

## 19 世紀アメリカの流通の変質

——技術革新との関連を中心に——

小 澤 治 郎

18 世紀以来、19 世紀初頭に至るまで、アメリカの流通は船（海路、河川）によって担当された。運河という中間期を経て、鉄道によって陸上交通が全国的なものになることができ、駅からの短距離輸送を馬車（のちに電車）が担うという 19 世紀後半型の鉄道中心体系ができ上がった。ミシシッピ河や五大湖地域のようにこの時期にも船の安価な大量輸送が活躍し続ける場所もあったが、全体的には水系路輸送は鉄道に商業の主な担い手の地位をゆずった。この間、東部、大西洋岸に鉄工業、石炭産業、石油産業、化学工業など主要工業部門が発展するのであるが、この背景には、西漸化運動によって西部諸地域が開発されていったこと、中西部の商工業が躍進したこと、南部ではその密度は薄かったが地理的拡大は見られたことなどがあつた。全体としてアメリカ社会は農村社会の拡大とともに部分的に工業都市化し始めた。交通の便宜、資金や商業組織を利用しやすいこと、労働力を入手しやすいことから、19 世紀中葉以降、工業化は都市化と平行して進むのであるが、工業化は農業、農村を含めて各分野の技術革新を意味するのであり、各種新商品が誕生して社会に普及し、その生産の方法、消費の方法が相互に影響し合いながら変化し、その変化が持続していった。工業製品においても鉄工業や石油産業の場合に見られるように、生産の方法の変化は画期的な運搬、流通の方法の変化をもたらすが、一般人の日常生活で消費される食料品、衣料品な

どの一般的商品でも生産の方法の変化は流通、販売の方法の変化と連関して現われ、新しい方法が普及していくとさらにまた、より効率の良い流通や販売の方法へと変化し、このような変化が持続していく。それらは個々の商品でそれぞれ異なった形をとった。たとえば食料品の場合、主要産物でも小麦(粉)、トウモロコシ、牛肉はそれぞれ異なる技術を必要としたことから、異なる流通組織が生れた。魚のかん詰(本稿でとり上げたのは鮭)の場合のように特定の地域の漁業とその加工に結びついたものもあった。衣料品の場合も、初期に農村の婦人が自ら家族全員の衣服を縫った時代から、衣服が既製服として工場で大量生産される時代へと変っていくのであるが、その背景にはミシンの普及という技術革新があり、その他の家庭生活の変化によって婦人の家庭内労働の量を少なくし、中流以下の都市の婦人たちが徐々に家庭外で働くようになり、その収入で加工食品や既製服を購入するようになり、現代型にまでは至らぬにせよ消費生活の型が変わっていったのであった<sup>1)</sup>。

南北戦争期に全人口の $\frac{1}{4}$ を占めた都市人口が1920年に50%を超えたという現象は、アメリカ人の消費生活の型が都市型に変わり、農村型が少数派になっていったことを意味した。労働の場が農村から都市に変わり、新しくサラリーマン層が登場した。もっとも逆の見方をすれば、1920年になっても50%が農民であったことは19世紀を通じて農民の比重が大きかったことも意味する。あいつぐ移民の流入によって東海岸の大都市がつねに新移民の下級労働者で溢れ、その一部が西部諸都市から全国へと普及していく流れは当時の人口構成のなかで大きな要素となるが、このような新しい労働力の創出源をもった都市の工業・商業の中心としての急成長は劇的な社会的変化を生んだ。ニューヨークやシカゴのような急成長都市の場合、工業化の他に、鉄道網の中心地として、すなわち周辺地域(ヒンター・ランド)の中心地として卸売業、金融業が必然的に発達し、人口増加の結果、新しい郊外が外へ伸長し、かつての旧市街はダウン・タウンとなって地価が高騰し、徐々に高層建築化していった。郊外はその条件によって高額所得者住宅地、中産階層住

