

タイトル	<論文>「企業社会」の視点とその課題：予備的概括
著者	春日，賢
引用	北海学園大学経営論集，1(1)：29-49
発行日	2003-06-30

「企業社会」の視点とその課題

— 予備的概括 —

春 日 賢

目 次

- I. はじめに
- II. 企業社会と経営学
- III. 企業社会の概念と視点
- IV. 企業社会アプローチの範囲と周辺
- V. 企業社会アプローチの課題
- VI. むすび

I. はじめに

社会において企業あるいはマネジメントをいかにとらえ位置づけるかは、実に古くて新しい問題である。経済的価値の創出こそが社会的福祉の最優先課題であれば、企業・マネジメントはもっとも重要な機関・装置としてその社会的存在意義を認められることになる。いわゆる「右肩上がり経済」においては、企業の繁栄と経済社会の繁栄が強く意識され、企業と社会の関係は相調和し一致することが強調された。否、正確には、相調和し一致する部分を主軸に両者の関係はとらえられ、それ以外の部分は副次的に顧みられていたにすぎなかった。企業の繁栄と経済社会の繁栄が重ね合わされることにより、禍を上まわる福の実現をもって当面の最善策とされたのである。

当然ながら、ここにおいて築かれる社会関係は企業を中軸とするものとなろう。経済的価値の創出という目的のもとで、巨大企業体を中心に人的・物的・金銭的・技術的・情報

的・時間的な関係が編制され、その集合がそのまま社会関係となっていた。そこには、企業という単色で描かれるモノクロ社会、企業中心社会としての「企業社会」が現に存在していたのである。

ところで近年、この「企業社会」への異議が叫ばれる。「右肩上がり経済」の終焉とともに、企業と社会の関係は調和よりも齟齬が目につきはじめ、企業が社会を犠牲にしている点が指摘されるのである。その根底にあるのは、はたして企業体をこれまでのように社会関係の中心的編制原理とみなしてよいのか、自らの生活をあずける労働の場としてふさわしいのかという、社会生活者としてのもっとも根本的な疑念であろう。企業中心のモノクロ社会はこれまでの成功と引き換えに、これからの転換を余儀なくされているのである。

では、はたして一体「企業社会」とはいかなるものなのか。この言葉が意味するところはそもそもなんなのか。企業中心社会の具体的様相として、どういった事柄を指し示し説明する概念なのか。この素朴な疑問に対する解答は、実はあまり明確ではない。経営学もしくは経済学で日常的に口の端にのぼるタームではありながら、これまでその用いられ方は暗黙であるという以上に曖昧であったといえよう。そこで本稿ではかかる「企業社会」概念そのものにフォーカスし、経営学におけるその視点およびそこから構想される企業社会アプローチの課題を明らかにすることを企

図する。まず企業社会と経営学の関係を確認しつつ、その概念と視点を考察する。ついで関連諸領域を概括するなかで、企業社会アプローチの範囲と輪郭を浮き彫りにしてゆく。そして近年みられる新たな所説を取り上げながら、われわれが構想する企業社会アプローチのあつかうべき課題を浮き彫りにしてゆくこととなる。もとより本稿はあくまでも予備的なものとして、大まかにスケッチすることをねらいとする。

II. 企業社会と経営学

企業の影響力がきわめて大きくなった社会、「企業中心社会」を「企業社会」と大まかにとらえるならば、まさしく経営学の成立は企業社会の形成に端を発している¹⁾。アメリカではビッグ・ビジネスの登場によって体系的な管理の科学化が必要とされるところとなり、テイラー、フォードに代表される手法がアメリカ流の経営学として基礎づけられていった。ビッグ・ビジネスという巨大経済単位の出現によって、まさに経営現象が企業の内外にわたる主要関心対象となったのである。企業内部では経営管理実践にかかわる者にとって日常的な課題として、また企業外部ではそれがもたらす社会的な影響という点で、主要関心対象となったのであった。もとより経営学とは、企業およびマネジメントを主要関心対象とする社会的な背景のもとで誕生し展開しゆく学問領域であろう。すなわちそもそも経営学は企業社会と相即不離の関係にある。そしてこのことは同時に、企業社会の変遷につれて経営学もまた、企業およびマネジメントに対する興味関心が移り変わらざるをえないということでもある。

企業社会と経営学、経営学説展開の歴史はそのまま企業社会進展の歴史でもある。これまで大きくは管理論・組織論・戦略論・企業論といったくくりにおいて、多様な経営理論

が生み出され展開されていった。ドラッカーは知識社会論の視点から、現代文明への発達史を「産業革命」「生産性革命」「マネジメント革命」の三段階に整理して把握する。まず「産業革命」において「道具・工程・製品への知識適用」がなされ、ついで「生産性革命」では「仕事への知識適用」が、そして最後の「マネジメント革命」で「知識への知識適用」がなされた。かかる把握においては、「産業革命」は「所有と労働の分離」をもたらしたマネジメントの発端ないしは前段階であり、「生産性革命」は「所有と支配（経営）の分離」をともしつつマネジメントが専門化・本格化した段階、「マネジメント革命」はその社会的ニーズの高まりゆえにマネジメントが高度に進化しゆく段階、と適合的に理解できることになろう。かくして「マネジメント革命」を経て登場する知識社会は、まさにマネジメントを中軸とする社会にほかならないのであった²⁾。

アメリカ経営学を例にとれば、ビッグ・ビジネスの登場によってまず生産現場の管理が問題とされ、エンジニアによる管理運動が推し進められていった。テイラーの科学的管理法をひとつの画期として、かかるマネジメントへの本格的取り組みはさらにフォードにおいてより大きく展開される。フォーディズムとして知られる大量生産システムおよび経営理念である。管理は大規模生産と人事労務の問題となるとともに、企業経営は社会的な関連のもとに経営者自身によって語られたのである。しかしながら管理の追求は労働者側の反動を引き起こし、人間関係論による新たな人間観の提唱を生み出してゆく。管理と人間、両者のこうした緊張関係を新たな組織観のもとに統合したのが、バーナードら近代組織論である。さらにサイモンは、それら管理・人間・組織の問題に意思決定の視点をくわえ、行動科学への大きな契機となった。

またこうした固有のマネジメント論と並行

して、その枠組みをあつかう企業論も展開されている。バーリ＝ミーンズを大きな起点とする株式会社論は「所有と支配の分離」や専門経営者の問題をあつかい、企業存在そのものをいかにとらえるかという根本的な問題をたえず発し応えようとする。近年におけるコーポレート・ガバナンス論の登場は、企業社会の進展にともなう株式会社論の新たな展開とみなすこともできよう。

ひるがえってマネジメント論の領域では、第二次世界大戦後における経営環境の著しい変化をうけて、「マネジメント・セオリー・ジャングル」とよばれるほどの多様な展開を示していった。行動科学が学際的にすすめられ、人間関係論の系譜にある心理学的研究が組織と人間行動に関する新たな理論と具体的諸策を提言したし、固有の組織論もコンティンジェンシー理論や戦略論の台頭をうけて多様な広がりを見せていった。また日本の経営の興隆から比較経営的な視点もみるにいたっている。

これらアメリカ経営学説の史的展開が示すのは、技術革新を軸とする経営環境の変化とそれに対応しようとする理論のスクラップ・アンド・ビルドであり、社会と企業・マネジメントにおける共進化の関係である。今日における経営学の主要研究領域としては、機能的に個別化された諸々の管理論をはじめとして、企業論、組織論、戦略論、マネジメント・サイエンス、国際経営、経営文化、ビジネス・エシックスあるいは経営史などがあげられよう。さらに当面の課題としては、グローバル化、IT化、環境問題をキーワードとする即時的な諸事項に対応しつつ理論化してゆかねばならない。実に経営学研究の対象領域はすでにかなり多岐にわたっているにもかかわらず、今後もさらに拡大しつつゆくと目される。現代社会の複雑化・多様化・流動化・スピード化・不透明化などを勘案すれば、経営の実践性に照らしてそれらもごく自

然のことではあろう。経営学は多くの内容を抱えながら、常に時代と向き合い膨張しつつける、すなわち「自転車操業」をその学問的宿命として負っているといってもよい。

このように企業社会と経営学は対象たるフィールドと理論の関係をなしており、相即不離・共進化の関係にある。社会科学である以上、これは当然のことであろう。しかしながら、これまで経営学は積極的に企業社会について論じてこなかった。なぜであろうか。実はこの点にこそ、経営学という学問領域にとってもきわめて大きな問題がはらまれているのである。経営学とその社会的視点の欠如について、たとえば小林俊治氏は次のように整理している。

「……企業の社会的役割は、益々大きくなってきたが、経営学は、むしろ、若干の例外を除けば、企業内部の経営管理に焦点をあてるようになった。とくに、日本の場合、経営学の基礎をきずいた上田貞次郎が企業と社会との関係に注目し、後述するような研究成果をあげたにもかかわらず、その後の学界の主流は、企業内部にその学問的関心を集中していった。しかし、こうした事情は経営学が、他の関連諸科学、すなわち、経済学、経済史、社会学、法律学といった学問とは違った独自の研究対象と研究方法を獲得するためのひとつの段階であったとみなすこともできる。たしかに、上田貞次郎が、結局、最終的には経営学の自律性を否定して、経営学を経済学の一分野と認めざるを得なくなってしまったことを考慮すると、もし経営学者が研究対象の拡大をはかっていたならば、経営学の独自性の喪失に至らしめたかも知れない。」³⁾

