

民衆生業の再編
——インドネシア・ジョグジャカルタ特別州の学生街の事例——

間瀬 朋子*

Restructuring of People's Activities as a Means of Livelihood:
Case of a Campus Area in the Special Region of Yogyakarta, Indonesia

MASE Tomoko*

Abstract

It is notable that the income earned by mobile stall vendors, fixed stall owners, kiosk owners, and dinette owners in every densely populated area in Indonesia depends on the purchasing power of its local residents as consumers. The aim of this article is to describe contemporary situation of both suppliers of daily goods and services and their consumers (mainly students) in a campus area of Yogyakarta named area "A", based on direct observations and quantitative surveys during these eight years (from 2010 to 2018).

The purchasing power of consumers in area "A" is quite high. The increase in the number of wealthy consumers has gradually transformed the business situation and economic scenery in the area. Around 2010, despite changes in consumers' purchasing power, consumption styles, and sense of values, street vendors and stall owners continued to barely eke out a living, as they did in the beginning of the 2000s. But the environment surrounding of them has changed dramatically in these 8 years. Further changes were recognized in the way consumers deal with street vendors, stalls, kiosk, and dinettes in back alleys of area "A".

The continuous observations try to discover vendors and stall owners' limit and their changing process, even though it is still not enough to analyze the determinant that has caused restructuring of these people's activities as a means of livelihood in the area.

キーワード：モノ売り，民衆生業，路地裏，レジャー化，消費，インドネシア

Keywords: street vendor, people's activities as a means of livelihood, back alley, leisured, consumption, Indonesia

* 南山大学外国語学部；Faculty of Foreign Studies, Nanzan University, 18 Yamazato-cho, Nagoya, Aichi, 466-8673 / maset@nanzan-u.ac.jp

はじめに

本稿は、ジャワ島中部の学生街を舞台にして、モノ売り業をはじめとする民衆生業の形態や内容の再編をとらえる試みである¹⁾。2010年、2016年、2018年に実施した定点観測にもとづいた分析であり、消費者の動向に加えて、当該地およびその周辺地域の都市機能の変化にも注目している。観測をはじめた2010年の時点で、学生街の屋台商人および行商人、質素な小食堂、日用雑貨屋、靴・傘修理などの民衆生業で生計を立てる人びとは、ショッピングモールやミニマーケットなどのフォーマル経済と競合しつつ、民主化と地方自治の時代に経済的にますます裕福になった大学生（消費者）を相手に商売をしていた。そこには禁欲的とも思われる価格抑制と高度のサービス化という商売戦略があり、これ以上にどんな戦略が出てくるのか、今後どのような民衆生業の再編がみられるのか、ひじょうに興味をわいた。

2000年代半ばから2018年にかけて、調査対象の学生街における民衆生業の営業形態、民衆生業があつかう財・サービスの種類、民衆生業の総数は一定の傾向をもって変化してきた。学生街の主要消費者である大学生の経済力やそれに裏づけられた消費様式にも、劇的な変化がみられた。加えて、地価や店舗賃料の高騰や土地不足の問題が発生し、学生街の周辺部・隣接部までを含めて新しい宅地・商業地の開発が進んでいる。そのようななかで、後述するとおり「路地裏化」や学生街からの排除に特徴づけられる形で民衆生業の再編がうながされていく。しかし、その再編が需要側要因、供給側要因、あるいはほかの要因のいずれにもっとも大きく起因しているのかについて、現時点では実証的な解答ができない。追加調査をつうじて今後ここを明らかにできるならば、たとえば民衆生業がフォーマル経済化する（のを阻む）理由の一端を説明するなどのかたちで、おそらく開発経済研究に対する一定の貢献になる。

ここではまず、A地区という場、その主要消費者である大学生、民衆生業の操業数、それらにあつかわれる財・サービスの種類に関する時系列的なデータを提示することに専念したい。A地区での民衆生業に関する定点観測は、2010年2月後半から4月初めの約50日間、2016年8月半ばから9月半ばの10日間、ならびに2018年8月初めから9月初めの10日間に実施した。方法としては、下宿数および民衆生業の営業形態、財・サービス種、数に関する量的調査のほか、民衆生業従事者、大学生、地元住民への聞き取りや観察を含んでいる。

なお、本稿のもちいる民衆生業ということばは、村井 [1978: 59-62] がおこなった定義に依拠している。一般的な産業分類からこぼれおちそうな零細の物品販売業、サービス・肉体労働などの雑業、および零細経営の小売店・飲食店などの総称が民衆生業であり、雑業者層と言ってもよい。それは一般的な産業分類に当てはまらないために政府の公式統計には表出

1) 本稿は間瀬 [2013] でおこなった調査をベースに、追加調査の結果を加えて比較考察したものである。

しないし、労働時間・労働場所が一定でなく、資本・道具・設備・営業収入の規模が小さく、長期資本計算等はおこなわず、専門性や熟練度が低く、営業単位が個人か少数の複数者であり、家族・同郷人・知人の範囲で営まれることを特徴とし、1970年代初頭にインフォーマル・セクター²⁾としてILOに提唱された経済活動に重なる。

インドネシアの民衆生業をめぐってさまざまなアプローチでなされた諸研究についてはラファエラ [2005: 172-176] が目配りのきいたまとめをしているので、参照されたい。彼は、1981年にH. フェイスが書いた「小商品生産と低開発——インドネシア・ウジュンパンダンの行商人とベチャ（輪タク）牽き」という論文を引用して、諸研究は都市雑業者層という労働力をインドネシア全体の政治経済の文脈に位置づけ、より広い生産様式に階層的に組み込まれていく事態を明らかにした、という。さらに、これらの研究に部分的につうじながら都市雑業者層の実態を解明する一連の事例研究がある、ともいう。本稿も事例研究のひとつになるが、学生街特有の事情のほかにインドネシア全体の経済発展やグローバル化現象に左右されるなかで、一地方の民衆生業が経験するさまざまな変化の様相と過程を具体的に描写するものである。ただし、データの不足や調査方法の不備もあいまって実証分析としての課題は多く、変化をめぐる一定の傾向を抽出するにとどまった。

