

タイトル	北海道における商の不活発化に関する一考察
著者	黒田, 重雄; KURODA, Shigeo
引用	開発論集(86): 97-123
発行日	2010-09-30

北海道における商の不活発化に関する一考察

黒 田 重 雄*

目 次

はじめに

1. 商とビジネス

1-1. 商とは

1-2. ビジネスとは

1-3. 商と商人の定義

2. 北海道の貿易（北海道の貿易は圧倒的な輸入（入超）体質）

3. 北海道における商の歴史

3-1. 世界の商史の概観

3-2. 日本の商史の概観——日本における商の活発化

3-3. 北海道の商史

①北海道の商史の概観

②北海道と関係の深い商人（藩）

4. 明治の開拓と商——北海道では何故商が不活発になったのか

おわりに

はじめに

北海道経済が盛り上がらない指標の一つとしてあげられているのが、「域際収支の赤字」の大きさである。

「域際収支」とは、物やサービスに関する道外（含む海外）との取引（貿易）の結果を示すが、北海道の場合、移輸入が移輸出をほとんど毎年のように2兆円程度上回って（赤字で）推移してきているということである。

かつて千歳空港の「ハブ空港」化が言われ、国際貨物増大実現の可能性がありとして空港脇に「国際貨物会社」が立ち上げられたことがあったが、一年で倒産してしまった実例がある。そのときの最大の理由は北海道から出荷する物がなかったからということであった。

食料自給率（カロリーベース）200%で、全国の食料の3分の1程度を生産している、と言われる食料生産国北海道が何故出荷する物がないのか、率直に言って筆者のみならず道民の誰もが理解できないことがらなのである。

確かに統計上では、北海道で生産する4分の1を移輸出しているが、北海道の消費分の3分の1を移輸入していることになっている。これは、道内で生産された4分の3は道内用に供され

*（くろだ しげお）北海学園大学開発研究所特別研究員

ることとなるが、それは道内消費の3分の2にしか相当しないということを意味する。要するに、道内生産と道内消費のアンバランスによる差額（域際収支）が毎年2兆円の赤字になっているということである。

また、このことは、単なる「域際収支の赤字」にはとどまるものではなく従来から北海道経済活性化を妨げる大きな要因の一つとして取り上げられてきている。したがってそこでは、どうして赤字なのか、何かそれを解消する手立てはないのか、についての論争となつてあらわれている。

筆者も、これまで北海道経済の活性化を阻害する要因や問題の解消の方向性について考えてきた^{(1)~(12)}。

そして結論的に、活性化の考え方として「道産品のマーケティング」、またその具体的方策として「海外への輸出」が重要ではないかと述べてきた。

一方、北海道経済の方は各方面の努力にもかかわらず、好転のきざしは見えてきていない。

こうした状況の中で、最近、筆者は北海道経済が好転しない原因の一つに「明治以降の北海道開発のあり方」があるのではないかと考えるようになっていく。つまり、各方面のこれまでの北海道経済活性化策は、意識するか否かは別にして、明治期の開発の考え方や開発の実践を引きずつてきていて、経済活性化にとってきわめて重要な「商」の部分がおろそかになってしまっているのではないかと考えるようになっていくところから来ている。

少なくとも明治前期までの北海道は、「商」の部分、とりわけ道外や海外との経済交流・貿易や貿易は盛んであり、したがって、今以上に北海道は豊かであった。

筆者としては、今一度そのころの「商」に思いを馳せ、現在の北海道の閉塞状況を改善する考え方や手立て（方式）を再検討してみることも重要ではないかと考えるようになっていく。

この点について本稿では日本や北海道の歴史的経緯を検討する中で明らかにしてみたい。

1. 商とビジネス

本稿において、北海道経済活性化の要素として中心的に取り扱われる「商」や「商人」の概念を、まずもって明らかにしておかねばならない。

経済学者の篠原三代平は、東アジア諸国の状況から一国の製造業の活発化にとって、「輸出志向性は欠かせない」と述べている⁽¹³⁾。一方、フランスのモンテスキューやイギリスのアダム・スミスは一国の富を増大させるため貿易は重要であると言った⁽¹⁴⁾⁽¹⁵⁾。こうした貿易に何らかの政策的配慮や手心は加える必要はないと、いわゆる重商主義政策に反対した。両人は基本的に商人に任せておけば「見えざる手」によって秩序が保たれるという「レッセフェール」の考えを披瀝している。

モンテスキューやアダム・スミスの言う交易（貿易）の問題は「商の世界」（commercial system）の問題である。

1-1. 商とは

そもそも「商」とはどういう内容を持つものなのか。結論を先取りすると、ヨーロッパでは、「commerce (コマーンス)」であるし、また、今日言うところの「business (ビジネス)」に相当するものである。

一般の英和辞書で‘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、

[<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。

この「コマーンス」について、林周二教授は、その著『現代の商学』(1999)の扉裏で、西洋史学者である大塚久雄教授の著書の引用を載せている⁽¹⁶⁾。

“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なような、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] 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⁽¹⁷⁾。

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)。

一方、川出良枝は、次のような見解を出している⁽¹⁸⁾。

“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。他方、“économie politique”という語は、モンクレティアンのような少数の例外を除いて、18 世紀末まで、政治秩序という意味で使用され、今日の「経済」という意味で使われることはなかった。

川出はこの意味で“commerce”を日本語で「商業」と訳しているのである（後に見るように、筆者が本文中で「商業」の用語を用いる場合はこの意味である）。

そして、林教授は、日本では、「commerce」を邦訳したときに、「商」とか「商学」となり、さらに「商業」が、日本の「商業統計表」などで取引業として「卸売業」とか「小売業」と狭い意味に捉えたところに混乱の原因があったとしている。

また、逆に、「日本語の“商”」に当たる英語としては、林は、commerce, mercantile, business であろうと述べている⁽¹⁹⁾。

ところで、この日本語の「商」の解釈について、林周二教授は興味深い考察を披露している⁽²⁰⁾。「商」の対置語についての検討であり、その第1に「商対工 (industrial)」, 第2に「商対民 (civil)」, 第3に「商対軍艦 (militaristic)」を挙げている。そして、第3について以下のように述べている。

商の字義については、第3の対置語として、“軍艦と商船”のように軍 (militaristic) の対置語としての商があることに留意したい。ここで商船とは、商売や貿易の用に供する船だけの義でなく、軍艦 (warship) のように、軍艦旗 (ensign) を掲げ武装した船に対する丸腰の船、平和の船の義である。昔から“国境を商品が越えなくなると弾丸が国境を越すことになる”と言われたが、その意味では商の文字は、もともと戦争に対する平和の意味をもつ。この意味での商人とは、戦闘員に対する平和の交渉者の義である。ギリシアの“平和の神”マーキュリー像は、常にオリーブの枝を手をしているが、棍棒と違い葉のついた木の枝は戦いの具ではないことを象徴している。そしてまた“平和の神”マーキュリーは同時に“商人の守り神”でもあって、矛を手にした“軍神”マルスと対置される。その意味ではわれわれが学ぼうとしている**商学は“平和の営み方についての考察を深める学問”という意味深い語義をもっていることを、読者はよく噛みしめて欲しい。最近よく“平和学”などと口にする学者がいるが、口先だけでない昔からの真の平和実践を研究する学問は商学だ、との矜持をわれわれは持ちたい。**

ここで、心理学者で精神分析家の S. フロイトが、科学者 A. アインシュタインとの往復書簡を取り交わした際、アインシュタインの“国際連盟の呼びかけに応えながら、平和を愛する一員として戦争というものを考えたときに、「どうしたら人間を戦争のもたらす苦難から守れるか」の質問に対して、返答した戦争についての考え方を現した手紙を思い浮かべる⁽²¹⁾。

人間には戦いの本能がある、という解釈である。「人間のあいだで利害が対立したときに、決着をつけるのは原則として暴力なのです」⁽²²⁾。

そして返信の末尾を以下の言葉で結んである⁽²³⁾。

さて、だれもが平和主義者になるまで、あとどのくらい待たねばならないのでしょうか。それはまだ分かりませんが、この二つの要素、すなわち文化的な姿勢と、将来の戦争のもたらす惨禍にたいする根拠のある不安という要素があいまって、近い将来に戦争はなくなると期待するのは、ユートピア的な希

望ではないのかもしれませんが。それがどのような道や迂回路を通して実現するかは、予測もつきません。しかしいまのところ、文化の発展がもたらすものはすべてが、戦争を防ぐように機能すると主張することはできません。

林（周）説と合わせて考えるに、かつてはそうした戦いの明け暮れの中で、何とか揉め事を平和裡に解決する方法はないかということで、「商」という方式が考えられた、あるいは活用したのは人類の一つの知恵だったということかもしれない。しかし、今日にいたるも「商」は戦争を止めることは出来ていないが、今後はどのような手立てがあるのであろうか。

