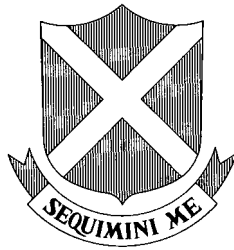


桃 山 学 院 大 学

経 済 経 営 論 集

第 55 卷 第 4 号

長谷川 彰 教授退任記念号



2014 年 3 月

桃山学院大学総合研究所

目 次

長谷川彰先生を称えて	経営学部長 牧 野 丹奈子 (1)
------------	---------------------

論 文

市民社会の片隅における関西電力の横暴	山 本 順 一 (7)
社会性を実現するビジネスとはどのようなシステムか	牧 野 丹奈子 (45)
米国における将来の会計専門教育への取り組みと我が国の現状と課題 —— 米国Pathways Commissionの最終報告とその後の活動を中心に ——	小 澤 義 昭 (85)
中国国有農場のロシア進出の実態	大 島 一 二 (119)
近業時の注意配分に関する研究 —— 随伴陰性変動 (CNV) を用いた判別難度の異なる視標に 対する注意量の評価 ——	高 橋 ひとみ (145)
消費税の複数税率化とその展望に関する一考察 —— 世代間と世代内にある消費税負担格差を考慮しながら ——	田 代 昌 孝 (161)
金融機関の破綻と市場機能の崩壊(Ⅲ) —— 不況の波及とマスコミの論調 ——	望 月 和 彦 (185)
反射効果に関する実証的一考察 —— 高校生対象のアンケート調査を通して ——	中 村 勝 之 (229)

広告コミュニケーション論における解釈主義方法論の接近	王 衍 宇	(251)
アーキテクチャ論の変化からみた中国製造業		
—— 多様なアーキテクチャ選択戦略の可能性 ——	牟 鑫	(287)
日本におけるコーポレート・ガバナンス論の批判的検討		
—— 会社自体論的思考を基盤として ——	黒 川 秀 子	(309)

研究ノート

大学生の自律性と社会性の育成		
—— ゼミナールとクラブ・サークルを事例として ——	信 夫 千佳子	(335)

長谷川彰教授略歴	(377)
長谷川彰教授主要著作目録	(379)

市民社会の片隅における関西電力の横暴

山 本 順 一

わたしは、いま在外研修の機会をいただき、アメリカの南西部、日本とは異なり ‘Every day, fair weather’ のアリゾナ州の旧都ツーソン（Tucson）にいる。瀟洒な建物のアリゾナ大学情報資源・図書館学部の中庭が見える研究室でこの原稿を書いている。わたしは5年前に桃山学院大学に着任し、経営学部配置され、同じ9階の3つにおいて東の研究室の住人が長谷川彰先生である。廊下でやさしい笑顔で挨拶をしてくださり、学部や大学院の会議で、偏見をもつことなく、新参者のわたしと対等に議論してくださったことをうれしく思っています。その経営学部、経営学研究科の長老であられる長谷川先生が定年退職されるにあたり、ぜひとも一本、拙稿を寄せようとがんばってしたためたのが本稿です。まわりに英語の本や文献へのアクセスは確保できていますが、日本語の文献はありませんし、持ってきていません。PCに蓄積されている情報と記憶をたどりながらまとめましたので、遺漏は多いと思いますが、お許し願います。日本経営史がご専門の長谷川先生には関西配電といっても通用するのでしょうか、その後身の関西電力を、先生の学問的スタンスとはまったく異なる方向から検討しようと思います。

1. 事件の発端

2012年7月8日（日）午後8時過ぎ、勤務先の大学に近い賃貸マンションに住んでいるわたしは、関西電力の西岡（仮名）¹⁾と名乗る人物から電話を

1) 本稿に登場する人物については、インターネット検索で得た、2013年10月2日
キーワード：関西電力、民事調停、隣地境界、阪神淡路大震災、簡易裁判所

受けた。2002（平成14）年に他界した親父が残り、現在は母親の名義になっており、わたしの家族が住んでいる西宮市の住宅の隣地境界に関する話であった（数日前に西宮市の住宅に住んでいる家族から関西電力の西岡さんが見えて（名刺をおいて）、敷地境界について訪ねてこられた、との話を聞かされていた）。電話で概略の話を聞いた直後に、わたしは「先程は電話で失礼しました。用地の交渉は大変なお仕事ですね。なにかございましたらこちらのメールで」とメールし、みずからのメールアドレスを関西電力の担当者に教えた。そして、翌9日（月）午前8時過ぎに「関西電力株式会社神戸支店用地グループ 西岡」との署名のあるメールが届き、「山本様 おはようございます。関西電力㈱神戸支店の西岡です。昨日は、夜分お休みのところ、お電話で失礼いたしました。また、早速メールをいただきありがとうございます。今後は、メールもしくは電話にて連絡を取りたいと思っております」との返信を受けた。

3日後の12日（水）の夕方5時過ぎ発信の「山本様 お世話になっております。関西電力㈱神戸支店の西岡です。お仕事中、電話では失礼かと思ひ、メールさせていただきました。早速ではございますが、先日お話ししておりました（隣地）境界を越境している部分に関する確約書の案文、図面、現地写真を送りますので、ご確認いただけますでしょうか？ なお、案文の内容については、何分、難しい内容になっておりますが、ご理解いただければ有難く存じます。では、よろしく願いいたします」とのメールを受けた（との記録がある）が、会議や授業（準備）で当日は他のメールとともにこのメールを開くことはなく、結果的に放置した。18日（水）午後6時半頃、「山本様 いつもお世話になっております。関西電力㈱神戸支店の西岡です。お忙しいところすいません。昨日、先日メールにて確約書の案文、写真、図面を送付いたしましたが、ご確認のほどいかがでしょうか？」という趣旨のメールを受信している。学期末で忙しく、ばたばたしていて、一般にメール

の阪神タイガースの先発バッティングオーダー、および監督・コーチの氏名から仮名を得た。

の処理も思うにまかせなかった。しかし、7月19日、授業の後の午後4時頃、‘少し気になるのは…’という標題を付し、「西岡さん（敷地境界の）写真ですが、（現実の占有界とかなり離れており）境界票の杭ではなく、下水路の流入を示す杭（赤のマーキング）が大写しになっており、不自然です。境界票の杭はもっと境界の壁面寄りにあるはずです」とようやく関西電力が進めようとしている手続きにいささか疑念を抱くようになっていく。このメールには、即座に返信が戻ってきた。「さて、境界標識についてですが、確かにご指摘のように、污水枡を示すような形の黒い矢印のプレートになっております。しかしながら、污水枡自体が、山本様土地と弊社土地・道路用地（歩道）の三者の交点に掛かるように設置されております。その関係上、弊社の境界標識を内側（民地側に5cm）に控えて設置させていただいております。また、ブロック塀につきましても、境界ギリギリではなく、弊社土地側に控えて設置させていただいております。従いまして、写真では見づらいかも知れませんが、黒い矢印のプレートには、弊社の社章（赤印）を彫り込んであると思いますので、今一度ご確認いただければ幸いです（結局、最後までわたしは、不注意からか、この黒い矢印のプレートは見なかった）。みずからの敷地に構造物を建てる時に壁面後退で少し下げることが考えられるが、所有権界を示す塀をわざわざ後退させる合理的理由が見いだせず、このメールにわたしは不信感を強めた（実際、関電側はこのコンクリートブロック塀が大震災前の筆界にそって建てていたことを後に自認することになる）。

2012年7月31日午後7時前、西岡から、「お忙しいところ申し訳ありません。その後、現地のほうは確認していただけましたでしょうか？ 実は、急ぎでお話したいことがあるため、ご自宅へ伺いたいと思っております。ご都合のいい日を何日か教えていただければ、調整したいと思っております。あと、合わせてご自宅の住所を教えていただけないでしょうか？ お願いばかりで、申し訳ありませんが、よろしくお願いいたします。では、連絡をお待ちしております」とのメールを受けている。翌8月1日にも同様のメール

を西岡から受けたようである。

8月6日午後5時頃、「いつもお世話になっております。関西電力㈱神戸支店の藤川と申します。昨日、一昨日にお送りさせていただきましたメールは、ご覧になっていただけましたでしょうか？ 多くのメールが届いておられるのだと思いますが、一度ご確認いただけないでしょうか。お忙しいところ恐縮ですが、何卒、よろしくお願いいたします」というメールを西岡の上司だと思われる藤川からもらっている（関電所有とされる隣地を関電が速やかに売却の手続きを進めていることが後にわかった）。実は、藤川からはこのあと5回程度確約書にハンコをつけとのメールを受けただけでなく、自宅で休んでいるところに電話を受け、思うところをかなり正直に述べた記憶がある（このやりとりは紛争が裁判所の場に出たところで明らかにする）。

2. 関西電力からの文書

このときには、すでに関西電力株式会社神戸支店用地グループから送られてきていた文書には眼を通していた（すぐには態度を決めかねていたこともあり、同じ文書を若干の時間をおいて、複数回受け取った）。送られてきた封筒のなかには、問題の土地を記した登記簿の謄本と図面の写し、現況写真なるもの、亡くなった父親の署名のある1996（平成8）年4月16日付けの筆界確認書、そして関西電力株式会社神戸支店長 青嶋義晴を名宛とする確約書なるものである。

1995年（平成7年）1月17日に発生した阪神淡路大震災の翌年に、亡父が十分に考えることもなく署名捺印したであろう、関西電力との間に交わした確認書があるので、隣地との公法的な土地の境界とされる筆界については争う気はまったくなかった。ただし、長年にわたって平穩に地域生活を営み、公然と占有している事実、法的安定性ということもあり、十分に尊重してください。民間所有地の境界については、私法上の考え方もあるはずではないですか、という趣旨のことを藤川との長電話でも述べ、こちらの意向は十分に伝えた。

ところが、実は、この時点で、もうまともな話し合いによる解決は不可能だと腹をくくってはいた。というのは、ハンコを押せと何度も迫られていた確約書なるものの書きぶりが人をナメテイルのである。電話でこの文面についてもやりとりをしたが、社内文書としての雛形に沿ったもので（一言一句）変えるわけにはゆかないというのである（結局、関電側は、最後までこの文言の再検討は口にしなかった）。その関電の社内手続的には‘不可変更力’をもつ確約書（案）なるものには、こう書かれていたのである。

確約書

貴社が所有している末尾の土地（以下「この土地」という。）を
当方が所有する柵、カーポート、庇（以下「この物件」という。）
の一部が侵害しており、当方に侵害部分の収去義務があることを確
認します。

万一、貴社がこの土地を必要とされる場合、もしくは当方がこの
物件の所有権を移転する場合に、当方がこの物件を収去・明渡しし
ないときは、貴社においてこの物件等を収去されても異議求償いた
しません。

なお、貴社が要した収去費用については当方が負担するものと
し、貴社から請求があり次第、直ちに支払うことをあわせて確約い
たします。

また、貴社がこの土地の所有権を移転される場合は、承継者に対
しても同様に本内容の義務を履行することもあわせて確約いたしま
す。

以 上

物件の表示（略）

この確約書が許せなかった。そもそも登記簿上の土地の境界（関電が言う
‘所有権界’）と現実の占有界の乖離の原因は、後にもふれることになるが、
紛うことなく1995年（平成7年）1月17日に発生した阪神淡路大震災であ

る。西宮市のこの一帯は震度7で、実家の庭の真ん中で南北に地割れが走り、実家は全壊認定をうけたのである。近傍では、ピロティ形式のマンションや木造戸建て家屋の多くが倒壊し、多数の死者が出ている。地元では‘寮’と呼ばれた関電側の平屋が全壊したのもこのときである。死んだ親父は自分の思うように立てた実家を建て替えようとはせず、震災後のブルーシートが掛けられた被災家屋に対して「新築するくらいお金がかかったよ」と言っていたが、全面的に修復工事を行った。大震災の前後で土地利用のあり方は変わっておらず、大地が大きく動いただけにはかならない。関電側もその事実を知りながら、また内部に関係資料を持ちながら、大震災のことについては、この紛争の最後まで口にしなかった。

また、民間の土地所有、境界紛争については、大企業とはいえ、基本的には対等の法主体のはずである。電力事業の主体として公益実現のために振る舞うのであれば、優越的地位を云々することにも合理性はあろうが、たんなる民間不動産業者²⁾（実は隣接する関電所有の土地はすでに関西の家電企業の子会社に借地され、従前、公開のモデル家屋が建てられており、関電は底地の売却をしようとしていた）のキャンデンに対して‘強制代執行’を甘受するいわれがどこにあるのか。大震災という造物主の意思による振舞いの責めを、ちっばけなわたしが一身に担い、我儘で人を人とも思わぬ大企業に対して、どうして自分自身に帰責されることが当然のようにひれ伏さなければならないのか。この紛争はやがて簡易裁判所に場所を移すのであるが、最後まで、いいかげんにしろ、との思いを持ち続けた。

3. 土地売却を焦る関電（神戸支社用地部）

2012年8月29日（水）にこのようなメールを受け取った。「山本様 いつもお世話になっております。関西電力(株)神戸支店の西岡です。お忙しいところ、申し訳ございません。これまで、幾度となくメール、文書等を送らせ

2) 関西電力株式会社の現行定款の‘目的’との条文見出しをもつ2条の(8)号に「不動産の売買、賃貸借及び管理」が当該会社の営む事業としてあげられている。

ていただき、お返事を待っている状態ですが、なかなかお返事がいただけない状況であります。これまでもお話し致しましたが、弊社所有地の売買について取引先に待ってもらっている状況であり、早急にお会いしてお話をしたいのですが、なかなかお会いできません。そこで今後はお母様の多美代様へお話に伺いたいと思っておりますので、よろしくお願いいたします。」

わたしが関西に戻ってきた理由であるおふくろであるが、現在、有料高齢者福祉施設に入っている。紛争となってしまった土地家屋の所有は母親名義となっており、そのことを指摘するものであるが、おふくろも妹も一切をわたしにまかせている。そのことを知りつつの関電の動きである。しかし、ここで民間不動産業者関電が隣接地を売却しようとしており、しかもそれを急いでいることが分かった（西岡の上司である藤川は、宅建主任としての職務・職責ということをわたしの長電話の中で力説していた）。

これは後にわかるのであるが、関西電力は9月19日付で関西家電企業子会社マートンホームに当該土地を売却、所有権移転をしており、11月29日に現在隣接家屋に住んでいる鳥谷さんに同土地を売買、所有権移転している。しかし、これらの所有権移転の事実を伏せたまま、関電とは、相変わらず、確約書にハンコを押せとのやりとりが続き、阪神淡路大震災をまたいでの土地利用に関する法的安定性をそれなりに尊重してほしいとの私の主張も変えることはなかった。ここからは、わたしと関西電力神戸支店用地部とのやりとりは平行線、膠着状態となる。

結局、30回を超えるメールのやりとり、何回かの電話、そして一度勤務先の大学に来られたようであるが、西岡や藤川に会うことはなかった。

4. 舞台は簡易裁判所に：第3回調停まで

2013（平成25）年2月7日（木）に、次のようなメールを受け取った。「山本順様 いつもお世話になります。関西電力㈱神戸支店の福留と申します。昨年12月に藤川の後任として着任しております。早速ですが、山本様にお伝えしたいことがあり、昨日2度お電話させていただきました。また

本日、ご自宅に訪問させていただきましたがご不在のようでしたのでメールにてご用件をお伝えさせていただきます（電話も訪問もおそらく実家のほうでわたしがいるはずもなく、寓居もふだん職場に出かけているのでいるはずがない）。昨年、山本様から「公式の争いの場以外にお会いする気にもなりませんし、お話しすることはありません。」とメールをいただいたことから、その後、社内で検討し、公式の場でお話しさせていただくべく準備を進めてまいりました。この程、ようやく準備が整い、近々に調停を申し立てさせていただきますのでお伝えいたします。」

「ほうら来たか」との気持ちになり、まあ関係文書が届いてから対応すればいいやと受け止めた。ふだん学生たちにも、「人の世はもめごとだらけ、人生に一度や二度は裁判所にでかけるのは当然と思ったほうが良い」と言ってきたので、まあ仕方がないと思った。しかし、スピード違反で罰金を払いに行ったのとは違い、恥ずかしながら、民事紛争は初めての経験である。前任校ではもっぱら法律科目を担当し、間違っって4年間、都内の法科大学院で非常勤講師を務めたこともあり、そう違和感を感じなかったが、公法はともかく、知的財産権法をのぞき、民事は苦手である。

4.1 第1回調停とその前後

平成25（2013）年2月18日付けで、岸和田簡易裁判所調停2係から部厚い封書が届き、調停期日呼出状が入っていた。期日は、3月12日（火）午前10時、場所は（当裁判所）第8調停室（3階）とある。その下に（注意事項）とあり、7行の文章が続く。そこには「正当な理由なく出頭しない場合には、5万円以下の過料に処されることがあります」³⁾と書かれ、その下に赤いスタンプが押され、親切にも「3階第2待合室（（岸和田徳洲会）病院側）にてお待ちください。後ほど民事調停委員がご案内いたします」とあった。

呼出状の次葉には、「調停について」という説明書があり、「あなたに対し

3) 民事調停法34条

て調停が申し立てられましたので、参考までに調停の概略を紹介します」と、民事調停制度の解説がはじまる。「調停は裁判官1人と民間から選ばれた民事調停委員2人以上で組織する調停委員会⁴⁾が、申立人とあなたの言い分を十分に聴き、事情をよく調査して、トラブルの原因をはっきりさせた上、双方の話し合いと譲り合いによって、実情に即した適切な解決を図ろうとする手続き⁵⁾です。したがって、トラブルの解決について、裁判のように勝ち負けを考えることもありませんし、非公開の席で手続きが進められますので外部に知れ渡ることありません」と一般市民にも分かりやすい説明が続く。

そして、さらに次葉には、「お手数ですが、本呼出状を受け取ってから、2週間以内にご返送ください」との頭書がある 照会（回答）書 が付されており、次にとりあげる関西電力が裁判所に提出した‘調停申立書’を検討した後、示された様式に従い、照会（回答）書を作成した。

4. 1. 1 関西電力が提出した‘調停申立書’

2013（平成25）年2月8日付けの関西電力から提出されたとされる‘調停申立書’の中身をみてみよう。最初のところに、「申立人 関西電力株式会社 代表取締役 八木誠」とある。原子力発電所をめぐるテレビニュースで、ときおり横柄な態度で顔を見せていた人の名前があり、その右に公印が押されている。その5行下の所に、‘損害賠償請求事件’とあり、「調停を求める事項の価額 502,618円 ちょう用（貼用）印紙額 3,500円 予納郵便切手 480円」の文字が読める。次頁にゆくと、正式の裁判だと‘請求の趣旨’ということになるが、ここでは‘申立ての趣旨’とあり、「相手方は、申立人に対し、金502,618円の金員を支払え。調停費用は、相手方の負担とする、との調停を求める。」と書かれている。申立人関電からみた具体的な

4) 民事調停法6条

5) 民事調停法1条には、民事調停制度が「民事に関する紛争につき、当事者の互譲により、条理にかなない実情に即した解決を図ることを目的とする」と定められている。

事実関係が、‘紛争の要点’として、以下に書き連ねられる。「第1 申立人の事業および本件土地について」において、「申立人は、近畿地方一円に電気供給を行うことを主たる事業とする株式会社である」とあり、おそらくこのことを知らない日本人はいないであろう。しかし、この紛争では本業はまったく関係なく、ただの民間土地不動産業者であり、そのことは同社の定款の2条(8)号にあげられている。そのあと、紛争の対象となったとされる土地をめぐる経緯と現状がかかれ、成り行きでわたしが当該土地を管理しており、被申立人適格が認められる旨を記述している。

関電の‘調停申立書’は、次に「第2 本件土地の越境物について」との見出しを掲げ、平成8(1996)年[前年1月に阪神淡路大震災が発生]に亡父 山本隆司と関電との間で筆界確認書が交わされ、それに従い関電のロゴ表示境界プレートが打設⁶⁾されており、「本件隣接地上に設置された山本家の所有する柵、カーポート、庇の一部が、何の権原もなく本件土地上に設置されている(下線は筆者)」という。

次の「第3 申立人と相手方の交渉について」では、「申立人は平成24(2012)年7月、相手方に対し、申立外マートンホームに(当該)土地を譲渡する予定であることを伝え、越境部分を整理したいと申し入れた。相手方は筆界確認書の存在を認め、申立人の求めには素直に応じたいと対応したので、申立人は、将来必要が生じた場合は越境部分の撤去に応じる旨を文書で確約してほしいと要請し、確約書の案を送付した」と述べるが、関電のこの‘調停申立書’には、‘確約書の案’は添付されていない。続けて、「ところが、その後の相手方の態度は、申立人が送付した文書やメールを無視したり、申立人との現地での立会いに応じなかったりする等、かたくなに交渉すら拒絶するという不誠実なものとなった」と一方的な言い分を記し、「越境

6) この関電が1996年に打設したというところの境界プレートについては争っていないが、それがその時期のものかは、被申立人としてはいまになっても分からず、位置が不自然との思いは消えていない(誤解があるかもしれないが、見た感じでは新しすぎるように思えた)。実は、後に南側の和田豊氏(仮名)との筆界(確認)の更生登記の手続きで判明するのであるが、前面の都市計画道路に付帯する歩道の修築のときに亡失した可能性が高い。

部分が解消されないまま土地を譲渡するわけにもいかず、譲渡は9月に延期された。その間も申立人は協議を申し入れ続けたが、相手方は交渉に応じず、話すらできなかった」という（関電が底地を所有する土地の売買譲渡の具体的プロセスは聞かされることはなかった）。「一方で、申立外マートンホームから一般顧客への売却予定日も迫っていたことから、平成24年9月19日、申立人が将来越境部分を解消することを条件に、申立外マートンホームに（本件）土地は譲渡された」と具体的な土地譲渡の前段の過程が記されているが、被申立人は一切このことは知らなかった。そして、申立人関電は越境部分の解消が困難と判断し、本件土地を分筆してマートンホームから買い戻さざるを得なかったとの不手際を告白する。

そして、「第4 損害について」では、「以上述べたように、相手方による申立人に対する交渉すら拒絶する不誠実な態度によって、申立人は本件土地を買い戻すことになった。本件土地は仮に越境部分が撤去されたとしても、非常に狭小な土地であるため、活用は不可能であり、財産的価値は皆無であるといわざるを得ない。このような土地の買戻しを強いられたことにより、申立人は、本件土地の買戻しに要する費用である502,618円（本件土地の時価相当額272,244円と、本件土地の分筆・登記に要した230,374円の合計額）を損害として被った」という。

ここで本件土地について記しておきたい。阪神淡路大震災によって、当該地域の大地が広範囲にわたり歪んだことがこの土地紛争の背景に存在している。大震災に言及することなく関電側が主張する筆界（所有権界）なるものと、大震災以前の土地利用を継続したままの占有界との乖離は、2つの小さな地片として浮かび上がった。そのひとつは0.53㎡、もうひとつは0.10㎡で合計0.63㎡にすぎない。関電側が土地利用可能性のない経済的にも無価値というのは当然である。

4.1.2 第1回調停に向けて被申立人が提出した‘照会（回答）書’

半分は望むような形で被申立人になったわたしは、2013年2月23日付け

で‘照会（回答）書’を作成し、岸和田簡易裁判所に送付した。裁判所が示した‘照会（回答）書’の様式にしたがって記述したので、そのままの形で再現したい。

・調停委員会がわたしに与えた第1問

裁判所（調停委員会）がわたしに与えた第1問。「申立書に書かれている請求の原因（紛争の要点）には、間違っているところがあります」との回答を示し、関電の提出した‘調停申立書’にやώρα反駁を開始することにした。

‘調停申立書’の「第1 申立人の事業および本件土地について」のところについては、「関電が所有していた土地は、「従前は申立人の社宅用地であったが、平成7（1995）年（阪神淡路大震災後）社宅は廃止され、（当該）土地は一旦更地とされた後、平成19（2007）年に、申立外マートンホーム株式会社に貸与され、申立外マートンホームがオール電化体験住宅を建築した」とある。

ここで問題としなければならない事実は、申立人関西電力株式会社（以下「関電」という。）が任意に社宅を廃止し、いったん更地にし、その後12年間駐車場として利用していたわけではないということにある。よく知られているように、1995（平成7）年1月17日に‘阪神淡路大震災’が発生し、当該紛争土地を含む西宮市のこの地域は震度7の未曾有の激震に見舞われた。周辺の多くの家屋、とくにピロティ形式のマンションはほとんどが見事なまでに破壊された。直近の隣地においても、現住家屋が倒壊し多数の居住者が死亡した。関電が‘社宅’と称しているものは、1977（昭和52）年に申立て外、故・山本隆司が関電より土地を購入し居宅新築の工事着手のとき撮影した、添付写真1（略）で分かるように（赤い屋根の）平屋で、このあたりでは‘関電の寮’と呼ばれ、管理人夫妻が住んでいたとされる。この老朽化した関電の寮が全壊したことが

‘社宅廃止’の実態である。被申立人の両親が「ジェットコースターみたいだったよ」と語っていた、このときの阪神淡路大震災の直後、被申立人は当時在住していたつくば市から見舞いに戻り、記憶によれば自宅の庭に15センチ程度の大きな亀裂が隆起していた。たまたま見つけたアルバムにそのときの付近地（当該土地から100m程度）、夙川公園の大地の亀裂を写真2（略）（裏面に1995（平成7）年2月13日撮影とある）として添えておく。

このとき関電側自らが付設していたブロック塀（≒敷地境界）が全壊した。その事実は写真3（略）によって証明することができる。

被申立人の父親、故・山本隆司とその妻多美代は避難することを頑なに拒否し、全壊認定を受けた家屋に住み続けることを決意した。ブルーシートをかぶせたままの状態から、まもなく大修築の工事にとりかかった（「建てる以上にお金がかかった」と故・山本隆司は言っていた）。この現在も被申立人家族が住んでいる家屋は、登記簿に明らかなように、関電から1977（昭和52）年9月3日の売買により入手した土地に新築したもののままである。全壊した家屋は、新築したときの業者、新井建設が大修築を行った。その大修築にとりかかったときの状況が写真4（略）である。この写真4が物語るところは、大震災後更地（後に長く駐車場として利用）になった土地の周囲に関電は塀、および道路側は金網フェンスによって囲っている。南接する故・山本隆司宅の敷地との間のブロック塀もまた関電がみずから構築しなおしたものである。大震災後まもなく旧来の破壊されたブロック塀の名残を目安に建て直したものと容易に推測できる。係争地は震災以前はコンクリート造りの車庫であったが（1978年1月撮影の写真5（略）参照）、震災後、簡易でオープンなポート式の子車庫となった（申立書現況写真の上（略））。

ということは、現在の係争地を含む敷地につき、現実に故・山本

隆司は1977（昭和52）年に占有を開始し、大地が動き土地が伸縮した大震災の1995（平成7）年までの12年間自主占有を続けたことになる。

ひとつ敷衍しておくとして、被申立人が現在占有する敷地と南側の現在下駄ばきマンションが建っている土地の間の事実上の占有界と筆界もまた異なっている。要するに、阪神淡路大震災に激烈に揺す振られた西宮市坂手町一帯の土地は現実の占有界と不動産登記法上の公法的な境界である筆界との間に広く乖離がみられる地域なのである。関電は当然そのことを承知しての今回の調停申立てに及んでいる。邪推をすれば、当該土地のある西宮簡裁に調停を申立てず、わざわざ被申立人が寓居する岸和田簡裁に調停を申し立て、申立書に一語たりとも「阪神淡路大震災」の語がみられないのは社会的責任感のない悪意ある企業との印象を強くもたせる（被申立人の生活の本拠地が大阪府和泉市なので、合理性がないわけではない⁷⁾）。

後にもふれるが、関電は震災後新設されたマンホールに流入する下水路を境界だと強弁するが、以前は鉄板が載せられていただけである（1978（昭和53）年1月撮影の写真5（略）の右下）。阪神淡路大震災で下水路もこのとき大きく破壊された。山本宅の水洗便所を含む水回りは逆流がひどく（土地の形状が東から西に下がり勾配となっていた）、このときは敷地内の下水路の修復は故・隆司が負担している。

大修築のあとも大震災を挟んで係争地を含む敷地につき、被申立人側は30年間を優に超え、公然かつ平穩に自主占有を続けている。

7) 民事調停法3条1項は、「調停事件は、特別の定めがある場合を除いて、相手方の住所、居所、営業所若しくは事務所の所在地を管轄する簡易裁判所又は当事者が合意で定める地方裁判所若しくは簡易裁判所の管轄とする」と定める。ただし、この紛争を「宅地建物調停事件」と理解すれば、同法24条の「宅地又は建物の貸借その他の利用関係の紛争に関する調停事件は、紛争の目的である宅地若しくは建物の所在地を管轄する簡易裁判所又は当事者が合意で定めるその所在地を管轄する地方裁判所の管轄とする」との定めを適用する余地はあろう。

続けて、関電の‘調停申立書’の「第2 本件土地上の越境物について」に対する反論を試みた。

「申立人と申立外故・山本隆司（被申立人の父親）は、平成8（1996）年、本件土地と本件隣接地の筆界確認書を交換している（甲6（略））。同筆界確認書および現地に設置された境界プレートからすると」と書かれている。

後にもふれるが、今回の調停申立書の「第3 申立人と相手方との交渉について」にも述べられている通り、被申立人は一度も公法上の境界である‘筆界’に異を唱えたことはない。当初、関電は（公的な）「土地境界票にしたがって」といつてきたのであるが、国土調査法に基づくものはない。下水路が土地境界となることは土地利用法上ままあることは承知しているが、自然の境界である下水路は表出しているのがふつうであろうし、本件下水路は震災以前より暗渠として使用されてきた。関電がこの震災後に西宮市が設置した地下埋設物の存在（流入する都市下水路）のマンホールの赤い矢印の標識をもって‘境界票’と言いつのってきた（申立書現況写真下）。公的な土地境界となれば、当該紛争地が東接する都市計画道路の歩道を含めた三者境界の位置に境界票を打設するのが合理的であるが、それは存在していない。また、今回の紛争が予見されたためか、マートンホームに底地譲渡ないしは第三者鳥谷に売却されるあたりに‘境界票’を打たせてほしいとの申し入れがあったが、断り、被申立人が事実として占有する敷地内に境界票なるものは存在しない（もし占有を侵し無断で標識を打設していれば違法である）。また、2007（平成19）年にマートンホームが関電から借地し、オール電化モデル住宅を建てたときには、それまでの実質的に境界として機能してきたブロック塀に至るまでを盛土している（モデル住宅は盛土の上に建設された）。

関電は「越境している」というが、係争土地は長年にわたり以前はコンクリート造り、現在はポート式の車庫として、故・山本隆司から被申立人の居住に至るまで、公然かつ平穩に継続して自主占有、利用しており、民法162条2項の適用があると認識している（所有権の時効取得）。また、見方を変えれば、係争土地は1977（昭和52）年の山本宅新築から35年を、車庫として、継続的に公然かつ平穩に占有・利用され、かつ、その継続的事実は外形上認識することができるのであって、民法283条を適用し、ある種の地役権、用益物権を獲得していると考えすることに無理はないと思われる。

関電が、この紛争を正面から土地所有権に関する争いとはせず、姑息にも損害賠償請求の姿を取ってきたのには、このような背景の存在が透かし見える。この紛争の本質は、係争土地を含む隣接する敷地の公法上の境界である筆界とは別の次元の所有権、占有権の理解にある。

関電提出の‘調停申立書’だけを見れば、わたしは誠意をもって交渉しようとしている関電側に対して、いわれもなく対応しようしない人非人ということになろう。これも真実とは異なるので、反論せざるをえない。

申立人が（交渉の当初は協力的とする）第3の1にいうように、公法上の境界とされる‘筆界’について争おうとしたことはない。問題とし、「もう、これは話し合っても無駄だ。話し合いの余地はない」と思ったのは「将来必要が生じた場合は越境部分の撤去に応じる旨を文書で確約してほしいと要請し、確約書の案（なるもの）を相手方に送付した」というところにある。

このとき、郵送され、またその後メールに添付ファイルとして付された確約書を別添資料として付すことにする。マートンホームに底地を譲渡すると知らされたとき、健全な常識をもつ市民であれば

どのように思うであろうか。関電側から最初にこのことを知らされたのは、2012（平成24）年7月14日の夜、職場から戻っての電話であった。その前の年、2011（平成23）年3月11日に東日本大震災が発生し、福島原子力発電所にまさかの事故がおき、いまも国家的な課題となっている。電力を商品とする関電は、全国の電力会社のなかでも原子力発電に依存する割合が格段に高い。福島事故から原子力発電を使えなくなった関電としては、悪化する経営状況をいくらかでも改善するために余剰資産を売却するのはそれなりに理に適っている。また、マートンホームは大手家電企業スタンリッジの連結子会社で、親会社は経営危機に見舞われている。そうすると、マートンホームに渡った土地建物は直ちに市場に出され、第三者に売却されることは火を見るより明らかなことである。

2012（平成24）年7月、関電から具体的な交渉の冒頭において示された、‘確約書’を見てほしい（わたしが‘照会（回答）書’に添付した）。関電が所有する土地を（車庫を構成する）「柵、カーポート、庇（以下「この物件」という。）の一部が侵害しており、当方（＝被申立人）に侵害部分の取去義務があることを確認いたします」とある。関電がみずから進んで実質的な境界としてこしらえたブロック塀の内側を長年にわたり（占有開始は1977（昭和52）年）車庫として継続的に平穏かつ公然と地域社会の中で利用し、大震災被災時等には近所の人たちにまで無償で利用させることもあった車庫につき、私法的に侵害だといわれる筋合いはない。ましてや当方（被申立人）が適法に占有利用してきたと固く信じる土地とその工作物につき、‘代執行’まで認めるかのような確認書に判がつけるはずがない。

確認書は、続けて「貴社（関電のこと）がこの土地を必要とされる場合」という。まさにマートンホームに売ろうとし、さらに第三者への転売が目睫に迫っていることは普通の人間であれば誰でもわ

かる。ということは、関電が頼みもしないのに勝手にこしらえてきた確認書を両目を瞑って判を押したらどうなるか（自分の企業を‘弊社’というなら分かるが、どうして‘貴社’と猛々しく書かれた文書をうやうやしく受け取らなければならないのか）。次のくだりが待っている。「当方（被申立人）がこの物件を収去・明渡ししないときは、貴社（関電）においてこの物件を収去されても異議求償しません。なお、貴社（関電）が要した収去費用については当方（被申立人）が負担するものとし、貴社（関電）から請求があり次第、直ちに支払うことをあわせて確約いたします」と。これは、土地収用法適用事業のように高度な公益性が認められる場合の公権力を背後にした‘代執行’と同様の法律構成を採用しているように見える。どうして、誰にも後ろ指をさされることなく、安定した平和な地域生活を送り、それが適法な生活基盤によって守られていると固く信じている当方（被申立人）が、このような市民間のきわめてありふれた相隣関係において、巨大企業とはいえ一私企業である関電の不動産ビジネスに関して、このような屈辱的な約定を結ばなければならないのか。その合理性は存在しない。語るに落ちるのは、確認書の最後の部分である。「また、貴社（関電）がこの土地の所有権を移転される場合は、承継者に対しても同様に本内容の義務を履行することもあわせて確約いたします」。

もう、いいかげんにしてほしい。実は、ここで判を押せば、一瀉千里に第三者への転売まで走ることが見えている。これから仲良く近隣共同生活を送ろうとする新規来住者（隣接地に居住する鳥谷さん一家）とどうして切った張ったのイザコザを招くかもしれない状況を自ら作り出さなければならないのか。係争土地に関し間違いなく私法上の権利利益を有すると確信する被申立人に対して、関電は勝手に社内のマニュアルに従って作成した確約書なるものの定めをまったく変更する気が見えなかった（2012年7月以来、この確約

書の内容についての話し合いをしようというそぶりはまったく見せなかった)。独立自尊の法主体である被申立人は、関電に対して、その僕婢であるかのように振る舞うわけにはゆかない。

(かたくなに交渉を拒否し不誠実となる) 申立書第3の2のついでには、「その後の相手方(被申立人)の態度は、申立人が送付した文書やメールを無視したり、申立人との現地での立会いに応じなかったりする等、かたくなに交渉すら拒絶し続けるという不誠実なものとなった」とあるが、それは申立人の側からの一方的な見方、認識、バイアスにほかならない。

‘筆界’は争う気はないし、いまま公法上はそのままにかまわないと思っている(関電が進んで勝手に登記簿をいじったのは、預かり知るところではない)。この紛争の初発である2012年の7月から9月は、職務の性格上、岐阜、名古屋、熊本など各地に出張(集中講義)せざるを得ず、そもそも交渉する余裕もなかった。しかし、2012(平成24)年7月8日から31回に及ぶメールのやりとりがあり(別添資料(略)参照)、うち10回は被申立人が関電側に送信している。たまたま関電から勤務先や寓居に電話を受け、電話口にてたときには、小一時間に及ぶこともあり、「公法上の境界である筆界は争う気はない。事実とその継続的積み重ねが形作ってきた関係土地利用の私法上の権利利益には配慮してほしい」と言い続けてきた。

しかし、かたくなに財務内容の改善を旗印とする関電の末端で用地業務を担当する西岡、藤川(その後、福留が後を襲う)は勝手に社内の関係業務慣行に従い、こしらえた確認書の内容のまま同意を迫ることを繰り返した。これでは「もう、話にならない」と思い、本務以外の余計な雑務を回避したことは事実である。

関電という巨大企業の末端で中核業務以外のところで健気に働く人たちの仕事と気持ちは分かる。しかし、巨大組織の中で一定の範

囲の裁量をもたされず、ただ時間だけを空費する交渉を職務上続けなければならない人たちは可哀そうで、同情を禁じ得ない。阪神淡路大震災に見舞われた地域で、私（被申立人）以外に対しても、関電は今回と同じような背景をもつ交渉を繰り広げているであろうことに想到すれば、関電の強圧的な確認書なるものに泣いてきた人、これから泣かされる人たちは少なくないものと思われる。

（関電が係争地を買戻したとする）申立書3の4は、当方（被申立人）が気づかり知らぬことである。係争土地の占有原因は、故・山本隆司への譲渡・利用にはじまり、大震災で被災破壊した境界ブロック塀も関電みずからが被災前と同じ位置と判断し境界に建設したものであり、底地売却を受けたマートンホームはそれを利用して住宅建設に資する盛土をした。故・山本隆司から被申立人の係争土地の平穏かつ公然の自主占有と、関電とマートンホームとの底地売買とは、直接的に法的因果関係を問われるものとは思わない。自らの実質的占有・支配の事実もない土地を表見的に完璧な所有権と誤認し、売却・買戻しというバーチャルな行為をしたのは、関電の自損、自傷行為にはかならない。

関電の‘調停申立書’の「第4 損害について」の反論は、以下のように記した。

申立人も自認するように、本件土地は、「非常に狭小な土地（0.63㎡（0.53㎡+0.10㎡））であるため活用は不可能であり、財産的価値は皆無であるといわざるを得ない」。だとすれば、当初から、現在の法的に安定している事実上の私法的な土地利用秩序を尊重すべきであり、被申立人が関電担当者の藤川に電話でも口を酸っぱくしていったように、公法上の境界である筆界と私法上の所有権界、占有界を次元の異なるものとして業務を遂行していれば、このような事態には至らず、経営体としても意味のない502,618円の支

出はしなくてよかったはずである。

逆に、被申立人の時間とエネルギーを内容とする直接的損害は、72,000 円に該当する。これに調停に応じるために岸和田簡裁に出かける交通費とそのために費消せざるを得ない半日は 15,000 円に相当する。さらにこれは日本の訴訟実務では認められるところではないが、このような関電の嫌がらせ、古代ローマ法に由来するシカーネ禁止に類するような私的領域への侵入に対して 10 万円の慰謝料を請求する。計 187,000 円の損害賠償を関電側に提示する。

最後のくだりは、関電側から余計なイチャモンをつけられて、貴重な時間をつぶされているとのウラミ節にはかならない。

関電の‘調停申立書’の「第5 まとめ」は、調停委員会に対して、‘わたしから筋違いの 502,618 円を取り返してくださいね’というお願いであるが、仕方がないので貴重な時間を割いて、裁判所の見学にはゆくが、請求（申立て）の趣旨は呑めるはずがない。

被申立人はこの申立人、関電の嫌がらせの調停申請に応えることにするが、前記確認書なるものに発する、（平穏な係争地を含む現在の土地利用に関する）法的安定性を支える事実、現実の土地利用の私法秩序を否定するような主張に納得することはない。

うえにもふれたように、大地が登記簿の規律を超えて動揺した阪神淡路大震災の被災地に、関電は今回のような事案を相当数抱えているものと思われる。本事案の帰趨は別として、せっかく神よりいただいた機会であるので、今回の経験を踏まえ、関電の横暴に泣く市民を支援する意味でも、この顛末をなんらかの形で公表するつもりでいる。

関電の不手際により現出したミクロな2地片については、このまま関電に登記簿上の所有を残し、記念碑として保存すべきもののように思う。

庶民の生活をめぐるさまざまな事件は、裁判訴訟も含めて、公開されるものは極めて少ない。民事調停事件については、‘記録の閲覧等’を定めた民事調停法12条の6が当事者または利害関係を疎明した第三者には、調停事件の記録の開示を定めているが、調停にあたった民事調停委員に対しては評議の内容、調停の当事者についての守秘義務が課されている（同法37条、38条）。折角の貴重な経験であるので、同様の問題に悩む市民の存在に想到すれば、いずれ公表したいとの気持ちが‘照会（回答）書’のこの部分に吐露されていた（‘照会（回答）書’を見た関電側は、機関リポジトリを通じて、すでにこの原稿のインターネット上での公表を覚悟していたことになる。わたしが不意打ちをくらわせたわけではない）。

・調停委員会がわたしに与えた第2問

‘照会（回答）書’様式の次の問いは、「上記に書かれたこと以外に、この件について、あなたの言い分があればお書きください」である。それに対するわたしの回答は、以下の通り。

「阪神淡路大震災の被災地で生まれ育った被申立人としては（およそ40年ぶりに係争地を含む土地所有者である山本多美代の介護支援のために関西に戻ってきた）、あの悲惨な大自然災害への認識なく、私的土地利用秩序が未曾有の大災害の前後で一ミリの狂いもなく連続しているような認識の申立人の社会常識を疑わざるを得ない。少なくともこの紛争の当事者としての印象は、地域社会に必須不可欠の電力を供給している関電は、市民に接する末端では、慇懃無礼であり、官僚的で、市民感覚を理解しようとしにくい酷い組織文化をもつ企業だということである。」

・調停委員会がわたしに与えた第3問

最後の問いは、「あなたは、これまでこの件について、申立人と話し合ったことはありますか」というもので、選択肢が与えられ、「あります」にチェックを入れ、「電話でも、メールでも、阪神淡路大震災後に形成された、

現在の法的に安定している事実上の私法的な土地利用秩序を尊重すべきであり、一方的に押し付けられた確約書に同意することはできないということを言ってきた」と記している。

4. 1. 3 第1回調停の実施

2013（平成25）年3月12日（火）の第1回調停の当日、自家用車では来ないようにとのことであったので、午前10時からの開始であるが、朝早く寓居を出て、泉北高速鉄道と泉中央駅から路線バスを利用することにした。路線バスはあたりを周回し、小1時間かかって到着した。とにかく不便なところにあった。待合室には年配男性の先客がいて、なんとはなしに話をした。猟犬を連れて猟にいったところ、自分の猟犬が他の所有者の猟犬を噛みけがをさせたところトラブルになり、調停事案となり、2回目の調停に来ているというのである。遅れて年配女性2人と弁護士と思われる男性が入ってきて、話しぶりからすると、老親の世話と財産が絡んだ家事調停だと推測できた。

10時を少し過ぎたところで、調停委員のひとりが来られ、調停室に案内された。調停委員2名からの問いに答えて、わたしが提出した‘照会（回答）書’の内容を話した。紛争にいたった大きな原因が関電の示した‘確約書’にあることを指摘した。調停委員氏も「この確約書の書きぶり、内容は確かにおかしい」と認めた。また、関電側が損害賠償と言っているが、関電が係争地の買戻しによって生じた経費は、わたしの「故意又は過失によって他人（関電側）の権利又は法律上保護される利益を侵害」⁸⁾したわけではなく、わたしに不法行為は成立せず、損害賠償事件としての性質をもつものではないと説明し、わたしには、これも調停委員氏の同意を得られたもののように思えた。結局は土地利用上の紛争で、当事者が互譲の精神で調停に応ずるとすれば、結果的には登記簿上に表出してしまった1㎡にも満たないわずかな地片の事情を踏まえた取引ということになるはずだと述べ、これも了解

8) 民法709条。

してもらったように思われた。

これだけを話して待合室に戻り、調停委員は今度は関電側を調停室に入れ、わたしの言ったことを伝えたと思う。結局、損害賠償という錦の御旗は降ろされ、次回調停期日で関電側との金額交渉ということになった。時間を空費する面倒がいやで、不本意ではあるが、実質的に関電が非を認め、名目的な金銭取引で落着くなら、それでもよかろうと思った。次回調停期日(4月23日)を打ち合わせ、事前に関電側から和解案の提示がなされるということでした。午後11時あたりに終わり、午後から職場で連続して会議があるので、簡裁入りの電話でタクシーを呼び、あわてて職場に向かった。そのとき、簡易裁判所の駐車場がガラガラであったので、もう二度と不便な路線バスは利用するまいと心に決めた。

4.2 第2回調停に関して

2013(平成25)年4月5日付けで、裁判所から事務連絡が届いた。「申立人から調停案が提出されました。ご多忙とは存じますが、電話または書面にて平成25年4月15日(月)までにご回答いただけますようお願い申し上げます」とあり、次のような申立人 関西電力株式会社からの和解(案)と題する1枚の紙葉が加えられていた。

本件の調停におきましては、本件土地を買戻しするに要した費用を損害賠償金として請求させていただいておりましたが、今回の期日以降につきましては、土地取引の方向で協議させていただきたく、下記のとおり和解案をご提示いたします。

なお、下記の和解案は、解決に向けた骨子であり、具体的な和解条項につきましては協議が整い次第提出させていただきます。

記

1. 相手方(被申立人であるわたしのこと)は、申立人が本件土地の買戻しに要した費用金502,618円を申立人に支払うものとし、

申立人は、相手方に本件土地を引渡すものとする。

①土地代金	272,244 円
-------	-----------

②分筆・登記費用	230,374 円
----------	-----------

合 計	502,618 円
-----	-----------

2. 本件土地には、マートンホームの譲渡先（登記名義人 鳥谷 敬）が所有するコンクリートブロック塀が設置されているが、相手側は申立人より現状有姿のまま引渡しを受けるものとし、申立人マートンホームの譲渡先に対し、現状維持を容認するとともに償金の請求を一切しないものとする。 以上

とにかくフザケテイル。これに対して、仕方がないのでこの内容では和解に応じられないという文書を作成し、簡裁に郵送したか、ファックスしている。‘提示された和解案の拒否’と標記した。

申立人関電は、当初、民法 709 条に依拠する不法行為による損害賠償請求を言い立てていたところ、今回示した和解案では不法行為による損害賠償請求は取り下げ、土地取引に変更したいとしている。ということは、申立人に発生した費用については、被申立人である私には故意または過失はなかったと認めたことになるはずである。そうすると係争地については関電が底地を申立外マートンホームに売却しようとした時点でそのような交渉の仕方をすべきであって、関電には故意過失によって簡裁への不服申立てに至る被申立人に筋違いの余計な負担を負わせたことは明らかである。このことについての反省なく、なすべきことをせず（関電の自損行為で）発生した経費のすべてを被申立人に押し付けられるいわれはない。

「兵庫県南部地震による土地の水平地殻変動と登記の取扱いについて（平成 7 年 3 月 29 日付け法務省民三第 2589 号民事局長回答）」は、以下のような公権的判断を示している。

この度建設省国土地理院が阪神間の一・二等三角点について緊急測量を実施した結果、本年（平成7年）1月17日の兵庫県南部地震により、三角点の水平移動が数センチメートルから数十センチメートル生じていることが判明した。

ついては、上記地震により水平移動した地表面を測量した地積測量図を添付した登記の申請・嘱託事件等の取扱いについては、基本的には次のような考え方によって処理することとする。

記

地震による地殻の変動に伴い広範囲にわたって地表面が水平移動した場合には、土地の筆界も相対的に移動したものとして取り扱う。

なお、局所的な地表面の土砂の移動（崖崩れ等）の場合には、土地の筆界は移動しないものとして取り扱う。

この法務省通知にしたがえば、阪神淡路大震災の震度7の揺れに強襲された西宮市坂手町一帯は‘土地の筆界も相対的に移動したものとして取り扱う’べきところであったことがわかる。関電は当該大震災で社宅が全壊し、震災後更地とし駐車場として利用するに当たり、震災前の敷地境界（以前の筆界）にそって改めてブロック塀を積んだ。その後、関電はみずから築造したブロック塀と異なるところを、出入りの測量業者を使って現在‘筆界’を主張することになった。今は亡き被申立人の実父、山本隆司は、事情を十分に承知しないまま、この現実には敷地境界として機能しているブロック塀と異なる‘筆界’につき、平成8年4月16日付けの筆界確認書に判をついた。

前回示した通り、被申立人はこの筆界確認書は合理性を持つものではなく錯誤の可能性はないわけではないと考えているが、前記山

本隆司の署名捺印の筆界確認書の存在から公法上の筆界は争わないと述べ、山本隆司が関電から譲渡を受け、昭和52年以来公然と自主占有し、利用してきた現行土地利用秩序を尊重するようにと終始言い続けてきた。

被申立人としては、このような経緯に一切考慮を払わず、みずからの落ち度で発生した経費の全額を負担しろとの申立人の主張に應じるわけにはゆかない。

以上の理由で、申立人の示した一方的な和解案には十分な合理性が存在するとは考えられないので、拒否する。

マイカーで出かけた2013年4月23日（火）午前10時からの第2回調停では歩み寄りは見られず、早々に終わった。ここでわたしが感じたのは、調停という互譲の精神で妥協しようという場に出てくる職員に裁量が与えられていないということはどういうことかとの思いである。手足を縛られた木偶を送り込んで、上手な交渉と妥協ができるはずがないとの思いは、この紛争を通じて、最後まで抱くことになった。

4.3 第3回調停をめぐって

物別れに終わった第2回調停の翌4月24日付けで、簡易裁判所からまた封書が届いた。第3回調停を2013年5月21日（火）の午後1時30分から行うとの調停期日呼出状とあわせて「事務連絡」が添えられていた。そこには、「昨日の調停期日にて、申立人（関西電力）から土地については取引の方向で話し合いをお願いし、請求金額で譲歩させていただくということで、山本さんとの話し合いを再度行いたいとの希望がありました。ご多忙中のところ恐れ入りますが、いま一度、調停期日にお越しいただくようお願いいたします。なお、何かご要望があれば、ご一報いただけたら幸いです」と書かれていた。わたしは、5月15日付で、簡易裁判所あてに次のような見解を伝えた。

5月21日（火）午後1時30分に呼出を受けており、‘出頭’するつもりでいますが、相手方申立人関西電力株式会社が以下の3点について十分な説明と対応をなし得ない場合には、これで調停不成立ということにしたいと考えております。事件の種別が損害賠償請求となっておりますが、すでに申立人は被申立人に故意または過失があつて申立人に被害が発生したのではないと認め、‘経済的価値はない’と申立人が評価している名目的な僅少地片の買い取りを求め、しかも減額的意思を示しております。

被申立人が互譲の精神をもって、調停に応ずる3条件は、以下の通りです。

①当初から誠意をもって話し合いをしようとせず、2月23日付けの被申立人の回答書に添付した私人を愚弄するような尊大な確約書（関西電力神戸支店長宛て）を示し、同意を迫ったことが紛争の原因となっており、その後勝手に手続きを進行させその不始末を被申立人に押し付けたことについての組織としての謝罪書面を要求します。

②経済的価値がないとする名目的な土地の登記その他の申立人が払ったとする経費につき、どの程度の減額を考慮しているのか、明確に示すこと。被申立人が蚊帳の外で行われた‘取引’の後始末の責任の大半を押し付けるかのような金額でないことを要求します。

③登記面等についての後始末も関西電力側の負担で誠意をもっておこなうことを要求します。

マイカーで出かけた5月21日（火）の第3回調停期日では、わたしの意見も参酌されて進められたと記憶している。関電側は社内手続きにのっとって進めたもので謝罪文はだせないとしたが、調停委員から調停案（和解案）に関電の謝罪を意味する文言を書き込む方向で検討することが示された。しかし、金額面では事情を踏まえた意味のある減額案はその場では示されず、

調停委員氏から、わたしの立場からすればどの程度の減額であれば和解に応じるかと尋ねられた。第3回調停も物別れに終わった。しかし、この調停の手続きはまだ終わらなかった。

5. 南側の隣地との筆界問題の発生

2013年5月末に藤井彰人事務所というところから、西宮市坂手町の実家に封書が届いた。名宛は土地建物の所有者名義の母親となっている。文面には、「突然のお手紙で失礼いたします。当方は土地及び家屋の調査・測量並びに登記申請の代理の業務を行っております司法書士。土地家屋調査士事務所でございます。この度、山本様のご所有地に隣接しております南側の土地（賃貸マンション、ユークリッドブルーバード）の所有者であります和田様より土地の測量を依頼され、現地調査しましたところ、道路側の境界点には以前入れられていたと思われる境界標がなくなっております。そこで、現地にて境界の確認をしていただいた後、境界標を埋設し、後日協定図面に承諾印（印鑑証明書付き）を頂戴いたしたいと思っております。なお、1985（昭和60）年に前の所有者と山本様の間で、境界協定をされたと思いますが、当時と状況が変わっており、境界標も亡失しているため、新たに境界協定をさせていただきたくお願いいたします。つきましては、境界確認の立会いをお願いいたしたくお手紙にて誠に失礼でございますが、ご挨拶を兼ねて資料を送付させていただいた次第でございます」と書かれていた。

亡くなった親父が関電所有地側だけでなく、反対の南側の境界も阪神淡路大震災で動いていると言っていたのを記憶しているわたしは、この藤井事務所からの連絡に対しての返事として、2013年6月10日付けの「西宮市坂手町の土地境界立会いの件について」との標題を付け文書を郵送した。

貴事務所が速達の封書を郵送されながら、返信が遅れて誠に申し訳ありません。ユークリッドブルーバードと称するマンションの土地を所有される和田さんに代理し、業務を行っておられる西宮市の

土地についてのことです。貴事務所から、隣地境界に関する協定締結のため立ち合いが求められております、西宮市坂手町の土地所有者は封書の宛先とされた山本多美代ですが、彼女は配偶者であった山本隆司の没後、体調を損ね、高齢でもあり、現在は大阪府南河内市の老人福祉施設に入っております。彼女の娘である黒田敬子（嫁ぎ先の大阪府東河内市在住）が成年後見人を務めております。わたしは、彼女の長男で、現在、職務の関係で大阪府和泉市に住んでおります。坂手町の土地を敷地とする木造2階建ての住居には、管理を兼ねてわたしの家人が住んでいます。今回の隣地境界に関する協定締結については、妹とも相談をしなければなりません、おそらくわたしが窓口になるものと思われます。

貴職も、業務上、全国各地で民事事件において隣地境界をめぐるトラブルが多発し、その解決に無駄な時間とエネルギーが浪費されていることはよく御存じだと思います。わたしも身近なところでいっては、できるだけ将来における紛争発生への懸念を取り除いておきたいと念じています。隣地境界を画定する協定を結ぶにあたっては、坂手町36番の土地の現在の所有者である和田さん、そしてこれから譲渡を受け、隣人となるというよりも、隣地とそこに建つマンションの所有者となる個人や法人と良好な関係を維持し続けたいと思っております。

結論から言いますと、現在の塀が設置されているところで民々境界確認をしていただき、現在の事実上合理的な私法的土地利用秩序をあらわしている占有界ないしは所有権界にもとづき更生登記していただきたいと考えております（土地家屋調査士を擁する貴事務所の専門的職務範囲のはずです）。もしくは同等の法的効果が実現しうる措置をお願いしたいと念じています。

その理由は、1995年（平成7年）1月17日に発生したマグニチュード7.3の阪神淡路大震災にあります。坂手町を含む西宮市は

震度7で、当時は坂手町のわたしどものうちの敷地内の庭にも見事な何センチかの落差のある地割れがしていました。ご存知の通り、付近では多くの人たちがこのときの震災で死亡いたしました。法務省民事局は「兵庫県南部地震による土地の水平地殻変動と登記の取扱いについて（平成7年3月29日付け法務省民三第2589号民事局長回答）で、以下のような公権的判断をしています。……（法務省回答略）……

この法務省通知にしたがえば、阪神淡路大震災の震度7の揺れに強襲された西宮市坂手町一帯は‘土地の筆界も相対的に移動したものとして取り扱う’べきところであったことがわかります。

2005（平成17）年の不動産登記法等の一部を改正する法律によって新たに導入された筆界特定制度なども同様ですが、かつての筆界（公法上の土地の境界）を無理やり探し、それぞれが長年にわたり公然占有してきた現在の坂手町の拙宅と和田さん所有の土地との事実上の境界とは別にわずか1平方メートルにも満たない財産上はほとんど価値のない地片の齟齬を見つけ、‘公法上の境界’とするものをあたかも民法上の土地所有権の境界でもあるかのように取扱い（それが多くの場合に行われるようですが）、後々の紛争の種を作ることは得策だとは思えません。現在の塀が設けられ、死んだ親父が目隠しをつけてくれと和田さんをお願いし、その上にフェンスをつけていただいたわけですが、それは相続が困難で前所有者が和田さんに売却されたときの事実上の境界にそのまま設置されたものです。そしてその境界こそが地震以前の筆界だったはずです。

上記に述べた卑見に合理性があると思われ、現行土地利用秩序を尊重されるご意向をもたれ、和田さんの利益を配慮されながら、処理されようとされるのであれば、最大限のご協力を惜しみません。早期の決着を目指します。現実の長年にわたる私法上の土地利用とは別に‘公法上の境界’を敢えて探し求める無益なお仕事をされる

のであれば、立ち合いは遠慮させてください。近い将来の意味のない紛争に道を開くことになりかねないからです。

専門的な知識とスキルを備える貴事務所の大所高所からのご判断を切にお願いいたします。

わたしの素人的な意見に対して、藤井さんは6月13日付で、次のような返事をくださった。

お手紙拝読させていただきました。山本様の貴重なご意見ありがとうございます。早速、和田様と連絡をとりまして山本様のお申し出を伝えましたところ、山本様のご主張の通りで、境界協定をすることで同意されました。

つきましては、測量図面と現況写真をお送りいたしますので、現地に来られる日時をお教えいただければ幸いに存じます。

ご連絡いただきましたら、当日現地にてお待ちいたしますので、よろしくをお願いいたします。

これで南側の境界問題は円満に落着いてしまった。岸和田簡易裁判所で民事調停の手続きを無駄に繰り返している関電側の境界紛争とその反対側の和田さん所有の土地とは、まったく事情を同じくしている。南側の和田さんとの境界協定は現在の事実上の敷地境界を筆界とすることで、あっけないほど簡単に解決してしまった。この藤井さんが迅速かつ巧みに和田さん所有の土地との境界協定を締結したやり方は、その気になれば関電にもやれたはずである。マートンホームに話をし合意を取り付けければ、現況土地利用を踏まえた更生登記ができたはずである（1㎡にもみえない登記簿上の微小な関電所有地も出てこなくてすんだ）。ばかばかしいとしか言いようがない。

6. 第4回調停は

岸和田簡易裁判所調停2係から、2013（平成25）年7月2日付の調停期日呼出状が届いた。7月9日（火）午後1時30分、場所は「当裁判所第6

調停室（3階）’とある。併せて、7月2日付けの事務連絡が封入されており、「前回の調停期日でお話のありました調停案（和解案）が申立人から提出されましたので送付いたします」とあった。その申立人、関電側から提出された‘和解案’という標題のついた文書1枚を下に掲げる。

前回の期日で検討することといたしておりました事項につきましては、下記の通り、ご提示いたします。

1. 書面の提出可否

調停調書に以下の内容を記載する。

（記載内容（案））

弊社は、弊社所有の本件土地上に存する柵、カーポート、庇の取り扱いについて、これらの物件を管理している山本様に協議を申入れておりました。しかし、申入れにおいて、弊社が十分に説明ができていなかった等、対応に不備があったことから、今回山本様が気分を害されてしまったと考えております。今後は、このようなことがありませんよう、注意してまいります。

2. 土地代の検討

分筆費用の請求を撤回し、土地代を金217,000円とします。

なお、本件土地所有権登記に係る費用の一切は、買主である山本様のご負担といたします。

3. 本件土地上に存するコンクリートブロックの取扱い

本件土地には、隣接地（関電からマートンホーム、さらに譲渡された現在居住する隣人の敷地）の所有者が所有するコンクリートブロック塀（もともとは大震災後、関電が設置したもの）の一部が設置されています。山本様は、弊社から本件土地の譲渡を受けた後、隣接所有者に対し、本物件の設置を容認するとともに、償金の請求等を一切しないものとします。なお、

この取扱いについて山本様と隣接土地所有者との間で書面を取り交わしていただきたいと考えております。

この関電から示された和解案を見せられて、もう嫌になった。何のために、お互いに貴重な時間をつぶして、これまで3回も調停期日に臨んできたのか。ばかばかしくなって、やおら最後通牒を書くことにした。南側敷地境界で円満に片が付いたことも自信をもたせた。7月4日付で、下に掲げる‘提示された和解案を拒否（意見）’と題する文章を書き、（確か）ファックスを裁判所に流した。

7月2日付の事務連絡に同封していただいた申立人関西電力株式会社
の提示した和解案はとうてい受け入れることができません。この
延長上で簡易裁判所が調停を進められる場合には、異議申し立て
を行います⁹⁾。理由は以下の通りです。

① 5月末に山本多美代（被申立人 山本順一の母親）が所有する
坂手町の土地に南接するマンション ユークリッドブルーバード
の敷地を所有する和田豊ほかから筆界確定の手続きをしたいと
の申し入れがあった。測量によって、阪神淡路大震災により3
センチ南に土地が動いていることが判明した。事務を委任され
た司法書士・土地家屋調査士をまじえ話し合い、先日、現在の占
有界を筆界とすることで筆界確認書を取り交わした。法務省民
事局の「兵庫県南部地震による土地の水平地殻変動と登記の取
扱いについて」（平成7年3月29日付け法務省民三第2589号民
事局長回答）という通知の存在もあり、1か月足らずで円満に
現在の占有界を筆界とすることでの合意に達することができた。

同じ事情にある坂手町の関電所有名義の極小地片についても
同様の処理ができたはずであるし、被申立人は同じことを関電

9) まずこのような調停委員が一生懸命和解を進めている紛争ではありえないのであるが、調停委員会は調停に代わる決定を行う権限をもっている（民事調停法17条）。しかし、当事者から異議申立てがあれば、この調停委員会の決定はその効力を失う（同法18条）ということを意識しての表現である。

担当者に言ってきた。申立人関電が、この合理的な解決手法を一顧だにすることなく手続きを進めて今日の紛争に至ったわけである。不動産取扱いの専門部署としてはあまりにもお粗末な処理をしたわけで、その責めは関電側が負うべきである。

- ② 和解案に示された「書面の提出可否」であるが、説明の不備という言い方をされているが、居丈高な確認書の内容をごり押しし、内容に対する相互の検討を拒否したのは申立人の側であって、(当初の確認書案を)十分に説明しさえすれば合意に至るわけではなかったのであって、中身の検討に関しても不誠実であったことを認めるべきである。たんに被申立人が気分を害したというのではなく、南接する隣地との交渉合意と比較しても、合理性に乏しいからハンコをつかなかったので、感情的な問題でことここに至ったわけではない。
- ③ 「土地代の検討」に示されている 217,000 は(現実には)土地代とするものの(ほぼ)全額¹⁰⁾で、ふりまわされた被申立人として、「(申立人は) なにも悪いことをしているわけではない。土地をまるごと買え」と言っているにひとしく、とても呑めるものではない。徐々に減額交渉に応じ、そこそこのところで妥結すればよい、という姑息な交渉態度がうかがえ、その不誠実さにはほとんど愛想がつきる。被申立人としては、紛争の継続は望むところではないので、ほんとうは南接する土地のように無難に合意できたはずであるが、一定の金額は仕方がないと前回の調停でも担当者に告げ、そのことは申立人にも伝わっているはずであるが、「まるごと買い取れ」というのはおかしい。
- ③ 「本件土地上に存するコンクリートブロックの取扱い」についても、南接する坂手町 36 番の土地所有者が阪神淡路大震災で土地が動いたということを相互に認識しつつ、合意した事実を徴す

10) ここで提示された金額は関電側が時価とするものの 8 割相当額で、下にもあるように、あらためて登記費用をこちらにもてといっているので、それを足しあげれば現実には譲歩していないに等しい。

れば、大震災なき状態での論理であまりにもひどい。

以上の理由で、三度目の話し合いというのに申立人はなんの学習もせず、かたくな態度に終始しており、申立人の提示した和解案は全面的に拒否する。

7月9日（火）の午後1時半、いつもはおふくろの見舞いに行く日であるが、仕方なくマイカーで岸和田簡易裁判所に向かった。指定された調停室に入り、いつもの調停委員さん2名とお会いするなり、「もうやめましょう」と切り出した。南側の和田さんとの1件の話もした。調停委員のひとりとは、ボソッと更生登記もあり得たというニュアンスのことを言われたように記憶している。調停委員の方もいっておられたが、4度も調停期日を実施するということは極めて珍しいようで、「わたしも経験したことがない」と言っておられた。そして、調停委員のお二人は、わたしに席を外させ、わたしは待合室に控え、関電側を調停室に呼び入れられた。密室での話は分からない。あらためて調停室に呼ばれ、はじめて関電側担当者のさえない雁首ふたつをみるとともに、調停主任である裁判官の顔もそのときはじめてみた。調停主任氏は、「申立人の関電側は、調停申立てを取下げられました¹¹⁾。これで調停手続きは終わります」とのたまわれた。訴訟物が50万円足らずでは、訴訟経済の点で引き合わない。実質、関電の見事な負けである。

大震災で大地が動き、現実に見えない筆界が動いたにもかかわらず、自分たちの都合で筆界らしいものを探しだし、従前は適法に実父が所有していたはずの土地の先端部分をわがものと言い募ってきた関電側が、実はかつて自らが設置した境界のコンクリートブロックが関電側の見方でもこちらの‘土地所有権’を侵害していた事実を最後の最後に認め、みずからは手を下さず、現在の相隣関係で処理してください、すでに譲渡したわたしどもは関係ありませんというのも虫が良すぎる。

大震災前後で大地が歪み、かつての筆界と占有界の乖離は、当初は0・63

11) ‘調停の申立ての取下げ’は、民事調停法19条の2が定めている。

m²といていたものが実はもっと少なく、0.5 m²をきっており、南接地と同様、関係者を説得し、現在の占有界で更生登記をすれば市民社会に余計な波風を立てることはなかった。

この極小の地片の所有権らしき外観をもつものを活用し、さらに今後わたしに嫌がらせをしようとすれば、そのときはローマ法以来の法原則である権利濫用の法理の適用を免れないであろう。現在の土地登記簿は電子化されている（ハズである）。現実の大地には関西電力所有の旗の立った0.63 m²は見えるはずもないが、法務局のデータベースの世界の中には記念碑として存在し続ければよい。現実の本件土地はやがて私法的には取得時効が支配するところとなる。

本稿の意義は、紛争の根因であった、調停委員氏の言葉によれば、関係業務のマニュアルにそった信じられないような文言で、しかも関係職員が一字一句変更する交渉のテーブルにつけなかった確約書案の存在を明らかにし、関西電力という大企業が体質の一部にもっているかもしれない、時代錯誤の事大主義的な組織文化を断罪するところにある。担当役員がわたしと同じような経験をすればどのように感じるか…… わかってはいただけないでしょうね。

ちなみに、ある書物によれば、平成23（2011）年度の司法統計は、一般民事調停事件の新受事件総数5万2814件のうち、「調停成立34.5%、調停に代わる決定27.7%（うち異議の申立ては全終局事件の0.3%）、取下げ10.1%、調停不成立25.1%」¹²⁾だそうである。わたしが突如巻き込まれた民事調停事件は全体の1割にあたる「取下げ」で落着いた。

（やまもと・じゅんいち／経営学部教授／2013年10月7日受理）

12) 大段亨・正木常博・岡田洋佑『簡裁関係訴訟（最新裁判実務大系）』青林書院、2013、pp.532-33.

The High-handedness of Kansai Electric Power Co., Inc. in a Nook of Civil Society

YAMAMOTO Jun-ichi

It is the intent of this paper to point out the high-handedness of Kansai Electric Power Co., Inc. (KEPCO), that is one of typical powerful, regional monopolistic enterprises in Japan. The company came out in the author's presence as a real estate business. Great Hanshin Earthquake occurred in 1995 influenced the boundaries between privately-owned lands around Nishinomiya City. This story is the course of a legal dispute about the privately-owned land boundary between a ordinary citizen and KEPCO, which followed upon the civil conciliation procedure in a summary court.

社会性を実現するビジネスとは どのようなシステムか

牧 野 丹奈子

はじめに

1. 社会性を記述するシステムの要件
2. 動的で自律的なシステムの要素—オートポイエシス論からの示唆
3. 社会性を目指すパートナーシップの「関係」—マーケティング3.0からの示唆
4. 「関係」を要素とするビジネス（事例）

おわりに—社会性と事業性の関係

はじめに

今日、過剰な市場主義が目先の利益や部分最適化を追求するあまり、社会の長期的な安定性や発展が行き詰まりを見せている。今、求められるのは、短期的利益や効率化追求だけにとらわれず、社会性を取り込んだ新しいビジネスのあり方である。そこで筆者はこれまで社会性を実現するビジネスの成功事例をいくつか見てきた¹⁾。そこでは、たとえば知識、肉体はもちろん、情緒、信条、価値観や人間関係までを含むいわば“全人的な個人”として働く姿がみられた。また、身近な人を助けたい・役に立ちたいといった気持ちから、自分が持つ価値ある情報を惜しみなく与えあうような人のつながりが

1) たとえば牧野（2010）、牧野（2011）、牧野（2012）牧野（2013 A）。

キーワード：社会性、事業性、システム、関係、要素

みられた。また、社会性を絶対的な方向としながらも、個々人があくまでも目の前の本業の精進し、その付加価値として社会性を創発する経営戦略がみられた。いずれの場合も、現場で働く個人はさまざまな人や事象と関係することによって、その瞬間に自分自身の価値観を発揮し価値の情報を生み出しながら、ビジネスの社会性を探しては実現し続けていた。このような個人はもはやたんなる組織の“要素”ではない。従来の多くの経営システム論で見られてきたような経営組織が＜全体＞であり個人が＜要素＞であるという静的な構造では示せないシステムがそこには見られた。

では、個人が要素でないならば、何が“要素”といえるのか。すなわち社会性を実現するビジネスとは一体どのようなシステムなのか。この問いを検討することが本稿の目的である。

1. 社会性を記述するシステムの要件

ビジネスをシステムとして捉えるのは、たんにビジネスの仕組みを示したり分析したりするためだけではない。構築されたシステム（モデル）に則って、リアルなビジネスが見直されたり新しく設計されたりする。このように、システムはリアルなビジネスに対する指針としての役割も担う。したがってときには、リアルなビジネスの方がシステムの内容や解釈に引^レ張^レられる形で突き進むこともある。たとえば、以下のような話である。

近代化が進み、資本主義経済が発達してきた頃、経済を安定的に管理するための理論やシステム・モデルが必要となった。そこで生まれた「経済学の理論は、19世紀の物理学をモデルとして生まれてきた」ために、「対象を観察者の視点でとらえる」理論となった²⁾。たとえば経済学では組織は利益最大化を目標とするものとみなされるが、これも観察者の視点によるものだと西山賢一はいう。「利益を最大にする活動体として、経済学が組織をとらえるとき、必ずしも組織が意識的に利益を最大化しようとしている必要はない。組織のさまざまな内的な活動の結果として、利益が得られたり得られな

2) 西山 (2000) 31 ページ。

かったりする。そして利益が最大になるようなときに、組織は存続してきた。この過程を外側から記述する経済学者にとって、利益最大という目的を導入することで、整合的に記述することが可能になる。この観察者の立場は、経済の営みを大づかみにするうえで有効」となったのである³⁾。たとえば、「経済学者が極大化されるべきものとして考えている“効用関数”」⁴⁾についても、観察者の立場から人間生活の一面を取り出したものになっている。それはあたかも「人間生活の全体を貨幣的交換の平面に写像」されたモデルであると村上泰亮は指摘する⁵⁾。このようにリアルな経済について観察者の立場から整合的に説明できる貨幣的側面だけを写像してできたモデルが、経済モデルとして一般化されていったのである。

このような経済モデルにならってビジネスのモデルにおいても、組織は利益最大化を目標にする活動体として捉えられた。そして、この利益最大化という絶対目標が階層的に細分化されながら具体的な実行につながっていくものと捉えられた。例えば効率化の問題を解くとき、現実をこのような階層構造のシステム・モデルとして捉える考え方は非常に有効である。このシステム・モデル自体には何の問題もない。問題は、私たちがこのようなシステム・モデルをリアルなビジネスそのものと思ってしまったことなのである。

上述のような経済モデルの仮構を現実と間違える見方は、近代以降の欧米を中心とした経済の発展によって一般化していった⁶⁾。すなわち利益最大化を絶対目標とする効率化のモデルをあたかもリアルなビジネスそのものと誤謬していくこととなった。和辻哲郎によると個人でさえ「自らの労働を商品と考え」、「その雇い主に対してただ労働の取引」という関係を認め、「己れ及びその雇い主を単なる経済人だと見なし、そうしてかく取り扱っている」状況が生まれることになった⁷⁾。すなわち自分たちを利益のための手段と捉え

3) 西山 (2000) 31 ページ。

4) 村上, 西山, 田中 (1994) 54 ページ。

5) 村上, 西山, 田中 (1994) 54 ページ。

6) 和辻 (2007) 320～322 ページ。

7) 和辻 (2007) 319 ページ。

てしまったのである。そして私たちはこの誤謬の下に、モデルに則した形でリアルなビジネスを構築し続けてきた。これがいわば近代のビジネスの歴史である。その結果、“良い企業とは利益を多くあげている企業だ”という常識が定着していくこととなった。このような流れが、目先の利益や部分最適化を追求する過剰な市場主義へとつながっていったといえよう。従って、今日の過剰な市場主義や社会の行き詰まりの原因は、たんなる“もうけ主義”といったような事だけにおさまらないのである。上述のように経済やビジネスをシステムとして捉えるとき、そのあり方にも大きな原因があると考えられるのである。

今、私たちが目指すべきは社会をたて直すことに貢献するような、社会性を実現するビジネスである。そしてそのようなビジネスの指針となる新しいシステム・モデルの構築なのである。お金を得ることへの組織の姿勢や個人の欲望はごく自然なことで筆者は考える。大事なことは、そのような姿勢や欲望を自然な形で保ったままで、社会性を実現するビジネスをいかにして築けるかということなのである。果たしてそれはどのようなシステムなのだろうか。

今日までの経営学においても、実にさまざまなシステム・モデルが示されてきた。利益重視の流れの中で、たとえば知識創造のためのモデル等も検討されてきた。これらの各システム・モデルがリアルな経営に多大な影響を与えたことは周知のとおりである。しかし、社会性を実現するビジネスの指針としては、不十分なところが未だ大きく残されているといえよう。なぜならば、これら従来のシステム・モデルの多くが“静的な”構造を基本としているためである。

上述のように従来の経営システム論では、経営を捉えるとき、経営組織＝＜全体＞、個人＝＜要素＞として捉えてきた。そして、この経営組織を＜要素＞とする＜全体＞が社会であった。すなわち、社会→経営組織→個人というような階層構造で捉えられてきた。経営システム論に限らず、これが一般

的な社会経済システム論であったといってもよいだろう。このような階層構造のシステムとは、全体の画一的な目的を追求するためにサブシステムの境界を効果的に設定していくことによって形づくられるものである。したがって、要素間およびシステムと環境との基本的な境界は当初から固定されている。その意味でいわば静的な構造重視のモデルといえる。このようなモデルは目的が所与の場合—たとえば上述のように企業全体の利益を最優先とするビジネスを記述するためには間違いなく有効である。

ところが、社会性を実現するビジネスは、このような静的な構造重視のモデルではあらわせない。その理由は、以下に示した社会性の特性に起因する。

第一の特性は、社会性には絶対的な価値基準は存在しないという点である。社会は多様な個人および個人間の関係で成り立っている。当然、社会はこれら多様な主体が多様な価値観に基づき評価されることになる。何が社会の役に立つのか、といった絶対的な目標や基準は一義的に存在しない⁸⁾。したがって、社会性を実現するとき、絶対的な目標を立てて、それに基づき一義的な計画を立てて、行為していくやり方は適切ではないのである。極端な言い方をすれば、そのとき皆が正しいと合意した、または妥協できたことが“正しい”ということになる。そしてそれを正しいといったん決めたならば、それが正しくなるように一人一人がそれぞれの立場で努力しなければならないのである。当然、結果を常にフィードバックしながら、“正しい”ことを見直していくことも必要となる。このように、社会性は決して一義的に普遍的に与えられるものではない。多様な個人が自分たちで決めながら、それに基づき歩み、また歩みながら自分たちで決めていくべきものである。

第二の特性は、社会性は新しい社会性を次々と生み続けるという点である。個人は社会の主体であるが、同時にその社会の中でしか生きられない。このために次のようなスパイラルが起きる。個人が社会性を目指す行為を行

8) このように一義的な評価基準がないことを、ポーターは受動的なCSRがうまくいかないことの理由の一つとした。Porter & Kramer (2006) 40 ページ。

うと社会が変化する。この社会の変化は何らかの形で必ず個人にはね返ってきて、個人はその影響を受けて変化する。したがってまた、変化した個人は、新しい社会性を目指さなければならなくなる。このように、社会の変化と個人の変化は“いたちごっこ”のような関係になる。たとえば、「人間現象や社会現象というのは、困ったことで、ひとつ問題を解決すると、またひとつ問題をつくり出す。その問題を解決すると、実は二つの問題をつくりだす。二つの問題を解決すると、まったく新しい三つの問題をつくり出す、ことになるのが普通」⁹⁾という井関利明のことばが示すとおりである。その意味では、社会性に終わりはない。どこまでいってもまた新たな社会性が生まれるのである¹⁰⁾。

以上のような社会性の特性を考えた場合、要素間およびシステムと環境との境界を当初から固定したような全体重視の静的な構造のシステム・モデルでは、社会性を実現するビジネスを記述することなどできない。社会性を実現するビジネスを記述するためには、要素間およびシステムと環境との境界を自在に変えていくことが示せるような現在進行形の動的で自律的なものでなければならないのである。繰り返すが、このようなシステムはビジネスの記述のためだけにあるのではない。このようなシステムを指針として、ビジネスは社会性を実現しなければならないのである¹¹⁾。

では果たしてそれはどのようなシステムだろうか。次章ではその問いに対する示唆を、動的で自律的なシステムであるオートポイエシス (autopoiesis) から得たいと思う。

9) 井関、藤江 (2005) 162 ページ。

10) たとえば事業を達成した途端に次の事業が生まれることがあるものの、その連鎖には必然性はなく、上述の社会性の特性とは全く異なるものである。

11) 社会に役立つイノベーションを実現する場合も当然含まれる。

2. 動的で自律的なシステムの要素—オートポイエシス論からの示唆

オートポイエシスとは、1970年代にマトウラーナ（H. R. Maturana）とヴァレラ（F. J. Varela）が提唱した、生物の形成過程を説明するためのシステム論である。オートポイエシスとは、簡単にいうと“構成素を産出するプロセス・ネットワークであり、また産出した構成素によってプロセス・ネットワークが再生産され続ける自己言及的なシステム”のことである。たとえば、身体の中で循環機能や消化機能などが働く。それらが身体機能の＜プロセス＞である。これらの＜プロセス＞によって、血や消化酵素などが産出される。これらがいわば＜構成素＞である。産出された構成素（血や消化酵素）によって、さらに循環機能や消化機能が働く。まさに、プロセスによって構成素が産出され、産出された構成素によってプロセスがまた働いている。このときオートポイエシス論では、血や消化酵素といった構成素を身体システムの要素とは考えない。なぜならばこれらの構成素が入れ替わっても身体は自律的に維持されうるからである。したがって身体システムの自律性を記述するオートポイエシス論では、循環機能や消化機能といったプロセスがシステム機能を支える要素であると考ええる。すなわち、身体をプロセスのネットワークとみなすことによって、その自律性が示されるということにはほかならない。これがオートポイエシスの考え方である。以上のように、オートポイエシスは実体としては構成素でつくられているものの、その要素はプロセスである¹²⁾。つまり構成素のたんなる集合体ではなく、プロセスの

12) 因みにルーマンは、この「構成素」というコンセプトをマトウラーナが用いたことで、「作動が理解されるべきか構造が理解されるべきか」という問題を開いたままにしている」と批判した。そしてそのように問題を“中途半端”のままにした理由としては、マトウラーナが生物学者であるため、「この区別があまり重要ではないのかもしれない」、「というのは、彼は出来事でのみありうる作動へのこだわりと関わっているからではなく、細胞内の化学的状態およびその変化と関わっているから」と述べた。そして、このような生物学に対して「意識理論やコミュニケーション理論の領域では、それ以上は分解不可能な要素とは個々の出来事であるという観念から逃れることはできず、「構造と作動のより鋭い分離」は必然的なものとなるため、「・・・“構成素”という包括的な概念の放棄に導かれ」と述べている。したがって、ルーマンのオートポイエシスでは「構成素」はほとんど使われていない。Luhmann (2002) 邦訳 120～121 ページ。

ネットワークシステムなのである。したがって、オートポイエシスは実体的構成にとらわれないシステム空間を築くものとして考えられべきものとなる。ちなみに、ポイエシスとは「創造」「生産」の意味であり、オートポイエシスとは「生命システムに固有の自律性のダイナミクスにおいて生じている事柄」¹³⁾をあらわすためのマトゥラーナの造語である。

オートポイエシスの特徴の中で特に注目されるのが、“入出力の不在”である。オートポイエシスは自分自身が産出する構成素によって再生産されるわけであり、その意味では自分の出力が自分の入力となる自己完結型のシステムである。このプロセスネットワークは上述のように「その領域は位相的なものであって空間的なものではない。たとえば、細胞はオートポイエティック・システムだが、われわれが顕微鏡で観察できる具体的な細胞の姿は、精確には“オートポイエティック・システムとしての細胞”とは異なるのである。・・・空間的な細胞は高分子タンパク質の塊であって、自らをつくり続ける。そこにはもちろん物質やエネルギーの流入・流出はあるから、その意味では開放系と言えるだろう。しかし、産出（生成）プロセスのネットワーク自体としては閉じているから、オートポイエティック・システムである細胞は入力も出力もない自律的な閉鎖系とも言えるのである。」¹⁴⁾このような意味でオートポイエシスはプロセスの自己生産的ネットワークによって維持される閉鎖系なのである¹⁵⁾。

