

大学院教育支援機構（DoGS）海外渡航助成金 報告書

Outcome report

計画名 Plan	ケニアの都市零細商人による簡易食堂における営業の実態の把握
氏名 Name	北條七彩
研究科・専攻・学年 Graduate school/Division/Year level	アジア・アフリカ地域研究研究科アフリカ地域研究専攻 2年
渡航国 Country	ケニア共和国
渡航日程 Travel schedule	2023 年 2 月 3 日 ~ 2023 年 3 月 13 日

渡航計画の概要 Outline of the travel plan

本渡航の目的は、申請者の研究課題「ケニアの都市零細商人による場所性の構築過程に関する人類学的研究―簡易食堂を事例に」を遂行するため、ケニア共和国・ナイロビにて現地調査を実施することである。本渡航では、上記の研究課題を念頭において基礎的な知見を得るため、簡易食堂経営の参入背景と営業実態の把握に関する調査を実施した。

本渡航の到達目標は、ナイロビにおいて都市零細商人が営業する簡易食堂（キバンダ）を対象に、キバンダの参入背景・営業実態を把握することである。キバンダは膨張するナイロビの人口の食料供給を賄い、市民にとって日常的な食事場所であり、実際約 200 万人/日が食事をするとされている。キバンダでは、主に工業地区の都市労働者や日雇い労働者を対象にウガリ（主食）やギデリ（副食）といったケニアの一般的な食事が提供され、1980 年代から 1990 年代にかけ、人口増加に伴い店舗数が急増した。アフリカ都市部における食の供給については、零細商業の重要性が先行研究で指摘されているものの、その問題意識は食品の衛生管理や栄養評価にとどまっている。

本計画では、キバンダを実際に営業している零細業者や、キバンダを利用する消費者に焦点を当て、それぞれの業者がキバンダ経営に至った経緯・背景や、実際にどのように営業されているのかについて、2023 年 2 月 4 日～3 月 10 日にかけてケニアの首都・ナイロビにて現地調査を実施した。

成果 Outcome

1. 現地調査によって得られた知見

ケニアの首都・ナイロビの路上において、零細商人は多様な食品や食事を提供している。例えば、スモーキー（Smokies）と呼ばれるソーセージやゆで卵、サトウキビ（sugar cane）、マンゴー、パイナップルを販売する移動式の露店は都市住民が手軽に腹を満たすことができるとしてナイロビのさまざまな場所で営業している（写真 1 参照）。これらの食品を提供する零細商人は、可動性の装備を伴った営業形態をとり、多くの利用客を収容することはできない。

一方で前述したキバンダ（Kibanda）は、零細商人によって経営されている点は同じであるが、可動性の装備は伴わず、一定数の客を同時に収容することができる点で異なっている。一定数の客とは、おおよそ 20 人～30 人程度である。キバンダの経営はスモーキーや果物のような手軽な食品の販売と比較して、収容する客の人数や従業員の数などから、規模の大きい商売である（写真 2 参照）。

本報告書においては、路上で展開されていながらもこのように比較的大きい営業の規模を持ってい

るキバンダがどのように営業されているのかについて焦点をあてる。

まず、経営者や従業員の属性・営業上の役割についてである。報告者が重点的に調査を実施したナイロビにある5つのキバンダのうちの4つのキバンダは女性の店主によって経営されていた。4人の女性店主は、40代～50代である。4人ともキバンダの経営においては客の支払う金額を勘定し、代金を受け取ることや、携帯電話で送金される代金が振り込まれる口座を管理するなど主に金銭を扱う業務をしている。民族構成や出自、教育の修了レベルについては詳細にインタビューをすることができなかったが、3つのキバンダにおいて女性店主はキクユやカンバ、ルオという民族に属していることがわかった。

そして各キバンダは、女性店主に加えて5～7人の従業員によって営業されている。女性店主と従業員の関係性は、親族である場合とそうでない場合があった。また、キバンダは常に同じ従業員によって操業されているのではなく、営業日によって従業員の構成が変化していた。店主は女性である割合が高かったが、従業員に関しては男性／女性に関わらず就業している様子が見られた。しかし、男性／女性によって、キバンダの業務における役割は固定されていることがわかった。男性は、チャパティを鉄板で焼く担当である一方、女性は食事を器に盛り付け、客に提供する給仕の役割や、使用済みの食器類の洗浄に従事している様子が見られた。

