

(報告書)

## 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。具体的には、20世紀初頭以降にインドに本格的に進出したブリティッシュ・アメリカン・タバコ (BAT) に代表される欧米のタバコ産業資本の展開に関して、一定の研究はあるが、これは、事実上、彼等が手掛けた輸入もしくはインド国内製造のシガレット製造・販売事業、そして、その原料としてインドに移植・栽培されたヴァージニア種のタバコ葉栽培事業に関するものとなっている。ビーディーや19世紀以前からあった在来の噛みタバコや水タバコ、嗅ぎタバコなどは、そうした既存研究の中で、無視はされていないが、タバコ市場でのシガレットの優勢や独占を阻むものという副次的もしくは比較対象的な扱いしかされていない (コックス 2002 ; Basu 1988)。他方、ビーディーには、テンドゥ葉の採取やタバコをテンドゥ葉で巻く完成品の製造段階で、婦女子や中下層農民、さらに一部地域の丘陵・山地の人々を集中的もしくは多数、家庭内での副業などのかたちで雇用してきた事実があり、近現代インドにおける最大のインフォーマル・セクターとも認知されている。一部の公的機関や民間団体、そして学術研究は、製造におけるこうした現状の側面に特に批判的立場を取りつつ、ビーディー製造業の社会・経済的な背景や構造を析出する試みや現状を代替する新しい製造形態の模索を行ってきた (Govt of India 1995 ; Isaac, Franke and Raghavan 1998 ; Varma and Rehman 2005)。

こうした状況に鑑みて、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。より具体的には、本研究では、これまでの予備的な

調査に基づいて、ビーディーの歴史的な諸特性として、外国製品を模しながら同時にそれを代替する自国品を振興しようとする 20 世紀初め以降の経済ナショナリズムを代弁する高い政治性、一部のインド人エリートの欧化傾向を揶揄・諧謔しながらインド独自の喫煙スタイルを主張する社会・文化性、農村や都市外延の労働力（女子や若年者）を労働集約的な副業の形で吸収する製造における経済性などを仮説的に指定し、総合的に解明・検証することを目指した。

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、強く意識している。ビーディーという喫煙とその文化は、1990 年代中盤以降の急激な経済発展期に生じてきた社会・政治・文化上の大きな変動のなかで、退潮に直面しており、産業としても、危機に瀕しているとも言う。ビーディーの退潮の背景としては、この期間に、欧米のシガレット会社のアジア・アフリカ地域への攻勢が一時期にせよ確実にインド市場で効果を見せたこと、急激な経済成長に伴う中間層の成長・拡大や消費/嗜好の大きな変動のなかで、従来の安価でインド独自の喫煙を希求するビーディー志向が弱まって替わりに必ずしも安価ではない国際標準的なシガレットへの消費志向が高まったこと、さらに、2000 年代に入って以後の政府による健康キャンペーンや禁煙・嫌煙促進運動にタバコ喫煙全体が晒されてノン・フィルターのタバコとしてビーディーが殊更にその標的となっていることなど、複合的な要因が仮説的に想定される。こうした退潮と危機のなかにあるビーディーについて、資料渉猟や面談調査などを出来るだけ早急に行い、インド近現代史のなかで、何らかの意味付けを施す試みを押し進めることが出来ればと思う。

## 2. 研究方法

本研究課題では、上記のような研究目的に則して、19 世紀末以降から 20 世紀までの中期的な時間軸を踏まえた歴史研究を行いつつ、同時に、1990 年代から現在までの現状の把握・分析も試みることにしてきた。また、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を、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、貴財団の助成を最大限活用させていただき、特に、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、タバコ葉の栽培・育成に従事する農家や研究所、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念頭に置いた。とくに、製造事業者や流通関係者の関係では、彼等の多くが、元々の出身地であるインド西部に拠点を残しつつ

も、製造地としてのインド中央部、さらに、コルカタ（旧カルカッタ：1911年まで英領インドの首府）をはじめとするインド東部に流通拠点の1つを築いていたことが徐々に了解できたことから、そうした全インド的な広域的ネットワークの歴史的な形成を、本研究でも、具体的な形で歴史的に追跡・把握することを目指した。

他方、文書・印刷媒体の史料に関しては、歴史的な研究として、国立や州立の文書館などに収蔵されている旧英領インド時代の行政関係文書も含めた文書資料の閲覧や検討を継続的に行いつつ、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。こうした史料の収集は、2015年度以前にも自身で始めており、研究助成を受けることになった2015年度に入って以降には、その継続と発展的な活用や読解を行った。この作業は、これまで近代インド社会経済史の、特に商人と商品に関する研究のなかで一定程度継続して試みてきた模索の延長・発展形でもあるので、そうした手法と知見を活用して、資料の収集や研究の履行に努めた。

2015年度（2015年4月－2016年3月）には、研究計画にも概ね沿うかたちで、次のように、研究を実施させることができた。貴財団の研究助成金を利用させていただいた調査・研究は、2015年5月にインド中央部で行った出張におけるビーディー完成品やその製造に関する歴史的そして経済的な調査、および、2016年2月にインド西部およびコルカタ（旧カルカッタ）で行ったビーディーの製造および流通に先鞭的かつ牽引的な役割を果たしてきた事業者の広域ネットワークやタバコ葉の栽培・流通事業に関する調査である。また、この他、2015年度中には、2016年1月に、別途、インドの首府ニュー・デリーへの出張があり、国立インド文書館にて、英領時代の関係行政文書について、カタログなどを利用しながら更なる関係文書の渉猟の可能性を模索した。また、同年度中の2016年3月には、別途のインドへの出張を利用して、再び、インド中央部を訪問し、古参のビーディー製造業者の訪問と聞き取り調査をおこなった。この1年間、決して十分とは言えないが、しかし、あらかじめ自身で想定していたもの以上の資料収集や研究作業を実施することが出来たように感じている。

### 3. 研究成果

ビーディーは、19世紀末から20世紀初頭に登場して1910-30年代に興隆期を迎えた後、近現代インドの各種タバコ製品の中で、極めて重要な地位を維持して来た。図1で、タバコ葉の使用重量から各種のタバコ製品の趨勢を、確認できる。まず、1950年代初頭でビーディーは既にシガレットの2倍以上のシェアを占めていた。その後、噛みタバコや嗅ぎタバコなど無煙系のタバコ（"others"）に代わり喫煙系タバコが急激に優勢になる変化の流れが見られる。この大きな変化のパターン自体は世界各地で近現代に見られたものと同様