13) Maturana. & Varela (1980) 邦訳 24 ページ。

14) 西垣 (2004) 68～69 ページ。

15) このようにオートポイエシスは位相のレベルで閉鎖系だといっているのに過ぎない。環境の存在を認めていないわけではないのである。環境との接触のありかたについてマトゥラーナは「構造的カップリング」という考え方をを用いる。「すなわちオートポイエシスはそれが機能しなければシステムは存続しないのだからいかなる場合にも機能しなければならないが、システムと環境とのカップリングは構造のみに関わり、さらに構造にとって何らかの影響を及ぼしうる環境内の一切の事柄に関わると。たとえば、地球の重力は、生き続けようとするかぎり動きまわらなければならない生物の筋肉組織と適度なバランスを保っているといった具合です。」「つまり、構造的カップリングは、システムのオートポイエシスには関わりません。マトゥラーナは、構造的カップリングはオートポイエシスと『直交』していると言うときがありますが、それは構造的カップリングの領域からオートポイエシスへ何かが因果的に伝達されることはなく、したがって一種の因

ルーマン（N. Luhmann）はオートポイエシス理論について次のように述べている。“オートポイエシスの概念では何も説明することができず、この概念によって獲得されるのは具体的な分析や仮説形成のための出発点にすぎない。しかしオートポイエシス理論で示された「作動上の閉鎖性というテーゼ」は過大評価されるべきである。なぜならば、この作動の閉鎖性というテーゼによって、これまでのシステム論（入出力システム、サイバネティクス、ポジティブ・フィードバックなど）では説明できなかった問い―「システムと環境との差異はいかにして生じるのか」、「システムはいかにしてそのような差異を再生産するのか」に対する解を得られるからである。”¹⁶⁾

さらにルーマンは以下のように説明する。

「通常はシステムは複数の述語によって記述されています。たとえば、システムは諸要素間の諸関係である、と。あるいは、システムは構造と過程の関係であって、固有の諸過程のなかで制御されている統一体である、と。ここには統一体、境界、過程、構造、要素、関係など一揃いの述語があって、それらの統一とは何であるかを問われたならば、結局は列挙を示す『と』であると答えることになります。システムは一つの「と」なのです。統一とは『と』であり、要素や、構造、関係などではありません。」¹⁷⁾「問題は、システムという対象記述の『と』状態をこえられるかどうかです。わたしの考えでは、原理的に作動的、ないし作動主義的なアプローチにしたがうならば、このことは可能です。つまり、システムを生み出すのは本来一つのタイプの作動なのだというアイデアを整えるならば可能です。・・・一定のタイプの作動が始動し、わたし好みの言い方で言うと、それが接続していくことのできるようなものであるならば、つまり後続する作動があって、同じタイプの作動が生じるというかたちで帰結をもつならば、ひとつのシステムが発生し

果法則と見なしうるような関係は存在しないということです。環境がシステムを破壊することはありますが、環境がシステムの存続に貢献することはありません。まさにそのことをオートポイエシスという概念は言っています。」Luhmann (2002) 邦訳 132～133 ページ。

16) Luhmann (2002) 邦訳 62～63 ページ。126 ページ。

17) Luhmann (2002) 邦訳 82 ページ。

ます。というのは、作動を作動に接続させるとき、このことは選択的に生じるからです。……システムと環境との差異は、一つの作動が同じタイプに属する後続の作動を生み出すというただそれだけの事実から生じます。』¹⁸⁾繰り返すと、ここでいう作動とは、それによってシステムが発生するものであり、作動が次の作動へとつながることでシステムが形成・維持されるといったプロセスである。しかも、その作動はたったひとつの仕組みであって、同じ作動へとしかつながらない。このシステム内部で働く作動によって、システムは自ら境界との差異を作り続けることができるのである。

ここで重要なことは以下の点である。すなわち、システムはどのように発生して自らをどのように形成し維持しているのかという問いに対する答えが、作動の閉鎖性というテーゼを用いることによって、観察者の特定の視点にもとづいた「と」を使った説明としてではなく、ひとつの“原理”として示されるということである¹⁹⁾。つまり、「作動」となる要素²⁰⁾を設定することによって、自らの力で自己形成する動的で自律的な統一体としてシステムを示すことができるという点なのである。

そして、ルーマンはこの考え方を社会システムに適用した。「こうした思考は、以下のような前提を満たす作動を同定することに成功するならば、社会システムに移し変えることもできます。つまり、ただ一つの作動だけが問

18) Luhmann (2002) 邦訳 83 ページ。

19) そして、ルーマンはこのことについて生命システムでは以下のように説明する。「生命とは、一定の循環的構造、あるいはマトウラーナにならって言えば、オートポイエシス、つまり循環的自己産出です。何らかの根拠からであれ、かつてそのような一定の様式の循環的作動が開始したとき、進化によって多様化が生じてきて、原理的に化学的に同様の作動のタイプの基礎の上に、虫たち、蛇たち、人間たち、そのほかの可能性のあったあらゆる形式が生まれました。」そしてなぜ、そのような作動が開始したのか、その根拠はわからないが「作動から見ると、強い意味での生命の統一性が保証されます。その前提は、作動がシステム形成的に働くということにあります。生命は生き続けなくてはならず、生命が生命に接続しなくてはならず、誕生と同時に死んで元の本阿弥になってしまっははいけません。」Luhmann (2002) 邦訳 83 ページ。

20) ここでいう要素はシステムを支える基本プロセス（単位）を指すものである。以下、本論でいう社会性を実現するビジネスの「要素」とは、ビジネスを支える基本プロセスを示すものとする。

題であること、それがいつも同一であること、それが接続能力をもつこと、という条件です。したがって、作動は、止まってしまうか、さもなくば同一の作動によって進行していくようなものです。・・・本来、コミュニケーションのみがこの前提を満たす作動のタイプとして提供されています。つまり、コミュニケーションがコミュニケーションから展開するときに、一つの社会システムが発生するのです。』²¹⁾これがルーマンの有名な“社会システムの要素はコミュニケーションである”という説である。

ここでオートポイエシス論およびルーマンによるオートポイエシスの解釈から、以下の2点を示唆として得ることができる。

- ①ある一つのプロセスを要素とみなすことで動的で自律的なシステムを記述することができる。そのプロセスとは、それによってシステムが発生するといったものである。また、そのプロセスが同じ種類のプロセスへとつながっていく、つまり回り続けることによって、システムは形成・維持されていくといったものである。
- ②ルーマンによると、社会システムの要素はコミュニケーション（プロセス）である。そのようにみなすことによって、社会システムの自律性を示すことができる。

では、これらの示唆をもとに、社会性を実現するビジネスについて考えてみよう。社会性を実現するビジネスも社会システムのひとつであるので、ビジネスの要素がルーマンがいうところのコミュニケーション（プロセス）であると言っても間違いではない²²⁾。ただそれは社会システムとして成立する

21) Luhmann (2002) 邦訳 84 ページ。

22) そしてルーマンは、行為が社会システムの作動にはならないと言う。なぜならば「・・・原理的には、行為は単独の個人的な、社会的な反響なしの作動として考えることができますが、コミュニケーションの場合はそうはいきません。そもそもコミュニケーションは、誰かが何かをおおまかに理解し、あるいはまたひょっとすると誤解して、しかしいずれにせよ、コミュニケーションが継続しうる程度に理解するときに初めて成立します。」ルーマンの示すコミュニケーションとは

ための必要条件であって、社会性を実現するビジネスとしての十分条件ではない。したがって社会性を実現するビジネスの要素は、コミュニケーションよりもっと狭いもの、すなわち何らかの特徴をもった限定的なコミュニケーションでなければならない。

では、どのようなコミュニケーションが社会性を実現するビジネスの要素として相応しいのか。次は、この問いに対する解を得るために、コトラー(P. Kotler)らの“マーケティング3.0”を見ていこう。

3. 社会性を目指すパートナーシップの「関係」

ーマーケティング3.0からの示唆

ここでは、企業と顧客との関係に社会性を取り込むことによって、新しい価値創造のあり方を提案したコトラーらのマーケティング3.0を紹介したい。

コトラーらはマーケティングを1.0, 2.0, 3.0と三段階に分けて捉えた。マーケティング1.0とは、工業化時代に「物質的ニーズを持つマス購買者」を対象とした「製品中心のマーケティング」であり、その目的は「製品を販売すること」²³⁾である。これに対し、マーケティング2.0とは情報化時代に多様なニーズと知識をもつ即ち「マインドとハートを持ったより洗練された消費者」を対象とした「消費者志向のマーケティング」であり、その目的は「消費者を満足させ、つなぎとめること」である²⁴⁾。そして、マーケティング3.0ではその目的がさらに次のように変化する。

「消費者はグローバル化した世界をよりよい場所にしたいという思いから、自分たちの不安に対するソリューション(解決策)を求めるようになっていく。混乱に満ちた世界において、自分たちの一番深いところにある欲求、社会的・経済的・環境的公正さに対する欲求に、ミッションやビジョン

「継続しうる程度に理解する」ものであり、様々な意味でその範囲が広いと考えられる。Luhmann (2002) 邦訳 85 ページ。

23) Kotler, Kartajaya & Setiawan (2010) 邦訳 16, 19 ページ。

24) Kotler, Kartajaya & Setiawan 邦訳 17, 19 ページ。

や価値で対応しようとしている企業を探している。』²⁵⁾したがって今日求められるのは「世界をよりよい場所にする」²⁶⁾ことを目的としたマーケティングである。これをコトラーらはマーケティング 3.0 と名付けた。「マーケティング 3.0 を実行している企業は、より大きなミッションやビジョンや価値を持ち、世界に貢献することをめざしている。社会の問題に対するソリューションを提供しようとしているのである。』²⁷⁾ちなみにここでの「ミッション」とは企業の存在理由、「ビジョン」とは企業の望ましい未来像、「価値」とは企業が「何を大切にしているか」をあらわしている²⁸⁾。言い換えるとこれらの「企業のミッションやビジョンや価値に組み込まれた意味をマーケティングすること」²⁹⁾がマーケティング 3.0 なのである。

そしてこのようなマーケティング 3.0 を実現するとき、企業と消費者の関係も大きく変わる。上述のようなマーケティング 3.0 は、マーケティングのコンセプトを「人間の志や価値や精神の領域に押し上げる。』³⁰⁾そのためマーケティング 3.0 では、たんに消費者の一面的なニーズを満足させることだけにとどまらない。このことについてコトラーらは次のように説明する。

「スティーブン・コヴィー (S. R. Covey) によれば、人間の基本的な要素は、肉体、独自の思考や分析を行えるマインド、感情を感じることでできるハート、そして精神（魂などの源、すなわちその人がその人であることの核）の四つである。』³¹⁾そして、コトラーらは、この精神までを含めた「全人的存在としての消費者」に対応するのがマーケティング 3.0 だという³²⁾。こ

25) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 17～18 ページ。

26) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 19 ページ。

27) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 18 ページ。

28) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 71～72 ページ。

29) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 77 ページ。下線は筆者による。

30) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 17～18 ページ。

31) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 62 ページ。Stephen R. Covey, *The 8th Habit : From Effectiveness to Greatness* (New York : Free Press, 2004). (邦訳『第8の習慣－「効果」から「偉大」へ』キングベアー出版、2005 年。)

32) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 62 ページ。また、コトラーらは「人生の非

のように消費者を思考や感情だけでなく、その人をその人たらしめている精神までも含んだ「全人的存在」として捉えてこそ、マーケティング3.0が目指す「価値主導型」³³⁾のマーケティングが可能となる。そしてこのとき消費者は企業にとってもはやたんなる売買関係の対象ではなく、共によりよい世界を共に目指すパートナーとなるのである。マーケティング3.0は「消費者がより協働的、文化的、精神的なマーケティング手法を求める、より洗練された形の消費者中心の段階である」³⁴⁾と、コトラーらは述べている。

さらに、マーケティング3.0においてパートナーシップ関係が構築されるのは企業と消費者だけではない。マーケティングにおいてはさまざまなチャネル・パートナーと関係が結ばれるが、マーケティング3.0においてはこのようなチャネル・パートナーとの間においても「それぞれの主体がその協働から公平な利益を得る」ような「横の関係」を構築する³⁵⁾。そしてこのとき重要なことは、「自社とまったく同じ目的・アイデンティティ・価値を持つパートナーを選ぶ必要があるということだ。」³⁶⁾。そうでなければ、チャネル構造全体で社会性を実現するマーケティング3.0が実現できないからだとコトラーらは説明する。

そして、コトラーらは今日の社会の特徴である以下の3点がマーケティング3.0を推し進める力になると指摘する。

第一は、ソーシャルメディアなどの情報技術によって、消費者の自己表現

物質的側面や永続的な現実を暗示するものを重んじること”というスピリチュアリティ（精神性）の定義は、創造的社会においてこそ本当に意味を持つ」とも述べている。Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳41ページ。この定義はChales Handy, *The Hungry Spirit : Beyond Capitalism, A Quest for Purpose in the Modern World*, New York : Broadway Books, 1998. (増岡健一訳『もっといい会社、もっといい人生－新しい資本主義社会のかたち』河出書房新社, 1998年)からの引用。

33) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳17ページ。

34) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳44ページ。

35) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳140ページ。

36) ときにはインドのような途上国などでは一消費者自身がチャネル・パートナーになることもある。Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳136ページ。

や共創が進むという点である。これらの情報技術によって「消費者はもう孤立した個々人ではなく互いにつながっている。決定を下すにあたって、もう無知ではなく情報を持っている。もう受け身の存在ではなく、企業に対して有益なフィードバックを提供する。その結果として・・・企業の製品開発やコミュニケーションに消費者を参加させる方向に移行しているのである。」³⁷⁾ このように今日の情報技術の発展は、消費者と企業との間の対等なパートナーシップ関係の構築を推し進めることにつながる。

第二は、グローバル化の影響である。コトラーらは、グローバル化による非民主性、不公平性、多様な文化性などをグローバル化のパラドクスとしてあげている。このようなグローバル化のパラドクスによって、人びとは「・・・貧困、不公正、環境の持続可能性、地域社会に対する責任、社会的目的などに関する意識や関心の高まり」³⁸⁾を持つようになった。その結果、「自分の生活の中に継続性の感覚を求め」、「他の人びととのつながりを求め、ローカルな共同体や社会に溶け込むようになる。」³⁹⁾ このようにグローバル化の影響は、人びとが自分の生活に根付いた社会性を求めることやつながりを求めることを推し進めているのである。

第三は、「創造性社会の登場」⁴⁰⁾である。「高度な創造的社会の重要な特徴のひとつは、人びとが原始的な生存欲求を超えた自己実現の重要性を信じていることだ。」⁴¹⁾ 「社会のこの成長しつつあるトレンドの結果、消費者は今では自分たちのニーズを満たす製品やサービスだけでなく、自分たちの精神を感動させる経験やビジネスモデルも求めている。意味を提供することが、マーケティングにおける未来の価値提案である。」⁴²⁾ では、「企業が自分のビジネスモデルに価値を組み込むにはどうすればよいのだろうか・・・よき企業市民という価値をミッションやビジョンや価値に盛り込むだけで、事業の

37) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 28 ページ。

38) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 33 ページ。

39) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 33 ページ。

40) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 38 ページ。

41) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 40 ページ。

42) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 42 ページ。

中でそれを実践してはいない企業を、われわれはたくさん目にしてきた。また、PRのためのジェスチャーとして、社会的に責任ある行動を約束する企業もたくさん見てきた。マーケティング3.0は企業のPR活動ではない。企業が自社の文化に価値を織り込むということなのである。クリエイティブな人と同じく、企業もまた物質的な目的を超えた自社の自己実現について考える必要がある。企業は、わが社はどのような会社であり、なぜ事業を行っているのかを理解しなければならない。どのような会社になりたいかを把握していなければならない。そして、それらすべてが企業のミッションやビジョンや価値に埋め込めていなければならない。その企業が人間の幸福にどのように貢献しているかを消費者が認識すれば、利益は自ずとついてくる。』⁴³⁾このように創造型社会化の影響は、企業が日々のビジネスのベース部分に社会性を据えて取り組む必要性と可能性を推し進めるのである。

以上よりコトラーらのマーケティング3.0から私たちは以下の3点を学ぶことができる。

- ①社会的な価値が新時代のマーケティングの中心コンセプトである。
- ②企業は社会的な価値を自らの文化に織り込み、その社会的価値の意味をマーケティングした結果として事業性を生み出す。
- ③そのためには、企業は消費者やチャネル・パートナーたちとの間で、社会をより良くしたいというパートナーシップ関係を築かなければならない。

ここまできて次のように言えよう。社会性を実現するビジネスをシステムとして捉えたとき、上述のように“社会性”の特性ゆえにそのシステムは動的で自律的なシステムでなければならない。しかしそれだけでは条件として不十分であり、何よりも“ビジネス”として成立しなければならない。従って、本稿ではコトラーらの考えや上述のオートポイエシス論をもとに、以下

43) Kotler, Kartajaya & Setiawan邦訳 42～43 ページ。

の仮説を立ててみたい。

<仮説>

- ・社会性を実現するビジネスをシステムとして捉えたとき、その要素（プロセス：作動）は、共に社会をよくしたいというパートナーシップの関係である。この関係とは静的なネットワーク構造を示すのではなく情報をやり取りする動的な状況（コミュニケーション）を示すものである。（以降、このような関係を本稿では「関係」と略すことにする。）
- ・この「関係」は「関係」につながって、回り続ける。
- ・このように「関係」が回り続けることによって、ビジネスの社会的価値が生まれ、同時に事業性も生まれる。

では、次章では社会性を実現する長浜市のビジネスを事例に、上述の仮説を検証していこう。

ここで仮説の検証に入る前に次のことを述べておきたい。それは、関係を要素と見た場合の個人のあり方についてである。

考えてみると一つの組織内には、複数の関係が多層的に重なりながら多様に存在している。したがって、個人とはこれらの関係の重なり部分が実体としてあらわれたものだという考え方を本稿ではとりたい。このように個人は関係と別の次元にあるのである⁴⁴⁾。

関係を要素と見る考え方は、決して個の自律性を否定するのではない。むしろその逆である。たとえば、今井賢一と金子郁容も、「自己、はそれが持つすべての関係の重なりとして定義され」⁴⁵⁾という見方を示している。「それは、自己というものは完成された形でアприオリに存在するのではなく、

44) 医学博士のクリスタキス (N. A. Christakis) と政治学者のファウラー (J. H. Fowler) によると、このような「関係」は、個人では説明できない力を発揮すると言ひ、それはあたかも個人と別の次元で存在すると説明している。Christakis & Fowler (2009) 邦訳 7, 20, 42, 198~199, 210, 271, 357~359 ページなど。

45) 今井、金子 (1988) 182 ページ。

自分の持つ関係のうち一つでも変われば自分の形もスーと変わってしまうようなオープンエンディッドで、流動的で、基本的な不安定性を内包したものであるという、一言でいえば自己は関係の中でしか認識されないという⁴⁶⁾見方である。このように関係の重なり部分を個人と見た場合、今井らも言うように、個人は流動的で不安定なものとなる。言い換えれば、そのように見ることによってこそ、個人がダイナミックな存在としてあらわれ、成長の記述も可能になると考えられるのである。

4. 「関係」を要素とするビジネス（事例）

(1) 事例「黒壁」の概要

筆者は、これまで社会性と事業性を両立させているいくつかのビジネスに対してヒアリング調査を実施してきた。ここでは長浜市の株式会社黒壁を中心としたまちづくりの事例を紹介したい⁴⁷⁾。2013年8月23日に以下の二人にインタビュー調査を実施した。一人は株式会社黒壁の2代目社長を務め現在は琵琶倉庫株式会社代表取締役社長の笹原司朗（もりあき）氏、もう一人は特定非営利活動法人まちづくり役場の前理事長で現在もまちづくり役場で視察などを担当している山崎弘子氏である。まちづくり役場とは、長浜市のある博覧会を機に平成10年に設立されたNPO法人であり、長浜のまちづくりのまさに「役場」的存在である。黒壁事業を多面的に支え、また黒壁の精神をさまざまな形で発展させる拠点ともなっている。このヒアリング調査の結果、長浜のまちづくりにおいては以下のように「関係」が回り続けることで社会的価値や事業性が生まれていることが見えてきたのである。

①株式会社黒壁の立ち上げ

昭和40年代に入って、全国の地方都市と同様に長浜でも中心市街地の衰退が始まった。商店街の客数も月20万人から、昭和60年ごろは数千人にま

46) 今井、金子（1988）183ページ。

47) 詳しくは牧野（2013）。

で減っていった。昭和 63 年には、商店街を通るのは“一時間に人が 4 人、犬が 1 匹”という状態にまでなってしまう。このようなとき、商店街のカトリック教会の建物が売却されることになった。このカトリック教会は、明治の建造物である黒壁銀行を昭和 29 年に白く壁塗りして始めた教会であり、その建物はいわばまちのシンボリック存在であった。さらに同じころに郊外に大型のショッピングセンターができて、商店街の 120 店舗のうち 50 店舗が引き抜かれた。“このままでは商店街がつぶれてしまう。”そう考えた民間企業 8 社と市が昭和 63 年 4 月に第 3 セクター株式会社黒壁を設立し、教会の建物の買戻しとまちおこしに取り組みはじめた。このとき注目すべき点のひとつは、たった民間 8 社と市だけで、教会を買い戻すのに必要な金額 1 億 3 千万円を出資したことである。このことについて、当時の中心人物であった笹原司朗（もりあき）氏は次のように語る。「もし、行政、商工会議所、銀行、商店街など広くからお金を募っていたら、意見をまとめることに大きなエネルギーを費やさなければなりません。……また、誰も責任をとらないことにもなります。ですから、自分たちが良いと考えたことを考えた通りに責任をもって実行するために、民間 8 社だけで出資する方法をとりました。」このようにして、株式会社黒壁は、まずは黒壁銀行の建物を買い戻した。そして次に急ぎ考えなければならないのが、この建物を利用した事業であった。

②ガラス文化のビジネス

旧黒壁銀行の建物を利用した事業はなかなか決まらなかった。そこで、笹原氏たちは事業のコンセプトをつくることから始めた。長浜出身の思想家西田天香の勉強会から学んだ“無一物無尽蔵”の言葉をヒントに、長浜の物や事にこだわらないことからスタートした。その結果、事業のコンセプトを①歴史（建物を含めた歴史性）、②文化（祭りを含めた文化芸術性）、③国際性（国際性豊かなもの）の三つとした。そして、これらのコンセプトをベースとして、ある役員の言葉をきっかけに考え出された事業がガラス工芸であ

る。しかし、それまでの長浜市にはガラス工芸の伝統も技術もなかった。そこで、まずはメンバーたちで外国へ視察に行き研究することから始めた。

視察の結果、たんにガラス商品を販売するのではなく“ガラスの文化”をビジネス化しようということに決めた。ガラスの文化をビジネスにするという意味について、笹原氏は次のように語る。「本物を追及して、その本物の情報を発信するということです。世界を回って本物の技術を見たり、いろいろ勉強したりして、良いガラスを作ろうとすることです。良いディスプレイをしようということです。そのように質の高さを追求して情報発信していくことが、息の長いビジネスにつながると思います。そしてその結果として、売り上げがついてくるのだと思います。これがガラスの文化そのものを事業化するということです。本物を追求さえしていけば、50年も100年ももつと思います。」

ガラスの文化をビジネス化することでまちづくりを行うという理念は、社員全員で特に共有はされていない。ただ現場の社員にはそれぞれの立場で本物の仕事を自主的に行うように任せている。たとえば、女性の販売員にはヨーロッパでの買い付けや店のディスプレイなどで、各自のセンスを生かしてもらっている。販売員には“売れるかどうかを気にせずに、本当に良いディスプレイをするように”とだけ言っており、その結果、販売員たちは自分たちのセンスを精一杯発揮しながら、本物の情報を発信して生き生きと働いているとのことだった。

③株式会社黒壁を中心としたネットワーク<プラチナプラザ>

この黒壁の事例で注目べきは、ガラスビジネスの成功だけではない。黒壁の活動がさまざまなつながりを生み出し、それらのつながりがどんどん膨らみながら、町が活気を取り戻しているという点である。たとえば次のようなつながりである。

先述のように1988年に第3セクターの株式会社黒壁が設立された。その8年後の1996年には黒壁関連のメンバーが中心になって北近江秀吉博覧会

が実施された。そして1997年には、この博覧会のアドバイザーであった県外のコンサルタントが中心となってまちづくりのための「出島塾」という塾⁴⁸⁾が発足した。この塾からはさまざまな事業が展開されている。

また、この博覧会のコンパニオンだった55歳以上のメンバーが、1997年に自ら出資して「プラチナプラザ」と称する店舗運営を始めた。商店街の空き店舗を利用して「おかず工房」、「野菜工房」、「リサイクル工房」、「井戸端道場」（喫茶店）の4店舗が始まった。これらの店舗は今年で17年目になる。

プラチナプラザでの仕事の動機について聞いたところ、山崎氏や店の関係者から以下のような声が聞かれた。「この工房をやって良かったことは、自分を活性化できたこと、時間のメリハリをつけられたこと、また全国からのお客様と接することができること、でしょうか。また、地域の高齢の方々の憩いの場になることで、地域に役立っているという思いもあります。常連のお客様もできました。ふらっと寄ってくださいます。たんなるお金だけでなく、このようなことがあるから17年続いたのだと思います。」「決してお金だけではないと思います。地域の役に立っているという誇りの部分があると思います。もし家に閉じこもっていたら、自分から外に対して何も生み出せないでしょう。プラチナプラザをやっていくことによって、町のなかでの自分たちの役割や自分たちの場所を作り、地域に対して自分から何かを生み出すことができるのです。」

④株式会社黒壁を中心としたネットワーク＜まちづくり役場＞

さらに上述の博覧会の関係者は、博覧会終了後にまちづくりのための組織も立ち上げた。それがNPO法人「まちづくり役場」である。まちづくり役

48) この出島塾は「まちづくりの中核を担う地域企業の経営者やその後継者、次の会社を担う幹部社員を対象にした“マーケティング塾”、公務員や会社員、商店街の若手店主を対象とした“プロデュース塾”、そして青年会議所で理事長などの要職を務めた地域企業経営者を中心とした文化サロンである“クラブDJ”の3つでスタート」した。（「イエ・ミセ・マチ まちづくり役場という運動」10～11ページ、特定非営利活動法人まちづくり役場 2009年）

場の機能は、大きくは①情報発信機能、②ネットワーク機能、③まちづくり研究の3つである。具体的には、上述のプラチナプラザの支援、黒壁グループ協議会事務局、まちづくりを学ぶ場・研究所の提供、まちづくりの視察受託などである。このように、現在はこのまちづくり役場が、黒壁、出島塾、プラチナプラザなどさまざまなつながりの中心点となっている。

このまちづくり役場の特徴は寄付金を収入源としていない点である。このことについて山崎氏は以下のように語っていた。「一般に多くのNPO法人は寄付金を募ることが多いと思います。たとえば、商工会議所から100万円、商店街連合会から100万円・・・といったような感じです。しかし、まちづくり役場はこのような寄付金方式をとっておりません。なぜならば、お金をもらってしまうと、“言いたいこと”が言えなくなってしまうからです。つまり、私たちは、まちづくりを純粹に想う視点で、言いたいことを言い、やりたいことをやりたいと思っています。」そこでまちづくり役場では、長浜まちづくりの視察代、黒壁界隈の地図への店舗広告掲載費（協賛金）などで、収入を得ている。

⑤まちおこしの成果

株式会社黒壁は今年で25年目を迎えるが、今や、黒壁関連の施設は30にまで増え、多くの観光客を集めている。滋賀県で平成23年観光入込客数が最も多かった施設は、「黒壁ガラス館」であり、平成12年から12年連続で1位である⁴⁹⁾(平成23年は2654600人)。黒壁を訪れる視察団体はこの25年間で3500を超え、観光客の経済効果としては計数百億に達するというのである。

商店街においても上述のような質の高い本物を目指す姿勢によって観光客が回り始め、リピーター率は45%とのことである。オリジナル店も流行り始め、年間5店舗ずつくらいリニューアルも進んでいる。また遊びに来た人のなかから“自分もここで商売をしたい”という人も現れは始めている。

49) <http://www.pref.shiga.lg.jp>参照。「平成23年滋賀県観光入込客統計調査」滋賀県。

このように黒壁を中心としたガラスによるまちづくりは成功しているといえるが、この成功要因について山崎氏は以下のことを何回も語っていた。「・・・人や場所をつないでいく、そこにまた新たな人が乗せられていく。このようにつながりが増殖していったから、商店街活性化ができたのだと思います。これが、黒壁をうまく回転させる仕組みだと思います。」

(2)「関係」は「関係」につながって回り続ける

上述のヒアリング調査では、株式会社黒壁、NPO法人まちづくり役場、出島塾、プラチナプラザ（リサイクル工房、おかず工房、野菜工房、井戸端道場の4店舗）において、「関係」が次々とつながっていく様子がみられた。資料⁵⁰⁾によると、その他にも、黒壁関連の店舗が所属する「黒壁グループ協議会」や「新長浜計画（民間株式会社）」など実にさまざまな組織が関連しつながっている。たとえば、黒壁グループ協議会は株式会社黒壁やまちづくり役場とつながっており、新長浜計画は株式会社黒壁とプラチナプラザにつながっている。

重要なことはいずれのつながりもすべて、共に長浜を活性化したいと思うパートナーシップ関係だということである。これは、命令によって当初の目的を遂行するといった一方的な制御関係ではなく、お互いに“のせたりのせられたりしつつ”共にやってみながら前へ進む協調関係である。すなわち、まさに本稿でいうところの「関係」である。長浜では、この「関係」が回り続けながらガラスビジネスや高齢者による店舗などを生み出していたのである。

ではなぜ株式会社黒壁を中心としながら「関係」は「関係」へとつながって回り続けることができたのであろうか。実はこれは長浜に起きた偶然ではない。「関係」とは本質的に「関係」につながっていくものなのである。以下に説明しよう。

50) 「イエ・ミセ・マチ まちづくり役場という運動」9ページ、特定非営利活動法人まちづくり役場 2009年。

①学習目標としての社会性

「関係」とは上述のように共に社会をよくしたいというパートナーシップの関係を指している。このとき注意したいのは、この「社会をよくしたい」という目標についてである。考えてみると、このような社会性の目標はあくまでも理念や方向性であって100%到達することはできない目標である。

このことについてドゥエック (C. S. Dweck) は、目標には二種類あると指摘した。「達成目標」と「学習目標」である。たとえば、“100メートルを20秒で走る”というのが達成目標ならば、“速く走れるようになる”というのが学習目標である⁵¹⁾。このように学習目標への道のりはやってもやってもきりがなく、決して100%達成されることはない。「社会をよくしたい」という目標もまさに学習目標なのである。

さらに、1章で述べたように社会性は新しい社会性を次々と生み続け、社会の変化と個人の変化は“いたちごっこ”のような関係になる。このように社会性には終わりはない⁵²⁾。その意味でもやはり社会性は100%達成することができない目標なのである。

株式会社黒壁たちがめざす「まちづくり」もまた100%達成することはできない目標である。したがってヒアリング調査では、どこまでいっても終わりのない目標であるまちづくりに取り組む姿がみられた。それは自分たちで一歩ずつ前へ進める姿でもあった。「まちづくりはエンドレスです」という言葉も聞かれた。そして、このエンドレスの問題に対して「(まちづくり役場の方針は) きちんとしたものはありません。“いい加減”なんです。つまり、何でもやってみるということです。やってみながら、前へ進めていく方式でやっています。やってみて、まちづくりに貢献するかしないかを判断する。やってみて、お金をやりくりしていく、といったような具合です。・・・

51) 「2006年に出版されたドゥエックの著書『Mindset : The New Psychology of Success』(邦訳『“やればできる!”の研究』草思社)では、この二つの見方を「fixed mindset」(こちこちマインドセット)と「growth mindset」(しなやかマインドセット)と表現している。」Pink (2009) 邦訳175ページ。

52) たとえば事業を達成した途端に次の事業が生まれることがあるものの、その連鎖には必然性はなく、上述の社会性の特性とは全く異なるものである。

このような“やってみながら考える”方式は黒壁全体でもいえることです」という声が聞かれたのである。決して完璧に達成することはできない社会性の問題に向かって、現実と向き合いながら、“もっと自分たちにできることはないか、もっといろいろなことができるのではないか”と常にその解を探し続ける姿がそこにはみられる。

しかし、限られたメンバーでは解を次々と解を生み出すことは非常に難しい。そこで注目したいのがヒアリングで何度も聞かれた次の言葉である。「このようなやり方の場合、大事なことは、さまざまな人をどんどんのせていくことだと思います。色々言ってその気にさせて、自ら進めていくように持っていくということかもしれません。」「・・・人や場所をつないでいく、そこにまた新たな人が乗せられていく。このようにつながりが増殖していったから、商店街活性化ができたのだと思います。これが、黒壁をうまく回転させる仕組みだと思います」つまり、100%達しえないまちづくりに対して日々解を探し続けるために大事なことは「人をのせて」いき、つながりを連鎖させていくことなのである。そのことによって一歩ずつまちづくりに向かって進んでいけるのである。

ではなぜ「関係」を次々とつなぐことが、学習目標である社会性の問題に対して有効なのか。その鍵は「関係」でやりとりされる情報にあると考えられる。

②「関係」でやりとりされる本質的情報

人の関係においては必ず何らかの形で何らかの情報がやりとりされる。ではパートナーシップ関係においてはどのような情報がやりとりされるのだろうか。

村上奏亮は社会情報を大きく次の二種類に分けた。

ひとつは「手段的・部分的情報」であり、「科学的・専門的、超越論型、密画的」な傾向をもつ⁵³⁾。もうひとつは「本質的・総括的情報」であり、「生

53) 村上、西山、田中（1994）37 ページ。

活史的・歴史的、解釈学的、略画的」傾向をもつ⁵⁴⁾。「手段的instrumental or extrinsicと本質的intrinsic or consummatoryとの違い」から考えると、手段的情報とは「何か他の目的のために役立つ情報」であり、本質的情報とは「それを持つこと自身が値打ちをもつ」情報ということになる⁵⁵⁾。ただし、現実によりとりされる情報を考えたとき、「二つの種類の情報の区別は相対的なもの」であり、またこれらの「二つの種類の情報がさまざまな割合いで混合したものである」⁵⁶⁾ことも頭に留めておきたい。もう少し話を進めよう。

たとえば、「経営の基本計画が決まったときに、それを有効に実行するために企業が集めようとする詳しい手段的知識」は手段的情報の一種である⁵⁷⁾。このように手段的情報は「総じていうと、明確に目標を定めた上で収集され伝達される情報」である⁵⁸⁾。これに対して本質的情報は対話し解釈しあうことで全体や目標をつくっていく情報であると、村上は述べる⁵⁹⁾。

このように本質的情報と手段的情報の違いのひとつは、その価値の創発のあり方にある。手段的情報はあくまでも全体や枠組みが決まった中での手段に過ぎないため、情報のやり取りによる価値の創発はあまり期待できるものではない。(というよりもそもそも創発が求められていない類の情報だといえよう。)これに対して村上も言うように、本質的情報は対話や解釈などを通じつながることで結果として全体や枠組みをつくるような情報なので、つながったときには想定外の価値を創発することが十分にありうる。すなわち、本質的情報はつながることで全体や枠組みが変わっていき、そこから価値が生み出される情報なのである。

そしてこのような情報の特徴は当然のこととして、それらの情報をやりとりする個人間の関係のありかたと密接に結びつく。このことについて牧野真

54) 村上、西山、田中 (1994) 37 ページ。

55) 村上、西山、田中 (1994) 37 ページ。

56) 村上、西山、田中 (1994) 39 ページ。

57) 村上、西山、田中 (1994) 37～38 ページ。

58) 村上、西山、田中 (1994) 38 ページ。

59) 村上、西山、田中 (1994) 38 ページ。

也は、手段的情報が近代社会の効率化においてその中心的役割を果たしてきたのに対して、本質的情報は今後の情報社会—「参加型情報社会」—において中心的役割を果たすものになると述べている⁶⁰⁾。このように定められた目標を効率的に遂行するための支配関係においては主に手段的情報がやりとりされるのに対して、目標を共に作り出していくようなパートナーシップ関係においては主に本質的情報がやりとりされ、そこでは価値が創発されるのである。

上述の①と②から次のことがいえよう。

社会性は100%到達することはできない学習目標であるので、常に解を探し続けなければならない。しかも、固定メンバー体制では限界がある。ではどこからその解を得るか。そこで有効となるのが社会を共に良くしたいと考えるパートナーシップ関係なのである。“パートナーシップ”でやりとりされる情報は本質的情報であるため、これらの情報を組み合わせれば情報の価値が創発され、社会性の解を一步步作り出していくことになる。しかも情報はモノと異なって、どのようにやりとりしてももとの情報が消耗することはない。したがって、パートナーシップ関係をどんどんつないで回していつて、情報の価値を創発的に高め、社会性の解を作り続けることが有効と考えられるのである。ここで注意しておきたいのは、自分ももつ情報の価値を高めるために相手を利用しようとするような姿勢では、社会性の解は決して見つからないという点である。そのような解は自分の利益に固執したものになるため、広く受け入れてもらえず、結局社会で実現できないからである。win-win関係を築こうという姿勢でこそ、社会に広く受け入れてもらえるような解が見つかっていく。

黒壁（まちづくり役場）においても「やってみないとわからないことばかりです。そんなとき、つながりの増殖がビジネスを回す仕組みになります。たとえば博覧会のときのつながりでプラチナプラザができて、新しくやるこ

60) 牧野（真）（2010）76 ページ

とが増えます。……このように人や場所をつないでいく、そこにまた新たな人が乗せられていく。このようにつながりが増殖していったから、商店街活性化ができたのだと思います。これが、黒壁をうまく回転させる仕組みだと思います。」という言葉が聞かれた。そこから見えてくるのは、自分もつ情報の価値を高めようと思って、相手を利用するような関係ではない。ともに地域を良くしようとしているパートナーシップ関係を結ぶことによって自然と情報の価値が創発され、その価値に基づいてまた新しい関係が生まれるといった姿である。

このようにして「関係」―共に社会をよくしたいというパートナーシップの関係は社会性を求めるゆえに、またつながることで本質的情報を創発するゆえに、本質的につながり続けるのである。

(3) 社会的価値と事業性が生まれる

そしてこのように「関係」が回り続けることで社会性が実現され、ビジネスチャンスが生まれることを次に示したい。

黒壁においては、まちづくりを目指すさまざまな「関係」がつながることによって、たとえばプラチナプラザが生まれた。プラチナプラザが生み出す社会的価値のひとつは、高齢層（55歳以上）の地域貢献である。プラチナプラザで働く動機について次の声が聞かれた。「地域の役に立っているという誇りの部分があると思います。もし家に閉じこもっていたら、自分から外に対して何も生み出せないでしょう。プラチナプラザをやっていくことによって、町のなかでの自分たちの役割や自分たちの場所を作り、地域に対して自分から何かを生み出すことができるのです。」そしてこのような社会的価値が、高齢者にとって居心地のよい店を生み出すことになり、「常連のお客様」もでき17年間続いている。すなわち「関係」のつながりが高齢層の地域貢献という社会的価値を生み出し、その結果「地域の高齢の方々の憩いの場」という新しいビジネスを生み出しているのである。

また、黒壁のガラスビジネスもたんにガラス商品売るようなビジネスを

目指してはいない。「質の高い本物」を目指し、ガラスを長浜の文化としてビジネス化することを目指していた。これはまさに社会的価値を生み出す姿勢といえよう。そしてこの価値が共感と呼び、「遊びに来た人のなかから“自分もここで商売をしたい”という人も現れ」た。このことはたんなる売買関係ではない「関係」―共に本物のガラス文化を作ろうとするパートナーシップ関係―が広まっていることを意味する。と同時にビジネスチャンスの拡大をも意味しているのである。

以上のように黒壁では、黒壁、博覧会、出島塾、まちづくり役場、プラチナプラザといったような人々がつながることによって、高齢者の地域貢献や町の文化といった社会的価値を生み出している。それは共に長浜を良くしたいと思うパートナーシップの「関係」がつながることで生まれているとみることができる。そしてそのような価値が込められた商品やサービスに対する共感の拡がりから新しい事業性が生み出されているのである。注意すべきは、その共感が社会性のスローガンに対するものだけではないということである。上述の例でいえば、実際にプラチナプラザを訪れたとき、“高齢者の地域貢献”に共感して客が来ているというよりも、“居心地の良さ”に共感して客は来ていると感じられた。また、黒壁のガラス館の販売員は社会性の理念を特に意識していない。しかし、「本物」の買い付けや「本物」のディスプレイにおいて自分たちの能力をいかんなく発揮し、そのことが売り上げにつながっていた。したがってここでも“文化をビジネス化する”という理念に共感して客が来るというよりも、“本物志向のガラス製品”に共感して客が来ているとあって良いだろう。すなわち、そのような社会的価値を含む商品・サービスへの共感がビジネスの価値となっているのである。

社会性はあるべき姿なので100%達し得ないものである。また社会性は次々と連鎖的に社会性の問題を生み出す。したがってこのような社会性を追求するためには、永久に本質的情報を生まなければならない。しかし、固定のメンバー体制では無理である。そこで「関係」をつないでいき、そのつな

がりから本質的情報を創発していくことが有効となる。そして、このときに生まれる社会的価値を表現した商品・サービスが共感を呼び共感が拡がることによって、社会性を実現するビジネスが成立するのである。

もし自らのビジネスの価値を高めるために相手を利用しようと思つてつながる場合、ビジネスと環境との境界やビジネス内のサブシステムの境界にそれほど変化はみられない。もし変化があったとしても想定範囲内であろう。ところが社会性の目標に共に取り組もうとしてつながっていく場合、これまでの環境との境界やサブシステムの境界は大きく変わっていく。これらはつながってみて初めてわかる変化であり、想定などできるものではない。なぜならば社会性が100%到達できない目標であるだけに、社会性実現のためにつながることで起こる変化の内容や度合は、や[・]っ[・]て[・]み[・]な[・]い[・]と[・]わ[・]か[・]ら[・]な[・]い[・]からである。たとえば長浜の事例でも、それまで全く地域になかったガラス文化がまちおこしのビジネスになったり、商店街が観光地になって発展したりした。また、それまで家にいた高齢者たちが高齢者にとって居心地の良い店舗を経営し始めたりした。すべてが、自分たちで自己増殖的につながりながらや[・]っ[・]て[・]み[・]な[・]が[・]ら[・]変[・]わ[・]っ[・]て[・]い[・]くのである。そしてこのように変わるときに社会的価値が生まれ、事業性が生まれるのである。

この長浜のようにや[・]っ[・]て[・]み[・]な[・]が[・]ら社会的価値も事業性も生み出していくビジネスは静的な構造を基本とする入力・出力システムではあrawせない。「関係」が作動として回り続けることによってこそ説明することができるといえよう。

したがって以上の事例では、“①「関係」は「関係」につながって回り続ける、②このように「関係」がつながり続けることによって、ビジネスの社会的価値が生まれ、同時に事業性も生まれる”という事実がみられ、上述の仮説の妥当性が示されたといえよう。

(4) 事業性が「関係」を健全に維持する

ここまで、社会をともによくしたいという「関係」が回り続けることによって、社会性を実現するビジネスが成立することを示してきた。さらにここで重要なことをひとつ付け加えたい。それは、ビジネスの事業性が「関係」を健全化するのに貢献するということである⁶¹⁾。

基本的にお金の関係は相手を手段化する関係である。たとえば、ご飯を作ってくれた義母にお金を支払うと、きっと義母は怒るだろう⁶²⁾。これは、お金を払うことによって、義母を手段化したためなのである。このようにお金は相手を手段化する。しかし、この関係は必ずしも相手と対等な関係でないとも限らない。

たとえば、店主が客においしい料理を提供する。客に喜んでもらうために日々精進し、おいしい料理を適正な価格で提供する。客は喜び、対価を支払う。このとき、店主にとって客は手段である。しかし、そこに支配的な関係がないことは誰にでもわかる。では、もし客がお金を払わなければどうなるか。店主は食べさせてあげる人になり、客は食べさせてもらう人になる。これこそもはや対等な関係ではない。また逆に、料理を食べもしないのに客がお金だけを一方的に支払えば、それはそれで対等な関係ではない。客と店主の支配関係ができてしまうのである。

黒壁のまちづくり役場においても「一般に多くのNPO法人は寄付金を募ることが多いと思います。たとえば、商工会議所から100万円、商店街連合会から100万円・・・といったような感じです。しかし、まちづくり役場はこのような寄付金方式をとっておりません。なぜならば、お金をもらってしまうと、“言いたいこと”が言えなくなってしまうからです。つまり、私たちは、まちづくりを純粹に想う視点で、言いたいことを言い、やりたいことをやりたいと思っています。」といったように、自分たちで商品やサービス

61) 多様な価値観を認め合う関係や対等な関係を構築するのに、お金の関係が寄与することについては牧野（2013 A）87～89 ページ参照。

62) Ariery（2008）邦訳 104～105 ページ。

を生み出し対価としてお金を得ることで周りとの対等関係を保っていたとみられる。

したがって、ビジネスにとって事業性をもつ意味は、たんなる存続条件だけではない。ビジネスにおいて社会性を実現する時、事業性は積極的な意義をもつと考えられる。すなわちビジネスの事業性が「関係」を健全に築くことに大きく貢献しているのである。

おわりに—社会性と事業性の関係

本稿の目的は社会性を実現するビジネスをシステムとして捉えた場合、それがどのようなシステムなのかを検討することであった。そこで、本稿では、“社会性”を実現するシステムとは、まず動的で自律的なシステムでなければならないというところから出発した。続いてオートポイエシス理論、オートポイエシスについてのルーマンの解釈、そしてコトラーらのマーケティング3.0から示唆を得ながら以下の仮説を立てた。

- ・社会性を実現するビジネスをシステムとして捉えたとき、その要素（作動）は、共に社会をよくしたいというパートナーシップの関係である。この関係とは静的なネットワーク構造を示すのではなく情報をやり取りする動的な状況（コミュニケーション）を示すものである。（以降、このような関係を本稿では「関係」と略すことにする。）
- ・この「関係」は「関係」につながって、回り続ける。
- ・このように「関係」が回り続けることによって、ビジネスの社会的価値が生まれ、同時に事業性も生まれる。

長浜市の事例を参考に上述の仮説を検証した結果、社会性を実現するビジネスをシステムとして捉えたとき、それは「関係」を作動として成立するシステムであることが示されたといえよう。社会性を実現するビジネスとは、「関係」がつながり続けることで自らが変わりながら社会性と事業性を同時

に生み出し続ける動的で自律的なシステムなのである。

最後に、社会性と事業性の関係についてもう少し触れたい。そこから本論で検討してきた「関係」を要素とするモデルがすべてのビジネスにおいて適用されうること示したい。

1章で述べたようにこれまでの経済モデルやビジネスモデルでは、社会性を除いた事業性の部分だけを扱ってきた。そして、このようなモデルをリアルな経済やビジネスだと思い込み、これらのモデルに則った形で多くのビジネス活動が展開されてきた。このことが今日の社会の行き詰まりを招きた原因の一つだと述べた。ではなぜ、事業性の部分のみのモデルをリアルなビジネスと思い込むことが誤りであったのか。それは、本来、社会性と事業性が“不可分”だからである。

ポーター（M. E. Porter）らは、今日の「資本主義は危機に瀕している。・・・問題の大半は企業そのものにある」⁶³⁾と述べる。それは企業が、「価値創造について、いまだ狭義に考えられており、うたかたの財務業績を短期的に最大化しようとする一方、何より重要な顧客ニーズをなおざりにし、長期的な成功を左右するさまざまな影響を無視している」⁶⁴⁾からであるという。このようなうたかたの財務業績を短期的に最大化しようとするビジネスでは社会に悪影響を及ぼし、その結果がビジネスに必ず跳ね返ってきて、結局、ビジネスは行き詰ってしまう。今日の資本主義の危機がまさにそこに起因するといっているのである。そこでこの危機を打破するために、ポーターらは企業と社会との関係の捉え方の見直しを提案した。企業は決して自己完結的な存在ではない。たとえば、「生産性の高い労働力を確保するには、優れた教育や医療、機会均等が前提となる。・・・土地、水、エネルギーなど天然資源の有効活用は、企業の生産性を高める。また、優れた行政や法制度、私有財産権は、効率化とイノベーションに不可欠である。・・・同時に、健全な社

63) Porter & Kramer (2011) 邦訳 10 ページ。

64) Porter & Kramer (2011) 邦訳 9～10 ページ。

会には成功企業が欠かせない。いかなる社会プログラムであれ、長期的に生活水準と社会環境を向上させる雇用、富、イノベーションの創出という面では、産業部門に太刀打ちできない。⁶⁵⁾このように、企業と社会は、本来、相互依存関係にあるのである。したがって、ポーターらは、企業と社会は相互依存関係にあるという視点に立って、ともにwin-winとなるような戦略を考えた。それがCSV (creating shared value) である。ポイントは、企業と社会が共同で“共通価値を作り出す”という点である。すなわち、社会のニーズや問題をビジネスの中心的課題と捉え、それに取り組むことで、社会的価値も経済的価値も生み出すということである。企業にとってのCSVはあくまでも利益最大化を目指すための競争戦略なのである。

考えてみると、人が社会の中でしか生きられないように、ビジネスも社会の中でしか活動できない。したがって、そこから必然的に言えることとして、社会性を実現することがビジネスにとって有益、というよりもむしろ必須的な軸となるのである。それが社会の中でしか活動できないビジネスのひとつの本質ということである。長期的な事業性はその結果として生まれる。このことは上述のポーターらのCSVが意味するところだといえよう。

したがって、本稿で検討してきた社会性を実現するビジネスは何も特別なビジネスではなく全てのビジネスのことを指すということになり、「関係」を要素とするシステムは全てのビジネスに適用されうることになる。もう少し話を進めたい。

ポーターらによると社会と企業は相互依存関係にあるということであった。しかし、社会性と事業性は同じ次元にあってお互いが独立に存在するというような単純な関係ではないと筆者は考える。“同じ”ところに存在するが、次元が異なるものだと考えている。

そもそも社会性とは人々の生活をより良くすることであり、そこにはもちろんのこととして日常の事業性が含まれる。良い事業活動が具体的に存在し

65) Porter & Kramer (2006) 邦訳 42 ページ。

てこそ、社会は良くなるからである。その意味では、事業性抜きのスローガンだけの社会性などは存在しえないのである。

広井良典もコミュニティ再生について次のように述べている。「そもそもコミュニティというものは、“真空”に存在するものではなく、人びとの生産活動や日常生活の中に、ある意味ごく自然な形で存在するものだろう。たとえば農村を考えてみると、そこでのコミュニティは、その地域での農業という生産活動と不可分に結びついている。また、商店街というのはそこにおいて様々な人々の会話や交流が生まれる場であり一つのコミュニティ的な空間だが、それは買い物という、ごく日常的な経済活動と一体のものである。一方、“会社”という存在は、戦後の日本において高度成長期を通じ（よくも悪くも）“最大・最強のコミュニティ”であったわけだが、それはもちろん会社がひとつの生産ないし経済活動、あるいは労働という行為と結びついた存在だったからである。現在、人々の中の孤立やコミュニティの希薄化・崩壊といったことが言われるわけだが、大きく見れば、以上のような広い意味での経済や生産活動と全く切り離されたところでコミュニティを自覚的に作っていくというのは、かなり難しい作業である。』⁶⁶⁾

ここで重要なことは、社会性を実現するためには日常的な事業活動において社会性を目指すことこそが必要だという点である。

本論でも述べたように社会性とは、多様な価値観の妥協の中でまとめあげた“あるべき姿”といった理念である。それは到底達成できない遠くにある“あるべき姿”である。逆に、達成できたと思えるような理念は真の社会性ではない。したがって、このような社会性を実現するとき、社会性の理念から目標―手段連鎖で廻りながら一本道で進めていくことは無理である。たとえば、夕陽に向かって進むのに、夕陽の位置から廻って徒歩の計画を立てるようなものであろう。このような活動は自己満足に終わり、リアルな方向を見失ってしまいがちになる。私たちはこれまでそのような“間違った”活動をいくつも見てきた。したがって、社会性を実現するためには、社会を支え

66) 広井 (2013) 39～40 ページ。

る生産活動や消費活動など諸々の人間活動において、それぞれがそれぞれの立場で社会性を目指し活動するしかないのである。すなわち、社会性を実現しようとするビジネス等によってこそ、社会性は実現できるということである。

以上、ポーター（M. E. Porter）らが事業性の立場から社会性と事業性の不可分を訴えたのに対して、広井は社会性の立場から社会性と事業性の不可分を示していた。そして繰り返すと、重要なことは社会性が社会性を目標とした行為だけでは実現できないということである。社会性を支えるビジネスなどの具体的で日常的な活動によってこそ社会性は実現される。そしてこのとき、社会の中でしか活動できないビジネスは長期的な事業性を維持できることになる。すなわち、社会性の具体的な活動のひとつがビジネスであり、ビジネスは社会性を実現しながら価値を生み出すものなのである。それはお互いが独立した相互依存関係というよりも、異なる次元にありながら時には同一関係であったり時には入れ子構造になったりするような切っても切れない関係とみられるのである。

以上から考えると、本稿で検討してきた“社会性を実現するビジネスのシステム・モデル”は全てのビジネスに適用されるべきモデルだといえよう。「関係」をつないでいくことによって、社会性の価値を含んだ商品・サービスを提供していく。その商品・サービスへの共感の拡がりによって、長期的な事業性を手に入れる。このようなシステム・モデルを意識しながら、ビジネスを作り続けることが重要なのである。言い換えると、そのような姿勢こそが社会性だといえよう。勿論、部分部分で事業性をチェックするために従来型の入力・出力モデル等の利用は必要となる。したがって、社会性の「関係」で全体を回して、事業性で部分的にチェックするようなビジネスが求められるということになる。

社会性と事業性の関係はまだ検討すべきところが多く残されている。今後様々な面からみていきたい。

<参考文献>

- Ariery, D. (2008) *Predictably Irrational : The Hidden Forces That Shape Our Decisions*, Harper Collins, (熊谷淳子『予想どおりに不合理』第3版, 早川書房, 2009年。)
- Christakis, N. A. & J. H. Fowler (2009), *Connected*, New York : Little, Brown (鬼澤忍『つながり』講談社, 2010年。)
- 広井良典 (2013)『人口減少社会という希望』朝日新聞出版。
- 今井賢一, 金子郁容 (1988)『ネットワーク組織論』岩波書店。
- 井関利明, 藤江俊彦 (2005)『ソーシャル・マネジメントの時代』第一法規。
- Kotler, P., Kartajaya, H. & I. Setiawan (2010) *Marketing 3.0 : From Products to Customers to Human Spirit*, John Wiley & Sons. (恩藏直人監訳, 藤井清美訳『コトラーのマーケティング3.0』朝日新聞社出版, 2010年。)
- Luhmann, N. (2002), *Einführung in die Systemtheorie*, Carl-Auer-Systeme Verlag (土方透監訳『システム理論入門 ニクラス・ルーマン講義録1』, 新泉社2007年。)
- 牧野丹奈子 (2010)「コミュニティビジネスの“エネルギー”と本質—社会性と事業性の両立はいかにして可能か」『桃山学院大学経済経営論集』第52巻第1号, 123~208ページ, 2010年6月。
- 牧野丹奈子 (2011)「“人”を大切にするとコミュニティビジネス—成長した個人が生み出す社会性と事業性」『桃山学院大学総合研究所紀要』第36巻第2号, 1~46ページ, 2011年1月。
- 牧野丹奈子 (2012)「“全人的な個人”の関係を基盤とした経営—コミュニティビジネスからの示唆」『桃山学院大学総合研究所紀要』第37巻第2号, 1~25ページ, 2012年1月。
- 牧野丹奈子 (2013A)「ついでに社会性を実現する経営戦略こそが社会性を実現できる」,『桃山学院大学総合研究所紀要』第38巻第2号。
- 牧野丹奈子 (2013B)「長浜“黒壁”におけるまちづくり (インタビュー調査)」,『桃山学院大学経済経営論集』第55巻3号掲載予定。
- 牧野真也 (2010)「“参加型情報社会”における情報—手段的情報から本質的情報へ」『和歌山大学経済学会経済理論』第355号, 69~89ページ, 2010年5月。
- Maturana, H. R. & F. J. Varela (1980), *Autopoiesis and Cognition : the Realization of the Living*, D. Reidel, (河本英夫訳『オートポイエシス』国文社, 1991年。)
- 村上泰亮, 西山賢一, 田中辰雄 (1994)『マニフェスト 新しい経済学』中央公論社。
- 西垣通 (2004)『基礎情報学』NTT出版。

- 西山賢一（2000）「組織における主語論理と述語論理」,『組織化学 特集組織における美と倫理』Vol.33, No.3, 組織学会。
- Pink, D. H. (2009) *Drive : The Surprising Truth about What Motivates Us*, Riverhead Books, (大前研一訳『モチベーション 3.0』講談社, 2010年。)
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2006) "Strategy and Society" *Harvard Business Review*, December, 2006. (村井裕訳「競争優位のCSR戦略」,『ハーバード・ビジネス・レビュー』2008年1月号, ダイヤモンド社。)
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2011) "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」,『ハーバード・ビジネス・レビュー』2011年6月号, ダイヤモンド社。)
- 和辻哲郎（2007）『倫理学（二）』岩波文庫。（『和辻哲郎全集』第十, 十一巻, 第三刷, 岩波書店, 1990年を底本としている。)

(まきの・になこ／経営学部教授／2013年11月27日受理)

Which Essential Element of a Business Accomplishes Social Responsibility?

MAKINO Ninako

As is generally known, various social problems are caused by corporations that pursue profit maximization. Today, corporations must place the utmost priority in fulfilling their social responsibilities through their business activities, rather than seeking maximum profit in their businesses. System models are therefore needed that define corporate social responsibility and provide guidelines for corporations to follow.

From this perspective, in the form of a case study, this paper addresses the following question: Which element of a business accomplishes social responsibility and provides it with guidelines?

The conclusion we reached is as follows: There are various types of partnership relations that aim at social improvement (hereinafter “relations”) in corporations and their external environment. When these multiple relations are connected with one another, this leads to the creation of new concepts and knowledge, which further leads to the generation of innovative goods and services that reflect the new concepts and knowledge. When these innovative, unprecedented goods and services gain support from increasing numbers of people, this often leads to the creation of new businesses that accomplish social responsibility. In this process, relations function as seeds of new businesses. Accordingly, one essential element of a business that accomplishes social responsibility is relations.

米国における将来の会計専門教育への 取り組みと我が国の現状と課題

—— 米国Pathways Commissionの最終報告とその後の活動を中心に ——

小 澤 義 昭

1. はじめに

筆者が初めてPathways Commission（正式には、Pathways Commission to Study the Future of Accounting Higher Education）の存在を知ったのは、2010年8月初旬にサンフランシスコで開催された、米国会計学会（American Accounting Association; 以下“AAA”と称す）年次大会に参加した際であった。この大会において、Pathways Commissionの設立・活動に係るパネルディスカッションが行われ、このセッションが同委員会の公式キックオフの役割を果たしていた。このPathways Commissionは、次世代の会計業務に携わる専門家を育成するためのより高度な教育の在り方を検討することを目的として、AAAと米国公認会計士協会（American Institution of Certified Public Accountants; 以下“AICPA”と称す）が共同して設立したものである。この委員会は、米国財務省の職業監査人に係る諮問委員会（The U.S. Treasury Advisory Committee on the Audit Profession）の提言を受けて設立されたものであるが、筆者は、米国において会計教育の在り方及び教育界・学会と職業団体の関係が危機感を持って再検討がされようとしていることに当時違和感を持った次第である。日本と米国の双方において会

キーワード：会計教育，Pathways Commission，会計職業専門家，
米国会計学会（AAA），米国公認会計士協会（AICPA）

計プロフェッションとして長年実務に従事し、両国においてわずかながら会計教育を受けた経験のある身としては、わが国の会計士協会と学会との関係と比較すると、AAAとAICPAが相互に密接な協力関係にある米国をうらやましく感じていた。その米国においても色々な問題があるのかと困惑したのを今でもよく覚えている。それ以降、その動向に注意を払い、関連記事等を追ってきたが、2012年8月にワシントンDCで開催されたAAAの年次総会において、140ページを超える最終報告が公表され、それ以降3年を掛けて本格的な改善が行われることとなった。そして、その後のAAAの年次総会等においても、その導入に関して進捗状況の報告がなされている。

本稿では、Pathways Commissionの背景、その検討過程、最終報告の内容及び現在（2013年夏）までの導入状況についてその概要を解説し、さらに、わが国の現状との比較を行うこととしたい。そして、本稿が今後のわが国における会計教育の在り方に係る議論に少しでも寄与できればと考えている次第である。

2. Pathways Commission設立の背景

Pathways Commissionの設立の発端となったのは、前述のように2008年10月に公表された米国財務省の職業監査人(Auditing Profession)に係る諮問委員会の最終報告の第5提言であるが、まず、当該諮問委員会の設立の背景と最終報告の概要について述べることにする。

(1) 米国財務省の職業監査人に係る諮問委員会設立の背景

米国財務省は、力強く活気あふれる職業監査人を維持するにはどうすればよいかを検討するために当該委員会を設立したとしている。当該委員会は、多くの事項を検討事項としたが、その中でも、ビジネスや財務報告の環境の発展に対応していくために必要な人材を育成し、顧客を引き付け、そして、ビジネスを維持するために、職業監査人にどのような能力が必要かを検討している。更に、投資家のため有用なレベルでの監査の品質を確立することが重要であるとして、監査市場の競争と業務の

集中化、監査人の独立性及びその他の職業基準、投資家の信頼、監査事務所の組織構造、財務体質及び職業監査人のコミュニケーションをどのように改善していくべきかを述べている¹⁾。

この委員会の共同委員長に任命されたのは、8年間SECの委員長を務め、ニューヨーク大学での“Numbers Game”の演説で有名なArthur Levitt氏とPwCの元パートナーであり、SECの首席会計士であったDonald Nicolaisen氏である。彼らは精力的に活動し、2008年10月に最終報告を行った。その報告書の主な内容は次のようなものであった。

(2) 同最終報告の内容

当該最終報告は、31項目の提言から構成されており、その主な項目は次のようなものである。

i. 人材育成

この提言項目では、会計教育の改善と人材育成の強化に焦点を当て次の5項目を求めている。

- 新入生が会計プロフェッションとなる準備に役立つように、最新の会計基準等を織り込んだ会計カリキュラム等を導入するようにすること
- 監査事務所がコミュニティ・カレッジ（米国における公立等の2年制大学）からの採用を促進し、又、新入社員教育を通して、職業監査人としてマイノリティ（社会的少数者）の雇用を促進すること
- 高品質の監査を実施する力を学生が養え、将来の会計プロフェッションの需要に見合うように、公的あるいは私的な基金を通して有資格の会計教員の適切な供給を確実にすること

1) この内容に関しては米国財務省の次のホームページに詳細な説明が掲載されているのでそちらを参照いただきたい。<http://www.treasury.gov/about/organizational-structure/offices/Pages/acap-index.aspx>

- 職業監査人が雇用の需給状況及びそれが職業監査人の将来及び安定性に与える影響を理解できるようにするため、職業監査人に関する統計データを公表すること
- **財務報告システム及び監査環境の変化に対応するように学生を教育するのに最適な方法を検討するために、会計専門職大学院の将来性も含み、職業監査人ための教育の将来について研究を行うこと**

ii. 監査事務所の構成及び財務状況

この提言項目においては、監査事務所のガバナンス、透明性、企業責任、コミュニケーション及び監査品質の向上に焦点をあて、次の7項目を求めている。

- 監査の品質を改善するために、米国公開会社会計監視委員会 (Public Company Accounting Oversight Board: PCAOB) の不正の摘発事例等の情報を監査事務所やその他の市場関係者に提供するために、PCAOBがナショナルセンターを設立すること
- 多くの企業及び監査事務所が州をまたがって事業を行っている現状を鑑み、資本市場のより効率的な運用を図るため、一つの州で登録した公認会計士の資格を他の州でも相互認証できるようにすること
- 監査事務所のガバナンス及びその透明性を改善するために、監査事務所の経営委員会や諮問委員会において投票権を有する独立した第三者の委員を任命することを検討すること
- 公開会社の監査人の交代時の開示方法や内容を改善して透明性を高め、投資家の信頼を高めること
- 例えば、重要な会計上の見積もりや会計・監査上の判断のような情報を標準監査報告書に織り込むことによって、監査報告書が投資家により有用なものとなるようにすること
- 監査報告書に監査事務所の名前だけでなく、業務執行社員の名前

を署名することにより説明責任をより明確にすること

- 監査事務所の透明性を高めるため、大手監査事務所に年次報告書の公表を義務付け、更に監査済みの財務諸表をPCAOBに提出することを義務付けること

iii. 集中と競争

監査市場の競争を高め、クライアントに監査人の選択肢を増加させることに焦点をあて、次の5項目を求めている。

- 監査人の選択肢の減少と重要な市場の混乱を避けるために、PCAOBは、監査事務所における事務所を破滅に導くようなりリスク要因を監視すること
- 監査人の選択肢の減少と監査市場の混乱を避けるために、問題のある大手公開会社監査事務所の再建と事業維持のためのメカニズムを創設すること
- 監査品質の良し悪しを基準として、監査事務所間の競争と選択が行われるように監査の品質と効率性の主要な指標を抽出しこれを公表すること
- 監査過程と監査品質に関して投資家の信頼を高めるために、すべての公開会社において公開会社監査事務所の株主総会における承認を必要とするように法改正を行うこと
- すべての監査事務所が効率的に監査品質の向上に努めているとの信頼を投資家が持てるようにPCAOBと海外の規制当局との間で検査協力と規制当局間の調整を促進すること

上記のような提言が行われたわけであるが、そのうち、「i 人材育成」の最後の項目（斜字）は、AICPAとAAAが共同して委員会（Commission）を設立して研究を進めることを求めていた。この提言に従って設立されたのが、Pathways Commissionである。

3. Pathways Commissionの活動経緯

Pathways Commissionは、前述のAAA年次総会におけるキックオフミーティングに引き続き、2010年10月15日から17日にかけてワシントンDCにおいて第一回の会議が行われている。この委員会の目的等は前述のとおりであるが、では、この委員会の構成等はどのようなになっているのかを最初に述べることにする。この委員会は、次の6名から構成されている。

- テネシー大学の教授であり、この委員会の委員長であるBruce Behn氏
- デロイト会計事務所のパートナーであるWilliam Ezzell氏
- マーフィーコンサルティング株式会社の代表執行役兼社長であるLeslie Murphy氏
- ミネソタ大学ビジネススクールの会計研究科長であるJudy Rayburn氏
- テキサスA&M大学ビジネススクールの会計研究科長であるJerry Strawser氏
- シラキューズ大学ビジネススクールの研究科長であるMelvin Stith氏

そして、この委員会の下に3つワーキンググループ（これを彼らはサプライチェーンと呼んでいる²⁾）を設けて、現在および将来に向けての会計教育への道筋(Pathways)に関する問題点、将来に向けてのチャンスを明確にし、この道筋をいかにつけるかに関する詳細な提言を行うことが求められた。それぞれのサプライチェーンチームは各1名のリーダーと11名のメンバーで構成されており、第1チームはK-14教育（大学専門課程進級前までの教育³⁾）に焦点をあて、第2チームは大学における会計教育に、そして第3チームは教育から実務への道筋に焦点を当てて検討することとしていた。

2) 大学教育を生産工場にたとえ、学生の入学から会計の職業専門家としての旅立ちまでのことを意味している。

3) アメリカにおいては、幼稚園から大学の教養課程終了までに通常14年要するためこのような表現を使うとのことである。

委員会が活動を開始した時点で、AICPAがBehn委員長にその抱負等に関してインタビューをしており、それがAICPAの機関誌“Journal of Accountancy” 2010年10月号に掲載されている。このインタビューの中で、Behn委員長はこの委員会の意味するPathwaysが会計プロフェッションへの道を意味し、この会計プロフェッションには、監査法人に勤務する公認会計士、私企業のコントローラー（経理関係管理職）及びSEC等の政府機関で働く専門官等が含まれ、“Pathways”はこれらへの道筋を大学等の教育機関がいかにつけていくかを意味しているとしている。更に、Behn委員長は前述のサプライチェーンに関して、“何故3つのサプライチェーンを設けたのかについて”次のように述べている。

「多くの機関や個人が会計教育に携わっているが、これらの会計教育等の需要側と供給側が一堂に会して、会計教育を取り巻く難しい問題に取り組むということは今までなかった。このサプライチェーン方式は、あらゆる利害関係者が相互に作用しこれらの問題に取り組むための我々の手法である。一つ目の会計のサプライチェーンの担当チームは、K-14教育に焦点をあて、2つ目は大学における会計教育の過程に焦点をあて、そして3番目は基準、雇用者及びその他の利害関係者に焦点を当てている。」

それ以降もPathways Commissionは、精力的に3つのサプライチェーンのテーマごとに議論を重ね、公開会議として、米国東部を中心に全米において、AICPAの会議として5回、AAAの会議として15回、その他の会議として16回が行われている。このように多くの議論と時間を掛けて、2012年7月にPathway Commissionは、“Charting a National Strategy for the Next Generation of Accountants”（次世代の会計プロフェッションのための国家的戦略を描く）と言う表題の下で最終報告を公表している。次にこの報告書の内容を見ていくこととしたい。

4. Pathways Commission最終報告の内容

Pathways Commissionは前述のような背景で設立され、会計に携わる学

生、研究者、実務家及びその他の見識あるリーダーの強固な関係を構築し維持するためにはどのような教育課程が必要かについて、前述のように議論を重ね、次のような7つの提言を行っている。

提言1：学生、会計実務家（職業専門家）及び教育者のために会計研究、教育及び実務の意義のある融合を成し遂げることによって、将来の学識ある職業専門家(Learned profession)を育てること

ご承知のように、医学界においては、医学の研究者と臨床医というのは密接な関係があり、研究者と臨床医が共同で研究を行い、議論を行っている。法曹界においても、あるいはエンジニアの世界においてもこれは同様である。しかるに、会計の世界においては、その学会においても公認会計士等の実務家の参加者が少なく、彼らはまともな議論に加わっていない。これには多くの理由があるが、その一つとして、会計実務家は、大学時代にアカデミックな実証研究を読み理解するという教育を受けず、会計の技術的な事項（会計処理の理解等）の演習に明け暮れていることがあげられる。もう一つは、アカデミックな実証研究が、会計実務からかけ離れた事項に関して行われており、その研究成果が実務の役に立たないことがあげられる。

この提言を受けて、次のような目標が掲げている。

- i. 実務家教員をもっと会計教育、プログラムの設定や研究活動の重要な局面に積極的にかかわらせるようにする。
- ii. アカデミックな実証研究の対象を実務にもっと関連するような事項に的を絞る。
- iii. 実務家と教育者の交流を増やす。
- iv. 会計実証研究を会計コースやカリキュラムに織り込む⁴⁾。

4) これに関して、後述している2013年年次総会のセッションの中で、今の会計専門職大学院は、公認会計士試験に出題される内容（制度会計、監査論等）重点的に教えなければならず、会計の実証研究について教える余裕がないとの話が何度も出ていた。

提言2：組織の使命、会計教育及び研究目標に合致するような（伝統的な博士課程のみでない）最終学位への代替的な道筋を定めることにより、あるいは、現存の博士課程においても柔軟性のある運用を行うことにより、教員に対する今後の需要に答えるための仕組みを作り出すこと

米国において終身身分保障権（tenure-track）を有する教員が不足していることはよく知られた事実である。特に、監査、情報及び税務分野においては不足が際立っている。この不足は、博士課程の学生の教育や研究に支障をきたし、ひいては修士課程の院生や大学生を教育するための教員の不足につながっていく。つまり、この不足が中長期の会計教育及び研究の品質及び実行可能性に大きな影響を与えることになる。終身身分保障権を有する教員が急激に減少するのは、現在の年齢構成を鑑みると明らかであり、現在の博士課程の養成システムを鑑みると、将来の会計教育や研究に対処するのが難しくなるのは明らかである。従って、会計教育の質を維持し、活発な会計実証研究を維持するためには、従来の博士課程を通しての道筋だけでなく、新たな道筋を生み出すことが必要となる。

この提言を受けて、次のような目標が掲げている。

- i. 博士課程の内容及びプログラムを柔軟性の高いものにする。
- ii. 会計の最終学位に関して多様な道筋を模索する。

提言3：それぞれの組織の使命を成就するための重要な要素であるとして、教育が尊敬され、報酬面でも報いられるように会計教育システムを改善すること

大学の教員の主な役割としては研究と教育がある。今の教員の評価システムでは、研究の占める割合が教育よりはるかに高くなっている。複雑化した会計基準や実務を考慮すると会計教育は一層大切となるが、研究業績で評価されるため、教員は研究に時間を取られ、教育の質を高めるのに時間をとるのが難しくなっている。これでは、優秀な会計プロ

ファッションの養成に支障をきたすことになりかねない。教員の業績評価システムの改革等が望まれる。

この提言を受けて、次のような目標が掲げられている。

- i. 品質の高い教育に対する補助、評価及び褒賞を増加させる。
- ii. 教育の質を教員の年度評価、昇進及び終身身分保障権獲得のプロセスにより良く反映させる。
- iii. 大学において教育の価値を高めるようにする。

提言4：最適なカリキュラムや教育法を維持することができるようFD機会を増やすことはもちろんのこと、習得したノウハウを容易に分け与える仕組み及び学習手段やモデルカリキュラムの開発を行うこと

会計実務はグローバル化とIT化が進み、劇的に変化を遂げている。現在の学生は家庭でもIT化が進んでおり、伝統的な教育手法に我慢できるような状況にはない。従って、この状況の変化に合わせて、伝統的な会計プログラムやカリキュラムも改革する必要がある。

この提言を受けて、次のような目標が掲げられている。

- i. 将来の会計カリキュラムの中心となるべき主要な知識は何かについて会計業界で検討を重ねる。
- ii. 将来のためのカリキュラムモデルを作成する。
- iii. 有効なキャリアパス等の構築を通して、FD機会の支援やガイダンスを行う。

提言5：潜在能力が高い多様な入学者を会計専門職に引き付けるためにその魅力を改善すること

会計を志した学生の多くは、会計の専門分野はその範疇が狭いという印象を受ける。特に、職業専門家として道筋は監査と税務だけである。これでは、会計領域に興味を持った能力の高い学生を引き付けるのは難しい。幅広い社会における会計の利用を促進し、特に多様な人々を受け

入れるようにしていくことが重要である。

この提言を受けて、次のような目標が掲げられている。

- i. 会計学習の認知度を上げ、会計分野におけるキャリアアップの機会を増やす。
- ii. 会計初度教育を改革する。
- iii. 修士課程をめざす学生を増やす。
- iv. 奨学金付リテラシー教育プログラムを開発する。
- v. 会計プロフェッションの多様性を高めるのに障害となっている事項を探究することを推奨する。

**提言 6：会計プロフェッション及び会計教員のための現在および将来の市場
に関する情報を収集し、分析し、それを公表する仕組みを考案すること**

最近の雇用に関する国のデータが入手しやすくなったことや高等教育に関するデータベースとのリンクができるようになったことで改善はされているが、会計職業専門家の雇用状況と将来の需要状況に係る情報を入手することは簡単なことではないのは変わらない。当委員会は会計教員の需要と供給の将来と同様に、会計職業専門家の需要と供給との関係のデータの収集と開示を行うこととしているとのことであった。

この提言を受けて、次のような目標が掲げられている。

- i. 必要な情報を収集するために全国的な委員会を設定する。
- ii. 会計職業専門家の需要と供給及び将来必要とされる能力の開発に関するプロジェクトを設ける。
- iii. 高等教育におけるすべての会計教員の需要と供給の将来に関するプロジェクトを設ける。
- iv. 高等学校における会計教育の恩恵を高める。

提言 7：上記の提言を実施するにあたり、これを抽象的な話で終わらせるのではなく、より持続性のあるものとするための仕組みを構築すること

過去何十年にもわたり、専門家教育に関して大学と実務界が協力して同様な問題に取り組んできている。そして、その研究のいくつかは価値のある指針を示しており、イノベーションを約束してきた。しかしながら、そこには明確な導入プランが示されておらず、たち切れとなってしまう。そこで、当委員会では組織的に十分な人的資源が与えられ、この提言が実現されるようにしていく必要があるとしている。

この提言を受けて、次のような目標が掲げられている。

i. 将来の会計教育の変化への努力を持続しうるプロセスを実行する。

同委員会は、過去、多くの先人が会計教育の変革に努めてきており、表面上は効果的なイノベーションが起こったかのように見えるとしながらも、それは熱心な個人が行ったものであり、組織的に行われなかったため、改革が立切れとなってきたと指摘している。今までと同様に、このように障害が今回も生じることが考えられる。具体的に生じる可能性のある障害としては次のようなものが考えられるとしている。

イ) 教員にこの変革が必要であることの認識の欠如

ロ) カリキュラムは独立したコースの収集物であるので、多くの分野からこれを収集するのが難しい。

ハ) 教員には経験及び知識が欠如し、その実施の機会が不足している
ので、新しい教授法の効果的な実践が遅れる傾向がある。

ニ) 大学においてカリキュラムの変更には時間がかかる。

ホ) 研究の実社会への役立ちに焦点を当てた終身身分保障権及びポスト終身身分保障権のプロセスの柔軟的な対応が欠如している。

ヘ) 学生本位とカリキュラムのイノベーションを促進するような報奨制度の欠如

ト) この改革の導入に対する学部長や研究科長の能力不足ややる気のなさ

チ) 健全な教授法及び専門家の実務的観点の正しい理解及び業績評価

の欠如

同委員会は、このような障害を克服するように教育者や大学側が努めなければ、会計教育のイノベーションが進まないとしている。同委員会としては、前述の提言を実現するためには、このような障害を克服することが不可欠であり、そのための施策をとっていくとしている。もちろん、この提言の実現には困難を伴うということは同委員会も十分に承知している。色々と議論を重ねながら、今後3年間（2012年夏～2015年夏）、この提言の実現に向けてプロセスを進めていくとしている。

それでは、次に同委員会の具体的なアクションプランやそれを行う場合の弊害についてどのように考えているかを検討していくこととする。

5. 上記の提言に対する具体的なアクションプランとそれに対する障害

提言1：学生、会計実務家（職業専門家）及び教育者のために会計研究、教育及び実務の意義のある融合を成し遂げることによって、将来の学識ある職業専門家(Learned profession)を育てること

目 標	アクションプラン	想定される障害
実務家教員をもっと会計教育、プログラムの設定や研究活動の重要な局面に積極的にかかわらせるようにする。	✓ 会計の実務家教員を正規教員として雇用し、会計教員チームの主要メンバーとして受け入れる。 ✓ 職業専門家を会計実務家教員として認め、大学に招き入れ、採用できるようにする。	■ 大学のランキング付けがアメリカでは一般的に行われているが、このランキング付けに使用する評価項目には、特定の学術誌に掲載された論文の数というのがあり、それが評価の重要な要素となっている。そこで、各大学は、終身身分保障制

アカデミックな実証研究の対象を実務にもっと関連するような事項に絞る。	✓ 実務界と学者が共同して研究した成功モデルを確立するために新規の共同研究ベンチャーを設立する。 ✓ 実務に関連する実証研究を実務家に幅広く普及する。 ✓ 重要な実務上の問題に関連する研究を学術誌において公表するように推奨する。 ✓ 会計実証研究の公表の速報性の改善に焦点を当てた議論を適切な利害関係者の間で行う。 ✓ 会計実証研究のイノベーションを奨励する。	度への査定の重要な項目として、特定の学術誌への投稿・掲載数を掲げている。残念ながら、当該学術誌が実務に焦点あてた研究を取り上げるのはまれである。 ■ 学術研究を行うためには、監査法人やその関与先のデータを入手する必要があるが、これは監査人としての守秘義務に係る倫理規定や法規制に抵触する可能性がある。 ■ 日常業務に追われて忙しい為、実務と会計教育を促進する多くの交流を行うのに必要な時間をとることが大学側及び監査法人側双方で難しくなっている。 ■ 大学側に博士課程を修了したような通常の教員を好む傾向があるため、実務家が教員になることに積極的になれない。
実務家と教育者の交流を増やす。	✓ 教員と実務家との間のしっかりとした実務研修や学外研修の開発を行う。 ✓ 大学側と実務家の間の連携の見直しや改善をおこなうプログラムを導入する。	
会計実証研究を会計のコースやカリキュラムに織り込む。	✓ 会計学科の学生が研究手法等の学習を行えるようにする。	

提言 2：組織の使命，会計教育及び研究目標に合致するような（伝統的な博士課程のみでない）最終学位への代替的な道筋を定めることにより，あるいは，現存の博士課程においても柔軟性のある運用を行うことにより，教員に対する今後の需要に答えるための仕組みを作り出すこと

目 標	アクションプラン	想定される障害
博士課程の内容及びプログラムを柔軟性の高いものににする。	✓ 博士課程の学生に現存の革新的な監査アプローチ等を経験させるようにする。	■ 外部からの寄付や基金が十分ではない現状では，現在の博士課程以外に新たな過程を設けるには費用が掛かりすぎる。
会計の最終学位に関して多様な道筋を模索する。	✓ 職業専門家が社会人向け夜間大学院のような組織を通して博士課程（MBAのエクゼクティブコースのようなもの）を修了できるようにする。	■ 大学内部に当該コース等の導入に関して，様々な障害が存在する。

提言 3：それぞれの組織の使命を成就するための重要な要素あるとして，教育が尊敬され，報酬面でも報いられるように会計教育システムを改善すること

目 標	アクションプラン	想定される障害
品質の高い教育に対する補助，評価及び褒賞を増加させる。	✓ 外部からの基金や寄付を通して，研究業績に匹敵するような金銭的な教育業績へのインセンティブを提供する。 ✓ 研究を評価するのと同様に，教育の評価も行えるようなシス	■ 研究成果の公表数がビジネススクールの評価の重要なポイントとなっている。ランキングを維持するために，多くの大学では，研究成果の向上に力を注いでおり，授業負担の軽減

	テム（研究業績に関するピアレビューと同等のもの）を確立する。	や研究に対する褒賞等を行っている。これが原因となり、教育に投入される資源が制限されているのが現状である。教育に重きをおいた報奨制度、助成金及び寄付が行われないとこの問題の解決は難しい。
教育の質を教員の年度評価、昇進及び終身身分保障権獲得のプロセスにより良く反映させる。	✓ 研究業績の評価と類似した形で教育の評価も年次業績評価の中に織り込めるようにする。 ✓ 終身身分保障制度における外部レビュープロセスに教育業績を入れる。	■ 研究成果は量的に捉えられ、学術誌の評価もこれに基づく傾向がある。このメカニズムを変えない限り現状の打破は難しい。
大学において教育の価値を高めるようにする。	✓ 全国的な教育賞や大学教育ランキングを設定する。 ✓ 全国レベルの会計教育エクセレンス・センターを設立する。	

