

[研究ノート]

# インド経済とライフスタイル

インドと日本を見る眼を拓く

Indian Economy and Lifestyle

—Open your eyes on India and Japan as a global citizen—

大場 裕之

Hiroyuki Oba

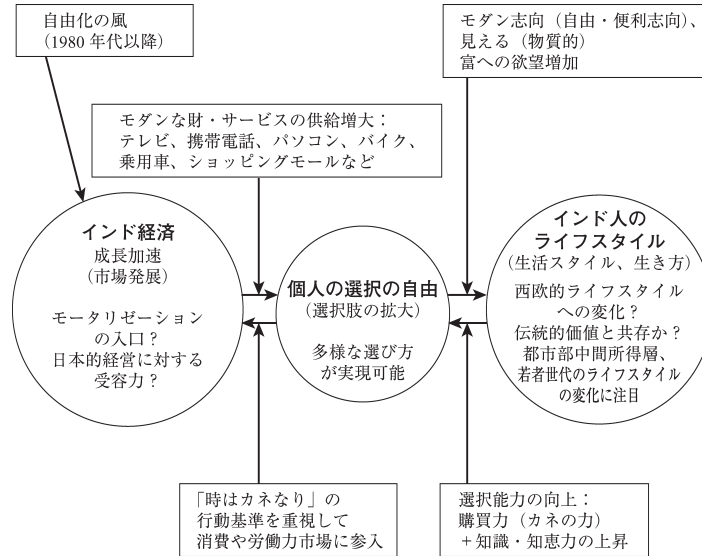
この研究ノートの目的は、国際社会コースの一環として行われる「インド経済」という世界に向かって大航海（講義）に乗り出すための羅針盤（アウトライン、方向性）を提供し、それを共有化することにある。この講義の狙いは、二つある。一つは、わたしたちが住む地球社会に大きな影響を及ぼしつつあるインド経済について、その活動を支えるインド人のライフスタイルに視点をおいて、関心を持ち理解を深めることにある。もう一つは、「自由」「持続可能性」「地球市民」をキーワードに欧米とは異なるインドという新たな鏡をおいて、日本および自分のライフスタイルを見つめ直すことにある。

## 1. はじめに—わたしたちの問題意識

目覚しいITソフト産業の発展や巨大な人的資源などで注目されるインド経済。目下、2ケタに迫る高い経済成長を実現しているインド。そのインド経済の将来を展望する時、現在進行中の経済自由化政策によるハイスピード経済が今後とも持続可能かという点は避けて通れない重要な問題ではなからうか。この問題を解き明かすためには、インド経済だけではなく、経済を動かしているインド人の思考・行動パターン、すなわちインド人のライフスタイルを知ることがどうしても必要となると考えられる。

この講義において、経済とライフスタイルとの接点に立ち、経済自由化政策のもとで目覚しく発展するインド経済を支える等身大のインド人の素顔に迫り、今後を展望する際の眼のつけどころ（目安、留意点）を共に発見してみようではありませんか。この講義を始めるにあたって、今回は、インド探訪の旅の出発点として、なぜライフスタイルに注目するのか、また、自由化が進展するインド経済をどのように捉えるか、という問いを中心に、共に考えてみましょう。

図1 自由化が進むインド経済とインド人のライフスタイル



出所：各種関連資料をもとに筆者作成。

## 2. インド経済を見る眼：なぜライフスタイルに注目するのか？

インド経済には、10億人を越える巨大な市場と豊富な労働力に支えられた潜在力のある産業がある。その経済を見る眼として、ライフスタイルという視点に注目する理由として、以下の4点が考えられる（図1を参照）。

第1は、生身のインド人が浮かび上がってこないインド経済論は不十分であるという認識があるからである。インド経済は“活きた”インド人によって動いているという見方に立てば、当然そこには、経済とライフスタイルとの間に何らかの相互作用があると想定される。“ライフスタイル”について厳密な定義がないので、ここでは、生活スタイル（衣食住の仕方、学び方、働き方など）や生き方（価値観：人生観、世界観）と理解しておく。また、インドを考える前に、経済とライフスタイルとの関係の捉え方について明らかにしておく必要がある。まず、経済とは基本的に人間が作り出した市場制度であるが、その制度とライフスタイルとは財・サービスの選択を通じて相互に影響しあう関係にある。なぜならば、財やサービスを選択する際には、市場という経済合理的な制度を活用するだけでなく、自分のライフスタイルをも考慮に入れて判断していると考えられるからである。すなわち、市場制度の発達によって、財やサービスの供給が増大すれば、選択肢（選択の自由）は拡大し選択の仕方（考え方・感じ方）が変化し、ライフスタイルそのものが変化する可能性が生まれる。他方、ライフスタイルが変化すれば、これまでとは異なる判断基準のもとで、消費者として、あるいは労働力として市場制度に影響を及ぼすと考えることができる。

第2は、世界を席卷している自由思想もしくは自由主義がインド人のライフスタイルにも大きな影響を与えつつあるという認識があるからである。この視点に立てば、経済自由化政策のもとで、インド社会が大きく変化する局面を迎えているが、その変化の矛先は自由化がすすむ経済だけではなく、自由を享受し始めたインド人のライフスタイルそのものの変化を含む、大きな潮流を捉えることが可能となるからである。

