

「マダガスカルにおける人々の声」調査

上江洲 佐代子

一・背景

マダガスカルは一九九〇年代中盤以降自由化路線に踏み切り、A G O A による衣料品輸出、また資源メガプロジェクト等に牽引され順調に成長を遂げていた。しかし二〇〇九年の政変を受けたドナー支援凍結とA G O A 適用停止により経済は低迷し、二〇〇〇年代中盤には改善途上にあつた貧困率も悪化し、二〇一二年には、国民の約九三%が一日二ドル以下の生活余儀なくされている。

このようなか、マダガスカルの人々の声」調査は、日常品の取引を通じた市井の人々の貿易自由化に対する認識と、アフリカ市場を席巻しつつあるアジアからの廉価な輸入品や、政治危機の煽りを受けて停滞している衣料輸出産業、巨額のF D I に対する見解を聴取し、グローバルイニシヤンや貿易政策に対する人々の声を拾い

出すことに務めた。

本調査は、マダガスカルの多様な経済活動を捕獲できるように、北部の輸出向けバナラ産地(Sambava, Antalaha)、東部の農業地帯でメガプロジェクト対象地域(Moramanga, Mirainarivo)、東部沿岸の零細漁業地域(Mananjary, Manakara)、南部の零細鉱石採掘地域(Hakaka, Sakaraha)の四地方八村、合計四八〇人を対象に、質問票に基づく個別インタビューとグループ・インタビューの二種を実施した(結果は以下、二)。

調査は、マダガスカル統計局(INSTAT)が主体となり、調査対象者は各行政地区の責任者を通じランダムに抽出した。この他、本調査とは別に、首都のインフォーマル・セクター(以下、三)や中小企業(以下、四)にインタビューを行った。なお、調査期間(二〇一三年三

月〜八月)は、何度も延期されていた大統領選挙実施を巡り内政が更に混乱し、人々の不満も大いに高まった時期であつた。国民の生活水準も悪化の一途をたどるなかで、人々の認識は、貿易自由化よりも目今の政治危機に強い影響を受ける可能性も提起されたもの、ことアフリカでは政情不安はつきものであり、「人々の声」調査のテストケースでもある今回は、特に切り分けをせずインタビューを実施することとした。

二・「人々の声」調査の概要と結果

本項では、Ramiarison & Uesu (二〇一四)のうち、アンタナナリボ大学のRamiarison教授が行った分析を中心に、興味深い点を取り上げる(全文およびデータ等はI D E ウェブサイトに掲載予定)。

(1) 回答者のプロフィール

回答者の約一／三は農業に従事し、次いで約二割が雇用労働者、漁師を含む個人生産者、販売者と続く。当初我々が想定していたのは低所得者層であつたが、実際は比較的若く学歴もあり、また平均月収もマダガスカル平均月収約二六ドルの四倍である約一一八ドルと、比較的余裕のある人々が中心となつた(表1)。ワークシヨップでも、声が大きいの若く学歴のある層で、高齢者や低所得者層は黙つたままという傾向が強く、低所得者層の声を拾い出すには、よりきめ細かなアプローチが必要であることを感じさせた。

全般として、生産者より販売者の収入が大きく、特にバナラ産地(Sambava)およびメガプロジェクト実施地域(Moramanga)の販売者の収入は、調査回答者の平均収入をも大きく上回つた。しかし、Moramanga地域の販売者は、「すぐ横にメガプロジェクトが来ているのに、コミュニティ経済にはほとんど裨益しない、雇用も生み出さない」と高い不満を抱いており、住民の間で、F D I に対する当初の期待が相当に高かつたことを窺わせる。

表1 回答者の収入レベル（地域別）

	生産者		販売者		その他		合計	
	人数	平均 (USD)						
合計	234	104.4	105	150.0	9	81.9	348	117.6
都市	72	156.8	63	125.8	9	81.9	144	138.5
地方	162	81.1	42	186.4	0	0.0	204	102.8
Sambava/antalaha	47	124.5	30	292.5	2	40.0	79	186.2
Miarinarivo	28	71.4	12	75.9	0	0.0	40	72.7
Moramanga	33	69.8	6	232.3	0	0.0	39	94.8
Mananjary/Manakara	56	91.4	23	57.2	0	0.0	79	84.6
Iakaka/Sakaraha	70	127.3	35	103.4	6	65.8	111	116.4