1-2. ビジネスとは

一方、「ビジネス」の方はどうであろうか。

まず、英語の“business”について、林（周）が次のように説明している⁽²⁴⁾。

ビジネスという言葉は、極めて複雑な意味をもつ。言葉自体の義を今試みに P. O. D. で引くなどして、強いて日本語に直すと、1) 事務的であること、2) 営利的であること、のようになる。両者の軸の関係は、互いに重なり合っている集合部分をもつ。われわれの商学の立場からは、一応この重なり合っている集合部分を念頭に置いてビジネスを考えることとなろう。その意味ではビジネスは西欧近代的・合理的、とくにアングロサクソンの概念である。少なくともそれは東洋的な概念ではない。日本語に適当な訳語を見出し難いゆえんでもある。

また、語源辞典 (Online Etymology Dictionary) によれば、9 世紀頃ノーサンブリア (Northumbria) は、アングル人 (Angli) の王国 (アングロサクソン人 (Anglo-Saxon) が築いた 7 王国のうち最北、現在のノーサンバランドにあった) であるされるが、そこにおけるノーサンブリアン語の “bisignisse” は、care (注意), anxiety (心配) の意となっている。また、“bisig” は、careful (注意の), anxious (心配な), busy (忙しい), occupied (専念した) の意味であるとなっている。

“business” が、work (仕事), occupation (職業) の意とした最初の出現は、1387 年とある。また、business に、trade (取引), commercial engagements (商事) の意が加わって用いられたのは、1727 年のこととされている。

なお、“busy”については、同じく (Online Etymology Dictionary) では、上記にある “bisig” の「慎重で、心配して、忙しく、占領された」からきている。i-から u-へのスペルが移行した何らかの不明瞭な理由で 15 世紀にあらわれている。また、この busy は 17 世紀に “sexually active” (性的な行動) の婉曲語として使用されている。電話回線には、1893 年に用いられている。時々 “prying, meddlesome” (詮索好きで、おせっかい) の感覚で busybody (おせっかい屋) の使用も 1526 年に見られる。Busy work (忙しい仕事、(時間つぶしの) 仕事) の最初は、

1910年に記録がある、となっている。

既出の“*Robinson Crusoe*”（ロビンソンクルーソー漂流記）を書いたD. デフォーも18世紀前半に自身の経験を踏まえたビジネス関係の書物を著しているという。

ついでに、“businesslike”（ビジネスライク）については、A.W. クロスビーの説明がある⁽²⁵⁾。

ビジネスライクという言葉は辞書で引くと、効率的・簡潔な・直接的・系統的・徹底的などと定義されている。勇敢、優雅、敬度というような、貴族や聖職者ならおのれを形容する言葉に望むであろう類の意味合いはまったくない。ビジネスライクという言葉は注意深きと綿密さ、そして実践の場では数字を扱うことと同義である。こうした特性は、これを実践した人々が数量的に把握できる経験を可能なかぎり数量的に表現し、処理したというかぎりにおいて、科学と技術の発展をもたらした要因の一つとなった。

1-3. 商と商人の定義

ところで、「ビジネス」（や「マーケティング」）が米国で発展したのならば、「コマーンス」はヨーロッパにおいてである。コマーンスは、日本語では「商」とか「商業」とかと訳されているが、ヨーロッパでその研究が本格化するのが16、7世紀である。

（なお、日本における「商」の語源については、黒田他著（2000）で検討されている⁽²⁶⁾。）

商人の出現については、G. ルフランが書いている⁽²⁷⁾。

取引というものは、商人（仲立ち人）が現れるより前から存在していた。交換が行われるためには、かならずしもそれに活動のすべてをさく人間が必要なわけではない。長い間、人間は職業的仲介者なしに、余分に持っているものを、少ししか持っていないものと交換することで満足していた。……。商業はまだ手仕事を中心とし、ときどき行われる程度だった。商人の真の先祖は、むしろこの貧しい行商人なのであって、彼らは交通の危険をものともせず、村々や小部落を通り、苦勞して自分たちの種々の商品を荷車や自分の背中に負って運んだのである。定められた目的地で、彼らは地面の上にゴザを敷き、籠や扇をもってそこに身を落ち着け、言葉巧みな口上で、物見高いが用心深い客に物を買わせようとする。そして、ときにはそれが少しばかりの玉ねぎと扇、菓子と首飾りという具合に物々交換になる。この人たちは、もっぱら商業のためと、商業によって生活していたのである。

なお、ここでの「商業」の語は、“commerce”の翻訳であろう。

黒田美代子は、中東におけるスーク（市場）を研究しているが、そこでは商人を意味するタージル（tajir）には、工場（マアマル）、仕事場（ワルシャ）で商品を製造する者も含まれているとしている⁽²⁸⁾。要するに、スークの商品の生産、販売に関わる仕事をしている者はすべて「タージル」であり、また、商業（商）を意味する言葉は、ティジャーラ（tijarah）である、と述べている。

以上より、筆者による「商」と「商人」の定義は以下のようなものとなる。

“商”の定義：商とは、すべての企業の事業活動のこと、である。日本語の「商」とは、欧米ではコマース（commerce）を指す。これはアダム・スミスでは、農業以外のすべての産業企業の交易（貿易）活動の総称である。中東のスークでは、「商品の生産、販売に関わる仕事」を意味するティジャーラ（tijarah）のことである（黒田美代子の定義）。

日本では「商業」の言葉が多い（したがって、commerceを「商業」と訳される場合が多い）。この「商業」は、中国では「物を売り買いする活動のこと」とされている⁽²⁹⁾。

その際注意さるべきは、「商業」は「商」の意味と解しておくことが重要である（このことは、日本での統計上の卸・小売業を指すものでないことである）。

結局、ここでの「商」とは、生産や流通活動（事業、仕事）によって利益を得ることであり、今日いわれる「ビジネス」と同義である。

「商」と「ビジネス」の相違は、唯一、ビジネスの歴史的な変遷からくるものである。商（商人）がある時点からビジネス（企業）へと展開していったということである。つまり、「商」は「商人」は個人が行う活動を指し、「ビジネス」は「複数の人によって組織化された企業活動」のことになる。ビジネスでは、とりわけ「活動のあり方」「活動をどう考えるか」「どういう事業を行うか」「何をどう製品化（商品化）するか」等がまずもって重要となるが、こうした問題を考えることとして「マーケティング」（筆者は「企業学」と訳したいと考えている）が生まれた。

「商人」の定義：商人とは、遠距離交易（事業活動）を行って利益を得る人、である。中国では物を売り買いする人。欧米ではマーチャント（merchant）、中東ではタージル（tajir）相当する。アダム・スミスでは、農業以外のすべての産業企業の交易（貿易）活動に従事する人。中東ではの生産（農業も含めて）、販売に関わる仕事をしている人すべてを指す。

アダム・スミスでは、人には「交換性向」（propensity to exchange）が具わっているとされていたし、今村仁司は、そうした物を交換する人間を「ホモ・コムニカンス」と呼んだ⁽³⁰⁾。

しかし、贈与や交換するだけでは「商人」とは呼ばれない。歴史上、merchant（商人）と呼ばれる人びとは、“遠距離を視野に入れた交換・交易活動に従事し、その活動によって「利益」を得て、それを生活の糧にしている人”なのである。隣近所や近場の人びととの物々交換を日常的に市場で行っているだけの人は「商人」とは呼ばれない。単に、「商売を行っている人」に過ぎないのである。

遠くの人との交易で距離が離れば離れるほど未知のことがらや理解できない部分が大量に出てくるし、また危険も多くなるが、それだけに莫大な利益をもたらす可能性も秘めている。

したがって、事業遂行に当たっては、事業にかかわる情報の収集や解析の能力の優れた人、事業立ち上げのための相当な資金を所有しているか、または資金調達を容易にできる資質を持っているか、そしてその上に、最も重要なことになるが、「進取の気性」に富んだ人でなければならないのである。

こう見てくると、今日の「企業」のあり方が浮かんでくる。歴史上の文献が登場するようになった紀元前 3000 年から今日まで 5000 年の月日が流れたが、「商」（商人）から「ビジネス」（企業）へと名前は変わったが、事業（ビジネス）遂行上の内実は、ほとんど変わっていないと言っても過言ではない。

そして、こうした「商人」が遠距離交易に関わることにより、一国のほとんどすべての生産・流通活動が活発化してくる様子も見えてくる。

アダム・スミスが『国富論』の中で「マーチャントたちに自由に交易活動（特に国際間貿易活動）させても、“見えざる手”（an invisible hand）によって秩序が保たれ、（重商主義政策反対＝レッセフェール）、最終的に国益につながる」としたのも正にこのことであったと理解されるのである。

2. 北海道の貿易（北海道の貿易は圧倒的な輸入（入超）体質）

北海道の地場企業にはビジネス感覚が乏しいとは、よく言われることである。つまり、北海道生まれの人（一般に「どさん子」と称している）には商売は向いていないということをあらわしているようにみえる。