提言4：最適なカリキュラムや教育法を維持することができるようFD機会を増やすことはもちろんのこと、習得したノウハウを容易に分け与える仕組み及び学習手段やモデルカリキュラムの開発を行うこと

目 標	アクションプラン	想定される障害
将来の会計カリキュラムの中心となるべき主要な知識は何かについて会計業界で検討を重ねる。	✓ 当該問題を解決するために、教育者及び関係者を集めてタスクフォースを創設する。 ✓ 国際的に多様な学生の教育に役立つ教授法を開発する。	■ カリキュラムの開発、教材の作成その他の一般的な教員の養成に関連する領域に関して、教員の業務に対する認識、褒賞及びインセンティ

	✓ 最近のIT技術やビジネスの世界的傾向を反映した教育内容に変革する。 ✓ すべての学生がグローバルな考え方や物の見方を養えるような教育内容に変革する。	ブが欠如している。 ■ カリキュラムそのものが個人のものとみなされ、それを共有することが行われていないのが現状であり、これがそのようなノウハウの蓄積を妨げている。
将来のためのカリキュラムモデルを作成する。	✓ 導入を容易にするためのマルチメディアを開発する。 ✓ カリキュラムを導入するための理論的根拠を教員や学部に関連する。 ✓ 特徴ある教授法を具体的に導入するために、会計の入門のコースを含む学部の新カリキュラムを試験的に導入する。	■ 上記のようにインセンティブが見いだせないために、最先端のIT技術や会計・監査実務をカリキュラムに取り込むのが難しくなっている。 ■ 大学側、特に公立大学において、カリキュラムの変更が、その手続の複雑さ、及び煩雑さが起因して時間が非常にかかるものとなっている。これが迅速な変更を難しくしている。
有効なキャリアパス等の構築を通してFD活動の支援やガイダンスを行う。	✓ 教員が担当するFD活動において指導的役割を果たすようにする。 ✓ 教員養成の意欲をそぐような事項を排除するために、学校、学部及び認定機関に働きかける。	

提言5：潜在能力が高い多様な入学者を会計専門職に引き付けるためにその
魅力を改善すること

目 標	アクションプラン	想定される障害
会計学習の認知度を上げ、会計分野におけるキャリアアップの機会を高める。	✓ 社会に対する貢献や役割に興味を持ち、挑戦するという機会を幅広く持つために、会計学の本質と知識を強化する。 ✓ 会計カリキュラムの質を高めるために現在の高等学校プログラムの基礎を固める。 ✓ AP（大学一年生レベルの授業でこれを修了すると大学の単位認定を受けられる）授業単位を獲得できる高等学校の会計クラスを確立する。 ✓ 学生がいつどのようにしてキャリアの選択を行うのかを調査する。 ✓ 会計におけるキャリアパスを明確に描く。 ✓ コミュニティカレッジ（米国の2年制大学）の会計専門職補佐プログラムを促進させる。	■ 奨学金制度が複雑なため、移民後生まれた最初の世代とか低所得家庭の学生がこれを取得するのが難しくなっている。これは会計分野だけの話ではないが、これが学生に影響を与えているのは間違いない。 ■ 会計教育が認定単位の対象となっておらず、会計教育を受けようすると追加で単位を取得する必要が生じ、これが、財政的に豊かでない学生にとり負担となっている。

会計初度教育を改革する。	✓ 会計初度教育が設計され運用される方法に関する今までの努力を無にすることなく、確固たるものとする。 ✓ 魅力的な教材を提供するためにIT技術を活用する。 ✓ 教育・学習用の教材のライブラリーを開発する。 ✓ 実社会における公認会計士業務のロールプレーを行い、実務的な会計に関する問題や疑問を解決できるような能力を育成する。	
修士課程をめざす学生を増やす。	✓ 従来とは違った、非会計学部生を引き付ける柔軟な募集形態がとれるような斬新なプログラムを基礎から作り出す。	
奨学金付リテラシー教育プログラムを開発する。	✓ 現存の奨学金制度の認知度を高めるためにFAQ等を作成する。 ✓ 奨学金制度に応募する高校生を援助する	

	ために現在の会計学生や学生組織の一覧表を作成する。	
会計プロフェッションの多様性を高めるのに障害となっている事項を探究することを推奨する。	✓ 会計プロフェッションで、今まで大学に入学していないようなグループを大学に導き入れるために、AAAやAICPAがその他の利害関係者とともに現在の状況を注意深く分析する。	

提言6：会計プロフェッション及び会計教員のための現在および将来の市場に関する情報を収集し、分析し、それを公表する仕組みを考案すること

目 標	アクションプラン	想定される障害
必要な情報を収集するために全国的な委員会を設定する。	✓ 提言7にもあるように、その他の提言をサポートするために必要な普及活動、情報の収集、分析ができるようにするために、広い分野の利害関係者からなる委員会を構成する。	■ この提言に関しては、様々な利害関係者と共に現在の努力を継続していく必要がある。
会計職業専門家の需要と供給及び将来必要とされる能力の開発に関するプロジェクトを設ける。	✓ 現在および将来の会計職業専門家の重要と供給等を財務管理者協会(FEI), AICPA, 大学, その	

	他の関係機関に対して、半年ごとに調査を実施する。	
高等学校における会計教育の恩恵を高める。	✓ AAAによって開発される詳細なデータベースを利用し、会計教員の将来の需要を確かめるために半年ごとに調査を実施する。	
必要な情報を収集するための全国的な委員会を設定する。	✓ 高校の会計教員用のデータベースを開発する。	

6. Pathways Commissionの最終報告後の導入状況

i. AICPAの反応

このような最終報告を受けて、AICPAはその機関誌“Journal of Accountancy”の2012年10月号に次の3つの記事を掲載している。ここでは、当該記事の概要を紹介することを通して、AICPA側の反応を見ていくこととする。

① 「Pathways Commissionが最終報告を行い3年間の導入段階に入ったこと」に関する記事

この記事では、2年間の検討を経て、最終報告が2012年7月31日公表されたことを述べ、更に前述の7つの提言について、簡単に紹介すると同時に今後の導入努力の重要性とそれに対する同委員会の意気込みについて紹介している。

② 「実務社会からクラスルームへ」という表題の記事

当該記事においては、Pathways Commissionの最終報告の提言のうち、提言1の目標1「実務家教員をもっと会計教育、プログラムの設定や研究活動の重要な局面に積極的にかかわらせるようにする。」に焦点をあてている。昨今、米国においては会計学を専攻する学生が増加する傾向にあるが、それに反して会計学の教員の大量退職（約4000人の博士号を持つ会計教員の半分以上が55歳以上であり、その平均退職年齢が62.4歳）が生じようとしている。しかしながら、博士課程の学生を増加させるのは大学側にとっても学生にとってもコストのかかるものとなるため、博士課程の学生数が減少傾向にあるとしている。この博士課程の学生数の減少は、60%の研究科長が認めているとの調査があるとし、また、この不足が実務家教員の活躍の場を広げることとなっている。

次に、多くの州において財政難から高等教育に対する州の補助金の削減が行われており、これに伴い、各大学の会計学科は、会計教員を給料の高い博士号を持つ教員から給料の安い実務家教員に切り替えることを検討してきているとしている。Association to Advance Collegiate Schools of Business (AACSB)（米国を中心とするマネジメント教育を評価する著名な機関）の調査によれば、博士号を有する新任教員の9か月間の給与（アメリカでは大学の休みの期間は給与が出ない。）は、平均135,500ドル（約1,380万円）であるのに対して、実務家教員の給与は平均71,200ドル（約720万円）となっており半分程度である。この給与格差にもかかわらず、実務家教員が担当する科目は博士号を有する教員の倍となっている。大学にとっては実務家教員を雇用する方がコスト的には見合うという次第である。

更に、前述のAACSBは、現在、実務家教員の割合が会計教員全体の19%程度になっているが、これを学部教育においては60%まで引き上げることを容認している。

同記事は、更に実務家教員の事例を取り上げ、今後、公認会計士が実務家教員として、大学教育に係る割合が増えることを期待しているとしている。

また、同記事は実務家教員の現状調査も行い、女性会計士が実務家教員として教育に携わる割合が男性の倍となっており、年齢は40歳から60歳の間で、実務経験は20年以上、セミスターにつき10～12単位（週1で3～4科目）の授業を受け持ち、平均給与は57千ドル（6百万円弱）であり、それだけで生計を立てているケースが多いとしている。当該実務家教員は、教育に生きがいを見出しているが、学生から感謝をされる割に、同僚の博士号を有する教員からは、感謝をされず2等市民的な扱いを受けていると感じているとの調査結果も紹介し、公認会計士側から見た現状の問題点を指摘している。

- ③ 「会計学博士課程学生向け奨学金制度の現状報告」に関する記事
当該記事は、米国会計業界が取り組んでいる「会計学博士課程学生向け奨学金制度(The Accounting Doctoral Scholars Program : ADS Program)」について紹介し、その現状を最終報告と絡めて報告している。

ADS Programは、前述のAACSBとAAAとの共同調査で、監査分野の博士課程修了学生数が教育現場の必要数の22.8%、税務分野の同比率が27.1%しかいないことが指摘され、その不足原因の一つとして奨学金等の不足が指摘されたことに基づき、それを支援するために設けられたものである。

ADS Programの内容は、68の監査法人（大手会計事務所が中

心)、48の州会計士協会、AICPA及びその他個人数々が8年間で17百万ドル(17億円強)寄付を行い、これをAICPA財団が管理・運営を行うこととしたものである。対象となるのは、次のような条件に満たす学生であるとしている。

- (ア) 米国市民もしくは永住権を有すること
- (イ) 監査か税務に関する会計事務所の実務経験が3年以上あること
- (ウ) このプログラムに参加している大学院に入学すること
- (エ) 監査もしくは税務の分野の研究を行うこと
- (オ) 博士課程修了後は、米国内のAACSB認定大学の教壇に立つこと
- (カ) 選抜された場合には、同プログラムのオリエンテーション会議やその他の催し物に参加すること、等

2012年秋において、114名がこのプログラムの対象となり、年間3万ドルの奨学金を4年間受けている。

このプログラムを運営するAICPA財団としては、前述の最終報告の提言やアクションプランに積極的に取り組む大学の院生に積極的にADS Programに基づく奨学金を分配し、消極的にしか取り組まない大学の院生には分配を控える方針であることを表明している。

なお、このプログラムは2008年度から始まっており、2016年度まで継続することとなっている。その後の活動方針等については決まっていない模様である。

ii. Pathways Commissionのその後の活動(2013 AAA年次総会での講演内容等)

筆者がその後の活動として直接話を聞いたのは、2013年8月初旬に

米国カリフォルニア州アナハイムで行われたAAAの年次総会においてであった。同年次総会では、Pathways Commissionの前述の報告書の発行1周年を記念して、5つのセッションが設けられていた。その内容から、どのくらいの進展があったのかを見ていくこととする。

初日に行われた最初のセッションでは、前述の6つの提言の進捗状況についての報告があった。このセッションではあまり具体的な話はなく、一部が完了し、その他はまだまだ途上、しかしながら順調に進んでいるというような報告内容であった。ただ、引き続き行われた4つのセッションにおいて、提言1、提言4及び提言5に関しての活動状況を詳細に検討していた。以下、この4つのセッションの内容を紹介することを通して、その後の活動状況を見て行くこととする。

- ① セッション2:「アカデミックな実証研究が職業専門家に適時に影響を与えるためにはどうすればよいか。(How Timely Academic Research Can Impact the Profession)」

このセッションは、パネルディスカッション形式で行われ、会計事務所から2名、大学の教育者3名、FASBの委員1名の6名がパネルに参加していた。この中で印象的であったのは、会計事務所側も大学側も、両方の交流が少ないということを認めていることであった。今、会計事務所が直面している問題を適時に研究者に伝え、そしてどのような情報や資料を提供すれば、職業専門家に役に立つ実証研究ができるということが話し合われていた。これに関連して、FASBの委員であるTom Linsmeier博士は、何がFASBにとって会計上の重要な問題であるかを学者からあまり聞かれる状況にFASBはなっていないことを危惧していた。会計というのは実学であるにも関わらず、実務（現実）と学会（理想）が離れていこうとしている表われのように筆者は感じた次第である。さらに、テキサス大学オースティン校のSteve Kachelmeier教授は、実務に関連する実証研究のあるべき姿について3方法の

分類を示していた。ただ、これらの話の中で問題がどこになるのかは抽象的に理解できたが、では具体的にどのように改善を加え、提言1の目的を今後果たしていくのかは不明確なままであった⁵⁾。

② セッション3:「将来の会計プロフェッションのためのカリキュラムや教育法 (Curricula and Pedagogies for the Future Accounting Profession)」

このセッションも、4名のパネリストが参加しパネル形式で、提言4に関連して次の3つのタスクフォースに関して報告及び討論がなされた。

(ア) 最初のタスクフォースは、米国及び国際会計職業団体によって最近明らかにされた手法をレビューしている。この手法というのは、会計知識共同体系 (Accounting Common Body of Knowledge : ACBOK) に基づく知識、技量及び手法を開発するための基礎及び背景となるものであるとのことであった。

(イ) 二番目のタスクフォースは、職業専門家訓練に関する教育文献を調査することを通して、ACBOKに基づく教育法の効率的な組み合わせを明らかにしていくことを行っているとのことであった。

(ウ) 最後のタスクフォースは、会計のカリキュラムや知識体系の一部となるべきであるような、ビジネスや会計の実務において現在使用されているノウハウを明らかにしていくというものである。さらに、このタスクフォースはACBOKの教育法ために利用されるべき指導的な教育テクニックを明確にすることも行っているとのことであった。

5) この内容は、<http://commons.aahq.org/groups/2d690969a3/summary> で録画を見ることができる。

③ セッション4:「会計は外部からどのようにみられるべきか。

(How Accounting Ought to Look from the Outside)」

これは、提言5に関連するセッションであり、大学の教員2名と会計事務所1名が参加するパネルディスカッションであった。パネルでは、会計に対するアカデミックなエクスポージャーのためのビジョンを示し、当該調査研究の6か月間の成果が報告された。会計は機械的なものであり、白黒/正しいか間違かをはっきりさせる過程であるという、旧来の認識を教育者に変えさせ、その代わりに、会計とは、「繁栄した社会を支える意思決定に必要なクリティカル・シンキングを与えるために、個人に要求される専門家としての見識である。」とし、また、「これを理解させるツールである。」としている。ビジョンとはこのようなフレームワーク（枠組み）を提供するものである⁶⁾との報告が行われていた。

④ セッション5:「学生を会計に引き付けるためにAP（大学の単位認定を受けられる高校の授業）コースをどのように活用できるか。(How an Advanced Placement Course Can Attract Students to Accounting)」

このセッションでは、高校に会計のAPコースを設定するように働きかけるというタスクフォースの進捗状況に焦点を当てて話が進んでいた。実際の導入状況ということで、ケンタッキー州の大学と高校が協力して進めている取り組みを紹介していた。ケンタッキーの公認会計士協会が高校とウエスタン・ケンタッキー大学に働きかけ、AP会計コースを高校で履修した学生に対して大学での単位を認定するということを行ってきているとのことであった。このAPコースの活用が優秀な学生が会計を志すのに大

6) この内容は、<http://commons.aaahq.org/groups/2d690969a3/summary> で録画を見ることができる。

切であり、ひいては職業専門家の質の向上に寄与することになるということを強調し、現在、7000以上の大学がこのAPコースの単位認定を行っており、これに会計関係の科目を入れることがいかに重要であるかということが熱心に話し合われていた。

以上が、2013年夏のAAAの年次総会での報告等の要約である。このように、最終報告にも書かれていたように、実際に導入していくことがいかに大切であるかを十分に認識し、積極的に導入活動が行われているのがわかる。この後も、2014年11月にアトランタで会議が行われており、進捗状況に関して説明が行われている。完成期の2015年夏にどのような形になっているか筆者は楽しみにしている。

7. わが国の現状と改革へ向けての課題

以上が、筆者が過去の3年間調べてきた、Pathways Commissionの活動を中心とした米国の会計教育の改革の状況であるが、次に筆者の経験を通した日本の会計教育等の状況を分析し、その課題を検討していくこととした。

米国の公認会計士協会の機能を考えると、それに匹敵する我が国の組織は、日本公認会計士協会と税理士連合会であると思われる。それぞれの組織は、教育機関に対する講座等の提供として次のようなことを行っている。

➤ 日本公認会計士協会の活動

地域会を中心に寄付講座を大学等で行っているのに加えて、「ハロー会計!!」等の課外授業を中学・高校等で行っている。また、大手監査法人は独自に寄付講座等を精力的に行っている。また、会計・監査調査に関する研究等において、大学の研究者と共同で行っている。

➤ 日本税理士連合会及び地域会の活動

租税教育に係る寄付講座を連合会及び地域会の双方が大学において積極

的に行っており、更に、租税教育基本方針に基づき、小学校・中学・高校等において、租税教室を積極的に開催している。また、租税教育に関する研究等においても、大学の研究者と共同で行っているとの話である。

このように、我が国の職業専門家団体は、大学への寄付講座等を通して、会計、監査、租税教育に力を入れているが、学会とのコラボレーションという意味では、アメリカほど進んでいない。また、職業専門家団体から、今まで述べてきたような会計教育の在り方等に対して、米国のように危惧する意見も出てきていないと理解している。これは、我が国において大学や大学院の教育（高等教育）が、直接、公認会計士や税理士という職業に結び付くシステムになっておらず、職業専門家の供給源を、経理専門学校等が担っているということがあげられる。これは私たち大学関係者にとり非常に寂しいことである。この問題は、我が国の長年の課題であり、我が国の現状である。言い換えれば、わが国では、大学や大学院で会計学や租税法等を学習することが、職業的専門家としての公認会計士や税理士という職業に繋がらず、出身学部に関係なく、経理専門学校等に通うことにより専門科目を学習して、資格試験に合格することが職業専門家への“道筋”となっているという次第である。勿論、大学側も変わらなければならないが、せめて、海外のように公認会計士の受験要件として、大学卒業以上（それも会計学を専攻）というのが入ってこない限り、公認会計士や税理士が大学教育に興味を持たないように感じる。

筆者は、大学及び職業専門家団体に所属する多くの人が、会計教育の改革や高等教育が専門職業に結び付くシステムの導入を望んでいると理解している。しかし、それが米国のように双方のテーマとなるには、我が国において、試験制度そのものの改革がまず進んでからのように感じている。それが進めば米国と同じような過程を経て検討がなされ、今の大学教育、専門職教育の改革というものが進むと思われる。その時がくれば、先駆者であるアメ

リカにおいてどのような過程を経て検討がなされ、それがどのように実際の教育改革につながったかという経験及びそれに係わる文献が役に立つと考える次第である。筆者はその時が我が国において早く来ることを願っている。

以上

参考文献

- ◇ Accounting Education News, 2010 Summer Issue, published by AAA, page 7
- ◇ Accounting Education News, 2010 Fall Issue, published by AAA
- ◇ Final Report of the Advisory Committee on the Auditing Profession to the U.S. Department of the Treasury VI. Human Capital, Recommendation 5. VI: 26
- ◇ The Pathways Commission, "Charting a National Strategy for the Next Generation of Accountants", July 2012
- ◇ Press Center-Fact Sheet, U.S. Department of the Treasury, September 26, 2008, HP-1158
- ◇ Accounting Education News, 2010 Fall Issue, published by AAA, PP 1-6
- ◇ "New Pathways to Accounting Excellence" "New commission's chair reflects on tasks ahead." by Paul Bonner, October 2010, Journal of Accountancy issued by AICPA
- ◇ "Pathways Commission Forges Ahead" Journal of Accountancy May 2011, published by AICPA, PP 30-31
- ◇ The Pathways Commission, "Charting a National Strategy for the Next Generation of Accountants", July 2012
- ◇ "Commission issues seven recommendations for bolstering the future of accounting education. Three-year implementation phase begins." Journal of Accountancy October 2012, published by AICPA, PP 38-39
- ◇ "From practice to the classroom - By the Ph.D. route or professionally qualified, CPAs have much to offer." Journal of Accountancy October 2012, published by AICPA, PP 40-42
- ◇ "The Accounting Doctoral Scholars Program: A status report" Journal of Accountancy October 2012, published by AICPA, PP 46-48
- ◇ "Pathways Commission Update" Accounting Education News Fall 2013/

(おざわ・よしあき／経営学部教授／2013年12月2日受理)

The Efforts on Future of Accounting Higher Education in the United States, and the Current Situation and Issues in Japan

OZAWA Yoshiaki

This paper, first of all, explains history and structure of Pathways Commission, and carefully determines the following seven recommendations with specific objectives and action items on the final report. The Pathways Commission was formed in 2010 in the United States. The Commission is a joint undertaking of the American Accounting Association and American Institute of CPAs. The two organizations were charged in 2008 by the U.S. Treasury Department's Advisory Committee on the Auditing Profession with studying a possible future structure of higher education. The Commission released the final report on July 2012. The report culminated two years of study and insights from teams representing diverse viewpoints in practice and academic. The report made the seven recommendations, each with specific objectives and action items. It also identifies impediments to accomplishing those goals.

Secondly, this paper introduces the reactions from AICPA through the some articles of Journal of Accountancy. One of these article indicated that the Commission had called for greater appreciation of professional qualified (PQ) faculty and their integration into significant functions of accounting education programs. The Commission also calls upon the accounting profession to develop practitioners to become PQ faculty. However, PQ faculty's average salary is half of AQ faculty's one.

Thirdly, this paper explains the commission moves into the implementation

activities after release of the final report. At the 2013 AAA Annual Meeting, the Commission coordinated five sessions that highlighted the work of the Commission. This section on this paper, especially, focused on the recommendation No.1, 4 and 5 through the introduction of the meeting.

No.1 recommendation is to build a learned profession for the future by purposeful integration of accounting research, education, and practice for students, accounting practitioners, and educators. No.4 recommendation is to develop curriculum models, engaging learning resources and mechanisms for easily sharing them, as well as enhancing faculty development opportunities in support of sustaining a robust curriculum. No.5 recommendation is to improve the ability to attract high-potential, diverse entrants into the profession. This session provides a brief recap of the progress of implementation activities.

Finally, this paper discusses the current situation and issues of Japanese accounting education, in comparison to the above activities for future of accounting higher education in the United States. This paper concludes that Japanese educators and accounting practitioners should deeply consider the necessity of improvements of the pathways to accounting profession from classroom in partnership with Japanese government, and furthermore, we have to improve eligibility requirements for the CPA examination in Japan.

中国国有農場のロシア進出の実態

大 島 一 二

1. はじめに

近年、ロシアの沿海州等の極東地域において、中国の国有農場の借地による農業経営が本格化している。本稿は、この現状にかんする資料（以下に掲載）の入手が可能となったので、すでに発表から時間的には数年が経過し、最新情報とはいえないものの、その資料の稀少性等に鑑みて、その実態と課題について取りまとめたものである。

中国の国有農場は、国有体制を堅持しているものの、1990年代以降に大胆な改革が進み、農業をはじめとする諸産業を経営する独立経営体に再編されており、しかも農場内部では、かつての農業経営における集団経営から、家庭農場への経営権の委譲（いわゆる経営請負制の実施）が行われている。そして、中国農業の主要産地の一つである東北三省および新疆ウイグル自治区等に多く分布し、なかでも、本稿の対象である黒竜江省の国有農場は経営規模が大きく、大きく発展していることで有名である。

今回取り上げた資料によれば、中国国有農場のロシア進出の規模は、2005年8月の時点で、中国の国有農場がすでにロシアにおいて15社の支社を設立し、国有農場の中の7つの局と25の農場がロシアでの農業開発に参入しているとされている。派遣された労働者は1,175人、国境を越えて持ち込まれた大型農業機械は621台（セット）、総投入金額は6,000万元に達したとされる。2005年に完成された作付面積は60万ムー（40,000 ha）であり、

キーワード：中国、国有農場、ロシア、大豆

そのうち大豆 50 万ムー (33,333 ha)、雑穀及び小麦が 10 万ムー (6,667 ha) であった。当時の資料では 2006 年には 100 万ムー (66,667 ha) に達するだろうと予測されているので、無視できない規模に拡大していると考えてよい。なお、中国の統計資料によれば¹⁾、黒竜江省国有農場全体の、2006 年当時の中国国内での大豆作付面積は 54.0 万 ha であるから、すでにその 10% 前後に相当する規模の大豆が国外で栽培されていることになる。

こうした国境を越えての農業部門の進出は、資料によれば、国有農場における人員と農業機械の余剰、政府・農場・農家の収益等の要因から進められている、とされる。

しかし、後述するように、ロシア、中国両国の特有の問題もあり、今後の発展にはいくつかの課題もみうけられる。

今回取り上げている中国国有農場のロシアへの進出は、近年しばしば話題となっている、中国の農業分野における海外進出（南米・ロシア・アフリカ・中央アジア等への進出）の一つの事例として注目できる。こうした一連の海外進出は、食糧確保を目的とした、いわゆる中国の食糧安全保障政策に基づくものとされているが、その詳細な実態には不明点が多い。また、こうした活動は周辺諸外国に与える影響も大きく、無視できない活動でもある。その意味で、本稿では、この進出の現状と課題について、以下の資料に基づいて報告するものである。

利用した資料は、黒竜江省農墾総局統計局編（2008）、および、中華人民共和国農業部弁公庁編（2006）である。

2. 中国国有農場のロシア進出の進展

資料によれば、今回のロシア進出の主体は「黒竜江省農墾総局」（黒竜江省国有農場管理総局）である。資料には「黒竜江省国有農場管理総局は、グローバル化の観点に立脚し、未来の発展問題を考慮し、「走出去」（海外進出）発展戦略を実施することを決意した。」とある。

1) 黒竜江省農墾総局統計局編（2008）から。

すでに進出は 1990 年代初めに開始されている。資料によれば、「そのもっとも初期である 1990 年代初めには、幾つかの国有農場と労働者が続々とロシア極東地域において借地し、穀物を生産し始めた。しかしその大部分は個別分散した経済行動で、規模も限られたものであった。」とある。

その後、今世紀に入ってから、進出は急速に発展したとされる。「2003 年には、すべての黒竜江省国有農場が国外に借地し、耕作を開始した面積は大きな拡大を遂げた。7 つの辺境地域の国有農場が中心になって、ロシア・ユダヤ自治州とハバロフスク市において農地 8.6 万ムー（5,733 ha）を借地した。さらに 2004 年実際の作付面積は 17.56 万ムー（11,707 ha）に達し、前年の 2 倍に拡大した。」

さらに 2006 年には、前述したように、「2005 年 8 月の最新統計によると、国有農場はすでにロシアにおいて 15 社を設立し、国有農場の中の 7 つの局と 25 の農場が国外での農業開発に参入している。派遣した労働者は 1,175 人、国境を越えて持ち込まれた大型農業機械は 621 台（セット）、総投入金額は 6,000 万元に達した。2005 年に完成された作付面積は 60 万ムー（40,000 ha）であり、そのうち大豆 50 万ムー（33,333 ha）、雑穀及び小麦が 10 万ムー（6,667 ha）であった。2006 年には恐らく 100 万ムー（66,667 ha）に達するだろうと予測されている。」とあり、相当の規模に拡大したことが理解できる。

面積の拡大と並んで進出領域も拡大している。「ここ数年利用した国外の農業資源は基本的にはほとんど大豆の作付けに向けられていた。しかし現在では生産物はすでに小麦、トウモロコシ、果実、野菜等に拡大し、産業発展は耕種農業、畜産業、森林伐採業等に拡大している。また生産領域も農業生産資材、農産物加工、流通、貿易等の方面に拡大している。」とある。

主要な進出地域は、「当初、開拓地域はわずかロシア極東地域のユダヤ自治州のいくつかの分散した地域に限られていたが、現在はすでに広くユダヤ自治州の全ての行政地域に分布している。同時に、さらにハバロフスク辺境地域、沿海辺境地域、アムール州の 3 つの連邦共和国に拡大した。これらの

地域はロシア極東地域の10個の連邦共和国の半分に当たる。ここ数年の間に、大西江国有農場は、大豆の作付けを中国の新疆ウイグル自治区の西隣にあるカザフスタン共和国にも拡大した。」とあり、ロシアにとどまらず、西方の中央アジアのカザフスタンにも進出している模様である。

3. ロシア進出の要因

このような中国の国有農場の旺盛な海外進出を後押しする要因とは何なのか。資料では以下のような事情を述べている。

①1990年代中盤における国有農場での水田面積の増加（単一的な麦作・大豆作から水稻作への転作）により、水稻作付面積は当初の数万ムーから現在の1,000万ムー以上に拡大した。この変化は畑作農業機械の余剰をもたらした。

②また、農場の管理機構のリストラと、農場の農地経営権の一部大規模農家への集中に従って、各農場ではますます多くの労働力の余剰が顕在化し、これらの労働力の再配置が大きな課題となった。

③この他、ここ数年国内の穀物価格が比較的高いことから、農場労働者の請負耕地の拡大意欲がますます高まっている。こうしたことから、既存の農場内で新たに開墾する土地を見つけることは、現在の農場の耕地だけではとても満足できない状況にあった。

こうした情勢のもとで、国外において比較的多くの可耕地を有する広大なロシア極東地域に国有農場関係者の関心が向けられていったものと推測される。

また一方で、国外進出は以下に述べるような様々なメリットをもたらすことから、国有農場はさらにロシアに向かっていったものと考えられる。

①資料によれば、「中央政府にとってみれば、国外進出は食糧安全保障にとって有利である。」と述べられている。つづいて、「現在中国の大豆年間消費量は年々増大し、国内生産量はわずか45%（当時）を満足しているにすぎない。もしロシアから大豆を移入できれば、国内の大豆および大豆加工品

の日々増加する需要を一定程度満足できるであろう。さらに、ロシアで栽培されている大豆はすべてが非遺伝組み替え大豆であり、アメリカ等から輸入した遺伝子組み替え大豆と比較して品質面で優れている。この他、日本・韓国等は以前から我が国から非遺伝子組み替え大豆および大豆粕を輸入しており、EU諸国等からの需要も拡大傾向にある。よって、我が国の非遺伝子組み替え大豆は、まさにこれまででなかった絶好のチャンスに恵まれたといえる。」と説明が補充されている。

こうした指摘に加えて、②「国有農場にとってみれば、国外進出は発展可能性の拡大に他ならない。まず、余剰資産と余剰人員の活用が可能となることは、就業難問題の解決につながる。」と前述した問題が再確認され、さらに、③「農場の職員にとってみれば、国外進出は豊かな収益をもたらしている。」と、国外での請負者がすでに大きな利潤を獲得していることを報告している。

4. ロシア極東地域農業の現状

ここまでみてきたように中国の国有農場のロシア進出は加速しているが、受け入れ地であるロシアの農業はどのような状況にあるのであろうか。

ロシア極東地域は、併せて10の連邦共和国から構成され、その総面積は621.59万km²に達する広大な地域である。資料では、その10の連邦共和国の中で、「極東地域のアムール州、ユダヤ自治州、ハバロフスク地区等の地域が、黒竜江省の国有農場と自然気候条件が基本的に類似しており、土地資源が豊富で、日照時間も十分であり、降雨量も適当で、昼夜の温度差も大きく、土壌中に多種の微量元素を含み、とりわけ高油脂分を含んだ大豆を栽培するのに適当な地域であった。」と指摘している。

また、資料では、ソ連邦解体後の極東地域における農業の実態を以下のように分析している。つまり、「この地域では、農業において大きな衰退が見られているものの、農業基礎インフラ設備は依然として一定の水準を有しており、農地に併設された農道、用排水路、橋梁、溜め池等の基本設備はかな

り整っており、農業機械化作業に適合している。」と記述されている。

また、中国側が借地をする場合の借地料水準を以下のように記述している。「地代は平均的にかなり低く、しかもその大部分は現物地代である。1 ha当たりの地代はわずか平均 150 kg前後の大豆で支払えばよく、栽培コストも中国国内のおよそ半分と低い。ロシア極東地域はいまだに非常に豊富な森林生態環境を有し、基本的に純天然の原始的状况を呈している。この地域は化学肥料や農薬による汚染をいまだに受けたことがなく、緑色食品や有機食品を生産するのに理想的な場所である。またロシアはディーゼル油等の燃料にも恵まれており、その価格も安い。」と、低生産コストと恵まれた環境を強調している。

5. 中国国有農場の有する優位性

次に、資料では、こうした中国側、ロシア側の状況をふまえた上で、請負主体である中国国有農場の地理的優位性、さらに技術および機械化水準等について述べている。

まず、優れた地理的位置として、「黒竜江省国有農場において、あわせて 38 の農場が中国とロシアの国境地帯に位置し、ある農場はロシアと直接国境を接し、ある農場は川を隔てて互いに望むという、独特の地縁的に優れた点を備えている。」と指摘している。このように地理的に近いことは機械・資材の運搬等において有利となろう。

また、中国の国有農場が相対的に高い農業機械化水準にあることが述べられている。つまり「黒竜江省国有農場の機械化作業水準はすでに比較的強い競争力を有しており、2003 年にはすでに 370.9 万KWの農業機械総動力を有し、大型トラクター 2 万台余、農業用小型トラクター 7 万台余、農業総合機械化水準は 92% に達するなど、大面積機械化作業による耕種農業を可能にする優れた点を有している。」とある。このような、高い農業機械化水準によるハード面の充実は、ロシア極東地域のような人口密度が低い地域においては、すぐに規模の経済の効果を上げることができよう。また資料では、こ

のほかに、国有農場の農産物加工水準もある程度発展していることを指摘している。

さらに、中国の国有農場が相対的に高い農業科学研究水準を有していることも注目できよう。資料では、「中国黒竜江省の国有農場には、専門科学技術研究機関が16カ所あり、その他に技術普及センターと技術普及ステーションが103カ所存在する。それらに勤務する各種の管理者および専門科学技術職員は9万人余に達し、農業科学技術の生産向上に大きく貢献している。」と指摘している。また資料では、「さらに、ロシアの現地の農業部門とも交流を深め、ユダヤ自治州内の区の農業部門は、すでに2年連続して中国国有農場の作業チームを招待し、現場技術展示会を実施している。」と記述されるなど、中国・ロシアの農業技術の交流も盛んであるとみてよい。

6. 海外農場の経営方式

ここまでみてきたように、中国国有農場のロシアでの農業経営は一定の規模に発展してきたとみることができよう。では次に、現地での農業経営の方式についてみてみよう。

資料では、「現在、国有農場が国外において開発を行う際の経営管理方式は、大別して以下の4種である。」としている。以下、順にみていこう。

①国有農場と企業の共同経営管理方式（第1方式）：この種の管理方式は、建三江分局洪河農場が実施しているものが、その代表としてあげられる。その主要な方法は、中国国内あるいは国外に企業を設立し、国有農場は国外に派出機構を設立する。この双方は統一、協調し、それぞれ責任を分担する。農場管理部門は農場が所有する農業機械の導入・設置と、農業機械オペレーターの国外派遣に責任を負い、農場職員の農地請負を組織し、自主的に投資を実施し、損益に責任を持つ。国有農場の国外派出機構は、現物地代の徴収に責任を持ち、国外の農業生産、農作業、安全確保、衛生の維持等の業務に関して、家庭農場に対して検査監督と管理を行う。企業は、具体的には、国外に派遣される労働者の出入国手続、および農業機械の通関手続、さ

らにロシア国内の各種農業用資材の供給および農産物の販売等を行う。同時に派遣された農場職員から一定の管理費を徴収する。これは一般に1ムー(0.67 ha)当たり10元である。

②国有農場による全面的経営管理方式(第2方式):この種の方式は、宝泉嶺分局が代表例であり、その主要な方法は、国外における管理を完全に国内と同じように進めるものである。国有農場は専門機構を成立し、まず先行投資を行い、土地の開墾に責任を負い、さらに農場職員の土地請負を組織する。国有農場はまた国内外の管理事務に責任を負い、農家への生産資材の供給、農業機械作業、製品販売等のサービスを提供する。これらには一定の費用徴収を行うが、それは一般的には1ムー(0.67 ha)当たり10元である。

③国有農場とロシア側との協力経営管理方式(第3方式):この方式は、九三分局嫩江農場が代表例である。その主要な方法は、ロシア側企業との協力方式で、ロシア側企業が国有農場職員の出入国手続き処理と農業機械等の各種通関手続きに責任を持ち、同時に、ロシア国内での各種の農業用物資の供給と農産物販売にも責任を持つというものである。国有農場は、農場職員による国外での農業開発の展開と経営管理を組織する。

④農場職員による自主経営管理方式(第4方式):この方式は、家庭農場がすべての資金を出資し、国内外の一切の事務手続きも自らがを行い、経営リスクと損益を自らが負担するというものである。この種の方式は、発展の初期において比較的一般的であったが、現在はその数は多くない。規模も一般に小規模で、野菜栽培や農産物の一次加工等に集中している。

この4種の方式の中で、資料によれば、ここ数年の実践からみると、「この第1方式、第2方式の2種の発展は比較的急速で、この方式が請け負っている農地は国外開発農地全体の80%以上を占めている。しかし、第3方式と第4方式は環境の変化を受けやすく、発展の限定性が発生しやすい。」と指摘している。とくに第4方式は、この方式が開始されたのはもっとも早期であったが、現在その発展はもっとも緩慢なものになっている模様である。

前者の第1方式と第2方式が、比較的早い発展をとげたのは、家庭農場、

国有農場、政府機関の三者の優れた点を最大限に発揮することができたためと考えられる。資料によれば、「経営主体と請負者の結合とは、個別の家庭農場にとっての困難な問題を、国有農場あるいは企業等の経営主体が統一して管理とサービスを提供し、一方で、請負者である個別の家庭農場は具体的な経営を行い、損益に責任を持つというシステムである。この経営主体と請負者の結合は、関係各方面の積極性を有効に発揮し、リスクに対する抵抗力を向上させることができた」と指摘している。

7. 海外農場における政府機関・国营農場・家庭経営の役割

6で述べた経営方式はややわかりにくいので、ここでは、ロシアでの農業生産を実施するにあたっての、政府機関・国有農場・家庭経営の役割についてみてみよう。

1) 家庭経営の役割

家庭農場は国外進出による発展における市場主体であり、基本単位でもある。さらに家庭農場は、中国・ロシアにおける「双層」経営体制（農地の集団所有と個別経営の二層の経営体制を指す）における個別経営階層として存在している。資料では、「家庭農場は、国有農場から農地を請け負い、請負契約が確定した後、投資の受益者であり、リスクに対応する経営主体となるのである。」としている。その請負方法は、「関連法規に従って、自ら請負を志願し、自主経営を行い、損益を負担するという、自己発展的な生産経営権を有している。」と指摘している。

資料に掲載されている「(国有農場) 当局による調査によれば、家庭農場は経営主体であり、主に、農業生産経営、投入、利益およびリスクの主体として存在している。国有農場とロシア側が農地の借地に関して契約に調印した後、家庭農場自らによる志願と、国有農場が確定した土地の請負関係に基づいて、家庭農場は自ら農業機械を購入し、独立採算を行い、すべての所得が家庭農場に帰属する。このように、農地耕作、農業機械、採算、損益の4

者すべてが家庭農場に帰属するのである。家庭農場の生産、生活費用のすべては家庭農場に帰属し、国有農場が家庭農場に先行して行った農業生産に要したコストも、一部を家庭農場が負担するという、費用に関する「二つの自費」の原則がある。」と述べている。

また、資料によれば、「家庭農場は生産経営上の利益とリスクを負担し、あわせて国有農場または企業に農地の地代と管理サービス費用を納めなければならない。」と述べている。こうした制度のもとに、「家庭農場と国有農場が請負契約を締結する際には、一般に1～2年の契約期間とすることが多い。しかし、ここ数年の状況を見ると、国外農業開発における家庭農場の一般的な経済収益は良好であり、基本的に、いずれも国有農場との契約延長が可能で、契約関係は比較的安定しており、現実の契約時間は2年間を超過している。」と述べるなど、経営主体である家庭農場経営は、比較的良好的な収益を上げているものと推察される。この点は、資料ではさらに、「ロシアは土地資源が豊富で、地代が安価であるという条件の下で、大面積の機械化作業が適しており、それぞれの家庭農場もできるだけ耕作面積を拡大しようとしている。そこでの最低面積は500ムー（33.3 ha）以上で、耕作規模は国内の一般農場と比較して10倍以上であり、規模の経済性は明らかに高い²⁾。」と述べるなど、高い収益性の原因の一端がロシアの低地代水準にあることを指摘している。

2) 国有農場の役割

資料では、「国有農場は国外進出の組織者であり、国外の家庭農場のために各種の協力とサービスを提供し、いくつかの具体的問題を解決するのを援助する。よって、家庭農場は自らの農業生産に専念でき、単独・零細な状態

2) 資料では、具体的事例として、「ロシア・ユダヤ自治州レーニン区第1作業区においては、建三江分局の13戸の家庭農場があわせて5万ムー（3,333.3 ha）の農地を借地し、1家庭農場当たり、平均で4,000ムー（266.7 ha）を借地している。国有農場の職員である崔文学は1戸で6,000ムー（400 ha）を請負い、大豆5,000ムー（333.3 ha）、トウモロコシ1,000ムー（66.7 ha）を栽培し、2004年には42万円の純収益をあげた。」と事例を紹介している。

で市場に対峙するリスクを回避できるのである。また組織と資源の整合をはかり、大規模な集団で国外の資源開発を連合して行うという新たな局面を作り出したのである。」と述べ、国有農場が個別の家庭経営を組織する組織者であると述べている。

さらに、国有農場の主要な機能として以下の点を指摘している。

第一に、「他国との土地貸借協定の際に統一して交渉を行う」点である。資料ではさらに、「ロシアの法制度に基づけば、外国の投資者がロシアの土地を借地する場合、最長でも49年間と定められている。現在、国有農場側とロシア側との協定による農地の貸借期限は平均およそ10年前後となっている。国有農場は農地の経営権を確保した後、再び農地を家庭農場に請け負わせる。こうするのは、各家庭農場がロシア側と直接交渉することを避け、事務効率を上げ、取引コストを低下させることができるためである。」と述べている。

第二に、「統一して出入国手続きを処理する」点である。資料では、この説明として、「国有農場は農場職員の労務ビザ申請を援助し、余剰農業機械と農業機械オペレーターを組織する。さらに一部の国有農場は、家庭農場が支払わなければならない農業機械の関税を援助し、人員と農業機械等の出入国際の困難を緩和している。」と述べている。

第三に、「統一的に農業生産資材を購入する」点である。資料では、この具体的内容として、「国有農場は、国外において統一して種子、化学肥料、農薬等の各種の農業生産資材を購入し、国有農場職員の使用に便宜を与え、農業生産資材の供給難問題を解決している。」としている。

第四は、「農産物の統一販売」である。資料では、「国有農場は農産物の販売を全面的に組織し、ただ「小規模農家」と「大規模市場」の間の矛盾を解決しただけでなく、さらに無秩序な競争や盲目的な廉価販売等の現象の発生を回避した³⁾。」と述べている。

3) 資料では、建三江分局の事例として、「家庭農場が直面している現実の困難に対して、この分局は「六つの統一」という具体的な方法を提起している。すなわ

3) 政府部門の役割

これら国有農場、家庭農場の役割にたいして、国家の関係部門の役割としては、資料によれば、「国有農場の国外進出発展戦略の実施を非常に重視して、2004年には、農業部農墾局（中国農水省国有農場管理局）が先頭に立ち、黒竜江省国有農場管理総局、国家開発銀行等の部門とともに、ロシア・ユダヤ自治州およびハバロフスク市等に視察団を派遣している。数回にわたる交渉を経て、黒竜江省国有農場管理総局の名義でロシア側と105万ムー（70,000 ha）の耕地借地と、年間13万立方メートルの森林伐採の契約を合意し調印した。この二つのプロジェクトは、いずれも中国政府から中国・ロシア両国政府間の国境協力の枠組みに組み入れられ、2004年6月に開かれた中国・ロシア両国の投資促進会議において正式に調印された。こうして、大規模に国外農業開発を実施するための、基本的な政府間協力環境が提供されたのである。2005年の「ハルピン相談会」の期間においては、黒竜江省国有農場管理総局はユダヤ自治州、ハバロフスク辺境区の州長、農業庁庁長、区長等の政府関係部門の職員を招聘し、黒竜江省国有農場の視察を実施した。これによって双方の理解は深まり、相互互惠の局面の形成が促進された。」と述べられ、中国の国家機関が国有農場のロシア進出に積極的である姿勢が読み取れよう。

8. 海外進出における課題

しかし、当然のことながら、この中国国有農場のロシア進出は様々な課題を抱えている。資料では、この点についてかなり具体的に問題を指摘してい

ち、品種の統一、農業機械作業の統一、生産資材供給の統一、価格の統一、販売の統一、決算の統一、である。これに加えて、国有農場は統一してロシア側と農地借地契約交渉を統一して行い、家庭農場が直面していた困難を解決した。建三江分局に所属する洪河農場は、ロシアにおける農業開発に対して、専門に「東方竜建開発有限公司」を設立し、家庭農場の労務手続き処理、各種の生産資材の購入、生産物の販売等のサービスを提供している。こうして、農場職員は時間を節約でき、自己の請け負った農地の管理に専念でき、以前との比較で単収は3分の1、収益も3分の1向上したという。」という事例を紹介している。

る。いかこの点についてみていこう。

1) ロシア側の問題

①ロシアにおける農業生産状況の悪化

資料では、ソ連邦解体後のロシアの農業衰退について以下のように報告している。「ソ連邦解体後、ロシアの農地は各所で荒廃し、農業生産効率は低下し、一部の農産物の労働生産性は先進国のわずか20%にすぎない。また、多くの耕地が長年にわたって作付けがなされなかったため、各種の雑草の繁茂が著しい。こうした、耕地の雑草等による荒廃は、労働力投入とコストの増加をもたらし、栽培作物の単収を深刻に低下させている。」とし、この状況が、中国国有農場のロシアにおける農業生産にも大きな影響を与えていると述べている。

②税関および入国管理における問題

資料では、ロシアの体制、習慣、政策等の問題から、中国人農業労働者のロシア入国に様々な問題が発生していることを指摘している。具体的には、「ロシアの税関にはかなり多くの制約が存在している。とくに問題が大きいのは、労務手続きが順調ではないことである。ロシア人は休暇を好み、労働を厭う。これに加えて、労働コストが高く、言語等の問題もあり、ロシア側の労働力を雇用することはあまり現実的ではない。同時に、ロシアの法制度によれば、観光およびビジネスビザの所有者にはロシアでの就労は許可されず、さらにロシアの極東地域において毎年発給される労務ビザはわずか3,000余人分しかなく、かつその手続きはきわめて煩雑で、作業効率は低く、要する時間も長い⁴⁾。こうした状況は、農作業を遅らせ、農業生産に影響を与え、さらには、国外へ赴任した労働者のコストを増大させることにな

4) 資料では、「一般的な状況では、ビザ発給まで180日あまりが必要であるという。また、手続きに要する費用も軽視できない。1回の労務ビザの取得に対して、ロシア側の各部門に直接3,000人民元を支払わなければならないが、これに加えて、2,000～3,000円の間接コストが必要となり、併せて5,000～6,000円が必要となる。」とコスト問題も指摘している。

る⁵⁾。」としている。

③生産資材の購入問題および輸出入管理問題

資料では、さらに、生産資材の購入および輸出入管理に相当の問題があることが指摘されている。つまり、「ロシア極東地域には、かなりの程度で計画経済時期の遺物が滞留しており、化学肥料、燃料、農業機械の部品等の農業生産資材の購入には、1生産周期以前での申請が必要であり、しかもモスクワまで購入に行かなければならないのである。さらに多くの農業機械の部品はロシアでは品薄で、なかなか購入することはできない。これと同時に、ロシア側は農業機械設備、種子、化学肥料、農業機械の部品等の生産資材の輸入に対しては、厳格な政策的制限を実施しており、輸入はなかなか困難である。また、もし正常なルートで輸入できて多くの時間が必要であり、さらに高額な関税を支払う必要があるなど、この負担が生産コストを大きく増加させてしまうのである。」と述べられている。

④投資環境における全般的問題

資料では、こうした諸問題に加えて、中国の急激なロシア進出にたいして、ロシア国内で「中国脅威論」が存在していることを指摘している。具体的には、「全体的にみると、ロシア人の、我々の国外での農業開発事業およびビジネス等に対する考え方は、ますますこれを受け入れる方向に向かっていくといえる。しかし、ロシアにおける異なる地域、異なる社会構成員の間には、依然として非常に大きな認識のアンバランスが存在しており、中国にとって多くの不利な状況が存在している。政治思想面からみれば、ロシア極東地域においては、「中国脅威論」がまだまだ根強く、一部の地方官僚たちが、中国との協力により地域経済の発展のあゆみを加速しようとしても、中国のロシアへの「経済侵略」または「人口侵略」等として危惧する傾向が見られる。また、投資政策の方面からみると、ロシア中央政府は国外の経営

5) 資料に掲載された調査によれば、「現在のところ、国外での開発においてもっとも頭の痛い問題はこの労務ビザ問題であり、往々にして、前年の10月にすでにビザの申請に関わる各種の手続きを開始しても、次の年の春には必ずしもビザが取得できる訳ではないという。」問題が指摘されている。

者に対して借地の際の地代標準や方法について統一的な規定を設けておらず、現在のところ依然として地方政府が自ら定めた政策があるだけである。このため、政策の随意性と執行の際の規範的でない現象が比較的多く発生し、中国側の投資リスクと経営上の困難を増すこととなっている。社会環境の方面では、ロシア政府は暴力団等の非合法社会組織に対する規制が厳しくなく、この種の社会組織の活動は比較的蔓延している。このことも中国側がロシアにおいて開発を行う上で一定の脅威となっている。」と、問題はかなり深刻である。

⑤農産物販売における課題

ロシアにおける問題の最後として、ロシアにおける農産物販売の問題を指摘している。つまり、「ロシア極東地域の地域内市場の許容量が限られているため、開発規模の拡大に従って、生産物の販売問題が徐々に大きな問題となりつつある。調査によれば、ロシア極東地域には、ハバロフスクにわずか1, 2社の比較的規模の大きい大豆搾油加工工場があるだけで、いったん国外における開発面積が拡大すれば、現地での穀物の加工・販売は一大問題となりうる。このため、国外での穀物の販売難の解決は、今後一定の期間において国外進出を安定的に発展させる上での鍵となると考えられる。」と述べている。

2) 中国側の問題

これにたいして、中国側にも問題が指摘されている。大別して、以下の3種の問題である。

①長期的発展についての危惧

資料では、これまで発展は比較的順調であったが、今後とも持続的な発展が可能であるのかについての懐疑的な発言もみられるという。具体的には、「一部の国有農場と農場職員の考え方においては、国外進出について懐疑的な考えも強い。いうまでもなく、ロシアにおける農場職員の収益は現在のところ良好である。しかし、国外での農業開発は一部の国有農場と家庭農場に

とって、いまだに新たに生まれてきた事業であり、多くの関係者がロシアにおける生産と経営が長期的に高い収益をあげることができるのか、という点について懐疑的である。これに加えて、言語、文化、生活習慣上の差異は、国外開発に対して客観的にみても一定の影響を与えている。」と述べられている。

②開発資金の不足

次に資料では、開発資金の不足について述べている。具体的には、「現在、国有農場のロシア進出の主要な方法は、まず国有農場とロシア政府あるいは企業と借地契約を結び、改めて、これらの耕地を家庭農場と農場職員に請け負わせ、耕作するというものである。一部の国有農場は国外開発者に対して資金の援助、サービス費用の割引等の優遇を行っているが、たとえそれがあったとしても、多くの家庭農場の開発資金は依然としてかなり限られている。国有農場はさらに「五戸聯保」（近隣、同村内の5戸が資金の相互保証を行うこと、訳者）方式を採用して資金の短期的不足問題に対応しているが、しかし、焼け石に水で、効果もあまりはっきりしていない。こうした資金の制約によって、国外進出の生産・経営規模を短期間に拡大することはかなり困難となっている。」と家庭農場の資金不足問題がボトルネックとなりつつある問題を指摘している。

③生産物の輸入費用の高騰

最後に資料では、ロシア国内で生産した農産物の輸入に際して、かなりの金額の関税が課せられ、さらに非関税障壁が存在するなど、多くの輸入の障害があることが紹介されている。つまり、「ロシア国内で栽培した穀物を中国国内に回送することは、食糧安全保障の面からも重要な措置であり、また国外での販売問題を解決するにも理想的な方法といえ、さらにその重要性が提唱されるべきであろう。しかし、農産物の回送は輸出入とみなされるため、ロシア政府はあまり積極的ではなく、制限が加えられており、中国側も高額な関税を課している。たとえば、大豆を国内に回送しようとした場合、ロシア税関は20%の輸出関税を徴収し、これにもし動植物検疫の費用が加

算されると、あわせて30%前後となる。中国の税関では、こうした回送大豆に対して3%の輸入関税と13%の付加価値税が徴収される。こうしてみると、大豆を国内に回送した場合のコストはさらに大きいものとなる。この両者のコストが加われば、結果的に価格は国内価格にほぼ相当するものとなり、利益は大きく減少することとなる。」というものである。

3) 課題への対応

これらロシア側、中国側の課題にたいして、資料では、以下のような対策が述べられている。

①国有農場管理部門内部の管理・サービス能力の向上

最初は、国有農場側の管理システムの改善にかんする部分である。資料では以下のように述べている。「この事業の順調な発展を確保するために、国有農場管理部門系統は、組織的指導を強化し、専門的指導機構およびその日常管理機構を成立させ、統一的に国外進出の資源開発および経済貿易活動を協調し、管理する。その際には、システムが良好で、迅速で、機能的な管理・サービス体系を建設しなければならず、それには有効な後方支援組織も提供し、技術、資金、情報を管理・サービス組織に提供しなければならない。とりわけ、ロシア側協力部門との交渉を良好に進め、協調と対応のため、速やかに協調連絡機構を建設しなければならず、これまでの一部の農場や民間で行われてきた、無秩序な開発とサービスが相対的に遅滞するような状況を改めなければならない。」というものであるが、対策としてやや具体性に欠けている印象は否定できない。

②ロシア側経営環境への適合能力の向上

次に指摘しているのは、ロシアの現状に対する対応である。資料では、以下のように述べている。「国有農場と農場職員はロシアの資源条件と市場条件を深く研究し、さらに現地の法律・法規・政策を研究しなければならない。とりわけ、開発を計画中の地域においては、全面的に契約（協力）対象の信用状況を調査する必要がある。また、国有農場の優れた点とそれぞれの

実態を結合し、計画中の開発プロジェクトと産業構成が適合しているか、正確に選択し、漸進的かつ積極的に、国外農業開発の深まりと対象範囲を押し広げていく必要がある。」。しかし、この部分も、記述はやや表面的で、具体性に欠けている印象である。

③ロシアにおける農業開発の適応能力の向上

さらに、具体的な対応として、資料では以下のような対策を紹介している。「国有農場系統の組織的優位性を発揮するためには、事前および適時に時期や集団ごとに育成を展開し、ロシアに関する知識、法律・法規、日常ロシア語会話、および機械操作技能等の方面の学習を進めることが必要である。さらに国外農場職員の素質を高め、農場職員になるべく早くロシアの開発地域の社会・人文環境にとけ込めるように援助していく。この基礎の上に、これらの政策に関する業務能力に優れ、学歴が高く、一定のロシア語水準を有し、身体健康で、困難な仕事にも耐えられる中青年を、国外開発の中心人材として選抜する。国有農場の中の実力のある農場、企業および個人経営大規模農家が参加するプロジェクトの実施を奨励し、大きな開発能力を調整、拡充する。」としている。

④国外経営運営能力の向上

また、国外ビジネスへの対応として、以下の点も提起している。つまり、「国外開発に参加する農場と個人はすべて厳格にロシアの法律・法規を遵守しなければならず、法に基づく経営、現地の民俗・習慣の尊重、国や個人の人格を損じる行為をしてはならない。ロシアの長期的発展という視点から出発すれば、良質な中国商品を製造し、まさに中国を代表するブランド製品をロシアに導入することが重要である。このことはロシアの消費習慣を研究し、比較的高級品である穀物、果樹、野菜等の農産物を生産することを意味する。各家庭農場では、自らの発展の重点と産業特色に注意し、開発協力を行う農産物やプロジェクトを確定し、一定の規模を形成し、レベルを高める工夫を通じて、初級製品の重複を避け、悪性競争に陥らないように留意しなければならない。」と述べている。

⑤リスク対応能力の向上

また、資料では、前述した家庭農場の経営問題にたいして、以下のような対策を提案している。つまり、「現在存在している問題と隠された問題にたいして、なるべく早く対応方法と対策を研究することが必要である。とくにロシア市場の需要に応じて、たゆみなくロシアにおける栽培構造を調整、合理化し、大豆面積を適宜コントロールし、小麦面積は安定、トウモロコシ・蕎麦面積は拡大する。適時に経営する領域を延長し、さらに一步新たな産業領域を拡大し、農産物の現地での加工を推進し、付加価値を高める。適度に畜産業、農産物加工業、その他のサービス業産業集積を進め、さらに一步経営規模を拡大し、リスク回避に有効な保障を形成する。同時に、農業機械の出入国、修理、農薬の輸出入等の問題にうまく対応しなければならない。」としている。

⑥新たな組織の整備および経営改革

このほか、新たな提案もなされている。つまり、「たとえば、国外の家庭農場が自発的に自らにサービスする主体—国外進出農場合作協会—を成立させることも考慮すべきである。この協会は、家庭農場と農場職員が国外開発市場に参入する組織化の程度を高め、十分に自己管理を発揮し、自らにサービスし、対外的には協調する機能を有し、自身の利益を最大程度保護することを目的とする。」と新組織の組織化を提起している。

また、「第2に、生産の増大方式を転化し、産業構造の高度化を推進する。ロシアの現実に立脚し、時期に対応して、生産と経営方式を調整し、集約化の程度を高め、国外進出の程度を分散経営から集約経営に発展させることを促進し、低技術経営から高技術経営へと発展させる。」と、経営改革も提案されている。

さいごに、第3に、「多方面の関係を良好に処理し、最大の収益を獲得することである。まず、短期的収益と長期的発展の関係を良好に処理し、自らの利益と、ロシア側の利益関係を良好に処理し、比較優位を発揮し、競争優位を高い段階に引き上げる関係を良好に処理し、チャンスをしっかり把握

し、優位性を発揮し、国外農業開発の現実の戦略を絶えず高い段階に引き上げるよう推進しなければならない。」と、まとめられている。

4) 国家の支持拡大

「海外進出における課題」の最後に、国家による支持拡大を提起している。つまり、「国外進出発展戦略の発展には政府部門の正確な指導と有力な支持が必要である。各レベルの政府と関係部門は、国外進出の発展を重要な議事日程に組み入れ、専門的な支持政策を実施しなければならない。とくに眼前に切迫した現実的な問題と困難の解決を援助し、この国と国民の利益につながる事業がさらに順調に、さらに速く発展するように推し進めなければならない。」とし、さらに「政府間の交流と協力は、良好な国際環境を創造する。我が国政府と国外開発国との間の往来と相互協力を強化し、黒竜江省国有農場管理部門のような、対ロシア農業開発と協力に対しては、速やかに両国政府間の投資保護協定を締結し、あわせて、農業相互協力協定中に、農業国外開発の保護・推進に関する条項を追加する。政府は適当なルートと方式で、ロシア極東地域において、適度で有効な情報宣伝活動を展開し、摩擦を削減し、誤解を除く努力をしなければならない。同時に、関係部門は主導的にロシア側の関係部門と意思疎通をはかり、農場職員、農業生産資材の出入国における問題をなるべく速やかに解決するように努めなければならない。」と提起している。

そして、結びとして、「政策による支持力を高め、国外進出の発展水準をたかめる。国家はいくつかの戦略的意義が大きく、経済効果も明らかな国外開発プロジェクトに対して、貸し付け優遇、輸出信用保険、国外所得税減免、回送した農産物の減税、外貨管理等の方面において傾斜政策を実施し、積極的に国外農業開発企業の競争力強化をはからなければならない。たとえば、国外農業企業のために、政策的優遇貸し付けや投資保証を行うこと、国外投資プロジェクトの奨励のための、国家による政治リスクの減少、非商業性保険制度創設の推進、回送された農産物に対する優遇関税および輸入付加

価値税の一部払い戻し措置の実施，等である。現在もっとも切迫しているのは，家庭農場と農場職員に対する政策性貸し付け優遇問題である。」とかなり具体的な提案がなされている点は注目できよう。

9. まとめにかえて

本稿では，中国国有農場のロシア進出の実態について，資料に基づいて述べてきた。

中国は，世界における農産物貿易の地位を，輸入・輸出ともに，ここ数年急速に拡大しているが，それと平行して，農業自身の海外進出についてもこれを拡大させている。

ここまでみてきたように，農業自身の海外進出は，直接的には中国農村の余剰労働力問題が背景にあると考えられるが，遠因として，中国の近年の大豆の輸入量の急増（第1表参照）などが背景にあると考えられ，農産物貿易問題と密接に関連した，食糧安全保障上の問題であるとも考えられる。

第1表 中国の大豆の貿易量の変化(単位:万トン)

	輸出	輸入
1990年	94	0
1995年	38	30
2000年	22	1042
2005年	41	2659
2006年	38	2824
2007年	46	3082
2008年	49	3744
2009年	36	4255
2010年	17	5480
2011年	21	5263

資料:中華人民共和国農業部(2012)から作成。

また，本資料の中で，進出地域について，「新疆ウイグル自治区の西隣にあるカザフスタン共和国にも拡大した。」とある点は注目に値しよう。つまり，すでに新聞報道などでは，中国食糧企業の南米およびアフリカでの活動が報道されているが，ロシアでの場合もロシア国内にとどまらず，カザフス

タンにも進出するなど、こうした広範囲の大規模な国外進出が大きく進展していることが示されている。

さらに、海外農場における政府機関・国营農場・家庭経営の役割についても、注目点がある。

まず、家庭経営においては、家庭農場が国外進出における主体であり、経営主体であることが示されている。家庭農場の最低規模は500ムー（33.3 ha）以上で、数千ムーに達するものもある。耕作規模は国内の一般農場と比較して10倍～100倍以上であり、規模の経済性は中国国内との比較で明らかに高いと考えられる。

さらに、国有農場の役割としては、国有農場は国外進出発展の組織者であり、借地の契約主体であり、国外の家庭農場を支援していることがわかる。国有農場の主な機能は以下の通りであった。第一に、他国との土地貸借協定の際の統一交渉の主体であり、さらに国有農場は農地の経営権をロシア側から確保した後、再び農地を家庭農場に請け負わせる。第二に出入国手続きの一括処理、第三に農業生産資材の統一購入、第四に農産物の統一販売をも担当している。

最後に、政府部門の役割としては、黒竜江省国有農場管理総局は、積極的に対ロシア農業開発を推進し、国外進出発展のために、相手国との交渉、契約調印を行うという機能を果たしていた。

資料で述べられていた海外進出における課題は以下の通りである。

まず、ロシア側の問題として、①ソ連邦の解体後、一部地域では農業インフラの崩壊が著しい点。②税関および入国管理が厳格で、ビザ取得が容易でない点。③生産資材の入手が容易でない点。④ロシアの一部に「中国脅威論」がいまだ根強く、投資環境が良好とはいえない点。⑤ロシア極東地域の地域内市場の許容量が限られているため、開発規模の拡大に従って、生産物の販売問題が徐々に大きな問題となりつつある点、などであった。

次に、中国側の問題としてあげられていたのは以下の点である。①個別農家の開発資金の不足問題。②生産物の輸入費用の高騰問題（ロシアでの安価

な生産コストのメリットが高関税等で減衰する問題)。

よって、こうした諸問題の改善のため、国家による政治リスクの減少、非商業性保険制度創設の推進、回送された農産物に対する優遇関税および輸入付加価値税の一部払い戻し措置の実施、家庭農場と農場職員に対する政策性低利貸し付けをすべきであると、資料では提起している。

このように、本資料に示されたいくつかの新事実、中国の新政策等は非常に興味深いものであり、今後の趨勢が注目される。これまでに増して、今後の動向を注視していきたい。

参考文献

- 黒竜江省農墾総局統計局編（2008）『黒竜江墾区統計年鑑 2008』中国統計出版社。
中華人民共和国農業部（2012）『中国農業発展報告』中国農業出版社。
中華人民共和国農業部弁公庁編（2006）「国境外に新たな「双層」経営体制を構築する—黒竜江省国有農場の「走出去」（国外進出）発展に関する調査（1）（2）（3）—」
『農業省弁公庁 2005 年調研報告集』

（おおしま・かずつぐ／経済学部教授／2013 年 12 月 9 日受理）

Current Situation of the Advance of Chinese National Farms in Russia

OSHIMA Kazutsugu

This paper reports the current situation of the advance of Chinese national farms in Russia. According to the material, this movement is regarded as the result of the surplus labor in Chinese rural area. It can also be attributed to the result of Chinese securing foods. The advance into the Republic of Kazakhstan is reported as well.

Roles of the government, national farms and the family business are regarded as follows;

Family business actors are the agents of the advance and management. They have at least over 33.3 ha farms, some have about thousands Mu. They usually have as large as 10–100 times of those in domestic farms.

National farms act as the association of the advance and the contractor of land lease.

Government sector negotiates and seals agreements with the counter countries for the advance.

The material also illustrated the following problems;

Russian side has problems such as 1) collapsed agricultural infrastructure after the end of Soviet Union, 2) strict policy of the custom and immigrant office and difficulties in obtaining the visa, 3) difficulties in seeking productive tools, 4) Russian's hostile attitude that regarding China as "threat," 5) difficulties in sales in the far east of Russia and so on.

Chinese side has problems such as 1) individual farms' financial shortage of development funds, 2) jumps of importing costs (cheaper cost of producing in Russia loses its merit because of the high tariff,) and so on.

To solve these problems, the material insisted the steps such as government's positive action, non-profitable insurance, and advantageous

tariff for imported agricultural products from Russia, low interest funds for the family business farms and their workers.

近業時の注意配分に関する研究

—— 随伴陰性変動（CNV）を用いた

判別難度の異なる視標に対する注意量の評価 ——

高 橋 ひとみ

緒言 Introduction

「学校における視力検査は個々の児童生徒が学習に支障ない見え方（視力）であるかどうかの検査である¹⁾」。視力検査には「5 m先のランドルト環の切れ目を判別する」遠見視力検査と「眼前 30 cmのランドルト環の切れ目を判別する」近見視力検査がある。現在学校では、「教室のどこから見ても黒板の文字が見える視力が必要」として、5 m先のランドルト環の切れ目を判別する遠見視力検査が行われている。近年、Information and Communication Technology (ICT) 社会を迎え、学校教育においてもコンピューターが活用されるようになり、黒板中心の学習からVisual Display Terminal (VDT) 学習へと変化してきた。

政府はICT教育を推進し、「2019 年度までに、全ての児童生徒に情報端末を配備する計画を打ち出している²⁾」。すなわち、「学習に支障ない見え方（視力）」を検査するためには、「黒板の文字を判読する」遠見視力の検査に加えて「教科書・コンピュータ画面の文字を判読する」近見視力の検査が必要である。2006 年来、高橋らは、近見視力検査導入の重要性を提言してき

1) 宇津見義一、衛藤隆（編）、学校医・学校保健ハンドブッカー必要な知識と視点のすべて一、文光堂、2006、p 257.

2) 読売新聞朝刊、2013 年 6 月 29 日付

キーワード：近見視力、近距離単独視標、随伴陰性変動（CNV）、注意、作業能率

た。そのために、現行の遠見視力検査では発見できない近見視力不良者の「割合」および「学習能率との関連」を報告してきた^{3)~8)}。

近業においては、毛様体筋を緊張させ、網膜上に焦点を合わせる⁹⁾。毛様体筋は副交感神経支配下にあり、毛様体筋の緊張が継続すると副交感神経は興奮状態になる。その結果、自律神経機能が低下して、呼吸・心拍・体温などに変調をきたし、意欲の減退、注意・集中力の低下を招き、作業（学習）能率は低下する¹⁰⁾。視標に向けられる注意の状態を分析できたなら、近業時の負担を示すことができる。音・光などの感覚刺激や指の屈曲のような運動反応に対応して、事象関連電位Event-Related Potential (ERP) が生じる¹¹⁾。そして、ERPの1つである随伴陰性変動Contingent Negative Variation (CNV) は、心的活動や意識動作に反応するから、期待や注意などの心理状態の度合を定量化することができる¹²⁾。

「CNVは二つ1組の刺激（予告刺激S1と命令刺激S2）を一定の刺激間隔Interval Inter-stimulus Interval (ISI) で提示し、S2後にボタン押し運動を行うパラダイム（前置時間固定の反応時間課題）で前頭中心部優位に出現する

-
- 3) 高橋ひとみ, 子どもの近見視力不良—黒板は見えても教科書が見えない子どもたち—, 農山漁村文化協会, 2008, pp 53-57.
 - 4) 高橋ひとみ, 衛藤隆, 近見視力と学習能率の関連 (1), 東京大学大学院教育学研究科紀要 46, 2007, pp 347-357.
 - 5) 高橋ひとみ, 学校健康診断へ近見視力検査の導入を目指して, 日本眼鏡技術研究会雑誌 71, 2007, pp 38-41.
 - 6) 高橋ひとみ, 川端秀仁, 衛藤隆, 健康診断へ近見視力検査を導入する意義と有効性, 日本医事新報 43 (25), 2007, pp 81-84.
 - 7) 高橋ひとみ, 川端秀仁, 衛藤隆, 近見視力検査の導入に向けて (5), 眼科臨床紀要第5巻第5号, 日本小児眼科学会, 2012, pp 459-465.
 - 8) 高橋ひとみ, 近見視力検査の意義, 特集: 近見視力検査を進めよう—子どもの目を守るために—, 心とからだの健康, 第17巻10号, 健学社, 2013, pp 14-17.
 - 9) 横澤一彦, 視覚科学, 勁草書房, 2010, pp 2-4.
 - 10) 所敬, 吉田晃敏 (編), 現代の眼科学改訂版第9版—IT眼症発症のメカニズム—, 金原出版, 2009.
 - 11) 入戸野宏, 心理学のための事象関連電位ガイドブック, 北大路書房, 2009, p 1.
 - 12) 畑田豊彦, 映像情報メディア学会 (編), 注意と視覚探索, 視覚心理入門—基礎から応用視覚まで—, オーム社, 2006, p 177.

陰性緩電位変動である¹³⁾」。その発生機構は、「皮質上では、S1からS2へ時間が経過するとともにヒト前頭部眼窩面から運動領に向けて斑状の電位の流れがみられ、これらの電位が集積されてCNVを形成する。皮質内では、錐体細胞の尖頭樹状突起と細胞体部で発生する電位勾配が皮質内双極子を形成し、尖頭樹状突起部の興奮性シナプス後電位が皮質表面陰性電位を生じる。皮質下での神経構造では、皮質CNVに先行あるいは随伴する緩電位変動がヒトやサルで記録され¹⁴⁾」る。

英国人Walterは、1964年に発表したNature誌の中で「CNVに反映される主な脳活動は注意に関するものである¹⁵⁾」と報告し、多数の論文によって支持されてきた。

そこで、近見視力不良者の疲労や作業能率を明らかにするために、「近見視力不良者の近業時の注意量を定量化する」ことを考えた。近見視力が強く係わる作業（近業）時には、視対象への注意の配分量が、疲労や学習能率の影響因子になると考えられるからである。具体的には、判別困難な視標に向けられる注意量をCNVを使って評価する実験である。

注意は、個体にとって最も有用な情報を選択して、より迅速で精細な分析を可能にするために働く。なかでも、「視覚性注意は網膜に到達した情報のうち必要なものを時々刻々選択し処理を進める¹⁶⁾」。具体的には、視野内の空間位置や対象物を選択する機能を働かせて、感度・解像度などを高め、情報処理を促進させる。

近業においては、眼前の「見えにくい文字」を判読する時に、注意力を高めて情報の有用性を判断し情報処理を行っている、と推察される。

本研究では、近見視力検査に用いられる視標の判別困難度の違いが視標へ

13) 丹羽真一、鶴紀子、CNV、事象関連電位—事象関連電位と神経情報科学の発展—、新興医学出版社、1997、p 96.

14) 前掲書13)、p 99.

15) Walter WG, Cooper R, Aldridge VJ, McCallum WC., : Contingent negative variation : an electric sign of sensorimotor association and expectancy in the human brain. Nature 203 : 380–384. 1964.

16) 鈴木匡子、視覚性認知の神経心理学、医学書院、2006、p 66.

の注意配分量に及ぼす影響について、CNVを用いて検討した。作業仮説は、「判別困難な視標を判別する場合には、CNV振幅が増大する」である。

方法 Materials and methods

被験者 Subjects

被験者は、健康な若年成人12名（男性3名、女性9名）である。被験者の年齢の平均値および標準偏差は 24.2 ± 10.0 歳であり、すべての被験者について、聴力と視力（矯正視力）が正常であることを確認した。また、いずれの被験者にも神経学的および眼科学的疾患は認められなかった。金沢大学の倫理委員会によって承認された実験プロトコルについての説明の後に、ヘルシンキ宣言に基づいて、全被験者からインフォームドコンセントを得た。

機器 Apparatus

脳波（EEG）を記録するために、銀-塩化銀（Ag/AgCL）皿電極（直径8 mm）を探索電極として国際10-20法のFz、CzおよびPzに、基準電極として両耳朶に、接地電極としてFpzに装着した。垂直方向の眼電図（EOG）を記録するために、右眼の上下に粘着性ゲルのついたAg/AgCL表面電極（直径30 mm、記録部分の直径13 mm、P-00-S, Ambu, Demark）を取り付けた。また、同電極を用いて、双極導出法による表面筋電図（EMG）を両側の僧帽筋（TRA）と右手の尺側手根屈筋（FCU）から記録した。表面電極は、皮膚をアルコールにて清拭した後、剃刀で産毛を除去し、電極間距離を3 cmとして筋の長軸に沿って貼り付けた。すべての電極の入力抵抗は、5 k Ω 未満とした。電極からの信号は、生体アンプ（Biotop 6 R 12: NEC-Sanei, Japan）によって増幅（EEG:40000倍、EOGおよびEMG:4000倍）し、バンドパスフィルターに通した（EEG:0.05-100 Hz、EOG:0.05-30 Hz、EMG:5-500 Hz）。

視標を短時間提示するために、シャッターゴーグル（HF-601, HIRUTAME, Japan）を用いた。シャッターゴーグルの液晶パネルは、非通電時に

は乳白色となり外界の視覚情報を遮断するが、通電時には透明になり外界の視覚情報を提示することができる。予告信号として音信号（周波数 2 kHz, 持続時間 50 ms, 閾値上 35 dB）を用い（S1）、その 2 秒後にシャッターゴーグルを開放した（S2）。S1 はイヤホンを通じて提示した。S1 および S2 は、シグナル発生器（WF 1966, NF, Japan）を用いて制御した。視標は新標準近距離単独視標（半田屋製：9 cm×9 cm）を用い、視標面の照度は 400 lx に設定した。後の分析のために、全ての電気信号を、A/D変換器（ADA 16-32/2(CB)F;Contec, Japan）を介して、サンプリング周波数 1000 Hz, 16 ビットの分解能でコンピューター（DimensionE 521;Dell, Japan）に取り込んだ。

手順 Procedure

すべての測定は、シャッターゴーグルを装着し、アースシートを敷いた床の上で両足の内側を 10 cm 平行に離し、顎を顎置き台の上に乗せた立位姿勢にて行った（図 1）。このとき両側の TRA をリラックスするよう指示し、その活動を検者がモニターした。

測定に先立ち、採用する「視標の大きさ」と「シャッター開放時間」を決



図 1 測定風景

A: 視標提示装置, B: シャッター・ゴーグル, C: 銀・塩化銀電極, D: 顎乗せ台

定するために、最小分離閾の能力を測定する近見視力検査を実施した。はじめに、各被験者を対象に、視力値「0.1」「0.2」「0.3」「0.4」「0.5」の視標を用い、判別困難な視標を定め、これを判別難視標とした。また、判別難視標よりも視力値として「0.2」低い視標に相当するものを判別容易視標として用いた。次に、シャッターの開放時間を、100-300 msまで100 msごとに変化させて判別難視標の判別課題を行い、3試行の60%以上の正答率となる最小の開放時間を採用した。シャッターの開放時間については、「200 ms以下の短い提示時間の実験では、視線移動をすることなく目標刺激が検出できているとしても大きな間違いはない¹⁷⁾」とされている。

実験試行は、S1-S2課題にて、被験者ごとに定めた2視標およびシャッター開放時間を用いて行った。S1は、検者が試行開始の合図を口頭で出した後に1-2秒ランダムな時間をあけて提示された。シャッターゴーグルの開放(S2)は、S1提示の2秒後とした。

視標判別課題は、オドボール課題に則って行った。視標となるランドルト環の切れ目は、「上」「下」「右」「左」に提示された。「右」の出現頻度を20%とし、提示する切れ目の方向はランダムに設定した。被験者には、ランドルト環の切れ目を口頭で報告させ、「右」が提示された時には、右手の第2指～第5指を素早く屈曲するように指示した。被験者が正しく応答したかどうかを、FCUの活動をモニターし確認した。

実験試行は、判別難視標と判別容易視標を用いる各条件において、アーチファクトのない20試行のデータが得られるまで行った。最初に、判別容易視標の判別課題を行い、3分間の休憩をはさんだ後に、判別難視標の判別課題を行った。

データ分析 Date Analysis

すべてのデータ分析は、BIMUTASIIソフトウェア(Kissei Comtec, Japan)を用いて行った。

17) 塩入論, 前掲書12), p 214.

条件ごとにS1前500 msからS2後3000 msまでのEEG波形を加算平均した。その際、S1前500 ms間の平均電位を加算の基線とした。S1の500 ms前からS2時点までの間に、瞬目または運動によるアーチファクト（EOGおよび各EEG振幅が $\pm 100 \mu\text{V}$ 以上）が認められた試行は分析対象から除外した。CNVは、いずれの被験者においてもCzで最大の振幅を示したのでその波形を分析に用いた。4 Hzのローパスフィルターに相当する111点単純移動平均を用いて加算波形を平滑化した。「前頭部優位に出現する早期CNVの陰性頂点は700 ms前後である¹⁸⁾」。そこで、CNV電位が前期成分から後期成分へと切り替わりうるS1後約700 msで最小値を示し、かつS2時点までに基線を超えて陰性になる加算波形のみを分析対象とした。S1後700 msからS2時点までの区間における最大陰性成分をCNVピークと同定した。条件ごとにCNVピークが認められる被験者数を算出した。基線からピークまでの電位差およびS2からピークまでの時間差を、それぞれCNVピーク振幅およびCNVピーク潜時として算出した。CNVピーク振幅は、電位が陰性の場合を正の値とし、ピーク潜時はピークがS2時点よりも先行する場合を負の値として表わした。加えて、S2直前の100 ms間のCNV平均電位を算出した。この他に、条件ごとに視標判別の正答率を算出した。

統計解析 Statistical analysis

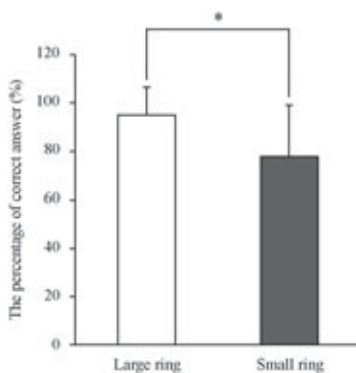
CNVピークが認められた被験者について、正答率の条件間の違いを検討するために、paired t検定を行った。また、CNVピーク振幅およびピーク潜時における条件間の違いを検討するためにpaired t検定を行った。同様に、S2直前の100 ms間のCNV平均電位の条件間の違いをpaired t検定で比較した。有意水準は5%とした。すべての統計は、SPSS 19.0 J (SPSS, Japan)を用いて行った。

18) 前掲書 13), p 96.

結果 Results

実験に用いた判別難視標は、近見視力の視力値が0.5（1名）、0.3（10名）、0.2（1名）に相当する大きさであった。シャッターゴーグル開放時間は、100 ms（10名）、200 ms（1名）、300 ms（1名）であった。目標刺激提示時間が「視線移動をすることなく目標刺激が検出できている」とされている200 msを超える時間の提示が必要だったのは2名であった。

視標判別の正答率は、判別難視標では $77.5 \pm 11.5\%$ 、判別容易視標では $95.0 \pm 21.3\%$ であり、判別が困難な判別難視標の方が有意に低かった（ $t = 2.91$, $p < 0.05$ ）（図2）。



*: $p < 0.05$

図2 視標判別の正答率

判別容易視標 (Large ring) と判別難視標 (Small ring) の正答率の平均値と標準偏差

図3に、課題遂行時のCNVのgrand average波形を示す。CNVピークが、判別難視標の判別課題では11名、判別容易視標の判別課題では8名の被験者に認められ、その差は有意でなかった。

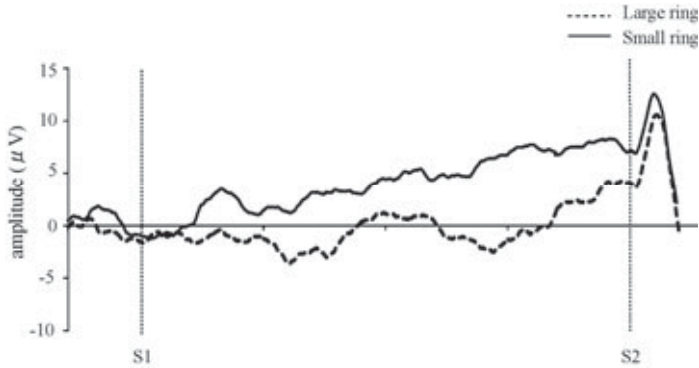


図3 CNVのgrand average波形
判別容易視標(Large ring破線)と判別難視標(Small ring実線)

CNVは、前期成分と後期成分から構成されている。「前期成分は、S1の強度や被験者に与えられる情報に応じて振幅が変化する。後期成分は、S2に向けて増加する陰性電位であり、S2に向けられる注意の量に応じて振幅が増加する¹⁹⁾」。CNV波形の振幅は、被験者の選択的注意を反映する。被験者の注意・集中度が高いほど「振幅」が大きくなり、「潜時」が短いほど、脳内の認知処理時間が速い²⁰⁾。

その振幅は、それぞれ $10.01 \pm 2.31 \mu\text{V}$ および $5.33 \pm 2.64 \mu\text{V}$ であり、判別容易視標よりも判別難視標において有意に大きかった ($t=4.11$, $p<0.001$) (図4)。

一方、CNVピーク潜時には、条件間で有意な差異が認められなかった。

S2直前の100 ms間のCNV平均電位は、判別難視標では $7.43 \pm 3.92 \mu\text{V}$ 、判別容易視標では $2.01 \pm 4.04 \mu\text{V}$ であり、判別容易視標よりも判別難視標の方が有意に大きかった ($t=3.45$, $p<0.01$) (図5)。

19) 前田薫, 随伴陰性変動, Health and Behavior Sciences 9 (2), 2011, p78.