I 学生街 A 地区

1 インドネシア有数の学生街：下宿の高級化と人口増加

A 地区は、ジャワ島中部のジョグジャカルタ特別州スレマン県デポック郡 (Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta) に属する学生街である。インドネシア中央統計庁スレマン県支部が刊行した『2018年数字でみるデポック郡』にある2017年の数字でいえば、同郡は広さ35.6平方キロメートル、人口18万9,649人で、行政的には3つの町・村 (kelurahan / desa) および58の集落 (padukuhan / dusun) で構成されている [BPS Kabupaten Suleman 2018]。ここには、国立ガジャ・マダ大学、ジョグジャカルタ国立大学、私立インドネシア・イスラーム大学、カトリック系私立サナタ・ダルマ大学、カトリック系私立アトマ・ジャヤ大学、私立アミコム (AMIKOM: 情報管理・コンピューター) 大学、国立ジョグジャカルタ国家開発「退役軍人」大学 (UPN "Veteran") など36の各種高等教育機関が設置されているが、全国レベルで人気のある大学も多い。同郡に10万3,718人 (2016年次前半) もの大学生がいるのは、よりよいキャンパスライフと将来を夢みて、全

2) 生産単位としての事業だけでなく、法や制度で規制されたり保護されたりするかどうかという個別の雇用関係に目が向けられるようになるにつれ、インフォーマル・セクターではなくインフォーマル経済という用語が主流になっている。

国から若者が集まってくるからである。

A 地区自体の広さは 1 平方キロメートルよりやや広い程度で、主にチャトル・トゥンガル町 (Kelurahan Catur Tunggal / 11.0 平方キロメートル / 人口 8 万 1,473 人 [2017 年])³⁾ の領域を占め、一部チョンドン・チャトゥル町 (Kelurahan Condong Catur) にまたがる。図 1 「A 地区周辺図」にみるとおり、西側で南北に伸びるカリウラン通り (Jl. Kaliurang, A 地区の表舞台)、東側で南北に伸びるグジャヤン通り (Jl. Gejayan, 別名アフアンディ通り Jl. Affandi)、北側を東西に走る環状道路 (Ringroad Utara)、南側で東西に通じるマラタム用水路 (Serokan Mataram) に同地区は囲まれている。

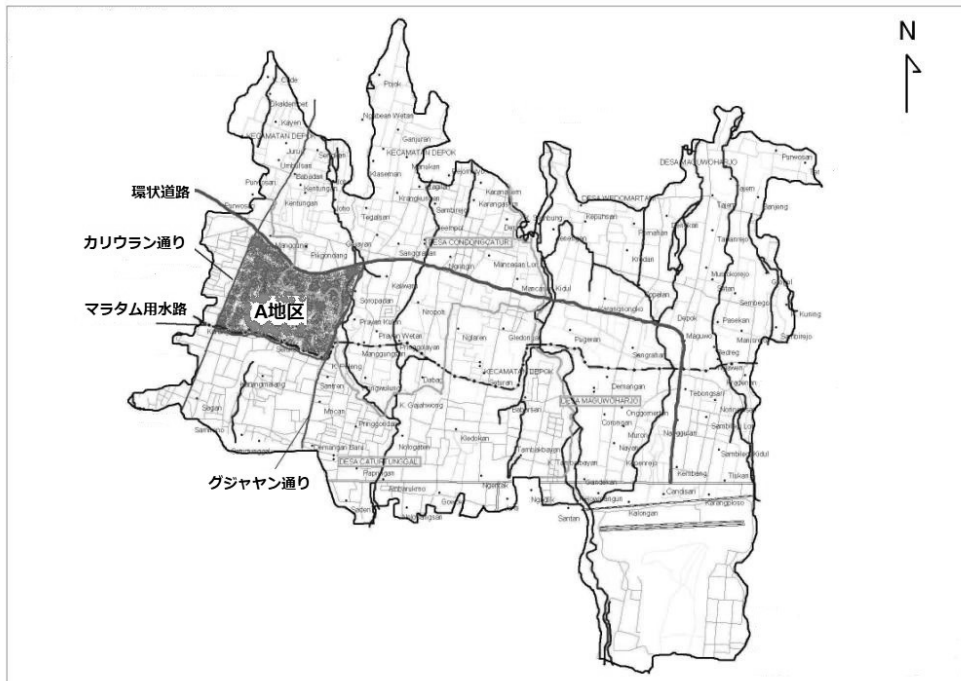


図 1 A 地区周辺図

出典：スレマン県ウェブサイトとフィールドワークにもとづいて筆者作成

2012 年、大学生が集まっているであろう A 地区に建つ下宿の数を勘定した。見た目には 5 室以下の小規模、6～14 室ほどの中規模、それ以上の大規模と、下宿を 3 通りに分類した上で、A 地区の通り・路地を歩いて数えた。すると、表 1 「A 地区下宿数の推移」にみるとおり、小規模 395 軒、中規模 446 軒、大規模 93 軒の合計 934 軒、同地区の路地裏の隅々までが下

3) インドネシア中央統計庁ジョグジャカルタ特別州支部によれば、チャトゥル・トゥンガル町の人口の約 4 分の 1 は学生で、人口密度は 3,965 人 (2018 年) である。

宿であふれかえっているようすを確認した。

表1 A地区下宿数の推移

下宿の分類	2012年	2016年
小規模	395	661
小規模・ハイグレード	0	0
中規模	446	460
中規模・ハイグレード	0	8
大規模	93	213
大規模・ハイグレード	0	34
合計	934	1376

