

「マニラの都市ライフスタイル新潮流」(連載4回)

第1回 メトロマニラの階層社会と市民のモール文化及びブランド意識



主執筆者

Carlos Luis L. Santos (カルロス・ルイス L・サントス)
アテネオ・デ・マニラ大学 日本語講師 専門分野：日比の比較文化
(履歴詳細は、文末参照)

はじめに

フィリピン共和国は、人口約 1 億人。アジアとスペインと米国の文化が融合し、独自のライフスタイルを持ち、親日度が高い国である。地理的特性を見ると、南シナ海、セレベス海、フィリピン海の中核に位置し、国土面積は約 30 万km² (日本の約 8 割)、7019 の島々からなる島嶼国家である。アジアの主要都市へのアクセス条件は良く、その地理的優位性は高い。マニラ首都圏は、人口約 2000 万人と、世界でも有数の大都市である。2012 年の名目 GDP は、約 2500 億ドル、GDP 実質成長率は、他のアジア諸国の成長率が鈍化する中で 6.6% アップを達成。メトロマニラ (マニラ首都圏) には、新しい中間層も出始め、また都市開発も進み快適なグローバル都市として大きく変容している。

しかし政治的、社会的、経済的な問題も多い。国民の経済的格差が大きく、1%の富裕層、9%の中間層、そして 90%の低所得者層に階層化されている。また失業率は高く、海外出稼ぎ労働者として約 1000 万人が海外へ働きに出ている。そして日本では、治安が悪い、危険な国であるというイメージが伝わっている。

だが等身大のフィリピンは、多分にその様相は異なる。平均年齢は 23 才と若くエネルギーであり、新興中間層も登場し消費市場は拡大している。フィリピン人の価値観は、カトリックを精神的な基盤として、家族を大切に、楽観的であり、外部に対し寛容性の高い国である。また公用語は、フィリピン語に加え英語がある。インフラ環境などの未整備な状況はあるものの英語でのコミュニケーションが可能であり、外資系企業にとっては進出の魅力が高い。ある意味では、フィリピンは、社会的にも経済的にも、ひとつの尺度で捉えられず、また様々な異文化が混交し複合化した魅力のある国である。今回は、日本

の隣国でありながら、実像が正しく伝わっていないメトロマニラの都市ライフスタイルに焦点を当て取材する。

第一回は、フィリピンの歴史と人口動態、そして消費市場拡大の象徴としての大型ショッピングモールについて。第二回は、フィリピン人の価値観と食文化とコンテンツ文化について。第三回は、拡大する都市化の現状と流通業態の変化、そして海外出稼ぎ労働者 (OFW) について。第四回は、社会問題の解決、そして富裕層、中間層、低所得層の今後の動向、そしてまた日本との交流について。以上の内容について、関係者への取材、文献や各種データに基づいて報告する。



出典：google マップ

アジェンダ

1. フィリピンの歴史

- 1) マレー世界における海洋民族としての源流を探る
- 2) スペインと米国の植民地時代 —自由と独立を求めて—
- 3) 独立から「エドウサ革命」、そして現代社会
- 4) フィリピン人の価値観の形成

2. ピラミッド型の人口動態と雇用問題 —平均年齢 23 才—

- 1) 人口動態
- 2) 雇用の拡大が必要

3. アジアでも高い成長率を達成しているフィリピン経済

4. 格差の問題

- 1) —握りの超富裕層と多くの貧困層の実態
- 2) 構造的な格差問題の解消に向けて

5. メトロマニラ市民の生活文化 “ショッピングモール”

- 1) モールは市民の楽しい生活の場
- 2) フィリピンのモールの歴史と様々な業態
- 3) 富裕層から低所得層まで幅広く人気を集めるスーパーモール
- 4) 富裕層だけのブティックモールと街

6. フィリピン人にとっての理想のブランド

- 1) 富裕層にとってのブランドと低所得層にとってのブランド
- 2) 偽物ブランド品問題

*日本人研究者のレポート

1. フィリピンの歴史

1) マレー世界における海洋民族としての源流を探る

フィリピンの歴史は、スペイン史観により、マゼランのセブ島発見（1521 年）から始まることが多い。しかしその歴史は古く、2 万年前には先住民のネグリト人が、狩猟採集で生活していたことが明らかになっている。その後、オーストロネシア人（マレー・ポリネシア語派）が移住。前 2000 年には水田耕作が行なわれていた。3 世紀には東南アジアのスマトラ島王国、ジャワ島王国などの海洋民族との交流が行なわれ、またインド文化の影響や仏教などの影響も受けていた。10 世紀には、トンド王国が成立し、中国、東南アジア、アラブとの交流も行なわれていた。中国の記録にも「呂宋國」が首都を「トンド」（東都）に置くとの記述がある。

10 世紀には、サンスクリット系の早期カウイ文字（古代ジャワ語）が刻印された「ラグ

ナ銅版碑文」¹⁾に代表される高度な慣習法で統治された社会の存在も確認され始めている。また砂金から金を精錬して作った黄金の装飾物などが数多く出土し、豊かな文明の存在も裏付けられている。

14世紀には中東諸国との本格的な交流が始まり、イスラム教が伝来して1450年スールー王国が成立。日本との関係も古く、12世紀頃は倭寇の拠点として、また16世紀になると日本商人も御朱印船などでルソンとの交易を行ない、堺商人納屋助左右衛門が巨万の富を得たという逸話もある。17世紀初め頃のマニラでは、日本人街が作られ約3000人が居住し貿易に従事していた。備前のキリシタン大名「高山右近」も、日本国内のキリスト教徒弾圧によりマニラに移住。しかしその後の鎖国令により日本人街は衰退に向かったのである。

14～16世紀のルソン地域は、統一国家としてではなく、自給自足的な共同体（バランガイ）が地域毎に形成され、周辺地域と活発な貿易活動を行ないながら豊かな暮らしを送っていた。しかしヨーロッパの植民地主義が、この様な状況を大きく変えた。



*植民地時代に造られた San Agustin 教会



*敬虔な祈りを捧げるマニラ市民

2) スペインと米国の植民地時代 ー自由と独立を求めてー

16世紀初頭、スペインは、植民地獲得競争でポルトガルに後れを取っていた。そこでスペイン国王は、東回りで新航路を発見するようにマゼランに命を下した。マゼラン船団(233名、6艇)は困難な航海の末、1521年にセブ島に到着。マゼランは、原住民に対してスペイン王への服従と、キリスト教への改宗を要求。しかしマクタン島(セブ島の沖合い)のイスラム教の部族長「ラプラプ」(Lapu-Lapu1491-1542年)は拒絶。ラプラプは戦いの末、マゼランを殺害し、マゼラン船団を敗退させた。指揮官を失った船団は、なんとかスペインのマドリッドに帰港したが、その時の船団は25人、3艇に激減していた。