“なぜなのか”ということに関して、前述のように、筆者は最近一つの結論として、明治期に入ってから北海道開拓に原因があるのではないかと考えるようになっている。

本格的な北海道の開拓は、開拓使の置かれた明治期に入ってからで、屯田兵をはじめ全国津々浦々から人々が多勢やって来た。そして、鬱蒼たる原始林や長期にわたる厳寒期などの厳しい自然の開墾には、老若男女誰彼なく一致協力して事に当たるしかなかったことは確かである。そんな状況の中で「どさん子気質」も出来上がっていったという点については異論はないであろう。

NHK 世論調査所の「日本人の県民性」（1980）によると、道民の特性・気質は「自他ともに認める“おおらかさ”であるとなっている。アンケート調査結果から他の都府県にはない以下の 4 点を浮かび上がらせている。

①しがらみがない、よそ者意識がない。②宗教心が薄い。③男女平等意識が強い。④競争心が乏しい。

これらを総合した結果、「おおらかさ」になるというものである。このいわゆる「どさん子気質」は、現在でも北海道の県民性意識をあらわす言葉として生きている。

ビジネス感覚の方からみると、④競争心が乏しい、が関係する。当時の一致協力して事（開墾・開拓）に当たる人々にとって、ビジネスにとって欠かせない「競争心」は無用のことであった。むしろ、あつてはならないことだったかもしれない。

また、「食糧基地」としての役割をもたされたことから、必要なものを作れば、それで十分事足りりとする風潮が生まれたと考えられるのである。「自然にまかせて収穫していればよい、言

われた通り作っていけばよい」の感覚である。つまり、収穫したモノ、捕獲したモノは、大部分当然のこのように政府・自治体、農協に買い上げてもらえたことから、新製品開発や市場開拓などマーケティング感覚は醸成されなかったということである。自然の開拓はあったが、市場開拓の方は必要のないことであった。世に言う「北海道においてはフロンティアスピリットがあるのであるからビジネスだって大いにやれるはずだ」という言い方もあるが、この「フロンティアスピリット」は、ビジネスや市場開拓の方には無縁のものだったと考えられるのである。

今日、こうした道民のスピリットと後に検討される行政側の施策と相まって道外や海外との取引を停滞させて来たと考えても間違いとは言えない状況となっている。

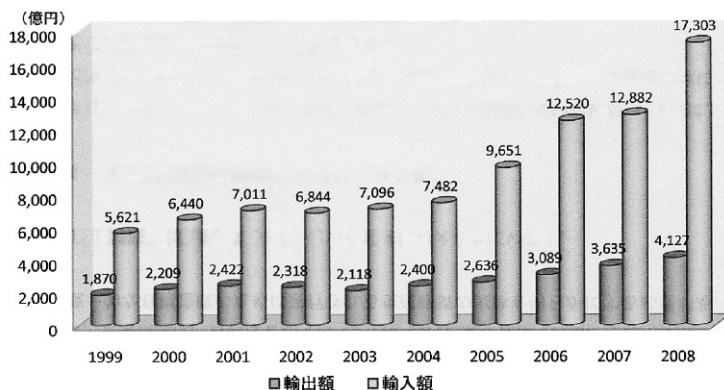
一方、北海道と海外との取引（つまり貿易）については、まず第一に、北海道と日本の貿易構造の相違を認識しておく必要がある。つまり、もともと、日本国内には輸出に関して地域差があるということである。

すなわち、かねてより通産省（当時）（『通商白書 平成 01 年版』, 1989）が、輸出構造においては、欧米との比較で、日本には相当地域差があると発表していたし、また、内閣府の報告書でも、北海道の輸出依存度はきわめて低いとでていた。この点は、現在にいたるも変わっていないし、北海道経済産業局の「全国の貿易額の状況」（2009 年）を見ても明らかである [図表 1], [図表 2]⁽³¹⁾。

この点をもう少し詳しく検討してみよう。平成 20 年(2008)の北海道の貿易状況については、貿易入超が、1 兆 3,175 億円と赤字であるに対し、日本全体では、出超額 2 兆 634 億円と黒字となっている。

この結果、北海道は、規模は小さいながらも輸出よりも輸入に貢献しているという結果になっている。

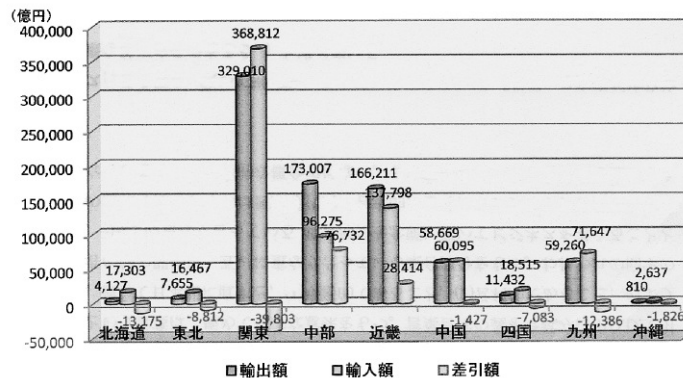
〔図表 1〕 北海道の貿易額年別推移



出所：財務省「貿易統計」

（出所）北海道経済産業局産業部国際課「目で見える北海道貿易 2009」

〔図表 2〕 全国の地域別（各経済産業局管轄地域別）の貿易額



出所：財務省「貿易統計」

(出所) 北海道経済産業局産業部国際課「目で見える北海道貿易 2009」

3. 北海道における商の歴史

3-1. 世界の商史の概観

北海道の商（業）史を検討する前に、まず、世界や日本のそれを考察しておかねばならない。

北海道の交易（貿易）を考える場合、道内の商史の検討のみに止まる訳にはいかないのである。つまり、北海道の商（交易）も単独では成立しえず、道外・海外との交換・取引の問題が議論せざるを得ない。すると、当然、交易する相手である道外当該地域の「商」の発展状況の影響を受けることにならざるを得ないからである。

今日、ビジネスとは、企業（人）が消費者（他人）に対して物やサービスを提供して利益を得ることである。ビジネス（business）という言葉は、19世紀前半から頻繁に使われていた。ビジネスと呼ばれる前は、コマーンス（commerce）といわれていた。

1（章）でも見たように、“commerce”という語は、17世紀前半の文献に登場するが、アダム・スミスの『国富論』に登場した直後の18世紀後半には消えている⁽³²⁾。

その後、商人が組織化されて企業が出てくるとともに、“business”という語に取って代わられたと筆者は考えている。

「コマーンス」とは、基本的に、「人（damkar, merchant）が他の人々のために物やサービスを提供して利益を得ること」と解される（したがって、「ビジネス」は2人以上によって組織された企業によって行われる利益獲得行動となる）。

「コマーンス」の世界（アダム・スミスが commercial system と呼んだもの）は、遠く紀元前4000年紀に遡ると考えられる。

農耕発祥の地は中東の大河チグリス・ユーフラテス河畔のメソポタミア地方であるが、ここに世界に先駆けて、“merchant”（商人）を生みだした“commerce”（商）の起源があるとされる。かつて、地球上の人類は狩猟採集で生活していたが、地域によって気候変動があつて常に

移動を余儀なくされていた。1万年前あたりから定住生活を始めている。メソポタミア地方では、紀元 8000 年ぐらいから農耕もはじまっている。

当然、人には “propensity to exchange” (交換性向) (アダム・スミス) もあり、物々交換は数万年前から行われていたと想像されるが、これらの「交換」が「商」という言葉に代わったのはなぜかというに、交換が商人によってなされるようになったからである。

商人が生まれた経緯については、大河の氾濫の仕方が大いに与ったという説が有力である⁽³³⁾。大河畔で農耕が始まったが、河の氾濫が不定期であったため、氾濫がないとき農耕ができず、このとき人びとは生活物資を求めて遠くまで遠征した。こうして、遠距離交易が物々交換の利益を求める商人を生み出し、彼らの生きるための活動が「商の世界」の発達を促したのである。

時代が下って、紀元前 4000 年ごろの交換については、ルフランが記述している⁽³⁴⁾。

物々交換、物と金、あるいは金と金の交換が行なわれるやいなや、取引が営まれる。人間につきものと思われるこの取引は、原始社会においても行なわれている。しかし原始社会においては、取引は細かい宗教的しきたりで取り巻かれていたが、社会学者は、これを解明しようと努めてきた。取引というのは、商人が現われるより前から存在していた。交換が行なわれるためには、かならずしもそれに活動のすべてをさく人間が必要なわけではない。長い間、人間は職業的仲介者なしに、余分に持っているものを、少ししか持っていないものと交換することで満足していた。しばしば遠路を経て、珍しいものや高価なものの輸送と供給を確保していた大商人が、小売りに限定された小商人以前に現われ、必需品以外の余剰物に対する欲求が取引を生じさせた。はるか先史以前から、実際の交換が大規模に行なわれていたことが知られている。

