

〔研究ノート〕

「企業の理論」に関する覚書

水 川 侑

1. はじめに

現代の大企業は、大量生産を生産方式とし、その上に大量販売を販売方式として経済活動を営んでいる。このような方式の下では、まず、原材料の大量消費と固定性原料に加えて液体性・気体性原料の使用という面から、資源枯渇、環境汚染、産業廃棄物の問題が生じ、大量生産の労働過程面からは、事務労働の単純化・機械化や作業労働の機械化・自動化による労働強度の増大とともに人間疎外の問題や作業労働の機械化・自動化の体系に包摂されない作業労働の下請化の増大に伴って本工と下請工との労働条件の格差の問題が生じ、さらに、大量販売の面からは、消費者の無知や消費者選好心理を前提に、生産物の本来の使用価値のみならず、生産物の派生的使用価値が生産者や消費者の関心をひき、新製品や差別化された製品が開発されることによって消費者に余計な浪費・無駄な消費を強要し、これがひいては消費財の容器・包装材や耐久消費財の廃物の問題を生じさせている。これらがかかえている問題点、これらの問題と企業の意味決定の関係、さらに、市場機構の役割と非市場的・政治的な機構との関連性等を探究せんとするための準備的作業として、この覚書は整理された。

2. 伝統的理論の問題点

周知のごとく、伝統的理論は完全競争の市場機構において、次のような経済状態が達成されるものとしている。個々の経済主体は、市場価格に対して何らの市場支配力をもたず、その価格を所与として、生産量ないし消費量を調整することを通じて、自らの利潤または効用を極大化しようとする。そして、個々の経済主体が価格をパラメーターとして価格受容者・数量調整者として適応する過程の帰結として、産業の均衡が達成される。この達成された均衡状態において、すべての企業の操業状態は最適規模の状態にあり、過剰生産能力 (excess capacity) も存在しない経済の最適状態あるいは資源の最適配分の状態にある。ところで、このような伝統的理論で取扱われる企業は、市場機構の下に合理的な行動をする経済人 (homo economus) であるため、内部組織とか、その構成範囲とか、意思決定の過程とかの問題が論ぜられないものとして、市場に存在している。だから、企業は、力学において、質量をもつが空間的な拡がりをもたない「質点」になぞらえられるべき特徴をもっている^①。従って、企業はただ、「予測をなし、代替諸条件のなかから適切なものを選びだすこと」を行なうものでしかないのであ

目 次

研究ノート

「企業の理論」に関する覚書	水 川 侑(1)
編集後記	(14)

る。そして、かかる伝統的理論が仮定する合理性は、次の二命題に還元することができるであろう。即ち、(1)企業は利潤の極大化を追求する。(2)企業は完全な知識をもって行動する。そして、これらに対しては下記に述べるような批判がある。

まず、第一の企業理論の動機づけである利潤極大化の仮定に対して、二つの代替案が提示された。その一つは、利潤が企業の唯一無二の目的であるか、ということに関するものである。これに対する批判の一つは、企業の目的は多元的であって、利潤はかかる目的の一つにすぎない、という主張である。このような批判は、企業の多目的な目的を操作可能なかたちで数量化できる目的函数が提示されない限り、同義反復的である。もう一つの批判は、利潤に替わるような企業目的を別の最高善 (summum bonum) として提示するものである。たとえば、K・W・ロスチャイルドの長期生存 (long-run survival)^② あるいはW・J・ボーモルの売上高極大化仮説^③ などである。このような主張は、R・A・ゴードンが利潤極大化の内容を「長期的極大利潤の追求」であると理解しているように解釈すれば、利潤が企業の唯一無二の目的であるという主張と矛盾しないのである。利潤極大化仮定に対する第二の代替案は、利潤極大化ということは企業がその利潤について行動することを表わしているか、ということに関するものである。この批判は、利潤の重要性を否定するものではないが、極大化の仮定に疑問を提示するものである。たとえば、R・A・ゴードン^④、H・A・サイモン^⑤およびJ・マーゴリス^⑥は利潤の極大化は満足すべき利潤——企業が代替的政策を評価するために便法とする要求水準のこと——を生み出すという目標に置き替えられるべきであると主張している。つぎは、完全な知識に対する代替案の提示である。これに対して、予想や不確実性の理論が提示されたが、これはいずれも形式的なものであって、企業は所与の情報の下に行動する、という仮定を本質的に変えるものではなかった。第三の伝統的理論に対する批判は、その中で仮定されている企業が現実の企業について識別することのできる諸特性をほとんど備えていない、ということである。その一つは、企業を一つの組織としてみることができなかつたことについての批判であり^⑦、もう一つは、企業における意思決定過程を描写する方法についての批判である^⑧。

以下では、このような批判との関係から、労働力という特殊生産要素と完全知識の欠如との観点から組織としての企業が発生する問題と、利潤極大化を相対化するものとしての満足極大化と意思決定過程とを内包する企業の行動理論について叙述する。

① 今井賢一・他編『価格理論』I、岩波書店、1971年11月、98頁。

② K. W. Rothschild, 'Price Theory and Oligopoly', in George J. Stigler and Kenneth E. Boulding (led.) *Readings in Price Theory*, George Allen and Unwin, 1964, pp. 440-464.

③ W・J・ボーモル著、伊達邦春・小野俊夫訳『企業行動と経済成長』ダイヤモンド社、1962年12月。

④ R. A. Gordon, 'Short-Period Price Determination', *American Economic Review*, No. 38 (1948), pp. 265-288.

⑤ H. A. Simon, 'A Behavioral Model of Rational Choice', *Quarterly Journal of Economics*, No. 69 (1952), pp. 99-118.

⑥ J. Margolis, 'The Analysis of the Firm: Rationalism, Conventionalism, and Behaviorism', *Journal of Business*, No. 31 (1958), pp. 187-199.

