の約6倍に相当する規模である（Vu and Sato 2010: 7）。

### 2.2 国外観光客と少数民族女性の出会い

ハノイから訪れる観光客のほとんどは、サパまでの直通の夜行バスを利用するか、あるいは夜行列車でラオカイ省の省都ラオカイ市に早朝に到着し、そこから定期バスに乗り継いでサパの町に向かう。町を訪れた観光客がおそらく最初に遭遇するのは、少数民族の衣装をまとったモン族あるいはザオ族の女性である。モン族女性は藍染めの生地に緑や青などの刺繍を施した民族衣装と首飾りや櫛、腕輪などの銀色の装飾品で身を包み<sup>2)</sup>、一方、ザオ族女性は藍染めの生地に白あるいは黄金色の刺繍を施した民族衣装と特徴的な赤いターバンを頭に装着している。それぞれの民族衣装から二つの民族の女性を見分けることは容易である。町を見渡すと、通常はモン族女性がザオ族女性よりも多く見られる。その理由は、サパ県全体のモン族の人口が5割を超えていることに加え、モン族の村々は町の近郊に位置しているのに対し、ザオ族の村々はより遠方に位置しているためである。町近郊の村に住む少数民族女性は徒歩で早朝に町を訪れ、日暮れには帰村する。遠くの村から行商に訪れる少数民族女性は、夫のバイクで連れられるか、

あるいはバイクタクシーを利用して、町を訪れる。町には少数民族女性が共同で利用する民間の集団宿泊施設があり、日帰りで帰村しない女性はそこに宿泊し、翌早朝には観光客の到着に合わせて行商に出る。

国外観光客は、町を訪れると、早い時にはゲストハウスにたどり着くまでの路上で、流暢な英語を駆使する少数民族女性からの熱心な土産物購入の誘いを受ける。行商人女性の年齢の幅は10歳台半ばから50歳ほどまでであるが、その多くは10歳台後半から20歳台の未婚あるいは既婚の女性である。彼女らからの土産物の購入の誘いはサパにいるあいだ中はほぼ避けられないものであり、町での散歩中やオープンカフェでの食事中、また村でのトレッキング中に、観光客は歩き回る少数民族の女性たちから代わる代わる熱心な土産物の購入の誘いを受ける。しかし、観光客がすんなりと土産物を買うことは少ない。そこで、モン族およびザオ族の女性たちは様々な戦略を駆使することで、観光客とのあいだの売買を成立させるように尽力する。

### 2.3 行商人女性の販売戦略

手工芸品の販売においては、モン族女性にもザオ族女性にも同様の戦略が観察される<sup>3)</sup>。彼女らはしばしば、商品の販売に先立ち、まずは観光客との交流を図ろうとする。最初に観光客の名前や出身国を聞き、続く会話の中で自らの名前や民族名などを観光客からの質問に即して答える。そして観光客の好奇心が一通り満たされた後で、「何かお土産を買う？」と英語で尋ねながら背負かごに入れた商品の一つ一つを見せていく。販売される商品は、民族刺繍の施されたショルダーバッグ、クッションカバー、帽子、また金属製の腕輪や指輪のほか、中国の工場で生産されたバッグや口琴などである。国外観光客は一般に民族工芸品には興味を持っているが、この時点で販売が成立することはさほど多くない。その理由には、国外観光客の多くがバックパッ

カーであるため余分な荷物を増やしたくないことや、単純に無用な支出を控えているといったことが挙げられる。さらに、行商人女性が販売する民族工芸品の多くは刺繍のパターンや製品の形態が類似しているため、他の行商人女性や土産物屋からすでに類似の商品を購入した観光客に対しては売れる可能性はより低くなる。しかし、行商人女性の側も断られてもすぐに断念することはなく、観光客がすでに購入したものは別の民族の工芸品であることを指摘したり、観光客の家族へのお土産としての購入を勧めたり、あるいは自身の暮らしぶりの苦境を語るなどして<sup>4)</sup>、食い下がって購入を勧める。ただし、行商人女性は購入を勧める際には常時明るく友好的であり、買わない相手を公然と非難するような場面は通常は見られない。

上述のような戦略、すなわち会話を交わしつつ食い下がって購入を促す方法とは別の戦略として行商人女性がとるのは、観光客が町を見て回っている際、あるいは村へとトレッキングに出る際に、頼まれていないにもかかわらず、観光客の後をついていきながら場所や暮らしぶりに関する説明を行い、別れ際に商品の購入を持ち掛ける方法である。この場合、彼女らの案内が観光客にとって有用なものであったならば、観光客は彼女らの購入の誘いを無下に断ることが難しくなる。また、行商人女性は観光客と個人的に契約して周辺村落へのトレッキングのガイドを引き受けることがあるが、その際にガイドの親族または友人がそれに随行して道中で観光客と交流を深め、ガイドの女性あるいは随行した女性の家に着いた時に、随行した女性がその観光客に対して商品の販売を行うこともある。この場合には、交流を深めた相手の家の中で購入の誘いが行われているため、観光客の側にとっては断りづらい状況が生まれている。

