慶應義塾大学学術情報リポジトリ
Keio Associated Repository of Academic resouces

Title	グローバリズムの研究： アメリカにおける消費資本主義の発展（1865−1939）を中心に
Sub Title	A study of globalism : the growth of consumer capitalism in the United States, 1865–1939
Author	松本, 典久(Matsumoto, Fumihisa)
Publisher	慶應義塾大学日吉紀要刊行委員会
Publication year	2006
Jtitle	慶應義塾大学日吉紀要. 英語英米文学 No.49 (2006. 9) ,p.65- 128
JaLC DOI	
Abstract	According to Angus Maddison, a famed historical statistician, the growthrate of world economy has accelerated in the last 180 years (1820–2000). Theworld GDP has reached 36.5 trillion dollars in 2000 (52-fold increase since 1820),per capita GDP 6,000 dollars (8-fold increase), while the world population hasexceeded 60 billion (nearly 4-fold increase—see Table 1 in the text). The countrythat had led the growth was Great Britain, the home of the Industrial Revolution.Although Great Britain lagged behind the United States in GDP in the latter halfof the 19th century, it still kept the leading position in foreign trade and foreigninvestment (as well as in the size of foreign territories and naval power).Then in the early 20th century the United States surpassed Great Britain inalmost all areas of economic acivity, except probably in shipping and foreigninvestment. The factors that contributed to the growth of US economy were (1)abundance of natural resources, (2) continual supply of labor force (in the form ofmostly European immigrants), (3) a high level of technological achievement, (4)ample supply of capital both domestically and internationally, (5) legal systemsfavorable to the pursuit of entrepreneurs, (6) discipline at the work place, and,among other things, (7) the existence of an enormous domestic market. Consumerspending, indeed, was so brisk that it might be said that American capitalism basedon personal consumption had began during this period (1865–1939).The importance of consumer spending in the US economy is obvious. Itcomprised 75.7% of GNP in 1929, while domestic investment 15.5%, publicexpenditure 8.1%, and foreign investment 0.8% (no figure indicated for foreigntrade in 1929—see Table 6). This means that the more goods and services

	Americanpeople consumed, the stronger American economy became.Although food (26.9%), clothing (14.2%), and housing (28.1%), predominatedthe list of consumers' items until after World War II, durable goods were already avisible presence at the end of the 19th century: sewing machine (improved by IsaacM. Singer in the 1850s), telephone (invented by Alexander Graham Bell in 1876),phonograph (invented by Thomas A. Edison in 1879), and Kodak camera (inventedby George Eastman 1888), to name a few. Automobiles (Model T Ford), radios,washing machines, vacuum cleaners, electric fans, electric irons, electric stoves,and electric refrigerators were added to this list in the early twentieth century.The invention of a safely operated passenger elevator (patented by Elisha G.Otis in 1861) enabled the construction of high-rises (skyscrapers). The invention ofcheaply produced plate glass transformed the appearance of windows: cars, stores,and houses. And the invention of motion pictures forever changed the nature ofAmerican pastimes.Department stores, drugstores, discount stores, and mail order stores were alsonovel ideas. Through such pioneers as R. H. Macy's (est. 1851), Woolworth (est.1879), Walgreen (est. 1902), and Sears Roebuck (est. 1895), people began to buythings, which had been produced by machines and sold at 'fixed prices.'Advertisements soon became a sine qua non for encouraging consumption.They iterated the names and merits ('differences') of the new products, fromtobacco and soap to fashionable coats and automobiles. People (i.e. consumers),who had been taught to work hard and be frugal, putting away as much money aspossible for hard times, began slowly (but irreversibly) to move away from suchteachings ('worldly asceticism,' if you like) and enjoy 'shopping' for the first time,a mundane but effective act in realizing an economic takeoff.To somewhat lesser extent, it is true, foreign trade and foreign investmentcontributed to the growth of American economy; but it is obvious that massproduction and mass consumption, supported by aggressive advertising, marketresearch, and sales drives, not only boosted American economy to the top but offereda perfect model (such as it was) for social and economic progress throughout theworld.
Notes	
Genre	Departmental Bulletin Paper
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN10030060-20060930-0065

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

グローバリズムの研究
――アメリカにおける消費資本主義の発展（1865-1939）を中心に――

松　本　典　久

I. 世界経済の歩み

注目の歴史統計学の権威アンガス・マディソン（Angus Maddison, Professor Emeritus, Groningen University）によれば，紀元後1000年（0–1000）の間，世界の人口，総生産（GDP），および一人当りの生産量にそれほど大きな変化は見られなかったという。この1000年間で，世界の人口は2億3,000万人から2億6,800万人へと16％の増加，総生産は1兆200万ドル（1990年価格，GKメソッドによる）から1兆1,600万ドルあまりへと14％の増加，そして一人当りの生産量は，444ドルから435ドルへと2％の減少だったという（表1を参照）。[1] 人口の逓増とともに，総生産もわずかに増加はしたものの，生産手段の改良や生産過程の効率化が進まなかったために，一人当りの生産量はむしろ減少気味であったということである。

同様に，世界の平均余命の数値にも目立った変化は見られず，この1000年間，ほぼ一定の水準――24歳前後――にとどまっていたという（表2を参照）。医療・衛生面での改善がなく，幼児死亡率が極めて高かったうえに，比較的若くして「不治の病」におかされる人々が多かったからである（生後1年未満の死亡率は20～30％，成人の平均寿命は50歳程度であったと考えられている）。[2]

表 1　世界の人口，総生産，個人所得の推移，紀元 0 年–2000 年

	紀元 0 年	1000	1820	2000
人口（1,000 人）	230,820	268,273 (+16%)	1,270,014 (+373%)	6,071,144 (+378%)
GDP（100 万ドル）*	102,536	116,790 (+14%)	694,442 (+495%)	36,501,872 (+5156%)
個人所得（ドル）*	444	435 (–2%)	667 (+53%)	6,012 (+801%)

＊1990 年価格，GK メソッドによる

出典：Angus Maddison, *The World Economy: A Millennial Perspective*, 241, 261, 264; Angus Maddison, *The World Economy: Historical Statistics*, 232–34.

したがって，古代から中世半ばにかけて，たとえ支配者や支配宗教などの交代はあったとしても，また一部に特権階級の存在が指摘できたとしても，人々の暮らしや価値観（人生観）に，それほどの変化はなかったものと考えられる。ゆったりとした時間の流れのなかで，しかし個別には短く密度の高いライフ・スパンのなかで，いわば 1000 年 1 日のごとく，人々は同様の人生・生活パターンを繰り返していたと考えられよう。

同じくマディソンによれば，その後の 820 年間（1000–1820）における世界の人口，総生産，および一人当りの生産量は，それぞれ 373％（4.73 倍），495％（5.95 倍），53％（1.53 倍）と，比較的大きな増加を見せたという（表 1 を参照）。[3] 11 世紀における火薬・羅針盤・活版印刷術の発明（いずれも中国――西洋への伝播は 14 ～ 15 世紀）や, 16 世紀以降, ヨーロッパ人による新大陸への進出等があったおかげで，人口が急増，それとともに生産活動も大きく拡大したからである。ただし生産過程の合理化・効率化が必ずしもそれに伴っていなかったために，一人当りの生産量の伸び（1.5 倍）はそれほど大きくはなかったということである。イギリスなど，一部の国々をのぞけば，世界の人々はなお，動物の力を借りた農耕生活や，個人レベルでの手作業による生産活動に従事しており，急激な変化は望むべくもなかったということができよう。

世界の平均余命も，1820 年においてもなお 26 歳程度と，それまでとほぼ同じ水準にあったと考えられている（表 2 を参照）。相変わらず，各地で民族同士の衝突が繰り返されていたこと，定期的に大きな疫病に見舞われたこと，医療・衛生面での改善が見られなかったこと，それに食事や栄養のバランスが適切に保たれていなかったことなどがその原因だったと考えられよう。

表 2　世界の平均余命，紀元 0 年–2000 年

	紀元 0 年	33–258	1000	1301–1425	1820	1900	1999
エジプト＊	——	24.0	——	——	——	——	——
イギリス	——	——	——	24.3	40	50	77
フランス	——	——	——	——	37	47	78
ドイツ	——	——	——	——	41	47	77
西欧平均	24	——	24	——	36	46	78
日本	——	——	——	——	34	44	81
西欧以外	24	——	24	——	24	26	64
世界平均	24	——	24	——	26	31	66

＊ローマ帝国支配

出典：Maddison, *The World Economy: A Millennial Perspective*, 29–31.

ただし表 2 の示すとおり，西欧諸国のみに限定すれば，すでに 1820 年の時点で，平均余命は 36 歳（イギリスでは 40 歳）と，世界平均（および西欧以外の平均〔24 歳〕）を大きく上回っていた。同様に一人当りの生産量も，西欧および西欧系諸国（アメリカやオーストラリアなど）にのみ限定すれば，1820 年の時点で 1,232 ドルと，世界平均（667 ドル）や，非西欧諸国の平均（573 ドル）の 1.8 倍ないし 2.2 倍に達していた（表 3 を参照）。[4] 協業や分業をともなうマニュファクチュア（工場制手工業）の開始（16 世紀後半以降のイギリス），産業資本家の登場，それに何よりも画期的な技術革新が相次いだこと（産業革命）が，生産量の急拡大につながり，それが一人当りの生産量を押し上げたものと思われる。またそれにつれて，食料事情や衛生状態（例えば流水の使用）も徐々に改善され，結果的に平均余命の大きな伸びにつながったものと考えられる。

表 3　世界の地域別平均所得，単位ドル（GK メソッド），紀元 0 年–1998 年

	紀元 0 年	1000	1820	1998
西欧	450	400	1,232	17,921
西欧系 *	400	400	1,201	26,146
日本	400	425	669	20,413
非西欧	444	440	573	3,102
世界平均	444	435	667	5,709

* Western Offshoots（アメリカ，オーストラリア，カナダなど）

出典：Maddison, *The World Economy: A Millennial Perspective*, 28.

これらの数字から，人々の暮らしや考え方の変化を，正確に推し量るのはもちろん困難であるが，歴史的にはこのころヨーロッパを中心に，思想や芸術などの分野で大きな変化――文字通りの激震――があったことが知られている。ルネサンスがきっかけとなり「個の解放」が始まったこと，科学知識（ガリレオ，ニュートンなど）の普及のおかげで，それまでの世界観が揺らぎはじめたこと，そしてその帰結というべきか，人々――とりわけ知識層――の価値観・考え方が大きく変わりはじめたことなどが，具体的な例として指摘できよう。つまり人々の間では，「自分たちは必ずしも国や権力者に支配される存在ではない，生まれながらに自由だ――もし望むなら，自由に事業を起こすこともできる，新天地へと移動することもできる，自分自身の判断で，信仰や政体を自由に選択（樹立）することもできる」といった考え方が芽生えはじめたのである。啓蒙思想の台頭により，人々は「近代化」に向けて，大きな一歩を踏み出したということもできよう。当然ながら，こうした変化と，西欧諸国における当時の社会・経済的変化とは無縁ではないであろう。

さらにマディソンによれば，1820 年から 2000 年までの 180 年の間に，世界の人口は 378％（4.8 倍），総生産は 5156％（53 倍），一人当りの生産量も 801％（9 倍）増加したという（表 1 を参照）。[5] それまでの 820 年間に比べて，人口は同程度の増加率（378％／373％）であったものの，

総生産は10倍あまりの増加率（5156%／495%），一人当りの生産量はほぼ15倍の増加率（801%／53%）であった。時間的にこれらのことが，4.5分の1の期間（820年／180年）で実現しているので，人口は約4.6倍，総生産は約47.4倍，一人当りの生産量は約68.8倍の速度で増加したということもできよう。つまり，一人当りの生産量，総生産，人口の順で，いわゆる世界の発展指標（developmental indexes）は，加速度的（もしくは爆発的）な上昇の時代に突入したということである。それに合わせて平均余命も大きく伸び，西欧を中心とする先進諸国では，2000年の時点で80歳前後にまで達している（この年の世界平均は66歳〔表2を参照〕）。

こうした劇的な変化の原動力となったのは，いうまでもなく世界各地（とりわけ「先進国」）における工業化の進展である。歴史的に見るなら，産業革命の開始以降しばらくの間は，まさしくイギリスの一人舞台であったが，やがて周辺諸国でも工業化が始まり，1820年以降はアメリカやドイツ，それにフランスやロシアでも，それが本格化した。そして19世紀末から20世紀初頭にかけて，イギリスに追いつき，イギリスを追い越す国々も現われた。すなわち1900年の時点において，世界全体の工業生産高に占めるイギリスの比率が約2割（18.5%）であったのに対し，アメリカのそれは23.6%，ドイツのそれは13.2%，さらに第一次世界大戦直前（1913年）には，イギリスの工業生産高比率が13.6%であったのに対し，アメリカのそれは32.0%，ドイツのそれは14.8%であった（表4を参照）。[6] 他の国々，ロシア，フランス，イタリア，日本などは，それよりはやや低い水準にあったが，それでも1913年におけるこれら4国の工業生産高比率を合計すると19.4%と，イギリスやドイツのそれをかなり上回る水準にあった。

注目すべきことは，この間，絶対的な工業生産高が急増したことである。表4の示すように，1900年におけるイギリスの工業生産高を100とした場合，産業革命のはじまる直前（1750年）の世界の工業生産高は127.3，

表 4　主要国の工業生産高比率（対世界総額），1750–1980 年

年度	1750	1860	1900	1913	1938	1953	1973	1980
ロシア	5.0%	7.0%	8.8%	8.2%	9.0%	10.7%	14.4%	14.8%
フランス	4.0%	7.9%	6.8%	6.1%	4.4%	3.2%	3.5%	3.3%
日本	3.8%	2.6%	2.4%	2.7%	5.2%	2.9%	8.8%	9.1%
ドイツ	2.9%	4.9%	13.2%	14.8%	12.7%	5.9%	5.9%	5.3%
イタリア	2.4%	2.5%	2.5%	2.4%	2.8%	2.3%	2.9%	2.9%
イギリス	1.9%	19.9%	18.5%	13.6%	10.7%	8.4%	4.9%	4.0%
アメリカ	0.1%	7.2%	23.6%	32.0%	31.4%	44.7%	33.0%	31.5%
小計	20.1%	52.0%	75.8%	79.8%	76.2%	78.1%	73.4%	70.9%
中国	32.8%	19.7%	6.2%	3.6%	3.1%	2.3%	3.9%	5.0%
インド†	24.5%	8.6%	1.7%	1.4%	2.4%	1.7%	2.1%	2.3%
小計	57.3%	28.3%	7.9%	5.0%	5.5%	4.0%	6.0%	7.3%
世界合計（指数）*	100%（127.3）	100%（184.4）	100%（540.8）	100%（932.5）	100%（1,684）	100%（3,070）	100%（9,359）	100%（11,041）

* 1900 年のイギリスの生産高を 100 とした指数。

† インド – パキスタン（–1938）。1947 年にインドはイギリスから独立，同年パキスタンはインドから分離独立。

出典：Paul Bairoch, “International Industrialization Levels from 1750 to 1980” (1982).