その後、スペインは、メキシコを植民地として、アカプルコとマニラ間の偏西風を利用

¹⁾ ラグナ銅版碑文：西暦900年頃、トゥンダン(現在のマニラ市トンド地区)の首長が、ある高官の負債を法的に不問にした証明書といわれている。古代ジャワ語が混じっているが、古代タガログ語や古代マレー語に近い言語と推測される。銅版の真贋も含めて今後の研究が期待される。

する海路で、東南アジアの胡椒や中国産の絹、生糸、陶磁器などの物産とメキシコ産の銀とを交換するガレオン貿易を始める。その権益を独占強化するために、抵抗する住民を弾圧してマニラを植民地化（1565～1898年、333年間）。そしてマニラを植民地首府として城塞都市イントラムロスを建設（1571年）。このガレオン貿易は、1815年まで続き、莫大な富をスペインやヨーロッパにもたらしたのである。

スペインは、植民地政策として、貨幣経済を導入。肥料などを貸し付け、返済不能になると借金代わりに土地を取り上げたり、またプランテーション農園などでフィリピン²の富を収奪するなどの植民地化政策を推進した。その様な状況の中で、太平洋に貿易拠点を求めていた英国東インド会社は、その権益を奪うためスペイン統治下のマニラを攻撃して勝利。2年間に渡り英国の占領地とした（1762年～1764年）。その後、支配権はスペインに戻るが、当時の国際情勢の中で、マニラは自由港になる。スペイン植民地政府は、マニラ麻、砂糖、タバコなどの商品作物を栽培し、新たな輸出品目として、欧米への輸出を拡大した。

19世になると過酷な植民地政策に対する反発が広がり、民族意識が高まってきた。その様な状況の中で「ホセ・リサル」³は、スペイン留学から帰国して、フィリピン民族同盟を結成。反スペイン闘争を繰り広げたが、捕らえられ処刑された。しかし独立に向けた闘争は衰退することはなく、逆に拡大した。

1898年になると、衰退するスペインとキューバやメキシコなどへの領土的野心を持つ米国との間で、米西戦争が勃発。米国は、スペイン系修道会や大地主に対して反発する「アギナルド」⁴を支援し、スペイン総督府を攻撃させて陥落させた。その結果、1898年パリ講和条約により、米国はフィリピンの領有権をスペインから2000万ドルで獲得。アギナルドは共和国独立宣言（1899年）を行なったが、今度は、植民地政策を遂行する米国との間で米比戦争が勃発。ルソン島の1/6が殺戮されるなど凄惨を極めたが、1902年米国により、再び植民地化（1898～1946年）された。

米国は、植民地統治として「友愛的同化」の宣言を行ない、英語による教育や米国的政治体制などのアメリカ化政策を推進した。その後、高まる反米運動が続く状況の中で、米国は1934年に10年後の独立を承認。しかしアジアの国際情勢は緊迫を極め、1942年日本軍が米軍を排除しマニラを占領。しかし占領に反発し独立を求めるフィリピン人による抗日ゲリラ戦が活発化。米軍は、1944年レイテ島に再上陸し、1945年マニラ市街戦で日本軍を破りマニラを制圧。戦場と化したフィリピンでは、犠牲者は110万人にも及んだ。

3) 独立から「エドウサ革命」、そして現代社会

戦後、フィリピンは、第三共和国として米国の支援のもとに1946年に独立し、資本主義陣営の一員として、経済発展に舵を切る。1956年には、日比賠償協定が成立し日本との国

² フィリピンの国名の由来：スペイン遠征隊が、スペイン皇子のフェリペ（後のフェリペ2世）にちなんで「イスラス・フィリピナス（フェリペに征服された島々）と呼んだことに由来する。

³ ホセ・リサル：フィリッピンの独立を目指した国民的英雄。（1862年～1896年）

⁴ エミリオ・アギナルド：革命家であり、フィリッピン最初の大統領（1869年～1964年）。

交を回復。

1965年マルコス政権が成立し、70年代に入ると輸出振興策と「コメと道路」の開発政策を行い、農地解放や経済発展を進める。しかしクローニー（取り巻き）政治や累積債務増大の問題などにより民衆の離反を招いた。政敵であったベニグノ・アキノ暗殺事件を機に、民衆によるエドウサ革命が勃発。20年間に及ぶ強権的な政治は終わり、コラソン・アキノが大統領に就任。公用語をフィリピン語と英語として民族教育に力を入れ、また規制緩和、分権政策などの自由化政策を推し進めるが、実績を出せなかった。次のラモス大統領（1992年）は、軍人出身で、反政府勢力との和解を成立させ、自由化施策や改革を強力に進め、経済発展や財政再建に尽力。1998年になると人気俳優で「貧者の味方」エストラダが大統領に就任したが、不正蓄財疑惑などにより失脚。副大統領だったアロヨが父に続いて大統領となり、電力改革やオフショアなどの積極的な外資導入策や農業開発を推進したが、汚職などの疑惑も生まれた。現在は、コラソン・アキノの息子のベニグノ・アキノが大統領に就任。前政権の汚職と腐敗を糾弾し、格差是正と財政の健全化を掲げ、増税法の成立や民間活力の導入などの政策を推進している。

4) フィリピン人の価値観の形成

フィリピンは、スペイン植民地が333年間、米国植民地が48年間、そして英国、日本が2年間と長きにわたり、植民地化された歴史を持つ。有史以来培われてきた独自文化は抹殺され、宗主国文化に塗り替えられてきた。そしてその過程の中で現在のフィリピン人の価値観は形成されてきたのである。その特徴は、カトリックの価値観、家族や地元を大切にする心、外国人や異文化に対する高い寛容性、争いを好まぬ性格、権力者に対する従順性、英語による米国的価値観と消費文化、また貯蓄より消費に勤しむなどである。この様な価値観に基づいて、現在のフィリピン人、そしてメトロマニラ市民の生活スタイルがある。



