

〈論 文〉

経営学のパラダイム転換をめぐる

小 山 修

1. 「パラダイム」の意味とその転換

(1) 「パラダイム」とは何か

「パラダイム」(paradigm, paradigm)なる用語は、トーマス・クーン(Thomas Kuhn)によって開発されたものであり、

「一般的に認められた科学的業績で、一時期の間、専門家に対して問い方や答え方のモデルを与えるもの」(T.クーン『科学革命の構造』みすず書房)という方法概念である。

クーンによれば、科学史を分析するなかで、科学は次のような2つの発展様式をとるといわれる。一つは「ある支配的なものの見方のもとでの漸進的・連続的变化」であり、他の一つは「基本的なものの見方の変化をとともなうような革命的・非連続的变化」である。これらは歴史的な経緯のうえで現れる場合もあるが、クーンは、こうした「基本的なものの見方」をパラダイムと呼び、後者の「基本的なものの見方」の「革命的・非連続的变化」を「パラダイム転換」と捉えた。

しかし、こうした用語の定義づけは、きわめて抽象的なものであり、それが科学的営為にとってどういう意味をもつのか、すなわち、その内容は何か、その機能は何か、についての統一的な理解は必ずしも明確ではない。

このことは、経営学についても同様であり、様々な学派やアプローチの存在は、それぞれがパラダイムをなしているのか、あるいはそれぞれが大範囲の理論の構成部分をなす中範

囲ないし小範囲の理論であるのか、それら相互間の関係も明らかではない。

そこで、この報告においては、「パラダイム」の意味と、方法概念としての機能を以下のように措定したうえで、その転換の必要性と方向とを探ってみたい。

(2) 「パラダイム」の3つのレベル

「パラダイム」なる用語を分かりやすく捉えるために、ここでは加護野忠男氏のレベル区分を用いて説明してみよう。(加護野忠男『企業のパラダイム変革』講談社、1988)

第1のレベルは、「ある科学者集団で共有されている基本的な世界観、基本的なものの見方という意味でのパラダイム」である。このレベルの意味は、様々な研究者によって是認されている。加護野氏は、この意味の「パラダイム」を「共有されたイデオロギー」ないしは「メタファーによって示されるイメージ」と捉えて「企業あるいは事業の基本的なイメージ」を理解する一助にしようとされる。

われわれは、これを援用して、経営学のパラダイムを「ある経営学研究者の集団で共有されている基本的な世界観、基本的なものの見方」と捉えてみる。この意味では、経営学のパラダイムは世界観の数ほど多数存在することになる。とはいえ、現実の日本では従来、「近代主義経営学」と「マルクス主義経営学」とが対立する学問構図が厳然として存在してきた。この事実が、欧米諸国における「経営学」の学問構図とわが国のそれとが大きく異

なる最重点であり、それは対立的パラダイムの併存と言うべき状況であろう。

第2のレベルは、加護野氏によって「文化としてのパラダイム」と呼ばれる。氏は「共通のパラダイムを信奉する科学者の集団は、共通の世界観だけでなく、共有された文化をもっている」として、「科学者集団がしたがうべき規則、価値、規範としてのパラダイム」が第2のそれであるという。それは「文化」そのものである。それでは、経営学研究者の「文化」とは何か。われわれの「規則、価値、規範」とは何であろうか。この点について、われわれは、科学目的に関する対立と論争を想起しよう。経営学は、理論科学なのか実践科学たるべきなのか。言い換えれば、それは原因—結果関連を究明するに止まるべきか、それとも目的—手段関連をも包括するべきなのか。あるいはまた、それは実在科学に止まるべきか、それとも規範科学たるべきか。これらの対立ないし論争は、その基底に科学目的ないし科学観をめぐる研究者の文化の差異と対立があるといえよう。

第3のレベルは、「具体的な手本としてのパラダイム」であるという。「科学者は、具体的な手本となる業績をもとに、問題をたて、それを解決する」のであり、この「手本となる業績」が「範例」(prototype)となって、科学的枠組みのパラダイムが形成されると考えられる。この場合、「範例は、抽象的な世界観に、ヴィヴィッドな、鮮明なイメージを与える」ものとみなされ、それによって「抽象的な世界観の理解と共有を促進するという機能」をも果たすわけである。例えば、各国の同じ資本主義生産様式と言っても、アメリカ型、欧州型、日本型・・・と言うよりも、具体的な企業をプロトタイプとして用いて、フォーディズム、ボルボイズム、トヨタイズムなどという方が具体的なイメージが湧きやすいかもしれない。これをさらに「文化的価値・規範」にまで拡張して各国の「調整様式」や「蓄積

