

## 第4章

### サウジアラビア女性の起業を喚起する消費と労働市場

辻上 奈美江

要約：

従来のサウジアラビアにおけるファミリー・ビジネスでは、男性が中心的なアクターとなってきた。だが近年、女性による小規模ビジネスの起業が盛んになっている。本章では、サウジアラビアにおける女性と起業に関する研究動向を整理するとともに、なぜ女性による起業が活発になったのかを検討する。

キーワード：

女性 起業 サウジアラビア 雇用

#### はじめに

本共同研究の主題は中東地域のファミリー・ビジネスの継承の観点から検討することであり、筆者に求められていることは、サウジアラビアのファミリー・ビジネスの継承について女性の視点から考察することである。しかし、中東地域のファミリー・ビジネスにおいて女性の後継者は極めて少なく、また女性は後継者として認識されてこなかった。このため、サウジアラビアのファミリー・ビジネスの女性による継承について、現段階で体系的に検討することは困難である。

他方で、近年、ごく少数だが女性が財閥の代表を務める事例があるほか、中・小規模のビジネスを始める女性に注目が集まっている。背景にはどのような事情があるのだろうか

か。本章では、女性の消費市場にも着目しつつ、近年注目されるようになった女性による起業の背景を検討することとする。

## 第1節 サウジ人女性はビジネスとは疎遠なのか

中東地域のファミリー・ビジネスにおける女性の役割については、ほとんど研究されてこなかった(Facoussa and Collins 2017, 107)。サウジアラビアのファミリー・ビジネス経営者への調査を行ったアル＝ルバイシによれば、ほとんどの経営者は女性を後継者とみなしていない(Alrubaiishi 2017)。中東地域のビジネスに関する研究でも、女性経営者を想定したものはほとんどない(Hertog, Luciani and Valeri 2013, Abbas 2009)<sup>58</sup>。

ファミリー・ビジネスの継承者として見なされてこなかったサウジアラビアの女性は、歴史を通じてビジネスとは無縁だったのかといえば、そうではない。石油が発見される前後のサウジアラビアにおける女性の生活様式の変化について博士論文にまとめたアル＝バーディによると、石油発見以前の社会では、女性の物売りが存在したことが記載されている。街では貧しい女性が物売りをしていた。彼女らは市に出かけて、あるいは家々をたずねて、卵や鶏、ハーブやスパイス、衣服を売ったとされる。たいていの市場には「女性専用市場」が設けられ、女性はそこで売買した。また遊牧民女性は、自家用あるいは市で売るためのテントや絨毯織りをした。遊牧民は男女ともに街で開かれる市に出かけて、絨毯などの手作りの品物売って手に入れたお金で必要なものを購入したという。

しかし、石油の富が流入し、近代化が進展する過程で必要とされた労働力は、サウジ人女性ではなく外国人労働者であった。外国人労働力の流入の結果、遊牧や農耕生活を離れて都市に移住した女性の多くは、生産活動から離れて家庭に留まるようになった(Al-Baadi 1982)。

サウジアラビアでは、近代化・都市化の過程で、人々は遊牧生活をやめ、あるいは農村を去って、都市へと移住した。結果的に、かつて遊牧女性が行っていた家畜の世話や絨毯織りなどの生産活動は観察されなくなった。けれども、女性はすべての経済活動から遠のいたわけでもなさそうである。サウジアラビアの支配家であるサ우드家の商業活動について詳細に研究したサブリ(2001)によれば、王族女性のみならず、一般女性も積極的に投資を行ってきた。女性がビジネスに参加する場合には、卸売や小売などの事業を行うのではなく、不動産や商業市場への投資を行うのが一般的であった。また女性が会社を経営する場合には、エイジェントを雇い、エイジェントを通じて最終決定権を行使すること

---

<sup>58</sup> サウジアラビアに進出を検討する企業向けに、同国のビジネス環境について論じた Abbas (2009)は、財閥で代表を務める数少ない女性に言及し、将来的なビジネス環境の変化の可能性をごく簡単には論じているものの、たとえば女性起業家をパートナーとするジョイントベンチャーなどは想定していない。

が多いとされる(Sabri 2001, 27)。サブりは、王族メンバーの投資先と投資額、王族メンバーが経営する企業を詳細にリストアップしており、それによれば、男性王族メンバーの投資・経営行為は、たしかに人数やその規模の点で圧倒的に女性を凌駕している。だが、女性王族メンバーによる投資の規模も無視できない人数・金額であることがわかる。

