

商学における文化論的研究の意義について

—商の文化論的研究の実証的展開序説—

秋 山 雅 晴

目 次

1. はじめに
2. 史上初の大転換期—新産業革命を中心として—
 - (1) 新産業革命の史的位置づけ
 - (2) " 波及効果
 - (3) 経済中心から文化中心の時代へ
3. 学的諸研究における文化論の位置づけ
 - (1) 新産業革命にかかわる基本的重要諸問題と文化論的研究
 - (2) 文化論の基本的構想
 - (3) 学的研究の体系化原理としての文化論
4. 商学における文化論的研究の意義
 - (1) これからの商と商学
 - (2) 諸外国における商の文化的貢献の史的概要
 - (3) 商学における文化論的研究の意義
5. おわりに—我が国における商の文化論的研究の実証的展開の意義—

1. はじめに

筆者の学的研究の立場は、もちろん没価値論的な純粹科学の立場を否定するものではないが、さればというて、そのみでは充分とはいえず、価値論的立場に立つ目的論的研究を包含すべきであるとするものである⁽¹⁾。そして、人間の諸活動における基本的諸動向と重要諸問題に即応しながら、しかも、その発展段階に即しながら、すなわち動態的⁽²⁾・体系的な研究が展開されるべきであるとする。その場合の体系化原理の一つの試論として、これからの人生は、物の時代より心の時代で、心の時代はこうあるべきだという文化論的研究を考察し、それを商学の分野に適用する可否を検討するのが本論文のねらいである。

他の学問⁽³⁾と同様に、商学も一つの大きな転期に入っている。すなわち、商学も今までのよう

な、発展原理としての極大利潤の追求としての営利原則をめぐっての研究では、ものたりない時代に入ったわけである。これからの商と商学は、手段として営利性を生かし、新しい目的としてより次元の高い文化の創造・発展・普及を設定し、営利性と文化性の調和と融合をはかる研究を展開せねばならない時代に入り、それも実証的に研究が行われねばならない段階に入ったとするのが筆者の考え方である。研究は始めてから、4～5年になるが、なかなか進まず商の文化論的研究の仮設的構想を基本的に展開するに止まるかも知れないが、今後の実証的研究の成果をふまえて、より客観的・体系的・学的なものにしたいと考えている。

2. 史上初の大転換期—新産業革命を中心として—

(1) 新産業革命の史的位置づけ

周知のように、第2次世界大戦後の経済の発展には、きわめてめざましいものがある。まず、我が国の場合を見ると、昭和30年代に入ってから40年代にわたる高度成長は、飛躍的發展で史上未だかつてなかったほどの革命的発展であるといわれる。この大発展の原因は、もちろん、いろいろあるが、主として科学・技術とくに電子 (Electron) に関する科学的研究の応用学としての電子工学 (Electronics) にもとづく技術革新 (Technical Innovations) で、具体的には電子の働きを利用したコンピューターによる自動制御 (Automation control) 技術などが中心で、生産工場の操業を昼夜を分かたず一年中可能にし、先の産業革命をはるかにしのぐマス・プロを生んだわけである。極端に表現すれば、現代は、つくらうと思えば技術的にはいくらでもできる段階に入ったといえる。

原始の時代から今日に至るまで、長い歴史の過程で、生活に必要な物資は一貫して足りなかったわけで、少しでもより多くつくることに、涙ぐましい努力を集積してきたわけであるが、この時期に始めて、いくらでもつくり得る豊かな時代に入ったわけである。このことは戦勝国としてはともかくとして、貧乏国日本しかも敗戦国日本がかかる発展をしたということは、夢に考えられなかったことで、我が国では画期的なことである。とくに、我が国では短かい期間に急速に行われたので顕著な発展の感が強いわけである⁽⁴⁾。しかしこれは、我が国だけの革命的な発展ではない。先進国では戦前から始っており、1958年には早くも米人ガルブレイス (J. K. Galbraith) は「豊かな社会」⁽⁵⁾と題する著書で、文明国では人類史始て以来の豊かな経済の段階に入ったことを指摘している。また、アメリカ人ロストウ (W. W. Rostow) も1960年に「経済成長の諸段階」⁽⁶⁾という著作の中で、現代は高度大衆消費社会という画期的な新しい段階に入ったことを論じている。

この革命的な大発展は、技術的にはさらに発展するであろうと多くの人々によって予測がなされている。すなわち、工業分野における自動制御の技術の高度化、ロボットなどによる作業すなわ

ちFA (Factory Automation) の高度化についての研究・開発はきわめて盛んで、これは事務分野の自動化—OA (Office Automation)—にも進出がめざましく、さらに家庭内への近き将来の進出—HA (Home Automation)—も予測されている。さらに、新しい工業用材料たとえば高熱に強い材料、高度の軽材料、人工骨・菌などの新しいセラミックス (Ceramics) の商品化を始めとして、スポーツ用品における金属やプラスチックなどの各種素材革命などが続々なされ、一層の進展が予想される。

農業生産の分野においても、生化学 (Bio-chemistry) にもとづく生命工学 (Bio-technology) を基盤としたバイオインダストリー (Bio-industry)、なかんづく遺伝子の組替・細胞の融合などによる新生物体の培養・創造などの新しい技術は、農業資源の革命的発展を予測させている。このことは水産業・牧畜・林業の分野においても全く同様なことがいえる。海洋開発も然りで、宇宙開発による宇宙工場の宇宙特産品の時代の到来も間近であるとの報道もしばしばなされる。研究・開発された先端技術はどんどん企業化され、各種の新しいベンチャー・ビジネス (Venture Business) が数多く出現しているわけである。技術的な生産力の高度化についての明るい材料はきわめて豊富である。

