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	商学とマーケティングの講義ノート(2)
著者	黒田，重雄
引用	北海学園大学経営論集，7(1)：123-142
発行日	2009-06-25

Hokkai-Gakuen Organization of Knowledge Ubiquitous through Gaining Archives.

《研究ノート》

商学とマーケティングの講義ノート(2)

黒　田　重　雄

目　次

はじめに　(「商学」と「マーケティング」の現状について)
第1章．商とビジネス
1-1．欲望と交換
1-2．商の発生と商人の登場
1-3．ビジネスの発生
1-4．商とビジネスの関連性
【以上(1)前号】

【本号(2)】
第2章．商には商学，ビジネスにはマーケティング
本章のはじめに（商学のどこが問題なのか）
2-1．商には商学
2-1-1．Commerce と商
2-1-2．商と商業
2-1-3．日本における商業と商業学
2-1-4．日本における商学関連論争
この項のおわりに
この項の「注と参考文献」

【以下次号】
2-2．ビジネスには経営学か
2-3．ビジネスにはマーケティング
第3章．学問間の関係の整理
3-1．商学とマーケティング
3-2．経営学とマーケティング
3-3．経済学とマーケティング
3-4．マーケティングは企業学（企業行動学）
おわりに

第2章．商には商学，ビジネスにはマーケティング

本章のはじめに（商学のどこが問題なのか）

現在の日本における「商学」という学問についての研究者の見解は一致しているとは言い難い状況にある。それどころか日本の大学の商学部では，「商学」という文字が見あたらなくなってきているという[1]。そうした状況は，「商学部」を「経営学部」に名称変更するところがでてきているところにも現れている[2]。

これなどは，大学経営上の問題もあるであろうが，一般には着実に「商学」や「商業学」の人気が落ちてきているのは確かなようである。

こうした背景について，林（周）(1999) は，自らを含む研究者側にも責任の一端があると述べている[3]。すなわち，研究者間で，「〝商〟とは何か」，「〝商〟と〝商業〟との関係ないし相違とはどのようなものなのか」などの根本的な部分の意見交換が必ずしもなされてこなかったことと関係があるというわけである。

黒田他著（2001）では，「商学」という学問をめぐっての「概念論争」を検討しているが，そこでは結果として，「商学」という学問を形成するに当たっては，いくつかの問題点がクリヤーされねばならないとの指摘がなされていた[4]。すなわち，

（ｉ）「商学」と「商業学」の関係は，どのようなものか。
（ii）「商学」や「商業学」は衰退し，変わって「経営学」が生れたのか。
（iii）「商学」の「基本概念」は，「交換」ないし「取引」なのか。また，マーケティングのそれは，「（企業）活動」なのか。
（iv）「商学」は，「〝商〟の学」か「〝商人〟の学」か。
（ｖ）「商学」は，「個別科学群の総称」か「個別科学の名称」か。

などであった。なお，（iv）と（v）は，林（周）（1996）によって提起された二つの問題である[5]。

本節では，これらの問題点を今一度明らかにするとともに，最終的に，「商学」という学問的性格についての筆者独自の見解を示してみたいというのが目的である。

2-1．商には商学

2-1-1．Commerce と商

黒田（2009）（以下，「前項論文(1)」）で検討したように，commerce（コマース）とは，基本的に「売買して互いに利益を得る」ということであった[6]。また，「物々交換は，近距離のうちは，モノとモノとの〝当事者同士の面々交換〟であったが，やがて，若干遠くの人びとが相対する〝市場〟で物々交換が行われるようになり，そのうちに遠距離交換（交易）へと発展していき，そのとき，遠距離を運ぶ人の労苦に対するお礼（報償）が与えられたが，その報償を生活の糧にする専門の運び手へ転化していくことになる。このときの「報償」が，後の「利益」（profit）と考えられるものである。」とされていた。

つまり，「利益」とは，古の社会における「お礼・お駄賃（報償）」を嚆矢とするものと理解されたのである。伊丹敬之（2007）が，近著の中で「〝利益〟は，〝お布施〟である」と語っていることと同義である[7]。

遠距離交易の利益は，やがて大きな額となり，それを目指して，また，それを生活の糧とする専門家が続々出現してくる。ヨーロッパでは，それがメソポタミヤの商人〝dam-kar〟[8]であり，また，〝merchant〟と呼ばれた人たちであった[9]。

注意されねばならないのは，このころの commerce には，専門的に物資を持ち運びする人（いわゆる商業者）とモノの作り職人（製造業者）との区別はなく一緒に取り扱われていたのである。つまり，彼ら（商業者と製造業者）を merchant と呼び，彼らを組み込んだシステムを〝commerce〟と呼んだということである[10]。

一方，林（周）（1999）によると，commerce が，学として明確に文献に現れるのは，16，７世紀であるとしながらも，その内容は，今日解釈されているものとはいささか異なったものになっていたという[11]。

林は，commerce について，その著書『現代の商学』（1999）の中で，西洋経済史家の大塚久雄の言葉を引用して説明している[12]。

> 「この〝commerce〟という言葉の，イギリスにおける［古い］用語法を調べてみると，…われわれが考えがちであるような，生産と対立させ区別された「商業」を必ずしも意味しなかった。〝commerce〟のなかには「商業」とともに生産，とくに「工業」生産も含まれており，とくに後者こそが，それらすべてを支える土台ないし発條と考えられていた。…［ロビンン・クルーソーの著者である］D. Defoe は定義好きの人で…〝commerce〟あるいは〝trade〟［を定義して，それ］は２つの部門に大別され，その１つは industry（工業），他は dealing（商取引）だと説明していることも，その間の事情を物語っている。
>
> 私は，この〝commerce〟という語を何と

か旨く邦訳できないものかとつねづね考えているのだが，いまだに的確な訳語が見付からない…。」── 大塚久雄（1965）『国民経済』16ページから抜粋 ──。

つまり，commerceは，（dealing＋industry）の意味であったというわけである。しかしながら，日本では，commerceをindustryとの対比において理解していたという。例えば，商工会や商工会議所の英訳を，

有明町商工会…The Ariake Society of Commerce & Industry

東京商工会議所…The Tokyo Chamber of Commerce and Industry

などのように表現していることに現れている。

さらに，林は，commerceを邦訳したときに，「商業」としていることが多いが，さらに，これを「取引業」（dealing）と捉え，さらにそれを（官庁統計などでの商業調査では）「卸売業と小売業」というような狭い範囲の定義を与えてしまったところに間違いの原因があったとしている。

また，川出良枝（1996）も同様の見解をあらわしている[13]。

commerceという語は，対外的通商活動や国内の販売活動を指すのみならず，工業や銀行業ときに農業をも含む。すなわち，この語がわれわれが今日考える経済活動の全体を指す語として，18世紀末まで使用されたのである。

ここで，川出は，commerceを「商業」と邦訳している。一方，林では，commerceを，日本語で「商」としている。この違いは，それぞれの言葉のもつ意味内容からきている。林では，commerceの意味内容を大塚・川出説に置きつつも，日本語の「商」と「商業」との間の違いを問題としている。

すなわち，林では，日本における「商業」という言葉の解釈として，一つには，「商業統計」の定義に見られるごとく，取引業の「小売，卸売」（一部飲食店も含む）という限定的に（狭い意味で）取らえられることが多いこと，またもう一つは，「商業研究」において，取引形態を中心とする「流通懸架」のあり方を論ずる『商業論』と言う形で展開されてきた（きている）こと[14)15)]，等との対比を際立たせる意味で「商」を採用したのである。

これに対し，川出の場合は，〝commerce〟をあくまで上記の意味と捉えつつ，「商業」と訳出したにすぎない。

繰り返すと，つまり，英語の〝commerce〟には，現代の「商業」と「工業」の両方が含まれていたと考えられるのであり，それは，フランス語の〝commerce〟も同様であったことである[16)]。

