

◆激動する中東と地域研究（13：10-14：00）

1. 基本情報

研究課題名	アジアのなかの中東：経済と法を中心に
責任機関名	一橋大学
研究代表者（所属部署・役職・氏名）	大学院経済学研究科・教授・加藤博
研究期間	平成18年度～平成22年度
主に研究対象とする国名	（エジプト）（ヨルダン）（湾岸諸国）（イエメン）（イラン）

2. 研究の概要

本研究の主たる目的は、日本と中東の間に横たわる認識上のミスマッチの実態を把握したうえで、学際的で地域横断的な社会科学的中東地域研究の新しい領域を開拓することである。方法的には、統一したアンケート項目での社会調査の実施と、比較の視角を重視した。アンケート調査を重視したのは、それが社会科学の分析に相応しいデータの収集を可能にするからである。

アンケート項目は、これまで社会調査を実施してきた各種ディシプリンの研究者と各国の事情に詳しい地域研究者の共同作業によって作成した。特記すべきは、イエメン、エジプト、ヨルダンの中央統計局と、われわれが独自に作成したアンケート票に基づく共同調査・研究が実施されたことである。これは、この三つの国の中央統計局にとって初めての外国研究機関との合同調査・研究であり、国際的に見て誇るべき成果である。

こうして、これまでに実施した主たる調査を整理すれば、意識調査と社会経済調査の二つになる。意識調査の中心は、日本人の中東・イスラム観についての意識調査と、中東の人々の政治意識についての調査である。社会経済調査の中心は、中東の人々の社会経済環境を知るための世帯調査、繊維・アパレル産業を中心とした中小企業調査、そしてイスラム金融調査である。

なお、こうした調査の概要と得られたデータの単純集計は、プロジェクトのウェブサイト (<http://wakame.econ.hit-u.ac.jp/%7Eareastd/>) 上で掲載されている。

3. 研究成果及び社会にもたらす波及効果

日本と中東の間に横たわる認識上のミスマッチの理由は、第一に、互いを認識する共通の基盤を持たないからであり、第二に、日本において中東社会に関する基礎的なデータや情報が不足していたからであった。そのため、日本と中東はお互いを「特別な」地域・国とみなし、中東人にとって日本は、アジアにありながらも、欧米に伍して経済発展を実現した国であるのに対して、日本人にとって中東は、特殊な歴史と文化をもつ「変な」地域にとどまっている。

本研究は、この欠点を、第一に、共通の認識基盤として日本と中東の間にある「アジア」を取り上げることによって、第二に、日本が現地研究機関・研究者との直接的な接触によってデータや情報を独自に収集することによって、克服することを目的とした。その結果、「アジア」を介した相互理解と生産的な交流への認識基盤と、現地研究機関・研究者との間に広く密なネットワークが構築された。

石油とイスラムを取り上げるだけでも、中東は21世紀の国際政治経済にとって鍵となる地域である。その中東と日本との間における認識上のミスマッチを解消することは急務の課題である。そのようななか、本研究で蓄積されたデータや情報、そしてそこで構築された現地研究機関・研究者との間のネットワークは、日本の行政機関が中東に関して政策を立案するに際しても、民間の個人や組織が中東に関係する企画を立案し、実行するに際しても、多くの成果を挙げるために有用なものとなる。

激動する中東と地域研究

加藤 博(一橋大学大学院経済学研究科教授)
武藤幸治(立命館アジア太平洋大学国際経営
学部教授)

1. 社会的ニーズに対応した地域研究とは
2. 「アジアのなかの中東」プロジェクト
3. 成果1 日本人は中東やイスラムをどうみているか
4. 成果2 エジプト国民は「革命」をどうみているか
5. 成果3 イスラーム金融はなぜ利用されるか

1. 社会的ニーズに対応した地域研究とは

変動きわまりない中東情勢
「変わらないもの」と「変わるもの」
基礎的なデータの蓄積
資金と人材の臨機応変な傾斜配分



2. 「アジアのなかの中東」プロジェクト 研究テーマ アジアのなかの中東

社会的ニーズ①
中東に固有な社会構造と
住民メンタリティを理解することによる、
交渉コストの低下

研究目的
①日本・中東間の認識上のミスマッチの実態調査
②日本から発する中東地域研究

社会的ニーズ②
中東に特徴的な社会変動要因を
明らかにすることによる、
取引コストの低下

総括グループ

国内研究協力機関・研究者
日本各地の大学
アジア経済研究所
中東協力センター
国際社会貢献センター
JICAなど

連携・情報支援

合同研究会
ワークショップ

連携・情報支援

海外研究協力機関・研究者
エジプト中央統計局
ヨルダン統計局
イエメン統計局
カイロ大学、テヘラン大学そのほか、
調査研究機関

研究グループ

成果 ①日本と中東における研究機関、研究者、各種公的私的組織・団体、有識者のネットワーク構築
②中東地域研究におけるオリジナルなデータ・情報の収集と日本がイニシアティブをとった国際的共同研究の組織