第3は、インド人のライフスタイル（価値観）を理解することは、信頼関係を構築するうえで大切となるからである。これからの時代では、貿易・投資などのビジネスだけではなく、軍事・外交、教育・文化面など多方面の分野にわたってインド人と情報共有化する局面が大幅に拡大する可能性があることから、ライフスタイルの視点は必要不可欠となる<sup>1)</sup>。

第4は、西欧社会とは異なるインド人の多様なライフスタイルを鏡として、日本人自体のライフスタイルを問い直すことによって、日本社会全体として、また個人々人として、再生および活性化する方向性をつかむヒント<sup>2)</sup>が得られるからである。

### 3. インドに対する価値観を問う：インドに対するイメージ・チェック！

インド経済やインド人のライフスタイルを探訪する前に、そもそもわたしたちはインドに対してどのようなイメージを持っているのだろうか？ インドに対するイメージを共有化し、わたしたちのインドイメージの全体像に迫ってみましょう。

† ここで、質問です。わたしたちは、インドのどのような点をよい（良い・善い）、あるいはその反対に悪いと考えているのだろうか？ また、インドのどのような点を好き、あるいは嫌いと感じているのだろうか？ わたしたちの理性と感性を総動員して、これらの問いにチャレンジしてみましょう。この目的のために、わたしたちの問題意識を共有化する手法である価値意識マトリックス（Value Consciousness Matrix, 以下ではVCMもしくは単にマトリックスと略す<sup>3)</sup>）を活用する。VCMを活用すれば、参加者のインド認識の違いを視覚的に「見る」ことが可能となるばかりではなく、他者の認識との距離も知ることによって、「気づく」能力が高まる。

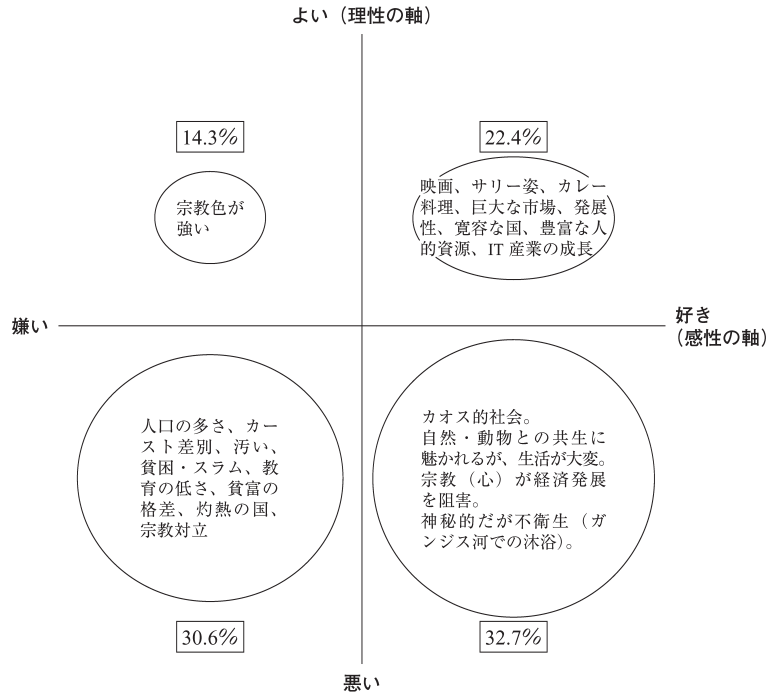
インドに対するイメージについて、VCMを活用して、以前、東京にあるA大学やT大学で実施した成果の一部を紹介しよう。大学や実施した年度によって多

1) 財団法人 国際経済交流財団編 [2007]『台頭する中国・インドのインパクトと日米経済関係に関する調査研究報告書』には、筆者が提案した小論「インドとの“技術共有化”戦略の構築を目指して」（92-102ページ）が掲載されてあるので参照されたい。

2) 日本の教育改革のひとつの方向性を示すヒントとして、筆者は、学力ではなく、「学問力（問題発見力＋共創力）」を実践すべきことを提案しているが、インドとの戦略的協力関係を醸成するうえでも、応用されるべきであると考えている。学力と学問力との違いについては、大場裕之＋大場ゼミナール [2007]、197-201ページを是非参照されたい。

3) 問題意識の共有化の手法は、問題発見能力（気づく力）や共創力を身につける「学問力」やその方法論である価値実現研究の実践を通じて開発された。この詳細については、大場裕之＋大場ゼミナール [2007]、38-57ページを参考のこと。

