

地下茎のストリート

——カトマンズの旧市街アサンにおける露天商を事例に——

北嶋 泰周 (京都大学)

1. はじめに——カトマンズの路上から

ネパールの首都カトマンズは1950年代後半に都市化が進み、70年代以降から肥沃な農地の住宅地転用が拡大しながら急激に人口が増加した [Toffin 2013: 162]。その結果、国際労働機関 (ILO) とネパール中央政府の労働・雇用・社会保障省 (MoLESS) の調査によれば、ネパール全体の約85%、カトマンズが位置するバグマティ州の都市労働者の77%がインフォーマルセクターに従事しているとされる [ILO and MoLESS 2022: 65]。なかでも目を奪われるのは、道端の至る所で営業する露天商たちであろう。市内中心部を5分ほど歩けば数十人の露天商を目の当たりにできる。露天商たちは生鮮食品から衣類、アクセサリ、スマホ周辺機器、書籍、日用品、土産物、お菓子に至るまで、人間が運べる物であればなんでも商品にする。外国人バッグパッカーで賑わうタメルからアサン、インドラチョークを経て旧王宮広場へ向かう途中では道端で果物や季節の野菜を販売する露天商に出会うことができ、夕方以降のラトナパークやスンダラ周辺では衣類やアクセサリ、イヤホン、スマホケースなどを販売する露天商によって歩道の大半が埋め尽くされる光景が広がって

いる。彼らは「サエコ、ティンタ (100ルピーで3つ)」「パーンツサエコ、ドゥイタ (500ルピーで2つ)」と間髪を入れずに繰り返して、両手に商品を持ちながら商品を叩き売る。

しかし、こうした露天商はしばしば都市計画を進めるにあたって大きな問題とされているのも事実である。特に2022年からカトマンズ新市長に就任したバレン・シャハによる露天商および違法露店の撤去政策が実行され始め、その傾向は顕著に表れている [北嶋2022]。バレン市長は2022年6月19日に開催された市議会のなかで、カトマンズ市の長期目標を「文化都市、豊かに発展した大行政市 (saṃskṛtik sahar, saṃrddha mahānagar)」とし、この背景には、これまで不完全であったカトマンズ市内の文化遺産の保護や廃棄物管理、景観保護に関する持続可能かつ科学的管理を出発点とし、そのためには憲法および各法律で認められた権限を行使し、法律で示された仕事・義務・責任の遂行に尽力する必要性があるという意図がある¹⁾。

このような徹底的な法的根拠に基づいた仕事・義務・責任の遂行の尽力は、露天商の撤去においても同様であり、これを指揮するカトマンズ市警察署長のラジュ・パンデーも露天営業が違法であることを撤去の理由として

挙げている [北嶋 2022: 3]。そこで、以下では露天商が撤去される法的根拠について検討したい。ネパールにおいて露天商に対する摘発は主に二つの法律に基づいている。第一に1973年に施行された公共道路法 (Public Road Act) である。この法律では公共道路の定義と中央政府の道路局が持つ権限について付記されており²⁾、18条「公共道路の妨害発生にかかる器物撤去の権限」の第3項によれば、公共道路上への物品の放置・設置・投棄によって、当該道路の移動全体に支障をきたす場合、道路局は直ちに当該物品を道路から撤去することができる³⁾。事実、この法律に基づいて自転車を用いた果物売りの露天商が摘発される事例も報告されており、このような閉鎖的な路上空間は90年代から浮上した公衆衛生問題と結びつけて形成されてきた [高田 2017]。

また、ネパール労働者組合はカトマンズ市当局と営業権を求める交渉も続けてきたとされ、その背景には道路局とは別にカトマンズ市当局による摘発も断続的に行われてきたことが挙げられる。特にバレン市長就任後は、退役軍人を中心に新たな人材を雇用し、人通りの多いバザールやチョーク (ネパール語で交差点/辻の意) を中心に常駐スタッフを配置することで、これまで以上の徹底的な摘発へと踏み切った。それに伴い、現在では中央政府の道路局はほとんど露天商の問題に関与しておらず、露天商および“違法露店”の撤去には実質的にカトマンズ市直轄の市警察だけで対応している状態にある。

これに関連して、第二の2017年に施行された地方自治体運営法 (Local Government

Operation Act) を見ていく。この法律では地方自治体の各部門が持つ権限について付記されており、第11条「地方自治体の義務と権利」のA項「市警察」によれば、市警察は1) 地方自治体の政策・法律・規則・決定の実施、2) 地域のバザールやパーキングの監督と管理をはじめとする諸活動への支援に動員することができる⁴⁾と規定されている⁴⁾。また前者に関連して、カトマンズ市当局が発行するビケラム暦2079-80年版 (西暦2023年版) の政策白書32項では、歩行者の円滑な通行に向けて歩道の利用を平素簡潔なものにするため、歩道における人の移動以外の一切の行為を禁止すると規定されている。つまり、2023年からカトマンズ市警察は、路上空間で行われている歩行を除く一切の行為について摘発する権限を有し、露天商たちは不当に路上を占拠するスクウォッター (不法占拠者) として位置づけられている。したがって、カトマンズの路上空間が「歩行者が歩くため」だけという一義的な空間に閉じ込められ、人類学者の関根康正が指摘する「異様な活気があり、…都市計画の配置する一義的意味づけを無視して、衣食住から、娯楽、信仰まであらゆる生活現象がそこでは発見できる」 [関根 2009a: 23] ような社会や経済、宗教が埋め込まれる多義的空間が失われかねない状態にあるといえよう。

カトマンズ市内における露天商の数は少なくとも3~4万人ほどいるとされるが、これまでその研究蓄積は乏しいとされており、その根底には露天商の間でそこまで組合化が進まなかったことで集団として不可視化されてきたからだ⁵⁾と指摘されている [Bhowmik 2010]。

しかし、カトマンズの露天商に関する研究が全くなかったわけではなく、露天商という職業が農村から流入した都市貧困層に職をもたらし、かつ彼らが低価格の製品を販売することによってインフォーマル経済を活性化させたことを明らかにした研究がある [Adhikari 2017]。また、行政機関による都市の美化計画に基づいた摘発に対する、露天商たちによる積極的な組合化とインフォーマルな営業権の獲得過程も明らかにされており [Shrestha 2006]、この組合化はカトマンズ市警察による物理的暴力、とりわけ女性露天商は顧客や通行人による性暴力被害の抑止につながったともされている [Sato 2023: 66-67]。

しかし、このような先行研究は、露天商という存在がカトマンズ市内の経済にどのような影響を与えているか、そして彼らが摘発や暴力に対して組合化を通じてどのように抵抗してきたのかを明らかにする一方、そのインフォーマル経済の活性化や組合化による継続的な経済活動の基盤となる場としての路上空間それ自体に関する考察が行われていない。とりわけ後者のような研究では、抵抗論的な記述になりがちなため、顧客や通行人たちによる暴力被害や対行政的な露天商の「連帯」といった、社会問題に結びつけられた他者関係には焦点が当てられる一方、路上市における営業形態や売買行為によって生み出される日常的な次元の関係性は等閑視されてきたきらいがある。その結果、露天商が「商う」ことによって構築されていく社会関係や、異なる位相の人々が他者と出会う公共空間としての路上に様々な価値を見出し、それらが重層することで立ち現れる多義的な空間性は捨象



写真1：露天商が集まる商売の街アサン

されてきた。

ネパールの都市、とりわけカトマンズやラリトプルなどの旧市街地における空間性に目を向ければ、家屋の前にある開けた道は洗濯や穀物の乾燥といった家事および農業に利用される場所であり [Gellner and Pradhan 1995]、ダルマシャーラといった仏教寺院の周辺空間は巡礼者の休憩や宿泊のための場所として設けられ、現在では高齢者の憩いの場としても利用される空間を構築・維持してきた [中山 1999]。さらに、旧市街地の至る所に建てられたパティと呼ばれる休憩所は、現在に至るまで地域住民が集う公共空間として機能し続けている。このように、カトマンズの路上とは、本来的に複数の人々が多用途に使う点で、極めて開放的な空間としての性質を持ってきたことで知られている [伊東 2017]。