出典：フィールドワークにもとづいて筆者作成

2016年にA地区の下宿の数を再度勘定した。前掲の表1で見ると、2012年と2016年では大きな違いがあった。すなわち、トイレ・シャワールームつきの個室スタイルで、エアコン、ワイヤレスインターネット環境、大型駐車場を備え、24時間体制で管理人のいるホテルのようなハイグレードの下宿は2012年の時点ではA地区になかったのに、2016年には規模を問わず42軒を数えるまでになっている。2016年のA地区の下宿は小規模661軒、中規模460軒、中規模ハイグレード8軒、大規模213軒、大規模ハイグレード34軒の合計1,376軒になり、2012年から1.4倍に増加している。ここから推察すれば、2012年から2016年のあいだにA地区の消費者数は大幅に増加している。

2018年のA地区の下宿数に関するデータをもちあわせていないが、劇的に増減した気配はない。老朽化した下宿の改修があちらこちらでおこなわれており、ハイグレードの下宿に立て替えられるケースは目につく。

2 A地区の表舞台カリウラン通り：レジャー化、ショッピングモール化、フォーマル経済化

1980年代初頭にジョグジャカルタ市を取り囲むように環状に伸びる道路が建設される以前、A地区の表舞台であるカリウラン通りは小型トラックが進入できるかどうかの小道にすぎなかった。環状道路の北側部分と交差するようになったことでカリウラン通りの重要性が増し、1980年代半ばすぎに拡張工事がなされている。

2000年代に入り、カリウラン通りには日用雑貨屋、ランドリー、小食堂などの住民の基本的必要にもとづく財・サービス（基本財）をあつかう民衆生業とはやや異なる、主として少し洒落た飲食物を商う軽トラックやミニバンを改良した移動屋台のほか、カラフルでこぎれいな屋台やキオスクが出現しはじめた。2000年代半ば以降、ハンバーガー、ステーキ、たこ

やきなどの多くのインドネシア人にとって目新しい商品が商われるようになると、そこは消費者が珍しいもの探しをする場、換言すればレジヤーの場に変貌していく。

車両を利用したり、目新しい財・サービスをあつかったり、地方色や国際色を商品化したりする形式でカリウラン通りにおける民衆生業に新規参入したのは、小規模な資本、少人数の家族労働力、学校教育外で得られた技能やノウハウなどを活用して、日々を食いつなぐような典型的な民衆生業従事者ではなく、ある程度の規模の資本力、学校教育で身につけた知識やノウハウ、さらに旺盛な企業家精神に恵まれた人たちだった。そのような彼らに営まれる経済活動は質素で古びた屋台やキオスクで基本財を商う民衆生業と区別され、「民衆生業風」とでも呼ばれるのが適当である。彼らは、たとえば従来型民衆生業と同じバナナフライを商うにしても、チョコレートスプレーや粉砂糖でフライを飾る、フライを紙で包んで食べやすく提供する、油まみれの屋台をきれいに拭いて鮮やかな色づかひのペインティングを施すなどの些細な商売戦略を巧みに重ねているし、そうできる点で従来型の民衆生業とは異なるが、あえて「民衆生業を装っている」。そして、従来型の民衆生業の消費者である圧倒的多数の庶民を取り込みながらあわよくばより経済的に裕福な層も視野に入れて、商売を成立させようとしている。2000年代初頭以降にカリウラン通りに立ち並ぶようになった洒落た屋台やキオスクの多くはこのような「民衆生業風」であり、A地区の路地裏にあふれている典型的な民衆生業とは一線を画する。

2000年代末になると、「民衆生業風」よりもっと大きな資本力と高度な経営ノウハウを有する中小企業や巨大資本の企業、すなわちフォーマル経済がカリウラン通りでの商売に参入してきた。巨大資本によるミニマート、日本風の弁当レストラン、大手美容サロン、アメリカ資本のドーナツやピザのチェーン店など、ショッピングモールに入居するたぐいの店舗が同通りに急増する。「レジヤー化」の延長線上に「ショッピングモール化」が進んだ、と言ってもよい。

「ショッピングモール化」の担い手であるフォーマル経済の参入によって、カリウラン通り沿いの地価や店舗賃料の高騰や商売用地不足の問題は深刻化している。2016年、同通りで店舗を賃借する場合には1平方メートルあたり年間250万ルピア（2万1,600円）もかかる、と言われた。こうなるともはや、初期資本投資の回収と顧客獲得を意識しながら長期的・戦略的に店舗を賃借できないため、民衆生業従事者ばかりでなく「民衆生業風」であっても、同通りに商売場所を確保するのが困難になった。

2018年、カリウラン通りには、世界一有名なハンバーガー店と日本の牛丼チェーンがフランチャイズ展開をはじめた。A地区初の16階建て高級アパートが同通りに完成し、その1階部分にアメリカ・シアトル発の人気のコーヒーショップが開業した。

3 A地区の路地裏

調査開始時の2010年にはすでに、「レジャー化」したカリウラン通りにおける基本財の商売は難しくなっていた。また、民衆生業はもとより「民衆生業風」であってもフォーマル経済との資本力の差からA地区表舞台のカリウラン通りを追い出され、廃業に追い込まれたり、基本財の商売でまだ儲けられそうなA地区の路地裏に移動したり、すなわち「路地裏化」したりすることを迫られるようになっていた。民衆生業やが「民衆生業風」A地区の外へ出ていく場合もあった。

次章で示すとおり、下宿であふれ、人口が密集するA地区の路地裏では、住民の基本財をあつかう民衆生業が数多くみられる。地区の表舞台から路地裏へと退避してくる民衆生業が増えるにつれ、路地裏での民衆生業従事者同士の商売競争は一段と激しくなる。目新しい財・サービスの商売に転換するための資本や具体的なアイデアに欠き、基本財をあつかいつづける範囲で可能な生き残り戦略としては、価格抑制・据え置きと財・サービスの提供方法の高度化が目立つ。同業者との競争を勝ち抜くために、各人がそのような工夫を重ねてきたであろうことは、民衆生業従事者たちとの会話の節々に表れている。