20) 岡村法宣, 長時間の計算作業による精神疲労が事象関連電位P300に及ぼす影響, 産業衛生雑誌 49 (5), 2007, pp 203-208.

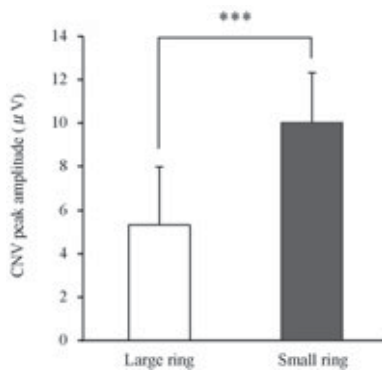
***: $p < 0.001$

図4 CNVピーク振幅

判別容易視標 (Large ring) と判別難視標 (Small ring) のCNVピーク振幅の平均値と標準偏差

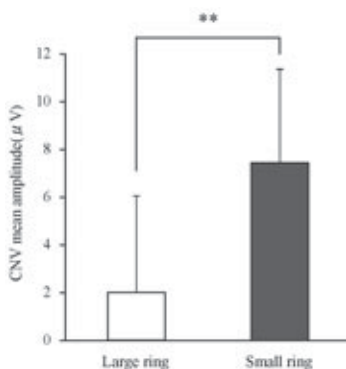
**: $p < 0.01$

図5 S2直前100ms間のCNV平均振幅

判別容易視標 (Large ring) と判別難視標 (Small ring) のS2直前100ms間のCNV振幅の平均値と標準偏差

考察 Discussion

本研究では近業時の注意配分の様相を明らかにするために、判別困難な判別難視標と、視力値にしてそれより0.2低い判別容易視標を判別する課題遂行時のCNVを測定した。CNVは、前頭・中心部電位の集約によりCzで最大

になる。そこで、「判別可能な最小視標」を判別する課題遂行時のCz波形、それより大きい「判別可能な最小視標-0.2」の視標を判別する課題遂行時のCz波形、この2条件の「注意配分の様相の違い」を解析した。そして、「判別可能な最小視標」を判別する場合に、CNV振幅が増大するとの作業仮説の検証を行った。

まず、正当率を比較した。視標判別の正答率は、判別難視標に対しては77.5%、判別容易視標に対しては95.0%であり、判別容易視標よりも判別難視標に対する判別時の方が有意に低かった。すなわち、本研究の刺激設定方法により、近業で判断の困難度が違う課題を設定できたと考えられる。

眼前30 cmに提示された、判断の困難度が違う視標に向けられる注意配分量の様相について、CNVの結果から考察した。後期CNVピークが認められた被験者数は、判別難視標判断時には11名であり、判別容易視標判断時には8名であった。そのCNVピーク振幅およびS2直前の100 ms間の後期CNVの平均電位のいずれも、判別容易視標判断時よりも判別難視標判断時に有意に大きかった。CNVの後期成分は前頭前野、運動野、体性感覚野、大脳基底核を含む皮質および皮質下構造のネットワークを起源とし、S2に対する予測的注意や運動準備を反映する。その振幅はS2に向けられた注意の配分量に伴い増大することが報告されている²¹⁾。

本研究でのCNVの結果から、近業において判別が困難な判別難視標に対しては、判断を行うために多くの注意が配分されていたこと、およびS2提示時点の前にその判断に向けて準備が行われていた可能性が示唆された。

これらの結果から、近見視力検査に用いられる近距離単独視標を使用し、CNVを用いた判別難度の異なる視標に対する注意量の評価を行い、作業仮説「近見視力が強くかわる作業において、判別困難な視標を判別する場合には、CNV振幅が増大する」が認められた。

21) 前掲書19), p 78.

結論 Conclusions

最小分離閾に近い能力を要する判別難視標と、それより大きい判別容易視標を用いて、近業での視標判断時にそれに向けられる注意配分の様相を、CNVを用いて評価した。判別の困難度が高い判別難視標の判断時には後期CNV電位が有意に大きく、かつ視標提示直前にCNV電位が下がるピークが認められる被験者数も多かった。これらのことから、近業において判別が困難な判別難視標に対しては、判断を行うために多くの注意が配分されていたこと、およびS2提示時点の前にその判断に向けて準備が行われていた可能性が示唆された。

本実験により、近見視力が強くかかわる作業においては、判別の難易度によって注意の配分量が異なり、それは作業能率に影響を及ぼすことが推察された。

謝辞 Acknowledgements

本稿作成に当たりご指導・ご助言をいただきました藤原勝夫教授・外山寛准教授（金沢大学医薬保健研究域医学系）に深謝いたします。また、本実験および実験結果分析にご協力いただきました前川真姫氏（金沢大学大学院医学系研究科）、伊禮まり子氏（大阪保健医療大学保健医療学部リハビリテーション学科）、矢口智恵氏（北海道文教大学人間科学部理学療法学科）に感謝いたします。

本報告は平成24年度科学研究費補助金「課題番号：22500647 研究課題名：情報化社会に求められる小児期の視力検査法のあり方に関する研究」および桃山学院大学特定個人研究費による成果報告である。

参考文献 References

宇津見義一，衛藤隆（編），『学校医・学校保健ハンドブッカー必要な知識と視点のすべて一』（文光堂）2006

- 高橋ひとみ『子どもの近見視力不良—黒板は見えても教科書が見えない子どもたち—』（農山漁村文化協会）2008
- 高橋ひとみ，衛藤隆「近見視力と学習能率の関連（1）」『東京大学大学院教育学研究科紀要』46，2007
- 高橋ひとみ「学校健康診断へ近見視力検査の導入を目指して」『日本眼鏡技術研究会雑誌』71，2007
- 高橋ひとみ，川端秀仁，衛藤隆「健康診断へ近見視力検査を導入する意義と有効性」『日本医事新報』43（25），2007
- 高橋ひとみ，川端秀仁，衛藤隆「近見視力検査の導入に向けて（5）」『眼科臨床紀要』第5巻第5号（日本小児眼科学会）2012
- 高橋ひとみ「近見視力検査の意義，特集：近見視力検査を進めよう—子どもの目を守るために—」『心とからだの健康』第17巻10号（健学社）2013
- 横澤一彦『視覚科学』（勁草書房）2010
- 所敬，吉田晃敏（編）『現代の眼科学改訂版第9版—IT眼症発症のメカニズム—』（金原出版）2009
- 入戸野宏『心理学のための事象関連電位ガイドブック』（北大路書房）2009
- 畑田豊彦，映像情報メディア学会（編）『注意と視覚探索，視覚心理入門—基礎から応用視覚まで—』（オーム社）2006
- 丹羽真一，鶴紀子，CNV『事象関連電位—事象関連電位と神経情報科学の発展—』（新興医学出版社）1997
- Walter WG, Cooper R, Aldridge VJ, McCallum WC., : Contingent negative variation : an electric sign of sensorimotor association and expectancy in the human brain. Nature 203 : 1964.
- 鈴木匡子『視覚性認知の神経心理学』（医学書院）2006
- 前田薫「随伴陰性変動」*Health and Behavior Sciences* 9（2），2011
- 岡村法宣「長時間の計算作業による精神疲労が事象関連電位P 300 に及ぼす影響」『産業衛生雑誌』49（5），2007

（たかはし・ひとみ／法学部教授／2013年12月16日受理）

A Study of the Attention Distribution to Look at the Near:
Evaluation of Attention Directed to a Visual Target
That is Difficult to Distinguish, Using Contingent
Negative Variation

TAKAHASHI Hitomi

Abstract

Purpose : We investigated the effects of Landolt Ring Marker size using contingent negative variation (CNV).

Methods : The subjects were twelve healthy young adults. Before the experiment was carried out, a near visual acuity test was conducted on each subject to ascertain his or her visual ability. Based on this figure, ring markers were determined as either large or small for each particular subject. Small and large ring markers (S2) were placed in front of the subjects, then revealed for 100~500 milliseconds by opening a shutter-goggle two seconds after an auditory warning stimulus (S1) was given. The subjects were required to state verbally the open side of the ring.

Results : A negative peak of CNV was detected 700 milliseconds before the shutter was opened, and was significantly larger with smaller rings than with larger ones. The mean amplitude for 100 milliseconds before the shutter was opened was significantly larger with smaller rings than with larger ones. The percentage of correct responses was significantly lower with smaller rings than with larger ones.

Conclusion : It was found that by using this method it becomes possible to quantify the degree of attention modality directed to a visual target that is difficult to distinguish. The results also suggested the possibility that, even before hearing the warning stimulus, subjects were readying themselves for their response.

Keywords: near visual acuity, a near distance single eye-mark, attention, contingent negative variation

消費税の複数税率化と その展望に関する一考察

—— 世代間と世代内にある消費税負担格差を考慮しながら ——

田 代 昌 孝

目次

1. はじめに
2. 消費税の複数税率化に関する諸問題
3. 世代間における消費税負担格差と非課税・軽減税率の緩和効果
4. 世代内における消費税負担と非課税・軽減税率による逆進性緩和効果
5. おわりに

1. はじめに

社会保障財源の拡充が声高に叫ばれるなか、先の「社会保障と税の一体改革」関連法案において消費税増税法案が成立した。ここでは具体的な消費税率の引き上げが明記されており、2014年までには消費税率8%、2015年10月までには10%までの引き上げが検討されている。さらに、10%の引き上げが行われた際には軽減税率の適用も提案されており、消費税の逆進性緩和策に関する潮流は、政権交代により給付付き税額控除から複数税率化へと大きく変化したように思える。

2013年7月29日付で掲載された毎日新聞の世論調査によれば、消費税率を引き上げる際に生活必需品に対して軽減税率を設けるかどうかの賛否を尋ねたところ、導入に賛成が68%、反対が25%という結果が出たという。実際、

キーワード：消費税、複数税率化、逆進性、世代間格差、世代内格差

公明党は自民党に対して消費税率が8%に引き上げられた場合には食料品と新聞に対して軽減税率を、10%にそれが引き上げられた場合には軽減税率の範囲を拡大することを提案している。また、消費課税を巡る新聞公共性研究会の意見書においても、新聞には表現の自由の保障がもたらす機能が備えられていること、あるいは欧州などの諸外国で既に軽減税率が適用されていることから、新聞に対する軽減税率の適用を提案している。このように消費税率の引き上げが喫緊の課題である今日において、その逆進性対策としての複数税率化がより頻繁に議論されるようになった。

ただ、この消費税の複数税率化は経済学者を中心に極めて評価が低い傾向にある。たとえば、マーリーズ・レビューでは、イギリスにあるほとんどの軽減税率やゼロ税率を取りやめることで、各家計の経済状態を変えずに、約30億ポンドの税収を残すことが可能であったと結論付けている¹⁾。それ以外に、日本でも橋本[2010]、鈴木[2010]、高山・白石[2011]、八塩・長谷川[2008]等を中心に軽減税率を行うよりも、給付付き税額控除を行った方が消費税の逆進性緩和効果が高いという分析結果を出しているものが多い。さらに、現行の帳簿方式からインボイス方式へと変更しない限り、消費税の適正な転嫁が行えないという実務的な問題も抱えている。このように消費税の複数税率化は実務的、あるいは実証的にも課題が多いことで見解がほぼ一致している。

また、歴史的に見ても消費税の複数税率化は、かつての物品税で議論された問題を蒸し返すことになる。中曽根内閣当時に提案された売上税は、インボイス方式と複数税率化の両方を兼ね備えたものであった。これは事務手続きの煩雑さ、すなわちどのような品目に軽減税率を設けるか、さらにはインボイスの保存を義務付けること等により、事業者を中心に猛反発にあった。その結果として、竹下内閣で導入された今日の一般消費税では帳簿方式と単一税率とが組み合わさったものとなっている。したがって、複数税率化の導

1) Mirrless, J. and A. Stuart [2011], p.216. また、森信[2010]では、マーリーズ・レビューに基づきイギリスにおけるVATの問題点を簡単にまとめている。

入は消費税導入当時で既に廃案となった議論をまた提案していることになる。

ただそれにもかかわらず、消費税の複数税率化が提案される理由として、EU諸国において既に複数税率化を採用している、たとえば、イギリス、フランス、ドイツでは食料品や新聞・雑誌に対して軽減税率を設けていることが考えられる。それゆえ、諸外国が採用しているという実績を鑑みても、政府当局が消費税の複数税率化を唱えるのは当然とも思える。また、複数税率化の代替策として提案される給付付き税額控除が納税者番号制度の導入という大きなハードルを抱えていることも、複数税率化の導入を主張する根拠になったのではないと思われる。

これまで消費税の複数税率化については様々な経済学者によって分析が行われてきた。ただ、その多くが消費税負担格差を短期的所得に基づいて分析しているものであり、生涯的な観点から分析したものは少ない。どの個人においても生涯を通じて稼得期とそうでない時期を経験することを鑑みれば、消費税の逆進性と複数税率化による緩和効果は生涯的な観点から分析を行わなければならない。

しかし、残念なことに海外では同一の個人を継続的に追ったパネルデータ PSID (The Panel of Study Income Dynamics) が整備されているが、日本ではデータが未整備であるため個人の生涯所得を推計することは極めて困難である。また、日本の消費税が導入されてからまだ25年と歴史が浅いことも生涯における消費税負担の計測を難しくさせている。もっとも個人の生涯所得を推計することが困難であったとしても、個票データを利用することで世代間、あるいは世代内にある消費税の逆進性と複数税率化による緩和効果を分析することは可能である。

より最近でも財務省が提案する「社会保障の安定財源の確保等を図る税制の抜本的な改革を行うための消費税法等の一部を改正する等の法律案」では、世代間及び世代内の公平性が確保された社会保障制度の構築を目的としている。それゆえ、社会保障政策だけでなく、今後の消費税の逆進性対策に

関する分析も世代間と世代内の両方を通じて行わなければならない。そのため、本稿では逆進性緩和策として消費税の複数税率化を行うことの諸問題を明らかにしたうえで、『家計における金融資産選択に関する調査（平成16年度）』の個票データに基づき、世代間、あるいは世代内にある消費税の逆進性と複数税率化による緩和効果を分析している。

本稿の構成は以下の通りである。第2章では、消費税の複数税率化に関する諸問題について考えてみる。第3章では、世代間における消費税負担率の格差を計測したうえで、複数税率化による逆進性緩和効果を計測している。第4章では、対数関数の推計から世代内にある消費税の逆進性と複数税率化による緩和効果を分析した。おわりにでは全体のまとめと若干の政策提言を加えている。

2. 消費税の複数税率化に関する諸問題

消費税を複数税率化にした場合、1. 実務的に帳簿方式からインボイス方式への移行が必要となること、2. 課税の中立性が損なわれること、3. 軽減税率を適用する費目の範囲、4. 軽減税率適用により失われる税収、5. 軽減税率適用の便益が高所得者にも及ぶこと等の問題点が生じる。消費税の複数税率化を実現させるためには、実務的にも仕入れにかかった消費税額を正確に把握しなければならない。日本では消費税制度については簡素性を重視しており、結果として消費税転嫁が正確なインボイス方式ではなく、転嫁が曖昧な帳簿方式を採用している。したがって、消費税率が複数ある場合、帳簿方式では新しい消費税制度に対応できない可能性がある。インボイス方式に変更することで免税事業者からの仕入れが行われないという問題はあるものの、逆進性緩和を正確に機能させるためには帳簿方式からインボイス方式に変えなければならない。

さらに、軽減税率を導入することで、相対価格の変化による代替効果が生じ、その分だけ消費者にとって超過負担が生まれることになる。消費税が単一税率であるならば、相対価格を変化させない所得効果のみが生じるため、

軽減税率を設けた場合と比べて消費者の選択を歪めないというメリットがある。したがって、課税の中立性を考慮すれば消費税は単一税率であることが望ましいと考えられている²⁾。

また、売上税での挫折、あるいは海外の経験からどのような品目に対して軽減税率を設けるかという問題もある。軽減税率を適用する費目の範囲について考えてみると、どの費目に軽減税率を適用するのかわで必ず各業界団体の陳情合戦が起きることが予測されよう。たとえば、デンマークやスウェーデン、ノルウェー、ドイツ、フランスでも政治的に軽減税率を導入せざるを得なかったことを認めている³⁾。また、日本でも中曽根内閣当時に提案された売上税は51もの非課税品目があり、取引形態が複雑な流通業界や繊維業界だけでなく、価格転嫁が難しい業界からも反対された⁴⁾。したがって、軽減税率の設定には政治的な影響を受ける部分が多いものの、出来るだけ合理的な判断に基づき、生活必需品と認められる品目を選定しなければならない。

実際、日本の消費税法では社会政策的な配慮から教育や医療に対して消費税を非課税としているが、これが逆進性緩和策として、どれだけ有効であるのかについても考える必要性があろう。また、技術的に課税が困難である土地についても非課税であり、これが家計に与える影響も考慮しなければならない。表1には各所得階層にある家計が非課税品目となる医療、教育、家賃地代をどの程度消費しているのかをまとめている⁵⁾。

表1を見ると、非課税品目のなかでも家賃地代については低所得者層になればなるほど、消費に占めるその割合が多いことが分かる。したがって、家

2) もっとも理論的な観点から、本間[1982]のように消費税の複数税率化を支持する研究結果を出しているものもある。

3) 詳細は、内閣府税制調査会第15回総会・第18回基礎問題小委員会(9月21日)で提出された海外調査報告に書かれてある；<http://www.cao.go.jp/zeicho/siryou/b15kai.html>。

4) 石[2009], 131-135頁。

5) 『全国消費実態調査(平成16年度)』は5年おきに調査結果を公表している。したがって、最新版は平成21年度であり、本来ならその結果に基づき議論すべきかもしれない。ただ、本稿では平成16年度における個票データを利用して分析を行っていることから、ここでは平成16年度の結果を載せている。

表1 各所得階層における消費に占める非課税品目及び食料品、光熱水道の割合

年間収入(万円)	200未満	200	250	300	350	400	450	500	550	600
		～250	～300	～350	～400	～450	～500	～550	～600	～650
消費支出	166,723	191,559	203,659	221,027	232,546	251,482	264,405	273,208	297,349	304,613
食料	42,850	48,533	50,773	53,454	56,154	58,167	61,839	64,922	67,675	69,799
食料/消費	0.257	0.253	0.249	0.242	0.241	0.231	0.234	0.238	0.228	0.229
光熱水道	13,784	15,378	15,080	16,005	16,325	16,777	17,141	17,674	17,928	18,869
光熱水道/消費	0.083	0.080	0.074	0.072	0.070	0.067	0.065	0.065	0.060	0.062
保健医療	6,744	8,613	8,669	9,090	10,478	10,021	10,244	11,302	10,321	10,785
保健医療/消費	0.040	0.045	0.043	0.041	0.045	0.040	0.039	0.041	0.035	0.035
教育	7,385	8,064	6,529	9,519	9,059	11,806	12,205	13,446	19,109	17,681
教育/消費	0.044	0.042	0.032	0.043	0.039	0.047	0.046	0.049	0.064	0.058
家賃地代	21,389	20,302	19,536	20,743	19,244	20,299	17,996	16,484	15,024	13,841
家賃地代/消費	0.128	0.106	0.096	0.094	0.083	0.081	0.068	0.060	0.051	0.045
年間収入(万円)	650	700	750	800	900	1000	1250	1500	2000以上	
		～700	～750	～800	～900	～1000	～1250	～1500	～2000	
消費支出	318,891	327,829	351,485	374,426	401,172	458,929	509,997	562,875	658,295	
食料	73,005	75,871	77,389	81,626	83,940	89,261	98,567	104,652	114,741	
食料/消費	0.229	0.231	0.220	0.218	0.209	0.194	0.193	0.186	0.174	
光熱水道	19,243	19,548	20,423	20,673	21,039	22,427	23,804	24,921	27,821	
光熱水道/消費	0.060	0.060	0.058	0.055	0.052	0.049	0.047	0.044	0.042	
保健医療	11,713	11,654	11,998	13,179	13,582	13,837	15,506	17,419	22,214	
保健医療/消費	0.037	0.036	0.034	0.035	0.034	0.030	0.030	0.031	0.034	
教育	20,349	22,146	24,831	28,061	31,289	38,245	39,803	36,072	36,853	
教育/消費	0.064	0.068	0.071	0.075	0.078	0.083	0.078	0.064	0.056	
家賃地代	12,197	10,946	9,110	9,528	8,424	6,939	6,154	4,238	5,109	
家賃地代/消費	0.038	0.033	0.026	0.025	0.021	0.015	0.012	0.008	0.008	

出所：総務省編『全国消費実態調査(平成16年度)』より作成。

賃地代を非課税品目に含めることで、ある程度の逆進性緩和は期待出来る。ただ、教育については必ずしも低所得者層が多く消費しているとは言えない。消費に占める教育の割合が最も多いのは、年間収入1000～1250万円世帯の0.083であり、逆進性緩和の効果をあまり果たしていないように思える。また、保健医療については低所得者層でわずかに消費割合が多いものの、全体的にはほとんど変わらない。このように現在の消費税法で認められている非課税品目は、消費に占めるその割合が極めて少なく、逆進性緩和の効果があまり期待できないのである。したがって、今後消費税率引き上げの際に議論される軽減税率の設定には、低所得者層がとりわけ多く消費していると思われる品目を見極めなければならない。

具体的には、頻繁に食料品や光熱費、新聞等が対象費目に挙げられる。一般的に、低所得者層になればなるほど、消費に占める食料品や光熱費の割合

が大きいと考えられる。そのため、これらの費目に対して軽減税率を設けることは消費税の逆進性を緩和させることが予測される。ただ、日本の消費税は帳簿方式を採用しており、中間投入物になると思われる食料品等は極めて非課税品目に加えることが難しい。歴史的に見ても、大平内閣当時に提案された一般消費税が挫折となった背景には、帳簿方式でありながらも非課税品目として食料品が加えられていたことが考えられる⁶⁾。転嫁が不透明な帳簿方式から相互牽制作用のあるインボイス方式に変えることは、軽減税率を設けるうえで必要不可欠なのかもしれない。

しかし、ここで考えなければならないのは、消費性向が低所得者層で比較的高いと思われる食料品や光熱費に対して軽減税率を設けるかどうかである。あくまで消費税の逆進性緩和という観点からのみ捉えるならば、各所得階層にある家計がこれらの品目をどの程度消費しているのかを考えてみる必要がある。表1には所得階層別に見た消費に占める食料品や光熱費の割合が示してある。これを見ると、年間収入が最も少ない2つの世帯が0.257, 0.253と消費のなかでも食料品を多く消費しており、その割合も非課税品目と比べてかなり大きいことが分かる。それに対して、光熱費が消費に占める割合は食料品ほど多くはないものの、低所得者層から高所得者層になるにつれてその割合が小さくなることが分かる。したがって、食料品に軽減税率を設けることは減収規模が大きいものの、逆進性緩和効果はかなり期待できる一方で、光熱費にそれを設けることは減収規模が少なく、着実に逆進性緩和が期待できる。

消費税率引き上げの際に重要となるのは、財源の確保と負担のバランスであり、可能な限り減収規模を減らすと同時に、食料品のなかでも低所得者層の方で消費割合が多いものに留めるのが好ましいと思われる。その場合、納税協力や執行上のコストは増えてしまうが、逆進性緩和効果を期待するならば、食料品のなかでもいかなる品目が生活必需品であるかを見極める必要がある。表2は各品目の対数関数をOLS推計して、所得弾性値を求めたも

6) これについては、石[2009]、103-106頁で詳細に述べられている。

のである。データは勤労者世帯を対象にした地域別1世帯当たり1か月間の収入と支出から集めている。すなわち、各都道府県にある2人以上の勤労者世帯を対象にして、いかなる費目が生活必需品になりうるのかをここでは推計している。

また、推計するにあたって、各変数は世帯人数の平方根で除した等価所得と等価消費にした。したがって、世帯人数に応じて生活必需品が異なる可能性も考慮して推計を行ったつもりである。

表2 各品目の所得弾性値

	係数	t値		係数	t値
食料	0.672***	8.804	大豆	0.617***	3.37
穀類	0.598***	5.351	生鮮果物	1.117***	5.293
米	0.300	1.099	油脂調味料	0.418***	4.088
パン	0.972***	3.693	調理食品	0.842***	5.863
麺類	0.615***	5.007	外食	1.039***	4.855
魚介類	0.843***	3.889	光熱水道	0.278***	2.623
生鮮魚介類	0.825***	3.518	電気代	0.389***	2.358
肉類	0.417*	1.505	ガス代	0.421**	2.318
加工肉	0.364***	2.505	上下水道	0.414*	1.555
乳製品	0.740***	3.69	保険医療	0.461***	3.139
卵	0.500***	3.003	交通通信	0.922***	6.067
野菜	0.775***	5.795	教育	1.079**	2.271
生鮮野菜	0.752***	5.445	教養娯楽	1.285***	7.204

注) サンプル数 47

***:1% 有意水準を満たす, **:5% 有意水準を満たす, *:10% 有意水準を満たす。

推計データの出所:総務省編『全国消費実態調査(平成16年度)』より推計。

表2を見ると、光熱水道は0.278と所得弾性値が低く、生活必需品としての性格を持っている。とりわけ、電気代、上下水道は0.389、0.414と所得弾性値が低い。逆に、教育、生鮮果物は1.079、1.117と所得弾性値が高く、贅沢品となる可能性があり得る。特に、教養娯楽は1.285と所得弾性値が最も高く、高所得者ほどこれらのサービスを消費しているものと思われる。重要なのは、今後消費税率引き上げの際に、食料品に対して軽減税率を設けるかどうかである。食料品全体では所得弾性値が0.672と全体を通じて、とり

わけ低い訳ではない。したがって、食料品全体に軽減税率を設けることは必ずしも逆進性緩和に効果がある訳ではない。

このことから消費税制度を多少複雑にする、あるいは政治的に困難かもしれないが、食料品全体で軽減税率を設定する品目を選別することは、消費税の逆進性緩和に有効である。米は0.300と所得弾性値が低いものの、係数が有意水準を満たしておらず、ここでの推計結果だけでは生活必需品であると断定することは出来ない。食料品のなかでも係数が有意水準を満たしていて、生活必需品としての性格が強いのは肉類、油脂調味料、卵であり、野菜や魚介類は0.775、0.843と所得弾性値が高かった。

現実的に、野菜や魚介類を除いて肉類、油脂調味料、卵等のみに軽減税率を設けることは実務的に困難かもしれないが、税込表示の金額で商品を販売することは可能であり、消費者の混乱は避けられるのではないと思われる。それゆえ、ここでの推計結果が正確であるとするならば、消費税制度の枠内で肉類、油脂調味料、卵のみに対して軽減税率を、野菜や魚介類のみに対して割増税率を設けることが、税収の減少を補いながら逆進性を緩和させるのに有効であると思われる。実際、表3は所得階層別に肉類、油脂調味料、卵、野菜、魚介類の消費量、あるいは消費税額をまとめたものである。

『全国消費実態調査（平成16年度）』のデータに基づけば、消費税率が5%から8%に引き上げられることで、消費税収は776,475,528円となる。さらに、消費税率が10%まで引き上げられることで、税収は952,947,239円である。通常、消費税率が10%まで引き上げられると、家計への負担は相当なものとなり、逆進性緩和のため食料品等にゼロ税率を設けなければならないであろう。ただ、その一方で食料品に掛かる消費税収207,386,481円を失うことになり、消費税総額は740,560,758円になってしまう。この金額は消費税率8%で軽減税率を設けない場合の税収より少ないものである。したがって、社会保障財源確保という観点から捉えれば、食料品にゼロ税率を設けるのは問題がある。

そこで、調理加工されていない条件で魚介類、肉類、野菜・海藻にゼロ税

率を設けた場合、消費税率が10%で税収は7,398,404円を失うが総税収945,548,835円で軽減税率を設ける前とほとんど変わりが無い。表3を見ても分かるように、加工されていない魚介類、肉類、野菜・海藻が食料品に占める割合は、どの所得階層においてもそれほど多いものではない。すなわち、食料品支出の多くを占めるのは外食であり、外食が贅沢品であると考えらるならば、外食に対して積極的に消費課税を行うことで軽減税率設定による税収減を最小限に留めることが可能となろう⁷⁾。消費税制度が複雑になる、あるいは納税協力コストが多額にはなるものの、消費税制度の枠内で逆進性緩和策を施すと考えらるならば、加工されているかどうかの違いで消費税を複数税率化にする必要はあるかもしれない。

もっとも、ここでは家計が受ける消費税負担の問題は一切考慮していない。軽減税率を設ける最も大きな理由は、消費税の逆進性緩和にある。政治的に考えても、消費税率引き上げの際には低所得者が負担する消費税を多少考慮しなければならない。重要なのは政策効果として、軽減税率の設定によりどの程度逆進性緩和の期待が持てるかである。また、消費税の逆進性はある一時点のものではなく、出来るだけ生涯を考えた消費税負担を考慮しなければならない。

消費税は若年期、壮年期、老年期の世代間でバランスの取れた課税を行うことが目的で導入されたものである。すなわち、どの個人においても生涯で所得を稼げる時期があるのと、稼げない時期があるのは事実である。したがって、消費税の負担は短期的なものではなく、出来るだけ生涯を通じた消費税負担を考慮しなければならない。ただ残念なことに、消費税の導入が平成元年であることから消費税を実際に支払った額を測ることが出来るのは、どの個人においても25年分しか存在していない。したがって、日本の個人を想定した場合、生涯で支払った消費税額を計測するのは極めて限定的であり、かつ曖昧な計測を行うしかない。ただ、現実的に個人の生涯に支払った

7) ちなみに、同じ対数関数の推計を行った結果、外食の所得弾性値は1.039となっている。

消費税負担を計測しなくても、『家計における金融資産選択（平成16年度）』の個票データを利用することで、世代間あるいは世代内にある消費税負担の格差を推計することは可能である。この作業を行うことで同一世代内にある、たとえば稼げる時期にある、あるいは稼げない時期にある消費税負担格差を議論することが可能となる。それ以外に、各年代が負担する消費税額を計測することで、世代間にある消費税の逆進性も議論することが出来よう。次の章では個票データを利用しながら、軽減税率の設定により世代間にある消費税の逆進性がいかに緩和されるかを分析する。

3. 世代間における消費税負担格差と非課税・軽減税率の緩和効果

前章では軽減税率を設けることにより失われる税収、あるいは生活必需品の選定等の観点から、消費税の複数税率化に関する諸問題を議論してきた。この章では軽減税率を設けることによる逆進性緩和効果を分析する。逆進性緩和効果の分析は世代間のみならず、世代内でも議論しなければならない。これまで消費税を複数税率化することによる逆進性緩和効果の分析は林[1989]、林[1992]、跡田[1995]、橋本[1994]、橋本・上村[1997]等を中心に盛んに行われてきた。ただ、これらの分析は短期のモデルを想定しながら、消費税の複数税率化のみの逆進性緩和分析に留まっていたように思える。

それに対して、諸外国で既に行われている給付付き税額控除が消費税の逆進性緩和策として注目されて以降は、所得税を含めた税制全体で消費税の逆進性緩和を議論するようになった。具体的には、消費税の複数税率化と給付付き税額控除のどちらが逆進性緩和に有効であるかの分析が橋本[2010]、鈴木[2010]、高山・白石[2011]、八塩・長谷川[2008]等を中心に行われている。これらの研究では消費税の複数税率化より給付付き税額控除の方が逆進性緩和策として有効であるという分析結果を出していた。

ただ、実際には消費税の逆進性を分析する場合、短期ではなく生涯の所得に注目して分析を行わなければならない。海外ではある個人を継続的に追ったパネルデータPSIDが整備されており、個人の生涯所得を推計することが

日本に比べて容易である。実際、Fullerton and Rogers[1991;pp. 279-286.], Lyon and Schwab[1995;pp. 392-405.], Casperson and Metcalf[1994;pp. 734-743.]ではPSIDを利用して、生涯における租税の逆進性や累進性を推計している。日本では様々な方法を通じて、大竹・小原[2005;50-51頁], 橋本[2010]等が生涯における消費税の負担構造を分析しているが、その結果は異なってしまうという曖昧なものであった。そのため、世代間、あるいは世代内で消費税負担を分析することで、生涯における消費税負担を議論することが多くなっている。

具体的には、橋本[1993]では将来消費を効用関数に基づき推計しており、その上で世代間と世代内の消費税負担を分析していた。その後、橋本[2010]では同一世代内の個人を企業規模別、あるいは学歴別に分けて将来所得を推計することで、世代内にある消費税負担を議論している。それに対して、田代[2012 a]では個票データに基づき年齢と所得をクロスさせたデータから対数関数を推計することで、世代内にある消費税負担格差を議論している。その後、田代[2012 b]では同じデータから世代内にある消費税の負担格差を給付付き税額控除がいかに緩和するのかを分析している。ただ、田代[2012 b]の分析では給付付き税額控除による逆進性緩和策は分析しているものの、近年注目されている消費税の複数税率化が世代内にある逆進性をいかに緩和するのかについては分析していなかった。

初めに、世代間にある消費税の逆進性と複数税率化による緩和効果を分析する。分析手法として、初めに非課税品目を設定したことによる逆進性緩和効果を推計した。ここでは表1の各所得階層に属する消費支出に占める非課税品目の割合は、それぞれの家計で同一であると仮定して分析を行っている。本稿では様々な軽減税率の制度設計を想定して分析を行っているが、以降はどの分析においてもこの仮定を置いて推計を行っている。次に、食料品にのみゼロ税率を設けた場合の逆進性緩和効果を推計する。最後に、前章にある表2の分析から生活必需品的性格の強かった光熱費までゼロ税率の設定を拡大させた場合の逆進性緩和効果を推計した。軽減税率を設けることに

よる世代間の逆進性緩和効果に関する計測結果は表4にまとめている。

表4 世代間における消費税負担率と軽減税率・非課税の緩和効果

非課税品目を設けないケース				非課税品目を設けた現実のケース			
消費税率	5%	8%	10%	消費税率	5%	8%	10%
20代	6.935%	10.787%	13.239%	20代	5.560%	8.648%	10.614%
30代	3.649%	5.676%	6.967%	30代	3.030%	4.714%	5.785%
40代	3.253%	5.061%	6.211%	40代	2.739%	4.261%	5.229%
50代	3.048%	4.741%	5.818%	50代	2.571%	4.000%	4.909%
60代	5.774%	8.981%	11.022%	60代	4.684%	7.286%	8.942%
70代以上	8.595%	13.370%	16.408%	70代以上	6.906%	10.742%	13.184%
食料品にゼロ税率を設けたケース				食料品と光熱費にゼロ税率を設けたケース			
消費税率	5%	8%	10%	消費税率	5%	8%	10%
20代	3.813%	5.931%	7.279%	20代	3.267%	5.081%	6.236%
30代	2.156%	3.355%	4.117%	30代	1.903%	2.960%	3.632%
40代	1.986%	3.089%	3.791%	40代	1.774%	2.760%	3.387%
50代	1.873%	2.913%	3.576%	50代	1.678%	2.610%	3.203%
60代	3.259%	5.070%	6.223%	60代	2.823%	4.392%	5.390%
70代以上	4.753%	7.394%	9.075%	70代以上	4.083%	6.352%	7.795%

出所：総務省編『全国消費実態調査(平成16年度)』：郵政研究所編『家計における金融資産選択に関する調査(平成16年度)』の個票データより作成。

表4からどのケースにおいても年代20から50代にかけて消費税負担率は徐々に低下していく一方で、60代以降になるとそれが高まっていくことが分かる。世代間で最も消費税負担が大きいのは税率に関係なく、70代以上の世帯であり、非課税品目を設けないケースを想定すれば、消費税5%で8.595%、8%で13.370%、10%で16.408%の負担となっている。70代以上で消費税負担が多いのは純粋に所得の低下が原因であるものと思われる。その一方で、世代間で最も消費税負担が少なかったのは50代であり、同じように非課税品目を設けないケースを想定すれば、5%で3.048%、8%で4.741%、10%で5.818%の負担となっている。50代で消費税負担が小さかったのは扶養親族が独立しているからであり、世帯人数の減少が原因の1つとして考えられよう。また、それ以外に20代の消費税負担率も高かったが、これは年功序列の賃金体系から収入がまだ少ないことが原因であると考えられる。

ただ、現実的には社会政策的な配慮から日本の消費税制度では教育、医

療、家賃地代を非課税としている。世代間で非課税品目の設定による消費税負担の緩和効果が小さかったのは30代、40代である。それに対して、非課税品目の設定による消費税負担の緩和が最も大きかったのは70代となっている。消費税率5%の場合で8.595%から6.906%、8%まで引き上げられると13.370から10.742%、10%では16.408から13.184%まで70代の消費税負担が緩和している。

では、実際に世代間にある消費税の逆進性はどの程度であろうか。消費税の逆進性を最高負担率と最低負担率の差で定義すれば、非課税品目のない消費税率5%のケースで、70代以上の8.595%から50代の3.048%を差し引いた5.547%ポイントほど世代間で消費税の逆進性があるものと思われる。さらに、非課税品目を設けない消費税率8%、10%のケースで同じ様な計算を行った場合、それぞれ8.629%ポイント、10.59%ポイントの世代間にある逆進性が計測された。それに対して非課税品目を設けた場合、世代間にある消費税の逆進性はいかに緩和されたであろうか。消費税率5%の場合、世代間にある逆進性は4.335%ポイント、税率が8%、10%まで引き上げられると、それぞれ6.742%ポイント、8.275%ポイントと変化している。さらに、食料品にゼロ税率が設けられることで、世代間にある逆進性は消費税率5%で2.880%ポイント、8%まで引き上げられると4.481%ポイントまで下がっており、これが消費税率10%では5.499%ポイントまで逆進性が弱まっている。

問題はゼロ税率適用の範囲を食料のみに留めるか、あるいは所得弾性値が低く生活必需品的な性格を持つ光熱費までに拡大するかどうかである。現行の消費税法と比べると、世代間にある逆進性は5%、8%、10%の消費税率でそれぞれ4.335から2.405%ポイント、6.742から3.742%ポイント、8.275から4.592%ポイントまで弱まっている。したがって、消費税率が引き上げられるほど、ゼロ税率の設定を食料から光熱費まで拡大することによる逆進性緩和効果は強まっている。

もっとも、ここでの分析結果は世代間のみを議論しており、すべての個人

が生涯で所得を稼げる時期、あるいは稼げない時期があることを考慮していない。実際に消費税の逆進性を議論する場合、世代内、たとえば稼げる時期にある個人間で消費税の負担格差を議論しなければならない。次の章では世代内にある消費税の逆進性と複数税率化による緩和効果を分析する。

4. 世代内における消費税負担と非課税・軽減税率による逆進性緩和効果

前章の分析は世代間のみを分析対象にしており、世代内にある消費税の逆進性を議論していない。本分析では『家計における金融資産選択に関する調査（平成16年度）』の個票データを利用しながら、消費税負担額を被説明変数、勤労収入と事業収入の合計を説明変数にした対数関数を推計することで世代内にある消費税の逆進性と複数税率化による逆進性緩和効果を議論している⁸⁾。租税弾性値が小さくなればなるほど世代内にある消費税の逆進性が強まると考えられる。ここでは10%の消費税率のみを想定して、世代内にある消費税の逆進性を議論してみよう。表5には世代ごとで被説明変数に消費税負担額、説明変数に勤労収入と事業収入の合計を取った対数関数を推計した結果、すなわち租税弾性値が非課税、軽減税率が設けられることでいかに変化したかをまとめている⁹⁾。

表5から逆進性緩和策を設けなかった場合、20代の世代内にある消費税の逆進性が0.210と最も強く、次に60代、70代のそれが0.226、0.242と続いている。また、租税弾性値は20代で最も小さく50代までは徐々に増大していく一方で、60代以降から再びそれが徐々に大きくなっていった。その理由として、年功序列の賃金体系と世代間にある賃金格差、すなわち各産

8) 林[1992]も同ような推計を行っており、そこでは各所得階層の消費税負担額の対数値を実収入の対数値で回帰分析することで弾性値を計測している。ただ、ここでの推計は個票データに基づいた推計を行っており、林[1992]の推計よりサンプル数は多いものと思われる。

9) ここでの推計でサンプル全体の数は3477である。また、各世代の世帯数は20代で277、30代で670、40代で843、50代で946、60代で549、70代で192となっている。

表5 世代内における消費税負担と軽減税率・非課税による逆進性緩和効果

	10%消費税	t値	非課税	t値
サンプル全体	0.318	39.02	0.359	43.81
20代	0.210	9.917	0.237	11.02
30代	0.327	13.30	0.370	14.95
40代	0.373	18.87	0.417	21.05
50代	0.406	23.78	0.451	26.29
60代	0.226	11.81	0.268	13.99
70代	0.242	7.022	0.277	8.031
	食料にゼロ税率	t値	食料と光熱にゼロ税率	t値
サンプル全体	0.411	49.73	0.446	53.69
20代	0.265	12.11	0.287	12.90
30代	0.420	16.88	0.456	18.22
40代	0.479	24.04	0.519	25.94
50代	0.514	29.91	0.554	32.15
60代	0.320	16.65	0.355	18.46
70代	0.318	9.141	0.347	9.940

推計データの出所:総務省編『全国消費実態調査(平成16年度)』;郵政研究所編『家計における金融資産選択に関する調査(平成16年度)』の個票データより推計。

業で年齢が高まるごとに確実に賃金が上昇する産業と、早い年齢で頭打ちになって賃金カーブが下がってしまう産業とがあること等が考えられる。

実際、10%の消費税率で逆進性緩和策を設けなかった場合、非課税品目が設けられた場合、ゼロの税率の設定が食料品のみの場合、その範囲が光熱費までに拡大された場合と変化することで各世代の租税弾性値はいかに変化したであろうか。サンプル全体で考えてみると、租税弾性値は0.318, 0.359, 0.411, 0.446と消費税の逆進性が示されながらも、逆進性緩和策が充実していくことで、その程度は徐々に弱まっている。

では、現行の消費税法、すなわち、教育、医療、家賃地代に非課税品目を設けるケースと比べて食料品のみ、あるいは光熱費までゼロ税率を拡大させた場合、各世代の租税弾性値はいかに変化したであろうか。表4から20代の租税弾性値は0.210, 0.237, 0.265, 0.287と変化している。したがって、現行の消費税法と比べると、食料品や光熱費までゼロ税率を拡大させることで、20代の租税弾性値は約0.05変化することになる。世代内にある消費税の逆進性が最も小さかったのは50代である。50代においては現行の消費法

に基づくと租税弾性値が0.451であったが、食料品や光熱費に対してゼロ税率を設けることでそれが0.554と最も大きくなる。したがって、50代の世代内にある消費税の逆進性は約0.1だけ改善されることになる。このことから20代から50代までは世代内にある消費税の逆進性があったとしても、複数税率化により逆進性緩和効果は徐々に強まっていると考えられる。

もっとも、60代、70代においては食料品や光熱費にゼロ税率を設けることの逆進性緩和効果は徐々に弱まってしまう。現行の消費税法に基づくと60代の租税弾性値は0.268であったが、食料品や光熱費までゼロ税率を拡大させると、それは0.355と0.087しか変化させていない。食料品や光熱費までゼロ税率を拡大させることによる租税弾性値の変化は60代に比べると70代ではさらに小さくなり、0.277から0.347の変化のみである。このように消費税率が10%まで引き上げられて、食料品や光熱費までゼロ税率を適用することによる逆進性緩和効果は各世代内で異なる。20から50代までは消費税を複数税率化することによる逆進性緩和効果は徐々に強まるが、逆に60代以降はその効果が弱まってしまう。

5. おわりに

社会保障財源の確保と財政健全化を考慮すれば、今後日本の政府当局は消費税率を引き上げる必要がある。その際、政治的な影響を受けて何らかの逆進性緩和策を取ることが求められよう。重要なのは、消費税収を確保しながらの低所得者に対する消費税負担の配慮であり、政権交代が行われることで、その具体策は給付付き税額控除から複数税率化へと移ったように思える。

これまで多くの経済学者が複数税率化による消費税の逆進性緩和策を分析してきた。ただ、その多くが短期的所得に基づいたものであり、生涯を通じて消費税の逆進性と複数税率化による緩和策を分析したものは少ない。その理由として、日本では個人に関する生涯のパネルデータが未整備であること、あるいは消費税が導入されてから歴史が浅いこと等が考えられる。もっ

とも、仮に個人の生涯所得を推計することが困難であったとしても、個票データを利用することで世代間、あるいは世代内にある消費税負担格差を分析することは可能である。本稿では、近年提案されている消費税率の引き上げを考慮しながら、世代間、あるいは世代内にある逆進性と複数税率化による緩和策を分析した。

分析の結果、世代間の消費税負担は年代 20 から 50 代にかけて徐々に低下していく一方で、60 代以降になるとそれが再び高まっていくことが分かった。世代間で最も消費税負担が大きいのは 70 代以上の世帯であり、この世代で消費税負担が多いのは純粋に所得の低下が原因であるものと思われる。逆に、世代間で最も消費税負担が少なかったのは 50 代であり、扶養親族が独立した事による世帯人数の減少が原因の 1 つとして考えられよう。

消費税率 5%、8%、10% を想定すると、現行の消費税法で世代間にある逆進性は 4.335% ポイント、6.742% ポイント、8.275% ポイントと変化している。これに対して、食料品のみにゼロ税率を適用すると世代間にある消費税の逆進性は 5% の税率で 2.880% ポイント、8% で 4.481% ポイント、10% では 5.499% ポイントまで緩和される。さらに、食料品や光熱費までゼロ税率を拡大させると、世代間にある消費税の逆進性は 4.335 から 2.405% ポイント、6.742 から 3.742% ポイント、8.275 から 4.592% ポイントまで弱まっている。したがって、世代間にある消費税の逆進性を複数税率化により緩和させる効果は、消費税率が高まることで徐々に強まる。

さらに、『家計における金融資産選択に関する調査（平成 16 年度）』の個票データに基づき租税弾性値を推計することで、世代内にある消費税の逆進性と複数税率化による逆進性緩和効果を分析した。その結果、20 代の世代内にある逆進性が最も大きく、それ以降 60 代、70 代のものが大きかった。これは産業ごとで異なる賃金カーブの影響を受けているものと思われる。現行の消費税法で消費税率 5%、8%、10% を想定すると、20 代の租税弾性値は 0.237 であったが、食料品にゼロ税率、あるいは光熱費まで適用の範囲を拡大させることで 0.265、0.287 と変化している。この租税弾性値を大きく

させる効果、すなわち逆進性を緩和させる効果は20代から50代までの世代内では徐々に強まっていく一方で、60代以降の世代内では弱まってしまう傾向にある。

最後に本分析の推計結果から今後の日本における税制改革について若干の政策提言を行っておこう。今後消費税率が10%まで引き上げられた場合、政治的にも食料品や光熱費に対する軽減税率の適用が行われる可能性は高まる。その場合、賃金カーブが産業ごとに異なる可能性を受けて、20から50代における勤労期間中の世代内にある消費税の逆進性は、複数税率化が導入されることで徐々に弱まるであろう。ただ、ここで問題となるのはその緩和効果が期待される一方で、現実的にかなりの税収が減ってしまうことは予測される。その場合、消費税収の減少を補うために勤労所得税の強化が必要であるように思える。言い換えれば、税収中立を仮定しながら勤労所得税を強化させることで、世代内にある税制全体の租税負担構造を累進的にすることが可能になる。

また、今後の税制改革は税源移譲を伴う形で行わなければならない。すなわち、軽減税率適用による税収減が勤労所得税の増税で賄われた場合、それは所得税から住民税への移管を伴う形が望ましい。このような政策が行われることで、応益的な課税が実現されるであろう。それ以外に、今後消費税率が引き上げられることで消費税から地方消費税への移譲も応益的な課税を強めるものとなる。したがって、消費税率が10%まで引き上げられることで、食料品や光熱費まで軽減税率が適用されるだけでなく、勤労所得税も強化させる政策は税源移譲も伴えば、応益的な課税だけでなく応能的な課税も達成されるのではないかと考える。

もっとも、本稿では幾つかの課題を抱えていることも事実である。ここでの推計は情報開示が進んでいないことから、平成16年度と古い個票データを利用している。そのため、本分析の結論を現代の租税政策に適用可能であるかどうかについては、もう少し詳細な分析が必要となろう。さらに、ここでは消費税の複数税率化のみで世代間、あるいは世代内にある消費税の逆進

性を議論しているが、実際には給付付き税額控除との比較も必要である。これについては今後の研究課題とする。

参考文献

- 跡田直澄[1995]「消費税負担の構造」宮島 洋編『消費課税の理論と課題』税務経理協会, 127-153 ページ。
- 石[2009]『消費税の政治経済学』日本経済新聞出版社。
- 大竹文雄・小原美紀[2005]「消費税は本当に逆進的か。一負担の「公平性」を考える一」『論座』。
- 鈴木将之[2010]「消費税率引き上げの逆進性対策—給付付き税額控除は効果的だがその財源に課題—」『Economic Trends マクロ経済分析レポート』。
- 高山憲之・白石浩介[2011]「給付付き税額控除による消費税負担の軽減」
http://www.ier.hit-u.ac.jp/pie/stage2/Japanese/d_p/dp2010/dp503/text.pdf#search=給付付き税額控除による消費税負担の軽減 2011年12月3日にアクセス。
- 橋本恭之[1993]「税制改革と世代間・世代内の公平」『第16回日税研究賞入選論文』。
- [1994]「国民福祉税の是非と目的税化」『税経通信』第49巻第7号, 53-60 ページ。
- [1995]「消費税の税率構造」宮島 洋編『消費課税の理論と課題』税務経理協会, 107-126 ページ。
- [2010]「消費税の逆進性とその緩和策」『会計検査研究』第41号, 会計検査院。
- 橋本恭之・上村敏之[1997]「村山税制改革と消費税複数税率化の評価 一般均衡モデルによるシミュレーション分析」『日本経済研究』第34号, 35-61 ページ。
- 林 宜嗣[1992], 「消費税の逆進性問題」『総合税制研究』第1号, 納税協会連合会。
- 本間正明[1982]『租税の経済理論』創文社。
- 八塩裕之・長谷川祐一[2008]「わが国家計の消費税負担の実態について」ESRI Discussion Paper Series 第196号。
- 大竹文雄・小原美紀[2005]「消費税は本当に逆進的か。一負担の「公平性」を考える一」『論座』。
- 加藤 寛・横山 彰[1994]著『税制と税政—改革かくあるべし—』読売新聞社。
- 田代昌孝[2012a]「世代間と世代内における消費税負担の分析」『桃山学院大学経済経営論集』第53巻第4号。

- [2012 b]「給付付き税額控除による消費税負担の緩和効果について—世代内の負担格差を踏まえながら—」『中央大学経済研究所年報』第43号。
- 林 宏昭 [1989]「間接税負担の構造」『四日市大学論集』四日市大学学会第1巻第1・2合併号。
- 林 宜嗣[1992],「消費税の逆進性問題」『総合税制研究』第1号, 納税協会連合会。
- 森信[2010]「消費課税のあり方」『マーズ・レビュー研究会報告書』財団法人企業活力研究所, www.japantax.jp/teigen/file/20100622.pdf, 2013年12月12日アクセス。
- Caspersen, E. and G. Metcalf [1994], "Is a Value Added Tax Regressive? Annual Versus Lifetime Incidence Measures", *National Tax Journal*, Vol.47, No.4.
- Fullerton, D. and D.L. Rogers [1991] "Lifetime versus Annual Perspectives on Tax Incidence", *National Tax Journal*, Vol.44, No.3.
- Lyon, A.B. and R.M. Schwab [1995] "Consumption Taxes in a Life-Cycle Framework: Are Sin Taxes Regressive?", *Review of Economics and Statistics*, Vol.77, No.3, pp.389–406.
- Mirrlees, J.A. and A. Stuart [2011] *Tax by design : the Mirrlees review*, Oxford University Press.
- Office of the Secretary Department of the Treasury [1984], *Tax Reform for Fairness, Simplicity and Economic Growth The Treasury Department Report to the President*, Vol.3, Value-Added Tax.

(たしろ・まさゆき／経済学部准教授／2013年12月19日受理)

Multiple Consumption Tax Rates and Their Estimated Impact on Inter- and Intra- Generational Tax Burden

TASHIRO Masayuki

Abstract

It is necessary that Japanese government must raise consumption tax rate to finance social security account or sustain primary balance. Therefore, It is important to introduce the systems of either tax credit or zero-rating consumption tax on foods to mitigate the regressivity of consumption tax. This paper aims to examine the current policy debate in Japan that is leaning toward the latter.

Furthermore, The analysis to mitigate the regressivity of consumption tax must be examined not in temporary but in lifetime framework. Unfortunately, It is not available the lifetime data of personal income like PSID (The Panel of Study Income Dynamics) in Japan. So, it has been difficult to estimate personal lifetime income in Japan. Instead of estimating personal lifetime income, we analyze zero-rating consumption tax to mitigate the regressivity of consumption tax either between generations or among different generations.

First, we analyzed the regressivity of consumption tax and zero-rating consumption tax on foods and heating and lighting expenses (low income elasticity of demand) to mitigate the regressivity of consumption tax between generations. We find that (1) with zero-rating consumption tax on foods to mitigate the regressivity of consumption tax between generations, the regressivity of 10 percent consumption tax may be mitigated from 8.725 to 5.499 percent point than the existing consumption tax law (2) furthermore, with zero-rating consumption tax of foods and heating and

lighting expenses (low income elasticity of demand), the regressivity of 10 percent consumption tax between generations may be mitigated from 8.725 to 4.592 percent point.

Next, we estimate elasticity of tax to personal income to discuss the regressivity of consumption tax among different generations. As a result, regressivity of consumption tax was the biggest within the cohort of 20's, it was conversely the smallest within the cohort of 50's. With zero-rating consumption tax on foods and heating and lighting expenses to mitigate the regressivity of 10 percent consumption tax, it may be mitigated from 0.237 to 0.287 within the cohort of 20's than the existing consumption tax law. On the other hand, the regressivity of 10 percent consumption tax within the cohort of 50's was mitigated from 0.451 to 0.554.

金融機関の破綻と市場機能の崩壊(Ⅲ)¹⁾

—— 不況の波及とマスコミの論調 ——

望 月 和 彦

はじめに

前稿では大正バブル崩壊の第二段階の(2)から(4)の時期のうち、株式市場および商品市場の4月末までの状況及びこの暴落に対する政府日銀の対策を取り上げるとともに、株式市場及び商品市場とくに綿糸業界のとった対応について論じた²⁾。その中で今回のバブル崩壊はこれらの市場がこれまで

1) 『銀行通信録』及び『東洋経済新報』は復刻版を参照したが、ページ数はオリジナル版のものを表記している。

これまでの一連の論考と同様、引用文は原則としてオリジナル表記で行い、年号は元号を用いている。ただし本稿が横書きであることを考慮して、数字はオリジナルが漢数字であっても算用数字で表記したところもある。また引用文には句読点を適宜追加している。必要に応じてルビを加えたところもある。また引用文中にある〔 〕は引用者が付け加えたものである。

雑誌『ダイヤモンド』の正式名称は『経済雑誌ダイヤモンド』であるが、本稿では『ダイヤモンド』と略記している。

本稿で頻繁に引用される文献については次のように略記している。

日本銀行調査局「世界戦争終了後ニ於ケル本邦財界動搖史」日本銀行調査局編『日本金融史資料明治大正編』(第22巻)、大蔵省印刷局、昭和33年→「財界動搖史」

高橋亀吉『大正昭和 財界変動史』上巻、東洋経済新報社、昭和29年→『財界変動史』

原奎一郎編『原敬日記』第5巻、福村出版、昭和56年→『原敬日記』

日本銀行百年史編纂委員会編『日本銀行百年史』第3巻、日本銀行、昭和58年→『日本銀行百年史』第3巻

ここで前稿というのは、拙稿「金融機関の破綻と市場機能の崩壊」(Ⅱ)『桃山学院大学経済経営論集』第55巻第3号のことを言い、前々稿というのは、拙稿「金融機関の破綻と市場機能の崩壊」(Ⅰ)『桃山学院大学経済経営論集』第55巻第1・2号、2013年10月をいう。

キーワード：大正バブル崩壊、金融梗塞、財界救済、銀行取付、モラトリアム

経験したことのない規模と程度の混乱をもたらし、政府・日銀がこれに適切に対応できなかったことを論じた。

バブル崩壊の影響は在庫の増加や一般物価の下落という形で経済全体に拡大し、最終的には企業倒産と失業の増大となって現れていく。

バブル崩壊による影響が拡大する中で、不況対策に関するマスコミの論調も熱を帯びてくる。しかし政府・日銀と同様、マスコミにもこのバブル崩壊を適切に評価する者は少なかった。またケインジアン以前の時代でもあり、不況に対する合意された処方箋というものはなく、様々な処方箋すなわちポリシーミックスが提案されたが、今日の私たちの目から見て玉石混淆であり、中には首をかしげるような主張も見られた。本稿では4月14日の大暴落の影響波及の状況と、この経済大変動に対するマスコミの論評について見る。

在庫の増加

株式市場や商品市場で発生したバブル崩壊の影響は一般経済にも波及していく。バブル期に盛んに行われていた各種先物取引もバブル崩壊のために受け渡しが困難となり、資金不足や品質の違いなどを口実にして受け渡しを拒否する者も現れた。また遠隔地の受け渡しは荷為替によって行われていたが、バブル崩壊後銀行が荷為替の取り扱いを拒否するようになったことから受け渡し自体が困難になっていた³⁾。

在庫の増加については、バブル崩壊直前に『東洋経済新報』（3月13日号）が懸念を示していたが⁴⁾、バブル崩壊後、在庫の増加は顕著になる。

『中外商業新報』は横浜港には積み荷を積んだままの商船が130隻あり、なかには十数日間も停泊しているものもあるが、これは横浜や東京といった各地の倉庫が満杯状況になっているためで、その原因は銀行が警戒して輸入品に対して振替為替を発行しないのと、輸入商が時価低落した商品を引き取

2) 大正バブル崩壊の諸段階に関しては、前々稿参照。

3) 「商品受渡困難」『大阪毎日新聞』大正9年4月17日付。

4) 拙稿「バブルの絶頂と崩壊」『桃山学院大学経済経営論集』第53巻第4号、2012年3月。

らないからだと報じている⁵⁾。横浜での貨物の大停滞の一因は3月27日から4月12日まで断続的に起こった横浜港沖人夫のストライキにもあった⁶⁾。「財界動揺史」によると5月の横浜税関の滞貨はおよそ30万ト⁷⁾に達した⁷⁾。

表Ⅰ 大阪在庫品価格

年 月	在庫品価格	前月比 (単位千円)
大正8年 1月	189,099	—
2月	193,683	4,584
3月	194,393	710
4月	207,005	12,612
5月	220,884	13,879
6月	226,813	5,929
7月	228,765	1,952
8月	233,375	4,610
9月	230,528	▲2,847
10月	229,611	▲ 917
11月	247,292	17,681
12月	273,538	26,246
大正9年 1月	280,096	6,558
2月	293,432	13,336
3月	328,944	35,512

(出所：『中央新聞』大正9年4月21日付、前月比は引用者が検算の上修正を行った)

神戸税関倉庫の4月中旬の在庫は195,000トンで前年同期の122,000トンに比べて70,000トン以上増加した。大阪五大倉庫の3月末の在庫品価額は

5) 「横浜港の滞貨」『中外商業新報』大正9年4月17日付。

6) 『時事新報』大正9年4月10日付。横浜市編『横浜市史』第5巻中、横浜市、昭和51年、607-608ページ。

7) 「財界動揺史」500ページ。

3億2000万円と戦時中の最高額を1億円上回っていた⁸⁾。同様に東京方面の滞貨品の金額は優に1億円を超えと言われていた⁹⁾。

このように商品が動かなくなったために、各地の倉庫は満杯となった。もっとも鉄道院が発表した4月中の貨物輸送量は前年同月比で3%増加しており、貨物の移動は増えていた¹⁰⁾。

表Iの大阪在庫品価格を見ても、在庫の増加が大正8年11月頃から始まり、大正9年3月に急増していることが分かる。また在庫の出入りをみると入庫高増加に対して出庫高はその増加に追いついておらず、『中央新聞』はこれは商品市場取引の行き詰まりを示すものとした¹¹⁾。

バブル崩壊によって、投機思惑による仮需が消滅し、在庫が堆積してわが国経済は突然生産過剰の様相を呈したのである。まさに『東洋経済新報』が述べたように、「真昼と思っていたら突然真夜中になった」ような急激な大変化に見舞われたのであった¹²⁾。

機業の苦境

バブル崩壊による株価・商品価格の暴落は地方経済に深刻な影響を与えていた。『大阪毎日新聞』は地方に於ける金融梗塞の状況を次のように報じている。

「殊に最近の不況に地方筋を顧客とする一般問屋筋は先を争つて代金の取立を急ぎたるを以て勢ひ手形濫發の傾向現れ、地方商人に對する信用の基礎は漸く失はれんとする一方、金融の梗塞は之等手形の割引不能となり、問屋筋の窮状は想像に餘りあり。(中略) 現に目下の地方状態は機業地に於る機業休止の續出、株式の暴落に依る持株の値下り、期米生絲等の不勢にて一層地方資金の回收難

8) 『大阪毎日新聞』大正9年4月25日付。

9) 「銀行窮惑」『東京日日新聞』大正9年4月17日付。

10) 「鐵貨輸送狀況」『中外商業新報』大正9年5月8日付。

11) 『中央新聞』大正9年4月21日付。

12) 『東洋経済新報』大正9年4月24日号、7ページ。

を免れざるべし。」

(『地方資金回収困難』『大阪毎日新聞』大正9年4月24日付)

手元資金に窮した問屋商人たちは地方の顧客からの代金取り立てを急いだために手形が乱発された。しかしそれらの手形を銀行は割り引くことを拒絶したことから問屋商人は行き詰まってしまったのである。

この記事に機業中止の続出とあるように、地方の主要産業であった機業も深刻な不況に陥っていた。例えば、両毛地方(栃木県・群馬県)の機業家は株価暴落と生糸綿糸価格の暴落で二重の打撃を受け、株価暴落の追敷で支払った金だけで、足利300万円、桐生130万円、伊勢崎60万円にも達し、これに手持ち原料、手持ち製品および半製品の価格下落を加えれば驚くべき額になるだろうと言われていた¹³⁾。

このように大戦中および戦後に殷賑を極めた機業も、1疋生産すれば10円程度の損失が発生するような状況となり、これまでの好況で多大の利益を得ていたものがその利益の大半をはき出し、なお莫大な損失を蒙る状況となっていた¹⁴⁾。窮地に陥った機業家のなかには高値で買った綿糸の引き取りを拒否する悪辣な者も現れた¹⁵⁾。このため綿糸問屋の資金繰りは急速に悪化したと言われる。これに加えて手形の支払い期日が従来90日から100日であったのが、4月から60日に短縮されたことも綿糸・織物業者の資金繰りを悪化させた。

資金繰りに窮した業者や銀行のなかには詐欺的行為を犯す者までが現れた。『大阪毎日新聞』は銀行自身が信用の破壊行為を実行したとして以下のような例を挙げている。

「荷爲替を受けて其代金を既に取立てたにも拘らず手元の資金を一日一刻なりと

13) 「両毛機業地窮況」『中央新聞』大正9年4月15日付。

14) 『中外商業新報』大正9年4月13日付。

15) 『九州日報』大正9年4月30日付。

も豊富ならしめ、他行の迷惑を顧みぬものがあつた。甚しきに至りては商人と結託して荷爲替を半額宛流用し、互に責任を他に塗り合つて決済を遅延せしむる奸手段を弄せるもあつた。地方の小銀行に於て此種の弊は最も甚しいやうである。」

（「銀行組織の改革」（中）『大阪毎日新聞』大正9年5月15日付）

このため各地の銀行は貸し出しを警戒し、二流以下の手形の金利は日歩5～6銭ひどい場合には10銭にも達した。銀行から融資を受けられない機業家や商人は一流会社の株券を担保にして高利貸しから借り入れるようになった。その利率は大阪市内で日歩10銭から13銭、機業が不振に陥っている京都では15銭にも及んだ¹⁶⁾。日歩10銭とは年利36.5%，15銭となると年利54.75%にも達する高利である。

不況と金融梗塞により資金繰りに詰まった所では私的モラトリアムを実施するところも出てきた。例えば、両毛地方の^{おうら}邑楽、桐生、伊勢崎、足利、佐野の5機業地の織物買継商は2000万円の手形支払いを4月20日より一時停止すること、また両毛織物連合組合も5月1日まで休市し、休市中の手形支払いを30日間延期することを決定した¹⁷⁾。埼玉県行田の足袋製造工場組合は総同盟休業を行うとともに綿糸布商に対する支払を無期限延期することを決議した¹⁸⁾。

これに対して『大阪朝日新聞』は「幾許財界變動の際なりと雖も、多年の商習慣を一蹴して、他人の迷惑となることを公々然實行することは甚だ怪しからぬ仕業である」として批判した¹⁹⁾。労働者は治安警察法によって団結で

16) 『大阪毎日新聞』大正9年4月25日付。

17) 『大阪朝日新聞』大正9年4月23日付。

18) 『中央新聞』大正9年5月15日付。

『東洋経済新報』は正式に支払い延期を決議したのは両毛地方だけであるが、その他の地方でも実質的に支払い停止を行っていることは言うまでもないとしている。

『東洋経済新報』大正9年5月1日号。

19) 『大阪朝日新聞』大正9年4月30日付。

きないようにしているのに対して資本家は団体を作って政府に救済を懇請したり、私的モラトリアムのように私的救済を実行できるのは不公平だというのである。

売れ行き不振と金融梗塞のために追い詰められた機業地では投げ売りも行われた。例えば秩父絹は高値で1匹40円もしたものが、18～19円で売られるほどになった²⁰⁾。それでも買い手が見つかず、操業を続けても休止しても損失が同じ程度になったため、操業を休止する者が相次いだ。

4月16日には京都西陣で機業家団体が5月1日より全機休機することを決定した。これにより約1万人の職工が失業することとなった²¹⁾。西陣の休業のあおりを受けて金沢の金銀箔製造業者も5月1日から1ヵ月間休業することになり、約3000人の職工が失業した²²⁾。

4月17日には福井で機屋組合が市価回復まで無期限の同盟休業を行うことになった²³⁾。福井県の織物は着尺絹織物が主でその多くが京都に送られ、そこで染色加工されて全国に販売されていたのだが、今回の反動で京都向き取引が途絶した上に、これまで60日間の約束手形で取引されていたところ、京都の銀行が手形の割引を拒否するに及びまったくの窮地に陥っていたのである²⁴⁾。休業の波は全国の機業地に及んだ。

この結果、生産は急減した。例えば表Ⅱは米沢の絹織物の生産高の推移であるが、当地では4月15日から一斉休機を実施したことから4月以降の生産高は急減し、女工は半減した。

20) 『北海タイムス』大正9年4月17日付。

21) 『大阪毎日新聞』大正9年4月17日付。

その約1ヵ月後に同紙は西陣の機屋1500、職工3万5000人のうち、女4500人、男3800人余の職工が失業したと報じている。『大阪毎日新聞』大正9年5月15日付。

22) 『大阪毎日新聞』大正9年5月2日付。

23) 『中央新聞』大正9年4月19日付。

24) 「惨憺たる福井の機業界」『九州日報』大正9年4月28日付。

なお着尺(きじゃく)とは着尺物の略で大人一人用の幅と長さをもった織物のことである。

表Ⅱ 米沢機業の生産高

大正9年 3月	118,763 点
4月	62,782
5月	46,270
6月	44,066
7月	67,532

(出所：「財界動揺史」512ページ)

このように多くの機業地では生産制限を実施するようになったが、この間職工は半年または一年契約で雇用されているため休業手当を与えられているケースが多く、例えば福井では休業中の職工に対して3月分の賃金を標準にして4割の賃金が支払われることになっていた²⁵⁾。福島県の川俣羽二重機業では女工に月額10円の手当を支給し、労働力の確保を行っている²⁶⁾。なかには浜松の染色業のように休業補償として1日につき米1升以下を支給するという現物支給という形もあった²⁷⁾。そのため生産制限の実施により失業問題がすぐさま深刻になるということとはなかった。

機業の不振は染料商にも及んだ。『時事新報』は、東京の日本橋瀬戸物町界限にある200軒余りの染料問屋は機業の休業を受けて商品の動きがなくなって十数日来1品も売れず、開店休業状態となり、染料価格も暴落している。それにも関わらず日本染料や東京アニリンといった染料工場では未だに盛んに製品を作っているので製品は増えるばかりである上に、輸入品まで入ってきていると報じている²⁸⁾。

『中央新聞』は財界救済の一手段である生産制限すなわちカルテルは価格を維持することにより企業にとっては有利となるが、それによって消費者は不利益を蒙ることになるため、政府は生産者と消費者の利害のバランスを考

25) 『大阪朝日新聞』大正9年4月17日付。

26) 「財界動揺史」512ページ。

27) 『大阪毎日新聞』大正9年5月4日付。

28) 『時事新報』大正9年4月20日付。

慮すべきであると説いた²⁹⁾。また先に述べたように『大阪朝日新聞』は労働者には組合活動が制限される一方で、生産者にはこのようなカルテル行為が認められることは不公平であると批判した。

物価下落の影響

仮需が消滅し生産過剰となれば当然ながら価格は下落する。バブル崩壊後の小売価格の下落について『中央新聞』は次のように報じている。

「先づ暴落の親玉は何と云つても綿糸布類である。就中白木綿などは殆ど高値當時に比すと半値になって居る、其他金巾、双子織、花色絹、縮緬、甲斐絹、眞綿、打綿絹糸、綿縫糸、莫大小肌衣、^{はんから}手巾は何れも下落し、殊に白木綿など常磐晒3等1反が4月には1圓60銭であつたが昨今では1圓3、40銭に金巾の3巾上品1反32銭が30銭と、羽二重1反55圓が44、5圓に縮緬同50圓が40圓に甲斐絹が15圓から8、9圓内外に低落して居る、唯だ足袋、靴足袋は勞銀の關係で紺十文男物1足1圓15銭、白キャラコ九文女物同93銭、靴足袋毛製並1打18圓と何れも同値であり、且つフランネル類は一向下落の兆候が見えない、之れは季節外れで品が動かない關係もあらう。

又飲食用品中で下落したのは、白米、挽割麥、小麥粉、大豆、小豆、醬油、^{たねみずあぶら}種水油、鰹節、鶏卵、鹽鮭、椎茸、ビスケット類で白米は3月には平均1石61圓50銭、同4月には58圓50銭であつたが、25日の東京市中の標準相場は生搗3等58圓70銭、精白米同57圓となつた。胡麻油、牛、豚、鶏肉、□罐詰、佃煮海苔干瓢、梅干、澤庵福神漬、牛乳豆腐、蕎麥、麵麴類は前月から同値を往來して居るが味噌は原料の米及び大豆が下落したから當然低落すべきものであるが、之れは田舎物は圓に付100匁方低げ、又清酒は上物は値段不同で之れは荷の高に依つて變動がある3月には2等品で1升3圓30銭が4月には3圓10銭となり、本月は下物に於ては幾分低落して居るが砂糖と掛菓子は前月より昂騰し干鰯も品薄で値段は不同である。

29) 「生産制限新傾向」『中央新聞』大正9年5月2日付。

薪炭油類は石油と石炭は異動はないが、木炭、薪は1割方低落である。建築用品は目下建築季なれば需要も旺盛となるのであるから値段も出さうに思つて居つたが、何分在荷が潤澤の爲め石材を除く他は何れも下向きで洋釘、葉□、^{とたん}鍍丹板、疊表は低落し疊表など本引並1枚が前月中は1圓80錢諸目並は1圓8錢であつたのが前者は1圓65錢に後者は95錢と下つて居る。瓦と煉瓦は變りはないが木材は杉四寸角が1圓に2分9厘であつたが、2分3厘となり、杉四分板が同1枚7分が2枚2分に、セメントは會社に依つて非常に値段に相場があるし、石材は近く東京市が道路の大改修を行ふのを見越してか中々強含みを唱へて居る。

此他に紙、燐寸、蠟燭、石鹼は3月以來同値であるが電球は近く値上しさうである、要するに砂糖と掛菓子、石材、フランネル、電球を除く外は何れも下向きで猶ほ品に依つては漸落の傾向があると」

（「何が下落したか」『中央新聞』大正9年5月26日付、□は判読不能）

このようにこの時期になると物価下落は広範囲に渡つて観察されるようになっていた。

この記事の中で暴落の親玉と言われたのが衣料関係であり、わずか1ヵ月の間に木綿白縞1反が3円50錢から1圓に、銘仙1匹40圓が18圓台に下落し、帯地も半額となった。つまり在庫の価値が半額以下になったのである。これに加えて夏物が機業地から送られてきたが、価格が暴落したためにこれを小売に販売することができなくなり、問屋には暴落前の価格での在庫が堆積することになった³⁰⁾。

不況のあおりを受けて中流の呉服店では客足が半減し、売り上げも半減した。また商品価格の下落がとまらないため、小売の方も夏物の仕入れができない状況となった³¹⁾。

この結果、呉服物では在庫処分のための投げ売りが一般的に見られるよう

30) 『大阪毎日新聞』大正9年5月2日付。

31) 『時事新報』大正9年4月16日付。

になった。

「大阪全市に渡る呉服物の投賣は一種の流行となり、誓文拂が臨時に現れたる如くごつとう雑闇と混亂は想像の外にあり。

殊に本町問屋筋の如き健實なる昔からの商習慣を苦もなく打ちやぶりにて二三流以下の問屋は殆ど小口押に直接小賣を開始し、番頭小僧總出にて千日前あたりに見るが如き呼賣をなし、1尺のモスリン1反の木綿1足の足袋を振舞はすさま浅間しくも亦惨めにて之がため一流所は少なからず閉口し、この醜態より脱するため數軒申合せの上「小賣は致し申さず候」といふ一定の紙片を門扉に貼出すなどさながら火事場の跡の如し。」

(「投賣の混亂續く」『大阪朝日新聞』大正9年5月18日付)

このように卸売でも小売をするところが現れ、従来通り卸売を継続している一流所が閉口するという事態になっていた。

商品価格の下落に歩調を合わせてふるわた古綿、古洋服、ボロ、石油の空き缶、空き樽、古雑誌、古道具といった屑物の価格も暴落した³²⁾。新品の衣類が投げ売りされるようになると、却って古着の方が高くなったために、古着も投げ売りせざるを得なくなっていった³³⁾。古着の価格は3割程度下落した。

古着価格が下落したので、質草としての古着の価格も3割下落したのだが、東京月島や佃島の人々はその価格に納得しなかったことから、同地の質屋が4月21日から1週間新規貸出を停止するという出来事も起きている³⁴⁾。

このように不況の波は質屋にも及んだ。不況到来により物価が低落し、質

32) 『中央新聞』大正9年4月21日付。

33) 『大阪毎日新聞』大正9年5月23日付。

34) 同時に質屋の利子も値上げが要望されている(1円に対して3銭5厘、5円に対して15銭、10円に対して25銭)。

『時事新報』大正9年4月21日付。

これに対して警視庁は10円以上に対しては明治10年太政官布告の利息制限法により1円につき1銭5厘以上の利子は取れないことになっている。従来2銭を認めていたのすら不都合であるのに2銭5厘は認められないと報じられている。

『時事新報』大正9年4月30日付。

屋では物価高騰時に質受けしたものが受け出されずに流質になるものが続出していた。

この質流れのリスクの増大に加え、質流れ品の損失リスクも増大したので、質屋営業は二重の打撃を受けていた。また中小の質屋のなかには親質と呼ばれる規模の大きな質屋からの資金融通が停止されたために営業困難に陥るところも簇出した³⁵⁾。質屋が貸出に制限を加えたことから、それに代わる資金の供給先として高利貸しが注目されるようになった³⁶⁾。

不況は東京帝大の学生の就職状況にも影響を与えた。『時事新報』によると、求人申し込みは3月には激減し。財界不況が明確になった4月以降には求人の申し込みがなくなってしまったという。当時は卒業が7月であり、4月時点では多くの卒業見込生はすでに就職が決まっていたと思われるが、同紙はこの不況により就職先が決まっている学生もどうなるかと述べている³⁷⁾。

不況の到来により失業問題が発生することは避けられない。だが『東京日日新聞』は日本における失業問題はそれほど深刻でないとした。すなわち未熟練労働者の多くは比較的最近農村から働きに来た者が多く、彼らを帰農させることにより失業問題はかなり緩和され则认为られていた。同様な主張は『大阪朝日新聞』や『中央新聞』にも見られる³⁸⁾。

他方で内務省は4月21日に「多数の失業者があつた場合、必要に応じて道路河川其他の工事を起したり繰上げたりする様との通牒」を発した³⁹⁾。前々稿で述べたことであるが、当時においても公共事業が失業対策になると認識されていた。もっともこれらの公共事業は規模が小さく、経済全体に与える影響はほとんどなかったと考えてよい。

このようにバブル崩壊による物価の下落は人びとの生活に大きな影響を与

35) 『読売新聞』大正9年4月25日付。

36) 『中央新聞』大正9年5月7日付。同一の記事が『中外商業新報』大正9年5月7日付にもある。

37) 『時事新報』大正9年4月22日付。

38) 「失業者問題」『東京日日新聞』大正9年4月13日付。『大阪朝日新聞』大正9年4月16日付。「失業者問題」『中央新聞』大正9年4月24日付。

39) 「土木に依て救はるゝ失業者」『大阪朝日新聞』大正9年4月23日付。

え始めていたのである。

マスコミの不況認識

前稿では株式市場や商品市場での暴落対策を述べたが、以下3節にわたってこの経済的混乱についてのマスコミの論評について取り上げる。

4月14日の大暴落に際して、『時事新報』はこれが「一般的大恐慌」となるのではないかという危惧を示した。

「株式期米の暴落に次ぐに綿絲生絲の瓦落を以てし投機市場は益險惡なる徴候を呈しつゝある一方、機織製絲等生産者側の窮状亦逐日深甚ならんとし、早くも一般の恐慌來を絶叫するの聲漸く喧しからんとせる折柄、日銀の株式救済資金融通策も實際上著しき限定的のものにして、到底之を以て這次の反動頽勢を支持するに由なく、斯ては頃來の投機事業の動搖を先驅として所謂一般的大恐慌を招來するに至らずやとの危惧は昨今財界各方面に對する一大脅威たらんとしつゝあり」

(『時事新報』大正9年4月16日付)

そしてその対策として同紙は、無制限な救済には反対し、ある程度までは人為的淘汰を前提としながらも救済融資の範囲を株式や商品市場だけでなく、一般企業にも拡張すべきであり、担保についても有価証券に限らず、倉荷証券などの現物担保も認めるべきであるとした。つまり流動性の増加を主張したのであった。

そして現在の反動の危険は銀行業にも波及しており、これからは銀行の破綻も予想され、反動は全産業に拡大する危険がある。銀行は自己を保全するためにも救済融資には自ずと限度があるため政府が積極的に銀行の救済に乗り出すべきであるとした⁴⁰⁾。そして同紙が株式の救済措置を説いたのは前稿で述べた通りである。

40)「救済の目算如何」『時事新報』大正9年4月18日付。

このように危機感をあわらにしたマスコミもあったが、すべてのマスコミが同様な危機感を持っていたわけではない。

この段階に至っても人々の間にはまだ楽観的な観測が行われていた。それは第一次世界大戦によってわが国の経済力が飛躍的に増大したことから、少々の経済的後退があったとしても十分に対応できるとする見方に基づいていた。例えば『大阪毎日新聞』は第一次世界大戦による経済的飛躍を次のように述べている。

「往時の我財界は毎年對外貿易逆調を續けたる外、外債利拂にて巨額の正貨流出したる事とて主として外資輸入に依りて一時の活氣を呈したるに止まり、従つて財界反動期に於ては抵抗する力薄弱なるを免れざりしが、戦時4箇年の間、我が國民の所得著しく増加し、結果今や全く面目を一新するに至れるは争ふ可からざる事實と云ふべし。(中略)我國は時局の好影響に依り多大の資力を獲得するに至りたるものと云ふべく、財界反動期に當り是等の資力が多大の抵抗力として効果を現し來るべきは疑ひなき所なるべし。」

(「財界反動と抵抗力」(5)『大阪毎日新聞』大正9年4月24日付)

わが国が第一次世界大戦以前は外債の利払いに窮するような状況であったのが、大戦中のブームによって経済が急速に発展して巨額の正貨を獲得し、戦後には巨額の對外債権を保有するに至った。そのため戦前とは比べものにならないほどの不況に対する抵抗力がついたと考えられていたのである。眼前で株価・商品価格の大暴落が進行しているのに、なお先行きを楽観していたのはこのような自信があったからである。

財界救済の中心銀行である興業銀行総裁の土方久徴が今回の不況が日露戦争後の不況と類似していると指摘する者があるが、日露戦争後のわが国経済は多額の對外債務を抱えていたのに対して、今日のわが国はむしろ債権国になっており、多額の正貨を保有していることから「前途を悲観すべき必要を認めない」と述べているのもこのような自信の表れであると考えられる⁴¹⁾。

さらにバブル期の投機思惑取引の根底にあったのが、大戦後における世界的な供給不足という見通しである。大戦終了により民需は急速に増加しても、戦争の惨禍により急速な生産力の回復は見込めず、戦争経済体制から平時の経済体制に移行するには相当の時間がかかると予想され、世界的な供給不足は続くと思われていた。

そのためわが国の輸出市場はまだ存在すると思われていた。

「従つて我國の物價にして今後一層の低落を見るに於ては海外に輸出さるゝに至るべく、現に今回の商品暴落に依り綿絲綿布硫安砂糖小麦大豆其他に對し輸出商談行はれ、亦海外に於て買付けたる商品に對しても轉賣續出せんとする模様あるに見るも、今回の財界恐慌は一時的のものにして今後引續き急激なる大恐慌状態を呈するが如き事なきは疑ひなき所なるべし。」

(「財界反動と抵抗力」(6)『大阪毎日新聞』大正9年4月25日付)

不況により物価が下がれば輸出が増大して景気は回復すると予想されるため、眼前の財界恐慌は一時的なものであるというのである。

しかし人びとが感じていた供給不足の原因は投機思惑による仮需にあり、バブル崩壊によりその仮需が消失し、供給不足は幻想であることが明らかになりつつあったのであるが、その現実を人びとが受け入れるまでにはまだ時間が必要であった。

例えば、それまで楽観的であった『東洋経済新報』は4月17日号で、これが恐慌であると認めるようになった⁴²⁾。先に述べたようにわが国経済はバブル崩壊によって突然超過需要状態から超過供給状態となった。このような突然の状況変化の原因として同誌は信用濫用を指摘する。「信用の擴張が増進しつゝある間は、物價も、思惑も並行して増進する。而して信用の擴張が、行詰つて、收縮に逆轉せざるを得なくなると、物價も逆轉し、思惑は破

41) 『中央新聞』大正9年5月13日付。

42) 「財界概観」『東洋経済新報』大正9年4月17日号。

壊せられる。斯くて、反動の強弱は實に先行する信用擴張の大小に正比例する」と述べ、信用擴張の規模が大きいほど反動も大きいのだとした⁴³⁾。

それでも同誌はこの恐慌が投機思惑の行き過ぎから発生したものであり、世界経済の基調は供給不足にあるので、この恐慌は一時的なものであると楽観的な見解をまだ保持していた。つまり投機思惑から生じた仮需がなくなれば、もともとの供給不足の状態に戻り、景気は回復すると予想したのである⁴⁴⁾。

