

企業家精神の領域的發展とレント

The Territorial Development and Rent of Entrepreneurship

佐 伯 力

目 次

第1章 スカンジナビア諸国における集团的企業家精神の發展

第2章 企業家精神の組織論的類型とレント

第1章 スカンジナビア諸国における集团的企業家精神の發展

「場所への愛着にもかかわらず、あるいはそれ故に、スカンジナビア諸国の企業家(Scandinavian entrepreneurs)は、幾つかの理由から益々増大する複雑でネットワーク化された社会に、取組むことが出来ると思われる。

第1に、その企業家達は小規模経済の中で活動するが故に、彼等は、地方・地域と国家的境界の外で業務活動することになれている。

第2に、全ての企業がたとえ小企業であっても、商業的パートナーからだけではなくて、当局とその組織更に、スカンジナビアの協調組合主義者(the Scandinavian corporatist)代表の環境からも、情報と資源を獲得するためにネットワーク化になれている。

高い信用だけではなくて、高いコスト経済のなかに位置するスカンジナビアの企業は、それぞれの中核的ビジネスに焦点をあてアウトソーシングによって、競争力を強化してきている。かくして、高い信用と高コスト状況の結合は、企業間の協力(collaboration)をスカンジナビアの企業家精神の全般の特徴にさせてきたのである。企業の空間的なクラスター形成は、協働のコスト低減と学習便益を強化しているのである。」¹⁾ デンマーク家具産業、ノルウェーの漁業産業などがその例である。

「全般的に、スカンジナビア諸国の企業は、グローバル市場に接近するときは、念入りに作られた地域的プラットフォーム(an elaborate local platform)の優位性を利用できると思われる。これは一般的に、スカンジナビア戦略としての、グローカル(glocal)(グローバル・アンド・ローカル, global and local)戦略を示すものである。」²⁾

1) B. Johannisson, "Entrepreneurship in Scandinavia: Bridging Individualism and Collectivism," p.235, in Guido Corbetta, Morten Huse, and Davide Ravasi, Eds., *Crossroads of Entrepreneurship*, New York: Kluwer Academic Publishers 2004.

2) B. Johannisson, *ibid.*, p.236.

企業家間の協力は、個人主義と集団主義の両方を実践することを意味する。スカンジナビアにおける企業家精神は、個人主義と集団主義に架橋 (bridging) をするものであると特徴づけることが出来るであろう。企業家は、まずその誠実さをもって独立の実業人となり、やがて共同することの必要性を認識する。個人的ネットワークを構築することによって、企業家は、個人主義者 (individualist) と集産主義者 (collectivist) の見解の両者を同時に持つというパラドックスにうまく対応することが出来るのである。「このような個人的ネットワーク形成が、企業家精神の一般の特徴であり、スカンジナビアの環境において特に強化されている。」³⁾

スカンジナビア領域における企業家精神は、個人主義と集団主義の間に架橋するものとして見る事が出来る。スカンジナビアの諸国は、スウェーデン、デンマーク、ノールウェー、フィンランド、それにアイスランド、フェロー諸島とグリーンランドを加えて、国家的に、またお互いを比較した時にも、非常に同質的なものとして通常表わされている。この同質性の一つの可能的理由は、その地理的な近接性に加えて、お互いを植民地化してきたことである。

ところで、企業家精神にとっての潜在的な競争場としてのスカンジナビア諸国の歴史において、最近の幾つかの重要な変化とそれと関連する国家的な性格の移行が生起してきているのである。

「第一に、多分、同質的な国家的状況が、この50年にわたって、特にこの10年の間に民族的に一層多様化してきた。.....

第二に、制度的変化はもちろん自然の基本財産が、諸国を経済的に分離させてきている。スカンジナビア家族の中での大きな兄貴 (the Big Brother) であるスウェーデンは、模範的な福祉国家としてのその地位を失った。この世紀のはじめに、ノールウェーは石油で、フィンランドはノキア (Nokia) で、デンマークは国際化し差別化した経済で、それぞれ繁栄している。

第三に、デンマークの例にならって、フィンランドとスウェーデンがEUのメンバーになった。」⁴⁾のである。

中小企業と企業家精神のためのこれらの共有された空間的、制度的条件を考慮して、スカンジナビアの諸国は、同様な公共的政策の取組を採用してきている。トップダウンの地域化とボトムアップの地域主義の握手が、政治的、財政的に強力な地域並びに地方自治体によって促進されている。

ますます激動するネットワーク経済においては、製品関連のベンチャーは、一層短いライフサイクルを持っている。そこで継続化された企業家精神は、長期的な企業家職歴に結びつけるために繰返された起業を要請することになる。ここに個人的で多様なベンチャー事業化の展望を、集団的見地によって補足することが重要となる。「社会的資源を構築し利用する能力が、積極的なベンチャー事業化のための一つのプラットフォーム (a platform) を創造することになるのである。そこでは全ての経済活動が、社会的に埋められている。このような埋め込みの便益は、産業地域行政 (industrial districts) や、それに関連する現象についての文献の中では、よく提示されて

3) B. Johannisson, *ibid.*, p.236.

4) B. Johannisson, *ibid.*, p.226.