現代における生産力の高度成長は、先進的文明諸国家における共通の革命的発展で、学者はいろいろの特色づけ、位置づけを行っている。経済の発展段階についてのとらえ方は、ギリシヤ・ローマ時代の三段階説がかりで、その後の社会主義学者の説、歴史学派の諸説などが生れ⁽⁷⁾、現代は、史上なかった新しい段階に入ったものとしての新しいとらえ方がなされている。それらを私なりに大別して見ると、長期のとらえ方と短期のものに分けられる。長期のとらえ方の一つは、トフラー (Alvin Toffler) のとらえ方で、農耕技術の発見すなわち最初の農業革命の時代を第1の波とし、イギリスを発端とするいわゆる産業革命を中心とした工業革命を第2の波。現代の高度成長を第3の波の時代としている⁽⁸⁾。もう一つの短期のとらえ方のうちの一つはロストウのとらえ方である。ロストウはイギリスの紡績技術の革命に端を発する製鉄技術の進歩、石炭を利用した蒸気機関の発明などを含む産業革命を第1次産業革命、次の鉄道を中心としたものを第2次産業革命、次の電気を中心とした新しい化学工業を第3次産業革命、現在を第4次産業革命としている⁽⁹⁾⁽¹⁰⁾。けれども、これは第2次と第3次の産業革命の区別が必ずしも明確でないので、まとめて第2次産業革命とし、現代を第3次産業革命とするのがかなり多いように思う⁽¹¹⁾⁽¹²⁾。筆者のとらえ方は、長期的で、産業を広くとらえて商業革命を入れるべきだと考える。すなわち、近世における地中海を中心とした商業より、新大陸の発見を契機とした大西洋を中心とする世界的商業へ突入した商業革命を、トフラーの第1の波の次に入れ、各々を第1次から第4次産業革命と呼ぶべきだと考える⁽¹³⁾。

以上は、主として技術面の特質を中心とした段階づけであるが、内容面よりする段階づけについては、明確でないことも多いし、現段階の革命はまだ終わっていないし、後で述べるように、産

業外の消費の面ないしは経済外的な面にきわめて大きな影響をあたえており、現代の特質はまだ固っていないので、筆者は、とりあえず今の段階を新産業革命の時代とよんでおきたい。いずれにしても、現代は史上未だかつてなかった生産力の革命的発展をもたらし、ガルブレスのいわゆる経済的に「豊かな社会」になったことは（文明国に限定されるが）何人も否定し得ないことだろうと思う。

（２） 新産業革命の波及効果

新産業革命は多くの波及効果をいろいろの分野に及ぼした。高度の生産力の発展は、生産業者ならびに流通業者の商品売れ行き不振と競争の激化ならびに経営の危機と破綻などのデメリットを生んだが、それは後述するとして、何んといっても最も大きな効果は、経済の目的である消費分野における豊かさという大きなメリットを齎らしたということである。それも歴史上かつてなかったほどの高度の豊かさ、使い捨て時代を招来したということである。このことは、歴史始まって以来の美德とされた節約は、必ずしも美德ではなく、むしろ浪費こそ美德であるとの経済的の道徳あるいは生活における人生観、価値観の転倒を齎らした。さらに、長い間美德とされた勤労も必ずしも美德ではなくなり、少くとも働くことだけが能ではないという勤労に対する評価に大きな変化を齎らした。

史上初めての物的豊かさは物的欲求の飽和を齎らし、新しいさまざまな精神的欲求を喚起した。たとえば、物的商品の場合を考えて見ると、商品もかつてはその物的価値が強く求められた。すなわち、食品ならば栄養価値、衣料品ならば保温性・耐久性などの評価が高かったが、現代ではむしろ無カロリーの甘味性が評価され、むかしと違った健康・美容・食事の楽しさなどを齎らす食品が評価され、衣料品も保温性・耐久性は大きな問題ではなくなってきており、今年の流行にあえさえすればよいという装飾性に評価のポイントが殆んど移ってしまったといえる。これを筆者は商品の文化価値とよんでいる⁽¹⁴⁾。

物的豊かさよりは心の豊かさを求める最近の消費者は、商品の物的価値よりは文化価値を、物的商品よりはサービスあるいは文化それ自体を求めるようになってきている。このことは、第3次産業分野に新しいサービス産業を続出させることになる。たとえば、情報産業（知識産業）・教育産業・レジャー産業・ホビー産業・外食産業・ソフト産業・リース産業・各種の便利屋産業などなどが次々と生れ、さらに新しいものが生れるであろうといわれている。これはコーリクラークの第三次産業⁽¹⁵⁾の産業分類では包含しきれず、昭和34年には、早くも新しいこれらのサービスを第四次産業・第五次産業というように新しい分類が試みられ始め⁽¹⁶⁾、現在では経済のソフト化・サービス化の問題として盛んに研究が行われている⁽¹⁷⁾⁽¹⁸⁾。

(3) 経済中心より文化中心の時代へ

かくして、生産分野における革命的経済の発展は、経済分野ではもちろん経済外的分野にも広い範囲にわたって、すなわち人間活動全体に非常に大きな波及効果を及ぼしたといえることができる。中でも物的豊かさよりは心の豊かさを求める傾向があらゆる生活の中でとくに強くなったわけである。すなわち、歴史は生産中心から流通中心へ、流通中心の時代から消費中心の時代へ、さらに経済中心の時代から生活中心の時代へ、生活中心から文化中心の時代⁽¹⁹⁾へ入ったといえる。従って、現代の新産業革命は、単なる産業革命ではなく、生活全面における革命であると意義づけてよいと考える。今までの産業革命も生活面に大きな影響をあたえたが、生活を根本的に変えるまでには至らなかったといえる。そして、この生活全面に及ぼした効果は、今後、さらに大きなものになると予想されている。これからは、生活が主体であり、文化が主体となって経済を運営する時代に入り、その度合がさらに強まっていくだろうと予想される。以上のような意味でも、現代は、今までの歴史上なかった大きな転換期であるといえる。