以上のように、行商人女性は、民族工芸品の行商活動において、売買の交渉に先立ち、まずは交流することや便宜を図ることを通した観光

客との親密な関係の構築を試みるのである。

### 3. 行商活動をめぐる言説と政策

#### 3.1 行商活動をめぐる批判的言説

すでに述べたように、サパは国内外から多くの旅行者を惹きつける観光地であり、その観光地としての魅力を称揚する声は大きい。その反面、今日のサパの観光の発展のあり方に対しては、質的低下を憂慮する批判的な言説も多い。中でも少数民族の行商活動に関しては、メディアの報道に見られるように、サパの象徴的風景として描写される一方で、批判的なまなざしも向けられている。サパの少数民族女性に対する批判的言説の多くは、観光客の流入によりサパの少数民族の「純朴さ」が失われ、観光開発の影響下で少数民族が「商業化 (thương mại hóa)」している、とする内容である (Dương Bích Hạnh 2008: 236, 247)。ここで言う少数民族の「商業化」とは、少数民族の女性が、村落生活における「伝統的」で「純朴」な気質を失い、観光化の影響下で過度に営利的な行動原理に基づいた経済活動を行う主体と化しているとして批判的に描写するものであり、その批判的なまなざしは町を歩き回りながら観光客に土産物の購入を懇請する行商人の販売活動に対しても向けられている。経済取引における購入の勧誘や価格の交渉はベトナムの平野部の市場などではありふれた光景である。それにもかかわらず少数民族の行商活動に批判的な目が向けられるのは、本来の彼ら／彼女らは高い山の上に住む市場経済に侵されていない純朴な人々だというイメージが根底にあるからである。それが、観光化の影響下で「商業化」し、本来の「純朴さ」を失ってしまった、という見方が、町を訪れるサパの少数民族女性に対して付与される言説にはしばしば付随している (ibid: 233-236)。

#### 3.2 サパ町人民委員会による政策

こうした批判の槍玉にあげられるモン族女性

およびザオ族女性の行商活動に関して、町の行政を担うサパ町人民委員会は彼女らの路上での販売活動を抑制する動きを見せている。町の路上での行商活動の抑制に向けた対策の一つとして、少数民族行商人に対する市場構内の固定販売スペースの提供が1996年から1997年にかけて行われた。しかし施策の当初は少数民族が市場構内のスペースで販売する姿は見られず、キン族が専らカラオケホールとして使用していた。2001年からはようやく一部のモン族およびザオ族女性とその固定スペースでの商品の販売を始め、2004年からは割り当てられた構内の全スペースが主に年配のモン族女性およびザオ族女性による販売活動に利用されている (Turner and Michaud 2008: 175)。また、サパ町人民委員会は、2011年から、観光客向けのホテルが立ち並ぶ町の中心部の特定の区域において、路上での販売活動を禁止する政策を実行に移した。禁止区域には販売活動禁止の看板が立てられ、監視員による定期的な見回りが行われている。さらに、地方行政が管理運営するサパ観光情報センターが発行した地図付きのパフレットは、少数民族行商人女性からの土産物の購入を控えることを観光客に対して呼びかけている。それによると、行商人女性からの購入は、観光客を追いかけて購入を懇請する、また学校に行かずに商品を売り歩く、といった悪弊をモン族少女のあいだに定着させてしまうという (Trung tâm Thông tin & Xúc tiến Du lịch Sapa n.d.)。

上述のようなサパにおける行商活動の抑制に向けた動きは、ベトナムの国家的な方針とも符号している。ハノイやホーチミンなどの都市部において、果物や雑貨を天秤棒やカゴ付き自転車で売り歩く行商人の姿は、シクロやバイクタクシーと並び、ベトナムの都市景観の象徴となっている。しかし近年、ベトナム中央政府は、近代化および文明化の推進という教義のもと、ハノイやホーチミンなどの都市部で行商の規制を進めている。例えば、首都ハノイの都市部では

2008年から特定の区画における行商の禁止が施行され、禁止区域において行商を行った際には罰金が科されるようになった。こうした政策の施行には、行商は中央政府の近代化推進の理念にはそぐわない非生産的かつ残滓的な活動であるとする行商に対する批判的な見方が反映されている (Turner and Schoenburger 2012: 1029)。また、行商を禁止する政策には、行商の禁止によって都市の美化、公衆衛生の改善、そして道路の混雑解消を進め、外国人に優しい都市づくりを達成するという意図がある。しかし当の外国人は、行商人が創り出す都市景観、および彼らから提供される食べ物や雑貨を愛好しており、その排除に反対する声は多い (Lincoln 2008: 263-264)。

ハノイの行商人と同様、サパの少数民族行商人も今やサパの日常的景観の一部となっているが、中央政府の行商に対する否定的姿勢に沿うかたちで、サパの行政もまた行商活動を規制する方向に動いている。次章では、そうした行商活動に対して向けられる、少数民族自身による価値付けを概説する。

## 4. モン族社会における行商活動の価値付け

### 4.1 行商活動の通時的概略

本節では、サパにおける行商活動を通時的に概観する。それにより、少数民族による町での行商活動は近年の観光化以降の新しい現象ではなく、より長い歴史を持つものであることを示す。