また，ドイツ語の商人に当たる語〝Kaufmann〟も，商人に限定せず，工人も含んだ「商売人（ビジネスマン）」と解すべき要素をもっていると考えている。

林（1999）によると，「ルドヴィッチ（Ludovici）の1741年の著書〝商人宝鑑 ── 全商工業の完全なる辞典 ──〟では，「自覚的に〝商人のための学〟Kaufmannschaftとして構築され，その体系は，商品学，商経営学，簿記といった商人必須知識が主内容で，併せて商人に必要な諸周辺知識（商法学，地理学，工芸など）がその副内容をなしていた。」[17)]とされているが，そのルドヴィッチの1741年の著書の表紙に，Handlungen und Gewerbe（商店や職人）の文字が見えるからである[18)]。

また，深見（1971）によれば，ドイツの商学者シェーア（Schär, Johann Friedrich）が，「Handel（おそらく商，取引，貿易＝trade）とは，分業によって交換に生きるようになった世界経済の構成員の相互の関係に

おける，物資の交換である」と述べているという[19]。

こうしたcommerceやmerchantについての解釈は，Mercantilism（重商主義）についても言えそうである。イギリスにおいて，Mercantilismは，言うまでもなく，commerceの役割重視を謳うものと解されている。18世紀後半になって，Physiocracy（重農主義）の批判の矢面に立つことになる[20]。

これは例えば，次ぎのような解釈もある[21]。外国との交易（貿易）を中心とした商（すなわち，農業以外の産業（仲介業者と生産者など））の活性化を謳うものであったとするものである。つまり，そうした「利益」，すまわち，「国益」を求めた主義主張であった。決して，現代において言うところの「商業」（貿易商）の発展のみを促そうとするものではなかったのである。

川出（1996）は，このMercantilismeの意味について解説している[22]。

> 「重商主義」（Mercantilisme）という概念のレリバンシーには周知のように戦後疑問が呈されてきた。…。批判的な論者の主張するように，たしかにそれは主義（isme）と名付けられるほど首尾一貫した理論体系ではなく，多分に状況に規定された個々の政策の集まりにすぎなかった。しかし，そこにある一定の傾向――貿易バランスにおける黒字の追求，マニュファクチュアの保護・育成，特権貿易会社の創設，植民地の建設，海軍増強――を見出すことは可能であり，その意味での重商主義を議論することには意味がある。

確かに，イギリスの歴史研究では，必ずといってよいほど，重要事項として，commerceや重商主義（mercantilism）は登場する。しかしここでは，川出が述べるところ（注13にある）のcommerceが18世紀末に消えているという点に注目しておきたい。

こうしたcommerceの観点から考えると，前章にも見たごとく，「商人の機能には作り手（工）の発展を促す要素があった」との理解と合致するものがある。したがって，このcommerceの訳を「商取引」ないし「商業」という狭い範囲で捉えるのではなく，「産業全体」をあらわす意味にとるべきではなかったか。または，事業全体を貫く言葉であったのではないか。その意味で，現代風に〝business〟（ビジネス）そのものであったのではないか。つまり，commercial science（商学）は，business science（ビジネス学）の意ではなかったか。

後に明らかにするように，こうした関係の理解こそ，commercial science（商学）とbusiness science（ビジネス学）の邦訳を，併せて「企業行動学」（ないし事業学）としたい理由なのである。

2-1-2．商と商業

(1) ヨーロッパのcommerceとmerchant

林（周）によると，ヨーロッパにおいて，commerceの学問の最初とされているのは，フランスのサバリー（Savary, J.）（1622-90）やドイツのルドヴィッチ（Ludovici, C.G.）（1707-78）などであり，それらは，当時のmerchant（商人）必携の書物を出版されたとしている[23]。

すなわち，（林によると）それは，サバリーの1675年の主著は〝Le parfait négociant〟（『商人鑑』，または『完全な商人』）であり，また，ルドヴィッチの1741年の著書〝商人宝鑑――全商工業の完全なる辞典――〟では，「自覚的に〝商人のための学〟Kaufmannschaftとして構築され，その体系は，商品学，商経営学，簿記といった商人必須知識が主内容で，併せて商人に必要な諸周辺知識（商法学，地理学，工芸など）がその副内容をなしていた」とされている。

結果的に，林は，著書の冒頭で「商学は

‘商人に関する学問’である」と明確に述べている[24]。

しかし，林も述べているように，commerceは，商と工の両方を含む概念として提起されたと考えれば，上記例の書物は，merchant（商人）が「どのようにして利益を上げ，それを管理していくかの指針ないし考え方（方法）」を現したものと解すのが妥当ではないかというのが筆者の見解である。

筆者は，「商学」は，commerceの意味内容からして，「commerce（商）の学」と解するものである。

そう解釈する理由を，後に詳しく述べてみたい。

⑵　商人と商業観の変遷

人は生まれながらに交易するという「交易する人間（ホモ・コムニカンス）」という言葉をつくり出したのは今村仁司（2000）である[25]。その今村が別の稿（1985）で，古（いにしえ）や古代ギリシアにおける「商業観」について論じている[26]。

未開拓地域と見られる，ある種族の例をあげて，そこにはイデオロギー・システムがあり，「耕作」が高い価値を持つ労働としての位置づけをもち，漁獲や採集労働は低い価値を与えられていたという。一方，商業は，共同体の内部視座からすれば，汚い，恥ずべきものであった。しかし，その意味で反価値的なものであったが，権力者には共同体の富の獲得という点から許される行為であった。権力者はこの二律背反を具現していたことから，労働観と商業観とは全く別物であると考えられていたのである。

また，今村は，古代ギリシアの最盛期や中世ヨーロッパにおいては，社会的価値評価体系上では共に格下げされて，社会の下層部を形作ったという。その後の歴史上，労働表象と商業表象とが同一化するすることはなかったが，ほぼ完全に合致するのは近代になってからであるとしている。

確かに，商業なくして歴史を語ることは出来ないと言われる反面，一般的には，「商人」というものに対しては，その活躍を「もてはやす声」とそれと反比例する形での「嫌悪感」が共存してきたといえる。

イギリスの場合，重商主義が唱えられる一方で，ハリスン（Harrison, M.）（1975）は，「商人」が非常に忌み嫌われていた時代があったと述べている[27]。シェークスピアの『ヴェニスの商人』も，中世期のイタリアを舞台に，当時の強欲な商人を題材にとった勧善懲悪タイプの戯曲であった。ゲーテ（Goethe, W.）も，「ファウスト」の中に同時期の商人の横暴振りを皮肉って，「商業，戦争，海賊の三位一体説」を挿入したりしている[28]。

樺島（1985）は，紀元後10世紀あたりの北西イタリアの港町ジェノバの商人をヴェネチアの商人との対比しつつ書いている[29]。そこでの分析では，特に，ジェノバでは，貴族でも平民でも誰でも商人になることが出来，単独での商売が原則であったことが示される。また，そのことから，国家の繁栄と一体化させたヴェネチア商人とジェノバ商人の（国家や座などといった）後ろ盾のない徹底した「個人主義」の貫かれた商行動との相違が際立たせたものになっている。

これに対し，日本では，身分として「士農工商」と明確に（「商」は「工」と区別され）「商」は最低の職業とされてきた経緯がある。

しかし，それでも日本においては，早くから商人の活動振りが知らされている。まず，「市場（いちば）」や座商についての記述を「魏志倭人伝」（弥生時代に当たる）に見ることができる。特に「行商」についての文献は鎌倉・室町あたりのものが多々ある。このころのものとしては，活き活きとした商人たちの姿を克明に描いた，笹本正治（2002）の『異郷を結ぶ商人と職人』がある[30]。

江戸時代になると，商人ものとしては，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）に出てくる「奈良の庭竈」が典型的なものである[31]。要約すると，

「奈良で24，５年も鮹（たこ）だけを行商して生計を立てていた男がいた。この男，鮹専門の行商人で「鮹売りの八助」といえば知らない人はいないくらいの結構評判の行商人であった。ただ，鮹の足は８本であるが，最初から今まで７本にして売っていた。ばれないのをいいことに，ある日６本にして売ったところ，ひょんなことからこれが露見してしまった。すると悪いことは出来ないもので，誰が噂するともなく世間に広まって，なんといっても狭い奈良という場所柄，隅から隅まで，「足切り八助」と評判にされて，一生の暮らしができなくなった。」

