period of December of 2016 to March of 2017. Henceforth, at the conclusion of this fieldwork essay, I would like to present my sincere gratitude the support from the above mentioned program.

Reference

Giroux, H. 1997. *Pedagogy and the Politics of Hope: Theory, Culture, and Schooling (A Critical Reader)*. Boulder, Colorado: Westview Press.

ダーラーヴィーセ
―ディーワーリーはダーラーヴィーから―

久保田和之 *

「ダーラーヴィーセ（धारावी से）.」セはヒンディー語で「～から」を意味する．つまりこれは，「ダーラーヴィーから」という意味だ．この言葉は調査地のひとつであるダーラーヴィーで活動している企業家のスレッシュ・アグワネが，インド最大のお祭りのひとつであるディーワーリーでのセールに合わせて考案したネーミングである．そしてこれは，ダーラーヴィーにある彼の小売店で販売される製品につけられた「ブランド名」でもある．

ダーラーヴィーは映画『スラムドッグ＄ミリオネア』の舞台であり，既知の人も多いかもしれないが，そこがいったいどういう場所なのかを少し説明しておこう．マハーラーシュトラ州の州都ムンバイーの人にダーラーヴィーで調査を行なっていると言うと，顔をしかめられたり，ダーラーヴィーなんかに行っているのか，と驚かれたりする．それもそのはず，ダーラーヴィーとはムンバイーの中心に位置するアジア最大のスラムのひとつなのである．2.16 km^2 に 60 万人が暮らしているといわれている［城所・鳥海 2013: 1051］．

一般的なスラムとは違い，ダーラーヴィーの面白い所はモノづくりの集積地でもある点である．ダーラーヴィーには革製品，壺，アパレル製品，刺繍，プラスティック再生業

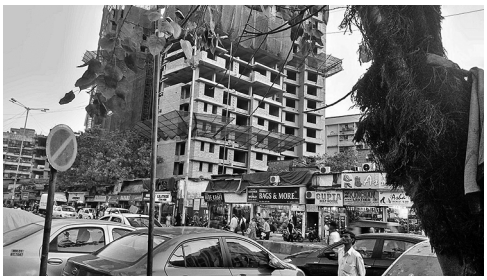

写真 1　ダーラーヴィーの光景

* 京都大学大学院アジア・アフリカ地域研究研究科

を営む小さな工房がひしめいており，さながらスラム工業地帯とでもいうべき様相を呈している．一説にはダーラーヴィーには 5,000 以上の小規模工業事業所と 1,500 以上の一部屋のみからなる事業所が存在しており，ダーラーヴィーの年間総生産額は 5 億 US ドルともいわれている［Lantz 2009: 197］.

「ダーラーヴィーセ」に話を戻そう．「ダーラーヴィーセ」を企画したスレッシュはダーラーヴィーで生まれ育ち，計装工学の学位取得後，ムンバイー郊外のゴム製造会社等で計装技術者として働いていた．彼曰く，「ダーラーヴィーは大きな資産であって，自分は職人を使ってイノベーションを起こそうと思った．今革製品はムンバイー郊外の工場ですべて機械で作られている．政府もムンバイー郊外に焦点を当てるが，ダーラーヴィーには当てない．このままではダーラーヴィーは将来破壊されてしまう．誰も職人は生きていけない」．彼は革製品をデザイン・販売する事業を始めた理由をこのように語った.

スレッシュが「ダーラーヴィーセ」のセールを打ったのはディーワーリーでのことであった．ディーワーリーはインド最大のお祭りのひとつであり，その期間中に買い物をすることは縁起が良いとされている．さらに，ディーワーリーには企業が従業員にプレゼントを贈る，あるいは兄弟・姉妹間でプレゼントを贈りあうという習慣もあり，商売人にとってはかきいれ時だ．スレッシュは「この鞄どこで買ったの？」「ダーラーヴィーセ」と言ってもらえれば，マウスマーケティングになると言った.

しかし，この「ダーラーヴィーセ」というネーミングを聞いて，僕は，おかしいような，悲しいような，複雑な気分になる．なぜなら，革製品，それにおそらくダーラーヴィーで作られたもの全般に関して，小売店は誰もそれがダーラーヴィーで作られたとは言わないし，消費者もダーラーヴィーで購入したとはあまり言わないからだ.

