技術論的経営経済学の一考察

—ホフマンの所論を中心として—

笠原俊彦

- I 序
- II ホフマンによる技術論的経営経済学の一般的規定
- III 継続企業とその企業保全活動
- IV 企業保全論の本質
- V 結

I 序

ドイツの経営経済学的研究は、経営経済学が金儲け論であるか否かの論争に関連して、⁽¹⁾三つの学派に分けられている。規範論学派、理論学派および技術論学派がそれである。アレキサンダー・ホフマンは、このうち、技術論学派に属する学者として知られている。本稿の目的は、技術論を主張するホフマンの経営経済学説を研究し、これが果して、彼の意図⁽²⁾の通りに技術論たりうるか否かを検討することにある。

II ホフマンによる技術論的経営経済学の一般的規定

ホフマンは、経験科学としての経営経済学の研究対象を、経験的に与えられた営利経済⁽³⁾(Ertragswirtschaft)としての企業に求める。しかし、かかる見解は、当時のドイツの経営経済学者によって、一般に認められていたわけではない。ホフマンによれば、むしろ、経営経済学の研究対象として、営利経済としての企業ではなく、経済性を追求する経営を措定する見解が支配的であった。かかる見解をとる経営経済学者の意図したところは、私

(1) 次を参照のこと。藤利重隆；『経営学の基礎』(改訂版)昭和42年、33～35頁。

(2) 本稿におけるホフマンの所論は、次のものによる。A. Hoffmann; Der Gewinn der kaufmännischen Unternehmung, 1929 (以下, Gewinn. と略す); Objekt und Methode der Betriebswirtschaftslehre, Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik, 1930 (以下, Objekt. と略す); Wirtschaftslehre der Kaufmännischen Unternehmung, 1932 (以下, Wirtschaftslehre. と略す)。

(3) 本章におけるホフマンの所論は、次のものによる。A. Hoffmann; Wirtschaftslehre. SS. 1～26; Gewinn. SS. 1～18.; Objekt. SS. 801～812。

経済学ないし経営経済学は金儲け論であるという非難を避けることであった。けだし、利潤追求は、資本主義企業の本質をなすものであるから、かかる企業を研究するかぎり、経営経済学は金儲け論と無関係ではありえない。そこで、利潤を追求する企業にかえ、経済性を追求する経営を経営経済学の研究対象とすることによって、金儲け論という非難を避ける試みがなされたのである。ところがホフマンによれば、かかる試みにおいては、しばしば倫理的価値判断がなされる⁽⁴⁾。しかし、倫理的価値判断をなすことは、科学においては許されえない。経営経済学は、経験的存在としての企業に関する経済学、すなわち企業経済学 (Unternehmungswirtschaftslehre) でなければならぬのである⁽⁵⁾。

企業の利潤追求に関する問題は、公企業においてよりも商事企業 (kaufmännische Unternehmung) ないし私企業において、より十分に現われる。そこでホフマンは、経営経済学の研究対象として、直接的には、私企業を措定する。しかもそのみではない。私企業といっても、その中には、規模、法形態を異にするさまざまな企業が含まれる。この中で、ホフマンは、大規模で、かつ株式会社形態において営まれている企業を、経営経済学的研究の中心にすえる。けだし、かかる企業においてこそ、私経済的利潤追求の問題のすべてが観察されうるからである。

企業は、これをいかなる文化的関連におくかによって、さまざまに考察される。例えば、国民経済学は、これを総合経済的立場から考察する。これに対し、経営経済学は、企業を、企業に内在的な私経済的目的追求ないし利潤性追求の立場から考察する。換言すれば、収益性ないし利潤性原理 (Ertrags-od. Rentabilitätsprinzip) を、所与の素材から本質的なものを選択する原理としての選択原理 (das Auswahlprinzip) とするのである。ホフマンによれば、資本主義経済社会においては、利潤性追求は、企業にとって《確定した規範》(eine feste Richtschnur) ないし《一義的に定められている最終目的》(der eindeutig bestimmte Endzweck) をなす。それゆえに、経営経済学は、もはやわざわざ企業の目的それ自体の研究をなす必要はない。経営経済学は、企業の利潤性という価値および利潤性追求という価値行為を所与のものとして受け取りさえすればよいのであり、この価値が正しいか否かを問う必要はない。かくして経営経済学に残されるものは、所与の一義的

