

# 「企業家精神」の時代

(The Age of Entrepreneurship)

正慶 孝\*

## ニューマンの登場

経済変動の主要な要因を「イノベーション」(innovation)に求め、その担い手である企業家の活動を「企業家精神」(entrepreneurship)の発現としたのは、ヨセフ・アロイス・シュムペーター (Josef Alois Schumpeter)であった。時代の転換期には、必ずニューマン (新しい画期的なことを行う人物) が登場し新しい変革を行なうが、このニューマンの役割を担う経済主体が企業家である。過去の経済史の史実が記しているように過去もそうであったし、未来もまたそうであろう。経済史あるいは経営史の一部として企業家史学が成立するのは、経済活動における「歴史のなかにおける個人の役割」を明らかにする必要があるためである。

近世の経済社会のスタートラインとなった大航海時代も、クリストフ

アー・コロンブス、ヴァスコ・ダ・ガマ、マゼランなどのニューマンによって遂行された。これらの航海者は、航海それ自体に意義を見出した航海者ではなく、王家や有力貴族の資金援助を得てエル・ドラード (黄金の国) を求めて、大航海に乗り出した野望に満ちた海の男たちであった。今日流にいうと、出資した王家や貴族たちパトロンはベンチャー・キャピタリストであり、航海者たちは成功報酬をあてにしたベンチャー・ビジネスマンであった。

彼ら「セイラー・キャピタリスト」(船員資本家)は、リスクをおそれず、確信と期待とをもって、新しい通商路の発見、新領土の獲得等のプロジェクトを成功させた。彼らがパトロンたちに約束したとおりの実績を挙げなかったら、ハッタリだけの単なる山師で終わってしまったであろう。だが、彼らは望外の成果を収め、歴史に大きな足跡をのこした。かれらのようなロマンをもった冒険家たちの活躍によって世界史は新しい段階に入り、ここにグローバルゼーション (世界はひとつ) の時代が開幕したのである。

このように、歴史はいつでも「変化をつくり出す者」(チェンジ・メーカー) によってつくられ、多くの人は「変化に追従する者」(チェンジ・フォロワー)として、その大きな変化を追いかけていく。歴史の画期は常にこうしてつくられてきた。

コロンブスが最初にアメリカ大陸に到達したのは、一四九二年のことである。一般的な言い方では、十五世紀末の出来事ということになる。だが、その歴史的内容によってフランスの歴史家アンリ・オゼールは、この壮挙とイタリア戦役 (一四九四) を起点としエリザベス女王の死 (一六〇三) あるいはアンリ四世の死 (一六一〇) までを十六世紀とよんでいる。ここではオゼールにならって、十六世紀の出来事としてよぶ

こととしよう。この十六世紀は世界が大きく転換した時代であり、経済の側面でも、株式会社を始めこの時代から今日に至るまでつづいているさまざまな経済システムが、誕生している。

### 大航海時代のグローバル・ベンチャー

コロンブスの時代以降、個人の投機的な事業であったエンタープライズ（企て）は、組織的にかつ永続的なエンタープライズ（営利事業）に変わっていく。すなわち、一六〇〇年にエリザベス女王がロンドンの毛織物商人たちの願いを聞き入れ、株式会社（東インド会社）の設立を允許する。その二年後に、当時のイギリスの最大のライバルであったオランダが、同様の合同東インド会社をつくっている。この合同東インド会社が、その後の株式会社のプロトタイプになったことは、よく知られていることであろう。

この時代はイギリスでは文豪ウィリアム・シェイクスピアが活躍した時代で、そのシェイクスピア劇の演じられていた劇場の名は何と「グローブ・シアター」（地球座）であった。その地球座が開場したのが、株式会社発足の前年のことで、翌一六〇〇年には「全世界が一つの舞台、ここでは男女を問わぬ、人間はすべて役者に過ぎなす。（All the World's a stage, And all the men and women merely players.）」と云う台詞で有名なシェイクスピアの戯曲『お気に召すまま』(As You Like It)が上演されている。世界各地で活躍することになるイギリス人の気分が、この台詞にも表われている。

その同じ年、イギリス人ウィリアム・アダムス（三浦按針）を乗せたオランダ船「デ・リーフデ号」あるいは「エラスムス号」が、豊後沖に

漂着した。また、世界最初の株式会社「発明」されたその年に、ヨーロッパからみて極東（ファースト）にある日本では「天下分け目の戦い」とよばれた「関が原の戦い」が戦われていた。

世界を舞台にした経済活動は、シェイクスピアの活躍したエリザベス朝から始まっているのである。最近の科学技術の発達によって、世界の情報がリアルタイムで伝わり、また世界のあらゆる活動がオンライン化している現代の状況をさして、グローバルゼーションというのは、別に間違いではないにしても、この十六世紀もまた、ある種のグローバルゼーションの時代であったのである。

コロンブスのような航海者は、航海それ自体が目的ではなく、「マモンの神」（富の神）を求めてのビジネスとしての航海が目的である。したがって、彼らはセイラー・キピタリスト（船員資本家）とよばれるが、彼らこそ大きなリスクを負いながら大事業に乗り出した典型的な「アントルプルヌール」（企業家精神の持ち主）であり、今日のベンチャー・ビジネスマンは、コロンブスの末裔なのである。