深見義一の「マーチャント小史」によると、「紀元前 3,000 年の頃、すでにメソポタミヤの商人 (damkar) たちは、いっばしのマーチャント (merchant) たる性格を具えていたようである」と述べている⁽³⁵⁾。

彼らは、その頃の一種の都市国家、ウル、ウルク、ラルサ、ニップールなどに、店舗を賃貸借し、羊毛・香辛料・ソーダ・銀・香油、さらには奴隷までも加えて、これを取り扱い、事務に習熟し、たがいに通信文を交わし、契約の締結に注意深く、訴訟に強かった。文字通り「口約より決済まで (from mouth to money)」の実行者で、契約の当初から、最後の貨幣の授受、決済までを滞り無く履行した。

そして、紀元前 2,500 年頃までには、すでに結社の形態をも利用したとある。交換の用具には、寺院の保証する棒状刻印貨幣、たとえば、バビロンの寺院のシェケル (shekels of the Temple of Babylon) を用い、パザーで、現金に事欠く場合には、約束手形を渡すことも認められたという。

青銅製品はすでに開発され、商業旅行人は、小刀・針・鎌などを木箱に容れて、遠く巡廻した。相手方からは、その対価として、蜜・蠟・毛皮・奴隷などを受け取った。

紀元前1,800年ないし1,200年には、柄付きの大太刀が作られ、これが恐るべき武器となった。紀元前1,000年頃には鉄が開発され、メソポタミヤの工人たちは、軍刀を供給し得たとある。

3-2. 日本の商史の概観——日本における商の活発化

日本の古代は農耕生活が中心であり、農民が主であったとする考え方に異を唱えるのは網野善彦（2007）である。日本人は海民であり、日本は古代より「閉鎖的な島国」ではなく、交易で成り立つ国であったとする⁽³⁶⁾。網野（2008）は、「縄文時代にしろ弥生時代にしろ日本列島の社会は、当初から交易を行うことによってはじめて成り立ちうる社会であった、厳密に考えれば「自給自足」の社会など、最初から考えがたいといってよい」という⁽³⁷⁾。

考古学者の岡村道雄（2010）は、縄文時代の交易について書いている⁽³⁸⁾。

広かった“縄文世界”；半径2キロから3キロほどの範囲を生活・行動領域としていた定往生活が、縄文時代早期後半から前期になると、軌道に乗って安定した。そこで、さらに定住を安定させるため、あるいはより豊かな生活を充足するために生活領域を越えた遠隔地との交易がはじまり、人びとの生活は以前より豊かで、バラエティーに富んだものとなっていった。

今風にいえば、生活にゆとりがうまれたことの証しであろう。「もっといいものを、もっと大量に」「自分の所にはないものを」手に入れたいという、欲望・物欲のなせる業ともいえるであろう。一方で、「自分の所にしかないものを、他の地域の人びとに分け与えたい、誇示したい」と考えるのは、人間の性ではなかろうか（筆者注：アダムスミスの交換性向）。縄文人は、集落周辺だけで自給自足の生活を送っていたわけではないのである。しかも、その範囲は、予想を超える広がりを持っていた。

交易の対象となった主なものは、以下の通りである。

- * 食材…ハマグリ・マガキ・サケ・サメ・マグロなどや、たぶん海藻なども含めた水産物。鳥獣の肉も可能性あり
- * 石器石材…鏃（やじり）・錐（きり）などに用いる黒曜石・頁岩（けつがん）・サヌカイト・黒色安山岩など
- * 石器…磨製石斧・石匙・石棒・石鏃などの完成品
- * その他の日常生活物資…アスファルト（接着剤）・塩（後期末より）など
- * 祭祀具、装飾品…オオツタノハ（貝輪）・イモガイ（玉）・タカラガイ（装身具）など南海産の貝製品、ヒスイ・コハク・滑石・蛇紋岩（玉類・ペンダントなど）など

交易の範囲は、食材・塩は三十キロから四十キロ圏、石斧・石棒は五十キロから百キロ圏、そして南海産貝製品は千キロを超えることもあり、石器・石材は海の向こうの朝鮮半島や沿海州・サハリンにも

運ばれていた。縄文人の「世界」は、現代に劣らぬほど広がったのである。

岡村の考察にあるように、近場の部落間交換や遠距離交易はあったであろう。しかし、この間、自己の利益だけを求めて自由に遠距離を動き回った「商人」が出現していたか否かは定かではない。

類推の域をでないが、縄文時代では、例えば、三内円山遺跡の状況からも、部落（長）の命を受けて、数人で船を使って川や海を渡って他の部落との交易をしていたようである。しかしその場合、交易を専門に担当する者が（命令によりか、部落内の係りとしてか）いたかもしれないが、その個人の自由裁量で交易を行い自己の生計を立てるという、いわゆる「商人」と決めつけ可能な根拠は見付かっていない。ただ、交易を担当した者が、部落内の市（イチバ）で売り手になっていたことは当然ありえる。

一般に、米作が始まってからが弥生時代（あるいは縄文後期）とされている。しかし、弥生時代の始まりについては、現在、紀元前10世紀～4世紀までと幅があり、終わりは紀元後4世紀となっている。この時代でも「商人」のいたことの証左を示す資料は見付かっていない。

しかし、弥生時代に入って、「商売人」がいたことは「魏志倭人伝」（日本では紀元後3世紀あたりに相当）の中にでてくる「国国有市、交易有無、使大倭監之」で類推可能である。

この市に立った人はどのような人なのであろうか。自分で捕ってきたもの、作った物を並べたのか、誰かに頼まれて売り手になっていたのか、部落内で交易を担当していたものが立ったのか、そのいずれかであったに違いない。ルフランが述べているヨーロッパの古代において商人が現れる以前の、物々交換の場であるマーケット（market）の状況と同様のことである。

奈良時代に入ると、「商人」の存在をあらわす資料が登場する。日本古代史家の館野和己(2001)は、『日本霊異記』、これは南都薬師寺の僧、景戒の著であり奈良末期から平安時代初期に作られたといわれる日本で最初の仏教説話集（全三巻、116話）であるが、その中に「商旅（之徒）」と呼ばれ、遠隔地を往来して商売をする商人たちの存在を示す話のある、ことを紹介している⁽³⁹⁾。すなわち、『日本霊異記』の「閻羅王の使の鬼の、召さるる人の賂を得て免しし縁 第二十四」には⁽⁴⁰⁾、

一 檣磐嶋、閻羅王の使の鬼に逢う

檣磐嶋は、諸楽の左京の六条五坊の人なりき。大安寺の西の里に居住せり。聖武天皇のみ世に、其の大安寺の修多羅分の銭を三十貫借りて、越前の都魯鹿の津に往きて、交易して運び超し、船に載せ家に将ち来らむとする時に、忽然に病を得つ。

船を留め、単独家に来むと思ひ、馬を借りて乗り来る。近江の高嶋郡の磯鹿の辛前に至りて、かえりみれば、三人追ひ来る。後る程一町許なり。山代の宇治椅に至る時に、近く追ひ附き、共に副ひ往く。磐嶋、「何に往く人ぞ」と問ふ。答へて、言曰く、「閻羅王の闕（みかど）の檣磐嶋を召しに往く使なり」といふ。磐嶋聞きて問目いふ、「召さるるは我なり。何の故にか召す」といふ。

使の鬼答へて言はく、「我等、先に汝が家に往きて問ひしに、答へて曰はく、『商に往きて未だ来らず』といふが故に、津に至りて求めき。当に相ひて捉へむと欲へば、四王の使有りて、誂へて言はく、『免すべし。寺の交易の錢を受けて商ひ奉るが故に』といひき。故に、暫く免しつらくのみ。汝を召すに日を累ねて、我は飢ゑ疲れぬ。若し食物有りや」といふ。磐嶋云はく、「唯干飯のみ有り」といひ、与へて食はしめき。使の鬼云はく、「汝、我が氣に病まむが故に、依り近づかずあれ。但し恐るること莫れ」といふ。終に家に望み、食を備けて餐す。

館野は「こうした商旅の徒は大量の資金（借りた大量の錢）を手には遠隔地（たとえば、越前の都魯鹿（敦賀）から琵琶湖経由で平城京まで）を往復し、各地の品を仕入れては都（東・西市など）で売り、また逆に都で品物を仕入れて地方で売りさばくという活動をおこなった」のであるとし、また、『日本霊異記』には、「商旅の徒はいわば大規模な活動を行う行商人であるが、小規模な行商人も多く東・西市に現れた」としている⁽⁴¹⁾。

その理由として、以下の検討を紹介している。

『延喜式』に規定する東・西市の店舗名に今でいう八百屋がないことである。米や麦、海藻・生魚鱗、あるいは菓子（日果物）鱗などはあるが、野菜を扱う店はない。ところが写経所が平城京の両市で購入している品物の中には、青瓜・茄子・かぶらなどの蔬菜類があった。もちろん『延喜式』の規定をそのまま平城京の東・西市に適用できるものではないが、蔬菜類は行商人が売りに来る場合が知られる。