つまり 1900 年のイギリス一国の工業生産高よりわずかに多いといった程度であった。それから 100 余年後の 1860 年においても，世界の工業生産高は 184.4 と，1750 年の 1.5 倍弱に過ぎず，世界的に見れば，それほど工業化が進んだとはいえない状態であった（ただしイギリスはこの間，2.4 から 36.7 へとほぼ 15 倍の増加を達成している）。ところが 1860 年から 1900 年までの 40 年間に，世界の工業生産高指数は 540.8 とほぼ 3 倍に，さらに 1900 年から 1913 年までの 10 数年の間に，932.5 と 2 倍近くに達している。つまり 19 世紀後半から 20 世紀初頭にかけて，わずか半世紀の間に，世界の工業生産高は 5 倍以上に跳ね上がったということである。

そうした急激な工業化の中心となったのは，アジア（日本をのぞく）やアフリカの国々ではなく，ヨーロッパやアメリカを中心とする，のちに工業先進国と呼ばれるようになった国々――アメリカ，ドイツ，イギリス，ロシア，フランス，イタリア，そして日本――であった。これらの 7 カ国の工業生産高比率は，1860 年の時点では，なお世界全体の 5 割強の

水準（52.0%）にとどまっていたが，1900 年には 75.8%に，そして 1913 年には 79.8%にまで達していた（表 4 を参照）。この時点（1913 年）において，これらの国々の人口は合わせて 4 億 9,500 万人，世界人口（17 億 9,100 万人）の 27.6%にすぎなかったので，事実上，世界の 4 分の 1 の人々が，世界の 5 分の 4 にあたる工業製品を産出していたことになる。産業革命がはじまる直前（1750 年）におけるこれらの国々の工業生産高比率は，合わせて 20.1%（人口比率よりもやや低い状態）にすぎなかった。それがわずか 1 世紀半あまりの間に 8 割近くにまで達したということは，いかにこの間の変化が大きなものであったかを物語るものであろう。

逆に，かつての経済大国，中国とインド（パキスタンを含む）のこの間の凋落ぶりは，まさに目を覆いたくなるほどのものであった。産業革命前（1750 年）に合わせて 6 割近く（57.3%）――のちの工業先進諸国（7 カ国）のほぼ 3 倍――を占めていた両国の工業生産高比率は，1900 年には 7.9%，1913 年には 5.0%にまで落ち込んでいる。つまり，これらの国々は，悠久の歴史の流れからすればごく一瞬の間に，世界のリーダーとしての地位を明け渡してしまったばかりではなく，先進諸国に対して大きな遅れをとってしまった――工業生産高比率において，先進 7 カ国の 10 分の 1 から 16 分の 1 にまで後退してしまった――ということであり，逆の意味で，この間の変化のすさまじさを物語ることになろう。世界の経済大国といえども，時代の流れに乗り遅れれば，たとえ絶対的な生産量の落ち込みがなくとも，その相対的な優位性を失ってしまうばかりか，いわば「途上国」へと転落してしまうということである（実際，この間〔1820–1900 年〕，中国およびインドの一人当りの生産量は，500 ドルないし 600 ドル〔GK メソッド，1990 年価格〕[7] と，ほとんど変わっていない〔中国が 50 ドル減，インドが 50 ドル増と，インドの方にわずかに勢いが感じられるのは，おそらくインドが，大英帝国の支配下において，いくばくかの工業化の恩恵に与っていたためであろう〕）。ちなみに，中国・インドと，先進 7 カ国との工業生産高の逆転が生じたのは，19 世紀前半のことだと考え

られる（1830 年の時点においては，前者の工業生産高比率が 47.4%，後者のそれが 31.9%であった）。[8]

第一次世界大戦後も，世界の工業生産高の記録的な増加はつづき，第二次世界大戦をはさんで，1953 年には 3,070（1913 年の 3.3 倍）に，1980 年には 11,041（1953 年の 3.6 倍）にまで達した（表 4 を参照）。また，先進 7 カ国の工業生産高比率も，1953 年以降，幾分減少傾向にはあるものの, 1980 年の時点でもなお 7 割以上（70.2%）を維持していた。つまり，1980 年に世界の人口の 2 割弱（約 8 億 5,450 万人〔19.3%〕）しか占めていない先進 7 カ国が，世界の工業生産高の圧倒的大部分を占め（文字通り独占し），世界人口の 3 分の 1 以上（約 16 億 6,000 万人〔37.4%〕）を占める中国・インドが，世界の工業生産高の 1 割未満（7.3%）しか占めていなかったということである。仮に，それぞれの工業生産高指数を人口一人当りに換算するなら，先進 7 カ国では 9.14，中国・インドでは 0.48 となり，事実上 20 倍近い開きが生じることになる。つまり前者の住民 1 人で，後者の住人 20 人分の（工業）生産活動をしていたということである。

結果的に，これがそのまま，両者の所得格差につながったと考えて差し支えないであろう。国連の統計によれば，1980 年における先進 7 カ国の総生産は 6 兆 5,541 億ドル（一国当りの平均は 9,363 億ドル）であった。それに対して中国とインドの総生産は 4,212 億ドル（平均 2,106 億ドル），すなわち先進 7 カ国の 15 分の 1 （一国当りの平均では 4.4 分の 1）であった。これを人口一人当りに換算すれば，先進 7 カ国の平均は 7,670 ドル，中国・インドの平均は 254 ドル，すなわち後者は前者の 30 分の 1 であった。[9] 大前研一ではないが，先進国の住人は自家用車など高価な品物を次々に購入する余裕があったが，途上国の住人は生活の基本的な必要（衣・食・住）を満たしたあとは，自転車を買うのがやっとであったということである。

これはもちろん，西洋先進国と東洋の貧しい国々の問題というより，地球規模，とりわけ北半球と南半球の間の問題（いわゆる南北問題）だとい

うべきであろう。一握りの人々が経済的豊かさを享受する一方，残りの人々，とりわけアフリカやアジアの多くの住人たちは，政治・経済・社会的に，想像を絶するような深刻な事態に苦しんでいる。貧困，飢え，病気，内戦などによる犠牲者はあとを絶たず，それを解決するための糸口さえも見つからない。これから先，そうした問題にどのように対処すればいいのであろうか。ODA などの一時的な対策だけでいいのであろうか。結局のところ，当事者たちに工業化，および農業改革に基づく経済的自立を促す以外に道はないように思われるが，具体的にどのような道筋をたどって，それらを実現したらいいのであろうか。そのために必要な人々の意識改革はどのように進めればいいのであろうか。

それらの点についての考察は，別稿にゆずるとして，ここでもう一つ，統計上の重要な点を指摘しておかなければならない。GDP ／ GNP など，国際的な経済指標の表記の仕方である。通例は，各年度の外国為替レートに基づいて，ある国の GDP ／ GNP はドル換算（もしくは自国通貨）でいくらいくらと表すことになっているが，それ以外にも，その国の物価（家賃をふくむ），投資商品（キャピタル・ゲインを生み出すもの），公共サービスなどを考慮に入れた算出法――購買力平価法（Purchasing Power Parity conversion）と呼ばれるもの――もある。これまで本稿でも幾度か引いたアンガス・マディソンらのやり方がそれである（表 1，表 2，表 5 を参照）。このやり方（GK メソッド，1990 年価格）によれば，1980 年における先進 7 カ国の総生産（GDP）は，10 兆 8,520 億ドル（一国当りの平均は 1 兆 5,503 億ドル），それに対して中国およびインドの総生産（GDP）は，1 兆 6,020 億ドル（平均 8,010 億ドル）と，前者の 6.8 分の 1（一国当りの平均では 2 分の 1 程度）であった。また，人口一人当りの GDP は，前者が平均して 12,693 ドル，後者はその約 13 分の 1 の 965 ドルであった。つまり，単に為替レートのみではなく，物価や公共サービスなどを考慮に入れて，総合的に判断すれば，両者の格差は半分以下に縮小

するということである。

どちらかといえば，途上国への救済措置を重視する国連（UN）などは，貧富の格差がより大きく表示される前者（単純統計）を使い，先進国寄りの政策をとりがちな経済開発協力機構（OECD）などは，それがより小さく表示される後者（総合統計）を使う傾向がある。ちなみに，後者によれば，1980 年における中国の GDP は日本の 3 分の 2 程度であったが，中国とインドの GDP を合わせれば，日本のそれを上回っていた。また，中国が単独で日本の GDP を上回ったのは 1992 年のことであった（2001 年の時点では，中国の GDP〔4 兆 5,697 億ドル〕は日本の GDP〔2 兆 6,245 億ドル〕の 1.74 倍であった）。[10]

表5　主要国の総生産，単位10億ドル，および一人当りの生産高，単位ドル
——左欄（1980年）
同（1990 年価格，GK メソッドによる）——右欄（1980 年）

国名	通常表記（名目値）		GK メソッド		人口
	総生産	一人当り	総生産	一人当り	（1,000 人）
アメリカ	2,639	11,590	4,231	18,577	227,726
日本	1,054	9,020	1,523	13,428	116,307
ドイツ	758	12,320	1,105	14,114	78,298
ロシア	665	2,550	1,709	6,426	265,973
フランス	602	11,200	814	15,106	53,870
イギリス	477	8,520	728	12,931	56,314
イタリア	359	6,400	742	13,149	56,451
小計	6,554	7,666	10,852	12,693	854,939
中国	268	270	1,007	1,067	981,235
インド	153	230	595	938	679,000
小計	421	254	1,602	965	1,660,235

出典：『世界国勢図会，1985 年』152–63（1984 年，国連世界経済報告に基づく）。
Maddison, *The World Economy: A Millennial Perspective*, 272–74, 279, 298.

Ⅱ．アメリカ資本主義の発展

19 世紀末以降，世界経済の中心にいたのはアメリカであった。すでに 1900 年の時点で，アメリカは世界の工業生産高の，ほぼ 4 分の 1（23.6

%）を占めていたが，第一次世界大戦前（1913 年）にはそのほぼ 3 分の 1 の水準（32.0%）に，そして第二次世界大戦後（1953 年）には 2 分の 1 近くの水準（44.7%）にまで達していた。また，1914 年に世界総額の 18.5%を占めていたアメリカの対外直接投資額（推定累積額）の比率も，1938 年には 27.7%に，そして 1960 年には 49.2%にまで達していた（逆にイギリスの対外直接投資額の比率は，1914 年の 45.5%から，1960 年の 16.2%へと急低下していた）。[11] 確かに，購買力平価などを考慮に入れたアメリカの GNP は，1953 年においても，世界総計の 4 分の 1 強〔27.3%〕に過ぎなかったが，その額（1 兆 7,000 億ドル）は，西洋 12 カ国――オーストリア，ベルギー，デンマーク，フィンランド，フランス，ドイツ，イタリア，オランダ，ノルウェー，スウェーデン，スイス，それにイギリス〔UK〕――の合計を上回っていた。第二次世界大戦後，アメリカが世界の富の半分を手にしていたといわれるのは，こうした事情があったからである。

それでは，これほど短期間のうちに，アメリカがこれほど驚異的な経済発展を遂げた理由はどこにあったのであろう。またそれが，他の先進国経済および途上国（新興国）経済に与えた影響はどのようなものであったのであろう。それによって人々の暮らしや価値観などはどのように変化したのであろう。グローバル・パワーとしてのアメリカの役割を含め，そうした問題について若干の考察を進めてみたい。

1）アメリカ経済発展の要因

言い古されたことではあるが，あえて繰り返すなら，アメリカ経済の強みは，第一に鉄，石炭などの鉱物資源や，木材，綿花などの加工用原料が豊富であったこと，第二に貧しく未経験ながらも上昇志向の強い良質な労働力に恵まれていたこと，またそれを吸収するだけの地理的・社会的条件が整っていたこと，第三に鉄道（機関車），船舶（蒸気船），機械（織機）などの生産にかかわる外国の技術が積極的に取り入れられていたのに加え，

自国内で画期的な発明・開発が相次いだこと，第四に多様な資金調達の道が存在したばかりか，逸早く有限責任制度（法人制度）が導入されていたこと（1850 年以降，多くの企業が州政府から法人資格を手に入れると同時に，それを容認する司法判断が下されている），第五にプロテスタントの倫理に代表される，いわゆる資本主義の精神（労働倫理）が確立されていたこと，そして第六に自国内に巨大な消費市場を抱えていたことなどである。

それまでの経済大国イギリスの場合は，はじめのうちは囲い込みに伴う羊毛の生産や，ニューキャースルやカンバーランドにおける鉄や石炭などの産出により，豊富な原料が供給されていた。しかし，やがてそれら（とりわけ羊毛）も頭打ちとなり，多くの原料（および食料）を外国からの輸入に頼ることとなった。また，労働者の補充という点においても，イギリスでは主として国内の離農者たちに頼っていたうえに，階級制度の名残などにより，社会的にも十分な可動性（ソーシャル・モビリティ）が確保されていなかったために，長期的にみれば，労働市場全体が硬直化し，労働倫理（労働意欲）も後退を余儀なくされてしまった。しかもイギリスは，生産された工業製品に対する十分な国内市場を欠いていたために，対外貿易（輸出）に大きく依存することになり，結果的に植民地（勢力範囲）の拡大・維持につとめざるをえなくなった。一方，国内では過剰消費がつづいたために，かえって貿易赤字が拡大し，徐々にではあるが，それまで積み上げてきた資本を取り崩さざるをえなくなった。さらにそれに追い討ちをかけるかのように，19 世紀末から 20 世紀初頭にかけて，生産性が低下したり，新製品の開発に遅れをとったりしたために，イギリス経済はさらなる打撃をこうむることとなった。

それに対してアメリカの場合は，原料にしろ，食料にしろ，一部の品目を別にすれば，外国からの輸入に頼る必要はなかった。出来上がった製品の販路を求め，わざわざ海外進出を計る必要もなかった。19 世紀後半以降，対 GNP 貿易依存度も，輸出入とも減少傾向をつづけ，20 世紀半ば（1950

年）には，それぞれ3.6％（輸出）および3.1％（輸入）にまで低下している。労働者も，海外（主にヨーロッパ）からの移民という形で，間断なく補充されていたために，枯渇の心配は全くといっていいほどないばかりか，すべての人々に均等の機会が保障されていたために，移民の多くは，それを生かして立身出世をとげ，やがてアメリカの社会に溶けこんでいった。まさしく「遠くの磁石（distant magnet）」のように，人（労働者および知識層）もカネも，絶えることなく海を越えてアメリカの岸辺へと引き寄せられ，アメリカ経済の発展を支えていった。「ヨーロッパの疲れた人々を，貧しい人々を……私〔＝自由の女神〕のもとへよこしなさい。黄金の扉の傍らで，私はたいまつを掲げましょう」（エンマ・ラザラス「ザ・ニュー・コロッサス」）。[12]

しかもアメリカには，絶えず新しいものに挑戦しようとする気持ち――進取の気性もしくはフロンティア・スピリットと呼ばれるもの――があった。古いものにしがみつくのではなく，それを破壊してででも，何か新しいものを生み出そうとする創造の精神，インジニューイティ（発明の才）といったものである。その結果，画期的な発明が相次ぎ，新製品の開発も次から次へと行われてきた。

さらにその大前提として，アメリカには自由・平等の概念があった――「すべての人は造物主〔＝神〕によって平等につくられ，一定の不可譲の権利を与えられている。そのなかには，生命，自由，幸福追求の権利が含まれている」（「独立宣言」）。それゆえ，どんな仕事をするのも自由，会社を起こすのも自由，そして投資をするのも自由であったばかりか，たとえ新参者や，無一文からスタートした者であっても，努力次第では大きな報酬を手にすることが可能であった。着の身着のままで両親とともにアメリカに移住し，使い走りから，ついには鉄鋼王とまで呼ばれるようになったスコットランド系のアンドルー・カーネギー（Andrew Carnegie, 1835–1919），そのカーネギーのUSスティールさえもしのぎ，ようやく立ち上げた小さな会社（ベル・カンパニー，のちのAT&T）を全米一にまで

育て上げたエディンバラ生まれのアレグザンダー・G・ベル（Alexander Graham Bell, 1847–1922），一介の機械修理工から，世界の自動車王にまで伸し上がったヘンリー・フォード（Henry Ford, 1863–1947），カトリック教徒でありながら，祖父および父のあとを引き継ぎ，若くしてアメリカ大統領にまで登りつめたアイルランド系3世のジョン・F・ケネディ（John F. Kennedy, 1917–63），ハーバード大学3年のとき（1975年）に設立したソフトウェア会社，マイクロソフト社が大成功をおさめ，世界一の金持ちとなったビル・ゲイツ（Bill Gates, b.1955）など，「アメリカン・ドリーム」を実現した人々の例はあとを絶たない。

アメリカ人による考案，開発，発明の類は，数え上げればきりがないが，19世紀後半から20世紀初頭にかけて登場した主な製品にのみ限定するなら，イライシャ・G・オーティス（Elisha Graves Otis, 1811–61）による乗客用エレベーター（1852年，特許の取得は1861年），アイザック・M・シンガー（Isaac Merritt Singer, 1811–75）らによる改良型ミシン（1850年代），レミントン製のタイプライター（1873年），ベルによる電話（1876年），トマス・A・エディソン（Thomas Alva Edison, 1847–1931）による蓄音機（1878年）や白色電球（1879年），ジョージ・イーストマン（George Eastman, 1854–1932）による手動式のカメラ（別名コダック，1888年），マイケル・J・オーエンズ（Michael J. Owens, 1859–1923）によるガラス製のビン（1895年），アーヴィング・W・コルバーン（Irving Wightman Colburn, 1861–1917）による板ガラス（1902年），ライト兄弟（Wilbur [1867–1912] and Orville [1871–1948] Wright）による飛行機（1903年），フォード社製作の大衆車「モデル・T」（1909年）などがあげられよう。

また，あえて人名は特定しないが，1870年から80年代にかけて実用化された計算機や発電機（1881年にエディソン機械製作所が大型〔27トン〕のものを完成させている），それに20世紀はじめに実用化されたラ

ジオ，冷蔵庫，洗濯機，掃除機，扇風機，アイロン，ミキサー，電気ストーブなども新しい耐久消費財として外すことはできないであろう。『アメリカ合衆国憲法』第1条，第8節，第8項には，「著作者および発明者に，一定期間それぞれの著作および発明に対して，独占的権利〔著作権および特許権〕が保障される」とある。

発電機はもちろん，オーティスによる安全な乗客用のエレベーターの発明（開発）がなければ，摩天楼などの高層建築は実現不能だったといわれる。使いやすいミシンの開発がなければ，衣服産業の隆盛はありえなかったであろう。安価で大量に生産される板ガラスがなければ，近代的な建物はもちろん，快適な室内を備えた自動車の製作も困難だったであろう。

居ながらにして仕事上の用件や安否の確認をすますことのできる便利な道具として，電話は急速にサービスを拡大，その普及台数は1900年には130万台あまり（ほぼ57人に1台）に，1932年には1,740万台あまり（ほぼ7人に1台，つまり中産家庭では一家に一台の割）にまで達した。1922年に6万台程度しかなかったラジオの受信機も，翌年にはその25倍の150万台に，1932年には1,700万台にと，わずか10年間で，ほぼ電話並みの普及率を達成した。大恐慌のさなか，人々の不安を取り除こうと，ローズヴェルト大統領がラジオを通してアメリカ中に語りかけた（「炉辺談話」）という話はあまりにも有名である。はじめは高嶺の花であった自動車も，「モデル・T」の発売以来，一般の人々（少なくとも中産層）にも手の届く商品となった（発売当初の価格は，労働者の年収の2～3倍程度〔950ドル〕であったが，1914年には画期的なアセンブリー・ラインの導入により，その半額〔490ドル〕にまで低下した）。1900年には約8,000台にすぎなかった乗用車（passenger cars）の登録台数は，1913年には120万台あまり（81人に1台）に，1930年には2,650万台あまり（4人に1台，まさしく一家に一台）にまで達した（1927年にはカー・ラジオも登場した）。

