

〈書評〉

武田尚子著

『もんじゃの社会史 東京・月島の近・現代の変容』

(青弓社, 2009年1月刊, B5版, 209頁, 2100円)

齋 藤 鮎 子

1

2009年3月28日から高速道路の一部で、土日祝日のETC搭載車の通行料金の上限が1000円になったこともあり、テレビ・雑誌などでコーナーを設けて「ローカルフード」が紹介されることも多くなった。ここでいう「ローカルフード」は昨今では、観光資源として重要な役割を果たしている。観光客にとってはその地域でしか食べることの出来ないというプレミアム感と、普段の生活を離れた「非日常」を体験すること自体が楽しみである。

「ローカルフード」とはある特定の地域で育まれてきた独特な食べ物のさすが、伝統的な郷土料理の枠を超えてマスコミに宣伝された新しいタイプの郷土料理・食材というニュアンスが内包されている。テレビや雑誌では、その食がいかに美味しく珍しいかを紹介するだけであり、根本にある「ローカルフード」を育んできた歴史や地域性はほとんど紹介されていない。一口に「ローカルフード」と言っても、その本質を解き明かすことはさまざまな学問からのアプローチが必要である。とりわけ、その地域の社会史のなかにローカルフードを位置づける作業は重要であると評者は考えている。

本書は「もんじゃ焼き」という今やローカルフードとして全国区になった東京下町の食を、社会史の観点から文献資料を読み込み、経営者への聴き取りを行い、100年のタイムスパンでマクロ・ミクロの双方の視点から月島における都市空間（地域）形成過程に関連づけて分析している。安易なサブカルチャー論ではなく、詳細かつ骨太なモノグラフである。筆者の勤務する武蔵大学のゼミの学生とともに月島で聴き取りを繰り返し、「もんじゃ」という「ローカルフード」に関わりのある人々の生活を明らかにすることで、ローカルな地域社会の成り立ちを地域社会史として位置づけた好著である。

本書はまえがきにあたる〔いらっしやいませ〕に続いて、本論が9章あり、それに終章、あとがきに相当する〔ごちそうさま〕で構成されている。

〔いらっしやいませ〕

第1章 月島のルーツ

第2章 もんじゃストーリーのツールー西仲通り形成史

第3章 もんじゃ経営者のルーツ その1：自営業主と家族

第4章 もんじゃ経営者のルーツ その2：工場労働者と家族

第5章 路地に広がる月島メモリーー子どもと女性のもんじゃ文化

第6章 マクロな都市空間の変化と月島—都市空間の機能分化

第7章 月島もんじゃの「進化」

第8章 もんじゃ経営者のスキルとネットワーク

第9章 もんじゃの味わいと家族

終章 「月島」もんじゃから見る空間構造と社会構造

〔ごちそうさま〕

以下、評者の方法論や手法の学習もかねて、詳しく本書を紹介していきたい。

2

第1章では、約100年にわたる東京湾の埋立史の中で、月島という都市空間形成を論じる。これが筆者の言うマクロな視点である。それに対し、月島におけるもんじゃを消費・供給する人々や彼らのルーツやなど、関係する人々を通してローカルな地域社会の成り立ちを考察する手法をミクロな視点とする。その2つの縦糸・横糸の交叉の中に、「もんじゃの社会史」を見事に紡ぎ出した。これが著者のいう「空間構造と社会構造の関連」である。

第2章では、京橋月島新聞社編の『月島発展史』（1940）に掲載された「月島の露店を語る座談会」記録にもとづき、西仲通りの形成史を分析する。著者は過去の西仲通りにおける男性と女性の行動範囲や、行動時間を分析して形成史を論じる。このような分析手法はジェンダー地理学でも用いられるが、近年の社会地理学では論が先行して実証が手薄なだけに、大いに参考となった。

結論として、著者は内店自営業者と露店零細自営業者間の明確な社会的地位の違いを指摘し、露店零細自営業者集団は内店自営業主層へ階層移動する予備軍として、その域内でのキャリアアップの可能性を論じている。縁日などに出店する露天商との違いを明確にしている点も卓見である。

第3章はもんじゃ屋の密集地帯西仲通りにおけるもんじゃ屋経営者にインタビューを行い、家族史を読み取っている。インタビューをもとに、もんじゃ屋経営者の社会移動をキーワードにして、もんじゃ経営者を生み出した社会基盤から考察する。その経営者の多くは女性であったことから、女性のニッチ業種への参入という視点も持ち合わせている。