調査内容:アンケート調査

○ 1 意識調査

1-1 日本人に対する意識調査

⇒ 成果1 日本人は中東やイスラムをどうみているか

1-2 中東の人々に対する意識調査

⇒ 成果2 エジプト国民は「革命」をどうみているか

2 経済調査

2-1 世帯調査

2-2 中小企業調査

3 イスラーム金融調査

⇒ 成果3 イスラーム金融はなぜ利用されるか

○ 成果公表

調査の概要と得られたデータの単純集計は、プロジェクトのウェブサイト (<http://wakame.econ.hit-u.ac.jp/%7Eareastd/>) 上で掲載。

そのほか、リサーチレポート、ブックレットを刊行。



サナア(イエメン)
世帯調査



シヨブラ・ヒーマ(大カイロ)の繊維工場



ヨルダンのイスラム銀行



3. 成果1 日本人は中東やイスラムをどうみているか 中東の日本人長期滞在者の中東観・イスラム観 (2007)



中東社会への印象が良かった理由

- 「イスラム的」でない／現地の正しい情報に触れられた／悪い先入観が払しょくされた／治安が思ったより良かった

中東社会への印象が悪くなった理由

- 金銭至上主義／差別意識が強い／約束を守らない／自己中心的／交通渋滞がひどく、通勤や買い物に困難

イスラムに対する印象が良かった理由

- 日本では(マスコミのせいで)イスラムに対する理解が低かった(過激派(テロ)イメージなど)／社会の秩序形成に役立っている／トラブル少なく生きていくと感じた

イスラムに対する印象が悪くなった理由

- 後進的、強制的、反合理的、差別的である／全てを(都合良く)イスラムの教えに帰する／全てをアッラーのせいにする

4. 成果2 エジプト国民は「革命」をどうみているか

質問票の構成

- 母語と言語能力
- 海外滞在経験
- 居住・就労先として好む国
- 政治への関心度
- 政治的な意見に影響を与える社会関係・相談相手
- マスメディアに利用頻度・信用度
- コミュニティ・市民組織・NGO等への参加
- 価値観、自由や権力観(尊重する価値観、自然と人間の関係、合理性志向、理想の上司、子供が獲得すべき価値観、理想とする生き方、人生において最も重要な事柄、成功に必要な事柄、心配な事柄)
- 中東に対する外国の干渉と諸外国の貢献度に対する意見
- 社会問題に対する意見
- 聖者崇拜・スーフィー教団への参加と意見
- アイデンティティ(アイデンティティ認識のレベル、アイデンティティ認識の空間範囲)
- 行政サービスの評価(行政サービスに対する評価とその理由、子供・孫に期待する職業)
- 選挙の参加経験と予定(選挙登録の有無、過去の選挙経験、選挙参加予定)
- 支持政党
- 宗教認識(信心深さの度合い、宗教共存の方法)
- 諸機関(法的機関、マスメディア、慈善NGO、国連)に対する信用度
- 主観的階層
- 生活水準の満足度・変化認識
- 基本的属性(年齢、出生地、教育水準、性別、世帯規模、宗教、就業状況、世帯所得水準)

(注) 青字のゴチックで示したのは、2010年、2011年調査において2008年調査に付け加えた部分



質問票のタイトル

“Social Study on Perception of Citizens”

