

事業経営の公共性－その原理的接近－

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 明治大学経営学研究所 公開日: 2011-04-11 キーワード: 作成者: 小笠原, 英司 メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/10291/10911

経営論集

57巻 第1・2号

2010年3月

事業経営の公共性

—その原理的接近—

小笠原 英司

目次

はじめに

1. 「公と私」問題と「公共」の位置
 - (1) 公／私の語義
 - (2) 「公-公共-私」三元論
2. 個人と社会—〈私性〉と〈公共性〉の統合
 - (1) 「私」の両義性
 - (2) 個人-組織-社会
 - (3) 人間と経営体の同型性
3. 経営体の〈私性〉〈共同性〉〈公共性〉
 - (1) 企業-経営-事業
 - (2) 経営体の〈私性〉
 - (3) 経営体の〈共同性〉
 - (4) 経営体の〈公共性〉
4. 「生活社会」と公共性
 - (1) 生活と「社会」
 - (2) 「グローバル社会」と現代経営の公共性

おわりに

はじめに

本稿は、「公共性」という概念を「経営学」のなかになかに位置づけることができるかについての理論的考察である。すでに企業の社会的責任や企業倫理の問題が現代経営学の最重要主題として認知され、企業の社会性や倫理性が論じられている。言うまでもなく、社会的に重要な問題、喫緊の問題は、問題解決に向けて分野を問わず論じられるべきであり、特にその実践的処方の開発を図るべきである。しかし当該問題に対する技術論的研究を急ぐあまり、当該問題の基本構造に対する原理的探求を軽視するならば、現実問題の解決なるものも、これまでもその多くがそうであったように、対症療法的なものにとどまる。企業倫理や社会責任を経営学の主題とするためには、経営学の立場から企業および経営の公共性に対する原理的考察を不可避とするであろう。本稿において、迂回的ながら敢えて現代経営と公共性に対する概念的考察を加えるのも、すでに公共ないし公共性ということが言われて久しいにもかかわらず、経営学はこれまで「公共経営」や「経営と公共性」の原理について正面から取り上げることがなかったからにはほかならない。

公共性とは何かという問いを考察する前に、われわれはすでに、公共政策、公共事業、公共施設、公共財、公共放送、公共料金、公共職業安定所、公共の場、公共の福祉・・・という言葉から「公共性」という言葉に対する一定のイメージや観念をもっている¹。それを一言で言えば「不特定多数者の共通の利害に関わる性質」ということになる。不特定多数者とは「社会一般」を意味し、共通利害とはその社会関係において不偏かつ平等の原理が働くことが望ましいとする価値を前提とした「共益」を意味している。

言葉の表層上の意味としてはこれで十分であろうし、日常用語として使用する範囲では、これ以上の詮議を必要としないであろう。しかし、かかる公共性は誰によって、どのようなものとして、どのようにして保証されるものであろうか。すでに漠然としたイメージが先行して曖昧なままに濫用されている「公共性」という言葉の原理的意味をどのように理解すべきであろうか。しかしながら、この問題は予想されるほど容易ではない。それはこの問題がいわゆる〔公と私〕問題と深く関わりあう問題であること、その問題が単に「官と民」の分業問題をこえて「社会と個人」という社会科学の基本主題につながり、延いては「全体と個」という哲学的問題を反映するものであるからにはほかならない。

ところで、〔公と私〕問題は近年、公共哲学の領域であらためて活発な展開をみせている²。

¹ ケネス E・ポールディングは『イメージ』のなかで「社会、文化、下位文化、組織は、[公共のイメージ]をもとにして結合している」と述べている。K・E・ポールディング（大川信明訳）（1962）p.78

² たとえば「公共哲学共同研究会」によるシンポジウム記録が『公共哲学 全20巻』として刊行され、そのなかで〔公と私〕論が主要な議論を構成している。

その場合、一般に「公」（おおやけ、コウ）の対称語は「私」（わたくし、シ）とされ、それぞれ英語の public と private に対応すると理解されている。ここに〔公と私〕問題の概念構成が「公」対「私」という二項対立設図式で設定されることになるが、他方ではこれまでの〔公と私〕論において、漢語としての「公／私」と漢語（漢字）を借用した日本語の「おおやけ／わたくし」とは必ずしも同義ではなく、まして英語の public / private とは明確に区別されるべきであるという議論が展開されており、この主題が一筋縄ではいかないことを示している³。

また、政治思想や公共哲学の立場から公共性の概念を議論するとき、避けて通れないとされているのがハーバーマス (Jürgen Habermas)⁴ やアレント (Hannah Arendt)⁵ の公共性論である。もとより両者の議論は本稿の主題にとっても不可避であるが、管見によれば、ハーバーマスの「市民社会」もアレントの「ポリスの公共性」もすぐれてヨーロッパ的文脈において意味をもつ歴史的、社会的、文化的概念であって、これをそのまま日本を含む非ヨーロッパ世界に一般化することには、少なからず無理があるように思われる。そこで本稿における議論は、可能な限りこれらの先行議論をふまえながらも、以下の考察は経営学の再構成という立場から「公共性」の概念を探求しようとするものであり、その点で本稿の〔公と私〕概念は、独断とはいえ筆者独自のものである。もとより本稿でそのすべてを考察する余裕はないが、まずは「公共性」という概念の原理的探求を試みる必要があることを指摘したい⁶。

1. 〔公と私〕問題と「公共」の位置

(1) 公／私の語義

手始めに、「公」と「私」の辞書的語義を確認しよう。まず「公」の原義は一族の人々が集う公開の場所を意味したとされ、延いてこんにちでは多義にわたるが、本稿の議論に関連のあ

³ たとえば社会学者の安永寿延は、日本の公私概念は「オオヤケ／ワタクシ」というやまと言葉であるとして、次のように論じている。すなわち、オオヤケの原義は「まつりとまつりごとをとり行う場」を意味するのに対し、ワタクシとは聖的・公的禁忌や規範、手続きを軽視・無視する自分本位や勝手気侷ないし恣意性を意味した。ワタクシが一人称としての自分自身を意味して「公／私」対概念となるのは室町時代以後であり、起源的にはオオヤケの対概念ではなかったという。安永寿延 (1976)。同様に渡辺浩も、英語、漢語、日本語のそれぞれを比較論的に分析したうえで、現代日本語の「公と私」はこの三者を混合し、融合させ、並存させていると指摘している。佐々木毅・金泰昌編『公共哲学1』(2001)

⁴ ユルゲン・ハーバーマス (細谷貞雄・山田正行訳) (1973, 1994)。ユルゲン・ハーバーマス (河上倫逸・藤沢賢一郎・丸山高司他訳) (1985 - 1987)

⁵ ハンナ・アレント (大久保和郎・大島通義・大島かおり訳) (1972 - 1974)。ハンナ・アレント (志水速雄訳) (1994)

⁶ 筆者はかつて「組織と公共性」という論題で若干の考察を試みたことがあるが、これを機会に再度試論を提示してみたい。小笠原英司 (1999) (2004)

る語義を『日本国語大辞典』（小学館）、『蔵書版 新字源』（角川書店）、『広辞苑』（岩波書店）などを参照して示せば以下のようなものである。

- ①朝廷，官府，国家：公儀，公私
- ②主君，諸侯，貴人：公家，公卿
- ③官職：公務，公文書
- ④社会，世間，衆人，おもてむき：公共，公衆，公園，公開
- ⑤偏りのないこと：公平，公正
- ⑥私心をはさまない：滅私奉公，公明正大
- ⑦一般に通ずること，共通にあてはまること：公理，公式

明らかなように、①と②は「公」なるものの主体を、残る③～⑦は「公」の意義またはその及ぶ領域を意味すると見なすことができる。主体概念としての「公」を具体的行為主体に当てはめれば、こんにちでは「官」、すなわち国家およびその行政府ということになろう。言うまでもなく、行政府による統治機能の使命は自由、平等、公平、公正という社会正義を政治理念としつつ、国民（市民）生活の福祉を実現することにある。したがって公的領域とは政治のおよぶ社会全般に広がりを持ち、そこでの課題は「社会と個人」の同時的発展に不可欠な普遍的価値の追求となる。

