

自由経済システム論（その2）

－経済のあり方、企業のあり方－

西岡 健夫

第3章 自由経済システム(FES)の変貌

本稿では、ここまで自由経済システム(FES: Free Economy System)とは何か、その問題点はどこにあるかに関して述べた。第1章においてはFESの核心を述べ、次いで第2章においては前章を敷衍し4つの特質に分けて考察したのだが、それぞれを要約すれば次の通りである。

第1章: FES下では経済活動の自由が認められるため、各個体は自らの製品を「売らねば」、そして売る競争に「勝たねば」という行動を採らざるをえない。

これは自明のように見えるが、FESの核心として銘記すべきである。この行動は経済を活性化し成長を実現させるが、行き過ぎれば自然環境を破壊し、種々の社会問題を惹起する。「売らねば、勝たねば」行動は、各個体にとっては合理的な普通の行動であるのに、集積された全体では「合成の誤謬」となって弊害をもたらすことがある。弊害の原因は決して違反行動や反社会的行動ではないだけに、抜本的な対応が要請される。

第2章: 「売らねば、勝たねば」行動は、常に「よい競争」となるとは限らず、分配合戦に堕する恐れがあり(第2章第1節)、しかもそれは経済成長(よい成長)ではなく、弊害を招く膨張(水膨れ)に終わる恐れがある(第2節)。先進諸国では、すでに物質的には豊かさが実現しているにもかかわらず、依然としてモノの生産販売競争に躍起になっている。この事実こそまさに分配合戦に明け暮れして、経済膨張(水膨れ)をもたらし、自然環境の破壊や種々の社会問題の惹起を招いている現実を如実に物語っている。

「売らねば、勝たねば」といった経済活動は、市場(需給原理)の働きで予定調和するため市場に聞いていればそれでよい、と市場原理主義論者は言うが、そのように理想的には運ばない。企業は、市場に従わず市場の裏をかこうとする一方、競争させられることを嫌い絶えず独占的地位につこうと行動するからである。その結果、市場は必要なモノが必要なだけ供給される調和した場ではなく、蕩尽と破壊の場と化す危険がある(第3節)。

FESでは、私的財の供給は企業、公共財の供給は政府が分担する。しかし、私的財においてももうからないモノは、たとえ社会的に不可欠であっても、民間企業によっては供給されない。また、購買力の無いヒトは市場に参加できず、市場から排除される。このようなモノ、ヒト両面での排除は放置することはできず、政府が対応することとなる。政府が対応するということは、税金の負担を通じて国民の皆が対応するということと同等である。

先に先進諸国では豊かさが実現していると言ったが、それはもうかる私的財についてだけである。もうからないが社会的に必要とされる私的財と、一部の公共財については、十分に供給されているとは言えない。社会全体で何が必要なのか、何を優先させるべきかについて、国民の皆が議論を重ねた上で、必要なモノを供給できる仕組みを構築する必要がある(第4節)。

以上のような第1章、第2章における考察を踏まえて、本章では、近年における経済環境の変化の中でFESはいかに変貌しているのかに関して考察することとする。

近年の経済環境の変化を眺めれば、

- i) 科学技術の著しい進歩
- ii) 物質的豊かさの一段の増進(経済の成熟化)

の2つが特筆すべきだと思う。

i) については、情報通信技術(InformationCommunicationTechnology:ICT)とバイオテクノロジーの著しい進歩に私は注目しているが、本章では主としてICTをとりあげることにする。ここでICTとバイオテクノロジーになぜ注目しているのかに関して一言しておけば、両者が共に経済、社会、さらには人間のあり方まで根本的に変えてしまう可能性を秘めているからである。ICTは、ヒトから仕事を奪う恐れもあるが、ヒトを労働から解放して人生の過ごし方

を大きく変える可能性を持つ。バイオテクノロジー（DNA操作、臓器移植、再生医療、神経薬理）は、ヒトからアイデンティティを奪う恐れもあるが、難病を克服したり無益な争いを根絶したりできる可能性を持つ。ICTにせよバイオテクノロジーにせよ、それらをよい方向に振り向けるのは、われわれ人間の意志と努力である。

ii) については、すでに先進諸国では物質的豊かさが実現し（但しもうかる私的財についてはという制限付きだが）、経済は成熟しているが、FES下の企業は、売るモノを見つけ、売る競争に勝たねばならない宿命を持つため、どこまでも新たな領域（ニューフロンティア）の開拓に努めようとする。ニューフロンティアとして、先進諸国を中心に産業のマネー経済化、製品のシンボル化が進行している。グローバル化も、地理的拡大の面でのニューフロンティアだと言える。本章では、マネー経済化を中心に考察するが、製品のシンボル化や、グローバル化についても触れることにしたい。

第1節 科学技術の進歩とFES

現在、科学技術は著しく進歩している。のみならず、進歩の速度は一段と加速している。人工知能の世界的権威ミンスキーが『画期的な発見・発明は昔は50年に1度しか起こらなかったが、今は10分に1度なされている』と言ったのは16年も前の2000年であった。今ではICTの助けによって進歩がさらに加速されていることは推して知るべしであろう。

科学技術の進歩が人間社会に与える影響はすこぶる大きい。中世（11～13世紀）ヨーロッパにおける農業革命や、18世紀後半に始まったイギリスの産業革命を振り返っても、このことは明らかである。科学技術の進歩は、原子力の平和利用や、武器の開発など困難な問題を抱えながらも、その進歩によって我々の生活が非常に便利になり、仕事の仕方や産業構造は大きく変わり、平均寿命も飛躍的に伸びたことは事実である。

このように述べても、私は別段科学技術決定論を採るわけではない。科学技術は人間社会の中で生まれるものであるから、人間社会という土壌も併せて考えなければならないのはもちろんである。本章において科学技術の進歩から説き始め、それがどのようにFESに影響しているかに関する考察に進んでいるのは、科学技術決定論からではなく、ただ科学技術の影響に焦点を当

てて考察したいと思うからに過ぎない。

さて、科学技術の進歩によりFES、さらには人間社会はどのように変貌を遂げるだろうか？私は、人間の欲求や、企業の目的などに対する基本的な考え方、見方が変わらなければ、FESの様相も変わらないと思う。人間については、A.マズローが唱えたような欲求構造を持っており、また、人間の欲望には限りが無いと見るのが通説であろう。一方、企業の目的については、大半の人々は利益追求だと見ているものと思う。このような捉え方、見方、すなわち現代の通説が変わらなければ、第1章、第2章で考察したFESの様相、すなわち分配合戦、過熱膨張、予定不調和(蕩尽破壊)、排除といったことも変わらないであろう。

しかし、私は、人間の欲望には限りがあると思っており、また、企業の目的は利益追求と言うよりは社会的分業システムの中で一定の役割(何らかの財・サービスの供給)を果たすことだと思っている。この私見は第1章、第2章ですでに述べたのだが、科学技術の進歩とともに、人間の欲求や企業の目的に関する見方が私見のように変わることは果して無いであろうか？私は、変わることはありうる、むしろよい方向に変わってほしいと思う。

というのは、バイオテクノロジーの進歩によって、人間の欲求構造が一変し、野心、権力欲、嫉妬、物欲といった厄介なものも制御できるようになるかもしれないし、一方で、ICT(AI, ロボット)の進歩によって人間は働かなくてよくなり、機械が必要なモノはすべて作ってくれるようになるかもしれないからである。こうしたことはきわめて楽観的な夢物語かもしれないが、かりに本当に実現すれば、前章までに私が指摘した分配合戦、過熱膨張、蕩尽破壊、排除といったFESの問題も解消するであろう。

第1節－1 ICTの進歩

ICTの進歩によりFESはどのように変わるだろうか？ここでは、ミクロ的(経営学的)というよりマクロ的(経済学的)な観点に力点を置いて整理しておく。すなわち、どこにビジネスチャンスが生まれるかと、経営戦略や企業組織はいかに変わるかとかというような点ではなく、市場、そこでの需給調整、競争の様相、情報の流れといった点に焦点を当てて考察する。

単一大市場の形成

(1) 大市場、オープン化、大競争

ICTの進歩は、世界中のどこでも低コストで迅速に情報交換することを可能にしたため、市場が結びつけられて地球大の単一大市場が形成され大競争(メガコンピティション)が行われるようになった。単一大市場の形成には、もちろんICTの進歩だけでなく、20世紀後半冷戦期終了以降の自由経済化(市場の開放)、グローバル化という大きな歴史の流れが背景にある。

また、技術進歩に自由化(規制緩和)が加わって産業間の垣根が払われたこと(業際、融業)、さらにわが国の場合は特に企業系列・企業グループの解消や、経営のオープン化(自前主義の撤廃、オープンイノベーション、アウトソーシングなど)が進んでいることも大市場形成と関連している。また、参入障壁の低下も大市場形成、競争激化と関連していると見てよい。参入障壁の低下は、ICTの進歩により情報処理、通信、取引先探索のコストが低下するとともに販売ルートも築きやすくなった結果である。とりわけインターネットビジネスの場合には、店舗も販売員も要らず参入障壁は低い。