(4) 倫理的価値判断をなすことなく経営を研究対象とすることは不可能ではない。その一は、経営概念を拡張し、これに、企業のみならず、家計等の非営利経済をも含め、かかる経営をもって研究対象とするもの、その二は、生産技術的単位としての経営を研究対象とするものである。しかし、ホフマンによれば、第一の見解をとる者も、実際の研究においては、企業をその中心においており、したがって、その主張と実際になすことが矛盾している。また第二の見解をとる場合には、販売、資本調達などの経営経済学の重要問題が研究されえない。Hoffmann; Wirtschaftslehre., SS. 1~2.; Objekt., S. 801.

(5) Hoffmann; Objekt., S. 805.

目的を達成するための合理的な手段の研究、これのみとなる。この場合、ホフマンにおいては、企業目的としての利潤性は選択原理であると同時に、諸手段の合理性を測り、これを整序する整序原理 (das Ordnungsprinzip) をなす。かくして経営経済学は、所与の目的を達成するための整序された手段の一体系、すなわち《技術論》(Kunstlehre) になるの⁽⁶⁾である。

しかしながら、同じく経営経済学の研究対象を企業に求め、選択原理を利潤性に求めながらも、リーガーは、経営経済学を、技術論としてではなく、認識それ自体を目的とする理論として把握する。それでは、ホフマンが経営経済学を理論としてではなく、技術論ないし実践科学 (praktische Wissenschaft) として把握するのはなぜであろうか。かかる論拠は、ホフマン自身の論述においては必ずしも明らかではない。これはむしろ、彼の弟子ジーバーによって詳論されている。そこでわれわれは、リーガーに関するジーバーの所論を一瞥することにより、経営経済学が技術論として把握されなければならない理由を考察しよう。

ジーバーによれば、リーガーは、経営経済学が金儲け論であるという非難を避けるために、国民経済学における見解にしたがって、理論と実践ないし政策とを区別する。そして私経済的政策 (Privatwirtschaftspolitik) は、これを、世界観に関係し、それゆえに価値判断をなすものとして斥ける。けだし、政策を論じるかぎり目的の問題を取り扱わざるをえないのであるが、この目的は、企業においては、利潤追求すなわち金儲けである。したがって、私経済的政策を論じる場合には、かかる金儲けのための手段を論ぜざるをえないこととなり、金儲け論から解放されるをえない。そこで経営経済学を金儲け論および価値判断から解放するためには、目的と手段の関係を考える政策を排し、認識のみを目的とし、原因と結果の関係を考える理論科学として、経営経済学を構成しなければならないこととなる。しかしジーバーによれば、経営経済学においては、このように理論と政策とを区別する必要は存在しない。なぜなら、国民経済政策の扱う総合経済の目的は一義的でなく、したがってそこには世界観の対立が存在しうるのに対し、経営経済学の研究対象である企業の目的は完全に一義的であり、これについて世界観の入り込む余地はないからである。そのみではない。ジーバーは、さらに、もっぱら認識のみを目的とする経営経済学は独立の科学として意味をもちえないことを主張する。⁽⁷⁾けだし、経営経済学は、それが認識のみを目的とする理論科学を志向する場合であっても、利潤性を選択原理とせざるをえないのであるが、かかる利潤性は、企業の実践的目的に他ならない。かかる場合に⁽⁸⁾

(6) Hoffmann; Wirtschaftslehre., SS. 6, 9.

(7) E. Sieber; Objekt und Betrachtungsweise der Betriebswirtschaftslehre, 1931, S. 20.

(8) Sieber; a. a. O., S. 15.

は、理論における原因—結果の関係は、手段—目的の關係に容易に転化されうると解されうるのである。⁽⁹⁾ ジーバーによれば、経営経済学は、歴史的にみても、実践的課題の解決のために生まれたものであり、今日においても、その究極的な目標は、実践的な経営管理のための案内者たることでなければならないのである。⁽¹⁰⁾