経営学は自らの学問的アイデンティティを確立するうえで、社会的視点を捨象してしまった。そしてまさにそのことによって、経営学は社会科学における独自の地位を獲得するにいたったとの理解である。ここにおいては、社会的視点の捨象がむしろ意図的に行な

われ、「社会にフォーカスしない社会科学」として逆に、これまでの経営学の学的発展がもたらされてきたことになる。なによりも個別具体的な経営実践にフォーカスすることに、経営学の理論的立場はあったのである。けれども状況が変わったとして、氏はつづけている。

「しかし、1960年代から生じてきた企業の内外における種々の変革は、むしろ企業を積極的に社会的存在として研究することが、企業活動の本質を理解する上で、不可欠であるという状況をもたらした。すなわち、経営管理の諸過程——戦略設定、組織化、配員、動機付け、統制——を理解するためには、社会の動向をも考慮する必要が生じた。……かつては、学問的アイデンティティの確立のために排除した企業の社会性などという諸問題が今日ではそのアイデンティティをさらに強固にするために、経営学によって研究対象とされねばならなくなったのである。」⁴⁾

具体的な経営実践にフォーカスするのであれば、今日ではそれを取り巻く社会環境をも視野におさめねばならない。これまで「社会にフォーカスしない社会科学」として具体的な経営実践にフォーカスしてきた経営学は、まさに具体的な経営実践にフォーカスするがゆえに、これからはひるがえって「社会にもフォーカスする社会科学」となっていかなければならない。いわば「実践性」のみの片翼飛行から、「社会性」をくわえた両翼飛行へ移行することによって、学的バランスが得られさらなる飛躍が可能ということになる。このように新たな発展段階に立つ現代経営学は、自ら置き去りにしたエッセンスを取り戻してゆくことが大前提となっているのである。とりわけ変化の著しさを増す近年にあってこそ、経営学は社会的視点を重視せねばならないだろう。こうした経営学における社会的視点重視の主張は、われわれの構想する「企業社会」の視点にそのままあてはまるといえる。

もとより「企業社会」という視点じたいが、なによりも企業・マネジメントを軸に社会関係を理解しようとするアプローチを可能とするものにほかならないからである。換言すれば、企業・マネジメントに対する社会的視点を模索するならば、つまるところは「企業社会」の概念にたどり着かざるをえないであろう。つづいて、この点を考察・確認してゆくこととしよう。

Ⅲ. 企業社会の概念と視点

本来「企業社会」というとらえ方じたいは、経済学における社会理解の延長線に位置している。管見のかぎりでは、社会経済学者ヴェブレンの所説が「企業社会」という視点を明確に打ち出した最初のものであろう。彼は主著『企業の理論』において社会活動の基底をなす原理を資本というよりも企業に見出し、巨大企業体を軸に展開される社会を描き出していった⁵⁾。資本主義の新局面たる独占資本主義について、その独占の主体たる巨大企業体の存在に焦点を合わせたとらえ方だったのである。「インダストリービジネス」という区分によりながら企業制度が把握され、企業社会は「産業社会」と「株式会社体制社会」という、二重の側面が交錯した社会とされる。大枠としてみれば、それは大企業体制の生成・発展そして崩壊のプロセスを見据えたロジックにほかならなかった。自律化した企業制度それ自身による活動の「自己永続性」と「自己破綻性」が展望されたのである。今日ごく一般的に「企業社会」が意味するところをあげれば、「株式会社資本主義」「法人資本主義」「経営者資本主義」など、独占資本主義を形容する諸々の連字符的な資本主義概念と同様のものが連想される。これらに通底するのは「所有と支配の分離」「専門的マネジメントの確立」「ゴーイング・コンサーン」あるいは「会社それじたい」など、企業が独

自の組織行動の原理に突き動かされるようになっており、それがひいては社会的な展開論理ともなっているという認識である。いわば巨大企業体を軸に織りなされる経済社会＝「大企業体制」の組織社会たる側面をも見通したものであるということになる。

とりわけ「企業社会」というとらえ方においては、社会が経済のみならず政治・文化・その他社会関係全般にわたって企業活動を軸に編制されているという意味合いが強く込められる。連字符的な資本主義概念のほかに、「会社本位主義」「企業中心社会」「法人企業体制」など類似概念をふくみながら、それらの総合的な概念として「企業社会」はあるといっていよい。社会における大小様々の活動は、企業の存在を前提し、また企業側の反応を想定して織りなされるとの視点が強調されるのである。かくして経営学が自らのあつかう社会環境を「資本主義」ではなく「企業社会」というとき、そこには企業独自の行動原理を明らかにしようとする経営学のアイデンティティが表明されることともなるのである。

けれどもこれまで経営学においては、「企業社会」について明確な概念規定はなされてこなかった。そもそも「企業社会」(business society, corporation society)という用語じたい、いつ頃から使われるようになったかすらあまり明確ではない。社会にフォーカスしない経営学が背景としての社会に言及せざるをえないとき、なんとか体裁を保てる便利な概念として用いられてきたといえば口が過ぎるであろうか。いずれにせよ、それが暗黙という以上に曖昧に用いられてきたことだけは確かである⁶⁾。近年「企業社会」概念そのものをストレートにとりあげたのは、産業社会学者の梅澤正氏である。氏は「企業社会」を3つの意味に整理する。①企業組織内部に形成されるコミュニティ、②企業集団・系列といった諸企業間の特定関係からなる大きなグループ内組織、③社会全体の性格特性

を指し示す用語、である。さらに①を企業内社会、②を業界という名の企業同士の社会、③を法人社会とも称し、これら「3つの企業社会」は相互に関連しあっているとする⁷⁾。かかる整理は、企業を社会的存在としてとらえる場合に3つのレベルがあることを指し示すものであろう。企業をコアに、小・中・大の3次元からなる社会概念として「企業社会」は存在する。そこでは企業というロジックが、社会的行為のミクロ・中範囲・マクロいずれにもわたって貫かれることになる。社会全体、下位社会、コミュニティが企業活動に大きく規定される、企業存在が一般であるとともに特殊でもある社会として「企業社会」はあるということになるのである。

では、経営学における企業社会の存在をより明確に意識させる視点は、具体的にどんなものであろうか。もとより経営学では、学的特徴として実践性ないし実学の立場がうたわれる。その点で、サイエンスよりもアートという見方がでてきてもおかしくはない。パフォーマンスすなわち実行力そしてその達成力にフォーカスするかぎり、現実的な成果がもっとも公正かつ可視的な基準となるからである。とりわけ戦略論ないし戦略的視点の興隆に代表されるように、元来経営学は成果を軸にロジックを構築してきた。このことは否定できないであろう。しかしまた他方で近年、その行き過ぎをいさめる学的流れが活発化しつつある。ビジネス・エシックスあるいは経営倫理学とよばれる領域である。経営学をこのふたつによってみるならば、「成果重視の経営学」と「倫理的視点の経営学」に大別・整理することも可能であろう。ただしその際留意しておきたいのは、近年における後者の興隆があくまでも前者の行き過ぎの反動にあるという点である。すなわち前者にとって後者は必ずしも相即的な存在ではなく、いまだ両者は有機的に結びつけられてはいえない⁸⁾。そこでまず必要なのは、それらを

包括しうる共通の土台であろう。すなわちむしろアートよりもサイエンスとして、いったんはそれらを同じ土台にのせる視点である。それを可能とするものはなにか。ここにおいてふたたび、企業・マネジメントに対する社会的視点たる「企業社会」が浮かび上がってこざるをえないのである。社会科学にとっての大前提たる「社会」概念について、「企業社会」はその経営学的概念装置と目しえるからである。すなわち経営学を社会科学として、社会のサイエンスとして定立する基礎理論的枠組みをなしうるものであろう。経営学が社会科学としての認識を取り戻すために不可欠だけでなく、経営学の範疇に入るあらゆる個別諸項目を包摂するもっとも根幹をなす概念装置はさしあたり企業社会においてほかにない。「成果重視の経営学」と「倫理的視点の経営学」、これらをまさに統合的に結びつけうるもっとも基本的な視点と考えられよう。この点においても、経営学にとって企業社会の視点は不可欠とならざるをえないこととなる。また、かりに従来からある経営学の多様な所説を行為主体の視点に立つ「行為主体の経営学」とひとくくりに規定するならば、企業社会概念はいわば「社会存在の経営学」として、それら従来の経営学に共通の土台を提供しうるものともいえるからである。

