特集 2

労働のインフォーマリティ再考
——マニラのストリート・ベンダーを事例として——

Revisiting Informality of Labor:
The Case Study of Street Vendors in Manila

吉田 舞
Mai YOSHIDA

This paper reviews the effect of urban development from the case study on street people in Manila, Philippines. Over recent years, economic globalization has given rise to capital investment in urban space throughout the world cities attended by restructuring of the street jobs. In previous studies, street vending is often studied within the framework of the informal sector. At the same time, the limitations of traditional informal/formal dichotomy had been discussed in several arena of urban studies. This paper will review the critical discussion of previous theory on informalities in order to study the context of stratification of vendors in Manila by citing Ananya Roy's urban informality theory. Roy critically stated that informality is produced by the state and pointed out the borderlessness of informality and formality. This paper shares Roy's idea of urban informality and examine the stratification of street vendors through labor analysis. It will explain the detailed restrictions of vending style and show how the selected vendors are becoming informal. As a result, it points out the importance of focusing labor analysis together with spatial analysis in urban studies. All data and information for this paper were gathered between September 2013 and September 2019.

1. はじめに

2020年4月3日、フィリピンの首都マニラで19人の野菜売りが「違法販売行為」のため、逮捕された。マニラでは、3月15日から新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、一部の職業従事者以外の外出禁止を伴う厳重な都市封鎖（ロックダウン）が始まっていた。この日は、さらに最大20日のロックダウンの延長が発表されたばかりだった。政府からの緊急支援物資も届かず、先行きが見えないなか、生きるためには野菜を売るしかない。そうして、彼ら／彼女らは身柄を拘束された。この原稿を執筆している時点でマニラのロックダウンは80日を超え、ストリート・ベンダーも多く暮らす一部の貧困地区では、地区全体を完全に包囲、封鎖して住民を地区の外に出さないハード・ロックダウンが実施

されている。このように露天商など、路上や街頭で商品を販売するストリート・ベンダーが「違法行為者」として検挙の対象になることは珍しいことではない。しかし、この度のコロナ禍では、感染予防対策の名の下、これらのベンダーは、都市空間から完全にロックアウトされた。一方、スーパー、公設市場のテナントは、人びとに食料を提供するために営業を許可されている。今回のパンデミックは、このようなベンダー間の差異をむきだしにした。

ストリート・ベンダーは、都市開発の影響を、ダイレクトに受けている人びとである。彼／彼女らは、観光地や公設市場の「近代化」政策や美化政策により排除される一方、ショッピング・モール内の小型店舗やフランチャイズの屋台として、大型資本に組み込まれる。国家行政は、都市の中でストリートを「占有すべからざる人びと」を明確化し、そこでの労働を奪還する。同時に、資本につながる「歓迎される人びと」が入り、都市開発が進められる。一方で、歓迎されないまま、ストリートに残る人びとの姿もある。いま、マニラでは、これらのベンダーの階層化が急速に進行している。本稿では、このような、現代の都市の動態を明らかにするために、マニラで格差拡大が顕著化しているストリート・ベンダーの階層に着目する。従来の途上国都市研究では、ストリート・ベンダーのような都市の下層労働は、インフォーマル・セクター論の枠組みでとらえられることが多かった[新津, 1989; 中西, 1991; 池野・武内, 1998; 不二牧, 2001]¹⁾。しかし、近年では、フォーマル／インフォーマルの二元論の限界や、インフォーマルの多義性や流動性が議論されている[松蘭, 2006; 青木, 2013; 山下, 2018など]。そこで、本稿では、従来のインフォーマリティをめぐる議論を再考し、現在のマニラのストリート・ベンダーの階層化のプロセスを「労働のインフォーマリティ」の視点から分析する。そのために、本稿では、以下の構成をとる。まず、次節にて、伝統的なインフォーマル・セクター論の限界について整理し、先行のベンダー研究のレビューを行う。次に、インフォーマル・セクター論を批判したアナーニャ・ロイ (Ananya Roy) の都市インフォーマリティの議論を考察する。そして、この都市インフォーマリティ論を、ベンダーの労働分析に焦点を当てた「労働のインフォーマリティ」として再検討する。3節では「労働のインフォーマリティ」の具体的な内容を分析するために、マニラのベンダーの事例を紹介する。ここでは、まず調査対象とするマニラのベンダーの整理をし、ベンダーの階層化の要因の一つである自己資金に着目して説明する。そして、これらのベンダーをさらに分断するための、国家による「近代都市にあるまじきモラル」の動員を考察する。そして、4節では、あらためてストリート・ベンダーの階層化を「労働のインフォーマリティ」の視点からとらえ、現代マニラの特徴を明らかにする。なお、本稿では、2013年から2019年にマニラで行ったストリート・ベンダーへのインタビューおよびフィールド調査のデータを用いる。