そこで本稿では、ネパールの首都カトマンズにおけるスクウォッターとしての露天商を事例に、報復主義的で幾何学的な都市計画が進むなか、彼らがどのようにカトマンズの旧市街地の空間を捉え、それらと接続しながら商売実践を続けているのかを検討する⁵⁾。そこから、行政機関の都市計画によって閉鎖的

／一義的な空間へと均質化するなかで、彼らの商売実践が社会関係の構築と利用可能な空間の拡張を促し、人々が異なる意味を重層化させながら創造していく多義的／開放的な空間のダイナミズムを明らかにしていく。

2. 調査概要

本研究が対象とする地域は、カトマンズの心臓部とも称される旧市街地、とりわけアサンおよびその周辺に位置する路上市である。このアサンはウダーエ・サマージ (udāya samāj) の仏教商人カーストであるトゥラーダール (Tulādhār) を中心に、ヒマーラヤ地域とインド亜大陸を結ぶ交易の重要拠点として栄え、現在に至るまでマルヤナラデヴィと並ぶ商売の中心地であり続けている⁶⁾ [Lewis 1995: 39-41; Mulmi 2021: 4-5]。加えて、インドラジャトラやアンナプルナジャトラなどの大きな祝祭時は、その中心地の一つとして儀礼が催され、参加者に食事が振る舞われるなど、社会・文化的な意味も持ち、公的領域と私的領域が重層する特徴的な地域だとされる [Sharma 2022]。その中心地であるアサンバザールは、カトマンズ市民から「そこに行けばなんでも揃う」と語られるほど、現在に至るまで商業の街として発展し続けてきた。朝10時以降はスパイス店やサリーの仕立て屋、儀礼用の金属製品などを取り扱う店が軒を連ね、国内外の観光客が集まる名所の一つになる。また、早朝6時から8時にかけては、開店前の店舗に沿うように野菜や果物、乳製品などが立ち並び、地元住民や飲食店の従業員がその日に必要な生鮮食品を購入しにやってくる⁷⁾。特にこの路上市は営業時間が早朝の

2時間に限られていることもあり、昼間以上に露天商や顧客で混雑する傾向にある。

また、一つの大きな路上市とはいえ各区画を管理する団体は細分化されており、本研究の対象地域では、Asan Sewa Samiti (アサン)、Indra Chok Sewa Samiti (インドラチョーク)、Machhindra Club (ジャナバハ) が各区役所と協働して管理を行っている。この地域団体は協会登録法 (1977年施行) 第4条に基づくカトマンズ市当局によって承認された団体であり、それぞれの団体が各区役所の委託によって路上市管理をはじめ、祝祭や献血プログラムの運営、防犯カメラの設置と監視といった地域運営を行っている⁸⁾。この路上市管理とは先に示した6時から8時までの2時間に限定されており、8時以降における露天商の営業も各団体による路上市管理も認められていない。これはカトマンズ市当局がインフォーマルに「暗黙の了解」として認めているものであり、法的根拠に基づいて明確化されているわけではない⁹⁾。その管理システムも異なり、前者の2団体は露天商の名簿を作成せずにセキュリティ担当者が毎日50NRs (≒60円) を徴収する。両団体の会長によれば、チョークという広い空間を有する点と合わせて、露天商の新規参入や1日あるいは数日のみの営業も容易であるため、あえて厳密な名簿化は行っていないという¹⁰⁾。Asan Sewa Samitiは毎日営業する露天商に限っては名前だけ記載された用紙が作成されており、セキュリティ担当が会長に対して集めた出店料を渡す際に名前を読み上げてチェックをつける。名簿に記されていない単発営業の露天商などはまとめて「その他〇名、合計金額△△△ルピー」

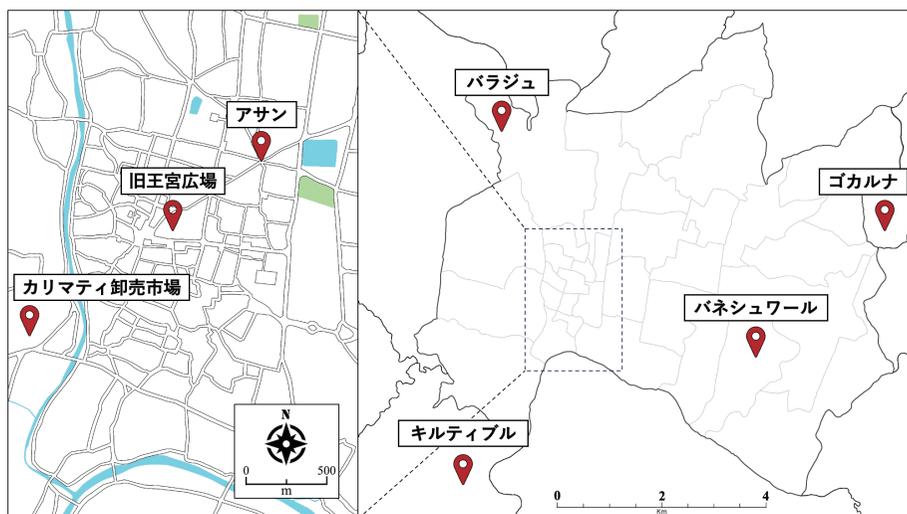


図1：カトマンズ市全体と旧市街地の位置

と記載される。特にアサンにおいては、パンチャーヤット制の崩壊と第一次民主化を遂げた1990年に Asan Sewa Samiti が設立され、公衆衛生が問題視されるようになってから露天商の管理が始まった。それ以前までの露天商たちは競争相手や警察と争いながら、自身の商売空間を確保するために努めてきた [Lewis 1995]。

後者の Macchindra Club は、各露天商の営業場所や出店料を名簿に記載し、登録には身分証明書のコピーを提出義務にしている点で、前者2団体とは異なる独自の管理体制を敷いている¹¹⁾。同団体の地域管理担当者によれば、当該地区はアサンやインドラチョークと異なり、大半が小路で形成されており空間確保の融通が利かず、露天商の新規参入は実質的に不可能であるため、Asan Sewa Samiti や Indra Chok Sewa Samiti より体系的に管理しなければならないという。そして、小路という空間の性質上、人通りを確保しなければならず、

また小路沿いに並ぶ小売店が営業を開始し始めるため、カトマンズ市警察は特に8時以降のジャナバハの通りにおける取り締まりを強化している。これはカトマンズ市警察が積極的に介入するようになった2022年以前までは、Macchindra Club が厳格な取り締まりを行っていた——ときには巡回スタッフと露天商が掴みあいの喧嘩になることもあった。

また、ほとんどの露天商はこのアサンに家を持っておらず、カトマンズ市内であればバラジュやバネシュワール、他の自治体であればキルティプル市やゴカルナ市といった、アサンから離れた地域に居住している者も多く、日中と夕方の早い時間帯をアサンの路上で過ごしている (図1参照)。しかし、アサン周辺に倉庫としての小屋を借りている者が多く、営業の準備や商品の収納、商売の合間に食事を取る際に利用される。そして、カトマンズ盆地近郊の村から来る一部の露天商を除いて、その多くはカリマティ卸売市場かひいき

