

企業と組織における社会経済学的な

分析アプローチ

楊 斌

1. はじめに

1970年代以来、情報と契約における経済学の新しい進展によって、「組織の経済学」の研究が盛んでいる。しかし、このような企業と組織に対する「経済学的」分析が、組織の「人間的」・「社会的」側面をほとんど無視し、組織と企業を1つの「合理的」・「均衡的」システムとして捉え、組織に対する全般的、動態的な理解を閉ざしている。

本稿は企業と組織における単なる「経済学的」分析の欠陥を意識しながら、従来の「組織の経済学」、特にその代表となるWilliamsonの市場と組織の取引コスト経済学を批判したうえで、企業と組織の社会経済学的な分析アプローチの有効性を考える。つまり、社会的・経済的存在としての人間を前提として、社会的論理と経済的論理を総合的に考えることによって、組織と企業の構造と機能を分析していく。このような視点によって、企業が1つの社会的・経済的存在であり、その経済的機能をいかに達成するのは、企業構成員の社会的相互関係に依存しており、そして、企業と組織の生成、構造、機能及び進化に対する研究は、主にその内部人間の活動の特性に対する分析から展開すべきことが理解される。

また、交換活動は、人間の社会的相互関係の基本的形態であり、trans-actionとgoing-concernの性質を備える。取引制度は、このような人間活動を達成する前提条件と制御体系である。企業が行為主体における内外環境との交換関係の束の集合とみられ、その経営制度に対する分析によって、企業行動の本質と特徴を解明することができる。

1. 従来の組織と企業における経済学的分析の欠陥

1-1. 企業と組織における経済学の諸アプローチ

① 組織の経済学の諸アプローチ

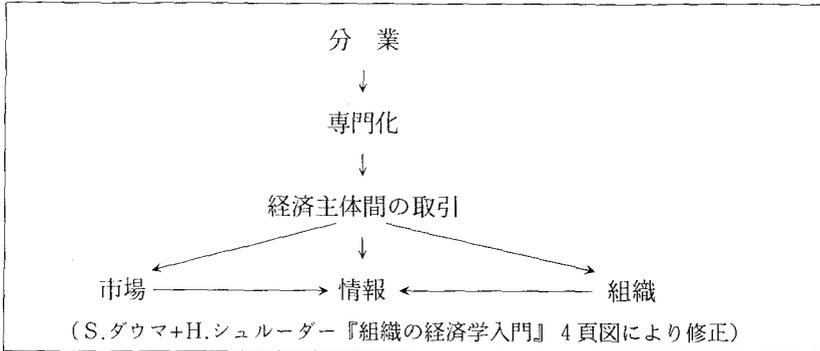


図1 組織の経済学における市場と組織の基本的な分析枠組

企業と組織に対する経済学的分析は、主に以下の諸アプローチで展開している。

企業と組織の参加者の意思決定を研究中心とする行動理論、企業内諸契約関係におけるエージェンシー理論（実証的エージェンシー理論とプリンシパル＝エージェンシー理論）、企業と市場における取引コスト経済学、産業組織論とゲーム理論の分野からの戦略的経営に対する経済学的分析、及び組織への進化論のアプローチである。

以上の諸アプローチの共通点は、図1が示しているように、情報処理の効率性を基準として、組織と市場の効率性との比較を行い、また組織と企業内部の経済効率性を分析する理論である。

諸アプローチの相違点について、まずエージェンシー理論、取引コスト経済学及び経営戦略の経済学的分析は、コンテンツ・アプローチであり、また静態分析を主とする。行動理論と進化論は、プロセス・アプローチに属して、主に動態分析となっている。

次に、分析レベルにおいては、経営戦略の経済学的分析と進化論は、主に組織と経済システムのレベルで展開している。行動理論は、組織内集団と組織の

レベルで、エージェンシー理論は個人の間から組織まで研究の中心としている。取引コスト経済学は、組織内集団間から、組織間まで理論の説明範囲を広がっている。

② 中心理論としての取引コスト経済学

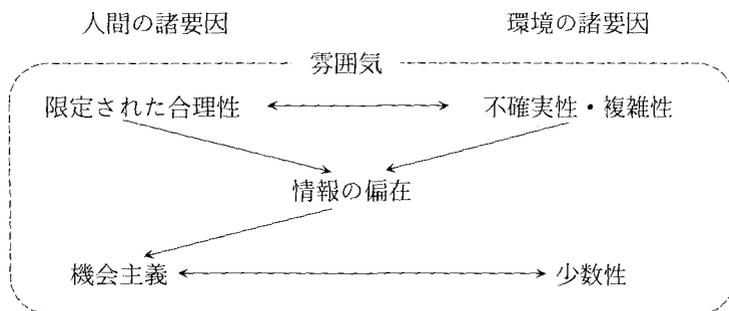
市場と組織における「経済学的」分析については、主にエージェンシー理論、戦略とゲームの理論を扱う経済学及び取引コスト経済学である。前者が取引コスト経済学の派生理論と見られる。取引コスト経済学は、新古典経済学の「質点としての企業」概念を批判し、取引コストの効率性という視点から、市場と組織の取引コストによる選択理論を確立した。また、同じ方法を使って、企業の内部構造・機能を説明して、今までも組織の経済学の中心理論である。