⑦ Cf. W. W. Cooper, 'Revisions to the Theory of the Firm', *American Economic Review*, No. 39 (1949), pp. 1204-1222. G. F. Thirlby, 'Notes on the Maxionization Process in Company Administration', *Economica*, No. 17 (1950), pp. 266-282. A. Papandreou, 'Some Basic Problems in the Theory of the Firm', in B. F. Haley (ed.), *A Survey of Contemporary Economics*, Richard D. Irwin, 1952, pp. 183-219.

⑧ Cf. R. L. Hall and C. J. Hitch, 'Price Theory and Business Behavior', in T. Wilson

3. 組織としての企業

〈A・マーシャルの組織論〉

伝統的な理論の中で取扱われている企業およびそのもつ特性、たとえば市場の情報に関する全知全能の性格や利潤極大化という単一の目標設定などは、現実の企業行動から抽象化されたものではなく、どちらかといえば市場機構の効率的資源配分を説明するために論理的に付与されたという面が強いと考えられる。これに対して、現実の企業は、利用すべき情報の不完全性や処理能力に限界があるという制約の下に、自己の需要函数や費用函数を推定しなければならないのであって、このような不確実性の下では利潤の極大化をもたらすような産出量あるいは産出量—価格の組合せが自動的に導き出されるわけにはゆかない。従って、現実の企業は、不確実な情報と機会に能動的に働きかけることによって、新しい情報と機会とを獲得してゆく動態的過程こそを重要視しなければならないのである。伝統的理論において、このような動態的過程が見逃がされていたのは、企業の内部組織が殆んど問題にされなかったことと軌を一にしていると考えられる。そこでまず、経済学史上、「組織」の問題に大きな関心を示したA・マーシャルの考えを検討しよう。

彼は、『経済学原理』の第四編、生産要因——土地・労働・資本および組織——において、資本との関連の下に「組織」について次のように述べている^①。

生産の諸要素はふつう土地・労働および資本に分類される。ここで土地というのは土地と水、空気と光と熱といったかたちで、自然が人間のために無償で提供してくれる原料や力のことをさしており、労働というのは、手をはたらかせるにせよ、あるいは頭をつかうにせよ、人間の経済的なはたらきを意味している。また資本というのは、物的な財の生産、その他ふつう所得の一部として算入される便益の獲得のために役立つところの蓄積された手段のすべてを含んでおり、資本は直接の欲望充足にあてるより、むしろ生産の要因となるとみられるところの主要な富のたくわえにはかならないのである。

資本のうちには知識や組織の大部分が含まれる。そしてこれら知識や組織のうち一部は個人の所有となっているが、他は公有にゆだねられている。知識はわれわれのもっている生産の機関のうち最も強力なものである。それは自然を利用し、これを欲望の充足に役立つようにするのだ。組織は知識のはたらきを強化するのだが、そのうちには個別企業の組織、同一業種における種々の企業間の組織、すべての人々に保障を与えるとともに一部の人々に援助を与えようとする政府の組織など、さまざまな形態が含まれる。知識と組織における公有と私有の区別はたいへん重要であり、しかもその重要さはほだいに増大してきており、ある意味においては物的な財に関する公有私有の区別よりもいっそう重要となっている。ひとつにはこのことも理由になって、組織を別個の生産要素として取り扱うほうがよいとも考えられているのだ。

上にみたように、A・マーシャルは知識や組織の所有形態上における相違によって資源配分が影響されるということ、しかも、両者の間には、組織が知識の働きを強化するという関連性をもっているということを強調している。では、彼はなぜ組織の問題を経済理論の中で取扱わなければならないようになったのであろうか。A・スミスが『国富論』の冒頭で「分業」を取扱ったことと関連して、A・マーシャルが経済理論の中に「組織」を取り入れたのも由なしとしない。彼は、「個別企業の組織」ないしは「同一業種における種々の企業間の組織」が、産業生

活上、問題にされるようになったのは分業の発達と係わりがあると考えている^②。つまり、産業と企業の自由は、そのはたらきがおよぶかぎりの範囲にわたって、すべての人がその労働と資本を最高の利益をもたらすような部門に充用しようとするを可能にし、このことがまたある特定の分野で特定の技能と設備をもつようにさせ、それによってその欲求するものを購入する資金をうることができるようにした。このことから、たいへん精妙な分業をともなった複雑な産業組織を生みだしていったと。

また、彼は産業の組織を「分化」と「統合」の有機的な関係としても把握しようとした。彼の描いた産業組織論の基本的な考え方は、次の文章の中に最もよく表わされている^③。

機能の細分、すなわちいわゆる分化は、産業に関していえば、分業すなわち専門的・知識および機械のかたちをとってあらわれるし、また「統合」すなわち産業上の組織体の構成部分のあいだの関連の緊密さの増大は、商業上の信用の発達、海陸の交通、鉄道や電信、郵便や印刷機などによる運輸通信の手段とその利用の発達となってあらわれてくる。さらに、機能の細分、すなわち分化と産業上の組織体の構成部分の間の関連性の緊密化とは直接生産性向上と係わりをもつことになる。A・マーシャルは、この点を次のように述べている^④。

自然が生産にはたす役割は収益逡減の傾向を示すが、人間のたす役割は収益増の傾向を示す、とおおざっぱにはいえよう。収益増の法則はつぎのように表現してもよいだろう。——労働と資本の増大は一般に改善された組織を生み出させるが、これはまた労働と資本の仕事の能率を向上させていくと。

要するに、社会的分業の一端を担うための一細胞として企業が生み出され、これが市場を構成する経済主体となるや、収益増あるいは生産性向上という刺激が、企業内外における人間と機械の分化ないし専門化をますます促進し、それからまた、分化ないし専門化によって独立した組織体の統合＝「多角化された企業組織体」^⑤をも促進するであろう。こうして、競争が、いろいろな所有形態の複雑な組織を生み出して行くにつれて、一層改良された組織を要請するようになる。それがまた、知識の働きを一層強化して経済の効率化をもたらすであろう。ことに、A・マーシャルは、産業上の組織の場合には、それがいろいろの形態で存在する知識の働きを助けて収益増ないし生産性向上をもたらす、という関係を強調しているのである。