であるが、喫煙系タバコの中で、シガレットの伸びをビーディーのそれが断然凌駕していることや、1990年代にビーディーがタバコ全体の過半を占めるまでに至っている推移と状況は、インド固有の現象と言える（Ranade, Sarkar and Sen 2004）。

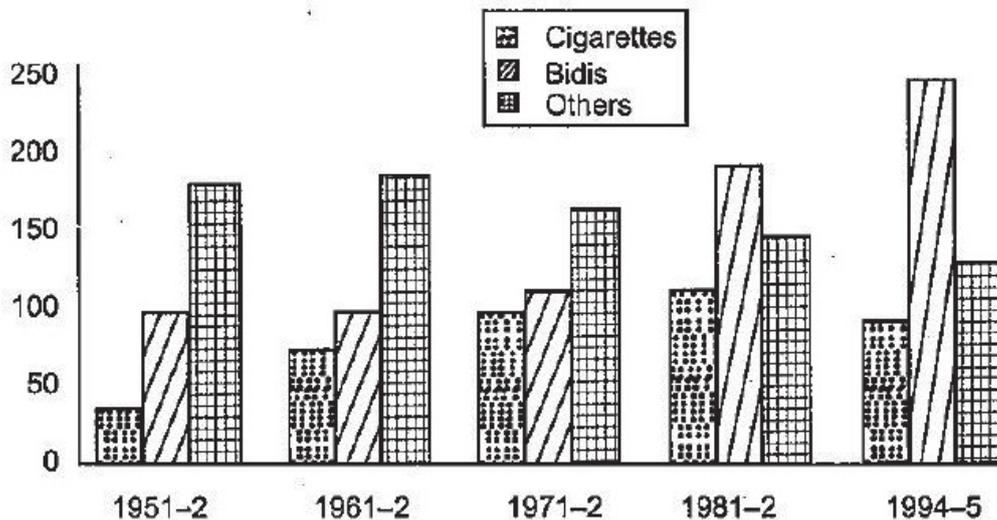


図1：各種タバコ製品別のタバコ葉使用重量（単位：百万 kg）  
出所：（Ranade, Sarkar and Sen 2004）

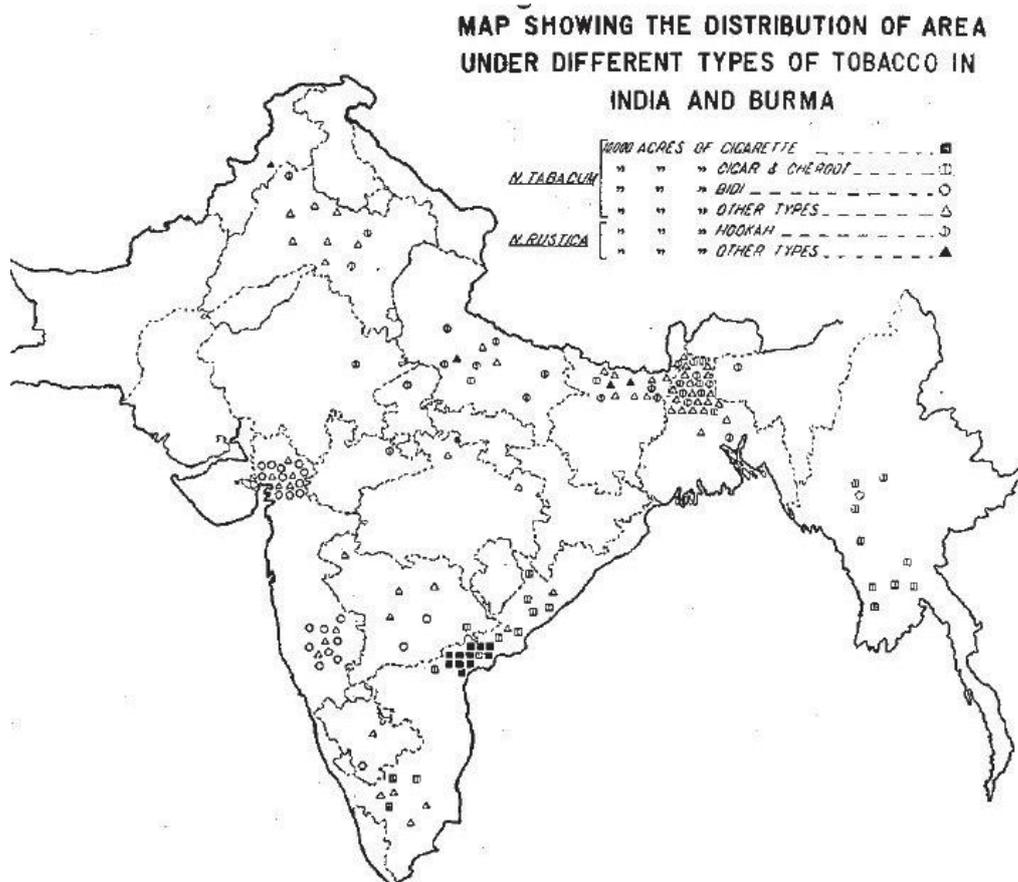
本研究では、20世紀前半のビーディーの歴史的な興隆について社会経済そして政治・文化の総合的な要因の検証を行いつつ、同時に、より現代的な状況についての理解を推し進める意図を有した。2015年度における具体的な研究の調査と成果の内容について、そこで得られた知見を織り交ぜながら、以下、いくつか整理して記述する。

### 3-1. ビーディー用のタバコ葉栽培事業の把握：インド西部（特にグジャラート州）

2015年度における調査において、調査対象として予定していたインド西部のグジャラート州（具体的にはケーダ県 Kheda District）を訪問して、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を実地に訪問し、それを保有する業者への聞き取り調査を行うことができた。また、同州アーナンド市所在のグジャラート農業大学に付設されている研究機関であるビーディータバコ葉研究所（Bidi Tobacco Research Station）を訪問して、タバコ葉の研究についての貴重な話を伺ったほか、研究所の出版物である『50年間のタバコ研究：1951-2001年』（*Fifty Years of Tobacco Research 1951-2001*）をはじめとして、関係の資料を参照する機会を得た。これらの巡検調査で了解し得たことは、以下のようにまとめることができる。

インド西部で栽培されているタバコ葉には、ビーディー製造用のタバカム種（*N. tabacum*）の他に、噛みタバコや水タバコ、嗅ぎタバコなど各種加工用途向けのルスチカ

