

企業者について (Ⅱ)

北 澤 康 男

はじめに

この小稿は、企業者 (entrepreneur) という概念をどう位置づけるかについて考察する。「位置づける」というのは少し奇異な表現であるが、意味しようとするのは、研究上の悩みの種である企業者概念に付き纏う曖昧さとか多様性から脱却する道を定めるということである。本稿はそのアイデアの提示であるが、それをシンガポールにおける entrepreneur 問題と関わらせて展開しようと考えている。

I

企業者とは何であるかの確定がいかに厄介なものであるかは、周知の事柄であると言える。それはいわゆる企業者の定義とか特徴の指摘の試みを一瞥することで容易に理解できる。第Ⅰ表はその一例であるが、この他に同様の試みは幾つも見いだすことが出来る。

すでに第Ⅰ表の作成者自体が述べているように、この表から企業者の輪郭を描くことは難しい。⁽¹⁾ここで指摘されている特徴は、時にある人物の果たす

(1) J. W. Carland/W. R. Boulton/J. A. Carland, Differentiating Entrepreneurs from Small Owner; A Conceptualization, 'Academy of Management Review', April 1984, p. 354.

第1表 Characteristics of Entrepreneurs

Date	Author	Characteristic(s)	Normative	Empirical
1848	Mill	Riskbearing	*	
1917	Weber	Source of formal authority	*	
1934	Schumpeter	Innovation, initiative	*	
1934	Sutton	Desire for responsibility	*	
1959	Hartman	Source of formal authority	*	
1961	McClelland	Risk taking, need for achievement	*	
1963	David	Ambition; desire for independence; responsibility, self-confidence		*
1964	Pickle	Drive/mental: human relation; communication ability; technical knowledge		*
1971	Palmer	Risk measurement		*
1971	Hornaday & Aboud	Need for achievement; autonomy; recognition; innovative/independent		*
1973	Winter	Need for power	*	
1974	Borland	Internal locus of control		*
1974	Liles	Need for achievement		*
1977	Gasse	Personal value orientation		*
1974	Timons	Drive/self-confidence; goal oriented; moderated risk taker; internal locus of control; creativity/innovation	*	
1980	Sexton	Energic/ambitious; positive reaction to setbacks		*
1981	Welsh & White	Need to control; responsibility seeker; self-control/drive; challenge taker; moderate risk taker		*
1982	Dunkelberg & Cooper	Growth oriented; independence oriented; craftsman oriented		*

出所：J. W. Carland/W. R. Boulton/J. A. Carland, Differentiating Entrepreneurs from Small Owner; A Conceptualization, 'Academy of Management Review', April 1984, p. 354.

機能であり、時に性格、性向、気質といった心理学的範疇に属するものである。前者には riskbearing, innovation, source of formal authority が該当し、後者にはその他の諸項が含まれるであろう。従って、企業者を上の

諸特徴と関わらせて規定しようとするれば、まず企業者とは上の諸特徴の全てを具備している人物を指すのか、それともその一つあるいはいくつかを所有しているものを云うのかの迷路に遭遇する。さらに、その迷路は、およそある人物が、ここにいう企業者たるべき機能を果たせばすべて企業者といえるのか、あるいは逆に企業者たるべき心理学的特徴を備えておれば企業者と規定され得るのかという点にまで発展する。それは云い替えれば企業者を機能で定義するのか、心理学的特徴で定義するのかの問題になる。

