

市場主義対コミュニティ主義

—— 経営の根本問題を考えるために ——

西 岡 健 夫

目 次

はじめに

第1節 市場主義対コミュニティ主義（要 説）…………… p.167

社会的分業システム

コミュニティとは

市場主義, コミュニティ主義（一言で言えば）

議論の進め方

対比（1） 調整の仕組み（価格メカニズムへの依存度合）

対比（2-1） 競争と個人主義

対比（2-2） 個人の抱え方（個人と社会（全体）との関係）

対比（3） 社会的分業システムは何の場か？

対比（4-1） 企業の目的

対比（4-2） 商品化と私有権, 私的財と公共財

対比（5） 企業（会社）は誰のものか？

対比（6） 利益とは何か？

第2節 市場主義対コミュニティ主義（補 説）…………… p.175

コミュニティ主義から見た経営の根本的事項

市場主義対コミュニティ主義（項目を追加して補足）

第3節 調整の仕組みをめぐる…………… p.179

市場による調整は万能ではない

市場以外の調整の仕組み

第4節 合成の誤謬（普通の合理的経済活動が招く危険）…p. 182

社会的分業システムと自由経済システム

行きすぎた企業行動と「合成の誤謬」

コミュニティ主義の考える対応

第5節 歴史的・鳥瞰的観点に立てば…………… p. 186

経済システムの歴史の大きな流れ

自給自足・物々交換の再考

完全雇用の前提、Basic Income 論、社会的分業システムの

範囲、社会的分業システムからの脱退（Exit）

マネー経済・シンボル経済の検討

改めて、経済とは何か？

は じ め に

私の専攻は経営倫理であるが、いかなる研究領域においても、また実際の企業経営においても、最初に根本的なことを抑えておくことが重要だと思う。根本的なことというのは、企業観、社会観、人間観といったこと、さらには、企業は何のために存在するのか、利益とは一体何なのかといったことである。

私自身は、企業の目的は、利益追求というよりは、社会的分業システムの中で自らの役割（財・サービス供給）を果たすことであり、また、利益については、出資者のために最大化すべきものというよりは、企業において力を合わせる各ステークホルダーに対する報酬だと捉えている。なぜ、そのように捉えるかについて説明するには、企業が経済活動をする全体社会の場（社会的分業システム）にまで遡って考察してみる必要がある。それは、社会的分業システムをいかに認識・理解するかにかかっている問題である。

ここで、市場主義的な認識・理解に立脚すれば、企業の目的は利益追求

であり、利益は最大化すべきものだという見方になるであろうし、コミュニティ主義的な認識・理解に立脚すれば、私のような見方が出てくるであろう。以下、市場主義と対比しながらコミュニティ主義について説明することにする。

第1節 市場主義対コミュニティ主義（要 説）

社会的分業システム

経済とは、私たちが日常生活に必要なモノをいかに調達するかに係ることだとすれば、太古の昔まで遡ると経済形態は、家族や集落単位での自給自足が基本であっただろう。それが、時代が下って人々の（あるいは地域間の）往来・交流が次第に深まるにつれ、分業・交換が進展し、巨大で複雑な分業・交換ネットワーク（社会的分業システム）が形成され、生活に必要なモノは分業により生産し、互いに交換して生活に役立てるようになった。そしてついに今日では、社会的分業システムは地球規模に拡大し、グローバル時代と呼ばれるようになったのである。

社会的分業システムは、具体的には、様々な産業・業種だけでなく、教育、医療、福祉や、各種の行政サービスも含めて諸種の職業に分かれて分業することを指すが、分業は、社会的分業と組織内分業に分けて論じられることもある。組織内分業とは、例えば企業の場合ならば、製造部、販売部、人事部、経理部などに分かれて業務を分担することである。以下、本稿では、組織内分業も含めて社会的分業という言葉で表すことにしたい。

ここで分業・交換ネットワークとか社会的分業システムとかと言っているが、その形態・理念は1つではない。1990年以前には確かに計画経済システムも存在した。しかし、それが崩壊した現在では、自由経済システムが世界中を席卷するまでに発展しており、それに代わるような経済システムは見出すことはできない。現代の私たちはその下で生きていくほか道

は無いのである。

けれども、資源枯渇、環境破壊、雇用（失業）、その他様々な社会・経済問題が山積している現実を見れば、自由経済システムを見つめ直して見る必要がありそうである。自由経済システムの捉え方については、現在では市場主義的認識が最有力と見て間違いないだろう。しかし、私は、コミュニティ主義的にとらえ直すことが重要ではないかと考える。

コミュニティとは

コミュニティとは、人々が交流し協力しあう場というような意味であるが、具体的に例示する方がわかりやすいであろう。家族、地域社会、会社、趣味の会、ボランティア団体などは、すべてコミュニティであるし、もっと広域的な国家のようなものもコミュニティと考えてよい。また、インターネットが普及した今日、フェイスブックのようなネット上のつながりもコミュニティと考えられる。コミュニティは、日本語では共同体がそれにあたるが、そのように翻訳してもしっくりこないところがあるので、本論文では言語のまま用いることにした。

人間のコミュニティへの所属関係を見ると、だれでも複数のコミュニティに同時所属しているのが普通である。家族の中では父親、会社では課長、趣味の会では連絡係といったようにである。

市場主義、コミュニティ主義（一言で言えば）

市場主義とは、一言で言えば、個人の自由を最大限に認め、競争を重視し、個体（企業や個人）間の利害調整は市場に委ねればよいという考え方である。それに対して、コミュニティ主義は、個人は自らの利益を図り互いに競争するものの、あくまでコミュニティの一員として他者と協調し全体への配慮も怠らない存在だと見る。また、利害調整については、市場の働きは限定的であり、対話・コミュニケーションがより重要ではないかと

見る。以下、項目に分けて市場主義とコミュニティ主義との対比を行うが、その前に、議論の進め方に関して一言しておきたい。

議論の進め方

一般に、何らかの説を批判して自説を開陳するには、批判対象を明確にしなければならない。ところが、これは意外に厄介である。特定の論文や論説を対象にして論評・批判するのであれば、批判対象は明確だが、本稿のような問題の切り方をすれば、批判対象の明確化は簡単ではない。

そこで、私は、次のように議論を進めたいと考える。本稿では、市場主義と対比しながらコミュニティ主義を提唱しようとするのだが、本稿における市場主義は、私が認識し私が総括した市場主義である。市場主義と言っても、論者により見解に相違が見られるが、そうした中で「市場に聞け」、「競争は善」、「経済活動の自由は最大限に」といった見解・主張を私なりに総括し整理したものが、本稿での市場主義である。個々の論説や論者を取り上げれば、本稿で私が言う市場主義に当てはまる所もあれば、当てはまらない所もあるだろうけれども、それは致し方が無い。本稿での市場主義は、様々な見解や論説の最大公約数的なものとして総括したものである。

同様に、コミュニティ主義についても、私の考えるコミュニティ主義である。もちろん、それを提示するにあたっては、幾多の先学から影響を受けている。特に、A. Ethioni のコミュニティアニズムや、R. Dore の日本的経済・経営システム論からは、多くの示唆を受けた。しかし、本稿でのコミュニティ主義は、自分なりに自分流儀にまとめたものである。

