

第7章

独立期ガーナのココア流通 - マーケティングボードの政治経済学 -

高根務

はじめに

19世紀後半に植民地ゴールドコースト(現ガーナ)で開始されたココア(カカオ豆)の生産・輸出は、植民地期から現代に至るまで国の主要な輸出収入源および税収源として国家経済を支える柱となってきた。そしてこの国家経済における重要性を背景に、植民地政府および独立政府は、ココアの買い付け・輸出に関してさまざまな介入をおこなってきた。そのようなココア流通に対する政府介入において中心的な役割を果たしてきたのが、第2次大戦の勃発を契機に生まれたマーケティングボードである。政府が国内の買い上げ価格を決定し、同時に国内流通と輸出に関しても統制をおこなうマーケティングボードを中心としたココア流通体制は、ガーナの政治経済史の展開の中で時代ごとに変化しつつも、現代に至るまで続いている。

本稿はガーナのココア流通において重要な役割を果たしてきたこのマーケティングボードに注目し、その設立の背景とガーナ独立期前後の政治経済状況の中でその役割を検討する。1947年に設立されたマーケティングボードは、独立運動の高揚や独立後の中央集権体制の確立といったガーナ国内の動きの中で、その役割を大きく変えていった。本稿ではマーケティングボード設立に大きな影響を与えた大戦勃発(39年)から、独立期ガーナのンクルマ政権時代(66年まで)を対象として、この間にマーケティングボードの役割がどのように変化していったのかに注目する。これによりこの時期のココア流通における制度変化の特徴を明らかにするとともに、宗主国からの独立というガ

ガーナの政治史の重要な転換がココア流通体制の変化とどのように関連しているのかを示す。これらの作業により、国の経済を支えるココア部門の制度が、ガーナ国内の政治的な動向と国内各層の既得権益の影響をどのように受けてきたのかを明らかにするのが本稿の目的である。

以下まず第1節では、政府による流通管理が導入されるきっかけとなった大戦の勃発からゴールドコーストにマーケティングボードが設立された1947年までを対象とし、マーケティングボードがどのような背景と目的で設立されたのかを明らかにする。次に第2節では、ナショナリズムが急速に高揚した40年代後半から独立期ガーナのシククルマ政権時代を対象とし、この時期の政治動向の中でマーケティングボードの役割がどのように変化していったのかを示す。最後にこの時期のココア流通制度の変化の特徴、および制度変化とガーナ政治経済史との関係をまとめて結論とする。

第1節：マーケティングボードの設立

1939年の第2次大戦の勃発からの約10年間は、ココア流通の歴史の上で重要な転換期であった。大戦の勃発にともない、それまで植民地ゴールドコーストで自由貿易の政策を貫いてきた宗主国のイギリス政府は、ココア流通に直接介入する政策転換をおこなった。ココアの国内買い付けおよび輸出に政府が直接介入するこの制度は、終戦後にはマーケティングボードの設立によってより強固なものとなり、この政府による流通介入はその後実に60年以上にわたって継続している。以下ではこのココア流通制度の転換の過程とその背景を明らかにする。

1 第2次大戦下の流通統制

第2次大戦勃発以前のゴールドコーストでは、ココアの買い付け・輸出に関する政府の規制はほとんどなかった。ココアの輸出は、ゴールドコースト

でヨーロッパ製品を輸入販売するヨーロッパの商社や、ヨーロッパにココア加工工場を持つ企業がおこなっていた。ココア輸出にたずさわっていた商社の代表的なものに、連合アフリカ会社(United Africa Company: UAC)がある。連合アフリカ会社は、1936/37 年度¹のゴールドコースト産ココアのうち 39%を輸出するとともに、ヨーロッパ製品の輸入も大規模におこなっていた。一方自国の加工工場のためにココアの輸出を専門におこなう企業には、イギリスにココア加工会社を有するカドゥベリー社(Cadbury Brothers Ltd.)などがあった。36/37 年度にはこの 2 社を含む 13 のヨーロッパ企業がゴールドコーストでココア輸出をおこなっており、全輸出量の 98%のシェアを占めていた(Colonial Office [1938])。

民間企業の活動を中心としたこのような自由貿易の構造は、1939 年の第 2 次大戦の勃発により大きく変化した。大戦勃発後の 39 年 11 月、イギリス政府はゴールドコースト産ココアを全て買い上げる決定をおこなった。この介入の背景には、イギリス政府およびココア輸出企業が持っていた以下のような意図があった。まずイギリス政府側には、植民地から敵対国への輸出を停止する意図に加えて、大戦によるココア買い付けの不活発化が原因で発生すると予想された植民地での政治的悪影響を回避する意図があった(Colonial Office [1944] (Kay 1972, 267-272 に再掲)、Bauer [1954, 199])。

