

# 現代経済学における価値論について

——固有価値論に関連して——

高 木 彰

## はじめに

現代の経済学には、それに相応しい価値論が必要である。現代経済を特徴付けることは、多様性と複雑性にあるが、その特徴そのものを創出しているのは、単に現象面における変化に依るものではなく、経済社会の根底におけるシステムの編成原理が大きく変容していることによるのである。経済学は、この新たな編成原理を如何に捉えることができるのかが問われているのである。現代社会において必要とされているのは、従来からの価値観を転換し、新たな価値観を定立することである。現代経済学が現代社会を捉えることのできる理論であるための重要な論点は、新しい価値論を如何に構築するのかということにある。そのような新しい価値論は、如何なる内容のものであり、従来の価値論とどのような関係にあるのか、それが問われねばならないのである。

経済社会の発展のあり方は、連続と不連続、継続と断絶とにおいて特徴付けられるのであるが、現代の経済社会を捉える価値論についても、従来の価値論との連続性と不連続性ととの二面において捉えられねばならないのである。即ち、新たな価値論といえども労働価値論を基盤として、その上で如何に展開されるのかが問題であるということである。<sup>1)</sup>

現代経済学の価値論を、従来の価値論を基礎にして展開しようとする試みの一つに、池上惇氏の固有価値論がある。それは19世紀後半におけるカーライル、ラスキン、モリス等の「経済学を人間の能力と志向に関する学問」として捉える流れを現代的視角において蘇らせようとするものである。固有価値論は、労働価値論においては捨棄されていた使用価値の契機を積極的に導入しようとするものである。しかし、それは単に使用価値を一般的に導入するということに留まるものではなく、経済理論における経済主体の意識性、主観的判断を重要視するものである。価値論における使用価値の導入とは、第一に財の生産に際して労働力の質的契機を問題にすることであり、第二に財の使用価値についての評価、享受能力を問題にしようとするものである。財が固有に持つ性質についての生産の方法とその固有性に対する評価の能力の重要性を強調するものである。それ故、そこでは固有性をもつ財の生産についての契機として、物質・エネルギー以外にノウハウをその運動の方向性を与えるものとして捉え、財の消費の在り方と消費者の欲求の在り方を問題にするのである。財が固有に持つ価値の創造ばかりでなく、その実現、即ち、財の消費のあり方についてまでも価値論、経済理論の課題として設定しようとするものである。それは、結論的に言えば、文化（特に企業文化）、学習を経済学の価値論の契機として措定するということである。

ある。

本稿では、現代経済学の価値論を展開するための手掛かりとして、そのような固有価値論の特徴とそれが従来の労働価値論と理論的に如何なる関連にあるのかについて若干の検討を試みるものである。その際の一つの論点は、学習や企業文化、更には労働価値論と固有価値論の関連性について、サイバネティクス原理を基軸として捉えることができるということである。サイバネティクス原理とは、N. ウィーナーによって「情報のフィードバックによる制御と調整」として規定されたものである。しかし、ウィーナーの場合、フィードバック制御は、負のものとして、定常状態の維持に関わるものとしてのみ想定されていたのであり、本稿におけるファースト・サイバネティクスのみである。我々は正のフィードバック制御、更にはフィードフォワード制御を含めてセカンド・サイバネティクスとして規定し、それらをサイバネティクス原理と名付けているのである。文化、学習、更には価値論がサイバネティクス原理において解明されることは、現代経済学がサイバネティクス原理を基軸とすることによって、諸科学の成果を経済学研究の対象として設定することを可能にするものといえよう。

## （I）価値論と現代経済学

脳科学者のロジャー・スペリーは、科学と価値観の優先性の関連は如何に捉えられるべきかについて問題にしているのであるが、その中で、価値観とは、「人間の決意を形作り、ひいては人間の運命を支配する」ことによって、「世界の必要条件を型取り、歴史の流れを決定する」ものことであるとしている。人間は価値観についてのハンドルを意識的に操作することによって「未来への可能性」（〔5〕5～8頁）を無限に切り開くことができるのであり、人間の脳に影響し、行動を制御する力は、無数の複合体において構成されているが、その中で「価値観の因子」が、「あらゆる人間の決断と行為の普遍的な決定因子」としての位置にあるということである。その意味において「価値観の因子」が直接的に作用するのは、システムを構成する個々の主体に対してである。ミクロにおける個々の主体における価値判断、意志決定が、マクロのシステムの一定の傾向性として現出してくるメカニズムを解明することは極めて重要な課題であるといえよう。しかし、他方では「価値観の因子」は、マクロの運動方向を規定するという機能をも果たするのである。現代経済学において、この「価値観の因子」は、極めて重要な機能を演じるものとして想定されねばならないのである。それは例えば、生態系と経済システムとの連鎖に調節的影響を与えるものとして機能するのであるが、そのことは地球環境問題へのアプローチに際して、「価値観の因子」は、戦略上の中核的位置を占めるものであるということである。

次いで、スペリーは、その価値観のハンドル操作には、性格を異にする二様ものがあるとする。第一は「価値の優先順位」（〔5〕15頁）ということである。個人や社会が何に価値を見出すのかということが、経済社会の在り方、個人や集団の意志行為を決定しているのである。第二は「価値観の多元性」ということである。如何なる社会においても、その社会の発展が持続性をもつことは決定的に重要であるが、社会発展の持続性を可能にしているのは、その経済社会を構成する経済主体の活動が基本的に自由意思に基づくことによるのである。その自由意思とは、価値観の

問題として見れば、価値観の多様性、「多元的価値観」の存在が可能であるということである。多種多様な価値観の存在を許容する社会のみが、発展についての持続性の可能性をもちうるのである。そこでの発展とは、機械論的世界観の下で支配的であった量的拡大と同一のものと見做される成長概念とは基本的に区別されるものであり、質とか、意味とか、個性とかを問題にするものであり、社会進化に関わる概念である。

「価値の優先順位」の問題を現代社会が抱える基本的課題である地球環境問題との関連において見れば、社会的に支配的な価値観についての転換が想定されねばならないということである。地球環境問題に対応するために緊急に必要とされていることは、一方ではエネルギー消費を抑制するようなライフスタイルを確立し、他方では「自然との共生の論理」を経済活動や生活の中で具体化することである。それは、一言で言えば環境負荷の小さい経済社会システムを構築することである。エネルギー消費を抑制し、リサイクルを徹底する資源循環型社会の経済システムの確立が急がれているのである。資源循環型社会の構想を推進するためには、近代文明が立脚してきた原理であったニュートン力学の世界の克服が不可欠である。機械論的世界観こそが近代文明を成立させたものであるが、それが今や地球上の全ての生命を危うくするという結果をもたらしているのである。そこでは意識の転換、世界観の変革が必要とされているのであり、生命の原理に立脚する新しい価値観が定立されねばならないのである。

価値観の転換とはいえ、日々の個々人の生活行動を変えることから始まるものである。日々の細やかな生活行動のパターンがわずかでも変化することによって、マクロの生活様式が大きく変わり、それが更に生産の在り方、資本の運動様式にまでその変革が波及するに至るのである。環境問題の根本的解決は、基本的にはミクロの生活行動における個々の消費者の価値観の転換に支えられることによるのであり、マクロの生活様式の変革を伴うことによるのみ環境問題についての展望が拓けるものといえよう。そこでの重要な問題は、第一に個々の生活行動における価値観の転換が如何なるメカニズムにおいてマクロの生活様式の変革を結果するのかということである。第二に、生活様式が生活行動のあり方を規定していることについてである。

産業革命以来、資本制経済は、経済成長と技術革新を至上命題として位置付け、利潤の無制限的追求という「資本の論理」の貫徹を目指してきたのである。その結果が生態系の破壊という環境問題を惹起したのである。今、そのような利潤中心の一元的な考え方が問い直されねばならないのである。例えば、ガソリンエンジンと電気モーターを組み合わせたハイブリット車は、走行性能を落さずに燃料消費効率を向上させることができる<sup>2)</sup>とされている。そのようなCO<sub>2</sub>の排出を抑制する車に対して、社会的に高い評価を与え、生態系のあり方に対して価値の優先性を認めるということである。エネルギー消費を抑制し、CO<sub>2</sub>の排出を抑制し、リサイクルを徹底させるための創意工夫に対して社会的に高く評価するという気風が育つことである。評価の基準要因の中にCO<sub>2</sub>排出抑制を取り入れるということである。その意味において、価値についての優先性を考慮するという事は、多くの人々が支持<sup>2)</sup>を与え、社会的雰囲気<sup>2)</sup>を形成するものが何かを明確にするということ<sup>2)</sup>は極めて重要なのである。

「価値観の多元性」とは、同一の時代、同一の地域においても様々な価値観が存在し、その中から如何なる価値の選択が行われるかは、個人によって、或は社会を構成する階層、集団によって相違することを言うのである。多元的価値観が形成されるためには、システムを構成する個々

の主体において価値判断と価値選択についての自由意志が存在することが基本的な条件である。価値選択についての自由意志が遵守されることによって、システムの構成主体が「積極的・自発的」〔11〕291頁〕に活動することが保証されるのであり、そこから社会進化の不可欠な条件である創造性が生まれるのである。創造性は、生命にとって汲み尽せぬ水であるが、それと同様に経済社会にとってもその存続と発展を左右する「生命の水」として機能するのである。経済社会の発展が持続性をもつことができるのは、その創造性を創出し続けることによるのである。経済主体の自由への欲求が、社会の根底において支えられていることによって、初めて創造性の創出が可能となるのである。

かくて、現代社会における価値論とは、第一に社会進化の基本的条件でもある「価値観の多元性」と、第二に生命の存続そのものを危うくする地球環境問題に対処するという「価値の優先順位」という二つの課題を持つものであるといえよう。問題は、この両者は如何なる関係にあるのかということである。社会の持続可能な発展に際して、一方で価値観の多様性の原則を堅持することと、他方で価値に優先順位をつけるということ、如何に両立させるのかということが問われているのである。二つの課題が統一的に遂行されねばならないのであり、そのためには、生態系の維持というより視野の広い観点において新たに価値論を構築することが求められているのである。しかもそのような価値論は、従来の労働価値論の全面的否定によって成立するものではなく、労働価値論をその一部分として構成するものでなければならないのである。価値観の多様性は、個々の自由意思を基礎として成立するものであるが、その多様性に秩序を与えるものが、協調性であり、社会的調和の概念である。社会的調和とは、人々の自由意志の上に成り立ち、より一層の自由な活動を確保する秩序のことである。個々の経済主体が多様な自由を持つとはいえ、その自由の内の一定部分を経済主体相互が協力し合って、ネットワークを形成することによって、拘束することによって、他の多くの自由を解放するというものである。その点において、一定の価値に対して優先性を認めることによって、更なる多様な価値を確保することが可能になるのであり、価値の優先性は、多様な価値観に対して、秩序を与えるものとして機能するというのである。更に価値論に課せられた二重の課題を遂行することができるのは、市場においてであるということである。従来の市場の理解においては忘れ去られていた市場の果たすべき機能についての検討が必要なのである。