サパにおける行商活動の歴史は、フランス植民地時代にまでさかのぼる。1880年代のフランス人植民者によるトンキン高地への上陸以降、サパの記録は当時のフランス人により残された公文書に現れる。当時の記録によると、フランス人植民者が開拓する以前のサパには、すでに山岳民族が居住していた<sup>5)</sup>。そして、夏場での冷涼な気候や豊かな自然環境に惹かれ、現在のサパの町にあたる場所にフランス人が保養地の建設を始める。1912年からはフランス人植民者向けのゲストハウスの建設、および観光促進事務

局の設立が行われ、次第に観光地としての条件が整い始める (Michaud and Turner 2006: 787-790)。サパに創設された市場では、町周辺に居住する山岳民族が、フランス人植民者、フランス人植民者が労働力として連れてきたベトナム平地民、また雲南からの中国人とのあいだに取引を交わしており、アヘンや林産物、そして1920年代からは民族工芸品を、壺、塩、金属、薬と交換していた。しかし、そうした市場での取引は、周辺の山岳民族の主要な生計手段となることはなく、山岳民族の従来が生計維持活動の構造に大きな変化を及ぼす要因にはならなかった (Michaud and Turner 2000: 89-90)。

1946年のフランス軍とベトミンとの開戦により、フランス植民地時代におけるサパの保養地および観光地としての機能は終焉を迎える。その後、1960年代前半に政府による平地民キン族の山地への移住政策が施行され、キン族がサパへの移住を始める。そして、1986年のドイモイ(刷新)政策に基づく市場経済体制の導入を受け、地方政府およびベトナム人の個人投資家により再びサパの観光開発が進められる。さらに、1992年からは国外観光客の受け入れが開始され、サパの観光地開発は急激に加速する。しかし、フランス植民地時代と同様、ゲストハウスや土産物屋などの店舗経営は専ら平地からの移住者であるキン族に独占され、町の周辺に居住するモン族やザオ族の多くは市場や行商での販売活動、観光ガイド業、またその他の単純労働の提供によって現金収入を得ている。

### 4.2 行商活動の動因

前節で見たように、サパにおける少数民族と外部者との経済取引の始まりは、少なくとも約一世紀前にさかのぼる。しかし、サパの少数民族の生計において経済取引は副次的な役割を担うものであり、それが生計維持活動の中心に位置付けられることはなかった。その位置付けは現在のサパの村落生活においても同様であり、

モン族行商人女性は町での行商よりも村での自らの役割、すなわち妻や娘としての役割を優先する<sup>6)</sup>。その理由は、行商人女性にとって、村での自身の役割と町での行商活動が異なる価値付けを帯びているためである。あるモン族女性によると、彼女が行商のために町を訪れるのは、農閑期や、男性が山へ採集に出かけている日など、村での自らの役割が休みの日のみであり、農作業などで忙しい時期は町への行商には出ないという。さらに彼女によると、村での役割と異なり、町での行商活動は生活の中の楽しみの一つでもあるという。ただし、行商活動はただの遊びというわけではなく、行商人女性は現金収入を得ることで家計を支える役割も担っている、と彼女は付け加えた。別のモン族女性によると、村での役割は一種の義務であり、肉体的にも辛い作業が多い。一方で、町での行商活動は、観光客との経済取引を通じた現金収入源であると同時に、観光客との交流や友人とおしゃべりを楽しむ機会でもあるという。このように、彼女らにとって町での行商活動は、経済活動であると同時に、村での自身の役割から解放される自由な時間としての意味も併せ持っている。

このことは、町で行商を行う彼女らの態度にも表れている。彼女らは、常に販売に躍起になっているわけではなく、同性の友人や親族と連れ添って町を巡回し、何気ないおしゃべりをしながら行商を行う。もちろん、行商活動には、売買の交渉や観光客のトレッキングへの随行など、販売を成立させるための様々な労苦も伴う。しかし、あくまでも副次的な収入源としての期待にとどめられているため、帰宅するまでに必ず売買を成立させなければならないというプレッシャーは存在しない。雨が降り出し観光客が路上からほとんどいなくなった時でも、彼女らはすぐに村に帰らずに友人と雨宿りをしながらおしゃべりをしていたりする。全く売れなかった日でも、それを悲観的に語ることはない。実際、筆者が行商人女性の参与観察を行った際にも、観光客への土産

物は一日費やして数個売れる程度であった。そして、多くのモン族女性は結婚などを契機に村での自身の役割が忙しくなると、町への行商を控え、村での役割に比重を移すようになる。

#### 4.3 行商と「仕事」の領域的区分

このように、モン族女性にとって、町に行商に出る動因は、村での自身の役割を果たす動因とは大きく異なるものである。そのことは、モン族社会において、行商と「仕事」の領域が区別して語られることにも表れている。モン族社会では、町へモノを売りに行くという経済活動と村での農業を基盤とする生産活動とは、両者が同じく生計維持に寄与する活動であるにもかかわらず、異なる領域として認識されている。筆者の聞き取りによると、畑や山での作業、家畜の世話、衣服の製作といった村での生産活動は、モン語で「ウォヌ (uô nuv)」と総称される<sup>7)</sup>。これは、モン族の生計維持において中心的な位置を占めてきた生産活動の領域である。これに対して、町へモノを売りに行く行為は決して「ウォヌ」とは表現されず、単に「町に売りに行く」と表現される。このように、行商はモン族社会において「ウォヌ」の領域には属さない活動である。「ウォヌ」は労苦を伴う活動であり、そうした村での労苦からの一時的な解放および町での観光客との交流を通じた楽しみを得る活動として、行商活動は位置付けられている。

