

# 真面目即・本音政治、甚不遜のオバマ

11月、2010

## 第2章

ある。連邦議会の上院はかつて、議会内で対立する政敵同士でも、アフターパーティは議会周辺のパブに連れ立って飲みに行き、議論の第2ラウンドを展開しながら互いの妥協点を探ることが多かったという。しかし、最近は党派対立が激しく互いに譲らないケースが増えた。古きよき連邦議員の柔軟さを知るベテラン議員は、オバマ氏の立ち居振る舞いに昔の自分たちの姿を重ねさせていたのかもしれない。

<スピード感こそ、米国の醍醐味>

筆者は2006年夏、ワシントンDCを去る際に、元政府高官らに2008年大統領選挙でオバマ氏に当選の“芽”があるかどうかをたずねてみた。「将来性はあるが、2008年はありえない」が総意だった。あまりに経験がなき過ぎる、というのが理由だった。しかし、その感覚こそ、よくも悪くもワシントン・インサイダーを表しているのかもしれない。世間の動きは、インサイダーらが想像する以上に流動的で速かった。2007年初めの出馬表明以降、オバマ氏の快進撃が始まる。

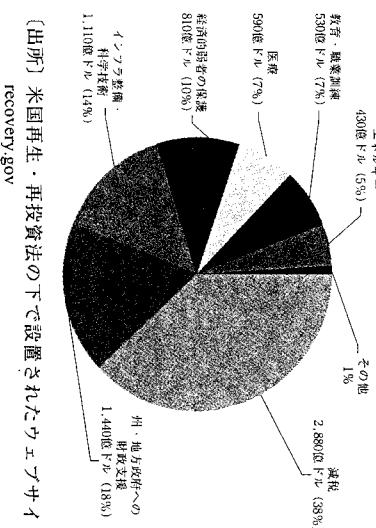
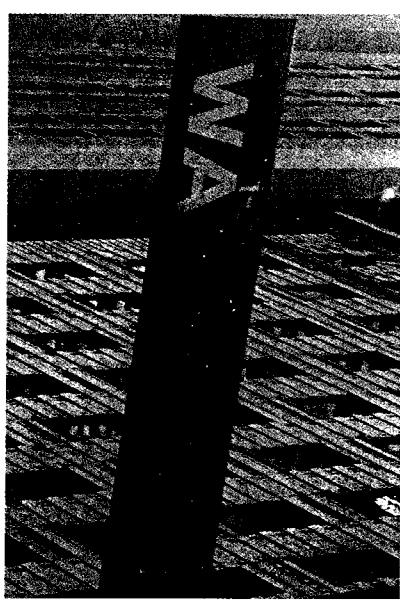
オバマ氏を見たのは2005年秋。その時点では一介の上院議員にすぎなかった。しかしその人物が3年後には超大国・米国の大統領選挙で勝利した。そして未曾有の景気後退のなか景気対策、金融安定化、さらには国民皆保険制度の創設や気候変動対策など難題に向き合っている。実績についてはいずれ歴史が判断する。ただ、オバマ氏の大統領就任を通して改めて、スピード感、躍動感が、米国政治の醍醐味だと感じている。

1. 景気対策、金融安定化への道
- （実は互角だった大統領選挙）
- 2008年11月4日の大統領選挙は、ふたを開ければ、民主党のバラク・オバマ候補の地すべり的勝利（landslide victory）に終わった。しかし、2008年の夏場までは、オバマ候補の支持は共和党のジョン・マケイン候補を数ポイント差でリードしているにすぎなかった。
- このリードはまったく安全圏とみられていなかった。まず共和党は民主党に比べて党組織が強固であり、一致結束した動員力では民主党を圧倒する。また、投票所に向かい候補者を選択する土壇場で、数パーセントの白人票がマケイン氏に流れるのではないかとの声もあった。マケイン候補が副大統領候補に、アラスカ州知事として当時80%の支持率を誇る43歳の女性候補、サラ・ペイリン氏を選択した直後には、選挙戦は互角の様相を呈した。

（金融危機がマケイン候補の死命を制した）

しかし、すべての流れを変えたのは、同年9月に顕在化した金融危機だった。全米第4位の投資会社リーマン・ブラザーズが9月15日、6,130億ドルの負債を抱えて経営破綻した。翌16日には、世界最大手保険会社AIGに対する、850億ドルの緊急融資が発表された。9月29日には、連邦議会下院にて、金融機関が保有する不良資産を買い取るため7,000億ドルを用意する金融安定化法案が否

図2-1 2009年米国再生・再投資法による景気対策7,872億ドルの内訳



(出所) 米国再生・再投資法の下で設置されたウェブサイト recovery.gov

決された。

一般的に、米国の国民は政府による経済活動への関与に対するアレルギーが強い。選挙を11月4日と間近に控える中、公的資金を経済的強者の象徴ともいえる金融機関の救済に充てる考えは、選挙ではマイナスに働くと保守派を中心多くの議員が判断し、法案は否決された。否決同日のニューヨーク・ダウ工業株平均の下げ幅は、史上最大の777ドルを記録した。

マケイン候補は、リーマン・ブラザーズの破綻を受けてもなお、「米国経済のファンダメンタルズ（基礎的条件）は強固だ」と楽観的な発言をし、経済の実情を理解しない候補として多くの批判にさらされた。さらに、金融安定化法案の採決で、多くの共和党議員が反対に回ったことから、「自分の所属する党すらまとめられないのに、大統領職が務まるのか」という疑念を選挙民に抱かせた。一方、オバマ氏は下院での1回目の法案否決後、修正を加えた法案に対し民主党議員が賛成するよう、当初反対に回った議員に個別に電話をかけるなど説得工作をかけた。10月3日、再び採決にかけられた金融安定化法案は可決、即、ブッシュ大統領の署名を経て成立した。

### 〈危機の時は、出し惜しみなく〉

米国人は経済に対する政府の関与を歓迎せず。しかし、リーマン・ショック以降の流れ、そしてマケイン候補の失速から、オバマ大統領は多くを学んだはずだ。経済の非常事態が発生した時には、大胆な対策を遂行することなくス

ピーティーに進めるリーダーシップが必要だ。選挙が終了時点で、オバマ政権の最優先課題は「景気対策と金融安定化」に絞られていた。オバマ政権の特徴として、よくスピード感が挙げられる。その最たるもののがこの景気対策、金融安定化策に見られる。

まず、オバマ大統領が2009年1月に就任した直後の2月、減税と歳出合合わせて7,872億ドルに上る2009年米国再生・再投資法が成立した。歳出増6割、減税4割で構成される。

日玉は労働者1人当たり最大400ドル（夫婦800ドル）の所得税の税額控除だ。また、景気悪化に伴う税率減に苦しむ多くの州や自治体政府向けには、財政支援を用意した。インフラ整備や科学技術、医療IT、エネルギー効率の向上、再生エネルギー開発への投資など将来の成長基盤となる分野への投資も含めた。

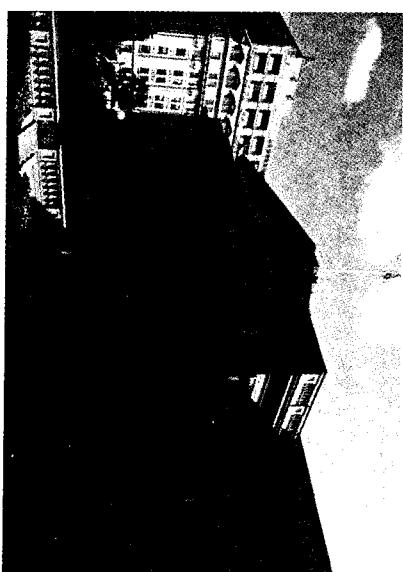
オバマ政権の大胆さは、“環境”分野への集中資源投下に見られる。オバマ政権はもともと10年間で1,500億ドル（約15兆円）の研究開発促進など、環境向け投資を講じると公約していた。2009年米国再生・再投資法でも、再生可能エネルギー生産を促す減税から、省エネ技術の開発促進、公共交通機関やスマートグリッドの整備まで、総額700億ドル（約7兆円）ともいわれる環境シフトを歴いた。

米国では連邦議会の上下両院それぞれが法案を可決し、さらに大統領の署名を経て法律がようやく成立する<sup>1)</sup>。一つの法律を議会で可決し成立させることは難しい。とりわけ米国史上最大の景気対策を成立させるのは至難の業だ。議

表2-1 2007年12月の景気後退入り後実施された米国の景気・金融政策

|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| ブッシュ政権の景気・金融安定化策                 |  |
| 2008年2月13日                       | 景気対策法（家庭に上限、200ドルの小切手配布）               |
| 2008年7月30日                       | 住宅・経済回復法（住宅公社支援、借り換え支援）                |
| 2008年10月3日                       | 金融安定化法（7,000億ドルの公的資金）                  |
| オバマ政権の景気・金融安定化策（政権は2009年1月20日発足） |  |
| 2009年2月10日                       | ①金融機関のストレステスト、②官民投資ファンド設立、<br>③ローン買い取り |
| 2009年2月17日                       | 米国再生・再投資法（減税・歳出合計7,872億ドル）             |
| 2009年2月18日                       | 住宅市場安定化計画（借り換え促進、低利ローン供給）              |

〔出所〕各種報道より作成



米国財務省

会の上院院の多数を、オバマ大統領と同じ民主党が押さえていた運もある。法案の作成を議会民主党幹部に丸投げしたことで不要不急の公共事業も含まれ財政赤字を拡大させたとの批判もあるが、どういうかたちであれ就任わずか1ヶ月で国民の最大の関心事である対策を仕上げたのは、政権にとって大きな得点だった。

オバマ政権の景気対策は、情報公開、見せ方の点でも興味深い。2009年3月から順次、景気対策資金の各州への配分が始まった。政権が準備したウェブサイト「recovery.gov」では、どの予算がいつ、何州に充てられたか、どれだけの雇用が維持・創出されるかの進捗を、リアルタイムで見ることができる。インターネットを駆使した画期的な試みだ。数年後には、こうしたオバマ流のいわば“実況中継型・情報開示”が、世界標準になっていくかもしれない。

#### 〈金融安定化対策の実施と効果〉

混沌を深める金融市場の安定化に向けて、ティモシー・ガイトナー財務長官は2月、金融機関が抱える不良資産、証券化商品を、各社のバランスシートから切り離すプランを発表した。不良資産などを抱えている状況では金融機関は積極的な貸し出しに踏み切りづらい。負の部分を切り取って、金融機関を軸に世の中のお金の回りを良くすることが狙いである。財務省、FRB、連邦預金保