* 街角には様々な国の食文化がある



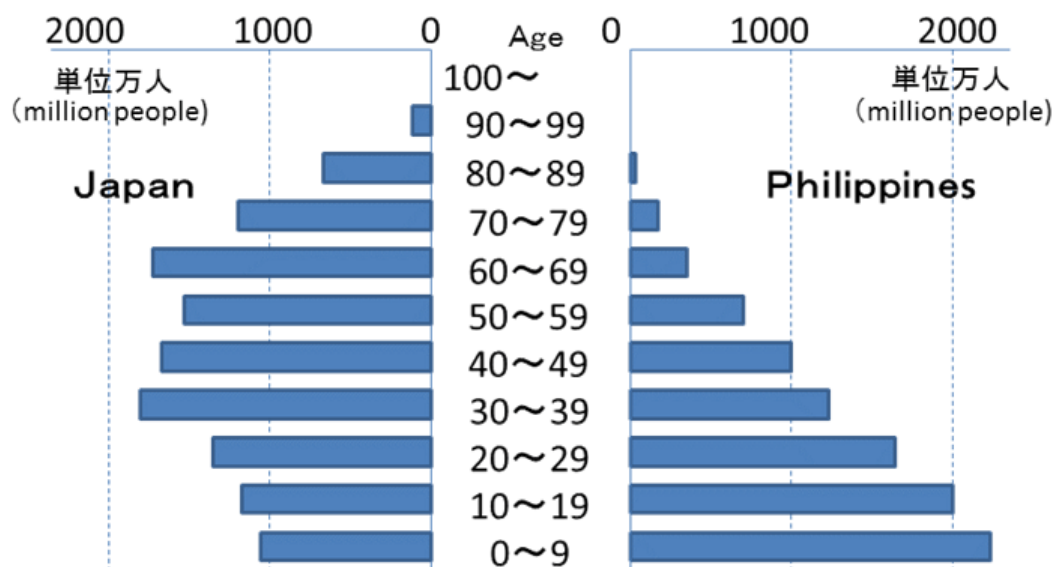
* 日常生活の中にカトリック教の教えがある

2. ピラミッド型の人口動態と雇用問題 —平均年齢 23 才—

1) 人口動態

フィリピンの人口は、2011 年約 9586 万人で、この 10 年間で約 2000 万人も増加している。そして 2050 年には 1 億 2700 万人となり、現在の日本と同じ人口規模に達することが予測される。民族は主にマレー系で、中国系やスペイン系のメスティーソ（混血）と少数民族が存在する。地域の人口分布は、マニラのあるルソン島地域 56.2%、セブ島のあるビサヤ地域 19.4%、そしてダバオ市のあるミンダナオ島地域 24.4%である。人口増加率は約 2%、出生率は 3.1 人と少子化が進む他のアジア諸国と比べても高い。その理由は、家族の絆が強く、子供は皆で育てるという生活慣習があり、また人口の 83%がカトリックで人工中絶や避妊を認めないことなどである。そしてこの国の大きな特徴が、14 才以下は 34%、生産年齢人口（15 才～65 才）は 60.3%であり、平均年齢が 23 才と若い（日本 44.8 才、中国 35.5 才、ベトナム 28 才）。そしてまた他のアジア諸国と比べても、65 才以上は 4%と高齢化率は低く、2050 年までは、社会保障や医療費等の負担は比較的軽く、人口ボーナス⁵が享受できる。但し、ピラミッド型人口動態は、必ずしも良いとは言えない。幼児死亡率の高さや中高齢者の保健・医療の問題の現れだからである。

グラフ 1. 日本とフィリピンの人口ピラミッド



出典：国連の中位推計（2010 年）

⁵ 人口ボーナス：老人や子供の数が少なく、生産年齢人口が多い状態で、その分、福祉や社会保障費の負担が少なく、新しい社会投資ができる。

2) 雇用の拡大が必要

労働力の視点で見ると、フィリピンは、豊富な労働力が存在する国である。しかし問題もある。国内労働人口は、約 4000 万人だが、国内での雇用が少ないために、海外出稼ぎ労働者が約 1000 万人にも及ぶことである。即ち、生産年齢人口の約 2 割が海外に職を求めて流出しているのである。この様な状態の放置は、国内の人口動態をゆがんだ構造にするので、産業創出による国内雇用の拡大を実現することは喫緊の課題である。

3. アジアでも高い成長率を達成しているフィリピン経済

フィリピン経済の変遷を見ると、50～60 年代は、米国の生産基地として発展を遂げたが、それ以降は他のアジア諸国と比べても低い経済成長率と格差が常態化していた。その理由は、大土地所有制や財閥支配で社会が硬直化し、中間層の育成や経済発展基盤の改革も不十分で、また政治的混乱などが続いたためである。

しかし 90 年代後半からは世界経済の牽引役はアジアに軸足を移し始め、フィリピンも成長のトレンドに乗り始めた。ここ十数年を見てもインフレ率は安定的に推移し、アジアショックやリーマンショックの影響もそれ程大きくはなく、プラス成長を確保し経済は比較的順調に推移してきた。

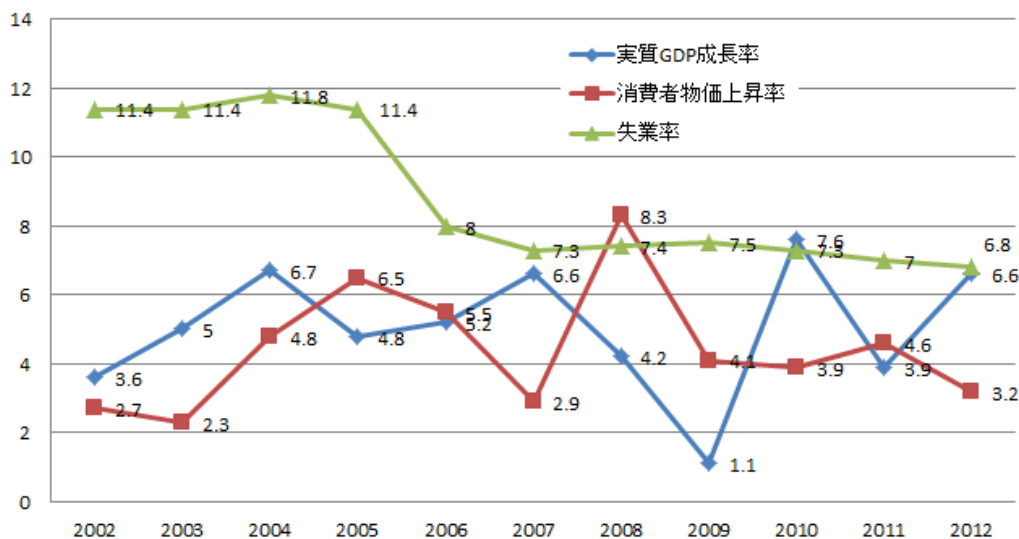
2012 年は、名目 GDP 約 2502.65 億ドル、実質成長率 6.6%、インフレ率は 3.2% と比較的安定し、近隣アジア諸国と比べても高い成長率を達成した。一人当たり名目 GDP を見ると 2614 ドルとなり、これからの消費市場の拡大が期待される。特に、マニラ首都圏で見ると一人当たり名目 GDP は約 7700 ドル（2012 年）と、既に都市型消費市場は活発化している。