これに対する「私」とは、中国古代の井田制のなかに淵源をもつ「かこって自分のものとしたいね（稲）」を原義とする語とされるが、転じて以下の多義をもつようになった。

- ①わたくしする，自利をはかる，自分本位，自分勝手：私心，私欲，私腹，私益，私利，私計，私行
- ②個人，自分一人だけに関する事，うちうちのこと，身内：私事，私財
- ③表ざたにしないこと，公に認められないこと：私秘，私語，私信，私案
- ④民衆の立場，私商い・私仕事の略：私立，私営
- ⑤話し手としての自分：わたし

「私」も「公」に同じく主体概念と領域概念からなると解釈すれば、主体としての「私」は次のような二様の意味をもつ。第一は個人としての「私」であり、第二に「民」（④）としての「私」である。前者は為政者としての「公」に対する個々の市民としての「私」であり、後者は「官」としての「公」に対応する「私」ということになる。したがって「私」の領域とはまずは個人個人の私的領域であり、私事にかかわり私秘に属することがらとなる。それは私事・私秘のことであるから、自分勝手の裁量が許される「自由」の領域となる。そしてこれは「民」の立場においても基本的に同様である。

以上の字義はわれわれが理解している「公」と「私」と大きな齟齬はないと言えるが、ここ

で問題となるのが「公共」という語の位置である。詳細は語源学に委ねるとして、「公共」は「公」の派生語と理解できるが、「公共」に対応する英語は public であり⁷、「公共」という漢語(日本語)の出自からいっても、語義的にはあくまでも「公共」は限りなく「公」に近接したところに置かれて「私」に対峙するものと位置付けられることになる(公 - 公共——私)。しかし語義上の意義のみならず、そもそも現実的な問題として、「公」に加えて、あるいは「公」とは別に「公共」を意識せざるを得なくなったのはなぜであろうか。

おそらくそれは、かつて「公」と「私」の主体面が「官」と「民」という明示的な主体者として確定しており、それぞれの機能とその性格も「公的」対「私的」と峻別して対抗的に位置付けることができた段階から、しだいに官立(公立)・私立を問わず、さらに官営(公営)・民営(私営)を問わず、「官」と「民」の境界を崩して「公共的」事業領域が拡大してきたことを理由としている。すなわち、すでに指摘したように、こんにち公共的(=社会的)福利目的の達成が公立・官営のみの専売特許ではなく、むしろ私立・民営による「公共」事業が現代社会において不動のものとなっている事実を無視することはできない。この事実に注目すれば、これまで「公」に密着していた「公共」を「公」から引き離し、「公共」と「私」の関係に新たな位置づけを付与するという概念的試みが要請されるであろう。

(2) [公—公共—私] 三元論

近年のわが国における公共哲学論において、「公共」を「公」と「私」の中間に位置づけて「公共」の現代的意義を考察する議論が積極的に展開されている。たとえば『公共哲学 第Ⅰ期全10巻』(東京大学)の編集委員である山脇直司は〔公—公共—私〕を〔政府—民(人々)—私的領域〕という主体の三元論(ないし三分法)と捉え、三者の関係を相補的、相関的に考える公共論を提唱している⁸。また法哲学の桂木隆夫も山脇の主張を支持して同様の議論を展開している⁹。それによれば、公共は公と私という伝統的主体/領域概念に対する第三の主体/領域として位置づけられる。

筆者は、〔公と私〕二元論に対する山脇=桂木の「政府の公、民の公共、私的領域」という三元論の理論的有効性を否定するものではないが、これをそのままわれわれの概念枠組みとするには、なお以下のような不分明が残されていると考えている。第1に「政府の公」は行政機能が及ぶ領域であるとしても、ここでの「公」には行政府による逆機能も含まれていることは

⁷ そもそも“public - private”は形容詞であり、これを邦訳すれば「公的-私的」となる。

⁸ 山脇直司(2004)

⁹ 桂木隆夫(2005)

明らかである。行政が順機能のみであれば「民の公共」は単に「公」の不足を補完する役割を担うだけとなり、「公共」はあくまでも「公」の下位に置かれることになるからである。公共哲学論の論点は、むしろ「公」の欠陥と誤りを批判し是正する積極的な役割を「民の公共」に期待するところに見出されるものに違いない。そうであれば、「公」の「公」たる意義ないし本質に関する概念的検討が不十分と思われる。

第2に、〔政府-民-私的領域〕という主体三分法の「私的領域」が何に相当するかが、「政府」と「民」ほどには明確ではない。山脇は「経済や宗教や家庭を私領域にだけ閉じ込めて論じることにはできない」と述べ、これを「公私二元論」の限界としているが¹⁰、この論点を評価するとしても、「私領域」を構成する主体要因を経済（市場経済とか私企業という言葉も使われている）、宗教（教団?）、そして別の箇所では「営利経済、私有財産、プライベート空間など」と述べるのみでは¹¹、「私」という主体/領域の概念的內包が不分明であろう。「私」に属する諸要因は「公」に位置する政治家や官僚にも重複する—そして「公」がこうした「公人」による「私」的主観によって歪曲される現実を否定することはできない—ことは指摘するまでもなく明らかであり、官立・官営の「公企業」が存在することも明らかである。

第3に、山脇=桂木は「政府の公、民の公共、私的領域」の三者を「相補的」「相關的」関係において捉えると主張しているが、その趣旨をより明確にするためにも、この三者を主体/領域概念で設定するまえに、三者の基本的原理において捉える必要があるのではなからうか。

筆者も伝統的な「公私二元論」のままではわれわれの経営学にとって有効ではないと考えている。以下に筆者が構想する概念的枠組みを展開するが、まず次節では「公」と「私」をその基本原理に還元し、それぞれを〈公共性〉および〈私性〉と表現する。

2. 個人と社会 — 〈私性〉と 〈公共性〉の統合

(1) 「私」の両義性

公共経営や経営の公共性という問題は、経営問題である以前にすでにより基本的で一般的な人間問題ないし社会問題として伏在しているものと考えらるべきであろう。すなわち、人間は個々の人間としては「個人として存在している」と言って誤りではないが、他方ではこれまでさまざまな形で論じられてきたように、「人間は一人では生きられず、現に他者と共に生きている」という現実がある。個人としての人間にとって他者との共生=協働形成=社会参加は特別なこ

¹⁰ 山脇直司 (2004) p. 34

¹¹ 山脇直司 (2004) p. 36

とではなく、むしろ最初から最後まで自然な人間性の一面と言わざるを得ない。これについての存在論的命題を精神病理学の木村敏から借用しよう。そこでは、「私」が私的な「私」と公共的な「私」との両義的相補性から捉えられている。

いまここにいる、世界中で唯一無二のこの私だけではなく、私以外のだれもが、自分のことを「私」という一人称代名詞で名指すことができる。すべてのひとが例外なく、各自的に「私」であることができる。その意味で「私」とは「公共的」？ *fentlich*, *public* な存在でもありうる。私が私自身の目の前にいる他者のうちにも「私」を認め、彼をひとりの主体／主観として認めるとき、彼と私は共通の公共的主観性／間主観性に参入する。これが一切の共同体 *Gemeinschaft*, *community* さらに社会 *Gesellschaft*, *society* の前提となる。¹²