もちろん以上の議論は、第1表に挙げられた諸特徴が企業者の定義として適切であると仮定した上での話である。ただここでは、たとえそうであっても、そこで挙げられた特徴がこのように多種、多様であれば、そこから唯一の企業者像を描くことは到底無理であるということを目指したいのである。事実、企業者研究においては、初め企業者の姿を求めて古今の文献を渉猟しながら、結局は明快な企業者像の画定を断念している場合が少なくない。さきの第1表の作成者たちもそうであったが、例えば R. H. Brockhaus などは「かくて心すべきは、十分に定義された企業者なるものは存在せず、研究成果は往々にして比較困難であり、一般化を危険な作業とするということである。」⁽²⁾と述べ、さらに E. Chell たちになると「企業者を確定する問題は、いまなお標準的で普遍的に受け入れられる企業者活動の定義がないという事実によって混乱している。事実、次のようなコメントが困惑をもっぱら増幅している。“私は、成功的な企業者活動は経済活動と同じくらいあるいはそれ以上に芸術的な型のものであり、他のどのような芸術活動も、その起源、メソッド、環境の影響などについて説明することが困難であると同様説明困難であると示唆したい。”(Livesay, 1982, p. 13) 企業者活動とは何か、

(2) R. H. Brockhaus, The Psychology of Entrepreneur, 'Encyclopedia of Entrepreneurship', ed. C. A. Kent, D. C. Sexton, K. H. Vesper, Prentice-Hall, 1982, p.40.

企業者について（Ⅱ）（北澤康男）

企業者とは如何なる人物であるか、という課題の主張は、あるいは実りのない⁽³⁾追及であるという結論になるかもしれない。」と語るようになる。

他方、このような定義の多様性から生ずる問題の指摘と平行して、定義そのものの当否にかかわる議論も展開されている。その一つは、機能的特質であれ心理学的特徴であれ、論者によって指摘された特質のどれが企業者を定義するにふさわしいかの点検であり、いま一つは、機能的特質と心理学的特徴のいずれが企業者を定義するのに適しているかの検討である。

まず、前者については、I. M. Kirzner による J. Schumpeter の企業者観の批判などが比較的新しい例とすることが出来るであろう。革新者あるいは創造的破壊者という十分に人口に膾炙した Schumpeter の企業者の定義に対し、Kirzner は“機会に対する鋭敏さ alertness to opportunities”という概念による定義をもって対峙する。そして、両者の主張の違いを、

「シュンペーターの企業家はいまの均衡状況を攪乱するよう行動する。企業家的活動は連続的な経済循環を中断する。企業家は変化を起動し、新しい機会を創造すると構想されている。企業家的革新の噴出は、新しい均衡状況を導くものではあるが、企業家は均衡化ではなくて「不均衡化」をもたらす力と表現されている。……

対照的に、私の企業家の取扱いは、彼の均衡化側面を強調するのである。私は、企業家の役割が作用するのは、内在的に均衡下ではなく不均衡下であり、すなわち、なめらかな平坦の状況ではなく、望ましい変化をもたらすように機会を攪乱するものとして考えてきた。また、私にとっては、変化が起動されるのは、企業家によってではあるが、これらの変化を均衡化変化と見なすのである。⁽⁴⁾」のように指摘し、「シュンペーターの、企業家は均衡から乖

(3) E. Chell/J. Haworth/S. Brealey, 'The Entrepreneurial Personality' Routledge, 1991, pp. 1-2

(4)(5) カーズナー『競争と企業家精神—ベンチャーの経済理論—』田島義博監訳 千倉書房 昭和60年、77ページ、79ページ。

離させるといふ不幸な主張は、市場が均衡状態に向う方向を理解するのに企業家が不要であるという誤った考え方を助長するものであろう。」⁽⁵⁾と批判するのである。

このように企業者の市場均衡過程において果たす機能は、Schumpeter と Kirzner において全く相違している。一方は均衡を攪乱し他方は均衡を結果するよう行動する。その方向はまさしく正反対である。したがって、両者のうちいずれかを企業者と定義すれば、他を企業者とすることはできない。ここでは2つの定義が対立している。⁽⁶⁾