かくて、本稿では、私の総括した市場主義に対比する形で、私の考えるコミュニティ主義を提唱して、現下の困難な問題（資源・環境問題、雇用や職場の問題、消費者満足や製品安全の問題をはじめとする経済・社会問題）に応えようとしたのである。後は、批判を待つしかない。

なお、本稿での市場主義は市場・競争主義、コミュニティ主義はコミュニティ・協力主義と言い換える方が、正確になる。市場にはコミュニティが対応し、競争には協力が対応しており、本稿の内容をより鮮明に表しているからである。しかし、用語は長過ぎない方がよいと思ったので、単に市場主義、コミュニティ主義と呼ぶことにした。

対比 (1) 調整の仕組み (価格メカニズムへの依存度合)

経済とは、生活に必要なモノを必要な量だけ供給することだとすれば、それが実現するように様々なモノの需要と供給の調整を行う必要がある。

この需給の調整は、市場主義においては、ほぼ全面的に価格メカニズムに委ねられ、産業界への規制は最小限に止められる。しかし、後述するように、価格メカニズムには限界があり、かなり問題もある。そのため、コミュニティ主義においては、対話、話し合いに重きを置く。それは、社会の価値観、衡平感、社会通念や、伝統、慣行、歴史、経緯などを踏まえたものになるであろうし、また、そこにはパワー、力関係も作用するであろう。例えば、価格の決定に関して定式化すれば、市場主義では

$$\text{価格} = f(\text{需給})$$

となるのに対して、コミュニティ主義では、

$$\text{価格} = f(\text{需給}, \text{パワー}, \text{慣行} \cdot \text{相場感})$$

というふうに表わすことができよう。

K. ポラニーは、産業化以前の社会では経済は社会に埋め込まれていた (Embedded) と言っているが、市場主義は、経済を社会から切り離し、経済を突出した領域として捉える嫌いがある。しかし、現実には経済だけ切り離すわけにはゆかない。コミュニティ主義は、価格メカニズムを活用はするが、社会通念、慣行、パワーのような要素も組み込んで考察しようとするのである。

対比 (2-1) 競争と個人主義

自由経済システムの下では、経済活動の自由が前提されており、また市場（消費者の購買力）には限界があるため、いきおいモノの販売をめぐって競争が生じる。

競争に関し、市場主義はそれを自由放任するばかりか促進・奨励しており、適者生存をよしと見ている。コミュニティ主義は、競争の存在は自然の姿だと捉えるが、それを野放しにはしない。「よい」競争を促進する一方で、共倒れ、泥試合、競争のエスカレーション、囚人のジレンマを極力避けるように努力する。そのために、競争ルールの整備強化、市場（競争アリーナ）の設計に注力する。

競争は、個人主義（厳密には利己主義）と密接不可離の関係にある。競争するとは、競争相手と切り離されることが前提となるからである。市場主義は、言うまでもなく、徹底した個人主義、正確には利己主義と結びついている。コミュニティ主義は、個人主義を尊重しつつも、人間は他者とは切り離せない存在で、コミュニティの一員として他者や全体にも配慮する点を強調する。厳密に言えば、人間とは、他者と協調しながら、個人的利益も追求する「両義的な」存在である。両義的とは、さらに言えば「矛盾した」ということであるが、そうした人間の矛盾した現実をありのまま捉えることは重要だと思う。

コミュニティ主義では、競争に関して、「よい」競争と、「悪い」競争に分けられると考える。既得権や規制に守られることへの安住にはもちろん反対する。

対比 (2-2) 個人の捉え方（個人と社会（全体）との関係）

市場主義は、他者と切り離されてもつばら個人的利益を追求する存在として個人を捉え、業績評価も個人単位で行おうとする。一方、コミュニ

ティ主義は、個人は自らの利益を図りつつも他者や全体にも配慮する存在だと捉え、チームワークを重視し、業績評価に関しては個人評価だけでなく集団評価も取り入れる。

市場主義は、全体は個人の総和だと捉え、コミュニティ主義は、全体は個人の総和以上のものと捉える傾向がある。定式化すれば、市場主義の捉え方は、全体＝ Σ 個人と表わせるのに対して、コミュニティ主義の捉え方は、全体 $>\Sigma$ 個人と表わせよう。

対比 (3) 社会的分業システムは何の場か？

現代社会においては、複雑な分業・交換ネットワーク（社会的分業システム）が形成され、その中で生活に必要なモノを分業により生産し、それを互いに交換しあっているが、そうした社会的分業システムは、いかに認識し、いかに捉えればよいであろうか？

市場主義では、社会的分業システムは「競争の場」だと捉える。競争は、産業界においては販売（売り込み）競争になり、販売増は利益増につながるから、それは利益追求競争にもなる。また、競争対象の市場（マーケットの広さ）には限界があるため、分け前（マーケット・シェアひいては国民所得）を奪い合う分配合戦となる。かくて、市場主義にとって社会的分業システムは、「競争の場」であり、「分配合戦の場」だと言える。

コミュニティ主義では、社会的分業システムは「協力場」だと捉える。即ち、生活に必要なモノを互いに分業によって生産し、それを交換しあうことによって誰もが生活してゆけるようにする場が社会的分業システムだと捉える。そこでは、各人は何らかの役割を担うわけであるが、役割の遂行（例えば或る財・サービスの供給）をめぐって、競争は当然に生じる。しかし、競争に勝つことに主眼があるのではなく、競争を通じて役割を果たすことに主眼がある。また、競争が伴う弊害（囚人のジレンマ、絆の喪失など）は極力回避するための努力がはられる。

対比（4-1）企業の目的

市場主義は、企業の目的は利益追求だと見る。市場主義によれば、個人は他者から切り離されて、もっぱら個人的利益を追求する存在であり、社会的分業システムは、そうした個人が生き残りを賭けて競争する場だと捉えているからである。

他方、コミュニティ主義は、企業の目的は、社会的分業システムの中で一定の役割を果たすことだと見る。社会的分業システムとは、各人が分業を通じて協力しながら、何らかの財・サービスを供給し誰もが生活してゆけるようにする場だと捉えているから、上記の企業目的観が出てくるのである。

対比（4-2）商品化と私有権、私的財と公共財

社会的分業システム、企業目的との関連から、市場主義とコミュニティ主義を対比しつつ、商品化と私有権、私的財と公共財について考察しておく。

市場主義では、社会的分業システムは販売競争の場であり、企業目的は利益追求だと見るため、そこからは何にでも私有権を設定し商品化しようとする姿勢が出てくる。商品化により販売が増え利益増も見込めるからである。家事の外部化（商品化）は以前より進んでいたが、近年は証券化により種々の金融商品が誕生し、また権利の商品化（排出権、肖像権、ネーミング権など）も進展するようになった。さらには、会社も出資者（株主）が所有するとみなし、所有権の対象物として売買することを認めており、会社の売買も盛んになった。

