

知識創造理論と西田哲学

保井 温

はじめに

私が西田哲学を学ぶきっかけになったのは、大学院生の頃西田哲学を使って『資本論』を読むという独特の方法論を用いた梯明秀に師事したからである。それは経済哲学の領域であった。その頃はマルクスの議論は理解できたが、西田哲学についてはなかなか理解できなかった。五十歳過ぎてから、高校生にも分かるように西田哲学を解説する『西田哲学入門講座』を『月刊状況と主体』に連載する機会に恵まれ、じっくり噛み砕いてやつと少しは説明できるようになった。

その『西田哲学入門講座』をまるごとWEBに上げていけると同種の入門書では最も分かりやすいということで、好評を得ていた。そして二〇一一年になって知識創造理論の野中郁次郎が主座の『経営革新研究会』から、「純粹経験」と「場所の論理」について分かりやすい解説をするように招聘されたのである。

野中はウォール・ストリート・ジャーナル(二〇〇七年)で「The Most Influential Business Thinkers 20」に選出された経営学の権威だが、彼は知識創造理論の説明に縦横に古今東西の哲学を援用するようだ。そのために研究会では、これまでもホワイトヘッドやフッサールなどを解説する講師を招聘してきたようである。そこで私は、知識創造理論と西田哲学が噛み合うように解説できるかどうかということで、野中の著作に

触れてみたのである。

元々西田哲学は、行為的直観の立場に立つ実践的な哲学なので、経営学、特に知識創造理論を深める上で大いに役に立つものかもしれない、西田哲学が経営学に役に立つというのなら、私も既成の枠を破った新たな哲学の冒険ができるかもしれないということで、本稿に取り掛かることにしたのである。

それで先ず技術革新や知識創造と西田哲学を結びつけている先行著作はないかと当たってみたところ、山田善教著『場所の論理による事業改革—イノベーションへの西田哲学の応用』(白桃書房、二〇〇五年刊)が見つかった。山田はトヨタ生産方式の研究や指導では第一人者のようで、この著作が実践的には非常に効果的であるのかもしれない。ただ、驚いた事に西田の著作からの引用が全くない、山田の解釈した「絶対無の意識」が展開されているのである。せめてポイントのところは引用による裏づけが欲しかったと思う。

山田によると「絶対無の意識」は「深層心理」にあって、「四次元の世界」である。どうも三次元の現実に囚われない、心の世界、四次元の世界の深層心理が、絶対無の意識なので、主観・客観を合一し、過去・現在・未来を超越したりして、自由な発想ができ、知識創造がブレイクスルーすると受け止めているように解釈される恐れがある。

よく知られているように西田の文章は極めて難解である。文意を確かめるのに一筋縄ではいかないのである。山田のそういう絶対無の解釈が成り立つのかどうか、西田の書いた文章で確かめたいものである。一応読み返してみているのだが、山田のような解釈が成り立つ箇所を発見することはできなかった。

西田の文章を正しく解釈できているかどうか、読めば読むほど難しくなると言われているだけに、あるいは山田のような解釈も成り立つかもしれないので、その元に成っている西田の文章を紹介してくれなければ、我々も既成の誤った解釈を改めることができない。

既成の解釈では、絶対無の場所は、自覚つまりヘーゲル的には自己意識の立場にたつて、意識経験の内容を全て自己自身として受け止めるところに成立する。その際に、意識内容である物が自己自身なのだから、それを受け容れる場所は一切の有や無と区別された絶対無だということである。そのことによって物は単なる有の場所の客観的な物ではなく、生々しい現実である自己自身の姿なのである。「物になって見、物になって考える」あるいは「物になって見、物になって行」いうことなのである。

本稿では野中郁次郎と竹内弘高共著『知識創造企業』（東洋経済新報社、一九九六年）を参照しながら、まずSECI理論と呼ばれる知識創造理論の概要を紹介する。次にそれに関連させて西田哲学の主要なテーマを遣ってその内容を意義付けたり、深めたりできるかどうか、またそれが知識創造理論の威力を強める事になるのかどうか検討してみたい。