一方、大戦勃発までココア流通を支配していた外国企業側には、大戦下でもココア流通からの利益を確保したい意図があった。大戦下の流通統制のもとでは、外国企業は植民地政府から許可を得たエージェント(Licensed Buying Agents: LBA)として国内買い付けと海上輸送をおこない、イギリス政府にココアを売却することとなった。そして各外国企業が買い付けることのできるココアの量は、1936-39 年の輸出実績に基づいてあらかじめ決められて各企業に割り当てるクォータ制が採用され、他企業の新たな参入は制限された。この新たなココア流通制度の内容について植民地省に原案を提出したのは、連合アフリカ会社やカドゥベリー社がメンバーとなっている西アフリカ貿易商協会(Association of West African Merchants)であった。導入されたクォータ制

のもとでは、各企業に割り当てた買い付け量を超えて買い付けがおこなわれた場合は企業間で調整がおこなわれた。この制度は、37年にココア輸出企業が締結した買い付け協定の内容を踏襲するものであった。この買い付け協定はココアの買い付け価格と買い付け量を輸出企業間であらかじめ決めて競争を避けようとするカルテルで、協定に反対した国内の生産者や商人がココア不売運動を展開したため38年4月に公的には停止されたことになっていた。しかし実際には、協定停止後も協定の内容に沿った買い付けを継続していくことが企業間で内密に合意されていた。大戦勃発を受けて39年にイギリス政府がクォータ制を採用して買い付け量を各企業に割り当てたことは、実際には内密に継続していた買い付け協定の内容が公的政策として採用されたことを意味する。これにより、ココア買い付けをおこなうヨーロッパ企業は、他社との競争や新規参入企業の買い付けを制限して一定の利益を確保することが可能になったのである。また国内買い付けの許可を得た企業は、ヨーロッパ企業からなる"A buyers"とアフリカ人などからなる"B buyers"に分類され、"A buyers"には全体の88.2%のココア買い付けの割り当てが与えられた。これらヨーロッパ企業に有利な制度は、国内の商人層から反発を買う結果となった(Bauer [1954, 249-258], Bourret [1960, 150], Young et al., [1981, 180], Milburn [1977, 33])。

大戦勃発に対応したイギリス政府による実際のココア買い上げは、1939年12月から開始された²。当初はイギリス食糧省(Ministry of Food)が買い上げを担当していたが、40年8月からは植民地省(Colonial Office)に設けられた西アフリカココア統制ボード(West African Cocoa Control Board)が買い上げをおこなった³。ゴールドコースト国内では農業省がココア流通を統制し、政府認定の買い付け所が設置されてそこでのココアの買い付け価格は固定された(Amoah [1998, 27], La Anyane [1963, 172], Colonial Office [1944] (Kay 1972, 267-272 に再掲))。国内買い付けを担っていた外国企業は当初は海上輸送も担っていたが、42年からは西アフリカ生産物統制ボード(West African Produce Control Board⁴)が海上輸送を担うこととなったため、外国企業は国内買い付け

のみをおこなう LBA となった。他方、買い付け量を各企業に割り当てるクォータ制は、後述するマーケティングボードが設立された 47 年まで続いた (Bauer [1954, 249-258])。

2 マーケティングボードの設立

1944 年にイギリス政府が発表したココアに関する白書は、大戦期の政府によるココア買い付けを継続すること、ココアの国際価格の短期的変動から生産者を保護するために生産者価格を買い付け期ごとに設定すること、これらの機能を担ってココア輸出をおこなう組織を植民地政府が設立することを提言した(Colonial Office [1944] (Kay 1972, 267-272 に再掲))。ゴールドコーストの住民代表は、政府によるココア買い付けの継続を提言するこの白書には輸出企業の意図が反映されているとして、ロンドンに使節を派遣してこの提言に反対した (Wickizer [1951, 352], de Graft-Johnson [1958, 104])。その後 1946 年にイギリス政府は再び白書を発表し、西アフリカの多くのココア生産者が負債を抱えている状況の原因は国際価格の変動にあり、これを解決するためには西アフリカのそれぞれの植民地政府がマーケティングボードを設置して輸出と国内買い付けを統制する必要があるとした。またココア輸出からの収益は、価格変動に備えたバッファーとして利用するほか、ココアに関する研究や病害対策などココア生産者の利益のために使用するべきとされた。さらに白書は、マーケティングボードの目的は生産者の利益を代表する機関となることにあると強調していた(Colonial Office [1946])。しかし後述するように、このような設立当初の理念は後の植民地政府および独立政府には受け継がれず、マーケティングボードは次第に農民の利益ではなく政府の利益を代表する機関へと変貌していく。

上記白書に基づいて 1947 年にゴールドコーストココアマーケティングボード(Gold Coast Cocoa Marketing Board)が設立された。ボード設立を定めた法令(*Gold Coast Cocoa Marketing Ordinance (1947)*: Bauer [1954, 280-281]に再掲)

によれば、マーケティングボードの目的は生産者に利益をもたらすような買い付け・格付け・輸出・販売の体制を確保することであった。その主な役割は、生産者価格の設定、全てのゴールドコースト産ココアの買い付け、国内買い付け企業(LBA)の許認可、である。マーケティングボードの設立により、ココアの国内買い付けと輸出を担ってきた外国企業は、ボードから許可を得て国内買い付けのみを担う LBA となった。また LBA としての許可は外国企業に対してだけでなく、国内の協同組合や商人等にも与えられた。また事実上外国企業とアフリカ人企業を差別していた "A Buyers" と "B Buyers" の区別と、それにもとづいて買い付け量をあらかじめ各企業に割り当てるクォータ制は廃止された。