造東大寺司奉写一切経所には「菜売女」が来た（『大日本古文書（編年文書）』17～410頁）。あるいは河内国には、馬の背に馬の力以上に瓜を積んで売り歩く石別（いそわけ）という名の男がいた（『日本霊異記』上巻第二一）⁽⁴²⁾。

彼らは農民であり、自分で生産した蔬菜を行商して歩いたのであろう。石別が京にまで来たかどうかは『日本霊異記』からはわからないが、農業から一定程度分離した生活を送っている住人の多かった京では、蔬菜類の需要は大きかったはずであるから、河内から平城京にまで売りに来る人もいたことであろう。

そして「菜売女」は写経所まで売りに来たが、東・西市で売った人たちも多かったとみられる。京を対象にした近郊農業が成立し、その農民が東・西市でも商売をしていた。

平安京の市でも、蔬菜類はそのような人々による供給が多かったのであろう。東・西市に現れた商人の姿は、実に多種多様であったのである。なお両市には、多くの運輸業者も集まっていた。そのことは造東大寺司が市で購入した品物を、車を雇って運んでいることからうかがわれることである。もっともその中には、自ら荷車を所有している層と、それをもたず他人に雇われ荷車を引く労働力になる階層とが含まれていた。

同じく、虎尾俊哉も平安前期の法令集『延喜式』の研究において、貞観7年（865）「京畿及び近江の国の売買の輩」対象とした「撰錢禁止令」が出され、延喜式の雑式の規定の基準になっ

たことが書かれていることとの関連で、「日本霊異記」に「自らの裁量で利益を求めて遠距離交易を行っていた商人」のいたことを認める文のあることを紹介している⁽⁴³⁾。

また、虎尾は、商人は全てではないにしろ鑄造銭を使用していたことも認めている。

では、もちろん古代（弥生、奈良、平安）にも商人はいたにしろ、なぜ日本では中世期（鎌倉、室町）になって特に商人が注目されるようになったのか。

例えば、高橋潤二郎の解釈はこうである⁽⁴⁴⁾。

通常、わが国の村落は、その地形条件によって、山間部に位置する山村（さんそん）、平地部の里村（さとむら）、それに海岸に位置する浦村（うらむら）に分けられるが（日本列島の主要部に「村」とか「町」とかいえる明確な実体を持つ集落が安定的に成立するのは、だいたい、15世紀あたりの室町中期とみられ、したがって、これは村と言えるほどのものでなく、散村といったものと理解した方がよいであろう）、このうちまがりなりにも自給できるのは、平地村のみであり、他の2村は、自給不可能であった。これら2村の人々は、収穫期ともなれば、それぞれの特産物を携えて平地村へと物々交換に訪れたと思われる（商人をアキウド、商いをアキナイといつのは、これらの訪問者が秋に里村へと現れたことを意味している。アキウドは、言うまでもなく秋人であり、アキナウの「ナウ」は行う、担う、「縄をなう」などのように行為を示す言葉といわれている）。こうした秋人が行商の最も初期の担い手、というよりも、その原型であったことは間違いない。こうした物々交換は、純粋な経済的動機に基づいて行われたわけではなく、里人と山人・浦人との間に見られる交際の一端、いわば「互惠的な贈答」とでも言ってよい性格を多分に持っていたと思われる。この互惠的な関係は、つい最近まで農家の庭先で行われていたのである。

高橋説では、要するに狭い日本の地域にあっては、山村、里村、浦村を当事者が行き来するのはそれほど苦ではなかったものであり、商人の役割もそれほど切実なものではなかったということである。

ところで、日本においては、「秋人（あきうど）」が、物々交換の初期の担い手であったとされるのであるが、また、乞食をあらわす「給べ人（たべびと）」やそれに近い人（旅人）も村に現れ、物乞いのみならず、時に物売りをも行っていたのではないかという説もある。

通説として、日本では、これら秋人や旅人を原型として、ある意味自然な形で（メソポタミア商人のような厳しい条件下で生まれたのではなく）商人が現れてきたと考えられている。そして、これら商人は、最初行商人として、やがて市や町の成立を通じて座商へと変化し、さらに近代の企業へとその主役を譲り渡していったと考えられているのである。

『日本霊異記』には、「商」（あきない）や「交易」（けうやく）の語がみられる（ただし、訳者による読み下し文）⁽⁴⁵⁾。

鈴木安昭・田村正紀によると、「奈良時代には、公地公民制がくずれ、貴族や寺社により荘園が形づくられていった。この頃から、商品を自ら消費せず、利益を得て再販売を目的とする「商

人」が登場してくる」とある⁽⁴⁶⁾。

中村修也の分析では、平城京遷都のとき(708年)には、和同開珎が発行され、遷都に当たって経済的措置がとられていた。平城京造営の労働力を得るためという鑄造された面があるが、この金属貨幣の投入に市人が無関係であったとは考えられないとしている⁽⁴⁷⁾。

この点は、平安京でも同じであった。京戸の主体は、都で働らかなければならない中央官人たちと、彼らの消費生活を支える市人であったと考えられる。

この時代、貨幣が一般に流通したかどうかは疑問である。基本的には、物々交換の世界であった。

一般に貨幣が流通するのは中世期またねばならない。

笹本正治の著書は、鎌倉時代末期、鋏を売っていた奈良の商人が異郷の地信濃を回って商売の途中で山賊に襲われ殺された、という資料に基づく話から始まる⁽⁴⁸⁾。話の世界では、活発に動き回っている商人が登場している。中世前期には、生産と販売が分離していない職人が多数を占め、遠隔地商人も仕入れ、運送、売却を一人で行うものが多かった。金の貸し借りも行われた。その間に仲買が入ることもあった。商業が大きく展開するようになった南北朝時代(14世紀後半)にいたって、「仲買」が独立した職業として成立したようである。

笹本正治では、日本と中国の貿易関係について、日宋貿易、日元貿易、日明貿易についても書かれている⁽⁴⁹⁾。

貿易の活発化とは別に為政者の商業政策も変化についても言及したものがある。笹本正治は、織田信長の「楽市楽座」のはじまりについて述べている⁽⁵⁰⁾。また、堺屋太一等は、「楽市楽座」の効果について書いている⁽⁵¹⁾。

日本の中世期は「重商主義」の世界であった、と言うのは網野善彦である⁽⁵²⁾。もともと日本の社会においては農民のみではなく、海民(や山民も)の存在を重視してきた網野であるが、さらに中世社会の「経済社会の潮流」として人びとの自由な商いを促す「重商主義」が行き渡った社会と分析している⁽⁵³⁾。

桜井英治は室町期の貨幣の流通について研究している⁽⁵⁴⁾。室町から江戸にかけて北前船が活発化した⁽⁵⁵⁾。近江商人や伊勢商人などが遠距離を行商し活躍した⁽⁵⁶⁾。彼らはほとんど単独(個人)の行商であったが、組織的に事業を行うものも現れている。

1865年、坂本龍馬は、亀山社中(後に海援隊)を組織した⁽⁵⁷⁾。組織(株式会社)で事業を行った最初と言われている。これに対し、江戸幕府最後の将軍徳川慶喜のとき勘定奉行であった小栗上野介が興した株式会社「兵庫商社」(慶応3年:1867年)が最初であるという説がある。その「建議書」に「商社(西洋名コンパニー)」とあるからである。兵庫商社は慶応3年末に設立されたが、まもなく明治維新の動乱によって解散してしまったとされている⁽⁵⁸⁾。

3-3. 北海道の商史

①北海道の商史の概観

北海道は、道外とは違った歴史を持っている⁽⁵⁹⁾⁽⁶⁰⁾。これらを総合すると、北海道の文化は、縄文文化の後には、続縄文文化、擦文文化（オホーツク文化）、アイヌ文化に区分されている。

北海道の先住民は、7世紀頃、東アジアの商品経済圏に足跡をしるしていたことは分かっている⁽⁶¹⁾。

では、縄文時代はどうであったのか。紀元前1200年前の中空土偶や恵庭の織物は、北海道独自のモノか、交易で得たモノか、どこかのものを真似して作ったモノか、といった問題点は残っている。

北海道の擦文文化期（7世紀～12世紀）は大体奈良時代後期から鎌倉時代前期あたりに当たっている⁽⁶²⁾。アイヌ文化期（13世紀～17世紀）は鎌倉時代後期から室町戦国時代（江戸時代前期）までに当たっている。

日本における商の活発化の時代は、鎌倉・室町・安土桃山・江戸初期であるが、その時期、北海道ではほぼアイヌ文化時代に相当している。アイヌ文化期のころ、貿易は活発に行われていた⁽⁶³⁾。

北海道での少なくとも明治期前期までの主要産業は、漁業であった。近世以来の鯨漁を中心とした漁業であり、道民の多くは、出稼ぎ者（季節労働者）を含めて漁民であった⁽⁶⁴⁾。

