

# 企業論に関する一考察

— THE THEORY OF THE FIRM: An Unfolding Perspective

テイオフイラス・アサモア

## I はじめに

企業論は、学者によっては、それ自体経営学の一科目 (discipline) とは考えられていないことがあった。ここで経営学の一科目とは経営学に属する一分野という意味である。現在でも企業論が学問研究に値するかどうかという問題に関して多くの論争がなされている。しかし現代の企業は、その活動を通じ、様々な影響力を持つに至った。文化、社会、地球環境にいたる影響は多大なものとなっており、またすでに企業活動そのものが国の経済的競争力を生み出す源泉となっている。さらにボーダレスな時代を迎え企業倫理さえ議論されている。これから以下に企業論の目的や範囲、また企業論の歴史的展開を検討し、今すでにある課題を見ていくことにより、企

業論が経営学の一科目になりうるかという論点から議論したい。

長年にわたって、企業論は経営経済学 (business managerial economics, Betriebswirtschaftslehre) の一領域と見なされてきた。経営学には学問的にも実践的にも複雑な次元を含んでいる。それらは、経済的側面、社会的側面、技術的側面などである。経営経済学は経済的側面を中心に取り扱っている。経営経済学は一九一九年にドイツで経営学の一分野として始められた。この分野は、米国では、Managerial Economics と呼ばれてきた。経営経済学は最近では国際的領域までのその取り扱う範囲を広げている。

近年、企業論の幾つかの次元は、R・H・コース<sup>(1)</sup>の

研究によって脚光を浴びた。R・H・コースは、取引費用アプローチに基づいた有名な論文により、企業とは何であるのかを解明し、経済学の分野で一九九二年にノーベル賞を受賞した。コースは経済学部で商学を担当した。コースが提示した取引費用分析がいかにも用いられたかは取引費用アプローチを採用した論文の数を見れば分かる。商学や経営学の論文を収録した主要な雑誌であるABI/INFORM<sup>(2)</sup>によれば、一九八六年一月から一九九五年三月から出版された取引費用アプローチやこれに関連した論文は三〇〇を越えている。しかし、企業論はまだ始まったばかりの学問領域である。

## II 本論文の課題

企業論の幾つかの次元は経営学や経済学に関するだけでなく、実際の経営に関して多くの研究がなされ始めているが、本論文の課題はこの企業論の全般的な発展を検討することである。そして、経営学や実際の企業経営に関して企業論に基づいて論じ、企業論の今後の行方とその役割について論じたい。具体的には、この論文を五つに分けてこれらを論じたい。まず第一に、企業論の目的と範囲を評価する。第二に、歴史的に企業論が経営学の一分野としていかなるテーマを取り上げたかに注目して、企業論の発展を外観したい。第三に、企業論に基づ

いたあるいはそれに関連した論文をレビューしたい。第四に、企業論のおもな主題の一つである企業の意思決定について企業論の役割を取り扱う。そして、最後に、経営論や企業経営における実際の適用において企業論の方向性を提示しておく。

## III 企業論の範囲

伝統的に企業論は企業の行動様式を説明したり予測したりする研究がその中心的領域である。企業行動の目的とその意思決定との間の関係が重要な主題である。基本的に企業論の領域は、企業の経済理論と企業行動論と呼べる修正理論とに分けられる。

### (1) 企業の経済理論

企業の経済理論はミクロ経済学から派生した。企業の目的は、生産、価格、財務、投資などに関する意思決定を通しての市場内で利潤極大化であると見なされる。この場合、市場とは主に次の二つの特徴を持っている。

a. 完全な競争市場では企業はいかなる競争力も行使できない。したがって、企業活動はそれが生産する商品財やサービスとその利潤に限られる。しかしながら、企業の課題はこの与えられた状況下での利潤の極大化である。

b. 企業は、他の企業の行動を考慮に入れながら市場で競争する。

この点に関して経済理論では次のような伝統的な主張が見られる。

- (一) 起業化と企業とは同一である。
- (二) 企業は一つの機関である。
- (三) 企業の目的は利潤の極大化である。
- (四) 利潤極大化のために、生産価格や他の価格は限界分析に基づく。

この分野の研究の進展の結果、企業活動を以上の四点に限るだけでは十分でないことが明らかになってきた。そこでさらに次の二点が付け加えられなければならない。

一、所有と経営の分離。今日、ほとんどの企業では株主と経営者とは異なっている。

二、企業は組織的機関として活動する。したがって、この活動は、企業の意味決定を通しての結果となる。

さらに企業は利潤極大化の他に別の目的を持っていることも明らかになってきた。特に不確実性という要因は、完全な予測に基づく意思決定は不可能であることを明示している。つまり、利潤の極大化だけを企業の目的とするのは現実的ではないと言うことである。したがって、企業が価格決定のために限界分析だけを使用するこ

とはありえないということからもわかる。これらの伝統的企業行動論が十分に実情を説明していないということから、修正理論が要請されることとなった。これら新しい理論は、企業行動論や経済学者によって提唱された組織論に影響されている。経済学から採用された重要な説として次の三点があげられる。

一、市場の制約内で必要最小限のターゲット・プロフィットを達成するために、生産に関する意思決定を通して、企業は売上高の極大化をこころみる。(W・J・ボームルの売上高極大化説)<sup>(3)</sup>

