

(要約版)

近現代インドにおけるビーディー：歴史と文化

助成研究者 大石高志 ((神戸市外国語大学) 南アジア近現代史)

1. 研究目的

ビーディー/ビディー (beedi/ bidi/ biri) は、インド中西部などで栽培されるタバコの刻み葉を、同中央部の丘陵地域で採取されるテンドゥ (tendu) という植物の葉で巻いたインド固有のシガレット状タバコである。19世紀末頃に、欧米からの輸入品シガレットを模したかたちで製造され流通するようになり、その軽便性や安価性に、点火具としてのマッチ (燐寸) の輸入・普及なども相俟って、1910-30年代に急速に一般民衆に普及し、シガレットに比肩する市場でのシェアを、現代まで維持してきた。しかし、インドのタバコに関する既存の学術研究は、蓄積が非常に薄く、特定の内容もしくは分野へ偏っており、ビーディーについて、極めて限定的もしくは一面的な扱いしかしてこなかった。本研究では、ビーディーを研究対象として正面から設定し、それが、どのような社会経済的そして政治文化的な諸理由や状況の中で、商品・喫煙行為として、そして固有の製造事業として、生成・展開してきたかを、歴史的動態を重視しながら総合的に検証することを意図した。

また同時に、本研究は、1990-2010年代までのインドにおける喫煙文化の急激な変動という、すぐれて現代的な状況も意識している。1990年代中盤以降の急激な経済・社会変動のなかで退潮と危機に直面しているビーディーという喫煙とその文化について、資料渉猟や面談調査などを出来るだけ早急に行うことを意図した。

2. 研究方法

手法的には、文献や文書などの文字・印刷媒体を渉猟・探求してその分析にあたるものと、実地での面談や巡検などの調査を重視しながら、口述記録や物証的記録を集積するものとの、適宜、織り交ぜながら、統合的な利用・理解を目指した。

2015年度(2015年4月-2016年3月)には、助成を最大限活用させていただき、実地での面談や巡検調査を重視・活用することとなった。ビーディー製造用のタバコ葉の主要生産地であるインド西部に加えて、テンドゥ葉の採取の関係から完成品の主要製造地の1つとなってきたインド中央部が調査対象となり、より具体的には、タバコ葉育成の農家や研究所、20世紀前半より製造を行っている古参の製造事業所や流通関係者などを中心にした聞き取り調査を行った。他方、文書・印刷媒体の史料に関しては、旧英領インド時代の関係行政資料の閲覧や検討を継続的に行い、加えて、広告や販売促進関係の印刷資料、

具体的には、1920年代から確認できる促販用カレンダーや店頭掲示用の広告ボードを研究史料として積極的に収集し、とくに製造と消費との間の連関を読解・検証する材料としての活用を図った。

3. 研究の成果と結果

今年度の調査において、ビーディー製造用のタバコ葉の栽培地や乾燥・加工を行う工場や倉庫、さらに研究所を実地に訪問し、聞き取り調査を行うことができた。今回の調査では、インド西部、とくにグジャラート州出身のビーディー栽培事業者が、1910-30年代のビーディー産業の興隆期に、中央部インドの製造事業地を含めて、全インド的な加工・流通ネットワークの形成を牽引し、現在までそうした優勢を維持していることを、特定の有力な古参業者への面談調査によって確認し、その歴史の変遷と展開のプロセスを、具体的な事例とともに了解することができた。

近代インドにおけるビーディーという新しいタバコの登場と急速な普及は、社会・経済的条件と政治・文化的背景という両面が相互に絡み合った結果として捉えられる。つまり、1900-30年代に興隆したビーディー生産販売事業は、16世紀以降にインドに持ち込まれて在来化していたタバコ葉の産地であるインド西部の産地優位性に、国内鉄道網を戦略的に利用するグジャラート商人事業家の広域的ネットワークが付加的に稼働した結果として成立した。すなわち、インド西部などから中央部に移送されたタバコ葉は、農村・丘陵地における中下層農民や丘陵地民の安価な労働力を利用しながら、インド中央部の丘陵地で採取されるテンドゥ葉によってラッピングされ、製品化された後、再び、鉄道網を利用して、インド各地の市場向けに販売され、結果として、全インドレベルの市場展開を見せた。

加えて、ビーディーの興隆は、ナショナリズムや社会階層意識など、政治・文化的文脈を有していた。つまり、ビーディーは、輸入や国産化されたシガレットやそれを喫煙するインド人中上層に部分的に追従し多少とも模倣しながら、同時に、それらとの間に差別化を施す両義的文脈を体現しており、この意味で、シガレットを「援用」しながら、しかし同時に、インドの「固有/伝統」の商品の創出・普及に及んだものと理解できる。具体的には、ビーディーは、細長筒状の軽便携帯用喫煙タバコという要素を共有することで欧米側に形状面での模倣的な範を取りながら、紙の代わりにテンドゥ葉で巻くなど材料の面でのアレンジを施しただけでなく、インド的な「伝統」と文化を反映・注入させながら、事実上、別の商品を新たに措定したのである。また、本研究では、特に、「伝統」と文化の注入という点について、1920-30年代の広告・促販用のカレンダーでのデザインや商標ラベルなどの表象を分析することを通じて効果的に理解できることを示した。