さらにまた、生産規模の拡大とともに生じる労働の分化と統合の問題は、A・マーシャルにあっては内部経済と外部経済とに係わる問題である。この問題は、この論稿にあっては、次のごときものと係わり合いをもつ。企業内部と企業外部における人間と機械との分化ないしは専門化への志向と規模の経済の追求とは、標準化と装置体系を基軸にした量産方式（その代表は、石油化学工業）や機械体系を基軸にした大量生産方式（その代表は、自動車工業や家庭電器工業）を普及させることになった^⑥。こうした専門化と標準化とによる大規模生産への歴史的傾向と交通通信の発達や市場の拡大とを条件としながら、企業が水平的、垂直的および多角的統合や下請制等によって経営の多様化を押し進めようとすると、ここに、情報や取引を組織する費用上の問題や企業行動の類型化の問題が生じることになる。

① 馬場啓之助訳『経済学原理』Ⅱ，東洋経済新報社，1973年9月，81—2頁。

② 『経済学原理』Ⅰ，142—3頁。

③，④ 『経済学原理』Ⅱ，それぞれ，217頁，315頁。

⑤ ニックリッシュ著，鈴木辰治訳『組織』未来社，1975年9月，136頁参照。

⑥ 標準化と生産物差別化との間には次のような関係がある。——ものの性質，あるいは，購買者の富ないし嗜好が，ある産業の最終生産物の均一性をゆるさないような場合でも，その構成部分と準備的過程では，完全な標準化をゆるすことが非常に多い。D・ロバートソン，S・デニソン著，田

〈組織発生の問題〉

つぎに、市場機構の下に、なぜ組織が発生するかということを検討しよう。まず第一の問題は、労働力がそれ以外の生産要素を結合して財を生産するに際して、労働力の特殊性がいかなる理由で組織を必要とするか、ということである。周知のごとく、資本主義経済は、生産過程において決定的な役割を果たす労働力の市場化、つまり労働力の商品化に成功することによって成立するとされている。ところで、この労働力という商品は、他の商品とは極めて異なる特殊な性質を備えている。A・マーシャルは労働力の特殊性として次の五つを掲げている^①。

- (1) 人的な生産要因は機械その他の物的な生産要因のように売買されることはないという事実なのである。労働者はその労働力を売るが、自分自身は売り渡しはしない。
- (2) あるひとがその用役を販売すると、かれ自身その用役が行なわれる場所へいっていかなくてはならない。
- (3) 労働力は「保存がきかない」。
- (4) 労働力の販売者は交渉力が弱い。
- (5) 特化した能力をもった労働の追加供給をするのにたいへん長い時間がかかる。

第一と第二のような特殊性を有する労働力は、それぞれ固有の価値観と態度とをもって生活している労働者の人格的存在と不可分に結び付いている。それゆえ、労働者はそれぞれの生産現場で異なった個性をもった他者と協業しなければならない。また、労働者から労働力を効率的に技術的に整序されたものとして抽出し、それを協業過程に合目的的に配置するためには何らかの組織を必要とする。まさに、「企業という経済組織こそ、このような労働サービスの技術的編成を可能にするために」^② 人間が発明した制度であるといえる。さらに、この制度が、ある特定の目的を追求するために時間的継続性を必要とするならば、組織の関係者は組織の内部に固定的な要素として存在しなければならないだろう。また、労働力の第五の特殊性から、「組織における人間固定性」^③ が、特化した能力をもった労働を必要なときただちに市場で雇用することができないという労働力商品化の限界から要請されることになるだろう。このような人的固定性が組織を必要とせしめることになる。

第二の問題は、市場に関する知識の不完全性の見地から組織が必要になる、ということである。周知のごとく、伝統的な理論にあっては、「企業の外部では、価格運動が生産の方向を決定し、それはまた一連の市場における交換取引を通じて調整される」としているのに対して、実際の世界では、なぜ「企業の内部では、この市場行為は姿を消し、交換取引きをとまなう複雑な市場構造に代わって、調整者としての企業家が生産を管理することになるのである」か。換言すれば、「もしも生産が価格運動によって調整されるとすれば、生産はなんらの組織なしにも遂行されうる」ということになるはずであるにもかかわらず、「どうしてなんらかの組織が存在するのか」^④。あるいは「完全な知識が理論的に可能なように作られた世界では、すべての組織的調整は全く機械的となり、すべての組織は自動的となるであろう」^⑤ から、そうでない世界においては、どうしても何らかの自動的に調整されない組織が必要になってくるであろう、という疑問が生じてくる。つまり、企業内部における調整は、「代替諸条件のなかから最適なものを選択する」ということ以上のものではないか、という疑問が生じてくるのである。

① 『経済学原理』IV、79、86、88、92頁。

②、③ 西部邁著『ソシオ・エコノミックス』中央公論社、1975年10月、それぞれ、77頁、79頁。

④ R・H・コース「企業の本質」(W・A・リーマン編、玉野井芳郎監訳『比較経済体制論』下、

日本評論社、1966年6月、所収、195頁、‘The Nature of the Firm’, in George J. Stigler and Kenneth E. Boulding (ed.), *Readings in Price Theory*, George Allen and Unwin Ltd., 1964, pp. 331—351.). R・H・コースは、伝統的理論における「企業の特徴は価格機構を廃棄している点にある」(同書、196頁)としている。このような伝統的理論に対して、D・H・ロバートソンは「産業統制論」(井上貞敏、大森英治郎共訳、同文館、昭和5年9月、110頁)で、企業を「バターミルクの桶の中に凝結しているバターの塊の如き此の無意識的協同なる大洋の中に、意識的勢力なる諸島」として特徴づけている。

M・ドップは、「企業内での資源の割当て」＝「割当てが調整者としての企業家に依存するという仮説」と「経済システムにおける割当て」＝「資源の割当てが価格機構によってなされるという仮説」(R・H・コース、前掲、96頁)との区別を次のように行なっている。「企業家によって統率されたそれぞれの工場あるいはそれぞれの単位内部の関係よりも、もっと重要な何かがある、ということが追求されはじめた。企業家と彼の直接関係している領域外にある経済世界の他の人々に対する諸関係があった。……ある場合にあっては、企業家は企業内部の労働の分割に没頭しており、そしてこれを彼は意識的に計画し組織している。他の場合にあっては、彼は彼自身がただ特化された一単位にすぎない一層大きな経済的特化に関係している。ここでは、彼は一層大きな有機体内の単細胞としての役割を果たしている。そして主に彼が果たしているより広範な役目については気付いていない。」*Capitalist Enterprise and Social Progress*, George Routledge & Sons, Ltd., 1926, p. 20.

