

アメリカの消費者信用 (2)

野村重明

はじめに

I 消費者信用の成立

- 1 販売金融会社
- 2 消費者金融会社
- 3 信用組合
- 4 商業銀行 ……以上 (1) 第12巻第3号 (昭和53年9月)

II 消費者信用の発展

- 1 消費者信用の発展段階
- 2 消費者信用の発展 (1) ——1919~33年
 - (1) 消費者信用発展の基底
 - (2) 消費者信用の発展
 - (3) 小 括 ……以上 (2) 本号

II 消費者信用の発展

すでにみたように、アメリカの消費者信用は、1910年頃から前資本主義的なものから資本主義的なものへと転化しはじめ、1920年前後までには販売金融会社や消費者金融会社、州法信用組合といった消費者信用専門の機関を形成し、その後の飛躍的な消費者信用発展の基礎をつくりあげた。1930年代以降の商業銀行の本格的な消費者信用への進出や連邦信用組合の形成は、20年代までの消費者信用の発展に立脚するものに他ならなかった。

そこで次にわれわれは、個々の消費者信用機関の成立といったところから、総体としての消費者信用へと視点を移し、その側面から消費者信用の発展を考察することとしたい。したがって、以下では、個々の消費者信用機関について

は必要なぎり言及するにとどめよう。

1 消費者信用の発展段階

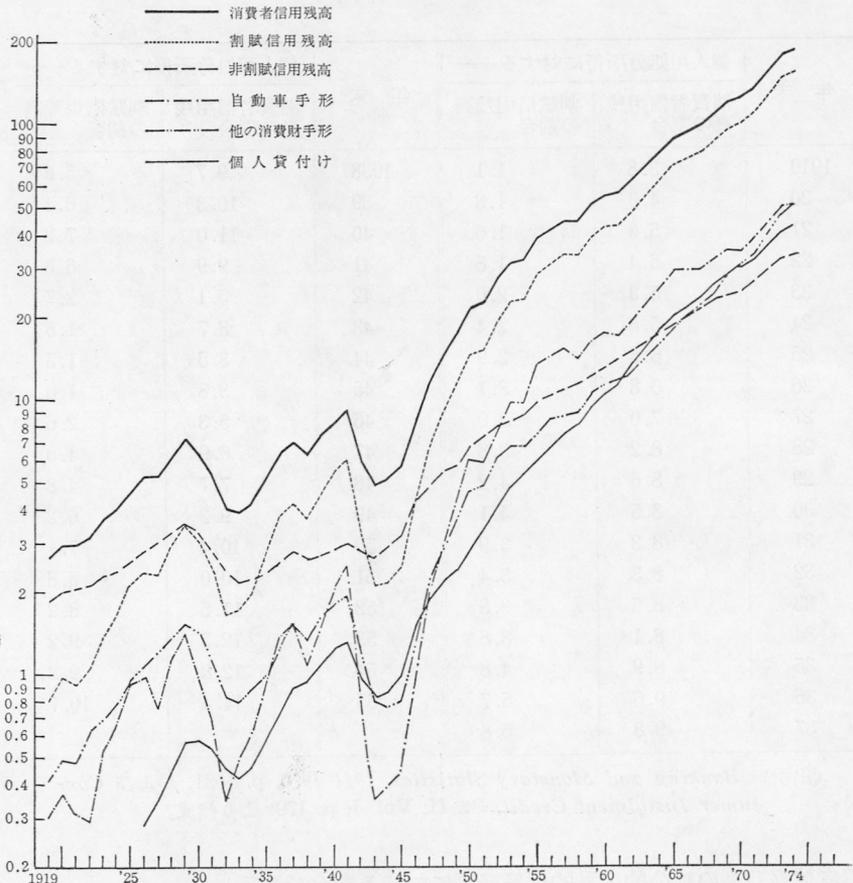
第1図は、総体としての消費者信用の発展状況を示している。ここでは、まず消費者信用の貸付残高が割賦信用と非割賦信用とに分けて示され、さらに前者は自動車手形、他の消費財手形、個人貸付けに細分されて示されている。⁽¹⁾⁽²⁾

この国からいくつかのことが読みとれよう。まず第1に、残高総計をみると、それは1929～33年と1941～43年の大きな落ちこみを経た後、1944年から一貫して増大傾向にある。とりわけ45年からの急増は著しく、同年にはじまる10年程の間に、それは45年の約57億ドルから55年の約388億ドルへと約6.8倍になるにいたっている。第2に、割賦信用残高と非割賦信用残高との変動についてみると、前者は激しく変動しながら増大しているのに対して、後者は比較的安定的に増大していることがわかる。この相違は、産業循環との関連で消費者信用を考察する場合には重要である。第3に、割賦信用残高と非割賦信用残高との割合の変化にも1つの特徴が認められる。すなわち、1934年までは、非割賦信用は割賦信用を上回って残高総計の半分以上を占めているが、35年からは、43～46年の一時期を除いて、割賦信用が非割賦信用を上回っている。しかも時の経過とともに、割賦信用は非割賦信用を引きはなし、残高総計に占める割合を大きくしているのである。第4に、割賦信用の内わけをみると、自動車手形残高は、第2次大戦前には家具や家庭電化製品といった他の消費財手形残高よりも小さかったが、戦後になると、一貫して割賦信用残高のうちの最大の割合を占めるようになっていくこと、個人貸付けも順調に増大し、その残高は戦後ほぼ他の消費財手形に匹敵する大きさにまで成長していること、が認められる。そしてとくに自動車手形残高の変動が、割賦信用全体さらには消費者信用全体の発展パターンを規定している、といってもよい。

次にわれわれは、消費者信用の発展を別の2つの面からみておこう。その1つは、消費者信用残高の個人可処分所得に対する割合であり、もう1つは、消

第1図 消費者信用残高 (1919~74年末)

(10億ドル)



(注) 1925年以前の個人貸付けは0.25 (10億ドル) 以下。

(出所) *Banking and Monetary Statistics, 1941-1970, Federal Reserve Bulletin*, より作成。

第13表 個人可処分所得に対する消費者信用残高・
割賦信用残高の割合 (1919~55年)

(%)

年 末	個人可処分所得に対する——		年 末	個人可処分所得に対する——	
	消費者信用残高の割合	割賦信用残高の割合		消費者信用残高の割合	割賦信用残高の割合
1919	3.8	1.1	1938	9.7	5.6
20	4.0	1.3	39	10.3	6.4
21	5.0	1.6	40	11.0	7.2
22	5.4	1.8	41	9.9	6.5
23	5.3	2.0	42	5.1	2.7
24	5.8	2.4	43	3.7	1.6
25	6.5	2.9	44	3.5	1.5
26	6.8	3.1	45	3.8	1.6
27	7.0	3.0	46	5.3	2.6
28	8.2	3.8	47	6.9	4.0
29	8.6	4.2	48	7.7	4.8
30	8.5	4.1	49	9.2	6.2
31	8.3	3.9	50	10.4	7.1
32	8.3	3.4	51	10.0	6.8
33	8.5	3.8	52	11.6	8.2
34	8.1	3.8	53	12.5	9.2
35	8.9	4.8	54	12.8	9.3
36	9.6	5.7	55	14.4	10.7
37	9.8	5.8			

(出所) *Banking and Monetary Statistics, 1941-1970*, p. 1081, および *Consumer Instalment Credit, Pt. II, Vol. I*, p. 179, より作成。

費者債務残高の純公的・私的債務残高⁽³⁾に対する割合である。

まずはじめの方からみよう。第13表は、個人可処分所得に対する消費者信用残高および割賦信用残高を示している。みられるように、個人可処分所得に対する消費者信用残高は、1919年の3.8%から、大恐慌期および第2次大戦期の比較的長期にわたる低下を経て、55年には14.4%に達している。また、割賦信用残高の個人可処分所得に対する割合をみると、その増大はいっそう著しい。

第14表 純公的・私的債務残高に対する消費者債務
残高・割賦債務残高の割合 (1919~55年)

(%)

年 末	純公的・私的債務残高に 対する——		年 末	純公的・私的債務残高に 対する——	
	消費者債務残 高の割合	割賦債務残高 の割合		消費者債務残 高の割合	割賦債務残高 の割合
1919	2.1	0.6	1938	3.5	2.1
20	2.2	0.7	39	3.9	2.5
21	2.2	0.7	40	4.4	2.9
22	2.3	0.7	41	4.3	2.9
23	2.5	0.9	42	2.3	1.2
24	2.6	1.1	43	1.6	0.7
25	2.9	1.3	44	1.4	0.6
26	3.1	1.4	45	1.4	0.6
27	3.0	1.3	46	2.1	1.0
28	3.4	1.6	47	2.8	1.6
29	3.7	1.8	48	3.3	2.1
30	3.3	1.6	49	3.9	2.6
31	2.9	1.4	50	4.4	3.0
32	2.3	1.0	51	4.3	2.9
33	2.3	1.0	52	5.0	3.5
34	2.5	1.2	53	5.4	3.9
35	3.0	1.6	54	5.4	3.9
36	3.5	2.1	55	5.9	4.4
37	3.8	2.3			

(出所) *Banking and Monetary Statistics, 1941-1970*, p. 1081, および
Consumer Instalment Credit, Pt. II, Vol. I, pp. 220-21, より作成。

19年には1.1%にすぎなかったのに、55年には10.7%になっている。そして、同割合もやはり大恐慌期および第2次大戦期に低下を示している。

次に第14表は、消費者債務残高・割賦債務残高の純公的・私的債務残高に対する割合をみたものである。これをみると、まず消費者債務残高の純公的・私的債務残高に対する割合は、21年、27年、大恐慌期、38年、第2次大戦期、51年、54年を除いて、前年より上昇していることがわかる。その割合は、19年に

は2.1%にすぎなかったが、55年には5.9%にまで高まっている。とくに第2次大戦後の上昇は著しく、戦前の最高水準は50年にはやくも破られている。また、割賦債務の方をみても、上とほとんど同じ傾向が認められる。

以上、われわれは、1919年以後の消費者信用の発展を、残高そのものの変化、可処分所得に対する残高の割合、総債務に占める消費者債務の割合といった3つの側面からみてきた。その結果、われわれは次のようにいうことができる。すなわち、いずれの側面からみても、19年以後の消費者信用の発展は、大恐慌期と第2次大戦期をもって区切られる、と。そこでわれわれは、19年からの消費者信用の発展を、次の3段階に分けて考えることができる。

第1期——1919年から大恐慌終息の1933年まで

第2期——1934年から第2次大戦終了の1945年まで

第3期——1946年から現在まで

以下当面のわれわれの検討課題は、割賦信用を中心としたこれら3段階の消費者信用であるが、それらの詳細に立入る前に、1つ次のことをみておきたい。すなわち、消費者信用の発展を考察するさいの消費者信用の量的尺度についてである。

今までわれわれは、消費者信用の大きさを、もっぱら信用残高でみてきた。しかし消費者信用の量的尺度としては、この信用残高 (credit outstanding) の他に、残高の純変化額 (net change in credit outstanding)、信用供与額 (credit extension) および信用返済額 (repayment of existing credit) がある。