さて、ホフマンは、企業と経営とを区別し、経営を生産技術的単位として把握する。これに対し、企業は、利潤を追求する経済単位すなわち財務的単位 (Finanzinheit) をなす。しかしこのことは、企業が経営とは別個独立に存在することを意味するものではない。企業の利潤追求は商品生産を介してなされるのであり、経営は、企業の物の一技術的基礎 (die sachlich-technische Grundlage) として、企業の中に包摂される。かかる企業において、企業者は、利潤追求のために、技術 (Technik) を利用して生産技術的合理性を高める努力をなすとともに、広告活動においては応用心理学を、また債権保全のためには応用法学を利用する。営利的商品生産体としての企業の利潤追求は、これらさまざまな《技術学》 (Technologie) を利用してなされる。かくして、企業の利潤追求のための手段の一体系を確立しようとする《技術論》 (Kunstlehre) としての経営経済学は、これら技術学と密接な関係をもつこととなる。⁽¹¹⁾

企業の諸活動においては、これら技術学を利用して、それぞれの合理性ないし経済性が追求される。ところで、企業の諸活動は、それ自体で最終目的をなすのではなく、全体的な企業目的すなわち利潤性を志向している。そこで諸活動は、それが真に合理的でありうるためには、利潤性を高めうるものでなければならない。ホフマンによれば、企業目的としての利潤性は、諸手段の合理性を評価し、これを整序する整序原理をなすものであった。諸手段ないし諸活動の合理性判定の原理として機能しうるためには、利潤性は、具体的な一義的に規定されなければならない。それでは、利潤性とは、何を意味するのであろうか。ホフマンによれば、企業は、企業者の利潤追求のために設立され運営される。企業者は、一定の資本を投下し、この資本に対する利潤性を最大にするように企業を運営する。それゆえに、企業の利潤性とは、自己資本の利潤性 (die Rentabilität des eigenen Kapitals) すなわち自己資本利潤率を意味する。自己資本利潤率が諸活動の合理性を判定する基準となりうるためには、自己資本利潤率と諸活動の合理性とが、一つの共通の単位によって表現されなければならない。かかる共通の単位は、貨幣によって与えられる。ジーバーによれば、企業は貨幣計算をなす営利経済であり、ここにおいては、最終目的は貨幣的利潤性として与えられており、かつ、かかる最終目的を達成するための手段の合理

(9) 薬利重隆；前掲書，35頁。

(10) Sieber；a. a. O., SS. 9~14.

(11) Hoffmann；Wirtschaftslehre., SS. 6~7.

性も、貨幣という共通の尺度により、数量的に把握、計算されうる。かくして、ジーバー⁽¹²⁾によれば、経営経済学は、数量的評価にもとづく科学、すなわち精密科学をなすのである。

以上、われわれは、ホフマンによる技術論的経営経済学の規定を概観した。しかしホフマンの経営経済学の内容は、果して技術論として把えられうるであろうか。このことを明らかにするためには、まず、ホフマンの経営経済学の具体的内容が検討されなければならない。

III 継続企業とその企業保全活動

ホフマンは、企業を手段の秩序として理解する。ここに手段とは生産手段を意味し、これは現実的生産手段と抽象的生産手段から構成される。現実的生産手段は有形財および無形財を含む財産ないし実体資本と人間とからなり、これらは商品生産目的のために企業者によって統一され、企業有機体 (Unternehmungsorganismus) を形成する。この場合、企業有機体を構成する財産および人間は、それぞれ物的用役および人的用役を提供し、商品生産活動を介して企業の利潤性追求に貢献する。他方、抽象的生産手段は、自己資本と他人資本とから構成される。これは財産ないし実体資本と異なり、無形態、無定形の貨幣資本であり、購買力の基金 (Fonds von Kaufkraft)⁽¹³⁾ である。かかる貨幣資本は抽象的生産手段の組織 (die Organisation des abstrakten Produktionsmittels) を形成する。この組織は、企業有機体を処理する組織をなすと同時に、企業成果を分配する秩序をもその中に含んでいる⁽¹⁴⁾。われわれは、これを、企業支配の組織と考えることができる。しかし、かかる組織は、もはや単なる生産手段の組織ではありえない。これは、生産手段を処理する主体をも含む組織でなければならないだろう。企業は、その中に主体を含み、それ自体の生活 (Leben) を営む生活体をなすものと考えられうるのである。かかる企業の生活は、利潤追求のための諸活動の継続的遂行として現われる。企業は、《継続すべく意図して営まれている企業》 (die auf die Dauer abgestellte Unternehmung)⁽¹⁵⁾ すなわち継続企業をなす。われわれは、ホフマンが、経営経済学の直接の研究対象として、株式会社形態において営まれる大規模商事企業を指していたことを想起すべきであろう。企業の継続性は、かかる企業の特質として理解されうる。

さて、企業は、企業者の利潤追求のために設立され運営されるものであった。このことは、企業者の利潤追求が、直ちに企業の目的をなすことを意味するのでであろうか。ホフマ

(12) Sieber; a. a. O., SS. 91~94

(13) Hoffmann; Wirtschaftslehre., SS. 43~52.

