

タミル語雑誌広告にみる消費動向と企業の広告戦略  
—1950-70年代を中心に—

井上貴子（大東文化大学）

はじめに

インドはここ10年あまり成長する新興国としてにわかに世界の注目を集めはじめ、経済開放とグローバル化の進行に伴う都市中間層の消費意欲は、極めて急激に拡大したといわれる。大雑把に言って、独立後から70年代まで、インド経済は、閉鎖的な自給自足的経済政策のもとで停滞していったが、80年代に経済自由化への転換が徐々に実行に移され、その結果、90年代以降の経済成長がもたらされたと考えられている。都市中間層の出現と消費意欲の拡大は、このような変化に連動すると捉えられてきた。では、このような変化の起こる以前の時代、独立後から70年代においては、人々の消費意欲が喚起されることなく停滞したのだろうか。この間の消費生活がいかなるものであったかについては、これまでほとんど明らかにされてこなかった。また、生活水準に関する従来の研究は、ほとんど耐久消費財の所有と栄養調査に基づくものであった。確かに、耐久消費財の所有は富裕層の側、栄養調査は貧困層の側からの生活水準の変化の指標にはなりえるだろう。しかし、日常生活の人々の消費意欲は、身近な日用品から喚起されるものではないだろうか。さらに、農村部の消費意欲は、都市中間層の消費意欲の拡大の影響に伴って喚起される、すなわち都市から農村へという消費行動パターンの拡大の方向性は、果たして事実なのであろうか。それが十全に証明されたことがあったらだろうか。

以上のような疑問を明らかにするために、どのような資料をどのような方法で研究すべきなのか、という問題は簡単に解決できるものではない。耐久消費財の所有や栄養調査のみでは、人々の消費行動が完全に明らかにできるわけではない。特に、本稿は独立後から70年代以前に焦点をあてており、当時の人々の消費生活の実際を明らかにするのはとりわけ困難な課題である。そこで、本稿は「広告」の果たした役割に注目してみたい。広告は、売る側が商品の知名度を上げるために行われるものであり、いわば売る側から消費者への一方的なアプローチである。確かに広告のみによって、消費者は消費意欲をかきたてられるわけでもないし、商品を選択するわけでもないだろう。しかし、商品を売る側は、広告に一定の効果を認めるからこそ広告を出すのであり、商品を買う側は、広告を通じて商品知識を得、一種の商品選択の基準とすることができる。すなわち、広告は少なくとも消費生活の一部をなす媒体であり、消費行動を決定する基準の一部ともなる。

しかし、もちろん、広告だけが消費行動のすべてを支配するわけではない。商品情報は、店頭や実際に使用している人からも得ることができるし、そもそも、かつて人々は洗剤を使わずに灰で洗濯し、ステンレス食器を使わずにバナナの葉を使用していた。すなわち、洗剤や食器といった商品を購入しなくてもよかったわけである。そこで、本稿では、タミル語雑誌広告の分析を中心に、タミルナードゥ州での聞き取り調査で不十分な点を補い、広告と消費行動との関係を探る。

## 1. タミル語雑誌広告資料

本稿では、現在も刊行されている二大タミル語雑誌(現在は週刊)『クムダム』(以下 K 誌)と『アーナンダ・ヴィガダン』(以下 A 誌)に、1950 年から 79 年までの 30 年間に掲載された広告のうち、毎月 1 回最初の週に刊行された号に掲載されたすべての広告を収集し、それらを分析の対象とする。これらの雑誌は、チェンナイの Roja Muttiah Research Library で最もよく収集保存されている。しかし、30 年分のすべての号が揃っているわけではない。特に 50 年代については欠落部分も多い。また、この図書館では 80 年代以降の分については収集が行われていない。また、出版社自体が雑誌のバックナンバーをすべて保存していることもほとんどないというのが現状である。したがって、入手可能な範囲で収集した。表 1 と表 2 には年別の調査月数と総広告数を示したが、両誌とも 50 年代前半の収集率は低い。それでもなお、10 年ごとの総広告数は両誌とも数千に上るので、全般的な傾向を把握するには、ある程度十分な数が収集できたといえるだろう(表 1、表 2)。

タミル語雑誌を分析の対象とした理由は、以下の通りである。第一に、読者層が上層の知識人に限定される英語雑誌よりも普及度が高いと思われることである。第二に、70 年代までテレビ・ラジオなどのメディアは国営のみで娯楽番組がなく、社会教育を目的に番組が構成され、CM が放送されていなかったことである。第三に、タミル語雑誌よりもさらに普及度が高かったと思われるタミル語新聞の場合、70 年代以前のものを体系的に収集している図書館はなく、資料収集が極めて困難だからである。最もタミル語新聞がよく収集されている DMK(ドラヴィダ進歩連盟)図書館で閲覧可能なのは 78 年以降に限定される。以上のような資料的制約の中では、タミル語雑誌を選択するのが最も妥当だと思われる。

なお、本稿は研究途上の成果報告であり、本稿で広告の分析に用いた方法を十全なものとしているわけではない。まずは、あくまで広告の全般的な傾向をつかむことによって、どのような商品がどのような形式で宣伝されているのかということ、すなわち、売る側の提供する商品の傾向とその商品を売るための広告戦略の傾向を把握することに集中している。そのために、基本的には、広告が出されている業種や品目などいくつかの項目ごとに広告数を調べ、30 年間の広告数の経年変化を分析するという統計的手法を用いた。

さて、本稿で分析対象とする雑誌 K 誌は独立後の 1947 年の創刊で、タミル語雑誌のなかで最も発行部数が多く、現在約 52 万部と推定されている。読者層は庶民から中間層が多

い。一方のA誌は1928年の創刊で、二番目に発行部数が多く、現在約42万部と推定されている。この雑誌は、英領期の民族運動が盛んな時期に、ナショナリズムの伸張とタミル語熱の高まりと共に成長した雑誌で、読者層はより上位の中間層から上層が多い。この二種類を選んだ理由は、単に発行部数が多いというだけでなく、雑誌の性格上、読者層が異なると思われるからである。内容的には両誌とも一般誌で、政治経済や社会問題を中心にしている。いずれにせよ雑誌の読者は教育を受けた層に限られ、比較的硬派な内容なので、両誌の読者層は識字率の高い男性が圧倒的に優位だと判断できる。しかし、広告は文字情報だけでなく、商品そのものや使用する人物などのイラストや写真を配して視覚に訴えるものが多い。たとえ文字が読めなくてもイラストや写真から商品情報がある程度得ることが可能である。したがって、広告のターゲットは記事の読者、すなわち文字の読める男性だけとは限らない。一家に一冊の雑誌があれば、一般の記事を読まない女性や子供が広告を目にすることが十分に想定できる。本稿ではイラストや写真を分析内容に含めることで、読者層の性別のアンバランスを補うことにしたい。

## 2. 広告の全体的な傾向

最初に、商品の業種別と品目別の広告数の30年間の経年変化の分析結果を示し、さらにK誌とA誌を比較して、広告されている商品にいかなる相違点が存在するかを考える。それによって、広告主がどの雑誌にどのような商品の広告を出すのが効果的だと考えているかを明らかにする。

表3と表4は、両誌の業種別品目数を示したものである。業種分類には多くの方法が考えられるが、本稿では、入手しやすい日本の総務省統計局の日本標準産業分類(<http://www.stat.go.jp/index/seido/sangyo/3.htm>)及び、国土交通省政策統括官の産業・業種分類表(<http://www.mlit.go.jp/seisakutokatsu/census/8kai/bunrui8.pdf>)を基準として参照し、掲載広告の内容に応じて筆者が手を加えた。これらの表はいずれも詳細にすぎるので必要事項を抽出した。また、一社で多業種を手がける企業広告の場合は一括して「企業」とした。業種ごとの品目数は多いほど商品のヴァリエティが豊かであることを示す。たとえば、衣料品や金融・保険の広告数は上位にランクするが(後述)、品目数は日用雑貨や医薬・化粧品に比較して数分の1にとどまる。その理由は、衣料品広告にはサリーが、金融・保険の広告には銀行が圧倒的多数を占めているためである。

表5と表6は業種別の広告数を示したものである。両誌とも30年間にわたって1位は医薬・化粧品であるが、広告数は60年代をピークに減少傾向がみられる。2位はA誌では食料・飲料、K誌では日用雑貨、3位はA誌では日用雑貨、K誌では食料・飲料となっている。しかし、この2業種の差はいずれも大きいものではない。両誌とも日用雑貨の広告数は50年代末がピークである。その理由はこの時代に石鹸の広告が際立って多いことと関連が深いと思われる(後述)。両誌とも4位は衣料品製造・販売、5位は金融・保険の順である