「小麦粉価格が上がれば、麺価格も上がる。焼きそばを値上げすれば客が減るから、価格は据え置き、そばの量を減らすことにしている」(2012年9月12日聞き取り/A地区路地裏の焼きめし・焼きそば売り 50歳代/男性)

「毎日営業する店に負けないよう定休日をなくした。客の洗濯ものは安く仕入れた芳香剤をふんだんにつかってよい香りに仕上げる」(2012年9月13日聞き取り/A地区路地裏のランドリー 30歳代/女性)

II A地区の主要な消費者：総中間層化した大学生

1 大学生の富裕化の背景

A地区の主な消費者は、消費文化を謳歌できる経済的に裕福な家庭、いわゆる真正中間層の出身の大学生である。2000年以降に国立高等教育機関の国有法人化(のちに教育法人化)が進められる過程で、国からの補助金を潤沢に確保できなくなった国立大学は、経営の安定をめざして独自戦略を練る。ここに、高等教育機関の経営における商業化がうながされ、学費が値上げされる傾向が出てきた。さらに、全国一律の高等教育機関新入生選抜試験制度(SBMPTN)以外に独自の入試制度(ujian mandiri)を設けて、後者経由の新入生に前者経由の新入生よりもはるかに高い入学金や授業料を課すなどして、自己資金の獲得に努める国立大学が登場した[2010年3月3日付日刊紙コンパス]。これは、通常よりはるかに高い入

学金や授業料を支払える富裕層出身者に対して国立大学進学への道がより有利に拓かれるようになったことを意味している。全国一律の新入生選抜試験の実施日より前に富裕層の子弟が有名国立大学への進学を決めていた、国立大学の新生に地元以外の地方出身の富裕層が多くなった、国立大学が富裕層に独占されつつある、などという声は数多く聞かれる。さらに、よい教育環境で受験準備をする富裕層出身者のほうが入試に通りやすいために、2010年前後の国立大学入学者に貧困層はほとんどいなくなった、名門私立大学に富裕層の子弟が増えた、とも指摘されている[2010年3月26日付日刊紙コンパス]。すなわち、スハルト政権の崩壊後に民主化・民営化・地方分権化の流れで推進された開発は、結果として国民の経済格差を助長し、下級公務員や小規模自営業者などの子弟が食うや食わずの状況であっても大学に通う姿がみられたスハルト長期開発体制の末期(1990年代後半)およびポスト・スハルト期の開始当初(1990年代末～2000年代初め)と2010年では、高等教育機関を取り巻く状況が異なっている。

2 大学生の消費様式にみられる変化

ここで、筆者自身が2012年7月から9月にかけてA地区境界の大学に通う現役大学生55名⁴⁾および元大学生15名⁵⁾、また2016年8月に同じく15名に対して実施した聞き取りに即して、年代ごとに大学生の生活様式をまとめておこう。きわめて限定的な聞き取りだが、国立高等教育機関の国有法人化・教育法人化以後のA地区における大学生の経済力や彼らによる消費様式を多少の具体性をもって伝えられるかもしれない。

2000年代半ば、大学生たちはオートバイで移動をするのが一般的だった。当時、かならずしもひとり一台所有していたわけではなく、兄弟姉妹で共有したり、所有する友人に送り迎えをしてもらったりする姿もしばしばみられた。彼らの自己申告による月額生活費はおよそ50万～60万ルピア(4,600～5,500円)にすぎず、下宿大学生にとっては月額15万ルピア(1,400円)程度を支払って、3メートル四方の狭くて質素で、共同の水場しかない下宿に住むのは当たり前のことだった。下宿大学生たちの多くは下宿から徒歩圏内の簡素な小食堂で1日複数回、野菜の炒め煮、揚げ豆腐、目玉焼きなどをおかずにごはんをかきこみ、1食およそ3,000ルピア(30円)ですませていたし、そうするしかない者もいた。ショッピングモールへはたまにウィンドーショッピングに出かけても、買い物することはなかった。

2010年をすぎると、自己申告にもとづく下宿大学生たちの月額生活費は2000年代半ばごろの大学生の約2倍、すなわち平均122万ルピア(1万1,000円)になっていた。2010年のジョグジャカルタ特別州の法定最低賃金水準で働く労働者の月収は74万5,694ルピア(7,700)

4) 主にA地区に隣接する国立ガジャ・マダ大学農学部¹⁾の学生に質問票を配布して、回答してもらった。
 5) A地区の下宿や小食堂などで対象者に直接質問票を配布する、またはA地区およびA地区境界に下宿をしていた経験のある対象者にメール添付で質問票を配布するなどして、回答を求めた。

円) だったから、その水準の月給を取り4人家族を養う労働者に比べたときに、大学生たちの裕福さは際立っていた。このころのA地区界限では、マイカー通学はそれほど珍しくなくなっていたし、冷房、温水シャワー、インターネット接続環境、自動車用の駐車場を備えたアパートタイプのハイグレードの下宿も出現しはじめていた(2010年5月23日日刊紙コンパス)。それ以前の大学生たちようにウィンドーショッピングをするだけではなく、実際に服や靴を買ったり、フローズンヨーグルトやドーナッツを食べたりすることを目的としてショッピングモールに出入りする大学生もみられるようになった。2010年代初頭において、経済的に豊かな大学生たちの消費様式はそれ以前の大学生と異なってきた。

3 大学生の消費に対する価値観にみられる変化

前節と同じ聞き取りにもとづいて言うと、下宿界限にいくらでも安い財・サービスをみつげられることを理由にして、A地区の消費者である大学生は経済的に裕福であっても、価格にはかなり敏感だった。民衆生業に提供される安価な財・サービスから得られる効用に断然勝ると判断しないかぎり、ショッピングモールやフランチャイズ展開するファストフード店や美容院などのフォーマル経済に商われる高価な財・サービスに食指を動かさないことが多かった。すなわち、裕福であっても経済合理的であるからこそ、大学生たちは民衆生業を支持していた。彼らは、消費をめぐる選択肢の豊富さをよしとする価値観をもっていた。朝は屋台、昼は学食、おやつはファストフードという具合に、気分によって消費の選択肢をつかいて楽しんでいた。

