

グローバル化するインドのジュエリー産業 —ムンバイ・ザベリバザールでの調査から—

土 屋 純*

摘要

本研究は、インド・ムンバイにおけるジュエリー産業の実態について、フィールド調査の成果をもとに発表するものである。ムンバイはインドにおけるジュエリー産業の一大拠点となっており、研磨加工されたダイヤモンドやイミテーションジュエリーの取引においてグローバルハブになりつつある。ムンバイのザベリバザールでは、イミテーションジュエリーの卸売業や小売業の集積地となっており、中間層人口の拡大に伴ってその集積を充実させてきている。

キーワード：ジュエリー産業、イミテーションジュエリー、ザベリバザール、ムンバイ、インド

I はじめに

本研究の目的は、インドの伝統のあるジュエリー産業における“グローバル化”について、その一端を紹介することである。インドにおける文化産業のグローバル化については、従来の研究では十分に検討されていない。文化産業の変質過程を詳細に調査・分析し、現代インドの産業・消費社会の多様化について検討することが本研究の目的である。

これまでの研究において、インド産業のグローバル化に関する研究には、主に、①外資系企業の参入によるグローバル化（例えば、岡橋・友澤編 2015）、②インド大都市の経済活動に見るグローバル展開（例えば、水島・柳澤編 2015）、の2つの側面から展開されてきた。①に関しては、自動車産業やIT産業などに注目し、アメリカ企業、日系企業などによる新産業の発展が検討されてきており、主に地理学などで研究されている。加えて、大都市圏郊外の開発と外資系の工場やITオフィスの立地展開についても検討されており、主に地理学で研究されている。

②に関しては、IT産業などアメリカ企業がインドの大都市へ進出し、大都市におけるグローバル化とそれに伴う都市社会の変容が検討されてきており、主に経済学で研究されてきた。インド国内でも大小様々な国内企業がグローバルIT企業からプログラミングなどを受注しており、バンガロールやデリー以外のインドの中規模都市におけるIT産業の発展に貢献していることが検討されており、地理学によって展開されてきた（岡橋・友澤編 2015、において紹介されている）。

このようにインド産業のグローバル化は主に外資系企業の参入という面から検討されてきた。

*関西大学文学部 Email : tsuchiya@kansai-u.ac.jp

それに対してインドのジュエリー産業は、主に国内の企業、職人によって担われている。ジュエリー産業はファッションとして“現代的産業”でありつつ、南アジア独特に発展してきた“伝統的・文化的産業”としての二面性を持つ。クラフトワークを中心とする伝統産業だけでなく、イミテーション・ファッションジュエリーなど現代的なファッション産業が加わり、そして国内だけでなくグローバルに展開しているのである。

このようにインドのジュエリー産業という“文化産業”を題材とした研究では、これまでのグローバル企業の研究からは見えてこない“インド企業の強さ”が検討できる。近年、中学・高校の地理では主にIT産業を題材としてインドのグローバル化が説明されているが、インドの輸出において研磨されたダイヤモンドの輸出金額は全体の15%程度を占めているのにも関わらずこれまであまり紹介されて来なかった。ダイヤモンド研磨のみならずインドのジュエリー産業を紹介することは日本におけるインドの理解を深めることにもなると考えられる。

著者は、聞き取り調査を中心とした“ローカルなフィールドワーク”と、統計・GIS等を活用した“グローバルスケールの分析”を併用して研究していきたいと考えている。ローカルからグローバルへとスケールを変えて分析することで、ジュエリー産業に関わるインド企業・個人が発揮するネットワーク構築能力について検討していく。地理学が得意とするマルチスケールでの調査・分析が本研究の独自性、創造性を高めると考える。本研究は、インド・ジュエリー産業研究の第1歩である。

II 南アジアにおけるジュエリーを対象とした研究

これまで著者はインドにおける最新の流通現場について調査してきた。特に、デリー首都圏におけるショッピングモールの発展について検討した(土屋2013)。大都市郊外を中心として新中間層が拡大しており、消費層としての存在感が高まっている。特に、ショッピングモールの分布図を作成することによって、首都圏内における地域市場の多様性を検討してきた。新中間層市場の拡大に関する研究は、イミテーション・ファッションジュエリーの拡大に関する研究に応用できると考える。