個人であるとともに「社会人」であること、「私的」であると同時に「公共的」であること、それは人間の〈私性〉と〈公共性〉とが個人のなかに人間の両性として共在していることを意味している¹³。ここで〈私性〉(*privateness*)とは人間の「私」としての性格であり、①広義の自己利益(私益)を追求し、または自己の利害得失計算を優先原理とし、②自分本位の世界観に固執し、③自己裁量を志向し、④自己のプライバシーを秘匿する性向をもつ、などの特性を内容としている。この人間の〈私性〉こそ、おそらく人間性の根源をなすものであろうし、個人が自己を実感する「なまなましいアクチュアリティ」(木村)に違いない。しかしながら他方では、「リアリティの裏づけなしに、アクチュアリティが成立することはありえ」ず(木村)、〈私性〉のみでは人間が生きるリアリティの世界は成立しない。人間の〈私性〉をリアリティのなかに基礎付ける他面の人間性が〈公共性〉である。すなわち〈公共性〉(*publicness*)とは、人間の社会的=公的側面を意味する特性であり、①自身が属する一定の「社会」(社会共同体)において合意された「社会的福利 *social welfare*」(公益)に寄与し、②社会全体の統合を志向し、③他者の人権を尊重しつつ諸個人の利害に対して不偏的で、④社会全般に普遍妥当な価値を志向する共生の原理である。

このように、〈私性〉と〈公共性〉は相互に対蹠的特性をもつものであるが、人間とは、この矛盾する両性を内在させてその人格的統合を実現しつつ存在するものと考えられる。

かかる人間存在の両義性について、発達心理学の浜田寿美男が興味深い知見を示している。それによれば、「人間には、〈私〉が成立する前の段階から、すでに自分を人間と感じ、人と同じことをしようとする力が備わっていると考えるしかない」という。例えば生後間もない赤ん坊のままで口を大きく開けたり閉じたりすると、赤ん坊には自分の口は見えないはずなのに同

¹² 木村敏 (2005) p. 22

¹³ ここでは個人に内面する〈公共性〉のなかに次節で区別する〈共同性〉を含めている。

じように自分の口を開けたり閉じたりする。つまり浜田によれば、人間には「見た通りにではなくて、相手のした通りに」真似る「共鳴動作 co-action」という能力が生得的に備わっているとしたうえで、そうした人間の身体性が人間の「個別性＝本源的自己中心性」と「本源的共同性」の両面を内在させていると解釈できるという¹⁴。

如上の議論に依拠すれば、いわゆる〔個人と社会〕という問題の基本構図は、従来の議論が前提するような〔個人 対 社会〕という枠組みではなく、根源的には諸個人の〈私性〉と〈公共性〉の統合という人間性の本然—筆者が仮設する人間的事象の本来的な存在特性を「本然」という言葉で表現している—から考察されるべき問題ではなからうか。このような基本認識に立てば、〈公共性〉の問題は、これを一方的に「社会」の側の問題に位置づけて「個人」から分離するダイコトミーのなかで処理されるものではない、ということになる。〈公共性〉の本質は、すぐれて個人に内在する基本特性なのである。そして、のちに述べるが、これとまったく同じことは経営体にも言えるというのが、われわれの経営学的認識である。

(2) 個人—組織—社会

上に述べたように、個人にとって他者との共生＝社会参加は不可避・不可欠な生活原則であり、その意味で〔個人と社会〕問題は社会学的主題となる前に人間の存在論的主題となる。ただし、すでに「組織」という多種多様な社会的システムが「社会」と呼ばれる包括システムのなかにその地位を確立し、現代社会が「組織社会」とも呼ばれる全体状況となっている現実がある。したがってこんにちでは、理論的にも〔個人と社会〕問題をそのまま「個人と社会」という二元論で捉えるよりも、個人と社会の中間に「組織」という媒介項を挿入し、〔個人—組織—社会〕という三元論で理論構成する枠組みが一般的となっている。現代社会における組織の重要性に鑑み、個人と社会の双方に対する組織の意義を明らかにする組織学（広義）が成立していること、その専門学の一つとして経営学が成立していることは、もはやここで多言を弄するまでもない。ただし、ここで「組織」の概念を詮議する余裕はない。ここでは一般に普及している「機能集団」「団体」といった社会学的概念、あるいは「経営体」「協働システム」という経営学的概念に近似の概念範疇と見なしたうえで、組織とは共同の目的を達成するために編成された持続的な協働の相互作用システム、としておこう。

これに対して「社会」とは何であろうか。「社会」概念に対する学史的吟味もここでは省略せざるをえないが、本稿にとって便宜なかぎりでの概念的要点を示すならば、私見では、「社

¹⁴ 浜田寿美男 (2005) pp. 25 - 29. 高田明典は〈私〉と〈身体〉という二面性から「私」の概念を考察している。高田明典 (2006)

会」は少なくとも以下の3種のものに識別できる。その第1は、バーナード (C.I. Barnard) の「非公式組織」(informal organization) としての社会であり¹⁵、第2はマッキーバー (R.M. MacIver) の「コミュニティー」(community) に相当する地縁共同体としての社会であり¹⁶、第3には国家や地方自治体の行政境域に囲まれた個人や組織の包括的複合体としての国民・市民の社会がある¹⁷。そして「社会」とはこれら三者の複合概念と考えることができるであろう。すなわちその具体的範囲は国家社会 — 一般的には国民社会と表現される —、地方社会、地域社会という広狭多様なものであっても、その基本特性は広義の地縁的結合関係ということであり、さらに共通目的の希薄性にも拘わらず諸個人の日常生活に対する広範な影響力によって人々に一定の社会心理や社会慣習を生み出す作用力を有する文化的システムということである¹⁸。

以上のように、〔個人と社会〕という二者関係は、次第に〔個人と組織と社会〕という三者関係へと複雑化しているが、この三者の関係は、単に〔個人→組織→社会〕という形で三層的に構成されるのではなく、〔個人-組織〕〔組織-社会〕〔社会-個人〕という三元的相関関係として構築される全体構造として捉えられるべきである。

さて、個人が「社会人」となる現実には、個人が個人レベルで直接「社会」に結びつく場合もあるが、多くの場合には「組織」に参加する（組織人となる）ことによって間接的に「社会人」となる。そしてこのことは、個人の〈公共性〉が二重の意味を持つことを含意している。すなわち個人に内在する〈公共性〉は、第1に「社会公共性」の局面と、第2に「組織公共性」の局面からなるということである。以下ではこの二者を区別し、前者を狭義の〈公共性〉とし、後者をとくに〈共同性〉としよう。ここで〈共同性〉(cooperation) とは、①組織人となることによって「他者」との「共在の場」に生きることを志向し、②組織における自己の「役割」を通じて自己の社会的位置を実感し、③組織統合のためのマネジメントを受容し、④組織共同

¹⁵ バーナードによれば「人々は、(略)しばしば他人と接触し、相互に作用しあっていることは一般に観察され、経験されることである。関連する人々の数は、二人の場合から大群衆にいたるまでさまざまである。これらの接触や相互作用の特徴は、なんらかの特に意識された共同目的なしにそれらが生じ、継続し、あるいは反復されるということである。その接触は、組織された活動にとって偶然的、付随的であることもあり、あるいはなんらかの個人的欲望とか群衆本能から生ずることもあろう。それは友好的であったり敵対的であったりするであろう」。Barnard, C. I. (1938.1968) pp. 114 - 115. (邦訳 pp. 119 - 121)。正統派社会学理論によれば、この社会概念は「群衆」として「準社会」という範疇に位置づけられる。富永健一 (1986) p. 8

¹⁶ R.M. マッキーバー (中久郎・松本通晴監訳) (1975)

¹⁷ 国家や地方行政体という単位は、経営学的にみればそのそれぞれの政府とともに限りなく「組織」(経営体)に近い特性をもつ点に留意されたい。

¹⁸ したがって、「国際社会」という「社会」が単一国家社会の境域をこえた多国家間関係や地球レベルでの全人類社会を意味しているとするれば、ここでの「社会」とは区別される。ただし、「国際社会」という概念も極めて曖昧であり、単に国際政治・経済が展開される境域を表現する場合もあれば、全人類社会にいたっては無内容というほかない。グローバル社会については本稿第4節(1)で考察する。