体制」、さらに「発展様式」の特徴づけにまで利用できるかも知れない。

こうしてパラダイムの3つのレベルは、加護野氏によれば、「緊密に、おそらくは不可分に結びついている」。それは、「抽象的な世界観はより具体的な文化をつうじて表現され、具体的な範例をつうじてもっとよく人びとに理解され、共有される」からである。

(3) 「パラダイム」の3つの機能

こうした内容をもつ「パラダイム」とは、どういう機能を果たすのであろうか。加護野氏は、企業のパラダイムについて考察しつつ、パラダイム・文化・範例が果たすつぎのような3つの機能を強調している。すなわち、①パラダイムの共有による「学習成果の共有と分有の促進」=「知の共有」、②パラダイムの共有が「学習成果の伝達を容易にするという機能」=「情報伝達の円滑化」③パラダイムは「個々人の学習を組織的な学習に貢献するようなかたちで促進させる」=「知の編成原理」、という3つの機能である。

こうした3つの機能をもつゆえに、パラダイムは、科学研究者にとって次々に生起する諸現象を理解し、問題を発見し、解決策を提示することに役立つ方法概念となるのである。

(4) 「パラダイム」の転換の意味と技法

「知の共有」・「情報伝達の円滑化」・「知の編成原理」という3つの「パラダイム」の機能は、企業のパラダイムについてだけではなく、企業を研究対象とした学問についても妥当するであろうか。これを是とするならば、これらの機能を承認して、これらの機能を利用しながら、「世界観ないしイデオロギーとしてのパラダイム」・「規則・価値・規範としてのパラダイム」・「具体的な手本としてのパラダイム」を転換してゆく可能性を見いだせるのではないだろうか。

もう少し加護野氏の言うところを聞こう。彼は「企業が市場の弁証法的な発展過程に対応してゆくためには、パラダイムの転換、自らの内部でのパラダイムの転換が必要である」として、企業のパラダイム転換の難しさが「どのような障害を克服しなければならないか」を認識することであると強調されている。それでは「障害の認識」とはいかなることの認識なのだろうか。加護野氏はつぎの4点を認識することが重要だとされる。

- ①「パラダイムの共約不可能性（危機状態でもパラダイムが妥当性をもつように見えること）という性質」の認識。
- ②「市場からの情報が矛盾したもので…既存のパラダイムは妥当性をもつように見えること」の認識。
- ③「既存のパラダイムに反対する意見は、組織内部で、複雑な感情問題をひきおこすということ」の認識。
- ④「既存のパラダイムによる解決も、短期的には、十分に効果をもつ、あるいはすくなくともそのように見えるということ」の認識。

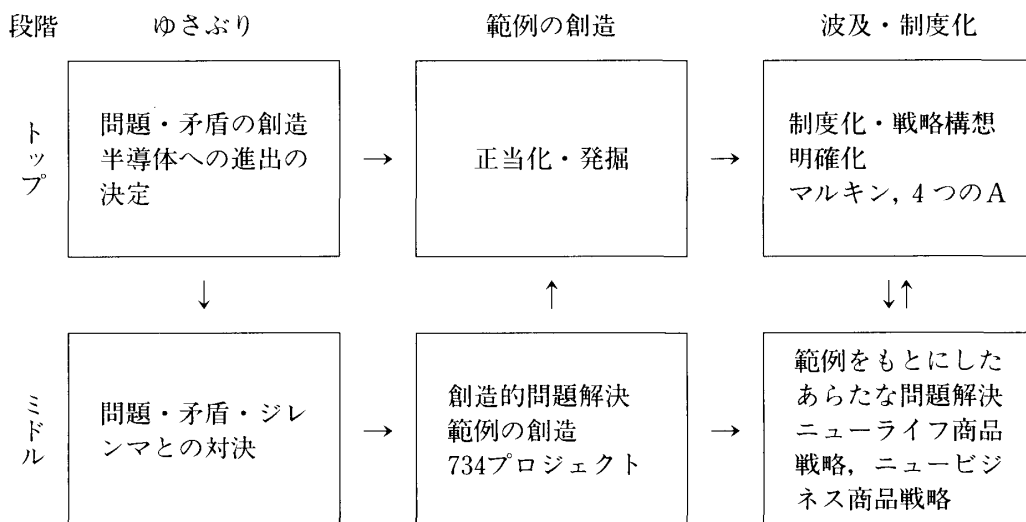
このように、氏は、パラダイム転換が主と

して「認識」の主観性という限界によって様々な障害を持つと言われるのである。言い換えれば、人間の「認識」の主観性のために、①危機が察知できない、②情報を利己的に解釈する、あるいは不利な情報を排除する、③組織内では利害の衝突が保守性を優先させる、④既存の問題解決法が短期的には妥当性をもつ、ということであろう。