同誌は銀行が確実な所に融資をせよと言われても財界の前途の見通しがつかなければ実行できないことを認め、重要なのは前途観であるとした。しかしその前途観が誤っていればどうすることもできない。

同様に『九州日報』は世界的な供給不足は疑いのないところで、今回の反動が純粹に金融上の事象であり、実物的な要因が働いたわけではないため、それほど悲観する必要はないとした⁴⁵⁾。同紙の見方は一貫しており、4月30日付においても財界恐慌の原因の半面としては投機思惑の反動と見られるが、その主要な原因は銀行の貸し渋りにあるのであって、実需要因ではないと述べている⁴⁶⁾。

『中外商業新報』も、経済の先行きについては、第一次大戦以降の生産力の増加、他方で戦争による主要国の生産力の減退からわが国の海外発展はこれから進むとし、財界の将来については十分警戒すべきではあるが、世上で懸念されているようなわが国経済界が奈落の底に急転直下するとは思えない。政府も民間もその施策を誤ることがなければ若干の整理を行った後には必ずや順調な財界を見ることも難しくないと楽観的な見方を示していた⁴⁷⁾。

現実には既に述べたように倉庫は貨物で充満し、積み荷を降ろせない貨物船が港に多数滞留していた。商品の洪水が発生していたのである。しかし多

43) 『東洋経済新報』大正9年4月24日号、7ページ。

44) 「重て瓦落後の財界に就て」『東洋経済新報』大正9年4月17日号、6ページ。

例えば、生糸の価格についても先行き高を予測していた。

「生絲底入れ模様」『東洋経済新報』大正9年4月17日号。

45) 『九州日報』大正9年4月23日付。

46) 「財界恐慌の原因」『九州日報』大正9年4月30日付。

47) 「財界の趨勢」『中外商業新報』大正9年4月21日付。

くのマスコミはその現実を見ようとはしなかった。

一般的大恐慌の可能性を説いた『時事新報』ですら、現下の経済状態は物資の供給過多による信用秩序の混乱を意味する恐慌には当たらないとした。なぜなら、先物取引つまり投機の対象になっている株式や商品の価格は暴落しても、一般物価は暴落していないからである⁴⁸⁾。これはバブルによって資産価格が高騰したけれども、一般物価は高騰していないとしてバブル抑制に消極的であった平成バブル時の金融当局の考え方と通底する点がある。同紙の主張の力点は価格が暴落しているかどうかにあり、バブル認識の観点とは異なっているが、資産価格の動向と一般物価の動向を区別しようとしている点は同じである。

このように直近の事態に対しては危機感を抱いていたマスコミであっても長期的なトレンドは楽観的見通しを持っていたのである。つまりバブルの影響から完全に脱出することはできなかった。

このように不況認識からして大いに混乱していたことから、不況対策についても多様な見解が出されることになった。

奇妙なポリシーミックス

バブル崩壊による恐慌到来に直面して、各マスコミは多種多様な恐慌対策を提言しているが、そのなかには今日の私たちからみて理解しづらいものもあった。

その典型例が『大阪毎日新聞』によるモラトリアムの主張であろう。政府の財界救済策に反対した同紙ではあるが、今回の財界変動が単に虚業熱や有害な投機熱の沈静だけにとどまらず、健全な事業まで阻止衰退させるようになるという恐れがある場合には、国家的な保護救済策が必要だとした。

同紙はその策として、小恐慌に対しては中央銀行による無制限な資金融通が有効であるが、今回のような大恐慌に対しては中央銀行といえども無制限に貸出をすることはできない。しかもそのような政策は制限外兌換券発行に

48) 「反動緩和策」(1)『時事新報』大正9年4月21日付。

つながり、貿易赤字を引き起こし、正貨減少という結果となってしまうので、これは一時の弥縫策に過ぎず、永久の救済策ではないとした。

そこで同紙が主張するのは、「モレトリアム」すなわち「公認支払延期法」である。同紙は第一次世界大戦参戦直前の1914年8月3日に英国で行われたモラトリアムを例に取り、「モレトリアム」は何人にも何等の損害を与えるものではなく、単に手形決済の期日を少し先に延ばしただけであって、債権債務関係に何の変化も与えず、安全に恐慌時期をやり過ごすことができた」と述べている。

もっとも同紙は、だからといってすぐにモラトリアムを実施せよと主張しているわけではない。「吾輩は今日我邦財界の波瀾が現に此モレトリアムの実施を必要とするほどの危険に陥つてゐると主張するものではない。日本銀行の多少の手加減で甘く切抜ければ之に勝たないが、愈々重大の形勢となった場合には斯かる便法があるといふ丈けを述べて参考に供して置く」と述べている⁴⁹⁾。

参考とは言え、このような劇薬的施策を「財界救済の便法」として紹介していることは相当の危機感の表れと言えよう。実際にこれが発動されたのは関東大震災の時と昭和金融恐慌の時の2回のみであった。しかし現実には私的モラトリアムが局地的に行われていたことは既に述べた通りである。

これに対して私的モラトリアムに批判的であった『大阪朝日新聞』は今回の反動が恐慌につながるのではなく、単に好況から不況への転換が急激にやってきただけであるとし、これが恐慌に転化することを恐れる余りモラトリアムを提唱するなどということは「思はざるも甚だしきもの」とであるとした⁵⁰⁾。これは前日23日付『大阪毎日新聞』の主張に対する批判である。

この『大阪朝日新聞』の批判を受けたためか、『大阪毎日新聞』は佐藤生の「財界緩和策」という記事の中で、モラトリアムを否定している。これは社論の明らかな撤回であった。

49) 「財界救済の便法」『大阪毎日新聞』大正9年4月23日付。

50) 「財界と當局」『大阪朝日新聞』大正9年4月24日付。

「財界救済に對する最も甚しき謬見を支拂延期説とす、恐くは天下亦斯の如き笑ふべき愚説あらざらん、其言ふ所は、英佛が世界大戰當初におけるモラトリアムを以て其難關を凌ぎたりとし、恐慌を未前^(ママ)に防ぐの策是れを以て上策とすと謂ふにあり、是れ豈内外の情勢を審にせず、彼我の地位を知らざるの説にあらずや」

(佐藤生「財界緩和策」(1)『大阪毎日新聞』大正9年4月27日付)

ほんの4日前に取り上げた政策を「最も甚しき謬見」とし「笑ふべき愚説」とまでこきおろしているのであるから、これを読んだ読者は少なからず戸惑ったのではないだろうか。

確かに未曾有のバブル崩壊とはいっても、昭和金融恐慌のように大銀行を含む多数の銀行が取り付けに会うという状況ではなかった。また戦争や震災といった異常な事態になっていたわけでもないため、モラトリアムを考える必要はなかったと言えよう。それ故『大阪毎日新聞』の主張はやや筆が走りすぎたという感を免れない。

また政策の組み合わせとして現代の私たちから見れば奇妙なものも散見された。例えば、既に述べたように『時事新報』は一般物価が下がっていないことから全般的な供給超過が起こっているわけではないとしたが、それでも同紙は不況対策は必要で、そのなかでも失業者の救済は重要であるとしている。その理由は失業による購買力の低下が不況をさらに深刻にするというところにあった。ここだけを見れば、後のケインジアンと変わるところはない。

さらにその具体的施策として、「自ら必要の事業を起し又は地方自治體をして之を起さしむ可く財政上に充分の援助を與へ、此方面に成る可く多数の失業者を吸収するの必要があると思ふ」と主張しているところはまさにケインジアンである⁵¹⁾。

同紙は失業者の救済策として労働時間短縮によるワークシェアリングも主

51) 「反動緩和策」(4)『時事新報』大正9年4月24日付。

張している⁵²⁾。それもワークシェアリングによる雇用の維持を民間企業に委ねるのは無益であり、これも政府事業において実施すべきであるとした。これに加えて長期的施策として国立職業紹介所と失業保険の創設ならびに労働組合の健全な発達を促進すべきであるとした。ここまでならば今日の私たちの考え方とさほどの違いはない。

ところが、金融政策に関しては、今日的な考え方では説明のできないような主張を行っていた。すなわち「財界の反動期に際し、故意に金融の途を梗塞して生産貿易の基礎を破壊するが如き不條理なる態度は飽迄も慎まなければならない」と不況期に金融梗塞を激化させることには反対である旨を主張するのだが、同時に「他の一方に於てますます警戒を深くし、極力投機思惑を抑制して財界より不健全なる分子を一掃するに非ざれば満足なる整理は得て望む可からず」と述べ、財界整理すなわちリストラの促進のためには金利を引き上げるべきだとしたのである⁵³⁾。

同紙は市中金利と公定歩合に大きな差があり、金融政策の有効性が損なわれていることから「一朝財界に警戒を與ふるの必要ある場合には日銀は有效なる程度まで其公定利子を引上げて金融界を警^{いまし}むるの責任を盡さざる可らず」と述べて、日本銀行に対して金利の引き上げを求めているのである⁵⁴⁾。

不況期に利子率を引き上げよというのは、現代の私たちの感覚では到底理解できないが、ケインズ革命以前の時代ではそのような考え方も有力であった。バジヨットは1873年(明治6年)に出版した『ロンバート街』において、恐慌を食い止めるための中央銀行であるイングランド銀行の貸し付けは非常に高い金利でのみ実施すべきであると説いた。さらに優良な担保に基づく限りイングランド銀行は人びとの希望に応じて貸し付けるべきであるともしている⁵⁵⁾。高い金利を課すことで無用な借入を抑制することができるとし

52) 「反動緩和策」(5)『時事新報』大正9年4月25日付。

53) 「反動緩和策」(6)『時事新報』大正9年4月27日付。

54) 「日銀總裁の演説」『時事新報』大正9年4月24日付。

55) ウォルター・バジヨット、久保恵美子訳『ロンバート街』日経B P社、平成23年、216-217ページ。

ファーガソンもバジヨットの考えに賛同している。

たのである。またケインズと対立していたハイエクも不況時の金利引き上げを主張している⁵⁶⁾。

『時事新報』は市場金利と公定歩合の差が大きくなっていることから、両者を一致させよというのであるが、その方向が現在の私たちとはまったく逆に引き上げることによる一致なのであった。そこには今回のバブルの原因が日銀による放漫政策にあり、それを是正するのが焦眉の急の課題であるという認識があった。同紙は4月14日に於ける日銀の手形割引高が3億4900万円に達し、前年同期比で約26倍となっていることを指摘し、日銀の放漫貸出が未だに続いているとした。

財政出動と金利引き上げのポリシーミックスを主張した『時事新報』は銀行に対しては自力救済を求めた。即ち、一般銀行に対して銀行自身の自衛を図ることが第一義であるとし、そのために「資金回収、預金吸収、貸出制限を行ふて支拂能力の増大を圖らねばならぬ」と述べた。これでは金融梗塞が一層ひどくなると考えられるが、貸出制限をするのは投機者に対してである。同紙は「勿論此方面に對し思ひ切つて資金の融通を差控ふるときは投機者間に倒産者續出の不幸を見るかも知れない。倒産者續出すれば人氣は更に惡化し所謂財界の不景氣は一層甚だしきを加ふることなしと云ふ可からざるも、財界整理の爲めには已むを得ざる犠牲である」と投機者を切って捨てている⁵⁷⁾。

さらに同紙は銀行の中にも不健全なものがあるだろうが、それは破綻するに任せて、これらの不健全な銀行を救済するために銀行自らを危険にさらすべきではないとも述べている。このような主張は銀行の積極的な貸出を主張

N・ファーガソン、櫻井祐子訳『劣化国家』東洋経済新報社、平成25年、87-88ページ。

56) 例えば、ワプショットはハイエクの大恐慌対策について、「誤った投資を減らすことと、金利を引き上げて貯蓄の増大を促し、消費者の支出を抑制することによって、市場がしかるべき状態に落ち着くようにする」ことであると述べている。
ニコラス・ワプショット、久保恵美子訳『ケインズかハイエクか』新潮社、平成24年、257ページ。

57) 「反動緩和策」(7)『時事新報』大正9年4月28日付。

した『中外商業新報』（4月25日付）や『大阪毎日新聞』の佐藤生（後述）と正反対のものであった。

同紙は財政政策的には拡張政策をとるのだが、金融政策的には財界整理を促進して景気を回復させるという今日から見ると奇妙なポリシーミックスを主張したのである。

『東洋経済新報』も十分に支払い能力があり、自救能力のある者を確実な者と呼び、その確実な者に対して銀行は進んで融通を与えるべきであるとしたが、同時に急場をしのげば直ちに貸金を回収できるような動力、すなわちインセンティブとして営業上引き合わないと思うほどの高利を課すべきであるとした⁵⁸⁾。

公定歩合を引き上げよという主張に対して、日本銀行は大正9年5月10日にまとめた所見で、日銀は現在でも公定歩合よりも高い金利で貸し出ししているので、これ以上の金利引き上げは人心の恐怖を増し、財界の動揺を大きくするという弊害を伴うと反論した⁵⁹⁾。

このように日銀は金利引き上げに対しては拒否したが、引き下げを考えたわけではなかった。現在とは異なり不況時に金利の引下げを行うという発想は日銀にもなかった。むしろバブル再燃に備えて引き上げの余地を残すとしたのである。

財界救済策として国債償還を通じた金融緩和という手段も考えられる。事実、財界からは国債の償還を行って金融を緩和すべきだという要望が出ていた。例えば、『国民新聞』は財界は健康体であり、ただ金融梗塞のために油が切れた機械のように取引に円滑を欠いているだけである。そこで財界全体に油を注ぐ必要があり、金融梗塞に対する政策として正貨買入れ用に発行された臨時国庫証券の償還を提案している⁶⁰⁾。

58) 『東洋経済新報』大正9年4月17日号、6ページ。

59) 『日本銀行百年史』第3巻、22ページ。

60) 「財界恐慌の真相」『国民新聞』大正9年4月27日付。

財界救済策について井上日銀総裁も機械に油を注ぐという表現をしている。例えば井上は次のように述べている。

「此の機械が動かぬならば、何れの場所に油の切れた處があるか、斯ういふこと

東京毛織会社専務（後の東京商工会議所会頭）の藤田謙三は現下の不況対策として金融緩和を主張し、その方策として、貿易資金の貸出、国債の償還、事業資金の貸出の三つを提唱した⁶¹⁾。

先に金利引き上げを主張した『東洋経済新報』は、バブル崩壊後の財界救済の要諦は信用の修復にあるとし、「毀れた信用さへ修復が出来れば、同時に恐慌は打切になる。休止せる生産機能は動き出して来る。之を他の言葉で云へば、株價も物價も、底を入れる、財界は安定を回復して復興の途に上ることになる」と述べ、信用修復の手段として、一つは生産者による供給制限、もう一つは政府による救済、とくに財政的施設を挙げた⁶²⁾。

その財政的施設とは、シベリアからの撤兵、軍縮、公債募集停止及び公債償還の4つである。そのうち前の二つの財政政策は、今日の私たちが想像する財政政策とは逆方向で財政緊縮を意味していた。恐慌下の財政緊縮は日露戦争後の第二次桂内閣でも行われたと同誌は述べ、これに倣えと言うのである⁶³⁾。

後ろ二つの金融政策は、銀行の流動性確保のためのマネーサプライの減少防止または増加を意味しており、今日的基準でも首肯できる。公債募集は資金の引き揚げになるため、それを中止することは間接的ながら金融緩和となる。もっとも同誌は公債償還の財源をシベリアからの撤兵と軍縮に求めている。同誌の主張は財政緊縮と量的金融緩和（金利は引き上げ）という現在の私たちから見ると奇妙なポリシーミックスとなる。

銀行の流動性を確保するためだけならば、公債を担保に資金を貸し出せばよく、公債を償還する必要はない。もし公債の償還のために財政支出を削減

を見て其の切れた場所に油を注ぐのが本當であらう。」

井上準之助「戦後に於ける我國の經濟及び金融」井上準之助論叢編纂会編『井上準之助論叢』第1巻、原書房、1982年、76ページ。

61) 「經濟界前途觀」(6)『中外商業新報』大正9年4月29日付。

62) 「財界救済の四綱目」『東洋経済新報』大正9年5月29日号、6ページ。

63) 「公債募集を中止せよ」『東洋経済新報』大正9年5月15日号。

これに先だって同誌は公債の即時償還を主張している。

「財界概觀」『東洋経済新報』大正9年5月1日号、1ページ。

するというのであれば、全体としてそのような政策は今日的観点からすると誤っているといえることができる。

反対に財政出動を主張した『時事新報』は、失業救済事業の原資として公債発行を提唱している。

「是等の施設を行ふ爲めには預金部の利用は云ふ迄もなく、場合に依つては公債発行の非常手段を取るも已むを得ず。政府に於て失業者を救済する爲めに新規の事業を起し、既定事業計畫の繰上を行ひ、地方自治體をして同様の事を行はしむる爲めに必要の資金を供給せんとする場合に於て特に然り」

（「反動緩和策」(5)『時事新報』大正9年4月25日付）

しかしここでも「然しながら斯の如き權道を行ふに當り特別に注意すべきは極力通貨の膨脹を避くるの一事である」と述べており、財政支出自体を「權道」つまり仮の措置、臨機応変の政策としている。さらには財政支出を容認しながらも日銀の国債引き受けによる通貨増発には反対するという『東洋経済新報』とは真逆ではあるが、やはり現在の私たちから見ると奇妙なポリシーミックスを提唱している。この時点に及んでも投機熱の再来を恐れていたのである。

結局、公債償還について『時事新報』は当局内部の意見交換の結果として、これは財界救済策としては一時的弥縫姑息策で当分実施を見合わせる事となったと報じている。このような金融緩和の効果は一時的であり、「反動的な不況の來襲を暫く延引せしめんとするに止まり、單に其救済の目的を達し得ざるべき」だというのがその理由である⁶⁴⁾。

『中央新聞』は神野大藏次官の談話として公債償還の効果について限定的であると述べている。その理由は、償還の原資として減債基金中の外債買入未銷却残金 3000 万円前後があるが、3000 万円程度では金融緩和にならないこと、公債の所有者は限定されており、彼らは必ずしも資金の需要者ではな

64) 「内債償還見合」『時事新報』大正9年4月28日付。

く、資金が必要なところに行き渡らないこと、このような人為的政策によって財界の発達を図ることができるのかという疑問があることの三つであった⁶⁵⁾。

これに加えて『国民新聞』は国債償還の財源として政府が保有する正貨があり、本年に入って政府は8000万円の正貨を為替銀行に売却しているが、これは一般会計の収入であり、これを臨時国庫証券の償還財源とすることはできないとしている⁶⁶⁾。これは先に触れた同紙27日付の記事を受けたものであり、そこで主張されたことを否定する内容となっている。しかしなぜ償還財源にできないのかについては説明がない。

『東洋経済新報』は、政府が国債償還に消極的な理由として、大正9年度以降国債償還を中止して国防計画の財源に充当する方針が決定されていることを挙げている⁶⁷⁾。結局、政府は5月10日に償還期限の到来した臨時国庫証券5300万円を償還せず借り換えている⁶⁸⁾。

また民間金融機関による金融緩和も主張された。『読売新聞』(4月15日付)が銀行に対して積極的に貸出を行うように求めたことは前稿で述べた通りである。『中外商業新報』は、現下の不況が銀行の貸し渋りによる金融梗塞に原因があるとして、銀行に対して銀行は公衆の預金を保管すると同時にその資金を国家社会の資本として活用するという任務があり、この点において銀行は公共的役割をもっているとして、この公共的役割から有望な貸出先に対しては積極的に貸出を行うべきであるとした。また日本銀行もこの銀行の任務を遂行するための援助を積極的に行うべきであり、政府もまた金融界の安定を図るために、公債の償還、国庫金の運用、特殊銀行を通じた融資といった方策をとるべきであるとした⁶⁹⁾。

また同紙は「今日の如く銀行は自家の防衛上徒に資金死蔵を事とし、商人は餘儀なく商品を抱きて絶縁の姿となり、全く背中合せとなりては相共に苦

65) 「財政当面の問題」『中央新聞』大正9年4月28日付。

66) 『国民新聞』大正9年4月29日付。

67) 『東洋経済新報』大正9年5月1日号、1ページ。

68) 『東洋経済新報』大正9年5月8日号、2ページ。

69) 「銀行の態度」『中外商業新報』大正9年4月25日付。

痛を感じ、更に此状態の進むに於ては共倒れの悲劇を演出せんも知るべからず」と述べて政府当局及び銀行業者は金融緩和を進めるべきだとした⁷⁰⁾。

銀行による貸し渋り批判に対して第百銀行頭取で全国手形交換所連合委員長の池田謙三は「世人往々銀行の貸渋りを云々すれど斷じて斯る事實なし。現に各銀行の資力及預金の割合に比し、其貸出高は著しく増加せるに非らずや」と反論し、銀行にとって適當と思われる貸出には積極的に応じているとした⁷¹⁾。しかし実際には銀行の貸出高は減少したことは後に述べる通りである。

銀行による積極的貸出については4月15日に日銀が主要銀行の代表者を集めて資金の融通を慫慂し、日銀もこれを支援するとしたことは既に前稿で述べた。

自由放任の主張

他方で財界にはこのような救済策は無用とする意見もあった。例えば三菱合資会社総理事の木村久寿弥太は無謀な事業に手を出した人びとに対して「此際一大整理を斷行する事最も肝要也。之に依りて多少の犠牲者を出すと雖も我財界の大勢より打算すれば結局得策なる可し」と述べて財界の徹底的整理を主張した⁷²⁾。

『大阪朝日新聞』は反動を引き起こしたのは自由放任主義を採り投機熱を助長した政友会内閣の政策にあり、「無爲無策の自然放任主義は、物價の下り坂にも一貫せざれば、國民は二重の壓迫を蒙る」として無差別的な財界救済を無用とした⁷³⁾。

一方、一時はモラトリアムを唱道した『大阪毎日新聞』であるが、政府の財界救済策に関して、株式の暴落による投機者の破産、泡沫会社の解散、成金者の没落、一般物価の低落等に対しては一国産業上の健全な発達上敢て悲

70) 「株式時事艱難」『中外商業新報』大正9年4月26日付。

71) 「經濟界前途觀」『中外商業新報』大正9年4月25日付。

72) 「經濟界前途觀」(4)『中外商業新報』大正9年4月27日付。

73) 「反動期に入れる財界」『大阪朝日新聞』大正9年4月23日付。

しむべき理由は見いだせないとし、姑息弥縫の救済策に対して反対であり、とくに日本銀行から融資を受けての株式救済運動には反対した⁷⁴⁾。

さらに同紙は、現在政府の行おうとする財界救済策は投機を救済することになり、これによって生じる兌換券の増発は将来投機熱を引き起こす恐れがあるとし、このような救済策は「名は救済と云ふも、其實彌縫糊塗急場の一時逃れに過ぎない」とした。これは前稿に引用した『福岡日日新聞』(4月19日付)の麗湖と同じ主張である。そして同紙はその解決策として投機的取引は清算すること、資本を不自然に固定するすべての新事業計画は解散または延期することを説いた⁷⁵⁾。

『国民新聞』も、不況時に兌換券を増発することは通貨価値の減少をもたらし、通貨の信用を失うことになるため物価上昇を招く。それ故財界救済のために通貨を膨張させることは断じて不可であると述べて⁷⁶⁾、財界救済のための金融緩和策に反対した。不況時に物価上昇を恐れるのは奇妙に見えるが、それだけバブルの記憶が強かったとも言える。今日の私たちの経験からすれば、現実の世界に単純な貨幣数量説は当てはまらず、貨幣供給の増加は必ずしも物価上昇に直結していない。

このように不況に対しては財界整理すなわちリストラにより不良会社を淘汰し、健全な事業だけが残れば景気は回復すると考えられていた。この当時の不況対策でしばしば叫ばれていたのは、堅実な事業と投機的事業^{けんべつ}の甄別すなわち区別であり、事業濫興ブームに乗って設立された基礎の危うい事業は潰れて当然であるが、事業基礎の強固な堅実な事業に対しては資金を融通して存続させるべきだという議論である。そこにはバブルの原因は行き過ぎた投機にあり、これを抑制すればバブルも抑制でき、バブル崩壊の影響も限定することができるという考え方があったものと思われる。このような考え方は何も大正時代のわが国に限ったものではなく、大恐慌時代のアメリカや平

74) 「財界救済の便法」『大阪毎日新聞』大正9年4月23日付。

75) 「藏相の經濟演説」『大阪毎日新聞』大正9年4月24日付。

76) 「事業困難」『国民新聞』大正9年4月23日付。

成バブル時のわが国でもそのような考え方が有力であった。

しかし実際に投機的取引と実需取引を区別することは容易ではない。そして投機を抑制するためにとった措置がバブル崩壊の契機となり、それ以降、経済が長期不況に陥ると言ったことも認められる。確かにバブルやその結果としての物価騰貴が投機によるものだという説は俗耳に入りやすい。しかし投機的取引だけを狙い撃ちする金融上・税制上の措置が有効であったという事実は歴史的には見当たらない。逆に不況時に救済措置をとるときに、投機的取引だけを除外して実施することもできない。

ここにあるのは諸悪の根源は投機にあり、投機的取引を徹底的に清算し、その損失は投機者が負えばよいという考え方である。これは道義的には正しいかもしれないが、この結果、財界恐慌になることを無視している点で前稿で論評した『読売新聞』（4月15日付）と同様、無責任な主張とすることができる。

ここで主張されている不況対策は自然放任というべきものであり、人為的政策による救済は最低限必要なものに限定されるべきというものであった。当時にハイエクやフリードマンのような市場メカニズム自体に対する信奉があったわけではなく、単に市場をコントロールすることはもとより不可能であるという考え方があったように思われる。

事実、そのような考え方に基づく自由放任の主張もあった。例えば政友会の御用新聞であった『中央新聞』は、これまで政府に対して物価調節策をとるように唱えていた人びとが、反動が来て物価が下落すると救済策を採るように政府に迫っていることを批判して「彼等の言ふごとく人為的に小細工をしたからと云つて潮流甚だ急なる時には決して効果はないが、其効果を現はすときは即ち株も米も糸も惨落を續け、金融界は大恐慌を來たすの時である」と述べ、人為的介入の効果は少なく、その効果が現れる時は大恐慌となっているとし、「今更人為的小細工で此下落が抑止せらるゝものでも無く、又之を抑止する必要は斷じて無い。従つて彼等の注文するごとき救済も不必要である」と救済は無用であると主張した⁷⁷⁾。この論拠は政友会の自由放任

政策を批判した『大阪朝日新聞』とは逆で、人為的介入は効果がなく無駄であるとするものである。

『大阪毎日新聞』の佐藤生も救済反対論すなわち自由放任論を主張したが、その論拠として次のように述べている。

「即ち救済の方法なきは其一なり、救済の局に當るべき萬能力なきは其二なり、救済は一時の姑息手段にして更に大患を將來に貽すの虞あるは其三なり。是れ敍上評論したる所。今重ねて贅するの要を見ずと雖も、特に吾輩の今日に於て救済無用論を唱ふるものは、之を救済せざるに於て初めて財界の健全を得べければなり。」

(佐藤生「財界緩和策」(6)『大阪毎日新聞』大正9年5月2日付)

財界救済の方法がなく、また政府に救済のための能力もなく、救済すればかえって大きな弊害をもたらすというのは、今日に言うところの「政府の失敗」につながる主張とも言える。最後に触れられている財界の健全化のためには救済は無用であるという主張がしばしば唱えられていたことは既に見たとおりである。

ただし佐藤は単なる自由放任ではなく、業界の連携による自治的救済は積極的に認めていた。すなわち貸出リスクの大きい恐慌時に銀行が単独で積極的貸出を行うことは困難であることから、銀行もある種のシンジケートを組んで共同で貸出を行うべきであるとした⁷⁸⁾。また同時に借り手もシンジケートを組んでやはり銀行のリスクを軽減すべきであるとした。

そして互救互助こそが今日における財界救済の唯一の方法であり、銀行と産業界がそれぞれに連盟を形成して信用と実力を増加させれば金融梗塞を打開することができるとした⁷⁹⁾。この典型例が前稿で見た株式救済における仲

77) 「経済界の波瀾」『中央新聞』大正9年4月17日付。

78) 佐藤生「財界緩和策」(10)『大阪毎日新聞』大正9年5月7日付。同(11)『大阪毎日新聞』大正9年5月8日付。

79) 佐藤生「財界緩和策」(12)『大阪毎日新聞』大正9年5月9日付。

買入シンジケートと銀行シンジケートであるということができる。

佐藤の主張通り、バブル崩壊後、各種の業界団体はシンジケートを組織したが、それは自力救済ではなく政府に救済措置を求めるためであった。これに対して『大阪朝日新聞』は痛烈に批判している。

「反動來に依りて打撃を受けた當面の關係者たる株式取引所仲買人組合、綿絲布商同盟會、輸出綿絲商同盟會、各地機業組合、大阪貿易協會、糖業聯合會、糖商團など無數の資本家團體が各々實行委員を選定し、大會の決議を提げて當局に逼つてゐる、其又一方に於て紡績聯合會、各地商業會議所の如き有力なる團體が之に相呼應して間接射撃を行つてゐるのである。」

（『大阪朝日新聞』大正9年4月22日付）

つまり資本家たちは株式会社という組織を形成するだけでなくさらに業界団体を作って政府に救済を要請しているのに対して、不況により深刻な影響を受ける労働者は団体を結成することは禁止されているため、結果的に放置されているというのである。

このように資本家は自由に団体を形成することにより、大きな利益を得ているのに対して、労働者にはそのような自由は許されず、不況に直面して両者の差異がひときわ大きく現れたのである。このような同紙の主張は紡績業や機業の生産カルテル、私的モラトリアムに対しても行われていたことは繰り返し述べた通りである。

この他、救済策としては財政出動も考えられるが、『中央新聞』は、株式市場のために資金を投入するのは将来の悪例を残すものであり、現在は実行予算を実施しており予算を変更することはできない。たとえ臨時議会があるとしても経費多端の折から財政支出政策に関しては慎重にすべき状況にあるため具体的救済を実施することは難しいとして、政府による財政支出を通した救済措置に対しては悲観の見通しを示した⁸⁰⁾。財政出動が困難であるとし

80) 『中央新聞』大正9年4月16日付。

たのは前稿で触れた『大阪朝日新聞』(4月22日付)も同じである。同紙は財政政策がとれないために金融政策を主張した。

また『万朝報』は、不景気の悪影響を限定する政策は必要だとしたが、「政府に於ても従來の如き放漫なる財政政策は最も之を慎むべきである」と述べて⁸¹⁾、拡大的財政政策をとることには反対している。同紙は財界救済策には反対しており、物価が今後更に低落し、破綻者も続出するだろうが、これは恐慌ではなくまた不景気でもなくて総て一時的現象に止まるので今日は堅実な事業を促進する絶好の機会であるとして、不況到来を機に産業界のリストラを進めるべきだとした⁸²⁾。

同紙は投機者を利する財界救済ではなく、産業界の基礎を強固にするような政策、とくに輸出を奨励するような政策をとるべきであるとした⁸³⁾。輸出競争力を回復するためには物価低落は必然であり、賃金の下落も甘受しなければならぬという主張は前稿で触れた『時事新報』と同じ主張であり、金本位制の下での対外均衡回復策である。

マスコミの中には不況に際して緊縮的財政政策を唱道する『東洋経済新報』のようなところもあったことは既に述べた通りであるが、ここまで極端ではないが、財政政策自体を無効とするところもあったのである。

『中外商業新報』は財界救済に関する主張として、自然放任と人為救済の二つがあるとした。

「一は何れかと云へば放任主義に屬し、此説に依れば今日斯の如き財界の状態に立至れるは少なくとも自業自得の結果にして、又已むを得ざる也、強ひて禍を貽さんのみ、寧ろ自然に放任して行く所まで行かしめなば、遂に落付くべしと云ふに在り。斯の如く自然放任を以て唯一の療法となせる單純なる經濟救治論もあり、而して此の中には好景氣の繼續、諸物價の暴騰、奢侈の増長、人心の

81) 「恐慌の回顧」『万朝報』大正9年4月22日付。

82) 「財界救済如何」『万朝報』大正9年4月23日付。

83) 「經濟界動搖の責任者」『万朝報』大正9年4月24日付。

驕慢を致せるを見て之に對する感情的の意味より寧ろ自然成行主義の可なるを説く者と、又一面には何れにせよ今日の狀態に於て人爲的に之を救済し、若しくは何等かの特別なる策を施すが如きは全く必要を見ざるのみならず、或は却て有害無益なりと唱ふる論者とあり。

又他の一説なるものは人爲救済論に屬し、此説に依れば斯の如き現状を以てしては其變化餘りに急激にして、之が爲め各種の金融は殆ど杜絶し、物價は之を投資せざるべからず、而も融通困難の結果は非常なる窮地に陥るなり、即ち如何にしても何等の方法を講じて救済せざるべからずといふに在り、此議論は財界に於て比較的多數を占め、諸種の方面より救済の運動起り、若くは起らんとしつゝあり、而して其中には眞に財界の動搖と今後の成行とに對し一波萬波の及ぶ所、遂には財界全體を通じて容易なるざる恐慌を起すことなきやを憂慮し、或は營業者が各自家の立場に苦しみ其窮境を脱せんが爲に人爲救済を唱ふるの論者もあるなり。」

（「財界救済の意義」『中外商業新報』大正9年4月28日付）

同紙は放任主義には自然放任と人爲的施策の有害無益の二つの考え方があり、人爲救済主義には不況が財界全体に及ぶことを恐れるものと單に自分たちの苦境を脱するために人爲救済を唱える者があると述べている。

同紙は人爲的救済論が財界で比較的多數を占めており、救済運動も起こっているとしているが、同紙としては人爲的救済を否定している。しかし他方では「今日の財界の情勢が次第に融和安定して或程度まで落着くを得ば可ならんも若し然らずとせば將來起る所の大波瀾大恐慌に對して未然に之を豫防するの策を講じ置くの必要あること」を主張した。つまり更なる景気の悪化を食い止めるための財界救済策は必要であるとしたのである。

不況に対する政府の介入の是非については今日まで論争が続いているわけであるが、この当時においても両者の明らかな対立が見られた。

金融状況の変化

増田ビルブローカー銀行の破綻や4月14日の株価・商品価格の大暴落と市場の閉鎖は金融市場に大きな変化をもたらした。

一般に3月15日の諸市場での暴落の引き金は金融梗塞であったと言われているが、『東洋経済新報』は金融梗塞がひどくなったのは4月以降からであるとした。

「株式市場が一般的金詰りの爲めに崩落したといふのは、尠くも4月以後の事と見ねばならぬ。然らずんば2月納會當日に暴騰して、受渡が無事に行はれたことが、不可解である。3月15日の下げの直接の動機は、所謂綿糸筋なる某一派の期米崩落による打撃であつたが、更に立入つて探れば安田系諸銀行の、回收急ぎといふことに歸着しよう。即ち當初は部分的金詰りの打撃を被り、後に至つてそれが一般化したのである。尤も安田系銀行をして回收を急がしめた本尊が、日本銀行であつたとすれば今度の株式崩落は其端を金融の中樞に發したとも云へる。併し此の動搖をして重大なものたらしめた所以は、金詰りの一般化した處に存する。然らば如何なる徑路を辿つて、それが全般に行き互つたかと云ふに、増田銀行の破綻から諸銀行の警戒を惹起したからである。」

(「諸會社と投機的利得」)(1)『東洋経済新報』大正9年5月1日号、27ページ)

同誌は3月15日のバブル崩壊の端緒となった株価暴落の原因を綿糸筋の期米での打撃と安田系銀行の株式の投げ売りに求め、その背後に日銀による金融引き締めがあつたと推定している。しかし金融梗塞が一般化したのは4月7日の増田ビルブローカー銀行の破綻により諸銀行が貸し出しを警戒し始めたからであるとした。

事実、14日の株価・商品価格の暴落以降、銀行間の信用は崩壊していた。地方の銀行が手元流動性を確保するために自己中心的な行動を取っていることは既に述べた通りである。金融梗塞が激化すると銀行間の手形の割引も行われなくなった。特に倉庫手形の再割引や倉庫証券による借り入れも困難と

なった⁸⁴⁾。木綿問屋では、地方からの入金が現金ではなく手形となった一方で、銀行が手形割引に応じなくなり、支払い不能になる者が相次いだ⁸⁵⁾。

『東洋経済新報』は、「既に破綻を暴露した銀行も現はれたが、未だ尻尾を出さずにゐる大多数の銀行も、内々互に相疑ひ、相惧れて、小切手さへ其流通を甚だしく沮まれつゝある程で、荷爲替の如き容易に取組まない」と述べ、信用による決済ができなくなったため、現金決済が増加し、その結果、銀行の定期預金が減少していると述べている⁸⁶⁾。

株価・商品価格の暴落により信用が急速に収縮したことが手形交換高からも見て取れる。東京に於ける手形交換高は、一時一日2億7000万円台にまで上っていたものが、信用が毀損され、現金取引が横行するようになるにつれて減少し、3月末日で2億6000万円あったが、4月5日には1億5000万円台に、15日には1億1800万円に、さらには4月22日及び23日には1億円台を割り、それぞれ8834万円、8732万円にまで減少した⁸⁷⁾。

『読売新聞』はこの原因として、(1)不況による生産低下、(2)金融逼迫による為替手形・約束手形の期限到来時の切り換え増加、(3)コール取引の減少を挙げている⁸⁸⁾。

同時に不渡り手形は増加した。4月中の不渡り手形は前月比枚数で204枚増、金額で61万円の増加となった。これを1月-4月期でみると大正8年は796枚、98万円だったものが、9年は1019枚、148万円と増加している。前年の1月-4月も大戦後の不況期であったが、それに比べても増加したのである⁸⁹⁾。

銀行の資産内容も3月末から4月末にかけて大きく変化していた。この1ヵ月間で全国交換所加入銀行の預金は8600万円、貸出金は1700万円、金銀在高は300万円それぞれ減少した。これは金融梗塞が進んでいること示して

84) 「大阪銀行協議」『東京日日新聞』大正9年4月21日付。

85) 『東京日日新聞』大正9年4月21日付。

86) 「財界概観」『東洋経済新報』大正9年5月22日号、1-2ページ。

87) 『東京日日新聞』大正9年4月23日付。

88) 「手形交換高激減」『読売新聞』大正9年4月24日付。

89) 『中央新聞』大正9年5月7日付。

いる。

これについて『東京日日新聞』はこの1年間に銀行預金は6億7800万円増加しているが、その半分は当座預金の増加であり、また残りの預金増加にしてもその多くはいわゆる預け合い勘定で、会社の新設増資のための預金であり、不安定なものであったのに対して、貸出の増加は預金の倍近くの11億6600万円に達しており、この結果銀行は容易に資金欠乏状況に陥ることになるとした。つまり金融梗塞の原因は輸入超過でも正貨流出でもなく銀行の放漫な貸付にあったというのである⁹⁰⁾。『東洋経済新報』(4月24日号)のいう信用の濫用が起こっていたのである。

また4月中の資金の動きを見ると、銀行預金が減少したのに対して郵便貯金は増加している。これは銀行取付の影響と株価・商品価格暴落によって株式や商品市場への投資が激減したためであると考えられる⁹¹⁾。

救済措置について曖昧な態度をとり続けた原首相であったが、背後では日銀を通じて積極的な救済に動いていた。『原敬日記』4月26日の条には次のように書かれている。

「日本銀行總裁井上準之助を招き財界救済の實況を尋ねたるに各銀行を経て資金を供給し(1億5000萬圓に近し)其他種々の方法を施し居るに付破綻は免がれ得べしとの趣旨を物語れり。」

(『原敬日記』234ページ)

井上総裁は原首相に日銀が1億5000万円近くの救済融資を行っているので破綻は免れるだろうと述べているのである。

日本銀行による財界救済の結果、4月末の一般貸出高は8億3500万円にも達した。この中には株取引の解合のための株式取引所に対する3000万円の融資も含まれている。しかし日銀による資金供給も市場の金融梗塞の緩和

90) 「銀行資力減退」『東京日日新聞』大正9年5月16日付。

91) 『中央新聞』大正9年5月3日付。

につながらず、預金として還流するものもあったことから兌換券発行高は13億6600万円、制限外発行も3億2900万円にとどまった⁹²⁾。日銀貸出は翌5月1日には8億5500万円と記録的水準に達した。

日銀による貸出増加のためにコール市場ではコールマネーの需要が激減した。また東京株式取引所が日銀より借り入れた資金3000万円のうち2000万円は使われずに銀行の預金として残っていたために資金に余裕が生じたことも、コール金利の低下に寄与した。コール金利は4月末頃には翌日払いで1銭3厘まで低下している⁹³⁾。

このように通貨供給は増加していたが、民間銀行の警戒は依然厳しく割引歩合は2銭9厘から3銭1厘と高水準のまま、取引はほとんどない状況となった。同時期に東京では預金金利の引き上げが観測されている⁹⁴⁾。

金融危機の際、日銀は大量の資金を市中に散布するが、その一部は日銀に還流する。これは銀行が貸出を警戒して、銀行間取引を抑制し、手許資金を厚くするためである。このような現象は、金融パニック時には一般的に観察され、昭和金融恐慌時にも見られたし、平成バブル崩壊後の金融緩和時にも見られた。同様に、大正バブル崩壊後の5月8日の日銀に於ける民間預金高は1億2100万円に達した⁹⁵⁾。コール市場に於ける金利低下はこのような金融状況を反映したものと考えられる。

小括

バブルの認識も困難であるならば、バブル崩壊の認識もまた困難であることは、本稿で取り上げた4月14日の暴落後のマスコミの認識を見ても分かる。一方で景気の先行きに対して警戒を示したマスコミもあったが、多くのマスコミは株式市場や商品市場での大暴落や市場休場という現実直面して

92)『銀行通信録』第69巻第415号、大正9年5月20日、12-14ページ。

93)『時事新報』大正9年4月29日付。

94)『中央新聞』大正9年4月20日付。これによると最近金融逼迫により貸出金利が上昇したことから預金金利も引き上げるという。

95)『ダイヤモンド』大正9年5月21日号、48ページ。

もなお世界的に供給不足にあるという認識から抜け出すことはできず、市場救済措置を行うとしても常にバブル再燃を懸念していた。

4月19日に報道された日銀の一般方針には「現状の儘にて金融市場を救済するときは却て財界に悪風を増長せんことを恐れ居るもの、如く」とあり⁹⁶⁾、日銀もまた全般的な救済措置をとることで投機思惑熱が再燃することを恐れていた。そのため金利を引き上げることには反対したものの金利の引下げは論外と考えられていたのである。

この4月14日暴落以後の日銀の金融政策については評価が分かれている。『ダイヤモンド』は、日銀の金融政策について、日銀はバブルの時にも放漫な貸出を行ってバブルを煽ったが、反動後の貸出についても放漫であると次のように批判した。

「現に本月の一日に於ける日本銀行の手形割引額は5億2850萬圓の巨額に上りて、昨年末大決算期の當日に於けるよりも約1億6100餘萬圓の激増なりとす。當日の外國爲替貸付金も俄然増加し來りて、約3億2500萬圓に上れり、是れ亦本年に入りて以來の最大金額なり、又定期貸付金も5200餘萬圓を算し、是等の3口を合計するときは貸出9億350萬圓に上るべし。日本銀行の貸出が9億餘圓に上りたるは珍らしき違例にして、前代未聞の出來事なり。

言ふまでも無く、手形割引金額の激増は彼の市場救済資金の放出其主たるものなるべし。是れは時の緊急避け難き所なりとするも、然も斯る巨額の濫貸が毫も市場の金融を緩和したる跡あることなし。近日コール日歩太く低落せるを以て顯然たる效果なりと誇らんも、コール日歩の低落は商工業者日常の取引には些の縁なし、市中の手形割引日歩は依然として3錢以上を動かすこと無く、金融の梗塞は依然として依然たり。是れ日本銀行の貸出方が宜しきを得ざる結果に外ならず、彼れの如き巨額の手形割引を敢てし乍ら、別に市場の金融を緩和する能はざる所以のものは、其貸出の局部的不公平に過ぎて、普遍的ならざるの結果ならざらばならず。」

96) 「金融疎通施設」『中外商業新報』大正9年4月19日付。

(「日銀の放漫貸出」『ダイヤモンド』大正9年5月11日号, 20ページ)

5月1日には日銀の貸付額が9億円を超えるという異例の事態となっていた。この巨額の貸付によって確かにコール金利は低下したが、手形の割引率は依然として日歩3銭を超える水準のままであった。しかし商工業者にとって重要なのはコール金利ではなく手形割引率であって、その意味では金融梗塞は依然として続いている。これは日銀の金融政策が不十分であるという主張になるように思える。つまり金融市場全体の金利を引き下げるべきだということになるはずである。しかし同誌の主張はそうではなかった。

さらに同誌は別の記事で日銀が大量の資金を供給する一方で、日銀預金が増大していることを取り上げ、これは日銀から融資を受けている銀行が金融不安の中で手元資金を厚くし、支払い準備を増やしているからであり、日銀の政策は放漫ではあっても、財界不安を取り除くこと、即ち財界救済に失敗している。そこで同誌は財界不安を取り除くためには、金利を引き上げた上で門戸を開放すべきであるとした。つまり貸出金利を引き上げ、銀行だけでなく一般企業にも直接資金を貸し出すべきだとしたのである⁹⁷⁾。

これに対して、『東洋経済新報』はバブル崩壊後、日銀が大幅な貸出増加を行って流動性を供給した点については評価している。

「今迄の遣口では、餘り聰明とは云ひ得ない日銀當局者も、此度は幸ひにして大過誤を冒さなんだ。そうして可なり思ひ切つて、資金の貸出を行ひ、上記の如く僅々一ヶ月か二ヶ月半の間に、日銀當局者が、二億圓以上もの貸出を増加し、由て以て財界の健全者には、決済の道を得せしめ、其信用を未倒に維持することを得せしめた。さもなければ、一層激化したるべき混亂を、之に由て或は未然に防止し、或は既發に救済したる效果のあつたことを十分に認めてやらねばならぬ。世上では、日銀の此資金の放出を以て、無用の救済なりと嘲罵し、或は一概に通貨の増發、投機再發の獎勵なりと非難するものもある。だが斯の如

97) 「誤れる救済法」『ダイヤモンド』大正9年5月21日号。

き論は、時と場合とを考へざる所謂膠柱の見解であつて、固より取るに足らない。」

(「日銀は利上を即行すべし」『東洋経済新報』大正9年5月8日号、8ページ)

同誌は日銀の株式市場救済融資を積極的に評価した。また日銀が短期間に貸出を増加させたのは、信用が崩壊し支払い手段として現金しかない結果であつて、当然であるとした。もし他の銀行と同じく資金の回収に走れば金融梗塞はますますひどくなり、恐慌が深刻なものになったであろうというのである。

また『ダイヤモンド』のように選択的貸出を批判せず、日銀が2億円の貸出増加を行い、資金を供給しても、兌換券発行高は2月末の13億6000万円から4月末の13億6600万円にしか増えていないのは全体の信用、とくに銀行間取引が収縮しているからだとした。

だが同誌も日銀による流動性の供給は認めながらも、それが長期的な通貨の膨張になることを防ぐために、公定歩合を少なくとも市場金利水準またはそれ以上に引き上げるべきだと述べている⁹⁸⁾。同誌は日銀の民間預金の増加を見て、これが投機資金に回る前に日銀は資金を回収すべきであり、そのために金利の引き上げを求めたのである。

他方で金利引き上げに対しては、それが再び株価・商品価格の暴落を引き起こす恐れがあること、また金利引き上げは国債価格の暴落を招き、政府の公債発行政策に悪影響があることから反対論があることも認めているが、前者に対しては今回の暴落が金利引き上げによって生じたのではなく、金融梗塞が原因であったこと、後者に対しては公債募集を止めるべきだと反論している⁹⁹⁾。

『ダイヤモンド』にしても『東洋経済新報』にしても日銀に金利の引き上げを求めているという点では同じである。それを実際に実行したのが前稿で

98) 「財界概観」『東洋経済新報』大正9年5月1日号。

99) 「重ねて日銀の利上に就て」『東洋経済新報』大正9年5月15日号、9ページ。

述べた株式救済融資であり、仲買人に日歩4銭の高利で貸し付けたが、余りに高利であったために融資を受ける者が少なく貸出枠が大幅に余る結果となった。また前稿の『中央新聞』（4月16日付）が主張していたように、金利とは関係なく救済融資のスキームが有効でなかったことは増田ビルブローカー銀行の破綻後の日銀による救済融資を見ても明らかであった。金利引き上げとマネーサプライの増加は矛盾するはずであるが、当時そのことを指摘したマスコミはなかった。必要な貸出をスクリーニングするために金利を引き上げれば良いという考え方がそこにはあったと考えられる。

大正バブルは第一次世界大戦という政治的経済的大変動のなかで発生したものであり、歴代の内閣による経済政策が引き起こしたものではない。原内閣もバブル発生に対してほとんど自然放任の態度をとった。このバブルが崩壊し、経験したことのない経済的混乱が起こったとき、これに対処しようにもその前例がまったくなかった。それでも否が応でも対応がなされなければならない。政府や日銀はまさに手探り状態でその対応を行わざるを得なかった。

本稿で紹介したように当時は不況に対する処方箋で合意されたものはなかった。そのため様々なポリシーミックスが提案されており、その中には現在の私たちから見て奇妙なものもある。しかし、現在の私たちがバブル崩壊およびその後の不況に対して明確な処方箋を持っているかと言えばそうではない。教科書的なケインズ政策が今日の不況に対して有効でないことは明らかであり、これまでとは違ったポリシーミックスを私たち自身も模索しているところである。例えば、現在日銀が実施している金融政策も非伝統的であり、この政策がどのような結果をもたらし、何時日銀が通常の金融施策に戻ることができるのか、そのための政策手段は何かという出口戦略も見えていない。

超金融緩和による長期金利の低下は財政規律を毀損し国民所得に倍する公的債務を累積させた。これが将来わが国経済に致命的な影響を与える可能性を私たちは否定できない。不況時に金利を引き下げるといふ政策が将来に禍

根を残すという当時の人びとが持っていた感覚はもしかすると正しいのかも知れない。それ故、私たちにこの当時提案されたポリシーミックスを荒唐無稽と片付けるだけの資格はないといってよい。私たちは常に手探りで現在の状況にあったポリシーミックスを見つけなければならないのである。

(続く)

(もちづき・かずひこ／経済学部教授／2013年12月24日受理)

Bank Crisis and Collapse of Markets(Ⅲ)

— The Expansion of Economic Slump and Policy Debates in Mass Media —

MOCHIZUKI Kazuhiko

After the crash on April 14 th, symptoms for the expansion of economic slump were seen in the business and ordinary life. Deals on credit dwindled and merchants sold and bought by cash. Inventories increased quickly and storehouses were filled with imported goods. In ports there were many ships with imported goods waiting for unloading.

Weavers in local areas were also suffered from the price fall of textiles and evaporated demand for their products. They restricted their production by cartels and many workers were lay-offed.

Price falls were seen in many goods. Some textile wholesale shops sold in bargain to consumers directly. In May people saw the price fall wider spreading.

In mass media there were many policy proposals for the economic turmoil. Among them some are very curious for us from the present viewpoint. The Keynesian macro economic theory was not known yet in those days. As a financial policy many media advocated a rise of interest rate of BOJ. It was popular that in time of financial panic the central bank had to lend money to the city banks unlimitedly at higher interest rate as Walter Bagehot claimed. Some claimed the policy mix of high interest rate and public expenditure. Such policy mix also seems curious for us.

Others opposed against the government intervention to the economy. But they said so not because they trusted the market mechanism as M. Friedman and F. Hayek did but because they didn't know effective economic policies.

Many media held the prospect that the economic slump was temporary and would recover soon because the short supply was worldwide and would continue for long time so that the exports would increase in short time. They were afraid of bubble coming again. They didn't think the deflation seriously. But the Japanese economy was trapped in slump for more than 10 years.

(To be continued)

反射効果に関する実証の一考察

—— 高校生対象のアンケート調査を通して ——

中 村 勝 之

要旨

本稿では、高校生対象に実施したアンケート（5府県24校697名）をもとに、主成分分析を使ってプロスペクト理論で確認されている「反射効果」に着目した「感応度逓減性指標」を2種類計算し、その決定要因について実証的に検証する。その結果をまとめると以下の通りである。

- ・ 高校生の数学能力はリスク下の選択に関する判断力をはかる代理指標となる。そして第1主成分得点は数学の能力が高いほど低くなるのに対して、第2主成分得点は数学能力が高いほど高くなる。
- ・ 第1主成分得点に関しては、男子生徒に比べて女子生徒の得点が有意に高い。
- ・ いくつかの高校において、主成分得点に有意な違いがある。

1. はじめに

リスクのある状況下で利益が得られる場合に人はリスク回避的、すなわちより確実に利益が得られる方を選択する。他方、リスクのある状況下で損失を被る場合に人はリスク愛好的、すなわち、確率は低くとも損失の大きい方を選択する。これが、Kahneman and Tversky〔1979〕の先駆的研究から始まるプロスペクト理論において明らかとなった「反射効果」である。この現

この小論を長谷川彰先生に捧げます。

本稿作成にあたって、高校に直接出向いて大学の講義を披露する「出前講義」を行う機会に多く恵まれた。アンケートに協力していただいた生徒たち、および高校関係者にこの場を借りて深謝する。もちろん、本稿においてありうべきすべての誤りはすべて筆者の責任に帰するものである。

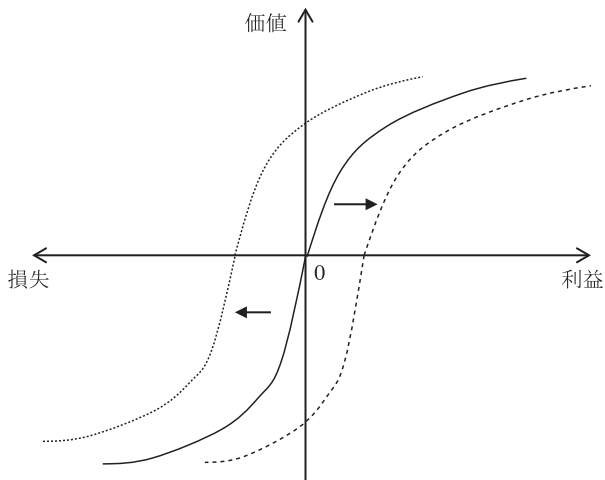
キーワード：プロスペクト理論、反射効果、主成分分析、数学能力、実証分析

象は、ある結果 x_i (利益もしくは損失) に対する効用 $u[x_i]$ に加重確率関数¹⁾ $\pi[p_i]$ (p_i は x_i が生起する確率) を乗じた「価値関数」,

$$V = \sum_{i=1}^n \pi[p_i] u[x_i],$$

が図1にあるようにS字型の形状になることで説明できる。すなわち、利益が得られる領域において価値関数は凹関数となってリスク回避的選択が好まれるのに対して、損失を被る領域においてはこれが凸関数となってリスク愛好的選択が好まれる。利益や損失に応じて価値関数の性質がこのように変化するため、期待効用理論と矛盾する選択が観察されるのである。もちろん、価値関数の性質は $u[x_i]$ の性質に決定的に依存し、利益(あるいは損失の絶対値)が大きくなるほどそこからの微小変化に対する価値の変化分が小さくなる「感応度逓減性」が前提となる。

図1 価値関数の性質



1) 当然、ありうるすべての結果に対して $\sum_{i=1}^n p_i = 1$ であるが、加重確率関数で評価すると $\sum_{i=1}^n \pi[p_i] < 1$ 、すなわち劣加法性が仮定される。また確率 p_i が小さいときには $p_i < \pi[p_i]$ 、すなわち、結果 x_i の生起する確率が過大評価される。逆に p_i が大きいときには $p_i > \pi[p_i]$ 、すなわち、当該事象が生起する確率が過小評価される点が加重確率関数の大きな特徴の1つである。

こうした選択の食い違いはさまざまな形で語られることが多い。その代表的なものが「フレーミング効果」である²⁾(Kahneman and Tversky [1979], Tversky and Kahneman [1981, 86] など)。これは反射効果と同義で語られることもあるが、アンケート調査等で同じ内容をもつ質問であっても、その表現が変わるとそれに影響されて選択が食い違ってしまふ現象のことである。Kahneman and Tversky [1979] では、フレーミング効果は「参照点」(図1では価値関数の凹性と凸性が入れ替わる境界点)からのずれとして説明される(図1参照)。ところが、Fischhoff [1983] はさまざまな形のアンケート調査を行ったが、参照点がどの程度ずれるのかを実証的に明らかにできなかった。これに対して藤井・竹村 [1998] は、2種類のアンケートにおいて、「リスクを強調した表現」「結果を強調した表現」「強調表現なし」という3パターンを実施し、強調表現の有無で選択がどのように変わるかを調べ(被験者は京都大学の教職員180名)、フレーミング効果よりも彼らが主張する「状況依存焦点モデル」³⁾の方が妥当することを明らかにした。またKrawczyk [2011] では、ワルシャワ大学での自身の講義において同一の問題に対して「加点方式」と「減点方式」の採点基準で受講生に最終試験(受験者数153人)を行い、試験終了後に受験生の得点予測を報告させる。そして受験者の得点予想と実際の得点との関係を調べた。その結果、2つの採点基準で受験生の成績と得点予測に有意な違いはなく、フレーミング効果が見いだせないことを明らかにした⁴⁾。

2) これ以外には「選好の反転」があり、その典型例は以下の通りである。

たとえば、A(高確率、低配当)とB(低確率、高配当)という2つの「くじ」に対して、「どれを持ちたいか?」という質問に被験者の大半がAと回答する。これを効用関数で表現すると $u[A] > u[B]$ である。これに対して、「2つのくじを売却するとき、その最低価格は?」という質問に被験者の多くはBの価格を高く回答する。 P を売却時の最低価格としてこれを数式で表現すると、 $P[A] < P[B]$ となる。このように「持つ」基準と「売る」基準で選択が逆転する現象が選好の反転である。その概略についてはSeidl [2002] のサーベイ論文を参照。

3) これは、フレーミング効果の原因を参照点のずれではなく、結果に対する評価と不確実性への焦点の当て方が状況によって変わることにあるものである。その概略は竹村 [2007] を参照。

4) ただし、Krawczyk [2011] では反射効果が観察されなかったことを主張してい

一方、Li and Lui〔2008〕では、シンガポールの南洋理工大学の学生 200 人（男子 81 人、女子 119 人）に対するアンケート調査を通じて、リスクに対する選択とMBTI⁵⁾による性格診断結果との関係を調べている。そして彼らは、MBTIにおける 4 つの次元（心的エネルギー[EI]、情報[SN]、意思決定[TF]、ライフスタイル[JP]）のうち、SNとJPの次元がリスク下の意思決定に大きく影響していることを明らかにした。Dunegan〔2010〕は大学生 254 人に対するフレーミング効果を確認するアンケートと彼らの成績データ（GPA）とを結び付けて分析し、ネガティブフレームにおいてGPAの高い学生ほどフレームの影響を受けやすいことを明らかにした。この結果は、被験者の判断能力の代理指標としてGPAに代表される成績データが有用であることを示したという意味で興味深い。上市・楠見〔1998〕では東京都内の大学生 183 名（男子学生 90 人、女子学生 93 人）対象のアンケート調査をもとに共分散構造分析法による解析を行い、リスクに対する選択とパーソナリティ要因との関係をパス図によって明らかにした⁶⁾。豊田・川端・中村〔2007〕では、東京都内の大学生 424 名を対象としたアンケート調査をもとにIRT⁷⁾による被験者のリスク追求傾向の尺度化を行った。一連の研究は、アンケートの回答内容を別尺度に変換した上で検討を加えるという意味で興味深いものである。

そこで本稿では、高校生を対象に先行研究において典型的な反射効果が観察された質問に関するアンケートを実施し、その回答内容をもとに実証分析を行う。その際、これまでの先行研究を踏まえて以下のような手法を採用する。まずサンプルの回答内容をもとに主成分分析から主成分得点を計算す

る。だが、試験である限り質問には正解があり、アンケートのように正解がないわけではない。その意味では、採点方式というフレームの違いで得点結果に有意な差異があるかどうか、すなわちフレーミング効果があるかどうかと解釈した方が妥当だろう。

- 5) Myers-Briggs Type Indicatorの略で、国際規格による性格検査方法のこと。Li and Lui〔2008〕ではMBTI Step II (From K)を用いている。
- 6) この周回の議論は楠見〔2007〕による明快な解説がある。
- 7) Item Response Theory（項目応答理論）の略で、被験者の特性や（試験・成績などの）評価項目の難易度や識別力を計量的に測定する理論である。

る。そして、サンプルのリスクに対する判断能力の代理指標として数学能力を取り上げ、アンケートで数学のクイズ（付録参照）を回答してもらう。1問1点としてクイズの回答を得点化し、これをもとに主成分得点を被説明変数とする回帰分析を行う。本稿の構成は以下のとおりである。第2節では高校生対象に実施したアンケートの集計結果について概略する。第3節では主成分分析について概略するとともに推計モデルについて定式化し、第4節でその推計結果について考察する。最後に結論がまとめられる。

2. アンケート集計

本節では実証分析をする前に、アンケートの概要を示しておく。表1は、2012年11月～2013年12月までに5府県24の高校で実施したアンケー

表1 アンケート回収数とその内訳

高校	府県				単位：人
		1年生	2年生	3年生	合計
A	兵庫		77		77
B	兵庫	52			52
C	和歌山	9			9
D	大阪		4		4
E	大阪	8	6		14
F	大阪	3	25		28
G	香川	61			61
H	和歌山		40		40
I	和歌山			3	3
J	大阪			4	4
K	大阪	4	3	14	21
L	奈良	5	12		17
M	大阪		9	3	12
N	大阪		34		34
O	香川	26	29		55
P	大阪		18		18
Q	兵庫		57		57
R	和歌山	12			12
S	大阪	5			5
T	奈良	4	5		9
U	大阪	11			11
V	奈良		79		79
W	和歌山	53			53
X	和歌山	7	15		22
合計		260	413	24	697

トの回答数と各学年の内訳を示している。これまでの調査で1年生260名、2年生413名、3年生24名の合計697名のサンプルが得られた。付録にあるように、実施したアンケートは所持金（1万円と100万円）によって2つのパターンを設定（パターンAの回答数は350名、パターンBのそれは347名）し、さまざまな状況において2つの「くじ」を選択させる質問形式とした⁸⁾。実施形式は高校に直接出向いて大学の講義を披露する出前講義の時間（高校により40～90分）中の15分程度を使って実施した。

付録のアンケートを見れば分かる通り、設問は反射効果の有無が容易に確認できるように設定されている。たとえば状況Ⅰでは賞金がもらえる「くじ」の選択に関するものであり、状況Ⅱは状況Ⅰでの確率そのままに賞金を損失に置き換えている。以下状況ⅢとⅣ、状況ⅤとⅥで同様の設定にしている。プロスペクト理論にもとづけば、各設問における回答の予想は表2のようになる。状況Ⅰでは感応度逓減性から金額は少なくとも当たる確率を考慮して【くじB】、状況Ⅱでは損失は高くてもそれを回避できる可能性の高い【くじA】をそれぞれ選ぶ。状況Ⅲでは加重確率関数の性質（脚注1参照）から【くじB】、状況Ⅳでは状況Ⅱと同じ理由から【くじA】をそれぞれ選ぶ。そして状況Ⅴでは加重確率関数の性質から賞金の高い【くじA】、状況Ⅵでは損失の低い【くじB】をそれぞれ選ぶ。

これを踏まえて、高校生の回答状況を表3でまとめておく。状況ⅠではパターンAの67.9%（237名）、パターンBの62.4%（217名）の生徒が表2の予測通り【くじB】を選んだ。一方状況Ⅱでは、パターンAの53.3%（186

表2 アンケートの回答予測

くじ	状況Ⅰ	状況Ⅱ	状況Ⅲ	状況Ⅳ	状況Ⅴ	状況Ⅵ
A		○		○	○	
B	○		○			○

8) 正確には3種類のアンケートを実施した。1つ目は塚原・松崎〔2010〕の手法にしたがった割引要因の計算、2つ目は本稿で実証的に検証する「くじ」の選択、3つ目は数学のクイズである。1つ目のアンケートに関しては中村〔2013〕に結果がまとめられている。

表3 アンケート回答分布

単位：細字は人，太字は%

	I				II				III			
	A		B		A		B		A		B	
パターンA	106	30.4	237	67.9	156	44.7	186	53.3	137	39.3	208	59.6
パターンB	129	37.1	217	62.4	172	49.4	173	49.7	186	53.4	160	46
	IV				V				VI			
	A		B		A		B		A		B	
パターンA	184	52.7	160	45.8	189	54.2	154	44.1	177	50.7	165	47.3
パターンB	178	51.1	167	48	222	63.8	123	35.3	163	46.8	182	52.3

名)、パターンBの49.7% (173名)の生徒が予測と異なり【くじB】を選んだ。このことから、状況Ⅰ・Ⅱでは反射効果が観察されなかったことが分かる。次に状況Ⅲでは、パターンAの59.6% (208名)の生徒が表2の予測通り【くじB】を選んだが、パターンBの53.4% (186名)の生徒が予測と異なる【くじA】を選んだ。一方状況Ⅳでは、パターンAの52.7% (184名)、パターンBの51.1% (178名)の生徒が予測通り【くじA】を選び、パターンAで反射効果が観察された。最後に状況Ⅴでは、パターンAの54.2% (189名)、パターンBの63.8% (222名)の生徒が表2の予測通り【くじA】をそれぞれ選んだ。一方状況Ⅵでは、パターンBの52.3% (182名)の生徒が予測通り【くじB】、パターンAの50.7% (177名)の生徒が予測に反して【くじA】をそれぞれ選んだ。ゆえに、状況Ⅴ・ⅥにおいてはパターンBで反射効果が観察された。Kahneman and Tversky [1979]をはじめ、これまでの先行研究ではどのペアにおいても反射効果が確認されているが、高校生を対象とするとその一部(パターンAの状況Ⅲ・Ⅳ、パターンBの状況Ⅴ・Ⅵ)しか確認できなかった。

さて、ここまではこれまでの先行研究にしたがい回答数の単純比較を通じて反射効果の有無を判断してきた。だが、これは厳密には正しくない。なぜなら、確率や賞金(あるいは損失)の組合せによってくじの選択が異なるのは想像つくが、その背後に隠れたその人の判断基準は一貫しているはずだからである。だから、たとえば状況Ⅰにおいて【くじB】を選んだ人が状況Ⅱで【くじA】を選んでではじめて、その人に反射効果が観察されたと言わねば

ならない。同様に状況Ⅲで【くじB】、状況Ⅳで【くじA】を同時に選んだ人、そして状況Ⅴで【くじA】、状況Ⅵで【くじB】を同時に選んだ人、彼らにおいてプロスペクト理論の主張する反射効果が観察されたと判断しなければならないはずである。

そこで、アンケートにあった6つの状況を表2のようにⅠ・Ⅱ、Ⅲ・ⅣおよびⅤ・Ⅵの3つのペアに分け、それぞれにおいてプロスペクト理論の予測通りに選択した生徒を「感応度通減型」をよび、その生徒数を抽出した。その結果は表4に示されている。これを見ると、パターンAでは状況Ⅰ・Ⅱで29.5%（103名）、状況Ⅲ・Ⅳで33.5%（117名）、状況Ⅴ・Ⅵで25.8%（90名）の生徒が感応度通減型に該当した。だが、すべてのペアで一貫して感応度通減型の選択をした生徒はわずか10名（2.9%）であった。他方パターンBでは状況Ⅰ・Ⅱで31.3%（109名）、状況Ⅲ・Ⅳで25.6%（89名）、状況Ⅴ・Ⅵで31.6%（110名）の生徒が該当した。また、すべてのペアで一貫して感応度通減型の回答をした生徒はパターンAよりも少ない6名（1.7%）だった。

ちなみに、3つのペアそれぞれにおいて表2の予測とは逆のくじを同時に選んだ生徒を「感応度通増型」とよび、抽出した生徒数を表4に併せて示しておいた。これを見ると、パターンAでは状況Ⅰ・Ⅱで14.9%（52名）、状況Ⅲ・Ⅳで19.8%（69名）、状況Ⅴ・Ⅵで22.3%（78名）の生徒が感応度通増型に該当した。他方パターンBでは状況Ⅰ・Ⅱで19.0%（66名）、状況Ⅲ・Ⅳで27.9%（97名）、状況Ⅴ・Ⅵで14.7%（51名）の生徒が該当した。そしてすべてのペアで一貫して感応度通増型の回答をした生徒がパターンB

表4 一貫した回答の分布

単位：細字は人，太字は%

		Ⅰ・Ⅱ		Ⅲ・Ⅳ		Ⅴ・Ⅵ		Ⅰ～Ⅵ	
パターンA	感応度通減型	103	29.5	117	33.5	90	25.8	10	2.9
	感応度通増型	52	14.9	69	19.8	78	22.3	0	0
パターンB	感応度通減型	109	31.3	89	25.6	110	31.6	6	1.7
	感応度通増型	66	19	97	27.9	51	14.7	1	0.3

で1名いた。

総合的に判断すると、高校生においては感応度通減型の選択をする生徒の割合は感応度増減型の選択をする生徒よりも高い⁹⁾。だが、①少なくとも1つのペアで感応度通減型の選択をした生徒が約3割である、②すべてのペアで感応度通減型の選択をした生徒がほとんどいない、そして③少なくとも1つのペアで感応度通増型の選択をした生徒が約2割いる、という結果は反射効果が頑健な現象として観察されるわけではないことを示唆していよう。

3. 推計モデル

本節では本稿での推計モデルについて説明する。その前に、アンケートの回答内容から計算した主成分得点について触れておく¹⁰⁾。

まず、前節にしたがい6つの状況をⅠ・Ⅱ（以下、第1ペア）、Ⅲ・Ⅳ（以下、第2ペア）およびⅤ・Ⅵ（以下、第3ペア）の3つに分け、それぞれのペアについてサンプル i が感応度通減型の回答をした場合は1点、感応度通増型の回答をした場合は-1点、それ以外は0点と点数を割り振る。各サンプルに割り振られた点数ベクトル (x_{i1}, x_{i2}, x_{i3}) から、主成分負荷量を a_m （ $m = 1, 2, 3$ はペアを区別する記号）として、 $p_i = a_1x_{i1} + a_2x_{i2} + a_3x_{i3}$ でサンプル i の主成分を定義する。ここから a_m に関する制約条件付き分散最大化問題、

$$\begin{aligned} \max_{a_m} \quad & \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (p_i - \bar{p})^2, \\ \text{s.t.} \quad & a_1^2 + a_2^2 + a_3^2 = 1, \end{aligned}$$

9) Li and Lui [2008] では、アジア疾病問題 (Tversky and Kahneman [1981]) のアンケートで反射効果（ここで言う感応度通減型）を示した被験者の割合は33%、投資問題のアンケートでは37%であった。同じアンケートで逆の反射効果（ここで言う感応度通増型）を示した被験者の割合は8%、投資問題のアンケートでは7%であった。その意味で本稿の結果はLi and Lui [2008] と同様であり、プロスペクト理論と完全に食い違う選択をする人は少ないといえよう。とは言え、本稿での感応度通増型の割合はLi and Lui [2008] よりも高く、高校生のリスクに対する判断力が未熟であることが推察される。

10) 石村・石村 [2007] などに平易な解説がある。

をパターンごとに解く ($\bar{p}$ は p_i の平均値, n はサンプル数)。その解 a_m^* が表5で示されており, これをもとに第1主成分得点,

$$score_i[c1] \equiv a_1^*(x_{i1} - \bar{x}_1) + a_2^*(x_{i2} - \bar{x}_2) + a_3^*(x_{i3} - \bar{x}_3), \quad (1)$$

を求めた。ここで c はパターンを区別する記号, $\bar{x}_m$ は第 m ペアにおける点数の平均値である。以下これをパターン c を回答したサンプル i の「第1感応度逓減性指標」とよぶことにする。

次に, 上の問題をもとに $x'_{i1} \equiv x_{i1} - a_1^* p_i^*$, $x'_{i2} \equiv x_{i2} - a_2^* p_i^*$, $x'_{i3} \equiv x_{i3} - a_3^* p_i^*$ を計算 (p_i^* は先の問題で計算された a_m^* にもとづくサンプル i の第1主成分) し, ここから b_m を新たな主成分負荷量として各サンプルの第2主成分を $q_i \equiv b_1 x'_{i1} + b_2 x'_{i2} + b_3 x'_{i3}$ と定義する。そして, パターンごとに以下の制約条件付き分散最大化問題を解く (ただし, $\bar{q}$ は q_i の平均値)。

$$\begin{aligned} \max_{b_m} \quad & \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (q_i - \bar{q})^2, \\ \text{s.t.} \quad & b_1^2 + b_2^2 + b_3^2 = 1. \end{aligned}$$

その解 b_m^* は表5で示されており, これをもとに第2主成分得点,

$$score_i[c2] \equiv b_1^*(x_{i1} - \bar{x}_1) + b_2^*(x_{i2} - \bar{x}_2) + b_3^*(x_{i3} - \bar{x}_3), \quad (2)$$

を求めた。以下これをパターン c を回答したサンプル i の「第2感応度逓減性指標」とよぶことにする。

なお, ペアごとの (a_m^*, b_m^*) の組合せを示した表5を見ると, 第1感応度逓減性指標の主成分負荷量は2つのパターンとも第2ペアが一番大きく, 第3ペアのそれがゼロとなっている。アンケート内容 (状況Ⅲ・Ⅳ) を踏まえ

表5 主成分負荷量

パターン	ペア	$score_i[1]$	$score_i[2]$
A	1	0.3612	0
	2	0.9325	0.0403
	3	0	0.9992
B	1	0.4997	0
	2	0.8662	0.0249
	3	0	0.9997

ると、第1感応度逓減性指標の数値が高いサンプルほど、賞金（あるいは損失）の生起する確率が高いときに感応度逓減型の選択ができると解釈できる。一方、第2感応度逓減性指標の主成分負荷量は2つのパターンとも第3ペアが1にきわめて近くなっている。アンケート内容（状況V・VI）を踏まえると、第2感応度逓減性指標の数値の高いサンプルほど、賞金（あるいは損失）の生起する確率が低いときに感応度逓減型の選択ができると解釈できる。

これら2つの指標の決定要因を検証するための推計モデルは以下のように定式化した。

$$score_i[ck] = \alpha_0 + \alpha_1 math_i + \sum_j \alpha_j D_j + u_i, \quad (3)$$

そしてこれを説明する変数として以下のものを選んだ。 $math_i$ は、サンプル*i*のアンケートで実施した数学のクイズの点数（5点満点）で、リスクに対する判断能力をあらわす代理変数とする。リスクのある状況において、その期待値を計算するのは判断材料の1つとなる。その意味で、クイズの点数の高い生徒はリスクに対してより熟慮するものと考えられ、係数 α_1 の符号はプラスとなると考えられる。そして D_j はダミー変数であり、ここでは学年、性別、高校を取り上げている¹¹⁾。最後に u_i は誤差項である。第1および第2感応度逓減性指標、そして数学のクイズの点数の記述統計量は表6にまとめられている。

表6 記述統計量

	サンプル数	平均	標準偏差	最小	最大
第1感応度逓減性指標	342	-8.76E-18	0.73437	-1.47674	1.11605
パターンA 第2感応度逓減性指標	342	-4.3E-17	0.695707	-1.08011	0.998906
数学能力	285	3.540351	1.382468	0	5
第1感応度逓減性指標	345	-3.6E-17	0.750761	-1.40812	1.323714
パターンB 第2感応度逓減性指標	345	5.79E-18	0.658264	-1.19496	0.854194
数学能力	282	3.542553	1.333912	0	5

11) 高校の立地する府県もダミー変数として加えて推計してみたが、有意な結果は得られなかった。

4. 推計結果

推計結果は表7および8（本稿末尾に掲載）にまとめられている。このうち表7は $score_i[c1]$ 、表8は $score_i[c2]$ 、それぞれの推計結果を表している。なお今回は、各指標に関して各パターンと全サンプルの3つに分けて推計を行い、当てはまりのいいものを取り上げている。

4. 1. 第1感応度逓減性指標

最初に表7から $score_i[c1]$ に関する3つの推計結果を見てみよう。第1にパターンAの推計結果を見ると、数学能力および高校ダミーを説明変数とするモデルでは数学能力の係数は有意ではない。これに対して、高校ダミーに関しては高校L, M, N, O, Q, U, Vの7校でプラス有意である¹²⁾。他方、数学能力および学年ダミーを説明変数とするモデルにおいて、いずれの係数もマイナス有意である。第2にパターンBの推計結果を見ると、数学能力および女子ダミーを説明変数とするモデルで当てはまりがよく、数学能力はマイナス有意で、パターンAと同様である。そして女子ダミーはプラス有意である。女子ダミーのみを説明変数とするモデルにおいてもプラス有意である。最後に全サンプルの推計結果を見ると、数学能力、女子ダミーおよび高校ダミーを説明変数とするモデルにおいて数学能力はマイナス有意で、各パターン個別の推計結果と同じである。女子ダミーもプラス有意でパターンBの推計結果と同じである¹³⁾。高校ダミーについては高校H, L, M, N, O, Q, V, Xの8校でプラス有意である。数学能力および高校ダミーを説明変数とするモデルも当てはまりがよく、数学能力はマイナス有意、高校ダミーは高校D, L, M, N, O, Q, U, V, Xの9校でプラス有意である。

12) 本稿では高校Fを基準として推計から除外している。その特段の理由はないが、当該高校は過去5年間に於ける本学への志願者累計が実施した24校の中で最多であった。

13) パターンAで女子ダミーのみを説明変数とするモデルでは、5%水準でプラス有意であることを確認している。

4. 2. 第2感応度逓減性指標

次に表8から $score_i[c2]$ に関する3つの推計結果を見てみよう。第1にパターンAの推計結果を見ると、数学能力および高校ダミーを説明変数とするモデルにおいて当てはまりがよかった。そこにおいて数学能力の係数はプラス有意で、 $score_i[c1]$ の推計結果と符号が逆転しており、その絶対値も大きくなっている。そして高校ダミーについては高校C、Qの2校においてマイナス有意である。他方、数学能力のみを説明変数とするモデルにおいてその係数はプラス有意である。第2にパターンBの推計結果を見ると、数学能力のみを説明変数とするモデルだけが当てはまりがよかった。係数はプラス有意でパターンAと同様である。最後に全サンプルの推計結果を見ると、数学能力および高校ダミーを説明変数とするモデルにおいて数学能力はプラス有意、かつ絶対値も大きく、各パターン個別の推計結果と同じである。高校ダミーについては高校C、Dの2校でマイナス有意である。そして高校ダミーのみを説明変数とするモデルも当てはまりがよく、高校C、D、Eの3校でマイナス有意、高校Rでプラス有意である。

4. 3. 考察

最後に、ここまでの推計結果について若干考察してみよう。

$score_i[c1]$ において、ほぼすべての推計で数学能力の係数がマイナス有意であった。これは、高校生においては数学能力の高さがあだとなって、生起する確率が高い事象に対して感応度逓減型の選択ができず、むしろ感応度逓増型の選択をする傾向にあることを意味する。一方、 $score_i[c2]$ に関してはすべての推計で数学能力の係数がプラス有意であった。これは、数学能力が高いほど生起する確率が低い事象に対して感応度逓減型の選択ができることを意味する。たとえば前節で指摘した通り、数学に対する理解度のある生徒は「くじ」の選択に当たってその期待値を計算しただろう。パターンAの第1ペアを見ると、【くじA】で期待される賞金（損失）は25（-25）万円、【くじB】のそれは22.5（-22.5）万円となり、これを判断材料にすると

【くじA-くじB】の組合せを選択するだろう。第2ペアにおいても同じ組合せになるだろう。ところが、この判断基準だと賞金が得られる場合は当たらない確率、損失を被る場合はそれを回避できる確率、それぞれが考慮されないことになる。こうしたことにより、 $score_i[c1]$ の推計において数学能力の係数がマイナスになったのかもしれない。他方パターンAの第3ペアを見ると、いずれのくじにおいて期待される賞金（あるいは損失）は13（-13）万円である。期待値が同じなので判断に迷ったのかもしれない。そこで賞金の高さ（および損失の小ささ）を基準に、すなわち【くじA-くじB】を選択しただろう。これは（結果的に）賞金の当たる（損失回避できる）確率が過大評価された選択である。こうしたことにより、 $score_i[c2]$ において数学能力の係数がプラスになったのかもしれない。

学年ダミーに関しては、 $score_i[A1]$ においてのみマイナス有意であった。今回の推計で学年ダミーの基準が2年生であることから、1年生の経験等の少なさを想起して1年生ダミーの係数がマイナスのであるのはごく自然であろう。これに対して3年生は2年生に比べて経験等を積むだろうし、進路選択というシビアな状況下にある。それを踏まえると3年生ダミーの係数はプラスになると考えるのが自然である。だが、マイナス有意であったことは3年生のサンプルにおいて経験等がリスクのある選択に活かし切れなかったことを示唆している。とは言え、学年ダミーが有意であったのが $score_i[A1]$ のみであることを考慮すると、総合的には学年の違いは推計結果に大きく影響しないと判断できよう。他方、女子ダミーについては $score_i[c1]$ のほぼすべての推計でプラス有意であった。これは、生起する確率の高い事象において女子生徒の方が男子生徒に比べてより感応度逓減型の選択ができることを意味している。ただし、 $score_i[c2]$ の推計では女子ダミーは有意ではなかったことを踏まえると、生起する確率の低い事象では選択の男女差がないことを意味している。

高校ダミーに関しては、パターンBを除き $score_i[ck]$ の推計で有意なものがあった。該当する高校の中には立地する府県はもちろんのこと、普通科の

みを擁する高校、普通科のない高校、女子高など多岐にわたる。こうした高校の違いを表す指標としてまず考えられるのは偏差値であろう。ただ、これは高校入試時点の指標であり、既に高校での日常生活に慣れている生徒たちを適切に表現する指標にはなりにくいだろう¹⁴⁾。そう考えると、さまざまな学校行事や教員との関係性などから醸成される学風が（基準とした高校と比べて）明らかに異なっており、それが推計結果に影響したと思われる。

最後に、主成分分析を通じて計算した主成分得点 $score_i[ck]$ に対して有意な説明変数が異なる理由について2点指摘しておく。第1に、主成分はさまざまな要因を統合して新たな情報量として得られた指標である。本稿の文脈で言えば、第1主成分得点 $score_i[c1]$ が高校生のリスク、とりわけ生起する確率が高い事象への判断能力に関する情報を一番集約している。一方、第2主成分得点 $score_i[c2]$ は第1主成分で抽出できなかった判断能力、ここでは生起する確率が低い事象への判断能力に関する情報を集約した尺度であり、そこに含まれる情報量は $score_i[c1]$ と本質的に異なっている。ゆえに、 $score_i[c2]$ を決定する要因は $score_i[c1]$ の決定要因と異なると考えるのが自然である。第2に、どこまで主成分を抽出するかの1つの判断基準は計算された分散の累積寄与率が7～8割を超えることである。パターンAでは第2主成分までの累積寄与率は約71.2%で基準をクリアしているのに対して、パターンBでは68.1%であり基準を満たさなかった¹⁵⁾。こうした違いがパターン間における推計結果の違いに表れたと考えられる。

5. まとめ

本稿では、高校生対象に実施したアンケート（サンプルは5府県24校の697名）をもとに、主成分分析を通じて反射効果に着目した「感応度逓減性

14) 実際、アンケートを実施した24の高校における最新の偏差値を使って推計を行ってみたが、有意な結果は得られなかった。

15) そこで、これまでと同じ方法で第3主成分得点を計算し、その決定要因について推計してみた。しかし、ここで取り上げた説明変数で有意な結果は得られなかった。

指標」を2種類 ($score_i[c1]$ と $score_i[c2]$) 計算し、それぞれの決定要因について実証的に検証した。アンケート集計からは、

- ・ 回答数の単純比較からは、プロスペクト理論の主張に反して高校生においては一部の状況でしか反射効果が観察されない、
- ・ プロスペクト理論の主張通りの反射効果（感応度通減型）が観察された割合は全サンプル中の約3割にとどまる、
- ・ プロスペクト理論と逆の反射効果（感応度通増型）が観察された割合は全サンプル中の約2割である、

ことが明らかになった。他方、推計の際の説明変数に着目して結果をまとめると、以下の通りである。

- ・ 高校生の数学能力はリスク下の選択において彼らの判断能力をはかる代理指標となる。そして $score_i[c1]$ は数学の能力が高いほど小さくなる一方、 $score_i[c2]$ は数学の能力が高いほど大きくなる。
- ・ $score_i[c1]$ に関しては男子生徒に比べて女子生徒は有意に高いが、 $score_i[c2]$ に関しては男女による有意な差異が見られない。
- ・ いくつかの高校において $score_i[ck]$ に有意な違いがある。

今後の課題としては、アンケートの質問内容の改善があげられる。今回のアンケートはサンプルの最低限の属性（高校、学年、性別）と「くじ」の選択しか記入しなかった。そのため、女子ダミーや高校ダミーで有意な結果が得られたが、居住する府県や通う高校の特徴を浮かび上がらせる質問をアンケートに含められなかった。またアンケートを実施した高校では複数の「コース」が設定されているケースが多く、所属コースの違いを考慮できていなかった。こうしたことを検討しつつ、サンプル数をさらに増やす必要があろう。もう1つの重要な課題は、なぜ高校生においては反射効果がプロスペクト理論で確認されるほどには観察されなかったのかについてである。今回の推計はプロスペクト理論を検証するには不十分であり、とりわけ、高校生のどんな属性が一貫したリスク対応をさせないのかを明らかにする必要がある。この点については、アンケートの調査対象を高校生からさまざまな年

年齢層に拡張して実施する必要がある。

参考文献

- Dunegan, K. [2010], 'GPA and Attitude Framing Effects: Are Better Students More Sensitive or More Susceptive?' *Journal of Education for Business* **85** pp.239-247.
- Fischhoff, B. [1983], 'Predicting Frames'. *Journal of Experimental Psychology* **9** pp.103-116.
- 藤井聡・竹村和久 [2001] 「リスク態度と注意—状況依存焦点モデルによるフレーミング効果の計量分析—」 『行動計量学』 第28巻第1号 pp.9-17.
- 石村貞夫・石村光資郎 [2007] 『入門初めての多変量解析』 東京図書
- Kahneman, D. and A. Tversky [1979], 'Prospect Theory : An Analysis of Decision under Risk'. *Econometrica* **47** pp.263-291.
- Krawczyk, M. [2011], 'Framing in the Field. A Simple Experiment on the Reflection Effect'. *University of Warsaw Faculty of Economic Science Working Paper* No.14/2011 (54)
- 楠見孝 [2007] 「リスク認知の心理学」 子安増生・西村和雄 (編) [2007] 『経済心理学のすすめ』 有斐閣 第3章 (pp.69-89)
- Li, S. and C-J. Lui [2008], 'Individual Difference in a Switch from Risk-averse Preference for Gains to Risk-seeking Preference for Losses : Can Personality Variables Predict the Risk Preference?' *Journal of Risk Research* **11** pp.673-686.
- 中村勝之 [2013] 「高校生における割引要因の計測」 『桃山学院大学経済経営論集』 第55巻第3号掲載予定
- Seidl, C. [2002], 'Preference Reversal'. *Journal of Economic Survey* **16** pp.621-655.
- 竹村和久 [2007] 「意思決定過程の心理学」 子安増生・西村和雄 (編) [2007] 『経済心理学のすすめ』 有斐閣 第2章 (pp.45-68)
- 豊田秀樹・川端一光・中村健太郎 [2007] 「プロスペクト理論における「リスク追求」傾向のIRTによる尺度化の試み」 『教育心理学研究』 第55号 pp.161-169.
- 塚原康博・松崎慈恵 [2010] 「生涯にわたる消費行動」 千田亮吉・塚原康博・山本康弘 (編著) 『行動経済学の理論と実証』 勁草書房 第2章 (pp.18-28)
- Tversky, A. and D. Kahneman [1981], 'The Framing of Decision and the Psychology of Choice'. *Science* **211** pp.453-458.