(2) 商圏拡大、サービス輸出、物流減少

単一大市場の形成は、商圏の地球大化を意味する。ICT、インターネットの進歩により、ローカル企業が商圏を拡大しやすくなり、商圏を地球の隅々にまで拡げることが可能になった。

また、遠隔地にサービスを提供できるようになり、サービスの輸出も容易になった。教育や医療に見られる通りである。

製造業においては、取り換え部品などはデータを現地(海外でも)に送信すれば、現地でそのデータを基に3Dプリンターにより製造できるようになっている。この場合、情報(データ)を送れば世界中どこでも部品が作れるだけでなく、現地まで部品を送る物流の必要が無くなることを意味している。

(3) インターネットビジネス(通信販売)の隆盛

ICTの進歩によりインターネットビジネスという形の通信販売が増加し、店舗販売を凌駕する勢いである。また、書籍、新聞、雑誌、音楽、映像などがネット上で情報だけが販売されるようになり、書籍にせよCDにせよ従来

型のモノ(財に化体した情報)を販売する方法は脅威にさらされている。

インターネットは至る所に張りめぐられ世界を一つにつなぐインフラストラクチャーであるから、それ利用したビジネスは大市場の形成につながる。

市場の個別化

(1) 受注生産、One-to-one Marketing

ICTの進歩により売り手と買い手が豊富な情報を個別に双方向で交換できるようになったため、受注生産、One-to-one Marketingが可能になった。従来は、売り手が一方的に需要を見込んだ(需要予測)上で、画一品を大量生産(見込み生産)してコストダウンをはかり、マスメディアを通じた広告により購買意欲を刺激して大量販売しようとした。それは、売れ残り在庫の出る恐れを常に抱えるやり方であった。そこへ、ICTによって買い手と個別の情報交換ができるようになって、受注生産への移行が可能となってきたのである。

この受注生産は、Mass Marketingから One-to-one Marketingへの移行を意味し、さらにはRelational Marketing, Mass Customization、Solution提供へ発展する可能性を秘めている。そこでは、きめ細かく顧客の注文に応じるとともに、顧客の属性データを蓄積して売り込みをはかり、関連製品の販売により「範囲の経済」を実現したり、製品開発過程に消費者を取り込んだり(A. トフラーの言うPro-Sumer)するようになる。

また、One-to-one Marketingにおいては、広告や、価格づけも個別に行なうことが可能となる。

(2) 一物一価から多物多価へ

価格付けが個別に行われるということは、一物一価の法則が破られることを意味している。同じ商品の価格はどこでも同じ価格に収斂するというのが一物一価の法則であるが、同じ商品でも個別の交渉の結果異なる価格で売られるようになると、一物多価になるからである。もっとも、取引当事者により個別に交渉して内容が決められる商品は、独自性・個性を持っていると見るなら、一物多価ではなく、多物多価と言うべであらう。

(3) 需給調整、在庫減少、市場霧消

受注生産が可能になれば、在庫の必要は無くなる。言うまでも無く、受注生産では需要と供給が常に一致するからである。思えば、市場と言うのは、一定の商品をめぐる複数の売り手と複数の買い手が集まって売買し、価格は需給原理によって決まり、需給は価格と言う「見えざる手」で調整されるような場である。それが、受注生産においては、自給自足と同様にそのような需給原理が機能する場がなくなる。これは、需給が「計画的に」調整されるようになり、市場が霧消するとは言えないだろうか？ただし、計画経済的になると言っても、それは分権的なものである。

サプライ・チェーンの整備にも受注生産と同様の効果がある。需要と供給のマッチングが計画的になされて、在庫が減少し、マクロ的には景気変動（在庫循環）を小さくする。

競争の変容

(1) 大市場・大競争とWinner Takes All

ICT、インターネットの進歩と、グローバル化、融業・業際、経営オープン化が相まって、大市場が形成されるようになったことは、既述した通りであるが、大市場の下では競争参加者が増えて、競争が激化し大競争が展開される。また、競争の勝者が巨大化し、Winner Takes All(一人勝ち)になりやすいという現象が起こる。

各国、各地域に分立していた市場が一つの大市場に統合されると、かつての分立市場のローカルな勝者は消え去り、大市場の勝者Winnerだけが残るようになる。市場が大海になれば、「くじら」でも存在できるようになるのである。

また、人々は最も優れた財・サービスを求めるものだが、それが通信（ICT）と交通の発達により可能になれば、各分野のトップに需要が集中する。例えば、医療、教育、コンサルティングなどはインターネットで遠隔供給ができれば、トップの医師やコンサルタントに人々が殺到して所得や名誉が集中するようになるだろう。同様のことは、通信と交通の発達の結果、芸術、芸能、スポーツ、ファッションなどにおいても起こっており、そこにはWinner Takes All(一人勝ち)が顕現している。

その場合、何が一番優れているかは、客観的に決まるのではなく、売り手側の宣伝広告の巧みさや、人々の付和雷同性(ケインズの言う美人投票の心理)、互いの口コミによって決まることも少なくない。そこでは、選択の結果が増幅されて「一人勝ち」になりやすく、かつ、そうした選択は合理的予測がつかず不安定になりやすい。ここで、宣伝広告や口コミが、ICTの進歩によって一段と強力になっているのは、検索サイトやSNS(フェースブックなどのSocial Network Service)の発展を見れば明らかだろう。

ネットワーク外部性(p.115「新型の独占」参照)のある財、限界生産コストがゼロに近い財は、「一人勝ち」をもたらしやすい。ネットワーク外部性のある財としては、電話、ネットショッピング、ネットオークション、ネット検索、ネット広告、SNS、パソコンソフトなどが挙げられ、限界コストはほぼゼロの財としては、パソコン等のOSやソフト、ネット販売の書籍や楽曲、ICT部品等の設計図、ファッションブランドのデザイン、キャラクターの図案などが挙げられる。

後者は、要するに何らかの情報であり、情報は最初につくる時には多額のコストがかかるが、それを増産する時にはほとんどコストがかからない。限界生産コストはゼロに近いのである。このような「一人勝ち」を生むネットワーク外部性のある財、限界コストはほぼゼロの財は、言うまでも無くICTと密接に関連している。

(2) 個別化をめぐる競争

市場の個別化(受注生産、One-to-one Marketing)とともに、競争も個別化をめぐる競争に重点が置かれるようになっている。それは、特定の商品のマーケットシェアを高める競争ではなく、特定の顧客の購買高に占める自社のシェア(顧客シェア)を高める競争である。そこでは、特定の顧客のニーズに応えていかにソリューションを提供できるかが問われており、ニーズに応えられる範囲を広げて「顧客シェア」を高めようとする。顧客シェアを高めるには、従来から提供していた財・サービスだけでなく、関連する財・サービスの提供も必要になるが、それが成功すれば「範囲の経済」も実現できる。

ここでの競争は、もちろんライバル企業と顧客シェアをめぐって競い合い、ゲームを繰り広げているわけである。しかし、それだけでなく顧客との間に

においても密接頻繁なやり取りがあり、そこにもゲームの要素がうかがえる。

(3) 新型の独占(需要側からの独占、企業ネットワーク間の競争)

ICT進歩との関連から、需要側からの「規模の経済」、「範囲の経済」に基づく独占が現れている。従来型の独占は、製造設備にせよ供給設備にせよ供給側で「規模の経済」を発揮してコストダウンをはかり、マーケットシェアを高めることにより達成された。それに対して、ネットワーク外部性のある分野では、需要側の事情によってトップ企業のシェアが雪だるま式に膨らみ、独占とWinner Takes Allが実現する。コンピュータのOS、インターネットのショッピングモール、検索サイト、SNSなどでは、参加者の多い所に自らも参加する方が高い利便性が得られるため、いったん参加者を増やすことに成功した所には雪だるま式に参加者が殺到し、しかも、ICT分野ではそれが限界コストほぼゼロで可能になるからである。これは、需要側の事情による「規模の経済」発揮、それに基づく独占の実現である。

また、従来の独占は、競争に勝ち残った企業のマーケットシェアの高まりや、多角化によるシナジー効果の発揮によって実現された。それに対して、個別化をめぐる競争においては、顧客の購買力に占める自社のシェア(顧客シェア)をいかに引き上げるかが焦点になる。そこでは、顧客が必要とする一揃えの、あるいは関連した一群の財・サービスを提供して「範囲の経済」を発揮することが追求される。この「範囲の経済」は、シナジー効果のような供給側の事情によるものではなく、需要側の事情によるものである。

以上、需要側の事情による「規模の経済」、「範囲の経済」について述べたが、もう一つ競争と独占について述べておきたい。それは、企業ネットワーク間の競争についてである。近年は、ICTをはじめ技術進歩が速く、そうした中では単独で競争に立ち向かえないような場合が増え、戦略的提携などネットワークが盛んに形成されるようになった。これは企業グループや系列とは異なり、離合集散が頻繁になされる、自由で緩やかな結合なのだが、提携が成立している間は、競争は提携ネットワーク間で戦われるようになっていく。その中で、独占の弊害や、組織の責任を問う場合、単独企業だけでなく、ネットワーク単位で見る必要が出てきていると思う。