宅地へと分れていくが、19世紀後半期に高額所得者を代表したのは世紀初頭の船主の商人層ではなく、新興の工業、石油、石炭、鉄道の成功者たちであり、ニューヨーク市に代表されるようなけんらん豪華な社交界が生れるなかで、これまでなかった高額商品の消費者となるが、新しく登場した中産階層もデパートの上顧客になるなど、近代型の消費生活の担い手となり、各種の技術革新によって生れた新商品の購入者層となった。移民労働者を中心とする下層階層も工場周辺の地域に居住区をつくりだし、それなりに近代化しつつある商品流通の恩恵に浴した。

このように、アメリカ資本主義が成立していく過程で、流通もその背景の生産の方法、消費生活の変化とともに変わっていくのであるが、それを全分野にわたって跡づけることは現在の筆者の力量を超える。本稿では三つの分野をとり上げ、全体像にせまる道標としたい。第一は鉄道装備産業である。これはレールの機関車、車輛、車輪などの鉄道関係の機械工業で、レールを除いてかなり早急にイギリスの影響から脱して自立していったとされる分野である。この分野で卸売業などの仲介業者に頼らない、生産業者—消費者（鉄道会社）の直接の取引が工業生産の他の分野に先がけて形成されていった。第二はミシンである。これは家庭生活の変化を背景に、衣服産業、靴産業の近代化を生んだ。第三は太平洋岸の鮭のかん詰産業の発展を見た。当時のアメリカ人の食生活の変化を背景にした、かん詰産業の一分野の拡張の歴史である。

## 1. 鉄道装備産業

南北戦争前の時期に、卸売業者に頼らない、のちの工業製品の流通で普及する直接販売の方式が生れた鉄道装備産業の分野を見る<sup>2)</sup>。

これはレール、車輛、機関車、車輪などの鉄加工部門で、1830年代に鉄道が始まったころ、鍛冶屋、機械工、馬車製造業者など小規模な手工業者の

副業として始まった。これらのなかで生き残ったものが、イギリスからの輸入に代って国内の需要を満すように成長していくのであり、1860年にはかなり少数の専門業者に集中されることになった。そのなかで当時としては最新の流通の型<sup>3)</sup>が現われた理由として、まずこの分野の工場は、数多くの粗鉄生産企業にたいして数が少なかったという事情がある。1856年には560の熔鉱炉、389の鉄工場、210の圧延所、約1100の鑄造所にたいして、レール工場は15、機関車製造所は40、車輪鑄造工場は15であった。

また最終的買主である鉄道会社は当時としては大企業で、かなり管理化が進み、購入部門もその商品が専門的であったことから細部にわたる規定が必要となり、現に作られていった。つまり、その専門的性格から一般的な卸売業者にとってはだんだん扱い難い分野になっていった。(もっとも、あとで見るようにこの分野を専門とする卸売業者も生れた。)<sup>4)</sup> また鉄道会社は証券を発行したことから創業時から現金をもっており、他の業種に比べて比較的商業、金融機関に依存する必要がなかった。そして鉄道装備会社はセールスマンを使い、鉄道、電信を利用して、得意先の鉄道会社と直接交渉する方法を発展させた。もっとも、古い流通の方法も生き残った。鉄道装備会社のなかには鉄道以外の分野に供給している企業も多く、鉄道会社のなかにも仲介業者を使う古い方法を温存させたものもあった。

年代別に見ていくと、1830—42年の初期の段階では鉄道マイル数も少なく、使われている備品も貧弱であった。機関車も小型で、貨車も車輪以外はまだ木製であった。イギリスからの輸入は、とくに機関車は急速にアメリカ産に代り、レールだけは国内生産がおくれたが、これも50年代にはイギリス製にとって代った<sup>5)</sup>。初期の段階では木材業者が枕木や貨車、客車用の木材を、馬車製造業者が客車を、圧延場がストラップ状のレールを、蒸気機関を作っていた機械工たちが機関車を、鑄造所が車輪を作り始めたが、これらは最初はいずれも副業であり、40年代に入って鉄道用の生産が増えるにつれて少数のこの分野に専門化したものだけが生き残っていった。そして初期