が、衣料品は1位の医薬・化粧品は半分以上、金融・保険は1位の4分の1以下である。6位は両誌とも電気器具であるが1位の5分の1以下にとどまっている(表5、表6)。

表7と表8は、上位5業種から広告数の多い品目と特徴的な品目13種を抜き出して示したものである。医薬・化粧品では、両誌ともに1位はタルカムパウダーで商品の種類も多いが、70年代には減少傾向がみられ、代わって美白クリームが増加している。2位は鎮痛薬でコンスタントに掲載されている。食料・飲料では、A誌では1位が栄養補助食品、2位がタバコ、K誌では1位がタバコ、2位が栄養補助食品であるが、タバコは50年代後半から60年代前半をピークに減少傾向がみられ、70年代には著しく減少している。一方栄養補助食品は60年代後半までに増加し、以後コンスタントに掲載されている。日用雑貨では、両誌ともに1位が石鹸だが、50年代後半をピークとしているので、この時期に普及したと思われる。2位は洗剤で70年代後半から大幅に増加しており、この時期に普及したと思われる。衣料品製造・販売では、両誌ともにサリーが圧倒的に多く、広告数に比べて商品の種類が多いので、小規模メーカーの多様な商品が市場に流通しており、独占率が低いと想像される。また、60年代末から男性用下着の広告が登場するのが興味深い。金融・保険では、両誌ともに銀行が圧倒的に多いが、A誌には土着の伝統的な金融システムであるチットファンドの多さが目立っている。情報・通信では圧倒的に映画広告が多いのだが、70年代には減少に転じる。その理由として、交通機関の発達と映画館の増加を挙げることができるだろう。かつて映画館が少なかったころには、村の広場に幕を張って映画の上映が行われることが多かった。しかし、映画館が増え、バス便が普及すると街角や映画館で広告を目にする機会が増えたに違いない。そうなれば、雑誌に映画広告を出す必要性は少なくなるとと思われる(表7、表8)。

以上、業種と品目の側面から両誌の相違点を挙げると、A誌はK誌よりもサービスの分野の広告数が圧倒的に多い。その理由は、A誌はK誌より占いや寺院などといった宗教関連の広告が目立って多いからである。また、A誌にはチットファンドの広告が多いこと、農林漁業用品がK誌の倍もあることも特徴である。以上の点から、A誌の読者層はK誌より保守的な価値観をもち、経済的に優位であるとみなされており、広告主はこのような読者層の相違に応じて広告を出していると推測することができる。

表9と10は、広告主がインド国内の業者か外国の業者かを示したものである。両誌ともタミル語雑誌という性格も反映しているかもしれないが、広告主は圧倒的にインド国内の業者である。しかも、60年代には外国の業者は国内の3割近く存在したのに、70年代には4分の1程度に減少している。このことは70年代までに国内産業の育成が実現されたことを示すだろう(表9、表10)。表11と表12は、上位5業種について国内業者と外国業者の数を示したものである。両誌共に金融・保険は国内の独占で、外国の業者の参入は一貫して存在しない。衣料品は、両誌共にインドの伝統的な衣装であるサリーの広告が多いためもあってか、外国業者の数は極めて少ない。注目すべきは、70年代に医薬・化粧品と日用雑貨の分野で外国の業者が減少していることである。すなわち、この時代の全般的な国内産

業の育成の実現は、身近な日用品の国産化の結果だと推測できる(表 11、表 12)。

### 3. 広告のイラストにみる企業の広告戦略

広告にはイラストや写真を用いて視覚に訴えるものが多くみられる。そこで、次に広告のイラストや写真に注目し、イラストに何が描かれているか、具体的には人物か製品か、人物の場合にはどのような人物が描かれているのか、その性別と組み合わせを業種別に分析することによって、その商品が誰をターゲットしたものかを考える。これによって、広告主が考える消費者像の一端を明らかにしたい。

表 13 は、イラストや写真付の広告において、人物の性別とその組み合わせの人数を示したものである。人の欄は人物が描かれている総数、男、女、子の欄は性別の総数、子の欄の m は男の子、f は女の子、無記号は赤ん坊など性別の判別ができない子供の数を示す。男女、男子、女子、男女子の欄は、男、女、子の組み合わせの数を示す。すなわち、男の総数から男女、男子、男女子の組み合わせの数を引くと男のみの数となる。たとえば、1950 年の A 誌の場合、人物が描かれている数が 20 で、男の総数 14 から男女 8 と男子 1 と男女子 1 を引いた 4 という数が、男のみの場合である。この表から、両誌とも広告に登場する人物の性別は 50 年代初頭を除いて、女の方が男より 2 倍以上も多いことがわかる。子供の性別が判別できる場合には、女の子よりも男の子が登場することが多い。大人と子供の組み合わせでは、女性と男の子の組み合わせが多い。すなわち、見られる存在としての女性、女性が子育てを担当し、特に男の子が大切にされるというインドの家族観を反映し、強化する方向に広告のイラストも加担しているといえるだろう。

表 14 と表 15 は、上位 5 業種のイラストや写真の数を示したものである。全体的には、医薬・化粧品、食品・飲料、日用雑貨、衣料品など日常生活に密着した分野の広告には、人物と製品のイラストや写真を配して視覚に訴えるものが多く、識字率が低い女性をも消費者として囲い込もうとする戦略が顕著であると思われる。一方、金融・保険、宗教関連や企業広告は文字情報のみの場合が多く、雑誌の読者である男性をターゲットにしていると思われる。また、医薬・化粧品、食品・飲料、日用雑貨では、子供が描かれている場合や大人と子供の組み合わせが多いが、衣料品は大人が単独、特に女性が描かれる場合が多く、組み合わせとしてはカップルが多い。これは、衣料品の場合、品目としてサリーが多いことと関係が深いだろう。

次に、実際の広告の事例を取り上げて詳しく検討してみる。図 1~5 は、外国の大手食品メーカーが販売しているボーンヴィタという名の栄養補助飲料の広告である。このメーカーは 50 年代から 70 年代までの 30 年間、コンスタントに A 誌に 1 ページ広告を出してきた。50 年の広告では製品の写真のみが掲載されているが、58 年の広告には大人の男性の写真が登場する。さらに 63 年の広告ではじめて男の子が登場する。さらに、70 年代以降は男単独の写真ではなく、スポーツする元気な男の子をクローズアップし、その家族(母親)

の写真と共に掲載している。すなわち、ボーンヴィタは当初は男性の疲労回復やエネルギー補給のための飲料として販売されていたが、次第に子供の成長のための飲料あるいは家族の健康を維持するための飲料へと、広告戦略が変化したことを示している。商品を使用するターゲットを大人の男性単独から男の子へ広げ、さらに子供の成長のために商品を購入する家族を描くことによって、より多くの人々を効果的に消費者として囲い込めるわけである。また、製品のみの場合に比べて、人物が描かれていた方が視覚効果は高いといえるだろう(図1～5)。

このほかにも、たとえばビスケットやキャンディーの広告にはしばしば子供が登場し、粉ミルクの広告には母親と赤ん坊が登場し、タバコの広告には製品のみか男性単独が多く、タルカムパウダーには女性単独が多いというように、商品の種類によって登場する人物像は変化する。以上のように、広告に描かれた人物像は、広告主が考える消費者像の一端を示している。ある商品を広告しようとするとき、広告主はその商品を使用する人物像を想定し、その商品の購入を選択するのは誰かを考えているのである。また、この時代には製品と人物といったストレートな広告が多く、いわゆるイメージ広告的なものは少ないことを付記しておきたい。



図1 A誌 1950年1月1日



図2 A誌 1958年9月7日

பெரிய குழந்தைகள்  
மேலும் உயர்ந்த  
பெருமையை



பெரிய  
வளத்தை  
பெறவேண்டும்



தும்பும் குழந்தைகள் நன்றாக வளர்த்து  
சூசித்துப் பருகட்டும் போர்ன்விடா!



பெரிய குழந்தைகள்  
மேலும் உயர்ந்த  
பெருமையை  
பெறவேண்டும்



எல்லா வயதிலும்  
எல்லா நேரங்களிலும்  
எல்லா இடங்களிலும்  
எல்லா காரணங்களிலும்  
எல்லா சூசிகளிலும்  
எல்லா குழந்தைகளிலும்  
எல்லா பெண்களிலும்  
எல்லா ஆண்களிலும்  
எல்லா மக்களிலும்

உங்கள் குழந்தைக்கு அதிக அளவி  
அளித்து முன்னேறாமலும் நிறுத்தி  
கொடுக்க கவனமாக வாங்கிவாங்கி



குழந்தைகள் உயர்ந்த  
பெருமையை பெறவேண்டும்



BOURN-VITA

图3 A誌1963年10月6日 图4 A誌1971年12月5日 图5 A誌1979年2月4日

#### 4. 聞き取り調査の概要

以上、広告の分析から得られた知見を補い、農村ではいつごろ何を購入して使用するようになったのかといった実際の消費行動を知るために、2007年3月、タミルナードゥ州タンジャーヴール県ティルヴァイヤール郡ティライスターナム村とその周辺地域(ティルヴァイヤール、タンジャーヴール)に居住する中高年層12名に対して、1950年代以降の消費生活に関する聞き取り調査を行った。

