



## 知識創造における社会関係資本の役割

文教大学大学院 情報学研究科 教授 石塚 浩

概要 新古典派経済学の限界を克服しようとした修正新古典派経済学のいくつか、すなわちゲーム理論、取引費用の経済学、そしてエージェンシー理論が、組織の概念とどのように関わっているかを考察する。そのなかで情報の偏在という問題解決に、調整機構としての組織階層が必ずしも有効ではないことを示す。主体間の関係性がもたらす諸効果を社会関係資本と定義し、それが経済人モデルを修正させる点について論じる。以上を踏まえて、知識創造における社会関係資本の役割について考察していく。知識創造の局面では、主体間のさまざまな知識や情報の結合と交換が必要となる。そこでは信頼、共通目的、協力へのモチベーションが大きな役割を果たしている。

(2005年11月30日受付)

文教大学大学院 情報学研究科

〒253-8550 神奈川県茅ヶ崎市行谷1100  
Tel 0467-53-2111(代表), Fax 0467-54-3724  
<http://www.bunkyo.ac.jp/faculty/gs-info/>

# 知識創造における社会関係資本の役割

文教大学大学院 情報学研究科 教授 石塚 浩

## 1 経済学における組織概念の扱い

経済学の多くのテキストでは、まず完全競争という概念が説明されるとともに、その限界も指摘される(たとえば、西村、1996; 石井他、1995; 西村、1990)。完全競争のもとでは、市場で成立した価格をもとにした行動が経済主体によって行われる。すべての経済主体はプライステイカーであり、市場では企業の参入と撤退が自由に行われる。外部効果は存在しない。つまり、すべての財やサービスは私的財であり、公共財は存在しない。一方の経済主体である消費者においては限界効用と限界費用が一致するところで消費が行われ、もう一方の主体である企業においては限界収入と限界費用が一致するところでの生産が選択される。新古典派経済学では、各経済主体が合理的に自己の利益を追求し行動すると仮定され、全体システムは単純明快に記述される。青木(1996)によると新古典派経済のモデルを用いて、経済全体のシステムを叙述しようとするれば、基本的に以下の3つの要素に集約されてしまうという。まず、資本・労働・土地といった生産要素が各経済主体の間でどのように保有されているかを示す「初期保有」、そして生産要素と最終生産物との間の実現可能な投入産出関係を規定する「技術」、および消費者の嗜好を反映する「選好」である。この3つが特定されれば、その経済の基本的な環境が決定されると述べている。

ところが価格による調整は、効率的な資源配分に失敗することがある。これを市場の失敗という。市場の失敗がもたらされる要因は、完全競争の条件のどれかが成立しないことである。すなわち、経済主体が価格支配力をもつ、市場に参入障壁が存在する。外部性が存在する、公共財が存在する、情報が不完全である、などが挙げられる。不完全情報の問題とくに情報の偏在については、取引コストの理論、エージェンシー理論、あるいはゲーム理論がそれらの仕組みを説明し解決策を論じてきた。

こうした修正された新古典派経済学で注目を集めたのが組織である。新古典派のもとで扱われる企業は、単一あるいは複数の生産要素を用いて、単一あるいは複数の生産物を生産する経済主体であって、その利潤の最大化を目指して行動するだけの存在であった。いわばその内部をブラックボックスとして扱っており、企業を組織体として考察することはなかったといつてよい。それに対して、修正された新古典派経済学は組織を情報の偏在問題の解決方法として捉え、組織内部の不完全情報に起因する問題を積極的に取り上げるようになった。

修正新古典派経済学での組織の捉え方はさまざまである。上記の代表的な経済学理論でも組織をどう捉えるかは一様ではない。伊藤と松井(1989)によると、市場取引と組織的取引は対極にある取引形態であり、それぞれの純粋型において次のような特徴を有しているという。まず市場取引では、取引が1回限りで持続性がないこと(非持続性)、取引相手が誰であるか特定する必要のないこと(匿名性)が挙げられる。この匿名性の条件には、自由な参入・退出も含まれている。一方の組織的取引では、取引が数少ないし長期にわたること(持続性)、そして取引相手を特定していること(取引相手の識別)が挙げられている。伊藤と松井(1989)は、この組織的取引が、通常の組織の概念とは異なるものだと主張しているが、組織の基本特性を示したものと考えられる。組織は目標を有し実現に向けて分業関係や階層を形成しており、それぞれに多様な資源を保持しているとする立場からすれば、この基本特性は全くもの足りない

かもしれない。しかし伊藤と松井のいう組織取引は組織概念にとって、十分条件とはいえないが必要条件にはなっているといえるだろう。

情報の偏在があると市場は上手く機能しない。市場取引では競争の効率性と情報効率性の実現が期待されるが、情報効率性は各経済主体が取引の対象となる財・サービスについて確実な情報をもっていることが前提となるので、情報の偏在があると効率的ではなくなるからである。経済学における人間観は経済人モデルである。経済人モデルとは、経済的報酬の程度によって人間の行動は変化するという見方である。ここでは人間が自己の経済的利益を最大化しようとするかと仮定される。情報の偏在があれば、それを自分の利益に繋がるように活用しようとする。市場が上手く機能しない大きな理由がここにある。

ゲーム理論の題材として有名な「囚人のジレンマ」状況の解決策についてみてみよう。囚人のジレンマ状況は次のように進展する。2人の囚人が大きな罪を犯したかどで逮捕される。彼らは、互いに連絡できないようにされている。そこで各囚人は、もう1人がどうするか不明なまま黙秘するか自白するかを決める。取り調べ当局は、小さな犯罪の証拠を有している。囚人が2人とも黙秘し通せば、双方とも軽い刑を受ける。この状況は相互に協力した利得である(双方の協力 MC)。もし囚人の1人が黙秘し、もう1人が自白するとする。この場合には、自白者は釈放され(一方の裏切り UD)、黙秘者は重刑を受ける(一方の協力 UC)。両方が自白してしまえば(双方の裏切り MD)、中程度の刑が科せられる。