(14) Hoffmann; a. a. O., SS. 107~110.

(15) Hoffmann; a. a. O., S. 179.; Gewinn., S. 19.

ンのいう企業者は、広義において出資者を意味する。かかる出資者は、大規模株式会社においては、会社の運営に関係する企業者株主ないし狭義の企業者と、会社の運営に関係しない単なる資本家とに区別される。この二つの出資者は、概して、その企業に対する態度を異にする。まず単なる資本家は、企業に対し、その利潤の全額を配当するよう要求し、また株式の売買により相場利潤を追求する。かかる態度は、企業の利益と一致しない純粹に私資本家の一個人的態度であり、われわれは、これを、短期的利潤追求として考えることができる。これに対して、狭義の企業者の態度は、一般に企業の利益と一致する。かかる企業者の立場こそ、企業者の真の立場をなすのであり、単なる資本家の主観的一個人的立場と異なる客観的一経営経済的立場ないし企業の立場をなすのである。⁽¹⁶⁾

それでは、単なる資本家の個人的目的と区別される企業の目的とは何であろうか、われわれは、ホフマンの考える企業が継続企業であったことを想起すべきであろう。ホフマンによれば、かかる企業は自己の利潤獲得能力 (Erwerbskraft) を維持しようとする意志をもっている。換言すれば、企業は、持続的な営利の源泉 (eine dauernde Erwerbsquelle) たることを意欲する。かかる継続企業のすべてにとって、その第一の生活規範 (die erste Lebensnorm) は、自己の利潤獲得能力を維持することでなければならない。企業の活動は、自らの生活を維持し促進すること (Lebenserhaltung und -förderung) に他ならない。⁽¹⁷⁾ それでは、企業の利潤獲得能力の維持は、いかにしてなされるのであろうか。

企業は、商品生産を介して利潤を追求するが、かかる企業活動はすべて、常に危険を伴う。かかる危険ないし企業危険は、まず、損失をもたらす可能性として理解される。しかしまた、企業危険には、常に、利潤獲得の機会が結びついている。したがって企業危険は、利潤と損失の両方をもたらしうる可能性をなすのであり、この意味で、企業の利潤性を決定する《利潤性要因》(Rentabilitätsfaktor) をなす。企業は、その活動のすべてにおいて、企業危険に対処しなければならない。したがって、企業活動は危険政策 (Risikopolitik) をなすのであり、かかる危険政策を、ホフマンは、《保全》(Sicherung) 活動として理解するものと考えられる。⁽¹⁸⁾ さて、企業の危険に対する態度は二つに大別される。第一は危険の自己負担であり、第二は危険の他人への転嫁である。このうちホフマンは、危険の自己負担を重視する。けだし、危険は利潤機会をも意味する。そこで、もし、企業がすべての危険を他に転嫁することが可能であり、かつ転嫁する場合には、企業は利潤機会を放棄することになる。ホフマンによれば、企業は危険を冒すことによって、すなわち冒険 (Wagnis) することによって利潤を追求することを、その特質とする。危険を自己負担し

(16) Hoffmann; Wirtschaftslehre., SS. 335, 353.

(17) Hoffmann; a. a. O., SS. 180, 278. ;Gewinn., 16.

(18) Hoffmann; Wirtschaftslehre., SS. 194~208.