具体的な調査方法としては、村に居住する友人とパンチャーヤト・プレジデントを介して紹介された村民に対し、村民の自宅で一軒につき1~2時間かけてインタビューを行った。SCについては、当初パンチャーヤト・プレジデントが同席してSCの村民を一箇所に集めたせいもあり、その際の聞き取りからは十分な答えが得られなかった。そこで、各家庭を個別に訪問して再度インタビューを実施した。人選については、できる限り異なるカーストや経済状態にあると思われる家庭をまんべんなく調査するよう心がけた。また、各家庭を訪問してインタビューを行ったため、家族の他のメンバーも同席して質問に答えてくれる場合が多かった。したがって、ここでいう12名とは12世帯と言った方が適切かもしれない。実際には、どうしてもバラモン世帯が多くなった。その理由は、バラモン世帯では高齢者も教育程度が高いためか記憶が確かで、質問の意図を汲み取って的確に答えてくれる場合が多く、インタビューがしやすかったためである。

調査村の基本データは以下の通りである。

##### ティライスターナム村

(データはすべて調査時にパンチャーヤト・プレジデントから提供されたもの)

位置: タンジャーヴール市から約13キロ北のカーヴェーリ北岸

世帯数: 全世帯数419(SC世帯128、アグラハーラム世帯100[バラモンは48軒])

人口: 全人口1771人(男917、女854)、SC人口548人(男238、女310)

年齢別人口: 2-5歳(男64、女57)、6-15歳(男184、女178)、16-40歳(男644、女649)、他は41歳以上

職業別人口:

アグラハーラム

教員8、土地所有農民1、自営業[雑貨店]1、調理人1、織物職人1、公務員2

SC

公務員2、土地所有農民16、トラクター運転手1、れんが作り5、他は農業労働者その他

土地所有農民30、自営業10[雑貨店6、茶店3、その他1]、れんが作り4[BC]、

公務員2、大工2、壺作り2、洗濯人2、床屋1、竹籠作り1、トラック運転手1

村内の公共施設:



学校(～5年)1、公民館1、女性の自助団体1、パンチャーヤト役場1、主要寺院3、小規模寺院6

パンチャーヤト:

周辺2村(ペルンプリヤールとクディターンギ)とで村落パンチャーヤトを形成

President 1 (改選: SC ladies, SC Common, Common, Common Ladies)

メンバー構成 (9人中女4)

土地利用: 灌漑地 489 エーカーは米作、その他にココナッツ林

なお、筆者は約20年間にわたって、この地域の伝統芸能調査のために、ティッライスターナム村を何度も訪問しており、その間の村の変化を見続けてきた。このあたりの村は、寺院の門前から東西に直線に伸びる通りを中心とした、かつてのバラモン居住区であるアグラハーラム、アグラハーラムから少し離れた場所にあるSC居住区、その中間にある居住区の三部分からなり、周辺に水田が広がっている。

アグラハーラムは村内で最も居住環境の整った区域で、この村を筆者が初めて訪問した頃にはすでにきちんと舗装されていた。SC居住区を含め村全体の道がすべて舗装されたのは、21世紀に入ってからのことで、現在ではすべての道が舗装されている。かつてアグラハーラムに居住していたのは全員バラモンであったが、現在バラモン世帯は半数以下となっている。若い世代には家を売って村を出て都会に居住する者が多く、村に残っているのは圧倒的に高齢者で、空家も存在する。アグラハーラムには、小学校、公民館、チェッティヤールの経営する雑貨店1軒がある。女性の自助団体とパンチャーヤト役場はアグラハーラムとSC居住区の中間にある。現在ではSC居住区にも電気・水道が通っている。タミルナドゥ州の村落の電気普及率は100%であるが、水道の方は、2003年にパンチャーヤトが30Rsという格安の料金で全戸に専用水道を供給するようになった。また、SCは1キロ1ルピーで米を買うことができ、2004年からは全世帯に家屋が無料で供給され、奨学金も支給されている。このようにSCへの公的援助は極めて大きく、比較的生活も安定している。なかには、海外に出稼ぎに行つてためた資金で、カースト・ヒンドゥー以上の家屋を建設し、生活水準が非常に高い世帯も存在している。

聞き取り調査の問題点としては、高齢者は比較的消費意欲が薄く、過去のことはほとんど忘れている場合も多く、聞き出すのに時間がかかること、合同家族の場合には口々に異なった答えをするので、判断が難しいことが挙げられる。しかし、50～70年代の消費行動については、どうしても高齢者を対象に聞き取り調査を行わなくてはならない。そのため、質問表による調査はあきらめ、少数の家族について時間をかけて詳しく記述する方法をとった。

## 5. 聞き取り調査の分析と広告との関連

表 16 は聞き取り調査の結果を簡単にまとめたものである。まず、年齢、性別、カースト、職業、同居家族、居住場所、財産、収入、教育といった基本情報を示した。幸福感という項目には注意を要する。当初は購入を希望する商品をたずねたのだが、高齢者の場合には十分に幸福だとか病気や孫の教育が気になりだとかいった答えが返ってきて、自分自身が購入したいものは何もないという人が多かったため、このような書き方になっている。消費動向は、ほとんどの場合、商品を購入した正確な年は答えられなかったため、10年ごとに現代までを示した。

この表から、農村においても比較的裕福な家庭では、50年代からタルカムパウダーや石鹼などが使用され、洗剤やシャンプーへと拡大していったことがわかる。インタビューによれば、特に一回分の小袋にわけた安価な洗剤やシャンプーが村の雑貨店で販売されるようになったことで、日用品の購入が容易になったという。消費意欲は日用品のレベルから漸進的に高まっていった。電気は50年代からアグラハーラムには通っていたが、70年代までにはかなり普及し、SC居住区には90年代に普及した。電気器具は、当初は電球や蛍光灯など電灯類のみだったが、裕福な家庭ではラジオも使用されていた。さらに、南インドは年中暑いせいもあってか、次に扇風機やファンが購入され、ミキサーやグラインダーなどの台所用品へと拡大した。しかし、耐久消費財が次々と購入されるようになるのは80年代以降である。すなわち、耐久消費財の購入意欲の高まりは、80年代以降の経済成長と連動しているといえるだろう(表 16)。

以上のように、消費意欲は日用品レベルから徐々に高まり、耐久消費財へとつながっていくのであり、このことは、50年代～70年代の広告数が、業種別にみると圧倒的に日用品が多いこと、品目的にも初期にはタルカムパウダーや石鹼が多く、後に洗剤やシャンプーが増えてくることと一致している。

現在でも、カーストと教育程度、購買力は比較的一致度が高いといえるだろう。しかし、SCも子供や孫の世代は一定レベルの教育を受けており、親世代は教育に対する関心が高く、教育投資を行う意欲もある。このことは、SC世帯でも90年代以降に消費が促進され、日用品レベルの消費ではほとんど他のカーストと差がなくなっていることと連動していると考えられる。

### おわりに

本稿では、タミル語雑誌広告を取り上げ、どのような商品がどのような形式で宣伝されているのか、30年間の広告数の統計の経年変化によって全般的な傾向をつかむことを中心的な課題とした。それを補うために、特定企業の広告の事例の一つ挙げて詳しく検討し、さらに聞き取り調査を行うことによって補完した。以上のような方法で、消費動向や企業

戦略が十全に明らかにされるわけではないだろう。しかし、まず全体像をある程度把握することは極めて重要な作業だと考える。それをふまえて個別の事例分析をさらに積み重ねていくことが必要だろう。

本稿では、50年代から70年代は日常生活に密着した衣食住に関連する分野の広告が多数を占め、本格的な経済開放政策によって顕著な経済成長がはじまる以前の時代から、これらの商品の消費意欲が高まってきたこと、広告主は消費者の購入意欲を喚起すべく広告戦略を変化させてきたことなどが明らかになった。

本稿で示した分析は、あくまで研究途上の成果報告にとどまるが、今後は、対象とする広告を40年代以前や80年代以降にも広げ、さらに普及度が高いと思われる新聞広告なども視野に入れてデータの充実を図りたい。また、個別広告の分析や聞き取り調査を追加していくことによって、さらに詳細に消費動向をつかむことを目標としたい。

表 1 Ananda Vikatam 年別総広告数

	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79
調査月数	2	1	4	8	5	2	0	12	12	7	9	12	3	12	4	9	11	8	8	8	9	9	9	7	8	12	11	11	12	12
総広告数	50	46	150	268	149	77	0	508	521	275	397	459	130	446	161	318	400	198	307	272	307	385	252	182	225	295	294	285	310	355

50年代計	2044
60年代計	3088
70年代計	2890
合計	8022

表 2 Kumudam 年別総広告数

	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79
調査月数	8	0	0	1	4	2	5	8	12	12	10	12	12	12	12	12	12	12	12	12	7	12	12	12	12	12	11	10	12	12
総広告数	121	0	0	14	60	49	218	333	443	457	166	391	422	336	390	354	337	375	277	455	180	48	206	283	229	346	234	251	284	362

50年代計	1695
60年代計	3503
70年代計	2423
合計	7621

表 3 Ananda Vikatan 業種別品目数

業種	品目数
医薬・化粧品	94
日用雑貨	62
食料・飲料	62
その他の物品	33
電気器具	27
医療・教育	22
サービス	18
その他	17
家具・建具・他	16
金融・保険	15
衣料品	15
出版・印刷	12
自動車関係	9
農林漁業用品	8
運輸	7
一般機械器具	7
燃料・ガス類	6
情報・通信	6
建設資材・他	5
企業	5
公務	4