体の利益（共益）をはかるべく努める志向性を意味している。

以上によって、〔個人－組織－社会〕三元論を採用すれば、〔公と私〕問題も〔私性と公共性〕の二元論から〔私性と共同性と公共性〕の三元論で再構成されることになる。ただしそれは、〔個人－組織－社会〕三元論に〔私性・共同性・公共性〕三元論を単純に重ね合わせて、個人－私性、組織－共同性、社会－公共性、という対応図式が成立することを意味するものではない。むしろ筆者はかかる形式論理は〔公と私〕問題の追究にとって十分ではないと考えている。すでに述べたように、個人には〈私性〉のみでなく〈共同性〉と〈公共性〉も内在しているのであって、〔私性と共同性と公共性〕は人間の本源的な存在特性なのである。そしてそればかりではない。私見によれば、人間の本然性を基盤として形成される組織もまた、この〔私性と共同性と公共性〕の三特性を内在させていると見なすのである。

(3) 人間と経営体の同型性

かかる見解の基盤となっているのは、以下のようなわれわれの経営学的認識にほかならない。それは山本安次郎が「経営の原型は人間生活そのものにあり、（中略）経営における人間生活の根源性が忘れられてはならない」¹⁹と述べたように、あくまでも「人間生活から経営を捉える」という認識である。そしてかかる基本認識は、われわれとしては決して新奇なものでも特別なものではなく、むしろ常識的でさえあると考えている。問題は、多くの経営論がこの常識を忘れ、経営を人間生活とは別種の、あるいは人間生活から隔絶した特殊事象であるかのように見ることにある²⁰。これに対してわれわれの経営学的経営論の基本は、バーナード／村田晴夫が示した〔人間－協働システム〕の「垂直同型」理論に立脚し²¹、経営体の存在原理をあくまでも人間存在とのアナロジー（analogy）において捉えようとする人間学的経営論の方法を採る点にある。

すなわち、われわれの人間学的経営論によれば、組織とは人間生活の延長上に人為構成された歴史的・現実的生活形態と位置づけられる。「個人生活」とはいえ、人間は「孤人」として生活しているのではない。集団＝協同生活は人間生活の基本なのであって、何びとたりとも他者との協働を拒否して生活することはできない。文明の発展は個人と組織との結合をいよいよ

¹⁹ 山本安次郎・加藤勝康（1982）pp. 14 - 15.

²⁰ こんにちの経営の実態は高度に専門的で、複雑かつ構造的である。これを研究対象とする経済論も組織論も管理論も、個々の多様な経営現象をそれじたいとして理論化するに忙しい。しかしそこから得られた経営経済や経営組織、経営管理の「理論」は、はたしてどこまで人間生活の基本原理を基盤として構成されたものであろうか。すべての経営研究は、それぞれの経営論が何を主題とするにしても、そして経営の現実形態が複雑であればあるほど、その経営実態の根底にある人間生活＝経営生活の本然から再構成すべきであろう。

²¹ 村田晴夫（1984）p. 54. 小笠原英司（2004）pp. 70 - 77.

不可分なものとし、個人生活の全領域を目に見えない複雑かつ膨大な社会的システムのなかに否応なしに組み入れている。もはや現代人の誰一人、自分だけの能力と努力のみで衣食住の最低限すら確保することは不可能となっている²²。人間の具体的生活形態は「協働生活」であるほかはないということ、この自明の現実こそ、われわれの経営学の原点である。諸個人による協働生活の多くがやがて社会的制度として成長し、その構造と機能が近代合理性の原理によって再構成されて「経営体」となった。ここに、かかる「経営体」の科学的認識体系としての経営学が生成する契機が与えられることになったからである。

次に、われわれの経営学は、かかる経営体それじたいが「生活体」（経営生活体）となって自己の生活を全体化すべく計画し行為する主体的存在であると見なす見地を仮設する。周知のように、これは「行為主体は個人的実在のみである」という命題を堅持する存在論的（および方法論的）「個人主義」に対抗する「集合主義」の立場であるが、もとより経営学のすべてがかかる理論的構成の見地から「理念的実在」としての「経営体」を捉えているわけではない²³。われわれの経営学において、「経営体」は経営学的存在として、人間と同じように本質的に〈私性〉と〈共同性〉と〈公共性〉を内在させ、これらの相互関連によって個々の組織独自に醸成される組織性格、組織倫理、組織文化の基盤を形成することになる。経営体が生活主体であり経営が生活であると見なせば、経営体は始めから終わりまで自閉的〈私性〉と〈共同性〉のみによって自己形成することはできない。〈公共性〉は経営体の外部にあるのではなく、それ自身に内在する自己原理と位置づけられるのである。

次節ではわれわれの経営学が対象とする経営体を念頭に、組織の〔公と私〕問題の基本構造を考察しよう。

3. 経営体の〈私性〉〈共同性〉〈公共性〉

(1) 企業、経営、事業

山本の経営体三要素論「企業と事業の経営による主体的統一」によれば、〈企業〉とは「投資のための資本組織」であり、株式会社の資本と出資主体を指す概念であるから、一般に「企業経営」とは資本利潤の追求を会社経営の至上目的ないし会社の本質と見なすときの会社経営

²² 一見したところ、現代社会における個人と組織（協働）の関係性は時代とともに希薄化しているようにも見えるが、それは個人を取り巻く協働の社会システムがそれだけ広範かつ全面化し、それによって個人の協働への参加が間接化したということであろう。社会（協働）を拒否して生きる「ひきこもり」とて、システム化された協働社会から隔絶して生きることはできない。

²³ 盛山和夫（1995）p. 208

の基本形態をいう。つぎに〈経営〉とは経営体の行為主体を表現する概念であり、具体的には経営者・管理者・従業員とその職能の組織である。〈経営〉の目的は経営体の存続・発展である。そして〈事業〉とは〈企業〉の手段であるとともに〈経営〉の行為対象となるものであるが、筆者はむしろこれを経営体の社会的使命と位置づけるのである。それは、言うまでもないことながら、「事業なくして経営体はない」からであり、「社会の要求なくして事業はない」からである。かかる山本安次郎の〔企業－経営－事業〕経営体三要素論を私見による経営体の〔私性－共同性－公共性〕三元論との対応で解釈してみよう。

まず、経営体における〈企業〉は経営体の経済的＝財務的目的たる資本利潤ないし株主利潤の獲得を志向する要因という意味で経営体の〈私性〉を形成することになる。資本利潤は個別経営体の私的利害を表現するものであり、特に「個別資本」の排他的利害という意味において「私企業」としての意思を形成する要因となる。〈企業〉は経営の意思主体要因であると山本が言うのは、そのような意味である。すなわち経営体の〈私性〉は自己利益の排他的追求という経済原理として具体化され、それが経営体の〈企業〉要素となる。

つぎに、経営体は参加メンバー—現代用語でいえば「ステークホルダー」—の協働によって成立するものにほかならないのであって、経営体の本性はその構造特性において〈共同性〉にあると言える。したがって〈経営〉とは、まずはメンバーの協働的活動を誘引し経営体を「組織」として維持し存続せしめる内的共同化機能である。また経営体は人間を含む生物や他のすべての有機体論的システムと同様に単独孤立して存在することはできず、他の経営体と協働関係を形成することによってのみ存続することができる。すなわち〈経営〉とは経営体をその外部に向かって開き、外部環境との情報交換、活動交流、価値調整など不断の相互作用を通じて「組織」を存続せしめる外的共同化機能である。こうして〈経営〉は、二重の意味において〈共同性〉の実現をめざす機能と言える。

経営体における〈事業〉要素をいかに位置づけるかは、経営体の存在意義を左右する決定的問題となる。〈事業〉はたしかに〈経営〉の対象であり、企業経営の内容を社会的に認識する客体概念であるが、だからといって〈事業〉は単に対象的手段的地位と客体的性格によって語られるものではない。むしろ〈事業〉こそ、経営体の存在意義にほかならず、「事業経営」を通じて社会に応答すること (to response to society through business management)こそ、経営体の存在証明となる。すなわち〈事業〉要素の指導原理は〈公共性〉である。