まだこの試みは取り掛かったところなので、本格的に議論を深めるところまでは行きそうもない。随想的な覚書に止めざるを得ないだろう。

一、形式知と暗黙知

先ず断っておくが、経営学では企業が経営の主体であり、知識創造の主体である。その点、個々の経営学者がどう捉えているかは、よく調べてみないと分からないが、企業としてどのようにすれば企業がサブバイブルし、発展できるか、イノベーションやナレッジ・クリエーティング（知識創造）できるかを論じているわけである。もちろんトップ主導型のトッパダウン・マネジメント、ミドル主導型のミドル・アップダウン・マネジメント、現場主導型のボトムアップ・マネジメントという型があり、主体性を発揮してマネジメントを動かすのは誰に期待されるかは重要な問題ではあるが、それはあくまで企業が組織体として経営を成功させ、知識創造を行なうための組織論である。

だからSECI理論の実践主体も企業と考えるべきだし、トップ、ミドル、ロアあるいは平の従業員が実践主体である場合も、企業のことを個人であるという矛盾を抱えながら体現していると捉えるべきである。企業はいかに知識を共有し、創造し、連結し、蓄積し、発展させてきたかを論じているのがSECI理論である。

その意味で経営学者たちが気付いているかどうかは別にして、企業などの組織体も人間であるという組織体人間論で了解しておくとかかりやすい。既に十七世紀にホッブズは『リヴァイアサン』で国家を巨大な人機機械人間だと捉えていた。同じ論理で展開すれば企業や組合や政党などの組織体も人間だという事になる。それで法人概念で企業などの団体も人格主体と見なされるようになった。法人資本主義論などでは、企業自身が企業を管理運営する人格的主体ということになる。

知識創造理論では知識を形式知 (explicit knowledge) と暗黙知 (tacit knowledge) に二分して捉えている。そのことによってダイナミックな知

識創造理論が構成されることになるのだが、そういう区分や対置でいいのか、もっと別の区分や多くの知の形式を考えた方がいいのかということとは今後の課題としてあるかもしれない。

形式知 (explicit knowledge) は明示的な知識ということ、言葉や数式で表現できる知識にあたる。なぜ形式知としたのかについては、「知識は明白でなければならず、形式的・体系的なものだと考えられている」(『知識創造企業』八頁) から推察できる。このようなはっきり明示できる知識は正確に伝達できるので、それに基づく技術は確かなものとして利用しやすいから、欧米の企業ではこの形式知としての知識が知識として通用している。

しかし日本企業は、このような明示的な形式知は、知識を氷山とすればその一角に過ぎないと捉えているらしい。

「知識は基本的には目に見えにくく、表現しがたい、暗黙的なものだといのである。そのような暗黙知 (tacit knowledge) は、非常に個人的なもので形式化しにくいので、他人に伝達して共有することは難しい。主観に基づく洞察、直観、勘が、この知識の範疇(カテゴリー)に含まれる。さらに暗黙知は、個人の行動経験、理想、価値観、情念などにも深く根ざしている。」(同書八〜九頁)

つまりものづくりの智慧やこつというものは言葉や記号で表現する事は難しいということだろう。暗黙知は二つの側面を持っているらしい。一つは技術的側面「ノウハウ」で技能や技巧などである。身に付けた技、洗練されたセンスなどは理窟では説明できないものである。

「同時に暗黙知には重要な認知的側面がある。これに含まれるの

が、スキーマタ、メンタル・モデル、思い、知覚などと呼ばれるもので、無意識に属し、表面に出ることはほとんどない。この認知的側面は、我々が持っている『こうである』という現実のイメージと『こうあるべきだ』という未来へのビジョンを映し出す。簡単には言い表せないこれらの暗黙的モデルは、我々が周りの世界をどう感知するかに大きな影響を与える。」(同書九頁)

この暗黙知の認知的側面というのはプロフェッショナルなセンスで、例えばプロの鑑定士がみれば、素人には全く分からないが、真贋が直観的に見分けられたり、その値打ちも分かったりしてしまうようなものなのかもしれない。まあもつとも中にはいかさま鑑定士もいるだろうが。

山田の「絶対無の意識」が深層心理で四次元の世界という理解は、暗黙知が無意識に属しているというこの表現から飛び出したのかもしれない。暗黙知と純粋経験が親近性を持ち、それが絶対無の意識として捉え返されるならば、つながってくるからである。ただ前述したように、西田の論稿には絶対無を無意識的に捉える文脈はないので、やはり山田の解釈は勇み足ではないかと思われる。