それより少し前，エディソンなどによる映画技術の発明は，アメリカ

の（ひいては世界の）娯楽形態を一変させ，蓄音機およびレコードの発明は，音楽演奏（クラシック）をより身近なものにしたばかりか，ジャズという比較的新しい音楽を大流行させた（最初のレコーディングは 1917 年）。そのジャズは，はじめのうちはアーヴィング・ベルリン（Irving Berlin, 1888–1989）やジョージ・ガーシュウィン（George Gershwin, 1898–1937）など，白人（いずれもユダヤ系）主導で広まっていったが，やがて本家本元の黒人たちの手へと受け継がれ，デューク・エリントン（Duke Ellinton, 1899–1974）や，D・ルイ・アームストロング（Daniel Louis Armstrong, 1900–71）をはじめとする大物ミュージシャンを輩出した（中心地はもちろんニューヨークのハーレム）。ラジオ放送が開始された（商務省による正式の認可は 1912 年）ということも，そうした流行に火をつけた一因であろう。

耐久消費財ばかりではない。衣類や食料，それに薬品や化粧品などの日用品も 19 世紀後半以降，豊富に出回るようになった。大量生産の技術が確立したことと，国内における地域的な拡大（西部開拓）や人口の増加により，市場が急成長をとげたことがその主な理由であろう。特に「安価な規格品」が大量に店頭に並ぶようになったことは注目に値しよう。それまでは洋服にしろ，シャツにしろ，帽子にしろ，靴にしろ，注文に合わせて一着（一足）ずつ作るのが当たり前であったが，このころ（南北戦争中の制服の製作がきっかけになったといわれる）[13] から，予めいくつかの型（標準サイズ）を決めておき，それに合わせて同じものを何着（何足）も生産するというのが一般的になった。いわゆる既製品（レディーメイド）の出現である（その際工業用のミシンの普及が大きな役割を果たしたことはいうまでもない）。消費者は，必ずしも自分にぴったり合った品物を手にすることができたわけではないが，量や価格という点では十分に納得のいくものであり，進んでその恩恵にあずかることとなった（もちろんなかには，オーダーメイドにこだわる人々もいた）。

缶詰や濃縮還元牛乳，それに新鮮な野菜，果物，食肉などが店頭を賑わ

すようになったのもこのころからである。今からすれば信じがたいことではあるが，生の野菜や果物は健康に害があるという理由で，それまで敬遠されていたのである[14]（当然ビタミン類など，栄養学的な知識も当時はないに等しかった）。冷蔵庫（電気式）の普及は，1921 年の時点で約 5,000 台と，他の耐久消費財に比べてやや出遅れてはいたものの，1931 年には 100 万台と，10 年間で 200 倍に急増し，世紀半ば（1950 年ごろ）までには 8 ～ 9 割の家庭に備えられていた。生鮮食品の指定席が確保されたということになろう。

大量に生産された品物の多くは，新たな販路，すなわち百貨店（デパート）やドラッグストアなどを通して，直接，消費者の元に届けられるようになった（もちろんデパートなどでは，一部の富裕層のために高額商品の販売も行われていた）。ババリア系の移民として 9 歳の時に渡米，つぶれかけた瀬戸物卸売り会社メイシーズ（捕鯨船長 R・C・メイシー所有）を買い取り，全米屈指のデパートに育て上げたのち，連邦下院議員などを歴任，若い人々に先を譲って妻ともどもタイタニック号と運命を共にしたイジドア・ストラウス（Isidore Straus, 1845–1912）は，ユダヤ系のデパート経営者のなかでも代表格であろう。[15] ニューヨーク北部の農場育ちの安売り王，フランク・W・ウールワース（Frank Winfield Woolworth, 1852–1912）は，1879 年にセールスマンから独立して「ファイヴ・アンド・テン」（1 点が 5 セントから 10 セントの品物〔針，ボタン，石鹸，タライ，ハーモニカなど〕を「定価」で売る店，今日でいえば 100 円ショップ）を開業，1900 年までに 59 店のチェーンストアを展開していた。ドラッグストアの父とも称されるスウェーデン系のワルグリーン（Charles R. Walgreen, 1873–1939）は，薬の販売のほかに様々なサービス（ランチ・カウンターをふくむ）を提供，1939 年には全米に約 500 店舗，従業員 12,000 名を数える「大企業」にまで成長していた。[16] 都会の人々が「ショッピング」を初体験する一方，地方の人々は，シカゴを拠点とするシアーズ（Sears Roebuck［1895 年創業］）などを通して，通販（メール・オ

ーダー）の楽しみを味わうこととなった。

2）個人消費の役割

資本主義経済における個人消費の重要性は，国内総生産（GDP）／国民総生産（GNP）の内訳を見れば，一目瞭然である。例えば，アメリカ経済が未曾有の好景気を迎えた1920年代末（1929年）においては，国内総生産（GDP）に占める設備投資の割合が15.5%，政府支出（公共投資）のそれが8.1%，そして対外投資による収益のそれが0.8%であったのに対し，個人消費のそれは実に7割を超えていた（表6を参照）。また，第二次世界大戦後（1953年）においても，国内総生産（GDP）に占める個人消費の割合は，幾分減少はしたものの，なお6割以上を維持していた（ニューディール政策に基づく福祉国家の誕生により，公共支出の割合が急増したことが減少の一因だと考えられる）。さらについ最近（2003年）では，公共支出の抑制（小さな政府，もしくは財政赤字削減に向けての努力）を反映して，再び個人消費の比率が7割を超えている。つまり，時代によって多少の変動はあるが，アメリカの経済活動における個人消費の役割は，他の項目に比べて圧倒的に大きかった――国内総生産の3分の2から4分の3に達していた――ということである（ちなみに日本の場合〔2003年〕は，個人消費が国内総生産の56.6%〔2,835億円〕，設備投資が24.0%〔1,202億円〕，政府支出が17.6%〔880億円〕，対外貿易〔黒字

表6　アメリカの国民総生産／国内総生産，単位10億ドル，1929年，1953年，2003年

項目	1929年	1953年	2003年（GDP）	2003年（GNP）
個人消費	79.0（75.7%）	230.1（63.1%）	7,760.9（70.5%）	7,760.9（70.2%）
民間投資	16.2（15.5%）	51.4（14.1%）	1,665.8（15.1%）	1,665.8（15.1%）
対外投資	0.8　（0.8%）	–1.9（–0.5%）	——	55.1　（0.5%）
対外貿易	——	——	–498.1（–4.5%）	–498.1（–4.5%）
公共投資	8.5　（8.1%）	85.2（23.3%）	2,075.5（18.9%）	2,075.5（18.8%）
合計	104.4（100%）	364.9（100%）	11,004.0（100%）	11,059.2（100%）

出典：U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 1955*, 286;
U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 2005–2006*, 443.

分〕が 1.8%〔92 億円〕と，設備投資の比率が比較的高い反面，個人消費は幾分少な目である)。言いかえるなら，個人消費が順調に拡大をつづければ，アメリカ経済も発展をつづけ，逆に個人消費が大きく落ち込むようなことがあれば，アメリカ経済も深刻な不況に陥る恐れがあったということである（1929 年 10 月 23 日〔ブラック・サーズデイ〕に始まる大恐慌は，その一つの現われだと考えられよう)。

消費のなかでも特に重要なものは，生活に密着したもの――衣・食・住に関わる生活必需品――であった。項目別の個人消費の比率を見てみると，1929 年において，食費が 26.9%，衣料費が 14.2%，住宅費が 14.5%，小計 55.6%であったのに対して，家事運営費（13.6%），交通費（9.6%），レクレーション費（5.5%），医療費，教育費，宗教活動費，海外旅行費などは，合わせて 42.9%であった（表 7 を参照)。1953 年においても，直接的に衣・食・住に関わる費用が 56.2%（ただし家事運営費をこれに加えれば 69.3%）であったのに対して，他の項目は合わせて 38.2%であっ

表 7　アメリカの個人消費の内訳，単位 10 億ドル，1929 年，1953 年，2003 年

項目	1929 年	1953 年	2003 年
食費	21.2（26.9%）	77.2（33.5%）	1,152.6（14.9%）
衣料費	11.2（14.2%）	24.6（10.7%）	412.3　（5.3%）
住宅費	11.4（14.5%）	27.7（12.0%）	1,188.4（15.3%）
家事運営	10.7（13.6%）	30.1（13.1%）	779.6（10.0%）
交通費	7.6　（9.6%）	26.8（11.7%）	925.5（11.9%）
娯楽	4.3　（5.5%）	11.9　（5.2%）	660.7　（8.5%）
医療費	3.5　（4.5%）	11.2　（4.9%）	1,557.2（20.1%）
教育費	0.7　（0.8%）	2.5　（1.1%）	201.7　（2.6%）
宗教活動	1.2　（1.5%）	3.0　（1.3%）	211.2　（2.7%）
海外旅行	0.8　（1.0%）	2.0　（0.9%）	79.2　（1.0%）
合計	79.0　（100%）	230.1　（100%）	7,760.9　（100%）
耐久消費財	9.2（11.7%）	29.8（12.9%）	950.7（12.2%）
一般消費財	37.7（47.7%）	118.9（51.7%）	2,200.1（28.3%）
サービス	32.1（40.6%）	81.4（35.4%）	4,610.1（59.4%）

出典：U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 1955*, 287, 289;
U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 2004–2005*, 425, 431.

た。もっともごく最近（2003 年）では，衣・食・住に関わる費用が 35.5 %（家事運営費を含めても 45.5%）と，だいぶ少なくなっているのに対し，その他の項目は合わせて 56.8%と，大幅に増えている（食費や衣料費の比率が半分以下に減少しているのに対し，娯楽教養費や医療費の比率が大きく上昇したのが主な原因だと考えられよう［後述］）。

国内総生産に対する産業別の寄与度を見ても，衣・食・住と直接的な関わりの深い第一次産業および第二次産業のそれが，20 世紀初頭から半ばにかけて比較的高い水準を維持しているのがわかる。1929 年の時点においては，第一次産業のそれが 8.0%，第二次産業のそれが 26.5%，合わせて 34.5%（これに小売・卸売業のそれを加えれば 47.3%），1953 年の時点においては，第一次産業のそれが 5.5%と幾分低下したものの，第二次産業のそれは逆に 37.7%（合わせて 43.2%，これに小売・卸売業のそれを加えれば 60.4%）と大きく上昇している（表 8 を参照）。食糧はもちろん、衣料（および耐久消費財）の生産や住宅の供給がこの間順調に伸びた

表 8　アメリカの国内総生産，産業別内訳，単位10億ドル，1929年，1953年，2003年

項目	1929 年	1953 年	2003 年
農林水産業	8.3　(8.0%)	16.8　(5.5%)	103.5　(0.9%)
鉱業	2.0　(1.9%)	5.5　(1.8%)	104.6　(1.0%)
建設業	3.8　(3.6%)	15.2　(5.0%)	424.1　(3.9%)
製造業	21.9 (21.0%)	97.3 (31.9%)	1,440.0 (13.1%)
小売・卸売	13.4 (12.8%)	52.4 (17.2%)	1,419.4 (12.9%)
金融保険 *	12.7 (12.2%)	26.4　(8.7%)	902.4　(8.2%)
運輸	6.6　(6.3%)	16.0　(5.2%)	314.2　(2.9%)
通信	2.9 † (2.8%)	10.2 † (3.3%)	2,100.4 (19.1%)
サービス	10.3　(9.9%)	28.8　(9.5%)	2,295.8 (20.9%)
政府	5.1　(4.9%)	34.9 (11.4%)	1,247.3 (11.3%)
小計	87.0 (83.3%)	303.5 (83.2%)	10,351.7 (94.1%)
GDP	104.4　(100%)	364.9　(100%)	11,004.0　(100%)

* 不動産を含む

† 公共料金を含む

出典：U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 1955*, 290;
U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 2005–2006*, 449.

結果であろう。もっとも 21 世紀はじめには、両者（第一次産業および第二次産業）合わせて 20％弱と大きく減少する一方，第三次産業は，通信およびサービスのみで 40％にまで達している（周知のように，アメリカでは 1956 年に，第三次産業就業者の比率が第二次産業就業者の比率を上回る「脱工業社会［post-industrial society］」が出現した）。

こうしてみると，アメリカで生み出される富の多くが企業に独占されているようにも思われようが，もちろんはそうではない。国民所得（国内総生産から投資所得〔所得収支〕および固定資本消費を差し引いたもので，国内総生産の 85％程度に相当）の内訳を見れば，各時代を通じ，法人所得が 10％をわずかに超える水準で推移しているのに対し，給与および賃金（自営・専門職を含む）は 75％から 80％に達している（表 9 を参照）。これに賃貸・利子所得を加えれば，国民所得の 9 割近く（国内総生産の 75％程度）が個人の懐に残ることになる。貯蓄として手元に残される分をのぞき，これが消費に回されるわけである。ちなみに，2003 年において，個人消費に回された額（7 兆 7,609 億ドル）は，国民所得の 80.2％，国内総生産の 70.5％（既出〔表 6〕）であった。

3）消費のススメ

このように，アメリカの経済活動における個人消費の役割は，圧倒的に大きなものであるが，はじめから誰もが進んで財布の紐をゆるめたというわけではない。むしろはじめのうちは（つまり 19 世紀後半におい

表 9　アメリカの国民所得，単位 10 億ドル，1929 年，1953 年，2003 年

項目	1929 年	1953 年	2003 年
給与・賃金	51.1（58.2%）	209.1（68.5%）	7,335.8（75.8%）
自営・専門職	14.8（16.8%）	38.4（12.6%）	
法人所得	10.1（11.5%）	38.5（12.6%）	1,021.1（10.5%）
賃貸・利子	11.9（13.5%）	19.0　（6.2%）	1,322.7（13.7%）
合計	87.8　（100%）	305.0　（100%）	9,679.6　（100%）

出典：U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 1955*, 288;
U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 2005–2006*, 448.

ては），アメリカにおいても消費を阻害するような状況や考え方がはっきりと残っていた。18 世紀の政治家・思想家ベンジャミン・フランクリン（Benjamin Franklin, 1706–90）に代表される功利主義（utilitarianism）や，19 世紀の社会学者マックス・ウェーバー（Max Weber, 1864–1920）が指摘したプロテスタントの倫理（Protestant ethic）がそれである。

フランクリンのベストセラー『プアー・リチャーズ・オールマナック』（1732–57 年）の語り手（Poor Richard）はいう，「もし人が経済的に成功をおさめたいと思うなら，朝早くから勤勉に働き，怠惰や贅沢を退け，できるかぎり節約（貯蓄）をしなければならない。」またいう，「時は金なり」，「早起きは三文の得」，「天は自ら助けるものを助ける」，「無精は労働よりも，錆のように人を早く消耗させる」，「使っている鍵はいつも光っている」，「勤勉は幸運の母，神は勤勉な者にすべてを与える」，「今日できることを明日までのばすな」，「手に入るものは手に入れよ，そして手に入れたものは離すな，これが鉛を黄金に変える賢者の石なり」，「困難は怠惰より生じ，つらい労苦は無用の安逸より生ず」，「台所が肥えれば，遺言書が痩せる」（＝美食をすれば，年老いて財産を失う），「最初の欲望を抑える方が，それに続く欲望をすべて満たすよりやさしい」，「老後と必要に備えて，できる間に貯えよ，朝日は一日中続くことはない」（以上，暦〔オールマナック〕に書かれた処世訓）。[17] フランクリン自身がそうした生き方を実践し，それが多くの人々に支持されていたのである。

皮肉なことに，消費や贅沢を抑制するこうした考え方は，初期の資本主義の発展にはなくてはならないものであった。人々が勤勉に働き，無駄遣いをせず，貯蓄をすることにより，生産性が高められるばかりではなく，資本が蓄積され，それが更なる経済発展の原動力になると考えられたからである（実際，どこの国でも，経済発展の初期段階や高度成長期においては，外資の導入，もしくは高い貯蓄率が決定的な役割を果たすことが多い）。一方で経済発展を促し，他方でその足を引っ張るというのは，おかしな話ではあるが（これこそが，後年〔1976 年〕ダニエル・ベルが指摘

することになる「資本主義の文化的矛盾」の正体である），そうした生き方が成功への近道であり，神の目にもかなうことだ――それに従わなければ，身を滅ぼすか，呪われて地獄に落ちる――と教えられていれば，人々は容易にその呪縛から解き放たれることはなかったであろう。清貧こそが望ましいとはいわないまでも，当時，人々の心のなかには奢侈・贅沢を避けようとする気持ちと，神に対する漠然とした恐れのようなものが存在したのである（今日，アメリカを毛嫌いし，アメリカへの攻撃を公言している人々のなかにも，そうした心情を持つ者は，少なくないと思われる）。

それを切り崩すきっかけになったのは，ある特定の出来事というよりむしろ，いくつか重要な社会・経済的変化が重なったことであろう。すなわち，第一にアメリカの工業生産量が飛躍的に増大したこと，第二に労働者の賃金（可処分所得）が上昇したこと，第三に販売（流通）ルートが拡充されたこと，そして第四に全般的な世俗化――つまり宗教離れ――が進んだことなどである。

アメリカのGDPが南北戦争直後にイギリスのそれを追い抜き，19世紀末にはその3倍近くにまで達していたことはすでに述べた。労働者（非熟練工）の賃金も1日1～2ドルと，一般的にはいわゆる最低生活水準（サブシスタンス・レベル）に近いところにあったが，それでも世界的にみれば最高の水準にあった。しかも経験を積めば，彼らの賃金は比較的短期間のうちに大きく跳ね上がった（多くのイタリア系の移民〔いわゆる渡り鳥〕が，多少の貯えができると帰国して，地主になったり，商売を始めたりしたことはよく知られている）。そうした状況のもとで，有り余るほどの商品が店頭に並べられれば，人々がどのような気持ちに駆られるかは，想像に難くないであろう。