ムンバイー郊外のナヴィー・ムンバイーにあるショッピングモールには，ダーラーヴィーで製造されているファッションブランドの小売店がある．僕はこの小売店に行き，店員に製品の製造地を聞いてみたことがある．すると，製造地はムンバイーだと答えられたので，「ムンバイーのどこ？ダーラーヴィー？」と聞くと，店員にはそんなわけないだろといった表情で「違うよ」と返されてしまった（むろん本当にダーラーヴィーで作っていない可能性もある．けれども，ダーラーヴィーでの聞き取りによれば，そのブラ

写真 2　ダーラーヴィーセ・セールのポスター

ンドの製品はすべてダーラーヴィーで作られているとのことだった）．ブランド側からすると，製品がスラムで作られたと知られると，ブランドイメージが下がると考えて然るべきだろう．だからダーラーヴィーで作られたとは言わないのかもしれないと思った．

「『それどこで買ったの？』『ダーラーヴィーセ』と言ってもらえれば，マウスマーケティングになる」とスレッシュは言う．けれども，それはとても難しいことのように思えた．

スレッシュが普段からデザインした製品の生産を依頼しているのが，SK の工房である．SK にこの話をして，ディーワーリーでダーラーヴィーで作られたものをプレゼントにもらった人は，それがダーラーヴィーで作られたと知っているかなと聞いてみた．すると SK はこう答えた．「いや，知らないだろう．たとえば手帳のカバーをここで作って，100Rs（日本円で約 157 円）で卸しても，それを売る大きなショールームでは 1,000Rs（日本円で約 1,570 円）の値段がつく．そのショールームの店員はこの製品は輸入品だと言うだろう．」それでは，製品を直接ダーラーヴィーで買った人についてはどうか．「『ダーラーヴィーセ』とは言わないだろう」SK は言う．「ただ，その場にいる誰かが，これはダーラーヴィーで作られたんじゃないかとは言うかもしれないね（笑）．」

小売店も消費者もダーラーヴィーから購入したとは言わない．けれども，ムンバイーの人々にはダーラーヴィーで多くの革製品が作られているのはよく知られている．いうならばダーラーヴィーはムンバイーの人々にとって公然なる秘密のモノづくり地帯である．

SK によると，僕が彼と話した時（11 月の初め）はダーラーヴィーの工場はディーワーリーのプレゼント用の製品の生産でとても忙しい時期にあたっていた．普段のダーラーヴィーの工房は朝 10 時から夜 8，9 時くらいまでの操業であるが，ディーワーリーを控えた時期は操業時間は固定されず，夜通しで作業を行なうか，朝の 4 時くらいまで操業している所が多いらしい．確かにそう言われてみると，夜遅くでも普段より工房に明かりが灯っている場所が多いように思われた．

SK に連れられて，エンボス[1] 加工を行なっている工房に行くと，3 人の男性と 1 人の女性がひっきりなしに，エンボスの機械を操っていた．彼らによるとこれらはすべてディーワーリー用のプレゼントだそうで，プレゼントを贈る企業の名前や，プレゼントす

写真 3　エンボス加工の様子

1）紙・布・皮革などに浮き出しの模様をつけること．

写真 4　電飾を取り付ける SK

る相手の名前がエンボスされていた．そこにはダーラーヴィーという文字は決して入らないのであり，プレゼントをもらった人はそこに刻印された自分の名前を見て喜びに包まれることがあっても，それが刻印された場所に思いを馳せることはないだろう．

5 日間にわたるディーワーリーの初日，SK がどこからか電燈を買ってきて，工房の入口に取り付けた．ディーワーリーの時には町中に電飾がほどこされ，子どもたちが花火やクラッカーに夢中になる．ディーワーリーは日本の正月に少し似ており，この時期には帰郷する者が多く，ディーワーリーの後は新年という扱いになる．

しかし，これも皆帰郷するわけではない．とあるコルカタから来た革製品の職人はディーワーリーの時にも帰郷せず，工房で働くと言っていた．商魂たくましいスレッシュも「企業家（entrepreneur）に休日はない」と，ディーワーリーも仕事のようだ．