「屋台は大好き。安くて、おいしくて、楽しい。野菜がたくさん食べたいときには、路地裏にあるなじみの小食堂に行く。自分の誕生日や恋人の記念日にはピザチェーン店で食事をする。最近できたコーヒーショップには行きたいが、コーヒー1杯が8,000ルピア(70円)だから。焼きめし1皿と同じ価格だと思うと、やや躊躇する」(2012年9月18日聞き取り/A地区に下宿をする大学生 20歳代/男性)

「ほとんど毎晩、緑豆ぜんざいのキオスクでコーヒーを飲みながら、下宿の友人とくつろぐ。小腹がすいて、深夜3時にインスタント麺を食べに行くこともある。いつもつかっているランドリーがある。ハンバーガーを食べるのは、だいたい月に1度ぐらい」(2014年2月22日聞き取り/A地区に下宿をする大学生 20歳代/男性)

2016年に15人の大学生・元大学生⁶⁾に対して実施した、2012年と同様の聞き取りでは、

6) 主にチャトゥル・トゥンガル町の私立英語学校に通う大学生・元大学生に質問票をつかいながら、聞き取りを実施した。

A地区界限の下宿大学生が自己申告する月額生活費に100万～250万ルピア（8,600～2万1,600円）という大きなばらつきがみられた。このばらつきについて説明できないにしても、同年のスレマン県の地方最低賃金が133万8,000ルピア（1万1,500円）であったことに照合すれば、彼らの月額生活費が少額だとは言えない。聞き取りの対象となった15名のうち12名がオートバイを、3名は車を所有していた。「アングクリンガン（angkringan：紅茶、生姜湯、揚げものなどの屋台カフェ）は利用しない」「フライド・チキンやハンバーガーのフランチャイズチェーン店が好き。プニェタン（penyetan / pecel lele：チリソースを絡めたチキン、ナマズ、大豆発酵食品テンペなどの揚げもの料理）を食べるなら、路地裏の屋台や小食堂ではなく、フランチャイズのチェーン店やレストランで食べる」「屋台は嫌い。友人に誘われたときにだけ、緑豆ぜんざいのキオスクやアングクリンガンを利用する」「行きつけの小食堂はない」という声は6名からあがった。つまり、2016年にはA地区の消費者たちに多かれ少なかれ民衆生業離れの傾向をみてとれるようになったのである。現在、そのような傾向はおそらくますます強まっている。

「駐車スペースのない下宿に入居者が少なくなった。大学生たちの多くは自家用車をもっているから」（2018年7月2日聞き取り / A地区地元住民50歳代 / 男性）

「A地区には外国ブランドのハンバーガー、ドーナッツ、コーヒーのフランチャイズチェーン店が多数あるので、カリマンタン島の田舎の出身のわたしには目新しく嬉しい。まだ行ったことはないけれど、日本の牛丼チェーン店もある。ジェラートを食べながら、友人たちと写真を撮ったり、それを別の友人に送ったりするのが楽しい」（2018年9月2日聞き取り / A地区の下宿大学生10歳代 / 女性）

「大学生たちは裕福だから、食事も買いものも思いどおりにするし、自分で動かずに買いもの代行サービスをつかう。彼らは民衆生業の屋台での食事を消費しなくなったわけではない。“P通りの薬局の隣にある屋台で焼きめしを買ってきて”とスマートフォンアプリ経由で買いもの代行を頼んで、焼きめし代金に買いもの代行手数料を含めた額をためらいもなく支払ってくれる。そのような大学生が多数いるから、ぼくたちはアプリオートバイタクシーの運転手・買いもの代行者としてじゅうぶんに生計を立てられる」（2019年1月3日聞き取り / A地区ゴジェック（Gojek:アプリオートバイタクシーの一種）の運転手30歳代 / 男性）

「最近の大学生？金持ちさ。すごいよね、いったいいくらお金をもっているのだろう？親の仕事は何だろう。安い下宿は彼らに見向きもされない。駐車場も必要だろうしね」（2019年1月4日聞き取り / A地区地元住民60歳代 / 男性）

III A地区の民衆生業

1 民衆生業の数とそのあつかう財・サービスの種類

I章およびII章で、A地区という場やその主要な消費者である大学生にみられる変化を説明してきた。ここからは、A地区の民衆生業の操業数とそのあつかう財・サービスの種類に関する時系列的なデータ⁷⁾を提示しながら、財・サービス供給側の変化を考察したい。

図2「A地区の民衆生業の操業数、そのとりあつかい財・サービス数の推移」にみるとおり、2010年のA地区において、バラエティに富んだ飲食物や雑貨などの財と日常生活を送るのに「あってもいい、あったら便利」なサービスは112種みられ、総数1,159軒の民衆生業の経済活動が繰り広げられていた。大学生を中心とする同地区の住民たちにとっては、住まいから徒歩圏に小食堂や焼きめし・焼きそばなどの屋台があり、ある程度の選択の余地をもって空腹を満たせる。民衆生業の存在をもって、「痒いところに手が届く」というような高度な物品販売・サービス社会を実現させているのがA地区である。

112種もの財・サービス種がみられるとはいえ、表2「民衆生業があつかう基本財・サービスにみられる推移」をもちいて詳しくみると、わずか15品目の主要な財・サービスのと

