HOKUGA 北海学園学術情報リポジトリ
学校法人北海学園
北海学園大学
北海商科大学

タイトル	日本のマーケティングを考えるための覚書 ： 室町時代における商の活発化を中心として
著者	黒田，重雄; Kuroda，Shigeo
引用	北海学園大学経営学会，14(2)：35-55
発行日	2016-09-25

Hokkai-Gakuen Organization of Knowledge Ubiquitous through Gaining Archives.

《研究ノート》

日本のマーケティングを考えるための覚書

── 室町時代における商の活発化を中心として ──

黒　田　重　雄

目　次

はじめに
1．室町期におけるビジネス活発化の証拠
2．室町とはどういう時代であったのか
3．日本人の「心」について
4．マーケティングと科学
5．日本のマーケティングのはしりについて
おわりに
注と参考文献

はじめに

マーケティングは，ビジネスの活性化には欠かせないものとして，今や世界中のビジネス界に浸透している。その一方で，これまた世界中で企業の不正や偽装問題が頻発している。もとより，こうした問題が，マーケティングによって起こっているとばかりは言えないかもしれない。しかし，国によっては，やはり，マーケティングの行き過ぎとしか思えないような偽装問題も発生している。かつて江戸市中にもちょとしたした偽装があったことは井原西鶴が『世間胸算用』に書いている。タコ売りの行商男が8本の足を7本，6本にして売るうちにバレて商売が出来なくなったという「奈良の庭竈」の話ぐらいが典型的なものである[1]。今日の偽装は，そうした生易しいものではなく，複雑さの様相を示しながら日本のいたるところで著しい現象となって噴出している。

そして，日本では，ついにそうした問題の根源には「マーケティング至上主義」があるとまで言われるようになってきている[2]。また，『マーケティング化する民主主義』と題する本も出版されている[3]。

こうした状況を見るにつけ，筆者は，最近の日本における一連の不祥事には程度の差はあるにしても，マーケティングは大いに関連があるし，そうするとまた，実際に大学・大学院などでマーケティング教育に当たっている学者・研究者にも責任の一端はあるのではないかと考えるようになっている。

その理由は大きく二つである。①現行のアメリカ・マーケティングが直接的には他国や地域に適合しないものであるということ，②現行マーケティングが学問になっていないこと，と考えている。

とりわけ，アメリカ・マーケティングを直接日本に当てはめることは不適切だったのではないかと考えるようになっている。

しかし他方で，筆者は，マーケティングが持つエッセンス（思想）はビジネス界にとってはきわめて重要なものと考えている。したがって，その思想を国や地域に適合できるものにすることが欠かせないことになるのである。その行う方式としては，まず，アメリカ・マーケティングをそれぞれの国・地域に当てはまるように修正して用いることである。もう一つはそれぞれの国独自のマーケティングを考えることである。前者は実際にやっていることであり，今日の問題の根源にある方式と考えられる。そうすると後者がクローズ

アップするが，しかしたとえば，日本のマーケティングを考えることができるのかとなり，できるとすればどのようなものになるかを明らかにしなければならないことになる。

さらに，筆者は，マーケティングは学問に高めるべきものと考えている。哲学では，人はどこから来てどこへ行くか，かの問題を考える。これは形而上学として取り扱われている。しかし，形而下である現実では，生まれたからには基本的に具体的に何らかの仕事をして糧を得なければならない。この人生にとって最大問題の一つである自己の仕事（ビジネス）をどうするかについての学問的考察はほとんどされていない。「就活の仕方」，「仕事とどう向き合うか」，「働き方」と言った点が主である。「仕事探し」の方は基本的に自分で考えよ，である。人は生まれたからには，原則働いて自己あるいは家族の生活を維持していかなければならない。そのためまずやらねばならないのは自己のビジネスを探し，決定し，実行することである。こうして，世界の 70 億人が原則各自のビジネスをして，もたれ合って生活を維持していると考えねばならないのである。

こうして，基本的に重要とされる自己のビジネスをどのようにして見つけ実行していけばよいのかについての学問的研究はほとんど皆無といった状況にある。個々の問題については，たとえば，就活をどう行っていくかのアドバイスはあるが，自己のビジネス決定に関わるトータルな考え方を示す学問は現存していないと考えねばならいのである。

ところで，筆者は，マーケティングを学問にしたいと考えたときに，アメリカ・マーケティングでは難しいと考えるようになっている。学問形成にとって基本的に重要な要素，独自の概念，体系化，分析方法に一貫性がないと考えるからである。その点，日本における商の歴史を見るにつけ，日本マーケティングにその可能性を垣間見ることができると判断して，そこから「マーケティング学」を考えるようになっている[(4)(5)(6)]。

そうした考えの下，筆者は，これまで（ささやかではあるが）「日本のマーケティング」を探ってきている。また，それとの延長線上で，「マーケティング学」の形成も考察してきている。前号で，マーケティングを学問にするべく論文テーマ，「日本のマーケティングとマーケティング学について ── 近江商人と石田梅岩『都鄙問答』から考察する ──」を書いたのがそれである[(7)]。

日本のマーケティングは，鎌倉・室町期に始まっていること（日本の中世期においては国際貿易も活発化し競争も激化した爛熟の商業界であった。同様の状況によって，19 世紀前半に生まれたアメリカ・マーケティングより 400 年は早い），また「マーケティング学」は，江戸初期に出た『都鄙問答』（1739 年）が嚆矢になるのではないかということである[(8)]。

本拙論では，「日本のマーケティング」を考える上で，商（ビジネス）における歴史上の一つのエポックとして日本の中世期，とりわけ室町時代があるが，そこに焦点を当て，文献・資料によって，日本におけるビジネス活発化の状況を考察してみることを主眼としている。

つまり，もう少し室町期の商（ないし，マーケティング）をふくらませてみたいという意図のもとに書いたメモ書きでもある。

1．室町期におけるビジネス活発化の証拠

日本の中世史専攻の村井章介（2013）によると，平安期から貿易はあったが，鎌倉・室町に入って一層盛んになったことが書かれている[(9)]。特に，朝鮮や中国との貿易は盛んであった。また，村井は，中世における商活動など生活の一端を紹介している。

中世人の生活を知る興味深い材料をいくつか紹介しよう。

室町後期になると，（年貢積み出し地であった草戸千軒（広島県広島市）の）遺跡北半の（常福寺の門前町の）市街地区画をとりまくかたちで石敷道路があらわれ，常福寺への参道かといわれている。また，遺跡の南端部には幅10〜16メートルの環濠をもつ方一町の居館址があり，燭台・天目茶碗・聞香札などが出土した。支配層の屋敷にちがいない。食生活の痕跡としては，刃物で解体した動物・魚の骨が大量に出土することが注目される。刃物傷をもつ頭骨や火であぶった跡がある四肢骨など，犬の骨も多い。中世で肉食が忌避されたという常識をくつがえす発見であった。

中世の木簡が4千点以上出土したことも特筆に値する。その多くは，物品の荷札・付札や商取引の際の覚・帳簿で，地方都市の物流・商業・金融活動を知る得がたい資料である。記された文字には，「売る」「買う」「卸す」「流す」「和市」「利分」などの経済用語が多く見られる。情報量の多い例を一つあげると，表裏に「（前略）四百，かすにしのあこ，ミ八月廿三，もと百とりふん五もんとりて，一はいりいたす。十月廿日，もと百とりふん十まいとりて，一人とりいたす。十月三十，もと百とりふん，一人とりいたす」と書かれた木簡がある。

判読きわめて困難で，意味が取りきれないが，網子＝漁師が月利（？）5パーセントで借金をして，巳年8月23日に元本と同額の利子を支払ったこと，ある人が10月20日に元本に10パーセントの利子を加えて返済し，質物を取り出したこと，10月30日にも同様のことがあったこと，はなんとか読みとれる。

また木簡には，中世人の精神生活を語るものもある。阿弥陀や地蔵の名が記された板塔婆，法事に際して故人の菩提を弔うために造立された板塔婆，仏事・法会の際に作成された大般若経転読札や修正会札，さまざまな呪符・呪文を記したまじない札など多様で，こうした呪術的世界こそ，古代の木簡には見られない中世的特徴と言えよう。

一方で，有徳人がぜいたくな風流にふけっていたことを物語る闘茶札・聞香札もある。

2．室町とはどういう時代であったのか

独自の歴史観を持つと言われる作家の司馬遼太郎（2014）は，「私どもは，室町の子といえる」と述べている[10]。また，司馬は，室町時代からゼニの世がはじまったという。

