

## アフリカの市場調査

T. L. V. Blair, *Africa: A Market Profile*, London, Business Publications Ltd., 1965, 260 p.  
H. Deschampsneufs, *Selling in Africa*, London, Business Publications Ltd., 1961, 239 p.

### I

後進国の市場・流通組織に関する研究・調査は、それが実践的・学問的にもつ意義が大きいにもかかわらず、比較的未開拓のままに残されている分野であるといえよう。とくにアフリカについては、この10年来の急激な政治・経済の変容がその必要をますます高めているにもかかわらず、われわれの入手しうる情報・資料はきわめて少なく、それらの包括する範囲は狭くしかも古いことがしばしばである。こういう状況のもとで、ここに紹介する二つの書物はいずれも比較的最近の状況を把握していると同時に、それぞれが Market Research としてその方法・内容に特色をもっている点からして、実践的あるいは学問的な「アフリカ市場の現状認識」への渴望を相当程度までいやしてくれるであろう。

まず Blair の著書についてみよう。戦後アフリカの諸民族はいっついで独立し、政治的にも経済的にもナショナリズムの旗を高くかかげて独自の政策のもとに経済開発を推進しており、その経済はめざましい速度で変容しつつある。工業開発、賃金労働者の増加、商品作物栽培の発展、都市人口の増大はいずれも戦後に著しい現象である。こういう変容ないし発展のなかでアフリカ人の生活様式・生活態度・願望ももちろん急速に変わってきている。そしてこの変化はアフリカ人の消費者としての行動 (behaviour) に反映せずにはいないであろう。この消費者行動のアフリカの特質をその要因とともに一つの社会過程 (social process) として把握しようとするのが Blair の意図である。

著者はこのために研究の対象を「市場」(market ないし marketing——その一義的な定義を与えたい言葉であるが)の側面にしぼり、さらに三つの問題に注目している。すなわち、(1)市場・流通組織、(2)アフリカ人の消費者行動、(3)アフリカ人の情報伝達プロセス。

(1) 戦後の工業開発、商品作物栽培の発展はアフリカの多くの国で急速に商品とくに輸入品の需要を拡大している。市場の拡大が最も著しいのは人口・所得の急激に

増加している大都市である。さらに新しい市場として地方の農産物加工業や鉱業中心の中小都市、アフリカ人農民の商品作物栽培地帯、プランテーション所在地、さらに出稼ぎ労働者の多い地方などにおける消費の増加も貨幣経済の浸透とあいまって相当著しいものがある。こういうアフリカ人消費の拡大に応じて、商品の流通組織も変わってきつつある。従来、輸入(出)、卸売、小売のほとんどが白人大商社、シリア人、レバノン人、インド人などの外人によって占められていたが、政府の“*Africanization*”政策による支援とあいまって最近ではアフリカ人の小売商店 (dukka あるいは hoteli) がとくに中小都市や農村地帯で急速に数を増し、外人(とくに東アフリカのインド人)に代替する勢いを示している。かれらの店は、農村地帯にいまなお盛んな「定期市」とともに、商品流通の役割と同時に社交の場を提供することによって新しい商品需要の喚起と新しい知識・考え方を伝え、物心両面で伝統的社会の近代化に重要な役割を果たしている。都市における商業も、拡張しつつあるアフリカ人居住地区でのアフリカ人商店の台頭、アフリカ人大衆をも顧客とする白人商社のデパートの出現などによって、しだいにその人種別に分離した市場独占組織に変化をきたしている。

(2) アフリカ人の消費者——とくに近代的工業製品=輸入商品の消費者としての behaviour はいかなるものであるか。またその変化の要因は何か。職業(あるいは社会的地位)、所得ならびに教育は消費者行動に影響するところが最も大きい。職業や社会的地位にしたがって一応所得階層が形成されてはいるが、新しい就業機会の増加につれて職業間の移動が大きく、各所得階層の相対的比重はアフリカでは相当に流動的である。所得増加に刺激された「教育熱」はアフリカ人子弟をして所得の高い都市のホワイト・カラーにあこがれさせ、また職業訓練・成人教育の普及はより高い職業への転換を可能にし、現在ならびに近い将来においてアフリカ人所得の上昇に大きく役だつてであろう。