のものは局地的な、狭い市場を対象としたが、後のものは徐々に市場の範囲を拡げ、イギリス製品に対抗する必要からも新しい技術を取り入れ、大規模化したものが生き残った。その代表的なものが、フィラデルフィアのノリス機関車工場とボールドウィン機関車工場、ニュー・ジャージー州パターソンのロジャーズ機関車工場、デラウェア州ウィルミントンのハーラン・アンド・ホリングワース車輛工場とロブデル車輪工場などであった。これらの工場が位置した地域は、熟練労働者、商業機関、交通の便に恵まれた地域で、せん維産業や製粉業用の機械を扱う機械工たちが多いという条件の下で、政治的にも当時の工業化の先端に立っていた、工業化に有利な条件を備えた地域であった。それは各分野に専門化して独自の技術を発展させ、徐々に増えつつある機械の修理の需要にも応えることのできる体制を作り上げていった。たとえばロブデル車輪工場の経営者ジョナサン・ボニィとチャールズ・ブッシュは、ボニィが機械工出身、ブッシュがフィラデルフィアの富裕家族の出身という組み合わせであったが、ウィルミントンという有利な地に工場を建て、その地の製粉業を基盤に発達した多数の鑄鉄業者から粗鉄の供給を受け、30年代には南部向けの農機具生産を主力にしていた。そして、徐々に鉄道用を中心とする車輪の生産に転換し、ボストン、ニューヨーク、フィラデルフィア、バルティモアに本拠をおく鉄道会社から注文を受け、1837年以降の不況下では動揺するが、42年以降鉄道建設が復活するにつれて新線の敷設、在来線の拡充、耐用年数に達した部品の補充などによる需要増を背景に、専門的な、大規模生産工場に成長した。同じようにロジャーズ機関車工場はせん維機械の製造から機関車製造へ転換し、ハーラン・アンド・ホリングワース社は造船業から鉄道車輛工場へ転換して成功した。

流通の方法から見ると、一般に1840年から60年の間はこの分野は専門的仲介業者の時代であった。一面では鉄道装備品は一般の商品から専門的商品へと変わりつつあった。鉄道会社はその運搬量が増えるに従ってより大型の機関車、より大型の車輛を必要とするようになり、また耐久性の面からより高

い品質の商品を要求し始めた。ルールも経済的理由から耐用年数の長いものが要求された。装備品製造会社たちは自分たちの間の競争に生き残るために、これらの要求に応える技術的革新を余儀なくされた。これらの要求に応えたものだけが生き残ることができたのである。ロプデル車輪会社では車輪の最低保証期間を設け、公開の衝突の実験をして自社製の車輪の優秀さを証明しようとした。このような段階になってくると、これら商品の売買はもはや一般の仲介業者の手に負えるものではなくなってきた。専門的知識をもったセールスマンが、専門的知識をもった鉄道会社の責任者と商談することが必要となってきた。しかし、1840年から60年の段階では仲介業者を排除するのにはいくつかの障害があった。まずイギリスから輸入する場合には従来の仲介業者に依存しなければならなかった。若干のイギリスからの輸入は継続していた。また一時に大量の注文がなされた場合、多くの生産業者から商品を集めるためには仲介業者が必要であった。また新建設の場合など、各種の商品をまとめて注文する場合には、鉄道建設の責任者たちは仲介業者に依頼することによって多くの時間と労働を節約することができた。そして当時はまだ仲介業者の金融力が必要な場合が多かった。かれらがしばしば提供した6カ月にも及んだ信用期間は、鉄道会社側にとっても、装備製造者側にとっても不可欠の要素である場合が少なくなかった。南部の鉄道会社と取り引きする場合はとくにこの傾向が甚だしかった。また鉄道会社側はしばしば証券で支払うことを欲したが、生産者側はそれの保証のために仲介業者を欲する場合があった。証券類を現金化する際に割引かれることが多かったことも仲介業者の市場知識に活躍の場を与え、その他仲介業者が仲介業にとどまらず、自らも株主として鉄道建設や経営に参加する場合もあった。このような仲介業者の金融的役割は1870年まで続いた。(最も有名な仲介業者であったモリス・ケッチャム・ジェサップはこのころから投資銀行業に転身した。)

