

# インドネシアの FDI 型都市化にみる商業集積

西ジャワ州カラワン県の事例から

内藤 耕

## FDI-Type Urbanization and Development of Commercial Areas in Indonesia

Case of Karawang Regency, West Java

NAITO, Tagayasu

### Abstract

With the development of industrial estates in the region, urbanization has been accelerating in the Jakarta metropolitan area. Although the industrial estates in Karawang, West Java, Indonesia, are built on the acceptance of foreign companies, their urbanization is led by local capital. The huge shopping malls and real estate that have emerged in these regions have the staffs or workers of the estates' factories as customers. This study pays particular attention to the development of commercial areas. A survey of roadside shops, stores and restaurants along two streets in Karawang is conducted to clarify the urbanizations in this area. These two roadside businesses are located below the shopping mall in the hierarchy of commercial facilities. Among the two streets considered in this study, one is the back street along the old village at the lower level, and the other is the main street at the middle level of the hierarchy. It was found that many merchants come from the outside even in the back street. Further, many of the merchants coming in the back street target migrant workers who work in industrial estates and live in local communities. The survey results reveal spontaneous commercial developments in the region and the associated diversification of local communities. I would like to draw it as a vibrant and fluid process of the stratification of commerce.

### 1. はじめに

1990年代以降、中間層の増加がインドネシアの経済成長を加速させてきた。とくにスハルト政権後に進んだ民主化の時代を通して、かれらの活発な購買力は国内外の資本を引きつけてき

た。今日、ジャカルタの街を歩けば、贅沢品の店舗や巨大なスーパーマーケットを目にすることができる。つまり、経済成長とともに都市化もまた中間層の成長に影響を受けてきたことになる。都市開発、地域開発のブームを牽引したのは主に国内の開発業者だった。都心地域では、都市カンポンと呼ばれた低所得者層の居住地域がオフィスビルやコンドミニアム、はたまた洗練されたショッピングセンターへと変わっていった。郊外地域では、田畑が分譲住宅地やショッピングモールへと変貌していった。こうした変化がとくに著しかったのが、Jabodetabek<sup>1</sup>とよばれる首都圏であった。

近年、なかでもジャカルタの東側に隣接、近接する地域は、ベッドタウンとしての性格を含みこみつつも、それ以上に工業団地を核として分譲住宅地や商業施設が展開する独自の発展をとげている。核となっている工業団地の多くが外資系企業であることから、小長谷(1997)はこうした都市化をFDI型都市化と呼んだ。

本稿のもととなった研究は、この海外直接投資(FDI: Foreign Direct Investment)を呼び水として進む都市化が、それ以前からある地域社会(農村)にどのような変容をもたらしたかあきらかにすることに主眼を置いてきた<sup>2</sup>。こうした地域は急速にして激しい変化と多様化のなかにある。地域の外からは新しい住民が入ってきて、在地の住民との交流は必要最低限度にとどまる。それは断片化された形で接続され統合されない地域社会の状況、混住状態を表象している。本稿では、そうした状況のなかでもとくに商業集積に重点をおいて、FDI型都市化を素描したい。

対象としたのは、西ジャワ州カラワン県である。なかでも、日系の大規模工業団地に隣接した地域における特定の沿道での調査の結果を紹介していく。調査は、県内有数のショッピングモールによって形成された新しい街区に接続した2つの通りで行なった。この地域はグローバル化のなかで大きな変容を遂げてきた。これらの沿道における商店等の展開をみていくことを通して、FDI型都市化がもたらす地域社会変容に関する考察の一助としたい。

## 2. カラワン県におけるFDI型都市化

ジャカルタから東に伸びる高速道路ジャカルタ-チカンベック線に沿って展開する工業団地のひとつが、カラワン県のKIIC(Karawang International Industrial City)である。KIICは、県内南部を東西に横切るジャカルタ-チカンベック線のすぐ南側に位置していて、日本の伊藤忠商事とインドネシア有数の華人資本シナールマスの合弁事業によって開発された。入居企業の9割近くは日系企業である。二輪、四輪に関連したメーカーが多いことが特徴的である。

カラワン県は首都ジャカルタの中心部から東方へ60kmほどの位置にあつて、水田が広がる穀倉地帯として知られてきた。北部地域はまだ古くからの水田風景を残しているが、南部地域はこの工業団地の進出によって近年大きな変化を遂げてきている<sup>3</sup>。たとえば、工業団地を売り込む伊藤忠の日系企業向けサイトでは地元で220万人の人口があつて豊富な労働力を見込めるとしているが、実際には他地域から出稼ぎ労働者が多く流入してきている。県単位で設定されている最低賃金はジャカルタよりも高く全国一となっており、賃金水準は出稼ぎ者のプル要因

となっていると考えられる。しかしながら、工業団地内外に企業が運営する寮などはなく、かれら出稼ぎ者たちは地域のアパート<sup>4</sup>に住まいを定めるのが一般的である。

ジャカルタ・チカンペック線と並行して工業団地の北側にはジャカルタに水を運ぶ大きな用水路が流れている。高速道路と用水路のあいだは、ゴルフ場となっている<sup>5</sup>。用水路の北に広がる地域が本研究の調査地である。

そして、さらにその北側に2012年から15年にかけて開業したショッピングモールがあって、周囲の分譲住宅地の開発とあいまって新しい市街を形成している。モールは大手スーパーなどが入るメインのものと映画館や大手衣料品チェーンを擁する棟、電化製品のチェーン店や駐車場および映画館の入る棟の3つからなっている。テナントの多くは全国展開をしている



図1 ショッピングモールの景観



業者である。そして、これら3棟は逆L字型に配置され渡り廊下でつながっている<sup>6</sup>。メインとなるモールはKCP、カラワン「セントラル」プラザという。2012年に他のモールに先行して開業したKCPは、これら3棟の中心であるだけでなくカラワンの新しい中心でもある。

この新しい街区にはモールのほかに遊園地も配置されているほか、ロータリーに面した広場はさまざまなイベントに活用されている。こうした構成は、小さな子どもをもつ若い家族層をターゲットとしたものといえる。

ロータリーの南に隣接した部分には、2015年にモールと同じ資本によって四つ星ホテルが開業している。大きな宴会棟をもつこのホテルは、富裕層の結婚披露宴や企業、行政、政治団体などのイベントにも使用されている。

この新市街は周囲を公団や、ショッピングモールを建設した資本自体を含むその他ディベロッパーが開発した分譲住宅地に囲まれている。これらの分譲住宅地は基本的にゲーティッド・コミュニティである。区画全体が塙で囲まれていて外の世界とは隔絶された空間となっている。民間のディベロッパーが開発した分譲地では、入り口部分に守衛所がおかれ24時間体制で外から入ってくる者を監視している。新市街の南側には在地の集落があるが、その一部、水田の残っていた地域も民間のディベロッパーによって買収され分譲住宅地建設が進行中であるほか、公団の開発する大規模アパートなども立地している。分譲住宅地はまだ開発途上にあるが、もっとも早く開発を始めた公団の団地は90年代までさかのぼることができる。つまり、新市街は後から作られたものであった<sup>7</sup>。広大な水田地帯に分譲住宅地ができて人口の集積が始まったのちにショッピングモールを核とした商業地が立ち現れたわけである。