マーケティングボードの設立に伴う新制度のもとでは、各 LBA はボードが設定した価格でココアを買い付け、袋詰めして輸出港または内陸集積所まで輸送する。その後ボードは輸送されたココアの重量に応じて LBA にコミッションを支払う。輸出に関してはロンドンに設置されたボードの子会社、ココア流通会社(Cocoa Marketing Company)が海外の買い手と契約をおこないマーケティングボードが輸出する⁵。したがって新制度の下では、ココアの国内買い付けのみならず輸出に関してもボードが統制することとなった。

政府が生産者価格を設定し政府の管理のもとに国内産ココアを輸出するというこの流通体制は、その後 2000 年まで実に約 60 年にわたって続いた。それまでの政府非介入の流通体制から 180 度転換して政府が中心的役割を果たすこの新たな流通制度は、第 2 次大戦の勃発という外的要因を契機に開始された。そしてこの流通制度を最初に後押したのは、ココア買い付けにおける競争を制限して自社の利益を確保したい外国企業の働きかけであった。しかしその後この新体制は、外国企業の利益確保という当初の意図を超えた形で発展した。政府による流通統制は大戦終結後にはマーケティングボードの設立に結びつき、既存の買い付け企業の利益を優先するクォータ制が廃止されるとともに、外国企業を優遇する "A Buyers" と "B Buyers" の区別も消滅した。そしてこのマーケティングボードの設立は、次節で見るようにその後の国家

によるココア流通独占の体制に発展していき、結果として輸出企業のココア流通からの排斥に結びついていった。

第2節：会議人民党によるココア流通の支配⁶

上記のように 1940 年代後半は、流通制度への国家介入の端緒となったマーケティングボードが設立されたという意味で、ガーナのココア流通史における大きな転換点であった。一方この時期はガーナ政治史においてもまた重要な転機であり、この時代の政治動向が後のココア流通の構造に大きな影響を与えることになった。その大きな政治的な動きとは、植民地政府や外国企業に対する不満を背景に急速に高まった独立に向けたナショナリズム運動と、独立という目標を掲げたンクルマを党首とする会議人民党(Convention Peoples' Party: CPP)の影響力の拡大である。本節ではまず、ゴールドコーストにおけるナショナリズムの拡大とンクルマ政権誕生の過程を概観する。そして独立期前後のンクルマ政権が、会議人民党の影響力拡大のためにココア流通制度を政治的に利用し、また開発政策のための財源としてココア部門を利用した過程の中で、マーケティングボードを中心とした流通制度がどのように変化していったのかを明らかにする。

1 ナショナリズムの高揚

1947 年に設立されたマーケティングボードの目的のひとつは、生産者の利益になるような価格を政府が設定することであった。しかし実際には生産者価格は当初から低いレベルに設定され、その結果得られた利益によりボードが備蓄する資金は年々増加していった。ボードは価格安定のために必要な備蓄額を 48 年 1 月の段階で 1600 万ポンド⁷としていたが、49 年には備蓄額が 3600 万ポンドに達していたにもかかわらず、生産者価格を約 30%引き下げた(Bauer 1954, 324-5)。この引き下げ直前の 47 年から 48 年には、植民地政府が

病害の拡大を防ぐために病気のココア樹を農民の意志に関係なく強制的に伐採する対策を開始し、これに反対する農民の活動が農村部で活発化した⁸ (Colonial Office [1948, 48-51], Gold Coast [1949, 35-38], Austin [1964, 59-66])。さらにこの時期と同じ 48 年 1 月、輸入品の高騰に抗議して大規模な輸入品不買運動が伝統的首長たちの呼びかけに応じて拡大し、加えて主要都市で暴動⁹が発生するなどゴールドコースト全体で反政府・反ヨーロッパ企業の機運が高まっていった。LBA としてココアの国内買い付けをおこなっていたヨーロッパ企業は、その多くが輸入品の流通販売もおこなう商社であり、輸入量に関しては西アフリカ貿易商協会が輸入割当制をしいていた¹⁰ (Colonial Office [1948, 34-48])。そのため、低いココアの生産者価格と輸入生活必需品の高騰の両方の責任が、ヨーロッパ企業の活動とそれを支える植民地政府にあると見なされたのである。マーケティングボードにより低く設定されたココアの生産者価格、ココア樹の強制伐採、輸入品の高騰などの諸要因が重なり、この時期のゴールドコーストでは植民地政府に対する不信感が大きく高まった (Boahen [1975, 156-163], Bourret [1960, 168])。