北海道の水産業の発展にとって、松前藩の存在は大きい⁽⁶⁵⁾。松前氏は、日本で初めて異民族の住む蝦夷島にできた藩であるが、江戸幕府の大名として正式に本領安堵され、家康より蝦夷地の支配者として交易の独占権を認められたところである。

山下昌也は、『北海道の商人大名』というかたちで松前藩の交易に果たした役割を強調した⁽⁶⁶⁾。

（司馬遼太郎は、街道シリーズ(15)の『北海道の諸道』で「松前氏の成立」の項を設け、相当ページを割いて松前藩について書いている⁽⁶⁷⁾。）

②北海道と関係の深い商人（藩）

道外の商人は早くから、北海道に渡ってきていた⁽⁶⁸⁾。近江商人は北前船商いの元祖とも言われている⁽⁶⁹⁾。鎌倉時代がはじまりという近江（滋賀県）商人も、江戸時代には、北前船を利用して松前を中心に全道的に水産物交易を活発化させていた。北前船とは、江戸時代から明治にかけて、日本海海運で活躍した北国廻船（ほっこくかいせん）のことであるが、近江商人は、それぞれの地場特産品を道産品と交換して莫大な利益を得ていた。「身欠きニシン」や「カニの缶詰め」などは彼らの発明と言われる。

高田屋嘉兵衛、銭屋五兵衛、西川伝右衛門なども北前船で利益を上げた代表的商人とされている。

北海道でも、漁民にしても、商人にしても基本的には個人であったが、「藩」がかりで北海道

と貿易していたところもある。

江戸時代に、越前国大野（現福井県大野市）を居城とした大野藩は、幕末の頃、深刻な財政難に直面したが、第7代藩主土井利忠（1811-68）（石高4万石）が、莫大な負債（約80万両：石高の約20年分）を返済するため、抜本的な藩政改革に乗り出した（天保13年（1830））。藩営の商店「大野屋」や洋式帆船「大野丸」をつくり、改革は大成功を収めた。藩内にある米以外の産業を奨励し、品質を高めるようにして、土地の産物を大阪その他の都会へ売り出す商店「大野屋」を開いた（第1号店は大阪でその後全国展開）。また、蝦夷地の調査を行い、物価が内地（このころの北海道は外地であった）よりも3、4割高いこと、ニシンや数の子など珍しい産物があることなどから、安政5（1858）年、函館に大野屋を開設し、蝦夷地との交易のための洋式帆船「大野丸」を建造した（建造費の最初のいい値は、1万5千両とのこと（石高の37.5%に相当した））⁽⁷⁰⁾。

（小説家大島昌宏は、貧窮の越前大野藩を蘇生させるべく、刀を捨て、天賦の商才と経済感覚を武器に改革する侍を主人公にした小説を書いている⁽⁷¹⁾。自藩を救うため、立ち上がった侍、内山七郎右衛門良休である。藩直営の特産店『大野屋』の設立、流通革命、価格破壊を施し、蝦夷地への開拓投資など奇策をもたらして藩を復興させた新しい経済武士藩の危機を救った一人の“そろばん侍”の生涯を描いている。）

薩摩藩も松前の海産物の密交易をやっていたとある⁽⁷²⁾。

4. 明治の開拓と商 —— 北海道では何故商が不活発になったのか

これまで見てきたように、少なくとも明治前期までは北海道の交易（貿易）は活発であったといえよう。それがどうして停滞していったのであろうか。

明治8年（1875）からの生産価格表示による産業別生産額の比率の推移の表がある⁽⁷³⁾。

185年ぐらいまでは水産業が圧倒的である。明治33年（1900）あたりから農業に逆転されている〔図表3〕。

これは、明治中期までは北海道日本海沿岸でニシン漁を始めとして、北海道の水産業への依存率は高かったことを示す資料であり、また同時に発展した水産加工業が、北海道の工業の基盤ともなっていたことを証明するものになっている。

中西聡も、明治前期には三井・三菱等の巨大資本が政府の保護によらずに国内市場で経済活動を活発化させたが、とりわけ北海道の鯡魚肥市場へ積極的に進出し大きな利益をあげたことが特筆されるとしている⁽⁷⁴⁾。

ここにその後の北海道経済の発展状況をあらわす記述がある⁽⁷⁵⁾。

このように近代北海道の産業は水産業から始まり、その衰退とは逆に農業の比率が増加していき、そして最後に鉱工業が首位の座を占めるという傾向をたどってきた。こうした傾向について、農業経済学

〔図表3〕 産業別生産価格の推移（比率）

年 次	農業	畜産業	林業	水産業	鉱業	工業	合計(%)
1875	4.6			95.0	0.1	0.2	99.9
1880	4.2			95.3	0.4	0.1	100.0
1885		13.3		82.0	4.6	0.1	100.0
1890		12.1		72.7	3.9	11.2	100.0
1895	20.2	0.5	0.3	49.6	15.0	14.4	100.0
1900	35.9	0.7	2.5	31.9	14.3	14.6	99.9
1905	38.6	1.7	5.5	22.2	14.2	17.8	100.0
1910	42.5	1.3	8.7	22.9	9.3	15.2	99.9
1915	35.9	1.6	7.6	21.7	7.0	26.2	100.0
1920	24.1	2.0	9.8	19.3	14.8	30.0	100.0

- 齊藤 仁「旧北海道拓殖銀行論」農林省農業総合研究所 1957/P 20～21
- 伊藤俊夫編「北海道における資本と農業」農林省総合研究所 1958/P 8
- 逸見謙三「北海道の経済と農業」御茶の水書房 1982/P 97
- 原資料は「北海道庁統計書」★原表を一部修正した
- 1895 年から農業の分類が細分化されている。

（出所）関秀志・桑原真人・大庭幸生・高橋昭夫（2006）『新版・北海道の歴史下』，北海道新聞社，p.115。

者として有名な湯沢誠は、「一見したところでは、まず在来の水産業が首位に立ち、次いで新たに移植された農業が代り、その展開のなかから工業が形成され首位に立つに至り、辺境新開地における一般の発展の経路をたどっているようにみえるが、果してそのようなものであったのか否か」（伊藤俊夫編『北海道における資本と農業』農林省農業総合研究所，1958 年）とやや懐疑的とも取れる発言を残している。北海道におけるこのような産業構造の推移は、全国の場合と比べてもほぼ同様の傾向を示していたが、両者が決定的に異なっていたのは、全国に比べて北海道は工業の占める比重が低いという点であった。このことは、工業以外の農林水産業の比重が大きいということを意味している（西尾幸三『北海道の経済と財政』，東洋経済新報社，1953 年）。

として、以下で近代の北海道を彩るこうした諸産業の興隆と盛衰の実態を、漁業・農業・工鉱業の各部門を中心に概観している。

この説明にあるように、北海道というと、まず農業・工業（鉱業）・製造業等が取り上げられる。商（業）や商人については全体を議論する中では大部分 2 次的取り扱いになっている。

結論的に言えば、研究者の間でも北海道における「商」の役割についての議論はほとんど行なわれて来なかったと言っても過言ではない。

おわりに

前述したように、モンテスキューやアダム・スミスは一国の富を増大させるため貿易は重要であると考えたが、こうした商人の貿易活動に何らかの政策的配慮や手心は加える必要はない

と、いわゆる重商主義政策に反対した。両者は、基本的に商人に任せておけば「見えざる手」によって秩序が保たれるという「レッセフェール」（商人自由放任主義）の考えをもっていたようである。

とはいえ、アダム・スミスの時代の重商主義には川出が言うようにそれなりの意味があった⁽⁷⁶⁾。

「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。

モンテスキューやアダム・スミスの言う交易や貿易の問題は「商の世界」（commercial system）の問題であるが、商人の自由は国益に適う限りのレッセフェールであった。しかしながら、商人の行動の自由はその時代に当てはまるものであっても、いつの時代にも当てはまるとはいえない。

世界的に見ても最近のビジネスの振る舞いや横暴振りは目に余るものが結構報告されているが、日本においても例外ではない。

日本では、中世から商人が活潑に動き出したという。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、利益を求めて遠距離を生き活きとして往来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⁽⁷⁷⁾。

一方では、あくどい商人・悪徳商人の問題はいろいろ取り上げられてきた。

阿部謹也は平安時代に問題の商人の「“世間”にとらわれない商人」が誕生していたと指摘している⁽⁷⁸⁾。

永承七年（1052）が末法時代の始まりとされているが、鎌倉仏教が起こってくるのはそれから200年ほど後のことである。その頃すでに浄土信仰にたった聖達が数多く活動していた。念仏勧進を行う聖達の活動は日本全国に及び、貨幣経済の展開が全国的規模で見られるようになっていった。その一つの例として藤原明衡（989～1066）の『新猿楽記』を見てみよう。その27に「八郎の真人 商人」がある。