2012 年の産業構造を見ると、GDP に占める割合と伸び率は、サービス業 6 割（前対 7.4% アップ）、鉱工業 3 割（前対 6.5% アップ）、農林水産業 1 割（前対 2.7% アップ）とサービス業への依存度が高い。特に、サービス業の中でもショッピングモール等の商業分野の比率は、約 3 割と大きい。これは、フィリピン経済の特徴であるが、個人消費が GDP の約 7 割と高いことによる。その理由のひとつは、海外出稼ぎ労働者（OFW）の送金額が 214 億ドル（2012 年）と GDP の約 1 割に達し、それが旺盛な個人消費を下支えしているからである。

またコールセンターや会計事務などのビジネス・プロセス・アウトソーシング（BPO）産業の伸び率は高く、2013 年には国内雇用が 100 万人に達すると予想される。その中でも、コールセンターは、英語の発音が米国に近く、訛りの強いインドからの移転が大きく進み、世界一の集積になっている。

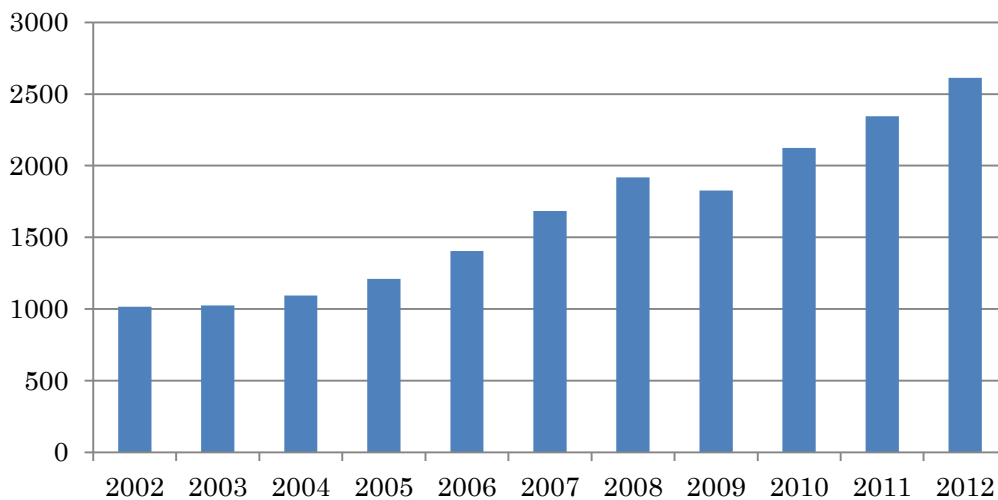
この BPO 産業は、メトロマニラに新しい 24 時間ビジネスを創り出し、多くの新興中間層を生み出している。その結果、多様な消費活動を促進し、彼らの新しいライフスタイルが登場してきている。そしてこれらの BPO ビジネスや堅調な経済成長を反映して、オフィスビルや住宅などの建設が好調になっているのが現在のマニラ首都圏である。

グラフ 2：フィリピンの GDP 成長率、消費者物価上昇率、失業率の推移 (単位%)



出典：フィリピン中央銀行 (BSP) データより作成

グラフ 3：フィリピンの一人当たり名目 GDP の推移 (単位ドル)



出所：フィリピン国家統計調整局 (NSCB)

4. 格差の問題

1) 一握りの超富裕層と多くの貧困層の実態

フィリピンの社会は、一部の特権層と多くの貧困層に階層化されている。特に高所得者層と低所得者層との収入の格差は甚だしい。フィリピン国家統計調整局 (NSCB: The National Statistical Coordination Board) は、フィリピン国民を高所得者層、中所得者層、低所得者層の三つのグループに分けている。高所得者層に分類されるのは、世帯月収が、平均 20 万ペソ以上、又は世帯年収 240 万ペソ以上の場合である。このような富裕層は非

常に少なく、フィリピン全体で、わずか0.1%にすぎない。中所得者層は、世帯月収が平均で、3万6,934ペソ以上である。一方、低所得者層は、世帯月収が、9,061ペソ以下である。

ソーシャル・ウェザー・ステーション（SWS）による最新の統計によると、1985年から2009年のフィリピン世帯の収入分布は、以下の表に要約される。

表1. 各クラスの収入と世帯割合 (1ペソ=約2.3円、2013年10月)

クラス AB、C、D、E、それぞれの階級における世帯割合と収入割合			
クラス	世帯の割合	収入全体に対する割合	年間平均世帯収入
AB	1%	9%	1,857,000 ペソ
C	9%	26%	603,000 ペソ
D	60%	56%	191,000 ペソ
E	30%	9%	62,000 ペソ
合計	100%	100%	206,000 ペソ

出所：ソーシャル・ウェザー・ステーション(Social Weather Station)2011年

この統計によれば、高所得者であるABクラスは、フィリピン全世帯の1%しか存在しない。この割合を、具体的な数字に置き換えると、185,000世帯だけが、高所得者層であることになる。但し、この数字は、実際より少ない可能性がある、それは、多くのABクラスの回答者は、この調査を拒否したからである。現実には、徴税率も低い状態であり、高所得層の収入を把握するのは難しいところもある。一方で、中間層のCクラスは全世帯の9%で、低所得者層のDクラスは、最も多く全世帯の60%である。そして、全世帯の30%は最も所得の低い貧困層のEクラスに属している。この様に、収入格差が極めて大きいのが、フィリピン社会の構造的な問題である。



* 低所得者層が数多く居住する地域



* 昔の繁華街エルミタ地区も現在は環境が悪化

2) 構造的な格差問題の解消に向けて

フィリピンは、スペイン植民地統治後期から大土地所有制度が定着し、伝統的な支配層が形成された。その後の米国植民地時代は、エリート層や財閥を育成して、彼らに一般大衆層を支配させる分断統治政策を導入した。フィリピンの階層化社会の原因は、このような植民地時代の社会構造に未だに影響されていることである。独立後、歴代政権は大土地所有制の改革や富裕層に対する徴税の強化などを政策目標とするが、利権政治やクローニー（取り巻き）政治により、改革は不十分で格差は解消されず、むしろ拡大している。現実には、超富裕層の富を貧困層に再配分するのではなく、逆に、超富裕層が、90%を占める低所得者層や貧困層から富の再配分を受け続けているのである。

しかし国民の幸福と社会の安定、そして経済発展を図るためには、都市部と農村部との経済格差、またスラムなどの都市内格差の解決は、喫緊の課題である。そして貧困問題の放置は、教育、保健・医療、住宅などのさらなる悪化に繋がり、貧困の再生産を招く。

貧困削減のために何より重要なのは、農業の近代化と製造業の育成による雇用の拡大である。また教育分野では、貧困層の子供達に対してより平等な教育機会を創り出すことが必要である。学歴社会のフィリピンでは、より多い収入を得るためには、初等教育だけではなくより高い学歴が必要だからである。そして保健・医療分野では、財政の問題もあるが、健康は生活の基本であり、貧困層に対する適切な予算配分が求められる。

