

第3回(2009年10月21日)「情報は力」

Svensson, Jakob., and David Yanagizawa (2009)

“Getting Prices Right: The Impact of the Market Information Service in Uganda”

Journal of the European Economic Association, 7(2-3):435-445.

有本 寛

2009年10月8日

1. 背景

- 市場が有効に機能するためには情報が重要である。しかし、途上国では情報がなかったり非対称性だったりすることが日常的に起こる。ところが、情報の流通が市場の機能を改善させたことを示す実証的な知見は少ない。特に、市場情報へのアクセスの改善が農家の作付選択や販売量、販売先、販売価格にどのような影響を与えるのかについては、よく分かっていない。
- そうしたなか、ウガンダで市場での農産物価格を収集し、ラジオで放送する Market Information Service (MIS)プロジェクトが始まった。これによって、プロジェクト実施地域の農家は正確でタイムリーな市場の価格情報を得られるようになった。

2. 課題と方法

- 課題は、ウガンダの MIS を事例に、市場での価格に関する情報の非対称性が、農家の農産物（トウモロコシ）の庭先販売価格に与える影響を特定することである。
- 仮説は、農家が市場の価格情報を得ることで、より有利な価格を仲買人から引き出すことができるようになる、というものである。
- 仮説検証の戦略は、MIS が実施された地域（処置群）と実施されなかった地域（対照群）、およびラジオを持っている農家と持っていない農家があることを利用し、市場情報を得た農家と得なかった農家の間で、販売価格に差が生じたかどうかを検証するというものである。
- 被説明変数はメイズの1キロ当たり庭先販売価格。説明変数は、ラジオ所有ダミー（radio）、MIS 実施対象地域居住ダミー（MIS）、およびその交差項（radio*MIS）、その他のコントロール変数（MIS 実施対象地域に居住しているか否か）。
- 使用しているデータは、Uganda National Household Survey (UNHS2005)。観察単位は農家で、観察数は最大で 2739 戸。

3. 結果

- 主要な結果は Table 2。被説明変数はトウモロコシの庭先販売価格。観察単位は農家。
 - 列 (i) : MIS 実施地域と非実施地域の農家を合わせた全サンプルの分析。ラジオを持っている農家は、持っていない農家に比べてメイズの1キロ当たり庭先販売価格が 12.6 シリング高いことを示している。この結果から、ただちに「価格情報の伝達が農家の販売価格を高めた」という因果関係を主張することはできない。なぜならラジオ所有者は非所有者に比べて、価格情報の伝達に関わらずもともと価格交渉力が強い可能性があるし、ラジオ所有者のなかには MIS 非実施地域に居住している農家もいるからである。
 - 列 (ii, iii) : (ii) は MIS 実施地区に住む農家、(iii) は MIS 非実施地区に住む農家のみを対象と

した分析である。MIS 実施地域では、ラジオを持っている農家の販売価格が、持っていない農家に比べて有意に高い (ii)。しかし、MIS 非実施地域では、ラジオを持っていたとしても販売価格が高いとは言えない (iii)。

- ▶ 列 (iv) : 全サンプルの分析。MIS が実施された地域でラジオを持っている農家の販売価格は、MIS 非実施地域でラジオを持っている農家の販売価格よりも高い。
 - ▶ 列 (v) : ラジオを持っていない農家のみを対象。ラジオを持っていない農家の販売価格は、MIS 地域と MIS 非実施地域の間に有意な差はない。
- よって
 - ▶ 単にラジオを持っているだけでは販売価格は有利にならない。市場情報が流れている (MIS 実施地域) ことが重要である (i~iv)。
 - ▶ MIS 実施地域で市場情報が、ラジオを持っていない農家にまで流れたとはいえない (v)。

4. コメント

- 途上国では農家が流通業者に「買い叩かれている」という指摘がしばしばなされる。この研究は市場情報の流通が、市場価格に関する情報の非対称性を解消し、農家に交渉力を持たせ、結果として有利な庭先販売価格を得られることを示している。実際、情報通信技術の革新 (携帯電話の普及、インターネットキオスクの設置) に伴って、人びとがまず知ろうとするのは、農産物の市場価格であり、情報の重要性と価値をものがたっている。

5. 関連論文

- Jensen (2007)はインドの漁村を事例に、携帯電話の普及が魚の地域間の価格差を縮小させ、余った魚の廃棄率を下げ、消費者と生産者の厚生を改善したことを明らかにしている。ニジェールでも携帯の普及によって地域間の穀物価格差が 20%削減されたことが報告されている (Aker (2008))。Muto and Yamano (2009)は、ウガンダで携帯の普及がバナナの生産を促したもののメイズの生産は刺激することを発見している。なお、江戸時代での日本では堂島米市場を中心に、高度な農産物取引の市場とネットワークが形成されており、飛脚や手旗信号によって価格情報が素早く効率的に伝達されていた (高槻 2008)。

6. 文献

- Aker, Jenny (2008) “[Does Digital Divide or Provide? The Impact of Cell Phones on Grain Markets in Niger](#)” CGD Working Paper 154.
- Jensen, Robert (2007) “[The Digital Provide: Information \(Technology\), Market Performance, and Welfare in the South Indian Fishery Sector](#)”. *Quarterly Journal of Economics*, 122(3):879-924.
- Muto, Megumi and Takashi Yamano (2009) “[The Impact of Mobile Phone Coverage Expansion on Market Participation: Panel Data Evidence from Uganda](#)” *World Development*, forthcoming.
- 高槻泰郎 (2008) 「近世期米市場の階層性—大坂堂島米会所と大津御用米会所—」 Institute of Social Science, The University of Tokyo, Discussion Paper Series J-169.
<http://jww.iss.u-tokyo.ac.jp/publishments/dp/dpj/pdf/j-169.pdf>