国内での不満の高まりを背景に、この時期に政党結成の動きが植民地内で活発化した。1947 年 8 月、独立政府の実現を目的としてゴールドコースト初の政党「連合ゴールドコースト会議 (United Gold Coast Convention: UGCC)」が設立された。同年 12 月、後に国家元首となるンクルマが 12 年ぶりに帰国して UGCC の事務局長 (general secretary) となり、積極的に独立運動を展開した。イギリス政府は 48 年にゴールドコーストでの騒乱の背景を調査する調査団を派遣し、この調査団の提言 (Colonial Office [1948]) に従って 1951 年にはガーナ人主体の立法議会 (legislative assembly) と行政委員会 (executive council) を設置する新憲法が制定され、これに基づく議会選挙が同年に行われた。ンクルマは UGCC から離脱し独自に会議人民党¹¹を結成してこの選挙で勝利し、後に首相に就任した。

1951 年の総選挙で勝利した会議人民党とその党首ンクルマはガーナを独立 (57 年) に導き¹²、66 年にクーデターで倒されるまで政権の座につき続け

た。ンクルマはガーナを植民地支配から政治的に独立させることのみならず、独自の「社会主義」思想に基づいてガーナ経済を植民地時代の構造から脱却させることを目指していた。そしてその具体的な方策として、国家が立案する計画経済によって近代化・工業化を達成し、同時に国民の生活向上を平等な形で実現することを目標にあげた。ンクルマのこれらの開発思想は、政府主導の大規模な投資（いわゆる"Big Bush"）によって急速な工業化・近代化を図り、これによって先進国に依存した経済構造を変革しようとするものであった。

社会主義・民族主義・工業化重視といったンクルマ政権のイデオロギーは、この時期のココア部門への政策に重要な影響を与えた。社会主義的志向を強めていったンクルマ政権にとって、国家による経済介入はいわば当然の道筋であり、ガーナ経済の最重要部門であるココア部門についても後述のような国家管理を次第に強めていった。さらに、工業化によって近代化を急速に進めるという開発思想を中心に据えていたンクルマにとって、経済開発における農業部門の優先順位は低く、農業部門からの収奪によって近代化・工業化を進める戦略が採られた。これらンクルマ政権のイデオロギーが、同政権下での国家中心的な開発政策とココア流通部門の国家独占に結びついていった(Killick [1978, 38-46], Beckman [1976, 106])。

2 国家によるココア流通支配

1951年の選挙で政権党となった会議人民党は、ココア流通制度を党の影響力拡大のために政治的に利用した。まず52年にはマーケティングボードの子会社としてココア購買会社(Cocoa Purchasing Company: CPC)が設立され、他のLBAとともに国内のココア買い付けを開始した。当時のマーケティングボードおよびCPCのトップはほとんど会議人民党の主要メンバーが務めており、生産者を代表する人物は含まれていなかった¹³(Rimmer [1992, 47], Wehner [1963, 97], Arhin [1985, 42])。他方で会議人民党の傘下に入ることを拒否した

農民組合のガーナ生産者連合(Ghana Producers' Association)にはマーケティングボードが LBA の認可を与えないなど、国内流通の面で会議人民党の統制を強めた(Beckman [1976, 58])。

1953 年にはマーケティングボードと CPC の資金援助により、会議人民党の農村組織として連合ガーナ農民会議(United Ghana Farmers' Council: UGFC)が組織された。UGFC は CPC がおこなう農民向け資金貸付の窓口となり、UGFC に加入した(すなわち会議人民党の黨員となった)農民にのみ資金の貸付がおこなわれるとともに、56 年の選挙時にはこの資金貸付が会議人民党の選挙運動のために利用された。会議人民党はこの資金貸付により、農村での党の影響力拡大とココア買い付けにおける CPC のシェア拡大をはかったのである。また村落レベルでココアの買い付けや資金貸付を監督する「7 人委員会(Seven-men Committee)」が各村に組織され、そのメンバーには会議人民党の支持者が採用された(Beckman [1976])。

CPC による政治的な活動が明らかになってきた 1956 年、ゴールドコースト総督は CPC の活動内容を調査するための独立した委員会¹⁴を組織して調査を命じた。この委員会の報告書は、CPC による資金貸付が会議人民党への入党強制や票集めなどの形で政治的に利用されていると指摘したが(Gold Coast [1956a, para.74, para.94-100, para.175-177])、ンクルマを首相とする当時のゴールドコースト政府はこの事実を否定した(Gold Coast [1956b])。この委員会報告が提出されたのは、総選挙で会議人民党が圧勝してイギリス植民地省がゴールドコーストの独立を約束し、独立の具体的な日程が検討されていた時期でもあった。イギリス植民地省の中にはこの委員会報告の中で指摘された事実を問題視して、ンクルマ政権に疑義を提示する意見もあった。しかし委員会報告が提言した CPC の廃止と CPC に代わる新たな政府買い付け組織の設立をンクルマ自身が約束し¹⁵、委員会報告の内容とそれに対する政府の対応の方針を公刊(Gold Coast [1956b])したため、CPC の問題はそれ以上ゴールドコーストの独立の過程に影響を与えることはなかった¹⁶。

