



荒川祐吉先生 : 人と学問(荒川祐吉博士記念号)

田村, 正紀

(Citation)

国民経済雑誌, 156(5):113-129

(Issue Date)

1987-11

(Resource Type)

departmental bulletin paper

(Version)

Version of Record

(JaLCD0I)

<https://doi.org/10.24546/00173716>

(URL)

<https://hdl.handle.net/20.500.14094/00173716>



荒川祐吉先生——人と学問

田 村 正 紀

荒川先生の場合ほど、人と学問が見事な合一をなしている研究者は数少ないであろう。先生の人となりは、その学問を彷彿とさせる。その著書をひもとけば、それから連想される人となりは、そのまま先生の人となりとなる。あらゆるものに公平に接しながら、鋭敏な批判精神でもって、本物と偽物をただちに見分ける。その批判精神のおもむくところは、理想にむかっての絶えざる追求である。この行為準則は、先生の研究生生活において、終始一貫して変わらない。

荒川先生は、現在、日本商業学会会長および日本マーケティング・サイエンス学会代表理事の要職にある。流通論およびマーケティングの二大会のトップ・リーダーとしての重責にありながら、その研究活動は依然として精力的である。学会の研究方向に重要な影響を与える論文を年々発表されながら、その学問体系の完成をめざして努力を重ねられている。学会において、その質問の鋭鋒は誰かれなしに向けられる。たとへ黙ってすわっておられるだけでも、場に緊張感がみなぎる。

このような先生について、その人と学問をいま論じることは、時宜をえたものとは思われない。しかし、荒川先生は、昭和62年3月31日をもって、定年により神戸大学経営学部教授の職を辞せられ、同名誉教授とられた。神戸大学での在職期間は、40年7カ月の長さにおよぶ。その間、大学、学部で学部長、評議員をはじめとする要職につかれ、多大の貢献をなされた。また、学界における神戸大学のリーダーシップの確立に、何よりも腐心されたのも先生であった。したがって、ご退官を機に、感謝の念をこめつつ、先生の人と学問について一文を綴っておくことは、一つの記念となるであろう。

I

荒川先生が過ごされてきた半生は、その内に現代日本のいくつかの重大な歴史的転換期を含む時代である。

先生がお生れになったのは、大正12年12月28日である。ご生地の伊丹市で報徳幼稚園、伊丹尋常高等小学校、伊丹中学校を卒業され、神戸商業大学予科に入学されたのは、太平洋戦争勃発直前の昭和16年4月1日であった。18年には本科に進学されたが、昭和20年、戦争の激化にともない、そこを一時離れ、陸軍経理学校に幹部候補生として入学された。終戦後ただちに復学され、昭和21年9月30日に神戸経済大学経営学科を卒業された。

大学学部時代の指導教官は、元神戸大学長、元日本商業学会会長の福田敬太郎先生である。福田敬太郎先生は、谷口吉彦、向井鹿松の両先生とならぶ、日本流通研究創成期における三大巨星の1人である。平和な時ならば、福田先生のご指導の下に十分な学生生活を送ることができたであろうが、太平洋戦争とともに始まり、それとほぼ同時的に終わった先生の学生生活は、勉学という点からは、不本意なものであったにちがいない。先生はこの時代のことをあまり語るうとなさらない。

しかし、大学卒業後ただちに、先生は学究の途を志し、昭和21年10月1日には神戸経済大学経済研究所に勤務された。そこでの主要なお仕事は、資料の整理であった。先生はあらゆる書類をきちんと整理されている。また、流通のように時々刻々、変化してやまない対象を研究するには、新聞の切り抜きを日頃から用意しておく必要のあることを強調される。いずれも研究所勤務のご体験からえられたものであろう。

しかし、研究所勤務はごく短期間で終わり、翌22年6月1日には、神戸経済大学助手に任ぜられた。先生の本格的な学究生活はこの時から始まった。当初は、福田先生の指導の下に A. W. ショー、M. T. コープランド、F. E. クラーク、P. T. チェリントンなど、アメリカ・マーケティングの古典を克明に