一方、すでに1840年代、50年代から大鉄道会社のなかには直接製造業者から購入しようとする傾向があった。イリー鉄道のダニエル・マカラムや

ルーイスヴィル・アンド・ナッシュヴィル鉄道のアルバート・フィンクなど会計分析によって鉄道経営の合理化を計ろうとした人々は仲介業者を排除してその費用を節約することを唱えた<sup>6)</sup>。また鉄道会社の規模が大きくなって、そのなかに各部門ができ上がっていくが、かれらはその鉄道が必要とする装備を注文する際どうしても製造業者と直接交渉することが必要となってきた。

57年不況とその後の時期に、鉄道装備産業でもかなりの倒産会社が現われ、苦しい状況のなかで仲介業者たちに融資が求められてそれらが一時勢力を回復するといった事態も見られたが、一面激しい淘汰のなかで強者はますます体質を強化していった。ロブデル車輪会社の場合、1830年に日産30輪であったのが、44年には150輪に達し、60年には200輪に達した。この間鉄道総資本額が1850年の3億1800万ドルから55年に7億6300万ドル、60年には11億4900万ドルに伸びたことに示されるように、鉄道会社の規模も大きくなり、大鉄道会社と大装備会社との間の取引が主流を占めるようになってきた。

以上のように鉄道会社が組織化して、管理部門が直接購入によって経費削減を計ったり、より耐久性のある、技術的に優れた装備を求めるようになるなかで、鉄道会社、装備会社がともに成長して、金融面など仲介業者に頼る必然性が減少し、徐々に仲介業者抜きで直接取引が優勢になっていった。

## 2. ミシン産業<sup>7)</sup>

19世紀初頭以来数多くの初期のミシンの発明があったにも拘らず、1846年のエリアス・ハウの発明が一般にミシンの発明とされることになった背景には、当時ようやく機械工 machinists の組織が発達してきたという背景があった。ハウの発明を多くの機械工たちが改良してそれを完成し、ようやくそれが普及したという背景があったのである。すでに機関車、蒸気機関、せん維工業用機械、農器具、火器、時計などの分野の機械工の間で知識の交流

があり、また機械工たちがこれらの分野の間で移動したことから、ある程度機械工たちの組織が形成されつつあった。ハウ自身がせん維機械関係の機械工であり、ハウの発明に他の機械工たちが改良を加えていくが、その一人で足踏式と据付突出方式をつけ加えたのが、他にも印刷機械などの発明をしていた機械工アイザック・シンガーであった。ハウは自分の工場の周辺で販売しようとするが失敗し、イギリスに販路を求めて49年に渡英した。その後シンガーなどの機械工たちがこれに改良を加え、自分たちの周辺の機械で、個人的に販売の努力をしてミシンの市民権を獲得するが、その背景はミシンを購入できるだけの生活水準の向上と生活の変化が一部の家庭で生れつつあったことであった。ミシン製造三大会社が生れ、それらは1851年に1500台、55年に3200台、59年に4万2500台と売り上げていくが、販売方法で新機軸をうち出して成功したのがシンガー社であった。すなわち、ミシンが新技術による耐久消費財であることからくる販売上の隘路をシンガー社が新しい販売組織を造ることによって突破口を開いたのであった。まず一般消費者がミシンそのもの、その有用性を知らなかったため、販売組織はその喧伝から始めなければならなかった。そしてミシンの使用法を教えることが販売には不可欠であり、また初期のミシンには故障が多かったこともあって、故障した場合の修理、アフター・ケアを早急に行なえる体制を作らなければならなかった。当時の行商人やセールスマンには行きずりの詐欺的商法が多かったことから、この種の保証を整備して顧客の信頼をえることが不可欠であった。1850年代シンガー社は従来の一般卸売商を利用することを止めて、シンガー社専属の卸売商を利用する方向へ進み、さらに会社独自の販売店を作り出す方向へ進んだ。この方式はシンガー社のエドワード・クラークが中心となって開発したが、会社直属の専門的知識をもったセールスマンが集団的に訓練され、商品展示や購入希望者にたいする機械使用法の指導、そして販売後のアフター・ケア、修理に至るまでを担当するいわば顧客係が、商品販売のあらゆる段階をカバーすることになった。この方式はニュー