心理学的特徴については、Schumpeter と Kirzner の間の相違のように明瞭なものはないように思える。それでも、しばしば企業者に固有の心理学的特徴と指摘される“need for achievement”について、それが企業者活動の原因なのか、あるいは逆なのか明瞭でないといふかなり決定的な批判があったり、⁽⁷⁾また locus of control についても、internal locus of control は成功的なマネージャーにも成功的な企業者にも該当するので、この心理学的特徴は、「……企業者だけを独自に区分することには失敗するだろうが、成功的な企業者と不成功的な企業者を区分することは約束する」⁽⁸⁾といった異論が見られたりする。このように、心理学的アプローチの領域においても、どの特徴が最も企業者の画定に適しているかについて完全な了解が成立しているわけではなく、相互に批判さるべき種々の問題点が残されている。

他方、以上の機能的、心理学的両アプローチの内部における諸概念の検討

(6) もっとも Hock-Beng Cheah の如きは、この Schumpeter 的企業者と Kirzner 的企業者を中国哲学の陰陽にならい“対立者にして補完者 opposites and yet complements”と関係づけ、現実には人は、同時にあるいは連続して、この2種類の企業者の性質をある組合せで示すものと述べている。Hock-Beng Cheah, Schumpeterian and Austrian Entrepreneurship; Unity within duality, 'Journal of Business Venturing', Vol. 5, No. 6, November 1990

(7) R. H. Brockhaus, op. cit., pp. 41-43

(8) R. H. Brockhaus, ibid., p.45

企業者について（Ⅱ）（北澤康男）

のほかに、今ひとつおよそ上の二つのアプローチそのものについて、そのいずれが企業者の定義に適しているかという論議が展開されている。一方は、企業者とは何を為す人であるかが本質的な問題であるとし、他方は企業者とはどういう人であるかが核心的な課題であるとする。そして、この認識の相違が、また別の重要な問題領域に深く関係して来る。例えば、企業者育成政策の立案、推進の場合などがそうである。もし企業者が人柄すなわち気質、パーソナリティなどによって規定されるものとするれば、企業者育成政策の対象有資格者はきわめて限定されたものにならざるを得ない。まして気質とかパーソナリティなどが生来のものだということになると、企業者育成といった発想そのものがほぼ意味を失ってしまうであろう。

「夢や願望的な思い、それに計画すらもっているにも拘らず、現実には会社をスタートさせる試みに踏み出す人は稀である。何故か？ 特に企業者となるような傾向をもった特殊な人種があるのか？ 企業者活動を刺激する特殊な性格とか条件とかがあるのか？

われわれがここで追求しようとしている基本的な問題は、古典的なものである：企業者は生まれてくるものか、それとも造られるものか？ もし造られるとしたら、成分は何か？ 私が到達した結論は、多くの人にとってごく普通の程度の野心と能力があれば、パーソナリティとかエゴよりは、ある種の経験と状況がもたらす条件が、企業者になるかならないかの主要な決定因となるというものである。」⁽⁹⁾

よく引用される Liles の見解であるが、ここには心理学的アプローチに対する批判と共に企業者は育成可能であるという主張も含意されているように思われる。ただ、ここで公平を期すならば、こうした批判があるにもかかわらず、企業者定義の心理学的アプローチには、まだその地位保全の余力が十

(9) P. R. Liles, 'New Business Ventures and The Entrepreneur', Richard D. Irwin, 1974. pp. 1-2

分蓄えられているということを指摘しておかねばならないであろう。企業者が人間一般でなく、ある範疇の人間を指している限り、それが他の範疇の人間とどう違っているかということは、依然として魅力あるテーマであり続けているのである。

以上のように、企業者の定義は多様で一義的な規定は難しい。しかし、そのことはすでにこの分野では周知の事柄であって、別段目新しい論点ではない。むしろ問題は、そうであるにもかかわらず、いまなお多くの人の興味と関心がこの正体不明＝定義困難の企業者に集まっているということである。よく参照される Heffalump 狩りの比喻は、この辺りの事情を巧妙に言い表しているといえる。すなわち、その比喻とは、