(2) 経営体の〈私性〉

2- (1) で定義したように、〈私性〉とは意志・行為主体が広義の自己利益 (私益) を優先す

る性向であるが、如上のごとく経営体の〈私性〉はまずは〈企業〉要素のなかに潜在している。そして、じつは〈企業〉は経営体の部分要素として位置しているばかりではない。株式会社経営体の場合、株主利潤の追求が株式会社の目的—設立目的、行動目的—とされ、「資本の論理」がその指導原理と理解されている。この「株式会社のすべては営利目的と営利活動で説明できる」という命題は、法的にも経済学的にもすでに定説化された真理命題であるかのように流布している。このことは株式会社経営体が「企業」と呼ばれている用語法（株式会社／企業同義説）に端的に示されているが、法律や経済学はともかく、経済学に無批判的な既存の経営学パラダイムは明らかに「企業経営」論に傾斜している。経営体の部分要素である〈企業〉をもってその全体像と見なすことは、山本の経営体論＝われわれの経営学から言えば、「部分の全体化」という誤謬を犯すことになる。

ここで留意すべきは、経営体の〈私性〉は〈企業〉のみならず〈経営〉要素のなかにも潜在しているという点である。〈経営〉とは経営体の存続機能であり、個人の生存本能と同じように、存続とは経営体にとって最も根源的な欲望であろう。ここでの存続は市場競争におけるサバイバルであって、資本利潤の獲得によって可能となるものにほかならない。すなわち、利潤追求と組織存続は一体となって経営体の〈私性〉を形成し、ときとして自己中心的私益の追求という行動を見せることとなる。「企業経営」パラダイムにおいては、事業という〈公共性〉要因が利潤追求（企業目的）と経営体存続（経営目的）の手段に位置付けられる。利潤＝存続目的に適わぬ事業は「切り捨てられて当然」であり、事業選択の意思決定は利潤＝存続という経営体の利己的論理によって為されることになる。

かくして端的に言えば、「企業経営」とは利潤・存続至上主義に基づく事業経営を意味し、それは、いわゆる「市場主義（または市場原理主義）」ないし「株主価値至上主義」による企業経営原理と同義のものである。そして重要なことは、「企業経営」における事業手段観は「社会」を手段化する論理となるということである。これを本稿の概念枠組みを用いて換言すれば、それは〈私性〉と〈共同性〉の融合による経営体の「閉ざされた」発展を志向する論理と倫理の構造にほかならないということになる。

ここで「閉ざされた」という意味は、競争的市場環境に対して閉ざされているという意味では、もちろんない。最大利潤追求とサバイバルのためには、経営体はその制約要因となる経営環境に対して、むしろ積極的に開かれていなければならないのである。したがって、ここでいう「企業経営」の閉鎖性とは、〈公共性〉の外部的化を意味している。「企業経営」にとっては、〈公共性〉は外部「社会」の原理であって、いまだ自己のものではない。もちろん〈企業〉も〈経営〉も主観的には「社会」を意識しているであろうし、〈公共性〉の重要性を自覚しているであろう。しかし、すでに述べたように、問題の第1は〈公共性〉を自己の内部に自己原理として確立し

得ていないことにあり、第2には経営体に対する「社会」の位置づけが自己中心的で、便宜的である—都合が悪くなれば軽視される—こと、そして第3に、「社会」を「消費者」「需要」「市場」と矮小化して、対象化・手段化することにある。

(3) 経営体の〈共同性〉

個人が自己の中心を形成する〈私性〉と、その周囲にある〈共同性〉と、さらにその周縁に位置する〈公共性〉とのバランスを全体として維持することによって人格的調和をはかるように、経営体の〈私性〉をコントロールし全体調和を回復する倫理的均衡力は、〈共同性〉と〈公共性〉にある。経営体の倫理特性を形成する〈私性〉〈共同性〉〈公共性〉において、わけても〈共同性〉は組織としての経営体にとってその本質的倫理基盤であるという点で特別の性格をもつばかりでなく、〈私性〉と〈公共性〉の中間にあって両者を媒介する位置にあるという点においても中心的要因である。しかし、ここで注意すべきことは、〈私性〉－〈共同性〉－〈公共性〉の間は開放的で、〈私性〉と〈共同性〉²⁴、そして〈共同性〉と〈公共性〉の関係は相対的だという点である。

すでに述べたように、個人の「社会化」は自己の内部に「もう一人の自己」として広義の〈公共性〉を胚胎するが、「個人と社会」の関係は直接的というよりは間接的である。自己と「社会」との直接的かつ具体的な繋がりを実感する〈公共性〉は、自己と他者とが相互の必要から一定の協働関係を形成し、そこでの利害共有または共益感にもとづいて相互に他者を準自己化することでリアリティを得る〈共同性〉としての〈公共性〉である。〈共同性〉は、他者との共生のなかで自己の〈私性〉を新たな〔主体⇄客体〕関係に置き換えることによって、「われ」という閉じた〈私性〉を「われわれ」という相対的に開かれた〈共同性〉へと転回する可能性を意味している。

経営体はそこに参加する諸個人の「われわれ」の共益を実現するための「共同システム」として成立し、共益維持・増大を使命として存続を自己目的化する。ここで共益とは単に同種同類参加者の共通利害にかぎられず、むしろ多種多様な利害関係者(stakeholder)が期待する個々の「個益」の総和を意味する。したがって、かかる共益の実現はすべての参加者=利害関係者の個益総和を長期的に最大化すること、すなわち経営体の存続と同義となる。経営体が長期的に存続することによって、そしてその過程ですべての参加者の利害を調整することによって総

²⁴ 存在論的關係主義(または間人主義)の立場に立てば、個人とは始めから「間人」であり關係的個人にほかならない。間人にとっての〈私性〉は〈共同性〉の内部に位置する。以下を参照のこと。木村 敏(1972)『人と人之間』弘文堂。同(2005)『關係としての自己』みすず書房。濱口恵俊(1977)『「日本らしさ」の再発見』日本經濟新聞社。同(1982)『間人主義の社会 日本』東洋經濟新報社。

体としての経営体利益（組織益）が参加者個々に長期にわたって分配され、それによって諸個人と経営体が共同体的に結合するからである。経営体の〈共同性〉は、参加者の立場からすれば「われわれ」の共益を意味するが、経営体それ自体にとっては「われ」の私益である自己存続を意味することになる。

ここに、すでに経営体の〈共同性〉に伏在するアンビバレンスが示されている。すなわち一方では、経営体の〈共同性〉は組織研究においてしばしば指摘されるように、一面において「組織エゴ」の性格を孕んでいることを否定できない。共益実現の経営目標が存続至上主義に転化すれば、経営体それ自体（または経営者）の私益増大が目的化され、経営体の私益性の観点から参加者の優遇順位が選考され、それによって一部の利害関係者の個益が犠牲にされることも起こり得るからであり、現にそれは日常的でさえある。

そして他方では、経営体の存続至上主義は経営体の〈公共性〉をも犠牲にする可能性がある。それは経営体の存続主義経営によって、いわゆる反社会的企業行動が引き起こされることを意味しているのであるが、経営体の〈共同性〉が経営体の〈公共性〉へと拡がるのではなく、逆にその道を閉ざしてしまう本性を孕んでいるという問題性である。

このように経営体の〈共同性〉は、そこに参加する諸個人の閉じた〈私性〉を開かれた〈共同性〉へと開放する契機となる反面、ひとたび経営体が自己を形成する共益目的を優先価値とするや、経営体はそれ自体としての〈私性〉を主張すると同時に、閉ざされた〈共同性〉として自己の〈公共性〉を閉塞させてしまうという両義性をもつ。〈共同性〉が組織としての経営体の本質的要因たる所以である。

(4) 経営体の〈公共性〉

伝統的パラダイムに立つ場合であっても、企業経営者はおそらく例外なく「社会」の重要性を強調し、自社が「企業市民」であること、したがって「営利性と社会性の両立」を実現すべきことを謳うに違いない。社会性の強調は、いまやタテマエとしては常識でさえある。しかしそれは、営利性と社会性とを二項対立的に並立させたいうで「資本の論理」と「社会の倫理」との最適バランスをはかることを課題として終わるものにすぎない。しかしながら、そこには暗黙のうちに営利性の優先が前提され、社会性はその制約因に位置づけられる。すなわち、ここでの営利性と社会性のバランスは、あくまでも営利性を前提にしたうで、そこに「コンプライアンス原則」として社会性を付加する形のバランスであって、通説が暗黙裡に想定するように、営利性と社会性を事業経営の基本原理として等分に位置づけたうで均分に均衡を図るようなものではない。