ヨーク周辺から始められ、会社の成長とともについには全国的組織にまで成長した。これはその後修理に備えての各支店での部品の貯蔵から、分割支払方式の採用による顧客あての融資手続の斡旋までも含むようになり、他社に先がけてより多くの注文をとる方式を軌道に乗せた。かくて1860年代半ばにはシンガー社は手数料商人を一切利用しなくなっていた<sup>8)</sup>。以上の販売組織が整備、拡充していく間の技術的革新もめざましいものがあった。乾燥糸を使う方式と蠟を塗った糸を使う方式のそれぞれが発達したが、より精密化していく機械が大量生産化に成功した中心的理由は、とくに火器の製造で発展した部品交換性がこの分野にも導入されたことであった。タレット旋盤、フライス盤などの大量生産の基盤をなす器具から、ゲージ、ジグ、フィクスチャなどの方式まで、さらには工場組織までが火器製造において発達した方法が導入された<sup>9)</sup>。さらにミシン製造が部品交換性の中心的存在となるにつれて、この分野で万能フライス盤、万能研磨機、自動式旋盤などのより高度の主要機械が生れ、今度はそれらが逆に火器製造に適用され、さらに自転車の生産、自動車の生産にも適用されていった。

これらの発展の過程の背後には、機械工たちが開発する新技術が、従来の個人的な知識に止まらないで、多くの機械工たちの一般的知識として普及していく過程があり、火器だけでなく、時計、鍵、一般鉄器類の製造にたずさわる機械工たちが開発した新技術がミシン製造にも導入されたのであった。そして、ミシンはボタン穴専用、じゅうたん専用、靴製造専門へと分化発展し、それによって衣料製造や靴製造の大量生産化の基盤となった。

このようにミシンは一般家庭の生活の変化、とくに既製服、既製靴の普及に支えられ、あるいはそれを生み出しながら、他の各種産業での技術的発展と肩を並べて、部品交換性による大量生産方式を生み出していったのであり、商業的には従来の卸売業者による方法から、会社の一部である販売組織を発展させる方法で成功した。このように、この業界では経済的発展が技術の発展と密接に関連して発達したのであった。その後19世紀末にはこの製

造技術にさらに電気，化学の新しい方法が加わり，世界的にも最も競争力をもつに至り，アメリカの全国的市場を制覇した上，国際市場へ進出した。そしてその技術と販売方式は20世紀に入ってタイプライター，自動車に引き継がれていったのであった。

### 3. 鮭かん詰産業<sup>10)</sup>

ついで食品加工業の一種である鮭のかん詰の場合を見てみよう。19世紀前半期の食品保存法の主流はビン詰であった。鉄道の発達とともに生鮮食品も若干運搬されるようになり，とくに大都市周辺では近郊農業が登場して，新鮮なミルクや野菜を都市住民に供給する組織ができ上っていくが，遠距離の生鮮食品の輸送には氷—冷凍車の登場，もしくはかん詰の発達のいずれかをまたなければならなかった。かん詰は南北戦争中に軍隊の食糧補給の必要から急速に発展した。輸送中の食品の腐敗があまり多かったため，練乳が登場し，カリフォルニアの桃や果実やトマトのかん詰が始められた。このころ，消毒用の沸騰の際，塩化カルシウムを水のなかに入れることによって沸騰温度を高める方策が発見され，従来5時間を要した沸騰が30分ですむことになり，一施設当りの生産能力は10倍増えた。その後圧力なべが導入されていくが，かんの製造法の改良も進んだ。1849年にヘンリー・エヴァンズがかん詰のふたと底をうち抜く機械を発明していたが，南北戦争中“はんだづけ”による方法に代って“ジョーカー”と呼ばれる方法が生れ，1876年にかん詰が列となって現われるハウの機械が登場した<sup>11)</sup>。1860年に500万個であったかん詰生産量は70年に3000万に達し，その後10年間にさらに200%増加して，1880年代のアメリカの家庭生活は衣服を始め，既製品が主流を占めつつあったが，料理もかん詰のラベルの調理法が流行する時代となった。