二、特に情報に関する不確実性の結果、企業は利潤の満点水準を設定する。企業の行動様式や活動はこの目標達成に向けられている。(J・マーゴリスの満足利潤説)<sup>(4)</sup>

三、企業の行動様式や活動は生体均衡に基づく環境要因に対応している。企業は環境によって引起される危険性を避けようとする。企業は、流動性を中和したりそこから回復するために利潤極大化を満たそうとする。(K・E・ポールディングの生体均衡説)<sup>(5)</sup>

## (2) 企業行動理論

企業に関する行動論では、企業行動を説明するために、特に現代の組織論の意思決定理論アプローチや行動

科学アプローチが採用されている。これら二つのアプローチは、企業の特に、生産、販売高、研究開発などに対する意思決定に多く活用されている。これらを主題とする初めて包括的な理論はサイアートとマーチ<sup>(6)</sup>によつて一九六三年に提出された。基本的に、企業行動論は、主に三つアプローチが採用された。

a. 第一のアプローチとして、企業行動論の彼らの仮説を検証するために記述論的研究が使用される。サイアートとマーチ・モデル、そしてポニー・モデル<sup>(7)</sup>などである。

b. 第二のアプローチとして、より実践的な経営を目的とするために規範的研究が採用される。H・I・アンゾフ<sup>(8)</sup>の研究がその例である。

c. 第三のアプローチとして、組織を研究するための契約法的アプローチである取引費用分析を使用する。

それらは、経済学、組織論、契約法である。取引費用分析で中心的な位置を占めたO・E・ウィリアムソン<sup>(9)</sup>やR・H・コース<sup>(10)</sup>の研究では、経済学が中心的な役割を演じていた。取引費用アプローチの下では、企業による主体的な公刊が行われる市場、企業の内部組織、そして取引を行うための手段が論じられる。市場や企業内部で取引をいかに行うかという意思決定は、主に市場や企業内部の効率性に依存し

ているという背景を持つ。

これら三つのアプローチには、それぞれ違いが存在するが、行動科学という原則では同じ基盤を共有している。これらの共通の基盤は、以下の諸点を含む。

一、問題志向的探索。この原則の下では、企業は目的水準を欲求水準に基づいて立てる。実績と目的水準のギャップが大きくなるとき、企業はまず解決しなればならない問題に直面する。それから、問題解決のために企業は、代替案を探す。企業が満足の行く代替案を見出したとき、その案は選択され、その結果代替案の探索は止む。今までの計画は満足の行く代替案にとつて代わられる。問題が非常に重要だと見なされる場合、代替案を探そうとする行動は活発である。だがもし、欲求水準と実績とのギャップが大きすぎるとき、計画は挫折するであろう。

二、満足化原理。この原理は最適化原理と匹敵する。もし企業が、目的水準を満たすための代替案を見出したならば、企業はその案を採用し満足化される。ある特定の探索期間で企業が一つ以上の代替案を見出したならば、望ましい代替案を選択するためにある一定の評価基準を設定する。満足化原理は情報収集のためのコストと時間を考慮にいれる必要がある。

三、不確実性回避の原理。企業は不確実性を回避するた

めに、短期のフィールド・バック情報を使用する。さらに、企業はその経営環境を安定化させるために、カルテルや業務提携を行う。また企業は、企業内部の不確実性を回避するために予算制度を用いる。

四、学習による適応原則。満足の行く代替案が繰り返し探索されても見出せない場合、企業は探索や選択に関する規則を修正する。同時に企業は、その目的水準を環境に適応できるように変更する。

企業行動論の原則は、企業の行動に関する説明を与えるだけでなく、戦略的経営計画の準備として実践的経営にも妥当することを意図するものでなければならぬ。しかしながら、意思決定の観点から経営戦略の問題が論じられた後に、企業論に関する一般的な歴史的流れを見ておく必要がある。

#### IV 企業論の歴史的展開

##### a. 古典的アプローチ

企業に関連する問題は、まず一七七六年のアダム・スミス<sup>(1)</sup>にさかのぼれる。しかしながら、アダム・スミスが積極的に肯定した企業は、制限のない自由裁量をもった小さな所有者によって経営される企業であった。彼は、株式会社（共同資本金会社）について疑念を持ってい

たように思われる。彼は、所有とコントロールの分離について指摘している。また彼は、経営者が与えられた条件の中で所有者へのリターンを極大化するための十分なインセンティブを持っていないのではないかと疑っていた。アダム・スミス以外には古典経済学で企業論についてあまり目立つものはない。したがって、実質的には、企業論に関する歴史は新古典派から始まる。

##### b. 新古典的アプローチ

古典学派の後、新古典学派が誕生するまでの間にはA・A・クルノー（<sup>(2)</sup>一八三八）とJ・S・ミル（<sup>(3)</sup>一八四八）が存在する。ミルは、資本主義的な組織形態のインセンティブの構造とモラルティに関心を持っていた。彼は、共同資本金会社の組織形態は資本主義的組織形態に変わるべきことを示唆した。ミルと比較すると、クルノーは新古典派的企業論の基盤を造り上げた。クルノーは需要関数を導入し、極大化の方法論を明らかに提示した最初の人であるように思われる。クルノーが限界理論の先駆者と見なされるのは、彼が企業論に限界分析を適応したことによって理解できる。しかしながら、一八九〇年のマーシャル<sup>(4)</sup>によって、企業が中心に論じられた。企業論に関するマーシャルの著作は、しばしば二つの側面、すなわち形式的側面と非形式側面を持っている。形式的側面では、数学的アプローチによって