の農家のもとを自ら訪ねて仕入れて販売する
専業商人である。

本稿は、2019年8～9月、2022年8～9月、
2023年9月～2024年3月までの約10ヶ月間で
筆者が実施したフィールドワークに基づくデ
ータを用いている。本稿にかかる調査ではネ
パール語を主とし、必要に応じて適宜英語を
用いた。具体的な調査方法としては、カトマ
ンズの旧市街地アサンおよびその周辺におけ
る露天商の参与観察を中心に、当該地域の露
天商を管理する地域団体、ネパール労働者組
合、カトマンズ市当局およびカトマンズ市警
察の担当者、顧客、地域住民などに聞き取り
調査を実施した。

3. 日常の戦術——摘発の回避と商売

3-1. 積み上げて見せる／魅せる

アサンバザールの露天商たちは、朝6時か
ら8時までの営業時間に自身の商品を所せま
しと並べて販売することができるが、それ以
降はカトマンズ市当局の摘発を警戒しながら
営業する必要がある。そのため一人でいくつ
もの商品を並べるのではなく、摘発の際に自
身で運ぶことができる量だけを目の前に置き
て販売する。それ以外は自身の倉庫などに収
納し、必要に応じて補充する売り方を採用し
ている。多くの露天商は、商品を仕入れる際
に用いる大きなカゴからナングロ (nāṅlo) と
呼ばれる竹製の皿に商品を移し、カゴの上
に置いて販売する [写真2参照]。

この時、彼らの多くが採用するのは「ナン
グロの上に積み上げる」という作業である。
このような商品の積み上げで視認性を上げて
顧客を捕まえる行為は、店舗型の商人でも多

く見られる一般的な光景である。特に店舗型
の商人であれば、屋根に商品の衣服や果物を
吊るしたり、壁に竹串をつけて商品の袋を刺
して設置するなど「見せる」ための工夫を凝
らす。この際、彼らははできるだけ多くの種類
と量を見せることで通行人たちの注意を引こ
うとする。しかし、露天商たちは店舗型の商
人と同様に「可能な限り多くの量と種類の商
品を積み上げる」ことはしない——というよ
りもできない。なぜなら、毎日不定期で行わ
れる摘発に対して逃げる必要があり、その途
中で商品が溢れ落ちたり——それは全て市警
察に押収される——、そもそも商品が重すぎ
て運ぶのが困難になるからである。

また、一人で営業する際に複数種類の商品
を営業するとなると、摘発が発生した際に「持
って逃げる商品」「押収されてもやむを得ない
商品」を選ぶ必要がある。もちろん、このよ
うな売り方をする露天商がいないわけではな
く、彼らはもし摘発が発生した際に仕入れ単
価が高いもの——例えば唐辛子やイチゴ、旬
ではない生鮮食品——を優先的に確保して、
別の商品を押収されてしまうリスクを負わな
ければならない¹²⁾。ほかに、一つのナング
ロで複数種の商品を売ることも可能だと思わ
れるが、積み上げるとしたら必然的にナング
ロの上に大量の商品を載せなければならず、
もし摘発の際に商品をカゴへ流し込んだとし
たら、カゴの中で複数の商品が混ざってしま
い、その後の仕分けが面倒になる。そのため、
この方法を採用する露天商はほとんどいない。
したがって、露天商たちは、商売行為におい
て一般的に見られる「積み上げる」という行
為を実践するものの、断続的に行われる摘発

に対して自身が管理できない量と種類を取り扱うことはしない点で、店舗型商人のそれとは少し異なる。大量の商品を積み上げたり、複数のナングロを並べるといった「可能な限り種類と量を見せる」といった行為は、摘発から逃れて商売を続ける上では非合理的なものであり、ナングロの半分程度に商品を載せて山を作り、残りは下のカゴに収納するといったコンパクトな営業形態が好まれる。

ロヒニ（30代女性）は、アサンでイチゴを販売する露天商であり、両親や姉夫婦もアサンで販売する露天商一家に生まれた。ロヒニ自身も7歳の頃から母親の横に座ってずっと商売を見てきたと語り、早朝と学校帰りには姉と共に両親の営業を手伝ってきた。ロヒニはナングロの半分を使ってイチゴを積み上げ、残り半分にはプラスチックのバックに詰めたイチゴを3個100NRsで販売する。しかし観察する限り、購入する人の大半はバック詰めイチゴを買っていき、ロヒニは積み上がったイチゴをパッキングしては、またカゴの下にあるイチゴを積み上げていく。この行為についてロヒニは以下のように語る。

なぜ積み上げるかって？ それは遠くに
いる人に「ここでイチゴを売ってるよ」
と見せるためだよ。ただ積み上げるだけ
じゃダメ、いざ来ても白いイチゴばかり
に見えたら通り過ぎてしまうでしょ。近
くに来たら「100NRsで3個！」と叫ぶと
客が寄ってくる。そのとき、バックの詰
め方も気をつけないといけないよ。

このような売り方は露天商には半ば常識と



写真2：赤い部分を見せるように
積み上げられたイチゴ

化している。イチゴの山はできるだけ高く、そしてその表面は傷ついていない、綺麗で赤に染まっているものを並べる。1粒単位で見ても、一部が白く熟していないイチゴは赤い部分を表面にし、白い部分は山の内側に隠して積み上げる。バックの詰め方も同様にフタの上面に赤い部分が見えるようにし、顧客に見せるときは二つのバックの下面を合わせ、裏返ししながら「ちゃんと赤くて綺麗でしょ」と顧客に確認させる——実際は二つのバックの上面、赤く綺麗な方を見せているにすぎない。ただし、ここで重要なのは、ロヒニを含む露天商たちがキズモノ (bigreko¹³⁾) と呼んでいるものはあまり詰めない、詰めたとしてもバックの隙間埋め程度にしか使わないことである。顧客もバックの中身を全く確認しないわけではなく、もしキズモノが多く紛れたバックであれば「そっちのバックを見せて」と別のバックを求めることも多い。

また、イチゴは子供たちから非常に人気であるため、子供が親にお願いして買う様子も頻繁に見られる。その際、親は「これ（パッ

ク（イチゴ）は家で食べるから、今すぐ子供に1粒だけ食べさせてあげて」と露天商に持ちかけ、彼らは商品にできないキズモノのイチゴを1粒渡す。喜んでイチゴを食べる子供を見て、その親は「ほら、ありがとうって言わないと！」と言い、子供の笑顔を見た露天商も「おいしい？ 明日も買いに来てね」と微笑みながら子供の頬をつつく。アサンの露天商たちはよく測った後に「おまけ」と称して少しだけ追加してあげたり、唐辛子やアマラ（嗜好品の果実）をマナと呼ばれる計量カップに溢れさせて販売する手法を取る。パックのイチゴは「おまけ」として少し盛って渡すことができない分、このように「今食べる用」として1粒のキズモノを渡すのである。

このように、ロヒニをはじめとする露天商たちは、ただイチゴを多く高く積むことを重視しているわけではなく、摘発から逃げるために機動力を確保し、その上で顧客に対して視認性を上げるための積み上げを行う。また、積み上げるという作業は比較的遠くの顧客に対する術であるが、同時にキズモノや白くて未熟な部分を隠し、綺麗で赤く染まったイチゴを表面に揃える作業も施していく。これは遠くからイチゴを見つけた顧客が近くに来たとき、実際に購入させるためにイチゴをより良く「魅せる」効果を期待している。そして上面を綺麗に魅せたパック詰めイチゴを販売するのである。ただ、この行為はあくまで「顧客の注意を引いて商売空間に呼び込む」ためのものであり、実際に販売されるときは顧客もイチゴの状態を確認し、場合によっては露天商が渡したものと異なるものを要求することもある。そのため、彼らが実際にパッ