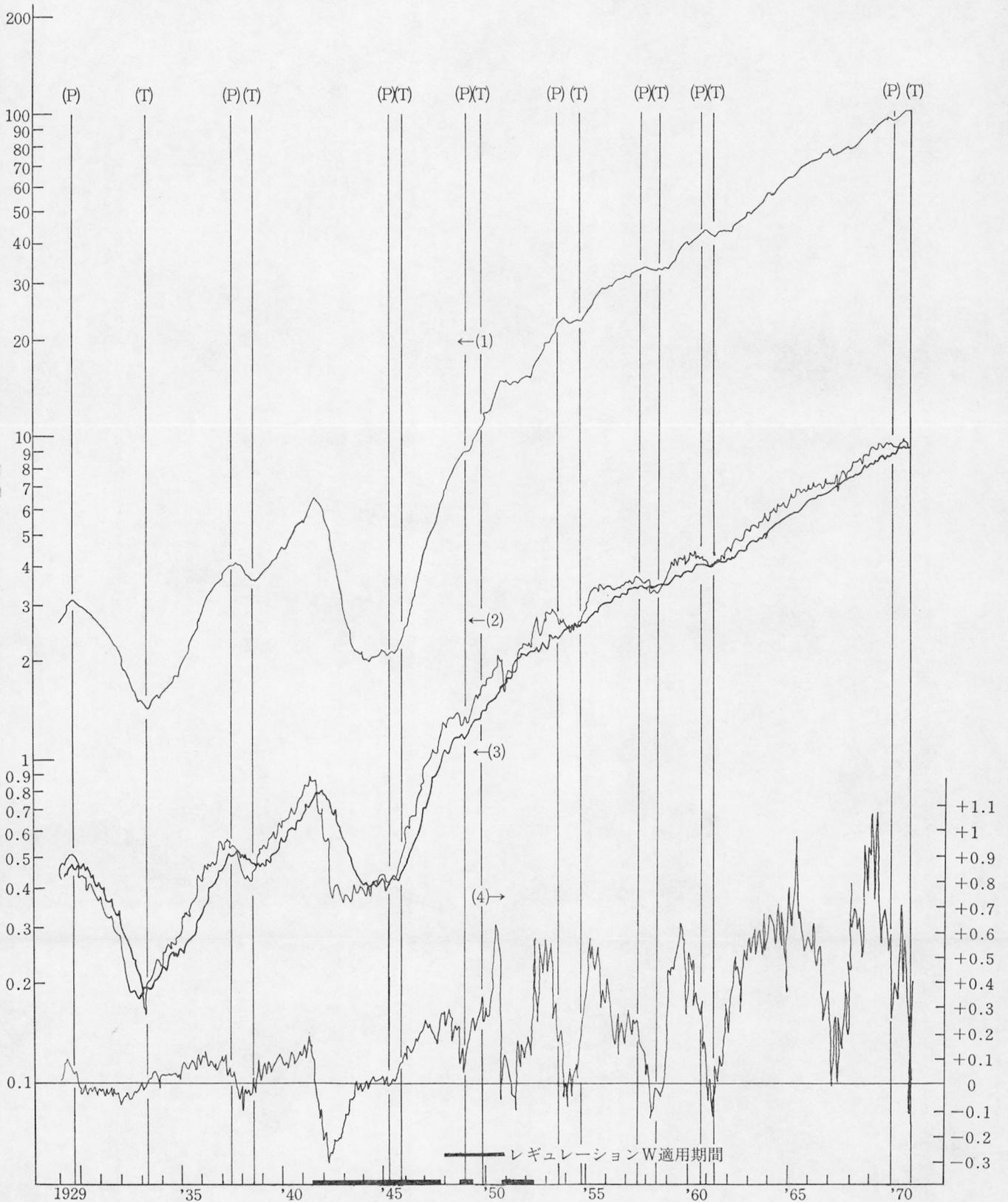
では、それぞれの尺度の経済的意義はどんなところにあるのだろうか。

まず、これら4つの尺度は次のような関連性をもっている。ある時の残高というのは、その時まで積みかさねられた供与額マイナス積みかさねられた返済額であるから、ある期間の供与額は残高のプラス要因、返済額はそのマイナス要因である。次に、ある期間の純変化額は供与額と返済額との差であるから、ある期間の純変化額がプラスであれば、供与額が返済額よりも大きく、残高は増大することになり、逆に、純変化額がマイナスであれば、返済額が供与

第2図 割賦信用残高・供与額・返済額・残高純変化額の推移 (1929~70年)

(10億ドル)

- (1) — 割賦信用残高
- (2) — 割賦信用供与額
- (3) — 割賦信用返済額
- (4) — 割賦信用残高純変化額



(注) (1) 季節調整値 (1940年以後の残高を除く)。

(2) P, T は全米経済研究所 (NBER) による産業循環のピーク (P) と谷 (T) の基準日付けを示す。

(出所) 1929~39年は Klein, P. A., *The Cyclical Timing of Consumer Credit, 1920-67*, 1971, pp. 69-75, 1940~70年は *Banking and Monetary Statistics, 1941-1970*, pp. 1081-86, 1127-31, 1163-67, より作成。

額よりも大きく、残高は減少するということになる。⁽⁴⁾

純変化額と残高とは、このように、プラスの純変化額→残高増、マイナスの純変化額→残高減という一義的な関連が存在しているが、供与額そのものとしては純変化額（したがって残高）を一義的に規定することはできない。供与額がいかにか大きくとも、返済額がそれ以上に大きければ、純変化額はマイナス（したがって残高の減少）になってしまうからである。逆に、純変化額の変化（したがって残高の変化）も一義的に供与額を規定しえない。純変化額と供与額とは全く別のものである。⁽⁵⁾

以上で、消費者信用の4つの尺度相互の関連が明らかになったと思われるので、次に残高、純変化額、供与額、返済額それぞれの尺度のもつ経済的意義の問題に入ろう。

まず第2図をみよう。この図は、割賦信用の残高、純変化額、供与額、返済額それぞれの変化を示している。いま、目盛を共通にしない変化額を除いた3尺度についてみると、年々の供与額が一番大きな変動を示し、残高の変動が次に大きく、返済額の変動が一番小さくなっていることがわかる。これらの尺度の変動がこのようながいをもってくるのは、3つの尺度がそれぞれ次のような経済的性格をおびているからである。

まず、供与額は一定期間の新規貸付額であるから、その変動は激しい変動となって、そのまま図にあらわれる。これは、この期の信用による耐久消費財の購入をあらわしている。しかし、供与額とは逆に、消費者の支出削減を意味している返済額の方は、次の理由によって、小さな変動となってあらわれる。すなわち、一定期間に支払われるべき返済額は、その期になされた供与額によってよりも、むしろ同期に先だつ何カ月間かになされた供与額によって決定される。例えば、単純にすべての割賦期限が20カ月であるとすれば、その期の返済額は、それに先だつ20カ月の供与額を20で割った商に等しい。いいかえれば、返済額というのは、供与額を期間20カ月で移動平均し、その移動平均値を、通常の移動平均法の場合のように期間の中央に打点せず、10.5カ月おくらせて打

第15表 割賦信用残高・供与額・返済額の

ピ ー ク						
産業循環 のピーク	総割賦信用 の純変 化額	先行(-) または 遅れ(+)	総割賦信用 の供与額	先行(-) または 遅れ(+)	総割賦信用 の返済額	先行(-) または 遅れ(+)
8/29	5/29	-3	8/29	0	9/29	+1
5/37	3/36	-14	5/37	0	10/37	+5
	2/41	—	5/41	—	12/41	—
2/45	なし	—	なし	—	なし	—
11/48	1/48	-10	なし	—	なし	—
	7/50	—	7/50	—		
7/53	6/52	-13	3/53	-4	なし	—
7/57	3/55	-28	7/57	0	なし	—
5/60	8/59	-9	4/60	-1	なし	—
	4/65	—				

(注) 先行または遅れは月単位。

(出所) Klein, *op. cit.*, p. 25.

点したものと等しい。したがって、新規供与額の各月々の変動がいかに激しくとも、月々の返済額の変動、だから結局のところ、年々の返済額の変動は、比較的平坦になるわけである。しかも、もし月々の供与額の変動が与えられたものとすれば、返済額の変動は、契約期間が長ければ長いほど平坦になる。最後に、残高が供与額と返済額との中間的な変動を示しているのは、残高が供与額と返済額とによって決定されるという残高変動の性質によっている。すなわち、残高は、一方では変動の大きな供与額によって、他方では変動の小さな返済額によって決定されるために、その変動も、供与額の変動よりも小さく、返済額の変動よりも大きくあらわれるわけである。⁽⁶⁾

ところで、第2図には、産業循環上の恐慌期(谷-T)と繁栄期(ピーク-P)とが同時に示されている。産業循環に対する割賦信用の3つの尺度の適合性をみてみると、これらの尺度は産業循環におおよそ適合していることがわかる。さらにいま、この図と第15表とを総合すると、産業循環に対する3つの尺度⁽⁷⁾の適合性、および3つの尺度相互の変動関係について、いくつかの特徴点を

産業循環に対する適合性

谷						
産業循環 の谷	総割賦信用 の純変 化額	先行(-) または 遅れ(+)	総割賦信用 の供与額	先行(-) または 遅れ(+)	総割賦信用 の返済額	先行(-) または 遅れ(+)
3/33	2/32	-13	3/33	0	3/33	0
6/38	2/38	-4	6/38	0	8/38	+2
	6/42	-	12/42	-	2/44	-
10/45	なし	-	なし	-	なし	-
10/49	10/48	-12	なし	-	なし	-
	7/51	-	11/50	-		
8/54	5/54	-3	1/54	-7	なし	-
4/58	3/58	-1	5/58	+1	なし	-
2/61	4/61	+2	4/61	+2	なし	-
	5/65	-				

指摘することができる。第1に、3つの尺度は、戦後においてよりも戦前においての方がより強く産業循環へ適合している。第2に、1940年から45年にかけては、それ以前およびそれ以後にみられたこれら尺度の産業循環への適合が認められない（これは戦時生産制限とレギュレーション W に関連している⁽⁸⁾）。第3に、48年から53年の間にも、上の第2と同様のことが認められる（これは朝鮮戦争とレギュレーション W に関連している⁽⁹⁾）。第4に、3つの尺度は、供与額、残高、返済額の順序で転換点をむかえている。もしこれに純変化額をつけ加えれば、純変化額が最初に変動しているから、4つの尺度は、① 純変化額、② 供与額、③ 残高、④ 返済額の順序で転換していることになる⁽¹⁰⁾。第5に、供与額は産業循環と最も近接して転換する傾向がある。そして最後に、戦後返済額の循環は消失している。これは、さきにみたように、返済額の変動が小さい⁽¹¹⁾いうえに、戦後の信用供与額の伸びが急速であった、ということによっている。

さて、さきに少しふれたように、これらの尺度のうち、供与額は耐久消費財需要＝消費支出の増大を、返済額は消費支出の削減を示している⁽¹²⁾。したがっ

て、供与額と返済額との差である純変化額のプラスは耐久消費財需要の拡大、そのマイナスは消費支出の削減、という経済効果をもつこととなる。⁽¹³⁾とすれば、純変化額のプラス・マイナスは、それぞれ残高の増大・減少でもあるから、残高の増大は耐久消費財需要の増大、その減少は消費支出の削減を意味する、ということになる。割賦信用は、需要や支出に対して、このような係わりをもっているものと考えられる。

以上のようにしてみると、われわれが、割賦信用の4つの尺度のなかから、割賦信用の、そしてまた消費者信用の尺度として、一般に残高をとりあげる理由も、おのずから知られるであろう。すなわち、第1に、残高は、比較的移動平均に近い数値となるので、傾向変動に近い変動を示すこと、第2に、残高の系列は比較的産業循環に対して適合していること、そして最後に、残高の変動は、消費者信用の消費財需要や消費支出への作用をよく示すこと、によっているのである。