営利原則に対する倫理規制としての社会性は、利潤追求のマナー（作法）として伸縮自在となる。それは「違法とならないかぎり何でもあり」から「清く正しく美しく」まで広範に考えられる「社会性」のなかから、最大利潤の獲得にとって合理的なマナーを機会主義的に採用する「功利的意思決定」の問題にほかならない。「営利性と社会性の両立」とは、畢竟そのようなものにすぎない。営利性と社会性とを二項対立的に並立させたうえでの両立論＝バランス論に立脚する限り、営利性による社会性の疎外を避けることはできない。

この際、営利性と社会性のバランス論は、原理的に転倒した論理であることを銘記すべきであろう。「資本の論理」は「社会の倫理」に包摂される要素であって、両者は対等の関係に置かれるものではない。したがって、「社会の倫理」のなかで「資本の論理」を適正に位置づけるという意味でのバランス論は成立するが、両者の対等関係を前提にしたバランス論は成立しないということである。

〈公共性〉は経営体的手段ではない。企業経営の目的は利潤追求であり組織存続であるとする伝統的パラダイムは、基本的に本末転倒の誤謬に陥っている。ここでわれわれは「営利性と社会性」の関係を事業経営の本然に照らし、事業＝社会性（公共性）が経営体の上位目的（経営使命）に位置し、その下位目的（経営目標）に利潤追求（私性）と組織存続（共同性）が置かれることによって、経営体の目的－手段関係が全体として正置されることを主張する。すでに繰り返し述べたように、経営体とは最初から最後まで「事業経営」を営む組織体なのであって、事業経営とは「社会の厚生」に貢献することを目的として事業継続を図る営業にほかならないからである。

経営体の〈公共性〉倫理は、「社会に対する公共性」と「社会からの公共性」の二面からなる。社会に対する公共性（publicness for society）とは、要するに事業による公益貢献を意味する。経営体が「世のため、人のため」に存在するということは、その事業活動によって社会の発展（公益）に寄与するということに尽きる。健全な事業活動の実行のためには、経営体の私益心はコントロールされなければならない。これは経営体の主観的公共心であるとともに社会経済的原則でもある。個々の経営体が自己の私益心を優先させて事業経営を行うならば、私欲による闘争はやがて全体システムを疲弊させ、私欲の社会的包容力はいずれ飽和を超えて収縮し、結局は事業経営の機会を失うことになるからである。

社会からの公共性（publicness from society）とは、いわゆる「企業の社会的責任」の社会的道義心に発する自覚である。一般にはこれが経営体の外部（社会）から要請される公共性と理解されることになるが、経営体の「主体性」からすべてを捉えるわれわれの経営学によれば、社会の側にある客観的公共性を経営体自身が如何なる公共性として認識するかという意味での主観的公共性が問題となる。経営体の利己心は社会的規制力（法規制）によってコントロール

されるまえに、ほんらい経営体の公共心によって自己規制されるべきものである。残念ながら経営体の実態は以上とは異なるが、社会的道義心が弱い—したがって法規制から逸脱したり法規制に先行される—ことはあっても、社会的公共心をまったく欠如した経営体が永続し得ないことは、事例を挙げて例証するまでもなく明らかであろう。

問題の核心は、経営体が「社会」という自己の生活域を如何なるものとして捉えているかである。経営体における〈公共性〉の内容と性格は、経営体が「社会」という存在をどのようなものとして自己のうちに位置付けているかに依存する。「社会」はそれ自体として客観的に存在するものというよりは、個人や組織の主観のなかに存在するものだからである。ここで、経営体における〈公共性〉問題の認識の曖昧さと狭隘さについて指摘しなければならない。たとえば、「企業の社会的責任論」の主要な枠組みとなっている「ステークホルダー論」は、株主、金融機関、債権者、経営者、従業員、労働組合、取引業者、消費者、地域社会、行政府、国家、といった多様なステークホルダー（利害関係者＝組織参加者）が経営体に寄せる利害関係の総体を「社会」と見なしたうえで、わけても経営者と従業員、株主と顧客（消費者）の四者を主要なステークホルダーとして議論するものである。その議論の詳細はいずれにしても²⁵、これらのうち、前二者を内部者、後二者を外部者と区別して、外部者を「社会」の範疇に置いてその「社会的責任」を問題とする論理が一般的となっている。

問題は、「社会」というものに対するそのような捉え方のなかにある。ステークホルダー論の論理に沿えば、各種ステークホルダー間の優先順位はどうあれ、企業という経営体に直接的な利害関係を明示的に有する「利害関係者」のみを「社会」なるものの構成因と限定し、この範疇から外れる要因を無視または軽視してしまうことになる。前にも指摘したように、それは理論上の問題のみならず実際上の企業行動においても言える。しかしながら私見では、この種の認識や議論から除外されているものこそ、経営体にとってもっとも基盤的な「社会」要因なのであって、それこそ経営体の内部に「もう一つの自己」を自覚せしめる自己統制倫理をもたらし要因なのである。それは何か。

4. 「生活社会」と公共性

(1) 生活と「社会」

事業経営とは本来的に社会的営為である。したがって、事業経営の理念も計画も実践も、すべて「社会」なる存在をどのようなものと認識し、その現象形態をいかなるものとして受け入

²⁵ たとえば水村典弘（2004）を参照のこと。

れるかにかかっている。これまで述べてきたように、「社会」とは個人にとっても組織（経営体）にとっても、自己の外部に生成し自己に対して作用するものであると同時に、自己の内部に自己とともに存在するものである。その意味で、経営体の「社会観」は経営体の自画像であり、その反映として事業経営が展開されると考えられる。

それにしても、「社会」とは何か。われわれが「社会」という言葉を使いながら、どこかもどかしさのようなものを感じるのは、そもそも society ないし Gesellschaft なる語が明治開国期に導入され、紆余曲折のすえ「社会」という語が徐々に欧米文献の翻訳語として用いられるようになった一つまり、それまで日本には「社会」という語＝観念は存在しなかった！—外来語であって²⁶、われわれにとってはいまだに「世間」のほうが“腑に落ちる”という言語文化からすれば、「社会」なる概念がいまなお日本の“社会”のなかに欧米語と同等の観念として定着しているとは言い難い、ということを示唆している²⁷。

さらに「社会」といっても日本人にとっていま一つ実感が湧かないのは、その境域が個人に身近な地域社会（community）から国民社会（national society）へと拡張するにつれ、特に後者が「日本」や「国家」の観念と混淆して多義的な要素を内包するようになったこと、それがさらに今日では世界社会（global society）にまで広がり、その実体も政治・経済社会、産業社会、消費社会、組織社会、情報社会という多様な諸側面の複合として現象していること、われわれは自覚的か無自覚的かを問わずこのような「社会」の膨張の渦中に呑み込まれて、われわれにとって何が「社会」の核心であるかを実感することができないということにも一因があらうと考えられよう。

もとより、欧米産の「社会学」によって構成されてきた「社会」の学術的概念は、「社会科学」の一員である経営学にとってもすでに不可避の概念枠組みとなっている²⁸。しかし他方では、ウェーバー、デュルケーム、テンニェス、パーソンズ、ルーマン・・・の社会学理論は研究者には不可避のものであっても、研究者以外の人々には、当然ながら容易に理解できるものではない。われわれの企図する経営学理論は、高度に抽象的で科学的な概念枠組みによって構築