現在すでに、新しい技能や教育を受けた“*New Africans*”たちは年々その数を増しており、あらゆる職業分野で高給を与えられ社会的に高く評価されている。アフリカの最高のエリートとされる高級官僚、自由業、上層商人・実業家といった連中はほとんどかれらのうちから出ている。そうしてこれらの“*New Africans*”, エリートといわれるアフリカ人たちの得ている高い所得、教養、豊かな国際的感覚といったものが、かれらの消費者とし

ての行動に反映すると同時にまた社会的に指導的地位にあることによって周囲のアフリカ人たちの消費者行動に対しても影響力を発揮している。

アフリカ人の消費者行動に影響する要因はたんに経済的なそれらにとどまらない。たとえ同じ所得階層に属する者でも社会的・文化的環境が違えばかれらの消費者行動も相違する。都市はもちろん、農村地帯でも伝統的な大家族の同居生活はしだいに単一家族のアパート生活に席を譲りつつある。都市では若い夫婦は共稼ぎも相当多く、収入の大きな部分を家族の生活向上——衣・住・教育・娯楽——に支出する傾向を示し、伝統的家族関係に捉われなくなっている。大家族制による生活保障がしだいに弱くなってきたことは、単一家族の貯蓄性向を高め賃金労働者のうちにさえ郵便貯金、株式投資をする者がでてきている。

アフリカ人の消費の behaviour は、経済的・社会的な諸要因——それら自体がきわめて流動的であるが——に左右され相当に流動的であることを十分認めねばならないが、若干の家計調査の結果によれば一応概括的な傾向としてつぎのようなことが注目される。家計支出総額の増大——所得の増加に伴って、より高価な商品とくに加工食品や肉類への支出が増し、安物や食料への支出配分は低下する。農村地帯ではとくに住居の改善・新築に多額の支出がなされ、また衣服・耐久消費財やサーバント雇用にも相当な支出増加がみられる。一部の裕福な農家では農業生産増大のための投資や、商業・加工業への投資も行なわれている。

(3) 情報伝達 (communication) のプロセス——とくに変わりつつある社会生活の構造と情報伝達手段との関係——の特質を理解することが、marketing の戦略に必要なことはもちろんであるが、それはまたアフリカ人社会・経済の近代化を動的に捉えようとするさいにきわめて大きな意義をもつ。だが、どのような情報を、いかなる手段で、だれに伝達し、それに対する受容あるいは反発の仕方がいかに——それらのアフリカ人社会における特質は何かがこの著者の問題である。

アフリカではラジオ、新聞はだいたい 100 人に 1 人の普及率にすぎず、それも都市に多く、社会的に比較的高い地位の者に限られている。一般民衆は、都市を除いてはたいていラジオ、新聞などから直接に情報を得ることは少なく、それぞれの地方のエリート、長老、教師や、教育のある親類縁者などから間接にしかもそれらの人々の選択をへた情報を得るか、あるいはまた町や村の商店、

バー、「定期市」、村の集会などでの噂話を通して新情報を受け取っている。ラジオ、新聞による情報の「非人格的」であるのに対比して、かれらの得る情報は、多分に伝達者の「人格的」影響力を伴うからいっそう強力である。

情報伝達のプロセスに関してはアフリカではまだ調査もほとんど行なわれず、きわめてわずかなことしかわかっていない。

## II

以上は Blair の著書の骨組だけをかいつまんで述べたにすぎないから無味乾燥の感じをもつかもしれないが、著者は各所に豊富な例証とエピソード風の補論を配し、またアフリカではなかなかとりにくい多数の写真を織り込んであるので、むしろ興味深く読める書物である。

本書は、アフリカ人社会の現状を「市場」という角度から、多くの例証をひいて動的にいきいきと素描している点で高く評価されよう。しかし「素描」であるだけに目の粗さ、問題点が目だつことはやむをえない。それらの 1, 2 をひろってみよう。まず市場のタイプと消費者行動について。著者ははじめにアフリカ人の市場を六つのタイプに分類してそれらの特徴を述べているが(第 4 章)、消費者行動の分析(第 6 章)にさいしては、それらの市場に対応する消費者ではなくて、所得階層あるいは都市・農村別の消費者行動に限定している。市場の分類は何のためになされたのか。