ク詰めする時は、白い部分にしる若干のキズモノにしる「顧客の許容」を考慮しながら詰める必要があり、それ以外のものは購入した人たちの「今すぐつまむ」ためのものとして渡される¹⁴⁾。とりわけ、親とアサンを訪れた小さな子供たちは、露天商の販売するイチゴを親にせがんで買ってもらい、その時に露天商から「おまけ」としてもらったイチゴを頬張る。アサンに連れてこられる子供たちは、このような親へのせがみと一粒のイチゴを通じて「商売の街アサン」を経験し、徐々にその空間へと取り込まれていくのである。

3-2. 結束バンドとダンボールの角

このような「見せ方」に関する別の事例を取り上げたい。ナナク（30代男性）はバナナを販売するインド出身の露天商である。アサンを含むカトマンズ市全域には自転車で果物を売る行商が点在している¹⁵⁾。彼らは自転車の後ろに金属製円柱型のカゴを取り付け、リンゴやバナナ、パイナップル、ザクロ、ナシなどを販売する。この円柱型のカゴは格子状になっているため、大きなカゴの中身は遠くからでも確認でき、とりわけバナナは鮮やかな黄色が目立ちやすい。彼らの多くはインド・ビハール州から出稼ぎでやってきた者たちで構成され、複雑な裏路地を練り歩きながら毎日60~70kgの果物を叩き売る。しかし、2022年以降のバレン・シャハによる対露天商政策によって自転車ごと押収される機会が増加し、一部の行商は自転車を使った営業を自粛するようになってきた¹⁶⁾。ナナクはこれまでアサンバザールの表通りで堂々と営業を行い、摘発が来たら自転車で逃げるという商売方法を

採ってきたが、2023年以降は自転車営業を裏路地だけに限定し、アサンバザールの表通りではその方法を自粛しつつある者の一人である。

2024年1月、イチゴを売る筆者の隣にダンボールを持ったナナクがやってきた。ナナクはダンボールを固定する結束バンドを切るハサミを持っていなかった。手で結束バンドを外すのに苦戦していたため、筆者がハサミを貸そうとした。しかし、ナナクはそれを断ってダンボールを開き、結束バンドをもう一度丁寧に付け直し、その上に商品のバナナを置く。そしてこの行為について以下のように語る。

こうやって箱の角とバンドを使ってバナナを置くんだ。遠くにいる人にバナナが見えるようにするんだよ。お前もイチゴを上に積んでいっただろ？（カゴとナングロを指差しながら）俺はコレもコレも持ってないし、自転車は撤去されてしまうから、こうやって売るしかないんだ。

ナナクはカゴやナングロを持ち合わせていない。そのため彼は、年少の親族に摘発のリスクが低い裏路地で行商させながら、自らはダンボールを抱えてアサンバザールの表通りにやってくる。しかし、ダンボールを開封するだけだと、遠くから目視で商品を確認することができない。かといってダンボールを裏返して台にすると、市警察の摘発から逃げ遅れてしまうリスクを伴う。そこでナナクはダンボールに付属している結束バンドとダンボールの角を使ってバナナを置くための即席台



写真3：結束バンドとダンボールの角を使った販売

左側はバナナを積み上げて安定させている

を作り、もう一方はバナナを積み上げることで視認性を上げていた。摘発が来たときは、そのままバナナをダンボールに押し込んで運ぶことで自身の機動性も確保している。

これまで摘発は行われてきたが、今より厳格ではなかったため、自転車で逃げることでどうにか凌げていた。しかしバレン・シャハ以降の摘発では、逃げの道具であった自転車までも押収されることが増え、ナナクのようなインド系行商たちは持ち合わせの道具で即席の販売戦術を模索する必要があった。そこでナナクは、ダンボールをそのまま台にするのではなく、結束バンドを用いてバナナを安定させる術を考えた。もちろん、その結束バンドはダンボールの周囲とほとんど同じ長さであるため、再度取り付けてもバンドが弛むことなくバナナを乗せることができる。そしてダンボールいっぱい積んでいないため、摘発の際に収納して運んでもこぼれ落ちることがない。このようにして、ナナクは可能な限り摘発・押収のリスクを減らしつつ、その

上で自身の商売が効率よくできるように商品を見せる術を考案していった。

3-3. 超過させて選別する

これまで取り上げてきた事例は「見せ方」に着目するものであったが、ここには一種の「狡知=ずる賢さ」を伴うことが多い。ロヒニや筆者をはじめとするイチゴを販売する者たちが実践する、積み上げやパック詰めの際に熟していない部分を見せないようにする術がその例である。

タンザニアの露天商を調査した人類学者の小川さやかは、露天商の狡知を社会経験によって身につく「癖の技化 [斎藤 2004]」とし、それは「より即興性が高く、より状況や消費者への依存度が高く、より専門性が低い戦術 [小川 2011: 145]」であると説明する。これは詐欺や盗みとは区別され、あとから顧客が気づいても「一本取られた！」と納得するしかない行為を指す。この狡知は、商品自体の見せ方だけではなく、他ならぬ露天商自身が「どのような人物であるか」という見せ方にも起因する。以下では、筆者自身が「日本人の若い露天商」として活動した経験から身についた狡知について言及したい。

筆者はバルクリシュナ（60代男性）のもとでラプシーと呼ばれる果実の販売を手伝っていた¹⁷⁾。ラプシーは1kg単位で販売することが多く、顧客の求める量に合わせて一気に袋へ流し込んで測り、数個ずつ足し抜きして調整する。筆者が手伝いを始めた当初、最初の流し込み段階でバルクリシュナから「これは入れすぎだ」と測る前から手のひらいっぱい抜かれることが多かった。その後、徐々に



写真4：筆者がバルクリシュナと販売していたラプシー

商品を見せるために軒を使って傾けている

コツを掴んで1kgあたり50gの誤差に抑えることができるようになった頃、バルクリシュナは食事休憩を取るため、筆者一人に店番を任せられるようになった。その時、彼は筆者に何度も「ラプシーは綺麗なモノとキズモノの違いが大きいから一つ一つ選ぶやつが多い。それをさせる前に一気に袋へ流し込め」と言われていた。その教えを守りながら店番をしている時、勢い余って袋に多く流し込んでしまい、目視で300gほど超過しているのが分かった。

このとき、筆者は袋の中にある綺麗なラプシーだけを意図的に取り出し、中身を確認される前にキズモノで満たされた袋の紐をキツく縛って販売してみたが、顧客はそれに気づかなかった。それから筆者は、「始めたばかりで測り方に慣れていない日本人」を装い、キズモノの在庫処分として、この売り方を意図

的に繰り返した。そして多くの顧客たちは、日本人の若者がネパールの露天営業について研究し、そのために自身も露天商として営業していると知ると「なんて面白い子なの！」と興味津々で話しかけてくる。のちに隣で販売する露天商から「お前も悪い売り方を覚えたな？」と見透かされ、これは筆者自身が露天商として成長した「美談」として語られるようになった。

このキズモノの在庫処分は、ラプシーを超過して流し込んでしまうという筆者の癖の技化であった。バルクリシュナはラプシーを1kgあたり80~100NRsで仕入れて100~120NRsで販売しており、残ったキズモノを集めて二束三文で売っても全く利益が出ないため、いかにキズモノを混ぜ込むかが重要であった¹⁸⁾。とはいえキズモノばかりを入れては顧客にバレてしまう。そこで筆者が身につけた「わざと超過させて、そこから選別する」という狡知は、袋の中にある「どのラプシーを抜き取ったか」を見せない点で有効な手段であった。そこには、筆者自身が「商売に慣れていない日本人」であるという人物の見せ方も関係していた。

田村によれば、不確実性と非-人格的関係に基づくトルコの定期市では、顧客がひいきといった固定的顧客関係を結ぶよりも、その都度で生鮮食品を吟味して購入する情報探索行動が観察され、顧客たちは自身の吟味が上手くいったか否かで一喜一憂しているという[田村2009]。まさに、ロヒニから手渡されたパック詰めのイチゴを確認し、場合によっては別のものに替えてもらう顧客のそれである。もちろんスーパーマーケットに行けば、価格

