



バックパッカー・プレイスの空間構成とその変容 : バンコク, カオサンエリアのケーススタディ

森, 聖太

平山, 洋介

(Citation)

日本建築学会計画系論文集, 69(586):127-133

(Issue Date)

2004-12

(Resource Type)

journal article

(Version)

Version of Record

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/90004678>



バックパッカー・プレイスの空間構成とその変容

バンコク、カオサンエリアのケーススタディ

THE SPATIAL CHANGE OF BACKPACKER PLACE

A case study of Khao San area, Bangkok

森 聖太*, 平山 洋介**

Seita MORI and Yosuke HIRAYAMA

This paper explores changes in the spatial structure of Khao San area, Bangkok as a case of backpacker place. Backpacker place is characterized by the concentration of low-cost hotels which provide not only domestic tourists but also foreign backpackers with rooms at a budget price. The expansion of global tourism has restructured the spatial structure of backpacker places. Through field surveys, the paper highlights the increased flexibility and diversity of building types, land use and commercial activities, and explores the characteristics of backpackers and service-providers such as hotel managers. As for future development of the area, there rises a tension between business communities which intend to promote a pro-growth development in the context of the wider economy, and local groups which put importance on the preservation of the indigenous context of the socio-economic and spatial structure.

Keywords: *backpacker place, Khao San road, Bangkok, tourism development, globalization*

バックパッカー・プレイス, カオサン通り, バンコク, 観光開発, グローバリゼーション

1. はじめに

1-1. 研究の目的

本稿は、バンコクのカオサン通りを中心とした一帯を対象とするケーススタディを通じて、グローバル・ツーリズムの拡張という状況の中で生成してきたバックパッカー・プレイスの空間構成と変容実態を把握し、その意味を考察しようとするものである。

観光旅行産業はグローバルに拡大してきた。世界各地では様々な観光開発が実施され、ホテル建設、リゾート開発、テーマ・パーク建設、複合商業施設の開発などを特色とする多くの観光地が出現した。一方では、ツーリズムのグローバルな拡張はローカルな場所のあり方に社会・経済的な影響を与え、その空間を組み替えるように作用する。他方においては、グローバル・ツーリズムの振興のための開発は、ローカルな社会、経済、そして空間の文脈との関係をもたざるをえない。ツーリズムのグローバル化のもとでのローカルな場所の開発のあり方を考える必要性が生まれている。

グローバル・ツーリズムの影響を受けるエリアの典型の一つがバックパッカー・プレイスである。ここでは、外国人のバックパッカーが多く集まり、彼らを主要な顧客とする、宿泊料金が相対的に低額な宿泊施設が集中して立地する場所をバックパッカー・プレイスと定義している。バックパッカー・プレイスには低料金の宿泊施設だけではなく、レストラン、旅行代理店、インターネット・サー

ビスなど、外国人旅行者が必要とする機能を充足する店舗とサービス供給が集積する。バックパッカーの特徴は、団体旅行のバックパッカー・ツアーなどの利用者に比べて、自ら旅程を決定し、低い予算で長期にわたって旅をすることである。彼らは低料金の宿泊施設への需要を増加させ、バックパッカー・プレイスの形成を促してきた。

東南アジアの多くの地域ではバックパッカー・プレイスが増えている。なかでも本研究で対象とするバンコクのカオサン通り、及びその周辺地域（以下カオサンエリア）では、低料金の宿泊施設の集積規模が「東南アジア随一」¹⁾と称される大規模なバックパッカー・プレイスが生成している。本稿では、こうしたカオサンエリアの空間構成と変容に影響を与える要素として、①エリアの物理的空間を構成する建築物とそこに入る商業活動、②その空間を生み出した社会を構成する、旅行者であるバックパッカーと地元の事業従事者、③エリアの空間開発のあり方を巡る多彩な言説、の3点に着目し、それぞれの特性を分析する。以下では、現地で実施した一連の調査の結果にもとづいて考察を進める。調査の内容については各章において詳述する。

1-2. 研究の位置付け

カオサンエリアを対象とした若干の既往研究がある。新井克弥²⁾はこのエリアを訪れる日本人旅行者の特性を社会心理学的側面から分析し、

* 神戸大学大学院総合人間科学研究科 博士後期課程

** 神戸大学発達科学部人間環境科学科 教授・学博

Graduate Student, Graduate School of Cultural Studies and Human Science, Kobe Univ.

Prof., Faculty of Human Development, Kobe Univ., Ph. D.

その中でカオサンエリアの空間がもつ「テーマ・パーク性」に言及した。坂部英孝⁹⁾は、旅行者の生活実態と当該エリアの建築物の形成過程を追い、アジアの都市空間が持つ柔軟性を指摘している。Marc Askew⁴⁾は、インナーエリアの変容を検討するために、カオサンエリアを含むバンランブー地区の空間と地域住民の構成に関する調査の中で、カオサンエリアの店舗構成と宿泊施設の経営者の特性を調べた。これらの研究に対し、本研究では、ツーリズムがグローバルに拡大するという今日の文脈に注目するところから、外国人旅行者が集まるバックパッカー・プレイスとしてのカオサンエリアを採り上げている。また、カオサンエリアを構成しているのは、旅行者と事業従事者のどちらか一方ではなくその双方であり、バックパッカー・プレイスの特質の把握に際してはこの両者への着目が不可欠であると考え、外国人旅行者と、現地の事業従事者の双方を調査・分析の対象としている。