情報の集積・流れ方

(1) 情報の収集、伝達、分析(ビッグデータ、IoT)

ICTの進歩によって、情報の収集、伝達が容易になった。文字通り世界中どこであれ容易に情報を交換できるようになり、その結果世界中と交易することが可能となった。経済活動の舞台が地球大に広がって大市場が形成されたのである。

また、収集された情報はビッグデータ(Big Data)として蓄積され、そのデータを分析する速度は飛躍的に向上した。収集されるデータには、機器や部品に取り付けたセンサーからのものも含まれる。それはIoT(Internet of Things)と呼ばれ、最近急速に進化している。

(2) 情報の流れ

情報の流れ方は、従来はマスコミのように中心の1点から放射状に発信されるか、電話のように個別に1対1で情報交換されるのが主流であった。それが、ICTの進歩によって、①だれもが情報の発信者となり、1対他で情報を流せる(同報性)ようになった。また、②マスコミのように中心の1点から一方向かつ放射状に流れるのではなく、関心やテーマに沿って、うわさが広まるようにGrapevine状に何重にも重なって流れるようになった。さらに、③共通の関心があっても地理的に散在している場合、従来は集団化が困難であったが、今ではSNS(Social Network Service)などによって容易に集団が形成できるようになった。そして、④通信コストの低下、通信の迅速性(光速)、同報性のために、口コミやうわさがねずみ算式に広がるようになった。

以上によって、企業の評判の伝わり方や、宣伝広告の仕方は大きな影響を受けるようになっている。

新しい産業基盤(プラットフォーム・ビジネス)

産業基盤(インフラストラクチャー)と言えば、道路、橋、空港、港湾など、政府が公共投資によって提供するものを指すのが普通である。しかし、ICTが大きな影響力を持つ時代に入って、インターネットはもちろんのこと、検索サイト、SNS(交流サイト)、地図アプリ、ブロックチェーン(フィンテックなどのための)のように、民間が関与するものが重要になってきた。

このようなインフラを提供する企業は、プラットフォーム・ビジネスと呼ばれて隆盛を誇るようになっている。それは、いわゆるGAFA(Google, Amazon, Facebook, Apple)の活躍に見られる通りである。

商品化のニューフロンティア

ICTに関連した商品化フロンティアは、ハードウェア(情報関連機器、同部品)、ソフトウェア、情報関連サービス、情報コンテンツに分けて考察したり、自動運転、拡張現実(AR)、介護ロボット、スマートシティなどを個別に論じたりすることもできるが、ここでは次のように整理しておきたい。

(1) 情報機器化、サービス化

(i) モノの情報機器化

家電やクルマに見られるように、機械にコンピューターが組み込まれて、情報機器化している。そして、それは家電産業と情報産業におけるように、産業の融合(融業)を引き起こすようになった。ロボット(産業用、家庭用)も情報機器化した機械であるが、近年その進歩はめざましい。

また、機器や部品に(人間や動植物にも)センサーを取り付けインターネットにつなげることにより、IoT(Internet of Things)の形成が進められている。

(ii) モノからサービスへ

製造業では、従来はモノ(機器)の売り切りが中心であったが、最近ではIoTの利用が可能となり、販売後のサービスに注力されるようになった。機器の補修、部品の取替、プログラムのバージョンアップ、さらには顧客が必要とする関連サービス(機器の最適利用や、在庫管理)も含めたソリューションの提供がそれである。そこでは、「顧客シェア」を高めて「範囲の経済」を実現することが目標となる。

(2) インターネット活用の新展開

(i) 分散少量需要への対応(Long Tail)

少量の需要が地理的に隔たって拡散している場合、従来はそれに対応して供給することはできなかった。需要が一定限度以上まとまらなければ採算に乗らないからである。しかし、ICTの進歩によって拡散した需要の情報を把握できるようになり、そうした需要にも対応できるようになった。それは、

C.アンダーソンによってLong Tailと名付けられて、広く一般に注目されるに至った。

(ii) 遊休資源の活用 (Idle Economy)

インターネットによって、遊休資源とそれの利用希望者を仲介するサービスが容易に提供できるようになった。アメリカでは旅客輸送のウーバー (Uber) や宿泊施設のエア・ビー・アンド・ビー (Airbnb) がその例だが、わが国には軒先を臨時出店に貸す軒先コム、空き駐車スペースを1日単位で貸すアキッパといったサービスも登場している。また、同様のものに空き時間に単発で便利屋的に仕事を引き受けるGig Economyがある。これらは遊休(空き)資源を活用するため、Idle Economyと呼ばれるが、既存の業種の需要を奪うこともある。

(iii) レンタルの拡張 (Share Economy)

インターネットを活用して、レンタルにプラスアルファしたサービスを提供できるようになった。例えば、アメリカのタイ・ソサエティ、わが国のラクサス、エア・クロゼットが挙げられる。それぞれ、ネクタイ、ブランドもののバッグ、女性用衣服を借りてシェアできるサービスである。これらは、通常のレンタルに比べて、会員として入会すれば様々なネクタイ、バッグ、衣服が利用できるというプラスアルファが付加されている。

このようなレンタルは、他者と共用するため、Sharing Economyと呼ばれるが、シェアするという点では(ii)のIdle Economyと共通している。会員制のレンタルとしては、クルマのシェアリング (Car Sharing) があり、これはわが国においても増加している。

(iv) 中古品のリサイクル、オークション (循環型経済)

インターネットは、中古品のリサイクルやオークション、不用品交換 (物々交換) を容易にしている。使い捨て経済から循環型経済へ移行させる上では望ましい動きである。

第1節－1 (ICTの進歩)の総括

ICTの進歩は何をもたらし、どんな意味を持っているだろうか？

- (i) 言うまでも無く、生活を便利、快適にしている。一方では、例えばスマートフォンのように、過重依存 (特に子供の場合) や、街中での歩きなが

ら使用といった問題含みのものもある。

- (ii) 人間の労働からの解放を一段と進めている。ロボット、AIの進歩によって、知的労働まで担うようになった。

この進歩は一部では、人間から仕事を奪うものとして懸念されているが、私は、人間を労働から解放し自由にするものと受けとめている。現在は、これほど機械やロボットで何でもできるようになったのだから、人間はもっと楽になってよいはずである。にもかかわらず、相変らずあくせくモノの製造販売、それをめぐる競争に躍起になっている。これこそ問題だと思う（この点は項を改めて述べる）。

- (iii) AIが進歩して、意思決定に役立てられるようになってきた。

しかし、AIには感情も倫理感も無い。価値判断をし、目的を決めるのは人間である。我々人間には、ますます哲学、倫理学が求められるようになっていく。

次に、所有・使用、権力分散、コラボレーション(Collaboration)、資源・環境問題に対するICTの影響について述べる。

所有について：ICTの進歩によって、Sharing Economyや Idle Economyが容易になったが、この動きは「所有から使用」への移行と捉えられている。しかし、これは私的所有(私有)し専用することから、共有し共用することへの移行ではない。所有とレンタルのいずれが有利かという問題と同類の問題であり、近年では時代の変化が速く不確実性が増しているため、「持たざる経営」のように使用が選択されることが多くなっているだけである。私的所有そのものが問われて、共有が主張されているのではない。

顧みれば、中世から近世に入って、私的所有権が排他的で強固な権利として認められ、それがFESの大前提になったのだが、それはICTの進歩によって変わったわけではない。したがって、共有地(コモンズ)の拡大や、共有地は悲劇(G.Hardin)か喜劇(E.Ostrom)かというような議論や、著作権や特許権をどこまで認めるかという問題とは直接の関係は無い。J.リフキン(『限界費用ゼロ社会』第Ⅲ部)のように、「所有から使用へ」の流れを、私的所有権や知的財産権の問題と一緒に論じるのは、無用の混乱を招くため避けるべきだと思う。ただし、リナックス(Operation System)や音楽配信、さらには特許権の開

放のように情報を無料にして共有しようとする動きはある。

権力分散について：①ICTの進歩により誰もが発信できるようになったこと、②ICTに3Dプリンターが加わって参入障壁が低下したこと、③インターネットはもちろんブロックチェーンなど分散型の技術が進歩したこと、④電力を中心にエネルギーにおいても分散型の供給システムが増えてきたことを見れば、権力分散、民主化、平準化が進んでいるように見える。しかし、一方ではGAFAのような巨大企業が現れ、Winner Takes Allになり、格差が拡大したという現実がある。また、自由な情報交換、民主化の流れとともに、情報操作、監視社会、プライバシー侵害の危険も見受けられる。

コラボレーションについて：フリーのソフトウェア(Linuxなど)や、コラボレーション(Collaboration)の拡がりを見れば、共生への流れがあるように見える。しかし、協力(コラボレーション)や協調の背後には、戦略的提携、「競争と協力」の戦略を見ても明らかなように、自己の利益を追求するという動機が潜んでいる。「三方よし」の精神があるかどうかは定かではなく、ましてや利他的要素を含むものではない。

資源・環境問題の観点から：資源に関しては、ICT、IoTによって資源の利用効率が大きく上がる。また、環境に関しても、インターネットを通じて中古品リサイクルや不用品交換が進むことは望ましい。このため、ICTの進歩は大いに期待できる。循環経済の促進に是非とも結びつけねばならない。