他方で、近年では、町での観光産業にフルタイムの賃労働者として従事するモン族の若い世代の男女が現れ始めている。彼ら／彼女らは、ゲストハウスやレストランで従業員として働くことで得られる賃金を生計の土台として生活する。そうした町での賃労働は、モン族社会においても「ウォヌ」として認識されている (Duong Bich Hanh 2006: 173-174)。町で生活するモン族は少数民族の衣装を着用していないため、観光客にはキン族との見分けがつかない。また、ゲストハウスやレストランで働いているあいだは、

彼女らは行商人女性のように観光客に積極的に話しかけることもしない。行商を行うモン族女性のほとんどは村での生活を土台としているが、この数年で、町での生活を希求するモン族の若年の男女が「仕事」として町での観光関連の賃労働に従事するようになっていく。

## 5. 行商人女性と国外観光客のあいだの互酬的關係

### 5.1 關係を構築する行商人女性

第2章で見たように、サパの行商人女性は、土産物の販売という目的を達成するために、まずは観光客とのあいだに友好的な關係を構築することを目指す。そこでこの両者のやり取りをつぶさに観察すると、売り手と買い手である両者の關係が、決して経済的な關係にのみ立脚しているわけではないことが見えてくる。

筆者は、ある行商人女性に対して、トレッキングに付き添われた観光客は付き添った行商人女性から土産物を購入する義務があるかどうかを質問した。すると、観光客が頼んだかどうかにかかわらず、トレッキングに付き添った行商人女性から何も買わないのは失礼な行為だと彼女は答えた。同様の質問に対して、別のモン族女性は、観光客に購入する意志がない場合には、付き添おうとする行商人女性に対して購入の意志がないことを事前に伝えるのが良いと語った。こうした言説に表れているように、行商人女性は、付き添うことで観光客への便宜を図った見返りとして、土産物の購入というかたちでの返礼を観光客に期待している。当然、事前に購入の約束を交わしていない場合には、付き添いが行われた後でも観光客は購入を拒否することはできる。しかし、観光客の側もまた、一定の交流を深め便宜を受けた後には、何らかのかたちで返礼をしなければならないという義務感にとられる。この義務感が、土産物販売の成功率を上げる要因となる。ただし、両者の關係は土産物販売の成立をもって即座に解消されるわけ

ではない。行商人女性は、観光客に販売する金属製の腕輪とは別に、市場などで購入する細長い紐を腕輪状に加工した簡易な紐状の腕輪をバックの中に携帯しており、愛着を感じた観光客に対してその腕輪をプレゼントする。特に、土産物の売買が円満に成立した時には、プレゼントとして腕輪を土産物の購入者の手首に結び付けて、別れを告げる。この場合のように、行商人女性と観光客の關係は、しばしば行商人女性の返礼をもって終結する。また、筆者がある行商人女性から土産物を購入した際には、筆者の要望に即して、彼女は筆者を幾つかの場所へ案内するというかたちでの返礼を行った。さらに、別の機会に筆者が別の行商人女性に対して市場での安価な昼食をご馳走したところ、ちょうど旧正月前であったこともあり彼女は筆者を村の旧正月の食事に招待した。このように、彼女らの言動には、便宜を受けた相手に対しては何らかのかたちで返礼を行うべきであるという道徳観が見て取れる。

こうして、サパにおける行商人女性と観光客との出会いはその当初において利他的であるにもかかわらず、行商人女性は観光客との交流を通して互いに与え合う關係に観光客を巻き込んでいく。しばしば思い描かれるような利他的な利潤を求める行商人像 (Geertz 1963: 28-29) は、サパの行商人女性には当てはまらない。そうした行商人像とは対照的に、サパの行商人女性は、観光客との交流の時間を引き延ばす中で、利他的な關係の中では果たしえない取引を成立させるのである。そしてその根底には、先述したように、経済的動機とは別に、行商人女性が行商活動に付与する観光客との交流を通じた楽しみという動機が内在している。行商人女性が持つこの楽しみとしての動機が観光客の持つ少数民族女性との交流の欲求と合致した時、利他的な出会いに始まる行商人女性と観光客との關係は長期にわたる交友へと発展していくのである。

次節では、本節の議論を踏まえつつ、行商活

動を介してサパの行商人女性と国外観光客とのあいだに形成される関係の性質を、サーリンズの未開交換の理論によせて描き出す。

## 5.2 道徳的図式に則った取引関係

これまで見てきたようなサパの行商人女性が国外観光客とのあいだに創り出す関係には、以下のような、交換が関係を構築するという原理が内在している。「友人が贈与をすれば、贈与が友人をつくるのだ。未開交換のおおかたは、われわれの商取引にくらべると、はるかに決定的にこの後者の機能、つまり、用具的機能をもっている。物財の流れが、社会関係を保全したり、開始したり、するからである」(サーリンズ 1984 (1976): 224)。サーリンズが未開交換の用具的機能と呼ぶこの原理が、サパにおける行商人女性と国外観光客のあいだに働いている<sup>8)</sup>。

