

I. 講演

1. ビジネスの大学教育と経済学

早稲田大学商学学術院助教授 久保克行

(高瀬) それでは予定より少し早いですが、各講演者の講演を始めたいと思います。まず、早稲田大学商学部、商学学術院助教授、久保克行氏です。久保さんは、少し説明した通り、慶応大学出身。ロンドンスクール博士課程を修了して博士をとり、一橋大学でちょっと教えて、そしてこちらに来た、まさしく日本の企業経済学者の新進気鋭の学者です。彼から、現在、経済学教育とビジネスについて、アカデミクスはどう思っているのか、こういうのを聞いてください。それで後の3人のガイダンスにさせていただきたいと思います。それではよろしく申し上げます。

ご紹介ありがとうございます。私は久保といいまして、今、商学部で経済学などを教えております。本日、「ビジネスのための経済学教育」というトピックでアカデミック・フォーラムを開くので、何か考えていることを述べよ、と仰せつかりましたので、私が今考えていることを簡単に説明させていただきます。

経済学者の意見を代表として言え、という話だったかもしれないですけど、もちろん経済学者の間でこういう話はコンセンサスがとれているわけでもありません。完全に私の個人的な考えになるかと思います。

今日は、2つくらい話をします。これから30分くらい話すのですが、30分間でこの2つを、そうなんだ、とわかってもらえればいいということです。1つ目は、経済学はビジネスというものを真剣に研究対象としている、ということです。経済学というと、経済政策とか金融政策とか、日本全体の経済成長とか、ということの研究対象にしているのだろう、という考え方は昔からももちろんあるわけで、もちろんそういったトピックも重要な研究対象であるのですが、特にここ10年、20年、30年で見ますと、どちらかというと、これは私の個人的な、自分がこういう研究をしているということもあるのですが、研究対象はビジネスであると。そのツールとして今まで発達してきた道具を使ってビジネスを研究しているのだ、ということを知っていただければいいと。経済学がビジネスを研究対象としているということ。

もう1点は、ちょっと関連するのですが、ビジネスの研究、教育、特に研究などでそうなのですが、研究の場においては経済学というものが不可欠なツールになっているということです。今、商

学部の学生さんはわかると思いますが、商学部はいくつかのコースに分かれています。会計とか経営とか貿易、いろいろなコースに分かれています。そうすると、会計は会計、経営は経営、経済は経済と分かれているように見えます。しかし実際は、みんな同じなのです。みんな同じというのは言い過ぎのところがありますが、研究のツールとしては、実は共通のツールを使っているということ。

経済学というのは、経済を対象とする学問という性格の他に、割と論理的にちゃんとしたツールを持った学問という性格もありまして、そのツールを使って企業の行動、マーケティングであるとか会計であるとかを分析するというトレンドが最近非常に強くなっています。ということで、この2つをそういうものとわかっていただければいい、ということです。非常に単純2つです。

では具体的に1番目から言っていきたいと思います。経済学はビジネスを対象として研究する、とはいったいどういうことだろうと。確かに経済学者はビジネスについて詳しいかというと、そういうことはあまりないわけです。ただ、問題の対象としては、みんな一生懸命最近勉強し出しております。どう説明すればいいか、いろいろ考えたのですが、こういうことが研究対象になっている、ということ、今からずらずら羅列していきたいと思います。

実際、それぞれの問題に対して答えがある場合もあるし、ない場合もある。もちろん経済学を使うと、ほかの学問よりも良い答えが出てくる、ということは必ずしもないわけです。ただ、他の学問と補完的に考えて、他の学問でうまくいかない場合でも経済学のツールを使うとうまく解決できることも当然ありえる、ということ、わかっていたらいい、と思います。具体的にどういう問題を経済学が対象としているか、ということ、説明していきたいと思います。GDPがどう決まるか、という話もちろん大事なのですが、私の個人的な考え方ですけれども、もう少し企業の一つひとつの動きに注目しようということになります。今から、特にアメリカを中心とした世界中のビジネススクールのMBAの授業において使われる教科書を紹介します。商学部の授業でももちろん使われることが多い教科書もあるし、そうでもないのですが、すべて大体経済学という名前がついているか、経済学者が書いた本です。そういった教科書でどういう問題を取り扱っているか、ということを紹介することで、経済学者が何を考えているか、ということ、説明できるのではないかと思います。