دراسة اجتماعية حول اتجاهات أفراد المجتمع

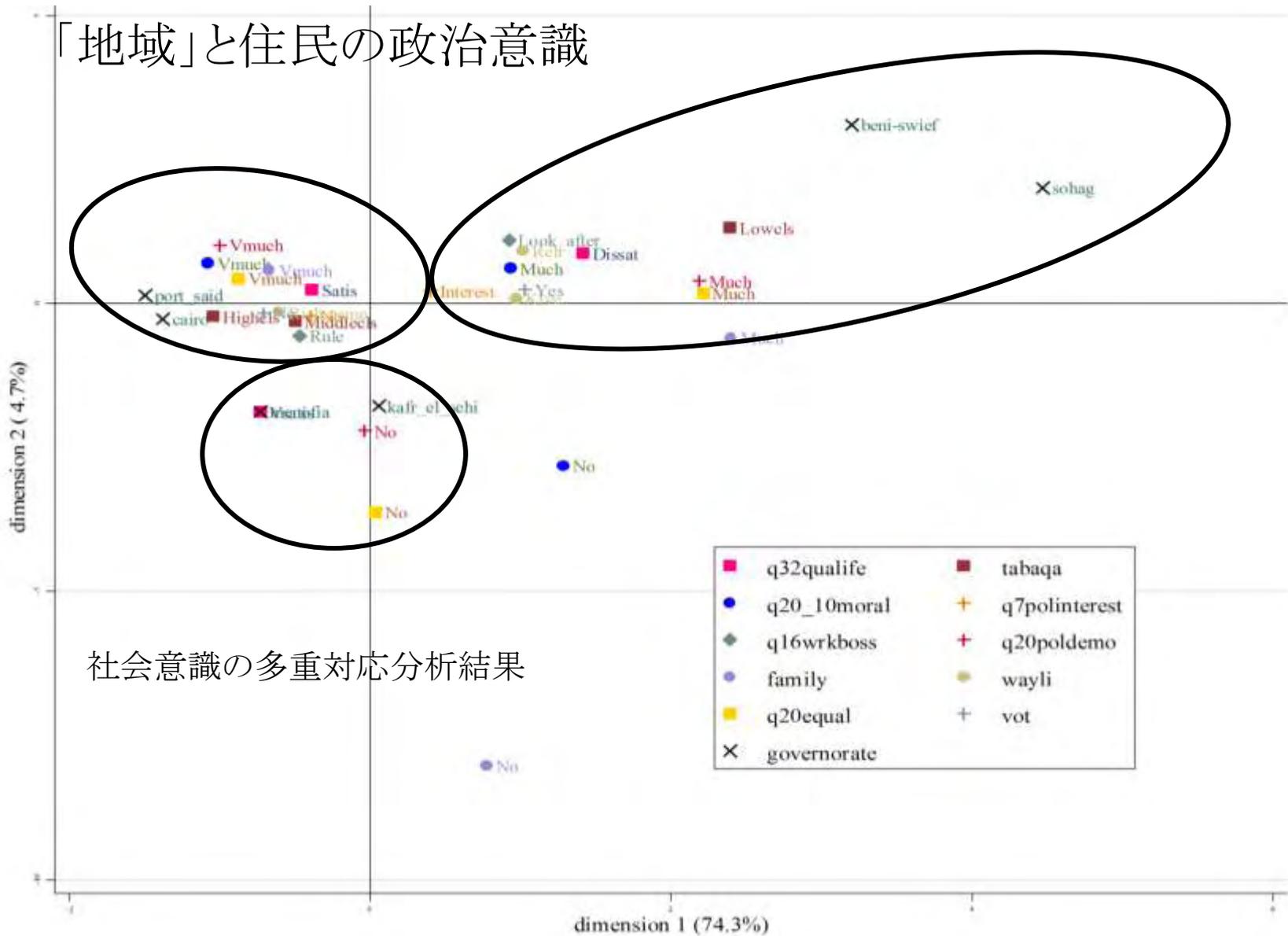
دراسة اجتماعية حول اتجاهات أفراد المجتمع

دراسة اجتماعية حول اتجاهات أفراد المجتمع

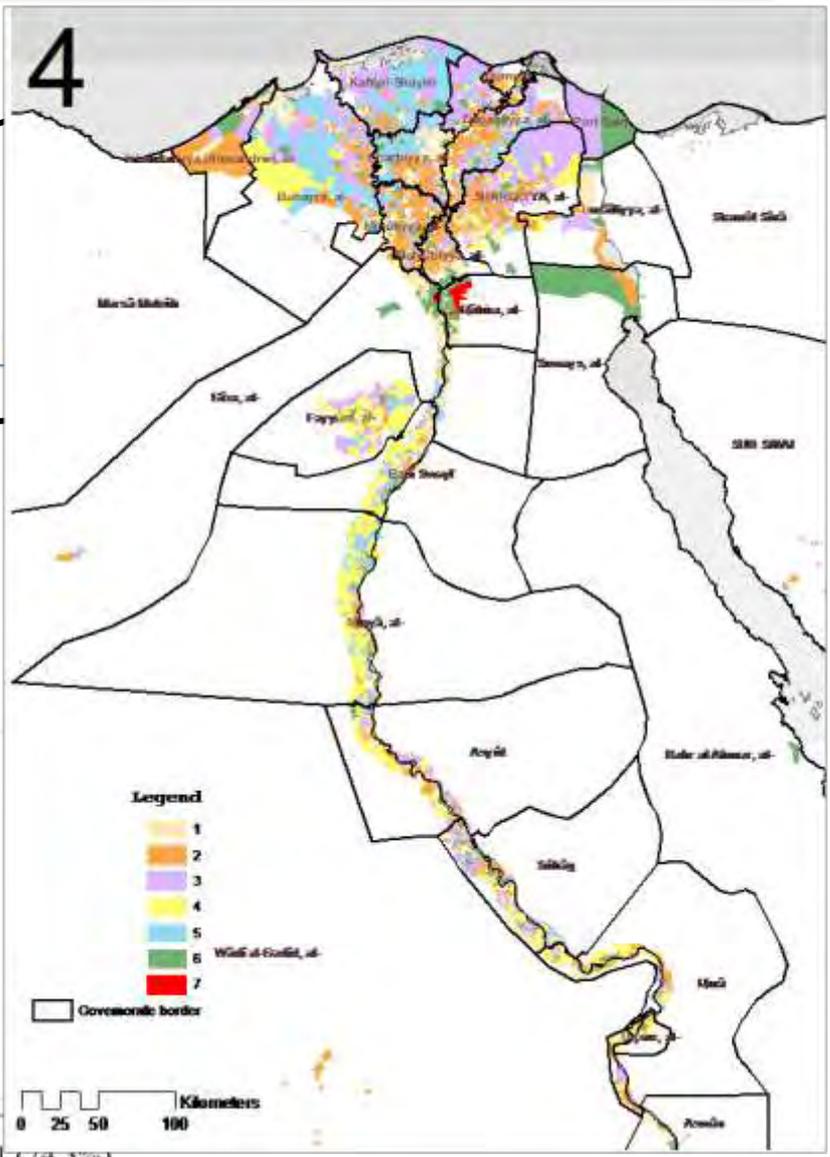
.....
.....
.....
.....