いる。民族的企業に関する調査は、ベンチャー事業化のための一つのプラットフォームが、社会的コミュニティの役割を果たすことを明確にしている。社会的で経済的な諸力は、ベンチャー事業化過程においてお互いを増強するのである。」⁵⁾

「集团的企業家精神の種々なイメージを構造化するときには、二つの区別で表示できる。一つは、個人的及び集团的作用の間の区別である。他の一つは、参加への基盤としての、計算された経済的とそして社会的関与の間の区別である。ベンチャー事業化過程においては、共有された価値と感情に基盤を持つ社会的関与は、計算された関与と同様に用具的であろう。」⁶⁾

図表（1—1）においては、二つの次元「作用」と「関与」が、集团的企業家精神の種々な経験的制定（empirical enactment）を指摘するために使用されている。活動する主体は、観念的には個人的利害をもった個人か、又は協同的全体としての集団であるだろう。関与は、原則的には計算的か、又は社会的であるだろう。それぞれは、自己利益に基盤を置くか、共有された価値と相互の同意に基盤を置くかである。図表（1—1）の論理は、慈善心に富む社会的活動の場と機能的市場とが、個人と集団の冒険的的事业化に対する出発点を提供していることである。

スカンジナビア地域で注目される企業家精神の形態としては、次のようなものをあげる事が出来るであろう。

	個人的 Individual	↑作用 agency	
	古典的企業家精神 Classic entrepreneurship 特別事業精神 Extrapreneurship	生活様式創造企業家精神 Lifestyle-creating entrepreneurship	
打算的 ←			社会的 →
関与 Calculative commitment	パートナーシップ Partnership フランチャイズ形成 Franchising 仮想組織形成 Virtual organising 工場現場チーム Shopfloor teams	家族的事業経営 The family business 協同組合 Co-operatives	関与 Social commitment
	集团的 Collective	↓作用 agency	

図表 1—1 集团的企業家精神の構造化—その主体と関与

(出所) B. Johannisson, "Entrepreneurship in Scandinavia: Bridging Individualism and Collectivism," p.230, in Guido Corbetta, Morten Huse, and Davide Ravasi, Eds., Crossroads of Entrepreneurship, New York:Kluwer Academic Publishers 2004. より作成。

5) B. Johannisson, *ibid.*, p.227.

6) B. Johannisson, *ibid.*, p.227.

家族経営 (The family business), パートナークシップ (Partnerships), 協同 (Co-operatives), 会社の企業家精神 (Corporate entrepreneurship), 組織内起業家精神 (Intrapreneurship), 知識的企業家精神 (Intellectual entrepreneurship), コミュニティ企業家精神 (Community entrepreneurship), 産業地域行政, クラスタ形成 (Industrial district, Clustering), 文化的企業家精神 (Cultural entrepreneurship), 女性企業家精神 (Female entrepreneurship), 公共企業家精神 (Public entrepreneurship), 公共組織内起業家精神 (Public intrapreneurship), 移民企業家精神 (Immigrant entrepreneurship), 生活様式創造企業家精神 (Lifestyle-creating entrepreneurship), 古典的企業家精神 (Classic entrepreneurship), エクストラ起業家精神 (Extrapreneurship), フランチャイズ化 (Franchising), バーチャル組織化 (Virtual organising), 現場チーム (Shopfloor teams) 等である。

集团的企業家の一般的なイメージは、生産過程を創造し組織化し、個々の消費者に対する活動の場として市場に浸透していく企業家である。しかし生活様式創造型企業家精神の見地からすると、「企業家精神が、生活の新しい方法や様式の創造と関連づけられるならば、集团的次元は、むしろ企業家的過程の結果と関わるのである。スピノサ達 (Spinosa et al) は、企業家達の究極的な機能は、人間の価値、道理、行動規範に反映されたものとして、世界を変えることであると主張する。この展望においては、ヘンリー・フォードの企業家精神 (Henry Ford's entrepreneurship) は、工業生産のための組立ラインの組織的使用に主として反映されているというよりも、むしろ合理的で廉価な自動車を提供することにおいて、アメリカ国民を活動化させた社会への効果にあったのである。」⁷⁾ といえる。

スカンジナビアでは、産業地域 (industrial district) は、集团的企業家精神の現実化にとって重要である。最もよく知られた産業地域の一つは、スウェーデンのグノショー (Gnosjö) である。その国の南部にあって、約80,000人の住民と約1,500の製造企業が存在している。

産業地域は、一つの自然的、歴史的に境界づけられた領域である。そこは、人々のコミュニティと企業の個体群の両者の活動的な現存によって特徴づけられる一つの社会領域的実体 (a socio-territorial entity) である。

その特徴は、第一に、産業地域では、企業家精神は、一般的に一つの社会経済的全体としての領域と関連するのであって、個々の企業や特定の制度機関とではない。支配的な経済活動は、伝統的な家族経営 (family business) によって遂行されている。その個々の企業は、めったに企業家的ではないのである。また成長への関心もあまり大きくはない。

第二に、密度の濃い水平的な情報ネットワークが、そのコミュニティを構成員全体に透明にさせる。

第三に、事業活動の複雑な社会的埋め込みが、信用と相互学習を強化する。

第四に、成熟した産業地域は、存続と成長可能性を維持していくのに必要とされる自己組織化

7) B. Johannisson, *ibid.*, p.230.

能力をもっている。すなわち、企業家過程が自発的に創始され、高い相互作用の結果として維持されるのである⁸⁾。

小企業の空間的クラスター形成が、一般的にヨーロッパでは勿論のことスカンジナビア諸国においても富を産出している。グローバルでネットワーク化された経済の中で、産業地域は、しばしば空間的クラスターの下位集合として整備され、革新システムと学習領域をもっている。増大するグローバル競争が、地域的な協働を要請するというパラドックス的な事実は、産業地域の集団的な企業家的、学習の能力を反映しているのである。

「産業地域は、企業家的過程の集団的設定において、小規模所有経営者のための一つの理想的状況を提供している。そこでは第一に、共有された暗黙の地方的知識と個人的誠実さの両者が認識される。第二に、個々の小規模家族経営における狭い知識基盤が、同輩との毎日の対話を通じて、実行と使用による学習に加えて相互作用的に学習を促進しながら豊かになっている。第三に、密度の高い地方的ネットワーク形成によって、大部分の個人的なグローバル関係が一つの集団的な資産となる。第四に、事業を行うことは生活の道すなわち文化的特性であると考慮して、学習と能力の開発が、継続的な社会的並びに経営的活動と密接に統合されているのである。」⁹⁾

