

平成21年 6月10日現在

研究種目：基盤研究(C)
 研究期間：2006～2008
 課題番号：18530381
 研究課題名（和文） 戦後日本社会の金銭観と経済倫理に関する社会学的研究
 研究課題名（英文） Sociological study about the outlook of money and the economic ethic of Japanese society in postwar days
 研究代表者
 永谷 健 (NAGATANI KEN)
 名古屋工業大学・工学研究科・准教授
 研究者番号：50273305

研究成果の概要：

戦前・戦後の財界誌や経済雑誌の記事、あるいは財界人による海外調査報告書を収集し、それらの内容を検討した。そこから、戦前の実業家文化と通じるようなハイカルチャー志向が、戦後経済人の文化的な志向の一要素として存在することを確認した。また、そうした志向とともに、戦後においても明治・大正期のように、企業家を偶像化するメディアの動きが生じたことを、同時に確認した。

交付額

(金額単位：円)

	直接経費	間接経費	合計
2006年度	1,100,000	0	1,100,000
2007年度	1,100,000	66,000	1,166,000
2008年度	1,100,000	66,000	1,166,000
年度			
年度			
総計	3,300,000	132,000	3,432,000

研究分野：社会科学

科研費の分科・細目：社会学・社会学

キーワード：財界、文化、経営者

1. 研究開始当初の背景

これまで研究代表者は比較的長期にわたって、明治期から戦中・戦後期にかけての有力企業経営者や財界人たちの生活世界・文化・経営のエートスなどについて資料を収集し、またそれらの分析・解釈を進めてきた。

そのなかで、とりわけ戦前における経済エリートを取り巻いていた歴史的・社会的な状況については、すでに全体的な構図を把握している。すなわち、経済エリートの言動、そうした言動を条件づけていた多様な制度的背景、明治維新以降の金銭的成功者にたいす

るメディアや大衆の反応や対応、そして、そうした諸要素のあいだに観察される連動・連携・共犯の関係などについてである。そして、これらのなかから、研究上、重要なトピックを選び、それらを研究成果としてこれまで発表してきた。とくに明治期から大正期にかけての経済エリートの文化や彼らの社会的・階層的なポジションについては、「近代日本の実業家に関する社会学的研究一階層・威信・エートス」というタイトルで学位論文としてまとめた。

今までの研究のなかで、第二次世界大戦後から現代にいたる期間を対象とする金銭観や金銭の扱いに関する慣習的態度、起業・経営・営利追求にたいするイメージや意識などについての総合的な先行研究が、これまであまり蓄積されていないことを確認した。経営者や起業家については最近、各種メディアで注目され、かつ、現代の富裕層についても橋本俊詔氏らの興味深い実証的研究が出はじめている。しかし、金銭や起業や営利追求などについての意識やメディアを介しての言説化の作用といったものを総合的に扱う考察は、まだこれからの段階であることも確認した。本研究は、これまでおもに戦前期を分析対象として行ってきた研究を、戦後から現代にまで延長するものであり、また、そうした歴史的なアプローチによる研究を大成し、学問的な結論をつけようとするものである。すなわち、これまでの研究蓄積を前提として研究対象を現代にまで拡大していき、研究の成果を限定的な歴史研究に終わらせることなく、現代日本への提言が可能な研究へと発展させることを目指している。

2. 研究の目的

本研究では、戦前の社会においてそのように正当化や公共的価値との折り合いが要求されてきた経営活動や蓄財・散財といった行為が、戦後の社会においてどのように捉えなおされていったのかを追跡していく。

すなわち、A. “起業家、企業の幹部経営者、財界人などの代表的な経済人(いわば経済エリート)」、B. “事業経営の主体とは異なる一般的な大衆”それぞれの金銭観、金銭に関わる慣習的な態度(ハビトゥス)、蓄財意識、散財意識、起業にたいするイメージ、営利追求や企業経営に関する所見やイメージが、どのようなものであったかに接近する。さらに、AとBそれぞれの意識や態度が、各時代の社会的脈絡や文化的脈絡のなかでどのような変容を被ったのか、また“相互反映的”にどのような影響を及ぼしあったのかを検討する。さらに、マス・メディアを介して、経営活動に含まれる営利追求の要素が社会的にどのように正当化されていったか、そして、経済エリートは営利追求と公共的な価