現在、ショッピングモールがあるエリアから旧市街の方向（北）へ伸びる街道と、高速のインターチェンジ方面（西）へと伸びる街道にはそれぞれショッパハウスが立ち並んでいる。これらは分譲住宅地の開発業者らによって建設され、ショッピングモールができる前から地域住民の日常の需要に応じてきた<sup>8</sup>。ショッピングモールのテナントと比べるとローカル感が強い。

この数年間で、カラワンの中心市街地は県庁や国鉄の駅、伝統的市場などが立地する北部地域からこの南の地域に移ってきている観がある。鉄道駅があるとはいえ列車の本数も少なくジャカルタへの通勤にはかならずしも便利とは言えない旧市街に対して、ここに示した南の新市街はジャカルタ-チカンペック線のインターチェンジへのアプローチがよい。モールが大きな駐車場を併設していることも集客に大きく寄与していると考えられる<sup>9</sup>。

こうした開発はあきらかに工業団地の発展に付随して起こったものであるが、工業団地とその入居企業が日系資本中心であるのに対して、これら都市化は地元の資本によって進められている点特徴的である。ショッピングモールや隣接した高級分譲住宅地などは、西カリマンタン州出身でカラワン県で成功を収め、現在はジャカルタ市内に在住の華人ディベロッパーによって開発されてきた<sup>10</sup>。だが、住宅公団や他のディベロッパーもいて、ここの地域開発は独占的状況にあるわけではない。

### 3. 調査地の概要

ショッピングモールのあるエリアを中心とした半径 1 km ほどの地域が非常に興味深いのは、古くからの在地の地域と 90 年代以降開発が進んだ分譲住宅地、そして 2010 年代半ばに出現した巨大なモールと四つ星ホテルという景観の不連続にある。それらが表象するのは異なる出自、階層の人々が空間を割って住む極めて奇妙な地域の構造である。図 3 からは、田畑であった旧集落の周辺がモールなどの商業施設や分譲住宅地へと開発されて行った結果、むしろ集落がこれらによってはさまれ取り残されたかのようにになっている様子が読み取れる。

ところで、ここに示された分譲住宅地は前述のように、周辺との間が塀で仕切られたいわゆるゲーティッドコミュニティとなっている。つまりこれらの空間は、日常的に交流することの難しい、場合によってはお互いの存在を意識することのないひとびとによって住み分けられているのである。分譲住宅地の住民は基本的に他地域より流入してきたひとびとによって構成されている。住民の多くは中間層に属すると考えられるが(便宜的に新住民とする)、一部には分譲区画を下宿仕様にしたところも散見され、工業団地の工員層が居住している。旧集落の住民も大きく 2 つの категория に分けられる。ひとつは古くからの在地の住民(便宜的に旧住民とする)とその大半が工業団地の労働者であるアパート住民である<sup>1)</sup>。ちなみに、両地域の下宿やアパートに居住している工業団地の従業員の大半は非正規の工員である。

調査の対象は、2 つの道路に面した商店群であり、そこで働くひとびととした。ひとつは旧住民とアパート住民が住む調査地を貫く、長さ 1 km ほどの道の両側に展開する商店群および商業従事者である。この地域を沿道 A とする。もうひとつはロータリー部分から西方向に伸びる道の両脇に広がるショップハウスなどに入居した店舗ないし商業従事者である。この地域を沿



図 3 調査地概要

道Bとする。図3からわかるように、調査対象としたふたつの通りはいずれもショッピングモールを核とした新市街に接続している。しかし、両者の性格は大きく異なっている。

沿道Aの通りは幅員3mほどで車がすれ違うのは難しく、適当な軒先に幅寄せしなければならぬほどである。しかし、時間帯によって二輪車(バイク)の交通量は極めて多い。この通りは旧市街から新市街を経て工業団地へと至る抜け道となっているのである。他のルートの場合、道幅は広いが大回りになる上に、四輪の交通量が多い。

図4は沿道Aの様子である。この通りには後述のように、工業団地で働く工員らが住むアパートが数多く立地している。バイクなど自前の交通手段を持たない工員は、送迎用のバスがやってくる大通りまで徒歩で向かう。



図4 沿道Aの様子(出勤する工員)

この沿道Aは近年、簡易な形で商売を営む商店が増え、集落をつらぬく田舎道だった景観を大きく変えてきた。ここには2018年8月の調査時点で確認できた限りで103軒の店舗(卸業者等事務所含む)が展開していた。調査対象にはカキリマとよばれる露天商等を含んだが、それとおぼしき商人はかならずしも多くはなかった。会うことのできた商業従事者は基本的に常設の店舗を構えた者がほとんどであった。もともとカキリマと常設店の区別は、この通りの場合さほど意味のあるものではない。常設店とおぼしき店も極めて簡易な構えにあって、いわゆるインフォーマルセクターに属すると考えられるものが多数見られる。また、ここで調査対象としたカキリマは基本的に屋台を決まった場所、空き地などの定位置に構えており、常設店に近い営業形態にあった。

もうひとつの調査対象である沿道Bは沿道Aの北のはずれと接していて、そこから東に伸びている大通りに沿った地域である。この通りは公団が開発した分譲住宅地に囲まれているが、新市街地から高速道路の料金所へと向かうほとんど唯一の道となっていて、交通量はやはり多い。ちなみに、KCPからは高速道路経由で西はジャカルタ、東はバンドンへとむかうシャトルバスが出ているが、いずれの方向にもこの通りを通してインターチェンジから高速に乗る。

この街道に沿った沿道Bは前面を駐車スペースに利用できる十分なセットバックを擁したショッピングハウスによって構成されている。それに対して沿道Aは駐車スペースを有する店舗はほ

とんどない。沿道 B の方が集客により有利な状況にあると推測される。

沿道 B では、調査を行なった 2019 年 8 月の観察によれば対象とした約 1 km ほどのあいだに 195 軒の店舗が確認されたが、そのなかには後に見るように閉店していたか使われている形跡がない店舗も目立っていた。

#### 4. 沿道の景観

##### アパートとショップハウス

本研究の初発の動機は、この地域の景観変化にあった。2000 年代に見られた地域の相貌は前述のように、ショッピングモールを核とした新興市街地の登場で大きく変わった<sup>12</sup>。そこで、このふたつの沿道の調査においても、景観の記録にひとつのポイントをおいてみたい。とはいえ、景観を数値で記録したり、あるいは記述していくことは容易ではない。景観変化への着目が「驚き」に触発されているとしたら、人間の目線に立って記述することを求めたいところであるが、そうした作業はさらに困難なことである。鳥瞰図のような手法は分析的ではあるが景観そのものの記述にはならない<sup>13</sup>。ここでは両沿道における店舗の配置を比較することで、その一端でも理解したい。とはいえ、数百 m から 1 km にもおよぶ 1 次元的構成をここに示すのは、紙幅の都合上難しい。そこで、ここでは理解を深めるために両沿道のそれぞれの特徴をよく表した区画を Google Map も利用しながら紹介し比較を試みたい<sup>14</sup>。

まず沿道 A について見てみよう。図 5 からは、工業団地で働く労働者が住むアパートや民家の間に店舗が展開していることがわかる。アパートの一部が店舗として使用されているところもめずらしくない。言ってみれば、店舗は地域に埋め込まれているのである。

