

商学及び商学教育の本質

柏 木 信 一

(受付 2020年 10月 28日)

目 次

1. はじめに
2. 広島修道大学商学部における「商学原論（総論，概論）」講義
3. 日本の商学は未完のまま消滅したのか？
4. 日本の商学説の傾向
5. おわりに

1. は じ め に

学会報告や論文投稿の際に「商学の観点から」と提示すると、異分野のレフリーからは、「商学の観点というのが分からない。経営学とか、マーケティングの観点というなら分かるが…」というコメントがよく来る。商学は世間に周知されていないか、経営学と同一視されているようである。また、日本の教育現場では「商」と「商業」の相違を特に意識せずに、「商学＝商業学」として展開されている傾向が強い。商と商業は明らかに異質であり、その相違は明示すべきである。予め、筆者は「商」とは衡平を基調とする取引（＝有償契約）の関係及び現象であり、これに対して「商業」とは営利部門から有形財生産部門を除いた者のうち取引を業とする者、及び彼らにより展開される現象であると提示しておく。

更に、筆者は2016～2019年まで「医学や工学には『医学原論』『工学原論』というものは講学上見られない¹⁾」と述べていたが、この見解の修正とお詫びをしておかねばならない。

第1に、先人の功績に『医学概論』という著作があったことである。特に、大阪帝国大学（現・大阪大学）を経て京都大学文学部教授となった哲学者澤瀉久敬（1941）『医学概論』誠信書房は医学の本質及び医師としての倫理を問うものである。澤瀉が退官するまで、京都大学医学部で「医学概論」の講義が行われていた。

第2に、講義としての「医学概論」は皆無又は廃絶した訳ではなく、産業医科大学において講義及び医学概論教室という講座が存在しているからである。担当者である藤野昭宏（2015）によれば、医学概論は「大学医学部における医学生や卒後の生涯教育における医師に

1) 柏木信一（2019）『21世紀の商学原論講義——経済・商・法の3極思考——（初版第2刷）』晃洋書房』, p. 141.

対するプロフェッショナル倫理教育そのものである」といい、同時に、最近になって臨床研究における医学研究者の倫理的態度の根幹が問われており、医学概論はまさに今こそ、本格的に求められている時代に入ったと言えるのではないだろうか」と提起している²⁾。このことは、医学及び医師養成機関としての医学部の場合、近年、医師による倫理を欠く不祥事、医療過誤の問題が社会問題化しており、医学の本質や医師としての倫理及び患者に対する配慮とは何かを問うことが必要であるためではないだろうか。

一方、医学・医学部とは異なり、商学及び商学部は商人固有の学問でも養成機関でもなく、国家試験に合格しなければ自己の名を以て商行為を為すことができない訳ではない（但し、許認可を要す業種はある）。しかしながら、商学の研究対象が他者へのはたらきかけである「取引」（＝有償契約）という性質上、商学及び商学部においても、商学の本質、取引相手に対する配慮といったことは初年次の段階から醸成されていくことが必要なのではないだろうか。取引関連事項は、商学（及び商学部の専門科目）の全ての分野に共通する事項である。それゆえ、商学又は商学部の初年次配当科目においては、①取引及び商学の本質、②全ての分野に共通する要素、③取引相手に対する配慮すべきこと、の3点の提示及び考察する科目が設置・展開され続けていく必要があるのではないだろうか。

にもかかわらず、商学に関しては、アイデンティティ・クライシス³⁾ともいうべき事態に直面しており、科目の設置及び担当に関しても次の点が問題となっている。

第1に、「商学は各論あって総論が曖昧」⁴⁾なままである上に、何が総論で何が各論かも判然としない上に、原論・概論科目である「商学概論」「商学総論」といった科目は「時流でないから」「担当可能者がいない」という理由で滅失していたり、あっても学科所属教員の専門分野の紹介か顔見せ程度になっていたりする場合もある。

中には、簿記論やマーケティング論や卸・小売商業論が「総論」でその他の科目が「各論」であるという誤解もある。それでは、学科における各論科目として「物流」「金融」「証券」「保険」「通信」「交通」「観光」等の学科専任教員や講義科目を設置する学問的・教育的理由を欠くし、「ビジネスだから」「時流の領域だから」「業界が要請するから」「科研費や企業スポンサー等による外部資金が得やすい分野だから」というのも然りである。また、例えば、「卸・小売商業志望ではなく、観光業志望なのに、なぜ商業論やマーケティング論が必要なのか？」という学生や受験生からの質問にも回答しにくい。

第2に、第1の事態にはなっていない場合ですら、日本の大学における「商学総論」等の

2) 藤野昭宏（2015）「医学概論とは何か——その歴史的意義と使命——」産業医科大学雑誌37(4), p. 273.

3) 詳細は、柏木信一（2015）「商学・商学部のアイデンティティ・クライシス——『商学原論』確立の必要性——」修道商学第55巻第2号, pp. 175-198. 参照。

4) 荒川祐吉（1983）『商学原理』千倉書房

商学原論関連科目の講義は大抵が「商業論＝商学」が通例である。この状況に対し、石原武政（2013）は「本当に『商学』を『商業論』に置き換えていいのか。高校時代に習った『商』の広がり、その頃はまだほんの少し記憶に残っていた。とてもではないが、商業論ではそんなに広がらない。商の重要ではあるが一部を取り出して、それが全体の中でどのような位置づけにあるのかさえ語らずにお茶を濁してしまった。そんな罪の意識が私の中に強く残った。」⁵⁾と問題提起している。

第3に、日本学術会議には商学について「商学研究連絡委員会」及びその報告書（1988）（1991）（1997）⁶⁾が存在したが、1997年を最後に連絡委員会報告書はない。

※当時、「商学研究連絡委員会」を構成していた学会

日本商業学会 日本マーケティングサイエンス学会 日本保険学会 日本商品学会
日本広告学会 日本消費経済学会 日本消費者教育学会 日本物流学会

以上の事実からも、日本学術会議や文部科学省の分類が示すように、「商学は経営学の部分集合であるかのように思われている。ちなみに、科研費細目分類では、商学は分科分類「経営学」の細目分類「商学」（コード3702）とされている。また、わが広島修道大学の教員紹介（Shu-lab）の頁でも、商学部の商学分野の先生方はすべて「経営学」に括られている⁷⁾。

このままでは、商学及び商学部は未完のまま雲散霧消してしまわないだろうか。筆者はそんな危機感を常に抱いている。そこで、本稿では先人の見解や先例を批判的に分析・考察し、①商学部の初年次科目として「商学原論（総論、各論）」講義があるべき姿及びその根幹である商学の本質、②経営学と商業学と商学の共通性と相違性、③商学にあって経営学や商業学（特に戦後）にないものが何かについて、展開する。