フィリピンでは、Cクラス以上の中間層が育っていないと言われるが、ITやコールセンターなどのBPO産業の成長により、雇用の拡大と共に、貧困率の低下が期待される。

5. メトロマニラ市民の生活文化 “ショッピングモール”

1) モールは市民の楽しい生活の場

フィリピン国民の間では、著しい経済的不均衡が生じているが、それでも、メトロマニラのような大都市では、どの階層でも共通に楽しんでいる生活行動がある。それは、ショッピングモールに家族や友人と行くことである。

現実には、“mallng”という言葉が流行し、メトロマニラ市民の生活にとってショッピングモールに行くことは、日常的な生活習慣になっている。その様な需要を裏付けるように、メトロマニラ内だけでも巨大モールは40以上ある。また世界のショッピングセンター・ランキングで、10位以内に2つのフィリピンのモールが入っている。フィリピンのモールの充実度は高い。

ニールセン・メディアリサーチによると、DクラスやEクラスを含む国民の約80%の人々は、ショッピングモールを利用し、また約3,600万もの多くの人が月に1~2回ほど利用している。モールの来店状況を見ても、平日の昼間から多くの人が来店し、オフィスアワー後にはさらに多くの人々が訪れ、週末になると家族連れなどで大変な混雑になる状況である。

メトロマニラの中でも特に集客力のある有名な巨大モールが、マニラ湾に面する「SM モール・オブ・アジア」である。広さは40万m²を超え、東京ドーム8.7個分の巨大商業施設である。このモールは、小さな靴屋から始め一代で財を築き上げたヘンリー・シー⁶の「シー財閥」が開発・運営している。そして地元の人や外国人観光客の間でも大変な人気スポットになっている。

カースティン・オーリッチ氏が、「SM モール・オブ・アジア」のチーフのステイーブン・テン氏をインタビューした「ブルネイタイムズ」の記事は、以下のような内容である。

+++++

<「SM モール・オブ・アジア」のチーフのステイーブン・テン氏インタビュー>

IMAXのシネマスクリーンは、世界で最も大きい。スターバックスの売り上げは、フィリピンで1位であり、オリンピックサイズのスケートリンクさえ備え付けられている。

平日平均で約20万人もの人々がこのモールを訪れており、週末になれば、その数は50万人にも及ぶ。

いくつかのテナントを見ると、お客は、買い物するためには、たくさんのお金が必要不可欠と感じる。

フィリピン国民の3分の1は、1日約2.46ドル以下で生活している中で、モールの500以上の店では、きまってジーンズの値段は140ドル、そして靴は100ドルはする。

「我々の顧客の30%は、高収入グループの人達だ。」とテンは言う。それらの高収入グループの人々とは、月に50,000ペソ(1,542ドル)以上の収入がある人々を指している。

しかし、モールに行くことは、金持ちだけの特権ではない。安いファストフード店では、若いお母さんたちが、座ってアイ스티ーを飲んでいる。「私たちは、ショッピングをしに来たのではないんです。」と1人の女性は話す。そして、「子供は遊べて、私たちはおしゃべりを楽しめるんです。」と付け加えた。ウィンドウショッピングは、すべての人が利用できるのだ。

これは、従業員にも言えるかもしれない。15,000人に及ぶ従業員の殆どは、1日に10ドル以下の最低賃金で働かなければいけない。

2009年付け「ブルネイタイムズ」より

+++++

⁶ ヘンリー・シー：華人系財閥の総帥でフィリピンNo. 1の大富豪。総資産額135億ドル(2013年)で、フォーブスの世界億万長者ランキング68位。事業内容は、小売のスーパーマーケット、銀行のバンコ・デ・オロ(DBO)、その他不動産事業等を展開。



*人気の「SMモール・オブ・アジア」



*マカティ市の高級モール「グロリエッタ」

2) フィリピンのモールの歴史と様々な業態

何故これほど多くのモールが普及しているのだろうか。まずモールの歴史を見てみよう。米国植民地時代の1920年代には近代的流通としてのデパートメントストアが既に建てられていた。その様な状況の中で、新しい業態として最初のモール「クリスタルアーケード」が、1932年にマニラのビノンドに建てられた。このモールは、フィリピンで初めての冷房設備が整えられた屋内式のショッピングモールで、またデザイン的にはアール・デコ様式を取り入れた建築で大変価値のあるものであり、マニラ市民には大変な人気であった。

現在の様なモールが建てられたのは、1976年にケソン市クバオに建てられた「アリモール」である。その後まもなく、マニラ市で初めてのモール「ハリソンプラザ」が、マラテ地区に建設された。それ以来、メトロマニラでは数多くのモールが開業し、サリサリストア⁷などの伝統的流通とは異なる利便性の高い近代的な商業施設文化を提供している。

現在、メトロマニラのモールを規模やテナント構成などで業態別に見ると、スーパーモール、コミュニティーモール、ハイパーマーケット、ライフスタイルモール、露店式モール、掘り出し物モール、屋外ショッピングセンターなどがある。これらの業態は、対象顧客層、立地、事業主体の資本力等によって決まり、メトロマニラの人々に多様な商業環境を提供している。以下に代表的なスーパーモールを紹介する。

⁷ サリサリストア：飲料から雑貨まで何でも揃う近隣の住民を対象とする伝統的な個人商店。

表1. メトロマニラの代表的なショッピングモール・リスト

Name	Location	Retail space (m ²)
Alabang Town Center	Alabang-Zapote Road, Alabang, Muntinlupa	48,000
Festival Supermall	Corporate Avenue corner Civic Drive, Filicity, Alabang, Muntinlupa	200,000
Gateway Mall	Aurora Boulevard corner Gen. Aguinaldo Street, Araneta Center, Socorro, Quezon City	95,000
Glorietta	Ayala Center, Makati	241,000
Greenbelt	Ayala Center, Makati	120,774
Market! Market!	26th Street corner C-5, Bonifacio Global City, Makati City	170,000
Power Plant Mall	Rockwell Drive corner Estrella Street, Rockwell Center, Makati	41,000
Robinsons Galleria	EDSA corner Ortigas Avenue, Ortigas Center, Quezon City	100,000
Robinsons Place Manila	M. Adriatico Street, Ermita, Manila	241,000
Shangri-La Plaza Mall	EDSA corner Shaw Boulevard, Ortigas Center, Mandaluyong	175,000
SM Aura Premier	C-5 Road corner McKinley Parkway, Bonifacio Global City, Makati City	234,892
SM City North EDSA	EDSA corner North Avenue, Quezon City	424,691
SM Mall of Asia	Central Business Park, Bay Boulevard, Bay City, Pasay	407,000
SM Megamall	EDSA corner Julia Vargas Avenue	348,000
SM Southmall	Alabang-Zapote Road, Pilar Village, Las Piñas	205,686
TriNoma	EDSA corner North Avenue, Quezon City	195,000