険公社(FDIC)からの出資の助けを借りて、金融機関が抱える不良資産や証券化商品を民間企業が少ない元手で買い取れる仕組みを構築した。

2009年初め、米国の信用不安レベルは最高潮に達していた。金融機関の貸出し機能は弱まり、流動性の危機に陥っていた。金融機関は①貸付の審査基準を引き上げる、②企業向けで合意済みの貸し出し枠についても、限度までの追加貸し出しを渋る、③ビジネス決済用のクレジットカードの利用限度を十分な説明も無しに引き下げるなどの事例が見られた。

金融安定化に向けた不良資産切り離しプランは発表当初、仕組みの複雑さゆえに批判にさらされたものの、プランの詳細を発表し意図が伝わるようになつた3月には一転、“ガイトナー株”は上昇した。

住宅市場の安定化策も2月中に発表された。ポイントは差し押さえの減少と、より低利の住宅ローンへの借り換え促進だ。住宅ローン債権の保有者が、住宅の現物を差し押さえるのは最後の手段である。というのも、差し押さえをめぐり発生する法的手続きを、転売のために必要な改修などのコストを考慮すると、最終的に手元に残る資産価値は激減する。ならば借り手と交渉して、少しづつでも返済を続けてもらう方が良い。低利ローンを設ければ、借り手側の返済意欲を保てる。

2009年5月には、FRBが総資産1,000億ドル以上の銀行持ち株会社19行に対し実施した、厳格な資産査定（ストレステスト）の結果が公表された。これら19社合計で、米国の全金融機関の総資産の3分の2、貸出額の半分を占める。

ストレステストは、これら大手金融機関が、市場予測よりも経済環境が大幅に下振れした場合でも、家計や企業に安定的な資金供給を継続できるだけの資本力があるかどうか、査定したものである。その結果、9行は「経済環境下振れにも耐え得る自己資本」を確保していると認められた。資本増強を求められた残りの10行も、2009年6月8日の期限内に資本増強計画の提出を済ませている。

そもそも民間への貸し出しを増やすため、資本注入が行われていた。しかし金融機関は役員報酬などに対する厳しい監視の目を嫌い、返済を急いだ背景もある。

その点、貸し渡りが続くリスクはあるが、金融機関の業績回復に関する報道とともに、テスト結果は好意的に受け止められた。

#### 〈追加の景気対策の実施、阻むのは財政赤字〉

景気の先行きについては、GDPの7割を占める経済の主力エンジンである個人消費が力ぎを握る。米国の個人消費は、2009年第3四半期に前期比年率2.8%増と07年第1四半期以来の伸びを記録し、持ち直してきた。また消費を支える雇用も2009年1月に70万人以上の減少を記録したが、2009年末にかけて減少幅は縮小してきている。しかし、09年後半時点で、失業率が2ケタを超える中、旺盛な消費が戻ってくるまでにはもう少し時間を要しそうだ。識者の間では、失業率の10%超えは、2010年の中間選挙対策として追加的な景気対策の実施につながるとの声もある。

失業率が2ケタ台の代表的な地域は、ミシガン、イリノイ、ウィスコンシンなど自動車産業などの製造業集積州だ。この地域には別の特徴もある。近年の大統領選挙で、共和党と民主党の支持が拮抗し、得票率の差が5%以内におさまる激戦州(swing state)<sup>2)</sup>である。オバマ大統領は2008年の選挙では激戦州のほとんどで勝利をおさめた。しかし、得票数で見ると、オバマ氏53%、マケイン氏46%とそれほど大差がつかなかった。共和党の支持母体はしっかり残っていることを示しており、選挙で勝つにはやはり気まぐれに行動する無党派層の浮動票を押さえが必要がある。つまり、2010年の中間選挙、さらにはオバマ大統領が第2期目を目指す2012年の大統領選挙のカギは、激戦州が握る。

#### 〈政権の選択肢を狭める、財政赤字の重し〉

政権・議会の手足を縛るのが、財政赤字問題だ。赤字が2009会計年度で史上最大の1兆4,000億ドル超に拡大する中、共和党議員らは追加の景気対策などを重視する下院議員グループ「ブルードッグ連盟」は歳出増圧力に目を光らせる。同連盟の所属議員は52人。民主党257議席、共和党178議席の下院の勢力図において、仮にブルードッグ議員の8割が共和党と共同歩調を取ればどのような法案もたちどころに行く手を遮られる。

2009年米国再生・再投資法が成立したのは、「國の一大事」「ここで救わなければ、奈落の底に落ちる」という危機意識が働いたからである。今後、景気は2010年にかけて2%台の成長を見るまでに回復する見込みの中、追加の景気対策への理解を得ることは難しい。

## 2. 難航を極める医療保険制度改革

#### 〈賭けに出たオバマ大統領〉

オバマ政権は、景気対策、金融安定化に次ぐ優先課題に、医療費の削減と国民皆保険を実現する医療保険制度改革を据えた。オバマ大統領は2009年2月の施政方針演説で、即時の着手を表明した。

医療保険制度改革は、オバマ大統領が2008年の大統領選挙で掲げた重要公約の一つである。景気対策、金融安定化など優先課題を片付け、気候変動対策(連邦ワードでの温室効果ガスの排出削減と排出権取引制度の創設)、次に医療保険制度改革に取り組む予定だった。

しかし、優先順位の上位は、気候変動対策から医療保険制度改革に差し替えられた。①今の経済情勢では環境規制の強化が景気の下押し圧力になり得る、②賛否が党派だけでなく地域別に複雑に入り混じり利害調整が難しい、③中間

2) 共和党支持のシンボルカラーは「赤」(red state)、民主党は「青」(blue state)であることから、激戦州は「紫」(purple state)と呼ばれる。



表2-2 オバマ大統領が提案する国民皆保険実現の方法

|  |
|--|
| ①現在の保険に満足しない国民、および無保険者に以下の選択肢を提示<br>a. 公的監督機能のある医療保険エクスチェンジ市場を創設し、ここで販売される民間保険 |
| b. メディケア、メディケイドなど以外に新設する公的医療保険   |
| ②児童の保険加入を義務付ける   |
| ③企業による雇用者提供型保険の推進<br>保険を従業員に提供しない一定規模以上の雇用主は、別の基金への拠出を義務付ける（Play or Pay原則）     |

〔出所〕各種報道より作成

選挙での“売り”材料としては弱い—などが理由だ。

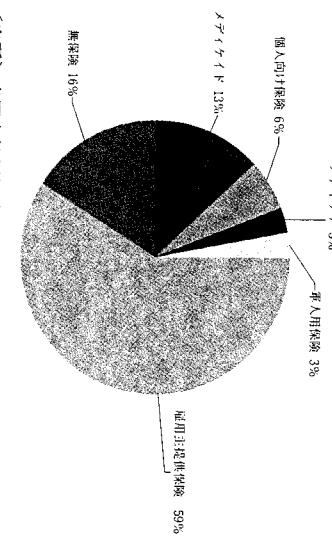
## 〈目的は医療コストの削減、そして無保険者の解消〉

医療保険制度改革は、主に二つの柱からなる。第1の柱は企業に追加の負担を求める、新たな公的保険を設ける、児童を強制的に保険に入れるなど、保険を提供する枠組みを拡充することである。米国では約4,600万人が無保険の状態にある。それは何を意味するのか。象徴的なシーンは、米国の医療保険制度の矛盾を指摘した映画『シッコ（SICKO）』（2007年、マイケル・ムーア監督）に出てくる。ある男性が中指と薬指を怪我した。男性は保険に加入しておらず、医療費を全額自己負担せざるを得ない。しかし、全額負担はできないので、薬指しか治療できないというのだ。病気や怪我をしても金銭的な理由で最低限の医療も受けられない。オバマ政権は、保険提供の枠組みを拡充することで、実質的な皆保険の状態を作ろうとしている。

第2の柱は医療コストの削減だ。薬価の高騰、過剰な医療行為などにより医療コストが増え、これが医療保険の高騰につながる。民間の保険商品は高騰し、企業や個人の負担を増やす。高齢者や低所得者向けの公的保険は拡大し、国の財政赤字拡大圧力となる。議会予算局（CBO）の試算では、一人当たりの医療費は1965～2005年にかけて年平均4.9%増加し、一人当たりGDP成長率（同2.1%）を大幅に上回る。

## 〈誰が医療保険に入り、誰が入れていないのか〉

医療保険に加入できている人を整理することで、加入できない層の特徴を洗い出してみよう。医療保険に加入している人には三つのタイプがある。①企業



〔出所〕米国大統領経済諮問委員会

が従業員に提供する団体保険、②65歳以上の高齢者・低所得家庭の児童・低所得層向けに用意されている公的保険<sup>3)</sup>、そして③高額所得者が自ら加入する民間の個人保険だ。

「雇用者負担保険」は国民の6割をカバーしている。労働者とその家族に対して企業が福利厚生の一環として提供するものだ。平均的なケースでは企業負担が7、8割、個人負担が2、3割である。ゼネラル・モーターズ（GM）がかつて「ジェネラス（Generous：寛大な）・モーターズ」と呼ばれていたのは、従業員・家族、さらには退職者向にも手厚い医療保険を提供していたからだ。「公的保険」がカバーする割合は国民の約2割、「個人加入」が1割弱だ。

無保険者は、これら三つの類型に当てはまらない人たちである。例えば中小企業に勤めているが、会社の業績が冴えなく雇用者が医療保険を提供してくれない。低所得層と認定されるほど所得が低いわけではないが、自身で医療保険商品を購入できるほどの余裕はない——。平均的な無保険の人たちは、このような人たちである。

3) 公的保険の例は65歳以上の高齢者や障害者向け医療保険制度（Medicare：メディケア）や低所得者向け医療保険制度（Medicaid：メディケイド）、児童向け医療保険制度（SCHIP：スキップ）がある。

4) 2009年6月の経営破綻後は、政府がGM株の60%を取得し「ガバメント（Government：政府）・モーターズ」と呼ばれた。

### 〈議会審議は難航、国民全体に広がる財政赤字拡大へのアレルギー〉

下院は歳入、教育・労働、エネルギー・商業の3委員会の合同案を提示、これに対し上院は公的保険制度の拡充を重視する故エドワード・ケネディ上院議員（民主党、マサチューセッツ州）率いる健康・教育・労働・年金委員会案と、財政出動を最小限にとどめ超党派の理解を得ようとするマックス・ボーカス上院議員（民主党、モンタナ州）率いる財政委員会の案、以上三つの案が提示された。ただし、議論を詰める中で、改革への異論が噴出し始めた。まず企業については、従業員への医療保険提供の拡充を求められるので、コスト高となる。米商工会議所は、企業負担は従業員の削減、賃金の削減、最悪企業倒産にもつながりかねないと反対する。大手製薬業界にとっては、医療コストの削減圧力がかかると、高額な新薬を販売し利益を上げてきたビジネスモデルの変更を余儀なくされる。民間保険会社にとっては、仮に新たな公的保険制度が設けられれば顧客を奪われる可能性がある。そして国民全体に幅広く共有される懸念が、財政赤字の拡大だ。オバマ政権は10年間で9,000億ドルのコストが必要とはじき出している。