が固定化された商品も多く売られており、ぼったくりに注意して価格交渉をする必要も、狡知によってキズモノを掴まされる可能性を考える必要もない。しかし、アサンの地域住民が露天商のもとで購入するのは、それが単に安価であったり自宅の近くで買うことができるからだけではないのは確かである。その根底には、ロヒニが実践する「見せる／魅せる」ための積み上げやイチゴを食べる子供との関わり、ナナクによる道具の巧みな利用、そして筆者による狡知に基づいた商売方法によって維持されてきた商売空間を通じて、顧客たちが等価交換の経済活動には還元されない、駆け引きや露天商と交わされる些細な会話それ自体を楽しむ空間として認識していることがある。

4. 非-日常の戦術——祝祭とコロナ禍の商売

4-1. 中庭空間の利用と地下茎の社会

前章で示したように、露天商たちは様々な工夫を凝らしながら商売を続けているが、市警察による巡回が発生すると全ての露天商が裏路地へ一時的に隠れる必要がある。彼らにとって「今どの空間を使うことができるか」「安定した空間を確保できない場合はどのように商売を行えばよいのか」ということは喫緊の課題である。そこで本章では、アサんに隣接するジャナバハやインドラチョークで営業する露天商たちが、やむを得ない文脈によって、区役所による暗黙の了解で認められている「公式」の営業すらできなくなった際、どのように空間を利用しながら商売を続けてきたのかを見ていきたい。

2023年10月1日は、詩人のシッティダス・

マハージュの生誕祭がジャナバハで開催された。シッティダス・マハージュは、政府の弾圧によって停滞したネパール文学を再興させた中心人物として知られ、その詩人としての生活をジャナバハで過ごしたとされている。それを記念して、アサンからジャナバハ、インドラチョークへ向かう道は「シッディダス通り」と名付けられている。この日は早朝7時からシッティダス・マハージュの生誕を記念した行進が催され、周辺学校の子供達が詠んだ詩のコンクールが執り行われた。それに伴い、シッティダス通りは全て交通規制が敷かれ、ジャナバハやインドラチョークでの営業が全面禁止となった。早朝6時からカトマンズ市警察が総動員され、表通りで営業しようとする露天商が現れると直ちに摘発し、場合によっては商品を押収した。そのため、朝6時から8時の間に見られるような、シッティダス通りの両脇が露天商で埋めつくされているという「いつもの光景」はなかった。しかし、露天商は店を完全に閉めていたわけではなく「別の場所」で商売を続けていた。

ラジュ（40代男性）はジャナバハで妻と息子の3人でミニトマトを売る露天商である。毎朝3～4時にカリマティ卸売市場へ行き、その日に販売する分のミニトマトを仕入れて自ら運ぶ。そして前日の営業後に仕入れていた分と合わせ、6時から8時まで妻や息子と共にミニトマトを100kgほど販売する。営業終了後にはリキシャを雇い、その日の売れゆきを鑑みて60～70kgほどのミニトマトを再び仕入れられる。そのミニトマトは翌日の営業のために販売用とキズモノに選別していく——キズモノは自家消費用になる。彼らが売るミニトマ

トは1kgあたり10～20NRsの利益を上乗せし、1日あたりの利益は1500NRsほどになるという。このような表通りで販売できない状況において、露天商たちがどのように営業しているのか、ラジュは以下のように語る。

俺の倉庫が裏手にあるのは知ってるだろう？ あそこの中庭で売ってたんだよ。常連の客たちもあの場所のことはよく知ってる。祝祭で店を出せない時にも使ってるからね。

ネパールの首都圏、とりわけカトマンズ、パタン、バクタプルの旧市街地はネワールの建築様式が顕著な仏教都市であり、仏教僧院を持つ中庭構造と密集した形で壁を共有する積層型住居の特徴を有している [サキヤほか2011]。この中庭型集住体は、表通りと中庭空間を細い道で繋ぎ、内部の建物にアクセスすることができる。この集住体は住居として使われることも多いが、儀礼用の道具が販売されていたり、飲食店を構えている場合もある。露天商たちは営業後に茶を飲みながら談笑する憩いの場としても中庭空間を利用し、先ほどのラジュたちによるミニトマトの仕分けもこの中庭空間で行われる。

露天商たちは大量の生鮮食品を保管するために親戚や友人の露天商と共同で倉庫を借りるが、それがこの中庭空間に位置しており、これは親族関係や露天営業を通じた出会いによって可能となる。例えば、ネワールの露天商であるラジュは旧王宮から南西に位置するマルに自宅があり、親戚宅の使わなくなった1階を間借りして倉庫にしている（写真5の右



写真5：中庭空間で営業する露天商
普段は表のシッティダス通りで営業する

で販売するのがラジュの妻、その壁側の建物がラジュの倉庫)。中庭空間でラジュの向かいに居るのが、ラム・バハドゥールである。シンズリ出身のタマンであるラム・バハドゥールは、10年前まで毎日自宅から商品を運んでいたが、腰を痛めてから倉庫を借りることに決めた。彼自身は親族関係を辿って倉庫を借りることはできなかったが、彼の妻が Macchindra Club の主催するパーティーで、ラジュの隣で営業する自身の妹を介してその妻と仲良くなり、ラジュ夫婦に通じて倉庫を借りることになる¹⁹⁾。その後、ラム・バハドゥールの義妹や友人も倉庫を共有することで賃料を折半していく。他にも、アサンを事例にとれば、カドギの露天商が自身の娘とシュレスタの店舗型商人の息子の結婚によって、店主の家が位置する中庭空間のうち一つの部屋を間借りすることができるようになったという話もある。

ここで取り上げたラジュの言葉は、コロナパンデミック期の営業方法について訊ねた時に語られたものであった。“集ってはいけな



写真6：ティージで招待された女性の露天商
祝祭パーティーが露天商をつなぐ

いコロナ禍”と“集わなければならない路上市”という矛盾を抱えるなか、ジャナバハを管理する Macchindra Club は露天商たちを A～D グループに分けて、ソーシャル・ディスタンスを確保しながら各露天商が 4 日おきに営業できる体制を整えた。このような施策を採ることができたのは、ジャナバハが身分証の提示を課した名簿の作成という徹底的な管理体制を構築してきたからである。とはいえ、露天商たちは営業日が週 1～2 回しかない状態では十分な生活を送ることができないため、表通りで営業することのできない 5 日間は、その中庭空間で売ることにしていったという。

コロナパンデミック期における中庭空間での営業は、露天商たちからすると、もはや自明の理であった。なぜなら、露天商たちはシッティダス・マハーजूの生誕祭をはじめとする毎年開催される大きな祝祭時に、自身の営業場所が一時的に使えなくなる非-日常を経験し続けてきたからである。彼らは時間の制約が設けられているが、管理された正規の露天商として継続的な営業が保証されてき

た。その結果、彼らは自身の倉庫を借り、傷みやすい生鮮食品であっても大量の在庫を抱えることが可能になっていく。そして、それは経済的利益の追求に大きく寄与しただけではなく「使える空間を増加させる」ことも意味していた。

そして、その中庭空間を利用する根底にあるのは、ラジュのようなネットワーク社会の親族関係だけではなく、他者と出会う路上空間での営業を通じた露天商と店主の子供同士による婚姻関係、日常的な露天営業とその「同じ地区の露天商」という括りで招待される祝祭イベントを通じて構築される地域コミュニティである。露天商たちは相互不干渉のなかで個々に独立した存在として空間との関係を構築しているわけではなく、日常的な商売や地域団体の祝祭イベントを介して、地下茎のように多様な社会関係を紡いでいく²⁰⁾。すなわち、継続的かつ安定した露天営業は、新たな社会関係を通じて根を延ばすように利用可能な空間を拡張し、旧市街地に特異的な中庭空間などと部分的に接続しながら、代替的な営業場所や憩いの場といった生活空間として、その空間を多義的／開放的なものとして維持して行くのである。