表 4 Kumudam 業種別品目数

業種	品目数
日用雑貨	75
医薬・化粧品	66
食品・飲料	50
電気器具	25
医療・教育	22
その他の物品	20
衣料品	16
サービス	13
金融・保険	11
自動車関係	10
家具・建具・他	10
その他	9
出版・印刷	8
情報・通信	6
企業	6
農林漁業用品	5
燃料・ガス類	5
建設資材・他	5
公務	4
運輸	4
一般機械器具	1

表 5 Ananda Vikatan 業種別広告数経年変化

業種	年	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	50年	60年	70年	合計
	調査月数	2	1	4	8	5	2	0	12	12	7	9	12	3	12	4	9	11	8	8	8	9	9	9	7	8	12	11	11	12	12	代計	代計	代計	
医薬・化粧品		8	11	47	62	51	18	0	136	157	75	132	123	39	121	55	75	112	52	76	86	71	75	73	46	45	66	54	41	62	72	565	871	605	2041
食料・飲料		10	7	19	42	32	11	0	77	77	40	57	82	25	95	24	53	64	44	55	57	59	75	47	24	32	57	60	68	90	109	315	556	621	1492
日用雑貨		13	8	35	65	27	18	0	106	100	50	61	80	19	81	27	37	70	29	39	36	37	55	38	28	28	43	56	58	57	71	422	479	471	1372
衣料品		1	1	4	22	8	5	0	53	47	29	45	39	17	34	14	46	40	19	41	29	45	48	25	41	54	49	32	45	24	34	170	324	397	891
金融・保険		0	1	4	19	3	2	0	17	31	14	18	32	9	37	11	24	31	8	24	14	23	32	11	7	17	32	26	21	26	15	91	208	210	509
電気器具		2	2	2	5	2	1	0	21	10	7	22	22	3	14	9	18	15	12	17	6	22	32	14	8	7	11	13	5	10	11	52	138	133	323
その他の物品		3	4	13	12	7	7	0	23	30	14	6	15	4	12	1	11	11	8	8	4	9	6	11	5	8	13	11	12	6	8	113	80	89	282
サービス		2	2	4	1	0	3	0	22	2	4	10	9	1	7	2	6	14	8	15	9	6	12	1	4	6	6	7	13	6	7	40	81	68	189
医療・教育		0	2	0	2	1	0	0	9	15	7	11	5	0	6	1	8	5	2	3	1	0	8	7	5	8	10	11	11	9	4	36	42	73	151
情報・通信		7	2	7	10	3	1	0	5	17	11	10	11	2	10	1	7	5	5	3	6	6	4	5	4	3	0	0	1	0	3	63	60	26	149
農林漁業用品		0	1	2	3	2	1	0	1	1	1	1	7	3	12	4	9	13	5	7	0	4	5	3	6	6	1	2	0	3	0	12	61	30	103
自動車関係		0	1	2	13	4	1	0	6	5	4	5	3	1	2	2	4	6	1	5	5	3	6	5	1	0	2	3	1	5	2	36	34	28	98
出版・印刷		2	0	1	1	0	0	0	4	15	11	2	10	2	2	1	5	2	0	3	2	4	5	0	0	3	1	1	5	2	8	34	29	29	92
建設資材・他		1	1	1	7	1	1	0	8	5	0	2	2	0	2	3	3	3	4	6	10	4	4	9	3	0	1	2	1	1	0	25	35	25	85
運輸		0	1	5	1	4	4	0	5	2	1	6	11	2	3	5	6	2	1	0	2	2	5	0	0	3	0	0	0	2	2	23	38	14	75
家具・建具・他		0	1	1	1	1	1	0	3	2	0	2	2	2	6	1	2	2	0	2	0	7	6	2	0	2	1	6	2	1	2	10	19	29	58
その他		0	0	1	0	0	0	0	0	4	3	1	1	1	1	0	4	2	0	1	4	1	3	0	0	2	1	7	0	5	6	8	15	25	48
企業		0	0	1	0	2	1	0	5	1	4	5	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	3	0	0	1	0	1	0	0	0	14	8	5	27
一般機械器具		1	1	1	2	0	2	0	3	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3	1	1	0	0	0	0	0	0	1	10	2	6	18
燃料・ガス類		0	0	0	0	1	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	1	0	0	0	0	1	2	1	1	0	5	3	6	14
公務		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	0	5

表 6 Kumudam 業種別広告数経年変化

業種	年	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	50年	60年	70年	合計
	調査月数	8	0	0	1	4	2	5	8	12	12	10	12	12	12	12	12	12	12	12	12	7	2	4	12	10	12	11	10	12	12	代計	代計	代計	
医薬・化粧品	8	0	0	5	19	12	48	65	101	98	50	106	121	85	99	86	102	102	68	106	53	10	40	72	44	76	44	35	59	41	356	925	474	1755	
日用雑貨	8	0	0	5	9	9	60	91	134	122	38	77	86	58	80	78	88	65	53	90	36	12	41	60	47	68	64	79	68	75	438	713	550	1701	
食品・飲料	16	0	0	2	14	9	41	66	101	96	28	76	73	78	69	70	51	65	56	84	40	10	36	51	51	59	50	65	74	102	345	650	538	1533	
衣料品	11	0	0	1	3	2	22	16	30	32	10	34	42	41	54	28	37	40	29	53	10	5	31	42	44	46	19	25	21	39	117	368	282	767	
金融・保険	13	0	0	0	0	1	7	17	20	13	2	17	16	23	23	30	10	26	10	26	8	2	12	7	9	24	16	14	12	21	71	183	125	379	
電気器具	3	0	0	0	1	2	3	9	10	15	5	17	20	9	17	13	9	11	16	14	9	5	15	19	14	19	5	9	19	30	43	131	144	318	
医療・教育	17	0	0	0	6	5	11	18	20	24	13	22	25	21	21	14	12	9	11	11	1	1	2	6	3	4	4	1	6	3	101	159	31	291	
その他の物品	0	0	0	0	2	2	4	5	8	10	5	13	4	5	3	7	9	13	8	18	6	1	3	5	4	17	11	8	4	14	31	85	73	189	
情報・通信	10	0	0	0	1	3	6	10	10	22	4	10	8	10	4	7	4	14	5	12	3	1	4	1	1	1	3	0	1	5	62	78	20	160	
自動車関係	3	0	0	0	0	0	3	4	3	4	3	2	5	0	8	5	1	3	3	9	1	0	4	3	1	4	5	1	1	1	17	39	21	77	
その他	16	0	0	0	1	1	3	13	0	3	0	6	12	1	2	2	1	4	1	4	0	0	1	0	2	3	0	2	4	4	37	33	16	86	
建設資材・他	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2	2	3	2	3	0	3	3	9	7	0	6	7	3	6	1	1	5	6	2	27	42	71	
出版・印刷	9	0	0	1	0	1	0	4	2	4	4	4	4	1	0	3	3	1	1	1	2	0	0	1	1	3	1	2	5	7	21	22	22	65	
農林漁業用品	0	0	0	0	2	1	2	4	0	0	1	0	0	0	4	0	2	3	4	6	0	0	3	2	1	3	6	5	1	5	9	20	26	55	
家具・建具・他	3	0	0	0	0	0	5	4	1	5	0	2	1	0	0	0	1	2	4	3	1	0	0	2	1	7	0	1	2	4	18	13	18	49	
企業	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	2	0	2	4	1	4	3	1	1	1	1	0	0	2	2	0	1	3	1	18	11	30	
運輸	2	0	0	0	0	1	1	0	0	2	0	1	0	0	2	0	0	1	1	1	0	0	4	3	0	0	1	2	0	2	12	5	12	29	
サービス	2	0	0	0	2	0	1	1	0	6	0	0	0	0	0	0	1	3	2	0	6	1	0	2	1	2	2	1	0	1	4	15	10	29	
燃料・ガス類	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	3	7	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	16	4	20	
一般機械器具	0	0	0	0	0	1	0	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	1	0	0	0	5	0	4	9	
公務	0	0	0	0	0	0	1	0	2	2	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	3	0	8	