加えて著者は、バングラデシュでは農村の実態を明らかにするフィールドワークを行ってきたが、バングラデシュ農村部でも個人経営のジュエリー商が多く存在しており、貧困層においても財産としてジュエリーを所有していることを調査してきた。特に、農村空間の中心となる地方都市にはジュエリー商の集積が存在していて、多くのヒンドゥー教徒が生業として店舗経営を行っている実態を紹介した(土屋2006)。首都ダッカのジュエリー集積地での聞き取りでは、イスラム社会のバングラデシュではジュエリー産業はヒンドゥー教徒によって占められており、金属加工職人カーストを核として他のカーストの労働参入がみられることを明らかにした。デザインに関してはムンバイ等で発行されるデザインブックを活用していることや、コルカタなどから加工用材料を仕入れていることなど、インド各地と取引関係があることも明らかにした(土屋2012)。

上記のようなこれまでの研究活動から、①バングラデシュのジュエリー産業はヒンドゥー社会の中で生まれ、インドとの関連で発展してきたこと、②1990年代以降の経済成長の中でジュエリー産業が大きく変貌していること、を明らかにした。このことから、ムンバイにおけるジュエリー産業に調査することによって、南アジアにおけるジュエリー産業について理解が広まると考える。

インドのジュエリー文化・産業については、インド人研究者によるいくつかの研究があるが、インドジュエリーの歴史や文化についてまとめたものが主である（Babb 2013 など）。ネパールのカトマンズにおける商人に関する渡部の研究では、文化人類学に基づき、商人と外国人観光客との経済的・社会的な関係性が検討されている（渡部 2018）。インド経済のグローバル化に関しては、IT 産業などの新産業を中心として、主に外資系企業の参入とインド産業の発展過程が注目されてきた。経済学者や地理学者によるこうした研究では、1990年代以降において発生したインドの経済成長の要因にその関心が集中している。

本研究は、インドの歴史的、文化的な産業でありながら現在のグローバル化の中で存在感を高めている産業に注目するものであり、そのローカルな独自性とグローバルな成長性の双方を考察することができると思う。

図1は、従来の研究成果から現状で把握しているインド・南アジアにおけるジュエリー産業を示したものである。ムンバイの卸売業、スーラートのダイヤモンド研磨業、ジャイプールの宝石商など各地に専門的なジュエリー産業が集積していて、それらがお互いに取引で結びついている。そして、ムンバイがグローバル取引の拠点に成長している。このようなネットワークを地図化するとによって、都市・地域間ネットワークとして解釈することが可能となり、地理的な考察が展開できる。

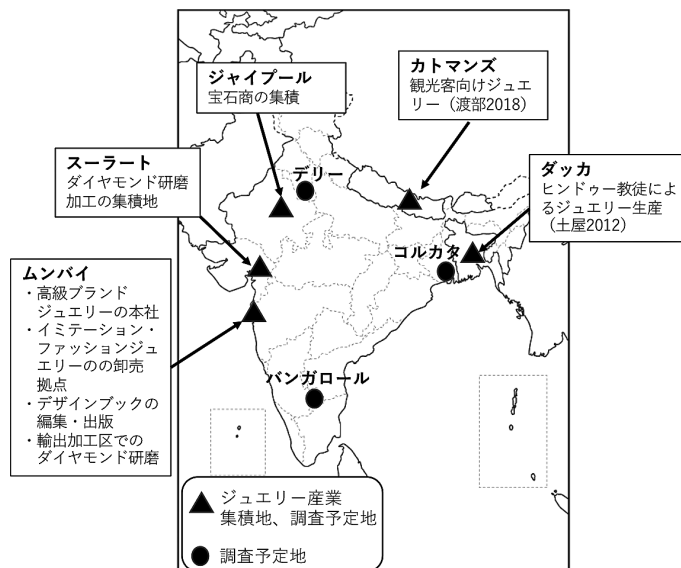


図1 インドのジュエリー産業の分布図

Ⅲ インドにおけるジュエリー産業の構成

本章では、インドにおけるジュエリー産業の構成と、インド経済の中での位置付けについて検討していきたい。

インドのジュエリー産業は以下のように5つの部門によって構成されている。第1に、鉱工業である。インドの鉱工業の歴史は古く、特にダイヤモンドの産地として歴史的に有名であった。1725年にブラジルでダイヤモンド鉱山が発見されるまで、世界唯一のダイヤモンド産地であった。そして、様々な宝石の産出も多く、ジャイプール近郊のエメラルドの産出は非常に有名である。現在、ダイヤモンドの産出はない。