サーリンズによると、返済されない贈与は、返報の義務が果たされるまでは人々のあいだに不均衡な状態を発生させ、それは永続的な関係や連帯性を生み出す(同上書: 252)。そして、返報においては、受け取ったものに丁度等しいものをお返ししようとするのが、両者のあいだに社会的協定を生み出す。このように、一連の贈与と返報には、友好的な感情をつくり出すという道徳的な目的が内在しているとサーリンズは指摘する(同上書: 270)。サパの行商人女性と観光客のあいだのやり取りを観察すると、この上記のサーリンズの描き出す原理に則って関係が進展しているのが分かる。サパの行商人女性は、まずは観光客の便宜を図ることで、持続的な関係や連帯性を観光客とのあいだに生み出すことを試みる。それに対して、観光客は、行商人女性からの土産物の購入により返報する。さらに、取引が円満に進んだ場合には、行商人女性は腕輪のプレゼントあるいは更なる便宜を図ることにより、観光客に再度返礼を行う。上述のように、サパにおける行商人女性と観光客のあいだの関係は、刹那的な取引関係ではなく、

相互に利益を供与しあう道徳的な関係の一部に組み込まれている。行商人女性は、率先して観光客の便宜を図ることで観光客を道徳的な関係の中に引き込み、それに対して観光客が返礼を行うと、今度は行商人女性の側に観光客に対してお返しをする義務感が発生する。そして、両者の関係する時間が長引けば、両者の関係は交換を介して更なる交流および交友へと発展していく。ここで付け足しておくべきことは、行商人女性と観光客のあいだの交友関係の構築において、観光客による土産物の購入は必須の条件ではないという点である。売買が果たされなくても、観光客と行商人女性は交友を深め、行商人女性が観光客に腕輪をプレゼントして友好的な関係のまま別れを告げることもある。ただし、行商人女性から便宜を受けた観光客は、多くの場合において有効なお返し的手段を持たないため、土産物の購入をもって返礼とするのである。

さらに、当初は行商活動の期間中という短い時間に限定されていた交換関係は、行商人女性と観光客のあいだの関係がより長期にわたって引き伸ばされていくにつれて、次第にサーリンズのいう「一般化された相互性」<sup>9)</sup>に近接していく。行商人女性と観光客のあいだの交友が深まると、電子メールのアドレスや住所の交換が行われ、観光客が自身の国に帰った後も親交が続けられる。そして、その親交を頼りに、観光客は行商人女性およびサパとつながり続ける。また、観光客が帰国した後で、その観光客が交流を深めた行商人女性宛てにプレゼントを送ることも珍しくなく、反対に行商人女性が海外の友人にプレゼントを送ることもある。このように、観光客が帰国してからも親交を深めた両者の関係は持続し、両者の交友関係がより長期にわたるにつれて、「答礼は、いつ、どれだけの量、どんな質でも、一向にかまわな」くなり、「ばくぜんと相互性が期待されているだけ」(同上書: 233)という状態が生まれる。そのような親交が長く続いた後に、観光客がサパを再訪問するか

たちで両者が再会を果たすこともある。筆者がサパに滞在している期間中にも、過去にサパを訪問した観光客が前回訪問時に知り合った少数民族女性と再会し、以前に訪れた彼女の家へと再度訪問するという場面に遭遇することは決して稀なことではなかった。そこでは、行商人女性と観光客のあいだに刹那的な取引関係を越えた長期にわたる友好的なつながりが構築されていることが見て取れる。

すでに説明したように、サパの行商人女性に対する「商業化」の言説は、観光化の影響下で営利を過度に積極的に追求する行商人像を彼女らに投影している。換言すると、「商業化」の言説は、行商人女性の販売戦略は観光客に土産物を購入させるための営利目的の巧みな奸計であるという見方に基づいている。サパの行商人女性の販売活動に関するそうしたイメージは、サーリンズの図式における「否定的相互性」<sup>10)</sup>の性質と重なる。そして行商人女性の販売の振る舞いを一見すると、確かにそのイメージは表面的には真であるかのように映る。しかし、本節で説明したように、行商人女性と観光客のあいだの取引関係は、道徳的な図式に立脚している。そして道徳的な図式に立脚しているからこそ、両者が関係する時間が引き延ばされると、両者の関係は、互いに与え合う関係、すなわち「一般的な相互性」へと近接していくのである。それは、サーリンズが「非社交的な極」と呼ぶ「否定的相互性」とは対極に位置する性質の関係である。

### 5.3 行商活動に内在する交換原理

平地民キン族の山地への移住政策には、キン族が山地に居住することで山地での少数民族の経済活動を牽引する役割を担うことが意図されていた。しかし、本稿で見てきたように、サパの少数民族行商人女性は、現地のキン族商人の販売方法に倣って販売を行うのではなく、独自の戦略を駆使することで民族工芸品の販売を成