2 消費者信用の発展 (1) — 1919~33年

さきに述べたように、1919年以後の消費者信用の発展は、大きく3つの段階に分けられる。そこでまずここでは、消費者信用専門機関を中心として消費者信用がほぼ成立しおわった1919年から33年までの時期について、消費者信用の発展をみることにしたい。

いうまでもなく、この時期は、20年代のアメリカ資本主義の「繁栄」と29年よりはじまる大恐慌とを含む時期である。消費者信用は、そのような経済過程を反映して、20年代に急発展し、しかる後に、大恐慌の過程で急激な衰退を示した。そこで次のように考えられよう。すなわち、20年代の消費者信用の急発展は、アメリカ資本主義の「繁栄」そのものと何らかの係わりをもっており、それまでのいわば偶然的な消費者信用においては明確になるにいたらなかった消費者信用の本質が、20年代アメリカ資本主義そのものの分析によって与えられるのではないかと。われわれは、アメリカ資本主義の20年代の「繁栄」と

消費者信用との関係をこのように考え、まず、20年代のアメリカ資本主義を規定し、したがってまた、20年代の消費者信用の発展の基底に存すると思われる耐久消費財産業の発展、なかんずく自動車産業の発展、を簡単に考察すること⁽¹⁴⁾としたい。

(1) 消費者信用発展の基底

周知のように、アメリカにおいては、1879年から1904年にかけてのトラスト運動を経て、資本の集積・集中が進み、第1次大戦までにはすでに、主要生産手段生産部門——鉄鋼、石油、機械等——は、独占化されてしまっていた。しかし、自動車をはじめとする耐久消費財生産部門は、新しく発展しつつある、まだ出入の自由な競争部門であって、独占化されるにいたっていなかった。とくに自動車産業においては、およそ1910年にいたるまでの時期は、開拓と実験と初期成長の時代であって、多くの企業がこの産業への参入・撤退をくり返し、いかなる一企業も支配的地位を占めえなかったし、また11年から第1次大戦終りまでの期間には、たとえば、フォードが支配権を獲得し、この産業もようやく大量生産の時代に入りつつあったといっても、この産業への参入・撤退は依然として数多く、市場はなお競争的であった。その状況の一端は、第16表からうかがえるであろう。ことに同産業への参入についていうと、同表のような参入企業数の増加は、当時の自動車産業に限られた資本で容易に操業を始めることができた、ということによつて⁽¹⁵⁾いる。

しかし、20年代になると、自動車をはじめとした耐久消費財産業も急発展し、ことにその後半には、それらの産業も独占化されるにいたつた。そして、従来の生産手段生産部門の独占化のうえに、独占的な耐久消費財産業が、アメリカ経済における主導的な部門として、登場してきたのである。とりわけ自動車産業についていえば、「自動車の生産と使用の持続的拡大は、1920年代のブームの最も重要な諸要因の1つ、おそらく、その他の製造業や交通路建設、自動車関連小売・サービス産業へのその効果が考慮されれば、最も重要な要因⁽¹⁷⁾」と

第16表 自動車生産への参入・撤退・残留企業数
および失敗率の推移 (1902~26年)

年	参入数	撤退数	残留数	失敗率 (%)
1902			12	
03	13	1	24	4.0
04	12	1	35	2.8
05	5	2	38	5.0
06	6	1	43	2.3
07	1	0	44	0
08	10	2	52	3.7
09	18	1	69	1.4
10	1	18	52	25.7
11	3	2	53	3.6
12	12	8	57	12.3
13	20	7	70	9.1
14	8	7	71	9.0
15	10	6	75	7.4
16	6	7	74	8.6
17	8	6	76	7.3
18	1	6	71	7.8
19	10	4	77	4.9
20	12	5	84	5.6
21	5	1	88	1.1
22	4	9	83	9.8
23	1	14	70	16.7
24	2	15	57	20.8
25	0	8	49	14.0
26	1	6	44	12.0

(注) 失敗率は、撤退数を前年末の残留数プラス同年の参入数で割ったもの。

(出所) Seltzer, L. H., *A Financial History of the American Automobile Industry*, 1928, p. 65. ただし、失敗率は筆者によるもの。

⁽¹⁸⁾
なるにいたったのである。

以下、われわれはしばらく、上のような自動車産業のアメリカ資本主義における位置を確認し、そこから消費者信用発展の基底にある事実をさぐり出すこととしたい。

20年代のアメリカにおける自動車産業の発展は急速であった。若干の数字をあげてそれを確認するならば、次のようであった。まず乗用車生産数は、すでに示したように (前稿第2表)、1920年の約200万台から、29年には約450万台に増加した。それとともに、同期間に、乗用車の登録数は約810万台から約2300万台へと急増し、自動車総計の登録数も約920万台から約2700万台へと、わずか9年程の間に3倍近くに増加した。その結果、自動車の普及は、20年にはまだ12人に1台の割合にすぎなかったのに、29年には5人に1台の割合となった。また、自動車産業の直接雇用労働者数は、22年には約25万人であったが、29年には40万人をこえるものとなった。しかも、およそその3倍の労働者が、自動車に依存する産業に雇われていたのである。⁽¹⁹⁾

さらに、ついでながら、他産業に対する自動車産業の地位をみておくと、自動車産業は、すでに1923年には、卸価格でみて、アメリカ第1の産業になっていた。⁽²⁰⁾そして、26年には、この産業は、鉄鋼の14%、板ガラスの50%、ゴムの85%、座席用皮革の63%、ニッケルの28%、アルミの25%、すずの21%、銅の13%、硬木の11%を吸収するまでになっていたのである。⁽²¹⁾

ところで、こうした20年代の自動車産業の発展過程で、自動車産業に重要な質的変化が進行した。すなわち独占化である。以下しばらく、われわれはこの点を考察していこう。

第17表は、フォード、GM、クライスラーおよび中堅4社の乗用車販売シェアを示している。これによると、全乗用車メーカーのうちの7社が年々そのシェアを高め、1920年代の中頃には、これら7社がすでに75%以上のシェアを占めていた。さきの第16表によれば、23年には70、25年には49のメーカーが存在していたから、このころには、わずか1割ほどの企業が乗用車市場の4分の3を占めていたわけである。さらに、同表のビッグ・スリーにのみ着目すると、それらのシェアは、同じ頃にはすでに70%近くに達していたことがわかる。⁽²²⁾

こうした少数企業への生産の集中は、長期にわたる資本の集積・集中と、とくに20~21年の戦後恐慌期を中心とした激しい価格競争との結果であった。こ

第17表 乗用車販売台数に占める各社のシェアの推移 (1911~37年)

(%)

年	全企業計	クライスラー	フォード	GM	以上3社計 小	ハドソン, ナッシュ, パッカード, スチュワードベーカー	以上7社計 小	他社計
1911	100	—	19.92	17.82	37.74	15.34	53.08	46.92
13	100	—	39.46	12.15	51.61	9.52	61.13	38.87
15	100	—	38.18	10.93	49.11	6.48	55.59	44.41
17	100	—	42.43	11.22	53.65	4.32	57.97	42.03
19	100	—	40.08	20.77	60.85	6.46	67.31	32.69
21	100	—	55.67	12.73	68.40	7.93	76.33	23.67
23	100	—	46.05	20.23	66.28	8.51	74.79	25.21
25	100	3.60	40.02	19.97	63.59	13.79	77.38	22.62
27	100	6.22	9.32	43.49	59.03	18.80	77.83	22.17
29	100	8.18	31.30	32.31	71.79	12.28	84.07	15.93
31	100	12.42	24.86	43.88	81.16	8.15	89.31	10.69
33	100	25.41	20.69	41.44	87.54	6.66	94.20	5.80
35	100	22.73	28.04	39.24	90.01	7.33	97.34	2.66
37	100	25.44	21.37	41.79	88.60	9.15	97.75	2.25

(注) 1911~21年は生産台数による数値。

(出所) 岡本友孝「新興産業としてのアメリカ自動車工業 (中)」福島大学『商学論集』第35巻第3号。

原出所は Federal Trade Commission, *Report on Motor Vehicle Industry*, 1939, p. 29.

の点について、いま、行論上後者の点のみをみれば、次のようであった。⁽²³⁾

20年代のはじめ（とくに21年）には、戦後恐慌にもとづく自動車産業の不振に促迫されて、生産性の急激な上昇を反映した、あるいはそれ以上の、自動車価格の引下げがおこなわれた。それは、例えば、当時の最量産車たるフォードT型（この銘柄は、21年には全市場の55%以上のシェアをもっていた）の価格引下げをみれば、明白である。すなわち、20年から24年にかけての自動車産業の生産性は、1.5倍ほど上昇しただけであるにもかかわらず、この期間に、⁽²⁴⁾フォードT型の価格は、小型自動車で550ドルから260ドルへ、観光自動車で575ドルから290ドルへと、2分の1以上、あるいは2分の1近くにまで、引下げられた（第18表）。GMをはじめとした他のメーカーも、こうしたフォードに、価格引下げで対抗したのである。

第18表 フォードT型の価格の推移

(ドル)

日付	小型自動車	ほろ型観光自動車	日付	小型自動車	ほろ型観光自動車
1908年10月1日	—	850	1918年8月16日	500	525
1909年10月1日	—	950	1920年3月4日	550	575
1910年10月1日	—	780	1920年9月22日	395	440
1911年10月1日	590	690	1921年6月7日	370	415
1912年10月1日	525	600	1921年9月2日	325	355
1913年8月1日	500	550	1922年9月16日	319	348
1914年8月1日	440	490	1922年10月17日	269	298
1915年8月1日	390	440	1923年10月2日	265	295
1916年8月1日	345	360	1924年12月2日	260	290
1918年2月21日	435	450	1926年2月11日	290	310

(出所) 白髭武『アメリカマーケティング発達史』, 1978年, 162ページ。

原出所は Rae, J. B., *Henry Ford*, 1969, p. 91.