経済人モデルに従って行動する各囚人にとって望ましい順序は、 $UD > MC > MD > UC$ となる。他の囚人がどのような行動をとろうとも、各囚人は黙秘よりも自白を選択する。なぜなら、 $UD > MC$ であるので裏切るほうが利得は大きいし、 $MD > UC$ なので協力して裏切られる場合の損失が大きいからである。

ところが、この状況が1回限りではなく継続的に何度も繰り返されると、協力関係が維持される(Rapport and Chammah, 1965)。つまり同じ相手と何度も繰り返すという組織的取引が導入されると、双方の協力が得られるようになる。自分が裏切ることによって得られる現在の利得と、裏切りがもたらす将来利得の損失とを比較し、将来利得が大きければ協力的な関係が維持される。自分が裏切ると次に相手から裏切られることによる損失が大きくなってしまふ。だから繰り返しの関係は裏切りを抑止するという論法である。

ゲーム理論は人間行動の様々な局面のうち、戦略的行動という部分的な一面しか扱っていないけれども、特定の相手との複数回の取引という組織の基本特性によって、囚人のジレンマ問題の解決策が導かれる。

主体間の経済的取引の視点から考察したものに取引コスト理論がある。この理論は、市場で解決できない課題について組織を用いて解決しようとする。ここでは組織概念として、調整活動を階層によって行う階層組織が前提におかれる(Williamson, 1975)。階層による調整活動とは、分業された諸活動の間で不可避となる調整について命令と報告を通じて行うことを意味している。市場取引をする主体間では、こうした命令はなじまない。市場取引条件は当事者同士の交渉によって決定されるからである。取引コスト理論の出発点は、市場と組織の調整方法の違いから発生するコストの差異である。Williamson(1975)は市場の失敗の概念において、市場か階層組織か(Make or Buy)の決定を取引コストと組織内の管理コストとの比較によって行おうとした。そして、どのような場合に市場取引あるいは組織が用いられるべきかを分析した。

彼によると、市場の失敗は人間の2つの特性から生じる。限定合理性と機会主義的行動である。限定合理性とは合理的であろうとしても、入手可能な情報の制約から限られた程度しか合理的にはなれないことを意味している。そのために、取引のための契約を結んでも、予見能力上の限界から長期的企業活動を合理的に実行できなくなる。機会主義的行動とは、取引相手の知らないことに乗じて、契約相手と

の総和利益の最大化ではなく、自己の利益を最大化する行動をとるというものである。経済主体は自己の利益を追求することによって動かされるという伝統的な新古典派経済学の仮定を、戦略的な行動の余地を含めて拡張したものといえる。自己の経済的利益の拡大を期待して、他人に脅威を与えるふりをしたり、順守する気持ちのない約束を締結したりする (Ghoshal and Moran, 1996)。

さらに不確実性、取引の頻度、そして資産の特殊性が追い打ちをかける。これらの要因は限定合理性に起因する相手方の情報処理の負荷を高め、そこに付け込む機会主義的行動を強く取らせるに至るからである。Williamson(1975) はこうした場合の多くでは、市場での取引よりも組織内に取り込んだほうが効率的だと主張する。組織では階層による調整が行われており、機会主義的行動を抑制することができるというのが理由である。Williamson(2000) によると、川上と川下にあたる2つの企業が独立している場合には、生じた利益について自己の分け前を増やそうという、ハイ・パワー・インセンティブがそれぞれに働く。そのため契約の締結、実行、そして成果配分の各段階で不適合が生じる。反対に統合されれば階層を通じて調整管理されるが、ロー・パワー・インセンティブしか働かないので、管理コストが増加するとされる。

しかし、現実の経営行動をみると、不確実性、取引の頻度、そして資産の特殊性によって市場よりも階層組織の採用が増加しているとは考えにくい。組織に統合することは管理コスト以外に、財務面で固定費の増加を意味し、将来の経営判断の柔軟性を損なう恐れがあるからである。

こうした事情のなかで中間組織という、まさに市場と組織の中間的な取引によって、機会主義的行動の抑止が実現される場合がある。たとえば、自動車メーカーと部品メーカーの関係などで頻繁に行われてきた系列関係は、中間組織の好例である<sup>1</sup>。組み立てを中心とする自動車メーカーと、この企業との取引が売上の大半を占める部品メーカー数社で構成される関係である。自動車メーカーはこのような系列関係を用いて、市場取引を維持しながら部品メーカーの機会主義的行動を抑えている。工夫の1つは複社発注である。ここでは簡略化して説明するが、同一部品を複数の部品メーカーに発注する。価格や品質面で部品メーカーを競わせ、実績を上げた部品メーカーからは、より多くの購買を行う。また承認図メーカーと貸与図メーカーに部品メーカーを分類して対応し、技術面での格差が生じにくいようにしている。さらには、自動車メーカーみずからが部品の生産を行い、生産にかかわる技術や原価の把握に努めている。

とくに系列取引にまで言及しなくても、経営戦略論で扱われる差別化は、取引相手にとって自社を唯一の相手として認識させ依存関係を形成することで、相手企業の機会主義的行動を抑止している。他社では購入できない財やサービスの提供を通じて、買い手の間での競争を生じさせる。このなかで情報の偏在を解消するとともに、自社に有利な状況を作り上げていくことが可能となる。

取引コスト理論は、階層組織に統合することで機会主義的行動をとらせないようにすることを主張する。だが今みたように、必ずしも統合が最適なものとはいえない。市場取引に組織的取引(特定の相手との長期間取引)を導入し、取引関係を工夫することで、協力関係を維持し、相手の機会主義的行動を抑止して、自己の利益の最大化を追求することはできる。

Ghoshal and Moran(1996) は取引コスト理論を批判し、組織は市場の失敗がみられるときに効率的な取引を構築するための市場の代替物ではないと主張する。彼らは市場の論理とは異なる論理によって、組織はある種の経済活動をコントロールするための独自の優位性を有しているとし、取引コスト理論は、この差異を認識していないと述べている。この主張は、組織をどのように捉えるべきかという課題を提起している。少なくとも、取引コスト理論が注目する階層による調整の意義だけで、組織を語ることはできないだろう。