### 資本主義はダイナミックに変化する

これまで述べてきたように、アントルプルヌールとはいままでにないエンタープライズ（企て）を試みるニューマンのことである。これは経済活動という狭い範囲に限定する必要はない。さまざまな分野でニューマンが必要なのであり、また、ニューマンがいらない限り何事も前進しない。言い換えると、ニューマンとは新しいフロンティア（境界）を切り開いたパイオニアのことである。

たとえばシェイクスピアと同じ時代の日本人を挙げると、織田信長で

ある。彼は長篠の合戦の際、馬防柵をつくって敵軍の武田騎馬軍団の攻撃をかわすとともに鉄砲隊を三列にならべて弾込めの時間をミニマムにおさえるという画期的な戦法を「発明」したり、衆市衆座という自由放任の経済政策を採用して商工業者に経済活動を活発に行なわせることによって自ら入ってくる収入を増やしたり、あるいは僧兵集団の支配下にある叡山を焼き討ちにしたりするなどの政治的イノベーションを敢行して、迷信や呪術を信じない最初の日本人であることを証明した。

このように、政治、軍事、文化、宗教、経済等どの分野であれチェンジ・メーカー（変化をつくり出す人）が、ニューマンなのである。信長の「発明」した鉄砲隊の戦法は、あとになれば誰にでも思いつく「発明」である。しかし、それは「コロンプスの卵」であっても、コロンプスではない。世の中の人は、ほとんどが「コロンプスの卵」である。「コロンプスの卵」がいくら集まっても、世の中はなにも変わらない。いままで通りのことが際限なく繰り返されるだけでは歴史は「創造」できないのである。

この「コロンプス」と「コロンプスの卵」の違いを企業者（一般的に企業を営む人）の分類で述べたのが、前述のJ・A・シムペーター（一八八三—一九五〇）というオーストリア出身で後にアメリカに帰化した経済学者であった。

彼が純粹理論や経済学史、経済社会学の分野ですぐれた研究を残したことは、よく知られているとおりである。偶然にもマルクスのなくなつた同じ一八八三年に生まれ、二十世紀前半の経済学界をリードしたのがこのシムペーターとJ・M・ケインズ（一八八三—一九四六）の二人の経済学者であった。

このシムペーターは、現実の経済政策の面ではケインズほどの影響

力を与えていない。ケインズの諸提案は各国の経済政策に採用され、いまでも「生きている」か「死んでいる」か、すなわちその理論の有効性がしばしば論じられているのに対し、シムペーターは、その思想は生きていくけれども、その理論は現実の経済政策の場面で、ケインズほど言及されることはないからである。

しかし、時代の転換期になると、ケインズではなく、資本主義あるいは経済社会の運行に関し歴史的長期的に展望を試みたシムペーターの名とその理論が、きまって想起される。その例証は、ロバート・ハイルブローナー、J・K・ガルブレイスなどポスト資本主義社会を論じる多くの著作家が、シムペーターの著作『経済発展の理論』や『資本主義・社会主義・民主主義』を引用して議論しており、その甚大な影響が見られることから分かるであろう。彼のヴィジョン（資本主義観）は、いまなお大きな影響力をもっているのである。

それは、P・F・ドラッカーが『マネジメント・フロンティア——明日の行動方針』のなかでいみじくも述べているように、「二つの世界大戦の間において、ケインズほど華々しく、才気あふれた者はいなかった。これに対してシムペーターは平凡に見えた。しかし、シムペーターには英知があった。才気は日々を手にする。しかし英知は不朽である。」（上田・佐々木訳、ダイヤモンド社）からである。

それでは彼はどのような理論を唱えたのであろうか。彼の発展理論の根底にある考え方は、要するに「資本主義の本質はダイナミックなものである」ということである。

アメリカ大統領選挙の共和党候補者として二回にわたって名乗りをあげた雑誌『フォーブス』のオーナー経営者ステイブ・フォーブスの父親である先代によって『フォーブス』が創刊されたのは、一九一七年の

ことであった。この創刊された年が示唆しているとおり『フォーブス』は、ロシア革命が勃発し史上初めて社会主義政権が出現した年に、これに脅威を感じた先代のマルコム・フォーブスがアメリカ資本主義を擁護する目的で創刊したビジネス雑誌である。

その雑誌の創刊七十周年記念号（一九八七年七月十三日発行）の表紙には「資本主義は本質的に変化を生命とする経済様式であり、決して決して定常的状态はありえない」という文句が、激浪をあしらった画の上に刷り込まれている。「決して決して」と二度も never という副詞が使われているのが印象的である。これはシュムペーターの主張を借りたものであり、この文句こそ、シュムペーター理論の根底にある主張なのである。また、シュムペーターは、経済発展のない資本主義をシェイクスピアの作品『ハムレット』に譬えて、「デンマークの王子抜き『ハムレット』のようなもの」ともいつている。この文句の背景にある経済理論が「革新の理論」あるいは「新結合 (Neuer Kombinationen) の理論」として知られている経済発展理論である。これは経済理論における「進化論」であるといっても、よいであろう。資本主義経済は絶えず変化し、一日たりとも定常的ではありえず、絶えず進化してやまないというのが、シュムペーターのヴィジョンであるからである。

### 経済を発展させる変化とその担い手

シュムペーターがこの理論を初めて展開したのは、『経済発展の理論』(Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung) のなかである。その初版は一九一二年に上梓された。シュムペーター二十九歳の時の著作である。この書物のなかで、シュムペーターは、次のように述べている。