合理的・科学的考え方が普及するなかで，ダーウィンの進化論（『種の起源』，1859年）が刊行されていたことも，当時の人々にとっては，大きな意味を持っていたと考えられよう。それまで絶対だと信じていたものが，必ずしもそうではないとわかれば，人々は動揺し，それまでの生き方

ばかりではなく，その前提となる考え方に対しても，ある種の疑念を抱くようになったはずである。もちろんだからといって，それらを完全に否定し，全く新しい価値観を持つようになったとまではいえないであろうが，そうして生じた疑念を払拭するために――またぽっかりあいた心の空隙を満たすために――何かしら新しい生き方を模索するようになったのではないかと考えられる（ただし，そのことによってかえって反動的な姿勢を強め，20 世紀初頭に，いわゆる原理主義〔ファンダメンタリズム〕を主張しはじめた者たちもいる）。折から，サーカス，ボードビル，ミュージカル，スポーツ（ボクシング，野球など）などの「娯楽」も，人々の間で，少しずつ市民権を獲得するようになっていった。

そうした状況のもとで，消費に対する人々の抵抗感（罪悪感）も徐々に薄れ，はじめは恐る恐る，そして次第に大胆に，ごく普通の人々が買い物（ショッピング）を楽しむようになった。なかでも上記のデパートやドラッグストアなどの登場は，人々の購買意欲を高めるうえで，大きな役割を果たしたものと思われる。それまで欲しかったものが，目の前に並べられていれば，また自分の懐にそれを購入できるだけの金銭的な余裕があるなら，思わずそちらに手が伸びてしまっても，誰もそのことをとがめることはできなかったであろう。表面上は否定していても，心のなかでは，誰もが自分もそうしたいと望んでいたからである。

「いくらお金を稼いでも，使わないで貯めているだけでは，いわば宝の持ち腐れである。禁欲主義を貫くばかりでは，退屈であじけない人生になってしまう。もし充実した人生を送ろうとするのなら，少しは楽しみも味わうべきである，できるなら一つ上の生活（生活水準の向上）を目指すべきである」――そうした理由付けのもとで，上は「百万人の手の届く百万長者にふさわしい品物」（1887 年のメイシーズのキャッチコピー）から，下は「セルフ・サービスの低価格商品」まで，ありとあらゆる品物が，いわば鼻先のニンジンのように，人々の目の前にぶら下げられた。

要は，眠っている欲望をいかに目覚めさせるかということであった。

人々が何を「必要」としているのか，どのようにお金を使ったらいいのか，教えてやることであった。そこで登場したのが，のちにイメージ・メーカーズ（image makers），もしくは隠れた説得者（hidden persuaders）と呼ばれる広告の専門集団であった（一説にその先駆者は，1869 年に全米およびカナダで発行されていた定期刊行物のリスト〔発行部数を含む〕を出版したジョージ・P・ロウエル〔George P. Rowell〕だとされる）。[18] 彼らは，はじめは単に商品の名前を売るだけの「繰り返し（iteration copy）」という単純な手法を使っていたが，次第に巧妙かつ狡猾になり，あの手この手で消費者の購買意欲を引き出すようになっていった。喫煙に対するピューリタニカルな罪悪感を退け，くつろぎ（砂漠のなかのオアシス）を連想させる煙草（商品名キャメル）の広告，「歩いたあとのキャメルの一服（Walk a Mile for a Camel）」，官能的なタブーに挑戦した化粧品（石鹸）の広告，「触りたくなるスキン（The Skin You Love to Touch）」，富裕層のあかしとしての大きさ（および値段）を強調したフォードの高級車リンカーン・マーキュリーの見開き広告，「これほど長く（＝大きく），これほど長く待たれたリンカーンはない（Never before a Lincoln so long, so long waited for!）」[19]（ちなみに「面長のリンカーンをもう少し長く〔Long Lincoln, a little longer!〕」は，リンカーン大統領二期目の選挙戦のスローガンである）などが，その代表的な例である。

いわば，消費者の深層心理に訴えかけようとするもので，消費者は一見そっぽを向きながらも，知らず知らずその術中にはまっていく，そしてまんまと釣り上げられてしまうという筋書きである。先駆者の一人クロード・ホプキンズ（Claude C. Hopkins）はいう，「すばらしい文章というのは広告には向かない。自然に，そして簡潔に書かなければいけない。ブラックバスを釣り上げるのと同様に，顧客を釣り上げるには，針を隠さなければいけない。」さらにホプキンズの師匠，ロウエルはいう，「大学の教授ではなく，おろか者をつかまえるように，広告は書かなければいけない。そうすれば，ほかの連中と一緒に大学教授もつかまるのだ。」[20] つま

り，はっきりとした因果関係を伝えないまま，人々の不安に訴えたり（保険のセールス），美貌や若さを謳ったり（化粧品・健康食品），自尊心をくすぐったり（自動車などの高額商品），好奇心をかきたてたり（玩具など），家庭のぬくもりを伝えたり（家電製品など）することによって，半ば衝動的に消費者に目的の品物を買わせてしまおうということである。また，一旦餌に跳びついた者は，二度，三度と同じものを買う，常習的愛好者（リピーター）にしてしまおうということである。

そのためには，潜在的に消費者が何を求めているかを知らなければならない。そしてそれに基づいて，さらに販売戦略を強化したり，場合によっては，新たな製品を開発し，それを買わせるように誘導しなければならない。そうした仕事を請け負ったのが，1911 年に『レディーズ・ホーム・ジャーナル』や『サダデー・イヴニング・ポスト』の社主サイラス・カーティス（Cyrus H. K. Curtis）に雇われたチャールズ・パーリン（Charles Coolidge Parlin）や，1917 年にケロッグ社（広告部長）から独立した R・O・イーストマン（R. O. Eastman），それに 1930 年代から 1950 年代にかけて，ラジオおよびテレビの受信率（視聴率）の調査を始めたデンマーク系移民の子アーサー・ニールセン（Arthur C. Nielsen）など――いわゆる「コマーシャル・リサーチャー」（のちのマーケット・リサーチャー）たち――である。[21]

対象となる商品を，どのような人々が，どのような理由で購入するのか，彼らの年収はどれくらいか，居住区はどのあたりか，社会的地位や年齢，性別，人種などはどうか。また，対象となる商品が，どの地域のどのデパートにどれくらい納められているのか，ディスカウント・ストアへはどうか，売れ行きはどうか，競合商品はあるのか，それとの違いは何か。主に移動と面談という手段を使い（ある調査でパーリンは 37,000 マイル〔アメリカ大陸横断 12 回に相当〕を旅行し，1,121 回の面談を重ねたという），丹念に情報を集めて回るというのが彼らのやり方であった。これらがのちに（つまり第二次世界大戦後に）広く行われることになる MR（モーティ

ベーショナル・リサーチ）へと発展していくことになるが，1914 年に自動車の市場規模や，顧客のニーズ（女性の希望で自動車の購入が決定されることが多い）を調べ，車種やグレードの削減（絞込み）をすすめたのは，パーリンの功績の一つだといわれている（パーリン『オートモービルズ』全 5 巻，1914 年）。[22]

上でも指摘したように，もし消費者が何を購入してよいのかわからないときには，教えてやればいい。そのための一つの方法は，何かうまい口実を作ってやることである。例えばクリスマスは，本来キリストの生誕を祝うための神聖な祭日であったが，南北戦争以降は，大々的な消費イベントとなった。クリスマスには誰もが買い物に出かけ，ツリーを飾り（ちなみに 1948 年におけるクリスマス・ツリーの売り上げは，2,800 万本，つまり一家に一本の割であった）[23]，靴下を用意し，サンタ・クロースが現われるのを待つ。友人同士がプレゼントやカードの交換をしたり，遠く離れた家族が再会を果たす機会ともなる。その前後数週間を含め，文字通り全米中がクリスマス一色に染まるといった状況が，19 世紀後半以降，定着するようになった。

20 世紀初頭に始まった「母の日」は，母思いの若い女性アンナ・ジャーヴィスによって提案され（1907 年），ウィルソン大統領によって承認された（1914 年）。だいぶ遅れて設立された「父の日」は，ドッド夫人の提案で始まり（1932 年），アメリカ最大のプレゼントの送り手が，年に一度（ただし誕生日などをのぞく），誇らしい受け取り手になった。[24] なかには，いささか悪乗りをして，男女が（匿名で）手紙を交換する外国の祭日（セント・バレンタインズ・デー）を，女性から男性に「愛の印としてのチョコレート」を送る日にしてしまった国もある。

ともあれ，一旦「風習」として確立してしまえば，あとは売り手の思うがままである。1867 年 12 月 24 日に，メイシーズが初めて営業時間を深夜 12 時まで延長して，前代未聞の売り上げを記録して以来，クリスマス・シーズンはアメリカ小売業にとって，1 年のうちでも最大の稼ぎ時と

なった（年間の売り上げの半分以上を，この季節に稼ぎ出す店もあるという）。

生活必需品の購入を別にすれば，消費に対する動機付けのなかでも，もっとも強力なのは，模倣，もしくはそれとは表裏一体の誇示ないし羨望である。誰もが貧乏で，高額商品の購入能力がないのであれば，あえて周囲を気にすることもないが，所得水準の上昇につれて，生活にも余裕が生まれてくると，人々は何か人よりもいいものや，人とは違うもの（自分だけのもの）を持ちたいと思うようになる。また，周りの人々，とりわけ自分と収入に大差のない人々が，何か目新しいものを持っていれば，それが気になり，「自分も」と思うようになる（消費者の購買欲をあおる最も効果的な戦術の一つは，すでに購入している人々の「証言」だという）。

他人の所持していないもの――もしくはワンランク上のもの――を自分だけが所持していれば，ある種の優越感が生まれ，それを自慢（誇示）したくなる。逆に，他人の所持しているものを自分だけが所持していなければ，ある種の劣等感が生まれ，是非にもそれを（そしてもっといいものを）購入したくなる。例えば一般化したクリスマス・ツリーは，アメリカ人なら誰でもが飾るもの（クリスマスを祝うことのないユダヤ教徒や僧侶でさえも，子供や配偶者にねだられて「ツリー」を飾る者は珍しくないといわれる）。性能の優れた大型の冷蔵庫，オーブン，洗濯乾燥機などは，主婦（家事をするもの）がわれ先に欲しがるもの，リンカーン・コンティネンタルやキャディラックは，モデル T などの大衆車に乗るものが，「いつかは自分も」と夢見るもの。これこそがかつて社会学者ヴェブレン（Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class*, 1899）が指摘した「誇示消費」（conspicuous consumption）[25] である。

4）消費文化

人々の価値観や物の考え方に大きな影響を及ぼすという意味で，消費は文化の一形態だと言っても差し支えないであろう。日々，身近な現象とし

て存在するという意味では，芸術，文学，思想，宗教など伝統的な文化よりも，むしろ消費の方が多くの人々にとっては，より重要な文化なのかもしれない。仮に，一日 24 時間のうち，仕事に 8 時間（休憩時間や通勤時間をのぞく），睡眠に 8 時間費やすとすれば，残りの 8 時間（もしくは 6 時間程度）のうち大半は，テレビの前（一日平均 4.5 時間）か，コンビニ，スーパーなど（0.5 ～ 1 時間）で過ごすことになろう。いわば四六時中，直接もしくは間接的に，人々は消費もしくはそのための媒体（宣伝）の影響下に置かれているわけで，「消費すなわち人生」とはいわないまでも，消費と日常生活とは切っても切れない関係にある――生活の一部だ――ということができるであろう。

消費社会の最大の利点は，少なくとも物理的な意味において，貧困や欠乏の不安から解放され，人々が豊かで満ち足りた生活を送ることができるということである。つまり，過度の高望みをしないかぎり，人々は容易に衣・食・住の基本的な欲求を満たすことができるばかりではなく，耐久消費財など，比較的高価な品物を購入したり，旅行・娯楽・レクレーションなどに自由に時間（およびお金）を費やしたりできるということである。また，公共機関などの協力により，老後や病気のときには必要なサービス（医療や介護）を受けられるということも，豊かな社会の重要な基準となろう。つまり，必要なものや欲しいものは，いつでもどこでも手に入るということである（テレビ，冷蔵庫などはもちろん，車もある，パソコンもある，携帯もある，病気のときには医者にもかかれるということで，むしろ無い物を見つける方が困難であろう）。

今なお，地球上の多くの人々が，飢え，貧困，暑さ（旱魃），内戦などにさいなまれ，非衛生的な状況に置きざりにされていることを思えば，消費社会のもたらす恩恵は計り知れないものであろう。また，一旦それを味わった者たちにとって，その魅力は抗しがく，たとえわずかな期間でも，そこから離れたくない，その恩恵を手放したくないと思うのは当然であろう。実際，先進国の住人にとって，テレビ（情報・娯楽）のない世界，デ

パート，コンビニ，スーパーのない世界（自由に買い物のできない世界）など考えることができるであろうか。

消費社会の第二の利点――政治的には最大の利点――は，社会全体が安定するということである。人々が等しく消費（豊かさ）の恩恵に与れるようになれば，現状に対する不満が薄れ，むしろ現状を守ろう（一度手に入れたものは失いたくない）といった気持ちが強くなるからである。雇用や賃金なども，確かに100パーセント満足できるものではないかもしれないが，今のままでもそれなりの生活が維持できないわけではない。まして，体制そのもの（資本主義）を否定して，社会を混乱に陥れたり（アナーキズム），政府の転覆を企てたり（革命）するような理由はない，むしろ暮らしは良くなっている，そうした判断に傾く人々が増えれば，しっかりと社会の枠組み（資本主義および自由民主主義〔リベラル・デモクラシー〕）は定まり，その基盤はよりいっそう強固なものになる。

周知のように，共産主義社会においては，額に汗して働く者たち――労働者（プロレタリアート）――こそ，経済活動の中心であり，有産階級（ブルジョワジー）は最終的に排除されるべき存在であった。ところが資本主義では，これらの人々――一般には中産階級と呼ばれる人々――こそ，政治，経済，社会の中心であり，プロレタリアート（無産階級）はむしろ消滅すべき存在であった。有産階級（中産階級）の潜在的脅威を察知して，共産主義者マルクスはいう，「〔彼らは資本家とプロレタリアートとの間に立ち〕下位階級としての労働者の上に重くのしかかり，上位1万人〔資本家〕の身の安全を増そうとしている。」またいう，「資本主義の生産体制や金融制度の変化により，古い中産階級――農民，職人，専門職――から，新しい中産階級――管理職，技術職，ホワイトカラーなど――への移行が起こり，その人数は，プロレタリアートが相対的に減少する一方，増加をつづけ，まさしくブルジョワ社会の形成に資することになるだろう」（『資本論』1867年）。[26]

事実，世界有数の工業国ドイツにおいても，19世紀末から20世紀初頭

（1895–1925 年）にかけて，賃金労働者の比率は 56.8％から 45.1％へと減少した（代わりにホワイトカラーや技術職の比率が上昇した）という（ハンス・シュパイアー『ドイツ社会における俸給階級』1939 年）。[27] アメリカの場合は，特に初期の段階において，労働者の移動（モビリティ）が速く，はっきりと特定するのが困難であるが，所得税が導入されて間もない 1920 年のパーソナル・タックス・リターン（納税記録〔表 10 を参照〕）によれば，全労働者 4,161 万人のうち，納税義務のあった（もしくは納税を行った）年収 2,000 ドル以上の労働者は 726 万人，率にして 17.4％であった（それまでの人頭税に代わり，個人所得に対して累進性の所得税が課せられるようになったのは，1913 年のことである〔「連邦議会は，人口算定に準拠することなしに，所得税を賦課徴収する権限を有する」――憲法修正第 16 条〕，なお，1913 年から 1916 年までは，年収 5,000 ドル以上の者全員に，1917 年から 1939 年までは，おおむね年収 2,000 ドル以上の単身者，扶養家族のいない年収 3,000 ドル以上の既婚者，扶養家族が 2 人いる年収 5,000 ドル以上の既婚者などに納税の義務があった）。1950 年代に F・L・アレン（『ザ・ビッグ・チェインジ』1952 年）が示した中産階級（72.1％）の最低年収は 2,000 ドル，当時の GDP は 1920 年のほぼ 4 倍だったので，1920 年におけるアメリカの中産階級の比率は，少な

表 10　所得別納税者数（労働者総数に占める割合），単位1,000人，1920–1960 年

	1920	1940	1950	1960
労働者総数	42,206（100%）	51,742（100%）	58,999（100%）	67,990（100%）
納税者総数	7,260（17.2%）	14,665（28.3%）	52,656（89.2%）	60,593（89.1%）
1,000ドル以下	——	1,941（3.8%）	7,362（12.5%）	6,984（10.3%）
2,000ドル以下	2,672（6.3%）	5,027（9.7%）	10,550（17.9%）	7,357（10.8%）
3,000ドル以下	2,569（6.1%）	5,265（10.2%）	11,429（19.4%）	6,924（10.2%）
5,000ドル以下	1,337（3.2%）	1,653（3.2%）	15,822（30.0%）	13,744（20.2%）
10,000ドル以下	455（1.1%）	539（1.0%）	6,115（10.4%）	20,266（29.8%）
10,000ドル以上	226（0.5%）	241（0.5%）	1,378（2.3%）	5,319（7.8%）

出典：U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 1925*, 174;
U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 1945*, 323;
U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 1965*, 403.