*入店しているブランドショップリストは参考資料として添付

3) 富裕層から低所得層まで幅広く人気を集めるスーパーモール

SM モール・オブ・アジアのような巨大スーパーモールは、様々な階層をターゲット顧客としている。富裕層向けには、数多くの海外有名ブランドショップや高級レストランが店を構え、彼らの消費欲求やライフスタイルを満足させる商品やサービスを提供している。一方、低所得者層には、暑さや湿気から逃れるための冷房が効いた大きな快適な商業施設空間を提供。ウィンドウショッピングをしたり、数百にも及ぶ低価格の地元ショップやフ

ファストフード、安いレストランが集まるフードコートなどで、家族や友達と1日中楽しい時間が過ごせるのである。

そして各所得階層のニーズに対応する娯楽施設として、シネマコンプレックスやボーリング場、オリンピックサイズのアイススケートリンクなどが整備されている。もちろんデパートやスーパーマーケットもテナントとして出店している。また施設内では、エキサイティングな無料コンサートも頻繁に行なわれていたり、ジョブフェアなどの様々なイベントも行なわれている。またモールでは、電話料金の支払いや水道、電気、インターネットの料金支払いなど、生活に必要な様々なサービスも提供している。さらにフィリピンは、敬虔なカトリック教国なので、小さなチャペルを備えているモールもあり、日曜日にはミサを行っている。モールを訪れた人々が、神に祈る光景もよく見受けられる。

この様に、人気のモールは、富裕層から低所得層まで幅広い顧客に対応するテナントミックスが行なわれ、また様々なエンターテイメントが催されており、マニラ市民の生活にとってなくてはならない楽しさと利便性を提供しているのである。

そしてこれらのモールには、何千台もの車やバイクの駐車スペースがあり、またLRTやMRTといった市内高架鉄道からもアクセスがしやすくなっている。例えば、SMモール・オブ・アジアは、MRTの駅からジープニーを使って5分くらいで着く。また、シャングリラモール、ゲートウェイモール、トライノーマなどは、MRTもしくは、LRTの駅から直接行くことができる。交通の利便性の良い所に立地することにより、多くの人々を集客できるのである。



* 便利な公共交通の市内高架鉄道



* 安くて便利で乗り降り自由なジープニー

4) 富裕層だけのブティックモールと街

一方、マカティ、オルティガスセンター、ボニファシオ・グローバルシティなど富裕層向けの住宅地区やビジネス地区に立地するライフスタイルセンターやブティックモールの業態は、経済的に裕福な人々が対象になっている。「ボニファシオ・ハイストリート」には、緑豊かな中庭を囲むようにオープンカフェや高級レストラン、そして商業施設が配置

され、マニラのエリート達が食事やエンターテイメントを楽しむ場となっている。またマカティ市の「グリーンベルト1~5」は、中庭が美しくチャペルもあり、高級ブランド店からオシャレなファストフードまでである。そしてパサイ市にある「ニューポート・シティーモール」なども富裕層の豊かなライフスタイルを演出している。

この新しい富裕層居住地区のブティック・モールには、大きな特徴がある。それは他のスーパーモールと比べて、公共交通機関からのアクセスがなく、対象顧客は居住者か近隣のオフィス客か自動車で来街できる人達である。その典型的な例が、米軍基地跡を大規模開発した新しい高級市街化区域のボニファシオである。その街の中には、低所得者層が利用するジープニーは入れない。その代わりに交通手段として、街中には独自の循環バスが運行されている。つまり低所得層を拒絶し、富裕層や中間層だけの快適で大規模なゲートウェイコミュニティが、メトロマニラの中に生まれているのである。そして都市コミュニティが分断され階層間の交流がない裕福な人々だけの都市内都市が人気になっているのである。この様な状況は、社会の差別化や格差を助長し、不安定化させることになり、好ましい現象ではないが、これがマニラの富裕層・中間層の顕在化したニーズなのである。



*快適で美しい街並みのボニファシオ



*カフェでは、住民が楽しげに談笑する

6. フィリピン人にとっての理想のブランド

1) 富裕層にとってのブランドと低所得層にとってのブランド

フィリピンはスペインや米国の宗主国文化の影響を強く受けており、世界的なブランド商品の価値が分かる富裕層が存在する。富裕層にとっては、そのブランドが持つ世界観への共感、品質の高さ、所有するステータス、また周囲に対する自己顕示欲を満足させてくれる。例えば、グッチのような高級ブランド商品を特別なお気に入りとして継続して購入する富裕層が少なからずいるのである。

一方で低所得層の人々は、ブランド商品に対してどのような認識を持っているのだろうか。また購入することはあるのだろうか。高所得者層との明らかな違いは、収入である。例えば、マークジェイコブスのような高級ブランドでは、シャツの値段が10,000ペソ（1ペソ

約2.3円、2013年10月)にもなるが、地元のブランドであるベンチやペンショップでは、平均で500ペソもあれば、シャツを買うことができる。低所得者層は、もちろん後者を購買することとなる。彼らにとって商品価格の安さが、商品選択の第一の理由なのである。

富裕層にとっては、高価格で販売されている海外デザイナーの魅力的なブランド商品を持つことは、自分のライフスタイルや所有欲を満足させる。しかし低所得層にとって、値段の高い商品は、購入の対象ではなく興味がない。低所得層には、ブランド商品のステータスよりも、お金そのものに価値を置く徹底した価格志向なのである。

とはいえ最近の傾向として、ブランドの魅力が一部の中産階級層の間に浸透し、ブランド品に憧れて購入するという価値観の変化が見られる。その例として、世界的にも知名度の高いブランド商品「Uniqlo ユニクロ」(12年から販売、SMグループと合弁)が、手頃な価格で購入できる様になってきたからである。

また地元のフィリピンブランドにも新しい動きが見られ。ファッションブランドの「Bench」、「Penshoppe」、「Folded and Hung」は、グリーンベルト4,5のような、贅沢ブランドしか扱わないモールを除き、殆どのモールに出店している。そしてこれらのブランドは、特にローアのB,C,Dクラスに属する若い世代に人気となり購入され始めている。



*若者に人気の「ユニクロ」



*「グリーンベルト5」のブランドショップ

2) 偽物ブランド品の問題

フィリピンでは、一般的なショッピングモールなどでは、偽物ブランド品が販売されることはない。しかし「グリーンヒルズ」などの”掘り出し物ショッピングセンター”に行くと、偽物ブランド品の鞆、時計、靴などが小さな店に所狭しと並べられて、その様な露店はどこまでも続いている。そしてそれらの偽物ブランド品は、正規品と比べて、わずかなお金で買うことができるので、低所得若者層の間では大変な人気となっている。