本書における著者の意図は社会学的分析——アフリカ人社会の近代化過程の動態分析——ということであると考えられるが、流動的に動きつつあるアフリカ人社会のイメージは、著者の場合に「都市」に関してはきわめていきいきととらえられているが、地方とくに農村、さらにいっそう遅れた部族社会についてははなはだ目の粗い叙述しかなされていらない。はたして著者の描いたものがアフリカ人社会の全体に一般化するのか否か。この点部族社会の分析に偏してはいるが Bohannon & Dalton の書物 (*Markets in Africa*, 1962) から受けるイメージと相当大きな差があるように思う。

本書は市場調査といわれるものの内容を多く含んでおり、これに関心をもつ人々にもアフリカ市場に関する新しい事実、さらに調査技術(方法)に関しても興味深いものであるが、価格に関する分析はほとんどみられない。またアフリカ人大衆の消費者行動に主関心が向けられたためでもあろうが、市場一般の見地からすればきわめて

重要な政府・公共企業の需要を見落とすことは許されな  
いであろうにもかかわらず、なんら言及されていない。

## III

Blair の書物が社会学的、概括的な特色を示しているの  
に比べて、もう一つの Deschampsneufs の書物は表題  
が示すように「アフリカにおける販売促進」のための調  
査報告であり、きわめて具体的・個別的な市場調査その  
ものと言えるであろう。著者は国際的な広報業務に長年  
の経験をもつ expert であり、アフリカにもしばしば旅  
行している。本書は紅茶、自動車、建築資材などの市場  
調査を目的として、1960年ごろガーナ、ナイジェリア、  
東アフリカ、中央アフリカ、南アフリカ、コンゴを旅行  
してえた見聞を物語風にまとめ、最後に上記の商品別に  
その販売促進策を提言している。

著者は訪れた国別にそれぞれの国の民衆の生活を見た  
ままにいきいきと具体的に描き、そこから売込みに役だ

つことなら細大もらさず拾いあげ、また各地の商店、代  
理店での聞き取り、会話をとおして考えたこと、新聞、雑  
誌、ラジオなどマス・コミの広告効果、さらに政府要人  
との会談からその国の対外政策の方向や具体的な商品輸  
入の見通しを考えるなど、はなはだ変化に富んだエピソード  
をつぎつぎと展開しながら、しかもそれらを「販売  
促進」という目的に結びつけて興味深くまとめている。

Blair の展開が理論の骨組をあらわにしているのに対  
して、Deschampsneufs は長年の経験に培われた expert  
の目とおして見た鋭い観察をもってそれぞれの国、都  
市のもつ特殊な市場的特質を的確にとらえているよう  
である。Deschampsneufs の観察と Blair の概括論を同  
じ問題に関して対照しながら読むことは必要であるし、  
また興味のあることであろう。しかし Deschampsneufs  
の叙述も都市の観察に限られていることは残念である。

(調査研究部専門調査員 深沢八郎)

## フィリピンの経済構造と労働構造

## — 研究参考資料 第32集 —

隅谷三喜男 編

第1章 総説——フィリピン経済の特質 .....	隅谷三喜男
第1節 フィリピン研究とフィリピン経済	
第2節 フィリピン経済の静態的性格	
第3節 フィリピン経済のダイナミックス	
第4節 経済構造と賃労働	
第2章 経済構造の特質 .....	川田 侃
第1節 アジアの後進国としての共通条件と特殊条件	
第2節 国民経済としての統一性	
第3節 コロニアリズムと経済的ナショナリズム	
第3章 賃労働の特質	
第1節 労働市場の構造 .....	隅谷三喜男
第2節 労働条件の先進性と後進性 .....	楠田 丘
第4章 労働法制と労働運動 .....	高橋 武
第1節 労働法制	
第2節 労働組合運動	
第3節 結 論	