2. 労働のインフォーマリティ

2.1 「インフォーマルなもの」のとらえ方

従来のインフォーマル・セクター論については、すでに、その限界について様々な議論が行われている。これらの限界は、以下の3つに要約される。

一つ目は、過剰都市化論に基づいて、インフォーマル業種を理解することの限界である。従来は、都市でフォーマル労働にあぶれた貧困層が、スラムに居住し、一時的に生活をしのぐためにインフォーマルな仕事につくと理解されてきた。また、そのなかで、インフォーマルな職種は、経済の発展とともに、安定したフォーマル職種へ移行していくことが期待されていた。しかし、実際は、都市空間に資本が投下され、規制が強まるたびに、これらの零細職種は規制に合わせて形を変えながら、膨張してきた。それは、都市の下層職種が、フォーマル経済を支える不可欠な現代的職種であるからである [木曾, 2003; 遠藤, 2011; Portes, 2010; 吉田, 2018]。また、アレハンドロ・ポルテス (Alejandro Portes) は、資本主義が浸透する過程で、フォーマル・セクターが現れたことで、従来からのインフォーマル・セクターが顕著になったとした [Portes, 1983]。インフォーマル・セクターがフォーマル・セクターに先行するという視点は、従来の「フォーマル・セクターの残余範疇としてのインフォーマル・セクター」のとらえ方を逆転させた。二つ目は、グローバル化のもとで、フォーマル・セクターを含めた労働の不安定化 (informalization of labor market)²⁾が進み、フォーマル／インフォーマルの境界が複雑に入り組み、もはや二元論ではとらえきれなくなっているという点である [遠藤, 2011; 松藺, 2006; 青木, 2013]。これについて、松藺佑子 [2006] は、従来の二元論を展開させるため、雇用労働を含めた労働市場全体の不安定化を、発展途上国のインフォーマル職種の問題としてではなく、先進国も含めた「インフォーマル経済」の問題として、位置付ける必要があると指摘している。三つ目は、行政権力は、インフォーマル業種に関与しない／関与できないという理解の限界である。あえてインフォーマルな業種を規制管理しない (放置する) 理由には、国家行政の貧困対策や雇用政策が不十分なため、黙認することで緩衝材となっているという見方もある。しかし、実際は、行政に放置されるどころか、過剰に管理され、国政や都市開発の事情によって排除と包摂を繰り返している。また、貧困対策や福祉事業の一環として行政が積極的にインフォーマル業種を支援することもある [松藺, 2006]。このような国家とインフォーマルな空間や職種の関係は、ロイをはじめ、すでに多くの研究の蓄積がある [Drummond, 2000; Roy and Alsayyad, 2004; Recio and Gomez, 2013; Song, 2016]。

そこで、本稿では、現在のマニラのストリート・ベンダーの状況をとらえるために、従来のインフォーマル・セクター論の限界を指摘した、アナーニャ・ロイによる「都市インフォーマリティ」の議論について検討する³⁾。カルカッタ出身のロイは、シカゴ学派に始まる従来の都市研究のなかで、「発展途上国」の都市分析が、つねに欧米の都市の理論を

用いてきたことに異を唱えた。そこでは、「インフォーマル」なものは、直接貧困と結びつけられ、グローバル都市を目指す都市計画のなかでつねに排除の対象となってきた。しかし、「インフォーマル」なものは、決して、貧者だけが経験するものではなく、富裕者であっても非公然な手段を用いて利益を得ることもある。このような問題意識から、ロイは都市におけるフォーマル／インフォーマルな状況は、すべて国家行政と資本、人びとの交渉の帰結による政治的構築物であることを指摘し、現代の都市における国家行政や資本の権力を暴いた。この意味で、ロイはいわば、従来の「インフォーマルなもの」のとらえ方に対する批判的インフォーマリティ論者であった。そして、「インフォーマルなもの」を、途上国都市だけの問題ではなく、あらゆる都市において存在し、さまざまなレベルの経済活動と空間をつなげるためのロジックであるとして、その範疇を広げた。

2.2 都市インフォーマリティ論による問題提起

本項ではまず、アナーニャ・ロイによる、従来のインフォーマリティ研究に対する問題提起を確認する。まず、ロイは、従来のフォーマル／インフォーマルの二項対立の議論の限界を示し、都市インフォーマリティ Urban informality という概念を「都市において、絶え間なく変容する合法／違法、正規／非正規、公認／非公認の関係性を明らかにするための発見的装置」[Roy, 2011: 233] として定義している。つまり、インフォーマリティとは、都市における空間や労働の形態が、これらの二元論のどちらにも転がりうる、流動的な過程を分析するための概念である。さらに、ロイはこの概念を使い、都市におけるフォーマル／インフォーマルな状況が、すべて国家行政と資本、人びとの交渉の帰結による政治的構築物であることを指摘し、現代の都市における国家行政や資本の権力を暴いた [Roy and Alsayyad, 2004]。たとえば、同じ路上での販売行為であっても、ベンダーの自己資金力や、行政との交渉次第で、商売が続けられるか否かが決まる。またあるときは、路上での販売行為や調理のための火気の使用が禁止されていても、大手企業のフランチャイズ店舗であれば許されることもある [吉田, 2019]。ロイはこのように、資本を持つものがインフォーマルなものをフォーマルに転換する点にも、国家と資本のインフォーマル性を見出した [Roy, 2005]。ここからも、インフォーマルなものが、国家と資本と人びとの交渉により構築されていることがわかる。また、ロイは、インフォーマリティ論を展開するなかで、欧米の理論を基盤とした従来の都市研究における途上国都市へのポストコロニアルなまなざしを、強く批判した。この意味でも、ロイのインフォーマリティ論は、たんなるインフォーマル概念の修正ではなく、インフォーマル／フォーマル論のパラダイム転換であった。このように、ロイの議論は、都市における「インフォーマルなもの」をとらえるための重要な示唆を与えた。

都市インフォーマリティを援用した議論は、都市計画のなかでの「空間のインフォーマリティ」に焦点が当てられることが多い。そして、この都市インフォーマリティの視点

は、ストリート・ベンダー研究にも影響を与えている。たとえば、バトローとボネット [Batr'eu and Bonnet, 2016] は、ロイの都市インフォーマリティ論を、インフォーマルな経済活動に援用するため、タイの露天商の販売スペースについてのポリティックスを分析している。また、マニラのストリート・ベンダーのエージェンシーに着目したレシオ (Recio) らは、国家行政のベンダーに対する敵対的／寛容的なまなざし (構造) と、それに対応するベンダーの主体に着目し、都市においてインフォーマルなものが構築される仕組みを検証した [Recio et al, 2017]。

