

[研究論文]

経営学的方法的限界と課題 ——営利性と社会性の総合的枠組みの必要性——

山田 雅俊

〈要 約〉

1990年代以降, 社会問題のビジネス的手法による解決が注目されている。世界中の先進的な企業は環境経営, サステイナブル・マネジメント, CSV経営, CSR経営, およびBOPビジネスといった社会貢献型の企業経営を展開するようになってきている。これらの新しい社会貢献型の企業経営は経営目標として営利性と社会性を並置する経営の確立を課題とする。従来の経営学は営利性のみを強調する方法によって研究を蓄積してきた。一方, ドラッカー経営学説は企業の社会性のみを重要視することを特徴としている。営利性と社会性の両側面から考察することが可能な枠組みが無ければ, 新しい社会貢献型の企業経営を正しく分析することは困難である。従来の経営学にドラッカー経営学説の方法を組み込むことによって, その枠組みを構築することができると思われる。同枠組みを構築するためにも, 新しい社会貢献型の企業経営の事例考察を積み重ねることは経営学の当面の課題となる。

キーワード: 企業の営利性, 企業の社会性, 多元的組織社会, マネジメントの社会的役割, 手段としての利益, 社会生態学

1. 本稿の課題

1990年代から現在にかけて, 共産世界の崩壊と市場経済の普及, 各国や地域における規制緩和と民営化の進展, および新興国企業の台頭を背景として, 企業間競争はますます激化している。市場経済の普及, 規制緩和, 民営化によって企業の経済活動の自由度が増す一方で, 環境問題や貧困問題といった社会問題の解決のツールとして企業経営ないしビジネス的手法が注目されている。このような経営環境の変化を背景として, 企業は社会問題の解決に貢献しながら利潤を獲得するビジネスの展開, すなわち営利性(利潤極大化)と社会性(社会貢献)を両立させるような経営を確立することを課題としている。実際に, 世界中の先進的な企業は持続可能性(Sustainability), 共通価値の創出(CSV; Creating Shared Value), 企業の社会的責任(CSR; Corporate Social Responsibility)を経営コンセプトとして取り入れ, いわゆる環境経営, サステイナブル・マネジメント, CSV経営, CSR経営, およびBOP(Bottom of the PyramidまたはBase of the Pyramid)ビジネスといった社会貢献型の企業経営を戦略的に展開するようになってきている¹⁾。このような企業経営の展開は, 営利性だけでなく社会性も企業維持の条件になりつつあることを意味する。

従来の経営学はオープン・システム観に立脚しながら, 営利原則のみを強調する企業研究および競争力分析を行ってきた。たとえば, 業界における平均以上の収益を獲得する地位を意味する競争優位

の概念が経営戦略を中心として普及し、定着している。競争優位の源泉は経営環境を条件として、経済的価値を創出するように経営資源を組織化することにあるという²⁾。経営学的研究は収益の多寡すなわち営利性を企業の競争力の評価基準としているのである。環境経営、サステイナブル・マネジメント、CSV経営、CSR経営、およびBOPビジネスといった社会貢献型の企業経営についても、この競争優位の観点から研究が蓄積されている。このような、社会貢献型の企業経営を営利性の観点から考察する研究が成立することは、企業の社会貢献は必ずしも利潤の獲得につながるわけではないこと、企業の営利性と社会性は自然調和の関係にはないことを意味する。営利性と社会性が自然調和の関係にはないということは、これらは独立した別個の経営目標と解されるべきである。すなわち、企業による環境対策やBOPビジネスは社会問題に内在するビジネス・チャンスへの対応という営利性の側面だけでなく、問題解決の方法としての企業およびビジネスに対する社会的注目への対応という社会性の側面も併せ持っていることになる。

企業維持の条件として利潤の獲得を重要視し、企業の競争力を営利性のみを強調して評価するという研究方法によって経営学は発展してきた。その結果、企業およびその競争力の社会性に関する経営学的研究（あるいは社会的ニーズに対応する企業の行動原理およびその企業の競争力に関する研究）は遅れており、現代企業の経営行動を一面的にしか理解できていないという研究状況になっている。営利性と社会性の両側面から企業を考察しなければ、現代企業の経営および競争力を正しく理解することはできない。企業の経営および競争力の営利性と社会性という二面性を理解するために、企業の社会性を考察し得る理論や概念を構築し、営利性と社会性の両側面から企業研究および競争力分析を蓄積していく必要がある。

以上のような問題意識の下に、本稿はマネジメントの社会的役割、および事業継続の手段としての利益という注目すべき議論を展開してきたピーター・F・ドラッカーの経営学説（以下、ドラッカー経営学説と表記）の特徴を再検討する。ドラッカー経営学説は従来の経営学とは異なる方法を有すること、およびドラッカー経営学説と従来の経営学とのいずれによっても社会貢献型の企業経営を一面的にしか理解できないことを議論する。これらの検討や議論を通じて、本稿では、企業経営とその研究方法について営利性と社会性の観点からそれぞれ3つの種類があるとし、経営学の課題を提示する。