<sup>1</sup>自動車メーカーの中間組織の分析は、浅沼(1997)に詳しい。

情報の偏在に起因する問題点を扱う別の経済理論として、エージェンシー理論がある。この理論は、取引コスト理論が一般的な、財・サービスの交換関係を研究対象とするのに比べて、とくに委託者と受託者の交換関係において、エージェントの行為がプリンシパルの効用水準をどのように左右するか、プリンシパルはこのエージェントの裁量行為に対してどのように予防措置を講ずるかを検討する。Eisenhardt(1989)によるとエージェンシー理論はエージェンシー関係にある2つの問題の解決に向けられている。第1の問題はプリンシパルとエージェント間の目標が相反していて、エージェントが実際に何をしているのが確認するのに大きなコストが発生することである。第2の問題は、プリンシパルとエージェントがリスクに対して異なった態度を有しているとき、生じるリスク配分の問題である。エージェンシー理論の考察対象は、協力すべき行動に関与しながらも、異なった目標を持ちリスクへの異なった態度を有するプリンシパルとエージェントの関係といえるだろう。

情報の偏在が存在していなければ、プリンシパルはエージェントに対して意思決定権を委譲することによる分業と専門化のメリットを完全に享受できる。したがって、必要な情報がコストなしで入手できる世界であれば、取引によって得られるベネフィットを最大化する分業構造は最善の成果をもたらすと考えられる。しかし、プリンシパルがエージェントの持っている情報をすべて持っているわけではないなら、つまり情報の偏在が存在するならば、エージェントはその情報上の優位を利用して自分自身の利益を追求し、プリンシパルの利益の実現に向けて必ずしも最善を尽さなくなる。

Eisenhardt(1989)によると、エージェンシー理論と取引コスト理論は類似しているという。双方とも私利性と限定合理性を仮定している。また双方とも共通の考察対象を有していて、取引コスト理論での「階層組織への統合」はエージェンシー理論での「行動に基づく契約」に対応し、「市場取引」は「結果に基づく契約」に対応している。しかし、これらの理論は異なった経済的背景を有している。取引コスト理論は組織の境界に関心を寄せるのに対して、エージェンシー理論は境界とは関係なく、協力関係にある契約に焦点が当てられる。エージェンシー問題に対して、階層による調整は解決策とはならない。なぜならプリンシパルとエージェントの目標の不一致の問題は、階層組織の内部でも生じるからである。エージェンシー問題の解決は、プリンシパルのモニタリング力の強化や両者の目標の統一を通じて図られることが多い。たとえば情報システムによる管理機能の充実、エージェントの行動の監視に役立つ。また、ストックオプション(株式購入権)制度は、株主と経営者、株主と従業員、あるいは経営者と従業員のエージェンシー問題を解決する1つの方策である。経営者や従業員の利益を株主の利益と一致させることで、プリンシパルとエージェントの間の目標の不一致を解消しようとするからである。また会社法で導入された株式会社の新しいガバナンス方式である委員会等設置会社の制度は、取締役らによる経営者行動の監視強化を意図している。

## 2 社会関係資本とその役割

ゲーム理論、取引コストの経済学、そしてエージェンシー理論は、情報の偏在について説明し解決策を模索してきたが、いずれの場合も自己の経済的利益追求の視点から考察が行われてきた。将来の利益を短期的な利益よりも大きくすることで協力を導き出したり、機会主義的行動をとることが自己利益の損失に繋がるという畏怖から協力させたり、あるいは互いの利害が一致する状況をつくりだすなどである。経済学が経済人モデルに従っていることからすれば当たり前のことであるが、このように個人や企業の行動をすべて経済人モデルで考察することには限界がある。経済人モデルが人間の行動の一部を説明していることは間違いないが、人間はもっと多面的で複雑な存在である。ホーソン実験や人間関係論の成果を持ち出さなくとも、人間は社会的な存在であって他人から影響を受け、逆に影響を与えていることは

自明なことだといえるだろう。社会学者の富永健一(1997, p.22-25)は、自我と他者という二人の行為者の間で、互いに満足の源泉が相手の行為者にあることから相互行為がおこなわれることを、「交換」と定義する。その上で、自我が他者から得る満足は自我にとっての利得であるが、自我が他者から利得を得るためには自我は他者に満足を与えねばならず、それにはコストを支払わねばならないと述べる。さらに富永は、獲得対象である価値が経済的価値である交換を、とくに「経済的交換」とする。交換には経済的価値以外のものも対象として含まれるのであるから、経済的交換は交換という行為の一部を構成すると考えられる。

そうだとすれば、現実世界において経済的交換だけを取り出して分析することには無理があるように思う。経済的交換をメインとする市場取引においても他の様々な要素の交換が絡んでくると考えるほうが自然である。市場取引について従来の経済学的な視点ではなく、人間の有する社会性を踏まえた分析が必要となる。情報の偏在の問題の解決にも手がかりを与えてくれる可能性が高い。Uzzi(1996)によると、企業間のネットワークは市場の論理とは異なった交換の論理で動いているという。この交換論理はエンベディドネス(embeddedness)と呼ばれる。彼は、このエンベディドネスが組織間のネットワーク形態に特有の諸機会(場合によっては制約)をもたらしている、標準的な経済学的な説明では予測できない結果をもたらすと述べている。さらに、経済学の論理では、社会的連結の経済行動への影響は軽微とされるけれども、実際には価格システムの効率性を補完することがあるという。Uzzi(1997)は、ニューヨークのアパレル業界の23社を対象にして、このエンベディドな関係による影響を調査した。その結果、時間の節約、配分問題のパレート的な改善、統合的な調整、そして複合的な適合が促進されることを見いだした。エンベディドな関係では、市場取引では対象となりにくい情報がやりとりされる。Larson(1992)は、戦略、生産ノウハウ、そして利益率についての詳細な情報が、エンベディド連結を通じて移転されると述べている。つまり、経済的交換では得られない多様な情報や知識の学習が促進されると考えられる。