勉強された。

この時代の先生の研究ノートを見せていただいたことがある。各古典における論点間の連関が、きれいに整理されたチャートによって、まとめられている。各古典、また重要文献にかんして、その基礎諸概念とそれらの論理的枠組から理解し、それを通じて問題点を発見していくという、その後の先生の基礎作業のスタイルは、この時代に確立されたものと思われる。

古典および基礎文献を体系的にかつ正確に理解しておくことの必要性を、荒川先生はたえず強調される。ゼミナールでも、研究会においても、学会においても、先生はこのことをくりかえし主張されてきた。このことは文献主義としてしばしば誤解されやすいが、先生の意図はそこにはない。古典と基礎文献の完全な理解によってのみ、ある研究分野における独自の問題設定を習得しうるものであり、それが研究者として自己のアイデンティティを確立する出発点であること、このことを主張されているのである。

先生は昭和27年に助教授に昇進された。この頃から、先生の研究は軌道にのりはじめ、年々、驚異的なペースで、理論的に高密度な論文が発表されることになる。それらの論文は、先生の研究の二大分野にまたがり、平行して発表されている。1つは、マーケティング論の方法論的基礎の探究にかかわるものであり、他の1つは小売商業構造を中心とする流通論的研究である。

「配給及び配給組織」（昭和28年）に始まり、「配給過程の本質」（昭和35年）に終る一連の論文は、体系的に整理され、処女作「現代配給理論」（昭和35年）となって結実する。先生のマーケティング理論家としての名声を確立した書であり、日本商業学会賞を授与されたものである。

この書の中では、アメリカ・マーケティング論の展開過程の分析に始まり、制度主義、マーケティング論における企業の理論の役割、マーケティング論の科学論争、オルダースン理論、および配給理論の諸側面をあらゆる理論問題がとりあげられている。そのねらいは、マーケティング論の根底にある理論的思考の方法と問題を、取り上げようとする点にあった。

従来の諸研究が、「複雑な商品流通現象を統一的に把握する理論的装置をほとんど提示してきていない」（同書、序文）という不満に端を発した本書は、当時においておよそこの理論的装置の構築上に役立つような、あらゆる古典および関連諸学を対象とし、それらにおける問題点が摘出されている。それらの問題点は、現在においても、その理論的意義を失っていない。この意味で、本書はマーケティング理論家を志すものにとって、かならず通らねばならない問題集であり、日本の学会が生んだ代表的文献として位置づけられよう。

しかし、荒川先生は本書において、問題のみを提起されたわけではない。一方で、アメリカのマーケティング学界が戦後になって生んだ最大の巨星、W. オルダースンの理論、他方で、当時、日本の商業学界に大きい影響力をもったマルクス流の商業資本論に対決しながら、先生独自の配給（マーケティング）過程の本質論を展開されている。それによれば、この過程は、純粹流通過程ともまた特殊な生産過程とも異なる独自の経済過程としての、「財の取合わせ」形成過程である。この対象の独自性の認識は、以後の先生のマーケティング理論家としての基盤になり、今日まで及んでいる。

本書が出版された昭和35年は、日本経済が高度経済成長にむかって、ちょうど離陸しようとしはじめた時期である。日本生産性本部がアメリカに視察団を派遣して、マーケティング・コンセプトを中心とする新しいマーケティングの考え方を日本へ導入する必要を指摘したのは、昭和30年代の初頭である。この視察団報告をきっかけにして、アメリカ・マーケティング論の紹介が当時の学界の主流となった。しかし、その多くはアメリカの教科書の紹介をもとにしたものであった。

当時、専門課程に入って、マーケティング論を勉強しはじめたばかりの筆者は、日本人の手になる数冊のマーケティング「専門書」を読んだだけで、この学問に知的興味を失いかけていた。このとき出版された本書を読んで、完全に理解できないまでも、なんともいえない知的興奮をおぼえたことを記憶している。