4-2. 顧客を装う

ここでコロナパンデミック期の商売戦術に関連して、露天商たちが中庭空間に留まらず、コロナ感染のリスクを冒しながら大通りで営業する方法を模索した様子について見ていきたい。そして、バレン・シャハによる厳格な摘発行為が続く現在において、その“非道徳的”とも取れる行為がどのように応用され、

一時的な閉鎖的空間の形成を捻じ曲げながら開放的なものへと再転換していくのかを明らかにしていく。

ススマ(20代女性)は、ジャナバハで多種多様な生鮮食品を販売する露天商である。彼女は大根やオクラ、ナス、カリフラワーなどの季節野菜を販売し、その向かいでは両親が燻した魚を販売している。彼女の家族も表通りで販売できない日は中庭空間を利用していたが、加えてススマは以下のような商売戦術を採っていたと語る。

買い物客になりきるのよ、袋に野菜をたくさん入れて歩き回るの。中庭では両親が販売してくれるからね。同じような売り方してる人は多くいたわ。私たちは売り手の顔を知ってるから、そうじゃない人の近くに行ってボソッと声をかけるの。知ってる人なら向こうから声かけてくるから、彼らには簡単に売ることができたわ。

ラジュが語る商売戦術は、これまでの祝祭時においても顕著に見られた方法である。しかし、管見の限り、ススマが語るような商売戦術はコロナ以前には観察されなかった。その理由は、一部の露天商だけが表通りで営業することができるという状況が今まで想定されなかったからである。

祝祭時は露天商全員が表通りで営業できないため、彼らはその日一切営業しないか、中庭空間のみで営業するという二択を選ぶ。露天商たちの間で売り方の地理的差異は存在せず、中庭空間での営業で十分であるという認

識を共有していた。

しかし、コロナ禍の営業規制は一部の露天商だけが表通りで売ることができるため、中庭空間で営業する日は売上が見込めないと判断される。そこで、彼らは顧客を装って表通りで歩き回りながら、マスク越しの顔を確認してインフォーマルな商売を始めた。彼らは中庭空間で野菜を測り、ビニール袋に一定量を詰めて「一袋100NRs」で販売していた。そのため、コロナ禍も袋の受け渡しのみという簡潔かつ迅速に商売を行えるため、管理団体や市警察にバレることなく営業するには打ってつけの方法であった。また、大量に野菜を抱えている様子は「買いだめする客」という感染対策のために少しでも外出を控えようとする姿に映るのが良いのだ、とススマは語った。

バレン・シャハの摘発が勢いを増した現在、シッティダス・マハージュの生誕祭で一部の露天商が営業禁止を守らずに販売・摘発を受けていたと語ったが、その際に商品押収の対象となりやすいのは、カゴいっぱいに野菜を詰めて販売する高齢女性の露天商であった。彼女たちには機動力が欠けていたのである。対して、この日もビニール袋に野菜を詰めて販売している露天商が集まっていた。コロナ禍と異なるのは顧客に紛れることなく堂々と販売している点だが、彼らは一本道のジャナバハではなく複数の道が交差し、警察の巡回に対して集団として逃げやすいインドラチョークを選んでいた。彼らには手で持てるだけの袋しかなく、十分な機動力を確保できており、警察の摘発が始まると「アーヨ！アーヨ！アーヨ！（来た！来た！来た！）」と叫びなが



写真7：インドラチョークで袋に野菜を詰めて販売する露天商
奥に写るカトマンズ市警察のトラックが来ると逃げる

ら逃げる。

このように露天商たちは、コロナパンデミック期に模索した商売方法を祝祭などの非日常的な現場において応用していく。これはラジュたちによる中庭空間の利用が「非-日常の状況でも商売をするために場所を変える」のだとすれば、ススマたちによる顧客を装う行為に始まる商売実践は「非-日常の状況でも日常の場所で商売をするために売り方を変える」といえよう。このようにして露天商たちの商売実践は、祝祭によって今日一日だけは商売空間ではないはずの場所に、インフォーマルな次元で「商売空間」を立ち上げらせ、例外的に生成されようとする一義的な空間を多義的に再転換させていく意味を持っていた。

5. おわりに

2022年にバレン・シャハがカトマンズ市長に就任し、露天商に対する摘発が厳格化されるなか、カトマンズは報復都市の一途をたど

り、「歩道において歩道以外の一切の行為を摘発する」といった一義的な空間性の構築が顕著になりつつある。先行研究では露天商という職業が農村から流入する都市貧困層に生活手段をもたらし、安価な取引を通じてインフォーマル経済を活性化させることが指摘されてきた。また、断続的に続く摘発に対して露天商が積極的に組合化を図ることは、インフォーマルな営業権の獲得と物理的暴力および性暴力の抑止に寄与したことが明らかにされてきた。

その一方で、彼らが商売実践を通して、露天営業の根幹をなす持続的な空間利用をどのように実現してきたか、それがどのような社会関係や別の空間との接続を可能としてきたのか、その結果として露天営業が行われる場所自体にどのような空間性が織り重ねられてきたのかは明らかにされてこなかった。そこで本研究では、歴史的な商売の中心であるカトマンズの旧市街地アサンの露天商に焦点を当て、彼らの商売実践と多義的な空間の創造について検討してきた。

彼らは摘発のリスクを抱えながら商売を続けていかなければならず、そのために編み出された日常的な商売戦術の一つが「積み上げ」であった。イチゴなどの商品は見栄えを良くすることで顧客の注意を引き、とりわけ子供たちは親へのせがみと露天商から受け取る一粒のイチゴといった、日常的で些細な経験から商売の街アサンという空間に取り込まれていく。加えて、自転車での営業を自粛しつつあるバナナ売りは、結束バンドやダンボールという目の前にある道具でブリコラージュを図り、独自の商売戦術を確立しながら、アサ

ンの路上空間を「商売の場」として維持することに寄与する。さらに、露天商による見せ方には「狡知」と呼ばれるような戦術が存在し、これは露天商の経済的利益と継続的な営業を可能にするだけでなく、顧客が吟味を繰り返すことで、単に等価交換と生命維持に基づく生鮮食品の売買に、「駆け引き」「露天商と交わされる会話」に興じるという意味を重層させ、路上市という空間をより多義的なものにしていく。

また、アサンに隣接するジャナバハやインドラチョークの露天商たちは、祝祭で表通りの営業が禁止される非-日常の対応として旧市街地に特異的なネワール建築様式の中庭空間を活用する。これは、彼らが継続的な商売をする過程で倉庫を借りるという行為が根底に存在し、その経緯を見ればネワールの親族といった既存の関係だけではなく、露天営業を通じて紡がれた婚姻や友人関係によってもたらされる。そして、この地下茎の社会こそが、中庭空間という伝統的な生活の場と露天営業を部分的に接続させていく。同時に、コロナ禍において安定した収益を確保するために編み出された顧客を装う商売戦術は、パレン・シャハによる摘発が頻発する現在においても、逃げるための機動力という点で、露天商たちに新たな営業方法として応用されてきた。これは祝祭時に路上の活動規制を敷くことで、一時的に「祭礼の場」としてのみ機能させようとする行政の思惑に反し、インフォーマルな次元からの路上市という場を維持していく動態といえよう。