1-3. カオサンエリアのバックパッカー・プレイスの沿革

1960 年ごろまでのカオサン通りは、近隣の官公庁に勤務する職員が住む木造の低層住宅と食堂、仕立屋などが並ぶ閑静な通りであった⁹⁾。1960 年代ごろ、通りに面した木造家屋は取り壊され、1 階部分に店舗用の空間を備えた長屋形式のショップハウスが増加した。1962 年にカオサン通り裏のランブトリ通りに開業したビエンタイホテルが、宿泊料が比較的低廉な宿泊施設として知れ渡り、休暇でタイを訪れていたベトナム戦争従軍米兵がこの地域に押し寄せた⁶⁾。カオサン通り沿いでは、このホテルに泊まれなかった者に住民が自身の家屋の部屋を貸し与えるなど、宿泊機能が多彩に拡大した。ベトナム戦争が終結すると、ヒッピーの旅行者が増加した。カオサン通りの住民による商業的な宿泊施設が初めて開業したのは 1978 年である。エリアに近接する王宮広場で 1982 年に実施されたバンコク遷都 200 年祭を契機に外国人旅行者の来訪が増え、宿泊施設はさらに増加した⁷⁾。現地住民の多くは喧騒と混雑を嫌って通りから転出し、そこに新たな商業施設が立地し、通りの商業活動は活発化していった。現在では宿泊施設及びこれらの商業施設が混在する空間はカオサン通り沿いだけでなく、周辺へと拡大している。

2. カオサンエリアの建築物と商業活動

カオサンエリアの空間にはどのような建築物が建ち、どのような商業活動が展開されているのか。またそれらはどう変容しているのか。ここではエリアの物理的空間を構成する建築物と、そこで営まれる商業活動の特性を観察する。2001 年 3 月、2002 年 6 月、2003 年 9 月の 3 回にわたり、現地の建築物の階数、構造、建て方、用途、店舗の種類・分布を目視により観察した。2001 年 3 月の調査では、路上の屋台の分布も調べている⁸⁾。調査対象は、カオサン通りを中心に、東西をタナオ通りとチャクラボン通り、南北をダムヌン・クラン・ヌア通り・マヨム通りとランブトリ通りに囲まれたエリアに建つ建築物、及びこれらの通りに面した建築物である。現在では宿泊施設やツーリズムに関わる店舗・サービスの分布が調査区域の外側まで広がっているが、本稿はバックパッカー・プレイスの長期的な変化に着眼する部分を含むため、相対的に古くから宿泊施設が並んでいたエリアを対象としている。

図 1 は 2003 年 9 月時点でのカオサンエリアにおける建築物の分布、

階数及び構造（木造／非木造）、店舗・サービスの種類、さらには 2001 年 3 月時点の屋台の分布を地図上に示したものである。

調査エリアには建築物が高密度に建っている。道路以外の空地は僅かである。街区中央部には道路に接していない多数の敷地が存在し、そこにも建物が密集している。

当該エリアには全部で 220 棟の建築物が建っている。それらを階数別に見ると、1 階建てから 6 階建てまでが、それぞれ 26 棟、111 棟、21 棟、37 棟、21 棟、4 棟である。2 階建て以下の建築が全体の過半を占めるが、棟数が少ない 4～6 階建ての建築物は建築面積の大きいものが多く、エリア全体では建物の高さは均一ではない。構造を木造と非木造の 2 種類に分類してみると、木造 79 棟、非木造 141 棟であった。木造建築は全て 2 階建て以下であり、1 階建て 9 棟、2 階建て 70 棟、非木造建築は 1 階建てから 6 階建てがそれぞれ 17 棟、40 棟、21 棟、37 棟、21 棟、4 棟である。また、建て方では長屋建てが 57 棟、長屋建て以外が 163 棟であった。

エリアの建築物は、これらの指標を用いて 3 つのタイプに大別できる。一つ目は「ショップハウス」である。長屋建ての 57 棟がこれに該当する。第二次大戦後、通りに面して建てられたものが多い。1 階を店舗、上階を居室に利用する店舗併用住宅として設計されている⁹⁾が、現在では商業活動の拡大に合わせて上階部分の店舗への転用がさかんに行われている¹⁰⁾。非木造構造が 54 棟と大半を占め、木造建築は 3 棟と少ない。二つ目は、長屋建て以外の建て方で、4～6 階建ての「中層独立建築」である。44 棟が該当する。このタイプの建築は棟数ベースで見ると少ないが、大規模な建築面積を持つものが多くエリアの空間構成に大きな影響を与えている。宿泊施設やレストランを中心に、複数の店舗が複合された商業施設に用途を限定して建築されたものが多い。バックパッカー・プレイスの形成にともない新たに出現してきたタイプの建築である。三つ目は長屋建て以外の建て方で、1～3 階建ての「低層独立建築」である。119 棟が該当する。小規模なものが多数を占め、そのほとんどが一戸建て住宅として建築されたものである。街区内部、ショップハウスの背面に立地するものが多い。約 3 分の 2 に相当する 76 棟が木造建築である。これらの建築は 20 世紀前半に一戸建て住宅として利用され、主要な建築類型としてエリアを構成していたものである。カオサンエリアの空間は、こうした複数の異なるタイプの建築物が混在することで形成されている。

カオサンエリアには商業活動が多彩に展開している。店舗やサービスを提供する商業施設の数は全部で 741 件であった。業種としては、宿泊施設 (62 件)、レストラン (85 件)、旅行代理店 (87 件)、インターネット店 (40 件)、民芸品店 (68 件)、国際電話サービス (34 件)、ランドリーサービス (20 件)、外貨両替所 (9 件) など、外国人の来訪の増加にともなって出現してきたと想定されるものが多い。その一方で、銀製品店 (116 件)、衣料品店 (69 件)、仕立屋 (34 件)、理髪店 (13 件) など、それ以前からこの地域の主要な業種であった店舗が依然として数多く残っている。

表 1 は、エリアの主要な業種を、その店舗が入った建物の類型別に分類したものである。ショップハウスには 449 件、中層独立建築には 219 件、低層独立建築には 73 件の店舗が入っている。商業活動の業種と建物の類型には以下 3 点の相関が見られる。①宿泊施設とレストランは、他の業種に比べて低層独立建築に入る割合が高い。