²⁶ 明治期翻訳語である「社会」の成立事情については、齋藤 毅（1977, 2005）、惣郷正明・飛田良文（1986）を参照のこと。

²⁷ 不祥事組織のトップの記者会見謝罪の弁が「世間をお騒がせしたことを深くお詫び申し上げます」という定型句であることの意味は含蓄が深い。日本人にとっては「世間」というムラ共同体の外部世界こそ「われ」と「われわれ」の生活を維持継続するうえで無視し得ない慣習システムであり、外部から監視・統制する道徳的制度なのである。いまだに「社会」は日本人にとって外部問題である所以である。日本人にとって「社会」が馴染まないものであるならば、「個人」もまた同様であってうべなうかなと言い得るであろう。しかし、よく考えてみれば、この外来思想・観念（洋魂）と日本的観念（和魂）の間にある乖離問題は、ひとり「社会」や「個人」のみに該当するものではないように思う。もしかすると、われわれが今日ごく当然の如く使用している「近代文明」語の多くが、実はわれわれの生活実感から遊離した外来語＝“ヨソごと語”として位置しているかも知れない。

²⁸ 社会学的「社会」概念については、すでに本稿2 - (2) で触れた。

される理論というよりは、人々の日常生活における生活実感に近いレベルで納得性（腑に落ちる）を重視するものであろうとする。かかる観点からすれば、われわれの経営学が重視する「社会」とは以下のような要因からなる。それは第1に「生活者」としての人間、第2に人々によって共有された「生活様式」、第3に人々の社会生活の全面から醸成される「生活文化」である。

まず第1に、経営体が自己と同じく「社会」という時空域を活動の場として生活している人々をどのように認識しているかという基本問題がある。要点を端的に言えば、ここに位置付けられなければならないのは「生活者」であって、既存の議論が言う「消費者」ではない。「生活者とは結局は消費者ではないか」と言うかもしれないが、両者を混同すべきではない。消費者という「人間」は経済学的限定に拘束された人間像であって、かれらも確かに「社会」の一部を構成するが、社会を実質的に形成する「人間」はより幅広の、より全面的な〈生活〉を営む実存の人間である。社会とはそのような具体的な生活者による「生活社会」(human living society)にほかならない。企業人も研究者も、このごく当然の事実を忘れ、企業人は自分たちの目に可視的な人間像を「消費者」ないし「顧客」と見なし、研究者は経済学や伝統的経営学の準拠枠組みのなかで、同じく抽象的な人間を捉えるにとどまっている。

「生活者」としての人間は、単に生活財の購買者ではない。かれらの生活において購買や消費が重要な意味をもつとしても、それ自体が「生活」の本義たる〈生きる〉ことと同義とならないことは明らかである。人間が〈生きる〉ということを購入や消費を超えるものと認識すれば、経営体にとっての「社会」はより多面的で、価値多元的かつ開放的な性格を本性とする「生活社会」ということになる。

第2に、生活者は日常の「暮らし」のなかで生きている。人々の日常は、家庭、学校、職場、地域、風景、都会、自然環境という生活空間において共有された生活様式と、自分なりの「暮らしぶり」をもって営まれている。人々のそうした日常生活は企業の行動によって大きく影響を受ける。それは単に企業が供給する生活財によってもたらされる「利便生活」にとどまらない。企業経営の発想や経営戦略、人事管理、財務管理等の施策によって、生活者の生活時間、生きがいと日常生活、家族生活のあり方、職場生活の細部、学校における教師と児童生徒の日常、地域社会、都会の容貌と村の風景、街並みと景観、そして自然環境・・・、われわれ生活者の「暮らし」を取り巻くすべてが大きな影響を受ける。企業活動は生活者のすべての生活時空間に、10年、30年、50年という長期間のなかで近視眼では気付かなかった大きな変化をもたらし、人々の「暮らしぶり」を変質させている。「生活社会」とは人々のそのような日常生活の「暮らし」の総体である。

第3の基本的な社会要因は、生活社会の精神的形象たる「生活文化」である。社会の個性は時間を経て文化という形象をもつに到るが、文化はまた時間を経て変化・変容する。「社会」

というシステムの境域は広狭多層に形成され、それぞれの社会レベルで文化が形成される。ここで日本社会という境域を念頭に置けば、そこには2千年の歴史をもつ日本社会の遺伝的文化特性（伝統文化）を縦糸とし、明治開国以来の近代的文化特性（欧化文化）を横糸として織りなす日本社会に固有の（日本的）生活文化が形成されて今に至ることを認めざるをえない。そしてこんにち議論されるべきことは、70年代以後の「グローバル社会」型文化特性の如何についてである。

(2) 「グローバル社会」と現代経営の公共性

さて、改めて確認すれば、いまわれわれの眼前にある「社会」が、その内容理解には見方によって相違があるとしても「グローバル社会」の様相を呈していることについては、大方の容認する認識であろう²⁹。ただし前項でも述べたように、「グローバル社会」とは国際レベルだけの現象ではなく、国家社会、地方社会、地域社会はもとより、より身近かな、われわれの日常生活にもその原理を及ぼすものであることに留意する必要がある。それは好むと好まざるにと拘らずわれわれの「生活文化」のなかに浸透し、「グローバル社会」型文化として現代社会の特性を形成しつつある。

すなわち、「グローバル社会」型文化の基本特性は「グローバリズム」と「エコノミズム」の結合による「グローバル・エコノミズム」（小笠原）というまったく新たな流れのなかで生成しつつある未定形のものである。グローバル・エコノミズムとは、経済という普遍的側面を中心として政治経済と企業戦略を二国間、多国間をこえて地球規模で発想し、グローバリゼーションを実現しようとする志向を意味している。改めて指摘するまでもなく、そこには国境なき地球化という意味でのグローバリゼーションにとって最適のインフラとして、インターネット・テクノロジーの果たす絶大な役割がある。わが国の経済政策と企業経営も進んでこの流れの中にわが身を置こうとし、またそうせざるをえないが、それによって「現代社会」は徐々にグローバル・エコノミーの見えざるネットワークのなかに再編成され、そのなかで新たな生活文化を生み出しつつある。

そして「グローバル社会」型文化は、われわれの「生活社会」にとって福利をもたらすばかりではない。それは未知の知見と経験による混乱や既存文化との葛藤を生み、さらに、見えにくい未来展望とグローバル・エコノミズムの背後に見え隠れするアメリカ覇権主義に対する苛立ちも加わって、それを忌避できない事態として容認しながらも、グローバリゼーションに

²⁹ 現代社会がグローバル化した決定因は、第1に自由市場経済の膨張、第2にロシアと中国の開国、第3にインターネット情報化の進展であろう。

対する嫌悪と不信の感を高めているようにも見える。経営体はそうした現代的文化変容に自らが関わることをどこまで自覚しているであろうか。

さらに、現代経営が「グローバル経営」として展開されていると言うとき、まずわれわれは、経営体の活動空域がグローバル化し、国際レベルの事業経営が国際経営戦略として展開されていることに注目する。しかしここで忘れてならないことは、先進国際企業はもとより、たとえ海外戦略とは一見無縁に見える内国志向企業の場合であっても、「グローバル社会」におけるすべての事業経営はグローバル化の影響を避けることはできないということであり、むしろ事業経営の全面がグローバル化を前提として再構成されざるをえないということである。

以上で明らかなのは、グローバル経営という段階に至って、現代経営の公共性が新局面を迎えているということである。それはどういうことかという、それまでの経営公共性の問題領域は、最大でも国家・国民社会レベルでの社会公共性の問題であったのに対し、「グローバル社会」に対応する経営公共性は、公共性の時空域を一挙に全世界レベルに拡張することになったということである。そしてそれは同時に、これまでの公共性をこの新たな「グローバル公共性」とどのように折り合いをつけるかという新たな問題を抱えることになったということである。しかも、その「グローバル公共性」なるものの内実がいまだ不確定なために、現代経営の公共性をどのようなものとして内面化すべきかについての企業自身の経営哲学的課題が手付かずのまま残されているということでもある。ここに、現代経営における「グローバル公共性」の意義を問うという経営哲学の今日的課題がある。これについては、いずれ稿を改めて考察したい。