ただし、絶対無の意識というのは深層心理にしまいこまれているものではなく、永遠の今において立ち現れている意識であるが、それは意識経験の内容を自己自身として自覚している意識である。だから意識経験は自己の存在の方向性としての意志の現われなのであり、西田は絶対自由意志として捉え返している。

野中・竹内は、暗黙知の認知的側面を意志の現われと捉えれば、企業はたんなる情報処理機械ではなく、「有機的生命体」に見えてくるという。つまり組織体人間論である。組織体人間としての企業は、意識経験の流れとして河が海を目指すように、明示的な言葉では表す事はできな

いけれど、何か憧れや理想を持って、己のセンスを信じて、よりよい物やサービスを生み出そうとしているのである。そういうセンスは創造的なアイデアやコンセプトを引き出す力であり、それ自体が暗黙知なのである。それを一人ひとりの従業員にどうしたら伝えられるかということである。

二、四つの知識変換モデル

企業の知識創造は、知識を個人の知識から組織全体の知識に共有化し、それらの知識を連結、統合してより発達した新しい知識を生み出すということである。その場合に明示的に言語や記号で表示できる形式知は教育や学習で共有できる。PC時代では形式知の共有は格段と容易になったといえるだろう。問題は暗黙知をどうしたら共有できるかということである。

個人的な暗黙知を組織で共有するプロセスが共同化 (socialization) である。暗黙知を修得する方法は、直接体験が一番である。西田は、純粹経験は直接経験だといっている。客観的な知識ではなく、直接車を運転したり、火傷したり、泳いだりして体で修得するのである。心と体を使って試行錯誤しながら学んでいくのである。これを共同で経験することで、暗黙知は継承され共有される。熟練工を見習い工が模倣しつつ学んでいく過程である。それは言葉によるのではない事が多い。自動電気パン焼き器の開発のために、ホテルのチーフ・ベーカーに弟子入りして模倣しているうちに、そのパンのおいしさの秘密が、パン生地を引っ張るだけでなく、ひねりを加えている事に気づいて、それをプログラムしたのが松下電器の「ホームベーカリー」開発成功の鍵だったのである。

次のプロセスが暗黙知を明確なコンセプトに明示して形式知に変換す

る表出化 (externalization) のプロセスである。

暗黙知にはあるべき姿としてのビジョンを持っているという面、プラトニックにはアイデアへのあくなき接近という面がある。「主観的な洞察や勘」(二三頁)と表現されているが、これを形式知に変換する例にあげられたのが「ホンダ・シティー」という都市型カーの開発である。

先ずトップ・マネジャーが「冒険しよう」というスローガンを打ち出し、凡庸化してしまった既成のイメージを打破することを訴えたのである。それをうけて開発のチーム・リーダーは「クルマ進化論」というメタファーをスローガンにした。要するに次世代カーである。それは「マシン・マキシム、マシン・ミニマム」だということになった。クルマの性能を落さないで、しかも乗り心地をよくするために居住スペースを大きくするということである。かくして既成の背の低い流線型のお定まりのデザインから、「トルボーイ」というコンセプトの「高くて短い」球形に近い新世代カーのさきがけが誕生したのだ。

メタファーやアナロジーを使うことで、個人知が組織知になり、企業全体や開発チームの中に議論が巻き起こり、いろんなアイデアが喚起され、新製品のアイデアが出来上がっていく。この場合、メタファーやアナロジーでスローガンやコンセプトを打ち出すことで、企業の、トップの、リーダーのセンスが伝わったということで、暗黙知が形式知に変換出来たという捉え方なのだろう。

次の知識変換は、知識やコンセプトを組み合わせて一つの知識体系を作り出す連結化 (combination) である。現在ではコンピュータ・データベースが充実して形式知を整理・分類して新しい知識を生み出す試みが為されている。これは学校における教育・訓練で行なわれていることで、MBA教育がその典型だという。企業内ではレジでの情報をすべてコンピュータ管理することで、各店ごとの仕入れ、品揃え、配置方法などが

決まってくる。アサヒビールでは「Live Asahi for Live People」というブランド・コンセプトを採用し、販売部門の協力を得て「コクとキレ」というコンセプトを打ち出し、キリンビールを追い越す販売実績を上げたのである。

