

C・A・O・ファン・

ニューウェンハイゼ編

『地中海沿岸の市場構造』

C. A. O. van Nieuwenhijze ed., *Markets and Marketing as Factors of Development in the Mediterranean Basin*, The Hague, Mouton & Co., 1963, 153p.

I

本書は1962年12月1日から4日までカイロにおいて開催された「地中海地域社会科学調査会」(Mediterranean Social Sciences Research Council) 第2回会議に提出された市場についての八つの論文を収録したものである。すなわち、1. A Survey of Markets and Marketing Procedures in the Mediterranean Basin by C. Kapferer, 2. Prospects for Expansion of Mediterranean Trade in Perishable Products by S. Naggar, 3. Markets and Marketing; Objects of Social Sciences Research by E. de Vries, 4. The Modern Merchant in the Middle East by Yusuf A. Sayigh, 5. Le Marchand Méditerranéen à travers les Âges par M. Rodinson, 6. Organization of Markets and Marketing Procedures in Land Reform and Development Programs by H. J. Louwes, 7. Le Mouvement Coopératif du point de vue Socio-Administratif par S. Agapitidis et D. Panos, 8. The Cooperative Movement in the U. A. R. by A. Zaki, el-Imam, の8篇から成立している。この論文集は市場および流通機構を共通の方法論によって分析する共同研究の方式をとっているのではなくて、各個人の市場に関する問題意識にしたがって、個別的に問題をとりあげている。したがって魅力的な題名にもかかわらず、本書全体を通じて一貫して流れる鋭角的な問題意識は特になく、いい。また本書は最後の一篇を除いて「地中海」沿岸地域を一つの単位にしているため、マクロ的になりすぎ、全体の論調がやや常識的であり、資料の制約があるとはいえ、きめのこまかいミクロ的な実証分析とはなっていない。しかしながら、歴史的な側面から考察するならば、ベルギーの歴史家 Henri Pirenne が「商業の復活」(renaissance du commerce) なる明快な着想をもって (*The Economic and Social History of Medieval Europe*, 1936 および *Mahomet et Charle-*

magne, 1937) イスラムの侵入による古典古代的地中海商業圏の没落後の中世世界を解明し、商業の復活による中世都市の成立の背景を深く論究して以来、地中海商業を研究した学問的な研究書が見当たらないことから、本書の出現はそれなりの意味をもっているといえよう。まして現代において、地中海世界は先進国フランスとイタリアの両国は別として、久しく後進地域の地位に甘んじており、世界貿易においても重要な位置をしめておらず、これまで研究の視野から除外されていたわけである。このようなときにあたって先進国側の学者と後進国側の研究者とが協力して地中海の市場構造を検討することはまったく先駆的な意味をもつものである。本書の構成は大きく分けて三つの部分から成立している。まず第1章から第3章にかけては地中海沿岸地域における市場の一般的特色、構造的性格の検討に当てられ、第4章と第5章にわたって、商業のトレーダーの社会的・経済的特性を現在と過去の両時点においてとらえ、さらに第6章から第8章までは商業組織、特に協同組合のさまざまな機能の論及を行なっている。最後にこの会議においてかわされた討議において鮮明になった問題点を D. G. Tsoussis が要約してこの論文集を閉じている。

この中から、評者は地中海沿岸地域の市場および流通過程の型、市場発展の諸相を調査したものとして C. Kapferer、野菜・果実類貿易の重要性を強調した S. Naggar、中近東における商人の諸性格を浮彫りにした Yusuf, A. Sayigh、農地改革および開発計画と流通機構との関係を論考した H. J. Louwes、アラブ連合における協同組合をとりあつかった A. Zaki el-Imam の諸学者の5篇をとりあげることにした。

II

C. Kapferer は A Survey of Markets and Marketing Procedures in the Mediterranean Basin において、市場および流通過程の型、市場発展の諸相を検討している。かれは貿易構造および国内商業構造を考察する前提として地理的、社会的、政治的、経済的な幾多の事実をとりあげ、地中海沿岸地域における共通要因と、非共通要因を指摘し、貿易構造の総合的理解に資するようにしている。