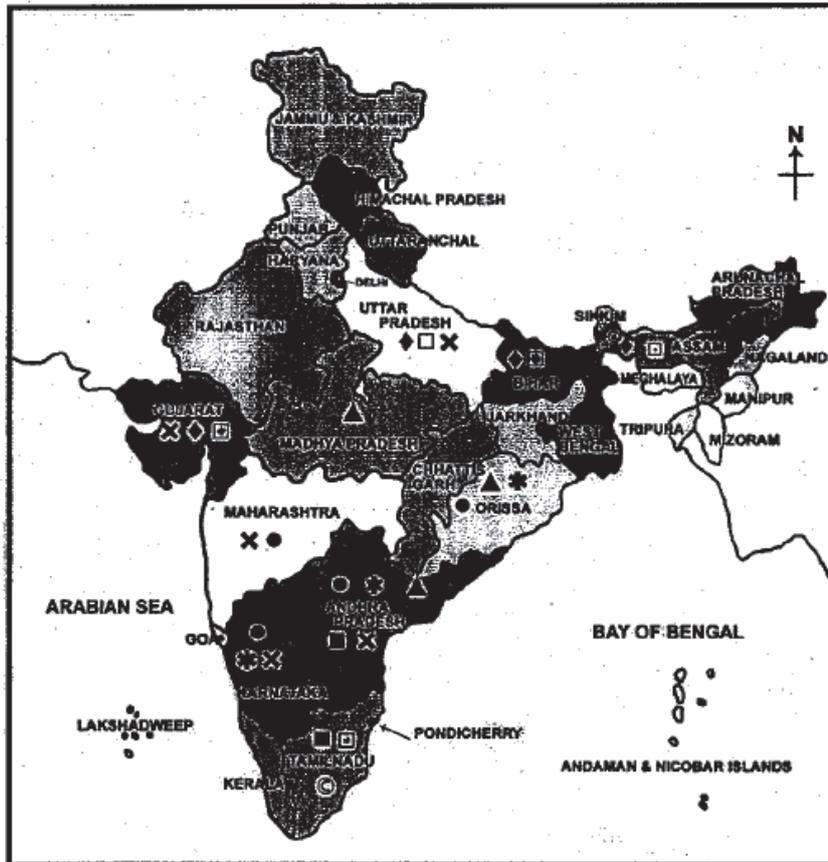
種 (*N. rustica*) など、複数が存在するが、ビーディー製造用のタバカム種が、とくにこの地域の主要栽培種となっており、ビーディー完成品の製造地や流通地であるインド中央部やコルカタ（旧カルカッタ）を含む各地に移出されている。全インド的にビーディー用タバコ葉生産を俯瞰した場合にも、このグジャラート州地域の製造量が最多となる。全インド的に見ると、インド亜大陸の反対側にあたる東南部のアンドラ・プラデーシュ州には、1910年代以降、欧米資本 BAT 傘下の ILTD 社（Indian Leaf Tobacco Development Co.）によりシガレット用のタバコ葉（ヴァージニア種）栽培地域が相当大規模に形成されている。この他、インド中北部のウッタル・プラデーシュ州やビハール州、西ベンガル州などのインド各地に噛みタバコ用のタバコ葉栽培地域が点在していることと併せて、複数の用途の各種タバコ葉の地域的な特化もしくは分散的状况が歴史的に醸成されて、1930年代頃には明確になり現在に至っていることが、別掲の地図1と地図2の参照も伴いつつ、あらためて確認されうる（Govt of India 1939 ; Bidi Tobacco Research Station 2002 ; Arya et al. 2012 ; コックス 2002）。



地図1 : 1930年代における各種タバコ葉の栽培分布地域

出所 : (Govt of India 1939)

注記 : 用途別のタバコ葉の栽培地域を、10000 エーカーにつき 1 つの印で示す



- |                |                   |                   |
|----------------|-------------------|-------------------|
| ● FCV Tobacco  | ○ Wrapper Tobacco | □ Chewing Tobacco |
| ▲ Natu Tobacco | ◆ Hookah Tobacco  | ■ Cheroot Tobacco |
| × Bidi Tobacco | ◎ Cigar Tobacco   | ★ Burley Tobacco  |

地図 2：現代インドにおける各種タバコ葉の栽培地域  
出所：(Arya, et al. 2012)

品種の改良事業は、ビーディー用タバコ葉の生産において非常に重要であり、政府系の農業振興の一環として継続的に行われてきたことが確認された。別掲の表 1 にも示すように、特に 1960 年代末以降、大型の葉や加工の容易さ、少雨環境への適応性、病気への耐性などを実現した交配種がビーディータバコ葉研究所により、適宜、開発・配給されていたことも相俟って、ビーディー用タバコ葉栽培の発展一般やグジャラート地域の生産の優位性が維持・確立されてきた (Bidi Tobacco Research Station 2002)。この品種改良が独立前 (1947 年以前) の 1920 年代まで遡ってイギリス植民地期にも行われていたことは大変興味深く、植民地政府による改良事業の意図や背景、さらに実質的な成果などについては、殆んど判明していないので、現在、鋭意、研究中である。

A 2	1969	2555	Bidi tobacco growing areas of Gujarat, Karnataka, Maharashtra and Madhya Pradesh.	Tall type with long and broad leaves, tolerant to leaf burn and lodging.
A119	1969	2625	Bidi tobacco growing areas of Gujarat, Karnataka, Maharashtra and Madhya Pradesh.	Medium height, broad and well distributed leaves. Tolerant to leaf burn disease.
GT 4	1976	2600	Rainfed bidi tobacco growing areas of Gujarat	Dwarf type with short internodes. Tolerant to moisture stress and leaf burn disease.
GT 5	1985	3300	Bidi tobacco growing areas of Gujarat	Tolerant to root-knot nematodes. High leaf potential and shy suckering habit. High nicotine content and smooth smoke.
GT 7	1993	2535	Rainfed bidi tobacco growing areas of Gujarat	Tall and high leaf potential, tolerant to drought
GTH 1	1995	3644	Irrigated bidi tobacco growing areas of Gujarat.	Tolerant to root-knot nematodes. High nicotine content. High leaf potential, long and broad leaves.
GT 9	2001	3077	Bidi tobacco growing areas of Gujarat.	Mosaic resistant and high yielding

表 1 : ビーディータバコ葉研究所から配給されたビーディー用タバコ葉の新品種

注記 : 項目は、左段より、以下の内容を示す。

品種名 ; 配布年 ; 平均収穫重量 (乾燥時) kg/ha ; 適用地域 ; 特徴

出所 : (Bidi Tobacco Research Station 2002)