値との調和をどのように図ったかを具体的に検討する。これらのことを追跡し、また検討することによって、各時代において企業経営や営利追求に付与される評価の上下動のあり方と、そうした現象の背景にある諸条件の特定を目指す。

上記の点でも、とくに次の諸点にアプローチする。

(1) 昭和戦前期には、どのような人物が経済エリートと見なされたのか、さらに、経済エリートとしては具体的にどのような人物がいたのかを特定する。また、戦後において、エリートのメンバーがどれだけ入れ替わったのかを明らかにする。

(2) 戦前期の経済エリートたちの文化(とくに茶事・骨董蒐集などの高級文化、および自己が経営する経営体を介して構築した文化支援や社会事業に関わるもの)が、戦後経済のなかでどのように解体され、また再構築されていったのかを、エリートたちの散財意識と関連させながらたどる。

(3) 代表的経済人による金銭観や蓄財・散財意識が、戦後、メディアを介してどのように言説化されていったのかをたどる。そして、そうした言説化のプロセスが、メディア側の事情(たとえば編集方針や出版事情)や経済人の言説を必要とする社会的な需要(とくに、どの階層に需要があったのか)とどのように関わっていたのかを分析する。とくに各時代において支配的であった思潮が、経済人の発言の頻度や発言の内容にたいしてどのような影響を及ぼしたのかを検討する。また、同時に、経済人にたいする大衆の態度(親経済人か反経済人かといったもの)は、各時代の階層状況とどのように連動しているのかを考察する。

3. 研究の方法

(1) 昭和戦前期の資産に関する諸資料をもとに、当時の富裕層や富裕な財界人を特定する。すなわち、当時、新聞社等のメディアや他の調査機関が実施した資産家調査を渉猟し、またそうした調査の内容を分析して、資産家のなかの職業分布を明らかにする。

(2) 新聞・雑誌メディアに見える高額所得層や職業威信に関わる記事を収集し、記事内容と高額納税者の諸傾向とを照らし合わせて比較考察する。また、資産家や所得税高額納税者のメンバーがどのくらいの割合で入れ替わったのかを具体的に見ていく。

(3) 戦後数年を経過して導入・実施された財産税の狙い、および課税の実態に注目し、それらを政府関係資料の収集・分析によって明らかにする。さらに、誰からどの程度の税が課されたのかを、できるだけ多くのデータを収集して具体的に明らかにする。

(4) 戦前の資産家や所得税高額納税者が財産

税導入による財産放棄をへて、戦後に再び高額所得層に列するようになった事例とその傾向を明らかにする。これによって、戦前・戦後の資産家たちの継続性がどの程度であったのかを知る。

(5)戦後の代表的な経済人が公職追放をへて、政界や財界に復帰したのち、彼らのことをメディアはいかに伝えたのかを検討する。同時に、復帰を果たした彼らが、新聞・雑誌や放送メディアをつうじて伝えた言説を分析し、そのなかで、戦後の経済エリートの新しい役割モデルが形成されていったプロセスを明らかにする。

(6)財産税の導入によって戦前の実業家文化(とくに茶事文化や絵画・骨董の蒐集といったもの)がどのように解体していったのかをたどる。具体的には、絵画や茶道具がどれだけの規模で放出されたのか、また、戦前は華々しかった実業家・財界人による茶会・園遊会が、戦後、どのような頻度でどのような意味づけのもとに行われたのかを明らかにする。