「Kilby は、企業者の探求を Heffalump 狩りに喻えた。Heffalump は A. A. Milne の童話 Winnie-the-Pooh に登場する動物であり、Kilby の言によると：

Heffalump はどちらかというとき大きくて大変貴重な動物である。多くの人が種々精巧な罟を用いて捕らえようとしたが、これまで誰一人としてそれに成功した者はいなかった。その姿を見たとき主張する人は皆、それが巨大であると報告するのだが、特徴についての意見は一致しない。ハンター達は、Heffalump の日常的習性を丹念に見極めなかったものだから、自分達の好みの食べ物を餌として用い、そうして捕まえたものを Heffalump であると人々に説いて回ろうとした。しかし、それを信用する人は稀で、探索が続いている。⁽¹⁰⁾ というものである。

確かにこの比喻には種々の解釈が可能である。例えば、それを素直に企業者の正体不明性の説明と読み取ることもできるし、ハンター達の無駄な努力の揶揄とも受け取られ得る。しかし、ここでの理解はもっと積極的なものである。それは、Heffalump を求めて森に入るハンター達には十分の動機が

(10) E. Chell/J. Haworth/S. Brealey, op. cit., p. 2

企業者について（Ⅱ）（北澤康男）

あり得るという立場である。彼らは森を観察し、地勢的、生態学的に考えて、そこに Heffalump の棲息を確信して探索に向かう。つまりハンター達にとって、大切なことは、まずそこに森があるということであり、そしてその森に Heffalump の棲息を推量せしめる諸条件が備わっているということである。そこでは森と Heffalump とが相互に関連し合って存在している。もちろん森といっても、中にはありきたりの狐狸しか住まない森もある。そういうところに Heffalump を求めて踏み込んで見ても無駄である。まず適切な森の発見、そして緻密な分析に基づく森の生態と Heffalump の関係についての整合的な解釈、これが Heffalump 狩りに積極的な意味を与える。

この小稿での企業者の定義についての理解は、以上の比喻の解釈のうちに示唆されている。それはもともと企業者という概念が、生産者あるいは消費者といった概念と異なり、それだけで独立して意味を持つものではないという認識に立っている。普通、生産者あるいは消費者という場合、われわれはそれらを他の経済現象と関連させなくてもその意味を理解することが出来る。しかし企業者はそうではない。それは必ず「ある場」「あるシチュエーション」の中で意味づけられている。例えば、先の Schumpeter, Kirzner の場合、その企業者は、かれらの経済発展理論、市場理論という理論的な場に核心的な役割を付与されて置かれている。そこでは企業者は、革新者あるいは機会に対して鋭敏な人として、それぞれの経済理論に独自性と整合性を与えるべく位置づけられている。だから企業者の定義といえ、この場合、Schumpeter と Kirzner の経済理論の全てをそれに当てなければならぬであろう。

確かにこれまで企業者の研究では、その定義の多様性に苦しめられてきた。しかし考えてみると、それは企業者を生産者や消費者と同様、無前提に定義できるという発想から生じたものといえる。実際には無前提に定義される企業者というのはあり得ない。企業者というのは、常にある経済的、経営的さ

らには社会的な事象についての認識と結び付いて現れ、その認識との関係で固有の特徴を付与される。したがって、企業者（正確にはそう呼ばれるもの）は、それを必要とする経済学的、経営学的、社会学的認識の数だけ存在する。これまで企業者の多義性と見えたのは、実はこの認識の多様性であったと考えることが出来る。そして、これからも経済学、経営学、社会学がそれぞれの領域において発展を遂げ、その理論構築において固有の特徴をもった人物（それを企業者とよぶとして）の存在を必要とするすれば、それだけまた企業者の数が増えることになるだろう。しかし、小稿では、もはやそれを企業者の多義性の増殖とはとらえない。なぜなら企業者という概念はもともとそういう性質のものだと考えるからである。