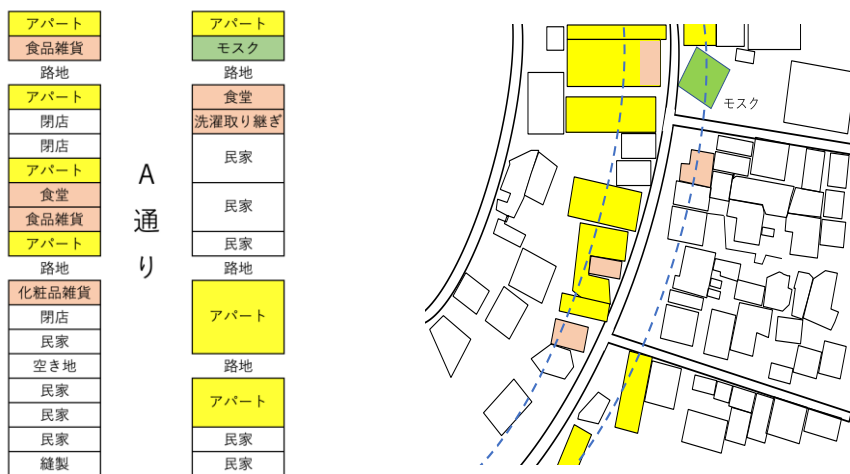


図 5 沿道 A の見取り図（一部）

つまり、沿道Aに立地する商店は計画的な配置ではなく、それぞれの事業主が自らの戦略と条件に基づいて開店したものであり、いわば自然発生的な展開となっている。図5の右図はGoogle Mapに記録されたほぼ同一箇所の家屋群をトレースしたものである。長方形の建物（黄色）として認識できるものがアパートである。調査では、沿道の背後にある家屋等の配置は調べていない。基本的に道に沿って歩くなかで確認できた範囲（右図の点線で示した部分）を明らかにしているのみであり、たとえばアパートはもっとたくさん立地していると思われる。図6は、沿道Aに見られる店舗の様子である。また、図7は工業団地で働く工員が多く入居しているアパートの例である。これは平屋であるが、2階建のアパートもよく見られる。



図6 沿道Aの商店



図7 アパート(右端に商店が併設されている)

次に、沿道Bを見てみよう。図8からは店舗が連続している様子がわかる。これらは基本的にショップハウス、インドネシア語でいう ruko（家を意味する rumah と店を意味する toko を合成した用語）に入居している。1階部分が店舗で2階以上が住居という仕様のショップハウスは、東南アジアの都市部に近代以降作られるようになり、インドネシアでは今日においてもあたらしく建設されている。図9および図10は沿道Bのショップハウスの様子である。



この通りは西端で、高速道路料金所へとアプローチする幹線道路に接続する。その間、こうしたショッピングハウスが数 km にわたって点在しているのであるが、今回調査した沿道 B にはとくに連続してショッピングハウスが立っている。図からはあまりうかがえないが、これらショッピングハウスの背後には分譲住宅地が広がっていて、当初から商業地域と住宅地域が一体的に開発されてきたことがわかる。

道路	コンビニ	入れサービス	タイヤの空気	衣料品	マツトレス	飲食店	薬局/クリ	飲食店	製菓店	珈琲店	パン屋	飲食店	銀行	閉店	飲食店	飲食店	閉店	閉店										
<b>B通り</b>																												
道路	閉店	閉店	閉店	閉店	床屋	エクステンション	閉店	電器店	ペットショップ	閉店	閉店	宅配代理店	飲食店	閉店	閉店	閉店	閉店	子供衣料	電力会社	業所	ネットカフェ	閉店	飲食店	エステ	閉店	閉店	ヘルスセンター	服屋

注) 北側(上)の店舗と南側(下)の店舗の位置は必ずしも明確に対応しているわけではない。

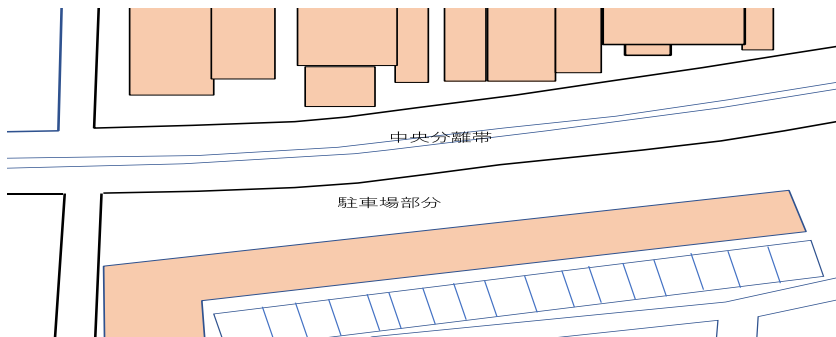


図 8 沿道 B の見取り図 (一部)

なお、沿道 B は通りの北側と南側でいずれもショッピングハウスが中心となっているものの、若干おもむきが異なっている。南側はひとつの長いビルをいくつか区切って作られたショッピングハウスで構成されているのに対し、北側はそれ以外の建造形態も見られる。概して同じような相貌となっている南側と比べて、店舗のひとつひとつを目立たせやすい構造のビルが多い。またショッピングハウスにしても南側と北側では規格が異なる。北側の方が新しくやや広い間口での設計となっている。これに合わせて家賃相場も北側の方が高めとなっているようであるが、おしなべて北側の店舗物件の方が人気なようである。実際、北側は南側物件と比べて入居率が高い。目視による入居状況確認によれば、北側が 77 軒中 60 軒(57 店)入居率 78%、南側が 119 軒中 73 軒(65 店)で同 61%となっている<sup>15</sup>。同じ沿道なのに南側の方が軒数(店舗数)が多いのは北側と比べて間口が狭いことなどによる。なお、空室の店舗が増えてくると文字通り「シャッター通り」となってしまうし、実際に一部にそうした趣は感じられる。これが街の景観に与える影響については今後の考察としたい。



図9 沿道 B 北側



図10 沿道 B 南側

### 店舗の種類

商業地の景観は多くの場合、その店舗が扱う商品種別によっても特徴付けられる。とくに集合型でない店舗の場合はそうであろうが、ショップハウスであっても多少の影響はあるだろう。観察によって確認された両沿道の店舗種は表1のとおりである。大きく異なっているとの印象であるが、いくつかポイントがある。まず、インドネシアの路地裏にはかならずといっていいほど見られるスンパコ、すなわち食品雑貨の店が沿道Aでは確認できたのに対して沿道Bでは見られなかったことである<sup>16</sup>。ただし、コンビニにはスンパコのほとんどの品目が置かれている。

また、沿道Bでは医院やコンビニ、銀行などがあったが、沿道Aでは皆無であった。沿道Bには学習塾もあった。学齢期の児童・生徒を見込んでの進出であろう。エステティックサロンやマッサージ店が複数展開しているのも特徴的であった。分譲住宅地住民を中心とする中間層