2. ドラッカー経営学説の特徴

ドラッカー経営学説は多くの経営者や実務家に支持されてきた。一方、同学説は大学などの教育の現場で活用されることはあっても、経営学の科学的な議論の俎上に載ることはほとんどなく、無視され続けてきた。その理由は、ドラッカーは経営者や実務家を対象として、実効性の高い、経営の規範論を展開するのに対して、社会科学としての経営学は仮説・検証、精緻な理論体系、および論理展開の整合性といった科学性を要求するからである³⁾。またドラッカーのマネジメント論および企業に関する基本概念はこうした科学性が希薄であると認識されているからである。実際にドラッカー経営学説の科学性を高めることを目的として、ドラッカーが提起する企業の基本概念を批判的に検討する研究⁴⁾がある。

経営学は企業や経営の課題を発見することを目的とする⁵⁾。この目的のため、経営学の理論および概念は実践との間の密接な関係と実効性の高さを必要とする。近年では、ドラッカー経営学説を無視し続けてきた結果として経営学の有効性が問われるようになってきているという問題意識から、ドラッカーの思想、マネジメント論、および社会理論の検討が行われている⁶⁾。また経営学史学会は、学会創立20周年の記念出版事業として、ドラッカー経営学説を含む代表的な学説を歴史的に再評価する

ことを目的とする叢書をシリーズで刊行している。同シリーズの『ドラッカー』では、ドラッカーの思想、マネジメント論、知識労働、多元的組織社会を取り上げ、ドラッカー経営学説を現代社会におけるマネジメントの一般理論、および社会的存在としての人間の自由と責任の学と結論づけている⁷⁾。

以上のような研究状況から、本章ではドラッカーが主張する企業の目的とマネジメントの役割、およびドラッカーの社会理論とその方法論としての社会生態学に注目し、ドラッカー経営学説の特徴を検討する。ドラッカーはエッセンシャル版を含めマネジメントおよび/あるいは社会理論を主題とする35の著作を残している（自伝や小説の類いは除く）。これらの著作においてドラッカーは経済的役割ではなく社会的役割という視点からマネジメントを論じている。したがって彼のマネジメント論を理解するためには、彼自身の社会理論について理解する必要がある。なぜ、またどのようにドラッカーはマネジメントに注目し議論しているのか、彼が現代社会と人間をどのようなものと考えているのか、このことを理解することなしに、ドラッカー経営学説の特徴を検討することはできない。

2-1. ドラッカーの社会理論とマネジメントの社会的役割

ドラッカーはあらゆる社会的課題への対応を組織に委ねる組織社会が20世紀に出現したとしている⁸⁾。国防、行政、教育・知識の探究、医療、生産、流通など社会的職能は専門家によってマネジメントされる組織に委ねられるようになっていく。これらの社会的職能は軍隊・警察、政府機関、学校、病院、企業などの組織が担っている。これらの組織はそれぞれ独自の社会的職能を遂行するために存在し、組織間に上下関係はないという。それぞれの社会的職能は人間や社会に不可欠な要素であり、どれか一つだけで人間生活や社会を成立させることはできない。その意味においてこれらの職能および組織は相互依存の関係、共生関係にあるという。今日の社会は、多様な組織が対等な権限を持って社会的職能を分業し相互に依存し合うことによって成立する多元的組織社会であるという⁹⁾。

ドラッカーによれば多元的組織社会においてマネジメントは組織に成果を上げさせ当該組織を永続的に機能させる役割、および個人に社会的地位と権限を与え自由と平等をもたらす役割を持っているという¹⁰⁾。これらの役割がドラッカーの言うマネジメントの社会的役割である。

ドラッカーが多元的組織社会とマネジメントの社会的役割に注目するきっかけは、ユダヤに対するナチスの弾圧である。ドイツ系ユダヤ人であるドラッカーはファシズム全体主義を批判し、人間の自由と尊厳を守ることを目的として多元的組織社会とマネジメントの社会的役割を重要視した。フランクフルトの新聞社の記者であったドラッカーは1933年に処女作「フリードリッヒ・ユリウス・シュタール—保守的国家論と歴史的発展」を発表する。シュタール（1802-1861）はベルリン大学の法哲学の教授であり、近代ドイツの立憲君主制を研究したユダヤ人である。シュタールの学説はナチスがユダヤ神政主義として排除の対象にしていた学説である。このシュタール学説を再評価することによって、ドラッカーは反ファシズムを表明した。このドラッカーの処女作は発禁処分になり、ドラッカーはアメリカに亡命することになる。1937年、亡命先のアメリカでドラッカーは、ファシズム全体主義を批判し、自由を守ることを目的として『「経済人」の終わり』を執筆する。