ところで、機械論的世界観に立脚する人間中心主義の一元的価値支配の貫徹こそが、生命の存続を脅かし、環境問題を惹起してきたのである。その世界観は、自然界の中で我々の目に見えるものだけを見て、自然を制御しようとしたのである。今、必要とされているのは、我々の目には見えない自然の秩序の存在を認識することのできる考え方、世界観である。それは例えば、「生態学的世界観・生命観に、そして世界を生きている生命の生成と捉え、人間だけでなく、その他の全ての生物と人間とが平等な条件で生きていけるという認識」であり、「原子や粒子は絶え間なくそれ自体を離脱しつつ生成しているという生成の世界観・有機体的な世界観」〔8〕51～2頁〕とされるものである。機械論的世界観から有機体論的世界観への転換ということである。

マルクスの労働価値論と雖も、機械論的世界観の影響を免れていないのであり、マルクスの意図したことも一元的価値観による経済学の体系を構築するということであったのである。いわゆる俗流経済学とされるものも、本質的には機械原理による一元的価値観に依拠するものであった

のである。機械原理という同じ土俵の上での批判の経済学こそが『資本論』であったのである。その批判から必然的に帰結されることは、資本制経済そのものが否定されねばならないということであり、それを成り立たせている私的所有の廃止ということである。しかし、「ソ連・東欧型社会主義」の崩壊という現実を踏まえて、現代の時点において見るならば、私的所有の廃止により、現代文明の抱える問題と困難は、決して解決されうるものではないことが明らかにされたのである。そこに社会進化の議論において、社会主義を主張するというそのことによって社会進化の展望の議論を免責されてきたマルクス経済学が、社会主義とは相違する社会の進化と発展を如何に展望することができるのかというより大きな問題を抱えることになるのである。現代社会においてマルクス経済学は、自らを如何に変革するのかということである。しかも、その求められている新たな経済学とは、労働価値論に立脚しながら『資本論』体系を再構成したり、それに現代的諸問題を追加することによって構築されるというものではない。そこでは経済学のパラダイム転換とは如何なる内容のものとして捉えられねばならないのかが問われているのである。

## （Ⅱ） 固有価値論の理論的構造

### （A） 固有価値の概念

池上氏は、現代の経済学は、「人間の生存欲求」が一定程度充足された段階の経済学であり、人間の「発達欲求を取り上げ」、「人間の自立した適切な判断力量の発達の可能性を評価」することができるものでなければならないとされる。それは①「人間の個性や地域の固有性などの個人的要素」を理論化すること、②「情報通信ネットワーク」が「人間ネットワーク」の担い手として有効に機能しうるための条件を解明すること、この二つの課題を対象として展開されるものである。その意味では、現代経済学は、「個性とネットワークの経済学」（〔1〕23～4頁）ということでもある。そのような現代経済学の基礎をなす価値論が固有価値論である。それは、一方では価値量を生理的エネルギーの支出として捉える労働価値論の限界を乗り越え、他方では消費者の欲求を一面的にのみ捉える効用価値論を超えて、「消費者の欲求の変化と発展を視野に入れた」ものである。然るに、そのことは従来の労働価値論の基本的枠組の変更を不可避免的に伴うということでもある。特にそこでの重要な課題は、経済主体の主観的判断、意識性が重要な意義を持ち、学習の契機が如何に価値論において論定されうるのかということである。それ故に、労働価値論や効用価値論に代えて固有価値論を主張することは、経済学における「一種のパラダイム転換」（〔1〕69頁）を惹起するものであり、「経済学の変革」、現代経済学の新たな構築を促す基本的契機として位置付けられるものである。転換されたパラダイムを基礎として新たに構築されるべき経済学とは、近代科学によって確立された自然観、機械論的世界観の転換を前提とするものである。経済学におけるパラダイムの転換とは、経済活動に対する価値観の転換を意味するものであるが、それは同時に、経済学の対象である経済活動についての境界領域の変容を惹起するものであり、その点において経済学の枠組の変容のみならず、経済学そのものの存立の意義を問うことにも関わるのである。

固有価値の議論とは、「財の性質または特性」を問題にすることである。財やサービスの評

価に際して、「素材の固有性を活かした機能性と芸術性」が如何に認識されるかが問われるのである。財について、機能性を所与としてその財の生産に支出された人間的エネルギーの大きさによって価値量を規定するのではなく、機能性の他に芸術性をも含めて、総合的に財を評価するということである。

財が固有価値を持つ場合のその「固有」性とは、「①素材の固有性、②機能性の高い製品を生産するために、生産者の科学的知識や技術力の独創性が、生産者の人間としての個性や固有性を表しているということ、③芸術性の高い製品を生産するために、生産者の芸術的才能の独創性が、生産者の人間としての個性や固有性を表しているということ」（〔1〕59頁）の三者を含意するものである。素材が「本物を創りだす潜在能力」をもつ時、その素材には、固有価値があるというのである。それは個性的生産者の独創性を媒介として消費者の「生活の質を高めたいという欲求」に応えることができるということである。固有価値をもつ財においては、生産者の創造的、個性的生産能力、「ノーハウ」が活かされているのである。財について固有価値を問題にすることは、従来のように財の一元化された機能のみを捉えるのではなく、その機能の上に「意味の価値」を問題にすることであり、財そのものの文化性を問い直すことである。それ故に、固有価値とは、「疎外からの回復の担う効用或は使用価値」のことであり、消費者がそのような固有価値を評価し、享受する過程は、「生き甲斐を実現する機会」（〔1〕73頁）<sup>3)</sup>なのである。

池上氏は、固有価値が生成可能であるためには、四つの条件が必要であるとされる。第一は、消費者の「本物」志向、「生活の質を高めたいという欲求」が存在することである。それは現代では主に「消費者の人間ネットワーク」を基礎として形成されているということである。第二は、素材が固有価値を実現できる潜在能力をもつこと（素材の固有性）である。第三は、素材のもつ潜在能力を活かして、「本物」を生産しうる生産者の生産能力が存在することである。それは「素材の固有性を活かしうるノーハウの固有性」（〔1〕60頁）ということである。第四は、固有価値を評価することのできる特有の社会的評価システムが存在することである。池上氏は、そのような評価システムは、消費者、生産者、コーディネイターの間に密接な相互の連関性が形成されることによって可能であるとされる。経済主体が、個々的に分散し、独立的に存在している経済社会ではなく、情報ネットワークによって経済主体の相互の間に一定の関係が形成されているということである。

ここで、第一は、消費に関わる問題であり、第二と第三は、固有価値の生産に関わることであり、第四は、流通の問題である。固有価値の成立する社会においては、消費者、コーディネイター、生産者という夫々の経済主体は、「蓄積された知的な資産と、相互の交流から得られた新しい情報を照合し、新たな判断を下しうる人々」のことであり、人格的な自立を基礎に情報の交流を媒介として相互に影響を与え合う「学習人」のことであり、「学習人」は、文明の成果を個人的に継承する人々を高く評価し、それを社会生活の中に位置付けようとする人々であり、「損得勘定だけを動機として行動する経済人」でもなければ、「人間的エネルギーの支出を基礎として評価しうる人々」でもないのである。経済主体が「学習人」であるためには、「社会の生活の物的な条件の改善」や、「自分の選択を他人の選択と比較して公正に評価しうる自己評価の目」、従って、一定の評価能力を有することが前提とされるのである。この点において固有価値論のキーワードは、学習であるといえよう。経済学において、特に価値論において学習の契機を内在化さ

せることが如何に可能であるかが問われているのである。

かくて、固有価値論は、商品の使用価値の意味を問い直し、経済主体の学習の意義を明らかにし、生産者における固有価値の生産能力、消費者における固有価値の享受能力、更にはコーディネイターにおける固有価値の評価能力を価値論の領域に導入しようとするものである。それは従来の一元的な価値観に支配された労働価値論を、複雑性と多様な価値観を持つ価値論として再構成しようとするものである。それは従来<sup>4)</sup>の労働価値論に使用価値の契機を導入することによって可能になるというものではない。人間の欲求という質的に多様なもの、或は社会の発展段階においてその性格を全く異にするものを固有価値として捉えるためには、「固有の性質の科学的な解明」が必要であり、「人間が科学的な知識をもち、物の利用に当たってそれを活かす」ことが要請されるのであるが、そのことが理論的に捉えられるという前提の下でのみ、固有価値論は成立するということである。財の固有性の契機を経済理論の考察対象として導入するということは、経済主体の意識性、主観的判断を重要な契機として位置づけることを意味しているのである。それは単に労働価値論を再構成することに留まるものではなく、経済学の考察対象の範囲が拡張されるという問題に関わるのである。従来のように経済学の対象を貨幣関係、更には資本・賃労働関係に限定されたものとして、その対象範囲を狭く限定してしまうのではなく、非貨幣的關係をも包含するものとして経済学の分析視野に入れる必要があるのである。経済学がその対象を貨幣関係によって一元化されえない複雑・多岐なものとして設定する時、そこでは如何なる方法が有効であるかは議論が必要である。