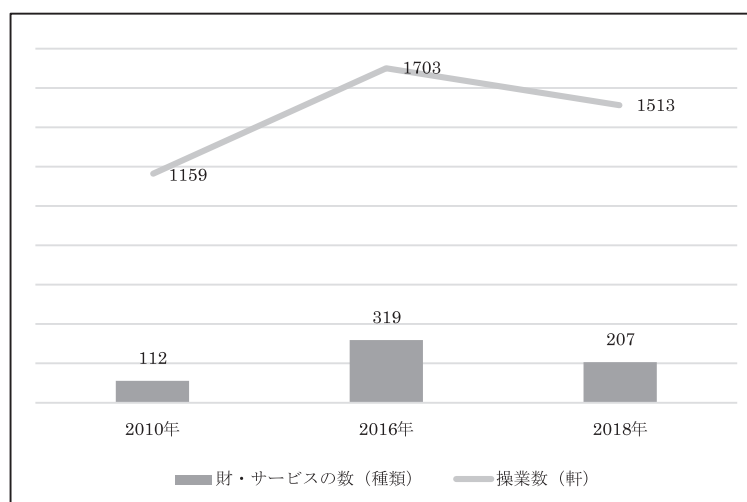


図2 A地区の民衆生業の操業数、そのとりあつかい財・サービス数の推移
出典：フィールドワークにもとづいて筆者作成

りあつかいが操業数の68.6% (795軒)を占めている。これらがA地区の住民にとっての基本的必要に応じた財・サービス、つまり基本財・サービスである⁸⁾。

7) 2010年には18:00～20:00に、2016年と2018年には15:00～20:00に、A地区をオートバイで回って民衆生業の操業数や財・サービス種に関する調査を実施した。これらの調査では、朝と昼に操業する民衆生業、とくに各種行商の数を漏らしている。

8) これら主要15品目のあとにつける10品目(主要25品目のうち第16～25位)には、フレッシュジュ

表2 民衆生業があつかう財・サービスの推移

基本財・サービスの種類	2010年(軒)	2016年(軒)	2018年(軒)	変化の傾向
日用雑貨	122	127	101	2016年以降に減減
ランドリー	109	141	114	2016年以降に減少
小食堂	101	110	64	2016年以降に減少
携帯電話通話カード	70	35	31	2010年以降に半減
緑豆ぜんざい(+即席麺+即席飲料+ごはんもの)	59	70	60	2016年以降減減
コピーサービス	51	50	52	安定的
プニェタン*	46	47	66	増加
電話サービス	41	4	0	消滅
PC, プリンター関連	39	34	33	安定的
理髪業	35	34	43	増加
アングリンガン(紅茶, 生姜湯等の屋台カフェ)	34	30	33	安定的
パッソ(ミートボールスープ)	24	23	25	安定的
パンク修理, オートバイメンテ	24	20	31	増加
縫製	22	23	10	2016年以降に激減
インターネットサービス	18	10	0	消滅
基本財・サービスをあつかう民衆生業の操業数	795	758	663	減少
基本財・サービス以外をあつかう民衆生業の操業数	364	945	850	急増, ピーク通過
民衆生業の操業数	1159	1703	1513	増加, ピーク通過
基本財・サービスをあつかう民衆生業の割合	68.60%	44.50%	43.80%	2010年以降に減少

前掲の図2によれば、2016年のA地区では、319種類の財・サービス、総数1,703軒の

* チリソースを絡めたチキン、ナマズ、大豆発酵食品テンペなどの揚げもの料理
 出典：フィールドワークにもとづいて筆者作成

民衆生業が活動していた。II章の3で説明したように、このころには消費者の民衆生業離れの傾向がみられることに反して、2010～2016年のあいだに民衆生業の財・サービスの種類で184.8%、総数で46.9%という大幅な増加があった。他方で、表2に目を移すと、2010年に795軒あった基本財・サービスをあつかう民衆生業は2016年には758軒に減少し、基本財・サービスをあつかう民衆生業の割合は2010年の68.6%から2016年には44.5%に低下した。このことから、2016年に増加したのは基本財・サービスではなく、民衆生業従事者が限定的な資本や情報を駆使して少しでも目新しさを付加して、同業者との商売競争を勝ち抜き、商売を継続しようとしたために生まれた基本財以外の財・サービスであった、とわかる。経済

ス、ガドガド(gado-gado: 茹で野菜のピーナッツソース和え)のたぐいの軽食、焼きめし・そば、サテ(sate: チキンやヤギ肉の串焼き)など、各種飲食物の名まえばかりが並ぶ。これらは食事のヴェリエーションや軽食・間食であり、レジャー的な動機をもって消費される財であるため、住民の基本的必要にもとづく財・サービスとして表2に挙げられた主要15品目とは性質を異にする。

的に一段と豊かになるにつれて民衆生業離れする大学生消費者たちの関心を引こうとすると
 ころに起こった財・サービスの多様化は、民衆生業従事者たちの生き残り戦略のひとつである。

図2によれば、2018年、207種類の財・サービス、総数1,513軒の民衆生業がA地区で操
 業していた。2016年と比較をすれば、民衆生業があつかう財・サービスの種類（-35.1%）
 と民衆生業の総数（-11.2%）の双方で減少している。とはいえ、2010年を比較したとき
 には、2018年における民衆生業は依然として多種多様かつ過多だ、と言える。2018年の基本財・
 サービスの割合は、2016年からそれほど変化していない。そこから、限定的な資本とノウ
 ハウに依存した財・サービスの種類の多様化には限界があり、2016～2018年におそらくその
 限界に達したこと、2010～2016年のあいだに新たに出現した財・サービスのうちすでに消
 滅したものがかなりあること、そしてこのような民衆生業の再編のなかで存在しつづけるの
 は特定の基本財・サービスをあつかう商売だけであることなどがわかってくる。