次に、Williamsonの取引コスト経済学の基本理論を紹介し、またそれに対する批判を通じて、今までの企業と組織における「経済学的」分析の欠陥を指摘する。

1-2. 市場と組織における取引コスト経済学

Williamsonは、取引における客観的要因より、その取引主体としての人間の特性を注目して、取引における情報偏在問題を指摘している。そのうえ、取引コストの効率性という視点から、市場と企業における選択理論を提起する。

① 取引コストを中心とする市場と組織の選択理論



(E. ウィリアムソン『市場と企業組織』65頁図)

図2. 「組織の失敗の枠組」の図式

Williamsonによれば、取引における不確実性・情報の不完全と機会主義が存在するため、市場取引は、常にコスト過大となり、非効率的である。それを克服するために、環境要因と人間要因の不確実性を制御することが必要である。このような制御された取引は長期契約での取引あるいは組織内取引である。

1つの取引について、どのような取引様式をとるのは、この取引の複雑性・不確実性の程度、機会主義の大小などの具体的な状況に対して、各取引様式においての取引コストの比較によって決まる。

②取引コストの節約による内部組織の生成

内部組織における情報・意思決定・権限の集中化によって、機会主義の抑制、不確実性の減少、情報偏在の克服、及びより満足すべき雰囲気存在などの機能を備える。そして、複雑性・不確実性が高いと機会主義の影響が大きい場合において、市場取引より、組織内取引のほうが効率的になる。つまり、取引コストの節約のため、組織が生成する。

また、組織内部の取引においても、同じ分析手法が応用できる。つまり、組織内の各階層の間には代理的關係であり、1つの「組織内市場」が存在する。組織が取引コスト最小化に基づいて、内部のヒエラルキーを通じて、効率的な取引様態を選択する。

1-3. 取引コストアプローチの問題点

① 見誤る機会主義の人間仮定

Williamsonは取引行為においての人間像を「機会主義」であると仮定する。つまり、単なる利己的個人を意味するだけでなく、「策略を伴った自己利益の追求ということであり、自己に有利となるのであれば、虚偽や脅しやごまかしといった『悪がしこいやり方』で追求することを意味している」¹⁰⁾。このような人間仮定によって、人間は相互敵対的であり、組織の生成に要する協働意識は不可能となる。また、組織内の機会主義を抑制するため、組織の管理は強力なルール・規則に依頼しなければならない。このような見方によって、組織内人間の創意、活力への認識が完全に閉ざされた。

また、「機会主義」的な人間は、個人利益の極大化を追求するという単一価値の人間であり、その行為が取引コストに対する経済計算によって合理的に選択する。このような取引情報に対する全知全能の人間仮定が、人間の限定合理

性と矛盾している。

②取引コスト仮説の問題点

取引コストは取引効率性の基準となっているが、実は論理展開の必要のうえ、抽象的に規定されるものしかなく、具体的に計算できないものである。また計算できるものであっても、その計算自体が莫大なコストを要する。

また、組織による取引コストの削減と組織内取引によるコストの増大が、同時に存在し、量的に比較できない。そして、「組織内取引が取引コストの節約の結果」ということが、証明できないである。

③ 市場の論理

現実には、市場においても、Williamsonの言うような機会主義行為の氾濫が見えない。スミスは自然属性としての人間の「交換性向」から出発し、市場を「自然に守るルール」（等価交換）によってなされる「商業社会」の制度であると指摘する。人間の交換性向における利己心が機会主義となって発現するものでなく、むしろ道德感情を伴うものである。「この道德感情が等価性の観念やfair-playの観念となって現象するとみなされたのである。このような市場取引の道德ルール、すなわち機会主義を抑制する行為のルールがあればこそ、市場はその『商業社会』の制度となりうるのであった」²⁾。

④ 組織の生成と機能

歴史的にみれば、組織の生成は取引コストの節約の選択より、むしろ1つの創出過程と見られる。取引コストの節約は組織形成の目的ではなく、その結果としての機能であると見られる。しかし、組織の機能においても、取引コスト理論の説明力がほとんどないほどである。

まず取引コストに対して計算できない限り、取引様態の選択の効率性に対する判断が不可能である。また、「機会主義」的な人間仮定によって、組織内部においても取引コスト問題が依然として存在し、同じく効率的な取引形式を選択する過程が必要となる。そうすれば、組織においては、その取引コストの節約を上回る計算コストが生じる可能性がある。

さらに分析していくと、組織や制度が不在の世界において、無限選択性と無限の複雑性が共存するという状態である。このような状態の下、取引主体の意思決定は、他者の行動に対する合理的予期が必要である。しかし、予期の連関に対する計算量が過大であるので、取引主体の予期が無限循環という状態になっ

てしまう。つまり、組織や制度が存在しない世界において、取引コストの計算は不可能であり、それによって意思決定不能という状態になってしまう。

組織の機能主義を徹底させるなら、それは取引コスト仮説が言うように、取引コストの節約を目的として、そのコスト計算に応じて実現されると言うものではありえない。そうではなく、そのような計算自体を節約するものとして、組織の存在とその機能があるというべきである。現実には、取引コスト理論と異なり、組織内取引は、組織のヒエラルキーや組織の共同目標、あるいは組織のルールや慣行といったものの存在を前提としている。

実は、取引に対する組織の機能は、環境の「複雑性の縮減」、過大計算に対する「負担免除」及び組織内複雑性の維持といういくつかの側面にある。このような機能は、2つのプロセスによって実現していく。