コミュニティ主義では、社会的分業システムは協力の場であり、企業目的はそこにおいて役割（財・サービス供給）を果たすことだと考えるから、特に商品化を促進しようという姿勢は見られない。

市場主義が商品化に積極的だということは、私的財中心で行動するとい

うことを意味する。それに対してコミュニティ主義は、公共財，コモンズ，共有・共用を重視する。

対比 (5) 企業（会社）は誰のものか？

市場主義では、企業（会社）は出資者（株主）が所有すると見る。株主の権利は所有権ではなく株主権であるが、会社法の中で、その株主権が所有権のように強い権利として設定されている。会社は株主のもので、株主は Principal として他の Stakeholder と関係すると市場主義は考えている。

コミュニティ主義では、会社も分業システムのひとつであって、様々な Stakeholder が協力して会社の目的（何らかの財・サービスの提供）を遂げる場だと捉える。Stakeholder としては、経営者、従業員、仕入れ先、顧客、金融機関、地域社会などが考えられるが、株主もそれらと対等の Stakeholder の一人に過ぎない。このような Stakeholder が力を合わせてはじめて会社は成立する。Stakeholder 間で利害が対立することもあるが、その調整に当たるのは経営者という Stakeholder であり、経営者は要の位置を占めることになる。

市場主義では、会社は所有権の対象と捉えるが、会社も社会的分業システムの中で一定の役割を担う組織の一種である。社会的分業システム上の組織としては、他に学校、病院、福祉施設や、各種行政機関がある。他のそうした組織は、どの程度まで所有権の対象として（誰かの所有物として）捉えられているであろうか？ 少なくとも行政機関や公立の学校、病院は誰かの所有物ではない。会社についても、「社会の公器」だという見方もある。私は、その味方に与している。

また、会社（企業）以外の組織においては、目的は社会的分業システム上で担う機能だと考えられている。例えば、学校は教育、病院は医療を目的とする。しかし、市場主義によれば、企業の目的は利益追求であり、企業だけが目的の設定の仕方を異にしているが、私は、この点にも違和感を

感じている。とりわけ、社会的企業（Social Enterprises）が興隆しつつある現実を見る時、わが意を得たりの感を一層強くしている。

対比（6） 利益とは何か？

市場主義では、利益とは株主のために追求すべきもの、最大化すべきものだと考えられている。それは、個人は他者と切り離されて利己的に自己利益を追求する存在であって、社会的分業システムは利己的個人が利益追求の競争をする場であり、会社は株主が所有するものだと捉えられているからである。

コミュニティ主義では、利益は様々なステークホルダーに対する報酬だと考える。

この利益報酬観は、個人は競争しつつも協力する両義的存在であって、社会的分業システムはそうした個人がそれぞれ役割を果たして協力する場であり、会社は多くのステークホルダーが力を合わせて目的を遂げる場だと捉えるところから出てくる。

各人は、社会的分業（あるいは組織内分業）システムにおいて、それぞれ自らの役割を果たすことに対して互いに報酬を与えあうことによって生計を立てていると見るわけである。

第2節 市場主義対コミュニティ主義（補 説）

コミュニティ主義から見た経営の根本的事項

第1節において、市場主義と対比しつつコミュニティ主義の要点を説明したが、この見方から、経営に関する根本的事項はすべて導き出すことができると思う。

まず、表にまとめて示すことにする。表には、一覧性が得られるように、第1節で既に述べたことも再度挙げておく。

	市場主義	コミュニティ主義
企業目的	利益追求	社会的分業システムでの役割遂行
CSR（社会的責任）	CSRは制約条件	トリプル・ボトムライン
会社はだれのもの？	株主	様々なステークホルダーが支えて成立
マーケティング	どしどし売り込み 宣伝重視	真に必要なモノを供給 ソーシャル・マーケティング
組織のタイプ	ゲゼルシャフト	ゲマインシャフト
組織と個人	組織＝ Σ 個人 擬制説	組織> Σ 個人 実在説
責任の所在	個人	個人と組織
リーダーシップ	トップ・ダウン	ボトム・アップ
コーポレート・ガバナンス	株主のため	様々なステークホルダーのため
利益	株主のため最大化	各ステークホルダーに対する報酬
人件費	抑えるべきコスト	労働サービスに対する報酬
分配	個人単位で評価	集団的成果も評価

コミュニティ主義による企業経営を、市場主義と対比しながら明らかにすると、以上の通りである。表中、第1節で触れなかった点を中心にコメントを加える。

CSR（社会的責任）については、市場主義は一定のCSRを果たせば、後は利益追求に邁進すればよいと考える。これは、CSRを制約条件と捉え、制約条件付きの利益最大化問題を解くことになる。一方、コミュニティ主義によると、企業は、社会的分業システムの中で一定の役割を担う社会的存在であり、社会的存在として経済（財・サービスの供給）はもちろん、それと関連した環境（自然環境の保全）や社会（従業員の雇用・福祉、消費者や地域社会への諸配慮）にも等しく責任を負うと考える。この経済、環境、社会はトリプル・ボトムラインと呼ばれている。

コーポレート・ガバナンスについては、市場主義では、会社が株主のために利益を挙げることのできる仕組みになっているかどうかという点に

力点が置かれる。

一方、コミュニティ主義では、会社が赤字にならないように合理的に経営されているかどうかチェックすることはもちろん重要であるが、それだけでなく、他のステークホルダーから見て会社が暴走しないようにチェックすることにも注力する。

市場主義対コミュニティ主義（項目を追加して補足）

コミュニティ主義についての要点は、第1節で市場主義と対比しながら述べたが、ここでいくつかの項目を追加して説明を補足しておきたい。

まず、第1節で述べたことを表にまとめておく。

	市場主義	コミュニティ主義
調整の仕組み	価格メカニズム，市場に聞く	価格メカニズムだけでなく，人間による調整も重要
経済と社会	経済は社会から突出	経済は社会にEmbed
個人と社会	他と切り離された個人，専ら個人的利益を追求，個人単位	コミュニティの一員としての個人，他者・全体にも配慮，チームワーク
競争と協調	競争促進	協調・協力，「共生」
社会的分業システム	競争の場，分配合戦の場	協力の場，役割を果たす場
企業目的	利益追求	社会的分業システムでの役割遂行
私的財と公共財	私的財中心 私有化，商品化	公共財・コモンズ強化 共有・共用，公共性

以上は、大よそ第1節で述べたところである。以下、いくつか項目を付け加えることにしたい。

	市場主義	コミュニティ主義
仕事のあり方	完全雇用が前提、働かざるもの食うべからず	完全雇用は可能とは限らない、社会的分業の見直しも
マネーと実物	マネー経済に移行 交換価値を基準に	実物経済重視 使用価値も眼中に
シンボルと機能	シンボル経済、記号化	機能を中心に
経済成長	成長重視 常にニュー・フロンティアを開拓	成長は必要な範囲で フロンティアも必要性・意味を考えて
人間観	経済人 (Economic Man) 経済的欲求 (経済財) 合理的人間	全人 様々な欲求 (非経済財も) 非合理的な側面も
人間タイプ	商人型	職人型
自然観	自然を征服	自然と調和共存
幸福観	物質主義 欲望無限 成長主義	非物質主義 「知足」 調和重視