立させている。前述したように、そうした行商人女性の販売方法は時として過度に積極的に営利を追求しているように映り、そのすがたは少数民族が観光化の影響により「商業化」しているという批判を生んでいる。この「商業化」する少数民族という批判的言説は、町のゲストハウスやレストランで賃労働に携わる少数民族には向けられず、観光客に付き添って購入を懇請する行商人女性の態度に対して向けられる。しかし、前節で論じたように、行商活動において行われている取引は道徳的な図式に則って進行しており、サーリンズの用語では「一般化された相互性」に近い交換形態である。それに対して、町での賃労働の場においては、雇用者であるキン族と被雇用者であるモン族のあいだの関係は互いの利益に基づいて結ばれる対等な立場での契約であり (Duong Bích Hanh 2011: 253)、サーリンズのいう「均衡のとれた相互性」<sup>11)</sup>により近い性質を持つ。そうした「均衡のとれた相互性」は、一般化された相互性に比べると、《非人格的》であり、「われわれの高処<sup>たかみ</sup>からすると、《より経済的》」な関係に立脚している (サーリンズ 1984 (1976): 234)。

上記の点から、「伝統的」な生活を離れて営利を追求した経済活動を行うという意味での「商業化」は、現実には町での賃労働においてより顕現していると言える。それにもかかわらず、「商業化」しているという批判は専ら行商活動を行う少数民族女性に対して向けられている。すなわち、少数民族女性が「商業化」しているという批判は、図らずも、彼女らが「伝統的」な生活を離れて《非人格的》かつ《より経済的》な生活スタイルに移行しているという状況に対して向けられているのではなく、彼女らがサーリンズの描き出したような未開交換の原理を観光客とのあいだの取引関係に適用しているという事実に向けられているのである。こうした錯誤が生じる背景には、先入観に基づく以下のような誤認が存在していると考えられる。すなわ

ち、本稿で描写したような行商人女性の販売戦略は近代から距離を置く社会には存在しない性質の行動原理であり、彼女らは観光化に適応する過程でそうした現金収入獲得のための戦略を身に付けていった、という誤認である。しかしながら、サパの行商人女性の販売戦略は、既に見てきたように、未開交換に顕著に見られる道徳的な図式に則って行われている。そして、そうした販売戦略こそが、刹那的かつ非人格的な取引関係を越えた長期にわたる互酬的なつながりを行商人女性と観光客のあいだに創り出す原理となっているのである。

## 6. おわりに

本稿は、サパにおける少数民族女性の行商活動を主題として議論を展開してきた。そして一連の議論の中で、メディアにより「商業化」の産物と批判され、行政による規制の対象にもなっている少数民族行商人女性の販売戦略が、行商人女性と国外観光客のあいだに長期にわたるつながりを構築する仕組みを描き出した。議論の結果として本稿が提示した結論は、以下の二点である。一点目に、メディアにより「商業化」の産物として批判されるサパの行商人女性の販売戦略は、現金収入獲得のための利己的な奸計に基づいたものではなく、道徳的な交換の図式に立脚した戦略であることを、サーリンズの未開交換の理論によせて論述した。二点目に、サパの少数民族女性が行商活動において用いている土産物の販売戦略は、彼女らの行動が観光化の影響で「商業化」した結果の産物ではなく、彼女らが「未開」的な交換に顕著に現れる原理を行商活動の場に適用した結果の産物であることを指摘した。

最後に、今後の研究の展望について述べることで、本稿の結びとしたい。まずは最初の課題として、サパの少数民族の村落生活における交換形態についての綿密な調査がなされねばならない。行商人女性の販売戦略にはサーリンズの

未開交換の理論に見られる原理が反映されていたが、少数民族の村落生活においてそうした原理がどの程度適用されているのかを調べる必要がある。それにより、村落生活における交換原理が観光客に対する行商活動に対してどの程度反映されているのかを実際に確認することができるだろう。次の課題としては、本稿が主題とした行商人女性と国外観光客のあいだの関係と、彼女らと国内観光客のあいだの関係との比較検討があげられる。2007年時点でのサパへの国内観光客の訪問数は国外観光客の訪問数のおよそ3倍であり、その影響は看過できない。今後、国内観光客の訪問数が増大し、その影響力がさらに強まれば、行商活動における少数民族女性の販売戦略のあり方が変容していく可能性は大いに考えられるだろう。さらなる課題として、行商に関する負の側面にも目を向けていく必要がある。本稿でも触れたように、少数民族の少女が行商活動に参加することで、教育の機会を逃す危険性が指摘されている。また、筆者の観察では、2006年の最初の訪問時に比べ、近年では、観光客数の増加とともに行商人女性の数も増え、彼女らの販売に対する積極的姿勢も強まっている。さらに、国外観光客の中にも、時に過度に積極的に映る少数民族行商人女性の販売方法を好ましく思わない者もいることも事実である。このように、少数民族の行商活動における外面的な振る舞いは、行政により規制すべき対象としてみなされやすい特徴を帯びており、今後、負の側面が顕在化すれば、行政は規制をさらに強めることになるだろう。