そして最後に形式知を暗黙知に体化するプロセスである内面化 (internalization) である。共同化、表出化、連結化の体験によって、メンタル・モデルや技術的ノウハウが豊かになり、向上してきているのである。つまり形式知が暗黙知に内面化されるということである。そのためにも体験を書類、マニュアル、開発物語などに言語化・図式化してまとめておくことよい。形式知が内面化を助けて暗黙知を豊かにするのである。

形式知の内面化は、膨大なデータベースを作ることでも可能に成ることがある。自社製品のトラブルとその解決例を詳細にわたりすべて入力し、整理しておけば、顧客からの問い合わせに、経験の浅いオペレーターでも瞬時に応答でき、解決する事ができ、その繰り返しで、暗黙知として内面化できるようになる。

暗黙知として内面化されたものは、再び共同化され、表出化され、連結化されて新たな知識を創造していく。つまり知識がスパイラルに発展していくことで、企業がイノベーションを継続し続けることができるのである。共同化、表出化、連結化、内面化つまり socialization externalization combination internalization の頭文字をとって SECI 理論と呼ぶのである。

三、暗黙知と純粹経験

西田哲学を使って知識創造理論を深めるとしたら、まず暗黙知を純粹経験として捉えられるかという問題提起から検討してみるべきだろう。

暗黙知は水泳とか自転車操縦のように身体が覚えこんでいる知識である。身体と精神が未分化の段階で体得したのだから、身体抜きに言語化できないわけである。それは主観と客観が未分化な直接経験である純粹経験に通じているといえよう。

もつとも純粹経験そのものはいつも現在の経験として現われるわけだが、暗黙知は過去の経験を技能やセンスとして身体が覚えこんでいる知識である。一見、別物だということも言えよう。しかし知も身体化した技能やセンスを対象に作用する意識経験として現われさせる現在の意識経験に他ならないから、その意味でなら純粹経験に含まれないことはないのである。

西田幾多郎著『善の研究』で純粹経験は次のように表現されたので、何か特別の経験であるかに誤解されがちである。

「経験するというのは事実そのままに知るの意である。全く自己の細工を棄てて、事実に従うて知るのである。純粹といふのは、普通に経験といつて居る者も其実は何等かの思想を交へて居るから、毫も思慮分別を加へない、真に経験そのままの状態をいふのである。例へば、色を見、音を聞く刹那、未だ之が外物の作用であるとか、我が之を感じて居るとかいふやうな考えのないのみならず、此色、此音は何であるといふ判断すら加はらない前をいふのである。それで純粹経験は直接経験と同一である。自己の意識状態を直下に経験した時、未だ主もなく客もない、知識と其対象とが全く合一して居る。これが経験の最醇なる者である。」(『西田幾多郎全集』岩波書店刊、第一巻、九頁)

しかし西田は純粹経験を唯一実在として展開しているので、あらゆる

経験は複雑な経験も含めて、経験そのものをとれば純粹経験だということである。たとえ過去の体験による知であっても、それが知として機能するのは現在の経験なので、暗黙知も巧の技として今ここで経験される純粹経験なのである。

それなら形式知も純粹経験になってしまつて、暗黙知の特徴を純粹経験で語ることは無駄ではないのかという疑問をもたれるかもしれない。たしかに意識経験は直接経験としてはすべて純粹経験であり、それは感覚から高度な思考まで総動員して行なわれる経験である。だから法則的な認識や言語や記号を使った知識表現もすべて純粹経験でないものはない。

そうは言つても、法則的な認識や言語や記号を使った形式知は、客観化され事物として対象化されて捉えられた知識を直接経験しているという意味で純粹経験に入ることである。いわば間接経験を直接経験しているということなのである。それに対して暗黙知は、機械や道具と一体化した身体の働きを直接経験することなので、主・客一体の直接経験を純粹経験しているわけである。そういう狭い意味での純粹経験だと暗黙知は言えるのである。

技能的な暗黙知はそれによいとしても、暗黙知の認知的側面、図式的に捉えるスキーマや当たらざつと言えども遠からずの仮説をたてるメンタルモデルのようなものは純粹経験からはどう位置づけられるのだろうか。

