

學 營 經

實男 著
車松 戶本 芳

早稲田大学出版部

經 營 学

車 戸 實 著
松 本 芳 男

早稲田大学出版部

車 戸 實 (くるまど・みのる)

大正8年 彦根市に生れる

昭和18年 早稲田大学商学部卒業

現 在 早稲田大学商学部教授 (経営学, 経営管理論専攻)

主要著書 『企業における創造性の開発と活用』 (訳, ダイヤモンド社, 昭和38年), 『経営管理の思想家たち』 (編, ダイヤモンド社, 昭和49年), 『経営管理各論』 (編著, 同文館, 昭和50年), 『経営学総論』 (編著, 早稲田大学出版部, 昭和52年), 『経営管理のプロセス』 (八千代出版, 昭和53年), 『経営管理辞典』 (編, 同文館, 昭和53年), 『管理される管理者』 (編著, 日本経済新聞社, 昭和53年), 『経営管理過程論』 (八千代出版, 昭和55年), 『管理者考課』 (訳, 東洋経済新報社, 昭和53年)

現 住 所 〒156 東京都世田谷区松原5-44-2 (T E L. 03-325-9567)

松本 芳男 (まつもと・よしお)

昭和21年 熊谷市に生れる

昭和49年 早稲田大学大学院商学研究科博士課程修了

現 在 日本大学商学部助教授 (経営学, 経営組織論専攻)

主要著書 『経営管理の思想家たち』 (共著, ダイヤモンド社, 昭和49年), 『経営学総論』 (共著, 早稲田大学出版部, 昭和52年), 『管理される管理者』 (共著, 日本経済新聞社, 昭和53年), 『経営管理辞典』 (執筆, 同文館, 昭和53年), 『経営実務大百科』 (執筆, ダイヤモンド社, 昭和55年)

現 住 所 〒360 埼玉県熊谷市榎町340 (T E L. 0485-25-2377)

経 営 学

昭和55年5月15日初版発行

検印省略

著 者 車 戸 実

松 本 芳 男

発行者 城 下 幸 雄

発行所 早稲田大学出版部

〒160 東京都新宿区戸塚町1-103

振替東京3-1123 電話(03)203-1551

落丁・乱丁本はおとりかえします。

安信印刷・谷島製本

3034-3284-9314

序

本書は経営学の基礎的知識を提供するために書かれたものである。本書を構成する各章の内容は、要約すれば次のようになるであろう。

1 経営学の予備的考察

ここでは、初学者が経営学を学ぶにあたって、まず知っておくべきいくつかの基本的な事柄が論じられる。すなわち、ドイツやアメリカにおける経営学成立の契機、現代経営学の特徴、会計学やマーケティング、広告論など隣接諸科学との関係、経験対象と認識対象の区別、方法一元論と方法多元論、経営学の学問的性格などの問題である。

2 経営学の発達

経営学とはどのような学問であるかということは、経営学発達の歴史を概観し、それがいつ頃、どこで、どのような事情で成立し、どのようなプロセスで発展して今日に至っているかを知ることによって、もっともよく理解できる。そこでここでは、他国に先がけて経営学が開花し、今日においても経営学の研究上、指導的な地位にあるドイツとアメリカにおける経営学の成立や発達のプロセスがやや詳しく検討される。

3 経営学の研究対象

およそ科学は対象とともに成立し存在するのであるから、「経営学の研究対象は何か」ということは経営学にとってもっとも基本的な問題であるにもかかわらず、これについてはいくつかの異なった見解があり、それに応じていくつかの異なった経営学説が存在している。そこでここでは、経営学の研究対象に関するいくつかの見解を概観したうえで、経営学の研究対象をあくまで「経営」そのものに求め、これとの関連で、企業や管理などの基礎概念を検討す

る。

4 経営の目的

経営行動を説明し理解するためには経営の目的を知ることが必要である。そこでここでは、資本主義経済体制に典型的な経営形態である企業経営の目的を検討する。資本主義的企業経営が営利原則に基づいて運営され、したがって利潤の獲得を目的とすることは当然であるが、この利潤獲得のあり方は資本主義経済や企業自身の発達に伴って変ってくる。本章ではこのような営利目的の変質を単一目標論から複数目標論への発展としてとらえて検討する。