> いま，“日本建築”とよんでいるのも，要するに室町末期におこった書院造から出ている。床の間を置き，掛軸などをかけ，明り障子で外光をとり入れ，襖で各室をくぎる。襖には山水や琴棋書画の図をかく。……
>
> 能狂言，謡曲もこの時代に興り，さらにいえば日本風の行儀作法や婚礼の作法も，この時代からおこった。私どもの作法は室町幕府がさだめた武家礼式が原典になっているである。
>
> 乱世だったことは，いうまでもない。権威が中央にあり，実力が地方にあった。その地方も，世がすぎるにつれ，さらに小さな小地方が実力をつけた。ついには“惣”とよばれる農村が決定的存在になった。国人や地侍を核にして団結し，それらが連合（一揆）した場合，守護（国々の長官）といえども倒されたりした。その原因のひとつとして，農業生産が前代未聞に騰った時代だったということは，以前，ふれた。
>
> 支配者が頼み甲斐がないために，たれもがほしいままに山野を開墾したり，海浜を干拓したりした。水田の二毛作もふつうに

なり，施肥や水利の技術もあざやかなほどに向上した。

室町の初期の 1420 年，朝鮮国王（世宗）の正使として，この時代の日本を見た朝鮮官僚がいた。

宋希けい（1376–1446）という人で，『老松堂日本行録』という著作のなかで，摂津尼崎あたりの水田の利用法のすすみ方におどろいているのである。

一枚の水田を多利用し，秋に大麦や小麦をうえ，それを刈り入れると水を張って稲をうえ，コメを穫る。その端境に棉をうえて三毛作をやっている，というのである（日本での棉栽培は 16 世紀からだとされる。宋希けいがみたのは，ひょっとするとべつな作物だったかもしれない）。

社会というのは，国によってさまざまなものである。朝鮮の場合，辺境の民で倭寇にさらわれる者が多く，宋希けいが国王から命ぜられた使命のひとつは，それらをさがして連れもどすことであった。朝鮮には李王朝という中央集権があり，地方政権など存在せず，中央政権は護民意識がつよかった。

室町幕府にはそういう護民感覚が乏しかったかわり，かえって農民は自立意識をもち，みずから工夫して生産高をあげようとした。

そういうことの総和が，室町時代だった。乱世でありながら史上最高の農業生産高をあげ，余暇の文化をつくった。

ついでながら区分としての室町時代とは，1392 年から 1573 年までの約 180 年とする通説に従いたい。（筆者注：室町時代区分，14 世紀後半から 16 世紀後半までの約 180 年間）

ただし，貿易が前代未聞にさかんになったことについては，先行する“南北朝時代”の時期をふくめねばならない。九州などの南朝派がさかんに貿易して明の銅銭を得た。

いわば，コメを基盤とする北朝派（幕府派）に対し，“南朝派”は，ゼニを基盤としていたかのようなにおいがあった。従って“南朝派”は，武家として正統ではないひとびとが多かった。

要するに，日本史は室町時代から，ゼニの世がはじまった。

貿易には官と私があり，私貿易ことに倭寇貿易がさかんだった。

官私とも，明に対して日本からもってゆく品目としては，とくに銅がよろこばれたらしい。日本刀も，さかんに輸出された。

扇（扇子）も輸出品だった。扇は日本の発明品で，中国では宋代からすでにその工芸品としての美しさが珍重されたようである。その他，金や硫黄などもあるが，ここではとくに銅についてふれたい。日本は江戸期，産銅国としてオランダを通じてヨーロッパまで知られるようになったが，輸出品として登場するのは室町初期からである。

明人が当時の日本銅をよろこんだのは製錬が粗（あら）くて，銀が入っていたことにもあるらしく，明代の技術百科全書ともいうべき『天工開物』には，「日本に産する銅には，銀の母岩に包まれているのがある。これは炉に入れて製錬する時，表面に銀が集まり，銅は下に沈む」（藪内清訳・「東洋文庫」）とあって，なさけないほど，製錬はそまつだった。ついでながら，銀を抜きとる“南蛮吹（ぶき）”という製錬法がはじめられたのは，室町時代の最末期（1572）に生まれた蘇我理右衛門（住友政友の義兄）が，南蛮人から伝授されたという方法を試みてからのことである。

ともかくも，産銅国であったことが，万事幸いした。

一方で，奔放にして繊細な感受性をもつといわれる作家の坂口安吾（2009）が日本の文化と伝統について語っている[11]。「日本文化私観」と題する随筆である。これは，終戦前

の作品で,『現代文学』という雑誌の1942年3月に発表されたものとなっている。

茶室は簡素を以(もつ)て本領とする。然しながら,無きに如かざる精神の所産ではないのである。無きに如かざるの精神にとっては,特に払われた一切の注意が,不潔であり,饒舌(じょうぜつ)である。床の間が如何に自然の素朴さを装うにしても,そのために支払われた一切の注意が,不潔であり,饒舌である。床の間が如何に自然の素朴さを装うにしても,そのために支払われた注意が,すでに,無きに如かざるの物である。

無きに如かざるの精神にとっては,簡素なる茶室も日光の東照宮も,共に同一の「有」の所産であり,詮ずれば同じ穴の貉(むじな)なのである。この精神から眺(ながめ)れば,桂離宮が単純,高尚であり,東照宮が俗悪だという区別はない。どちらも共に饒舌であり,「精神の貴族」の永遠の鑑賞には堪えられぬ普請(ふしん)なのである。

然しながら,無きに如かざるの冷酷なる批評精神は存在しても,無きに如かざるの芸術というものは存在することが出来ない。存在しない芸術などが有る筈はないのである。そうして,無きに如かざるの精神から,それはそれとして,とにかく一応有形の美に復帰しようとするならば,茶室的な不自然なる簡素を排して,人力の限りを尽した豪奢,俗悪なるものの極点に於いて開花を見ようとすることも自然であろう。簡素なるものも豪華なるものも共に俗悪であるとすれば,俗悪を否定せんとして尚(なお)俗悪たらざるを得ぬ惨めさよりも,俗悪ならんとして俗悪である闊達自在(かったつじざい)さがむしろ取柄だ。

この精神を,僕は,秀吉に於て見る。いったい,秀吉という人は,芸術に就て,どの程度の理解や,鑑賞力があったのだろう?

彼の命じた多方面の芸術に対して,どの程度の差出口をしたのであろうか。秀吉自身は工人ではなく,各工人が各々の個性を生かした筈なのに,彼の命じた芸術には,実に一貫した性格があるのである。それは人工の極度,最大の豪奢ということであり,その軌道にある限りは清濁(せいだく)合せ呑むの概がある。城を築けば,途方もない大きな石を持ってくる。三十三間堂(さんじゅうさんげんどう)の塀ときては塀の中の巨人であるし,智積院(ちしゃくいん)の屏風(びょうぶ)ときては,あの前に坐った秀吉が花の中の子猿のように見えたであろう。芸術も糞もないようである。一つの最も俗悪なる意志による企業なのだ。けれども,否定することの出来ない落付きがある。安定感があるのである。

いわば,事実に於て,彼の精神は「天下者」であったと言うことが出来る。家康も天下を握ったが,彼の精神は天下者ではない。そうして,天下を握った将軍達は多いけれども,天下者の精神を持った人は,秀吉のみであった。金閣寺も銀閣寺も,凡そ天下者の精神からは縁の遠い所産である。いわば,金持ちの風流人の道楽であった。

秀吉に於ては,風流も道楽もない。彼の為す一切合財のものが全て天下一でなければ納らない狂的な意慾の表れがあるのみ。ためらいの跡がなく,一歩でも,控えてみたという形跡がない。天下の美女をみんな欲しがり,呉(く)れない時には千利休(せんのりきゅう)も殺してしまう始末である。あらゆる駄々をこねることが出来た。そうして,実際,あらゆる駄々をこねた。そうして,駄々っ子のもつ不逞(ふてい)な安定感というものが,天下者のスケールに於いて,彼の残した多くのものに一貫して開花している。ただ,天下者のスケールが,日本的に小さいという憾(うら)みはある。そうして,あらゆる駄々をこねることが出来たけれども,しかも全てを意のままにすることは出来なかったという天下者のニヒリズムをうかがうことも出来るのである。大体に於て極点の華麗さには妙な悲しみがつきまとうものだが,秀吉の足跡にもそのよ

うなものがあり，しかも端倪すべからざる所がある。三十三間堂の太閤塀というものは，今，極めて小部分しか残存していないが，三十三間堂とのシンメトリイなどというものは殆んど念頭にない作品だ。シンメトリイがあるとすれば，徒らに巨大さと落付きを争っているようなもので，元来塀というものはその内側に建築あって始めて成立つ筈であろうが，この塀ばかりは独立自存，三十三間堂が眼中にないのだ。そうして，その独立自存の逞しさと，落付きとは，三十三間堂の上にあるものである。そうしてその巨大さを不自然にみせないところの独自の曲線には，三十三間堂以上の美しさがある。

