

はしがき

使い慣れた言葉の落とし穴

スマートフォン（スマホ）は現代人の必須アイテムであるが、一般的に普及したのは2010年代に入ってからであり、それ以前の人には意味不明な言葉である。スマホは半導体なしには機能しないが、聞き慣れた半導体という言葉も、その仕組みや用途を説明できる人は限られている。2024年2月23日の『日経新聞』によると半導体大手のエヌビディアが世界一の売上高を記録（2024年1月期通期決算）したという。AI半導体のシェアの8割を握るというから、AIの発展なしには実現しない。10年近くで同社の時価総額は200倍近くに膨らんだという。普及した商品は、誰もが同じように理解していると錯覚する。しかし、部品や原材料、その構造を理解する人は一部の人だけであり、使い方は人によって千差万別である。

スマホという名詞は具体的なモノを指しているが、スマホを知らない人に説明するのは難しい。電話やカメラ、コンピュータ、インターネットを知っている人に対する説明と、これらの知識がない人に対する説明は全く異なってくる。多くの場面や事例を出して、使用方法などを説明しなければならない。具体的事象からスマホという抽象的概念に進み、スマホという製品を理解した後に、各自の使用目的に応用する。使い方は、それぞれに異なる。スマホの特殊な使用方法を観察するだけでは、スマホは理解できない。多数の具体的な事象から共通項目を抽象化し、抽象化した言葉から再び具体的な問題に応用する。

この循環的な思考方法により、さまざまな機能を有する電話機がスマートフォンという言葉になり、スマホという言葉によって具体的な使用場面を説明できることになる。我々は、使用されている言葉から適切な言葉を選択しながら

物事を考え、できる限り理に適う判断と意思決定を行おうとする。合理的理解と意思決定は、適切な言葉を紡いだ理論（言葉の複合体）に基づくものである。しかし、適切な言葉の選択は難しい。集められる一つひとつの言葉に明確な意味を持たせねばならないが、それぞれに曖昧さを拭えない。多様な意味を持つ言葉は、これを紡ぐことで曖昧さが増幅する。この曖昧さの原因は、スマホを使用する人間にある。

社会科学の言葉は、往々にして、この問題が顔を出す。株式会社は、意識することなく日常的に使われる言葉である。トヨタ自動車株式会社と株式会社日本経済新聞社は、株式会社である。しかし、両社の共通部分はどこにあるのであろうか。最近では、株式会社に関連する話題で、資本コスト経営という言葉や人的資本という言葉が跋扈する。しかし、これらの言葉は、誰もが同じような意味で使っているのであろうか。「資本コストは利潤である」というと、首をかしげる人がいるかもしれない。そうであれば、「資本コスト経営」というより、「利潤追求の経営」の方がしっくりくる。

それでは、利潤という言葉は共通の理解となっているのであろうか。確かに、利潤は聞き慣れた言葉である。日本語では、利益（りえき）ともいう。「ご利益（りやく）がある」というとき、神仏を信じたことによる恩恵や幸運など、理論的に説明できないような事柄を指すこともある。

一方、経営者が「利潤を追求する」というとき、人間性を排除したどこか冷徹な響きがある。コスト重視は、顧客や従業員などを置き去りにした感じである。貸借対照表や損益計算書などで計算される財務諸表上の数字を思い浮かべるからかもしれない。計算の手順や方法が決められた数字は、企業に関わる人間の情熱や満足感、忠誠心や文化的側面あるいは怠惰や不満といった感情が排除され、恣意的な思いが介入しない概念として捉えられる。人間を扱う社会科学で人間性を排除した無機質な概念を扱うことは可能であろうか。

利潤や利益という言葉は、一般に用いられているものの、必ずしも確定された概念ではない。ご利益（りやく）の中身は、他者に共通する客観的なものではなく、各自の願い事が叶うか否かのきわめて主観的なものである。財務諸表