⑤ F・H・ナイト著、奥陽栄喜訳『危険・不確実性および利潤』文雅堂書店、1966年6月、341頁。
(R・H・コースの企業論)

ところで、上記のような疑問に対して、R・H・コースは次のように答えている①。彼は、「企業を設立するのが有利であることの主な理由は、価格機構を利用するコストの存在であるように思われる」としている。そして、このコストの中には、たとえば次のようなものが含まれるとしている。(1)適切な価格はどれであるかを見いだすためのコスト、(2)市場で起こるそれぞれの交換取引のために、商談し、個々の契約を結ぶためのコスト、(3)将来の見通しのつき難い場合、細目は契約の中では規定されず、資源の管理が契約の範囲内で、買手に委ねられる事情、(4)不確実性の問題、(5)販売課税の作用、割当計画、価格統制の諸方法の影響である。従って、「組織を形成し、ある機関(一企業家)に資源管理を任せることによって若干の市場コストが節約できる」場合に企業は出現する可能性がある。だから、「企業は資源の管理が企業家に依存するときに出現するところの、諸関係のシステムから構成される」ということになる。そうであるとするならば、「もしも組織化によって若干のコストを消滅させ、事実上生産コストを減少せしめることができるならば、いったいどうして市場取引が存在するのか」、あるいは「なぜすべての生産は一つの大企業によって遂行されないのだろうか」という疑問が生じる。このような疑問に対して、R・H・コースは「企業は、企業内部に外部の取引を組織化するさいのコストが公開の市場での交換による同一の取引を行なうのに要するコストに、または別の企業として組織するさいに要するコストにひとしくなるまで拡張するであろうということである」と答えている。彼の見解に従えば、企業の存在理由とその規模を決定するのは、「公開の市場で取引を行なうさいに必要とするコスト」と「企業内部に外部の取引を組織するコスト」とを対比した場合の相対的な大きさであるということが出来る。従って、市場に関する完全知識を前提とする完全競争市場においては、「企業内部に外部の取引を組織するコスト」＝情報費用と取引費用とは必要でないため、企業は出現しないであろうということが出来る②。

これまでの要約をする。市場における分化と統合、あるいは分業と専門化とがどれほど進展しようとも、あらゆる種類の労働力市場が完全競争的に形成されるならば、労働力の供給者と契約を結んで労働力を固定化する組織は不要である。しかし現実的には、市場がどのように発

達しようと、常に市場化の限界と情報の不完全性が存在するのであるから、これを克服するものとして企業＝組織が出現しなければならない。

① これ以下の引用文はすべて、R・H・コース、前掲論文、197—202頁。

② R・H・コースは、「もし不確実性がなければ企業は出現しないように思われる」(同上、199頁)といている。

〈G・B・リチャードソンの企業論〉

これまでの叙述で明らかなように、R・H・コースは私有財産制度と私的企業制度に基づく経済体制の下での経済活動は、組織としての企業と市場によって調整されるものとしている。つまり、企業内部を支配する意識的計画化 (conscious planning, holding sway within firms) と企業相互間および企業と顧客に無意識的に作動する価格機構 (the price mechanism, operating spontaneously on the relations between firms and between firms and customers) とによって、経済活動は調整されるとしている^①。これに対して、G・B・リチャードソンは、企業内部を支配する意識的計画化による調整以外はすべて価格機構の調整に委ねられるとするのは、非現実的であるとして、この二分法を排している。なぜならば、企業間の関係には、純粋な市場取引 (pure market transaction) —— 売手と買手とが、それぞれの将来の行動に関連して何らの義務 (この義務はどんなにルーズで暗黙であってもよい) を負わない場合に生じる取引——以外に、協力 (co-operation) とか提携 (affiliation) と呼ばれる形態が存在する、からであると彼は考えている。そして、彼は調整のモデルには次の三つのものがあるとしている。

- (1) 行動が単一の制御に服し、一つの首尾一貫した計画に適合させられる企業内調整 (指令)。
- (2) 独立した組織がそれぞれの関連した計画を事前に適合させることに合意するという企業間の意識的調整 (協力・提携)。
- (3) 市場諸力による非人格的調整 (impersonal co-ordination through market forces)。

このように、市場機構による調整と企業内調整に付け加えて、企業間調整をG・B・リチャードソンが確認したことは、企業家の本質的職能を管理・調整機能と理解するならば、それなりに評価してよい点であると考えられる。彼はまた、「産業組織の理論は余りにも多くのことをしようと試みるべきではない」という認識の下に、三つの調整方法が代替的であること、つまり、「調整技術そのものの間に余りにも明確な線を引かないことが重要である」が、しかし「その選択となると困難である」と言っている。そして、三つの調整間の関係について次のように考えている。

企業の行動は単に物理的変形過程の遂行と調整、財の販売のみならず、将来の欲望の発見と評価、研究開発、設計等にも関係している。このような行動は、適切な知識、経験、技巧等の能力をもった組織によって遂行されなければならない。そしてある事業にとって同一の能力を必要とする行動は相似的行動 (similar activities) と呼ばれ、この場合には、行動は一つの組織に集中することが可能である。これに対して、行動が生産過程の異なる局面を表示し、いろいろな方法で調整を必要とする場合には、それは補完的行動 (complementary activities) と呼ばれ、この場合には、行動は協力・提携関係をとることが可能である。また、行動が相似的であるとともに補完的である場合には、調整が企業内調整 (指令) を通じて行なうことが可能である。さらに、行動が両者ともに異なる場合には、組織が大きくなればなるほど、必要とされる能力の数が多くなり、また指令によって調整に服さなければならない補完的行動が多くな