……

見たところのスマートだけでは，真に美なる物とはなり得ない。すべては，実質の問題だ。美しさは素直でなく，結局，本当の物ではないのである。要するに，空虚なのだ。そうして，空虚なものは，その真実のものによって人を打つことは決してなく，詮ずるところ，有っても無くても構わない代物である。法隆寺も平等院も焼けてしまって一向に困らぬ。必要ならば，法隆寺をとりこわして停車場をつくるがいい，我が民族の光輝ある文化や伝統は，そのことによって決して亡びはしないのである。武蔵野の静かな落日は亡くなったが，累々たるバラックの屋根に夕陽が落ち，埃のために晴れた日も曇り，月夜の景観に代わってネオン・サインが光っている。ここに我々の実際の生活が魂を下している限り，これが美しくなくて，何であろうか。見給え。空には飛行機がとび，海には鋼鉄が走り，高架線を電車が轟々と駈けて行く。我々の生活が健康であるかぎり，西洋風の安直なバラックを模倣して得々としても，我々の文化は健康だ。我々の伝統も健康だ。必要ならば公園をひっくり返して菜園にせよ。それが真に必要ならば，必ずそこにも真の美が生まれる。そこに真実の生活があるからだ。そうして，真に生活する限り，猿真似を羞ることはないのである。それが真実の生活である限り，猿真似にも，独創と同一の優越があるのである。

ここで，安吾は，「日本の伝統文化」として具体的に何を指しているか，どういうものかということについては明確には述べていない。これまでの「わび・さび・しぶみ」でもないという感じである。また，秀吉のやったことの狂気性を例に出しているが，秀吉が日本の伝統文化を引き継いでいるとも言っていない。では，安吾はどう言おうとしたのか。

日本文化論を専門とする大久保喬樹（2016）は，安吾思想の継承者の一人として画家の岡本太郎を挙げている[12]。

画家岡本太郎は，著書『日本の伝統』で，縄文土器と 5 代将軍足利義政の作った銀閣寺とその境内にある向月台と銀沙灘という砂盛りを絶賛している[13]。

これには，いくつかある評価がある。

それらを総合すると，『日本の伝統』では，それまでの縄文土器に対する評価を 180 度転換させた「縄文土器論」に加え，尾形光琳の「燕子花図屏風」や 5 代将軍足利義政の作った銀閣寺（慈照寺）とその境内にある向月台と銀沙灘という砂盛り（銀閣寺）について，やはり常識を覆すような独自の論を展開している，とある。

日本文化研究者の松岡正剛は，岡本について述べている[14]。

最初は何といっても縄文土器だ。

タローが縄文土器に発見したのは，非情なエネルギー，説明を拒否する呪術性，超自然を孕んだ四次元性，複合精神の横溢とアンビバレンスを恐れない非対称性などである。これらが縄文土器には唸るように渦巻

いている。そこにはたしかに，若き日にソルボンヌ大学で哲学・社会学とともに民族を学び，ついでシュルレアリスムの画業に飛びこんでいったタローがむしゃぶりつきたいものがある。タローはそこで言う，こういうものこそが日本の芸術の根本にあるのではないか。

タローはその一方で，尾形光琳の紅白梅図や菖蒲図の屏風にも感嘆した。ここには「生活にない緊張感」があり，「シンと冴えてすべてを拒否しているもの」がある。「鑑賞者は夢みることも許されない」。なるほど，痛快な見方である。さらにはこうも見た。「あらゆる幻想も思い出も拒否される」。この思い出も拒否されるという見方がタロー的で，独創的なのである。ようするに「画面以外になにものもない世界」がそこにある。こういう光琳を，タローは日本の伝統が創り出したということを評価する。

こうしてタローは日本の庭の美の解剖に入っていく。採り上げられるのは銀閣寺の銀沙灘と向月台。

岡本太郎に言わせれば，そうした日本をダメにしたのは明治であり，西洋かぶれにしてしまったのだということらしい。その延長線上にマーケティングがあるということになるのかもしれない。

3．日本人の「心」について

江戸期までは，儒学が移入されていた。国学もあった。維新後，西洋の学問が入ってくる。福澤が和魂洋才と言っていたにもかかわらず，輸入学問は活発化したが，日本発はなかなか生まれなかった[15]。

第2次大戦後，ドラッカーをはじめ第一次経営学ブームが起こっている。マーケティングも御多分にもれず，昭和30年にマーケティングの言葉が出て以来，一貫して受け入れ中心，翻訳研究・講義である。コトラーをはじめ，アメリカ・マーケティングの受け入れに一心不乱といった状況に見える。特に，MBAの教育は電光石火のごとく入ってきた。

今日，商学部の人気がなくなり，経営学部に名称変更する大学もでている。その経営学部のなかでの「マーケティング」という科目の重要性が高まっている。

しかしながら，重要性がませば増すほど，この科目を講義する側には，マーケティングには，依って立つ基盤（学問）がないのではないかという疑念が湧いてきているのも事実である。

それというのも，アメリカでは，マーケティングが発生以来1世紀を経て，いまだ「マーケティングとは何か」とか「マーケティングの定義」は定まっていない状況にある。例えば，AMAの定義も幾度も改定され，2004年の改定から早3年の2007年に再改定されている始末である。

一方で，講義する側には理論性よりも実務性が重んじられるべしというプレッシャーもかけられる。いきおいケーススタディが多くなって，ケースごとに学生には自分なりに，どうすれば成功するかといった性急な考えや結論を述べることが要求される。この場合教える側には正解はなくてもよいとされる。これは，アメリカのビジネス・スクールで行われている講義スタイルの一典型の踏襲である。そこでは，実際に起ったプロセスが大事であり，いろいろな背景を持つ企業行動の盛衰や意思決定のあり方を数多く知ることにより，自社の場合の問題に対処できると考えてのことだとされる。この場合，ケースの数は多ければ多いほどよいので，教える側もケース集めに忙殺される現象が起こっている。

これに対し，一方ではいくら過去のケースをこなしても，自社が直面する新しい時代や環境に対応する方式がでてくることはほとんどない，という反省や反論もでている。

以上の状況を総合すると，筆者としては，やはりと言うべきか，今こそ，意思決定時の判断の基準となる理論や拠り所となる学問が求められているということになると言わざるを得ないのである。

そこで，筆者には，学問形成にとって重要な要素の一つと考えている，日本人の精神構造とはどういうものなのか，また，それと他の地域の人びととの間には何か相違はあるのかについて考える必要性がでてくる。

マーケティングの流入と日本人の精神構造について

日本においては，この和魂洋才はかなり長い間，東西の折り合いのあるべき姿だ，と考えられてきたと思われる。

つまり，これらの学者・研究者は，少なくとも「和魂洋才」は謳っていた。そういう意味では，西洋文化，なかんずく技術を日本流に取り込んでいくべきと考えていたといえよう。

しかし，第 2 次世界大戦の敗北以来，わが国は過去・現在の全てに自信を失ったのか，和魂というような言葉も全く消えてしまった感がある。

第 2 次大戦で敗戦した日本は，戦後のどさくさから立ち直るためには何が必要か，が喫緊の課題であった。当然，戦勝国アメリカに学ぶことでもあった。

この点，アメリカ一辺倒ともなり，何でも良しとして受け入れた。「米魂米才」の感がある。

こうした状況に関して識者はどう見ていたか。

加藤周一の「日本人とは何か」

評論家の加藤周一の評論を集めた『日本人とは何か』という本がある。その中に，1958 年（昭和 33 年）に書いたという評論文に書名通りの「日本人とは何か」が載っている[16]。そこで加藤はその当時の状況に対して苦々しさを露にしている。

> 国全体としてみるときに，一体どういう方向を向き，何を望んでいるのか，まことに明白でなかった。殊に目標の定まらぬ気配は外国の文明の受け取り方と関連し，伝統的な文化に対する国民一般の態度において著しい。
>
> たとえば漢字をどこまでも保存し，あらゆる不便に堪えて，伝統的な文化の世界をまもり抜く決心をかためているかのようにみえながら，一方では全く何の必要もないのに片仮名よみの外国語を手当たり次第に濫用して，見るにぶざま，聞くに無残な言葉を，喋ったり，書いたりしている。つまり日本語の表記法の改良を一切問題にしないほど頑固な伝統主義者が，不必要な外国語の片言を濫用して日本語をぶち壊すことに熱心なわけだ。そういうことは当人みずから何を望むのかはっきりしていないからからだと解釈する他に，解釈のしかたがないであろう。しかも国語のことは一例にすぎず，同じことは風俗の面にもあらわれている。
>
> ……
>
> 過渡期の混乱ということであるかもしれない。しかし過渡期には混乱を伴っても，目的の失われることはないだろう。行く先が明白でなければ，過渡期について語るよりも，模索期について語るのが正当である。
>
> われわれは一体何を望み，何でありたいのか。国民としての望みは，今までのところ明白に一定の方向をさして，現れていない。ということは，もちろん，われわれ各人のなかに，望みがないということではないし，意見がないということではない。それはあるが，それがまだ客観的な実体としての形をもっていないということだ。しかし何を望むかは，すでに何であったかということと離れて，客観的な意味をもちえない