第1に、取引主体における選択可能性の限定である。つまり、組織や制度の生成によって、取引環境の複雑性を縮減し、取引主体を過大計算から「負担免除」する。

第2に、組織化され制度化された予期構造によって、取引主体における自己選択の可能性を第2次的に高める。これによって、組織内部の複雑性が維持されている。

2. 人間の社会性とその交換活動

従来の組織の経済学における企業と組織に対する説明の失敗の根拠は、その「経済人」的な人間仮定である。「経済人」は個人効用の極大化を追求するという単一価値の人間であり、またその行為が完全に経済計算によって合理的に行う。このような人間仮定は、人間の身についた文化、慣行、道徳などの社会的要因が理論分析の枠組から除外され、人間の結合としての組織とは何であるかということへの理解を完全に閉ざした。

現実には、人間が経済的・社会的存在であり、経済的・社会的交換活動を通じて、互いに社会的結合を達成する。組織は人間の協働体系と見られ、企業は1つ経済組織である。ここには、まず人間の社会的側面とその交換活動を説明し、企業と組織における社会的要因を分析する必要性を提起する。

2-1. 経済人を超える：複雑な人間像

新古典派経済学は、人間の個性性、利己性及び理性の特質を抽出し、強調している。その経済人の仮定によれば、人間が自分自身の欲望もしくは経済的利得を最大にすべく、稀少な手段を合理的に勘案し配置する存在である。

このような人間に対する計算的、合理的、機械的な捉え方が、人間に対する全面的認識の可能性を閉めている。現実には、人間が遥かに複雑的な存在である。次に、認識論と行為論という2つの側面から、人間に対する認識を深める。

① 認識論の側面

人間の意思決定において、計算的、合理的、理性的側面以外、非完全理性的側面も備えている。この点について、ポランニーが人間の暗黙知、ハイエクが知識の主観性、またヴィーコが歴史的知識というそれぞれの視角から説明している。

また、人間の認識過程は社会的であり、社会的規範、慣習、文化のルーティンや制度と緊密に結びつける。個人の意思決定は常に社会的道徳・慣習によって拘束され、また意思決定の結果は、常に他者の意思決定に影響をかける。

② 行為論の側面

さらに、人間行為の範囲、方式は常に社会的道徳、慣行、法律などによって限定される。その行為の合理性について、目的合理的より価値合理的である。その価値は、常に個人的価値ではなく、社会あるいは組織・集団の共通価値である。

一定の時期において、個人の行為は、従来の社会的慣行、習慣、規則に従う側面があるが、より重要なのは、人間行為が単なる環境決定的・環境適応的であるだけでなく、より能動的に環境に働きかける側面、自己生成的な側面も備える。

つまり、人間の本性は両面的性格であり、現実の活動主義とその背後の道徳感情の拘束との結合である。

2-2. 人間の社会性とその交換行為

① 社会的存在としての人間とその交換性向

人間における意思決定と行為の諸特徴について、その生成の根源が社会的要因の作用のほかにはならない。社会的存在としての人間は、その欲求が自身で

すべて完成されない限り、あるいは欲求自身が社会的な内容であるため、社会的互酬性に対する期待という誘引に従い、交換行為を行う。交換によって、個人の欲求が満足させ、またその過程を通じて、互いに社会的結合が形成する。

②trans-actionとgoing-concernとしての取引

コモンズによれば、取引は人と人との活動を架橋し、取り結ぶ活動であると見られる。このような取引活動は、資源配分と人間結合を同時に実現させ、trans-action的な性格を有する。

また、動態的にみれば、交換行為は人間の共同関心により将来の期待に働きかける「活動」とみられ、going-concernの性質を備える。

③ 取引制度

取引活動が1つ制度化された行為である。まずそのtrans-action機能が發揮される前提条件は、取引に付着した慣習やルールと、それらが実現する「適正価格」の存在である。

また、取引活動において、相互の期待の不一致と利害対立がよく現れる。そして、相互期待を調整し、将来に対する共同的期待の保証となるべきルールが不可欠である。制度とは、このようなConcernの運用規則であり、状況の中で作動し生まれてきたルールとなる。

取引の制度については、実在する各種の規則や手続きを意味するだけではなく、そのように行動する人々の思考習慣や行動様式のことでもある。この意味で制度の変更は、それについて人々がどのように考え行動するかについての転換を意味している。

2-3. 経済的交換と社会的交換

人間の相互行為としての交換の基本原則が、その社会的互酬性である。この点について、ブラウがこう述べている。

「他者Bに報酬となるサービスを供与する個人Aは、その他者Bに義務を負わせる。この義務を果たすためにBはお返しとしてAに利益を提供しなければならない」⁹⁾。

また、交換の内容と性質によって、経済的交換と社会的交換という2つのタイプに大きく分けることができる。

① 経済的交換

経済的交換は市場においての商品と貨幣との交換である。交換を通じて獲得した価値が経済的価値である。貨幣市場の形成はその成立前提となる。

経済的交換の特徴は、取引される条件やその内容が前もって特定化できることである。取引対象がものとして客観され、計測されることによって、給付と反対給付が明確に特定化される。

また、経済的交換は価格という普遍的な価値表示を持ち、貨幣という普遍性があるメディアを媒介としているので、不特定の売り手一般と買い手一般の間にも交換関係が確立される。

経済的交換は、次の社会的交換の特殊ケースと見られる。

表 1 経済的交換VS社会的交換

比較項目	経済的交換	社会的交換
交換対象	有形商品	有形資源と無形資源の共存
前提条件	貨幣市場	善意と信頼
特性	条件・内容が特定化される	特定化されない責務
持続性	スポット取引	長期性・反復性
制御機構	契約による制裁	義務感・社会道徳・慣行