第4章では、もんじゃ屋経営者のもう一つのルーツとして工場労働者に注目する。この章の圧巻は、内務省衛生局の『月島調査』の多面的な活用である。『月島調査』は1918～20年に実施された日本で最初の総合的な都市社会調査で、実質の調査を指揮したのは東京帝国大学教授の高野岩三郎である。後に大原社会問題研究所の所長にもなる労働問題の権威である。高野が扱う対象はフォーマルな工場労働者である。調査内容には、飲食店、露店、寄席などの商業・娯楽関係事項も含まれる。正確な実態把握のために、写真撮影、社会地図作成、統計処理など当時としては斬新な調査手法を採用している。保健衛生の範囲を超え、経済的・社会的側面にも目配りをした総合調査である。しかも娯楽調査を主に担当した権田保之助は、「のちに日本の民衆娯楽研究の

草分けといわれるようになる人である」(71頁)。

特に著者が資料として重要視したのは、法政大学大原社会問題研究所所蔵の『月島調査』の「未発表データ・資料」である。調査報告では調査者の属性を伏せた家計状況や収入分類が記載されているが、「未発表データ・資料」を併用することでより明確な労働者像が浮かび上がる。これらをもとに、各地域の産業別従業者数から地区別特徴を考察し、社会構造が異なる特徴ある複数の地区の存在を指摘する。

3

第5章以下が直接もんじゃ屋を育ててきた母体でもある駄菓子屋の考察と、もんじゃ屋経営の実態である。大人向けの内店や露店が娯楽の中心地・西仲通りに集中しているのとは対照的に、駄菓子屋は路地の出口の角地に分布しているという発見は、分布図の検証から可能となった。駄菓子屋経営者のほとんどは長屋に住む女性たちで、彼女らを筆者は「超零細自営業者」と定義する。「内店自営業主層」、「露天零細自営業層」に加えて、「超零細自営業者層」の三層構造の複合的な空間構造・時系列を見事に浮き彫りにしている。

第6章では月島における産業別就業者の変化について展開する。月島の対岸に1935年開設された築地市場（中央卸売市場）だが、40年の勝岡橋^{からどき}の開通後に月島の交通が便利になった。このため月島では、都心から近距離の割には地価が安い^{からどき}ため、水産加工食品に限らず、一般食品も含めた食品関連産業が立地し、その工場就業者人口が増加した。しかし1979年に石川島播磨重工業（1960年に石川島重工業と播磨造船所が合併）が月島から移転したことで変化が生じる。さらに域内を貫通していた都電の廃止（68年）と70年のスーパーマーケットの開業が変化に拍車をかける。交通網の変化は人の動線に影響し、商店の売り上げを左右した。東京のウォーターフロント開発は、地下鉄の開通を契機に1980～90年代に月島のローカル・アイデンティティの変容が進行する。著者は産業別就業者数の変化から、かつて製造業等従業者集住地域だった月島がサービス業等従業者集住地域へと変化し、住商工混在地域から「工」が抜けて、住商地域へと空間の機能分化が進んだ過程を分析する。また「商」の内容も、月島の住居者を対象としたものから、観光客を取り組む形態に変化したと指摘する。

第7章では、月島におけるもんじゃ屋に「こどももんじゃ」、「大人もんじゃ」、「革新もんじゃ」、「フリーライダー」の4類型を設定し、その発達・進化過程を、店舗の立地や営業者の社会的属性から考察する。第一段階の超零細自営業は「子どももんじゃ」である。次の段階が「大人もんじゃ」である。「大人もんじゃ」は大人の口に合う飲食店スタイルで提供されるもんじゃの屋のことである。西仲通りに面した店舗を活用した「もんじゃ立地空間」（140頁）に恵まれていた点が「大人もんじゃ」の成立要因とする。第三段階の「革新もんじゃ」は、味のバリエーションと質を高める工夫をこらしたものである。1980年代の新規参入店が生き延びるには外部からの勧誘しかなく、「もんじゃ立地空間」は表通りから路地へと拡大していった。立地条件の不利さを味で工夫せざるをえない状況下におかれていた。これは通常の商業立地論からは逆説であ