こうした価格引下げ競争の激化の結果、第16表でみたように、マクスウェル(Maxwell)、ウィリス(Willys)を含む中小規模メーカーの自動車産業からの撤退が、促進されることとなった。すなわち、22年から26年までの乗用車生産からの撤退数は、52にも達したのである。もしわれわれが、撤退数を前年末の残

留数プラス同年の参入数で割ったものを失敗率と名づけるとすれば、22年から26年までの失敗率は、いずれも10%から20%の高率に達するものであった。この失敗率の水準は、1907年からはじまるころの、低価格車への需要シフトと、1あるいは2シリンダー車から4あるいは6シリンダー車への性能向上とに
応じきれず、自動車産業から撤退する企業の続出する10年から12年までの時期に匹敵する高い水準であった。⁽²⁵⁾この水準がいかに高い水準であったかは、20年から24年までの産業全体の失敗率が、最高の22年においてさえ1.2%であった⁽²⁶⁾ということからも、容易に察せられるであろう。

このように、20年代前半には、自動車産業における競争が激化し、同産業からの撤退企業数も激増することとなった。それとともに、以前のような「技術的手腕と小資本と事業の才をもった個人が、成功のみとおしをもって自動車生産に着手できる時代」⁽²⁷⁾はもはやすぎ去って、自動車生産部門への新規参入の極めて困難な時代が訪れていた。そして、たとえ新規参入がなされたとしても、どの企業も長続きせず、同部門から退かざるをえない、そういう時代がやってきていた。

こうして、一方での撤退数の急増と、他方での新規参入の停止とによって、20年代中頃まで、自動車の生産集中は著しく進んでいったのである。

ところで、このような少数企業への生産集中によって、20年代半ばすぎには、自動車価格は硬直性を示しはじめた。自動車の相対価格を示した第19表は、それを示している。いうまでもなく、自動車は、たとえ同一銘柄であっても、年によりその品質、性能、附属品等にちがいがあがあるため、自動車の相対価格の変化を厳密な数値として示すことはできないが、同表はその一応の目安となろう。みられるように、乗用車価格は、25年くらいまでは下落したが、それ以後になると硬直性を示しはじめている。しかも、20年代はじめほどではないにしても、20年代後半にも生産性の上昇は依然として続いたから、⁽²⁸⁾この時期の自動車価格の硬直性はいよいよ明白だといわなければならない。とすれば、われわれは、20年代の中頃にはすでに、自動車産業において独占体制が確立し

た、といいうる有力な根拠をもちうることになる。

さらに、20年代の自動車産業における独占形成は、次のことによっても肯定されうるであろう。

本来、自由競争的な市場構造においては、長期にわたる生産能力の利用度の低下=過剰生産能力の顕現化は、生じえない。なぜなら、このもとでは、市場価格、利潤率の変化にもとづいて、過剰能力部門の資本の破壊、自由な資本の部門間移動による同部門からの資本の流出がおり、かくして、社会的需要に応じた資本と労働の配分、利潤率の平均化が達成されるからである。しかし、独占的な市場構造のもとでは、価格の硬直性のため、上のメカニズムは生じない。過剰能力はつねに残存する。そこでむしろ独占資本は、「意図された過剰能力」(planned excess capacity)をもち、それで部門内の市場の拡大に応じ、また同部門への新規企業の参入に対抗しようとするのが普通である。したがって、過剰能力の長期にわたる存在は、市場の独占化を示す1メルクマールである、⁽²⁹⁾といってもよい。

この観点から20年代後半の自動車産業をみると、そこには、前述の自動車価

第19表 乗用車の相対価格の変化 (1919~33年)

	1919	1920	1921	1922	1923	1924	1925	1926	1927	1928	1929	1930	1931	1932	1933
W. H. Shaw の指数 (1) 1913=100	96.6	108.9	97.2	79.0	73.7	72.9	71.4	67.8	69.5	72.5	75.2	70.8	67.1	66.8	66.7
G. C. Chow の指数 (2) 1937=100	120.9	111.2	100.6	90.9	81.7	92.6	105.6	91.0	95.1	85.9	102.4	107.9	95.6

(出所) (1)は佐美光彦「自動車産業」(玉野井芳郎編著「大恐慌の研究」,1964年,217ページ)。原出所はShaw, W. H., *Value of Commodity Output since 1869*, 1947, pp. 74-77.

(2)はChow, G. C., "Statistical Demand Functions for Automobiles and Their Use for Forecasting," in *The Demand for Durable Goods*, ed. by A. C. Harberger, 1960, p. 157.

格の硬直性がみられるだけでなく、自動車生産能力の過剰化という事態も認められるのである。もちろん、当時における過剰能力の発生は、必ずしも自動車産業に固有の事態であったわけではなく、全産業にも共通してみられた現象であったが、しかし自動車産業の場合には、ことにその程度が大きかった。1934年⁽³⁰⁾に公刊された、生産能力の利用度に関するブルッキングス研究所(Brookings Institute)の資料は、そのことをよく示している(第20表)。みられるように、自動車産業における能力利用度は、20年代後半には大きな低下を示した。「理論的生産能力に対する利用度」でみると、26年以降のいずれの年も戦後恐慌時(谷は21年7月)なみの水準を示していたし、また「実際の生産能力に対する利用度」(操業の季節的変動を考慮したもの)でみても、生産能力の利用度は8割程度の水準にすぎなかった。別言すれば、20年代後半にはすでに自動車産業においても、独占的な市場

構造特有の長期にわたる過剰能力が存在していたのである。

以上、われわれは、20年代のアメリカ自動車産業の発展と、その過程での独占化ということのみてきた。この20年代の自動車産業については、われわれは、もう1つ重要な事実をみておかねばならない。すなわち、自動車産業における市場の性格の問題である。

乗用車工場販売台数は、

第20表 自動車の生産能力の利用度 (1919~30年)

年	産出高 (千台)	理論的生産 能力に対す る利用度 (%)	実際の生産 能力に対す る利用度 (%)
1919	1,933	88	—
20	2,227	86	—
21	1,682	63	—
22	2,646	84	—
23	4,180	94	108
24	3,737	74	85
25	4,427	82	101
26	4,505	68	81
27	3,580	46	68
28	4,601	55	80
29	5,621	66	85
30	3,510	42	55

(出所) 下川浩一『米国自動車産業経営史研究』, 1977年, 127ページ。

原出所は Nourse, E. G., *America's Capacity to Produce*, 1934, p. 582.

23年には約360万台で史上最高を記録していたが、24年にはそれよりも40万台以上も減少して、約320万台となった。その後それは、25、26年には23年と同水準に再び増大したけれども、27年の不況期にはまたも約290万台と、24年の水準を下回ってさらに大きく減少した(前稿第2表参照)。また、乗用車卸売額も、24年には前年より約2億3000万ドル少ない2億4000万ドルほどに下がり、25、26年には約25億4000万ドル、27億5000万ドルと増加したが、27年には再び22億⁽³¹⁾7000万ドルほどへ大きく減少した。

上述の24年におけるがごとく、自動車工場販売台数、卸売額が絶対的に減少したことは、戦争や恐慌の影響による以外にはかつてないことであった。今や自動車は、造れば売れるという時代ではなくなりつつあった。ゼルツアのいうように、「1923年には、おそらくはじめて、多くのディストリビューターやディーラーは、彼らが契約した自動車すべてを売りさばくわけにはいかない、ということを知った⁽³²⁾」。そして、「1924年にはすでに総量の半分以上をこしていた取替販売が、産出の増大する割合を吸収するためにたよりとされなければならない。故に、いままでは生産の問題が自動車生産者の心にまず第1にうかんだのに、今や配分と販売の問題が第1の注意を要求している。ディーラー組織の改善に強調がおかれる⁽³³⁾」。このような状態が生じてきていた。こうして、自動車市場は、20年代前半までの新規需要中心の市場から、20年代後半には取替需要中心の市場に根本的に変化したのである。

さて、以上のべてきたように、20年代後半のアメリカ自動車産業においては、過剰能力の発生を必然化させる独占の形成と、新規需要中心の市場から取替需要中心の市場への移行という2つの重要な構造変化が生じたのであるが、このような20年代後半の自動車産業をめぐる状況は、従来とはことなった製品政策、販売促進政策を自動車産業に強制することとなった。すなわち、製品差別化、とくにモデル・チェンジの常態化、新たなディーラー政策、割賦信用の一層の拡大といったことが積極的におし進められるようになったのである。

これらのうち、第3の割賦信用については後にまた立ちもどるので、ここで

は第1の製品差別化と、第2の新たなディーラー政策とについてのみ簡単にふれておこう。

まず製品差別化について。いずれのメーカーの自動車も、価格によって明確に低価格車、中価格車、高価格車のいずれかの等級に分けられるような価格政策が展開された。⁽³⁴⁾そして、各メーカーは、それぞれの等級には少なくとも1つの銘柄を提供して、同等級のなかでの自己の銘柄の品質・性能・デザインの優秀性をきそいあった。それだけではなく、各メーカーは、自己の銘柄の品質・性能・デザインが他の同等級の銘柄と比べて意味ありげな相異をもっているかのように、主に広告を媒体に、人々に印象づけはじめた。さらに、同じく広告を通じて、多くの人々の注目を集める銘柄を手に入れたいという街示的消費動機に訴えることや、ディーラー組織の販売・維持・修理サービスの優秀性を強調することによっても、製品差別化がおこなわれはじめたのである。20年代後半からはじまる頻繁なモデル・チェンジは、このような製品差別化にもとづく非価格競争の重要な一競争手段であった。⁽³⁵⁾

次に新たなディーラー政策について。20年代後半のような過剰能力の発生、取替需要中心の市場のもとでは、それまでの新規需要中心の市場のもとで存在したメーカーとディーラーとの弱い結合関係から一步進んで、メーカーは、ディーラー直売方式をとり入れ、ディーラーをみずからのマーケティング・システムにとりこむとともに、ディーラーと排他的条項つきのフランチャイズ協約を締結し、ディーラーに対する統制を強化するようになった。20年代後半の自動車産業は、こうしたメーカーによるディーラー従属化によって、新規需要の減退と取替需要中心の市場への転化から生ずる新車の販売困難、中古車の累積⁽³⁶⁾に対処しようとしたのである。

以上において、われわれは、アメリカの20年代の「繁栄」を規定し、また消費者信用急増の基底にあると思われる耐久消費財産業、とくに自動車産業の発展について考察してきた。ここでの考察から明らかごとく、20年代の自動車産業は、その急発展の過程で、独占化と過剰能力の発生、そして新規需要の減

退の時代をむかえるのであるが、割賦信用こそは、こうした自動車産業の新たな時代に適合した販売方法として、急速な拡大を示すこととなったのである。20年代の消費者信用拡大の基底は、このような自動車産業を中心とした耐久消費財産業の市場構造にあった、といてよい。

(2) 消費者信用の発展

すでにみたように、1920年代は消費者信用急増の時代であった。1919年末から29年末までに、消費者信用残高、割賦信用残高、自動車手形残高は、それぞれ年率10.4%、16.0%、16.4%増加した。この点についてもすでに述べたように、このような消費者信用の増大の基底には、耐久消費財産業、ことに自動車産業の発展があった。

われわれは次に、20年代の消費者信用について詳細な考察を加えていくこととしたい。

まず最初に、われわれは、20年代には、耐久消費財支出が消費者信用に依存しつつ急増大したということを、少し以前にまでさかのぼって明らかにしておきたい。

第21表は、1900年から33年までの個人可処分所得、耐久消費財支出、主要耐久消費財支出、消費者信用残高、割賦信用残高を示している。この表から、耐久消費財支出の推移について、いくつかのことが確認できよう。

第1に、耐久消費財支出は、1900年から29年までは傾向的に増大したが、07～08年、20～21年には著しい減少を示した。いうまでもなくこの減少は、29～33年とともに、これらの年が産業循環におけるピークから谷までの恐慌局面にあったためである。

第2に、耐久消費財支出は、1900～09年には10億4300万ドルから19億1900万ドルへと年率7.0%、10～19年には20億8500万ドルから58億600万ドルへと年率12.0%、20～29年には74億ドルから92億1200万ドルへと年率2.5%増加した。

もっとも、この点に関しては若干の補足が必要である。というのは、上でみ

第21表 個人可処分所得・耐久消費財支出・主要耐久消費財支出・消費者信用残高・割賦信用残高の推移 (1900~33年)

(百万ドル)