興味深いのは、それらのコピー商品は、その複製の質によってランクが付けられていることである。一番低い質の偽物は、クラスCに分類され、もちろん一番安く、偽物である

ことは明らかに分かる。しかし高い質を誇るクラス A のレプリカは、何千ペソもの値段で売られており、素人の目からすると、本物との見分けがつかないほど精巧に作られている。

ジャーナリストのロンロン・カルンソッド氏は、コピー商品に関して下記のようなレポートを書いている。

+++++

<コピー商品押収の記事>

2010 年には 53 億ペソ、2011 年には約 84 億ペソ相当にもものぼる偽物ブランドが押収された。

国家警察本部の知的財産課チーフのリチャード・ブランチャフロールは、7 億 1,400 万ドルに相当するコピー商品や海賊版商品を廃棄処分にした時に、「国民が依然として、多くのコピー商品を購入するのは、コピー商品の値段の安さとともに、ブランド商品の人気の高さのためだ。」と述べた。

ここ数年、押収された偽ブランド商品の内訳を見ると、約 40%は、ルイ・ヴィトンやグッチなどで、次に携帯電話などの電子商品、そして音楽や映画などの CD や DVD 商品である。

コピー商品の 70%は、他国から密輸されたものであり、その内 80%は、中国から持ち込まれている。

ロンロン・カルンソッド氏 (ABS CBN television and news) の記事より

+++++

コピー商品の売買は、様々な法的な問題と経済的な問題を抱えている。低所得層の人々は、本物のブランドを買う経済力はないが、それらブランド品に憧れを持ち、代替として偽物ブランド品を購入している。しかも比較的簡単に手に入る。しかし、コピー商品は、著作権の侵害であり、国際的にも大きな問題である。当局も取り締まりを強化して、偽物ブランド品を市場から排除する取り組みを行なっているが、残念ながら充分とは言えない。

一般的に、所得が向上し生活が豊になると、ブランド商品市場は拡大するが、メトロマニラの消費市場は、そのブレイク前夜かも知れない。

今回は、フィリピン人の価値観を洞察し、彼らの都市型ライフスタイルを観てみよう。

日本側共同研究者の視点

—OFW 送金と産業構造—

日本はフィリピンの最大の貿易相手国であり援助国である。経済的な繋がりが強いことであろうが、フィリピンの人々の“日本”に対する好感度は大変高い。また、美しい海に7000を超える多くの島々が点在し日本よりやや狭い約30万平方キロの国土を持つこのフィリピンには、わずか4時間少々フライトで行くことができる。両国間の政治的な対立もない。このように本来身近な隣国であるはずのフィリピンであるが、その割に日本人の関心は低い。日本の観光客数でみると、フィリピンはアジアの旅行先の中でもベスト10にも入ってこない。しかし、このフィリピンが最近になって日系製造業の拠点形成という点で注目を集め始めた。

本来、南シナ海に位置するフィリピンは、地理的に交易の拠点として極めて魅力的である。そのため昔から強国の干渉を受け、近世においては16世紀から第2次世界大戦後に独立するまで、ほぼすべての期間をスペイン、アメリカの植民地として過ごしてきた。したがって、文化や制度もアジアの国々の中では欧米の影響を強く受けている。三権分立や選挙制度のもとでの民主的な大統領制など、近代社会の制度も整っている。フィリピン人の多くはキリスト教徒である。陸続きではないので言語も地域により異なるが、アメリカのライフスタイルに対するあこがれは多くのフィリピン人に共通していて、英語が公用語の一つになっていることにもこのことは表れている。アジアにありながら、欧米の直接的な影響を受けつつ、地域により多様なフィリピン独自の文化・風習が育まれている点が興味深い。

英語が公用語なので、多くのグローバル企業がコールセンターなどのBPOをフィリピンで展開している。この分野は今日急速に伸びており、フィリピン経済の成長の一翼を担っているとされる。このようなフィリピンに、チャイナリスクに対応した「中国+1」という理由から、遅ればせながら日本の製造業の進出も盛んになってきているのである。

しかし、インフラが未整備である、関連支援産業の集積が進んでいない、板金、金型、鋳造といった基盤技術の蓄積不足の状況は相変わらずである。基盤技術を担う現地ローカルの製造業の集積も余り進んでいない。フィリピンの経済の大きな特徴は、経済格差が極端に大きく少数の財閥がフィリピン経済を牛耳っており、産業構造が一次産業と三次産業に大きく偏り、二次産業が弱く製造業における集積が生まれていない点にある。財閥系の流通小売業・不動産業などは多いが、貿易収支は赤字続きであり、フィリピンの海外出稼ぎ労働者(OFW: Oversea Filipino Worker)からの巨額の送金が不足するはずの外貨をフィリピン国内にもたらし、その消費を支えているという構図がある。

そこでまず、OFWからの海外送金の実態について確認したい。多くの新興国が国際金融危機による投融資の深刻な減少に苦しむなか、このOFW送金がフィリピン経済の重要な成長資金源となっている。世界銀行の2013年度の予測によると、新興国の在外居住者による送金額では、インドが710億ドルで1位、2位に中国(600億ドル)、そして3位にフィリピン(260億ドル)が入る。フィリピンの2012年度のGDPは2500億ドル程度であり、かつ人口比や同時期のフィリピンに対する対内直接投資額が60億ドル程度であることを考えると、OFW送金がフィリピン経済にとっていかに巨大な規模であるかがわかる。このために、なんと国民の1割ほどの働き手が海外に居住しているのである。このような事情を生み出している原因は、要するに国内に働く場所が少ないことにある。欧米の影響もあり教育の制度も整っており、女性の社会進出においても超優等生であり、地政学上恵まれた場所に位置するとなれば、雇用を創出するための製造業が自然発生的に生まれてこないのは不思議である。今回は、その点についてライフスタイルという点から考えて見たい。

主執筆者 Carlos Luis L. Santos (カルロス・ルイスL・サントス)

アテネオ・デ・マニラ大学 日本語講師 日本研究プログラム

<教育>

2009 - 現在 : アテネオ・デ・マニラ大学 日本研究の修士課程

2009 : 日本語・日本文化のフィリピン研究所、翻訳とビジネス日本語コース
担当

2008 : 日本語・日本文化のフィリピン研究所、集中日本語コース担当

2007 : アテネオ・デ・マニラ大学卒、コミュニケーション人文科学、日本研究

<経歴>

現在 2010年 : 日本語インストラクター、アテネオ・デ・マニラ大学

2010-2012 : 翻訳/基本日本人インストラクター、MHI テクニカルサービス(株)