急速な社会環境の変化を伴うサパにおいて、現在行商を行っている少数民族女性はいかなる適応を行っているのか。今後もサパの状況を記述していきたい。

## 注

- 1) 北部山地民についての資料には、例えば、アバディ (1944 (1924))、Schrock et al. (1972)、

Viện Dân tộc học (1978) などがある。

- 2) ベトナムでは、モン族のサブグループは、青モン族 (Hmông Xanh)、赤モン族 (Hmông Đỏ)、花モン族 (Hmông Hoa)、黒モン族 (Hmông Đen)、そしてナミエウ族 (Ná Miêu) の5つに分類される (Đặng Nghiêm Vạn et al. 2010: 175)。サパのモン族はその衣装の色彩から黒モン族として観光案内やパンフレットなどで紹介されるが、彼ら／彼女らの中には青モン族としての民族意識を持つ者もいる (Duong Bich Hanh 2006: 60)。
- 3) ただし、用いられる戦略は個人によって異なる。ある行商人女性は、自身の貧しさを理由にして観光客に購入を訴えかける他の行商人女性の戦略を批判的に語った。しかし、個人間のあいだの差こそあれ、戦略に関して民族に基づく明確な差異は観察されなかった。
- 4) 例えば、ある行商人女性は筆者に対して、保有していた水牛が数頭死んでしまい困窮していると訴えることで民族工芸品の購入を促した。
- 5) Michaud and Turner (2000) は、サパの複数村落の年長者への聞き取り調査から、モン族およびザオ族のサパへの最初の移住は9世代前、すなわち1820年頃と推定している (p. 87)。これに対して、Duong Bích Hạnh (2011) の聞き取り調査では、モン族のインフォーマントはモン族が最初にこの地に移住してきたのは6-7世代前だと語っており (p. 247)、両資料における村人の語りにはズレがある。
- 6) ただし、この数年で行商活動や観光ガイド業を世帯の重要な収入源とみなす世帯も出始めており、そのことが一部の世帯においてモン族社会の従来の男女間の分業のあり方を変化させている (詳しくはDuong Bích Hạnh 2011)。しかし筆者の観察では、一部の例外を除き、大部分の世帯は依然として村での生計維持活動に生活の軸足を置いている。
- 7) 「ウォヌ」は、モン語—ベトナム語辞書では「uô nuv = làm việc」、すなわち「仕事をする」と訳されている (Nguyễn Văn Chính (chủ biên) 1996: 492)。
- 8) サーリンズは、「《未開》ということばは、政治国家の欠落した文化だけを指示すること、歴史的に国家が侵入してきて、経済的・社会的関係が変容されていないかぎりでのみ、この用語を使用する」と断りを入れている (サーリンズ 1984 (1976): 225)。サパの少数民族社会はサーリンズの定義する「未開」の状態とは異なるが、サー

リンズの描き出す交換原理はサパの行商人女性と国外観光客のあいだの関係にも適合的である。

- 9) 「《一般化された相互性》とは、いわゆる愛他主義的な互換活動、惜しみなく与える援助 [中略] の線にそっておこなわれる互換活動である」 (同上書: 233)。
- 10) 「《否定的相互性》とは、損失なしに<sup>ただ</sup>無料で何かを得ようとする試み、さまざまな横領の形態、純粹に功利主義的な利益をめざして公然とおこなわれる互換活動」である (同上書: 235)。
- 11) 「《均衡のとれた相互性》とは、直接的な交換をいみしている。うけとったものの慣行的な等価物が、遅滞なく返報されたとき、正確に均衡がとれている、といいうる」 (同上書: 234)。

## 参考文献

### 英語文献

- Burkert, Claire  
2003 “Scenes from the Sapa Market”. In Nguyen Van Huy and Laurel Kendall (eds.) *Vietnam: Journeys of Body, Mind, and Spirit*, 141-157. Berkeley: University of California Press.
- Đặng Nghiêm Vạn, Chu Thái Sơn, Lưu Hùng  
2010 *Ethnic Minorities in Vietnam, Fourth Edition*. Hanoi: Thế Giới Publishers.
- Duong Bich Hanh  
2006 *The Hmong Girls of Sa Pa: Local Places, Global Trajectories, Hybrid Identities*. Ph.D. Dissertation, Department of Anthropology, University of Washington.
- Duong Bích Hạnh  
2008 “Contesting Marginality: Consumption, Networks, and Everyday Practice among Hmong Girls in Sa Pa, Northwestern Vietnam”. *Journal of Vietnamese Studies* 3 (3): 231-260.
- 2011 “Changing Labour Relations in a Hmong Village in Sa Pa, Northwestern Vietnam”. In Thomas Sikor, Nghiêm Phương Tuyền, Jennifer Sowerwine and Jeff Romm (eds.), *Upland Transformations in Vietnam*, 244-258. Singapore: NUS Press.
- Geertz, Clifford  
1963 *Peddlers and Princes: Social Change and Economic Modernization in Two Indonesian Towns*. Chicago: University of Chicago

