

拓殖大学 経営経理研究

伊藤 善朗教授 三代川正秀教授 退職記念号

第 103 号

2015 年 3 月

伊藤善朗先生のご退職によせて	秋 山 義 継 (1)
退職に当たって	
— Glenn Albert Welsch 博士との出会い —	伊 藤 善 朗 (5)
三代川正秀先生のご退職に寄せて	潜 道 文 子 (15)
研究所が教育機関であったころ	三代川 正 秀 (19)

論 文

日本のエネルギー資源貿易政策 (15)	
— QE 米国ドル政策の転換と国際石油市場の変容 —	武 上 幸之助 (37)
ソーシャルメディア時代の消費者行動の変化とマーケティング	
— 増大する消費者の内部情報と	
外部情報へのマーケティング対応 —	田 嶋 規 雄 (57)
知的財産権保護の国際交渉モデル	海老名 一 郎 (77)

研究ノート

MOT が企業経営に与える影響	金 山 茂 雄 (89)
国際協同組合年を契機とした協同組合学習の実践	石 毛 昭 範 (113)
EU 域内の法人税制に関する一考察	稲 葉 知恵子 (127)

書 評

潜道文子著『日本人と CSR — 遊戯・フロー体験・ダイバーシティ』	
.....	内 田 金 生 (147)

拓殖大学経営経理研究・投稿規則／執筆要領	(151)
----------------------------	-------

前 号 目 次

論 文

CSR とフロー体験

—— ソーシャル・エンタープライズから学ぶ

企業の戦略的社会性 —— 潜 道 文 子 (1)

SEC 監査規制における監査基準の適用

—— エンフォースメント・アクションの

史的分析 —— 岡 嶋 慶 (33)

日本のエネルギー資源貿易政策 (14)

—— 米国原油先物オプション市場と

WTI の信用リスク極大化 —— 武 上 幸之助 (95)

現代ロシアの銀行制度について

—— 金融業界の構造 —— 山 村 延 郎 (117)

選好表明の戦略性と協力関係の漸進性 海老名 一 郎 (145)

拓殖大学経営経理研究・投稿規則／執筆要領 (159)

拓殖大学
経営経理研究

第 103 号

拓殖大学経営経理研究所

伊藤善朗先生のご退職によせて

大学院地方政治行政研究科委員長，教授 秋山 義継

2015 年 3 月末をもって，伊藤善朗先生が本学商学部をご退職されます。

伊藤先生には（私が商学部にも所属していた時），大変お世話になりました。それ以上に多くの大学関係者がお世話になったことと思います。皆さんを代表して，先生の業績や思い出の一端を述べさせていただき，御礼の挨拶とさせていただきます。

先生とのご縁は，1986 年に私が商学部専任講師になった時に始まります。そして当時，先生が担当されていた「経営管理総論」を私が担当することとなったのです。もともと，「交通論」や「交通経営論」が私の研究分野だったので，この機会が私にとって本学での経営学の教員としての出発点となりました。おかげさまで，今日まで本学で奉職することになったわけでございます。

伊藤先生は，1968 年に本学商学部経営学科を卒業されると，すぐに都立の商業高校に教諭として赴任されました。その後，1970 年に本学大学院商学研究科修士課程を修了，1971 年に本学商学部非常勤講師，1972 年に本学商学部助手となり，1974 年に本学商学部専任講師に就任されました。助教授を経て，1986 年には本学商学部教授に昇格され，今日に至っております。

先生の研究領域は，過去において予算管理の行動学的側面に焦点を合わせての研究でした。しかし現在では，会計の認識方法の限界について行動科学的な側面からアプローチを試みていらっしゃいます。とりわけ，無形

資産の評価を中心に研究され、資本のシナジー効果という視点から無形資産の資産性を取り上げておられます。従来の会計では認識不能な経済活動をとらえるための枠組みについて様々な試みがなされてきましたが、収益獲得能力をその根源との関係から総合的にとらえる試みはいまだなされていないといえましょう。このことは、企業の内部的な判断に頼るのではなく、外部的な判断を積極的に取り入れる評価システムの確立なしには、現在の情報要求に対して的確に応えることはできないことを意味しています。くわえて、従来の会計システムは、この点に関して有用な情報を提供することはできないともいえます。つまり、見えない資産や見えない負債の価値が高く評価されることにともなって、会計システムの在り方が根本的に問われ、この点の解明が極めて重要であるとされております。

このような研究領域を基盤に、本学において「予算統制の有効性に関する研究」（1993年）で博士（商学）の学位を取得しておられます。

また、学部教育においては、「管理教育論Ⅰ・Ⅱ」、「原価計算論Ⅰ・Ⅱ」、「予算管理論」、「3,4年ゼミナール」をご担当され、おもに会計教育に情熱を傾けてこられました。さらに、大学院前期課程においては、「会計学原理特論（現代会計の課題）」、「会計学原理特論（会計基準と分析）」を担当。大学院後期課程では、「会計学原理特殊研究」を担当されました。それにくわえて、先生は多くの学部生、社会人学生や留学生の卒業論文・修士論文・博士論文の指導などで日夜、尽瘁されました。いうまでもなく、懇切丁寧で熱心な指導スタイルは多くの学生から敬慕の念を集めていらっしやうございました。

一方で大学院教育を熟知されており、日本語が不十分な留学生に対しても温かい眼差しで見守りながら、時間を惜しまずご指導されるお姿は、我々教員に大きな規範を示されたといえましょう。他方、大学院の運営会議にあっては常に中立的な立場での発言・助言をされていたことが思い出されます。学内役職では、大学院商学研究科委員長の要職を歴任されました。

その折に、私は修士論文の副査として、その論文指導の在り方について先生から身をもって教え導いていただきました。また、経理経営研究所長時代には、若手所員の論文指導および査読にも精力的に取り組んでこられました。そして、同研究所刊行の「経営経理」の出版を遅滞なく進められてこられたことは先生の手腕であり、今なお感服している次第でございます。あわせて、温厚で正義感が強いお人柄は、誰からも慕われていました。

このように、先生は本学 OB の教員として母校の発展に多大な貢献をされました。まさに伊藤先生は、私にとって、信頼できる先輩であり、模範とすべき教員像でもありました。

今、本学は文京キャンパスの槌音高らかに、新しい時代へと向かっております。先生におかれましては、このたび、ご定年ということで大学を離れることになりましたが、どうか末永く大学の発展を見守っていただきたいと思います。これからも、ご健康に留意され、ライフワークとしての研究をますます発展させながらご活躍されますことをお祈りいたしまして、感謝の言葉に代えさせていただきます。



退職に当たって

— Glenn Albert Welsch
博士との出会い —

伊 藤 善 朗
(教授)

私が予算管理論を研究する契機となったのは、Glenn Albert Welsch 博士の著書 (*Budgeting: Profit Planning and Control*) との出会いでした。これが助手時代の最初の仕事（同書の翻訳）を生み、さらにテキサス大学留学、Welsch 博士との出会い、そして共同研究へと導き、それらが生涯忘れることのない思い出として私の心に深く刻み込まれています。とはいえ、Welsch 博士との最初の出会いは極めて厳しいものでした。それまで本格的な研究指導を受けたことがなかった私にとっては、最初に提出した論文が反論と疑問符で埋め尽くされた状態になって戻ってくることなど夢にも思わぬことでした。これで甘い留学の夢は一遍に覚めてしまい、そこから苦闘の日々が始まったといえます。毎日図書館に籠り、反論と疑問符に応えながら論文を書き直しました。

その過程で最初に気付いたことは、米国の学生は論文の書き方をフォーマルに学んでいるということです。特に彼らとの対話から分かったことは、パラグラフの構造に関する明確な知識が私にはないということでした。こ

の知識をきちんと習得した時に、初めて論文を読むことと書くこととの間の関係を理解することができるようになりました。そして、書くことを意識した論文の読み方ができるようになると、資料収集のポイントも掴めるようになりました。さらに、収集した資料を読みながら、それをトピックセンテンスに関連付ける方法を工夫することができるようになり、パラグラフの構造を意識して論文を書くことができるようになりました。

こうして書き直した論文を再提出したところ、幸いなことに、高い評価を得て無事帰国することができました。帰国する際にオースチン空港から電話をすると、秘書のリンダさんが「今日はあなたから電話が来ることになっているので、会議中でも繋ぐように言われている」からと、直ちにWelsch 博士に繋いでくれました。そして、電話で共同研究の話になり、再度留学してテキサス大学大学院のワーキングペーパーに3本の論文を載せることができました。

帰国後は、Welsch 博士との共同研究から生まれたノウハウを自らの研究と学生の研究指導の双方に活かすことができました。特に留学生の研究指導では、若き日の私の姿と重ね合わせる機会が多々ありました。このような良い環境の中で研究と教育ができたのも偏に皆様のご支援の賜物と心より感謝しております。

最後に、拓殖大学の発展と教職員皆様のご健勝を祈念し、私の退職の挨拶とさせていただきます。

略 歴

- 1944 年 東京（下谷区光月町）に生まれる。
- 1970 年 拓殖大学大学院商学研究科修士課程修了
- 1971 年 同大学商学部非常勤講師
- 1972 年 同大学商学部助手
- 1974 年 同大学商学部専任講師

1975 年 テキサス大学客員研究員
1976 年 拓殖大学商学部助教授
1980～ テキサス大学客員研究員として、
1982 年 Welsch 博士と共同研究を行う。
1986 年 拓殖大学商学部教授、現在に至る。

研究業績

《論 文》

1. 「企業の社会的責任」『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），4 号，1970 年 10 月，85-104 頁.
2. 「予算の経営学的意義」『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），7 号，1972 年 6 月，43-62 頁.
3. 「予算の基本原則」『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），1972 年 11 月，353-372 頁.
4. 「予算過程」『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），9 号，1973 年 2 月，34-53 頁.
5. 「経営資本の論理」『海外事情』（拓殖大学海外事情研究所紀要），21 号，1973 年 6 月，50-57 頁.
6. 「COBOL PROGRAMING の教授法に関する一考察」『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），10 号，1973 年 6 月，51-80 頁.
7. 「日本企業から見た東南アジア海外進出」『海外事情』（拓殖大学海外事情研究所紀要），22 号，1974 年 1 月，81-88 頁.
8. 「資本主義における自由と平等」『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），12 号，1974 年 6 月，17-43 頁.
9. “Corporate Social Responsibilities”『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），1976 年.
10. “Corporate Social Responsibilities and Budgeting”『拓殖大学論

- 集』, 1977 年.
11. 「経営職能と予算」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 12 号, 1977 年 12 月, 55-72 頁.
 12. “Management and Budgeting”『拓殖大学論集』, 117 号, 1978 年 3 月, 287-301 頁.
 13. 「役割葛藤に関する一考察」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 20 号, 1978 年 10 月, 1-26 頁.
 14. 「参加的予算とその限界」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 22 号, 1979 年 12 月, 25-48 頁.
 15. “Organizational Slack in Budgeting” Working Paper The University of Texas, 1980.
 16. 「合理性モデルと組織の弾力性について」『拓殖大学論集』, 127 号, 1980 年 3 月, 189-206 頁.
 17. 「マトリックスによる原価計算 — 工程別総合原価計算」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 24 号, 1980 年 10 月, 51-82 頁.
 18. 「マトリックスによる原価計算 — 標準工程別総合原価計算」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 25・2 号, 1981 年 3 月, 121-147 頁.
 19. “Behavioral Problems of Budgeting” Working Paper The University of Texas, 1982.
 20. “Role-Conflicts Aspects of Budgeting” Working Paper The University of Texas, 1982.
 21. 「人間相互間におけるコミュニケーション」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 30 号, 1983 年 3 月, 1-22 頁.
 22. 「個人行動を決定する要素」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 34 号, 1985 年 2 月, 35-58 頁.

23. 「製造間接費差異に関する一考察」『拓殖大学論集』, 149 号, 1984 年 6 月, 285-313 頁.
24. 「Micro REPO による原価計算」『拓殖大学論集』, 155 号, 1985 年 5 月, 227-265 頁.
25. 「Micro REPO による工程別総合原価計算 (1)」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 35 号, 1985 年 9 月, 21-55 頁.
26. 「Micro REPO による工程別総合原価計算 (2)」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 36 号, 1986 年 2 月, 29-72 頁.
27. 「組織における人間関係」『研究年報』(拓殖大学研究所紀要), 1987 年.
28. 「組織統制の必然性」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 39 号, 1987 年 11 月, 21-43 頁.
29. 「ステップ式総合原価計算表 — 先入先出法の場合」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 40 号, 1988 年 3 月, 1-25 頁.
30. 「ステップ式総合原価計算表 — 後入先出法の場合」『拓殖大学論集』, 174 号, 1988 年 12 月, 169-188 頁.
31. 「企業結合の意義 — 国際会計基準を中心に —」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要) 43 号, 1989 年 9 月, 23-47 頁.
32. 「企業結合の会計処理法 — 国際会計基準を中心に —」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 44 号, 1990 年 3 月, 1-35 頁.
33. 「経営意思決定における会計情報の役割」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 45 号, 1990 年 9 月, 35-56 頁.
34. 「原価差異の予算化」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 48 号, 1992 年 3 月, 51-72 頁.
35. 「参加的予算 — アーギリスの実態調査研を中心に」『拓殖大学論集』, 199 号, 1992 年 12 月, 127-151 頁.

36. 『予算統制システム ― その有効性に関する研究』, 同文館 (単行本), 1993 年.
37. 「参加的予算の理論的基礎」拓殖大学論集 (社会科学系) (拓殖大学研究所紀要), 1 (3) 号, 1994 年 1 月, 71-97 頁.
38. 「総合原価計算過程の視覚的展開」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 52 号, 1994 年 3 月, 1-31 頁.
39. “Budgeting and Role Conflict in Organization”『拓殖大学論集』(社会科学系), 2 (3) 号, 1994 年 12 月, 259-287 頁.
40. 「利益差異情報の体系化」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 54 号, 1995 年 9 月, 67-85 頁.
41. 「労働価値説における製品製造原価の意義と問題点」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 55 号, 1996 年 3 月, 39-63 頁.
42. 「シンプレックス法の教授法に関する一考察 ― 単位列ベクトル化法の提案 ―」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 56 号, 1996 年 6 月, 89-119 頁.
43. 「作業時間差異分析法に関する一考察 ― 価格法と数量法の統合 ―」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 57 号, 1996 年 12 月, 35-53 頁.
44. 「中国の原価計算 ― 1 枚の原価計算表からの推測」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 58 号, 1997 年 6 月, 131-150 頁.
45. 「コンピュータ会計教育の在り方 ― Excel によるシステム開発」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 59 号, 1997 年 12 月, 113-138 頁.
46. 「会計基準の国際的調和化」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 60 号, 1998 年 6 月, 85-104 頁.
47. “Quality Budgeting: Budgetary Control for Continuous Improvement”『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要),

- 61号, 1998年.
48. 「コンピュータ支援会計教材の開発 — Power Point による場合 —」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 62号, 1999年6月, 35-62頁.
 49. 「コンピュータ簿記教材の開発 — 関数利用を中心として —」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 64号, 2000年3月, 189-220頁.
 50. 「中国会計改革の国有企業への影響」『経営経理研究所 アジアプロジェクト研究成果報告書』(拓殖大学研究所紀要), 2001年.
 51. “Accounting for a Genuine Business Entity” Working Paper 拓殖大学大学院商学研究科, 2001.
 52. “The Effects of the Point-Slope Method on Developing Student’s Analytical and Conceptual Thinking” Working Paper 拓殖大学大学院商学研究科, 2001年.
 53. “A New Dimension to Material Quantity Variance Analysis” Working Paper 拓殖大学大学院商学研究科, 2002年.
 54. “Toward a Contribution Basis of Valuation in Accounting”『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 69号, 2002年6月, 1-69頁.
 55. “Improved accounting for intangibles: Toward a More Complete Description” Working Paper 拓殖大学大学院商学研究科, 2004年.
 56. “Accounting for the Value of an Enterprise: Sustainability as an Ultimate Evidence of the Existence of Intangibles” Working Paper 拓殖大学大学院商学研究科, 2004年.
 57. 「無形資産の会計処理」『経営経理研究』(拓殖大学経営経理研究所紀要), 75号, 2005年8月, 1-24頁.

58. 「原価分解の一般的解法について ― 高ポイント法からの推論」『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），76 号，2005 年 12 月，1-28 頁.
59. “Materials Quality Variance Analysis Based on Quality Assessment”『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），77 号，2006 年 3 月，11-32 頁.
60. 「資産の現在価値について ― 剥奪価値と公正価値の融合」『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），78 号，2006 年 8 月，1-28 頁.
61. 「現代会計研究の動向」『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），79 号，2006 年 12 月，1-29 頁.
62. “Measuring the Genuine Wealth of Manufactured Capital: Accounting for a More Complete Description”『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），79 号，2006 年 12 月，31-52 頁.
63. 「収益認識基準の在り方 ― 会計情報の質的特性と財務報告の目的からの検討」『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），80 号，2007 年 3 月，13-46 頁.
64. 「公正価値会計と利益情報の質」『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），85 号，2009 年 3 月.
65. 「会計情報の質的特性 ― Exposure Draft May 2008 を中心に ―」『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），87 号，2010 年 1 月.
66. 「IASB/FASB 概念フレームワークにおける関連性定義の二重性について ― 関連性理論からの検討 ―」『経営経理研究』（拓殖大学経営経理研究所紀要），96 号，2012 年 12 月.

《著 書》

1. 『管理会計技法』 同文館
2. 『予算統制システム ― その有効性に関する研究』 (同文館, 単著)
3. 『現代企業の情報とコミュニケーション』 (創成者, 共著)
4. 『管理会計要説』 (同文館, 単著)
5. 『新版 管理会計要説』 (同文館, 単著)

三代川正秀先生のご退職に寄せて

拓殖大学経営経理研究所長・商学部教授 潜道 文子

2015年3月をもちまして、三代川正秀商学部教授が定年退職を迎えられることになりました。三代川先生は、1970年に本学経理研究所の講師として奉職されて以来、本年までの45年間、本学で教鞭をとってこられました。実は、1964年から6年間の本学での学生としての在籍を含めると50年間という長きに渡り、本学に関わってこられたことになります。また、本学において要職を歴任され、2007年4月から2009年3月までは経営経理研究所長、2009年4月から2011年3月までは商学部長、2010年4月から2013年3月までは副学長としてご活躍されました。

このように大学において多くの貢献をされてこられた三代川先生ですが、特に、経営経理研究所において実践してこられた教育活動や、研究所における図書や資料の収集・保存・管理に関するお話を伺うたびに感じることは、先生が、研究者、そして研究機関のメンバーとして、われわれがなすべきことについて明確な信念をお持ちであるということです。2013年には、『経営経理研究』第100号発行記念として、経営経理研究所の歴代所長による座談会を行いました。その中で、先生が、「私たちが研究に使った文献や文書などは、研究成果とともに大切に保存すべきです。今は、不要に思えるかもしれないが、100年後にその価値が見直され、貴重な資料となるかもしれない」とおっしゃっていらしたのがとても印象的でした。

本退職記念号に掲載させて頂いております、三代川先生にご執筆頂いた「研究所が教育機関であったころ」においては、本研究所の歴史などにつ

いても触れて頂いておりますが、様々な外部環境の変化の中で、本研究所の変遷を見守ってこられた先生のお言葉には、長期間に渡り、本研究所のために多くの貢献をされてこられた先生ならではの、研究所に対する熱い想いと愛情を感じます。また、同時に、そこには、われわれ後輩を激励するメッセージを読み取ることができます。

三代川先生のご専門分野は、財務会計と会計史ですが、先生によると、その中でも特に「家計簿の歴史」がご専門とのこと。先生は、2001年に明治大学より経営学博士号を授与されていますが、学位論文のテーマは、「日本家計簿記生成史論」です。私自身は、会計学についての知識は皆無ですが、「家計簿」ということをお聞きした瞬間に、会計学が、急に身近に感じられました。今年度11月に、経営経理研究所主催の公開講座の講師を三代川先生にお願いし、「福澤諭吉の『帳合学のすすめ』」というテーマでお話し頂きましたが、ご講演の中で、珍しい昔のそろばんや簿記棒、秤等、簿記に関係する道具が披露され、さらに、『帳合之法』の初編と二編の現物が回覧されました。先生のご講義の特徴といえるのかと思いますが、会計学をわれわれの身近な生活の中から考えるという視点を受講者に伝えていらっしゃるように思えました。

三代川先生は、学部の講義では、「会計史」、「財務会計論Ⅰ・Ⅱ」、「中級簿記」、「3,4年ゼミナール」を担当され、大学院では、演習の他、大学院博士前期課程においては「財務会計特論（財務報告・比較会計史）」、「財務会計特論（会計史研究方法論）」、大学院博士後期課程においては「財務会計特殊研究（会計制度・比較会計史）」を担当されてこられました。前述の公開講座などにも多くの卒業生の方々が参加されていましたが、先生を慕う方々を拝見するたびに、先生の熱心なご指導や卓越した講義を垣間見るような気がいたしております。

三代川先生が、学生の立場に立って講義を行われたり、学生の目線で学生たちの話をお聞きになったりされてこられたからか、先生がゼミの卒業

生一人ひとりをよく覚えていらして、彼ら・彼女らの活躍を、ご自分のことのように誇らしく、われわれにお話になられることが素晴らしいなあと、常々思っております。

また、先生の優れた講義の背景には、先生の幅広い分野へのご興味やあくなき探求心の存在があると考えられます。それは、研究業績の多さにも示されています。長期間にわたり、高いレベルの研究を続けるのは並大抵の努力ではなしえないように思われますが、三代川先生の場合、近年、益々、ご研究へのエネルギーレベルを上昇させていらっしゃるのではないかと思います。

私は、2010年4月に本学商学部に着任させて頂きました。その時の学部長が三代川先生でした。先生は、新人の私がスムーズに仕事や雰囲気になれるようにと、学科長の先生方と共に様々な配慮をしてくださいました。また、研究者として、そして教員としてどのような姿勢で大学において仕事をすべきか、どのような生き方をすべきか等、非常に貴重なアドバイスをたくさんいただきました。どうもありがとうございました。

最後になりましたが、これまでの拓殖大学および経営経理研究所の発展における三代川先生のご貢献、そしてご指導とご助言に対し、深く感謝申し上げます。加えて、先生の今後益々のご活躍とご健勝を心よりお祈り申し上げます。三代川正秀先生への感謝の言葉とさせていただきます。

〈退職のご挨拶〉



研究所が教育機関 であったころ

三代川 正 秀

（経営経理研究所研究員）

はじめに

本誌へ退職の辞掲載の要請が経営経理研究所長からあり、渋々ワープロに向かってみたものの、研究成果を学内外へ発信する紀要に学内向けの挨拶文を載せることの可否に悩んできました。

最近面白く読んでいる雑誌『税経通信』の連載記事に神奈川大学教授田中弘氏の「会計学はどこへ行くのか」があります。読まれた方も多いことでしょう。わたしより一つ年上で、戦後会計学の変遷を同じ目線で見てこられたことから、戦友にも思える同氏が定年退職（同大学名誉教授）するにあたり、会計世界を総括し、歯に衣着せぬ語り口で、現在の会計学の動向を批判、「これが会計学なのか」と素直な気持ちを綴っておられる。この話の続きは本稿の末尾で述べたい。

学生時代に経理研究所（以下、「研究所」と称す）の税理士講座を受講し、修士課程を修了した昭和45年の秋から研究所の講師を命ぜられ、かれこれ半世紀の間ここで過ごしてきました。そこで研究所への想いを一言

書き残しておきたいと考えました。

初期の研究所スタッフ

本学の商学・経営学・会計学の基礎を築いたのは大正9年に卒業した青山楚一教授（戦後復興期の専務理事）です。ご子息が数年前まで静岡県立大学で経営学を教授されておられた青山英男氏であることから、ご存知の方も多いと存じます。青山教授の弟子に初代研究所長（以下、○数字は所長の歴代順位を示す）を務めた佐藤勘助先生¹⁾がいます。佐藤先生は昭和8年に本学を卒業して大学に残ったが、戦中はほとんど軍役にあって復員後青山教授の会計学を引き継ぎ、大塚利實³⁾（敬称を略す、以下同じ）や西村林⁵⁾を、時代が少し下って嶋和重⁸⁾や筆者¹⁵⁾らを育てた。

大塚は都立第二商業高等学校の教諭を、西村は故郷福島県立若松商業高校の教諭を経て、ともに本学の教員として戻ってきました。大塚の弟子の伊藤善朗¹¹⁾¹⁴⁾や梶井憲俊も教諭経験者であった。また西村のもとには小原博¹²⁾や北星学園大学の西脇隆二が育ちました。この経緯は拙稿「会計学の系譜」²⁾に綴ったので参照されたい。

ほとんどの教員が商業高校の教育経験者であったことから、みな簿記教育に長けていました。大塚が本学に戻った昭和40年のころは、まだ簿記会計の中心にあった銀行簿記を専門とし、のちに原価計算や管理会計へ進まれた。またその5年後に戻られた西村は長らく日本消費経済学会長を務め、商学・マーケティングの草分けでしたが、農業簿記の専門家でもありました。

正規の授業に飽き足らない学生たちが集まり、教員が学部や短大の講義の合間を縫って「薄暗い電灯のもと暖房もないなかを白い息をはきながら授業をしたのがこの研究所の始まりであり、こんななかからも、経理研究所は幾多の学者、会計士、税理士の職業会計人と経理マンを養成してき

た」³⁾とされています。簿記会計の教員のほとんどが税理士試験会計科目の合格者でしたから、このように学生の求めに応じた、にわかづくりの資格受験講座を核にして研究所が制度化されました。

研究所の開講する各種講座が最盛期を迎えた大塚所長時代の「昭和 52 年度研究所講座案内」には次のように紹介されています。

拓殖大学経理研究所は、初歩的な簿記・会計学の理論および実務の習得、税理士、公認会計士 2 次試験の受験準備をしようとする人びとの要望にそって、研究所開所と時を同じくして昭和 34 年 4 月に公開講座が開始された。本講座は簿記講座（1 級簿記検定）、税理士受験講座、公認会計士 2 次試験受験講座に区分…、初歩から完成までを指導します。

当時の公認会計士講座の担当者は政経学部長を務める森垣淑が経済学、商学部長を長らく務めた小林末男^⑥が経営学（その後伊藤善朗に引き継がれる）を、その跡を継いだ商学部長嶋和重が財務諸表論を担当している。

税理士講座では右山昌一郎が所得税、石田八郎が法人税、相続税を和知弘昇、そして嶋和重が財務諸表論、三代川正秀が簿記論を講じていた。（日商一級）簿記講座は会計学が三代川、商業簿記が西村で、のちに簿記二級、三級講座ができて、高等学校教諭の経験者である鬼形功、金山一隆が担当、総勢 20 余名の体制でした。

学部・大学院からの教育委託

(1) 税理士講座

大学院商学研究科並びに経済学研究科には税理士試験の一部科目受験免除の特典があったことから、昭和 40 年代の各研究科は毎年 30 名ほどの一部免除者を輩出していました。このことが税理士の粗製乱造につながるのではと危惧されたので、専門的知識は大学院で教授し、実務に必要な税務

計算や申告書作成実務については研究所の税理士受験講座を受けさせることで国税庁も了解していた。その後、他大学もこれに準じて講座を設けたようです。

このシステムが定着して暫くしたころ、経済学研究科で財政学を担当する教員が「研究所の受講認定を受けない者は免除申請を許さない」とする大学院の申し合わせは違法であるから、講座を受講せずに直訴してみても、と院生をけしかけるに至った。

このことが受講認定制度を破綻させてしまったばかりか、平成13年の税理士試験制度の改革で、大学院修了者に対する科目免除特典を縮小させて会計並びに税法の試験科目のうち必ず一科目は試験に合格しなければならないとする法改正がなされた。そこまでして特典を得るぐらいなら、全科目の受験合格を目指そうとする者が増えて大学院で学ぶ魅力を失わせてしまいました。さらには、税法科目の免除を認めてきた「財政学」がこの特典の対象から外されました。

(2) 学部簿記再履修講座

商学部の期待する教育像は、商人、とくに商社マンを理想の姿としてきました。海外で働く商人に語学力と帳簿記帳能力を身につけさせることが建学以来の教育目標でした。そこで毎年多数生じる再履修学生の教育機関として、「語学」については語学研究所⁴⁾が、「簿記」については経理研究所が学部の委託を受けて単位認定講座を開いていました。

各種教育活動

(3) 日商簿記講座

商工会議所簿記検定の受験会場に拓殖大学（文京・八王子両キャンパスで実施）があてられるようになったのは当時の西村所長の努力でした。多

くの学生がチャレンジし、二級、三級に合格して次のステップに進みました⁵⁾。商学部には会計学科ができるころから合格率の低迷が顕著となりました⁶⁾。それが理由であったのか、昭和 54 年から実施してきた検定試験の会場を平成 27 年には返上するそうです。

会計士試験に毎年トップの合格者を輩出する大学の悩みを聞いたことがあります。会計士志望者は大学入学とときを同じくして、相当高額な受講料を一括納入して専門学校に通い、学内の大学生活は謳歌せずに卒業してしまうそうです。こうして国家試験に合格して実務研修を経て就職することから、大学の教育・研究の後継者が育たないという趣旨の話でした。

このような経済的余裕のある学生は本学には少なく、経理研究所の廉価な受講料を、それも支払免除の研究所奨学生の特典を生かして勉強しようとする学生たちです。

彼らの中から研究所の講座を利用して資格を取ろうという同好会「経営経理研究会」ができ、上級生が一年生に初級簿記の指導をしていました。その発端は 40 年ほど前のこと、税法研究会の会長であった紺野晴郎（福島県内で現在税理士開業）が 3 年次の夏に税理士試験を受けることから、研究会恒例の夏合宿に出られなくなったそうです。そこで研究会を退会し、同好の志を集め、その年税理士試験「簿記論」に合格したと聞いています。また、大原簿記学校主催の全国大学対抗簿記大会「パチャョーリ賞」を目指して切磋琢磨していた学生も多かったようです。

他方、税法研究会が主催する八王子税務署出前の「税を考える週間」（11 月開催）の講演会も昭和 54 年に和知弘昇先生（本学税法学担当）の努力で実現し今日も続いています。

専門学校による職業会計人養成が最盛期を迎え、受験志望者がこぞって通うようになると、専門学校の高額な受講料を払えない学生や地域住民が研究所の会計士や税理士講座に細々と通ってくるところとなりました。ちなみに平成 10 年度の税理士講座年間受講生数は学内外を通じて 82 名⁷⁾で

した。

開所以来 43 年続けてきたこれらの講座が平成 15 年度に突然消えました。講座を取り纏めていた教員が受講生の少ないことを理由に新任の研究所長に閉講を申し出たようです。長い歴史のある講座を所長の独断で閉鎖することができないことから商学部（長）の意向を聞くようにその教員に指示したと聞きます。しかし、学部には、所長が実業界の人脈を駆使して「経営塾」を開きたいと言っていると伝えられて、長い歴史を閉じてしまいました。研究所発足の動機が学生支援であっただけに、この担当教員の発言は痛恨の極みです。