2. 広島修道大学商学部における「商学原論（総論、概論）」講義

(1) 広島修道大学の由来

広島修道大学は、修道学園という法人組織としては1725年（享保10年）広島藩主浅野吉長による藩校「講学所」時代まで遡るけれども、私立大学としては修道短期大学商科（1952～1960）から4年制大学に改めた広島商科大学（1960～1973）が前身である。そして、1973年4月に広島商科大学を名称変更したのが現在の広島修道大学であり、本学において最も古い

5) 有斐閣 HP (<http://yuhikaku-nibu.txt-nifty.com/blog/2013/12/post-f3bb.html>), 2020.10.8閲覧；及び石原武政・忽那憲治編（2013）『商学への招待』有斐閣、はしがき

6) 商学研究連絡委員会報告（1988）「大学における商学教育の課題と方向」；同（1991）「大学院商学研究科の充実に関する提言」；同（1997）「商学教育・研究の社会への対応と要請——現在と将来——」

7) 広島修道大学 HP (<https://shu-lab.shudo-u.ac.jp/shuhp/KgApp?senmonc=63900>), 2020.10.8閲覧。

歴史を持つのが商学部である。しかし、官営最古の東京商業学校（現・一橋大学）や、私学最古の高千穂高等商業学校（現・高千穂大学）の方が歴史は古い（両大学は、いずれも渋沢栄一が設立に協力・関与している）。わが広島修道大学の商学部は1960年以降からであり、日本の商学部全体の中では、設立からの歴史は比較的浅い方である。

なお、修道学園及び広島修道大学の「修道」という名は、古典の一つ『中庸』の「天命之謂性 率性之謂道 修道之謂教」（天の命ずるこれを性といい、性に率うこれを道といい、道を修めるこれを教えという）が由来で、キリスト教の「修道院」とは全く無関係である。

（2） 広島修道大学商学部における「商学原論（総論，概論）」講義担当者の変遷

日本の商学部の教育現場では「商学教育＝ビジネス教育（事業に関する教育）」であるかのように考えられているが、それは一面的理解である。なぜならば、ビジネスを対象とする学問は商学だけではないからである。経済学も、経営学も、民法・商法といった私法学も、経済法等の経済法学も、ビジネスを対象として扱う場合があるし、商学はビジネスだけを対象とするものでもない。厳密には、商学の学問対象は「取引」であり、「相手への配慮」という視点（顧客満足，経営倫理，CSR等も全てここに辿り着く）も必要不可欠である。

また、「商学は実学（実学教育）である」ともよく言われるが、この「実学」「実学教育」という言葉もかなり誤解が多い。単なる技術・実利があたかも実学であるかのような誤解もある。実学とは何かを正確に説明するのは難しいが、原点は福沢諭吉が『文明論之概略』等で示した全く役に立たない、現実から乖離しすぎた学問という「虚学」の正反対の学問として提示したのが「実学」という考え方にある。単なる実利・実用という短絡的なものではなく、現実に即して理論を考え、それらを交互に考えていくのが真の実学ではないだろうか。

そこで、筆者は2019年に入試や教務での学科説明資料を、①商学という学問のイメージが理解しにくく、誤解もある点、②実学に対しても誤解がある点、③取引における倫理的視点（但し、それは宗教的・政治的でないもの）の必要性から「取引相手への配慮」、という3点を説示できるようにすべく提案し、学科・学部の承認を経て、2020年は表1，表2のように改められている。

更に、表3は広島修道大学となってからの商学原論に相当する科目の一覧である。配当年次は、いずれも1年次である。表3の科目は1988年までのカリキュラムでは必修⁸⁾、それ以後は卒業までに必要な選択必修科目とされている。なお、商学科で「高校（商業）」の免許状

8) 1988年までの本学商学部商業学科の場合、商学総論、簿記原理、会計学原理、経済原論Ⅰ（マルクス経済学）、経済原論Ⅱ（近代経済学）、外国書講読、ゼミナールⅠ、ゼミナールⅡは、すべて通年4単位の必修科目であった。なお、2020年現在の商学科は、簿記原理Ⅰ、簿記原理Ⅱ、ゼミナールⅠ～Ⅳ、卒業研究が前期又は後期2単位の必修科目である。

表1 広島修道大学の商学科のねらい

<p>「商学 (commerce)」とは、商品やサービスが生産者から流通・販売を通じて消費者に至るまでの取引全般を対象とするビジネス領域を科学する学問です。とりわけ近年のグローバル化による国際関係の緊密化、日本経済における消費の多様化及び個性化、さらに高度情報化の進展は、いち早くビジネスの世界に劇的な変化をもたらしており、その時代の潮流に対応するために必要な学問といえます。</p> <p>「商学科」では、こうした激変するビジネスの世界を生き抜くために、道具としての商学を学びます。例えば、ビジネスの現場でテキストにない問題に直面した際、その問題解決に向けて自分の力で判断・選択を迫られます。その際、的確な判断・選択を可能にするのは、ビジネスに係る理論や幅広い知識と教養です。また、近年では、理論と知識をベースにしながらも、経済・企業活動への積極的な参画を可能とする実学教育（現実に即して理論を学び、考えること）の重要性も増しています。（太字、傍線は筆者（柏木）。）</p>
--

（出所：広島修道大学教務資料より抜粋）

表2 商学科で学ぶ「商学」の説明及び商学科で学ぶ「商学」の説明

2007 ～2019	商学科は、私達が生活する上で必要不可欠な商品やサービスが、生産され、流通段階を経て、消費者の手元に至るまでの「ビジネス活動」への理解とその適応方法を学ぶ学問領域です。したがって、「商学」を学ぶということは、私たちの経済生活を支える基盤そのものを身につけることを意味しています。
2020～	商学科は「ビジネス活動」の中でも、私たちが生活する上で必要不可欠な商品やサービスが生産されてから流通・販売を通じて消費者の手元に至るまでの活動である「取引」を中心に学び、かつ取引相手への配慮及び適応方法を考えることを目指しています。

（出所：広島修道大学商学部講義要項より筆者作成）

表3 広島修道大学商学部における「商学原論」に相当する科目とその担当者

学科	担当年	科目名	担当者	備考
商業 学 科	1973 ～1979	商学総論（4単位）	茂木六郎	1973年 ※広島商科大学→広島修道大学 ※商業学科，経営学科，管理科学科の3学科
	1980	〃	今村達生	
	1981 ～1983	〃	井上幸一	
	1984 ～1991	〃	後藤一郎①	
	1992	流通・マーケティング概論（2単位）	後藤一郎②， 澄川真幸	1992年 ※ Semester制導入
	1993	〃	後藤一郎③， 澄川真幸， 川原直毅	
	1994 ～1996	商学入門（2単位）	近藤和明①	

