

「カキ・リマ」
「五本足」と「高級レストラン」の間

佐藤百合

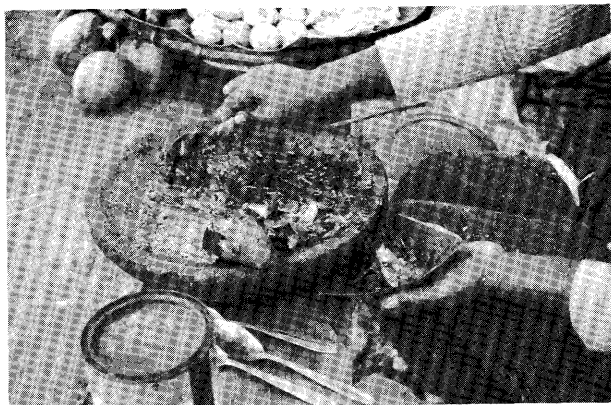
外食の原点 カキ・リマ、訳せば「五本（＝リマ）足（＝カキ）」となる。台車を曳いた「カキ・リマ」で歩く物売りのことをなぜ五本足というかは一目瞭然。台車の車輪が二本、物売りの足が二本、それに台車を停める時の支え棒が一本、合わせて五本足というわけだ。カキ・リマは、ベチャ（人力三輪車）と並んでインドネシアの風物詩の代表格である。ベチャの廃止が近年着々と進められているのに対して、カキ・リマのほうは今のところ健在だ。職を失った元ベチャ曳きに政府当局がカキ・リマ用台車を無償で供与したりもしている。

どこでも見かけるこのカキ・リマをインドネシアの外食産業の最末端に位置づけるにあたっては、多少の異論があるかもしれない。というのは、カキ・リマが売り歩く商品は必ずしも食べ物とは限らないし、また食べ物であっても生野菜とか食パンのように台所に直行するものもある。それにカキ・リマは基本的に物売り以上ではなく、椅子など持ち歩かないから、日本の

やきいも屋さんと同じく商品は持ち帰って家で食べることを前提としている。

けれども実際のところ、庶民の日常の中でカキ・リマは外食の原点にはかならないと私は思っている。庶民にとっておなじみの軽食メニュー、たとえば、サテ（焼鳥）、ピサン・ゴロン（揚げバナナ）をはじめとする揚げ物各種、ミー・バソ（牛肉団子入りラー麺）、マルタバック（野菜入りお好み焼き様のもはやチョコレート入り巨大ホットケーキ様のものなど）、ガドガド（ゆでたジャガイモ、いんげん、もやし、豆腐、ゆで卵などをピーナッツソースで和えクルブック（揚げエビせん）を散らしたもの）、ルジャック（パイナップル、ジャンプ、未熟のマングなどの果物を唐辛子と赤砂糖の甘辛ソースで和えたもの）などを、目の前でジュウジュウと、あるいはシャカシャカと手際良く作ってくれるのはカキ・リマの最も得意とするところだ。受け取った客はそのまま道端か縁石の上に座りこんで食べたり、食べ歩きしたりする。麺類やガドガドはもとよりその場で食べるものとして食器に盛ってくれ、代金も食べてから支払えばよい。

カキ・リマで買い食いする楽しみは子供時代からの日常である。小学校の出入口にはたいていカキ・リマがたむろしている。というのも、インドネシアの小学校は二部制なので給食やお弁当はなく、カキ・リマたちが十時のおやつや学校の引けた昼時の腹の足しに、水菓子やちよっとした揚げ物などを提供するのである。インドネシア語には「買い食いする」ジャジャン（Jajan）という動詞がちゃんとあって、母親たちは、日本でいう「道草」とほぼ同じニュアンスで、「ジャジャンしないでまっすぐ帰りなさいよ」と子供に声をかけるのが日常茶飯に



カキ・リマにも庶民の台所にも欠かせない石の皿（ayah）とつぶし棒ムントウ（muntu）。これで調味量をつぶし、混ぜ、和え物をつくる。写真は、ルジャックができて上がったところ。

なっている。

個食中心の カキ・リマが決まった
伝統的外食形態 時間に決まった場所

店を出すようになると、長椅子を用意したり商品の陳列棚を設けたりして、これはもう立派なワルン（屋台店）になる。同じワルンでも、屋根付き台車に長椅子一脚のものから、テーブルと長椅子を一〇組ほど備えテント風に屋根と横断幕を張り巡らしてソト・アヤム（鶏のスープ）などと大書したもので、規模はさまざまだ。さらにこの大型ワルンが常設となればルマ・マカン（〇×食堂といった感じ）になる。

ワルンとルマ・マカンでの典型的なメニューに、パダン料理がある。パダン料理は西スマトラのパダン地方の料理だが、パダン人によるパダン料理屋はジャカルタや、ジャ

ワ、マルク地方など全国的に広がっている。鶏肉、牛肉、卵、野菜などをにんにく類、ココナツミルクと香料を使って煮込んだり、煮込んだ後に軽く焼いたりした幾種類もの惣菜が店頭に並べてあり、お客はその中から一、二種類を選んで白飯にかけてもらって食べる。惣菜は香料が効いているので作り置きができるし、客もたとえ毎日利用してもさまざま惣菜が楽しめるので、作るほうと食べるほう双方にとって合理的な方法である。官庁や大学の食堂でもこのパダン料理方式が主流になっている。