Tversky, A. and D. Kahneman [1986], 'Rational Choice and the Framing of Decision'. *Journal of Business* **59** pp.251-278.

上市秀雄・楠見孝〔1998〕「損失状況におけるリスク行動の個人差を規定する要因：共分散構造分析法による検討」『日本リスク研究学会誌』第10巻第1号 pp.65-72.

(なかむら・かつゆき／経済学部准教授／2013年12月24日受理)

付録. アンケート

パターンA

アンケート②：リスクへの態度に関する調査

以下に示す状況に実際におかれたと考えるとお答えください。なお回答に正解はなく、周囲と相談せずに自分の思った通りにお答えください。

質問

あなたは手元に 100 万円持っているとします。あなたは、このうち半分（すなわち 50 万円）を使って「くじ」を買おうと考えています。以下の 6 つの状況でそれぞれ示される A, B の 2 つのくじのうち、あなたはどのくじを買いますか。買う方の「くじ」の記号（AあるいはB）に○をつけてください。なお「買わない」という選択はないものとします。

状況Ⅰ

- A. 25% の確率で 100 万円（75% の確率で 0 円）もらえるくじ
- B. 25% の確率で 60 万円, 25% の確率で 30 万円（50% の確率で 0 円）もらえるくじ

状況Ⅱ

- A. 25% の確率で 100 万円（75% の確率で 0 円）損をするくじ
- B. 25% の確率で 60 万円, 25% の確率で 30 万円（50% の確率で 0 円）損をするくじ

状況Ⅲ

- A. 80% の確率で 70 万円（20% の確率で 0 円）もらえるくじ
- B. 100% の確率で 50.1 万円（0% の確率で 0 円）もらえるくじ

状況Ⅳ

- A. 80% の確率で 70 万円（20% の確率で 0 円）損をするくじ
- B. 100% の確率で 50.1 万円（0% の確率で 0 円）損をするくじ

状況Ⅴ

- A. 20% の確率で 65 万円（80% の確率で 0 円）もらえるくじ
- B. 25% の確率で 52 万円（75% の確率で 0 円）もらえるくじ

状況Ⅵ

- A. 20% の確率で 65 万円（80% の確率で 0 円）損をするくじ
- B. 25% の確率で 52 万円（75% の確率で 0 円）損をするくじ

パターンB

アンケート②：リスクへの態度に関する調査

以下に示す状況に実際におかれたと考えてお答えください。なお回答に正解はなく、周囲と相談せずに自分の思った通りにお答えください。

質問

あなたは手元に1万円持っているとします。あなたは、このうち半分（すなわち5千円）を使って「くじ」を買おうと考えています。以下の6つの状況でそれぞれ示されるA、Bの2つのくじのうち、あなたはどのくじを買いますか。買う方の「くじ」の記号（AあるいはB）に○をつけてください。なお「買わない」という選択はないものとします。

状況Ⅰ

- A. 25%の確率で10,000円（75%の確率で0円）もらえるくじ
- B. 25%の確率で6,000円、25%の確率で3,000円（50%の確率で0円）もらえるくじ

状況Ⅱ

- A. 25%の確率で10,000円（75%の確率で0円）損をするくじ
- B. 25%の確率で6,000円、25%の確率で3,000円（50%の確率で0円）損をするくじ

状況Ⅲ

- A. 80%の確率で7,000円（20%の確率で0円）もらえるくじ
- B. 100%の確率で5,010円（0%の確率で0円）もらえるくじ

状況Ⅳ

- A. 80%の確率で7,000円（20%の確率で0円）損をするくじ
- B. 100%の確率で5,010円（0%の確率で0円）損をするくじ

状況Ⅴ

- A. 20%の確率で6,500円（80%の確率で0円）もらえるくじ
- B. 25%の確率で5,200円（75%の確率で0円）もらえるくじ

状況Ⅵ

- A. 20%の確率で6,500円（80%の確率で0円）損をするくじ
- B. 25%の確率で5,200円（75%の確率で0円）損をするくじ

アンケート③：クイズ

以下の5つのクイズの正しい答えの選択肢の記号を下の回答欄に書いて下さい。

問1 斜辺が5 cmの直角三角形の他の辺の長さの組合せは？

- ア 2 cmと3 cm イ 3 cmと4 cm ウ 4 cmと5 cm エ 5 cmと6 cm
オ 6 cmと7 cm

問2 $\frac{1}{2} \div \frac{2}{3}$ の答えは？

- ア 0.25 イ 0.33 ウ 0.5 エ 0.67 オ 0.75

問3 2次方程式 $x^2 + x - 6 = 0$ の答えは？

- ア -3と2 イ 3と-2 ウ 3と2 エ -3と-2 オ ± 3 と ∓ 2

問4 さいころを1回振るとき、出た目が3の倍数である確率は？

- ア $\frac{1}{6}$ イ $\frac{1}{5}$ ウ $\frac{1}{4}$ エ $\frac{1}{3}$ オ $\frac{1}{2}$

問5 2次関数 $y = -x^2 - 2x + 4$ の頂点の座標は？

- ア (2, 0) イ (1, -3) ウ (-1, 5) エ (-3, 2) オ (0, -4)

問1	問2	問3	問4	問5

An Examination on the Reflection Effect : Evidence from High School Students in Japan

NAKAMURA Katsuyuki

Abstracts

While individual's choices involving gains are usually risk-averse, choices involving losses are often risk-seeking. Kahneman and Tversky (1979) were named this phenomenon the 'reflection effect'. In this paper, we have conducted a survey of a typical prospect theory to 697 high school students in Japan. The data were scored as the 'first score of diminishing sensitivity' and the 'second score of decrease of sensitivity' using the principal component analysis. And we examine empirically for the determinants of this two scores. The results are as follow. First, math ability of the subjects is a proxy for measuring the decision making under risk. And while the 'first score of diminishing sensitivity' decreases with mathematical ability, the 'second score of diminishing sensitivity' increases with it. Second, high school girls have higher 'first score of diminishing sensitivity' than high school boys. Third, in some high schools a significant difference is observed in that two scores.

表7 推計結果

	パターンA		パターンB		総合	
数学能力	-0.0567815 (-1.55)	-0.0605989* (-1.86)	-0.0604418* (-1.66)		-0.0505879* (-1.75)	-0.0666257** (-2.56)
1年生ダミー		-0.2313213** (-2.50)				
3年生ダミー		-0.3651757* (-1.70)				
女子ダミー			0.2958541*** (3.01)	0.3454564*** (3.87)	0.2337028*** (3.02)	
高校Aダミー						
高校Bダミー						
高校Cダミー	0.162842 (0.52)					0.0599204 (0.22)
高校Dダミー						0.9607223** (2.49)
高校Eダミー	0.2682405 (0.72)				0.2507879 (1.01)	0.2190402 (0.90)
高校Gダミー	0.3765191 (1.55)				0.3025072 (1.51)	0.2155852 (1.30)
高校Hダミー	0.336264 (1.27)				0.3545488* (1.67)	0.2136082 (1.19)
高校Iダミー					0.3790421 (0.86)	0.3277632 (0.75)
高校Jダミー	0.2764867 (0.65)				-0.0025184 (-0.01)	0.1464936 (0.37)
高校Kダミー	0.1304643 (0.42)				0.0387422 (0.18)	0.10497 (0.49)
高校Lダミー	0.7614956** (2.49)				0.6638546*** (2.99)	0.6763696*** (3.05)
高校Mダミー	0.8357614* (1.79)				0.4275811* (1.68)	0.4979276** (1.98)
高校Nダミー	0.7337308*** (2.77)				0.4222734** (1.97)	0.5792151*** (3.10)
高校Oダミー	0.7506728*** (3.05)				0.5184027*** (3.02)	0.6063735*** (3.60)
高校Pダミー	0.4291214 (0.92)				-0.0339303 (-0.14)	0.1188959 (0.55)
高校Qダミー	0.713532*** (2.95)				0.5136768*** (3.07)	0.5461669*** (3.28)
高校Rダミー	0.2532675 (0.87)				0.1299267 (0.52)	0.1544476 (0.62)
高校Sダミー	0.1948569 (0.51)				0.1349998 (0.38)	0.0879976 (0.25)
高校Tダミー					0.1199686 (0.42)	.03166483 (1.15)
高校Uダミー	0.6016896* (1.97)				0.3037941 (1.11)	0.5017212* (1.89)
高校Vダミー	0.4331712* (1.84)				0.3288807** (2.07)	0.3245711** (2.04)
高校Wダミー	0.2040468 (0.83)				0.1430746 (0.85)	0.1637446 (0.97)
高校Xダミー	0.415541 (1.35)				0.4105631* (1.96)	0.4410036** (2.12)
定数項	-0.2457432 (-0.97)	0.3172924** (2.53)	0.113226 (0.76)	-0.1113389** (-2.14)	-0.2081829 (-1.16)	-0.103445 (-0.61)
サンプル数	282	282	236	301	477	562
決定係数	0.0482	0.0320	0.0462	0.0444	0.0552	0.0529

注) ① 推計した係数の下にある()はt値である。

② 決定係数は自由度調整済みのものである。

③ *は10%水準,**は5%水準,***は1%水準でそれぞれ有意であることを表す。

表8 推計結果(つづき)

	パターン A		パターン B	総合	
数学能力	0.1015253*** (2.92)	0.0874078*** (2.91)	0.0534799* (1.83)	0.0700472*** (2.92)	
1 年生ダミー					
3 年生ダミー					
女子ダミー					
高校 A ダミー					-0.1513834 (-1.02)
高校 B ダミー					0.0512376 (0.33)
高校 C ダミー	-0.6587007** (-2.20)			-0.558217** (-2.19)	-0.5532136** (-2.17)
高校 D ダミー				-0.6986255* (-1.97)	-0.7111339** (-2.00)
高校 E ダミー	-0.2849069 (-0.81)			-0.3561755 (-1.58)	-0.5312934** (-2.43)
高校 G ダミー	-0.1194102 (-0.52)			-0.0431586 (-0.28)	-0.0792173 (-0.52)
高校 H ダミー	0.0180982 (0.07)			0.1251723 (0.76)	0.0583773 (0.36)
高校 I ダミー				-0.1965561 (-0.49)	-0.2382509 (-0.59)
高校 J ダミー	0.3334133 (0.82)			0.3473323 (0.96)	0.159706 (0.45)
高校 K ダミー	-0.2267816 (-0.76)			-0.1070725 (-0.55)	-0.2188144 (-1.14)
高校 L ダミー	-0.4137043 (-1.43)			-0.2005406 (-0.98)	-0.2037781 (-0.99)
高校 M ダミー	0.2896513 (0.65)			0.1670704 (0.72)	0.0611657 (0.27)
高校 N ダミー	-0.0238802 (-0.09)			0.0595565 (0.35)	-0.0281496 (-0.17)
高校 O ダミー	-0.2583318 (-1.11)			-0.1573683 (-1.02)	-0.2033083 (-1.31)
高校 P ダミー	0.0935628 (0.21)			0.1607165 (0.80)	0.1735029 (0.86)
高校 Q ダミー	-0.4518322* (-1.96)			-0.2289884 (-1.49)	-0.2092382 (-1.36)
高校 R ダミー	0.2516335 (0.91)			0.3652331 (1.59)	0.3994227* (1.74)
高校 S ダミー	0.0347897 (0.10)			0.1226822 (0.38)	0.0996667 (0.31)
高校 T ダミー				0.2993285 (1.18)	0.3198979 (1.25)
高校 U ダミー	-0.2280514 (-0.79)			-0.1181243 (-0.48)	-0.0921067 (-0.37)
高校 V ダミー	0.0348306 (0.16)			0.0710089 (0.49)	0.0643378 (0.44)
高校 W ダミー	-0.0956372 (-0.41)			-0.0035801 (-0.02)	0.0186047 (0.12)
高校 X ダミー	0.0692793 (0.24)			0.0515235 (0.27)	0.0148493 (0.08)
定数項	-0.2410435 (-1.01)	-0.3063491*** (-2.76)	-0.1781385 (-1.61)	-0.2156148 (-1.37)	0.0595705 (0.47)
サンプル数	282	282	280	562	687
決定係数	0.0554	0.0259	0.0083	0.0469	0.0289

注) ① 推計した係数の下にある()はt値である。

② 決定係数は自由度調整済みのものである。

③ *は10%水準, **は5%水準, ***は1%水準でそれぞれ有意であることを表す。

広告コミュニケーション論における 解釈主義方法論の接近

王 衍 宇

【目次】

はじめに

一、広告コミュニケーション論における歴史的発展

1. 独自の売り・差別化に焦点を定めたUSP理論
2. ブランドイメージの焦点化と理論的転換
3. ポジショニングの焦点化とさらなる理論的転換
4. IMC理論への転換

二、理論的転換の背後にあるメタ理論的転換の動向

—解釈主義の台頭と拡大

1. USP理論における方法論—実証主義方法論
2. ブランドイメージ理論から見る解釈主義方法論の萌芽
3. ポジショニング理論から見る解釈主義方法論の拡大
4. IMC理論から見る解釈主義方法論の全面展開

おわりに

はじめに

現在、我々は広告に囲まれて生活している。テレビ、ラジオ、新聞、雑誌、これらいわゆる「四大マスメディア」は、もちろん各種の広告が溢れているが、さまざまな公衆場所に行くと、例えばバス停、スーパー・マーケット、デパート、道など、目に入ったのはやはり広告であろう。そして、パソコンでインターネットにつながると、各サイトにアクセスしてみたらやはり

キーワード：広告コミュニケーション論、実証主義方法論、解釈主義方法論

多くの広告が出てしまう。広告は我々の生活には、不可欠な存在といっても過言ではないだろう。

広告に関する研究はさまざまな分野で、それぞれの立場、視点からなされている。

日本の研究者が広告に関心を示しており、盛んに研究を行っている。豊島襄によれば、広告の研究は、消費者の心理や態度に対してどのような効果を与えるのか、広告管理的視点からの広告効果論説、ないしは広告効果モデルの研究が行われている一方、自ら広告がその受け手にどのような影響をもたらすかという研究も行っている¹⁾。

水野由多加によれば、広告研究は3つのタイプに分けることができる²⁾。その1は社会心理学の視点に立ち、広告を研究対象とする実証的なものであり、広告研究は「刺激素材として広告物を採用した」実験社会心理学研究である。その2は歴史的理論的に扱われる広告（関連）研究群も存在する。この分野の研究はカルチュラル・スタディーズの流れの中で、その隠された権力を読み解こうとするものである。その3は経営学、商学、マーケティング論というもう一つの専門諸学から、市場（顧客）に対する働きかけを担う企業の活動領域、ないしは一手段と捉えられるのが広告に対する研究デザインである。

中国でも、広告についての研究が注目されている。陳尚栄は、広告に対する研究は三つの観点から行われていることを示している³⁾。その1はマーケティングの視点に立つ広告研究、その2は芸術の視点に立つ広告研究、その3は科学の視点に立つ広告研究である。マーケティングの視点に立つ研究は広告をマーケティングの視点から捉え、それにアプローチしようとする立場である。典型的研究は、USP (Unique Selling Proposition) 理論、IMC (Integrated Marketing Communication) 理論などがある。これらの研究は

1) 豊島襄『解釈主義的ブランド論』白桃書房、2003年、101-102頁。

2) 水野由多加「コミュニケーションとしての広告研究—その学際的探索の糸口としての「広告の形成」—」『哲学』第110集、2-3頁。

3) 陳尚栄編『広告伝播概論』中国工業出版社、2012年、5-8頁。

19世紀から始まったといわれ、広告を通じていかに販売を拡大しようとするかということが原点にある。芸術の視点に立つ研究というのは広告を芸術の一種と理解し、その立場から行われている研究である。この観点に立つ研究者は、広告は大衆に見せる広告作品であり、文字、映像、音楽の絶妙な組み合わせであり、この絶妙な組み合わせを通じて大衆に説得することと主張している。だから、広告は「説得の芸術」といわれている。典型的研究はアメリカの創意革命である。そして、科学の視点とは広告を科学の視点から捉え行われる研究である。この研究では、広告におけるさまざまな問題は、例えばどのように宣伝して、どのようなチャンネルで宣伝し、どのような効果が出てくるのが課題としてあげられる。そして、その効果をどのように測ることかが問われ、これらの問題はすべて事実、データ、原則、法則など論理的な基礎で解決すべきと主張されている。方法としてテスト、調査、審査、統計、図表、数字などの使用が推奨され、典型的な研究は広告効果を測定するモデルである、例えばAIDASモデル、DAGMARモデルなどある。

李名亮は広告をマスコミュニケーションの一種として考え、広告に関する研究は大きく2つの学派が分かれていると示している⁴⁾。それは「経験学派」と「批判学派」である。経験学派は観察、測定と量化できる経験的な事実に基づいて社会コミュニケーション現象あるいは社会コミュニケーション行為に関する実証研究を行うべきと主張している。それに対し、批判学派は広告コミュニケーションを文化と哲学の視点から考察し、マスコミュニケーションは事実上その国を支配する階級とイデオロギーのために動いていることを指摘している。この観点は批判的な態度及び改革の志向を示しているから、「批判学派」とも呼ばれているわけである。

以上は日本及び中国では広告に対する先行研究を整理してきたものである。みてきたように、2タイプに分ける見解があれば、3タイプに分ける見解もある。しかしながら、筆者からみれば、広告に対する研究は、背後にあるメタ理論を基準にすれば、実証主義方法論と非実証主義方法論、二つの研

4) 李名亮『広告伝播学引論』上海财经大学出版社、2007年、82-83頁。

究タイプに分けることができる。

実証主義方法論とは、社会心理的現象の中に何らかの規則性や論理を見いだし、そこから人間行動の予測を可能とさせるような関数関係の知見をもって、広告の送り手の新たな計画を立案、制御し、計画実行の結果である（最終結果は貨幣に換算可能な）成果をより確実なものにしようとするような広い意味における技術と論理の体系、と解することができよう⁵⁾。各国では広告における研究はアメリカに影響され、実証主義方法論に基づく研究が多いだろう。特に日本と中国は、アメリカからの影響が強いから、そのような傾向も強く現れている。

そして、芸術観点の研究、批判学派の研究および歴史的理論的に行われた研究は実証主義方法論と対立している視点を提示しており、いわゆる非実証主義の方法論とされている。非実証主義方法論の中には、豊島襄や栗木契、亀井照宏、竹沢民三らが代表者として存在し、彼等は解釈主義方法論の観点に基づき広告研究を進めてきた。しかしながら、これらの研究はまだ多数派を占めているわけではない。

本稿は、広告研究における方法論を研究するものである。それゆえ、本稿の関心は、①広告コミュニケーションの歴史発展段階において、代表的な広告理論としてはどのようなものがあるか、②代表的な広告理論の背後に立つメタ理論はどのようなものであろうか、③解釈主義方法論の発想と一致しているところはどこであらうか、などのことにある。

広告コミュニケーションに対する研究は、明言してないけれど、早い段階において既に解釈主義方法論の萌芽がみえていた。そして、発展に伴って、解釈主義方法論に影響されるものが多くなってきている。しかし、このように至った経過の分析や検討は極めて少ない。それゆえ、本稿の目的は広告コミュニケーションにおいて解釈主義方法論へと接近するプロセスを明らかにする。このような研究を通じて、広告コミュニケーション理論における解釈主義方法論がどのようなものなのか、究明できる。そしてさらにいえば、広

5) 水野由多加, 前掲論文, 4頁。

告コミュニケーション研の方法論研究，応用研究に対し，すこしでも示唆を与えることが期待される。

最後，本稿における広告コミュニケーションの定義を改めて明らかにする。周知のとおり，広告はラテン語「adventure」から始まり，1300年～1475年の間に，英語の「advertise」は使われるようになった。1872年～1887年の間に，日本では初めて「広告」という漢字が使われるようになった。19世紀の初めごろ，「広告」という単語はそのまま中国に輸入して，中国語でもこの単語が使われるようになった⁶⁾。いうまでもなく，広告の種類や定義はきわめて多い。商業上の広告もあれば，政治広告や宗教広告もあり，その他公益広告などもある。しかし，このように多岐にわたる広告のなかでは，量的にみてみれば圧倒的に多いのは，商業広告である。そして，商業広告は，現代社会における広告の中で，量的にも，社会的に，経済的にもその存在意義が多い。したがって，一般に，「広告」という用語を使う場合，それは，商業広告の意味でもって使われることが多い⁷⁾。本稿における広告という言葉も商業広告のことを指す。さらに，マーケティング，広告をとりまく環境変化に伴い，広告は社会的，文化的目的を含む多目的コミュニケーション活動としている。その社会的特性を強め「広告とは，広告主体の目的が営利か否かにかかわらず，広告主体が意図した方向に，一種の社会的コンセンサスを得るためのコミュニケーションである⁸⁾。

一， 広告コミュニケーション論における歴史的発展

広告コミュニケーション論に対する研究は，19世紀，そして18世紀にさかのぼることができる。しかし，厳密にいうと，広告コミュニケーション論について本格的に分析と研究がなされ始めたのは20世紀以来のことである。

6) 倪寧『広告学教程』中国人民大学出版社，2008年，2-3頁。

7) 竹沢民三「広告コミュニケーションの新展開」『商経学叢』第51巻第3号，2005年3月，35頁。

8) 竹沢民三，「広告コミュニケーションの新展開」『商経学叢』第51巻第3号，2005年3月，38頁。

20世紀の広告コミュニケーション理論の歴史は広告コミュニケーション理論の歴史そのものだといっても過言ではない⁹⁾。したがって、本稿では、広告コミュニケーションの歴史というのは、20世紀に入ってから今までの行われてきた広告コミュニケーション理論のことを指す。

20世紀から現在まで、広告コミュニケーションの歴史を4つの段階に分けることができる。

1. 独自の売り・差別化に焦点を定めたUSP理論

第一段階は、20世紀の初めごろから50年代までである。

1900年～1930年の間に、アメリカでは鉄道の建設、科学的管理などによって、全国流通と生産効率の向上が実現した。学界や実務界では流通問題に関心がもたれた。これを契機に、マーケティングは独立の学科として成立された。30年代、西側では経済恐慌の原因で、多くの商品が売れなくなっていた。このような背景では、商品販売のために販売促進論の構築が要請される¹⁰⁾。この時期では、広告コミュニケーションが販売促進の方法としてマーケティング研究領域に導入された。

この段階では、広告コミュニケーションは主に「広告表現」に重点を置いた。つまり、どのようなキャッチフレーズを使って消費者の注目を集められるのか、あるいは記憶してもらうのか、などの点に力を置いた。

しかし、第二次大戦後、世界は急速に変わり、経済は速やかに回復していたと同時に技術が発展を進めた。技術発展によって、生産効率はより一層向上しており、商品の種類は豊富となり、品質も格段によくなっていた。一方、消費者が類似している商品群のなかで、識別と記憶することは難しくなってきた。このため、消費者に速やかに商品を識別してもらえるのは、やはり商品と商品の区別を明らかにさせるのではないかと指摘された。そして、50年代、ロッサー・リーブス (Rosser Reeves) は「USP」理論を提出

9) 張金海『20世紀広告伝播理論研究』武漢大学出版社、2002年、1頁。

10) 呉健安編『マーケティング学』高等教育出版社、2011年、8-9頁。

した。USPの考え方を生み出したのは、米国の広告代理店 テッド・ベイツ &カンパニーである。同社は1940年代の初期に市場調査を行い、成功した広告キャンペーンには特徴があり、それはすべて一貫した主張があったことを発見した。同社でコピーライター、コピー主任、副社長、取締役会長などに務めてきて、「伝説の広告マン」として知られたリープスはそれを「USP」と名付け、1950年代にテレビ広告で実践して大きな効果をあげた。

リープスは1910年にアメリカに生まれ、大学を卒業してから、すぐさまに広告会社に入って、広告の仕事に就いた。豊富な広告関連仕事の経験を基にして、彼は、商品のセールスポイントの発見が家庭消費にとって極めて重要なことだと主張した。彼が商品広告を作る際は、いつもその商品のある特徴を見つけ、その特徴を宣伝のテーマにしていた。例えば、彼があるタバコのフィルターが特に細かいことに気づき、優れた濾過機能を強調するテーマで、「このタバコは2万粒の濾過があり、ほかの商品より2倍多い」というキャッチフレーズを作った、タバコはよく売れた。もう一つ有名な話がある。彼はマーズ社のチョコレートの広告を考えると、このチョコレートはフロスティングされていることに気づき、それにこれは当時のアメリカでは唯一フロスティングされている商品だと調査からわかった。そして、彼がこの特徴を利用して、あの今でも有名な「お口でとろけて、手にとけない」というキャッチフレーズを創造した（図1）¹¹⁾。



図1: マーズ社のチョコレート広告

出所: http://baike.baidu.com/picview/2804585/2804585/0/969_cbf44fc715ed6b2b7dcbe.html#albumindex=0&picindex=0
(アクセス日:2013年3月5日)

11) 陳宏軍・江若塵『現代広告学』科学出版社、2006年、228-229頁。

このように、数多くの商品のセールスポイントを発見し、成功を及んだリーブスは、やがて1961年に「USP」理論を提出した。「USP」理論には以下の要点が含まれている。第1は、一つの広告が消費者に一つの消費主張だけを明らかに述べること。第2は、この主張は必ず独特なものであり、あるいはほかの商品は使われていないないし表現されていないものである。第3は、この主張は消費者にとってひきつける力とインパクトがあること。「USP」理論は提出されてから、多くの広告会社に採用された戦略となった。以下の例も「USP」理論を応用する代表的な例である。図2はVOLVO車の安全を訴える広告であり、二重のクルミの殻は車の安全性を絶妙に表現できた。



図2:VOLVO車の広告

出所:http://www.njdaily.cn/2011/1229/64948_6.shtml (アクセス日:2013年3月5日)

2. ブランドイメージの焦点化と理論的転換

第二段階は、20世紀の60年代である。

20世紀50年代以降、西側の生産力が迅速に発展してきた。マーケットには新商品が溢れ、各社の競争がより一層激しくなった。このようになったのは機械で大量生産によって、商品の類似性が高まり、差別性を失い、「コモディティ化」を余儀なくされたことにあった。このような状況では、各商品のUSPを探することは段々難しくなってきた¹²⁾。広告業者の人々が、新たな宣伝方法を考えることが迫られた。

そのなか、「近代広告の父」と呼ばれるデイヴィッド・オグルヴィ

12) 黄鵬・何西軍『整合营销传播：原理与实务』复旦大学出版社，2012年，44頁。

(David Ogilvy) は代表的な人物として知られている。彼が広告のスタイルそのものを変革した。それまでのアメリカの広告では「ハード・セル」、つまり、商品のセリング・ポイントをひたすら消費者にアピールするという方法が主流であった。それに対し、自身もコピーライターだったデイヴィッドは、広告の雰囲気や色、コピー、ユーモア、エモーション、そして何よりもアイデアにこだわった。クリエイティビティを重視したその「ソフト・セル」の方法論によって、広告は一歩前進することになった。それが、デイヴィッドが「近代広告の父」と呼ばれるようになったゆえんでもあった¹³⁾。

デイヴィッドは『ある広告人の告白』という著書では、「ソフト・セル」の方法論を提示し、それはブランド・イメージ理論であった。彼はつぎの点を強調した。広告の最も主要な目標は商品ブランドの構築に役立つのである。あらゆる広告はあるブランドの構築のために行われる長期的な投資である点で共通している。コモディティ化に伴って、商品の差異によって選択するのが難しくなっている消費者は、ブランドに対する好き嫌いの気持ちで商品を選択するようになった。それゆえ、商品の具体的な機能、特徴を宣伝するより、ブランドイメージを作り上げることが有効である。消費者は商品を購買する際、実質的な利益プラス心理的な利益を求めており、ブランドイメージを作り上げるとは消費者の求めている心理的な利益を提供できる¹⁴⁾。

ブランドイメージ理論は、広告業界に大きな影響を与えた。その原因は、この理論がブランドの構築には、長期的な投資が最も重要だと認識されたことにある。この視点によれば、企業は時には短期的な利益を犠牲にしなければならない。消費者が購入するのは商品そのものだけではなく、商品のブランドイメージである。だから、広告を作る場合、商品そのものに注目するだけではなく、商品にまつわるブランドイメージに注目すべきである。このブ

13) オグルヴィ・ジャンパンのホームページ <http://www.ogilvy.co.jp/aboutus/DO/index.html> (アクセス日: 2013年3月21日)

14) 陳尚榮編, 前掲書, 140-141頁。

ランドイメージ理論は昔の広告理論と全く正反対な意見を掲げ、すなわち短期的な効果より、長期的な効果を求めるべきだと主張した。このため、広告業界に大きな影響を及ぼしたのである。ブランドイメージ理論に基づき成功の例として、マールポロタバコであろう。1960年代の初めに、男性向けのタバコとしてマーケティング戦略の転換を行い、「マールポロ・カントリー」のキャッチフレーズとともに「マールポロ・メン」として知られている男性像を象徴したカウボーイを作り出した。



図3: マールポロの広告

出所: http://image2.xitek.net/forum/201007/465/46552/46552_1280455386.jpg
(アクセス日: 2013年6月1日)

3. ポジショニングの焦点化とさらなる理論的転換

第三段階は、20世紀の70年代～80年代「ポジショニング戦略」である。

ジャック・トラウトによれば、最近の数十年、商業において急変が起こっていた。ほぼ全部商品の種類は、選択できる数が消費者の想像をはるかに超えていた。一例をあげてみる。50年代のアメリカでは、車を買うなら、GE、フォード、クライスラーなどのアメリカ系の企業で選択すればよかった。しかし、70年代、80年代となると、消費者がアメリカ系、ドイツ系、日本系などの自動車企業のなかで、300種類以上のなかで選択する状態になった。このような状況は自動車業界のみならず、各業界でも同様に起こっていた¹⁵⁾。

15) Al Ries, Jack Trout 著、謝偉山・苑愛冬訳『定位：有史以来対美国营销影响最大的觀念』機械工業出版社、2011年、序のXIX頁。

商品の種類が豊富になってきた一方、「コモディティ化」がさらに進んだ。広告はUSPより、ブランドイメージを作るようになったにもかかわらず、技術の進歩によって市場に出ている商品がさらに豊富化し、メディアの発展も消費者にもたらした情報量も急増したため、各商品のブランドイメージも似てきたし、あるいは拡大される混乱の運命から免れなかった。一方、消費者は数多くの商品、ブランドから選択できるようになったため、膨大な情報量から、自分のニーズと合う、自分の感性とフィットする商品あるいはブランドを選ぶようになった。したがって、このような背景において、商品の宣伝について、いかに消費者の頭のなかに、特定の位置付けをしてもらうことが広告の役割となっていた¹⁶⁾。

1969年、アル・ライズ (Al Ries) とジャック・トラウト (Jack Trout) はアメリカの『産業マーケティング』という雑誌に論文を掲載し、初めて「ポジショニング」という言葉を使用した。その後、「ポジショニング」はマーケティング研究領域ではホットな言葉となった。1972年、二人は『広告時代』という雑誌に「ポジショニング時代」という論文を発表した。さらに、二人は1980年に『ポジショニング：広告戦略』という本を出版した。このような一連の動きで、「ポジショニング」理論は当時の実務界と学界ではとても流行っていた¹⁷⁾。

ライズとトラウトは「ポジショニング」に対してこのように解釈している。一つの商品、一種のサービス、一つの会社、一つの機構、一人の人間のいずれであるかを問わず、ポジショニングとはこれらに対して明確なものを設定することである。ポジショニングは商品そのものに対し何かをしようとするのではなく、消費者に対し行動をすること、すなわち消費者の心の中に、商品を適当な位置に確定することである¹⁸⁾。

ポジショニング概念の提出はマーケティング、広告の領域にとって大きな

16) 陳宏軍・江若塵『現代広告学』科学出版社、2006年、234頁。

17) 陳尚榮編、前掲書、141頁。

18) 里斯・特勞特『定位』中国財政經濟出版社、2002年、2-3頁、243-250頁。

貢献であった。著者の二人は、この概念がアメリカのマーケティングの発展の歴史上への影響が最も大きかったと明言している¹⁹⁾。

70年代以降、商品のポジショニングを主張する広告が徐々に作られるようになった。例えば、サンカ（Sanka）コーヒーのラジオ広告は「我々はアメリカで販売量が3位のコーヒーである」。エイビス（AVISno）の広告は、「エイビスはレンタカー業界では二番目だが、どうしてまた顧客がわが社の車を利用するの？その理由は我々がもっと頑張っているから」。セブンアップ（7-up）はレモン風味がするソフトドリンクである。そのキャッチフレーズ「セブンアップ：非コーラ」として有名であり、今でもポジショニングの代表的な事例として知られている²⁰⁾。

セブンアップの発売当時、アメリカのソフトドリンク業界では、最大手はコカコーラ、ペプシコーラであった。そのほかは数えきれない飲料が存在していた。もしもセブンアップを普通のレモン風味のドリンクとして宣伝するとしたら、多くの果汁飲料の一種類にすぎないから、消費者に認識してもらうことが困難であろう。それゆえ、セブンアップは消費者にとって一体何のものであろうか、当社がよく検討した。ちょうどその時は、アメリカではカフェインの含むコーラ飲料には批判の声が出てきたこともあったため、セブンアップはそれに気づき、上手に利用した。セブンアップはただの果汁飲料の一種類ではなく、カフェインの含むコーラ商品群と異なり、カフェインを含まず健康的な飲料だと宣伝した。つまり、消費者の心の中で、明確なポジションを示していた。

ポジショニングは初めて企業側ではなく、消費者の立場で広告を考えること、そして消費者がどう受け止めるかを重視することが、広告の研究領域において、確かに大きな進歩だといえよう。

19) 二人が『ポジショニング：歴史上アメリカのマーケティングへの影響がもっとも大きな概念』という本を出版した。

20) Al Ries・Jack Trout著、謝偉山・苑愛冬訳『定位：有史以来対美国营销影響最大的觀念』機械工業出版社、2011年、4-5頁。

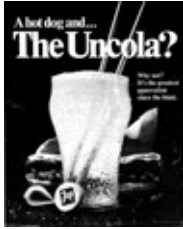


図 4:セブンアップの広告

出所:http://pcedu.pconline.com.cn/sj/design_area/excellent/1206/2828531_1.html
(アクセス日:2013年6月2日)

4. IMC理論への転換

第四段階は、90年代～現在までの「IMC」戦略と呼ばれているものである。

90年代以降、市場にまた大きな変化が起こった。一番大きな変化といえ、インターネット技術の進歩であろう。60年代から始まったインターネットは1993年に、公衆も使えるようになった。2010年6月30日、世界でインターネットの使用者が19.67億人に達し、世界人口の28.7%を占めていた。2011年1月22日、世界ではサイトの数は2.73億となった²¹⁾。インターネットの普及が企業と消費者に大きな影響をもたらした。

今までは、消費者の買い物スタイルは、メディアの広告を通じて情報を得て、そして各小売店で買い物をするというのが普通であった。しかし、90年代以降は異なる。インターネット技術の発展により、消費者はネットでさらに多くの情報を得て、買い物ができるようになった。このような状況では、消費者は企業側から限られた情報を得ることに限定されず、インターネットによって時間と空間を超えて、あらゆる情報を収集することが可能となっている。さらに、消費者が小売業者のみとコミュニケーションではなく、メーカーとのコミュニケーションも可能となっている。直接にメーカーに注文したり、意見を提出したりすることができる。消費者の買い物の行動スタイルが変わってきたと同時に、消費のスタイルも変わってきた。経済が

21) 楊堅争・楊立飢・周楊著『網絡広告学』電子工業出版社、2011年、2頁。

発展して、豊富な商品群の中で、消費の個性化の傾向が現れている。特に多くの若者には、他人と異なるものを使い、「自分らしさ」を主張するという強い意識がある。

インターネットが発展してきた一方、伝統的なメディアも急速に発展している。アメリカの例をあげよう²²⁾。アメリカの家庭は毎日テレビを見る時間が平均7時間22分、テレビは一秒に30枚の画面が変わる。したがって、視聴者は毎日平均795000万枚画面を見ることとなる。それに、アメリカ人は毎年消費した新聞紙の重さは40キロである。バス、電車、地下鉄、タクシー、いわゆる移動できるものには、必ず広告情報が掲載されている。

こうして、企業側は、さらに激しい競争に直面している。消費者は、ある商品に関連するあらゆる情報が入手できるから、企業間競争はますます過酷になっている。それに、かつてのマスメディアを使った商品情報の消費者への伝達（＝消費者が受身の立場）から消費者が自分で興味のある情報を能動的に探し、主導権を握るようになったという面も変わった。四大メディア、テレビ、新聞、雑誌、ラジオ、それにインターネットを加え、消費者が「情報爆発」の時代に生きているといっても過言ではない。

アメリカのマーケティング研究者は、80年代末からこのような新しい環境において、消費者との付き合い方を研究し始めた。シュルツ（Don E. Schullz）等代表的な研究者は「IMC」理論を提出した。彼らは、IMCは、消費者とブランドや企業とのすべての接点をメッセージ伝達のチャネルだと捉え、ターゲットの購買行動に直接影響を与えることを指摘している。それゆえ、IMCを消費者の立場から出発し、あらゆる手法を駆使し、説得力のあるコミュニケーションを実践するプロセスであると定義づけている。今まで、世界では多くの研究者がIMCの研究を続け、さまざまな研究を行っている。

22) Al Ries・Jack Trout著、謝偉山・苑愛冬訳『定位：有史以来対美国营销影響最大の觀念』機械工業出版社、2011年、17-22頁。

黄鵬と何西軍によれば、IMCの中心的な考え方は以下のものである²³⁾。

その1、IMCは受け手を中心とする。どうしてここでは消費者あるいは顧客という言葉を使わないだろう。黄鵬、何西軍は、消費者あるいは顧客は受け手の一部にすぎないと強調している。受け手という言葉には消費者、潜在的消費者、利益関係者、企業の従業員なども含まれている。IMCの考え方では、これらの全部の関係者が同じく重視されるべきである。それゆえ、「受け手を中心とする」というのはIMCと昔のマーケティング理論と根本的に異なるところである。

その2、IMCはあらゆるコミュニケーションの手段を総合的に応用する。広告はもちろん、パブリック・リレーションズ、販売促進などの各手段を使用し、受け手に一貫しているメッセージを発信する。いわゆる「おなじ声」を伝える。

その3、IMCの目的は商品あるいは企業と顧客の間に、長期的なインターアクションの関係を築くことである。IMCは「ブランドのコミュニケーション」のプロセスであり、ブランドの構築はIMCの最終的な目的である。ブランドというのは単なるブランドイメージを作るのではなく、顧客と企業との感情を築いていることも象徴されている。

その4、IMCは一人一人の消費者を重視する。IMCの考え方は、消費者全体を見るのではなくて、一人一人の消費者を独立している人間として見ている、しかもイキイキしている生活者として見ている。だから、一人一人の消費者のニーズを重視し、一人一人の消費者のデータを集めている。

IMCは広告コミュニケーションには、どのように表現しているのだろう。消費者に一つの声を伝えるために、昔と異なり、シリーズの広告を作る場合が多い。そして、シリーズの広告にはドラマのような広告が多い、つまりストーリーを展開しながら商品を紹介する、商品をドラマの道具として、巧みにドラマに溶け込ませている。広告コミュニケーションが消費者とのイン

23) 黄鵬・何西軍『整合营销伝播：原理与実務』復旦大学出版社，2012年，8-18頁。

ターアクションをとるようになった。ネット上、消費者がある商品の情報を探したら、その後、この消費者がほかのサイトに登録しても、探した商品と類似している、関連している商品情報が自動的に出ている。そのほか、消費者自身が広告の一部となっている新しい広告のスタイルもある。例えば、コカコーラ社は町のなかにマシンを置き、「私と抱きあったら、タダのコーラをもらえるよ」ということが書かれている。最初るとき、誰もやらなかった。マシンとの抱きしめることが怖かったもあって、このようなことを信じられなかったから。やがて一人の消費者が勇気を出して、マシンを抱きしめ、そして本当にマシンからコーラをもらった。みんなが「本当だ」と驚き、次々と試した。一人で抱きしめる顧客もいれば、怖くて団体で抱きしめてる顧客もいる。そして、皆がもれなくマシンからコーラをもらった。もちろん、このようにコカコーラを宣伝するのではなく。マシンには撮影が設置されており、顧客がマシンを抱きしめて、コーラをもらったとき喜び、驚き、サプライズなど、さまざまな面白い表情が撮影された。その面白い表情がネットで流れ、顧客自身が面白く感じており、よくアクセスする。そして、ほかの顧客がこのような面白い表情を見たいから、よくアクセスする。なるほど、消費者自身が広告の一部となっていて、コカコーラの宣伝の受け側でもあり、送り側でもある。

以上で、広告コミュニケーションの歴史、販売促進を中心する広告理論、ブランドイメージ理論、ポジショニング理論、IMC理論を順番に鳥瞰してきた。それぞれ理論生成の社会背景、理論の中心的な考え方、そして広告コミュニケーションのあり方を明らかにした。しかしながら、これらの理論の後ろに、どのようなメタ理論が立っているのだろうか。事象のみを研究しても本当のことがわからない、事象の支えるシステムを研究すれば、初めに事象がわかるといえるのだろう。したがって、以下はこれらの理論の後ろに立つメタ理論について見ていくことにしたい。

二、理論的転換の背後にあるメタ理論的転換の動向

一 解釈主義の台頭と拡大

先述のように、本稿は広告コミュニケーションの方法論研究である。20世紀に入ってから現在までの、広告コミュニケーション論における歴史および理論的転換を概観してきた。しかしながら、本稿の関心の対象はその理論的転換の背後にあるメタ理論である。以下は広告コミュニケーションにおけるそれぞれの理論のメタ理論を探り、検討していくことにする。

1. USP理論における方法論—実証主義方法論

すでに述べたように、20世紀の初めごろから50年代までの第1段階において、広告コミュニケーションは主に「販売促進」の手段として認識され、研究されてきた。高度成長時代にあつては、広告はモノを求め続ける人々に積極的に需要を創造・喚起し、企業および消費者に多くの貢献をなしてきた。高等成長時代の広告は、この傾向にその有する販売促進機能を発揮し大きく力を貸してきたのである²⁴⁾。

第1段階における広告コミュニケーションが主に「販売促進」を中心にした理由は以下のものであろう。

その1、その時代に囲まれた経済の背景である。19世紀の60年代から20世紀の初めにわたって、アメリカでは全国鉄道の完成とテイラーの科学管理法などによって、経済の高速成長が訪れた。企業にとって、効率向上によって商品の生産量が増え、いかにして商品を売っていくのは重要な問題となっていた。そして、30年代の経済大恐慌も、企業にとって、溢れた商品をいかにして販売していくのはもっとも大事なことであった。それゆえ、当時の経済的な背景は広告の「販売促進」という機能の発揮が要請された。

その2、広告研究はAIDMA理論に影響されることが大きい。豊島襄によれば、広告が販売促進の目的をもって行われる経営職能である限り、「広告が消費者の購買にどう影響をあたえるのか」の究明はまずは広告効果研究の

24) 竹沢民三、前掲論文、39頁。

スタートとして最も素朴に求められるアプローチであろう。その通り、もともとセールスの経験則をなぞって作られたといわれるAIDMAは、商品への注意、関心から購買にいたる消費者行動に広告がどう影響を与えるのかの広告効果階層モデルとしても理解されてきた²⁵⁾。AIDMAは「刺激—反応」原理から発展される理論である。「刺激—反応」は心理学の研究領域で基本原理であり、人間の心理活動のプロセスは客観世界からの刺激により進行すると主張されていた²⁶⁾。

その3、マスコミュニケーションの研究から与えられた影響も大きい。20世紀の20年代から50年代まで、マスコミュニケーションの研究も盛んに行われていた。そのとき、技術の限界があるため、大衆は情報を得る手段が少なかった。インターネットはもちろん、テレビも少なかった時代には、大衆は主に新聞、ラジオから情報を得るのであった。第二次世界大戦には、戦場での戦争以外、「宣伝戦」ももう一つの戦争となっていた。

「宣伝戦」と言うのは、戦争に参加した各国はさまざまな宣伝道具（ラウドスピーカー、チラシ、パンフレットなど）を使い、自国の立場を表明したり、反対側のことを批判したりした。当時、これも含めてマスコミュニケーションの研究には、「説得理論」が注目された。「説得理論」というのは、何を述べれば、そしてどのように述べれば、受け手を説得し、考え方が受け止められるのかを解明することを目的とする²⁷⁾。そして、それにしたがって、宣伝側の立場から、どのような宣伝内容を作るのか、どのように宣伝するのか、どのような宣伝効果が実現できるのか、などの点について研究が盛んに行われた。広告研究の領域でもこのようなコミュニケーション研究から影響を受けた。

その4、マスコミュニケーションの研究には、「弾玉理論」を代表として「強大的な効果論」が認められていた。すなわち、メディアからの情報は鉄

25) 豊島襄『解釈主義的ブランド論』白桃書房、2003年、103頁。

26) 陳培愛編『広告学概論』高等教育出版社、2004年、55頁。

27) 黄鵬・何西軍『整合营销传播：原理与实务』复旦大学出版社、2012年、35頁。

砲のようであり、受け手は射撃場の標的のようであり、鉄砲に射撃されると間違いなく倒れ、反撃することができないという考え方である。つまり、メディアは大衆を指導とコントロールする位置に立ち、大衆は指導とコントロールされるほうである。1938年、アメリカのコロンビア・ラジオ局は「火星人は地球に侵入する」というラジオ劇を放送した。このラジオ劇の製作が優秀で、放送した声がとても真に迫っており、受け手に火星人が本当に地球に侵入していると信じさせた。一時、多くの人が恐慌と感じ、そのなか、怖くて家に閉じこもった婦人と児童もいた。このようなこともあってから、「弾玉理論」はさらに多くの研究者から支持されていた²⁸⁾。

以上を見たように、心理学の「刺激-反応」理論、マスコミュニケーションの「弾玉理論」などには、共通している点がある。それは送り手側の影響力が過大評価されており、受け手側の自主能力への認識がなかった点である。商業広告はマスコミュニケーションの一種類と認識された。情報を得る手段がなかった消費者にとって、商品に関する情報は広告を通じて得る以外になかった。広告は消費者を説得するコミュニケーションとして、ほかのマスコミュニケーションの原理と同じものだとして扱われた。マーケティングの広告研究においては、消費者を操作できる、あるいはコントロールできる対象として扱われた。それを前提にしたため、広告の実務と研究では、商品をどのような表現を通して消費者に説得するかということに関心が集まった。「USP」はその代表的な理論として誕生したわけである。

上述の第1段階における広告コミュニケーションの理論、あるいはそれと関連する社会心理学、マスコミュニケーション理論は、研究領域によってももちろんそれぞれの分野でそれぞれの理論を提出した。しかしながら、これらの理論の背後には、共通のメタ理論が存在していることが見えてくる。それは実証主義方法論であろう。

実証主義の科学観は、20世紀のはじめに台頭した論理実証主義から始まった。論理実証主義は、経験的に検証可能な知識だけを科学的研究とみと

28) 黄鵬・何西軍『整合营销传播：原理与实务』复旦大学出版社，2012年，34頁。

め、厳密な科学的方法を通じて検証可能な知識を発見しようとしたのである²⁹⁾。Huntによれば、論理実証主義とその後の論理経験主義は20世紀前半から西側科学哲学研究の主流的な哲学であった³⁰⁾。マーケティング研究領域でもその影響を受けていた。1980年代まで、実証主義方法論はマーケティングにおいて支配的な、無批判的にメイン・パラダイムとなってきた³¹⁾。実証主義の立場からすれば、社会現象は本質上自然現象と同じである、社会現象は人間の活動によってなっているとはいえ、人間の意志と独立した客観的な世界となっているとするのである³²⁾。

実証主義方法論に基づく広告コミュニケーションの考え方によれば、人間の意志と独立して広告を巡る客観的な世界が存在している。企業側（広告側）は商品情報を作成し、客観的世界（人間と独立した外部の世界）で消費者に刺激を与え、消費者は刺激を受け入れる。そのプロセスは客観的な世界に存在している。そのため、消費者全員は同じく刺激を受け入れる。これは全部客観的な世界で存在していたものだから、つまり真理だといえる。我々人間、研究者たちにできることは、この真理を追究し、事実にくづくことだけである。

2. ブランドイメージ理論から見る解釈主義方法論の萌芽

50年代以降、ブランドイメージ理論は広告コミュニケーション研究領域において最も重要な理論となっている。

先述のように、デイヴィッド・オグルヴィによれば、短期的な商品そのものの宣伝より、長期的に宣伝することこそが消費者の心をつかみ、激しい競争のなかで勝ち取る方法である。長期的に宣伝するには、商品のブランドイメージを作らなければならない、消費者は良好なブランドイメージによって

29) 川又啓子・余田拓郎・黒岩健一郎『マーケティング科学の方法論』白桃書房、2009年、33頁。

30) 谢尔比・D. 亨特著、陈启杰、威海峰、左谢、倪娜、刘颐权译、『市场营销理论论争』上海财经大学出版社、2006年、53頁。

31) 豊島襄、前掲書、36頁。

32) 王晶舒『社会科学研究方法的層次』『哲学理論』、2010年第31期、97頁。

商品を選択するからだというのである。

しかし、どのようにしてブランドは消費者から好感を得られるのだろうか。商品は実在している、ブランドイメージは「実在」していない、あくまでも作られたイメージである。どうして実在しているものより、実在していないものが重視されているのだろうか。その背後にはどのような理論が潜んでいるのだろうか。筆者はここに解釈主義方法論の生成根拠が潜んでいるのではないかと考えている。

解釈主義方法論は1980年代にマーケティング研究領域に導入された。その基礎は16世紀以来発展してきた解釈学であり、今では人類学、社会学などの知識を含め、定性的な研究を中心とする方法論となっている。解釈主義方法論においては、人間と独立した客観世界の存在をみとめず、世界はあくまでも人間の解釈によって構成されるものだと考える。

解釈主義は、現実が本質的に心理的に認識されるものと考えするため、ひとつの世界が存在することを否定する。人は、理論、フレームワーク、カテゴリーなどを通じて世界を認識し、構成すると考えるのである。異なる人が存在し、また異なる世界が構成されるため、複数の現実が存在し、またそれは変化し続けると考える³³⁾。

簡単にいえば、解釈主義方法論は、世界とは人間の「共有される意味」であり、いわゆる「イメージ」であるという考え方である。世界の人々は、それぞれの環境、育ち、価値観が異なり、それを通じて世界を認識するから、それぞれの目に映っている世界が異なるのである。同じモノあるいはことに対して、同じ考え方を持つ人間にとって、このモノあるいはことを反映している「世界」は同じ、つまり「共有される意味」は同じであろう。しかし、全く違う考え方をもつ人間にとっては、「世界」は違うものである。世界は人間の目、頭脳によって映されるイメージにすぎないと考えられる。

一つの例をあげてみることにする。ダイヤモンドのことをみてみよう。周知のように、ダイヤモンドが高価の宝石として多くの人間から好まれてい

33) 川又啓子・余田拓郎・黒岩健一郎、前掲書、51頁。

る。特に女性には人気が高い。なぜならば、ダイヤモンドは「愛情」を表すものであるから。多くの女性が婚約相手、夫からもらったダイヤモンドの大きさによってどれぐらい愛される、大切にされると判断する。そして、周りの人に見せると、「そうですね。こんなに大きいダイヤモンドを買ってくれたら、愛されている証でしょう」と答える人間が必ずいるであろう。もちろん、お世辞で答える人間もいれば、本当にそう思っているからそう答える人間もいる。これらの人間とその女性の目に映ったことは、「ダイヤモンド＝純粋な愛情」という解釈された世界であろう。そして、そう思わない人間は、このことに関して、「ダイヤモンド＝炭素の一種類」、「ダイヤモンド＝高価のものだから、女性に人気がある」、「ダイヤモンド、どうしてあのように高いのか、愛情を表せるなんか、わけがわからない」など、それぞれの解釈があって、それぞれの「世界」があると推測できよう。

どうしてこのようなことが起こるのか。実は、ダイヤモンドは炭素の同素体の一つにすぎず、人間の愛情を表すとなったことは、つまりその価値はあくまでも一部の人間によって解釈され、「共有するされる意味」である。すなわち、客観の世界では、ダイヤモンドは炭素の同素体の一つであり、一部の人間の世界では、ダイヤモンドは「人間の愛情を象徴するもの」である。

広告コミュニケーションにおいて、ブランドイメージ戦略の出発点は、広告で商品あるいは会社のブランドイメージを作り、消費者と「共有される意味」、「世界」を作ろうとするところにある。こうして、「共有される意味」を持つ人間、つまり同じ「世界」での人間は、より好感を持ち、信頼しているから、より長期的につながることが望まれている。このような方法で、単なる商品の宣伝より、消費者の心をつかむことができる。

同じマーズ社のチョコレート例をみてみよう。以下はマーズ社のM&M'Sチョコレート広告である。この広告では、あの有名な商品の特徴を宣伝するため「お口でとろけて、手にとけない」キャッチフレーズより、擬人法で同商品の形と似ている可愛いチョコレート豆のキャラクターを作成し、ブランドのイメージを作っている。カラフル、楽しいチョコレートの世界で

ある。「さあ、みなさん、このカラフルなチョコレートの世界でチョコレートをいっぱい楽しもう」という意味が含まれている³⁴⁾。この世界はどこにも実在していない。しかしながら、この広告が伝えられているように、そしてそう思われる消費者の心の中では、この「世界」の存在を認めている。この世界を信じており、そして好きな消費者がM&M'Sチョコレートを選び続けるのだらう。



図5: マーズのチョコレート広告

出所: <http://photo.ppsj.com.cn/list/2972/index.html> (アクセス日: 2013年10月2日)

実は、解釈主義方法論の考え方では、先述の「チョコレートの世界」は存在している。その理由は、解釈主義方法論によれば、いわゆる客観的な「世界」は存在しておらず、あくまでも人間の解釈によって構成されるのが世界であり、多数の世界が存在している。だから、「チョコレートの世界」は存在している。ただ、この世界は企業側が巧妙に作った世界である。そして、企業は広告を利用してこの世界を表現し、消費者に伝えるわけである。もちろん、そのような意味を伝えられた消費者にとって、この世界が初めて存在している。つまり、ブランドイメージが、企業側と消費者との間では、広告で同じの「世界」、「共有される意味」を作ることである。この世界において、共通の価値、意味を認めている。M&M'Sのこの広告の場合は、企業側と消費者が「カラフル、楽しいチョコレートの世界」の存在を認めている。

34) マーズチャイナ <http://www.mars.com/china/cn/our-brands/chocolate.aspx> アクセス日: 2013年3月14日。

君塚洋一によれば、広告の受け手には両者の間にあたかも必然的な関係があるかのように認識され、製品／化粧品は、製品以外のシステムから取り出された記号／美貌の女優の共示的な意味内容（美や性的魅力といった）の転移によってある社会的価値を獲得する³⁵⁾。

以上のように、ブランドイメージ理論では、解釈主義方法論が潜んでいるのではないかと考えられる。

3. ポジショニング理論から見る解釈主義方法論の拡大

20世紀の70年から80年代にわたって、広告コミュニケーションだけではなく、マーケティング研究領域では風靡していたといっても過言ではないほどポジショニング戦略が注目を集めた。ポジショニング戦略が今まで広告コミュニケーション理論と一番大きな点とは、初めて受け手側から問題を考えるようになった点である。すなわち、広告側（企業側）はどのように商品を宣伝するのかを第1の関心事とするよりも、受け手側（消費者）がどのように受け止めるかによりいっそう関心を持つようになった。

このポジショニング理論はコミュニケーションの研究にも関わっている。消費者は単なる情報を受け入れる「標的」ではなく、逆に情報に対する消費者の理解とフィード・バックがあって初めてこの情報の価値が生まれるという³⁶⁾。広告はあらゆる消費者にとって含まれる意味が同じだということはない。例えば、ハイヒールの広告は女性にとっての意味と男性にとっての意味がまったく違うものである。だから、広告の消費者にとっての意味は消費者の自身で決めなければならない³⁷⁾。実は、この点も解釈主義方法論の考え方の影響が見られる。

実証主義の方法論では、客観的な世界は厳然と存在し、絶対唯一の真理は既に存在していると考えている。これはキリスト教的世界観に影響された

35) 君塚洋一「広告コミュニケーションの社会的プロセスにおける意味作用」『新聞学評論』第37号、1988年、210頁

36) 張金海、前掲書、101頁。

37) 陳培愛編、前掲書、120頁。

ものの見解でもある。人間の目の前に繰り広げられるドラマはなんらかの統一的原理によって体系的に把握することができると信じられてきた。そして、人間の知識追求動機も、最終的には宇宙を創造した神の「創造の神秘」や「創造の秘密」を解明することである³⁸⁾。しかし、解釈主義方法論は全く違う考え方をもっている。解釈主義方法論では、社会科学と自然科学とは異なり、事前に存在した客観的事実、真理を認めず、事実は人間と人間、あるいは人間と社会の相互作用によって作られるものであり、企業側と消費者側の相互作用によって作られるものである。

しかし、ポジショニング戦略というのは、解釈主義方法論から直截的な適用という形で生成したというものではない。ポジショニング戦略では、商品の価値が企業側にとって当たり前のような存在ではないと認識し、消費者にとってその商品の価値は何だろうかと重視されていた。すなわち、消費者からその商品の価値を認めれば、その商品の価値が初めて存在しているというような観点である。筆者からみると、このような考え方は解釈主義方法論と通底していると思われる。

ブランドイメージ理論の段階では、企業側は消費者と「共有される意味」を作ろうとしている。しかし、この段階では、企業側はやはり「共有される意味」を作れば、あらゆる消費者に伝えられると考えたのであろう。あるいは、消費者側はどのように受け止めていることについて、それほど深く考えられなかった。ポジショニング戦略の段階では、消費者はどのように受け止めているかということについて考え始め、消費者の反応により商品の価値が初めて存在することと認識し始めた。

ブランドイメージ理論より、解釈主義方法論の考え方に一步接近しているのではないかと考えている。

同じくマーズ社のチョコレート の例を挙げてみよう。スニッカーズ(Snickers)は、マーズ社(日本での発売元はマース ジャパン)が販売しているスナックバーである。ピーナッツ入りのヌガーの上にキャラメルを絡め

38) 川又啓子・余田拓郎・黒岩健一郎、前掲書、4頁。

たピーナッツの層を重ね、ミルクチョコレートで全体を覆った棒状の菓子である。一番の特徴といえば、甘く、1本でかなりの満腹感がえられる。オリジナルレシピのスニッカーズは、1930年にマーズ社の2番目の商品として売り出された。今日でもハロウィンタ方に「お菓子をくれなきゃ、いたずらするぞ! (Trick or Treat)」と練り歩き子供たちに与えるための菓子として人気が高い。1970年代から1980年代にかけて映画館で大々的に売り出されて、ライバルのスナックバーをしのぐ売り上げを記録した。味覚の多様化やダイエットの流行により売上が落ちたものの、現在でも人気の高い菓子の1つである。

数多くのチョコレート商品のなかでは、スニッカーズのポジションは極めて明確である。会社側は、ほかの商品と違って、一本を食べるとすぐに満腹感があるチョコレート食品としてマーケット・ポジションを位置づけた。1980年代後半に「おなかがすいたらスニッカーズ」「ナッツぎっしり確かな満足」というキャッチコピーでTVCMが盛んに放送された。今でもこのようなポジションを宣伝するために、多くの広告を作成し、流している。中国では、大学生の男性四人がそれぞれお腹が空いて、スニッカーズを食べるとすぐに元気がでるというユーモアのシリーズ広告が流れており、話題となっている。大学生の四人は、お腹が空くと、全く別人となっていた、それぞれは韓国ドラマでよくでている体の衰弱な女主人公、カルクリップをいっぱいつけている大きい声で喋る女の大家、掃除もしない何もしない怠け者の猪八戒となっていた。「お腹が空くと、自分ではなくなっている」と訴え、そしてその場でスニッカーズを食べ、速やかに爽やかな元気な好青年に戻った。「飢えを一掃し、本当の自分に取り戻ろう」というキャッチフレーズを使っている。広告の発想にはユーモアが溢れ、不思議な人物及び物語が登場しているため、注目を集めている。



図 6: スニッカーズの広告

出所: <http://www.nipic.com/show/4/79/a02cd3a1e8bdf1fe.html>

(アクセス日: 2013 年 10 月 2 日)

どのキャッチフレーズも、スニッカーズはすぐに体にエネルギーを補充するチョコレート商品として消費者にわかってもらいたいという狙いが明確に打ち出されている。一連の広告によって、スニッカーズは既にこのようなポジションを取っており、消費者に認識してもらっている。

さて、ここでは、商品の価値はどこにあるのだろうか。企業側が「わが社のこのチョコレートはほかのチョコレートと違う、満腹感がすぐにえられ、元気になる商品だ」と思っても、このことには価値がない。そして、企業側は広告を作って、消費者に伝える。この段階には、商品の価値がまだ生まれていない。消費者が広告を受け入れて、「ああ、これはお腹が空くとき食べて満腹感がえられるチョコレートだ」と認める段階には、この商品の価値が初めて生まれるという。

4. IMC理論から見る解釈主義方法論の全面展開

IMC理論はあらゆる方法で消費者とコミュニケーションを構築し、なるべく「同じ声」を発信する。つまりあらゆる方法で消費者に伝える商品、企業の情報や、イメージは同じモノだ。それに、一人一人の消費者を重視する。

この段階では、多くの広告の一つの特徴がある。それはUSP、ブランドイメージ、ポジショニングと異なって、ストーリーを作って、ストーリーのなかで商品を訴えている。このような方法には、どのような方法論が見えてくるのであろう。

解釈主義方法論では、価値の生まれはコンテキストに依存することを重視している。実証主義方法論は人間と独立している客観的な世界が存在していると考えられているから、事実、真理は時間、環境と無関係に存在しているから、なるべく主観的なものを排除して、事実、真理を追究し、近づこうとしている。この目的を達成するために、なるべく多くのデータを集め、事実の存在を証明する。すなわち、無限の現象、人間、状況、時間に理論上適用可能な普遍的かつ抽象的な法則を探し出す。解釈主義方法論は文脈を重視している。コンテキスト抜きに事実、真理を考えることは不可能だと考えている。マーケティングの研究領域では、例えば消費者の行動を調査するために、一時的な行動でなく、その行動はどのようなコンテキストで行われたのか、そして、その行動の以後はどのような動きがあるのか、調査の関心がここにある。つまり、消費者の行動の「前後」を調査するのである。



図7:ダブチョコレートの広告

出所:<http://tieba.baidu.com/p/2371521412> (アクセス日:2013年9月29日)



図8:ダブチョコレートの広告

出所:<http://tieba.baidu.com/p/2371521412> (アクセス日:2013年9月29日)

広告では、消費者にある商品を宣伝するために、商品そのものではなく、商品をストーリーの中に置かれ、ストーリーを述べながら、商品のことを話す。つまり商品のためにコンテキストを作成するのである。むしろコンテキストのほうが重点に置かれ、消費者にストーリーのなかで商品の価値を認識してもらうこととなる。すなわち、商品の価値は独立して存在しているのではなく、ストーリーのなかで存在しているという新しい広告コミュニケーションの考え方である。

ここでも一つの例を挙げてみる。同じくマーズ社のチョコレートの広告である。

ダブチョコレートもマーズ社のブランド商品の一つである。滑らかな味で人気を集めている。このダブチョコレートの中国で放送している最新のコマーシャルを見てみよう（図7、図8）。

コマーシャルの展開はこのようになっている。ある若いカップルのラブストーリーである。一人の男性が本屋の女販売員に恋をもっているようだ、この日、男性が本屋に入ってきて、女販売員がごく普通に、むしろ無愛想に「あ、あなたですか」と挨拶をした。男性が女販売員に「私の注文した本がきたか」と聞きながら、「あ、そうそう、これはあげるよ」と、女性にダブチョコレートをプレゼントした。女性がチョコレートをもらって、「ありがとう。本はまだよ」と答えた。しかしながら、男性は偶然にテーブルの上に注文した本が置いてあることを見て、女性に「あ、これ」と訊いた。女性は速やかにもらったダブチョコレートを本の上に置いて、書名を隠し、「まだって言ったでしょう」と可愛くて、いたずらっぽい声で答えた。男性がすこしわかるように気がして、店を出ようとしている。女性が「明日はまた来てみてね」と男性に話した。男性がそれを聞いて、自分の気持ちがわかってくれて、しかもすこし応じてくれる合図がしてくれる女性に微笑みながら、嬉しく店を出た。そして、女性も微笑みながらダブチョコレートを食べ始めた。このコマーシャルはとてもロマンチックなラブストーリーを演出した。男性も、女性もお互いに好感を持ち、しかしまだ「好きだ」と言えない段階

だから、とても純粋なラブストーリーである。

このストーリーの中で、見てきたように、ダブチョコレートは決して主役ではなかった。コマーシャルに3回が出た。一回目は男性が女性にプレゼントしたとき、二回目は女性がチョコレートで書名を隠すとき、そして、三回目は最後に女性が微笑みながらチョコレートを食べるとき。三回目に出たチョコレートは主役だといえるが、一回目、二回目に出たチョコレートはあくまでも道具、配役である。しかしながら、果たして消費者にダブチョコレートのことを伝えられているのだろうか。このコマーシャルは、純粹、細かい、滑らかな、甘いラブストーリーはダブチョコレートそのものである。だから、このストーリー全体はダブチョコレートのことを語っている。実は、このストーリーはコンテキスト、文脈であり、ダブチョコレートの価値はこのコンテキストで表している。消費者にとっても、このコンテキストの中で商品の価値をわかり、感じている。

また、インターネット技術の進歩によって、企業側と消費者のコミュニケーションが新たな可能性がもたらした。インターネットでは、消費者が自分で好きな広告を選択し、その情報を受け取ることができる。そして、インターネットがそれ（消費者が興味のある広告情報）を記憶することができる。今度は消費者がほかのサイトにアクセスして、画面を見るときも、この前に見た広告と似ている商品の情報が出ている。消費者一人一人にまったく異なる広告情報を提供することが実現できる。この場合、企業側は消費者たちに広告コミュニケーションをするのではなく、一人一人の消費者の興味がありそうな広告を記憶し、消費者と単独にコミュニケーションしようとしている。

これらの現象のなかに、実は解釈主義方法論と通底するものが見えてくる。解釈主義方法論は消費者群の存在より、一人一人の生活者が存在しているという考え方である。解釈的アプローチの発想では、普遍的「人間」なるものは存在しないと考える。なぜならば、我々人間は、常にコンテキストに置かれた「何者か」であることを免れないからである。例えば、我々は

「父」であり、「息子」であり、「教師」であり、「顧客」であったりといったように、その時々コンテクストに置かれた「何者か」である。普遍的な「人間」というコンセプトは、このようなさまざまなコンテクストでの経験を集約し、抽象化することでしか得られない³⁹⁾。

そして、先述したコカコーラ社の新しい広告のスタイルの例を思い出してほしい。消費者とのインターアクションによって、広告が創られる。インターアクションというのは、企業側のマシンが消費者と抱きあって、消費者にコーラをあげる。そして、タダのコーラをもらった消費者のさまざまな表情の顔は企業の広告となっている。この広告は最初から存在していたわけではない。おそらく企業側が最初にある程度を予測していたが、しかし最後の完成品がどのようなものだとも誰も確定できなかった。この段階には、「価値」がまだ存在していない。消費者の参与により広告が完成していた。従って、この段階において、広告には「価値」が存在していることはまだいえない。企業側が表情の映像をネット上に流し、参与した消費者とそのほかの消費者が面白くて感じ、よくアクセスすることによって、コカコーラに好感度をアップすることが出来て初めて、この広告の作品には「価値」存在することになる。解釈主義方法論の考え方によれば、真理、事実は事前に存在せず、環境と人間、企業と人間、あるいは人間と人間の相互作用によって初めて生まれるものである。だから、企業と消費者とのインターアクションによって広告を作ることは解釈主義の考え方と通底しているといえることができるであろう。

おわりに

本論文は、広告コミュニケーションの歴史発展を四段階にわけ、各段階における代表的な理論、特徴およびその根底に前提されていたメタ理論を明らかにした。

39) 伊藤博之『アメリカ・カンパニー異文化としてのアメリカ企業を解釈する』白桃書房、2008年、11頁。

第一段階では「USP」が代表的な理論であった。この段階の広告は、「販売促進」の手段として認識され、出発点は商品そのものの宣伝であり、背後のメタ理論は実証主義方法論であった。広告コミュニケーションのプロセス、効果などの研究も実証主義方法論に基づく研究である。実証主義にもさまざまな形の研究があるが、共通しているのはまず研究対象としての事実が客観的に存在していることを仮定していることである。また、観察やテスト、実験などの厳密な科学的方法を通じて普遍的な真理を発見しようと仮定していた⁴⁰⁾。しかしながら、広告が商品の価値を企業の思った通りに消費者に伝えられるのか。栗木契によれば、顧客、そして集合体としての市場は、企業の外部にあり、企業が一方的にこれを操作することができない⁴¹⁾。

第二段階においては「ブランドイメージ」が代表的な理論であった。ブランドイメージ理論では単なる商品の宣伝より、消費者に企業あるいは商品のイメージを伝え、イメージによって消費者に長期的に商品や企業に好感を持ってもらい、信頼を獲得することが望まれている。背後の方法論を見ると、解釈主義方法論の「共有される意味」、「世界」を作ることが重視されていることがわかる。

第三段階においては「ポジショニング」が代表的な理論であった。ポジショニングでは消費者にとって、商品の意味、価値はどのようなものかということを重視し始め、企業側ではなく、消費者側に生まれる商品の価値を待って初めて価値が存在するようになるとした。価値が事前に存在してない、人間と社会、人間と人間の相互作用による生まれるものという解釈主義方法論の考え方と通底するところがある。しかし、この段階では、まだ解釈主義方法論の考え方と完全に一致してはいない。ただ、そのような傾向が現れる。解釈主義の萌芽だといえるのだろう。

第四段階においてはIMCが代表的な理論となる。IMCは一人一人の消費者

40) 川又啓子・余田拓郎・黒岩健一郎、前掲書、34頁。

41) 栗木契『マーケティング・コンセプトを問い直す―状況の思考による顧客志向』有斐閣、2012年、3頁。

とのコミュニケーションを重視し、消費者の見方より、生活者の見方をとる。そして、なるべく一人一人の生活者を理解しようとしている。この段階では、ドラマの広告、インターネットにおいて個人向けの広告情報、企業と消費者のインターアクションによって作られる広告などが表れる。背後の方法論を見てみると、解釈主義方法論（文脈抜き的事实を認めない、事実と真理はあくまでも一定の環境の下に（つまり文脈の中に）存在しているものであり、しかも相互作用によって作られるものであるなど）、段々一致点が強くなってきた。

要するに、広告コミュニケーション理論の発展段階を見てみると、解釈主義方法論に徐々に接近している傾向が見られる。もちろん、これらの理論が誕生するとき、解釈主義方法論を意識的に適用して研究されてきたわけではない。研究者は当時の社会背景、経済背景、そしてマーケティング、マスコミュニケーション、社会学、心理学などそれぞれの研究領域から影響を受け研究したものである。意識的でなかったにせよ、解釈主義方法論が徐々に濃厚になっていくプロセスが読み取れるのは興味深い。

解釈主義方法論は1980年代に、HolbrookとHirschmanが消費者の製品、サービスの使用経験に焦点を当てた研究を行ったとき、実証主義方法論の限界を感じ、消費者行動研究のなかで導入された方法論である⁴²⁾。その後、消費者行動だけではなく、マーケティングの各領域で導入され、研究されてきた。主にマーケティング・リサーチ、ブランド戦略、商品開発などの領域で研究者が研究を行っている。研究分野によって研究内容はもちろん異なるにせよ、大きな出発点は共通である。これらの研究者によれば、マーケティングでは、自然現象と異なって、客観的な世界では事前に存在している事実や真理ではなく、世界は人間に解釈される「二次構成」である。マーケティング現象はほかの社会現象と同じ、事実と真理は人間と社会、人間と人間の相互作用に誕生するものである。このため、実証主義方法論と異なる方法論

42) 松尾洋治「マーケティング研究における解釈的アプローチの方法論的背景」『三田商学研究』第48巻第2号、2005年6月、132頁。

が必要だと主張されている。

広告コミュニケーションの領域では、今までは実証主義方法が主流的な方法論で研究されてきたが、これからは解釈主義方法論に基づく研究も必要であろう。今までの広告コミュニケーションでは解釈主義的な考え方が散在しているのであるが、これから解釈主義方法論によって体系的な研究も要請されるであろう。

過去に起こったことについての分析としては実証主義的方法も有効ではあろう。消費者の心理、行動、そして将来起こることについての予測もある程度有効ではあろう。しかしながら、マーケティング分野では、社会構築学的側面を持つ人間社会の複雑な研究対象を扱う上に、未来情報の不確実性・予測不可能性を前提とする場合が多いため、自然科学で求められる基準をまったく同様に適用することが困難なこともあるし、解釈主義などが「科学的でない」という理由で排除されることに異議を唱えたい⁴³⁾。広告コミュニケーション論においては解釈主義的方法が有力になってきていることを、本論文の分析では明らかにした。広告の実務においては、具体的な応用方法がどのようなものであろうかが、緊急かつ重要な課題となっている。しかし本論文ではこれらの課題に触れる余裕がなかった。これからの課題としたい。

(おう・えんう／福州大学陽光学院商学部講師／2013年12月2日受理)

43) 川又啓子・余田拓郎・黒岩健一郎、前掲書、26頁。

The Rise of Interpretivism Approach of Communication Theories about Commercial Advertisement

WANG YanYu

This paper considers the development processes of communication theories about commercial advertisement, classifying to four types and referring to the typical remarks, their characteristics and the metatheory under the background of each.

At the first stage, UPS theory appeared, and it was the typical one at the stage, which deals with advertisement of commercial goods supported by positivist approach.

From the second stage through fourth, the point of the issue changed to brand images, positioning and IMC, which can be summarized by common characteristics “creation of common meaning”, “creation of shared value”. These theories pay attention to creation of shared value, interaction, value creation in connection with context, etc.

These current of the theories means, from the viewpoint of metatheory, they are stepping forward to interpretivism approach from positivist one.