学科	担当年	科目名	担当者	備考
国際商学科	1997 ～2001	商学入門（2単位）	近藤和明②	1997年 ※商学部と経済科学部に分離 ※商業学科→国際商学科。管理科学科廃止。 国際商学科と経営学科の2学科に。
		国際商学入門 I, II（共に2単位）	国際商学科 教員が3回 ずつ講義	
	2002 ～2003	商学概論（2単位）	近藤和明③	
		国際商学入門 I, II（2単位）	国際商学科 教員が3回 ずつ講義	
	2004 ～2006	商学概論（2単位）	柏木信一①	
		国際商学入門 I, II（2単位）	国際商学科 教員が3回 ずつ講義	
商学科	2007 ～2008	商学概論（2単位）	柏木信一②	2007年 ※国際商学科→商学科。 商学科と経営学科の2学科に。 ※全学部・「修道スタンダード」開始。 ※国際商学入門 I・II を廃止し、 これを初年次セミナーで充当。
	2009 ～2013	〃	近藤和明④	
	2014～	〃	柏木信一③	※2018年以降は「商学科の全専門科目の共通項は「取引」です。商学概論では、①取引の経済的・法的な意味、②他の社会科学との関連性と相違点、③取引相手に対する配慮の重要性を提示し、学びと実践につなげます。」という考えで講義を展開している。

※配当年次は、すべて1年次。

（出所）1973年～2020年の広島修道大学講義資料より筆者作成

を取得する場合には、「商学概論」は1年次の教職必修科目となっている。

講義の内容であるが、本学の商学原論科目は筆者も含め2017年までは、「商業経済学」、又は「商業論」若しくは「流通論」の導入部分に相当する内容であった。2018年以降の筆者の「商学概論」では、1節で述べた点の加味及びその反省から、2年時以降の各分野にも共通する事項の説明及び取引において配慮すべき点の提示・考察を重視した講義に改めている。

3. 日本の商学は未完のまま消滅したのか⁹⁾

過去の日本の高等教育機関においては「商学校」という名称はなく、「商業学校」「商科大学」という名称であった。その中で、「商経学部」「商業学部」「商学部」「商業学科」「商学

9) 柏木信一（2019）『21世紀の商学原論講義——経済・商・法の3極思考——（初版第2刷）』晃洋書房，pp. 142-150. を加筆，修正。

科」という学部学科が存在していた。また、「商学＝商業学」であるという風習、「商学原論の講義＝商業論の講義」（更に言えば「商業論は古いからマーケティング論を商学原論の講義にしよう）」と考えてしまっているのはなぜか。以上の点は日本の商学を語る上で無視できない。ゆえに、戦前と戦後で展開された「商業学」の歴史的経緯を検討せねばならない。

(1) 戦前（1945年以前）の商業学と戦後の商業学

明治初期（1868－1889）においては、国富の増大のために生産と通商を強化すべく、生産力の増大や取引に携わる者としての商人の能力を向上させる必要があると同時に、江戸時代から続く「商人蔑視論」「商人不要論」「武士は商売せず」「商人に倫理は不要」という固定観念を克服することが求められていた。洪沢栄一が森有礼の私塾や官営・私営の商業学校の設立を支援し、後の1916年に自身の講演録を元に『論語と算盤』を著したのもこの点にあると考えられよう。

にもかかわらず、商学又は商業学に関連する学問及び書物に関しては「明治初期において商業に関する書物が多数出版されてはいたが、そのほとんどは『商売往来』『商人論』『金儲け論』『商売の秘訣』など商業事情や商業指針に関する単純素朴な解説書であり、商業実務や慣習に関する知識を体系的に記述した書物が現れたのは、1899年（明治32年）の『実業学校令（商業学校規程）』で使用された『商事要項』が最初¹⁰⁾」である。

しかしながら、学問としての商業学の提示はまだ疎遠であった。そこで、戦前の日本における「学問としての商業学＝科学的商業学」提示に貢献したのが、三浦新七（1903）¹¹⁾、石川文吾（1910）¹²⁾、内池廉吉（1906）¹³⁾であるが、他に多くの優れた業績は枚挙に暇がない¹⁴⁾。

一方で、戦後の日本の商業学（特に原論的なもの）に関しては、森下二次也（1960）¹⁵⁾（1993）¹⁶⁾、橋本勲（1970）¹⁷⁾、鈴木武（1975）¹⁸⁾、田村正紀・鈴木安昭（1980）¹⁹⁾、本間幸作

10) 光澤滋朗（2014）「三浦新七と石川文吾」マーケティング史研究会編（2014）『マーケティング学説史 日本版（増補版）』同文館出版、p. 8.

11) 三浦新七（1903）『商業学本巻、第1巻商業経済学』同文館

12) 石川文吾（1910）『商業通論』大倉書店

13) 内池廉吉（1906）『商業学概論』同文館

14) その一方、増地庸治郎（1937）『商業通論』や上田貞次郎（1940）『商高経営』等では、科学的商業学は成立しえず、「企業の学問」であるか「経営経済学原論」であるかしかないと考え、「科学的商業学」の成立可能性については懐疑的であった。

また、戦前の商業学に関する業績としては、小林行昌、向井鹿松、谷口吉彦らも看過できない。しかしながら、それらはいずれも商業学や商学の原論ではなく、その一部たる「配給論（distribution, macro-marketing）」の理論体系であり、「配給論」＝「商学原論」ではないため、本稿では割愛している。

15) 森下二次也（1960）、前掲著。

16) 森下二次也（1993）『商業経済論の体系と展開』千倉書房

17) 橋本 勲（1970）『現代商業学』ミネルヴァ書房

18) 鈴木 武（1975）『商業と市場の基礎理論』

19) 田村正紀・鈴木安昭（1980）『商業論』有斐閣

(1981)²⁰⁾、合力栄・白石喜章(1986)²¹⁾、宮澤永光・宮原義友・望月光男(1992)²²⁾、石原武政(2000)²³⁾、高嶋克義(2004)²⁴⁾等がある。この他、商業学の優れた業績は枚挙に暇がないが、それらはいずれも商業学原論であって商学原論ではない。

その中でも、森下二次也の『現代商業経済論』は、商業資本論パラダイムとしてマルクス経済学を基盤にして理論構築された体系である「森下理論」の基盤である。1990年代以前までは、多くの商学部及び商学研究科の講義でテキストとして使われていた(本学でも、茂木六郎先生の「商学総論」のテキストだった)。しかしながら、マルクス経済学の衰退²⁵⁾につれてテキストとして使われなくなってきた。学部の初年次生が読むには難解で、しかもマルクス『資本論』の「資本の流過程」の理解が前提として求められ、『資本論』もかなり難解な書物であるのも一因と考えられる。

とは言え、『現代商業経済論』は資本主義経済における商業現象並びに自由競争における商業から独占段階に至る商業の運動法則を克明に著したものであり、商業学はおろか他の経済学でも森下理論に類するものは見られない。