② 社会的交換

社会的交換は、「他者が返すと期待されるどころの、典型的に言えば実際に返すところの返礼によって動機づけられる、諸個人の自発的行為のことである」⁴⁾。つまり、取引当事者の互いに満足の源泉が相手の行為であるような社会的相互作用である。

社会的交換の成立過程が以下のような順である。

「互酬性」への信頼による反対給付への期待→反対給付に対する信頼→期待する反対給付の対価物としての給付をまず行う→互酬の倫理→相手の反対給付
その特徴は、以下のいくつかの点で現れている。

- ・取引される条件やその内容が前もって特定化できない取引。
- ・「特定化できない責務」：交換標的は明確な価格がつけられないため、給付

と反対給付とも契約によって特定化できない責務である。

- ・相互の信頼と善意は、その成立の前提となる。
- ・長期性：時間的に持続した相互義務の観点を伴うことなしに成立しない。
- ・特定性と反復性：特定化された制度ないし社会的構造のもとで、理解し合い信頼しあった特定の人々からなる社会関係の枠内、反復的に行われる傾向がある。

③ 経済的交換と社会的交換の併存と相互転換

1つの取引主体において、経済的欲求と社会的欲求が共存するため、経済的交換と社会的交換が併行し、さらに一定の前提条件の下、相互移行にもできる。

* 経済的交換→社会的交換

市場において経済的交換の双方が、取引の効用を増大するために、ある種の合意に基づいて、互に協力的な行動を取ることが可能である。こうすれば、交換対象は単に具体的な商品だけではなく、ある種の不特定の責務関係も含まれる。また、交換の制御機構は、市場の価格メカニズムとものに対する契約だけではなく、ある程度の信頼、義務感、慣行も作用している。例えば、市場においての長期取引は部分的に社会的交換の性質を備える。

* 社会的交換→経済的交換

社会的交換の双方において、交換対象の価値不明あるいは信頼達成しにくい場合、交換内容の一部を市場化・商品化にして、経済的交換に転換させる可能性がある。例えば、社会的交換としての労働取引は、労働能力の商品化によって、1つの市場を形成している。また、全般的にみれば、近代産業社会の1つの特徴は、従来の共同体社会の諸社会的交換の関係が、経済的交換に転換しつつあったことである。

* 中間領域：経済的交換と社会的交換の併存

現実には、純粋的社会的交換と純粋的経済的交換というより、むしろ1つの取引過程において両者の併存と相互浸透がよく見られる。社会的交換と経済的交換は、絶対化した概念ではなく、1つの取引行為の中に占める割合によって、相対的な概念である。

3. 取引制度としての市場と組織の生成

人間は経済的・社会的存在として、交換行為を通じて、経済的・社会的欲求を満足させ、また社会的結合関係を達成する。このような交換行為は、経済的交換と社会的交換という2つの様式に分けることができる。市場は、主に経済的交換の制度であるが、組織は社会的交換の束の集合と見られる。企業は1つの経済組織であり、その生成と存続が、内外環境との経済的・社会的交換関係に依存する。このような市場、組織及び企業における社会経済学的な考え方は、次の図で示すことができる。

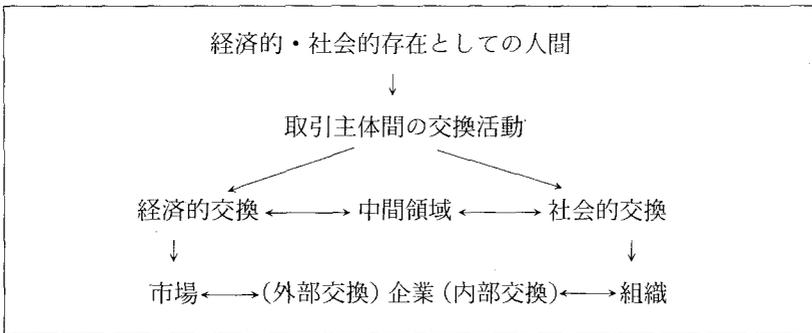


図3. 市場、組織及び企業の生成における社会経済学的な枠組み

3-1. 取引制度生成のメカニズム

取引制度は人間の交換活動が遂行する前提条件と制御体系であり、主に取引主体の間に交換活動に対する共同期待への合意によって生成される。人間の意思決定が合理的思考、習慣及び意図的・戦略的選択の共存であるため、取引に対する合意の達成が、1つの複雑な創発過程であると見られる。

また、制度が取引活動の内容と特徴に限定される。人間の取引活動が孤立的な存在にありえなく、外部の経済・社会・文化環境から影響を受けている。そして、取引制度の生成が、このような外部環境の影響と内部人間の相互作用によって、1つの複雑な創発過程と見られる。

このように生成した取引制度は、複数の均衡、歴史的経路依存、適応的合理性、相互補完及び慣性存在といういくつかの特徴が現れている。

3-2. 制度としての市場

① 経済的交換による市場の生成

市場は貨幣媒介、価格メカニズムおよび互酬性という「道徳的」前提によって構成され、主に経済的交換によって、生成された取引制度体系と見られる。制度としての市場が、諸個人の経済的交換を可能にする機能と制約する機能の双方をもっている。つまり、同時に「自由な市場」と「制約的制度」ともある。