これらのことが示していることは、女性はビジネス分野において不在ではなかったのみならず、王族女性など豊富な資金を有する女性は積極的に投資し、あるいは経営権を握ることもあった。しかしたとえば財閥形成の過程で、女性は代表的な役割を担ってこなかったために、かならずしも常に積極的な主体であるようには見えなかったと考えられる。加えて、研究者が男性に偏りがちな傾向は、ビジネスにおける女性の存在を一層見えにくくしたと思われる。

## 第2節 消費市場の変化

ところが2000年代に入ると社会・経済環境に変化が起きた。たとえば首都リヤドの中心部には、ファイサリーヤ・モールやキングダム・センターなどの大型高級ショッピングモールが開設されたのを皮切りに、富裕層向け高級モールや郊外型家族向けモールが次々と建設された。モールの多くは、女性向けアパレル専門店とレストランやカフェを中心とする店舗構成であった。モールは、これまで外出の機会が限定的であった女性たちが、外食したり、ショッピングを楽しむ空間を提供することにつながった。モールのなかには、サウジアラビア社会の特性を考慮し、女性客を取り込むための施策を凝らしたものもあった。たとえばアラビアのバフェットとも呼ばれる投資家ワリード・ビン・タラール王子が手がけたキングダム・センターには、最上階に女性専用階「レディース・キングダム」が設置された。「レディース・キングダム」には、女性たちがアバーヤなしで入店できるカフェが複数オープンした。また、一般アパレル店は男性店員が販売しているため試着室を設置することが禁止されていたが、「レディース・キングダム」では、試着室を備えた、女性店員が接客する洋服・下着店が現れた。キングダム・センターが女性専用の空間を設けたのに対して、ファイサリーヤ・モールでは、一時期、単独の男性および男性のみの団体の入館を禁止する「ファミリー」専用時間を設けた。

モールにおいて女性のための時間と空間が生まれたのに加えて、モールの内外のカフェやレストランも変化していった。それまでリヤドのレストランは「シングル」と「ファミリー」とに分けられていた。「シングル」部門は、ガラス張りで店内が見えることが多く、単独の男性または男性グループが入店する。「ファミリー」は、文字どおり「家族」向けであり、たとえば女性の単独での入店は拒否されることもあった。当時のレストランは、「シングル」が店の表側、「ファミリー」が店の裏側のような印象すら与えるもので

あった。しかし、2000年代後半ごろから開店したレストランやカフェのなかには、「ファミリー」に広いスペースが割かれ、なかには「シングル」部門を設けないレストランも出現した。その他、2008年に開業した「ルウザーン・ホテル・アンド・スパ」のような女性専用ホテル兼スパも出現した。これらの変化は、女性が消費者としてより認識されるようになってきたことを示すものであるだろう(辻上 2016)。

国際石油価格が高値で推移した2000年代のサウジアラビアにおける消費市場は、海外にも注目された。たとえば2010年にジェトロリヤド事務所は、サウジ人の所得について、個人所得税がなく、公的な教育や医療が無償で受けられるにもかかわらず、平均月収が35万円である点に着目し、欧米諸国や日本と「同水準またはそれ以上」(ジェトロ 2010, 1) と分析し、邦人企業のサウジアラビア進出を促している。2012年には、ファッション市場に特化した調査も発表された(ジェトロ 2012)。

### 第3節 女性の教育と労働参加が消費行動に及ぼす影響

このような変化のきっかけは、2000年代以降の政策転換にあると、サウジアラビア研究者のマダウィ・アル＝ラシードは指摘する。この時期、サウジ政府は「サウジ女性の生から『神秘性を取り除き』、『正常化』」(Madawi2013, 140)しようとしていた。サウジアラビアの財閥において女性が最高責任者となったり、商工会議所の理事に女性が選出されるような環境は、このような政策転換のなかで起きたと言っても過言ではないだろう。

一連の政策転換により、女性の教育・労働環境も変化した。サウジアラビアで女子教育が開始したのは建国から30年程度経過した1960年であった。その後、女性の教育は、「イスラームの教えに反しない範囲」で行われることを条件に許容されてきた。だが、このような価値観が2000年代ごろに大きく転換する。特に高等教育を受ける女性の割合は急速に増え、2007年までには女性の大学進学者数は男性の1.5倍にまで増加した。筆者が2013年に実施した聞き取り調査では、女子大学生の多くは卒業後に結婚よりも、まずは就職することを希望していた(辻上2014, Tsujigami 2016)。女性の労働参加率も徐々にではあるが伸びた。1979-80年には、女性の労働参加率は4.16パーセントに過ぎなかったが(Alyamani)、1990年には14.15パーセント(The World Bank)、2018年第3四半期には19.7パーセントであった(General Authority for Statistics 2018, 52)。サウジアラビアの家族の消費行動について調査したヤヴァスらは、同国では女性が何をかうかを決め、男性が予算・支払いについて検討し、購入すると指摘している。また、女性の教育レベルが高いほど、そして女性が就労しているほど、女性が世帯消費の意思決定に影響力を有すると結論を導き出している(Yavas, Babakus, and Delener 1994)。ヤヴァスらの議論に従え