ない企業は、企業としての意味をもたない。市場経済における企業は、積極的に市場に働きかけ、危険を冒さなければならない。かくしてのみ、企業は、その競争能力を維持し、⁽¹⁹⁾ 最大可能な利潤性を追求しうるのである。したがって、企業の運営者である狭義の企業者は、創造的、動態的精神 (schöpferischer, dynamischer Geist) の持ち主でなければならない。かかる企業者こそ、真の意味における企業者 (der Unternehmer in wahren Sinne)⁽²⁰⁾ をなすのである。企業の積極的な保全活動は、他の諸企業に対する優越的地位の形成を可能にする。換言すれば、保全活動は、他の諸企業に対する差別利潤 (Differentialrente) ないし超過利潤 (Überprofite) の形成を可能にする。ここに差別利潤ないし超過利潤とは、単に現在におけるある企業の他企業に対する利潤の差ではなく、将来にわたる利潤の差を意味する。けだし、継続すべく意図されて運営されている企業においては、現在における利潤のみではなく、将来にわたる利潤が追求されるのであり、その意味で、かかる企業は、貨幣的利潤の源泉 (Geldertragsquelle) ないし未来における所得の源泉 (Quelle zukünftiger Einnahmen) をなすからである。かかる差別利潤は、《のれん》(Goodwill) とよばれるものに他ならない。のれんは、期待される超過利潤の現在の価値 (der gegenwärtige Wert zu erwartender Überprofite) であり、これは、商品の品質改良、生産技術の進歩、販売組織の改善等、シュムペーターの言葉を借りれば、新結合の遂行 (Durchsetzung neuer Kombinationen) をなす企業者の給付 (Unternehmerleistungen) によってもたらされる。⁽²¹⁾ かかる企業者の給付は、顧客の給付 (Kundenleistungen) を増大せしめるのであり、この意味において、のれんはまた、顧客関係の価値 (der Wert der Kundschaft) とよばれる。企業の保全活動は、まさに、かかるのれん形成のための活動を意味するものとして理解されうるのであり、保全活動によってこそ、企業は、その利潤獲得能力を維持しうる。われわれは、ホフマンの経営経済学の具体的内容を、継続企業の保全活動に関する研究、すなわち、企業保全論として理解することができる。

IV 企業保全論の本質

それでは、企業保全論は、果して技術論たりうるであろうか。このことを検討するためには、われわれは、企業目的の一義性に関するホフマンの主張にたちかえることを必要とする。ホフマンによれば、資本主義経済社会においては、利潤性追求は、企業にとって確定した規範ないし一義的に定められた最終目的をなすものであった。そして、それゆえにこそ、経営経済学は、もはや企業の目的それ自体の研究をなす必要はなく、ただ所与の一

(19) Hoffmann; a. a. O., SS. 206, 208.

(20) Hoffmann; a. a. O., SS. 180, 182.

(21) Hoffmann; a. a. O., SS. 51~55, 266.

義的最終目的を達成するための合理的手段の研究のみをなせばよいと、ホフマンは考えたのである。そして、かかる合理的手段の研究をなす経営経済学を、彼は技術論的経営経済学として理解した。われわれは、企業目的の一義的所与性が、技術論的経営経済学の基本的前提条件をなすことに注意しなければならない。他方、ホフマンにおいては、株式会社形態において営まれている大規模商事企業がその経営経済学的研究の中心におかれており、しかもかかる企業は、継続企業として特質づけられるものであった。ここで、われわれは、継続企業が、資本主義経済社会における企業の歴史的発展形態の一つをなすことに注意しなければならない。継続企業としての大規模商事企業は、資本主義経済社会の成立以来常に存在したのではなく、今日の資本主義社会における代表的企業として理解されなければならない。このことを、ジーバーは明確に述べている。ジーバーは、経営経済学の研究対象として、経済主体の消費経済すなわち家計から分離し、その意味で組織的独立性をもち、危険を負担し、資本計算をなし、巨額の資本および多数の労働者を使用する大規模営利経済 (Großerwerbswirtschaft) としての企業を指定する。かかる企業は、ホフマンの大規模商事企業と同一のもので解されうるのであるが、ジーバーによれば、かかる企業は、《今日における企業の象ないし型》(Bild der heutigen Unternehmung, Typ der heutigen Unternehmung) をなす⁽²²⁾。かく理解される継続企業については、その利潤追求も、利潤追求の歴史的形態として理解されなければならない。資本主義経済社会における企業の利潤追求の内容は、企業と共に歴史的に変化する。ところが、企業目的が歴史的に変化する場合には、今日における企業の利潤追求を研究する経営経済学は、まず、歴史的に変化する企業目的そのものの研究をなし、特定の歴史的段階としての今日における企業目的を明らかにしなければならない。けだし、手段の研究は、目的が明確に規定されうる場合にのみ可能だからである。かく考える場合には、企業目的がすでに一義的に与えられていると考え、企業目的そのものの研究を放棄することは許されえないのではなからうか。