西田は純粹経験を主客未分だから、主体的な意志に欠ける経験と捉えていたわけではない、むしろありありと意識経験されている状態として統一力が働いているとみていたのである。意識経験は実は生きているということ、生命活動としての意識経験である以上生命が意識経験を通して自己保存を遂げ、より充実して生きようとする意志によって、意識経

験が統一されている筈だと捉えたからである。それによって人類は生き残り、発展してきたわけである。

だからこの意志はよりよく生きるために世界を統一的に捉えて、対応しようとすることになるから、対応可能なスキーマやメンタルモデルとして経験されることになる。通常の生活においてはそのプロセスはほとんど直観に近い形で行なわれるが、そこでトラブルが生じた場合には、そういう暗黙知の組み換えが行なわれる事になる。このように行為的な営みとして暗黙知で意識経験するのも純粹経験ではあるが、西田自身は、純粹経験という捉え方から晩年は行為的直観という捉え方に深化している。だから暗黙知の認知的側面は行為的直観の論理で深めた方がよいだろう。

四、知識創造企業と場所の論理

心だけでなく体も使つて憶えこむ暗黙知を日本企業は重視するということで、自然と融合し、主・客合一の東洋思想を取り込もうとするところに、経営学における知識創造理論の新鮮味がある。特に西田哲学を応用できないかということ、純粹経験や場所の論理、行為的直観、絶対矛盾的自己同一などのタームを使つて知識創造理論を深めたいというのが本稿の課題である。ただし、知識創造理論は西田哲学の応用ではないし、西田哲学だけで深めたり、西田哲学に特に偏つて展開したりすべきものでもない、だから本稿も西田哲学に基礎を置く知識創造理論を目指すのではなく、西田哲学でどれだけ深められるかを課題にする。

ところで知識創造の場としての企業を捉える場合に、意識経験が現われる「場所の論理」が使えそうである。とはいえ「場所の論理」の解釈が容易ではない。間違つた解釈では西田哲学を応用したことにはならな

いということである。

西田は、「純粹経験」から「場所の論理」に一足飛びに移ったのではない。純粹経験は生きようとする意志によって統一されている意識である。と気付いて、意識経験はフイヒテのような自我の主義的展開として把握され、自覚の立場、絶対自由意志の立場に到達する。それは意識経験自体が、主・客合一した世界の展開としての自我の展開であり、世界を意志に基づいて作り出す働くものもの立場であった。しかし西田は一九二七年の『働くものから見るものへ』（全集第四巻）で、見るもの立場に転換したのである。

というのは意識経験がいかに自我の展開であるとしても、その意識経験を意志の都合よく現われさせる事はできない、むしろ意志にとって悲劇的な不幸な内容でたち現われ、意志が打ちのめされるような場合が多いのである。西田の場合は「ヨブの苦しみ」と言われた家庭内の不幸の連続である。フイヒテは、それを自我の実現のために乗り越えるべき非我として積極的に捉え返すが、西田は、ひとまずそれがあるがままに己の悲哀として受け止める「見るもの」の立場に立ったのである。

だから場所というのは意識経験がたち現われる場所ということである。元々徹底した経験論の立場なのだから、意識経験が現われる場所も意識経験において他には有り得ない。「自己―内―写映」で世界を見るということである。西田は人生の悲哀を嘗め尽くしたからこそ、これほどの不幸を背負ってもなお生きる意味はあるのかと、人生の意味を根源から問い直す事で、西田哲学を構築することができたが、企業も順調な時ばかりではない、むしろ幾度も地獄を見なければならぬ、そうだからこそ、自ら存在の意味を根源的に問い直し、知識創造主体として、知識創造の場所たりえるのである。グローバル化に伴う長期デフレ不況、それに伴う国内生産の空洞化と少子高齢化に伴う学力低下、労働力の質的

低下、韓国・中国などの激しい追い上げなどの現実をしつかり見据えなければならぬ。

場所には三種類あって、それぞれ「有の場所」「無の場所」「絶対無の場所」と呼ばれる。もちろん場所といっても意識経験なのだから、各人の意識経験の包容面を指しているのも、同じ意識経験なのだが、それを「有の場所」では、客観的な諸事物の関係として主語の論理で世界が捉えられている。「無の場所」では事物の述語とされていたものが、意識として捉え返されたことで、事物としての統一的な有を失って無として現われている。そしてそれぞれの述語が統一にもたらされて、どの述語も主語Aだったということになれば、「aがAである」「bがAである」〜「zがAである」となるので、述語であることを超越して超越的述語面にあると言われる。かくしてAは述語の集合として事物になる。こうして感覚の束、意識経験の統合として、リアルに事物が捉え返される。それが「絶対無の場所」である。