دراسة اجتماعية حول اتجاهات أفراد المجتمع

「地域」と住民の政治意識



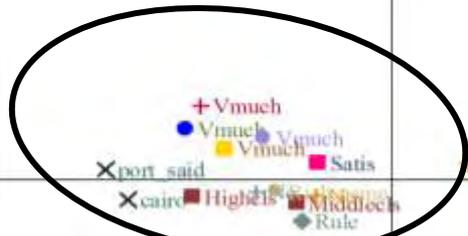
「地域」と住民の政治意識



dimension 2 (4.7%)

社会意識の多重対応分析結果

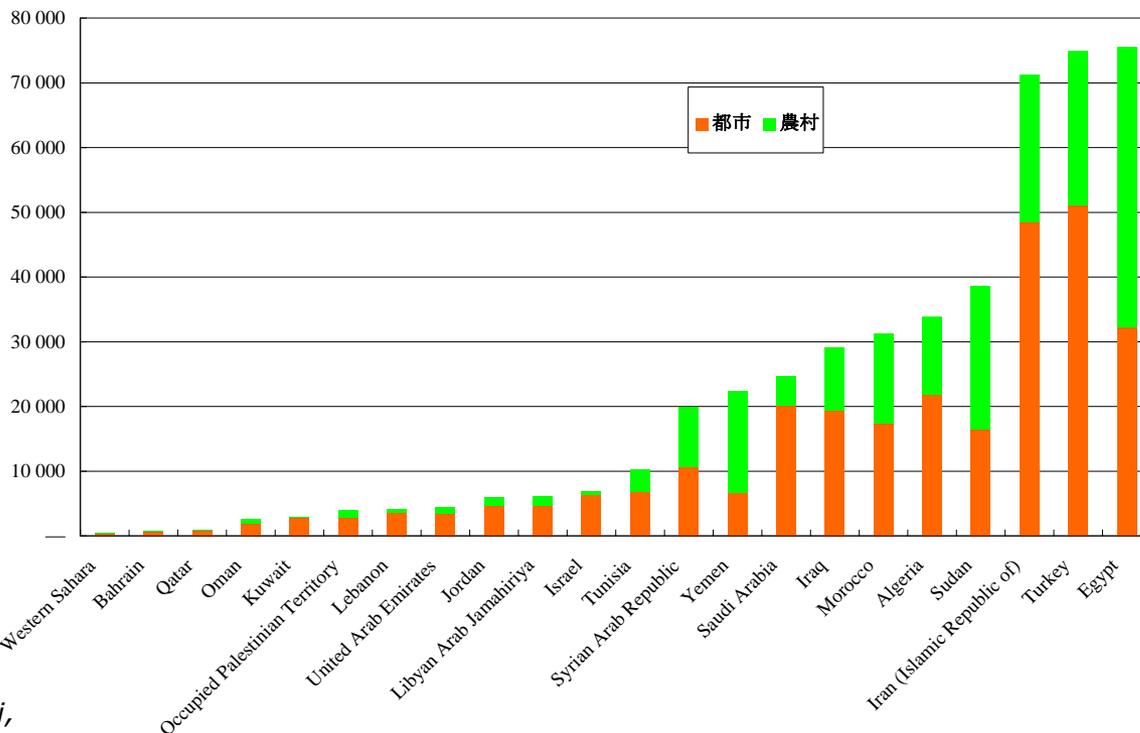
dimension 1 (74.3%)



中東北アフリカ諸国の15-24歳人口の比重
(%、2005年)