上表の中で、仕事の「あり方」から「経済成長」までは、第5節において詳しく述べることにする。人間観における全人というのは、人間は様々な欲求を持ち、様々な側面があるのだから、できるだけ全体像をすくい取らねばならないという意味である。例えば、経済財だけでなく関係財（権力、名誉など）に執心したり、仕事の中に遊びを求めたりすることを見逃すべきではない。非合理的側面と言えば、極端な例では自虐・破壊本能のようなものさえ見られる点を指す。

幸福感における非物質主義というのは、物質的豊かさだけでなく、自然の美しさや精神的満足をも求める姿勢のことである。「知足」とは足るを知ることであるが、人間は足るを知らなければ幸福になれないと思う。私は、かねてより「知足」と「共生」を合わせて、「知足共生」という理念を提唱している。

第3節 調整の仕組みをめぐって

市場（価格メカニズム）による調整は万能ではない

市場主義は価格メカニズムに大きく依存する。市場に聞けばすべてうまく行くように言う。即ち、需給が調整され（必要なモノが必要量だけ供給され）、資源配分が最適化され、経済成長が可能になると見る。確かに、価格メカニズムには、そのような機能がある。しかし、万能ではない。それどころか下記に挙げるようになり問題を抱えている。

① 市場が機能する前提は非現実的である。

「完全競争」の仮定を置き、パワー格差や組織を無視しているが、それらはいずれも非現実的である。現実には、独占的競争が行われるのが普通であり、また、個体（個人、組織）間のパワー格差、経済活動のための組織・ネットワークの形成はよく見られるところである。

② 市場が機能しない場合が少なくない。

いわゆる「市場の失敗」（公共財、外部経済、情報非対称性など）がある。また、深刻な不況、恐慌になれば、市場にゆだねておくわけにはいかない。さらに、独占が形成されれば、市場は機能しない。

もっとも、上記に対しては、これまでに対策は講じられてきた。「市場の失敗」に対しては公共財供給や諸規制、また不況に対してはケインズ政策、さらに独占に対しては独占禁止政策がそれである。

③ 市場が機能すれば、却って問題が生じることがある。

市場が機能して競争が盛んになれば、競争の敗者が出るが、それを放置できないことがある。それに対しては、福祉国家政策が講じられてきた。

市場での経済活動が過熱すれば、経済が「水膨れ」して、資源浪費・環

境破壊をもたらす。過度の経済活動の結果は経済成長ではなく、経済「膨張」となるのである。

市場は社会（消費者のニーズ）に応える仕組みであるが、ニーズとして顕在化するの、あくまで購買力のある人（富者）のニーズである。昨今、富裕者向けマーケティングがしばしば取り上げられるが、このことを如実に物語っている。

また、需要がまとまらなかったり（少量必須財など）、低付加価値であったり（シンプルライフ財など）すれば、社会的にはいかに重要性があっても、企業としては供給する意欲が湧かない。

市場に頼れば、資源偏在があれば、資源浪費が進む。例えば、石油などは一部の国に偏在しているが、そうした国は地球全体にとっていかに貴重な資源であっても、自国には豊富に埋蔵されているため、安売りすることができるからである。

市場は、交換価値を基準に取引がなされるが、それは資源・環境から見れば不合理なことが少なくない。例えば、まだ使える（使用価値がある）のに、安いモノは使い捨てられるなどが例示になるだろう。

④ 需給均衡、競争は果して求められているのか？

企業から見れば、均衡と競争はどのように考えられているだろうか？ 均衡については、均衡していれば、企業にとっては妙味が無い。需要＝供給となり均衡していれば、必要なモノが必要だけ供給されている状態であるから、それ以上はモノが売れない。その場合は、諸種の手段によって需要＞供給の状態に移そうと働きかける。また、一物一価の均衡状態であれば、裁定による利益は生まれない。そこで、価格差のある地域（主に海外）を見つけて、裁定利益を獲得しようとする。

競争については、基本的には成算のある場合だけ競争しようとする。少なくとも競争「させられる」ことは避けようとする。また、競争に踏み出

すのは、将来独占的利益が得られる見込みがあればこそである。企業にとっての競争戦略は、競争に勝つか、あるいは競争を避けることにより、いかに独占的地位につくかの方法論である。

以上、4つに分けて市場の問題を簡単に述べた。その中で①、②、および③の「競争敗者」までの問題は、今まで取り上げられてきているが、③の「経済水膨れ」から④までの様々な問題は、あまり取り上げられない。その点を、私は強調しておきたい。

市場以外の調整の仕組み

市場以外の調整の仕組みについては、

① 対話、話し合い

人間同士の対話、話し合い、議論、要するにコミュニケーションが、利害などの調整のために不可欠である。そうした「人間による調整」の背景には、

②-1 社会の価値観、衡平感、相場観、社会通念、時代精神

②-2 歴史、伝統、慣行、行動文化

といったものがあり、それらは無視できない。モノの価格や性能、取引上の権利義務などは、需給だけでなく、②-1 や②-2 によって影響されるところが大きい。

③ パワー、力関係

話し合いには、もちろんパワー、力関係も作用する。その場合、強いものの勝ちになるのは望ましくない。コミュニティ主義では、他者への配慮が重要だと考える。

また、権力責任均衡原則から見て強者にはそれにふさわしい責任が課せられるし、ノブレス・オブリージュ (Noblesse Oblige) といったことも求められるだろう。

④ 社会の基底：信頼，絆，連帯感

調整の基底にあるのは、お互いの信頼，絆，連帯感である。コミュニティ主義は、特にこの点を強調する。

⑤ 人々の認識

もうひとつ④と並んで基本的に重要なことは、人々が社会なり人間なりをどのように認識するか、捉えるかということである。社会を「競争の場」と捉えるか、「協力の場」と捉えるかで、行動の仕方、調整の進み方は大きく変わってくるであろう。個人は他者と対立的な存在だと捉えるか、互いに協力・配慮しあう関係にあると捉えるかでも大きな差が生じるであろう。

以上述べた調整の仕組みは、いかにも頼りないものに見えるかもしれない。確かに、絶対的なものではない。しかし、市場による「予定調和」が期待できない以上、私たちは、コミュニケーションによる調整により不完全な市場を「補完」していくほかないと思う。

第4節 合成の誤謬（普通の合理的経済活動が招く危険）

社会的分業システムと自由経済システム

現代社会では、経済は自給自足ではなく社会的分業により営まれる。社会的分業システム（分業・交換ネットワーク）の形態としては、一時計画経済システムも存在したが、今では自由経済システム一色に塗りつぶされている。そこで、自由経済システムという社会的分業システムとはどんなシステムなのかが問われる。

自由経済システムとは、生産手段の私有と経済活動の自由を認めるが、経済活動の結果については各人に自己責任を負わせるという経済システムである。また、そこでは、経済活動、需給の調整は市場（価格メカニズム）