それでは「有の場所」の事物と「絶対無の場所」の事物はどう違うのか。「有の場所」の事物は、意識経験が統合され事物として対象になった対象面、これをノエマというが、そのノエマだけがそれ自体で存在し、関係しているかに捉えられている。ノエマへと意識を統合する作用面、これをノエシスというがノエシスが捨象されているのである。だから豊かな感覚が忘れられてしまっている。それに対して「絶対無の場所」では、事物は意識の統合であって、主体の意識経験の統合である。だから「物となって見、物となって行なう」ことである。

有の場所では、事物はあくまで意識経験とは別物とされ、他者でしかないが、絶対無の場所では、逆に私は場所としては絶対無になっており、物が私になっている。私は物と成って意識経験しているのである。これは本居宣長の「もののあはれ」の哲学的深化でもある。

これを企業にあてはめてみよう。製品を産み出すが、そのために様々な社会的物や自然的物を用い、労働力を使用している。出来上がった製品は社会に流通し、消費され再生産される。企業はそれらの諸物を有効につかって価値生産に役立たせるのである。そのためには自然科学や社会諸科学を使ってしつかり物物間の自然的社会的関係を認識しなければならぬ。だから「有の場所」としての捉え方は必要だし、徹底しなければならぬ事である。

しかしそれはあくまで人間にとつて、企業にとつて他者に過ぎない、己自身として捉えられていないのである。だから何であつてもよく、取替への効くものである。それではそういう物の生産に自己自身を見出す事はできないのである。それは身体と自然そして機械などの生きた感覚的生命的つながりが見失われているわけである。ところが「絶対無の場所」における物は主体の意識経験の統合であり、生きた労働の結晶として己自身の姿である。企業は製品にアイデンティティを見出しているのである。

とはいえ市場経済では価値増殖を目的として行なわれる事が多く、投資した資本が価値増殖されて回収されればそれでいいとなると、何を生産するかは価値増殖のための手段にすぎなくなり、物の豊かな感性的な内容は疎外されてしまう場合が多いことになる。それでも、製品に拘るのは、価値増殖は市場での自由競争の下で可能になり、製品の性能によって競争に勝ち抜かない限り、価値増殖もうまくいかないからである。

ところで経営学では企業が意識経験の主体として前提されてもよいのか、意識経験の主体はあくまでも個人ではないのか、西田哲学では組織体を人間として捉える論理は仕上がりかというのが疑問になる。個と一般者との関係として抽象的に論じられていても、組織体人間論の確立という視点は明確ではないのか、その点を検討し、補

充していく必要はありそうだ。

五、SECCI理論と西田哲学

最初に共同化があげられる。経験といつても必ずしも個人の経験を意味するのではないことは次の『善の研究』からの引用でも明らかである。

「之を要するに思惟と経験とは同一であつて、その間に相対的の差異を見ることはできるが絶対的区別はないと思ふ。併し余は之が為に思惟は単に個人的で主観的であるといふのではない。前にもいつた様に純粹経験は個人の上に超越することができる。かくいへば甚だ異様に聞えるであらうが、経験は時間、空間、個人を知るが故に時間、空間、個人以上である、個人あつて経験あるのではなく、経験あつて個人あるのである。個人的経験とは経験の中に於て限られし経験の特殊なる一小範囲にすぎない。」(二八頁)

野中・竹内は日本的知の特徴として「主客一体」「心身一如」「自他統一」を挙げている。(三八頁) 根本的経験論にたつ西田の純粹経験論はこの伝統に即しており、暗黙知の共同化が成り立つ共同主観的な知のあり方を示しているといえよう。

そして暗黙知を明確なコンセプトによつて形式知に変換してする表出化は、行為的直観の論理で深めることができるだろう。行為的直観では、絶対無の意識で「物となつて見、物となつて行なう」のだから、物は意志の方向を向いているのであり、物に内在する方向性を読み解いてそれをメタファーやアナロジーで示していけば、次の製品のイメージが固