る。このような場合には、調整は協力とか市場取引に委ねる方がよいことになる。

この項を閉じるにあたって、結論らしきものを提起しよう。企業が水平的統合 (horizontal integration)、垂直的統合 (vertical integration)、下請制 (sub-contract system)、および多角的統合 (conglomerate integration) を押し進める程度は、費用面からみた場合には、市場機構の利用と対比したときの情報費用や取引費用の相対的大きさに依存し、他方、企業行動の調整面からみた場合には、行動が相似的吗であるか、補完的であるかに依存するであろう。ところで、水平的統合は、「すでに二つまたはそれ以上の企業によって組織されているところの取引引きが、一企業によって組織されること」として現われ、垂直的統合は、「すでに市場で企業者間で行なわれている取引きの組織体を吸収すること」(R・H・コース, 前掲, 204頁)として現われる。これに対して、下請制は、「公開の市場で取引きを行なうに必要となるコスト」=市場価格よりも「企業内部に外部の取引きを組織するコスト」=自社コストが安く、さらに自社コストよりも「別の企業家によって取引引きが組織されるコスト」=他社コストが安い場合に出現すると考えられる。従って、行動が相似的吗で、自社コストが市場価格よりも、また他社コストよりも安い場合には水平的統合が、また、自社コストが市場価格よりも安く、他社コストよりも高い場合には下請制が現われると考えられる。次に、行動が補完的で、自社コストが市場価格よりも、また他社コストよりも安い場合には垂直的統合が、また、自社コストが市場価格よりも安く、他社コストよりも高い場合には下請制が現われると考えられる。さらに、行動が相似的吗・補完的で、自社コストが市場価格よりも、また他社コストよりも安い場合には多角的統合が、また、自社コストが市場価格よりも安く、他社コストよりも高い場合には下請制が現われると考えられる。

① これ以下の叙述は、G. B. Richardson, 'The Organization of Industry', The Economic Journal, Vol. 82, 1972, pp. 883-896 による。

4. 満足化原理と企業の行動原理

(利潤極大化原理の相対化)

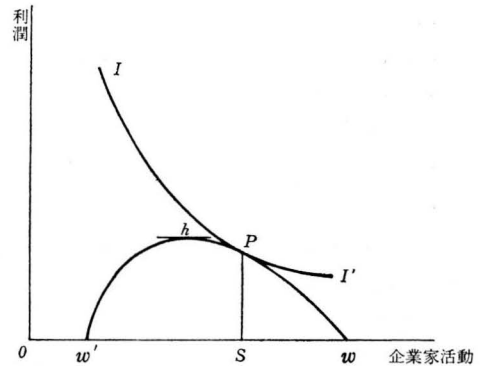
前項において、企業内部に外部の取引を組織するコスト、市場機構を利用するためのコスト、企業間で意識的調整を行なうコストの相対関係と、企業行動の相似性と補完性の相対関係とから、企業の水平的統合、垂直的統合、多角的統合および下請制との係わりを明らかにした。しかし、このような行動も、企業の内部構造によって企業目標がどのように設定され、企業内、企業間および市場機構という調整機構の中で、それがどのように調整・実現されるか、ということと係わりをもっているはずである。そこで、まず、伝統的理論において、「企業は利潤極大化原理に従って行動する」ということがどのようなものであるかを検討してみよう。これによって、極めて限られた企業行動からより広がりをもった企業行動の可能性を導き出すことができるのである。

T・シトフスキーは「利潤極大化とその意義に関するノート」^① という論文の中で、伝統的理論の中核をなしている利潤極大化原理を批判的に検討している。彼は、利潤極大化原理の性質を次のように考えている。企業家がどれだけ働いてどれだけ利潤をうるかは、企業家活動の大小に関する彼の無差別曲線に依存するのであって、この無差別曲線上における最適点は、必ずしも企業家の利潤極大点とは一致しないのであると。これを図によって説明しよう。

いま、縦軸に利潤を、横軸に w 点から原点に向って企業家活動の大きさをとると、利潤曲線——企業家の総収入曲線と総支出曲線とから導き出される——は $w'w$ のように描かれる。つ

まり、企業家が働く強度を強めていくと利潤は増大するが、ある点、たとえば h 点を越えるとそれ以上働いても費用が増大するだけで利潤は減少してゆくのである。他方、企業家の利潤と企業家活動に関する無差別曲線が II' のように描かれるとすれば、彼は企業家の極大満足点 (entrepreneur's point of maximum satisfaction) P

あるいは彼の最適産出量 (his optimum rate of output) S 以上に働いたならば、より大きな利潤がえられるにもかかわらず、何らかの理由で働こうとしない場合が考えられる。従って、このような場合には、利潤極大点と企業家の選択点とは必ずしも一致するとはかぎらない。利潤極大化と満足極大化とが一致するためには、 P 点と h 点とが一致しなければならないのであって、これが可能



であるためには特殊な型の心理 (a special type of psychology), すなわち企業家が彼の満足度とは関係なく、利潤を極大化しようとして働くこと、あるいは特殊な型の無差別曲線図 (a special type of indifference map), すなわち企業家活動の供給が所得に関して非弾力的であること (a zero income elasticity of supply of entrepreneurship) が満たされなければならないのである。

以上の説明で明らかのように、T・シトフスキーは利潤極大化原理を排除しているのではなく、伝統的理論の中で絶対的なものと仮定されているそれを満足極大化と対比することによって、利潤極大化原理を相対化したのである。これによって、彼は利潤極大化仮説に代わるべき代替的な仮説が登場する余地を開いたのである。

- ① T・Scitovsky, 'A. Note on Profit Maximisation and its Implications', in George J. Stigler and Kenneth E. Boulding (ed.), *Readings in Price Theory*, George Allen and Unwin Ltd., 1964, pp. 352—358.