市場の論理とは異なった交換の論理が存在することについて、Granovetter(1985)は次のように指摘する。行動と制度が社会関係によってどのように影響されているかは、社会理論の古典的課題の1つである。経済的行動のどの程度が、産業社会で形成される社会関係構造にはまり込んでいるかを検討する必要がある。通常の新古典派経済学はこうした現象に原子論的説明をしているが、経済的活動の十分な説明にはエンベディドネスを考察する必要がある。経済活動は内容、目標、そしてプロセスにおいて、非経済的活動や制度に依存している。経済活動と非経済的活動は相互に結びついているので、社会関係全体が生産性の向上と連結している。経済学のモデルでは、学習によって変化する個人の能力に生産性を帰属させようとするが、社会的ネットワークにおける協力関係が生産性に影響を与えている。

さらにGranovetter(1985)は社会的ネットワークが、3つの中心的な理由において経済的成果に影響を与えると述べている。第1に、社会的ネットワークは情報の流れと質に影響する。多くの情報は難解で複雑であるので確証が難しい。そこで知っている人からの情報を頼りとする。第2に、社会的ネットワークは報酬と懲戒の重要な源泉である。第3に、インセンティブのバランスが不利になっても、他人が正しく行動すると信じることを意味する信頼は、社会的ネットワークのコンテクストで生じる。

Granovetterの主張は、合理的に自己の利益を追求しようとする行動とは別の行動原理(つまり社会的関係にもとづく行動)が存在していて、それがあがるために市場活動は円滑に行われていると述べる。そして、そこに情報の偏在の問題を解消する作用も見いだされる。それは社会的関係のもたらす協力への志向が、経済的利益の極大化行動を緩和させると考えられるからである。また社会的関係は人それぞれで異なるから、誰がどのような関係を保持しているかでその価値は異なってくる。よく「人脈はその人の資産である」という言い方をするが、まさにそのとおりであるといえるだろう。Nahapiet and Ghoshal(1996)は社会的関係の有する価値について、社会関係資本(Social Capital)という概念を紹介している。彼ら

によると、社会関係資本とは個人単位や社会の単位によって保有される関係のネットワークに含まれる、あるいはネットワークを通じて利用できる、またはネットワークから生じる現実あるいは潜在的な資源の合計である。

Putnam(1995)は、社会関係資本の3つの次元を明らかにしている。それらは構造的、关系的、そして認知的次元であり、各次元は相互に関連しているという。

構造的次元とは、関係ネットワークの形態を示すものである。この用語は単位間の連結の非人格的な連結形態を表している。誰と連結しているか、どのような形で連結しているかの結びつきのパターンを示す。最も肝心な点は、行為者間にネットワーク連結があるかないかである。

关系的次元とは、相互作用の歴史を通して形成される人間関係から発生するものである。ここでは尊敬や友情のような人びとが有している特定の関係に焦点が当てられる。信用、ルール、義務、制裁、あるいは義理人情といった言葉がこの次元をよく表現していると考えられる。

認知的次元は、共通目的、価値観の共有、理念、そして文化などの言葉と関係が深い。ネットワーク内の知識や情報の解釈や意味づけを促進するものである。社会関係資本の立場からは注目されて来なかったが、経営学や経営組織の研究において従来から注目されてきたものである。

構造的次元と关系的次元の違いについては、次のように考えることができるだろう。社会構造において行為者の有する連結は、その行為者にいくつかのアドバンテージを与える。たとえば、人びとは職を得るために、情報源として知り合いに頼ることがある。ここでは誰と結びついているかという構造的次元が大切となる。Granovetter(1985)は職探しにおいて、知人が幅広くいることの大切さを指摘している。それに対して关系的次元では、信頼や信用のような人間関係に根ざした特性が考察される。信用されている行為者は信頼関係がないと得られないような、目標達成へのサポートを確保する可能性が高いだろう。

社会的相互作用の連結を示す構造的次元は、社会関係資本の关系的次元の諸特性である信用を刺激するかもしれない。頻繁かつ緊密な相互作用は、行為者たちにお互いを知覚させ、重要な情報を共有させ、さらには共通の視点を創り出すからである。また構造的次元からみてネットワークの中心的位置を占める行為者は、他の行為者から信頼を得ていると推測されやすいだろう。さらに価値観およびビジョンの共有は認知次元の主要な特徴であるが、メンバーの意思決定に共通の価値観をもたらすことによって关系的次元の要素である信頼関係の発展にも寄与すると思われる。

Nahapiet and Ghoshal(1996)によると、社会関係資本はさまざまな形態をとるが、各形態は2つの特徴を共有しているという。まず第1に、社会関係資本は人員間の関係に固有のものであり、他の資本と異なり排他的所有権を一人のプレイヤーが持つことはできない。よって社会関係資本は簡単には商取引の対象とならない。共有された価値観、相互の信頼、そして義理人情などはメンバーが変われば容易には移転できないからである。第2に、社会関係資本は社会構造のなかでの個々人の行動を促進する。社会関係資本はそれが無い場合には成し遂げられない目標の達成を実現するからである。

制度としての組織は市場と比べて、社会関係資本の水準を高めやすいと考えられる。組織の要素は協働意思、共通の目的、そしてコミュニケーションであり(Barnard,1938)、個人を原子論的に扱う市場に比べて、メンバー間の関係を重視している。まさに構造的、关系的、そして認知的な面で社会関係資本は組織内で蓄積されやすいと考えられる。また市場取引よりも組織が選択される理由の1つは、こうした社会関係資本の蓄積の容易さにあるのかもしれない。ただし中條(1998, pp.279-281)が主張するように、これらの3要素を組織の成立要件とみるべきではなく、むしろ理想的な組織で求められる機能と捉えるべきである。よって、企業などの通常の組織体において、社会関係資本が十分に形成されていないこともあるし、組織とは一般に呼ばれないところでも社会関係資本は形成されうる。