ところで、これからはどうなるのであろうか、ないしはどうすべきかなどについての問題は、今後のきわめて大きな問題である。この問題については、既に、各種の主張がなされてきている。たとえば、ドラッカー (P. F. Drucker) は古い経済を分析し、新しい産業経営、新しい社会を論じ、知識社会を構想している⁽²⁰⁾。ダニエル・ベル (Daniel Bell) は工業中心の経済社会から文化中心の脱工業社会 (Post-industrial Society) を予測している⁽²¹⁾。マハループ (Fritz Machlup) も知識産業を論じている⁽²²⁾。さらに、これらを基礎にして、我が国でも、故大平首相のブレーンとしての「文化の時代研究グループ」と「文化の時代の経済運営研究グループ」の二つの研究報告 (いずれも昭和55年7月)⁽²³⁾ を契機とし、これからの社会としての情報化社会についての論議がきわめて盛んになってきている。

この問題に対する解答は、今までにないような大きな諸問題も発生してきており、ガルブレイスの表現をかりると、スミス流の見えざる手の導きの理論、マルクスの資本主義崩壊論のような理論はとても無理で、原始爆弾が人類を破滅させるということだけは確実であるが、それ以外はすべて不確実の時代⁽²⁴⁾で、解答はきわめてむずかしいといえる。とくに、現代人の価値観はきわめてまちまちであるからである⁽²⁵⁾⁽²⁶⁾。けれども、物的経済的満足よりも、心の満足すなわち文化的欲求の満足を求めていることは間違がなく、それらを軸として、上記の諸主張が展開されているといえる。夢でもよいから、これからはこうあるべきであるという空想論、理想論、人生論、文化論を、できるだけ多くの人々が大胆に構想し、それらの中から自然に方向がきまってくるのではなかろうかと筆者は考えるわけである。

3. 学的諸研究における文化論の位置づけ

(1) 新産業革命を発端とする基本的重要諸問題と文化論的研究

ところで、物的満足より心の満足をはかる文化的志向の探求は、現代におけるあまたの重要諸問題の把握から出発しなければならないことはいうまでもない。現代の重要諸問題はこれは経済的諸問題と経済外的諸問題とに分類できる。最初に前者に関する基本的重要諸問題を検討して見たい。

まず、最初に、経済的・物的豊かさを齊らした生産分野それ自身に関する問題である。すなわち、ものが出来過ぎて、販売がきわめてむずかしくなり、競争もはげしくなり、生産業者の存立が深刻となってきた。かつてのように生産規模が小さく、周期的景気変動で、比較的容易に問題が解決された時代もあったが、現代では商品の過剰はきわめて大量で、万年不景気的な要素を多分に含んでおり、売手市場 (Sellers' Market) の時代は完全に過ぎ、完全に買手市場 (Buyers' Market) の時代に入ったわけで、きわめてきびしいといえることができる。このことは直ちに流通の分野にもそのままあてはまる問題で、現代その度合をますます強めている⁽²⁷⁾。この販売問題は、せつかく達成した豊かさをもとへもどす危険性を多分に胚胎しているわけである。

次は、経済的目的分野である消費に関する問題であるが、豊かになったといっても、現代の物的豊かさは量的豊かさで、本当にあらゆる欲求を十分に満足させているかという質的ゆたかさにまだまだ大きな問題が残されている。そして、さらに大きな問題は、この物的豊かさはすべての人類においてでなく、文明諸国家においてであり、むしろ飢餓に頻した民族・国家が多いということである。この問題は、一部では前よりもひどくなっているという報道も少なくない⁽²⁸⁾。この世界経済的問題は単なる救援物資の給与ではすまされない問題で、世界経済はもはや今までの原理と政策では解決できず、根本的に構造を変えねばならない時期に入っているわけである⁽²⁹⁾。また、経済的・物的に豊かになったとしても、あらゆる生活が豊かになったわけではなく、あくまで、それは経済的・物的生活の面の豊かさである。経済は人間らしい生活を営むための手段であって、経済的・物的にいくら豊かになってもそれだけでは豊かになったとはいえないわけである。ここに経済における最も根本的な重要問題が存在する。

以上は経済内的な問題であるが、経済外的な大きな重要問題としては、まず、前記の世界経済における豊かさの較差の問題から発生すると考えられる後進諸国家におけるナショナリズムをもととした国際関係の不安定化、局地戦争の各地続発などなどは、新産業革命の効果を一挙に無にしてしまわないとも限らない重要問題である。この問題は、石油危機以降急速に高まって、いまだに未解決な問題であるといえる。

次に、さらに、経済外的な問題として大きな問題は、あまりにも大規模で、営利的な高度の大

量生産は、ほんとうに近き将来の資源の涸渇を予測させるわけである。もう一つは自然の破壊であり、それから生ずる近い将来の生産の大減退の問題である。最後に、それらが総合化され人間の生活環境が破壊され、人類の破滅に通ずる問題である。この問題は公害の問題であり、一時かなりさわがれ、最近やや下火になったように見受けられないでもないが、実は問題はさらに深刻になっているといえる。たとえば、最近の報道によれば、あらゆる食生活における基礎的素材としての飲料水さえも、その汚染化がひどくなっている実態である⁽³⁰⁾⁽³¹⁾。

これらの諸問題は、今までの諸問題と比べると、発生源的にはともかくとして、単なる経済の問題ではなく、人間の生活全般に関連した問題で、内容は多種多様で、しかも一つ一つが複雑多岐である。しかもある地域だけの問題ではなく世界的規模の大問題であるということで、史上初めての大問題であるといえる。そして、これらの問題は、今までの分析的・部分的な研究すなわち分科科学のいずれにも属しない、中間領域 (Border Land) に属するものがかなり多く、また特定の分科科学に属する問題であっても、他の科学と密接に関連させねば解決できない問題がきわめて多い。これらの諸問題の解決に答える研究方法として、学際的研究 (Interdisciplinary Approach) の意義はきわめて大きいといえる⁽³²⁾。