	人口に占める比重	労働力人口に占める比重
アルジェリア	23	34
バハレーン	15	22
エジプト	21	34
イラン	25	38
イラク	20	36
ヨルダン	20	33
クウェート	15	21
レバノン	18	29
リビア	23	34
モロッコ	18	32
オマーン	21	33
パレスチナ	19	38
カタール	14	18
サウジアラビア	19	31
シリア	23	38
チュニジア	21	31
トルコ	18	28
アラブ首長国	17	23
イエメン	21	42

中東諸国の都市農村人口比(%、2007年)



出所) Ragui Assaad and Farzaneh Roudi-Fahimi,
“YOUTH IN THE MIDDLE EAST AND NORTH AFRICA:
DEMOGRAPHIC OPPORTUNITY OR CHALLENGE?”,
<http://www.prb.org/pdf07/youthinMENA.pdf>

出所) United Nations - Department of Economic and Social Affairs -
Population Division

* 中東諸国において、青年人口は2035年まで増加の見通し。
1950年代から1980年代まで、高い出生率が続いたこの地域
では、青年人口の比重が減少傾向に転じるのに長い期間を要す
る。

* このような緩慢な人口転換のパターンのため、中東では、労
働力人口の増加が長いこと続くことになる。

* 中東は、世界のなかで最も労働力人口増加率が高い地域。

* 中東諸国のなかで、人口大国はエジプト、トルコ、イラン。
それ以外の国々は人口3000万人以下の人口小国。
* 中東は、都市人口比が高い特徴をもつ。世界平均の都市
人口比は49.4%であるのに対して、中東の大半の国々で
は70%を超える。例外は、エジプト、イエメン、スーダン、シ
リア。

三回の政治意識調査

投票意欲に影響を与える要因(ロジット分析結果)

2008年調査

- 実施時:2008年10月21日－11月23日
- サンプル数:1,000(カイロ県250、ポート・サイド県200、カフル・シェイフ県150、メヌフィーヤ県150、ベニー・スエフ県125、ソハーグ県125)

「革命」前調査

- 実施時: 2010年12月22日－31日
- サンプル数:1,500(カイロ県600、ポート・サイド県300、ソハーグ県600)

「革命」後調査

- 実施時: 2011年2月19日－3月5日
- サンプル数:900(カイロ県360、ポート・サイド県180、ソハーグ県360)

		革命前		革命後	
		係数	z 値	係数	z 値
年齢		0.024	4.310 ***	0.008	1.140
性別	男性	1.451	7.930 ***	1.123	5.580 ***
教育	非就学	-0.302	-1.180	-1.001	-3.100 ***
	小学校・中学校	0.204	0.920	-0.593	-2.330 **
	大学	0.186	0.810	0.079	0.290
階層・生活水準	世帯所得水準	-0.073	-1.480	0.024	0.390
	主観的階層	-0.103	-0.740	-0.340	-2.010 **
	生活満足度	0.182	1.520	0.032	0.200
情報	アラビア語衛星放送視聴	0.293	4.790 ***	-0.022	-0.270
社会不満	腐敗	-0.028	-0.280	-0.054	-0.390
	道徳荒廃	0.010	0.140	-0.091	-1.190
	貧富の格差	0.075	0.520	0.709	2.410 **
政治志向 政治態度	民主化よりも政治的安定	-0.058	-0.900	0.195	2.670 ***
	支持政党なし	-1.356	-8.070 ***	-0.853	-2.430 **
	政治関心度	0.038	0.510	0.133	1.280
国民意識	エジプト国民	-0.134	-0.770	0.827	3.850 ***
居住場所 県	都市	-0.105	-0.390	-0.123	-0.330
	カイロ	-1.380	-5.000 ***	-0.650	-1.810 *
	ポート・サイド	-1.022	-3.480 ***	0.790	2.050 **
定数項		-1.927	-2.240 **	-2.997	-2.190 **
擬似決定係数		0.245		0.192	
サンプル数		1045		615	

(注) 被説明変数は次回国会選挙の参加予定に「はい」と回答した者を1、「いいえ」と回答した者を0とするダミー変数。***は1%有意を、**は5%有意を、*は10%有意をそれぞれあらわす。除外されたダミー変数は、高校、ソハーグ。

分析結果(1)

「革命」に対する一般的な反応

- 「革命」は、エジプト国民の政治関心と政治意識を高揚させた。それに伴い、国民の間に、エジプト人としてのアイデンティティと国民統合の機運が盛り上がった。
- しかし、「革命」への戸惑いや不安も観察される。それは、「革命」後、民主化よりも政治的な安定を求める保守的な回答が多くなったこと、政治関心の高まりが必ずしも選挙での投票意欲に結びついていないこと、「革命」後の支持政党なしの回答が大幅に増大したことに示されている。



分析結果(2)