「経済生活は変化するものであり、一部分は与件の変動のために変化し、経済はこれに対して適応する傾向がある。しかし、経済の変化はこれだけが唯一のものではない。このほかに、与件に対する経済体系外からの影響によっては説明されないで、経済体系内から生ずる変化がある。この種の変化は、多くの重要な経済現象の原因であって……」(以上、塩野谷・中山・東畑訳、『経済発展の理論』、岩波書店)<sup>(3)</sup>。

この経済体系内の変化を説明する理論が「新結合の理論」である。言い換えると、戦争とか革命、あるいは新しい領土の獲得とかいった経済システムの外にある変化によって生産活動が変化することではなく、経済システム内部で発生する変化によって生産活動の内容が大きく変化することが、「新結合」である。生産活動は、資本、土地、労働といった生産要素の結合によってなされる。これがなんらかの理由によって大きく変化することによって、経済システム全般に大きな変化が生じる。この大きな変動のことである。

それでは、どんな「新結合」があるであろうか。それは次の五つの場合を含んでいる<sup>(4)</sup>。

- 一 新しい財貨、すなわち消費者の間でまだ知られていない財貨、あるいは新しい品質の財貨の生産。
- 二 新しい生産方法、すなわち当該産業部門において実際未知な生産方法の導入。これはけっして科学的に新しい発見に基づく必要はなく、また商品の商業的取扱いに関する新しい方法をも含んでいる。
- 三 新しい販路の開拓、すなわち当該国の当該産業部門が従来参加していなかった市場の開拓、ただし、この市場が既存のものであるかどうかは問わない。

四 原料あるいは半製品の新しい供給源の獲得。この場合においても、

この供給源が既存のものであるか——単に見逃されていたのか、その獲得が不可能とみなされていたのかを問わず——あるいは初めて作り出されねばならないかは問わない。

五 新しい組織の実現、すなわち独占的地位（たとえばトラスト化による）の形成あるいは独占の打破。（前掲書）

以上のように、経済システム内部での変化によって、経済社会が大きく変動することを、シムペーターは明らかにした。このような「新結合」の遂行者は、古い企業家にとって替わる新しい企業家、すなわちイノベーターであり、特にベンチャー・ビジネスマン、今日の日本では「起業家」（「企業家」）とよばれる人である。

シムペーターは、『資本主義・社会主義・民主主義』（東畑・中山訳、東洋経済新報社）のなかで、五つの事例のそれぞれに例証を挙げて説明している。

第一の「新商品」とは、鉄道サービス、自動車、電気器具のごときのものである。

第二の「新生産方法」とは、機械化された工場、電化された工場、化学的合成またはそれに類するもの、である。

第四の「新供給源」とは、ラプラタ羊毛、アメリカ棉花、カタンガ銅、である。

第五の「新組織形態」とは企業合併運動のようなものである。

第三の場合の例示はなされていないけれども、今日でいえば、スーパーとよばれるSSDS (self-service discount department store) とかコンビニエンス・ストアなどをその例証としてあげること

ができよう。

以上が、シムペーターの挙げている例証であるが、いずれにせよ、経済システム内部でのいままでとは異なったやり方で事を進めていくことが、その趣旨である。

シムペーターが『経済発展の理論』や『資本主義・社会主義・民主主義』を執筆した時代以降、科学・産業革命、テクネットロニック・エラ（電子技術時代）、ポスト・インダストリアル・ソサエティ（工業後社会）などよばれる一連の変化が生じ、今日の「大転換の時代」（グレート・トランスフォーメーション）を迎えている。今日のイノベーションは、情報技術（IT）、遺伝子工学、新材料工学、ナノ技術、サービス経済などの各分野で展開されており、その一大特徴は、ソフトウェアやサービス経済の分野でのイノベーションが多いことである。

### 起業家は「創造的破壊」の担い手

ところで、いままで述べてきたように、経済変動を導いてきたのは、「新結合」によってであった。この「新結合」こそが、「資本主義のエンジン」を起動せしめ、その運動を継続せしめる基本的衝動（前掲書）である。このような基本的衝動に基づいて経済発展をもたらす変化をシムペーターは、「創造的破壊の諸過程」（processes of creative destruction）と名づけた。彼はいう。

「不断に古きものを破壊し新しきものを創造して、たえず内部から経済構造を革命化する産業上の突然変異——生物学的用語を用いることが許されるとすれば——の同じ過程を例証する。この『創造的破壊』（Creative Destruction）の過程こそ資本主義の本質的事実である。」（前掲

書)

このように、資本主義の本質的事実が、この「創造的破壊」の事実にあるならば、この「創造的破壊」の担い手が、企業家である。ところで、企業者には二種類の企業者がいる。「変化をつくり出す」企業者(コロンブス)と、「変化に追従する」企業者(コロンブスの卵)である。前者は「アントルプルヌール」、後者が「エンタープライザー」ともいわれる。ここで日本語に訳すと同じく「企業家」となるフランス語(前者)と英語(後者)の双方をわざわざ示したのは、前者は「変化をつくり出す」企業者であり、後者はいままで通りのルーチンワークしかしないたんなる企業者であることを区別するためである(シュムペーター『経済発展の理論』の英訳上の区別)。彼も「企業者」(ここでの区別ではアントルプルヌールのこと)をこう定義している。