まってくるはずである。

次の形式知を連結して新しい知識体系を作り上げ、技術や組織のイノベーションを進化させる連結化は「場所の論理」の展開として『第五巻 一般者の自覚的体系』第六巻 無の自覚的限定』などで展開されている論理を使えそうであるが、難解な言い回しを相当噛み砕かなければ、かえってペダンティックで有害なものになりかねない。

肝心なことは知識と技術と人や機械や製品が別々の存在ではなくて、大いなる生命の、意志の現われであり、経験としては一体のものであるということである。だから制作的に対象を変革していくポイエシスト、実践的に自己自身を高めていくプラクシスは統合的に捉えられなければならないとする西田の立場に立つて、西田の文章に囚われずに分かりやすく展開すべきであろう。

そして形式知を暗黙知に体得する内面化だが、この問題は一人ひとりの従業員に組織体としての企業が内面化されているという問題でもある。ところが非正規従業員の割合が増加し、労働力が流動化してしまっただけで、企業文化の定着が困難になり、組織体としては非常に壊れやすい構造に成りつつある。しかも学校教育の荒廃が進み、労働力の劣化が行しつつかある状況では、形式知を体得できるようにするシステムが構築しづらくなっているのではないだろうか、東電の福島原発の事故はそのこと象徴であるかもしれない。そういう危機意識を持って、各企業や役所や学校は総点検を迫られているのではないだろうか。

その場合に、働くものから見るものということ、絶対無の場所に立たなければならぬ。そして個人と企業、身体と機械と対象、あるいは人格と物、個と一般者、過去・現在・未来などの絶対矛盾的自己同一についてもしつかり思索をめぐらし、どのような媒介や創意によって知識創造の場を輝かせ続ける事ができるか、悪戦苦闘を続けるべきであろう。

むすびにかえて

経営学の領域に西田哲学からどういうコミットができるか、本稿は知識創造理論を西田哲学のチームで哲学的に深めて、発展させようという当初のつもりも成功したとはいえない。ほんの問題意識を開陳して、議論の呼び水になっているかどうかも心許ない気がする。

ただ経営学という企業を主体に置く学問分野に西田哲学を応用することによって、西田哲学のネオヒューマニズムの性格がひととき鮮明になったということはできるだろう。ネオヒューマニズムというのは、現代ヒューマニズムを克服する新たなヒューマニズムという意味である。現代ヒューマニズムは、人と物の抽象的な区別に固執し、物質文明や物象化された機構によって人間が疎外され抑圧されているのに対して、物からの解放を叫び、物ではない人間性の取り戻しを叫んできた。しかし人間は元々物に自己を実現し、物の中で人間性を発展させてきた存在であり、いったん物になって見、物になって行、物になって考えることなしに、自己を解放することも為しえないのである。

西田は人生の悲哀に打ちのめされる事で、それを自己自身の姿として受け止め、その上で大いなる生命の意志に基づいて、行為的直観を打ち出した。ひとまず己を絶対無の場所において、徹底的に物になりきること、大いなる生命の意志と一つになれるということ、これは企業の立場と通底しているのではないか。三・一一の原発事故で日本経済は地獄を見たはずである。あらゆる場所で脆弱化した己の姿を徹底的に見据えなければならぬ。その危機意識の上で、行為的直観が生まれ、再生の道が見出せるのである。

ネオヒューマニズムは、人間を身体とそこに宿る人格に限定する人間観だけに固執しないで、必要によっては、社会的物や自然的環境も含

めて人間を捉え返し、事物のカテゴリーとして人間を見直そうという思想運動である。そして組織体も人間の在り方として見直すホップズ以降の組織体人間観も包摂している。その意味で、西田哲学の純粹経験、場所の論理、行為的直観の立場はネオヒューマニズムの論理を貫いていると言える。そして企業経営というのはまさしく物になって見、考えることであり、常に絶対無の自覚において、行為的直観が働き、製品の中に自己の人間としての実存が輝く存在である。

ただ西田にも人格と物を絶対矛盾的に捉える面があり、ネオヒューマニズムと規定してしまうことには、西田哲学のエピゴーネンからの強い反撥も予想されるので、ネオヒューマニズム自身が、人格と物の絶対矛盾的性格をどう捉え返すべきか、よく考え直した上でネオヒューマニズムの再構築を目指すべきであろう。

(本学非常勤講師)