経済学というのは分野の対象の名前であると同時に、ツールの名前であると考えられるのですが、経済学にはマクロ経済学とミクロ経済学というのがあります。特に、ミクロ経済学の中で、ゲーム理論とか契約の理論、情報の経済学といった分野がここ20年~30年ぐらい、非常に発達してしまっていて、特に少し前ノーベル賞をたくさんとっているというような学問です。現実の問題に対してもかなり有効なツールになってきたのではないかと思います。特にゲーム理論と契約の理論。エージェンシー理論というと、ちょっとぐちゃぐちゃしちゃいますけれど、ものを頼みたい人と頼まれる人がいる。でもものを頼むと、頼まれた人が、頼んだ人の言うことを聞くわけではないですね、もちろん。たとえば上司と部下を考えると、部下が上司の言うことを聞くかということ、

聞くわけでもない。聞くかもしれないけれど、聞かないかもしれない。サークルの先輩と後輩でもいいですし、お医者さんと患者さんでもいい。株主と経営者でもいいわけです。そういった問題を、どういうときに、どういう問題が発生するかとか、こういう問題をどう解決したらいいか、ということのエージェンシー理論といたり、広い意味では契約の理論というところで一生懸命分析をしています。何を言いたいかという、ミクロ経済学、特にゲーム理論とか契約理論というのはビジネスを分析するための重要なツールになっているということです。

もう1つは、経済学の非常に重要な分野として計量経済学というものがあります。これは統計学の応用なのですが、現状はどうかということを実証的に分析するために欠かせないツールとなっています。たとえば、日本の人事とアメリカの人事と比べてどっちがいいか悪いか、という話をする場合にしても、現状がどうなっているかということをはっきりと示さなければいけないわけです。実はこれはなかなか簡単ではない。新聞とか雑誌を見ると、たとえば日本の人事がどんどん、年功がくずれて成果主義型になってきたとか、労働市場が流動化してきた、というような記事はよく見るのですが、それがどこまで本当かどうかという、一生懸命データを集めて研究してみると、そういう場合もあるし、そうではないということもある。

そのようにある程度大きな市場、日本全体として何が起きているか、ということ进行分析する際に、計量経済学というものが非常に使える。たとえば日本の人事はアメリカ型に近づいているのか、というような問題。これはちょっと大雑把ですけど、たとえば終身雇用が崩壊してきている、というような話は、新聞などを見ると載っているわけですけど、実際のデータを見ると、簡単に終身雇用が崩壊したなどということは言えない。

また買収とか合併。特に敵対的な買収とか合併が、効率的に貢献するというような話はある意味当たり前のように新聞、雑誌に取り上げられたりしていますけれども、現実にデータを使って検証して、本当にそうか、ということ进行分析し直すとなかなかそうも言えないのではないかと、というようなことを分析するには計量経済学というツールが不可欠になっているのではないかと、言えるのではないかと思います。

具体的に、ビジネススクールにおける代表的なテキストというものが、どういうトピックを扱っているか、ということを中心に説明したいと思います。

右側に出てきているのは、ミルグロムとロバーツという人が書いた、「組織の経済学」というものなのですが、スタンフォードのビジネススクールの先生ですけども、この本は、ビジネススクールにおいて組織を考える際に一番基本になっている本というふうに考えられています。

たとえば、企業はなぜ存在するか。これはちょっと不思議な質問というか、質問の意味自体がよくわからない、というような人もいます。市場というのは効率的だ、という話は一方であるわけです。市場が効率的であるのであれば、企業というのはいらないのではないかと、という話です。そもそも皆さん、たとえば学生の皆さんが就職活動をして企業に入るわけですけども、雇用契約というものをなぜ結ばなければいけないのか。経済学でも市場の理論を考えると、市場メ

カニズムに任せたほうが効率的なはずなのですが、組織は必ず世の中にある。ではそれはなぜなんだろう、という話を分析します。

その話とつながるのですが、企業が新しいことをしたいと。そのときに企業が自分でやる場合もあるし、他の会社に外注する場合もある。ほかの会社と提携する場合もあるし、資本だけ提携する場合もあるし、ノウハウも含めて提携する場合もある。こういった、make or buy, or co-operate。make or buy という言い方は非常に典型的なのですが、その意思決定はどう決まるのだろうか、ということを一生涯懸命に考えています。キーワードとして、たとえばスイッチングコストとか、企業特殊投資といったようなことが出てくるのですが、その話は今日はしなすけれども、出てきます。