室町期に端を発し，全国を股に掛け，「三方よし」で有名な近江八幡を中心とする「近江商人」や奈良の興福寺で座を形成していた「奈良商人」などをめぐる考究文献も数多く見られる[32]。

江戸時代の中期（1739）には，石門心学の創始者として名高い石田梅巌は，『都鄙問答』を書いて，「商人皆農工トナラバ財宝ヲ通ス者ナクシテ万民ノ難儀トナラン」とて商人の存在意義を強調し，しかもその商人にとって「売利ヲ得ルハ商人ノ道ナリ，元銀ニ売ヲ道トイフコトヲ聞ズ」ト明言して，商業利潤をば強く肯定しながら，それが正直をどこまでも本（もと）とすべきことを教えている[33]。

現代に入ると，一時期ベストセラーとなった，深田祐介の『日本商人事情』がある[34]。

昭和30年代前半からの高成長がはじまる前，戦後のどさくさから抜け出すべく，世界の未開拓市場へ飛び込んでいった涙ぐましいまでの商人（ビジネスマン）たちの活躍を描いたノンフィクションである。

彼らは，「市場調査」と「売り込み」のひとり二役を仰せ付かっていたという。十分な情報が得られる時代ではないので，気候風土からはじまって，宗教，習慣にいたるまでの基礎データをすべてゼロから集める様であった。あるときは，「資料なき進出」もあった。場合によっては密林の奥深く分け入って売り込みをはかったこともあるという。

これら先兵となった商人の日本製品を売り込む活躍なくしてその後の日本経済の発展はなかったという思いを強くさせられるものがある。

一方，現代でも華僑で有名な中国における商人の古くからの活躍については，曹天生（1998）に詳しい[35]。

⑶　日本の商の定義

日本において「商」という言葉が立ちあらわれたのは何時のことか定かではないが，わが国では，「商」と書いて「アキナイ」と読ませるときがあるが，これは秋の収穫期に交換が行われたことを示唆する，「あきになう」，すなわち「秋に行う」から来ているとする説が有力である[36]。ではなぜ，この「アキナイ」に「商」の字が当てはめられたのか。基本的には，漢字の当てはめ説が有力である。

確かに，「商の字」の解釈については，白川（1994）によると以下のようなものになっている[37]。

中国最古の王朝といわれる，夏を滅ぼした殿（紀元前16-11世紀）が彼らを「商」と称した（商王朝と言う）。殿（商）が周に滅ぼされた後，商の民はあちこちに分散移住させられたが，かれらはそれを逆用して，各地の産物を交易するようになった。商の民のなりわいであるところから商人，商業の名が興ったという。

（商には「賞」の意があり，代償・賠償のために賞が行われるようになり，のちにそのことが形式化して，商行為を意味するものとなったと思われる。また，商は神意をはかる

ことを原義とし，そこから商閲・商量の意が生まれ，のち賞・償の意より商賈・通商の意となったものであろう。)

さらに，この商の民について，宮城谷(1993)は，次のように語っている[38]。

商民族は，きまよえる民族であった。商の民がどこから来たか定かではない。彼らは，何世紀もかかってもっとも住みやすいところを捜し回っていたのではないか。商民族は遊牧民ではなかったか。この民族を一口で言うと，頭がずば抜けてよいということである。それは，この時期どこの民族も造れなかった二頭の馬に車を引かせる「兵車（戦車)」を発明した（車輪が出す摩擦熱を解消している）ことにもあらわれている。

ただし，この時代は，甲骨文（字）と金文しか存在せず，作者の類推，想像力で補っている。また，中国では，現在でも「商県」として商業の一中心であり，製綿，製紙が盛んである。

一方，永（1998）では，以下の見解を提起している[39]。

「字源辞典」によれば，子供の生まれるところとなっている。そういえば，人類最古の商売は娼婦とあることから納得できる説である。また，本来のモノを売るという意味では，「唱」が正しいとも言う（モノを売るのに声を出して歌うから)。「商人」は，「唱人」というわけである。

商が，「隙間」とか，「狭いところ」という意味があるというのには，現代の商業の在り方やベンチャー・ビジネスの狙い所に通じるものがある。

また，林では，「商の文字は，もともと戦争に対する平和の意味もある。」との解釈も示している[40]。

なお，「現代中国語辞典」では，「商」は「相談する」，「秋の風」の意である[41]。

ここで「商」という漢字のもともとの解釈として重要な点は，白川静『字統』にある上記の引用文の「後段部分」である。

商には「賞」の意があり，代償・賠償のために賞が行われるようになり，のちにそのことが形式化して，商行為を意味するものとなったと思われる。また，商は神意をはかることを原義とし，そこから商閲・商量の意が生まれ，のち賞・償の意より商賈・通商の意となったものであろう。

一つは，商には「報償」の意味があること，もう一つは，「神意をはかること」，つまり，割り算の答えを「商」というが，これは，商の字が，秤（はかり）の象形であるというところからきているというわけである。

以上より，本稿（筆者）では，commerce を，「利益を求めて行動する人びとの活動の全て」を指し示す言葉としての「商」と解し，merchant は，そこで「活動する人びとの総称」として「商人」と呼ぶことにする。

2-1-3．日本における商業と商業学

(1) 商業の定義

結論を先取りすると，「商」の学問としては，ヨーロッパの commercial science または business science を「商学」とすると，日本において，それに対応するのは「商業学」ということになる。

つまり，日本における「商学」と称していた学問の根底には，「流通における懸架機能」というものがあったのであり，古で言えば，「仲立ち人」のみに焦点を当てたものであったということである。

それは，例えば，鈴木安昭・田村正紀(1980)の『商業論』の「商業の定義」に代

表される[42]。

「流通に与えられた生産と消費・産業用使用の懸隔を架橋するという課業，その課業を遂行するための諸活動，そのための組織という流通の内容全体の中に大きな地位を占めるものが商業である。」

日本においても「物々交換」が原点にあったことは間違いないであろう。さらに時代が進んで，奈良時代に貨幣も鋳造され交換も一段と活発化したはずである。都では，市が生まれ，行商も頻繁に往来するようになっている。

たまたま「仲立ち人を」をしていたものが，次第に，継続的・専業的に商取引を行う商人になっていったとされる。彼らは，商品を自ら消費せず，利益を得て再販売することを目的とする商人の登場によって，生産者は直接的に消費者に販売する必要がなくなり，販売の機会を増加させることになった，とされる。それが農業や手工業といった社会的分業が進展するに伴い，それらの間の交換を促進する機能としての業種である，商業（商業者）が生まれたとしている。

さらに，鈴木・田村（1980）は，「商業とは何か」について解説している[43]。

「商業とは何か」ということについては古来多くの学説が存在している。交換一般を商業としてとらえたり，資金の取引や労働力の取引をも商品の売買取引とともに包含して取引を秩序付けて行なう組織を商業とする場合もある。本書ではこれらのような広い概念は採らなかった。また，生産と消費の懸隔の架橋そのものを商業と理解することもある（さらにそれを狭義の商業と補助商業，つまり広告代理業，運送業，倉庫業，保険業などに分けることも行なわれている）。本書では，その架橋そのものは流通という概念でとらえている。流通に与えられた生産と消費・産業用使用の懸隔を架橋するという課業，その課業を遂行するための諸活動，そのための組織という流通の内容全体の中に大きな地位を占めるものが商業である。商業は流通全体の中にあって商人（商業者）にかかわる部分である。したがってここでの商業には商人（商業者）の活動とそれによって遂行される流通課業およびそのための組織が含まれることになる。

「流通論」を解説した渡辺達朗他著（2008）でも同様の解釈をしている[44]。

こうした背景もあり，日本では，これまでcommerceを「商業」と訳されることが多かった。例えば，

Lefranc, Georges (1972), *Histoire du Commerce* (Collection Que Sais-Je?), Presses Universitaires de France.
（J. ルフラン著（町田実・小野崎晶裕共訳）（1976）『**商業**の歴史』，白水社。）

Pocock, John Greville Agard (1985), *Virtue, Commerce, and History (Part I and II),*
（J.G.A. ポーコック著（田中秀夫訳）（1993）『徳・**商業**・歴史』，みすず書房。）