年	個人可処分所得 (1)	耐久消費財支出 (2)	主要耐久消費財支出 (3)	消費者信用残高 (4)	割賦信用残高 (5)	個人可処分所得に対する耐久消費財支出の割合 (2)/(1) (%)		耐久消費財支出に対する—— 消費者信用残高の割合(4)/(2) (%)		主要耐久消費財支出に対する—— 消費者信用残高の割合(5)/(3) (%)	
						(2)/(1) (%)	(4)/(2) (%)	(4)/(2) (%)	(5)/(3) (%)		
1900	14,971	1,043	350	557	—	7.0	53.4	—	159.1	—	
01	16,607	1,181	410	615	—	7.1	52.1	—	150.0	—	
02	17,085	1,287	460	686	—	7.5	53.3	—	149.1	—	
03	18,426	1,358	500	755	—	7.4	55.6	—	151.0	—	
04	18,221	1,355	500	801	—	7.4	59.1	—	160.2	—	
05	19,686	1,559	590	884	—	7.9	56.7	—	149.8	—	
06	23,537	1,829	720	987	—	7.8	54.0	—	137.1	—	
07	26,045	1,902	760	1,072	—	7.3	56.4	—	141.1	—	
08	22,287	1,581	680	1,062	—	7.1	67.2	—	156.2	—	
09	26,606	1,919	830	1,210	—	7.2	63.1	—	145.8	—	
10	27,461	2,085	920	1,303	—	7.6	62.5	—	141.6	—	
11	27,621	2,184	990	1,418	—	7.9	64.9	—	143.2	—	
12	30,125	2,461	1,220	1,535	—	8.2	62.4	—	125.8	—	
13	31,256	2,667	1,350	1,628	—	8.5	61.0	—	120.6	—	
14	29,604	2,471	1,300	1,721	—	8.3	69.6	—	132.4	—	
15	32,675	2,625	1,480	1,837	—	8.0	70.0	—	124.1	—	
16	39,114	3,657	2,140	2,047	—	9.3	56.0	—	95.7	—	

17	52,051	4,274	2,480	2,140	—	8.2	50.1	—	86.3	—
18	63,575	4,263	2,290	2,185	—	6.7	51.3	—	95.5	—
19	69,702	5,806	3,390	2,642	800	8.3	45.5	13.8	77.9	23.6
20	73,884	7,400	4,440	2,964	969	10.0	40.1	13.1	66.8	21.8
21	58,739	5,712	3,460	2,966	919	9.7	51.9	16.1	85.7	26.6
22	59,093	6,078	3,800	3,166	1,047	10.3	52.1	17.2	83.3	27.6
23	69,037	7,772	4,860	3,652	1,368	11.3	47.0	17.6	75.1	28.1
24	69,778	7,641	4,960	4,025	1,646	11.0	52.7	21.5	81.1	33.2
25	72,073	8,614	5,630	4,715	2,115	12.0	54.7	24.6	83.7	37.6
26	76,674	9,010	5,990	5,227	2,363	11.8	58.0	26.2	87.3	39.4
27	76,513	8,467	5,400	5,344	2,319	11.1	63.1	27.4	100.0	42.9
28	76,570	8,839	5,740	6,258	2,935	11.5	70.8	33.2	109.0	51.1
29	83,120	9,212	6,240	7,116	3,524	11.1	77.2	38.3	114.0	56.5
30	74,374	7,155	4,570	6,351	3,022	9.6	88.8	42.2	139.0	66.1
31	63,840	5,485	3,240	5,315	2,463	8.6	96.9	44.9	164.0	76.0
32	48,660	3,646	1,880	4,026	1,672	7.5	110.4	45.9	214.1	88.9
33	45,744	3,469	2,010	3,885	1,723	7.6	112.0	49.7	193.3	85.7

(出所) (1)(2)欄および(4)欄1900~18年は, *Consumer Instalment Credit, Pt. II, Vol. I, pp. 179, 187*, (3)欄は Juster, F. T., *Household Capital Formation and Financing, 1897-1962, 1966, pp. 95-97*, (4)欄1919~33年および(5)欄は, *Banking and Monetary Statistics, p. 1081*. 比率は筆者による。

るかぎりでは、耐久消費財支出の増加が、20年代よりも10年代の方がずっと大きかったようにみえるからである。だが、第1次大戦後消費者物価が大幅に上昇した⁽³⁷⁾こと、戦時統制の撤廃にともなって、耐久消費財に対する需要増大がすでに19年3月から生じていたこと、を考えると、むしろ第22表の方が、10年代と20年代の耐久消費財支出の実態をより正確に反映しているであろう。すなわち、消費者への耐久消費財の流れは、29年価格でみると、1909年から18年までの年平均では38億4300万ドル、19年から28年までの年平均では65億8500万ドルだったので、20年代の耐久消費財支出は、10年代のそれのおよそ1.7倍に達していたのである。

第22表 耐久消費財生産額、小売価格
および消費者への流れ

(百万ドル)

年	生産額 (国内消費用)		小売価格 1929年価格	消費者への流れ	
	当年価格	1929年価格		当年価格	1929年価格
1894~1903	606	1,474	2,398	971	2,363
1899~1908	872	1,816	2,956	1,382	2,878
1904~1913	1,220	2,194	3,571	1,880	3,381
1909~1918	1,821	2,629	4,279	2,663	3,843
1914~1923	3,278	3,318	5,400	4,553	4,644
1919~1928	4,997	4,751	7,733	6,928	6,585
1924~1933	4,651	4,796	7,804	7,633	7,869
1929~1938	4,046	4,401	7,162	6,628	7,212

(注) 10カ年ごとの年平均。なお、消費者への流れの当年価格・1929年価格の欄1行目および7~8行目は、業務用自動車を含む。

(出所) Kuznets, S., *National Product since 1869*, 1946, pp. 95, 102.

第3に、個人可処分所得に対する耐久消費財支出の割合をとってみると、この割合の上昇傾向がはっきり取看される。すなわち、それは、1900~11年には7%台、12~19年には8%前後で推移していたが、20年代になると、10~11%にまで上昇している。このことは、可処分所得のうちの耐久消費財支出の割合が、20年代に急に高まった、ということの意味している。

そして最後に、耐久消費財のなかでも、自動車、家庭用品、家具、電化製品の主要耐久消費財への支出をみると、その推移は、耐久消費財の場合と全く同様に、1907～08年、20～21年、29～33年といった恐慌期の大幅減少を示しているだけでなく、19年から29年にかけての大幅増大をもはっきりと示している。

ところで、このように、たとえ恐慌により中断されたとはいえ、1900年以降耐久消費財支出は増加傾向をみせてきたのであるが、その支出増加も消費者信用に支えられてこそ可能であった。それは次のことによって知られよう。さきの第21表の消費者信用残高の耐久消費財支出に対する割合のところをみると、その割合は、15年まではおおむね上昇し、その後しばらくの間低下したものの、21年からは再び上昇ははじめている。ことに20年代だけについてみると、20年の40.1%から29年の70.8%まで、23年を除いて年々急激に上昇していることがわかる。さらに30～31年についてみると、その割合は、29年の水準以上に上昇し、32～33年には100%をこえるにいたっている。大恐慌期のこの高い水準は、消費者信用残高の減少率以上に耐久消費財支出が減退したため、と解されうるのであろう。それはさておき、上のような耐久消費財支出に対する消費者信用残高の割合の上昇は、たとえ無条件にとはいかないにしても、耐久消費財支出がますます消費者信用に依存するようになった、ということを示しているのである。

なお、同じく第21表より明らかなように、19年以後の割賦信用残高の耐久消費財支出・主要耐久消費財支出に対する割合は、上の消費者信用残高の耐久消費財支出に対する割合とほぼ同様の推移を示しているといつてよいが、消費者信用残高の主要耐久消費財支出に対する割合の方は、興味ある推移を示している。すなわち、それは、激しく変動しながらも20年頃まで低下してきたが、同年をすぎると逆に増大しはじめていたのである。これは、おそらく、20年頃までは消費者信用の伸びが主要耐久消費財支出の伸びに追いつかなかったけれども、それ以後29年までは逆になって、前者の方が後者よりも大きくなったこと、また29年から33年までは、消費者信用の減少率以上に主要耐久消費財支出の減

第23表 消費者割賦信用残高

年 末	総 計	金 融 機 関				
		小 計	商業銀行	販 売 金融会社	信用組合	消費者金 融 会 社 そ の 他
1919	800 (100)	164 (20.5)	19 (2.4)	73 (9.1)	4 (0.5)	68 (8.5)
20	969 (100)	214 (22.1)	25 (2.6)	105 (10.9)	6 (0.6)	78 (8.0)
21	919 (100)	219 (23.8)	31 (3.4)	93 (10.1)	7 (0.7)	88 (9.6)
22	1,047 (100)	280 (26.7)	39 (3.7)	136 (13.0)	8 (0.7)	97 (9.3)
23	1,368 (100)	397 (29.0)	52 (3.8)	222 (16.2)	10 (0.7)	113 (8.3)
24	1,646 (100)	515 (31.3)	69 (4.2)	293 (17.8)	12 (0.7)	141 (8.6)
25	2,115 (100)	815 (38.5)	94 (4.4)	529 (25.0)	14 (0.7)	178 (8.4)
26	2,363 (100)	1,019 (43.1)	116 (4.9)	669 (28.3)	16 (0.7)	218 (9.2)
27	2,319 (100)	1,054 (45.5)	136 (5.9)	628 (27.1)	18 (0.8)	272 (11.7)
28	2,935 (100)	1,353 (46.1)	167 (5.7)	816 (27.8)	21 (0.7)	349 (11.9)
29	3,524 (100)	1,745 (49.5)	201 (5.7)	1,074 (30.5)	22 (0.6)	448 (12.7)
30	3,022 (100)	1,563 (51.7)	204 (6.8)	880 (29.1)	22 (0.7)	457 (15.1)
31	2,463 (100)	1,319 (53.6)	173 (7.0)	684 (27.8)	21 (0.9)	441 (17.9)
32	1,672 (100)	958 (57.3)	137 (8.2)	418 (25.0)	19 (1.1)	384 (23.0)
33	1,723 (100)	1,001 (58.1)	127 (7.4)	507 (29.4)	20 (1.2)	347 (20.1)

(注) カッコ内は構成比。

(出所) *Banking and Monetary Statistics, 1941-1970, p. 1087.*

少率が大きかったこと、によるものと思われる。

以上においてわれわれは、1900年以降耐久消費財支出は消費者信用に支えら

アメリカの消費者信用 (2) (野村)

(所有者別) (1919~33年)

(百万ドル)

小 計	小 売 商				
	百貨店	家具店	家庭用品店	自動車ディーラー	その他
636 (79.5)	31 (3.9)	253 (31.6)	60 (7.5)	258 (32.2)	34 (4.3)
755 (77.9)	44 (4.5)	300 (31.0)	64 (6.6)	309 (31.9)	38 (3.9)
700 (76.2)	35 (3.8)	300 (32.6)	68 (7.4)	255 (27.8)	42 (4.6)
767 (73.3)	36 (3.5)	375 (35.8)	96 (9.2)	199 (19.0)	61 (5.8)
971 (71.0)	41 (3.0)	412 (30.1)	97 (7.1)	348 (25.5)	73 (5.3)
1,131 (68.7)	46 (2.8)	458 (27.8)	109 (6.6)	435 (26.4)	83 (5.1)
1,300 (61.5)	65 (3.1)	506 (23.9)	142 (6.7)	484 (22.9)	103 (4.9)
1,344 (56.9)	89 (3.8)	536 (22.7)	153 (6.5)	440 (18.6)	126 (5.3)
1,265 (54.5)	112 (4.8)	549 (23.7)	181 (7.8)	276 (11.9)	147 (6.3)
1,582 (53.9)	143 (4.9)	552 (18.8)	210 (7.1)	508 (17.3)	169 (5.8)
1,779 (50.5)	160 (4.5)	583 (16.6)	253 (7.2)	586 (16.6)	197 (5.6)
1,459 (48.3)	155 (5.1)	539 (17.8)	216 (7.2)	352 (11.7)	197 (6.5)
1,144 (46.4)	138 (5.6)	454 (18.4)	172 (7.0)	191 (7.7)	189 (7.7)
714 (42.7)	103 (6.2)	313 (18.7)	107 (6.4)	44 (2.6)	147 (8.8)
722 (41.9)	118 (6.8)	299 (17.3)	108 (6.3)	65 (3.8)	132 (7.7)