Ⅳ. 企業社会アプローチの範囲と周辺

企業・マネジメントを社会的な関係性のうちに位置づけとらえようとする視点じたいは、必ずしも目新しいものではない。比較的古くから、少なからず存在するにはしていたのである。以下ではそれを「企業・マネジメントの社会的関係的把握」とし、ここでは1)「企業と社会」的経営学系、2)企業論系、3)社会学系とに大別しつつ、それら従来からあるアプローチの視点ならびに主要論点をおおまかに整理しておこう。

1)「企業と社会」的経営学系

「企業と社会」論(Business and Society; B & S)は、「企業・マネジメントの社会的関係的把握」としては、中核的位置にあるものといえる。起点として一般に認知されているのは、シェルドン『経営のフィロソフィー』(*The Philosophy of Management*, 1924)であり、その後のボーエン『ビジネスマンの社会的責任』(*Responsibilities of the Businessman*, 1953)、マグガイア『企業と社会』(*Business and Society*, 1963)らが実質的な系譜のはじまりとされている。また経営史の領域でコールが『経営と社会』(*Business Enterprise in its Social Setting*, 1959)を著し、企業者活動を社会環境のもとに把握する視点を明確に打ち出している。シュムペーターを理論的土台としたこの試みも、「企業と社会」に関する議論としては見逃しえないものであろう。

B & Sは「経営における社会的課題事項」(Social Issues in Management; SIM)研究とほぼ同義であり、企業活動と社会のあり方をめぐる諸研究の総称として一般には理解されよう。中村瑞穂氏の整理によれば、かかる研究領域の形成はアメリカで1960年代中ごろ著しく進行した。急激な社会環境の変化により、企業は自らの活動について新たに多面的な対応を迫られていった。企業は様々な社会的対応を考慮せねばならず、また社会も企業活動のもたらす影響につよく注視するようになり、企業と社会の関係がより個別具体的に意識されるようになったからである。B & Sは「企業の社会的責任」論(Corporate Social Responsibilities; CSR)としてしだいにその社会的責任内容が特定化されていったが、今度はさらにその実行状況を測定するための用具とみなされるような特定の課題事項へと議論は移行してゆくこととなる。初期の代表的な所説としては、The Research and Policy Committeeの「企業の社会的責任」

論、R. アッカーマン＝R. バウアーの「企業の社会的応答」(Corporate Social Responsiveness) 論、T. ジョーンズの「企業の社会的制御」(Social Control of Business) モデルがあげられるが、1980年代以降から現在にかけてビジネス・エシックスの興隆とそれとの大きなかわりが指摘されている⁹⁾。

これらをごくおおまかにとらえるならば、B & Sの主要構成領域と目されるのは、企業の社会的責任の有無・内容・特質を論じる「企業の社会的責任」論、企業の社会への応答方法を論じる「企業の社会的応答」論、企業経営者の意思決定の指針として倫理を用いるビジネス・エシックスなどであろう。さらに近年では、企業行動に利害をもつ様々なグループすなわちステークホルダー¹⁰⁾による企業経営を論じるステークホルダー・マネジメントも大きなアプローチとなりつつある。これらはいずれもB & Sの主要構成領域でありながら、互いに大きく重複しつつ密接に関連しあっている。きわめて近しく隣接するがゆえに、それぞれの領域の論者によってアクセントのつけ方を異にしながら、総体としてB & Sの名でくくりうるものといえる。いまだ展開途上にあるそれらの境界を明確に線引きして整理することは困難ながら、傾向として見受けられるのはいや増すビジネス・エシックスへの視点の重心移動である。すなわち企業行動および経営者の意思決定といった現実の行為をあつかうに際して、あらかじめ倫理的基準を織り込むことによってそれらを規制ないしは望ましい形へ規定しようという傾向である。

B & Sは個別具体的な項目に専門化・細分化するなかで、ひるがえって企業経営の戦略的視点に取り込まれてゆく傾向も有している。いわば「倫理的視点の経営学」は、「成果重視の経営学」においてその戦略的位置に据えられることによって、逆に成果に資する側面を備えていることになる。この意味で、

客観的な「企業・マネジメントの社会関係的把握」よりも、その実践的利用に向けた理論構築がはかられていると見て取ることもできよう。

2) 企業論系

企業論は経済活動の具体的な枠組あるいは大きな単位たる企業体に焦点を合わせた分析であるが、ひいてはそれがもたらす社会経済的な影響が基本的視界に組み込まれてもいる。この点で、「企業・マネジメントの社会関係的把握」を本来的に保持するものといえる。そもそも企業論は経済学から経営学的な関心へ移行してきた経緯もあり、両者が交錯する領域ということになる。その記念碑的労作はバーリ＝ミーンズ『近代株式会社と私有財産』(*The Modern Corporation and Private Property*, 1932) にもとめられようが、本来それは旧制度学派(Old Institutional Economics; OIE)の経済学・経営学の系譜において理解されるものである¹¹⁾。

バーリ＝ミーンズの所説は、巨大株式会社の登場による「株式所有の分散」「経済力の集中」をうけて、「所有と支配の分離」そして「経営者支配」の成立を主張するものであった。「株式会社革命」と銘打たれた問題意識は、なによりも株式会社の質的变化を通じて資本主義そのものの枠組みの変化を凝視するものにほかならなかった。後に続く企業支配論は彼らの主張の認否をめぐる展開されていたが、そこでは企業・経営者・支配・資本主義とはなにかという根本的疑問が幾度となく繰り返されながら、社会経済システムの存立をめぐる体制的視点が通底している。すなわちそれが行き着くのは、社会権力主体の特定と、その暴走の抑制という視点である。

企業・マネジメント権力については、その社会的な正当性をめぐる議論も看過しえないところであろう。バーナムの「経営者革命」

は専門経営者による社会体制の支配を主張し、ガルブレイスは専門経営者・管理技術者らテクノストラクチャによる社会体制の支配と、巨大企業権力への対抗力の存在を主張した。両者に共通するのは、高度な専門的知識・技能を権力の正当性の根拠とするテクノクラシー論にある。また初期のドラッカーは企業・マネジメント権力が正当でないことをはっきりと認めたとて、新たに社会制度として理論づけてやることでそれを乗り切ろうとした。後に彼自身の社会構想そのものの転換にともない、この大問題は「行為からする知識」すなわちマネジメントの機能的成果という枠組みで論じられることになるが、これもやはりテクノクラシー論の一変種とみなすことができるであろう¹²⁾。

さらに企業論における近年の大きな流れとして、コーポレート・ガバナンス論があげられる。企業統治論と訳されるこの議論は、1980年代にM & Aが激化するなかで、会社法の解釈と運用をいかに行なうかという現実的要請がきっかけとなった。したがって従来からある企業支配論とは重複しながらも、きわだった大きな差異をみせている。「株式保有の二極化構造」すなわち株式所有の「個人への分散」「機関・法人への集中」をうけて、ここで問われるのは企業・マネジメントのあるべき姿と責任である。その接近視角は諸利害関係者すなわちステークホルダーによるチェック・アンド・モニタリングにあり、具体的には、企業存在の基本的姿勢、あり方および運営の仕組み、規律に関する有効な施策をいかに構築し実行するかということになる。社会経済システムの存立をめぐる体制的視点とは異なり、企業・マネジメントがもたらす利害をめぐるあくまでも具体的・現実的な視点が貫かれるのである。ただしそれが最終的に行き着くのは「企業はだれのものか」「企業はだれのために、どのように運営されるべきか」ということにあり、ステークホル

ダー概念の広がりとともに議論が社会的な視点へ外延化する傾向を有している。こうした傾向は企業存在の本質をあつかう議論の潜在的な性質といってよいかもしれない。またそうした流れにおいて、B & Sに属する諸研究、たとえばステークホルダー・マネジメントなどとの交錯・融合がみられることともなるのである。

その他企業論では、新制度学派（New Institutional Economics; NIE）に分類される流れおよび比較制度分析（Comparative Institutional Analysis; CIA）などが、きわだった新しい業績を積み上げている。これらはあくまでも経済学的手法にあるため、「企業・マネジメントの社会関係的把握」にとってみれば、内容というよりは背景を提供している感がある。その意味では直接的ではないものの、たとえば後者にみられる「制度的補完性」「歴史経路依存性」といった概念による経済システムの進化観¹³⁾など、きわめて重要な視点もふくまれている。

このように企業論は、企業存在に関する根本的な議論をはらむがゆえに、「企業・マネジメントの社会関係的把握」にとって不可欠のものを提供する。それはB & Sとともに、従来の「企業・マネジメントの社会関係的把握」の両輪をなしているといってよい。今後B & Sとりわけビジネス・エシックス、ステークホルダー・マネジメントとの交錯・融合がすすんでゆくなかで、新たな理論的枠組みとしての展開がみられるかもしれない。

3) 社会学系

本来が社会を主題とする学問領域だけに、「企業・マネジメントの社会関係的把握」も、もちろんかねてから存在していた。組織社会学は組織—環境関係に焦点をあてるマクロ組織論として展開されているが、より直接的には人間関係論を契機とする産業社会学が社会学におけるこの視点の主要領域であろう。産