これらの質的に大きな相異をもつ諸問題を総合的に解決することはなかなか容易なことではないが、筆者はこの総合的研究の体系化の原理は、前述の経済中心より文化中心の時代へという基本的動向に即した文化論的研究であると考えている。

(2) 文化論の基本的構想

文化の語源は、きわめて古く中国に由来するが、我が国では多く用いられるようになったのは明治に入って、Culture の訳として用いられるようになってからであるといわれている⁽³³⁾。

Culture は辞書で見ると、耕作・栽培とか飼養・飼育とか、心身の陶冶・訓練とか、教養とかのかなり異った意味をもっている。けれども、筆者なりに、これらをまとめて見ると、要するに人間のよりよく生きんとする行動のすべてであるといえる。あるときは採集経済より進歩した耕作であり、あるときは狩猟より進歩した家畜の飼養・飼育であり、あるときは心身の陶冶・訓練が進歩をもたらすものと考え、あるときは教養を身につけることがよりよく生きることであると、時と場合に応じて用いられたと考えるべきだと思う。

従って、文化という用語の内容は多種多様で、よりよき物的ゆたかさを求める経済的活動も文化の一つで、経済文化とよび得るわけである。また、社会生活をよりスムーズにするためのルールとしての社会規範である風俗・慣習・宗教・道徳・法などはもちろん、一定の権力にもとづく政治活動も文化であるというべきである。また、戦争と暴力もよりよき社会をつくるためのやむを得ざる手段として考えると、これも文化の一つにならないわけではない。文化人類学では戦争・暴力については必ずしも明確ではないが、多くの学者が文化を広義に解しているようである。

中国や我が国の辞書では、古くから戦争・暴力を除いており、現在でも文化という言葉を用いる場合、明確に武力と対比させて平和の意味に用いている。

筆者は、戦争・暴力はもちろん除外する立場であるが、文化を人間のよりよく生きるための手段としての文化活動は除外し、目的としてのよりよく生きる行動自体に限定すべきであると考ええる。ということは政治活動も、経済活動も除外すべきだということになる。ただ、経済の場合、経済とは吾々の生活に必要な不足物資の生産・流通・消費の活動のすべてであると解されるのが最も普通であるが、この場合の消費は生活物資の消費すなわち目的としての生活自体と解されやすいが、経済学における消費は財としての生活物資の取得、たとえば、一定のお金で一定の使用価値をもつ商品の購入・入手のことであると考えるのが多く、また、財の消費それ自体を含めたとしても、それはあくまで物的生活者で、イコール生活者ではない。さらに物的生活は精神的活動の手段としての意味をもっているわけで、消費者＝生活者ではない⁽³⁴⁾。

さらに、筆者は、文化は人間の動物と相異したよりよく生きたいとする目的行動それ自体だとすると、肉体的欲求は動物にも存在する欲求で、たとえば食欲を満足させんとする手段としての食事行動は文化から除外すべきだと考える。すなわち、筆者は文化を精神的諸欲求にもとづく諸行動に限定すべきだと考える。この考え方は、ドイツの理想主義哲学の流れをくむ西南学派の考えに属するといえよう⁽³⁵⁾。このように、文化を限定してとらえようとするのは、新産業革命の経済の中心問題が、物のゆたかさの問題より心の豊かさの問題が重要となってきたわけで、あまり文化を広く解すると、その体系化もむずかしくなると考えられるからである。かくして、文化は精神的諸欲求にもとづく、よりよく生んとする人間らしい諸行動の総体であると筆者はとらえる。

ところで、文化の分け方には、いろいろあるが、文化活動の出発点、契機になる精神的欲求から分けて見ると次のようになろう。すなわち、精神的欲求は①知的・理性的・論理的欲求、②道徳的・理想的・倫理的欲求、③感情的・感性的・情理的欲求の三つに分けられよう。最初の欲求は、具体的には、事実を知りたい、ほんとうのことを知りたい、真実を知りたい、それらの論理を知りたいという欲求で、本能的なものと意識的なものとある。前者はとくに理由がなく、ただ知りたい。面白そうだから知りたいというように好奇心にもとづいたものである。後者は何らかの問題意識にもとづくもので、それにもとづいた研究という文化活動は、きわめて重要な成果を生んでおり、これからは、ますます重要になるだろうと考えられる⁽³⁶⁾。その具体例としては各種の情報・知識の収集・それらの体系化としての自然科学・社会科などを始めとする各種の学問がこれである。筆者はこの活動と成果を合せて論理的文化とよびたい。

第2の道徳的・思想的・倫理的欲求は、いい(善)と思うこと、正しいと思うこと、意味・価値あると考えることを実現して見たいという欲求で、これも本能的なものと意識的なものとある。この精神的欲求に出発した、人のよりよく生んとする目的的活動を倫理的文化と呼びたい。本

能的な欲求に出発する文化活動は、むかしの良心にもとづく道徳における善の思想はこれに属しよう。また宗教活動もこの種の文化に属するものといえよう。意識的なものは、一定の論理的評価と価値判断にもとづく実践活動で、これからの文化のなかでは重要なものである。すなわち、これからの善、正義、思想、理想はとくに論理的なものでなければならないからである。この分野における具体的文化活動の例は、各種の思想およびそれらにもとづく諸運動あるいは教育活動などが代表的なものとなろう。