図2 インドに対する一般的なイメージ（価値意識マップ）—大学生対象—



出所：インド経済に関する筆者の講義に参加した某大学の大学生（49名）に対するアンケート結果（2004年10月）をもとに筆者作成。

注：各々の象限の○の大きさは“自分のイメージに最も近い”と答えた学生数の全体に対する割合（%）を示す。

少の違いはあるものの、ほぼ共通しているインドに対するイメージがある。図2には、2004年に実施したA大学経済学部49名の結果が示されている。“嫌いであつ悪い”イメージと答える学生が30.6%、“好きだが悪い”イメージと答える学生が32.7%にのぼり、“悪い”イメージが全体の6割を超える。“嫌いであつ悪い”イメージの例としては、街の汚さや河の汚染、灼熱の国、カオス的、カースト差別、貧困、人口の多さ、貧富の格差、宗教紛争、教育水準の低さなどがあげられる。反対に、“好きであつ良い”イメージと答えた学生の理由として、巨大な市場、人が熱い、映画が面白い、美味しいカレー、サリー姿の美しさ、歴史が感じられる、優秀な人的資源、宗教（信仰）心の熱さなどである。

以上の結果から、インドに対しては否定的イメージが優勢のように感じられる。しかしながら、近年インド経済の躍進する姿がメディアを通じて報道されているためか、VCMに参加する学生のインドに対する否定的なイメージは、年々低下する傾向にある。ここで、確認しておきたい点がある。それは、インドに対する肯定的なイメージだけを持つことなく、その反対に否定的なイメージだけを持つことでもない。大切なことは、肯定的な意見と否定的な意見をマトリックス上で吟味することによって、バランスのとれたインド観を持つことである。さらに重要なこと

は、そこから、自分にも関わる本質的な問題を発見し、その問題について議論し、そのエッセンスを共有することである。

そこで、“好きでかつ良い”イメージとして登場した、インドカレーをとりあげて、そこから見えてくる「食」の問題や、それがインド経済やインド人のライフスタイルとどうつながるのか、さらにはインドをみている自分とどのような関係があるのか、考えてみよう。

インドの代名詞といえば、カレー料理であり、カレー好きなのは、何も学生だけではなく、多くの日本人も同感するところである。以前、著者が知人に日本文化とは味噌・醤油文化ではないかと話したところ、その知人は大のカレー好きであり、カレーは日本の文化だと反論されてしまった経験がある。いずれにせよ、カレーは日本人にも馴染み深いものであり、この「食」を突破口として、インド経済に関心を持ってみよう。

#### 4. 「食」から見えるスパイス（インド）経済とインド人のライフスタイル

##### † クイズで知る：「食」世界からみるスパイス（インド）経済の素顔

まず、以下では、カレー料理やインドの「食」に関する 20 項目のクイズがあるので、一つ一つの項目にチャレンジしながら、関心を高めてみよう。

〈カレー料理：英語ではカレー（curry）〉

- (1) カレーが国民食として定着した国は、日本であるが、その発端は明治維新期、インドから直接輸入されたことによる。 <Yes, No>
- (2) インドの今日のカレー料理は、外国文化との融合によって形成された。 <Yes, No>
- (3) カレーというコトバは、インド固有の名称である。 <Yes, No>

〈食文化：食べ方、宗教、格差、政治、市民社会〉

- (4) インド人は、マクドナルド＝アメリカを嫌う傾向がある。 <Yes, No>
- (5) インドには、菜食や断食といった「食べない」文化があるが、インドの人口の少なくとも約 3 割は、菜食主義者（ベジタリアン）である。 <Yes, No>
- (6) 厳格な菜食主義者は、低カーストのヒンドゥー教徒である。 <Yes, No>
- (7) ヒンドゥー教徒は、特定の宗教的祝日だけではなく、特定の曜日にも断食をする。 <Yes, No>
- (8) 菜食主義を支えるエートス（特徴）は、アヒンサー（不殺生）の思想であり、それはヒンドゥー教に元来固有である（原始ヒンドゥー教というべきバラモン教の聖典ヴェーダ）。 <Yes, No>
- (9) ヒンドゥー教には、人体を不浄とみなす傾向があり、これを浄化させるための手段として、菜食、断食、あるいはヨーガといった方法がとられる。 <Yes, No>
- (10) 自分より高いカーストの者が作った食事を食べることはタブーである。