〈満足極大化原理〉

前項で、T・シトフスキーの利潤極大化原理の意義に関する考えを検討することによって、その相対的意義を確認した。次に、利潤極大化という企業家の動機が、満足できる利潤水準という概念 (the concept of an acceptable-level of profit) に置き替えられる理由を検討しよう。周知のごとく、完全競争的市場機構においては、企業は需要函数や費用函数の型、また競争企業の反応について完全な知識をもっているために全体として合理的な行動をするものと仮定されている。しかし、現実世界における企業は、不完全な知識や情報の下に、制約された合理性と限られた範囲の自立性をもって行動しなければならないため、組織としての企業行動は一義的に確定することが困難であるとされている。その重要な理由の「ひとつは、人間行動の極大化的性格が経験的に妥当であるか否かという疑問によっているのであり、もうひとつは、極大利潤を組織の中で達成しようとするのが困難である」^① ということである。それゆえ、現実の企業行動を理解しようとするれば、企業の意思決定過程を、つまり「価格、販売支出、生産物の型のような重要な変数に対して企業がなす決定過程」^② を問題にしなければならない、ということになる。

意思決定者が限られた知識と能力の枠内でどのような行動をとるか、ということを検討する

ことによって、満足化原理がどのようなものであるかも知ることにしよう。そこでまず、H・A・サイモンの見解をうかがうことにしよう。彼は、組織における人間行動を「全部が全部合理的ではないとしても、少なくとも、大部分は合理的であることが意図されている」で、しかも「人間行動が合理的であるよう意図されているが、しかし、ただかぎられた範囲でのみ合理的であるような領域に」^③ あるものとしている。つまり、企業行動はある特定の目的に対して合理的であることを志向するが、現実の組織における経営行動は情報の伝達・収集・処理に規制されて、限られた範囲内でのみ合理的にならざるをえない。このことが、極大化原理に替る満足化原理を導き出すことになる。H・A・サイモンは、このような人間行動を「意図され、しかも制限された合理性についての理論、すなわち極大にする知力をもたないために、ある程度で満足する人間の行動の理論」^④ といっている。さらに、彼は人間行動の内容を次のように説明している。「経済人が最高限を追求する——利用しうるかぎりの選択対象から最良のものを選び出す——のに対して、われわれが経営人と呼ぶ彼の従弟はあるところで満足する——満足できる、あるいは〈十分よいと思う〉行為を捜し求める。」^⑤ また、「経済人は混雑したままの〈現実の世界〉を扱う。経営人は、彼の知覚する世界が、現実の世界を構成する、さわがしいはなやかな混乱を、思いきって単純化したモデルであることを認める。彼は、現実の世界が概して意味がないこと——現実世界の事実の大部分は、彼が直面している特定の状況には、たいして関連をもたないこと、原因と結果のもっとも重要な連鎖は、短くて単純であること——を信じているので、このようなあらゆる単純化で満足する。それゆえ、彼は、与えられた時点において実質的に無関係であるような、現実の諸側面——そのことはたいしての側面がそうであることを意味するが——を考慮に入れないで満足する。彼は、もっとも関連があり重要であると考えらるごく少数の要因だけを考慮に入れた状況の簡単な描写を使って、選択を行なう」^⑥ のである。このような二つの特質に規定された経営人は次の二つのような行動をすることができる。第一は、「彼は、極大を追求するよりは、むしろ満足するので、彼は、まず初めに、あらゆる選択可能な行動を調べることなしに、また、これらが、実際にすべての代替的选择対象をつくしているかを確かめるようなことをしなくても選択を行なうことができる」ということ。第二は、「管理的人間は、世界はむしろ〈無意味〉なものとして扱い、〈万物の相互関連〉を無視する（思考と行動に非常に無感覚となる）ので、彼の思考能力に不可能な要求をしないような、比較的簡単な大ざっぱな方法でもって彼の意思決定を行なうことができる」^⑦ ということである。以上を要約すると、組織としての企業における人間＝経営者は、限られた範囲の合理性と自律性をもつて、みずから情報を収集・処理し、問題解決のための探究を行ない、常に経験とともに変る満足基準、たとえば、市場占拠率、適正利潤、公正価格に照らして行動するものである、ということになる。従ってまた、現実世界における企業は、「探究し、情報を処理し、満足を求め、資源を配分する機構」^⑧ である、ということになるであろう。

①、② R. M. Cyert and James G. March, 'Organizational Factors in the Theory of Oligopoly', The Quarterly Journal of Economics, February 1956, each, p. 45, p. 44.

③ H・A・サイモン著、松田武彦、高柳暁、二村敏子訳『経営行動』ダイヤモンド社、1968年9月、序文、21頁。

④、⑤、⑥、⑦ H・A・サイモン、同訳、それぞれ、序文21頁、序文22—23頁、序文23頁、序文23頁。

⑧ H・A・サイモン「企業理論の新しい発展」久武雅夫編『現代の経済学』3、東洋経済新報社、1963年5月、所収、20頁。

〈企業の行動理論〉

満足基準は、企業の諸目的に関する一応の目標にしかすぎないであろう。このために、実際にこの基準をこえて目標が達成された場合、あるいはこの基準が達成されない場合、企業がそれぞれの場合にどのように対応するかが明らかにされなければならない。また複数の目標を設定した場合、それらの間に生じるであろう軋轢をどのように調整するか、という問題が生じるのである。これらの問題は企業でどのように意思決定がなされるか、という問題であるから、この観点から課題に接近することにしよう。

伝統的理論は、企業を、力学において、質量をもつが空間的な拡がりをもたない「質点」になぞらえられるべき特徴をもっているものとして取扱っている。これに対して、R・M・サイアートとJ・G・マーチは、企業、即ち「組織を一つの連合体と考え」^①、この「組織は、個人の連合体であり、その個人はさらにいくつかの下位連合体となって組織されている」^②ものである、と考えている。つまり、彼らは、企業を経営者、従業員、株主、供給業者、顧客、弁護士、税徴収吏、監督諸機関などのメンバーから構成されている連合体と考えているのである。従って、組織の目標は、組織と関連性をもつさまざまな参加者によって形成され、情報の収集・処理も意思決定もすべて組織を通じてなされなければならないことになる。