II

前節で企業者という概念は、そういう概念を必要とする経済的、経営的、社会的諸現象についての認識を前提とするという考え方を提示した。それは言い換えると、同じ現象を前にしても、視点が変わればそこで描かれる企業者像も変わるということを意味する。本節では、この解釈をシンガポールという一国の経済社会に当てはめ、その妥当性を検討する。そのため以下問題を、(1)シンガポールの経済全体を視野に入れた企業者論と(2)シンガポールのマレー人社会に焦点を当てた企業者論の2点に置き考察を加える。

(1) シンガポールでの企業者論義の盛り上がり大きなきっかけを与えたのは、急成長を遂げる中国経済への対応において、シンガポール企業が他の国の企業例えば台湾、香港などの企業より著しく遅れをとっているという事実についての自覚である。リー・クアンユー前首相は、このようなシンガポール企業の性格を駝鳥に喩え、自らの活動領域をもっぱら国内に限り、あえて海外に進出しようとし⁽¹¹⁾ないその消極的な経営姿勢を強く批判した。一

(11) 日本経済新聞 平成4年12月3日「複眼」

企業者について(Ⅱ)(北澤康男)

方、このシンガポール企業駝鳥論に対して、その全てが駝鳥なのではなく、中には鶴(こうのとり)=企業者もいるという指摘が見られる。ニューズウィーク誌1993年1月4日号がその一つだが、同誌はそこでチキンカレーパイのチェーン店で成功した人物をその例として紹介しながら、実はシンガポール経済がもつ重要な問題は、同国の鶴つまり企業者がこのようなローテクノロジーに傾斜しているところにあるとし、その解決のため、もし政府が個人のイニシアティブをもっと強めようとするならば、政治を含め個人の自由をさらに大きくするような規制を緩和しなければならないと論じている。リー前首相のシンガポール企業に対する批判はひとまずおくとして、同国の企業者についての一般的な問題意識はニューズウィーク誌が指摘するようなところにあるように思える。いま Lee Tsao Yuan の言葉を借りるなら、それは次のように表現できる。「過去20年のシンガポール経済の高度成長は国際社会の称賛を得るにいたったが、それを観てきた一般の人々は、シンガポールには企業家精神が豊富に漲っていると結論するかもしれない。しかしシンガポールの実情に詳しい人々は、幾つかの地場大企業以外の名前を挙げるのは難しいことに気づくし、地場民間部門がシンガポール経済の成長のエンジンであったと言う人は皆無であろう。換言すれば、シンガポールでは企業家精神に関し、(1)一般的に弱い、(2)商業・サービス業部門に比べ製造業部門では欠如が著しい、という二点の共通認識がある。」⁽¹³⁾

では一体このような共通認識はどこから生まれてきたのであろうか。さきの Lee Tsao Yuan は、その背景を統計資料によって分析しながら、以下のような結論に到達している。「……予想したとおり、シンガポールでは製

(12) Enterprise Singapore Style-The city-state plants to create entrepreneurs, NEWSWEEK/January 4, 1993

(13) リー・サオユオン、リンダ・ロー『シンガポールの企業家精神—民間と国家—』岩崎育夫訳 頸草書房 平成4年 11ページ (Lee Tsao Yuan/Linda Low, Local Entrepreneurship in Singapore-Private & State, 1990)

造業よりも商業とサービス業に企業家気質が強く、時が経つにつれ増大している。そのため、シンガポールの地場企業家精神は脆弱であるという認識は、製造業は多国籍企業、金融分野では多国籍企業と政府部門、その他サービス分野は政府部門がそれぞれ存在するために、地場企業が生産高、雇用の面で相対的に小さな役割しか果たしていない事実に起因しているに違いないと思われる。時が経つにつれ多国籍企業と政府系企業は大きくなる傾向にあり、地場企業は小さくなる傾向にある。⁽¹⁴⁾」