表 7 Ananda Vikatan 13品目広告数経年変化

品目	商品数	業種	年	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	50年	60年	70年	合計
			月数	2	1	4	8	5	2	0	12	12	7	9	12	3	12	4	9	11	8	8	8	9	9	9	7	8	12	11	11	12	12	代計	代計	代計	
タルカムパウダー	49	医薬・化粧品		0	3	13	18	10	6	0	29	41	18	30	28	13	36	23	27	13	18	21	20	18	14	13	9	11	9	11	19	21	138	232	145	515	
鎮痛薬	27	医薬・化粧品		3	3	2	7	8	5	0	11	10	7	10	18	3	16	3	4	18	8	6	10	7	7	22	9	7	10	12	8	5	3	56	96	90	242
美白クリーム	12	医薬・化粧品		0	0	1	3	2	1	0	3	4	0	6	2	1	6	3	2	6	4	2	6	7	6	5	1	3	2	3	2	0	8	14	38	37	89
栄養補助食品	41	食料・飲料		1	1	3	3	3	3	0	10	9	4	12	7	3	10	2	20	25	15	11	17	14	22	11	5	8	20	12	19	34	28	37	122	173	332
タバコ	19	食料・飲料		1	0	2	0	4	1	0	9	20	14	10	28	7	31	7	12	12	6	9	9	13	11	9	0	0	0	1	0	1	0	51	131	35	217
石鹸	42	日用雑貨		7	2	14	19	13	3	0	21	26	19	20	31	6	22	6	3	17	7	6	5	3	19	6	5	4	8	11	10	7	14	124	123	87	334
洗剤	32	日用雑貨		0	2	1	1	0	5	0	10	9	4	11	11	3	12	3	4	4	3	7	10	4	4	8	5	5	12	24	14	18	15	32	68	109	209
サリー	71	衣料品		0	0	1	5	0	1	0	18	15	12	19	10	6	16	7	28	23	10	16	11	20	28	14	15	20	22	13	17	7	8	52	146	164	362
男性用下着	11	衣料品		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	0	2	1	2	1	5	3	7	4	7	0	4	32	36
銀行	39	金融・保険		0	1	1	2	1	1	0	5	16	8	8	18	7	17	5	16	10	3	14	6	9	14	5	1	8	13	13	8	8	7	35	104	86	225
チットファンド	10	金融・保険		0	0	2	6	2	0	0	4	12	4	5	6	1	10	2	4	12	0	2	2	3	11	5	6	7	14	7	2	7	1	30	44	63	137
映画	1	情報・通信		5	1	6	8	2	1	0	5	17	9	8	10	1	9	1	7	4	4	3	2	4	4	2	2	2	0	0	0	0	0	54	49	14	117
宗教・占い等	36	サービス		1	2	3	1	0	3	0	13	2	4	10	7	1	7	2	4	10	5	11	8	4	8	1	3	5	6	5	11	5	7	29	65	55	149

表 8 Kumudam 13品目広告数経年変化

品目	商品数	業種	年	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	50年	60年	70年	合計	
			月数	8	0	0	1	4	2	5	8	12	12	10	12	12	12	12	12	12	12	12	12	12	7	2	4	12	10	12	11	10	12	12	代計	代計		代計
タルカムパウダー	50	医薬・化粧品		2	0	0	3	7	4	22	39	49	34	17	20	19	17	26	24	25	23	20	29	11	2	4	24	6	18	6	3	10	9	160	220	93	473	
鎮痛薬	33	医薬・化粧品		1	0	0	0	2	4	5	5	7	13	6	30	24	22	9	4	12	21	11	10	10	1	13	11	14	8	16	8	11	4	37	149	96	282	
美白クリーム	12	医薬・化粧品		0	0	0	0	0	1	2	4	8	7	0	4	4	0	3	5	8	7	4	9	9	1	3	6	2	7	2	3	6	2	22	44	41	107	
栄養補助食品	42	食品・飲料		0	0	0	1	1	1	7	9	4	22	6	10	4	10	9	27	16	10	8	16	13	4	10	22	19	21	18	20	32	31	45	116	190	351	
タバコ	28	食品・飲料		8	0	0	1	9	3	8	15	26	28	10	27	28	30	30	19	11	17	13	27	12	2	4	8	3	6	2	2	3	1	98	212	43	353	
石鹸	42	日用雑貨		3	0	0	3	8	3	23	21	24	29	8	18	15	10	12	11	12	11	9	22	5	3	5	8	4	8	14	8	2	4	114	128	61	303	
洗剤	33	日用雑貨		0	0	0	0	0	0	2	3	8	2	4	6	7	4	6	10	4	8	7	6	3	2	3	6	12	19	17	20	24	21	15	62	127	204	
サリー	44	衣料品		0	0	0	1	0	0	2	5	7	11	4	10	9	12	12	9	7	11	6	7	2	1	11	8	9	6	2	7	2	10	26	87	58	171	
男性用下着	10	衣料品		0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	1	1	5	4	2	1	2	1	1	18	20
銀行	34	金融・保険		4	0	0	0	0	1	6	10	15	10	1	14	12	19	20	21	7	22	7	19	3	1	4	4	5	15	14	11	12	17	46	142	86	274	
チットファンド	8	金融・保険		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	2	2	0	4	1	1	5	1	1	0	2	0	4	17	21	
映画	4	情報・通信		6	0	0	0	0	3	6	6	10	22	4	10	8	9	4	7	4	14	5	10	3	1	4	1	1	1	3	0	1	5	53	75	20	148	
宗教・占い等	3	サービス		8	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	0	0	8	



表 9 Ananda Vikatan 外国企業数

年	1950年	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79
調査月数	2	1	4	8	5	2	0	12	12	7	9	12	3	12	4	9	11	8	8	8	9	9	9	7	8	12	11	11	12	12
印度	37	33	114	178	91	52	0	385	389	218	293	323	97	315	124	244	294	153	243	198	246	304	201	146	182	234	235	240	235	283
外国	13	13	35	86	57	25	0	123	132	57	104	136	33	131	37	74	106	45	64	74	61	81	51	36	43	61	59	45	75	72
不明	0	0	1	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
計	50	46	150	268	149	77	0	508	521	275	397	459	130	446	161	318	400	198	307	272	307	385	252	182	225	295	294	285	310	355

50年代計	60年代計	70年代計	合計
1497	2284	2306	6087
541	804	584	1929
6	0	0	6
2044	3088	2890	8022

表 10 Kumudam 外国企業数

年	1950年	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79
調査月数	8	0	0	1	4	2	5	8	12	12	10	12	12	12	12	12	12	12	12	12	7	2	4	12	10	12	11	10	12	12
印度	116	0	0	10	49	36	164	255	315	344	113	256	311	252	292	261	223	271	204	346	139	31	168	216	166	291	191	207	233	296
外国	5	0	0	4	11	13	53	78	119	108	48	128	101	84	98	93	114	100	66	105	39	16	37	65	59	54	42	44	51	65
不明	0	0	0	0	0	0	1	0	9	5	5	7	10	0	0	0	0	4	7	4	2	1	1	2	4	1	1	0	0	1
計	121	0	0	14	60	49	218	333	443	457	166	391	422	336	390	354	337	375	277	455	180	48	206	283	229	346	234	251	284	362

50年代計	60年代計	70年代計	合計
1289	2529	1938	5756
391	937	472	1800
15	37	13	65
1695	3503	2423	7621

業種		50年代計	60年代計	70年代計	合計
医薬・化粧品	印度	336	494	395	1225
	外国	223	377	210	810
	不明	6	0	0	6
	計	565	871	605	2041
食料・飲料	印度	263	410	457	1130
	外国	52	146	164	362
	不明	0	0	0	0
	計	315	556	621	1492
日用雑貨	印度	206	267	336	809
	外国	216	212	135	563
	不明	0	0	0	0
	計	422	479	471	1372
衣料品	印度	151	289	358	798
	外国	19	35	39	93
	不明	0	0	0	0
	計	170	324	397	891
金融・保険	印度	91	208	210	509
	外国	0	0	0	0
	不明	0	0	0	0
	計	91	208	210	509

表 11 Ananda Vikatan 5業種外国企業数

業種	年	1950	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79
	調査月数	2	1	4	8	5	2	0	12	12	7	9	12	3	12	4	9	11	8	8	8	9	9	9	7	8	12	11	11	12	12
医薬・化粧品	印度	2	6	34	28	25	11	0	83	95	52	84	60	25	57	35	42	60	35	46	50	44	52	47	27	33	34	32	28	44	54
	外国	6	5	12	30	25	7	0	53	62	23	48	63	14	64	20	33	52	17	30	36	27	23	26	19	12	32	22	13	18	18
	不明	0	0	1	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	計	8	11	47	62	51	18	0	136	157	75	132	123	39	121	55	75	112	52	76	86	71	75	73	46	45	66	54	41	62	72
食料・飲料	印度	8	6	13	32	21	7	0	73	66	37	44	64	19	76	18	34	47	28	40	40	40	49	34	21	25	45	46	58	57	82
	外国	2	1	6	10	11	4	0	4	11	3	13	18	6	19	6	19	17	16	15	17	19	26	13	3	7	12	14	10	33	27
	不明	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	計	10	7	19	42	32	11	0	77	77	40	57	82	25	95	24	53	64	44	55	57	59	75	47	24	32	57	60	68	90	109
日用雑貨	印度	10	5	23	30	11	8	0	51	45	23	31	40	10	43	16	22	41	20	25	19	32	34	28	20	15	34	43	42	37	51
	外国	3	3	12	35	16	10	0	55	55	27	30	40	9	38	11	15	29	9	14	17	5	21	10	8	13	9	13	16	20	20
	不明	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	計	13	8	35	65	27	18	0	106	100	50	61	80	19	81	27	37	70	29	39	36	37	55	38	28	28	43	56	58	57	71
衣料品	印度	1	0	3	17	6	3	0	50	45	26	38	31	13	29	14	43	36	18	39	28	40	45	24	36	47	43	29	41	22	31
	外国	0	1	1	5	2	2	0	3	2	3	7	8	4	5	0	3	4	1	2	1	5	3	1	5	7	6	3	4	2	3
	不明	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	計	1	1	4	22	8	5	0	53	47	29	45	39	17	34	14	46	40	19	41	29	45	48	25	41	54	49	32	45	24	34
金融・保険	印度	0	1	4	19	3	2	0	17	31	14	18	32	9	37	11	24	31	8	24	14	23	32	11	7	17	32	26	21	26	15
	外国	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	不明	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	計	0	1	4	19	3	2	0	17	31	14	18	32	9	37	11	24	31	8	24	14	23	32	11	7	17	32	26	21	26	15