(7)戦後の代表的な経済エリートによる文化に関する見解を、調査する。また、そうした見解から、どのような散財観、どのような文化観が見いだせるかを分析する。

(8)戦後の代表的な経済エリートの言説を、『日経ビジネス』などの経済雑誌の記事から収集し、諸言説を分析する。

(9)戦後経済人が、日本の産業復興のために何を必要と感じたのかを、アメリカ視察団の報告書をもとに分析する。また、その成果がどのように大衆宣伝されたのかを追跡する。

4. 研究成果

(1)昭和戦前期の資産家番付では、著名なものがいくつかあり、そこからは、当時の富裕層の氏名や資産額を確認することができる。典型的なものは帝国興信所の調査に基づく番付であり、その記載形式は明治前期の番付類に近い。帝国興信所の調査は計三回おこなわれ、それぞれが『講談倶楽部』の附録〔昭和4年1月号附録、昭和6年1月号附録、昭和9年1月号附録〕として刊行された。昭和4年・6年のタイトルは〈全国金満家大番附〉、9年のタイトルは〈五十万円以上全国金満家大番附〉であり、「資産家」という言葉にかわって「金満家」という言葉が使われている。そして、岩崎・三井・大倉・古河などの財閥家、徳川家・松平家などの華族の各当主の顔写真が冒頭に掲げられている。また「金満家」のリストには、横綱・大関・関脇・小結・前頭という相撲番付の序列がつけられている。相撲番付になぞらえて序列化する体裁は、明治10年代までの「長者鑑」とまったく同じものであり、明治期を代表とする財閥家や著名企業家が資産家の頂点を占めていること

がわかる。

また、彼らの富は、明治後期から大正期、昭和初期へと時代が進むにつれて巨富へと膨張していった。それとともに、もはや彼らは、同時代を生きる人々にとっての目指すべき目標ではなくなっていた。彼らを稀少な「金満家」として興味本位に捉える傾向や彼らの富を神秘化する傾向が、この時代の番付には見られる。彼らにたいするメディアの関心が、見習うべきロール・モデルにたいするものから、一挙一動に注目が集まる著名人にたいするものへと変化したことがうかがえる。そうした段階に至って、一方で彼らは成功者として偶像化の対象となり、また、他方では批判的な監視や嘲笑・戯画化の対象となっていたのではないかと。少なくとも彼らの存在は、明治後期以降、大衆の手の届かない観念的な存在として表象されていく傾向にあった。

さて、戦時利得の排除というマッカーサーの指令にもとづいて1946年に財産税が施行された。財産税は、高額資産家であれば最高で資産の90%を納付しなければならないという、強度の累進税率を採用していた。この税制の導入によって、それまで実業の世界で確固たる地位を占めていた富裕な実業家や財閥の当主たちは、大きな混乱のなかに身を置くことになった。とりわけ財閥の当主や旧華族の資産家たちにとっては、この税制は財産の召し上げに等しかった。

財産税によって個人資産の「地ならし」が進み、新円の導入後には、いわゆる「新円階級」が躍進した。また、1948年には旧大名家の当主、高木正得氏の失踪・自殺事件が起こり、この事件は財産税による資産家没落の象徴として一種のセンセーションになった。実業家にとっては、財産税による資産の剥奪は深刻な問題であった。

財産税の導入は資産の平準化をもたらしたが、他方で、それは実業家たちの文化に打撃を与えた。明治後期から大正期にかけて、実業界には独特な社交文化が一種のハイカルチャーとして独自の存在感を示していた。そして、こうした社交文化のなかでも、とくに茶会サークルは三井系の実業家たちを中心に盛況を呈し、数寄者茶事はエリート実業家であるならば嗜むべき高級な趣味として流行した。また、実業家たちの茶会サークルがこのように高級文化としての特徴をもったのは、そこにコレクション文化の一面があったからである。茶会サークルの盛況とともに、富裕な実業家たちは競って名品を購入し、茶道具や骨董のコレクションは実業家文化の中心的な位置を占めるようになった。