ドラッカーの言う経済人とは、常に自らの経済的利益に従って行動するだけでなく、常にそのための方法を知っているという概念上の人間である¹¹⁾。ドラッカーによれば、ヨーロッパの伝統的な基本理念は、権力の正当性に裏付けられた自由と平等というキリスト教的価値観である。経済人の概念はこのヨーロッパの伝統的な基本理念を基に創造された経済学が前提とする人間観である。ドラッカーによれば、社会は人間の本性およびその社会における位置と役割についての概念を基盤として成立する。経済学の成立と興隆はその社会の基盤として経済人の概念が登場してきたことを意味する。経済的自由が保障されれば自動的にその他の自由や平等が達成されるという信条を生み出すことに、経済

学は貢献したのである。

ナチスは1933年にドイツで政権を掌握する。ドラッカーはこの政権の掌握の原因を社会心理的な側面から議論している。当時、資本主義社会は世界恐慌の中にあり、ドイツ国内でも失業率が30%まで高まった¹²⁾。一方、資本主義を自由と平等の無い思想とみなし、階級の無い社会の実現を目指したマルクス社会主義はその目的とは裏腹に、硬直的で自由の無い階級社会を創り出していた。1930年前後のこのような状況から、大衆は資本主義と社会主義の現実に対して絶望していたという¹³⁾。ドラッカーによれば、資本主義と社会主義はどちらもヨーロッパの伝統的な基本理念に基づいており、その方法として経済を重要視するという経済至上主義である。従来行われてきた資本主義と社会主義に関する論争は、ブルジョワ資本主義とマルクス社会主義のどちらが人々により自由と平等を保障するかという問題であったという。ナチスはヨーロッパの伝統的な基本理念および経済人を基盤とする資本主義と社会主義を否定し、社会基盤となる代替的な理念・信条・概念を提示しないことを政略としたという。このナチスの政略は、代案を提示せずにおびたしい否定を繰り返すというファシズム全体主義の特徴を表しているという。大衆は現実に対する絶望に加え、社会の基盤となっていた価値観と人間の位置付けをナチスによって否定された。そこに『「経済人」の終わり』という社会心理的状況と、ファシズム全体主義への傾倒が生じたという。

ドラッカーは、既存の社会理念および人間観を否定され、代案を提供されない状況にある「経済社会において、個人の自由を意味あるものとしつつ、個人の尊厳と安全を強化することは可能であるし、かつ不可欠のことである」¹⁴⁾とし、『「経済人」の袋小路から抜け出せさせてくれるそのような力をヨーロッパは見出せるか、それとも、全体主義の暗黒の中を手探りで進まざるをえないことになるかは、ごく近いうちに決まる』¹⁵⁾と『「経済人」の終わり』を締めくくっている。この「袋小路」から抜け出す力として、ドラッカーは対等な権限を持つ組織間で社会的職能を分け合い相互依存の関係を築く多元的組織社会、およびその社会の中で個人に地位と権限および自由と平等を与えるというマネジメントの社会的役割に注目し、執筆を重ねることになる。

2-2. 企業とその目的

先述したように、個人に地位、権限、自由、平等を与えることはマネジメントの社会的役割の一つである。もう一つのマネジメントの社会的役割として、ドラッカーは組織に成果を上げさせ永続的に機能させる役割に注目している。彼は企業組織と非営利組織（NPO）を対象としてこのもう一つの役割を論じている。本稿では、企業の経営行動の営利性と社会性の両側面を分析し得る経営学の必要性という筆者の問題意識に照らして、またドラッカーがゼネラル・モーターズ（GM）社の経営を考察した結果として、上記したマネジメントの二つの社会的役割を考案したことを考慮して、彼の企業組織を対象とするマネジメント論を取り上げる。

一般的に、企業は利潤の獲得を目的とする経済組織であると認識されている。この一般認識は、企業は利潤無しには存続できないという事実、および経済学が提示する人間観、すなわち経済人という概念に基づいている¹⁶⁾。経営学はこの事実と概念を基に企業の営利原則を方法論として取り入れている。経営学は、企業の営利性を肯定するのか批判するのかという違いはあるとしても、その観点からマネジメントを分析している。

一方、ドラッカーは、企業は利潤無しには存続できないという事実と、「経済人の袋小路」から抜け出す概念の必要性から、企業は権力・権限・責任など統合にかかわる責務を組織化する社会的機関であり、優れた製品・サービスを手ごろな価格で社会に供給し、社会の発展に貢献することを目的とする永続的組織と考えている¹⁷⁾。利潤は企業の目的ではなく事業継続のための手段であると同時に、

企業が目的を遂行できているかどうかを評価するための指標であると議論している。彼によれば、企業は事業継続のための「必要最低利潤」を必要とし、それらを自ら獲得することは企業の最低限度の社会的責任であるという。また企業におけるマネジメントは個々の仕事に対して地位と役割を付与し、個々の仕事を共同の成果に統合する役割のことであるという。