彼らは、組織の目標設定について次のように考えている。組織を個人の集合体と考えるかぎり、各個人にはそれぞれ異なる目的があり、この目的について各個人の意見が一致することは期待できないであろう。このために、「組織目的のほとんどは、最大化ないし最小化の命令というより、むしろ要求水準という形をとり、またその要求水準は経験に呼応して変化する」^③ものとなるであろう。また、企業は、「種々さまざまな要求をもち、注意の焦点がたえず変わり、組織問題のすべてに同時に注意を向ける能力に限界がある、参加者からなる連合体」であるため、「企業の諸目標は、潜在的な連合体構成員の間で交渉過程を通じて組織に負わされ、かつまた、短期的圧力に応じて時間の経過とともに精緻化されてきた、一連の比較的独立した制約要因」^④＝「到達可能な目標」^⑤ということになる。具体的にいうと、企業の主要目標は、生産目標、在庫目標、販売目標、市場占拠率目標、利益目標等の、それぞれ独立な到達可能な目標の集りということになる。しかしながら、これらの目標の追求は、相互に軋轢を生じないとはかぎらない。もしそうだとするならば、これらの目標を上位の目標に統合するための、意思決定ルールが定められなければならないだろう。それは次の四つとされている^⑥。

- (1) 意思決定の分権化——一つの目標だけからみた意思決定が可能。
- (2) 諸目標への段階的接近——各種の目標が同時に意識されている場合は少なく、一つの目標が達成されればつぎの目標へというように段階的な処理をうける場合が多い。
- (3) 満足基準のルール——最良でなくとも満足なものであれば意思決定が行なわれるような満足な決定ルールが存在する。
- (4) 目標の経験的变化——それぞれの目標は過去の意思決定の影響をうけ、経験に応じて変化する。

この四つの操作によって、企業は相矛盾する目標についてそれぞれ独立な意思決定を行なうことが可能となり、企業全体として首尾一貫した目標を設定することができるようになる。つぎに、この決定された目標の満足基準が達成されない場合、あるいはこの基準をこえて達成された場合、さらには複数の目標、たとえば生産目標と利益目標とが同時に達成されない場合、企業はそれぞれの場合にどのように対応して、それぞれの目標をどのように調整するか、とい

う問題が生じるのである。この問題を解決するために、企業の行動理論は探索 (search) と組織スラック (organizational slack) という概念を導入している。

まず、満足基準が達成されない場合には、一般に次のような行動がとられると考えられている。「組織がその一つ、もしくはそれ以上の目標を満足することができなかつたり、あるいはそのような失敗がごく近い将来に予期できる場合に、問題が認知される。そして、問題が、解決されないかぎり、探索は続くであろう。目標を満足するような選択対象を発見するか、利用できる選択対象が許容水準に達するようになるまでその目標を修正するか、のいずれかによって問題は解決される。」^⑦ これでも明らかなように、企業の行動理論は伝統的理論における意思決定過程とは全く違ったものを考えているのである。つまり、伝統的理論における期待の考え方は、(1)正確な情報あるいは確率分布がわかっている、(2)すべての情報は計算可能である、(3)計算能力には制約がない、(4)情報は外生的に与えられる、(5)情報の形成と処理過程は無視される、というものである。このような前提の下に、企業家は与えられた選択対象のなかから最善なものを選択するのである。これに対して、企業の行動理論における現実の企業家はありとあらゆる選択対象について丹念な調査をするわけではないし、またありとあらゆる選択対象についての情報をすべてもっているわけでもない。このために、企業は問題が生じたときに、「不確実な推定のかわりに容易に実証されるデータ」や「より漠然とした期待のかわりに、容易にチェックされるフィードバック・インフォメーション」^⑧ を使って、目標を満たすように選択対象を選定するか、あるいは、選択対象の許容できる水準にまで目標を修正するか、といった問題志向的な探索行動をとるのである。つまり、伝統的理論が、企業の意思決定過程に注意あるいは関心を懐かないために、微視的行動に関する問題解決の指向を示さないのに対して、企業の行動理論においては、「問題解決と意思決定の制度として、組織が有する実質的能力を否定するわけではないが、企業環境の不確実性、生存能力ある連合体維持の問題、情報の収集、蓄積、利用を行なうシステムとしての企業がもつ能力的限界により、企業は制約を受けている」^⑨ ために、企業を全知的合理性システム (omnisciently rational system) としてではなく、適応的合理性システム (adaptively rational system) として、特徴づけているのである。換言すれば、「企業はその経験から学習する」組織体なのである。かかるものとしての企業において、「失敗は探索を誘発し、探索は通常解決を生むものである」と考えられ、この結果、「他の条件が等しいと仮定すれば、比較的うまくいっている会社よりも、比較的うまくいっていない会社のほうが革新を行なう公算が大であると予想できる」^⑩ ののである。かくしてここに、「問題に直接結びついている」「短期勝負の様相を示しやすい」問題志向的革新の系列を導き出すことができる。

次に、企業の行動理論では、実績が満足基準を上回る場合には、「組織スラック」が発生すると考えられている。スラックとは、「組織体を維持するために要求されるもの以上に、連合体の構成員に対してなされるペイメント」、即ち「総資源と総必要ペイメントとのこの差」^⑪ である。従って、これはちょうど好況期に企業が遭遇する状況である。一般的には、外部環境基準が満足を上回る時、「組織は組織が要求する以上の資源を獲得するが、少なくとも獲得する潜在力を持つ」^⑫ ことになるのである。だから、企業は環境好転に際してスラックの蓄積を行ない、環境悪化に際してスラックの切り詰めを行なうだろう。こうして、「組織スラックは、企業環境における潜在的变化性の相当部分を吸収し安定化と適応化の役割を果たすわけである。」^⑬ スラックが働いて企業に安定化をもたらす方法に二つある。その第一の方法は、「過剰