れつつ傾向的に増大してきたこと、19年から20年代にかけては、ことにその支出が急増し、しかもその支出も年々消費者信用に依存する割合を大きくしたこと、をみてきた。では、このような消費者信用を供与したのはどのような機関

だったのであろうか。われわれは、次にこの点を見ることにしよう。

第23表は、割賦信用のみについてであるけれども、19年から33年までの所有者別信用残高を示している。

まず、金融機関と小売商との大きな区別をみると、30年までは、小売商（とくに家具商、自動車ディーラー）自らの信用供与部分が金融機関の供与部分を上回り、全割賦信用の半分以上を占めていた。しかし、小売商による割賦信用残高の増大の伸びは小さく、19年の6億3600万ドルから29年の17億7900万ドルへと、年率にして10.8%増大したにすぎない。ところが、金融機関の信用残高は、同年間に、1億6400万ドルから17億4500万ドル、年率にして26.7%も増大したため、30年に金融機関の消費者信用残高が小売商のそれを追いぬいて以後、両者の開きはますます広がっていくことになった。

次に、金融機関の信用残高についてみると、自動車、電化製品その他の割賦手形（ないしは割賦契約書）の買取りを主要業務とする販売金融会社の信用残高の伸びが目立っている。それは、19年から29年の間に、年率30.9%も増大し、金融機関の信用残高に占めるその割合も年々高まって、初期の50%たらずの水準から29年には62%を占めるほどになっている。

販売金融会社が、このように急速に信用残高を増大させたのも、20年代の耐久消費財支出の増大に支えられてのことである。とくに自動車販売にともなう信用残高の増大が著しい。すなわち、販売金融会社の自動車手形購入による信用残高は、19年にはわずか4200万ドルにすぎなかったが、29年にはそのおよそ17.5倍にあたる7億3600万ドルに急増し、同期間各年の販売金融会社全信用残高の58%から76%を占めたのである（他の残りのほとんどすべては、電化製品その他の耐久消費財手形であった⁽³⁹⁾）。

いまみたのは割賦信用残高の保有者別区別であったが、非割賦信用のそれはおおそ次のようであった（第24表）。まず、19年から33年の全期間にわたって、百貨店以外の小売掛勘定が非割賦信用残高の半分前後を占めた。次に大きな割合を占めたのは、19年から31年までは、19年の13.3%から29年の25.6%へ

第24表 消費者非割賦信用残高(形態別,所有者別)(1919~33年)

(百万ドル)

年 末	総 計	一回払貸付け		掛 勘 定		サービ ス 信 用
		商業銀行	そ の 他 金 融 機 関	百 貨 店	そ の 他 小 売 商	
1919	1,842 (100)	245 (13.3)	61 (3.3)	209 (11.4)	1,089 (59.1)	238 (12.9)
20	1,995 (100)	285 (14.3)	69 (3.5)	227 (11.4)	1,152 (57.7)	262 (13.1)
21	2,047 (100)	332 (16.2)	72 (3.5)	211 (10.3)	1,147 (56.1)	285 (13.9)
22	2,119 (100)	354 (16.7)	76 (3.6)	226 (10.7)	1,165 (55.0)	298 (14.0)
23	2,284 (100)	432 (18.9)	80 (3.5)	238 (10.4)	1,218 (53.3)	316 (13.9)
24	2,379 (100)	474 (19.9)	87 (3.7)	245 (10.3)	1,237 (52.0)	336 (14.1)
25	2,600 (100)	577 (22.2)	94 (3.6)	253 (9.7)	1,296 (49.9)	380 (14.6)
26	2,864 (100)	645 (22.5)	100 (3.5)	259 (9.0)	1,442 (50.4)	418 (14.6)
27	3,025 (100)	705 (23.3)	107 (3.5)	254 (8.4)	1,511 (50.0)	448 (14.8)
28	3,323 (100)	817 (24.6)	111 (3.3)	251 (7.5)	1,650 (49.7)	494 (14.9)
29	3,592 (100)	920 (25.6)	120 (3.4)	260 (7.2)	1,736 (48.3)	556 (15.5)
30	3,329 (100)	837 (25.1)	118 (3.5)	248 (7.5)	1,585 (47.6)	541 (16.3)
31	2,852 (100)	589 (20.7)	123 (4.3)	219 (7.7)	1,416 (49.6)	505 (17.7)
32	2,354 (100)	396 (16.8)	109 (4.6)	173 (7.4)	1,201 (51.0)	475 (20.2)
33	2,162 (100)	316 (14.6)	102 (4.7)	171 (7.9)	1,115 (51.6)	458 (21.2)

(注) カッコ内は構成比。

(出所) *Ibid.*, p. 1107.

と全残高に占める割合を漸増させた商業銀行の一回払貸付けであった。しかし、その商業銀行の一回払貸付けも、大恐慌期には割合の低下を示し、32年には、それまで全残高の10数%を占めて、百貨店以外の小売掛勘定、商業銀行の

一回払貸付けに次いで3番目の信用残高をもっていたサービス信用に追いぬかれるに至っている。百貨店の掛勘定の非割賦信用残高に占める割合は、大恐慌期まで漸減し、10%前後であった。最後に、商業銀行以外の金融機関の一団が、残りの数%の小さな割合を占めた。

以上のような所有者別の消費者信用残高の考察から、われわれは、20年代には、割賦信用、非割賦信用両方において、金融機関の比重が高まりつつあった、とみなすことができる。同じことは、消費者信用全体についてもいうことができるであろう。すなわち、第25表でみるように、消費者信用残高における金融機関所有の割合は、19年の17.8%から30年の39.6%へと一貫して上昇を続けたのである。このような事実は、次のことを示している。すなわち、消費者信用は、20年代には、商品取扱資本たる小売商によって営まれるが故に近代的な信用制度を前提としない段階から、それを前提する段階へ、急速に変化しつつあったのである。その意味で、本来的な消費者信用がこの時期に急速に発展したと考えられる。

さて、これらの期間に、消費者信用はいかなる形態で与えられたのであろうか。それは第26表に示されている。

まず割賦信用の方をとると、割賦手形購入が信用供与の主な形態であった。全割賦信用残高に占めるその割合は、とくに20年代前半に高く、19~

第25表 金融機関・小売商による消費者信用残高所有の割合 (1919~33年)

	1919	1920	1921	1922	1923	1924	1925	1926	1927	1928	1929	1930	1931	1932	1933
金融機関	17.8	19.2	21.0	22.4	24.9	26.7	31.5	33.7	34.9	36.4	39.1	39.6	38.2	36.3	36.5
小売商	82.2	80.8	79.0	77.6	75.1	73.3	68.5	66.3	65.1	63.6	60.9	60.4	61.8	63.7	63.5

(注) 小売商にはサービス信用も含む。
(出所) *Ibid.*, pp. 1087, 1107, より作成。

第26表 消費者信用残高 (形態別) (1919~33年)

(百万ドル)

年末	総計	割 賦 信 用					非 割 賦 信 用			
		小計	自動車 手形	その他 消費財 手形	住宅改 善貸付	個人貸 付	小計	一回払 貸付け	掛勘定	サービス 信用
1919	2,642	800 (100)	304 (38.0)	409 (51.1)	5 (0.6)	82 (10.3)	1,842 (100)	306 (16.6)	1,298 (70.5)	238 (12.9)
20	2,964	969 (100)	376 (38.8)	490 (50.6)	7 (0.7)	96 (9.9)	1,995 (100)	354 (17.8)	1,379 (69.1)	262 (13.1)
21	2,966	919 (100)	317 (34.5)	484 (52.7)	9 (1.0)	109 (11.8)	2,047 (100)	404 (19.7)	1,358 (66.4)	285 (13.9)
22	3,166	1,047 (100)	295 (28.2)	619 (59.1)	10 (1.0)	123 (11.7)	2,119 (100)	430 (20.3)	1,391 (65.6)	298 (14.1)
23	3,652	1,368 (100)	526 (38.4)	684 (50.0)	12 (0.9)	146 (10.7)	2,284 (100)	512 (22.4)	1,456 (63.8)	316 (13.8)
24	4,025	1,646 (100)	670 (40.7)	779 (47.3)	16 (1.0)	181 (11.0)	2,379 (100)	561 (23.6)	1,482 (62.3)	336 (14.1)
25	4,715	2,115 (100)	914 (43.2)	951 (45.0)	22 (1.0)	228 (10.8)	2,600 (100)	671 (25.8)	1,549 (59.6)	380 (14.6)
26	5,227	2,363 (100)	977 (41.4)	1,083 (45.8)	24 (1.0)	279 (11.8)	2,864 (100)	745 (26.0)	1,701 (59.4)	418 (14.6)
27	5,344	2,319 (100)	765 (33.0)	1,183 (51.0)	26 (1.1)	345 (19.9)	3,025 (100)	812 (26.8)	1,765 (58.4)	448 (14.8)
28	6,258	2,935 (100)	1,134 (38.6)	1,331 (45.3)	28 (1.0)	442 (15.1)	3,323 (100)	928 (27.9)	1,901 (57.2)	494 (14.9)
29	7,116	3,524 (100)	1,384 (39.3)	1,544 (43.8)	27 (0.8)	569 (16.1)	3,592 (100)	1,040 (28.9)	1,996 (55.6)	556 (15.5)
30	6,351	3,022 (100)	986 (32.6)	1,432 (47.4)	25 (0.8)	579 (19.2)	3,329 (100)	955 (28.7)	1,833 (55.1)	541 (16.2)
31	5,315	2,463 (100)	684 (27.8)	1,214 (49.3)	22 (0.9)	543 (22.0)	2,852 (100)	712 (25.0)	1,635 (57.3)	505 (17.7)
32	4,026	1,672 (100)	356 (21.3)	834 (49.9)	18 (1.1)	464 (27.7)	2,354 (100)	505 (21.4)	1,374 (58.4)	475 (20.2)
33	3,885	1,723 (100)	493 (28.6)	799 (46.4)	15 (0.9)	416 (24.1)	2,162 (100)	418 (19.3)	1,286 (59.5)	458 (21.2)

(注) カッコ内は割賦信用, 非割賦信用それぞれの構成比。

(出所) *Ibid.*, p. 1081.