このようなドラッカーの企業、利益、およびマネジメントのユニークな概念は、営利原則を方法論とする経営学から批判されることになる。たとえば、ドラッカーの言う「必要最低利潤」から事業継続に必要な「利益の下限」があることを理解すべきであって、彼の利益概念は必要最低利潤を超える利潤の追求、したがって営利原則を否定するものではないとする研究¹⁸⁾がある。ここで注意しなければならないことは、このような研究はドラッカーの利益概念が営利原則の批判になり得ていないことを指摘するのであって、社会の発展に貢献するという企業の役割を否定するものではないということである。実際に、上記のドラッカー批判を展開した研究者は他の研究で、企業の目的である「総資本付加価値率」の向上に貢献する項目の一つとして人件費を主張し、人件費は削減の対象となり得るコストではなく付加価値として理解すべきであると論じている¹⁹⁾。またこれに続く研究は「環境保全費用」を「総資本付加価値率」の向上に貢献する現代的な新たな付加価値の一つとしている²⁰⁾。このような議論の射程から、経営学は営利原則を前提としながら、企業の社会合理性の側面、すなわち企業の社会性も視野に入れていけると言える。ただし、これらの研究は、人件費や環境保全費用はその増大によって得られる労働者の人権や生活の保障、人間の生活環境の維持・改善、および精神的安定という質的効用を成果すなわち付加価値とするものであり、企業にとっては貨幣計算により直接的な金銭的負担となって利潤という成果を抑制する側面があるという問題を解消できていない。そのため企業の社会性は営利性のうちに理解されることになり、独立した企業の目的として議論されていない。このことがドラッカーの企業および利益の概念に対する批判につながっていると思われる。

ドラッカー経営学説に対する経営学的な批判は、利潤と社会貢献（環境対策や貧困対策など）を経営目標として並置する企業経営を一面的にしか理解できないという従来の経営学の限界を示している。この限界を克服しなければ、持続可能性、CSV、およびCSRを経営コンセプトとする社会貢献型の企業経営、すなわち環境経営、サステイナブル・マネジメント、CSV経営、CSR経営、およびBOPビジネスを正しく考察することは困難である。社会的機関としての企業やマネジメントを内容とするドラッカー経営学説はこれらの社会貢献型の企業経営を研究する際の一つの理論的支柱となり得る。ドラッカー経営学説を方法論とする場合、社会性を企業の経営目的とし利潤を手段としていることから、企業の営利性を社会性のうちに理解することになる²¹⁾。したがってドラッカー経営学説だけでは、営利性と社会性を経営目標として並置する社会貢献型の企業経営（環境経営、サステイナブル・マネジメント、CSV経営、CSR経営、およびBOPビジネス）を一面的にしか理解できない。企業経営に対する一面的理解という限界を解消するためには、従来の経営学とドラッカー経営学説の両方の視点を併せ持つコンセプトないし枠組みが必要である。

2-3. 社会生態学とオープン・システム観における企業の社会性

ドラッカーによれば、彼のマネジメント論（企業と利益の概念、および企業とマネジメントの社会的役割）と社会理論（多元的組織社会）は、彼が社会生態学と称する思考法に基づいている。社会生態学とは社会、経済、政治において既に起こった不可逆的な変化、社会に対して重大な影響力を持つ可能性があるが一般には認識されていない変化を発見し分析することである。その目的は、継続・維持と変革・創造をバランスさせることで動的な不均衡状態を創り出し、社会に真の安定性をもたらす方法を検討することであるという。議論の対象は人間によって創られた人間の環境であるという²²⁾。

企業の社会性について考察を深めることを目的として、この社会生態学を念頭に置いてドラッカー経営学説を整理すると以下ようになる。すなわち、人間社会に不可欠な社会的職能を分業し合う多様な組織同士の相互依存および共生の関係から成る多元的組織社会は、各組織の活動と組織間関係が社会、経済、政治の全体状況を創り出す社会である。その全体状況を継続・維持するものおよび変革・創造するものがマネジメントである。また企業は他の組織と並んで、人間社会に不可欠な社会的職能の一つである生産と流通に責任と権限を持つ社会的組織である。企業と社会に対するこのような理解を基に、ドラッカーは優れた製品・サービスを手ごろな価格で社会に供給し、社会の発展に貢献することが企業の目的であるとした。

この企業の目的を一言で表現すると、顧客の創造である。ドラッカーは顧客の創造のために決定的に重要な活動としてマーケティングとイノベーションを議論している²³⁾。ドラッカーによれば、マーケティングとイノベーションは企業の内部ではなく外部すなわち社会に成果を求めるマネジメントの機能であるという²⁴⁾。マーケティングは「顧客を理解し、製品とサービスを顧客に合わせ、おのずから売れるようにすること」²⁵⁾であるという。言い換えれば、マーケティングは企業の外部にある顧客のニーズを発見し、それを満たすことである。ドラッカーはマーケティングを継続と維持にかかわる企業のマネジメント活動と理解しているようである。