しかしながら、われわれのかかる論述に対しては、次のような反論がなされうるかも知れない。「ホフマンが一義的に所与であると考えている企業目的は、今日における企業即ち継続企業の目的である。継続企業の目的は、すでに一義的に所与である。」と。たしかに、継続企業の目的がすでに一義的に所与であれば、かかる目的に関する手段のみの研究、したがって技術論は成立しうるであろう。そこで、われわれはさらに、継続企業の目的がすでに一義的に所与であるか否かを検討しなければならない。

すでに述べたように、ホフマンにおいて一義的と考えられる企業目的は、自己資本利潤率であった。これは、ある期間の利潤を分子とし、期首の自己資本と期末の自己資本 (= 期首の自己資本 + 期中の利潤) の平均値を分母とする比率として計算される。ここで期首

(22) Sieber; a. a. O., SS. 35~38.

の自己資本は一般に一定と仮定されうるから、自己資本利潤率の極大化は、期間利潤額の極大化をもって、これをおきかえることができる。⁽²³⁾しかし、特定期間における自己資本利潤率の極大化は、果して、継続企業の目的たりうるであろうか。われわれは、これを否定せざるを得ない。けだし、継続企業は、その生活の維持発展を第一の規範となし、のれん形成活動を行うものであった。かかる企業の目的志向的活動は、単なる特定期間における利潤の極大化を志向するものではなく、特定期間をこえる長期的、未来持続的利潤追求活動として理解されなければならない。したがって、ホフマンが一義的企業目的とする特定期間における自己資本利潤率は、継続企業の目的たりえないのである。

企業は企業者の利益において運営される。これは、継続企業についても同様である。したがって、継続企業においても、その企業目的は、基本的には自己資本利潤率の極大化に求められなければならない。しかしこのことは、継続企業の目的が特定期間の自己資本利潤率の極大化であることを意味しない。継続企業の目的は、長期的、持続的に自己資本利潤率を極大化し続けることにあると考えられうる。そこでわれわれは、持続的な自己資本利潤率の極大化を表現しうる具体的企業目的を明らかにすることを必要とする。しかしかかる企業目的の内容は、ホフマンにおいて具体的ないし一義的に明らかにされているわけではない。なるほどわれわれは、継続企業の目的が、利潤獲得能力の維持、より具体的には企業保全ないしのれん形成に求められることを理解しうる。保全活動は、まさに持続的な自己資本利潤率極大化活動として理解されうるであろう。しかし企業目的が一義的といわれうるためには、それは、企業活動の合理性判定基準ないし整序原理たりえなければならない。ところがホフマンにおいては、継続企業の目的は、かく一義的に規定されているわけではない。例えば、彼は、企業の販売広告を、顧客の獲得および維持 (Kundenwerbung u.-erhaltung) の手段と考える。そして広告の販売援助手段としての性質から、販売広告の経済性を、広告によって増加、維持せしめられる売上高と広告費との比率によって表現しようとする。しかしホフマン自身もいうように、かかる経済性計算は容易に行なわれうるものではない。それは、広告によって増加、維持される売上高の計算が困難だからである。広告は、広告時点における直接的な売上高の増加ないし維持を可能にするのみならず、企業名および製品名を顧客に知らせることにより、次の広告のための基盤を提供しうる。広告は、一時的顧客 (Gelegenheitskunden) のみならず、継続的顧客 (Dauerkunden) をも獲得する。前者は広告のもつ現在価値 (Gegenwartswert) であり、後者はその未来価値 (Zukunftswert) に他ならない。この未来価値こそは、未来において企業に利潤をもたらす価値であり、⁽²⁴⁾のれんに他ならない。かかる未来価値の評価は容易でない

(23) Hoffmann; Wirtschaftslehre., SS. 11, 13.

(24) Hoffmann; a. a. O., SS. 570, 644~646, 663.