しかしながら，本来，英語のcommerceには，商と工の両方を含まれていると考えられることから，それを日本流の「商業」と翻訳することに多少の疑問を差し挟む余地があるのである。

「商業」に対する統計上の定義にも疑義が呈されてきた。例えば，田中・雲英（1980）は，次のように述べている[45]。

（商業学校における商業教育を行う上において）商業というものを，一般には，生産者と消費者の間に立って，商品流通の事業にたず

さわる各種売買業の組織体，ないしその事業活動を意味すると理解しているかもしれない。この意味での商業は，日本標準産業分類でいえば，大分類の卸売業・小売業がほぼ該当している。しかし，これは，商業の定義としては正しいとは言えない。商業の内容は，(1)商品流通，つまり売買活動に関する内容を主とする。(2)売買活動は，卸・小売業のみが行うものではない。(3)今日の商品流通は，広義商業を採用する必要がある。(4)有形財のみならず，無形財（サービス）を含む。

この点，久保村隆祐・原田俊夫編（1973）『商業学を学ぶ』では，商業の定義を以下のように行っている[46]。

すなわち，流通過程とは，モノを作っている人（製造業者）から卸へ，そして小売へと渡り，最終市場（消費者・購買者）へ届けられるという過程である。メーカーと消費者の間には，中間業者（流通企業）が入っている。実は，この流通企業（広義には，商業）には，産業（企業）の大部分が属している【図表1】。

福田敬太郎（1973）は，「商業概念論争」

【図表1】

商業の領域

- 最広義商業
  - 広義商業
    - 商品売買業（狭義商業）
      - 貿易商品売買業
        - 直接商業（卸売商業・小売商業）・・・(最狭義商業)
        - 仲継商業（問屋・商品仲立入代理商）
      - 国内商品売買業
        - 直接商業（卸売商業・小売商業）・・・(最狭義商業)
        - 仲継商業（問屋・商品仲立入代理商）
    - 広告業
    - 通信業（電信・電話業・放送通信業）
    - 運送業（鉄道・自動車内水路・海上・航空の各運送，および陸上ならびに水上の小運送）
    - 倉庫業（普通・特別・分置保管・混合保管・加工・保税などの倉庫）
    - 金融業（銀行業・信託業・無尽業質屋・証券売買業など）
    - 取引所（商品および証券取引所ならびにその関係業者）
    - 保険業（各種の生命保険および損害保険）
    - 商品仲立人以外の仲介業（手形・船舶・保険・運送・広告などの各仲介入）
  - 賃貸業（土地・建物・各樹齢賃貸業）
  - 場屋（じょうおく）取引業（旅館・飲食店*・理髪店・浴場・劇場・映画館・寄席・球戯場・麻雀屋・ダンスホール等）
  - 電気・ガス供給業
  - 印刷・撮影業
  - 他人のためにする製造加工業（委託・注文などによる製造加工）
  - 作業請負業
  - 労務請負業
  - 不動産売買業（土地建物などの売買業）

＊：「商業統計」では、小売業に含まれている（筆者注）。
出所：久保村隆祐・原田俊夫編（1973）『商業学を学ぶ』、有斐閣選書。

について述べている[47]。

「商業の原始的状態においては，個々の商行為と体系的な商行為を経営するところの商業との間に区別を認めることができなかった。その時代においては，「交換即商業説」と呼ばれる考え方があてはまった。商行為を専門に業務とするところの商人の活動が盛んになって，商業概念が明らかになりはじめた。商業の最も古い形は，この「商人商業」であると考えられる。この場合には，商業概念についての「再販売購入説」があてはまり，商業が農業や工業と区別された。商人商業は，主として個人経営によるものであった。時代が進んで企業形態が複雑になり，個人企業の規模が大きくなると，組合企業があらわれ，次第に巧妙な形態が採用されて行った。この場合には，商業概念を単純に一商人に結びつけることができなくなり，「売買営業説」や「配給組織説」のような考え方が行われるようになった。「売買営業説」は，転売の意思を持って商品を購入し，これを他の種類の商品に加工・変形または，改造することなく，そのまま再販売することを継続的に営むことをもって業とするものと規定した。狭義の商業概念として今でも通用している。しかし，商業の取引客体を商品だけに限定し，さらに商業を営利目的とする企業だけに限定することは，現在の事情に充分適応しないものであると批評される。「配給組織説」は，1924年（大正13年），内池廉吉著『商業学概論』の序文で，「配給職能」をもって商業の国民経済的任務とすることを明示されて以来，「配給組織説」による商業概念が最も有力な通説となった。現代の経済社会の一つの重要な傾向を認めている点で，「売買営業説」による概念よりもすぐれている。しかし，なお配給に関係のない商業の存在を認めていないところに難点がある。」

この後に続く福田の考え方は，「取引企業説」である。「取引の客体は，商品という有体財（有形財）だけでなく，資本力や用役のような無体財（無形財）をも含む。また，取引形態は，売買取引だけでなく，貸借取引も用役授受取引もあることを認める。これらの個々の取引行為を体系的・統一的に経営して行く組織が商業に他ならない。すなわち，商業の「商」は取引行為を意味し，「業」は経営体を意味し，合わせて取引行為経営体＝「取引企業」を意味する。」

この説に対する批評には，増池庸治郎著『商業通論』があり，1932年および1943年の説では，「商」と「商業」の区別のないこと，取引企業説は，社会通念を説明できていないという指摘があったことを，福田自身が紹介している。

この他，「商業機能説」（鈴木保良），「機能説」（荒川祐吉）などもある[48]。

以上の商（交換と取引）の変遷と商学諸概念の関係を図示したものが，【図表２】である。

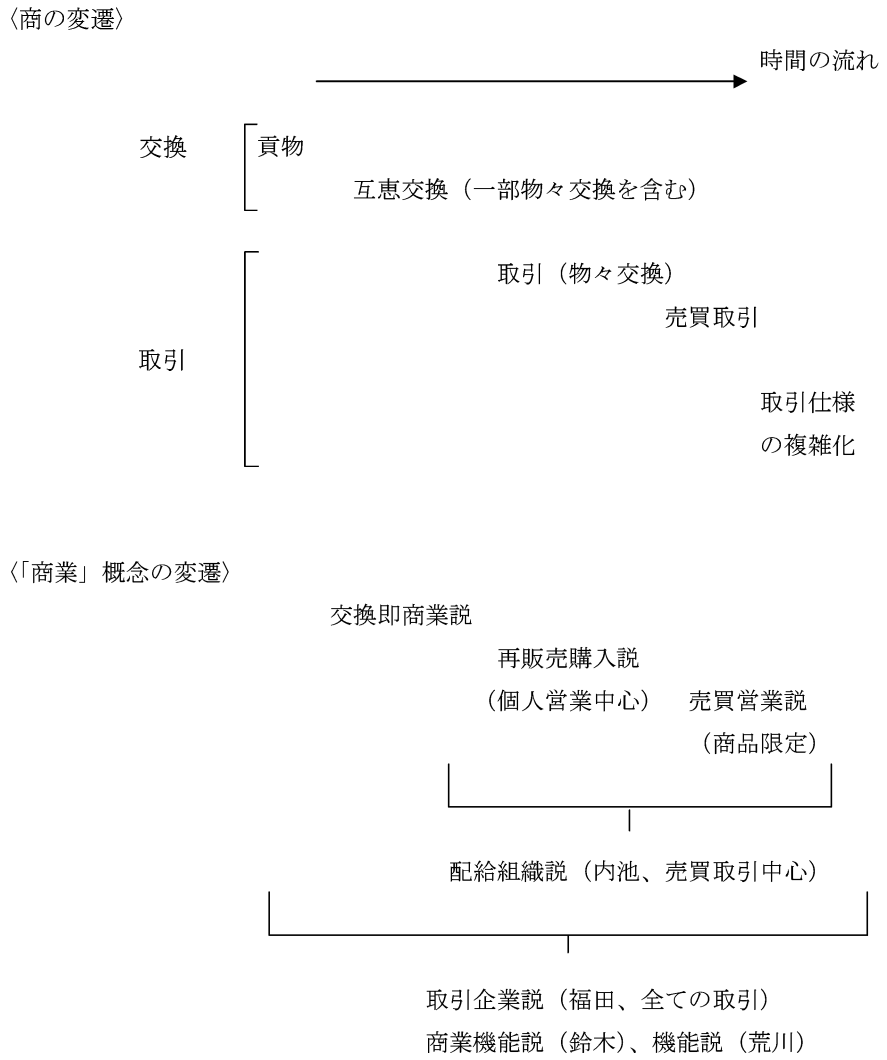
⑵　日本における「商業学」の構築

現代では，商業・流通に係わる問題が，特にクローズアップしているが（例えば，消費欲求の多様化，高級化，潜在化の傾向が強まって生産と消費の調整機能が重要となり，また農業や中小工業とともに生産性の低い商業・流通の動向や向上方策の研究が緊急になってきたなど），商業・流通を直接研究対象とする商学や商業学には，とりわけそうした課題に応えるべく期待されることになる。