② 市場制度の変容

経済的交換活動の変容によって、市場にも変化しつつあった。1つの顕著な傾向は、従来の商業社会の「完全競争市場」から、現代産業社会の「組織化された市場」⁶⁶⁾に転換してきたことである。

3-3. 制度としての組織

① 協働体系の形成

バーナードは、人間の特性（「心理的要因」、⁶⁷⁾「社会的要因」）とその欲求達成の制限（物的、生物的制限）を分析したうえ、人間が協働活動を通じて制限を克服し、目的を達成すると論ずる。協働体系について、バーナードはこう定義している。

「少なくとも1つの明確な目的のために、2人以上の人々が協働することによって特定の秩序ある関係のもとにおかれる物的・生物的・個人的・社会的構成要素の複合体」⁶⁸⁾である。

協働体系が「人々の意識的に調整された」⁶⁹⁾という制度化過程によって、公式組織になってくる。意思疎通・貢献意欲・共通目的が公式組織の生成の不可欠な要素である。

② 社会的交換の制御体系としての組織

社会経済学の視点からみれば、組織は主に社会的交換の制御体系として生まれたものである。

人間はその社会的欲求を実現するため、社会的互酬性への期待によって、互いに社会的結合関係に形成していく。人間の道徳、習慣、感情などに関わる社会的欲求は、商品化・市場化・特定化にされないものであり、社会的交換を通じて達成させるほかにはならない。

社会的交換の「特定化できない責務」という不確実性に対して、何らかの制

御体系が必要となる。そして、取引主体の間に、相互作用（意思疎通）によって、個人の社会的欲求を満足させるために、協働行為の必要を意識しながら（貢献意欲）、共同期待への合意（共通目的）を達成していく。このような創発的なプロセスが長期化・制度化されたものは、公式組織となる。

組織の生成と存続によって、組織内個人の目標（利益）が組織の目標（利益）に依存する。また個人間の直接的な交換は、組織との交換を媒介とする間接的な交換に転換される。さらに個人人格が、組織に依頼する組織人格に転換される。このような過程によって、組織が社会的交換を制御し、またこのような「制限された社会的交換」の遂行前提となる。

③ 複雑性の維持：組織内社会的交換

組織内個人と組織の関係は、1つの交換過程と見られる。組織は個人に協働活動の誘因を提供し、成員を満足させることによって、協働体系自身を維持する。互酬性理念によって、個人が組織誘因に応じる貢献行動を行う。このような誘因—貢献メカニズムは、組織存続の機能要件である。

成員に対する組織の誘因体系は、物質的誘因だけではなく、非物質的誘因にも含んでいる。この点について、バーナードは、成員の貢献意欲に対する組織的誘因が、「特殊的誘因」（物質的誘因、個人的・非物質的機会、好ましい物的条件、理想の恩典など）と「一般的誘因」（社会接触上の魅力、慣行及び慣習的態度への適合、一層広く参加しうる機会、心的交流の状態など）⁹⁾という2つのタイプであることを指摘している。また、より重要なのは、諸誘因は固定的なものではなく、不安定、変動しているものである。つまり、あらゆる効果的な誘因を提供させるのは、組織の存続と成長である。誘因の以上の諸特性によって、個人と組織の間の給付と反対給付は、「特定化されない責務」の性格を有する。また、このような交換を達成する前提条件が、貨幣市場と価格メカニズムではなく、ある種の信頼・義務感に依存する。このような交換関係は、社会的交換のほかにはならない。

組織は、このような内部社会的交換を基盤として、マクロ的な構造に形成される。つまり、組織は「社会的交換の束の集合」と考えられる。

このように、組織は、まずその生成によって、社会的交換の不確実性を制御し、交換関係を可能にした。次に、その誘因—貢献メカニズムにおける社会的交換関係によって、組織成員が自己選択の可能性を第2次的に高める。

3-4. 市場と組織の相互浸透

市場と組織が異なる交換活動に対応する制度体系と考えられる。市場は主に人間の経済的交換によって形成され、組織は主に社会的交換によって生成されたものである。また、両者とも交換活動の制御体系と前提条件である。

市場と組織は取引制度として、一定の安定性をもつが、不変なものではない。取引のtrans-actionとgoing-concernの性質によって、市場と組織とも変容しつつある。特に、経済的交換と社会的交換の共存と相互転換によって、市場と組織の相互浸透という現象が現れている。さらに、より重要なのは、それに対応する安定的な中間形態——企業の存在である。このように、人間交換活動の取引制度体系は、市場・企業・組織の混在と相互浸透というような複雑なシステムである。

取引制度の生成は外部環境の影響と内部人間の相互作用によって、1つの複雑な創発過程と見られる。各制度体系の具体的な制御範囲、機能および結合形態は、各社会・経済システムの経済・社会・文化環境と一定の歴史的経路に依存する。そして、各国において、市場、企業および組織の具体形態と結合様式が、経済的交換と社会的交換の基本原則を反映している同時に、各自の特徴を現している。

4. 企業における社会経済学の説明

4-1. 取引制度体系としての企業

① 取引の束の集合としての企業

企業は1つの経済組織として、その内外環境との交換関係に依存する。

まず、企業は1つの経済的・社会的存在として、外部経済・政治・社会・文化など諸要因から影響を受け、また自身の経営活動を通じて、外部環境に働きかける。このような関係の中で、経済的交換と社会的交換が共存している。