巡検対象としたグジャラート州の当該地域では、ビーディー用タバコ葉の栽培農家から発展・継承して、タバコ葉の販売・流通事業やビーディー完成品の製造に歴史的に進出してきた事業者が確認された。そうした事業者は、自身の保有するタバコ葉栽培地の他に、加工・貯蔵拠点となる施設を保有したうえで、近隣のタバコ栽培農家からもタバコ葉を買い付けている。そして、加工とブレンドを施しながら、ニコチン刺激の強弱、さらに芳香性 (アロマ) や価格設定の違いなどに対応させて、独自の複数のブランドもしくはカテゴリーを提供しながらビーディー製造用のタバコ葉を流通・販売させているという。



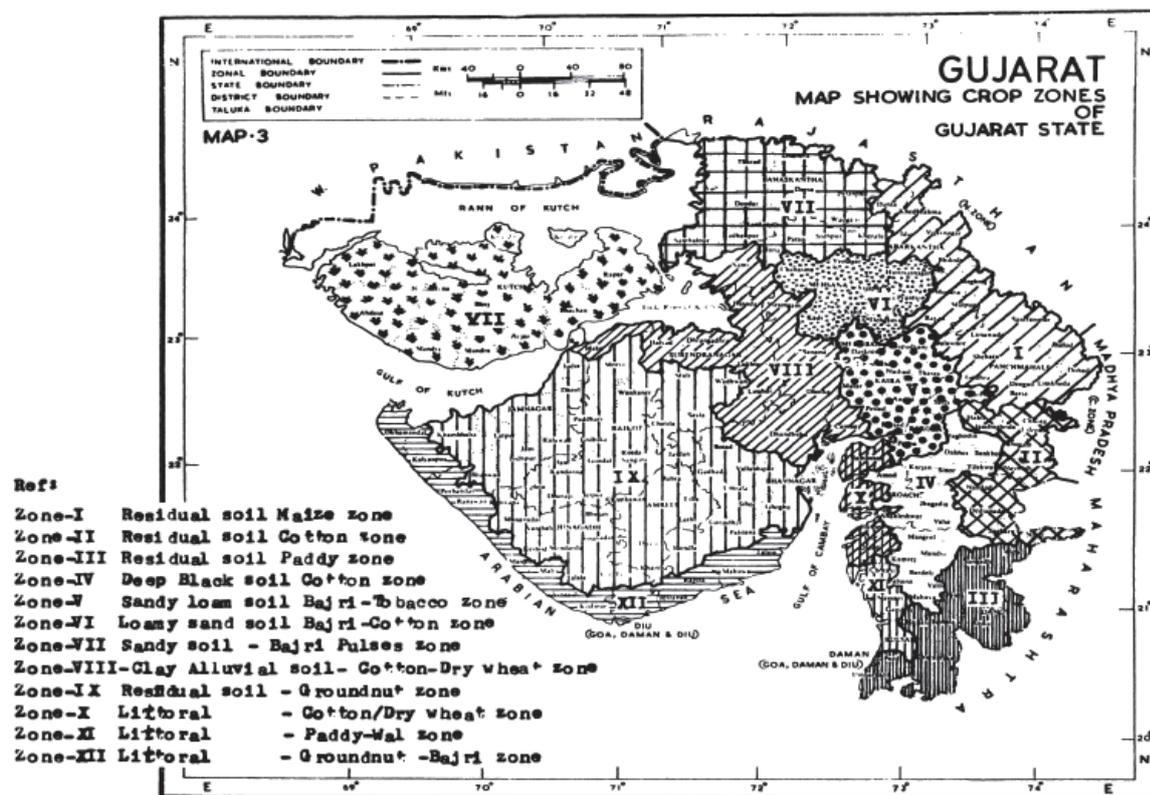
写真1：グジャラート州でのビーディー用タバコ葉の栽培（筆者撮影）



写真2：タバコ葉の乾燥・加工作業（筆者撮影）

### 3-2. 広域ネットワークの歴史的構築とインド中央部の完成品製造拠点

グジャラート州中部においては、鉄道網へのアクセスを得た植民地期の 19 世紀後半から末以降、設備投資（灌漑など）を積極的に行いながら、各種の野菜、果樹、園芸作物での集約的な農業生産や農産・畜産物加工への進出・展開を見せたパテルなどの有力農耕カーストが急速に台頭してきたことが知られている（Pocock 1972；Bates 1981；Rutten 1995）。グジャラート州の一部であるケーダ県などでビーディー製造用タバコ葉の栽培を歴史的に担うことになったのも、そうしたコミュニティである。地図3のグジャラート州の主要農作物に関する分布地図では、「ZONE-V：トウジンビエとタバコ」が、これに該当する。



地図 3：グジャラート州における主要な土壌/作物  
出所：(Patel, Kasad and Shah 1973)

2015 年度に行った複数の調査で、こうしたインド西部、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を経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、相当程度、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、その歴史的変遷と展開の具体的なプロセスを、事例とともに、一定程度、了解することができた。

例として、ムルジーバーイー・マトウルバーイー社を取り上げる（写真 3 および写真 4 も参照）。同社は、3 代前のマトウルバーイー氏の代にはタバコ葉を栽培していない農家であったが、100 年ほど前、2 代前のムルジーバーイーの時に、ビーディーのタバコ葉栽培・加工と完成品製造を開始。さらに、ムルジーバーイーの子供達の代（先代）には、タバコ葉栽培・加工部門を第 3 男がグジャラートで、製造部門を次男がナグプール近郊などインド中央部で、流通部門を長男がカルカッタとアッサム地方で、という 3 つの事業部門への分散もしくは分担と、それらを全インド的ネットワークの中に統合的に運営するシステムが構築された（筆者による面談調査：2016 年 2 月 11 日）。こうした事業部門の分散・分担やネットワーク統合については、古参事業者への面談や広告・促販史料などの分析により、他の事業者についても確認することができ、過渡的な研究成果として、2015 年 9 月に開かれた日本南アジア学会第 28 回全国大会（東京大学：駒場）にて、「ビーディー：商人

ネットワークを介した矮小・分散生産体制と喫煙文化の歴史的形成」と題する口頭報告のなかでも論じた（大石 2015）。



写真3：ムルジバーイー・マトウルバーイー社の加工・貯蔵用倉庫出所（筆者撮影）



写真4：ムルジバーイー・マトウルバーイー社の販売用ビーディー（筆者撮影）

インド中央部での製造部門の立地は、タバコ葉をラップする巻き葉であるテンドゥという樹木の所在によることは了解されており、本研究も、タバコ葉とともに、この特定の森林資源の経済・社会的な事象も視野に収めていた。2015年度内での調査で判明していることは、このテンドゥが、現インド共和国の行政区分上でのマディヤ・プラデーシュ州やマハラシュトラ州、オリッサ州など、英領植民地期で言えば中央州やその近接地域の丘陵・山域に植生しており（写真5も参照）、それゆえに、ビーディー製造工場もそれに対応してそうした特定の丘陵・山域に集中してきたことである。旧中央州内に関して、さらに県（district）単位で具体的に言えば、別掲の表2に見るように、バンダーラーBhandara 県