これらの研究の共通点として、「都市空間＝販売場所」の占有権が構築されているプロセスと仕組みに着目していることがわかる。ベンダー研究の場合、「空間＝販売場所」に焦点を当てると、商品をどこで売るか、そこでどのような規制があり、そこにどのようなポリティックスが働いているのかという視点になる。そして、そのなかでベンダーと国家の関係が考察される。つまり、空間分析を通したインフォーマリティの考察である。一方、本稿では、どこで売るかだけでなく、どのような商品をどう売るかにも注目する。つまり、労働の内容の分析を通じて、都市におけるインフォーマリティの構築の過程を考察する。この「労働のインフォーマリティ」の視点をもって、国家と資本とベンダーの関係に着目し、誰がどのように選別され、それによりストリート・ベンダーがどう階層化しているのかを明らかにする。

3. ストリート・ベンダーの階層化

3.1 マニラのストリート・ベンダーの階層

近年マニラでは、観光政策や美化政策に加え、ショッピング・モールや、BPO産業などのオフィスが集中する複合的コミュニティの増加⁴⁾、社会福祉事業のベンダー業への参入により、ストリート・ベンダーの種類が多様化している。そこで、本節では、ストリート・ベンダーの階層化について考察するため、マニラ市内のベンダーの全体像を整理する。ここでストリートとは、公園や車道や歩道などの公共空間だけでなく、ショッピング・モール内の通路スペースや、公設市場の周辺街路なども含める。また、ストリート・ベンダーとは、そのような街路や通路で物品を販売する行為者を表す。ここには、簡易的な (移動可能な) 店舗を構えている露天商や、プッシュカートや改造した自転車などに商品を載せて歩くベンダー (mobile vendor)、身一つで歩き売りをする行商人 (hawker) のほか、ショッピング・モール内の通路のスペースをレンタルして商品を販売するベンダーも含む。

マニラには、ベンダー組織は地域ごとにいくつか存在しているものの、全体としてのベンダーの規模や組織数は明らかになっていない。表1は筆者がフィールドワークで調査したストリート・ベンダーの特徴をまとめたものである。売上額や、属性などは各ベンダー

表1 ストリート・ベンダーの労働の特徴

	店舗の特徴	主な販売場所	販売商品	一日の売り上げ額（*ペソ）	販売許可	みかじめ料	検挙リスク
①	資本系 備え付け簡易店舗	中心業務地区／市場／ モール敷地内／高架鉄道駅構内	ファストフード、パッケージ菓子、コピー商品、携帯電話、アクセサリ、衣服、携帯のプリペイド料金チャージ等	500～6,000	有	無	低
②	露天商 備え付け可動式店舗	公園敷地内	ファストフード、パッケージ菓子、おもちゃ、たばこ等	300～500	有	無	低
③	福祉系ベンダー折り畳み式／オンライン	公設市場、街路	菓子、飲料物、新聞、野菜等	n/a	有	無	低
④	露天商 可動式、折り畳み式	公園・市場外、観光地・教会周辺・学校・駅周辺・その他街路	ファストフード、野菜、果物、魚介類、飲料物、菓子、おもちゃ、たばこ、衣服、DVD、携帯のプリペイド料金チャージ等	500～2,000	無	有	高
⑤	行商人（座り売り・歩き売り）移動範囲が狭い	モール・公園出入口、市場、観光地・教会周辺・学校・駅周辺・	アクセサリ、財布、靴、衣服、手作り菓子、たばこ、キャンディ、ビニール袋、おもちゃ、花、小動物等	100～500	無	有	高
⑥	行商人（歩き売り）移動範囲が広い	郊外、繁華街以外の路上、住宅街	携帯電話のパーツ、装飾品（時計、ベルト、アクセサリ）、海賊版DVD、手作り菓子、その他日用品（バケツ、鍋、ハサミ）等	100～500	無	無	中

吉田（2018）より一部、加筆
*2020年5月執筆時点で1ペソ＝2.14円

のなかでも個人差はあるが、ここでは異なる条件のもとで仕事をしているベンダーの違いを比較するために、操作的に各ベンダーの特徴を抽出する。ベンダーの階層形成には、大別すると3つの要因がある。まず、どのようなスタイルで販売を行うか、なにを販売するかという、商売（労働）のスタイルである。そして、どこで販売し、そこでの販売許可が取れるか否か、また売り上げ金額、みかじめ料がどれくらいかかるのか、検挙リスクはどう異なるのか、といった販売空間に関わる要因がある。最後に、ベンダー自身が、社会的にどのような地位にあるのか、商売をする中で必要なネットワークがどのくらいあるのか、といったベンダー自身の社会階層および社会関係資本である。これらの要因は相互に関係しながら、ベンダーの階層を形成している。以下では、まず、商売のスタイルと、販売空間に関わる要因に着目し、具体的なベンダーの階層の特徴を確認する。

①資本系店舗——ビジネスオーナーなどによって運営される店舗である。店舗は備え付けであるため、営業が終わっても持ち帰ったり、道脇などに寄せたりする必要がない。ただし、必要に応じて移動できるように、全体的に簡素なつくりである。フランチャイズの露店では、フライドポテトやホットドッグ、フレッシュジュースなど、簡単な調理を必要とする飲食物の販売が多く、モール内通路のチャンゲ（Tiangge）と呼ばれる簡易店舗では、パッケージ加工されている食品、石鹸、香水、アクセサリやバッグ、靴、携帯電話、プリペイド料金のチャージサービスなどさまざまであるが、衣服や装飾品には高級ブランドの