確かに、製造業において多国籍企業が支配的であることは、地場企業の活動領域を狭め、いわゆる企業者活動を判約する一因とはなるであろう。しかし、それだけで製造業における企業者活動の脆弱さを説明することはできない。なぜならそれは企業者活動の受け皿については説明しているが、その主体面つまり企業者の供給面については何も語っていないからである。なぜシンガポールでは製造業に参入しようとする人物が少ないのか。

この点については、Linda Low ⁽¹⁵⁾が行っている考察は非常に興味深いものである。まず Low は、シンガポールにおける「企業家精神の機会費用」が香港や台湾に較べ高くついている点を指摘する。それは好条件を保証する魅力的な雇用の存在に対応するものであるが、この国では多国籍企業と政府部門がそういう条件を作り出しているという。とりわけ政府の役割は重要であって、政府は総雇用の10%を占める最大の雇用主であるだけでなく、有能な人材を吸収する源泉ともなっていると論じる。⁽¹⁶⁾つまりシンガポールでは、高学歴の優秀な頭脳は、まずキャリアとして高賃金と早い昇進の保証されている多国籍企業や政府部門への就職を選び、自ら事業をおこす危険を冒そうとはしないというのである。

(14) 岩崎訳 前出書 30ページ

(15) 岩崎訳 前出書 208-221ページ

(16) Linda Lim/Pang Eng Fong, Trade, employment and industrialisation in Singapore, ILO, 1986, p. 10

企業者について（Ⅱ）（北澤康男）

つぎに Low が挙げる企業者供給の阻害要因は、シンガポール社会の文化に根ざすものである。文化というものは、ビジネスの推進に積極的に作用する場合もあれば逆に作用する場合もある。シンガポールの場合、そこに横たわる「キアス」と呼ばれる心理が消極的な働きをする。福建方言であるこの「キアス」は、もともと「失敗を恐れる」という言葉であるが、内容は失敗を不名誉と思ひ恥と感ずる心理である。したがって、このような心理が社会的な広がりをもつところでは、人々はどうしても安全志向となり、あえて失敗の危険を冒してでも何かに挑戦しようとする意欲を持たなくなる。ビジネスについてもこれは当てはまる。「キアス」はこのように企業者供給に対し文化的バリアとして作用する。しかし問題はここで終らない。なぜなら、どうしてシンガポール社会は「キアス」を文化として受容してきたかが明らかにされねばならないからである。Low は、それをこの国の強い業績志向の副産物であると見、次のような注目すべき見解を述べる。「成長と経済的成功への進撃過程で、シンガポールの社会システムは能力主義の典型となった。能力主義的なエリート主義的国家には、失敗を受け入れる余地が全くない。

……

現行の教育制度の下では小さい時からプレッシャーが始まる。学校の様々な段階にハードルがあり、満足な試験結果を出してそれを超えなければ、遅れたり留年しなければならない。これは無能力の明白な印で、恥ずべきことである。そのため両親は子供に、「良い成績を挙げる」ようプレッシャーをかけつづける。……

ここからよい教育だけでなく、水準以上の住宅や可能ならばマイ・カーを持つために、（社会的地位を伴った）収入を得られる職業に就こうとする、ほとんど画一的で止むことのない衝動が生まれる。……

