

因果関係の複雑さと うまく付き合う

- 第1回 -

林 侑輝
(はやし ゆうき)

#1 因果関係の複雑さを 経営戦略に見る

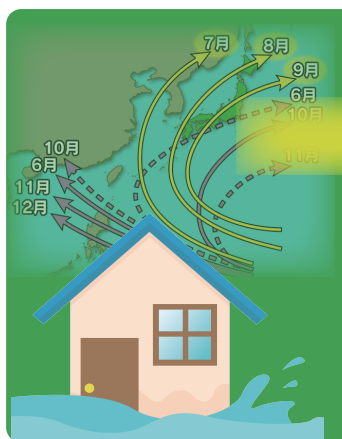
はじめまして。和歌山大学経済学部
の林侑輝と申します。専門は経営学で、
授業科目としては経営戦略論などを担
当しております。会社勤めの両親から
生まれ、事業経営と縁の浅い半生を送
ってまいりました。おまけに、つい2
年前までは大学院で学んでいた新米大
学教員の身ではありますが、専門分野
に基づいて、少しでもためになるお話
ができないものかと頭を捻りながら筆
をとっています。経営現象における因
果関係をテーマに、これから6回ほど
お付き合い願います。

さて、経営戦略という言葉にはさま
ざまな定義が与えられています。ほと
んどの定義に共通する考え方があり
ます。それは、「戦略とは、“そこそこ
持続的な利益”をあげるための仕組み
である」との認識です。言い換えると、
売上アップそれ自体は戦略の目的では
ないのですね。そして、「有効な戦略を
追求することは、経営にとって極めて
高次の目標である」という点について
も一致しています。利益なしに企業は
成り立ちませんが、逆にこれさえあれ
ば社会貢献だつてできるからです（何
をもつて「持続的」とみなすべきかは
文脈次第ですが、「儲けの源泉が永続す
ることはありえないけれども、だから
とつて数ヶ月やそこらで消えてもら
っては困る」くらいのニュアンスだと
お考えください）。

こうして考えてみると、戦略とは非
常に扱いづらい概念であることがわか
ります。まず、持続的利益という結果は、
ある程度の期間が経つてからでなけれ
ば観察できません。通常、経営学者は「長
期的時間軸をとつて考える」というア
プローチによってこの問題に対処しま
す。すると、今度は原因と結果（戦略
と持続的利益）の間にたくさんのノイ
ズが乗るようになり、分析が難しくな
ってしまいます。また、「仕組み」と
しての戦略を無理やりパーツに分解し
てみると、たくさんの「単体では戦略
たりえないもの」が含まれていること
がわかります。研究開発、設備投資、
販路開拓、人員配置、価格設定、販売
目標、費用削減などなど。たださえ
多くの要素から構成された概念である
だけでなく、長期的な現象として捉え
ざるをえないために、「業績アップ（ダ
ウン）」という結果は戦略のおかげなの
か、それとも他の理由によるものなの
か」という問いに答えることは簡単で
はないのです。

今回は経営戦略を例にとつてお話し
ました。次回からは、社会現象一般を
分析する際に避けて通ることのできな
い、因果関係の複雑さとうまく付き合
うための技術について考えてみたいと
思います。

(和歌山大学経済学部 講師 博士(経営学))



和歌山大学岸和田サテライト

後期開講予定「豪雨災害とその備え」開講のお知らせ

秋から始まる和歌山大学岸和田サテライト後期学部
開放授業では、「豪雨災害とその備え」の開講を予
定しています。
あなたも南海浪切ホールにある和歌山大学岸和田サ
テライトで防災について学んでみませんか？
詳しくは、ホームページをご覧ください。

お問合せ先 >>> 和歌山大学岸和田サテライト
〒596-0014 岸和田市港緑町1-1 岸和田市立浪切ホール2階
電話/FAX: 072-433-0875

岸和田サテライト 検索