の女性をあてこんでいると考えられる。このほかに日本では見られない業態として、割礼専門クリニックもあった。

表 1 店舗種別

	沿道 A				沿道 B			
	観察		調査協力者		観察		調査協力者	
1.飲食店	37	36 %	33	45 %	28	23 %	16	24 %
2.食品雑貨	22	22 %	17	23 %	0	0 %	0	0 %
3.青果	1	1 %	1	1 %	1	1 %	0	0 %
4.パン・製菓店	0	0 %	0	0 %	7	6 %	4	6 %
5.コンビニ	0	0 %	0	0 %	5	4 %	3	5 %
6.薬局, 化粧品店	1	1 %	0	0 %	5	4 %	4	3 %
7.衣料品・装飾品	0	0 %	0	0 %	11	9 %	7	11 %
8.衣類縫製, 直し	3	3 %	2	3 %	0	0 %	0	0 %
9.寝具・インテリア 等	0	0 %	0	0 %	3	0 %	3	5 %
10.文具・雑貨	3	3 %	2	3 %	6	5 %	3	5 %
11.玩具/自転車ほか	0	0 %	0	0 %	7	6 %	4	6 %
12.眼鏡店	0	0 %	0	0 %	2	2 %	2	3 %
13.自動車・二輪販売 修理	9	9 %	9	12 %	7	6 %	4	6 %
14.電子機器, 携帯等	5	5 %	1	1 %	3	2 %	1	2 %
15.機械部品等	0	0 %	0	0 %	1	1 %	1	2 %
16.洗濯サービス	8	8 %	4	5 %	1	1 %	1	2 %
17.理髪店	5	5 %	4	5 %	2	2 %	1	2 %
18.マッサージ・エステ	0	0 %	0	0 %	4	3 %	4	6 %
19. 医院	0	0 %	0	0 %	5	4 %	0	0 %
20.代理店(旅行・宅配)	0	0 %	0	0 %	12	10 %	4	6 %
21.銀行・保険等金融	0	0 %	0	0 %	9	7 %	1	2 %
22.卸業者, 事務所	2	2 %	0	0 %	1	1 %	0	0 %
23.その他	7	7 %	0	0 %	2	1 %	3	5 %
計	103		73		122		66	

備考：沿道 A では同一の店舗で食品とガスボンベなど、種別の異なるものを商っている例が多く見られる。また看板はあっても営業しているかどうかははっきりしない店舗も少なくない。そのため、上の分類は正確に実態を表しているものではない。沿道 A の景観観察は 2018 年 8 月にインタビュー調査はそれに先立つ 18 年 3 月に行ったため「7.文具・雑貨」のように齟齬が生じている。沿道 B はいずれも 2019 年 8 月に実施した。なお、百分率の合計はかならずしも 100 にはならない（以下の表、グラフも同様）。

飲食店の比率は両沿道であまりかわらないが、沿道 A でのそれはカキリマとよばれる屋台店なども含み込んでいてかぎりなくインフォーマル・セクターに近い営業形態となっている。沿道 B にも屋台店などがあるが、明らかに移動式と思われるものは今回の調査の対象には加えていない。

沿道 A で見られた、日本ではあまりなじみのないサービスとしては、たとえば自動車・二輪修理の項目に含めたバイクの洗浄サービスがある。「雪スチーム」と手書きで書かれた看板の店が 3 軒ほどあった。「雪」とは洗剤を用いた泡洗浄を意味する。工業団地に勤務する若い工員たちは小金がたまるとローンを組んでバイクを購入する。スポーツタイプのバイクの所有者など、「愛車」の手入れに余念がないようである。おしなべて手書きのみすぼらしい看板を掲げているところから、独立自営で初期投資も少ないことが読み取れる。修理工などと比べて、特別な技能もほとんど必要とされない。

洗濯サービスは、近年普及してきた、従量制で衣類を預かり洗濯するサービスである<sup>17</sup>。三交代の工場勤務につくアパート住民にとっては使い勝手の良いサービスなのだろう。この地域の場合、個人で洗濯機を購入して営業する者もいるが、取次のようなかたちをとっている店もある。これも参入障壁は極めて低いかわりに、急速に競争相手が増えていく。

いずれも飲食業とともに、単身者が多い地域性を見込んで現れてきた業態といえる。

## 5. 商業従事者たちと店舗の状況

### 調査協力者

つづいて、両沿道で商業に従事するひとびとやその店舗の状況をみることで、両者の違いを明らかにしてみたい<sup>18</sup>。調査では沿道 A で 73 名、沿道 B で 66 名の協力が得られた。回答者の平均年齢は次のとおりである。沿道 B の方が若いのは後に見るように回答者に店員が多いためと考えられる。沿道 A の女性がとくに年齢層が高いのは、主婦業のかたわら副業的に従事している人が多いことによると考えられる。

表 2 沿道調査協力者

	沿道 A (人)			沿道 B (人)		
	協力者	%	平均年齢	協力者	%	平均年齢
男性	45 (45)	62	33.73	33 (31)	50	27.97
女性	28 (28)	38	39.93	33 (29)	50	30.14

備考：括弧内は年齢を回答した調査協力者

次に、調査協力者のその店舗における地位、役割を見てみよう。両沿道の差異は歴然としている。簡易な小店舗の多い沿道 A では、調査協力者の 9 割を店主が占めているのに対して、よ

リフォーマルな店舗がほとんどの沿道 B においては逆に被雇用者である店員が 7 割を超えている。このように、調査協力者の役割属性の違いは、店舗の経営形態と大きく関わっている。

表 3 沿道調査協力者の地位

	沿道 A (人)		沿道 B (人)	
	人数	割合	人数	割合
店主	67	92 %	9	14 %
店長(支配人)	0	0 %	8	12 %
店員	4	5 %	48	73 %
無回答	2	3 %	1	2 %
N=	73		66	

ところで、本研究では、商業従事者(商人)の出身地にとくに関心をもっている。なぜならば、地域の混住化を進める要因になると考えるからである。調査は、沿道 A と B では異なる結果を示している。同一郡内の出身者は沿道 A では 36%に達しているが、沿道 B では 12%である。また、西ジャワ州の外の出身者を見ると、ジャカルタなど首都圏の出身者が沿道 B で 15%となっているのに対して沿道 A では皆無となっている。ちなみに、沿道 B の店主や店長の出身地を見ると 17 名中県内出身者は 3 名のみである。一見、旧集落を貫通する沿道 A の方がより地域に根ざしているとの評価が妥当と考えられる。

しかし、ジャワの出身者を見るとまた違った印象が出てくる<sup>19</sup>。ジャワ出身者は、沿道 B で 12%なのに沿道 A では 32%に達している。ジャワ島外(外島)の出身者が両者において同程度であることをみても興味深い<sup>20</sup>。

表 4 沿道調査協力者の出身地

出身地	沿道 A (人)		沿道 B (人)	
	人数	割合	人数	割合
同一郡内	26	36 %	8	12 %
県内他郡(郡名不詳含む)	3	4 %	16	24 %
州内他県	15	21 %	17	26 %
ジャカルタ, タンゲラン	0	0 %	10	15 %
ジャワ	23	32 %	8	12 %
外島	5	7 %	4	6 %
無回答	1	1 %	3	5 %
N=	73		66	