〈トーンダウンさせても、なんらかの形でまとめる方向へ〉  
オバマ政権は、2010年中間選挙をにらみ、あえて医療保険制度改革を優先させた。「何もできなかつた」という選択肢はない。一方で、個々の議員の心境は複雑だ。中間選挙で勝ち残りたい議員の中には、あまり波風を立てずに、法案審議が先送りになり、「改革が行われたかどうかが議員個人の責任にならないシナリオこそ最善だ」と考える者も出てきた。

オバマ大統領は改革への決意を国民に直接訴えることで、割れる賛否、及び腰の議員らをけん制する。大統領は2009年9月、議会で制度改革の重要性を直接国民に訴える手法に出た。このアピールは短期的には奏功。CNNとオビニ

オンリサーチ社の共同世論調査によると大統領の医療保険制度改革に対する支持率は、演説前の53%から演説後の67%へと急回復した。大統領はまた、財政赤字拡大の元凶として批判の多い、新たな公的保険制度の創設には固執しない柔軟姿勢も示した。政権は、最後は国民への直接の訴え、大統領支持率をよりどころに、2010年の中間選挙までに、なんらかの形で決着させようと模索している。

表2-3 2009年9月9日、上下両院合同委員会でのオバマ大統領演説要旨

|   |
|---|
| ○歴代大統領は医療保険制度改革に取り組んできた。しかし私はそのしながりを務める決意だ。                                   |
| ○米国での1人当たりの医療費は他の約1.5倍と高い。医療費が高騰すれば公的医療保険の維持にかかるコストが高くなり、税金の投入が増えて財政赤字を拡大させる。 |
| ○改革は、既存の被保険者の保険サービスには影響を及ぼさないなどの規制をかける。                                       |
| ○4年間で民間保険商品の統一市場（医療保険エクスチェンジ）を設け、価格競争を通じ、保険料を下げる。                             |
| ○上記市場を通じても保険サービスを入手できない人には、賃額控除を行う。あるいは病歴を理由に保険に入れない人には直ちに安価な保険を提供する。         |
| ○医療保険制度改革に要するコストは10年間で9,000億ドル。ただし、本改革によって財政赤字を拡大させることはない。                    |

〔出所〕ホワイトハウス

### 3. 気候変動対策とクリーンテック産業の興隆

#### 〈米国は“グリーン”“クリーン”的対極か〉

米国の人口は世界の5%を占めるにすぎないが、世界のエネルギー使用および温室効果ガス排出の20%を占めており、“グリーン”“クリーン”的対極に位置するイメージが強い。ごみは分別せず、トイレの紙や食堂のナップキンは使い放題。オフィスには強力な冷暖房があり、煌々と照明がつく。燃費の悪い小型トラックで疾走しカソリンを大量に消費する——。そういうライフスタイルは、今もごく日常の中で見られるものだ。ブッシュ政権では温室効果ガスの排出と地球温暖化の因果関係について、ホワイトハウス内でも科学的根拠がないという議論が残っていた。米国民も温暖化の原因を判断しかねている。2009年5月発表のギャラップ社の国際世論調査によると、「地球温暖化は人間の活動が原因」と回答した割合は米国では49%に留まる<sup>5)</sup>。

#### 〈環境シフトとは安全保障および経済産業振興の要請に基づく〉

しかし、オバマ政権の発足後、国全体がゆっくりと環境重視の方向に向かい始めた。なぜか。日本における環境意識の高さには、“もったいない”“清貧”などの文化的、精神的な要素が大きく影響している。一方、米国の動機はドラマチックだ。上位から、韓国92%、日本91%、コスタリカ87%、ギリシャ84%、エクアドル・アルゼンチン・台湾81%。下位は中央アジア、アフリカ諸国が中心。

イだ。第1に、エネルギー自立を果たしたいという安全保障上の要請がある。

米国は石油の6割を輸入に依存している。特に中東への石油依存は非民主的でテロの温床である地域への所得移転、中東の発言力強化に加担するものであり、民主国家・米国にとって良いはずがないという思想がある。つまり「グリーンを目指すのは…環境主義者の高尚な趣味でもなければ、“個人の美德”でもない。国家安全保障にとって欠かせない要件」なのだ（『グリーン革命』（Hot, Flat, and Crowded）、2008年、トーマス・フリードマン著）。第2に、環境分野を製造業復活の活路に、との思惑がある。再生可能エネルギーの生産と、化石燃料の利用を抑える省エネルギー技術の開発が進む中、新たに生まれた技術、製品の販売を通じて国内の雇用を拡大し、さらに世界全体で7,000億ドル（約70兆円）以上ともいわれる環境市場を獲りにいこうという狙いもある。米国の環境シフトは、安全保障と産業振興という極めて実利的な狙いのもとで進んでいる。日本のような「エコは良いこと」という情緒的な側面は少ない。

#### 〈オバマ政権発足で大きく変わる、連邦政府〉

まず、連邦政府の政策の変化を見てみよう。オバマ政権は「10年間で1,500億ドル（約15兆円）」規模のクリーン・エネルギー経済実現に向けた研究・開発投資を掲げている。2009年2月成立の景気対策法では700億ドル（約7兆円）以上がエネルギー・環境関連に充てられ、事業、優遇税制が動き出している。米国内環境関連産業に従事する、いわゆるグリーン雇用（green collar job）は現在75万人とも言われるが、一連の環境投資を通じ、500万人の雇用の維持・創出を目指している。

また、環境シフトの象徴的な出来事は、米環境保護庁（EPA）による「温室効果ガス=有害」認定だ。マサチューセッツ州をはじめとする12州と環境保護団体が「EPAは二酸化炭素排出に対する規制を実施すべきだ！」と提訴。連邦最高裁判所は2007年12月、「EPAは二酸化炭素が公衆の健康や福利厚生を脅かす大気汚染物に相当するかどうか、科学的根拠に基づいて決定しなければならない」と判断した。ブッシュ政権は、産業界への配慮から規制を設けなかつたが、オバマ政権はこの問題に踏み込んだ。EPAは2009年4月「温室効果ガス<sup>6)</sup>は公

|      | 概 要  | 金額（億ドル）   |
|------|--|-----------|
| 減 税  | 再生可能エネルギー発電に対する税控除の延長<br>家庭の省エネ投資に対する減税額を拡大（1世帯当たり上限1,500ドル） | 131<br>20 |
|      | 環境対応車への買い替えに対する減税  | 20        |
|      | 送電網整備のための電力販売公社への財政支援  | 65        |
|      | 州政府などのエネルギー効率化・省エネプログラムへの補助                                  | 63        |
| 財政支出 | 旧原子炉の撤去  | 51        |
|      | 中低所得者向け住宅の断熱化などへの補助  | 50        |
|      | 送電網の近代化  | 44        |
|      | 再生・効率エネルギー技術の研究開発  | 25        |
|      | 次世代型電池製造への助成   | 20        |

〔注〕減税額は2009年から10年間の合計。財政支出額は2009年から2019年までの11年間の合計。

〔出所〕ホワイトハウス、「ウォールストリート・ジャーナル」電子版

#### 共の健康や福利厚生を脅かす」と発表した。

エネルギー政策の基本方針も様変わりした。ブッシュ政権では石油・天然ガス、原子力などエネルギーの国内生産の増加を図る供給サイドの対策が中心だった。一方で、オバマ政権は石油などの掘削に対する関心が低い。2010会計年度予算（2009年10月～2010年9月）において、ブッシュ政権期に設けられた石油・天然ガス企業向け税額控除の廃止を求めたほどだ。大量の石油・天然ガスの埋蔵が見込まれる北極圏野生生物保護区（ANWR：通称アンワー）についても、開放を訴えたブッシュ政権に対し、オバマ政権は自然保護を理由に反対する。そのほか2009年1月、ユタ州での石油・天然ガス掘削プロジェクトを環境評価の未実施を理由に中断させ、同年2月には西部諸州で予定されたオイルシェール鉱区のリース販売を差し止めた。掘削よりも、省エネルギー技術の開発、太陽光・風力など再生可能エネルギーの生産に力点を置く。

#### 〈連邦に先駆けて盛り上がる、州・地域の取り組み〉

オバマ政権の発足前から、米国ではカリフォルニア州、ニューヨーク州などを中心に戸太陽光、風力、省エネ技術などの環境産業が、連邦と州それぞれからオバマ政権はこの問題に踏み込んだ。EPAは2009年4月「温室効果ガス<sup>6)</sup>は公

6) 米国の大気汚染の規制はEPAのもと、大気净化法（Clean Air Act）に基づいて管理。同法は数百種類の大気汚染物（air pollutants）を指定し、その規制基準を定めている。

の手厚い税優遇策、補助金、融資の追い風を受けて伸びていた。環境後進地域のイメージの強い内陸部（テキサス、アイオワ、サウスダコタ各州など）も、「風の回廊（wind corridor）」と呼ばれ、広大な平原を吹く強風を活用した風力発電の集積地になっている。

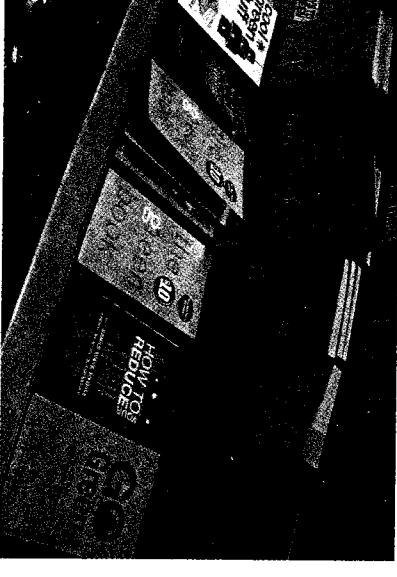
州単位ではカリフォルニア州が先頭をいく<sup>8)</sup>。2006年には温暖化対策法（AB32）を制定した。カリフォルニア州はキャップ・アンド・トレード方式の排出権取引制度を導入し、2020年までに温室効果ガスの排出量を1990年レベルまで削減すること目標にする。屋上にソーラーパネルを設置する住宅は10年前の500戸から、現在は5万戸近くになった。