(4) 電子計算機講座

研究所に活気がみなぎっていたころは会計教育だけではなく、多岐にわたる活動をしていました⁸⁾。そのところを、当時研究所の事務方としてかわった高山好正氏の随筆『春秋記』（鳳書房 2002 年）から拾ってみます。

昭和 47 年に本学初のコンピュータが E 館二階に据えられて、その翌年全国の「高校の先生を対象にしたコンピュータ教育がこの LL 教室で行われた。…講師は後藤玉夫先生④⑦を中心に、小原博，立川丈夫，遠藤幸男講師らが、テレビ画面に細かい数式などを映し出して説明していた」⁹⁾と素描しています。

会計人会の教育支援

(5) 販売士講座

職業会計人となった卒業生たちが研究所を精力的に支えてくれました。大学創設 70 年の節目となる昭和 44 年に拓殖大学会計人会¹⁰⁾が発足し、会長に日本税理士会連合会長前田幸蔵氏，副会長に公認会計士の中西豊平，税理士の平林恒博，公認会計士の堀江康夫の各氏が就任しました。この会

の中核となったのは三代川正一②のもとで育った職業会計人 250 余名の集り「三水会」でした。前出の高山氏は会務について次のように書き残しています¹¹⁾。

この会の主な活動は、会員の資質向上を目指した研究会の開催、及びその研究内容などを『会計人界』（たしか年二回発行）という雑誌に発表すること、それに販売士資格取得講座の開講と会員間の親睦を図ることであった。…この会の活動の中で一番盛況だったのが販売士受験講座だった。…本学学部生を対象にしたもので（筆者挿入：法政、学習院、跡見などの周辺大学からも多くの受講者がいた）、毎年秋に統一試験があり、それを目指して六カ月ほどの講習と集中講義があった。講師は本学商学部の教員と外部講師が受け持ち、かなり熱のこもった講義をしていた。受講生のほうも二級、三級合わせて毎年五百人ぐらいだった。この講座は四、五年続いたと思うが、何かの事情で一年間開講しなかったことがある。一年後に再び開講したが受講生が激減し、それがもとで昭和 59 年以降は閉められてしまった」。

（6）珠算競技会

戦前から続いていた在学生たちの会計学研究会が関東地方の商業学校生を招待した珠算競技会を主催していました。会計人会はこの活動を支援し、また現在の研究所奨学論文の先駆けとなる奨学論文を募り、創立記念式典の席上これを表彰していました。

その後、この会計人会は人事を巡って混乱し、消滅しました。その事情を高山氏は、「会の運営は、副会長の三人が合議で決め、これを会長が了承するという形であったが、どうもこの三人の仲がしっくりいかず、…いくらごたごたが続いても会長が一声発すると、今までのことがなかったように万事ことが運んだ」¹²⁾と言う。どうも人間関係のもつれにあったようです。

教育支援から研究支援へ

長年研究所の運営とその教育に携わり、昭和 62 年から平成 3 年まで所長を務めた嶋は「初期の経理研究所は、学部並びに大学院の会計学・租税法の教育と連携しつつその充実のために非常に重要な役割を果たした」¹³⁾が、所長として「在任期間中最も重視したのは、経理研究所本来のあり方として、学部の研究拠点としての役割を発展させること、すなわち研究支援活動をさらに活発化することでした。そのために所員としての先生方が主体的に研究所への帰属意識を強くして頂くことが必要と考え、運営は常に所員会議において意思決定し…研究会は毎月…徹底した論議を行うことをまず実践していこうと考えました。…実質的な議論の時間を多くとり、その後懇親を兼ねて一杯飲みながら続きを、ということが多かったと思います」¹⁴⁾と当時を振り返っています。

その後開所 40 年を迎えた折の小原所長も「大学は、教育、研究、社会還元などがその使命となるが、当然のことながら、研究所であるから研究がその本流にあるべきであろう」¹⁵⁾と述べていることから、このころに研究所の機能の重点移動が起きたようです。

平成 19 年に会計学科が商学部に開設され、これに合わせて、学部付置の「会計教育センター」(現会計学習支援室)ができました。検定簿記の受験経験がない、工業簿記・原価計算などの幅のある知識の苦手な教員はセンターの管理運営を大学院生(TA)に任せて、センターに集まる学生と交わることはほとんどなかった。

他方、研究拠点となる図書室は、新たに入所した研究員らはその存在すら知らず、また関心もなかったことから、キャンパス再開発事業にともなって、平成 26 年に解体されて閉鎖しました¹⁶⁾。こうして知恵を蓄積する場も失った研究所の機能は、形式的な月例研究会と僅かな研究資金の配分機

関となり、これらの成果を掲載する紀要編集の場所と化した。

む す び

先の田中弘氏の憤りとも最近の会計世界を達観した話に戻しましょう。現今の会計（学）は投資家や経営者のための用具ではなくして、身勝手な投機家の企業評価に資する用具のようです。これは金融資本を代弁するロビイストに誘導された会計士団体と研究室に閉じこもってあるべき会計を極めようとする研究者の責任です。こうして出来上がった規範は会計思考ではなくして、情報理論とファイナンス理論を駆使した得体のしれない枠組みです。その発信元であるアメリカの会計施策の失敗を、いちいちルール化した国際会計基準が世界中の会計界に不必要な改革とコストを強いたのです¹⁷⁾。

こうしたなか、故武田隆二神戸大学名誉教授は会計が実践される「場の条件」¹⁸⁾を主張されていました。欧米の契約社会の場合、大企業の多国籍企業の場合、中小零細の場合によって、それぞれ会計は実践を異にするのであるから、一律に規制すべきではないと主張されたのです。また、最近では行き過ぎた公正価値に対する反省の論調がみられるようになりました。研究所の歴史という本稿の文脈から離れて田中弘と上述の武田隆二の主張を引用してきましたが、賢明な読者諸氏には会計実践の場と同様にそれぞれの大学研究所の立ち位置の相違がお分かりいただけると思います。

研究に専念される研究者の場は理解しますが、本学の教育の場を考えた時には先人が積み重ねてきた教育システムをいとも簡単に抹殺する無神経さに驚かされます。大学のすべての「研究所」が理化学研究所のような国家予算を消化し、純粋真理の培養を求める場である必要はないのであって、その大学の置かれている現状に即して学生を中心に据えた教育の場であっても、また研究者へのニーズ提供の場であっても、敢えて言うなら学生・

教員・卒業生の親睦を軸とする研究の場であってもよいのではなかろうか。

本学の教育の場に立ちかえって学生の能力を伸ばすことを考えたとき、八王子校舎という場所柄、専門学校は立川か、町田にしかなく、千葉方面の学生は通学の途中水道橋に通う者もいたが、ほとんどは経済的、時間的余裕が持てない学生たちです。とくに平成19年4月に開設された会計学科の教育目標は、資格を求める学生への確実な合格支援にあったが、現状（脚注6に示した「会計教育センター報告」）のままでは大志を抱いて入学した学生たちが哀れである。片意地を張った「一年次からの簿記を必修科目として学習し、1年次終了までに日商簿記検定2級合格、2年次終了までに1級合格を目標に」という会計学科のキャッチフレーズを取り外さなければ、商学部の「品質保証」が地に落ちかねない。

ある時期「経営研究所」だとか、「経理研究所」という名称で学生と教員の切磋琢磨する機関の設立がブームとなりました。中央大学をはじめとする古参の大学はどうされたのであろうか。それらの研究所の現況を知りたい。ぜひともご意見を伺い、自ら資格試験を求める学生と研究者がともに満足できる「場」を商学部に構築していただけることを願う。

経理研究所と同様な役割を担って創設された語学（言語文化）研究所は現在、文京キャンパスで火・水・木曜日の午後7時から8時30分にわたって、18か国の言語の初級・中級・上級講座を展開し、語学力を身に着けようと通う学生や市民へのエレガントな教育・交流の場に変身しました。

今は昔となった半世紀の間に降り積もった、歴史の薄皮を剥がすように書き綴ってみました。これをもって、研究所への拙い想いを締め括りたい。研究所のみなさん、ごきげんよう、さようなら。

《注》

- 1) 昭和43年のころ、佐藤勘助先生の「経営経理特論」を専攻していた院生並びにその修了者が先生を囲む会「きかん会」を結成した。その折の「会報第1号」

に掲載した先生の挨拶文がある。なお、青山先生は「経営財務特論」を担当していた。

鬼の勘助を囲む会というのである。「鬼の勘助」即鬼勘「きかん会」ということらしい。私自身は鬼のような行為に出たこともないし、そんな気持ちは生来持ったことがないのだから、鬼の勘助とは晁罪も甚だしい。既に大学院を修了した誰かが…院生に対する指導態度、採点評価が厳しいことから、仏心がない、従って鬼のようだといった者がある。そんなところから発現したものらしい。…

なお、先生の御経歴や逸話については三代川正一稿「佐藤勘助先生を偲ぶ」『経営経理研究』No. 47 が詳しい。

- 2) 三代川正秀稿「会計学の系譜——拓殖大学経営経理研究所創設 50 周年記念に寄せて——」『経営経理研究』No. 88.
- 3) 三代川正一稿「創刊のことば」『経営経理研究』No. 1 (昭和 43 年 10 月) p. 1.
- 4) 拓殖大学創立百年史編纂専門委員会編『拓殖大学百年史 部局史編』（ぎょうせい 平成 14 年）p. 405.

学部の必須科目である英語や第二語学の単位を取得できない者に対しては、追試験あるいは翌年再履修させるのが一般的な方法であるが、本学の場合にはその数が多かったために正規の授業に組み入れることが非常に物理的にも困難であった。そこで正規の授業と切り離して語学の再教育をしようという考えから誕生したのが、この語学研究所の再履修講座の始まりであった。

- 5) 平成 10 年に本学で開催された日商簿記（年二回）の受験者数は八王子年間累計 218 名、文京同 200 名、うち一級受験者は各々 3 名であった（出典：上掲『拓殖大学百年史』p. 397）。
- 6) 平成 25 年度「会計教育センター活動報告書」によると、平成 10 年と比して、受験生が激減し、平成 22 年度（年三回）の受験者 276（うち 1 級 8）名、23 年 311（1 級 9）名、24 年 248（1 級 2）名、25 年 384（1 級 2）名、それぞれの 1 級を除く年度の平均合格率は 18（全国平均 33）％、22（同 41）％、17（同 36）％、15（同 33）％と全国平均の合格率の 50％でしかない。
- 7) 拓殖大学創立百年史編纂専門委員会編『上掲書』p. 395 参照。
- 8) 研究所が再履修講座や受験講座を持ち、図書室の整理などの事務もあったことから、茨木、望月、矢野らの事務長と、小堀、檜森、杉本、そして田島らの事務職員がいて、研究所としては大所帯であった。
- 9) 高山好正著『春秋記』（鳳書房 2002 年）pp. 47-48.
- 10) この「拓殖大学会計人会」が成立する 15・6 年前に、在京の税務署に勤める

者と職業会計人が「税拓会」を結成し、年一回程度の親睦を図っていた。会長は真下政治，村島鉄太郎，桜井勉氏と代わった（出典：三代川正一稿「発会に際して」『会計人界』創刊号「拓殖大学会計人会」1969，p.4 参照）。

- 11) 高山好正著『前掲書』pp.72-73.
- 12) 高山好正著『前掲書』p.72.
- 13) 嶋和重稿「創設50周年を記念して」『経営経理研究』No.88 p.24.
- 14) 嶋和重稿「上掲あいさつ文」『経営経理研究』No.88 p.27.
- 15) 小原博稿「経営経理研究所創立50年を祝す」『経営経理研究』No.88 p.30.
- 16) 研究所書庫の閉鎖については拙稿「経理研究所の昨今」（拙著『みち草』）にその顛末を納めたが，平成10年ころに手狭になった書庫収容の解決策として単行本の八王子図書館へ移設に始まり，ルネサンス事業に伴う商・政経学部の文京回帰によって，キャンパス内の収容能力を失ったことにある。
- 17) 田中弘稿「会計学の黙示録」『税経通信』2011年12月号 p.50 参照。
- 18) 武田隆二稿「企業会計基準の改訂への提言」『税経通信』2009年1月号 pp.22-23 参照。

略 歴

- | | |
|------------|---|
| 昭和19年7月18日 | 東京都世田谷区三宿に生まれる。 |
| 昭和38年3月 | 東京都立白鷗高等学校卒業 |
| 昭和39年4月 | 拓殖大学商学部経営学科入学 |
| 昭和43年3月 | 拓殖大学商学部経営学科会計コース卒業 |
| 昭和45年3月 | 拓殖大学大学院商学研究科修了 |
| 昭和46年10月 | 税理士登録 |
| 平成13年10月 | 明治大学大学院より経営学博士号授与
(論文博士「日本家計簿記生成史論」) |
| 昭和45年11月 | 拓殖大学経理研究所講師 |
| 昭和47年4月 | 拓殖大学商学部非常勤講師 |
| 昭和49年4月 | 拓殖大学商学部専任講師 |
| 昭和51年4月 | 拓殖大学商学部助教授 |
| 昭和61年4月 | 拓殖大学商学部教授（平成27年3月まで） |

平成11年 4 月	日本大学法学部非常勤講師（平成 24 年 3 月まで）
平成13年12月	中小企業診断士試験口述委員（平成 22 年 12 月まで）
平成15年 4 月	拓殖大学商学部経営学科長（平成 19 年 3 月まで）
平成19年 4 月	拓殖大学経営経理研究所所長（平成 21 年 3 月まで）
平成21年 4 月	拓殖大学商学部長（平成 23 年 3 月まで）
平成22年 4 月	拓殖大学副学長（平成 25 年 3 月まで）

研究業績

著 書 『営業報告書制度論』 税務経理協会（1984）
『財務会計総論』 “ （1994）
『日本家計簿記史』 “ （1997）
『辺境会計への史的展開』 拓殖大学研究叢書（2006）
『テキストブック財務会計』 DTP 出版（2003）
『会計の基礎と展開』 DTP 出版（2005）
『カレッジ・ブックキーピング』 DTP 出版（2005）

翻訳書 『O. テン・ハーヴェ著 会計史』 税務経理協会（1987）
『新訳 会計史』 税務経理協会（2001）

共 著 『基本簿記』 税務経理協会（1997）
『我国パチョーリ簿記論の軌跡』 雄松堂（1998）
『基本会計』 税務経理協会（1999）
『企業と環境』 税務経理協会（1999）
『会計学の諸相』 白桃書房（2008）

辞 典 『経営行動科学辞典』 創成社（1987）
『現代商業・流通辞典』 中央経済社（1992）
『現代消費生活経済辞典』 税務経理協会（1996）
『現代会計用語辞典』 税務経理協会（1999）

論 文（上記著書共著に再掲載した論稿 32 点は省く）

- 「重要性——その意義と内容——」『経営経理研究』5号（1971.6）
- 「重要性——その判断基準と困難性——」『経営経理研究』15号（1975.10）
- 「我が国配当宣言財務諸表の系譜」拓殖大学『会計人界』6,7号合併号（1975）
- 「英米法諸国の財務諸表の系譜」『経営経理研究』36号（1986.2）
- 「税法上の収益認識基準と対応概念の欠如」拓殖大学『論集』193号（1991.12）
- 「会計の祖 ルカ・パチョーリの一側面」『経営経理研究』50号（1993.3）
- 「税法上の正規の簿記原則」拓殖大学『論集』211号（1994.12）
- 「文献案内：邦文ルカ・パチョーリ研究（1878～1994）」『経営経理研究』54号（1995.9）
- 「『税法上の正規の簿記の原則』再考」『経営経理研究』68号（2001.12）
- 「光発電による環境会計報告書構想から」『経営経理研究』81号（2007.12）
- 「カーボン付加価値率に関する会計的考察」『経営経理研究』86号（2009.10）
- 「会計学の系譜——拓殖大学経営経理研究所創設50周年に寄せて——」『経営経理研究』88号（2010.3）
- 「拓殖大学揺籃期簿記学講師の履歴書」『経営経理研究』89号（2010.3）
- 「『中小企業の会計に関する基本要領』について」『経営経理研究』95号（2012.10）
- 「会計とは何だったのか」『経営経理研究』95号（2012.10）

- 「帳合の生成とその終焉」 明治大学『経営論集』 Vol. 61, No. 1
(2014. 2)
- 「福沢諭吉の『帳合之法』」『経営経理研究』 101 号 (2014. 9)
- 評 論 「O. テン・ハーヴェ『会計史』」 拓殖大学『論集』 164 号 (1987.
1)
- 「ウォルター・ホースドルファー著『会計の著作目録』」『経営
経理研究』 39 号 (1987. 11)
- 「上原孝吉著『簿記の歴史』」『経営経理研究』 40 号 (1988. 3)
- 「ルネッサンスの影の英雄 ルカ・パチョーリ」 雑誌『税経通
信』 1992 年 1 月号
- 「パチョーリ論文に対するマネリンの解釈：紛争収拾と会計」
『経営経理研究』 54 号 (1995. 9)
- 「田中孝治著『江戸時代帳合法成立史の研究』—— 和式会計の
ルーツを探る」 雑誌『企業会計』 Vol. 66, No. 12 (2014 年
12 月号)
- 随 想 『麦踏み』 DTP 出版 (2004)
- 『会計史余滴』 DTP 出版 (2012)
- 『みち草』 DTP 出版 (2015)
- 「ルカ・パチョーリを訪ねて (上)」 雑誌『企業会計』 Vol. 42,
No. 11 (1990 年 11 月号)
- 「ルカ・パチョーリを訪ねて (下)」 雑誌『企業会計』 Vol. 42,
No. 12 (1990 年 12 月号)
- 「図書館と私」 拓殖大学『図書館報』 1994. 9. 30 号
- 「影の英雄 ルカ・パチョーリの一側面」 雑誌『速報税理』
Vol. 11 (1992)
- 「『スママ』を収蔵する図書館」 雑誌『速報税理』 Vol. 21, No.
25 (2002)

「ルネサンスの数量化 ― 複式簿記の誕生 ―」 拓殖大学『産業と人間』（平成 22 年度）

「太陽光発電所所長の独り言」 拓殖大学『産業と人間』（平成 23 年度）

「家計簿の変遷史」 拓殖大学『産業と人間』（平成 24 年度）

「商人の帳合」 拓殖大学『世界の中の日本』（平成 24 年度）

「研究所が教育機関であったころ」『経営経理研究』 103 号
(2015. 3)

学会報告等

1976年10月19日 「営業報告書制度論」

東京税理士会・日本税務会計学会・第 12 回年次大会

1989年 6 月 2 日 「家計簿記と資産概念 ― 会計学からの家庭経済学批判 ―」 日本消費経済学会第 14 回大会（城西大学）
『年報』 No. 11

1991年 9 月23日 「収益計上時期の原則」 税務会計研究学会第 3 回大会
（日本大学商学部）

1997年10月25日 「日本家計簿記史に関する一考察」 日本会計史学会第 16 回大会（久留米大学）『年報』 No. 16

1997年10月20日 「我が国の家計簿の歴史」 総務庁統計局（家計調査特別講習会）

2001年 3 月17日 「帳合：家計簿二例」 日本大学法学部管理行政研究所

2012年11月22日 ‘The Style of Japanese Bookkeeping in Edo period (I)’ The Academy of Korean Studies

2013年 6 月 8 日 「絵画の図像解釈」 公益財団法人颯田医学奨学会

2013年10月31日 ‘The Style of Japanese Bookkeeping in Edo period (II)’ The Academy of Korean Studies

2014年11月1日 「福沢諭吉の『帳合学のすすめ』」 拓殖大学オープンカレッジ (2014.11.1)

所属団体：日本会計学研究学会，日本会計史学会，日本税務会計学会，
中小企業会計学会，Academy of Accounting Historians，
日本パチョーリ協会

〈論文〉

日本のエネルギー資源貿易政策（15）

—— 米国 QE ドル政策の転換と 国際石油市場の変容 ——

武 上 幸之助

要 約

国際石油価格が下落した2014年末、FRBは、これまでの量的緩和QE（金利引下げでなく当座預金残高量を拡大させることにより金融緩和する政策：即ち米国のインフレ輸出政策）を、政策転換して金融引き締め政策を実施することとなった。また2015年初には順次ゼロ金利政策も転換、見直しされる。このドル政策の引き締め転換は、石油市場価格に、ドル高（円安）、またドル金利上昇を見越したドル債券投資、国際石油市場からのドル供給減少、市場信用取引収縮というデフレを呼んだ。ドル通貨供給総量引き締めによる米国への還流により、中東、アジア、日本、また新興国などからも投資資金の引揚げが本格化すると、外貨準備ドルの緩衝バッファの乏しい石油輸入依存国は急激に国際収支も悪化する。90年代アジア通貨危機は米国のドル供給過剰が創出したインフレ輸出により、各国は貿易基軸通貨であるドルを通じて、通貨価値減価（通貨毀損）となるデフレに見舞われた。

石油価格を論じる場合、ドルを基軸とする取引通貨の担保保証として、国際主要商品市場では、ドル信用により先物決済が行なわれており、特に石油はキャッシュとしてデリバティブ他、金融債券、証券に組み込まれ二次、三次信用創造と現物、原資価値をはるかに越えて取引され、しかもその市況は決済通貨ドルの価値変動により、大きく影響を受けるという価格決定メカニズムの支配下にある。現在、国際決済通貨ドルは、米国内でも

利子率革命に表現される通貨価値毀損問題に直面しており重大な局面に至っている。

キーワード：供給過剰ドル，ドル経済の信用収縮，21 世紀の利子率革命，石油コモディティ，オイルマニー，量的金融緩和政策（QE：Quantitative Easing），ロイター・ジェフリーズ CRB 指数（CRB-CCI）

問題意識

石油製品の市場価格需要弾力性は，その上流部門では極めて小さく，下流部門では相対的に大きくなる事から，近年の米国シェールオイル輸出の開始，また生産カルテル OPEC の生産量保持など，特に前者での供給拡大の動向が国際石油市場 WTI での石油製品価格の下落に結び付いたとの一般的理解がある。これは資源価格は実態需給変動の範囲内の値動きであるとの考えによるが，相対的な供給過剰要因が，継続すれば，国際生産カルテルである OPEC の価格意思決定が，市場価格決定要因として今後，大きくなると考えられる。これはスウィング・プロデューサーとして OPEC が意図する思惑通りの市場戦略である。

だが実需をはるかに越えた仮需要により価格変動が急激化する場合，現在の市場価格動向から見ると，石油製品は，世界経済成長に必需品となる石油製品限界量が極めて大きい事由から，相対的に値上り傾向が長期に渡って継続し，その結果，投資利益比率（ROI）が極めて高い，投資資金を誘引するコモディティとして金融商品の市場キャッシュ性を取り込んできたと理解される。

石油価格が 1980 年代から 2000 年代まで 20 年間に及び低迷し，2000 年代から新興経済国の資源需要の高まりから急速に価格上昇してきたとする一般的理解は，石油製品の基礎的価格決定が実需要因に基づくとするもの

であるが、一方で、石油価格市場は、ほぼ先物商品相場においてドル信用決済により成長してきたことから、この石油価格低迷期には、米国のドル緊縮デフレ政策が採られ、米国内へのドル供給還流が各国に通貨危機を引き起こし、また石油高騰期にはドル供給緩和インフレ政策が採用されてきたという経済的背景を考察すると、現在の米国 QE 政策からのドル引締め政策転換が、今後及ぼす石油価格動向は、ドル高と石油価格下落に留まらず、各国需要国における通貨価値下落、毀損つまりは米国のデフレ輸出という世界市場でのドル信用収縮にも結び付く通貨価値毀損の懸念要因も決して小さくはない。

石油製品の主要決済通貨が合衆国ドルであることで、ドル通貨価値下落は、石油製品の価格低下を招くが、石油価格低下はデフレ・スパイラルを招くことにもなる。長期に渡った低利子率の及ぼす通貨価値低下、即ち利子率革命の進行するデフレ経済下、現内閣府はインフレ・ターゲットを 1.9% とするなか「円安傾向にある現在、石油価格下落は、国内価格でも石油価格低下となることから製造コストの相対的引下げになり日本の景気にとって有利」と解釈するが、もはや実需給要因だけでは決定されない国際石油市場では、オイルダラーの米国への還流が及ぼすドル信用伸縮が、大きな経済リスクとなっている懸念をここで喚起したい。

1. 国際石油市場でのドル信用収縮

1-1 国際石油市場での石油価格構造の変容

90 年代から 2000 年代は、軟調に推移した石油市場価格であったが、2007 年に入ると新興経済国の台頭と共に拡大する石油需要が、2014 年に至るまで、長らく国際石油市場での価格上昇を招いてきた。

これまで世界最大石油輸入、需要国である米国において、シェールオイル開発と増産が本格的に開始された事により、一転して石油輸入減少、逆

に輸出国となり、国際石油価格 WTI は一転して下落した。

米国の石油貿易市場では 2010 年ピーク（日量 120 万 BRL）に達していた米国の石油輸入が、2014 年末から急激に縮小し、逆に米国内シェールオイルおよびコンデンセートの輸出が同年から開始され、米国が戦前以来の石油輸出大国に立ち返り、世界市場は供給過剰状況となった。

ここで生産国間カルテル OPEC が、この米国輸出に対してシェア獲得の為の対抗手段とも言える生産増加（2014 年 11 月 27 日 OPEC 総会公表）に踏み切り、更に量的供給量を増加させるに至り、国際石油市場では需要の価格限界性を超え、「資源安ショック」とも呼称される石油価格下落をもたらした¹⁾。

また OPEC では、現在の供給過剰が進み、1 バレル 20 ドルにまで価格低下した場合があっても減産には踏み切らないとするサウジ石油相の石油生産シェア拡大優先政策を主張し続けている²⁾。

一方で 2014 年末、非在来型米国内シェールオイル生産企業は、もし 1 バレル 60 ドルにまで価格低下するとすれば、経営リスク極大化を迎えるとして、減産、廃業に追込まれる事例も生じてきた。さらに 2015 年 1 月 13 日には WTI が実際に 45 ドルを下回り、エクソン、アルコア他、資源安により急激に経営収支を悪化させる大手石油、資源企業も現れ、石油業界には、大きな衝撃が問題となっている。また東京工業品取引所 TOCOM でも今後の原油先物価格市況を低下傾向と方向付けを行っている³⁾。

この状況について、日本の各研究機関は、石油安に伴う、経済成長のコストアップインフレ要因の後退で、日本景気へは、プラス効果を生むと好感する一方で、米国研究機関では「資源安により世界的デフレからの脱却を困難視する」との報告もあり、原油安の理解には専門家により、真逆の理解が生じている⁴⁾。

本稿では、石油製品のキャッシュ化を問題点とし、石油需給の実需と仮需要面では、市場要因が異なり、実需給の変動を上回るドル投資の仮需要

面の要因を分析の柱とする。

仮需要面では、米国インデックス・ファンドが、そのファンド構成を組み替える動きが加速化しており、石油価格反転をにらんだ思惑投資が進んでいる。また東商取の原油に投資資金が流入加速化している「金融商品を経由、建て玉1年ぶりの高水準」日経新聞2015年1月15日）等の市況反転を思惑とした先行投資も活発化している。例えば東証上場ETN上場投資証券は2014年12月に前月11月の取引高の16倍、98万口を集めており、「原油先物（野村ブル）」減価（2014年1月14日1キロリットル36320円で6年ぶりの安値、これは5年過去平均の3割安）に対し、建て玉（1枚50キロリットル）が3割強を上回り2万枚を越えている（特集「東商取の原油に資金流入」日経2014年1月15日）など実需とは背反する価格動向がある。これら石油製品市場の仮需要、投資行動に最も影響を与える要因は、合衆国ドルの政策合意であろう。

上掲、2007年からの石油市況の長期高騰化、一転して2014年末からの市況急転の状況には、米国のドル政策QE実施とパフォーマンスが背景で律しており、ドル政策を通じた米国のインフレ・デフレ輸出が、石油というドルとリンクし、市況に担保価値付けられてきた金融商品の価格に影響を与え、価値変動しているのである。先の「資源安により世界的デフレからの脱却は困難となる」との報告は、この問題に指摘を加えたと考えられる。

1-2 金融商品キャッシュ化とドル量的金融緩和政策（QE）の影響

世界最大の貿易財は取引物量、金額においても米国における石油輸入であり、国際石油価格指標WTIは、その本来は米国内石油価格指標であるが、米国内石油市場取引が、そのまま、石油取引の基軸通貨ドル・リンクによる世界石油価格市場と国際信用市場を形成している。即ち、石油製品は、主な市場マーカーではドルでしか取引できず、その主要取引、国際

決済通貨は一国通貨の合衆国ドルであり、国内価格指標 WTI が国際価格指標となり、ドル先物取引による信用取引が、世界経済最大の金融信用市場を構成する市場要因の背景がある。

石油価格市場では、この決済通貨ドルの信用創造が、米国一国の政策判断で実施され、国際信用市場に大きな影響を与えている。

石油価格が急転下落した 2014 年末、FRB（連邦準備制度理事会）が米国金融のこれまでの量的緩和 QE（金利引下げでなく当座預金残高量を拡大させることにより金融緩和する政策：即ち米国のインフレ輸出政策）を、政策転換して金融引き締め政策を実施することとなった。また 2015 年初には、順次ゼロ金利政策も転換、見直しされる。このドル政策の引締め転換は、石油市場価格に、ドル高（円安）、またドル金利上昇を見越したドル債券投資、国際石油市場からのドル供給減少、市場信用取引収縮というデフレを呼込んだ。

従来、米国は国内景気がデフレの場合、ユーロダラー、オイルダラー、アジアダラーそしてオイルマニーなどと呼称される海外に撒かれたドルの価値を下げて（米国民民主党の政策標語でもある「弱いドル政策」）、量的緩和政策を実施する。一方、国内景気がインフレになると（「強いドル政策」を採用）、ドルの量的縮小政策に転換する。この米国の一国通貨ドルが、国際通貨として全世界の対外資産、外貨（即ち国富）の基礎となっていることから、米国内のインフレ／デフレを、間接的にドルを通じて輸出・輸入をおこない、世界の主要ドル為替相場を米国内景気の調整弁とすることがかつてから FRB の政策の根幹にあったといえる。特に長らく石油市況高騰化の背景にある投資仮需要は、この QE による豊富なドルの供給により投資資金が、標榜する米国の「ゼロ」金利政策で、市場に投入されたことから生じている。

今回のドル供給量的引締め政策に先行した QE 1～3 を概観すると表 1-1 のようになる。

表 1-1 QE 1・QE 2・QE 3 の期間と規模

QE	期間	供給規模① (米国債 TB)	供給規模② MBS	供給規模③ その他	合計	備考
QE 1	08 年 11 月 ～10 年 6 月	米国債 3000 億ドル	MBS 1.25 兆ドル	その他 1,750 億ドル	1.725 兆ドル	
QE 2	10 年 11 月 ～11 年 6 月	米国債 6000 億ドル	—	—	6000 億 ドル	
QE 3	12 年 9 月 ～2014 年末	買い取り規 模, 月額 400 億ドル	—	—	約 3 兆 ドル	*オペレー ションツイ ストと並行