<Yes, No>

(11) イギリスからの独立運動と菜食文化、不殺生の思想は無関係である。 <Yes, No>

(12) マハトマ・ガンディーが独立運動で選択した戦略とは、〇〇である。

(13) 「食べない」菜食文化は、異なる宗教やカーストグループ間の連帯を築ける。

<Yes, No>

<食からみたインド経済＝消費する⇔節約する、生産する>

(14) インドの食料自給率はほぼ 100%である。 <Yes, No>

(15) 世界人口（約 60 億人）の約 20%が 1 日 1 ドル以下の生活をし、そのうちインドはほとんどを占める。 <Yes, No>

(16) インド都市部ではピザの宅配に人気があり、低所得層も食べる庶民の味として定着している。 <Yes, No>

(17) インドにマクドナルドが進出したのは、経済が自由化された 1990 年代である。

<Yes, No>

(18) 独立後のインドの国家建設・経済政策に、ガンディーが描いた農村共同体型の発展モデルが採用された。 <Yes, No>

<インドの中の日本、日本の中のインド>

(19) 日本のインスタントラーメンはインド市場を独占している。 <Yes, No>

(20) 日本の食卓で食べるエビの約 9 割が輸入であるが、インドからの輸入は少ない。

<Yes, No>

「食」に関するクイズをしながら、インドに対するイメージは変化したでしょうか？ また、インドに対する関心は高まったでしょうか？

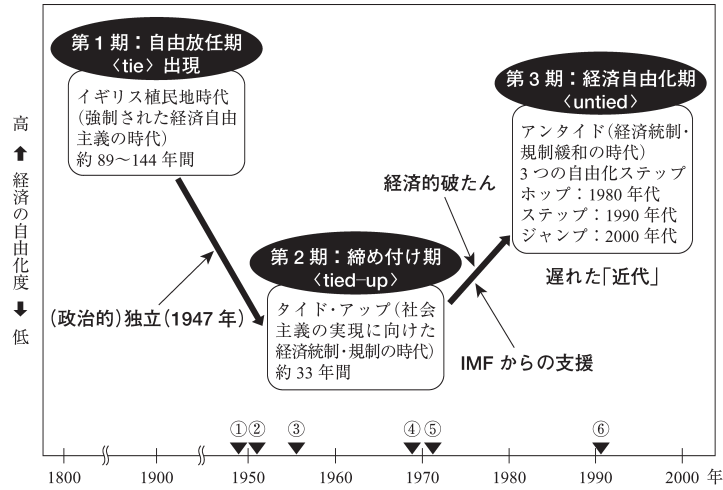
† 今日のクイズでもっとも関心をもったこと、ベスト 3 をあげてください。

## 5. 1991 年以前に導入されていた経済自由化政策

今度は、キーワードとなる「自由」について、インドで展開されている経済自由化ということを考えてみましょう。経済自由化とは、経済活動に対するさまざまな規制や統制を緩和もしくは撤廃し、自由にするのと理解しておきましょう。インド経済はどの程度自由化されているのか、という問題については、別の機会に検討することとして、ここでは、インドで実施された経済自由化政策の時期や、その大きな流れを掴むことに集中してみたいと思う。

最初に、自由化政策の導入時点についてであるが、近年の日本のマスメディアや書籍等では新産業政策（NIP）が打ち出された 1991 年をその開始時点としているが、これは正しいであろうか？ 確かに、NIP は 1947 年の独立の精神に則って 1950 年代に確立された規制・統制システムの解体を意図していたから重大事であることには違いない。しかし、それをもって経済自由化政策の開始時点と考えるの

図3 インドの長期の経済発展における経済自由化の位置づけ



出所：各種関連資料をもとに筆者作成。

注1：①産業政策決議 1948年、②産業法（開発と規制）1951年、③産業政策決議 1956年、④独占・制限的取引慣行法 1969年、⑤外国為替規正法 1973年、⑥新経済政策（新産業政策）1991年

注2：経済の自由化度は、各経済・産業政策や経済の実態を踏まえ、筆者が主観的に判断したものである。

は危険である。なぜならば、外国からの投資などに対する規制緩和政策そのものは、すでに1980年代の初めに故インデラ・ガンディ政権のもとですでに導入されていたからである。事実、1980年代初めに始動したインド政府と日本のスズキによる自動車合弁事業（マルティ社）はまさにこの自由化政策の産物であり、1991年導入説に立てば、この事実を説明することはできない。その当時、インド経済が危機的状況にあり、IMFからの支援を仰ぎその圧力のもとで、一連の経済規制・統制緩和措置が講じられた。それは、経済的破綻に対する限られた選択肢であり、基本的にはインドの“社会主義的社会的建設”（Socialistic pattern of society）という1950年代に標榜した国家目標の挫折であり、また社会正義を重視する規制・統制的経済政策の破綻をも意味していた。

## 6. インド国民にとっての「近代化」「自由化」がスタートした1980年代

次に、経済自由化とは、インドの長期の経済発展の流れのなかで、どのように位置づけることができるのだろうか？ 図3に示されているように、インドの近代的な経済発展の歴史とは、基本的にイギリス植民地政府のもとですすめられた自由貿易という名の“強制された自由”の時代と独立後インド政府が推し進めた経済的統制・規制システムからの自由（解放）の時代として特徴づけられる。インドの近代化の歴史のなかで、1980年代になって初めて、インドの国民、とくに都市部中間層に“近代化”の恩恵がもたらされ、個人としての選択の自由が大幅に拡大した

と考えることができる。

すなわち、経済自由化という“近代”の時期は、経済・産業規制からの解放期であり、ネクタイを示す英語、Tie で表現すれば、“Untied”（規制を解く）の時代といえる。つまり、この時期とは、100年単位の超長期で捉えたインドの経済発展の第3期にあたる。それ以前の第1期とはイギリスによる植民地化政策がインドで進められた、“Tie”出現の時代、いわば世界市場に強制的に一体化された自由主義の時代である。第2期とは、政治的独立後の30年間に及ぶ経済的不平等の是正を主な内容とする社会正義の実現を目指した“Tied-up”（締め付け）の時代であると理解することが可能であろう。