次に、企業は人間の経済的・社会的欲求に対する共同期待によって成立された組織であり、その内部人間関係において、経済的交換と社会的交換が共存している。交換過程を伴うモノ、カネなどの移動もよく見られるが、これらは各取引主体間の経済的・社会的交換を完成させる手段と見ることができる。

企業がこのような内外環境との経済的・社会的交換関係の束の集合である。

② 企業内経済的交換と社会的交換

企業の構成員は、所有者、経営者および従業員である。各行為主体が経済的・社会的動機を持ちながら、協働活動を通じて個人の欲求を満足させるために、企業に参加する。そして、企業内人間の相互関係は、経済的交換と社会的交換の両方を含んでいる。

しかし、ある個人が企業の一員になる前提条件は、企業目標(利益)に服従しなければならない。個人が自身目的と企業目的と矛盾していないという判断に限り、企業に参加する。企業の一員となった個人は、組織誘因に応じる反対給付を出すため、企業目的に服従する貢献活動を行う。このような過程によって、個人が行為の自主決定権の一部を放棄し、これを企業または企業内の他者に委ねることになった。そして、個人と他者、個人と企業の間に、「特定化されない責務」が生じる。このような企業内の相互関係のタイプは、社会的交換でなければならない。

もともと企業の参加者が持つ経済的欲求は、外部市場の経済的交換で実現できない、つまり企業内人間の協働を通じないと実現できないという性質がある。このような経済的動機が、行為主体の組織参加によって、企業目標(利益)に制限される。そして、企業内成員の間の経済的交換が、このような「制限された経済的交換」である。

さらに、このような経済的交換においても、個人と企業の間に生じた「特定化されない責務」によって、企業内社会的交換に附属する。

しかし、このような「制限された経済的交換」は企業のなかで失ってしまうことがありえない。外部環境との経済的交換の要求と内部人間の相互作用によって、それに対応する「企業内市場」という取引制度が創発された。また、企業経営諸制度の中で、経済的交換の原理の浸透ということもよく見られる。これらによって、企業経営活動が「経済合理的」論理にも要求されている。

③ 取引制度体系としての企業

以上のような分析によって、企業が内外環境の取引活動に対応する1つの制度体系と見られる。

企業が内外環境における経済的交換と社会的交換の共存と相互浸透によって、同時に「経済合理的」論理と「社会合理的」論理に要求される。そして、企業は組織の原理と市場の原理の共存と相互浸透によって形成された1つの複雑な

「混合体制」である。

4-2. 企業の有効性と能率

1つの経済組織という視点からみれば、企業の存続と成長は、その有効性と能率に依存する。

組織の有効性は、外部環境との調整に基づく組織目的の全体的達成度と見られる。一般的に、産業社会において、企業と外部環境との交換が、企業と供給者、買い手、競争者、政府との間の交換に限定され、主に経済的交換と見られる。そして、企業の有効性は主に企業の市場効率性であると考えられる。

組織の能率は、内部環境との調整に基づく全員の欲求の全体的満足度と見られる。企業においては、その内部交換関係が経済的交換と社会的交換の共存であるため、その能率が企業内市場、価値観、慣行、規則及び信頼関係の調整によって達成される。

企業の経済効率性と能率が孤立的に存在するのではなく、相互依存的である。

まず、能率において、構成員を満足させる多く誘因は、企業の存続と成長に大きく依存する。(収益向上による賃金の上昇・労働条件の改善、規模の拡大による昇進・昇格の可能)

次に、より根本的には、企業が構成員達の協働活動によって成立・存続するものであり、その経済効率性の達成は、成員達の欲求の満足度に依存する。

従来の企業に対する「経済学的」分析は、その能率の側面を軽視し、主に経済効率性に対する分析を中心とした。これとは違って、社会経済学は、主に企業内の人間要因を注目し、企業の本質及び経済効率性の根源を解明している。

4-3. 企業の内側

次に、主にライベンシュタインの企業におけるミクロ・ミクロ経済学理論に対する紹介を通じて、企業の経済効率性に対する人間的要因の影響を明らかにする。

① 企業の規模と技術の限界

従来の企業に対する経済学的分析によれば、市場競争環境下の企業経済効率性は、主に企業の規模と生産関数によって決められる。しかし、このような考え方が、以下のような限界がある。

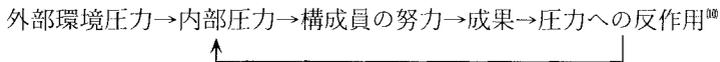
一般的に、巨大企業が市場競争において有利である。しかし、企業規模の拡大は限界がある。企業の運営はその内部の情報伝達構造に依存し、規模拡張による情報伝達の負担が過大になった場合、企業にとって不経済となる。

また、技術の性質について、宮本はこう指摘している。

「生産技術や技能の内容は、実際の生産活動を離れて客観的に明示できるものではなく、それらの個人が現実に関与するその活動の中で発見され、習得され、利用されるというのであれば、技術的要因の作用には、個人の主体的な関与が不可欠となる」⁹⁾。

② 企業経済効率の内部人間要因への依存：X要因とX非効率性

ライベンシュタインは、企業内部活動間の関連を次の図式で表示している。



このような基本図式に基づいて、ライベンシュタインは、まず企業内の意思決定過程を分析し、その手続きによる非最適的であることによって、企業内人間の努力は常に慣性的な状態に留まることを指摘している。