しかし、この名著ですら「商業学原論」であって「商学原論」ではない。一部の例外を除いて「商学」の独自領域が見出せないまま「商学とは何か」の説明もなく、いきなり森下理論をそのまま日本の各大学の「商学概論」で展開してきたことが、「商業学＝商学」であるかのように解される傾向にも繋がってしまったのではないだろうか。「商業学」の森下理論ほどの解明力・説明力を「商学」が持ち合わせていなかったことが、現在、商学のアイデンティティ・クライシスという大きな失点につながっている。

商業学説に関しては次章で述べる商学説以上に多種多様で、「現象形態」及び「活動」に着

20) 本間幸作(1981)『商業哲学への接近試論』税務経理協会

21) 合力 栄・白石喜章(1986)『現代商業論——流通変革の理論と政策——』新評論

22) 宮澤永光・宮原義友・望月光男編(1992)『現代商業学』同文館

23) 石原武政(2000)『商業組織の内部編成』千倉書房

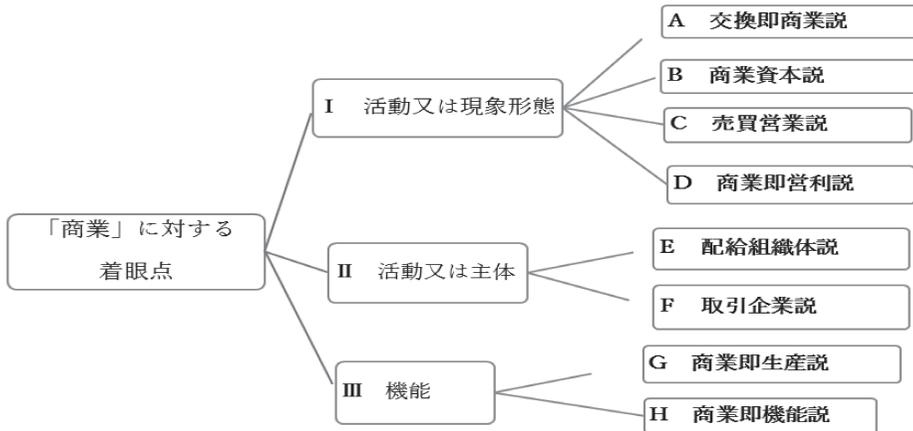
24) 高嶋克義(2004)『現代商業学(新版)』有斐閣アルマ

25) マルクス経済学の基盤たる『資本論』は、誤解されがちな学問・著書である。『資本論』は、資本主義経済の運動法則を克明に描き出した記述理論体系であり、政治思想を述べたものではない。思想は『共産党宣言』の方である。その記述理論的解明の上で、マルクス自身は「資本主義は滅びる」と予測してはいたが、『資本論』の中では「共産主義」という文言は一言も用いていない。

1990年代後半の東西冷戦終結とソビエト連邦の崩壊と共にマルクス主義経済学も破綻したかのようには言われたが、それは政治体制としての「共産主義」や「レーニン・スターリン主義」の崩壊であって、マルクスが『資本論』で指摘した資本主義経済の本質・問題点までもが誤っていたわけではないのである。近代経済学では、自由競争時の均衡や独占時の均衡の説明はあっても自由競争から独占への移行過程の解明・提示はない。

どの理論にも一長一短があり、思想やイデオロギーに対して中立的なスタンスに立っただ、各理論を相互に検討・補完していくことこそが研究者には必要ではないだろうか。今後、社会科学を学ぶ者は、マルクスの指摘を政治や国家体制のためではなく、資本主義の運動法則・本質及び問題点検討のために展開していかなければならない。

図1 日本の商業学説の傾向



(筆者作成)

目したIのグループ、主体に着目したIIのグループ、機能に注目したIIIのグループに分かれる。更に、IはA「交換即商業説」、B「商業資本説」、C「売買営業説」、D「商業即営利説」、IIはE「配給組織体説」、F「取引企業説」、IIIはG「商業即生産説」、H「商業即機能説」として区分される²⁶⁾。これを図1で示す。

A 交換即商業説（交換説）

この見解は財の交換それ自体が商業と考えられていた18世紀以前の時代の見解で、「交換＝商業」、「売買＝交換」、又は「規則的・組織的交換＝商業」等の見解が該当する。

B 商業資本説（商業資本論）

この見解はマルクス経済学において、「商業資本は価値・剰余価値の生産を制限する流過程を代位し、生産企業のみならず社会全体にとっての価値・剰余価値の生産にも貢献することで一般的利潤率が上昇する。」と捉え、これが「商業資本自立化の根拠であり商業利潤の獲得である」と考える。また、「流通費用は社会的には空費であるが、流通時間を節約する機能がある」と考えるのもこの見解である。先述の森下理論もこの見解に立っている。

C 売買営業説

この見解は、「商業とは同一系統の売買行為の準備、実行、もしくは媒介を継続的に業として行う物財交換の組織体である」という「商人商業説」と、「商業とは購入した剤に本質的変

26) 森下二次也（1960）前掲著；宮澤永光・宮原義友・望月光男編（1992）『現代商業学』同文館；岡田千尋（2019）「商業の歴史と理論」名古屋学院大学編『商業概論』中央経済社より要約。

化を加えず、ただそれを時間的及び場所に適宜分割して消費させるための活動である」という「再販売購入説」の 2 つがある。

D 商業即営利説

この見解は、「商業とは利潤追求を目的とし、財に何ら本質的变化を加えることなく、これを購入したり販売したりする営業である」と考えるもので、「利潤追求を目的とする」という点を明白に打ち出している。

E 商業即配給説（配給組織説）

この見解は、配給論が存在していた時の見解で、「財貨を生産から消費へ流すのが配給であり、配給を一定の秩序のもとに継続的に行う組織が商業である」と考えるものである。

F 商業即取引企業説（取引企業説）

この見解は、「商業は個々の取引を系統的に秩序づけて実行するところの組織である。」と考えているものである。この見解を初めて提示したのは福田敬太郎である。

G 商業即生産説（商業生産説）

この見解は、「商業は効用の造出ないし増大としての生産を行う」と考えるものである。

H 商業即機能説（商業架橋説）

この見解は、「商業は場所、時間、人的分離のいずれかの懸隔を架橋する機能とする仕組みである」ことを以て商業と考えるものである。

(2) 若干の批判的考察

商学だけでなく日本の社会科学系の学問のほとんどは、欧米の学説の直輸入と紹介であった。また、商学も商業学も、英語ではいずれも Commercial Sciences、ドイツ語でも Handels-wissens-chaft 又は Handelslehre が用いられ、あまり区分されてはいない。なお、ドイツ語には 17 世紀以降に生成された Handlungswissenschaft という語も存在する。しかし、その訳語は「商取引学」で、内容も科学というよりは取引の一般知識である。

