

る最初期の改革主義者と理解することが今後の研究に有効ではなかろうか。著者は、あえて「社会学用語」による分析を封印しようとしているが、そのことが時に議論の展開を妨げているように思われる。

第2にプリヤイの視点について、オランダ政府と無条件に結託していたわけではないと指摘しているが、オランダとの関係性を強調する点はサルトノと変わらない。しかし、この点を前提にしつつ、プリヤイがジャワの伝統的文化の体現者であったという側面にももっと注目してほしいと思われる。なぜならこの側面の批判にリファイ運動の改革主義的特徴がよく示されているからである。

第3に宗教指導者とバングルやプリヤイの関係について、バングルの両義的な位置づけには本書でも触れているが、結論として「サントリ集団と現地人官吏・宗教官吏の溝は決定的」になったとする。この点はサルトノも同じである。しかし、リファイの父がバングル、祖父がプリヤイであったとされること、リファイの再婚相手が郡長の寡婦であったことなど、在野の宗教指導層とバングル・プリヤイが社会階層として接点を有していたことを推測させる史料が見受けられる。両者の関係については、より深い分析が必要と思われる。

第4に、社会的文脈の中に宗教運動を位置づけるという点で、第1章の経済状況の分析が十分に生かされていない。とくに、藍栽培からサトウキビ栽培への転換について多くの紙幅を割いているが、それがどのような影響を社会に及ぼしたのかは明らかにされていない。著者自身、このような影響を論証することは難しく客観的状况の記述にとどめる旨を述べているが、ここまで禁欲的になることなく、著者としての見解を示して欲しかった部分である。

最後に、これだけの労作であればこそ、編集上の見落としが散見されることが惜まれる。「ジャワ暦」と「ジャワ歴」、「現地人官吏」と「原代人官吏」の表記の混在はそれぞれ前者に統一されるべきである。p.52で「スラカルタのスルタン」とあるが、1857年当時のスラカルタの首長はスルタンではなくスフナンである。p.75の「1950年代」は「1850年代」の誤りである。pp.90-91で報告書か

らの引用部分と本文の間でフォーマットが混乱している。p.94の「リズム」は「韻律」とすべきである。p.95以下のクラーンの節番号はフリュージェル版よりもカイロ版の利用が適当であろう。p.141のリファイの著書の記述が付録のリファイ著書リストと対応していない。これに関連して、物理的な単位としての写本と著作物としてのテキストの区別を明確にすべきであろう。

結論的に言えば、本書は、19世紀ジャワを対象にした社会経済史の精緻な研究の進展に比して立ち後れていた宗教運動研究の分野において、ジャワ語の史料を駆使して新たな展望を拓いた優れた研究成果である。今後の研究は本書への参照が必須となろう。しかし、得られた材料からさらに議論を展開する余地が残されたとも感じられる。本書は、19世紀ジャワにおける宗教運動研究の新しい出発点としてこそ高く評価されるべき業績である。

(青山 亨・東京外国語大学総合国際学研究院)

参考文献

- Laffan, Michael Francis. 2003. *Islamic Nationhood and Colonial Indonesia: The Umma below the Winds*. London and New York: Routledge Curzon.
- Sartono Kartodirdjo. 1966. *The Peasants' Revolt of Banten in 1888: Its Conditions, Course and Sequel. A Case Study of Social Movements in Indonesia*. The Hague: Martinus Nijhoff.
- . 1973. *Protest Movements in Rural Java: A Study of Agrarian Unrest in the Nineteenth and Early Twentieth Centuries*. Kuala Lumpur: Oxford University Press.

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, 2013, vi+310p.