写真1 モール内の通路で営業する簡易店舗、2017年8月筆者撮影

コピー商品が多い[写真1]。販売場所は、公園やショッピング・モールなど商業施設の通路、高架鉄道の駅構内などで、土地や施設の管理者および行政から販売許可を得て運営している。立ち退きのリスクはないが、コピー商品を売っている場合は、営業許可を取得していても、取り締まり強化週間などに摘発され、販売商品が没収されることもある。また、みかじめ料⁵⁾の支払いはないが、場所代や始業資金が高い。

たとえば、小規模ベンダーであれば2万ペソもあればビジネスが始められるが、営業権やマーケティング研修などが備った大手メーカーのフランチャイズの場合、5万ペソ(約10万円)は必要となる。モール内通路のチャンゲ(Tiange)でも、商品をそろえるためには同額程度の資金が必要となる。商品は卸価格でまとめて仕入れることが多いため、始業資金や賃貸料に加え、商品を仕入れるための資金など、持続的にまとまった資金が準備できる個人しか参入できない。とくにモール内では、海外出稼ぎ金や仕送りを元手にした資本系ベンダーも多く、海外出稼ぎ経験者や、海外出稼ぎ労働者の家族が店番をしていることもある。そのほかに、日雇いの店番ベンダーや、ムスリムのベンダーも多い。これらの多くが、一般地区やスラム地区(持ち家、賃貸)の住民である(表2)。

②露天商(販売許可有)——長年、特定の場所で商売をしており、それを実績として土地の所有者や管理者と交渉し、既得権益として販売許可を得たベンダーである。マニラの国立公園内のベンダーが、これに該当する。いつでも移動できるよう、露店には移動用キャスターが付いているが、店舗の設置が許可されている場所が白線で仕切られており、ほぼ固定されている。販売商品は、パッケージ包装の菓子、弁当、ソフトドリンク、おもちゃ、傘など公園訪問者に向けた店舗や、数種類のおかずとごはんを簡易テーブルで提供している店もある。この種類の店舗は、公園近辺のホテルのドライバーやガードマン、学生、そして公園内のほかのベンダーが多く利用している。新規参入は難しく、土地の管理者から

表2 ストリート・ベンダーの階層的特徴

	店舗の特徴	ベンダーの属性	居住の特徴
①	資本系 備え付け簡易店舗	雇われ店番、夫婦、ムスリム	一般地区、スラム地区 持ち家および賃貸
②	露天商 備え付け可動式店舗	家族連れ、夫婦	スラム地区、店舗に住込み
③	福祉系ベンダー 折り畳み式／オンライン	家族連れ、夫婦	スラム地区賃貸
④	露天商 可動式、折り畳み式	夫婦、家族、女性、ムスリム	一般地区、スラム地区 持ち家および賃貸、路上
⑤	行商人（座り売り・歩き 売り）移動範囲が狭い	ベテランベンダー、子ども、 障がい者、高齢者、先住民	スラム地区、路上
⑥	行商人（歩き売り） 移動範囲が広い	新規参入者、男性、単身者、 先住民	スラム地区、路上

撤去の通告を受けることもあり、通告に従わない場合、強制撤去されることもある。夜間の営業も認められており、公園内での寝泊まりは禁止されているが、店番を理由に店舗に暮らしているホームレスもいる。これらのベンダーは、公園を管理する観光省の国立公園開発委員会（NPDC: National Parks Development Committee）から営業を認められてはいるものの公認されているわけではなく、公文書のなかでは、違法ベンダー（illegal vendors）として記されている。また、公園の管理事務所からの要請に従わなくてはならないため、販売商品の登録が義務付けられていたり、APECなどの国際会議や国賓が公園を訪れる際には、数日間営業を自粛させられることもある。みかじめ料の支払いや検挙の危険は低いが、客の流れに左右されるため、一日の売り上げはほかの露天商や行商人などに比べて安い。

③福祉系店舗——折り畳み式店舗は、2015年から社会福祉開発省（Department of Social Welfare and Development）が始めたホームレス支援のプロジェクトKFC（Kabuhayan Folded Cart 生計のための折り畳み式店舗）事業である。この事業は、街路生活を送っていた元ホームレスのうち、政府の家賃補助でスクオッターに部屋を借りることができた人びとが、持続的に現金収入を得るための方策として開始された。具体的には、開業資金を与え、行政と自治体が連携して特定のエリアでの販売を許可するものであった。そのため、違法店舗として取り締まりの対象となることも、高い場所代を要求される心配もなく商売ができた。販売商品の規制はなかったが、仕入れのネットワークや路上販売のノウハウもないため、新聞販売や、最寄りのスーパーから買ってきたパッケージ菓子や、インスタントコーヒー、ソフトドリンクなどが主流であった。しかし、この事業は2016年の大統領の政権交代後、廃止された。一方、2020年5月に、副大統領がロックダウンの影響を受けている公設市場の小規模ベンダーとトライシクル（バイクタクシー）運転手に対し、携帯

アプリからのオンライン販売とデリバリーのサービスを始めるとした。まだ試験的にしか開始されていないため、始業手続きの詳細や利益配分は明らかになっていないが、この事業は小規模ベンダーを対象にしているため、大手は参入できないという [Esguerra, 2020]。また、オンラインであることも含め、みかじめ料なども発生しない。

④露天商（可動式、折り畳み式）——土地管理者からの正式な販売許可はないが、地方自治体の担当部局や警備員、警察への罰金や、みかじめ料を毎日払っているベンダーが多く、実態としては営業許可がなくても、黙認されている。しかし、自治体や警察の取り締まりがあれば、退去を強いられる。そのため、店舗は折りたたむなどして、可動できるスタイルになっており、夜などは小さくして近くに置いておくか、店舗ごと持って帰る。このスタイルのベンダーは通行人が多い場所を選べるため、その他の露天商や歩き売りに比べ、売り上げ金額も大きい傾向にある。販売商品は、人通りの多い歩道では、装飾品、パッケージ菓子や飲料水、たばこのほか、ハンバーガーや揚げ物、カットした果物など、すぐに食べられるものが売られており、市場周辺では、野菜、魚介類、葉草、海賊版DVD、古着などが売られている [写真2]。