このような学界の風潮の中にあつて、本書の出版は、大きい衝撃であつた。アメリカ・マーケティング理論の巨峰と真正面から対決し、それらの批判を通じて独自の理論体系を構築しようとする指向に満ちあふれていたからである。以後、本書は理論水準の高さにかんして、それ以後の研究者が超えるべき目標となつたのである。

助教授時代のもう1つの研究領域は、小売商業構造の研究である。処女論文、「アメリカ合衆国の中小商業——小売組織におけるその構造——」に始まる、小売商業構造についての一連の研究は、昭和37年に「小売商業構造論」となつて、結実した。本書は先生の学位論文であり、同年、商学博士（旧制）の学位が授与された。

本書は、小売商業構造の歴史的展開を英国の場合について検討した後、とくに欧米の小売商業構造の基礎理論を考察し、さらに日本小売商業構成の特質と実態についての理論的・実証的分析で終るといふ3部構造をとっている。総頁数480頁の大著である。歴史、理論、実証を含み、なおかつ体系的である、本書のような壮大な小売商業構造論は、国の内外をとわず、その後今日までまだ生れていない。この意味で本書は、小売商業構造研究を志さず者がまず最初に読むべき書であるとともに、その研究目標となる書であるといえよう。

とくに、本書の前半の理論的分析をもとに、後半で展開される日本小売商業構造の特質と実態には、方法論学者としての先生とはまったく別の側面があらわれる。ここでは、先生は現実の泥沼の中に法則を発見しようとする実証主義者としてあらわれる。日本小売商業構造の核心がその零細性と過多性にあり、この構造上の特異性がいかなる要因によって生み出されたかについての分析は、すぐれた実証分析のひとつの典型を示しているように思われる。

荒川先生における実証研究にはいくつかの特徴がある。先生はつねに理論なき実証は無益であると主張されてきた。先生流の表現を借りれば、それは現象の表面をはいずりまわっているにすぎない。ある時点のある一地域のデータを操作している場合でも、先生の問題意識は、そこにいかに歴史的な一般法則が

貫徹しているかに集中している。特殊・具体的な事象の中に、一般・抽象的法則を発見しようとする指向、これがその特徴の第1である。

先生はその実証分析にさいして、高度な統計解析手法を用いられることはほとんどない。分析手法の大部分は、クロス集計である。しかし、この単純なクロス集計分析を積み重ねることによって、データの背後にかくされている因果構造を見事に析出される。この秘密は、データに立ち向うときの強烈な問題意識と、それを支える理論モデルにあるといえよう。

流通論の面で実証研究を行おうとする場合、大学に籍をおく研究者の最大の問題は、研究資金の不足などのために、とくにサーベイをみずから行う機会にとぼしいことである。このような調査機会はつねに官公庁などの外部からの依頼によって与えられるのが常である。先生はつねづねこのような機会を逃さないこと、また、相手に「使われる」のではなく、こちらが相手を「使う」ことの重要性を強調された。これは特定の調査目的をもって持ち込まれる外部からの調査依頼を自分の理論・実証問題として把えなおしてやることにほかならない。筆者自身も先生のご忠告によっていままでいかに救われたことか。

先生は、昭和33年に日本学術振興会、産業構造中小企業第118委員会委員を委嘱されている。この委員会には、村本福松、松井辰之助、山中篤太郎、末松玄六、藤田敬三、藤井茂、その他の先生方がおられた。この委員会で先生は実証分析における問題意識や方法論等を見がかれた。また、神戸市をはじめとする多くの官公庁から調査依頼があった。先生はこれらの機会を逃がさず、ご自身の理論・実証問題として把え、実証分析を積み重ねられた。その最初の成果が小売商業構造論の実証部分であった。

II

日本経済が高度経済成長を開始し、また流通革命の火の手があがり始めたのは、昭和36・7年である。これらの年は荒川先生にとっても大きい転機の年であった。昭和36年2月には、経営学部教授に昇進され、昭和37年3月には、商