地域横断的な取り組みも盛んだ。北東部では地域温室効果ガス・イニシアチブ（RGGI：レジー）が2009年、運用を開始した。北東部10州が参加する、発電所出米の温室効果ガス排出を削減する枠組みだ。また米国西部諸州は2007年2月、「西部気候イニシアチブ（WCI）」を結成した。域内に国際的な排出権取引市場を創設し、温室効果ガスの排出を2020年に2005年比で15%の削減を目指す。全米市長会でも、各自治体レベルで京都議定書の定める目標（2012年までに、温室効果ガスを1990年比7%削減）を達成しようと申し合わせている。2005年に始まった気候保護協定（U.S. Conference of Mayors Climate Protection Agreement）の輪は2009年7月までに971自治体に広がった。各自治体でエネルギー効率改善を支援する補助金プログラムや都市の緑化、都市計画の工夫などをを行っている。

### 〈民間資金も動き〉

連邦、州、地域に続き、民間資金も重なる。米国のベンチャー投資に占める環境関連の割合は2000年の0.6%（6億ドル）から2008年の11.8%（34億ドル）へと拡大、環境系ベンチャーも次々に誕生している。

個別企業の環境シフトは枚挙にいとまがない。洗剤メーカーのクロロックスは環境にやさしい洗浄剤シリーズを立ち上げた。飲料大手のコカ・コーラは配



書店でも環境ブーム

達用トラックへのハイブリッド車の投入を増やし、金融大手のバンク・オブ・アメリカは石炭の燃焼に伴う温室効果ガスの回収技術につき、大学の研究費を助成する。小売世界最大手のウォルマートは2009年7月、全商品に環境に対する負荷を記載したエコラベル（栄養成分表の環境版）を添付する計画を発表した。取引先企業からはコスト高につながると懸念が噴出しているが、米国内における環境表示の基準策定論議をリードする狙いがある。

### 〈いまだヨチヨチ歩きの環境分野だが、やがて成熟した産業へ〉

盛り上がる環境ビジネス——。しかし、産業としてはまだヨチヨチ歩きの状態である。まず景気の波に大きく左右される。環境分野へのベンチャーキャピタル投資には、2009年第1四半期、前年同期比で約8割減と大ブレークがかかってた。「確実に当たる技術をもちながらも資金を集められない優良企業がある」（環境系調査会社幹部）ほどだ。第2、3四半期には持ち直したもののが、前年同期比では半減と完全回復までの道のりは長い。

価格競争力の点でも難はある。2009年後半、原油価格は1バレル70ドル台だが、バイオディーゼルや茎・草といったセルロース由来エタノールなど次世代バイオ燃料の採算ラインはその上といわれる。2009年8月時点では、全米のバイオディーゼル生産能力の3分の2は開店休業状態。全米最大のバイオディーゼル精製業者グリーンハンター・エナジーは2009年初めにすでに生産を停止。暗いニュースを探そうと思えばいくらでも出てくる。

8) Pew Charitable Trustsの調べによると、2006～2008年のカリフォルニア州におけるクリーンエネルギー企業数は1万209社。雇用は12万5,390人、ベンチャーキャピタル投資額65億8,000万ドル。いずれも全米第1位。第2位のテキサスは、企業4,802社、雇用5万5,646人、投資額7億1,700万ドルと、カリフォルニア州の“環境度”は他を圧倒している。

ただ、長期で展望すれば、悲觀することはない。マサチューセッツ州の環境

アーリストは「今は、成長の物語から、政府支援に依存しない成熟産業への移行期にある」と語る。これは、どういうことか。

将来成長が約束される産業はいずれも、その黎明期において、多くの中小企業が誕生しては淘汰を繰り返す。そしてこの時期は民間投資だけでは足元がおぼつかないので、税優遇や補助金、時に規制など、政府による適切な後押し、誘導が必要になる。米国の環境ビジネスはまさにこの黎明期にある。ITが1990年代に、ビジネスの“ブーム”から金融の“基幹”へ発展したように、5年、10年先には、環境分野も成熟していこう。

#### 〈気候変動対策法案の前に立ちはだかる壁〉

政府の役割は、優遇税制のアメと規制のムチを使って、産業を適切な方向に導くことだ。オバマ政権は、温室効果ガスの排出削減と排出権取引の実現を中心とする気候変動対策をテコに、米国の環境シフトを固めたい意向だ。

下院は2009年、「米国クリーン・エネルギーおよび安全保障法案」(H.R.2454。通称、ワックスマン・マークイー法案<sup>9)</sup>)を可決した。(1)連邦ワイドでの温室効果ガスの排出削減(2020年に2005年比17%減、2050年に同83%減)、(2)規制対象産業には排出上限の枠を有償・無償で渡し、これを超える排出を行う場合には市場から排出権入手させる排出権取引制度(キャップ・アンド・トレード)の導入を盛り込んでいる。連邦議会が温室効果ガスの排出削減策を可決したのは米国史上初だ。最終的には上下両院案の調整・可決を経て成立する。ただし、議会審議は難航している。

第1に、今の経済情勢では議論を急に進めにいく。環境対策とは、要是規制強化を意味する。長い目で見れば新しいビジネスが生まれ、雇用を生み出すが、既成のビジネスには追加コストがかかる。例えばエネルギー集約的な化学工場は、温室効果ガスの割当量を上回る排出をすれば、排出権を市場から調達しなければならない。少なくとも短期的には、ビジネスにマイナス影響をもたらす。景気が上向きの時にはまだ議論の余地がある。しかし、米国は戦後最長

の景気後退を経験したばかりだ。2010年の中間選挙をにらんでも、野党共和党に格好の攻撃材料を与える。

実際にどのくらいのコストがかかるかも不明だ。排出権を購入した企業が、これを製品価格に転嫁すれば、国民の負担は増す(コスト)。一方、政府は排出権の売却で得た歳入を家計への補助、エネルギー関連投資などを通じて企業と家計に戻す(還元)。以上「コスト」から「還元分」を引いた純コストは、10年間で219億ドルとなる(議会予算局)。国民1人当たり年間175ドルの負担増だ。しかも、シナリオ次第で1人当たり負担額が「600~1,600ドル」という試算もある。

第2に、議会民主党が一枚岩で支持するとは限らない。賛否は共和党・民主党といつた党派ラインだけではなく、地域別にも賛否が割れている。比較的環境意識が高めの米国北東部諸州と西海岸諸州では対策に理解がある。一方で、中西部、南部、五大湖周辺の製造業集積地域では環境意識が低かったり、議員の支持母体であるエネルギー集約的な製造業からの反発があったりと、懐疑的な声が多い。

第3に、政治的な難しさもある。気候変動対策は仮に法律が成立しても、2010年中間選挙でそれほど魅力的な“売り”材料にはならない。「環境保護は大切」という意見に反対する人はいない。しかし、選挙では、国民の生活に直結した政策・実績を具体的に示さなければならぬ。気候変動対策は少なくとも短期では既存のビジネスに対するコスト圧力のため、票につながりにくい。

#### 〈国際交渉の難しさ〉

気候変動対策の実施には、海外の動向も影響する。米国では、自國のみが温室効果ガス排出削減に努力することへの不満がある。排出量を今後増やしていく中国、インドなど新興国にも排出削減の義務を負わせなければ、米国にだけ足かせをつけるようなもので、競争力を失うとの懸念がある。米国が京都議定書の批准を見送った際、国際的な排出削減の枠組みに参加する条件として、米国上院は次を挙げた。(1)経済活動に悪影響を及ぼさないこと、そして(2)中国、インドなど新興国も排出削減の義務を負うことだ。とくに後者の合意を取り付けることは難しい。

米国はまず国連・気候変動枠組み条約締約国会議(COP)などの国際交渉の名をとっている。

9) 共同提案者である下院エネルギー委員会のヘンリー・ワックスマン委員長(民主党、カリフォルニア州)と、同委環境小委員会のエドワード・マークイー委員長(民主党、マサチューセッツ州)

場を活用する。ヒラリー・クリントン国務長官は2009年1月、中国、インドの国際エネルギー機関（IEA）加盟を後押しすると述べた。両国をエネルギー分野での国際協調に引き入れ、徐々にでもエネルギー消費量の拡大を抑え、あるいは節約する方向にもっていこうとしている。同時に2009年に始まった米中戦略・経済対話（S&ED）、米印戦略パートナーシップのような二国間協議を通じて、新興・途上国からの譲歩を引き出していく。

#### 〈環境技術・製品の輸出を成長のエンジンに〉

米国内での気候変動対策法案の作成、あるいは国際間での取り決めといった“枠組み作り”には、既述のとおり沢山の障害が立ちはだかる。

しかし同時に、米国は政府、企業とも「環境分野を次の成長のエンジンにする」「そのためにはどうしたらいいか」という方向へ頭を切り替えていた。その答えの一つが輸出だ。

そもそも、輸出に力を入れる必要は環境分野に限らない。米国経済の主力エンジンはGDPの7割を占める“個人消費”だ。しかし、住宅・株など資産のバルが崩壊し、今後消費の神通力は幾分弱まっていく。そこで、消費を補う役割として“輸出”に期待がかかる。

特に環境分野については、輸出を前面に出さざるを得ない事情もある。米国人・企業の環境意識が盛り上がれば、米国内の関連消費・投資は増える。しかし、その旺盛な需要を満たすのは必ずしも米国製造業とは限らない。事実、環境製品の輸入が増加している。ニュー・アメリカ・ファウンデーションは、「米

国」の環境製品の貿易収支は、1996年の144億ドルの黒字から2008年に89億ドルの赤字に転じた」「国内市场が拡大する一方で、需要に見合う供給体制の整備が追いつかなければ、国内の雇用が危なくなる」と指摘する。「先進国政府による環境分野への注力は、中国の雇用を生み出すだけ」との冷めた見方がある。こうした懸念を受け、下院は2009年6月に可決した気候変動対策法案に、温室効果ガスの排出を制限しない国からの輸入に事実上の関税をかける規定を盛り込んだ<sup>10)</sup>。オバマ大統領は保護主義だと非難したが、政権は「環境ビジネス＝輸出を通じ経済成長につながるもの」と示す必要がある。

輸出有望先の筆頭にくるのは中国だ<sup>11)</sup>。米国政府高官らは、中国の環境市場は2010年に1,860億ドル、2020年には5,000億ドルに拡大すると見通している。2009年7月28日開催の中経済・戦略経済対話（S&ED）では、両国は温暖化対策に関する覚書（MOU）を交わし、先に合意済みの両国の10カ年環境エネルギー協力の推進や、温暖化対策に関する情報交換や共同研究、技術移転など具体的な協力の可能性を探る「温室効果対策政策対話」の新設を確認した。具体策はこれからという段階ながら、米国はその先に中国市場に進出しやすい環境づくりを見据えているはずだ。