実在する企業家的エネルギーの多くが、民主的で大衆的な運動とレジャー活動等の中へ結び付けられている。しかし社会経済の拡大と重要性の増大は、国家的な企業家的エネルギーを一層必要とさせている。このような推移は、企業家精神における基本的価値と信念における変化の事態とも言えるだろう。人間的企業家 (humanistic entrepreneur) すなわち、人間性の観念において訓練された事業-起業家は、典型的にスカンジナビア的であった。しかしこうした推移は、これまで企業家精神を経験しなかった人々をも苦闘させている。

コミュニティ企業家精神は、活動の場として地域的状况に焦点をあてる。コミュニティ環境へ焦点をあてることは、社会的諸力が場所への強い献身を持つことを意味する。このような一体化は、文化的企業家精神と連携すれば一層強化されるだろう。また集団的企業家の諸力を一層活動化させる。

スカンジナビア諸国では、女性企業家精神に一層焦点をおくことが要請されている。公共と私的部門の間の境界の崩壊と共に、公共的企業家精神 (public entrepreneurship) にたいする領域が増大しつつある。スウェーデンでは、公立の教育と医療部門において、私立のベンチャー事業が出現している。これらは、公共的組織内起業家精神 (public intrapreneurship) を勇気づけるものであるだろう。企業家精神に関して文化の影響を考察する時、スカンジナビア半島の状況の中での移民企業家精神 (immigrant entrepreneurship) が存在する。特にデンマークとスウェーデンでは、なんらかの民族的マイノリティと第二世代移民は、一般的により一層企業家的職歴に参入している。しかしまた、少数民族的経済からの脱出は、決定的に重要な一つの戦略的課題である。現在(2002年)、移民は幾つかのスカンジナビア諸国においては政治的に制限されているけれども、

8) B. Johannisson, *ibid.*, p.232.

9) B. Johannisson, *ibid.*, pp.232-233.

スカンジナビア地域における土着と移民コミュニティ間の一層増大する交流は、企業家精神にとって、ますます有益な社会的環境の見込をもたらすだろう¹⁰⁾。

第二章 企業家精神の組織論的類型とレント

多くの企業家的ベンチャーは、新産業を創造する新事業を代表するものではない。大抵の企業家的ベンチャーは、製品系列の拡張 (product line extension) すなわち、一つの既存の市場に対しての基本系列製品の変化を行うか、それとも又は、新しいプラットフォームの開発 (new platform developments) すなわち、既存の顧客に対して先端的技術の導入を行うか、又は既存の製品技術で新しい顧客を焦点にするかである¹¹⁾。

新事業が個人的企業家によって成功的に商業化されることは比較的になく、新事業は、新しい産業的インフラストラクチャーを集散的に構築する多数の企業家の活動に多くを依存しているのである。企業家精神の一つの現実化として産業出現が存在する。この産業出現への焦点は、中間的分析水準を表わしている。それは個々の企業家のミクロ的な性格と活動と一方、マクロ的な国家的イノベーション・システムとの中間に存在するのである。企業家精神と戦略とが統合する事態が産業出現である。

「産業出現は、複合的過程であって多様な方法でモデル化され得る。ここでは産業出現の四つの異なったモデルを提示する。それらの各々は、組織理論からのそれぞれ独自の展望に基盤をおいている。すなわち、個体群生態系論 (population ecology), 新制度主義論 (new institutionalism), 組織進化論 (organization evolution), 産業コミュニティ論 (industrial communities) である。各々のモデルは、一つの新産業が出現する時に、企業を取り得る戦略的活動を記述し、これらの活動がその産業の中で他の企業に、どのように影響を及ぼすかを説明するのである。」¹²⁾

企業家精神、企業家活動を論ずるには、利潤とレント (rent) の両概念が重要である。一企業が競争優位を享受するために、現存しなければならない四つの論理的な必要条件を、競争優位の四つの基底 (four cornerstones of competitive advantage) とする。産業出現の間に、一企業によって取られる活動が長期的な優位な業績を創造すると期待される時、その企業は企業家的レント (entrepreneurial rents) を創造していると称することが出来る。

この企業家的レント創造は、利潤創造よりも一層困難であることは明らかである。「ピーターラフ (Peteraf, 1993) は、競争優位の四つの基底を提示した。それは一企業が一つのレントを

10) B. Johannisson, *ibid.*, pp.236-237.

11) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, "A Framework For Entrepreneurial Strategy," p.66, in Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, S. Michael Camp, and Donald L. Sexton, Eds., *Strategic Entrepreneurship*, Massachusetts, USA: Blackwell, 2002.

12) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, *ibid.*, p.67.

創造するために充足されなければならない、四つの必要条件の集合である。』¹³⁾ この四つの条件を満たす何らかの優位を、一つの資源という。四つの条件とは、異質性、資源に対する事前と事後の競争への制約、不完全な移動性或は不動性である。この条件を満たす時、レントを創造することが出来る。資源は、四つの条件をみたし、レントを創造することが出来るなんらかの企業の属性、対象、能力である。

一つのレント稼得資源が存在する要件は次の四つである。

第一の要件は、強固な異質性が存在しなければならないことである。

第二の要件は、競争への事前的制約が存在しなければならない。企業家精神の研究にとって重要であるのは、産業出現の期間は、資源に対する不完全競争の時期であることである。新産業の発展における不確実性のこの時期は、戦略的資源に対する不完全要素市場を創造する。先見性や幸運をもった企業家は、資源を廉価で獲得する機会を持つのである。

第三の必要条件是、競争への事後的制約である。第二の条件は、資源獲得時期での要素市場における不完全性を意味する。この第三の条件は、資源に対する不完全競争が、時期の維持される期間に対して継続することを意味する。実際条件としては、資源に対する密接な代替性が存在してはならないことである。

第四の条件は、資源が不完全な移動性を持つことである。それは、特定の企業に強固に付属されていなければならない。

経済学におけるこれまでの企業家精神の最も明白な概念は、市場が絶えざる不均衡の中にあると見る、シュムペーターとその他のオーストリア派経済学者から出てきているものである。ここで、このレントの資源基盤が指摘する企業家精神についての見解は、均衡の中でのみ適用される概念である。

