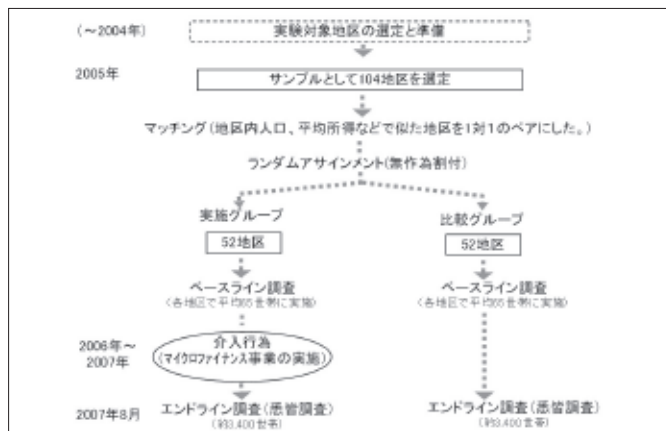


「マイクロファイナンスはミラクルだったのか？」 :その効果の有無を巡る論争とインパクト評価による検証」

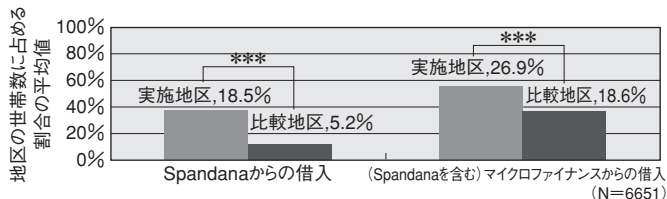
マイクロファイナンスは、貧困削減の切り札として1970年代に登場し、その後急激に普及した。2007年12月の時点で1億5,486万人（うち女性が1億人以上）がサービスを受けていると発表されている。マイクロファイナンスが貧困削減に本当に効果があるかどうかは論争が続いている。Pitt and Khandker (1998) は大きな効果があり、特に女性に効果があると結論している。一方で、Morduch (1999)、Rodman & Morduch (2009) は確たる証拠は確認されていないとして一貫して否定的である（高橋2011）。激しさを増す論争に対して確かな証拠を提供すべく、「貧困アクションラボ」によって、もっとも厳格な評価手法であるランダム化比較試験（RCT）による検証が実施されたので、以下に概要を紹介する。

デザイン	ランダム化比較試験（RCT）
対象地域	ハイデラバード市（インド）
介入行為	グラミン銀行のグループ貸付の手法を採用したSpandanaという事業主体がマイクロファイナンス事業を実施。（ただし研修は実施しない）
融資条件	(a) 女性、(b) 18-59歳、(c) 同じ地域に1年以上居住、(d) 有効な身分証明書を持っている、(e) グループの80%以上が自宅を所有している。金利は年利24%

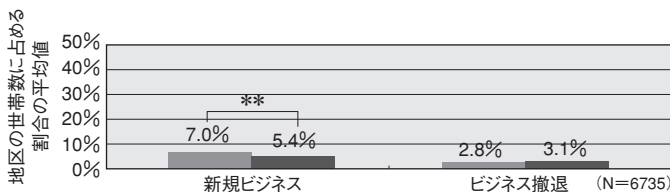
評価は以下の手続きによって行った。続いて評価結果を述べる。



● **マイクロファイナンスからの借入**：Spandanaから融資を受けた世帯の率は実施地区（52地区）が18.5%、比較地区（52地区）が5.2%でその差13.3%だった。したがって、実施地区の方がより多く融資を受けたと結論されている。（*** 1%、** 5%、*10%有意水準）

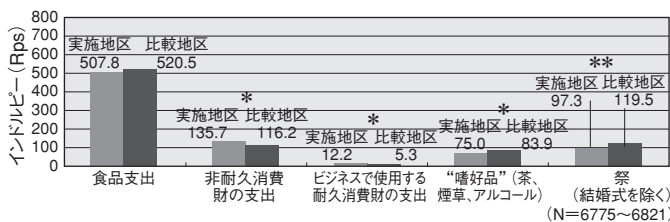


● **新規ビジネス開始へのインパクト**：新規ビジネスを開始した率は、実施地区（52地区）が7.0%、比較地区が5.4%でその差1.6%だった（5%水準で有意）。したがって、マイクロファイナンスの実施により、新規ビジネスの開始が増加すると結論された。



● **月間家計支出へのインパクト**

ビジネスで使用する耐久消費財の支出が増加している一方で、“嗜好品”（茶、煙草、アルコール）／祭（結婚式を除く）の支出が減少しており、両者の間に支出の移動が見られる。



● **女性のエンパワーメント、保健、教育への効果**

いずれの指標も、実施地区の方が比較地区よりも高かったが、その差は統計的に有意であるとは判断されなかった。

その他、多数の比較分析を行っている。評価報告書の結論は次のとおり。マイクロファイナンスは、新規ビジネス開始にある程度の効果がある。また、ビジネス関連を含む耐久消費財への投資の増加と、“嗜好品”（茶、煙草、アルコールなど）とお祭関連の支出の減少をもたらすという効果がある一方で、女性のエンパワーメント、教育、保健への効果は（少なくとも短期的には）確認できなかった。したがって、『マイクロファイナンスは、よく主張されるように「奇跡（ミラクル）」ではないかも知れないが、借入、投資、そしてビジネスの拡大を実現することを可能にする。』と結論された。（Bajerjee et al. 2010, p.30-31）

一般に言われているよりも非常に限定的な効果が明らかになった。今後、日本のODAにおいても、厳格な評価デザインであるRCTを用いた追試を実施することが望まれる。（さらなる詳細分析（参考文献リスト付き）はIDCJ評価事業部のホームページからダウンロード可）（www.idcj.or.jp/9evaluation/sub5_files/）

（IDCJ主任研究員 佐々木亮）