固定費用と可変費用を区別するが、このために長期的短期的要素を引き出し、これを使用する。これらの変数は、競争下での、生産、費用、供給、流通に関するマーシャルの理論の主要な要素となっている。マーシャルの主張は、一九三一年のヴァイナー<sup>(15)</sup>や一九三九年のステイグラー<sup>(16)</sup>によってさらに深く研究された。マーシャルの非形式的なアプローチでは、企業の成長と時間を異にした行動を取り扱った。マーシャルが分析したのは株式会社であった。そこでマーシャルは緩やかな三つの一般モデルを提出した。第一のモデルは、起業家が熱心にまた革新的に働くというモデルである。第二のモデルは、彼の息子の子孫の世代があまり活動的でなくなる段階のモデルである。第三のモデルは、孫の世代が怠惰で享樂的になる段階のモデルである。この段階で一つのサイクルは終わる。E・H・チェンバレン<sup>(17)</sup>とジェーン・ロビンソン<sup>(18)</sup>は第二次世界大戦に、マーシャルの形式的なほうのモデルをさらに深く研究した。修正されていない新古典派のアプローチは、利潤の極大化が企業行動の唯一の決定要因であるかのような理想的な市場を想定している。したがって、新古典派のアプローチは、実際に市場において企業の情報処理能力に限界があるというような制約を考慮にいれていない。このアプローチは、基本的に帰納的というよりむしろ演繹的である。というのは、このアプ

ローチは、モデルの中に企業行動の経験的側面を導入していないからである。まず第一に新古典派の問題は、新古典派のアプローチにおいて企業に割り当てられる要件を、実際に企業が満たすことによってその利潤を極大化できるかどうか証明されていないことである。第二の問題は、新古典派の理論では、主要な経済変数の行動は予測できるが、企業の行動は予測できないことである。

### C. 第二次世界大戦後

ここで第二次世界大戦後とは、新古典派のアプローチの次の時期を意味する。しかしながら、この時期には、新古典派のアプローチの単純な延長が試みられたと見なされる。様々な種類の延長は、一九七〇年のV・バーゼル<sup>(19)</sup>、一九七〇年のW・H・L・アンダーソン<sup>(20)</sup>、一九七一年のW・D・C・ライト<sup>(21)</sup>のような戦後かなり経た時期まで含まれる。そこでは、テキストブックでは取り扱われていない実際の世界の状況が取り扱われている。古典派経済学とのある一つの明確な違いは、目的関数を修正したことである。この第一のアプローチは、別の形の関数への変更である。例えば、利潤関数から販売関数への変更である。この変更によって新しい関数の極大化を行うと言うものである。(W・J・ボームル、一九五九年)<sup>(22)</sup> 第二のアプローチは、利潤関数から幾つかの要因からなる効用関数への変更である。この変更によつ

て効用関数の極大化が行われる。(T・シトフシー、に<sup>(23)</sup> O・E・ウイリアムソン<sup>(24)</sup>。これら二つのアプローチは目的関数の最適化にある。最適化は限界原理によって解が得られる。これら最適化モデルは分析的という点で取り扱いやすい。主に二つの批判が最適化モデルについてなされた。第一は、企業や企業を運営する企業は最適化できないという批判である。制限された合理性が存在することから、企業の意味決定において完全な情報や最適化のための計算能力の欠如が生じるのではないかという批判である。(H・A・シモン<sup>(25)</sup>、R・R・ネルソンとS・G・ウインター<sup>(26)</sup>) 第二は、企業は彼らが望むように行動するという行動学派からの批判である。(R・L・ホールとC・J・ヒッチ<sup>(27)</sup>、P・W・S・アンドリューズ<sup>(28)</sup>、R・M・シレットとJ・G・マーチ<sup>(29)</sup>)。これら二つの批判は、新しい第三のアプローチを生み出した。そこでは、目的関数にある種の制限を加えるというアプローチである。

このように企業論の歴史的発展においても見られるように、その時代時代の環境で企業が直面する実際の世界を考察の対象とするという傾向が見出だせる。さらに行動科学的アプローチは、経済学よりも経済学においてより活用範囲が広まっている。企業論に関する最近の研究は以下のように要約されるであろう。

## V 企業論に関する最近の研究

企業論に関する最近の研究は、特に経営学における企業論の展開の方向を見ておく必要がある。このことから、経営学における研究活動そのものの動向を知ることができる。さらにまた、日本における企業論に関する研究を見ていくことは、海外での外国企業の実戦を取り込んだ企業論と比較できることにもなる。

外国での企業論研究は、ProQuest ABI/INFORM Global<sup>(30)</sup>の一九九五年版に文献目録が掲載されている。

ここでは一九八六年の一月から一九九五年の三月までの間で九五の論文がリストアップされている。日本での論文は、「データベース著作権(C) 国立国会図書館へ経済記事 CD-ROM」に目録が掲載されている。ここでは一九八六年の一月から一九九四年の二月までの間で一九の論文がリストアップされている。これら二つの文献目録の以外にも論文が存在するかもしれないが、現在の時点では、これらは日本で利用できる最も包括的な文献目録である。外国の論文は、ここでは英語が書かれているものを利用している。