(出所) Ramiarison & Uesu (2014) を元に筆者作成。

(2) 人々の取引形態

さて、人々はどうのような場所で必需品の取引を行うのか。取引は概ねインフォーマル市場（約四七％）、あるいはフォーマルな小市場（約三八％）であり、大型店舗や専門店の割合は一％前後に過ぎない。但し、燃料（薪など）の入手経路は、地方では半数以上が自然からの採取と回答している。マダガスカルは後述（四）するよう、豊富な植物資源を活かした伝統（代替）医療が盛んであり、医薬品も燃料と同様に「自然採取」との回答が多いことも予測していたが、実際は地方でも約一％を占めるのみで、大抵は市場あるいは診療所等で廉価に入手している。

(3) 輸入品に対する見解（表2）
 それでは、同じ必需品を対象に、輸入品／国産品に対する嗜好を聞いたところ、食料（主に米、野菜）は国産、衣類は輸入品に対する嗜好が明確に現れた。医薬品も、近年、中国やインド等から廉価な医薬品（海賊品も含む）が市場に流入した結果、輸入品を嗜好する層が多い。

なお、インタビューでは、輸入品／国産品の嗜好基準を聞いたところ、衣類は「価格」が第一義で

あり、食料も「価格」が重要であるものの、より細かくみると、余裕のある層は「品質や味も重要なため、米は美味な国産品を嗜好」、低所得者層は「パキスタン等の廉価な米を嗜好」と回答は分かれた。特に衣類については、大半は欧州やアジア（人々は「中国」と認識）からの中古品を嗜好し、その理由は「安いから」、また「廉価な中国製が入ってきて、選択の幅が増えた」「富者も貧者も同じ中国製を着て平等になった」と、消費者としては大きな利得があったと認識している。とはいえ、比較的余裕のある主婦が「中国製はお洒落ではない」と答えた一方で、半失業状態にある縫製工場女性労働者は、「お洒落でデート等特別な機会にも使える」と回答し、一様ではない。

他方、廉価な中国製品の流入により自国産業が潰されており、輸入品の増大は手放しでは喜べない、マダガスカルで生産できない物品のみを輸入すべしとの声も目立った。

三、「弱者／貧困者」の声

さて、以下では、調査の枠組みで十分に聴取できなかった、イン

表2 輸入品/国産品に対する選好

(単位：%)

	食料		衣類		医薬品		輸入品選好率
	輸入	国産	輸入	国産	輸入	国産	
全体	3.5	96.5	91.9	8.1	83.8	16.2	59.5
地域別							
都市	4.6	95.4	93.5	6.5	84.6	15.4	60.8
地方	2.7	97.3	90.5	9.5	83.1	16.9	58.4
Sambava/antalaha	0.8	99.2	90.8	9.2	76.5	23.5	56.0
Ilakaka/Sakaraha	3.3	96.7	95.0	5.0	98.3	1.7	65.6
Manakara	5.7	94.3	94.3	5.7	78.9	21.1	59.6
Miarinarivo	1.7	98.3	88.1	11.9	83.0	17.0	56.7
Moramanga	6.9	93.1	86.2	13.8	78.8	21.2	56.5
学歴別							
非就学	3.6	96.4	92.9	7.1	89.3	10.7	61.9
初等教育	2.6	97.4	90.7	9.3	81.0	19.0	57.9
中等教育	3.6	96.4	92.3	7.7	82.9	17.1	59.4
高等教育	4.5	95.5	90.9	9.1	76.2	23.8	56.9