アーキテクチャ論の変化からみた 中国製造業

—— 多様なアーキテクチャ選択戦略の可能性 ——

牟

鑫

目次：

1. はじめに
2. アーキテクチャ論の理論的変遷
 - 2-1. アーキテクチャ論の従来の定義
 - 2-2. 産業における古典的生産スタイル
 - 2-3. 産業におけるアメリカ発モジュール化の誕生
3. アーキテクチャ論の変化からみた中国製造業
 - 3-1. 現代におけるアーキテクチャ論の台頭
 - 3-2. アーキテクチャ論に当面する課題と中国への影響
 - 3-3. 中国製造業におけるアーキテクチャの現状
4. 終わりに—多様なアーキテクチャ選択戦略の可能性

1. はじめに

アーキテクチャ論に関する先行研究では、中国が得意とするのは「疑似オープン・モジュラー型」¹⁾であるとする静態的な考えが一般的であった。しかし、これらの議論はある発展段階を背景とした理論形成に止まったのみではないか²⁾？なぜならば、中国は「疑似オープン・モジュラー型」に基づく

1) 藤本隆宏 新宅純二郎編『中国製造業のアーキテクチャ分析』東洋経済新報社 2005 年。PP. 10-17 を参照。

キーワード：アーキテクチャ、インテグラル型、モジュラー型、ハイブリッド型、疑似オープン・アーキテクチャ

「コピー・改造」としての「模倣段階」にずっと居続けるという前提があるように思われるからである。

中国製造業は多様な国内消費者ニーズの進化を追いかけねばならないため、同じ企業内で単純な一種類の生産システムだけで激しい競争の中で生き残れるかどうか、という疑問が生じる。中国製造業は、アーキテクチャの選択戦略として、もはや単純に一つだけ選択するのではなく、多様な選択をする段階に来ているのではないか？

私は、疑似オープン・アーキテクチャやモジュール化という語を、日本に来て初めて知った。「日本における比較産業論」(池田信夫、国領二郎、藤本隆宏など)やボールドウィン＝クラーク [Baldwin, Carliss & Kim B. Clark (2000)] の書物『The Power of Modularity, Massachusetts Institute of Technology.』が直接の対象として扱っているのはコンピュータ産業であるが、1990年代半ばから、日本において、IT産業や自動車産業に焦点を絞ったモジュール化論が独自に発展した。日本で初めて、知識(設計)と生産物のモジュール化が情報交換と取引のネットワーク化と表裏一体的に発展していく論理構造を明らかにし、その産業アーキテクチャの含意を体系的に論じた書物として、『オープン・ネットワーク経営』国領(1995年)、『情報通信革命と日本企業』池田(1997年)がある。

この産業アーキテクチャ論を研究し続けているのが、藤本である。『製品開発力』(1993年、共編著)、『生産システムの進化論』(1997年)、『ビジネ

2) 藤本理論がある発展段階を背景とした理論形成に止まっていることへの指摘について、下記の文献を参照。

- ① 沼上幹「議論のためのノート『経営学の貢献と反省：サブテーマⅡ 事業論』」(経営学史学会第20回記念全国大会統一論題討論者コメント 2012年5月26日。明治大学駿河台校舎)『経営学史学会第20回記念全国大会予稿集』PP.1-5を参照。
- ② アーキテクチャの転換はインテグラルからモジュラーへの一方方向性のものではない。青島らは、「モジュラー化と統合化にはそれぞれ利点と欠点がある為、そのどちらが強く出るかによって、システムは統合化に向かったりモジュラー化に向かったりする」とも述べている。藤本隆宏 武石彰 青島矢一編『ビジネス・アーキテクチャ：製品・組織・プロセスの戦略的設計』有斐閣 2001。P.45を参照。

ス・アーキテクチャ』(2001年、共編著),『日本のもの造り哲学』(2004年)などがある。彼は、日本のものづくりの強みは、得意な(相性がよい)アーキテクチャ(オペレーション重視の擦り合わせ型製品)と歴史的に偏在する組織能力(現場の統合力が偏在)であることを提唱した。さらに、アーキテクチャの産業地政学における比較優位論で、ヨーロッパやアメリカ、韓国、中国、アセアンの得意なアーキテクチャと組織能力の偏在を分析した。そこでは、中国の得意なアーキテクチャは労働集約的なオープン・モジュラー製品であり、偏在する組織能力は出稼ぎ労働者の動員力であるとされた³⁾。

しかし、2004年以後、過熱気味に急成長する中国経済が、国際原材料市場の需給バランスを崩し原材料価格高騰の一因となるという新しい現象が加わり、インフレ要因として警戒されるようになった。さらに、中国企業が国際分業の中で担うのは、スマイルカーブのボトム部分である低付加価値部分が多い上に、国際的に急激に進行する低価格化と技術的陳腐化によって、利幅も小さく繁栄の期間も短いプロダクトサイクルが繰り返されている部分もあった。サービス・生産コスト・購買戦略における優位性への依存だけでは大手企業といえども外国ライバルに決定的な差をつけられず、しかも、モジュラー型製品開発力の限界があり、モジュール化への依存のしすぎが独自の製品開発能力の構築を遅らせた。貧富差や高齢化等の社会問題も発生した。こうして、出稼ぎ労働者を使い安い製品を作るという「世界の工場」としての中国が終焉を迎えようとしている。

これまで藤本から得意であると指摘されていた中国製造業の「疑似オープン・モジュラー型」アーキテクチャは崩れる可能性がある。中国製造業は、

3) 藤本の主張については、下記の書を参照されたい。

- ①藤本隆宏 武石彰 青島矢一編『ビジネス・アーキテクチャ：製品・組織・プロセスの戦略的設計』有斐閣 2001年。
- ②藤本隆宏『日本のもの造り哲学』日本経済新聞社 2004年。
- ③藤本隆宏 新宅純二郎編『中国製造業のアーキテクチャ分析』東洋経済新報社 2005年。
- ④藤本隆宏 中沢孝夫編『グローバル化と日本のものづくり』放送大学教育振興会 2011年。

いかにして現在の「疑似オープン・モジュラー型」アーキテクチャを、さらに新たなアーキテクチャのステップに進化させるか。本論文では、アーキテクチャの視点からみた中国製造業の現状を検討し、今後中国製造業が生き残るための多様なアーキテクチャ選択戦略の可能性について考察する。

2. アーキテクチャ論の理論的変遷

2-1. アーキテクチャ論の従来の定義

アーキテクチャの語源は古代ギリシャ語の「 $\alpha\rho\chi\iota\tau\acute{\epsilon}\kappa\tau\omega\nu$ arkhitekton」(アルキテクトーン)である。 $\alpha\rho\chi\iota\tau\acute{\epsilon}\kappa\tau\omega\nu$ arkhetekton は、「主な」「第1」「長」などの意味の $\alpha\rho\chi\acute{\omega}\varsigma$ arkhos (アルコース)と、「職人」「工匠」「名匠」「大工」などの意味の $\tau\acute{\epsilon}\kappa\tau\omega\nu$ tekton (テクトーン)からなる。これから、ウィトルウィウスが著書『De Architectura』の中でarchitectus (アルキテクトゥス)というラテン語を使った。この語は「architectura」(アルキテクトウーラ)と変化し、これから恐らくはフランス語を経由し、英語のarchitecture (アーキテクチャ)になった⁴⁾。日本の『大辞泉』と『大辞林』ではアーキテクチャーとして記入され、英語の「architecture」と同じであった⁵⁾。

アーキテクチャは、元々は建築用語として使われたが、製造業において使

4) アーキテクチャの語源について、下記の文献を参照。

① 竹林滋編『新英和大辞典 第六版』研究社 2002年。P.116を参照。

② ウィキペディアフリー百科事典<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%82%A2%E3%83%BC%E3%82%AD%E3%83%86%E3%82%AF%E3%83%81%E3%83%A3>を参照。ダウンロード2012年11月01日。

5) アーキテクチャー【architecture】について、下記の文献を参照。

①：①建築学。また建築様式。②コンピューターの特性を決定するデータの形式やハードウェアの機能分担などを含めた、コンピューターシステムの基本構造。小学館『大辞泉』編集部編『大辞泉 増補・新装版』小学館 1998年。P.1参照。

②：①建築。建築学。建築様式。構造。②構造。構成。組織。③コンピューターを機能面から見たときの構成方式。記憶装置のアドレス方式、入出力装置の構成方式などをさす。一般に、同じアーキテクチャーのコンピューターには、ソフトウェアの互換性がある。松村明 三省堂編集所編『大辞林 第三版』三省堂 2006年。P.1参照。

われたアーキテクチャという概念自体は、決して新しいものではない。Clark [1985]⁶⁾の研究や、製造工程上の概念ではあるもののHayes and Clark [1988]⁷⁾の研究においても、アーキテクチャという表現は見られる。また、Alexander [1964]⁸⁾のように、早くから構成要素を機能単位で分化することの利点を示した研究も存在していた。これらHendersonら⁹⁾の研究以前のアーキテクチャは、製品や工程の構造に関する記述に留まり、企業組織や産業構造へのインパクトまでは言及されていない。製品アーキテクチャが経済学・経営学の分野で本格的に議論されるようになった背景には、製品の構造のみならず、より拡張的概念として経済活動を説明しようという応用可能性がHendersonらによって提起されたからである¹⁰⁾。

2-2. 産業における古典的生産スタイル

まず、産業における最も昔から伝わってきた生産スタイルは手工業生産であった。(当然現代に至るまで存在している。)職人による手作り・一品生産がそれである。作業場では、2~3人の徒弟を抱えた親方が伝承の技術を使って、工芸品のような手の込んだ製品を受注生産した。使われる技術は、経験によって習得した技能(暗黙知)をベースにしており、工具も自作で工夫されることが多かった。それらの技術は門外不出であり、住み込み徒弟(内弟子)にのみに伝承された。今日でも最高の顧客満足は手工業によってもたらされている。例えば、イタリアやフランスの高級ファッション製品、

6) Clark, K. B. [1985] "The Interaction of Design Hierarchies and Market Concepts in Technological Evolution," *Research Policy*, 14 (5).

7) Hayes, R. H., and Clark, K. B. [1988], *Dynamic Manufacturing: Creating the Learning Organization*, New York: Free Press.

8) Alexander, C. [1964], *Notes on the Synthesis of Form*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press. (稲葉武司訳 [1978], 『形の合成に関するノート』鹿島出版会)

9) Henderson, R., and Clark, K. B. [1990], "Architectural Innovation: The Reconfiguration of Existing Product Technologies and the Failure of Established Firms," *Administrative Science Quarterly* 35 9-30.

10) 佐伯靖雄「イノベーション研究における製品アーキテクチャ論の系譜と課題」『立命館経営学』第47巻 第1号 2008年5月。P.136を参照。

フランスのワインやチーズ、ドイツやイタリアの家具や宝飾品、超高級スポーツカーなどはみな手工業的生産スタイルによっている。品質は最高だが、価格も最高になる。一般大衆市場には向かない製造技術である¹¹⁾。

一般大衆向けの標準品は、イギリスで興った産業革命とその後のアメリカにおける大量生産技術によって量産された。単純大量生産の生産スタイルは、重要予測に基づき、規格化された標準製品を大量に生産する。組み立てられる製品は、互換性部品の使用によって、安価で大量に生産される。組立て作業は、要素に分解され、標準作業に定式化され、単純繰り返し作業から成り立つ。単純作業の遂行のため、大量の未熟練労働者が雇用され、簡単な職場訓練の後、組立て生産に従事した。ブルーカラーの単純作業を統制するために集権的管理機構が形成され、権威主義的カルチャーが生まれた。巨大なピラミッド構造を持った大量生産企業は、高度に発達した官僚主義の組織文化を発達させた¹²⁾。

2-3. 産業におけるアメリカ発モジュール化の誕生

モジュラー生産は、単純大量生産モデルから分岐し、発展した技術である。1960年代アメリカのIBMによるシステム/360の開発により生まれた¹³⁾。このアーキテクチャタイプでは、経営諸機能を標準化し、そのユニットの間の接続面（インターフェイス）をオープン・アーキテクチャによって設計するシステムの総称である。同様に、製造プロセスも、一つ一つの製造ユニットが標準的な設計思想で作られていて、ユニット間の結合方式は規格化されたインターフェイスによってデザインされている。したがって、個々の部品やコンポーネント（機構部品）、サブアッセンブリ（下位部分の組立て）は「オープン・モジュール」として設計され、コモディティー（標準的中間製

11) 安室憲一『徹底検証中国企業の競争力：「世界の工場」のビジネスモデル』日本経済新聞社 2003年。P.61を参照。

12) 同上。

13) 池田信夫『情報技術と組織のアーキテクチャ：モジュール化の経済学』NTT出版 2005年。

品)として大量に市販される。したがって、モジュラー生産方式では、経営機能の一部やモジュール類を内製化せず、外部から調達するというアウトソーシングの戦略が広範囲に活用される¹⁴⁾。

単純大量生産方式は、フォードのT型がその典型であったように、垂直統合によりすべての原材料・部品を内製化する戦略（垂直統合戦略）を志向する場合が多かった。他方、モジュラー型生産では、モジュールの利用により、広範なグローバル性を獲得し、どのようなシステムとも連結できる普遍性を志向する。前者が巨大な垂直統合型企業を目指したのに対して、後者は外部資源依存型のネットワーク企業を志向している。前者は後にハイアラーキー型の官僚制組織文化を持つが、後者は開かれた平等主義的組織文化を志向する。同じ大量生産型とはいえ、ビジネスモデルとしては異種の形態である。

モジュラー型生産は、大量生産の遺伝子を引き継いでいるので、単純大量生産モデルと同様の欠点を持っている。モジュラー型生産では、製品やサービスは標準化された経営機能やモジュールの組合せから構成されるので、製品やサービスそれ自体にユニークな特色を持たせることが困難である。したがって、製品差異化が困難であり、低価格が魅力の商品になりがちである。

強みとしては、製品やサービスがオープン・アーキテクチャでデザインされているので、（同じアーキテクチャを採用する）どのシステムとも接続が可能である。また、高性能のモジュールが開発されれば、それを取り込むことで製品の性能を飛躍的に高めることができる。つまり、ネットワーク性能に優れている。したがって、世界中の部品会社やサービス提供会社からモジュールやソフトウェアを調達できる。いわゆる電子商取引やサプライチェーンを作りやすい生産方式といえることができる。

14) モジュラー生産について、下記の文献を参照。

①青木昌彦 安藤晴彦編『モジュール化：新しい産業アーキテクチャの本質』東洋経済新報社 2002年。

②池田信夫『情報技術と組織のアーキテクチャ：モジュール化の経済学』NTT出版 2005年。

モジュラー型生産では、製品企画を行う会社は製品やサービスの全体設計は行うが、原則的に各モジュールの設計については関与しない。したがって、部品業者との共同開発を前提とした「手の込んだ設計」が困難であるため、消費者の感動を呼び起こすような「見事なデザイン」の「コンパクト製品」は望み難い。しかも、製品設計そのものが「リダンダンシー」（必要以上の処理能力や余剰能力）を前提に作られるため、不格好で無駄の多い製品になりがちである。つまり、様々なモジュールをインターフェイスの共有によって接続するために、各モジュールのキャパシティーにかなりの余裕を見込んでおかないとシステムが機能しない恐れがある。市販のモジュールは、あらかじめモジュール同士の相性や同期性を緻密に擦り合わせ、調整して作られてはいない。製品設計の際に相当程度のリダンダンシーを織り込まないと、ソフトが走らず、あるいは、システムが動かない場合が出てくる。「リダンダンシー」（無駄の許容）は、モジュラー生産の不可欠な前提である。日本風の「無駄なし設計」とは逆の発想である¹⁵⁾。

3. アーキテクチャ論の変化からみた中国製造業

3-1. 現代におけるアーキテクチャ論の台頭

現代におけるアーキテクチャ論は、ウルリッチが提唱したアーキテクチャについての最も重要な知見であり、製品のコンポーネント間機能的相互関係の在り方であるアーキテクチャ特性は、インテグラル（擦り合わせ）型とモジュラー（組合せ）型の2種類に分けられた¹⁶⁾。またウルリッチは、製品アーキテクチャの違いによって製品開発を行う組織やプロセスが変わることにも留意している。モジュラー型である場合は、個別コンポーネントごとに独立・併行となり、インテグラル型の場合は、開発組織は各コンポーネントの担当部門から横断的に人を集めたプロジェクト型、あるいはマトリックス

15) 安室憲一『徹底検証中国企業の競争力：「世界の工場」のビジネスモデル』日本経済新聞社 2003年。P. 65 参照。

16) Ulrich, K. T. [1995], "The Role of Product Architecture in the Manufacturing Firm", Research Policy 24 419-440.

型の組織になるとする。すなわちモジュラー化は社内の各コンポーネント部門を独立化させ、インテグラル化は各部門を結合化させる影響を及ぼす¹⁷⁾。

日本製造業の台頭とともに、現代において世界で一躍注目されたのは、インテグラル型（統合型）生産である。インテグラル型（統合型）生産は垂直統合型の大量生産システムから進化したアーキテクチャであり、主にトヨタをはじめとする日本企業によって開発された。

統合型の設計思想は、システムの普遍性よりも、製品やサービスの差別化を重視する。統合型生産は、一企業ないし企業グループの内部で親密な人的ネットワークを形成し、無数に発達した非公式なコミュニケーション・ルートを利用して経営諸機能を調整し、同時並行的に製品開発を進めていく。製造工程は機能的に細分化せず、工程間の接続面（インターフェイス）も標準化しない。製造工程には、地場の中小企業の生産システムが複雑に取り込まれ、それ自体が機能的融合体となっている。大規模な組立て加工企業を中心に、グループ内でのみ通用するインターフェイスが作られ、それがグループ企業の結束に役立っている。

電子商取引の仕組みも、グループ内だけで通用する設計になっていて、他社のシステムとの連結は意図されていない。部品・コンポーネントは、基本的に「純正部品」やクローズド・モジュール（グループ内でのみ通用）として設計され、意図的に他社との代替性・接続可能性が回避されている。ビジネス間の電子商取引（B2B）のようなオープンな調達システムに参加することが難しい¹⁸⁾。

インテグラル型の強み¹⁹⁾は、その独特な設計思想に基づく差異的特徴を持ったオリジナルな製品・サービスの提供にある。インテグラル型の設計

17) 同上。

18) 安藤晴彦 元橋一之『日本経済競争力の構想：スピード時代に挑むモジュール化戦略』日本経済新聞社 2002年。

19) インテグラル型の強みについて、下記の文献を参照。

① 藤本隆宏『日本のもの造り哲学』日本経済新聞社 2004年。

② 藤本隆宏 中沢孝夫編『グローバル化と日本のものづくり』放送大学教育振興会 2011年。

は、開発段階から徹底的に無駄を排除（リダンダンシーの削減）し、考え抜かれた微細設計を志向する。製品ごとに部品・コンポーネントを開発し、逐一図面を起こしていく。開発された部品を付き合わせ、不具合を発見しては、更に設計を変更する。こうして、現在の技術レベルで実現可能な最高の設計、凝った仕様の製品を誇りとする企業文化を持つ。

究極の設計、最高の品質・性能を目指す理由は、常に最高の顧客満足を追求し、妥協を許さない企業理念のためである。特に、機能とデザインが共に重視されるファッショナブルな製品、人命に直結する製品やサービス、例えば、ファッション性の強いコンピュータやオーディオ機器、カメラや携帯電話など、電子機器、ファッショナブルなバイク、安全性・経済性・環境性能を重視した乗用車、医療機器、医薬品、食品加工などでは、インテグラル型の設計思想が優位性を保っている。

現在インテグラル型生産が支配する領域は、技術進歩により、次第に限定されていくと思われる。このため「日本のモノづくり」の特徴であるインテグラル型生産の強みは組立て加工部門よりも、部品やモジュールの開発・設計、生産の方向に移行すると見られる²⁰⁾。この分野では、モジュール内部の微細設計、他のモジュールとの同調性、特殊なソフトの組み込み、耐熱・耐震性、軽量・コンパクト、経済性・省エネ効果、安全性、環境負荷の軽減、リサイクル可能など、様々な特性を最大限に満たさなければならない。超レベルのモジュールの生産が、インテグラル型技術が最大の力を発揮する分野である。こうして、日本の生産のアーキテクトは、組立て加工部門よりも、その前工程に当たる部品やモジュールの開発・設計、及び後工程のアプリケーションソフトの開発に向かうことになる。

日本インテグラル型のアーキテクチャに貢献した藤本の理論によれば、インテグラル型生産スタイルは、日本の組織能力に合う一番理想な生産スタイル

20) 藤本隆宏『日本のもの造り哲学』日本経済新聞社 2004年。

藤本隆宏 中沢孝夫編『グローバル化と日本のものづくり』放送大学教育振興会 2011年。

ルとされる。歴史的に長期雇用・長期取引のシステムを形成してきた戦後日本企業の得意技は、概してインテグレーション（統合）、例えば部品設計の微妙な相互調整、開発と生産の連携、一貫した工程管理、サプライヤーとの濃密なコミュニケーション、顧客インターフェイスの質の確保などであった。自動車や小型家電に限らず、こうした「擦り合わせ能力」や「まとまりの良さ」が競争力に直結する製品では、日本企業の国際競争力は強く、日本のモノづくりはインテグラル型を続けるべきだとする。世界の製造業に、日本発インテグラル型生産は世界一の日本技術を生み出したというメッセージを伝えた²¹⁾。

3-2. アーキテクチャ論に当面する課題と中国への影響

アーキテクチャ論について、日本において近年いろいろな変化が出てきた。日本インテグラル型生産唯一論の基盤が動き始めたのである。まず、中川功一は、アーキテクチャ特性は十数年程度の時間経過の中でゆっくり変化したり、かなり頻繁に起こったりもする、としている²²⁾。また、沼上幹は、「ものづくり」は太古以来「組合せ」と「擦り合わせ」に相互予定的に依拠しており、モジュラーはアメリカ、インテグラルあるいは擦り合わせは日本という議論が奇妙だ²³⁾とする。さらに、10数年前より、ファインはコンピュータと自転車産業の研究から、モジュラー型とインテグラル型のアーキテクチャの転換概念を提起し、製品アーキテクチャは歴史的に両方のアーキテクチャ間を変化し続けてきたこと、またそれに伴いインテグラル型のアーキテクチャでは垂直統合型の構造が、モジュラー型のアーキテクチャでは垂直分業型の構造が選択されることなどを主張した²⁴⁾。

21) 同上。

22) 中川功一『技術革新のマネジメント』有斐閣 2011年。

23) 沼上幹「議論のためのノート『経営学の貢献と反省：サブテーマⅡ 事業論』」（経営学史学会第20回記念全国大会統一論題討論者コメント 2012年5月26日、明治大学駿河台校舎）『経営学史学会第20回記念全国大会予稿集』PP.1～5。

24) Fine, C. H. [1998], *Clockspeed: Winning Industry Control in the Age of Temporary Advantage*, MA: Perseus Books. (小幡照雄訳 [1999], 『サプライ

2010 年以後、佐伯靖雄 [2012] の研究により、自動車の電子制御部品等の組み込みシステムは、インテグラル型とモジュラー型双方の特徴を併せ持つ、「ハイブリッド型アーキテクチャ」²⁵⁾であることが提起された。「ハイブリッド型アーキテクチャ」とは、製品を構成する諸要素およびそれらの開発を行う組織について、同一階層における構成要素間の構造—機能間の対応関係が、インテグラル型とモジュラー型との双方の特徴を併せ持つこと、と定義されている。通常、人工物は理論上の完全なインテグラルと完全なモジュラーとを両極としたスペクトル上に配置され、その中間形態は無数にあるとされる。しかしながら、組み込みシステムは単一のスペクトル上に配置することができず、要素技術ごとに複数のスペクトル上に跨ることになる。この条件に該当する人工物には、設計論理が異なる複数の要素技術が製品内および組織内に混在している。このような折衷的な製品および組織のアーキテクチャを提起するにあたり、「多重システム」²⁶⁾の概念を援用する。

「ハイブリッド型アーキテクチャ」の概念はまだ新しく、理論的にさらに詳しい検証が必要である。しかし、日本国内においても、長年主流であったインテグラル型が進化し、多様なアーキテクチャが誕生しつつあることを証明する可能性が出てきたと言えるだろう。

近年急成長を見せた中国製造業は、生産面及び輸出面での量の拡大に加えて、比較的労働集約的な繊維産業から比較的技術集約的な機械産業に至るまで国際競争力を向上させている。中国企業が成長した背景には、中国政府の

チェーン・デザイン』日経BP)

25) 佐伯靖雄『自動車の電動化・電子化とサプライヤー・システム』晃洋書房 2012 年。PP. 153-167 を参照。

26) 青島 [1997] は、「システムの性質がその構成要素間の相互依存性によって特徴づけられるとするなら、統合アーキテクチャをもった製品とはそれ自身複数のシステムを内包している『多重システム』ととらえることができる」とし、多重システムを把握する上でシステム分化と要素分化とを提示した。前者は製品システム観ごとに（もしくはそれを反映した部品の機能別・性能別）タスクを分割するものであり、後者は部品の物理的構成要素別にタスクを分割するものである。同様の議論は植田 [2001] にも見られる。植田は、「システム化とモジュール化はいずれも既存の部品の統合を意味するが、一般にシステムは機能を中心とした統合、モジュール化は物理的な範囲を中心とした統合と考えられる」と述べている。

政策だけではなく、アーキテクチャ特性の変化に乗れたことがあるのではないかと私は考えている。

1980 年頃から、中国企業は市場ニーズに応じて消費財工業中心に転換、先進国の技術を積極的に導入し始め、労働集約手工業生産を形成した。技術レベルは古典的手工レベル、初級の技術導入段階であった。生産特徴は粗製乱造の生産であったため、技術がほとんど要らない労働集約的な繊維産業が成長した。

また、導入技術の国産化時期 1990 年代に入ると、第 7 次 5 年計画により導入された技術国産化の促進で、企業間の競争は次第に激しくなり、政府の関与は弱まって、製品の普及率は急速に高まった。その頃から、先進国においても、カラーテレビや、洗濯機冷蔵庫など、家電製品のアーキテクチャはインテグラル型から成熟したモジュラー型に変化した²⁷⁾。その影響で、①単純大量生産を形成、②特に中国家電産業における製品供給は日本家電メーカーの買手市場に転換・中国で垂直非統合型・労働集約モジュラー型を形成した。技術レベルは初級「模倣段階」で、特徴は安い賃金・単純な組立てであった。

さらに、2000 年以降グローバル化への移行期に入って、「以市場換技術」政策により、ハイテク関連分野の外資企業による 100% 出資の独資企業が増えてきた。しかし、このことは中国企業の外国技術への依存性をもたらし、R&D 経費投入を避ける傾向を生み出し、疑似オープン・モジュラー型を形成した²⁸⁾。技術レベルは「模倣段階」技術の模倣乱用であった。特徴は知的所有権の無視で、残念ながら、日本の 1950 年代のように外国技術の模倣や技術導入を主とする段階であった。

しかし、その「模倣段階」技術を持つ中国企業は、中国国内市場ニーズの一部と同じレベルの新興国市場へ輸出するため、先進国で未開発のモジュ

27) 中川功一『技術革新のマネジメント』有斐閣 2011 年。P.9 と第 3 章参照。

28) 藤本隆宏 新宅純二郎編『中国製造業のアーキテクチャ分析』東洋経済新報社 2005 年。

ラー型生産の製品を自分の力で開発し、市場ニーズに合う成熟したモジュラー製品を進化させた。

2005年12月に中国中央経済工作会议において胡錦濤総書記は“科学技術自主創新の推進を全部の科学技術工作の突出した位置におくこと”，また，“構造調整を推進し，国際競争力向上を中心環節とすることを堅持せよ”と強い口調で述べ，そこに中国政府の焦りが見えた。強い成長志向の中，中国の製造業はどう成長していくか？現状分析を中心に技術導入から自主技術創新へ（2005年末～）技術レベルは「コピー」から「リバース・エンジニアリング」へ変化，改良型イノベーションへ成長する兆しが見えた。特徴は，脱外国技術の模倣や技術導入を主とする段階に入ったことである。

中国においては，インテグラル型生産システムは不可能だと多くの学者から指摘された。その根拠は，アーキテクチャについてはモジュラー型とインテグラル型で求められる組織能力が違い，中国企業の組織には固有の組織文化があり，どちらかと言えばモジュラー型に求められる組織能力を持つめとされた。

しかし，近年の沼上らの考えにあるように，歴史的にみると，「ものづくり」は太古以来「組み合わせ」と「擦り合わせ」に相互予定的に依拠してきた。組織能力もその時代の環境から変化していく。藤本も，日本における現在の組織能力の形成は戦後の日本から形成されたものと検討した。中国は深い歴史を持つ国である。ある一時点の状況から，人や物のすべての可能性を否定する主張は妥当であろうか？

3-3. 中国製造業におけるアーキテクチャの現状

1990年代半ばからWTO加盟に備えるため，中央政府は産業・企業に対する監督部門や規制内容を次第に縮小し，撤廃していった。産業政策は，市場保護から競争促進の方向に転換し，製品の輸入関税も次第に下がり始めた。企業体制の改革が深化し，所有制の多元化，公有制の在り方の多様化も認められた。関税の撤廃や市場の開放に伴って，多国籍企業が積極的に中国に進

出し、中国国内市場の競争が一層にグローバル化していった²⁹⁾。

中国では、ダイナミックな経済成長によって国民の生活費収入が年々増えている。このことは国民生活水準の向上をもたらすと同時に、衣食などの生活の基本条件さえ保障されない「貧困人口」の減少に大きく役立っている。(1978年から1995年の間、全国農村の貧困人口は2.5億から6,500万人に減少し、世界貧困人口に占める割合は4分の1から20分の1までに低下した。)

しかし、その一方、市場メカニズムの働きにより、収入配分の過程における様々なアンバランスが生じ、「市場経済の悪弊」、「社会安定を崩す隠然たる要素」のデメリットとして捉えられるケースも多い。だが、次世代の消費を索引する消費階層形成の面においては、プラス評価もある。中国政府の期待は、富裕層の消費水準が中間層の消費水準を牽引し、さらに中間層の消費水準が低所得層の消費水準を牽引することによって、市場経済の定着を目指していくところにあった³⁰⁾。

1998年から政府は国営企業の所有制度改革、銀行改革、行政改革という3大改革を実行し始めた。労働雇用の自由、経済発展の更なる加速に伴う労働集約モジュラー生産システムの形成により、農村から都市への大量の人口が移動し、1995年から都市の人口は毎年2,000万人ずつ増え続けた。都市と農村では一人当たりの所得格差が実質6倍あり、都市の人口の増加は国内消費を刺激する大きな要素と見られた。国民全体の収入が増えると同時に、沿海地区の都市には1990年代半ばから「中産階級」という一部富裕層（ニューリッチ）が形成され、次第に拡大している。これら新しい消費階層は、従来の都市の消費スタイルを大きく変えようとしている³¹⁾。

日本、欧米、韓国などの家電メーカーが中国に進出し、中国企業間でも激しいシェア争いが起き、値下げ合戦が繰り返された。それまで中国企業はテ

29) 安室憲一『徹底検証中国企業の競争力：「世界の工場」のビジネスモデル』日本経済新聞社 2003年。

30) 劉敬文『中国消費革命』日刊工業新聞社 1997年。PP. 130～153を参照。

31) 中兼和津次『歴史的視野からみた現代中国経済』東洋文庫 2010年。

レビメーカーならテレビだけしか作っていなかったが、有力メーカーは国内での合併を繰り返して総合家電メーカーに成長していった。企業の合併や淘汰が進んだことで、メーカーの数もかなり絞られてきた。ハイアール、TCL、ギャランツなどは競争を勝ち残り、2000年以後からアジアや南米などへの海外投資も活発に行っている³²⁾。

家電製品の普及も一層進み、2005年時点ではカラーテレビが都市部では135%（一家に2台以上持つ家庭も増えてきた）、農村部では84%、冷蔵庫が都市部では91%、農村部では20%となっている。農村部にはまだ普及の余地が大きいものの、電力価格が高いため、特に電力消費の多い家電製品は鈍い伸びにとどまっている。

2003年には、世界のDVDプレーヤーの88%、ルームエアコンの46%、電子レンジの42%、ブラウン管テレビの41%が中国で製造されている。1990年代前半、国内市場で信頼を失った家電メーカーの製品は、1990年代後半になると中国の主要な輸出品となっている。中国メーカーは台頭した。その要因は、生産管理能力向上による品質向上、生産規模拡大によるコスト低減、販売網やサービス網の構築の3つだが、それ以上に重要なのは中国メーカーの急速なキャッチ・アップを可能にした産業構造の変化である。つまり、時間とコストをかけて自ら基幹部品を開発するよりも、外資系の有力メーカーや安いメーカーの部品・模倣部品を組み合わせることで消費者の需要に合った製品を手早く開発した方がいいという考えで生まれた産業構造である（このような構造は、やがて、のちに海外のアーキテクチャ論者たちによって疑似オープン・アーキテクチャと呼ばれ、アーキテクチャ議論の中に位置付けて論じられることとなる）。

国際的視点から見ると、経済のグローバル化が深く進行するに従って、全世界の産業分業の新体系と国際生産ネットワークが速やかに形成され、世界

32) WTOに加盟後中国企業海外投資の活発化について、下記の文献を参照。

①魯桐『WTO与中国企業国際化』中共中央党校出版社 2000年。

②天野論文 大木博巳編『中国企業の国際化戦略：「走出去」政策と主要7社の新興市場開拓』ジェトロ（日本貿易振興機構）2007年。

の産業分業は水平分業から垂直分業に発展し、グローバル産業も出現し、研究・開発、生産、仕入れなどの産業リンケージが世界的範囲で形成される³³⁾。産業転換も産業リンケージ転換の新たな特徴を呈する。世界の産業分業システムの再構築プロセスにおいて、多国籍企業が主導的かつ支配的地位に立つ³⁴⁾。

多数の多国籍企業は、金融危機の影響を受け、危機以前の急速な拡張から収縮的調整に転じた。多国籍企業の中でも、特に、研究・開発のアウトソーシング、設計のアウトソーシング、マーケティングのアウトソーシングサービスの企業が生存と発展の苦境に立たされたことは、国際化にモデルチェンジ中の中国企業に大きな機会を提供した。つまり、中国の産業構造は、中国企業がM&A等の方法の利用で国際資源の比較的高い階層を統合し、不足していたハード資源（自然資源）とソフト資源（技術、ブランド、マーケティングルート等）を得て産業の生産システムチェンジ、グレードアップを実現することによって調整されたのである³⁵⁾。

中国国内から見ると、消費構造のグレードアップ（収入増加とともに進化する消費階層の顕在化）および都市化の加速は、中国経済の内生的成長力である。この内生的成長構造は、金融危機の影響変化を受けて変わるものではなく、工業化と都市化の進行が依然として持続しており、第12次5か年計画以降もしばらくの間、中国経済が早い成長を実現する基礎でありかつ前提となるものである。

2008年頃から先進国でも注目する中国の富裕層の成長とともに、彼らのニーズへの対応も必要になる。また、中国の多国籍企業においてはハイアールやレノボのように先進国への進出もあり、製品を差別化し富裕層に対応可能な製品も提供しないと成長できない。そのため近年、製造業のアーキテク

33) 範建亭『中国の産業発展と国際分業：対中投資と技術移転の検証』風行社 2004年。

34) ジェトロ（日本貿易振興機構）編『韓国・中国企業の欧米市場戦略』ジェトロ（日本貿易振興機構）2007年。

35) 木村福成 丸屋豊二 石川幸一編『東アジア国際分業と中国』ジェトロ（日本貿易振興会）2002年。

チャはクローズド・インテグラル型へ変化の兆しがある³⁶⁾。その兆しを象徴するのが、2011年の中国家電大手ハイアールによる三洋電機の冷蔵庫・洗濯機事業の買収であった。同じ2011年、NECのパソコン事業が中国パソコン大手のレノボと合併事業となり、事実上レノボの傘下に移った。日本企業は概して経営困難に陥っていたため、中国企業による買収が経営建て直しのきっかけになるものとして歓迎され、また、中国企業は、日本企業の技術ないしノウハウの取得を目的としているため、買収後に従業員の離反を招かないよう旧来のブランドや経営方法を尊重し、自分にはないものを身につけようと戦略的行動をしている³⁷⁾。

現時点2013年において、大きく分けて3つの消費顧客層に対応するため、中国製造業においては、中国国内市場において、アーキテクチャの多角化を進めていると考えられる。しかし、現時点の実力条件においては、利益を追求するあまり、「不適切」な技術成長により長期的な技術成長の可能性を失うかもしれない。

4. 終わりに—多様なアーキテクチャ選択戦略の可能性

アーキテクチャは時の経過によって変化する。ファインは、コンピュータと自動車産業の研究から、製品アーキテクチャは歴史的に両方のアーキテクチャ間を変化し続けてきたこと、また、それに伴いインテグラル型のアーキテクチャでは垂直統合型の構造が、モジュラー型のアーキテクチャでは垂直分業型の構造が選択されることを提起した³⁸⁾。また、中川功一の研究により、アーキテクチャ特性は十数年程度の時間経過の中でゆっくり変化した

36) 藤本は、アーキテクチャがダイナミックに移行することの背景に、「アーキテクチャを決めるのは究極的には顧客である」という考え方があることを指摘している。「変化や多様性を好む顧客はモジュラー型製品を、統合性や洗練性を好む顧客はインテグラル型製品を好む傾向がある」。藤本 [2002], P. 31 参照。

37) 服部健治 丸山知雄編『日中関係史 1972-2012 II 経済』東京大学出版会 2012年。

38) Fine, H. C. Clockspeed: Winning Industry Control in the Age of Temporary Advantage, Reading Perseus Books. 1998年。

り、かなり頻繁に起こったりもすることも分かった³⁹⁾。

国際競争や国際分業の進展とともに、その国の比較優位は強化される⁴⁰⁾。藤本・天野・新宅のアーキテクチャに基づく比較優位と国際分業の研究では、企業は自社の組織能力や自国の能力構築の環境との相性の良いアーキテクチャ分野を伸ばし、相性の悪い分野については相性の良い外国企業の組織能力や能力構築の環境を有効活用する方法を模索することが提唱された。それは、先進国のインテグラル型アーキテクチャ特性傾向が強い日本企業の発展中心戦略になった⁴¹⁾。

なぜ日本企業はそのような方法を模索することになったのであろうか？この特性差が国際的な分業にも変化を及ぼす。クローズド領域では、新規参入が起きにくく付加価値が集中し、差別化のための暗黙的知識やノウハウまたは企業能力蓄積のブラックボックスとして機能するため、先進国企業が競争力を発揮しやすくなる。特に、中核部品の高い技術能力が必要な領域では、参入企業が限られるため、付加価値が集中して期待利益率が高くなる傾向にある。技術蓄積の大きい先進国既存企業は十分に差別化した部品を提供し、新興国新規参入企業に対して競争優位を発揮することができる⁴²⁾。したがって、多数の日本の学者は、クローズド領域が先進国企業にとっての生存領域になると考えている。

2009年以降、機械運輸設備など資本集約型の輸出も急速に増加した中国では、製造業において資本集約型製品の大部分が、中核となる部品を輸入して加工、組立を行った上で輸出する加工貿易方式を取っている。輸出製品の国内付加率及び技術価値が、おしなべて低いということである。中国の輸入が世界市場に占める割合も顕著に上昇し、世界の機械運輸設備産業の成長に貢献していることは、主要輸入元の日本と韓国が国際的に長期にわたり機械

39) 平松茂実『モジュール化グローバル経営論』学文社 2011年。

40) 新宅純二郎 天野倫文編『ものづくりの国際経営戦略：アジアの産業地理学』有斐閣 2009年。PP. 13, 16を参照。

41) 藤本隆宏 中沢孝夫編『グローバル化と日本のものづくり』放送大学教育振興会 2011年。

42) 渡部俊也編『グローバルビジネス戦略』白桃書房 2011年。

類製品の高い市場シェアを維持しているからも理解できる⁴³⁾。

しかし、近年の中国を見ると、従来の比較優位は顕著に弱まり、二度の5カ年計画の期間に、従来の比較優位を継承しつつ新たな優位を実現することで、国家競争における優位を確立しなければならない状況下に置かれている。

中国企業の国際経験は、競争優位のグレードアップのプロセスにとって「陥穽」がある。対応が悪ければ、従来の比較優位を放棄することとなり、グレードアップの「渋滞」を解決しうる方策を失い、経済を劣勢に陥らせることを示している。これはラテンアメリカ国家に多い先例である。その他の発展途上国と比較すると、中国はイノベーションなどの分野で一定の優位性を持っているが、現在は中間の位置にあって、両方に配慮していくことを迫られていると言えるであろう。その一方とは、イノベーションを核心能力とする新たな競争の優位性を形成するよう努めることである。もう一方とは、あらゆる手を尽くして既存の競争優位を維持することである。

2004年以後、中国は「世界の工場」の終焉を迎え、「世界の市場」へ変貌しつつある。生産・販売共に世界最大へと急成長した中国では、米欧日韓の主要な製造業が現地資本との合併によって参入しており、熾烈な競争が続けている。一国にこれだけの数の外資系企業が進出している例は他には無い。ある意味で、中国市場のありようはグローバル競争の縮図と捉えることができる。

多くの中国企業は「走出去」⁴⁴⁾の政策戦略で短期利益を得て、急成長がで

43) 中国国家統計局編『中国統計年鑑各年版』中国統計出版社。

44) 「走出去」は1999年、中国政府が海外投資を推進したことにより始まる。中国政府と中国国際貿易促進委員会は、中国企業が中国市場及び海外市場で発展するための国際的戦略を支持する政策を打ち出した。海外への投資に消極的であるのに対し、中国は外資導入と海外への投資拡大に積極的である。走出去戦略の略称として「走出去」と呼ぶ。

中国が「走出去」を行う主因は以下の三つである。

1. 中国の巨額の外貨準備高。これにより、人民元は切り上げ圧力にさらされており、国際世論は変動相場制の採用を要求している。巨額の外貨準備を有効に活用するために、中国は海外の優良資産を購入している。

きたが、2013年現在の中国国内市場の競争においては、ただ1990年代のように政府の保護貿易主義政策に頼るだけでは、もう生き残れない。中国企業は、自分で生き残るため、企業自身の経営戦略や製造技術などの力を強化しないと行けない。

本論文では、まずアーキテクチャ論の理論的変遷から着目し、アーキテクチャ論の変化を述べながら、アーキテクチャの視点から中国製造業の現状を検討した。そのうえで、今後中国製造業が生き残るためのアーキテクチャ選択戦略について考察した。その結果、中国製造業は、多様な国内消費者ニーズの進化を追いかねばならないため、アーキテクチャの選択戦略として、もはや単純に一つだけ選択するのではなく、多様な選択をする段階に来ていると考えられた。

(む・きん／経営学研究科博士後期課程／2013年12月2日受理)

2. 中国が改革開放を実施、2001年には世界貿易機関に加入したことにより、市場開放が進んだ。その結果、世界の優良企業が中国市場に参入すると中国政府は予想した。そこで、中国企業が海外から先進的な技術や経営ノウハウを学ぶことで中国企業が、競争に生き残れるようにするため。

3. 中国が世界トップクラスの企業を持つべきだという、国家の威信。
政策の主要なポイントは以下の五つである。

1. 中国の直接対外投資の増加
2. 製品の多様化
3. プロジェクトの質の改善
4. 中国市場における融資チャネルの改善
5. EU及び米国市場における、中国企業のブランドの向上

魯桐『WTO与中国企業国際化』中共中央党校出版社 2000年。

天野倫文 大木博巳編『中国企業の国際化戦略：「走出去」政策と主要7社の新興市場開拓』ジェトロ（日本貿易振興機構）2007年。

丸川知雄編『中国産業ハンドブック 2001-2002年版』蒼蒼社 2000年。

Analysis of Chinese Manufacturing Industry
from the Perspective of Changing Architecture Theories
— Possibilities of Diversified Strategic Choices of Architecture —

MU Xin

The purpose of this essay is to make clear the possibilities of diversified strategic choices of architecture in the contemporary manufacturing industry in China. Main discussions are in the following three points.

First: How was the step-by-step change of architecture theories ?

Second: The present conditions of the manufacturing industry judging from the viewpoint of the architecture in China.

Third: Are there possibilities of diversified alternative strategies of architecture ?

日本におけるコーポレート・ガバナンス論の批判的検討

—— 会社自体論的思考を基盤として ——

黒 川 秀 子

目次

序論 本論文の問題意識、目的、概要

第1部 コーポレート・ガバナンス論の展開

第1章 前段階としての企業支配論

第1節 アメリカにおける企業支配論の展開

第2節 日本における企業支配論の展開

(以上、第55巻1・2合併号まで)

第3節 会社自体論の構想—片岡信之『現代企業の所有と支配』

第2章 コーポレート・ガバナンス論の活発化

第1節 新自由主義の台頭とコーポレート・ガバナンス論

(以下、次号以降に続く)

第2節 日本におけるコーポレート・ガバナンス論の展開

第3節 日本における議論の問題点

第2部 日本のコーポレート・ガバナンス論の問題点

第3章 株主所有の前提

第1節 株主型コーポレート・ガバナンス論と法学的誤謬

第2節 利害関係者型コーポレート・ガバナンス論と会社法理

第3節 現代における株式所有の意味

第4章 経営者支配の前提

第1節 企業支配論以来の経営者像

第2節 管理的所有の浸透と組織・人事

キーワード：会社自体論、所有概念の再検討、疎外の論理、会社自体の自律化、新自由主義

- 第3節 特殊管理労働者としての経営者
- 第3部 会社自体論的思考とコーポレート・ガバナンス論
 - 第5章 日本のコーポレート・ガバナンス論の問題点克服
 - 第1節 法改正による法と実態の乖離解消
 - 第2節 責任主体としての会社自体概念の確立
 - 第3節 普遍性と特殊性の視点と多様性の容認
 - 第6章 日本のコーポレート・ガバナンス論の課題
 - 第1節 社外取締役制度と監査役制度の問題
 - 第2節 内部統制と情報開示の問題
 - 第3節 会社自体論的思考とコーポレート・ガバナンス論
- 結論 コーポレート・ガバナンス論における会社自体論的思考の意義

第1部 コーポレート・ガバナンス論の展開

第1章 前段階としての企業支配論

第3節 会社自体論の構想—片岡信之『現代企業の所有と支配』

(1) 片岡信之『現代企業の所有と支配—株式所有論から管理的所有論へ—』¹⁾

片岡の企業支配論は、会社自体説的経営者支配論の一つとされる²⁾が、単純な経営者支配論とは一線を画すものである。まず、法的所有権に囚われた所有概念を見直すことによって、株式所有論次元と管理論・組織論次元の所有論の統一的体系化の必要性を提起する。そして、株式会社というものに、その自立化・自律化と人間疎外の究極を認める。そのうえで、経営者をも現実資本の価値増殖要請に規定される特殊な賃金・管理労働者にすぎないと喝破した理論なのである。

それゆえ、本論文においては、他の会社自体説的経営者支配論と区別するため、片岡の企業支配論を特に「会社自体論」とする。以下、その企業支配論の集大成である『現代企業の所有と支配—株式所有論から管理的所有論

1) 片岡信之(1992)『現代企業の所有と支配—株式所有論から管理的所有論へ』白桃書房。

2) 片岡自身、自らを、スウィーザー、北原勇、植竹晃久、篠原三郎、有井行夫とともに、会社自体説的経営者支配論の系譜に位置づけている。(片岡信之(2011)「第6章 現代の経営体」片岡編著『要説経営学【新版】』89頁。)

へ』を概観する。

●「はしがき」(平成4(1992)年1月付)³⁾：

「本書が取り扱う内容は、現代企業（特に日本のそれ）における所有と支配の理論的把握の方法、基礎理論である。」⁴⁾で始まり、第1章から第4章までの概要を提示した後、副題にある管理的所有論の視点を説く。

「本書を通読されればわかるように、従来の拙著⁵⁾と同じく、本書は資本主義と集権的社会主義の双方に対して批判的スタンスをとっている。(略)労働者による生産手段の主体的管理・支配こそが大切なのである。所有するとはこのような内実をこそ意味するのであって、単なる法制的・形式的帰属関係のみのことではないのである。本書が資本主義企業に関して述べた《株主権的所有論から管理論的所有論へ》のテーゼはこの意味で、スターリン主義的社会主義批判の論理と共通するものである。」⁶⁾

集権的社会主義における「組織の失敗」と、集権的社会主義に対する相対的優位性はあったが利益第一主義、効率第一主義と批判される否定的現象を伴う資本主義における「市場の失敗」をふまえ、今後の社会は、市場と組織(ないし管理)と民主主義の組み合わせとなり、組み合わせの選択の仕方は、(所有概念を法的レベルに狭く限定して理解しない限り)まさに所有・支配の問題であり、ここでも管理論的所有論の視点が必要である。

「本書で示した企業内重層構造のスケッチ(第2章第1節ほか)において、個別資本が根底に置かれていることは、その上に立つ企業の総体的構造が個別資本運動の制約を逃れえないことを暗示している。専門経営者が株式所有とどのような関係に立とうと、彼は本質的に個別資本(現実資本)運動の効率的運用者であることをやめることはできない。(略)利潤追求をさけては通れない企業(個別資本)と公的コントロールとのせめぎあいの中で、

3) 前掲書, i-v 頁。

4) 同上書, i 頁。

5) 篠原, 片岡(1972)『批判的経営学』同文館出版。/片岡(1973)『経営経済学の基礎理論—唯物史観と経営経済学—』千倉書房。

6) 前掲書, iii 頁。

客観的な形で最適なミックスに制御をしようる構造（私と公の共生構造）をつくってゆく以外に道はないのである。（略）また、企業内構造では「会社の機関」（法的構造）と現実資本運動との構造化形態（経済的形態）とが相対的に独立なものとして区別され、さらに所有の分割、物象的支配形態の様相が概念的に暗示されている。意思決定権限の分割・委譲、影響力の実態などの具体的解明と改善を通じて企業内民主主義を前進させること、このことはとりもなおさず本書という管理論的所有論の内容そのものである。」⁷⁾

●「第1章 基礎的考察」⁸⁾：

「Ⅰ 現代資本主義における企業」：

税の仕組みが会社形態に有利に出来ているがゆえに日本には約200万の会社があるが、市場占有率、収益性において大きな位置を占めているのは一握りの巨大企業であり、「本書がとりあげるのは、この現代大企業における所有と支配の理論的把握の方法である」⁹⁾。

「Ⅱ 物象的依存構造としての資本主義—疎外の論理—」：

資本主義社会が、人間労働の結果としての生産物だけでなく人間の労働力そのものも商品化した、商品生産の最高の発展段階であり、ここでは、社会的生産諸関係における人格的相互依存関係（商品所有者、資本家、賃労働者たちの相互関係）が物象的相互依存関係（商品、資本、労賃の市場的諸関係）を通じてあらわれ、それは疎外の論理を内包したものである。「ここで「疎外」というのは、人間が、自分でつくったモノ・生みだしたモノにより逆に規制・支配され、人間が非人間化され、みすばらしい存在になっていく」という程の意味で、「自己疎外」と同義において用いている」¹⁰⁾。所有と経営の分離・経営者支配といわれる現象の存在と、企業が依然として資本運動であることの両者を統一的にうまく説明する論理としては、物象化論・疎外論の論理が最も説得的である。

7) 同上書，iv頁。

8) 同上書，1-29頁。

9) 同上書，5頁。

10) 同上書，7頁。

「Ⅲ 所有とは何か—所有概念の再検討—」:

「経営学の分野では、所有というただちに株式所有にひきつけてイメージされることが多いのであるが、所有の概念は、元来、それよりは広義かつ根源的なものである。(略) 所有問題の解明は、生産・交換・分配・消費などの経済活動での現実の所有・非所有問題の解明であるほかない。」¹¹⁾

このような問題意識から所有をとらえようとする試みとして、平田清明、吉田民人の所有論を挙げ、後者の所有と管理についての見解—所有客体に対する一定の自律的な関係行為の可能性の集合を「所有」、現実の関係行為そのものの集合を「管理」とする—を経営学においても有効な分析視点・分析用具になりうるのではないかと(「①従来から経営学において見られた株式所有論次元を中心とする企業論的(企業形態論的)所有・支配論と、②従来は単なる管理論として(所有論としての自覚的位置づけをなされないままで)展開されてきた管理としての所有論(意思決定、地位、権力、威信など)、の両者を、うまく統一的な所有論として体系化し、区別と関連においてとらえうる可能性がそこに存在すると思われるからである。」¹²⁾)と、評価している。

「付論 スターリン主義的所有論の陥穽」:(略)

●「第2章 個別資本運動の重層的構造化としての企業」¹³⁾

「Ⅰ 個別資本・組織・管理・管理技術・企業上部構造」:

資本主義社会が資本という物象的運動を根底に置く社会であると同様に、企業も個別資本運動が根底にあり、それとの関連で組織や管理を考察する必要がある。

「企業の生産諸関係の重層的構造は、まず基底に物象としての個別資本運動があり、これに伴う企業組織が生まれ、その中核的要因として管理活動(→構造化されれば管理組織)があり、管理活動の中心的要因は管理技術やカンである(略)。個別資本運動が、資本論理次元での疎外と組織論理次元

11) 同上書、14-16頁。

12) 同上書、18頁。

13) 同上書、1-29頁。

での疎外の両者をもたらしめているといえるのである。(略) こうした重層的な「企業の生産諸関係」(個別資本諸機能が構造された運動体)が経営学の研究対象となる。」¹⁴⁾

「Ⅱ 株式会社の成立と資本概念の分化」

経営学で、通常、企業形態論や資本調達論の展開として論じられる信用制度と株式会社の発展に関連させて、資本概念の分化について論述する。「その結果、現実資本と擬制資本、自己資本と他人資本、機能資本と所有資本(貨幣資本、利子生み資本)のいずれの視点からしても、①かつての企業と現代企業とでは事情が大きく異なっていること、②出資者による企業の人格的支配から、企業自体による出資者管理へと逆転してゆく構造があること、すなわち、物象的構造=企業(企業資本)の自立性の強化、出資者の企業からの疎外がみられるようになったこと、がわかった」¹⁵⁾。

●「第3章 現代企業の所有と支配」¹⁶⁾

「Ⅰ 会社自体による現実資本の所有—それを促進する諸要因—」:

「本章の課題は、会社による所有と株主による所有との「所有の二重性」において、後者の形骸化をさぐっていくことである。」¹⁷⁾

会社自体による現実資本所有の促進要因として、3つが挙げられる。第1は、株式会社における信用基礎の人的要因(出資者)から物的要因(資本金等)への移行による自己資本の株主中心から会社中心への転換である(自己資本の「自己」が株主から会社自体になる)。第2は、証券市場の発展と企業の自己金融能力の高まりによる株主(出資者)の相対化、企業外部的利害者集団化である。第3は、貸付資本(債権者資本)の紐帯の弛緩である。

「Ⅱ 現代企業の所有・支配構造の特徴」:

《会社自体による現実資本の自律的所有》の進んだ企業の特徴が、12点列挙される。

14) 同上書, 40-42 頁。

15) 同上書, 67 頁。

16) 同上書, 77-155 頁。

17) 同上書, 77 頁。

①利潤はすべて企業家（投資家）のものとする観念から、利潤は企業自体のものであるとする観念への移行。（企業利潤の観念の前提には、企業実体の存在が認められており、企業で利用されているすべての企業資本（自己資本＋他人資本）、すなわち総資本の効率的運用が最重要となる。）

②内部金融傾向の定着とその巨額化。

③創業者利得、企業者利得の帰属の変化。

④株主の軽視、外部利害者集団化の傾向。会社自体の立場からすれば、株主の配当金は資金コストであり、蓄積力の減少である。配当は、企業活動の成果＝利潤の確定後に出資者（株主）が主体的にその分配を決定するのではなく、経営者によって利子と同じくコストと観念され予定され、株主総会で形式的に決議される¹⁸⁾。

⑤「会社の機関」とされている法的レベルでの構造（株主総会、取締役会）と企業自体の経済レベルでの構造（現実資本運動の構造化された協働体系）との分離。：

「かつては資本機能という物象の人格化は個人機能資本家（自然人としての機能資本家）であった。株式会社化は少くとも形の上で、「資本の人格化」を法人の形で完成する。（略）現実運動構造の自律化がすすむにつれて、実質上においても、個人機能資本家が現実資本の人格化であることはますます少なくなってくる。個人機能資本家にかわって、彼の行っていた支配・管理業務を分業的に遂行する管理組織とそこに配置される多くの経営者・管理者群があらわれる（略）。現実資本の価値循環の上に構造化され形成される（経済構造としての）会社自体の中に、従来の個人機能資本家の機能が吸収され構造化されるのである。これが現代企業における管理機能のあらわれ方なのである。このような変化については、既に幾人かの論者¹⁹⁾によって、《会社

18) さらに、現行会社法では、一部の株式会社においては、定款で定めることで剰余金の配当等を取締役会で決定することが可能である。

19) 前掲書、134頁・注(30)において、北原勇、富森虔児、植竹晃久、森杲、篠原三郎、有井行夫、村田稔、岩田巖雄・高橋昭三、バラン・スウィージーとその著作・論文が挙げられている。

それ自体の資本家化」等として先駆的に指摘されてきたところである。」

現代企業でかつての個人資本家に相当するものが会社自体になっても、現実資本は会社自体の私的所有権に属し、現実資本運動において価値増殖過程が否定されるわけでもない。

資本主義経済下では剰余価値の増大が最大目的であり、現実資本を誰が所有しようと企業は個別資本運動であることをやめない。

現行法が現実資本を直接人格化する法的技術をもたないために、専門経営者の雇用は会社所有者に擬制された総株主＝株主総会が雇って委任する、という廻り道をする。この法人擬制説に立つ現行法の論理では、株式会社は人の結合（社團）であり、法人格は法技術上の擬制であり、会社は会社財産の擬制的所有者であり、株主が会社財産の真の所有者である、となる。しかし、経済的実体としては法人実在説から導かれる通り、株式会社は現実資本の現象形態であり、法人格は現実資本の人格化であり、会社こそは会社財産の真の所有者であり、株主は会社財産の擬制的所有者である。

⑥資本機能の構造化（制度化）に関連しての専門的経営者・管理者層の量的増大と自律的支配力の強化。：

所有の二重化（株主は擬制資本を所有し、会社自体は現実資本を所有する）状況の中で、両所有を形式論理的に統合する工夫（受託機関として法制化された取締役会の地位につく取締役を株主総会で決定し、取締役会から代表取締役はか現実資本の運用者を決定する）が法的擬制としてなされ、これにしたがう限り、取締役会は総株主の受託者であり彼らの最大利益のため奉仕すべき存在である。

しかし、「今日の企業における取締役専制は株主の受託者（株主の代表）」という点に実質的基礎を置くものではなく、会社自体（現実資本）を代表しそれに忠誠をつくしているのである。代表取締役をはじめ「企業最高幹部」の力の源泉は、彼らの個人的能力もさることながら、それ以上に本質的には、会社自体が会社財産の所有者であり、経済的行為主体であり、企業幹部の雇用者であるという点に存在するといつてよい。会社に雇われて、現実資

本の合理的・組織的運用を行うことこそ彼らの存在理由と権力の源泉なのである。」²⁰⁾

「企業意思は、本質的には、株主総会によって与えられるのではなく、現実資本自体によって与えられる（略）という有井行夫や篠原三郎の所説を私は共有するものであるが、この視座からすれば株主総会は会社にとっては外在的なもの²¹⁾であり、むしろ他の外部利害者集団と同様に影響力のひとつになっているといった方が実態に近いであろう。」²²⁾

「現代企業の経営者は、資本機能が構造化された形態たる経営管理組織に重層的に配置され、各部署で資本機能を分担しているのである。この意味で、経営者・管理者の権力基盤は、根源的には現実資本自体にあるとしなければならない。」²³⁾

⑦所有の統一的（包括的）概念の分解と多元化：

「もともと資本家の完全包括的所有の契機であった意思決定・管理は、今や経営者から一般従業員にいたる各レベルの労働者たちに分割されており、各労働者は自分に与えられた責任と権限の範囲内では一定の自律性をもちつつ行動しているのである。この場合、各労働者は一定の範囲の意思決定・管理を事実として掌握しているのであって、その限りにおいて、それを占有し、所有しているといえるのである。」²⁴⁾

「現代企業の所有構造は、単一主体による包括的・排他的な管理権的所有（＝支配）や株主権的所有というよりも、多くの多重的部分主体である不完全所有・分割所有の多重的合算的総体としてあらわれているのである。」²⁵⁾

⑧経営管理権的所有領域の株主権的所有領域に対する有意性の増大。

20) 同上書、92 頁。

21) 商法学者による画期的著作、松井秀征（2010）『株主総会制度の基礎理論：なぜ株主総会は必要なのか』有斐閣、の結論は「株主総会というのは一組織体としての総会であれ、会議体としてのそれであれ—あってもなくてもよいものなのである。」（408 頁）であった。

22) 前掲書、92 頁。

23) 同上書、93-94 頁。

24) 同上書、106 頁。

25) 同上書、107 頁。

⑨企業（個別資本）の価値増殖目的の変化と多くの行動目標の連鎖への分化：

伝統的ミクロ経済学において企業目的は株主利益極大化とはほぼ等値され、また、株主の富は所有株式の価値で表現されるとして企業目的を株式価値最大化（株価極大化）とする見方もあったが、所有と経営の分離を前提とする現代株式会社においては疑問視される。

しかし、「経営者革命」が現代大企業の利潤追求主義（個別資本の価値増殖）から他の目的に変質させる契機となったとも言えない。

⑩専門経営者の性格—《制度としての機能資本家》《本源的には管理労働者》。

⑪組織・管理の意義、位置の飛躍的増大。（組織の論理、資本の論理の両者の統一関連による把握の必要性を説く。）

⑫会社自体の株主化：

1950年代後半以後、機関株主所有が顕著になった。機関投資家は、投資対象株の投資収益率に不満があれば株式を売却する傾向が強い（ウォール・ストリート・ルール）とされていた。しかし、大量株売却に困難がある場合は、会社経営層に直接影響力を行使することもありえ、現実資本運動への関与も生じうる。だが、それは株式投資収益率目的との関連からの影響力行使であり、現実資本（会社）における継続の一貫的包括的な意思決定や管理（利潤獲得＝所有活動）ではない。一方、非金融事業会社が行う株式取得によるM&Aや系列化等の目的は、自社業績の短期・長期的改善にある。

この機関投資家の純投資と事業会社のM&Aの2タイプへの分岐は、株式会社自体に内包されていた自益権と共益権、あるいは支配証券の両側面が、それぞれ外在化され、別々のものとして自立し、純化されたものと見ることができる。

奥村宏と正木久司の企業支配論について、前者は「会社自体による所有」の立場をせつかくうちだしながら、所有を株式所有に収斂させることで現実資本の人格化面＝経営管理・組織面の視点や自社に対する経営者の自律的支配の視点を軽視することになり、後者は経営者に視点をおき、その能力や組織上の地位を強調し、組織論からの考察の必要性を説いているが、経営者の

存在根拠・支配根拠が現実資本そのものから発していることの理論化が不十分である、とする。近代法的所有権の建前の論理に則り、株式所有を根拠として企業支配を論ずれば、直接に大株主所有者ではない専門経営者の権力の「正当性」の説明に困難が生じ、両説のような説明になる。両説に共通するのは株式所有構造次元の所有概念への囚われであるが、従来のほとんどの経営学者や経済学者がそうであり、むしろ両説は従来の枠内では最良の達成といえよう。

専門経営者の権力の根拠・「正当性」（彼の支配・権力が正当なものとして社内外で承認、許容、行使される根拠）は、第1次的には、彼が現実資本運動の効率の運用責任者である点に由来する。株式所有者であること、株式相互持ち合いによる支援、個人的能力や地位の社会からの評価、等は、せいぜい「正当性」の第2次的根拠でありうるにすぎない。

●「第4章 三戸公著『自由と必然—わが経営学の探求』を評す—批判にこたえつつ—」：(略)

●「要約」：(次項で検討)

以上が『現代企業の所有と支配』の概要である。

むろん片岡の理論に対して批判もある。これらに対して片岡自身からも反批判がなされているが、以下では、批判の検証を通じて片岡の理論を浮き彫りにしその特長を確認する。

(2) 批判の検証

片岡の理論に対する批判の主なものとして、村田和彦と中村共一によるものがあるが、ここでは前者を取り上げる。(後者に関しては、後の章でふれる予定である。)

村田『企業支配の経営学』の「第5章 会社それ自体支配説の検討(2) —片岡信之の企業支配論の研究—」²⁶⁾における批判に対して、片岡が回答した²⁷⁾

26) 村田和彦(2006)『企業支配の経営学』中央経済社、275-297頁。

27) 片岡(2009)「現代企業の所有・支配・ガバナンス—村田和彦教授の批判に応える(1)」『桃山学院大学経済経営論集』第51巻第1号、59-81頁。／片岡(2010)「現代企業の所有・支配・ガバナンス—村田和彦教授の批判に応える(2)」『桃山

形になっている。

まず、両者の企業支配に関する主張を確認する。

片岡の主張を、『現代企業の所有と支配』の「要約」部分²⁸⁾から概観する。

①資本主義社会は、経済諸関係が物象的依存関係としてあらわれる社会システムである。この物象的依存構造をなす生産諸関係は、生産当事者の労働の外化・疎外されたものとして、自立化した運動である資本運動の軌跡をもつ。企業自体は、個別資本運動を根底にすえ、個別資本—組織—管理—企業上部構造の形で相互基底的な重層的構造をなす。

②株式会社は、有限責任制、会社機関の存在、永続性などの特徴のため、物的会社化し、法人性の意義を十全に発揮しうようになり、現実資本と擬制資本への資本の二重化による出資者の現実資本からの外化が生じる。二重化が進行し、株主は現実資本に対する形式的な「所有名義」を有するだけになり、現実資本（会社自体）の運動から疎外された存在となる。「自己資本」の「自己」は「株主」から「会社自体」を意味するものとなり、株式を含む外部資本より、内部金融による内部資本が重要な意味をもつようになる。

③資本家の利潤追求の物的手段であった企業が、出資者と乖離し、出資者による企業の人格的管理から、企業自体による出資者（株主）管理への逆転も生ずる。よって、株式所有側面のみ分析（例：株主総会での議決権保有率）では企業支配の実態把握に不十分である。大株主が機能資本家で一般株主は無機能資本家とする思考は、方法論的に転倒している。

④自立した現実資本運動としての現代企業の特徴（(1)利潤・負債の位置付け変化、(2)内部金融の定着と巨額化、(3)創業者・企業者利得の企業外流出から企業内留保化、(4)株主軽視・外部利害集団化、(5)会社の法的機関構造と経済的構造の乖離、(6)資本運営機能の個人資本家から会社管理機構への転移、(7)株式所有の法人化と会社自体の株主化、(8)専門的経営者層の量的・自立的支配力の増大、(9)所有概念の多元化と支配構造看取の不透明化、(10)株

学院大学経済経営論集』第51巻第2号、179-211頁。

28) 片岡、前掲書、183-188頁。

主権的所有領域に対する経営管理件的所有領域の比重拡大, (11)本質的な企業目的, 経営目的たる現実資本価値増殖以外の多様な目的の登場, (12)会社代表者, 法人意思と現実資本機能の担い手, 特殊賃金労働者としての専門経営者, (13)組織・管理の重要化) が出現する。

⑤「会社機関」(株主総会, 取締役会等)は現実資本運動に必須ではない。しかし, 現行法が現実資本を直接に人格化する法技術を持たないため, 株主総会を「株主の総意による会社意思決定機関」と法的擬制することで, 株主総会→取締役会→代表取締役の流れで専門経営者の法的・形式的正当性を裏打ちするために必要とされる。

⑥経営学では, 現実資本運動における動的な所有の総体(生産, 販売, 組織, 管理)こそ重視されるべきで, 「所有」を法的所有権にひきつける理解方法は誤っている。所有と支配の問題は, 株式所有論次元の所有論と, 管理論・組織論次元の所有論との区別と関連をふまえた広義の所有論次元から, 統一的に体系化されなす必要がある。

村田の主張を, 企業支配に関する7説(小松章, スコット, ハーマン, 北原勇, 片岡信之, 宮崎義一, プレア)を検討した『企業支配の経営学』の結章部分²⁹⁾から, 概観する。

①「支配」の概念について。

7説のうち, 「管理」行為, 「意思決定」行為, 「ビジネス・リーダーシップ」と理解するものがハーマン, 北原, 片岡で, 「制約」, 「経営者の任免」, 「経営者の監督」と理解するものが小松, スコット, 宮崎, プレアである。

自らは「支配」を, 「管理」・「経営」・「意思決定」・「ビジネス・リーダーシップ」職能を担当する経営者を「制約」する行為, なかなく「経営者の任免」とする。藻利重隆に従って, 企業の最高管理を直接担当する行為である「直接管理」ではなく, 「直接管理者」としての経営者を任命することで間接的に企業管理を担当する行為である「間接管理」を, 「支配」と概念規定する。

29) 村田, 前掲書, 419-432頁。

これは、「所有と支配」研究領域の発見者兼開拓者であるバーリ＝ミーンズの規定とも即応する。ただし、彼らは「支配」を「経営者の選任」としたうえで、現実には次期取締役選出を現経営者が行うことを根拠に「経営者支配」を主張した。だが、こうした事態も、主要相対的大株主の許容があるから可能なのである。

「経営者の任免」のうち、「任命」に関しては株主が経営者に代行させうるから「経営」に含めて、「経営者の解任」のみを「支配」とする小松章の主張に与する。

②今日の株式会社の「支配者」について。

「株主」支配の根拠は「株主」が株式の所有者であること、「会社それ自体」支配の根拠は「会社それ自体」が会社の結合資本・現実資本の所有者であると解されること、「従業員」支配の根拠は「従業員」が競争優位の源泉としての「人的資本」所有者であること、とされており、このかぎりでは7説すべて「所有者支配」を論ずるものといえる。

今日の株式会社の支配者は、直接的支配形態においては「固有の利害を有する個々の分散した相対的非個人大株主を構成員とする株主連合体」であり、小松の言うように必ずしも「互いにすすんで一体的行動をとりうるような主体ではない」。しかし、共通の株主利害が経営者に侵害される異常事態が発現する場合には、株主総会および取締役会を活用し、結束して、少数持株支配を通じ、経営者の更迭にたちあがる存在である。

③企業の支配形態の変化について。

特定個人大株主による「過半数持株支配」と「少数持株支配」が見い出されにくく、支配者がつきとめにくくなっている。それに代わって、スコットが「複数株主利害の星座状連関」と称した、相対的非個人大株主連合体による「少数持株支配」が発現をみている。

④企業支配の形態変化の推進力について。

競争的市場構造から独占的市場構造への変化、株主の機関化、企業の競争優位の源泉の変化、「内部資金」活用能力をもった人材配置促進が可能な支

配機構確立の必要性、の4つが挙げられる。

⑤企業の支配形態の作用について。

支配形態が変化しても、支配者たる株主集団の一般的利害の経営者への要求は、「企業に留保されて、自己資本のうちに追加される内部留保利潤をできるかぎり極大化すること」³⁰⁾である。

「使用価値の生産を介した価値の創出」という企業活動を経営者に託すとともに、この企業活動のために必要な資本の中核部分を自ら率先して提供した上で、期待に反する企業活動をした経営者は、これを更迭する株主集団、当該企業の存続と発展を自己の関心事とし、当該企業と一体的・定着的関係にある、一群の「資本提供者」（中核株主）こそが、現代の株式会社企業の支配者であり、こうした支配者の期待の枠の中で、経営活動に従事することを託された存在が経営者」³¹⁾である。

ここから、村田が片岡の問題点とした5点と、それに対する片岡の回答から、両者の主張を比較検討する。

(1)「管理的所有論」概念について。

村田は支配者を（自然人）大株主、「所有」を株式所有、「支配」を「間接管理」と規定し、「間接管理」の正当性の基礎は、時々社会に固有の法的所有秩序にもとめられる」³²⁾とする。そして、片岡の「管理的所有論」概念を、「管理職位」を設計し、この「管理職位」に人間を配置する行為こそが、「支配」行為であり、この行為を行うもののみを限定して、「支配者」として把握し、この「支配」行為こそ、「所有」の内実として把握すべき」³³⁾と批判した。

片岡は「現代企業ではかつての企業の完全包括的所有から分化し、大きく分けて株主権的所有論（株式の所有：基本的に擬制資本運動の世界につながる）と経営管理的所有論（会社財産の所有：現実資本運動の世界）とでも呼

30) 同上書、428頁。

31) 同上書、432頁。

32) 同上書、288頁。

33) 同上書、289頁。

ぶべき二大領域を成立させたこと、両者が相互に相対的に独立な関係にあることを述べたうえで、経営管理権的所有論の具体的様相を述べた」と回答した。

(2)「疎外された存在」としての株主について。

村田は、片岡が指摘した株主の現実資本（会社自体）からの疎外に対して、「特定大株主が株主総会という法的機構を利用して、現実資本の運用の仕方に対して、発言し、これを自己の意にそうものにしていく法的可能性が存在しているとするならば（略）疎外された存在では必ずしもない」³⁴⁾と批判した。

片岡は「株主は法的な意味でも会社財産（現実資本）の所有者ではない。会社財産は会社の所有に帰する」³⁵⁾し、「（私見からすれば、本質的に現実資本の所有者でないはずの大株主を）村田説は大株主（≡自然人大株主）に限っては本質的に現実資本を所有し、現実資本に対する支配力を一貫して持っている存在としてとらえ、現実資本の世界と株式所有（擬制資本所有の世界）とを区別と関連において把握していく視点が弱い」³⁶⁾と反批判した。

(3)機能資本家としての「会社自体」について。

村田は「「会社自体」はどのようにして、専門経営者を雇用し、経営組織の配置するのかについては、何ら明らかではない」³⁷⁾と批判した。

これに対して片岡は、法人概念の相違に根源のある法規定と経済的実態との齟齬に言及しながら、回答している。

法人擬制說的建前の延長線上で大株主が実質的な会社支配者であるという理屈が語られるが、実際は、所有の二重的分化のため、現代公開大企業では最重要意思決定の主体は株主から会社自体（そこでの経営をつかさどる管理機関や専門経営者群）に移り、企業内労働者に対する雇用・支配も会社自体の権力になっている。

34) 同上書，290 頁。

35) 片岡（2009），前掲論文，75 頁。

36) 同上論文，80 頁。

37) 村田，前掲書，291 頁。

専門経営者を雇用するのは、個別資本（現実資本）＝会社であって特定の自然人大株主ではない。「現在の法では現実資本を直接に人格化する法技術を持たないが故に、委任契約を結ぶ主体の形成は迂回した道をたどって行われる。会社が「雇う」（委任契約を結ぶ）ということは、形式的には、会社所有者に擬制された総株主＝株主総会が雇って委任することである。具体的には、株主総会→取締役会→全般経営者という、通常言われている手順での委任ということになる。特定自然人大株主が管理組織を作り、自分の意向に沿う人間を配置するという、村田教授の言われるイメージの手続きではないのである。」³⁸⁾

(4)「物象化・疎外論的視角」について。

村田は、物象化論・疎外論の視点に立脚する片岡の企業支配論は、管理組織を構築、管理職位を編成して非資本所有者を配置する具体的人間を問いうる次元ではなく、われわれには論理的限界をもつことを意味する、と批判した。

片岡は、(3)の法的建前（現行法が個別資本運動を直接的に人格化する法技術を持たないため）が、株主総会経由の委任契約としての経営者任命であるとし、「その法的建前の背後に、経営学が解明すべきものとして、個別資本運動からの直接的人格化としての経営者という実態がむしろ重要」である、とした。

(5)「所有・支配構造の変化」の推進力と作用について。

片岡の説く管理組織を通じた非人格的・物象的支配下で、どのような経過で否定的現象（利益第一主義、効率第一主義）が起こるのか。機能資本家が個人資本家である場合と会社自体である場合で、現れ方に違いがあるのか。個人資本家の「人格的支配」に「人間の意思や恣意の夾雑物」が含まれうるというのは論理的に矛盾し、否定的現象は、専門経営者の企業関係者利害解釈の誤りが原因と解釈していいのか。

村田のこれらの批判（疑問）に対して、片岡は、「専門経営者が利益第一主義、効率第一主義などに走らざるを得ないことの根源的な理由は、彼が個

38) 片岡（2010）、前掲論文、191頁。

別資本運動を機能させるべく構成された経営管理組織に配置され、その機能を果たすことを責務として背負っているからである。これが本質的なレベルでの回答³⁹⁾である、とした。

以上、片岡「(法人実在説的)会社自体論」とすれば、村田「(現行法墨守型)(法人擬制説的)大株主支配論」というべき主張の相違である。

片岡の主張の基底には、資本主義社会の「疎外の論理」(「物象化された世界」が人間の統制を超えた「物神」となり、人間が自分でつくったモノ・生みだしたモノにより逆に規制・支配され、非人間化され、みすばらしい存在になっていく)による把握がある。

村田の主張は、あくまで、自然人の意思と行動を重視し、自らの「支配」概念である「間接管理」の正当性を法的所有秩序にもとめている。

しかし、この主張は、会社形態論の初期段階で留まっている感を拭えず、現実の公開大会社の実態を把握しえていいのか疑問である。

「疎外の論理」を基底におくなかで、自然人の意思と行動を考えていくのでなければ、実態は把握できず、あくまで自然人を考える姿勢は、結局、無意味な「犯人捜し」にしかつながらないと考えられる。「所有」についても株式所有に偏っていて、組織・管理論的視点が希薄であるうえ、「支配」＝「間接管理」の正当性がその時々法的所有秩序にもとめられている。そうであれば、経営学(者)の必要性はたしてどこにあるのか。

要するに、片岡への批判には、今後の経営学に繋がる(資する)と思われるものが、見えないのである。

(3) 会社自体論の構想—所有概念の再検討、疎外の論理、会社自体の自律化

(1)(2)で確認したように、片岡の会社自体論における有意な特徴は、大きく、所有概念の再検討、疎外の論理、会社自体の自律化の3点にあるだろう。

●所有概念の再検討

実質的所有レベルでの所有ということが問題である。社会学における議論

39) 同上論文、202頁。

—所有客体に対する一定の自律的な関係行為の可能性の集合を「所有」、現実の関係行為そのものの集合を「管理」とする社会学上の一を経営学においても有効な分析視点・分析用具とする。従来から経営学において見られた株式所有論次元を中心とする企業論的（企業形態論的）所有・支配論と、従来は単なる管理論として（所有論としての自覚的位置づけをなされないまま）展開されてきた管理としての所有論（意思決定、地位、権力、威信など）、の両者を、うまく統一的な所有論として体系化し、区別と関連において考える。

●疎外の論理

株式会社は、有限責任制、会社機関の存在などの特徴によって、法人性の意義を十全に発揮しうようになる。現実資本と擬制資本への資本の二重化の進行に伴い、株主は、現実資本に対する形式的所有名義を有するにすぎないことが明確になり、現実資本（会社自体）の運動から疎外された存在となる。

●会社自体の自律化

上の資本の二重化の進行に伴い、法人化した会社自体は自律化する。

労働者は、この会社自体に雇われる。経営者も、会社に雇われて現実資本の合理的・組織的運用を行うことこそ彼らの存在理由と権力の源泉なのであり、現実資本の価値増殖要請に規定される特殊な賃金・管理労働者にすぎない。株主総会による取締役の任免は、現実資本を人格化する法技術が現在ないゆえの法的擬制である。

以上の点を、特に有意な特徴として、この理論をコーポレート・ガバナンス論の問題点の検討とその克服への模索に適用していくことにする。

第2章 コーポレート・ガバナンス論の活発化

本章では、コーポレート・ガバナンス論の活発化を新自由主義の台頭との関連で考察し、その潮流の一つとしての日本におけるコーポレート・ガバナンス論の展開を辿って再検討し、そこにある問題点を提示する。

第1節 新自由主義の台頭とコーポレート・ガバナンス論

(1) 新自由主義の台頭

新自由主義の台頭については、デヴィッド・ハーヴェイ『新自由主義—その歴史的展開と現在』⁴⁰⁾に端的な記載があるため、ごく一部分からであるが引用、参照する。

「未来の歴史家は、一九七八～八〇年を、世界の社会経済史における革命的な転換点とみなすかもしれない。」⁴¹⁾

中国で、1978年、鄧小平が共産党支配下の経済を自由化する最初の重大な一歩を踏み出した。イギリスで、1979年5月、マーガレット・サッチャーが首相に就任した。アメリカでは、1979年7月、ポール・ボルカーがFRB（連邦準備制度理事会）議長に就任し、金融政策の劇的変革を実行し、1980年には、ロナルド・レーガンが大統領に選出された。

「こうしたいくつかの震源地から、われわれを取り巻く世界の姿を一変させるような革命的な衝撃が広がり、その轟音を鳴り響かせたのである。」⁴²⁾

こうして、1970年代末から1980年代にかけて新自由主義は台頭した。ハーヴェイによれば、その思想的枠組みは、以下のようなものとして捉えられている。

「新自由主義とは何よりも、強力な私的所有権、自由市場、自由貿易を特徴とする制度的枠組みの範囲内で個々人の企業活動の自由とその能力とが無制約に発揮されることによって人類の富と福利が最も増大する、と主張する政治経済的実践の理論である。国家の役割は、こうした実践にふさわしい制度的枠組みを創出し維持することである。」⁴³⁾

その結果は、いかなるものになったか。

「一九七〇年代以降、政治および経済の実践と思想の両方において新自由

40) デヴィッド・ハーヴェイ、渡辺治監訳、森田成也・木下ちがや・大屋定晴・中村好孝訳（2007）『新自由主義—その歴史的展開と現在』作品社。（David Harvey (2005), *A Brief History of Neoliberalism*, Oxford University Press.）

41) 渡辺、他、同上訳書、009頁。

42) 渡辺、他、同上訳書、010頁。

43) 渡辺、他、同上訳書、010頁。

主義へのはっきりとした転換がいたるところで生じた。社会福祉の多くの領域から国家の撤退、規制緩和、民営化といった現象があまりにも一般的なものになった。(略) 要するに新自由主義は言説様式として支配的なものとなったのである。それは、われわれの多くが世界を解釈し生活し理解する常識に一体化してしまうほど、思考様式に深く浸透している。」⁴⁴⁾

なるほど、現在の自らを含む社会全体を顧みても、その浸透は明らかである。では、人々の常識レベルに至るまでの浸透は、どのようにしてなされたのだろうか。

ハーヴェイによれば、1970年代以降、アメリカビジネス界から、人々の考えを変えるための大学、学校、メディア、出版、法廷といった主要諸機関への攻勢が始まり、特に、大学は、新自由主義的テーマの繁殖のための豊かな土壌たる好機があるとして特段注意を払うべきとされた、という。このことは、コーポレート・ガバナンス論の展開について考察するにあたっても、心に留めておくべき問題である。

そして、新自由主義国家における社会的諸制度の役割は、こう述べられる。

「新自由主義国家は理論的には、強固な私的所有権や法の支配、自由に機能する市場や自由貿易の諸制度を重視している。これらは、個人の自由を保証するのに必要不可欠なものとみなされている社会的諸制度である。その法的枠組みは、市場における法的人格同士の自由な交渉による契約上の義務にもとづいている。」⁴⁵⁾

以上が、ハーヴェイに依る新自由主義の概略である。

1980年代のアメリカでは、経済成長率の停滞、インフレの恒常化、製品国際競争力の低下、双子の赤字（貿易赤字、財政赤字）拡大とドルの威信低下、等への対応策として、規制緩和を伴う小さな政府と市場主義的経済観を唱えるレーガノミクスと呼ばれる新自由主義政策が取られはじめた。

44) 渡辺、他、同上訳書、011頁。

45) 渡辺、他、同上訳書、094頁。

その過程で、M&A（合併・買収）が活発化したこと、また、この頃、持株比率が高くなりすぎてウォール・ストリート・ルールを適用できなくなった機関投資家からの圧力が、経営者に株価向上を強いることになった。

このような背景の下、1980年代のアメリカにおいてコーポレート・ガバナンス論は急速に活発化した。そして、それは、新自由主義的思考による「会社は株主のものである」という前提に立つ、株主型コーポレート・ガバナンス論に他ならなかったのである⁴⁶⁾。

（2）コーポレート・ガバナンス論の世界的伝播

このように、1980年代からアメリカで活発化したコーポレート・ガバナンス論は、1990年代には世界的に伝播した。コーポレート・ガバナンス改革は各国政府によって、経済政策の重要課題とされた。

イギリス⁴⁷⁾では、1980年代、サッチャー政権の下、金融サービス法（1986年）によって、金融市場が大幅に規制緩和され、大半の公有企業（石油、航空、通信、鉄道、郵便など）が民営化された。1995年に年金法、2000年に金融サービス法（SEC（米国証券取引委員会）を模した金融サービス局の創設）が制定された。

1990年代には、1980年代末から1990年代初頭の企業不祥事（株価操作、粉飾決算、脱税等）を受けて、ヨーロッパでは最も早期にコーポレート・ガバナンス改革に取り組んだ。証券取引所からの援助による1992年のキャドバリー報告から始まって、グリーンブリー報告、ハンベル報告、ターンプル報告、マイナス・レビュー、ヒッグス・レビュー、2003年のスミス・レビューまで、適宜報告がなされている。

46) 新自由主義と株主（至上主義）型コーポレート・ガバナンス論の関係については、片岡信之（2004）「株主至上主義型ガバナンス論とステイクホルダー型ガバナンス論」『龍谷大学経営学論集』44巻2号、1-11頁、に詳しい。

47) イギリスについては、出見世信之（2009）「第8章 イギリスのコーポレート・ガバナンスの特徴と課題」海道ノブチカ、風間信隆編著『現代社会を読む経営学 ⑤ コーポレート・ガバナンスと経営学—グローバル化下の変化と多様性—』ミネルヴァ書房、151-165頁を参照。

イギリスについては、従来、歴史的に株主至上主義の要因が存在する⁴⁸⁾という説明もなされていた。しかし、同じ1990年代、従来、ステークホルダー重視のガバナンス概念が強いとみなされていたドイツとフランスでも、好調なアメリカ経済を裏打ちするものの一つと考えられたアメリカ型ガバナンスに理想的にも実務的にも圧迫される形で、株主価値向上のための市場主義的コーポレート・ガバナンス改革が進んでいった。

ドイツ⁴⁹⁾では、1990年の東西ドイツ統一後、経済が混乱し、大企業の不祥事も多発した。企業不祥事の要因の1つである経営陣に対する監督能力の向上をめざして制定されたのが、1998年の「企業領域における監視と透明性に関する法」(KonTraG)であった。これをうけ、コーポレート・ガバナンス改革への動きは活発化し、そのねらいは経済効率性と倫理的正当性の向上による、ドイツ企業、ドイツ経済の復活を目指すところにあった。

フランス⁵⁰⁾は1990年代半ば、ヨーロッパにおいてイギリスに次いで(ドイツより早期に)コーポレート・ガバナンス改革に踏み切った。

1995年の第1次ヴィエノ報告「上場企業の取締役会」において、取締役の独立性基準の明確化、最低2人の独立取締役、経営者の自社株取得促進、取締役任期の6年から4年への短縮、等、画期的な改革勧告がなされた。翌1996年のマリニ報告では、取締役会長と最高経営責任者の分離を中心とした法改正を含む、会社法の現代化の提言がなされた。1999年の第2次ヴィエノ報告で、会長と最高経営責任者の兼務・分離の選択制、委員会における

48) 吉森賢(2009)「第3章 コーポレート・ガバナンスの基本理論(1)」吉森賢、齋藤正章編著『コーポレート・ガバナンス』放送大学教育振興会、47-51頁。

49) ドイツについて、吉森賢(2009)「第10章 日米欧の取締役会改革」吉森賢、齋藤正章編著『コーポレート・ガバナンス』放送大学教育振興会、148-153頁。／山縣正幸(2009)「第9章 ドイツのコーポレート・ガバナンスの特徴と課題」海道、風間編著『現代社会を読む経営学⑤ コーポレート・ガバナンスと経営学—グローバル化下の変化と多様性—』ミネルヴァ書房、166-186頁を参照。

50) フランスについて、吉森賢(2009)「第10章 日米欧の取締役会改革」吉森賢、齋藤正章編著『コーポレート・ガバナンス』放送大学教育振興会、153-157頁を参照。

独立取締役の割合、経営者報酬の開示などが提言された。(そのすべては2008年時点で遵守されている。)2002年の新経済規制法は、それまでの諸勧告の集大成の性格を有し、今日におけるフランスのコーポレート・ガバナンスを確立したとされる。

コーポレート・ガバナンス論は、バブル崩壊後の不況に悩み、日本的経営に対する疑問が浮かび始めた1990年代の日本⁵¹⁾にも、急速に広まっていった。

次節では、日本でコーポレート・ガバナンス論がどのように展開していったかを、諸学会における議論、著作、制度の変遷等を通して確認する。

(次号以降に続く)

(くろかわ・ひでこ／経営学研究科博士後期課程／2013年12月9日受理)

51) 「バブルがいったん崩壊してみれば、二〇世紀の後半、戦後復興から世界第二の経済大国へとわが国を導き、国際的地位を引き上げてきた一九五〇年型日本システムは、政府と官による強力な民間指導と監督、法による規制がその主柱であったこと、そしてこれがいつの間にか世界的な競争という環境の変化から乖離し、大競争時代を生き抜く力を失わせつつあることに、愕然としたのであった。」(酒巻俊雄監修、藤原祥二、藤原俊雄編著(2003)「はしがき」『商法大改正とコーポレート・ガバナンスの再構築』法律文化社、i頁。)

Critical Survey of Corporate Governance Theories in Japan

—— From the Standpoint of Real Entity Theory of Corporation ——

KUROKAWA Hideko

The corporate governance theory has been lively discussed since 1990s in Japan under the argument in America. Many measures were adopted toward enhancement of corporate governance along the discussions, to show us that they did not work in terms of efficient business performance and business morality.