## （B）生産要素としての「ノーハウ」

池上氏の所説において特徴的な論点の一つは、生産に際して投下される労働が、単なるエネルギー支出としてではなく、エネルギー支出に一定の方向性を与えるものとして機能するとされていることである。そのエネルギー支出に方向性を与えるものが、ノーハウである。固有価値が生産されるに際しては、エネルギーの単なる支出ではなく、エネルギー制御のあり方が問題なのであるが、そのエネルギー制御の方向を定めるものは、「固有性をもつ独創的な労働」なのである。固有価値を生産する個性的、独創的労働を特徴づけているものは、一定のノーハウを持っているということである。構想された設計図に従って優れた「機能性」と、優れたデザイン等の「芸術性」をもつ製品を仕上げるに際しては、ノーハウが極めて重要な役割を果たすということである。ノーハウには、「過去から継承され、現在の新しい内容が追加された科学的な知識、技術力、技能、熟練、デザイン感覚等独自の創造的アイディア」等が含まれるものとされる。ノーハウは、「個性的でかつ普遍的な性質をもった固有価値をもつ情報」であり、「人類の知的な資産」であることにおいて、「生産活動の基本的な要素」であるとされるのである。ノーハウとは「固有価値をもつ情報」のことであるが、社会の大多数の生産者と消費者にとって物質的な富を生産し、生命活動を充実させる「掛け替えの無い」、「代替性のない」情報なのである。ノーハウの内容を充実させることを通して、固有価値の生産が可能になるのであるが、その充実とは、「過去の科学や技術、芸術や美術・デザインの蓄積＝ストックを継承し、学習や労働の過程で新たな知識を付け加え、活用方法を創造」（〔1〕63頁）することである。固有価値を体化している商品を生産することのできるノーハウとは、「よい素材を見出す生産者の力量」、「よい素材を活かして消費者

のニーズに応える商品を生産する力量」, 「見事な設計に基づいて優れた製品に仕上げる力量」 ([1] 55~6頁) 等のことである。

ここでは固有価値を生産することのできる労働力が、人間の筋力エネルギーの支出とノーハウとの統一において捉えられているのである。従来、労働は、ブレイヴァマンに見られるように「構想と実行」との統一において捉えられてきた。それに対して、池上氏は、両者の統一の上に、更に伝統と創造性を付加されたものとして労働を捉えようとされるのである。即ち、ノーハウは、設計と制御（意識的制御）の両面をも含むものであるということである。ノーハウは、分業に従事する職業人や教師の活動を媒介として伝達され豊富化され、学習されるのである。

池上氏は、ノーハウを商品価値の評価基準に導入することを主張されているのである。固有価値を持つ商品は市場において、その「固有性」の故に一定の評価を受けるのであるが、その市場において評価を受ける労働とは、社会的労働としてではなく、個別的、個性的労働そのものとしてである。ノーハウという労働の個性的側面は個性的、個人的のみ評価されるものである。その個人的、主観的評価が如何に社会的評価として生成するかが固有価値論においては問われるのである。個々の労働が個性を捨象されて社会的に平均的に必要とされた社会的労働量として評価されることに対して、労働の個性的側面が、社会的に如何に評価されるのかということである。それは個々の労働を社会的に普遍性の側面において、一個同一の人間の労働力としてのみ捉えるのではなく、如何にその普遍性を基礎として個性的、個別的なものとして捉えるのかという問題である。然るに、労働を社会的に共通性の側面と個別性の側面との両面において捉えることは、経済主体の在り方、経済学において前提とされている人間像そのものを変革するということである。「生きている」人間を考察の出発点に据えることである。「生きている」人間の活動の基本的特性は共通性と個別性にあるのである。

情報段階における生産の要素は、物質、エネルギーのみではなく、情報もその重要な要素として導入されねばならないのであるが、その際、池上氏は、単なる情報ではなく、その特定化されたものとしてのノーハウであるとされるのである。しかし、生産の他の要素が物質、エネルギーとして普遍的に規定された場合、そこでの第三の要素も、ノーハウの普遍化された情報として規定される必要があるといえよう。

このノーハウを生産の要素として規定することは、K. ボールディングに見られるものである。ボールディングは、「進化論の立場から経済学を見れば、土地、労働、資本という三つの伝統的な〔生産要素〕は、生産という観点から見て極めて不満足な分類」であるとして、生産過程とは、本来、「何らかの技術情報構造に従って、素材の選択、転移、生産物の変形に向けてエネルギーを使用すること」であるとすれば、「生産要素はノーハウ（遺伝情報構造）、エネルギー、物質だと見る方が遥かに正確」([6] 27頁) であるとする。労働をその三者の構成において捉えれば、「部分的にはその労働者の神経システムに内包されているノーハウであり、又ある部分では、食物を燃焼させて初めて得られる人間の筋力のエネルギーであり、又別の部分では、労働者が造っている物質である」(同前) ということである。

ボールディングにおいて、ノーハウは「テクノロジー」の代用概念とされているのである。従来の「土地・労働・資本」の概念は、「分配の要素」としての意味をもつものである。しかし、長期的な経済発展過程下の社会の実質生産の成長を説明するためには、「テクノロジー」という

漠然とした概念が必要となり、この「テクノロジー」の代用概念が「ノーハウ」であるということである。更に、ポールディングは、生産物がノーハウに従って造られるものだとすれば、物質とエネルギーは、「ノーハウの生産物への変形を妨げる制約要因」（〔6〕28頁）として規定されるとしている。

### （C）固有価値と学習

固有価値論における重要な論点は、固有価値を如何に生産するかと並んで、創出された固有価値の「固有性」が如何に評価され、享受されうるのかを問題にすることである。固有価値が単に購買され、消費者の手に渡ることによって商品の運動が終わるのではなく、それが如何に消費されるかに至るまで考察範囲を拡大するということである。そのことは消費者において商品の「固有性」についての享受能力の存在を問うことでもある。固有価値に対する享受能力とは、固有性を持つ商品进行评估する能力があることであり、それは「一種の学習能力」のことである。蓄積された知識や記憶のストックを前提とし、「新しい判断を行う力量」が形成されるのである。消費者が商品の背後に存在している「生産者の熟練、技巧、判断力」等のノーハウを、如何に捉え、評価し、享受するのかということである。商品世界の背後に存在する創造的生産という生きられた人間世界の現実が、その生産物の消費を通して如何に捉えられるのかが問題なのである。固有価値に対する評価能力は、生産者と消費者を媒介するコーディネイターにも必要とされるものである。固有価値の存在を見出し、それを消費者と結び付けるためには、その固有価値についての十分な評価能力の存在していることが不可欠である。

市場が、商品にとって命懸けの飛躍の「場」であったのは、商品の固有価値が問題にされない限りにおいてのことである。大量に、画一的に生産された商品が如何に販売されるかが問われる限りで、市場は、商品の命懸けの飛躍の「場」であったのである。然るに、消費者の欲求が一定程度において満たされ、商品の固有価値が重要視される社会の発展段階においては、市場は、命懸けの飛躍の側面を残しつつも、より重要なことはその商品についての正当な評価者、理解者を如何に見出すことができるのかということである。

更に、消費者からすれば、生活の質を高め、人間を人間として生成せしめる固有価値を購入する「場」が市場である。固有価値論においては、市場は商品の単なる売買過程ではなく、生産者と消費者の生きられた現実の糸を一つの織物に織りあげる過程でもある。芸術文化を受容しうる力量が、人間生命の充実に際して決定的に重要な役割を果たすのであるが、そのような評価能力、享受能力は学習において形成されるのである。固有価値論においては、学習は決定的な契機として位置付けられるのである。

学習については、二様の考え方がある。第一は、K. ローレンツのものである。ローレンツは、「生命は学習である」とした。生命とは、一方では「エネルギー獲得のプロセス」であり、他方では種属維持に役立つ「情報（認識）獲得のプロセス」であるが、このエネルギー獲得と情報獲得は、「正のフィードバックの関係にある」ということである。一切の生きているものは、「互いに正の遡及効果（フィードバック）をもつエネルギー及び情報獲得の二重回路」（〔21〕58頁）において特徴付けられるのである。ローレンツは、この「正のフィードバック機構」においては、本来的に「生き延びと認識」の二つが内包されているとする。生命の本質の内には全てが「決定さ

れていない」ということ、「事実を疑う能力」（[16] 76頁）が既に潜んでいるということである。そのことが生物が不確定な環境においてその存在を持続させるためには、学習を不可欠にしているということである。ローレンツが強調するのは、人間を初めとする生命体において生得的なもの、「習得する能力」（[16] 59頁）であり、「学習素質」（[21] 331頁）であるということである。

第二は、N. ウィーナーのものである。ウィーナーは、学習とは、インプットをアウトプットに変換する方法、「制御ルールにおける変化」のことであるとする。「学習する」とは、「過去の環境によって今までとは異なる存在に変化することができ、従ってその一生の間に環境に適応できる」（[20] 203頁）ということである。フィードバックが「二段構え」として、二重的に行われることが学習とされているのである。学習では、普通の制御を行っている決定システムの他にその決定ルールそのものの修正を行う、もう一段上位の調整システムが機能するのであり、システムが経験（観察と解析の結合）を通して、システム自体の構造やパラメーター、機能を変化させるということである。それ故、そこでは人間労働の制御機能の特徴が、「二段構え」のフィードバックが存在することに求められるのである。ウィーナーは、学習を先行経験に関する情報を蓄積し、これを活用することにおいて捉えているのであり、環境に対する適応に力点が置かれることにおいて、基本的には「負のフィードバック」として捉えているのである。というよりも、ウィーナーは、フィードバック制御を負と正の二面におけるものとして捉えてはいなかったということである。ウィーナーにおいては、ローレンツとは逆に、学習の環境に対する適応性、受動的側面が一面的に強調され、創造的側面が軽視されることになっているのである。

次いで、ウィーナーは、学習には、「種属的又は系統発生的な学習」と「個体の個体発生的な学習」（[20] 203頁）があるとする。これら種属的、個体的学習は、共に動物が自分自身を環境に適応していく手段であるが、生物体の種類が異なれば、この二種類の学習の重要さの程度も大幅に異なるのであり、ヒトにおいて、この「個体的学習と個人的な適応性」は、最高に発達しているのであり、「ヒトの種属的学習の大部分は、個体的学習が旨くできる能力を確立することに向けられている」（同前）としている。「個体発生的学習」とは、個体の私生活で起こる過程であり、各個体の生涯の範囲内で行われるものである。これに対して、「系統発生的学習」とは、種属の歴史の中で行われる学習のことである。この両者は、別個のものではなく、相互に補い合う関係にある。個体発生は、系統発生の上にものみ可能であるが、系統発生は、現実の個体発生の過程を通してのみ自らの種属としての特性を現象させ、更には変化させていくのである。その意味では、「個体発生的学習」は、自己保存的側面を捉えたものであるといえよう。

かくて、学習は、極めて多義的性格において捉えられるものであるとしても、基本的には二様性において、即ち、一方では負のフィードバック制御において、他方では正のフィードバック制御において捉えられるものといえよう。それは学習とは環境に主体的に適応する活動それ自体であり、その適応の仕方に二様のものがあるということである。負のフィードバック制御に関わることは、システムの機能の変化・更新により、定常状態を維持していくという学習の「他律的・順応的側面」である。それはシステムの安定化として機能する。これに対して正のフィードバック制御に関わることは、学習の「自律的・創造的側面」である。複雑な環境への適応をより柔軟に、より高度化するために、システムの構造・機能を変化・更新させたり、システムの目的そのものを修正したりするのである。正のフィードバック制御は、活動の結果として発生した偏差を累積