すでに、中国をコスト抑制のためのビジネスパートナーに据え成功する企業もある。3M（スリーエム）は事務用品のポストイットを中国で生産するが、この原料の2割はリサイクル紙である。また交通標識に使用する、化学処理が施されていない“エコ”仕様の反射材も中国で生産する。

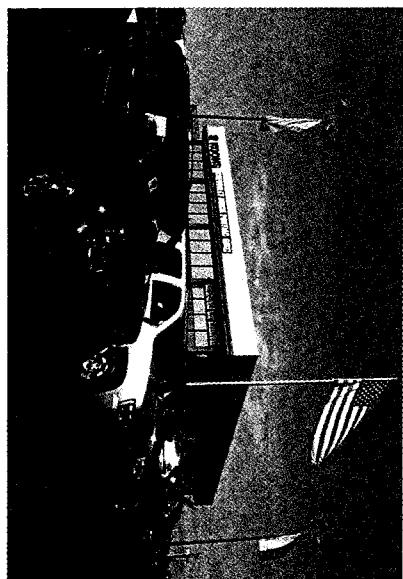
今後克服すべき課題は、知的財産権の保護だ。「外国企業にとって中国市场進出に二の足を踏む原因は、中国が求める技術移転だ」（米調査会社クリーンテックグループ）。一方で、権利の保護よりも、市場の獲得を優先する企業もある。総合電機大手ゼネラル・エレクトリック（GE）は中国の事業パートナーに対し風力発電タービンから低公害工場の建設ノウハウまでを提供した。巨大市場を獲得するために、企業の試行錯誤は続く。

#### 4. 米国自動車産業—復活への道—

米国自動車産業は2008年、苦境に立たされた。米国の自動車産業は100年以上の歴史を誇り、米国の製造業を代表する花形産業であった。しかし、従業員向けに提供された手厚い福利厚生が経営の負担となり、ここに戦後最長の景気後退が追い討ちをかけた。この難局に対し、オバマ政権は大統領直属の自動車部会が設けられ、米国自動車メーカーの再建が進められている。

環境対応車への支持が高まる中、米国自動車メーカーは今後ますますその影響（11）一方、中国の環境企業にとって、米国は“攻めどころ”だ。太陽光発電装置（PV）分野では、中国企業サンテックが2009年に独Qセルズを抜くことが確実。第1位の米ファースト・ソーラーに次ぐ規模となる。中国企業は、大卒技術者の年間給与が70万円ほどという圧倒的な価格競争力で欧米、日本企業を追い抜いていく。サンテックら中国企業は米国の保護貿易主義、対中批判を回避する手段として、米国内の組立工場建設を検討・準備している。

た。そして米国の自動車業界にはビッグスリーとよばれるゼネラル・モーターズ (GM)、フォード、クライスラーの3社が君臨した。自動車の普及・発展とともに、製造業も隆盛を維持した(付録V参照)。



自動車ディーラーに並ぶ米国車

響力を失っていくとの見方は多い。ただし、米国自動車メーカーは厳しい再建策の実行から売れる車に焦点を絞ったスリムな経営に移行しつつある。日本が強みとする環境対応車についても、電気自動車などリチウムイオン電池を搭載する車については日米欧各自動車メーカーがまだ横一線に並んでいる状況である。さらには潜在的に“米国車”に対する思い入れがある。“米国自動車メーカーは既に復活への道を歩み出した”という見方は、日本企業のリスクマネジメント上、必要な視点である。

#### 〈米国製造業の基幹、自動車産業〉

米国自動車産業の歴史は1世紀以上に及ぶ。米国自動車メーカーの原型は、1886年にミシガン州に設立された「オールズ・モーター・ビークル・カンパニー」だ。同社は蒸気自動車を製造したが、ガソリンエンジンを動力とする初の実用的な自動車の生産には、1888年にドイツのカール・ベンツが成功した(のちのダイムラー)。米国マサチューセッツ州では1893年に、デュリア兄弟が国内初のガソリン駆動自動車の製造に成功した。

米国が本格的な自動車の時代に突入するきっかけとなったのは、1903年の「フォード・モーター・カンパニー」の登場である。同社は1908年にT型フォードの量産体制に入り、以後1927年まで、大きなモデルチェンジなしに、1,500万台以上を生産し、自動車文化の礎を築いた。これまで鉄道でしか行けなかった遠くの土地へ、家族や仲間単位で好きなペースで行くことができるようになっ

#### 〈2008年、約4割の市場が“蒸発”〉

2008年秋、未曾有の景気後退の前に、自動車がまったく売れなくなつた。2009年の販売台数は年1,000万台レベルと、わずか4年前の1,700万台市場の4割が“蒸発”(evaporate)した。

レガシーコストの重荷を背負い、すでに経営難に直面していたビッグスリーだったが、市場の蒸発の前にはなすべはなかった。経済全体が不況にのみ込

まれる中、住宅市場の低迷による住宅担保ローンを通じた自動車購入が減少した。そして金融危機に伴う自動車購入ローンの融資基準の厳格化が、さらなる販売の下押し圧力となった。2008年末以降は毎月経営破綻と隣り合わせの自動車ならぬ“自転車”操業が続いた。

### 〈それでも助けてもらえるという思い込み〉

それでも、ビッグスリー各社は、最後は政府が助けてくれる、国民は見捨てないという、根拠のない自信をもっていた。

2008年の大統領選挙が終了した11月、連邦議会にビッグスリーの最高経営責任者（CEO）3人が集まつた。議会で自動車産業の窮状を訴えて、緊急融資を決める法案を可決してもらうことが狙いだった。しかし、いずれも本社のデトロイトから社用プライベートジェットで首都ワシントンDCにやって来て、これが議員と世論の批判にさらされた。12月に議会に再度出頭した際、彼らはデトロイトから半日がかりで環境対応車に乗ってきた。

ただし、どのように説明をしても、世間の目は冷やかだった。2008年末には共和党を中心に、「経営に失敗した企業への公的支援はモラルハザードを起す」「自ら責任をとればよい」との声が多数を占めるようになった。

オバマ大統領は、米国自動車メーカーの窮状にどのように向き合ったのか。<sup>12)</sup>論から言えど、オバマ大統領は経営に失敗した企業を見捨てる選択肢、そして救い出す選択肢、両方の選択肢を持ったまま、GM、クライスラーの経営再建を見守っていた<sup>13)</sup>。仮に見捨てれば自動車産業集積州の住民からの反発を買う。しかし、資金が枯渇するたびに小出しにつなぎ融資を統ければ、個別企業の救済に税金を投じることに後ろ向きな大多数の国民から批判される。

大統領が用いた基準は、環境対応車の製造に注力するか否か。そして売れる車に絞り、従業員に対する過剰な福利厚生の提供をスリム化するなどの経営再建を図れるかどうかだった。

### 〈自動車作業部会が発足、経営再建への道始まる〉



米議会での証言を持つ米ビッグスリー（三大自動車メーカーの首脳ら）。左からゼネラル・モーターズ（GM）のワゴナー会長兼最高経営責任者（CEO）、クライスラーのナルティ会長兼CEO、フォード・モーターのムラリー社長兼CEO

自動車作業部会が2009年1月に発足した。表面上、関連産業へのヒアリングやデトロイトに出向いての実地検分などが行われていたが、経営破綻、再建に向けたシナリオ作りが着々と進められていった。

作業部会が発足する前には、「救済すべきだ」とする労働組合に近い民主党系の論客と、「破綻プロセスをリストラの好機」とらえるべきだとする共和党系の論客が激しい論争を開催していた。

しかし、作業部会が発足した後は、こうした議論が一気に収束。情報の統制・管理が厳しくなった。うわさ話の好きなワシントンDCの識者らの間にも、十分な情報が回らないほどだった。そういう中、時折経営破綻もやむなしという情報がメディアに小出しに流れていった。やがて、国民の間では破綻やむなしとの相場感が支配的になってきた。

さらに、救済の道は狭まる。2009年3月に発覚した保険大手アメリカン・インターナショナル・グループ（AIG）幹部社員への高額賞与支払い問題を受け、公的資金注入による企業救済に世論の猛反発が起きた。「この期に及んでまさか、自動車メーカーまで救済しないだろうな」という空気が醸成された。最終的に2009年4月にクライスラー、6月にGMが連邦破産法第11条を申請し経営

12) オバマ大統領は2009年2月24日の施政方針演説で、自動車産業の苦境は長年の経営判断ミスと、世界不況がもたらした、特に悪い経営を擁護するつもりはないと表明。一方で、国際競争に勝てる産業への再編が必要であり、この問題から逃げることはできないとも発言。政権として、米自動車メーカーを完全に見捨てるわけでもない含みを持たせた。

破綻した<sup>13)</sup>。

ただし、破綻劇にも、業界を含めて意外に世間は落ち着いていた。そもそも自動車市場は前年末より収縮し、需要の“蒸発”が周辺の部品産業を苦しめていた。両社の破綻の影響が感じられないほど、市場は痛んでいた。

#### 〈米国自動車メーカーの時代は終わらない〉

2009年7～8月にかけて実施された新車購入支援策（CARS。通称「ポンコツ車買い替え支援策」（Cash for Clunkers））では約70万台が買い換えた。制度のあまりの人気に、当初10億ドルだった補助金額は急きょ30億ドルに増額されたほどだ。それでも7月24日の制度開始から約1カ月で補助金財源は枯渇し、レイ・ラファード運輸長官はプログラムの終了を発表した。

売れ筋上位10車種のうち7車種が燃費の良い日本車。一方、下取り上位10車種はすべてピックアップトラックやスポーツ多目的車（SUV）など大型車種だった。この買い替え支援策で起きたのは、大型車のピックスリーカーから、中小型のアジア系環境対応車へのシフトだった。

果たして米国自動車メーカーは凋落の一途をたどっていくのか。答えは、必ずしもイエスとは限らない。

日本の自動車メーカーは基幹部品の基本構想や設計を独自の調査・分析に基づいて立案し、場合によって自ら試作品を作つてどの品質の部品をいくらで製造できるかを確認してから部品メーカーに対し仕様を提示し発注する。米国自動車メーカーは効率化の名のもとに、基幹部品であつても外部の部品メーカー

に頼りきつてしまい、自社内でのノウハウの蓄積を怠ってきた。この体質はそろやすやすと変わるのではない。従つて、「米国自動車メーカーの競争力がすぐ戻ってくるはずはない」という声も多い。

しかし、米国の魅力であり、恐ろしさは、一度目標を定めて官民そろって動き出すと、とてもないスピードで一見無理な目標でも達成するところだ。「10年で人類を月へ」が合言葉のアポロ計画は8年で目標を達成した。そして米国が市場を席巻してしまうと、他国のメーカーは到底、太刀打ちできない。