またドラッカーによれば、イノベーションは「新しい満足を生み出すこと」²⁶⁾、「よりよい製品、よりよい利便さ、より大きな欲求の満足」²⁷⁾を生み出すことであるという。また「人的資源と物的資源に対しより大きな富を生み出す新しい能力をもたらすこと」²⁸⁾であるという。イノベーションの機会には既に起こっているが気づかれていない企業外部の変化にあるという。つまり、企業にとって社会のニーズは新規事業を創造する機会となる。ドラッカーはイノベーションを変革・創造にかかわる企業のマネジメント活動と理解しているようである。

社会生態学的に分析される多元的組織社会における企業の社会性は、社会的職能の他組織との分業関係の中で社会的ニーズを満たす製品・サービスを手ごろな価格で供給すること、および社会に継続・維持および変革・創造をもたらすことである。企業とその他の組織は社会的職能を分業するによって人間に社会的な役割・地位と権限・責任を与えることができる。また社会に継続・維持および変革・創造をもたらす活動はマーケティングとイノベーションというマネジメント活動である。すなわち企業の社会性はマネジメントが社会的役割を果たすことによって発揮される。ドラッカー経営学説から推察されるこの企業の社会性は、社会の全体状況によって変化しない。多元的組織社会である限り、権限の集中と分散の程度に差はあるとしても、企業と他組織との分業関係は存在するからである。すなわちドラッカーは企業の社会的役割という意味での企業の社会性を論じている。その目的は自由と平等を個人に与えることにある。ドラッカー経営学説は全体として規範論であると言えよう。

従来の経営学にも、市場や経済だけでなく社会や政治も含めた全体状況（広義の経営環境）と企業との関係を議論の対象とする「社会の中の企業」論ないし「企業と社会」論がある。この議論は企業をオープン・システムと理解し、経営環境またはステークホルダーとの相互作用のうちに生じる企業経営システムの特徴を議論してきた。その結果、日本的経営、アングロサクソン型経営、ドイツ的経営といった、国や地域ごとに異なる企業経営システムがあることを明らかにしてきた。このような国や地域による企業経営システムの違いが生じるのは、ステークホルダーからの要請が国や地域によって異なるからである。また同じ国や地域であっても時代や産業ないし企業ごとにステークホルダーからの要請は異なる。そのため企業はその時々での社会的ニーズに対応し、効率的な企業経営システムを構築する。近年では持続可能性、CSV、CSRなどの概念を取り入れた新たな企業経営システム、すなわち環境経営、サステナブル・マネジメント、CSR経営、およびBOPビジネスなどが見られるようになっている。

これらの新たな企業経営システムは「社会の中の企業」論ないし「企業と社会」論において研究されている。

このような経営学の研究は、社会、経済、政治の全体状況が個（＝企業および管理制度）に反映されるという意味での企業の社会性を議論している。このように議論される企業の社会性は伝統的な利潤極大化原理や経済人の概念に基づいている。企業が経営環境やその全体状況に応じて経営システムの特徴を変容するのは利潤極大化原理、すなわち営利性に基づいて活動しているからであるというのが通説になっている。経営学では、環境対策、省資源・省エネ、貧困問題の緩和など企業の社会的な取り組みは営利性の中身の変容を示す経営行動と理解され、その意味での企業の社会性を論じているのである。企業の社会性に関する経営学的研究は依然として利潤極大化原理を基に行われている。このような研究状況は、実際の企業経営の状況を反映しているのかもしれない。

3. 経営学的方法的発展の方向性と必要性

1990年代以降、環境問題や貧困問題といった社会問題をビジネス的手法によって解決することが注目され、世界中の先進的な企業は環境経営、サステナブル・マネジメント、CSV経営、CSR経営、およびBOPビジネスといった社会貢献型の企業経営を展開するようになってきている。この展開は企業の社会性の側面が経営的に意味を持つようになってきたことを意味する。営利性のみを強調する方法で企業経営や競争力を分析してきた経営学では、経営目標としての営利性と社会性をどのように理解するかが問題になっている。

従来の経営学は営利性のみを強調するという従来の方法によって社会貢献型の企業経営を考察しており、営利性の中身を変化させる要因として企業の社会性を理解している。この方法による研究は、企業を利潤の獲得を目的とする経済的組織として考察する。そのため、企業の社会貢献活動を利益追求の手段として位置付けることになる。従来の経営学は企業を営利性の側面から一面的にしか理解できないという限界を持っている。

経営学の科学的な議論の俎上に載ることがほとんどなかったドラッカー経営学説は、多元的組織社会における社会的組織としての企業、事業継続の手段としての利益、およびマネジメントの社会的役割を議論している。ドラッカー経営学説は企業の社会性を強調することを特徴としており、企業の社会性のうちに営利性を理解する。ドラッカー経営学説は企業の利潤追求活動を事業継続すなわち社会貢献の手段として位置付けており、企業を社会性の側面から一面的にしか理解できないという限界を持っている。