経済発展の第3期にあたる“Untied”の経済自由化が開始された1980年代以降の時期とは、まさにインド国民にとっての“近代”（自由主義）の始まりである。この時期における経済自由化では、3つの段階を経て経済改革が進展している。第1段階は、1980年代の助走期（ホップ）、第2段階は、中間所得階層を重視した1990年代の加速期（ステップ）、そして第3段階は、2000年代の飛躍期（ジャンプ）である。第1、2段階は、中間所得層を重視し、“ミドルクラス”と言われる新しい市場を出現させたが、それは同時に、農村部を中心とする貧困所得層に恩恵をもたらすものでなかったために、2004年に誕生したマンモハン・シン政権は、貧困層重視を掲げ経済自由化を推進している。したがって、同政権が貧困層にどれだけ“光”をもらすことができるのか、第3段階に突入した飛躍期インドを見極める上でその政策手腕に注目する必要がある<sup>4)</sup>。

## 7. インド経済を牽引する「中間層」の出現

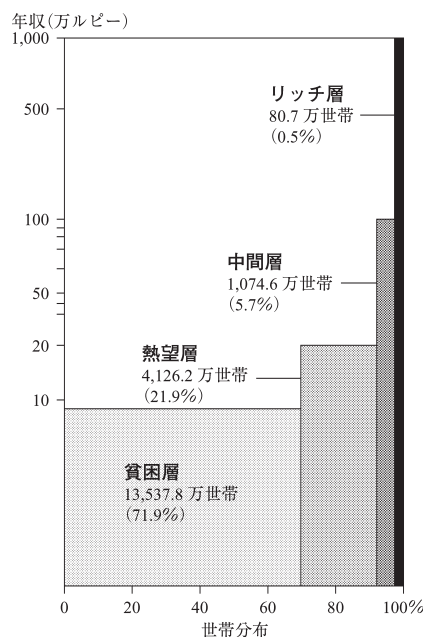
インドにおける経済自由化政策のプラス効果とは、経済成長のスピードを早めただけではなく、新たな購買層、労働力層としての中間層が都市部を中心に出現したことであろう<sup>5)</sup>。中間層とは、現状では2~3億人市場、また将来的には5億人市場となるという予想もあるが、インド市場の基本的な構造を変え、ハイスピード経済を持続しうるパワー集団と考えてよいのだろうか？ この問いを考えるためには、インド国立応用経済研究所（NCAER）の世帯調査が参考になる。図4には、その調査結果（2001~02年）をもとに筆者が作成したインドの年収別世帯分布が描かれている。いわゆる「中間層」とは、年収基準による20~100万ルピー（約60~300万円）の世帯と定義され、約1,000万世帯で全世帯の5.7%を占める。また、「中間層」予備軍とされる年収9~20万ルピー（約27~60万円）の世帯、「熱望層（aspirers）」は約4,100万世帯であり、全体の21.9%を占める。インドの平均世帯数は5人であるから、「中間層」だけであれば、5,000万人、「熱望層」も含めれば、2001~02年時点で約2~3億人市場が形成されていたと推測される。

4) 詳細については、大場裕之 [2005] 「インドは“光”の国か？—自由化と日本化を中心に考える」(我妻和男編著『光の国・インド再発見』6章執筆分担) 麗澤大学出版会 147-148 ページを参照されたい。

5) インドにおける経済自由化のプラス効果とマイナス効果についての詳細については、大場裕之 [2005] 同上、138-145 ページを参照されたい。



図4 インドの年収別世帯分布 (2001~02年)



出所：NCAER 資料を基に筆者作成。

注：リッチ層は Near Rich, Clear Rich, Sheer Rich, Super Rich の合計。中間層は Seekers と Strivers の合計。2001~02 年の総世帯数は 18,819.2 万世帯。

NCAER によれば、「中間層」は 2009~2010 年には、現在よりも 3 倍近く増加し、2,844 万世帯（全世帯の 12.8%）となることを予測している。

従って、インドにおける「中間層」とは、現状では規模的には、依然マイナーな集団ではあるが、近い将来はインド市場を牽引するパワフルな所得集団に成長することが期待できそうである。事実、農村部と切り離し、「中間層」の生活拠点である都市部に限定すると、現在でもすでにその存在感は絶大なものがある。発展社会研究センター（CSDS）が 2003 年にデリーで実施したサーベイでは、ミドルクラスとは、「より教育程度が高く、経済的に恵まれた人々」と定義され、より具体的には彼らの所有物（耐久消費財）によって、クラス分けしている。この所有物基準によると、住宅に住み、クルマ、スクーター、テレビ（カラーまたは白黒）、冷蔵庫、電話、ラジオといった家財のいくつかを所有する人々がミドルクラスとなる。この基準によれば、デリーの場合、実に全体の都市人口の 48%（デリー市民 2 人に 1 人）がミドルクラスに属していると推定されている<sup>6)</sup>。

もっとも、インドの「中間層」（もしくはミドルクラス）を見る眼として以下の

6) サンジャイ・クマール [2005]「インド：都市部のミドルクラス（第 9 章）」（猪口孝他編著『アジア・バロメーター 都市部の価値観と生活スタイル—アジア世論調査（2003）の分析と資料』明石書店）165 ページ。