ここで、日本企業のリスク管理の意味も込めて、米国自動車メーカーは復活する、復活に向けて歩み出したと仮定し、以下見ていただきたい。

#### 〈鶏肉をなくし、筋肉質になつて復活へ〉

GM、クライスラー両社が凋落の道を歩み始めた原因は、米自動車大手の「寛大さ」にあった。現役世代に限らず、退職した従業員そしてその家族まで含めて、手厚い医療保険や年金を給付していた。

そもそも2012年にはメーカーから分離し全米自動車労組（UAW）退職者医療給付信託に移管することが決まっていたが、破綻をめぐる騒動の中で、両社はこの計画を前倒しした。さらに、再建過程で人員の整理、給与のカット、不必要に多いディーラー網のスリム化などの大胆なりストラ断行に着手した。これは経営破綻がもたらしたプラスの影響といえよう。

需要が増えつつある環境対応車シフトも加速させる。2008年の北米の自動車生産を見てみよう。SUVなど大型車では前年比4割減という車種もある中、小型・中型車の減少幅は小さく、車種によつては増加したものもある。GMは「小型車は米国そして世界で最速の成長分野の一つ」と意気込む。フォードは2012年末までに米国市場に6種の新たな小型車を投入する予定であり、新生クライスラーもファイアットの小型車生産をメキシコで開始する計画である。

#### 〈自動車の新たな用途：蓄電池としての使い方〉

「自動車＝乗り物」は、20世紀型の発想になるかもしれない。自動車の新たな用途が、注目を集めている。自動車を電池として使おうというのだ。

2009年2月に成立した米国再生・再投資法では、「スマートグリッド」の研究

[注] mpgはガソリン1ガロン当たりの走行マイル。

[出所] 米国運輸省

13) GMの負債総額は823億ドル。米国製造業では過去最大規模。全業種では2008年9月倒産のリーマン・ブラザーズで負債総額は6,130億ドル。

表2-6 GMの再建作業

|  |
|--|
| 政府支援<br>301億ドルを追加融資。一時国有化（政府の株式保有：60.8%、カナダ政府・オンタリオ州政府<br>11.7%、全米自動車労組（UAW）17.5%、債権者10%）。     |
| 米ディーラー網<br>6,246店（2008年末）→3,605店（2010年末）に縮小  |
| 米生産拠点<br>47カ所（2008年末）→33カ所（2012年）に集約   |
| 米従業員<br>正規社員 3万2,300人→2万7,200人（大多数が2009年中に削減<br>期間工員 6万人（2008年末）→4万人（2010年）→3万8,800人（2012年）に削減 |
| ブランド<br>「シボレー」「キャデラック」「ビュイック」「GMC」の中核4種に絞る。<br>「ハマー」→中国企業、四川騰中重工機械に売却へ。<br>「サターン」→廃止へ。         |
| 人事<br>エドワード・ウェッティーカー元AT&T会長が新生GMの会長就任。<br>年11月)  |

向けに110億ドルの予算がついた。スマートグリッドとは、電力を発電所から企業・家庭への“一方向”に流すだけでなく、発電所・企業・家庭間で“双方向”に流す仕組みである。大規模発電所を一つ作って効率的に発電し企業・家庭に供給する方式から、それぞれが発電し自由に電気を売買できる方式への転換を意味する。

まだ地方都市での実証実験中にあるスマートグリッド構想だが、オバマ大統領はこれを将来、全米ワイドに拡大させることを目指す。このシステムを実現するには、各家庭に設置する太陽光や風力発電で起こした電気を売りたいときに入る、あるいは価格が低い夜間に安く購入するために電気を貯蔵しておける高性能電池が必要になる。それに、電気自動車に搭載のリチウムイオン電池を活用しようという考え方がある。たとえば、オバマ大統領が2015年までに100万台を走行させたいとするプラグインハイブリッド車については、車載したりチウムイオン電池が電気の貯蔵容器になるとみられる。今まで温室効果ガスの排出源、エネルギーの無駄遣い、過剰消費の象徴と捉えられてきた自動車。それが21世紀はエコライフの必需品に変わるものかもしれない。

問題は、リチウムイオン電池は価格が高く、また発火防御が難しい点だ。電気電子メーカー各社は開発でしのぎを削っている。プラグインハイブリッド、電気自動車はあと数年で、一般消費者向け市場にも顔を出す。価格と性能の両面で消費者の支持を集める電池を獲得した自動車メーカーが環境対応車市場を

席巻する可能性もある。米国自動車メーカーにもチャンスはある。

〈小型トラックの実需、そして“米国車”的強み〉

環境対応車人気は、新車購入支援策（CARS）が証明した。2009年8月、新車を購入した126万人のうち58%が燃費の低いピックアップ、SUVなど大型車ではなく、乗用車を選択した。たしかに環境人気、コンパクト人気はある。ただし、2008年に車種別でもっとも売れたピックアップトラックのフォードFシリーズも、翌年8月には前年同月比12.8%増と好調だった。8月は景気の底打ちがかなり明確になってきた時期。景気が回復すれば、やはり米国では大型車も戻ってくる、そう予感させるエピソードである。

地域や用途によっても、売れる車に差は出てくる。カリフォルニア州ロサンゼルス近郊のハイウェイを走ると、日本車を含め、実にコンパクトカーを多く目ににする。州民の環境意識の高さを反映している。一方で中西部や南部の郊外、まして山岳、砂漠地帯でコンパクトカーを見ることはそれほど珍しいことではない。運転中に蓄積する疲労感を考えると、とくに長距離走行では車高の高い、小型トラックに乗るほうが快適である。また米国的小型トラック需要のうち、4分の3は生活や仕事の必要性に基づくといわれる。4分の1の需要は環境対応車に乗り移る可能性があるが、それ以外は今後も小型トラックを買い続ける。

過去の車種別販売台数のランキングを見ても、上位10車種の中には必ず小型トラックが数台入る。今までよりは燃費のよい、ちょっとエコなピックアップトラックが製造されれば、かなりの支持を集めることになろう。そしてこうした小型トラック系は米国自動車メーカーの十八番だ。

そもそも、米系メーカーの自動車は、米国人から愛されている。環境志向の高まりともはやされても、「自動車購入の基準は環境じゃない、米国メーカーの車かどうか」と言い切る米国人は多い。2008年秋以降、急速に収縮する自動車市場の現状を調べるために、中西部の自動車部品メーカー工場の経営状況を調査したある日本人の話を聞いた。中西部の小さな都市の郊外で道端にいる少年に、将来大きくなったらどういう車に乗るのと聞くと少年は答えた。「お父さんが乗っている、ほら、あれに乗るのが夢だよ」。彼が指した先には、排気量の大きい米国自動車メーカーのピックアップトラックがあった。そのビジネス

表2-7 全米車種別新車販売台数の推移

| 順位 | 2008年9月     | 2009年3月     | 2009年9月     |
|----|-------------|-------------|-------------|
| 1  | シボレー・シルバラード | フォード・Fシリーズ  | フォード・Fシリーズ  |
| 2  | フォード・Fシリーズ  | トヨタ・カムリ     | トヨタ・カムリ     |
| 3  | トヨタ・カムリ     | シボレー・シルバラード | ホンダ・アコード    |
| 4  | シボレー・インパラ   | ホンダ・アコード    | トヨタ・カローラ    |
| 5  | ホンダ・アコード    | トヨタ・カローラ    | シボレー・シルバラード |
| 6  | ホンダ・シビック    | ホンダ・シビック    | ホンダ・シビック    |
| 7  | トヨタ・カローラ    | 日産・アルティマ    | ホンダ・CR-V    |
| 8  | ダッジ・ラム      | ダッジ・ラム      | ダッジ・ラム      |
| 9  | シボレー・マリブ    | シボレー・マリブ    | シボレー・インパラ   |
| 10 | 日産・アルティマ    | ホンダ・CR-V    | 日産・アルティマ    |

〔注〕網掛けはピックアップトラック。  
〔出所〕米調査公社オートデータ

ペーソンは「米国人の大型車志向は、そうやすやすとは変わらない」と感じたそうだ。日系企業の駐在員が日本車から米国車に乗り換えたとたん、近所の喫茶店連中から「あなたもようやく、私たちの仲間になったわね」と冗談半分に声をかけられるという話もある。いずれも気質、好みにかかわる話で定性的なエンジニアに過ぎない。しかし、米国自動車メーカーは常に上記のような“ゲタ”を履いた状態で日本車と競争をしている点は、見過ごしてはならない。2009年現在、いまだにGMが米国内販売台数で首位に踏みとどまる。一度は経営破綻した企業にもかかわらずだ。

環境対応車の需要が伸びるのは間違いない。しかし、米国内の現実を踏まえると、小型トラックのような大きな車の市場はこれからも引き続き残る。そしてそこに強みを持つ米国自動車メーカーは、いまだに大きな存在感を示している。

## 5. 財政赤字拡大圧力との戦い

### 〈大きな政府を嫌う米国人〉

オバマ政権が今後直面する、最大の経済課題は財政赤字問題である。米国人は総じて、経済に対する国の関与を殊更嫌う。米国内ではどちらかといえば大きな政府志向とされる民主党支持者も、他国との比較でいえば圧倒的に、政府の役割を限定的に捉えている。

大きな政府になっているか、そうではないかを端的に示す指標が、財政赤字の規模である。たとえば中・低所得層向けの生活保護や職業訓練、失業保険給付額の増額、製造業や農業向けの補助金拡充、減税、公共事業などを、歳出削減策なしに実施していけば、個々の受益者は喜ぶが、国の財政は悲鳴をあげる。

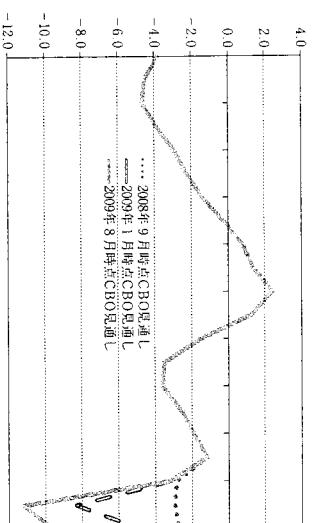
### 〈財政赤字の拡大が揺るがす、基軸通貨ドル〉

オバマ政権は2009会計年度の財政赤字額を1兆4,170億ドルと発表した。これは過去最大となつた2008年度の水準の実に3倍に匹敵する数字だ。これをオバマ大統領の第1期政権が終了する2013年度までに5,112億ドルにまで減らすとしている。それでも、2008年度の水準を上回る。

財政赤字が拡大した要因は史上最大の景気対策の実施や、景気後退による経済活動の停滞から所得税・法人税収が激減したことなどが挙げられる。景気対策は経済の底割れを防ぐための緊急避難的な措置であり、やむを得ないというのが多くの国民感情だった。オバマ政権も、巨額の財政赤字のうち多くは景気対策、金融危機対応、自動車産業救済策など、ブッシュ政権の負の遺産を引き継いだとして、予防線を張っている。

財政赤字拡大の副作用は、究極的には基軸通貨・米ドルの価値の下落、崩壊である。国債増発に伴う長期金利の上昇も懸念材料だ。政策金利は歴史的最低水準に下げられているが、長期金利が上がってくれば低金利政策の効果が減殺されてしまう。2009年6月、バーナンキFRB議長は下院予算委員会の公聴会

図2-3 米国のGDPに占める財政赤字の割合 (%)



〔出所〕米国議会予算局（CBO）

OUR NATIONAL DEBT  
1,956,321,044,267.  
YOUR *Family share* 101,387.