最後の精神的欲求は、美しいものないしは動作を見て、あるいは美しい音を聞いてというような五感を通して、あるいは友達と話し合っていていい気持ちになりたい、幸福感を味わいたい、生き甲斐を感じたいというものである。要するに、感情的・感性的・情理的欲求は、五感を通じての精神的欲求の満足をはからんとするものも多く、これまた本能的なものと意識的なものとある。本能的なものは、偶然に自然美を味わうとか、無目的的な趣味・レジャーを楽しむということはこれに属しよう。意識的なものは、美しいものを積極的に創作して、それで一定の満足感を得んとするもので、これからは、とくにこれが重要で、これは論理的に導き出すことによって、その効果が大きくなるであろうということで、筆者はこれを情理的文化⁽³⁷⁾と呼びたいと思う。もちろんこれに属する文化の具体例は、最近はやりの趣味・娯楽など通してのレジャーを楽しむ本能的傾向の強いものと、意識的な美術・音楽・演劇などを始めとする各種の芸術活動などがある。

以上の三種の欲求とそれらに対応する諸文化のうち、最後の情理的欲求は最もよく本能的性格を表わし、最も基礎的な欲求である。というのは、楽しくよりよく生きたい、幸福感を味わいたい、生き甲斐にひたりたいという本能的欲求が阻害された場合、知的欲求が喚起され、意識的な知的活動が始まり、それにもとづいて、よりよい倫理的文化、さらによりよい情理的文化が斉らされるからである。情理的欲求と文化は他の欲求と文化の問題意識を喚起し、他の欲求と文化を活用して、情理的欲求の充足と情理的文化の向上をはかり、それが何らかの事情で行詰ると、さらに程度の高い論理的、倫理的欲求と文化活動で解決せんとする。そして、以上の三者は循環をくりかえしながら螺旋状の文化の創造と発展をとげるわけである。従って、情理的欲求と文化は人間のよりよく生きんとする欲求の中心的動機となり、帰着すべき目的としての性格を強くもつわけである。この意味で、最狭義の文化は、この目的としての情理的文化のみに限定することも出来る。人間の現実の実際活動では、このような意味に用いる場合が少くないといえる。

けれども、論理的文化は、人間がその活動を展開することによって喜びを感じ、生き甲斐を感じるわけである。倫理的文化も善を実践することによって生き甲斐を感じるわけで、論理的文化と倫理的文化は、それ自体が一つの目的的な活動でもあり、広い意味の情理的文化の一種でもあるといえる。文化を情理的文化のみに限定することは適当でないと思筆者は考える。

以上の三種の文化は、独自の性格・特質をもちながら、きわめて密接に結びついているわけで、これらは三位一体として、体系的にとられねばならないわけである⁽³⁸⁾⁽³⁹⁾。

以上のような、動物と相異した人間としての精神的諸欲求にもとづいた人間らしい諸活動および諸成果をまとめたものが文化⁽⁴⁰⁾であり、それらの文化活動の理論およびあり方を研究するのが文化論であるということになる。さらに、換言すれば、文化論とは心の豊かさを実現する理論と方策を考える目的論的研究で、現在論（理論）と過去論（歴史）と未来論（政策）より構成される⁽⁴¹⁾。かくして、文化論は人生究極の目的論であり、よりよく生きんとする手段としての諸活動、たとえば政治・経済、宗教などを適切に体系づける原理としての意味をももつといえる。

（3） 学的諸研究の体系化原理としての文化論

心の豊かさをはかることは、心に関する問題ではあるが、純粹に心の問題としてのみの研究では、その目的は達せられない。精神的欲求のうちの文化的欲求は、人と人との精神的交流によってのみ齊らされる場合も少くはないが、何らかの意味において、物によって充足される面がかなり多いわけである。文化の問題は経済の問題と無関係ではあり得ないのである。とくに、経済のきわめて進歩した現代においては、経済を目的論的に、たとえば、営利を目的あるいは経済的に働くこと自体に意味があり、それが楽しいというようにとらえるのではなく⁽⁴²⁾、人生の究極の目的としての文化的欲求の充足のための手段としてとらえることが重要である⁽⁴³⁾。高度成長をとげた現段階における経済は、文化論を軸として考えるべき段階に入ったわけである。すなわち、その内容は肉体的欲求の問題・量の問題より、文化的諸欲求を満足させてより心の豊かさをもたらす物は何であるかの質の問題となってきたのである。と同時に、今までに考えられなかった重要な問題が、経済内はもちろん経済外にも数多く発生したわけである。これらの諸問題は学際的に研究されねばならないが、その場合の体系的研究の方法として文化論的研究の価値はきわめて大きいと考えられる。すなわち、文化論は経済内にはもちろん経済外的にも、今後の科学的諸研究の体系化原理としての意義をもつといえる。

4. 商学における文化論的研究の意義

（1） 現代の商と商学

現代の商（業）活動が⁽⁴⁴⁾、原理的・法制的に自由主義の原則にもとづいて自由競争、営利原則を立前とすることはいうまでもないわけであるが、この原則は近代になって確立したもので、歴史的にはそんなに古いものではないが、経済の活性化・発展に大いに寄与し、新産業革命を生んだ大きな原因ともいえるわけである。従って、商とは営利の確得を目的とする人間活動であるのととらえ方が支配的⁽⁴⁵⁾、極大利潤の確保はどのようにしたらよいかについての研究は、現代の商学におけるきわめて重要な研究課題になっているわけである。

けれども、現代の商活動は偉大なメリットを生んだが、デメリットも生んでいる。これについて

ては、既に述べた基本的重要な諸問題のほかにきわめて多数の問題を生んでいる。たとえば、むかしから独占の進行にともなう帝国主義戦争論と死の商人論および最近の商品公害に見られる新しい死の商人論などを始めとして、巧妙な虚偽誇大広告の問題、使い捨て販売促進策、物価吊り上げのための買い占め、売り惜しみ、商品投棄、魚ころがのような商品ころがし、あるいは政治とのゆ着、賄賂、政治献金、脱税などなどの諸問題が発生している。