にゆだねられている。経済活動が自由で、その結果には自己責任を負わねばならないということは、具体的には、自らの製品が売れなければ生活でなくなる、しかし、よく売れば生活はそれだけ向上するということを意味する、また、売ろうとしても市場（消費者の購買力）には限界があるため、必然的に売るための競争が生じ、限界のある市場に競争者が殺到すれば、いきおい競争は熾烈になる。その結果、売り込もうとする行動（「売らねば」行動）と、それに勝とうとする行動（「勝たねば」行動）が生まれるのは自然の流れと言える。

以上が、自由経済システムの核心部分であり、その認識は市場主義にもコミュニティ主義にも共通している。しかし、そこから異なる。市場主義に従えば、「売らねば」「勝たねば」の行動が行き過ぎて、種々の弊害を招き、「合成の誤謬」という結果に終わらないかと私は思う。市場主義は、個人的利益の追求を自由放任し、社会的分業システムを「分配合戦の場」と捉えるとともに、調整の仕組みとして欠陥のある価格メカニズムに過度に依存するからである。

行きすぎた企業行動と「合成の誤謬」

自由経済システム下では、企業は「売らねば」とばかり需要創造、売り込みをはかる。各人は社会的分業システム上で互いに売り合い買い合いするため、この需要創造は「相互需要創造」となって、経済を成長させ生活を豊かにするが、行き過ぎれば資源浪費・環境破壊をもたらす経済を「水膨れ」させるだけに終わる。過度の新製品開発やモデルチェンジ。意図的陳腐化や流行創出。それにともなう使い捨て、製品ライフサイクル短縮、過度のスラップ・アンド・ビルド。また、付和雷同の消費や衝動的消費を誘発しての売上増加もあるかもしれない。

そして、過剰機能、過剰品質、過剰包装。さらには過剰な宣伝広告、過剰な消費者ローン。宣伝とローンとは20世紀に入ってから急速に発展し

たマーケティング手法であるが、それらの需要喚起効果は測り知れない。

一方で、企業は「勝たねば」とばかり競争戦略を駆使し、勝ち残りをはかる。それは経済効率を上げ経済を活性化させるが、行き過ぎれば競争が過熱して経済を暴走させてしまう。勝つためには手段を選ばないようになること。そこでグレンシャムの法則が作用すれば、善意の企業が淘汰されてしまう。また、足の引き合いや泥試合、「囚人のジレンマ」に陥ること。競争に勝つことだけが目的になること（競争の自己目的化）。競争が対抗行動を誘い悪循環すること。こうしたことは、終わり無く（Endlessに）続きがちで、そうなればまさに無間地獄と化すだろう。

また、マネー経済化、ICT 進歩の中で、競争は「一人勝ち」（Winners Take All）の様相を呈するようになってきている。そして、「巨利」をあげることのできる構造が組み込まれるようになってきている。

以上のように、「売らねば」「勝たねば」という企業行動に行き過ぎがあれば、総括的には、自然環境は破壊され、人間の心も、社会の絆も破壊されるだろう。それは「合成の誤謬」と言えよう。なぜか？

上記において例示した「行き過ぎ」行動は、市場主義ではどのように捉えられるだろうか？ もちろん、法律に違反したり道義にもとるような行動は排除されるが、それ以上のことについてはいかがであろうか？ そもそも「行き過ぎ」とか「過度、過当」といった概念は無視されているように見える。モデルチェンジや流行創出、宣伝広告や消費者ローンなどに過度、過剰という概念が使われることは無い。また、競争にも「過当競争」という概念は無く、どんな競争も競争として捉えられていると思う。そして、法律、道義に反しない限り、利益追求のための行動は「合理的」であり、そうした経済活動において功績をあげた社員は賞賛され昇給昇格する。

しかし、市場主義から見て、企業レベルでは（ミクロ的には）合理的で賞賛されさえする行動は、社会全体では（マクロ的には）大きな弊害をも

たらしことがある。

それが「合成の誤謬」と呼ばれるものである。上述の自然環境の破壊や、人間の心の破壊、社会の絆の喪失がそれで、地球温暖化はまさに典型例であろう。温暖化は、別段法律違反によって生じているのではなく、日常の普通の合理的で賞賛されさえする行動、即ち、どんどんモノを売り、競争に勝とうとする行動が累積した結果だからである。

コミュニティ主義の考える対応

上述の行き過ぎた企業行動、その結果生じる「合成の誤謬」に対して、コミュニティ主義はいかに考えるか？ 種々の弊害、「合成の誤謬」を回避するには、コミュニティ主義の言う認識・理解の仕方が最も重要だと考える。即ち、個人、企業といった個体は、バラバラに切り離されて互いに対立する存在ではなく、たとえ競争はしても、他者や全体にも配慮する社会的存在であり、また、社会的分業システム（分業・交換ネットワーク）は、競争の場、分配合戦の場と言うよりも、互いに必要なモノを生産し交換しあう協力の間だという認識・理解である。

まず、このような認識・理解が根本に無ければならない。しかし、それだけでは不十分であり、上記の認識・理解立脚して、ルールを整備強化する必要がある。ルールとしては、例えば、企業不祥事（企業不正）に対しては、

- ① チェック機構、第三者評価機関の整備充実
- ② 情報公開の徹底、
- ④ 報告・通報の義務化（内部通報など）
- ③ 罰則規定の整備強化

などが挙げられるが、自由経済の行き過ぎ（経済の水膨れ、競争の過熱、種々の格差）を是正するには、

- ⑤ 税制の活用

が、有効だと思う。環境税、トービン税、超過利得税、累進税、負の所得税など既にアイデアとしては提唱されているが、積極的に検討して推進する必要がある。

理念としては、私は、かねてより「知足共生」を提唱してきた。四字熟語にしたのは、「知足」を「売らねば」行動の行き過ぎに対して、共生を「勝たねば」行動の行き過ぎに対して対応させたからである。この知足共生がコミュニティ主義の主張と軌を一にするのは明らかであろう。

行き過ぎた「売らねば」行動 …… 知足

行き過ぎた「勝たねば」行動 …… 共生

思えば、「合成の誤謬」は根源的な問題である。根源的な問題には根源的な対応が要請される。コミュニティ主義による対応は、社会的分業システム（分業・交換ネットワーク）の認識・理解の仕方から考え直すわけであるから、まさに根源的対応の一つになると思う。