(出典) 連邦公開市場委員会 (FOMC) 公表データより作成

QE 3 の終了と共に石油市況は急転して下落、債券、S & P 500 株式他も急落し、米国市場は混乱となった。日本においても G 7 (8) の為替政策合意があったものの、急速な円安となった。

2014 年末、連邦公開市場委員会 (FOMC) により、事実上のゼロ金利政策を、2014 年終盤から 2015 年半ばまで延長することが追加公表されたが、FRB の政策実施する引締め方針が、今回、市場で大きな負の影響を及ぼしたことにより修正されたこととなる。

この各 QE の及ぼしたドル価値変動を米国フォレックスライブ社テクニカルデータで見ると以下ようになる (図表 1-2)。

各 QE の実施においても政策効果は、かなり異なる。QE 開始時には S & P 500 はかなり上昇しているものの、QE 1 に比べ QE 2 では逆に下落幅が大きくなっている。次いで QE 3 の上昇幅そして、量的緩和期間をみると、ほぼ効果が現れていない。

S & P 500 と同様、QE 1 では大きなインフレ効果が実現されたものの、QE 2 では縮小、QE 3 では効果がマイナスとなっている。次に各主要国のドル為替レートには、多大な影響があり、各通貨暴落率ではユーロ、カナダドル、インドルピー、インドネシアルピア、英国ポンドなどで平均 3～

図表 1-2-1 各 QE の及ぼしたドル価値変動の推移（S & P 500）



（出典） www.forexlive.com 及び <http://www.forexlive.com/technical-analysis/>

5%までマイナス効果（通貨価値下落による価値毀損）が生じている⁵⁾。

QE 1 も QE 2 も終了とほぼ同時期にダウが低下した。QE 3 も縮小が続いており、2014 年の 10 月頃に終了した。米国では QE 1 を停止した後、金融危機の再発や、景気回復の持続性の問題から QE 2 を実施した。QE 2 を停止した後も同様、結果的に QE 3 に追い込まれた。

量的緩和の開始は、余剰資金を創出、金利が下がり、現物商品投資、また株式相場上昇を招く。量的緩和の終了は、逆に株や商品などの相場にはマイナス影響を及ぼす。QE 2 の終了した 5 月下旬から 7 月にかけて QE 3 の規模縮小観測により世界の金融市場は、株安、債券安（金利高）のダブル安となった。また、多くの新興国では、通貨安を加えトリプル安となった。

この 10 年近くに及ぶ実質上のゼロ金利政策（利子率革命）は、ドルを決済通貨（基軸通貨）とする各国に通貨の毀損を招き、通貨価値の下落を招く事となる。

図表 1-2-2 各 QE の及ぼしたドル価値変動の推移（ドル・エクィティ）



（出典） www.advisorperspectives.com

一方、QE の膨大な財源は、これら各国に与えたデフレ効果から得たフレーミング効果の成果である。日本の失われた 10 年といわれる平成複合不況の根幹には、円高（ドル安）の為替問題が背景となっており、米国のインフレ輸出、日本のデフレ輸入によって日本の失った国富（外貨準備高）は、米国へ還流し、新興経済国の MNC（多くは米国で資金調達）へ流れたと推察できる。

現在 FRB は、毎月 850 億ドルの資産を買い入れして QE 3 を強化している。既に実施した QE 1 と QE 2、そして QE 3 により、QE の残高は約 2 兆ドル規模に増加した（図表 1-2-4）。

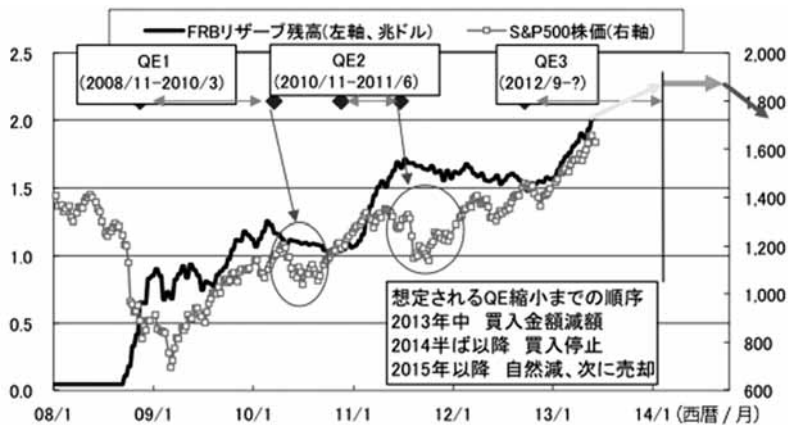
ここで注意すべきは、米国銀行および信用状などドル信用を利用した決済ネットワーク上の各国貿易コルレス銀行が直接、間接的に FRB に預ける預金、即ち準備預金であり、この準備預金の残高蓄積が QE の原資とな

図表 1-2-3 各 QE の及ぼしたドル価値変動の推移（為替レート）



(出典) blog.goo.ne.jp

図表 1-2-4 QE 1, QE 2, QE 3 の準備預金の残高増加



(出典) Haver より、りそな銀行作成

る。中央銀行 FRB は意図して QE を用いインフレを生じさせ、高金利、高利率投資に資金需要を向かわせる。QE 3 は、各国金融機関にドル貸出やドル債券投資を積極化させて、民間資金需要を喚起、リスク選好(Hunt for Yield) し、インフレを加速させることを意図するものである。

1-3 QE とコモディティ価格の影響

ここで、特に米国の量的緩和（QE 1, QE 2）がコモディティをはじめとする商品市場に及ぼした影響について、2009 年から 2011 年までのコモディティの先物取引価格の指標（CRB-CCI）の変動と量的緩和をめぐる FRB の動きを概観する。

ロイター・ジェフリーズ CRB 指数（CRB-CCI）はエネルギーや貴金属、農産物などのコモディティ指標であり、代表的な国際商品指数の一つであり、主に米英の商品取引所で取引されている原油、天然ガス、とうもろこし、大豆、砂糖、金、銀、ニッケル等の各先物の取引価格から算出されている（図表 1-3）。

QE 政策実施と商品市場の動向を追うと以下の様になる。2010 年 QE 2 を開始する 11 月に先駆けて、商品市場・株式市場は上昇を開始。同年 6 月 QE 2 を予定通り終了することが公表、QE 2 の延長を期待していた市場は実際に QE 2 が終了する前に下落へと転じた。2011 年 9 月の FOMC では、QE 3 を発表するのではないかとの期待が一部であったようなのだが、QE 3 は見送られて、その後、商品市場・株式市場は大きく下落した。量的緩和と期待・予測が商品市場に大きな影響を与えていることは明らかに思うれるが、以下、各箇所コメントを加えるとすると、「①コモディティ価格の高騰は新興国の需給、中東情勢等を反映しているといわれるが、少なくともこの期間においては、指標上ではそのような影響を確認する事が出来ない。この指標を構成する個別の指標（例えば原油価格（WTI））においても、量的緩和に関連する FRB の動きがこれだけはいき

図表 1-3 CRB-CCI



(出典) <http://thomsonreuters.com/commodity-indices/> Stock Chart com より引用

りとコモディティを広く網羅した指標上で見て取れるのと比較すればその影響の度合いの小ささは明らかである」。「②FRB 以外の先進国中央銀行の金融政策についてもその影響が指標上で明確には確認できない。この指標自体は主に米国の商品取引所における各商品の取引価格をベースとした指標であるので FRB の影響が大きくなる傾向がある事は確かであるが、為替で見ればドル／ユーロは乱高下があったものの 2009 年初頭と 2011 年末ではほぼ同じレンジに戻ってきており、ドル減価にも関連する」⁶⁾。

「本来であればコモディティ価格は主として需給要因によって左右されるものであるはずだが、金融商品化した現在のコモディティ市場はヘッジファンド等の「投機」先の一つとなっており、金融政策に反応して需給の変化に関係なく大きく変動するようになっている。つまり金融緩和が同時

にコモディティ市場に対する押し上げ要因にもなっている」⁷⁾。

IEA によると⁴⁾ 商品価格の高騰の要因は一部に「投機」によるものとしている。これを「貨幣価値の毀損」からみると「金融緩和による貨幣価値の毀損は、供給が容易に上昇しないものについては大きく毀損し、供給が過剰なものについてはあまり毀損しない。これは賃金に対する資源・食料などの相対価格が上昇するということであり、この予測は更に投機資金の流入を呼び込み、価格高騰を後押しする。」一つの問題はこれがドルという基軸通貨で起こった場合、ドルだけでなく殆どの国の貨幣が同様の「貨幣価値の毀損」の影響を受けることだろう。自国通貨がドル連動で価値が毀損すればコモディティ価格が上昇し、これを自国通貨高（ドル安）で相殺すれば輸出企業が損失を受けることとなる。

2 章では、ドル政策と国際商品市場との関連性について、改めて総括してみる。

2. 石油製品市場価格と米国ドル政策

2-1 石油製品の市場コモディティ化と QE

2000 年代から国際金融市場では、資源商品の金融商品（キャッシュ）化が進み、供給過剰となった投資ドル資金を呼び込み商品市場価格上昇が顕著であった。極めて高水準の ROI を持つことから石油製品は、最も市場コモディティ化の進んだ投資商品の一つであった。

象徴的に国際石油先物市場 WTI の運用資金は 1 兆 5,000 億ドルを越え、実態経済をはるかに上回る投資仮需要が、さらに信用拡大を生み、その結果、投資を合理付けする高利子率を長期間維持していた。

だが QE 政策によるドル資金量が市場に供給過剰になると利子率が長期的に低下しデフレ経済となる。そこで 2014 年合衆国ドルの金融引締め政策が打出され、インフレ政策に舵取りされると、これまではドル流入によ

る過剰流動性から高値留まりであった国際石油市場において、急速に仮需要投資資金に対する信用収縮が生じ、QE 3 の終了時には、投資限界効用が一転して 2014 年 10 月ころより、石油などキャッシュ市場商品の急激な値下がり状況となった。

ここで触れておきたいのは、この QE の実施された約 10 年間に渡った低金利政策が及ぼすドルの通貨価値毀損の問題、即ち利率革命である。

2-2 利率革命とドル減価

2008 年リーマン・ショック以降に経済が持ち直した米国は、ドル量的緩和政策を 2014 年に終了した。2015 年半ばには事実上のゼロ金利を解除し、ドルの利上げに踏み切る。

だが一方で世界貿易におけるドルの支配体制は、世界的な長期デフレにより「利率革命（2%以下の超低金利が長期間続く状況）」が生じ、10 年以上に渡ってそれが続き、著しく価値低下している。

現代の利率革命、投資家に実物投資リターンを得られる投資機会が存在し得なくなり、投資収益を支える利率が著しく低い状態が長期化することは、各企業にとっても経済活動をしていくための必要最低限の資本蓄積ができないということにもなる。限界効用がゼロに近似すると、投資機会が消滅し、資本の行き先がなくなり、過剰流動性が高まる事になる。

通貨の総合的な価値を示す日経通貨インデックス（2008 年＝100）で見ると、ドルは 22 日、09 年 3 月以来約 6 年ぶりの高水準をつけた。急激なドル高は大幅な原油安にもつながった。この原因は米国中央銀行、連邦準備制度理事会（FRB）が、量的緩和政策の段階的な転換を始め、昨年 10 月末には完了したことが上げられる。依然、石油需要は世界的にも増大する傾向が強い中で、合衆国へのドルの還流が及ぼす石油取引の仮信用需要は急激に減少しており、嘗てはアジア通貨危機に表出されるドル信用経済が石油需要国への負の連鎖影響が懸念される。

2-3 米国のシェールオイル開発の背景リスク

この QE 時期に、米国は国内採掘シェールオイルの海外輸出を約 40 年ぶりに開始した。「米国勢調査局は 7 日、11 月の米原油輸出量が日量 50 万 1,766 バレルとなったと発表した。比較可能な統計が存在する 1920 年以来最大となる。前回、輸出量が過去最大となったのは 1957 年⁵⁾。米エネルギー省エネルギー情報局（EIA）は国勢調査局の統計に基づき、11 月の原油輸出統計を今月末に公表する。一方でシェールオイルの輸出市場は、米国にとり久しく未開拓であり、対立競合する OPEC は、米国シェールオイルに利益供与する生産調整を拒否していることから、IEA などでは石油市場価格は今後も下落傾向が深まる事が予測されている。この背景から、昨年より一転して米国シェールオイルの輸出販売が減少し、開発投資も控えられるようになってきた。またこの数年間にシェールオイル開発に投資してきた日本企業の巨大損失も一部に表面化してきたが、その要因は以下に記した金融要因である。

シェールオイル開発は、高騰する石油価格を緩衝する供給役割を期待され、エネルギー市場での「シェール革命」とされたが、世界的に実需要量が増加しながら、QE による仮需要減少から価格下落を受け、先行きが厳しくなっている。シェールオイル開発の資金はハイ・イールド債と呼ばれる投機的格付け株であり、株式に対する一年間の利益額（利回り）の高い社債である。2014 年 10 月末米国エネルギー企業が発行した総額は 2,972 億ドルに及び、米国の金融債券市場で約 14% までを占めている。その中で石油価格下落により、かなりの額がデフォルトの状態になっている⁶⁾。

結 語

ドル通貨供給総量引き締めによる米国への還流により、中東、アジア、

日本、また新興国などからも投資資金の引上げが本格化すると、外貨準備の緩衝バッファの乏しい石油輸入依存国は急激に国際収支も悪化する。90年代アジア通貨危機は米国のドル供給過剰が創出したインフレ輸出により、各国は貿易基軸通貨であるドルを通じて、通貨価値減価（通貨毀損）となるデフレに見舞われた。

日本の石油輸入は年間約 28 兆円前後のペースで、ほぼ全量がドル信用状決済が行なわれている。80%を中東依存にしており、これも LDS（ロイヤルダッチ＝シェル）の戦前からのシンガポールルートで、運賃、保険、その他諸経費に渡りドル決済が実施される。資源小国日本は、ユーザンス付荷為替手形により、国内販売を前提に、輸入代金を後払いにしてドル決済する。

石油価格を論じる場合、ドルを基軸とする取引通貨の担保保証として、国際主要商品市場では、ドル信用により先物決済が行なわれており、特に石油はキャッシュとしてデリバティブ他、金融債券、証券に組み込まれ二次、三次信用創造と現物、原資価値をはるかに越えて取引され、しかもその市況は決済通貨ドルの価値変動により、大きく影響を受けるという価格決定メカニズムの支配下にある。現在、国際決済通貨ドルは、米国内でも利子率革命に表現される通貨価値毀損問題に直面しており重大な局面に至っている。

《注》

- 1) 毎日新聞社編「エコノミスト」「特集 資源安ショック」毎日新聞社 2014 年 11 月 25 日号
- 2) サウジ石油相「石油シェア最優先」日本経済新聞 2014 年 1 月 8 日
- 3) 日刊工業新聞「原油下落、危険水域の直面」日刊工業新聞 2014 年 11 月 7 日
- 4) 「原油価格、半年で 50%下落、海外機関が指摘する 3 つのリスク」News Sphere 2015 年 1 月 6 日

- 5) 「原油安逆風，カナダドル，下落基調続く：各通貨暴落率」日経新聞 2015年1月13日
- 6) Reuters/Jefferies CRB Index（ロイター・ジェフリーズ CRB 指数）は，米国の商品取引所で取引されている先物取引価格から算出される商品先物指数。1967 年平均を 100 とする。ニューヨーク商品取引所（NYBOT＝New York Board of Trade）において，ロイター・ジェフリーズ CRB 指数の先物及びオプションが取引されている。CRB 指数は，1957 年に米国の CRB（Commodity Research Bureau）社により 28 品目の指数として開発され，それ以降，構成目目の入れ替え等の修正が行われ，2005 年 6 月 20 日の 10 回目の修正時にロイター・ジェフリーズ CRB 指数という名称になった。改定前の指数は CRB（CCI＝Continuous Commodity Index）（Datastream コード NYFECRB）として引き続き計算されている。
- 7) 原油市場は「新たな時代」突入，価格の早期回復見込めず」IEA [ロンドン 14 日 ロイター] — 国際エネルギー機関（IEA）は 14 日に公表した月報で，原油価格が早期に従来の高水準に戻ることは見込みにくいとの見方を示した。IEA は，中国の経済成長鈍化や米国のシェールガスブームにより，世界の原油市場は「新たな時代」に突入したとみている。さらに，原油価格は来年さらに下落する可能性があるとの見方も示した。IEA が価格見通しに言及するのはまれ。月報で IEA は「シェールガスなど非従来型資源は生産コストが高いため，北海ブレントは 1 バレル＝80～90 ドルで均衡するとの観測もある」とする一方で，「需要と供給のバランスをみると，まだその状態にはなっていない」と指摘。供給に障害が生じない限り，「2015 年前半まで価格への下方圧力は高まるだろう」との見方を示した。
- 8) 「米シェールオイル開発で 1,700 億円損失＝住商，純利益 2,400 億円減少」[時事通信 2014/9/29] 米国タイトオイル（シェールオイル）開発プロジェクトで減損損失 1,700 億円が発生するのが主因。損失が最大となる米国シェールオイル開発プロジェクトは効率的な石油，ガスの回収が難しいとわかった北部地域のリース権，井戸・関連設備を譲渡することに伴い，減損損失を計上する。

参考・引用文献・サイト

1. <http://www.forexlive.com/technical-analysis/>
2. <http://thomsonreuters.com/commodity-indices/> Stock Chart com
3. www.advisorperspectives.com

4. IMF [International Financial statistics] 2012
5. IEA 「World Energy Outlook 2013」 IEA 2013 年
6. BP 「Statistical Review World Energy 2012」 BP 2012 年
7. OECD 「The World Economy」 2013 年
8. 米国財務省 「Capital Movement」 2012
9. 水野和夫 「21 世紀の価格革命と日本の課題」 三菱 UFJ 証券 10 月 2008 年
10. 柴田明夫 「エネルギー争奪戦争」 PHP 12 月 2007 年

(原稿受付 2015 年 1 月 31 日)

Japanese Trade Policy

Focusing on Energy Resources (15):

QE & Conversion of US Dollar Policy
and Transformation of International Oil Market

TAKEGAMI Konosuke

Abstract

Oil prices are sluggish from 1980s through 2000s for 20 years and do the understanding that did price hike from a surge of the resources demand for a new developing economy country rapidly from the 2000s when the underlying pricing of oil products is based on an actual demand factor, but, on the other hand, in the oil prices market, in the oil prices trend that the dollar tightening policy U-turn from current United States QE policy will give in future, as for the monetary value fall in each country demand country, the damage clogging, the concern factor of the monetary value damage to be tied to a credit contraction in the global market called the American deflation export is not approximately small at all.

when an American dollar shrinkage deflationary policy is adopted in forward rate for these oil prices slump period by the dollar trust settlement because I grew up, and dollar supply return current to the United States causes a currency crisis in each country, and a dollar supply relaxation inflationary policy considers the economical background that has been adopted again for the oil remarkable rise period without remaining in strong dollar and oil prices fall. Because the main settlement money of oil products is the United States dollar, the dollar monetary value fall results in the price erosion of oil products, but the oil prices drop is to cause a deflation spiral. Because, as for “the oil prices fall, even as for country price, it is oil prices drop the weak yen tendency, now while progressing deflation economy bottom of the monetary value drop that the low interest rate for a long term gives namely the interest rate revolution, existing Cabinet Office do an inflation target with

1.9%; of the production cost relative; reduce it, and say with an advantage for Japanese economy, but the trust expansion and contraction that return current of the dollar gives in the International Oil Trading market where is not decided in the supply and demand factor anymore wants to rouse an economy risk.

〈論文〉

ソーシャルメディア時代の 消費者行動の変化とマーケティング —— 増大する消費者の内部情報と 外部情報へのマーケティング対応 ——

田 嶋 規 雄

要 約

本稿は、今日のスマートフォンの普及や各種ソーシャルメディアの利用機会の増加などのメディアを取り巻く環境の変化に注目し、そうした変化が消費者行動や企業のマーケティングに対して与えるインパクトについて事例を交えながら試論を展開するものである。まず、ソーシャルメディア時代の消費者行動の特徴を戦後からの消費者行動の歴史の中に位置づけた上で、ソーシャルメディアが企業のマーケティングに与えるインパクトを、消費者の購買意思決定過程の可視化という観点から論じる。次に、今日の消費者に対して企業がいかにマーケティング対応すべきなのかを、消費者の内部情報と外部情報の向上という観点から考察する。

はじめに

今日、スマートフォンの普及や各種ソーシャルメディアの利用機会の増加など、メディアとメディアを取り巻く環境の変化は激しい。野村総合研究所の2012年9月の調査によれば、Twitter, Facebook, mixiなどのソーシャルメディアの利用者数は現在3200万人おり、消費規模は1兆

5,200 億円であると推計され、今後はそれぞれ 6,000 万人、3 兆 1,900 億円にまで拡大すると予想されている¹⁾。

本稿ではソーシャルメディアが消費者行動や企業のマーケティングに対して与えるインパクトについて事例を交えながら試論を展開する。特に消費者行動への影響については、近年の消費者行動の特徴を、戦後からの消費者行動の歴史の中に位置づけながら論じ、消費者にとっての内部情報と外部情報の向上という観点から、今日の消費者に対して企業がいかにマーケティング対応すべきなのかを考察していく。

1. 近年におけるメディアの変化

1990 年代から 2000 年代におけるメディア環境の変化を振り返ると、1990 年代は、企業が、消費者による認知獲得という目的で、インターネットをプッシュ型広告の配信として活用しており、ネットといえどもマスメディア的色彩が強かった。2000 年代前半には、検索連動型広告の登場により、これまでのプッシュ型広告だけの手法から、広告手法の多様化が進み、特にプル型広告の活用が進んだ。そして 2000 年代後半になると、CGM（Consumer Generated Media）と呼ばれる、消費者が主体的に情報発信するためのメディアが大きく成長し、また、パソコンとともに携帯電話からのインターネットへの高速通信も普及したため、企業は CGM およびモバイルの活用にも積極的に乗り出すことになる。さらに 2010 年以降は、Twitter や Facebook などのソーシャルメディアが台頭し、それに伴い、ソーシャルメディアを活用したマーケティングの展開が模索されることになる。加えて、スマートフォンの普及によりアプリケーションなど新たな告知メディアや手法が登場することになる。

このようなメディアの変化に伴い、消費者による情報の受信・発信方法や、受信・発信する情報の内容も変化してきている。2000 年代後半まで

の Web 2.0 と呼ばれる時代においては、情報発信に対するモチベーションやリテラシーの高い人々が、パソコンを主要デバイスとして用い、個人のブログや掲示板を通じて、そして比較的長文で情報発信するスタイルが主流であった。一方で 2010 年以降、ソーシャルメディアの利用が増大してくると、情報発信する人々のすそ野は広がり、スマートフォンを主要デバイスとして用い、twitter や Facebook などを通じて、誰もが気軽に、多頻度で、リアルタイムに、そして短文で情報発信するスタイルが定着するようになる。しかも情報の拡散力は Web 2.0 の時代に比べて非常に強いものとなった。

2. ソーシャルメディア時代の消費者行動の特徴

ソーシャルメディアの普及によって消費者の行動も大きく変化すると考えられる。本章では、ソーシャルメディア時代の消費者行動の特徴を消費者行動の歴史の中に位置づけた上で、いかなるマーケティングが実践され、そして、いかなるマーケティングが必要となってくるのかを論じていくこととする。

行動科学的な観点から消費者行動研究の歴史を振り返ってみると、各年代における消費者行動研究の潮流は、その時代ごとの実際の消費者行動と密接に関連している（齋藤・田嶋 2014）。例えば、60 年代の Howard-Sheth (Howard and Sheth 1968, 1969) モデルに代表される刺激－反応型高関与モデルが、奇しくも当時のマーケティング戦略、消費者特性に一致している。また、その後の消費者情報処理モデルは、80 年代以降の高低関与・高低知識消費者者といった市場の多様性を理解するための特徴を奇しくも備えている。「奇しくも」という意味は、心理学における刺激－反応連合から情報処理への認知革命ともいわれることになるパラダイム・シフトは、マーケティング・消費者行動研究とは独立して心理学において起

こったものであるにもかかわらず、マーケティングにおける問題を解決するための変化であるかのようなシンクロニシティを見せたことである。これは、消費者行動研究においては、実際の消費者行動やマーケティング実践との関連で研究の焦点が変わっていくことを示している。

図表 1 は、各年代の消費者行動の特徴とそれに対応した消費者行動研究

図表 1 実際の消費者行動と消費者行動研究の歴史

	実際の消費者行動の特徴	消費者行動研究の集計水準		
		低い ←	→ 高い	
		個別の消費者行動研究	消費者の類型化研究	市場形成研究
1950年代	新製品の採用行動	モチベーション・リサーチ 準拠集団	社会階層研究 イノベーションの採用者 カテゴリー	イノベーションの普及研究
1960年代	製品の買い替え・買い増し ブランド選択行動	Howard-Sheth モデル 多属性態度モデル 包括的意思決定 モデル	市場細分化研究 問題解決行動のタイプ分け (拡大的問題解決行動・限定的問題解決行動・日常的反応行動)	プロダクト・ライフサイクルと消費者の問題解決行動のタイプ
1970年代	市場の多様化	情報処理モデル 消費者関与	ライフスタイル研究	
1980年代	消費者知識の役割	知識構造	Assael の購買行動類型 (関与×ブランド間の知覚差異) 精緻化見込みモデル	
1990年代	主観的に統合された知識（ブランドに関する知識、自己知識など）の役割	知識ベースのブランド論 多様な情報概念		
2000年代	内部情報と外部情報の増加	アナロジーを用いた新製品採用行動		

齊藤・田嶋（2014）を加筆修正

のトレンドを集計水準ごとにまとめたものである。図表 1 に示されるように、実際の消費者行動は、1950 年代の新製品の採用行動、1960 年代におけるブランド選択行動へのシフト、1970 年代における市場の多様化、1980 年代における消費者知識の役割の増大、1990 年代におけるブランドに関する知識や自己知識の役割の増大、そして 2000 年代以降、特に 2010 年以降のソーシャルメディア時代における消費者の内部情報・外部情報の増加へと推移する。特に 1980 年代以降は、消費者が記憶の中に蓄積する製品やブランドに関する内部情報が、自身の購買への影響力を強めていく過程であり、詳細は次節以降で説明する。

2-1 1980 年代の消費者行動の特徴

1980 年代は、アメリカにおいても日本においても、国全体として高度経済成長期が終焉し、安定成長期または成熟期を迎えることになる。成長期から成熟期への移行は、単に需要の量的変化だけでなく質的变化をももたらす。質的变化とは、あらゆる耐久消費財などを新規購買していた時代から、買い替えや買い増しといった反復購買をする時代へのシフトを意味する。そして、新規購買から反復購買への移行は、消費者に行動の大きな変化をもたらす。

成長期すなわち、消費者がテレビ、冷蔵庫、車、洗濯機、掃除機、エアコンなどの消費財を一つ一つ買い揃えて行く時代においては、消費者は製品に関する内部情報を十分に持ち合わせているとは言えず、販売員による説明や推奨などの商業的な外部情報源に大きく影響を受けながら購買意思決定を行わなければならない状態だった。

やがて成熟期に入り、成長期に既に購入したことのある各耐久消費財を買い替えや買い増しという形で再び購入することになると、消費者は 1 台目の購買経験や使用経験を参考にしながら購買意思決定を行うことができるようになる。このことは、記憶の中に既に蓄積されている内部情報が購

買意思決定への影響力を強めていくことを意味する。

2-2 1990年代の消費者行動の特徴

1990年代における消費者行動の大きな特徴は、その購買意思決定において消費者自身の自己知識の果たす役割が増大した点であろう。自己知識(self knowledge)とは、消費者が自身の記憶の中に蓄積している、自己に関連した知識構造であり、消費者個人の特性、価値観、信念から構成される集合体である。

あらゆる購買や消費において多かれ少なかれ消費者自身の自己知識が反映されるものであるが、その反映のされ方は消費社会の成熟度によって異なるものと考えられる。

A. H. マズローは、その欲求段階説において、人間の基本的に欲求には、生理的欲求、安全欲求、社会的欲求、自尊欲求、自己実現欲求の5つの欲求があるとし、人間は、低次の生理的欲求から高次の欲求へと順番に満たしていくと主張した。この考え方に従えば、戦後日本の消費社会は、食料等の確保などの生理的欲求を充足することに重点が置かれていた1950年代から始まった。続く1960年代は住宅や三種の神器（白黒テレビ、電気洗濯機、電気冷蔵庫）に代表される耐久消費財を購入することで「安全」で快適な暮らしを実現することを志向し、1970年代は3C（Car, Cooler, ColorTV）に代表される耐久消費財を購入することで「人並み」の生活を志向した。1980年代になると、高級ブランドなどを盲目的に購入することなどで自尊欲求の充足を重視し、そして1990年代以降は、消費者自身の価値観、感性、ライフスタイルまたは生き方などをより強く反映した消費を実現していくステージへと移行してきたと考えることができる。

1990年代以降が自己実現欲求充足の時代として捉えることができるのであれば、1990年代では、購買や消費において消費者の「自己知識」が果たす役割は増大してくることを意味する。例えば、消費者がいわゆるブ

ランド品を購入する際にも、単に高級・高価という理由だけではなく、自分にふさわしいブランドなのかどうか、自分らしいブランドなのかどうかなど、ブランドと自己知識との適合度をも考慮に入れて購買意思決定を行うことになる。また、製品やサービスの形態には、標準化されたものよりも、自分に合うようカスタマイズされたものに、より魅力を感じるかもしれない。このように消費者としての成熟度とともに自己知識が購買に反映される度合いは高まっていくと考えられるのである。

1990年代におけるマーケティング戦略の一つの特徴は、顧客との長期的関係を築くための戦略、すなわち、関係性マーケティングやブランド・ビルディングといったマーケティングへの注目である。関係性マーケティングは、顧客との協調的な関係構築および発展を志向するマーケティング（南 2010）のことであり、その特徴は、一回きりの取引を前提とするのではなく、継続的な取引を喚起する点にある。特に消費財市場における関係性マーケティングは、1990年代頃から盛んに議論されるようになってきた。関係性マーケティングの実践は、1990年代からの情報通信技術の発展によるところも大きい。情報通信技術の発展によって、顧客のプロフィールや購買履歴などを大量にデータベース化することが可能になり、そこから顧客の購買履歴から顧客の好みを割り出し、次にターゲティングを行い、そしてネットを通じて個々の消費者にアプローチすることができるようになった。個々にアプローチされた消費者にとっては、その企業のサービスや提案はその消費者にとって特別なものとして捉えられるため、消費者の自己知識と結び付きやすく、うまくいけば消費者はその企業との継続な取引にコミットすることになる。

また、ブランド・ビルディングは、強いブランドを構築することが企業の競争優位を確立する上で重要な取り組みの一つになるという考え方である。関係性マーケティングと同様、強いブランドを作ること、企業と消費者との長期的関係を構築する上で重要な取り組みとなる。強いブラン