しかしながら，商学はもとより，商業学の通説も出てきていないというのが現状である。

まず，具体的に研究を進める場合，商業学の研究対象として若干の定義上の問題がある。商業には工業や農業が入らないという説がある。一方，「流通」には，工業，農業の売買活動が含まれており，流通は，商業学の範疇には入らないとする訳である。この場合は，

【図表２】 商と商業概念の変遷



注：取引客体：有形・無形の商品，取引形態：売買取引，貸借取引，用役授受取引等。

流通を含む体系として「商学」の方がよいことになる。しかし，「配給組織説」「取引企業説」では，売買取引中心に展開されているので，流通も含まれると考えている。

学会の傾向は，実態を反映して「経営学」や「マーケティング」の展開が盛んである。商学や商業学の方は，その出自から見ても研究水準から見ても，やや劣勢である。

わが国で「商業学」という名称が用いられだしたのは，1890年代のことである。生産者やサービス業者の地位の向上，大規模化などとともに，1920年代になると広く企業経営を対象とする「経営学」が分離独立し，また，60年代になると企業を主体とするマーケティングの発達を見ており，「商業学」は新しく再構築きれねばならない状況に追い込まれていると言えるであろう。

再び，「商学」は，日本では，「商業学」と

して始まっている。すなわち，久保村・荒川監修（1995）によると，「商業学」の古い文献は，10 世紀のアラビア人の商事記録にまで遡ることが可能であって，商業学が独立の学問として体系化きれたのは，18 世紀中葉のルドビチ（Ludovici, C.G.）によってであり，18 世紀から 19 世紀にかけてのロイクス（Leuchs, J.M.）の商業論体系で頂点に達したと説明している[49]。

また，眞野（1997）は，商人が商業を営む上で必要な諸知識の集大成としての「商業学」が一応完成した代表として今日考えられるのは，1675 年に出版された，ジャック・サヴァリー（Savary, Jaques）の『完全な商人』であるとしている[50]。

このような「商業学」の研究は，17 世紀に一応の形を成し，前世紀の末から今世紀の初頭にかけて，各国の高等教育機関研究教育が行われるようなってきている。

18 世紀後半には，ドイツにおいて商業の研究が盛んになったし，アメリカにおいては，後の「金融および商学部」の元となったワートン・スクール（Wharton School）が，1881 年に設立されている。日本においても，東京高等商業学校が，1884 年（明治 17 年）に設けられている。

ちょうどその頃の「商業学」に対する社会的要請の高まりと軌を一にしていたと考えられる。

しかし，そうした要請も時代とともに変化していく。1770 年前後に始まる産業革命は，それまで職人の腕に独占されていた手工的熟練（職人芸）を機械に移転することになり，経営の生産規模を拡大することとなっていった。それとともに中小規模の経営においては，社長の人格の内に一体となり，必要に応じて使い分けられていた企業経営に必要な諸知識だけでは企業経営が十分に行えなくなり，専門家でなければ持てないような広範囲にわたる高い知識が必要になってきた。こうした専門家の持つ個々の専門知識（マネジメントの知識）が，商業学に求められ，その研究の高度化が求められていったのである。

しかし，個人の商人を念頭において発達してきた当時の商業学は，こうした産業界の要請に応えることはできなかった。眞野（1997）は，（上記の著書で）この事態を評して，「古き商業学は，こうして衰退の道を歩むことになった」と述べる。

確かに，商業学の体系化においては，19 世紀を通じていちじるしい発展は見られなかった。商業学の新しい展開は，20 世紀に入ってからである。

すなわち，ドイツ商業学のその時代の画期的文献と認められているものは，1911 年にライプチヒで刊行されたシェーアの『一般商業経営論』であるが，その後におけるドイツ商業学は，「経営学」の方向をたどっている。

イギリスでも，1720 年代に，デフォー（Defoe, D.）が『完全なイギリス商人』を書いている。

また，フランスでは，18 世紀の中半に，カンチョン（Cantillon, R.）が，『商一般の本質論』という学問的労作を出している。

前述された，マーカンティリズム（Mercantilisme）の思想の発達と自由通商主義の展開のうちに，商業思想が顕著な発達を遂げたのである。このころ，フランスでは，モンテスキュー（Montesquieu, Charles-Louis de）も商業活発化で論戦を張っていた[51]。

日本では，士農工商的発想が根強く，研究が遅れたが，17 世紀後半の元禄時代には，庶民階級の師弟の間で，商売入門の読み書き算盤のテキスト『商売往来』が広く読まれるようになった。1739 年（元文 4 年），石田梅巖によって『都鄙問答（とひもんどう）』が刊行された。もっぱら倹約と正直を説く商人道の研究であるが，イギリスにおいて，アダム・スミス（Smith, Adam）の〝The Wealth of Nation〟（『諸国民の富』）に先立

つ，37 年前のことである。

石田梅巌（1685-1744）は，商人として商業に励みながら勉学修養にいそしんだ。「心学」とは，もともと身に践（ふ）み行う実践の学という意味であるが，石田流の心学ということで，石門心学と呼ばれた。石門心学は，1729 年に京都で生まれている。本性存養をきわめようとする人生哲学である。

心学教科の内容は，(i) 士農工商の人々は，一個の尊敬さるべき人間である。（ヒューマニズムに基づく教科である），(ii) 商取引といわず，耕作に限らず，家業という家業のいっさいが，一人ひとりの生計の手段として考えられるだけでなく，そうした働きそのものが社会生活を協同的に築きあげていくものとして，人間生活の営みの社会的性格を力説した。日常経済生活の内に道義の筋金を強く打ち込むことをねらいとしたものであった。

つまり，商人が商品の取引をするのは営利からだけではなく，本質的には，社会全体の生活の安定・秩序に役立つ仕事なのである。『都鄙問答』は，問答形式で，心学思想の本質について述べたものである。伝統的な思想や観念や因習にとらわれず，生地の目，生地の耳をもって，あるがままの人間の本質を捉え，そこから本性存養に基づく人たるべき道を見出し実践しなければならない，というものであった。

今日では「商学」と「商業学」とは一体化して考えられる場合が多くなっている。またその一方で，商学が商業学に変化していったとの考え方もでてきている。

それというのも，商取引を具体的に実践しているのは，商人（現代風に言えば商業者）であり，商業学では，こうした商業者が，いかに売買取引場裏に現れ，かつ，そこでいかなる役割（機能）を果たすものであるかについて論ぜられることになっているからではないかと考えられる。そして，同時に，商業者は経済的営利を追求するものと仮定される存在なのである。

現段階での「商業学」は，それ自体の固有の研究対象である「商業」のみの探求にとどまることはできない。「商業」は，「配給」と不可分に交錯連環し，全体として統合的な「商品流通」を形成しているからである。この意味では，それは一種の「流通論」への変貌を余儀なくされていると言えるかもしれない[52)]。

商業学の理論的構築研究については，商業の定義論争に比して，あまり数が多いとは言えない。そうした中で例えば，山下（1985）は，「商業システム」を「取引」の連鎖体系と捉えている。この場合の基礎概念を，取引自体，取引主体，取引動機別に検討している[53)]。