前節で述べた三浦新七、石川文吾、内池廉吉らに共通することは、「商品商業（売買商業）＝商業」と考えてはおらず、商業を広狭両義に規定した上で、商業学を考えていたことである。その観点に立つならば、英語でもドイツ語でも日本語でも、「商業学（＝商学）」と規定しても、Commercial Sciences, Handelswissens-chaft, Handelslehre という言葉を充てても支障

はない。しかしながら、①「商業」の概念及び射程が狭義の商業である商品商業に限られたり、②かつての配給論や現在の流通論の支配的見解になっている「商品商業が『主』でその他の商業が『従』」という考え方を採ったりする場合には、「商業学＝商学」と規定すべきではない。

商学が学問的混迷を極め、商業学と同一視されていた要因は、研究対象である「商」と「商業」の相違、及び「商人」の概念及び射程範囲について、研究者により見解が異なり一致しなかった（時折誤謬もあった）ためではないだろうか。この根本を鋭く指摘するのが白石善章（1984）の次の見解である。

「本質は『活動』にあるのか、『主体』にあるのか、『現象形態』にあると見るのかが議論のあるところで、このいずれかを採ることによってそれぞれ導かれる従属概念は異なってくる。たとえば、『活動』を本質規定として出発すれば、それによって自ずから『主体』が限定されてくるのである。問題の第2は、以上と関連しているが、現象と本質はどのようにかかわっているのかということ、換言すれば現象は本質なのか、本質が現象を規定しているのかについての方法論上の合意を欠いていることである。」²⁷⁾（傍線：引用者柏木）

商学と商業学の混同から脱却するためには、やはり、本質論及び基礎概念となる「商」「商業」「商人」の概念の再考が必要である。しかし、白石善章は併せて次の点を警告する。

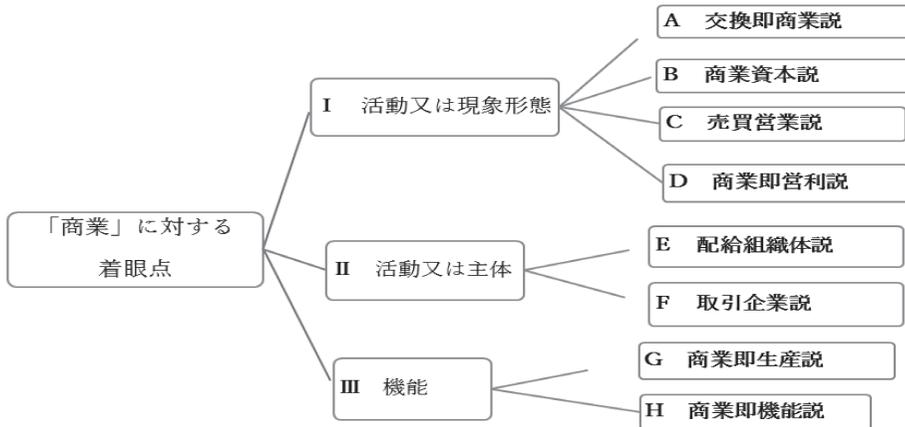
「本質認識には、少なくとも2つの方法が考えられる。その1つは、商業の真の姿、本体の認識であり、それは先験的に与えられる。あらゆる事物、事象はそれ自体の存在物としての先天概念を保持している。換言すれば、それを前提とせずしては存在が認識できないもの、これがすなわち先天概念である。もう1つは、商業といった現象の根底にあって、との特質と発展の方向を規定するもの、換言すれば現象の客観的な法則を本質とし、現象を通じて明らかにされるものである。

（…中略…）認識の基盤、概念の設定次元をそれぞれ異にして、相互の学説とか主張を批判しても、それは決して内在的批判とは言えない。明確な方法論的自覚のもとに論議が展開されることが必要である。」²⁸⁾（傍線：引用者柏木）

27) 白石善章（1984）「商業論——商業本質論争と今後の課題を中心として——」田村正紀・石原武政編『日本流通研究の展望』千倉書房、pp. 57-58.

28) 白石善章（1984）、pp. 64-66.

再掲図 1 日本の商業学説の傾向



(筆者作成)

白石の指摘は、重要である。視座と方法が混在していれば、ヨリ混乱し続けかねないからである。特に、認識基盤と設定次元の相違は各学説を批判的に検討する際に考慮されなければならない。商業学説（商業に関する学説）は種類が多い上に亜種もあり、これらの学説は、正誤を判定するのはかなり難しい。白石のいう「本質は『活動』にあるのか、『主体』にあるのか、『現象形態』にあると見るのか」によって左右されるためである。

筆者は、先の A~H の商業学説に関しては、次のように考える。

第 1 に、A 説「交換即商業説」は、「商」の説明であっても、「商業」の説明にはなっていない。それゆえ、必要条件でも十分条件でもない。

第 2 に、C 説「売買営業説」は、商業が社会の進展と共に売買と売買以外の部門に分化した後の結果でしかなく、「商業 = 売買部門」とした一面的な理解である。それゆえ、必要条件でも十分条件でもない。

第 3 に、D 説「商業即営利説」及び E 説「商業即配給組織体説」は、十分条件ではあるが必要条件ではない。営利を目的とするのも配給組織体も商業だけではないからである。

第 4 に、G 説「商業即生産説」及び H 説「商業即機能説」は、何を以て生産と考えるかのスタンスや機能を以て本質と考えていることが誤っている。鈴木武（1991）が批判したように、「機能を以て本質を捉えることはできない。機能は本質の投影ではあるが、本質そのものではない」²⁹⁾ からである。それゆえ、必要条件でも十分条件でもない。

筆者は、条件付きではあるが、B 説「商業資本説」と F 説「商業即取引企業説」の折衷説に立つのが妥当であると考ええる。

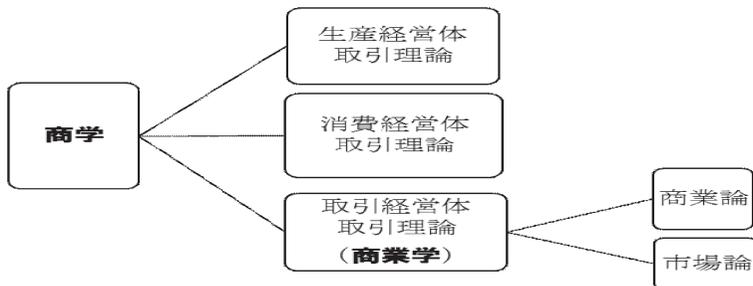
29) 鈴木 武（1991）『商業論綱要』九州流通政策研究会，p. 31.

