

貧困削減における市場の役割

絵所秀紀

ムハマド・ユヌスが始めたグラミン・バンクの成功によって、いまやマイクロ・ファイナンスは貧困撲滅のためのきわめて有効なビジネスと認められるようになり、世界中に広まった。それまでは誰も見向きもしなかった、担保のない貧困者に対する融資の実行可能性を実証してみせたのである。この成功によってノーベル平和賞に輝いたユヌスは、さらに歩を進め、ソーシャル・ビジネスというアイデアを精力的に実行に移している。ソーシャル・ビジネスとは貧困緩和・根絶を目的としたビジネスである。

このユヌスのアイデアは、アダム・スミスが『国富論』に書きつけた一文を思いおこさせる。「市民同胞の博愛 (benevolence) に頼ろうとするのは、乞食だけである。否、乞食でさえ、全面的にそれに頼ろうとはしない。彼のそのときどきの欲望の大部分は、他の人々の場合と同じように、取決めに、交換により、また購買によって (by treaty, by barter, and by purchase) 充足される」。

第二次世界大戦終了後の世界において、貧困撲滅は人類が解決すべき一大問題として大方の合意を得てきた。またその手段として、様々な形態の援助が有効であるとされてきた。しかしこれまで膨大な額にのぼる援助資金が供与されてきたにもかかわらず、依然として世界の貧困撲滅という課題解決のめどはたっていない。何故であろうか。援助や慈善は一方向的である

ためである。「施しは金を受け取る者の尊厳を奪い、収入を得ようとする意欲をも奪い去ってしまう」とユヌスは書いている。これに対し「取決めによる、交換による、購買による」充足は双方向的なものであつて、人々の尊厳が損なわれることはない。貧しき人々を施しの対象として見るのではなく、彼らの中に潜んでいる能力を引き出し、自立させることが貧困撲滅の最も確実で効率的な方法であり、それは対等で互恵的な制度である市場を活用することによって可能になる。貧しき人々を市場の外に追いやるのではなく、生産者あるいは消費者として市場に参加させる様々な工夫が求められている。

いづぞやNHKの「インド特集」で、ヒンドウスタン・リヴァー社が、それまで家庭に閉じこもっていた主婦を、近くの農家に石鹼やシャンプーなどを売る訪問販売員として採用し、農村市場の開拓を進めている話が取り上げられていた。^(注) 映像の中の主婦は、はじめは慣れない経験にとまどいを隠せないでいたが、自ら稼いだ収入を手にして、やがて喜びと自信に満ちた顔を見せるようになった。「他者に依存せず、自らの自由にてできる収入を得る」機会を創ることこそ、貧困脱出の第一歩と思われる。

(えしよ ひでき/法政大学教授)

(注)

C.P. プラハラード『ネクスト・マーケット』(英治出版)の「ケース・スタディー」にとりあげられている。