そうした「金持ち文化」の盛衰にとって、財産税はいわば致命的な打撃であった。戦後の財産税は、彼らに高価な道具類の放出を強

いたのである。重宝名器の多くが資産家の手から離れていった。財産税は、実業家たちからハイソサエティの文化的な指標を剥奪した。

財産税によって、100人程度の者が90%という最高税率の適用を受けた。1947年6月12日に大蔵省が発表した二月中旬段階での申告状況によると、税額第一位は住友吉左衛門とその家族で、以下、三井高公、岩崎久弥、岩崎彦弥太ら、財閥の当主らが上位を占めており、それぞれが資産の90%近くを納税している。たとえば住友吉左衛門の場合、課税価格が1億2000万円、支払うべき財産税は1億661万円であり、財産の残額は1300万円程度にまで激減している。三井高公の場合も、課税価格が6240万円、支払うべき財産税が5477万円程度であり、納税後は700万円程度の資産が残ったに過ぎない。

財産税の導入によって、資産家のコレクションは散逸した。書画骨董美術品の類は、いわゆる流動資産として財産税の課税対象とされており、書画骨董商たちの意見をもとに、その価格が評価された。高価な美術品を所有する財閥関係者や旧諸侯華族たちは、それらの多くを手放していった。財産税は、高級文化の担い手からコレクションを剥奪し、その結果、富の象徴として高価な道具類を誇示したかつての実業家茶事は、急速に存在感を失っていった。

ただ、実業家による茶会自体は完全に途絶えたわけではなかった。戦後すぐに、茶会サークル復活の機運が高まりはじめた。戦後に財を築きたいいわゆる「新円階級」が、流出した道具類を入手して茶事へと近づき、様々な茶会が催されたのである。また、戦前の実業家茶人も徐々に茶事の世界に復帰している。急激なインフレの昂進で財産税の重税感が薄らぎ、そのうえ骨董類への課税が網羅的ではなかったこともあり、経済的なダメージが少なかった実業家たちは趣味の世界へと戻ることができたのである。しかし、新興階層の台頭で、茶会サークルのメンバーは大幅に入れ替わった。戦中・戦後の隠遁期間を経過した時代にあつては、茶会サークルのなかで小林たちはもはや過去の世代となった。こうした世代交代やメンバーの入れ替わりは、茶会サークルの質を変えた。益田孝や高橋義雄の時代のように、先達からその茶風や過去の茶会に関するエピソードを後進の徒が学習するという、いわば秘儀的な文化の継承は、戦時期をはさんで途絶えてしまった。また、財産税がもたらした骨董類の流出で、道具類の所有者が変わり、数寄者の大家がきまって高価な名品を所有するような時代ではなくなった。所有する高価な名品は依然として富の象徴であり続けるが、それらはもはや、必ずしも所有者の文化的な威信を指し示した

わけではない。

(2) 戦後日本の代表的な経営者層は、既存研究が示すように、専門的経営者のニューフェイス、財閥創業家が復活して形成された旧来の財界サークル、そして、新興の起業家たちである。彼らの言説は、戦後メディアにおいては、おもに日本経済新聞などの新聞、日経ビジネスを代表とする経済雑誌に散見される。また、彼らに関する記事は、もちろん多様なメディアに見出すことができる。なかでも日経ビジネスは、多くの購読者を持ち、また多くの経済人・財界人たちの言説を大量に掲載してきた。そして、戦後十年を過ぎたあたりから、理想的な企業者像を語る言説が現れ始める。

戦前の日本社会において、経済雑誌を中心とする経済ジャーナリズムは、実業という職域の存在を、「実業界」や「財界」といった秩序ある世界として表象した。また、それと同時に経済ジャーナリズムは、実業の世界で優越的な地位を占める人々の存在を一種のエリート集団として読者に呈示した。とくに実業という職域の成立期にあたる明治期においては、実業世界の社会的認知や市民権の主張、そして実業勢力の結集にとって、メディアが重要な役割を果たした。なかでも経済ジャーナリズムは、言ってみれば言説空間における仮想的な「実業界」の構築者であった。それは「実業界」をエリート実業家たちの活躍の場として表象することで、実業という職域の地位上昇に貢献した。