こうして，日本では，仲立ち人（仲人）もモノ作り人（工人）も「御礼」（利益）を求めて行動する，という意味での「商」の学としての体系化は，皆無とは言わないまでも，ほとんどなされてこなかったと言っても過言ではないのである。

また，林は，「実践学であるべき商学は，細分化・客観化を進行させてゆき，商人および商人世界の有機的全体像をいわば積分的・総合的に理解し方向を見出して行く本来の建学精神から，斯学はやがて乖離の方向を辿る。とくに具体的な人格に則し，各種商人の時代ごと適性や資性を考察するとか，時代に応ずべき商人倫理のあり方とか，それをめぐる諸制度（とくに法的環境に関する制度）を大局的視点から検討する課題，などは商学とくにマーケティング部門を専攻する人びとの視野からは全く消え失せてしまった。」と指摘している[54)]。

2-1-4. 日本における商学関連論争

(1) 取引のあり方に注目 ── ネットワーク論

現在，研究者側で「商学」がどのように理解されているかということに関する資料とし

ては，日本学術会議の商学連絡委員会報告「商学教育の現状と方向～商学系大学のカリキュラムの調査結果～」（平成12年（2000年）４月24日）が参考となる[55]。

「調査項目」に，①商学部の教育理念・教育目標，②カリキュラムの変更，③環境変化と商学系カリキュラム，④商学教授法の重点，があげられている。商学関連学部学科を持つ国公立私立61大学にアンケートを発送し，47大学から回答を得てまとめたものである（回収率77%）。

この報告書の「現状と問題点」では，調査結果のまとめとして以下のように書かれている。

> 調査結果から，国際化の進展に伴い「国際社会への対応」といった教育理念のもとに，商学系カリキュラムは大きく改訂されつつある。すなわち，「国際」を冠した科目が数多く新設されており，時代に対応した商学教育の在り方が模索されている。また「産業界で役立つ人材育成」という教育目標のもとで「理論と実際の統合」「企業人の講義」など，授業面でも改善が行われている。反面，120科目にのぼる新設科目は，商学系カリキュラムをより魅力あるものにすると同時に，商学固有の領域を曖昧にし，商学部のアイデンティティを喪失する危惧を抱かせる。商学は実学であるから，時代の潮流に対応するためにカリキュラムについて見直し，改訂すると同時に，商学の本質を確実に学生に学ばせることが求められている。

とし，最後の「Ⅴ　調査結果を踏まえて」では，あくまで一つの感想とことわりつつも，「商学の本質とはなにかということに関しては，〝ネットワーク論〟であると考える」としている。

⑵　商人の学 ── 林の商学 ──

林（周）（1999）によると，「商学はまず，その起源時点では，筆者のいう商人学すなわち‘商人に関する学問’あるいは‘商人自身のための学問’（＝実践学あるいは商人処世の学問）であった。」と述べるとともに，教授独自の商学論を展開している[56]。

本稿の「はじめに」の整理において，林によって提起された問題（iv）（v）を取り上げる。

（iv）について，林（周）は，以下のように考えている。

> 商学は，伝統的には，「商」（commerce）を出発点にしているので，「商人」（merchant）を出発点としてを構築すべきである。商活動（merchant activity）は，商人の営みであるが，商行為（commercial transaction）となると，法学流の言い方をしていることになる。フランス商法典の立場は，商行為主義であり，ドイツ商法典の立場は，商人法主義である。この場合，商行為主義の立場をとると，「商人」ならぬ「商」概念がキーワードとなり，その結果，「商人」でない一般人（消費者など）同士の「交換行動」までが商活動に含まれることになり不適切となる。
>
> 「商人」は，「自己の経済的危険において，商人の売買取引場裡へ，自発的にかつ継続的に立ち現れる人間（自然人たると法人たるとを問わない）ことである。そしてその立ち現れる動機は主として経済的営利である」。salaried person（business worker や経営者でない）であり，「企業家（企業体）」，「事業主（事業体）」概念に近い。
>
> 「商人」に対置される人格は「非商人たる一般人」である。「一般人」とは，消費者，市民のような自然人，非営利団体のような法人のことである。
>
> 近代社会における「商人」とは，大まかに言って，「商法」が適用される人格であり，「一般人」とは，「民法」が適用される人格のことである。近代社会では，両人格とも，契

約によって動く主体である。

学問の主体人格についてみると，経済学世界では，経済人（homo-economics）（理論科学構築のため人為的に作り出されたモデルとしての抽象人格）であり，経営学世界では，経営人（administrative man）（同上）であるが，商学世界では，商人（merchant）（生身の具体人格）ということになる。

また，「商人」と「一般人」との両存在は，常にお互いに相互受益の関係に立つ。この関係を社会的国家的にうまく保つことが，「商人政策」（企業政策）の要締である。

（社会の中で，商人人格存在をを全く否定した旧ソ連（1936年以降）の実験は，社会の行き詰まりで終わった。けだし貴重な社会体験であった。）

林（周）説の特徴は，商学は「商」を出発点としていることから，「商人」を基本概念としており，その結果，商人の取引のみが問題であり，一般人の行う「交換」は含まれないという点にある。

次いで，（v）については，以下のように検討している。

「商学」は，工学や農学などと並んで，本来，「実学的性格」の学問である【図表３】。

一方，「商学」を個別科学の名称だとどうしても無理があるとし，個別科学群の総称（学部名）と個別科学（講義名）との関係は，表のようになるとする【図表４】。

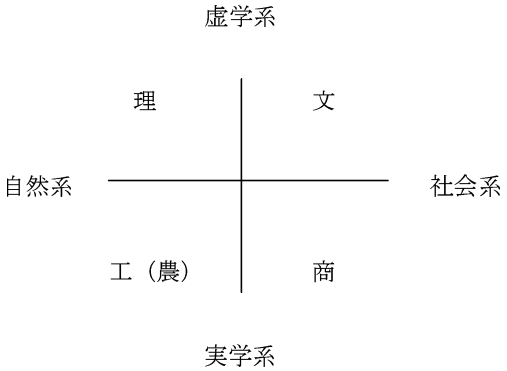
こうして，学部（医学部，工学部，経営学部など）の有する性格を考えた場合，商学部の使命は，（iv）と合わせることにより，（理論家ならぬ）実際家たる「商人」を育成することにあると考えている。

ここでの一つの問題は，商学の中に，個別科学の名称として「マーケティング論」が入っていることである。これについては，筆者としては，いささか異論があるが，本稿では，マーケティングは，「活動」を中心概念とする学問レベルで考えているとだけ述べるに止め，次号以下で説明する。

⑶　取引仕様のあり方についての検討

基本的な問題は，商業者の機能と取引のあり方と取引仕様にあるとしてきた。これまでの商学の体系と言えるモノを形成するに当たって欠かせない要素を整理してみると，人には，ものとサービスに対する欲求があり，自給自足ではないので，交換や取引によって獲得するため，分業体制の発達を促進してきたものがある。

【図表３】　学問の性格



【図表４】　個別科学群と個別科学

個別科学群の総称（学部名）	医学	工学	経営学	商学
個別科学の名称（講義名）				マーケティング論 流通システム論 貿易論 保険論

(a) 交換（取引）仕様の変化を促進してきた要素：交換（取引）仕様を変化させる要素

i）親近性（関連性）（friendship，relationship）

つながりの深さ：お供え，贈与，交換，取引（C to C　B to C　B to B）

コミュニケーションの発達へ：携帯電話の普及，情報ネットワークの形成

ii）信頼性（reliability）

口約束，契約，認証の発達

iii）収益性（profitability）

希少価値を前提とした高価格販売，大量販売（マークアップ法（コスト・プラス・プライシング）による），薄利多売（スーパーマーケット），競争優位（はじめに価格ありき）販売，流通チャネルの選択，在庫コスト（サプライチェーン・マネジメント）（100円ショップ）

iv）簡便性（利便性）（accessibility）

どれほど容易に取引（獲得）できるか。

決済手段…沈黙交易，無言交易，物々交換，貨幣利用，現金決済，キャッシュレスカード利用，ネット通販，カード利用（主流），銀行振込，配送時の代金引換，コンビニエンス・ストアでの支払い