それでは、こうした障害に遭遇するとき、パラダイム転換は如何にして人為的に可能になるのか。パラダイムが「イメージ」あるいは「イデオロギー」という人間の主観性であるとき、その転換は当然、主観性の転換＝発想の転換である外はない。加護野氏の示される転換のプロセスを【図1】で確認しておこう。

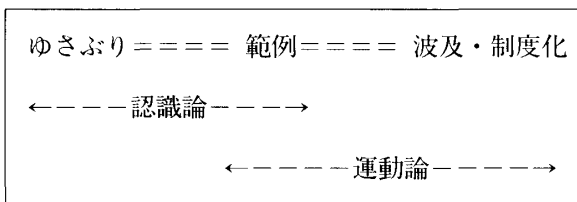
こうした企業のパラダイム転換のプロセスは、加護野氏によれば、大きく2つのプロセスに区分される。前半は「ゆさぶり」→「範例の創造」であり、それは「新しい物の見方、イメージをつくるという、精神的な活動の側面」であり、氏はこれを「認識の側面」と呼び、「それを促進するには、企業の認識論ともいうべき視点が必要である」と言われる。後

【図1】 シャープのパラダイム転換プロセス



半は「範例の創造」→「波及・制度化」であり、「範例が創造されてから、それをテコに変化を促進するプロセス」であり、「人びとを動員する、動かす、変化を煽るといった側面が重要」であって、それには「企業の運動論ともいべき発想が必要」であるとされる。これを示しているのが【図2】である。このプロセスで重要と考えられるべき点は、「ゆさぶり」からすべてが始まる、という点である。野中郁次郎氏はこれを「ゆらぎ」と呼んでいるが、加護野氏の「ゆさぶり」は、もっと人為的、意識的な行動を示しており、「適応的動機行動のモデル」を超えた「能動的認識論」であるとするならば、思考方法は「コンティンジェンシー・アプローチ」を超えて、「戦略経営論」的アプローチのもとにあると言える。

【図2】 企業の認識論と運動論



加護野忠雄『同上書』152頁

この図は、家電メーカーのシャープの事業転換を図式化されたものだが、ここに見られるように、パラダイム転換を図るには、まず「ゆさぶり」を人為的に作り出してやればよい。このプロセスは日常の経験から問題点や矛盾を見いだすことであるが、企業においては「問題・矛盾」を意識的に「創造」してやればよい。つぎに問題・矛盾の解決策を模索するのであるが、このプロセスは新しい「範例の創造」というものである。さらに次の段階ではこの範例がプロトタイプとして「波及・制度化」され、組織全体に浸透される。こうして新しいパラダイムが形成されるというわけである。

それでは、以上のようなプロセスに沿いながら企業が「パラダイム転換」が意識的に実現してゆくものとしても、翻って、そうした「パラダイム転換」を図ってゆく企業を研究対象とする経営学は、学問上の「パラダイム転換」を果たして必要としているだろうか。つぎの節では、経営学に「パラダイム転換」を迫っている要因について、簡単にでも見ておこう。

2. 経営学の「パラダイム転換」は、なぜ必要か？

(1) 経営学に「パラダイム」はあったのか？

この問いに対してどのようにでも答えられそうに思われる。しかし、上の「パラダイム」の3つにレベルに照らして考察すれば、「イデオロギー」としての「パラダイム」には既に述べたように明らかに「対立的パラダイム」の併存が見られる。また「科学者集団がしたがうべき規則、価値、規範」としての「パラダイム」について見れば、これまた「理論科学」か「実践科学」か、「実在科学」か「規範科学」か、あるいはこれらの2つ以上の性格を併せ持つ「複合科学」や隣接諸科学をも視野に入れた「総合科学」になりうるのか、という点でも、百家争鳴の観があるが、基本的には、「科学者は法則の究明に自制して政策を語らず」という「純粋科学」の立場と、「実践科学による問題解決策の提示」こそ科学者の使命であるとする「実践科学」の立場との対立であろう。こうした科学観ないしは科学目的上の対立は、経済学における科学観の対立、ひいてはイデオロギー対立に源泉をもつといつてよかろう。このことは、経営学においては、対象規定、方法論の差異ないしは対立となって現象する。対象は、「企業」であるのか、「経営(体)」ないし「事業体」であるのか、「企業」とする場合も、「企業一般」でありうるのか、「資本主義企業」であるのか。方法上