ドとは、Keller（1998）によれば、最終的に消費者とブランドとのリレーションシップを構築することによって達成される。

以上のように、顧客との長期的関係を築くための戦略は、消費者行動の観点からすれば、企業やブランドを消費者の記憶の中で重要な内部情報として位置づけるための企業の取り組みとして解釈できる。特定の企業やブランドが消費者の記憶の中で消費者の自己知識と強く結びつくのであれば、すなわち、消費者自身が自己知識との関わりの中で企業やブランドに主観的な意味づけを行うことができれば、その企業やブランドは持続的な優位性を構築することが可能であると考えられる。このように、顧客との長期的関係を築こうとする 1990 年代のマーケティングの特徴を鑑みても、主観的に意味づけされた知識が消費者の行動に大きな影響を与えていると考えられるのである。

2-3 2000 年代以降の消費者行動の特徴

2000 年代以降は、情報通信技術の発展、特にソーシャルメディアの普及によって消費者が処理する情報の量は格段に増加することになる。コミュニケーションのあり方も変わり、消費者は企業から発信された情報をただ受信するだけでなく、能動的に情報発信するようになった。当然消費者は、それ以前の消費者に比べて、他の消費者から発信された情報も含めて、より多くの情報に基づいて購買意思決定を行うことができるようになった。消費者の記憶の中に蓄積されている内部情報の増大もさることながら、消費者の記憶の外にある情報、すなわち外部情報も増大し、こうした消費者行動の変化に対して、企業はいかにマーケティング対応すればよいのかを模索することになる。

3. ソーシャルメディアの特徴

ソーシャルメディアの利用可能性の増大にともない、企業にとって利用可能なメディアの分類方法もソーシャルメディアを含めた形で捉え直されるようになってきた。従来、企業にとって利用可能なメディアは、マーケティングにおける4Pのプロモーション手段として、大別して広告、販売促進、人的販売、パブリシティの4種類で分類されることが多かった。これに対して近年では「トリプルメディア」と呼ばれるメディア分類に基づき企業のコミュニケーションをデザインするようになってきた。トリプルメディアとは、企業が媒体に料金を支払って利用するPaid Media、企業自体が所有するOwned Media、そして利用者間で情報を共有する

図表2 トリプルメディア

種類・定義	分類	例	役割
Paid Media 「買うメディア」 ブランドが購入可能な接点	Online	ディスプレイ広告、検索連動型広告、スポンサーシップ	広く認知を獲得し、Owned Media や Earned Media に見込み客を誘導する
	Real	マスメディア広告、OOH、ペイドパブ	
Owned Media 「所有するメディア」 ブランドが自ら所有する接点	Online	ウェブサイトやブログ、モバイルサイト、ツイッターなどのアカウント、メールマガジン	深いコミュニケーションにより見込み客を顧客に転換したりロイヤリティを強化する
	Real	商品パッケージ、カタログ、店頭POP、自社社員、販売員	
Earned Media 「信頼や評判を得るメディア」 消費者をはじめとする第三者が情報発信する接点	Online	ニュースサイトの記事、掲示板への投稿、消費者のブログ、専門家（の評価）	Paid Media や Owned Media が有効に機能したときに世評が発生する
	Real	マスコミ報道、ユーザーのクチコミ、販売員の自主的な推奨	

横山（2010）pp.26-27 より作成

Earned Media から成る 3 種類のメディアを指す。詳細は図表 2 の通りだが、「役割」によってメディアを分類した点において、トリプルメディアは従来の「形態」によるメディア分類と大きく異なる。

トリプルメディアによるメディア分類の意義は 2 つある。一つは、口コミなど中立的立場からの世評を伝えるメディアとしての Earned Media を、Paid Media や Owned Media と同じ重要性をもって扱ったことである。Earned Media は、従来は企業にとって統制可能性が低いと考えられてきたために、それほど重要性をもって扱われてこなかったが、ソーシャルメディアの活用によって口コミ等の統制可能性が上がることで、企業のマーケティングにとって非常に効果的なメディアであるとの認識が広がってきた。

もう一つは、ソーシャルメディアが単に Earned Media としての側面をもつだけでなく、Owned Media や Paid Media としての側面をもつと捉えた点である。ソーシャルメディアは消費者間で情報を共有するメディアとして捉える場合には Earned Media として分類されるものであるが、企業自体がソーシャルメディアに参加し情報発信する場合には、それは Owned Media になる。企業がアカウントを取得して、Owned Media としてソーシャルメディアを活用することで、従来、接点のなかった顧客とのコミュニケーションをはかることができるようになった。特に、直営店等を持たないようなメーカーにとっては、ソーシャルメディアを介して流通業者の先にいる最終消費者と直接コミュニケーションをとることができ、最終消費者への情報提供のみならず、消費者からの情報収集も可能となり、非常に利用価値の高いメディアとなりつつあるのである。

また、ソーシャルメディアの運営会社が有料で提供するサービスを企業が活用することでソーシャルメディアは Paid Media としての性格も持つ。例えば、テレビ朝日は、Twitter のサービスの一つである Twitter Amplify と呼ばれる手法を使って、ターゲティングしたフォロワーでは

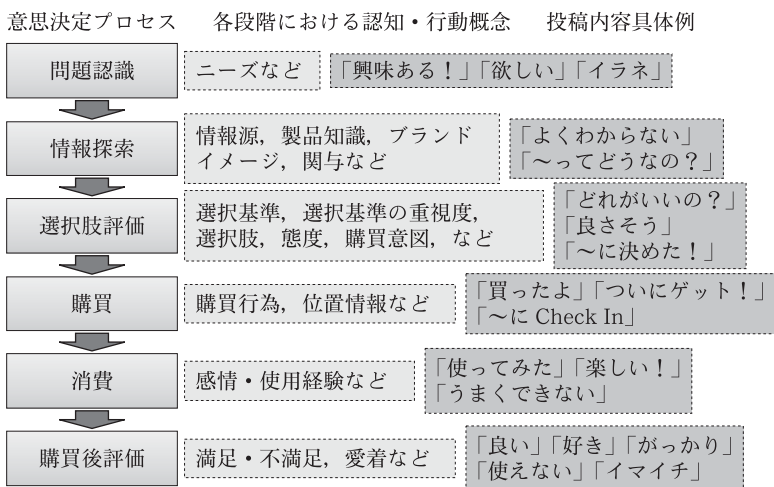
ない消費者の Twitter 画面に生番組の裏方情報をプッシュ的に強制表示し、番組やテレビ朝日に関心を持っていなかった消費者のリアルタイム視聴とリツイート（拡散）を促す取り組みを行った²⁾。

このように、ソーシャルメディアはトリプルメディアとして分類される Paid Media, Owned Media, そして Earned Media の 3 つの側面を併せ持つという意味で従来のメディアとは大きく異なることがわかる。

4. ソーシャルメディアによって可視化される消費者の購買意思決定プロセス

第 1 章で述べたように、ソーシャルメディア時代における消費者の情報発信は、誰もが気軽に多頻度で、リアルタイムに、短文で情報発信する点に大きな特徴がある。このことは、一般的な消費者の心理情報が可視化されることを意味する。図表 3 のように、消費者の購買意思決定プロセスを、

図表 3 可視化される消費者の購買意思決定プロセス



問題認識→情報探索→選択肢評価→購買→消費→購買後評価として捉える
とすると、ソーシャルメディア上では各段階において消費者が何を考え、
そして何を感じているのか情報が発信される。例えば、消費者のニー
ズが顕在化する「問題認識」の段階では、製品やブランドに対する興味や
購入意向の有無などが、また、「購買後評価」の段階では、購入した製品
やブランドに対する満足度などがソーシャルメディア上に投稿されること
になる。

消費者によるこうした投稿は、口コミ情報として、他の消費者の購買に
とっての参考情報になる。そして、このような投稿内容は誰にとっても閲
覧が可能であることから製品やブランドを提供する企業にとっても閲覧が
可能であり、マーケティングを計画する上での有効な情報源となりうる。

従来は消費者が何かを購入する際に何を考えているのかを知るためには、
アンケート等によって事後的に調査せざるを得ず、そこには消費者の記憶
の曖昧性や、アンケートという形式を取る以上、消費者が購買局面におい
て実際に何を考え感じているのかを正確に把握することには限界があった。
しかしながら、ソーシャルメディア上の投稿は、一般的な消費者がその瞬
間に実際に考えていることを、企業が即時的に把握することを可能にし、
企業にとってのマーケティングの幅を大きく広げることになる。

5. 可視化される消費者の意思決定プロセスとマーケティング

では、こうして可視化された消費者の購買意思決定プロセスは企業のマー
ケティングの可能性をどのように広げるのであろうか。本章ではマーケティ
ングの可能性を広げるソーシャルメディアの役割を、①ブランドと消費者
との関係構築および維持のための接点、②情報拡散をコントロールするた
めのプラットフォーム、③消費者情報を収集および蓄積するためのツール
の3つに整理し、それぞれについて概説していく。

5-1 ブランドと消費者との関係構築および維持のための接点

第3章で述べたように、企業は Owned Media を活用することで、企業やブランドと消費者との関係性を構築および維持することが可能である。あるブランドに対して好意的な態度を持つ消費者がそのブランドサイトを訪問し、そのブランドに関して多くのことを学習したり、ソーシャルメディアのアカウントを持つ企業の担当者と消費者との間で情報のやり取りを行ったりすることができるようになる。現在、多くの企業が自社サイトやソーシャルメディアのアカウントを保有し、積極的に情報発信を行っている。近年では、製品情報とは直接関係のないものの、消費者にとって有益な情報や快楽性を消費者に提供することによって、企業やブランドのファンだけでなく、一般消費者との接点を確保する取り組みが進んでいる。例えば、味の素のサイトでは、1,000以上の料理のレシピを紹介し、日常的に消費者にサイトを利用してもらうための取り組みを行っている。また、コカ・コーラ社のコカ・コーラパークというサイトでは様々なゲームを掲載し、多くの消費者がサイトにアクセスしてゲームを楽しむことができるようになっていく。

このような企業の取り組みは今日、「コンテンツ・マーケティング」として理論化が進んでおり、商品に関する商業的な情報を提供することよりも、まず消費者との接点を確保し、そして企業と消費者との関係性を構築していくことが志向されている³⁾。

5-2 情報拡散をコントロールするためのプラットフォーム

先述したように、ソーシャルメディア上では、消費者による投稿を企業も閲覧することができる上、企業自体がアカウントを持って投稿を行うこともできる。従って、企業は自らが投稿することでソーシャルメディア上の情報をコントロールすることがある程度可能である。例えば、日本マイ

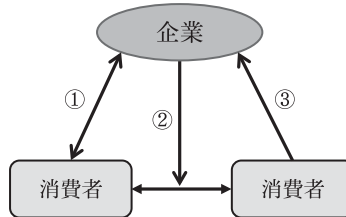
クロソフト社は、Active Support と呼ばれるサービスを通じて自社製品に関する情報拡散のコントロールを行っている⁴⁾。Active Support とは、ソーシャルメディアを使った顧客への対応行為のことであり、同社は、twitter 上で、ソフトのインストールの仕方がわからないなどの同社商品に関して対応を必要とするような投稿があった場合には、サポート担当者がその投稿者に対して迅速に返信し、解決策などを提示する。サポート担当者による投稿は、他の消費者も閲覧できることから、特に消費者によるネガティブな投稿があった場合には、速やかに対応することによってネガティブ情報の拡散を抑制することができる。このように、企業自らがアカウントを持ってソーシャルメディアを活用することで、自社商品に関する情報の拡散をコントロールすることができ、ソーシャルメディアは口コミをコントロールするためのプラットフォームになりうるのである。

5-3 消費者情報を収集および蓄積するためのツール

ソーシャルメディアによって可視化された消費者の様々な心理情報はマーケティングのデータベースとして蓄積することが可能である。例えば、日本マイクロソフト社が展開するソーシャル・リスニングというサービスは、ソーシャルメディア上で人々が日常的に語っている会話や自然な行動に関するデータを収集し、調査・分析によって業界動向把握やトレンド予測、自社・ブランド・商品に対する評価・評判の理解や改善に活かすものである⁵⁾。

上述したソーシャルメディアを活用したマーケティングにおける3つの方向性は図表4のように整理することができる。「①ブランドと消費者との関係構築および維持のための接点」は、企業と消費者との双方向の矢印として、「②情報拡散をコントロールするためのプラットフォーム」は消費者間のコミュニケーションに介入する矢印として、そして「③消費者情報を収集および蓄積するためのツール」は消費者から企業のへの情報の流

図表4 ソーシャルメディアのマーケティングへの活用



れを表す矢印として捉えることができよう。

6. ソーシャルメディア時代に求められるマーケティング対応

これまで述べてきたように、ソーシャルメディア時代においては、従来直接接点のなかった企業から提供される情報（図表4の①や②）や、他の消費者の可視化された心理情報など、消費者にとって利用可能な外部情報は格段に増加したものと考えられる。しかしながら、そのことが消費者にとっての最適な購買意思決定を保証するものではない。消費者にとって利用可能な情報が増大したとしても、それを処理する消費者の能力が向上しなければ、消費者は情報過負荷の状態を起し、膨大な情報の中から必要な情報を選択するために多くの労力が費やされることになる。また、情報探索や情報処理するための意欲が低い、いわゆる関与度の低い状態にいる消費者にとっては、外部情報の量の多さは必ずしも魅力には映らないのである。

そして、消費者の内部情報の増大も、外部情報の増大と同様に、必ずしも最適な購買意思決定を導くとは限らないのである。消費者が自身の記憶の中にいくら多くの内部情報を保有していたとしても、適切なタイミングで適切な情報を記憶から引き出すことができなければ、最適な意思決定を行うことはできないのである。内部情報が多くなればなるほど、外部情報

と同様に、最適な内部情報の選択に負荷がかかるのである。では、外部情報と内部情報の増大に対して企業はいかにマーケティング対応していくべきなのであろうか。

まず、外部情報の増大に対しては、企業は情報の量を魅力とするだけでなく、情報を整理、要約、編集して消費者に伝えていく工夫が求められる。

例えば、資生堂は2014年12月に、同社がソーシャルメディアで発信した記事を集めたまとめサイトを自社ホームページ上に開設した。資生堂は国内だけでグループ企業も含めて42のSNS公式アカウントを保有していることから、1アカウントあたりの閲覧読者数の規模が小さく情報を伝えきれていないという課題があった。そこで、過去記事などをブランドごとや美容情報といった分類ごとに整理し直し、一覧で表示して消費者にとっての情報収集を容易にする取り組みを行った。この取り組みによって、1アカウントあたりの閲覧読者数を増やしたり、自社ホームページへのアクセスを増やしたりして情報をより伝わりやすくする効果が期待される⁶⁾。

次に、内部情報の増大に対しては、企業は、消費者の記憶内で自社に有利な内部情報の検索を誘導するコミュニケーションを行っていく必要がある。特に、ハイブリッド製品と呼ばれる、パソコン、デジタルカメラ、光ディスク・プレーヤー・レコーダー、薄型テレビ、携帯電話、デジタルビデオカメラ、カーナビゲーションシステム、デジタル携帯音楽プレーヤー、スマートフォン、タブレット型端末などの、複数の既存製品カテゴリーを横断して機能を内包する製品を購入する場合に重要となる。Moreau, Markman, and Lehmann (2001)によれば、ハイブリッド製品のような製品は複数の既存の製品クラスからカテゴリー化されるため、マーケティング担当者には新製品をどのようにポジショニングするのかについて選択肢があるという。すなわち、新製品について消費者の理解・評価・採用を促進するために、企業は、消費者が既に記憶の中に蓄積している既存の製

品カテゴリーに関する知識のうち、どの製品カテゴリーに関する知識を使ってもらえるのかについて選択することができるというものである。どのような知識が記憶から引き出されるのかについては、基本的には消費者自身に委ねられるものであるが、マーケティングによってある程度コントロールも可能なのである。

従って、新製品を市場に導入する企業は、新製品を消費者に理解してもらうために、既存ブランドの活用、製品のインターフェイス、広告表現、陳列、店員による説明などを工夫することで、消費者が既に記憶に蓄積している情報の中で、自社に有利となる内部情報を引き出すことができる。例えば、チョーヤ梅酒株式会社の「酔わないウメッシュ」という梅酒テイスト飲料は、アルコール分が0.00%という点で、もはや梅「酒」ではなく、中身はむしろ梅ジュースに近いのかもしれない。しかし、この商品に対する消費者の適切な理解を促進するためには、従来の梅酒で使用したブランド「ウメッシュ」を活用し、CMでも梅酒との類似性を強調し、そして店頭では梅酒の棚に陳列することによって「梅酒」としてカテゴリー化し、消費者の記憶の中で梅酒に関する内部情報を引き出して、解釈してもらうことの方が、マーケティング上有効なのである。

おわりに

本稿では、今日のスマートフォンの普及や各種ソーシャルメディアの利用機会の増加などのメディアを取り巻く環境の変化に注目し、そうした変化が消費者行動や企業のマーケティングに対して与えるインパクトについて事例を交えながら試論を展開してきた。ソーシャルメディアを通じて、誰もが気軽に多頻度で、リアルタイムに、短文で情報発信できる点において、ソーシャルメディアは消費者の購買意思決定プロセスを可視化する特徴を持つ。そして、ソーシャルメディアはトリプルメディアで示された

Owned Media, Paid Media, Earned Media の 3 つの側面を持つことから、可視化された情報は消費者間のみならず、消費者と企業との間でも伝達され、特に企業は可視化された消費者の情報に基づいたマーケティングが展開できるのである。ただ、ソーシャルメディアの消費者行動への影響については、近年の消費者行動を戦後からの消費者行動の歴史の中に位置づけながら論じることで、消費者の内部情報および外部情報の増大という特徴を浮き彫りにすることができた。そして、消費者の内部情報及び外部情報の増大と、消費者の情報処理能力の限界との非対称を解消することが今日のマーケティングの重要な課題の一つであると結論づけることができるのである。

《注》

- 1) 日経 MJ 2012 年 11 月 4 日 7 面
- 2) テレビ朝日の twitter amplify については次のサイトを参照のこと <http://company.tv-asahi.co.jp/contents/press/0278/data/130718-twitter.pdf#search=%27%E3%83%86%E3%83%AC%E3%83%93%E6%9C%9D%E6%97%A5+twitter+amplify%27>
- 3) コンテンツ・マーケティングについては Lier (2012) や Pulizzi (2014) に詳しい。
- 4) 日本マイクロソフト社の Active support については、以下のサイトに詳しい。<http://www.advertimes.com/20120918/article 85780/>
- 5) 日本マイクロソフト社の Social Listening については以下のサイトに詳しい。<http://www.microsoft.com/ja-jp/dynamics/crm-social.aspx>
- 6) 日経 MJ 2014 年 12 月 10 日 5 面

参考文献

- 池尾恭一 (1999) 『日本型マーケティングの革新』有斐閣
恩蔵直人・ADK R3 プロジェクト (2011) 『R3 コミュニケーション』宣伝会議
齊藤通貴・田嶋規雄 (2014) 「行動科学的消費者行動研究の諸問題」(第 5 章)
KMS 著『戦略的マーケティングの構図』第 5 章同文館

- 南知恵子 (2010) 「関係性マーケティング」『マーケティング』第 21 章 有斐閣
- 横山隆治 (2010) 『トリプルメディアマーケティング』インプレスジャパン
- Howard, J. A., J. N. Sheth (1968), “A Theory of Buyer Behavior,” in H. H. Kassarian, T. S. Robertson eds., *Perspectives in Consumer Behavior*, Scott, Foresman and Company.
- Howard, J. A., J. N. Sheth (1969), *The Theory of Buyer Behavior*, John Wiley & Sons.
- Keller, K. L. (1998) *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Prentice Hall. (恩蔵直人・亀井昭宏訳 (2000) 『戦略的ブランド・マネジメント』東急エージェンシー)
- Lier, Rebecca (2012) *Content Marketing: Think like a Publisher — How to Use Content to Market Online and in Social Media*, Pearson Education, Inc. (電通 iPR 局／電通パブリックリレーションズ訳 (2014) 『Think Like a Publisher コンテンツマーケティング 27 の極意』翔泳社)
- Moreau, C. P., A. B. Markman, and D. R. Lehmann, (2001), “What Is It? Categorization Flexibility and Consumers’ Response to New Products,” *Journal of Consumer Research*, 28 (March), pp. 229–240.
- Pulizzi, Joe (2014), *Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less*, McGraw-Hill Education. (電通 iPR 局／電通パブリックリレーションズ訳 (2014) 『エピック・コンテンツマーケティング』McGraw-Hill Education)

(原稿受付 2015 年 1 月 5 日)

〈論 文〉

知的財産権保護の国際交渉モデル¹⁾

海老名 一 郎

要 約

本論文では、知的財産権の保護について内生的成長理論から基礎づけを行い、経済厚生の上でどのような意味を持つのかを議論した。また、国際交渉の枠組みによって保護水準が変化することを示した。

特許制度の国際統合を志向した場合、知的財産権の保護水準は過剰となり、経済厚生を低下させることが結論として得られた。

キーワード：特許、知的財産権、内生的成長理論

1. はじめに

1-1 問題の所在

知的財産権の保護については、1970 年代後半からアメリカのプロパテント政策のもとで国際的な制度調整の交渉が活発化し、1994 年にはガット・ウルグアイラウンド交渉において TRIPs 協定（Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights：知的所有権の貿易関連の側面に関する協定）が成立している。しかし、設立協定の付属

1) 本研究にあたっては、拓殖大学経営経理研究所研究から助成を受けた。また、査読者より大変有意義なコメントをいただいた。記して感謝申し上げる。

書として TRIPs 協定を含んでいる WTO 自体が機能不全をおこす中で、他の通商交渉と同様に、中心的な舞台が WTO における多角交渉から、FTA（自由貿易協定）の 2 国、もしくは少数国間での交渉に移ってきている。

知的財産権の保護、特に本論が分析対象とする特許をはじめとした産業財産権が、なぜ、どのような水準まで保護されなくてはならないのかについて、一致した見解があるわけではない。純粋に自然権的な所有権を発明、発見に認めるならば、経済的な合理性とは無関係に、無制限の独占の利用が認められるべきであろう。一方で、知識や技術が持つ公共財的な性質²⁾に注目するならば、自由な利用に供されるのが望ましく、開発にともなう費用は公的な負担で行われるべきでる。現実基礎研究の分野では、公的な機関や財政支援を受けた大学などの研究機関が研究を行い、近年までは自由な利用を認めてきた。

しかし特許の対象となる多くの応用的な産業技術は、営利企業によって技術開発が行われる。この場合、開発失敗のリスクも見込んだ費用を上回る利益が期待されなければ投資は行われない。この開発者利益は、知的財産権の保護による技術の独占的な利用によって得られる。純粋に経済厚生観点から知的財産権保護の望ましい水準を考えるならば、保護の結果としての新技術がもたらす便益と、保護の結果として公の利用が排除される機会費用の差が最も大きくなる水準に保護の水準が決定されることになる。

このような経済厚生観点から知的財産権の保護水準を考えたとき、国際交渉を通じて知的財産権保護の水準は低下することが期待される。なぜならば、開発企業が独占的な利益を得ることができる市場が国際的に拡大

2) 「公共財」という概念は、多くの人が同時に利用できる性質（非排他性）と、利用を排除することができないという性質（排除不可能性）を併せ持った概念である。特許によって保護可能な場合、知的財産は排除不可能性を持たないため、純粋な公共財とは言えない。

するならば、より低い保護水準で開発費用が補償されるからである。しかし現実には、TRIPs 協定は従来の「工業所有権の保護に関するパリ条約」よりも保護水準を高める「パリ・プラス・アプローチ」のもとに進められ、さらに TRIPs 協定は加盟国が遵守すべき最低基準（ミニマム・スタンダード）として位置づけられているため、今後の交渉も知的財産権の保護水準を高める方向で進むことになる。このことは、知的財産権の保護が国際交渉の戦略的な要因によって、少なくとも経済合理性の観点からは高すぎる水準にある、あるいは向かっていることを示唆している。

本論文では、まず内生的経済成長理論にもとづいた知的財産権保護の経済的モデル提示し、そこでの考察にもとづいて、国際交渉を通じた知的財産権保護水準の上昇について分析を行う。

1-2 理論的背景

アメリカのプロパテント政策の方向性を決定づけたとされる 1985 年の「ヤング・レポート」は、研究開発の推進と知的財産権の保護を競争戦略の柱として掲げた。同時期から、経済学では「内生的経済成長論」が Romer (1986) を嚆矢として発展した。この理論群では、技術進歩をモデルに取り入れることで、伝統的な新古典派経済成長理論 (Solow 1956 ; Swan 1956) による成長停止 (1 人当たり GDP の固定化) の難点を乗り越える大きな進歩をもたらした。

内生的経済成長論で内生化された技術進歩には、技術開発のための開発者利益の保護が必要であり、それは独占的利益によってもたらされる。しかし難点であるのは、内生変数のすべての成長率が等しくなる定常状態に注目しているため、資本制約によってマクロに技術開発の量が規定されてしまい、Romer (1986) も含め、多くのモデルでは知的財産権の保護の観点抜け落ちている。

本論文では、内生的経済成長論の文脈でモデルを構成しながら、定率成

長という意味での定常状態の分析を行うのではなく、変動のプロセスに着目したモデルを構築している点に独自性がある。

2. 基本モデル（閉鎖経済）

2-1 最終財の生産

最終財 Y (final goods) は、消費だけでなく中間財 X (intermediate input) として他の最終財の生産にも用いられものとする。また、完全競争市場において、価格 1 (ニュメール) で取引されることを仮定する。

企業 i の生産関数は Dixit et al. (1997), Romer (1990), Barro et al. (2003) などに従い、コブ = ダグラス型生産関数

$$Y_i = L_i^{1-\alpha} \int_0^N X_i(j)^\alpha dj \quad (1)$$

で表されるとする ($A > 0, 0 < \alpha < 1$)。ここで A は一般的な技術水準を表すパラメーター, L_i は企業 i の雇用量, $X_i(j)$ は企業 i が生産に用いる N 種類の中間財 j それぞれの量を表す。

企業 i の利潤関数 π_i は、賃金率を w 中間財 j の価格を $P(j)$ とすると、

$$\pi_i = Y_i - w L_i - \int_0^N P(j) X_i(j) dj \quad (2)$$

と表される。

完全競争市場の仮定から、 w と $P(j)$ を所与として

$$\frac{\partial \pi_i}{\partial L_i} = (1-\alpha) L_i^{-\alpha} \int_0^N X_i(j)^\alpha dj - w = 0 \quad (3)$$

$$\frac{\partial \pi_i}{\partial X_i(j)} = \alpha L_i^{1-\alpha} X_i(j)^{\alpha-1} - P(j) = 0 \quad (4)$$

が、すべての j について成り立つ。

(4) を $P(j)$ について解くことで、企業 i による中間財 j に対する需要

関数

$$X_i(j) = L_i \left(\frac{A\alpha}{P(j)} \right)^{\frac{1}{1-\alpha}} \quad (5)$$

が得られる。また、(3)(4)から

$$wL_i = (1-\alpha)Y_i \quad (6)$$

$$P(j)X(j) = \alpha X(j) \quad (7)$$

となるので、最終財の市場においては利潤が0となる。

2-2 技術開発

中間財の生産には、あらかじめ技術開発が必要であり、既存の N 種類の中間財に、 t 期において ΔN だけの種類が新たに加わるものとする³⁾。

技術開発を新たに行うかどうかは、技術開発にかかる費用と、技術開発の結果得られる利益の大小関係による。

技術開発のコストが低い順に財の種類を並べ、インデックス k ($k \in (0, \infty)$) でその順番を表すとき、技術開発の限界コストが $C'(k) = \eta > 0$ で増加することを仮定する。

この中間財の生産が特許によって保護されることなく、1単位の最終生産財に等しい限界費用 (= 平均費用) でどの企業によっても作成可能であれば、技術開発に伴う利益が存在しないため $\Delta N = 0$ となる。一方、特許によって独占的にその技術を独占することが可能であれば、 N 種の最終財を生産する企業それぞれが、利潤関数

$$\pi(j) = (P(j)-1)L \left(\frac{A\alpha}{P(j)} \right)^{\frac{1}{1-\alpha}} \quad (8)$$

3) 後でみるように、 ΔN は時不変である。

が $P(j)$ について最大化になるよう,

$$P(j) = \frac{1}{\alpha} \quad (9)$$

で販売する。このとき, 利潤の大きさは

$$\begin{aligned} \pi_i(j) &= NP(j)X_i(j) \\ &= \int_0^N \left(\frac{1}{\alpha} - 1 \right) \alpha^{\frac{2}{1-\alpha}} L_i di = \left(\frac{1-\alpha}{\alpha} \right) L \alpha^{\left(\frac{2}{1-\alpha} \right)} \end{aligned} \quad (10)$$

となる。

保護の期間が θ 期であり, 現在割引率を r とすると, θ 期間に渡る利潤の現在割引価値は

$$\frac{1 - e^{-(\theta+1)}}{1-r} \left(\frac{1-\alpha}{\alpha} \right) L \alpha^{\left(\frac{2}{1-\alpha} \right)} \quad (11)$$

であり, 技術開発を行うかどうかの分岐点となる k^* について, 利潤の現在割引価値と技術開発のために現在時点にかかる費用が等しいことから,

$$\frac{1 - e^{-(\theta+1)}}{1-r} \left(\frac{1-\alpha}{\alpha} \right) L \alpha^{\left(\frac{2}{1-\alpha} \right)} = \eta k^* \quad (12)$$

が成り立つ。

(12)から, 各期において

$$\Delta N = \frac{1}{\eta} \frac{1 - e^{-(\theta+1)}}{1-r} \left(\frac{1-\alpha}{\alpha} \right) L \alpha^{\left(\frac{2}{1-\alpha} \right)} \quad (13)$$

だけの新規開発が行われることとなる。

(13)を θ で微分すると

$$\frac{\partial k}{\partial \theta} = e^{-r\theta} \cdot L\alpha > 0 \quad (14)$$

となるので、保護期間が長いほど技術開発が進むことがわかる。

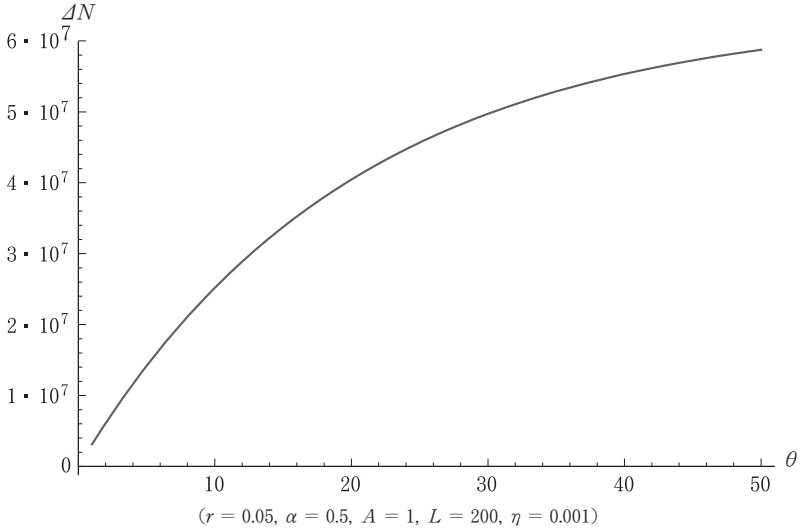


図1 ΔN （新規技術開発）と θ （保護年数）の関係

また(14)は、人口規模が大きいほど、技術開発のコストが小さいほど、技術開発が活発に行われることを表しているが、これは直感的な推論と整合的である。

2-3 中間財の生産

特許によって保護された財の需要は、(5)に価格 $P(j) = \frac{1}{\alpha}$ を代入することで、

$$X_P(j) = (A\alpha^2)^{\frac{1}{1-\alpha}} L_i \quad (15)$$

知的財産権によって保護されない財については、 $P(j) = 1$ であるから、

$$X_i(j) = (A\alpha)^{\frac{1}{1-\alpha}} L_i \quad (16)$$

となる。

初期状態における最終財の中間財の種類 N_t を N_0 とすると、特許によって保護された中間財の数 N_p は t 期において

$$\begin{aligned} N_p &= \Delta NT (\theta \leq T) \\ &= \Delta N \theta \quad (T < \theta) \end{aligned} \quad (17)$$