2009 : 奨学アシスタント、日本情報文化センター、フィリピン日本大使館

<研究テーマ>

翻訳、社会言語学、比較文化

<参考文献>

- ・ National Statistics Coordination Board (略称 NSCB、国家統計調整委員会)
- ・ National Statistics Office (略称 NSO、国家統計局)
- ・ Bangko Sentral ng Pilipinas (略称 BSP、フィリピン中央銀行)
- ・ 国際協力銀行 (Japan Bank for International Cooperation)

「なぜ今再びフィリピンか」—日本のVIP (Very ImportantPartner) となり得る国—
第1編～第3編 2013年8月

著者：外国審査部長 石川純生、マニラ駐在事務所 岩崎浩美

- ・国際協力銀行「フィリピンの投資環境」2013年6月
- ・JETRO ジェトロセンサー2012年10月号、2011年3月号他
- ・「物語フィリピンの歴史」鈴木静夫著 中央公論新社刊
- ・「東南アジアの大都市圏・拡大する地域統合」生田真人著、古今書院、2011
- ・Journal of the Faculty of Economics, KGU, Vol. 19, No. 1, September 2009
論文「OFW, 海外送金とフィリピンの経済発展」京都学園大学 経済学部 榎 太一
- ・「現代フィリピンを知るための61章」大野拓司、寺田勇文著 明石書店

<資料：マニラのモール>

Name	Location	Anchor stores	Retail space(m2)
Alabang Town Center	Alabang-Zapote Road, Alabang, Muntinlupa	Ace Hardware, Armani Exchange, Automatic Centre, Daiso, Makati Supermarket, Marks and Spencer, Metro Department Store, Michael Kors, Rustan's, Salvatore Ferragamo, Sântis Delicatessen, The Gap, Topman, Topshop, Toys "R" Us, True Value	48,000
Festival Supermall	Corporate Avenue corner Civic Drive, Filicity, Alabang, Muntinlupa	Ace Hardware, Automatic Centre, Daiso, Robinsons Department Store, Savemore Supermarket, Shopwise	200,000
Gateway Mall	Aurora Boulevard corner Gen. Aguinaldo Street, Araneta Center, Socorro, Quezon City	Automatic Centre, Daiso, Marks and Spencer, Rustan's, Shopwise	95,000
Glorietta	Ayala Center, Makati	Hardware, Aeropostale, Armani Exchange, Automatic Centre, Bershka, Daiso, Debenhams, Dorothy Perkins, Forever 21, Gold's Gym, Marks and Spencer, Rolex, Rustan's, SM Department Store, Tag Heuer, The Gap, The Landmark, The Ramp Crossings, Toys "R" Us, True Value, Zara	241,000

Greenbelt	Ayala Center, Makati	Adora, Automatic Centre, Bally, Banana Republic, Bottega Veneta, Burberry, Bvlgari, Emporio Armani, Escada, Gucci, Hermès, Hugo Boss, IWC, Jaeger-LeCoultre, Jimmy Choo, Kate Spade, Kenneth Cole, Louis Vuitton, Marc Jacobs, Marks and Spencer, Michael Kors, Miss Selfridge, Muji, Omega, Panerai, Rolex, Rustan's Supermarket, Salvatore Ferragamo, Tod's, Tommy Hilfiger, Topman, Topshop, Tory Burch, Toys "R" Us, Tumi, Zara	120,774
Market! Market!	26th Street corner C-5, Bonifacio Global City, Makati City	Ace Hardware, Automatic Centre, Daiso, Metro Department Store	170,000
Power Plant Mall	Rockwell Drive Corner Estrella Street, Rockwell Center, Makati	Armani Exchange, Bally, Billabong, DKNY, Dorothy Perkins, Kate Spade, Kenneth Cole, Marks and Spencer, Michael Kors, Muji, Rolex, Rustan's Supermarket, Salvatore Ferragamo, Sántis Delicatessen, Topman, Topshop, Toys "R" Us, True Value, Zara	41,000
Robinsons Galleria	EDSA corner Ortigas Avenue, Ortigas Center, Quezon City	Automatic Centre, Daiso, Dorothy Perkins, Gold's Gym, Marks and Spencer, Robinsons Department store, Robinsons Supermarket, Topman, Topshop, Toys "R" Us	100,000
Robinsons Place Manila	M. Adriatico Street, Ermita, Manila	Daiso, Dorothy Perkins, Fitness First, Marks and Spencer, Red Tag by Rustan's, Robinsons Department store, Robinsons Supermarket, Topman, Topshop, Toys "R" Us	241,000
Shangri-La Plaza Mall	EDSA corner Shaw Boulevard, Ortigas Center, Mandaluyong	Armani Exchange, Bally, Ben Sherman, Crossings, Debenhams, Desigual, Escada, Hugo Boss, Kate Spade, Kenneth Cole, Life Fitness, Marks and Spencer, Michael Kors, Polo Ralph Lauren, Rolex, Rustan's, The Gap, Tommy Hilfiger, Topshop, True Value, Zara	175,000

SM Aura Premier	C-5 Road corner McKinley Parkway, Bonifacio Global City, Makati City	Ace Hardware, American Eagle Outfitters, Ben Sherman, Bershka, Cotton On, Dorothy Perkins, Forever 21, Miss Selfridge, Rolex, SM Department Store, SM IMAX Theater, SM Supermarket, T.M. Lewin, Topman, Topshop, Uniqlo	234,892
SM City North EDSA	EDSA corner North Avenue, Quezon City	Ace Hardware, Automatic Centre, Fitness First, Forever 21, Marks and Spencer, Savemore Supermarket, SM Bowling, SM Department Store, SM IMAX Theater, SM Supermarket, Uniqlo	424,691
SM Mall of Asia	Central Business Park, Bay Boulevard, Bay City, Pasay	Ace Hardware, Cotton On, Dorothy Perkins, Fitness First, Forever 21, Kenneth Cole, Marks and Spencer, Muji, Science Discovery Center, SM Bowling, SM Department Store, SM Ice Rink, SM IMAX Theater, SM Hypermarket, Tag Heuer, The Gap, Topman, Topshop, Uniqlo, Zara	407,000
SM Megamall	EDSA corner Julia Vargas Avenue	Ortigas Center, MandaluyongAce Hardware	348,000
SM Southmall	Alabang-Zapote Road, Pilar Village, Las Piñas	Ace Hardware, Fitness First, SM Department Store, SM Ice Rink, SM IMAX Theater, SM Supermarket	205,686
TriNoma	EDSA corner North Avenue, Quezon City	Automatic Centre, Crossings, Daiso, Debenhams, Dorothy Perkins, Fitness First, Kenneth Cole, Mango, Beauty Bar, Cello, Marks and Spencer, Omega, Tag Heuer, The Gap, The Landmark, Topman, Topshop, True Value, Zara	195,000