最後に、経済学的モデルの市場が、ICTによりいかに変容しつつあるかについて総括しておく。第1節－1は、経済学的観点からICTの進歩を捉え、完全競争モデル(ミクロ経済学的モデル)を念頭に置きながら、市場がICTの進歩によってどのように変わるかを考察しようとしたのだが、総括すれば、完全競争モデルに近づく点と、離れる点に分けられる。

近づく点：単一大市場が形成され、市場がオープンになり、「自由参入」の可能性が増した。また、情報が豊富に得られるようになり、「完全情報」の条件が整った。

離れる点：売り手と買い手がOne to one で対峙するようになり、無数の

売り手と買い手が市場で出会うことが減少した。それに伴い、需給調整は、需給原理(価格メカニズム)だけでなく、個別に「計画的に」なされるようになった。

ICTは仕事を奪うか？それとも人間を楽にするか？

機械化・ロボット化しても依然としてあくせくしていることは、第1、第2章ですでに述べた通りで、そこでは自由経済システム(FES)の問題点(分配合戦、経済水膨れ)を原因として指摘した。すなわち、分配合戦を繰り広げて「長い箸を持たされた餓鬼」となり、軍拡競争のような競争を展開して「無間地獄」に陥っていること、成長は善だとの前提の下で使い捨てをあおり経済を水膨れさせていること、がそれである。

ここで1点付け加えれば、機械化、ロボット化の果実がどこに流れているかということも考えねばならない。果実が、果して社会の人々に均霑しているかという問題である。均霑していれば、皆がもっと楽になり幸福も増すはずであるのに、どこかで恩恵が独占されてはいないだろうか？競争の現実を見れば、独占されているとも言切れない。

いま企業において機械化、ロボット化により生産性が上がって従業員が半数で済むようになったとする。そこで従業員数を減らせば、人件費が減って利益は増える。この場合、従業員にも恩恵を及ぼそうとすれば、従業員数を減らさず、生産者向上により半分に減った仕事をワークシェアリングによって分け合い、賃金は、従前水準と半額水準との中間にすればよい。それによって企業(経営側)と従業員が恩恵を分かち合うことになる。この場合、賃金水準が従前水準と半額水準との中間のどこで決まるかは、企業の競争環境や、労使間の交渉次第になるであろう。

しかし、企業(経営側)は、そうはできないと言うかもしれない。なぜなら、他企業との競争が厳しくて、利益が増えても

- ・ 研究開発
- ・ 設備更新・新設
- ・ 宣伝広告
- ・ ロビー対策(交際費)

などにコストがかかるからである。また、生産性向上のための機械化・ロ

ボット化にもコストがかかっているはずである。

しかし、ここでの競争は果して人間社会にとってメリットのあるものだろうか？競争は常に善と見てよいのだろうか？上記の中で、設備については、まだまだ使かえるモノでもスクラップ・アンド・ビルド、つまり使い捨てにしている。設備を使い捨てにしても、新鋭あるいは大規模設備に切り替えなければ、競争に負けるからである。だが、これは資源浪費を招き環境にも負荷をかける。宣伝広告やロビー活動が行き過ぎても同様の弊害が出る。

また、この競争は軍拡競争のように「囚人のジレンマ」に陥るとともに、エスカレーションしてエンドレスに続いていく。まさに無間地獄である。

これに対応するには、囚人のジレンマを回避するためのコミュニケーションの努力とともに、制度の改革が必要ではなかろうか？例えば、税制上、

- ・物理的な耐用年数に満たないスクラップ・アンド・ビルドにおける減価償却費
- ・一定額以上の宣伝広告費、ロビー活動費

は、損金として認めないといった制度は考えられてよいと思う。以上の点は第4章第3節においても、さらに考察する予定である。

第1節－2 バイオテクノロジーの進歩

バイオテクノロジーは、ICTと並んで最も注目すべき科学技術分野である。いずれも人間社会、経済のあり方を根底から変える可能性を秘めているからである。確かに、ICT(コンピューター、AI、ロボット)には、人間から仕事を奪う(楽観的に見れば、人間を仕事から解放する)可能性があり、バイオテクノロジーには、人間からアイデンティティを奪い、人々の価値観や社会の構造を根本的に変える可能性がある。

ここでは、バイオテクノロジーの進歩が人間、社会、経済にどのような影響を与えるかに関して、門外漢の著者ではあるが、大筋だけ素描しておきたい。

バイオテクノロジーの内容

バイオテクノロジーの内容としては、少し古い著書だが、F. フクヤマは『人間の終わり』（ダイヤモンド社、2002年）の中で次の3つに整理している。

- (i) 神経薬理学による薬物(向精神薬など)
- (ii) 再生医療(臓器移植、細胞移植)
- (iii) 遺伝子工学(DNA操作、DNA編集)

薬物を含めれば範囲が広くなりすぎるかも知れないが、ここでは上記の内容を基にして、その影響を探ってみる(なお、上記の中で細胞移植(iPS細胞)、DNA編集は私が付け加えた)。

バイオテクノロジーの影響

影響として、次のようなことが考えられよう。

- (i) 人間のアイデンティティとは何かについて改めて考えねばならなくなる。能力、体力、性格、個性、価値観などはアイデンティティの構成要素として重要であるが、薬物により変えることができればどうなるのか?例えば、外向的性格にしたり、日により人格を変えたりできる薬物を使えばどうなるのかという問題である。また、臓器移植は重要な治療技術であるが、人間は、肉体の一部を部品交換のように取り替えた時、どこまでなら同一性(アイデンティティ)が維持されるのだろうか(仮に脳が取替えられればどうなるか)ということも問題となる。
- (ii) 何に価値を置き、何を美徳とするかについて考え直さなければならなくなる。人間社会では、努力、克己、意思の強さなどは価値を認められている。しかし、遺伝子操作(デザイナーベビー)や、薬物(ドーピングもその一つ)により簡単に能力が向上すれば、努力や克己心は無意味にならないだろうか?
- (iii) 寿命が飛躍的に延びる可能性があり、社会、経済のあり方を根本的に見直さねばならなくなる。平均寿命が100歳を超えれば、雇用や福祉のあり方は根底から変えねばならない。また、家族のあり方も、4世代が同時代に生きる時代を迎えれば、大きく変わるだろう。

雇用については、私はICTの進歩によって、働かなくてよくなると考えている。現在でも、これほどあくせくする必要はないが、なぜ忙しくしているかと言えば、「悪い競争」に明け暮れしているからだと思う。経済とは、社会的分業システムにおいて生活に必要なモノを供給しあうことだという認識の下に、各主体がそれぞれ役割を

果たせば、現在ほどあくせくしなくてもよいはずであるのに、企業は軍拡競争のような競争を繰り広げたり、権力・地位獲得のための経済競争に狂奔したりする結果、いつまでも多忙から抜け出せないのである。

- (iv) 能力、社会に適合的な性格、寿命がカネで買えるような状況について考えてみる必要がある。これは、今に始まったことではないが、最近はずます状況が進んでいる。デザイナーベイビーや高度先進医療に見られる通りである。人間は平等だという、近代社会の大前提はどうなるのか。
- (v) 人間とは、神様から授かったものを基盤として人生に踏み出し、与えられた環境の中で努力により道を切り開いてゆく存在ではないのか。それが、遺伝子工学や神経薬理学によって変えられると、人間とは何なのか、根源的に問わねばならなくなる。また、人間は、生、老、病を経てやがて死すべきものであるが、寿命が延びた結果、人生の後半はどうなるのか。

現代の医学は生かすことだけしか考えない。死を正面から考える哲学が要請されている。

- (vi) バイオテクノロジーと社会秩序、権力闘争の関係はいかがであろうか。攻撃性を抑えたり、自制心を強めたりする薬物が使われれば、どうなるのか。遺伝子と性格の対応関係が明らかになれば、遺伝子を操作して、闘争心を減じたりすることは可能だろうか？これも大きな問題である。

『1984』と『Brave New World』

G. オーウェルの『1984』とA. ハックスレーの『Brave New World』（『すばらしき新世界』）は、半世紀以上前の作品だが、優れた未来小説である。第3章第1節において、私はICTとバイオテクノロジーの2つを注目すべき科学技術として取り上げたが、ICTは『1984』に、そしてバイオテクノロジーは『すばらしき新世界』に対応している。

オーウェルとハックスレーの上記作品は、いずれも読んでみれば、暗澹とした気持ちにさせられる。しかし、現時点で考えれば、私はハックスレーの作品の方により強い恐怖を感じる。というのは、ICTについては権力者によって情報操作や監視・管理に使われる側面もあるが、社会の各所で分権的

に使われる兆候も見られるからである。SNSなどを通じて誰もが情報発信できるようになり、それを通じて一般の人々の間で情報や意見の交換が活発になされるようになった現状を見れば、それは明らかである。

ところが、バイオテクノロジーについては、どんな方向に向かうのか予測がつかない。難病の克服など大きな夢を与えてくれる反面、私たちの社会を根底から変えてしまう可能性を秘めている。その変化は、人類史の過去数千年間の変化よりも大きな変化になるのではなからうか。それだけに、基本的な哲学が今日ほど問われている時代は無いと思う。