であり、保護されていない中間財の数 N_F は

$$\begin{aligned} N_F &= N_0 (\theta \leq T) \\ &= N_0 + \Delta N (T - \theta) \quad (T < \theta) \end{aligned} \quad (18)$$

となる。

それぞれの財について、企業ごとに(17)(18)だけの需要があるので、保護された中間財の需要の全体 X_p と、保護されていない保護された中間財の需要の全体 X_F は、

$$X_p = (A\alpha)^{\frac{2}{1-\alpha}} L N_p \quad (19)$$

$$X_F = (A\alpha)^{\frac{1}{1-\alpha}} L N_F \quad (20)$$

で表される。

2-4 閉鎖経済における経済厚生と知的財産権の保護

中間財の生産量から、一国全体における最終財の生産量の大きさが

$$Y = AL^{1-\alpha} ((A\alpha^2)^{\frac{\alpha}{1-\alpha}} N_p + (A\alpha)^{\frac{\alpha}{1-\alpha}} N_F) \quad (21)$$

となることが分かる。

最終財が中間財、および技術開発のための投資にも用いられることを考

慮すると、GDP の大きさは

$$GDP = Y - (X_P + X_F) - \frac{1}{2}\eta\Delta N^2 \quad (22)$$

となる。

政府は、将来にわたる GDP の現在割引価値合計が最大になるように知的財産権の水準を決定する。つまり、

$$\Omega(\theta) = \lim_{t \rightarrow \infty} \frac{\{1 - r^{(t+1)}\} \left\{ Y - (X_P + X_F) - \frac{1}{2}\eta\Delta N^2 \right\}}{1 - r} \quad (23)$$

を最大にする θ を求めることになる。

残念ながら $\Omega(\theta)$ は非常に複雑な式となり、解析的に最大化条件を満たす θ を求めることはできない。しかしこれまでの考察から、 θ が Ω に与える要因が 3 つ挙げられる。

- ① θ の増加によって保護される中間財が増加し、市場価格が限界費用の $1/\alpha$ 倍となり、利用される中間財が減少する。これは Y （最終財生産）の減少をもたらす。
- ② θ の増加にともなって ΔN が増加し、 Y （最終財生産）の増大をもたらす。
- ③ 限界費用が $\eta\Delta N$ に等しい水準まで開発が行われることによって、 $\frac{1}{2}\eta\Delta N^2$ だけの費用がかかる。これは θ の増加による ΔN の増加に対し、2 乗でマイナスの効果を生む。

これらの要素のうち①②は比例的に、③は 2 乗で作用する。単純化のために

$$\Omega(\theta) = a + b\theta - c\theta^2 \quad (a, b, c > 0) \quad (28)$$

と考えるならば、

$$\Omega'(\theta) = b - 2c\theta = 0 \quad (29)$$

より最適な知的財産権保護の水準として

$$\theta^* = \frac{b}{2c} \quad (30)$$

を得る。

3. 知的財産権をめぐる国際交渉

本節では、国際交渉の枠組み設定によって、知的財産権の保護水準がどのように変化するか分析する。

同質的な A 国と B 国が、それぞれ Ω_A , Ω_B の最大化を図り、最適な θ の水準を考えるものとする⁴⁾。前節での考察のうち、①②については基本的に閉鎖経済の場合と共通するが、③については自国での開発についてのみ費用がかかるので、

$$\Omega(\theta_A) = a + b(\theta_A + \theta_B) + c\theta_A^2 \quad (31)$$

$$\Omega(\theta_B) = a + b(\theta_A + \theta_B) + c\theta_B^2 \quad (32)$$

が各国政府の利得関数となる。

それぞれの国が θ_A , θ_B について最適化をはかるとき、もしも $\theta_A \neq \theta_B$ が許される前提であれば、前節で考察した閉鎖経済の場合と同じで、最適な知的財産権保護の水準は

$$\theta_A = \theta_B = \frac{b}{2c} \quad (33)$$

4) 特許の輸出入によって生じる所得移転が考えられるが、ここでは同質的な国家を想定しているので、特許サービスの輸出入はちょうどキャンセルする。

となる⁵⁾。これはベルヌ条約のように、各国が個別に取りうる特許制度の中で、内国民待遇を求めるような枠組みでの交渉に対応する。

一方、TRIPs 協定のように、各国が守るべき共通の知的財産権の水準を設定する枠組みでは、 $\theta = \theta_A = \theta_B$ の制約の下での最適化問題となるので、

$$\Omega(\theta) = a + b(2\theta) - c\theta^2 \quad (34)$$

について各国が最適な θ を求めることとなる。このとき、

$$\theta_A = \theta_B = \frac{b}{c} \quad (35)$$

が保護水準として選択されることになる。

交渉制度の違いが、なぜ異なる結果をもたらすのか。 $\theta = \theta_A = \theta_B$ の制約がある場合には、 θ を引き上げることによって、国内企業だけでなく、貿易相手国の開発費も引き上げられることになる。一方で、開発を通じた中間財の種類増加は、費用負担の有無にかかわらず利益をもたらす。

その結果、内国民待遇だけでなく、制度の統一を志向した交渉の枠組みを設けることで、知的財産権保護の水準が引き上げられることがわかる。

しかし、制度の統一を志向した交渉の結果は、閉鎖経済の場合と比較して高い水準にある。これが過剰な水準になっていることは、A 国と B 国が仮に完全に経済統合して単一の経済単位となったとき、最適な保護の水準が、閉鎖経済のそれと等しくなることから明らかである。

4. まとめ

本論文では、知的財産権の保護について内生的成長理論から基礎づけを

5) 結果として等しい保護水準になっているのであり、あらかじめ制約として課せられているわけではないことに注意が必要である。

行い、経済厚生の上でどのような意味を持つのかを議論した。結論は、①中間財の価格上昇からもたらされる生産の減少、②利用可能な中間財の増加にともなう最終財生産の増大、③開発費用の増大、であった。

また、保護水準の上昇が2次関数的に経済厚生に影響をあたえることを指摘し、交渉制度の違いによってどのように国際合意が影響をうけるのかを考察した。結果として、制度的な統一を志向した TRIPs 型の交渉方式が、経済合理性からは高すぎる保護の水準をもたらした可能性が高いことが示された。

参考文献

- Barro, J. R., Xavier Sala-i-Martin (2003), “Economic Growth (Chap 6)”, MIT Press.
- Dixit, A. K., Stiglitz J. E. (1977), “Monopolistic Competition and Optimum Product Diversity”, *American Economic Review*, 67, 297–308.
- Romer, P. M. (1986), “Increasing returns and long-run growth”, *Journal of Political Economy*, 94, 1002–37.
- Romer, P. M. (1990), “Endogenous Technological Change,” *Journal of Political Economy*, 98(2), 71–102.
- Solow, R. (1986), “A Contribution to the Theory of Economic Growth”, *Quarterly Journal of Economics*, pp. 65–94.
- Swan, T. W. (1956), “Economic growth and capital accumulation”, *Economic Record*, 32(2).
- Yang, G., Maskus, K. (2001), “Intellectual property rights, licensing, and innovation in an endogeneous product-cycle model”, *Journal of International Economics*, 53, 169–187.

(原稿受付 2015 年 2 月 9 日)

〈研究ノート〉

MOT が企業経営に与える影響

金 山 茂 雄

要 約

米国と同様に日本においてコンピュータが実用的に用いられ、IT を利用しはじめてから、まだ半世紀ぐらしか経っていないが、社会では企業の業務から日常生活に至るまでになっている。そして、産業という大きな枠の中では産業活動が必ずしも必須のものというわけではなく、我々の文化にも組み込まれている。そのために我々は、自らの責任において環境の変化に適応していかなければならない。これからの情報ネットワークを基盤とする経済社会は、従来よりももっと精密であり敏感で、多面的なものとなるだろう。

ある産業の発展の背後には、さまざまな技術革新がある。企業は競合他社に対する競争力を強めるために技術革新を進めている。企業が技術革新を導入することで、従来からの企業経営にどのような影響を与えているのか。そして今後企業は、技術革新にどのように対応すれば良いのかを資料等から整理・検討・考察してみることにする。

1. はじめに

技術革新を担っているのは産業で競争するさまざまな企業であり、競争を通じて技術革新が積み重ねられることによって、その産業は発展していく。その際、個々の企業が技術革新を遂行するのは、それによって自社の競争力を高めようとするからである。従来その産業をリードしていた企業

が、技術革新によってさらに競争力を強化することもあるし、劣位にあった企業が技術革新によって飛躍的に競争力を高めて優位に立つこともある。また、新しい技術を基礎にしてその産業に参入した企業が、産業の様相を一変させることもある。

競争関係を変化させる技術革新には、従来その産業の基盤となっていた既存の技術をさらに進歩させるものもあるし、既存の技術に取って代わる新しい技術をもたらすものもある。既存の技術の優位性に基づいて従来その産業をリードしていた企業が、その技術をさらに進歩させることによって競争優位の維持をはかっている間に、劣位にあった企業や新規参入企業が新しい技術を開発して競争優位を逆転させることもある。もちろん、既存の技術に優れていた企業が、積極的に新しい技術に乗り換えていくこともある。産業の発展過程では、このような技術革新をめぐる企業間の競争が展開されている。

21世紀の展望する今日の社会において、コンピュータないし情報システムを土台としたいわゆる情報化は、ほとんどあらゆる領域において展開され、社会の将来に大きなインパクトを与えていることは改めて指摘するまでもない。その様相は80年代半ば以降、コンピュータ・ネットワークの本格的な展開を迎えて、明らかに新しい社会に入っているように思われる。今日の情報ネットワークにはこれまでの情報システムの延長ではなく、むしろそれらをいっそう高い次元で体系化したトータル・システムである。企業は、情報システムがこれまでのように一つの経営資源であるにとどまらず、経営それ自体の次元で展開されるようになっていく。情報システムを武器として業務を効率化し、情報ネットワークを基盤として組織と管理、さらには経営戦略全体も見直しされようとしているのである。トータル・システムとしての情報ネットワークに比べれば、これまでの個別情報システムは素朴なシステムに見えるほどであり、ネットワーク時代は時間と共に新しい時代に入り進んでいくだろう。その際、それらが極度に複雑化し

たシステムとして企業の経営と労働に深刻な矛盾を呼び起こしている現実がある。明らかに情報化は 21 世紀に向けて一つの時代を創造している。しかしながら、社会科学の分野ではこの新しい時代の特徴がまだ十分にとらえられていないといえる。その背景には、情報システムが技術的に展開される外的要因とみなされ、経営の内在的な問題としてはまだ十分に認識されていないという事情があるように思われる。産業革命史に範をとるなら、これまでの情報システムがいわば「機械体系」の次元でとらえてきたとすれば、今日の情報ネットワークは少なくとも「機械制大工業」の次元でとらえられるべきものだろう。こうした現代の情報ネットワーク時代の特徴を簡単に説明し、そして今後企業は、技術革新にどのように対応すれば良いのかを資料等から整理・検討・考察してみることにする。

2. コンピュータと社会

米国と同様に日本において、コンピュータが実用的に用いられ情報技術（総称として IT と呼ぶ）を利用しはじめてから、まだ半世紀ぐらしか経っていないが、社会では企業の業務から日常生活に至るまで、その機能と性能を利用している。そして、今ではコンピュータも一つの産業という大きな枠の中で活動が行われている。しかし、それ以前は必ずしもなくてはならないものではなかった。知らず知らずに我々の文化にも組み込まれ、その結果、現代のように変わってきたのであろう。さらに、コンピュータの利用が社会環境の変化にも適応していかなければならない。今後、コンピュータと通信技術による新たな産業は、情報ネットワークと呼ばれる技術とその商品を基盤とする、いわゆる経済社会が従来よりももっと精密であり敏感で、多面的なものとなるだろう。ここでは、コンピュータの史的な展開が企業のような組織体にどのような影響とその結果をもたらしたのか、ある一面を概観し、次に進むことにする。

2.1 コンピュータと史的区分

現代社会では社会活動、企業活動など、あらゆる場面で情報の役割が重要視されており、それは情報を取り扱う業務が多く、その手段としてのコンピュータ等の利用が多いからである。そのようなコンピュータの発展・発達抜きに考えることはできないだろう。コンピュータは、どんなに他の道具や機械と異なっても、ごく普通の電機機械にほかならない。しかし、一般社会では、やはりごく普通の機械とは大きな違いがある。一般に機械は、ある特定の生産部門の技術と労働の問題としてとらえられるが、コンピュータは特定の部門どころかあらゆる業務と結びついている。日常的な企業や組織体等の業務ばかりでなく家庭用の機器でさえ数多くのコンピュータ（マイクロコンピュータ）が使われている。こうしてコンピュータはあらゆる労働と生活のスタイルを大きく変えることになる。そして、コンピュータは誰にとっても身近な存在になっている。その上でコンピュータの役割は、極めて多様性があり、柔軟性、機能性もあることが分かる。また、生産工場にある機械の制御から情報管理、さらには音楽や映画の世界といった芸術の分野にも及んでいる。このような多様性と柔軟性、機能性が、コンピュータの広範な利用を可能にした。コンピュータが登場して半世紀以上経過したが、その役割は成熟期を迎えるどころか、とどまることなく多様化と高度化、さらに機能化へと進んでいる。それは社会全般に観ることができ、社会生活を支えているのである。このようなコンピュータのしくみは、これまでのどんな機械にもない。コンピュータは小型化し、より精密で精細なモノに変わり、それがいろいろなところで利用され、特に、マイクロエレクトロニクスと呼ばれているように小型化によって本格的なものに発展することになる。その本質は、人間に代わって情報のメディアを操作する論理的な思考ということにある。コンピュータの最大の特徴は、形式的な意味では、その論理的仕組みに原理的な限界がないことである。

そのため、コンピュータが社会の要求に対応してとどまることなく発展しつづけていることである。コンピュータと言えば、ハードウェアをイメージし、一方で情報という言葉は、ソフトウェアをイメージするだろう。

情報は、何よりも社会的コミュニケーションを媒介するものであるから、これは「コミュニケーション革命」といってよいだろう。ここで言えることは、コンピュータは技術問題であるにとらえる者が多いが、実は大きな社会の問題なのである。このようにコンピュータと社会との関係と共に大きく変わってきたということは言うまでもない。史的区分の視点から観るとデータ処理機械の時代、個別情報システムの時代、そして総合情報システムの時代の3つの時期に分けるのが妥当である。

1960年代末までのデータ処理の時代には、コンピュータが計算機械であり、紙テープやパンチカードに記録されたデータを自動的に読み取り、集計や分類を行うだけのシステムであった。1970年代以降のオンライン・システムの登場とその後の発展・進歩により、コンピュータは個別業務と一体のものになった。様々に細分化された業務がシステムとして再編成され、自動化、集中化、即時化を中心として業務の流れに変わった。これが個別システムの時代である。1980年代半ば以降、コンピュータ・ネットワークの本格的な展開が開始され、個別業務システムは互いに結びつけられ、企業全体をカバーする総合情報システムに生まれ変わった。コンピュータは、業務の効率化の手段だけではなく、企業の組織そのものがシステムに組み込まれ、再編成される時代となった。こうしてコンピュータと社会の関係は一つの完成形態を迎えた。これらの区分では、コンピュータの特徴を保持しながら新たな段階へ進む様子が次への発展へ移り変わっていく。よって、コンピュータの変化は、本質的に一つの進化の過程といえる¹⁾。

2.2 コンピュータとネットワーク

コンピュータと通信技術の結合によって、ネットワークが誕生し、一般社会では、情報ネットワーク、コンピュータ・ネットワークなどの呼び名で親しんでいく。しかし、情報ネットワークというものの自体は新しいものではない。情報もネットワークも、共に昔から存在している。人と人との間で情報が伝わり、そこからいくつかの新しい考えが生み出されてくる過程はほとんど同じである。情報という視点から社会を観るには、その原点をまずしっかりと把握し理解しなくてはならない。情報を生み出すのは人であり、人と人との接触であり、相互作用である。経済で役に立つ情報も、人々が業務の現場で業務を進める過程で、人と接触しつつ掴む情報なのであるから、その原点は変わらないのである。それでは、今と昔では何が変わったのだろうか。それは情報を生み出すために大量の資本と人が投入され、組織的な努力が行われているようになったことである。また、イノベーションが通信のコストを安くし、ネットワークの構築が基本的に変わってきたことである。つまり、情報を生み出すのが人間であるにしても、そこに有力な補助手段があらわれてきただけであり、またネットワークとは人と人との連結にほかならないとしても、その連結をつかさどる新しい技術と媒体ができ、それが社会の仕組みを変え、新しい社会を生み出すのである。経済的側面から社会を3つの層に分けて観ると、底辺の部分のインフラストラクチャー（社会基盤）があり、その上に産業や企業の活動の層があり、さらにそれらの上で我々の生活や行動があるという構造を考えることができる。情報ネットワーク社会とは、社会の基盤のインフラストラクチャーが情報通信系統の社会資本をもとにハードウェア、ソフトウェアを含めて形成され、まさにダウンサイジングがそうである。そして産業や企業が情報を資源としてネットワーク型に形成され、人々の生活がそれらのネットワークを活用するという社会構成になっている²⁾。

マイクロエレクトロニクス（総称として ME と呼ぶ）は、数ミリ角のシリコンチップに数十万を超えるトランジスタ（Tr）の回路を作る技術であり、非常に高機能がある特性にもかかわらず安い価格である。つまり、一般的な価値体系の中では、貴重なものでないことを意味する。1970 年代後半からの ME の発展では、機械、電機、電子、通信など、あらゆる製造過程を一変させた。ME によってコンピュータのコストは大きく低下し、それによって機械の複数の自動制御（NC）が経済的に実現し、単機能機械のみならず多品種の加工を行う加工用工作機械も自動化された。これらの機械は、また 1 つの製造ライン全体にわたって集中制御され、自動化されるようになった。それは労働生産性を飛躍的に向上させ、生産労働の様子を大きく変え、それまでの大量生産に代わって多品種少量生産を効率的に行うことを可能にした。機械工業の生産性は急速に増大し、景気回復とともにおびただしい種類の製品が市場にあふれ出した。競争は激しくなり、企業は市場を求めて争って海外に進出した。国際化と競争激化に直面して、企業は世界市場のニーズに即した一層の製品多様化と市場変化に対する迅速な対応が求められるようになった。個別業務の改善だけでなく、関連業務の連携を密にして市場対応力を高めるなどの経営革新を迫られたのである。こうした業務間の連携は個別の業務を超えたものであり、また計数・数値データだけではなく、それまでの業務そのものが困難になった。そこで生産過程で威力を発揮した ME をこれらの分野に導入して、オフィスの「オートメーション化」が目指され、典型的な大量計数処理にほぼ限定されていたコンピュータ利用の範囲は大きく拡大された。これらは管理情報などの計数的データ以外の広範囲な情報のシステム化の可能性を開いた。80 年代に入ると、これらの OA 機器は大量に事務処理に導入され、オフィス・オートメーション（OA）がはじまった。

コンピュータ・ネットワークの展開、経営革新のためには部門ごとの個別システムを相互に結び付け、管理情報をもシステムに統合し、部門ごと

に分散している経営情報を統合して意思決定に結びつける必要がある。決定的なのは、ME がこれらを可能にするコンピュータ・ネットワークを現実のものにしたことである。

コンピュータ・ネットワークは、異機種のコンピュータが通信回線を介入してさまざまな種類のデータを交換しあうシステムである。そのためにはきわめて複雑かつ大量高速なデータ交換の処理が必要となるが、ME はそれを経済的に実現可能なものにしたのである。こうして複数の業務システムがネットワークで相互に統合され、総合情報システムが実現される。個別システムに分散していたデータは一元管理され、1つのデータベースに集中される。データベースとは異なるシステムから多目的な利用ができるように系統的に管理されたデータ・ファイルである。こうして個別システムはネットワークのサブシステムとなる。このように業務システムが互いに結びつけられ、企業内に獲得されたデータないし情報がデータベースにただちに一元的に集積されれば、それをもとに関連する業務を「合理的」に調整する意思決定も迅速に行うことができるようになる。

これは異なる業務の連携プレイがシステム化されることを意味する。こうしてこれまで管理者が行っていた業務間の調整の多くも、ネットワークを通じて即時化され、日常的なものになるのである³⁾。

情報ネットワークは、広域の事業展開を特徴とする物流や金融、流通の分野で目立っている。宅配便の貨物追跡システム、銀行の第三のオンライン、航空会社や旅行業の CRS（座席予約システム）。POS（販売時点管理）システム、それを発展させた流通 VAN（付加価値網）などである。これらは国境を超えて世界的規模で展開され、さらに業種を超えたネットワークに発展している。銀行と小売店を結んだ銀行 POS、銀行と企業、個人を結んだファーム・バンキング・システムやホーム・バンキング、メーカーと小売店を結んだ EOS（電子発注システム）などがそれである⁴⁾。

近年、多くの企業がこれらの構築に全力をあげているが、それは情報の

多角的収集を早めて市場への対応力を強めるというだけではない。むしろ取引先や消費者をネットワークに囲い込んで競争優位にすることに狙いがある。こうして物流、金融の技術的な提携と並んで、ネットワークを媒介とした新しい企業統合が展開される。

さらに都心では、LAN を張りめぐらしたインテリジェント・ビルが立ち並び、テレポートを通じて情報を収集し、それら进行处理する各業務システムやワークステーションがネットワークに接続されている。企業がこうした武器を財テクに利用しバブル経済を演出したのはまだ記憶に新しい。しかし、その背後では東京一極集中が進みネットワークで管理された労働者はめまぐるしい情報への対応に追われて過労死にさらされているのである⁵⁾。製造業においては、工場システムを統合し販売部門とも一体化した CIM（コンピュータ統合生産）の構築が進められている。今や機械体系は人間に直接操作されるものではなく、ネットワークを通じて操作されるものになりつつある。これは道具から機械への進化に匹敵する生産システムの革命といえるだろう⁶⁾。こうした情報ネットワークの展開は、情報通信産業を新たな基幹産業に押し上げつつある。また、中間的な生成物たる情報そのものの囲いこみが重要になり、当時の知的所有権などの法整備も進められたが、この側面では極めて矛盾に満ちた状況が生まれている。だがネットワークへの投資に見合う効果をあげることは、必ずしも容易ではない。企業全体をカバーするにいたったシステムは巨大化、複雑化の一途をたどり、投資が巨額化するだけでなく、複雑さゆえの様々なリスクを抱え込むことになるからである⁷⁾。

一方では、システムの規模が大きいだけに、システムのダウンの影響ははかり知れない。そこでシステムのセキュリティを保護するためシステム監査の必要性が強調されているが、複雑化したシステムを十分に監査できるエンジニアの育成は事態に追いついていない。システム開発でもこれまでのユーザが仕様を提示しシステム・メーカーがそれを具体化してきたが、

今まではメーカーがシステムの仕様を提案する時代になっていた。単なるシステム・メーカーではなく、経営コンサルの役割を兼ねたシステム・インテグレータが要求されているのである。

システムを計画する SE は、コンピュータや業務知識だけではなく経営そのものを分析評価する力量が求められている。だが、企業全体をカバーするような総合情報システムの計画は、非常に難しく、こうした SE や KE の育成もこれからの課題である。そして、新たなソフトウェア危機が生まれているが、この事情は情報科学に対してもこれまでのコンピュータ科学を越えた情報社会学の成立を促しているといえるだろう^{8),9)}。

3. MOTに見られる技術と革新的な経営の変化

ここでは、MOT (Management of Technology) を細分化し、「技術、革新、経営」の三つの言葉から企業経営にもたらした要因が何か、探求する。

技術という言葉の歴史は古く、科学以前から存在していたと見られる¹⁰⁾。近代的な製鋼法を科学的現象として理論的に解明する以前に、日本刀の玉鋼技術による製鋼技術は存在していた。このように技術は当初ものの造り方、つまり製造法を意味していた。ここで製造法とは、ある「モノ」を造るための合理的に一つにまとめるための手順の総称と捉えて良い。このような技術は、当初の簡単な道具を利用しての手作りでの方法から機械を中心とする方法へと発展してきた。技術は、その洗練の中から様々な道具や機械を生み出した。それらは技術の具体的な現れであり、技術の一部分である。しかし道具から機械、機械から様々な機能・役割を果たすための総合的な機械のシステムへと進歩するにつれて、これらの持つ技術的重要性が高まった。別の言い方をすると、技術に人の及ぼす直接的影響部分が後退していった。人は技術の後にあって、アイデアの創造、道具、機械、そ

して、それらのシステムの設計と製作を担当する。他方、作業内容に対応した機械による体系は、情報を外部から得て自律的に作業を行う。このような変化は人の持つ、いわゆるソフトウェアのある部分を機械や機械システムに移転するという変化である。つまり、人が生み出し、保有する技術（この場合は「モノ」を造るための合理的な一つにまとめるための手順の総称である）は、ハードウェアという道具、機械そして機械システムとして分離され、同時に自動制御というソフトウェアが同様に人から分離されたことになる。技術は人を創造の原点としながらも、ハードウェア、ソフトウェアとして不断に技術を外部へ分離している。しかし、現代の機械と機械化体系は、人の生み出した形に現れた技術、つまり、技術の分身である。技術は本来抽象的な方法の体系である。以前（昔）は人の頭と体についた熟練こそが技術だった。頭で考えたことが熟練を媒介として、「モノ」という形に現れる。技術の本質は、あくまでも頭で考えた目標とこれを達成する手段の関連にある。この意味では、技術とは目標を達成する手段を指し、ここでは熟練であるが、昔それはよく「盗まねばならぬ」といわれた。その意味するところは、文字や記号、さらには口頭による言葉だけでは移転することのできない「腕」とか「物事の進め方」であった。

ところが1960年代に驚くべきことが起こった。NC（数値制御：数字と記号で機械を制御する）工作機械の登場である。その工作機械は、一定のルールにしたがって作業手順を記述したテープ（当初は穿孔、その後は磁気）を作成し、この機械に与えると、機械は指示通りにかなり複雑な作業をする。人の持っていた熟練が、テープつまりソフトウェアとして人から分離した。人の頭で考えられたこの「プログラムド・テープ」は、今では工場全体を動かすほどに複雑なものになっている。考えてみれば技術は人の頭脳と熟練を原点とするものではあるが、人から分離、独立しつつある。人の頭脳の働きと熟練は「プログラムド・テープ」そしてその「テープ」で動く機械および機械化体系に移転しつつある。しかし注意しなければな

らないことは、人の頭脳の働きと熟練の獲得は止まることがないということである。人は機械と制御テープに関連して改良、開発そして新たな発明を行なう。人はまた自ら生み出した新しい機械、そして制御テープの出現に伴って新しい形の熟練を生み出す¹¹⁾。

以上、技術については、次のように要約できる。まず技術は人あるいは人の集まりから始まり、(人と道具)をセットとして進んだ。やがて(人と機械)のセットが出現、その後(機械)自体の自律性が高まる(NC化)。やがて種類の異なる機械群が自律的に動くようになった。「モノ」造りとしての技術は今ではこのレベルまできた。それは人の手から機械群が離れ、一定の指示があれば自律的に動くまでになったのである。ここで忘れてはならないことは、その機械群の保全や改良、特に、開発は、相変わらず人の頭と手にゆだねられているということである。機械群はあくまでも技術の一部分であり、しかも技術という人の頭脳と熟練から生み出される手順体系の一つに過ぎないのである。機械は完成したその日から陳腐化を始めると言われるのは、技術の本質が人の頭脳の働きと熟練に宿っているからである。このような「モノ」造りの技術は実は、今日の流通、サービスといったあらゆる産業活動に等しく適用できる概念であることが段々明らかになってきた。例えば、CIM(コンピュータ統合生産)にしても、物流、在庫、販売に製造活動が密接に結び付いており壮大な技術の体系を構成するに至っている。そこには製造技術のみならず、物流技術、在庫技術、販売技術が組み込まれている。「モノづくり」からスタートした技術という概念は、今では、現代社会のあらゆる目的を達成するための手段にかかわる場面に適用される。

技術という概念は、今日ではある特定の目標を達成するための合理的なひとまとめの手順の総称と定義できる。そしてそれは人と機械と情報(プログラムに象徴される)の組合せとして理解するのがよい。今日の広義にとらえた技術も、すべての産業において、人→機械→情報→人へと戻ると

ライアングル関係で理解することができる。技術をトライアングル関係で考える際、そこでの人の決定的に重大な役割を忘れてはならない。人は創造力を持ち、熟練を自らのものにできる。もちろん学習して知識を高めることもできる。人がそうなるためには、そうしようとする意欲と意志が基本であり、これを可能とする動機が外部から与えられる必要がある。人がそうしようとするための対策や対応を講じるのが企業や組織体として、あるいは社会全体として基本的に重要なことである。

人→機械→情報→人へと戻るトライアングルは、組織→機械体系→情報体系→組織へと戻るトライアングルによって囲まれ、人と組織、機械と機械体系、情報と情報体系は、それぞれ互いに結び付いている。このように技術を二重のトライアングルの結び付きと考え、この変化を捉えるという考え方をすることが技術の変化を理解する上で極めて重要かつ基本である。ここでの技術の変化は、人、機械、情報のいずれか一つから起こり、それが他の二つの変化を促進し、技術つまり「手順の体系」が変化する。ハードウェアが変わり、ソフトウェアも変わる一つの状態に新たな技術水準が決定される。それがまた、何らかの刺激によって次なる変化をもたらすことになる。特に、企業のようなある目的を持っている組織体は、外部的要因に影響されやすい。例えば、購買、製造、販売、財務、人事などの組織部門である。そして、MOTは、見方をかえれば戦略や革新という言葉で表現ができる。企業にとって画期的なアイデアに基づいた戦略決定とその展開を指すものと捉えてよい。このように考えると、戦略の三段階つまり企業戦略、事業戦略、機能戦略と分けると、これに対応して企業革新、事業革新、機能革新と一応分類することが可能である。つまり、ここで革新とは企業が革新的戦略を採用、展開することだと言える。