ガーナが独立を果たした 1957 年に CPC が解体されたのにもない、CPC

がおこなってきたココアの国内買い付けは UGFC に委譲され、UGFC 傘下に設立されたガーナ農民流通組合(Ghana Farmers' Marketing Co-operative Ltd.)が LBA としてココアの買い付けを開始した。さらに同年 UGFC は唯一の政府公認農民組織として認められ、独立後に会議人民党が進めたココア流通の独占に重要な役割を果たしていった(Amoah, [1998, 33], Stryker [1990, 41], Beckman [1976], Arhin [1985])。

唯一の政府公認農民組織としての地位を確立した UGFC は、その後会議人民党との連携のもとにココア部門での影響力を拡大していく。表 1 に見るように、1950 年代のココアの国内買い付けでは外国企業が大きなシェアを占めていた。これに対し UGFC は 59 年、ココア買い付けからこれら外国企業を排斥する運動を開始した。この時期すでにココア以外の分野に経済活動の重点を移していた連合アフリカ会社は 59 年にいち早くココア買い付けから撤退し、その後 60 年にも 2 社が撤退した。他方で新規に LBA として認可される企業数は制限され、特に反政府組織との関係を持つ企業への認可は拒否された。翌 61 年には UGFC はその名称を UGFCC(United Ghana Farmers' Cooperative Council)に変更し、61/62 年度からは国内のココア買い付けの独占権を与えられた。これにより UGFCC は、全国約 1400 の買い付け所で独占的なココア買い付けをおこなうこととなった(Killick [1966, 249])。過去にココアの買い付けをおこなってきた外国企業や協同組合¹⁷の資産は UGFCC が引き継ぎ、雇用されていた主要スタッフも UGFCC に吸収され、国内のココア買い付けは会議人民党の傘下にある UGFCC の下級職員の管理下に置かれた(Republic of Ghana [1966, 3-5, 31])。UGFCC に政府が認定する唯一の農民組織としての地位とココア買い付けの独占権を付与し、そこに中央からの権力ネットワークを浸透させることによって、会議人民党はココア部門の国家独占と農村地域への党の影響力の拡大を図っていったのである¹⁸(Mikell [1989, 176-179], Kraus [1986, 131], Rimmer [1992, 78], Chazan [1983, 156], Beckman [1976, 78-107])。

2 国家財源としてのココア

ンクルマ政権はマーケティングボードの支配とココア流通の独占を進める一方で、ココアからの税収を国家開発の資金源とする政策を進めていった。まず 1951 年 5 月には制令により、生産者価格の決定、マーケティングボードの人事、ボードの利潤の使途決定に関して政府の権限を強化した (Firmin-Sellers [1996, 116])。『ココアは国に帰属し、全ての人に影響を与える。したがってわれわれはココア農民だけではなく国民全般のことを考えなくてはならない。(中略)ココアの資金を開発とサービスの提供のために使うことによって、国全体の生活レベルの向上を早期に達成することができる (Nkrumah [1960, 179]、引用者訳)』。ンクルマ自身のこの考え方に従い、ココア輸出税は 51 年と 54 年の 2 度にわたって引き上げられ、54 年にはココア国際価格が一定レベル以上に上昇した場合はその上昇分が政府歳入となる制度が採用された¹⁹ (Colonial Office [1956, 35])。その結果ココアの国際価格に占める輸出税の割合は増大したが、この増大によりマーケティングボードの利潤の割合はこの時期減少した (表 2)。同じく 1954 年、政府は輸出税の引き上げと同時に、ココア生産者価格を 4 年間にわたって据え置く方針を発表した。この据え置きは当時ココア生産の中心地であったアシャンティ (Ashanti) で反発を買い、反政府組織の国民解放運動 (National Liberation Movement: NLM²⁰) が設立される引き金となった (Austin [1964, 253-281], Boahen [1975, 183-187])。政府は国内での反発を受けて価格据え置きの方針を変更し、55/56 年度の生産者価格を 11% 引き上げる決定をおこなった。当時のココアの国際価格は低下していたため (図 1) この引き上げにより 55/56-56/57 年度の国際価格に占める生産者価格の割合が 6 割を超えた (表 2)。

1957 年のガーナ独立後、会議人民党政府は 57/58 年度に 11% の生産者価格引き下げをおこない、さらに 59/60 年度からはココア生産者価格の 17% を第二次開発計画²¹への「寄付 (voluntary contribution)」として強制的に徴収した。また 59 年にマーケティングボードは、政府への 2500 万ポンドの融資をおこ