2 民衆生業の数とそのあつかう財・サービスの種類にみられる変化

前掲の表2をつかって、民衆生業の数とあつかわれる財・サービスの種類の変化について
 もう少し分析をつづけたい。2010～2016年のあいだに民衆生業の総数は大幅に増加するいっ
 ぽう、基本財・サービスのあつかいは減少している。2016～2018年には、その双方が減少
 している。2010～2018年をつうじて、基本財・サービスのあつかいは減少の一途をたどっ
 てきた。2010～2016年の期間に、インターネット・オンラインゲームサービスと携帯電話
 通話カードの商売は激減している。インドネシア全土で2013～2016年のあいだにスマート
 フォンユーザーが164.2%も増えており（2016年末に推定1億人に達しており）[eMarketer
 (online) 2015]、自宅でインターネットというのが一般的になったうえ、通話カードはオン
 ラインで購入し、地区にあるその店舗やキオスクに足を運ばない人が増えたことは、想像に
 難くない。当然ながら、住民の基本的必要にもとづくことされる財・サービスは、時代によっ
 て変化するのである。2010～2016年のあいだに増加をみた基本財・サービスは日用雑貨、
 ランドリー、小食堂、調理済みインスタント麺やインスタントコーヒーなども商う緑豆ぜん
 ざいキオスクだったが、そのすべてが2016年以降は減少に転じている。2000年代初めごろ
 には連日・終日大賑わいだった小食堂の大半は、2016年以降だれの目にも閑散と映るよう
 になった。その廃業や別の飲食物への商売替えはあとを絶たない。

2010～2018年にわたって数にあまり変化のない基本財・サービスはコピー、PCおよび
 プリンター関係のサービス、屋台カフェのアンクリンガン、バツソ（bakso: スープに入った
 ミートボール）であり、大幅に増加したのは揚げたチキンやナマズをチリソースで絡めた料
 理のプニェタンだけである。

基本財・サービスではないもののうち、2010～2016年のあいだに新たに出現して目につ

く数になった財・サービスとして、ミートボールの串刺し (bakso tusuk) やチロック (cilok: 魚のすり身にタピオカ粉やスパイスを混ぜてつくった団子)、クトプラック (ketoprak: 豆腐、もやし、ちまきなどを酸味のあるピーナッツソースで和えた首都ジャカルタや西ジャワの軽食)、鶏粥、チョコレート飲料などが挙げられる。2016～2018年の比較的短期間に目につく数になったのは、スマートフォンアプリで呼ぶことできる各種アプリオートパイタクシー (買いもの代行サービスを含む) で、財・サービス別にみた民衆生業の操業数の首位 (2018年、130軒) に躍り出るほどだ。チリペッパーやバーベキューなどのフレーバーパウダーをふりかけた揚げ丸豆腐 (tahu bulat) の移動車、衣のついたチキンをつぶしながらチリソースと絡めた料理 (ayam geprek) の小食堂、西ジャワ名物の軽食 (seblak) の屋台なども、2016年以降に急増している。しかし、たとえば一時的でも相当の人気を博した揚げ丸豆腐であったとしても、2019年初めにはその人気に大きな陰りがみえている。消費者の関心は驚くべきスピードでほかに移っていく。

3 民衆生業の再編をめぐる諸要因

前掲表2にみるとおり、2016～2018年のあいだにA地区の小食堂の数は激減している。ランドリーや緑豆ぜんざいのキオスクの数も減少した。このような民衆生業の再編には、A地区の民衆生業従事者たちのあいだで展開される主に価格抑制と高度サービス化の面での商売競争という内部要因のほかに、すでに述べたような同地区の主要消費者である大学生の経済力や消費様式の変化などの消費者側の要因、さらにハイグレードの下宿で独自のランドリーサービスが提供されはじめたことなどの第三者的な要因が複合的に影響している。

A地区表舞台のカリウラン通りや地区外のショッピングモールなどの流行のスポットで食事をしたり歓談したりしたいし、そうできるのが、同地区の消費者である大学生たちだから、同地区の路地裏にある質素で薄汚れた小食堂や緑豆ぜんざいキオスクは徐々に客を失っている。翻って、ショッピングモールと競合しない、大学生特有のニーズにもとづいたコピーサービスやPC・プリンター関連の民衆生業は、A地区において健在である。

2010～2018年をとおして、A地区住民の基本財・サービスとして揚げたチキンやナマズをチリソースで絡めた料理のプニェタンが増えつづける理由を考察するならば、民衆生業の内部的な要因のほかに、A地区の地元住民による当該商売への参入という外的要因に目を向ける必要がある。2010年代前半までは、A地区の民衆生業従事者には外来者、とりわけ出稼ぎ労働者が多かった。ところが、表舞台のカリウラン通りは言うにおよばず、A地区全体で店舗・土地の賃料が高騰しはじめると、外来者は商売場所を確保しにくくなったり、地区からはじき出されたりするようになった。その代わりにA地区に土地・建物を所有する地元出身者たちが特別なスキルを要しないか、比較的容易に身に付けられるスキルではじめられる

財・サービスをあつかう民衆生業に新規参入してくる。主婦ならばだれでも調理できそうなプニェタンは、そのような財・サービスのひとつである。

従来、朝・昼に営業してきたA地区の小食堂の多くは、高騰する土地・店舗賃借料を支払ったうえで利潤を確保するために、最近では夕刻・夜間も営業するようになった。終日営業用にメニューを増やす目的で、プニェタンの商売に新規参入する小食堂は少なくない。それゆえ、前述のように、A地区の地元住民が比較的容易に参入できることとあいまって、同地区におけるプニェタン商売の数は増えているのである。プニェタンと同様に、たとえばA地区における理髪店の数の増加にも地区内に土地・建物を所有する地元出身者の新規参入が影響しているだろう。

推測の域を出ないが、さらに以下のように考えてみてはどうだろう。A地区の主要消費者である真正中間層出身の大学生であっても、空腹を満たす目的においてはハンバーガーやサンドイッチよりもプニェタンのような定食メニューやパッソのような伝統的な軽食を好んで選択するという傾向がいまはまだある。しかし、彼らが友人や恋人といっしょに食事をするとなれば、話は違ってくる。そのようなレジャー目的において、彼らにはフォーマル経済が経営する小粋なカフェやレストラン、フランチャイズ展開をするファストフードを利用するだけの経済的余裕がある。したがって、2016年を過ぎて、2000年代初めからA地区の社交の場のひとつとされてきた緑豆ぜんざいキオスクの数が減少しはじめた可能性もある。そうになると、目下健在のプニェタン商売であっても、今後どうなるかはわからない。