「我々は、これらの二つの両極端の間の中間的基盤を取るのである。それは、産業出現の継続的サイクルとして創造的破壊のシュムペーター的過程（不均衡）に接近する。そこでは、新産業が古きものにとって代って出現する。この段階において獲得される戦略的資源が、産業成熟の期間（均衡）の中で、全体産業が新産業の出現によってひっくり返されるまでレントを稼得するのである。レントと利潤の間に明確な区別を提示する一方、現実には、それは程度の問題であることも注意されるべきである。戦略的資源は、一企業に（同じ産業の中の他の企業と相対的に）レントを稼得することを可能にする。しかし永続的ではなくて、ただその産業が、他の産業の出現によって攪乱されずに留まっている限りにおいてである。』¹⁴⁾

シェーンとベンカタラーマン（Shane and Venkataraman）は、次のように提示する。

伝統的に企業家精神の研究は、個人又は企業に焦点を当てているが、しかし個体群水準の要因の研究を包含するために拡張する必要がある。「その結果、どのようにして、誰によって、どんな効果を伴って、未来の財とサービスを創造する機会が発見され、評価され、利用されるかの研

13) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, *ibid.*, p.68.

14) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, *ibid.*, p.69.

究として企業家精神を定義する。]¹⁵⁾ 個人、企業及び個体群水準を含めて、個人的並びに集团的企業家精神を取り上げ、産業出現の継続的サイクルの中で企業家精神の動態を究明することが重要である。このために、企業家的活動の財務的成果を考慮しながら、産業出現と企業家活動のモデルを提示して、競争優位の基底にこれを付加するために組織理論を取り上げる

組織理論は、産業的環境の状況の中での組織を理解するのに、多様な展望を提示している。ここでは「四つの展望が、企業家的戦略を検討するのに特に関連性がある。それらは、個体群生態系理論(population ecology)、新制度理論(new institutional theory)、組織進化理論(organizational evolution)、産業コミュニティ理論(industrial communities)である。四つの展望は、二つの基本的問題において異なる見解を示している。第一の問題は、一産業の中の企業は、それが活動している環境を顕著に変更できるか、出来ないかである。第二の問題は、企業は、自らを顕著に変化させることが出来るのか、出来ないのかである。]¹⁶⁾ この基本的問題と関連して、組織モデルは次のように提示できる。

(1) 個体群生態系モデル

ハンナンとフリーマン(Hannan and Freeman, 1977)¹⁷⁾によれば、「個体群(the population)は、組織よりもむしろ分析の単位であるべきである。個体群を基本的に同質的企業の一つの集合体と定義する。そして適応(adaptation)は、組織の内部で時々は生起することを認めるけれども、強い不活発な圧力が組織変化を制約するのである。]¹⁸⁾ 組織-環境関係は、一つの個体群の中で組織の出生と死滅の類型の中で観察されるのである。

「個体群生態系モデルでは、企業家的戦略は次のように要約できる。企業家的戦略は、機会認識を通じて早期の参入に依存する。1. 企業は、一産業が環境収容力(carrying capacity)に、すなわち一地域での一産業が保有する企業存続最大能力に到達する以前の期間においては、利潤を獲得する。2. 企業は、新規参入が妨げられている限りにおいてのみ、レント(rents)を稼取することが出来る。]¹⁹⁾

個体群生態系では、環境収容力の一つの生態系ニッチの中で、維持され得る企業の最大数である。ニッチの個体群が環境収容力以下であれば自然率で個体群は成長する。個体群が環境収容力を超過すれば、資源に対する競争は組織の死滅を増大させる。個体群レベルが環境収容力にまで減少するまで、それは続くのである。この見解では、一産業は一生態系ニッチである。個体群生態系モデルでは、産業の出現は最初の企業がその産業に参入する時に出発する。その産業における企業数が環境収容力に到達するまで、それが継続するものとして記述する。しかし新産業の起源は、個体群生態系論の中に明確には含まれていない。新しい生態系ニッチが、どこから生起す

15) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, *ibid.*, p.69.

16) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, *ibid.*, p.70.

17) Hannan, M. T. and Freeman, J. 1977. The population ecology of organizations. *American Journal of Sociology*, 82 (5): pp.929-64.

18) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, *op. cit.*, p.80.

19) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, *ibid.*, pp.71-72.

図表 2—1 産業コミュニティ展望におけるレント生成資源の例

	制度的編成	資源基本財産	市場消費
例	医療考案への特許	研究大学との協力関係	評判
競争への事前的制約	潜在的価値を先見するための差別的 능력の存在	潜在的価値を先見するための差別的 능력の存在	消費者の反応を先見するための差別的 능력の存在
制約された移動性	取引費用	企業特定の	企業特定の
競争への事後的制約	FDA の認可	大学の限定された数	標準を設定する作業

(出所) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, "A Framework For Entrepreneurial Strategy," p.79, in Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, S. Michael Camp, and Donald L. Sexton, Eds., Strategic Entrepreneurship, Massachusetts, USA: Blackwell, 2002. より作成。

図表 2—2 四つの展望における企業家的戦略の要約及び企業家精神の報酬と危険

		企業はそれ自身を変化できるか	
		N o	Y e s
企業はその環境に影響を与えることができるか	N o	個体群生態系論 報酬—早期の利用 危険—無 イメージ—機会主義者 質問—機会はどのように認知されるか	組織進化論 報酬—速い学習 危険—不確実な進化 イメージ—危険負担者 質問—企業家的企業はより速く学習するか
	Y e s	新制度論 報酬—無 危険—非合法性 イメージ—開拓者 質問—なぜ最初であるのか	産業コミュニティ論 報酬—規則を作成する 危険—策略で裏をかかれる イメージ—産業構築者 質問—どんな戦略が効果があるのか

(出所) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, op. cit., p.82. より作成。

るかの説明がないからである。

企業家的戦略への個体群生態系の適用に際して、検証されねばならない基本的仮設は、企業の成果が、一産業における死滅率に直接関連づけられていることである。

(2) 新制度主義モデル

アルドリッチとフィオール (Aldrich and Fiol, 1994) は次のように示唆する。ある産業では、企業が安定した数に達するまでには数年又は数十年かかる、この所要時間の原因は新産業に対して合法性を創造する過程に存在するのである²⁰⁾。

「新制度主義モデルにおいては、企業家的戦略は合法性を達成することに依存する。

1. 合法性がその産業に対して設定されるまでは、全ての企業は負の利潤を得ることになる。
2. 合法性がレントを創造する程度に至ると、その産業の中の全企業は、これらのレントを稼

20) Aldrich, H. E. and Fiol, C. M. 1994. Fools rush in? The institutional context of industry creation. Academy of Management Review, 19 (4): pp.645-70.