だあろう。過去の日本人が何であったかということが，日本人が何であるかという問の答そのものでないにしても，答の基礎になり得るのは，そのためである。

これに対し，明治に入って，西洋取入れの急先鋒とされる福澤諭吉はどう考えていたのか。本当は，福澤は，和魂洋才を考えていたようなのである。では，福澤諭吉の和魂洋才とはどういうものであったのか，である。

福澤諭吉の『学問のすすめ』

福澤諭吉（1880）は，『学問のすすめ』で西洋の学問を吸収することは，活用するためである。和魂洋才は忘れてはならない，と述べている[17]。

日本人として外国人と競うことこそ学問の目的

いま学問する者は何を目的として学問をしているのだろう。

何者にも束縛されない独立」という大義を求め，自由自主の権理を回復する，というのが目的だろう。

さて，「自由独立」というときには，その中にすでに義務の考えが入っていなければいけない。独立とは，一軒の家に住んで，他人に衣食を頼らないというというだけのことではない。それはただ「内での義務」というだけのことだ。なお一歩進んで，「外での義務」について考えなければならない。これは，日本国にあって日本人の名をはずかしめず，国中の人と共に力を尽くして，この日本国をして自由独立の地位を得させて，はじめて内外共に義務を果たしたと言えるのだ。したがって，一軒の家の中でただ生活しているという者は，独立した一家の主人とは言えても，独立した日本人とは言えない。

試しに見てみよう。いまの日本では，文明の名こそあっても，その実はない。形こそ整っていても，内側の精神はダメ。いまのわが国の陸海軍で西洋諸国の軍隊と戦えるか。絶対に無理だ。いまのわが国の学術で西洋人に教えられるものがあるか。何もない。西洋人から学んで，まだその水準におよばないことを悲観しているだけである。

外国には留学生を派遣する。国内では外国人を教師として雇う。政府の官庁，役所，学校から地方の役所まで，外国人を雇わないところはほとんどない。あるいは，民間の会社や学校であっても，新しくスタートするところは，必ずまず外国人を雇い，高い給料を払って，これに頼るところが多い。

向うの長所を学んで，自分たちの短所を補うのだ，と口癖のように言われるけれども，いまのようすを見れば，自分たちにあるものはすべて短所で，向こうにあるものはすべて長所であるかのようだ。

もちろん，数百年の鎖国をといて，急に文明社会のひとたちと交際することになったのだから，その状態はまるで火が水に接するようなものだ。バランスをとって上手くやっていくためには，西洋の人間を雇ったり，西洋の機械などを買ったりして急場をしのぎ，火と水がぶつかっての混乱を収めるのは，やむをえない流れである。一時的に西洋に頼るのも国の失策というべきではない。

しかし，他国の物を頼って自国の用を足すのは，永久に続けることではもちろんない。ただ，「これは一時的なものなのだから」と考えて，なんとか自分を慰めてはみるものの，その「一時的」がいつまで続くのだろうか。外に頼らずに，自分たちで満たすにはどうしたらいいのか。はっきりと見通しをつけることは，たいへん難しい。ただ言えるのは，いまの学者の仕事が完成するのを待ち，この学者たちによって自国の用

を足す以外に方法はないだろうということだ。これがすなわち学者の義務なのだから，この義務は緊急に果たすべきである。

いま，わが国で雇った外国人は，わが国の学者が未熟であるがゆえに，しばらくその代わりをつとめているのである。いま，わが国で外国の機械などを買うのは，わが国の工業のレベルが低いために，しばらく金で用を足しているのである。外国人を雇ったり，機械を買ったりするのに金を使うのは，わが国の学術がまだ西洋におよばないために，日本の財貨を外国へ捨てているということなのである。国のためには惜しむべきことであり，学者の身としては恥じるべきことだ。

……

むかしは，世の中の物事は古いしきたりに縛られて，志のある人間であっても，望みに値する目的がなかった。しかし，いまは違う。古い制限が一掃されてからは，まるで学者のために新世界が開かれたかのように，日本中で活躍の場にならないところはない。農民となり，商人となり，学者となり，官吏となり，本を書き，新聞を出し，法律を講義し，芸術を学ぶことができる。工業も興せる。議院も開ける。ありとあらゆる事業で行えないものはない。しかも，この事業は，国内の仲間と争うものではない。その知恵で戦う相手は，外国人なのである。この知の戦いで勝てば，それはわが国の地位を高くすることになる。これに負ければ，その地位を落とすことになる。大きな望みがあり，しかも目的もはっきりしているではないか。

もちろん，天下の事を実際に行うには，優先順位や緩急をつけなければならない。とはいえ，結局のところこの国に必要な事業については，それぞれの人々の得意に応じて，いますぐ研究しなくてはならない。かりそめにも社会的な義務の何たるかを知るものは，この時機に接して，この事業をただ見ているだけというような理屈はない。学者も発憤せずにはいられないではないか。

さらに，続けて，福澤は説く（pp.135-138）。

法は人を見て説かれる

以上のように考えれば，いまの学者は決して通常の学校教育程度で満足していてはいけない。志を高く持ち，学術の真髄に達し，独立して他人に頼ることなく，もし志を同じくする仲間がなければ，一人で日本を背負って立つくらいの意気込みをもって世の中に尽くさなくてはいけない。

人をどう治めるかを知って自分をどう修めるかを知らなかった和漢の古学者たちを，私はそもそも好きではない。だからこそ，この本の初編から，人間の権理（ママ）は平等であると主張し，人々はそれぞれの責任に応じて，自力で生活していくことの大切さを説いたのである。ただ，自力で生活していく，ということだけでは，いまだ私の考える学問の趣旨を尽くしたとは言えない。

……

生計を立てるのが困難である，とはいっても，よくよく一家のことを考えれば，早く金を稼いで小さなところで満足するよりも，苦労して倹約し，大成するときを待ったほうがよいのだ。

学問をするならおおいに学問をするべきである。農民ならば，大農民になれ。商人なら，大商人になれ。学者ならば，小さな生活の安定に満足するな。粗末な着物，粗末な食べ物，暑い寒いを気にせず，米を搗くのがよい。薪を割るのがよい。学問は米を搗きながらでもできる。人間の食べ物は，西洋料理には限らない。麦飯を食って，味噌汁をすすって，文明の事を学ぶべきである。