### 3 社会関係資本と知識創造

社会関係資本は、知識の創造にいかなる影響を与えているのだろうか。知識創造をおこなっている典型的な例といえる研究活動集団を考えてみると次のことが想起される。グループ内のあらゆる研究者は、共通目標である研究成果を上げるために互いの活動について理解し調整しあう必要がある。そのために何度となくミーティングを開くことが要求され、互いに信頼しあうことも大切な条件となる。特定のメンバー間で繰り返される、このような関係では、先述した社会関係資本の3つの次元が充足されやすいと考えられる。

研究者間の情報や知識の交換を、市場における経済的交換のみで実現しようとするならば、およそ彼らの研究が実を結ぶことなどないであろう。エンベディドな関係の形成が知識の創造に寄与していると思われる。

#### 3.1 知的資本の形成

知的資本とは、組織などの社会集団が有する知識および知る能力を意味する (Nahapiet and Ghoshal, 1996)。知的資本の形成については、社会関係資本が大きな役割を果たすと思われる。学習や知識の創造においては、他者との相互作用が不可欠である。他者の知識や情報を取り入れる一方で自らの知識や情報を発信する。こうした交換のなかでは、個々の見解やそれら見解への疑問点がやりとりされ、より高い価値を有する知識が生み出されると考えられる。そして知識の学習や創造に対して社会関係資本は、こうした相互作用の場所を提供しているといえるだろう。

茂木 (2005, p.106) は、創造性が個人の独創性によってのみもたらされるという「独創性」の神話に固執することには害が多いと述べる。もし「独創性」の神話が正しいのであれば、創造的であるためには引きこもればよいことになってしまう。人と人とのコミュニケーションが、新しいものの創造のきっかけになることが多いと指摘している。

学習についても、単に個人が知識を吸収するというのではなく、他人との相互作用が不可欠なものとする考え方が現れている。Lave and Wenger(1991) は、人間の全体性に重きをおき、行為者、活動、さらに世界が相互構成的であるとみなすことによって、事実についての知識や情報の受容を学習としてきた支配的な仮説について、再検討する機会を提供している。彼らは、学習に関する過去の説明は、学習が本来もつ社会学的な特性を無視してきたと論じる。認識論的説明から踏み出して、彼らは学習が実践の共同体への参加の過程であること、しかも、ここでいう参加とは当初は周辺のだが、次第に関わりを深め、複雑さを増してくるものだ、としている。

上野 (1999, pp.126-127) は、学習における相互作用の重要性について次のように述べている。「初心者や新参者の側だけが学習するといったことは考えにくいのではないだろうか。むしろ、熟練者は、道具や技術や他のコミュニティとの関係において、ある意味で初心者だということも可能であろう。初心者にしても、何もない白紙の状態での仕事についてだけでなく、なんらかの履歴を持っているはずである。たとえば、以前は、異なった仕事についていたり、異なった部署にいたり、学校教育を受けた経験があるはずである。このような意味で、初心者も、またそれ以前に用いていた知識や技術を異なったコンテキストの仕事の中で再構成することが要求されるであろう。しかも初心者は、熟練者が昔経験したような仕事やその学習の過程を繰り返すのではない。むしろ、先にみたような新しい道具の導入やそれに伴う熟練者による過去と現在の技術の相互的な構成というコンテキストに参加しているのである。」



### 3.2 知的資本の形成と社会関係資本

知識の創造と学習では相互作用が欠かせないとするなら、社会関係資本が知的資本の形成を支援することが予想できる。それでは、どのようなプロセスで社会関係資本は、知識創造の支援に向けて働くのであろうか。中心となるプロセスは、情報や知識の結合と交換だと考えられる。結合とは、これまで関係性を有していなかった、あるいは以前とは異なる関係性をもって情報と知識を結びつけることである。そして結合される情報や知識は、さまざまな人びとや組織によって保有されているので、それらの受け渡しつまり交換が結合に先立って行われる必要がある。

知識創造には2つのタイプがあるとされる。第1のタイプは、既存の知識を漸進的に変化発展させるなかで生じるものである。March and Simon (1958) は部分的探索による安定的ヒューリスティックと名づけている。第2のタイプは革新的な知識創造であり、Schumpeter(1934) はイノベーションと呼び、Argyris and Schon(1978) はダブルループ学習と名づけている。

このように漸進的知識創造においても革新的知識創造でも、新しい結合が必要となっている。過去には結びついていなかったものを結びつける。これまでとは異なった結びつけを行う。こうした考え方はイノベーションを考える際の研究の出発点となっている (Schumpeter, 1934; Boisot, 1995; Cohen and Levinthal, 1990; Kogut and Zander, 1992; Moran and Ghoshal, 1996)。

新しい知識創造は、社会的相互作用と協力関係を通して実現する。交換と結合の場面では、積極的に交換・結合活動を行う主体的意思が必要であると思われる。また、そのためには交換と結合へと向かわせる動機づけが必要になるのではないだろうか。ここに社会関係資本の役割がみいだされる。

### 3.3 結合と交換そして社会関係資本

結合と交換が知的資本を拡充する上で大事だとするなら、これらを促進する条件を考察する必要がある。Moran and Ghoshal(1996) は、3つの条件を提示している。

第1の条件は、情報や知識へアクセスする機会の存在である。つまり結合と交換を形成するための条件である。他人や他組織が有するさまざまな知識や知的活動に触れることを意味している。この点においてインターネットの発達、結合と交換を進捗させる役割を果たすことは言うまでもないだろう。Moran and Ghoshal(1996) によると科学上の発見は計画的ではなく、偶然の結合と交換から見つかるものが多い。知識や知識創造のプロセスへのアクセス可能性が高いことは、この偶然性の確率を高めることになる。

