慶應義塾大学ビジネス・スクール

規制緩和と有効競争に関するノート(※)

〔Ⅰ〕

産業組織と有効競争

自由主義経済社会にあっては、企業が市場競争にどう対応しているかが、その企業の経営上最も重要な視点である。企業は一般に競争上優位に立つことをねらいとして、各種の戦略を組んでいる。本来、自由競争は企業がそれぞれの特徴を生かしながら顧客のニーズに対応すべく製品の製造、販売を行うことを指している。この自由競争制度が社会的に意味をもつためには、この制度がたんに企業自身にとってどのような意味をもつかだけでなく、経済的制度として他の制度とどのような異なった特徴を有しているか、さらにその特徴が他の制度に比してどのような点で優れているかを理解することが必要である。

自由競争はややもすると勝者・敗者を決める冷酷な論理、あるいは勝者の論理がまかり通りがちであるが、それが社会的に是とされるか否かは、それほど簡単ではない。ここでは自由競争のもつ社会的意味を正しく認識することが企業の競争環境を理解するために必要である。

自由競争は元来人間の本質的な性格の１つであるとみることができる。これは個人のもつ欲求を満たすための手段である。利己心をもつ人間はその欲求を自由に満たすことが必要であり、それは経済的には自由競争として理解されている。しかし、利己心が人間の自然な感情であるとしても、それを満たす手段として個人の自由な競争が最良の手段であると考えるためには、社会的にさまざまな条件が必要になることに注意しなければならない。

かつてイギリスの経済学者アダム・スミスはその著書『国富論』のなかで、人間の利己心をその自由な行動によって満たす自由競争は社会的にも最善の満足状態をもたらすと主張した。以来、自由主義社会が経済活動を支える制度として、多くの国々で採用されてきた。自由主義社会を支える条件のなかで重要なものとして、個人個人が同じような経済的状態にあ

（※）この資料は慶應義塾大学大学院経営管理研究科の藤枝省人教授が、教育に使用するために作成したものである。
（平成６年５月作成）