店舗立地：取引場所の設定（互いに往来，行商，市場（いちば）の設定，店舗，仮想商店（居ながらにして購買する）

販売方法（相対取引，セルフサービス）：販売方式の変化

店構え（店舗規模）：商品の種類と深さによる選択の幅の拡大（売り場面積の拡大）

商品のアソートメント（組み合わせ）：むしろ，見世棚，セールスマンの鞄，雑貨屋，業種別店，業態別店）

電子商取引（e commerce）

v）緊急性（urgent，necessity）

どれほど速く獲得できるか，欲しいときに手に入れたい。

速度の経済性，リエンジニアリング

vi）娯楽性（冒険性）（amusement，recreation，adventure）

何か面白いことはないか，面白い経験をしてみたい，変わったものはないか，面白い場所はないか，

(b) 新しい取引仕様の変化に随伴する変化

i）取引連鎖とネットワークの柔軟な変化

これまでは，製造業者から消費者へのものの流れ（B to B to C）として，考えられたものは，「商学」では，消費者も流通過程の末端に位置するものでなく

B to B to C to B

B to C to B to B to C to C

の中で取引連鎖を構成する，また，取引ネットワークの中での一主体としての意味を持つものとなる。

ii）情報技術の発達をうながす：IT（Information Technology）革命

iii）注文から決済までに方式の変化：ビジネス・モデルの開発（特許）

この項のおわりに（黒田の「商」と「商学」の定義について）

(1) 大学教育におけるコマースと商学

現在，イギリスにおける大学教育では，commerce の文字をみることは稀である。

しかし，韓国における私学の延世大学では「商経学部」であるし，1990 年に，筆者が客

員研究員で訪れた，オーストラリアの州立ニュー・サウス・ウエールズ（NSW）大学において，経済学部に相当する学部名称は，Faculty of Commerce and Economics（商経学部）であり，したがって，これらの国々では commerce の流れは Economics（経済学）に先立つものとして伝わっているようであった。

ただ，イギリスでは，学校制度として職業教育・職業人養成学校が充実している。職業資格制度が確立しており，商業関連の技術も幅広く教えられる。これなどは，commerce のうち，dealing（取引実務）の部分を教育に取り入れてる面が大きいということかも知れない。

一方，米国の大学ではイギリス同様，Commerce を冠することはほとんどなく，その内容をあらわすものは Marketing であり，Faculty of Marketing や Department of Marketing となっている。（このため，commerce と marketing の関係が問題となる。これも別稿で検討する。）

⑵ 「商業学」から「商学」へ，そして「ビジネス学」へ

林周二や川出良枝の指摘で重要だったのは，「商人」概念には「工人」（製造業者）も含まれていたことである。そして，仲立ち人（仲介人）もモノ作り人（工人）も「御礼」（利益）を求めて行動することであった。また，同じ林や川出の指摘にしたがえば，ルドヴィッチも商人のみの鑑ではなかった。「職人」（製造業者）のあるべき姿にも及んでいたと解釈すべきであったろう。

結果的に，「商業学」のような「仲介人」にのみ焦点を当てるのではなく，「工人」も合体した内容を有する「商学」が形成されるべきであったと考えられるのである。

しかしながら，日本における商学研究は，どちらかというと，「商」を流通の懸隔機能を果たす「商業」と解し，学問としては「商業学」として捉えようとしてきた。

しかし，筆者としては，林や川出のように，商を commerce と同義とするならば，商は，「仲立ち人や工人が取引で得る利益を求めて行動すること」と解すべきであったのではないかと考える。

そうすると，「商」は，現代における「ビジネス」と同義となり，「商学」は「ビジネス学」いうことになる。

また，林のような，商人のあるべき姿とは何かを極めようとする（近江商人の「三方よし」など）「商人の学」でよいのか。また，取引のあり方を追求する「ネットワーク論」と解するのか。

ここで筆者としては，「商人」は，いみじくも林が含意していたごとく「仲介人」と「工人」を含む概念である。つまり，「商」は，現在の言葉でいえば，「総てのビジネスの行動原理」である「利益を求めての行動そのもの」と解される。したがって，「商学」は，「商人が利益を求める行動はかくあるべしの研究」となるのが自然ではないであろうか。

また，川出によると，commerce という言葉が 18 世紀に消えていると述べているが，それは business という言葉が現れたからであって，business が commerce を引き継いだと考えたい。これは，丁度，商人が「組織」（会社：company）に取って代わったことと軌を一にしていることである。

したがって，ここで注意さるべきは，商人は基本的には個人であるが，会社は，かつてのように一人では運営できないから複数の人によって「組織化」されたものになっている。しかし，そこでは個人事業であるならば，問題にならなかったような難問が多々浮上してくる。組織内外に生ずる管理化，組織化，組織内調整化等々の問題である。

林は，現代の「組織」（例えば，株式会社）も「法人」と呼ばれるように「人」であり，「商人」と解釈できるとしている。しかし，

現代のビジネスが抱える問題が個人のレベルを超えて複雑な様相を呈してくるのである。

もちろん，現代でも商人は存在している。これについては岩井（2006）が商人と企業組織との相違を明確に線引きしている[57]。例に，八百屋と株式会社との違いである。

八百屋は，個人商店であるから自分の店にある品物は所有している。一方，株式会社は，株主に所有された存在であるが，会社が生産した品物（生産物）は自社のものである。

これに対し，株式会社を所有している「株主」は，しかし，会社の品物を所有していることにはならない。

商人は人間として振る舞うが，「組織」は人間ではなく，完全に「ビジネスライク」に行動する存在である。かつての「商人」が，現在の「会社」と同列にできないことは明確である。「商法」や「会社法」などで，「会社」を「法人」扱いしているのは，あくまで法律上の都合でそうしているに過ぎない。

こうなると「商人の学」と「企業組織（ビジネス）の学」とは別の学問として形成された方がベストと考えられるのである。

⑶ 「ビジネス学」は「マーケティング」

現代では，「企業組織（ビジネス）の学」は，「マーケティング」が受け継いでいる。

マーケティングは，「企業（組織）が利益を求めて，市場に対応する行動の総体」を研究する学問である。これは，現代日本における「経営学」の定義にも通ずるものがある。

commerce の観点から考えると，前章にも見たごとく，「商人の機能には作り手（工）の発展を促す要素があった」との理解と合致するものがある。したがって，この commerce の訳を「商」ないし「商業」という狭い分野と捉えるのではなく，「産業全体」をあらわす意味にとるべきであったし，また，事業全体をあらわす言葉であったのである。その意味で，〝commerce〟（商）とは，まさに「〝business〟（ビジネス）そのもの，ないし，その活性化を促すこと」であったのである。

筆者としては，それが「マーケティング」なのであり，また，その邦訳を「事業学」（ないし企業行動学）としたい理由なのである。

この「商学」と「経営学」と「マーケティング」の関連性等については，次号以下で展開する予定である。

この項の「注と参考文献」

1）石川和男（2002）「商業概念の変遷に関する一考察」『高崎経済大学論集』，第 44 号・第 4 号，pp.107-120.

2）札幌学院大学「商学部」は，2009 年 4 月から，「経営学部」となる。

3）林周二（1999）『現代の商学』，p.3.

4）黒田重雄・佐藤芳彰・坂本英樹（2000）『現代商学原論』，千倉書房，pp.1-55.

5）林周二（1996）「〝商学〟の現代的再構築」『日本商業学会年報（1995 年度）』，pp.167-171.

6）黒田重雄（2009）「商学とマーケティングの講義ノート⑴」『経営論集』（北海学園大学経営学部研究紀要），pp.163-184.

7）伊丹敬之（2007）『経営を見る眼 ── 日々の仕事の意味を知るための経営入門 ──』，第 6 章，pp.63-84.

8）深見義一（1971）「マーケティングの発展と体系」『現代経営学講座』（古川栄一・高宮晋編），有斐閣，pp.1-40.