シンガポールにキアス態度が蔓延している理由の一端は、政府の行動が他の国よりもキアスの態度を育成した事にあると思われ⁽¹⁷⁾る。……」

以上、シンガポール経済なかんずく製造業で企業者活動が弱いという認識の背景について見てきた。そこで明らかにされた事実は、一つには製造業における多国籍企業の圧倒的な地位であり、ついで高い事業開始の機会費用、そしてキアスに象徴される文化的バリアであった。確かに、これらはシンガポールの製造業で企業者活動が高揚しない要因をなすとはいえるだろう。しかしここで考えたいことは、そもそもなぜシンガポールで、製造業における企業者あるいは企業者活動が問題として意識されるようになったのかということである。企業者それも製造業における企業者が、突如、真空中に問題として現出するはずはないのである。おそらくその答の一つは、リー前首相の駝鳥論の中にある。つまり高成長を続けるシンガポール経済が対外活動で遅れをとることに対する苛立ちである。しかし、この答はシンガポールにおける企業者活動全般については対応できても、特定化された製造業の企業者問題に対しては有効でないだろう。この点については、本項でその見解を参照してきた Lee Tsao Yuan, Linda Low が地元 local or indigenous という問題意識を強くもっていることが示唆的である。なぜなら、彼らの地元意識は、裏返せば外資系多国籍企業の存在についての強い問題意識を意味し、具体的には、それが中核的諸部門を支配している製造業のあり方についての高い関心を示しているからである。シンガポールの製造業では、「完全な外資系企業は、事業所当り最大の平均産出高、雇用数、資本支出そして労働者当り最高の附加価値を示し、完全な地元企業はこれらすべてについて最低の⁽¹⁸⁾ランクにある。」といわれる。さきの地元意識とは、このようなシンガポール製造業の将来についての、ある切実な思い入れから発している。シンガポールにも鶴はいる。しかしただの鶴では駄目だという企業者観は、この辺から湧出してくるように思える。

(17) 岩崎訳 前外書 212-213ページ

(18) Linda Lim/Pang Eng Fong, op. cit., p. 54

企業者について(Ⅱ)(北澤康男)

(2) 周知の通りシンガポールは多民族国家である。1982年現在、人口247万、それが中国系76.7%、マレー系14.7%、インド系6.4%という構成を示す。政情が安定しており、民族対立も激しくないシンガポールであるが、その政治、経済領域へのかかわり方となると、やはり民族固有の問題性が現れてくる。本項では構成民族社会のうちマレー人社会を対象に、それがシンガポールにおける経済活動にわけても企業者あるいは企業者活動について、どのように特徴的な認識を示すかを跡づける。以下、それを Chong Li Choy/⁽¹⁹⁾Avdul Jalil Ismail の研究に依りながら進める。

まず Choy/Ismail は、シンガポールにおけるマレー人コミュニティの経済的活動を中国人、インド人コミュニティの後塵を拝するものとし、その根源を「企業者活動に対する適切な価値観」の欠如に求める。もちろん、企業者活動には教育とか資本とかのような制度的条件の充足が必要である。しかし、この場合その整備は問題の根本的な解決にはならない。なぜなら「企業者活動に対する適切な価値観」の欠如という問題は、深くマレーの文化に根ざしていて、単なる制度的改善で解決できる性質のものではないからである。

ではその根本問題が根ざすマレー人コミュニティの文化とはどういうものか。Choy/Ismail は、それを現在のシンガポールのマレー人コミュニティに引き継がれている伝統的マレー社会のそれだと考える。1819年、ラッフルズが上陸したとき、すでにシンガポールにはマレー人の漁村があったといわれる。しかし、本格的な移住は1945年から70年にかけてのマレー半島およびインドネシアから行われたそれである。その結果「……・シンガポール・マレー人の文化は、移住民の多様な伝統とシンガポールでの生活条件により

(19) Chong Li Choy/Avdul Jalil Ismail, 'Entrepreneurship Development among Malays in Singapore: A Community Development Approach', International Perspectives on Entrepreneurship research, ed. S. Birly/I. C. Macmillan, North-Holland, 1992

作り上げられ……」⁽²⁰⁾ シンガポール・マレー人自身は、「現代シンガポールの近代性と伝統的社会-文化システムの狭間に捕まって」⁽²¹⁾生活することを余儀なくされるようになった。

問題は、このマレー人コミュニティ文化の中に息づき、「企業者活動に対する適切な価値観」を阻害する伝統の内容である。Choy/Ismil は、それを2点について指摘している。