学博士の学位を授与されている。この間、昭和37年1月から翌38年1月までの間、アメリカ合衆国を中心に、ヨーロッパ諸国に向けて、海外出張をされた。

海外出張の期間中、主として滞在されていたのは、カルフォルニア大学バークレー本校である。当時のバークレーは、グレサー、ダンカン、バルダーストン、ホールトンなどを擁し、マーケティング研究の中心の1つであった。これらの学者と議論するかたわら、機会を見つけてはアメリカ各地を旅行され、マーケティングを生み出した制度的背景を理解されようとした。海外出張をした際には、室にこもって本だけ読まずに、大いに旅行してマーケティング・流通の制度的背景を理解せよ、というのは、一時の先生の口ぐせであった。

アメリカ滞在中の先生に強烈な感銘を与えたのは、アメリカのマーケティング研究者のマーケティング理論建設への熱意、そのための組織的・体系的努力、そしてかれらがもつ基礎科学の素養の広さと深さである。また、かれらの理論建設のための具体的プロジェクト展開の組織的基盤として、ご留学中に、マーケティング・サイエンス研究所が設立されたことも、先生の学問のその後の方向に大きい刺激を与えた。

「今後われわれが多少とも独自の創造的研究を展開し、商品流通過程の理論の集積に何事かを加えることができるためには、われわれはあえて今一度基礎諸科学の成果の吸収に沈潜せねばならないのではないのだろうか。そして今やわれわれは単なる思考や、理論の移入の段階から脱却して独自に独創的研究を樹立推進せねばならぬ段階にきているのではないだろうか。」(小売商業構造論序文)

これは先生の留学期間中のちょうど真只中、昭和37年9月30日、バークレーにおいて書かれたものである。異国にあって、遠く日本のマーケティング・流通研究に想いを寄せ、今後の決意を卒直に吐露されたものであろう。このような想いを胸にして、昭和38年初頭、帰国された。ここに先生のご活躍の範囲は、一段と、拡がることになる。

先生が帰国されてからまもなく、研究指導を受ける大学院生の数が急に増加

した。当初集まったのは、筆者をはじめ、小森俊介（西南学院大、現所属、以下同じ）、渡辺公観（和歌山大）、石原武政（大阪市立大）、羽路駒次（名古屋学院大）、荻野典宏（甲南大）、白石善幸（西南学院大）、少し遅れて石井淳蔵（同志社大）、小島健司（神戸大）、などの諸氏であった。その後も、年々、新しい院生や研究生が先生の門をたたいた。

ゼミナールは、大体、二本柱で行われた。1つは各人の研究報告である。先生は最後まで黙って報告をきいておられることはまれであった。問題設定が甘ければ、当初から鋭い質問を浴びせられ、答えに窮して最後まで報告ができないこともしばしばであった。当時、院生の間では、この「3分間デスト」をいかにくぐりぬけるかが、研究報告にさいしての最初の課題であった。

もう1つの柱は、アメリカ・マーケティング論の最先端の文献、およびそれを生み出した基礎・周辺科学文献の輪読であった。W. オルダースンの *Planning and Problem Solving in Marketing* のタイプ刷原稿が先生のもとに送られてくると、それがテキストになった。オルダースンの機能主義のベースの1つに、T. パーソنزの機能主義があるといえば、それがテキストになった。新しいシステム解析手法として、グラフ理論が話題になると、そのテキストがとりあげられた。先生は院生にも理論の最先端に行くことを要請されたのである。

ゼミナールにおいて、先生は教師としての立場をよく捨てられた。院生の見解にするどい批判を浴びせられるとともに、自らも院生からの批判をお受けになった。こうして、半日にもおよぶゼミナールが、またたく間に過ぎて行くのが常であった。日本の理論水準を1日も早く向上させねばならないという、先生のロマンが、当時のゼミナールの雰囲気、支配していたように思われる。

先生のこのロマンは大学院ゼミナールにとどまっていただけではない。それは学外にも向けられた。その1つは、当時、大阪市立大学の森下二次也先生とともにはじめられていた現代マーケティング研究会である。この研究会は従来の紹介型の研究にあきたらない理論指向の強い研究者の集会であった。盛時には、関西の大学を中心に30人を超える研究者が、毎月の定例日に会合していた。

