

視点—ビジネス・エコノミクスの役割

天 谷 永

この10年ほどの間に、ビジネス・エコノミクス（別名として経営の経済学あるいは企業経済学）という書物を目にするが多くなってきました。2000年から5年間ほど、ビジネス・エコノミクスの授業を担当した時には適当なテキストがなく、産業組織論や企業戦略論などのテキストを利用した覚えがあります。その当時、経済原論も担当していたのですが、経済原論よりもビジネス・エコノミクスの授業の方が学生には好まれていたようです。経済原論は理論中心でしたが、ビジネス・エコノミクスはより現実的であったことがその原因だったのかもしれませんが、ビジネス・エコノミクスは、市場の均衡点を導出することに重きを置く経済理論とは異なり、企業が直面する諸問題に重きを置いています。現実の企業行動は、単純な経済理論の想定とは、はるかにかけ離れていることから、「経済学は現実的な学問ではない」と批判されることがよくあります。しかし、最近の経済学は、ゲーム理論や情報の経済学などの発展を取り入れて、現実的な企業戦略の問題を分析することができるようになり、経営学の領域に近づいています。

1. 経営学における位置

ところで、ビジネス（経営学）とエコノミクス（経済学）は似て非なる研究分野として、専門外の人にはその違いがなかなか理解されない場合が多いようです。丸山雅祥氏が著書『経営の経済学』の中で経営学と経済学の違いに関する見解を示していますので、それを紹介したいと思います。丸山氏は、経営学と経済学を学問の「対象」と「方法論」の2つの基準によって区分しています。経営学は「企業経営をめぐる諸問題」を対象としており、「方法論」は、企業経営をめぐる問題を分析するために、社会学や心理学、経済学、会計学、数学、統計学による方法などがあります。つまり、「経営学は対象で定義される学問」であって、経営学には固有の方法論は存在しません。他方、「経済学は方法論で定義される学問」であって、経済学の固有の対象は存在しないと考えられます。経済学の固有の方法論は、社会現象を「経済的な誘因」（損得関係、経済合理性）の面から説明しようとしします。しかし、対象は、社会現象のうちで特定のものに限定されず、結婚や教育、医療、戦争や犯罪、地球環境の問題など一見すると経済学とは無縁のことがらについても応用されています。以上のような見解から判断しますと、ビジネス・エコノミクスは、経済理論という「方法論」によって、企業経営をめぐる諸問題という「対象」を分析するということになります。つまり、ビジネス・エコノミクスは、経営学と経済学のボーダーライン

付近にあり、2つの領域の懸け橋の役割を担っています。

最近では、ビジネス・エコノミクスの講座が経営学部や商学部に置かれるようになってきたことから、ようやく経営学部や商学部の教育の一分野として認知されてきたのかもしれませんが。欧米のビジネス・スクールでは、「Business Economics」あるいは「Managerial Economics」という科目が必修科目として扱われてきました。ビジネス・スクールでは経営関連の専門科目を学ぶためのベースとしてだけでなく、ビジネスの専門分野の1つとしてビジネス・エコノミクスを位置づけています。最近では日本の国立大学大学院の経営学研究科や商学研究科でも同様のことが見受けられます。2013年の夏に、一橋大学の季刊雑誌『一橋ビジネスレビュー』では、「市場と組織をデザインするビジネス・エコノミクスの最前線」と題して特集が組まれました。この特集では、マーケットデザインを例として、ビジネスへの実践に直結する内容をもつビジネス・エコノミクスを紹介しています。1985年に青木昌彦氏と伊丹敬之氏によって『企業の経済学』が出版されましたが、彼らの先見性の高さがうかがい知れます。1950年代から60年代にかけてドイツのエーリッヒ・ゲーテンベルクによって『経営経済学原理』という書物が著されていますが、この場合の経営経済学とは当時のドイツ経営学を指していますので、ここで取り上げているビジネス・エコノミクスとは異なります。ただ、ゲーテンベルクは新古典派経済学に影響されていたことは広く知られています。

2. 経営分析への貢献

経営学の中には経済学からもたらされた重要な概念、たとえば、参入障壁、規模の経済、範囲の経済、サンクコスト、スイッチングコストなどたくさん存在します。ジョー・S・ベインは1956年の著書『産業組織論』の中で初めて参入障壁を「潜在的参入企業に対する既存企業の費用上の優位性」と定義しました。参入障壁を構成する要因として、規模の経済性、製品差別化、既存企業の絶対的費用上の優位性などを重視しました。範囲の経済という概念は75年にジョン・C・パンザーとロバート・D・ウィリッグによって定義されました。それは、「同一企業が生産品目の範囲を広げ複数品目を生産する方が、各品目を別々の企業が生産するよりも効率がよい」場合を意味しています。スイッチングコストに関する研究は、87年のポール・クレンペラーの2期間モデルによる研究が代表的です。これは、82年のリチャード・シュマレンシーによる研究をベースに、価格と数量の関係にスイッチングコストを加えることにより、第1期目の既存ブランドと第2期に参入する新規ブランドの需要曲線を比較しています。

また、経営学の1つの分野に対して経済学をベースに大きな影響を与えた人もいます。1980年に『競争の戦略』を著したハーバード・ビジネススクールのマイケル・E・ポーターは経済理論をベースにして戦略の枠組みを提示しました。「競争優位の源泉は市場でのポジショニングである」とするポーター流の戦略論は、「ポジショニング・スクール」と呼ばれ、経営戦略論において確固たる地位を築いています。さらに、経済学をベースにした戦略論のもう1つの代表に、「リソース・ベースド・ビュー (RBV)」と呼ばれるジェイ・バーニーが86年に提唱した理論が

あります。個々の企業は同じ業界に属していても、保有する経営資源の異質性によって企業ごとの競争力に違いが生じることから、「競争優位の源泉は組織内部の資源や能力」であるという考え方です。このRBVの源泉になった理論は、59年にイギリスの経済学者エディス・ペンローズによって提示されました。このように、経営学には経済学をベースにした理論がたくさんあります。欧米のビジネス・スクールには経営学者と経済学者が混在していることが、何よりもビジネスにおいて経済学の役割が少なからずあることを物語っています。

入山章栄氏は、著書『世界の経営学者はいま何を考えているのか』の中で、人的資源管理論やリーダーシップ論などをマイクロ分野の経営学とし、経営戦略論、組織論、国際経営論などをマクロ分野の経営学と分類した上で、マクロ分野の経営学を3つの流派に分けています。その1つとして経済学をベースにしたディシプリン（経済学ディシプリン）があります。特に、産業組織論や組織の経済学をベースにした研究者が多く存在し、前述した『競争の戦略』のマイケル・ポーターや取引コストの分析でノーベル経済学賞を受賞したオリバー・ウィリアムソンなどがこのグループに属しています。ちなみに、他の2つの流派は認知心理学ディシプリンと社会学ディシプリンとなります。

ビジネス・エコノミクスは、学問の世界への貢献だけではなく、その知識は企業家にとっても多くの利点があります。たとえば、ビジネスにおける意思決定分析や戦略的計画のツールを提供してくれ、企業を取り巻く産業の特徴を分析するための理論的枠組みを提供してくれます。産業によって競争の程度がなぜ違うのかを説明する際にも、ビジネスプランを作成するときのベースとしても産業分析は役に立ちます。また、市場に限られた企業しか存在していないとき、競争の本質を理解することによって、戦略的に物事を考えることができます。今後、ビジネス・エコノミクスにおいて企業や組織のメカニズムや効率性を分析する領域が進んでいくことによって、ますます、経営学と経済学との垣根が低くなっていくでしょう。