業社会学およびドイツ経営社会学は労働の場における人間の社会的関係をあつかい、そこから企業・マネジメントを社会的な関係性のうちに位置づけてとらえようとする。要するに、あくまでも労働あるいは労使関係からする「企業・マネジメントの社会関係の把握」という立場にあるのである。伝統的にこうした接近視角をとるがゆえに、斯学は労働あるいは労使関係に軸足を置きすぎるきらいがある。ややもすれば、それ一色によって問題意識が塗り尽くされてしまうのである。したがって「企業・マネジメントの社会関係の把握」に照らしてみれば、必ずしもそれに全く合致しているとはいえないであろう。労働・労使関係以外の部分が副次的・派生的にのみかえりみられ、トータルな理解に欠けてしまうからである。社会を主題とする領域でありながら、このことに関しては十分な整備が行き届いていない。この点について、従来の斯学にはおのずと限界があるといわねばならない¹⁴⁾。

その他社会学の領域では、日本の経営に関する多くの研究が注目されてきた。尾高邦雄、アベグレン、ドーアら社会学者によるもののみならず、三戸公ら経営学者によるものも社会学的な視点を取り入れて日本の経営論は展開されていった¹⁵⁾。ここで大きく提示されたのは、企業行動や経営制度はその国の社会構造・文化的背景に規定されるという経営風土・文化の視点である。これは「企業・マネジメントの社会関係の把握」にかかわる重要な点である。いずれにせよ、文化・歴史をふくめた社会的視点をとるかぎり、社会的アプローチは看過しえないものであることだけは間違いない。

以上、「企業・マネジメントの社会関係的把握」における従来からの主要アプローチ3つを概観してきた。「企業社会」というアプローチをとる以上、これらの領域がとりわけ

その主たる構成要素をなすことはいうまでもない。もとよりそれは、それぞれの個別具体的な議論内容に必ずしも立ち入るということではなく、かかる議論を可能ならしめる背景ならびに土台を体系化するうえで中心に位置するという意味においてのことである。便宜的に3つに大別したが、これらじたいはいずれも大きく重複しつつ複雑に絡み合っている。その相関関係をあえて示すならば、「企業と社会」的経営学系と企業論系がそれぞれ中核的内容と枠組みとして両輪をなし、その背景・土台として社会学系があることになろう。ただしわれわれの構想する「企業・マネジメントの社会関係の把握」に照らせば、これら従来のアプローチでは満足しうる水準には到底およびえないといわねばならない。その原因としては、次のように整理しうるであろう。社会学系は単眼的な接近視角のゆえに、前二者を包摂するに足る有効な背景・土台とはなりえていない。また「企業と社会」的経営学系においては、実践的成果に向けた理論構築が基調をなしており、企業・マネジメントを社会的な関係性のうちに位置づけとらえようとする視点はあくまでも限定的なものでしかない。すなわち社会そのものに対する接近視角がその場かぎりのものでしかなく、客観的な体系性に欠けるのである。このことは企業論系にもある程度あてはまるであろう。社会的な諸相はその時々部分的にかえりみられるにすぎず、したがって企業・マネジメントを社会的な現象としてトータルにとらえ切れていないのである。

このことは、その時々のカレントな諸問題があつかわれながらも、それらを底流で結びつけるはずの理論そして方法論の不在ということにはかならない。そしてつまるところ、経営学におけるこうした問題は「社会科学としての経営学」という意識の希薄さに行き着く。実践性の追究に邁進し、それと一対をなす社会性の追究をなおざりにしてきたことの

帰結とはいえないだろうか。ここにおいてもとめられるのは社会性の追究であり、また何よりも社会科学としての自覚であろう。社会という足元を見つめ直し、そこに確固たる土台を築くことこそが真の意味での「企業・マネジメントの社会関係的把握」であり、そしてこれからの経営学そのものが抱える根本的な課題でもあるのである。

V. 企業社会アプローチの課題

さて近年、「企業・マネジメントの社会関係的把握」について、新たなアプローチの確立をめざす動きが活発化しつつある。いずれも「社会」を強力に自覚した議論を展開するという点で、企業・マネジメントを社会的な現象としてトータルに理解しようと企図するものである。その意味では、先にみた従来からのアプローチとは明らかに一線を画するものとみてとることができる。こうしたなかから、ここではいくつかの所説をとりあげてみよう。

産業社会学者の梅澤正氏は、企業・マネジメントをあつかってきた従来の社会学アプローチの限界を指摘し、新たに「企業社会学」を提唱する。これまで社会学が企業・マネジメントを直接掘り下げた検討対象としてこなかったのは、「もはや企業は社会のための社会制度というよりは社会の統治者として君臨し、苦言や提言などいっさい受け付けない巨大な存在になっているという現実認識が潜在していたように見受けられる」からとし、「社会的役割重視の企業論」「市民派ないし市民社会からの企業論」の確立を標榜する。それが氏のいう「企業社会学」なのであった。

「企業社会学」を名乗る本書は、企業を全体社会の下位体系としてとらえ、社会の側から企業を論じようとする立場である。端的に言えば、全体社会の存続と発展はどのように

して図られるのかという観点から企業を診る、そして社会からの期待として企業の役割を洞察するということになる。¹⁶⁾

「産業社会学はこれまでポイントを企業組織の内部社会において研究と調査をすすめてきたが、社会制度としての企業、社会の一構成要素としての企業を考察の対象にすることが要請される。いわば「企業と社会」（ないし「社会と企業」）に関する社会学的考察ということになるが、今後に向けて、そういうものとしての「企業社会学」が構築されることが望まれる。¹⁷⁾

このように既存の産業社会学にかわる理論的枠組みとして、新たに「企業社会学」の構築が企図されているのである。ここでの問題意識は、先に指摘した「企業・マネジメントの社会関係的把握」に対する産業社会学そのものの限界にあるといつてよい。すなわち労働あるいは労使関係に軸足を置きすぎるあまり、「企業・マネジメントの社会関係的把握」のトータルな理解に欠けるという限界である。そしてその際、なによりも社会を改めて企業社会ととらえ直して考察してゆくことが出発点となっている。この点で氏の企図は、社会学者としてのきわめて鋭利な現実感覚にもとづくものといえることができる。

ただしその際、これまで主に「企業と社会」をあつかってきた経営学とのアプローチの違いを明確化しておかねばならないだろう。この点については、「社会学的な認識では、企業は社会制度であって、社会からの付託に応えることで存在意義が認められるというところをえ方をする」とし、企業と社会の関係を「付託と受託」によって考察する立場を明らかにしている。本来が社会を主題とする領域だけに、社会学からするこの「企業社会学」なる試みはそのまま「企業・マネジメントの社会関係的把握」に真正面から取り組むものであり、大きなアプローチとして期待されよう。いまだ端緒についたものとはいえず、その

成果の蓄積は今後ともものぞまれるところである。

他方で、こうした社会学的アプローチとは別に、企業・マネジメント固有の現象をあつかうスペシャリストたる経営学の領域においても、社会関係の把握を志向した新たなアプローチがみられるようになってきている。重本直利氏は、社会の一構成要素としての企業経営をとらえる方法が経営学に現在もとめられているとし、それを「社会経営学」の名でとらえようとする。

「社会の中での「企業市民」はどのような役割を担うべきであるのか。このことを考える場合、既存の企業経営のあり様をその内側から改革すると共に、同時に社会の他の諸分野・領域、つまり学校、地域、病院、福祉、家庭、NPO（特定非営利活動法人）などとの間での適正な役割分担関係を築いていく必要がある。それは社会合理性の観点にたった社会経営の必要性を意味している。この観点とは、決して企業経営（経済合理性）の視点ではなく、市民の視点にたった経営学の構築を意味している。つまり、市民は経済合理性のみで生きているのではなく、上記のような様々な分野・領域の中で生きている。従って、企業中心視点ではなく市民中心視点をすえた経営概念の構築である。」¹⁸⁾

氏は経営を「経済組織体としての企業のみならず、地域、学校、家庭などをも含む概念」「個々人の「自発的」な観念と行為を前提としつつ、その組織（管理）のあり様」とし、さらに「社会経営」を「個々の分野での経営の総体」「企業（職場を含む）、地域、学校、家庭といったそれぞれにおいて共通して捉えられる一般的（支配的）な各共同性（コミュニティ性）を前提とし、それらの共同性の「異質なものの価値」の相互の緊張・矛盾・対立関係の総体」と規定する。そして後者の概念装置を軸に、社会を読み解くことを

唱えるのである。それは、なによりも現代日本の企業社会そのものへの危機意識からくるものなのであった。

「現代日本社会においては、企業を含むそれぞれの場においてコミュニティ性が崩壊しつつあり、それ故、個々人は、直接、企業中心社会と向き合わなければならない。この社会は、「企業社会」と言われる日本社会の場合、企業中心の社会経営と言える。しかし、この企業中心の社会経営は、個々の経営体の「異質なものの価値」の共生関係によって成立している社会経営と言えるものではなく、「同質的なものの価値」の一元的社会経営である。この意味で、「企業社会」の成立は、「異質なものの価値」の共生関係の総体として捉える社会経営の解体を意味している。同質である故に、企業中心の社会経営は、もはや社会経営と言える代物ではなく、ただ商品と金が支配する個々人の「自発的」な観念と行為およびその相互関係の世界である。」¹⁹⁾