従来の経営学とドラッカー経営学説は企業を経済的組織として理解するか、それとも社会的組織として理解するかという点で異なる。その違いは営利性と社会性のどちらを企業の目的あるいは手段とするかという違いでもある。本稿で見てきたドラッカー経営学説に対する経営学的批判は、企業の社会性を営利性のうちに理解する立場からなされている。この批判は、従来の経営学は企業の社会性を一義的な企業目的として想定する方法を取り入れることができていないこと、および経営学的方法的限界を表している。企業を営利性と社会性の両側面から考察する方法無しには、環境経営、サステナブル・マネジメント、CSV経営、CSR経営、およびBOPビジネスといった現代的な社会貢献型の企業経営を正しく理解することは困難である。

以上から、企業経営とその研究方法には3つの種類があり得る。企業経営には①社会性（社会貢献）を手段として営利性（利潤）を追求する企業経営、②営利性（利潤）を手段として社会性（社会貢献）を追求する企業経営、および③持続可能性、CSVおよびCSRといった経営コンセプトを取り入れ、

営利性と社会性を経営目標として並置する現代的な社会貢献型の企業経営という3つの種類があり得る。①は従来の経営学の方法によって、②はたとえばドラッカー経営学説のように社会生態学を方法とすることによって、浮かび上がる企業経営の姿である。③は営利性と社会性のどちらか一方がもう一方の目的あるいは手段になることを前提としない枠組みによって考察することが可能な企業経営である。

世界中の先進的な企業は③の社会貢献型の企業経営を確立することを課題としている。したがって経営学（および社会生態学）もまた営利性か社会性のどちらか一方を強調する方法から営利性と社会性の両側面から企業経営を考察する方法へと発展することが求められている。この方法的発展は、従来の経営学の方法とドラッカー経営学説（社会理論、企業と利潤およびマネジメントの概念、および社会生態学的視点）を総合することによって可能になるかもしれない。持続可能性、CSR、CSVはこの総合を可能にする概念として注目されよう。この総合による方法的発展のために、③の社会貢献型の企業経営を成立させるための条件および課題を明らかにすることを目的として事例考察を蓄積することが経営学の当面の課題となる。そうすることによって、経営学的方法的発展、環境問題や貧困問題を解決するような持続可能な社会に対する経営学の貢献、およびドラッカーが企図した人間の尊厳と自由および平等を守ることが可能になる。

[謝辞]

本稿は玉川大学の共同研究助成を受けて行われた共同研究の成果の一部である。本稿の内容は、日本経営学会第87回大会（於：関西学院大学、2013年9月5日）のワークショップ「リベラルアーツは経営力—ドラッカー研究の忘れもの—」における筆者の報告を大幅に修正したものである。同ワークショップで司会をしてくださった芦澤成光先生（玉川大学教授）、基調講演をなさったジョセフ・A・マチャレロ先生（クレアumont大学大学院教授）、討議者としてご参加いただいた三戸公先生（立教大学名誉教授、中京大学名誉教授）、および通訳をしてくださった村山にな先生（玉川大学准教授）にこの場を借りて深く感謝を申し上げたい。ただし本稿の文責は筆者に帰すものである。

注

- 1) 環境経営とサステイナブル・マネジメントについては高橋由明・鈴木幸毅編著『環境問題の経営学』ミネルヴァ書房、2005年。を参照。CSR経営については松野弘、堀越芳昭、合力知工編著『「企業の社会的責任論」の形成と展開』ミネルヴァ書房、2006年。を参照。BOPビジネスについては、Prahalad C. K., (2010) *The Fortune at The Bottom of The Pyramid: Eradicating Poverty Through Profits*, revised and updated 5th anniversary edition, Person Education Inc. (邦訳書:スカイライト・コンサルティング訳『ネクスト・マーケット』増補改訂版、英治出版、2010年)。を参照。またCSV経営についてはPorter M. E., and M R. Cramer, "Creating Shared Value" *Harvard Business Review*, January 2011 (DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー編集部訳「共通価値の戦略」『DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー』2011年6月号、8-31ページ)。。および赤池学、水上武彦『CSV経営』NTT出版、2013年。を参照。
- 2) たとえば、Porter, M. E., (1985) *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, The Free Press (邦訳書:土岐坤、中辻萬治、小野寺武夫訳『競争優位の戦略』ダイヤモンド社、1985年)。。Barney J. B., (2002) *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*, second edition, Person Education Inc. (邦訳書:岡田正大訳『企業戦略論』上中下巻、ダイヤモンド社、2003年)。を参照。
- 3) 三戸公『ドラッカー、その思想』文真堂、2011年。を参照。