たとえば最近でも日本の企業はものすごい勢いで組織の再編が進んでいます。たとえば持株会社に移っているとか、色々ありますけれども、そういった組織の再編というものが本当に効率性に影響を与えているかどうか、ということは実は日本の場合、まだちゃんと研究されていないです。たとえばどういう会社が持株会社に移っているのか。持株会社に移った会社というのは、本来の目的を達成したのかどうか、というようなことは、これは経済学的に非常に興味のある質問なのですが、実証的にまだちゃんとした分析はほとんどないと思います。

人事体系はどのように決まるか。人事の話はあとでまた出てくるので置いておきますけれども、こういった話は、基本的にゲーム理論とか契約理論とかいわれる理論の応用になります。ミルグロムという人もロバーツという人も非常に有名な経済学者ですけれども、組織の経済学とか、あとのジョン・ロバーツという人も最近本を書いたので、それも非常に有名な本になっています。

戦略の経済学、組織と戦略というのは割とセットとして考えやすいキーワードですけれども、戦略に関してはもちろん経済学者がいろいろ考えていまして、たとえば、競争するときに値段で競争する場合と数量で競争する場合。企業にとってどちらが望ましいとか、どういうときにどういう値段をつけるのが望ましいか、という話などは非常におもしろいです。

たとえば多角化が企業価値にどのような影響を与えるか、という話。最近、ここ5年、10年くらい、選択と集中という言葉がよくあって、日本の企業は事業部門をたくさん持ちすぎているので、絞り込まないといけないと。それは確かにもっともなんだけれども、一方で多角化した方が良いケースもよくあるわけです。そうするとどういうときに選択と集中で絞り込まないといけないのか。どういうときに多角化で事業分野を増やさないといけないのか、という質問が出たときには、ある程度システマティックに考えたり、実証的な証拠を集めて考えなければいけないと考えるわけですが、そういった分野を考える際にこの教科書は参考になるかと思われます。

これはゲーム理論とか契約理論の応用になります。いろいろ書いていますけれども、コーポレートファイナンス。コーポレートファイナンスの一部と考えてもいいわけですが、コーポレートガバナンスとかM&A。企業再生の話なども最近では経済学者が非常によく勉強している話で、ここにある本というのはティロールという人が書いた、コーポレートファイナンスの教科書で、出た

ばかりですが、すでに重要な教科書として認められ始めています。

たとえば、コーポレートガバナンスという言葉は学生の皆さんは聞いたことがあると思いますけれども、コーポレートガバナンスも、日本型のコーポレートガバナンスとかアメリカ型のコーポレートガバナンス、それぞれどういう特徴があって、どういうメリットがあって、どういうデメリットがあるのか。新聞なんかを見ると、日本の企業をもうちょっと、たとえば社外取締役を増やさなければいけないとか、ストックオプションを導入しなければいけないとか、委員会設置会社に移行しなければいけないとか、いろんなことが言われているわけですが、逆に大きな企業を見ると、そうではない、取締役というのは内部の人が決めた方がいいのだ、というような主張をして良い成績を上げている企業もある。そういった主張に対してどちらが正しいのか。現実どちらが言っていることがリーズナブルなのか、というようなことを考えるためには色々データを集めて分析する必要があるだろうと。

たとえば、アメリカなどでも昔、エンロンという事件があったのをきっかけにサーベンスオクスレー法というような法律が入って、日本にも導入するような、似たような話がどんどん入ってきているわけですが、たとえば社外取締役を増やさなければいけない、というようなことが不祥事発生のために良いとされているわけですが、現実には社外取締役が多い企業と少ない企業を比べた場合に、社外取締役が多い企業の方が、本当に効率性が高いのか、というような問題は、やはり実証的に分析する必要もあるし、色々論理的に考えなければいけない。

実は、過去のデータを見てみると、社外取締役がいるからといって、効率が良いかどうかについて、はっきりした証拠はなかなかない。もちろん、不祥事があった企業で、社外取締役を入れているようなことがあるので、そういったことをちゃんと分析するとどうなるか、という話はこれから必要なのですが。たとえば社外取締役がいると不祥事は減るだろう、というような話がよく新聞などに載っているわけですが、これは本当にそうなのか、ということを実際に考えると、なかなかそうはいかないと。