企業革新、事業革新、機能革新の間の関係は、普段見ている以上に複雑である。例えば、製造業で企業が現場主義を貫く戦略をとるとする。これは企業戦略か、それとも事業もしくは機能戦略かと問われると答えは一樣

ではない。ある企業は製造部門の主たる戦略というだろう。他の企業は特定事業部の最重要戦略という。さらに、これら以外の企業の中には「現場主義を貫く戦略」が最重要戦略と位置づけ、トヨタ系の企業は「現場主義」を企業戦略のレベルまで高めている。企業が「革新」を唱えるとき、上に言うように捉え方に差が生じる。企業全体のレベルでの革新こそ「革新」の名に値するものだといっても、その他の局地的革新が革新でないとは言えない。さらに、企業レベルの革新が、事業部門、その下の機能部門へとより具体的へと展開される関係にある。いずれも革新活動である。逆に企業の一部分で取り組まれた革新活動が、やがて全社の革新活動まで広がる場合もある。トヨタ自動車における「かんばん方式」のある工場への導入は、やがてトヨタ生産方式導入という企業戦略となり、協力企業までその適用を広げていく¹²⁾。今では、リーン生産方式として世界中に広がっている¹³⁾。

企業より一般的には組織において従来とは質的に大いに異なった活動が行われることであるが、それは究極的には個人の創造性に負っている。それでは個人の創造性はどこからくるかという、世の中には発明家、起業家がいる。誰もがこの人たちになれはしないが、近づくことは可能であろう。それには、

- a. 常に「好奇心」を持ちこれを展開するライフ・スタイルを持つ。
- b. 毛色の変った人と愉快に交際する、またそれができる。
- c. 新しい専門知識をつねに取り入れることが創造性に向かう基本と
いってよい。

上記のような個人の創造性を発揮できる組織に進めるためには、組織の創造性を高める役割を果たす人の存在が重要である。また、日本の企業の中には職場単位の従業員が他業種の優れた企業を見学するという実践を行なうことがある。さらには下請企業同志が協力会をつくって（この場合事実上異業種グループである）、互いに職場の診断をするという試みも決し

て少なくない。組織ぐるみで創造性を高める努力である。革新は創造活動であり、その組織的展開である。企業における革新は一般に着想、展開、事業化の三段階に分けられる。着想は自由に、展開はシステムティックに、事業化はまた比較的自由に進めるのがよいというのが過去における調査の結果である。つまり革新のプロセス段階別理解が重要なのである。この革新プロセスが企業を超え、産業社会全体に著しい影響を与えるようなとき技術革新と呼ばれる。ここでは技術革新は社会全体に及ぶ変化を意味している。これに対して企業の革新は限定的である。企業にとって従来無かった事業コンセプトの導入、製品・サービスの開発、あるいは工程の開発等の新しい試み、とりわけ戦略レベルの決定と展開を必要とするものについては、企業はそれらの活動を革新と考える¹⁴⁾。

革新は言ってみれば、変化の一類型である。企業に見られる変化は一般的に四つの変化に分類できる¹⁵⁾。

- a. 現場小集団による日常行われる職場改善であり、変化というものの原点的基礎である。それは変化が企業に定着するための最終段階であり、しかもこの段階に終わりがなくとも大きな特徴である。
- b. 工程ラインの変化である。製造業で言えば製造ラインの取り替えである。画期的機械ならびにそのシステムが昔のシステムに代って取り替えられるか、または新しく導入されるかである。ここでは生産技術者と現場作業者の両方が協力して変化に取り組む。
- c. 製品もしくはサービスの変化である。その変化が画期的であれば、製品革命またはサービス革命と呼ばれる。ここには製品・サービスの開発者、設計者、生産技術者、現場技術者まですべてがこの変化に関わる。製品・サービスが変れば、そしてまたその変化度が高ければ高いほど製品・サービスの提供方法、その作業のやり方も変る公算は大である。

d. 事業の変化は、企業にとっての新事業の導入である。この変化が最も革新の名にふさわしい変化である。全くの新事業といえば、新技術、新市場、新製法、新組織を必要とするだろう。

このように革新にふさわしい変化は、事業変化、一部の製品・サービス変化、一部の工程の変化だろう。このうち事業変化と一部の製品・サービスの変化には、①新技術の導入、②新市場の開拓による区別がある。①と②の両者が起こる場合と、①か②かのいずれかが起こる場合である。もちろん、①と②の両方が起こる場合、革新性が一般的に高い。

以上の四つの変化のうち特定部分が革新の名に値するといっても、四つの変化は互いに関係している。事業変化から始まって製品・サービスの変化、さらには工程（プロセス）変化、ついには作業の変化に至るプロセスがあると共に、その逆の経過もある。トヨタ生産方式の変化パターンは、現場の作業変化から工程（プロセス）変化へと向かい、さらには製品・サービスの変化に至る。革新は変化の一部分であり、企業の変化は革新を内に含んだ今日的な普遍的現象としてみるのがよい。技術変化、市場変化の進む今日、この考え方はごく自然なものといってよい。

経営を進める上で、製品製造・サービス供給システムを与えられたものとして、システムの稼動効率を高めることにのみ注意を集中する（管理的観点）のではなく、システムを変え、システムの基礎である戦略をも変えることが重要である¹⁶⁾。ここでシステムという言葉は技術的合理性に基づいて考え抜かれた一連の系を意味している。これに対して、生身の人間を統合することを狙うシステムと不即不離の関係にある組織という言葉がある。両者の関係を見ると、通常システムが変れば、組織も変る関係にある。また、組織を変えるためには、マネジメントが必要になる。マネジメントは企業を取り巻く環境変化に積極的、弾力的に対応する経営手法を意味する。それはときには積極的な戦略展開によって環境をも変化させようとする

る。革新的製品・サービスの開発は、技術環境を変え、市場環境を変える。ここではマネジメント自体の革新性、弾力性が問われることになる。革新的なマネジメントとは、人を生かし、人と人の関係を意味ある強力なものとし、人および関係する企業の行う事業が顧客を含めて関係者一同に魅力あるものとするように計画し、実践し、その成果をモーターするある種のサイクル活動である。それはどこまでも現状を打ち破り、向上しようとするスパイラル的变化活動である¹⁷⁾。

ここでいうマネジメントの要点は三つある。

一つ目は、人を確保し、育成するマネジメントである。有能な人が企業に魅力を感じて入社してくれるような企業とすること、そして入社した人が絶えず成長できるような機会を提供することが大切である。

二つ目は、関係重視のマネジメントである。従業員と企業との関係以外に、仕入先、得意先、金融機関、同業者、異業種企業、大学、研究機関、行政機関、地域社会等との関係が良好なことである。もちろん企業内の事業部門、職能部門、部内の各セクション間との関係が良好なことも大切である。ここで関係が良好であるということは、互いに信頼感を持ち、情報を共有し、共に向上しようとする意欲が関係者の間に満ちている状態である。

三つ目は、独自のマネジメントである。企業が産業社会の中で生きていけるのは、社会に貢献しているからである。その貢献の源泉は企業の保持する独自性にあると言える。

独自性とは、事業コンプセトの独自性から始まり、製品・サービスの独自性である。また、仕事（業務）のプロセスの独自性、人・組織の独自性、情報と情報ネットワークの独自性、設備の独自性、資本の調達、運用における独自性、販売における独自性、製造における独自性等に分類できる。ここで重要なことは、重点をどこに置くかの戦略的判断である。

今日マネジメントを考える上で特に大切なことがいくつかある。まず管理は自己管理に勝るものはない。これに向かって管理を変えていくことで

ある。そして第2にマネジメントの意味する戦略決定は、企業内、企業外からの情報を十分取り入れた上で、トップ経営者が断固として決定し、関係者の協力を得よう推進する責任を持つことである。これが行えるためには日頃からの有効なコミュニケーションが企業の内外において行われていることが前提である。第3にマネジメントは変化のマネジメントこそ今日基本的な特徴であるという点である。企業は自ら変化しなくても環境の方から変わってってしまう。自ら変らずして市場維持も可能とならぬし、新製品・サービスの開発によって積極的な変化をつくり出さねばならない。変化はすでに述べたように四つに分けることができるが、マネジメントは、この四つの変化の適切な組み合わせを考えることだといえる。その組合せの決定は容易ではない。まず現場小集団による改善運動は一日たりとも休んでよいものではない。そのうえに仕事を進める工程（プロセス）変化を始めるタイミングを見計らわねばならぬ。製品・サービスの開発のペースも従来に比べたらより頻繁になってきた。この戦略的タイミングを判断する必要がある。そのうえ事業の推移如何によっては、新事業の開発に向かって活動を開始しなければならない¹⁸⁾。

これらの変化はいずれも人の時間とエネルギー（知的ならびに肉体的エネルギー）を使用する。資本を使う。設備を使う。情報を活用する。つまり四つの変化を同時に進めることは、持てる資源からみても容易ではない。変化への取り組みは整然と進められなければならない。この意味においてマネジメントは変化についての資源配分を決定、資源活用の進行を調整することだといってよい。すでに述べたように変化には二つの方向がある。一つは現場小集団活動から変化の規模をトヨタ式の変化に見るように拡大する方向であり、次には新事業の開発から製品・サービスの設計、プロセス設計、現場活動の展開へと進む変化プロセスである。この二つを同時に進めることは、ほとんど不可能である。しかし各部署の活動を詳細に見れば、二つのうちのいずれかの流れの下で一つ選択している。マネジメントは

今日ではむしろ企業間関係のマネジメントがより重要となる。企業間で互いに影響し合い、調整し合うプロセスが今後益々重要になるだろう。

4. お わ り に ― 技術革新に対する今後の展開 ―

今後の展開は、経済全体で考えてみると、企業の始めた企業技術革新の持つ革新性が世に受け入れられ、大きく産業社会を揺り動かすことは、今日のような時代には大いにありうることである。どの企業も企業技術革新がこのように進み、自らが産業社会において主導権を握ることを夢見ている。むしろ中小企業は堂々として自らの企業技術革新を誇りに思っているだろう。それが産業の活性化を促し、業界自体の競争力も高めることになる。

新たなる飛躍的発見の可能性の高いことも確かである。(1)情報技術の活用、(2)先端技術成果の応用、(3)市場変化へのよりきめ細かい対応、(4)企業間連携、(5)外部専門機関との連携を進めれば、新しい事業展開の可能性はむしろ過去に比べれば高くなっている。中小企業にも企業技術革新が従来以上に不可欠で重要な活動となっている。大企業にも中小企業にとっても企業技術革新が時代の戦略的焦点であることには間違いはない。

新製品の開発としての企業革新も、自然にやさしい製品でなければならない。製造中に公害がでない、使用中に公害を発生させない、使用後に環境を汚染しない、そしてなお人に便利・快適を提供しなければならない。その意味でマクロな技術革新ならびに企業技術革新には従来以上に厳しい制約が付くことになった。これを忘れた技術革新は今後受け入れられない。このことは、技術革新における技術評価が前にも増して重要性を増し、これを行う有効な方法の開発が進められなければならないことを意味している。次に、技術革新プロセスに関する統合的観点の必要性から言うと、技術革新のプロセスは長い。研究開発から長い連鎖を経由して市場に到達す

る。ここでは大企業の統合的マネジメント，中小企業の統合的観点，業界の観点からみるマネジメントの必要性，政府のなすべき政策振興と制約という広義のマネジメントまでありうる。事が大きくなれば革新技术に関する国際的な調整さえ必要になる。これもある種のマネジメントにほかならない。大企業の技術革新に関する統合のマネジメントの特徴は，長期的観点である。研究開発から，これが成功して市場に出るまでに10年から15年かかるくらいの覚悟が大企業には必要だと言われる。基礎研究からカウントすればこのような長期を要することは不思議とはいえない。

基礎研究の開発期間に注文をつけることは本来おかしいことだが，目的を決めた基礎研究には，開発期間に一応の目標が置かれるだろうし，応用研究，開発研究ともなればもちろんのことである。基礎の基礎となるような研究は，予算的にも別枠で自由に行うのが良いのかも知れない。しかしそこから成果が出て，応用研究・開発研究・商品設計・製造準備・製造・販売へと進み始めるや否や，この全プロセスの短縮はむしろ至上命題となる。

「立ち上がり期間の短縮」は戦術的課題ではなく競争的観点からみて高度な企業戦略的焦点となる。ここに同時並行的な進行を計るコンカレント・エンジニアリング（Concurrent Engineering）という言葉が誕生する理由がある。この言葉の誕生は，もともと日本企業の実践にある。つまり，「品質，コスト，納期を商品開発段階から造り込む」ということである。そのためには，開発部門への下流部門の情報が集まらねばならない。そして，技術革新へのマネジメントの対応もまた重要である。技術革新は企業においても市場においても，新たな変化を起こし，普及し，定着させるプロセスの総称である。特に企業における変化はすでに述べたように，現場の改善，仕事を進める工程（プロセス），製品・サービス，新事業の着想に至るまでの四つのタイプの変化がある。

企業における新事業の着想そして決定する以前に，大企業では基礎研究

→目的基礎研究→応用研究があり、その応用研究の段階に至って、企業トップ陣によって新事業をスタートさせるか否かの決断が下される。ここから先の開発期間の短縮が要請される理由も、これまでにかかった期間の長さを考えれば理解できるものである。

以上の変化はもっぱら企業内変化を取り扱っているが、企業技術革新にふさわしい変化は、変化が企業外に及ぶ。応用研究としての開発段階では大学、その他の研究機関、異業種企業等との新しい協力関係の形成という変化がしばしば必要である。既存仕入先と得意先に対する変化の要請、新しい仕入先、得意先の開拓は製品・サービスの製造、販売段階に必要な変化といえよう。変化つまり「アイデアの着想→試行→普及→定着」の変化プロセスはまた企業外でも試みられる。その適切なマネジメントは相手の立場を十分考慮しつつ、その際に飛び込み積極的に協力関係を形成しなければならない。

さらに、変化のマネジメントに際しては上からの変化と下からの変化の区別、そしてその流れのいずれをとるかの戦略的決定が重要である。企業技術革新といえるような変化は、企業のトップの決定によって強力に展開される変化と、トップが決定せざるを得なくなるような変化運動の下からの盛り上がりによる変化のプロセスがある。トップダウン型の企業技術革新の展開にしても、トップの決断の際には企業内外の情報を十分吸い上げていることは不可欠の前提といってよい。

他方ボトムトップ型の技術革新にしても、企業の辺境ともいえるところでも小規模にむしろ密やかにアイデアの創造、普及が細々と始まり、次第に多くの賛同者を得るに至る。遂にはトップ陣がアイデアを評価し、企業の戦略として決断するに至る。その後は前のトップダウン型と同じプロセスが始まる。いずれの進め方が優れているかは、トップの力量、企業内部のアイデア創造力によって判断すべきである。さらに、企業技術革新推進のための変化のマネジメントにおける革新の展開にあたっての注意点につい

て若干整理してみる。企業技術革新の推進のマネジメントについては、いくつかのポイントをまとめたが、なぜ企業は企業技術革新を行うかといえは、それは顧客の支持を得るためである。顧客の満足を変らず高いものとするためには、顧客の変化に企業は同調しなければならない（顧客満足度の向上）。つまり、顧客自身の獲得は、企業自らの変化によってのみ可能であると考えるところに変化のマネジメントの核心があり、企業技術革新のマネジメントを行う意義がある。

高度情報化社会といわれるようになって久しい。今ではどこにでもあるコンビニエンス・ストアの成長の裏側には、情報技術の洗練と物流の同調があった。必要なもの・サービスを必要な時に少量、しかも比較的安価に得ることができることは消費者にとって便利なことである。消費者は安くて良質な商品・サービスを、欲しい時に得られることを常に望んでいる。これに対して情報技術、物流、加工・組み立ての流れ、金の流れ、人の流れなどを同調させようと努力する企業は驚くほど成長することになる。

現在ではさらに情報化が進み、個人の周りにコンピュータ、ファックス、コピー機などの情報機器があふれている。企業がこれに遅れず企業技術革新に努め、さらに一歩先へ進めば、客は企業に魅力を感じ、その愛顧を強める。過去の価値観や先入観にとらわれず、柔軟な発想のできる企業では、これまで以上に成長の機会が増えることだろう。

参考・引用文献

- 1) 野口宏, 須藤春夫他『現代情報ネットワーク論』ミネルヴァ書房, 1992, pp. 2-5.
- 2) 今井賢一『情報ネットワーク社会』岩波新書, 1984, pp. 33-36.
- 3) 『前掲書』, pp. 10-11.
- 4) 『前掲書』, pp. 109-123.
- 5) 『前掲書』, pp. 146-165.
- 6) 『前掲書』, pp. 86-106.

- 7) 『前掲書』, pp. 215-236.
- 8) 今井賢一『情報ネットワーク社会の展開』筑摩書房, 1990, pp. 169-190.
- 9) 今井賢一他『ネットワーク組織論』岩波書店, 1997, pp. 115-153.
- 10) 飯田賢一『技術』三省堂, 1995 年, pp. 5-13.
- 11) 大沼正則『技術と労働』岩波書店, 1995 年, pp. 236-240.
- 12) 藤本英雄『変わる生産のしくみ』オーム社, 1994 年, pp. 83-85.
- 13) 小川英次『トヨタ生産方式の研究』日本経済新聞社, 1994 年, pp. 239-246.
- 14) 井上正美『よみがえれ, 日本の技術者!』日本実業出版, 1998 年, pp. 53-56.
- 15) 由井常彦『革新の経営史』有斐閣, 1995 年, pp. 214-228.
- 16) 工藤秀幸, 橋本寿朗『経営の知識』日本経済新聞社, 1987 年, pp. 116-134.
- 17) 加藤尚武『技術と人間の倫理』NHK 出版, 1996 年, pp. 198-213.
加藤治彦『生産管理のしくみ』日本能率協会, 1996 年, pp. 190-195.
- 18) 高谷和夫『商品開発の実際』日本経済新聞社, 1998 年, pp. 83-100.

(原稿受付 2015 年 2 月 6 日)

国際協同組合年を契機とした 協同組合学習の実践

石 毛 昭 範

1. はじめに

本稿では、2012 年の国際協同組合年を契機に筆者が中心になって行った協同組合についての学習活動の実践を紹介する。国際協同組合年とはどのようなものか、その意義を述べる。次に、これを踏まえて協同組合についてどのような学習活動を行い、それがどのような意義を有し、どのような課題が残ったかについて述べたい。

2. 国際協同組合年の意義

協同組合とは、その国際組織である国際協同組合同盟の定義によると「共同で所有し民主的に管理する事業体を通じ、共通の経済的・社会的・文化的ニーズと願いを満たすために自発的に手を結んだ人々の自治的な組織である」とされる。すなわち、人々の自主的な結びつきによる非営利かつ共同管理による事業体といえる。国際協同組合同盟傘下の組合員数は世界で約 10 億人、世界の主要な協同組合上位 300 団体の総売上高は 2 兆米ドルにのぼるという（2012 年のデータ。国際協同組合同盟による）。日本

でも、農林水産業（農協など）、購買・共済（生協など）、金融（信用金庫・信用組合など）をはじめ、多くの分野で事業を展開し、人々の生活に貢献している。

さて、この協同組合について国際協同組合年が設定された。国際協同組合年とは、国連の定める国際年（あるテーマについて世界全体が特定の年に取り組みや運動を行う年）の1つとして、2009年12月の国連総会で決定されたものである。このように国際年として協同組合が取り上げられたのはこれが初めてであり、「協同組合がもたらす社会経済的発展への貢献が国際的に認められた証で、特に協同組合が貧困削減・仕事の創出・社会的統合に果たす役割が着目されてい」とされた（IYC2012Japan, 2010）。

これに従い、日本でも各種の協同組合やその連合組織が共同で、あるいは個々に各種の取り組みを始めた。共同での取り組みとしては、2010年に「2012 国際協同組合全国実行委員会」が結成され、その傘下に都道府県レベルでの委員会がつくられた。全国実行委員会では、協同組合への理解・認知の促進を目的として、各種の広報活動、イベント、協同組合憲章素案の取りまとめのほか、大学での協同組合をテーマとする講座への協力、中学校・高校における協同組合・非営利組織に関する教育のためのメニューやツールの作成、市民を対象とする学習交流会などを実施した。

このうち、中学校・高校での教育への取り組みについては研究機関への委託により行うこととされた。大学での講座については、地域生協・大学生協の寄付講座として、あるいはこれら生協や農協・労働金庫・信用金庫等からのゲストスピーカーによる講演を中心として実施されたものが多かった。大学や学生への取り組みは「将来の協同組合の担い手となりうる学生に、協同組合への関心・認識を高めるため」という目的で行われた（IYC 2012Japan, 2013B）。

これらの取り組みの成果としては、協同組合の役割や意義に関する学習や意見交換が進んだこと、協同組合間の連携が進んだこと、政府に協同組

合に対する基本的な考え方や方針を提示させたこと¹⁾、などが挙げられている（IYC2012Japan, 2013A）。

3. 拓殖大学における協同組合学習の実践（1）

3.1 取り組み開始の契機

上述のような取り組みが全国各地で行われていたが、これらは主に、既存の協同組合（生協・農協・信用組合・労働金庫など）が中心になって行われていたため、協同組合活動のあまり行われていない地域・職域・学校などでは、こういった取り組みへの参加は非常に限定的なものであったと思われる。大学の場合であれば、学内に大学生協が設立されていたり、近隣に農協や地域生協があったり、これら協同組合との連携による教育・研究等の取り組みが行われていたりする場合に限られていたのではないかと思われる。拓殖大学の場合、大学生協はなく、協同組合との共同の取り組み（研究・教育）も筆者の見る限りほとんど見られず、従って、国際協同組合年についてはもちろん、協同組合に対する理解・認知が十分だったとはいえない状況にあったと思われる。

筆者は協同組合の一形態といえる信用金庫の中央金融機関（全国信用金庫連合会、現在の信金中央金庫）での勤務経験がある。また、その後の在学・在勤時において大学生協との関わりがあり、現在でも大学生協のない大学のための生協である東京インターカレッジコープ（以下、東京インカレと略す）の理事を務めている。このため、国際協同組合年についての情報は入ってきており、これを拓殖大学での教育の現場で展開できないか検討していた。

そこで、おそらく協同組合についてほとんど知識がないであろう学生の状況に鑑み、まず経営学教育の一環としての教育を考えた。すなわち、経営体としての協同組合を、主に株式会社との比較から学ぶという方法であ

る。学生が必ずしも意識していないことも多いが、実は学生の出身地や生活地域には、地域によって差があるとはいえ、少なからず協同組合が存在する。農村部であれば農協のプレゼンスが高いことが多く、都市部であれば信用金庫や信用組合が店を構えていることも多い。食の安全・安心などへの関心から生協の宅配サービスを利用する人も少なくない。しかし、学生の多くはこういった協同組合の特徴についてはほとんど知識がない。身近な事例から説明していくことが、関心を高めることにつながると考えたのである。

また、協同組合は「加入し、利用し、（運営に）参加する」という3つの活動が重要であるとされるが、実際に協同組合に「加入し、利用し、参加する」体験をしてもらうことが、理解を深めるために重要であると考え、希望者を中心に協同組合へ加入・参加させてみることにした。特にこの「参加」という活動は協同組合の特徴というべきものである。今日の大企業はいわゆる所有と経営の分離が進み、仮に出資して株主になっても、株主総会への出席以外で、企業の運営に参加することは非常に難しい。これに対して協同組合の場合、出資者たる組合員（会員）の運営参加の可能性が大企業に比べて高くなると思われる。とりわけ大学生協はその構成員の大部分が学生および大学教職員であり、学生も組合員代表として総代さらには理事（株式会社の取締役にあたる）あるいは監事（株式会社の監査役にあたる）として運営に参加している。これは学生にとっては経営参加の経験であり、経営学教育の成果の実践というべきものである。こういった経験を積ませたいと考えたのである。

これに加えて、就職先としての協同組合の可能性についての情報を伝える活動も多少行った。特に大都市部以外の比較的大企業の少ない地域出身で、かつ出身地近郊での就職を希望する学生にとっては、就職先となりうる企業の選択肢が少ないことが多い。このような場合、信用金庫や農協は地域の安定した企業として就職希望先に挙げられることが多い。こういった

た関心に応える形で、協同組合についての理解を深めてもらうことも有効ではないかと考えたのである。

なお、国際協同組合年を契機とした学習活動であることから、国際協同組合年全国実行委員会への支援要請も検討したが、手続きがかなり煩雑であると判断されたため、後述の講演会におけるロゴ使用の承認申請にとどめ、ほかは個々の協同組合（東京インカレ、全国農業協同組合連合会など）の協力を仰ぐにとどめた。

3.2 今回の取り組みの全体像

今回の取り組みは、予めすべてを計画して始めたものではなく、学生の反応や外部からの働きかけ（イベント参加の勧奨など）によって追加や変更などを繰り返しながら行ってきたものである。

これを大きく分けると

A. 協同組合についての知識を得させる取り組み

- ・筆者担当の授業科目やゼミナールにおける筆者による講義，学習会，および協同組合企業の職員による講演。
- ・協同組合等が主催する講演会・イベント等への参加

B. 協同組合への参加

協同組合への加入や、協同組合の運営への参加

に分けることができる。これらを組み合わせて取り組みを進めていったのである。

3.3 当初の取り組み

まず、筆者の担当科目の「経営学総論」において協同組合形態の企業についての説明を行うこととした。ただ、経営学教育において協同組合の位置づけは必ずしも大きなものではなく、入門・概論レベルのテキストでもほとんど記述がないものが多い（NPOの一形態という記述のものもある）。

しかも拓殖大学では「経営学総論」は複数の教員で同時開講されている科目であり、特定のクラスであまり突出した内容構成をとることは難しい。このため、多様な企業形態の1つとしての説明にとどめざるを得なかった。

同時に、筆者担当のゼミナール（3・4年）でいくつかの取り組みを行った。まずは上述の「加入」「参加」の体験である。希望する学生を中心に、実際に協同組合に加入し、総代や理事・監事になり、運営の経験を積んでもらうのである。対象とした協同組合は、学生がこういった体験をできる場所として上述の東京インカレを選んだ。理事会では経営方針や決算、人事に関する報告・議論もあり、最初はついていくのに苦労していたようではあるが、しっかり学んで卒業していった学生も少なくない。特に監事の場合、実際の会計帳簿に基づき、実地での監査も行うという、大学生では難しいであろう経験を積むことができている。大学生協の場合、これら以外に組合員の意見をまとめて業務に反映させたり、組合員相互の交流などに携わったりするメンバー（学生委員会と呼ばれていることが多い）もいるが、これに参加している学生もいる。

しかし、こういった経験をすべての学生に積ませるのは非常に難しい。そこで、協同組合の役職員やその経験者による話を聞いてもらう機会を作った。そこでまず、かつての筆者の上司であって、信金キャピタル株式会社社長の服部秀樹氏に、筆者のゼミ生を対象として2012年6月に講演いただいた。内容は信用金庫の特徴や意義、信用金庫業界で求められる人材像などであった。これは筆者のゼミのテーマである人的資源管理論の面だけでなく、キャリア形成や就職という面からもゼミ生に好評であった。

そこでさらに対象を広げて、より多くの人に協同組合についての理解を深めてもらうために、公開講演会を企画した。この講演会は事前の学習会から筆者のゼミ生が企画・運営し、多くの方の参加を得ることができた。章を変えて述べたい。

4. 拓殖大学における協同組合学習の実践（2）³⁾

4.1 公開講演会の前段階での取り組み

まず、ゼミ生の協同組合についての理解を深めておくため、改めて「協同組合」について基本から学習することとした。ゼミの農協就職内定者と筆者を講師に、2012年11月に協同組合とは何かについての学習会を行った⁴⁾。

筆者のゼミは経営学（人的資源管理論）のゼミであり、ゼミ生は既に経営学についてある程度学んでいたことから、それまでに知識のある一般的な企業である「株式会社」と比較し、協同組合への理解を深めやすくした。協同組合は、個人あるいは事業主などが共通する目的のために自主的に集まり、その事業の利用を中心としながら、民主的な運営や管理を行う、営利を目的としない組織であることを学んだ。出資者は、協同組合が組合員、株式会社は株主と呼称が異なり、根拠法や事業、運営参加者においても違いがある。運営方法においては、持ち株が多いほど議決権が強くなる株式会社とは異なり、協同組合は出資の多少に関係なく、1人1票制を採っている。この様に、多くの部分で協同組合と株式会社は違うことを理解してもらった。運営方法などからみても明らかな通り、協同組合には、多くの人がお金を出し合って組織を作り、連帯して助け合う「相互扶助」の考えがあることも理解してもらった。

4.2 「協同組合と人材育成」公開講演会の開催

次に、拓殖大学の学生をはじめ、より多くの人に協同組合について知ってもらうために、公開講演会を行うこととした。国際協同組合年関係すでに多くの行事があるなかで、筆者のゼミのオリジナリティを出すため、ゼミのテーマである「人材活用」に関する講演テーマとして「協同組合と

人材育成」と題して講演会を行うこととした。

講演会の主旨は、以下のようなものである。協同組合における人材育成は、大きく分けて「役職員」に対するものと、「組合員」に対するものに分けることができる。前者は、一般の企業でも見られるいわゆる教育訓練の活動である。後者には、組合員同士で行う学習活動や、協同組合が事業として行う教育の活動がある。本講演会では、この両者の例を紹介いただき、その意義や課題などについて考えることとした。

講師には、東京インカレ店長の白石昌則氏と、農協の中央組織である全国農業協同組合連合会（以下、全農と略す）の燃料部ガス課課長（前人事部人事課）竹之内啓氏にお願いした（いずれも肩書は当時）。また、拓殖大学商学部就職委員会、東京インカレ等からも後援をいただくことができた。講演会に先立ち、筆者のゼミ生が東京インカレと全農に伺い、講演会の主旨を伝えたくて講演内容についての打ち合わせを行った。

2012年12月4日、拓殖大学文京キャンパスで講演会が開催された。120名以上の聴衆（拓殖大学生約110名、学外約10名）が集まった。

全農の竹之内氏からは協同組合および国際協同組合年の意義についてお話しいただき、そのうえで農協、とりわけ全農においての人材育成方針について講演いただいた。全農では、協同組合理念を意識することが筆頭に挙げられ、これを踏まえて積極的に行動する人材が求められていること、全農という農協の中央組織の特性が人材像や人材育成の体系の中に埋め込まれていることが示された。

東京インカレの白石氏からは、東京インターカレッジコープの意義と、同組合で展開されている「大学生の学びと成長」プログラム、さらに組合員とのふれ合いの中で職員がどう成長していくかという内容で講演いただいた。白石氏は、ご自分の学生とのウイットに富んだやり取りを紹介され、その中で生協としての取り組みをアピールし、学生の学びと成長につながるようなアドバイスも行っていることを話してくださった。

この講演会を通じて、筆者のゼミ生はもちろん、聴衆の皆さんにも、協同組合の意義や、協同組合が組合員（である顧客）と職員の両方の人材育成に深くかかわっていることを理解してもらえたのではないかと思っている。アンケートにも、協同組合の活動の多様さへの驚きを示したものが多く見られた。就職先となりうる企業としての協同組合の魅力を一層感じた学生も多くいたようであった。