なう決定をした。ついで 61/62 年度からは、生産者価格の 10%相当額の債権をココア生産者に強制的に購入させる政策をとり、63/64 年度からはこれが同額の所得税となって政府に徴収されることになった。さらに 65/66 年度には、ココアの国際価格の下落と政府財政の悪化を背景に、26%の生産者価格の引き下げが行われ、同時に農業投入財への補助金も中止された。当時の財政相は、「開発プログラムを財政的に支援するため、農民は[ココア収入の一部を]自発的に納める決定をし、これによって党と政府に対する支援と信頼を再び表明した²²」と述べたが、実際にこれらの課税に「農民を代表して」合意したのは UGFCC であった²³。同時に 65 年には、マーケティングボードの利潤が全て政府歳入になる法律が施行された。これらの生産者価格の引き下げの結果、図 2 に見るようにココアの実質生産者価格は 57 年の独立以降 65/66 年度まで低下を続けた²⁴。国際価格の短期変動から生産者を保護するとともに、ココア部門の発展とココア生産者の利益のためにボードの利潤を使用するというマーケティングボード設立当初の理念は薄れ、ボードの利潤と生産者の利益を犠牲にしても税収入の増大を優先する政府の傾向がこの時期明白になっていった(Rimmer [1992]、Stryker [1991]、Beckman [1976])。

おわりに

当初は自由貿易・政府非介入の原則のもとでおこなわれていた植民地ワールドコーストのココア流通は、第 2 次世界大戦の勃発とともに政府による管理・統制の道を歩みはじめた。そして政府による流通管理で中心的な役割を果たしたのが、1947 年に設立されたマーケティングボードであった。マーケティングボードは当初、国際価格の短期的変動から生産者を保護し、ココア輸出からの利潤をこの部門の研究開発などによって生産者に還元するという名目で設立された。

しかしその後のンクルマ政権下で進められた国家独占により、マーケティングボードの性格とココア流通の構造は大きく変化した。19 世紀末からガー

ナのココア流通で中心的な役割を果たしてきた外国企業は姿を消し、農村住民により組織された協同組合も消滅した。これらに代わり、中央政府の影響力のもとに UGFCC の下級職員がココアの買い付けを担うことになり、そのネットワークが村レベルまで浸透することになった。ベックマン(Beckman [1976, 231-241])が言うように、UGFCC によるココア買い付けの独占は同時に政治面での「独占」を意味し、ココア生産地帯全てに会議人民党のネットワークが存在することを意味した。しかしこのような党の政治的影響力の農村への浸透は、UGFCC が農民の利益を代表していたことを意味するのではない²⁵。UGFCC はむしろ、国家による価格設定・流通独占・課税の強制という制度的権力の行使によって、ココアからの余剰を国家のために収奪する役割を担ったのである。

本稿が扱った時期におけるココア流通の制度変化から、2つの特徴を抽出することができる。第1は、流通制度の変化における経路依存である。当初は政府非介入と自由貿易の原則のもとでおこなわれていたゴールドコーストのココア流通は、大戦の勃発という外的要因を契機として政府による統制へと180度転換した。そしていったん開始されたこの流通統制の制度的枠組みは大戦終結後も継続し、マーケティングボードの設立に結びついて現在までのココア流通制度の大枠を規定することになった。しかしその一方で、政府の流通統制の中身やボードの役割は、当初の意図を離れて時代とともに変化した。大戦下でココア輸出からの利益を確保しようとしてイギリス政府に働きかけた外国企業の意図とは別に、いったん開始された流通統制の体制は次第にココア流通からの私企業の排斥へと結びついていった。他方で国際価格の短期変動から農民を保護することを目的として設立されたマーケティングボードも、次第に政府による収奪のための制度的基盤へとその役割を変えていった。制度的な枠組みが一度確立するとそれが次の段階の制度変化を規定していくという経路依存(North [1990])と、制度の中身や制度が果たす役割が当初の意図から徐々に離れて変化していくという制度変化の特徴がここに見て取れるのである。

第2の特徴は、ココア流通制度の変遷が特定農産物市場としてのココア部門を超えて、ガーナ全体の政治経済史の流れと複雑に絡みながら進行してきたことである。大戦下での流通統制とその後のマーケティングボードの設立の過程では、宗主国であるイギリスと当時の貿易を担っていた外国企業の影響が大きく作用した。その後ンクルマと会議人民党が国内政治と政策立案に関して実権を得てからは、ンクルマ独自の開発思想の実現と会議人民党による一党支配・中央集権体制の確立のために、ココア流通制度が利用されていた。ココア流通制度は、植民地体制からの脱却というガーナの歴史の大きな転換に呼応し、またそれぞれの時代における政治経済的権力のありかたから影響を受けながら変化を遂げたのである。

参考文献

< 日本語文献 >

高根務 [1995] 「ガーナの構造調整とココア部門：歴史的視点から」 原口武彦（編）『構造調整とアフリカ農業』 アジア経済研究所 pp.143-169。

< 外国語文献 >

Amoah, J. E. K. [1998] *Marketing of Ghana Cocoa, 1885-1992*, Accra: Jemre Enterprises.

Arhin, Kwame [1985] "The Ghana Cocoa Marketing Board and the Farmer," in K. Arhin, P. Hesp and L. van der Laan eds., *Marketing Boards in Tropical Africa*, London: KPI.

Austin, Dennis [1964] *Politics in Ghana, 1946-1960*, London, New York and Toronto: Oxford University Press.