5 経営の種類

企業経営は現実にはさまざまな形態をとって営まれる。ここでは私企業、公企業、公私混合企業、組合企業、協同組合などさまざまな種類の経営の法律的側面や経済的側面を、所有・管理・支配・義務などの観点から分類・整理し、それぞれの特質を検討する。

6 企業の集中形態と独占禁止法

資本主義が発展し、資本の有機的構成が高度化するにつれて、迅速に大量の資本を調達する必要から資本の集中が行われ、いろいろな企業の集中形態が登場する。ここではこのような企業集中の形態として、カルテル、トラスト、コンツェルン、コンビナート、コングロマリット、ジョイント・ベンチャー、企業系列などをとりあげ、それぞれの特質を検討する。しかしこのような企業の集中は独占を生み、自由な競争を制限・排除することによって消費者や公衆の利益を損うことになりやすい。したがって、このような企業集中や独占に対する歯止めとしての独占禁止法についても触れる。

7 経営管理の職能とプロセス

あらゆる経営活動の中で管理機能のもつ重要性は早くから認識され、とくにアメリカ経営学においては管理の研究が中心的な地位を占めてきた。そこでここでは、管理をいくつかの要素的機能から成る一連のプロセスとみなす、いわゆる管理過程学派の立場から、経営管理の職能とプロセスが検討される。

8 意思決定の意味と形態

序

人間の意識的・合目的な行動にはつねに意思決定のプロセスが先行している。したがってこの意思決定を分析単位とすることによって、われわれは経営における人間行動をより根底的なところから理解することができるようになる。そこでここでは、意思決定の意味やプロセス、さまざまな意思決定のパターン、組織における意思決定の特質などを検討する。

9 経営の組織と分権化

ワンマン・ビジネスの場合を除いて、経営活動は通常、複数の人間の協働体系において展開されるが、この協働体系の中核をなすのが組織に他ならない。その意味で経営や管理と組織は密接不可分の関係にある。そこでここでは、まず合理的で有効な組織をデザインするためのいくつかの代表的な組織原則と、いくつかの基本的な組織形態をとりあげて検討する。また、組織の大規模化に対処する分権的組織の典型として、事業部制組織についても検討する。

以上が、経営学をさらに深く研究するための1つの踏み台として役立てば幸いである。

昭和55年3月1日

著 者

目 次

序

1 経営学の予備的考察—初学者のために—	1
2 経営学の発達	9
2.1 ドイツ経営学の系譜と特徴	10
2.2 アメリカ経営学の系譜と特徴	23
3 経営学の研究対象	55
3.1 経営学の研究対象についての諸見解	55
3.2 企業と経営の概念	55
4 経営の目的	64
4.1 単一目標論	65
4.2 複数目標論	68
5 経営の種類	74
5.1 私企業の形態	75
5.2 公企業と公私混合企業	83
5.3 組合	86
6 企業の集中形態と独占禁止法	91
6.1 企業の集中形態	91
6.2 独占禁止法	98
7 経営管理の職能とプロセス	100
7.1 管理に対するさまざまなアプローチ	100

目 次

7.2 管理の職能とプロセス	105
8 意思決定の意味と形態	115
8.1 意思決定の意味	115
8.2 代替案の探索.....	119
8.3 代替案の実施結果の予測と評価	123
8.4 意思決定のパターン	127
8.5 組織における意思決定の特質.....	133
9 経営の組織と分権化.....	140
9.1 組織原則	140
9.2 組織形態	142
9.3 分権管理と事業部制組織	146
9.4 トップ・マネジメントの組織と機能	150

1 経営学の予備的考察

——初学者のために——

会計学は経営の計算制度（Rechnungswesen）として、マーケティングはその流通市場にかかわる学問として最広義には経営学の一部とみることができ、少なくとも重要な関連学科と考えられるので、ここでは普通に言われる経営学のほか、これらについても述べることにする。ところでこうした学問はいずれも、たんに知識を知識として追求するだけではなく、得られた知識を現実の社会生活において活用することを課題とする実践的な学問であるという点に特徴がある。その意味で、まさにこれらはわれわれの日常生活に密着した生きた学問であり、それだけ研究上の難しさもあるが、また同時に大いにやりがいのある学問であるといえる。