得する。』²¹⁾

個体群生態系は、組織生存を、基本的に希少投入資源への接近への依存性として見る。これに対して、新制度主義的展望では、組織の生存は、究極的には社会的に構築された規範と規則への従順に依存するということである。組織的選択を限界づける制約は、制度の三つの柱に分けることが出来る。法律の中で示される規制の柱、社会的義務を通じて維持される規範的柱、単純に当然視される物事の認知的柱である。組織は、合法的として見られるために、これらの三つの制度的柱に適合するのである。一産業は、高水準の公共的知識が存在する時、認知的合法性を持つ。高水準の公共的受容性が存在する時、社会政治的合法性を持つのである。これらの同形的圧力が、個体群生態系におけると同様に同質的企業の産業を創造する。同形的圧力の変化が、企業家的活動にとって重要なのである。

この展望において企業家精神を理解する鍵は、時間経過の中でどのように制度が変化するかを理解することである。一層特定的には、どのように新しい組織形態が合法的となるかを理解することである。「個体群生態系と新制度的展望との間の基本的な差異は、企業個体群が、社会が合法的として見るものに影響を及ぼすことによって、環境を変える能力を持っていることである。この展望の中で産業の出現は、モデルの内生的な部分である。』²²⁾

個体群生態系モデルにおいては、産業の出現は、早期の参入者がその産業が環境収容力に到達するまで、特別利潤を稼得する一つの過程として見られる。制度モデルでは、早期の参入者から特別の努力を要求し、産業が合法性を設立した後でのみ報酬が与えられる、一つの過程として見られる。このモデルでは、企業家は新しい領域を開く開拓者である。合法性創造の企業レベル戦略では次のような問題を提示できる。

1. 産業合法性とは分離された企業独自の合法性を、評判や品質保証競争などで企業は創造できるだろうか。
2. 現職の企業は、新参入者がその産業に参入するのを阻止するために、模倣を阻止するなど、何が出来るだろうか。何故、企業家的企業が、一産業の為に合法性設立の費用に耐えるのであろうか。

(3) 組織進化論モデル

ネルソンとウインター (Nelson and Winter, 1982) は、効率的生産 (efficient production) という一つの次元に沿って組織における進歩的变化 (progressive change) をモデル化している²³⁾。「企業が行わねばならない基本的な選択は、競争者達が持っている技術の模倣対新技術の革新ということに関して、費やすことの量である。このモデルの中では、企業異質性は、先ず第一に模

21) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, op. cit., p.73.

22) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, ibid., p.72.

23) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, ibid., p.75.

Nelson, R. R. and Winter, S. G. 1982. An evolutionary theory of economic change. Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University Press.

做と革新との間の基本的な選択における差異によって生起する。第二には、企業によって成就される生産効率（production efficiency）の種々なレベルによって引き起こされるのである。企業家的企業が産業出現（industry emergence）の時に獲得できるレント生産的資源は、規模優位性か又は学習優位性のどちらかに分類され得る。」²⁴⁾

進化的機構が維持されている限りは、1. 市場シェア等に現われる規模、2. 知識競争の中での、生産における世代が持つ活動的、過程的な暗黙の知識、3. 企業が変化できる多元的な属性としての適合水準等は、レント生産的資源となることが出来る。

「進化論モデルでは、企業家的戦略は適合を達成することに依存している。

1. 適合の改善は、それが競争者によって取組まれるまでは利潤を生み出す。
2. 規模、知識、又は調節された適応性（tuned adaptability）における優位性が、レントを生み出すことが出来るのである。」²⁵⁾

個体群生態系と同様に組織進化論的展望は、限定された投入物に対する組織間の闘争を強調する。しかし生態系見解とは違って、企業は一つの個体群の中で同質的ではなく、また時間経過の中で不変的でもない。企業は、常規的行為又は時々を導入される変化に対する属性の安定的集合として見られる。産業の出現は、個体群生態系と同様に外生的としてとどまっている。企業は変化できるが、しかし、それが活動する環境を変化させることが出来る力を持っていない。

進化論的展望が個体群生態系と微妙な差異をつけるころは、進化論的展望は、単に早期参入のみでなく規模を達成し、暗黙の知識を獲得することへの集中の重要性に焦点を当てることにある。企業家的戦略を分析するここでの方法は、企業が変化できる多元的属性を検討することである。ここでの一つの基本的結論は、環境に適合するために、組織進化を調節することが可能であるということである。「マッケルヴィ（Mckelvey, 1999）は、価値連鎖の中で共同進化的複雑性の適正な水準を選択することによって、組織はよりよい適合性を達成できることを提示している。」²⁶⁾

（4）産業コミュニティ論モデル

「産業コミュニティモデルでは、企業家的戦略は、企業家活動の四つの競争場面、領域、すなわち資源基本財産（resource endowments）、制度的編成（institutional arrangements）、所有的活動（proprietary activities）、市場消費（market consumption）の何れかにおいて競争優位を達成することに依存する。このモデルでは、企業の生存は、これらの領域での何れか一つにおける貧弱な成果によって脅威をうけるのである。」²⁷⁾

これまでの各モデルは、企業家的戦略の重要な要素である機会認識（opportunity recognition）、合法性（legitimacy）、適合（fitness）への洞察を提示するが、それらは、一つの産業

24) Scott Johnson, Andrew H.Van de Ven, op. cit., p.75.