9）（語源辞典・スペースアルク）merchant の語根は，merc- であり，それは，ラテン語の mer-ere＝to gain, buy, や mercor＝to trade からきている。

10）辞書で ‘commerce’ を引くと，「商業⇨業として営利行為に従事すること企業や人による経済活動の全体」となっている。また，その語源は，*Webster's New World Dictionary*（1958 年版）によると[38]，
（[＜L. *com-*, together ＋ *merx*, merchandise], trade on a large scale, as between countries.（ラテン語で，com：「共に」，merx：「売り買いする物」「取引する」。）であり，また，（語源辞典・スペースアルク）では，merere-「利益を得る」，「買う」，mercore-「交易する」とある。

11）林周二（1999）『現代の商学』，有斐閣，p.3.
12）林周二（1999），前掲書，扉
　この〝commerce″という言葉の，イギリスにおける［古い］用語法を調べてみると，われわれが考えがちであるような，生産と対立させ区別された「商業」を必ずしも意味しなかった。〝commerce″のなかには「商業」とともに生産，とくに「工業」生産も含まれており，とくに後者こそが，それらすべてを支える土台ないし発條と考えられていた。…（ロビンソン・クルーソーの著者である）ダニエル・デフォー（D. DEFOE）は定義好きの人で…〝commerce″あるいは〝trade″（を定義して，それ）は2つの部門に大別され，その1つはindustry（工業），他はdealing（商取引）だと説明していることも，その間の事情を物語っている。
　私は，この〝commerce″という語を何とか旨く邦訳できないものかとつねづね考えているのだが，いまだに的確な訳語が見付からない。
――大塚久雄（1965）『国民経済』16ページから抜粋
13）川出良枝（1996）『貴族の徳，商業の精神――モンテスキューと専制批判の系譜――』（Aristocracy and Commerce），東京大学出版会，p.39）
14）鈴木安昭・田村正紀（1980）『商業論』，有斐閣選書
15）山下隆弘（1985）『新しい商業学――商業システム論――』，同文舘
16）Lefranc, Georges (1972), *Histoire du Commerce*, (Collection Que Sais-Je?), Presses Universitaires de France.（ジョルジュ・ルフラン著・町田実・小野崎晶裕共訳（1976）『商業の歴史』，白水社。）
17）林周二（1999），前掲書，p.3.
18）Handlung (en)：商店，行動，振る舞い（複数）
Gewerbe：生業，商売，営業，（小規模の）製造業，工業
19）深見（1971），前掲論文，pp.1-40.
20）Pocock, John Greville Agard (1985), *Virtue, Commerce, and History (Part I and II)*,（ジョン・G.A.ポーコック（田中秀夫訳）（1993）『徳・商業・歴史』，みすず書房。）
21）（http://cruel.org/econthought/schools/mercant.html）
22）川出良枝（1996），前掲書，p.39.
23）林周二（1999），前掲書，p.3.
24）林周二（1999），前掲書，p.1.
25）今村仁司（2000）『交易する人間――贈与と交換の人間学――』講談社選書メチエ
26）今村仁司（1985）「商業観の諸相――商業への嫌悪と恐怖をめぐって――」『現代思想』，Vol. 13-11，pp.131-143.
27）Harrison, M. (1975), People and Shopping: A Social Background.（工藤政司訳（1994）『買い物の社会史』，りぶらりあ選書，法政大学出版会。）
28）ゲーテ著（相良守峯訳）（2008）『ファウスト』（第2部・第5幕），岩波文庫，p.436.
29）樺山紘一（1985）「ジェノヴァの商人」『現代思想』，Vol.13-11，pp.46-53.
30）笹本正治（2002）『異郷を結ぶ商人と職人』，中央公論新社
31）井原西鶴（1692）『世間胸算用』【（前田金五郎訳注），「奈良の庭竈」，2000年刊，pp.116-120，角川ソフィア文庫】
32）近江商人については，林（周）『現代の商学』（pp.122-124）に詳しい。
33）石田梅巖著（足立栗園校訂）（1999）「解題」『都鄙問答』，岩波文庫，p.135.
34）深田祐介（1981）『日本商人事情』，新潮社。
35）曹天生著（尾鷲卓彦訳）（1998）『中国商人』，徳間書店
36）黒田重雄・佐藤芳彰・坂本英樹（2000）『現代商学原論』，千倉書房，pp.5-6.
37）白川静（1994）『字統』，平凡社
38）宮城谷昌光（1993）『天空の舟（上）』，文春文庫，p.91.
39）永六輔（1998）『商人（あきんど）』，岩波新書，pp.89-90。
40）林周二（1999），前掲書，p.31.
41）『講談社・中日辞典』，2002年
42）鈴木安昭・田村正紀（1980）『商業論』，有斐閣選書，p.9.
43）鈴木安昭・田村正紀（1980），同上書，同ページ
44）渡辺達朗・原頼利・遠藤明子・田村晃二（2008）『流通論をつかむ』，有斐閣，pp.3-6.
45）田中義雄・雲英道夫編著（1980）『改訂版・商業科教育論』，多賀出版，pp.4-5.
46）久保村隆祐・原田俊夫編（1973）『商業学を学ぶ』，有斐閣選書
47）福田敬太郎（1973）「商業概念に関する論争」『商業学を学ぶ』（久保村隆祐・原田俊夫編），有斐閣選書
48）中村尚正（1975）「コマースおよびトレードに関する研究」『専修大学北海道短期大学紀要』，第7号

49）久保村隆祐・荒川祐吉監修（1995）『最新商業辞典』，同文舘
「広く市民の教養を目的とする商業学的文献があらわれ，やがて商業学が独立の学問として体系化されるのは，18世紀中葉のルドビチ（C.G. Ludovici）による『完全な商人体系の基礎』であり，18世紀から19世紀にかけてのロイクス（J.M. Leuchs）の『商業の体系』であるといわれる。ルドビチにおいては，「商人学」の完成が中心課題であり，その中に「商事学」と名付けられるものが根を下した。ロイクスにおいては，商業学の体系を二部に分け，第一部を「私商業学」とし，第二部を「国家商業学」とした。ここに，古典的なドイツ商業学は大成した。」
50）眞野脩（1997）『講義・経営学総論』，文眞堂，pp.1-4.
51）川出良枝（1996）『貴族の徳，商業の精神――モンテスキューと専制批判の系譜――』（pp. 249-251）によれば，モンテスキュー（Montesquieu, Charles-Louis de）が著書『法と精神』の中で，商業（商人）に対する評価と期待を行っている。すなわち，彼は，商業に従事する人間を非道徳的な存在とは見ておらず，「商業の精神は，人間にある種の厳密な正義感を生み出す」と考えており，その結果，「商業国家」イングランドの繁栄に高い評価を下している，という。
52）久保村隆祐・荒川祐吉監修（1995），同上書
53）山下隆弘（1985），同上書
54）林周二（1999），前掲書，p.5.
55）日本学術会議「商学研究連絡委員会報告」（平成12年4月24日）：
（http://www.scj.go.jp/ja/info/kohyo/17htm/17_31.html # mokuji）

Ⅴ　調査結果を踏まえて

ここでは，今回の調査結果を踏まえて，商学教育が当面している問題点，今後の商学教育の在り方を考えるヒントといった視点から，本委員会委員の所感を収録した。

⑵　ネットワーク論としての商学

今回の調査結果から以下のような感想をもった。

商学研究連絡委員会としては本来の目的であるはずの商学の定義，あるいはその教育内容が不明確であることである。そこが不明確なままで各大学がカリキュラム改革に取り組んでいる。

商学の定義，あるいはその教育内容にたいする回答は実は非常に難しく，多数の同意をえることはより以上に難しいと考えられる。歴史のある各大学の商学部が看板はそのままであるが，現実には経営学を中心とした学部になってしまっているのは事実であろう。

たしかに経営学で体系的にマネージメントを勉強するほうが現代的なニーズに適応しているのではないかと思われる。しかし経営学でカバーできない領域が商学にはあるはずでそれを明確にできなければ，商学の出番はないということになる。それでは商学の本質とはなにかということに関しては，「ネットワーク論」であると考える。

56）林周二（1999），前掲書，p.13.
57）岩井克人（2006）『会社はこれからどうなるのか』，第２章，第３章参照，平凡社