「社会経営」が社会合理性にもとづく自発性の管理であるならば、「企業経営」とは企業内における経済合理性だけにもとづく自発性の管理でしかない。ここでの問題意識は、かかる「社会合理性」すなわちそれぞれの場が相互対等に関係づけられることによる合理性が保たれているか否か、ということにある。したがって経済合理性のみの追求を中心とする企業社会は「社会非合理性」ということになるのである。そこで「企業経営」と「社会経営」を有機的に関係づけることが焦点となってこざるをえない。その成否について、たとえばボルビズムとトヨティズムがあげられ、次のように整理される。

「ボルビズム（「人間中心」の生産システム）という企業経営はスウェーデン社会の社会経営の基礎（「異質なものの価値」の「連動」あるいは共生）の上で可能となっていると言えるが、トヨティズム（「効率中心」の生産システム）は自らの企業経営と共に日本

社会の社会経営を解体している。前者の「人間中心」と後者の「効率中心」の接合・合成の議論があるが、それは、企業活動（社会経営を解体させた）に対して新たに企業経営を形成するという問題であり、同時に社会経営を形成するという問題としてとらえる必要がある。すなわち、企業経営と、それと「連動」する他の諸経営との関係総体としての社会経営を解体した状況のままにしては、企業内における「効率中心」のトヨティズムと「人間中心」のボルビズムとの接合・合成は不可能である。可能にするには、社会経営（社会内の様々なコミュニティ）の形成による「効率中心」企業活動の後退・縮減とそこでの企業経営の新たな形成を具体的に進めることが求められる。それは、企業活動（効率性、合理性に基づく自発性の組織）を、社会経営体の中の一経営体として限定づけて位置づけ直す、つまり企業経営を再形成する社会経営という方法の提唱である。」²⁰⁾

このように「社会経営」の視点から、企業社会における社会合理性解体のメカニズムを論証するとともに、今日的な社会合理性を実現すべく「社会経営」を再形成してゆく。これこそが氏のいう「社会経営学」あるいは「市民経営学」の課題ということになる。立論としては、次のように整理できるであろう。企業社会の病弊が経済合理性のみによる企業経営に起因しており、それにかわって社会合理性の「社会経営」概念によって新たにとらえ直すことが指摘される。そこで主張されるのは、企業社会における本来の意味での「社会経営」解体の認識と、新たな「社会経営」構築への視点であり、またそれは「市民社会」形成へ向けた市民自身の手による「市民経営」の視点へとつらなるのだ、ということである。

ここにおける正当性の基準は「社会合理性の実現」であり、そのためのキー・コンセプトとして「社会経営」が提唱されている。そ

れは、それじたいで、ある程度は社会合理性がふくまれる現在の社会態様を説明する概念であるとともに、「社会合理性の実現」を可能ならしめる行為概念、そしてそのあるべき姿を表わす規範概念として、いわば三重写しに提示されている。現在ある社会運営の形態＝「社会経営」,「社会合理性の実現」に向けた行為＝「社会経営」,「社会合理性の実現」＝「社会経営」という三重の意味である。この点でみるかぎり、かかるロジックには概念上の無視しえない混同がふくまれているといわねばならない。また焦点は行為としてのマネジメントにあり、それを軸に織りなされる社会関係にはない。企業社会とは企業中心の「社会経営」として一義的に規定され、そこにおける行為・権力・交換・集団・組織・制度などの特徴的態様は、視界に入るかぎりにおいてのみ、部分的に言及されることになる。したがって企業社会そのものに関する網羅的・解明的視点は希釈化されざるをえない。この点では、われわれの掲げる「企業・マネジメントの社会関係的把握」とは立場を異にすることとなろう。

もとより氏の企図はマネジメントなる存在を、企業の私的利益追求という限定されたものではなく、社会的諸活動を成り立たしめる社会的なものと改めて規定することによって、その望ましい運営へ方向づけることにあるようである。これによって、企業中心社会を脱却し、真の市民社会への転換をはかろうというわけである。なるほど社会的諸活動の中心としてマネジメントをとらえ、新たに方向づけてゆこうとする視点には同意せざるをえない。なによりも「社会経営学」「市民経営学」の提唱はまさに時宜にかなったものであろう。いうまでもなく「企業・マネジメントの社会関係的把握」にとっても、実践的な議論としてきわめて重要なアプローチであることだけは間違いない²¹⁾。

またビジネス・エシックスの立場から、宮坂純一氏はステークホルダー・マネジメントを提唱する。現代社会はステークホルダー社会であり、そして真の意味でそうならなければ人類は存続しえなくなろう、と。

「人々が望む財やサービスを提供するため(⇒目的)に「発明」されたのが合理的な「装置」としての企業(⇒手段)であった(はずである)。だが現実としては、企業が存続していくことが目的となり、財やサービスの提供はその手段と化している社会が生まれってしまった。このような「目的と手段が転倒した制度(社会)」——それが資本主義経済システムの特徴(本質)であり、企業の存続のために必要な(あるいはそれ以上の)利潤を追求することが「是」とされている社会が資本主義経済(社会)である。」

「そして現在、そのような社会で本当にいいのか、という疑問の声が様々な方面から聞かれるようになり、次第に「大きな」流れになってきている。……「目的と手段の転倒」を放置できない事態に陥っていることを示す多様な「現象」が様々な領域において噴出している時代——それが現代という時代である。企業「本位」主義、企業中心社会、企業社会、と色々な表現があるが、一言で言えば、企業中心に動く社会には未来が展望できない、ということが自覚されはじめたのである。」²²⁾

「我々は何ができるのか。現実を見据え、当事者として、すなわち、ステイクホルダーとして、行動する以外にないであろう。このためには企業の在り方の「変革」が要求されるが、同時に、そのような行動によってはじめて企業の在り方が変革されることになる。」²³⁾

みられるように氏の問題意識も、企業を中心とする社会そのものへの危機感にある。そしてその弊害を打開するための具体的方策として、ステークホルダー・マネジメントが展望されているのである。では、ここにいうス

テークホルダー・マネジメントとはなにか。氏は諸ステークホルダーの権利を考慮して、会社のエージェンシーたる経営者によって展開されるもの、と規定する。ここにおいて現代企業は、諸ステークホルダーを尊重することで存続しうる「ステークホルダー企業」にほかならず、したがってまたかかる企業を中心とする現代社会も「ステークホルダー社会」として把握されゆくこととなる。ここでは、とりわけ氏の基本的立場がビジネス・エシックスにあることがポイントとなろう。すなわちステークホルダーの権利の尊重が「正義の実現」と結びつけられ、氏は企業をさらに「モラル・コミュニティ」とも把握したうえで、それら企業——ステークホルダーの関わりを「信頼」という観点から整理するのである。かくして「ステークホルダーとはなにか」という、その存在に関する特定および権利・義務の明確化が行なわれ、ステークホルダー自身の覚醒および企業当事者としての積極的行動が叫ばれる。そしてそのための場こそが企業評価にほかならない、と。つまりところ、望ましい企業の変革に向けたかかるロジックの要諦をなすのは、なによりもステークホルダーの自覚と自律化にもとめられてゆくこととなるのである。

先だって提示したわれわれの「成果重視の経営学」「倫理的視点の経営学」という分類にならえば、これはまさに後者にそのものに属する議論であろう。経営主体が諸ステークホルダーの利害を考慮・調整しゆくステークホルダー・マネジメントにあって、それを具体化する制度的諸施策もさることながら、なによりも経営主体をふくめた諸ステークホルダー自身の行動がもとめられているからである。彼らの権利・義務にもとづく責任ある行動に究極的な視点が注がれ、それがひいては企業システムの制度的弊害を除去する新たな潮流と化すという展望がひらかれているのである。換言すれば、諸ステークホルダーの責

任ある行動とそれを可能とする枠組の敷設によって、企業を中心とする関係は変えうるものであるし、またそうしなければならない、というわけである。「企業・マネジメントの社会関係的把握」に照らしてみれば、ステークホルダーという行為主体の立場から、社会的な関係性を動態的に創りあげてゆこうとの明確な意図をもったものといえる。なによりも行為主体をステークホルダーという存在に限定することによって、社会的な関係性を創りあげてゆく担い手が具体化される意義は大きい。いうまでもなくそこで注意を要するのは、この「ステークホルダー」概念そのものである。ステークホルダーによる行為を考察するかぎり、それをいかに定義するかが常に問われざるをえないからである。

ステークホルダー・マネジメントは、企業・マネジメントを軸に展開される社会に対してきわめて具体的な政策的視点を有している。そしてとりわけ氏の議論では倫理的視点に立つがゆえに、企業・マネジメントそして企業社会の今後のあり方についての明確な方向性がふくまれている。ひるがえって「企業・マネジメントの社会関係的把握」でみれば、その客観的分析に比して議論が先取りされているといえなくもない。すなわちわれわれにとっては、その客観的分析こそがまずもって明らかにすべき課題だからである。もとより倫理的視点をどのように際立たせてゆくのか、それは「企業社会」というフィールドにおいてもきわめて重要な論点である。その意味でも、きわめて重要な議論であろう。