## THE NATIONAL DEBT CLOCK

財政赤字拡大を示す街角の電光掲示板

で、長期金利、住宅ローン金利の上昇は財政赤字への懸念を示すものと指摘している。

問題は、「財政赤字をこういう道筋で減らしていく」と示した工程表が大幅に狂ったときに、どこまで国民が受け入れてくれるかだ。オバマ大統領が最初に受ける選挙の洗礼は2010年11月の中間選挙だが、大きな課題の一つが、拡大する財政赤字をいかにコントロールするかだ。

### 〈反転攻勢に出る共和党、民主党内にも異論〉

共和党は2010年の中間選挙で、「民主党＝財政赤字拡大」を合言葉に選挙戦を戦う構えだ。同党は2009年4月2日、2010会計年度予算決議案をめぐり、民主党の主張する歳出規模が過多として上院で棄権1人を除く全員40人、下院で棄権2人を除く全員176人で反対した。同年2月の景気対策法の採決時、下院共和党議員178人が一糸乱れず反対に回ったのと同じ行動だ。

共和党への追い風は、世論が拡大する財政赤字に違和感を示し始めた点である。ABCニュース／ワシントンポスト紙の共同世論調査によると、オバマ政権の財政赤字問題への対応について、3月時点の支持52%：不支持43%が11月時点の支持42%：不支持53%へと、不支持が支持を逆転してきている。

一方、反対は共和党側に限らない。上記予算決議案には下院で、民主党議員20人が反対したが、うち7割は財政規律を重視するブルードック連盟（52人）

のメンバー。そのほとんどは過去大統領選挙で共和党を支持した、共和党的地盤出身だ。本採決を通して、歳出過多が選舉民から理解を得にくく、選舉に勝てないとなれば民主党議員でも共和党と同一歩調をとることが分かる。ちなみに上院民主党ではエバン・バイ議員（インディアナ州）ら2人が反対したが、上院は重要法案採決が僅差で決まる状況にある。わずかな造反でも民主党は思うように政策を進められなくなる。

2009年時点で5割台のオバマ政権支持率の内訳は、民主党支持者が7割、共和党支持者が3割だ。仮に金融不安の再燃、实体经济の予想以上の悪化、医療保険制度改革などの政策遂行に伴うコスト増により、赤字削減目標の達成が不可能となればどうなるか。民主党内の財政規律派が離反し、支持率低下に至る危険がある。①歳出圧力となる景気・金融対策、医療保険制度改革など優先課題の遂行と、②財政赤字削減との両立困難なテーマを抱える、舵取りの難しい道のりがオバマ政権を待ち構えている。しかしこの両立が、政権が求心力を維持していく上で避けられない道もある。

## 6. 米国の産業構造は農業、製造業を経てサービス産業中心へ

### 〈農業大国からハイテク、そしてサービス産業中心の国へ〉

米国の産業といつて何をイメージするだろうか。カリフォルニア州シリコンバレーを中心としたアップル、グーグルなどハイテクIT企業。世界展開する小売最大手のウォルマート。メキシコ湾岸に展開するエクソン、シェブロンなど米国石油メジャー。五大湖周辺の自動車産業に代表される近年苦戦続きた製造業から建設機械大手のキャタピラーや航空・宇宙大手のボーイングのように輸出・国際展開に活路を見出し成長する製造業。そしてワシントン州シアトル発祥のスタートアップに代表される新しいサービス業など。米国には製造業からサービス業まで多様な企業が座まれ、そのうち一握りの競争力ある企業は生き残り、ベンチャー企業のアイデアを吸収して、世界展開の巨大グローバル企業へと成長していく。

多様性そして厚みの大きさからも他国を圧倒する米国の産業界。その歴史は農業からスタートした。18世紀後半の独立戦争当時は、総人口の95%が農業に従事する農業国であった。そして19世紀以降、人々は新たな土地を求めて西へ

と移り、農業生産は拡大していく。農業生産の西進にあわせて、広大な土地を

効率的に耕すための機械需要が増えていく。19世紀半ばには鉄道の敷設ラッシュが訪れ、また生活圏の拡大に伴い増加する住宅などの建設需要などから、

鉄鋼をはじめとする米国製造業の基礎体力が形成された。また鉄道網の拡張はヒト・モノの移動をより活発にし経済活動の成長を加速させた。さらに19世紀から20世紀初めにかけて数度にわたり起きた移民ブームは米国の人口増をもたらし、産業の活性化にも寄与した。19世紀末には、農業生産高を工業生産高が上回った。

20世紀初めには、鉄道に続くもう一つの移動手段“自動車”的大量生産が始まり、自動車の時代が到来した。第二次世界大戦の軍事特需は電気機器、航空機、合成繊維、化学など多様な産業の裾野を広げた。製造業は第二次世界大戦まで農業、住宅、鉄道など重工業中心であり消費財の製造を含めた裾野の広がりは戦後になって訪れた。

#### 〈戦後の製造業の隆盛期と貿易摩擦とともに訪れた衰退、サービス業の興隆〉

第二次世界大戦と朝鮮戦争後、米国では郊外に一戸建ての自宅を持ち移動は自動車を利用する生活様式が普及した。家を持ってばテレビ、冷蔵庫など耐久消費財も売れ出す。1950年代半ばには製造業は対GDP比で3割を占める巨大産業へと成長した。“マイド・イン・USA”製品は品質を約束された世界のトップブランドとなつた。

ただし70年代以降、製造業の対GDP比率は徐々に落ち始め、いまは15%前後となっている。人件費が少なくて済む途上国で生産された安価で良質な製品が大量に流入し、これらの製品との差別化に苦慮したアパレル、コンピュータ・同部品、玩具等雑貨などの産業は競争力を失っていった。代わりに高度な研究開発を要するような、米国内しかできない分野として航空・宇宙、医療機器・製薬などの世界の先端をいく製造業が力を増している。なお、米国最初の産業“農業”的GDPシェアは50年代の1割前後からいまやわずか2%前後にまで低下した。

日本製品は不適に廉価な価格設定がなされているとして、米国産業界は政府に対し日本の輸出自主規制を働きかけた。結局、貿易摩擦問題に発展し、米国政府に保護を求めた産業はいずれも早晚、衰退の道を歩み、その後大幅な人員削減など厳しいリストラの断行を迫られるようになる。

経済が成熟し、個人の所得が増加して生活にゆとりが出てくると、消費のニーズは娛樂やヘルスケアなどのサービス部門へ向かう。社会の仕組みが複雑化すれば、それを解決するコンサルティングや法律・会計など専門サービスへの需要が拡大する。1950年代に対GDP比で1割前後だったサービス業、金融・保険・不動産業は80年代後半には製造業を抜き、今は2割を上回っている。

#### 〈近年の伸びは、生活・ビジネスを側面支援してくれるサービス業〉

産業ごとに過去10年間の事務所数、売上、従業員数、平均給与の伸び率を見ると、伸び盛りの産業、衰退産業の様子が鮮明になる<sup>14)</sup>。全業種平均の伸び率から大幅に成長率が低い、あるいは縮小傾向にある産業の代表は「製造業」「電力／ガス／水道事業」。とくに製造業は1997年からの10年間で雇用を16.0%減らし、給与の伸びも全産業平均を大幅に下回る。

逆に成長著しい分野は「専門・科学・技術サービス（法律、プログラミング、調査など）」「教育」「不動産／リース／レンタル」などだ。これらのサービス業は、企業が雇用を減らしリスクな経営を目指す上で、外部専門家の力を借りて効率的にかつ最大限の効果も生み出すことを求めた結果、需要が伸びてきた分野である。また日々の生活を分刻みで営む多忙な現代人にとっても、短時間で充実した時間を過ごすためのサービスは不可欠だ。健康の維持・増進やストレス解消のため、在宅時や仕事帰りの途中、休日などに利用するヘルスケア、娯楽関連産業は伸び盛りの分野だ。

2007年末から始まった景気後退は住宅市場の低迷に端を発しており、足元で不動産業は苦戦している。また企業は経費節減、家庭も不要不急の支出を減らす傾向から、例えは生活に不可欠な「食」に比べてサービス支出は節約の対象になりやすい。しかし、米国人はもはや物質的な欲求はある程度満たされており、長い目で見て可能性がある分野はやはりサービスである。

認することができる。摩擦の対象は60年代の繊維に始まり、70年代に鉄鋼、力ラーテレビ、80年代に自動車、半導体などハイテク製品へと変化していった。

一方で、製造業には、米国製造業にはできないが日本の製造業が得意とする分野もある。日本企業が強みを發揮できそうな有望な分野に関して米国人有識者に意見を求めるに、返ってくる答えは総じて高速鉄道網とその周辺サービス、省エネルギー・代替エネルギーなどの環境分野、日本の精密な製造業技術を中心とした医療や健康維持・増進分野などに集約される。今まで米国製造業が本格的に着手してこなかったこれらの新しい分野では、製造業が新たな市場を創造する可能性に満ちている。

## 7. 世界最大のマーケット“米国市場”を目指す日系企業

### 〈改めて確認したい、米国市場の大きさ〉

最近海外の有望市場として注目されるのは、もっぱらBRICs（ブラジル、ロシア、インド、中国）など新興国だ。人口が増えている、国内消費市場が拡大し続いている、市場経済の波が押し寄せ一気に開拓の余地が広がったなどの特徴がある。米国にとってこれら新興国の市場は、輸出先としてますます魅力的になってくる。深刻な景気後退の影響で、米国の輸出は2008年10、11月頃から急減した。それでも新興・途上国向けは先進国向けに比較して減少幅が緩やかであった。今後、日本を含む先進各国にとってこうした国々は経済成長を支える補助エンジンとして重要な役割になる。