この論集は、2012年3月に慶應義塾大学を定年退職した倉沢愛子が若手のインドネシア研究者とともに開催してきた研究会の成果を、現代インドネシアの「消費」を中心テーマにまとめたもので

ある。執筆者は編者倉沢をはじめとして全員がそれぞれ独自の視点からインドネシア調査を進めてきた研究者であり、各論文ともインドネシア社会の今（おもに2011～12年）を伝える興味深い研究成果が盛り込まれている。インドネシアでは拡大する「中間層」をターゲットとする日本企業の進出戦略が注目されている今日、まさに時宜を得た出版と言えよう。

まず各章の内容を紹介しよう。編者による「序」に続く8つの論文と9つのコラムから本書は構成されている。編者倉沢愛子の「序」では、「収入など経済的指標に基づいた中間層の定義はあえてせず、彼らの消費行動に焦点を置き、その特徴を分析するにとどめておく」(p.2)と述べている。そして、編者が長年にわたって調査を続けてきた、ジャカルタ南部の路地裏（カンボン）での調査経験にもとづき、「疑似中間層」という概念を提唱する[倉沢2001参照]。これは、「実際には経済力を伴わないが消費行動においてそれ[中間層]に類似している人々」(p.4)を指し、具体的には、「1日当たり2～4ドルの消費をする人たちのほぼ全部、そして4～6ドルの消費をする人たちの一部」(p.4)を含む概念である。また、「強い上昇志向」を「疑似中間層」の特徴の1つとして挙げる(pp.6-7)。

「第1部 市場の変容」には、売り手に注目して消費の現場の変容を取り上げた3つの論文が並ぶ。内藤耕の「第1章 伝統的市場（バサール）の近代化——ジャカルタ南部L市場をめぐって」では、「汚く」「臭い」と言われていたL市場が、建て替えによって「若返り」、「整然とした」空間に変わるとともに、そこで商売していた露店商（カキリマ）が排除されていった経緯を、市場のフロアプランなど詳細なデータにもとづき報告している。市場が「近代化」しても、相変わらず買い物客の約3割が路地裏にあるワルン（小規模店舗）の仕入れを目的として来ているという調査結果は、伝統的市場とインフォーマル・セクターとのつながりを考える上でとても興味深い。

松村智雄の「第2章 ジャカルタの衣料品市場の変容——タナアバン市場における西カリマンタン華人の役割」は、ジャカルタ中心部にある、大規模な衣料品市場として有名なタナアバンを取り

上げる。西スマトラ出身のミナシカバウ人がおもにイスラーム服を扱っていたタナアバン市場に西カリマンタン出身の華人が進出し、子ども服やスポーツウェアなど多様な衣料品を卸売するようになった過程を明らかにしている。彼らは1980年代以降、シンカワンなどからジャカルタに移動し、当初は縫製業を始め、その後タナアバンに進出するようになり、建物内の恵まれた場所に店舗を出すようになった。

間瀬朋子の「第3章 現代的な消費と『インフォーマル・セクター』——ジョグジャカルタ特別州スレマン県の学生街の事例」は、飲食物や生活用品などを商う「インフォーマル・セクター」と、その消費者である大学生の消費スタイルの変化を取り上げている。大通り沿いにファストフード店や「インフォーマル・セクター」風のモダンな置屋台が増えたのに対し、路地裏では従来型の「インフォーマル・セクター」が価格抑制などによって生き残りを賭けた競争を展開している。一方、消費者である富裕化した大学生は、ショッピングモールやフランチャイズ店にのみ出入りするのではなく、下宿の周囲の小食堂や屋台を定期的に利用するという選択的消費行動を実践している。

「第2部 消費の変容」には、住宅を扱った2つの対照的な論文が並ぶ。新井健一郎の「第4章 ディズニー化する郊外——商品としての分譲住宅」は、1980年代以降、ジャカルタ郊外で造成が進む、塀で囲まれたクラスター住宅街を取り上げる。「疑似中間層」の上の「真正中間層」や富裕層を顧客とする、ラテン・アメリカ風などテーマパークのような住宅デザインを特徴とするニュータウンである。新井は、タンゲラン県のBSDシティに焦点を当て、その販売戦略から、住民のライフスタイルまで論じている。クラスター内部は、「外部の西ジャワの平凡な『インドネシア的』光景」(p.130)から隔絶し、行商人などが立ち入ることができない空間になっている。

南家三津子の「第5章 浴室タイルの家——東ジャワ海外出稼ぎ村における顕示的消費と社会変容」は、本論集のなかで唯一、農村社会を取り上げている。東ジャワ州トゥルンアングン県にある2村は、多くの女性労働者を海外に送り出している。