三宅隆之氏は A. アンダーセン、小野桂之介らに触発されつつ、21 世紀の新しい経営哲学として「ミッションマネジメント」を指摘し、社会的使命を保持した経営学を標榜する。明確な経営理念のもと、企業は社会的使命に燃えて事業展開し、社会貢献・社会満足をはたす。あくまでもその結果として、利益

は後から還元されるのであって、決して先にはないのだ、と。

「経営理念を最上位に掲げ、この理念の下位概念である社会的使命、ビジョン・構想、目標を全うすべくミッションを基軸にしたミッションマネジメントシステムは、世界標準、協創、共生、福祉のマネジメントパラダイム時代にふさわしい、豊かなる 21 世紀社会を可能にするきわめて重要なマネジメントシステムである。」²⁴⁾

そもそもここにいる「ミッション」そして「ミッションマネジメント」とはなんであろうか。氏によれば、行為主体たる人間あるいは事業体には、存在していくうえで基礎概念となる社会貢献的な使命あるいは使命感がある。それはコミュニティ形成に不可欠な人間の尊厳にかかわるものであり、とりわけ事業体においては経営理念を具現化する推進力であるとともに、組織文化として企業内外に深く伝導・浸透する働きをもつ。企業ミッションが諸ステークホルダーのミッションに立脚するかぎりにおいて、経済的・社会的厚生は無限のものになるのだ、とされる。要するに、「ミッション」で社会的使命、人間の尊厳といったことが含意され、さらに「ミッションマネジメント」ではそれらを伝導・推進・浸透することで、社会的な公益や共生を実現しうるマネジメントが構想されているのである。

ここに通底するのは「企業は社会の公器」「公共の利益（公益）を以って私益と成す」という認識であり、したがって「ミッションマネジメントは、社会的正義を可能にするマネジメントであり、その限りにおいて企業ミッションは必達・達成されなければならないといえよう。」²⁵⁾と述べられることになる。企業・マネジメントをあくまでも社会的な存在とするものながら、かかる議論ではそれらが法的にせよ人格を有するものとして、とりわけその威儀を正してゆこうする色彩が強いといえる。氏はそのシステムを具体的には、

4層からなる階層的なものとして提示する。①経営理念, ②社会的使命(顧客満足・従業員満足・株主&ステークホルダー満足), ③経営ビジョン・構想, ④経営目標, がそれぞれある。まずなによりも価値観・傾向を表わす最上位概念として経営理念が据えられ, 第2層に社会的使命すなわちミッションが据えられる。ポイントは, このようにミッションを次位概念と位置づけるところにあらう。あくまでもそれは経営理念を実現するための推進力であり, その下位概念たる経営ビジョン・構想および経営目標を明確化しつつ, 成果を達成すべく諸プロセスを統合しゆく手続きととらえられるのである。そしてその総体としてミッションマネジメントはあることとなり, いわば社会的使命を背負った現実的推進力として描き出されるのである。

かくしてこの「ミッションマネジメント」では, 「社会的使命」と「現実的推進力」が相即不離の関係にある, あるいはそうならなければならない, というのが基本的な立場となる。なるほど企業・マネジメントを社会的な視野におさめつつも, そこで特徴的なのは, 「社会的使命」という, 私人の生活行動・個人の人間性の領域にまで踏み込んでいるところであらう。すなわち強く意識されるのは, 人間ひとりひとりの生き方のデザインが「私人ミッション」であり, それがさらに「企業ミッション」につらなってゆくとの考え方である。この点でみれば, 倫理的視点を織り込みつつも, それを超えたアプローチが企図されていることになる。たとえば先の「成果重視の経営学」「倫理的視点の経営学」でみれば, それらを統合するアプローチが企図されているのである。そしてその際の拠り所はつまるところ人間ひとりひとりの生き方そのものにもとめられるのであり, この意味では既存のマネジメント諸制度そのものを根底から見つめ直す「草の根」的なロジックがはらまれていることにもなる。きわめて観念

的色彩の強い議論である。けれどもそれは, 社会における企業・マネジメントの政策的視点を展望するうえでもっとも根本的かつ重要な部分でもある。現代人の「生き方」「あり方」いかんによって, 社会的機能媒体としてのマネジメントもまた変わらざるをえないからである。

かくみるならば, われわれの掲げる「企業・マネジメントの社会関係的把握」にとっても, かかる「ミッションマネジメント」は看過しえない多くの論点を共有するものとみてとることができるのである。

またこれら所説のほか, 経営学の領域で社会関係的把握を志向した新たなアプローチとして, 谷本寛治氏によるものがある。氏はそれを「企業社会システム論」とし, 次のようにいう。

「現代の社会経済システムの構造や変動プロセスを考えるに際して, 企業というシステムの存在を分析の中心におくことが重要となっている。現代の企業は, 単に経済的な活動を行なうシステムであるというだけではなく, それに伴って意図的／非意図的に社会的・政治的な活動を行なうシステムでもある。さらにわが国においては, 企業と様々な利害や命運を共にする主体や集団とのネットワーク関係が企業を中心に形成されており, あるいはまた「会社」中心の価値規範・社会制度が定着しており, まさに「企業社会」と呼べるシステムがわれわれを取り巻いている。ここでは企業を中心に編成された社会経済システムのトータルな理解が求められているのである。人々はたとえば労働生活, 家庭生活, 社会生活の各局面において, 労働者として, 消費者として, 地域住民として, 企業というシステムと多様なかわり方をしている。これら個々の問題領域においては, 経済学・経営学・社会学などから様々なアプローチによって多様な議論がなされてきているのであ

るが、それらの関係をトータルに捉え理解する視点はこれまでなかったといえる。1960年代以降主にアメリカにおいて議論されてきた企業と社会論、社会的責任論、企業倫理等においても、いわば企業と利害関係者との関係を経営管理の立場から政策的に扱い、個々の課題への取り組みをモザイク的に取りまとめているものが多く、企業と社会のかかわりを体系的に捉える理論構築への努力は乏しかったといわざるを得ない。問われるは、システム化された企業社会の構造をどのようにすればトータルに理解することができるかである。」²⁶⁾

みられるように、ここでの問題意識は、「企業を中心に編成された社会経済システム」すなわち「企業社会」そのものへのトータルな理解にある。そしてそれを可能とする体系的な理論の構築が企図されているのである。この点で、われわれのいう「企業・マネジメントの社会関係的把握」なるテーマそのものを直接取りあつかい、しかもその下位の個別諸領域について網羅的であるということが出来る。そしてその際、氏はあくまでもシステム論としてとらえてゆこうとする。企業というシステムが人間とかかわってゆくなかで形成される多様な関係領域、さらにそのトータルな集合体を社会というシステム＝「企業社会システム」とし、そこにふくまれる問題を浮き彫りにしようとするのである。すなわち企業社会は、システム論的アプローチによる「企業社会システム論」としての体系的理解が図られているのである。

「ところで〈企業システム〉は、私的・個別的な利得の追求を目的として自己増殖していく1つの意思決定主体である。そしてこの企業の活動は、一定の意味・価値の体系、ルール、様々な制度を備えた社会の中で行なわれるのであり、決して真空状態の中で経済合理的活動だけが進められていくわけではない。企業システムは社会的・経済的・政治的

環境と多様なかかわりをもち、その関係の集合として1つの社会システムを形成している。つまり企業システムは、その成長・発展の過程で様々な制度や経済的・社会的諸主体とかかわり多様な相互作用関係をもつことを通して、企業を中心とした情報と決定のネットワーク関係＝〈企業社会システム〉を形づくっている。また人々は企業システムとその内部・外部において多様なかかわり方をしており、その関係は1つの社会システムとしてトータルに捉えていく必要がある。つまり企業システムと人間のかかわりは、生産―労働の世界における企業と労働者の関係ということだけではなく、消費―生活の世界においては企業と消費者・地域住民という関係もみられ、それらはトータルな視点から考えていく必要がある。」²⁷⁾

ここにおいて企業社会の形成・展開は自己組織化プロセスとしてとらえられ、そこで働く原理は〈差異―受容―共生〉、すなわち既存システムに対する異質性・多様性、そしてそれら異質性・多様性をコミュニケーション的相互行為関係で結ぶことによってシステムが自省され、異質性・多様性が織り込まれて新たなシステムが共創造される、と措定される。そして企業社会の構造的秩序は〈交換・権力・共生〉という基本関係パターン、すなわち対等な立場での合意からする相互交通関係、他者に対する一方的影響関係、互酬的な共生的結合関係、に類型化される。かくして具体的な企業社会システムとして日本があげられ、企業組織および消費社会における企業システム―人々のかかわりそしてありうべき変革方向が考察されてゆくのであった。