第2に、宝石の研磨加工業である。インドが歴史的にダイヤモンド産出国であったことからダイヤモンドの研磨加工が現在でも盛んである。ムンバイにはグローバルなダイヤモンドの流通に関わる商社は多く集積しており、世界的な拠点となっている。そして、ムンバイから北に約300km離れたスーラトではダイヤモンドの研磨加工が盛んであり、一大集積地となっている。

インドのダイヤモンド研磨可能は、かつては国内で算出される原石を基としていたが、現在ではロンドンなどを經由して原石を輸入し、加工している。かつてはダイヤモンド産地に近いハイデラバードで盛んであった。近年、ムンバイの輸出加工区でダイヤモンド研磨加工が拡大しており、世界中から研磨加工を請け負うようになっている。

エメラルドなどのカラーストーンの研磨加工はジャイプールで盛んである。ジャイプールでは研磨加工の集積地となっており、インドのカラーストーンの加工・流通の拠点となっている。

第3に、ブランド・ジュエリーである。インドはカースト社会であり、その階級による貧富の差も大きい。主に富裕層向けのジュエリー文化が歴史的に構築されてきたが、そうした文化を産業化したものがブランドジュエリーである。インドには数社のブランド企業が存在しており、タタなど財閥系のブランドも存在している。そうしたブランドは国内の大都市に店舗網を展開しており、そのブランド性も高められている。近年には店舗網もグローバルに展開するようになっており、中東やヨーロッパにも及ぶようになっている。インド人のグローバルに展開するとともに店舗網を広げてきたが、インド独特のジュエリーのデザインがグローバルな市場にも支持されるようになってきている。

第4に、イミテーション・ジュエリーである。この業界は2000年代以降に成長したものであり、特にインドの経済成長とともに大都市に拡大している中間層人口向けに産業として発展してきたものである。ムンバイのザベリバザールにある店舗では、看板にイミテーションジュエリー、ファッションジュエリーと表示されており、販売されている商品はリーズナブルなものが多くなっている。イミテーションということから、使われている金属も合金が多く、メッキも施されている。そして用いられているカラーストーンもガラスなどのイミテーションとなっている。安価で手に取りやすいジュエリーが発達し、若年層のニーズが高まっている。

第5に、農村空間など国土の至るところに存在しているハンドメイドのジュエリー商である。こうした店舗を運営する人々は、伝統的に金属加工を生業とするジャーティに属する人々が行っている。貴金属は農村の貧困層においても貴重な財産として所有されることがある。大きな出費が必要な際、貧困層は所有しているジュエリーを販売してまとまった現金を用意することから、農村空間においても貴金属の売買が存在している。そうした貴金属の循環の中でジュエリー商を営む職人カーストが存在するのである。

このようにインドのジュエリー業界は幅広く存在しているが、イミテーションジュエリーは近年に発達した新しい業界である。インド国内市場向けに発達したイミテーションジュエリーであるが、2010年代になるとその販売先がグローバルに拡大している。ヨーロッパなどの先進国に盛んに流通するようになっており、セレクトショップなどでの販売品として取り入れられるようになっていく。

インドのジュエリー産業について、国内産業の中での位置付けについてみてみたい。インドの輸出品の構成をみると、宝石・宝飾品（14%）、医薬品・精製化学品（13.5%）、石油製品（11.5%）、機械器具（7.6%）、輸送機器（7.4%）、と続く（ジェットロ）。一般に、インドの貿易は輸出より輸入が多く貿易赤字となっているが、近年のインドでは伝統的な輸出品である宝石・宝飾品と石油製品だけでなく、様々な工業製品を積極的に輸出するようになっていく。このような貿易の多様化はインド経済を成長させる要因となっている。このような多様化の中でも宝石・宝飾品は重要な加工品であり、特にダイヤモンド研磨はインドの重要な外貨獲得手段となっている。

上記の輸出品における宝石・宝飾品の中でダイヤモンド研磨のウエイトが極めて高いが、近年イミテーションジュエリーもその重要性が徐々に高まっている。2次資料から2016年度におけるイミテーションジュエリーの輸出状況についてみると、輸出国は上位からアメリカ合衆国、イギリス、スペイン、ドイツ、フランスである（Philip 2016）。特にアメリカ合衆国とイギリスが多くなっており、それぞれ全体の22.6%、20.9%を占めている。