出稼ぎから帰った女性たちは、海外で得た収入でレンガ造りの家を建て、さらには家屋正面の外壁を浴室タイルで飾るようになった。南家は、これを顕示的消費と位置付ける。上昇志向が可能な都市の「疑似中間層」と違い、農村社会では飾り立てた家だけが「成功した証し」を周囲に示すことができる道具になっていると論じる。

「第3部 教育・文化の変容」には、教育とイスラームを扱う3つの論文が並ぶ。倉沢愛子の「第6章 消費行為としての教育——次世代に託す希望」は、カンボンにおける、上昇志向と結びついた教育への投資を論じている。倉沢が目にするのは幼児教育の普及であり、さらに有名校への進学を念頭に置いた学習塾の出現である。路地裏に住み「疑似中間層」に属する住民は、住環境への改善には関心がなく、それまでのライフスタイルの良い点に固執しつつ、子どもの教育に多額の投資をしている。

新井和広の「第7章 商品化するイスラーム——雑誌『アル=キッサ』と預言者一族」は、サイド（預言者ムハンマドの一族）を重視した編集方針を特徴とする『アル=キッサ』という隔週刊の雑誌を取り上げ、イスラームの商品化について論じている。ただ漠然とイスラーム一般ではなく、サイドの宗教者が「商品として大きな可能性」(p.266)を持っていると述べる。

野中葉の「第8章 イスラーム的価値の大衆化——書籍と映画に見るイスラーム的小説の台頭」は、イスラーム的小説とそれを原作とする映画を通して、「イスラーム的価値」の広がりを論じる。1990年代初頭に若い女性の間でイスラーム的短編小説が流行し、さらに2000年代半ばになると長編小説（たとえば『愛の章句 *Ayat Ayat Cinta*』）が登場し、映画化を伴って大きな話題を集めるようになった。これらの作品は、伝統的宗教権威に代わって読者にイスラーム的価値を提示したと論じている。

論文の他に、9つのコラムが現代インドネシア社会の消費を論じる上で欠かすことのできないトピックを取り上げている。紙幅の関係で一つ一つ紹介することはできないが、グルメ事情、コンビニ、サッカー・チーム、コス（下宿）、フェイス

ブック、携帯電話、音楽産業、ムスリマ（イスラーム女性）のビューティー・コンテスト、マッサージ産業と、それぞれ独自の視点からインドネシアの今を描き出している。

各章の内容をまとめてきたように、どの論文も緻密な調査から得られた具体的なデータを駆使してインドネシアの「消費」の諸相を描いているので、読者は本書から多くの知見を学ぶことができる。各執筆者による実証的な研究にもとづく論文だからこそ、目につく、現代インドネシア社会の変化していく表層だけの分析に留まるのではなく、人々の変わらない生活の営みにまでしっかりと目配りされている。内藤が第1章で取り上げているように、L市場が改装によって新しく生まれ変わっても、そこに来る買い物客の目的には大きな変化はみられない。また倉沢がコラムで指摘しているように、野菜の行商人からモール内のスーパーマーケットまで、買い物「場」と「スタイル」(p.107)を時と場合に応じて選択しているのが、ある程度、経済力をもった人々の消費行動である。

個々の論文の内容はすでに述べたように卓越したものであるが、論集全体に関わる見取り図の提示という点ではすこし不満が残る。それは「序」で編者倉沢が提示した「中間層」の捉え方に起因する。倉沢は、1996年の論文から一貫して階層を議論する際に、価値観やライフスタイルなど主観的ファクターを重視してきた[倉沢1996:106]。また、多くの「中間層」論と同様に[たとえばGerke 2000参照]、経済的水準の比較的高い層のみを「中間層」(英語のmiddle class)または「新中間層」と規定している。ゲルクなどの階層論を踏まえ、倉沢は「真正の中間層」と「疑似中間層」という区別を「序」で示している。たとえば新井が第4章で取り上げているクラスター住宅街は、「真正の中間層」にしか手の届かない高額の分譲住宅であり、一方、倉沢が調査対象とする路地裏には「疑似中間層」が数多く住んでいる。もちろん階層研究において多様なアプローチが可能であり、主観的ファクターを重視する研究者は多い。とはいえ、評者をもっと単純な経済的指標から階層を分類し、本書で取り上げられているいくつかの事