「……企業者(Unternehmer)と呼ぶものは、新結合の遂行をみずから機能とし、その遂行に当って能動的要素となるような経済主体のことである。」(前掲書)

すでに述べてきたように、本来の意味での「企業家」すなわち「起業家」とは、ここでいう「アントルプルヌール」(あるいは英語読みしてアントレプレナー)のことである。シュムペーターは、「企業家精神」あるいは「起業家精神」のことを、エンタープライズイング・スピリットとは呼ばずに、わざわざフランス語のアントルプルヌールを用いて、これにシップという英語の名詞の接尾辞をつけて「アントルプルヌールシップ」という語を造語し、いままで通りのことしかしない単なる企業者と、自らリスクを負担しながら、いままでとは異なった「新機軸」を

遂行する「企業家」とを区別した。ニューマン人は当然、「アントルプルヌールシップ」の持ち主のことである。ところで、前述の引用の文章と似たことを書いている革命家がいる。中国の毛沢東である。彼は『実践・矛盾論』のなかで次のようにいっている。

「世界は、……古いものを新しいものにかえ、つねにこのような『新陳代謝』をおこない、古いものを除いて新しいものを生み(『除旧布新』)、古いものなから新しいものを出す(『推陳出新』)なのである。」(松村・竹内訳『実践論・矛盾論』、岩波書店)

この叙述は、もちろん革命理論として構想されたものだが、経済活動にも共通するものがある。「古いものを除いて新しいものを生み出す」ことが、「創造的破壊」のエッセンスであるからである。

#### 景気循環は経済革新に起因する

シュムペーターは、別の書物のなかでは、イノベーション(innovation)を次のように説明している。

「すでに使われている商品の生産についての技術上の変化、新市場や新供給源の開拓、作業のテイラー組織化、材料処理の改良、百貨店のような新事業組織の設立——略言すれば、経済生活の領域での『違ったやり方でことを運ぶこと』——、すべてこれらのことはわれわれが革新という言葉で呼ぼうとするものの事例である。」(『景気循環論』、吉田監訳、有斐閣)。

以上のように、イノベーションあるいは「新結合」によって、経済社

会が発展すると考えたシュムペーターは、この理論を長期波動の景気循環と関連させて説明した。

彼によると、近代経済の歴史が始まって以来、観察される景気の好況・不況の長期的な波動を引き起こす要因はイノベーションである。産業革命以来、今日にいたるまで（一九三九年まで）三つの大きな波が観察された。シュムペーターは、その大きな波とイノベーションを関連させて説明したのである。

その第一の波は、十八世紀八十年代の産業革命である。この産業革命が象徴するものは、紡績機械の発明と蒸気機関の初期の利用である。

第二の波は、十九世紀中期の蒸気と鋼鉄の利用、つまり鉄道建設である。

第三の波は、十九世紀から二十世紀の変わり目に電気、化学、自動車  
が新たな産業部門として生まれたことによる波である。

以上の波は、五十年から六十年の波長をもつ長期の波動であるところから、「長期波動」とか、その事実を発見した人の名をとって、「コンドラチエフの波」とも呼ばれる。これまでの経験的な事実によれば、この波は四十六年ないし五十二年、平均五十年を周期とする波動である。

このような長期波動のほかに、景気循環は、短期波動（キッチンの波）、中期波動（ジュグララーの波）、そしてやや長期約二十年の建築循環（クズネツツの波）などが知られている。キッチンの波は四十カ月循環、ジュグララーの波はキチンの波の二または三循環すなわち八ないし十年循環である。コンドラチエフの波はジュグララーの波の六循環ということになる。

シュムペーターの経済発展論は、イノベーションと景気循環との関連を示したところにその特徴がある。

### 「革新的」起業家と「官僚的」企業家

いままで述べてきたように、企業者には二種類あり、それは全く違うタイプのものである。イノベーションを遂行する「企業家」と、ルーティンワークで事足りれりとする単なる「企業者」である。

これは別の言い方をすれば、「企業家」(entrepreneur)と「官僚」(bureaucrat)の二種類の企業者を区別していることと同様である。このような分類で企業活動を分析したのが、C・A・ディレイの『勇氣ある管理者』(原題は『企業家的管理者』、日本生産性本部刊)である。この書物は、二つのタイプの企業者・経営者・管理者の区別が明快に説明されている。

ディレイによると、「官僚」は組織を人間によってではなく、規則によって没個性的な機械と考えているのに対し、「企業家」は組織を個性が注入された生き物で、成長し変化を求めると見なしている。

また、未来に対する見方も、「官僚」は未来は過去の延長であり、望ましい未来とは過去の継続であると見なしているのに対し、「企業家」は未来は「機会」(オポチュニティズ)と捉える。

さらに、変化に対する態度が決定的に異なっている。「官僚」は、変化を望まず安定することが大切だと考えるのに対し、「企業家」は最も大切なことは最も生産的な変化を選択し、それを探索することであると考える。