「革命」と年齢・性

- 「革命」と年齢との関係では、「革命」の前後における意識の変化はすべての年齢層にみられた。
- 「革命」と性との関係では、男性と比べて女性の政治への関心は低いですが、「革命」前後の意識変化をみれば、変化は男女双方においてみられた。
- このことは、政治関心や投票意欲、国民意識などにおいて、世代(年齢)やジェンダー(性)の違いを超えて、共通の政治意識がエジプト国民の間に形成されていることを示している。



分析結果(3)

「革命」と学歴・地域

- 「革命」と学歴との関係では、政治関心や市民活動に対する意識の高まりは、高学歴者を中心に生じた。
- しかし、「革命」前後の意識変化は、むしろ低学歴者において生じている。
- 「革命」と地域(県)との関係では、政治関心や市民活動に対する政治や市民活動に対する意識の高まりは都市県(カイロ県とポート・サイド県)においてみられた。
- しかし、それ以外の「革命」前後での意識変化は、首都のカイロ県ではなく、地方県(ポート・サイド県とソハーグ県)で生じている。



分析結果(4)

「革命」と地域の政治文化

- 学歴と地域に関する分析結果を重ね合わせると、「革命」前後で三県に共通してみられる意識変化と、特定の学歴層や県だけにみられる意識変化がある。
- 三県に共通してみられる意識変化については、高学歴のカイロ県住民の意識変化が低学歴の地方県住民へ伝播したと解釈できる。
- これに対して、特定の学歴層や県だけにみられる意識変化については、地域に顕著な意識格差が存在することを示している。たとえば、一方では、高学歴の都市県住民の間には政治関心や投票意欲の高まりがみられ、他方で、低学歴の地方県住民の間には既存体制への否定評価と安定志向の高まりがみられる。
- つまり、首都のカイロ県、都市県のポート・サイド県、南部地方のソハーグ県の間には、「革命」前後の政治意識の変化に差異が観察される。そこから、「地域」が政治意識に影響を与える影響の大きさ、複雑さが垣間見られる。
- そして、それは地域の政治文化と深く関与していると思われる。かくて、政治関心の高まりがそのまま選挙投票の結果へとはつながらないであろう。



「革命」の将来は？

- エジプトでは現在、人口の60パーセントが地方の農村部に住んでいる。また、エジプト非識字率は地方の農村部において高い。
- この二つの事実を前提とし、これまでの分析結果を参考にしつつ、「革命」後の調査時点で民主的な選挙が行われたと仮定するならば、次の二つの結果が予想される。
- 第一は、高学歴の都市県住民が政治意識の高揚を投票につなげ、彼らの意向が強く選挙結果に反映される場合である。
- 第二は、都市県住民がその気まぐれな性向から政治意識の高揚を投票に結びつけることができず、権威主義的な政治文化のなかで、「革命」の前後で一貫して投票参加への意思をもつ低学歴の地方県住民の意向が強く選挙結果に反映される場合である。
- つまり、エジプト社会の民主化は、地方の政治文化を変化させてはじめて可能となるだろう。そして、そのためには、識字率を向上を中心に、地道な社会開発に努めなければならない。



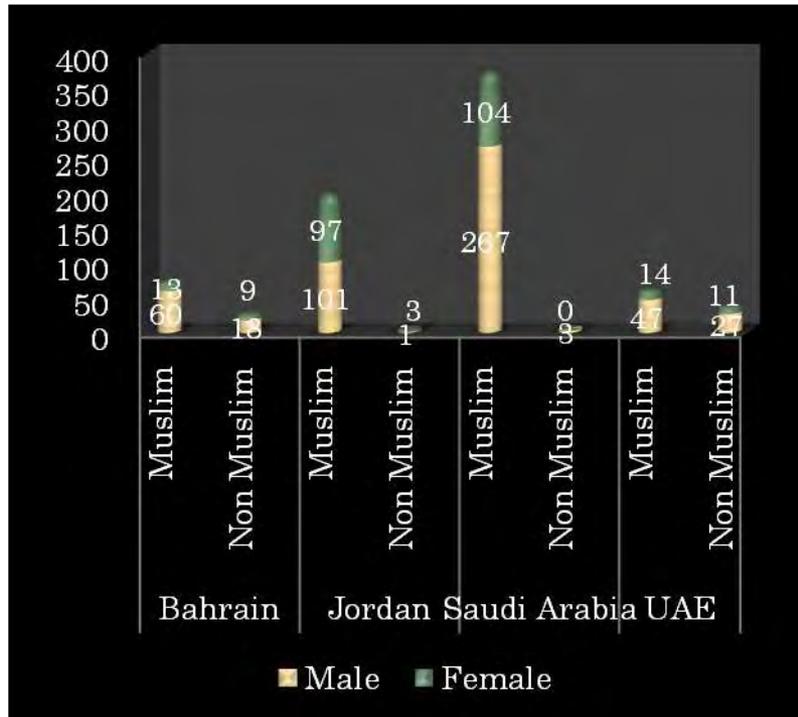
5. 成果3 イスラーム金融はなぜ利用されるか ～中東4カ国におけるアンケート調査より～