このうちの鮭のかん詰を見てみよう。鮭の産卵の期間は約15日で，それ

が年によってずれたので業者は推測によって準備しなければならなかった。業者は産卵期から3—4カ月以内に、すなわち鮭が腐敗しないうちにその年のかん詰を作らなければならなかった。産卵期が年により違ったこと、製造期間が短かったことが鮭のかん詰に果物や野菜の場合とは違った技術的制約をもたらした。にも拘らず、1864年にカリフォルニアのサクラメント河でたった一つの工場で2000箱の鮭がかん詰にされたが、1914年にはカリフォルニアからアラスカに至る海岸線上の200の工場で、660万箱の鮭がかん詰にされるまで成長することになった。

かん詰工場へ運ばれた鮭は、屠殺され、内臓をとって洗浄されたあと、かん詰用の大きさに切断される。これのかんに詰めたあと、ふたをし、洗って、煮て、ラッカーを塗り、レットルを貼り、箱詰にして出荷する。以上の各過程の機械化が長い時間をかけて進行するのであるが、機械化は一様に、順調に進んだわけではなかった。大体において小企業は大企業で成功した方法を見ならっていったが、必ずしもすべてを見ならったわけではなく、経済的効率だけでなく、自らの工場の労働事情、その地域の特性などの条件に合わなければ新しい方法を採用しなかった。その結果、技術の採用は各地域、各工場でかなりのばらつきがあった。

最初の技術革新の波は1870年代中頃の蒸気蒸溜器で始まった。これはバルティモアで発明され、蒸気によってかんの内部を消毒する方法で、温度計と圧力計によって調理の過程を調べることができた。蒸溜器の採用によってこの分野の生産性が高まり、はんだづけ部門で隘路が生じた。かん詰業は伝統的に中国人労働者の手作業に依存していたが、この分野はとくに、もっぱら中国人労働者の手作業に依存しており、その体制があまりに定着していたのでそれを排除するのに長い時間を要した。この発明は1877年に行なわれたにも拘らず、以上の障壁のため本当に普及したのは80年代半ばだった。ついで、かんの本体の製造、それははんだづけ、底の部分の本体へのはんだづけを一貫して行なう機械がシカゴのO. W. ノートンによって1883年に発

明された。この場合も中国人労働者を排除することの困難さに直面した。この機械を採用しようとする工場を中国人労働者がボイコットする騒ぎが起った。この新式の機械は中国人労働者が少なかったアラスカ地方から普及し始め、90年代半ばには太平洋岸全域に普及した。1883年に、コロンビア河の漁師マサイアス・ジェンセンが、従来は人手で行なっていた鮭の肉をかんに埋める作業をする機械を発明した。鮭をつかむ装置が“部屋”を通して鮭をかんにさしこみ、かんに鮭肉が入ると“ナイフ”がそれを切り落す装置で、のちに1分間に70のかんを満すことができるようになった。この普及にも時間がかかったが、90年代中頃東部で急速に鮭のかん詰が一般家庭に普及し始めるころ、この方式も普及していった。

世紀転換期ごろ、屠殺とそのあとの洗浄の段階だけが機械化されず、中国人労働者の仕事として残っていた。鮭の頭と尻尾とひれを切り落とし、腹を開き、内臓を出して洗うという仕事はまず部分的に機械によって処理されるようになり、その後徐々に全工程が機械によって行なわれるようになった。かくて鮭のかん詰は全工程が機械化され、その生産高は躍進した。その後、はんだづけによらない方法に変るなどの革新がなされていくが、20世紀初頭に一応機械化は完成し、大量生産体制ができ上っていた。

## むすび

19世紀初めのころとそれが終わろうとするころとの流通業を比較するとき、象徴的に前者をファクターで、後者を百貨店で代表させてみよう。ファクターは船の時代であるから海岸都市に住み、当時の交通の未発達の下で西部のゼネラル・ストアや南部のプランターなどの顧客のためにサービスした。遠方の小売店主は一年に一度か二度しかニューヨークへ来られなかったため、その時以外の商品の調達は品選びから運送に至るまでほとんどの工程をファクターが責任をもって行なった。イギリスや西インド諸島からの