### 店舗の営業規模と売上

ふたつの沿道の店舗について、その営業規模を比較してみたい(調査協力者の店舗種別については表1を参照)。まず従業員数についてみると、沿道Aの調査では該当する質問を行っていないものの、調査協力者の9割以上が店主相当であることや現場の観察から判断して、その平均は2人に達していないとみられる。これに対して従業員数をたずねている沿道Bの調査で得られた回答の平均は4.9人であった。この違いは大きい。

具体的な経営状況について調査するために、売り上げなどを聞き出していくことは容易なことではない。外部の人間に教えられないということはもちろん、かれら自身がどこまで正確に把握しているかわからない。とくに沿道Aの大半を占める商人たちは客からの代金を引き出しに無造作につっこんでいるような経理が目立つ。こうした店舗の場合、売り上げも商品の販売数も正確とは言いがたい。沿道Bの店舗はレジスターを備えている店もあってまだましと言えるが、回答者が店員の場合は限界がある。

そのようななかでもあえて質問して得られた回答によれば、沿道Aの1日の売り上げの平均値は86万9千ルピア(約6千740円)、それに対して沿道Bが873万6千ルピア(約6万7千720円)となっている。10倍もの開きはあまりに大きい。売上高に対する沿道Bの回答数は11しかなく、57件の回答を得た沿道Aと比べて単純には比較できない。そこで両者に多い飲食業で繁忙期の数字を例に比べてみたい。沿道Aでは200万ルピア(1日あたり約1万5千500円)と150万ルピア(同約1万1千600円)の店がそれぞれ1軒ずつあって、あとはすべて100万ルピア(約7750円)未満となっている(回答を得た飲食業は30軒)。これに対して沿道Bでは回答を得た飲食店3軒の1日の売り上げは、それぞれ1550万ルピア(約12万150円)、750万ルピア(約5万8千100円)、85万ルピア(約6580円)となっている。沿道Bのような大通りであっても売り上げが100万ルピアに届かない店はあるので一概には言えないが、両沿道の差はかなり大きいと考えても良いだろう<sup>21</sup>。

### 店舗の所有状況

図11は、店舗の所有状況について比較したものである。沿道Bの方が店舗が所有物件である割合が高いのは、ショップハウスが基本的に分譲物件であるからであろう。所有権はもちろん転売されうるが、物件所有者が賃貸に出すこともある。空室物件にも「売り物件」「賃貸物件」の表示がされている。それに対して沿道Aで店舗を所有するのは地元出身者が多く、20人中他地域出身者は2人だけであった。沿道Aの店舗の方が賃貸比率が高いのは、資本の規模が小さいことを反映していると考えられる。

また、沿道Bの調査では調査協力者に店員が多かったことから、店の経営者(店主)についてもたずねている。この質問に回答のあった45名(調査協力者自身が店主の場合は含んでいない)中14名、すなわち約3割がジャカルタを含む首都圏在住者であった。店主が毎日店に来るとした回答者は13名であった。

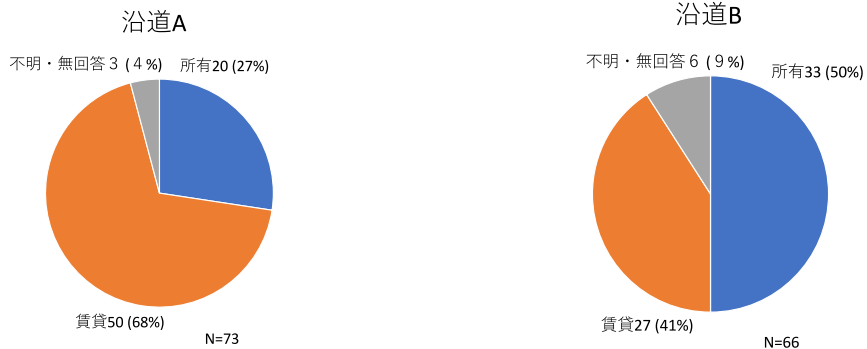


図 11 店舗の所有状況の比較

調査では、ショッピングモールを競争相手として意識しているかどうか聞いています。これも調査協力者の多くが店員となっている沿道 B についてはあまり有効な回答は得られていないが、ショッピングモールが競争相手という認識はどちらの沿道でも強くはない。沿道 A の回答結果では、73 人の調査協力者のうちひとりを除いて全員がモールの存在を脅威とは感じていなかった(ひとりは無回答)<sup>22</sup>。沿道 B の飲食店ではわずかに 3 件が、「メニューが似通っている」「(自分の店が)まだ開店したばかりで客はモールの方に行く」などの理由から「すこし」競合相手としてモールを見ていた。沿道 B の他の回答はモールの方が価格帯が高いことや同種のサービスがないことをあげ、競争を感じていないとしている。

さらに別の視点から経営状況を判断するために、営業年数を見てみたい。両沿道に言えることは、概して店が新しいことである。店舗の入れ替わりが速いことが推測される<sup>23</sup>。平均営業年数は、沿道 A が 4.79 年、沿道 B が 3.16 年となっている。ただし、沿道 A には 20 年を超える店舗が 4 軒もあって、平均を大きく押し上げている。

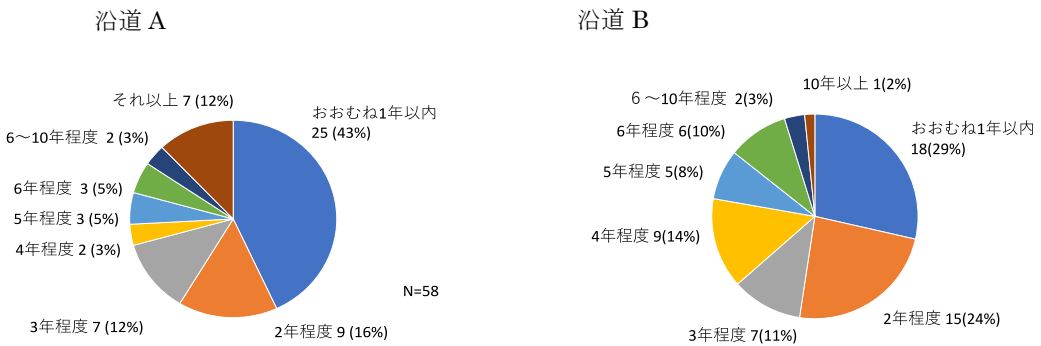


図 12 店舗の営業年数の比較

### 開業理由と客層

調査では、この地域で開業している理由も聞いた。回答は沿道 A ではほとんど得られたが、被雇用者である店員が多い沿道 B では 66 件中 17 件と少なかった。沿道 A の回答は図 13 のとおりである。圧倒的に立地の良さをあげた回答が多い<sup>24</sup>。この通りが本当に狭いけれど、地域にとっては重要な役割を果たして交通量が多いことや工業団地で働く工員の多さが開業を後押ししたことがうかがえる。ちなみに沿道 B の回答では、17 件中、立地の良さをあげた 4 件、そして同業他者がいないか少ないことなどをあげた 3 件などがめだっている。立地の良さには、ショッピング・モールに近いことを理由にしたもの 1 件も含んでいる。