とその周辺の県（ジャバルプル Jubbulpore 県など）にあたる。



写真 5 : テンドウ葉採取が行われるインド中央部の森林（筆者撮影）

注記：トラや鹿の生息域でもあり注意・啓発が行われている

Districts.	Establishments employing 50 persons or more.				Establishments employing less than 50 persons.			
	Number of biri factories.	Men.	Women.	Children under 15.	Number of biri factories.	Men	Women.	Children under 15.
Bhandara ..	118	3,653	2,981	4,135	504	8,138	5,440	7,020
Jubbulpore ..	24	1,386	118	504	56	836	95	382
Nagpur ..	14	1,503	329	263	21	908	393	222
Balaghat ..	9	107	50	457	11	85	65	174
Chhindwara ..	...	...	...	...	1	...	...	10
Saugor ..	1	30	7	31	9	77	10	120
Damoh ..	3	141	13	117	2	27	...	5
Bilaspur ..	1	56	11	58	14	198	27	94
Raipur ..	4	172	33	100	24	249	44	184
Drug ..	...	...	...	...	9	106	32	32
Wardha ..	1	40	9	31	3	21	1	2
Chanda ..	...	...	...	...	2	15	10	5
Amraoti ..	2	93	39	18	3	33	17	26
Akola ..	1	40	5	5	2	7	5	2
Yeotmal ..	4	120	105	5	...	...	...	...
Buldana ..	1	20	46	5	4	12	12	...
Nimar ..	1	60	4	...	4	76	...	86
Hoshangabad ..	...	...	...	...	3	13	5	9
Narsinghpur ..	1	30	10	10	4	8	5	52
Total ..	185	7,451	3,760	5,559	681	10,806	6,313	8,351

表 2 : 旧中央州における県別ビーディー就業者（1931 年）

出所：(Govt. of India 1931)

こうしたテンドウ葉の採集とそれを利用したビーディー製造は、これらの地域の人々、とくに、トライブと呼ばれる先住系の丘陵地民や一部の中下層農耕民の間で、現在に至るまで重要な生計手段となっており、現在のそうした経済・社会的問題に関しては研究もある (Varma & Rehman 2005)。ただし、本研究は、1910-30 年代に急激な成長を見たビ

ーディー産業の歴史的検証を目指しているので、別掲の表 2 に確認されるような小規模(特に右半分側の被雇用者 50 人以下)の事業所に多くの婦女子や児童を雇用するような労働集約型の生産体制が、テンドゥ葉採取やビーディー製造においてどのように形成されていたか、そして、それが当該の地域社会の動態とどのように結び付いていたかを、さらに、研究して行く必要がある。

こうした点にも関係して、2015 年度の調査では、ジャバルプル農業大学(マディヤ・プラデーシュ州ジャバルプル市所在)を訪問して、インド中央丘陵地の森林資源経済を研究している現地の研究者との情報交換を試み始めたほか、相当長期の乾季を有するがゆえにビーディー生産のような乾季に適する副業の需要が潜在的に高いという自然生態的な文脈を検証・確認する意図をもって、溜池などの灌漑・治水施設の実地訪問も行った。

### 3-3. 模倣と差異化の同居と両義性：宣伝・促販関係史料を通じた分析

近現代インドの喫煙がナショナリズムと関係を有することは、20 世紀初頭の国産品愛用運動としてのスワデーシー運動において、他の多くの商品とともに外国からの輸入シガレットが問題とされたことや、愛国精神を有する在地起業家によってインド国産のシガレットが試作され市場に投入されたことなどが、民族運動史の記述の中に含まれてきたことから、一定程度、認識されてきた(Sarkar 1979)。だが、ビーディーの興味深い点は、シガレットのように、欧米由来の商品と同じ土俵で対抗したのではなかったことであろう。つまり、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。換言すれば、「援用」しながら「伝統の創出」を図っている。

このような模倣と差異化の同居もしくは両義性を、どのように、ビーディーに読み解き、さらに、そこから近代インドの社会を考える 1 つの論点に発展させることができるか。筆者の研究では、純粋な文献資料だけではなく、販売促進関係の広告・商業資料の類の収集と整理にも傾注していることを、すでに上記「研究方法」にもふれたが、まさにこうした点の読み解きのために、1920 年代頃から店頭販売促進用に作成・掲示された厚紙製や真鍮製の広告やカレンダー、そして、そこに掲載された商標やそのラベルを、マッチ・ラベルでの自身の研究と同様に(大石 2010)、鋭意、利用していきたい。

筆者がこうした販売促進上の史料やそこで確認できる政治・文化的表象を重要視する根拠もしくは前提を、同時代の歴史資料、ここでは裁判・法廷史料を通じて、予備的に確認しておく。ビーディーは、その商品としての登場当初はバラ売り販売であったようだが、1910 年代中頃から 25 本程度を紙パッケージで巻いた販売が主流となった。そして、その包装に付された商品マークもしくは商標が、個別製造元の識別や確認という意味のみなら

ず、政治的かつ文化的な競合関係上の意味を帯びた。こうしたことが、法廷上の係争にまで発展して、貴重な同時代史料となっているので、ここでは、高等裁判所の裁判にまで発展したムルジー・シッカー社と競合他社との係争と判決（1928年）を紹介しておく。具体的には、この係争では、ヒンドゥー教の神話マハーバーラタのなかにヴィシュヌの化身として登場する「モーヒニーMohini」という魔性の女性が、図像と名前とのセットで、シッカー社のビーディーの商標ラベルとして1910年代中葉以降に使用され、1920年代後半の時点では市場で「確立された人気」を得ていたことは事実認定されつつ（図2も参照）、競合他社が、「モーヒニーMohini」という図像と文字をあしらった近似的な商品マークを併わせてビーディーを販売することが認められるのかどうか、そして、その可否は、そうした認知や名声確立の時期や競合他社のマーク使用開始時期とどのように関係するのかが、争点となった（AIR 1930 Cal 678, “Moolji Sicca And Co. vs Ramjan Ali on 24 July, 1928”）。英領インドで正規の法的な意味を伴う商標制度が成立するのは実は1940年代初頭であり、こうした係争は、それ以前の法的曖昧性にも起因すると理解できるため、そうした文脈をふまえた更なる研究上の精査が待たれるのは事実である。故にここでは、兎にも角にも、こうした宗教・文化上のモチーフを擁した商品マークが高等裁判所の裁判でまで争うような商業権益上の重要性を帯びていたことを、さしあたり認識しておきたい。