外国の企業論に関するほとんどの研究は、実証論的アプローチが採用されており、またこれらの企業論において企業は機能的な方法で区分されている。これらのアプローチは基本的には戦略的観点あるいは経営的観点から述

べられている。より具体的には、二つの最新の論文を検討しておくといよい。

まずは、S・M・フザーク、F・W・フザーク、F・S・マツキンタイヤー<sup>31)</sup>の研究である。フランチャイズ企業の国際活動におけるオペレーティング・ライフ・スパン・ユニット・スタートアップ・コスト、本店をどこに置くかなどのような経営者にとって企業内に持つ特徴的な経営システム要因が、どのような影響を及ぼすのか、及ぼしうるのかについての研究がなされた。この研究は、主に二つの問題を取り扱っている。その一つは、フランチャイズ企業の特徴を論じる際に、厳密な意味で国内のフランチャイズ・システムと、国内と海外両方のフランチャイズ・システムとを差別化できるかどうかという問題である。この問題は、理論的はた実証的研究が示す変数に関してフランチャイズ企業の特徴がグローバル規模でその事業を成功させるかどうかを見ることにより検討された。第二の問題は、異なる時間帯における市場の条件の違いと変化はいかに事業内で仲介され得るかということである。この問題は、様々な形態の企業組織の経済効率を取り扱う企業論に時間の差異という観点から、市場の条件が変化することを関係づけることによつて論じられる。この研究のために米国のフランチャイズ企業が対象として採用された。

第二の最新の論文は、W・B・ホーンビー<sup>32)</sup>による。ホーンビーは企業論のミクロ経済学的理論と現実の経営との間のギャップを調べた。彼は、理論と実際の活動との間のバランスについてスコットランドの企業を調査することによってこの問題を検討した。彼の研究は、スコットランドの企業を中心として行われ、指標もスコットランドの企業と英国にある他の企業との差異や類似性から採られているので、対象が限定されているといえサンプリングとしての持つ意義は大きいと言えよう。彼の結論としては、企業の大きさ、経営形態、利潤の極大化の間に明確な関連性が存在することを示す様子は無いということであった。また、企業の価格政策、企業の大きさ、市場構造の間にもいかなる関連性もないということであった。

外国で書かれた企業論に関する研究論文のうち、多国籍企業に関するものが占める割合は、日本で書かれた研究論文と比較して少ないのである。外国で書かれた多国籍企業に関する論文は、これらの論文の約三十七%であり、十九論文のうち七論文である。以下にあげる論文は日本でのこの分野の幾つかの学説を検討したものである。ここでは、安部悦生と浅岡美恵によって書かれた論文を紹介する。まず始めに、安部悦生<sup>33)</sup>は、A・D・チャンドラー<sup>34)</sup>と森川英正<sup>35)</sup>との学説を確かめるため経営



の歴史的アプローチを採用した。安部悦生は、大企業の戦略と組織に関してチャンドラーと森川英正とを比較した。彼によれば、チャンドラーと森川英正の研究は、企業論にとって企業がいかに関立されたかが不可欠であるということから、企業の所有権に関する条件が非常に重要であることを示していると結論づけられた。さらに、安部悦生はこの二人の学者の学説を比較することによって、企業論で重要であるのは企業が設立された国で直面する状況であることを明らかにした。次に、浅岡美恵<sup>36</sup>は、企業論という観点から、新しく施行された製造物責任法における企業の責任を上げている。この論文では、米国、欧州連合、日本それぞれ各国の法律で、企業がいかなる責任を問われるかが比較されている。浅岡美恵は、二十年間議論され待たされた日本の製造物責任法が国際的基準に見合うことを期待している。これら最近の研究論文を概観することにより、さらに企業論が一般論としてよりも実際の経営に適用されていることが分かる。しかしながら、日本での研究論文は、小企業や中企業よりも多国籍企業を対象とする研究が多い。

## VI 経済学と経営学における企業論

先にも述べたように、経営学は企業論を経済学から取り入れて来た。さらに、経営学にとって重要な課題はミ

クロ経済学からとらえられ企業論が経済学的背景を持つ理論と現実がいかに関わりあっているのかということであった。結論的にいえば、ミクロ経済学でも関連性が薄かったように、経済学的背景から見た企業論は、実践面での関連性は薄いと言える。