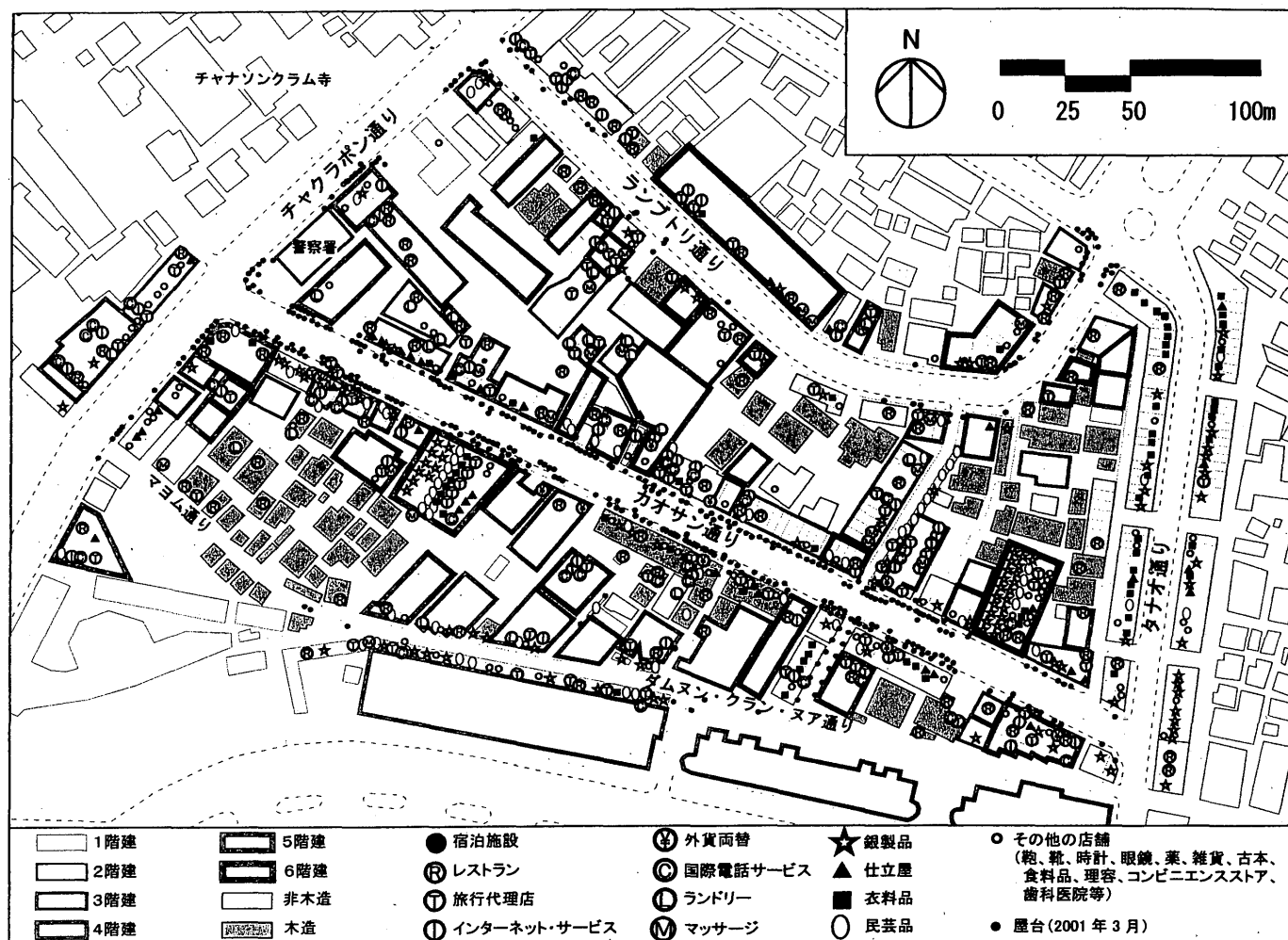


図1 カオサンエリアの建築・店舗分布 2003年9月

宿泊施設は62件中12件、レストランは85件中24件が低層独立建築を利用している。ショップハウスに比べ店舗空間が広いこと、街区内部に建つため通りの喧騒から逃れられること、古い建築の意匠を店舗に利用できることなどが原因として想定される。②逆に、民芸品店、衣料品店、仕立屋で低層独立建築に入ったものはそれぞれ3件、1件、1件と少なく、これらの業種はほぼ全てがショップハウス及び中層独立建築において営まれる。原因として、これらの業種は広い店舗空間を必要としないこと、人通りの多い通りに面していること、衣料品店、仕立屋などの古くからある業種は以前の店舗立地の影響を受けていることなどが考えられる。③エリアで最も店舗数の

多い銀製品店は、少数の中層独立建築に集中する傾向がある。6階建ての建築2棟に31件の銀製品店が入っている。

こうした恒久建築物を用いたもの以外にも、仮設店舗の露店、路地に屋根を設けたスペースに商品を陳列する店、移動式屋台、路上に机を一時的に設置したもの、道路に敷物を広げて商品を並べた露店、行商などがある。数のカウン

トが難しい行商を除くと、これら一時的な店舗の総数は、昼289件、夜382件であった。その主要な業種の数を数えてみると、銀製品、民芸品、衣料品、飲食の店舗が、昼には26、43、68、84件、夜には30、60、132、82件であった。恒久建築物を利用しないこれらの店舗は出現・消滅・移動を特に頻繁に繰り返す。

3回の調査を行った2年半という短期間においても、こうした建築物、店舗の構成と分布には変化が現れた。次に、カオサンエリアの空間変容を観察する。

表2は、3回の調査における建築物の棟数の推移を建築類型別に見たものである。建築物全部の棟数は、2001年3月の233棟から、2002年6月228棟、2003年9月には220棟と減少してきた。類型別に見ると、ショップハウスが60棟から60棟、59棟、中層独立建築が38棟、40棟、42棟、低層独立建築が135棟、128棟、119棟へと推移している。この間に、1棟のショップハウスと22棟の低層独立建築が消滅し、中層独立建築4棟、低層独立建築6棟が新築された。全体として、