かくして早くから先進国では社会主義・共産主義的諸理論とそれらにもとづく諸政策・諸対策を始めとし、消費者中心の修正資本主義的諸理論・諸政策・諸対策も講じられ今日に至っているわけである。そして、商活動の主体自身もその対応策を研究し、消費者・生活者中心主義的諸方策の実践に努力を継続して今日に至っている。最近、企業の社会的責任論も強力に展開され始め、営利的な基本的原則の修正が内部から提出され始めている。自由主義を原則とする資本主義は、現実には存在せず、実在するのは修正資本主義であると筆者はとらえる⁽⁴⁶⁾。商とは営利取得のための人間行動であるとの考え方・とらえ方は、かつては経済の活性化を生んだが、生産力がつくろうと思えばいくらでもつくり得る時代に入った時代では、もはや古くなった原理といえる。だからといって、営利を全面的に否定することは必ずしも適切ではない。営利の原則は基本的に保持しながら、もう一つの原則の導入をはかるべきであると考え。文化論は人生におけるあらゆる科学的研究の体系化原理であるとしたわけであるが、商活動の中に、この原理つまり生活者中心主義を商業の具体的対策の原理として導入すべきであると同時にこれからの新しい商学の体系化原理としても導入すべきだと考えるわけである。ということは、商は文化論的に研究され、文化論的に体系化されるべきだということである。

とはいえ、それを具体的に展開するとなるとなかなかむずかしいわけであるが、その可能性を商ならびに商学の歴史の中からさぐって見たいと筆者は考える。次に、その可能性を主として欧州における商業の歴史を通じて若干の例を指摘して見たいと思う。

(2) 諸外国における商の文化的貢献の史的概要

最も古いものから具体例を上げて見ると、まず、古代メソポタミヤでは、かなり活発な商取引が行われ、取引契約を証文として楔形文字で、粘土に記した遺物が沢山残されているが、この楔形文字はシュメール商人の商取引上の必要性にもとづいて、とくに商取引の能率化を考えて、象形文字から記号化され、音表文字が創造され普及発展してきたといえる⁽⁴⁷⁾。音標文字または数字の発明・創造は商人による例が少なくない⁽⁴⁸⁾⁽⁴⁹⁾。中近東の三日月形の中心に位置したヘエニキヤ商人は、ヘエニキヤ文字を発明すると同時にエジプト文化とメソポタミヤの文化の交流と文化の発展のためにつくした功績はきわめて大きい。つづいて、地中海商業の中心者となったギリシヤ商人はヘエニキヤ商人と同じように文化の交流に力をつくしたが、同時に自らの有名な文化、今日にも通じ今日の西洋文化の基礎となったギリシヤ文化を創造した。もうけた金で、暇もで

き、優秀な文化人を育てると同時に、自らも人間中心・人間主体の生活と文化を創造したのである。中世の商業はやや停滞したが、逆に商についての研究は個人的研究から社会的な研究に発展し、経済学研究の先がけとなった。

イタリアの商人はローマ文化の礎石をつくと同時に、近世に入ってから、たとえば、フローレンスの商人はルネサンス運動の中心的形成者の役割を果たしたことはあまりにも有名である。また、シルクロードの商人は東西文化の交流に、アラビアの商人はインドとメソポタミヤの文化の交流と各々の文化の発展に大きな役割を果たしたことも明白な事実である。

中世から近代にかけて活躍した民族と国家は、スペイン・ポルトガル・オランダ・イギリスにしてもいずれも商業活動が中心であった。これらの商人は結局は政治的には民主文化、経済的には資本主義文化、すなわち、自由放任主義、自由競争営利主義の経済文化をつくり、さらに個性豊かな近代文化を完成したといえる。

(3) 商学における文化論的研究の意義

商業は、むかしから今日に至るまで文化の創造、発展、普及のために、きわめて大きな機能を果たしてきたことは明白である。けれども、これについては、むかしから今日に至るまで商業はあくまで営利が中心目的であって、文化への貢献はあくまで結果であるという反論・とらえ方が支配的で、文化への貢献についてはほとんど研究されなかった。

筆者は、その反論を否定するものではないが、反論すべてが正しいとは思えない。営利を離れた生業としての商業ももちろんむかしから存在していた。中世のキリスト教の影響の強い商業は然りであり、競争ともうけの多い海外商業の場合は営利的傾向が強かったが、国内商業の場合は、同胞からの搾取は神の意志に反するとして宗教的にはもちろん、道徳的にも許されなかったわけである。生活のための商業は採算が考慮されたことはもちろんであって、それ以上のぼろいもうけは許されなかったし、商人自体も求めなかったのも多い。世の中のための商業も存在したということは歴史的事実である。採算と生活文化のための商業は立派に存在したし、これからも存在できるであろうと考える。そして、営利と生活・文化のための商業も存在したわけである。この営利が生活・文化のために貢献したことも否定できない。物資の不足の度が大きいときは、営利の度が大きく、生命をかけて不足を緩和し、文化の創造発展に寄与した点は見逃し得ない。いずれにしても、営利と社会性・文化性は共存するといえる。

とくに、現代のように生産力が発展し、つくろうと思えばいくらでも技術的に可能な段階に入った今日は、営利よりも公正な社会性、生活目的としての文化が積極的に尊重されねばならない時代においては、営利性の比重はむかしより軽くなって当然と考える。それは営利性を否定することではなく、営利性と社会性のバランスのとれた共存性が重要な時代といえる。両者のバランスをどうとらえるかが、今日の商学における重要な研究課題で、手段として営利を、次元を高め

た文化論の立場で適切に位置づけて、それを可能にするのが文化論的研究であるとするのが筆者の考えである。文化論研究は手段としての営利を文化論の立場で適切に位置づけることを課題とするもので、そこに商学における文化論の意義があるわけである。