(出所) Ramiarison & Uesu (2014) を元に筆者作成。

フォーリアル・セクターや弱い立場にある人々の声も紹介したい。(1)輸入品の路上販売者

首都最大の屋外市場では、主に輸入品の販売者に話を聞いた。市場の一角は携帯電話や付属品で占

められており、簡素なスタンドや路上でアジア（主に中国製と思われる）からの製品が新旧取り混ぜて売られている。中学を中退してUSB等を販売する少年達は、歯磨き粉（一個二〇〇アリアリ）からUSB（一個五〇〇〜二〇〇〇アリアリ）販売に転じたことで収入が増加し、売れ筋は日本・韓国製品（と彼らは主張する、実際はMade in Japanと明記された中国製品）。先進国のハイテク製品（と彼らは感じている）の販売は恰好が良いと感じており、マダガスカル産品の販売には関心がない。廉価な輸入玩具を販売する女性は、かつては欧州製品を販売していたが、数年前に市場に大挙して入ってきた中国製品（海賊品）をメインにしてからは売れ行きも良く、これからも中国製品を販売していきたいとの由。彼女によると、「同じ製品」（筆者からみると劣悪品であるが）でありながら価格は一〇分の一で、貧しくなった人々にも十分にアクセスができ、販売者、消費者、双方にメリットがあると感じている。中国の生産者、あるいは輸入業者のメリットを聞いたところ、自分の想像が及ばない話であり、全く分からないとの

ことであった。同様の回答は他にもみられ、自分の行動範囲外（特に海外）のアクターがより便益を得ているかもしれない、との考えには至らない販売者も多かった。(2)女性労働者
首都郊外の縫製工場の労働者によると、労働期間は年に三カ月ほど、それ以外の期間は洗濯等の雑務をみつけて糊口をしのぎ、実質は半失業状態にあるとの話であった。参加者の中年女性からは、生活が苦しくなり砂糖も買えないとの声も出た。
縫製工場の閉鎖により市内の至るところに路上販売者が溢れ、特に市内の売春婦の数が増加したといわれている。今回、二〇〇八年にスキル不足を理由に縫製工場を解雇されてから野菜の路上販売者となり、二〇〇九年の政治危機で商売が立ちゆかなくなり売春を続けている女性数名に話を聞いた。いずれも年齢は三〇代であり、売春は最後の手段であったこと、特に最近（縫製工場の閉鎖が続く）競争が激しく生活が厳しいこと、そしてAGOA等は聞いたことがないが、とにかく縫製工場が早く再開されて自分たちも雇用されることを強く期待する、その際は低



唯一写真に応じてくれた女性
(筆者撮影)

技能者であってもすぐに解雇するのではなく、必要な職業訓練を企業が施すべきとの考えを述べていた。

四、「中小企業」の声

さて、ここでは、マダガスカルを資源を活かした地域の中小企業の声を取り上げたい。

マダガスカル製衣類の殆どは欧米に輸出され、筆者が在住するパリでは、屋外市場スタンド等で販売されている。

欧州市場向けに乳幼児衣料品を製造販売するイマホ・クレアション社 (IMAHO Creation)、はパリ郊外の高級住宅地の屋内市場に店舗を構える他、市内観光地の期間限定スタンドでも販売している。品質が良く価格も非常に手頃で(女兒スモックワンピースが一着一八ユーロ、約二五〇〇円)、フランス人家族が絶え間なく店を訪れ、まとめ買いをしていく。彼



IMAHO Creation (パリ郊外 Neuilly) の店舗、筆者撮影

らに購買理由を聞いたところ、デザインと品質、価格のバランスが良いから、そして生産地は中国等アジアとの回答が多く、マダガスカル産であることは知られていなかった。

さて、パリの店舗で本社担当者を紹介してもらい、マダガスカル首都中心地から車で二〇分ほどの本社兼工場 (Imaho Export 社) を訪れた。二〇〇〇年の創業当初は国内向け衣類の製造・販売に従事していたが、二〇〇五年に輸出に特化し、現在はフランス、イギリスに乳幼児(三カ月〜一二歳)向け衣料等を輸出している。毎月八〇〇〇〜一万着を製造しているが、政治危機の影響で過去三年の業績は低迷し、昨年度は五万着の輸出に留まった。二〇〇九年の政変の煽りで納期が守れず、イタリアおよびスペインの顧客を失った。AGOAは基準が厳格で価格が低すぎるため、米市場への輸出はしていないが、AGOAに特化