低層独立建築が減少し、替わって建築面積の大きい中層独立建築が増加している。

新築された建築物は、商業施設としての性格が強い。特に中層独立建築でその傾向が顕著である。6階建ての

表1 建築類型別 主要業種の店舗数 2003年9月 (店舗数)

	ショップハウス	中層独立建築	低層独立建築
宿泊施設	31	19	12
飲食店	39	22	24
民芸品	42	23	3
銀製品	68	40	8
旅行代理店	47	33	7
インターネット	25	12	3
国際電話	23	8	3
衣料品	54	14	1
仕立屋	24	9	1
ランドリー	11	6	3
計	449	219	73

・2003年9月時点で店舗数の多い10業種

表2 建築類型別 建物棟数の推移 (棟数)

	01年 3月	02年 6月	03年 9月
ショップハウス	60	60	59
中層独立建築	38	40	42
低層独立建築	135	128	119
計	233	228	220

建築1棟には、宿泊施設1件、レストラン7件、旅行代理店2件、銀製品店21件、民芸品店4件などを含む44件の店舗が入り、5階建ての建築1棟は、1階にレストランやインターネットサービス、旅行代理店など6件の店舗を、上階に宿泊施設を備える。低層独立建築も、6棟全てが何らかの店舗に利用されている。

エリアの商業活動の規模は拡大してきた。店舗・サービスの総数は、2001年3月の543件から、2002年6月636件、2003年9月741件と着実に増加している。図2は、当該エリアの主要な業種の店舗数の推移を建築類型別に示したものである。まず業種ごとの総数の推移を見ると、ツーリズムの拡大に合わせて出現した旅行代理店、レストランなどの飲食店、民芸品店、インターネット・サービス、国際電話サービスなどの業種がそれぞれ2001年3月の49件、62件、44件、33件、25件から、2003年9月には87件、85件、68件、40件、34件へと増えている。一方で、それ以前から栄えていた業種である銀製品の店舗¹¹⁾が、49件から116件に激増した。衣料品店や仕立屋も増減し

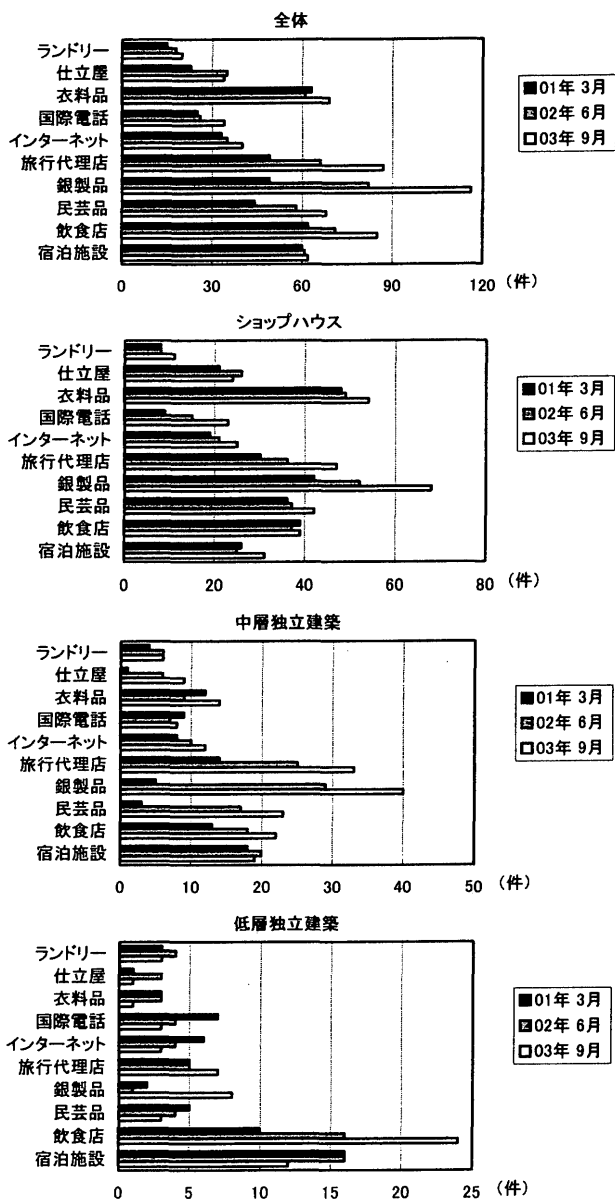
ながらも一定水準の店舗数を保ってエリアに存在している。建築類型別に見ると、中層独立建築に入っている店舗・サービス数が2001年の104件から2003年の219件へと2倍以上に急増していることが特徴的である。業種別では、民芸品店が3件から23件へ、銀製品店が5件から40件へと著しく増えた。先述のように多くの店舗空間を持つ中層独立建築が新築され、そこに多数の民芸品店、銀製品店が開業したことがこの急増の一因である。また、数は少ないが、低層独立建築を用いたレストランが10件から24件に増加している点に注目する必要がある。古くから現地に存在する建物の、商業施設としての積極的な利用が進んでいることが示唆される。

カオサンエリアは、ジョップハウス、中層独立建築、低層独立建築という3つのタイプの建物から構成されている。近年は低層独立建築の減少が目立つが、他方では積極的に利用する例が増えるなど、3つのタイプの建築物はそれぞれがバックパッカー・プレイスを形成する機能を受け入れる空間として活用され、エリアの重要な空間構成要素となっている。商業活動の業種には、バックパッカー・プレイスの出現以前から存在するものと、旅行者の来訪とともに出現・増加したものがああり、これらは互いを淘汰することなく、むしろ並存し同時に拡大してきた。エリアに存在する様々な形態の建築物あるいは店舗空間が、こうした多様な業種の混在を可能にしている。カオサンエリアは、複数の種類の建物と商業活動からなり、それらが互いの特性に合わせて組み合わせることで、全体として多様性を持つ空間を形成している。換言すれば、カオサンエリアの空間は異質の構成要素を受け入れる柔軟性を有している。