まず、経営学とはどういう学問なのかということは、経営学が成立してきた過程を知ることによって最もよく理解される。エジプトやメソポタミアなどの古代文明において、人間の協同的活動が営まれていたとき、すでにそこには経営とか管理の問題が存在していたと考えられるが、一般的には経営学の起源を、中世末から近世にかけてのイタリアやフランスの商業学にもとめるのが普通である。しかしこれは幾世代にもわたって相続され蓄積されてきた商取引や商業経営に関する経験や知識が集められただけのものであって、いまだ真に学問としての体裁と実体を整えてはいなかったといえる。ところがこの商業学がドイツに受けつがれ、とくに1898年にライプツィヒに最初の商科大学が設置されて以来、それが方法論的に基礎づけられ、個別経済学（Einzelwirtschaftslehre）・私経済学（Privatwirtschaftslehre）・企業経済学（Wirtschaftslehre der Unternehmung）から経営経済学（Betriebswirtschaftslehre）として体系化されるにいたって初めて、近代的科学として経営学が成立するにいったの

1 経営学の予備的考察

である。ドイツの経営経済学はその名も示すように、伝統的に、事業経営の経済的側面の分析すなわち生産・販売・財務など経営における価値循環の過程的要素に重点をおいている。

一方、現代経営学のもう1つの源流をなすアメリカ経営学は、南北戦争後のアメリカ産業社会を背景として、直接的にはテイラー (F. W. Taylor) の「科学的管理法」を契機として成立した。それは当初、工場の能率的管理のための生産や作業に関する技術・技法的な性格が強かったが、フランス人、フェイヨル (H. Fayol) の研究の影響もあって、研究の対象は次第に計画・組織・指揮・統制などの経営管理のプロセスや組織の問題に移り、今日の経営管理論として体系化されるにいたった。わが国の経営学は、戦前はドイツの経営経済学の影響のもとに発展したが、戦後は一変して急速にアメリカの経営管理論が導入され、一時、経営学ブームをひき起したが、現在ではドイツ経営学とアメリカ経営学との比較研究を通じて、これらを理論的に統合しようとする試みも行われている。また諸外国には見当たらないわが国に固有なものとして、マルクス経済学の方法論に依拠し、ブルジョア経営学との対決を通じて企業活動の本質を把握しようとする批判的経営学もある。

経営学、とりわけわが国の経営学は以上のようにして成立、発達をみたが、次に経営学の現状を概観してみよう。現代の経営学の特徴は、まずその研究方法の多様性に求められる。同じく経営を対象としながらも、経営経済学・経営管理論・経営組織論・経営社会学・経営心理学・経営工学などはそれぞれ経営という複雑な対象の異なった側面を扱っている。もちろんこれら多くの経営研究の単なる寄せ集めがそのまま経営学となるわけではないが、経営という対象に異なった視点から異なった研究方法でアプローチすることは可能であるし、またそれは科学の発展につれて不可避免的に要請されることでもある。その結果、現代の経営学は必然的に、隣接諸科学の成果を積極的に摂取する、いわゆるインターディシプリナリー・アプローチをとることになる。しかしこのような研究上の専門化、研究方法の多様化は、その当然の帰結として、さまざまなアプローチの統合・体系化を要求することになり、このような方向への動き

1 経営学の予備的考察

は、現在意思決定論やシステム論のフレームワークのなかで試みられ始めているのである。

現代経営学のもう1つの特徴は、経営理論の実証理論化の努力のなかに見出される。従来、経営理論といわれてきたもののなかには、たんなる研究者の信念の表明や規範の提示にすぎないものが少なくなかったが、これを経験によって検証可能な経験的、実証的理論として展開することは、経営理論の科学性を高めるうえで不可欠な要件をなしている。このような傾向は具体的には理論の計量化によるオペレーショナル・モデルの開発という形で、とくに経営科学(management science)の分野で積極的に推し進められている。オペレーションズ・リサーチ(O・Rと略称している)を中心とする経営科学は、コンピュータ利用の高度化や研究方法としてのシミュレーション技法の発展と相まって、経営学のなかでも近年最も著しい発展をとげている分野の1つになっている。経営科学に限らず社会科学一般において、理論の計量化、数学的モデルの利用という傾向は今後ますます進められると思われるので社会科学を志す人達も、基礎的な数学をしっかりと学習しておくことが是非とも必要になるであろう。