この地域の貿易構造について、かれは六つの点を指摘している。

(1) 貿易収支の悪化。恒常的入超。貿易収支の赤字は (i) 観光 (スペイン、イタリア、ギリシャ、エジプト、レ

パノン、フランス、トルコ)、(b)海外送金(イタリア、ギリシャ、イスラエル、レバノン、シリア)、(c)石油パイプライン通過料(レバノン、シリア、イスラエル)、(d)運河通行料(エジプト)、(e)海運所得(ギリシャ)、(f)外資導入(イタリア、ギリシャ、イスラエル)、(g)IMFや世銀等からの借款(アルジェリア、イスラエル、イタリア、リビア、ユーゴ、シリア、トルコ、エジプト)によって相殺しているが、事実上、赤字は解消されていない。

(2) 貿易条件。農産物の過剰生産および代替品の発達により貿易条件は悪化しているとはいえ、(i)地中海地域の原料産品は世界市場の価格低下傾向の影響をうけない(この点に関してのかれの説明は曖昧である。後進国側の S. Naggar はこの点全然反対である)。(ii)地中海沿岸地域は地理的に有利である。

(3) 消費国における貿易状況。この地域の輸出品は主として非必需品(non-essentials)であるため不利であるとしつつも、西欧の工業生産が1962年初頭以来年5%の割合で上昇しつつあり、民間消費が伸び、貿易状況に明るい展望を提供している。

(4) 東側諸国との貿易。東側諸国への農産物輸出はきわめて魅力的だがいくつかの障害がある。(i)契約の一方的破棄の危険性、(ii)東側へ輸出された原料が加工されて西側へ再輸出され、自国製品と競合する(たとえばエジプトおよびギリシャの綿花)危険性について指摘している。

(5) 輸出依存度。ここにおいてこれらの地域の輸入依存度の大きさを強調しこれに対する農産物輸出の重要性を説いているが、輸出依存度の学問的検討は全然なされていない。

(6) 輸出品の多様性。西欧の需要に応じて、供給国は俊敏に供給品目を変化させなければいけないし、また改善された栽培方法を採用しなければならない、とのべている(しかし多分に思いつきの指摘が多く、論旨が一貫していない場合が多い。たとえば(2)項の地理的有利性も西欧に近いという距離的な有利性ではなく、天候の安定性をといている点等はどうも納得できない)。

さらに国内商業構造についてふれたのち、輸出促進の手段として、市場調査と消費国における宣伝の必要性をといている。

著者 C. Kapferer は現在ハンブルグの世界経済研究所(Hamburgisches Welt-Wirtschafts-Archiv)の所長の要職にあり、著書に *Außenhandelsförderung als*

wirtschaftspolitische Aufgabe (1950), *Market Research Methods in Europe* (1958), *Marktforschung in Europa* (前著の改訂ドイツ語版。1963)、共著に *Exportbetriebslehre* (Dr. J. E. Schwenzner と共著。1935) がある。

III

S. Naggar の *Prospects for Expansion of Mediterranean Trade in Perishable Products* は8篇の論文中最も論旨が鮮明である。地中海沿岸諸国は経済的に先進国(イタリアとフランス)と後進国に分けられ(ユーゴとスペインは中進国としている)、これら後進国の経済発展には輸出の拡大が不可欠である。そして貿易の三つの道としてつぎの点を指摘している。(1)原料輸出の拡大。(i)リビアおよびアルジェリア(潜在的石油資源国)。資金さえあれば、潜在輸出市場拡大可能。(ii)エジプト、キプロス、シリア、モロッコ、チュニス、トルコは綿花、銅、燐、タバコの輸出が飽和点に達し、貿易条件の悪化が著しい。(2)工業製品の輸出。エジプトとトルコはほぼ30年前から工業化の道を歩んでいるものの、輸出拡大産業というより、輸入代替産業的性格を有している。(3)したがって(1)と(2)において行きつまった点を(3)の点で打開しようと試みたものである。それは果実および野菜(S. Naggar の用語に従うと Perishable Products)の輸出であり、以下この問題に対する可能性とその限界を検討したものである。まず地中海沿岸地域の輸出および生産パターンの硬直性をとりあげ、モノカルチャ的輸出依存度を指摘し(エジプトは綿花が全輸出額の70%、1939年70%、1950年80.5%、1960年68.5%)、と同時にその原因である土地利用の硬直性にまで論理を推し進めている。

すなわち1945年において、綿花、小麦、トウモロコシ、その他の穀物による土地利用度は全農地の94.6%をしめ、野菜および果実の土地利用度は5.4%にすぎない。1950年、1955年、1958年において、前者はそれぞれ94.3%、94.4%、93.1%であり、後者は5.7%、5.6%、6.9%である。