また、この露店を家業、もしくは家計内でもっとも大きな収入源としている家族も多く、子どもやペットを連れて一日の大半を店舗で過ごすベンダーもいる。ベンダーの居住階層⁶⁾はホームレス、スラム住民、一般住宅の住民とさまざまで、自家用バイクや車を所有しているベンダーもいる。

⑤行商人——店舗は構えず、商品を持ち運び、移動しながら販売をしている人びとのなかでも、移動範囲が少ないベンダーである。日曜日の教会や集会など、イベントがある場所

写真2 道路沿いの露天商、2017年8月筆者撮影

では、風船やおもちゃのほかに、手作りの菓子、小鳥やひよこ、金魚などの小動物が販売されることもある。販売許可はなく、警察やガードマンによる監視が厳しい場所では、ベンダーであることが目立たないように身なりを整え、訪問客を装い、ショルダーバッグやリュックのなかに、海賊版のDVDやコピー商品、時計などのアクセサリを詰め込んで販売する。このタイプには、人通りの多い通りを縄張りとしているベテランのベンダーが多く、場所によっては、みかじめ料を払うこともある。外国人観光客が多い繁華街では花やたばこを売る子どもや女性、高齢者、障がい者のベンダーなどがみられる。ミンダナオ島からマニラに出てきた先住民／少数民族バジャウ（Bajau）も多く従事しており、バジャウを含め、近隣のスラム地区から通っているベンダーが多い。

⑥行商人——移動範囲が狭い歩き売りのベンダーである。マニラの郊外や繁華街以外の路上、住宅街など、あまり他のベンダーがいない場所で販売行為を行うため、みかじめ料を徴収されることもない。また、繁華街と比べ、検挙される可能性が低いいため、地方から出てきたばかりのバジャウや、定期的にマニラに出てきて商品がうれたら故郷に戻る循環型の出稼ぎベンダーなど、特定の縄張りを持たないベンダーが参入しやすい。地方から出てきたばかりのベンダーは、故郷から持ってきた手作りのアクセサリや楽器、置物などを販売することもある。携帯電話の部品の転売や、サングラスやベルトなどの装飾品、バケツや鍋などの生活用品も販売する。ただし、長距離を歩く必要があるため、販売する商品は比較的軽量なものが多く、さらに、子連れは難しく、家族を地方もしくはマニラ内の自宅に残して、比較的体力のある男性が1～2人で販売していることが多い。出稼ぎベンダーの場合は、治安などへの不安から路上に寝泊まりするベンダーは少なく、一泊10ペソから100ペソ程度のスクオッター内の部屋を一日単位で借りるか、安宿に止まることが多い。⑤と⑥の行商人の場合、特定の販売商品を決めず、仕入れられる資金によって、毎回異なる商品も売ることもある。

以上では、商売のスタイルと、販売空間に関わる要因に着目し、具体的なベンダーの階層の特徴を確認した。次項では、3つ目の要因として挙げた、ベンダー自身の社会階層を考察する。

3.2 ストリート・ベンダーにみられる階層

ストリート・ベンダー業では、自己資本の程度によって、どこで、何をどのように売ることが決まる。この観点から先に挙げた6種類のベンダーの特徴を考察すると、表1では、①から⑥になるほど、参入しやすいことがわかる。また、営業許可の有無、みかじめ料の有無、検挙率の程度をみても、持続的に商売ができる可能性が低くなっていると考えられる。つまり、より多くの自己資金を持つものほど、持続的に営業を続けられる。ベンダーの居住階層はさまざまであるため、必ずしもベンダーの階層と比例していないが⁷⁾、自己資金の少ないホームレスやバジャウには、歩き売りベンダーが多い（表2）。

実際に、筆者が2013年に行った路上のホームレスの聞き取り調査では、33人中、ベンダーがわずか6人のみであった。そのうち、スクオッターの強制退去でホームレスになったばかりの2人は、④のプッシュカートでの野菜売りで、残りの4人は、⑤のタイプのベンダーで、自分たちが長年寝起きしている生活圏内（路上）で、たばこや花を販売していた[吉田, 2020]。実際、ベンダーのどのタイプをとっても、販売商品を購入するための資本金が必要になるため、ホームレスにとって参入するのはなかなか難しい。ちなみに、この聞き取り調査では、ベンダー以外の27人は始業資金を必要としない駐車場や指圧マッサージ、墓守などの仕事についていた。また、モール内の資本系ベンダーや、携帯電話など、商品単価が高い商品を販売する露天商のオーナーには、ミンダナオから出てきたムスリムのベンダーが多くいる⁸⁾。一方で、同郷の先住民であるバジャウはそれらの店番や客引きとして雇われるか、もっとも始業資金を必要としない歩き売りの行商人をしている。ここからも、ベンダー業をどのスタイルで行い、何を売るかということは、自己資金の問題と大きくかかわってくる。