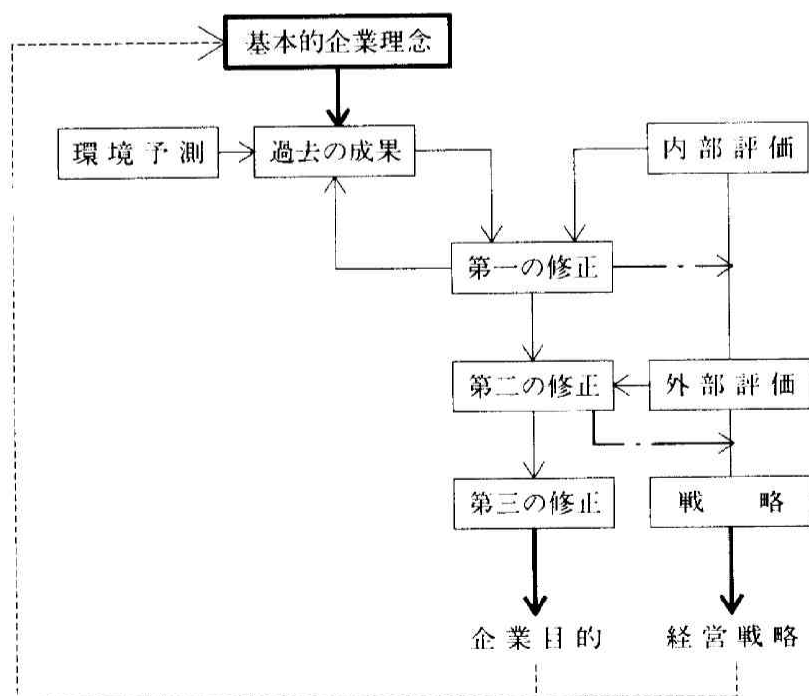
経済学の観点に立った多くの研究によると、業界に属した企業の相違というのは、企業が直面する市場環境の相違に対応するとされている。しかしながら、経営学では各企業の相違は特に企業戦略という点で研究される。経済学においては企業の自由な決定を無視する傾向は、経済学者は企業レベルでの個々の行動や成果に関心を持っていないということを示していると言える。経済学は一般的に産業やあるいは経済全体の活動や成果のようなより大きな原則に関心が集中している。もちろん、経営学がこの様な全体的な視野を持っていないということを意味しているわけではない。進化論的な観点からは、企業の様々な段階は経済発展や進歩に導く重要なプロセスの一部であることは明らかである。企業の動的な潜在能力は主に経営学で取り扱われた。この企業の動的な能力の総体は経営学において発展し、経済学からのさらなる企業論への洞察により本質的な基礎を与えることができる可能性である。この動的能力を支える基本的なものの一つに、企業の意思決定がある。

## VII 企業の意思決定

経営経済学／ビジネス経済学によって伝統的企業論が置き換えられたとき、企業の意思決定は企業論の中心となった。企業における意思決定に関する研究の初期の段階で、生産量、価格、生産への投入財の量に関する意思決定が取り扱われた。しかしながら、実際には、意思決定は職能的管理者を含めて、さまざまな企業経営のレベルで行われている。いろいろなプロセスを経て、経験則を含めたものとして出来上がった意思決定の構造は、主に三つの次元をもっている。それらは、目標、情報、決定である。経営学で意思決定とは、目的を達成するために関連する情報を通して最善の行動を決定することである。

伝統的に、企業の目的は経済的目的と社会的責任の目標に分けられてきた。経済的目標は、さらに成長目標、収益性目標、生産性目標、安定性目標に分けられる。このような複雑で様々な次元に別れている目標は、トップの経営者の責任となる全体的成果目標に結び付けられている。職能的目標は職能的経営者に属し、個人的目標は企業の中の個人に属している。これらのうち、全体的成果目標と職能的目標は、企業論と最も関連性が深い。目標に関するこのような決定過程は幅広く研究されてきた。最も任期のある過程は、以下の図1に示されるよう

図1 企業の目的設定過程



出所：H. I. ANSOFF (p. 72) より修正

にアンソフによって提示されたものである。基本的な出発点は、企業理念からなっている。企業の目標は、企業の内的あるいは外的な環境そして過去の成果に基づいて決定される。目標を達成するために企業が十分な能力と資源を持っているかどうかを確かめることも必要である。職能的目標や個人的目標は企業の内的な能力を決定するための重要な役割を演じている。企業としての目標は短期的目標と長期的目標に分けられる。

企業の意味決定と戦略の主要要素となる目標は、しばしば企業は、所有資産であるとしてとらえたり、事業の活動領域をそれとしてとらえたり、事業の競争優位をそれとしてとらえた定義に基づいて設定された。また企業に関しては多種多様な定義がこれまで与えられてきた。これらの定義の違いは、一般的、広義的なものから専門的なものまで違いがある。

大まかな意味では、主に二つの企業概念が存在する。伝統的には企業は、所有者／起業家によって指揮されていると考えられてきた。所有者／起業家はリスクを追うことのできる個人である。所有者／起業家は起業の資金を提供する。所有者／起業家は生産活動を行うために必要な経済的資源を組織し指揮することになる。所有者／起業家は経営の才があるというものである。この場合は起業は単一の事業活動に従事していると考えられている。この単一の市場あるいは単一の産業環境での企業の行動は、この所有者／起業家によって指揮され、そして目標は、従業員への給料の支払いや内的な財務システムを考慮の上で選択される。他方もう一つの企業概念とは、しばしば見出されるようにそれ程大きな関心を企業経営に持つことのない雇われた専門的経営者集団によって運営される企業概念である。企業の所有者は不在の株主である。これらのほとんどの企業は、複数の市場