資源を吸収することによって、比較的好調期にスラックが欲求の上向きの調整を阻止する」こと。第二は、「非常時資源の蓄積を準備することによって、比較的不調期に、スラックによって欲求が現状維持（および達成）されることができるようになる」^④ ことである。このような方法によって、企業はスラックという資源の余裕部分によって、環境変化に積極的・意図的に適応しようとする。ここに企業の動態的適応過程をみることができるのである。また、スラックの存在は、「緊縮予算時に必ずしも承認されなかったであろうと思われるプロジェクト」＝「欠乏時には承認されなかったような革新」のための資金を提供するものとなるのである。通常、このような革新は、「技術面の改良（よりよい設計とか、新しい製品の型とか）を伴ったもので、それは問題志向的革新」ではなく、短期的には、「それは下位部門の目標（職業的地位、下位部門の威信、等々）に最も貢献するものだといえようが、そのある部分は大規模な技術改良へと結びついていくわけである。」^⑤ ここに、「スラック革新」の可能性を確認することができるのである。

以上を要約すると、企業は、自ら設定した目標の満足基準を探索とスラックという機能によって調整する。ところで、この探索行為は、短期的な環境変化から生じる問題を解決するための問題志向的革新の動機を企業に与えるのであり、他方、スラックの存在は、長期的な環境変化に対応するためのスラック革新の動機を企業に与えるのである。また、スラックという資源の余裕部分は、企業が環境変化に動態的に適応しようとする源泉の役割を果たすのである。

①～⑤ R・M・サイアート、J・G・マーチ著、松田武彦、井上恒夫訳『企業の行動理論』ダイヤモンド社、1967年11月、それぞれ、40頁、41頁、42頁、64頁、51頁。

⑥ 今井賢一、同上書評、ビジネス・レビュー、Vol. 12, No. 2, 52頁。

⑦～⑯ R・M・サイアート、J・G・マーチ、同訳、それぞれ、117頁、119頁、144頁、317頁、54頁、55頁、56頁、56-7頁、316頁。過剰能力と余裕資源との違いは、余剰資源を物的視点から規定するか、非物的視点から規定するかの差異であると考えられる。

5. 結 び

組織としての企業は、分業に触発され、かつ労働力の市場化の限界と情報の不完全性とを克服するものとして現われた。そして、かかるものとしての企業は、探索をし、情報を収集・処理し、満足基準の達成を求めて、資源を配分する機構として行動する。周知のごとく、企業は生産の効率化や規模の経済を追求して、労働過程における分化、専門化、さらにはそれらの統合や部品、構成品の規格化、標準化を遂行して、装置体系を基軸にした量産方式や機械体系を基軸にした大量生産方式を採用するであろう。他方、企業が水平的統合、垂直的統合、多角的統合および下請制を押し進める程度は、費用面からみた場合には、市場機構の利用と対比したときの情報費用や取引費用の相対的大きさに依存し、他方、企業行動の調整面からみた場合には、行動が相似的であるか、補完的であるかに依存するであろう。そして、企業は、情報費用や取引費用と行動類型との相互の組合せを考慮して、かつ満足基準達成との関係で、内部成長的に、水平的統合や垂直的統合の行動をとるであろうし、また、生産・技術・販売等の経営活動に共通する部分における規模の経済の追求として多角化への行動をとるであろうし、さらに外部成長的に、水平的統合、垂直的統合、多角的統合および下請制への行動をとるであろう。ことに、これらの統合あるいは企業成長を先行的基礎として形成・蓄積される資源の余裕部分、いわゆる組織スラックを異なる商品の開発・生産・販売に利用することによって、たとえば流通・配給経路、商標、広告・宣伝の効率的利用＝経費の節約が達成されるならば、スラックは企業にその内部から多角化への行動をとらせるであろう。また、企業が成長によって累積

されたスラックを他の有利な産業に振り向けて、経営の多角化の行動をとるならば、資源の一層効率的な利用と企業の外部的成長とを助長することであろう。ところで、企業の目標調整の一手段としてのスラックの存在は、企業にそれを技術革新の源泉として利用せしめ、企業に多角化の可能性を与える。また、もう一つの企業の目標調整手段としての探索活動は、企業にその時々の問題を解決するための問題志向的革新を生じさせ、たとえば、これは品質改良、生産物差別化および環境改善への動機を与える。だから、企業が探索機能やスラック機能の合理的利用の志向を止めないかぎり、企業に、たとえば環境改善という社会的目標の達成基準を課したならば、企業の掲げる満足基準との関係の下に、それは現在の寡占的市場機構においても達成可能と考えられる。しかしながら、内部的成長によってであれ、外部的成長によってであれ、現代資本主義に於ては統合や下請制の程度が重要性をまして、市場機構の調整機能と比較して、企業内計画化（あるいは指令）や企業間調整の機能の比重が相対的に高まって、市場機構による規制力が相対的に低下している。こうした寡占的市場構造の上に形成される市場支配力を背景に、大企業は自から設定する満足基準のみを達成するために、探索機能やスラック機能を利用し、社会的満足基準を実現するために、企業のもっている調整機能を活用することを相対的に減じていると考えられる。このような傾向が生じるのは、企業にのみその責任があるのではなく、国民的合意によって形成されるべき社会的満足基準が、一部の例外を除いて、設けられなかったためであると考えられる。従って、かかる基準の達成を企業の満足基準達成の社会的理念とするような企業の動態的行動理論を追求して行くことが、今後の課題となる。

追記 この覚書の整理にあたって下記の諸論稿を多く参照したことを書き添えておく。中村達也氏の『経済セミナー』誌上における論文（1976年4月号一同9月号）、今井賢一氏の『ビジネス・レビュー』誌上における論文（Vol. 12 No. 2, 3, Vol. 13 No. 4, Vol. 14 No. 4）、さらに越後和典氏の「市場と企業」（『現代経済』14）。
1976. 10. 17

× × ×

<編集後記>

今回の総選挙ほど巨大企業の腐敗性を争点としたものはない。結果は、いかに。水川所員にも企業理論を体系化してもらった。（大西）

神奈川県川崎市多摩区生田 4764 電話 (044) 911-8480 (内線33)

専修大学社会科学研究所

(発行者) 大友福夫