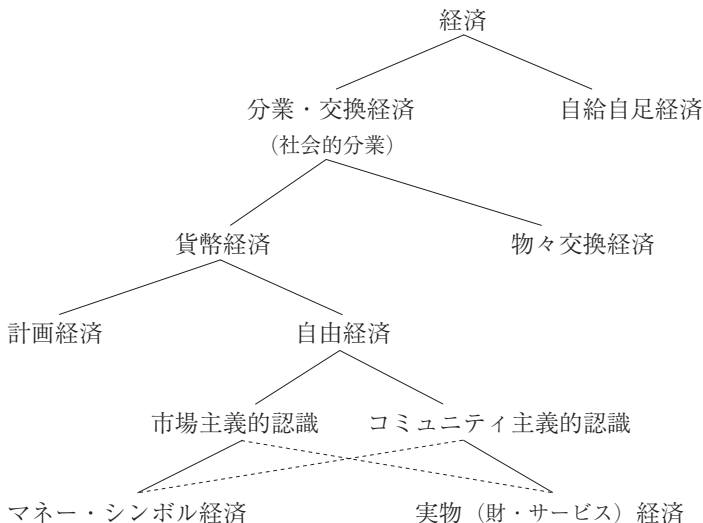
第5節 歴史的・鳥瞰的観点に立てば

経済システムの歴史の大きな流れ

ここまで、社会的分業システム（分業・交換ネットワーク）の中の自由経済システムというシステムをいかに認識するかについて、市場主義と対比しながらコミュニティ主義の主張を述べてきた。併せて、市場主義的認識に従えば、企業行動に行き過ぎが生じ、合成の誤謬（自然環境の破壊、人間の心の破壊、社会の絆の喪失）がもたらされる恐れがあるが、それに対してコミュニティ主義はどのような対処策を講じるかについても述べた。

ここでは、経済システムの歴史を大づかみに振り返り、その中で自由経済システムの位置づけを確かめて、システムの再検討を加えるとともに、

将来についての展望もはかってみたい。最初に、経済システムの歴史を図示すれば、次の通りである。



経済システムの概略史を振り返れば、歴史は、家族や村落単位の自給自足から始まったであろう。それが、次第に人々の交流が活発になるにつれ、経済交換の輪が広がって社会的分業が進展していったと思われる。交換経済は、当初は物々交換が中心であったが、貨幣が発明されてからは貨幣経済に移行し、産業革命時代を経て、それはいよいよ興隆した。貨幣経済という形態の分業・交換経済（社会的分業システム）の中では、計画経済システムという形態も登場し一時はかなりの勢力を誇ったが、それは冷戦の終了とともに1990年前後に瓦解し、今では自由経済システムという形態が地球規模で普及するに至っている。

自由経済システムに関しては、本稿で述べたように、市場主義的認識が大きな影響力を持ち主流の地位を占めているが、コミュニティ主義的認識も可能である。今日、自由経済システム下の社会が抱えている困難な諸問

題を思い浮かべる時、私はコミュニティ主義的認識の持つ意味は重大だと思う。この点は、本稿ですでに詳しく述べた。

図の最下段にマネー・シンボル経済、実物経済を書き加えてあるが、それは、マネー経済化、シンボル経済化が進展して、実物経済 (Real Economy) を振り回すほどになっている現況を反映させるためである。また、市場主義的認識、コミュニティ主義的認識と、実線、破線を用いて結び付けてあるが、実線はつながりが強いこと、破線はつながりが弱いことを表している。市場主義的認識の方が、マネー経済、シンボル経済と親和性が強いと見てよいだろう (p. 11 の表を参照)。

いま一つ、分業・交換ネットワークの広がりについて補足しておく。分業・交換ネットワークの拡大に対しては、交通・通信技術の発達が決定的に重要な役割を果たすと考えられる。そのことは、19 世紀後半の鉄道、船舶、通信技術の発達を見れば明らかであろうし、また、20 世紀の最後の 10 年以降はインターネットを始めとする ICT の発達によって急速なグローバル化が進んでいるのを見てもわかるだろう。

経済活動のフロンティアという観点から見れば、フロンティアは「外なるフロンティア」と「内なるフロンティア」に分かれる。分業・交換ネットワークの拡大、グローバル化といった地理的拡張は、言うまでもなく外なるフロンティアだと言える。一方、内なるフロンティアとしては、マネー経済化やシンボル経済化が挙げられるであろう。

自給自足、物々交換の再考

上述した所では、経済システムの歴史は、自給自足経済から分業・交換経済へ、そして、物々交換経済から貨幣経済へ移行するということにとりあえず述べておいた。しかし、必ずしもそのように一方通行になるとは限らないし、また、それが望ましくないこともある。

① 分業・交換と自給自足

比較生産費理論などから見て、一般的には分業・交換のメリットは大きい。しかし、自給を再考の方がよい場合もある。但し、ここで自給という時、その領域は家族であったり、地域であったり、国であったりと範囲が色々になる点を断っておきたい。

自給を再考する必要がある場合とは、例えば、国の食料自給率の維持向上。国内産業の保護。地域活性化や自然環境保護のための地産地消、地域通貨。母の手料理など家庭文化温存のための家庭内自給の維持などが挙げられよう。

また、世界システム論 (I. Wallerstein) のような議論もある。それは、分業システムに組み込まれる時、担う役割に有利不利の別があり、パワーの無い構成員は不利な役割を押し付けられるという見方である。もし、そうならば、社会的分業システム (分業・交換ネットワーク) に参加しない方がよいことになるだろう。

さらに、自由経済の弊害を避けるために、市場から抜け出す必要があることもある。I. Illich は、このことを市場から「プラグを抜く」と表現しているが、市場に参加しないことにより、行き過ぎた企業行動の箇所 (p. 15) で指摘したような弊害は回避できるだろう。

② 貨幣経済と物々交換 (モノ・ベース)

貨幣経済は、言うまでもなく交換価値を基準に営まれる。しかし、交換価値基準での行動は、資源・環境の面からは不合理になることがある。例えば、安いモノ (交換価値の低いモノ) なら、使い捨てにされるであろうし、まだ使えるモノ (使用価値のあるモノ) でも惜しみなく捨てられてしまうだろう。これは、資源浪費・環境破壊につながる。資源・環境の面から見れば、使用価値を基準に、つまりモノ・ベースで考えるようにしなければならない。

労力銀行、フリー・マーケット、DIY、家庭菜園などはモノ・ベースの経済活動の好例だが、インターネットでのリサイクル・不用品交換も同様である。これらは、市場から「プラグを抜く」例でもある。

以上、①、②で述べたことは、自給自足経済→分業・交換経済、物々交換経済→貨幣経済という流れは、必ずしも一方向だけに進むのではなく、また、元の自給自足や物々交換（モノ・ベース）の方が望ましいこともあるということを示している。

完全雇用の前提、Basic Income 論、社会的分業システムの範囲、そこからの脱退

ここでは、完全雇用の前提、それと関連して Basic Income 論、さらに社会的分業システムの範囲について考察しておきたい。完全雇用とは、社会の構成員の全員を、社会的分業システムのどこかへ配置することである。

① 完全雇用の前提

現代社会においては、全構成員が、分業・交換ネットワーク（社会的分業システム）のどこかで役割を与えられ、その役割を果たすことにより収入を得て生活することが前提になっている。これは、雇用政策から言えば「完全雇用」の達成である。また、「働かざる者食うべからず」という主張でもある。

しかし、完全雇用は果して可能なのか？ また、妥当なのか？ ということも吟味の必要がある。現代は、科学技術が著しく進歩して機械化・ロボット化が急速に進み、人間がしなければならない仕事は大きく減少している。生活に必要なモノだけなら人口の5%で生産することが可能だということは、すでに50年も前のタイム誌に載せられていたくらいである。もし、そうならば、全員が社会的分業システムの中に配置される必要性は無くなる。