表 11　アメリカの労働者，職業別人数（比率），単位 1,000 人，1920–1960 年

職種	1920	1940	1950	1960
専門職	2,283　（5.4%）	3,879　（7.5%）	5,081　（8.6%）	7,336（10.8%）
管理職	2,803　（6.6%）	3,770　（7.3%）	5,155　（8.7%）	5,489　（8.1%）
事務	5,156（12.2%）	4,982　（9.6%）	7,232（12.3%）	9,617（14.1%）
販売	2,058　（4.9%）	3,450　（6.7%）	4,133　（7.0%）	4,801　（7.1%）
小計	10,529（24.9%）	16,082（31.1%）	21,601（36.6%）	27,244（40.1%）
肉体労働	16,974（40.2%）	20,597（39.8%）	24,266（41.1%）	25,617（37.7%）
サービス	3,313　（7.8%）	6,069（11.7%）	6,180（10.5%）	7,590（11.2%）
農業	11,390（27.0%）	8,995（17.4%）	6,953（11.8%）	4,085　（6.0%）
合計	42,206　（100%）	51,742　（100%）	58,999　（100%）	67,990　（100%）

出典：U.S. Bureau of the Census, *The Statistical History of the United States*, 139.

くとも 2 割，場合によっては 3 ～ 4 割程度にまで達していたのではないかと思われる（職業別にみれば，専門職および管理職の大部分，事務職，販売職の一部，それに肉体労働者の一部〔主任，監督など〕），および大規模農場の経営者が，ここに含まれていたと考えられる〔表 11 を参照〕）。1925 年の時点で，租税の 24.2％を負担していた企業とともに，こうした人々（租税負担率 22.4％）が合衆国の財政を支えると同時に，個人消費の先導役を務めていたと考えられよう。

こうした人々（中産層）はまた，政治や社会に対する関心が，極めて高い人々であった。自分たちが携わった経済活動の一つの結果として社会（コミュニティ）が形成され，その安全や秩序が維持されている。また，自分たちが納めた税金で，「自分たちのために自分たちの作った政治機構」が円滑に動いている。したがって，自らその運営に参加して，それを守り，それを発展させていくことは自分たちの務めだ，といった意識が働くからである。建国の理念を別にすれば，これ――つまり，立法であれ，行政であれ，司法（陪審員）であれ，誰でもがその決定過程に積極的に関与する市民参加型の政治――こそが民主主義の基本であり，これによりアメリカは，真に民主的な政治を実現するための手段を手に入れたということができよう。実際，19 世紀末から 20 世紀初頭にかけて，アメリカでは，中産階級（市民階級）の台頭とともに，政治改革への機運が高まり，不正

の告発・摘発や，新たな制度の設立など，次々と進歩的な政策が実行に移されていった。独占禁止法の制定・強化，各種労働者保護法の制定，市政改革，リコール，それに主に州レベルにおけるイニシアティヴ（住民発議），レファレンダム（住民投票）制度の導入などがそれである。

消費社会の第三の利点は，少なくともその成長過程において，内面化された自我理想（internalized ego ideal）に基づく競争の原理がなお存在するということである。既述のように，確かに消費社会の誕生の段階においては，それまでの禁欲主義を押しのけ，物質的欲求を満たそうとする，それまで見られなかったような態度が見られるようになっていた。しかしそれが直ちに奢侈，もしくは享楽主義へと移行することはなく，人々はむしろ自己犠牲もしくは自己抑制に基づく勤勉さを重視していた。物質的な欲求を満たすためには，それ相応の収入が必要であり，それを得るためには，昇進（立身出世）を遂げることが近道だと判断されたからである。そこで人々――とりわけ潜在的な能力が高く，上昇志向の強い人々――は一生懸命に働き，成功を目指して競争に打ち勝とうと努力した。何よりの励みは，成功者には社会的賞賛と満ち足りた生活が待っていたということである。つまり，少々あからさまな言い方をするなら，比較的所得の低い人々は，都心のアパートや借家住まいで我慢しなければならなかったが，比較的所得の高い人々は，郊外の庭付き一戸建て住宅へ，さらに所得の高い人々は，その外辺のプール付き豪邸へと移り住むことができた，ということである（中に備える家具はもちろん，自動車，洋服，靴，時計，装飾品，それに銀行預金の利率にいたるまで，収入に応じた緩やかなクラス別の基準が存在した）。また，長年の目標を達成したということで，自分自身，ある種の充足感を味わうこともできたであろう。

言い換えるなら，アメリカの消費社会においては，競争に勝ち抜いて成功を手に入れた者と，そうでない者との間に，ある種の区別，すなわち「目に見える」形でのクラス分け（階級制度）が出来上がろうとしていたということである。上から順に，上流，中流（中流上，中流中，中流下

に細分化される），および下層とするのが，最も一般的であろう。ただしごく最近では，上から順に，目に見えない最上層（Top out-of-sight），上流（Upper），中流上（Upper middle），中流中（Middle middle），労働者上（High proletarian），労働者中（Mid-proletarian），労働者下（Low proletarian），貧困層（Destitute），それに目に見えない最下層（Bottom out-of-sight）といった，さらにきめ細かな分類法を唱える者もいる。[28]

今で言うなら，上は自家用ジェット機を所有する雲の上の階層から，下は少数派の一部や路上生活者のように，社会的に見放された困窮層までということになるが，既述のように，それぞれに収入（財産）に応じた生活形態や消費形態をもっている――つまり，消費行動と社会的地位（ソーシャル・ステイタス）とは，ある一定の相関関係にある――ということである。これがすなわちステイタス・シンボルとしての高額商品の購入を促しているわけで，その意味では，消費は単に物理的な欲求を満たすためのものではなく，結果的に社会的な枠組み作り，もしくはその強化のために，大きな役割を担っているということができるであろう。

ところで，平等であるはずのアメリカ社会に，たとえ緩やかなものであっても，階級制度が存在するということは，いささか奇妙な話ではある。しかし，平等といっても，それはあくまでも出発点における平等であって，結果の平等ではない。ヨーイ・ドンでスタートしたあとは，文字通りの競争であり，それに勝った者には報酬（より高い賃金や社会的地位）が与えられ，負けた者は現状にとどまるか，場合によっては退場や，契約の打ち切りを宣告される。もっともアメリカの階級制度は，例えばインドのカースト制度のように，生涯固定されたものではなく，比較的自由に移動が可能である。つまり，勝った者にはさらなる機会が与えられるが，負けた者にも別の機会が与えられ，それを生かせば負けた者も社会的な上昇が可能だということである。したがって，全くの無気力というのでなければ，誰でもが再度の挑戦を試み，さらに上のクラス（ステイタス）を目指すということになる。しかも科学者やスポーツ選手など，特殊な技能の持ち主な

らば，外国からの参入も認められるというのが，機会の国アメリカの姿である。

必要な教育や訓練を受けたうえで，一生懸命に働き，収入を増やし，社会的に高い地位を手に入れる。そしてそれにふさわしい家財や身の回りのものを揃え，外見的にも恥ずかしくない暮らしをする。また，自分のことだけを考えるのではなく，近隣（コミュニティ）のこと，社会のこと，国のことにも積極的に関与し，市民としての務めを果たす。そうした姿勢や考え方こそが，アメリカの中産層に共通の特徴であり，これこそがアメリカの社会――ひいてはアメリカの政治・経済体制――を根底から支えるものだと結論づけることができるであろう。

5）消費社会の問題点

もっとも，一見，理想的にみえるそうした社会にも問題点がないわけではない。巨万の富を持つ者たちがいる一方，社会のどん底に置きざりにされた者たちがいるということ（貧富の格差）はさておき，その第一は，マルクスなどの共産主義者たちが逸早く指摘したように，人が人としてではなく，モノとして扱われるようになってしまうということ（モノ化現象〔reification〕）である。つまり，収入を増やし，少しでもいい物を手に入れようとするあまり，人々は肝心の精神性（ココロ）を忘れ，物欲中心の生活に陥ってしまう（物質化〔materialization〕／世俗化〔vulgarization〕）ということである。そうでなくても資本主義社会においては，一般労働者が単なる経済単位――使い捨てや交換が可能な社会的歯車の一つ――だと見なされ，まさしく動物以下の扱い（虐待／搾取）を受けているという批判がある。職場において人間扱いをされない者たちが，日常生活において専らモノに執着するようになれば，どのような結果になるかは明らかであろう。結局のところ，手に入れたモノこそが自分の価値――もしくは自分の価値を決める尺度――だと思うようになり，人生の意味や倫理・道徳などを深く考えることもなく，皮相的で場渡り的な生き方

をする（「欲しいモノが手に入ればそれでいい」と考える）ようになってしまうであろう。これで果たしていいのであろうか，人間性や創造性（＝人間性を回復するための，マルクスの処方箋の一つ）といったものは，どこへいってしまったのであろうか，というのが一部の心ある人々の心配を込めた指摘である。

こうしたモノ化した社会の現実を映し出すものとして，テレビやラジオなどで流されるコマーシャル・メッセージ（CM）ほど適切な例はないであろう。自社の名前や商品（サービス）を売込み，それを購入してもらおうと，厳密な因果関係やコンテクストを省いたり，奇抜で，ありそうもない状況を作り出したりすることにより，ひたすら消費者の購買欲に訴えかけようとする。その露骨で短絡的なやり方に，反感もしくは違和感を持つ者も少なくはないであろう（もっともそれを必要悪として許容する者や，うんざりしながらも，それに慣れてしまった者，また逆にそれが面白いと思う者たちもいるであろう）。実際，欧米諸国においては，映画俳優であれ，スポーツ選手であれ，一流と見なされる者で，コマーシャル（ただし公共目的のものをのぞく）に出演する者はいない（彼らが日本のコマーシャルに出演する場合には，それを日本の外では放映させないという一項が，必ず契約のなかに含まれている）。確かに，コマーシャルも文化の一形態だ――世相や流行を映し出す貴重な資料だ――といえないこともないが，少なくともそれが視聴者に対して，物事を深く考えさせたり，大きな感動を与えたりすることはない。その騒がしく空疎な言葉の繰り返しのなかで，一部の良心的な声も，掻き消されがちである。

純文学や哲学・宗教などのいわゆるハイ・カルチャー／ハイブラウ・カルチャーが，後退を余儀なくされる一方，ポピュラー・ミュージックや映画・アニメなどのポップ・カルチャーが隆盛を極めている（世界最多の視聴者を持つのは，サムナー・レッドストーン所有の衛星放送チャンネルMTVである）[29] というのも，そうした流れの一環だと考えられよう。難解であるばかりか，時間をかけた割に収益性の低い前者（インテリ文化）

に対し，後者（大衆文化）は比較的わかりやすいうえに収益性も高いというのが，後者の人気の秘密だと考えられよう。文化の「平準化」（leveling down）といった面は否定できないにしても，より多くの人々が気軽に，そして同時に，興奮（ある種の感動）を味わえるようになったということも，後者の功績の一つだと考えられよう。しかし，例えば宗教的な祈りや瞑想と，限られた時間のなかで，視覚・聴覚に激しく訴えかけようとする情緒的行為とを比べれば，どちらがより高い精神性を内包しているかはおのずと明らかであろう。少なくとも，固陋かつ敬虔な人々のなかには，後者をある種の堕落，もしくは快楽主義的異端だと見なす人々が数多くいることは否定しがたい事実であろう。

これにウォールト・ディズニー，MGM／ユニバーサル・スタジオ，シックス・フラッグズなどによって代表されるテーマ・パーク，マクドナルド，ケンタッキー・フライド・チキン，スターバックス・コーヒーなどによって代表されるファースト・フード店，ペプシコーラ，コカコーラなどによって代表される清涼飲料水，それにナイキ，リーボック（アディダス，ピューマは本来ドイツ系）などによって代表されるスポーツ・シューズなどを加えれば，民族性や特殊性とは正反対の庶民性や匿名性――ある種の国際性――の強いアメリカ型消費文化の特徴がより一層明らかになろう。これらの商品は，世界中どこへ行っても見られるもの――つまり最小公分母的性格を備えたもの――であり，いわば一つの鋳型でいぬかれた，便利ではあるが深み（特殊性）に欠けるアメリカ産の文化を世界中に押し付けようとするものだといえないこともないであろう。もっとも，それらに反旗を翻しながら，日常生活においては，それらを好んで消費するテロリストたち，という光景も皮肉といえば皮肉である。

消費社会の第三の問題点は，比較的最近クローズアップされてきたものであるが，簡単にいえば，消費のしすぎ，もしくは無駄使いということである。20 世紀中ごろまでは，資源も原料も無尽蔵で使い放題，次から次へと開発される新製品は，日々の暮らしをより便利で快適にするもの，な

どと考えられていた。ところが，戦後しばらくしてから，一つには製造もしくは消費の段階で，深刻な環境汚染や危険が生じることが明らかになったために（レイチェル・カーソンの『沈黙の春』1962 年，ラルフ・ネイダーの『スピードに関係なく危険』1965 年などが，警告の書として知られる）[30]，また一つには資源や原料が底をつきはじめたために，開発および消費最優先のそれまでの経済モデルは，抜本的な見直しを迫られることとなった。特にアメリカにおいては，伝統的に節約（エコノミー）もさることながら，買い換えや「使い捨て」（disposable）の方がより合理的だと考えられていた。その方が，消費の促進につながるばかりではなく，品物によっては，より衛生的で，再生産や修理に要する手間隙を考えれば，より低いコストで済むと判断されたからである。企業サイドも，頻繁にモデル・チェンジをしたり，あらかじめ製品寿命（ライフ・サイクル）を設けたりして，積極的に古いものから新しいものへの買い換えを促そうとした。よほど物持ちのいい人でなければ，同じ車を 10 年以上運転したり，同じパソコンを 5 年以上使ったりすることはないであろう。そうした点に目を向けるなら，大量生産，大量消費，そして大量投棄（もしくは大量破壊）こそが，アメリカ型消費社会の特徴だといえないこともないであろう。

しかし肝心の資源や原料が不足してしまったら，十分な品物（およびエネルギー）の供給ができなくなってしまうばかりか，資源や原料の価格が高騰し，製品の値上げにつながったり，労働者の賃金の抑制を招いたり，企業に海外移転を決断させたり，ということにもなりかねない。また，経済的に余裕のある先進諸国はまだしも，経済的に弱小な国々は，資源や原料の調達コストを賄うことができず，ますます開発競争に遅れをとるといった状況も考えられよう。加えて，製造・消費の段階で，身の回りの自然環境および住環境が汚染，もしくは破壊されているというのであれば，何のための経済発展であろう。「何のための豊かさ」（デイヴィッド・リースマン）であろう。人類は，このままいけば自滅へといたる――少なくとも，

文明もしくは進歩という名のもとに繰り広げられてきた経済活動が大きな曲がり角に差しかかっている――ということは否定できない事実であろう。

6）貿易大国アメリカ

以上見たように，19 世紀後半以降，アメリカ経済の中心にあったのは，個人消費であった。低価格商品（衣類・日用品）から高額商品（高級車や毛皮製品）にいたるまで，アメリカ国内に巨大な市場（需要）があったからこそ，アメリカ経済は驚異的な成長を遂げ，それを維持することができたのである。その意味では，消費はアメリカ経済にとって，車の両輪の一つどころか，エンジンそのものだったということさえできよう（その場合は，資本，資源，技術，労働の四つの要素が，車の車輪ということになる）。それほどに，個人消費の果たした役割は大きく，まさしくアメリカにおいては「消費者こそが王様」だったのである。

消費ばかりではない。経済の急成長とともに，アメリカでは対外貿易（量および額）も徐々に拡大していった。輸出と輸入（商品のみ）を合わせたその総額は，南北戦争をはさんだ 25 年間（1850–1875）に，3 億 3,800 万ドルから 11 億 4,600 万ドルへとほぼ 3.4 倍に，19 世紀末の 25 年間（1875–1900）には，11 億 4,600 万ドルから 24 億 9,200 万ドルへとさらに 2.2 倍に増大している（表 12 を参照）。またこの間，イギリスとは対照的に，輸出額が輸入額を上回る輸出超過の状態になり，その額（黒字幅）も少しずつ増加傾向を示すようになった。すなわち，1873 年の時点においては，輸出が 6 億 3,100 万ドル，輸入が 6 億 8,300 万ドルと，わずかに（5,200 万ドル）輸入超過の状態であったが，翌 1874 年には，輸出が 6 億 6,900 万ドル，輸入が 5 億 9,300 万ドルとわずかながら（7,600 万ドル）輸出超過となり，その後は 1880 年に 2 億 3,500 万ドル，1900 年に 7 億 5,400 万ドルと，急速に黒字幅を拡大させていった（ちなみに，貿易大国イギリスの貿易収支は，1880 年にマイナス 1 億 2,110 万ポンド〔5 億 8,440 万ドル〕，1900 年にマイナス 1 億 6,700 万ポンド〔8 億 1,360 万

表 12　米国の経常収支（主要項目別），単位 100 万ドル，1790–1972 年

年度	輸出				輸入				収支
	商品	運輸 *	投資 †	合計	商品	運輸 *	投資 †	合計	
1790	21	7	—	29	24	2	4	30	–1
1820	70	14	—	84	75	5	5	75	9
1850	153	13	—	166	185	13	12	210	–44
1873	631	41	—	675	683	61	99	856	–181
1874	699	34	—	707	593	61	102	767	–60
1875	590	29	—	623	556	56	99	722	–99
1876	620	30	—	654	478	52	96	634	20
1880	929	32	—	963	694	63	79	849	114
1890	921	38	—	960	866	104	125	1,109	–149
1900	1,623	25	38	1,686	869	173	120	869	817
1910	1,995	57	108	2,160	1,609	333	172	2,114	46
1920	8,481	1,186	719	10,264	5,384	1,038	120	6,741	3,523
1930	3,929	454	1,040	5,448	3,104	940	295	4,416	1,032
1940	4,124	497	564	5,355	2,698	524	210	3,636	1,719
1950	10,203	1,452	1,839	13,893	9,081	1,572	379	12,001	1,892
1960	19,650	2,701	3,939	27,490	14,744	3,665	1,098	23,383	4,107
1970	41,963	5,939	11,426	62,870	39,799	8,007	5,167	59,307	3,563
1971	43,319	6,338	12,707	65,449	45,579	8,679	5,436	65,619	–3,817
1972	48,768	6,967	14,764	72,418	55,797	10,022	6,572	78,427	–9,806

* 旅行を含む。

† 輸出の部の「投資」は対外投資に対する収益，輸入の部の「投資」は対内投資に対する支払い。

出典：U.S. Bureau of the Census, *Statistical History of the United States*, 864–66;
U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 1975*, 798.