- Press.
- Lincoln, Martha  
2008 “Report from the Field: Street Vendors and the Informal Sector in Hanoi”. *Dialect Anthropol* 32: 261–265.
- Michaud, Jean and Sarah Turner  
2000 “The Sa Pa Marketplace, Lao Cai Province, Vietnam”. *Asia Pacific Viewpoint* 41 (1): 85–100.  
2006 “Contending Visions of a Hill-station in Vietnam”. *Annals of Tourism Research* 33 (3): 785–808.
- Pham T.M.H. and Lam T.M.L.  
1999 *The Impact of Tourism on Ethnic Minority Inhabitants of Sa Pa District, Lao Cai: Their Participation in and Attitudes toward Tourism*. Hanoi: IUCN.
- Schrock, Joann L. et al.  
1972 *Minority Groups in North Vietnam*. Washington DC: Headquarters of the Department of the Army.
- Sikor, Thomas  
2011 “Introduction: Opening Boundaries”. In Thomas Sikor, Nghiem Phuong Tuyen, Jennifer Sowerwine and Jeff Romm (eds.) *Upland Transformations in Vietnam*, 1–24. Singapore: NUS Press.
- Turner, Sarah  
2007 “Trading Old Textiles: the Selective Diversification of Highland Livelihoods in Northern Vietnam”. *Human Organization* 66 (4): 389–404.
- Turner, Sarah and Jean Michaud  
2008 “Imaginative and Adaptive Economic Strategies for Hmong Livelihoods in Lào Cai Province, Northern Vietnam”. *Journal of Vietnamese Studies* 3 (3): 158–190.
- Turner, Sarah and Laura Schoenberger  
2012 “Street Vendor Livelihoods and Everyday Politics in Hanoi, Vietnam: The Seeds of a Diverse Economy?” *Urban Studies* 49 (5): 1027–1044.
- Vu Nam and Makoto Sato  
2010 “Tourism Development and Amenity Migration in Hill Stations: The Case Study of Sapa in Vietnam”. *Advanced Tourism Studies* 7: 1–16.
- ベトナム語文献
- Nguyễn Văn Chinh (chủ biên)  
1996 *Từ điển Việt - Mông (Việt - Hmông)*. Hà Nội: Nhà xuất bản Văn hóa Dân tộc.
- Trần Thùy Dương  
2011 “Giao thông đường sắt với một số vấn đề về đô thị và văn hóa tộc người (Nghiên cứu trường hợp tại tỉnh Lào Cai)”, *Tạp chí Dân tộc học* 4: 13–23.
- Trung tâm Thông tin & Xúc tiến Du lịch Sapa  
n.d. *Sapa: bản đồ du lịch - tourist map*. (観光地図)
- Viện Dân tộc học  
1978 *Các dân tộc ít người ở Việt Nam (các tỉnh phía Bắc)*, Hà Nội: Nhà xuất bản Khoa học Xã hội.
- 日本語文献
- アバディ、モオリス  
1944 (1924) 『トンキン高地の未開民』民族学協会調査部訳、三省堂。
- サーリンズ、マーシャル  
1984 (1976) 『石器時代の経済学』山内昶訳、法政大学出版局。

---

# Related through Peddling:

## The Reciprocal Relationship between Ethnic Minority Peddlers and International Tourists in a Northern Hill-station of Vietnam

IMAI Akitoshi

The Graduate University for Advanced Studies,  
School of Cultural and Social Studies,  
Department of Regional Studies

This paper focuses on the peddling activities of ethnic minority women in the town of Sa Pa, a northern hill-station of Vietnam.

Hmong and Dao minority women in Sa Pa peddle ethnic handicrafts to tourists as souvenirs in the streets of Sa Pa. These women employ various selling strategies in order to encourage tourists to purchase the handicrafts. Some of their peddling practices have been criticized by outsiders as too aggressive, and have been depicted in the media as the result of commercialization under the influence of officially promoted tourism development. In addition to such criticism, their street peddling practices have been subjected to the regulation by the local government.

However, from the emic perspective of the Hmong women themselves, street peddling is not only a supplemental income source for their living, but also an occasion to be freed from the daily tasks in their village life and to enjoy interacting with tourists in the town. Thus, for the Hmong women of Sa Pa, street peddling has the aspects of both economic activity and leisure activity, affording them an opportunity to enjoy socializing with friends and tourists in the town. Such street peddling practices sometimes create an intimate relationship between Hmong women and international tourists that goes beyond the transient economic seller-buyer relationship.

By elucidating the nature of peddling practices of ethnic minority women, this article aims to examine the validity of the “commercialization” discourse imposed on the ethnic minority peddlers, as well as to explore the nature of relationship generated between the ethnic minority women and international tourists through the street peddling practices.

Drawing on the theoretical framework of “primitive exchange” elaborated by Marshall Sahlins, this article presents two conclusions. First, the street peddling practices of ethnic minority women are not mainly based on the utilitarian contrivance to gain economic profit, but are based more on the moral and reciprocal scheme of exchange. Second, the selling strategies employed by the peddlers are not products of “commercialization” of their nature under the influence of tourism development, but rather they result from the peddlers’ application of the moral scheme of primitive exchange, as depicted by Sahlins, to the economic transactions with tourists.

**Key words:** Vietnam, Sa Pa, ethnic minority, peddling, tourism, reciprocity



地図 ラオカイ省サパ県 (筆者作成)



写真1 サパの町



写真2 サパの町周辺の少数民族村落



写真3 少数民族工芸品の土産物



写真4 少数民族村落へのトレッキング