現在、失業率が2桁に上がっている国は少なくない。しかも、失業率はなかなか下がらない。原因としては、もちろん景気が悪いからであるが、長期的な趨勢として機械化・ロボット化により人間のすること（仕事）が減ってきている点も見逃すべきでない。この点から見て、完全雇用の前提は再吟味してもよいだろう。

さて、果してすること（仕事）が減ったことはよくないことなのか？ 考え様によっては、機械が人間の代わりに働いてくれて、人間はそれだけ楽になったのである。人間はさらに有意義なことに時間が割けるようになったのである。それは結構な事のはずである。しかし、現実には、これだけ生産力が向上しているのに、人間は相変わらず齷齪と生産販売競争に明け暮れている。

生産力が充分にあって、全員が生活していけるだけのモノを充分に生産できるのなら、マクロ的には、全員に生産物を適切に配分さえできれば、生活には困る人は誰も出ないであろうし、これほどまでも齷齪としないで済むのではないだろうか？ しかし、現実には、そのようにはなっていない。これは、再考を要する問題である。

② Basic Income 論

Basic Income 論というのは、最低限の生活費は全員に対して一律に支給すればどうかという考えである。それは、万人が持つ基本的人権に由来するところもあるし、また、上記のような生産力の飛躍的向上という事実を踏まえているところもある。

もっとも、Basic Income に対しては、働いても働かなくても全員に支給されるという点に対する反対論が少なくない。その点に関しては、完全雇用の前提と表裏の関係にある「働かざる者食うべからず」の思想があてはまらない現実が見られる点を Basic Income 推進論者は挙げる。いわゆるシャドウ・ワーク (Shadow Work) と言われるもの、家事などがそれで

ある。家事などは、社会的に大きな役割を果たしながら、何ら報酬を得ていない。逆に、働いていないのに、高額所得を得ている人もいる。こうしたことから、「働かざる者食うべからず」の原則は妥当性を欠いているというわけである。

Basic Income は、全く新しい制度だということではなく、現行制度の中にも部分的には存在している。年金や、生活保護などがそれである。しかし、Basic Income 制度の新しさは、現行の複雑で多岐に亘っている社会保障諸制度を一本化し、また支給に際し一々事前審査をしないなど事務を簡素化する点にある。社会保障制度の運用コストをかなり削減できると期待されている。

③ 社会的分業システムの範囲

本稿では、ここまで、社会的分業システムの範囲については、ことさらに明確にはして来なかったが、およそのところは私的（民間）部門（私的財）＋公的部門（公共財）を範囲として念頭に置いてきた。私的部門は商品化された領域であり、公的部門を含めれば、全体としてモノの供給に対して対価が支払われる領域だと見てよい。そして、それが具体的な所得となった段階では、賃金・給与、役員報酬、配当、利子、賃貸料などの形をとることになる。

しかし、社会的分業システムの範囲はそこまでなのか？ いや、さらに広げて考える必要がある。先に、シャドウ・ワークに触れたが、家庭内の仕事や、地域社会での仕事、ボランティアで行う仕事なども、社会的分業システムの一環として取り上げねばならない。報酬の支払われない仕事も、お互いに人間社会を支えていく上で重要な役割を果たしているからである。

また、物々交換システムも、社会的分業システムの一環に含めてよい。不要品交換などが例示できるが、近年はインターネットを通じたものが増加している。

④ 社会的分業システムと脱退 (Exit)

自給自足に戻る場合は、社会的分業システムからの脱退になるが、ここでは、それ以外の場合を考えてみる。社会的分業システム（分業・交換ネットワーク）においては、各人は生活に必要なモノを分業により生産し互いにそれを交換し合っているのだが、互いに交換し合うとは、各人がそれぞれの製品を互いに売り合い、互いに買い合いすることである。その際、自らが製品を売ろうとすれば、買い手に購買力が無ければならない。買い手が購買力を持つには、買い手もその製品を売って対価を得る必要がある。即ち、自らが売ろうとすれば、自らも買い手から買わなければならない。その意味で、お互いに持ちつ持たれつの相互依存関係にある。

こうした相互依存によって社会的分業システム（分業・交換ネットワーク）は維持されているのである。

もっとも、買い手の側におカネの蓄積がある時には、売り手は買ってもらえる。しかし、その蓄積は、過去のいつかの時点で買い手からその製品を買ったからなされたものである。また、買い手におカネを融通することにより、買ってもらうことも可能である。しかし、貸したお金は将来返してもらわなければならない。返してもらうには、買い手（借り手）がその製品を売ってお金を入手しなければならない。

返してもらえる可能性が無ければ、融通することはできず、従って自らの製品を売ることもできない。

貸したお金が返してもらえないか、または減価する可能性は、現代社会では大きくなっているようである。国際収支において、経常収支の黒字は資本収支の赤字によって均衡が保たれているが、貸付たお金は、返してもらえなくなることはないとしても、為替相場の変動により大幅に減価する恐れがある。また、国内を見ても、消費者ローン、クレジットカードの飛躍的發展によって企業の売上高は伸長しているが、それは、将来ローンが返済されない可能性があり、バブルの発生崩壊の恐れを抱えているという

問題を先送りしたままである。

社会的分業システムの中で、自らの製品が売れなければ、売れるようなモノを生産するなど、売れるように努力しなければならない。もし、それができなければ、社会的分業システムから「脱退 (Exit)」するほかない。脱退すれば、社会保障の恩恵を受けない限り、生きるためには自給自足するということになるであろう。この脱退は、企業レベル、個人レベル、では国家レベルにおいても起こる可能性はある。国家レベル脱退ならば、それは一種の鎖国状態に陥ることになる。

社会的分業システム（分業・交換ネットワーク）は、バブル崩壊、恐慌や戦争などによって破綻することもありうる。その場合は、社会的分業システムへの参加者全員が分業システムから「脱退」することになる。そこでは、各人は生活するために、新たに分業・交換ネットワークを創り出すことが多い。そうした分業・交換ネットワークは、ヤミ経済とか地下経済とか呼ばれることがある。しかし、そうしたものも、社会的分業システム（分業・交換ネットワーク）の一つの形態だとみなしてもよいだろう。

マネー経済、シンボル経済の検討

近年、マネー経済化、シンボル経済化が急速に進んでおり、その影響は大きい。

① シンボル経済化

シンボル経済化とは、商品の価値、評価基準が機能・性能からシンボルの意味に移行することである。例えば、くるまの機能は人や物を運ぶことだが、シンボリック意味とは、くるまがその持ち主のステータス、好み、主張などを表わすことを指す。同様に、衣類は寒さをしのぐという機能を持っているが、着ている人の階層や主張などを表わすシンボルにもなる。物質的に豊かになった先進国では、ますますシンボルとしての商品が重要

度を増している。

シンボル経済化は、経済成長して豊かな社会が実現した結果として生じていることで、その限りでは自然の流れだと言える。また、企業経営から見れば、商品の高付加価値化をはかって利益を上げる上で重要なポイントとなる。そのために、デザインやブランドに力点が置かれるようになっているのである。