ここでも先生は指導的役割をはたされた。

今日、日本商業学会関西部会にはきわめてユニークな組織風土がある。要約的にいえば、運営が民主的であること、研究報告は若手・中堅を中心に行われていること、そして質問と討議はきわめて活発に行われること、こうした結果、大学間の壁がまったくないことなどである。今になって考えてみると、こうした組織風土の源流は、現代マーケティング研究会にあるように思われる。そして、この組織風土は、森下二次也先生とともに、現代マーケティング研究会を育てられ、その成熟とともに、それを関西部会の中に持ち込まれた荒川先生の学問にたいするロマンと、パーソナリティを強く反映しているように思われる。

先生が帰国されてからの数年間は、マーケティング理論の母国、アメリカにおいても、学説史上の大きい転換期であった。1950年代における、「マーケティングは科学でありうるか」という科学論争をうけて、1960年代は、実際に、科学としてのマーケティングを構築しようとする試みが次々に出された時期であった。

1963（昭和38）年には、フォード財団の依頼を受けて、J. A. ハワードは、*Marketing: Executive and Buyer Behavior* を公刊した。その中で彼は意思決定の概念を中心におき、心理学、社会学、組織論などの行動科学の成果がマーケティング論の理論的基礎としてどう役立つかを検討した。1964年には、W. オルダースンが、R. コックスやS. J. ジャピロとともに、*Theory in Marketing, Second Series* を編集し、マーケティング論の基礎概念を中心とする検討をはじめた。マーケティング・サイエンス研究所のプロジェクトの成果として、M. ハルバートの *The Meaning and Sources of Marketing Theory* が科学哲学の導入によって、マーケティングの科学化の可能性をさぐったのは、1965（昭和40）年である。また、それに先立つ1964年には新しい理論誌、*Journal of Marketing Research* が創刊され、そこを舞台にして、新しい世代の研究者が多変量解析、確率モデル、行動科学を駆使した理論的・実証的な論文を次々に発表しはじめていた。

要するに、アメリカのマーケティング論は、基礎概念としては意思決定過程の概念をとりいれ、方法論としては、科学哲学、行動科学、計量手法を導入し、実証研究へ大きく傾斜しながら、急転回を遂げようとしていた時期であった。昭和41年に創立された日本マーケティング・サイエンス学会の創立発起人の中心人物として先生が奔走されたのは、このような時代的背景のもとにおいてである。

この学会は、第1に、学際的事であること、第2に、プロジェクト方式による研究・報告という2点で、当時としては画期的なものであった。たんにマーケティングや流通を専攻する研究者だけでなく、経済学、社会学、心理学、統計学、OR など、多様な分野の研究者が参加した。学会員はいずれかのプロジェクトに属し、それが研究活動および学会報告の基本単位となった。先生は、このようなプロジェクトの1つ、「マーケティング・サイエンスの基礎概念」を主宰され、マーケティング・トランザクションの概念を中心に検討された。

以上のような教育および学界活動とならんで、研究の面での範囲も拡大していった。その方向の1つは、マーケティング・マネジメント論の体系化であり、他の1つは流通政策研究である。

アメリカのマーケティング論が、とくに1960年以降、マーケティング・マネジメント論として展開されるにつれ、わが国でもその紹介・導入がさかんになった。しかし、その多くは、アメリカのテキストを翻案したものにすぎなかった。このような現状を打破するために、先生は2つの編著を世に問われた。「体系マーケティング・マネジメント」(昭和41年)、「マーケティング経営論」(昭和42年)がそれらである。これらのうち、森下二次也先生との共編著であり、現代マーケティング研究会の主要メンバーを執筆陣にえらんだ「体系マーケティング・マネジメント」は、マーケティング・マネジメント論の邦文による最初の高水準の体系書と評価され、多くの大学で教科書として採用された。