2点について留意する必要がある。第1は、「中間層」という階層内部は、教育水準と雇用機会の面で必ずしも同質ではなく、「中間層」の下層になればなるほど、教育水準は低く、所得を確保する雇用機会はかなり限定的であると理解すべきであろう<sup>7)</sup>。第2は、「中間層」が拡大しているとはいえ、社会全体としては、所得格差が大きく、かつ7割という圧倒的割合を占める貧困層（農村部や都市のスラムに居住）からなるインド市場のピラミッド的な構造は何ら変わっていないという点である。

#### 8. 上昇志向・消費志向が高まる都市部中間層のライフスタイル

自由化の風に乗って出現した中間層は、インド経済だけではなく、ライフスタイルそのものも変化させつつあるのではなかろうか？ つまり、ここで問いたいことは、都市部中間層のライフスタイルとは、インドの伝統的なライフスタイルと何が異なるのかという点である。様々な文献や過去30年間におけるささやかな筆者自身のインドとの係わり合い（留学体験、日本的経営や自動車などの産業調査、職務意識調査などによる訪印体験）をもとに総合的に考えると、インド人のライフスタイルにおいても変化している部分と変化していない部分があることが伺える。

まず、変化している部分についてであるが、テレビや携帯電話、バイクやスクーター、クルマなどのモダンな財やサービスに対する保有者が急増しているだけではなく、そのような目に見える物質的な富（物欲）を求めて社会的に上昇しようとする向上志向や自由や利便性を手にしようとする保有欲求がかつてなく高まっていることである。テレビは、デジタル放送が実施され、100近くの番組を選局、視聴できるようになってきている。また、携帯電話は、日本の人口をはるかに上回る1億5,000万人の人々がすでにインドでは保有している。2007年2月デリーを訪問した際、携帯電話の普及の早さには驚くばかりである。2日間借り切ったタクシーの運転手（中間層の下層クラス）の手にも、携帯電話があった。彼の夢とは、娘に高い教育を受けさせることだという。上昇志向があることを感じさせる。クルマについても、月収2万ルピー（年収24万ルピー）となれば、价格的に最も安い小型車に手が届くといわれており、クルマに対する需要も急上昇している。デリー市内にはインドを象徴する牛の姿も見かけなくなり、通勤ラッシュによるクルマの渋滞と喧騒感が日常の光景となり、まさにモータリゼーション前夜という印象を受ける。また、デリーなどの大都市では筍のように、大型のショッピングモールが登場しているが、そこでショッピングをし、そこで上演される映画を鑑賞し、定期的に開かれるライブに参加することはいまや、若い世代や中間層にとってトレンドなのだそうである。

7) 絵所秀紀氏によれば、インドの中間層市場を捉える際には、消費の視点だけではなく、その前提となる雇用吸収力と所得に影響すると考えられる教育水準の格差を考慮する必要性があることを主張している。インドの市場規模と雇用・教育の関係については、絵所秀紀 [2007] 「インド経済興隆のインパクト」(財団法人 国際経済交流財団編『台頭する中国・インドのインパクトと日米経済関係に関する調査研究報告書』) 74-75 ページを参照されたい。

しかしながら、上昇志向や消費志向が高まりつつあるアメリカ・スタイルといわれる近代的なライフスタイルに変化したとはいえ、伝統的なものを捨てていないことに留意すべきである。インドの伝統的なスタイルとは何か？ なかなか難しい問題である。しかし敢えてそれを4Cで表現してみたいと思う。つまり、Curry, Cloth, Caste, Chaosによって示される生活スタイルや価値観がインドの伝統的ライフスタイルと考えられる。Curryとは、カレー料理の食文化であり、スパイスのない食生活はインドでは考えられない。Clothとはサリーを着るインド人女性のライフスタイルをさす。ジーパン姿の若いインド人女性をよく見かけるが、サリーは文化的象徴として、またインド女性の美のシンボルとしてパーティなどで愛着されていることに変化はない。Casteとはカースト的な生き方をさす。カースト差別は憲法で禁止されているとはいえ、カースト意識はインド人の心に根付いており、中間層も例外ではない。カーストとはポルトガル語で「家柄」「血統」を意味しており、一種のアイデンティティであるから、消し去るわけにはいかない。このことは、家族重視につながり、当然家族の絆は強くなる。家族の絆が如実に現れるのが結婚相手の選択においてである。インドでは、若い世代でも恋愛結婚ではなく、お見合い結婚するのが主流<sup>8)</sup>であるが、お見合い相手を親が決めることについて、“親の目は私の目”と100%親に信頼する若者がいる<sup>9)</sup>。もっとも、経済自由化のなかで、こうした結婚相手の選択は（親ではなく）個人の自由とすべきという考え方も次第に広まりつつある。