20年89%, 21~22年87%, 23~25年88%を占めていた。しかしこの割合は、26年頃から低下しはじめている。ことに大恐慌期の低下は著しく、32年には71.2%の底に達した。

もっとも、この割賦手形を自動車手形とその他消費財手形とに分けてみると、上とは若干ことなった相貌が現われてくる。割賦手形のうちの自動車手形とその他消費財手形との割合は、第27表のようであった。同表から明らかなように、割賦手形の形態での信用供与のなかでも、自動車手形とその他消費財手形との割合は年によって大きく変動し、特に21～22年、27年、30～33年に、自動車手形の割合は大きく低下している。この後者の現象は、いうまでもなく、恐慌ないし景気後退にともなう耐久消費財支出の減少を反映しているものと考えられる。もちろん、残高でみると、これらの年には、その他消費財手形残高も減っており、恐慌ないし景気後退にともなう生ずる耐久消費財支出の減退の影響を受けるのは自動車手形だけとは限らないが、しかし、上のような恐慌期における自動車手形の大幅な低下は、その他消費財手形よりも自動車手形の方がより産業循環に対して感応しやすい、ということを示唆している。こうした産業循環に対する自動車手形とその他消費財手形との反応のちがいが、先の割賦手形構成の大幅変動を引きおこしているのである。

こうしてみると、割賦信用残高、さらには消費者信用残高は、割賦信用の重要な信用供与形態たる自動車手形残高の変動を中心にして、短期的に産業循環によっても影響を受ける、ということができよう。

次に非割賦信用の方をみると、非割賦信用残高に

第27表 割賦手形における自動車手形とその他消費財手形との割合 (1919～33年)

	1919	1920	1921	1922	1923	1924	1925	1926	1927	1928	1929	1930	1931	1932	1933
自動車手形	42.6	43.4	39.6	32.3	43.5	46.2	49.0	47.4	39.3	46.0	47.3	40.8	36.0	29.9	38.2
その他消費財手形	57.4	56.6	60.4	67.7	56.5	53.8	51.0	52.6	60.7	54.0	52.7	59.2	64.0	70.1	61.8

(出所) *Ibid.*, p. 1081, より作成。

占める掛勘定の割合は、19年の70.5%から次第に低下し、30年の55.1%の底に達した後、再び上昇傾向をみせている。これと対蹠的なのは一回払貸付けであって、その残高の非割賦信用残高に占める割合は、19年の16.6%から漸増し、29年の28.9%を頂点として再び低落しはじめている。サービス信用は、この期間を通じてその割合を増大させた。

ところで、以上述べたように、20年代の消費者信用は、産業構造の変化を基底にしながらも、産業循環にとまなり耐久消費財支出の変化によっても影響を受けたと考えられるのであるが、しかし、それはまた、頭金比率、契約期間、金融手数料といった契約条件によっても変化してはいないであろうか。この点については、消費者信用一般の契約条件として論じえないのはもちろん、この期間の資料は極めて不十分な状態なので、われわれはここでは、割賦信用に大きな比重を占めていた販売金融会社の、しかもとくに自動車販売にとまなり割賦信用についての契約条件⁽⁴⁰⁾をみて、それと消費者信用との関係を考えることにしたい。

販売金融会社がどの顧客に、どれだけ、どんな条件で信用を与えるかは、さまざまな要因にもとづいて決められる。例えば、被信用供与者の年齢・職業・月収をはじめ、住宅の所有・非所有の別、現在の債務状況、過去の債務返済記録、現在の職業の継続期間等の借手の資質に関することばかりでなく、信用販売される商品の担保能力・耐久性・再販売価値・現金販売価格といった商品そのものに関わることや、借手の申出る頭金の大きさ、契約期間といったことがそれである⁽⁴¹⁾。しかし、それらの細かいことをぬきにして、20年代の自動車割賦信用の際の頭金の大きさ、契約期間、金融手数料といった契約条件をみると、次のようであった。

まず、頭金や契約期間についてみよう。割賦信用が自動車に適用された当初には、頭金は自動車価格の3分の1から2分の1で、契約期間は1カ年であった。しかし、20年代に入ると、ディーラー間の競争が激化し、頭金比率は減少するとともに、契約期間も長期化するにいたった。頭金は新車価格の3分の1

ないし4分の1に減少し、契約期間も18カ月あるいはそれ以上にまで長期化したのである。その象徴的な出来事は、24年に291の販売金融会社の代表者によってなされた取決めであった。すなわち、この取決めによって、新車については頭金比率3分の1、12カ月均等返済、中古車については頭金比率40%、12カ月均等返済という標準契約条件が決められ、それまでの契約条件の緩慢化の是正がはかられたのであった。その結果、20年代後半から大恐慌期にかけては、いまだ大きな頭金が必要とされ、頭金比率33%以上という契約が金額ではかって86~95%を占めていたし、また契約期間も比較的短かく、12カ月以下という契約がやはり金額ではかって78~88%を占めることとなった(前稿第3表参照)。かくして、頭金比率3分の1、契約期間12カ月というのが、20年代中頃から大恐慌期にかけての新車の頭金比率、契約期間に関する平均的な契約条件であった。そのようなことから考えると、少なくとも20年代後半から大恐慌にかけては、頭金比率、契約期間に関する契約条件が消費者信用に大きな影響を及ぼしたとは考えられないのである。

次に、この期の金融手数料についてはどうだったであろうか。一口に金融手数料といっても、その中には利子、純粹の手数料、保険料、ディーラーの損失準備金あるいはボーナスが含まれている。⁽⁴³⁾したがって、われわれが金融手数料をみるという場合には、われわれはそれらの要素を区別してかからなければならない。

第28表は、この期の金融手数料がいかなる状態にあったかを示す数少ない資料のうちの1つである。同表は、ニューヨークのオルバニ (Albany) において、600ドルの新シボレーを頭金200ドル、契約期間12カ月で購入する場合の保険料および金融手数料(狭義)⁽⁴⁴⁾の変化を、モデル的に指数で示している。この表から次のようなことが明らかになる。

まず第1に、保険料を除く狭義の金融手数料は、25、26年の下落後しばらく停滞を続け、32、33年に急上昇した。保険料を含んだ広義の金融手数料もまた、全体的には同じ傾向を示している。第2に、第3欄をみると、広義の金融手数

第28表 金融手数料 (狭義)・金融手数料 (狭義)
+保険料・総割賦価格の変化指数

年	金融手数料 (狭義)	金融手数料 (狭義) + 保 險 料	〔金融手数料 (狭 義)+保険料〕に 占める金融手数料 (狭義)の割合	総割賦価格
1924	105	87	75	99
25	94	79	74	98
26	98	108	56	101
27	105	106	62	101
28	105	106	62	101
29	105	106	62	101
30	105	108	61	101
31	103	92	69	99
32	124	122	64	102
33	124	122	64	102
34	108	111	61	101
35	81	94	53	100
36	80	84	59	99
37	80	89	56	99
38	81	93	54	99

(注) 保険は火災・盗難保険。ただし1931年からは衝突保険も含まれる。

(出所) Plummer and Young, *Sales Finance Companies and Their Credit Practices*, p. 219.

料に占める狭義の金融手数料の割合は、明らかに傾向的な低下を示している。これは、逆にいうと、広義の金融手数料に占める保険料の割合が傾向的に上昇している、ということである。第3に、広義の金融手数料は狭義の金融手数料と保険料とよりなるので、同表の第1欄から第3欄までをみれば、広義の金融手数料への狭義の金融手数料と保険料との影響が明らかになる。例えば、狭義の金融手数料が上昇しているのに、広義の金融手数料が低下している26年から27年にかけての変化は、保険料が低下したことによるものと考えられる。また、30年から31年にかけては、狭義の金融手数料は若干の低下にとどまっているのに、広義の金融手数料は大幅に低下している。これは、第3欄の金融手数料

(狭義) + 保険料, すなわち広義の金融手数料に占める金融手数料(狭義)の割合が上昇していることからわかるように, 狭義の金融手数料の低下以上に保険料が低下したことによるものである。最後に, 31年から32年にかけての広義の金融手数料の大幅上昇は, 狭義の金融手数料と保険料との大幅上昇によって説明される。第28表から明らかになる第4のことは, 広義の金融手数料の大幅な変化にもかかわらず, 自動車の総割賦価格は比較的安定している, ということである。これは, たとえ広義の金融手数料の変動が大きなものであっても, 割賦信用での購入者にとって, 総割賦価格はあまり変化しない, ということの意味している。とすれば, 20年代および大恐慌期にかけての割賦信用における金融手数料の変化も, さきの頭金比率や契約期間と同様に, 当時の消費者信用に対して大きな影響を与えた, とは考えにくいように思われる。

(3) 小 括

以上, われわれは, 19年よりはじまる20年代と大恐慌期の消費者信用の展開においては, 耐久消費財産業, ことに自動車産業の発展過程における独占化と過剰能力の発生がその基底に存在したこと, 19年よりはじまる耐久消費財支出の増大は, 消費者信用に依存する度合を年々強めたこと, 割賦信用に占める販売金融会社の比重は次第に大きくなったこと, 割賦信用においては, 割賦手形購入の形態で与えられる信用供与の割合が高かったこと, とくに自動車割賦信用の頭金比率, 契約期間は, 20年代後半から大恐慌期にかけて大きく変化せず, 消費者信用に大きな影響を及ぼしたとは考えられないこと, そして, 金融手数料の大きな変動にもかかわらず, 自動車の総割賦価格はあまり変化しなかったため, 金融手数料も消費者信用に大きな影響を及ぼしたとは考えられないこと, などを明らかにした。

この時期は, 一口でいえば, 消費者信用が, 自動車を中心とした耐久消費財への大量支出によって, 急速におし進められた時代であった。そして, このような耐久消費財への割賦信用の普及は, 準耐久財や贅沢品, サービスにまで割

賦を普及させただけでなく、従来貧困と浪費と偽瞞とのイメージをもっていた割賦信用から汚名をとり除き、あらゆる所得階層の人々をも割賦信用市場に登場させることとなったのである。⁽⁴⁵⁾

こうした20年代の消費者信用が、耐久消費財需要の拡大という形でいかに「繁栄」に係わり、したがってまた大恐慌と係わっていくかということは、産業循環論ないし恐慌論において消費者信用を位置づけ、また大恐慌の原因そのものを明らかにしていくという大きな課題の中で究明されるべき問題であるが、しかし逆に、以上のわれわれの考察から、少なくとも消費者信用が、他の信用一般同様、再生産過程に規定されていることは明白になったであろう。消費者信用残高、割賦信用残高とも、再生産過程の拡大にともなう全体としての拡大傾向のなかにあつて、20~21年、27年には減少ないし停滞を示しており、まずなによりも大恐慌時には、大幅な減少を示したのである。

こうした20年代、大恐慌期の消費者信用の変動は、後に検討する予定の法規制や戦時状況といったいわば経済外的諸力によって妨害されることなく、再生産過程との関係を純粹に示してくれている。そういう意味では、20年代および大恐慌期の消費者信用は、消費者信用と再生産過程との関連を研究する上で、好個の材料を提供してくれているといえよう。しかし、本稿では、課題の困難さ故に、再生産過程が消費者信用に及ぼす作用の仕方・程度は十分明らかにされえなかったし、また逆に、消費者信用がどのように、どれほど20年代の「繁栄」と大恐慌に係わったかという問題は、全くといってよほどに明らかにされなかった。これらの点は、いまはもう他日を期すほかはない。

〔注〕

- (1) ただし、1918年以前については、適切な資料を欠いていること、これより先のわれわれの考察は19年を区切りとした消費者信用成立期以降を問題にするにとどまること、これら2つの理由で、この図には示されていない。
- (2) なお、連邦準備制度理事会統計 *Banking and Monetary Statistics, 1941-1970* では、割賦信用にはこれら3項目の他に住宅改善貸付けという項目があげられている