それを打開するための野菜・果実輸出に対する需要側と供給側の条件について逐次考察している。需要国の側面について、イタリア、オランダ両国は果実・野菜の輸出国であり、イギリス・ドイツ両国はその輸入国である。1958年の『国連貿易統計年鑑』によると、西欧全体で19億4300万ドルにのぼる果実・野菜を輸入している。なか

でもイギリスは6億3560万ドル、西ドイツは5億5730万ドル、フランスですら3億8580万ドルにのぼる果実、野菜を輸入している。しかも果実・野菜の潜在需要は単純に現在の消費水準では定まらず、(1)需要の所得および価格弾力性(果実は野菜より高く、この両者は畜産物より高い)、および(2)弾力性の階層別差異(中産階級が最高)、(3)人口成長率、などの諸点によって規定される。野菜・果実のヨーロッパ諸国における弾力性はほぼ1に近い。したがって1953~60年にわたってヨーロッパの国民所得は年間5%近い上昇率を示しており、もし将来もこの率が維持されると仮定すると、果実・野菜の需要の伸びは年間5%の増加が見込まれる。しかしこのような肯定的側面と同時に、西欧における農業保護政策の壁の厚さという否定的側面が論ぜられている。また共同市場による保護関税策により、イタリー、オランダ両国が利益をうけるが、著者は地中海沿岸地域の関税差別待遇の廃止を提案している。他方供給側について著者は、土地の細分化、資本の欠如という不利な2点と果実・野菜栽培の労働集約的性格および低賃金という有利な点を指摘している。

そしてスペインのドイツに対するオレンジ輸出の例をとりあげ、直接生産者の収入は全費用のわずか19.4%であり、残り80.6%は中間費用である(スペインの荷造業者12.4%、ドイツ輸入業者17.6%、大問屋1.8%、卸売業者7.6%、小売業者41.2%)。ここに地中海沿岸諸国の直面する交易条件の不利性がある。その交易条件の不利性に、(1)標準化、(2)包装技術、(3)冷蔵設備、(4)十分な輸送設備、の4点における欠陥をあげ、これらの欠陥が克服されれば、今日の可能性は明日の現実となりうるとむすんでいる。

ちなみに S. Naggar は現在カイロ大学経済学部教授で、国民経済計画研究所(Institute of National Planning)の理事を勤めている。著書に *Industrialization and Income with Special Reference to Egypt* (1952) がある。

IV

Yusif A. Sayigh の *The Modern Merchant in the Middle East* は地中海沿岸地域における商業階級の単純な性格規定を不可能に近いとしつつも、いくつかの社会的・経済的性格を分析することを試みている。今日中東において工業は商業の地位を奪い、アレキサンドリアもイスタンブールも貿易都市としての地位が低下し、工業

家は商人より優位に立ち、最も繁栄している貿易立国レバノンにおいても同様の現象が見られる。中東における商人像は著者によると、魅力のない (deglamourized) ものであり、非近代的性格が濃いとして、著者自身の調査にしたがってその特徴を指摘している。(1)商人階級の学歴は地主階級の学歴より高いとはいえ、銀行家、工業家よりも低い。(2)商業と血縁との関連密接。その他、(i)長期的固定投資の嫌悪、(ii)移動選好、(iii)経験にたよる計算性、を中東商人の性格とし、(iv)および(v)に関しては政治的不安定、課税、貨幣価値の変動をとりあげ、やや弁護的な口吻であるが、(vi)に関しては近代的な合理的経営(コンサルタントの必要性)と矛盾しているとしている。そして Arthur Cole の企業家精神の三つの発展段階説……(1)経験的企業家精神→(2)合理的企業家精神→(3)理論的企業家精神……を引用しながら中東の企業家精神は(1)から(2)への過渡期にあると論じている。

さらに中東において、商人になる最大誘因は利潤追求の精神であって、いわゆるビジネスマンの業績、権力、名声、地位、革新への衝動、勢力拡張欲等の動機はあまり混在していない。そして自分の主著である *Entrepreneurs of Lebanon* における調査結果によって実証している。これらの商人像が社会的・経済的發展によって、どのように変容したか、その変容がゆるやかであると指摘しつつも、筆者は変容の3段階をとりあげている。(1)第1段階、輸入業者、新製品の輸入→消費パターンの変化。(2)第2段階、輸入業者→製造業者への転換(少なくとも部分的に)、低級技術による工業化、輸入代替的性格。(3)第3段階、製造業者→輸出業者。(1)→(3)において製品(高級技術を必要とするものではない)の輸入から輸出への逆転が起こるとし、輸入業者→製造業者→輸出業者というサイクルを描き、このサイクルは中東商人像の性格を知る手がかりとなるとしている。