この講演会の後、ゼミ生による総括が行われ、以下のような報告がゼミ内で行われた。

「今まで決して身近とはいえなかった協同組合について学ぶことにより、協同組合の存在意義や必要性が少しずつ理解できているように思われる。例えば、店と客の間で単に売り買いするのは異なり、出資し、参加し、互いに学び合うという関係ができているのは協同組合の大きな意義であること、人材育成という観点からは、協同組合の活動を通して、組合員（出資者にして顧客でもある）も、職員も学び、成長していくことができる、そしてそれが協同組合の理念にもなっていること、などである。こういった学習を通じて、次第に協同組合が身近に感じられるようになっていく。これからは協同組合についての学びを続けていきたいと思っている。」

4.3 講演会後の取り組み

上述のとおり講演会は好評であったが、筆者のゼミ生の中にはまだ、協同組合を身近な存在として実感しきれないという思いが残った学生もいたようである。そこでゼミ内で議論を重ね、拓殖大学出身で協同組合に就職した若い先輩の話を聞くことによって、協同組合をより身近に感じることができるのではないかという結論に達した。

そこで、拓殖大学就職部の就職体験記から大学生協に就職した方を探し、東京インカレおよび当該生協（東京工業大学生協）の専務経由で紹介いただき、講演をお願いした。また協同組合形態の企業が多い金融業界からのお話も聞きたいということで、拓殖大学出身の職員を多く輩出している朝日信用金庫にお話し、同金庫の若手職員（拓殖大学出身）を紹介いただき、講演をお願いした。今回は、アットホームな雰囲気の中でじっくりお話を伺いたいということで、ゼミ内に限定しての講演会とした。

この時点でまた年度が変わり、筆者のゼミにも新しいゼミ生が入ってきた。このため、改めて協同組合についての学習会を行い（これは筆者が講師となった）、予備知識を得ることとした。そのうえで、前年の講演会同様、東工大生協には筆者のゼミ生が、朝日信用金庫には筆者が伺い、講演会の主旨をお伝えしたうえで講演内容についての打ち合わせを行った。今回はキャンパス内の生協の見学もでき、大学生協の意義を感じたゼミ生も多かったようである。そして2013年6月に講演が行われた。内容は、協同組合としての生協・信用金庫の組織や業務運営、さらには顧客へのマーケティングや接し方、就職先として協同組合を選んだ理由などであった。やはり年齢の近い、かつ同じキャンパスで学んだ先輩からの話ということで、質問もしやすく、実感をもって受け止められたようである。

この後、協同組合の職員の方の講演は継続的に実施しており、2014年4月には多摩信用金庫の方に講演をお願いした。このような学習もあってか、筆者のゼミからはほぼ毎年協同組合企業への就職者が出ており、今後はこういったゼミOBからの講演も検討している。

他方、これまで述べてきた取り組みはかなり珍しいものであったということで、東京インカレ等の勧めもあり、取り組み全体を学会の場で報告することとなった。具体的には、2013年8月に東京大学駒場キャンパスにおいて、コンピュータ利用教育学会（CIEC）の全国大会「2013 PCカンファレンス」が開かれ、筆者および筆者のゼミ生3名（石垣遥平・原木彩

冬＝当時商学部４年，赤崎弘洋＝当時政経学部３年）が共同で報告を行った（テーマ「国際協同組合年を契機とした協同組合学習の実践報告」）。この学会は全国大学生協同組合連合会（以下，大学生協連と略す）が支援しており，コンピュータを利用した教育のほかに，大学生協関係の取り組みについての報告も例年行われているものである。フロアには大学生協連の庄司興吉会長（当時。東京大学名誉教授）もおられ，同会長からは，この取り組みを継続的に行うよう励ましのコメントがあった。これは協同組合学習の直接的な取り組みではないが，協同組合学習の実践を広く知ってもらうとともに，学生が学会という場で報告することにより一段と成長することを企図したものであり，その成果は少なくなかったと思われる。

さらに本取り組みを 2013 年 10 月に開かれた拓殖大学の「社会人基礎力グランプリ学内予選会」でも報告した。本取り組みを通じてゼミ生がどのように成長したかを発表したものであり，これもゼミ生には意義深いものであったと思われる。

5. 本取り組みの意義と限界 ― むすびに代えて

本取り組みは，国際協同組合年を契機として，拓殖大学において実施した協同組合についての学習活動である。本取り組みにはいくつかの問題点や限界がある。

まず，なぜ協同組合について学習するのか，その意味が不明確，あるいは未整理なままで学習活動を開始し，継続してしまっているという点である。筆者としては，協同組合の存在意義やこれについて学習することの意義は強く感じていたところであるが，それをきちんと整理した形で伝えられていたかは疑問なしとしない。学生の社会経験の場として協同組合を位置づけることと，協同組合について学習することが混在していた嫌いもある。必ずしも計画的とはいえない取り組みもあったといわざるを得ない。

学習内容の定着の確認もあまり十分とはいえなかった。筆者の見る限り、協同組合の理念が学生に浸透し、協同組合に対する親近感を持ち、協同という考え方が日々の行動にまで影響を与えられればよかったのであるが、この取り組みに深くかかわった学生を除けば、多くの学生はそういったレベルには達しなかったように感じられた。

次に、対象者の問題である。すでに述べたとおり、筆者担当の講義科目の受講者などを除けば、本取り組みの対象者は筆者のゼミ生である。しかも筆者のゼミは人的資源管理論のゼミであり、協同組合論のゼミではないため、協同組合学習はゼミ活動のごく一部に留めざるを得ず、ゼミ生全体が参画するとはいいいがたい状況であった。なるべく多くの学生に協同組合への理解を深めてもらうために、課題は多い。

また、筆者のゼミ中心の活動になっていることから、本取り組みの教員の参加者は基本的に筆者のみであって、学内他部署からの協力や参加はあまりなく、そういった働きかけも十分ではなかった。これでは広がりや欠く活動といわざるを得ない。これも今後の課題である。

とはいえ、この取り組みを通じて、学生の協同組合に対する理解がいくらかは進んだのではないかと思っている。協同組合が今日の社会においてどのような位置を占め、どのような意義を有しているかは、協同組合のプレザンスの高い地域・職域などにかかわっている場合は別として、ある程度意識的な取り組みがなければ理解されないものであって、そういう意味で本取り組みは意義あるものと思っている。大学は毎年新しい学生を迎え、卒業生を社会に送り出していく。継続的な取り組みが必要とされるゆえんである。

今後は、取り組みの一層の改善を図るとともに、協同組合について学習することの意義をさらに考察するとともに、大学の教育活動、例えば経営学教育やキャリア教育の中でこれをどのように位置づけるかを検討していきたい。その中では、国際協同組合年の取り組みとして全国の大学で行わ

れた学習活動や、国際協同組合年とは直接は関わらない形で、カリキュラムの中で常設科目として位置づけられている他大学の協同組合関係の科目などについても分析していればと考えている。

〈謝辞〉

本取り組みを進めるにあたっては、数多くの方々にお世話になった。筆者1人では到底このような取り組みは実現できなかったであろう。東京インターカレッジコープをはじめとした協同組合の方々、講演会などに協力いただいた皆さん、そしてこの取り組みに参加してもらった筆者のゼミナール生をはじめとする拓殖大学の学生の皆さん、これらすべての方々に心からお礼を申し上げたい。

《注》

- 1) 今まで政府が協同組合全体に対してどのような考え方や方針を持つのか示されてこなかったため、2010年に閣議決定された「中小企業憲章」に倣い、上掲の「協同組合憲章」を政府に制定させようとした。ところが、これが政府に受け入れられなかったため、政府としての協同組合政策の明示を求めたところ、政府から「政府広報オンライン」の形で初めて協同組合全体への政策に関する考え方・方針が示されるに至ったものである (<http://www.gov-online.go.jp/topics/kyodokumiai/index.html>)。
- 2) 信金キャピタル株式会社は信用金庫の中央金融機関である信金中央金庫のグループ企業であり、信用金庫の顧客である中小企業への投資やM & Aなどの支援を行っている。なお、服部氏は信金中央金庫の元職員である。
- 3) 本章のうちゼミ生の活動に関わる部分は石毛・石垣・原木・赤崎 [2013] の記述をもとにしている。
- 4) 農協などの協同組合企業に就職する場合、協同組合と株式会社との違いなど、協同組合の特徴については（多くが紙上のものとはいえ）ある程度調べていくことが多く、その意味で、講師として務まると考えての起用であった。

参考文献

石毛昭範・石垣遥平・原木彩冬・赤崎弘洋 [2013] 「国際協同組合年を契機とした協同組合学習の実践報告」『2013 PC Conference 論文集』pp. 108-110
国際協同組合年記念協同組合全国協議会 [2013A] 「IYC 全国実行委員会 活動

- 報告・総括」国際協同組合年記念協同組合全国協議会（IYC2012Japan）ホームページ（<http://www.iyc2012japan.coop/activity/index.html>）（2014.11.30 閲覧）
- 国際協同組合年記念協同組合全国協議会 [2013B]「IYC 全国実行委員会の大学・学生向け取り組み」国際協同組合年記念協同組合全国協議会（IYC2012 Japan）ホームページ（http://www.iyc2012japan.coop/approach/120409_01.html）（2014. 11. 30 閲覧）
- 2012 国際協同組合年（IYC）全国実行委員会 [2010]「国際協同組合年（IYC）について」国際協同組合年記念協同組合全国協議会（IYC2012Japan）ホームページ（<http://www.iyc2012japan.coop/outline/index.html>）（2014. 11. 30 閲覧）
- 2012 国際協同組合年（IYC）全国実行委員会 [2012]『2012 国際協同組合年ってなに？』

（原稿受付 2015 年 1 月 5 日）

〈研究ノート〉

EU 域内の法人税制に関する一考察

稲 葉 知恵子

要 約

国際会計基準へのコンバージェンスに伴い、法人税課税所得のあり方についても議論が活発になっている。ヨーロッパ域内で単一市場を形成するためには法人税制の統一も必要とされ、2011 年には共通連結法人税課税標準に関する EU 指令案も公表された。財務会計上の利益概念の変遷に伴い、財務会計と税務会計の関係や法人税課税所得の本質も見直されている。

財務会計と税務会計の関係は、その結び付きが強い確定決算主義と結び付きが緩やかな分離独立主義に分類することができる。財務会計と税務会計が全く関連していない国はない。本論文では、EU に加盟している 28 か国を対象に、確定決算主義を採用している国と分離独立主義を採用している国に分類して、各国の法人税課税所得を比較した。

確定決算主義国に分類したのはオーストリア、ベルギー、ブルガリア、クロアチア、キプロス、チェコ共和国、フィンランド、フランス、ドイツ、ハンガリー、イタリア、ラトビア、リトアニア、ルクセンブルグ、マルタ、ポルトガル、ルーマニア、スロバキア、スペイン、スウェーデンの 20 か国である。これらの国は自国の会計基準により作成した財務諸表により算出された利益を基に税法上の調整を行い算定する。この中でキプロス、フランス、マルタ、スロバキアの 4 か国においては国際会計基準により算定した利益を基に課税所得を算定することもできる。

分離独立主義国に分類したのはデンマーク、エストニア、ギリシャ、アイルランド、オランダ、ポーランド、スロベニア、イギリスの 8 か国である。この 8 か国はさらに、コモンローアプローチによる英米型の会計モデルを持つ国（イギリス・アイルランド・オランダ）と、ポーランドのように旧共産圏に属する国やエストニア・スロベニアのように新しく EU に加盟した新興国家と、EC 4 号指令を受けた会計基準改正の結果財務会計上

の利益を基礎とする課税所得計算の枠組みを残しつつも損金経理要件がなくなり分離独立主義に移行した国（デンマーク）に分類することができる（ギリシャは未分類）。この中でエストニア、アイルランド、スロベニア、イギリスの4か国においては国際会計基準を参照して課税所得を算定することもできる。

法人税課税所得を比較することで、会計と税の結び付きが緩やかになっていることを明らかにした。国際会計基準が適用されることにより利益の質が変わり、会計と税の結び付きが緩やかになった。EU加盟国における財務会計と税務会計の関係については取れんする傾向にある。

キーワード：課税所得，確定決算主義，分離独立主義，EU，IFRS，共通連結法人税課税標準

1. 問題の所在

本論文の目的は、EUに加盟している28か国の法人税課税所得を比較することである。

EUではヨーロッパ域内で単一市場を形成するという経済政策が推し進められている¹⁾。単一市場とは、財、サービス、資本、人（労働）の移動について自由が保障される市場である²⁾。

財務会計においては、2005年より上場企業に対して国際会計基準（International Financial Reporting Standards: IFRS）に準拠した連結財務諸表を作成することが義務付けられた。IFRSに準拠した連結財務諸表を作成することにより会計情報の比較可能性が保たれ、資本市場が活性化する。

IFRSへのコンバージェンスに伴い、課税所得の算定方法についても議論がなされている。2011年3月16日には欧州委員会（European Commission）より共通連結法人税課税標準（Common Consolidated Corporate Tax Base: CCCTB）に関するEU指令案（以下、CCCTB指

令案とする) が公表された³⁾。これは EU 域内の法人税制統一を提案するものである。コンプライアンス・コストが大幅に削減される点、企業グループ内における移転価格問題が解消する点、EU 域内での利益と損失を通算できる点、国際的な組織再編成に対して税制の中立性が保てる点をメリットとして提案されたが、税金に関する決定は欧州閣僚理事会での全会一致が求められるため⁴⁾、合意には至っていない。

本論文では EU に加盟している 28 か国の法人課税所得を比較することにより、EU 域内の課税所得のあり方について考察する。

2. 法人税課税所得算定方法の分類

OECD (1987) による研究では、OECD 22 か国の財務会計と税務会計の関係を確定決算主義 (Uniform) と分離独立主義 (Separate) の 2 つに分類している。財務会計上で算定された利益を基に課税所得を算定する考え方を確定決算主義と言い、財務会計とは独立して課税所得を算定する考え方を分離独立主義と言う。

各国の課税庁ホームページに基づき確定決算主義国と分離独立主義国を分類すると図表 1 のとおりである。税務会計と財務会計とが全く連携していない国はないが、財務会計から全般的に独立した税法規定によって規制されている国を「分離独立主義国」と定義する (Peter Essers et al. (2009) p. 23)。

確定決算主義を採用している国と分離独立主義を採用している国の地理的關係をみると、確定決算主義を採用している国がヨーロッパ全体を占め、その中で分離独立主義を採用している国が分散している。

西側の分離独立主義国はコモンローアプローチによる英米型の会計モデルを持つ国 (イギリス・アイルランド・オランダ) である。英米型の会計モデルとは、「投資者および債権者の意思決定ニーズを指向している」⁶⁾ 会

図表 1 会計と税制の関係の分類

	確定決算主義国	分離独立主義国
EU 加盟 国	オーストリア、ベルギー、ブルガリア、 クロアチア、キプロス、チェコ共和国、 フィンランド、フランス、ドイツ、ハ ンガリー、イタリア、ラトビア、リト アニア、ルクセンブルグ、マルタ、ポ ルトガル、ルーマニア、スロバキア、 スペイン、スウェーデン	デンマーク、エストニア、ギリシャ、 アイルランド、オランダ、ポーラン ド、スロベニア、イギリス

(出所) OECD (1987) p.45 の図表における分類, Dieter Endres et al. (2007) pp.159-168
の調査における分類, 2014 Worldwide Corporate Tax Guide Ernst & Young⁵⁾ お
よび各国の課税庁のホームページを参考に作成。

計モデルを意味する。

東側の分離独立主義国はポーランドのように旧共産圏に属する国や、エ
ストニア・スロベニアのように新しく EU に加盟した新興国家である⁷⁾。
これらの新興国家は、当初は西側諸国とは大きく異なる独自の会計制度を
採用していたが、現在はコンバージェンスが進み、EU 域内の上場企業に
ついては IFRS により連結財務諸表を作成している。これに伴い、財務会
計上の利益を基に課税所得を算定する方法から、財務会計と税務会計の結
び付きを緩和する方向で制度変更が行われた。

北欧の国々はスウェーデンの影響を受けて確定決算主義国であったが、
デンマークは EC 4 号指令を受けた会計基準改正の結果、財務会計上の利
益を基礎とする課税所得計算の枠組みを残しつつも損金経理要件はなくな
り、分離独立主義へ移行している。

3. 確定決算主義国における法人税課税所得

ここでは、第 2 節で確定決算主義を採用していると分類した国の課税所
得を概観する。

オーストリア（Austria）における法人税制は財務省（Bundesministerium fuer Finanzen）が司っている⁸⁾。オーストリアにおける法人税課税所得は、オーストリアにおいて一般に公正妥当と認められた財務諸表に基づいて算定する。税務上の貸借対照表は要求されない。特段の規則が別途規定されていない限り、財務会計は税務税務の目的と一致している。

ベルギー（Belgium）における法人税制は財務省（Federale Overheidsdienst Financiën）が司っている⁹⁾。ベルギーにおける法人税課税所得は一般に公正妥当と認められた会計原則に従い作成された財務諸表の当期純利益に、法人税法規定の加算減算調整を行い算定する。所得から控除できない費用として、①自動車関連費用、②レストラン費の31%、③交際費の50%が例示されている。また、棚卸資産、減価償却費、引当金、繰延資産の償却、為替差損益、支払利息、キャピタル・ゲイン、使途不明金について、税務上の取扱いが会計上の取扱いと異なる場合は、調整を行う必要がある。

ブルガリア（Bulgaria）における法人税制は国家歳入庁（National Revenue Agency）が司っている¹⁰⁾。ブルガリアにおける法人税課税所得はIFRSに従って作成された財務諸表に基づいて算定される。中小法人については、ブルガリアの会計基準に基づいて作成された財務諸表に基づいて算定される。賞与、未消化の有給休暇、資産の減価償却および減損について税務目的により調整することが要請される。

クロアチア（Croatia）における法人税制は財務省（Ministry of Finance）が司っている¹¹⁾。クロアチアにおける法人税課税所得はクロアチア会計基準またはIFRSにしたがって算定した利益を基に税務上の調整を加えて算定する。課税所得を減額する項目として、受取配当金、株式の評価益、前期以前に課税済みの償却債権取立益、繰越減価償却費の認容額、優遇税制による調整、金融部門または非金融財務部門において実現した以外の再投資利益があげられる。課税所得を増額する項目としては、減価償

却超過額、関連会社間における遅延に伴う支払利息、寄附金、関連会社間の貸付金に対する控除不可能な利息、租税公課、未実現の株式の評価損、未実現の償却資産の評価損、交際費の70%、罰金、棚卸減耗損、税務調査の過程で特定された費用があげられる。

キプロス (Cyprus) における法人税制は財務省 (Ministry of Finance) が司っている¹²⁾。キプロスにおける法人税課税所得は、非課税収益と非控除費用を調整した後の会計上の利益に基づいて算定する。税務貸借対照表、税務損益計算書はない。別段の定めがない限り、財務会計に依拠する。IFRS を適用して算定された会計上の利益は税務目的に従って調整しなければならない。

チェコ共和国 (Czech Republic) における法人税制は財務省 (Ministry of Finance) が司っている¹³⁾。チェコ共和国における法人税課税所得は、法人税法 (Income Tax Act: ITA) の規定に従って調整された会計上の利益を基に算定する。独立した税務貸借対照表および税務損益計算書はない。調整は税務申告書で直接行われる。繰延税金の計算を除いて、税法規定は会計上に何ら影響を及ぼさない。IFRS を適用して会計上の利益を確定した場合、チェコ会計基準に従った利益へ調整しなければならない。

フィンランド (Finland) における法人税制は財務省 (Ministry of Finance) が司っている¹⁴⁾。フィンランドにおける法人税課税所得は、フィンランドにおける一般に公正妥当と認められる会計基準に従って算定した利益を基に算定する。会計と税制が密接に結びついている。独立した税務貸借対照表および税務損益計算書はない。会計上の費用は原則として損金算入されるが、非課税収益を得るために発生した費用、租税公課、罰金は損金不算入である。また、2014年1月1日より交際費も損金不算入となった。

フランス (France) における法人税制は連邦財務省 (Ministere des Finances) が司っている¹⁵⁾。フランスにおける法人税課税所得は商法上で

計算された利益を出発点として、免除所得や税務上否認される費用、特別の控除、欠損金の繰越控除等の調整を行って算定される。商法における計算も、税法における計算も、ともにプラン・コンタブル・ジェネラル (Plan Comptable General: PCG) の影響を受けているため、調整項目は少ない。また、国外事業所得免除方式を採用しており、国外事業所得は非課税である。

ドイツ (Germany) における法人税制は財務省 (Bundesministerium der Finanzen) が司っている¹⁶⁾。ドイツにおける法人税課税所得は、ドイツ商法典 (Handelsgesetzbuch: HGB) に基づいた財務諸表の利益を基準とし、税法上の非課税所得および損金不算入項目の調整を行うことにより算定される。

商事貸借対照表と税務貸借対照表に対する法的基礎は、会計法現代化法 (Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz: BilMoG) によって大きく変わった。「税務貸借対照表に対する商事貸借対照表の基準性原則」(die Maßgeblichkeitsprinzip des Handelsbilanz für die Steuerbilanz: 基準性原則) は継続しているが、BilMoG は商事貸借対照表と税務貸借対照表において異なる選択権行使の可能性となる領域をつくりだした。HGB に準拠した財務諸表は税務当局にも提出されるが、税法と商法の間に差異がある場合には、税務貸借対照表の作成または調整項目に関する説明資料の税務申告書への添付が求められる。

ハンガリー (Hungary) における法人税制は財務省歳入関税庁 (National Tax and Customs Administration) が司っている¹⁷⁾。ハンガリーにおける法人税課税所得はハンガリー会計基準に準拠して作成された財務諸表に基づいて算定される。ハンガリー会計基準は、主に EU 指令をモデルにしている法律に規定されている。ハンガリーは、税制と会計基準の間に多くの相違点があるが、課税所得は損益計算書上の利益をもとに算出する。実務上は、税法が財務会計に影響を及ぼしている。

イタリア（Italy）における法人税制は財務省（Dipartimento delle Finanze）が司っている¹⁸⁾。イタリアにおける法人税課税所得は、税務貸借対照表において算定される。実質的に多くのケースで財務会計上の貸借対照表と税務貸借対照表は一致している。税額控除および条件付きの税額軽減は財務会計上示されなければならない。課税所得は会計上の利益に準拠しなければならない。課税所得を算定するために、財務諸表で開示された利益は控除対象外費用、特別控除及び繰越損失について調整されている。

ラトビア（Latvia）における法人税制は財務省（Ministry of Finance）が司っている¹⁹⁾。ラトビアにおける法人税課税所得はラトビアの会計基準によって算定された当期純利益または当期純損失を法人税法の規定に従って調整して算定するが、税務会計のルールは財務会計原則とは分離している。独立した税務貸借対照表または税務損益計算書はない。

リトアニア（Lithuania）における法人税制は財務省（Ministry of Finance）が司っている²⁰⁾。リトアニアにおける法人税課税所得は会計上の利益に非課税所得および非控除項目を調整して算定する。財務会計上の利益はリトアニア企業会計基準（Lithuanian Business Accounting Standards: BAS）に従って算定される。法人税法（the Corporation Tax Act）の下になされる課税目的の調整は税務申告書において示される。独立した税務貸借対照表および税務損益計算書はない。

ルクセンブルグ（Luxembourg）における法人税制は財務省（Ministere des Finances）が司っている²¹⁾。ルクセンブルグにおける法人税課税所得は、会計年度の開始日と終了日の間に生じた純資産の増減額に配当金を加算し、資本金の払込額を控除した金額と定義される。純資産の計算は、一般に認められた会計原則に従って行われるが、税法が特別の規定を設けている場合は税法の規定を優先する。

マルタ（Malta）における法人税制は財務省内国歳入局（Internal Revenue Department）が司っている²²⁾。マルタにおける法人税課税所得

は、所得税法（the Income Tax Act）に従って調整した後の監査済み財務諸表を基礎に課税所得を算定する。収益を実現するために発生した費用は損金算入することができる。のれんの償却費、引当金繰入額、無償の供与、保険により回収した費用、見越費用、未実現の為替差額は損金不算入となる費用である。

ポルトガル（Portugal）における法人税制は財務省（Portal das Finanças）が司っている²³⁾。ポルトガルにおいては、別段の定めがない限り、会計は税務目的に従わなければならない。ポルトガルに本社を持つ、商業、農業および工業に従事している法人の場合、課税所得は内国歳入法（Internal Revenue Code: IRC）により調整されたポルトガルの一般に認められた会計原則に従って算定された会計上の利益である。主に、商業、農業または工業以外の事業活動に従事するポルトガルに本社を有する法人の場合、課税所得はIRSで個々に規定されている収益の総額から費用を控除した額である。

ルーマニア（Romania）における法人税制は財務省（Ministerul Finantelor Publice）が司っている²⁴⁾。ルーマニアにおける法人税課税所得を算定する際は、原則として、収益として計上されているすべての収入は課税所得を形成する。収益獲得に貢献した支出は損金となるが、納税者が正当性を説明できない場合のサービス費用、労働災害保険以外の保険に関する費用、一定限度額以上の支払利息、罰金、棚卸資産や無保険資産の評価損ならびに関連する付加価値税による損失、一定の控除対象外の費用に関連する付加価値税、外国法人税額、一定限度額を超える給与、非課税所得に関連する費用は損金不算入となる。

スロバキア（Slovakia）における法人税制は財務省（Ministry of Finance）が司っている²⁵⁾。スロバキアの法人課税所得は、スロバキア会計基準により確定した会計上の利益を基に税法上の調整を行い算定する。税務貸借対照表はない。配当金、清算所得、受贈益、組織再編成による新

株式の交付は非課税である。

収益獲得に貢献した支出は損金となるが、旅費交通費、見本品費、交際費、企業年金制度への拠出額、ファイナンス・リース取引に係るリース料は一定限度額までしか損金に算入することができない。また、土地の売却損とのれんの償却費は損金不算入である。

IFRSにより財務諸表を作成する法人は、税務上、スロバキア財務省が定める国内会計基準への調整を行うか、国内会計基準に準拠した財務諸表も作成しなければならない。

スペイン（Spain）における法人税制は財務省（Ministerio de Hacienda）が司っている²⁶⁾。スペインにおける法人税課税所得は、全収益から損金算入できる費用を差し引いた利益から欠損金を差し引いて算出される。独立した税務貸借対照表および税務損益計算書は存在せず、財務会計上の損益計算書で課税所得を算定するための税務調整がなされる。税務当局は課税所得の算定がスペイン会計基準に準拠していない場合、これを修正することができる。

スウェーデン（Sweden）における法人税制は国税庁（Skatteverket）が司っている²⁷⁾。スウェーデンにおける法人税課税所得は特定の税法規定がない限り、一般に公正妥当と認められた会計原則により算定された利益である。課税所得は特段の税法規定がない限り、簿価に従って算定されなければならない。独立した税務貸借対照表および税務損益計算書はないが、非控除項目や繰越欠損金の繰延など特定の税務上の調整は独立した税務申告書上でなされる。

第2節において、確定決算主義を採用していると分類した国の課税所得算定方法は上記のとおりである。確定決算主義国における法人税課税所得は、自国の会計基準により作成した財務諸表により算出された利益に基づき税法上の調整を行い算定する。ルクセンブルグでは純資産の増減額を基

に課税所得を算定するが、純資産の増減額も広義での利益と捉えることができる。

確定決算主義国における法人課税所得として会計と税制のつながりが強い国の課税所得を概観したが、その本質は異なる。各国の会計基準はコンバージェンスしているとは言え、算出される利益の本質は全く同じものではない。CCCTB 指令案により EU 域内で法人税制を統一する案が提案されたが、各国の規定する課税所得の本質が異なる以上、法人税制を統一することは難しい。

課税所得を算定する上で、IFRS により算定した利益を採用できる国がある。Christoph Spengel (2010) によれば、IFRS を参照する国はキプロス、エストニア、フランス、アイルランド、マルタ、スロバキア、スロベニア、イギリスである²⁸⁾。

IFRS を参照する国で確定決算主義を採用している国はキプロス、フランス、マルタ、スロバキアである。キプロス、マルタ、スロバキアは 2004 年の第 5 次拡大で EU へ加盟した新興国家であるため、IFRS を参照することを認めたものと考えられる。フランスにおいて IFRS を参照することが認められている論拠については、今後分析する必要がある。共通の会計基準である IFRS により算定された利益が課税所得算定の上での基礎となり得るということは、課税所得の概念が変化していることを意味する。

4. 分離独立主義国における法人税課税所得

次に、第 2 節で分離独立主義を採用していると分類した国の課税所得を概観する。

デンマーク (Denmark) における法人税制は課税省 (Skatteministeriet)²⁹⁾ が司っている³⁰⁾。デンマークにおける法人税課税所得は会計と税法で異なる個所を修正した年次報告を基に算定する。最初に監査済

みの年次報告書を作成し、これに税法を反映して調整する。課税所得を算定するための処理を示す年次報告書と突き合わせ（a reconciliation）は添付されなければならない。収入を取得、確保、維持するために発生した費用は、発生主義で控除の対象となる。低廉譲渡、無償譲渡、租税公課などの特定の費用は控除の対象ではない。交際費は25%まで税務上損金算入される。

エストニア（Estonia）における法人税制は財務省（Rahandusministeerium）が司っている³¹⁾。エストニアの税法は、全ての所得が非課税であるため、課税所得を明確にしていない。配当、給料以外に従業員に支払われる金品あるいは特典（Fringe benefits）、寄附金、交際費の支払のみ課税されることがある。

ギリシャ（Greece）における法人税制は財務省（Ministry of Finance）が司っている³²⁾。ギリシャにおける法人税課税所得は年間総収入から認められた控除額を差し引いて算定する。原則として、費用は発生した事業年度の総所得からのみ控除することができる。費用は次の条件が満たされた場合にのみ税務上控除される。条件とは、その事業経費および特定の項目が事業の利益のためにまたは通常取引の過程で発生していること、間接的な監査の方法（クロスチェック）に基づいて実際の取引を反映していることが証明されること、会計帳簿に記録されていることというものである。

アイルランド（Ireland）における法人税制は財務省（An Roinn Airgeadais）が司っている³³⁾。アイルランドにおける法人税課税所得はスケジュール（Schedule）およびケース（case）と呼ばれる所得の種類ごとに計算される³⁴⁾。Schedule D Case I に該当する事業から得られる所得はアイルランド会計基準か IFRS にしたがって算定された利益を調整して算定する。課税所得にはキャピタル・ゲインも含まれる（Schedule D Case IV）。詳細な規定はアイルランド会計基準から IFRS へと移行している。税務会計は会計処理が税法と矛盾しない限り会計処理に従う。

オランダ（the Netherlands）における法人税制は財務省（Ministerie van Financiën）が司っている³⁵⁾。オランダにおける法人税課税所得は課税事業年度の全体利益（total profit）から控除可能な費用を控除した金額である。キャピタル・ゲインも事業利益と同様に益金算入される。課税所得はオランダの法律上の概念である「健全な企業実務」（sound business practice）に基づき算出される。課税所得は予測される結果から独立し、一貫した行動に関する「健全な企業実務」に従って決定される。「健全な企業実務」においては会計基準と異なる解釈を含む。例えば、未実現損失は損金に算入できるが、未実現の収益は実現時まで繰り延べられる。

