

バンコク市中心部における再開発と経済格差：屋台料理店を焦点にして

橋本 佳奈 (英米学科・学生)

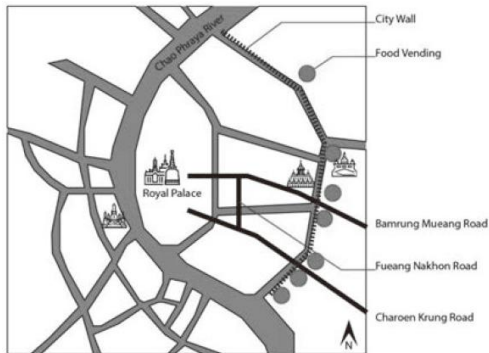


はじめに

バンコクの路上屋台は150年以上の歴史を持ち、年間50億バーツを超える経済規模を誇る文化的資産である。しかし近年の都市再開発により、この伝統が大きな転換点を迎えている。衛生管理や交通整理を名目とした規制強化により、低所得層における生計手段や安価な食事という選択肢が奪われつつある。ここでは、自身のバンコクでの見聞も一部交えながら、屋台問題を検証して、タイにおける経済格差の問題や低所得者層を包摂するインクルーシブな都市開発の可能性を考察する。

バンコクにおける露店屋台の伝統的食文化

バンコクの屋台文化は、ラーマ4世時代(1851-1868)の道路建設とともに本格化した。それ以前は水路での水上マーケットが中心だったが、道路の導入に伴い、商人は水路と道路の交わる地点に積極的に屋台や移動店舗を展開させた(地図1)。



地図1: バンコクの水路/道路と露天屋台の集中的立地点 (Maglumtong and Fukushima 2020)

こうした歴史的経緯とともにバンコクの食文化の最大の特徴となってきたのが「パブリック・イーティング」である。台所のない家庭も多く、都市部の人々は一日に3-5回、少量ずつ食事をとる。また、「ローカルコード」と呼ばれる自制的な秩序により、屋台業者同士も競争を避けながら共存するシステムを発展させた。

路上屋台の減少と規制強化

1972年以降、タイ政府は都市の美化、交通安全、衛生管理を理由に規制を試みてきた。バンコク都庁は営業制限区域を164から286へと段階的に拡大し、許可区域外での営業に

は罰金刑を科すように定めた。固定店舗商の70%が無認可で営業しており、屋台の違反・罰金件数は1996年から2005年にかけて年々増加した(図1)。だが、実際には、バンコクの露天屋台は、市内の各所に様々な創意工夫を凝らしながら顧客を得て増殖し、事実上、継続的に増加した(坪井善道ほか2010; Nirathron 2006)。

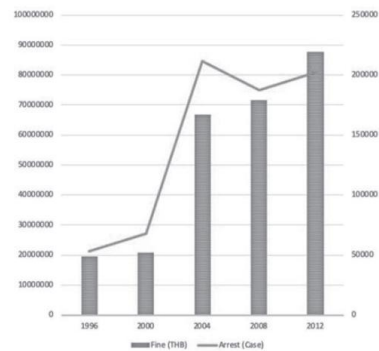


図1: 1996年-2012年での露店の罰金件数(棒)と逮捕者数(折れ線) (Maglumtong and Fukushima 2020)

再開発に伴う露店屋台規制の本格化と市民の食生活の変化

露天屋台に関する規制が厳格化されて実効性を伴う排除が本格化したのは、クーデター後の2016年である。2017年には規制前の21,065店から12,688店へと激減した。

このように規制された路上屋台に代わって登場したのが、ショッピングモール内のフードコートや観光客向けの屋台エリアである。露天屋台の一部は、屋内の屋台風の店舗に代替されて、屋台の衛生環境は改善されたが、伝統的な路上屋台の文化とアクセスの良さは大きく損なわれることになった(写真1)。



写真1: 観光客向けナイトマーケット(筆者撮影)