次にキバンダの日々の営業の様子と客の利用の様子について報告する。キバンダは、準備を含めた午前7時から片付けが完了するまでの午後9時まで営業されている。よって、客はキバンダを利用する時間帯に応じて、朝食・昼食・夕食を食べることができる。朝食として提供されるものの代表例が、チャパティ（小麦粉と水を混ぜ、薄く伸ばして焼いたもの）やマンダジ（揚げパン）とよばれる軽食と、ティー（紅茶にミルクと砂糖を加えたもの）である。朝8時から10時にかけて、これらを食べる客が多く見られた。値段は、軽食（30Ksh [ケニアシリング]）とティー（30Ksh）を併せて60Kshである。

そして、昼食が提供される時間帯である正午から午後3時ごろまでは、ウガリ（とうもろこし粉と水を混ぜたもの）やギデリ（豆やとうもろこしを煮込んだもの）、米、チャパティなどの主食とともに、ニヤマ（ヤギの肉をトマトなどと一緒に煮込んだもの）やマトウンボ（ヤギの胃腸）、ビーンズ、サマキ（白身魚を似たもの）などの主菜、そしてキャベツやスクマ（ケールの葉を塩などと茹でたもの）と呼ばれる副菜が提供される（写真3参照）。これらの料理は、ケニア国民にとって代表的な食事である。多くの客は、これらの主食・主菜・副菜のなかから種類ずつ店員に伝え、店員は客の注文内容に応じて食事を提供する。値段は、100Ksh～200Kshであり（写真4参照）、ニヤマやサマキは主菜の中でも値段が高い。一方で、ナイロビにあるカフェやレストラン、スーパーマーケット等で同様の食事をするのであれば、最低でも500Kshは必要であるため、キバンダでは安価な値段で食事をするのが可能であることがわかる。

キバンダの営業のピークにあたる午後2時から午後3時を過ぎると、キバンダを利用する客は減る。しかし、午後5時以降になると、仕事を終え、徒歩で自宅に向かう人々の通りが増夕食や夕食前の軽食としてキバンダを利用する人々も多く見られた。

朝、昼、晩のいずれの時間帯においても、キバンダを利用する客には、男性の客が多い。観察をおこなった限りでは、それぞれのキバンダの収容可能人数の9割が男性の客であり、女性の客はほとんど見られなかった。これはキバンダが集積する地域は、工業地区に多いとされており、実際に調査を実施したキバンダが集積している地域も、自動車整備工場や建設現場の近くに位置していたため、男性の客が多く来店していたと考えられる。

2. 知見を踏まえた考察

これらの成果は、報告者の研究課題「ケニアの都市零細商人による場所性の構築過程に関する人類学的研究—簡易食堂を事例に」にどのような示唆を与えただろうか。

第 1 に、キバンダを利用する客である都市住民や都市労働者の生活の時間と並行し、キバンダを経営する人々（都市労働者）の営業の様子は変化しているということである。キバンダは、多くの都市労働者が仕事を始める前の午前 7 時から営業をはじめ、彼らが帰宅した後の午後 9 時まで営業を続けている。つまり、キバンダの営業の開始やキバンダで朝食を摂ることが、その周辺地域や都市労働者にとっての 1 日の始まりを意味し、キバンダの営業の終了やキバンダで食事をすることが、1 日の終わりを意味すると考えられる。

2 点目に、キバンダ経営における女性の役割の比重は、男性に比べて大きいということである。上述したとおり、キバンダの経営は主に女性によって担われており、金銭を扱うという重要な役割においても男性ではなく、女性が担っている。これらのことから、キバンダにおいては、女性は男性に付属しているのではなく、経営者として全体を管理していると思われる。

今後の展望 Prospects for the future

今後の展望として、より長期にわたる現地調査を実施し、キバンダの経営者や従業員、来店客への属性調査や聞き取り調査を実施したい。また、今回の渡航では報告者のスワヒリ語の言語運用能力が不十分だったため、キバンダのなかでなされている会話については聞き取ることができず、参与観察は視覚情報に限定されてしまった。今後、スワヒリ語の学習を継続し、聞き取り調査や参与観察をより丹念に行い、キバンダの営業と都市住民の関係を、食事を提供するものとそれを消費するものという範囲を超えて捉えたい。