Bateman, M. J. [1974] "An Econometric Analysis of Ghanaian Cocoa Supply," R. A. Kotey, C. Okali and B. E. Rourke eds., *Economics of Cocoa Production and*

- Marketing*, Accra: Institute of Statistical, Social and Economic Research, University of Ghana.
- Bauer, Peter T. [1954] *West African Trade: A Study of Competition, Oligopoly and Monopoly in a Changing Economy*, London: Routledge & Kegan Paul Ltd.
- Beckman, B. [1976] *Organising the Farmers: Cocoa Politics and National Development in Ghana*, Uppsala: The Scandinavian Institute of African Studies.
- Boahen, Adu [1975] *Ghana: Evolution and Change in the Nineteenth and Twentieth Centuries*, London: Longman.
- Bourret, F. M. [1960] *Ghana: The Road to Independence 1919-1957*, London: Oxford University Press.
- Chazan, Naomi [1983] *An Anatomy of Ghanaian Politics: Managing Political Recession, 1969-1982*, Boulder: Westview.
- Colonial Office [1938] *Report of the Commission on the Marketing of West African Cocoa*, London: His Majesty's Stationery Office.
- Colonial Office [1944] *Report on Cocoa Control in West Africa and Statements on Future Policy*, London: His Majesty's Stationery Office.
- Colonial Office [1946] *Statement on Future Marketing of West African Cocoa*, London: His Majesty's Stationery Office.
- Colonial Office [1948] *Report of the Commission of Enquiry into Disturbances in the Gold Coast*, London: His Majesty's Stationery Office.
- Colonial Office [1956] *Report on the Gold Coast for the Year 1954*, London: Her Majesty's Stationery Office.
- de Graft-Johnson, J. C. [1958] *African Experiment: Cooperative Agriculture and Banking in British West Africa*, London: Watts.
- de Graft-Johnson, J. C. [1974] "Co-operative Marketing of Cocoa in Ghana 1929-72," in R. A. Kotey, C. Okali and B. E. Rourke eds., *Economics of Cocoa Production and Marketing*, Accra: Institute of Statistical, Social and Economic Research, University of Ghana.

- Firmin-Sellers, Kathryn [1996] *The Transformation of Property Rights in The Gold Coast: An Empirical Analysis Applying Rational Choice Theory*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Gold Coast [1949] *Annual Report of the Gold Coast for the Year 1948*, Accra: Government Printing Department.
- Gold Coast [1956a] *Report of the Commission of Enquiry into the Affairs of the Cocoa Purchasing Company Limited*, Accra: Government Printer.
- Gold Coast [1956b] *Government Proposals in Regard to the Future Constitution and Control of Statutory Boards and Corporations in the Gold Coast*, Accra: Government Printer.
- Kay, G. B. (ed.) [1972] *The Political Economy of Colonialism in Ghana: A Collection of Documents and Statistics 1900-1960*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Killick, Tony [1966] "Cocoa," in Birmingham, W. Neustadt, I., and Omaboe, E. N. eds., *A Study of Contemporary Ghana, Volume One: The Economy of Ghana*, London: George Allen & Unwin.
- Killick, Tony [1978] *Development Economics in Action: A Study of Economic Policies in Ghana*, London: Heinemann.
- Kraus, Jon [1986] "The Political Economy of Agrarian Regression in Ghana," in Commins, S. K. et. al. eds., *Africa's Agrarian Crisis: The Roots of Famine*, Boulder: Lynne Rienner Publishers.
- La Anyane, S. [1963] *Ghana Agriculture: Its economic Development From Early Times to the Middle of the Twentieth Century*, London: Oxford University Press.
- Mikell, Gwendolyn [1989] *Cocoa and Chaos in Ghana*, New York: Paragon House.
- Milburn, Josephine F. [1977] *British Business and Ghanaian Independence*, London: C. Hurst & Company.
- Nkrumah, Kwame [1960 (1959)] *The Autobiography of Kwame Nkrumah*, Edinburgh: Thomas Nelson and Sons.

- North, Douglass C. [1990] *Institutions, Institutional Change, and Economic Performance*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Rathbone, Richard [1992] *British Documents on the End of Empire: Ghana, Part II 1952-1957*, London: HMSO.
- Republic of Ghana [1966] *Report of the Committee of Enquiry on the Local Purchasing of Cocoa*, Accra: Ministry of Information.
- Rimmer, Douglas [1992] *Staying Poor: Ghana's Political Economy, 1950-1990*, Oxford: Pergamon Press.
- Stryker, Dirck [1990] *Trade, Exchange Rate, and Agricultural Pricing Policies in Ghana*, Washington, D. C.: The World Bank.
- Stryker, Dirck [1991] "Ghana," in A. Krueger, M. Schiff, and A. Valdes eds., *The Political Economy of Agricultural Pricing Policy: Volume 3, Africa and the Mediterranean*, Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press.
- Wehner, H. G. Jr. [1963] *The Cocoa Marketing Board and Economic Development in Ghana: A Case Study*, Unpublished PhD Dissertation, University of Michigan.
- Wickizer, V. D. [1951] *Coffee, Tea, and Cocoa: An Economic and Political Analysis*, Stanford: Stanford University Press.
- Young, C., Sherman, N. P., and Rose, T. H. [1981] *Cooperative & Development: Agricultural Politics in Ghana and Uganda*, Madison: University of Wisconsin Press.