第2節 経済成熟化(フロンティア開拓)とFES

先進諸国においては経済の成熟化が進んでいる。成熟化は、高度成長を経て物質的に豊かな生活を営むようになったこと(ただし公共財や、必要なのに儲からない私的財の面では遅れているが)、産業構造においてサービス化が進んだことに如実に表れている。経済の成熟化と同時に、総中流化、高学歴化、長寿化、価値観多様化といった社会の成熟化も進んでいる。

産業構造のサービス化においては、サービス産業(第3次産業)の割合が増えるだけでなく、第1次、第2次産業の内部においてもサービス化が進行している点が見逃せない。また、新興国への製造業の移転も、サービス産業の割合増加に拍車をかけている。

経済が成熟化しモノであふれるほど生活が豊かになっても、ニューフロンティアの開拓が停止するわけではない。人間には、未知の領域を開拓し新奇なモノを創造したいという願望、好奇心があるからである。また、FES下の企業は、新製品・新分野開発により需要を創造してモノを「売らねば」ならず、売る競争に「勝たねば」ならない宿命を背負わされている。その結果、企業はニューフロンティア開拓に最大限の努力を払う。

ニューフロンティアとしては、ICT関連の新製品(自動運転、家事ロボット、スマートハウス、IoTなど)から、バイオテクノロジーや宇宙開発に至るまで様々な分野を挙げることができるが、ここでは、

- (i) マネー経済化
- (ii) モノの高付加価値化
- (iii) グローバル化

の3つを取り上げたい(ただし(ii)、(iii)については紙幅の制約のため簡単に述べるだけにする)。(i)は実物中心の経済からマネー中心の経済の方向に、(ii)は機能中心のシンプルなモノからシンボル化や高級化による高付加価値のモノの方向に、(iii)は地理的に見て地球全体の方向に、それぞれフロンティアを開拓することを意味している

第2節-1 マネー経済化

第2章p.86の図を振り返ってみたい。そこでの経済システム発展のツリー図を見れば、貨幣の発明とともに貨幣経済が始まったのだが、時代が下った現代の先進諸国では、マネー・シンボル経済の方向に傾斜しつつあることがわかる。ここではマネー経済化について論じる予定であるが、その前に準備的考察として貨幣の本質をめぐる問題について述べておく

第2節-1の1 貨幣の本質、それと関連する諸問題

貨幣の本質とシニョリッジ

貨幣は、支払い手段、価値尺度としての便利さから経済交換の輪を大きく広げるとともに、価値の貯蔵手段として富の蓄積にも用いられ経済活動の興隆に大きく貢献してきた。その中で、モノを「売らねば」、売る競争に「勝たねば」という行動を宿命づけられたFES下の企業は、モノを売って利益を増やすことにより、貨幣の獲得・蓄積に努める。

では、そもそも貨幣とは何か?貨幣とは、それを保有していれば何であれ必要なモノと交換できると人々が「信じている」ものである。貨幣にはそのような「信用」があるために、人々は自ら保有するモノ(実物)と交換に貨幣を受け取ろうとする。

貨幣の発明以来長い間、素材価値のあるモノ(金(きん)など)が貨幣として使われるか、もしくはそれが貨幣発行の裏付けとなる(兌換貨幣)ことが普通であったが、現代ではそうではない。人々が信じて受け取りさえすれば貨幣の機能を果たすわけだから、貨幣には素材価値も使用価値も必要ではない。一片の紙切れでもよいことはもちろん、コンピューターの中の記録(例えば預金口座の残高)や電子マネーでも貨幣の機能を果たす。

現代では、貨幣の発行は国家(中央銀行)が行い、発行量は経済活動の必要

に応じて決められる。これが、貨幣(通貨)の発行量・流通量を国家が管理する管理通貨制度である。しかし、人々が受け取るだけの信用さえあれば、貨幣として流通するのならば、貨幣の発行主体は民間機関であってもよい。F.A.ハイエクは、民間に貨幣発行の自由を認めて競争させれば、最善の貨幣が残るはずだと主張している。最近、ビットコインが話題を集めているが、これも民間機関による貨幣発行だと言えよう。

貨幣は素材価値や使用価値が無くてもよく、また兌換の必要も無いとすれば、貨幣の発行者には「無から有を生む」ような利益が生じる。それが、シニョリッジ(Seigniorage)であり、通貨発行益と言われる。

民間の約束手形は転々流通する点だけ見れば、貨幣に似ている。しかし、提示されれば返済する義務がある。国家が発行する貨幣でも兌換貨幣は、要求されれば金などと兌換しなければならない。これらは、信用だけで流通する「無から有を生むような存在」ではないため、純粋な貨幣とは言えない。

シニョリッジに惹起される問題

貨幣の発行量は、経済活動の必要にちょうど応じたものであれば問題は起こらない。しかし、過少であれば経済活動が停滞・麻痺し、逆に、過多であれば貨幣の価値が下がりインフレになる。ここで、過多の場合の方が特に影響が深刻になる。通貨(貨幣)量過多による貨幣価値低下は、貨幣が信用を失い誰も貨幣を受け取ろうとしなくなること、すなわち貨幣が貨幣としての機能を果たさなくなことを意味するからである。ハイパーインフレと言われる状況がそれである。

とは言え、国家にとって「無から有を生む」シニョリッジの誘惑は大きい。財政支出(福祉、公共事業、景気刺激などのため)をまかなうための増税は抵抗が強く、国債発行には市中引き受けに限度があるからである。中央銀行による国債引き受けや、最近ではヘリコプターマネーまで話題に上がるようになっていく。

しかし、シニョリッジへの過度の依存は、財政規律を喪失するだけでなく、貨幣が信用を失いハイパーインフレにつながりかねないという根本的な問題を孕むことを忘れるべきではない。また、経済の運営は、社会的分業システ

ムが円滑に回るようにすること、すなわち、人々が生活に必要なとする様々なモノをちょうど必要なだけ供給されるようにすることである。そのためには、様々な財・サービスの分野において、きめ細かく計画的に、市場を調整・補完していく必要がある。単に、マネーサプライを増やせば、それで済むわけではない。マネーサプライを増やすにしても、それがどこに向かうかが問題である。マネーゲームではなく、実物経済の円滑な回転に向けねばならない。

国家の通貨政策は、富の配分に大きな影響を及ぼす。例えば、インフレ政策を採れば、財政赤字の解消に資し、債務者利益を生み出すが、預金は目減りする。低金利政策は、国債価格の維持、銀行のコスト削減には資するが、預金金利収入は減る。マネーサプライを増やして円安誘導すれば、輸出にはプラスだが、輸入にはマイナスとなる。逆に、日米両政府の政策が絡んで円高になれば、米国に投資したドル建て資産は減価する。国家の政策の影響は大きい。バランスの取れた利害調整が要請される。

貯蔵手段としての貨幣がもたらす問題

貨幣は富の貯蔵手段としてきわめて優れており、巨額の富の蓄積を可能にする。富(資本)の蓄積が無ければ、設備投資による経済発展はおぼつかない。しかし、格差の拡大にもつながる。一旦蓄積された富は雪だるま式に増大しやすい。元本が大きいほど、規模の利益の追求や、分散投資が可能になるからである。

交換価値にまつわる問題

モノの価格(交換価値)は、物々交換経済では交換相手のモノによって表される(交易条件でもある)が、貨幣経済では貨幣を尺度として表される。価格を決めるのは、基本的には需給関係であるが、取引当事者のパワー関係や社会の慣習、人々の価値感などの影響も受ける。モノは貨幣と交換されるから、モノの価格が需給関係などで変わるということは、貨幣の価値も変わることを意味し、その変わる方向はモノとは逆向きとなる。マクロ的に見れば、通貨の総量とモノの総量の関係から、モノの価値(物価)、貨幣の価値が決まる(MV→PT)。貨幣数量説の説く通りである。

貨幣は、その額面額に等しい価格のモノならば何とでも交換できる。このように、貨幣は交換価値を持つが、使用価値はゼロと言ってもよい。交換価値、使用価値の観点から他のモノと比較すれば、次の表のようにまとめられよう。

	貨幣	ブランド衣料	機能だけの衣料	自由財
交換価値	100	大	小	0
使用価値	0	小	大	100

（自由財：空気のように無料のモノ）

企業は、自ら売るモノの交換価値を高めようとする（高付加価値化）。値上がりや、バブルによっても同等の効果が得られる。企業は、交換価値を基準にして行動する。交換価値の低いモノは、たとえ使用価値があっても、粗雑に扱うことがある。これは資源浪費・環境破壊につながる。

高付加価値のモノを買う買い手は、それだけ貨幣を多く必要とする。これは通貨発行量増加の原因となる（PT→MV）。一方、高付加価値化に成功した企業は、利益が増え、国家に納める税金も増えるだろう。国家から見れば、通貨を増発し、その一定額が税金として戻ってくることになる。これは、シニョリッジ獲得のひとつの道だと言えよう。また、高付加価値化は、人々に価値を認めてもらえばこそ、つまり信じられればこそその結果である。ここに信じられさえすれば流通する貨幣との共通点が見られる。