するものとして機能するのであり、システムの不安定化をもたらす要因である。しかし、そのような不安定化は、同時にシステムの活性化として機能するのである。永井博氏は、前者は「条件反射的であり、受動的・習慣的」側面であり、後者は「能動的・創造的」（[11] 5頁）側面であるとされている。受動的とは、活動の自己保存的性格に関わることであり、能動的とは、活動の創造的性格に関わることである。創造的とは、システムが未知の環境に対して、新たな対応手段を発見していくことであり、自律的に自己の目的及び構造・機能を変化させていくことである。又、北原貞輔氏は、前者を「順応的適応」、後者を「創造的適応」（[7] 143頁）とされている。それ故、人間の知的成長とは、「外部刺激を情報として導入し、或は内発的創発情報を生み出し、それらを内的モデルに変換・成形・蓄積していく学習過程」を基礎とすることによって、「<sup>5)</sup>物事、や<sup>6)</sup>出来事、のよりよい理解・判断を可能にする」（[7] 144頁）ことであるとされるのである。更に、学習がこの二つの側面をもつことによって、客体界の属性についての「情報を獲得」し、「新しい志向の諸類型を獲得」することが可能になるのであり、それ故に学習とは「新しい見方、欲し方、評価の仕方の獲得」（[17] 18頁）として規定されるのである。<sup>5)</sup>

然るに、学習の二つの側面の間には適切なバランスが存在しなければならないのである。自己保存的側面が強調される場合、学習による社会進化は達成されえないのであり、逆に、自己保存性より創造性が強調される場合、社会そのものの存続が危機に陥るということである。人間における創造的な振る舞いとは、自己保存的契機を現実的基盤とし、それに支えられることによって可能となるのである。人間の本性が「従来の踏みならされた路線を踏襲しながら、しかもそれを乗り越え、自発的に進路を変え、自己の生態に新事態をもたらすことができる」（[11] 5頁）ことに求められるのであるが、それは学習の二つの側面の統一において人間の「進化論的超越」が可能であることによるのである。

学習が二つの側面において捉えられるということは、システム論的思考において人間が二つの側面において捉えられることと同断である。A. ケストラーは、その第一は「自己主張傾向」であり、第二は「統合傾向」であるとしたのである。人間を「二面神ヤヌス」「ホロン」において捉えるということである。ケストラーは、この二つの傾向の間を均衡と不均衡とにおいて「ホロン」の状態を捉え、そのようなホロンの集合においてシステムの状況を規定しようとしたのである。

### （Ⅲ） 固有価値と市場システム

労働価値論においては、社会的再生産の条件が成立し、生産価格の成立することが明らかにされることによって、そこに社会的労働の比例的配分関係が成立し、経済システムの秩序の形成を言うことができたのである。社会の無数の人々の無規律的な経済活動が、一定の秩序を形成することによって、社会全体の再生産が可能であるが、それは労働価値論においては生産価格の形成に集約することができたということである。然るに、その際にも、本来的には、個々人の主観的判断や意思の決定関係が存在していたことに変わりはない。個々の経済主体の主観的判断を捨象することによって、生産価格の成立を論定することにこそ『資本論』の方法論的特徴が存してい

たのであり、それ故にこそ、社会的労働の有機的編成を論定することが可能であったのである。即ち、『資本論』の理論的前提の下においては、生産価格の成立と経済システムにおける秩序の確立は同一の事柄であると想定されえたのである。生産価格が如何に成立するかを明らかにすることが、同時に市場システムの動態を問題にすることでもあったのである。『資本論』において、流通過程の考察が資本の運動形態を考察するものとして、それ以外は、流通過程に関わる諸費用の解明と商業利潤の成立に限定されたのはそのような理由によるものである。『資本論』は、均質な経済システムと諸労働の単純労働への還元を前提としたことによって、市場の背後に存在する「見えざる手」の機能の様相を見ないまま、それを不問に付すこと<sup>6)</sup>によって、生産価格の成立を論定し、経済秩序の成立を主張することができたのである。

現在の我々に求められていることは、市場において、一物一価の法則が存在せず、価値の内容の異なる商品が存在するという前提の下において、経済システムの秩序の形成を明らかにすることである。それはかつて「見えざる手」の働きとして不問に付されてきたその機能の様相を明らかにすることである。労働価値論では、社会全体に支配的な生産価格の成立を明らかにすることが重要であるとされたのである。これに対して、固有価値論で必要とされることは、そのような生産価格の成立するそのことではなく、生産価格の成立がその背後に内包していた経済秩序、社会的総労働の比例的配分関係に対応するものが如何にして形成されるのかというより基本的な問題である。マルクスは、19世紀の資本制経済を均質な経済システムと想定したことによって、資本の有機的構成が異なる下での生産価格の成立を論じることができたのである。しかし、固有価値論において前提とされるのは不均質な経済システムである。その場合には、生産価格概念に対応するものの形成を従来の方法によって解明することはできない。しかし、経済社会は、一つのシステムとして存続し、発展している限り、そこには一定の秩序が形成されているのである。現代が情報社会であるということは、その秩序の内容、性格が機械段階とでは大きく相違していることが重要である。情報社会においては、自己組織的に形成される秩序が問題なのである。

それ故、固有価値論、或は複雑性と多義性を特徴とする経済学においては、改めて如何にして経済秩序が形成されるのかということが明らかにされねばならない問題なのである。換言すれば、多様な価値観と多義的な経済活動が存在するもとの、尚、経済社会が一定の秩序を形成し、再生産と存続が可能であるのは、如何なるメカニズムが存在していることによるものであるのかということである。それはかつて、経済学の体系構築に際して、A. スミスが「見えざる手」として提起した問題に他ならないのである。現代社会において新たな秩序が如何に形成されるかを明らかにすることが、現代の経済学における市場理論の課題である。

固有価値論において市場理論が重要視されねばならないということは、従来の市場システムの再編・強化ということではない。従来の市場システムは、市場そのものを成立せしめる前提条件を欠落させていたのである。それは全てを量に還元し、貨幣的表現において統一化することによって質的契機を捨象するということである。そこから出てくるものは、経済成長至上主義であり、量に一元化された生産力の絶えざる上昇ということである。GNPの上昇や経済成長率の持続的拡大に一面化するものとして市場システムが機能することによって、自然と人間の関係、人間の生命や精神の問題を市場から排除してしまったのである。資本制経済において「冷ややかな秩序が支配する非人間的な冷酷」([23] 37頁)な市場が生成したのである。いわゆる「市場の失敗」

とは、市場の機能そのものに原因があったわけではなく、市場を機能せしめる経済主体の側に、そしてその経済主体の活動を支える価値観の在り方に問題があったのである。

池上氏は、固有価値論の展開に際して、生産者、コーディネイター、消費者の三者の間に情報ネットワークによる相互連関が存在することを前提とされている。或はそのような相互連関の形成こそが固有価値の生成を可能にするということである。それ故に、固有価値の生産において前提されているのは、「恰も消費者からの直接管理を受けるかのような注文生産に類似の生産方法」であったのである。しかし、そこで問題にされねばならないのは、経済主体間の相互連関のネットワークが如何にして形成され、生産についての注文が如何にして持続的に確保されるのかということである。特に、経済主体間の相互連関のネットワークの形成によって固有価値の生成が論定されるという場合、そこではそのようなネットワークによって市場が置き換えられることが所与の前提とされているのである。或は、市場においては、コーディネイターが万能の経済主体として機能しているものとされているのである。そのような場合には、固有価値の実現の問題は、最初から存在しないことになる。しかし、ネットワークは市場の機能を部分的に補完するものではあっても、市場にとって替わるというものではありえない。固有価値論においては、市場という場において如何に経済社会の存続を可能にする秩序が、自己組織的に形成されるのかということもその問題が顕在化してくるのである。それは更に固有価値の実現においてコーディネイターは、如何なる機能を果たすのかという問題にも連なるのである。

情報社会における市場の特徴を捉えるためには、市場を実物域と制御域との二つの極相において構成されているものとして捉えることが有効である。実物域（実物フロー）においては、商品と貨幣の交換が行われ、価格が決定される。制御域（情報フロー）においては、知的活動が行われ、商品の意味が決定される。制御域においては、価格の決定に対しての経済主体の意志関係が相対的に独自の領域を形成しているのである。生産者と消費者とは、この市場の二つの極相の状況を認識し、判断した上で、消費のあり方を決定し、生産の動態を決定しているのである。それ故、市場を二つの極相において捉えるためにも、経済主体は「学習人」として、相対的独自性において情報の処理と創造を行う主体として想定されねばならないのである。更にここで指摘されねばならないのは、固有価値論においては、夫々の財についての価格水準を決定する客観的根拠が先験的に与えられるわけではないということである。夫々の財の個別的価格の決定について上限と下限が設定されるに留まるのである。そこで重要なことは、社会的に基準化された評価ではなく、個々の経済主体の評価、主観的価値判断を基礎として、引き込み的現象が成立した時に社会的評価が形成されるということである。ミクロの主体的判断に基づく経済活動を通して、（部分的な）マクロの秩序が形成されるという関係にあるのである。

ここでは、固有価値を体化している財として具体的に先に問題にしたハイブリッド車を取り上げてみよう。固有価値とは、機能性と芸術性が統合されていることを言うのであるが、そこでの芸術性とは、人間の生と生活を豊かにするものことである。ハイブリッド車は、車としての本来の機能性の他に、CO<sub>2</sub>の排出を削減することによって、現代の人間生活を豊かにすることに一定の貢献を行うという意味において固有性、芸術性を有するということである。しかし、価格は従来の一般車よりは割高である。このようなハイブリッド車が市場において一般車に代わって多くの支持を得るために如何なる条件が必要なのかということがここでの問題である。ハイブリ

ッド車を購入し、それを利用している消費者が多数いるという状態を、ハイブリッド車について同調現象が成立しているというのである。それは経済主体間での引き込み現象であり、市場において「コヒーレントな関係」が成立していることである。しかし、ハイブリッド車が如何にCO<sub>2</sub>の排出削減において優れており、その意味では固有価値を体化している車であっても、それだけで市場においてその車に対する同調現象が成立するわけではない。