IV ムンバイにおけるジュエリー産業

ここでは、2018年2月に実施したムンバイでのフィールドワークの結果をもとに、ムンバイにおけるジュエリー産業の実態についてその一端を報告する。

1) ムンバイ市内のジュエリー産業の構成

ムンバイ市内に見られるジュエリー産業について見てみたい。第1に、市内で多く見慣れるのがイミテーション・ジュエリーである。街中の商店街、ショッピングセンターなどに小売店が見られ、市中全体に広がっている。そして、ザベリバザールには、イミテーションジュエリーを取り扱う小売店だけでなく、卸売業者、製造業者、関連業者が存在している。

第2に、局所的に見られるブランド・ジュエリーである。ザベリバザールにも数点見られるほ

か、ショッピングセンターにも見られる。そして、Bandra 駅近くには集積地が存在している。ボンベイ島の南に広がる半島の先端部で港町として発展してきたムンバイは、その郊外地域が北方面を中心に四方に広がってきた。Bandra 駅の周辺地域は 1990 年代の前から開発されていた高級住宅地であり、富裕層人口が多い地域である。そうした場所にブランドジュエリーが集積している。

第3に、ボンベイ島半島の西海岸、観光地でもあるマリンドライブのフォート地区には、ダイヤモンドを取り扱う商社などが集積しているという。ダイヤモンド原石を輸入するとともに、スーラートなどで研磨されたダイヤモンドを世界に輸出している。第4に、ダイヤモンド研磨加工業であり、これは輸出加工地区に立地している。輸出加工区に立ち入りができないので観察することはできなかったが、多くのインド人女性が技師として勤務しているという。

続いて、ムンバイ最大のジュエリー産業集積地であるザベリバザールについてみる。ザベリバザールは、いくつかのヒンドゥー寺院が存在していて、歴史的に形成されてきた商業集積地であり。特に卸売業者が多く集積していて、様々な商品が卸売りされている。特に衣類、布については、無数の業者が入居する巨大な建物が複数存在している。こうした布や衣類は、ムンバイ市内だけでなく全国的に流通している。

2番目に集積規模が大きい業種はジュエリー産業である。多くの在庫を抱えて販売する卸売業だけでなく、ショーケースを設けて一般消費者に対面販売する小売業も数多く存在している。こうした卸売業、小売業は道路に沿った形で店舗を連ねているが、道路から路地の方に入るとジュエリーをハンドメイドで製造する工場も見ることができる。

かつてザベリバザールでは、製造から卸売、小売まで存在する集積地域であったが、近年の生産量が拡大していく中で、生産機能が郊外の方へ移転しているようである。他にも、ジュエリー商品を買取る業者、中古のジュエリーを溶解して金属を分解・取り出す業者、ジュエリー加工用の工具を取り扱う店舗、材料である宝石を取り扱う業者、商品を梱包する箱を販売する業者、デザインブックを販売する業者、デザインブックを出版する業者、など関連業者が存在している。

2) ザベリバザールのジュエリー産業の構成

ここでは、聞き取り調査を基としてザベリバザールのジュエリー産業について1つ1つ解説していきたい。まず第1に卸売業であるが、バザールの中で最も商いが大きいものである。写真1はある卸売業者の店内の様子を示したものであるが、店頭にはショーケースがあって商品展示がされていて、壁面の棚には透明ケースに商品が在庫として保管されている。買い付け業者はショーケースで商品を見ながら店員と取引を行う。市中の小売商や世界からの買い付け業者が店舗にやってきて、商品を購入していく。この卸売業者では、商品をインド各地から仕入れており、幅広いジュエリーを販売している。そして、買い付け業者は国外にも広がっており、西アジア、アフリカ、パキスタン、バングラデシュなどから買い付けに来るといふ。豊富な魅力的な商品ラインナップが買い付け業者を惹きつけている。