輸入商品や近隣の地域で生産された工業製品が主であったが、その仕入れの段階から、前渡金の形での小売店主の貸付金まで当時の東海岸都市の大商人を背景としたファクターの信用の基盤の上に立っていた。ファクターから商品を卸されたゼネラル・ストアでは砂糖・塩などは計り売りされ、綿布などは切り売りされていた。商品を値切るのは普通で、決済は通常年2回であった。利ざやが大きかったので、商品の価格は消費者の手に届くときにはほとんど2倍になっていた。

一方、世紀末の百貨店は大都市の数階建ての大店舗で、既製服、工場製家庭用品や加工食品が並んでいた。価格は値札制で値切り交渉は受け入れられず、製品の安価さ、品質の保証がこの方法を支えていた。一商品当りの利ざやは極めて小さくなり、商品の廻転数を高めるなど経営効率が重視された。店は多くの専門店店が一カ所に集められたという、19世紀中葉の専門店、卸売業の全盛時代から一步進んだ段階に達し、数カ所の専門店を廻ることなく、一カ所で購買を済ませたいという顧客の要望に応えたものになっていた。経営陣から売子までがサラリーマンで、合理的計算の下に不特定多数の都市の住民相手に売られ、仕入先は全国的であり、徐々に当時勢力を増しつつあった大生産業者の商標の信用による広告が主流になりつつあった。

19世紀後半期には、流通は大きくは工業製品と農産物に分れ、前者は衣類、生活用品などの軽工業製品と鉄、鉄鋼を代表とする重工業製品、後者は小麦、木綿などのステープル農産物と牛肉、野菜、果物などの生鮮食品に分れる。そして工業製品、農産物に共通して、卸売商や工場が大量に取り引きする“専門的”商品と、小売店などで一般消費者が少量ずつ購入する“一般的”商品の分類も流通業を見る場合は重要である。前者は、技術的發展によって大規模生産と大量輸送が生れやすく、流通の近代化も進みやすい。一方、後者は、小間物類、家庭用金具、宝石、酒類など大量生産、大規模生産に適せず、小売業（そして卸売業）に依存し続ける傾向が強い<sup>12)</sup>。

そして、それぞれの商品において技術的革新が独特の形で生じ、それがそ

の商品の普及に決定的な影響を及ぼしていく。本稿ではかなりアト・ランダムに三つの分野をとり上げたが、鉄道装備品の場合は鉄道の普及、ミシンの場合は既製服、靴の普及、鮭のかん詰は加工食品の普及という経済的背景があり、その生産面での技術革新が流通面での革新と連なり、その結果生じる新しい組織がまた経済的背景や社会的背景を変化させていったのであった。

このような工業化の結果、19世紀末以降、アメリカ人の都市型、加工品中心の消費生活は、アメリカ人の生活を変えることによってアメリカ人の文化、ひいては精神構造までも変えてしまったという議論が絶えない<sup>13)</sup>。工業化の影響の及ぶ範囲は広いと言わなければならない。

〔注〕

- 1) “1830年から1870年に至る時期の家庭生活の変化としては、鉄製の‘ベティ・ランプ’がガス灯に変わり、屋外便所が屋内便所になり、井戸ポンプが水道に変わり、木を燃すストーヴが石炭ストーヴになり、暖炉が閉鎖炉になり、たらいが洗濯器になり、料理、暖房用の铸铁製ストーヴが40年代に登場した。かん詰が食料の購入と貯蔵の型を変え、冷蔵庫が生鮮食品の冷凍を可能にした。ミシンが衣服を安価、短期間で作ることを可能にし、これらすべてが婦人たちに、より大きな自由と時間を与え、かの女らを家庭内労働から解放した。” Russel Blaine Nye, *Society and Culture in America, 1830-1860*. 1974. pp. 267-268.