第2の条件は、知識創造の実現への期待である。資源を交換し結合することが、知識の創造をもたらすとの期待が必要である。結果はともかく、交換と結合が価値ある意義のある成果を生むと期待される必要がある。知識を生み出す作業は、その成果が確実に得られるとは限らない。むしろ徒労に終わってしまうことのほうが多いかもしれない。必ず成功する、あるいは成果を出せるという信念を抱かせることが大切である。

第3の条件は、交換と結合への参加意欲の確保である。つまり交換と結合に自ら参加したいという意欲が必要であり、彼らへのモチベーションの提供が重要となる。モチベーションの手段としては、金銭のような物的なインセンティブだけではなく、正しいことをしているという理想的インセンティブ、あるいは自己の能力を高めたいという自己実現的インセンティブの場合もあるだろう。

次に社会関係資本が、これらの条件を満たすかどうかについて検討してみよう。社会関係資本の構造的次元は、他人や他の組織との連結を意味する。情報や知識へのアクセス可能性は少なくとも確保される。社会関係資本は関係のなかに存在し、関係は交換を通して形成されていく。Granovetter(1985) のいう弱連結 (単なる知り合いなどの希薄な人間関係にみられる関係) は、強連結 (家族や恋人あるいは仕事

上の緊密な人間関係にみられる関係)と異なり、浅く広く情報と知識を探索するのに優れている。イノベーションのなかには、当事者にとって想定を超えた思いがけないことを契機として見つかるものがある。弱連結によって多彩な情報や知識が集まってきたほうが、思いがけない想定外の結合が可能になる。弱連結を価値あるものにするには、よく知っている人ではなく、単なる知り合いを増やすことが効果的であり、構造的次元の社会関係資本の拡充が求められる。

多様な情報や知識を集めるために弱連結は大いに貢献するが、知識には暗黙知の形態をとるものもある。暗黙知は形式知と異なり、潜在的に理解され応用されるものである (Polanyi, 1966)。明瞭にすることが難しく、直接の経験と行動から得られる。また暗黙知は本来、時間をかけて徐々に発展していく主観的で個人的な知識である。通常、相互の頻繁な会話、物語、そして経験の共有を通して伝達されていく。暗黙知は学習に時間がかかるので、生産活動や研究開発などで暗黙知の移転が必要となる場合、そうした活動を遅延させる原因となるだろう。多くの論者が有益な暗黙知の移転の難しさを指摘している (Hansen, 1999; Zander and Kogut, 1995; Nonaka and Takeuchi, 1995)。

暗黙知は容易に移転できないからこそ、交換と結合の対象とすることができれば、他では得難い価値を創造することができると思われる。経営戦略の立場から言えば、差別化の有力な源泉となりうるし、経営資源論の立場からすればコアコンピタンスを形成することに繋がってくる。暗黙知の交換では、関係的そして認知的次元の社会関係資本がおおいに活躍すると考えられる。また、経営戦略上、外部には秘匿しておきたい情報や知識を交換する際にも、信頼関係を築く関係次元の社会関係資本が求められるだろう。

関係的次元は人間関係や組織間関係の状況を反映している。信頼関係が確立していれば、知識や情報を交換する際の不安は薄まる。相手に裏切られる心配がないので、オープンマインドに知識や情報をやりとりできるようになる。Boisot(1995, pp.224-225)は高い不確実性下の知識創造の場面で、相互信頼が大きな役割を果たすと指摘している。こうした文脈での信頼関係の重要性について次のような事例がある<sup>2</sup>。

三重県亀山市にあるシャープの液晶工場の立ち上げには、歩留まりの低下問題という大きな困難があったという。こうした問題を解決するには、シャープの全社的協力が必要であるが、それをすると亀山工場の独自技術やノウハウが流出してしまう危険があった。過去の工場立ち上げでは、技術ノウハウが流出し、韓国企業のキャッチアップを速めてしまったことがあった。液晶統括の専務であった谷善平は、亀山工場の情報をすべてさらしてしまう決断をする。情報を明かさないとすることは、その人を信頼していない、ということになる。シャープの液晶事業にはいらぬ人間など一人もいない。ノウハウを持って辞めていくような人間がいるとしたら、我々の信頼を裏切ったその人は、永遠に仲間はずれになるはずだと腹をくくった。効果はてきめんに表れたという。亀山からのSOSにシャープの他工場の技術陣が応じ、「その問題なら似たような現象を経験したことがある」と失敗の歴史を持ち寄って、一つひとつ課題を潰す地道な作業を積み重ねていき、工場の立ち上げは成功した。

亀山工場の事例は、シャープという1つの企業組織体の内側で知識移転が行われた例である。Barnard(1938)は、組織成立の必要十分条件は、目的の存在、協働意欲、そしてコミュニケーションであるとする。先にみたように、これらの条件は成立要件とみるべきよりも理想的な組織一般に該当する機能と考えるべきである。さらに、いわゆる組織体でなくとも、目的、協働意欲、そしてコミュニケーションが存在するネットワーク関係は構築されうるし、そこで社会関係資本が形成されていくことになる。

認知的次元の社会関係資本は、アクセス可能性と知識創造実現への期待の双方の条件を充たしうると考えられる。知的資本は社会的相互作用の産物であり、Lave and Wenger(1991)の指摘するように知識

<sup>2</sup> 「決戦テレビ最終戦争 シャープ液晶世界一への道」日経ビジネス 2005.9.19号, pp.116-119.