まずその一つは、伝統的マレー社会に発する職業観あるいはエートスである。彼らによると、植民地時代マレー人が主として就いた職業は、庭師、運転手、制服を着たサービスマンといった非技能的なものであり、政府あるいはヨーロッパ家庭がその雇用主であった。もっともそうした中で、ある人達は成功し教師、ジャーナリスト、管理職などになったが、それでも彼らの職業の本質は先の例と同じく被雇用者であった。ただ、今日ではマレー人の職業階層はそれより広がり、弁護士、医師、エンジニア等を含むようになっている。しかし、なお現在のマレー人コミュニティで役割モデル *role model* をなしているのは被雇用者として成功した人物であり、したがって、そこでは自営という観念についての高い評価は見られない。「明らかにマレー人のエートスには、企業者活動を通じての達成という要素が欠けている。⁽²²⁾」のである。

第2の内容はイスラム教に関係するものである。シンガポールのマレー人は全てがイスラム教徒ではない。しかし、彼らの日常活動に及ぼすイスラム教の影響は圧倒的である。一説によると、イスラム教は企業者活動に対して敵対的でないといわれるが、「マレー系シンガポリアンによって認められているイスラム教は、富を社会的あるいは道徳的価値の救済またそれらの証と

(20) Choy/Ismail, *ibid.*, p. 93

(21) Choy/Ismail, *ibid.*, p. 90

(22)(23)(24) Choy/Ismail, *ibid.*, p. 98

企業者について（Ⅱ）（北澤康男）

して本質的なものとは見なさない。だから企業者活動に参加する人達は、彼らの事業活動がなにか宗教的禁令を犯してはいないか非常に気にするようになる。⁽²³⁾ さらにイスラム教の場合、“riba”（高利あるいは利子）の問題が加わる。“riba”についての解釈は様々であるが、イスラム教ではそれを禁じている。「このことが、イスラム教への帰依を前提としたとき、保険、貯蓄、融資のような領域でのビジネスのモラルティについて、シンガポール・マレー人に不安をもたらす。⁽²⁴⁾」

以上が、Choy/Ismail のいうシンガポール・マレー人の企業者活動を阻害する根本原因である。エートスといいイスラム教といい、それらはマレー人コミュニティの精神生活を深奥で規制しているものであるから、これからの脱却は制度とか外部からの圧力とかではなく、コミュニティ自身の内部的な精神革命による他はない。彼らが「コミュニティを基盤とする企業者の発展アプローチ—Community-based Entrepreneurial Development Approach—」と呼んでいるのは、この方向を指している。それは意識に目覚めた人をコミュニティから去らしめるのではなく、むしろコミュニティ自身が再生することであり、そのため自助努力とそれが持つ資源を活用することを意味している。

さて、以上跡づけてきたシンガポール・マレー人コミュニティにおける企業者および企業者活動についての Choy/Ismail の分析から、どのようなマレー人コミュニティに特徴的な企業者観が指摘できるだろうか。確かに前項と同様、ここでも企業者活動の脆弱さという認識が問題意識の出発点をなしている。しかし、前項とは、ここから先の視角のとりかたにおいて相違してくる。つまり前項では、問題の視野に入ってくるのが企業者一般ではなく製造業の企業者であったのに対し、マレー人コミュニティではそういう特定化された企業者ではなくむしろ企業者一般が問題として意識されている。前の鶴の比喻を借りると、ここでは鶴の種類が問題なのでなく、鶴の存在そのも

のが問題になっている。重要なのはこの相違である。なぜなら、そこには同じシンガポール経済を対象としながら、それをどの視点で切り取るかによって、違った企業者像が浮かび上がることを示すからである。マレー人コミュニティの場合、その視点は、高成長をつづけるシンガポール経済に、マレー人がネガティブな伝統的価値に拘束されながら関わらねばならないというものであった。特定化された企業者でなく、企業者一般が問題だという意識は、この深い矛盾すなわちシンガポール内部における経済的後進性の自覚から出てくる一つの帰結であったと考えられる。

(本稿は甲南大学総合研究所「アジア研究」平成3年度の成果である。)