経営学とともに重要である会計学というのは、主として企業活動によって生ずる経済的価値の変動を一定の規則に従って記録・計算することによって経営の実態を計数的に把握し、これを企業内外の関係者に知らせることを課題とする学問である。素朴な意味での会計行為は人間の経済的活動とともに古いが、会計の技術的計算のメカニズムは経営学と同様、中世イタリアにおいてその基礎が確立された。これはドイツに受けつがれ、そこで経営経済学の一分野として方法論的・理論的に深化され発展した。一方、英米の技術論的・実践的会計学は、産業革命後のイギリスにおいて形成され、これがアメリカに導入されるに及んで飛躍的な発展をとげ、今日にいたっている。

企業会計は今日、財務会計(financial accounting)と管理会計(managerial accounting)とに大別される。財務会計は、一定期間の企業活動の結果生じた損益や期末の財政状態を、企業の財務的結果に利害関係をもつ人々に報告することを目的としており、決算会計ともいわれる。これに対して管理会計は、経

1 経営学の予備的考察

営管理者の経営計画の樹立や経営管理活動に役だつような会計情報を提供することを目的とした計数管理とされる。したがって、それぞれの領域に含まれる学科も次のように異なる。すなわち、財務会計には簿記論、財務諸表論、原価計算、会計監査があり、これらはすべて、近年志望者の多い公認会計士(certified public accountant)になるための必須の学問である。また管理会計には、予算統制、標準原価計算、経営分析、内部監査があり、ここでは計画や統制のための会計が行われる。会計学も時代の推移とともに急速な進歩をとげ、今日では行動会計・情報会計・コンピュータ会計などを生むにいたった。なお、現在注目をあびている会計学上の問題には、①従来の会計では扱われなかった、人間を資産として評価・計上しようとする人的資源会計、②会計基準の国際的統一化の問題などがある。

つぎにマーケティングというのは、生産者から消費者へ商品やサービスを届けるためのすべての営業活動であり、これには市場調査・商品計画（マーチャンダイジング）・販売経路政策・販売促進・広告等の活動が含まれる。すなわちマーケティングとは、単に製品を売り込むだけの従来の販売活動とはちがって、あくまで消費者の立場にたち、彼等が欲しているものを知り、これを生産し、生産したものを最も適切な方法で消費者に届けるための一連の活動を指している。マーケティング活動も企業収益を増大させるための手段としての性格をもっているが、あくまで顧客の欲求を充足させ、彼等の満足を増大させることを通じて、これを実現するという《顧客指向》の理念に基づいているところにその本質がある。

広告はこれまでマーケティングの主要な部分として扱われることが多かったが、そのもつ機能の社会経済的重要性もあって、今日では広告論として、独自の研究領域を形成しつつある。広告の分野では今日、消費者サイドからの強い要求によって、市場に氾濫する多くの商品を相互に比較・検討するための情報を提供する《比較広告》が問題とされてきている一方、企業サイドからの新しい必要として、企業擁護の広告である《意見広告》（オピニオン・アド）も注目をあびてきている。さらに根本的にはいったいどの程度の広告量が社会の利

1 経営学の予備的考察

益につながる適正広告なのか、その基準をみいだすことが現下の重要課題とされている。

以上、経営学を概観したが、最後に斯学の対象、方法、性格についてまとめて簡単に述べておこう。

一般に、およそ科学であるためには、他の科学と区別され、自己の独自性を主張できるための固有の認識対象、方法をもつべきものといわれてきたが、経営学の方法論でも独立した科学としての経営学の本質を規定するために、この学間に固有な認識対象 (Erkenntnisobjekt) を確定するような試みがこれまで繰り返し展開されてきた。すなわち科学は対象とともに成立し存在するのであるから、この対象こそ科学の自立性に根拠を与えるものであるとして経営学に固有な研究対象が求められたのであるが、その場合、経験対象 (Erfahrungsobjekt) と認識対象とを区別することが強調された。

ここにいう経験対象とは、あらゆる思考にさきだって直接経験できるものとして主体に与えられている前科学的、非論理的な事実であって、無限の多様性、複雑性、個性、変異性をもつものである。したがってこれを思考によって概念的に把握したり、余すところなく記述し尽すということは不可能であると考えられている。そこで人間は一定の《観点》から経験対象を眺め、その科学にとって重要と思われる特質だけを面的に抽出して、これを思考上の統一体に構成するのであって、他のすべての側面はこのような分離して考察することの妨げにならないように視界からしりぞけられるのである。このように一定の科学上の観点に立ち、複雑で多様な経験対象からその科学にとって本質的に重要と思われるいくつかの特徴を面的に抽象することによって意識的、合目的に構成される思考上の統一体を認識対象といっているのである。したがって観点がちがえば同じ経験対象であってもそれぞれちがった側面や特質が重要なものとして認識され、そのため、またちがった認識対象が形成され、その各々に基づいていくつかの別個の科学が成立することになるのである。例えば経験対象として存在する《経営協働体》は経営学の他にも同時に経済学や社会学、心理学、工学など諸種の科学の対象となりうるのである。しかし、認識対象とし