ば、サウジアラビアにおいて過去数十年間、女性の教育レベルが向上し労働参加率が増加したことで、世帯消費における女性の影響力は一層拡大したということになる。

#### 第4節 なぜ女性による起業なのか

けれども、女性の消費意欲が確認されただけでは、女性による起業に結びつくとは限らない。女性による起業に人気があるのは、30.9パーセントという失業率の高さとも連動している（General Authority for Statistics 2018, 76）。女性の失業には、少なくとも三つの要因があると思われる。第一には、教育と労働のミスマッチが挙げられる。前節で確認したとおり、高等教育への進学率では女性は男性を大幅に上回るにもかかわらず、女性の労働参加率は22パーセントに過ぎない。高い学位を有するが、それが就労に結びついていないのである。この原因のひとつとして、かつて女性が専攻できる教育分野には制約があったため、労働市場が求める職種に就きにくかったことを指摘する研究もある（Zovighian 2012）。第二に、法的な制約が挙げられる。たとえばサウジアラビアでは2005年まで、女性を雇用する場合には女性専用の作業スペースを設けるよう労働法で定められていた。民間企業にとっては、女性を雇用する費用負担が大きかったことも、女性の雇用を妨げる要因となった。2016年のサウジ人女性の合計特殊出生率は2.53人（The World Bank）とされているが、4、5人またはそれ以上の子どもを産む女性も珍しくはなく、結果的に産休期間が長くなる傾向があることも、民間企業が女性を雇用したがる原因のひとつとされている。そして第三に、女性たち自身が民間企業で働くことを望まなかったことも軽視できない。サウジアラビアでは、男女を問わず、公務員の人気が高い。民間企業に比べて給料が高く設定されている（ジェットロ 2010）うえに、就労時間が短く、ステータスも高いことが公務員の人気を支えている。女性は家庭と仕事を両立させ、育児を最優先させるべきというジェンダー規範のなかで、就労時間が長く、休暇が取りにくい民間企業への就労を女性も避けてきた。政府機関に就職するにはコネが必要とされることもあり、結果的に女性たちの人生は分断されることになった。すなわち、エリート家庭の女性は、海外の大学院などで学び、政府の高位のポストを獲得していくのだが、このような機会は限定的な階層にのみ配分されるため、女性間の格差が生じたのである（Willoughby 2008）。

中東北アフリカ地域の女性起業家の動機について調査したハッターブは、雇用創出の限界、男性が稼ぎ手であるべきという伝統的な価値観により、女性の失業は助長される傾向があると指摘している（Hattab 2012）。ハッターブは、結果的に女性は起業を選択すると論じているが、このことはサウジアラビアの現状にもあてはまる。

リヤド商工会議所が2013年以降、毎年開催している女性起業家による展示販売会「ムンティジューン」では、女性起業家による、食品、アパレル、化粧品、雑貨など、女性が

消費に決定権を有する製品を製造・販売する在宅ビジネスが紹介されている。いわゆる「男女隔離」社会において、女性消費者のニーズは女性にしかわからないことに着想を得た取り組みであるが、このイベントには政府の間接的な支援もある。雇用機会創出には限界があるなかで、女性が家庭にしながら仕事ができる在宅ビジネスが活性化すれば、伝統的な価値観に挑戦せずに女性が社会進出を果たし、同時に雇用機会不足の問題を緩和することにもつながる。

## まとめにかえて

サウジアラビアでは、ごく一部の大手企業を除いて、女性は経営者として想定されてこなかった。近年になってようやく、小規模な女性向けサービスや製品を扱う分野のビジネスに参入する女性が登場するようになったが、背景には女性求職者を受け入れるだけの雇用機会が提供できない現実もある。2000年代以降の政策転換により、女性の教育レベルが向上し、労働市場への女性参入者数が緩やかながらも増加してきた結果、サウジ国内の女性の消費市場が育成されてきた。起業家あるいは経営者としては、女性起業家の多くは小規模なビジネスに参入する程度であるとしても、「男女隔離」において女性のニーズを知るのは女性のみである強みを有している。これらのビジネスが継続するか否か、そしてその場合、女性間で継承されるか否かが今後注目される。

## 参考文献

### 【日本語文献】

- ジェトロ 2010. 『サウジアラビアの消費市場とビジネスグループ』 ジェトロ
- ジェトロ 2012. 『サウジアラビアのファッション市場調査』 ジェトロ
- 辻上奈美江 2014 「サウジアラビアにおける高等教育の拡大と女性の将来」『中東協力センターニュース』 38 巻 6 号、80-85
- 2016a. 「サウジアラビアの女性の消費と起業—商業インフラの発展と女性化に関する考察—」『中東協力センターニュース』 第 41 巻 4 号、pp. 23-32
- 2016b. 「英国政府の湾岸人観光招致と女性の消費」『中東協力センターニュース』 第 41 巻 8 号、pp. 22-33.
- 2018. 「女子力解放！サウジのファッション革命から見える国の明暗は」『ニューズウィーク日本版』 33(25), pp. 31-34.