B 説「商業資本説」については、C 説のように「有形財売買部門＝商業」と狭くなるものでなければ、「商業⇔商業資本の運動」という現象形態から考える見解はどちらも真であり、必要十分条件である。資本主義以前の時代もそれ以後の時代も、あるいは生産独占の状況も商業独占の状況も説明できる。しかし、①マルクスの商品と貨幣の理論は金本位制の下での状況であるため、管理通貨制度³⁰⁾に移行した貨幣体制下での状況とは異なる。②21世紀における価値・剰余価値実現形態は資本論が想定した有体物商品の売買だけでなく、請負、委任、運送、寄託、賃貸借等の形も増えている（売買商業以外の業種はそれらの形も多い）、という2点を補完せねばならない。これは商業資本論だけで説明するのは難しく、他の理論の助力が必要となる。

F 説「商業即取引企業説」については、企業を個人商店又は会社と明示し、かつ商と商業の違い、並びに生産企業と取引企業を峻別するという条件付きでなら、「商業⇔取引企業」という活動又は主体から考える見解はどちらも真であり、必要十分条件となる。もっとも、F 説に対し①「取引企業が全て商業である」こと、②資本家が存在しない社会主義の商業は説明できないという旨の批判もある。しかしながら、①はF 説のいう「取引企業」を誤認していたためであり、②は社会主義の場合、生産経営体と取引経営体が国家部門であるものと置き換えて説明でき得る。それゆえ、2つの批判はF 説が根底から崩れる訳ではない。

これに関しては、F 説を提示した福田敬太郎（1966）によれば、商学の対象は「商」であり、その「商」とは衡平を基調とする取引の関係であること、そして、「商業」とは「取引経営体」及び彼らによる活動を指すと提示した上で、商学は生産経営体取引理論、消費経営体取引理論、取引経営体取引理論に分けることができるとしている³¹⁾。生産経営体取引理論と

図2 福田敬太郎（1966）による商学と商業学の関係



（出所：柏木信一（2019），p. 145.）

30) 金の保有量によって貨幣の価値が左右される金本位制を廃止し、管理通貨制度を提唱したのはケインズである。日本と英国は1931年に、米国は1971年に管理通貨制度を廃止した。

スミスやマルクスを含めた1900年以前の経済理論は、全て金本位制下での状況であるため、商品と資本に対する諸説は、20世紀以降はいかに変わっているかを補完する必要がある。

31) 福田敬太郎（1966），p. 392. 及び白石善章（1984），p. 56.

は農林水産業、工業など生産者による取引に関する理論、消費経営体取引理論とは消費生活者による取引に関する理論（消費経済論、消費生活論）である。そして、取引経営体取引理論が厳密な意味での商業学である³²⁾としている。これを図 2 で示す。

4. 日本の商学説の傾向³³⁾

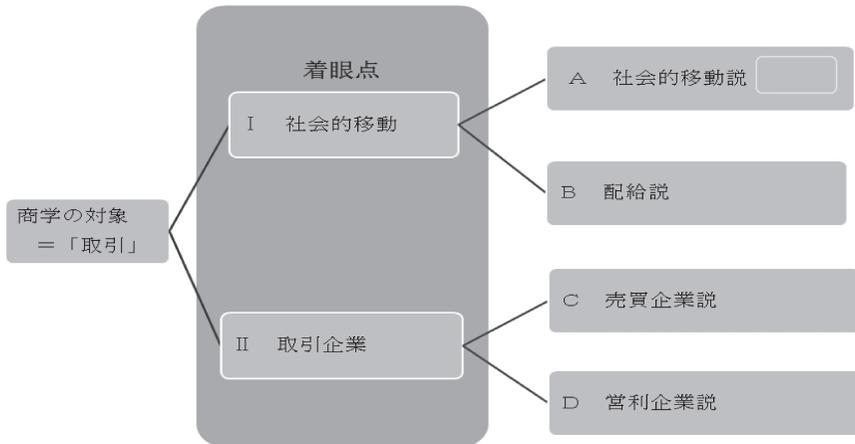
日本の商学説は、「取引」を研究対象と規定している点ではどの学説も共通している。しかしながら、着眼点が何かによって枝分かれしている。

まず、取引の活動面である「社会的移動」に着目した見解、名付ければ (I) 「社会的移動説」、取引を形成する主体の 1 つである「取引企業」に着目した見解、名付ければ、(II) 「取引企業説」グループに分かれる。更に、(I) 「社会的移動説」については、移動の要素を限定しない A 説と、財移動に限定する B 説に分かれる。(II) 「取引企業説」は、取引企業を売買業に限定する C 説と、売買企業に限定しない D 説に分かれる。

A 社会的移動説³⁴⁾

福田敬太郎 (1966)³⁵⁾、荒川祐吉 (1983)³⁶⁾、来住元朗 (1994)³⁷⁾、黒田重雄・佐藤芳彰・

図 3 日本の商学説の傾向



(出所：柏木信一 (2019), p. 146.)

32) 白石善章 (1984), p. 56.

33) 柏木信一 (2019), pp. 146-149を加筆。

34) 林 周二の用語法では「取引移動説」である (林 (2000), 前掲著, p. 32.)。

35) 福田 (1966), 前掲著。

36) 荒川 (1983), 前掲著。本書で荒川は「財の社会的移動」と述べているが同時に「それにかかる…」と述べているので、全体的内容は C の配給説ではなく A の社会的移動説である。

37) 来住元朗編 (1994) 前掲著。

坂本英樹（2000）³⁸⁾、柏木信一（2019）³⁹⁾などによる。取引によって形成される現象である「流通」、及び社会的移動に関する事項を以て商学の対象としている。

ただ、福田敬太郎の学説は、学界では「取引企業説」と言われている⁴⁰⁾ため、この名称を筆者が名付けた上、その中に福田理論を含めるのは異論があるかもしれない。しかし、1966年～晩年の福田の構想は、商学と商業学を峻別した上で、取引の主体を企業に限定せず消費者も含めて構想していたことから、商業学については「取引企業説」であるが、商学については取引主体を企業に限定した（Ⅱ）説のグループではなく、むしろ（Ⅰ）Aの「社会的移動説」であると見て良いであろう。

B 配給説

かつて「配給論」が存在していた時期の主張で、この見解を採る者は現代ではない。「財の分配に関する事項が商学の対象である」というように、“物（財）の”と限定的に規定しているため、A説より狭くなっている。なお、戦前の福田敬太郎や、その弟子の荒川祐吉が配給学説との関連付けの必要性から一時こちらに転向していた時期もあったが、晩年はA説に回帰している。

C 売買企業説

教育現場では「商学＝商業学」と考える者が多い。商学＝商業学としていた者、及び「卸・小売商人を以て商業である」又は「商品商業＝商業」と商業を狭義に捉えている者に、この見解を採る傾向がある。売買という有体物商品の取引の中心部分に携わる企業を以て商学の対象としている。また、卸・小売といった売買商業を主幹商業、金融、保険、運送、倉庫等を補助商業と考えている者も、この傾向が強い。