業種		50年代計	60年代計	70年代計	合計
医薬・化粧品	印度	232	526	342	1100
	外国	124	399	132	655
	不明	0	0	0	0
	計	356	925	474	1755
日用雑貨	印度	225	451	435	1111
	外国	213	262	113	588
	不明	0	0	2	2
	計	438	713	550	1701
食料・飲料	印度	282	420	368	1070
	外国	48	193	159	400
	不明	15	37	11	63
	計	345	650	538	1533
衣料品	印度	115	332	258	705
	外国	2	36	24	62
	不明	0	0	0	0
	計	117	368	282	767
金融・保険	印度	71	183	125	379
	外国	0	0	0	0
	不明	0	0	0	0
	計	71	183	125	379

表 12 Kumudam 5業種外国企業数

業種	年	1950	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79
医薬・化粧品	調査月数	8	0	0	1	4	2	5	8	12	12	10	12	12	12	12	12	12	12	12	12	7	2	4	12	10	12	11	10	12	12
	印度	5	0	0	5	15	7	32	43	59	66	32	53	75	42	55	53	56	60	37	63	40	4	25	47	31	58	31	28	44	34
	外国	3	0	0	0	4	5	16	22	42	32	18	53	46	43	44	33	46	42	31	43	13	6	15	25	13	18	13	7	15	7
	不明	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
計	8	0	0	5	19	12	48	65	101	98	50	106	121	85	99	86	102	102	68	106	53	10	40	72	44	76	44	35	59	41	
日用雑貨	印度	7	0	0	1	5	3	36	47	65	61	17	36	62	41	48	49	48	36	42	72	31	7	35	46	31	53	57	62	55	58
	外国	1	0	0	4	4	6	24	44	69	61	21	41	24	17	32	29	40	29	11	18	4	5	6	14	16	15	7	17	13	16
	不明	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	計	8	0	0	5	9	9	60	91	134	122	38	77	86	58	80	78	88	65	53	90	36	12	41	60	47	68	64	79	68	75
食料・飲料	印度	15	0	0	2	11	7	28	57	84	78	17	47	49	58	55	47	27	38	34	48	24	6	24	33	29	47	31	49	54	71
	外国	1	0	0	0	3	2	12	9	8	13	6	22	14	20	14	23	24	23	15	32	15	3	11	16	18	11	18	16	20	31
	不明	0	0	0	0	0	0	1	0	9	5	5	7	10	0	0	0	0	4	7	4	1	1	1	2	4	1	1	0	0	
	計	16	0	0	2	14	9	41	66	101	96	28	76	73	78	69	70	51	65	56	84	40	10	36	51	51	59	50	65	74	102
衣料品	印度	11	0	0	1	3	2	22	16	30	30	8	31	36	38	51	25	36	37	23	47	10	5	30	37	38	43	17	23	19	36
	外国	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	3	6	3	3	3	1	3	6	6	0	0	1	5	6	3	2	2	2	3
	不明	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	計	11	0	0	1	3	2	22	16	30	32	10	34	42	41	54	28	37	40	29	53	10	5	31	42	44	46	19	25	21	39
金融・保険	印度	13	0	0	0	0	1	7	17	20	13	2	17	16	23	23	30	10	26	10	26	8	2	12	7	9	24	16	14	12	21
	外国	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	不明	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	計	13	0	0	0	0	1	7	17	20	13	2	17	16	23	23	30	10	26	10	26	8	2	12	7	9	24	16	14	12	21

表 13 Ananda & Kumudan イラスト経年変化

年	1950年								1951年					1952年					1953年													
調査月数	A2,K0								A1,K8					A4,K0					A8,K1													
構成	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子
Ananda	20	14	14	m2, 1	8	1	0	1	17	9	12	1	4	0	1	0	65	35	38	m4, f3, 4	13	0	4	1	121	45	74	m18, f6, 14	18	2	4	2
Kumudan	0	0	0	0	0	0	0	0	16	11	9	m3	4	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	3	7	0	2	0	0	0

年	1954年								1955年					1956年					1957年													
調査月数	A5,K4								A2,K2					A0,K5					A12,K8													
構成	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子
Ananda	70	31	45	m7, f10, 3	5	1	5	5	31	10	21	m5, f3, 2	4	0	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	205	89	110	m27, f24, 8	13	0	8	9
Kumudan	22	7	17	m1	2	0	1	0	23	10	16	0	4	0	0	0	86	33	64	m8, f1, 4	12	6	4	3	145	61	92	m19, f6, 8	13	5	4	8

年	1958年								1959年					1960年					1961年													
調査月数	A12,K12								A7,K12					A9,K10					A12,K12													
構成	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子
Ananda	212	99	124	m25, f11, 14	24	8	5	8	108	38	71	m14, f4, 11	12	3	2	5	171	76	111	m25, f8, 7	21	5	5	10	177	79	110	m37, f14, 9	21	2	10	13
Kumudan	228	85	145	m25, f7, 5	17	3	6	5	254	112	166	m51, f9, 10	40	5	10	18	85	41	49	m12, f6, 9	7	1	4	6	137	63	91	m12, 11	24	0	1	6

年	1962年								1963年					1964年					1965年													
調査月数	A3,K12								A12,K12					A4K12					A9,K12													
構成	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子
Ananda	56	17	35	m9, f7, 2	2	1	2	2	190	84	105	m31, f16, 13	19	4	7	10	68	21	37	m9, f8, 6	3	0	3	2	124	42	84	m18, f15, 6	8	0	11	8
Kumudan	107	37	63	m5, f1, 8	9	0	1	1	147	57	101	m17, f11, 1	15	0	2	6	182	69	110	m23, f16, 4	18	0	5	6	176	66	111	m12, f16, 1	14	1	8	3

年 調査月数	1966年 A11,K12									1967年 A8,K12									1968年 A8,K12									1969年 A8,K12								
	人	男	女	子	男 女	男 子	女 子	男 女 子	人	男	女	子	男 女	男 子	女 子	男 女 子	人	男	女	子	男 女	男 子	女 子	男 女 子	人	男	女	子	男 女	男 子	女 子	男 女 子				
Ananda	174	58	124	m28, f13, 3	15	2	11	10	103	35	71	m15, f6, 4	14	0	6	4	147	47	100	m23, f13, 5	16	2	5	6	150	51	95	m25, f18, 5	10	4	14	6				
Kumudam	193	76	140	m17, f5, 3	23	1	6	6	237	86	165	m27, f13, 8	22	1	8	14	162	48	110	m19, f13, 1	12	1	9	2	251	99	177	m32, f9, 6	33	1	5	8				

年 調査月数	1970年 A9,K7								1971年 A9,K2								1972年 A9,K4								1973年 A7,K12							
	人	男	女	子	男 女	男 子	女 子	男 女 子	人	男	女	子	男 女	男 子	女 子	男 女 子	人	男	女	子	男 女	男 子	女 子	男 女 子	人	男	女	子	男 女	男 子	女 子	男 女 子
Ananda	149	48	93	m21, f10, 5	13	1	8	1	175	53	122	m32, f21, 9	13	4	21	8	123	41	77	m20, f6, 4	7	4	6	4	113	40	77	m9, f5, 5	10	1	8	2
Kumudam	110	40	59	m17, f12, 3	10	2	4	0	23	7	16	0	2	0	0	94	37	62	m15, f8, 4	15	3	8	1	179	51	123	m29, f7, 14	12	5	15	6	

年 調査月数	1974年 A8,K10								1975年 A12,K12								1976年 A11,K11								1977年 A11,K10							
	人	男	女	子	男 女	男 子	女 子	男 女 子	人	男	女	子	男 女	男 子	女 子	男 女 子	人	男	女	子	男 女	男 子	女 子	男 女 子	人	男	女	子	男 女	男 子	女 子	男 女 子
Ananda	120	39	92	m15, f2, 5	12	2	3	10	158	51	118	m36, f12, 12	23	1	18	10	167	45	119	m35, f26, 14	13	2	22	10	151	53	110	m36, f27, 5	15	2	13	18
Kumudam	158	53	102	m15, f11, 15	13	0	14	5	184	52	125	m15, f21, 9	12	3	10	3	134	54	85	m27, f26, 6	14	0	14	12	150	59	102	m30, f9, 6	25	3	11	8