もはや、いうまでもなく、「官僚」とは「変化に追従する者」の別の表現であり、「企業家」とは「変化をつくり出す者」のことである。

新規に事業を展開するような企業家に対し、組織内にありながら新規

事業を推進する「企業家」は「組織内企業家」(イントラプナル)と呼ばれる。「企業家」は組織内あるいは組織外であろうと、生産的な変化を選択し、未来を創造するような行動をとるような人のことである。組織が大きくなればなるほど「大企業病」が蔓延する。そして、企業は組織内に「官僚」あるいは「企業官僚」が大量に発生し、未来も過去や現在の継続であることが望ましいと考える種族の支配する世界になってしまう。このように「大企業病」の蔓延しているような組織は「コーポクラシー」(企業官僚制)と呼ばれている。コーポクラシー (Corporocracy) の支配する世界では、変化は起こらない。C・L・ミルズの『ホワイト・カラー』やW・H・ホワイトの『組織のなかの人間——オーガニゼーション・マン』などに登場する平均的な組織のなかの人間からは、「企業家」の生誕は期待できない。

リストラクチュアリング (restructuring) あるいはリエンジニアリング (reengineering) は、日本では不況対策の人員整理として実施されているが、本来の目的は、未来の機会を実現するための好機と捉える「組織内起業家」をつくるための改革のほうである。特にリエンジニアリングは、ベーシック (基本的) で、ラディカル (根底的) で、ファンダメンタル (基礎的) で、ドラスティック (急激な) な変化をひきおこすことであると、ミカエル・ハンマーらの提唱者は言っている。このように、本来の目的は、目的意識的に組織を変革することを目的としたイノベーションの試みなのである。

### 企業家精神と日本

イノベーションという語が、日本で公式文書に登場したのは、『昭和

三十一年度経済白書』においてである。この『白書』は、その結論の部分で中野好夫の「もはや、戦後ではない」というフレーズを借りて「もはや、『戦後』ではない。われわれはいまや異なった事態に直面している。回復を通じての成長は終わった。今後の成長は近代化によって支えられる。」と書いて、終戦後十年の日本経済を回顧するとともに、将来を展望した。この『白書』のなかで、「技術革新」と「近代化」(トランスフォーメーション) という語が使われた。戦後の復興が終了し、新しい経済成長の軌道に日本経済が突入しつつあることを宣言した、この白書は、革新投資と近代化投資によって、いっそうの経済発展を期すことを明らかにしている。

それまでも経済学の教科書には、イノベーションという語は「革新」あるいは「新機軸」という訳語で紹介されていたが、一般的な語ではなかった。それがこの『白書』以来、一般に普及し、ビジネスの世界では常識語となった。

しかし、いままで述べてきたように、イノベーションは、技術だけの革新ではなく、経済生活全般にみられる革新であって、従来通り「新機軸」とか「革新」という訳語が適切である。この語の含意が意味するようには、いままでは「違ったやり方でことを運ぶこと」が、シュムペーターのいう意味でのイノベーションであり、それは何も科学技術だけの変化をさしているわけではないからである。

このイノベーションに関し、「プロダクト・イノベーション」(製品革新)と「プロセス・イノベーション」(過程革新)の区別がある。前者は新製品をつくりだすことであり、後者は製品をつくる上での新しい工夫のことである。日本はしばしば「プロセス・イノベーション」には得意であるけれども、「プロダクト・イノベーション」ではあまり貢献し

てこなかったと指摘されることがある。

この見解の当否は別として、「プロセス・イノベーション」が日本のお家芸であることは事実であろう。歴史的事例をあげると、日本への鉄砲伝来（一五四三）から十年後には僅かに二丁しか伝わらなかった鉄砲が三十万丁にまで増えている。刀鍛冶の技術があるため、容易に増産することができたのである。しかも、原型よりも優れたものをつくっている。信長は、この技術的背景のもとに鉄砲利用のソフト・ウェアを開発し、天下の覇者にまでなった。

このように、鉄砲伝来という欧州から日本への「技術移転」（テクノロジー・トランスファー）に対し、その移転された技術をすぐに消化し、しかも元の原型（プロトタイプ）よりも優れたものをつくり出したことは、日本にイノベーションに長じた企業家の伝統のあることを示している。

徳川幕藩体制のもとで鉄砲が禁止されると、その火薬を造る技術が火花をつくる技術に転用され、世界一の火花をつくる技術が生まれた。このテクノロジー・コンバート（技術転用）の現代版が自動車産業である。戦後日本は、占領軍によって航空機をつくることを禁止されたため、航空機産業に従事していた技術者が大挙して自動車産業に参入していった。それが性能のよい自動車を生産することに貢献したのである。

### 企業家とはイノベーションを担う人

以上のように、企業家あるいは起業家とは、いままでとは「違ったやり方でことを運ぶこと」のできる人のことであった。冒頭に述べたコーンブスは、それまで「これより先に行くな」（non plus ultra）といわ

れていた「ヘラクレスの柱」（ジブラルタル海峡）を超えて、アメリカ大陸に到達することができた。それ以来、「これより先に行くな」から「もっと遠くへ」（plus ultra）へと時代精神が変わっていく。この時代精神の経済生活の領域での現われが、「経済発展」あるいは「経済成長」ということである。「もっと遠くへ」あるいは「もっと、もっと」が近代人を駆動する精神となっていく。コーンブスの壮挙は、まさしく時代精神の転換を告げる象徴的な出来事であった。

