



コミュニティ



インド

チェンナイ

BOP層実態調査レポート

コミュニティとは通常、地理的に同じ場所に居住する人々の集団を意味する。インドでは、住む場所の距離や隣人関係、独自の地域文化といった点で、村落が最初のコミュニティ単位になる。

農村コミュニティの経済発展において、協同組合と自助グループ(SHG)が大きな役割を果たしてきている。

協同組合

インドの協同組合活動は農業と関連部門に端を発する。19世紀末の農村の負債問題と経済状況から協同組合結成による便益を求めようとする動きが生まれた。1940年代に、協同組合は法的地位を獲得し、独自の協同組合法を制定する権限が与えられた県の監督下に置かれるようになった。インド独立後、協同組合は貧困の撲滅と社会経済発展という点で、さらに重要性を持つこととなった。政府の5カ年計画において協同組合は国民経済における不可欠の部門となり、しばしば、民間部門と公共部門に続く第三の部門と見なされるようになった。

■活動と有効性

協同組合部門は国の経済の発展において、独自で重要な役割を果たしてきている。協同組合活動は、ほぼ全村落に及んでおり、農村世帯の約75%が加入している。推定では54万5千を超える協同組合が存在し、加入員は2億3,600万人近くにのぼる。

協同組合の種類は様々で、その活動も多様であるが、以下のとおり分類できる。

1. 生産物組合：農業や工業の協同組合、加工組合などの生産物を取り扱うもの
2. 販売組合：主として農産品の販売に係るもの
3. サービス組合：加入者に必要な信用組合や住宅組合を含めた協同組合銀行などのサービスを主に扱う
4. 関連サービス組合：日常生活および農家や職人等の仕事に必要な活動に係るもの



■成功した協同組合の例

Shri Mahila Griha Udyog Lijjat Papad 一般にLijjatという名で知られている女性の組織は、日用消費財などの製品を製造している。ムンバイに本部を置き、全国に70近い支部と35支局を有している。

1959年に80ルピーの資本で始まり、現在は売上高が約31.5億ルピー、輸出額が約1.2億ルピーで、約4万2千名を雇用している。Lijjatは、元は家内工業で、都市で起こり農村へと広がった。最も顕著な業績を上げた女性による起業の一つと見なされている。

自助グループ (Self Help Group : SHG)

自助グループ (SHG) は、BOP層や農村のコミュニティメンバーによる小規模で経済的に同質の人々の組織で、通常、10名から25名程度の会員で成っている。設立や運営に関する会則や規定は、会員の意向や設立の経緯によって様々であるが、共通する特徴は、定期的に会合を開いて会員から資金を集め、どの会員に貸し付けるかを決め、共同活動について議論し、紛争がある場合はその解決・緩和を図られる。SHGは選挙で選ばれたリーダー（代理も）と会計係がいるが、事務員を置くSHGもある。

SHGは貧困緩和に大きな役割を果たしている。多くの困窮者、特に女性の加入者が増えており、貯蓄と貸付の他、識字、児童福祉、栄養改善などの活動も行っている。貯蓄と貸付がSHGのもっとも重要な要素であり、資本とそれから生まれる利益を管理する機会を女性に提供している。

■活動と有効性

SHGメンバーが自分たちの製品とサービスのために金融資本と市場を利用できるならば、SHGはBOP層の経済において重要な役割を果たすことができる。SHGは会員の資金で始めたが、金融機関とつながって農村部の企業に投資する資金を得ることに成功してきている。現在50万のSHGが存在し、会員数は約8千万人、440を超える銀行の約2万店舗と連携している。このため多くの開発関連組織はSHGの仕組みの促進を図り、それを各種開発関連事業と結び付けようとしている。

■自助グループ (SHG) と連帯している組織の例

総合村落開発計画 (Integrated Village Development Program: IVDP) はタミル・ナード州で最大の女性SHGネットワーク組織の1つであり、15万人以上を擁している。IVDPは分権化した3層組織となっている。

第1層: 自助グループ (SHG)、女性会員のみ の約 6,750団体

第2層: 集団レベルの連合体 (Cluster Level Federations)、3地域で約30

第3層: IVDP (親団体、非営利登記団体)

IVDPの目的は、協働して、貯蓄を振興し、信頼ある安全な貸付を確保し、所得を生む活動を始めることにある。



■SHG向けに作られた商品例

SHGが女性のための重要な組織になってきている事例として、ユナイテッド・インド保険(The United India Insurance Company)の農村部の女性を対象にして作った2つの個人生命保険商品をあげられる。マザーテレサ婦人子供保険は、夫が不慮の死を遂げた妻とその妻が死亡した場合に未成年の子どもを支える保険商品である。もう1つはユニマイクロ健康企画と呼ばれる保険商品で、個人的な事故と入院の他に、火災とその危険から生じた住居の損害をカバーするものである。

■訪問結果

以下は、タミル・ナード州マラプラム地区のSHGと共同で実施した訪問調査の結果である。



Suganya J. さん

年齢: 19歳

住所: マラプラム地区

学歴: 12学年終了

職業: 仕立て

以前の収入: 一日当たり100~200ルピー

取得した新技能: 新しい仕立ての技術、自信

現在の収入: 一日当たり200~400ルピー



Vinodh Kumar さん

住所: マラプラム地区

学歴: 美術学士

職業: 木工彫刻

以前の収入: 月6,000ルピー

取得した新技能: 自分に対する自信を得て、さらに多くのデザインの製品を生み出せるようになった。

現在の収入: 不詳

協同組合やSHGを通じたビジネス

各種組織が農村部の消費者に近づくため伝統的なルートの他の方策を模索している。地域社会に根差した協同組合やSHGなどの組織は、農村部の消費者、特にBOP層へ商品、サービス、情報、金融等を広めるルートを持っている。このルートを利用した様々なモデルと方法により、BOP層への接近が試みられている。

JETRO

【免責事項】本レポートで提供している情報は、ご利用される方のご判断・責任においてご使用ください。ジェトロでは、できるだけ正確な情報の提供を心掛けておりますが、本レポートで提供した内容に関連して、ご利用される方が不利益等を被る事態が生じたとしても、ジェトロ及び執筆者は一切の責任を負いかねますので、ご了承ください。