しかし、本書はたんなる教科書ではない。「教科書を書くのは50才を過ぎてからでよい。そんな暇があれば、研究をしろ」というのは、先生がよく若手研

究者に言われる言葉である。この書は、体系的にマーケティング・マネジメントの主要領域にふれているけれども、同時に、そこに展開される論点は研究の最先端をゆくものであった。それは、当時における、もっとも理論的なマーケティング・マネジメント論であった。

昭和30年代の後半から昭和40年の初頭は、いわゆる流通革命の時代である。この流通革命を推進したのは、一方でメーカーによる流通介入であり、他方で大型スーパーの急成長であった。とくに、後者は日本の小売商業構造の中核である、零細・過大な中小小売商に危機感を与えた。人口の郊外化、自動車の普及にともない、次々に郊外に開発される、スーパーをキーテナントとするショッピング・センターは、都市中心に立地する既存商店街との空間競争を新たな局面に移行させつつあった。さらに、幹線道路網の整備、大都市内物流の飽和、鉄道からトラックへの輸送手段の転換、などによって、物流システムが大きい転換期をむかえていた。流通問題は、当時、社会問題の最たるものとして、生じつつあったのである。

これに対応して、政府は流通近代化政策、流通システム化政策を次々に打ちだし、現実構造の変化に政策的に対応しようとしていた。この政策の立案・履行の過程においては、中央政府、地方自治体などに各種の審議会・委員会が設置された。そして、これらが多くの流通研究者を巻き込むことになった。先生の場合も、その例外ではない。

昭和40年の経済審議会特別委員・産業構造審議会臨時委員をはじめとして、この間、先生は大阪商業対策審議会委員、神戸市中小企業振興対策審議会委員などをつとめられ、流通政策形成の現場に関与されていた。しかし、その関与のされ方は、いかにも先生らしいやり方である。先生はつねに自己の学識にもとづいて、研究者としての意見をのべられ、政府の政策に迎合する態度はみせられなかった。むしろそのような現場を自己の研究対象として、科学者の眼で批判的にみておられたように思う。先生がいわゆる御用学者を軽蔑されたり、流通政策研究を行うためには、その政策形成過程を客観的に分析することが不

可欠だと主張されるのは、このことと無縁ではない。

いずれにしても、先生は流通革命に端を発した一連の流通政策にたいして、自らの見解を世に問われることになる。「商業構造と流通合理化」(昭和44年)、および「流通政策への視角」(昭和48年)の二著がそれである。この二著は、先生がたんなる書齋人ではなく、自己の専門と密接にかかわる社会問題にたいして積極的に発言することによって、学者に課せられた社会的責任を遂行する研究者であることを示している。

「商業構造と流通合理化」において、先生は、当時きわめてジャーナリストイックなテーマであった流通革命論議を主題とされながら、それがいかに学問的に問題になりうるかを示された。世間におけるこの種の論議が流通の社会的機能についての的確なる理論的基礎の上に展開されているか、流通と商業との関係について正しい認識が持たれているか、アメリカ合衆国とわが国の商品流通の歴史的展開過程の異質性や、現段階における社会的・経済的構造の異質性についての認識は的確であるか、などを問われたのであった。

このような問題意識の下に、流通革命は流通合理化の一環にすぎないことを理論的に考察してのち、流通革命という一つの社会的事象を、歴史的(第Ⅱ部わが国商業構造の変貌)、および空間的(第Ⅲ部商業構造の国際比較、第Ⅳ部地域商業構造の特徴と政策)な拡がりの中で位置づけられるのである。そして、このような視座から、たとえば中小小売商保護のごとき政策目標の、目標それ自体の合理性を問われるのである。

今まさに起りつつある事象の歴史的意味を理解し、事態の進行の方向とそれを制御しようとする公共政策が、社会にどのような影響を与えるのかを予測すること、これは今日の社会学者に課せられた社会的責任の主内容であろう。しかし、一般の研究者にとってこの作業はきわめて難しいことである。たとえば、マーケティング論や流通論の分野にかぎっていえば、理論に強い者は実際を知らないし、実際を知っている者は理論に弱いということが今日でも妥当する。また、諸外国の文献やマーケティング・流通事情に詳しい者は、日本のそ