る。この「革新もんじゃ」により「もんじゃテイスト」、「もんじゃ立地空間」は新たな展開を見せ、「月島もんじゃ」というローカル・アイデンティティが確立されたと筆者は主張する。第四段階の「フリーライダーの参入」(154頁)とは、1990年から現在にいたるまでの後期開業者のことである。第三段階における「革新もんじゃ」により、月島もんじゃのメディア露出が増加した。このブームに便乗したフリーライダーには、「地付層フリーライダー」と「転入者フリーライダー」がある。前者はほぼ地元出身者で小さいときに「子どももんじゃ」の経験があり、西仲通りに店舗を所有している。それに対して後者は月島の出身ではなく、「子どももんじゃ」の記憶もない。路地裏の所有家屋を活用している一群と、不動産を取得・賃貸してコストをかけて参入するタイプがある。

これらの4つの段階を経て現在の「月島もんじゃ」がある。「月島もんじゃの進化」(139頁)に伴い、1997年に「月島もんじゃ振興会」が設立された。「月島もんじゃ振興会」は2002年に法人化され振興組合となる。2008年現在、月島にはもんじゃ屋が71軒あるが、そのうちの65店舗がこの組合に加入している。その3分の1を越える22店舗が女性名義で加入している。この組織が「月島もんじゃ」の宣伝活動のとりまとめを行っている。現在では90%が地元外からの観光客で占められる。

4

第8章と第9章では「月島もんじゃ」のジェンダー論が展開する。女性もんじゃ屋経営者が経営と家族の2つの領域で調整や交渉を重ね、自己実現を果たすために獲得してきたスキルとネットワークについて論じる。著者は2人の女性からの聴き取りにより、月島が築地市場に隣接し、かつ、食品製造業工場や食品関連産業の事業所が多いため、フード産業関連のスキルを身につけてもんじゃ屋開業にいたるノウハウのプロセスが存在すると論じる。

次に著者は、初期・中期開業者と後期開業者では、もんじゃ屋経営のスキルの獲得方法が異なっている点に注目する。中期開業者は「革新的メニュー」を考案し、経営スキルを磨いた。後期開業者(地付層フリーライダーと転入者フリーライダー)のスキル取得方法には次の2つがある。①地付層フリーライダーの特権であるローカル・ネットワークを活用する。②転入者フリーライダーは、「子ども」や「食材」などの媒体手段を通して同業者との間にネットワークを形成し、サポート資源としていく。

「食材」を媒体としたネットワークは同業者間における分かち合いであり、小規模の緊密なネットワークである。男性社会とは違い、地位や肩書に頼らない独自のネットワーク作りであり、女性の人間力を的確に読み取って、経済原理だけで対象を扱っていない点は、筆者の強みでもある。

第9章では、女性を中心とした家族ともんじゃ屋経営の関連性について論じる。自営業主家族の労働領域として、主に経営と家事(育児・介護を含む)2領域がある。この2領域の労働をこなしてきた女性のインタビューをもとに、著者は女性経営者ならではの2領域の葛藤を読み取

り、こうした女性によって現在の「もんじゃストリート」のにぎわいが形成されていると見る。著者はもんじゃ屋経営という表の部分から、「家族」とそれに関わる「家事」という内面に切り込み、女性のサクセス・ストーリーだけに留まらず、家庭を持つ女性たちに共通の問題を浮かび上がらせている。

最終章は全体のまとめとして、空間構造と社会構造の両面から「月島もんじゃ」を論じ、観光客と経営者のつなぎ役である「月島もんじゃ復興会協同組合」の存在意義を再論する。本書の特徴は「月島もんじゃ」を切り口に、約100年の月島の空間構造と社会構造の変容を、マクロな視点とミクロな視点を縦横に駆使して論じた点である。マクロな視点では、ウォーターフロントの拡大、産業空間の再編、都市交通の再編をあげる。ミクロな視点では、月島に人口流入が始まる1903年からを対象に、独特な商業空間である西仲通りの発展史にもとづく内店自営業主と露店零細自営業主の社会構造、さらに戦前期に登場する超零細自営業女性が営む駄菓子屋による多元的な空間に著者は着目する。この月島というローカル空間に存在した商業者の三重構造がほぼ崩壊しかけたところ、超零細自営業女性たちがはぐくんできた遺伝子が「月島もんじゃ」として活性化し、ローカルな商業空間を甦らせて、「ローカルフード」が全国区として確立していく。

最後に、著者はロバート・パットナムの社会関係資本の概念を援用してもんじゃ屋を位置づける。パットナムは、外部志向的で異なる社会集団を連携させる機能を果たす社会資本を「橋渡し型」、内部志向的で特定の社会集団の構成員の連帯を強め、その集団への帰属感・アイデンティティを強化する機能を果たす社会関係資本を「結合型」とした。月島における初期・中期開業者グループと、後期開業者グループをつなぐ役を「月島もんじゃ復興会協同組合」と位置づけ、これらにより結びつけられる関係を「橋渡し型社会関係資本」、初期・中期開業者のグループが持つ集合的記憶や人的ネットワークの凝集性を「結合型社会関係資本」とする。このもんじゃ経営者集団の図式化は、社会学の知識が少ない評者にとっても解りやすい。