さて、「企業を中心に編成された社会経済システム」についてみれば、その構造の形成ならびに動態が視野におさめられており、とりわけ新しいシステム・モデルへに向けた政策的な動態的視点に社会的公正性・倫理性が織り込まれている。ここで企業・マネジメン

トと社会の相互関係は、前者による「社会的責任ある経済活動」と、後者によるその評価・支持にあることになる。そしてその際、方向性をめぐって、社会的公正性・倫理性のあり方に多くの議論の余地があることにもなっている。その意味で、今後のさらなる展開をまたねばならない部分も少なくない。もとよりかかる問題意識・アプローチにおいて、「企業・マネジメントの社会関係的把握」はきわめて網羅的かつ体系的・本格的な認識にいたったというべきであり、問題提起から分析そして具体的方向性におよぶその議論はさらなる展開がまたれるところであろう²⁸⁾。

以上、「企業・マネジメントの社会関係的把握」における新たな所説をいくつか概観してきた。とりわけこれらが従来のものと異なるのは、企業・マネジメント概念を諸社会関係の中核的編成原理と認識して、新たに「企業社会」そのものにピントを合わせ直し、かかる問題領域にストレートかつ真正面から応えてゆこうとするところにある。もとよりそれぞれスタンスは異なるものの、いずれも「社会」を強力に自覚した議論を展開するという点で、企業・マネジメントを社会的な現象としてトータルに理解することが企図されている²⁹⁾。ここにわれわれは「社会存在の経営学」として、「企業・マネジメントの社会関係的把握」をめざす新たな企業社会アプローチの存在を認めうるのである。ただしそれらはいまだ問題提起の段階にあり、内容的にもそれぞれが独自に手探りの状態にある。「企業社会」への取り組み方についてこれらをあえて大別すれば、①社会的存在としての企業・マネジメントのあり方・行動様式にウェイトを置くもの、②企業・マネジメントを中心とする社会そのものにウェイトを置くもの、ということになるだろうか。換言すれば、「企業社会」の「企業(マネジメント)」と「社会」いずれにウェイトを置くかの違いで

ある。前者は「行為」をあつかう領域として、その倫理・哲学といった価値観にかかわる視点が強調され、後者は「構造」をあつかう領域として、その客観的な体系・全体的な動態性の視点が強調される。両者のさらなる統合こそがもっとも望ましいところであるが、現実的にはいずれかの視点によらざるをえないであろう。

では、われわれが構想する企業社会アプローチはどうであろうか。そこでは、さしあたり後者の「構造」がメインとなる。すなわち企業・マネジメントを社会関係のうちに客観的に位置づけ体系化することが、なによりもまず基礎的な作業と考えるからである。そもそも経営学領域でこれまで「企業社会」という視点が欠如していたことにかんがみれば、まずその構造なり仕組みなりを明らかにすることが先決と思われるからである。もとよりそれは経営学の主題でもある「行為」の視点を決して軽視しうるものではない。さしあたりかかる「行為」のフレームワークとして、「構造」にフォーカスするということである。

さらに、具体的にあつかう領域からみれば、つぎのようになろう。広義には経営学がかかわるあらゆる個別具体的な領域を視野におさめたものとなるが、狭義には従来からある「企業・マネジメントの社会関係的把握」の領域を主として視野におさめたものとなる。すなわちわれわれが構想する新たな企業社会アプローチは、広義には社会科学としての経営学の方法論的土台をなすとともに、狭義には企業—社会の関係性をあつかう経営学の一領域ということになる。いうまでもなく、従来からある「企業・マネジメントの社会関係的把握」の領域をカバーしながらも、必ずしもそれのみにとどまるものではない。われわれの構想する新たな企業社会アプローチにおいては、企業・マネジメントを社会関係の構築・改変をもたらす中心的な編成原理として定立し統一的視点としたうえで、個別具体的

な経営現象を客観的に位置づけ体系化していく。企業・マネジメントを軸に展開される社会関係の構築・改変に焦点をあてた分析ということがめざされるのである。またこれはその他の新たな企業社会アプローチの範疇に入りつつも、広義には社会科学としての経営学の土台をなすという企図においては、それらとも一線を画するものといえるであろう。この部分は容易ならざる論点でもあり、現時点ではまずもって指摘するだけにとどめておくことにしたい。

VI. む す び

本稿では「企業社会」概念についてまず、経営学との相関性、そしてそもそもそれが表わすものはなにか、を整理・検討した。そしてかかる視点を「企業・マネジメントの社会関係の把握」として、従来からある所説を概観し、近年みられる新たな所説をいくつか取りあげ考察した。経営学における社会性は今後、その重要性を増すことはあっても減らすことは決してない。「企業社会」の視点はまさにそうした方向にかなうものであるとともに、膨張しつづける経営学の諸領域を包摂する土台としての要素も備えている。

ひとくちに企業社会アプローチとはいっても、その視界に入る主要領域はそれぞれが個別具体的に専門化・細分化したきわめて多岐にわたるものである。ここでわれわれがそれを提唱する意義は、むしろそれら専門領域を個々別々のものとしてではなく、経営学というフィールドにおいて体系的かつ有機的に関連づけることにある。これまでの「専門化」にくわえて、逆にそれらを「統合」する視点こそ、これからの経営学の学的展開にとって必要不可欠と考えられるからである。実践的な個別諸領域を取りまとめただけのジャングル状態から、少なくとも現在の位置情報を俯瞰しうる地図を有した状態へと、ステップ

アップがはからねばならない。この点ではまた、企業社会アプローチは、錯綜した経営学諸領域を秩序だてて考察してゆける方法論の役割をはたすこともふくみもつものである。本稿では少なくとも、以上のことだけは確認できたといえよう。われわれの構想する新たな企業社会アプローチとは、なによりも強力な社会的視点を有する経営学の新たな方向性すなわち「社会存在の経営学」を志向し、その射程は企業・マネジメントを軸とする社会関係にわたるものにほかならない。なるほど広範な領域を視野におさめるには、企業社会アプローチそれ独自の方法論も必要である。それらの考察は、先々の重要な課題として真摯に受けとめねばならない。本稿はあくまでもその大まかなスケッチとして、ここではひとまず先づけの筆をおく。

注

- 1) 経営学における社会性の認識については、たとえば中村瑞穂「アメリカ経営学の110年——社会性認識をめぐる」(経営学史学界編第4輯『アメリカ経営学の潮流』文眞堂、1997年)を参照のこと。
- 2) 独自の企業・マネジメント論を絶えず社会との関係性において理論的に膨張してきたトラッカーは、かつて社会構想そのものの転換を行なった。産業社会論から知識社会論、すなわち企業社会論からマネジメント社会論への転換である。これは企業とマネジメントの差異を明確に自覚したうえで、行為概念としての後者を中核的なイデオロキーとしてとらえ直した結果であった。こうしてドラッカーになれば、「生産性革命」「マネジメント革命」を経て企業社会と経営学はそのインタラクティブな有機的関係をいっそう強めたということになるであろう。(拙稿「企業社会と産業社会——ドラッカーの制度的企業理解」『北海学園大学経済論集』第47巻第3号、1999年、「ポスト企業社会とマネジメント——トラッカーのマネジメント・イデオロキー」『北海学園大学経済論集』第48巻第3・4号、2001年)
- 3) 小林俊治『経営環境論の研究』成文堂、1990年、2ページ