で計算される利益も、意図的な粉飾決算とは別に、経営者や会計士の主観的な判断が混入する。商品在庫は、売上を期待させるなら魅力的な財産であるが、売れ残った商品は、頭を抱える負の財産である。固定資産の減損処理は、利益機会を失った資産の価値を引き下げるが、利益機会という将来の評価には経営者や公認会計士などによる主観的判断が介入する。

企業に関わる者は、それぞれに主観的な将来予想を持っている。各自の売上予想は、偶然を除き一致しない。予想を的確に行うことができれば、倉庫に保管される在庫の価値や機械設備の減価償却費が定まり、過去の利益計算は容易になる。会計学者は、主観的に評価される利益を可能な限り客観化しようと試みている。しかし、客観化が可能になったとしても、会計利益の多寡では資源配分はできない。過去の情報に基づく利益計算は、意思決定者の機会選択を主要目的としない。各自が資源を何に使うかという選択の問題は、経済学における市場理論が関与する。それは、明らかに人間の意思決定の問題である。

経済学の考える利潤

経済学者は、利潤をさまざまな意味で用いてきた。彼らの観る世界や解明したい問題は多様であり、それぞれの理論に応じた利潤概念がある。労働者から搾取した所得という見方やリスクもしくは不確実性に挑戦したことへの報酬といった説明がある。搾取としての利潤は、好ましくない社会を想定した概念であり、不確実性やリスクへの報酬は、挑戦者としての企業家 (Entrepreneur) を想定し、未知への好奇心や冒険心が社会発展の原動力と考える意味で好意的に捉えている。両者の利潤は、人間の捉え方による相違を反映する。

しかし、新古典派経済学 (Neo-classical Economics) は、合理的経済人 (Homo Economicus) を想定することで、価値判断に悩む人間や冒険的活動の結果として現れる利潤を描いてこなかった。それは、労働価値説に基づく古典派経済学 (Classical Political Economy) に効用理論を持ち込み、需要と供給の両曲線から価格を説明する現代経済学の標準的なテキストである。

古典派 (Classical) という言葉は、長期にわたり規範とされている標準とい

う意味である。コンピュータも古典コンピュータ、量子コンピュータ、AIコンピュータに分類されるが、古典コンピュータはスーパーコンピュータを含む現代最も普及した標準的なコンピュータである。したがって、新古典派経済学は、古典派経済学に替わり、新たな標準を構築した経済学である。

新古典派経済学を共通言語とすることで、これを媒介言語として諸理論を批判的に考察できる。流行りの行動経済学も、新古典派経済学における合理的経済人というモデルの批判によって自らの理論を説明する。本書も、新古典派経済学における利潤概念と比較対照することで、利潤に関する異なる解釈を抽出しようとする。

新古典派経済学では、最適資源配分を達成する均衡価格の成立で利潤が消滅する。しかし、消滅するのは、均衡を逸脱した超過利潤の獲得機会であり、資本家は正常利潤（資本コスト）を確保している。競争者の参入と退出によって、これ以上の超過利潤が期待できない限界利潤ゼロの状態が均衡価格である。したがって、市場均衡は利潤が存在しない状態ではなく、これ以上の超過利潤機会が見つからない利潤最大化の状態である。

しかしながら、最大化されているはずの利潤は、測定不能である。それは財務諸表の純利益ではない。均衡価格が成立すれば、資源配分に関する選択の余地は残されず、この状態を受け入れることになる。それは、参入と退出という人間の意思決定を放棄することでもある。

均衡理論は、投資決定を物理的現象のイメージに転換して利潤を消滅させる。所得分配に生じる過不足は、仮説を説明できない摩擦的な要因となり誤差として扱われる。主観的な思いがあっても、第三者が理解できる客観的な説明にはならない。超過利潤が誤差であれば、企業家の活動は新古典派経済学の主要なテーマにならない。企業家や投資家の人間的な営みと同時に、その人的資本の価値についても認識対象にならなかった。