カキ・リマ↓ワルン↓ルマ・マカンは、移動性の高いものから常設へ、軽食中心からご飯物へ、という変化はあっても、一つの連続線上に位置するインドネシアの伝統的な外食形態である。これらに共通するのは、お客は基本的に個人であり、仕事や用事の合間にちょっと空腹を満たす場となっていることである。申し合わせて一つ場所が集まり、「食」を介して互いの親交を深める場としては機能していない。ハレの日の「食」の形として自宅で催す「ペスタ（パーティ）」はあっても、一家総出で外食する発想は庶民にはまだなかったといってもよい。

新しい外食文化 さて、これまで述べてきたカキ・リマとその延長にある外食形態とは次の芽生え 元を異にして、いわゆるレストランと名づけ得るものには、大ざっぱに言って、次の三種類がある。

一つ目は中華料理屋。ピンからキリまであるが、華人による華人のための料理屋で、しかも家族一族の団らんのための貴重な場である点でインドネシア在来型とは著しい対照をなしてい

る。大家族が集まるので一組が三〇人、五〇人となることも珍しくない。

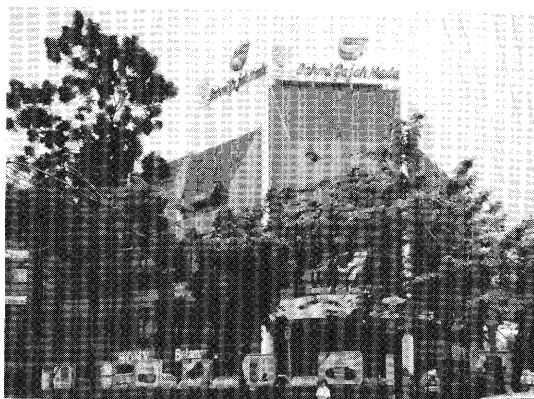
二つ目は、外国料理レストラン。西洋、日本料理はもちろん、韓国、タイ、ベトナムまで各種あり、客層は外国人と高所得層に限られている。外国人向けの高級インドネシア料理レストランもこの部類に属するだろう。

最も新参の三つ目が外資系ファーストフード。一九八〇年代前半にケンタッキーフライドチキン、アイスクリームのスウェンセンズ、バーガーキングが相次いで進出、日本からはほっかほっか亭がこれに続いた。九〇年にはいよいよマクドナルドが有力紙に一面広告を出す鳴り物入りで、ジャカルタに上陸した。

古参の中華料理屋はともかく、第二と第三のタイプが急速に都会に繁殖するにつれて、それぞれに微妙な変化が現われてきた。

まず外国料理レストラン、特に数の増えた日本料理店は、日本人に対して限りなく母国に近い味と雰囲気を提供するものを一つの極とし、インドネシア人に対して彼らの舌と財布に合うよう多少アレンジを加えて出すものをもう一方の極とした、両極分化が起き始めた。その結果、焼肉、しゃぶしゃぶは現地の一流企業のサラリーマン程度なら手の届く異国料理となった。そして、彼らの間に会社仲間のちょっとした会食を外で催すという新しい文化が芽生えるのに一役買っているようにみえる。

一方、外資系ファーストフードでは、もともと日常的な惣菜である鶏の揚げ物に洋風のフ



「バッキン・ガジャマダ」チェーンの最大店舗。
2階と3階がレストランになっている。

レーバーをつけたフライドチキンが、ハンバーガーもサンバル（唐辛子のソース）をつけて食べさせるというローカル化が人気を決定的にした。こ

うしてケンタッキーフライドチキンは、若年の友人同士や子連れの若い母親などが出入りする、従来のレストランにはなかった外食文化を創り出すきっかけとなった。

庶民向け外食 産業の成長 こうして近年、カキ・リマの延長であった在来型と、

庶民には手の届かなかったかつてのレストランとの間に、新しい外食産業が育ちつつある。

一つの典型例は「バッキン・ガジャマダ」だ。

すでにチェーン店化しているが、休日には五人、八人といった規模の家族連れで、どの店も大賑わいとなる。資本は現地の華人系だが、普通の中華料理屋と違って売り物はカキ・リマレベルで庶民におなじみのミー（麺類）中心なので、華人系のお客はむしろ少数派である。

筆者の限られた観察では、このチェーン店は、お客の注文と厨房への指示をコンピュータで直結した最初の外食店ではないかと思う。お客は、レジの機械が数台並ぶカウンターで注文し、先払いする。レジで会計された注文は機械的に厨房へ連絡され、該当するテーブルへボーイが料理を運んでくるといふ仕組みだ。

このような新しいタイプの外食店の繁栄は、まずケンタッキーフライドチキンの成功に時代の流れを読んだ華人企業家の商才にも負うところが大きいが、インドネシア人庶民の食習慣と懐具合いとに大きな変化が起きていることの証しといえるであろう。

(さとう ゆり／アジア経済研究所経済協力調査室)