（明治 7 年 6 月出版）

禅学者の鈴木大拙の見方

禅学者の鈴木大拙は，1897年に米国に渡り，禅についての著作を英語で著し，日本の禅文化を海外に広くしらしめた仏教学者（文学博士）となっている。

日本と西洋との「見方」の違いについて，大拙は，著書の『東洋的な見方』の中で次のように述べている[18]。

> 「心」といえば，存在論的に見て，東西も古今もないわけであるが，これを心理学的に考えると，時間差も空間差もあるわけだ。「日本人の心」というようなことも成り立つ。
>
> 心理学的な働きの総合体として見れば，心には種種の条件がついてまわる。環境の関係やら生物学的拘束，社会的伝統および宗教的踏襲などいうものが，そこに入ってくる。ことに宗教的踏襲または伝統ともいうべきものが，各国民または民族の心的構成に深く入り込んでいる事実を認めなくてはならぬ。
>
> 宗教的伝統の中には多くの要素がある。その中で著しいと思われるものに左記がある。これは無難が，ある人の「仏の常住」といわれるのは，どうもわからぬという問いに答えたのである。
>
> 「只今，妙は如何といえば，無念という。それこそ天地にみつる妙なり，世尊常の住家なり。」と。これは，「仏の常在または常住は，天地無念の只今の妙なるところ，これ」という義である。無念が心の本体である。さらに進んで，「無心の心，心の無心」ともいう。ここに，「玄の又玄，衆妙の門」がある。こんないい分は，東洋独自の直観で，外の国，ことに西洋人の間の伝統にはないところである。
>
> なお引き続いて無難の言葉を使えば，次のごとくである。
>
> 「妙は言句に及びがたし。喩(たと)えば，人にむかひ，何心なく一日語れどもつきず，語ることに覚えず打ちうなづき，万法をわすれ，成程心やすし，たちのきて，何を語りしとも知らず，是れ妙のなすところなり。」
>
> 無難は妙を心と同意義に使用する。曰わく，「妙は心なり，念は身なり」と。心と念とは，時々混雑して使われるが，今の場合の念は，心理学的意義をもつものと見るべきだ。妙なる心には，この方面から見る念はない。
>
> ……
>
> つまり日本人の「心」には，この妙というものが宿っているのである。この「心」には心理学的に夾雑物が多いが，これを少しずつ剥ぎとってゆくと，思量分別性がなくなって，いわゆる赤裸裸露堂堂というべき妙体にぶつかる。西洋人の心には，客観的に神とかいうものを見ようとする欲念がある。日本人のには，内面性が多分に見られる。一般に教養の積まぬ人だといっても，この内面性がどこかに漂(ただよ)うて見える。そこに理知に富んだ西洋人と相違するものがある。日本人の心に弱点と見られるものの目につくのは，分別性をあまりに軽んずるからである。どこか一方に重量を加えすぎると，他方と均衡がとれなくなるものだ。内面的の無念または無分別性に偏すると，その短所は情的無分別のところに歴然として出てくる。日本人の情熱余りあって，思慮に乏しきは，ここから始まるのである。
>
> ……
>
> ひとたび妙に逢着し，執着し，溺没して，これを使うことを忘れてしまう。日本人の心には妙の伝統があるので，それに接触する探求は随所に在る。あまりあるので，かえって閑却せられる。
>
> おそろしきうきよのなかをそのままに
> 仏はものにさはらざりけり
>
> そのままの妙をそのままにせずに，そのままならざるところにも，妙を見るべきか。日本人の心を空間的に，静力的のところに

停滞せしめずに，かえって，これを時間性に転じて，転轆轆地たらしめなくてはならぬ。今日の日本には，各所にまだまだ封建的や島国的な考え方がうようよしている。いずれも静止性慣習の余弊である。今日の世界はもはや昔時のものでない，戦争前のものでない。科学の発展と技術の進歩は，思想の動きさえも一歩越している。思想はあとを追いかけて行くようなものだ。これではならぬ。世界は一つになりつつ動いている。これに応ずるには，日本人の心も跳躍しなくてはならぬ。いつまでも感情性に囚われているべきでない。妙はいつも動くところに在る。これを忘れて，封建時代・鎖国時代の夢をみているようでは話にならぬ。人類の進化過程も今や一転機に瀕している。

日本人の「心」には「妙」なる心を見る伝統があるので，これにそうて時時刻刻に動くものの妙を看取して，妙に動くことを忘れないようにしたい。

（注）〈妙〉：

（＊）幸田露伴監修（1955）『新漢和辞典』，金鈴社。

① たへ，たくみ（巧），極致，②神秘，不思議，③わかし，年少，④たをやか，しなやか，細くして美し，繊媚（せんび）（女の細い眉）。

（＊）『広辞苑』

① 不思議なまでにすぐれているさま。霊妙。

② じょうずなさま。巧妙。

③ こまかいこと。小柄なこと。微妙。

また，大拙は『東洋の心』において，東洋の考え方，感じ方の特質を解説している[19]。

だから，空間の上においても時間の上においても，われわれの考えているところははなはだ行とどかない，かぎりあるものだ。しかしそのときにおいて，できるだけいいものをやらなくてはならない。できるだけいいものをやろうというときに，自分の範囲内でできるだけの関係をたどって，その関係のあいだにおいてできるだけの知識をもち，行動するようにしなければならない。それがいちばん大事で，個人の場合でも社会生活をやっている一員として生きていくときには，個人の行動は，個人にとどまらないで，天下の人に影響をおよぼすのだから，どうしても知識が十分に発達していなければならないのです。

知識を超えて知識のもとになるものをつかむと同時に，その知識になって出たものを広い範囲においてよく考えあわせ，行動にかかる。いちいちの行動においてはそういうことがなくても，われわれが社会的に動く場合においては，そういうものを考えなければならない。こういうのが，われわれの立場です。

東洋の考え方，感じ方の特質は一本一本の指を考えないで，こぶし全体を考えるのだが，それに固執して一つ一つを忘れていては困る。特質は特質にして，西洋から受けいれるものは受けいれる。しかし，その元をよく考えて受けいれるべきで，そうでないと大きな損をすることになるだろうと思います。損をするというのは，本当に日本国民のためにならないということなのです。

筆者としては，大拙の考え方は，基本的に福澤諭吉のそれと変わらないものと考えている。

内村鑑三の『代表的日本人』

宗教家といえば，『代表的日本人』を書いた，内村鑑三がいる[20]。

〈ウイキペディア〉などによると，鑑三は，明治 10 年（1877 年），札幌農学校に入学する。

1884年に私費で渡米し，拝金主義，人種差別の流布したキリスト教国の現実を知って幻滅している。

この時期，札幌同期の新渡戸稲造とともにフィラデルフィア近郊の親日的クエーカー教徒（アメリカのマーケティング学者である，ロー・オルダーソンも同じ）と親交を持つ。翌年9月にはマサチューセッツ州のアマースト大学に選科生として編入する（最初は，ハーバードかカルフォニア大学か迷っていたが先に入学していた新島襄の薦めがあったので)。(滞米生活4年間)。

帰国した1888年9月から新潟県の北越学館で勤務したのち東京に戻って，1898年に『東京独立雑誌』を発刊し主筆となり，1900年には『聖書之研究』，1901年には『無教会』を創刊した。この時期から自宅において聖書の講義を始め，志賀直哉や小山内薫らが聴講に訪れる。また黒岩や堺利彦，幸徳秋水らと社会改良を目的とする理想団を結成した。

1926年，軽井沢にいた星野リゾートの現社長星野佳大の祖父も聴講していたとある[21]。

人格的には慈愛に満ち，高潔で，強固な意志の持ち主であったとされるが，それ故に大日本帝国の国民への抑圧的体制に対して，キリスト者の立場から後の敗戦を予言するような厳しい批判の言葉も残している。

鑑三は，独自のキリスト教を開拓し，それを世界に広めようとしていたと考えられている。

小林秀雄の「もののあわれ」

評論家の小林秀雄は，数学者岡 潔との対談で，宣長（本居宣長）の「もののあわれ」の説について語っている[22]。小林秀雄は，本居宣長について書いているが，宣長は石田梅岩より後に遅れて生まれていることに注意を要する。

人間の生きかた（pp.82-93）

小林　私はいま「本居宣長」を書いていいますが，あなたがおっしゃる情緒という言葉から，宣長の「もののあわれ」の説を連想するのですが，これはやはり情緒が基だという説なんです。あの人には，ほんとうは説としてまとまったものはなくて，雑文みたいなものの集まりがあるだけなのです。それで大体こういうことが言いたかったのであろうということを，私は推量するわけです。

宣長は昔の人ですから，今の人みたいに理論的に神経質じゃありません。首尾一貫したもののあわれの理論をこしらえるなんていう考えは毛頭ないのです。だから勝手なことを言っているわけです。

岡　理論とか体系とかは，欧米から学んだもので，以前にはなかったのです。

小林　あの頃の日本人には一つもないのです。システムなんて言葉は何だかわからないのです。ですから推量するわけですが，もちろん宣長自身としては一貫しているのです。

（筆者注：石田梅岩の『都鄙問答』もそういえると考えられる）

言いたいことがわかっているから，こうだろう，ああだろうと，こっちから推察するのです。そういうふうに見ますと，ああいう説は，あとから，例えば坪内逍遥が取りあげるような美学じゃないのですよ。文学説でもないのです。あれはあの人の人生観で哲学なんですよ。あわれを知る心とは，文学に限って言ったわけではなく，自分全体の生き方なんです。それが誰もの生き方なんですね。

そこまで確信してしまった人なのです。

ですから日本主義というようなレッテルからあの人を理解することは出来ないのですね。そのあと平田篤胤という人が日本主義と呼んでいいような思想を組みあげるの

ですね。宣長先生はいろいろ矛盾しているからといって，正しく合理的な一つのシステムを作ろうとした。これが日本主義のイデオロギーとして後に影響するのです。しかし本居宣長はそういう人ではない。詩人ではないが，たいへん詩人的なところがありまして，どんどん一人で歩いて行って，もう先はないというところまできて，ぽっくり死んだのです。そういう意味で宣長さんの考えた情緒というものは，道徳や宗教やいろいろなことを包含した概念なんです。単に美学的な概念ではないのです。