更に、個々の消費者の「生活の質を高めたいという欲求」が常に存在するとしても、それが直ちに車の購入に際してハイブリッド車の選択に向かうというわけではない。消費者の「生活の質を高めたいという欲求」がハイブリッド車の購入として実現するために必要な条件は、第一に、消費者のハイブリッド車についての理解が深まることであり、第二に、社会に環境問題についての一つの価値観が先行的に形成されることである。第一の条件は、ハイブリッド車がコミュニケーションの媒体として機能するということでもある。しかし、ハイブリッド車の意味解釈は、その消費者の意味解釈だけで決まるわけではない。情報の受け手側の意味解釈が必要なのである。社会の中での多数の人々がどのように解釈するかということである。それが市場システムがハイブリッド車に如何なる意味を与えるかということであり、「社会の側の意味解釈」がなされ、「全体の意味」が形成されるということである。第二の価値観の先行的形成は、「価値の優先性」ということである。社会の側の意味解釈において、既にCO<sub>2</sub>の排出を削減することの重要性、即ち、地球環境問題の生命の存続に与える危険性についての理解が深まるというような一定の価値観が形成されていることである。特にこの場合は、社会の中で、CO<sub>2</sub>の削減が地球温暖化問題に対して極めて緊急な課題であるとする理解が確立されることが重要である。環境問題についての社会における先行的理解が形成されるためには、基本的には個々の経済主体の主観的判断が学習により高められていることを必要とするのであり、それに基づいてのみ、「全体の意味」の形成が可能なのである。そこに経済主体の学習のもつ重要性が存在するのである。とはいえ、個々の判断の総計として一定の社会の側の意味解釈が捉えられるということではない。社会全体としての雰囲気といったものをコーディネイターは如何に捉えるかが問われるのである。その雰囲気の形成を促進する役割を担うものは、情報社会では多数存在している。いずれにしろ、市場は、固有価値を有している財に対して社会的意味づけを与える場である。

コーディネイターは、複雑性と多義性において特徴付けられる市場システムの中で経済活動を遂行する必要がある。そのためには市場において絶えず発生する情報を処理し、更には新たな情報を創造しなければならない。その際、市場の雰囲気や状況とコーディネイターによって行われる情報圧縮が整合しなければならないのである。市場システムは、対外的、対内的に複雑な環境とその絶えざる変化に晒されている。コーディネイターは、そのような市場の状況に対応するためには、必要に応じて適切な操作情報を現場で新しく創造しなければならないのである。コーディネイターにおいて要請される創造とは、意味の無い所に新しい意味を創りだすことであり、働きの無い所に新しい働きを創りだすことであり、又概念の無い所に新しい概念を創りだすことである。複雑な市場に適應するためには、コーディネイターは、操作情報（フィードフォワード制御の情報）を継続的に創出することが必要である。

それ故、コーディネイターの役割は、経済に直接的に関係している情報や社会の状態や文化に関係する様々な情報を集めて、それを統合し、処理することである。そのような情報の統合と処

理を通して市場環境の状態に相応しい情報を創出することができるのである。その際、情報の統合と処理の方法が問題である。現在、必要とされていることは、従来のような平均化による情報圧縮ではなく、社会に存在する先行的理解や経済主体の個々の感情的な因子等を含む情報を一定の意味的価値基準にそって圧縮的に統合することである。そのようにして進められた情報の圧縮的な統合が、更に、市場において競争原理によって少数のものに纏められていくのである。現代社会においては市場において発生する情報量は、急速に増大しているのである。その情報を統合し、圧縮する過程に直接的に関与するのがコーディネイターなのである。そのような情報圧縮は機械的に可能なことではなく、情報を解釈し、判断する活動によって支えられねばならないのである。

#### （Ⅳ） 固有価値と企業文化

##### （A） 企業文化とは何か

固有価値論は、産業と芸術を結合することを基本的な考え方として、労働の芸術化を通して固有価値を創出し、生活の芸術化を実現し、かくて「生活の質を高める」欲求の実現が可能であることを主張するものである。そこで前提されているのは、生産者、コーディネイター、消費者は、夫々固有価値の享受能力と評価能力、即ち一定の文化受容能力を持つ、個性豊かな経済主体であるということである。彼等は、主体的判断、自由な意志決定において経済活動を行う自律性のある主体なのである。それは基本的には経済主体を本来的な「人」として捉え、人間性の重視の観点を貫こうとするものである。固有価値論は、人間性を重視する経済活動を基底に据える価値論であるところに、その本質的特徴が存在しているのである。そのことは生産者が一つの集団として、従って企業組織として経済活動を行うという場合においては、固有価値の生産の問題は、企業活動のあり方に関わり、人間性を重視する企業経営として具体化していくことになるのである。<sup>7)</sup>

企業として固有価値の生産が可能であるためには、そこで産出される商品（物財、サービス）についての機能性と芸術性が、企業全体の価値観として、構成員において共有されていることが必要である。企業そのものは多様な価値観を有する多数の構成員によって組織されるとはいえ、企業が社会的存在として長期間に互って存続し続けるためには、その企業の活動を大きく規定している経営理念、即ち、企業において特有の文化、価値観が存在していることが必要であるが、それは、結局は、構成員の相互間において固有価値についての認識が共有され、共通の価値観、物の捉え方が存在しているということでもある。より具体的には、企業が自らの活動を如何なる尺度において、如何なる基準と度量において評価するかという問題である。企業活動の成果が経済性と効率性だけによって尺度される場合、そこでは固有価値の創造を言うことはできない。固有価値を創出する企業活動の成果は、社会性、人間性、哲学性、倫理性、科学性、美学等の多様な要因を合わせもつ複合的な尺度において度量されることが必要なのである。換言すれば、固有価値を創出することのできる企業は、それ特有の文化を内在させているということである。企業が長期に互って存続が可能であるのは、その企業の活動成果が、多数の人々によって支持され、社会的に評価され続けることによるのである。社会的に支持されている文化こそが固有価値を具

体的に創造することの出来る基盤なのである。固有の企業文化を基礎にした企業活動こそが、企業が社会的責任を遂行するということでもある。

企業という場において固有の文化が存在し、その文化に支えられた企業活動であることによって、持続的な企業経営が可能であり、それ故に又、固有価値の生産が可能であるということである。固有価値を体化している商品の生産と販売とは、その企業の全活動の成果を意味するものであり、企業固有の文化や意味の社会に対しての発信を常に伴うものである。固有価値を有する商品が購買されるということは、その商品の機能的な側面のみではなく、その商品を生産した企業の固有の文化と意味をも購買者によって評価され、支持されているということである。企業活動をその背後において有形、無形に支えているものこそが企業文化なのである。<sup>7)</sup>

固有価値論は、必然的に企業文化論へと発展することによってその内容を具体化していくのである。固有価値と企業文化は、学習と活動の創造性を基軸概念として持つことにおいて、二次的差異を超えて関連しているのである。固有価値の生産が可能であるような企業経営とは、結論的に言えば、「目的—手段図式、欠乏動機重視」に基づく経営ではなく、「知識集約性、付加価値原理」を標識とするものであり、そこでの企業経営の基本的原理は、「文化的理解に立った「協力の中の競争」」であり、「共生」(17) 304頁)である。ここで言われている「共生」は、単に環境との関係における問題ではなくて、システム内の構成員相互間においても成立することがそもそもの前提である。まさしく「異質・信頼・協力」に支えられて成立する「共生の原理」こそ、多元的価値の時代の経済活動や企業経営の基本理念である。換言すれば、企業文化を問題にすることは、利潤追求という一元的価値観に規定されてきた従来の企業概念を根本的に変革することに繋がることでもある。そこで問われているのは、企業の社会的存在意義や経営理念と、商品の生産と販売というような企業の中心的活動とが如何に結び付き、そこに具体化されているのかということである。

ここでは、企業文化と企業の文化戦略を区別することが必要とされる。前者は、企業を一つの組織として成り立たせることに関わるのであり、企業活動をその背後において支えているものことである。これに対して後者は、組織としての企業の社会的存在と責任に関わるものであり、企業の文化、芸術への直接的、間接的な支援(企業メセナ)のことである。企業はそれ自体としては、利潤追求の存在であり、そのような企業が如何なる意味において社会的存在でありうるのかを問うということである。企業による文化の支援とは、企業が文化を通して消費者や社会の一般化された支持を獲得し、持続的存在を確保しようということである。

とはいえ、企業文化と企業の文化戦略は全く別のことではない。企業文化は、企業内の活動を共有された価値体系として現出させることに関わる問題であり、企業の文化戦略は、企業が社会の中で如何なる役割を果すかに関わる問題なのである。それは同時に企業のもつ固有の文化の反映でもある。そこには人間が問題とされ、企業活動における人間性の重視が根底において存在しているのである。企業文化と企業の文化戦略は、「人間そのもののあり方」(113) 69頁)を問うことにおいて密接に関連しているのである。両者の相違点は、前者は、企業の全存在、即ち企業としての活動の全体、企業のあり方に関わるものであるのに対して、後者は、企業活動の一部を構成するものであるということである。

現代社会において要請されているのは、新たな固有価値の創出を構造的に、更には社会的に如

何に可能にするかを明らかにすることである。それは具体的には多様な価値観に対応することのできる企業文化が如何に創造されるのかということである。固有価値の新たな創出が機構的に可能になるのは、企業文化の概念を媒介にすることによってである。換言すれば、新たな固有価値の創出こそが経済社会の発展の基盤であるとすれば、それを可能にするメカニズムは、企業文化の革新と創造のメカニズムとして具体化されるということである。

企業文化の定義は、必ずしも明確にされているわけではないが、ここでは差し当たり次のようなものであるとしておく。「他の企業にはない、かといって技術や性能だけの差ではない別な『何か』、オリジナリティとアイデンティティがある」ということであり、「もともと製品を造る時の思想が品質やパッケージやディスプレイ、更には販売の態度にまで現れている『何か』であり、それは恰も空気のように、自分では気が付かないユニークさを創りだしている」（[13] 6頁）のであるが、それが企業文化と呼べるものである。その「何か」を敢えて明確にすれば、一般的には経営理念、行動規範、認知枠組、知識等がそれに該当するといえよう。それは企業組織に独特の「ものの見方」や「仕事のやり方」のことであり、組織に「共有された思考・行動様式」等のことである。