れを知らず、逆は逆であるということもまた真である。政策形成に参加するものは、行政当局が設定した流通政策の目標それ自体の合理性は不問に付し、その実現の手段のみを考える。他方、それに参加しないものは高踏的な政策批判に終始する、このことも現在ですらそれほど変わっていない。現在においても学界を支配するこのような風潮を背景にして考えるとき、「商業構造と流通合理化」の紙背にある先生の姿勢は、多くの研究者にとって無言の教師であるというべきであろう。

「流通政策への視角」において、先生は流通政策についての問題意識をさらに掘り下げられる一方で、分析対象を拡大される。高度経済成長以降、次々に展開された主要な流通政策のすべてを対象とし、その形成過程、その内容、そして実施の影響などにかんしての論理的かつ現実的な問題点を体系的に解明された。毒舌をはかせたら、先生に勝る学者は数少ない。科学的分析と先生一流の毒舌が融合して、本書はきわめて迫力にとみ、痛快な読後感が残る。紙背にある先生の姿勢は、前著と同じである。そして、本書の出版は政策当局に多くの反省をしいることになった。しかし、荒川先生が論断した当局の姿勢は大きく変化せず、今日にいたるまでの流通政策低迷の時代へ突入することになる。

III

学者としての最初の仕事は40才までに、またそのライフワークは50才までに完成せよ。これは門下生などが会合したときに、先生がよくおっしゃっていた事である。奥様と一緒に話をなさったり、たまの小旅行や外食を楽しまれる以外はほとんど遊ばれず、その生活を学問一筋にかけてこられた先生にしてなお、このような事をおっしゃったのは、ご身边が50才前後からきわめて多忙になられたからであった。

日本商業学会、日本マーケティング・サイエンス学会、日本中小企業学会、社会経済システム学会などにおける理事としての運営業務、他大学への非常勤講師、各種審議会委員、などの学外業務、また学内では教務委員、評議員、学

部長、さらには種々な委員会業務などによって、先生の身边は多忙をきわめた。

先生は自己に課せられた仕事であれば、どんな仕事でも手抜きということをなさらない。そのすべてに全力投球をされる。こうして先生の研究時間は少なくなっていく。当時、手帳をながめられながら、むづかしい顔をされているところを何度も拝見したことがある。手帳のスケジュール欄には、びっしりと仕事や約束が書き込まれてある。その中に数日にわたり赤線をひいてあるところがある。研究のためにとりうる日々がそれであった。その少なさをご覧になりながら、むづかしい顔をされていたのである。

しかし、先生は研究をまったくあきらめられたわけではない。数少ない時間を利用して研究を続けられた。そして、多忙の中にあつて、久保村隆祐先生との共編著、「商業学」を昭和49年に出版された。これは今日でも、商業学の基本的なテキストとして多くの大学で採用されているものである。多くの執筆者の参加をえて、商業学の基本内容があますところなく、盛り込まれている。

しかし、研究時間の不足に悩んでおられた先生にも機会がやってきた。昭和52年、特別研究員として、一年間の間、教育・管理・その他の雑務から解放されることになった。この機会を逃さずにまとめられたのが、「マーケティング・サイエンスの系譜」（昭和53年）である。

先生によれば、マーケティング・サイエンスは、(1)マーケティング問題解決に用いられる科学的手法、または科学的手法を用いること自体、(2)マーケティング事象の記述・分析・予測・統制に貢献する仮説および理論、(3)これらの仮説および理論の斉合的体系である。アメリカにおいては(1)のみが考えられることが多いのにたいして、(2)と(3)を追加されるところに荒川先生の見解の特徴がある。いわば、マーケティング・サイエンスは、マーケティング論の高度化したものとして把えられている。

「マーケティング・サイエンスの系譜」は、荒川先生の生涯のテーマであるマーケティング方法論にかんするものである。マーケティング論の生誕以降、今日のマーケティング・サイエンス構築を指向するにいたるまで、マーケティ