が、広告の経済性を測定するためには、これは無視されえない。それでは未来価値は、広告の経済性測定にあたって、いかに考慮されるのであろうか。この間に対する答を、われわれはホフマンの論述のうちに見出すことができないのである。しかもそれのみではない。ホフマンによれば、企業の諸活動の合理性ないし経済性は、それが全体的企業目的としての利潤性に寄与しうるか否かによって判定されるものであった。しかしわれわれは、企業の全体的目的が、直ちにその部分活動の合理性の判定基準とはなりえないことに注意しなければならない。例えば、生産の技術的合理性を高める努力は、企業の最終目的からみて、しばしば不必要な程度にまでその合理性を高めうる。このように過度の生産技術的合理性の高揚は利潤性に寄与するとはいえない。そこで企業は、その最終目的に照らして、技術的合理性の程度を決定しなければならない。しかもこの場合、企業の最終目的は、かかる決定基準を明確に与えなければならない。かかる場合にのみわれわれは、企業目的が一義性をもつというるのである。しかしホフマンにおいては、企業目的は、かく具体的に与えられているとはいわれえない。

以上を要するに、われわれは、ホフマンにおいて、継続企業の目的が一義的に与えられていると考えることはできない。ホフマンは、その著『商事企業経済学』において、経営経済学を技術論として規定し、かかる観点から経営経済の個別問題を統一的に論述することを意図したのであるが、彼のかかる意図は成就されたとはいえないだろう。われわれはホフマン経営経済学の具体的内容としての企業保全論を技術論的経営経済学としては理解しえないのである。

経営経済学は経験科学の一つである。経験科学である以上、経営経済学は、経験的現実 (die empirische Wirklichkeit) ないし現実的所与 (die realen Gegebenheiten) としての《存在するもの》(Seienden) の認識に基づかなければならない。経営経済学は、一定の企業政策的施策 (bestimmte unternehmungspolitische Maßnahmen) に関する価値判断をなすのであるが、かかる《存在すべきもの》(Seinsollenden) の認識といえども、存在するもの⁽²⁵⁾の認識に基づいてのみなされる。倫理的価値判断をなすことは、経営経済学においてはきびしく戒められねばならない。かくして経営経済学においては、経済性追求をなす経営ではなく、利潤追求をなす企業こそが、その研究対象でなければならない。資本主義社会においては、経営の経済性追求ではなく、企業の利潤追求が経験的現実をなすからである。この点に関しては、われわれは、当時のドイツにおいて主流をなした見解に反対し企業の利潤追求こそが経営経済学的研究の対象であると主張したホフマンの功績を高く評価すべきであろう。しかしわれわれは、経験的現実としての企業目的を一義的に所与であるとす彼の主張には同意することができない。現代の代表的企業である継続企業の目的

(25) Hoffmann; Gewinn., S. 6.

は、決して一義的に明確なものとはいえない。そこでわれわれは、継続企業の目的を具体的に把握するための研究を必要とする。けだし、継続企業の目的を具体的に把握することによってのみ、企業政策的施策に関する価値判断が可能となるからである。われわれは、ホフマン経営経済学の具体的内容をなす企業保全論を、継続企業の目的に関する研究をも含むものとして理解しなければならない。企業保全論は、技術論的経営経済学をこえる、より現実的、経験的な科学を志向すべきものとして理解されなければならないのである。

V 結

今日の経済社会における代表的企業は、継続企業として理解される。しかしかかる継続企業の目的は、一義的に明らかではない。そこで継続企業の利潤追求活動を研究する経営経済学においては、企業目的を解明する努力がなされなければならない。かかる努力をなす場合、われわれは次の二点に注意しなければならない。第一に企業の諸活動は、計画的になされる。かかる計画は、特定期間になされうる活動についてのみ設定されうる。継続企業の利潤追求は無限持続的なものと解されうるのであるが、われわれは現在ないし近い将来になされうる活動において遠い将来のための配慮をなすにすぎない。そこで企業目的は、特定計画期間の活動において実現されうるように具体化されなければならない。第二に企業の活動は、組織的活動として理解されうる。かかる組織的活動においては、個別活動は、相互に分業的協業の関係において調整され、統合されなければならない。そのためには、企業の全体的目的は、各個別活動の職分が明確に把握されうるように具体化されなければならない。このようにわれわれは、企業目的を期間的側面および組織的側面の両方において具体化しなければならない。しかも、企業目的をかく具体化する努力は、企業活動そのものの研究のうちにおいてのみ可能であることが銘記されるべきであろう。