で複数の事業を行い国際的であると考えられる。そこでは少なくとも六つの種類の企業形態が見出される<sup>10)</sup>。

一、産業の生産の一つの連鎖だけで運営されている単一ビジネスの企業

二、産業の生産の幾つかの連鎖で運営されている部分的に統合された単一ビジネス企業

三、産業の生産のすべての段階での連鎖で運営されている十分に統合された単一ビジネス企業

四、ビジネスに直接関係あるものあるいは関係のないものも含めて比較的多様なポートフォリオを持つが、一つの主要なビジネスで主導権を持ったビジネス企業

五、直接関係のある産業あるいは直接関係のない産業を含めてそこで運営されるビジネス・ユニットをほとんど持っていないあまり多様化されていない企業

六、直接関係のある産業あるいは直接関係のない産業を含めてそこで運営される多くのビジネス・ユニットを持った非常に多様化された企業

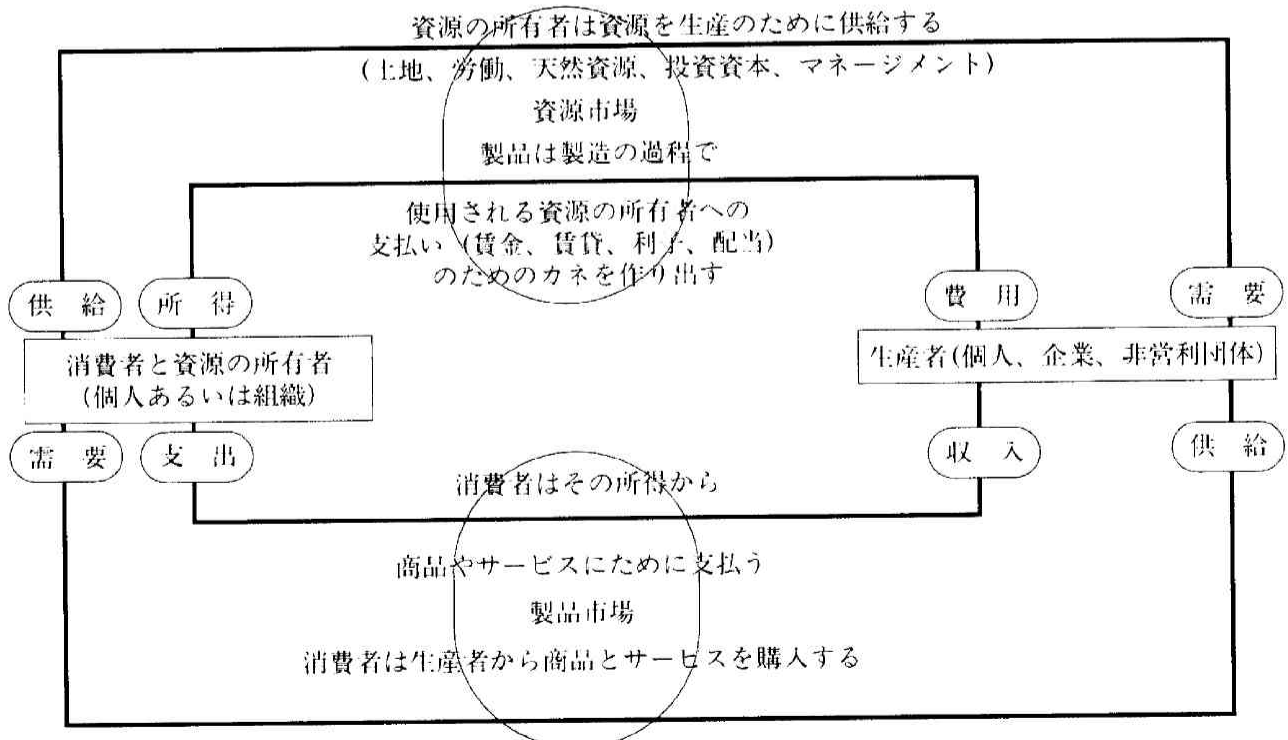
これら企業概念は、企業の意味決定が企業の内的また外的環境に及んでいることを明らかにしている。しかしながら、企業論では、市場あるいは市場経済としてしばしば言及される外的環境が重要である。図2における市場は、二つのユニットから成っている。それは、資源

市場と製品市場である。社会の経済ユニットは個人、企業、土地、自然資源、資本を所有している非営利団体である。生産手段は資源市場を通して企業に供給される。企業は資源市場の需要サイドにいる。企業は賃金、利子、配当金などを企業のコストとして、また資源供給者にその収入として代金を支払う。これらインプットとしての資源は製品市場を通して顧客／消費者に供給される製品あるいはサービスを創出するために使用される。消費者は、資源の販売から得られた収入を使用することによってこれらの商品やサービスのために代金を支払う。

この図における諸要素は、企業的意思決定の主要な基盤である。企業による意思決定の基本的な構造は、記述↓予測↓決定の順序で進行する。

下の図から意思決定の問題が明らかにされるであろう。様々な形のアプローチがこのレベルで活用できる。最もよく使用される変数（パラメーター）は、(1)意思決定者にとって管理可能な要素である決定変数、(2)意思決定者によっては管理できない要素である環境変数、(3)これらのほとんどの要素は外的環境要因である(3)意思決定者による決定の結果である結果変数、(4)ここでは一つ以上の決定がありうる(4)下された決定の結果を評価する評価変数、(企業によって下される決定は現在よりも未来のことをより多く含むので、ここでは予測が重要な