- 4) 藻利重隆『ドラッカー経営学説の研究』第四増補版, 森山書店, 1975年。
- 5) 藻利重隆『経営学の基礎』新訂版, 森山書店, 1973年。を参照。
- 6) たとえば, 三戸, 前掲書。を参照。
- 7) 経営学史学会監修, 河野大機編著『ドラッカー』経営学史叢書X, 文眞堂, 2012年。を参照。
- 8) Drucker P F, (1968) *The Age of Discontinuity*, Harper and Row, Publishers, Inc. (邦訳書; 上田惇生訳『断絶の時代』ダイヤモンド社, 1999年)。を参照。
- 9) ドラッカーの多面的組織社会という社会理論は, アメリカ行政の連邦制度 (federalism) や企業組織の分権制についての彼自身の議論にも貫徹している。Drucker P. F., (1946) *Concept of The Corporation*, John Day Company (邦訳書; 上田惇生訳『会社という概念』ダイヤモンド社, 2005年)。を参照。
- 10) Drucker P F, (1973) *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*, Harper and Row, Publishers, Inc. (邦訳書; 上田惇生訳『マネジメント』エッセンシャル版, ダイヤモンド社, 2001年)。を参照。
- 11) Drucker, (1968) *Ibid.* を参照。
- 12) 武田知弘『ヒトラーの経済政策』祥伝社, 2009年。を参照。
- 13) Drucker, (1968) *Ibid.* を参照。
- 14) Drucker, (1968) *Ibid.* 邦訳書, 247ページより引用。
- 15) 同上書, 249ページより引用。
- 16) 主として組織研究で取り入れられている限定合理性の概念は, 人間は状況と能力によって限られた合理性しか持ち得ないという人間の実際を描き出す概念であり, 経済人に対する但し書きである。この概念を基に描かれる経営人モデルは経済人の実態を示している。また限定合理性は合理的意思決定の限定性を軽減するという組織の意義を明らかにする概念であり, 理想的な経済人に近づく方法として組織を捉えている。Simon H A., (1983) *Reason in Human Affairs*, Stanford University Press (邦訳書; 佐々木恒男, 吉原正彦訳『意思決定と合理性』文眞堂, 1987年。), および Simon H A., (1997) *Administrative Behavior*, 4th edition, The Free Press (邦訳書; 二村敏子, 桑田耕太郎, 高尾義明, 西脇暢子, 高柳美香訳『経営行動』新版, ダイヤモンド社, 2009年)。を参照。
- 17) Drucker P F, (1942) *The Future of Industrial Man: A Conservative Approach*, The John Day Company (邦訳書; 上田惇生訳『産業人の未来』ダイヤモンド社, 2008年), および Drucker P. F., (1946) *Ibid.* を参照。
- 18) 藻利, 前掲書, 1975年。
- 19) 藻利, 前掲書, 1973年。を参照。
- 20) 林正樹『日本の経営の進化』税務経理協会, 1998年。を参照。
- 21) ドラッカー自身は「企業の社会性」あるいは「マネジメントの社会性」という言葉を使っていない。本稿では, ドラッカーの言う「マネジメントの社会的役割」や企業は事業の成果を外部に求めなければならぬという彼の議論の趣意を汲んで, ドラッカー経営学説は企業やマネジメントの社会性を重要視するものと理解し, 同学説を議論する文脈でも「社会性」という用語を用いている。
- 22) Drucker P. F., (1993) *The Ecological Vision: Reflections on The American Condition*, Transaction Publishers (邦訳書; 上田惇生, 佐々木実智男, 林正, 田代正美訳『すでに起こった未来』ダイヤモンド社, 1994年)。を参照。
- 23) Drucker P F, (1954) *The Practice of Management*, Harper and Row, Publishers, Inc. (邦訳書; 上田惇生訳『現代の経営』ダイヤモンド社, 2008年)。を参照。
- 24) 同上, 15ページを参照。
- 25) Drucker, (1973) 邦訳書, 17ページより引用。
- 26) 同上書, 18ページより引用。
- 27) 同上。

28) 同上書, 18-19ページより引用。

参考文献

赤池学, 水上武彦『CSV経営』NTT出版, 2013年。

Masahiko A., R. Dore., ed, (1994) *The Japanese Firm: The Sources of Competitive Strength*, Oxford University Press
(邦訳書: NTTデータ通信システム科学研究所訳『システムとしての日本企業』NTT出版, 1995年)。

Prahalad C. K., (2010) *The Fortune at The Bottom of The Pyramid: Eradicating Poverty Through Profits*, revised and updated 5th anniversary edition, Person Education Inc. (邦訳書: スカイライト・コンサルティング訳『ネクスト・マーケット』増補改訂版, 英治出版, 2010年)。

Drucker P. F., (1946) *Concept of The Corporation*, John Day Company (邦訳書: 上田惇生訳『企業とは何か』ダイヤモンド社, 2005年)。