しなかったことで現在も事業を継続できているとの話であった。

四階建の階下に工場があり、約三〇名が縫製作業に従事している。従業員は常勤五一名、期間雇用五〇名程、一日八時間労働で、給与形態は、技能労働者(ミシン縫製)は高め、非熟練労働者(しつけ糸のほどこき等)はマダガスカルの最低賃金水準をやや上回る程度。縫製工場の倒産が相次いでいるため、熟練労働者の雇用は容易であるが、マダガスカルで同業他社は五〇社程いて競争は激しく、また欧州市場も飽和しているため、かつてのような急成長は見込めない。

そのようななか、同社は「品質」に拘りがあり、品質管理担当者を



手作りの型紙を活用 (筆者撮影)

数名配置している。というのも、国産のコットン生地は高く、無駄にできない。パリの店舗では、子ども服とお揃いの、人形用の小さな洋服を一〇ユーロで販売し、好評を得ているが、それも端切れの有効利用から生まれた商品である。

マダガスカルは世界有数の薬草生育地帯で、それを活用したアロマオイル等の製造・販売に従事するホームオファーマ (Homeopharma) 社は、都市を中心に国内全域で販売網を有し、マダガスカル航空の機内販売でも二〜三ユーロの手頃な価格でアロマオイルが売られている。同社の輸出入担当者 (Ms. Ramanantsoa) によると、マダガスカルでは、風邪や疲労等の軽微な症状に対し広く使われており、保健省との契約で診療所等にも卸していることから、低所得者層も同社製品に廉価にアクセスできる。二〇〇九年以降、国内に生まれつつあった中産階級が下層にスライドしたことで、国内の業績は低下し、また米 (Forever) と最近市場に参入した中国 (Triens) と競合している。他方、有機製品を主とした海外市場 (インド洋諸国、欧州、ロシア、

台湾)は成長しており、このようなニッチ市場の開拓が優先課題だとしていた。

このように、経済危機のなかにはりながら、市場を特化、あるいはリスク分散を図って事業を継続・発展させる地場企業も存在する。マダガスカル経済開発庁(EDBM)の投資家担当官(Mr. Jolary RAJOSEFA)も、政治危機のため政府による企業支援がほぼ機能しないなかで、これらは今後も有効なサバイバル戦略のひとつだと考えている。

五. まともな今後の展望

貿易自由化の人々への影響は、消費者、販売者にはポジティブな面が強い一方で、生産者は十分にその恩恵を享受していないとの認識が強い。確かにマダガスカル産製品に対する消費者の満足度は高い一方で、生産者からの「我々はいつまでも外国の消費者を満足させているだけ」との声に、一体消費者としてどう応えたら良いのだろうか、と考えさせられる。

また過去数年間、マダガスカルでは政府および関連する組織制度が実質機能せず、輸出入に関する規制等もほぼ皆無で、その間隙で

違法取引が活発化するという悪循環も生み出している。

インタビューの最後に、政府や国際社会に対する要望を聞き取ったが、人々からは、「国内の産業(特に縫製)を保護・育成すること」「輸入品に対する規制」「マダガスカル製品のアピール」「マダガスカルで現在作れないものも、作れるよう政府が支援すべき」等、自国産業の育成と雇用創出が強く出され、加えて「農業支援」「クレジットへのアクセス拡大」等の提案も多く出された。なかには、「マダガスカルに裨益しない経済協定の締結は止めるべし」との意見もあり、専門的な知識を有さない市井の人々が、まずはマダガスカルの産業・経済を保護し、育成するための施策が必要だと考えていることが分かる。

さて、大統領選挙から四カ月が経った現在(二〇一四年四月)、ようやく新政権が組閣された。国際社会からの支援も活発に議論されており、仏政府は、ここ三〜五年の間にもマダガスカルは元の成長を取り戻すであろうとみている。他方、パリ市内のマダガスカル商人に見通しを尋ねたところ、未だ好転の兆しはなく、今後も不

透明だとして、前向きな展望を述べていた仏政府関係者とは対照的であった。

今後は、マダガスカルの成長がよりインクルーシブなものとなるよう、今般聞き取った人々の要請を貿易あるいは開発政策に織り込み、社会経済の再建を図っていく必要があるだろう。そのためにも、今後もぜひ、調査の制度設計の中心となったアンタナナリボ大学や、調査のノウハウを会得した統計局が、人々の声の収集を継続し、政策への反映を試みてほしいと願う。

(うえす さよこ)在フランス日本
 国大使館 専門調査員)