このような時代を画する大きな出来事ではなくても、経済生活の領域でいままでとは「違ったやり方でことを運ぶこと」によって、経済生活の領域での発展がなされていく。

このようにイノベーションは、経済発展の主要要因であり、このイノベーションを遂行する人がいなければ、経済発展は期すことができない。しかし、このイノベーションあるいは「企業家」は、残念ながら日本では誤って理解されている。それは紛らわしくもイノベーションを「技術革新」などと訳す人がいるため、イノベーション（発明）と区別できない人が多いからである。新規の科学技術の誕生から普及までのプロセスは純粋な科学研究から、研究開発（research and development）を経て、商品化され、最終消費者の手にわたるまで、次のような段階を通過する。

最初の段階での「発見」（ディスカバリー）、つづく「発明」（インベンション）、そして「革新」（イノベーション）あるいは「第一次革新」（プライマリー・イノベーション）、これにつづく「第二次革新」（セカンドアリー・イノベーション）あるいは「模倣革新」（イミタティブ・イノベーション）そして、「普及」（ディフュージョン）の各段階である。以上の流れからすぐに理解されるように、「発明」と「革新」は、全

く別の段階での出来事である。

たとえば、ヘンリー・フォード（一八六三—一九四七）は、自動車の発明者ではなかったが、自動車産業を確立したので、「自動車王」と呼ばれる。フォードは、一九〇三年にフォード自動車会社を設立、その会社を科学的管理法（テイラーイズム）によって経営し、労働者に高賃銀を給与するとともに、デトロイト・オートメーションによる大量生産方式（マス・プロダクション）を確立し、「モーターゼーション」（自動車の時代）を開拓したバイオニアになったために、自動車王と呼ばれるのである。フォードの達成した業績は「フォードイズム」と呼ばれるが、この達成全体がフォードのイノベーションの内容である。自動車の発明は、科学技術史の常識ではゴットリーブ・ダイムラーとカール・ベンツのふたりのドイツ人に帰せられる。フォードの達成した業績は、自動車産業を確立しモーターゼーションの端緒をつくったことと、他産業がフォードにならって近代的な産業を確立したこと、そして高賃銀対策を採用して労働者も自動車を買えるようにしたことである。これはまさしくイノベーションにはかならなかった。

トーマス・アルバ・エディソン（一八四七—一九三二）は、「発明王」であるとともに「企業家」でもあった。彼はたくさん発明をしたが、その最大の発明は「発明工場」あるいは「研究所」を「発明」した（一八七六年、ニュージャージー州メンロパーク）ことである。エジソンは、発明という個人の才能に大いに依存する仕事を、個人の才能には限界があるところから、これを集団の仕事に置き換えて個人の能力では負えないような研究開発のシステムを考案した。後の時代にでてくる「シンク・タンク」の発想である。

このように、イノベーションには、科学技術の分野での変革ばかりで

なく、フォードのように、「大量生産方式」を考案したり、エジソンのように「シンク・タンク」をつくったりすることも、含まれている。これらは「社会的発明」とよばれる。

ダイムラーとベンツによって発明された自動車を産業として確立したのは、ヘンリー・フォードであった。フォードの「発明」した高賃銀政策とデトロイト・オートメーションは、新しい消費者需要をつくり出すことに貢献し、同じ商品を多くの人が買うことのできる仕組みをつくり出した。大量生産と大量消費のシステムを完成し、大衆的なユティリティ・カー（実用車）を売り出すことによって、商品を楽しむ上での民主主義を可能にした。

このフォード・システムを上回る仕組みを創出したのが、GM（ゼネラル・モーターズ）である。すなわち、商品の特権的に享受する貴族主義の復活である。フォードは、自動車をたんなる輸送機械であると考え、堅牢で速度のよい車をつくれれば、それでよいとした。一九〇八年に発売されたベストセラー・カー「T型フォード」の発売広告のコピーは、「フォードの4気筒、20馬力、5人乗り乗用車、デトロイト渡し850ドル」であった。この乗用車は黒塗りのセダンであり、車体の色も形も一様であった。これはフォードが会社を設立して以来、A型からS型まで各種の自動車の生産を試みた末の自信作であった。この「軽量で堅牢で簡単な」T型フォードは、爆発的な売れ行きを示した。

これに対し、GMは多様なデザイン、多彩な色の乗用車を売り出した。所得、趣味、用途などの要求に応じた車種を揃えた「フルライン・ポリッシュ」を展開し、フォードを抜いて世界の自動車会社に成長した。「フルライン・ポリッシュ」は、遊び、喜び、外観、快楽といったことを重視する消費者心理に適合した戦略であった。また、高級車を売り出すこと

によって、自動車という商品を単なる輸送機械から「地位の象徴」(ステイタス・シンボル)にまでたかめた。こうして、労働者でも買える自動車をつくってきた民主的なフォードは、所得階層に応じた商品を提供する貴族主義的なGMの前に破れ去るのである。「使用価値」から「記号的価値」へと自動車の意味が変わってくるのは、T型フォードがGMのシボレーに破れた一九二七年頃からであった。

フォードは、のちにアドルフ・ヒトラーがつくる「国民車」(フォルクス・ワーゲン)と同じ発想で自動車を生産していた。やがてアメリカでは所得の平準化が進行して「豊かな社会」に突入するとともに、それとは対照的に大衆は「共通」ではなく「差異」を求め出したことよって生まれる需要の多様化とフォードの経営政策とのあいだに大きなズレを生じていった。フォードは、社会心理の変化を読み取ることに失敗したのである。これに対し、GMのアルフレッド・P・スローン・ジュニアは、アメリカの自動車市場を「大衆」、「中流の下」、「中流の上」および「上流」の四階層(マーケット・セグメンテーション)に分けて、その後のGMの発展の基礎を築いた。