1 経営学の予備的考察

ての《経営協働体》はそれぞれの科学に固有のものであり、経営学は経営学の観点からみて、構成した認識対象としての経営協働体を研究対象とするのである。そして経験対象から認識対象を抽出しようとするとき特定の科学にとって本質的に重要な特質とそうでないものとを区別する基準になるのがいわゆる選択原理 (Prinzip der Auswahl) であって、経営学においては、これまで《収益性》 (Rentabilität) や《経済性》 (Wirtschaftlichkeit) ないし《生産性》 (Produktivität) などがその原理として提唱されてきたのである。

このように選択原理に基づく抽象化の方法によって、実在する経験対象から思考上での構成されたものとしての認識対象を形成し、これを研究対象とするという方法は、確かに個々の科学に自立性や独立性を与える基礎となる点で都合のよい方法である。しかし、このような方法によっては実在する対象を一面的にしか把握することができないことは明らかであり、したがってこのような方法では現実の経営協働体の行動を満足のいくように記述し、説明し、予測できるような理論を得ることは期待できない。またこのように認識対象を規定し、各個別科学の自立性を強調する方法は結局、他の科学の理論的成果を積極的に利用するのを妨げることになり、ひいては認識の進歩や科学の発達を妨げることにもなると思われる。こうして新しい科学論のもとでは、経験対象と区別して認識対象を規定する試みは、単に意味がないというよりは、むしろ科学の発達の阻害要因とさえみなされることになる。

ところで科学の発達はある意味では理論の経験的な情報内容 (Informationsgehalt) の増大とみることができるが、これはその科学が用いる研究方法によって大幅に規定される。従来から帰納的一演繹的、因果論的一目的論的、個別化の一普遍的、理解的一説明的、分析的一全体論的、実証的一規範的その他多くの方法が提唱されてきているが、いずれにせよ特定の方法だけに限定する《方法一元論》 (Methodenmonismus) は、今日ではほとんど支持されなくなっている。これに対してさまざまな方法が存在することを認め、その時々の問題に適した方法が用いられるべきであるとする《方法多元論》 (Methodenpluralismus) は、研究の観点を豊かにすることによって、より実りの多い成果

1 経営学の予備的考察

が期待されるとして一般的に支持されている。また研究方法に関しては自然科学と社会科学の間には何ら本質的な相違は存在しないと考えられてきている。このような方法多元論は、とくに現代の経営学の顕著な特徴である。《マネジメント・セオリー・ジャングル》ということが言われるほど、現代の経営学においてはさまざまなアプローチが存在している。例えばクーンツ (H. Koontz) は、①管理過程学派 (management process school)、②経験学派 (empirical school)、③人間行動学派 (human behavior school)、④社会体系学派 (social system school)、⑤意思決定理論学派 (decision theory school)、⑥数理学派 (mathematical school) をあげている。

しかしこれらのアプローチがすべて同じ程度に経営学の発達にとって有効であると仮定することはできないから、これらのうちいずれのアプローチがとくに有望であるかが批判的に検討されなければならない。

次に経営学の性格についてであるが、科学は、それが現実の対象と関連がないかあるいは関連があるかによって《形式科学》と《現実科学》ないし《経験科学》に区別される。数学や論理学のような形式科学の言明 (Aussagen) は現実の対象と関連がないのであるから、これを現実にも照らしてテストすることはできない。これに対して現実科学の言明は単に論理的矛盾があるかどうかをテストするだけでなく、それが事実に合致するかどうかをテストしなければならない。現実科学はさらに物理学や化学や生物学のように自然現象を対象にする《自然科学》と経済学や社会学や政治学のように人間行動にかかわる《社会科学》に分けられる。経営学はこうしたなかで、現実科学であり社会科学に属することは明らかである。