Drucker P. F., 「フリードヒル・ユリウス・シュタール 保守的国家論と歴史的発展」『DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー』2009年12月号。

Drucker P. F., (1973) *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*, Harper and Row, Publishers, Inc. (邦訳書: 上田惇生訳『マネジメント』エッセンシャル版, ダイヤモンド社, 2001年)。

Drucker P. F., (1968) *The Age of Discontinuity: Guideline to Our Changing Society*, Harper and Row, Publishers, Inc. (邦訳書: 上田惇生訳『断絶の時代』ダイヤモンド社, 1999年)。

Drucker P. F., (1993) *The Ecological Vision: Reflections on The American Condition*, Transaction Publishers (邦訳書: 上田惇生, 佐々木実智男, 林正, 田代正美訳『すでに起こった未来』ダイヤモンド社, 1994年)。

Drucker P. F., (1939) *The End of Economic Man: A Study of The New Totalitarianism*, The John Day Company (邦訳書: 上田惇生『経済人の終わり』ダイヤモンド社, 2007年)。

Drucker P. F., (1942) *The Future of Industrial Man: A Conservative Approach*, The John Day Company (邦訳書: 上田惇生訳『産業人の未来』ダイヤモンド社, 2008年)。

Drucker P. F., (1954) *The Practice of Management*, Harper and Row, Publishers, Inc. (邦訳書: 上田惇生訳『現代の経営』上下巻, ダイヤモンド社, 2008年)。

林正樹編著『現代日本企業の競争力』ミネルヴァ書房, 2011年。

林正樹『日本的経営の進化』税務経理協会, 1998年。

Maciariello J. A., Karen Linkletter, *Drucker's Lost Art of Management: Peter Drucker's Timeless Vision for Building Effective Organization*, McGraw-Hill, 2011 (邦訳書: 阪井和男, 高木直二, 井坂康志訳『教養としてのマネジメント』マグロウヒル・エデュケーション, 2013年)。

Barney J. B., (2002) *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*, second edition, Person Education Inc. (邦訳書: 岡田正大訳『企業戦略論』上中下巻, ダイヤモンド社, 2003年)。

経営学史学会監修, 河野大機編著『ドラッカー』経営学史叢書X, 文眞堂, 2012年。

松野弘, 堀越芳昭, 合力知工編著『「企業の社会的責任論」の形成と展開』ミネルヴァ書房, 2006年。

三戸公『ドラッカー, その思想』文眞堂, 2011年。

藻利重隆『ドラッカー経営学説の研究』第四増補版, 森山書店, 1984年。

藻利重隆『経営学の基礎』新訂版, 森山書店, 1984年。

Porter, M. E., (1985) *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, The Free Press (邦訳書: 土岐坤, 中辻萬治, 小野寺武夫訳『競争優位の戦略』ダイヤモンド社, 1985年)。

Porter M. E., and M R. Cramer, "Creating Shared Value" *Harvard Business Review*, January 2011 (DIAMONDハー

バード・ビジネス・レビュー編集部訳「共通価値の戦略」『DIAMONDハーバード・ビジネス・レビュー』
2011年6月号, 8-31ページ).

Simon H A., (1997) *Administrative Behavior*, 4th edition, The Free Press (邦訳書; 二村敏子, 桑田耕太郎, 高尾
義明, 西脇暢子, 高柳美香訳『経営行動』新版, ダイヤモンド社, 2009年).

Simon H A., (1983) *Reason in Human Affairs*, Stanford University Press (邦訳書; 佐々木恒男, 吉原正彦訳『意
思決定と合理性』文真堂, 1987年).

武田知弘『ヒトラーの経済政策』祥伝社, 2009年。

高橋由明・鈴木幸毅編著『環境問題の経営学』ミネルヴァ書房, 2005年。

(やまだ まさとし)

Methodological Limitations and Problems of Business Administration: Necessity for Synthetic Framework of Profitability And Sociality Business Behavior Has

Masatoshi YAMADA

Abstract

Solving environmental issues and poverty with business has attracted since 1990's. The leading companies have developed environmental and sustainable management, the practice of CSV (Creating Shared Value) and CSR (Corporate Social Responsibility), and BOP (Bottom of the Pyramid or Base of the Pyramid) business. These new types of management and business practice juxtapose profitability – the principal of maximum profit – and sociality – execution of social roles – as business purposes. The new types have been studied with the method of research which emphasizes only profitability on Business Administration. There is inherence of attaching importance just to sociality of business management in Peter F. Drucker's management theory. Business Administration and Drucker's theory share the limit of understanding business behavior partially. We need the analysis framework which enables us to study both sides of profitability and sociality business management has. It will be possible by building the method of Drucker's theory into the conventional Business Administration to establish the framework. Also in order to do so, it becomes a subject of Business Administration to accumulate the case study of the new types of management and business practice.

Key words: profitability of business, sociality of business, pluralist institution society, social functions of management, profit as means, social ecology