八郎ノ真人ハ、商人ノ主領ナリ。利ヲ重ンジテ妻子ヲシラズ、身ヲ念フテ他人ヲ顧ズ。一ヲ持テ万ニ成シ、壤ヲ博ッテ金トナス。言ヲ以テ他ノ心ヲ欺惑シ、謀ヲ以テ人ノ目ヲ抜ク一物ナリ。東ハ俘囚ノ地ニ至リ、西ハ喜界ガ島ニ渡ル。交易ノ物、売買ノ種、称テ数フベカラズ。——

「八郎の真人は商人の親方である。商売の利益ばかりを追求して妻子のことを構わず、自分ばかりを大切に他人を顧みない。一を元手にして万の利益を積み立て、土塊をころがして黄金としかねない。甘言を弄して他人の心をとろかし惑わし、謀略をめぐらして、他人の目玉を抜きかねないようなしたたか者である。必要とあれば東は東北未開の蝦夷の地にも出かけるし、西は九州のかなた、喜界が島まで船で渡る。商売の品物、貿易の物資はたくさんで、数え切れないほどだ。——」
(藤原明衡『新猿楽記』川口久雄訳注、東洋文庫、1983年)

江戸時代になると、商人の悪者振りを現すものとしては、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」が典型的なものと言えよう⁽⁷⁹⁾。

要約すると、

「奈良で24、5年も鮪（たこ）だけを行商して生計を立てていた男がいた。この男、鮪専門の行商人で「鮪売りの八助」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、鮪の足は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。」

最近にいたっては、枚挙に暇がない。なかでも、2006年1月、IT時代の寵児と持て囃されていたHTが証券取引法違反で逮捕されたことが近年の事件の典型的なものであった。株取引における「偽計取引」や「風説の流布」があったという理由であった⁽⁸⁰⁾。

以上、見てきたように「商」活動であっても、それを全くの自由放任に任せるのか、あるいは、完全な統制下におくのか、という単純な問題ではない。適切に生かすということである。そのため、国や地域、そして時代に即応した商人やビジネスの適正なチェックとその活用を図る政策誘導や適切な施策がもっとも重要ということである。

こうした意味合いにおいて明治になってから北海道で商（商業）が問題になったことはほとんどない。「商」の付く字はあった。それも昭和40年代以降に大規模小売店舗地方都市進出問題、地域商店街問題などである。これも全国的な問題の一環としてであったに過ぎない。

北海道では、明治の開拓以来一貫して、農業、炭鉱など鉱業、工業などの振興が中心であった。

昭和25年北海道開発法が成立して、昭和27年に第一次五カ年計画が出されている。

北海道をどうするかという研究面からの提言も、「北海道独立論」を含め盛んである⁽⁸¹⁾。

例えば、当時の第三期北海道総合開発計画の見直しから新しい長期計画を策定するに当たり、提言したものに読売新聞北海道支社編(1975)『世界の中の北海道を考える(上)(下)』がある⁽⁸²⁾。

「食糧・エネルギー基地・人材養成・国民保養の地にするといった国民的要請にこたえと同時に、人間と自然が共存し、隣人愛に満ちた物心共に豊かな道民社会の建設と香り高い北方的文化の創造をめざすものでなければならない」としている。

その後、1980年には、北海道未来総合研究所が経済専門家の稲葉秀三を中心とする研究会を設け、そこでの成果を書物にあらわしている⁽⁸³⁾。

その骨子は、北海道開発の今後のあり方を考える中で、これまでの北海道開発の再評価を行う一方、「21世紀に向けて、また真の地方の時代への先見性、創造性、実現性を北海道が持ちうる」とすればそれは何か、という基本的な問題を、主として「工業化」という視点から見つめ直す」であった。最近も、北海道活性化のための公共事業の必要性が叫ばれている⁽⁸⁴⁾。

開拓や振興など内なる開発の必要性を認める筆者としても、道外（海外）への移輸出を活性化させることが、まずもって必要と考えている。そのためには、北海道と道外との交易（貿易）額（域際収支）の赤字の解消を目指すことである。食料自給率（カロリーベース）、200%を超える北海道の生産物を移輸出することが先決であると考えている。

これを言いかえると「商」の活性化にほかならない。商といえば「商業」を連想されるが、そのみでなく「物づくり」（製造業）を含むものである。商業が活性化することは、背後に物の製造の活性化がなければならないからである。

ところで、現在では、物づくり（製造）が先にあって、しかる後に販売があるという考え方である。現在では、買い手がいてこそその物づくりでなければならない。それを仲介する商業が活性化しなければならないのである。

現在でも、北海道経済活性化では、農業や工業振興、企業誘致が謳われる。そこで作られた物は道外へ出していかなければ活性化につながらない。「地産地消」だけではだめなのである。「商」の重要性を今一度考えてみる必要がある。

実際、日本全体でも「商」ということに対する認識が薄い。歴史の教科書でも「商」が表舞台に出てくることはほとんどといって言いほどみあたらない。せいぜい商を活性化させ税を納めさせる「楽市楽座」ぐらいである。日本は農耕社会中心であったと強調され明治維新の入欧脱亜で工業化が発展できたのだという論調である。

近年、日本史の世界でも新しい見直しが始まっている。すなわち、日本では、古代よりずっと農民社会ではなく海民社会であったこと、中世以来「重商主義」でやってきたこと、などである。これは世界史の世界でも同様のことである。

北海道でも明治以前は、歴史の文献に現れて以来、東アジア交易圏に組み込まれた貿易の活性化した地域であった。それは、擦文文化やアイヌの人々によってなされてきたものである。これを明治の開拓政策ががらりと変えてしまったといえるのではないだろうか。

注と参考文献：

- (1) 黒田重雄 (2002) 「道産品のマーケティング——‘試される大地・北海道’を試す——」『学園論

- 集』(北海学園大学), 第 113 号, pp.123-143。
- (2) 黒田重雄 (2002) 「商店街の機能に関する一考察 —— ふれあい広場の導入 ——」『商店街研究』(日本商店街学会会報), No.16, pp.1-10。
- (3) 黒田重雄 (2004) 「北海道経済活性化の戦略的要素を考える —— その 1. 北海道では卸の弱さが活性化の阻害要因であること ——」『学園論集』(北海学園大学), 第 121 号, pp.107-134。
- (4) 黒田重雄 (2004) 「地域の国際マーケティングに関する一考察 —— 北海道における貿易活性化の必要性をめぐる ——」『経営論集』(北海学園大学), 第 2 巻第 3 号 (通巻第 7 号), pp.55-73。
- (5) 黒田重雄 (2005) 「北海道経済活性化の戦略的要素を考える —— その 2. 道産品とは何か・その市場はどこか ——」『学園論集』(北海学園大学), 第 123 号, pp.25-68。
- (6) 黒田重雄 (2005) 「北海道経済活性化の戦略的要素を考える —— その 3. 道産品をどのようにして遠くへ運ぶか ——」『学園論集』(北海学園大学), 第 124 号, pp.87-115。
- (7) 黒田重雄 (2005) 「北海道経済活性化の戦略的要素を考える —— その 4. 産学官連携による経済活性化のための組織をどうつくるか ——」『学園論集』(北海学園大学), 第 125 号, pp.17-42。
- (8) 黒田重雄 (2005) 「北海道経済活性化の戦略的要素を考える —— その 5. 経済分析方法に関する一考察 ——」『学園論集』(北海学園大学), 第 126 号, pp.23-30。
- (9) 黒田重雄 (2005) 「北海道経済活性化の戦略的要素を考える —— その 6. 連載に一区切りをつけるに当たって ——」『学園論集』(北海学園大学), 第 126 号, pp.31-39。
- (10) 黒田重雄 (2007) 『北海道をマーケティングする』, 北海道新聞編集局 (自費出版)。
- (11) 黒田重雄 (2007) 「北海道をマーケティングする —— 道産品を海外に売り込む ‘北海道株式会社’ の設立を ——」『国際的魅力のあるく創造的コミュニティ・北海道> への方策』(dec 技術資料, Vol. 0025, 2007.12.1) 第 2 章所収, pp.26-47。
- (12) 黒田重雄 (2009) 「北海道をマーケティングする」『北海道発流通・サービスの未来』(北海学園大学経営学部(株)ニトリ寄附講座記録), 中西出版, pp.110-142。
- (13) 篠原三代平 (2005) 「Figures に見る経済のすがた⑥ —— 工業化とサービス・セクター」『ECO-FORUM』, Vol.23, No.4, March, pp.55-63。
- (14) Charles Louis de Secondat Baron de la Brède et de Montesquieu (1748), *De l'esprit des lois*, (モンテスキュー著 (野田良之他訳) (2008) 『法の精神 (上) (中) (下)』, 岩波文庫)。
- (15) Adam Smith (1776), *An Inquiry in to the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, The Fourth Edition, London. (アダム・スミス著 (2000) 『国富論(1)(2)(3)(4)』, (第 5 版 (1789 年) の訳), 岩波文庫)。
- (16) 林周二 (1999) 『現代の商学』, 有斐閣, 裏扉。
- (17) Defoe, D. (1725), *Everybody's Business is Nobody's Business*.
 なお, “Defoe, D. (1726), *The Complete English Tradesman*.” は, 日本では『完全なイギリス商人』ないし『英国商人大全』の書名で紹介されている。: From Wikipedia, the free encyclopedia
- (18) 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。
- (19) 林周二 (1999) 『現代の商学』, 有斐閣, p.31。
- (20) 林周二 (1999) 『現代の商学』, 有斐閣, pp.30-32。
- (21) Freud, Sigmund (1950), *Gesammelte Werke, chronologisch geordnet*, Imago Publishing Co., Ltd. (フロイト著 (中山元訳) (2008) 『人はなぜ戦争をするのか —— エロスとタナトス ——』(アルバート・アインシュタインとの往復書簡), 光文社古典新訳文庫, pp.9-39)。
- (22) Freud, Sigmund (1950), 訳本, p.12。
- (23) Freud, Sigmund (1950), 訳本, pp.37-38。