自己資金について、もう一つ特徴として挙げられるのが資本系店舗にみられた、海外出稼ぎ金や仕送りについてである。フィリピンでは、労働人口の10人に1人が海外出稼ぎ労働者であり、その数は毎年増え続けている。いまや海外からの送金受取額はフィリピンのGDPの約10%を占めており[World Bank, 2020]、その一部が、自国の家族や帰国後の自分のビジネスのために、資本系店舗に投資されている。また、日本や韓国、欧米人などと結婚したフィリピン人やその家族もサイドビジネスとして資本系店舗の運営に携わることもある⁹⁾。自分や家族に海外出稼ぎの経験があるか聞いたところ、①の資本系ベンダーには自分や家族に出稼ぎ経験者および現在出稼ぎに出ているベンダーがいた。出稼ぎ先では工場労働や運転手、家事労働などのケアワーカーの仕事に従事しており、これらの資金を元手に、母国で商売をはじめている。一方、②、④の露天商にも海外渡航の経験があるベンダーがいた。ミンダナオ出身のムスリム男性のジョマール（男性、40代）は、仕事があると言われ、小さい船に隠れてマレーシアに渡ろうとしたが、国境で捕まり、強制送還された。もう一人のベンダー、ネディン（女性、40代）は、16歳の時に偽造パスポートで30歳も年齢をごまかし、サウジアラビアで家事労働をした。ムスリム女性が着用するニカブをしていたため、なんとか入管はごまかせたものの、その後、出稼ぎ先で精神疾患を発症し、身一つで帰国した。二人とも、違法な形で出国しなければならない程の事情があった上に、蓄えを持たないまま帰国しており、海外渡航の経験が、よりよいステータスにつながることはなかった。⑤⑥でも、同じミンダナオ出身のバジャウのベンダーにも聞いたが、いずれも渡航経験はなかった。その他の歩き売りのベンダーも、海外に出稼ぎに行っている親戚はいるものの、自分たちの生活や、ビジネスのために金を出してくれる人はいなかった。

「私の親戚に日本人と結婚した人がいるよ。でも、あの人たちは、うちの家族には一切、経済的支援はしてくれない。うちのこと、路上の物売りだって下に見てるんだよ。お金をせびられるとでも思ってるんじゃない。そもそも、こっちの方からお断りよ。どんなに困ったって、絶対に自分たちでどうにかするわよ。」[グレン、2018年8月27日、国立公園でのインタビューより]

これは、国立公園の外で7年間ベンダーをやっているグレン（女性、30代）の話である。幼いころに父親が他界し、母親ときょうだいと一緒に物売りや路上清掃をしながら暮らしてきた。親戚の中でもとくに経済的に困窮していたグレン一家は、徐々に親戚ネットワークから疎遠になった。これらは、マニラのベンダーの経験のごく一部である。しかし、家族や親族の出稼ぎ金やメインのビジネスでの利益を元手に、フランチャイズやモールの小規模店舗に参入する資本系ベンダーがいる一方で、経済的支援を頼れるネットワークをもたず、正規の海外出稼ぎの機会を得ることができないような経験を持つ人びとが、営業許可を持たないままベンダーに参入していることは事実である。

このように、自己資金を切り口に考察しただけでも、マニラのストリート・ベンダーの階層形成にかかわるさまざまな要因が確認できる。ベンダー業では、商売をするために必要な資金の規模やネットワークの程度によって、なにをどこで、どのように販売するのかという、労働スタイルと販売空間が決まる。そして、これらは、国家によるベンダーの認知の程度（営業許可や空間規制）と関わっている。その結果、国家は、資本力の程度に応じて、特定の販売行為をフォーマルにするか、インフォーマルのまま黙認するか、もしくは、イリーガル（違法）にするかを決めるのである¹⁰⁾。

3.3 階層の再編成と道徳的イデオロギー

ストリート・ベンダーの階層の再編にもう一つ影響を及ぼしている要因がある。それが、道徳的イデオロギーである。近年、グローバル都市をめざす再開発のなかで、「近代都市にあるまじきモラル」が強調されるようになってきている¹¹⁾。たとえば、マニラの国立公園では、公園の近代化事業の一環として、現在、数か所に散らばっている公園内の約100店の小規模店舗を、公園入り口から最も遠いエリアに一か所に集めてフード・コートを作るという計画がある。国立公園開発委員会（NPDC）の説明によると、グローバルな基準を満たした国立公園になるために、ガイドラインに準ずる必要があるという。これに対して、公園内のベンダー側からは、商売場所が一か所に集中すると競争率が高くなることや、客にとっても、公園の端まで行かないと食べ物が買えないのは不便である、という反対の声が上がった。そこでは、以下の説明がなされた。

「公園を発展させるためにはISOを守らないといけないの。その決まりのなかでどう

するか。別にあなたたちに出て行けとか、営業をやめろとか言ってるわけではないの。公園が生まれ変わるために、販売のスタイルを少し整理しましょうといったってだけ。そもそも、利用者も、私たちフィリピン人にはよくある考えだけど、どこでも食べたいときに食べるという考えを改める必要があると思うの。そこに行かないと、食べられないってなったら、そこに行くにきまつてるでしょ。私たちは、グローバルな国立公園を目指しているの。そのためには、公園の訪問客を私たち（ベンダーと公園管理者）が教育しないと。」[NPDC関係者によるベンダーへの計画説明会にて、2018年2月5日]

販売スタイルの整理というのは、物理的に露天商を一括して公園の端に移動させるということだが、移動を機に、火気の使用を全面禁止にするという狙いもある。これらは、公園近辺のホテルのドライバーやベンダーなど低所得者層向けに安い食事を提供している店舗でもある。そのため、この火気の使用は、客が食事をとるためのいすやテーブルの設置の規制と合わせて、以前より管理事務所とベンダーとの間で、交渉が続いていた。そこには、外見上の問題や食品衛生などの理由があるのだが、話し合いの場での行政側の説明では、それらを納得させるために、「食べたいときに食べる」、そしてそれを提供する店舗が散見されるという環境こそ、グローバルな国立公園のあるべき姿には似つかわしくないというロジックに転嫁されている。そこでは、自分たち（ベンダーと公園管理事務所）が主体となってそのような習慣を正そうという呼びかけがなされる。