増発された通貨がマネーゲームに使われ、それにより獲得された利益から税金が納められるとすれば、これも、高付加価値化による税収増と同じ構図になる。

第2節－1の2 マネー経済化、そこでの問題点

マネー経済化

先進諸国ではマネー経済化が進んでいる。マネー経済化は

- (i) 産業構造の変化(金融産業の興隆、事業から投資へ)
- (ii) 資金の流れの変化(直接金融化、証券化によるリスクマネー供給)

という形で表れている。

(1) 産業構造の変化(金融産業の興隆、投資所得の増加：事業から投資へ)

産業構造において製造業が新興国に移転してサービス産業化が進み、その一環として金融産業が成長分野として脚光を浴びている。アメリカではすでに金融産業はICT産業とともに花形分野として興隆しており、イギリスにおいても金融産業が生活の糧として重要度を増しているが、わが国においても同様の動きが見られるようになった。

わが国の個人金融資産は1500兆円を数え、それをいかに運用するかが課題だと言われる。また、わが国対外純資産は3250兆円(日経新聞2015.1.17)に達し、国際収支を見れば、所得収支の黒字が著しく増えている。国際収支発展段階説が説くように、わが国も豊かな先進国として、国を挙げて過剰貯蓄を投融資に回し、金融分野で生計を立てる段階に入ってきたと言えるか。

金融産業、投資所得のウェイトが高まるということは、実物経済、実業に対しては間接的に接して、事業志向からマネー(利益)志向に移行することを意味する。実物経済においては、モノの生産販売を行なう事業を「自ら」行なって利益をあげることを目指すが、マネー経済においては、事業運営という実務は他者に任せ、投資を通じて間接的に利益をあげようとする。純粋持株会社により傘下の事業会社を支配して資本効率を上げたり、他企業を安く買収してリストラをしてから高く売ったりすることにも、実業よりマネー(利益)を重視する傾向が表れている。現代のように経済環境の変化の速い時代には、実物経済における実業のように資本を固定させるのではなく、変化に応じて機敏に資本を動かせるマネー経済を通じた利益獲得の方が適しているのかもしれない。

ここで、自由経済、資本主義経済、市場経済の異同について述べておく。

この3つは同じ対象を指すが、捉え方の観点が異なる。経済活動の自由が認められるという点を強調する時は自由経済を、資本の増殖を強調する時は資本主義経済を、市場(需給原理)による調整を強調する時は市場経済という用語を用いる、と私は認識している。

本稿では、自由経済システムという用語で通してきたが、マネー経済化の考察においては、資本主義経済という用語の方が適当であろう。

事業からマネーへ、実業から投資への流れは、現代経済を資本主義経済と見た時、どのように解釈されるだろうか？資本主義経済が資本効率を最優先

し資本の増殖を目的とするならば、マネー経済化は資本主義経済が純粹化に向かっているものと言えよう。しかし、私は、経済とは人々が必要とするモノを分業により互いに供給しあうこと、つまり事業を営むことだと思う。もちろん、事業遂行のために金融は不可欠であるが、金融はあくまで事業のための手段だと考える。ましてや、マネーゲームによる浮利は追うべきではない。

(2) 資金の流れの変化(直接金融化、証券化によるリスクマネー供給)

資金の流れ方は大きく変わった。資金は社会全体で大きく見れば、資金余剰のある家計部門から資金不足の企業部門と政府部門に流れるが、企業への流れ方を見れば、銀行が介在する間接金融から、直接的に企業に投資する直接金融に重点が移り、リスクマネーの供給が拡充されてきている。また、投資信託や証券化(RMBS, ABS, CDO, CDSなど)のように、間接金融・直接金融の中間的な資金ルートが拡大するとともに、デリバティブ、新種保険を含めて様々なニーズに応える金融商品が開発されている。さらに、ICTの進歩により、クラウド・ファンディング(Cloud Funding)のようなインターネット上の資金の流れが登場してきた。

直接金融(リスクマネー供給)への移行の背景には、企業側、家計側の状況の変化が見られる。企業部門は、グローバルな企業間競争の激化にさらされ、「豊かな社会」になって売れるモノを創り出すことの難しさが増す中で、技術進歩の加速や、消費者の気まぐれな嗜好変化に対応するために、株式などリスクマネーを求めるようになった。株式は返済を要せず、配当も業績次第で、投資側がリスクを取るため、特にウエンチャー事業など高リスクの事業には適している。一方、家計部門は、「豊かな社会」の実現とともに資金的余裕が生じ、預貯金に回すだけでなく、株式や債券にも投資するようになった。また、企業の中には余裕資金を持つところがあり、企業部門全体では300兆円を超える内部留保(少し古いデータだが日経新聞2014.12.28)を抱えている。これもリスクマネー供給の背景をなしている。

リスクマネーへの移行は、企業、家計から見ていかなる影響があるのか？ プラス面は、企業にとっては、リスクマネーの調達によってリスクを伴う設備投資や研究開発投資ができる点であり、家庭にとっては、リスクがあってもリターンの高い金融商品をも投資の選択枝として加えることができる点で

ある。

マイナス面は、企業は株式発行に依存すれば、絶えず株価・時価総額に振り回され、経営が短期的・近視眼的になる点である。株式中心の経営には時価発行による資金調達、株式交換によるM\$A、ストックオプションによる動機づけなどが利点として挙げられるが、株主による短期的利益の要求や企業乗っ取りの不安にさらされ、役員報酬かさ上げの誘惑にも駆られるというマイナス面は認識しておく必要がある。

コーポレート・ガバナナンスの強化が課題にされているが、株主によるチェックだけでなく、外部社会(消費者や第三者機関)からの監視も重要だと思う。企業は社会の公器だからである。

一方、家計においては、余裕資金を超えてリスクの大きい投資は行なうべきではない。ましてや生活資金は振り向けるべきではなく、「貯蓄から投資へ」という掛け声に踊らされてはならない。また、アメリカでは、年金基金の運用先に占める証券投資の割合が大きく、わが国においても、株式の割合が50%に近づいている(日経新聞2016.4.26)が、私はこの方向に不安を禁じ得ない。年金のように生活基盤にかかわる資金は、安定的な運用をすべきだと思う。

近年は、数年に一度金融危機が起きている。経済、景気は、実体経済(在庫循環、設備投資循環)よりも金融に振り回されている感がある。2008年のリーマン危機にしても、理論的にはリスク・コントロールされているはずの証券化金融商品をめぐって生じた。リスクのコントロールは甘さを許されない。

投資と投機(マネーゲーム)

投資と投機(マネーゲーム)の区別をしておく

投資：何らかの事業を育成するための資金投下。実需の裏付けがある。

投機：値上がり益だけを目当てにした資金投下。仮需に過ぎない。

投資と投機(マネーゲーム)は上記のように区別できるが、そこではリスクや善悪について問題にしているわけではない。リスクについては、投機の方が大きいであろうけれども、投資にももちろんリスクはある。リスクはそれ自体問題なのではなく、そもそもリスクを取らなければ新しい分野の開拓はできない。また、リスクはコントロールできればよいのであり、そのための

手法は開発されてきている。古くは保険が、また新しくはデリバティブや証券化がそうした手法である。

善悪に関して、投資はよいが、投機(マネーゲーム)は悪いと言っているわけではない。投機については、もし投機が無ければ、ヘッジ(Hedge)もできないし、また相場の安定もはかれなくなるであろう。しかし、投機が行き過ぎれば、問題が起こる。ミクロの場では、個人のデイ・トレーディング(Day Trading)や企業の財テクは、私は望ましいことだとは思わない。個人にとっては仕事を通じて、企業にとっては事業を通じて所得を稼ぐのが本来のあり方だと思う。近年は大学まで財テクに踏み込む所が出ているが、健全だとは思えない。

マクロの場では、前世紀の末から、金融危機が繰り返されて、経済がマネーに振り回されるような状況が生じている。本来、金融は実物経済を円滑に回転させるための手段であるはずであるのに、主客転倒してしまっている。金融危機の原因となる投機について、よく挙げられる例に国際貿易総額と為替売買総額の比較がある。後者は前者のおよそ100倍に達しており、いかに投機額が大きいが知られよう。また、R.ドーアが挙げる例によれば、2008年9月に倒産したリーマンブラザーズの社債発行残高は1550億ドルであったが、CDS(Credit Default Swap)を発行した銀行の債務総額は4000億ドル以上に上った。これは、リーマンの社債保有者の保険としてのCDS契約よりも、単なるギャンブルとしてのCDSが2.5倍もあったこと示している(R・ドーア『金融が乗っ取る世界経済』(中公新書)p.21)。エネルギーや穀物であれ、土地であれ、温暖化ガス排出権のようなものまでも、投機、ギャンブルの対象になる。そこまではよいとしても、それが実物経済に被害を及ぼし、一般の人々の生活を脅かすことは食い止めねばならない。

マネーゲームの弊害を避けるためには規制が欠かせない。しかし、規制は直接的ではなく、税制など間接的に行なうのが望ましい。短期的な巨額の稼得に対する課税(トービン税、累進税)などが考えられよう。