25) Scott Johnson, Andrew H.Van de Ven, ibid., p.76.

26) Scott Johnson, Andrew H.Van de Ven, ibid., p.76.

27) Scott Johnson, Andrew H.Van de Ven, ibid., p.80.

を基本的に同様な企業の集合体と見ることに限界がある。産業コミュニティ論では、産業の創造は公的と私的両部門における、企業家と組織の多様な集合からもたらされる多様な役割を要請する集成的達成物である。この展望では、分析の単位として産業コミュニティ或は組織間分野を取り上げ、企業家精神を促進したり制約したりする産業インフラストラクチャーを構築することに含まれる、課題や行為者に焦点を当てる。

「ヴァン・デ・ヴェン (Van de Ven, 1993) によると、このインフラストラクチャーは次のようなものである。

1. 一つの新技術を合法化し、制御し、標準化するための制度的準備、
2. 基本的科学知識、金融機構、有能な労働力の蓄積からなる公的資源財産、
3. 新製品技術について知らされ、購入するように動機づけられる消費者市場の創造、
4. 利潤とレントを生成するために製品を商品化する私的企業家企業による所有的な研究開発、製造、マーケティング、配給機能などである。」²⁸⁾

これまでの諸研究では、これらのインフラストラクチャーの重要性を実証しているけれども、それらは企業家精神に対する外在性として取り扱われてきている。産業コミュニティ展望では、現出する産業インフラストラクチャーの四つの構成要素の何れかにおいて、レントを生成できると主張する。この見解では産業は内生的 (endogenous) である。産業は、そのモデルの中の行為者達によって構築されるのである。

企業が同時に活動しなければならない四つの活動領域に対して、このインフラストラクチャーの複雑性を分類することが出来る。これによって産業コミュニティ展望は、単純化することができ、レントを稼得する資源を獲得する可能性の存在を示すことが出来る。第一の活動領域は、所有である。殆どの商業的活動を含んでいて、組織を形成し、製品を開発し、サプライ・チェーンの中で上流か下流等に向かって関係や提携を設立することなどである。第二の活動領域は、原材料等の開発や公開された材の領域である。科学的、技術的知識、有能な作業員、投資資本等の領域である。第三の活動領域は、法、標準、合法性などの制度的配備である。第四の活動領域は、産業からの製品が購買される消費者市場である。この四つの競争的活動領域の各々において、レント—稼得資源を獲得する可能性が存在する。

レント—稼得資源に対する四つの必要条件は次のように提示できる。

第一には、企業の異質性が存在しなければならない。拡大された産業コミュニティの見地では、これは一つの基本的仮説である。

第二には、競争に対する事前的制約がなければならない。企業家的活動を通じて資源を獲得する企業は、市場価格以下で資源を獲得できる必要がある。

第三には、資源には制約された移動性が存在することである。企業家的活動を通じて獲得され

28) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, *ibid.*, pp.76-77.

Van de Ven, A. 1993. The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8: pp.211-30.

る資源には、企業特定的である程度に応じて資源の制約された移動性が存在する。

第四には、競争への事後的な制約が保障されることである。ある場合には、制度的な領域における活動を通じて、また他の場合には、資源の限定された供給によってこれが創造されることが出来る。

図表2—1は、産業コミュニティ展望におけるレント生成資源の例を提示している。如何にして、レント—稼得資源に対する条件が満たされ得るかについての例を示している。

図表では、第一に医療的考案への特許の潜在的価値を考察している。もし大抵の企業が一つの医療考案に対する市場の潜在的規模を過小評価したり、考察することさえ出来なければ、競争への事前的制約が存在するだろう。この資源の移動性は制約されている。例えば特許を獲得するにいたる研究過程で、技術の全体的な可能性についての知識や、その考案の原型を生産する経験などが、多くの企業特定の資源を創造するだろうからである。最後に競争への事後的制約が、合法性の領域において模倣を違法とし、代替物を受容させなくするような適切な行動を通じて達成され得る。

第二に企業と研究大学との間の協力関係が、資源基本財産領域において、一つの戦略的資源であり得ることを示している。

第三に産業出現の時期に獲得される評判が、例えば技術的突破に対する評判か、それとも安全又は品質に対する評判に集中するかについて等が、市場消費領域における資源であり得る。もし、どんな種類の評判が価値があるのだろうかについて、異なった期待を企業が持っていれば、競争への事前的制約が存在するだろう。

新しい産業が出現するとき、企業家的企業は如何にして将来の競争優位を獲得するのであろうか。何が企業の業績を決定づけるのかについて、四つの展望を要約できる。

「個体群生態系論 (Population Ecology) —個体群の密度が業績を決定づける。

制度理論 (Institutional Theory) —合法性が業績を決定づける。

組織進化論 (Organizational Evolution) —適合水準が業績を決定づける。

産業コミュニティ論 (Industrial Community) —インフラストラクチャー創造における役割が業績を決定づける。」²⁹⁾

企業業績と産業出現のこれらの四つのモデルの展望を一つの枠組の中へ結合することによって、特定の状況を分析するための一つの用具を創造することが出来る。四つのモデルの間で第一にあげるべき区別は、企業が環境に顕著に影響を与えることが出来るかどうかである。その環境が、モデルにとって外生的 (exogenous) か内生的 (endogenous) かである。

個体群生態系論と組織進化論では、環境は企業に対して外生的である。業績の差異は、いかに企業がその環境に反応するかによってのみ説明される。新制度主義論と産業コミュニティ論では環境は内生的である。これらの展望においては、企業の個別的そして集合的活動が新産業を創造

29) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, op.cit., p.80.