【外国語文献】

- Abbas, Ali J. 2009. *Business and Management Environment in Saudi Arabia: Challenges and Opportunities for Multinational Corporations*. New York: Routledge.
- Al-Baadi, Hamad Muhammad. 1982. "Social Change, Education, and the Roles of Women in Arabia" *Unpublished PhD diss.* Stanford University.
- Al-Rasheed, Madawi. 2013. *A Most Masculine State: Gender, Politics and Religion in Saudi Arabia*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Alrubaishi, Dalal. 2017. "Succession Planning in Family SMEs in Saudi Arabia: A Descriptive Study" In Sami Basly ed. *Family Businesses in the Arab World: Governance, Strategy, and Financing*. Springer. pp. 223-245.
- Alyamani, Abdulrahman. 1985. "Women's Higher Education, and Women's Employment in Saudi Arabia" *Unpublished PhD diss.*
- Carter, J. R. L. 1979. *Leading Merchant Families of Saudi Arabia*. Scorpion Publications.
- Doumato, Abdella. 2003. Education in Saudi Arabia: Gender, Jobs, and the Price of Religion. In Eleanor Abdella Doumato and Marsha Pripstein Posusney eds., *Women and Globalization in the Arab Middle East: Gender, Economy, and Society*. Boulder and London: Lynne Rienner Publishers. pp. 239-257.
- Facoussa, Rebecca and Lorna Collins. 2012. "Socioemotional Approach: Exploring Women's Guilt in and All-Female Egyptian Family" In Sami Basly ed. *Family Businesses in the Arab World: Governance, Strategy, and Financing*. Springer. pp. 107-130.
- Hattab, Hala. 2012. "Towards Understanding Female Entrepreneurship in Middle Eastern and North African Countries: A Cross-Country Comparison of Female Entrepreneurship" *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*. 5(3), 171-186.
- Hertog, Steffen, Giacomo Luciani, and Marc Valeri. ed., 2013. *Business Politics in the Middle East*. London: Hurst & Company.
- Kingdom of Saudi Arabia. 2016. *Vision 2030*. Kingdom of Saudi Arabia.
- Lackner, Helen. 1978. *House Built on Sand: Political Economy of Saudi Arabia*. London: Ithaca Press.
- Sabri, Sharaf. 2001. *The House of Saud in Commerce*. New Delhi: I. S. Publications.
- Tsujigami, Namie. 2016. "Higher Education and Changing Aspirations of Women in Saudi Arabia" Dale Eickelman and Rogaia Mustafa Abusharaf eds., *Higher Education Investment in the Arab States of the Gulf: Strategies for Excellence and Diversity*. Berlin and London: Gerlach Press. pp. 42-54.
- Willoughby, John. 2008. "Segmented Feminization and the Decline of Neopatriarchy in GCC

Countries of the Persian Gulf,” *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*. 28 (1) pp. 184-199.

Yavas, Guru, Emin Babakus, and Nejdet Delener. 1994. “Family Purchasing Roles in Saudi Arabia: Perspectives from Saudi Wives” *Journal of Business Research*. 31, 71-86.

Zovighian, Diane. 2012. “Gulf Women’s Participation in the Labor Market: Paid Labor, Care and Social Protection in Patriarchal Systems,” In *National Employment, Migration and Education in the GCC*. Steffen Hertog ed., Berlin and London: Gerlach Press. pp: 183-230.

【ウェブサイト】

General Authority for Statistics. 2018. Labor Market 2018, Third Quarter. General Authority for Statistics.

[https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/labour\\_market\\_3q\\_2018\\_0.pdf](https://www.stats.gov.sa/sites/default/files/labour_market_3q_2018_0.pdf) (最終閲覧日 : 2019年2月26日)

The World Bank “Labor Force Participation Rate, Female (% of Female Population Ages 15+)(modeled ILO estimate)”

<https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.CACT.FE.ZS> (最終閲覧日 : 2019年2月26日)

The World Bank “Fertility Rate, Total (birth per women”

<https://data.worldbank.org/indicator/sp.dyn.tfrt.in> (最終閲覧日 : 2019年2月26日)