さらに、彼は企業内分業と専門化のマイナス影響を分析し、階層制による一定の人間努力と関わる「見えざる」要素（動機付け、一体化、信頼、コミットメント、協力意識）の分断を指摘している。

以上のような分析によって、ライベンシュタインは企業の経済活動を影響する人間要因—X要因の存在を指摘している。つまり、労働者から経営者まで、企業を構成する諸個人の動機によってそれぞれの「努力」の水準を決まり、この努力の水準が企業の効率性を左右する。この要因は、企業の他の生産要素と比べて、不確実性であり、企業効率性のX要因と呼ばれる。

企業内X要因が存在し、またその内部慣行・雇用関係・階層制から影響を受けているため、企業の構成員は必ずしも最大限の努力を発揮しなく、ゆえに企業は最大可能な産出を達成できない。このような現象がX非効率性と呼ばれる。

③ X要因・X非効率性による企業経済効率性への影響

まず、企業効率性のX要因が存在するため、企業にとって、完全に技術的要因で決められる生産関数が存在していない。

次に、優良企業の企業実践によって形成された慣行に近似する生産関数が存在する可能であるが、ほとんどの企業は、このような境界で操業しているわけ

ではない。

最後、環境の変化に対して、企業は慣性領域にとまり、「ルーズな均衡」状態で存在しうる。

4-3. 企業効率の人間要因における社会経済学の説明

ライベンシュタインの分析によって、企業効率に対する内部人間要因の影響が明らかになった。しかし、彼の分析が企業内個人の利害による行動特徴に集中し、個人と組織、また個人間の関わりに対する説明がまた不十分である。この点について、社会経済学の分析によれば、企業内人間要因に対する理解を一層深化することができる。

① 社会的交換の不安定性の制御

企業内部人間関係の本質が社会的交換である。社会的交換において、「特定化されない責務」という「契約できない空白」が存在するため、交換の達成は人間要因に依存しなければならない。このような人間要因によって成立された企業が不安定なシステムである。

社会的交換を促成、維持また増殖するため、その不安定性を克服する制御機構が必要となる。現実には、その制御機構が2つのタイプで現れている。1つは、Williamsonが強調したような契約、ルールによる統治及び制裁である。もう1つは、社会的交換自体の要求としての信頼、慣行及び柔軟なルールである。

前者の制御によれば、まず社会的交換の「特定化されない」内容を明確化、特定化、契約化しなければならない。しかし、このような過程が、不安定性を縮減すると同時に、社会的交換の範囲、内容及び活力を大きく制限してきた。実は、社会的交換は、「特定化されない責務」によって、人間の能動性を発揮させ、その「慣性領域」を超える「潜在能力」を引き出すという機能を備えている。言うまでもなく、契約・ルールによる統治は、このような人間進歩の可能性を閉じて、企業内人間の努力水準を低いレベルで抑えている。

また、契約・ルールによる制裁においても大きな問題がある。

まず、制裁の前提としては、労働者の活動を監視する必要がある。しかし、労働者の努力水準まで監視するのは、莫大の費用がかかり、また完全な監視が不可能である。

次に、組織の制裁には限界がある。つまり、組織にとって「異常な行動」に

対する制裁が可能であるが、慣行的行動に対する制裁が不可能である。

最後、最も注意すべき点は、制裁が成員の組織に対する敵対的な感情を起きやすい。制裁によって、企業の非効率性が一層増大するという可能だけではなく、企業の崩壊という恐れもある。

② 信頼による安定的な社会的交換の達成

社会的交換の不安定性に対するもう1つの制御機構は、取引主体の間の相互信頼である。

* 信頼形成の契機

取引環境の複雑性と不確実性において、信頼が情報不足を、内的に保障された確かさで補いながら、手持ちの情報を過剰に利用し、行動予期を一般化する過程であると考えられる。

* 信頼の機能

形成の契機と過程によって、信頼が取引環境に対する「複雑性の縮減メカニズム」として見られる。また、信頼に基づいて、行為主体の選択範囲が再び拡大し、その実現の可能性も高まる。そして、信頼が同時に「複雑性を維持する構造」と見られる。

さらに、信頼は、未来における社会的複雑性を縮減することによって、信頼がないで実現し得ないような複雑な社会関係の形成を可能にする。

* 信頼の両義的性格：「チャンスであると同時に拘束でもある」

信頼は主に「人格的信頼」と「システムに対する信頼」という2つの類型に分けられる。

他者あるいはシステムを信頼すると同時に、自身は表現した自己に拘束される。つまり、自己は、信頼を得ようとする過程で他者から拘束を受けることである。言い換えると、信頼を獲得するための努力は、社会的な拘束の中で営まれる。

* 社会的交換における信頼の役割

社会的交換に対する信頼の役割については、宮本がこう述べている。

「社会的交換は、契約化されない空白を信頼によって埋めるというものである。というよりもそのような信頼を取引の中から生み出すのが社会的交換というものであり、この意味ではむしろ信頼によって空白が生み出されるといってよい。この空白が『特定化されない責務』であり、それは『特定化されない』

と言う意味では空白であるが、『責務』と言う意味ではその空白自体が信頼によって生み出され、信頼によって埋られていくのである¹⁹⁾。

取引主体は、特定化されない給付と反対給付の連鎖を通じて、互いに相手に対する信頼が自生的に生み出される。このような過程によって、社会的交換の「契約できない空白」が信頼によって埋られてくる。