5. おわりに—我が国における商の文化論的研究の意義—

以上で、商の文化論的研究の意義についての基本的考察を種々の事情で終らざるを得ないわけであるが、考察はまだ不十分で、厳密には結果論として一種の仮説めいた構想の展開に終わってしまった。機会を見て舌たらずのところを補強したいと思うが、この問題については研究せねばならない点が少ないわけで、今後それを心掛けるつもりである。と同時に、この仮説的考え方の実証的研究も進めて見なければならぬと考えている。それが研究を深めるよりよい近道であると考えられるからである。実証的研究の展開にあたって、筆者は、我が国の商業と商業思想を取り上げることは非常に有効だと考えている。我が国の文化の特質が自然を征服するのではなく、自然に全く従うのではなく、また人間関係も然りであるという一体性、総合性、融合性などと特質づけられるが、それらの中での商業活動も営利性と社会性がうまく調和されて行われていたと筆者は考える。とくに、中世から近世にかけての商業活動は、その線にそっていると思うわけである。江戸期を中心とした商業思想および商業活動の実証的研究は、商の文化論的研究に大きな価値を提供してくれるものと考えている。筆者は、今後この研究を大いに進めたいと考えているわけであるが、この研究の重要性・意義を指摘し、我が国における商の文化論的研究の実証的研究の序章としての本論文を終りたい⁽⁵⁰⁾。

注および参考文献

- (1) 筆者なりの一応の学問論については、拙著「現代商品学概論」(八千代出版, S. 54.)「現代商学の課題と基本問題」(多賀出版, S. 55.)参照
- (2) 動態的研究については、いろいろの主張があるが、つい、最近の日本経済研究センター理事長 金森久雄筆「躍動経済に対応、動態的な政策を」(日本経済新聞 S. 59. 9. 28)の主張は、きわめて明確で適切だと考える。
- (3) つい、最近の資料としては、次のものが適切に現代の学問の転期を物語っている。
 - (A) 木田元・広松渉・丸山圭三郎・坂部恵筆「現代と哲学①~④」(朝日新聞 S. 59. 9. 3, 10, 17, 25. 夕刊)
 - (B) 日本経済新聞「この世界は11次元とか」(S. 59. 9. 12. 夕刊)
- (4) 俗に、この革命的発展の諸段階は神武景気・岩戸景気・いざなぎ景気などといわれたが、これは必ずしも学問的な表現ではなく、直観的な表現で必ずしも正確ではないが、国民的直感で、大体のところでは当を得ているといつてよい。
- (5) John Keneth Galbraith, "The Affluent Society", 2nd edition, revised; Boston Houghton Mifflin, 1969. (鈴木哲太郎訳「ゆたかな社会」岩波書店 第1章)
- (6) W. W. Rostow, "The Stages of Economic Growth—A Non-Communist Manifesto—", Second

- Edition, 1960. (木村・久保・村上訳「経済成長の諸段階」ダイヤモンド社)
- (7) 岩波書店「経済学辞典(第2版)」p.312 経済発展段階説の部。
- (8) Alvin Toffler; “The Third Wave”, William Morrow, New York, 1980. (徳山監修, 鈴木・桜井外訳「第三の波」日本放送出版協会)
- (9) W. W. Rostow, *op. cit.*
- (10) 昭和58年9月20日付の「日本経済新聞」は同社と日本経済研究センター共催の W. W. Rostow の講演会で現段階を第4次産業革命と位置づけていることを報じている。
- (11) 経済評論家佐貫利雄筆「第三次産業革命」(日本経済新聞 S. 57. 4. 3.)
- (12) 東大教授植草益筆「新産業革命 ①~⑥」(日本経済新聞 S. 59. 1. 30~2. 3.)
- (13) この経済発展の段階についての詳細な考察は別の機会に行いたい。
- (14) 拙稿「商品の文化論的評価の重要性—商品の文化創造機能と今後の商品学の研究課題—」日本商品学会誌「商品研究」32巻3・4号 pp.33~41.
- (15) Colin Clark; “The Conditions of Economic Progress”, Second edition, London, 1951. (大川・小原・高橋・山田共訳「経済的進歩の諸条件」勁草書房)
- (16) 高田保馬著「経済の構造」S. 34 第11章
- (17) 日本長期信用銀行の調査報告「日本経済ソフト化・サービス化時代 ①~⑳」(日本経済新聞 S. 58. 5. 13~6. 20.)
- (18) 大蔵省ソフトノミックス研究会「日本ソフト化時代 ①~㉑」(日本経済新聞 S. 59. 9. 14~10. 20.)
- (19) 文化中心といっても、理念的なことであり、現実的にはまだ流通中心の時代といってよい。とくに、世界経済的に然りで、このことについては別の機会に検討したい。(木村尚三郎著「和魂和才」日本経済新聞社 S. 54)
- (20) Peter F. Drucker; “The Age of Discontinuity”, Harper & Row, New York, 1969. (林雄二郎訳「断絶の時代」ダイヤモンド社)
- (21) Daniel Bell; “The Coming of Post-industrial Society”, Basic Books, New York, 1973. (内田忠夫ほか訳「脱工業社会の到来(上下)」ダイヤモンド社)
- (22) Fritz Machlup; “The Production and Distribution of Knowledge in the United States”, Princeton Univ. Press, Princeton, New Jersey, Third Edition, 1967. (高橋・木田監訳「知識産業」産業能率短大出版部)
- (23) 自由国民社「現代用語の基礎知識」1983年版 pp.718~721 と「朝日新聞」(S. 55. 7. 12~14.) における故大平首相の研究グループの報告記事。
- (24) John Kenneth Galbraith, “The Age of Uncertainty”, Houghton Mifflin, Boston, 1977. (都留重人訳「不確実性の時代」ブリタニカ社, p. 479)
- (25) 「日本経済新聞」(S. 59. 11. 18.) 全国学生意識調査で、尊敬する人物58年田中角栄一位となった。
- (26) 「朝日新聞」(S. 58. 4. 4.) 親切心での留守中の子供の世話も事故で隣人訴訟となった。
- (27) 大阪本社流通経済部長鎌田穰「流通業大転換の時代」(日本経済新聞 S. 59. 9. 1.) は最近の一例であるが、このような考え方はかなり多い。
- (28) 朝日新聞「飢えるアフリカー北の救援課題 ①~⑥」(S. 59. 9. 18~23.)
- (29) 「 」 「 」 「 」 —危機の構造 ①~④」(S. 59. 10. 3~6.)
- (30) 朝日新聞「水が危くなってきた」(S. 59. 8. 25.)
- (31) 宇井純「公害は終わっていない」(朝日新聞 S. 59. 7. 4.)
- (32) Interdisciplinary Approach は、アメリカのマーケティング理論の分野で、戦後顕著な発展をとげた研究法(東洋経済新報社とダイヤモンド社の経営学辞典)であるが、用語的にはともかくとして、実質的には商品学の分野では、かなり早くから自然科学的方法と社会科学的方法の総合として用いられた。(上坂西三著「商品学概論」大正14年)。我が国では、昭和30年代の終り頃からいろいろの分野で主張され行われ始めた。人工衛生の研究・開発はその代表例で公害の分野でも大いに活用されるべきものと