企業文化は、色々な要因が複合的に作用し合い、しかも長い時間を経て形成されるものであり、いわば「見えざるシステム」（[15] 34頁）として規定されというものである。換言すれば、企業は商品の生産と販売を通して社会に何を伝えようとしているのか、その存在の在り方を明示しようとするものが企業文化であるということである。それ故に、企業文化は、企業の存続と発展を現実的基盤として、「企業組織現象の最も中核をなすもの」（[12] 27頁）である。それらは当該企業を社会的に特有な企業として規定する固有な理念、価値体系が、長い年月の間に一定の形に具象化されたものであり、「企業価値のメディア」（[13] 203頁）としての意味をもつものである。そのようなものとして、企業文化は、一方では、企業の日々の具体的、現実的活動のあり方、企業活動そのものを基本的に制約しているのであるが、他方では、一定の理念や価値の実現を目指す日々の企業活動を通じて、企業組織の内部に培養され、蓄積されていくのである。その意味において企業文化は、当該企業における「知的、感性的資産」（[13] 5頁）、「企業の組織メンバーによって暗黙に共有された価値体系ないし思考・行動様式の体系のこと」（[13] 21頁）として規定されるのである。<sup>9)</sup>

企業文化は、企業特有の「ものの考え方」や「行動スタイル」として現象する。それは企業の構成員の間において一定の価値体系についての認識システムが共有されていることによるのである。企業によって「思考・行動様式の類似性」が現出するのは、このような「認識システムの共有」が存在することによるのであり、それが企業の特長として具体化されるのである。それ故、企業文化は、ある一定の時点における組織の構造やシステムとして、静態的に存在しているのではなく、組織のプロセスや行動の仕方として日々の企業活動の過程において、動態的に現象してくるのである。企業文化は、日々の企業活動を通して絶えざる影響を受けているのであるが、同時にその活動を通して連続的、継続的に維持されていくものであり、極めて動態的な性格をもつのである。企業は、その固有の企業文化によって特有の活動スタイルをもつのであるが、そのことによって、一方では、環境への適応経験の学習の成果を企業内に蓄積することができるのであり、他方では、その蓄積された学習成果に基づいて企業固有の環境への適応様式を新たに確立し

ていくのである。この意味において企業文化と企業活動との関連の在り方についても、サイバネティックス原理の作動していることを確認することが出来るものといえよう。換言すれば、企業文化は、企業の全活動に対して制御機能を果たし、その制御活動を通して自己を実現しているということである。その制御機能には二種類ある。一つは、環境との適応に対して維持的に機能する側面であり、他方は、創造的側面において機能することである。日々の企業活動を通して、企業文化と社会（環境）との間において適合性についての判断と選択が形成されているのであり、そのような実践活動を基盤として新たな企業文化が創造されていくのである。

### （B）企業文化の創造

企業文化は、企業の成長と発展に対して二つの側面において関わりをもつ。企業文化は、一面では、価値の創造と表現に関わる「価値表出機能」と「環境適応機能」を通して、企業の新たな価値の創造とそれによる多価値化を実現し、企業を革新的・創造的なものへと生成せしめるものとして機能するのであるが、他面では、「組織統合機能」と「不安防衛機能」の故に、「保守的・管理偏重的な企業」〔13〕191～5頁）へと移行せしめるものとして機能するということである。後者の側面を如何に前者の側面へと転化せしめるかが、企業経営においては問われるのである。それ故に、企業は、その社会的責任を遂行し、社会的存在を持続的に実現するためにも、「開放的・創造的」な企業文化を創出し続ける必要があるのである。

企業が長期に亘って一定の社会的存在として存続が可能であるためには、単に環境に適応するだけではなく、創造的進化を実現することが必要であり、そのためには、創造的企業文化の絶えざる創出が不可欠の条件である。企業文化の創造の源泉は、日々の企業活動における知識創造の過程において獲得され、形成されていくものである。野中郁次郎氏は、知識の創造とは「我々の全人的な関与と暗黙的な方法によって、知識を生み出そうとする個人の意図的努力の結果」〔15〕55頁）として捉えられねばならないとして、個々の企業の成員の日常的活動の経験において獲得される「暗黙知」に知識創造の源泉が存在するとされる。暗黙知とは、言語化困難な主観的知識のことであり、「アナログ的知」である。これに対して言語化・形式可能な客観的知識は、形式知であり、「デジタル知」である。野中氏は、知識創造理論において重要なことは、これら二つの知識が夫々排他的なものではなく、「相互循環的・補完的關係」を持ち、「暗黙知と形式知との間の相転移」を通じて、「時間と共に知識が拡張されていく」〔15〕56頁）ことであるとされる。暗黙知は、「現場の経験から生まれる意味のある経験的知識」であるが、「個人に内在化され、言葉で表現することが困難」である。そのために、暗黙知を組織にとって有益な情報として明示化させ、形式知に変換していくことが必要であり、それは何らかの形で広義の言語に翻訳されなければならないのである。暗黙知が形式知としての言葉、概念に変換されることによって、個別的経験が普遍化されるのであり、そのような形式知を通じて新たな暗黙知の世界が開かれることになるのである。そこでは「対象に住み込んで意味を読み取り、その思いを言語（概念）を創造して表現し、再びその言語の意味を内面化し、現実を生かして暗黙知を確認、再編、拡大していく」關係が存在しているのである。暗黙知と形式知との間に一定のループ、或は情報の回路が形成されるということである。

かくて、暗黙知と形式知の間には、「相互循環作用」が存在し、その作用を通じて知識の量

的・質的な拡がりが可能になるのである。この暗黙知の形式知への転換過程は、個人的体験によって得られた知識を、語ることの可能な知識に、即ち「他者と共有可能な社会的知識」に変換していく過程でもあり、その転換過程においては「人と人との直接的且継続的相互作用」（[15] 57頁）が重要な役割を果すのである。かくて、知識創造の源泉となるものは、暗黙知であるが、それは基本的には個人レベルでの日常の活動を通して生み出されるものである。新たな企業文化を担いうる知識は、企業の構成員一人一人の日々の具体的な企業活動によって、主体的に創出されるものであり、「個人的知識の創造」（[15] 73頁）こそがその基本的前提である。個人において暗黙知の創造が可能であるのは、個々人が企業活動に対して積極的にコミットすることによるのである。それには個々人の活動において意識性と自律性が確保されることが前提である。その際、企業に必要とされることは、第一に、暗黙知を形式知に転換する「ノーハウ」を如何に確立するかということであり、第二に、構成員の知識創造を「支援する状況ないし文脈（コンテキスト）を創造ないし演出する」（[15] 72頁）機能を如何に創出するかということである。

企業文化は、企業特有の活動スタイルを生み出すが、そのようなスタイルに支えられて企業の日々の全活動が遂行されるのである。しかし、そこには同時にそのような活動を通して、活動の枠組（企業文化）自体が常に問い直され、新しい企業文化の形成が誘導されていくという関係も存在しているのである。企業における新たな価値の創造は、日常の活動を通して、それ故に学習を通してのみ可能であるが、その学習が新たな企業文化を創出するということである。企業文化の創成、更には企業の存続それ自体は、企業の構成員が如何に主体的に、自律的に日々の企業活動を展開しているかに還元されるのである。企業文化の創造に際して、個々の構成員の自律性のある活動が如何に確保されるかが強調されねばならないのである。

## （V） 固有価値論と労働価値論

池上氏は、固有価値論と労働価値論の連関を「人間的エネルギーの支出」のあり方を基準にして捉えようとされている。労働価値論においては、「人間的エネルギーの支出」がそれ自体として、即ち、量に一元化して問題にされる世界が想定されているのである。そのような想定は、19世紀という時代においては現実的妥当性をもつものであったのである。その時代には先ず何よりも必要であったのは、「人間的エネルギーの支出によって現実の生産を担う労働者の存在を社会に認めさせること」（[1] 65頁）であり、その点に切り込んだことにおいて労働価値論は、「極めて適切な学説」であったということである。労働価値論は、「人間の生存欲求の充足」を問題にする論理段階における価値論なのである。労働者の肉体的、生理的限界は如何にして確保されるのかを明らかにしたということである。

これに対して、固有価値論は、人間の生存欲求が一定程度において充足されているものと想定される社会の発展段階において問題となる価値論のことである。固有価値論においては、「固有価値を活かすノーハウ」は、人間エネルギーの支出には還元されえない独自の質をもつものであるとされる。それは「一種の独創性」をもつものであり、「人間的エネルギーの支出」に対して一定の方向性を与えるものとして機能するのである。固有価値論において想定されている時代と

は、人間的エネルギーの支出を行う社会層に「市民権が確立し、趨勢としては、人間の個性、多様性、創造性等の開発や相互尊重に人権の主要な内容が向けられている時代」のことである。固有価値論においては、「個性ある生産者と個性ある消費者との自由な出会いの場」が想定されねばならないのであるが、それは「市場や公共の空間」（[1] 65頁）として確保されているのである。

かくて、二つの価値論を労働の問題として捉えるならば、労働価値論は、「人間的エネルギーの支出」をそれ自体として問題にしたのであり、固有価値論は、「人間的エネルギーの支出」の「方向性」を問題にしているということである。労働価値論においては、どのような複雑な労働も度量単位としての単純労働に還元が可能であると想定されているのである。より複雑な労働は、「数倍された単純労働」に過ぎないものと見做され、より少量の複雑労働がより大量の単純労働に等しいものとされるのである。労働の如何なる質的相違も量的大小の問題に還元されるということである。そのような想定は、労働の本質として「人間エネルギーの支出」という共通性、普遍性が商品交換の基礎に存在すると捉えることによって市民社会の存立基盤を想定したことによるのである。しかし、「固有価値を活かすノーハウ」は、「人間的エネルギーの支出」を物的基盤としながら、その支出の方向性を論じることにおいて特徴つけられるのである。この「人間的エネルギーの支出」の方向性を問題にすることは、個別的、具体的労働を問題にすることであり、その個性と複雑性を前提として価値論が展開されねばならないということである。しかし、その場合でも労働の「人間的エネルギーの支出」という基盤的契機は前提とされているのである。換言すれば、労働は「人間的エネルギー的支出」とその「方向性」との階層性において捉えられるということである。このような労働の階層的理解は、欲求充足の問題についても階層性が成立するということの意味している。欲求と価値観について、次元的相違と階層性が存在するということである。価値観について階層的認識が成立するのである。<sup>11)</sup>