図2 市場経済の単純なモデル



出所：トンプソンJr.とフォービィ (p.19) から採られている。

る)。

予測すべき環境はとても範囲が広く、次の要素を含んでいる。経済・政治のような国際・地域・国内という環境要因、需要のような産業・市場要因、製品・領域、また原材料・労働・設備(ローンの利子・技術)の価格による長期的・短期的セールの含めた企業における市場要因。これらの中でしばしば行われる予測は需要予測である。技術予測も最近しばしば行われている。技術予測の方法論としては、その分野での専門家に対する反復的問題調査を組織的に使用するデルファイ法などがある。

関連樹木法は、ある技術目標に到達するための技術をどれ程必然的にサポートできるかを体系的に検討できる樹木を使用する。クロス・インパクト分析は、多くの技術の開発における相互関係を示すことをめざす。これに基づき、将来の技術開発が予測される。需用予測は広く使用されている。というのは、需要予測は企業の製品／サービスという需要の特質や、考慮されるべき意思決定の要因を含んでいるからである。需要に特質とは、消費財と生産財、非耐久消費財と耐久財、自生需用と派生需用、産業需用と社会需用、短期需要と長期需要などである。需用に関する企業の意思決定は、これらの需用の特質とともに、購買力、人口とその構成、一人当たりの消費額、製品価格、代替製品の価格、財務、顧客ストック、新規

需要、更新需要などである。

生産、在庫レベル、雇用は企業による意思決定での主要な問題となる領域である。これらの内、生産と在庫レベルの決定は、企業にとつて大きな問題である。このような決定の一つは、最適ロット・サイズによって行われることがある。最適ロット・サイズとは、特定の期間に分けられた計画生産に必要な量をいかに決定するかということがテーマになる。経済費用の産出により、経済ロット・サイズが決定される。最近では、JIT、カンバン方式、MRPの手法を導入した意思決定がなされるようになってきている。他の意思決定の領域は、最適生産量の問題である不確定需用を考慮したものなどであり、これらの意思決定は生産費用とも関連してくる。在庫や労働力の問題もまた生産計画の主要な要因である。機会損失を含む意思決定の領域として、投資がある。長期的投資計画に関する決定は企業の意思決定の重要な部分を占める。伝統的なアプローチの一つは、企業内での個々の計画から生じる収益を評価することである。累積収益は回収期間法や年間のベースでのROI法(投資からの回収法、return on investment)により評価し意思決定を行う。また同時にキャッシュ・フローも、意思決定の重要な要因となっている。

意思決定は、企業論のインプットとアウトプットの両



方から重要である。しかしながら、企業論において意思決定が効果的な役割を演じるためには、適切な質と量の情報が必要となる。

## VIII 結 論

もし企業論がより実践的な経営活動を意味するのであるとすれば、企業論のこれからの研究の方向性は企業論での重要な構成要素と考えられる情報アセットを含めることによって伝統的理論から新たな展開を試みなければならない。企業論は、人、プロセス、情報の相互作用を取り入れなければならない。そのためにはこれまでの情報技術に満足することなく最新の情報技術を利用する必要がある。技術が資本のうちにあるというのではなく、むしろ人のうちにあることを考えれば、伝統的な資本主義は経済人類主義へと進化すべきである。企業論の新しい理論の一つである取引費用分析は、人や情報アセットをそれらが企業に関する限りではその研究対象とする。しかしそれらは、企業分析のためにそれだけで十分な基盤を与えるものではない。情報アセットは、ハードウェアとソフトウェアの観点から見なければならぬ。企業行動派、様々な段階の影響力をもった人々からなる集団によって下される集団決定を意味している。競争は資源のより効果的な配置を必要となる。インターネット

上で生まれるバーチャル・コーポレーションとか、CALSに見られる情報ネットワークによる標準化と商取引への取り組みなど、現代の企業が直面する情報やテクノストラクチャの支配力への対応は、企業経営にとって答えを見出さなければならない実践的な課題である。企業論はそれ自体まだ十分に研究されているとは言いがたいが、実際に実務に携わる経営者はこれらの課題にある程度で対処しなければならない。情報は企業論に影響を及ぼすだけでなく、人、技術、情報アセットや経済における企業の役割を取り扱う新しい企業論が新しい市場経済にも影響を及ぼすであろう。

(ティオフィラス・アサモア／経営学部講師)

## 注

- (1) Coase, R. H. "The Nature Of The Firm" *Economica* NS 4, No. 16, 1937, pp. 386-405. "The Problem Of Social Cost" *Journal Of Law and Economics* Vol. 3 October, 1960, pp. 1-44.
- (2) ABI/INFORMはビジネス関係の英文雑誌のデータベースである。収録対象誌は八〇〇誌を越えている。一九八四年九月以降のデータが収録され二カ月に一回更新されている。
- (3) Baumol, W. J., *Business Behavior, Value And*