する。そしてその産業の究極的規模を決定づける。企業はその環境に単純に反応するのではなく、環境を変化させることに参加するのである。

四つのモデルの間における第二の区別は、企業がそれ自身を変化させるための力を持っているか、いないかである。

個体群生態系と新制度主義の展望は、組織的慣性を強調する。企業は本質的に同質的と見られている。この展望と関連しての企業の活動は、新市場に参入し合法性を創造するために協働することにある。企業が変化するという可能性は、組織進化論と産業コミュニティ論において含まれている。これらの展望では、企業は異質的である。最初の二つの展望では、組織は単純に生まれ創立される。後の二つの展望は、組織開発 (organization development) を一つの基本的な企業家的課業としてみるのである。

四つの組織論的展望の特徴と、それぞれが主張する企業家精神の報酬と危険を図表2—2に要約することが出来る。

個体群生態系の見解では、同質的企業が一つの環境的ニッチの中で、同じ希少資源をめぐる競争することによって、一つの共生的関係 (a commensalistic relationship) を維持する。このモデルにとっては産業の出現は外生的である。企業は、生態的ニッチの存在に唯反応することが出来る。企業が環境を変化させるという余地はない。

進化論的展望は、時間経過の中で企業が変化することを認める。しかし環境はなお基本的に固定されている。企業には、一つの個体群の中で新しいアイデアや実践を実験する一層多くの自由が存在する。

新制度主義的展望では、企業は時間経過の中で顕著には変化しないが、その活動する環境を変化させるために積極的に働き掛けることが出来ると主張する。企業は、合法性を創造すべく活動することによってこれを行うことが出来る。

産業コミュニティ展望では、企業は選択の一層広い範囲を持っている。企業は進化論的見解におけると同様に、それ自身を変化させるために活動することが出来る。そして企業はまた、その集成的環境を構築するために活動することが出来る。

図表2—2は、企業家精神に対する三つの潜在的な報酬が存在することを示している。第一に、産業の初期の段階では、投入資源に対する競争はより少ないだろう。第二に、知識と規模に対する競争において、企業家的企業は早期で決定的なリードを獲得するだろう。第三に、企業家は競争を制御し、利潤機会を創造するような規則を作成する機会を獲得する。

一方では、企業家精神の三つの潜在的危険が存在する。

第一に、新しい種類の活動は、合法性を欠如し利潤を稼得する前に多くの障害に直面する。第二に、学習過程は、非制御的で非予報的である。第三に、その産業の規則を交渉することのなかで、その過程に含まれる他の組織によって、策略で裏をかかれるという機会が常に存在する。

「個体群生態系の展望に従えば、成功的な企業家精神は機会を認識する能力と関連する。この展望への重要な質問は、如何にしてある個人又は組織が、他者よりも一層早く機会を認識できる

のかということである。進化論の展望においては、危険を冒す（risk taking）ことが企業家精神の本質である。一つの新しい産業の中で成功的であることは、他の誰よりも、一層早く適切な能力を開発することを要求する。成功の保証はないが高い潜在的利得が存在する。この展望への重要な質問は、如何にしてその企業が他の企業よりも、一層早く学習できるかという事である。新制度論的展望においては、企業家は、他の者が追隨する新しい足跡の道標をつけながら、開拓者として見られる。しかし、この展望においては、より高い利潤は合法性が設立された後になってのみ可能である。この展望への重要な質問は、もし利潤がないとすれば、何が企業家精神を動機づけるのかということである。産業コミュニティ展望は、公的並びに私的部門における多数の異なった行為者からなる、一つの組織間分野に対して出現する、産業インフラストラクチャーの中での交渉の拡張されたゲームとして、企業家精神を見るのである。企業家的活動が、その産業を定義するような規則と資源を創造する。ここでの重要な質問は、産業創出の過程の中で、企業家的レント（entrepreneurial rents）に向って先行する一つの企業家的企業は、このインフラストラクチャーの中でどのような役割を演じるべきなのかということである。」³⁰⁾

レントの存在は効率性確保に役立つことが出来る。しかしまた、レントの存在は、レント再配分を目指して資源を費やすインセンティブにもなり得る。典型的な場合には、このような資源使用は、便益を殆ど伴わない浪費となる。

政府や地方自治体による諸政策が、時には企業にとってレントあるいは準レント発生の可能性を創りだす。企業は、このレントを自ら獲得しようと意図するであろう。そのためには、合法的な政治活動や規制決定過程への関与や、又贈賄行為等もあり得る。時間と労力と資源が、社会的利益増進ではなく単なる利益の移転目的にのみ費やされる。これが重大な公共政策問題を引き起こす。

「レントあるいは準レントの移転以外に社会的な機能を持たないような活動はレント・シーキングと呼ばれ、それが公共セクターにおいて生じるとき、直接的に非生産的な利潤シーキングと呼ばれてきた。そして、浪費された資源と歪曲された決定とにともなう費用をインフルエンス・コストと呼ぶ。」³¹⁾

「レント（rent）とは、収益のうちで、企業を特定の産業に参入させるために必要な最低限の収益を超過して発生している差額部分である。」³²⁾ レントは、通常、自然発生であれ意図的操作の結果であれ、希少性ゆえに発生するのである。

「準レント（quasi-rent）は、生産者を産業から退出させないようにするために必要な最小限の額を上回る所得の超過部分である。レントが職あるいは産業に新規参入する意思決定に即して

30) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, *ibid.*, pp.82-83.