また、科学はその《認識目的》(Erkenntnisziel) や《課題》(Aufgabe) の観点から、《理論科学》ないし《純粋科学》と《応用科学》に区別され、応用科学はさらに《没価値性》(Wertfreiheit) の観点から《規範科学》と《実践科学》に区別されるが、経営学は実践科学としての性格をもつものと考えるのが最も適当であるように思われる。ところでここにいう実践科学とは、理論的研究を基礎として、人間の意図を最も合目的的に達成できるような行動規範を

1 経営学の予備的考察

提示する没価値的科学である。この点、目的を達成するための方法について述べるだけでなく、追求すべき目的自体に関して価値判断を行い、現実をあるべき姿（規範体系、究極的価値、当為）に一致させることを課題とする規範科学とは没価値性において異なるのである。しかし、認識目的の観点から、理論的目的、規範的目的、実践的目的のいずれを選択し、追求するかは、結局はそれぞれの人の決定によるわけである。

参考文献

- 1) 河合忠彦「企業行動理論的方法的基礎」第1法規出版, 昭和52年。
- 2) 是永純弘編著「現代経済学の方法と思想」日本評論社, 昭和50年。
- 3) 酒井正三郎「経営学方法論」森山書店, 昭和41年。
- 4) 下田直春「社会学的思考の基礎: 社会学基礎理論の批判的展望」新泉社, 昭和53年。
- 5) 高島弘文「カール=ポパーの哲学」東京大学出版会, 昭和49年。
- 6) 永田誠「経営経済学の方法」森山書店, 昭和54年。
- 7) 山本安次郎「経営学本質論」(第3版) 森山書店, 昭和43年。
- 8) 山本安次郎「経営学研究方法論」(経営学全書5) 丸善, 昭和50年。
- 9) D. エメット他編, 松井清他訳「社会学理論と哲学的分析」弘文堂, 昭和51年。
- 10) J. ヘイグ, 小松陽一他訳「理論構築の方法」白桃書房, 昭和53年。
- 11) C. ヘンペル, 長坂源一郎訳「科学的説明の諸問題」岩波書店, 昭和48年。
- 12) A. モックスター, 池内信行他訳「経営経済学の基本問題」森山書店, 昭和42年。
- 13) K. ポパー, 久野収他訳「歴史主義の貧困: 社会科学の方法と実践」中央公論社, 昭和46年。
- 14) K. ポパー他, 碧海純一他訳「批判的合理主義」(現代思想6) ダイアモンド社, 昭和49年。
- 15) K. ポパー, 大内義一他訳「科学的発見の論理」(上・下) 恒星社厚生閣, 昭和46年。
- 16) K. ポパー, 森博訳「客観的知識: 進化論的アプローチ」木鐸社, 昭和49年。
- 17) R. シュライバー, 夷谷広政訳「現代経営学の方法」税務経理協会, 昭和50年。

2 経営学の発達

文豪ゲーテ (J. W. Goethe) が「学問の歴史は学問そのものである」¹⁾ (die Geschichte der Wissenschaft die Wissenschaft selbst sei) と述べているように、経営学というのはどのような学問であるかということは、経営学の歴史を概観し、それがいつ頃、どこで、どのような事情の下で成立し、どのような経過を経て今日に至っているのかを知ることによってもっともよく理解できる。またこのような経営学の成立・発展の過程を知ることによって、現代経営学の性格や課題が明らかになるだけでなく、経営学の今後の発展方向を考えるうえで何らかの示唆が得られることも期待される。もちろん未来を過去や現在のたんなる延長としてとらえることはできないが、それが過去や現在と密接に関連していることも事実である。このように、経営学を学ぼううえで、経営学の歴史を知るということは非常に重要な意味をもっている。そこでここでは、他国に先がけて経営学がいち早く開花し、今日においても指導的地位にあるドイツとアメリカにおける経営学の成立と発展の経過を概説する。

経営学も1つの科学である以上、普遍的な妥当性をもつ理論を追求するわけであるから、国別に異なる経営学が存在するということは本来ありえないことである。しかし、国によって習慣や考え方や経済発展の程度が異なるように、経営学の成立した事情や対象規定、学問的性格、アプローチの仕方などに違いがあることも事実である。こうしたことは経営学のように、成立以来まだ日の浅い学問にはよくみられることである。もっとも、このような国籍による違いは、学問が進歩するにつれて次第に小さくなっていくであろうと予想される。