ところで、価値観の階層的性格について、スペリーは、第一次的と第二次的とに区別している。第一次的なものは、「進化によって組み込まれた、より基本的で、より原始的、動物的な価値」であり、「生得的な生物学的価値」である。これに対して第二次的なものとは、創発的決定や、システムの上に進化したものであり、「認知的で習得した価値」（[5] 頁）のことである。第一次的な価値は、生存欲求のレベルにおけるものであり、第二次的な価値は、より上位の欲求レベルにおけるものである。ここで、「価値の階層性」とは「階層構造の中に価値の階層構造を含んだ入れ子になった多重の複合体」のことであり、価値が「構造化」されて存在していることを言うのである。第一次の生得的価値を基盤として、より高次の習得された価値が成立しているのであり、生得的な価値は、あらゆる価値観の体系に対して共通の基本分母であるという関係が存在しているのである。ここに労働価値論は、第一次の生得的価値の領域における理論であり、固有価値論は、第二次の習得的価値の領域の理論として、二つの価値論を位置付けることができる。

スペリーは、我々にとって必要なことは、価値観が容易に変化し、相互に矛盾する場合に、「未来の利益のために如何にしてこれを選び解決するか」ということが問題であるとする。価値選択の自由に対して、「未来の利益」という目的が設定されねばならないということである。如何なる目的を具体化するかということが、即ち、如何なる価値選択が行われるかが二次的な価値を決定することになるのである。地球環境問題の解決を第一義的に捉える現代社会においては、

第二次の習得価値に力点が置かれねばならないのである。第一次的価値が重視された場合、「その下においてそれを創り進化させた下位の基本的な成分の活動に打ち勝つ」という「下向制御の原則」が否定されることになるのである。それは「高次の理性的でユニークな人間の特性」は、「低次の生物学的特性」を支配・制御することにおいて特徴付けられることとも関連しているのである。二次的に獲得された習得的価値が生得的価値に取って代わるということである。「自然な状態の生物学的価値」は、それより「高次で認知的な獲得した指針、即ち宗教、文化、法律、理性等」によって次第に取って代われ、「制御」されているということこそ、文明化した人間や社会の顕著な特徴であるということである。価値を階層構造において捉えることによって、高次の価値は、低次の価値を制御することによって創出されるという関係が明らかにされるのである。

次いで、スペリーは、階層的な価値構造において、その頂点に位置するものは、「最高の善」であり、それが従属的な価値のあり様を定めているとする。しかし、その「最高の善」とされることも、遺伝的に固定されているものではなく、絶対的でもなく、変えられないものでもないことが特徴なのである。そこでスペリーが重要視していることは、「生得的な衝動の上位に置かれる新しい理想にその照準を定め、それによって価値を調整する力が人間の脳にある」（〔5〕195～7頁）ということである。習得的価値とは、単に学習の側面にのみ関わるものではなく、価値調整能力についてまで言及するものでもあるといえよう。

ところで、既に述べてきたように現代社会の編成原理は、機械原理とは異なるサイバネティクス原理である。情報社会を機械原理からサイバネティクス原理への転換の段階として特徴付けることができるのである。とはいえ、サイバネティクス原理は、機械原理をその一部として包摂することにおいて成り立つものである。現代経済学の価値論をサイバネティクス原理において捉えるようとする場合、第一次的価値の階層性は、ファースト・サイバネティクスの機能によって、二次的価値の階層性は、セカンド・サイバネティクスの機能によって特徴付けることができる。前者は、新しい機械の作動原理であり、機械論的性格を持つものである。とはいえ、そこでは誤差や誤謬の発生が許容され、その修正の自己制御が可能になっている点において、従来の機械原理とは決定的に相違するのである。これに対して、後者は、経済主体の意識性が重要な契機として登場してくるものである。そこでは個々の経済主体の主観的判断、意志決定、更には情報の処理と新たな情報の創造が重要な問題になるのである。

現代社会においては、経済は、「生きている」ものとして捉えることが必要である。「人間の顔をした暖かい経済」（〔8〕21頁）を如何に創出することができるのが重要な問題であるが、その前提として経済を「生きている」ものとして捉える論理を確立しておくことが重要であるといえよう。経済システムを「生きている」状態において捉えるためには、その経済システムを構成する要素である経済主体（個人、企業）が、第一に自己が自己である同一性を維持していることを機構的に明らかにすることである。第二に新たな秩序を自律的に創造することが如何にして可能であるのかということが明らかにされねばならないのである。経済とは、単に生命の自己保存の領域（負のフィードバック＝ファースト・サイバネティクス）に属するものではなく、文化的領域にも属し、新たな発見、創造の領域（正のフィードバックとフィードフォワード＝セカンド・サイバネティクス）と不可避免的に結び付いているが故に、安定化と活性化、秩序化と動態化としての経

済システムの進化が可能であったのである。経済社会の動態を全機構的に捉えるためには、正負のフィードバック制御とフィードフォワード制御という性格を異にする二様の制御機構を想定しなければならないのである。

マルクスの労働価値論は、経済を生命の自己保存の領域に限定することによって、人間が生きるための基本的な条件を解明したのである。これに対して、スミスは、人間の経済活動を、生命の自己保存の領域に属する領域のみではなく、社会的意味に反応する欲望の領域によっても説明しようとしたのである。経済的行為を促す社会的日常意識の根底に宿るのは、「人間が自然にもつ差異性への愛好」であるとして、差異への欲求、即ち社会的意味への欲求が人間の経済的行為を支えているとしたのである。それがスミスの『道徳情操論』の主題の一つでもあったのである。スミスの言う「政治経済学」とは、「自己保存の領域」と「社会的差異の領域」において構成されるものであったのである。それが資本制経済がまさに巨人の足どりで展開を開始する直前の経済の姿でもあったのである。マルクスの見た成熟した資本制経済とは、「自己保存の領域」に一元化されたものであったのである。それ故に経済を「生きている」ものとして捉えるためには、スミスが試みたように経済を「生命の自己保存の領域」と「社会的意味に反応する欲望の領域」という二つの領域において構成されるものとして捉えることが必要なのである。

④ 「ファースト・サイバネティックス＝ネガティブ・フィードバック制御」

フィードバック制御とは、基準として設定された値と現実の活動を通して達成された値との誤差を測定し、その結果に基づいて、現在の状態を検討し、次の行動のあり方を決定していくという制御の方法である。しかし、システムの状態は、一度修正すればそれで終わりということにはならない。様々な環境の変動を反映して、市場システムの状態（消費者の価値観等）が絶えず変化していくために、フィードバック制御は継続的に行われることになる。フィードバック制御には、ネガティブとポジティブの二つがある。普通、問題にされるのは、ネガティブ・フィードバックである。それはある基準値から実際の行動結果が乖離した場合、そこで発生した誤差を修正するように情報の制御を行うことであるが、現在はその基準値が設定されるならば、後は自動的に修正が可能になっている。更にフィードバック制御に際しては、結果についての評価が重要であるため、センサー機能が一定水準以上であることが前提される。

ネガティブフィードバック制御はシステムとして自己同一性を維持することであり、生物の働きとしては、W. B. キャンノン（〔24〕）の提起したホメオスタシス（恒常性維持）がこれに該当する。恒常性とは、生物が変動する条件に合わせて自身の体を調整する生物の資質、或は変動する内部、外部の環境の中で、自身を安定させることを可能にするような生物の自己調節機能に起因するものである。新しい機械であるFMSは、自動制御機構を持つことで特徴付けられるのであるが、それはこのネガティブ・フィードバック制御によるものである。それが従来の機械と決定的に異なるのは、誤差の発生を許容し、それを自らによって修正することができるということにある。しかし、所与の定常状態を維持するものとして制御機構が作動するという限りでは、FMSと言えども機械論的性格を持つと言える。

『資本論』においては、価格変動と産業循環の運動が、経済システムの恒常性維持の機能を遂行しているとされるのである。前者は現実の価格水準が価値に等しい価格水準に収斂する傾向を

もつということである。何故、価値価格が基準値であるのかについては、マルクスの場合、「慣習」が想定されているのである。産業循環の運動の場合には、周期的価格変動の水準の変更を伴うことが特徴的である。生産力水準の変化が価格水準の変動をもたらすのであり、その生産力水準の変更を惹起するものが、生産過程における特別剰余価値の獲得をめぐる展開する諸資本の競争関係である。新たな生産力水準が社会的なものとして確定される契機が、強力的、暴力的に展開する恐慌であったのである。それは恐慌という暴力的契機による新たな生産力水準における経済社会の新たな秩序の形成の方式であったのである。その際、重要なことは、産業循環を経過する毎に経済秩序の在り方に一定の変化が惹起されたということである。恐慌が革命の契機でないものと捉えられる限り、産業循環の過程を通して如何に経済社会の構造的変化が惹起されるのか、更にはその構造変化を通して、長期的に資本制経済はその作動原理を如何に変容させたのか、が問題とされねばならないのである。

⑥ 「セカンド・サイバネティックス＝ポジティブ・フィードバック制御，フィードフォワード制御」

ポジティブ・フィードバックとは、実際の行動結果によって発生した乖離、誤差を修正するのではなく、より拡大する方向に情報の制御を行うことである。経済システムにおいては景気の上昇と低落の局面における資本の運動がこれに該当する。ある商品に対する需要が増大し、価格が上昇し、利潤が増大すれば、より大きな利潤を求めて企業が、その商品の供給をより一層増加させようとして新投資に殺到する。それは「投資が投資を呼ぶ」という状況を造り出すのである。逆に、商品の需要が減退し、価格が下落し、利潤が下落に転じた時には、企業は投資を控えるようになる。価格の下落は潜在的に進行していた過剰生産のために全般化し、暴落に至り、恐慌が発生するのである。このポジティブ・フィードバック制御は、結果としてはシステムの存立を脅かすに至るものである。利潤率上昇による新投資の増大、成長率の持続的上昇ということは、永続性を持ちえないということである。しかし、新投資の増大が意識的制御である限り、意識的に新投資の在り方を制御することも可能である。それが情報社会の経済活動の特徴でもある。

フィードフォワード制御とは、あるべき状態を予測し、その状態にこれからの状態を合わせるようにシステムが自己を意識的に制御することである。それは将来のあるべき姿、状態を想定して、現在の状況を制御していくことである。将来の期待に対する制御であり、予測による制御のことである。将来に目をむけて、そこから現在を考えていくことにフィードフォワード制御の特徴が存在しているのである。それは「場の状態」がこれからどのように変化していくのかを問題にすることであり、そのために過去から現在までの「場の変化」を捉えることが重要になり、将来の想定される場をシミュレートしながら予測することが必要になるのである。この「場の変化」のシミュレーションこそが、人間が将来の出来事について一定の予測をもって行動することを可能にしているのである。市場システムを取り巻く環境が複雑になり、多岐にわたる状況の下では、このフィードフォワード制御の比重は極めて大きくなる。未来についての不確定性がより大きくなることに対して、一定の予測の下で経済活動をしなければならないからである。