第2節－1(マネー経済化)の総括

本節では、マネー経済化について、経済の成熟化とともに産業構造がサービス化し金融産業が伸びて、投資所得の割合が高まること、資金の流れが直

接金融中心に変わり、証券化が進んで、リスクマネーが供給されるようになることだと述べた。そして、投資と投機(マネーゲーム)の区別を問い、投機はヘッジなどの機能はあるものの、行き過ぎれば問題を引き起こすことに触れた。

しかし、そもそも経済が成熟化すれば、金融産業が伸びて、リスクマネーが供給されるようになるというのは、果して必然の歴史的流れなのであろうか？項を改めて、この点について考察してみたい。

豊かな社会、成長、投資

経済の成熟化とは、豊かな社会が実現して、企業にとっては売れるモノを見つけることが困難になったことを意味している。もし、そうならば、もはや成長の余地は無く、成長の必要も無いことになる。成長しないのであれば、投資機会も無く、金融を強化する必要も無くなる。現に、超低金利が長期にわたり続いていることこそ、資金需要の減退、投資機会の欠如を示しているのではないか。

この議論について、どのように考えればよいのだろうか？まず、マネー経済化の中で見られる金融効率化(金融自由化)、貯蓄から投資へ、リスクマネー供給、株主利益増進の主張は、成長促進の主張(成長至上主義)と軌を一にしている。経済成長のためには金融が重要な役割を果たすからである。

成長に関しては、中身を吟味することが肝要である。社会にとって真に必要なモノかどうかの吟味である(第2章p.95~p.96参照)。現段階では、次の2つは必要な分野だと思う。先に、経済が成熟化して豊かな社会が実現したと述べたが、その豊かさは、儲かる私的財についてだけであり、次のような分野は含まれない。

- (i) 医療、自然環境保全、自然エネルギー、災害対策、IoT、ロボット、宇宙開発などの分野。

これらは、人々の健康、安全、そして、将来の夢から見て、促進すべき分野であろう。なお、ここで挙げた自然環境保全は完全な循環経済の確立を、また災害対策は地震や台風に対する根源的な対応の研究を指している。

(ii) 儲からない私的財、公共財の分野

これらは市場にゆだねられない分野であり、国家が対応しなければならない(第2章p.131~p.133参照)。

公共財の分野では、老朽インフラの補修・更新、森林の保全、介護など遅れた領域が例示できよう。

また、儲からない私的財としては、需要のまとまらないことや、付加価値が付けにくいことのため、企業からは敬遠されるが、社会にとっては不可欠の領域を指している(第2章p.131参照)。

以上の(i)、(ii)については、成長の余地があり、成長を促進すべきだと思う。しかし、成長を市場にだけゆだねるのには不安を感じる。市場にゆだねれば、儲かる私的財の分野(高付加価値化しやすいモノ、流行を創りやすいモノ)ばかり伸びて「いいとこ取り」になる恐れがあるからである。市場にゆだねるのがFESの基本だと言っても、国民的合意のもとで成長の中身を決め、そこへ「計画的に」資金が回るようにすることも必要なのではなかろうか。やみくもに成長促進、リスクマネー供給を唱えるのは疑問である。ましてや、成長のための資金がマネーゲームに回って経済を混乱させる事態を招くのは論外であろう。

第2節-2 高付加価値化(商品のシンボル化・高級化・個性化・感性化)

経済成熟化の結果、モノ不足からモノ余り時代に入り、モノが売れにくくなった中で、企業はニューフロンティアの開拓に努めている。そうしたフロンティアの一つにモノの高付加価値化がある。高付加価値化は、シンボル化、高級化、個性化、感性化を通じて進展している。

シンボル化、高級化、個性化、感性化

モノのシンボル化とは、モノをシンボルとして消費するようになることである。モノが乏しく貧しい時代には、我々はモノに対してまず基本的機能を求める。衣食住について見れば、衣服には寒さを防ぎ肌を覆う機能を、食べ物には肉体を維持する栄養を、住まいには雨風をしのぎ家族を守る居場所を求めるだろう。しかし、経済が豊かになるにつれ、それだけでは飽き足らず様々な高次の要求を持つようになる。その一つがシンボル化である。

シンボル化は、具体的には、モノが、①社会的優越を示すシンボル(ステイタスシンボル、例えば高級車)や、②社会の理念・理想を示すシンボル(例えば自由な生活を象徴するジーンズ)になったり、③自己のアイデンティティ(帰属集団、職業、趣味など)を示すシンボルとして使われたりする場合に見られる。ここでは、モノが単に基本的機能を果たすだけでなく、シンボルとしての役割も担うことが求められているのである。

豊かな社会の実現とともにモノに即して生じているのはシンボル化だけではない。同時に、高級化、個性化、感性化も生じている。個性化は、自分だけの個性的なモノを求める傾向だが、それはモノの多様化に通じる。感性化は、何を買うかの選択が感覚的になることで、売り手に対しては売れるモノの予測を難しくさせる。

シンボル化、高級化、個性化、感性化は、重複することがある。例えば、高級品がステイタスシンボルになる時は、高級化とシンボル化が重なり合う。また、個性を発揮するための消費は、アイデンティティのシンボルにもなる。

高付加価値化

上記のシンボル化、高級化、個性化、感性化に呼応して、企業は、高付加価値化、製品差別化を進めている。ここでは特に高付加価値化を取り上げる。

高付加価値化は、モノにシンボル性、高機能性、デザインのよさ、ファッション性、ブランド、遊び心などを付加してモノの価値を高めることである。高付加価値化は、グローバル競争が激化する中でコモディティ化(画一量産品化)を避けて利益を確保するために重要であり、企業にとってはきわめて合理的な戦略である。

高付加価値化は、「モノからコトへ」と言われるように、既存の財・サービスに対し消費者の体験や思い出(即ち「こと」)が結びつくようにして達成されることもある。デパートが、単にモノを売るのではなく、それと絡めて体験型のイベントを催したりするのがそれである。

しかし、高付加価値化には、実のあるモノばかりではなく、内容の乏しいモノもある。例えば、①過剰機能・サービス、過剰包装、②単なる流行、③ブランドやキャラクターを付けただけ、④新奇さ、物珍しさ、面白さだけ、

⑤イメージ、見かけの良さだけ、といった場合はいかがであろうか。もちろん、内容が充実しているか無内容かの線引は難しいが、私は良識により判別可能だと思う。

エネルギーを多消費して高次加工し、それによって高付加価値化する場合も問題である。温室栽培による季節はずれの農産物、高く売れる高級魚の養殖など、資源・環境の面からは疑問である。

また、価格が高い方がかえってよく売れることもある。それは、高いモノほどよいモノだという幻想がある結果かもしれないし、高いモノへのあこがれや、あるいは見栄がある結果かもしれない。これも一種の高付加価値化だと言えるのだろうが、釈然としない。

高付加価値化は、宣伝広告、情報操作・イメージ操作と深く結びついている。宣伝広告・ブランド戦略の巧みさや、製品に希少性があるように見せる演出、さらには付和雷同を誘っての流行創出は、高付加価値化を可能にする上で大きな役割を果たす。

消費者は、高付加価値製品が果して実のあるモノかどうか、付和雷同して衝動買いになっていないかどうかよく考えてみる必要がある。また、価格が妥当かどうか、宣伝広告や包装を買っているようなことにならないかどうかかもチェックしてみなければならないだろう。

高付加価値化には以上のほか、社会的に見れば次のような問題もある。

- (i) 資源浪費、環境破壊をもたらすことがある。製品が高付加価値化されれば、その製造に使う原材料費や製品の輸送費が割安になる結果、資源が多消費されるからである。
- (ii) 高付加価値化が難しいが社会にとって不可欠のモノとの間に不公平が生じる。そのようなモノの交易条件が悪化するからである。

付加価値の付けにくいモノ

FESにおいて、私的財の供給は企業が分担しているが、儲からない私的財は企業から敬遠される。儲からない私的財には、①付加価値の付けにくいモノ、②流行を創れないモノ、宣伝に乗せにくいモノ、③需要のまともらないモノなどがある。以下、①について検討してみる。

②は①と共通するところがある。③の正反対のモノは、ネットワーク外

部性のあるモノである。通信サービス、ネット上の場所提供(仲介)やソフトウェア(半導体などの設計図も含めて)はネットワーク外部性により需要が雪だるま式に増え、しかも限界製造コストがほぼゼロであるから、巨額の利益をもたらす。

付加価値がつけにくい、社会的には欠かせないモノについては、供給が確保されねばならないため、国家による政策的な配慮が必要である。また、前項の(ii)で指摘したような、付加価値が付けやすいモノとの間の不公平を是正するためにも公的配慮が要請されよう。