- 4) 同書, 2-3 ページ
- 5) T. Veblen, *The Theory of Business Enterprise*, 1904 小原敬士訳『企業の理論』勁草書房, 1965 年。カレントな企業理論とヴェブレン企業理論の違いについて, Mayhew はエージェンシーの視点の有無を織り込んだうえで, 次のように指摘している。前者の関心は企業の様々な歴史に共通するテーマにあるのに対して, 後者の関心はあくまでも企業が主要因たる社会経済システムの歴史にあった。ヴェブレンは近代企業それじたいが存在するプロセスを描写したのであって, 後の理論家のように企業を所与の存在として議論をはじめなかったのだ, と。(Anne Mayhew, "Veblen and Theories of the 'Firm'", in edited by F. Louçã, *Is Economics an Evolutionary Science?*, 2000.) ここに, われわれが企業社会の視点のパイオニアをヴェブレンにもとめる理由がある。
- 6) 管見のかぎりでは, “企業社会” を冠した著書として古いものに, 影山喜一『企業社会と人間』(日本経済新聞社, 1976 年) が認められる。そのほかには, 上田・谷口・松岡『企業社会のゆくえ』(昭和堂, 1991 年), 基礎経済科学研究所『日本企業社会の構造』(労働旬報社, 1992 年), 宮坂純一『企業社会と会社人間』(晃洋書房, 2002 年) ら数点が見受けられるだけで, かかる用語じたいが比較的最近のものであることがわかる。またこれらは概ね「企業と社会」研究に位置しており, “企業社会” については部分的に言及しているにすぎない。したがってその概念じたい, これまできわめてルーズに用いられてきたといえる。ちなみに, 経営学の主要領域を網羅した『経営学史事典』(経営学史学会編, 文眞堂, 2002 年) にも, “企業社会” の項目はない。
- 7) 梅澤正『企業と社会』ミネルヴァ書房, 2000 年, 69 ページ
- 8) 経営倫理に関する端的な問題意識としては, 水谷雅一「経営倫理学の必要性和基本問題」(『日本経営倫理学会誌』第 1 号, 1994 年) を参照のこと。
- 9) 中村瑞穂「経営社会関係論の形成」『明大商学論叢』第 77 巻第 3・4 号, 1995 年, 「「企業と社会」の理論と企業倫理」『明大商学論叢』第 77 巻第 1 号, 1995 年
- 10) ステークホルダーの概念および理論的前提については, 谷口勇仁「ステイクホルダー理論再考」(『北海道大学経済学研究』第 51 巻 1 号, 2001 年) を参照のこと。
- 11) 経営学における展開の学説史的位置づけについては, 岩尾裕純編著『講座経営理論 I 制度学派の経営学』(中央経済社, 昭和 46 年) を参照。
- 12) 拙稿, 前掲書
- 13) 青木昌彦『経済システムの進化と多元性』東洋経済新報社, 1995 年
- 14) いうまでもなくこのことは, 斯学が「資本一労働」を基本的な分析枠組みとしていることによる。それはそれとしてたいへん興味深いのであるが, それ以外の部分もまた現代「企業社会」の理解にとって不可欠かとおもわれる。それは後にみる産業社会学者・梅澤正氏が発した問題意識にも明らかであろう。
- 15) いうまでもないことながら, この分類にふくめられるものとしては, そのほかにも 間宏, 津田眞澄ら多数が認められよう。
- 16) 梅澤正『企業と社会』ミネルヴァ書房, 2000 年, 55 ページ
- 17) 同書, 7 ページ
- 18) 重本直利『社会経営学序説』晃洋書房, 2002 年, ii ページ
- 19) 同書, 40-41 ページ
- 20) 同書, 46-47 ページ
- 21) 方法としての社会科学すなわち経営学のあり方を強調しつつ, 同氏はいう。「私は, 人間および人間関係に対する問題性格の特定と新たな経営が人間・人間関係さらに社会にもたらす問題性格の特定から離れている方法に対して批判的立場をとる。経営における人間と人間関係および社会に対する問題の特定とそれへのアプローチを離れて社会科学としての経営学は存在しえない。ここでとりあげている問題性格の特定はコミュニティーの解体である。そして, アプローチの特定は方法論的人間関係主義である。方法論的人間関係主義とは, 個々人の意識・行動およびその相互作用から社会を捉える方法論的「個人」主義ではなく, 社会諸関係から個々人の意識・行動およびその相互作用を捉える方法論的「社会」主義でもなく, 具体的人間関係のあり様から, 社会諸関係を捉え, 個々人の意識・行動およびその相互作用を捉えることによって, グローバル情報社会を捉え返そうとする方法である。」(同書, 16 ページ) もとより氏の「社会合理性」で意図されるのは, 「生命の再生産」「生活世界の回復」といった人間性の内実にかかわる問題である。そこで中核的機能を果たすのが経営＝マネジメントにはかならないわけであるが, 実はこの経営＝マネジメントをいかにとらえるかということが究極的な問題点とならざるをえないのである。このことは経営学の学問規定をつらぬく根本的な問題でもあろう。

- 22) 宮坂純一『ステイクホルダー・マネジメント』
晃洋書房, 2000年, ii ページ
- 23) 同書, iii ページ
- 24) 三宅隆之『社会的使命の経営学』中央経済社,
2002年, iii ページ
- 25) 同書, 3 ページ
- 26) 谷本寛治『企業社会システム論』千倉書房,
1993年, 1 ページ
- 27) 同書, 1-2 ページ
- 28) 『企業社会のリコンストラクション』(千倉書房,
2002年)が新たに刊行されている。同書をふく
めた氏の所説に対するより踏み込んだ考察は、い
ずれ改めて行なうこととしたい。
- 29) さらに近年、「経営人類学」なるアプローチも
提唱されている。日置弘一郎、村山元英ら経営学
者を中心に、その他学際的な研究者によって進め
られている。「会社」「会社本位主義」「サラリー
マン」「会社人間」といった企業社会特有の現象
について、人類学的な考察を試みるものとされる。
そのめざすところについて、宗教人類学者の中牧
弘允氏は次のように述べている。
「われわれは会社の収益や資本の運用それ自体
にはあまり関心がない。しかし、会社という組織
の運営のされ方や、そこにはたらく人々の生活の
あり方についてはおおいに興味をもっている。官
僚制についても同様である。われわれは政策論議
や公共事業そのものにはさして感応しない。だが、
行政組織というものがかいかに国家の経営とかか
わっているか、その業務をになう官僚や役人とい
うサラリーマンはどのような生活をおくっている
のか、そのルーツはいったい何なのか、というよ
うな問題には触手がうごく。つまり、われわれは
どうも組織経営や、それにかかわる人々の生活経
営に興味をおぼえているらしい。それを端的にい
いあらわす用語がなかなかみつからなかったが、
「経営人類学」というあたらしい研究分野をつく
ることによって、あかるい見通しがつくのではな
いか。」(中牧・日置編『経営人類学ことはじめ』
東方出版, 1997年, 27 ページ)

「経営人類学はビジネス・マネジメントないし
ビジネス・アドミニストレーション（経営学）だ
けを対象にするのではない。ゲゼルシャフトであ
れゲマインシャフトであれ、集団や組織の経営的
側面を人類学的展望と人類学的手法によって解明
しようとするものである。それはまたサラリーマ
ンだけでなく、多様な顔をもつ個人の生活経営を
あきらかにしようとする。山や川や海という自然
が狩猟採集民の生活環境であるとすれば、サラ
リーマンは会社や行政や教団を環境として生活を

いとなんでいる。それをどう組み立てるか、生
活経営にかかっている。したがって、人類史上の
さまざまな経済システムの比較研究をおこなう経
済人類学とは重なる部分もおおいけれども、本質
的には似て非なるものである。なぜなら、経営人
類学は人類史上の組織経営や生活経営（英訳すれ
ば life management）の比較研究を目的として
いるからである。」(同書, 28 ページ)

ここに示される視点は、これまでの経営学的伝
統にとらわれず、それらをもふくめた「経営現
象」そのものへの総合的なアプローチであろう。
「経営現象」がもつ文化的・社会的多様性および
普遍性を、様々な側面から総合的に提示しようと
の構想である。明らかに、従来の経営学における
学問的枠組み、とりわけ「実践性」「成果重視」
といったポイントから逸脱している。けれどもそ
れはむしろ意図的になされている。既存の「実践
性」「成果重視」に小さく限定されるのではなく、
本質的な部分から「経営現象」ととらえること
によってより大きくそれらを構築しなおそうとい
うわけである。経営学本来の領域との関係につ
いて述べた次の言葉に、このことは端的にみられ
てであろう。

「ところで経営人類学は望まれている学問であ
るらしい。方々で経営人類学を主張すると、その
範囲内ではすいぶん多くの賛同を得る。特に実務
家から経営人類学への期待の声がたかい。経営学
がこれまでに経営実務に対して有効な示唆を提供
してきたことは間違いなさだろうが、それは合理
的な経営システムの設計においてであった。現実
の経営の実践の中では、それぞれの社会において
必ずしも設計の通りには効率が発揮されないこと
も知られるようになった。さまざまな社会におけ
る経営の実践のなかで、個別の社会における設計
原理のちがいを問題とするならば、これまでの経
営学の教科書とは異なる発想による理論形成が必
要である。それが経営人類学に求められているよ
うなのである。」(同書, 1-2 ページ)

従来の経営学におけるロジックが普遍的な合理
性一辺倒のものであったとすれば、新たな経営人
類学のものは文化的・社会的な多様性・異質性を
織り込んだ実践志向のものであることかここでも
強調されている。人・集団・組織・生活・文化・
社会など、より根本的な部分から「経営現象」を
とらえ返すことによって、複眼的なスタイルで
「実践性」「成果重視」に資する理論的アプローチ
がはかられているのである。その意味では、きわ
めて迂回的な議論である。とりわけ従来の経営学
における「実践性」「成果重視」が即効性のもの

であったとすれば、これは遅効性のものといえる。けれども底流にあって永続的に効果を発揮するものであり、また経営学そのものの学的展開に大きく資するものでもあろう。いうまでもなくこれは、われわれの掲げる「企業・マネジメントの社会関係の把握」に照らして大きな示唆となるものでもある。「経営現象」に対するより根本的な考察、とりわけ文化・民俗的側面に関する研究の蓄積は大きな示唆となろう。端緒についたものながら、この経営人類学なる試みは他にも増して今後とも注目すべきものである。

なおその他、経営学における社会的視点を強力に打ち出した研究として、近年では次のようなものも見受けられる。村山・小柏『経営人類学』創成社、1998年。奥村恵一『現代の経営と社会』中央経済社、1999年。丹下博文『企業経営の社会性研究』中央経済社、2001年。宮坂純一『企業社会と会社人間』晃洋書房、2002年。