しかし、いくつか注意すべき点もある。それらを挙げると、(i) 経済、経営を不安定にし、ギャンブル化する。当たり外れの振幅が大きくなるのである。(ii) 地道な仕事との間に不公平を生じる。社会には地道で高付加価値化の困難な業種業務があるが、それが社会にとって不可欠の業種業務である場合を考えてみれば、不公平が生じるのは明かだろう。(iii) 資源浪費を招くことがある。高付加価値化されれば、製品価格に占める原材料費コストの割合が下がり、原材料資源が多消費される恐れが出るからである。

② マネー経済化

マネー経済化とは、実物経済に比して投機、マネーゲームの比率が高まって、それが実物経済に多大の影響を及ぼすようになるとともに、リスク・マネーへの需要が増えて間接金融から直接金融に移行することである。実際、実物経済の中でも実需ではなくて仮需（投機）が増え、また、カネでカネを買うようなこと（外貨や有価証券を買うなど）が増えており、投機、マネーゲーム、財テクは著しく影響力を強めている。本来、マネー経済（金融）は実物経済の手段であるはずなのに、近年は本末転倒して実物経済を振り回すほどになっている。

マネー経済化は、経済の発展段階から見て、生じるべくして生じているという面もある。貿易収支の黒字分を海外に投融資し続けた結果、500兆円にも上る海外純資産を有するに至っており、そこから生じる金利（所得

収支の黒字)で生活する段階に到達したと言える。また、投機は、ヘッジのためには必要であり、相場を安定させる機能もある。さらに、企業経営から見れば、技術開発や消費動向において不確実性が高まった中では、借入よりも株式(リスクマネー)による資金調達を行うのは合理的である。

しかし、いくつか問題もある。それらを挙げると、(i)近年は5年を待たず繰り返される世界的な金融危機を見てもわかるように、いき過ぎた投機は経済を大混乱に陥れる。(ii)シンボル経済化と同様に、地道な業種業務との間に不公平が生じる恐れがある。所得獲得の仕方について、果して差異があるのかどうか判断することは難しい。しかし、汗水流して所得を得るのと、マネーゲームで儲けるのとの間には、一線が引かれてもよいだろう。従って、マネーゲームからの超過利得に対しては、トービン税や累進所得税による調整が必要とされよう。(iii)昨今は、出回るお金(通貨供給量)が増えても、それが実物経済に回って来ず、マネー経済(マネーゲーム、投機)の世界だけでグルグル回っているのではないかと思わせる節がある。

景気対策として金融が緩和され通貨供給量が増えても、一般的な物価は上がらず、投機対象(例えば、有価証券、外国為替、土地、住宅、原油、とうもろこしなど)の価格だけが高騰するのが、それを示している。

改めて経済とは何か?

経済とは、生活に必要なモノを入手することだが、分業・交換経済においては分業により生活に必要なモノを生産し、それを互いに交換することにより、万人が生活していけるようにすることであると、本稿第1節の劈頭で述べた。しかし、それは暫定的な定義にすぎない。

① 必要なモノの事後的決定

まず、生活に必要なモノと述べたが、何が必要なモノかは事前に知られ

ているわけではない。自由経済システムにおいては、人々の自由な経済活動の結果を待って、事後的にはじめて知られるのである。人々は、モノを売って所得（購買力）を獲得しなければ生活できないから、売れるモノを見つけること（需要創造）に励む。需要創造は誰もが行き、互いに製品を売り合い買い合いするから、それは「相互需要創造」になり、それが好都合にバランスすれば経済成長が達成される。そして、そうした経済活動が集積されて、結果として「売れたモノ」が必要なモノと認定される。もちろん、売れば何でもよいというわけでは決してない。しかし、経済活動が自由であると言うことは、経済活動の集積された結果を待たねば、何が必要であったのかは知られないのである。

② 経済財と非経済財

次に、生活に必要なモノを生産し交換すると述べたが、そこでは経済財を想定していた。しかし、経済の場では、経済財だけでなく同時に非経済財も交換されている。非経済財というのは、例えば、権力、名誉、アイデンティティ、遊びなどを指している。権力や名誉といった関係財は、単体で取引されることもあるが、商品に化体されていることもある。化体されている場合とは、商品がステータス・シンボルになっているような場合がそれで、これは、先述のシンボル経済化とつながってくる。アイデンティティについては、自己のアイデンティティを示すために商品を求める場合が考えられ、これもシンボル経済化の所で触れたことである。

遊びは、娯楽・アミューズメント産業におけるように、それ自体も売買されるが、製品・サービスの中に遊びや遊び心の形で入り込むこと（例えば職人仕事）も珍しくない。また、過激な表現になるが、破壊さえも商品化され消費されることがある。G. Bataille は、人類史を振り返ると、人間は破壊するために生産してきたように見えると言っているが、別段繰り返される戦争まで想起しなくても、使い捨てやスラップ・アンド・ビルドの

嵐を目の当たりにしていると、まさに破壊を消費しているのだという感にとられる。さらに、人間は「すること」が無くなれば暇をもてあますものだが、そのため時間埋めとして仕事を創り出し、それがやがては商品となって（あるいは人件費として商品価格に混入して）取引されることもある。ここでは、時間埋めが経済の場で取引・交換されるのである。

人間は、経済的な欲求だけでなく、非経済的な欲求も併せ持っている。経済的欲求は経済財、非経済的欲求は非経済財に対応している。上記の非経済財（権力、名誉、アイデンティティ、遊び、破壊、時間埋め）は、非経済的欲求を満たすもので、それは、経済の場において経済財と渾然一体となって取引されている。

改めて、経済とは、分業により必要なモノを生産し、それを互いに交換し合って誰もが生活できるようにすることだが、さらに厳密に言えば、次の2点を加えておかねばならない。一つは、必要なモノとは、人々の経済活動の結果として事後的に知られること、もう一つは、交換されるモノは経済財だけでなく、非経済財も含まれること、これらの2点である。経済の場は、経済財だけでなく、権力、名誉、アイデンティティ、遊び、破壊、時間埋めなども同時に交換される場なのである。

参考文献

- A. Ethioni, *The Moral Dimention*, The Free Press 1988
R. H. Frank & P. J. Cook, *The Winner-Take-All Society*, Penguin Books 1995
I. Illich, *Tools For Conviviality*, Harper & Row 1973
ジョン・マクミラン 『市場を創る』（瀧澤・木村訳、NTT 出版）2007
西岡健夫 『成熟社会の企業学』（文真堂）2003

Market vs. Community : To consider fundamental problems of business

Takeo NISHIOKA

Abstract

It is important to discuss fundamental problems of business : What is business for? Who owns business? What is profit? How should business behavior be? In order to discuss these fundamental problems, we must go back to more fundamental point : What is free economic system? How can economic system be understood? In the first place, what is human society?

In this paper, I consider this kind of problem, comparing market oriented thought with community oriented thought. We can not depend on market too much. We need to combine market with community. I will mention circumstantial examination on community based theory as shown below.