不公平の是正は、税、補助金による調整で可能だと思う。税については、マネーゲームによる短期的巨額利益への対応(課税など)と同様に考えられるであろう。

付加価値がつけにくいモノで、社会的には欠かせないモノとしては、どのようなモノがあるか？

- (i) 素材は、高付加価値化も製品差別化も難しい。水、エネルギー、セメント、鉱物類などがそれである。もっとも例外はある。例えば、水は「アルプスの天然水」などのようにブランド化して販売される。しかし、元来自由財であった水にブランドを付け、しかも輸送に大量のエネルギーを使って遠方まで送り届けるといったビジネスには、私は疑問を感じる。
- (ii) シンプル・ライフ用のモノはもともと付加価値が低い。しかし、シンプル・ライフは、個人の選択肢として認められるべきで、また、資源・環境の面からは社会にとって望ましい。だが、現実には過剰機能や過剰包装(による高付加価値化)がしばしば見られる。機能を限定し、包装も簡素なシンプルなモノの需要にももっと応えてよいのではないか。

不可欠のモノではないが、私は、夏になると昔食べたシンプルなかき氷を想い出す。最近フラッペと呼んで、随分付加価値が付けられるようになった。一事が万事とまでは言わないまでも、何にでも付加価値を付ける競争に明け暮れているように見える。

- (iii) 生鮮食料品(農産物や海産物)は従来は付加価値の付けにくいモノであったが、最近はブランド化が盛んである。ブランド野菜やブランド高級魚がその例として挙げられよう。しかし、農産物などは「地産地消」が基本的なあり方ではないだろうか。ブランド化して、遠方まで輸送するこ

とには、水について上述したことがあてはまる。利益が上がりさえすれば、それでよいわけではない。資源・環境の保護や地域経済圏の自立についても考慮する必要がある。

次に、仕事の付加価値について考えてみよう。仕事にも付加価値の付けやすい仕事と、付けにくい仕事とがあり、後者には付加価値が付かなくても社会にとって不可欠の仕事がある。それは、地道な、縁の下の力持ち的な仕事で、組織の中では脇役であることが多い。一般事務、店舗での販売、配達、人的サービス、清掃などは地味だが、社会的には欠かせないだろう。

高付加価値化は、企業にとって重要な戦略であるが、社会の中では付加価値の付けにくいモノや仕事にも光を当てる必要がある。国家の政策としては、税、補助金などにより調整する必要があるだろう。

高付加価値化とシニョリッジ

付加価値の中身は、機能(性能、品質)のように明確ではない。価格がなぜそれほど高くなるかわからないことさえある。その場合、それだけ価値ありと「信じられている」ゆえに、高く売れているのだと言えよう。この時、「信じられる」ゆえに受け入れられる点では、貨幣と共通する。そこには、貨幣と類似のシニョリッジが発生しているとも考えられるかもしれない。

第2節-3 グローバル化

グローバル化とは、交通、通信(近年は特に後者)の進歩、国際交流の活発化によって国家間の垣根が低くなり、世界が一つになる趨勢を指すが、経済の面では、貿易・資本の自由化を通じて、経済交換の輪が広がり究極的には世界が単一の巨大市場になることを意味している。経済成熟化の中でフロンティアを開拓するという観点から見れば、グローバル化は、海外に向かう地理的なフロンティア開拓である。高付加価値化(商品のシンボル化、高級化、個性化、感性化)やマネー経済化(金融取引の活発化、金融諸品の開発)が経済システム内部でのフロンティア開拓だという意味で、「内なる」フロンティア開拓だとすれば、グローバル化は地理的に外に向かうという意味で「外なる」フロンティア開拓だと言えよう。

企業の利益と国家・国民の利益との乖離

グローバル化の中で、企業は世界全体を視野に入れた経営を行なう。本社や研究所の立地は、世界中を見て最適の場所に定める。原材料、部品、資材の調達、世界中から最適のモノを購買できるように努める。生産は人件費の安い国・地域で行なう。販売においては、それぞれの国・地域に合わせた製品を用意する。以上のようなことは、企業の経営としては極めて自然かつ合理的である。

しかし、国家や国民の利益に反することもある。人件費の安い国に工場を移転すれば、国内の雇用は失われるだろう(産業の空洞化)。世界的視野で最適の部品や資材を調達すれば、国内の部品・資材企業は立ち行かなくなるかもしれない。もっとも、これらは経済の自然な流れであり、短期的には摩擦が生じて、長期的には調整されるはずだとの見方も可能だろう。

だが、税率の低い国に本社を移したり、国家の安全保障を脅かすような取引(軍事転用の可能な製品の輸出など)をしたりすることは、国家・国民の観点からは大いに問題である。また、国家単位で政策を立案実施することが困難になった。例えば、政府が金利を引き下げれば、資金は金利の高い国に移動してしまうし、環境保護や労働者保護の規制を強化すれば、企業は規制の緩い国に出て行ってしまうかもしれないからである。

振り返れば、わが国の場合、経済高度成長の時代(1960年頃から1980年代半ば頃まで)は企業の利益と国家・国民の利益がほぼ一致した「幸せな」時代であった。その時代は、企業が発展すれば国内の雇用は増え、従業員の賃金も上がって、国民の生活が向上した。ところが、グローバル化の進展とともに、企業の活動舞台が国内から世界に変わった(グローバル的経営化)のに対して、国民にとっては海外に出て世界を舞台に活動することは簡単ではないため、企業と国民との間に利害の乖離が生まれるようになった。

しかも、このグローバル的経営化は、株主本位経営化と同時に進行している。高度成長時代のわが国の企業においては、日本的経営の名のもとに「会社は皆のもの」という意識が強く、従業員はじめ株主以外のステークホルダーにも充分配慮がなされ、また、資金調達は安定的な銀行借入れルートが中心であった。それが、グローバル化とともに、アメリカを中心とするアングロサクソン型の経営スタイルがグローバルスタンダードとして受け入れ

られ、株主本位の経営に移行した。これも、企業の利益と従業員の利益が乖離する原因として見逃せない。

アングロサクソン型経済・経営スタイルとグローバル化

わが国のバブルがはじける頃(1980年代末)までは、アングロサクソン型の経済・経営スタイルに対して、わが国やドイツのラインアルペン型経済・経営スタイルを高く評価する論調も見られた。ところが、バブルがはじけて以降は、アングロサクソン型スタイルが優位となり、わが国においても日本的経営は急速に廃れて、アメリカ型の株主本位の経営に移って行った。

アングロサクソン型スタイルにおいては、比較生産費説を背景に国家の垣根を取り払って貿易・資本の自由化が進められるとともに、企業は株主の所有物であり、企業の目的は株主のための利益追求しかありえないとの考えのもとに企業経営が行われる。

このアングロサクソン型スタイルは、グローバルスタンダードになった感があるが、それは2つの部分に分けられる。第一は、経済的グローバル化であり、それは経済的な国境を取り払い、貿易・資本の自由化を極限まで進めることである。第二は、株主本位経営(ストックホルダー経営)であり、それは会社を所有するのは株主だとの前提の下に、株主のために利益を最大化し、株価・時価総額を極力引き上げようとする経営である。

第二の株主本位経営から先に述べる。私は、企業は社会的分業システムの中で何らかの役割(何らかの財・サービスの供給)を担う社会的存在(社会の公器)であり、その目的は分担した役割を果たすことだと考えている。従って、利益はあげなければならないが、利益追求が目的とは言えない。また、会社は株主だけの所有物ではなく、様々なステークホルダー(従業員、取引先など)が協力してはじめて成り立つ存在である。株主、経営者もステークホルダーの一員であり、株主は出資、経営者は経営サービスを会社に提供する。賃金が従業員に対する報酬であるように、利益は株主、経営者に対する報酬である。このような私見から、私は、株主本位経営には賛成できない。

第一の経済的グローバル化については、自給自足時代から次第に交換の輪が広がってきた人類史を顧みて、また、分業・交換の利益から見て、基本的には合理的であり、人類に幸福をもたらすと思う。

しかし、いくつかの留保条件はつけねばならない。

- (i) 比較生産費説に基づいて自由貿易主義だけを貫くのには無理がある。
各国家・地域には関税及び非関税の手段を用いて調整する自由はある。
また、各国家・地域の独自の文化、生活様式、伝統、歴史などは尊重されるべきである。
- (ii) 地産地消は、グローバル化とは逆の流れであるが、さらに促進すべきではないか。地域の独自性を護る上でも、資源・環境保護の上でも、地産地消は有効である。例えば、生鮮食料品を遠方から輸送するのは、輸送エネルギーの浪費にもなる。
- (iii) グローバル化の中での法網くぐりは許されない。例えば、環境保護、労働者保護の規制が緩い国や、税率の低い国を利用した立地がそれである。
世界的に競争ルールの統一を急ぐ必要がある。
- (iv) 経済格差の拡大を防ぐとともに、強者の論理だけでルールが決まることを避けねばならない。

以上、留保条件を4つ挙げた。実現に困難は予想されるが、地道な努力が要請されている。

参考文献

- J. リフキン『限界費用ゼロ社会』（柴田裕之訳、NHK出版、2015年）
- F. フクヤマ『人間の終わり』（鈴木淑美訳、ダイヤモンド社、2002年）
- 岩井克人『貨幣論』（筑摩書房、1998年）
- R. ドーア『金融が乗っ取る世界経済』（2011年）
- 西岡健夫『市場・組織・経営倫理』（文真堂、1996年）