- Growth, NY, Macmillan, 1959. Economic Theory And Organization Analysis 4 ed., Englewood Cliff, NJ, Prentice Hall, 1977.
- \_\_\_\_\_, Willig, R. D. & Panzar J. S. Contestable Markets and the Theory of Industry Structure, NY, Harcourt Brace Jovanovich, 1982.
- (4) Margolis J., Bain J. S and Caves, R, E., Northern California's Water Industry : The Comparative Efficiency Of Public Enterprise In Developing A Scarce Natural Resource, Baltimore, John Hopkins Press, 1966.
- (5) Boulding, K. E. Economic Analysis, 4th ed., NY. Wiley, 1966.
- (6) Cyert, R. M. & March, J. G. A Behavioral Theory Of The Firm, Englewood Cliff, NJ, Prentice Hall, 1963.
- (7) Bierman, Harold Jr., Bonini C. P. & Hausman, W. H. Quantitative Analysis For Business Decisions 8th ed., Homewood, I. L. Irwin, 1991.
- (8) Ansoff, H. I. Corporate Strategy, NY McGraw-Hill Inc., 1965.
- (9) Williamson, O. E. "Transaction Cost Economics : The Governance Of Contractual Relations" Journal Of Law and Economics, Vol. 22, No. 2, 1979, pp. 233-261. "The Modern Corporation : Origins, Evolution And Attributes" Journal Of Economic Literature, Vol. 19, No. 4. 1981, pp. 1537-1568.
- (10) Coase, 1937 op. cit.
- (11) Smith, A. An Enquiry Into The Nature And Causes Of The Wealth Of Nations, London, W. Strahan and T. Cadell, 1776.
- (12) Cournot, A. A. Researches Into The Mathematical Principles Of The Theory Of Wealth Translated by Nathaniel T. Bacon, London & NY. Macmillan, 1897.
- (13) Mill, J. S. Principles Of Political Economy, With Some Of Their Application To Social Philosophy, London, J.W. Parker, 1848.
- (14) Marshall, A., Principles Of Economics, London, Macmillan, 1890.
- (15) Viner, J. Cost "Curves And Supply Curves", Zeitschrift Fur Nationalökonomie Band (Vol.)3, 1931, pp. 23-26.
- (16) Stigler, G. J. "Production And Distribution In The Short Run" Journal Of Political Economy,

- Vol. 47, 1939, pp. 305-327.
- (17) Chamberlin, E. H. The Theory Of Monopolistic Competition, Cambridge, Mass. Harvard University Press, 1933.
- (18) Robinson, J. The Economics Of Imperfect Competition, London, Macmillan, 1933.
- (19) Barzel, Y. "Excess Capacity In Monopolistic Competition", Journal Of Political Economics, Vol. 78, No. 3, Sept. 1970, pp. 1142-1149.
- (20) Anderson, W. H. L., "Production Scheduling, Intermediate Good, and Labor Productivity", American Economic Review, Vol. 60, No. 1, March 1970, pp. 153-162.
- (21) Wright, W. D. C., "Some Substitution Effects In The Location Of A Firm" Journal Of Political Economics, Vol. 79, No. 4, pp. 903-908.
- (22) Baumol, 1959, op. cit.
- (23) Scitovsky, T. A. "Note On Profit Maximization And Its Implications", Review Of Economic Studies Vol. 11, 1943, pp. 57-60.
- (24) Williamson, O. E. "Profits, Growth And Sales Maximization", Economica NS 33, 1966, pp. 1-16.
- (25) Simon, H. A., "A Behavioral Model Of Rational Choice" Quarterly Journal Of Economics, Vol. 69, 1955, pp. 99-118. "Theories Of Decision Making In Economics", American Economic Review, Vol. 49, pp. 253-285. "Rational Decision Making In Business Organization" American Economic Review, Vol. 69, 1979, pp. 493-513.
- (26) Nelson, R. R. & Winter, S. G. An Evolutionary Theory Of Economic Change, Cambridge, Mass. Harvard University Press, 1982.
- (27) Hall, R. L. & Hitch C. J. Price Theory And Business Behaviour, Oxford Economic Papers, 2, 1939, pp. 12-45.
- (28) Andrews P. W. S. Manufacturing Business, London, Macmillan, 1949.
- (29) Cyert, R. M. & March J. G. A., Behavioral Theory Of The Firm, Englewood Cliffs, NJ Prentice Hall, 1963.
- (30) ABI\INFORM op. cit.
- (31) Huszagh, S. M., Huszagh, F. W. & McIntyre F. S. "International Franchising In The Context Of Competitive Strategy And The Theory Of The Firm", International Marketing Review, Vol. 9 No. 5. 1992, pp. 5-18.

- (32) Hornby, W. B. "Economics And Business, The Theory Of The Firm Revisited: A Scottish Perspective" Management Decision, Vol.33, No 1, 1995. pp. 33-41.
- (33) 安部悦生 「チャンドラー・モデルと森川英正氏の経営者企業論」『経営史学』 Vol. 28 No. 4 一九九四年 pp五五-六四
- (34) Chandler, A. D. "The Enduring Logic Of Industrial Success" Harvard Business Review, Vol. 68, No. 2, March-April 1990, pp. 130-140.  
Strategy And Structure: Chapters In The History Of The Industrial Enterprise, M. I. T. Press, 1962. Ed. Managerial Hierarchies: Comparative Perspective On The Rise Of The Modern Industrial Enterprise, Cambridge, Harvard Univ. Press, 1980.
- (35) 森川英正 『経営者企業の時代』 有斐閣一九九一年  
『日本型経営の展開…産業開拓者に学ぶ』 東洋経済報社 一九八〇年
- (36) 浅岡美恵 「企業論理に押し切られるPL法——EC型にも及ばない」『エコノミスト』七二(一八) 一九九四、pp六〇-六三
- (37) Thompson (Jr), A. A. & Formby J. P. Economics