同じような話で、監査法人と企業の癒着が問題になっていたりするわけですが、監査法人と企業の間をどのように設計すればいいか、というのは実はまだあまり、私の中では整理がついていない。今のところ、仕組み事態に問題が発生しやすいメカニズムになっているので、なかなか不祥事が減るのは難しいのではないかと、思うのですが、そういったことを考える際にも、このティロールの教科書などは非常に役に立つと思います。

どちらかというと、この辺は最近、私がどういう話が分析の対象として面白いのか、というような話なのですが。合併買収が効率性に貢献するか、という話なのですが、これはアメリカに関しては非常に多くの実証分析があって、あまり効率性に貢献していないという話の方がどちらかというとメインストリームになっています。もちろん、個々のケースで見れば、うまくいっているケースもあるのですが、全体的で見ると、買われた方の株価は上がるのだけれど、買った方の株価は変わらないか、低くなるかのどちらかであるという話が多い。そうするとどうしてそういう非効率的な買

取が行われるのかという話が、今私も興味があるし、いろんな経済学者が分析しようとしているところですよ。

あと4番目の、企業というのは良い時期もあるし悪い時期もあるのですが、悪くなり始めた企業に対して、どの時点で、誰がどういう行動をとるべきか、ということも、契約理論の方ではいくつか考え方もあるわけですが、ちょっとその辺は、どう考えるかまだまとまっていない、というところがあります。

人事に関しては、これはどの分野もそうなのですが、たとえば昔、財務というのは割りと経済学部と関係なかったのですが、コーポレートファイナンスという名前になると経済学の論理が大々的に取り入れられている。人事に関して言うと、昔はあまり人事と経済学は関係なかったのですが、たとえば右側の教科書、上が「人事と組織の経済学」という本、これはラジャーという、これもスタンフォード大学の先生が書いた本ですが、この人は非常に有名な経済学者で、今人事だけでなくいろんなところで活躍しています。たとえば成果主義が効率性に貢献するかどうか、というような話とか、日本企業の職能資格制度というものが本当に効率性に悪いのか、良いのか。どういった状況でうまく働いて、どういった状況でうまく働かないのか、というようなことを考える際に、契約理論というものが特に欠かせないツールになりかけている、と私は認識しております。

右下の方は、バロンという人とクレップスという人が書いた本なのですが、クレップスというのはゲーム理論の非常に有名な経済学者です。今、この人事管理の本を書いていることからわかるように、経済学の非常に重要なツールになっている、と言えらると思います。あと10分くらいですか。ではどんどんいきますけれど。

このプレゼンテーションで2つ言いたいことがあるという話でした。1つ目は経済学がビジネスを真剣に研究対象としているということ。これは今、大体言ったところで、2番目はビジネス研究。ビジネスの教育において経済学は割と不可欠なツールになっているということをお願いしたいと思います。

たとえばマーケティングを勉強したいと。マーケティングを一生懸命に勉強するためには経済学を勉強しなければいけない。会計を一生懸命勉強したい。会計を一生懸命理解して、会計学で良い論文を書くためには経済学を一生懸命に勉強しなければいけない、ということを素直に理解してもらおう、という話です。どう説明しようかと思ったのですが、海外のビジネススクールにおけるMBAとか、博士課程の教育、研究において経済学が重要なツールになっているということをお示ししようかと思っております。

ここで、たまたま手近にあったこともあって、ロンドンビジネススクールという、ヨーロッパで非常に権威のあるビジネススクールのコースを紹介したいと思います。私は、ロンドンスクールオブエコノミクスというところの出身で、ロンドンビジネススクールではないのですが、どちらも同じロンドン大学の一部というところでちょっと親近感もあることもあって紹介します。これは、MBA 2年コースなのですが、2年コースのMBAに入ったときに、1年目に何を勉強するかという

カリキュラムが書いてあります。ちょっと見づらいので、大雑把に言いますが、ファイナンスもそうなのですが、マネジリアル・エコノミクスとか、デシジョン・アンド・リスク・アナリシストというような、経済学とか経済学の応用分野である話が1年目のカリキュラムの中心になっているということで、MBAをちゃんと勉強しようと思うと経済学は不可欠であることを示しているのではないかと思います。

