

# 佐藤 大介さん

(共同通信社記者)

## トイレ事情からインドを考える

人口十三億の超大国インド。目覚ましい経済成長もあって国際社会の中で存在感を増している。しかし私たちの目にあまり触れない人々の暮らしはどうか？ 佐藤さんはトイレ事情という視点から、この国が抱える課題を浮き彫りにした。

遠い国の姿をいかに伝えるか

——共同通信社のニューデリー特派員として見聞きした体験を『13億人のトイレ』（角川新書）として上梓されました。なぜ、インドのトイレを切り口にしようと考えたのですか？

二〇一六年九月から三年八カ月、インドに赴任したのですが、着任が決まってからずっと抱いていた問題意識があります。インドについて、どう伝えていくべきなのか、と。

多くの日本人にとって、インドは名前だけは知っているけれど、遠い国というイメージではないでしょうか。「カレー」や「ヨガ」の国という印象を持っている人もいるかもしれません。インドに対する日本人の先入観を象徴しているなど感じたのが、LINEスタンプです。ターバンを巻いたインド人らしきヒゲを生やしたキャラクターが「ナンですか」とセリフを言っている。

インド人で、ターバンを巻くのはシーク教徒だけで、十三億人のインド国民の二％程度に過ぎません。シーク教徒は、海外貿易などを盛んに行っていました。そ

んな歴史的な背景からシーク教徒イコールインド人という構図ができたのでしょうか。

日本のインド料理店では定番のナンですが、実はインドの一般家庭ではあまり食べません。インドの家庭料理はチャパティです。精白した小麦粉に砂糖やミルク、酵母などでつくるナンに対し、チャパティの材料は全粒粉と水、塩だけ。

——LINEスタンプ一つとっても日本人の偏ったインド像が見えるわけですね。



●さとう・だいすけ 1972年北海道生まれ。明治学院大学法学部卒業。毎日新聞社を経て、2002年、共同通信社入社。2009年3月から11年末までソウル特派員。16年9月から20年5月までニューデリー特派員。著書に『オーディション社会 韓国』（新潮新書）がある。

そうなんです。赴任前の私にとってもインドは遠い国でした。学生時代はバックパックを背負って海外の貧乏旅行もしましたが、インドにまでは足を延ばさなかった。インド帰りの日本人旅行者に会うと、「インドに行けば、人生観が変わる」と言う。どこか説教臭さを感じて、インドになんか絶対に行くか、と逆に反省を覚えていたんです。

しかし特派員として赴任するからには、私自身がインドを知り、先入観を排した等身大の姿を伝えなければなりません。同時に、国際ニュースを伝える難しさも感じていました。共同通信社では、記者が取材した国内外の政治や経済、事件などの記事を、地方紙や一部の全国紙に配信しています。けれど、いま全国紙でも国際面は一ページ程度。国際面がない地方紙も少なくありません。

——いまは、どこにいてもリアルタイムで全世界の情報を知ることができますからね。

かつて海外の特派員から送られてくる国際ニュースは、それだけで価値を持った時代があったわけですが、インターネット全盛になり、新聞の国際ニュースに、読者が新しさを感じなくなってしまうんです。