年 調査月数	1978年 A12,K12								1979年 A12,K12							
	人	男	女	子	男 女	男 子	女 子	男 女 子	人	男	女	子	男 女	男 子	女 子	男 女 子
Ananda	180	69	109	m46, f44, 10	22	5	16	18	232	72	167	m48, f37, 17	21	2	33	16
Kumudam	179	73	113	m47, f22, 10	28	5	26	5	224	90	162	m44, f21, 12	36	2	14	21

表 14 Ananda Vikatan 5業種イラスト経年変化

年(調査月数)	1950(2)								1951(1)								1952(4)								1953(8)								1954(5)							
	業種	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子
医薬・化粧品	4	3	2	m1	1	1	0	0	3	3	2	0	2	0	0	0	21	10	14	3	4	0	1	0	34	11	27	2	4	0	2	0	28	11	22	m1, f1, 1	4	0	1	1
食品・飲料	4	2	3	m1	2	0	0	0	6	1	5	1	0	0	1	0	10	2	6	m2, f1, 1	0	0	3	0	28	7	11	m14, f6, 4	2	0	2	1	20	4	13	m5, f4, 2	0	1	4	0
日用雑貨	5	3	3	1	0	0	0	1	4	1	3	0	0	0	0	0	21	10	14	m2, f1	6	0	0	0	37	11	24	m1, 8	3	2	0	1	17	11	10	m1, f5	1	0	0	4
衣料品	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	6	3	5	m1	3	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0
金融・保険	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

年(調査月数)	1955(2)								1956(0)								1957(12)								1958(12)								1959 (7)							
	業種	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子
医薬・化粧品	7	2	6	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	55	23	32	m1, 2	0	0	1	1	62	20	43	m4, f4, 4	1	0	0	4	42	11	25	m3, 6	1	0	0	1
食品・飲料	7	1	5	m5, 1	1	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	37	12	12	m7, f10, 3	3	0	2	0	35	21	13	m7, f4, 6	4	0	3	3	11	6	5	m5, f3, 1	1	0	0	3	
日用雑貨	12	3	8	f3	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	57	19	34	m11, f5, 3	2	0	2	4	62	22	36	m9, 4	2	6	1	0	27	7	19	m5, f1, 4	1	3	2	1	
衣料品	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	27	12	18	m5, f5	3	0	3	1	20	10	9	m1, f1	0	0	0	0	10	1	9	0	0	0	0	0	
金融・保険	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3	0	0	0	0	0	0	4	3	0	m1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	

年(調査月数)	1960(9)								1961(12)								1962(3)								1963(12)								1964(4)							
	業種	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子
医薬・化粧品	62	33	31	m6, 3	5	2	1	1	43	19	24	m11, f2, 6	1	0	3	6	20	1	18	2	0	0	1	0	60	25	33	m8, 7	0	0	1	6	30	9	20	m1, 5	1	0	2	2
食品・飲料	23	14	14	m10, f5, 1	1	1	3	6	41	22	19	m20, f9	4	0	5	6	12	8	4	m5, f3	0	1	0	2	36	16	15	m15, f9, 1	2	0	3	3	8	3	2	m4, f4	0	0	1	0
日用雑貨	37	5	31	m1, 3	2	0	1	0	37	7	30	2	2	0	0	0	10	1	7	m2, f1	0	0	1	0	47	14	26	m2, f4, 4	1	0	1	1	15	5	9	m1, f1, 1	2	0	0	0
衣料品	20	6	15	m2, f2	2	1	0	1	17	8	11	m2, f1	1	1	1	0	10	5	4	m2, f2	1	0	0	0	21	8	15	f2	3	0	1	0	6	1	5	0	0	0	0	0
金融・保険	1	1	0	m1	0	1	0	0	9	6	4	m1, f1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	7	6	m2, 1	4	2	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0

年(調査月数)	1965 (8)								1966(11)								1967(8)								1968(8)								1969(8)							
	業種	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子
医薬・化粧品	45	15	29	m1,f1,3	0	0	2	1	67	17	48	m3,f2	1	0	2	1	40	15	30	m6,f1,1	3	0	4	3	47	12	35	m7,f1,1	3	0	3	1	54	14	40	m7,2	1	0	4	2
食品・飲料	20	6	14	m8,f8,1	0	0	2	5	25	12	14	m10,f5	2	0	1	5	14	4	7	m6,f1	2	0	0	1	24	13	12	m6,f4,2	2	0	0	4	26	7	15	m5,f6,2	1	1	5	1
日用雑貨	19	2	14	m7,f3,2	1	0	6	1	43	9	37	m8,f1,3	3	0	8	2	19	5	13	m1,f2,3	3	0	2	0	29	7	22	m4,f2,2	5	0	2	0	29	10	20	m9,f7,1	4	2	5	2
衣料品	11	1	9	m1,f1	0	0	0	0	10	4	7	m1,f1	2	0	0	0	10	1	9	0	0	0	0	0	25	5	20	f1	1	0	0	0	23	9	16	m1,f1	3	1	0	0
金融・保険	7	5	3	0	2	0	0	0	8	5	5	m6,f1	1	2	0	2	4	4	1	0	1	0	0	0	5	3	1	m4	1	2	0	0	4	4	0	0	0	0	0	0

年(調査月数)	1970(9)								1971 (9)								1972 (9)								1973 (7)								1974(8)							
	業種	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子
医薬・化粧品	51	13	42	m4,3	5	1	4	0	52	11	38	m6,f4,5	2	3	7	0	46	13	30	m6,4	3	1	3	0	43	14	28	m4,f1,2	1	0	5	0	33	9	22	m1,2	0	0	1	0
食品・飲料	33	13	12	m11,f5	4	0	2	0	40	19	21	m14,f10	6	1	5	4	26	12	10	m10,f4	1	1	2	3	14	5	9	m1,f1,2	2	0	0	1	17	8	11	m6,f2,2	1	2	1	4
日用雑貨	24	7	14	m4,f1	0	0	1	0	36	4	30	m4,f5,2	0	0	5	1	22	6	17	m1,f1	2	1	0	0	14	4	11	m1,f3,1	0	1	3	1	21	6	18	m5,1	4	0	1	4
衣料品	23	8	16	m1	0	0	0	1	23	5	21	m3,1	1	0	1	2	17	3	14	0	1	0	0	0	27	9	23	0	5	0	0	0	34	9	29	0	4	0	0	0
金融・保険	6	1	4	m1,f1,1	1	0	1	0	5	3	0	m2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	m1	0	0	0	0	3	3	2	m2	0	0	0	2

年(調査月数)	1975(12)								1976(11)								1977(11)								1978(12)								1979(12)							
	業種	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子
医薬・化粧品	48	10	40	m10,4	5	1	8	1	43	11	31	m7,5	1	0	9	1	27	2	23	m7,f4	0	0	4	1	40	5	31	m2,f9,1	2	0	1	2	52	7	49	m9,f1	1	0	5	4
食品・飲料	37	12	21	m17,f8,6	5	0	5	5	45	11	24	m16,f13,8	1	1	6	5	47	14	29	m24,f12,4	1	2	6	10	68	18	30	m38,f20,6	9	4	11	2	88	32	51	m30,f25,12	10	1	18	8
日用雑貨	26	7	21	m5,f3,1	1	0	4	3	37	7	32	m8,f9	3	0	6	3	31	8	28	m4,f9,1	1	0	3	6	30	15	25	m3,f13,3	0	0	4	12	47	9	39	m8,f7,5	1	0	8	4
衣料品	33	15	28	1	10	0	1	0	25	8	22	1	5	0	1	0	36	22	24	0	10	0	0	0	16	12	13	f1	8	0	0	1	28	12	20	0	4	0	0	0
金融・保険	4	2	3	m2,f1	1	0	0	1	6	2	3	m3,f2	0	0	0	1	4	1	3	m1,f2	0	0	0	1	14	9	5	m3,f1	0	1	0	1	5	4	0	f1	0	0	0	0

表 15 Kumudam 5業種イラスト経年変化

年(調査月数)	1950年(8)								1951年(0)								1952年(0)								1953年(1)								1954年(4)							
	業種	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子
医薬・化粧品	3	0	3	m3	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	0	11	5	8	0	2	0	0	0
日用雑貨	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5	2	4	0	1	0	0	0	7	0	7	0	0	0	0	0
食品・飲料	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	2	2	m1	0	0	1	0
衣料品	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
金融・保険	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

年(調査月数)	1955年(2)								1956年(5)								1957年(8)								1958年(12)								1959年(12)							
	業種	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子
医薬・化粧品	5	2	4	0	1	0	0	0	32	9	28	m3	3	1	0	2	38	6	33	m6,3	0	1	0	4	59	6	48	m4,f1	0	0	0	0	76	18	47	m18,6	0	0	5	4
日用雑貨	7	2	5	0	0	0	0	0	31	8	19	m3,4	0	4	3	0	50	24	28	m1,f3,4	0	4	1	1	75	19	55	m2,f4,4	3	0	3	1	63	21	41	m7,f3	3	3	2	1
食品・飲料	6	2	3	0	0	0	0	0	11	6	8	m2,f1	3	0	1	1	31	9	18	m11,f2	3	0	2	2	51	35	19	m8,f2,1	6	1	1	3	54	35	32	m22,f3,3	14	2	3	10
衣料品	1	0	1	0	0	0	0	0	5	3	3	f1	0	1	0	0	4	2	2	0	2	0	0	0	19	8	10	m1	0	0	0	0	24	6	19	m2,f1	1	0	0	1
金融・保険	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	5	5	1	0	1	0	0	0	5	0	1	m5	0	0	1	0	2	2	2	0	2	0	0	0