31) ポール・ミルグロム、ジョン・ロバーツ著、奥野正寛、伊藤秀史、今井晴雄、西村理、八木甫訳「組織の経済学」NTT出版、1997年、299ページ。

32) ポール・ミルグロム、ジョン・ロバーツ著、同上書、298ページ。

33) ポール・ミルグロム、ジョン・ロバーツ著、同上書、298ページ。

定義されたのに対して、準レントは退出意思決定に即して定義される。』³³⁾

古典的経済理論では、研究者は企業、労働組合、業界団体、その他の民間組織内部で発生するインフルエンシ・コストにあまり注意を払ってこなかった。しかし組織内部でのインフルエンシ活動は、本質的にはレントや準レントをめぐる政治的競争であるということも出来るだろう。インフルエンシ活動の最適化、インフルエンシ・コスト効果のバランスを持った意思決定過程の仮説を検証しながら、組織デザインの研究が行われているのである。

日本企業における頻繁な配置転換、終身雇用、限られた外部雇用機会、狭い範囲内での給与格差、相対的に同質的な経歴等の特徴や属性が、全体として一つの組織特性を構成する。参加型意思決定システム、給与制度、昇進基準、終身雇用政策は相互に補完的である。このようなシステムの構築は、一つの重要なデザイン決定なのである。1973年の石油価格高騰によって日本でのアルミ生産は採算割れに陥り、三菱化成、住友化学、昭和電工各社は、アルミ生産部門の撤廃や縮小等の措置をとろうとした。ここでの問題は、影響を受ける部門が、自身の存続のために資源の投入を求めたり、撤退ペースを緩やかにしようとする行動を起こす点にある。そのような事態は、日本型システムにとって危険なものといえる。「解決策はアルミ部門のスピンオフすなわち、親会社から分離した新しい会社を創設して、親会社の資源利用には注文をつけられなくすることであった。この方法により、インフルエンシの機会とそれにとまなうコストが大幅に削減された。』³⁴⁾のである。

商取引を統治するための法制度が整備されていない時期から、商人社会には一連の規則と私設裁判所を導入していた。これらの規則は時代とともに改変され、近代経済法にまで発展してきている。「法の体系はインフルエンシ・コスト活動の機会を多数提供することになるが、ある種の法制度にはインフルエンシ・コスト削減を念頭においてデザインされたと思われるものもある。一定の破産ルールや企業取締役の責任に関するルールはその例である。』³⁵⁾

ここで産業出現の四つの組織論的モデルに相当する、四つの企業家的思考 (entrepreneurial mindsets) を提示できる。即ち、機会主義者、危険負担者、開拓者、交渉者の思考である。それらは全く相異なるが、しかし同時に、全て企業家的である。この枠組は、異なった特定状況の中で、企業家が如何にして成功するのかをより良く示すことが出来るであろう。ただし、「成功的な企業家精神は、孤立した中での孤独の個人的活動の結果ではない。すなわち、企業家はより大きな集団のメンバーである。』³⁶⁾

結びにかえて

グローバル経済のもとで停滞する地域経済、地域経済の地盤沈下が、日本の幾多の地域で指摘

34) ポール・ミルグロム、ジョン・ロバーツ著、同上書、305ページ。

35) ポール・ミルグロム、ジョン・ロバーツ著、同上書、313ページ。

36) Scott Johnson, Andrew H. Van de Ven, op. cit., p.83.

されている。この事から我々が学んできているものは、一体何なのであろうか。

経済のグローバル化が進展し、激動する社会・経済環境の中で、地域の社会経済を活性化する原動力は企業家精神である。地域と企業家精神という視点によれば、イノベーション・システムの方向性は、地域全体として求められる産業の活性化である。この為の政策的課題として二つあげることが出来る。

一つは、地域に開かれたインキュベーション・システム、インキュベーション施設、ネットワークの形成と発展が政策的課題である。日本では平成11年（1999年）2月、新事業創出支援法が施行され、都道府県、政令指定都市に新事業創出のための総合支援体制（地域プラットフォーム）が整備されてきている。新事業創出拠点としての公的インキュベーション施設の数は今後更に増加するであろう。日本新事業支援機関協議会（JANBO）によると、平成14年11月時点で全国のインキュベーション施設は265ヶ所、そのうち公的施設が230（86.8%）、民間施設が35（13.2%）である³⁷⁾。

また一方同時に、地域資源を再活用し、今流に活かせる企業家精神と企業家の協働、パートナーシップを発展させ、それを促進させるための土壌の創造、及びグローバルなビジネスの仕組みの構想と設定が必要である。地域経済の発展を考える際、最終目標とする顧客を日本国内に限らず、中国をはじめ広く海外の国々にも、グローバルな展開の中で求めていくことが必要である。地域から世界へ、世界から地域へヒト、モノ、カネ、サービスが向う流れを促進することが重要である。しかし、ヒトや企業が集中し市場規模が大きくなった都市では、ビジネスチャンスにも恵まれるが、そこには、市場原理が働いているから、企業家と企業家精神は、競争に打ち勝つ強い意思と行動力を有することが、生き残れるための条件である。工業集積や商業集積にみられるクラスターの変革とその新たな動きや、産学連携や地域金融機関と大学・企業との連携などで、新たな地域連携やパートナーシップの創出を見ることが出来る。例えば「近畿産業クラスター計画」のもとでは、「創薬バイオクラスター」「ものづくりクラスター」「ハイテククラスター」が設定され、新産業の創出・地域経済の活性化に役立つものと期待されている³⁸⁾。

ニュー・エコノミイの成果（New-Economy Outcomes）は、むしろオールド・エコノミイの投入（Old-Economy Inputs）から生起するのである。新しい価値は、既存の価値の多様な変化と進化から産出されるのである。国と地域経済の発展への思考には、四つの時代があって、最新の第4期（1990年代—2000年代）では、発展の原動力はまさに企業家精神が根本的要因であるとされているのである³⁹⁾。地域の中で、新しい企業や事業、その原動力となる企業家精神を生み

(37) 大阪府編「大阪経済・労働白書—企業家精神と地域産業イノベーション—」大阪能率協会、平成16年、38ページ。

(38) 大阪府編、同上書、1-2ページ。

(39) Erik R.Pages,Doris Freedman,and Patrick Von Bargaen, "Entrepreneurship as a State and Local Economic Development Strategy," p.242, in David M.Hart,Eds., The Emergence of Entrepreneurship Policy,New York: Cambridge University Press 2003.

育てる仕組みを形成し、変化、進化、発展の中で協働を促進させる土壌を造ることが必要である。企業家精神の発展の為に多くの取組の基本的な目的は、企業家的風土・生態系（entrepreneurial climate or eco-system）を創造することである⁴⁰⁾。

(40) Erik R. Pages, Doris Freedman, and Patrick Von Bargen, *ibid.*, p.250.