主たる狙い：急拡大するイスラーム金融イスラーム社会ではどのように受けとめられているか。

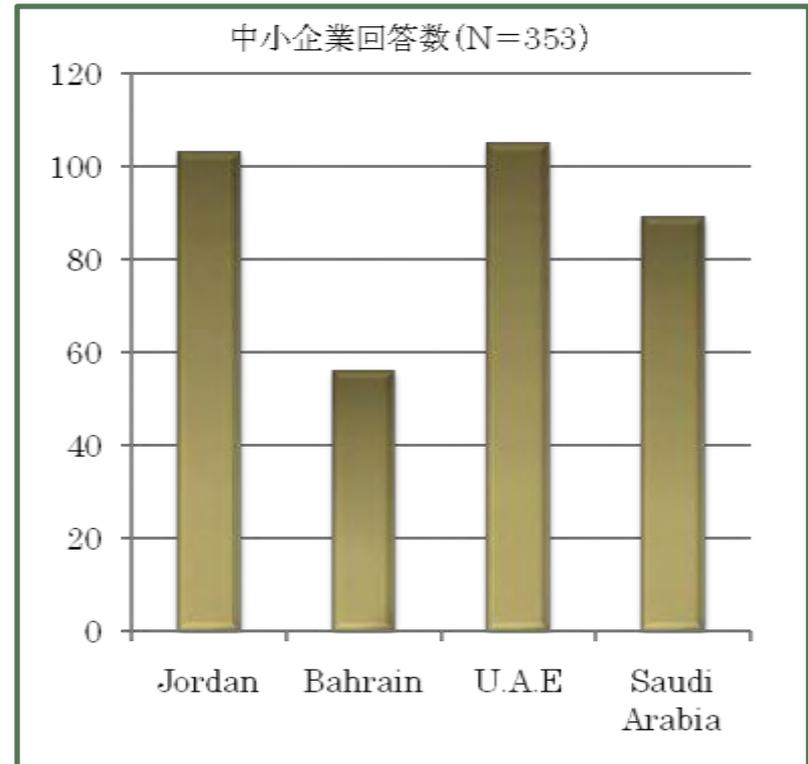
対象地域：ヨルダン、サウジアラビア、バハレーン、UAE

対象者：個人(街頭インタビュー)、中小企業(fax、e-mail 及び訪問)

個人回答数(N=775)



中小企業回答数(N=353)



(主な質問項目) 預金：銀行選択の理由(イスラーム性、利便性、利子・配当)

融資：資金利用の目的と理由、イスラーム銀行については融資モード

分析手法: イスラーム銀行利用を従属変数、選択理由を独立変数とする回帰モデル
 (Bank preference_i = β₀ + β₁Easy_i + β₂Rate of return_i + β₃Z_i + ε_i)

Tobit estimation Methods /by country/

Variable	Saudi Arabia	UAE	Jordan	Bahrain	Malaysia
Easy Access	-.0113 (.0142)	-.0037 (.0114)	.1706*** (.0571)	-.0020 (.0193)	-.0739* (.0440)
Better rate of Return	-.0015 (.0136)	-.0089 (.0112)	-.1549*** (.0387)	-.0656*** (.0200)	.0187 (.0497)
Quality of Services	-.0247 (.0186)	-.0024 (.0099)	.7029*** (.1183)	.0324 (.0415)	-.0766* (.0447)
Range of Services	.0318* (.0183)	.0147 (.0106)	-.4542*** (.1076)	.1760*** (.0414)	-.0329 (.0462)
Reputation of Bank	-.0343** (.0176)	-.0237*** (.0088)	.1703** (.0763)	-.0619 (.0500)	-.0096 (.0392)
Possibility of Getting Credit	-.0200 (.0142)	.0003 (.0075)	-.1567*** (.0556)	.0371 (.0233)	-.0044 (.0383)
Accessibility to Information	.0046 (.0167)	.0046 (.0095)	-.2719*** (.0862)	-.1017* (.0581)	-.0166 (.0498)
Lower Transaction Costs	-.0169 (.0146)	.0026 (.0083)	.0660* (.0392)	-.0428 (.0308)	.0671* (.0409)
Separate Services for Women	.0276** (.0126)	.1274*** (.0164)	.1193** (.0509)	.2292*** (.0297)	.0131 (.0325)
Syariah Compliance	.2150*** (.0132)	.1056*** (.0153)	.4805*** (.0715)	.0531* (.0324)	.3553*** (.0405)
Banking products that meet customer needs	-.0105 (.0179)	-.0371*** (.0111)	-.1151** (.0575)	.0683 (.0473)	-.0822* (.0453)
Relative Advantage	.0286* (.0150)	-.0171** (.0075)	-.0637 (.0541)	-.0138 (.0361)	.0041 (.0467)
Recommended by Islamic Scholars	.1196*** (.0134)	.0493*** (.0168)	.0671 (.0608)	.1879*** (.0390)	.2902*** (.0403)
Community/Social Norms	-.0645*** (.0132)	.0143 (.0102)	.0808* (.0425)	-.0956*** (.0333)	-.1218*** (.0402)
Wide ATM Network	.0038 (.0170)	.0040 (.0092)	.0474 (.0431)	-.3129*** (.0584)	-.0584 (.0375)
Availability of Phone Banking	-.0162 (.0159)	-.0339*** (.0101)	.5155*** (.1232)	.1295** (.0573)	.0651 (.0727)
Availability of SMS Banking	.0212 (.0161)	.0029 (.0096)	-.5509*** (.1239)	.1127* (.0624)	.0143 (.0754)
Internet Banking	-.0469*** (.0156)	.0250*** (.0079)	.0993* (.0592)	.0194 (.0412)	-.0538 (.0452)
Constant	1.0547 (.1679)	.9678 (.0716)	-1.6406 (.3331)	-.4424 (.1699)	-.2937 (.1844)
Number of Observations	378	107	112	99	337