ドル〕と，大幅な赤字を計上しつづけていた）。

これらの額は，当時のアメリカの国民総生産（GNP）に対して，それぞれ 2.3％（1880 年）および 4.0％（1900 年）と，決して高い数字ではなかったが（ちなみにイギリスの貿易赤字は当時の GNP の 10.2％〔1880 年〕および 9.4％〔1900 年〕であった），少なくとも以下二つの点において，大きな意味を持っていた。一つは，アメリカが世界に類を見ないほどの巨大な国内市場を持ちながら，なお輸出に回せるほど多くの品物を生産していたということ，もう一つは，アメリカが世界の貿易大国として，イギリ

スに並び，イギリスを追い抜こうとしていたということである。

確かに貿易量，および貿易依存度という点においては，1900 年の時点においても，イギリスの方がアメリカよりもかなり高い水準にあった。すなわち，貿易額はイギリスの 8 億 7,700 万ポンド（42 億 7,270 万ドル）に対して，アメリカはその 2 分の 1 の 24 億 9,200 万ドル，また貿易依存度は，イギリスが平均 24.6％（輸出が 14.3％，輸入が 29.4％）であったのに対して，アメリカは平均 6.2％（輸出が 7.8％，輸入が 4.7％）にすぎなかった。しかしながら，輸出額だけを見れば，イギリスの 17 億 2,500 万ドル（1900 年）に対して，アメリカは 16 億 2,300 万ドルと，ほぼ同額にまで達していた（貿易収支に関しては，黒字のアメリカと赤字のイギリスでは，どうにも比較のしようがない）。すでに 1880 年において，イギリスの GNP のほぼ 2 倍，1900 年においては，ほぼその 3 倍にまで達していた国（アメリカ）が，さらに貿易黒字を積み重ねていけば，どのような結果になるかは，明らかであろう。またその背景として，高い生産性と技術力，それに圧倒的な対外競争力があったことも，あえて指摘するまでもないであろう。

20 世紀に入ると，アメリカの貿易量はさらに膨らみ，第一次世界大戦が始まってまもなく（1916 年），総額において，とうとうイギリスのそれを追い抜いた（イギリスの 73 億 3,990 万ドルに対して，アメリカは 79 億 8,300 万ドル）。また輸出額においては，イギリスの 28 億 7,800 万ドルに対して，アメリカは 55 億 6,000 万ドルと，イギリスのほぼ 2 倍に達していた。その内訳（1920 年）も，イギリスの場合は，木綿，羊毛，石炭，鉄（合わせて 50.7％，ほかに機械類が 4.5％）と，原料を輸入したうえでの加工品，もしくはいわば身を切る形での鉱物資源が中心だったのに対し，アメリカの場合は，綿花，小麦，肉類，石油，鉄（合わせて 53.2％，ほかに機械類が 10.5％）と，余剰品が輸出の中心であった。

世界大恐慌の影響により，1930 年代を通して，アメリカの貿易量も縮小を余儀なくされたが，第二次世界大戦を挟んで，再び増勢に転じ，

1950 年にはイギリスの 1.6 倍に，1960 年には 2.0 倍に，そして 1970 年には 2.2 倍にまで達した。この間，ほぼ 100 年近くにわたって，アメリカの貿易収支は黒字を維持し，アメリカは貿易大国としての名を欲しいままにした（ただし翌 1971 年には 97 年ぶりにアメリカの貿易収支〔商品のみ〕は赤字に転じ，さらに 1974 年以降は恒常的な赤字を抱えるようになった）。

もっともこの間，アメリカの運輸・旅行収支は，赤字傾向を示し，わずかではあるが，貿易収支の足を引っ張る形となった（表 13 を参照）。イギリスが，貿易外収支の大幅な黒字によって，貿易赤字を補填していたのとは，全く逆のパターンである。ただし，運輸（輸送）のみに目を向ければ，第一次世界大戦が終結した 1919 年と翌 1920 年の 2 年間，それに第二次世界大戦開始直後の 1940 年から戦後の復興期 1957 年までの 18 年間，アメリカは黒字を計上しているので，必ずしもアメリカの海運力が弱かったというわけではない。むしろ平和時においては，自国籍の船舶で運ぶよ

表 13　米国の経常収支（主要項目別），単位 100 万ドル，1876–2004 年

年度	商品	運輸	旅行	所得収支	軍事	合計
1876	142	3	–25	–96	——	20
1890	55	–13	–53	–125	——	–149
1900	754	–36	–118	–82	——	817
1910	386	–49	–227	–64	——	46
1920	3,097	271	–123	599	–123	3,523
1930	825	–152	–334	745	–49	1,032
1940	1,426	68	–95	354	–61	1,719
1950	1,122	215	–335	1,460	–576	1,892
1960	4,906	–133	–831	2,841	–3,087	4,107
1970	2,164	–407	–1,654	6,259	–4,852	3,563
1971	–2,722	–531	–1,810	5,021	–2,907	–6,009
1980	–25,512	–1,188	191	30,074	–1,822	2,317
1990	–108,900	4,073	6,069	19,286	–7,818	–90,427
2004	–547,296	–22,150	8,836	30,439	–14,485	–587,144

出典：U.S. Bureau of the Census, *Statistical History of the United States*, 864–66;
U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 1993*, 796;
U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 2005–2006*, 820.

り，むしろ外国籍（主にイギリス）の船舶にその仕事を任せていたということができよう。一方，海外旅行に関しては，アメリカ国内の旺盛な消費欲を反映して，終始，赤字を記録していた。特に，1910 年と 1970 年には，単年度ながら，貿易黒字に迫る額の赤字を計上している。逆の意味で――つまり，それだけの赤字を計上してもなお経常黒字を維持できたという意味で――アメリカ経済の強さを示すものと考えられよう。

7）債権大国アメリカ

アメリカ経済には，更にもう一つ，大きな強みがあった。対外投資である。表 13 からも明らかなように，19 世紀末から 20 世紀初頭，第一次世界大戦のころ（厳密に言うなら 1914 年）までは，アメリカの国際投資収支（対外投資に対する受取り額から，対内投資に対する支払い額を差し引いたもの〔いわゆる所得収支〕）は赤字であった。しかし，その後（1915 年以降）は黒字に転じ，大恐慌期に幾分減少はしたものの，20 世紀末にかけて，順調にその額（黒字幅）を拡大させていった。これも単年度ではあるが，1930 年にはアメリカの貿易黒字のほぼ 90%，1950 年にはほぼ 130%，1970 年にはほぼ 290%（それぞれ当時の GNP の 0.8%〔1930 年〕，0.5%〔1950 年〕，0.6%〔1970 年〕）を稼ぎ出すほどで，貿易黒字と国際投資黒字が，いわば車の両輪のように，アメリカの経常収支を支えていたということができよう。既述のように，1970 年代以降，アメリカの貿易収支は急速に悪化していくが，少なくとも 1980 年までは，それを補填してあまりあるほどの国際投資黒字を計上していた（1980 年における黒字額〔301 億ドル〕は，対 GNP で 1.1%）。

遡って，建国以来，アメリカへの資本の流れ――つまりアメリカの国際投資ポジション（累積対外投資額から累積対内投資額を差し引いたもので，国際投資収支〔所得収支〕のもととなるもの）――はどうなっていたかといえば，表 13（所得収支の項）からもわかるように，少なくとも 20 世紀初頭までは，流入超過の状態がつづいていた（合わせて表 14 を参

照)。建国後，歴史も浅く，国内に十分な資本の貯えがなかったからだと判断できよう。資本の流入元（借入先）は，かつての宗主国にして，世界の経済大国イギリスであった。アメリカの工業化が緒についた 1820 年代以前には，少なくとも金額ベースでは，ほとんど借入額（累積債務額）に変化は見られなかったが（ただし 1816–17 年，1818–19 年，そして少し下って 1841–42 年にかけて，アメリカは債務不履行〔合計 6,200 万ドル〕に陥っている)，南北戦争にかけてやや膨らみ，その後は顕著にその規模を拡大させている。特に 1888 年から 1897 年までの 10 年間，累積債務額が GNP の 20％を超えているという事実は，注目に値しよう。19 世紀後

表 14　米国の国際投資ポジション，単位 10 億ドル（名目値)，1789–2003 年

年度	対外投資（資産）			対内投資（資産）	差額（ネット）	対 GNP（％）
	民間	政府	小計			
1789	—	—	—	—	–0.06	–38.0%
1800	—	—	—	—	–0.08	–16.8%
1820	—	—	—	—	–0.09	–13.4%
1840	—	—	—	—	–0.26	–15.6%
1860	—	—	—	—	–0.38	–9.8%
1869	0.1	—	0.1	1.5	–1.4	–15.5%
1897	0.7	—	0.7	3.4	–2.7	–22.6%
1914	3.5	1.5	5.0	7.2	–2.2	–5.7%
1919	7.0	2.7	9.7	3.3	6.4	7.6%
1930	17.2	4.3	21.5	8.4	13.1	14.4%
1940	12.2	22.1	34.3	13.5	20.8	20.7%
1945	14.7	22.2	36.9	17.0	19.9	9.3%
1950	19.0	35.4	54.4	17.6	36.8	12.8%
1960	49.3	36.3	85.6	40.9	44.7	8.7%
1970	120.2	46.7	166.9	97.7	69.2	6.8%
1980	701.0	235.3	936.3	543.7	393.0	14.4%
1990	1,920.0	259.0	2,179.0	2,424.3	–245.3	–4.3%
2000	6,017.7	213.6	6,231.2	7,620.0	–1,388.7	–23.9%
2003	6,934.3	268.3	7,202,7	9,633.4	–2,430.7	–22.1%

出典：U.S. Bureau of the Census, *Statistical History of the United States*, 868–69;
U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States*, *1993*, 797;
U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 2005–2006*, 426, 802;
B.R. Mitchell, *International Historical Statistics: The Americas, 1750–2000*, 761–64.

半のアメリカの工業化が，イギリス資本に助けられたことの動かぬ証である（20 世紀末から 21 世紀初頭にかけて，外国資本の流入超過額が GNP の 20％を超えているのは，おそらく別の理由〔後述〕によるものであろう）。

20 世紀に入ると，外国からの投資比率（相対的な累積投資額）が徐々に減少する一方，アメリカの対外累積投資額は目立って増えはじめた。そして第一次世界大戦を境に，流出超過に転じ，次第にその額を拡大させていった。1930 年に 131 億ドル，1940 年に 208 億ドルといった具合である。これは，それぞれ 1930 年における GNP の 14.4％，貿易黒字の 15.9 倍，および 1940 年における GNP の 20.7％，貿易黒字の 14.6 倍（1940 年）にあたる大きな数字で，不況や戦時下においても，アメリカ経済が資金的にはなお余力を残していたことを示している。

また，再度，国際投資収支（所得収支）に目を向けるなら，第二次世界大戦のころまでは，確かにイギリスのそれの方がアメリカのそれよりもだいぶ多かったが，すでに 1920 年代には，イギリスの年間平均 10 億 9,300 万ドルに対して，アメリカの 6 億 5,600 万ドルと，アメリカはイギリスの 6 割（60.0％）にまで達していた（表 15 を参照）。対外投資の大きな部分を占める直接投資の推定累積額が，1914 年においてイギリスの 65 億ドルに対して，アメリカはその 41.5％にあたる 27 億ドル，1938 年においてはイギリスの 105 億ドルに対して，アメリカはその 69.5％にあたる 73 億ドルにまで達していたという事実と符号するとまではいえないまでも，それと矛盾するものではない。

さらに，年度ごとの資本の流れ――いわゆる資本収支（対外投資額から対内投資額を差し引いた年度ごとの数字）――を見てみると，アメリカの場合は，すでに 19 世紀末から 20 世紀初頭にかけて，流出超過になっていたことがわかる（表 15 を参照）。その後，大恐慌期に流入超過（恐らく自国への資金の引き上げ〔レパトリ〕）現象が見られるものの，戦中・

表 15　米国と英国の国際投資，単位 100 万ドル，1890–1980 年

年度	投資差額 *		所得収支	
	米国	英国	米国	英国
1890	+ 194	——	–125	453
1895–1904 †	–106	–199	–116	502
1905–1914 †	–55	–784	–67	794
1920–1929 †	–526	–560	656	1,093
1930–1939 †	+ 424	+ 234	395	822
1940–1949 †	–1,105	+ 1,886	653	519
1950–1959 †	–1,052	+ 163	2,139	751
1960	–1,805	——	2,841	655
1970	–2,978	——	6,259	1,426
1980	–28,006	——	30,386	–510

* 対内投資額から対外投資額を差し引いたもの。（–）が流出，（+）が流入。

† 10 年間の平均値。

出典：U.S. Bureau of the Census, *Statistical History of the United States*, 864–69;
Phyllis Deane and W.A. Cole, *British Economic Growth, 1688–1959*, 266;
B.R. Mitchell, *British Historical Statistics*, 828–30;
U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 1987*, 776–77.

戦後にかけては，大規模な対外投資が継続されている（これが所得収支における大幅な黒字を生み出すもととなっているのは疑う余地がない）。一方，イギリスの場合は，1930 年ごろを境に，専ら自己資金の回収にまわっていることが確認できよう。そうした事情を反映して，第二次世界大戦以降は，アメリカの国際投資収支（所得収支）の黒字幅がイギリスのそれを上回り，その差は見るみる広がっていった。1950 年には，イギリスの 11 億 900 万ドルに対して，アメリカの 14 億 6,000 万ドルと，後者は前者の 1.3 倍あまりに過ぎなかったが，1960 年にはイギリスの 6 億 5,500 万ドルに対して，アメリカの 28 億 4,100 万ドルと，後者は前者の 4.3 倍，そして 1980 年にかけてアメリカはその黒字幅を 10.7 倍に拡大させているのに対し，イギリスはとうとう赤字に転落してしまった（ただし，それ以降，今日にいたるまで，アメリカの資本収支は流入超過の状態〔後述〕がつづいている（表 16〔資本の項〕を参照）。

表 16　米国の国際収支（主要項目別），単位 10 億ドル，1970–2004 年

年度	貿易	サービス *	投資	移転	資本	合計
1970	2.2	0.3	6.3	–3.4	–3.0	2.4
1980	–25.5	5.8	30.1	–7.6	–28.0	–24.9
1990	–111.0	30.2	28.6	–26.7	60.3	–18.6
2000	–452.4	74.1	21.1	–58.8	486.4	70.4
2004	–665.4	47.8	30.4	–80.9	584.6	–83.5

* 軍事，運輸，旅行，ローヤリティなど。

出典：U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 1987*, 776–78;
U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 1993*, 794–96;
U.S. Bureau of the Census, *Statistical Abstract of the United States, 2005–2006*, 820–21.