（本稿は文部省科学研究「基盤研究(c)―社会・経済システムの基礎理論研究―」の研究成果の一部）

## 注

- 1) D. ボームは、理論の連続性と不連続性について、次のように指摘している。「ニュートンの洞察形式は、何世紀もの間、非常に旨く働いた。しかし、以前の古代ギリシャの洞察がそうであったように、ニュートンの見方も新しい領域に適用されるようになると不明確な結果をもたらすことになった。その新しい領域では、相対性理論と量子論という新しい形式の洞察が発展させられたのである。相対性理論と量子論は、ニュートンとは根本的に異なる世界像を形成した。理論がありのままの現実に対応した真なる知識であるとすれば、ニュートンの理論は1900年ころまでは真理であったのに、一転して虚偽になり、代わりに相対性理論と量子論が突然真理になったということになる。しかしながら理論というものは真偽を問われる知識ではなく、むしろ一定領域内では明快だがその領域を越えて適用される明快さを失う洞察なのだ考えるなら、そのような馬鹿げた結論は生じない」([22] 29頁)。正しく、労働価値論は、一定の領域内において、その明快さを示すことができた理論であったのである。
- 2) 『朝日新聞』(1998年1月3日付け)において、二酸化炭素の削減目標を達成するためには、「時間に対する価値観」の転換が必要であるとされている。それは「社会時間」を「アレグロの拡大再生産」から「アンダンテの調べ」に転換するということである。「社会時間」とは、仕事や生活のテンポのことであり、技術的に決定されるものである。これに対して生物の法則に規定される時間は「生物時間」である。人間には人間固有の「生物時間」＝「生理的時間」があるということである。近代文明の発展とは、この二つの時間の乖離を極めて大きくしたのである。時間の速さはエネルギー消費量を増大させるものである。我々は、エネルギーを使って時間を生み出し、その時間で更にエネルギーを使うような生き方をしているのである。そのような時間に対する考え方が転換されねばならないということである。
- 3) 固有価値論を前提として成り立つ新たな経済学においては、利潤とは、様々な社会的評価の複合体として規定される。利潤は、販売総額(社会的評価)から、投下された総資本(総費用)を差し引いたものとして与えられるのであるが、その差額とは、一つの要因によってのみ決定されるのではなく、複合的に構成されるものであることが重要なのである。
- 4) 固有価値を創造的活動として捉える試みもある。「固有価値とは、企業活動に参画する人々が現場での経験と思考を通じて認知、感得される様々なコンセプトを機軸とする、多次元空間の中に価値のパターンを発見する創造的活動と見ることができる。このような創造的活動の背後には、カップリングの思考とも名付けられる柔軟で弾力的な思考を可能とする企業環境が求められる」([14] 219頁)。
- 5) 飯尾要氏は、学習には「経験学習(試行錯誤による学習)」と「通信学習」があるとされる。前者は人間以外の動物の行う学習のことであり、後者は人間に特有に見られる学習のことでありとする。「通信学習」においては、人間に特有な言語(記号系列)が媒介とされることによって、様々な形で、他の人間からの複雑な情報伝達が可能となり、それによって「多面的な情報を獲得・蓄積」することが可能となり、その獲得された情報に依拠して「制御ルールの多様化・改善」を実現することができるということである。人間は、「通信学習」によって、「他の人間の経験学習を自分のものとし、お互いの経験を空間的に横に広げ、歴史的にも世代間で伝承して拡大し、自らの学習過程の幅を広げ、その学習能力を「社会」の学習能力として増幅することが可能であり、「人間的進歩と文化の形成を遂げてきた」([19] 21～2頁)ということである。ここでは「通信学習」において人間の創造的側面が問題にされているのである。
- 6) マルクスは、複雑労働が単純労働に還元される「割合」は、「一つの社会的過程によって生産者の背後で確定され、従って生産者達には慣習によって与えられたものに見える」(Kap. 1. 49)としている。「一つの社会的過程」とは、商品の交換過程のことである。マルクスは、「交換過程」において、交換の不断の反復は、交換を「一つの、規則的な社会的過程」にすると捉えているのである。次いで、商品の交換される「量的比率」は、「生産そのもの」によって定まるようになり、「慣習」は、それらものを価値量として固定するとしている。マルクスは、複雑労働の単純労働への還元「割合」、商品

- 交換の「量的比率」、これらは全て「慣習」によって定まるとしているのである。そのことは、複雑労働の単純労働への還元の根拠は、理論的に明らかにされうるものではないということである。
- 7) 本来、価値と文化は密接な関係にある。永井氏は、価値を「目に見えない非感性的な、従って非現実的な存在、その意味で又叡智的・可能的存在」とすれば、文化とはその価値を「自然物の中に具象化する営み、及びその営みの産物」（[11] 11頁）のことであるとされる。言語、風習、法律、経済、社会制度、倫理、芸術、宗教等は、全て価値の「具象的実現」であり、それ故に文化と見なされるということである。例えば、言語の場合、単なる発声、空気の振動といった物理現象ではなく、関係において成立するものであり、その関係の一定の意味を表現しており、意味を伝達する手段である。そこで成立する意味とは、非・超自然的存在として、価値的なものである。それ故に、価値と価値体系の変容は、文化のあり方にも変容を迫るのである。
- 8) 企業文化とは、組織に独特の「ものの見方」や「仕事のやり方」のことであり、組織に共有された思考・行動様式等のことである。企業文化は「色々な要因が複合的に作用し合い、しかも長い時間を経て形成される見えざるシステムなのである」（[15] 34頁）。
- 9) 企業文化は、企業イメージとして定式化されることもある。「ヒトを彩るサイエンス」（資生堂）とされる時、そこでの「ヒト」とは、個人はもとより、社会、生活、文化を含む人間全体に限りなく関心を寄せるという意味である。社員の地域活動や企業の社会貢献はその一種である。「彩る」とは、より美しく、より豊かな深みのある価値の創造を通じて、人間に輝きを与えるという意味である。それには事業に幅をもたせることが必要となるということである。「サイエンス」は美の科学であり、健康・情報・ヒトに関わる科学である。自然科学と社会科学をベースに幅広い視点から科学し、新しい深みのある価値を発見し、豊かで美しい生活文化の創造に挑戦しようということである。
- 10) 池上氏は、固有価値論の価値論への導入によって、従来の価値論に対して五つの点で変化と発展が促ながされるとされている。第一は、労働について「疎外されない本来の人間の生命活動」として捉えるということであり、「協同的な人間関係」の成立が前提とされねばならないということである。第二は、自然の資源や環境の有限性を認めるということである。第三は、生産の要素としてノーハウが重要であるということである。第四は、財についての評価基準は、単純な人的エネルギーの支出や貨幣額に還元されえないということであり、より少ないエネルギーの支出による生産に対しての評価を確立することである。第五は、「労働の人間化」（固有価値の生産）と「消費の人間化」（固有価値の享受能力）を達成することによってのみ、労働の疎外からの回復が可能であるということである（以上 [1] 88～9頁）。
- 11) ここでの一次的、二次的価値の階層性は、ホワイトヘッドが『観念の冒険』において問題にした「日常性」（慣例）と「理解」に対応するものであるといえよう。ホワイトヘッドは、昆虫社会であれば、「日常性」のみで生存が可能であるが、人間の場合は「理解」する能力を得ているために、未来のためにより正確に、出来事や状況を把握しようと活動し、ここから進歩が起ってくるとしているのである。

#### 参 考 文 献

- [1] 池上惇『現代経済学と公共政策』青木書店、1996年。
- [2] 池上惇『生活の芸術化—ラスキン、モリスと現代—』丸善ライブラリー、1993年。
- [3] 池上惇『固有価値の経済学—その生産と実現の条件、及び結果に関する研究—』『経済論叢』（京大）148—1・2・3、1991年。
- [4] ラッセル・L. エイコフ、牧野監訳『創造する経営—企業を蘇らせる52の妙薬—』有斐閣、1988年。
- [5] ロジャー・スパーリー、須田・足立共訳『融合する心と脳—科学と価値観の優先順位—』誠信書房、1985年。
- [6] ケネス・E・ボールディング、猪木・望月・上山訳『社会進化の経済学』HBJ出版局、1987年。
- [7] 北原貞輔『経営進化論—在ることから成ることへのパラダイム転換—』有斐閣、1990年。

- [ 8 ] 金芝河, 高訳『生を語る』協同図書サービス, 1995年。
- [ 9 ] 高木彰「情報社会と経済学の変革」『経済と社会』11, 1997年。
- [10] 高木彰『現代経済学の基礎理論』創風社, 1996年。
- [11] 永井博『人間と世界の形而上学—哲学原理の探究—』創文社, 1985年。
- [12] 徳安彰「自己組織性と文化」『組織科学』22—3, 1988年。
- [13] 梅沢・上野編『企業文化を学ぶ人のために』世界思想社, 1995年。
- [14] 中原紀「新しいモノづくり—カップリング時代の新商品—」佐々木編著『企業文化とは何か—新しい日本企業のフレームづくりに向けて—』北樹出版, 1994年。
- [15] 野中郁次郎『知識創造の経営—日本企業のエビステモロジー』日本経済新聞社, 1990年。
- [16] K. ローレンツ, 三島訳『生命は学習なり』思索社, 1982年。
- [17] T. A. パーソンズ, E. A. シルス, 永井他訳『行為の総合理論を目指して』日本評論社, 1968年。
- [18] N. ウィーナー, 鎮目訳『科学と神—サイバネティックスと宗教—』みすず書房, 1965年。
- [19] 飯尾要『経済・経営システムと情報技術革命』日本評論社, 1994年。
- [20] N. ウィーナー, 池原他訳『サイバネティックス—動物と機械における制御と通信—』(第二版) 岩波書店, 1962年。
- [21] K. ローレンツ, 谷口訳『鏡の背面』思索社, 1974年。
- [22] D. ボーム, 井上/伊藤/佐野訳『全体性と内蔵秩序』青土社, 1986年。
- [23] 高木彰「経済システムと自己組織性の理論」『立命館経済学』45—6, 1987年。
- [24] W. B. キャノン, 館訳『からだの知恵—この不思議なはたらき—』講談社学術文庫, 1981年。