や意味は社会的状況に埋め込まれている。交換と結合をスムーズに行うには社会的状況を理解するためのコンテキスト(文脈)の共有が必要となる。コンテキストの形成には言葉とコードの共有が欠かせないし、成功体験の共有といった文化的側面が欠かせない。言葉の共有によって人びとは議論し情報を交換するようになる。すなわち言葉によって情報や知識の結合能力が強化される。言語は多義的な解釈を通じたリッチな意味の集合を形成し、それらを交換するための強力な手段となるといえるだろう。また成功体験やシンボルの共有が共通の価値観の浸透を深めていく。価値観の共有は異質性の排除に繋がる危険もあるが、それがコミュニケーションのベースになることを考えれば、交換と結合のネットワークの維持に必要なことと思われる。この点で認知的次元の社会関係資本が交換と結合に大いに貢献しているといえる。

そして何よりも認知的次元は、知識創造のための交換と結合に正当性を与えてくれる。第三者がみると、「とうてい理解できない」「不可能である」「無謀である」とされることであっても、共通の目的から導かれた価値観の共有が実現していれば、それは「正しいことをしている」「必ず実現できる」との信念を当該ネットワークのメンバーに抱かせる。

メンバーの参加意欲の確保つまりモチベーションの問題を考える際には、「交換」の概念に再度立ち返る必要があるだろう。Nahapiet and Ghoshal(1996)は、取引コスト理論の批判のなかで次のように論じている。「組織の優位性は階層によって人間の病理を克服することではなく、イニシアチブをとり、協力し、学習する人間の能力を高めることにある。学習すること、そしてイノベーションおよび目的志向の適合において学習を活用することは、組織内部の目的性や多様性に依存している。同様に、組織は協力を維持するために、必要な信頼とコミットメントを創り出す社会的関係を生み出すことができないと失敗する」。

Nahapietらは、組織の優位性について以上のように言及するが、「必要な社会的関係を生み出すことができないと失敗する」という彼らの表現から次のことがいえるだろう。取引コスト理論では、調整手段として機能する存在という意味で組織という言葉を使用している。それに対して、Nahapietらのいう組織は望ましい社会的関係の形成、つまり社会関係資本を備えたものであると思われる。

知的資本を創造するための結合と交換に必要な条件のうち、協力への参加意欲は、その社会関係において目的を明確にし、参加意欲を引き出すことで充たされると考えられる。ただし結合と交換に協力しようとする参加意欲は、新古典派経済学の中核的動機である自己利益の最大化の論理では充足されない。自分の利益を追求する一方で、競争に負け脱落していくリスクの回避が、主たる行動原則と仮定されているからである。主体間の相互作用をこうした「経済的交換」の視点からではなく、もっと多様で幅の広い「交換」の概念で考察していく必要がある。Barnard(1938)は、組織が市場を模倣するだけでは組織内のインセンティブ問題は決して解決されないとする。この主張は経済的交換の見方だけでは人間の動機づけとして不十分であり、さまざまな社会的交換の対象となる誘因が大切であることを示していると考えられる。こうした社会的交換がもたらす価値あるものの1つが、社会関係資本といえるのではないだろうか。

#### 4 結語にかえて

人間は自己の経済的利益の最大化を追求するという経済学で支持されてきた仮説は、説明モデルとして不十分であるといえる。経済的行為であるとは一見みえるものでも、その背景には社会関係が大きな影響を及ぼしていることがある。本稿は、イノベーション活動が、純粹の市場取引ではなく、社会関係資本の充実した場所において行われることを示そうとしたものである。社会関係資本とは Coleman(1988)

によれば、関係的資源を示す用語であり、共同社会組織の個々人の行動を説明する上で効果があるという。彼によると、近年の研究はこの概念を幅広い社会現象に応用しており、家族の内外の関係、企業内や企業間関係、組織と市場の問題などが対象になっているという。

社会関係資本は Barnard(1938) のいう組織の成立要件を満たしうると考えられる。すなわち、目的、協働意思、そしてコミュニケーションである。階層による調整を必ずしも持たない社会的関係でも、これらの要件を満たす可能性がある。むしろ、これらの要件は組織の成立要件ではなく、目的を実現するための理想的な関係の状態を示すとしたらどうだろうか。たとえば組織間関係として取り上げられる企業間提携は、ネットワーク関係による社会関係資本の視点から考察したほうが、その成否の分析が深まると思われる。知識創造は市場より組織のなかで行うことが適しているとの主張があるけれども、それは階層制を有する組織という意味ではなく、社会関係資本の充実した組織を指していると考えられる。つまり市場よりも組織内部において、社会関係資本が形成されやすいという観点である。研究活動や新製品開発の際に頻りに形成されるプロジェクト・チームは、階層的な管理を受けにくいように工夫された組織形態といえるだろう。ここでは社会関係資本によって、情報と知識の交換と結合の場が作り出されていると思われる。

## 参考文献

- 青木昌彦, 奥野(藤原) 正寛 編 『経済システムの比較制度分析』東京大学出版会, 1996.
- 浅沼万里 『日本の企業組織 革新的適応のメカニズム』東洋経済新報社, 1997.
- Argyris, C., and D.Schon, *Organizational Learning: A theory of action perspective*, Reading, MA: Addison Wesley, 1978.
- Barnard C, *The Functions of the Executives*, Cambridge, MA, Harvard University Press, 1938.
- 中條秀治 『組織の概念』文真堂, 1998.
- Boisot, M. H., *Knowledge Assets: Securing Competitive Advantage in the Information Economy*, Oxford University Press, New York, 1998.
- Cohen, Wesley M., and D. A. Levinthal, Absorptive Capacity: A New Perspective On Learning and Innovation, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 35, 1990, pp. 128-152.
- Coleman, J. S., Social capital in the creation of human capital, *American Journal of Sociology*, Vol.94, 1988, pp.95-120.
- Davis, G. F., and H.R. Greve, Corporate Elite Networks and Governance Changes in the 1980s, *American Journal of Sociology*, Vol.103, No.1, Jul 1997, pp.1-37.
- Eisenhardt, K.M., Agency Theory: An Assessment and Review, *Academy of Management Review*, Vol.14, No.1, 1989, pp.57-74.
- Ghoshal, S., and P. Moran, Bad for Practice: A Critique of the Transaction Cost Theory, *Academy of Management Review*, Vol.21, No.1, pp.13-47