ただし、新興・途上国が脚光を浴びる中で、先進国市場の魅力がやや忘れかけられている。特に米国は世界最大の10兆ドル規模の消費市場を有する。日本は4兆ドル弱、中国はまだ2兆ドル規模だ。沿岸部を中心に中間層の台頭が著しい中国も、消費市場規模でいえばまだ米国の5分の1だ。世界最大の消費大国、米国でビジネスを開拓していく余地はある。ジェトロが2009年4月に日本企業を対象に国内で実施した調査<sup>15)</sup>によると、今後3年間の販売重点国で、米国は中国に続く第2位と依然、注目の市場である。

日本企業は1970年代以降本格化した貿易摩擦の試練の時を経て、いまや米国市場で大きな信頼を勝ち得ている。日本の製品・サービスの質の高さに加えて、現地化の深化により雇用を生み出し、長年の努力の積み重ねによって米国での市民権を得てきたからだ。潜在性あふれる米国市場を積極果敢に攻めていく企

15) 世界の消費市場・環境関連ビジネス市場に関するアンケート調査(2009年9月、ジェトロ海外調査部)。回答はジェトロメンバーズ企業813社。

表2-8 米国の産業の概観

| コード     | NAICS分類 <sup>*1</sup><br>分類 | 雇用(1,000人)<br>1960年 | 雇用(1,000人)<br>1990年 | 雇用(1,000人)<br>2009年 <sup>*2</sup> | 平均給与(ドル/時)<br>1960年 | 平均給与(ドル/時)<br>1990年 | 平均給与(ドル/時)<br>2009年 <sup>*2</sup> | 会社・組織数(民間) |           | 2008年     |           |
|---------|-----------------------------|---------------------|---------------------|-----------------------------------|---------------------|---------------------|-----------------------------------|------------|-----------|-----------|-----------|
|         |                             |                     |                     |                                   |                     |                     |                                   | 2001年      | 2005年     |           |           |
| 11      | 農林水産業<br>農業(農耕・牧畜)          | -                   | -                   | 5,458*3                           | 2,094*3             | 859(2006年)*4        | -                                 | -          | 102,335   | 96,569    | 95,425    |
| 111-112 |                             | 679                 | 680                 | 657                               | 2,54                | 13.7                | 8.94~19.0                         | 68,265     | 64,797    | 64,622    |           |
| 21      | 鉱業                          | 478(64年)            | 740                 | 566                               | 5,67(72年)           | 16.1                | 23.6                              | 25,786     | 26,313    | 30,692    |           |
| 22      | 電気・水道・ガス                    | -                   | -                   | 2,972                             | 5,266               | 6,102               | 2.65                              | 13.4       | 16,031    | 16,260    | 16,386    |
| 23      | 建設業                         | 15,437              | 17,695              | 11,770                            | 2,15                | -                   | 10.8                              | 18.3       | 776,942   | 845,843   | 884,348   |
| 31-33   | 製造業<br>食品                   | -                   | 1,508               | 1,476                             | -                   | -                   | 9.0                               | 14.4       | 29,947    | 365,351   | 360,250   |
| 311     | 飲料・たばこ                      | -                   | 218                 | 190                               | -                   | -                   | 13.2                              | 20.3       | 4,249     | 28,281    | 28,382    |
| 312     | 石油・石炭                       | -                   | 153                 | 114                               | -                   | -                   | 17.0                              | 29.6       | 2,606     | 4,343     | 4,953     |
| 324     | 化学                          | -                   | 1,036               | 804                               | -                   | -                   | 12.9                              | 20.3       | 2,350     | 15,862    | 2,414     |
| 325     | 一次金属製造                      | -                   | 688                 | 358                               | -                   | -                   | 13.0                              | 20.1       | 6,412     | 15,491    | 16,225    |
| 331     | 機械                          | -                   | 1,410               | 998                               | -                   | -                   | 11.7                              | 18.4       | 35,773    | 31,283    | 30,521    |
| 333     | コンピュータ・電子機器                 | -                   | 1,902               | 1,125                             | -                   | -                   | 10.9                              | 22.0       | 19,665    | 22,366    | 19,094    |
| 335     | 電気機器<br>輸送機器                | -                   | 633                 | 373                               | -                   | -                   | 10.0                              | 16.4       | 7,967     | 7,282     | 7,379     |
| 336     |                             | -                   | 2,135               | 1,321                             | -                   | -                   | 14.4                              | 24.8       | 15,879    | 15,322    | 15,511    |
| 42      | 卸売業                         | 2,690               | 5,268               | 5,654                             | 4,57(72年)           | -                   | 11.6                              | 21.0       | 575,217   | 601,625   | 629,333   |
| 44-45   | 小売業                         | 5,589               | 13,183              | 14,738                            | 3,52(72年)           | -                   | 7.7                               | 13.1       | 1,046,730 | 1,038,585 | 1,053,431 |
| 441     | 自動車・部品ディーラー                 | -                   | 1,495               | 1,673                             | -                   | -                   | 10.3                              | 17.0       | 118,359   | 120,005   | 120,660   |
| 443     | 電気・電子機器                     | -                   | 382                 | 514                               | -                   | -                   | 9.1                               | 17.2       | 57,428    | 53,945    | 53,307    |
| 444     | 建築・造園材料                     | -                   | 891                 | 1,169                             | -                   | -                   | 8.0                               | 14.1       | 78,396    | 76,895    | 77,704    |
| 445     | 食料・飲料                       | -                   | 2,778               | 2,821                             | -                   | -                   | 7.6                               | 11.9       | 139,683   | 138,998   | 139,584   |
| 447     | ガソリンスタンド                    | -                   | 910                 | 834                               | -                   | -                   | 6.1                               | 9.9        | 108,047   | 106,393   | 105,242   |
| 448     | 衣料・アクセサリー                   | -                   | 1,313               | 1,407                             | -                   | -                   | 6.6                               | 11.5       | 129,500   | 129,593   | 135,723   |
| 452     | デパート                        | -                   | 2,499               | 3,035                             | -                   | -                   | 6.7                               | 10.8       | 42,641    | 47,616    | 51,366    |
| 48-49   | 運輸・倉庫業                      | 2,646(72年)          | 3,476               | 4,194                             | 5,42(72年)           | -                   | 12.5                              | 18.7       | 209,741   | 212,309   | 223,265   |
| 481     | 航空                          | -                   | 529                 | 464                               | -                   | -                   | 7.7                               | 16.5~27.1  | 6,076     | 6,059     | 6,372     |
| 483     | 海上輸送                        | -                   | 57                  | 56                                | -                   | -                   | 14.6~56.3                         | 1,393      | 1,517     | 1,772     |           |
| 484     | トラック輸送                      | -                   | 1,123               | 1,261                             | -                   | -                   | 12.8                              | 18.1       | 113,704   | 114,237   | 117,824   |
| 487     | 観光                          | -                   | 16                  | 29                                | -                   | -                   | 10.1                              | 14.2       | 3,072     | 2,957     | 3,027     |
| 493     | 倉庫業                         | -                   | 407                 | 639                               | -                   | -                   | 10.7                              | 15.4       | 12,769    | 13,598    | 15,223    |
| 51      | 情報                          | 1,728               | 2,688               | 2,826                             | 4,35(64年)           | -                   | 13.4                              | 25.6       | 152,227   | 141,871   | 145,826   |
| 511     | 出版                          | -                   | 871                 | 788                               | -                   | 21.9(2003年)         | 26.7                              | 36,525     | 35,254    | 36,292    |           |
| 515     | 放送(除インターネット)                | -                   | 284                 | 289                               | -                   | -                   | 11.3                              | 24.4       | 10,187    | 9,805     | 9,982     |
| 517     | 電話・通信                       | -                   | 1,008               | 976                               | -                   | -                   | 14.1                              | 26.4       | 42,146    | 42,574    | 47,230    |
| 52      | 金融・保険業                      | -                   | 4,976               | 5,730                             | -                   | 10.4                | 22.3                              | 412,478    | 462,381   | 491,384   |           |
| 53      | 不動産・レンタル・リース業               | -                   | 1,637               | 1,982                             | -                   | -                   | 8.7                               | 16.7       | 309,170   | 351,329   | 372,830   |
| 54      | 専門・科学技術サービス業                | -                   | 4,539               | 7,583                             | -                   | 14.0                | 29.3                              | 827,793    | 902,710   | 1,001,592 |           |
| 55      | 持ち株会社                       | -                   | 1,667               | 1,818                             | -                   | -                   | 11.1                              | 22.9       | 37,100    | 43,239    | 51,084    |
| 56      | ビジネスサービス業                   | -                   | 4,644               | 7,204                             | -                   | 8.5                 | 15.5                              | 392,672    | 426,681   | 467,648   |           |
| 61      | 教育産業                        | -                   | 1,688               | 3,076                             | -                   | -                   | -                                 | 66,416     | 78,410    | 88,993    |           |
| 62      | 医療・社会サービス業                  | -                   | 9,295               | 16,232                            | -                   | 10.1                | 19.8                              | 620,427    | 389,010   | 758,765   |           |
| 71      | 芸術・娛樂業                      | -                   | 1,133               | 1,893                             | -                   | -                   | 8.4                               | 14.4       | 105,423   | 118,614   | 125,543   |
| 72      | ホテル・飲食業                     | 804(72年)            | -                   | 8,154                             | 11,270              | -                   | 5.7                               | 10.4       | 529,108   | 572,791   | 610,606   |
| 721     | ホテル・宿泊業                     | -                   | 1,615               | 1,714                             | 2,20(72年)           | -                   | 6.8                               | 12.6       | 60,089    | 61,828    | 64,325    |
| 722     | 飲食業                         | -                   | 6,539               | 9,357                             | -                   | -                   | 5.4                               | 9.9        | 469,018   | 510,963   | 546,282   |
| 81      | 他のサービス業(除公的部門)              | 1,152               | 4,261               | 5,407                             | 1,14(64年)           | -                   | 9.1                               | 16.4       | 975,813   | 1,102,054 | 1,193,598 |

(注) \*1 NAICSは、North America Industry Classification Systemの略で、主として政府の産業統計の分類方法として使われるが、民間の企業でも幅広く利用されている。

\*2 2009年のデータは8月時点のもの。

\*3 米国農務省、USDA-NASS発行の「米国農業の傾向 (Trends in U.S. Agriculture)」のデータに基づく。

\*4 米国労働省労働統計局の「Occupational Outlook Handbook, 2008-09 Edition」のデータに基づく。

(出所) 米国労働省発行の「産業の概観 (Industries at a Glance)」に基づいて作成