3. カオサンエリアの人びと

カオサンエリアの空間は自明的に存在しているのではなく、そこに関わる人びとが作り出す社会との関係の中で生成されてきたものである。それでは、このバックパッカー・プレイスの社会を構成し、その空間変容に関わっているのはどのような人びとなのか。ここではその質的な側面の具体的な把握を主眼に、カオサンエリアを訪れる外国人旅行者と、彼らにサービスを提供する事業従事者の双方に対してインタビュー調査を行った。両者を調べることで、カオサンの社会をその組み合わせから考えることができるようになる。2001年7月、カオサンエリアにおいて、外国人旅行者60名に対して、年齢・職業などの個人的な属性、旅行期間・予算・行程の計画をはじめとする旅行の属性、カオサンエリアに対する認識などの項目を質問した。同時に、店舗のオーナーと従業員等、現地での商業活動に携わる14名を対象に、その個人的な属性、現在の仕事を開始した経緯、今後の事業の展望等について質問した。

まず、インタビュー対象の旅行者とその旅行の特性を概観しておく。年齢は18歳～58歳と幅広い層にわたっている。年代別に見ると、10代1名、20代41名、30代13名、40代2名、50代3名と、20代までが全体の7割を占めており、若年層が多い。平均年齢は約28歳であった。職業は学生(23名)と無職(18名)が多く、この2つで全体の3分の2を上回る。旅行期間¹²⁾は平均130日に及ぶ。1ヵ月未満が13名、1ヵ月以上2ヵ月未満16名、2ヵ月以上3ヵ月未満8名、3ヵ月以上半年未満5名、半年以上1年未満6名、1年以上12名であった。最短は5日間、長いものでは「1年半」「少なくとも1年、その後は未定」などの答えがあった。旅行全体の予算額から算出した一日当た



・2003年9月時点において店舗数の多かった10業種

図2 建築類型別 主要業種の店舗数の推移

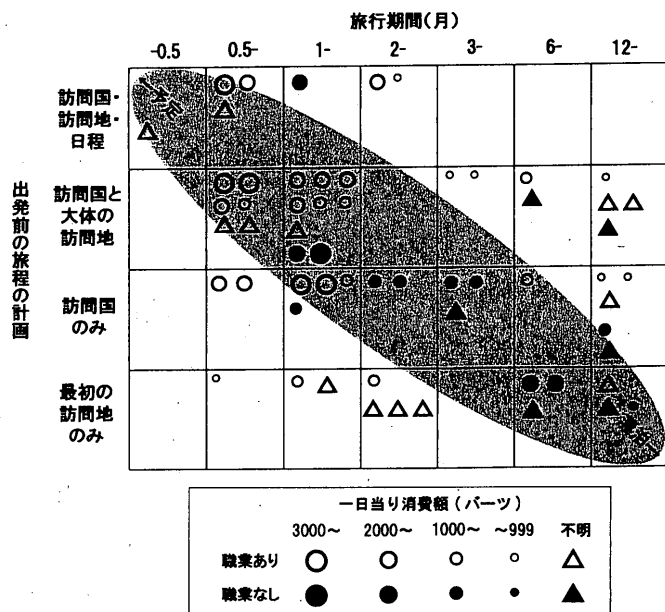


図3 カオサンエリアの旅行者(2001年7月)

りの消費額¹³⁾は、最低290パーツ、最高4860パーツ、平均すると2000パーツであった。また、19名が旅行の予算を「不明」または「未定」と答えた。出発前の時点での旅程の計画がどの程度まで詳細であったかを見ると、訪問国と訪問地、さらには日程を詳細に計画していた「訪問国・訪問地・日程」が7名、訪問国とその他のいくつかの訪問地のみを決めていた「訪問国と大体の訪問地」が23名、訪問国のみを決め、具体的な訪問地が未定である「訪問国のみ」が17名、出発後最初の訪問地以外の計画が無い「最初の訪問地のみ」が13名であった。

バックパッカーの特徴として、旅程を自由に決めること、旅行の予算が低いこと、期間が長いこと、関連して定職を有していない者が多いことなどが挙げられる。しかし、そうした特性の程度は個別のバックパッカーごとに異なる。そこで、一日の消費額、旅行期間、旅程の計画の詳細さ、職業の有無の4つの指標によって旅行者を分類した。図3はその結果を示したものである。ここから、これらの指標の分布には相関があることが分かる。旅行者を、旅行期間が2ヵ月未満の者(29名)と2ヵ月以上の者(31名)に分けてその他の指標を見ると、無職の者の数は、2ヵ月未満の旅行者では4名であるが、2ヵ月以上では14名に及ぶ。旅程の計画は、2ヵ月未満では「訪問国・訪問地・日程」「訪問国と大体の訪問地」「訪問国のみ」「最初の訪問地のみ」はそれぞれ5名、15名、9名、3名であるのに対し、2ヵ月以上では2名、8名、11名、10名であり、長期旅行者ほど計画の厳密さが低い。一日当たりの消費額を見ると、2ヵ月未満では3000パーツ以上6名、2000パーツ以上3000パーツ未満10名、1000パーツ以上2000パーツ未満6名、1000パーツ未満1名であり、その平均は2270パーツであるのに比べ、2ヵ月以上ではそれぞれ該当無し、3名、8名、7名、平均1190パーツと相対的に低い。また、旅行の予算を「未定・不明」と回答した者は、2ヵ月未満の旅行者の6名に対し、2ヵ月以上では13名であった。

以上の検討から、カオサンエリアの旅行者は2つの類型に大別できるといえる。1つは「予定型」旅行者である。職を有していること、

そのために短期間で旅行を終えて帰国すること、行程の計画が詳細であること、予算額が高いことなどの特徴がある。休暇を利用して旅行をする学生やビジネスマンが多い。自国を出発する際に帰国用の航空便の座席を既に確保しており、休暇の終了までに帰国することを予定しているケースがほとんどである。もう1つは「漂泊型」旅行者である。学生あるいは無職の人びとであり、行程を具体的には決めず、低額な予算で、あるいは予算未定のまま、長期旅行をするなどの共通点を持つ人びとである。インタビューに際しては、「いつ旅行を終えるかは未定」「訪問国はその時の気分で決める」「旅先で仕事に就いて旅費を稼ぐ」などの回答が見られた。カオサンエリアの宿泊施設に一年以上滞在する者もいる¹⁴⁾。