- Granovetter, M.**, The Strength of Weak Ties, *American Journal of Sociology*, Vol.78, 1973, pp.1360-1380.
- Granovetter, M.**, Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness, *American Journal of Sociology*, Vol. 91, No.3, Nov. 1985, 481-510.
- Granovetter, M.**, The Impact of Social Structure on Economic Outcomes, *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 19, No.1, Winter 2005, pp.33-50.
- Hansen, M. T.**, The Search-Transfer Problem: The Role of Weak Ties in Sharing Knowledge across Organization Subunits, *Administrative Science Quarterly*, Vol.44, No.1, March 1999, pp.82-111.
- 石井安憲, 西條辰義, 塩澤修平 『入門ミクロ経済学』有斐閣, 1995.
- 伊藤元重, 松井彰彦 「企業 日本的取引形態」(伊藤元重、西村和雄編 『応用ミクロ経済学』, 東京大学出版会, 1989 所収 第1章)
- 岩井克人・伊藤元重編 『現代の経済理論』東京大学出版会, 1994.
- Kogut, B., and U. Zander**, Knowledge of the Firm, Combinative Capabilities and the Replication of Technology, *Organization Science*, Vol.3, 1992, pp.383-397.
- Larson, M.**, Network Dyads in Entrepreneurial Settings: A Study of the Governance of Exchange Processes, *Administrative Science Quarterly*, Vol.37, pp.76-104.
- Lave, J., and E. Wenger**, *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*, Cambridge University Press, Cambridge, 1991.(佐伯胖訳 『状況に埋め込まれた学習』産業図書, 1993)
- March, J. G., and H.A. Simon**, *Organizations*, New York, Wiley, 1958.
- Masten, S. E., J. W. Meehan, Jr., and E. A. Snyder**, The Costs of Organization, *The Journal of Law, Economics and Organization*, Vol.7, No.1, 1991, pp.1-25.
- 茂木健一郎 『脳と創造性「この私」というクオリアへ』PHP研究所, 2005.
- Moran, P., and S. Ghoshal**, Value Creation by Firms. In J.B. Keys and L.N. Dosler(Eds.), *Academy of Management Best Paper Proceedings*, 1996, pp.41-45.
- Nahapiet, J. and S. Ghoshal**, Social capital, intellectual capita, and the organizational advantage, *Academy of Management Review*, Vol. 23, No.2, pp.242-266.
- 西村和雄 『ミクロ経済学』岩波書店, 1996.
- 西村和雄 『ミクロ経済学』東洋経済新報社, 1990.
- Nonaka, I. and H. Takeuchi**, *The Knowing-Creating Company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*, Oxford University Press, 1995. (梅本勝博 訳 『知識創造企業』東洋経済新聞社, 1996)

- Polanyi, M.**, *The Tacit Dimension*, Rutledge & Kegan Paul Ltd., London, 1966(伊藤敬三訳 『暗黙知の次元 言語から非言語へ』 紀伊国屋書店, 1980)
- Putnam, D.**, Bowling Alone: America's declining social capital, *Journal of Democracy*, Vol.6, 1995, pp.65-78.
- Rapport, A., and A.Chammah**, *Prisoner's Dilemma*, University of Michigan Press, Ann Arbor, 1965
- Schumpeter, I.A.**, *The Theory of Economic Development: An inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle*, Cambridge, MA Harvard University, 1934(Reprinted in 1962)
- 丹沢安治 『新制度派経済学による組織研究の基礎 制度の発生とコントロールへのアプローチ』 白桃書房, 2000.
- 上野直樹 『仕事の中での学習 状況論的アプローチ』 東京大学出版会, 1999.
- Uzzi, B.**, Social Structure and Competition in Interfirm Networks: The Paradox of Embeddedness, *Administrative Science Quarterly*, Vol.42, No.1, March 1997.
- Uzzi, B.**, The Source and Consequence of Embeddedness for the Economic Performance of Organizations: The Network Effect, *American Sociological Review*, Vol. 61, No. 4, August 1996.
- Williamson, O. E.**, The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead, *Journal of Economic Literature*, Sep2000, Vol.38, No.3, pp.595-613.
- Williamson, O. E.**, *Markets and Hierarchies: Analysis and antitrust implications*, New York, Free Press, 1975.
- Zander, U. and B. Kogut**, Knowledge and the Speed of the Transfer and Imitation of Organizational Capabilities: An Empirical Test. *Organization Science*, Vol. 6, 1995, pp. 76-91.

## 著者略歴

石塚 浩 Hiroshi Ishizuka



1959年生。1989年3月早稲田大学大学院商学研究科博士課程単位取得後退学。同年4月広島県立大学経営学部専任講師に着任。1993年10月同助教授。1997年4月より文教大学情報学部助教授。2003年4月より同教授。2005年4月より大学院情報学研究科情報学専攻教授を兼任。経営戦略論と経営組織論を専門とする。文教大学大学院情報学研究科では「経営戦略特論」を担当。

## お問い合わせ先

住所：〒253-8550 神奈川県茅ヶ崎市行谷 1100 文教大学大学院 情報学研究科

電話：0467-53-2111(代表)

ファックス：0467-54-3724 (大学院事務室)

メールアドレス：ishizuka@shonan.bunkyo.ac.jp



Graduate School of Information and Communication, Bunkyo University

**Journal of Information and Communication**

Vol.1, No.1 (Jan, 2006)

## **Social Capital and New Knowledge Creation**

**Hiroshi Ishizuka**

Graduate School of Information and Communication, Bunkyo University

1100 Namegaya, Chigasaki, Kanagawa 2538550, JAPAN

[ishizuka@shonan.bunkyo.ac.jp](mailto:ishizuka@shonan.bunkyo.ac.jp)

Received 30 November 2005

**Abstract** Social capital is the sum of the actual and potential resources embedded within the networks of relations. New knowledge creation needs combination and exchange of information and knowledge the members of a social network have. Social capital facilitates the combinations and exchanges of knowledge because it brings trust, purpose, and motivation on knowledge transfer.

**Graduate School of Information and Communication, Bunkyo University**

1100 Namegaya, Chigasaki, Kanagawa 253-8550, JAPAN

Tel +81-467-53-2111 , Fax +81-467-54-3724

<http://www.bunkyo.ac.jp/faculty/gs-info/>