消費生活のその後の変化については Daniel J. Boorstin, *The Americans, The Democratic Experience*. 1974. Part II が精しい。

- 2) ここは主として Glenn Porter and Harold C. Livesay, *Merchants and Manufacturers, Studies in the Changing Structure of Nineteenth Century Marketing*. 1971. Chap. V, VI によった。
- 3) この時期の商品流通の姿を概観すると、19世紀初頭のイギリスからの工業製品の輸入、アメリカからの農産物など一次産業生産物の輸出を軸とした、東部海岸大都市（ニューヨーク、ボストン、フィラデルフィア、バルティモア）の商人資本中心の体系から、鉄道の伸長を直接的契機として全国的な卸売市場の組織——前期の都市の他、ニューオーリンズ、シンシナティ、シカゴ、セントルイス、ルーイスウィル——のちにカンザス・シティ、ミネアポリス（セントポール）、ミルウォーキーなどが加わる——が形成され始め、業種と機能による卸売業者の専門化、分化が進み、卸売業者による信用、卸売業者のブランドとそのセールスマン組織が流通の主流を占めた19世紀中葉型の卸売業中心時代が到来しつつあった。Bill Reid Moeckel,

*The Development of the Wholesaler in the U.S. 1860-1900.* 1986. Chap. II, III, IV.

そしてこれと併行して、工業などの製造業者が自らの製品を自らの手で販売する傾向が生まれ始め、企業の成長とともに、とくに工業製品の分野では製造業者が卸売業者に頼ることなく、自らの販売部門、セールスマンを育てる方向に向い、19世紀末にはこれが主流となって卸売業者は勢力を失うことになっていく。Cf. Harold Underwood Faulkner, *American Economic History*. 1960. Chap. 25. 鉄道装備部門は、すでに南北戦争前の時期にこのような形を生み出した点で、このような流れの先頭を切ったと言える。

- 4) 産業資本が未成熟なこの時期に、流通面で卸売業が活躍した理由の一つは、まだ資金不足に悩まされていた製造企業とそれを購入する企業、もしくは販売店に、卸売企業が信用と、しばしば長期、短期の融資をしたこと、すなわち、幼少企業と販売組織の双方に財政的援助をしたことであった。G. Porter and H. C. Livesay, *op. cit.*, Chap. IV.
- 5) 拙稿「南北戦争前のアメリカのレール問題——諸研究の整理——」『岐阜経済大学論集』第6巻第1号、昭和47年6月。
- 6) Cochran, Thomas C., *Railroad Leaders, 1849-1890. The Business Mind in Action*. 1953. p. 407.  
Chandler, Alfred D., Jr. ed., *The Railroads; The Nation's First Big Business*. 1965. Pt. 3.
- 7) ここは、主として Ross Thomson, *The Eco-Technic Process and the Development of the Sewing Machine, Research in Economic History*. Supplement 3. 1984. によった。
- 8) G. Porter and H. C. Livesay, *op. cit.*, pp. 194-195.
- 9) Nathan Rosenberg, *Technological Change in the Machine Tool Industry, 1840-1910. Perspectives on Technology*, pp. 9-31. *Technology and American Economic Growth*. 1972. pp. 106-107.
- 10) この項は主として Patrick W. O'Bannon, *Waves of Change: Mechanization in the Pacific Coast Canned-Sermon Industry, 1864-1914. Technology and Culture*. Vol. 28. 1987. pp. 558-577.
- 11) Richard Obborn Cummings, *The American and His Food—A History of Food Habits in the U.S.* 1940. pp. 67-68.
- 12) これらの点については、G. Porter and H. C. Livesay, *op. cit.*, や B. R. Moekkel, *op. cit.*, 参照。

また、都市化、工業化、商業化の関係については、Allan R. Pred., *The Spatial*

*Dynamics of U.S. Urban-Industrial Growth, 1800-1914*. Interpretive and Theoretical Essays. 1966 がある。

- 13) 最近では、たとえば R. Wightman Fox and T. J. Jackson Lears, ed., *The Culture of Consumption; Critical Essays in American History, 1880-1980*. 1983.