最後のChaos的スタイルとは、最初の3つの個人的なCとはやや性格が異なり、社会的環境要因が大きい。インド社会は多様性の世界とよく語られることが多いが、表現を変えれば、社会自体がカオス的（混沌としている状態）であり、その中でサバイバルする生き方をさす。1980年代からの経済自由化により、インド中間層を中心にモダンな財やサービスが導入されても、伝統的なものと共存するパターンとなり、混乱がさらなる混乱を生み出しているといつてよい。2007年2月デリーを訪問したが、そこで滞在したホテル近くの路上はまさに、そのカオスの世界そのものである。日本の道路と違い、インドの路上は実に様々な“サービス人”がおり、お互いに干渉せず、共存している光景は著者が留学した30年程前のインドと何ら変わっていない（もっとも近くにはフライオーバーと呼ばれる立派な高架橋や日本のODAによる地下鉄メトロなどが登場してはいるが）。そこに登場する“サービス人”は中間層とそれ以下の社会階層から構成される。花売り人、ダバと呼ばれる路上レストランで働く人々、靴磨き屋、洗濯屋、自転車で引っ張るサイクルリキシャ、リキシャ（3輪タクシー）マン、タクシー運転手、NGOのボランティア、親子連れの乞食……。この中から、どれだけ中間層予備軍（熱望層）に参入できるのか、さだかではないが、インド経済の底辺を支える人々との共存はまさにカオス的といわざるを得ない。

8) 結婚に至る「出会い」のスタイルにおいて、インドでは現在もお見合い主流であることについて論じたものとしては、大場裕之 [2005] 同上、145-146ページを参照されたい。

9) 大場裕之 [2005] 「ほんとうの“癒し”との出会い—インド、そして日本」『学際』(佛構造計画研究所 (No. 14, February), 44-45ページ. 1)

総じて言えば、中間層のライフスタイルは選択の自由が拡大することによって、社会的上昇志向と消費志向を高め「アメリカ化」しつつある。しかし、このことはインドの伝統的なスタイルを捨て去ることを意味していない。むしろ、アメリカ的スタイルをインドに飲みこみながら、家族でカレー料理を食べ、女性はサリーを着て、宗教的な儀式・祈りを日常的に行い、家族を中心に仕事や生活をするスタイルを持続しているといえよう。

#### 9. ライフスタイルから捉えたインド経済探訪の旅から何を発見できたのか？

インド探訪の旅をしながら、何に関心を持つに至ったのか、以下の問いにチャレンジしながら、確認してみよう。

- (1) インド経済を考える際に、なぜインド人のライフスタイルに注目するのか？
- (2) あなたのインドに対するイメージは、マトリックスによる問題意識の共有化を通じてどのように変化したのか？
- (3) 「食」世界に注目することによって、どのようなスパイス（インド）経済・社会の素顔を発見できたのか？
- (4) インドでの経済自由化政策が始動したのが、1991年とする報道が多いが、この報道は正しいと言えるか？
- (5) なぜ、1980年代はインド国民にとっての“近代”（自由主義）の始まりなのか？
- (6) インド経済を牽引する「中間層」の特徴とは何か？
- (7) インド都市部中間層のライフスタイルとは、インドの伝統的なライフスタイルと何が異なるのか？

#### 10. スマイル基準による評価

このインド経済探訪の旅を終えるにあたって、あなたのスマイル度がどの程度なのか、自己評価してみよう。

##### (1) スマイル基準による評価：

スマイル評価とは：GIVE 基準：達成度＋社会貢献度

\*達成度(将来の自分に対する GIVE) (以下の5項目からひとつ選んで○をつける)  
 <とても達成感がある やや達成感がある どちらでもない 達成感が少ない ほとんど達成感がない>

→その理由：

\*社会貢献度(他者に対する GIVE) (以下の5項目からひとつ選んで○をつける)

<非常に貢献した やや貢献した どちらでもない 貢献不十分 ほとんど貢献せず>

→その理由：

達成度：当初の企画時点と比較して：共有化されたテーマに対する考え方（深まりと広がり）の程度)

社会貢献度：出席を前提とする積極的な参加（企画、議論、発見メモ、リポートプレゼンなどによる貢献）

- (2) 自らの学習実績（生き活き度）をスマイル・マークにする（1つ選択し○をつける）

<☹ ☺ ☹ ☹>

- (3) 講義に対する印象、今後の課題、要望（議論すべきテーマ案を含む）

### 主な参考文献

<対話型の学習スタイルに関するテキスト>

大場裕之+大場ゼミナール [2007] 『学力力のすすめ—“活きた” 学問を楽しむために』 (麗澤大学出版会).

<インド (経済) 入門編>

関口真理編 [2006] 『インドのことがマンガで3時間でわかる本』 明日香出版社.

大場裕之 [2005] 「インドは“光”の国か?—自由化と日本化を中心に考える」(我妻和男編著 『光の国・インド再発見』 6章執筆分担) 麗澤大学出版会.

リジー・コリンガム著・東郷えりか訳 [2006] 『インドカレー伝』 河出書房新社.

門倉貴史 [2006] 『大図解 インド経済の実力』 日本経済新聞社.

門倉貴史 [2005] 『手にとるようにわかるインド』 かんき出版.

山崎恭平 [1997] 『インド経済入門』 日本評論社.

島田卓 [1999] 『図解 インドのしくみ』 中経出版.

伊藤正二・絵所秀紀 [1995] 『立ち上がるインド経済』 日本経済新聞社.