しかし、フォードの発明した「大量生産様式」は、自動車産業にとどまらず、あらゆる産業に普及し、二十世紀のある時代までの産業の標準をつくることとなる。これは偉大なイノベーションであった。

### シュムペーター理論の応用

今日の日本で最も人気のある経営学者はP・F・ドラッカーである。

シュムペーター理論の忠実な祖述者であるドラッカーの有名な『断絶の時代』(The Age of Discontinuity)の原題に使われている discontinuity

ityという語は、「たえず」(continuous) 内部から経済構造を革命化する産業上の突然変異、という部分の「たえず」の反対概念であることを思い起こさせるし、内容的には「断絶」は「創造的破壊」の別表現である。また、「経営者革命」(資本所有と経営管理の分離) 以後の経営者の役割を強調するドラッカーの「経営者」というのは、シュムペーターの「企業家」に相当する概念である。

同じオーストリア出身でハプスブルク家支配の末期のウィーンを知っている二人は、同じくアメリカに帰化し、ダイナミックなアメリカ経済の発展を目指し、その理論を形成している。

後輩のドラッカーに対するシュムペーターの影響は随所に見られるが、そのドラッカーは『イノベーションと企業家精神』(小林監訳、ダイヤモンド社)を書いてシュムペーター理論の現代的応用を行なっている。このなかでいまだ世界中にあるマクドナルドの例をあげて、「企業家精神」の説明をしている。

「たしかにマクドナルドは、何も発明してはいない。その製品は、レストランと名のつく所ならば、昔からどこでも売られているものである。しかしマクドナルドは、消費者にとっての価値について分析し、製品を標準化し、工程と設備を再設計し、個々の作業結果に基づいて従業員を訓練し、仕事の標準を定めることによって、すなわち経営管理の概念と手法を適用することによって、使用する資源からあげる収益を大幅に引上げた。」

これがイノベーションの本質であると、言っている。

以上述べてきたように、企業家は経済構造の内部からたえず変革を試みる人のことである。それは企業の内外を問わないのである。企業の内

部に企業家が存在しなければ、その企業の将来は暗いものになるであろうし、そのようなひとのいない国家には未来はないであろう。

前述したコロンブスは、たんなる冒険家であっただけではない。スペイン王室に提出したプレゼンテーションは、科学的知性に裏付けられた緻密なものであり、このようなロマンを持ちつつ、現実的な見通しを持った人であったからこそ、壮挙をなし遂げることができたのである。

コロンブスを援助した、エンジェル（ベンチャー企業を応援する個人投資家）あるいはベンチャー・キャピタリストの国スペイン人の憧れは、「サンチョ・パンサをつれたドン・キホーテ」になることである。サンチョ・パンサというリアリストとドン・キホーテというロマンティストの絶妙の組み合わせが、一時代を築いたのである。訳せば、「現世を忘れぬ久遠の理想」ということになる。シュムペーター・ドドラッカー・モデルが示しているイノベーションの本質がここにある。

前述したように、シュムペーターは、長期的・巨視的な経済発展の論理を構想した。その結果、彼は「資本主義は、繁栄するがゆえに滅びる」と、予言した。それは資本主義の成功が資本主義を成功させた精神を喪失してしまうからだというのである。前述したように、繁栄して定常的狀態に陥れば、世界は「官僚」が支配することになり、「企業家」の出現がなくなってしまうので、やがては衰弱してしまうことになる。シュムペーターが予言したことは、資本主義の将来にだけ適用されることではなく、一般的には繁栄した国家にも適用可能である。政治世界にこの「革新の経済学」を拡大して考えるならば、ローマ帝国などの巨大な国家の衰亡はおそらくステーツマンのなかに「変化をつくり出す者」がいなくなり、それにかわって「変化に追随する者」の天下に変わってしまったからであろう。それが「革新の政治学」の教訓である。

貴族的経済学者シュムペーターは、「社会生活のすべての分野で、我々は率いる者と率いられる者との区別を見ることになる」とも、言っている。「変化をつくり出す者」とは、この分類でいうと、「率いる者」のことであり、「変化に追随する者」とは「率いられる者」のことである。したがって、企業家とは、変化を追求するビジネス・リーダーということになる。

生産活動のなかで企業家の重要な役割を指摘したのは、シュムペーターであった。アダム・スミス以来、特にデビッド・リカード以来、生産要素は資本、土地、労働の三要素であり、それぞれが生産活動に参加する度合いに応じて利潤・利子、地代、賃金の報酬を受け取るとされてきた。ここには生産要素を結合し、生産活動を指揮する企業家の役割が認められていない。最近の教科書では、生産の要素に企業家活動が加わるようになった。それは経済活動における主体の役割が再認識されてきたからにほかならない。企業家は、資本家でもなく、また、労働者でもない別のカテゴリーに属する階層である。企業家の役割は、経済活動を進化させることにある。「ポスト資本主義社会」においては、「見る人」(seer)である企業家の機能はますます重要になってくるであろう。それはビジネスの世界ばかりではない。あらゆる世界で必要とされるのである。そのためには、一般的な人間しか認めない一次元社会から多様な人間の存在を認める多次元社会にかわっていく必要がある。エジソンは、あれだけの大天才でも一次元的尺度からいえば、「アンダーアティパー」(成績不良者)である。エジソン・タイプの人間を評価できる仕組みを構築することがのぞまれる。