年(調査月数)	1960年(10)								1961年(12)								1962年(12)								1963年(12)								1964年(12)							
	業種	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子
医薬・化粧品	25	9	17	m5,f2,4	1	0	1	4	36	12	31	m8,2	7	0	0	5	35	11	16	m1,f1,3	0	0	0	1	36	6	27	m3,1	0	0	0	0	52	19	32	m8,4	3	0	0	4
日用雑貨	31	10	22	m1,f2,4	1	0	2	1	34	11	26	m1,4	2	0	1	1	33	6	25	0	0	0	0	40	6	31	m1,f3	0	0	0	1	48	15	32	m2,f1	5	0	0	0	
食品・飲料	11	7	4	m3,f1,1	1	0	1	1	19	10	3	m3,5	2	0	0	0	16	5	6	m2,5	1	0	1	0	30	20	12	m11,f8	2	0	1	4	22	9	12	m3,f3	2	0	2	0
衣料品	8	6	2	m1,f1	0	0	0	0	31	16	18	0	3	0	0	0	8	0	8	0	0	0	0	18	7	14	0	3	0	0	0	29	9	22	0	2	0	0	0	
金融・保険	1	0	0	m1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	6	2	4	0	0	0	1	0	12	3	5	m8,f10	0	0	3	2



年(調査月数)	1965年(12)								1966年(12)								1967年(12)								1968年(12)								1969年(12)							
	業種	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子
医薬・化粧品	46	9	34	m5, f1	0	0	3	0	59	16	47	m4, 3	6	0	1	1	85	27	58	m15, f1, 5	1	1	3	8	52	12	43	m4, f1	4	0	2	0	73	26	61	m7, f2, 4	14	0	2	4
日用雑貨	53	13	41	m2, f2, 1	4	0	2	0	53	13	41	m3, f2	2	0	2	0	44	10	33	m2, f6	1	0	3	1	31	7	23	m2, f3, 1	2	1	2	0	43	10	34	m2, 1	2	1	1	0
食品・飲料	21	8	8	m4, f9	2	1	2	1	32	24	17	n8, f1	5	0	3	5	29	12	16	m7, f2, 3	2	0	1	3	27	9	11	m11, f1	0	0	1	2	38	14	22	m10, f1, 1	1	0	2	0
衣料品	14	2	12	f1	0	0	1	0	26	10	20	m2, f1	5	1	0	0	34	7	27	f1	1	0	1	0	26	3	21	f5	0	0	3	0	41	13	29	f2	2	0	0	0
金融・保険	13	10	3	m1, f1	0	0	0	1	6	3	3	f1	1	0	0	0	14	11	8	m2, f2	4	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	10	7	6	m1, f1	2	0	0	1

年(調査月数)	1970年(7)								1971年(2)								1972年(4)								1973年(12)								1974年(10)							
	業種	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子
医薬・化粧品	34	10	18	m4, f3, 2	1	1	1	0	7	1	6	0	0	0	0	29	7	18	m6, f1, 3	1	3	2	0	50	7	38	m5, 5	0	2	3	0	39	10	29	m1, f2, 2	2	0	3	0	
日用雑貨	22	5	17	m3, 1	3	0	1	0	5	2	3	0	0	0	0	13	6	10	m1, f3	2	0	2	1	34	6	28	f1, 4	1	0	4	0	35	9	17	m1, f4, 6	0	0	2	0	
食品・飲料	30	10	11	m8, f7	1	0	2	0	5	2	2	m2	1	0	0	0	15	5	10	m5, f1, 1	2	0	4	0	36	13	20	m14, f6, 5	2	3	7	4	37	14	20	m12, f4, 7	3	0	8	4
衣料品	8	2	6	0	0	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0	19	8	14	0	4	0	0	0	36	17	27	m1	8	0	0	1	33	12	27	0	6	0	0	0	
金融・保険	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	3	0	3	0	0	0	0	0	3	3	0	0	0	0	0	0	5	5	1	m1	0	0	0	1	

年(調査月数)	1975年(12)								1976年(11)								1977年(10)								1978年(12)								1979年(12)							
	業種	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子	男女子	人	男	女	子	男女	男子	女子
医薬・化粧品	49	8	38	m4, f3, 4	3	0	3	1	30	11	21	m4, f6, 1	0	0	3	4	27	5	26	0	3	0	2	1	39	12	34	m3, f2, 1	7	0	3	1	34	6	33	m5, f2	2	0	3	3
日用雑貨	46	10	31	m1, f11, 1	0	0	5	1	33	8	29	m4, f4, 4	6	0	7	0	38	10	32	m6, f1	6	0	2	0	38	13	29	m3, f6, 1	2	0	7	0	42	16	30	m4, f5, 1	4	0	0	6
食品・飲料	31	16	10	m9, f2, 4	4	2	1	1	38	13	17	m17, f16, 1	1	0	4	7	45	20	22	m21, f7, 4	9	3	6	6	62	22	25	m32, f8, 8	7	4	15	1	78	34	49	m28, f13, 10	15	1	9	9
衣料品	34	11	26	0	3	0	0	0	17	14	6	0	3	0	0	0	21	14	13	m1	5	0	0	1	19	15	11	m1	6	0	0	1	34	16	27	m1	8	0	0	1
金融・保険	7	4	5	f3	0	1	0	0	6	2	4	m2, f1	0	0	0	1	8	4	3	m2, f1, 1	1	0	1	0	4	2	4	m2, f2	0	0	0	2	6	4	2	m3	0	0	1	1

表 16 聞き取り調査結果一覧

	年齢	性別	カースト	職業	同居家族	居住場所	財産	収入	教育	幸福感
A	80	女	アイヤル	無職	長女	アグラハーラム	自宅 ココナツ60本	長女の給与	12年	幸福
B	60	女	アイヤンガール	無職	夫・長男と次男の家族	アグラハーラム	自宅 土地5エーカー	地主	10年	幸福
C	79	女	アイヤル	無職	妹	アグラハーラム	自宅	遺族年金・医療補助	10年	病気
D	45	男	カンナダバラモン	教師	母・妻・娘2人	アグラハーラム	自宅	給与	大卒	貯金
E	74	男	カッラル	農民	長男家族	村内	自宅・ 土地2エーカー	農業・パンチャーヤト		幸福
F	90	女	ウダヤール	無職	長女と四女の家族	村内	自宅・土地	娘の夫(運転手・技師)		幸福
G	72	男	SC	農業労働	長男家族	SC居住区	自宅	農業労働		孫の教育
H	67	女	SC	無職	息子2人の家族	SC居住区	自宅	息子の農業労働		土地
I	38	男	ヴェッラーラ	自営業	妻方3家族同居	ティルヴァイヤール	自宅	自営収入	12年	子供の教育
J	49	男	ヴィシュワカルマン	自営業	妻と娘2人	ティルヴァイヤール	なし	自営収入	8年	コンピュータ
K	87	男	ケーララ・バラモン	料理人	娘・四男	ティルヴァイヤール	自宅	給与		携帯
L	48	男	ヴィシュワカルマン	公務員	妻・長男	タンジャーヴール	自宅	給与(妻は教師)	大卒	子供の教育

消費動向						
	50年代	60年代	70年代	80年代	90年代	2000年以降
A	電灯・石鹸・タルカムパウダー ステンレス食器・ラジオ	ラジオ		ガス・ミキサー・冷蔵庫 シャンプー・電話・テレビ		自動車・携帯 コンピュータ・家
B	電灯・石鹸・洗剤・タルカムパウダー ステンレス食器・自転車			ガス・ファン・ラジオ		電話・冷蔵庫・テレビ ミキサー・グラインダー
C	電灯				ガス・テレビ	ラジカセ・ミキサー
D			電灯・自転車・ファン		バイク・ミキサー グラインダー・電話	テレビ・冷蔵庫 国内旅行・携帯
E	映画		電灯	自転車	バイク	電話・ガス・テレビ VCD・携帯
F						
G			タルカムパウダー・石鹸 ステンレス食器		ラジオ・電灯	
H					電灯・ファン・時計 ステンレス食器	
I	ラジオ	電灯・扇風機	グラインダー	ファン・ガス・テレビ・ミキサー	冷蔵庫・バイク・電話	携帯など
J				ファン・テレビ	ガス	ミキサー・グラインダー 電話・自転車
K		電灯・扇風機	ファン		ミキサー・グラインダー ガス・冷蔵庫・テレビ	ラジカセ
L				自転車・ラジオ・ファン・テレビ バイク・ミキサー・グラインダー	冷蔵庫・ガス・電話	携帯など