（筆者注：小林秀雄の「宣長は昔の人ですから，今の人みたいに理論的に神経質じゃありません。首尾一貫したもののあわれの理論をこしらえるなんていう考えは毛頭ないのです。だから勝手なことを言っているわけです。」に注意）

岡　理論とか体系とかは，欧米から学んだもので，以前にはなかったのです。

石田梅岩の場合にも，「情緒」（＝「もののあわれ」）があるが，それは道徳や宗教やいろいろのことを包含した概念であって，単に心学的（石門心学と言われるような）な概念ではないと思われる。

小林秀雄がいうように，「“もののあわれ”を知る心とは，宣長の考えでは，この世の中の味わいというものを解する心を言うので，少しもセンチメンタルな心ではない。」ということであろう。

また，小林は，別のところで「大和心」について語っている[23]。

先ほど「大和心」についてお話ししたが，宣長（本居宣長）の学問を平田篤胤がついで，これを発展させようとしましたが，これがまた非常に文学から遠ざかった人で，その後ご維新が近づき，国学の影響が政治の上に現われて来るようになり，武士道と大和魂というものが結びつくのです。

もともと武士道と大和心は何ら直接の縁はないのです。あれは女の作った，女の言葉ですから，大和心を持っているということは，むしろ「もののあわれ」を知っているということだ。

これは既に申した事だが，「もののあわれ」を知る心とは，宣長の考えでは，この世の中の味わいというものを解する心を言うので，少しもセンチメンタルな心ではない。「もののあわれ」を知りすぎることはセンチメンタルなことですが，「もののあわれ」を知るということは少しも感情に溺れることではないのです。これは柔軟な認識なのです。そういう立場から，あの人（本居宣長）は『古事記』を読んでいます。35 年やって，『古事記伝』が完成した時，歌を詠みました。

古事（ふること）のふみをら読めば古（いにし）への手ぶり言（こと）問（と）ひ聞見る如し

この「ふみをら」の「ら」は「万葉」などにも沢山でてくる調子を整える言葉で，別に意味はない。「言問ひ」とは会話，言葉，口ぶりの意味です。これはつまらない歌のようだけれども，宣長さんの学問の骨格がすべてあるのです。

宣長の学問の目的は，古えの手ぶり口ぶりをまのあたりに見聞きできるようになるという，そのことだったのです。普通の研究ではない。普通の研究というのは，理解すればいいのでしょう。それが今の学問だ。宣長のはそうではない。だから実証主義ではない。これが歴史を知るということなのです。

今の歴史というのは，正しく調べることになってしまった。いけないことです。そうではないのです。歴史は上手に「思い出す」ことなのです。歴史を知るというのは，古えの手ぶり口ぶりが，見えたり聞えたり

するような，想像上の経験をいうのです。織田信長が天正十年に本能寺で自害したということを知るのは，歴史の知識にすぎないが，信長の生き生きとした人柄が心に想い浮かぶという事は，歴史の経験である。宣長は学問をして，そういう経験にまで達することを目的としたのです。だから，宣長は本当の歴史家なのです。

……

歴史を知るというのは，みな現在のことです。

……

歴史をよく知るという事は，諸君が自分自身をよく知るということと全く同じことなのです。

言語学者で評論家の外山滋比古（2010）は，近年の日本における西洋発学問の受け入れの有様について書いている[24]。

日本人はこれまで，ヨーロッパに咲いた文明の“花”を切り取ってきて，身辺に飾ることを勉強だと思い，それを模倣することをもって社会の進歩と考えてきた。

大学教育なども切り花専門の花屋で，ギリシャ以来の名花をそろえ，これを知らなければ恥だと，学生に押しつけてきた。

これでは，いかにして花を咲かすかを考える暇は，もちろんない。しかし，花屋へ通ったおかげで，花が美しいということは知っている。そういう教育が普及した結果，サラリーマンにも切り花を買った人が増加したが，反面，花は適当に切りとられているもの，根がないものという錯覚を生んでしまった。

谷崎潤一郎の『陰翳礼讃』

作家の谷崎潤一郎が『陰翳礼讃』という随筆を書いている。これは他の7編の随筆と一緒に文庫本に収められている[25]。

文庫本のカバーの裏表紙の紹介文には，

日本に西洋文明の波が押し寄せる中，谷崎は陰翳によって生かされる美しさこそ「日本の美」であると説いた。建築を学ぶ者のバイブルとして世界中で読み継がれる表題作に加え，日本の風情をユーモアたっぷりに書く「厠のいろいろ」，言葉の問題をテーマにとった「現代口語文の欠点について」など8編を厳選収録。日々の暮らしの中にある住居，衣服，言葉などをあらためて見つめ，日本文化を問いなおす随筆集。解説・井上章一

谷崎が，『陰翳礼賛』を書いたのは，1933年であった（『経済往来』1933年12月号，翌年1月号）。

事実いくら痩せ我慢をしてみても「雪の降る日は寒くこそあれ」で眼前に便利な器具があれば，風流不風流を論じている暇はなく，滔々（とうとう）としてその恩沢に浴する気になるのは，やむおえない趨勢であるけれども，私はそれを見るにつけても，もし東洋に西洋とは全然別箇の，独自の科学文明が発達していたならば，どんなにわれわれの社会の有り様が今日とは違ったものになっていたであろうか，ということを常に考えさせられるのである。たとえば，もしわれわれがわれわれ独自の物理学を有し，化学を有していたならば，それに基づく技術や工業もまた自ら別様の発展を遂げ，日用百般の機械でも，薬品でも，工芸品でも，もっとわれわれの国民性に合致するような物が生まれてはいなかったであろうか。いや，恐らくは，物理学そのもの，化学そのものの原理さえも，西洋人の見方とは違った見方をし，光線とか，電気とか，原子とかの本質や性能についても，今われわれが教えられているようなものとは，異なった姿を露呈してい

たかも知れないと思われる。私にはそういう学理的のことは分からないから，ただぼんやりとそんな想像を逞（たくま）しゅうするだけであるが，しかし少なくとも，実用方面の発明が独創的の方向を辿っていたとしたならば，衣食住の様式はもちろんのこと，引いてはわれらの政治や，宗教や，芸術や，実業等の形態にもそれが広汎な影響を及ぼされないはずはなく，東洋は東洋で別個の乾坤（けんこん）を打開したであろうことは，容易に推測し得られるのである。

4．マーケティングと科学

やや違った観点からではあるが，こうした谷崎の科学に対する述懐をサポートしてくれるような，一冊の本，松尾義之著『日本語の科学が世界を変える』（筑摩選書，2015）が出版されている[26]。

松尾は，『日経サイエンス』の副編集長などを経験した，科学ジャーナリストである。その長年の経験から，彼は，「毎年一人の割合でノーベル賞を輩出している日本の科学・技術，その卓抜した成果の背景には，日本語による科学的思考がある」との考えを持つにいたったという。

その言わんとするところのものは，

> 日本人は日本語で科学をしている。実はこの話を持ち出すと，科学者を含め，たいがいの人から「何のことですか？」と言われてしまう。実際，第一線の科学者に「先生は日本語で考えて科学をされているのですよね？」と持ちかけてみるのだが，10 人が 10 人，何のことかとキョトンとされてしまう。みなさんはどう思われるだろうか。日本人だから日本語を話す。だから日本語で科学研究をする。あるいは日本語で技術の研究をして画期的な工業製品を作る。これは，本当に当たり前のことなのだろうか。

では逆に，なぜ日本人は英語で科学をしないのだろうか。フィリピンやインドネシアなど東南アジアの国では，最初から英語で科学教育を進めているところが多い。なぜ日本（と中国）だけが違うのか。

その理由は，日本語の中に，科学を自由自在に理解し創造するための用語・概念・知識・思考法までもが十分に用意されているからである。そして，日本で生まれた成果や概念は，日本の科学者や技術者による大量の英語論文を通じて，日常的に外国に伝達されている。だからこそ，日本の人も外国の人も，日本人科学者が日本語で科学を創造・展開している事実に改めて注意を払わなのだ。

私は科学ジャーナリストとして，翻訳（日本語と英語）という作業が関与する場面で，特に多くの仕事をしてきた。それもあって，この「日本人は日本語で科学する」という事実が，決して自明ではないことを何度も何度も体感して来た。翻訳を「ヨコをタテ，タテをヨコに変えるだけ」とみくびる人がいるが，それは大間違いだ。