8）経済大国アメリカの役割

このように，国内消費ほどではないにしても，対外貿易においても，対外投資においても，アメリカは無類の強さ発揮していった。20 世紀――とりわけ 20 世紀の第三四半世紀（1950–1975 年）――はアメリカの時代であったといっても言いすぎではないであろう。とはいえ，初期においては――つまり 19 世紀末から 20 世紀初頭にかけては――アメリカを世界経済の真のリーダーだと認める者（国）はあまり多くはなかったであろう。いくら短期間で急成長をとげたとはいえ，そして事実上，世界一の経済大国になったとはいえ，その背景には外国の技術や資本（とりわけイギリス資本）の下支えがあり，必ずしもアメリカ一人の力によるものではなかった。また，既述のように，対外貿易（総額）においても，対外投資（累積額）においても，イギリスに比べれば，まだまだひ弱な状態にあり，どう見ても世界経済のリード役を任せられる存在だとは思われなかったはずである。

その背景となる軍事力にしても同様である。確かに，米西戦争（1898 年）の短期間での勝利や，アメリカ艦隊の世界周航（1907–1909 年）によっても実証されたように，海軍力は，フランスのそれを追い抜き，世界第二位の水準にまで達していたが，なお単独で世界の海を制するほどの力は持ち合わせていなかった（第一次世界大戦後〔1922 年〕にワシントン

で開かれた軍縮会議では，イギリス，アメリカ，日本，フランス，イタリアの主力艦隊保有比率が 5：5：3：1.67：1.67 と定められた)。そうした状況のもとでは，よくて新たな列強の一つ，悪くすれば単なる成り上がり者，といった見方をされたとしても仕方がないであろう。

ヨーロッパが，古い歴史や伝統や文化に裏打ちされた文明国だと考えられていたのに対し，アメリカは，そうしたものの欠如した新興国――金権主義（Mammonism）とはいわないまでも，薄っぺらな物質主義が横行する荒削りな国――といったステレオタイプ的なイメージ抱かれていたことも，アメリカをただちに世界のリーダーとして認めがたくしていた理由の一つだと考えられよう。そうしたイメージが，いつごろから定着しはじめたかは定かではないが，当時のアメリカの文筆家マーク・トウェイン（Mark Twain, 1835–1910）は，『アーサー王宮廷のヤンキー』（1889 年）という本を著して，ヨーロッパの古臭い因襲を攻撃する一方で，本国アメリカにおける科学万能主義（物質文明主義）の軽佻浮薄さを揶揄している。[31]

ヨーロッパの歴史的・文化的伝統には，ある種の憧れを持ちながら，ヨーロッパ人がそれに固執しようとする，いわば後ろ向きの態度にはどこか反発を感じる，また逆に，自国の偉業（進歩）には大きな誇りを持ちながら，それに対しても何か物足りなさを感じる。多くのアメリカ人が抱えるそうした矛盾（アンヴィバランス）をトウェインはこの作品のなかで表現しようとしたものと思われる。

アメリカ人はまた，「あぶく銭は持っているが，その有効な使い方を知らない，企業の乗っ取りや，虚栄・虚飾のために湯水のように金銭を使うことはできても，自分を磨いたり，社会を良くしたりするために使うことはできない，アメリカ人はいわば『太ったブタ』だ」といった非難も，とりわけ新興成金に対して，よく浴びせられたものである。それに答えた鉄鋼王アンドルー・カーネギーの考え方（『富の福音』〔1889 年〕）も，アメリカ人らしいといえばアメリカ人らしいものであろう。「地上の古い国々は，カタツムリのように，のろのろと這い進む，〔わが〕共和国は特急の

ような速さで轟音をあげて突き進む」と，新旧大陸の勢いの違いを指摘したあとで，カーネギーはいう，「富はそれを得た者に，大きな幸福をもたらすが，それを自分のためだけに使っていたのでは，不十分（かつ不名誉なこと）である。富はそれを得た者に，一時的に託されているにすぎないのだから，それを社会に還元してこそはじめて，その目的が達成されるというものだ。」[32] その言葉どおり，引退後，カーネギーは私財の大半を投げ打って，教育・研究や世界平和のための財団を設立した。しかしたとえそれが宗教心に裏打ちされたものであったとしても，そうした態度（慈善／偽善）は，いわばひとりよがりのもので．必ずしも誰もが手放しで賞賛できるものではなかったであろう。

関税（tariffs）をめぐる考え方も，必ずしもアメリカの対外的な評判を高めることにはならなかったものと思われる。むしろイギリスなどは，はっきりと期待はずれといった気持ちを抱いていたであろう。というのも，対外貿易への依存度の低いアメリカとしては，あえて国内市場を外国に開放する必要はなく，比較的高めに関税を維持していたからである。この政策は，草創期（1824 年）に，連邦下院議員ヘンリー・クレイが提唱した「アメリカン・システム」[33] ——南部の農業よりもむしろ，安価な外国製品の流入によって大きな被害を受けている北部の繊維産業を守ろうとするもの——にまで溯れるが，特に企業，および北東部寄りの政策をとることの多い共和党政権のときに，そうした傾向がはっきりと見受けられる。

例えば 19 世紀末（1890 年），イギリスが自由貿易体制をとっていた時期に，マッキンリー政権のもとで，アメリカはそれまでで最高の関税率（マッキンリー関税）を適用している。すなわち，南北戦争後（1869 年）の平均 47%（それまでの最高）から，徐々に引き下げられていた関税率を平均 49.5%にまで引き上げたのである。その後，民主党ウィルソン政権のもとで，関税率は平均 30%程度にまで引き下げられた（ただし，鉄，鉄鋼，羊毛，砂糖に関しては関税ゼロ）ものの，共和党ハーディング政権

のもとで再び引き上げられ（フォードニー＝マカンバー関税〔1922 年〕），同じく共和党のフーヴァー政権のもとで，農産物に対する関税率は 38％から 49％へ，工業製品に対する関税率は 31％から 34％へと引き上げられた（スムート＝ホーリー関税〔1930 年〕）。

これに対して，貿易相手国が報復関税をかけたために，世界貿易は縮小を余儀なくされ，それが世界大恐慌の引き金になったことは，よく知られていよう（既述のように，アメリカの対外貿易額〔商品のみ〕は，未曾有の好景気にもかかわらず，1920 年代には，84 億 8,100 万ドル〔1920 年〕から 53 億 4,700 万ドル〔1929 年〕へと，3 分の 2 以下〔63.0％〕の水準にまで激減していた）。しかも，それに追い討ちをかけるように，大恐慌期（1930 年）に関税の引き上げを行ったために，不況はますます深刻化し，アメリカの対外貿易額も 1933 年には 17 億 3,600 万ドルと，1920 年に比べ，ほぼ 5 分の 1 の水準にまで落ち込んでしまった。あわてて 1934 年には，貿易協定法（Trade Agreement Act）を定め，大統領（当時はフランクリン・D・ローズヴェルト）に「最恵国」（most-favored-nation）に対して，最大 50％の関税の引下げを認める権限を付与したものの，それほどの効果はなく，開戦前夜（1939 年）までに，アメリカの対外貿易額は 33 億 4,700 万ドル（1929 年の 62.6％の水準）に回復したにすぎなかった。

こうした経緯を教訓として，終戦後まもなく（1947 年），関税と貿易に関する一般協定――ガット（GATT [General Agreement on Tariffs and Trade]）――が結ばれたことは周知の通りである。

さらに，少なくとも第二次世界大戦のころまで，アメリカが外交的に孤立主義の立場をとっていたということも，世界のリーダーとしてのアメリカの地位を，やや曖昧なものとしていた理由の一つだと考えられよう。すなわち，アメリカは 1823 年に「われわれは，ヨーロッパの政治組織をこの西半球〔南北アメリカ大陸のこと〕に拡張しようとする企てを，われわ

れの平和と安全にとって危険なものとみなさねばならない」，しかし「われわれは，ヨーロッパ諸国のどの国の国内問題にも干渉しない，事実上存在する政府をわれわれにとっての合法的政府とみなし，その政府との友好関係を増進する」（「モンロー・ドクトリン」）[34] と宣言して以来，裏庭（ラテンアメリカ）の問題には，しばしば武力を使って介入してきたものの，ヨーロッパの事柄には一切不干渉の立場を貫いてきた。第一次世界大戦が勃発したときも，9 割以上の人々が「ヨーロッパの戦争」へのアメリカの参戦に反対していたという。にもかかわらず，1917 年 4 月にアメリカ議会がドイツへの宣戦布告を決議した（オーストリア＝ハンガリーへの宣戦布告は同年 12 月）のは，同盟国側が劣勢に立たされていたということに加え，同年 1 月にドイツがイギリス周辺および地中海において，潜水艦による無差別攻撃を開始したからである。

終戦後，アメリカ議会（上院）が，ウィルソン大統領の提唱したヴェルサイユ条約（アメリカの国際連盟への加入を約したもの）の批准を拒否したということも，国際社会におけるアメリカの指導力を疑問視させる一因になったものと思われる。その際，アメリカ議会で問題となったのは，この条約で提案されたドイツへの制裁があまりに厳しすぎたこと（ドイツ系アメリカ人の立場），イタリアの領土的要求（イギリスとの密約）が退けられたこと（イタリア系アメリカ人の立場），アイルランド共和国の独立が認められなかったこと（アイルランド系アメリカ人の立場）のほかに，「国際連盟憲章」第十条において，合衆国に対しても「外部からの侵略に対して，全加盟国の領土保全と現在の政治的独立を尊重し，保護する」義務が課せられていたことである。結局，無修正の原案は，1919 年の暮れ（11 月 19 日）に上院本会議で賛成 38，反対 55 の大差で否決された。それでは国際的な信用を裏切ることになるということで，（妥協を拒む理想主義者ウィルソン大統領の猛反対をおして）上院外交委員会の委員長ヘンリー・カボット・ロッジらが提出した修正案（ロッジ案）――（1）合衆国は随時，国際連盟から脱退する権利を留保する，（2）第十条の遂行に

あたっては，合衆国議会の承認なしに合衆国の軍隊を使うことはできない，(3) モンロー・ドクトリンはこの条約によって影響されない，(4) アイルランド共和国の自治を認める，云々――を再度採決したものの，賛成 49，反対 35 で否決された（必要とされる 3 分の 2 に 7 票足りなかった〔1920 年 3 月〕）。[35] 前回の投票に比べて，反対票が 20 票も減っているから，必ずしもアメリカ中が，新しい国際機関の設立に反対していたとはいえないであろうが，同年（1920 年）秋に行われた大統領選挙では，「平常へ戻れ（Back to Normalcy）」をスローガンに掲げて戦った共和党のハーディング（Warren G. Harding）が，地すべり的勝利を収めて，民主党から政権を取り戻した。結局のところ，孤立主義こそがアメリカの外交の基本だ――孤立主義こそが平常な状態だ――ということが再確認されたことになろう。

民間企業の対外進出（海外進出）の目安となる対外直接投資額（FDI〔foreign direct investment〕）をみても，少なくとも第二次世界大戦のころまでは，必ずしもアメリカの独壇場というわけではなかった。確かに，第一次世界大戦前の水準（122 社）に比べれば，開戦前のアメリカの対外進出企業数は 614 社と，5.0 倍に増えてはいるものの，当時のヨーロッパからの進出企業数 578 社（イギリスから 217 社，欧州大陸から 361 社）と大差はなかった（表 17A，表 17B，表 17C を参照）。[36] それが恐らくそれぞれの経済規模を反映しているものと思われるので，結局のところ，当時北米とヨーロッパを中心に巨大な二つの経済圏が存在したということができよう。しかも，ヨーロッパから北米への進出企業数が 62 社であったのに対し，アメリカからヨーロッパへの進出企業数は 265 社，ヨーロッパ域内での（つまりヨーロッパからヨーロッパへの）進出企業数は 308 社（イギリスからの 85 社を含む）と，前者（北米への進出企業数）のほぼ 5 倍に達していたので，世界の経済活動の中心はなおヨーロッパにあったといえないこともないであろう。もっとも，アメリカからヨーロッパ

表 17A　海外（対外）進出企業，製造業子会社の数，アメリカから
1914 年以前 –1961 年

アメリカから	1914 年以前	1920–38	1946–61
カナダへ	33（27.0%）	153（24.9%）	299（14.9%）
ラテンアメリカへ	10（8.1%）	106（17.3%）	615（30.6%）
ヨーロッパへ	70（57.5%）	265（43.2%）	721（35.9%）
大洋州・南アへ	3（2.4%）	56（9.1%）	197（9.8%）
アフリカへ *	0（0.0%）	0（0.0%）	28（1.4%）
アジアへ	1（0.8%）	25（4.0%）	121（6.0%）
中東へ	5（4.1%）	9（1.5%）	28（1.4%）
合計	122（100%）	614（100%）	2,009（100%）

表 17B　同，イギリスから

イギリスから	1914 年以前	1920–38	1946–61
北米へ	9（15.3%）	27（12.4%）	109（15.9%）
ラテンアメリカへ	10（16.2%）	20（9.2%）	44（6.4%）
欧州（大陸）へ	25（41.7%）	85（39.2%）	182（26.6%）
大洋州・南アへ	8（13.4%）	43（19.9%）	251（36.7%）
アフリカへ *	2（3.4%）	11（5.1%）	31（4.6%）
アジアへ	4（6.7%）	24（11.0%）	47（6.9%）
中東へ	2（3.4%）	7（3.2%）	18（2.6%）
合　計	60（100%）	217（100%）	684（100%）

表 17C　同，ヨーロッパ（大陸）および日本（右欄）から

欧州（大陸）から	1914 年以前	1920–38	1946–61	日本（1946–61）
北米へ	11（6.6%）	35（9.7%）	97（16.0%）	1（0.2%）
ラテンアメリカへ	2（1.2%）	31（8.6%）	117（19.2%）	21（32.3%）
ヨーロッパへ	122（73.2%）	223（61.7%）	255（41.8%）	3（0.5%）
大洋州・南アへ	2（1.2%）	7（1.9%）	37（6.1%）	0（0.0%）
アフリカへ *	1（0.6%）	7（1.9%）	40（6.6%）	2（0.3%）
アジアへ	3（1.8%）	15（4.1%）	45（7.3%）	43（66.1%）
中東へ	26（15.4%）	41（11.3%）	18（3.0%）	4（0.6%）
合　計	167（100%）	361（100%）†	609（100%）	65（100%）

* 南アフリカをのぞく。

† 原資料のまま。地域別の数を合計すると，359 社（99.2%）になる。

出典：John H. Dunning, “Changes in the Level and Structure of International Production,” 9–12.

への進出企業のなかには，AT&T（アメリカン・テレフォン・アンド・テレグラフ），ITT（インターナショナル・テレフォン・アンド・テレグラフ），GM（ジェネラル・モーターズ），フォード，クライスラー，エクソン，モービル，GE（ジェネラル・エレクトリック），US スティール，IBM，シアーズなど，そうそうたる顔ぶれ――いわば世界的企業――が名を連ねていたので，実際問題として，上り調子の新興勢力（アメリカ）が，やや下降気味の旧勢力（ヨーロッパ）に対して，攻勢をかけていたと判断できないこともないであろう。

一方，アメリカから西半球（アメリカ大陸）諸国への進出企業数は，カナダ（153 社）とラテンアメリカ諸国（106 社）を加えると，合計 259 社（1920–38 年）と，アメリカからヨーロッパへの進出企業とほぼ同数であった。カナダは別として，アメリカが再三にわたってラテンアメリカ諸国に介入もしくは干渉を繰り返しているのは，こうした事情があったからにほかならない。ある時は武力や財力を使い（セオドア・ローズヴェルト大統領の「こん棒外交〔big stick diplomacy〕」や「ドル外交〔dollar diplomacy〕」），またある時は兄貴分としての影響力を行使して（フランクリン・D・ローズヴェルト大統領の「善隣外交〔Good Neighbor diplomacy〕」），何とかアメリカの言うことをきかせようとするのが，通例であるが，この間だけでもパナマへの出兵（1921 年），ドミニカ共和国への駐留（1921–24 年），ホンジュラスへの出兵（1923 年），ニカラグアへの駐留（1912–25 年，1925–33 年）など，多くの例が指摘できる。

さらに，アメリカからラテンアメリカ諸国以外の途上国――すなわちアフリカ，アジア，中東――への進出企業はどうであったかといえば，全部合わせても 29 社（4.7%）とごくわずかであった（ただし南アフリカへの進出企業 18 社と日本への進出企業 5 社をのぞく〔1920–38 年〕）。つまり，アメリカ企業の進出先は，圧倒的に他の先進諸国が多く（率にして 78.0 %），域外の途上国へは，あまり関心がなかったということである（イ

ギリスおよび欧州大陸諸国の場合も，他の先進諸国への進出率がそれぞれ 71.5％，74.4％，途上国へのそれは，それぞれ 28.5％，25.7％であった〔1920–38 年〕，ただしイギリスは大洋州・南アフリカおよびアジアへの進出率が比較的高く，欧州大陸諸国は中東への進出率がやや高めであった)。帝国主義体制のもとで，ヨーロッパ諸国がアジアやアフリカを植民地化しようとしたのに対し，アメリカは原則として不介入の立場をとっていた結果であろう。ただし，米西戦争に伴うパリ条約（1898 年）により，アメリカは 2,000 万ドルでスペインからフィリピンを譲り受けたり，国務長官ジョン・ヘイを通して，中国に対する「門戸開放」（1899 年）を要求したり，海軍力の増強につとめたりしているので，アジアに対して全くの無関心だったというわけではない。

ところで，昨今問題となっている国際機関，もしくは各国先進国政府による資金援助，もしくは経済支援といったものはどうなっていたのであろう。結論からいえば，そうしたものは影も形もなかったとまではいわないまでも，戦中や戦後の復興期は別として，ないに等しかったというべきであろう。1941 年から 1945 年までの合衆国政府による対外投資および対外援助（供与）の総額が，年平均で 84 億 4,480 万ドル（GNP の 4.68％），1948 年から 1951 年まで（厳密な意味でのマーシャル・プラン期）のそれが，年平均で 43 億 9,775 万ドル（同 1.54％）だったのに対し，1939 年のそれは 5,100 万ドル（同 0.06％）と，戦時中の 166 分の 1，マーシャル・プラン期の 86 分の 1 にすぎなかった。むしろ当時は，少なくとも平和時においては，対外援助を行うという考え方自体が存在しなかったと言ったほうがいいのかもしれない。当然，他の国々がアメリカに借款を申し込んだり，無償援助を期待したりするような状態にはなく，それぞれがそれぞれの経済事情に応じて何とかやりくりをしていたと考えるべきであろう。

しかし，前にも述べたように，第一次世界大戦はアメリカの参入がなければ，連合国側が勝利を収めることはできなかったと思われる。また，

1930年代の世界大恐慌もアメリカが震源地であったことは疑う余地がないであろう。さらに，成長の速度（勢い）という点においても，新大陸と旧大陸とでは雲泥の差があったというべきであろう。確かに，この時期のアメリカは「ワールド・パワー」というよりむしろ「プロヴィンシャル・パワー」といった面を露呈してはいるものの，すでに第一次世界大戦が終わった時点で，アメリカ抜きでの世界経済の発展，および世界平和の維持は，困難になっていたといわざるをえないであろう。その意味では，アメリカ中心の世界体制「パックス・アメリカーナ」の到来は，目前にまで迫っていたということができよう。

註

1） Angus Maddison, *The World Economy: A Millennial Perspective* (Paris, France: Development Centre of the Organisation for Economic Co-operation and Development, 2001), 17, 27–28.
2） *Ibid*., 17, 29; Fumihisa Matsumoto, *Aspects of American Culture: Studies in American Art, Religion, and Society* (Tokyo: Fukuzawa Fund, 1984), 21.
3） Maddison, *op. cit.*, 17–28.
4） *Ibid*., 28, 30–31.
5） *Ibid*., 30; Angus Maddison, *The World Economy: Historical Statistics* (Paris, France: Development Centre of the Organisation for Economic Co-operation and Development, 2003), 232–34.
6） Paul Bairoch, “International Industrialization Levels from 1750 to1980,” in *The Journal of European Economic History*, vol.11, no.2 (Fall 1982), 269–333. GNPにおいても1900年から1913年にかけて，イギリスとドイツの逆転現象が起こっている。cf. Paul Bairoch, “Europe’s Gross National Product: 1800–1975,” in *The Journal of European Economic History*, vol.5, no.2 (Fall 1976), 273–340.
7） Maddison, *The World Economy: Historical Statistics*, 160.
8） Bairoch, “International Industrialization Levels from 1750 to 1980”; David Reynolds, *Britannia Overruled: British Policy and World Power in the 20th Century*, 2nd edition (Harlow, England: Pearson Education, 2000 [1991]), 8–17.
9） 矢野恒太記念会編『世界国勢図会，1984年』（国勢社，1985年），152–63。

10）Maddison, *The World Economy: Historical Statistics*, 174.