が、これは本図では省略されている。

- (3) ここでの消費者債務は、消費者の中短期債務であって、割賦債務、非割賦債務からなり、モーゲイジ債務、証券債務、保険証書借入れは含まれない。また、純公的・私的債務は預金債務を除いた総債務と同じである。
- (4) もし $t-1$ 期末および t 期末の残高を C_{t-1} 、 C_t とし、 t 期の供与額および返済額を E_t 、 R_t とすれば、

$$C_{t-1} = \sum_{i=1}^{t-1} E_i - \sum_{i=1}^{t-1} R_i$$

$$C_t = \sum_{i=1}^t E_i - \sum_{i=1}^t R_i$$

$$C_{t-1} + E_t - R_t = C_t$$

$$\Delta C_t = E_t - R_t$$

- (5) Cf. Haberler, G., *Consumer Instalment Credit and Economic Fluctuations*, 1942, pp. 54-55.
- (6) 以上については、*ibid.*, pp. 54-61, に多くを負っている。
- (7) ただしこの表では、残高のかわりに純変化額がとられている。
- (8) (9) Klein, P. A., *The Cyclical Timing of Consumer Credit, 1920-67*, NBER Occasional Paper 113, 1971, p. 22.
- (10) Cf. *ibid.*, p. 28. なお、この現象の理論的説明については、*ibid.*, pp. 29-33, Oliver, F. R., *The Control of Hire-Purchase*, 1961, Ch. 4, 小峯勝美訳『割賦信用論』, 1971年, 第4章, 参照。
- (11) Klein, *op. cit.*, pp. 26-29.
- (12) これは無条件で妥当するわけではない。貸手側では、貸付けの際には、自己の支出を減らさないこと、他の信用供与を減らさないこと、また返済の際には、自己の支出あるいは貸付けを増やさないこと、が前提されるだけでなく、借手側では、信用がなかった場合の購入額以上の商品が借入金によって購入されること、返済にあたっては、自己の消費を切りつめることによって返済金にあてること、が前提される (Cf. Haberler, *op. cit.*, pp. 32-47)。
- (13) 割賦信用の経済刺激効果については、2つの見解が存在している。一方の見解においては、供与額が返済額を超過するだけで、割賦信用の経済刺激には十分である、とみなされている。またもう一方の見解では、割賦がそういった効果をもつためには、供与額の返済額超過が前回以上に大きくなければならない、いいかえれば、純変化額が増大しつづけなければならぬ、と考えられている。いずれにせよ、この問題は別個に検討されねばならないであろう。なお、この点については、Klein, *op. cit.*, pp. 33-34, Humphrey, D. D., "Instalment Credit and Business Cycles," in *Consumer*

Instalment Credit, Pt. II, Vol. I, ed. by NBER, 1956, pp. 20-21, 参照。

- (14) われわれがここで検討しようとするのは、20年代ないしそれ以降の消費者信用を根底から規定した要因である。したがって、消費者信用を短期的に規定する再生産過程の変動＝産業循環や、消費者信用の契約条件の変化、消費者信用の統制といった要因は、消費者信用の各発展段階の考察の際に明らかにされる。
- (15) Lanzilloti, R. F., "The Automobile Industry," in *The Structure of American Industry*, ed. by W. Adams, 3rd ed., 1961, p. 312.
- (16) 例えば、1903年に組織化されたフォード自動車会社 (Ford Motor Company) は、株式10万ドルに応募した12人によって組織された。同社発行株式10万ドルのうち、5万1000ドルは特許・機械・部品によって払い込まれ、実際に現金で払い込まれたのは2万8000ドルにすぎなかったという (*ibid.*, p. 314. なおこの点については, Seltzer, L. H., *A Financial History of the American Automobile Industry*, 1928, p. 22, 鎌田正三「アメリカ企業金融史考(4)」北海道大学『経済学研究』, 第29巻第3号, 1979年8月, 7ページ, 参照)。
- (17) Rae, J. B., *The American Automobile: A Brief History*, 1965, p. 87.
- (18) 岡本友孝氏は、1920年代における自動車産業の独占化と主導性を否定されている。氏は、まず独占化の問題については、1920年から23年までを自動車産業の新興産業としての確立の時代、23年以降世界恐慌までを独占形成期とされたうえで、世界恐慌を独占確立の現実的契機と位置づけられる。そしてさらに、主導性の問題にかんじていえば、氏は、20年代のみならず30年代においてすら、アメリカ資本主義における自動車産業の主導性を否定されるのである(岡本友孝「新興産業としてのアメリカ自動車工業——両大戦間におけるその成立・独占形成と産業的意義——(上, 中, 下)」福島大学『商学論集』, 第35巻第2, 3, 4号, 1966年9, 12月, 1967年3月)。

しかし氏の主張は、次の理由であまり説得的でない。

まず第1に、独占成立のメルクマールをどこに求めるか、という点である。氏は、20年代後半および世界恐慌におけるシェア競争を通じての、中小メーカーの没落によるビッグ・スリー体制の確立をもって、独占体制への移行を主張されているが、独占の成立は、たんに市場におけるシェアによってのみ特徴づけられるものではない。独占の成立のメルクマールは、市場に少数の独占体があらわれる独占的市場構造を基礎として(しかし、必ずしも非独占資本を排除するものではない)、競争の支配下においては強制されざるをえない一般的生産価格と平均利潤率の形成＝利潤率均等化運動が、少数者によって阻害され、独占価格の形成と独占利潤の獲得が可能とされるか否か、にある。こうした意味の自動車産業における独占は、本稿でもふれるように、20年代にすでにあらわれているのである。たしかに氏は、独占価格の成立という点にも、独占体制成立のメルクマールを求めておられるようにもみうけられるのである

が、しかし、氏は、基本的には、市場のシェアの側面でのみ独占の成立をとらえておられるように思われる。

第2の主導性ということに関していえば、氏は、自動車産業のアメリカ経済に対するインパクトを、自動車産業の設備投資にのみ係わらしめて理解しておられるようである。しかし、自動車産業による鉄鋼、ガラス、ゴムといった資材需要の波及効果が考慮された場合には、20年代のアメリカ資本主義における自動車産業の主導性は、いちがいに否定されえないであろう。まして、氏のいわれるように、20年代後半に、自動車産業特有の雇用形態による低賃金が、資本蓄積に対する限界となって、恐慌直前の資本過剰と株式ブームの根拠となったとすれば、20年代における自動車産業の主導性は、いよいよ明らかである、といわなければならない。

- (19) 以上は、Seltzer, *op. cit.*, p. 76, Rae, *op. cit.*, p. 87, 下川浩一『米国自動車産業経営史研究』, 1977年, 122ページ, による。
- (20) セリグマンによれば、1位は自動車で31億6000万ドル、2位は鉄鋼業・圧延工場で31億5000万ドル、3位は屠殺・肉詰で25億9000万ドルの順であった。Seligman, E. R. A., *The Economics of Instalment Selling*, Vol. I, 1927, p. 23.
- (21) Seltzer, *op. cit.*, p. 5.
- (22) 27年のビッグ・スリーのシェアが低下しているのは、主としてGMの追撃によってT型車販売の減少に直面したフォードが、新型車A型の生産のため、一時工場を休止させたことによっている。
- (23) 前者の点については、Seltzer, *ibid.*, 鎌田, 前掲論文, を参照されたい。
- (24) ゼルツァによれば、1914年生産高を100とした1人当り労働者の物的生産性指数は、次のように変化したという。1922年—249, 1923年—270, 1924年—262, 1925年—272 (Seltzer, *op. cit.*, p. 50)。また、別の資料では、1人1時間当り生産高は、次表のような変化を示したとされている。

自動車産業における生産性 (1919~29年)

	1919	1920	1921	1922	1923	1924	1925	1926	1927	1928	1929
生産性 (1939=100)	35.9	39.1	47.9	51.6	58.8	59.6	62.5	66.1	66.8	70.6	84.2

(出所) 吉富勝『アメリカの大恐慌』, 1965年, 133ページ。

原出所は、Woytinsky, W. S. and Associates, *Employment and Wages in the U. S.*, 1953.

- (25) この点については、Epstein, R., "The Rise and Fall of Firms in the Automobile Industry," *Harvard Business Review*, Vol. 5, No. 2, Jan. 1927, pp. 165-69, 参照。

- 26) *Ibid.*, pp. 163 ff.
 27) Rae, *op. cit.*, pp. 95-96.
 28) 吉富, 前掲書, 128-32ページ, 参照。
 29) この点については, Steindl, J., *Maturity and Stagnation in American Capitalism*, 1952, Chap. 2, 宮崎義一他訳『アメリカ資本主義の成熟と停滞』, 1952年, 第2章, 北原勇『独占資本主義の理論』, 1977年, 44-45, 80-86, 186-95ページ, 参照。
 30) 例えば, ストリーバー(D. Streever)は, 20年代の全産業の生産能力の利用度を, 次のように計測している。

生産能力の利用度 (1920~29年)

1920	1921	1922	1923	1924	1925	1926	1927	1928	1929
94	65	80	94	84	91	89	83	82	83

(出所) Sweezy, P. M., *Monopoly Capital*, 1966, p. 237, 小原敬士訳『独占資本』, 1967年, 287ページ。原出所は, Streever, D., *Capacity Utilization and Business Investment*, University of Illinois Bulletin, Vol. 57, No. 55, March 1960, p. 64.

- 31) 佐美光彦「自動車産業」(玉野井芳郎編著『大恐慌の研究』, 1964年, 216ページ)。原出所は, U. S. Department of Commerce, *Statistical Abstract of the U. S.*
 32) Seltzer, *op. cit.*, p. 59.
 33) *Ibid.*, p. 60.
 34) この点については次の文献を参照されたい。Vanderblue, H. B., "Pricing Policies in the Automobile Industry," *Harvard Business Review*, Vol. 17, No. 4, 1939, pp. 390 ff.
 35) 製品差別化については, Bain, J. S., *Industrial Organization*, 2nd ed., 1968, Chap. 7, 宮沢健一監訳『産業組織論』, 1974年, 第7章, 参照。
 36) この点詳しくは, 下川, 前掲書, 第4章, を参照されたい。
 37) 消費者物価指数は, 1914年を100として, 18年147.6, 19年167.0, 20年192.8に上昇した(吉富, 前掲書, 41ページ)。
 38) 耐久消費財支出がどのくらい消費者信用に依存するかは, 本文のような方法よりもむしろ, 各年の消費者信用供与額(より正確には割賦信用供与額)の耐久消費財支出に対する割合によって測定される方がよい。なぜなら, ここでのように残高を用いた場合, たとえ消費者信用にもとづく耐久消費財支出が同一であっても, 契約期間が長期化すると, それだけ残高も多くなり, 消費者信用残高の耐久消費財支出に対する割合も誇張されてくるからである。しかし, 各年の供与額は, 消費者信用については

1940年、割賦信用については1929年から明らかになっているにすぎないし、またおおよその傾向を知るためには、残高を用いても大過ないと思われるので、ここでは消費者信用残高を使用した。

- (39) Board of Governors of the Federal Reserve System, *Banking and Monetary Statistics, 1941-1970*, p. 1097, による。
- (40) プランマーとヤングは、自動車以外の消費財の契約条件も自動車と同様のトレンドを示している、といっている(Plummer, W. C. and R. A. Young, *Sales Finance Companies and Their Credit Practices*, NBER Studies in Consumer Instalment Financing No. 2, 1940, p. 146)。なお、自動車以外の消費財の契約条件については、Seligman, *op. cit.*, pp. 99 ff., Plummer and Young, *op. cit.*, pp. 145-47, を参照されたい。
- (41) Plummer and Young, *ibid.*, pp. 132-33.
- (42) Seligman, *op. cit.*, p. 58. なおセリグマンによれば、割賦信用で販売される新車のうちで、12カ月以上の契約条件で売られる新車の割合が一番高くなったのは、23, 24年であった、という(*The Economics of Instalment Selling*, Vol. II, 1927, p. 436)。
- (43) Plummer and Young, *op. cit.*, p. 196. もっとも同ページには、利子という項目はあげられていない。後のページには、利潤という項目が見出される (Cf. *ibid.*, pp. 207 ff.)。
- (44) われわれは以後、このような保険料を含まない金融手数料を狭義の金融手数料とし、さきの保険料を含んだ金融手数料を広義の金融手数料としよう。
- (45) Cf. Nugent, R., *Consumer Credit and Economic Stability*, 1939, pp. 96-103.