これからも露天商に対する報復主義的な摘発行為は継続・過激化していくことが予想さ

れる。事実、2024年2月末にはスンダラでカトマンズ市警察が露天商を棒で殴打する事件が発生し、多くのメディアはバレン・シャハとカトマンズ市警察署長のラジュ・パンデーを厳しく批判した[e.g. Kantipur 2024]。露天商という存在は、90年代から続く貧困層のインフォーマルな経済圏を構築・維持だけに寄与してきたわけではない。それは、自動車やバイク、大量の「都市住民」が行き交うはるか前から、家事や農業、休息、商売や憩いといった他者との出会いの場を創り、異なる位相を生きる人々がそれぞれに空間を価値づけながら重層させてきたカトマンズという街の維持である。

カトマンズの人々——たまに異邦の観光客やフィールドワーカーも紛れ込みながら——は日々の生活で他者と交差し、それが無意識だとしても目の前の空間を感じ取りながら道を歩く。もしかすると、そこはすでに露天商が他者関係を紡ぎながら重層化してきた空間性——それが可視化されているか、不可視化されているのかは問わず——で満ちているのかもしれないし、そこに自分自身が顧客として取り込まれながら、新たな空間性の一層を重ねるのかもしれない。「路上」とは一見すると存在しないような、しかし確実に存在している地下茎の社会が拡張していく公共空間であり、まさにそれを媒介するアクターの一つが露天商なのである。自らの生活を充足させるためだけに思える露天商たちの商売実践は、我々に対して幾何学的な美を追求する都市計画とは異なる、また別の——というよりも、これまで民衆の日常的な行為によって紡がれてきた——カトマンズという多義的な空間を

持つ「都市」のあり方を示すものだとはいえるのではないだろうか。

謝辞

本稿執筆にかかる調査は、京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科付属次世代型アジア・アフリカ教育研究センター臨地教育支援室によるエクスプローラー・プログラム（フィールド支援）、日本学術振興会科学研究費（特別研究員奨励費『ネパールにおけるスクワッターのモビリティと空間認識・利用に関する人類学的研究』、課題番号：23KJ1359）、2022年度味の素の文化センター（食の文化研究助成）、2023年度澁澤民族学振興基金（大学院生等に対する研究活動助成）の交付を受けて進められました。この場を借りて厚く御礼申し上げます。

注

- 1) このような景観保護に対しては、カトマンズ市警察に「景観汚染管理部隊」が設けられ、利用されていない電線や規格外の違法報告などの撤去が実行されている。
- 2) 同法第2条「公共道路の定義」のa項によれば、「公共道路」とは誰の個人的所有にも従属していない道路を意味し、それには歩道や自転車道、橋、土手道、地下水道などが含まれている。
- 3) 同条1項では、公共道路での移動が一部妨げられている場合において、道路局は関係者に対して、妥当な期間を設けた上で作成した通知書の指定にしたがって当該物品を撤去する命令を下すことができるとされている。この項目にしたがえば、公共道路の妨げ具合によって執行猶予の有無が変わる。

地下茎のストリート

- 4) バレン市長は露天商だけではなく交通の阻害要因となっているバイクの路上駐輪を問題しており、露天商の商品や商売道具だけではなく違法駐輪されたバイクも押収する。この場合、返却には1000NRs（約1100円）の罰金が課される。2024年1月23日からカトマンズ旧市街地のニューロード周辺を一斉に取り締まる決定を下し、これはカトマンズタワーの無料地下駐輪場の利用を促す目的があったが、この決定に反発する当該地区沿いの小売店主たちが数日間のストライキを実施する事態となった。
- 5) スミスは報復主義の特徴を、ミドルクラスや特権階級集団による市民の道徳や家族の価値観、近隣の安全といったポピュリズム的言説に隠れた、都市の「盗っ人」とみなされてきた人々に対する抑圧やリベラリズムに対する感情的反動だと指摘する [Smith 1996: 94; スミス 2014: 352]。
- 6) ウレイ・サマージ (urāy samaj) と表記することもある [e.g. Lewis 1995; Toffin 2007]。しかし、本稿ではアサンバザールに隣接するウダーエ・サマージ・ミュージアムで入手可能なブックレット『An Introduction of Nine Group of Udaaya Samaj』の表記に準じた。
- 7) 2022年までは9時までの営業が可能であったが、2023年から通勤通学の妨げになるとのことで8時までには営業時間が短縮されてしまった。
- 8) これらの地域団体は路上市の管理だけを目的としているわけではなく、地域全体の管理を委託されているなかに路上市の管理も含まれている。また Macchindra Club はネパールサッカー協会の公式リーグに所属するサッカークラブであり、地域管理を主たる目的とした他2団体とは、設立経緯が少し異なる。
- 9) 前提として、まずラジュ・パンデーは時間や場所を問わずすべての露天営業は違法であるという見解を示している [北嶋2022:3]、そして、露天商からの押収品を管理するカトマンズ市警察幹部によれば、各区役所が暗黙の了解として早朝の露天営業を認めている件は、厳密に言えば法律に抵触するものであるため、いつ露天商の営業や地域団体の管理が禁止にされてもおかしくないという。
- 10) カトマンズ中心部から離れた農村部で生活する露天商たちは、週に1~2回だけ自作の野菜を販売しにやってくることもある。また、ダサインやティハールといった大きな祝祭が催される際に、凧やマリーゴールドの花飾りを数日だけ販売する露天商が急増する。とりわけ2023年はカトマンズ市当局がティハールの時期に路上で花飾りに限定した販売を正式に認めたため、アサンバザールには花飾りを販売する露天商で溢れかえった。
- 11) 区画の大きさや大通りか否かで毎月の出店料は異なるが、およそ月1500~3000NRsとなっている。一日あたりで計算すると50~100NRsとなるため、場所によってはアサンとほぼ同額になる。
- 12) 摘発に来た市警察によっては1つ目の商品を運び終わるまで待ってくれる者もいる。その場合は、急いで2つ目の商品を回収して市警察がその場を立ち去るまで待機し、その後に営業を再開する。しかしこれを何度も続けていると市警察も1つ目の商品を運び終わるのを待たなくなり、残された商品を押収することもある。

- 13) bigrekoは「壊れる、潰れる、だめになる」という動詞bigrinuの過去分詞形であり、生鮮食品において「潰れてダメになったもの」を意味する。対して「腐って食べられないもの」はkuhiekioで表現される。本稿でいうキズモノは「金を払ってまで買うものではないが、食べることに問題ない少し潰れたもの」を示している。
- 14) 顧客が今すぐ食べるものとしても利用できないイチゴについては、営業中に暇を持て余した露天商自身が食べたり、互いの果物(キズモノや小さすぎるもの)を物々交換して消費することもある。
- 15) ネパールにおける露天商の組合化と政治的交渉の過程に言及したシュレスタは、露天商を *phanja* (静的) と *banja* (動的) に区別しており、自転車で販売しているインド系露天商は後者にあたる [Shrestha 2006]。
- 16) 押収品のうち生鮮食品であれば、押収した現場スタッフと連絡を取り、①持ち主が特定でき、②摘発の際に喧嘩にならなかったことが確認されたら返却される。しかし、自転車やカゴ、天秤、衣類などの販売・再利用可能なものについては、競売にかけられた後にカトマンズ市の財源となる。
- 17) ネパール原産とされるラブシーは、家庭ではアチャールとして消費されるが、観光客向けにチョコレートの具材やキャンディーの原料としても用いられることが多い。
- 18) 事実、バルクリシュナは売り物にならないキズモノのラブシーだけを集めて、1kgあたり30-50NRsほどで売ることがあった。
- 19) 先に示したように、Macchindra Clubは他の地域団体とは異なり名簿を作成した管理を行
- なっている。それはこのような祝祭パーティーへの招待にも用いられ、ティアーズ際には女性の露天商を名簿からリストアップし、営業中にスタッフがパーティーへの招待状を渡していく。
- 20) ここでいう「地下茎」とは、ツリー型ではない「中心が存在しない横断的な関係」を意味する哲学用語としてのリゾーム(地下茎/根茎のフランス語)というよりも、人々の日常生活(=地上)では捉えることができず、特に誰からも意識されているわけでもない、しかし不可視化された次元(=地下)で確かに関係が構築・拡張されている状態を指す。