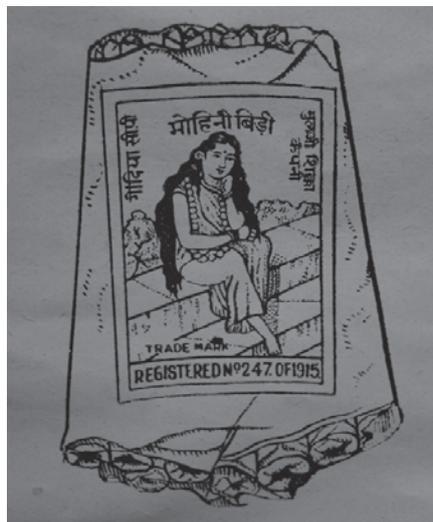


図2：ムルジー・シッカー社のモーヒニー・ラベル  
（出所：筆者所蔵の同社カレンダーに掲載）

こうした商品マーク（もしくは商標）の重要性は、それらが広告・掲示対象として組み込まれたカレンダーや看板などの促販関係ツールの重要性とも連動することになったと考えられる。ここでは、筆者の所蔵するバーイーラール・ビーカーバーイー Bhalal Bhikhabhai 社の1927年用カレンダー（図3）を1例として、その研究上の意義を、予備的なかたちで確認しておきたい。まず、同社は、経営事業者がバーイーラール・ビーカ

バーイー・パテルであることが、このカレンダー上に複数例示されている商標ラベルでの印字から判明させることができ、上記 3-2. でふれたグジャラート出身のパテル・コミュニティの出自とまさに符合することがわかる。また、ビーディー完成品の工場を英領インド期の中央州（C.P. : Central Provinces）のティローラーTirora という町に有していたことが右下に明記されており、これも、3-2. で表 2 も利用して説明を付した旧バンダーラー県やその周辺という特定地域への製造事業所の集中という歴史的な立地特性を確認させるものとなっている。このカレンダーからは、このほか、当時首府であったカルカッタ（現コルカタ）に事業所拠点が置かれていたことやダッカ（当時のベンガル州東部地域で、現 Bangladesh 国の首都）に支店があったことがわかる。こうした点は、上記の 3-1. や 3-2. で記述した 3 つの事業部門への分散もしくは分担という点（グジャラートでのタバコ葉栽培・加工部門、インド中央部での製造部門、カルカッタでの流通部門）と、それらを全インド的ネットワークの中に統合的に運営するシステムの歴史的形成を証明するものとなっている。また、付言すると、北東部インドの茶園プランテーション内の移民労働者がビーディーを集中的に消費するポケットゾーンのような意味を有していたことが、徐々に判明しており、カルカッタやダッカの流通拠点はこうした重要消費地を見据えたものであると言えよう。



図 3 : Bhaial Bhabhai 社のカレンダー1927年用（筆者所蔵）

当該のカレンダーが本来有した趣旨は、同社が複数使用していた商標ラベルを小売店主や同業者、さらに購買者に告知して、擬似もしくは偽物のラベルが貼付された別商品を購入しないように（左下の”Beware of Imitation”）、注意喚起を行うということであった。しかし、本研究の趣旨においては、商標ラベルそのものが、同時代のビーディー消費の社会的文脈を考察する貴重な歴史的資料となる。例えば、図3の上段中央の7つのラベルのうち中央に位置するのは、インド民族主義に同伴すべき女神として20世紀前半に崇拝・人気を博していたことが昨今の研究（Ramaswamy 2010）でも明らかにされているインド守護母神 Hind Devi（しばしばバーラト・マター Bharat Mata とも称された）であった（図4）。モチーフにしたラベルであり、カレンダー最上部の”Bengal Wellknown Swadeshi Biri Works”という印字とともに、当時のビーディーがスワデーシー（国産品愛用）という経済ナショナリズムや民族運動上の宗教理念と密接な親和性を期待されていたことが了解される。



図4：「Hind Devi インド守護母神」の商標ラベル  
注記：図3のカレンダー上部中央に位置する

ビーディーがシガレットとの間に有した差異化と模倣の同居もしくは両義性は、このように、形状や材料上の模倣と差異化という面のほかに、カレンダーや商標ラベルを通じたものに付加的な展開を見せていたのである。

#### 4. 考察

近代インドにおけるビーディーという新しい喫煙タバコの登場と急速な普及を、どのように捉えるべきか。本研究の過渡的な成果を通じて、社会・経済的条件と政治・文化的背景という両面が大まかに浮かび上がり、この2つが相互に絡み合った結果として捉えるべ

きであろうという示唆を導くことができよう。

まず、社会経済的条件として、インド西部で在来化していたタバコ葉が、植民地期に提供された移動運搬インフラ、特に新規付設の鉄道を利用して、初めて大規模そして広域的な運搬が可能になっていたという事実があるろう。グジャラートのパテルをはじめとする有力カーストもしくはコミュニティから輩出された商人・起業家は、この新しい可能性を、インド中央丘陵地に産するテンドゥ葉でタバコを巻くという、それまでは事実上不可能であった遠隔地間の接合という具体的な新規事業の実現・実行に導き、実際に、ビーディーという新しい商品を生み出した。そして、その結果として、販売機能も組み込んだ全インド的な広域ネットワークを形成した。また、そこには、インド中央部の丘陵地域で、相当期間の乾季が存在し、トライブや中下層農民を中心に、そうした時期における就労や賃金収入の潜在的ニーズが高かったという環境生態的な条件も見逃せない。

しかし、こうした新しい商品を実際に消費し、産業としての大きな成長を促したのは、まぎれもなく、ビーディーに対する旺盛な需要であった。ここでは、輸入や新規国産のシガレットと比しての相対的な価格の安価性という、より純粋に経済的な要素に加えて、近代インドにおける政治・文化的な背景を考慮して理解する必要があるろう。相対的安価性については、資料的制約から現段階では十分にその動向を証明できていない。点火具としてのマッチが輸入などにより低価格での大量に流通し始めたという同時代の状況とともに (Modig 1979; 大石 2002 ; Oishi 2004)、今後、精査・把握していきたい。政治・文化的背景に関して言えば、近代インドは、とくにその民族主義的な高揚のなかで、近代欧米からのシガレットに代わる、しかし、それに近似した軽便で個人として容易に携帯可能な喫煙商品を希求したのである。このような社会的要請の中で、シガレットとの間で、模倣と差異化の同居もしくは両義性を結果的に帯びた商品ビーディーが、大量に消費されることになった。