Yusif A. Sayigh は Beirut アメリカ大学の経済研究所(Economic Research Institute)のスタッフであり、主著に *Entrepreneurs of Lebanon: the role of the business leader in a developing economy* (Harvard Univ. Press, 1962) がある。

V

H. J. Louwes の *Organization of Markets and Marketing Procedures in Land Reform and Development Programs* は農地改革や開発計画と市場構造との関連を考察したものである。かれの採用している農地改

革の概念は狭義なものではなく、広義なものである。したがって土地の再分配のみを農地改革とするのではなく土地開墾、灌漑、新開地移民をも含めているわけである。農業における低生産性→低所得の悪循環を断ちきる方法として、かれは市場の問題をとり入れ、いかに農業生産へインセンティブを与えるかをとりあげ、(1)農産物価格の安定、(2)十分な市場設備、(3)満足のできる土地所有制度が必要であるとしている。このような市場の問題を農地改革や開発計画の中に導入して、アラブ連合においては、地主が従来実施してきた機能を協同組合が行っていることに注目している。たとえば、農作物の組織的栽培、土地の有効利用、信用供与、農業必需品の購入、農作物の貯蔵と輸出等である。一方スーダンの重要な開発計画であるゲジラ計画(Gezira scheme)には、やはり市場の問題が重視されている。このような市場の重要性が浮かびあがってくるにつれ、市場調査の確立と市場設備および貯蔵設備の設置を要望している。そしてこれらの地域の経済発展に寄与するのは依然として農産物であり、農業技術の研修や農産物市場調査の重要性を訴えている。

Hendrik J. Louwes は 1958 年以来 FAO の近東地域市場顧問である。著書に *The Use of the Revolving Capital Fund by Cooperatives* (FAO, Rome, 1951), *Wholesale Markets for Food and Agricultural Products* (FAO, Rome, 1958), *Livestock and Meat Marketing in the Near East and in North East Africa* (FAO, Rome, 1960) がある。

VI

A. Zaki el-lmam の Cooperative Movement in the U. A. R. はアラブ連合における協同組合運動の一般的紹介である。したがってきわ立った立論がないかわりに、入門者にとっては手ぎわのよい紹介となっており、便利なものといつてよい。著者はこの序論において、協同組合運動の歴史的回顧を行ない、1908 年における Omar Lutfy の協同組合運動から、1962年の国民憲章における協同組合計画にいたる歩みを跡づけている。協同組合活動の位置と傾向について、(1)協同組合立法、(2)行政・管理、(3)新政府の政策、(4)国民憲章における協同組合、(5)現実に機能を果たしている協同組合の種類、の 5 項目にわたってとりあげている。しかしわれわれが一番注目してよいのは次章における協同組合の果たしている各機能であろう。

(1) 農業協同組合および信用貸付に関しては、農業協同組合信用銀行 (Agricultural Credit and Cooperative Bank) が直接組合員に肥料、種子、殺虫剤を供給したり、信用供与による機械や家畜の購入促進の機能を果たしている。これらの信用貸付は1962年の共和国令により無利子である。なお零細企業および手工業にも、工業協同組合を通じて、さまざまな便宜がはかられているようである。

(2) 他方協同組合の分配面における機能について、市場調査、消費者への供給、協同組合の相互関係について簡単にふれている。

したがって(1)において、農業協同組合信用銀行による以外の、農業協同組合自身の活動はきわめてわずかにしかふれられておらず、(2)において集荷および出荷機構についての記述に乏しくもの足りない面が多い。

なお A. Zaki el-lmam は理論面の研鑽と実践面の長いキャリアをもつ協同組合に関する権威である。1958年から1961年にかけてかれは農業協同組合信用銀行の常任理事を歴任している。

消費者協同組合および農業協同組合について 2 巻の著述がある。

結局この論文集はどこまでも先駆的な業績としての位置を誇っているものとはいえ、また壮大な意図にもかかわらず、ほとんど全部の論文が中途半端な性格しかもっており、地中海の市場構造について読者に十分納得させる事実の探求と、理論的な分析を提供していないままに終わってしまっているものといえよう。

(調査研究部中東調査室 鈴木弘明)