さらに著者は「結合型社会関係資本」を形成し、初期・中期開業者に強く保持されている文化的資源を次の3種類に整理する。もんじゃという子どもの文化・食文化でもある「労働者の生活文化」、女性の労働パターンやローカル・ネットワークを反映する「女性文化」、家業を通じて形成される近隣ネットワークや顧客ネットワークである「自営業主の経営資源」がそれに相当する。この「月島もんじゃ」は、複数のサブカルチャーから構成されているローカル文化の成り立ち、そしてもんじゃ屋経営者集団の構成、ローカル社会の構造、マクロ・ミクロの都市空間の変化を読み取る材料であると位置づける。

5

本書は、「月島もんじゃ」というローカルフードを材料にして、都市空間を分析している。一見すると際物的な材料だが、著者の丁寧な空間分析により、論理的かつ説得的なものとなっている。例えば、マクロな視点として、月島を中心とした東京都の埋立史を論じることで、大まかな都市空間を把握している。そこにミクロな視点として、月島に生活する「人間」に焦点を当てるこ

とで、ローカルな地域社会分析が可能となった。「月島もんじゃ」を切り口に、マクロ・ミクロの両方から都市空間の成り立ち、つまり空間構造をさぐり、ローカルな社会構造との関連を論じている。『月島発展史』や『月島調査』などの資料選択の的確さが本書の学問的価値を高めている。

著者は社会学者である。社会学が得意とする濃密なインタビューから、文献資料では把握できない「家族史」や「サクセス・ストーリー」、開業の理由などの人間の記憶・心理に入り込み分析している。分布図から当時の商業空間を考察し、空中写真などから現在の月島への変遷過程を論じている。しかも、家政学・栄養学などで扱う「食」が数字に還元する際に見落とししたものを題材にし、地理学の得意とする空間分析もとりにこんで社会史を丹念に分析している点では、本書は学際的な研究でもある。

若干の本書の注文点をあげてみたい。著者は月島の歴史を丁寧に分析しているが、現在の月島の様子は「もんじゃストリート」があり、賑わっていることしか書かれていない。現在の月島の人口、産業別就業者数、現在のもんじゃ店の分布など、現在の月島全体の分析・説明が、過去の慣性はどうむすびつき、断絶しているかの考察や今後の展望について触れて欲しかった。

本書の地図で注文を付けるとすると、『月島調査』からの引用した分布図を重ね合わせて新たな主題図を作成し、当時の主題図を現代の主題図と重ね合わせて対比することで、よりに読者に空間の変遷が理解しやすくなると思われる。

また、月島とその周辺地域を含んだ「もんじゃ焼き」の発展と地域の出来事を盛り込んだ年表が巻末にあったら、読者にはより理解しやすかっただろう。

評者は2008年度に関西大学文学部に提出した卒業論文で、「ローカルフード」によるまちおこしと観光化について、出身地でもある「富士宮やきそば」を対象に論じた（タイトルは、「富士宮やきそば」によるまちおこしと観光化―すきま商いが表舞台に出ることの光と影―）。

「ローカルフード」を中心とした食文化は、地理学でもあまり扱われていない。「富士宮やきそば」は、地元出身者が中心となって「富士宮やきそば学会」を設立し、「B-1グランプリ」（B級グルメグランプリの意）に参加した。現在、東京から毎日定期高速バス「やきそばエクスプレス」もでる程の盛況を誇っているが、この「ローカルフード」のルーツは女性の副業、駄菓子屋であり、それを受容した外来者（製紙工場の若年女性労働者）と子どもにあるなど、もんじゃと共通点も多い。ただし、「月島もんじゃ」も「B-1グランプリ」に当初は意欲を見せたが、途中で辞退している。その温度差は、すでに十分に表舞台に出た月島もんじゃと、重層する歴史の違いでもある。東京という世界都市のひざもとという月島の立地の有利性と人口規模の違いも否定できない。

評者の目下の関心は、文化地理学、とりわけ食文化をめぐる地域社会の分析である。本書は食文化をテーマとした地道な空間分析や地域社会の考察を行うためには避けて通れない指針となる一書であることは間違いない。

（関西大学大学院文学研究科・博士課程前期課程）