< その他 >

- CO 852/317/11, Public Record Office, London.
- Government of Ghana, *Quarterly Digest of Statistics*.
- Gill & Duffs, *Cocoa Statistics*.
- ICCO(International Cocoa Organization), *Quarterly Bulletin of Cocoa Statistics*.

注：

¹ ココア年度は 10 月から 9 月である。

² "Statement by Governor, Gold Coast, on Cocoa Purchase Scheme" (CO 52/317/11, Public Record Office, London)。

³ 西アフリカココア統制ボードの代表は、カドゥベリー社の John Cadbury 氏が務めた。

⁴ 先述の西アフリカココア統制ボードは、1942 年 5 月からは西アフリカ農産物統制ボードに名称が変わり、油脂製品買い付けもおこなうようになった。

⁵ その後 1961 年にココア流通会社はロンドンからアクラに移動した。

⁶ 本節は部分的に高根[1995]に依っている。

⁷ 植民地時代に使用されていたポンド(West African Currency Board Pound)、およびガーナ独立の 1957 年に採用されたガーナポンド(Ghana Pound)は、いずれもイギリスポンドと同価であった。その後 65 年からは、新通貨単位のセディ(Cedi)が採用された。

⁸ その後植民地政府は農民の反発を受けて強制伐採を停止した。

⁹ 都市部での暴動の背景には、生活必需品の高騰と失業者の増大があり、大戦終結に伴う約 5 万人の帰還兵の流入がその問題をさらに悪化させた(Rathbone [1992, xlii])。

¹⁰ ヨーロッパ製品不買運動が拡大した後の 1948 年 4 月に、同協会は廃止された。

¹¹ 会議人民党は庶民層を中心に支持を獲得していた。他方 UGCC は当時のエリート層と富裕層を中心として構成されていた。

¹² 1951 年の総選挙以降 57 年までの間は、まだガーナはイギリスから完全な独立を果たしておらず、国防や外交など一部の権限はゴールドコースト総督の手中にあった。しかし内政に関するほとんどの分野ではガーナ人主体の議会が決定権を有し、議会の多数派であった会議人民党とンクルマが影響力を行使することができた。

¹³ マーケティングボード設立当初には、ココアの買い付けをおこなっていた外国企業の代表もボードの理事を務めていたが、51 年までには理事から除外された(Beckman [1976, 44])。

¹⁴ この委員会は委員長の名を取ってジボウ委員会(Jibowu Commission)と呼ばれている。

¹⁵ 一方で、新しい政府買い付け組織の理事会は与野党同数の代表によって構成されるべきである、という委員会報告の提言については、ンクルマ政権は明確に拒否していた(Gold Coast [1956a, para.224], Gold Coast [1956b])。

¹⁶ Rathbone [1992, 296-323]に再掲されている、イギリス植民地省、ゴールドコースト総督、およびンクルマが交した書簡(1956 年 7 月～8 月)を参照。

¹⁷ 当時国内でココアの買い付けをおこなっていた協同組合は、ガーナ協同組

合流通協会(Ghana Co-operative Marketing Association)と、そこから 1960 年に独立したアシャンティ = ブロンアハホ = セフイ協同組合機構(Ashanti, Brong-Ahafo and Sefwi Cooperative Organisation)の 2 つであった(de Graft-Johnson [1974, 359])。

¹⁸ 1965 年に改訂された UGFCC の定款には、「会議人民党の政治的リーダーシップを受け入れ、党と政府を物質的・財政的・道義的に支援すること」が組織の目的であると明記されていた(Republic of Ghana [1966, 9])。

¹⁹ 新税制のもとでは、ココアの国際価格がトンあたり 260 ポンド以上である場合は、その国際価格から 180 ポンドを引いた差額が全て輸出税として徴収された。1954 年のロンドン市場の国際価格はトンあたり約 460 ポンドであった。

²⁰ NLM は 1957 年に他の反政府勢力と統合して統一党(United Party: UP)となり、会議人民党の有力な対抗勢力となった。その後 UP の代表のブシア(K. Busia)は、69 年の選挙で大統領に就任した。

²¹ その後第二次開発計画は、1963 年から開始された七カ年計画で代替された。

²² 1965 年 1 月の財政相の予算演説。Republic of Ghana [1966, 27]からの再引用（引用者訳）。

²³ マーケティングボ - ド設立当初の 1947 年には、ボードの理事 12 人中 4 人が農民代表から選出されていた。その後理事の構成は何度も変更され、63 年 3 月には理事 8 人のうち「農民の代表」は UGFCC の代表以外に存在しなかった(Republic of Ghana [1966, 51-52])。

²⁴ ただしこの時期の国際価格は低迷していたため、国際価格に占める生産者への支払いの割合は低下していない（図 1、表 2）。

²⁵ 農村レベルでの UGFCC スタッフによる不正とそれに対する生産者の不満は、Republic of Ghana [1966, 14-21]に詳しく取り上げられている。