さらに、報告者の研究は、女性の都市零細商人の研究にも発展させることができるのではないかと考えている。今回の調査では、キバンダ経営において、女性は男性よりも相対的に地位が高いことがわかった。しかし、一般的に都市零細商業やインフォーマル・セクターに従事する女性労働者は男性よりも経済の周縁に位置していることが指摘されている。つまり、女性は一般的にはインフォーマル経済の周縁に置かれているとしても、ことキバンダの経営においては主要なアクターとして、多くの男性の客に食事を提供している。その点で、女性のインフォーマル経済における役割については、より複眼的な見方が必要だと考えられる。

以上の課題に取り組み、都市の流動的な状況下における、キバンダ、そして零細商人の役割についてより研究を深めたい。



写真1：スモーキーの販売の様子



写真2：キバンダの営業の様子



写真3: チャパティ (左) とニヤマ (右)

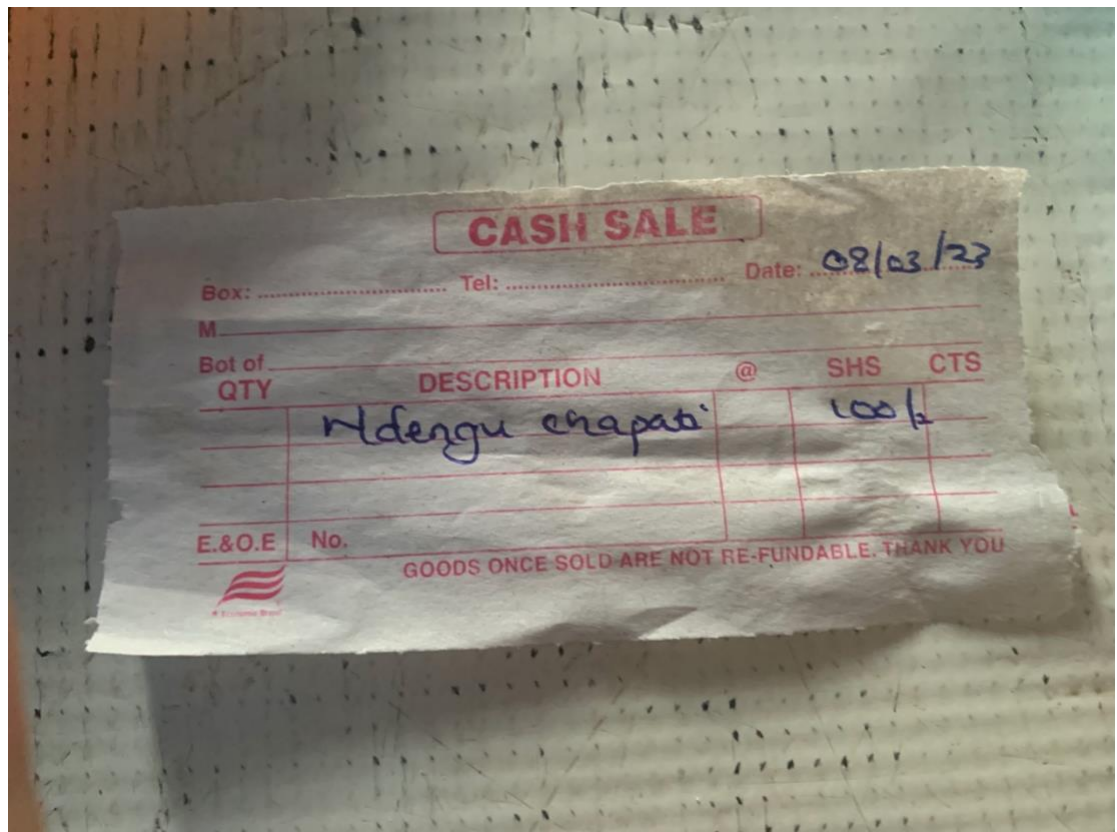


写真4: 料理の注文後に手渡される会計伝票