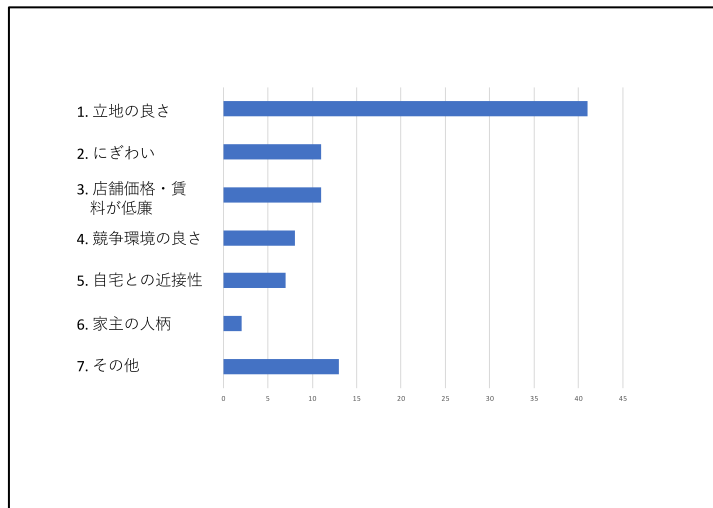


図 13 沿道 A の店舗の開業理由(複数回答)

では、それぞれの客層はどうなっているのでしょうか。客の特徴をたずねた質問では、沿道 A がアパート住民と地域住民が多いのに対し、沿道 B がより幅広い客層を得ていることがわかる。図 14 は、沿道 A の客層についてまとめたものである。この質問はオープン・クエスチョンで行ったので、得られた回答に現れた単語を分類する形で分析を行った。アパート住民の多くは「工員等従業員」と考えられる。地域住民とアパート住民の峻別は、さほど困難ではない。店主自身が地域の住民であれば地付の住民とそうでない客とは区別がつく。また、ジャワの出身者が多いと言われるアパート住民と地域住民とでは言語も異なる<sup>25</sup>。

つづいて、沿道 B の客層を見てみよう。沿道 B でのこの質問についてもオープン・クエスチョンの形で行われているため、回答記録から頻出する単語を拾って分類した。気がつくのは、「アパート住民」が客として認識されていないことである。おそらくは「工員など」および「青年」などのカテゴリーに入ってくるとは思われるが、アパート住民が歩ける範囲にある店舗とは客に対する認識が異なっていると考えられる。特筆すべきは、数は少ないが「オンライン注文」との回答である。これらはアプリによる配送サービスを請け負うギグ・ワーカーが来



店するものと考えられる。「客はすべての階層にわたっているが、もっとも多く受ける注文は Grab や Go-jek などのドライバーからの注文である」(飲食店)といった回答もあった。こうした注文の場合、真の「客」の属性は感覚的にはつかめない<sup>26</sup>。

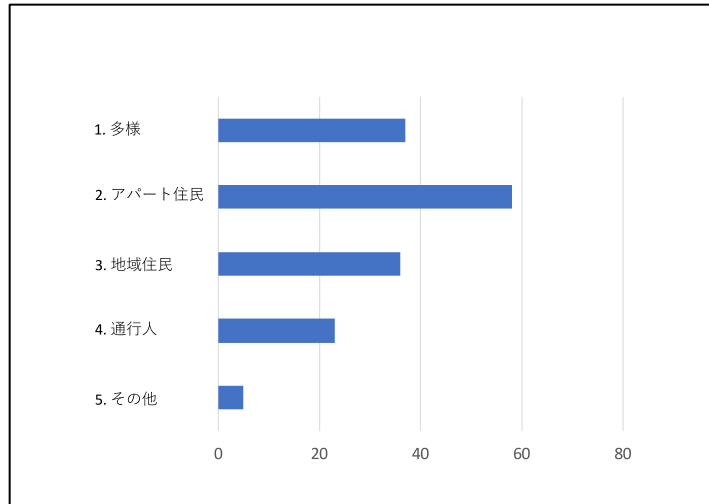


図 14 沿道 A の客層(複数回答)

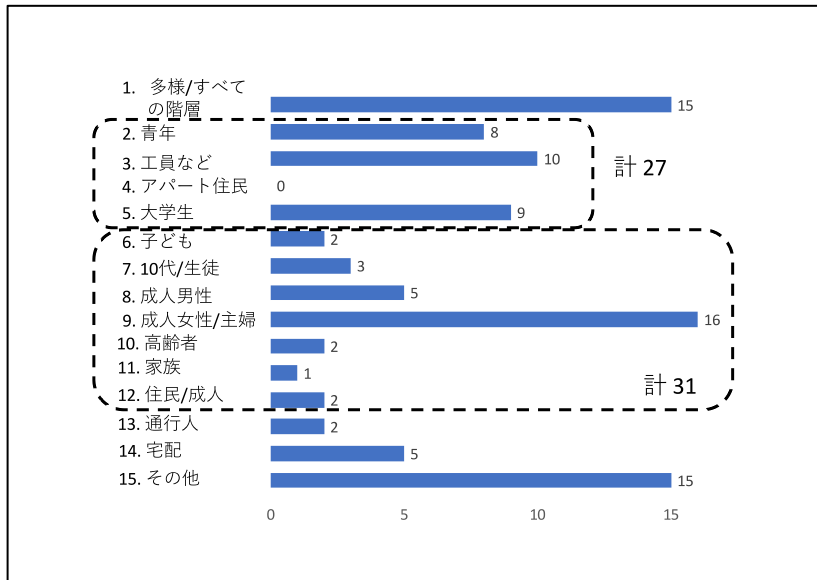


図 15 沿道 B の客層(複数回答)

両沿道を比較するために、回答の多様度が高い沿道 B について似通った分類をグループ化した(図 15)。工員＝アパート住民の可能性が高い若年層と地域住民の可能性が高いカテゴリーをまとめてみた<sup>27</sup>。こうして両沿道を比較すると沿道 B の方が地域住民の利用が多いと考えられ、それだけ客層が幅広いことがうかがえる。しかも、ここでいう「地域住民」は在地の住民ではない、その多くが外来者で占められる分譲住宅地の住民を数多く含んでいる可能性が高い。

## 6. 結びにかえて

工業団地の展開はこの地域に相当数の流入者をもたらした。と同時に、彼らの購買力に商機を見出した資本や商人によって、商店やショッピングセンターなどからなる商業セクターの成長をもたらされた。店舗従業員など被雇用者も含むこれら商業従事者の多くもまた他地域からの流入者であった。その一方、地域の人々によって商われる地場の店舗は、裏通りに立地していた。

こうして地域の商業は多様化し階層化していった。大資本が経営するショッピングモールはこのなかでトップに位置している。周辺のショップハウスがそれに続き、底辺にはインフォーマルセクターに分類可能とも思える小規模の店舗がある。さらにその下にはカキリマとよばれる屋台店、路上商人が位置している<sup>28</sup>。

本研究では、従来の都市化が紹介してきた大資本によって運営される大規模商業施設ではなく、コミュニティレベルに入り込んだ小規模店舗や屋台店にも目を向けて商業集積を考えた。そこでは、地域のひとびとだけではなく外来者によって商業空間が自然発生的に形成されていた。つまり、地域の近代化は大規模店舗による小商業の淘汰というような単純かつ単線的な展開ばかりとはかぎらず、むしろ後者の活性化すらもたらしている。それは小商人たちによる、彼ら自身が口にする *strategis*(戦略的な)選択の結果であった。ジャカルタの街角の商業シーンは、近年世界的に注目されるジェントリフィケーションの圧力にさらされてきた<sup>29</sup>。沿道 A の景観は、こうした流れに逆らうベクトルを示していて興味深い。