過去 1500 年以上にわたり，私たち日本人は，最初は中国文化に始まり，蘭学，そして近代西欧文明と，それまでの自分たちが持っていなかった新しい知識や概念や文化を積極的に取り入れてきた。言語が違うのだから，そこには必ず翻訳という行為が存在した。その際，単なる言葉の移し替えでは済まないことも多々あったであろう。そこで新しい言葉を創造して，概念知識や思想哲学まで，きちんと吸収したのだ。だからこそ，例えば今日の科学において，自由に新しい成果を生み出す言語環境が整ったのだ。私自身，新しい概念が新しい漢語日本語として生まれていく場面に幾度も立ち会ったことがある。

だからいま，こう考えている。日本語で科学ができるという当たり前でない現実に

深く感謝すること，この歴史的事実に正面から向き合ってきちんと評価し大切に伝統を保持していくこと，それが日本語で科学することの意義であり，責務である。それは日本の科学や技術を発展させる原動力となり，世界中の人々が望んでいることにつながっていくはずだ，と。

である。

(こうして，松尾は，日本語重視の立場から，小学校3年生からの英語教育開始には反対を表明している。『国家の品格』を書いた数学者の藤原正彦も同じ立場である[27]。)

実際，日本で重要と考えられる学問はほとんど日本語で表記されている。松尾が言うように，自然科学の物理学，化学などはもとより，人文社会科学系でも，商学，法学，経済学，経営学，統計学，心理学などがある。

ただ，このことが直ちに，「マーケティング」を日本語表記にする必要があるとは言えないかもしれない。

しかし，今日，日本において「マーケティング」の重要度が増している今，また，学問に高める必要性のある今こそ日本語で表記する必要性を感じるのである。その理由の一つは，日本においては，鎌倉・室町時代よりビジネスが活発化しており，すでに，今日われわれが学んでいるアメリカなど外国から移入された経営手法は，当時ほとんど存在していたと考えられるからである。つまり，この時代に，日本独自の経営学やマーケティング(学)に高めるべき素地が醸成されていたことを考えると，やはりというべきか，日本発(流)のマーケティングというものの存在が欠かせないと思うのである。

結論を先取りすると，筆者としては，『マーケティング学』が出来次第，日本語では『企業学』と表記したいと考えている。

5．日本のマーケティングのはしりについて

近江商人や伊勢商人の出現

日本のマーケティングというと大体「流通論」が主体であり，江戸期あたりから戦後間もなくの流通過程の特性分析が一般である。1960年代に入ってアメリカから輸入された「Marketing：マーケティング」が主流となり，販売・販売促進分析が中心となっている。

マーケティングという言葉は，アメリカに生まれたが，その背景となった流通関連の競争激化の事情は古くから世界各国に生じていた。そうした中で，ビジネスの活躍を理論として高めようとする意識がなかった（アメリカにはあったが)。

経済学者の寺西重郎（2014）が日本の経済力の基盤は，日本の経済システムは鎌倉新仏教（親鸞の浄土真宗，一遍の時宗，日蓮の法華宗，栄西の臨済宗，道元の曹洞宗など）によって形作られていった，と書いている[28]。

日本の経済力の基盤は，第一に自己実現・自己表現を目指すことを目的とする個人主義にある。個人は他者の干渉から自由であることを求め世間から独立した行動をとることを重視するのでなく，同じ道を目指す他者の集団や共通する好みを追求する人の集団のなかで，自己の選んだ職業の社会的・宇宙的，仏教では人生的意味を追求した。自己の道を目指す意欲を互いに認め合うという意味で人々は相互に自律性を尊重した。しかし同時に人々はそうした求道の活動において他者を競争により排除する必要を感じなかった。他者の排除のために競争するのではなく，一定の達成水準を目指して，その成果を評価し合うために他者を身近に感じつつ自己実現と自己表現にはげんだのである。

第二は需要主導の下で培われた商業・流

通活動にかかわる高い革新行動がある。商業・流通にかかわる人々は危険を顧みず，異郷を渡り歩き遠隔地の交易に従事し，求道の結果生まれた高品質な製品やサービスの生産を需要に結びつけたのである。

日本はものづくりに経済力の基盤を持つと言われる。求道主義に支えられた高度のものづくりが，日本の経済力の特質であることは事実であるが，そうしたものづくりへの志向を支え，それをさらに高いものに導いたものは革新力に富む商業・流通の力であり，需要主導型経済システムという制度インフラであった。

こうした日本経済の特質は南北朝期から室町期にかけて生まれてきたものと考えられる。

その第一は，能・狂言，茶道，華道，建築・造園などさまざまな日本的な求道，すなわち仏教における世界である人生のあり方の追求を行う芸術文化の成立であり，第二は，高度製品の販路を開拓した遠隔地流通に従事する，高い士気を持ち，異郷の市場と生産を結び付けた商人の台頭と地場産業の充実であった。室町時代における商人あるいは商工業者のこうした遠隔地流通活動とそうした市場向け製品の供給にかかわる革新性については上で述べたとおりであるが，彼らの高い士気（山崎正和（1990），21 頁）は単に国内市場の開拓によるものでなく，当時の東アジア経済圏での海外交易における活躍にかかわるものでもあった。

求道は，宮本武蔵（1584-1645）の「兵法の道」について書いた，『五輪書』にも見ることができる[29][30]。

筆者は，日本におけるマーケティングは鎌倉・室町を始原とする近江商人，伊勢商人などの活動を嚆矢とするという説を出している。また，それとアメリカ・マーケティングなど各国のマーケティングの上に立つメタ・マーケティングとしての学問の形成を考えなければならないが，それには，石田梅岩の『都鄙問答』が大いに与ると推論している。

おわりに
（日本のマーケティングは遅れているのか）

マーケティングを学問にするに当たっての問題点の整理

＊日本的経営の特性を，アベグレンやボーゲルを前提にした論調でよいのか。

＊日本の経営史などでも江戸期以降が中心であるが，それ以前の室町期以降（安土・桃山期あたりまで）の経営上の発展が注目されていない。したがって，鎌倉期に端を発するといわれる近江商人などの経営のあり方や経営管理方式の研究が表面に出てきていない。ドラッカーなどとの対比の研究もあまり見られない。

＊経営の管理方式だけでなく，経営者の精神や経営のあり方を，（米国と同程度に）近江商人，内村鑑三などの功績から学ぶ必要がある。

石田梅岩の『都鄙問答』は，商人としての実体験に基づいて書かれたもので，アメリカでは，会社経営をしたロー・オルダーソンの著『動態的マーケティング行動』に匹敵するものと筆者は考えている。

また，梅岩，オルダーソンの両者ともに，理論化や体系化は十分ではなかった。この点が，現在，学問する学者としては必ずしも重きを置かれていないという点で共通するところがある。

特に，『都鄙問答』を基盤として，日本発の「マーケティング学」に高めることが出来るか，が筆者の当面の課題である。

一方では，日本のマーケティングは遅れて

いる，という話まででている。

フィリップ・コトラーやデービット・アーカー等著名なマーケティング研究者を迎えての「世界マーケティング大会」が日本において，2 日間の日程で行われた（日本マーケティング協会・電通など共催の「ワールド・マーケティング・サミット・ジャパン 2014 (World Marketing Summit 2014)」)[31]。

朝日新聞編集委員の多賀谷克彦は，このマーケティングの世界大会聴講したときの感想を新聞のコラムに書いている[32]。

コトラー教授による日本企業評は厳しいもので，議論はたびたび「日本はマーケティング後進国なのか」という話題に及んでいた，と言う。

こういう見方にたいして，筆者はいささか疑念を禁じ得ないのである。多賀谷の論評で，特に検討したいのは，「日本のマーケティングは遅れているのか」と「コトラーがマーケティングは学問と述べた」という件である。

何がどう遅れていると言うのか。

目くじら立てるわけではない。筆者としては，現代のマーケティング先進国とはどこなのか，と問いたい。文脈から言っておそらく米国なのであろうが，アメリカ発のマーケティングは，学問としても優れたものといえるのだろうか。

2014 年のサミットでコトラー（Philip Kotler：ノースウエスタン大ケロッグ経営大学院教授）の言いたかったことは，多賀谷の記事がでた後に，「コトラーと電通マンとの対話」という形でネット上に公開されている[33]。

基本的には，現行マーケティングは，アメリカで生まれた西洋の考え方で形成されており，直接東洋的な考えを持つ日本には直接当てはめるべきものではないということである。

西洋の考え方を根本に持つものを当てはめようとしても無理であった。だから，表面上，「遅れている」と見方もあったと思われる。

筆者から見れば，アメリカ・マーケティングは，「経済学」ないし「商学」の範疇にある「戦略論」であって，「単独のマーケティング学」にする可能性は薄いと考えている。

つまり，現行マーケティングは，定義のみで論を進めようとしている。そこに各種の科学理論をくっつける寄せ集めで，問題を解決する方式である。出現しているマーケティング論がばらばらになるはずである。また，論同士の比較検討はほとんどできない。それどころか，出現している論そのものの妥当性すらも言うことができない。ウエーバーなどがいう「学問」には程遠い存在なのである。