写真1 卸売業の店内の様子

続いて、近年増加している自社商品を製造販売している店舗について解説する。写真2の店舗では、ムンバイの郊外地域に自社工場を所有している。自社の製造工場では25名の職人を雇用して製造し、製造された商品がこの店舗で販売している。デザインを担当するものは3名存在していて、インターネットを活用して欧米のジュエリーブランドの商品を参考にして自社商品のデザインをおこなっている。この店舗で販売されている商品は、インドの伝統的なものと比較してシンプルなデザインとなっていた。店舗で卸売販売しているが小売り販売にも対応している。国外からの買い付けにはアメリカ合衆国、イギリス、アフリカ諸国から来るという。最近、自社独自の販売サイトを立ち上げ、一度顧客になった国外の取引先が、継続的に調達するために活用されているという。このような店舗は、若い人材が起業したものであり、グローバルに取引先を広げながらビジネスを拡大している。



写真2 イミテーションジュエリーの製造販売業者

写真3は、聞き取りしたジュエリー商の1つである。この店舗では、コルカタデザインのイミ

テーションジュエリーを販売している。この店舗のオーナーは定期的にコルカタに出かけていき、商品を仕入れているという。コルカタは独特なデザインのジュエリーが存在している地域であり、近年ではイミテーションジュエリーにも展開されている。この店舗ではカラフルなコルカタデザインのジュエリーを販売することによって差別化を図っている。



写真3 ジュエリー小売商

続いて、ザベリバザール内に存続している製造工場についてみてみたい。近年、製造現場はザベリバザールからムンバイの郊外に移転しつつある。ザベリバザール内の卸売業者もインド国内全体に調達先を広げており、ザベリバザールでの製造工場は少なくなっている。写真4の工場では、ザベリバザール内の卸売業、小売業からの注文に応じて生産を続けている。バザール内で製造することによって取引先の注文にきめ細かく対応できるという。そして、後で紹介する様々な関連業者の存在が、ここで製造するメリットであるという。バザール内の雑居ビルの中で生活しながら生産活動が続けられている。



写真4 製造工場

そのほかにジュエリー関連の業者が存在しており、ジュエリー製造に必要な工具類を販売する店舗、材料であるカラーストーンを販売する店舗、消費者から中古のジュエリーを買い取り、合金から各貴金属を溶解抽出する業者、梱包用の箱を販売する業者などが存在している。写真5のようなデザインブックを出版・販売している店舗も存在している。インドのジュエリーは、そのデザインが独特である。農村空間には多くのハンドメイドのジュエリー商が存在しているが、そうした商人が最新のデザインを参照するのがデザインブックである。ムンバイのようにジュエリー製造販売で最先端を行っている場所でデザインブックが出版され、インド各地に流通している。土屋（2012）で報告したようにバングラデシュで活用されているデザインブックはインドで出版されたものであった。このようにムンバイは南アジアにおけるジュエリーの中心地となっているのである。



写真5 デザインブックの出版社

3) イミテーションジュエリー産業の特徴

ザベリバザールのイミテーションジュエリーについて解説すると、イミテーション・ジュエリーは、ネックレスの場合、日本円で換算して数千円で販売されている。中国などから大量に輸入されるプラスチック製などのアクセサリに比べると高価ではあるが、ブランドジュエリーと比較するとかなり格安となっている。使用する金属は合金が多く、表面を金などでメッキされている場合が多い。インドジュエリーの特徴としては、欧米のジュエリーに見られるシンプルなデザインと比較するとかなりゴージャスなデザインであり、様々なストーンが活用されているが、安価なものを中心に様々な色彩のストーンが使われている。こうしたストーンは、近隣のストーン業者から仕入れることが可能となっている。中にはスワロフスキーの店舗もあり、欧米のガラス製ストーンを販売する店舗も存在していた。

そして販売先であるが、卸売業者の場合、国内の小売業者が中心となるが、2010年代からは販売先がグローバルに広がりつつある。欧米諸国からビジネスマンが直接店舗に来て、商品を品定めし、仕入れていくことが増えている。安価で独特なデザインのインドジュエリーの魅力が世界に広がりつつあることが窺える。そして先ほど紹介した独自デザインの店舗では、インターネ

ット上に販売サイトを設けており、世界中から手軽に購入できるようにしている。購入された商品はグローバルに届けられているという。

また、インドの女性がザベリバザールにきて、ジュエリーを購入することも増えている。市中にイミテーションジュエリーを購入できる店舗は存在しているが、ザベリバザールでは数100店舗が集積している。さまざまなジュエリーを比較検討しながら販売することが可能となっており、ファッションに関心の高い女性にとって魅力的な場所となっている。このように中間層の拡大に伴う消費市場の活性化は、ザベリバザールにおけるイミテーションジュエリーを拡大させてきた要因となっている。