観察調査では、沿道 B のショップハウスの稼働率が低いことが示された。景観は見ようによっては「シャッター通り」の観すらある。大通りの沿道 B は沿道 A より立地に勝り収益性が高く「格上」であると感じるとしたら、それは「幻想」であるかもしれない<sup>30</sup>。「カラワンは先進地域だから(店を開いた)」(24 歳, 男性, 沿道 B 飲食チェーン店店長)という声に代表されるように、だれしもが「成功」の夢を抱いてこの地に入ってくるのだろう。だが、沿道 A にせよ沿道 B にせよ現実はその甘くはないということだろうか。長く続けていくことの難しさが営業年数に表れている。

最後に、今回の調査でまったく想定していなかったオンラインによる宅配サービスについてふれておきたい。沿道 B の調査において、5 件ほど、オンライン・サービスに言及した回答があった。インドネシアでは近年、Grab や Go-Jek などの配車アプリ事業者が飲食物の配送サービスも展開している。大都市だけでなくカラワンのように、中間層向け分譲住宅地が展開する

地域でもこうしたサービスへの需要が高まっていると考えられる。店舗のなかには、実際に足を運んでくる客よりもアプリを通じた注文の方が多いところもあり、インドネシアの商業シーンは大きく変わりつつあると言える。

急速に進むグローバリゼーションは、とくに消費の情景をフラット化していくと言われるようになって久しい。しかし、インドネシアのような新興国ではむしろ階層化による多様化が進展するとともに、日本でもようやく広がってきたオンライン配送など変化を先取りするようなかたちもあってまだら模様といえよう。

## 註

- <sup>1</sup> Jabodetabek は、ジャカルタ (Jakarta) とそれに隣接、近接する諸都市・県もしくは郡である、ボゴール (Bogor)、デポック (Depok)、タンゲラン (Tangeran)、ブカシ (Bekasi) の名前から作られた造語である。法的に規定されているわけではなく、世界有数の大都市ジャカルタのスプロール化を象徴した呼称といえよう。
- <sup>2</sup> 本研究のもととなっているのは、科研費基盤 (B) 「インドネシアにおける日系工業団地進出と地域社会変容」 (研究代表・内藤耕, 課題番号 16H03319) であり、倉沢愛子、伊藤眞、小池誠、大井慈郎、新美達也が参加した。本稿はその一部である。また、先行してこの地域を調査したプロジェクトとして東海大学が文部科学省より受託した「世界を対象としたニーズ対応型地域研究推進事業: 東南アジアにおける混住社会から共生社会への移行戦略の創出—企業進出下の在地社会変容に関する調査をもとに—」 (研究代表・内藤耕, 2006~2010 年度) があり、インドネシア班として伊藤眞、小池誠、新井健一郎、大井慈郎、石田幸生が参加した。
- <sup>3</sup> この工業団地が開業したのは 1990 年代であるが、現在も造成による拡大を続けている。その地域への影響はむしろ近年になって加速していると考えられる。
- <sup>4</sup> ここでいう「アパート」には、入り口がひとつで、内部がいくつかの小部屋に分かれていて、キッチンや浴室、トイレなどが共用の日本語の「下宿」に近いものも含む。他方には、個別に直接外部に出られるドアがあって、内部に簡易なキッチンやトイレと一体となった浴室などを擁する、日本語のアパートにより近いものもある。いずれもそのほとんどが出稼ぎの工場労働者の入居を想定したものであり、ここでは便宜的に「アパート」としたい。なお、ここ 1、2 年、日本のワンルームマンションに近い数階建ての単身者向け物件も登場してきている。
- <sup>5</sup> このゴルフ場にはホテルやサービス・アパートメントがあって、短期から長期の出張者が利用している。その多くは単身の日本人である。長期出張者はこれら宿泊施設が立地する行政村に住民登録しているが、ほとんど完全に別の空間として隔てられた場所に住むかれらは地域からすれば「見えない」存在である。また、分譲住宅地も含めて、地域での日本人など外国人の居住は極めて稀である。
- <sup>6</sup> 商店、飲食店以外にゲームセンターなども入っていて、来訪者の滞留時間を引き延ばすことができる。スカイブリッジとよばれる渡り廊下が 3 棟をつなぐことで完全ではないものの回遊性を担保していて集客に力を発揮している。
- <sup>7</sup> ただし、民間による街区の整備はかなり早くから計画されていた。インドネシアではディベロッパー

の多くは、土地を仕入れてもすぐには手をつけず、数年間、場合によっては何十年も塩漬けにする。この地域でも華人系ディベロッパーが現在モールがある土地を買収したのは 80 年代であった。買収された土地は建築が始まるまで農地として農民に貸し出される。

- <sup>8</sup> 分譲住宅地のなかにも商店や小規模な市場はあって、大通りのショッピングハウス以上に日常の用に応じている。
- <sup>9</sup> モータリゼーションが進むなか、インドネシアでは自動車や二輪での移動が一般的である。旧市街では目的地の前の路上にとめるのが一般的である。
- <sup>10</sup> この Amin Supriyadi 氏については、あまり多くの情報がない。ここで紹介した新街区は Galuh Mas と称されるが、その開発計画については、同氏の次男で米国オレゴン大学でマーケティングを専攻し、卒業後事業に携わってきた Ardi Supriyadi 氏のインタビュー記事に詳しい。  
<https://housingestate.id/read/2015/03/08/ardi-supriyadi-kami-perumahan-terbesar-di-karawang/>  
(2020 年 7 月 27 日閲覧)
- <sup>11</sup> 2007 年に旧住民を対象として行った調査については小池 2010 および新井 2011, 2017 年にアパート住民を対象として行った調査については大井 2019 を参照のこと。
- <sup>12</sup> 筆者とこの地域の関わりは、註 2 に示したプロジェクトにより 2006 年に始まった。その当時は、現在のロータリーにあたる部分は開発されていたがショッピングモールはなかった。分譲住宅地はすでにあつてショッピングハウスもいくつかあつてはいたが、現在のような市街地の趣はほとんど感じられなかった。それだけに、2015 年に再訪したときの衝撃は大きく、それが本研究の動機となっている。
- <sup>13</sup> 筆者が景観を読み解くことの重要性を認識するようになったのは、故・桜井由躬雄教授によるところが大きい。同教授が顧問として指導し毎年開催されたアジア農村研究会は文字通り農村調査を基本としていた。農村の景観読み解きに関しては、同教授とベトナム農村の調査を進めてきた柳沢雅之の入門書(柳沢 2019) がわかりやすいが、そこに示された景観観察の基本的考え方は認識論的議論を含み込んでいて都市景観の読み解きにおいても参考になる。
- <sup>14</sup> 本稿で用いる地図は Google Map をもとに書き起こしたものである。
- <sup>15</sup> 軒数(店舗数)と店数は一致しない。2 軒以上を壁をはずしてひとつの店として使用している例も多いからである。その場合でも 2 階以上は原状どおり分離されたままであるので「2 軒で 1 店」といったように確認可能である。なお、北側のショッピングハウスは形状が南側に比べて複雑で、かならずしも正確に数えられているわけではない。
- <sup>16</sup> 食品雑貨店は一般的にスンバコ sembako 店と称される。スンバコとは Sembilan Bahan Pokok, すなわち 9 つの必需品の略であり、1998 年のアジア経済危機の際に法令でもって定められた。だが、こうした食品雑貨の店が法令にある 9 品目をかならず売っているわけではなく、肉類などはあまり見ない。基本的に塩、砂糖、食用油をはじめとして、保存期間が長めで扱いやすいものも多く、野菜など毎日仕入れる必要のあるものはあっても少量である。かわりに菓子類や歯磨き、洗面用具などかんたんな日用品をおいたりする。
- <sup>17</sup> タイなどでも見られ、所得があがるにつれて家事労働を外部化していく傾向は東南アジア全般に観察できるかもしれない。私見では、外食の習慣などのようにもともと外部化が選好される傾向が強かったことも背景にあると考えられる。