<インド (経済) に関するディスカッションのための文献>

山下博司・岡光信子 [2007] 『インドを知る事典』 東京堂出版.

ロビン・メレディス著・大田直子訳・丸川知雄・大場裕之監修 [2007] 『インドと中国—世界経済を激変させる超大国』 ウェッジ.

古田元夫編 [2001] 『東南アジア・南アジア—地域自立への模索と葛藤』 大月書店.

歴史教育者協議会編 [1997] 『知っておきたい インド・南アジア』 青木書店.

絵所秀紀編 [2002] 『現代南アジア ② 経済自由化のゆくえ』 東京大学出版会.

辛島昇他監修 [2002] 『南アジアを知る事典』 平凡社.

A. P. J. アブドゥル・カラム & Y. S. ラジャン著・島田卓監修 [2007] 『インド 2020—世界大国へのビジョン』 日本経済新聞社. (A. P. J. Abdul Kalam, Y. S. Rajan [1998] *India 2020: A Vision for the New Millennium*. Viking Penguin Books India (P) Ltd.)

国際金融情報センター編 [2005] 『インドの経済問題と今後の効果的な対印経済協力の方策』 (財務省委嘱調査).

内川秀二編 [2006] 『躍動するインド経済—光と影』 アジア経済研究所.

椎野幸平 [2006] 『インド経済の基礎知識』 ジェトロ (日本貿易振興機構).

中島岳志 [2006] 『インドの時代—豊かさと苦悩の幕開け』 新潮社.

バヴァン・K・ヴァルマ・村田美子訳 [2006] 『だれも知らなかったインド人の秘密』 東洋経済新報社.

山田和 [2004] 『21世紀のインド人—カースト vs 世界経済』 平凡社.

M.K. シャルマ・山田和訳 [2001] 『喪失の国、日本-インド・エリートビジネスマンの「日本体験記」』 文藝春秋.

リジー・コリンガム著・東郷えりか訳 [2006] 『インドカレー伝』 河出書房新社.

清川雪彦・大場裕之・P. C. Verma [2002] 「日系企業のインド進出と職務意識の変化」 『経済研究』 一橋大学経済研究所 Vol. 53 NO. 2 (4月), pp. 134-150.

清川雪彦・大場裕之 [2003] 「“日本的経営” 離れは若年層の個人主義化が主因か?—職務意識の世代間格差の検証」 『経済研究』 一橋大学経済研究所 Vol. 54 NO. 4 (10月), pp. 336-352.

大場裕之 [1999a] 「自動車生産の拡大と部品産業」 『インドの貿易政策』 (第5章執筆分担) (財)国際経済交流財団.

大場裕之 [2007] 「インドの文明とIT産業—インドのITソフト・パワーは文明的DNAによるのか?—」 『ECOレポート』、(財)統計研究会、内外経済情勢懇談会・編 (No. 53、1月号)、pp. 33-60.

- 大場裕之 [2007] 「インドとの“技術共有化”戦略の構築を目指して」(『台頭する中国・インドのインパクトと日米経済関係に関する調査研究報告書』、(財)国際経済交流財団編、委託先(社)日本経済研究センター) pp. 92-102.
- 重松伸司・三田昌彦編著 [2003] 『インドを知るための50章』明石書店.
- (財)アジアクラブ・日印経済委員会編 [1995] 『インドで成功する知恵』東洋経済新報社.
- 押川文子 [1997] 「インドにおける「中間層の形成」現象と女性」『南アジアの社会変容と女性』(第3章)アジア経済研究所.
- チャタージー, B.・野田英二郎訳 [1993] 『インドでの日本式経営—マルチとスズキの成功』サイマル出版会. (Chatterjee, Bhaskar [1990] *Japanese Management: Maruti and the Indian Experience*. New Delhi: Sterling Publishers Pvt. Ltd.)
- H. Oba [1999b] “Liberalising the Indian Automobile Industry in Asian Perspective” *Indian Industrial Development in Asian Perspective*. Konodai Bulletin of Economic Studies (Vol. 11 No. 1).
- H. Oba [1997] “Liberalizing Indian Industry: A Case of Automobile” 『麗澤経済研究』(第5巻第2号).

\*大場裕之(おおば・ひろゆき)

1953年山形県生まれ。早稲田大学(社会科学部)卒業。シャワハラル・ネルー国立大学院大学博士課程修了。Ph.D.取得(経済学)。現在、麗澤大学経済学部教授、同大学大学院国際経済研究科教授。インド経済会社、ライフスタイル、モティベーション、日本の経営、自動車産業、開発と貧困、技術吸収力、グローバリゼーションなど、経済学の枠を超え、人間の意識や行動に深くかかわる問題を、主たる研究分野としている。著書には、共著、『光の国・インド再発見』(麗澤大学出版会、2005)、『学問力のすすめ—“活きた”学問を楽しむために』(麗澤大学出版会、2007)、*Industrial Development and Technology Absorption in the Indian Steel Industry: Study of TISCO With Reference To YAWATA in Japan* (Allied Publishers Pvt. Limited, 2005) などほか多数ある。