このようにザベリバザールのイミテーションジュエリーは、1990年代以降のインドの経済成長とともに拡大した産業である。そして2010年代からはその取引先がグローバルに展開するようになり、ムンバイがその拠点になっている。このようにムンバイはジュエリー産業にとって重要なグローバルハブになりつつある。今後もザベリバザールに注目し、その変化を追跡していくことが必要である。

V おわりに

本研究は、インドのジュエリー産業について概観するとともに、ムンバイなどで成長しているイミテーションジュエリー産業について調査した内容を報告した。今回の報告は2018年2月に実施した調査をもとにしたものであり、その調査は未だ不十分である。卸売業、小売業にも様々なタイプが存在すると思われるので、更なる聞き取りを実施して、イミテーションジュエリーの実態についてより詳しく明らかにしていきたいと考える。

今回の調査において、ムンバイがジュエリーの流通面においてグローバルなハブとして機能している一端を明らかにすることができた。しかし、インドのどの地域との結びつきが強いのか、インド国内でのネットワークの実態について十分に明らかにすることができなかった。そして、グローバルな流通の拡大についてより詳細なネットワークを明らかにする必要があると考える。更なる現地調査を実施して解明していきたい。

そして、カラーストーンの研磨・流通の拠点であるジャイプール、ダイヤモンド研磨が盛んなスーラートなど、ムンバイ以外の都市におけるジュエリー産業の実態について解明していかなければならない。今後、1つ1つの都市でのフィールドワークを実施して、インドにおけるジュエリー産業のネットワーク構造について明らかにしていきたいと考える。

参考文献

- 岡橋秀典・友澤和夫編 (2015). 『現代インド4 台頭する新経済空間』東京大学出版会.
 ジェトロ (2019). ビジネス短信：2月の輸出額は前年同月比2.4%増、輸入額は5.4%減（インド）. ジェトロウェブサイト (<https://www.jetro.go.jp/biznews/2019/04/ab4934a0e00ad51e.html>) (2020年12月21日閲覧).

- 土屋純（2006）. バングラデシュの商店街. 石原潤・溝口常俊著『南アジアの定期市』, 183～198 頁, 古今書院.
- 土屋純（2012）. バングラデシュの宝飾品産業. 溝口常俊・阿部康久編著『歴史と環境 歴史地理学の可能性を探る』, 219～232 頁, 花書院.
- 土屋純（2013）. デリー首都圏（NCR）におけるショッピングモールの発展と外資系小売業の参入. 現代インド研究－空間と社会 3: 31～45 頁.
- 水島司・柳澤悠編（2015）. 『現代インド2 溶融する都市・農村』東京大学出版会.
- 渡部瑞希（2018）. 『友情と詐欺の人類学：ネパール観光市場タメルの宝飾商人の民族誌』見洋書房.
- Babb, Lawrence A 2013. Emerald City : The Birth and Evolution of an Indian Gemstone Industry. SUNY Press.
- Mody, Prathmesh 2012. The Indian Gem & Jewellery Industry During The Global Economic Crisis : An in-depth analysis of the performance during the crisis & its perspects with the help of gstrategic tools. LAP LAMBERT Academic Publishing.
- Pandya, Mehal 2016. A Study on Organised Retail in INdia : Jewellery Retailing in Gujarat : from customer and retailer perspective. LAP LAMBERT Academic Publishing.
- Philip M. Parker. 2016. The 2016 Import and Export Market for Imitation Jewelry in India. iCON Group International, Inc.

Globalization of the Jewelry Industries in India : From the Research at Zaveri Bazaar, Mumbai

TSUCHIYA Jun*

This study presents the actual situation of the jewelry industry in Mumbai, India, based on the results of a field survey. Mumbai has become a major hub for the jewelry industry in India and is becoming a global hub for the trade of polished diamonds and imitation jewelry. The Zaveri Bazar in Mumbai has become a cluster of wholesale and retail imitation jewelry stores, which have been enhanced with the expansion of the middle class population.

Key words : Jewelry Industries, Imitation Jewelry, Zaveri Bazar, Mumbai, India

*Faculty of Letters, Kansai University E-mail : tsuchiya@kansai-u.ac.jp