D 営利企業説

林周二（1999）⁴¹⁾、石川和男（2018）⁴²⁾による。「商行為をなす者を以て商人である」と定義（商法で言う商人とはほぼ同旨で、C説より広い）し、この商人に関する学問（「商人学」）を以て商学であるとの立場を採る。石川（2018）は「非商人とは異なる商人世界の交換・売買取引を中心に研究する学問」であるとし、一般人同士の売買取引は除外している。彼らの

38) 黒田重雄・佐藤芳彰・坂本英樹（2000）、前掲著。

39) 柏木信一（2019）、前掲著。

40) この指摘と用語法は、白石善章（2014）「福田敬太郎——わが国独自の商業学の体系化“福田商学”の形成——」マーケティング史研究会編『マーケティング学説史 日本編（増補版）』同文館出版、pp. 174-176. による。

41) 林 周二（2000）前掲著。

42) 石川和男（2004）『基礎からの商業と流通（第4版）』中央出版社

見解は、ドイツにおける商人知識の集大成「商取引学 (Handlungswissenschaft)」に近い。

商学説は、商業学説ほど複雑に交錯していないが、これも正誤を断じにくい。先述の白石の「本質は『活動』か、『主体』か、『現象形態』にあると見るか」によって左右されるだけでなく、商学説の場合は商業学と比して学問性より実用志向性が強く、提示者自身が現状解明を重視するか、実用化を重視するかといった方向性や世界観にも左右されるためである。

B 説「配給説」については、生産過程だけでなく、生産完了後の過程も考慮すべきであるという当時の商学（及び商学の各論分野であった配給論）の学問的必要性を考えれば、当然の流れではあった。

C 説「売買企業説」については、商業=売買業という狭義のものではなく、有形財の生産行為を除いた業務（P. クラークの産業分類でいう一次産業・二次産業以外の産業）を以て広義に商業を考えるならば、その業務に携わる行為主体は主として取引によって利得を得る経済主体に属する者であるから、「商学=商業学」という見方も出来なくはない。

D 説「営利企業説」については、商人のための学問・技術という強い実用志向性が伺える。商法第 4 条の「自己の名を以て商行為をなすことを業とする者」の見解、すなわち営利性と反復性を以て展開する者を商人とする旨とほぼ同旨である。C 説と比べれば、D 説は売買商業だけでなくすべての供給者がなぜ取引に参加するかという点についても考えている。

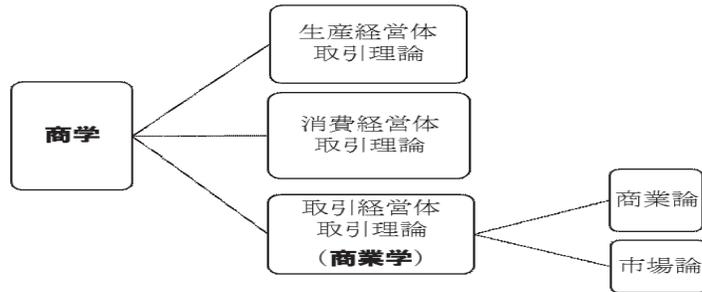
しかし、筆者は A 説「社会的移動説」に立つのが妥当と考える。理由は次の点である。

第 1 に、取引に参加する者は産業側だけではない。消費者（消費生活者）が参加することもある。そもそも、人間がなぜ取引を行うのかを考えれば、事業者側、特に企業（個人商店又は会社）のための行為に限られないし、その目的は事業者側と消費生活側とで全く異質である。営利を目的とする事業者側にとっての取引の目的は、交換価値・剰余価値の実現又は財・サービス生産による付加価値の実現である。しかしながら、消費生活側にとっての取引の目的は、自身の生命を構成する体力・精神力のリフレッシュである「生命力再生産過程」⁴³⁾の中でも、市場を通して生活財（生活のための商品・サービス）を獲得するためである。それゆえ、取引当事者が産業側だけになってしまう（Ⅱ）取引企業説グループは支持できない。

第 2 に、取引によって社会的に移動するものは、財や情報の時間的、空間的な変動という物理的側面だけではない。また、取引の成就とは有償契約の成立を意味するものゆえ、契約が有効に成立すれば債権（相手方に対してのみ有する「～せよ」と求める権利）及び物権（対

43) 元の用語は、大熊信行（1975）『生命再生産の理論（上）』日本経済新聞社。しかし、筆者は「生命力の再生産」という用語を用いている。なぜなら、生命そのものは再生産されない。むしろ、生活によって再生産されるのは生命そのものではなく、それを構成する体力・精神力といった生命力である。それゆえ、「生命」ではなく「生命力」と規定している。

再掲図2 福田敬太郎（1966）による商学と商業学の関係



(出所：柏木信一（2019），p. 145.)

抗要件の具備を条件に，物に対して支配又は担保に取ることを，誰に対しても言える権利）という人の権利関係の変動という人的側面も発生する。流通論や商業論の多数説が「取引流通＝所有権移転機能」としているのはこの点を意味する。B説では取引の物理的側面しか捉えられないけれども，A説ならば人的側面と物理的側面の両方を捉えることができる。

そこで，①商と商業の相違，②消費生活者が取引に参加するという事実，③消費経済論の存在及び必要性の3点を適確に位置づけているのが，先に示した福田（1966）の体系である。

5. おわりに

そもそも，商学は「衡平を基調とする取引の関係」を考える学問であり，自分本位なものではない。それゆえ，本来は社会的バランスを考慮して展開される学問分野である。ならば，取引は誰のために存在するのか。取引は当事者双方及び国民の幸福のために存在し，かつ，モノやカネという物的資源を公正かつ適確に分配するために存在するものである。他者に対する配慮をしつつ，これを考えることが商学及び商学教育の本質であろう。そこで，本稿のまとめをしておこう。

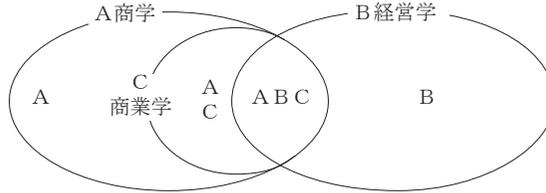
第1に，商学の対象は狭義の商業だけではない。広義の商業に加え，生産者による取引，国・地方自治体による取引，そして消費生活も対象とするものである。

第2に，商学は経営学の部分集合であるとか，商業学もともと経営学に吸収合併されて消滅したと考えるのではなく，経営学と共通項が存在するものと考えべきである（図4）。経済学には中間商人が登場しないし，経営学には流通のマクロ的視点がない⁴⁴⁾。むしろ，ここにこそ商学固有の領域がある。また，商業を狭義に捉えれば，一般的な商業学は売買商業関連事項である。ならば，「商業学＝商学」より「商業学<商学」が正確であろう（図5）。