研究の話をもう少し詳しく言うために、博士課程の話をしていきます。大学院では修士課程と博士課程があります。ビジネススクールの場合、大体修士課程というのはMBAとあって、企業で働いている人が、行って1年間、2年間勉強する。その後MBAをとって、またビジネスに戻るというようなコースを前提として考えられています。これに加えて、当然ビジネススクールにも博士課程があります。博士課程というのはどちらかというと、研究を中心とするところで、もちろんそれを出たあとに実務に戻る人もいますが、研究をすることを前提としている。

ビジネススクールにおいて4つ主要なコースがあります。商学部にも専修があるように、ロンドンビジネススクールにも4つ専修がある。1つは会計経済ファイナンスという専攻。2つ目はマネジメントという専攻。3つ目がマネジメントサイエンスとか、いわゆるテクノロジーマネジメントというものを専攻。4番目はマーケティングということ。今から何を言いたいのかというと、経済学はツールとして重要だというために何を言うかということ、この4つのコース、それぞれ別なわけです。たとえば誰かが入ると、私はマネジメント専修ですと。マーケティングでPh.D.とります。博士号とります、と。たとえばマーケティングで博士号をとるために何を勉強しなければいけないのかという、それぞれ別に必修科目というのがあがるわけです。たとえば商学部に入ると基礎経済学をとらなければいけない。基礎数学をとらなければいけない。それと同じでロンドンビジネススクール(LBS)で、たとえばマーケティングで博士号をとるために入学すると、これとこれはとらなければいけない、という必修科目があるわけです。

それぞれ4つの科目の中で必修科目は何かということを見たいと思います。後5分ですよね。会計経済ファイナンス専修の人であれば、エコノメトリクス、先ほどから申し上げていますが、データを使って実証的にどうなっているかということを経済学を勉強する計量経済学。統計学と経済学の間のような学問ですけども、これは必ず勉強しなければいけない。それに加えてミクロ経済学を勉強しなければいけない。

ということで実は、会計で博士号をとるためにどうしてもとらなければいけない科目というのは、ミクロ経済学と計量経済学、この2科目ということになっています。もちろん会計学もいろいろあるのですが、それは別の選択でいろいろとれる。ただどうしてもこれだけはとりなさい、という科目は、ミクロ経済学と計量経済学、ということになっています。

たとえばマネジメント専修で入る人は何をとらなければいけないかということ、マネジメントで博士号をとるために、どうしてもこれだけはとらなければいけない、という科目は、これはたくさんあって、必修は6個あるわけですけども、その内の1つは統計的な分析方法、もう1つはミクロ

経済学と。そのほかにもリサーチデザインというものがありまして、やはりミクロ経済学とか統計的な手法というものがどうしても欠かせない。マネジメントで博士号をとるためにどうしてもこれだけはとらなければいけないという科目の中にミクロ経済学と統計学が入っていると。

他も基本的には同じで、たとえばマネジメントサイエンスというものを専修したいのであれば、ミクロ経済学と統計分析法をとらなければいけないと。マーケティングで博士号をとろうとするとやはり計量経済学を勉強しなければいけない。これは卒業する前に必ず、これで良い成績をとらないと論文を書けない、というような科目です。

ということで、いろいろまとめて何を言いたいかというと、非常に簡単なのですが、このビジネススクールにおいて、どのコース、マーケティングとかマネジメントとか、一見経済学と関係ないような科目で博士号をとろうと思ったとしても、まず経済学の授業をとって、それで良い成績をとらないと論文を書けないという仕組みになっているということがよくわかるかと思います。

今日のお話をまとめると2点。これは先ほど見せたものと同じですけど、1番目としてビジネスは経済学において重要な研究対象になっているということ。2番目、ビジネス教育において経済学が重要なツールとなっているのだ、ということがある程度示したかった、ということです。それでは以上です。どうもありがとうございました。

(高瀬) 久保先生、どうもありがとうございました。次の講演に入る前に。後ろの方で立っていたり、後ろの方の通路で座っている人がいたら、前のほうで少し空いているところがあるので。空いている席がある人は、少しずつ内側に詰めてもらえますか。各席、少しずつ空いていると思いますので、少しずつ内側に詰めて、みんなが座れるようにしてください。できるだけ詰めて、座って聞くようにしてください。