バンコクの再開発の一部としてのこうした動きは、消費者に深刻な影響を与えている。従来は、月収 2000—8000 バーツの中間層が露天屋台の主要な顧客だった。13%の家庭が食事を完全に屋台に依存し、都市部では一日に 3-5 回、少量ずつ家の外で食事をする文化が根付いていたが、外食単価の上昇でそれが叶わなくなった。再開発後、路上屋台が、ショッピングモール内のフードコートや観光地向けの華やかな屋台エリアへと移行したことで価格が上昇した。結果、低所得層は屋台料理へのアクセスが困難になり、代わりに富裕層や外国人観光客の利用が増加した。食を通じた社会階層の固定化が進み、経済格差が食のアクセス格差として可視化されているといえる。

販売側への影響: 生計手段の喪失

販売側、つまり屋台商への影響はさらに深刻である。元々の露天屋台商の 85%は初等教育を修了しておらず、90%以上が零細な自営業であり、全体の 56%が最低限の生存レベルで生活していた(Nirathron 2006)。そして彼らの多くは地方出身の農業従事者で、生計を立てるのが難しくなりバンコクへ移住してきた人々だった。再開発により、そうした露天屋台商の人々は営業場所の強制移転や撤去を命じられた。8377 もの屋台商が販売場所を失った(Maglumtong and Fukushima 2020)。これは、同時に、彼らが長年築いてきた顧客ネットワークの喪失も意味する(写真2、写真3)。



写真2(上): 規制前のバンコク(新バンコク ニキ 2023)

写真3(下): 2024 年バンコクの街並み(筆者撮影)

新しい試み: Pier21 が示す可能性

だが、排除と規制の流れの中で、従来の露天屋台商の食文化の伝統を生かそうとする新たな取り組みも始まっている。フードコートやショッピングモールのなかに、あえて、中低価格帯の

屋台料理を提供する店舗を組み込む動きである。

その事例として、スクンビット地区にある商業施設内のフードコート「Pier21」がある(写真4)。ここでは、モール事業者が、敢えて、戦略的に、店舗のテナント代を低レベルに抑えることで、店舗側では、バンコク中心地でありながら従来の屋台と同等の低めの価格での食事の提供が可能になっている。衛生管理と利便性を確保し、地元住民から観光客まで幅広くアクセスできる食事の提供に成功している。

また、テスコロタスやビッグCといったスーパーマーケットの屋外エリアでは、私有地という性質を活かし屋台販売が盛んに行われている。道路の安全確保とも両立しており、屋台商にとって新たな活動拠点となっている。

これらの事例は、排除ではなく包摂による問題解決の可能性を示しているが、民間企業への依存が大きく、不安定な側面がある。屋台商の営業が持続可能となる都市開発には、政府の介入が必要不可欠であるといえる。



写真4: Pier21 モール内屋台(筆者撮影)

おわりに

バンコクの屋台は、水上マーケットから始まり、現在新たな形態を模索している。この問題の本質は、スラム撤去と同様の「排除的な開発」にあり、経済格差の拡大と文化的な画一化が同時に進行している。しかし、Pier21 のような事例は、排除ではなく統合・再編での別の可能性を示している。こうした調整・対処により、包摂的な都市政策の実現が可能になるだろう。

主要な参照・参考文献

坪井善道 (ほか) 2010「タイ・バンコクの街路空間利用形態に関する研究: スクンビット地区における屋台・露店の設置状況調査を通して」『日本建築学会計画系論文集』75(647)

新バンコク ニキ 2023 「最新: シーロム再開発で、大人気の行列屋台が移動、店舗型となり行列無しで食べられるように！」

(https://newbkkthai.com/kway-chap#google_vignette)

Nirathron, Narumol, 2006, *Fighting Poverty from the Street: A Survey of Street Food Vendors in Bangkok*, ILO.

Maglumtong, M. and Fukushima, S. 2020, “Transformation in Street Food Vending in Modernizing Bangkok: Trading Pattern, Vendor, and Product” *Meijo Asian Research Journal* 10(1).