11）John H. Dunning, “Changes in the Level and Structure of International Production: the Last One Hundred Years,” in Peter J. Buckley, ed., *International Investment* (Hants, England and Vermont, USA: Edward Elgar Publishing Limited, 1990), 5.

12）Diane Lefer, *Emma Lazarus* (New York and Philadelphia: Chelsea House Publishers, 1988), 93–104. ちなみに自由の女神像の台座にこの詩が埋め込まれたのは 1901 年のことである。

13）「南北戦争は，男性用の服に対する前例のない需要をもたらした。1861 年半ばにおいては，数十万の軍隊に制服を着せるための，1865 年秋には動員を解除された数十万の市民に衣服を着せるための需要があった。衣服産業は突如として魅力的で儲かる商売となった。制服に対する需要は，画一化を促した。政府が，必要とする制服の寸法を提供したとき，もっともありふれた体型を製造業者に教えることとなった。この情報をもとに，製造業者は新しい寸法取りの技術を発展させ，レギュラー・サイズの衣服を作るようになった。」—— Daniel J. Boorstin, *The Americans: The Democratic Experience* (New York: Vintage Books, 1974 [1973]), 98–99.

14）「1830 年代から 1840 年代にかけて，新鮮なフルーツや野菜が健康に有害であり，特に子供たちには危険だという疑念が幅広く浸透していた。赤痢，腸チフス，コレラ，それに他の伝染病の原因が不明であったため，こうした疑念はより高い信憑性を与えられていた。しかし，その後 50 年のうちに，合衆国は全国規模の——そしてやがて世界規模の——新鮮なフルーツや野菜の貿易体制を確立した。食事が民主化された。普通のアメリカ人の食事は，多くのヨーロッパ貴族のそれよりも変化に富んだものとなった。」—— *Ibid*., 324.

15）Howard M. Sachar, *A History of the Jews in America* (New York: Alfred A. Knopf, 1992), 86, 94.

16）Boorstin, *op. cit*., 112, 114–15, 117.

17）Benjamin Franklin, *The Autobiography of Benjamin Franklin, Poor Richard's Almanac, and Other Papers* (Reading, Pennsylvania: The Spencer Press, 1936), 221–41.

18）Boorstin, *op. cit*., 146–47. なお，南北戦争以前に活躍した「繰り返し（iteration copy）」の達人として，15 歳のときに渡米したアイルランド系のロバート・ボナーらの名前があげられている（*ibid*., 139–43）。Cf. also Henry Asael, ed., *The Men Who Advertise; An Account of Successful Advertisers, together with Hints on the Method of Advertising* (New York: Nelson Chesman, Publisher for George P. Rowell & Co, 1870).

19）Boorslin, *op.cit*., 147. Vance Packard, *Hidden Persuaders,* revised edition (New York: Pocket Books, 1980 [1957]), 121.「2，3 年ごとに，より大きな馬力の輝く新車を購入することの最大の魅力は，古い車では味わえない新しい力の感覚を再認識し，男らしさの保証を手に入れることである。」—— *Ibid*., 75.

20）Boorslin, *op.cit*., 143–45.「2 世紀前に回宗者〔回心体験をした者〕の共同体に，できるだけ多くの者を集めようとしたニューイングランドのピューリタンたちの宗教的動機と同じように，人々の財布に手を伸ばし，新しい消費の共同体にできるだけ多くの者を集めようとする商業的動機が，新しい『平易な文体』を作り出した。」—— *Ibid*., 144.

21）*Ibid.*, 150–56. ニールセンは，受信機に取り付けるだけで，聞いていた時間と周波数の測定できるラジオ（MIT の 2 人の教授が発明）からはじめ，のちにその技法をテレビに応用した。

22）*Ibid*., 152. すでに 20 世紀初頭には，自動車購入のための「インストールメント・プラン」（分割払い）が，制度的に確立していた（*ibid*., 424）。Cf. also Henry Asael, ed., *The Collected Works of C.C. Parlin* (New York: Arno Press, 1978 [1915–18]).

23）Boorslin, *op.cit.,* 158–61. クリスマスは本来カトリックの行事であったために，初期のピューリタンたちは，法律でこれを禁止していた（罰金 5 シリング）。その後 2 世紀にわたり（南北戦争の前まで），クリスマスに関わる宗教的行事も商業的活動も，アメリカではほとんどみられなかったという（*ibid*., 158）。時代は下り 1880 年には，ウールワースは店長たちに次のように訓示している，「ホリデー・シーズンの外観を整えなさい。クリスマスの飾りつけをしなさい。窓にツリーを飾るのもいい。……売れ残り（stickers）を売るにもいい季節だ。ほかの時期にはさばけないものも，興奮状態のなかで売れてしまう。壊れたおもちゃや人形は日々，修理して並べなさい。」—— *Ibid*., 159.

24）*Ibid*., 162–64. 厳密に言えば，「母の日」らしきものは，アメリカではなくヨーロッパで始まったものである。復活祭の 4 週間前の日曜日，聖母マリアをたたえるために，召使いや年期奉公人たちに，里帰り（go a-mothering）のための休日が与えられていたという。

25）Max Lerner, ed., *The Portable Veblen: The Essence of the Work and Thought of One of America's Great Original Minds* (Middlesex, England: Penguin Books, 1976), 111–40.

26）Quoted in Daniel Bell, *The Coming of Post-Industrial Society* (New York: Basic Books, 1999 [1973]), 60.「マルサスの見解は，中流階級の人数が増大し，プロレタリアート（労働している）が総人口中のますます比例的に減

少する部分を形成する（たとえ絶対的は増大するにしても）ということである。これは事実上ブルジョワ社会の成り行きである。」――カール・マルクス『資本論草稿集，経済批判（1861–1863 年草稿）』（資本論草稿集翻訳委員会訳，大月書店，1980 年）第 5 巻，278。「リカルドが強調することを忘れているのは，一方の側の労働者と他方の側の資本家および地主との中間にあって，常に増大する規模で大部分収入によって直接的に扶養されている中間的諸階級，すなわち，労働している下積み層のうえに重荷となってのしかかり，上流社会の社会的な安全と権力とを増加させる中間的諸階級が不断に増加しているということである。」――『同書』第 6 巻，800。

27）Hans Speier, *The Salaried Employee in German Society*, vol. 1 (New York, 1939), 9, quoted in Daniel Bell, *The Coming of Post-Industrial Society*, 69. 新たな中産階級，つまり事務系や専門職など，ホワイトカラーの登場に最初に目を向けたのはドイツの社会学者エミール・レーデラー（Emil Lederer, “Die Privatangestellten in der modern Wirtschaftsentwicklung,” 1912）だったという。

28）Paul Fussell, *Class, a Guide through the American Status System* (New York: A Touchstone Book, 1992 [1983]), 27.「19 世紀末までには，労働者対資本家という 2 分法，および上流・中流・下流という 3 分割法が出来上がっていた。……しかし〔20 世紀に入っても〕社会的調和という公理は，宗教家，出版者，教授，そして政治家の間で強調されつづけていた。」――Martin J. Burke, *The Conundrum of Class: Public Discourse on the Social Order in America* (Chicago and London: The University of Chicago Press, 1995), 161.

29）Benjamin R. Barber, *Jihard vs. McWorld* (New York: Ballantine Books, 2001 [1995]), 104–11.「ナイキ，MTV，マクドナルド，ピザハット，エンロン，タコベルなどの，十分な資金を使った効率的で情け容赦のないビジネス〔の影響力〕をやわらげるには，一致団結して作用する文化的・社会的フィルターの適用を可能にする，情け容赦のない生存のための政治が必要である。」――Thomas L. Friedman, *The Lexus and the Olive Tree* (New York: Anchor Books, 2000), 301.

30）Rachel Carson, *Silent Spring, with an Introduction by Vice President Al Gore* (Boston and New York: Houghton, Mifflin Company, 1994 [1962]); Ralph Nader, *Unsafe at Any Speed: The Designed-in Dangers of the American Automobiles* (New York: Pocket Books, 1965). 周知のように，前者は，ある種の害虫を除去するために開発された殺虫剤（DDT）が空中に散布されることにより，環境汚染がひきおこされるばかりか，そこから食物連鎖を通して，多くの動植物が死滅しているということを実証したもの。

後者は，交通事故の多くが，実は自動車そのものの欠陥によるものであり，それを改善するためには大幅な規制強化が必要だということを論じたもの。居眠り運転による死亡事故の多くは，排気ガスが車内に入り込んだことによる一酸化炭素中毒死であることを立証し，GM に勝訴したことは特に有名。これがのちに，衝突の瞬間に粉々に砕ける窓ガラス（鋭角的に割れたガラスが運転者を傷つけるのを防ぐためのもの），弾力性のあるダッシュボード，シートベルト，ヘッドレスト，エアーバッグなどの設置を義務付ける法律の制定につながった。

31）Susan K. Harris, ed., *Mark Twain Historical Romances: The Prince and the Pauper, A Connecticut Yankee in King Arthur's Court, Personal Recollections of Joan of Arc* (New York: Literary Classics of the United States, 1994), 213–539. 内容的には，技師であるアメリカ人のハンク・モーガンが，19 世紀末から 6 世紀のイギリスへとタイムスリップし，自分が訓練した 50 余名の少年たちとともに，アーサー王に敵対する 3 万人ほどの騎士たちを，機関銃で殲滅したのちに，累々たる死体の毒気にあてられて全滅してしまうという，SF 風の奇想天外なものなので，その解釈をめぐっては，諸説が存在する。マーク・トゥエイン自身が事業（自動植字機への投資）に失敗しそうな状態にあり，それがこの作品に投影されたものだといった意見や，アメリカン・デモクラシーも機械文明も，仮にイギリスの中世文明よりはましだったとしても，結局，人間すべてを幸福にできるものではないという厭世的な世界観を示そうとしたものだといった意見などである。Cf. Stuart Hutchinson, *Mark Twain: Critical Assessments*, vol. II (East Sussex: Helm Information Ltd., 1993), 173–99.

32）Andrew Carnegie, *The Gospel of Wealth and Other Timely Essays* (New York: The Century, 1901), 1–44.「われわれの共和国はいくつかの点では偉大である。物理的な進歩ではわれわれに並ぶものはない。しかし芸術や細かな技法においては，われわれが占めるべき地位はほとんどないということを常に肝に銘じておこう。」—— *Ibid*., 35–36.

33）「合衆国憲法」（1789 年）により，各州による関税の賦課を禁止して以来，おおむね一桁台の関税率を維持していたが，1816 年にこれを一気に 20% 台にまで引き上げた。1824 年に，さらにそれを引き上げようと，ヘンリー・クレイは議会で演説をする，「文明社会が最も必要としているのは，労働から生じた余剰産物を販売・交換するための市場である。この市場は国内か外国，もしくはその両方に存在しなければならないが，……順番としては国内市場が第一であり，重要度においても他を圧倒している。現在審議中の法案の目的は，この国内市場を作り出すこと，そして真にアメリ

カの政策の基礎を築くことである。」—— Richard Hofstadter, ed., *Great Issues in American History: From the Revolution to the Civil War, 1765–1865* (New York: Vintage Books, 1958), 271–75.

34）James Monroe, “Message to Congress” (December 2, 1823) in Hofstadter, *op. cit*., 244–46. 今日，モンロー・ドクトリンとして知られるものは，1852年に当時の国務長官ジョン・クィンシー・アダムズがモンローとともに手を加えたものであり，それまでモンロー・ドクトリンという言葉は使われていない。

35）John M. Blum, Edmund S. Morgan, Willie Lee Rose, Arthur M. Schlesinger, Jr., Kenneth M. Stampp, and C. Vann Woodward, *The National Experience: A History of the United States*, 4th edition (New York) Harcourt Brace Jovanovich, 1977 [1963]), 575–77; Bernard Bailyn, David Brion Davis, David Herbert Donald, John L. Thomas, Robert H. Wiebe, and Gordon S. Wood, *The Great Republic: A History of the American People* (Lexington, Massachusetts: D.C. Heath and Company, 1977), 1038–47; John A. Krout and Arnold S. Rice, *United States since 1865*, 19th edition (New York: Barnes and Noble Books, 1973 [1933]), 134–37.

36）Dunning, *op. cit*., 9–12; Peter J. Buckley and Mark Casson, *The Future of the Multinational Enterprise* (Hampshire and London: The Macmillan Press LTD, 1976), 2–11.

Synopsis

A Study of Globalism:
The Growth of Consumer Capitalism in the United States, 1865–1939

Fumihisa Matsumoto

According to Angus Maddison, a famed historical statistician, the growth rate of world economy has accelerated in the last 180 years (1820–2000). The world GDP has reached 36.5 trillion dollars in 2000 (52-fold increase since 1820), per capita GDP 6,000 dollars (8-fold increase), while the world population has exceeded 60 billion (nearly 4-fold increase—*see* Table 1 in the text). The country that had led the growth was Great Britain, the home of the Industrial Revolution. Although Great Britain lagged behind the United States in GDP in the latter half of the 19th century, it still kept the leading position in foreign trade and foreign investment (as well as in the size of foreign territories and naval power).

Then in the early 20th century the United States surpassed Great Britain in almost all areas of economic acivity, except probably in shipping and foreign investment. The factors that contributed to the growth of US economy were (1) abundance of natural resources, (2) continual supply of labor force (in the form of mostly European immigrants), (3) a high level of technological achievement, (4) ample supply of capital both domestically and internationally, (5) legal systems favorable to the pursuit of entrepreneurs, (6) discipline at the work place, and, among other things, (7) the existence of an enormous domestic market. Consumer spending, indeed, was so brisk that it might be said that American capitalism based on personal consumption had began during this period (1865–1939).

The importance of consumer spending in the US economy is obvious. It comprised 75.7% of GNP in 1929, while domestic investment 15.5%, public expenditure 8.1%, and foreign investment 0.8% (no figure indicated for foreign trade in 1929—*see* Table 6). This means that the more goods and services American people consumed, the stronger American economy became.

Although food (26.9%), clothing (14.2%), and housing (28.1%), predominated the list of consumers' items until after World War II, durable goods were already a visible presence at the end of the 19th century: sewing machine (improved by Isaac M. Singer in the 1850s), telephone (invented by Alexander Graham Bell in 1876), phonograph (invented by Thomas A. Edison in 1879), and Kodak camera (invented by George Eastman 1888), to name a few. Automobiles (Model T Ford), radios, washing machines, vacuum cleaners, electric fans, electric irons, electric stoves, and electric refrigerators were added to this list in the early twentieth century.

The invention of a safely operated passenger elevator (patented by Elisha G. Otis in 1861) enabled the construction of high-rises (skyscrapers). The invention of cheaply produced plate glass transformed the appearance of windows: cars, stores, and houses. And the invention of motion pictures forever changed the nature of American pastimes.

Department stores, drugstores, discount stores, and mail order stores were also novel ideas. Through such pioneers as R. H. Macy's (est. 1851), Woolworth (est. 1879), Walgreen (est. 1902), and Sears Roebuck (est. 1895), people began to buy things, which had been produced by machines and sold at 'fixed prices.'

Advertisements soon became a sine qua non for encouraging consumption. They iterated the names and merits ('differences') of the new products, from tobacco and soap to fashionable coats and automobiles. People (i.e. consumers), who had been taught to work hard and be frugal, putting away as much money as possible for hard times, began slowly (but irreversibly) to move away from such teachings ('worldly asceticism,' if you like) and enjoy 'shopping' for the first time,

a mundane but effective act in realizing an economic takeoff.

To somewhat lesser extent, it is true, foreign trade and foreign investment contributed to the growth of American economy; but it is obvious that mass production and mass consumption, supported by aggressive advertising, market research, and sales drives, not only boosted American economy to the top but offered a perfect model (such as it was) for social and economic progress throughout the world.