も歴史論理性を重視するのか、一般妥当的機能性を重視するのか。

この問いのはじめに戻ろう。然り、「パラダイム」はあった。それも複数の「パラダイム」が併存・対立する。これが取り敢えずの答えである。

ここでひとつのメタファーを用いよう。「経営学は医学のようなものである」と言おう。このメタファーの意味は、医学は基礎医学と臨床医学とから成り、両者は相即的關係にあるというところにある。「人体がどうなっているか」の問いは、疾病に罹った「人体をどうするか」の問いと相即である。経営学は、その対象が企業であろうと経営であろうと、それを「どうするか」とそれが「どうなっているか」とは相即の問いである。これを確認したうえで、つぎに移ろう。

(2) 経営学に「パラダイム転換」を迫る要因は？

経営学の対象を取り敢えずは「企業」であると規定するにしても、その企業自身が「パラダイム転換」(これをイノベーションと呼ぼうと進化と呼ぼうと同じである)を凶らざるを得ないのはなぜであろうか。

どの個別企業にも危機が訪れる可能性があり、したがって個別企業の集合で成り立っている資本主義市場経済にも必ず危機が訪れる可能性があるのはなぜであろうか。逆もまた真なり。個別企業にしても、資本主義市場経済にしても、その危機を克服して発展し、新しい調整様式を探し当て、新しい蓄積体制に転換していけるとすれば、それはなぜであろうか。

これに答えるには、企業活動が生産・流通の担い手であると同時に消費主体でもあり、勤労者が賃金を所得として生産物の消費者であると同時に生産・流通の具体的な担い手でもある、という社会経済構造が、歴史的論理的に把握され、どのような危機がどのような

原因で生じており、企業はいまどのような地平に立っているのかを把握しうる「概念-枠組み」(concepts-cadre)が必要ではないか。このような枠組みに関する理論をここでは取り敢えず「大範囲の理論」と呼んでおこう。

ところで、これまで経営学は、具体的な経営問題に遭遇したときに、その都度、問題発見-問題解決型の思考方法による理論を発見しようと努力してきた。その結果、科学的管理法、人間関係論、リーダーシップ論、管理理論、組織理論、意思決定論、コンティンジェンシー理論、社会-技術システム論、経営戦略論あるいは戦略経営論などの諸理論を開発してきた。これらは、企業経営活動のそれぞれの側面ないし局面を理解し、問題解決法を提示してきたことを承認しなければならない。これらの諸理論をここでは「小範囲の理論」・「中範囲の理論」と呼んでおこう。

さて問題は、以上で見た社会経済構造の発展と個別企業の経営実践とをつなぐ理論、すなわち「大範囲の理論」と「小・中範囲の理論」とを整合させる理論が不十分であったことである。この問題は、従来は経済学と経営学との役割分担の問題と理解されてきた。経済学にはマクロ視点とミクロ視点とが含まれているにせよ、個別経済主体の主観性の総体は一種の自然史的過程を通して法則的に方向づけられることを前提し、他方、経営学は、個々の企業経営主体が、自然人の集合体ながら一種の有機体ないしは生命体のように意思性と組織性とを以て、自己以外を押しなべて「環境」すなわち外界と捉えてそれに適応し、あるいは外界を自己のうちに取り込みつつ有機化する技法を編み出すことを科学目的にしてきた。そして、歴史のそれぞれの状況に対応して「小・中範囲の理論」を積み上げてきたと言ってよかろう。とくにアメリカ管理組織理論と総称される諸理論ではそうであった。

「大範囲の理論」と「小・中範囲の理論」

とが整合的でないこと、これが1970年代以降の「20世紀末大不況」=「新しい大危機」に対する理論面での不整合の根源ではなかろうか。この「新しい大危機」に対する実践面における解決策の不整合と多様化が、理論面での不整合と多様化を増幅しているとも見える。

それでは、この第2項の最初の問いである、資本主義市場経済の新しい危機は、いかなる克服の方向、いかなる発展の方向を見出せるのであろうか。それを探るためには「新しい大危機」の内実と根源を探る必要があろう。

この1970年代に発した「新しい大危機」は、第1次オイルショックという「突発的」に見える直接的契機を持っていたにせよ、第2次世界大戦後の生産・流通・消費の社会経済構造のパラダイムの限界を示していた。それは「大範囲の理論」のパラダイムとしての「フォーディズム」の危機であったと言えよう。この危機に対して、企業経営の国際化=「企業の多国籍化・コングロマリット化」→結果であり、つぎの事態の原因でもある「経済の国際化」が推進される。(IMF, GATTの一連のラウンド→WTO) また原油価格の激変は資金・資本の国際的な再分配をもたらす。(OPECの石油戦略)それはまた市場の国際的な拡大と次いでその限界の露呈を知らしめる。並行して資源問題・地球環境問題が市場経済の制約条件であることが明らかとなる。資本主義vs資本主義の競合関係が先鋭化する。個別企業レベルでは国際的な競争と軋轢が強まる。新しい生産技術と技法が模索される。(マイクロエレクトロニクス革命=「第3次産業革命」)ここから、各国間の生産性格差、収益性格差の認識を通して競争形態の国際比較が問題となる。