Though the reason of inability or inadequacy of the measures could be ascribable to some causes, one of the most influential factors was in the misleading theoretical discussions of corporate governance. Therefore in this paper, I try to view the discussions in its entirety and reexamine the whole process and disputed points in this serial paper.

After the reexamination, I propose a new idea of governance along the real entity theory of corporation.

<研究ノート>

大学生の自律性と社会性の育成

——ゼミナールとクラブ・サークルを事例として——

信 夫 千佳子

1. はじめに

昨今、大卒学生を採用する企業側から「最近の大卒社員は、主体性がない、行動力がない、チームワーク力がない、学力が低い」などの声が聞かれるようになった。

このような産業界の評価に対して国や学会でも積極的な取り組みが始まっている。経済産業省では「社会人基礎力」（2006）と称して「前に踏み出す力」, 「考え抜く力」, 「チームで働く力」という3つの能力に分類し、提言を行なっている¹⁾。厚生労働省では「若年者就職基礎能力」（2006）と命名して「コミュニケーション能力」, 「職業人意識」, 「ビジネスマナー」, 「基礎学力」, 「資格取得」の5つの領域に分け、制度化した²⁾。文部科学省では「学士力」として「知識・理解」, 「汎用的技能」, 「態度・志向性」, 「統合的な学習経験と創造的思考力」という4つの領域を挙げている³⁾。

経営学、商学、会計学、経営情報学、経営工学などの教育問題を研究する

1) (財)経済産業調査会『「社会人基礎力に関する研究会」中間取りまとめ』『経済産業広報』No.15946, 2006年2月22日, 5～6頁。

2) 厚生労働省「厚生労働省における主な職業能力評価制度」（厚生労働省参考資料）2007年5月23日。この取り組みは、2012年に終了した。http://www.kantei.go.jp/jp/singi/seichou2/job/dai1/siryou4_2.pdf

3) 中央教育審議会「学士課程教育の構築に向けて」2008年12月24日, 12～13頁。
http://www.mext.go.jp/component/b_menu/shingi/toushin/_icsFiles/afieldfile/

キーワード：自律性、社会性、社会人基礎力、大学教育、ゼミナールとクラブ・サークル

ビジネス系教育会議・第26回大会（2009年8月8日～9日、桃山学院大学にて開催）では、「ビジネス系大学教育と社会人基礎力育成教育の接点と統合を考える—新しい教育のあり方を求めて—」という統一テーマのもと、「なぜいま社会人基礎力育成が必要とされるのか」⁴⁾、「和敬塾の共同生活を通じた人間形成」⁵⁾、経済産業省モデル事業採択事例、社会人基礎力受賞事例などの講演、「社会人基礎力養成教育をどうとらえ、進めるか」についてのフォーラムディスカッションなどにおいて活発に議論された⁶⁾。

本学でも、キャリア教育科目として「インターンシップ」、「キャリア・デザインⅠ・Ⅱ」、「企業人に学ぶ」等を導入し、学生の主体性や行動力などを高めようとしている。また、本学の経営学部では「実践教育による『社会人力』育成プログラム」（文部科学省・大学生の就業力育成支援事業）を導入した。また、「環境ビジネス実践」、「地域ビジネス実践」、「福祉ビジネス実践」などの実践系の正規科目を導入し、学生の行動力やチームワーク力などを高めている。このような正課の授業の他にも、本学キャリアセンターがキャリア形成や就職活動のために、「就職ガイダンス」、「マナー講座」、「筆記試験対策講座」、「エントリーシート作成講座」、「学内業界・企業研究会」、「自己PR作成講座」、「OB・OG交流会」等の各種講座を設けている。

本稿では、経済産業省などの調査データや若手社員の意見に基づき産業界のニーズを把握し、大学生自身が考える社会人観を概観した上で、大学教員はどのように大学生の自律性と社会性を育成してゆけばよいかについて検討する。

本稿では、自律性について「自分の意志で計画、実行、統制できる能力」、社会性について「社会の中でより良い人間関係を築くことができる能力」と定義する。

2008/12/26/1217067_001.pdf

- 4) 近畿経済産業局地域経済部・産業人材政策課長補佐 大西逸朗氏による基調講演。
- 5) 財団法人和敬塾専務理事 岩崎嘉夫氏による講演。
- 6) 詳細については、齊藤毅憲・佐々木恒夫・小山修・渡辺峻監修、全国ビジネス系大学教育会議編著『社会人基礎力の育成とビジネス系大学教育』学文社、2010

具体的な事例として、筆者が担当してきたゼミナール（専門演習）とクラブ・サークル（書道部とカフェサークル）を取り挙げる。これらが本学において自律性と社会性を高めるための代表的な事例というわけではない。あくまで筆者が直接担当する科目であって、講義関係の他の科目よりも学生の特質をより深く知る機会が多いからである。

2. 社会人として求められる能力

(1) 社会人基礎力—経済産業省「社会人基礎力に関する研究会」(2006) より—

近年、日本の産業界は、国内市場の成熟化やグローバル化によって、「新しい価値のある商品やサービスをいかに早く創り出すか」が問われるようになった⁷⁾。また、情報技術の進展による職場における単純作業の機械化に伴い、若年労働者に難度の高い仕事が任されるようになってきた⁸⁾。他方、家庭や地域社会の教育力の衰え、部活動や集団活動への参加率の低下により、学生が従来は自然に身につけてきたチームワーク力、実行力、課題発見力などの能力の低下やばらつきが見られるようになった⁹⁾。

このような若者を取り巻く社会環境の変化を踏まえ、経済産業省が産学官から有識者を集めた「社会人基礎力に関する研究会」を2005年7月から開催し、翌年2月には「社会人基礎力」について3つの能力と12の能力要素に分けて、具体的な内容、実現されるメリット、位置づけなどを提言している¹⁰⁾。

社会人基礎力の内容については、表1のとおり、「前に踏み出す力」、「考

年に報告されている。

- 7) 近畿経済産業局・地域経済部・産業人材政策課「なぜいま社会人基礎力育成が必要とされるのか—その意義と内容」全国四系列（経営学、商学、会計学、経営情報科学）教育会議第26回大会報告概要集、桃山学院大学、2009年8月8日、3頁。
- 8) 独立行政法人労働政策研究・研修機構「ビジネス・レーバー・モニター調査」（2004）では、「若年層の負荷内容」について、事業主による回答によれば、1位は仕事の質が高度化85.4%、2位は仕事の分量が増加44.2%、3位は精神的負荷の増大（メンタルヘルス）30.8%との結果であった（同上概要集、4頁）。
- 9) 経済産業省『今日から始める社会人基礎力の育成と評価—将来のニッポンを支える若者があふれ出す！—』角川学芸出版、2008年、2頁。
- 10) (財)経済産業調査会、前掲資料、5～6頁。

表1 社会人基礎力の能力要素

分類	能力要素	内容
前に踏み出す力 (アクション)	主体性	物事に進んで取り組む力 (例)指示を待つのではなく、自らやるべきことをみつけて積極的に取り組む。
	働きかけ力	他人に働きかけ巻き込む力 (例)「やろうじゃないか」と呼びかけ、目的に向かって周囲の人々を動かしていく。
	実行力	目的を設定し確実に行動する力 (例)いわれたことをやるだけでなく自ら目標を設定し、失敗を恐れず行動に移し、粘り強く取り組む。
考え抜く力 (シンキング)	課題発見力	現状を分析し目的や課題を明らかにする力 (例)目標に向かって、自ら「ここに問題があり、解決が必要だ」と提案する。
	計画力	課題の解決に向けたプロセスを明らかにし準備する力 (例)課題の解決に向けた複数のプロセスを明確にし、「その中で最善のものは何か」を検討し、それに向けた準備をする。
	創造力	新しい価値を生み出す力 (例)既存の発想にとらわれず、課題に対して新しい解決方法を考える。
チームで働く力 (チームワーク)	発信力	自分の意見をわかりやすく伝える力 (例)自分の意見をわかりやすく整理した上で、相手に理解してもらうように的確に伝える。
	傾聴力	相手の意見を丁寧に聞く力 (例)相手の話しやすい環境をつくり、適切なタイミングで質問するなど相手の意見を引き出す。
	柔軟性	意見の違いや立場の違いを理解する力 (例)自分のルールややり方に固執するのではなく、相手の意見や立場を尊重し理解する。
	状況把握力	自分と周囲の人々や物事との関係性を理解する力 (例)チームで仕事をするとき、自分がどのような役割を果たすべきかを理解する。
	規律性	社会のルールや人との約束を守る力 (例)状況に応じて、社会のルールに則って自らの発言や行動を適切に律する。
	ストレスコントロール力	ストレスの発生源に対応する力 (例)ストレスを感じることがあっても、成長の機会だとポジティブに捉えて肩の力を抜いて対応する。

出所) (財) 経済産業調査会「経済産業広報」No. 15946, 2006年2月22日, 5~6頁。

え抜く力」,「チームで働く力」の3つに分類し,12の能力要素に分けてその内容を分かりやすく次のように説明している¹¹⁾。

「前に踏み出す力」(アクション)は,一歩前に踏み出し,失敗しても粘り強く取り組む力である。実社会においては答えは一つに決まっていないので,試行錯誤しながら一歩前に踏み出す行動が求められるからである。「考え抜く力」(シンキング)は,疑問を持ち考え抜く力である。物事を改善していくためには,常に問題意識を持ち,課題解決のための方法やプロセスまで考え抜くことが必要であるからである。「チームで働く力」(チームワーク)は,多様な人とともに目標に向けて協力する力である。自分の意見を的確に伝え,メンバーの異なる意見や立場も尊重した上で,目標に向けて力を合わせていくことが必要だからである。

産業界,官僚,学界などのメンバーから構成された21名の有識者が総合的な視点からこのような提言を行なったことは,送り手である大学と受け手である産業界のマッチングから考えて意義深い取り組みであり,大学教育の展開の指針となろう。

(2)「自律性と社会性」と「社会人基礎力の能力要素」

次に,「自律性と社会性」と「社会人基礎力の3つの能力および12の能力要素」とは,表2のとおり関連づけることとする。自律性は,「前に踏み出す力」と「考え抜く力」でもあり,「主体性」,「働きかけ力」,「実行力」,「課題発見力」,「計画力」,「創造力」などの能力要素が適合する。社会性に関しては,「チームで働く力」でもあり,「発信力」,「傾聴力」,「柔軟性」,「状況把握力」,「規律性」,「ストレスコントロール力」などの能力要素が適合する。以下,自律性と社会性,および社会人基礎力の各能力要素を検討する。

11) 同上資料, 5~6 頁。

表2 「自律性と社会性」と「社会人基礎力の能力要素」

	分類	能力要素
自律性	前に踏み出す力 (アクション)	主体性
		働きかけ力
		実行力
	考える力 (シンキング)	課題発見力
		計画力
		創造力
社会性	チームで働く力 (チームワーク)	発信力
		傾聴力
		柔軟性
		状況把握力
		規律性
		ストレスコントロール力

(3) 産業界が求める人材

①産業界が求める社会人基礎力—経済産業省「企業の求める人材像調査」(2007)より—

2007年度の経済産業省の調査によれば、産業界では、ほぼすべての企業が、新卒社員の採用プロセスや入社後の人材育成において社会人基礎力を重視していると回答している。東証一部上場企業の97.4%、中堅・中小企業の93.2%の企業が社会人基礎力を重視している¹²⁾。

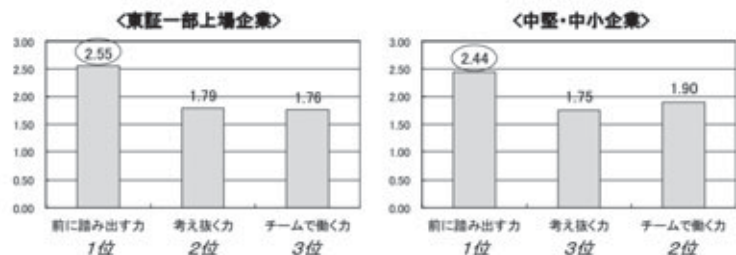
しかしながら、産業界が求める人材像を具体的に明確化し発信しているかどうかを見てみると、そのようにしている企業は、東証一部上場企業では72.7%となり、中堅・中小企業に至っては35.5%である¹³⁾。すべての企業が採用プロセスの中で自社の求める人材像を明確に表現しているとは言い難い。

12) 経済産業省「企業の『求める人材像』調査2007—社会人基礎力との関係—」2007年3月、3頁 (<http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/cyosa2007.pdf>)。同調査は財団法人企業活力研究所が実施したものである。調査方法は郵送方式、調査期間は2006年10月6日～10月27日、調査対象は東証一部上場企業1747社、中堅・中小企業は1968社、有効回答は684サンプルであった。

13) 同上資料、4頁。

次に、産業界が求める人材像と社会人基礎力の3つの能力について見てみよう(図1)。企業が求める人材像と社会人基礎力の3つの能力との関係の深さでは、1位を3点、2位を2点、3位を1点としたところ、東証一部上場企業は「前に踏み出す力」が2.55,「考え抜く力」が1.79,「チームで働く力」が1.76である。中堅・中小企業は「前に踏み出す力」が2.44で、「考え抜く力」が1.75,「チームで働く力」が1.90である。企業規模にかかわらず、企業は自律性の中の「前に踏み出す力」を重視していると見られ、中堅・中小企業は、社会性である「チームで働く力」を東証一部上場企業より重視する傾向がある。

図1 求める人材像と社会人基礎力の3つの能力と関係の深さ



※数値=得点の合計/回答企業数

(求める人材像との関係が深い能力の順位を回答。「1位を3点」、「2位を2点」、「3位を1点」として、能力ごとに得点を合計し、回答数で除した数値。)

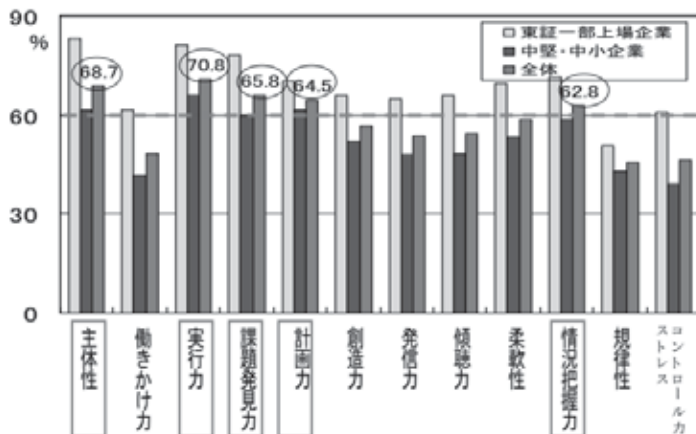
調査)財団法人企業活力研究所,2006年10月6日~10月27日。

出所)経済産業省「企業の『求める人材像』調査2007—社会人基礎力との関係—」2007年3月,5頁。

さらに、12の能力要素との関係は、図2のとおり、企業規模にかかわらず、「実行力」、「主体性」、「課題発見力」、「計画力」などの自律性、および社会性の中の「状況把握力」が関係深いとしている。東証一部上場企業では全ての能力について中堅・中小企業よりも高い比率である。

図3のとおり、若手社員に不足が見られる能力と社会人基礎力の3つの能力との関係では、1位を3点、2位を2点、3位を1点としたところ、東証一部上場企業は、「前に踏み出す力」が2.36,「考え抜く力」が2.29,「チームで働く力」が1.37である。中堅・中小企業は、「前に踏み出す力」が2.33,

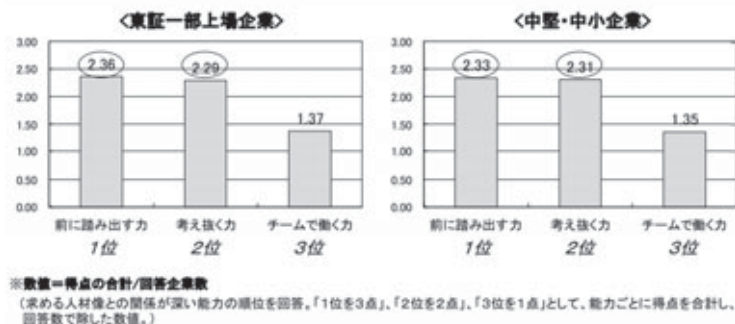
図2 企業が「求める人材像」と「社会人基礎力」を構成する12の能力要素との関係の深さ



調査)財団法人企業活力研究所, 2006年10月6日～10月27日。

出所)経済産業省「企業の『求める人材像』調査 2007—社会人基礎力との関係—」2007年3月, 6頁。

図3 若手社員に不足が見られる「社会人基礎力」



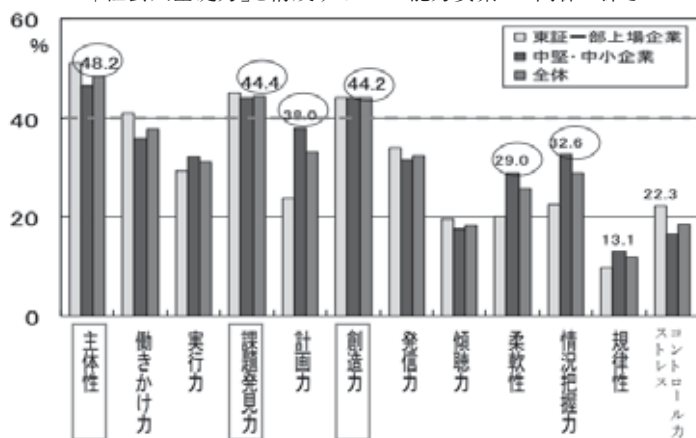
調査)財団法人企業活力研究所, 2006年10月6日～10月27日。

出所)経済産業省「企業の『求める人材像』調査 2007—社会人基礎力との関係—」2007年3月, 7頁。

「考え抜く力」が2.31, 「チームで働く力」が1.35である。企業規模にかかわらず, 29歳までの若手社員に不足が見られる能力は同様の傾向があり¹⁴⁾, 自律性である「前に踏み出す力」と「考え抜く力」について高い比率で不足していると見られている。

次に, 若手社員に不足が見られる能力と社会人基礎力の12の能力要素との関係について見てみると, 図4のとおり「主体性」, 「課題発見力」, 「創造力」などの自律性の不足の比率が高い。企業規模に関わらず不足が見られる能力の傾向は類似しているが, 中堅・中小企業では, 自律性の中の「計画力」, および「柔軟性」, 「状況把握力」などの社会性について東証一部上場企業よりも不足していると認識されている。

図4 若手社員において「特に不足が見られる能力」と「社会人基礎力」を構成する12の能力要素との関係の深さ



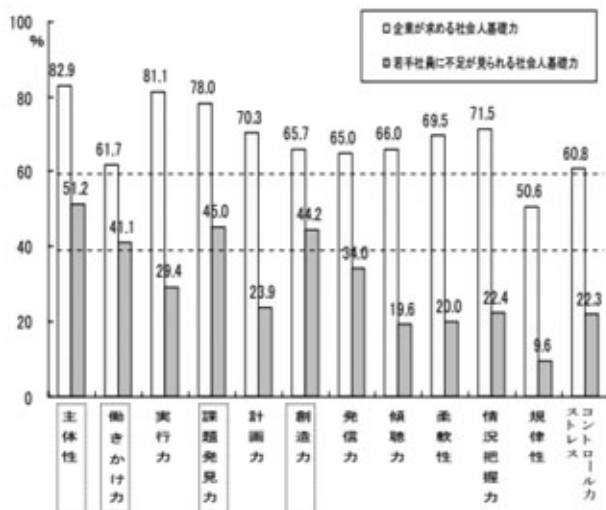
調査)財団法人企業活力研究所, 2006年10月6日～10月27日。

出所)経済産業省「企業の『求める人材像』調査 2007—社会人基礎力との関係—」2007年3月, 8頁。

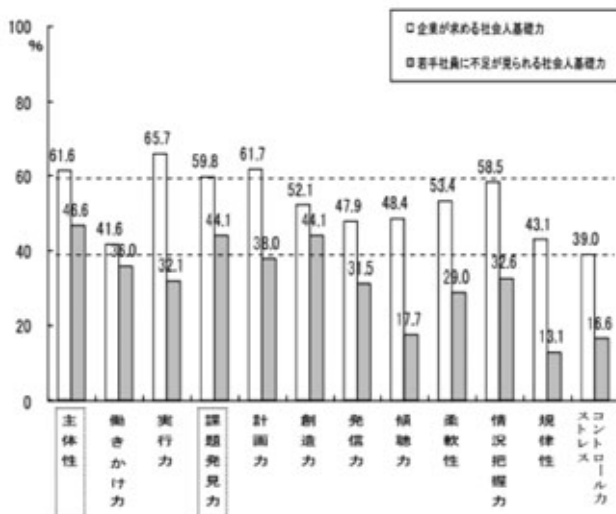
さらに, 求める人材像と若手社員に不足が見られる能力について見てみる。図5のとおり, 企業が強く求めている能力であるにもかかわらず, 若手社員に不足が目立つ能力は, 企業規模にかかわらず, 「主体性」, 「課題発見

14) 同上資料, 7頁。

図5 企業が「求める人材」と若手社員に対して「不足する能力」について
東証一部上場企業



中堅・中小企業



調査)財団法人企業活力研究所, 2006年10月6日~10月27日。

出所)経済産業省「企業の『求める人材像』調査2007—社会人基礎力との関係—」2007年3月, 9頁。

力」などの自律性であった。さらに、東証一部上場企業においては、「働きかけ力」、「創造力」などの自律性についても高い比率で不足が見られると考えられている。

以上、経済産業省（2007）の調査によれば、社会人基礎力の12の能力要素について、企業が求める人材との関係の深さでは、「実行力」、「主体性」、「課題発見力」、「計画力」などの自律性、社会性の中の「状況把握力」であり、若手に特に不足が見られる能力との関係では、「主体性」、「課題発見力」、「創造力」などの自律性であり、企業が強く求めている能力にもかかわらず、若手社員に不足が見られる能力は、「主体性」と「課題発見力」などの自律性であった。東証一部上場企業と中堅・中小企業の求める人材を比較してみると、両者とも自律性と社会性の両方を求めているが、前者はやや自律性を、後者はやや社会性を重視していると見られる。

②産業界が大学生に求める能力—若手社員の声—

㈱ニッセイコムの若手社員の声

筆者は、2013年9月11日に㈱ニッセイコム（東京都品川区）において私立大学情報教育協会の産学連携事業で開催された「システムインテグレータ企業の人材育成の事例を通して学ぶ現場研修」に参加し、そこでの「若手社員との意見交換会」にて、「社会人になって大学を振り返り何が役立ち何を学んでおけばよかったか」について、次のような若手社員の意見を聞くことができた。

A. 入社2年目の営業職の男性社員：「大学の学びで役立ったことは、充実した教養科目と情報系科目であり、大学で学んでおくべきことは、人前での話をするコツ、プレゼンテーションの手法、Word、Excelといった基本ソフトの扱い方である。」

B. 入社3年目の営業職の女性社員：「大学で学んで良かったと感じていることは、経済学、経営学、会計、データベース、商法などであり、

大学で（もっと）学んでおくべきだったと後悔していることは、（同じく）経済学，経営学，会計，データベース，商法などである。」〔（ ）内は筆者加筆。〕

C. 入社2年目のSE職の男性社員：「大学で学んで役立ったことは、データベース，プログラミング，心理学であり，大学で学んでおくべきことは，興味がなくても幅広い分野に目を向けること，簿記である。」

D. 入社2年目のSE職の男性社員：「大学の学びで役に立ったことは，プログラミング，アルゴリズムであり，大学で学んでおくべきことは，自主性の習得，論理的思考力の向上である。」

主催企業の担当管理職の1人が本学出身者（入社23年目）であったので，意見交換会終了後に同様のことについて聞いたところ，「何事においても失敗を恐れず，積極的にチャレンジし続ける精神力が必要である」と指摘している。

ここでは大学で学んで社会で役立っていることとして，「人前で話をするコツ」，「プレゼンテーションの手法」などの「発信力」にかかわる社会性，「自主性」や「論理的思考」などの「前に踏み出す力」や「考え抜く力」に関連する自律性，そして「専門科目」や「教養科目」および「幅広い分野に目を向けること」などの知識を身につけることも役立ったとしている。

製造業某社の若手社員の声

製造業某社での「若手社員との意見交換会」にて，社会人になって大学を振り返り，何が役立ち何を学んでおけばよかったについて，次のような若手社員の意見を聞くことができた。

E. 入社10年目の営業職の女性社員：「若手社員にとって大事な能力は，最低限，組織でキャラ立ちし，一目置かれることが必要で，そうでなければ，チャンスが回って来る可能性が低い」，「コミュニケーション

能力の中身としては、明るく元気に話せる、正しい日本語が使える、自分の考えをわかりやすく伝えられる、聞かれたことに適切に応えられる、わからないことを質問できる、相手の様子を見られる」、社会人基礎力との関係については、「主体性については、自分のやれることはないか、常に発言・質問・挙手の機会を窺う、声をかけてもらうのを待っていてはダメ、『明日はこれをやってみよう!』と企てるべし!」、一般常識としては、大人と接し、新聞や本を読んできた人なら大丈夫、『これ、一般常識かも?』という謙虚さが大事、調べればすぐにわかることがほとんどなので、常識がないことより謙虚さや自主性不足と思われるしまう」、「大きな組織で成果を出すには、根気も必要、長い会社人生ですから」、「周りは皆、先輩で、劣等感を感じて当然、学生時代までの変なプライドは捨てよう、先輩達も新人がいきなり仕事ができるとは期待していない、先輩からかわいがられよう」、「課題発見力については、あればあるだけベターだが、コミュニケーション力などがあれば、発揮する機会もない、コミュニケーション力と他の思考力は分けられない」、「ビジネスマナーについてはあればあるだけベターだが、会社に入ってみないとその会社で求められるマナーや常識はわからない。」

F. 入社6年目の営業職の男性社員:「大学で学んだこと、身につけたことは、学問(知識)とスキルやメンタル(物事に対する姿勢など)であった。学問では、教養科目として、英語、経済学、社会学、心理学、経営学等の入門レベルの必修科目、経営学、工学、医療などの選択科目であり、専門科目としては、雪氷生物学、水文学、鉱物学、地球物理学、気象学、リモートセンシング等の地球科学、および1~3年次の生物・物理・化学の科学基礎、各分野の概論・実験などであり、4年次のリモートセンシング(衛星画像を用いた農作物の状況把握)であった。スキルやメンタルに関しては、野外調査(地質・地形・農作物)や研究の過程から修得した計画性、研究での数々の失敗とやり直しの繰り返しから修得した粘り強さ、授業のレポート作成や研究を通して修得した

ITリテラシーなどである」,「仕事に必要なことや役立ったことでは, 企画においては, 自らマイルストーンを設定し, 計画的に推進していくこと, 営業においては, 段取り力とエクセル, ワード, パワーポイントなどである。」

社会人基礎力との関係では,「主体性」,「計画力」などの自律性,「発信力」などの社会性, および「粘り強さ」が必要な能力であると指摘している。大学では「教養科目」,「専門科目」および「研究」などから得た知識, 履修に必要な「スキル」や「メンタル」の部分も学べてよかったと述べている。仕事を進めるコミュニケーション・ツールとしてアプリケーション・ソフトウェア(マイクロソフトのofficeなど)の習得が必要な能力であるという意見もあった。

以上のとおり, (株)ニッセイコムと製造業某社の若手社員の声について, 社会人基礎力の関係で見ると, 自律性の中の「主体性」, および社会性の中の「発信力」の必要性を感じている様子が伺える。それ以外にも, 大学での専門科目や教養科目の学びから得た知識, およびそれらの履修を通じて身に付けたコミュニケーション能力やツール(アプリケーション・ソフトウェアの使い方)の修得も有意義だったと指摘している。これらの個別の声は, 社会人基礎力の統計値を裏付ける内容となっている。

3. 大学生を取り巻く環境と大学生の社会人観

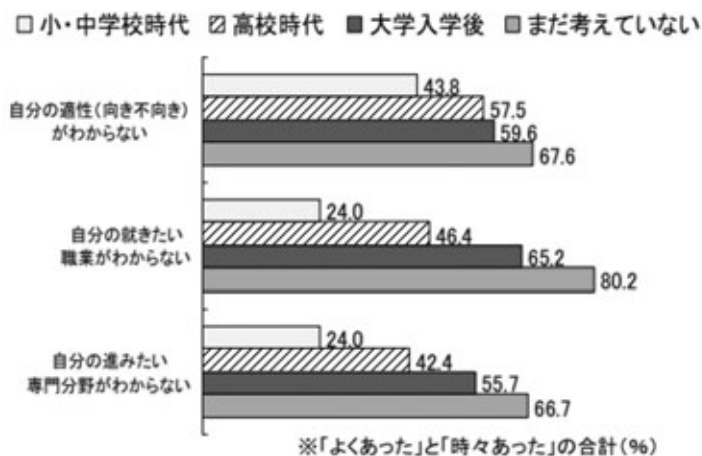
前章では, 社会が求める若年労働者の能力について見てきたが, 次に, 当の本人である大学生たちはどのような環境の中で大学生活を送り, 社会に向けてどのような能力が必要であると考えているかについて見てみよう。

(1) 若者雇用を取り巻く現状と問題—内閣府・第7回雇用戦略対話(2012)より—

内閣府・第7回雇用戦略対話において、2012年3月19日に「若者雇用を取り巻く現状と問題」というテーマで、教育から雇用への接続の問題、キャリア教育の問題、大卒と中小企業 mismatches の問題、若者非正規雇用の問題などが議論されている。

教育から雇用へ向けての課題としては、大卒・高卒の就職率は9割超という水準であるが、中退や早期離職も含めると、高卒の3人に2人、大卒の2

図6 進路を選択するときの悩み(職業を意識した時期別)



資料: Benesse教育研究開発センター「平成17年度経済産業省委託調査 進路選択に関する振り返り調査—大学生を対象として—」

出所)内閣府「若者雇用を取り巻く現状と問題」(内閣府・第7回雇用戦略対話), 2012年3月19日, 2頁。

注)同資料はBenesse教育研究開発センターの調査に基づく。(1)調査テーマ:大学生の進路選択に関連する要因。(2)調査方法:郵送法による自記式質問紙調査。(3)調査時期:2005年1~2月。(4)調査対象:(株)ベネッセコーポレーションが所有する「進研ゼミ・ゼミレポーター(大学生)」の名簿から、全国の4年制大学に通う文系男子学生2,500名、文系女子学生2,500名、理系男子学生2,500名、理系女子学生2,500名、合計10,000名を抽出したもの。(5)回収結果:調査票の有効回答数は6,463通(配布数10,000通、回収率64.6%)。

<http://berd.benesse.jp/berd/center/open/report/shinrosentak/2005/>

人に1人が、円滑に接続できていないと指摘されている¹⁵⁾。

キャリア教育の問題としては、図6のとおり、大学に入っても職業を意識していないものが多い。または、大学に入ってから意識した者は、自分の適性や就きたい職業等で悩み、社会に出ることに不安を感じている傾向がある。インターンシップの学校単位の実施率は高水準であるが、個人単位では、公立普通高校で14.9%、大学で8.9%と低水準であると報告している。同報告書では、大学入学後、早期にキャリア教育の中核的取組みとして、インターンシップや職業体験等を実施することが課題であると指摘している¹⁶⁾。

大卒学生と就職先の問題については、2012年度には、大卒求人倍率は、従業員1000人以上の規模の企業では0.65であったが、従業員300人未満の企業では3.35であり、大卒学生の大企業志向が見られる。大卒学生と中小企業との間のミスマッチの解消が課題であるとしている¹⁷⁾。

若者非正規雇用は1990年代半ばから大きく上昇し、2010年では在学中を除いた非正規若年者は414万人、このうち正社員への転換を希望している者は、およそ170万人いると推計されている。20歳代後半でも正規の職に就いていない者が増加傾向にあり、彼らのなかで、正規になろうとする者、正規になった者のいずれも減少する傾向があることより、正規雇用にいかに早く就けるように支援するかが課題であると提言している¹⁸⁾。

以上のとおり内閣府の報告によれば、教育から雇用へは円滑に接続できているとはいえず、20歳代後半でも1割以上が正規の職に就いていない。大学生になっても職業意識が希薄な者も多いため、インターンシップなどによる職業体験の一層の普及が必要であると思われる。

15) 中央教育審議会答申「今後の学校におけるキャリア教育・職業教育の在り方について」平成23年1月31日を基に内閣府で作成した資料に基づく。内閣府「若者雇用を取り巻く現状と問題」(第7回雇用戦略対話)、2012年3月19日、1頁。
<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/koyoutaiwa/dai7/siryou1.pdf>

16) 内閣府、同上資料、2頁。

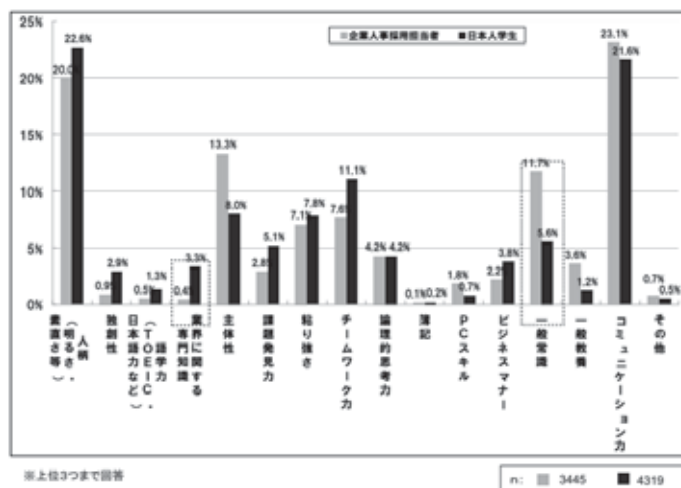
17) 同上資料、3頁。

18) 同上資料、4～5頁。

(2) 大学生の社会人観—経済産業省「大学生の『社会人観』の把握と『社会人基礎力』の認知度向上実証に関する調査」(2010) より—

上述したような社会環境下の中で、現在の大学生自身はどのような社会人になろうとしているのであろうか。経済産業省が、大学生の社会人観と社会人基礎力の能力要素を関連させた「大学生の『社会人観』の把握と『社会人基礎力』の認知度向上実証に関する調査」¹⁹⁾の資料を2010年6月に作成して

図7 社会に出て活躍するために必要だと考える能力要素



出所) 経済産業省「大学生の『社会人観』の把握と『社会人基礎力』の認知度向上実証に関する調査」2010年6月, 7頁。

注) 同資料は、(株)学情のアンケート調査に基づく。企業人事担当者へのアンケート調査では、調査方法はWeb、郵送及び直接訪問による調査、調査期間は、2009年11月23日～12月25日、調査対象：全国の企業人事採用担当者、有効回答：1,179件であった。日本人学生へのアンケート調査では、調査方法はWeb、及び大学内キャリアガイダンス時等の直接記入による調査、調査期間は2009年11月23日～12月25日、調査対象：全国の大学・修士課程・博士課程の日本学生、有効回答：1,598件であった。外国人留学生へのアンケート調査では、調査方法はWeb、及び大学内キャリアガイダンス時等の直接記入による調査、調査期間は2009年11月23日～12月25日、調査対象は日本への外国人留学生、有効回答は528件であった。

http://www.meti.go.jp/policy/kisoryoku/201006_daigakuseinosyakaijinkannohaakutonintido.pdf

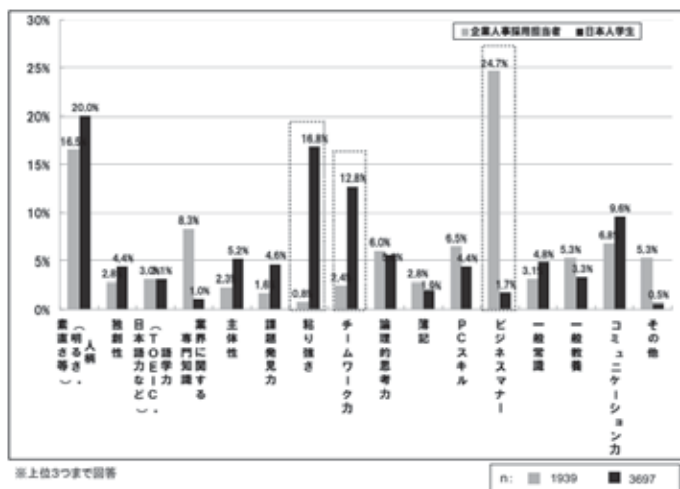
19) 経済産業省「大学生の『社会人観』の把握と『社会人基礎力』の認知度向上実証に関する調査」2010年6月, 7頁。

いるので、調査結果を見ながら大学生の社会人観を把握してゆこう。

図7で見るように、社会で活躍するために必要と考える能力要素について、企業と学生（日本人）ともに、「人柄（明るさや素直さ等）」「コミュニケーション力」などの社会性を必要な能力要素と考えている。一方で、企業は「一般常識」について11.7%必要だと考えているが、学生は5.6%であり、学生は「業界に関する専門知識」について3.3%必要だとしているのに対して、企業は0.45%だけであまり必要性を感じていない。学生が考える社会人観は、主にアルバイト経験を通して考えているためではないかと推測する。アルバイトでは、経験できる業界や仕事内容が正社員と同等ではない。この統計からも、大学生にとっては、インターンシップや実際の企業人の話を聞くなどの経験を増やす必要が感じられる。

学生側から見て自分が既に身につけていると思う能力要素と企業側から見て学生が既に身につけていると思う能力要素については、図8のとおり差が

図8 自分が既に身につけていると思う能力要素(日本人学生)
学生が既に身につけていると思う能力要素(企業)

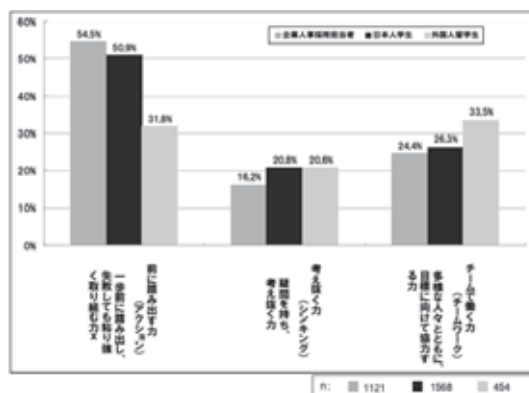


出所) 経済産業省「大学生の『社会人観』の把握と『社会人基礎力』の認知度向上実証に関する調査」2010年6月, 9頁。

大きいことを示している。学生は「粘り強さ」や「チームワーク力」といった能力要素を身につけていると考えているが、企業はその水準に達していないと考えている。一方で、企業側は「ビジネスマナー」についてはおおいに身につけていると評価している²⁰⁾。ビジネスマナーについては、本学を含め、多くの大学で、キャリア教育支援の1つとして「ビジネス・マナー講座」を実施していて、それが功を奏していると思われる。

図9のとおり、社会人基礎力の3つの能力のうち、最も重要だと考える能力は、企業も日本人学生も自律性の一つの能力である「前に踏み出す力」が最も多く、それぞれ、54.5%、50.9%であった²¹⁾。

図9 社会人基礎力の3つの能力のうち最も重要だと思う能力



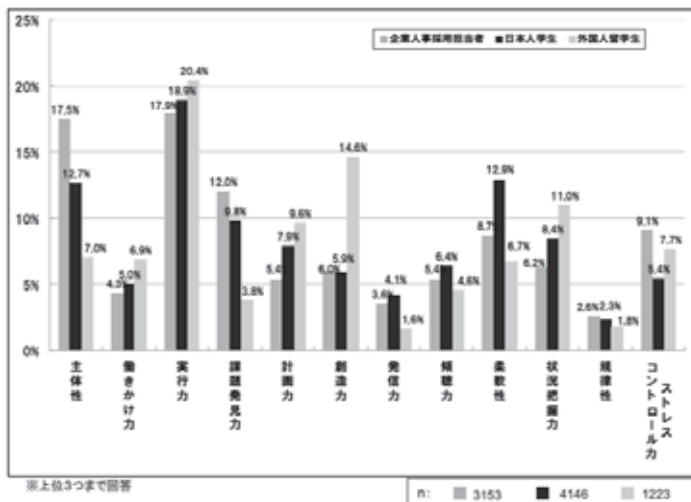
出所)経済産業省「大学生の『社会人観』の把握と『社会人基礎力』の認知度向上実証に関する調査」2010年6月、15頁。

さらに、社会人基礎力の12の能力要素のうち、重要だと考える能力要素を見てみると図10のとおり、企業も学生も自律性の中の「実行力」が最も多い。2番目には、企業も日本人学生も自律性の中の「主体性」も重要だと考え、外国人学生は、自律性の中の「創造力」だと考えている。

20) 同上資料、7頁。

21) 同上資料、15頁。

図10 社会人基礎力の12の要素能力のうち、重要だと考える能力要素



出所)経済産業省「大学生の『社会人観』の把握と『社会人基礎力』の認知度向上実証に関する調査」2010年6月,16頁。

以上、経済産業省のデータを参照しながら、大学生の現状と産業界が大学生に求めている能力について見てきた。

経済産業省の報告(2010)によれば、企業側が社会に出て活躍するために必要な能力は、学生が思っているより「一般常識」が必要だとし、学生に身に付けてほしい能力要素は「粘り強さ」や「チームワーク力」であるとしている。昨今よく指摘される大学生の学力や勤勉性の低下、クラブ加入率の低下などの影響が現れていると言えよう。また、同報告書によれば、社会人基礎力の12の能力要素との関連では、企業も学生も「実行力」と「主体性」などの自律性が重要だと考えているので、大学教育においてもこれらへの取り組みが重要であると思われる。

このように、大学生が社会から求められている能力、大学生の社会人観などを見てきたが、実際の教育現場でどのように社会が求めている能力を育成しているか、あるいは育成していくべきかについて、次章で検討する。

4. 大学生の自律性と社会性の育成—ゼミナール（専門演習）を事例に一

本章では、教育現場の事例として、筆者にとって学生との関わりが深いゼミナール（専門演習）を中心に大学生の自律性と社会性の育成について、経済産業省の「社会人基礎力」とも関連させながら考察する。

(1) 3年の専門演習

3年生の専門演習では、マネジメントに関する主要な理論を学んでもらうために、その理論を実際に説明できる事例を用いながら、単元を進めている。また、本演習ではグループ・ワークや発表を通じて、マネジメントの知識だけではなく自律性と社会性を高めることも目標としている。

過去20年間、教科書は様々なものを使用してきたが、おおむね上記のような方法でゼミナールを進めてきた。6年前に本学に着任してからは、東北大学経営学グループで編纂された『ケースで学ぶ経営学（新版）』（有斐閣）という教科書を使用し、3～4人程度のゼミ生からなるグループを編成し、各グループでまとめたものをパワーポイントでプレゼンテーションさせ、その後にはディスカッションを行う形式で進めている。同書は、経営組織論、経営戦略論、企業（形態）論、経営管理論、経営史、人的資源管理、生産管理論、マーケティング論、国際経営論、経営工学、ベンチャー企業論、研究開発論、経営倫理論、技術経営論などのマネジメントの各分野に関する理論について、ノキア、GE、フォード、トヨタ、ソニー、シャープ、Panasonic、ライオン、カゴメ、マクドナルド、モスフードサービス、セブン-イレブン・ジャパン、ヤマト運輸などの実際の企業の事例を通して学べるようになっている教科書である。

まず、発表するグループが教科書の単元のキーワードや不明な専門用語を調べた上で、内容を要約し、パワーポイントで説明できるよう準備する。一方、発表のグループでない学生達は、プレゼンテーションの2週間前までに

質問票を発表グループに送付する。本学では「manaba folio」²²⁾という登録メンバーだけにクローズドなポートフォリオが利用できるもので、2年前からこれをゼミで利用し、送られた質問票は全員が読むことができるようになっていく。発表グループは提出された質問についても発表日までに調べてパワーポイントに書き込んだものを用いて説明する。従来は電子メールを利用してはいたが、他のメールと仕分け管理に時間を要していたのが解消され、業務の効率化に役立っている。

質問を前もって提出させることで、発表グループでない学生達の予習に役立つようになった。以前は、発表終了時に「質問はないですか?」と問いかけていたが、聞き手のゼミ生からは、教科書を読んで来ていないのではないかとと思われるような確認事項の質問、やはり予習不足と思われる思いつきの質問などが多く、もっぱら教員からの質問が中心にならざるを得なかった。そして、質問に対して学生たちには即答できないものも多く、発表後に追加で調べて次週、報告するといった具合であった。聞き手のゼミ生の質問を事前に宿題として提出させるようになってからは、発表グループ以外の学生達も教科書を読んで自分でも調べたりして、自分の意見や反論を発言するよう



3年生のゼミナール

22) 本学経営学部では、学習履歴管理システムとして、個人やグループで、授業内外における学習成果物を蓄積するmanaba folioが利用できる。レポートやプレゼンテーション資料、webからダウンロードした参考資料など、さまざまなファイルを管理できるものである。

になった。また、発表グループの学生達も前もって質問について調べることができるので発表時に即答でき、発表時間に集中してテーマについての議論を深めることができるようになった。

グループの人数に関しては、今までいろいろ変えてみたが、5人以上だと他のメンバーに頼り切る学生が出ることがあり、3人以下だと負担が大きいようである。年によってゼミ生の人数が異なるため、3～4人グループを中心に編成している。

このような教科書を使ったプレゼンテーション形式の演習について、ゼミ生たちの自律性と社会性がどう伸びたかについて見てみよう。

教員からの一方通行な講義スタイルではなくて、学生達が自ら教科書の内容の説明や質問を行うので、自分で調べたり考えたりしなければならないため、自律性（「主体性」、 「実行力」）が求められる。教科書の単元を要約してパワーポイントを作成するだけでも骨が折れるようである。筆者の学生時代のことを思い返すと、演習と言えば、英書や専門書の輪読スタイルの授業が多かったように思う。それはそれで予習が必要で、同じく主体的な勉強が求められてきた。当時は手書きのレジュメを作成して発表するというスタイルであったのが、昨今はプレゼンテーション用のアプリケーション・ソフトウェアやプロジェクターなどの機器の発達で発表スタイルは様変わりしている。パワー・ポイントは企業でも各種会議のプレゼンテーションで用いられているので、社会人の発表スタイルの一つとして身につけておくほうが良いだろう。

3年生では教材をこちらで指定していることから、研究テーマの設定やすべての調査方法まで自ら決定するという高いレベルの自律性は求めている。このようなレベルの自律性に関しては4年生の卒業研究では求めている。3年生でテーマや事例を指定しているのは、ゼミ生全員が今までの2年間でマネジメントに関する科目の履修状況が一律ではないため、総合的に主要な専門知識を共有してもらいたいためである。また、研究方法や論文の書き方に関して習熟していない学生に、最初から調査研究スタイルを導入する

のは敷居が高すぎると思われる。卒業研究の基礎として、まずは論文形式で書かれた教科書を学習しながら慣れてもらいたいと考えている。

一方、社会性についてはどうであろうか。本ゼミナールでは、グループ単位でのプレゼンテーションなので、メンバーで準備の日程や方法などコミュニケーションを取りながら進めていかなくてはならない。クラブやサークル、あるいは日頃の仲良しグループと異なり、知らない学生たちとも円滑に準備を進めていかなくてはならない（「状況把握力」、「傾聴力」、「規律性」）。近年の学生の様子を見ていると、知らない学生とコミュニケーションを取るの是非常に苦手なようである（「ストレスコントロール力」「柔軟性」）。将来の職場では知らない社員や顧客と仕事をしなければならないので、知り合いではないメンバーと一緒に共同作業を行う経験は必要不可欠であると思われる。

また、同じゼミ学生同士であるにもかかわらず、人前で話すのは大変緊張するようである（「発信力」「ストレスコントロール力」）。仲良しグループ内での雑談はできるのであるが、フォーマルな形で論理的に説明する経験はあまりないと思われるので、大学生のうちに修得する必要があるだろう。

このような演習形式はゼミ生にはおおむね積極的に受け入れられているようである（そもそも賛同するから同ゼミナールを選択しているのである）が、いくつかの課題も挙げられる。

第一に、グループ発表のため、厳密な個人の評価がしにくい点である。メンバーで助けあえばあうほど個人単位に還元しにくい部分が出てくるのは必然である。そこで、個人の成果かグループの成果か判別しにくい箇所は、高い方の評価を与えている。

第二に、準備を怠って仲間に頼る学生が出てくる場合である。昨今の大学生は、中高時代の総合学習やグループ学習での影響からか、なんらかのグループ・ワークの経験がある学生も多い。グループでの役割を理解しながら学習を深めている学生がいる一方で、残念ながら他人まかせの悪い癖がついている学生がいるという不満を、真面目な学生から聞かされることがある。

そのような学生がいる場合、彼らの自主性だけに期待するだけでは問題解決は難しいので、教員の個別指導が必要となろう。

第三は、学生にも教員にも課外での時間が必要になる点である。グループのメンバーで譲り合って調整するのも社会勉強の1つであると思うが、昨今学生たちは、授業以外にもクラブやサークル、あるいはアルバイトなどでかなり多忙である。第二の課題と重なるが、前向きな気持ちはあっても時間的な制約のためにメンバーと一緒に準備できない学生もいるかもしれない。

第四は、このような形式は知識を深めるということには向いているかもしれないが、講義形式のように多くの知識を効率的に伝授するというのには不向きである。演習だけでは必要な知識を全て伝えられない場合は、関連講義の履修を推奨することで補完できるかもしれない。

(2) 4年生の専門演習

本ゼミの学生たちは、前項のような演習形式で、マネジメントの基礎知識とプレゼンテーション、およびディスカッションの方法を学んだ後、4年生の専門演習に進むのだが、ここでは個人あるいはグループで卒業研究を行ってきた。ただし、4年生では春学期（4月～7月）、場合によっては秋学期（9月～1月）も、就職活動の時期であり、ゼミ生全員が揃わないことが多く、グループ・ワークには困難な時期である。そこで、3年生ではグループ・ワークを中心に授業を進めてきたが、4年生では個人単位の卒業研究を中心に行わざるを得なかった。

しかし、一昨年、「せっかくグループ・ワークを体験してきたので、みんなの研究したい」というゼミ生たちからの申し出があって（「働きかけ力」）、同年は全体で一つのテーマや企業を取り上げ、グループで小テーマに分けて、グループとゼミ全体で連携しながら一つの研究を仕上げるという方法を採用した。時間調整ができるかどうか一抹の不安もあったが、自分達で提案した責任感からか、秋までにゼミ生全員が内定を獲得できたことが幸いしたのか、結果的には全員で一つの卒業研究を発表することが出来た。

テーマは、「サントリーの研究—歴史・経営戦略・生産工程・マーケティング」であった。春学期には、歴史、経営戦略、生産工程、マーケティングに分けて、それぞれの学生達が自主的にグループを編成して、文献研究を行なった。秋学期の中頃に、それまでのテーマについてグループごとにパワーポイントを作成して中間発表し、ディスカッションしながら課題を見つけていった。その後、サントリー山崎蒸留所（大阪府三島郡）に出かけて、工場では実際の生産工程を見学し、資料館では歴史やマーケティングおよび経営戦略に関する資料を収集し、不明な点は社員に質問するなどして現地調査を行った。これらの現地調査と再度の資料収集で研究内容を精査したり深めたりして、12月に3年生との合同ゼミにおいて卒業研究発表会を実施した。3年生からは、「たった1年の違いなのに、深く研究していて大変勉強になった。」「話し方もしっかりしていて、自分達はあんなふうに発表出来るであろうか」との意見が多く、3年生からは好評であった。しかし残念ながら、この期はこれらの成果を論文形式にまとめるには時間が足りなくなってしまった。ちなみに、本学では卒業論文は必修ではないが、従来はゼミの中で卒業論文を書かせてきた。次年度は、そのような反省を踏まえて同じような方法で進めて卒業論文の形としてまとめた。

このような4年生の専門演習を事例として、自律性と社会性について見てみよう。



4年生のゼミナール

自律性については、卒業研究のテーマや調査方法も自分達で決めている（「主体性」、「課題発見力」、「実行力」）ので、3年生より高い自律性を発揮したといえよう。学生から助言を求められたりはするが、3年生のゼミナール時のように知識不足に起因する質問は減った。また、調査先への依頼や調整は教員が行ったが、研究方法や日程管理などの研究のマネジメントというべきものも学生たち自身で出来るようになった（「計画力」）。

社会性については、ゼミ生同士は時間的な慣れもあって4年生での意思疎通はかなり円滑になっていった（「柔軟性」、「状況把握力」）。しかし、昨今の就職活動の長期化傾向で、ゼミ生の中にはコミュニケーションの時間があまり取れない学生がいるのは残念なことであった。また、元ゼミOBやゲスト講師の社会人、あるいは就職活動での企業の担当者など、社会人との接触が増えたせいか、緊張しながらも社会人とのコミュニケーションにも慣れてきた（「傾聴力」、「規律性」、「ストレスコントロール力」）。

（3）ゼミでの課外活動

どこのゼミでも合宿や実習など、課外の活動を実施していると思われる。本ゼミでも、企業訪問や工場見学（調査やインタビュー含む）、企業人との交流、OB・OGとの交流、就職対策講座、スポーツ、コンパなどをゼミ生の希望に合わせて実施している。

企業見学では、ゼミで学んだ事例の企業を見学し、担当者に質問することで実際の経営の現場を学ぶ機会としている。事前学習せずに見学だけでは物見遊山になってしまうので、必ず教科書や資料で事前学習してから見学に出かけ、事後にレポートを提出させている。近年の見学先は、読売テレビ、大和ハウス工業、シャープ、トヨタ自動車、アサヒビール、造幣局、サントリーなどであった。現地で現物を見ることが、担当者の話を聞いて実際のマネジメントの考え方に触れることの意義は大きいように思われる。

ここでは、通常の演習での学習と関連させながら、企業の事例を自ら分析し、自ら質問することで、自律性を向上させることができる。また、社会見

学の一つであり、社会人ともコミュニケーション（「状況把握力」（「傾聴力）」をとるので、社会性も身につけることができると考えられる。



企業見学会(サントリー・山崎蒸留所)

企業人との交流では、大学に企業人を招いてマネジメントに関する講話および学生との質疑応答の後、食事会を開催している。少人数で企業人を囲んで議論するのは慣れないうちは重荷に感じるようだ（「ストレスコントロール力」）が、直接に企業人から現状を聞き（「傾聴力」）、議論する（「発信力」）ことは、社会人とのコミュニケーション能力向上に役立っている。後で、「就職活動の重役面接の時に、少しは、あがらずに話ができた」と述べる学生も多い。最近の若者は、日頃の生活において地域の社会人との交流が減っているように見受けられるので、このような機会を設けて社会性を身につけてもらっている。

OB・OGとの交流も折りに触れて行っている。彼らが用事や遊びに大学に来た時などにゼミに参加してもらい、自分の業界や企業について語ってもらっている（「傾聴力」）。また、彼らと前もって約束して、来学できる土日などの時間に合わせてゼミを開講することもある。彼らの成長ぶりには驚かされるが、ゼミ生からすればゼミの先輩が社会で活躍している様子は自分の将来を考える上で（「状況把握力」）、参考になるようである。

ゼミ生主催の自主的な就職対策講座²³⁾も実施し、筆記対策勉強会、社会人

マナー実習会、面接練習会などを開催している。彼らの要望に合わせて、OBやOG、専門のゲスト講師を依頼することもある。あくまでゼミ生の希望に合わせるので、年度によって内容は異なる。本学では、就職活動の支援に関しては、キャリアセンター事務課で各種講座やマンツーマン指導などを開催しているので、そちらの指導を受けてもらうのを基本とし、本ゼミではあくまでゼミ生の必要や状況に合わせて補完するものと位置づけている。



社会人マナー講座(ゼミ生の自主活動)

スポーツや懇親会（以下「コンパ」と称する）なども学生が自主的に開催している。ゼミ生同士のコミュニケーションを深めることに繋がっているとされる。スポーツでは運動好きの学生が教室とは打って変わってイキイキ（「働きかけ力」）し、あまり運動しない学生も運動不足解消と気分転換にもなるようである（「ストレスコントロール力」）。

コンパでも学生主催なので教員は支援する立場で参加している。とはいえ、最近はゼミに入って初めてコンパを経験する学生もあり、酒量の限界が分からず飲みつぶれる恐れもあるので、教員が指導しなければならない場面もある。企業でも懇親会（以下「飲み会」と称する）が若手社員に倦厭されることからしばらく退潮ぎみであったが、最近は社内のコミュニケーション

23) 同年は、ゼミ生の世話係が、「スキルアップ・サークル」というサークルとして立ち上げ運営していた。

向上の必要性から、飲み会を後押しする企業も増え復調の兆しがある²⁴⁾。こうしたコンパや飲み会は、大学でも企業でも若者のコミュニケーションの機



スポーツを楽しむゼミ生たち



コンパを楽しむゼミ生たち

24) 日立ソリューションズでは、飲み会が本社ビル内の料亭風の店で開催され、メンバーは多様な組み合わせで、1人3000円の参加費は会社持ちである。導入前には5%だった離職率は1%台に下がった。ギャラクシーエージェンシーは、参加者を抽選で入れ替える飲み会を2ヶ月に1回開催し、会社が1人あたり3000円を支給している。新入社員からは「右も左も分からない中、いろんな人と知り合えて良かった。少人数の集まりなので話しやすい。」という声があがっている。シーエスレポーターズは、社員の交流のためだけでなく、酒席のマナーを学ぶ場としても活用している。20代や30代の若手社員が多く、取引先との酒席で失礼があってはならないので、「上座や下座の位置、座布団は踏まないなどのマナーを、堅苦しくならない程度に教えている」とのことである。〔「今どき飲みニケーション 社内で気楽に、説教はNo」日本経済新聞 電子版 2013.11.25〕

会としてとらえることができ（「情況把握力」「働きかけ力」）、社会性を養う場の一つであると言えよう。

本ゼミでは、これらのゼミの課外活動に関しては学生が主体で運営し（「前に踏み出す力」「チームで働く力」）、教師は支援の立場をとっている。具体的には、企業見学係、社会人との交流係、スポーツ係、コンパ係などの中から、自分でできそうなものの一つずつ申し出てもらい、グループを編成する。教師の側からすれば、彼らの運営がスローペースでかつ不手際なことも多く、こちらですべてセッティングするほうが速いと感じられるが、これらの一つ一つも実際のマネジメントの勉強であると考え、出来るだけ暖かく見守り、必要な時にのみフォローするようにしている。

5. 大学生の自律性と社会性の育成—クラブ・サークルを事例に—

キャンパスの中で学生が大学から認められた活動として、授業関連の他にクラブやサークルの活動があり、学生にとっては大学生活の中での比重は非常に大きい。講義の場合、半年あるいは1年、ゼミナール（専門演習）でも2年で完結するのとは違い、4年間に渡り継続的に関わるので、コミュニケーションの量は講義などの時間をはるかに上回る。また、部員も複数の学年が所属しており、OBとの繋がりが頻繁な場合も多いので、社会人も含めた幅広い人間関係の中での活動を経験することができる。教員はこのような公認クラブや同好会の顧問を通して学生と深くかかわることができる。

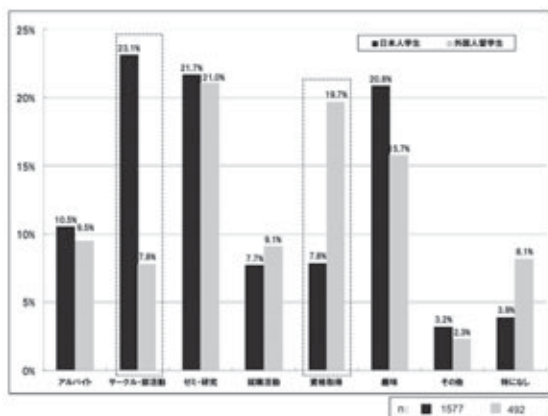
前章で参照した経済産業省の調査（2010）においても、図11のとおり、学生生活の中で最も興味があることとして、日本人学生は、「サークル・部活動」、「ゼミ・研究」、「趣味」の順で挙げている。ちなみに、外国人留学生は、「ゼミ・研究」、「資格取得」の順に回答が多い²⁵⁾。とはいえ、一部の外国人学生も「サークル・部活動」に興味をもっている。本学でも、近頃、部

25) 経済産業省「大学生の『社会人観』の把握と『社会人基礎力』の認知度向上実証に関する調査」2010年6月、34頁。

活動を楽しむ留学生（交換留学生を含む）を見かけるようになってきた。

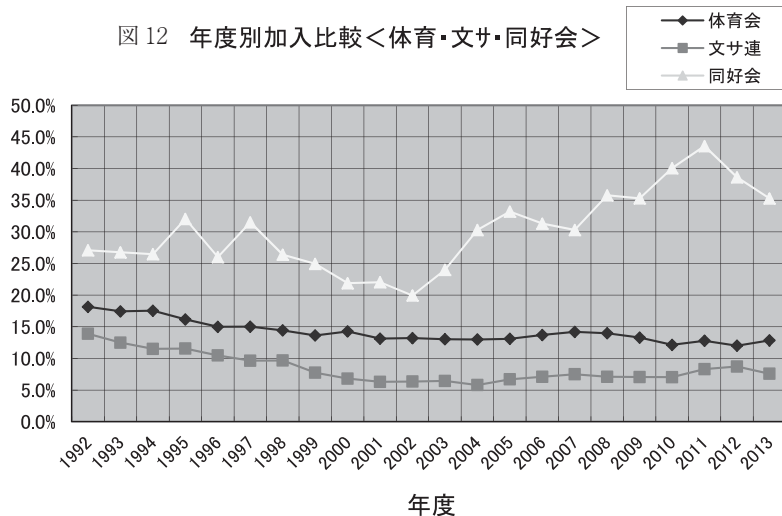
本学では、何らかの課外活動に参加しているものが、2013年度は3,880

図11 学生生活の中で最も興味があること



出所)経済産業省「大学生の『社会人観』の把握と『社会人基礎力』の認知度向上実証に関する調査」2010年6月,34頁。

図12 年度別加入比較<体育・文サ連・同好会>



出所)桃山学院大学・学生支援課資料,2013年7月1日現在。

名で学生総数の 55.7% である。そのうち、体育会系は、895 名で学生総数の 12.9%, 文サ連（文化会系の公認クラブ）は、528 名で 7.6%, 同好会は 2,457 名で 35.3% である。全体的な加入者数の傾向は、公認クラブの体育会系と文化会系はさほど変化はないが、同好会は近年、増加している。

(1) 公認クラブ

筆者は、前任校では写真部やラグビー部の顧問を経験し、本学では書道部の顧問を引き受けている。ここでは、書道部の事例を取り挙げ、その自律性と社会性を見てみよう²⁶⁾。

本学の書道部は 50 年近くの歴史があり、歴代受け継いできた活動内容と方法があるので、基本はそれらを踏襲している（「規律性」）が、運営方法は現状に合わせて変更されていく（「計画力」）。日常的な活動は、放課後、書道の鍛錬を行い、作品を創っていく。それらの作品を出展する場が、大学祭（11 月）、桃山フェスティバル祭（5 月）、学外の展覧会（市民ホール）などである。また、年 2～3 回、本学の留学生会館で書道教室を開催して、留学生に書道を指導している（「実行力」）。大学祭の折には、書道展と併設で書道教室を開設しているが、例年、書道展には学生や近隣住民が 400 人から



書道部の書道展(大学祭)

26) 書道部の事例は、2011 年度～2013 年度の筆者の観察と岡田智紀（2012 年度・書道部部长）および部員との談話に基づく。

500 人来場し、そのうちの 3 分の 2 ぐらいが書道教室で習字を体験する。

このようなクラブでの自律性と社会性を見てみよう。

自律性については、書道展や書道教室などの運営を行うことで、単に書道の技術を身につけることができるだけではなく、計画・実行・統制を自ら体験する。上述した大学祭の書道教室では、最近、実習された作品を持ち帰りやすいように、半紙の代わりに「うちわ」を準備しているが、このことで半紙でも意欲が高い小学生たちはさらに盛り上がり、来場者全体の参加意欲を高めているようである（「創造力」）。また、3 年前には、近隣のショッピングモールの広場でパネルに毛筆で「書き初め」をするイベントを頼まれて、そのプロデュースと出演を請け負ったこともあった（計画力）。書道展の前には、作品の制作で夜遅くまで頑張っているの、「粘り強さ」も身につくだらう。

社会性については、世代を超えたいろいろな人々との関わりで、人間関係を築いていっている。伝統のあるクラブなので、OB との交流も頻繁である（「傾聴力」）。部長は部員からの要望や苦言に落ち込む時もあるが、それも社会性を身につける勉強の一つであろう（「ストレスコントロール力」）。また、書道展や書道教室を通して、小中学生や留学生との交流もできた。今年は、本学の交換留学生ドイツ人の 2 人が入部して一緒にクラブ活動を行っている



大学祭で書道部が運営する書道教室

(「柔軟性」)。各種申請書の提出のために、毎週のように顧問の押印をもらいに研究室にやってくるが、前もって来室メールをくれて、約束時間に遅れずに現れる(「規律性」)。また、書道展や懇親会などに訪れた時には、礼儀正しく送迎してくれる(「情況把握力」)。社会人としてのマナーが身についているように感じられる。先輩から申し送りで厳しく指導されるからである。

このように自律性と社会性の育成に効果があるが、課題も見受けられる。

第一に、ほとんどの部員は勉学と両立しながらクラブ活動を行なっているが、クラブに注力しすぎて、授業の単位履修状況が良くない学生が時々見受けられる。本学の書道部の顧問に着任してからの3年間で、6人の卒業生を送り出したが、そのうち2人(1人は留学のためなので、実質的には1名)が留年した。学業とクラブ活動の両立が出来なかった結果である。誠に残念ながら、自己管理も怠りなきよう、学業を優先するように指導している。

ただし、留年した学年はクラブ活動で身につけた社会性の成果か、4年で卒業しても就職が難しく留年すればなおさらという時代にあって、無事、就職している。採用時の面接試験はすべて(30社)合格し、4年生の最後の試験で1科目落とし留年決定したのに、内定先の企業には次年度の卒業まで待っていただいたという強者である。

第二に、上下関係に節度を持つなど伝統の良さがある一方で、新しいことに挑戦・改革する気運が少ないように思う。このことが、昨今の公認クラブの不人気にも繋がっているのではないだろうか。

第三に、筆者は書道の専門家ではないので、彼らと専門的な議論はできないことである。彼らの意見を聞くと必ずしも専門家でなくても良いらしいが、やはりその限界は大きいと思う。

(2) サークル

学生の課外活動で公認クラブより加入率が高いのが同好会であり、学生の間では「サークル」(以下サークルと記述する)と呼ばれている。2013年7月1日現在における本学での加入率が35.3%であり、3人に1人の割合で

加入していることになる。本学のサークル数は158団体（2012年度届出分）ある。テニスサークルなどのスポーツ系のサークル、音楽などの趣味活動を中心とした文化系サークルなど、百花繚乱である。30年以上も活動している伝統的なサークルもある一方で、最近の全国的な傾向でもあるが、気のあった仲間ですサークルを立ち上げ、当該学年だけでメンバーを編成し、卒業と同時に解散するサークルも増えつつある。そのため、絶えず新しいサークルが生まれては消えている現状である。

筆者は、カフェサークル「CAFÉ POSA」²⁷⁾が発足した2009年から顧問を引き受けている。このサークルは、紅茶やコーヒー好きの仲間が集まったサークル、というより、アルコールが苦手な学生がアルコール抜きでも集いたいといった思惑から生まれたものである（「主体性」「実行力」）。最初、発起人の学生達からサークルの趣旨を聞いたときは、「ただお茶を飲むだけなら、活動内容はないのではないかな」と疑問を投げかけたりしたが、意外にも「カフェ」を切り口に多様な活動を展開していくことになった。

通常の活動は、一週間に1回、ミーティングを開催し、月に1日、関西地区を中心に魅力的なカフェを調査する。それ以外には、夏合宿、春合宿、文化祭への出店などである。サークルが発足して間もない頃、休み時間に同サークルのお茶会に招待してもらったが、自分たちの手作りのおはぎを食べながら、談笑しながら和やかにお茶を楽しんでいた。全員1年生のこともあって、授業のことやら友人のことやら情報交換しているようであった。今はあまり見られなくなった大学生たちがよく集った昭和期の学生街での喫茶店での風景がよみがえり、とても懐かしい気分であった。この雰囲気好まれたのか、人気のサークルとなり、あっという間に30人も集まり、その後は喫茶室に入れないので、「満員御礼」でお断りしているとのことであった（「働きかけ力」）。

そして最近の流行を受けてか、上下関係が倦厭されて、「自分達の学年だ

27) 同事例は、2009年度から2013年度における筆者の観察と岡田啓詩（カフェサークル「CAFÉ POSA」初代会長）ならびに部員との談話に基づく。

けでメンバーを固定したい」との相談を受けたが、「後輩がいるほうが楽しいでしょうし、卒業後も自分達のサークルがあるのは思い出深いのではないのでしょうか」という提案をしたところ、これを受け入れてくれて、次年度以降も新入生の勧誘をしたため、最大90人にまでメンバーが増えた（「柔軟性」、「傾聴力」）。サークルの一大イベントである大学祭では、お揃いのトレーナーを着て、得意な手作りの菓子和飲み物の販売で大繁盛であった。



大学祭で賑わう『CAFÉ POSA』の屋台



ここまでなら普通のサークルと大差がないが、前年度に学内に出店していた喫茶店『珈琲館』のマネジメントにも関わっていく（「課題発見力」、「主体性」）。最初、生協がある大学の中で、街中のカフェと同価格帯の商品展開だったので、お世辞にも流行っているとは言えない状態であった。「流行っているように見せないと、よけい流行らない」というサークルメンバーの提案で、彼らが常時「さくら」となった。彼らにしてみれば快適な集う場所にもなった。もちろん、本当の客が来店すれば、さくらと気づかれないよう片隅によけたり、退出することになっていた。このように常時、店舗の内外にヒ

ト（メンバー）がいることで、流行っている店に見せかけて客を引き寄せ（「計画力」）、現在はいつ見ても実際に繁盛している。また、紅茶文化の側面から「アールグレイの茶葉を使ったミルクティよりもセイロン茶葉を使ったミルクティのほうが正統派である」等の提言をし、商品の改良にも関わった（「課題発見力」、「働きかけ力」）。

さらに、「珈琲館を盛り上げる会」という別系列のサークルも出現して、そこでは他のクラブと共同でのライブの企画、広告やポスターの製作、ならびに校内と地域住民へのビラ配りを行うなどの活動に発展していった²⁸⁾。



桃山学院大学内のCAFE DI ESPRESSO 珈琲館

カフェサークル「CAFÉ POSA」の事例について、学生たちの自律性と社会性を見てみよう。

教員や上級生からの指示ではなく、自らサークルの立ち上げからすべてのことを企画し運営していったのであるから（「前に踏み出す力」）、自律性は非常に高いと言わざるを得ない。公認クラブと違って、伝統的な規則がない分、非常に自由な発想で活動がなされている（「創造力」）。カフェ巡りの調査結果の一部情報を初代会長作による「ニッチなカフェ」というタイトルでインターネット（フリーペーパー）発信したこともあった（「発信力」）。ま

28) 同事例に関しては、本廣定也（「珈琲館を盛り上げる会」の元リーダー）の談話に基づく。

た、本学で学会が開催されると聞きつけるやいなや、「湯茶サービスなどの手伝いを是非したい」と申し出て、手伝う姿を見かけたこともあった（「働きかけ力」）。

社会性の面では、サークルの人数も多いことから、いろいろな学生と活発に交流がなされ、入学時よりメンバーの多くが社交的になったように見受けられた（「発信力」「柔軟性」）。発起人の1人で初代会長になった学生は、卒業後に「就職活動のためにサークルを創ったわけではありませんでしたが、面接時に、とても興味をもたれて話が盛り上がり、結果、ほとんど（40社中39社）の面接試験で落ちたことはありませんでした」²⁹⁾と述べている。顧問になってほしいと依頼があった時は、サークルの意義について懐疑的だったが、活動が軌道にのり、新たな展開があるたびに若者達の発想力や行動力に、限りない可能性を感じた。

このようなサークル活動において、いくつか課題も散見される。

第一に、無限大に自由であるという良さもあるが、伝統の縛りや規制がゆるやかな分、集合時間に遅れる学生がいるなど、律することが欠けている面があるように思われる。

第二に、目的がはっきりしないコミュニケーション系のサークルが増えつつあることである。幸い、同サークルは初代会長のリーダーシップとメンバーの協調で、1つ1つ目標を見つけ実行していった。

第三に、同サークルは後輩も受け入れてくれたが、年齢差のある人間関係を嫌う傾向（「ストレスコントロール力」が弱い）にあることである。少子化や核家族化が進み、地域の交流も薄れる環境下では、交流する世代の幅も狭くなりつつあるので、せめてキャンパスライフの中では幅広い年齢の学生と交流する機会をもってほしい。

29) 岡田啓詩の談話に基づく。

6. 結び

以上、大学生たちのキャンパスライフの一部を記述してきたが、大学教員は、ゼミナールや課外活動を通じて、自律性と社会性をある程度、育成することができると思える。

第一に、通常の授業のプロセスの中に、自律性や社会性を育成する仕組みを導入することである。新しい科目を設定するのも一つの方法であろうが、物理的・時間的な制約や大学の予算の関係もあるだろう。筆者の場合は、ゼミナールにおいて、教科書を用いて理論を学ばせながら、プレゼンテーションやディスカッションを導入することでプロセスを活性化し、自律性と社会性も身につけることができるよう目指している。

第二に、教員の専門性を背景にすることが重要であると思える。学生たちが質問や意見を積極的に提示してくるのも、教員がその内容に熟知していると思っているからであろう。書道部やカフェサークルでは、専門の知識や技能をもちあわせないので専門的な議論はできていないが、ゼミナールでは自分の専門性を背景にしているのでゼミ生たちと活発に議論することができる。

第三に、自律性と社会性を強化する方法について、教員の得意な教育方法を導入するのがよいと思われる。文章を添削するのが得意な教員もいれば、議論が得意な教員もいるし、両方得意な教員もいる。社会人基礎力に関連する能力向上の教育を行っているモデル校としてよく参考にされ見学者が絶えないアメリカの「アルバーノ・カレッジ (Alverno College)」でも自律性や社会性に関わる8つの能力を1つの科目だけで育成するのではなく、複数の科目で育成し、専門知識の習得と同時に学ばせている³⁰⁾。

第四に、一般常識、教養、専門に関する知識を身につけることも重要であると思える。同ゼミナールでは、あくまで専門の理論を学ばせることを第一の目的としている。若手社員が語っているように、大学の学びも会社の仕事

30) 経済産業省、前掲書、pp.78～80.

に役立っている。そして、その学びのプロセスにおいて知的好奇心が生じないということが問題であり、自律性の中の主体性や課題発見力と大に関わっている。

企業側の要望は、近年、コミュニケーション能力と呼ばれるような社会性を強く求めてきたが、昨今は主体性などの自律性を求め始め³¹⁾、一般常識を初めとした知識不足にも不満をいだいている。それへの対応のため、1990年代後半以来、ふたたび、大学の成績評価を重視する気運である。2014年以降には、三菱商事や富士通などの大手企業が、大卒採用活動時に、エントリーシートに加え、成績書も提出させる予定である。これまでは部活動などを重視する一方で、大学ごとに異なる成績は客観評価が難しいために積極的に活用していなかったようである。三井物産、日本たばこ産業、セブン-イレブン・ジャパン、東レ、帝人、清水建設などの15社は、DSS（企業に対して学生の成績を客観的に判断する情報を提供するNPO法人）と契約を結んで学生の成績を取り寄せるという（日本経済新聞 2013年12月8日朝刊、第1面）。

第五に、受け手の企業の要望や企業人の意見、すなわちニーズを確認しながら育成していくことも重要である。文部科学省の諮問機関である中央教育審議会で次のような指摘がなされている。

「大学が学生に身に付けさせようとする能力と、企業が大学卒業生に期待する能力が乖離しているとの指摘もなされている。近年、『企業は即戦力を望んでいる』という言説が広がり、学生の資格取得などの就職対策に精力を傾ける大学が目立っている。

しかしながら、実際に企業の多くが望んでいることは、むしろ汎用性のある基礎的な能力であり、就職後直ちに業務の役に立つような即戦力は、主として中途採用者に対する需要であると言われる。

31) 「大学生が自ら学ぶ仕組み求める中教審」2012年8月28日。
<http://renngou.kuronowish.com/tyuukyousinnitousinn 0828.htm>

こうした例に示されるように、大学は、企業の発する情報を必ずしも正確に理解しているとは言えず、企業も、自らの求める人材像や能力を十分明確に示し得ていない。」(中央教育審議会「学士課程教育の構築に向けて」(答申)2008年12月24日,9頁。)

また、いくら大学が自律性と社会性を高める授業を設定しているとしても、社会から学生にそのような知識や能力が求められているという意識を学生が持っていなければ効果は限定的である。よって、企業のニーズを知り、学生に知らせることで学生の動機付けにもなるであろう。

「はじめに」における問題提起に関して、筆者のささやかな取り組みとともに考察を述べた。諸先生方も日々貴重な教育活動をされているので、御教示いただければ誠に幸いである。

なお、本論考は筆者が知りえた限定的かつ定性的な事例であるため、より普遍化するためにはより多くの事例かつ定量的な分析も必要であると考えられる。これらについては、今後の課題としたい。

謝辞) 本学キャリアセンター事務課の井峯武課長ならびに本学学生支援課の金澤太郎課長には、キャリア育成ならびにクラブ・サークル関連の資料を賜わり、心より御礼申し上げます。

(しのぶ・ちかこ／経営学部教授／2013年12月9日受理)

Contents

Foreword	MAKINO Ninako (1)
----------------	---------------------

Articles

The High-handedness of Kansai Electric Power Co., Inc. in a Nook of Civil Society	YAMAMOTO Jun-ichi (7)
Which Essential Element of a Business Accomplishes Social Responsibility?	MAKINO Ninako (45)
The Efforts on Future of Accounting Higher Education in the United States, and the Current Situation and Issues in Japan	OZAWA Yoshiaki (85)
Current Situation of the Advance of Chinese National Farms in Russia	OSHIMA Kazutsugu (119)
A Study of the Attention Distribution to Look at the Near: Evaluation of Attention Directed to a Visual Target That is Difficult to Distinguish, Using Contingent Negative Variation	TAKAHASHI Hitomi (145)
Multiple Consumption Tax Rates and Their Estimated Impact on Inter- and Intra- Generational Tax Burden	TASHIRO Masayuki (161)
Bank Crisis and Collapse of Markets(Ⅲ) —— The Expansion of Economic Slump and Policy Debates in Mass Media ——	MOCHIZUKI Kazuhiko (185)

An Examination on the Reflection Effect: Evidence from High School Students in Japan	NAKAMURA Katsuyuki (229)
The Rise of Interpretivism Approach of Communication Theories about Commercial Advertisement	WANG YanYu (251)
Analysis of Chinese Manufacturing Industry from the Perspective of Changing Architecture Theories —— Possibilities of Diversified Strategic Choices of Architecture ——	MU Xin (287)
Critical Survey of Corporate Governance Theories in Japan —— From the Standpoint of Real Entity Theory of Corporation ——	KUROKAWA Hideko (309)

Note

Developing Autonomy and Sociality of College Students: From the Cases of Seminar and After-school Activities	SHINOBU Chikako (335)
--	-----------------------

Brief Biography of Professor HASEGAWA Akira

.....	(377)
-------	-------

Bibliography of the Writings of Professor HASEGAWA Akira

.....	(379)
-------	-------

ST. ANDREW'S UNIVERSITY ECONOMIC AND BUSINESS REVIEW

VOL. 55 NO. 4 March 2014

Special Issue In Dedicated to
Professor HASEGAWA Akira

Published by the Research Institute,
St. Andrew's University
1-1 Manabino, Izumi, Osaka 594-1198, Japan