第3に，消費生活者は，商業の主体にはならないが，商の主体にはなる。それゆえ，消費

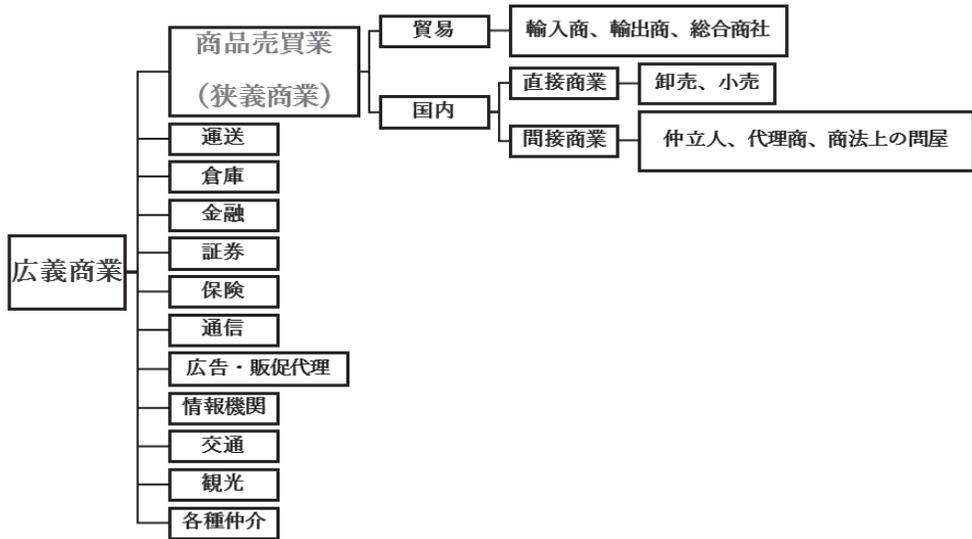
44) 白石善章（1998）「流通・マーケティング研究のアイデンティティを求めて——一般理論の構築こそ重要——」流通科学第18号，p. 7.

図 4 商学，商業学，経営学の関係



(筆者作成)

図 5 商業の領域



■商業学 = 狭義商業学 (商業論) + 広義商業学

■商学 = 商学原論 (総論) + 商業学 + 消費者学 (消費者基点の学問)

(出所：宮澤他 (1992) 『現代商業学』, p. 18を元に，筆者加筆)

経済論 (あるいは消費生活論，消費者学) を考えるなら，企業を基点・ベクトルとしている経営学 (企業経営学) や商業学には消費生活の視点がない。ちなみに，商学の各論分野として存在する流通論では，生産者から見た流通，売買商業者から見た流通，消費生活者から見た流通の全てを扱っているけれども，見ているものは同じ事象でも基点・ベクトルが何かによって見え方は変わってくる。それゆえ，消費生活的な事象については，経営学や商業学よりは商学 (特に福田商学，流通論) の方が，消費生活の視点の存在及び消費生活を基点・ベクトルとした理論構築の可能性がある分，的確であろう (表 5，図 5，図 6)。

第 4 に，本学でも他大学でも，商学原論 (概論，総論) で倫理的視点が講義されているも

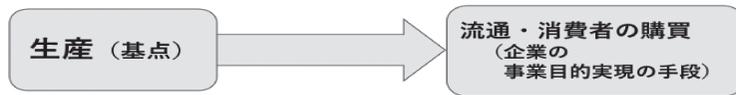
表5 何を基点に、どのように「流通」を捉えるかで見られる相違点

基点	主な研究対象	学問的体系
生産者	流通過程（生産者の立場：価値実現）におけるメーカーと商業者の関係	マーケティング・チャネル論
商業者	流通過程（商業者の立場：仕入と販売）の売買担当者たる卸・小売商に関連する問題	商業経済学（＝商業論）
消費者	流通過程（消費者の立場：購買）において消費者が直面する問題	まだない （→消費経済論（消費生活論）の対象）

（筆者作成）

図6 従来の学問と消費生活基点の学問——基点とベクトルの違い——

☆従来の経済学・マーケティング論の消費理論



☆消費生活論（消費経済論）の基点とベクトル



（筆者作成）

のは皆無に等しかった。これからの基礎原論科目かつ初年次科目としての商学概論では、学科全般に共通する要素の提示だけでなく、医学概論に倣って倫理的側面である「取引における配慮事項」の説示が求められる。但し、倫理的側面に宗教的教義・政治的イデオロギーが盛り込まれてはならない⁴⁵⁾。商学教育の目的が「他者に配慮の出来る良いマーケット、良い市民の育成」ではなく政治や宗教に転移してしまう上に、ある1つの宗教・政治的イデオロギーを倫理的中心に置けば、学生や他の教育者の意思自由の阻害となりかねないためである。

この第4の点に関する反省から、筆者の2016年以降の講義では、「取引観・市場観⁴⁶⁾とそ

45) ちなみに、儒教や儒学は宗教ではない。それは、中国の孔子の教えを孔子の死後に弟子によって纏められた『論語』をいかに解するかを論じた倫理学の一領域である。また、孔子が儒教を説示したのではないので、「孔子＝儒教」というのも正しくない。

しかし、中国でも日本でも、後世の論者が『論語』を歪曲した上に更に一人歩きした一部の分野を以て、中国では官僚登用や出世目的の学と化したり、日本では朱子学が徳川幕藩体制のための御用学問化したりしていた。「論語読みの論語知らず」の一典型であろうか。

46) 「取引観 (Perspective of Transaction)」「市場観 (Perspective of Market)」というのは学界での通常の語法ではなく、筆者の造語である。これは、取引・市場に対するものの見方・考え方を指す。マーケティング理念もその1つである。

の変化」というセクションで、①事業においては「信義誠実とマーケット・インが全ての場合に共通して重要」であること、②A・スミスの『国富論』『道徳情操論』から見出される「利己心と利他心の調和」、③日本生まれの考え方として近江商人の「三方よし」、渋沢栄一が『論語と算盤』で示した「経済道徳合一説」、福沢諭吉・渋沢栄一らの「士魂商才」の存在があることを展開している。それは、相手からお金を頂く、モノを頂くのが取引であるから、倫理的配慮を欠いたものは取引ではないというのが理由である。また、学生から「商学の学びや実践において、最も大切なものは何ですか？」と聞かれれば、筆者は「簡単に言えば、“思いやり”です。」と答えるが、これも同じ理由である。

今後、以上の4点を盛り込んで研究・教育していくことは、商学、消費生活関連領域に携わる者としての課題でもある。