参考文献

〈日本語〉

- 伊東さなえ. 2017. 「ネパール・カトマンズ盆地におけるハムロ・空間の表出——廃棄物をめぐる実践の事例から」『南アジア研究』29: 6-32.
- 小川さやか. 2011. 『都市を生きぬくための狡知——タンザニアの零細商人マチングの民族誌』世界思想社.
- 北嶋泰周. 2022. 「報復都市と露天商——カトマンズ市の露店撤去政策に寄せて」『地域研究』22(1): 1-7.
- 斎藤 孝. 2004. 『生き方のスタイルを磨く——スタイル間コミュニケーション論』NHKブックス.
- サキャ・ラタ, 高田光雄, 神吉紀世子. 2011. 「仏教僧院を起源とする中庭型集住体の空間構成——パタン旧市街地における共同的空間管理システムに関する研究」『日本建築学会計画系論文集』76(668): 1781-1789.

- スミス, N. 2014. 『ジェトリフィケーションと報復都市——新たなる都市のフロンティア』原口剛訳, ミネルヴァ書房.
- 関根康正. 2009. 「ケガレから都市の歩道へ」関根康正編『ストリートの人類学 上巻』国立民族学博物館. pp.19-26.
- 高田洋平. 2017. 「ストリート・チルドレンの「包摂」とローカルな実践——ネパール、カトマンドゥの事例から」名和克郎編『体制転換期ネパールにおける「包摂」の諸相——言説政治・社会実践・生活世界』三元社. pp.335-376.
- 田村うらら. 2009. 「トルコの定期市における売り手-買い手関係——顧客関係の固定化をめぐる」『文化人類学』71(1): 48-72.
- 中山繁信. 1999. 「縁側のある都市空間——ダルマシャーラという公共休憩所」宮脇檀・中山繁信編『Wandering Kathmandu——ネパール・カトマンドゥの都市ガイド』建築知識. pp.59-88.
- 〈英語〉
- Adhikari, D. B. 2017. Informal Street Food Trade: A Source of Income Generation in Urban Nepal. *Economic Journal of Development Issues* Vol.23 & 24 No.1-2: 1-17.
- Bhowmik, S. 2010. Street Vendors in Asia: Survey of Research. In S. Bhowmik (eds) *Street Vendors in the Global Urban Economy*. Routledge. pp.20-45.
- Brown, A. 2006. Setting the Context: Social, Economic, and Political Influences on the Informal Sector in Ghana, Lesotho, Nepal, and Tanzania. In A. Brown (eds) *Contested Space: Street Trading, Public Space, and Livelihoods in Development Cities*. ITDG Publishing, pp.153-172.
- Gellner, D. N. and Pradhan R. P. 1995. Urban Peasants: The Maharajans (Jyāpu) of Kathmandu and Lalitpur. In Gellner, D. N. and Quigley, D. (eds) *Contested Hierarchies: A Collaborative Ethnography of Caste among the Newar of the Kathmandu Valley, Nepal*. Clarendon Press. pp.158-185.
- ILO and MoLESS. 2022. *Diagnostic Report on the Extent Circumstance, Causes, Factors and Nature of Informality in Nepal*. ILO.
- Lewis, T. T. 1995. Buddhist Merchants in Kathmandu: The Asan Twāh Market and Urāy Social Organization. In Gellner, D. N. and Quigley, D. (eds) *Contested Hierarchies: A Collaborative Ethnography of Caste among the Newar of the Kathmandu Valley, Nepal*. Clarendon Press. pp.38-79.
- Mulmi, A. R. 2021 *All Road Lead North: Nepal's Turn to China*. Westland Books.
- Sato, S. 2023. *Women in 'New Nepal': Through the Lens of Classed, Ethnic, and Gendered Peripheries*. Routledge.
- Sharma B. 2022. *Morphology of Open Space: Safeguarding Kathmandu's Urban Environment*. Himal Kitab.
- Shrestha, S. 2006. The New Urban Economy: Governance and Street Livelihoods in the Kathmandu Valley, Nepal. In A. Brown (eds) *Contested Space: Street Trading, Public Space, and Livelihoods in Development Cities*. ITDG Publishing, pp.153-172.
- Smith, N. 1996. After Tompkins Square Park: Degentrification and the Revanchist City. Anthony D. King (ed.), *Re-Presenting the City: Ethnicity,*

*Capital, and Culture in the 21st-Century
Metropolis. New York University Press. pp.93-
107.*

Toffin, G. 2007. *Newar Society: City, Village, and
Periphery*. Himal Books.

———. 2013. *From Monarchy to Republic: Essays
on Changing Nepal*. Vajra Books.

〈ネパール語〉

कान्तपुर, फाल्गुन २८, २०८०, वपिन्को उद्यममा महानगरको
दमन

〈Webサイト〉

[https://ekantipur.com/news/2024/03/01/
metropolis-repression-of-the-enterprise-of-the-
poor-47-10.html](https://ekantipur.com/news/2024/03/01/metropolis-repression-of-the-enterprise-of-the-poor-47-10.html) (accessed 19th Sep 2024)

Street as an Underground Stem: A Case of Street Vendors in Asan, the Old City of Kathmandu

Taishu Kitajima (Kyoto University)

Street vendors are the most visible part of the informal sector not only in Kathmandu but all over the world. Walking down the street, you can see thousands of them. Baren Shah, the mayor of Kathmandu since 2022, has begun to tighten his control on street vendors, and there have been violent evictions by the Kathmandu Metropolitan City Police (the KMC Police). Previous studies have indicated that street vending has become a source of income for the poor who have migrated to Kathmandu from the rural areas and have contributed to the formation of an informal economy as one of the actors providing cheap food and goods to the local people. It has also been reported that street vendors have resisted violent evictions by organizing and gaining rights in the informal economy. However, these studies have not addressed the use of space, which is most important for street vendors to continue their business, and cannot fully show the actual situation in Kathmandu, where the main problem faced by street vendors there is how to use the public space. In addition, understanding how street vendors expand their relationships and network with other street vendors, local people, and local management groups through their business and daily life, can reveal the alternative public space and the image of the place re-created by them. Therefore, this article aims to focus on how street vendors use public space for their own business and have relationships with other actors. Asan, the northeastern part of the old city of Kathmandu, is known as “the heart of Kathmandu” and “the historic marketplace where we can buy anything.” Needless to say, one of its main sectors is the street vendors. They lead the ingenuity (sometimes achieved through bricolage) to make their products look good and secure a space that they can use while being removed and controlled by the KMC police. Street vendors and customers there deal with the price and quality of products by using each other’s cunning, enjoying a shopping pleasure that supermarkets do not offer. They also use courtyards called a *bitra chok*, which is unique to Newar architecture, for festivals, COVID pandemics, and other times when it is difficult to sell on the street. This is the result of the relationship they form with other street vendors through their continuous business, which also requires non-business events such as participation in festivals organized by the local management groups. Visitors to Asan cannot see the relationship between individual street vendors on the spot. However, they certainly create and expand the relationship between individual street vendors through commerce, daily life, and periodic events. Then, people get involved in this network by making occasional purchases on the street and contribute to maintaining the image of Asan as “the center of commerce.” Only a few people are aware of this, but the relationship certainly exists. In this way, the street continually connects invisible relationships like an underground stem, and we reaffirm the place as an alternative public space, or more precisely, a public space in the classical and democratic sense of the word.