基本的には，使用している概念は，経済学からの借り物であり，大部分は経済学，商学，心理学，工学からの援用を仰いでいる。悪く言うと，それぞれのさわりの部分の寄せ集めといった感じである。したがって，出来上がったとされるマーケティング理論の妥当性についてもほとんど何も言えないものになっている。ましてや理論間の比較分析などはできるはずもないのである。

マーケティングはそれでよいのだということもできる。それならば，学生は，社会に出てからみっちり実務研修を受けた方がよいだろう。

しかし，その程度のもので，研究教育をするものが満足してはいけないのではないか。大学では，学生が実務に入る前に何事かを知る必要があるのではないか。引いては，マーケティングを学問として教えられる必要があるのではないか。

筆者は，マーケティングを学問にするためには，独自の概念，定義，体系化，分析方法などが一体的に考察されるべきであるとして考察を進めてきている。

筆者は，アメリカ・マーケティングを前提

とする限り，学問に出来ないと考え，いろいろ新しい概念，定義，体系化，分析方法などを採用している。

詳しくは，拙論「マーケティング学の試み」（文献（4））にゆずるが，たとえば，ビジネスやマーケティングに」ついては，以下のようにしている。

ビジネスとは：

人の仕事には，大きく二つあって，自給自足の仕事と利益の付く仕事がある。後者をビジネスと呼んでおく。このビジネス活動がマーケティングなのである。

この仕事探しには，人間概念，競争概念，市場概念，価値概念などの問題の考察が関わってくることは言うまでもない。そして，

マーケティングの定義：

マーケティングとは自己の仕事（ビジネス）を探索し，決定し，実行に移すことである。

となる。（他に，体系化はオルダーソン思想を，分析法は統計科学の考え方を採用している。）

そうすると，マーケティングの源流としては，日本の中世期の商の姿がクローズアップしてくる。

つまり，その時代背景は，アメリカのそれよりも 400 年早いと考えられるのである。

結局，マーケティングとは何か，ということによって解釈は変わるのであって，筆者の意味でマーケティングを考えると，決して遅れているどころか，ずいぶんと早くから日本に生まれていたと考えられ，日本のマーケティングは遅れているというのは的外れということになるのである。

注と参考文献：

(1) 井原西鶴の『世間胸算用』（前田金五郎訳注，角川ソフィア文庫）

(2) 上田紀行（2016）「不正にあらがう自己育てよ ── マーケティングが覆う世界 ──」『北海道新聞』，2016 年 1 月 18 日（夕刊）」，5 面。

(3) 西田亮介（2016）『マーケティング化する民主主義』，イースト新書。

(4) 黒田重雄（2014）「マーケティング学の試み：草稿」『経営論集』（北海学園大学経営学部紀要），第 12 巻第 3 号（2014 年 12 月），pp.1-92。

(5) 黒田重雄（2015）「日本におけるマーケティングの源流に関する一考察 ── 近江商人の経営管理とドラッカーの“*Management*”との関係にも言及 ──」『経営論集』（北海学園大学経営学部紀要），第 12 巻第 4 号（2015 年 3 月），pp.59-83。

(6) 黒田重雄（2015「マーケティングの日本への流入に関する若干の覚書」『経営論集』（北海学園大学経営学部紀要），第 13 巻第 1 号（2015 年 6 月），pp.103-119。

(7) 黒田重雄（2016）「日本のマーケティングとマーケティング学について ── 近江商人と石田梅岩『都鄙問答』から考察する ──」『経営論集』（北海学園大学経営学部紀要），第 14 巻第 1 号（2016 年 6 月），pp.45-75。

(8) 石田梅巌著・足立栗園校訂（1999）『都鄙問答』，岩波文庫。

(9) 村井章介（2013）『増補　中世日本の内と外』，ちくま学芸文庫，pp.277-278。

(10) 司馬遼太郎（2014）「室町の世」『この国のかたち　三』，文春文庫，（1995 年初版），pp.42-50。

(11) 坂口安吾（2009）「日本文化私観」『堕落論・日本文化私観 ── 他ほう 22 篇 ──』，岩波文庫，pp.108-109。

(12) 大久保喬樹（2016）『（100 分 de 名著）坂口安吾・堕落論 ── 堕ちよ，生きよ ──』，NHK 出版，pp.78-80.

(13) 岡本太郎（2014）『日本の伝統』，（光文社版の初版は 1956 年），光文社知恵の森文庫。

(14)「松岡正剛の千夜千冊」・岡本太郎の『日本の伝統』について：（http://1000ya.isis.ne.jp/0215.html）

(15) 福澤諭吉（1880）『学問のすすめ』（齊藤　孝訳（2015），現代語訳，ちくま新書。

(16) 加藤周一氏の評論を集めた『日本人とは何か』という本がある。その中に，1958 年（昭和 33 年）に書いたという評論文に書名通りの「日本人とは何か」が載っている。
そこで加藤氏はその当時の状況に対して苦々しさ

を露にしている（pp.18-19）。
河合隼雄著『日本文化のゆくえ』もある。

(17) 福澤諭吉（1880）『学問のすすめ』（齊藤　孝訳（2015），現代語訳，ちくま新書，pp.131-135。）

(18) 鈴木大拙（上田閑照編）（2010）「日本人の心」『東洋的な見方』，岩波文庫，pp.157-165。

(19) 鈴木大拙（2011）『東洋の心』，春秋社，pp.80-81。

(20) Uchimura, Kanzo（1908），*Representative Men of Japan: Essays*, Forgotten Books，（内村鑑三著（鈴木範久訳）（2006）『代表的日本人』，岩波文庫（ワイド版）。
（"*Japan and Japanese*"（1894 年）の改訂版とのこと）
（日本に 1888 年 5 月に帰国後執筆されている）
内村鑑三（1861-1930）は，「代表的日本人」として西郷隆盛・上杉鷹山・二宮尊徳・中江藤樹・日蓮の 5 人をあげ，その生涯を叙述する。日清戦争の始まった 1894 年に書かれた。
本書は，岡倉天心『茶の本』，新渡戸稲造『武士道』と共に，日本人が英語で日本の文化・思想を西欧社会に紹介した代表的な著作である。
内村鑑三（2012）には，『後世への最大の遺物・デンマルク国の話』，岩波文庫（デンマルク国の話の講演（1911 年）にもとづいている）もある。

(21) 日経トップリーダー編・中沢　康彦著（2013）『星野リゾートの教科書 ── サービスと利益　両立の法則 ──』，日経 BP 社。

(22) 小林秀雄・岡　潔（2010）『人間の建設』，新潮文庫，pp.82-93。

(23) 国民文化研究会・新潮社編（2014）『小林秀雄：学生との対話』，新潮社，pp.23-25。

(24) 外山滋比古（2010）『ライフワークの思想』，ちくま文庫（筑摩書房），p.10。

(25) 谷崎潤一郎（2016）『陰翳礼讃』，角川文庫，pp.5-55。

(26) 松尾義之（2015）『日本語の科学が世界を変える』，筑摩選書，pp.14-15。

(27) 藤原正彦（2005）『国家の品格』（2005 年 11 月，新潮新書）は，200 万部を超えるベストセラーとなり，翌 2006 年の新語・流行語大賞に「品格」が選ばれるなど大きな話題となった。

(28) 寺西重郎（2014）『経済行動と宗教 ── 日本経済システムの誕生 ──』，勁草書房。

(29) 宮本武蔵著（渡辺一郎編）（1985）『五輪書』，岩波文庫。

(30) 魚住孝至（2016）『宮本武蔵・五輪書』，NHK 出版。

(31) ワールド・マーケティング・サミット・ジャパン 2014～日本初上陸，世界を代表する有識者が東京に集結～：http: //worldmarketingsummit. jp/wmsj2014/program/
フィリップ・コトラーやデービット・アーカー等著名なマーケティング研究者を迎えての「世界マーケティング大会」が日本において，2 日間の日程で行われた（日本マーケティング協会・電通など共催の「ワールド・マーケティング・サミット・ジャパン 2014（World Marketing Summit 2014）」）。

(32) 多賀谷克彦（2014）「波聞風問：マーケティング後進国 ── 日本企業，より顧客の目線で ──」『朝日新聞』，2014 年 10 月 5 日（朝刊，5 面）。

(33) コトラーと電通マンとの対話の模様がネット上に公開されている：
http://dentsu-ho.com/articles/1733