*P ≤ 0.10; **P ≤ 0.05; and ***P ≤ 0.01 refer statistically significance at 10%, 5% and 1%, respectively.

Factors Attributing for SME's Bank Preference

Variable	UAE	Jordan	Bahrain
Easy Access	-.0051 (.0242)	.0455 (.0597)	-.0061 (.0075)
Better rate of Return	.0250 (.0286)	.0985** (.0481)	-.0056 (.0065)
Quality of Services	-.0104 (.0208)	.0774 (.0837)	.0129* (.0066)
Range of Services	-.0008 (.0219)	-.1110 (.1056)	-.0149** (.0068)
Reputation of Bank	-.0153 (.0198)	.0989 (.0923)	.0049 (.0056)
Possibility of Getting Credit	-.0028 (.0197)	-.1248** (.0512)	-.0031 (.0049)
Accessibility to Information	.0104 (.0232)	-.0023 (.0646)	-.0010 (.0062)
Lower Transaction Cost		-.0655 (.0393)	
Separate Services for Women	.0584** (.0246)	.0286 (.0456)	.0800*** (.0075)
Syariah Compliance	.177*** (.0309)	.272*** (.0551)	.1165*** (.0059)
Banking products	.0277 (.0303)	-.0227 (.0645)	-.0119 (.0076)
Relative Advantage	-.0504* (.0276)	.0599 (.0567)	-.0113* (.0064)
Islamic Scholars	.070*** (.0204)	-.174*** (.0653)	.0953*** (.0075)
Community Norms	.0386* (.0238)	-.1042 (.0848)	.0032 (.0070)
Wide ATM Network	-.0102 (.0236)	.1425** (.0686)	-.0150** (.0063)
Phone Banking	-.0488 (.0311)	-.0107 (.0597)	-.0202** (.0082)
SMS Banking	.0277 (.0247)	.0142 (.0621)	.0134* (.0069)
Internet Banking	.0463* (.0248)	.0157 (.0517)	.0020 (.0067)
Constant	-.5969 (.2954)	-1.5531 (.6937)	.8078 (.0523)
N. Obs.	105	98	54

主な結果とコメント

1. イスラーム銀行は個人の間には普及しているが、中小企業の間にはまだ。
(コメント:企業は金利、融資条件等プラクティカルなファクター重視)
2. イスラーム銀行は高学歴の男性に利用されている。所得別には高所得・低所得層に高い。
(コメント:男性・中所得層は外国人に多い)
3. イスラーム銀行選択の理由はシャリーアコンプライアンスが圧倒的。
(コメント:カルドハサン(当座性預金)口座保有者が多い)
4. 銀行融資の利用率は総体的に低い(マレーシアに比較して)。
(コメント:中小企業は銀行融資よりも血縁間などインフォーマルな融資を利用)
5. ただし、個人にはイスラーム融資が広がりつつある。イジャラー方式が最も普及。
(コメント:銀行以外のクレジット会社、リース会社もこの分野に参入)

6. 結語

イスラーム金融は本来的にイスラームの価値観を共有する者のために考案された。底流にあるムスリムの覚醒、自立社会を求める行動の一つとして捉えるべき。金融バブルに抵抗力があるとか、コストが高くつくゆえに通常型銀行に比して、競争力がないなど、部分的な特徴を取り上げて議論することの意味を問い直す必要あり。