- 18 調査は、沿道 A が 2018 年 3 月、沿道 B が 2019 年 8 月にそれぞれ現地助手を雇用し質問紙を用いた面談方式で行なった。1 年半近い間隔が空いているが、沿道 A の概況は 2019 年 8 月においてもさほど大きくは変わっておらず、十分比較に耐えうると考える。
- 19 一般的に「ジャワ」といった場合は、ジャワ島の中部、東部地域を指す。ジャワ語が日常言語とされる地域である。これに対し、本調査地がある西ジャワ州では同じジャワ島でもスダ語が優勢である。ジャワ語を話すひとびとがジャワ人、スダ語を話すひとびとがスダ人とされ別のエスニックグループとして日常的にとらえられている。
- 20 これら沿道 A で商っているジャワ人たちは、どのような経緯を経てここにやってきたのであろうか。考えられるのは、彼らが工業団地の従業員経験を経て、この地域に定着していることである。残念ながら、今回の調査では調査対象者の経歴については調べていない。
- 21 調査時期は異なるがこの間の為替レートは概ね安定していて、1 円 = 129 ルピア程度で推移していた。
- 22 もっとも、地域の字長を務めた男性は、「2010 年頃と比べるとこの通り(沿道 A)ではかなり店が増えたが、ここ 3 年は変わらない。モールができたことが影響しているのではないか」と分析している。2018 年 8 月 16 日聞き取り。
- 23 ただし、とくに沿道 A の場合、賃貸物件がもともと店舗用ではなかったところもあり判断は難しい。今後、家主などへの聞き取りを通して考察を深めていきたい。また、沿道 B のショッピングハウスは、2010 年から 2015 年にかけてつくられている。
- 24 一般的に、インドネシアでは立地の良さを *strategis* (戦略的) といった単語で表現する。ここでの回答のほとんども *strategis* と表現されたものであるが、「沿道に家が面しているから」といった回答なども含めた。
- 25 西ジャワ州の地域語はスダ語である。店主が地元の出身で客もスダ人であればスダ語でのコミュニケーションとなり、後者がジャワ人であれば国語インドネシア語での会話となろう。店主がジャワ人で客もジャワ人であればジャワ語が用いられる可能性がある。エスニシティが異なる場合に用いられる国語インドネシア語も微妙に出身地によってなまる。出身地にこだわる傾向も手伝って、われわれが想像する以上に、インドネシアの人々は相手の属性を感じ取る能力に長けている。加えて、この地域の若年層の圧倒的多数はアパートに住む外来者であり、年齢から読み取れる情報もまた確実である。
- 26 もっとも、店側は客のプロファイリング・レポートを宅配アプリ運用会社から定期的に受け取ることができる。
- 27 「大学生」については、少々判断が難しい。この沿道 B からバイクで数分のところに、工場労働者が働きながら学ぶことができる私立大学があるからである。判別はつかないが、大学生は他所出身者も多いと考えられるので、「青年」などと同じとみなすことにした。
- 28 もっとも、モール事務所によればほとんどの店舗が全国規模のチェーンであるとされるショッピングモールのなかにも小商人の商う店舗が入っている。携帯電話等電子機器、カメラのショップのブースが集まる一角では華人系の商人が営業しているが、かれらはジャカルタや西カリマンタンなど他地域からやってきているという。それに対して、地元の商人はほとんどフードコートの小規模店

舗に集中しているという。2019年3月13日聞き取り。

<sup>29</sup> ジェントリフィケーションについては、藤塚 2017。ジャカルタ華人街におけるカキリマの掃討については、内藤 2010。

<sup>30</sup> 沿道 A で知り合った珈琲店店主は、沿道 B のような大通りに面した店をもつ夢を語ってくれた(2019年3月)。彼は、日系自動車メーカーの組み立て工場で働いていて、経営しているのは友人と交代で開くカウンターのみのお店である。複数の銘柄の豆をそろえ 1 杯ずつの手作業にこだわっている。コンテナを切り出したかのような斬新な店舗デザインも含めて、単身者の多い環境に戦略的にアプローチしている。なお、この店主は沿道 A の集中調査後に開店しているため、本稿で紹介したデータには含まれていない。

### 参考文献

- 新井健一郎, 2011, From Water Buffaloes to Motorcycles : the Development of Large-scale Industrial Estates and Their Socio-spatial Impact on the Surrounding Villages in Karawang Regency, West Java. 『東南アジア研究』49 巻 2 号
- 大井 慈郎, 2013, 「東南アジア首都郊外インフォーマルセクター: インドネシアの露天商を事例に」『社会学年報』42
- 大井 慈郎, 2019, 「郊外工場労働者の向都市移動と就業状態: インドネシア首都郊外工業団地周辺集落部アパート群調査より」『社会学年報』48
- 小池 誠, 2010, 「インドネシア・カラワンにおける日系工業団地進出と周辺農村社会に生きる家族の変容」『南方文化』37 号
- 小長谷 一之, 1997, 「アジア都市経済と都市構造」『季刊経済研究』(大阪市立大学) 20 巻 1 号
- 内藤 耕, 2007, 「変容のなかのバサール (伝統的市場): ジャカルタ南部 L 市場から」倉沢愛子編『都市下層の生活構造と移動ネットワーク』(共著), 明石書店
- 内藤 耕, 2008, 「インドネシアにおける日系工業団地と周辺農村との関係」『東海大学紀要文学部』第 88 輯
- 内藤 耕, 2010, 「ジャカルタ・コタ, 華人街の情景: パンチョラン通りの調査から」『東海大学紀要文学部』第 93 輯
- 内藤 耕, 2013, 「伝統的市場の近代化: ジャカルタ南部 L 市場をめぐる」倉沢愛子編著『消費するインドネシア』慶應義塾大学出版会
- 内藤 耕, 2017, 「東南アジアにおける工業団地進出と在地社会の関係に関する試論: SDTV モデルをめぐる」『東海大学紀要文学部』第 106 輯, 2017 年 3 月
- 内藤 耕, 立石 謙次, 中西 雄二, 2019, 「FDI 型都市化と日本人街の誕生: タイ・シラチャの調査から」『東海大学紀要文化社会学部』第 2 号
- 藤塚 吉浩『ジェントリフィケーション』古今書院, 2017 年
- 柳澤 雅之, 2019, 『景観から風土と文化を読み解く』京都大学学術出版会