写真3 ボトル飲料とパッケージ菓子を販売する簡易店舗、2017年8月筆者撮影

このほかにも、マニラ市は、2018年1月に、食べ物を販売しているストリート・ベンダーに対して、公園周辺の人通りの多い通りからすべての販売行為の禁止を発表した。これは1976年に発令されていた衛生条令（大統領令第856号）に基づくもので、美化政策強化の一環として突然施行された。具体的には、衛生上の問題から、歩き売りで食べ物を売る場合、ボトル入りの飲み物と、パッケージ加工してある菓子などのみの販売が許される〔写真3〕。

一方、皿やフォーク、スプーン等を使って食べなければならないものは「衛生ではない」とみなされ、販売が禁止された。ここには、弁当やインスタントコーヒー、その他の食事の提供、路上で調理する揚げ物、手作りのジュースなどが含まれる。これにより、これらを販売するベンダーは、基本的にすべて「イリーガル・ベンダー」として、規制の対象となった。ここからも、ベンダーたちが、目指すべき都市のイメージに見合った「クリーンな食べ物」を売ることを求められていることがわかる¹²⁾。

本節では、ベンダーの階層に着目して考察した。近年のグローバルな都市作りの文脈のもと、これらの階層はますます細分化され、再編成されている。そこでは、制度的規制による物理的な排除だけでなく、近代都市に見合ったモラルの動員により、公共空間を「占有すべからざる人びと」の存在が、さらに明確化されている。

4. ストリート・ベンダーの階層的再編

本稿では、マニラのストリート・ベンダーの階層が細分化され、再編成している状況を、「労働のインフォーマリティ」に着目して考察した。ベンダーが都市で何を、どのようなスタイルで売るかはまず、自己資本で決まる。そして、そこでの格差は、その背景にあるグローバルな資本の動きや、福祉事業のベンダー業への積極的な参入により、さらに細分化され、階層化する。

ただし、ベンダー間にみられる階層自体は、現代都市マニラの特徴ではない。たとえば、先にみた、資本系ベンダーは何十年も前から存在している。しかし、この数年で、フランチャイズの種類やショッピング・モールなど、資本系ベンダーがビジネスを展開できる機会と空間は増加した。さらに、フィリピンでは、福祉系ベンダーの存在は、新しい階層である。これまで、ストリート・ベンダーという職種に無関心であった（もしくは、そう装っていた）国家行政が、福祉という看板を前面に出して、積極的にベンダー業に介入してくるようになった。これにより、新たに行政によって圧倒的に有利な条件を付与されたベンダーと、そうでないベンダーの間に、新たな階層が作り出される。このように、国家行政は、より多くの利益をもたらすベンダーを選別し、選ばれなかったものは、「近代的都市のイメージにそぐわない」として排除する。さらに、そこでは、「近代都市にあるまじきモラル」も動員され、行政による選別を正当化する。この意味で、マニラのストリート業はいま、国家と資本による階層的再編のただなかにある。

本稿では、質的データを通して、ベンダーのミクロな経験から、労働分析を行った。ここから、都市のなかで、「インフォーマルなもの」が構築される際に、国家による空間規制だけでなく、さらに細かい労働内容への規制が行われていることや、ベンダーの階層を形成するさまざまな要因を明らかにした。今後は、これらの階層化のさらに背後にある、グローバル資本と国家行政とのマクロな関係性を合わせて検討する必要がある。また、今後の都市研究においても、このような労働分析と、空間分析の両方を視野に入れることで、よりドラスティックな都市の動態をとらえることが可能となるであろう。

注

- 1) 日本の都市経済・労働の研究においても、ホームレスの段ボール集めや古本回収などの仕事、近代的な雇用関係にない仕事群として「都市雑業」としてとらえられてきた〔隅谷, 1967; 山口, 2001〕。
- 2) 労働市場全体の雇用の不安定化は、実体概念として「労働のインフォーマル化」と表現されることが多いが、本稿の労働のインフォーマリティは、「インフォーマルなもの」が構築されるプロセスや関係性を労働の側面から捉えるための概念であるため、前者とは異なる。
- 3) 本稿は、別稿〔吉田, 2019〕での仮説をもとに、労働のインフォーマリティについての考察をさらに展開させたものである。
- 4) 近年マニラでは、BPO企業などのオフィスビルと、その従業員の居住と娯楽を提供する、複合的な機能を備えた、新しい中心業務地区 (CBD, Central Business District) が増えている。フィリピンの経済特区とゲーテッドコミュニティの比較研究を行ったハナ・クライバート〔2017〕は、このような特定の階層が占有している都市空間を、アーバン・エンクレーブ (urban enclave) の観点から考察している〔Kleibert, 2017〕。たとえば、資本系ベンダーはこのような都市空間でも出店が可能である。
- 5) みかじめ料とはベンダーが、特定の場所で販売を続けるために、警察やガードマン、自治体に支払う賄賂や罰金のことを指す。
- 6) 本稿で居住階層とは、ある場所に住むことの自己裁量権の大きさを基準とした階層を指す。たとえば、一般地区に自宅がある場合、それが持ち家であろうと、賃貸であろうと、自己裁量権は大きいと考えられる。これに対して、街路で生活する人は、いつ居場所 (仕事の場所、寝る場所) を退出させられるかわからない。このように、自己裁量権が小さいほど、居住階層が低いと考える。
- 7) たとえば、最も安定している資本系ベンダー (①) の中にも、スラム住民がおり、毎日みかじめ料を払っている露天商 (④) のなかには、持ち家を持っているものもいる。このような居住階層と職業階層のずれも、現代の都市の底辺労働の特徴を表している。
- 8) 具体的には、タウスグ (Tausug)、マラナオ (Maranao)、ヤカン (Yakan) などがいるが、マニラへの移住時期が早かったこれらの民族は、バジャウに比べ、より資金力やネットワークがあり、ベンダーの職業階層だけでなく、マニラでの社会階層も顕著化している。このようなマニラのベンダー内での差異を理解するためには、故郷でのこれらの民族間の歴史的背景や社会階層を合わせて考察する必要がある。
- 9) アンドレ・オルテガ〔2016〕は、このような海外送金や外国資本と都市開発との関係を、フィリピンの不動産業の側面から分析している〔Ortega, 2016〕。