次に、カオサンエリアでの事業従事者の特性を分析する。表3は、インタビュー対象の事業従事者14名について、年齢、性別、出身地などの個人属性、エリアを訪れた時期、現在の仕事を始めた理由・きっかけ、従前の職業等を要約して示したものである。職種をみると、宿泊施設オーナー7名、レストランオーナー2名、レストランのウェイトressが2名、インターネット店の従業員、露店の物売り、宿泊施設の従業員が各1名である。出身は様々な国や地方に及び、タイ以外の国が3名、バンコク以外のタイ国内が5名、バンコクが4名、カオサンエリア内が2名であった。カオサンを訪れた時期は、半数の7名が調査時より3年以内の時点に答えている。エリアの商業活動の拡大により新たな雇用が生じていること、事業従事者の入れ替わりが頻繁であることなどが推察される。一方、カオサンエリア内で生まれ育った者、住民による宿泊施設の経営が始まった1978年以前から現地に住んでいる者がそれぞれ2名あった。

事業従事者は2つの類型に大別できる。1つは、カオサンエリアをビジネスの場として位置づけている「新参・ビジネス指向型事業従

表3 カオサンエリアの事業従事者(2001年7月)

職業	年齢	性別	カオサンエリアを訪れた時期	出身	カオサンエリアで事業を始めた理由・きっかけ	以前の職業
新参・ビジネス指向型	32	男	8ヶ月前	外国	以前から旅行関係の仕事でカオサン通りを頻りに訪問しており、部屋がほしい。知人に薦められて投資した宿泊施設を後に買い取った	自由業(観光ガイド、ガイドブック執筆、取材等)
	17	女	1年前	タイ	母が知人である店のオーナーに雇用を依頼した	-
	37	男	1年2ヶ月前	外国	日本人が多いのに、競争相手となる日本料理屋がなかった	ホテル内レストランのチーフ
	27	女	1年3ヶ月前	バンコク	外国人に興味があり、ここで仕事をしたい	オフィス勤務
	22	女	1年5ヶ月前	タイ	友人に頼まれてカオサン通りの店で留守番をした際、客の多さに気づいた	-
	55	男	2年半前	バンコク	汚い宿ばかりのカオサンエリアには、宿泊料は高いが質の高い宿の需要があると考えた	現在のリゾート会社のまま
	29	男	3年前	タイ	外国人が多かったので興味を持った	衣料品製造工場
	23	男	4年前	タイ	兄が以前からカオサンエリアで働いていた	農業
	28	男	9年前	外国	兄が以前からカオサンエリアで働いていた	レストランウェイトress
	43	女	14年前	バンコク	嫁ぎ先の家がカオサンでレストランを経営していた	工場労働者
	43	女	28年前	タイ	知人が紹介してくれた	レストラン皿洗い
	48	女	30年前	バンコク	カオサン通りの近くに住んでいた	同宿泊施設の清掃員
	39	女	39年前	カオサン	宿泊施設を経営する知人から引継ぎを依頼された	食堂経営
	47	女	47年前	カオサン	カオサン通り沿いに建物を所有していた	商店経営

事者」である。リゾート会社、ホテル内レストランのチーフ、観光ガイド・ガイドブック執筆業等の職業の経験者で、カオサンエリアを事業の場を選んだ理由・きっかけとして、「カオサン（エリア）には需要があると考えた」「競争相手がいないのでチャンスだと思った」「投資した宿泊施設を後に買い取った」等を挙げている。インタビューの際には、「チラシを配る、ホームページを作る、雑誌の取材を取り付けるなど、知名度を上げる工夫をしている」「値段は高いが他には無い、より良いサービスを提供する」「別の場所にバーを開く」「いかにリピーターを増やすか、客室の稼働率を100%に近づけるかを常に考えている」など、ビジネスを積極的に拡大させようとする回答が頻繁に見られた。ツーリズム関係の専門職に就いていた者がその経験と知識を活かし、事業の拡大を目的としてカオサンエリアのビジネスに参入してきた、という構図が推察できる。もう1つは、以前の職業が工場労働者、ウェイター、皿洗い、清掃員等であり、親族や知人がカオサンエリアでの仕事に従事していたこと、自らが近隣に居住していたことなどが現在の仕事への従事につながった「古参・地元縁故型事業従事者」である。「嫁いだ先の家族がここにレストランを営業していた。その経営を引き継いだ」「無職だったので、カオサンエリアで働いている兄を頼ってこの場所を訪れた」「この建物で宿泊施設を経営していた知人から、経営の引き継ぎを依頼された」などの回答があった。単純労働者が、縁故の紹介など、比較的受動的なきっかけでカオサンでの仕事に携わるようになった、という経緯が読み取れる。

ツーリズムがグローバルに拡大するなかで、旅行者は、決まった行程で短期間の旅行を行う「予定型」と、行程を決めずに低予算で長期旅行をする「漂泊型」の2類型に分かれ、ツーリズム関連のビジネスを支える人びとは、ローカルな場所との結びつきが強い「古参・地元縁故型」と、ツーリズム関連の専門業に関わる「新参・経営志向型」の2種類に大別されることが明らかになった。カオサンエリアには、対照的な特性を持つ、異なる類型の人びとたちが集まっている。こうした複数の類型の人びとが組み合わさることによって、カオサンエリアの社会が形成されている。

4. 開発計画と言説

カオサンエリアの商業活動の規模は拡大してきた。それにとともに、カオサン通り、さらにはその周辺エリアを開発し、空間を組み替えようとする行政の動きが現れた。ここでは、カオサンエリアの空間に対する開発とその計画のあり方に対して、人びとがどのような意見を交わしてきたのかを観察する。