ポーランド（Poland）における法人税制は財務省（Ministerstwo Finansów）が司っている³⁶⁾。ポーランドの法人税課税所得は課税対象収入から税金控除費用（tax-deductible expenses）を差し引いた額である。事業活動を行う法人の課税対象収入は発生主義（an accrual basis）で認識されている。税金控除費用は収益獲得に貢献した支出である。

税制は会計とは分離独立しているが、実務上は税務上の扱いが明確に規定されていない場合、会計処理に準拠している。

スロベニア（Slovenia）における法人税制は財務省（Ministry of Finance）が司っている³⁷⁾。スロベニアにおける法人税課税所得は法人税法において益金と損金の差額と定義された所得である。課税所得はIFRSまたはスロベニアの会計基準に準拠して作成した年次報告書の利益に基づいて損金不算入項目を調整して算定する。損金不算入となる費用は、理事会や取締役会に支払われるインセンティブ、罰金、寄付金、賄賂、監査役会に支払われる交際費や手数料の50%を超える額である。課税所得の算定は税法規定によって補完された会計規則に従うことも認められる。独立した税務貸借対照表または税務損益計算書はない。

イギリス（the United Kingdom）における法人税制は歳入関税庁

(Her Majesty's Revenue & Customs: HMRC) が司っている³⁸⁾。イギリスにおける法人税課税所得はシェジュール (Schedule) により区分され一定の加減算調整をされた各区分所得およびキャピタル・ゲインの合計額から、所得に対するチャージ (Charges on income)³⁹⁾ を差し引いて算定する。元は収益の源泉となる資産ごとに課税していた収益税を所得税としてまとめたため⁴⁰⁾、所得の性質によって次の図表 2 のように区分されている。なお、Schedule B および Schedule C は廃止された。

図表 2 イギリスにおける所得区分

Schedule A		国内源泉不動産所得
Schedule D	Case I	居住者の事業所得、非居住者の国内源泉所得
	Case II	国内外で生ずる専門業務による所得
	Case III	利息、年金、Case I で課税されない所得
	Case IV	国外で生じる抵当証券、債券等から生ずる所得
	Case V	国内源泉から生ずる投資所得、国内事業所得
	Case VI	Case I から Case V 以外の所得
Schedule E		給与所得
Schedule F		内国法人から受ける配当金

(出所) Income and Corporation Taxes Act (ICTA) 1988, s. 15 から s. 21 を参考に作成。

第 2 節において、分離独立主義を採用していると分類した国の課税所得算定方法は上記のとおりである。第 2 節において言及したように、分離独立主義国はさらに、コモンローアプローチによる英米型の会計モデルを持つ国 (イギリス・アイルランド・オランダ) と、ポーランドのように旧共産圏に属する国やエストニア・スロベニアのように新しく EU に加盟した新興国家と、財務会計上の利益を基礎とする課税所得計算の枠組みを残しつつも損金経理要件がなくなり分離独立主義へ移行した国 (デンマーク)⁴¹⁾ に分類することができる。分離独立主義国として一括りにすること

はできず、損金経理要件を持たないだけで財務会計における利益を基に課税所得を算定する国（デンマーク）もあれば、キャピタル・ゲインをも含めた課税所得を算定する国（イギリス・アイルランド・オランダ）もある。新興国家は西側諸国とは異なる独自の会計基準を有していたため、税法にもその名残があり、コンバージェンスの進んだ財務会計と、自国基準を重視する税務会計とで乖離している。

分離独立主義を採用している国で IFRS を参照することができる国はエストニア、アイルランド、スロベニア、イギリスである。この4か国も投資家を重視する英米型の会計モデルを持っているアイルランド・イギリスと、新興国であるエストニア・スロベニアというように分けて捉えることができる。

5. む す び

EU 域内では、確定決算主義国と分離独立主義国の課税所得概念における垣根が低くなってきている。1978年に公表された EC 4号指令「個別財務諸表」によって EU 域内の会計法規を調和化することが要請されてから、財務会計と税務会計の結び付きが緩やかになり（Hoogendoorn（1996）p. 786）、IFRSによって会計基準が統一されてからさらにその傾向が顕著になった。

イギリスとドイツの会計学者による共同研究報告書（Haller et al.（2010））によれば、1996年以降のイギリスでは税法規則を会計に接近させ、ドイツでは2010年の会計法現代化法（Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz: BilMoG）に伴い所得税法（Einkommensteuergesetz: EStG）第5条第1項を変更して「逆基準性原則」（umgekehrtes Maß geblichkeitsgrundsatz）を廃止し、損金経理要件がなくなった。IFRSが適用されることにより、会計と法人税制の関係についても収れんする傾向にある。

このような状況下で、EU 域内における法人税制の統一を提案する CCCTB 指令案が公表された。CCCTB 指令案によれば「課税所得＝収益－（非課税収益＋控除可能費用＋その他の控除項目）」と算定する。

IFRS が適用されることにより利益の質が変わり、財務会計と税務会計の結び付きが緩やかになった。IFRS により利益を算定してもこれが課税所得算定のための基礎になることはなく、IFRS を課税所得算定のために用いる国も認容規定として IFRS を参照することを認めている。すなわち、EU 域内で統一した会計報告を行うことは可能でも、課税所得概念を収れんさせることはできないため、財務会計と税務会計が乖離してきていることを意味する。CCCTB 指令案で提案された課税所得の算定方法が IFRS により算定された利益とは分離独立していることから財務会計と税務会計のつながりは今後さらに緩やかになると考えられる。

本研究は平成 25 年度拓殖大学経営経理研究所個人研究助成を受けたものである。

《注》

- 1) EU 成立以降に行われてきた域内市場形成に向けた取組みは、欧州委員会が 1985 年に提出した *White Paper from the Commission to the European Council, COM (1985) 310* を契機に始まり、通貨統合やユーロ圏内での統一した金融政策の実施が実現した。
- 2) 1992 年署名の欧州連合条約によって発足した欧州連合の最大の目標の一つが単一市場の設立と運営であり、単一市場の創設によって、財、サービス、資本、人の自由な移動という 4 つの自由が追求されている。
- 3) European Commission (2011) *Proposal for a COUNCIL DIRECTIVE on a Common Consolidated Corporate Tax Base (CCCTB), SEC (2011) 315, SEC (2011) 316*.
- 4) EU の運営に関する条約 (Treaty on Functioning of the European Union) 115 条の規定によって要請されている。
- 5) 2014 Worldwide Corporate Tax Guide <http://www.ey.com/GL/en/Services/Tax/Worldwide-Corporate-Tax-Guide---Country-list> 2015 年 2 月 9

日アクセス。

- 6) Gerhard G. Mueller, Gary Meek, Helen Gernon (1994) *Accounting: An International Perspective*, 4th ed. (翻訳 野村・平松監訳 1999) 参照。
- 7) ポーランド, エストニア, スロベニアはいずれも 2004 年の第 4 次拡大で EU に加盟した。
- 8) オーストリア財務省 <https://english.bmf.gv.at/taxation/Taxation.html> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 9) ベルギー財務省 <http://financien.belgium.be/nl/ondernemingen/vennootschapsbelasting/aangifte/> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 10) ブルガリア国家歳入庁 <http://www.nra.bg/en/page?id=518> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 11) クロアチア財務省税務行政組織 http://www.porezna-uprava.hr/en/EN_porezni_sustav/Pages/profit_tax.aspx 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 12) キプロス財務省 税務部門 http://www.mof.gov.cy/mof/ird/ird.nsf/dmlindex_en/dmlindex_en?OpenDocument 2015 年 2 月 9 日アクセス。
キプロス税務申告書のフォーマット [http://www.mof.gov.cy/mof/ird/ird.nsf/All/B89F6050E57D1B7C2257DBE00312A50/\\$file/2015%20I.R.59A.pdf?OpenElement](http://www.mof.gov.cy/mof/ird/ird.nsf/All/B89F6050E57D1B7C2257DBE00312A50/$file/2015%20I.R.59A.pdf?OpenElement) 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 13) チェコ共和国財務省 <http://www.mfcr.cz/en/themes/taxes/direct-taxes> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 14) フィンランド財務省 http://www.vm.fi/vm/en/10_taxation/03_business/01_corporations/index.jsp 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 15) フランス財務省 <http://www.impots.gouv.fr/portal/static/> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 16) ドイツ連邦財務省 “An ABC of Taxes” http://www.bundesfinanzministerium.de/Content/EN/Standardartikel/Press_Room/Publications/Brochures/2012-10-30-abc-on-taxes-pdf.pdf?__blob=publicationFile&v=12 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 17) ハンガリー財務省歳入関税庁 http://en.nav.gov.hu/taxation/taxinfo/summary_companies.html 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 18) イタリア財務省 http://www.l.agenziaentrate.gov.it/english/italian_taxation/index_IT.htm 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 19) ラトビア財務省 <http://www.fm.gov.lv/en/s/taxes/> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 20) リトアニア財務省 <http://www.vmi.lt/cms/en/mokesciai> 2015 年 2 月

- 9 日アクセス。
- 21) ルクセンブルグ財務省 <http://www.mf.public.lu/index.html> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 22) マルタ財務省内国歳入局 <https://ird.gov.mt/> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 23) ポルトガル財務省 <https://www.portaldasfinancas.gov.pt/pt/ES/inicio.action> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 24) ポルトガル財務省 <http://www.mfinante.ro/codfiscal.html?pagina=do>menii 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 25) スロバキア財務省 <http://www.finance.gov.sk/en/Default.aspx?CatID=286> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 26) スペイン財務省 <http://www.minhap.gob.es/es-ES/Areas%20Tematicas/Impuestos/Paginas/default.aspx> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 27) スウェーデン財務省 <http://www.skatteverket.se/servicelankar/otherlanguages/inenglish/businessesandemployers.4.12815e4f14a62bc048f5159.html> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 28) 久保田 (2014) において、EU における財務会計と税務会計の関係が詳細に分析されている。
- 29) 1975 年以来、デンマークは独立した課税の省を有している。
- 30) デンマーク課税省 <http://www.skm.dk/english/taxation-in-denmark/> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
デンマーク課税省 “Tax in Denmark” <http://www.skat.dk/getFile.aspx?Id=121617> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 31) エストニア財務省 <http://www.fin.ee/corporate-income-tax-3> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 32) ギリシャ財務省 http://www.gsis.gr/gsis/info/gsis_site/TaxGuide/GeneralInformation.html 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 33) アイルランド財務省 <http://www.finance.gov.ie/what-we-do/tax-policy> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 34) シェジュール D ケース I を事業から得られた所得、シェジュール D ケース II を専門的業務から得られた所得、シェジュール D ケース III を受取利息およびすべての国外で得られた所得、シェジュール D ケース IV をその他のシェジュールで補足されない所得および法人税に含めて課税されるキャピタル・ゲイン、シェジュール D ケース V をアイルランドにある不動産からの所得とする。
- 35) オランダ財務省 <http://www.rijksoverheid.nl/themas/belastingen> 2015 年 2 月 9 日アクセス。

- 36) ポーランド財務省 <http://www.mf.gov.pl/administracja-podatkowa;jessionid=5628E28223219AF7B4B8FE01812CA2C0> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 37) スロベニア財務省 “Taxation in Slovenia” http://www.mf.gov.si/fileadmin/mf.gov.si/pageuploads/Davki_in_carine/Angle%C5%A1ki/Taxation_in_Slovenia_2013.pdf 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 38) イギリス歳入関税庁 <https://www.gov.uk/tax-company-benefits> 2015 年 2 月 9 日アクセス。
- 39) 一定の経費で特定の寄附金等が該当する。
- 40) 19 世紀以前のイギリスの所得税については、宮本・鶴田 (2001) を参照。
- 41) EU には加盟していないが、同じく北欧のノルウェーもこの分類に該当する。

参考文献一覧

- Axel Haller and Christopher Nobes (2010) “The Influence of Tax on IFRS Consolidated Statements: The Convergence of German and the UK”, *Accounting Europe*, Vol. 7.
- Christoph Spengel (2010) “Concept and Necessity of a Common Tax Base — An academic introduction,” *Eine einheitliche Körperschaftsteuermessungsgrundlage für Europa*, Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Dieter Endres c.s (2007) *The Determination of Corporate Taxable Income in the EU Member States*, Kluwer Law International.
- European Commission (2011) *Proposal for a COUNCIL DIRECTIVE on a Common Consolidated Corporate Tax Base (CCCTB), SEC (2011) 315, SEC (2011) 316*.
- Gerhard G. Mueller, Gary Meek, Helen Gernon (1994) *Accounting: An International Perspective*, 4th ed., McGraw-Hill Education. (野村健太郎, 平松一夫監訳 (1999) 『国際会計入門 第4版』中央経済社。)
- Martin N. Hoogendoorn (1996) “Accounting and taxation in Europe — A Comparative overview”, *The European Accounting Review*, Vol. 5, pp. 783-794.
- OECD Working Group on Accounting Standards (1987) *Accounting Standards Harmonization, No. 3, The Relationship between Taxation and Financial Reporting, Income Tax Accounting*.
- Peter Essers et al. (2009) *The Influence of IAS/IFRS on the CCCTB, Tax Accounting, Disclosure and Corporate Law Accounting Concepts*, Kluwer

Law International BV, The Netherlands.

久保田秀樹（2014）『ドイツ商法現代化と税務会計』森山書店。

鈴木一水（2006）「税制と企業研究との乖離問題 — ヨーロッパ諸国を中心に」
『租税研究』678号，90-100頁。

宮本憲一，鶴田質巳（2001）『所得税の理論と思想』税務経理協会。

（原稿受付 2015年2月10日）

〈書 評〉

潜道文子著 『日本人と CSR ― 遊戯・
フロー体験・ダイバーシティ』

内 田 金 生

本書が研究の対象としている「企業の社会的責任（CSR）」は、環境問題や企業の不正行為の発覚などと関連して注目され、現在では大学の講義科目として設置されるようになった研究分野である。

著者は、学位申請論文『日本型 CSR 経営の研究：多元的ステイクホルダー経営への新たな視点』（早稲田大学，2010 年提出）で博士の学位を取得し、すでにこの分野の研究の第一人者として高く評価されている。また、さまざまな企業や NPO，その関係者との交流を通じた社会活動をおこなっており、本書は、これまでのそうした研究や活動の成果として刊行された本格的な CSR の研究書である。

研究史上の著者の貢献は、CSR 経営を、日本企業が競争力を構築する上での有効な戦略として位置づけたことにある。

CSR は、単なるコンプライアンスや PR 活動の一環として誤解されたり、多様なステークホルダー全体を配慮していく活動として考えられてきた。そうした一般的な理解に対し、本書では、競争優位やイノベーションの観点から、ステークホルダーである従業員への CSR を重視する経営がグローバル時代の日本企業に求められていることが論じられている。

ここでは本書の特徴と意義として次の 3 つあげ、本書の概要を紹介して

いくことにしたい。

まずは序章・終章を含む全 12 章を通じて、理論的な考察とインタビューやアンケート調査の分析とを組み合わせ、多角的に CSR を考察し、体系化な研究をおこなっている点である。

多面的なステークホルダーへの視点を検討するなかでは、企業の社会的責任と企業倫理の違い、私益と公益の関係といった議論の理論的枠組みが、先行研究の成果や論点をふまえて整理され、アンケートやインタビュー調査の分析を通じて著者のフレームワークや仮説が検証されている。その検討結果からは、CSR がコンプライアンスといった将来のリスクを回避する受動的な活動ではなく、事業に対する投資と位置づけ、競争優位の構築を通じて利益獲得に結びつく経営戦略として考えるべきであることを明らかにしている。

そうした能動的で戦略的な CSR を提案するうえでは、どのような CSR 活動が利益とどのようにして結びつくのかが説明されなければならないだろう。

ステークホルダーのなかの株主の利益が重視される欧米企業に対し、本書では、日本企業を対象とした CSR と利益の関係を調査したアンケートの分析から、戦略的 CSR を実践する上で重視すべきステークホルダーが従業員であることを特定している。

さらに、こうした従業員への CSR との関連で、「遊戯論」、「フロー体験」、「ダイバーシティ」といった隣接分野の研究も積極的に議論のなかに取り入れられ、新たな人材マネジメントのあり方が示されている。

労働の意義を再検討し、自主性や創造性、イノベーションを生み出す遊戯の要素を企業活動に取り込み、楽しさを享受できるフロー体験に仕事を転換することを従業員への CSR ととらえることで、仕事を通じて得られる誇りと満足が内発的報酬となり、企業に対する利益と結びつくとともに、企業と社会に価値が提供される可能性が指摘されている。

また、性差・年齢・国籍などに関わりなく異質・多様な人材の能力を活用し、組織活性化をはかるダイバーシティ・マネジメントの観点からは、インタビュー調査をふまえ、女性の視点や能力、リーダーシップの活用が競争優位を構築する上で重要になることが示されている。

2つめの特徴は、本書が日本企業の CSR 活動の経営史的研究となっている点にある。

これまでも経営史研究の分野でも、近世商家の商業倫理や家訓の研究、企業家史的なアプローチから渋沢栄一や波多野鶴吉、大原孫三郎といった人物の経営思想や倫理、道德観が検討されてきた。

それに対し本書は、CSR 経営の観点から、江戸時代の商家経営における価値観や女性の活躍、ステークホルダーとの信頼関係の構築を通じて自社の利益と共同体全体の利益の連鎖を形成した明治期の食品企業の戦略的倫理性、大正期の製菓企業にみるイノベーションの倫理的側面、ステークホルダーの要望と期待を把握しようとする現代企業の共感力、といった事例の紹介と考察がなされている。

時系列的には戦中戦後の統制期や高度経済成長期の検討に欠けるものの、日本企業がステークホルダーとの関係や公益を重視する CSR 経営を実践してきたことを明らかにすることで、CSR をビジネス・チャンスやイノベーションとして捉え、社会と企業に双方にとっての価値を生み出す経営こそが、グローバル時代のめざすべき日本型 CSR 経営であるとする議論を裏付けている。

特徴の3つめは、NPO や行政、市民を含む社会のなかでの企業の役割を論じ、CSR 研究の新しい領域として、「社会起業家」や「ソーシャル・エンタープライズ」の重要性を取り上げている点であろう。

本書で取りあげられた J リーグやオーケストラの事例からは、多主体複

雑系のネットワークの一員としての企業が、NPO や行政、市民と協働し、コミュニケーションを通じて学習することで、社会と自らの組織に価値を生み出す CSR 経営を実践し、存続と成長を可能にすることが明らかにされている。

変化し複雑化した現在の経営環境のなかでは、公益と私益を明確に区分することができなくなっている。また、本書で指摘されるように、営利目的の企業において企業倫理や CSR 経営が重視され、公共領域で社会性のある新しいビジネスを創出しようとする一方では、社会的課題をビジネスとして解決しようというソーシャル・エンタープライズや社会起業家、非営利組織の NPO がみられるようになった。

そうした多主体複雑系のネットワークのなかで企業や NPO、ソーシャル・エンタープライズの間で形成されていく社会性を重視した新たな関係は、CSR をビジネス・チャンスやイノベーションとして捉え、競争優位を構築していく経営戦略の面からも、また、今後の「企業と社会」のあり方やソーシャル・イノベーションの実現を考える上でも、重要な鍵を握っているに違いないであろう。

（白桃書房，2014 年，xi+390 頁，4,500 円 [税別]）

○拓殖大学 研究所紀要投稿規則

(目的)

第1条 拓殖大学（以下、「本学」という。）に附置する、経営経理研究所、政治経済研究所、言語文化研究所、理工学総合研究所及び人文科学研究所（以下、「研究所」という。）が発行する紀要は、研究成果の多様な学術情報の発表の場を提供し、研究活動の促進に供することを目的とする。

(種類)

第2条 研究所は、次の紀要を発行する。

- (1) 経営経理研究所 紀要『拓殖大学 経営経理研究』
- (2) 政治経済研究所 紀要『拓殖大学論集 政治・経済・法律研究』
- (3) 言語文化研究所 紀要『拓殖大学 語学研究』
- (4) 理工学総合研究所 紀要『拓殖大学理工学研究報告』
- (5) 人文科学研究所 紀要『拓殖大学論集 人文・自然・人間科学研究』

(投稿資格)

第3条 研究所が発行する紀要の投稿者（共著の場合、投稿者のうち少なくとも1名）は、原則として研究所の研究員でなければならない。

2 研究所の編集委員会（以下「編集委員会」という）が認める場合には、研究員以外も、投稿することができる。

(著作権)

第4条 研究所が発行する紀要に掲載された著作物の著作権は、研究所に帰属する。

2 研究所が必要と認める場合には、投稿者の許可なく、著作物の転載や引用を許可する。ただし、事後に投稿者に報告するものとする。

3 研究所の紀要に掲載した著作物は、電子化しコンピュータネットワークを通じて、本学のホームページ等に公開するものとし、投稿者はこれを許諾しなければならない。

(執筆要領および投稿原稿)

第5条 投稿する原稿は、研究所の執筆要領に指示に従って作成する。

2 投稿する原稿は、図・表を含め、原則として返却しない。

- 3 学会等の発行物に公表した原稿あるいは他の学会誌等に投稿中の原稿は、研究所の紀要に投稿することはできない（二重投稿の禁止）。

（原稿区分他）

第6条 投稿区分は、別表1、2のとおり、定める。

- 2 投稿する原稿の区分は、投稿者が選定する。ただし、研究所の紀要への掲載にあたっては、査読結果に基づいて、研究所の編集委員会の議を以て、投稿者に掲載の可否等を通知する。
- 3 研究所の紀要への投稿が決定した場合には、投稿者は600字以内で要旨を作成し、投稿した原稿のキーワードを3～5個選定する。ただし、要旨には、図・表や文献の使用あるいは引用は、認めない。
- 4 研究所研究助成を受けた研究成果発表（原稿）の投稿区分は、原則として論文とする。
- 5 研究所研究助成を受けて、既に学会等で発表した研究成果（原稿）は、抄録として掲載することができる。

（投稿料他）

第7条 投稿者には、一切の原稿料を支払わない。

- 2 投稿者には、掲載の抜き刷りを50部まで無料で贈呈する。50部を超えて希望する場合は、超過分について有料とする。

（正誤の訂正）

第8条 印刷上の誤りについては、投稿者の申し出があった場合、これを掲載する。ただし、印刷の誤り以外の訂正や追加は、原則として取り扱わない。

- 2 投稿者の申し出があり、研究所の編集委員会がそれを適当と認めた場合には、この限りでない。

（その他）

第9条 本投稿規則に規定されていない事柄については、研究所の編集委員会の議を以て決定する。

（改廃）

第10条 この規則の改廃は、研究所運営委員会の議を経て研究所運営委員会委員長が決定する。

附 則

この規則は、平成 26 年 4 月 1 日から施行する。

別表 1 原稿区分（理工学総合研究所以外）

(1) 論 文	研究の課題，方法，結果，含意（考察），技術，表現について明確であり，独創性および学術的価値のある研究成果をまとめたもの。
(2) 研究ノート	研究の中間報告で，将来，論文になりうるもの（論文の形式に準じる）。 新しい方法の提示，新しい知見の速報などを含む
(3) 抄 録	研究所研究助成要領第 10 項(2)に該当するもの。
(4) その他	上記区分のいずれにも当てはまらない原稿（判例研究，解説論文，調査報告，資料，記録，研究動向，書評等）については，編集委員会において取り扱いを判断する。
	また，編集委員会が必要と認めた場合には，新たな種類の原稿を掲載することができる。

別表 2 原稿区別（理工学総合研究所）

(1) 展望・解説，(2) 設計・製図，(3) 論文，(4) 研究速報，(5) 抄録（発表作品の概要を含む），(6) 留学報告，(7) 公開講座，(8) 学位論文

『拓殖大学 経営経理研究』執筆要領

1. 発行回数

本紀要は、原則として年3回発行する。各回の発行について、以下の原稿提出締切日を設ける。

第1回 5月末日締切 ―9月発行

第2回 9月末日締切 ―12月発行

第3回 12月末日締切 ―3月発行

紀要冊子としての発行のほか、拓殖大学経営経理研究所（以下、「当研究所」という）のホームページにもその内容を掲載する。

2. 執筆予定書の提出

本紀要に投稿を希望する者は、『拓殖大学 経営経理研究』執筆予定表を当研究所に提出しなければならない。各年度における執筆予定表の提出期限は、別に定めるものとする。

3. 使用言語

使用言語は、原則として日本語又は英語とする。

これら以外の言語で執筆を希望する場合には、事前に経営経理研究所編集委員会（以下、「編集委員会」という）に申し出て、その承諾を得るものとする。

4. 様式

(1) 投稿区分の指定

投稿規則に示された、「論文」、「研究ノート」、「抄録」以外の「その他」にあたる投稿原稿は、「資料」、「調査報告」、「判例研究」、「書評」、「公開講座」、「文献紹介」、「学会展望」、「その他」のいずれかに区分される。

(2) 字数の制限

投稿原稿は、A4縦版、横書きで作成し、原則として下記の字数を上限とする。図表についても挿入部分に対応した文字数で換算し、制限に含める。日本語以外の言語による原稿についても、これに準ずる。

I	論文、研究ノート	24,000 字
II	資料、調査報告	20,000 字
III	I、II 以外	6,000 字

ただし編集委員会が許可した場合に限り、同一タイトルの原稿を複数回に分割して投稿することができる。その場合、最初の稿で投稿記事の全体像と分割回数を明示しなければならない。

(3) 投稿原稿の取扱

投稿原稿の受理日は、完成原稿が編集委員会に到着した日とする。

投稿原稿原本は編集委員会に提出された原稿とし、その写しを投稿者が保管する。

(4) 投稿原稿は、原則としてワープロ・ソフトで作成したものに限定する。

(5) 原稿作成にあたっては、A4用紙を使用し、原則として、日本語原稿は横書きで1行33文字×27行、英文原稿はスペースを含め1行に半角66文字、ダブルスペースで作成すること。

(6) 数字はアラビア数字を用いること。

(7) 上記以外の様式で投稿する場合には、編集委員会と協議する。

5. 表紙

投稿原稿の提出に際しては、『『拓殖大学 経営経理研究』投稿原稿表紙』に必要事項を記入し、ホームページでの公表を認める捺印を行った上で提出すること。

6. 図・表・数式の表示

(1) 図・表の使用は必要最小限にとどめ、それぞれに通し番号と図・表名を付け、本文中の挿入位置を指定する。図表についても挿入部分に対応した文字数で換算し、制限に含める。

(2) 図・表は、そのまま印刷できる形式で作成すること。

(3) 数式は、専用ソフトを用いて正確に表現すること。

7. 注・引用・参考文献

(1) 注は、必要箇所の右肩にアラビア数字で通し番号をつけることで、記載があることを示すこと。

また、注記内容は文末、あるいは注をつけた部分の記載頁の下に記載するものとする。参考文献の表記は、文末に一括して記載するものとする。

(2) 英文の場合は、*The Chicago Manual of Style* を準用する。

8. 電子媒体の提出

投稿者は、編集委員会による審査後、編集委員会により指示された修正・加筆などが済み次第、完成原稿のデジタルデータと、それをプリントした出力原稿1部を提出すること。

なお、手元には、必ずオリジナルの投稿論文等データを保管しておくこと。

9. 掲載の可否、区分の変更、再提出

(1) 投稿原稿の採否は、編集委員会が指名する査読者の査読結果に基づいて決定する。

(2) 投稿した原稿を、編集委員会の許可なしに変更してはならない。

(3) 編集委員会は、投稿者に若干の訂正や部分的な書き直しを求めることができる。

(4) 編集委員会において本紀要に掲載しないことを決定した場合には、拓殖大学経営経理研究所長名の文書でその旨を執筆者に通達する。

10. 校 正

掲載が認められた投稿原稿の校正については、投稿者が初校および再校を行い、編集委員会と所長が三校を行う。

校正は、最小限の字句に限り、版組後の書き換え、追補は認めない。

校正は、所長の指示に従い迅速に行う。

投稿者による校正が決まられた期日までに行われない場合、紀要掲載の許可を取り消すことがある。

11. 改 廃

この要領の改廃は、経営経理研究所会議の議を経て、経営経理研究所長が決定する。

附 則

本要領は、平成 26 年 4 月 1 日から施行する。

執筆者紹介（目次順）

秋 山 義 継	地方政治行政研究科教授（自治体経営論）
伊 藤 善 朗	商学部教授（管理会計論，予算管理論）
潜 道 文 子	商学部教授（経営戦略論，企業と社会論）
三代川 正 秀	商学部教授（財務会計論，会計史）
武 上 幸之助	商学部教授（貿易政策，貿易理論）
田 嶋 規 雄	商学部准教授（マーケティング，消費者行動）
海老名 一 郎	商学部准教授（国際経済学，ゲーム理論）
金 山 茂 雄	商学部教授（経営産業論，産業心理学）
石 毛 昭 範	商学部准教授（人的資源管理論，経営組織論）
稲 葉 千恵子	商学部准教授（税務会計，財務会計）
内 田 金 生	商学部准教授（経営史，現代企業論）

編集委員 内田金生 金山茂雄 島内高太 潜道文子 武上幸之助 田嶋規雄
中村竜哉

拓殖大学 経営経理研究 第103号 ISSN 1349-0281

2015（平成27）年3月20日 印刷

2015（平成27）年3月27日 発行

編 集 拓殖大学経営経理研究所編集委員会

発行者 拓殖大学経営経理研究所長 潜道文子

発行所 拓殖大学経営経理研究所

〒112-8585 東京都文京区小日向3丁目4番14号

Tel. 03-3947-7595 Fax. 03-3947-2397（研究支援課）

印刷所 株式会社 外為印刷

TAKUSHOKU UNIVERSITY

RESEARCH IN

MANAGEMENT AND

ACCOUNTING

No. 103

March 2015

Appreciation for Retirement Professor

AKIYAMA Yoshitsugu	(1)
SENDO Ayako	(15)

Greetings on the Occasion of Retirement

ITO Yoshiro	(5)
MIYOKAWA Masahide	(19)

Papers

Japanese Trade Policy Focusing on Energy Resources (15): QE & Conversion of US Dollar Policy and Transformation of International Oil Market	TAKEGAMI Konosuke (37)
A Study of Consumer Behavior and Marketing in the Social Media Era: Marketing for Increasing Internal and External Information for Consumers	TAJIMA Norio (57)
International Negotiation on Patent Protection	EBINA Ichiro (77)

Study Notes

The Impact of MOT on Enterprise	KANAYAMA Shigeo (89)
Implementation of the Practice of Cooperatives in the “Year of International Cooperatives”	ISHIGE Akinori (113)
A Study of the Corporate Tax System in the EU	INABA Chieko (127)

Book Review

Sendo, Ayako <i>CSR and Its Development in Japan: From the Perspective of Play, Flow Experiences and Diversity</i>	UCHIDA Kaneo (147)
---	--------------------

Edited and Published by

THE BUSINESS RESEARCH INSTITUTE
TAKUSHOKU UNIVERSITY

Kohinata, Bunkyo-ku, Tokyo, Japan