個別企業にとって、経営戦略、技術戦略、市場戦略、人事戦略などが課題と認識される。しかし、主観性にもとづく行動規則・基準・範例の模索という「小・中範囲の理論」だけ

では、もはや事態を把握しきれない。各国におけるプロトタイプとなりうるモデルの模索は、「小・中範囲の理論」のパラダイム転換を推進するだけでなく、その波及・制度化=モデルの国内波及から外国への移植(トランスプラント)は、モデル間比較を通して制度諸形態の相違を乗り越えるためにハイブリデーション(混合種化)が模索される。それはまた各国間の制度諸形態の比較を要請する。このことは、制度諸形態の変形を伴いながら、資本主義競争のゲームのルールと比較検討と修正を伴いながら、各国における調整様式の発展を要請し、また同時にマクロ経済的連関を通して各国における蓄積体制の発展を招来する。少品種大ロット大量生産は多品種小ロット大量生産へと変容しながら、蓄積体制の在り方を変えてゆく。

こうした社会経済構造の変容は、経済学のパラダイムを転換させずにはおかない。そればかりではなく、意思性と組織性とをもって戦略的にパラダイム転換をなす個別企業を研究対象とする経営学もパラダイム転換を迫られぬはずはない。医学において分科主義から総合主義ないしは人間主義へとパラダイム転換を迫られているのと同様に、である。

取り敢えずは、「小・中範囲の理論」の積み上げから、それらと「大範囲の理論」との関係の研究、経営学における「大範囲の理論」とは何かの研究が要請される。

3. まとめに代えて

経済学においては、1970年代にフランスにおいて「危機の経済学」という性格を持って「レギュレーション理論」ないしは「レギュレーション派」と呼ばれる学派が生成し、発展してきている。日本でのこの学派のリーダーである山田鋭夫氏はこの学派のアプローチの基本視角を「可変性の経済学」「制度の経済学」「民主主義の経済学」と特徴づけ現代資本主

義分析への有力な接近法とされている (山田 鋭夫『レギュレーション理論—経済学の再生』講談社現代新書)。この学派の特質は、山田氏がこの入門書で簡潔に示されているが、いわゆる「フォーディズム」の危機としての20世紀末の状況を、マクロ回路分析とミクロ回路分析とを結合して説明するには興味深い。

翻って経営学についてはどうか。従来のアメリカ・ドイツ・イギリス・フランスなどの諸理論の歴史的論理的な再構成を行いつつ、「ポスト・フォーディズム」論で展開されているような生産システム・モデルの国際比較をふまえて、具体的な生産過程、労働過程、労使関係などの発展過程を明らかにするなかで、経営学の学問体系の全体について「大範囲の理論」から「中・小範囲の理論」までを包括しうるパラダイム転換を模索することが必要ではないか。

これらの研究過程をつうじて、これまで「共有されない」イデオロギーの対立・抗争を終焉させうるとは予断できないが、「科学者集団がしたがうべき規則、価値、規範としてのパラダイム」は、共有しうるものに転換しうる可能性があるのではないか。まずは「具体的な手本としてのパラダイム」、つまり具体的な範例研究をつうじた論点の付け合わせが可能ではないか。この過程で、経済学、経営学だけでなく、他の諸科学との協同が可能になり、諸科学の融合化、学問の総合化へと向かう途が模索されうるのではなかろうか。

本稿は、1995年9月7日に行われた日本経営学会第69回全国大会 (大阪経済大学) でのワークショップ「経営学のパラダイム転換をめぐる」において筆者が討論原稿として提出したものに加筆・修正したものである。このワークショップは、小樽商科大学の篠崎恒夫教授が座長として呼びかけがなされ、龍谷大学の片岡信之教授、武蔵大学の貫隆夫教授、そして筆者の三名が討論者として発言した。

討論では、パラダイム論の必然性それ自体についての疑問、経営学が突き付けられている新しい課題などが提示された。ここではその詳細について紹介することはできないが、ジェンダー問題の位置づけの必要性など貴重なご指摘をいただいた。今後の筆者の研究の糧にできればと感謝申し上げたい。