おわりに

第3節(1)で述べたように、伝統的経営学のパラダイムはあくまでも「企業経営」論である。そして、そこでの目的/手段関連の論理は、事業が利潤追求(企業目的)と経営体存続(経営目的)の手段に位置付けられるというものであった。かくして経営学の伝統的パラダイムの基本構造は〔私性・共同性〕二元論として構成されている。そこでの問題は、繰り返し述べたところから明らかなように、経営体における公共性問題をいかに捉えるかという点にあった。伝統的パラダイムにおける〈公共性〉は経営体の外部にあって、経営体の外部から経営体の意思決定と行動を規制する倫理規範と位置づけられるものであった。本稿で論じたように、われわれの経営学の基本仮説は〔私性・共同性・公共性〕三元論であり、〈公共性〉を経営体の内部原理として位置づけるものである。

公共経営とは何かを考える場合、経営学がこれまでのような伝統的パラダイムに依拠したままでは理論的にも実際的にも十分に答えることはできない。たとえば、既存の経営学のなかで企

業の公共性を説明する論理の典型は、企業は大規模化することによって「社会的公器」となり、社会から企業行動の公共的責任が要求されるとする「企業の社会制度化説」であるが、この論理に沿って言えば、一定の規模に至るまでは私企業には〈公共性〉は付与されない、ということになる。つまり私企業という「社会システム」は本来的には「非公共的」であり、とくに中小・零細規模の企業は「社会的公器」以前の「私的営利機関」であるから、そこには〈公共性〉という性格は付与されない・・・、規模の拡大によって社会的影響力が増大するにつれ「社会的公器」になるという論理である。

また、既存パラダイムには「公益＝非営利」という固定観念があって、「私企業の事業は営利目的であるから、公益目的に向かない」といった通念がある。こうした通念が現実的でないことは、すでに多くの公益事業がいわゆる「私企業＝営利企業」によって経営されていることによって証明されている。われわれが立脚するパラダイムによれば、公共経営の本質的要件を公益志向に求めるとしても、非営利であることを公共経営（公益事業経営）の絶対条件とすることは現実的ではない。

かかる伝統的パラダイムに潜在する観念は、私企業の公共性問題はあくまでも社会的倫理による「道徳性」の問題、道義的責任の問題であって、それが私企業に付与されることがあるとしても、公共性は私企業に本来の原理ではない、というものである。しかし、道徳・道義という社会規範は、当該社会の歴史的文化特性から表出する倫理であっても、社会的存在の基本原理に無縁のところから発生するものではありえない。私企業であれ何であれ、社会的存在たるものは須らく社会的原理を内在するものであるほかに、公共性が経営体の存在原理として本質的かつ基盤的であることは、人間が社会性を自己原理として存在せざるを得ないこととまったく同様であろう。

さて、すでに問題の核心が何処にあるかは明らかであろう。経営体の〈公共性〉問題を捉えるためには、経営体と「社会」の関係についての基本認識という解釈問題を避けて通ることはできない。これを棚上げにしたまま、この問題を単にCSR問題への「ステークホルダー論」的対応をはかる課題として捉えるのみでは、問題の核心をかえって曖昧にしてしまう瑕疵を残すことになる。

「社会」とは何か、そして社会と経営との関係や如何に。かかる問題は「社会」科学としての経営学のおそらく永遠の課題であって、しかも唯一絶対の正解を求めるというよりは、経営を論ずるうえで前提となる存在論的考察を求める課題であろう。経営論はこれまで、かかる社会論をどこまで考究してきたであろうか。われわれは本稿で不十分ながら若干の考察を加えたが、もとより残された課題も多い。

そのなかでも本稿の主題「事業経営と公共性」との関連で今後さらに探求しなければならな

い問題は、「開かれた社会」の可能性についてである。事業経営の場と機会である「社会」、とくに前節で見たわれわれの「生活社会」がどこまで閉ざされ、どこまで開かれているかという社会の開放性は「公共性」の内実を左右する問題である。言うまでもなく、完全に「閉ざされた社会」や無制限に「開かれた社会」という存在を想定することは非現実的であろう。表層面における「社会」の開放性の性格と程度は、当該社会の現実状況によって千差万別であろうが、社会とは閉ざしつつ適宜開くものであるという現実がある。つまり、基本的に社会は「閉ざされた社会」として生成しながらも、外界に対して徹底的に閉ざしては存続しえず、「開かれた社会」として部分修正・改革を加えて進化しなければならないという宿命を背負っていると考えられる。

追記：本研究は、平成 21 年度科学研究費補助金の交付を受けた研究の一部である。

参考文献

- 安彦一恵・谷本光男編（2004）『公共性の哲学を学ぶ人のために』世界思想社
- ハンナ・アレント（大久保和郎・大島通義・大島かおり訳）（1972 - 1974）『全体主義の起源 1 - 3』みすず書房
- ハンナ・アレント（志水速雄訳）（1994）『人間の条件』筑摩書房
- 稲葉振一郎（2008）『「公共性」論』NTT出版
- 小笠原英司（1999）『組織と公共性：事業経営の私益性、共益性、公益性』『経営論集』（明治大学）46巻2号
- 小笠原英司（2004）『経営哲学研究序説：経営学的経営哲学の構想』文真堂
- 桂木隆夫（2005）『公共哲学とはなんだろう：民主主義と市場の新しい見方』勁草書房
- 川崎修（1998）『アレント：公共性の復権』講談社
- 木村 敏（1972）『人と人之間』弘文堂
- 木村 敏（2005）『関係としての自己』みすず書房
- 小坂直人（2005）『公益と公共性：公益は誰に属するか』日本評論社
- レイモンド・ゴイス（山岡龍一訳）（2004）『公と私の系譜学』岩波書店
- 齋藤純一（2000）『公共性』岩波書店
- 齋藤 毅（1977, 2005）『明治の言葉：文明開化と日本語』講談社
- 佐々木毅・金 泰昌編（2001 - 2002）『公共哲学 全10巻』東京大学出版会
- 盛山和夫（1995）『制度論の構図』創文社
- 惣郷正明・飛田良文（1986）『明治のことば辞典』東京堂出版
- 高田明典（2006）『「私」のための現代思想』光文社
- 富永健一（1986）『社会学原理』岩波書店
- 中岡成文（1996）『ハーバーマス コミュニケーション行為』講談社
- 濱口恵俊（1977）『「日本らしさ」の再発見』日本経済新聞社
- 濱口恵俊（1982）『間人主義の社会 日本』東洋経済新報社
- 浜田寿美男（1999）『「私」とは何か：ことばと身体の出会』講談社
- 浜田寿美男（2005）『「私」をめぐる冒険：「私」が「私」であることが揺らぐ場所から』洋泉社
- 広井良典（2009）『コミュニティを問いなおす：つながり・都市・日本社会の未来』筑摩書房
- Chester I. Barnard (1938, 1968) *The Functions of the Executive*, 30th anniversary ed., Harvard University Press. (山本安次郎・田杉鏡・飯野春樹 訳) (1968) 『新訳 経営者の役割』ダイヤモンド社

- ユルゲン・ハーバーマス(細谷貞雄・山田正行訳)(1973. 1994)『第2版 公共性の構造転換：市民社会の一カテゴリーについての探究』未来社
- ユルゲン・ハーバーマス(河上倫逸・藤沢賢一郎・丸山高司他訳)(1985 - 1987)『コミュニケーション的行為の理論 上・中・下』未来社
- 間瀬啓允編(2008)『公益学を学ぶ人のために』世界思想社
- R.M. マッキーバー(中久郎・松本通晴監訳)(1975)『コミュニティ』ミネルヴァ書房
- 水村典弘(2004)『現代企業とステークホルダー』文眞堂
- 村田晴夫(1984)『管理の哲学』文眞堂
- 安永寿延(1976)『日本における「公」と「私」』日本経済新聞社
- 山脇直司(2004)『公共哲学とは何か』筑摩書房
- 山本安次郎・加藤勝康編(1982)『経営学原論』文眞堂
- 『日本語大事典』小学館
- 『蔵書版 新字源』角川書店
- 『広辞苑』岩波書店