- 10) インフォーマリティが構築される過程には、ベンダーによる交渉や戦略も影響してくるが、これについては別稿を参照されたい〔吉田, 2019〕。
- 11) フィリピンの国民統治における道徳的イデオロギーの動員については、日下〔2013〕や関〔2018〕が詳しい。
- 12) ルイスタフォヤ・ヘリベルト〔2018〕は、大手資本によるパッケージ食品のマーケティング・イデオロギーが、どのようにマニラの都市下層の生活に入り込んでいるかという点に着目し、消費者が「近代的で先進的な食品」という言説の中でパッケージフードを消費している構造を考察している〔Heriberto, 2018〕。

文献

- 青木秀男, 2013, 『マニラの都市底辺層—変容する労働と貧困』大学教育出版。
- Batr'au, Q., and Bonnet, F., 2016, "Managed Informality: Regulating Street Vendors in Bangkok," *City and community*, 15(1): 29-43.
- Drummond, L. B.W., 2000, "Street Scenes: Practices of Public and Private Space in 13 Urban Vietnam," *Urban Studies*, 37(12), pp.2377-2391.
- 遠藤 環, 2011, 『都市を生きる人々——バンコク都市下層民のリスク対応』京都大学学術出版会。
- Esguerra, J.D., 2020, "OVP to launch app-based delivery service to aid vendors, tricycle drivers", inquire.net, <https://newsinfo.inquirer.net/1272735> (accessed 31 May, 2020)
- Heriberto, RT., 2018, Corporate Packaged Food in Slums: Market and Meanings in the Filipino Sari-Sari Stores, *Social Theory and Dynamics*, (2): 18-37.
- 不二牧駿, 2001, 『路地の経済社会学——タイのインフォーマルセクターについて』めこん。
- 池野 旬・武内進一, 1998, 『アフリカのインフォーマル・セクター再考』, アジア経済研究所。
- 木曾順子, 2003, 『インド 開発の中の労働者——都市労働市場の構造と変容』日本評論社。
- Kleibert, J.M., 2017, "Exclusive Development(s): Special Economic Zones and Enclave Urbanism in the Philippines", *Critical Sociology*, 44(3): 1-15.
- 日下 渉, 2013, 『反市民の政治学: フィリピンの民主主義と道徳』法政大学出版局。
- 松蘭(橋本)裕子, 2006, 「インフォーマル・セクター研究の系譜——過剰都市化論からグローバル化の中での労働のインフォーマル化へ」『淑徳大学総合福祉学部研究紀要』40: 101-115.
- 中西 徹, 1991, 『スラムの経済学』東京大学出版会。
- 新津晃一, 1989, 『現代アジアのスラム——発展途上国都市の研究』明石書店。
- Ortega, A.A., 2016, *Neoliberalizing spaces in the Philippines: Suburbanization, transnational migration, and dispossession*, Lanham: Lexington Books.
- Portes, A., 1983, "The informal sector: Definition, controversy, and relation to national development," *Review*, 7(1): 151-174.
- , 2010, *Economic Sociology: A systematic inquiry*, Princeton: Princeton university press.
- Recio, R.B., Babiano, I.M., & Roitman, S., 2017, "Revisiting policy epistemologies on urban informality: Towards a post-dualist view", *Cities*, 61: 136-143.
- Recio, R.B. & Gomez, J.E., 2013, "Street Vendors, their Contested Spaces, and the Policy Environment: A View from Caloocan, Metro Manila", *Environment and Urbanization Asia*, 4

(1): 173-190.

Roy, A. and Alsayyad, N ed., 2004, *Urban Informality: Transnational Perspectives from the Middle East, Latin America and South Asia*, Lanham: Lexington books.

Roy, A., 2005, "Urban Informality: Toward an Epistemology of Planning," *Journal of the American Planning Association*, 71(2):147-58.

関 恒樹, 2017, 『社会的なものの人類学——フィリピンのグローバル化と開発にみるつながりの諸相』明石書店.

Song, L., K., 2016, "Planning with urban informality: a case for inclusion, co-production and reiteration," *International Development Planning Review*, 38(4): 359-381.

隅谷三喜男, 1967, 『日本の労働問題』東京大学出版会.

World Bank, 2020, "Personal remittances, received (% of GDP): Philippines," <https://data.worldbank.org/indicator/BX.TRE.PWKR.DT.GD.ZS?locations=PH> (accessed 31 May, 2020)

山口恵子, 2001, 「現代社会における都市雑業の展開——新宿、隅田川周辺地域の事例より」『広島修大論集』42(1): 129-152.

山下嗣太, 2018, 「ポストコロニアル・アーバニズムの論点——インフォーマリティ、マテリアリティ、相関性」『ソシオロジ』63(1), 21-37.

吉田 舞, 2018, 『先住民の労働社会学——フィリピン市場社会の底辺を生きる』風響社.

———, 2019, 「公共空間とストリート・ベンダーのポリティクス—マニラの国立公園の事例から」『解放社会学研究』32: 31-50.

———, 2020, 「街路生活への道」山口恵子・青木秀男編『グローバル化のなかの都市貧困——大都市におけるホームレスの国際比較』ミネルヴァ書房, 302-324.

※本稿は、JSPS 科研費 16K17253, 17H01657 の成果の一部である。

(よしだ まい／日本学術振興会・特別研究員 (RPD))