新聞記事を用いて分析を進める。現地発行の日刊英字新聞Bangkok PostとThe Nationの2紙を対象とし、各々のウェブサイト上で公開されている記事検索サービスを利用して、2003年12月31日までに掲載された記事について、「カオサン」とそれに類する単語¹⁵⁾を含むものを検索した。なお、ウェブ上の検索サービスで提供される記事は、Bangkok Postでは1996年4月、The Nationでは2000年以降のものである。また、先述の旅行者へのインタビュー調査より、カオサンエリアのあり方に関する回答の分析も行う。

カオサンエリアが新聞に登場する頻度は増加している。検索された各年の記事数¹⁶⁾は、Bangkok Post紙では、96年6件、97年11件、98年10件と10件前後で推移していたのが、2000年には22件、2002年

では70件と増加した。The Nation紙でも、2000年の1件から、2001年20件、2002年101件へと急増している。2003年は、Bangkok Postでは54件、The Nationでは70件と前年に比べ減少したが、エリアに対する社会的な注目の度合いが高まってきたことが分かる。

表4はカオサンエリアの開発計画を巡る言説の要約を、開発の内容ごとに並べたものである。

開発計画の具体的な内容は、PR活動の強化、歩道整備や電線の地中化などの物理的な環境整備、イベントの企画と実施¹⁷⁾、セキュリティの強化等、多岐にわたる。これらが計画される際には、行政、または地元の事業主たちが構成する団体のメンバーによって、「カオサンはバックパッカーコミュニティの中心地であり、重要なマーケット」「あらゆる階層の旅行者の目的地となるように」「タイの娯楽と文化の普及」「本物のソングラーン（タイ正月）を外国人に見せたい」といった意見が述べられている。現在のカオサンエリアの開発計画は、行政と地元産業界の協力¹⁸⁾のもと、グローバルなツーリズムへのさらなる参入を見据えた空間づくりを指向している。

その一方で、開発計画を支持する言説に対して、反対を表明する

表4 カオサン通りの開発をめぐる言説

	グローバルな開発を支持する意見	ローカルな特徴の保全を主張する意見
PR活動の強化	バックパッカーコミュニティの中心であるカオサンは重要なマーケット。カオサンのTATオフィス(観光案内所)を重視すべき。 (首相府職員) バックパッカーだけでなく、あらゆる階層の旅行者の目的地となるようにカオサンをPRする。 (バンコク都)	カオサンのPRによって、どのような人が集まるのかわからない。犯罪の増加に繋がる。 (旅行代理店員)
歩道整備と歩行者専用道化	カオサンはツーリストが多い。美観を保つためにも、歩道を整備し、歩行者専用道にすべき。 (バンコク知事)	歩行者専用道が日常化すると屋台の営業は規制され、安い食事が提供できなくなる。 (屋台営業者)
電線の地中化	視覚的な乱雑さを解消するため、カオサンの電線の地中化工事を検討。 (バンコク知事)	カオサンを傷つけるようなリスクは犯さないでほしい。この計画がもし失敗したら、カオサンはツーリストをひきつける場所ではなくなるだろう。 (投書欄)
イベント開催	歩行者専用道化のアイデアはタイの娯楽と文化の普及のためのもの。これが成功すれば、さらにタイ風の娯楽活動やパレードの実施を企画している。 (Bang Rak district director)	通りでこうした祭りを行なうことは、ノミ行為や非合法的な物売りなどの商業活動を招く。 (イベント参加者)
特定国籍旅行者の宿泊拒否	犯罪率の高い国の旅行者は、宿代をいくら払っても宿泊させないように、宿泊施設どうして協力しあう。安心は通りの魅力の大きな部分である。 (Khao San Road Business Association委員長)	犯罪率が高い特定の国の人間を宿泊させない、という策は、「もしあなたが黒人だったら、貸す部屋はない」と言っているようなものだ。 (投書欄)
ソングラーン(タイ正月)祭典への参加スタイルの指示	本当のソングラーンがどんなものかを外国人に見せたい。近年見られる有害な行為は取り除く必要がある。 (文化大臣)	(タルカムパウダーや水鉄砲の)禁止は訪問客を遠ざけるに違いない。 (エリアで水鉄砲を売っていた男性)
	伝統的な衣服を着て、礼儀正しくソングラーンを祝うように。 (バンコク都)	ソングラーン中のカオサンの売りは楽しさと自由だ。 (カオサンのパブのオーナー)
	肩ひもの細い服やひものない衣服はソングラーンにふさわしくなく、それらの衣服を着たものはこのエリアに入れない。露出度の高い服を着るよりも、北部の青い襟なし服を着るように。 (市の事務員)	それでは、何を着ろ、と言うのか? 電灯の美しさは何を着るか、の中にあるのではなく、私たちの心の中にある。 (祭に参加した女性)
		昔の女性は胸までの、今の服よりも露出度の高いものを着ていた。禁止はまちがっているし度が過ぎる。 (タマサート大学講師)

言説が現れている。歩道整備と歩行者専用道化の計画に対しては、それが屋台の出店の規制につながるとして、屋台経営者が「安い食事が提供できなくなる」と述べ、通りの美観を作り出すことを意図した電線地中化の計画は「カオサンを傷つけるようなリスクは犯さないでほしい」という意見を招いた。実施されたイベントに対しては「すべてがオーガナイズされており、想像性や自発性がない」、ソングランにおける振る舞いの規制には「ソングラン中のカオサンのセールスポイントは楽しさと自由だ」などの反対意見がある。

旅行者へのインタビューにおいては、一方では「カオサンが便利になるのは良いことだ」「インターネットの店が多いと非常に便利なので良い。何でもある」「バンランプーは西洋人にとってナンバーワンのエリアだ。安全で、何でもある。分からないことがない」「旅行しやすいようにオーガナイズされていて良い」など、グローバルなツーリズムの拡大に対応してエリアが開発されてゆくことに賛同する意見がみられた。しかし他方では、「ここはツーリストチック過ぎる」「もはやここは人も雰囲気も、本当のタイではない」「ここはバンコクではない。本当のバンコクを見たいなら、カオサンからは出るべき」など、現地のローカルな特徴を欲求し、こうした開発に異を唱える意見がある。