そして、これと同じ役割は、やはり戦後のこの時期において観察される。とくに、新興の起業家たち、専門経営者のニューフェイスたちによって、新しい財界のイメージは経済ジャーナリズムによって形成されていく。その代表格が日経ビジネスという経済雑誌である。松下電器産業の創業者、ソニーの創業者たちの言説がそこには頻出し、革新的でありつつも質素儉約を旨とする道徳的な態度が、模範的経営者の必要条件であるかのように語られ始めるのである。戦前社会においては、実業之日本という雑誌が経営者たちを偶像化する雑誌として機能していたが、戦後においては、同誌や日本経済新聞などの新聞が、よく似た機能を果たしていたと言ってもよいのではないだろうか。

(3) 戦後経済人の経済エリート集団としての社会的活動で特筆すべきは、数回に及ぶ米国への視察団の派遣であり、その後の成果伝達活動であろう。「トップ・マネジメント視察団」は、昭和30年9月に日本を出発し、約40日間で13の会社、2つの大学、3つの団体、4つの官庁を歴訪した。その目的は、会社経営やアメリカ経済に対する見解と重要な経営問題に対する処理方法とをインタビューすることである。アメリカの多くの経

営者たちが、日本の代表的な営業者に対して、アメリカにおける営の哲学と技術、社会的責任と経済的責任について語った。

たしかに、日本側の営業者たちの最終目標は、いかに日本の企業社会の生産性を向上させるかであった。たとえば、視察した営業者たちの多くは、アメリカの営業者の資質や彼らが重視する点として、「創造的前進主義」、「科学性」、「労務と人事」を挙げるものが多い。次の言葉は、典型的である。「わが国では、生産分野の能率化に比べて、事務分野の能率化は測定困難な判定事務が多いためよりいっそう合理化に立ちおけているのであるが、アメリカにおいては例のやゆみない科学的探究力によって、見事に解決されている。ことに、いわゆるニューマン・リレーションの進歩発達は実に特徴的である。…生産要素としての「人間および行動」が分析の俎上にのせられた結果、社会学や応用心理学の照射によって解明された処方箋が、ヒューマン・リレーション対策となって現出したとみるのは当たらないであろうか」（郷司浩平）。

しかし、彼らが後に記した報告書を読めば、具体的な営の改善内容ばかりではないことがわかる。理想的な営業者像についての記載が多く、次の点を挙げる者が多々いる。1. 精励と忠実 2. 積極性（創造性） 3. 善意 4. 信念 5. 正義観の強さ 6. 实际的で、計画性のあること 7. 落ちつきとねばり 8. 謙虚と寛容（人間主義）

これらは日本の営業者が羨ましがる「米国内層営業者の営態度」であり、「そのりっぱさに少なからず心を動かされた」者もいる（郷司浩平）。しかし、これらの多くは、実は戦前の日本社会において日本の代表的な営業者たち（典型的には財閥創業者たち）が自叙伝や成功書のなかですでに語ったものである。時をへて、先人と似通った営態度や生活態度を米国内営業者に見出して共感する態度をここに観察することができる。まさに戦前の一時期の営業者の道徳的な言説空間が、戦後においても再現される兆しを、これらの視察団報告に見出すことができる。

5. 主な発表論文等

（研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線）

〔図書〕（計2件）

- ① 永谷健、「村上泰亮他著『文明としてのイエ社会』」、井上俊・伊藤公雄編、『社会学ベーシックス 第10巻 日本の社会と文化』、世界思想社、2009（近刊）
- ② 永谷健、『富豪の時代』、新曜社、2007（全294頁）

6. 研究組織

(1) 研究代表者

永谷 健 (NAGATANI KEN)

名古屋工業大学・工学研究科・准教授

研究者番号: 50273305