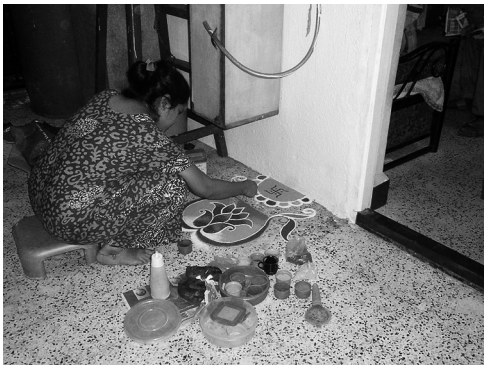

写真 5　ランゴーリーを描く女性

写真 6　ディーワーリーにふるまわれるお菓子

ディーワーリーの 3 日目は吉祥・幸運と美の女神であるラクシュミーにプージャ（供養）を捧げる日である．この日は別の工房主のナーナサヘーブ・ラウットから家に招待された．家の前にはディーワーリー用のランゴーリー（砂絵．大理石の細粒に各種の色粉を混ぜ，それで地面などに直接絵を描く［プラブ 1986: 14］）がほどこされており，家ではディーワーリー用のお菓子をいただいた．

ナーナサヘーブは今日は休みで工房には行かないのかと思っていると，工房にラクシュミープージャを捧げるために行くというのでついて行った．作業台をわきに移動し，箒で

写真 7　工房でのプージャの様子

ごみを集め，ゴザを雑巾で洗い，入口に飾りをほどこし，祭壇を設置し，灯りを灯す．18 時くらいに着いたが，随分念入りに準備をしており，プージャが始まった頃には 20 時を過ぎていた．その間僕が手持無沙汰にしていたので，これでも見ておいてと，ナーナサヘーブの携帯電話を渡され，そこに保存されている写真を見ていた．写真にはプネー，デリー，ブッダガヤ，リシュケシと各地を旅行しているナーナサヘーブとその家族の姿が写されていた．スラムの居住者には旅行は高額の出費であり，旅行に行くのは不可能であると思っていたので，これまた驚きであった．線香を炊き，インドの宗教文献で主に用いられるサンスクリットのマントラ[2]を唱えながら，灯明を捧げ，おさがりのラッドゥー（団子）とココナッツミルクをいただいてプージャは終わる．プージャを終えたナーナサヘーブが優しそうな目で「人生は一度きり．人生楽しまないと」と言ったが，その言葉は異国の地でせわしなく調査を行なっている自分へのねぎらいであったのかもしれない．

ディーワーリーが終わり，店長にダーラーヴィーセの売れ行きを聞くとまずまずだったそうである．スレッシュに，製品を買った人は「ダーラーヴィーセ」と他の人に言ってくれたかなと聞くと，「もちろん．ダーラーヴィーセ」と自信満々だった．

ダーラーヴィー，それはムンバイーのモノづくりを陰で支えており，小売店では絶対に口に出されず，消費者もあまり口に出さない公然の秘密の場所．スレッシュの試みはそれに対する挑戦であるが，「ダーラーヴィーセ」という言葉はディーワーリーの喧騒の中でつぶやかれたのだろうか？

引　用　文　献

城所哲夫・鳥海陽史．2013.「ムンバイ・ダラービーに見るインフォーマル市街地の社会生態空間の生成実態―住民間の交流空間の生成に着目して」『日本建築学会系論文集』78(687): 1049–1056.

プラブ，ジョーシー．1986.「孤独な藁しべ」石田英明訳『インド文学』20: 6–14.

Lantz, M. 2009. Housing Statistics. In Jonathan H. Engqvist and Maria Lantz eds., *Dharavi: Documenting Informalities*. New Delhi: Academic Foundation, pp. 196–197.

高島　淳．2012.「マントラ」辛島昇・前田専学・江島惠教・応地利明・小西正捷・坂田貞二・重松伸司・清水学・成沢光・山崎元一編『新版南アジアを知る事典』平凡社，773–774.

2）古代インドにおいて解脱や神秘的効果をもたらす手段とされた特別の言葉［高島 2012: 773–774］.