ング論はいかなる問題設定を行ない、それをいかなる概念体系と技法によって解こうとしてきたか、これを学説史的に展望することが本書の基本テーマである。

この作業を通じて、先生は統合的マーケティング・サイエンス体系がいかなる方法論にもとづいて構築されるかを模索された。その結果、マーケティング・サイエンスは(1)多階層の理論体系として構築されねばならないこと、(2)研究方法としては、分析技法を主とするのではなく主題を中心にすえるべきこと、(3)アメリカ・マーケティング論は一般理論ではなく、したがってその普遍的なものと特殊なものを選別する一方で、日本のマーケティング事象の理論的解明と定式化への努力がはかられねばならないこと、などを結論として示されている。

本書は、いわば、日本マーケティング論のアメリカ・マーケティング論からの独立宣言のようなものである。そこでは、アメリカ・マーケティング論が相対化され、日本のマーケティング研究者が、マーケティング・サイエンス構築のため、今なにをなすべきかが示されている。本書はまた、マーケティング論の関連諸学、経済学、行動科学、OR 技法、システム理論、科学哲学などにたいする、マーケティング論のアイデンティティ宣言の書でもある。マーケティング論をして、独立の科学たらしめるものは、それが対象とする固有の主題にあることが示されている。マーケティング研究者のアイデンティティ・クライシスが叫ばれ、また日本マーケティング論の展開が国際的に期待されている今日、本書の視座は、日本の研究者がみずからの視座としなければならないものである。

「マーケティング・サイエンスの系譜」によって、若い頃からの研究の集大成をされた荒川先生は、これによって安心立命の境地に達せられたわけではない。それどころか、かえって研究の新しい旅立ちを宣言される。「商学原理」(昭和58年)の出版がそれである。この書において、先生は商業論、貿易論、金融論、証券市場論、交通論、保険論、などいわゆる商学と総称される分野に

共通する基本原理を模索される。その見解によれば、すべての商学関連諸学は、財の社会的移動に関する人間行動を究明しようという共通の志向をもっている。財の社会的移動にかかわる人間行動は、交換を指向し、それを招来することにかかわる行動、すなわち「取引」である。商学原理はかかる取引についての認識の体系であり、一種の取引理論として構築しようという予見のもとに、取引にかんする従来の所説を体系的に展望されている。

学者はその生涯をかけて、結局は一つの問題しか解きえない。しかも、その一つの問題は、学を志し、青春のロマンのうちに構想した問題に回帰する。荒川先生の場合もこの例外ではない。なぜなら、取引の概念こそ、先生の師、福田敬太郎先生がその生涯をかけて商学の基礎概念としての地位を与えられた概念にはかならないからである。荒川先生はこの概念を、現代的意匠のもとに再構築されようとしている。

先生が「商学原理」を世に問われた時、周囲は驚きと、とまどいの眼でもって本書をむかえた。驚いたのは、先生が新たな研究の出發を宣言されたからであり、とまどったのは「商学原理」という名によって、タイムトンネルをくぐった気持ちがあったからである。

しかし、先生の「商学原理」はけっしてドン・キホーテ的な試みではない。それどころか、21世紀を見通した野心的な試みですらある。情報ネットワーク化の発展によって、従来の商学関連諸学が別々に対象としてきた現実構造が、近年、急速に再統合化にむかっている。マーケティング、流通、物流、金融、保険、証券などが、制度体としての1つの企業の活動範囲内に統合されはじめただけでなく、その活動範囲が国際的に展開をはじめている。これらの現実構造をいかなる概念によって統合的に把えるのか。この問題は、21世紀を前にした、商学研究者にとってもっとも挑戦的な課題である。先生の商学原理はこのための基礎作業であるとも解することができる。

荒川先生は永遠のロマンチストである。研究の完成、高度化をめざした旅はあきることを知らない。後世になって、先生の全生涯にわたる研究史が書かれ

るならば、さらに重要な数頁が小論に添加されることを期待して、ひとまず筆をおくことにする。