ここでは、加えて、ビーディーが、欧米との間での差異化と模倣の関係性として想定されただけではなく、インド人のなかでの拮抗的な関係も孕んでいたことを、付言しておきたい。つまり、ビーディーは、欧米由来のシガレットを嗜むようになっていた 19 世紀末から 20 世紀初めの一部の欧化的で富裕なインド人エリートとの差異化/差別化と模倣の問題でもあった。この点は、3-3. で見たような宣伝・促販関係の歴史資料に基づいて、欧化傾向を帯同するエリート主義的な志向との意図的な差別化や距離感を措定しようとする社会・文化的な志向もしくは表象を、ビーディーに読み取ることで示唆が可能である。ここでは、こうした比定の予備的作業の一端として、1930 年代にインド民族資本による国産シガレットの雄として台頭したゴールデン・タバコ社 (Golden Tobacco Co.) のカレンダー (図 5) を紹介する。



図5：ゴールデン・タバコ社の1930年代中葉のカレンダー（筆者所蔵）

一見して了解できるように、ここでは、カレンダー自体の中央を飾るのはインド人女性でありその衣装や装身具（腕環）もインド風のものである。しかし、実は、周辺を彩る各種製品の商品マークや商標は、欧米のシガレット製品に準拠もしくは模倣したものであり、明確な政治・文化的ナショナリズムをそこに見出せるわけではない。ゴールデン・タバコ社は、1930年代初頭より国産品愛用運動（スワデーシー）の機運にも乗じて欧米BAT側に対する脅威になったインド国産の代表格的なタバコであることは指摘されているが（Basu 1988: 94-95）、それは、あくまでもシガレットという欧米由来で中高価格帯の商品範疇や社会・文化的磁場のなかでの競合であった。このカレンダーで中央に描かれた女性も、インド人でありながら、欧米女性に比肩させるような意味での「洗練性」や「合理性」をインド人上流女性のなかに意図的に演出しようとしているかのように感じさせる。

比して、前掲の図3のカレンダーには、テレフォンで通話する欧米風もしくは現代的なインド人女性が描かれている1つのラベルを除いて、他は、むしろ意図的にインドの固有な、もしくは伝統的な、女性をモチーフとして演出しようとしている。具体的には、貴婦人や淑女、貞節な夫人などをそれぞれ連想させるラベルのほかに、宮廷での給仕や踊り（ナウチ nach）を行うデヴァデーシーと思われる女性などもラベルに描かれている。カレンダー中央のビーディーを盆上で給仕する女性も、後者の女性像であろう。こうした商品/商標マークやカレンダー上の女性像は、どのようなインド人女性を「同伴者」もしくは「助演者」として表象しながら男性側の喫煙が想定されるかという、ビーディーの消費・喫煙が有したジェンダー上の社会性的問題であると思われる。この点、過渡的な読み込みなが

ら、こうした表象は、饗宴的でエロティックな女性を助演者として図像的に帯同しながら、それに相応しい、野卑で荒ぶれたインド独自の男性性を社会文化的表象の上で体現しようとしたものと解釈されよう。また、これは、図5で見たような女性の「洗練性」や「理知性」に懐疑的な眼差しを向け、同時に、それを賞賛する体制隷属的なインド人の植民地エリート男性のフェミニンな脆弱性を揶揄しようとしたと考えられる（大石 2015）。

## 5. 結論

「4. 考察」でも、既に一定程度記述したが、本研究の過渡的な結論の要点は、以下のようになろう。

1900-30年代に興隆した近代インドにおける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（グジャラート地方含む）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ものと理解される。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、現地の都市外延や農村丘陵地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、多様性や地域特性を孕むインド各地の市場（たとえば、カルカッタ経由でインド北東部のベンガルやアッサムの茶園へ）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。

近代インドにおけるビーディー喫煙の普及は、低コストで購入できる安価性という経済的文脈のみならず、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る。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そうとする両義的文脈を体現しており、この意味で、シガレットを形状や喫煙所作的に「援用」しながら、しかし同時にインド「固有/伝統」の商品の創出・普及に及んだものと理解できる。

20世紀後半から21世紀の現代的局面への連続性/断続性に関する検証・研究という問題は、2015年度（2015年4月－2016年3月）の研究段階では、十分扱えているとはいえない。ただし、タバコ葉栽培や製造の事業者に対する調査では、歴史的内容だけではなく、独立後の動向や現在の状況も、相当意識して聞き取り対象に含めた。簡潔に言えば、2003-04年に掛けて、シガレットその他のタバコに関する総合的規制法（正式名称として *The Cigarettes and Other Tobacco Products (Prohibition of Advertisement and Regulation of Trade and Commerce, Production, Supply and Distribution) Act* が立法化と施行を見て以降、タバコは一般的傾向として退潮に追い込まれており、広告規制や公共性のある空間での喫煙禁止などによって、特に公的空間から事実上の退場を余儀なくされている。そして、実際の生産や消費も、噛みタバコ系など、規制を相対的に回避しやすい非喫煙タイプを除いて、ビーディーを含むタバコは落ち込みが激しい。実際、筆者が、面

談（2016年3月9日）で訪問した古参のビーディー製造業者の1つポールワール社（マハーラーシュトラ州ナグプール市近郊）は、80-90年近い歴史に2013年終止符を打ったばかりであった。

しかし他方、こうして、ビーディー産業の足跡が完全に消失してしまいつつあるわけでもない。というのも、こうしたビーディー産業は、3-2. で言及したトライブや中下層農民の集中的雇用という社会的コミットメントの延長で、しばしば、ビーディー製造業と同時並行的に教育事業も手掛けてきた。上記のポールワール社も、そうした事例であって、2013年のビーディー製造業の停止後も自身が創設のカレッジ（ポールワール・カレッジ）は存続し、翌年には50周年を迎えた（図6の記念誌の表紙を参照）。こうした慈善的事業が、ビーディー製造業における地域住民の集中的な雇用と深く関係した固有の社会的行為として継続されてきたことは言うまでもないのであり、こうした社会事業進出や経営多角化についての歴史的調査も含めて、まさに危機と消失、後景化の途上にあるビーディー産業とその社会的周辺への研究上のアクセスを継続していく必要があることを痛感している。