社会主義も壮大な失敗に終わったが、資本主義も社会主義同様、「官僚」支配が進行し、「創造的破壊」の精神が失なわれている。「豊かな社

「会」あるいは「成熟社会」は、強力なミイイズムを蔓延させ、滅びに至ろうとしている。社会にとって「死にいたる病」ともいうべきアノミー（無規範）の増大は、経済活動における衰弱にもつながっている。「企業家精神」の復活のために、多種多様な尺度をもった「マルチ・チャンネル」社会を、いまこそ必要としている。

### 今後の課題

このことに関し、最近の経済活動においては、NPO (non profit organization) の動きは、大いに注目される。これまで資本主義経済の経済活動を推進してきたのは、「利潤追求」の原則であった。それにとって代わって、「公益原則」あるいは「ボランティア」による経済活動が大きく成長しているからである。経済活動の目的は、もともと経済活動の上にあるはずであった。ところが、それがいつの間にか経済活動それ自体が目的と化し、「カジノ資本主義」を生んでしまった。これは利潤追求のためにもっぱら投機と賭博に陥ってしまった資本主義のことをいう。バブル経済の原因でもある。古代ギリシアの哲学者アリストテレスは、『政治学』のなかで経済活動を日常生活に必要な物資を供給する経済活動の「オイコノミア」と、貨殖術ともいうべき「クレマティステイケ」とに分け、後者のクレマティステイケを非難した。近代資本主義は、M・ヴェーバーの主張によれば、「プロテスタンティズムの心情倫理（エートス）」が「資本主義の精神」を生んだという。かれはいつまでも、利潤追求に憂き身をやつし「儲けるだけ儲けよう」といったヤーコプ・フッガーを非難して、利潤追求を第一義とした経済活動は、近代資本主義と無縁のものとした。

しかし、実際は特別の例外を除けば、近代資本主義の「産業の将帥」(Captain of Industry) たちは、フッガー的ではなかったか。このことを明確に論じたのは、不遇で風変わりな経済学者ソースタン・ヴェブレンであった。かれは、ビジネスとインダトリーとを峻別している。前者は、たんなる「金儲け」であり、後者は人々の必要とする資材を製造し供給するというような意味である。

いままで述べてきたように、企業家は、アリストテレスのいう「オイコノミア」を、またヴェブレンの分類では「インダスリー」の立場に立つ人である。物資を調達することなくして、人間は生きていくことができな。この調達を意味する英語の provision は、もともと「神の配慮」という意味の言葉である。このことは、経済活動の目的を示唆している。

十九世紀の末から二十世紀の初頭にかけて、資本の集中・集積、今日の言葉でいうと、M & A (merger and acquisition) によって、たくさんの「コーポレート・リッチ」が誕生した。これらの人のなかには正當な経済行為によって富の蓄積を果たしたのか危ぶまれる人も存在した。そのため、強引な手口によって財産を蓄積した人々を「ラバー・バロン」(泥棒男爵) と称す歴史家もいる。また、かれらはジャーナリズムによってそのプライバシーが散々叩かれた。プライバシーの暴露の時代を「マックレイキング」の時代とよぶ。

シュムペーター理論は、このような時代背景とも重なる点もあって、「コーポレート・リッチ」を擁護するイデオロギーのように受け取れやすい。だが、それと全く似て非なるものであることは、いままでの論述によって明らかであろう。いま、日本の各方面で求められているのは、企業家である。前述したケインズも主著の『雇用、利子および貨幣の一

般理論』のなかで、経済発展のためには「レスプリ・ザニモウ」(動物的精神)が必要であると、いつている。これは企業家が必要であるといっているのと、同じことである。

この企業家は、決してフリードリッヒ・ニーチェがいうような「超人」ではない。前述したように、既成の観念に囚われないで、新しいアイデアでことを進める人のことである。それには、既成の観念の奴隷からの解放が必要になってくる。

## 注

- (1) ウィリアム・シェイクスピア『お気に召すまま』(福田恒存訳、新潮文庫、昭和四十四年)。
- (2) J・A・シユムペーター『経済発展の理論』(塩野谷・中山・東畑訳、岩波文庫、一九七七年)。
- (3) 前掲書。
- (4) J・A・シユムペーター『資本主義・社会主義・民主主義』(中山・東畑訳、東洋経済新報社、昭和三十年)。
- (5) 前掲書。
- (6) J・A・シユムペーター『経済発展の理論』(塩野谷・中山・東畑訳、岩波文庫、一九七七年)。
- (7) 毛沢東『実践論・矛盾論』(松村・竹内訳、岩波文庫、一九六〇年)。
- (8) J・A・シユムペーター『景気循環論』(吉田監訳、有斐閣、一九六〇年)。
- (9) 前掲書。
- (10) C・A・デイレイ『勇気ある管理者』(正慶孝訳、日本生産性本部、昭和四十五年)。  
本書の原題は『The Entrepreneurial Manager』である。
- (11) P・F・ドラッカー『イノベーションと企業家精神』(小林監訳、ダイヤモンド社、昭和四十九年)。