カオサンエリアのバックパッカー・プレイスはグローバルな要素とローカルな要素が相互に混ざり合い、そこに多様な人びとが関わることで重層的な空間を形成していた。その空間の開発に対して現れてきた言説は、グローバル・ツーリズムを支持し、積極的に取り入れようとする見方と、ローカルな社会・経済・空間の文脈を重視し、その保全を主張する意見に大別される。

5. まとめ

カオサン通りを中心としたバックパッカー・プレイスでは、建築物や商業活動において、複数の異質な類型が混在しており、そのそれぞれがバックパッカー・プレイスを形成する重要な要素として併存している。エリアに集まる人びとは対照的な特性を持つタイプに分かれ、それらが複雑に組み合わせられてエリアの社会を作り出している。カオサンエリアは様々な構成要素が層を成すように積み重なることで形成されてきた。バックパッカー・プレイスの空間はこうした多彩な要素を受け入れる柔軟性を有している。そのことが安宿街カオサ

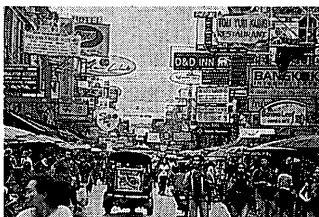


写真1：カオサン通り



写真2：民芸品を売る露店



写真3：ショップハウスを利用した宿泊施設



写真4：インターネットを利用する旅行者

ンエリアの魅力を引き出してきたと思われる。

こうしたバックパッカー・プレイスの観察から浮かび上がるのは、空間の機能・形態・意味の定義づけをめぐる論点である¹⁹⁾。カオサンエリアは雑多な要素から成り立ち、その空間を単純に定義づけることが難しい。空間の柔軟性とは、換言すれば、空間に関する諸定義が複合しかつ変容し続けているということである。翻って、開発とは、空間に対して何らかの新たな定義づけを行う試みである。そこにつくる空間像を明確に設定して初めて開発の作業に着手できるからである。カオサンエリアでは近年になって開発計画が立ち上がってきた。現時点では、開発計画は地元ビジネス界と政府の協力のものと、グローバルなツーリズムへのさらなる参入を指向している。だが、カオサンエリアを単一の方向にむけて開発しようとする計画は、多くの対立意見を生んでいる。重層的な空間を特定の方向性のもとに収斂させることは、その多様性や柔軟性を縮減させ、カオサンエリアの魅力の減退につながる可能性が想定される。観光地の開発はこれから各地で実施されるであろう。その際に、グローバル・ツーリズムとローカルな場所の関係をどのように捉えるべきなのか、という論点は重要性をいっそう増すであろう。

注および参考文献

- 1) 地球の歩き方編集室：地球の歩き方 バンコク 03～04年版，ダイヤモンド・ビッグ社，2003.8
- 2) 新井克弥：メディア消費化する海外旅行 ～バックパッキングという非日常 バンコク・カオサン地区の定点観測，島根克己，藤村正之（編著），非日常を生み出す文化装置，北樹出版，pp.111～137，2001.3
- 3) 坂部英孝：タイ・カオサン地区における街の構造と生活環境，日本建築学会2000年度大会（東北）学術講演梗概集，（E2）建築計画，農村計画，教育，pp.261～262，2000.7
- 4) Askew, M. 'The Banglamphu District: A Portrait of Change in Inner Bangkok', The Thailand Development Research Institute Foundation, 1993.12
- 5) 前掲4)
- 6) 新井克也：バックパッカーズ・タウン カオサン探検，双葉社，2000.7
- 7) Worrell, B. J.: Legend of Khao San, Bangkok post, Jan 30, 2003
- 8) 屋台は店ごとに店時間が異なること、頻繁に移動することから、12～15時と19～20時30分の2回にわたって調査を実施した。
- 9) 安藤徹哉：都市に住む知恵 バンコクのショップハウス，丸善，1993.3
- 10) 上階と下階に違う店舗が入っているものなど、所有者あるいは賃借人が同一なのかどうか不明な若干のケースがある。
- 11) Lim, S.: A street paved with silver, The Nation, Oct 24, 2003
- 12) 旅行期間を「未定」と回答する旅行者が多数いたが、想定される最短の旅行期間を聴き出し、採用した。
- 13) 旅行全体の予算額から自国を出発する際の航空運賃料金を差し引き、旅行日数で除した金額。ビザ代、旅先で利用する航空運賃、土産購入のための予算などを含むため、旅行者が日常的に使用する金額はさらに低い。
- 14) ビザの期限が近づくと、近くの国境へ行き、一旦タイから隣国へ出国、すぐに再入国することで滞在期間をリセットする。
- 15) 記事によって「カオサン」の綴りが異なることがあるため、Khao San, Khaosan, Khao Sarn, Khaosarn の4パターンを入力して検索した。
- 16) 一つの記事のヘッドラインと本文が別個の記事として検索されることがある。ここでは検索された記事の文章を照合し、重複分を除いて教えた。
- 17) カオサンロードビジネス協会員への聴き取りによると、カオサン通りで開催されるイベントの数は増加傾向にある。政府観光局が計画と実施に関わったイベントは1998年に初めて1件開催され、2000年に10件へと急増した。その後も増加傾向は続いている。協会はさらに新しいイベントの企画を進行中である。
- 18) カオサンロードビジネス協会員によると、カオサン通りで行われるイベントは、まず同協会などの地元産業界が企画・提案し、それを政府観光局、バンコク都や警察等が法的にバックアップする形で計画・実施される。
- 19) 平山洋介：都市空間の現代，生活環境研究会（編），人間・生活・環境，ナカニシヤ出版，pp.136-147，1999.7，同：不完全都市，学芸出版社，2003.8

（2004年3月4日原稿受理，2004年9月3日採用決定）