考える。

- (33) 林雄一郎著「私の成熟社会論」産業能率短大出版部 S.55. 13章と註1
- (34) 石崎悦史「商品形成における生活者の役割」日本商品学会誌「商品研究」34巻1・2号 pp.10~20.
- (35) これは、大正年代我が国に輸入されて文化主義になったが、これらの点については、別の機会にゆずりたい。(平凡社「哲学事典」文化主義の部)
- (36) この点については、真理のための科学、科学のための科学といわれる没価値論的研究の評価が、従来からかなり高かったが、この立場は知りたくないから、面白くないから研究しないということにもなり、これからは面白くなくても研究せねばならない問題が多くなると考えられるので、筆者はあまり評価できないと考えている。(注45・46 参考)
- (37) 普通、情理というと人情と道理を意味するが、論理ないしは倫理にもとづいたよりよい感情を味うのがこれから重要であることから、論理と感情の一体化したものとして使用した。結果として論理と倫理と情理というような共通した表現になる。
- (38) 文化の概念については、大別して言語学的概念、文化人類学的概念、哲学的概念、経済学的概念などがあり、それらの中にも各説あるわけであるが、考察の余裕をもたないので、いずれ機会をとらえたいと思う。
- (39) 哲学的概念の中に真善美ないしは知情意などを一体的にとらえる文化概念があるが、本学経済学部横田教授の「商業の論理と倫理」という論文(城西大学「経済学会誌」12巻1・2・3号および13巻2号)の一体的とらえ方は経済分野における応用ではないかと思う。東洋の商業思想の中にはこの傾向が強い。筆者はこれに情理的側面を含めて、ら線状的発展論で一体化を試みたわけである。この考え方は江戸期の商業と商業思想の特質であると考えてるので、今後実証的に検討したいと考えている。
- (40) これらの諸成果を体系的に総合したものを、とくに文明と呼び、文化と区別する人もいる。
- (41) 文化論の基本的あり方の具体的原則についてはその他平和主義だとか競争原理をどうとらえるか自然をどうとらえるかの自然観などの重要な問題があるが、これらについてはまた別の機会にゆずりたい。
- (42) このとらえ方はアダムスミス以来の富を目的とする資本主義的とらえ方である。
- (43) ギリシャ文化を築いたギリシャ商人は、フェニキヤ商人と違って、富を手段としてとらえた。(ブチャー著 両角克夫訳「ギリシャ文化の特質」筑摩書房 昭和17年 第2章)
- (44) 俗に、商業というと、営利的に商人が職業として行う場合を意味する場が多いわけであるが、これからの商業に対する筆者の考えは逐次わかる通り、営利性を包含しながら文化性を強調すべきであるとするのが、筆者の立場であるし、これからは生協の場合のように非営利的な流通も含めて研究されねばならないし、メーカーの原材料の購入や製品の販売も含めて流通の研究が行われるべきだと考えているので、商業と区別して「商」という語を多く用いているわけである。
- (45) 拙著「現代商学の課題と基本問題」p.46.
- (46) 拙著「現代商品学概論」pp.26~37.
- (47) Edward Chiera: The wrote on clay. Edited by G.G. Cameron, 1951 (Sixth Impression) (板倉勝正訳「粘土に書かれた歴史」)
- (48) 加藤一朗著「象形文字入門」中公新書 S.37.
- (49) 杉勇著「楔形文字入門」中公新書 S.37.
- (50) 文化のため商活動の具体的内容については、いろいろあるが、よくとりあげられる例は、もうけた金で美術品を集めて美術館をつくったり、寄付したり、商人自身が文化活動に参加したり、援助したりすることなどが取り上げられる。けれども、これらは、余技的・消極的商の文化機能であって本来的・本質的には、商品の文化価値の流通ないしは営業としての文化的サービス活動を通じてなされるべきであると考えてる。たとえば、文化価値としての茶、もろもろの茶道用具の供給ならびにそれらの活用についての情報の提供ないしは実践的文化活動を通じての我が国における茶道文化の創造などは筆者の文化論的研究の具体的好材料であること、さらに、実務の世界では盛んに行われており、下記の著作などはそれらについて書いた一例であることを指摘して、最後の本論の理解のための補足をしておきたい。

- (a) 日下公人著「新・文化産業論」東洋経済新報社 S. 53.
- (b) 田中利見著「カルチャー・マーケティング」ビジネス社 S. 55.