*前提としてのコミットメント

取引主体が相手の反対給付を信頼するのは、まず自らが「信頼に値する」ことを示す必要がある。このような要請に対して、取引主体はある種の価値的な「責務」を含む行為というコミットメントの形で自ら証明する。

単にいうと、コミットメントはある種の価値的な「責務」を含む行為である。取引主体は何らかの価値的な態度と評価をもって、取引自体に対する「責務」の感覚によって自己拘束する。

社会的交換におけるコミットメントの意味は、主に取引主体が取引の「相互性」・「互酬性」という「道徳的」規定性を意識しながら、自身に「特定化されない責務」に対する「公正的」・「適正的」な「責務」を持たせる行為である。

*経営制度の役割

経営制度は、主に企業構成員の間に、このような社会的交換に対する「公正的」・「適正的」な「責務」への合意によって生まれたものであり、またその生成・存続によって、企業内のコミットメント構造を維持・保障する。

③ 組織人格の形成

組織内の信頼、特にシステム信頼の達成によって、組織成員は、組織の目標、慣行及び規則に対する「無関心圏」を形成し、自己の活動を組織の要請へ傾くことと見られる。さらに、組織と高度的なコミットメントを持つという条件の下、組織成員は、組織という名義の要求は、何がなされるべきかに関しての暗黙の了解を前提とし、少なくとも集合体との共同利害という視点を共有することを意味している。このような組織側の視点に立って自己の義務を遂行することを要求する人間特徴は、組織人格という。

4-5. 経営管理の本質

企業は1つの経済組織であり、その成長と存続は、企業の経済効率性と能率性に依存する。以上のような企業の内側に対する分析によって、その経済効率

性は企業内の人間要因に大きく依存することが明らかにした。そして、企業経営管理の中心問題は、企業内X非効率性を克服し、組織目標と一致する方向に沿って、人間要因の積極的な側面を発揮することである。

企業経営管理の本質は、構成員達の企業内経済的・社会的交換に対する「公正」・「適正」の期待に基づいて、経営制度を作り上げ、またこれによって、企業内コミットメント構造を維持・保障し、「信頼」という内部人間関係を作り上げるうえ、企業内経済的・社会的交換を遂行する。このようにして、企業が人間要因のX効率性を発揮させ、有効性と能率の相互作用とその均衡を維持されることによって、存続・成長していく。

5. 展望

社会経済学的な分析によって、従来の企業と組織における「経済学的」分析の欠陥を克服し、市場・組織・企業の論理および相互関係を明らかにするのが可能である。また、その制度的分析の考え方によって、企業経営活動の本質と特徴を解明することができる。

このような分析アプローチによって、従来の「日本的経営」に対する「文化論」的なアプローチと「経済合理」的な理論の限界を克服し、日本企業の組織の論理を解明することができる。より現実的なのは、現在の経営システムの転換についての様々な議論を正しい方向に位置づけ、さらに革新案を提起することが期待される。

【註】

- (1) 宮本光晴 『企業と組織の経済学』（新世社 1991）13頁。
- (2) 宮本光晴 『人と組織の経済学』（東洋経済新報社 1987）114頁。
- (3) ブラウ 『交換と権力』（新曜社 1984）80頁。
- (4) 同上書 82頁。
- (5) この点についてより詳細な議論は、伊丹敬之・加護野忠男・伊藤元重編『日本の企業システム 第4巻 企業と市場』（有斐閣 1993）第1章を参照されたい。

- (6) バーナード 『経営者の役割』(ダイヤモンド社 1968) 67頁。
 (7) 同上書 76頁。
 (8) 同上書 148頁～149頁を参照。
 (9) 宮本光晴 『企業と組織の経済学』(新世社 1991) 177頁。
 (10) ライベンシュタイン 『企業の内側一階層制の経済学』(中央大学出版部 1992)289頁。
 (11) 宮本光晴 『企業と組織の経済学』(新世社 1991) 158頁。

参考文献 (訳者略)

- S.ダウマ+H.シュルーター 『組織の経済学入門』 文真堂 1994
 宮本光晴 『企業と組織の経済学』 新世社 1991
 宮本光晴 『人と組織の経済学』 東洋経済新報社 1987
 A.スミス 『諸国民の富』 岩波書店 1959-1969
 O.E. ウィリアムソン 『市場と企業組織』 日本評論社 1980
 J.R.コモズ 『集団行動の経済学』 文雅堂銀行研究社 1958
 バーナード 『経営者の役割』 ダイヤモンド社 1968
 ブラウ 『交換と権力』 新曜社 1984
 ライベンシュタイン 『企業の内側一階層制の経済学』 中央大学出版部
 1992
 富永健一 『経済と組織の社会学理論』 東京大学出版会 1997
 ルーマン 『信頼—社会的な複雑性の縮減メカニズム』 徑草書房 1990
 ノース 『制度・制度変化・経済成果』 晃洋書房 1994
 G.M. ホジソン 『現代制度派—経済学宣言』 名古屋大学出版会
 河野大機 『バーナード理論の経営学の研究』 千倉書房 1983
 伊丹敬之・加護野忠男・伊藤元重編 『日本の企業システム 第4巻 企業と
 市場』 有斐閣 1993
 現代企業研究会編 『日本の企業間関係』 中央経済社 1994
 谷本寛治 「企業理論のパスベクティブ」 『経済理論』 1996. 7
 谷本寛治 「制度変革のシステム論」 『Popper Letters』 1998. 12