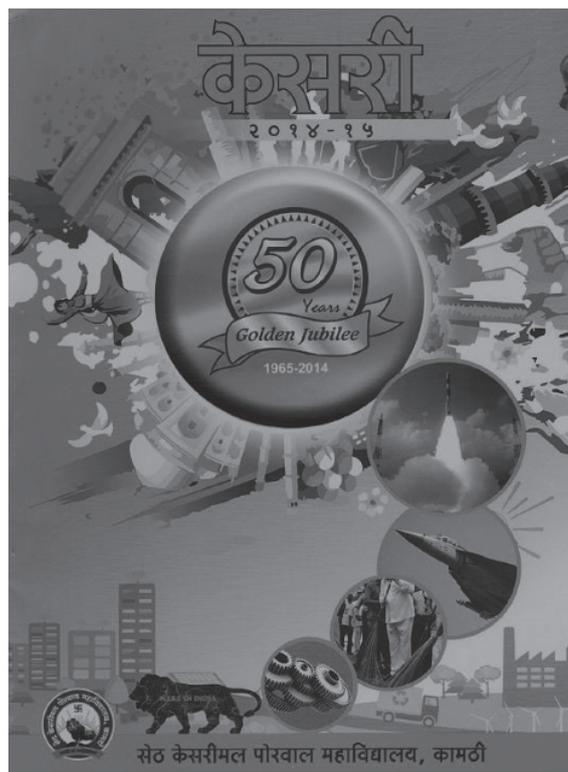


図6：ポールワール・カレッジ50周年記念誌（筆者所蔵）

出典：(Porwal College 2014)

## 6. 引用文献

大石高志「日印合弁・提携マッチ工場の成立と展開 1910-20年代：ベンガル湾地域の市場とムスリム商人ネットワーク」『東洋文化』82号, 2002年

- 大石高志「ムスリムにおけるアイデンティティの複合性とその物象化:マッチ・ラベルからの検証」『南アジア研究』No. 22、2010年
- 大石高志「ビーディー：商人ネットワークを介した矮小・分散生産体制と喫煙文化の歴史的形成」(口頭報告)。日本南アジア学会第28回全国大会。東京大学：駒場、2015年9月26-27日
- コックス、ハワード(たばこ総合研究センター訳)『グローバル・シガレット：多国籍企業BATの経営史1880～1945』山愛書院、2002年
- AIR (All India Reporter)* 1930 Cal 678. “Moolji Sicca And Co. vs Ramjan Ali on 24 July, 1928.” (インドカルカッタ高等裁判所の判例)
- Arya R. L., et al., *Tobacco Production in India*, New Delhi: Kalyani, 2012.
- Basu, Champaka, *Challenge and Change: the ITC Story, 1910-1985*, London & Hyderabad: Orient Longman, 1988.
- Bates, Crispin, “The Nature of Social Change in Rural Gujarat: The Kheda District, 1818–1918,” *Modern Asian Studies*, Volume15, Issue4, 1981.
- Bidi Tobacco Research Station, *Fifty Years of Tobacco Research 1951-2001*, Anand, 2002.
- Govt. of India, *Census of India1931, vol.12 : Central Provinces and Berar*, 1931
- Govt. of India, Labour Bureau, Ministry of Labour, *Report on the Working and Living Conditions of Workers in Beedi Industry in India, 1995 (Unorganised sector surveys, ser. no. 22)* Delhi: Controller of Publications, 1995.
- Isaac, T.M. Thomas, Richard W. Franke, and Pyaralal Raghavan, *Democracy at Work in an Indian Industrial Cooperative: the Story of Kerala Dinesh Beedi*, Ithaca, NY: ILR Press, 1998.
- Modig, Hans, *Swedish Match Interests in British India during the Interwar Years*, [translation by William Barrett], Stockholm: LiberFörlag, 1979.
- Oishi, Takashi, “Indo-Japan Cooperative Ventures in Match Manufacturing in India: Muslim Merchant Networks in and beyond the Bengal Bay Region 1900-1930”, *International Journal of Asian Studies*, Vol.1 No.1, 2004.
- Patel, Gunvant, G.B. Kasad and R.L. Shah, *Crop Zones of Gujarat. Technical Bulletins, no. 36: Gujarat (India)*. Department of Agriculture 1973.
- Pocock, David F., *Kanbi and Patidar: A Study of the Patidar Community of Gujarat*, Clarendon Press, 1972.
- Porwal College (Seth Kesarimal Porwal Mahavidhalaya), *Kesari 1965-2014: 50 Years Golden Jubilee*, Kamptee, 2014.
- Ramaswamy, Sumathi, *The Goddess and the Nation: Mapping Mother India*, Durham

[N.C.]: Duke University Press, 2010.

Ranade, Ajit, Subrata Sarkar and Anindya Sen, "The Tobacco Industry", in Subir Gokarn, Anindya Sen and Rajendra Vaidya (eds.), *The Structure of Indian Industry*. New Delhi: Oxford University Press, 2003.

Rutten, Mario, *Farms and Factories: Social Profile of Large Farmers and Rural Industrialists in West India*, New Delhi: Oxford University Press, 1995

Sarkar, Sumit, *The Swadeshi Movement in Bengal, 1903-1908*, New Delhi: People's Publishing House, 1973.

Varma, Uday Kumar, and M. M. Rehman, *Tobacco, Tendu Leaf and Beedi Workers in India: Problems & Prospects*, New Delhi: Shipra, 2005

## 7. 英文アブストラクト

### Beedi in Modern India: History and Culture

Takashi OISHI

Associate Professor,

Kobe City University of Foreign Studies

This study aims to analyze the historical rise and survival of beedi in modern India through successful competition with cigarette and other tobacco commodities and forms. Based on field surveys in Gujarat, Madhya Pradesh, etc. to conduct interviews and observations in beedi pioneer manufacturers, traders, farmers, etc., as well as on critical analysis on historical documents and printed materials including original advertisement materials, some tentative suggestions and assumptions have been drawn. For the socio-economic backgrounds, heightened mobility especially realized by the new railways played the vital role to connect the tobacco grown in Gujarat and tendu leaves as wrappers only available in central India. Also, long dry season in the latter region worked to supply the new industry with abundant cheap labour to undertake the processes of labour intensive production. Dynamism in politics and culture, however, functioned decisively to have created the core demand for beedi. Swadeshi economic nationalism searched for an alternative to imported foreign tobacco. Instead of competing in the same commodity field, namely cigarette, beedi embodied a unique ambiguous position between differentiation and imitation. It was surely an

imitation of cigarette in the shape and convenience, but obviously created difference through the use of a wood leaf as a wrapper as well as the accompaniment of nationalism and social representation through trademark labels and advertisements. In fact, beedi was consumed by the lower class people to represent their own manliness and vulgarity which should be differentiated from effeminate character found in some Westernized Indian elites.