例の位置づけを考えてみたい。

佐藤は『経済大国インドネシア』において世界銀行の定義を採用し、1日1人当たり支出2~20ドルを「中間層」とし（この定義は倉沢も紹介している）、その中を「高層」（10~20ドル）、「中層」（4~10ドル）、「低層」（2~4ドル）に分け、さらに、「中間層」の下に「低支出層」（1.25~2ドル）と「貧困層」（1.25ドル未満）という階層を設定している。1999年から2009年にかけて、貧困層が縮小し、都市部と農村部の双方で「中間層・中層」（2009年に合計2,570万人）と「中間層・低層」（合計7,312万人）が増えたことを明らかにしている〔佐藤 2011: 41-44〕。この「中間層・低層」がそのまま編者倉沢がいう「疑似中間層」に含まれる人々である。評者は、「疑似中間層」という括りではなく、「低支出層」に次いで多くの人口を占める「中間層・低層」に注目することこそ、「消費するインドネシア」を考える上で重要であると考え。また、『日経ビジネス』[2013]の特集にみられるように日系企業がターゲットとして注目するのは、この人口的に分厚く、今後所得をさらに増やすことが予想される「中間層・低層」であろう。

日本人一般の金銭感覚から見たら貧困層にみえる「中間層・低層」が、選択的消費を実践している。この点は南家の第5章と倉沢の第6章の対比から明らかになる。家計上の余裕を、東ジャワの農村ではタイルを使った家屋の改築に費やし、一方、ジャカルタ南部の路地裏では子どもの教育に投資する。インドネシア全体の経済成長によって、個々の世帯の可処分所得が増え、「低層」も含めて「中間層」全体が量的に拡大した。ただし、所得を個々の世帯が何に充てるかという問題は、けっして一概に言えることではない。消費スタイルにはインドネシア社会の多様性が反映されているのであり、地域と民族および宗教（もちろんムスリムを一括りにはできない）などさまざまな要因によって異なってくる。やはりジャカルタなど都市部だけで「消費するインドネシア」を論じるのではなく、地方も含めて消費行動を論じることが大切であり、南家が論じる東ジャワ農村の事例はその意味で貴重である。

第7章と第8章で論じられている「イスラーム

の商品化」と「イスラーム的価値の大衆化」は、従来はモスクや集会など直接的な形でもにもイスラームの教えに触れていた貧しい人々が、「中間層・低層」へ仲間入りするようになり、活字メディアと映像メディアを通してイスラームに接するようになった変化と関係していると考えられる。「中間層」の拡大は、もちろん日本発のマンガ・アニメやJKT48に代表されるようなグローバル化したポピュラー・カルチャーの人気とも結びついてはいるが、それだけではなくイスラーム的な読み物を選択する層の拡大とも結びついている。

以上、取り上げたように、中間層概念について気になる点はあるが、評者は本書から多くのことを学んだ。本書は、急速に経済成長が進む現代インドネシアにおける多様な消費の姿を知るうえで基本的な文献である。

（小池 誠・桃山学院大学国際教養学部）

参考文献

- Gerke, Solvay. 2000. Global Lifestyles under Local Conditions: The New Indonesian Middle Class. In *Consumption in Asia: Lifestyles and Identities*, edited by Chua Beng-Huat, pp. 135-158. London: Routledge.
- 倉沢愛子. 1996. 「開発体制下のインドネシアにおける新中間層の台頭と国民統合」『東南アジア研究』34(1): 100-126.
- . 2001. 『ジャカルタ路地裏フィールドノート』東京：中央公論新社.
- 『日経ビジネス』. 2013. 「特集 インドネシア——覚醒する『未完の大国』」1686号.
- 佐藤百合. 2011. 『経済大国インドネシア』東京：中央公論新社.

新井健一郎. 『首都をつくる』東海大学出版会, 2012, x+265p.

現代のジャカルタを特徴付ける言葉を並べるならば、交通渋滞や洪水といった都市問題や、バスウェイといった交通手段の名称、首都圏の行政単位の頭文字をあわせたジャボデタベック