いまのところ、A地区の消費者たちは、ミニマーケット、スーパーマーケット、ショッピングモールなどを利用するいっぽうで、地区内の日用雑貨屋でも買いものをしている。同地区の表舞台カリウラン通りに続々とオープンするファストフード店やカフェにも足を運ぶが、路地裏の小食堂で野菜スープとオムレツの食事を摂ることもある。彼らは経済的な事情で質素な小食堂しか利用できないわけではないが、毎日ファストフードでは飽きるし、栄養面も考慮して小食堂を選択することもある。しかし、小食堂で食事をする頻度が以前と比べると減っていることは、確かである。

他方、A地区で下宿暮らしをする大学生たちの大多数は個人で洗濯機を所有しないので、2010年も2018年もあまりかわらずランドリーサービスを利用している。真正中間層の出身者であれば、実家には家事手伝いが雇われており、自分で洗濯をする習慣がないことも、A地区の下宿大学生たちの多くがランドリーをつかいつづける理由のひとつであるから、この間同地区のランドリーの数はさほど減少していない。

緑豆ぜんざいキオスクにも、A地区における民衆生業の再編過程を看取できる。昨今、栄養価が高く腹もちのよい優れた軽食である緑豆ぜんざいをあつかわない、名前だけの緑豆ぜんざいキオスクが多数存在するようになった。緑豆ぜんざいは、インドネシアの地域保健活

動の拠点として機能する統合的保険サービス詰所（posyandu）で体重測定と健康相談のあと乳幼児にふるまわれてきたことでもよく知られている。そのように栄養価に優れた庶民的な軽食なのだが、現代の裕福な若者の関心を引くものではないのだろう。そうなると、緑豆ぜんざいキオスクは、かつてはサイドメニューとして販売していたインスタント麺やインスタントコーヒー、清涼飲料を主力商品に置き換えて、それに加えて炒め野菜を中心とする惣菜、卵焼き・目玉焼き、豆腐やテンペなど大豆発酵食品を揚げたもの、チリソース、米飯のような簡単な食事も提供する場になった。

路地裏の総じて質素な小食堂に提供されてきた惣菜が緑豆ぜんざいキオスクに商われるようになった背景には、小食堂を利用するのは躊躇するが、同様に質素で薄汚れていても、手近な憩いの場や歓談所としてのイメージのある緑豆ぜんざいキオスクには足を向けやすいという、見栄（genshi）を含んだ真正中間層出身の大学生という消費者側の要因があるのではないか。小食堂に閑古鳥が鳴く現在でも、ひとり黙々と惣菜と米飯をかきこむ大学生たちで満員の緑豆ぜんざいキオスクがA地区には数多くみられる。

おわりに

A地区の表舞台であるカリウラン通りや同地区外でフォーマル経済によって提供される高価でも目新しい財・サービスとの競合のなかで、ランドリー、コピーサービス、プニェタンなど、ごく少数の基本財・サービスをあつかうものを除けば、同地区の民衆生業は主要な消費者である裕福な大学生をつなぎとめにくくなってきた。同地区の民衆生業の数およびとりあつかわれる財・サービスの種類は、減少の局面を迎えている。2010年からの定点観測にもとづいて言えば、民衆生業に提供される財・サービスから得られる効用との比較をしないまま、フォーマル経済に商われる高価でも目新しい財・サービスを積極的に選択する消費者がA地区に次第に増えてきた。

カリウラン通りには、住民にとっての基本財・サービスを商う範囲でいまも存続している民衆生業がまだいくつみられる。一例として、ホテルや商業施設の建設現場の傍らで操業する屋台カフェのアンクリンガン、閉店後の銀行の前でマルタバック（martabak:南インド・マラバル地方風のミートパイおよびパンケーキ）を商う屋台、鶏足入り麺（mie ceker）や西スマトラ州パダン風串焼き（sate Padang）を商う零細店舗などである。彼らがどのような戦略をもって商売を継続できているのかは興味深い、左右をみわたすかぎり、今後もそこで変わらず商売をしていける可能性はあまりない。彼らを観察するなかで、供給者側要因、需要側要因、あるいはそのほかの外部要因のそれぞれにどのようにどの程度影響されながら民衆生業の再編が進むのかを分析することに努めたい。

参 考 文 献

[外国語文献]

BPS (Badan Pusat Statistik) Kabupaten Sleman

2018 *Kecamatan Depok dalam Angka 2018* (2018年数字でみるデポック郡), Sleman:
BPS Kabupaten Sleman.

[日本語文献]

間瀬朋子

2013 「現代的な消費と「インフォーマル・セクター」——ジョグジャカルタ特別州スレマン県の学生街の事例」『消費するインドネシア』倉沢愛子(編著), 69-99 ページ, 東京: 慶應義塾大学出版会.

村井吉敬

1978 「インドネシアの民衆生業」『アジア経済』24(4): 57-82.

ラファエラ・D・ドゥイアント

2005 「カンボンとブダガン・クリリン——変容する路地裏空間とインフォーマル・セクターの地層」『アジア・メガシティと地域コミュニティの動態——ジャカルタの RT / RW を中心にして』吉原直樹(編著), 167-197 ページ, 東京: 御茶の水書房.

[ウェブサイト]

eMarketer

2015 “Jumlah Pengguna Smartphone di Seluruh Dunia dari 2014-2020” (スマートフォンユーザーは2016年20億人) (2015年1月9日付). 2018年11月23日アクセス.
<http://cmmninc.com/2-billion-consumers-worldwide-smartphones/>
<https://teknologi.id/insight/jumlah-pengguna-smartphone-di-seluruh-dunia-dari-2014-2020/>