- (24) 林周二 (1999) 『現代の商学』, 有斐閣, pp.281。
- (25) Crosby, Alfred W. (1997), *The Measure of Reality: Quantification and Western Society, 1250-1600*, Cambridge University Press. (小沢千重子訳 (2003) 『数量化革命——ヨーロッパ覇権をもたらした世界観の誕生』, 紀伊國屋書店, pp.253-254。)
- (26) 黒田重雄・佐藤芳彰・坂本英樹 (2000) 『現代商学原論』, 千倉書房, pp.19-21。
- (27) 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, pp.7-13。)
- (28) 黒田美代子 (1995) 『商人たちの共和国——世界最古のスーク, アレppo——』, 藤原書店, pp.175-180。
- (29) 曹天生 (1998) 『中国商人』, 徳間書店, p.45。
- (30) 今村仁司 (2000) 『交易する人間 (ホモ・コムニカンス)』, 講談社。
- (31) 北海道経済産業局産業部国際課「目で見える北海道貿易 2009」: (<http://www.hkd.meti.go.jp>)
- (32) 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。
- (33) 黒田重雄 (2009) 「商学とマーケティングの講義ノート(1)」『経営論集』 (北海学園大学), 第 6 巻 第 4 号, pp.163-184。
- (34) 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, pp.7-8。)
- (35) 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 6』 (古川栄一・高宮晋編), pp.1-40。
- (36) 網野善彦 (2007) 『海民と日本社会』, 新人物往来社。
- (37) 網野善彦 (2008) 『日本の歴史をよみなおす (全)』, ちくま学芸文庫, p.279。
- (38) 岡村道雄 (2010) 『縄文の生活誌』, 日本の歴史 01, 講談社学術文庫, pp.198-202。
- (39) 館野和己 (2001) 『古代都市平城京の世界』, 日本史リブレット 7, 山川出版社, p.55。
- (40) 『日本霊異記 (中)』, 中田祝夫訳注, 講談社学術文庫, pp.179-189。
- (41) 館野和己 (2001) 『古代都市平城京の世界』, 日本史リブレット 7, 山川出版社, pp.55-56。
- (42) 『日本霊異記 (上)』, 中田祝夫訳注, 講談社学術文庫, pp.140-142。
- (43) 虎尾俊哉 (2008) 『日本歴史叢書・延喜式』 (日本歴史学会編集), 吉川弘文館, pp.210-211。
- すでに商人の活躍は奈良時代からある程度活発であって, 当時の国民はそのすべてが農業によって生活していたのではなかった。彼らの活動範囲は狭い地域にのみ限定されるのではなく, 河川・湖沼を利用し, 国の境をこえて取引が行なわれていたのである。
- 『日本霊異記』によれば, 尾張の国 (愛知県) の草津川には 500 人が引いても動かないほどの大船に荷を載せた商人が活動し, また, 大安寺から資本金 30 貫を借りて, 奈良から越前の敦賀の港まで商品の購入に出かけ, それを船で琵琶湖を通して運漕しようとした商人の姿も描かれている。その交易の方法は必ずしも物々交換であったのではなく, 貨幣がかなり使用された。その範囲や程度をどの程度に見積るかということはむずかしい問題であるが, 『延喜式』編纂のころまでには, 和銅元年 (708) の「和同開珎」以来, 延喜 7 年 (907) の「延喜通宝」までの合計十一回の銭の鑄造が行なわれ, この後, 『延喜式』の施行のすこし前, 天徳 2 年 (958) に鑄造された「乾元通宝」とともに「皇朝十二銭」と称することは, よく知られた通りである。
- (44) 高橋潤二郎 (1980) 「流通文化論」『激流』, 国際商業出版, pp.18-27。
- (45) 『日本霊異記 (中)』, 中田祝夫訳注, 講談社学術文庫, pp.179-189。

- (46) 鈴木安昭・田村正紀 (1980)『商業論』, 有斐閣新書, p.12。
 (47) 中村修也 (2001)『平安京の暮らしと行政』(日本史リブレット 10), 山川出版社, p.12。
 (48) 笹本正治 (2002)『異郷を結ぶ商人と職人』, 中央公論新社, pp.126-127。
 (49) 笹本正治, 前掲書, pp.183-192。
 (50) 笹本正治, 前掲書, p.245。
 (51) 堺屋太一・磯田道史・小和田哲男・本郷和人 (2008)「(対談) 織田信長・改革と破壊と」『文藝春秋』, 2008年5月号, pp.260-279。
 (52) 網野善彦 (2008)『日本の歴史をよみなおす (全)』, ちくま学芸文庫, p.279。
 (53) 網野善彦 (2008)『日本の歴史をよみなおす (全)』, ちくま学芸文庫, pp.399-405。
 (54) 桜井英治 (2009)『室町人の精神』, pp.243-245。
 (55) 林周二 (1999)『現代の商学』, 有斐閣, pp.122-124。
 (56) NPO 法人三方よし研究所 (2008)『近江商人ものしり帖 (改訂版)』, サンライズ出版, p.59。
 (57) 亀山社中: (<http://tozenzi.cside.com/kabusikigaisya1.htm>)
 (58) 兵庫商社: (<http://tozenzi.cside.com/kabusikigaisya1.htm>)
 (59) 桑原真人・川上淳 (2008)『北海道の歴史がわかる本』, 亜璃西社, p.11。
 (60) 財団法人アイヌ文化振興・研究推進機構 (2005)『アイヌの人たちとともに —— その歴史と文化 ——』, 平成 17 年 1 月発行, pp.28-29。

北海道と本州における時代・文化の違い

年 代	時代(本州)	北海道の文化
10000	旧石器時代	旧石器文化
	縄文時代	縄文文化
400		
200		
BC	弥生時代	
AD		
200		
400	古墳時代	続縄文文化
600	645 奈良時代	
800	794	
1000	平安時代	擦文文化
1200	1185 鎌倉時代	
1400	1393 室町時代	
1600	1573 桃山時代	アイヌ文化
	1603 江戸時代	

(出所) 桑原真人・川上淳 (2008)『北海道の歴史がわかる本』, 亜璃西社, p.11。

- (61) 三浦昭憲 (2003)「今日の話題・交易の進化」『北海道新聞』, 2003.3.8 (引用文献: 大塚和義編 (2003)『北太平洋の先住民交易と工芸』, 思文閣出版。)
- (62) 鈴木琢也 (2006)「第2章 古代北海道における物流経済」『アイヌ文化と北海道の中世社会』(氏家等編), 北海道出版企画センター, pp.19-34。
- (63) 舟山直治 (2006)「カモカモの形態と利用からみたアイヌ民族と和人の交易と物質文化」『アイヌ文化と北海道の中世社会』(氏家等編), 北海道出版企画センター, pp.217-250。
- (64) 関秀志・桑原真人・大庭幸生・高橋昭夫 (2006)『新版・北海道の歴史下』, 北海道新聞社, pp.70-76。
- (65) 松前藩: (<http://www.k3.dion.ne.jp/~kamishin/HokkaidoName.htm>)
- (66) 山下昌也 (2009)『北海道の商人大名』, グラフ社, pp.46-50。
- (67) 司馬遼太郎 (2008)『北海道の諸道 (街道をゆく 15)』, 朝日文庫。
- (68) <http://www.k3.dion.ne.jp/~kamishin/HokkaidoName.htm>
- (69) NPO 法人三方よし研究所 (2008)『近江商人ものしり帖 (改訂版)』, サンライズ版, p.59。
- (70) 竹内均 (2003)「幕末の大野藩 —— 財政難を切り抜けた独自の藩政改革 ——」『Newton(ニュートン)』, 2003年4月号, (株)ニュートンプレス, pp.102-113。
- (71) 大島昌宏 (2000)『そろばん武士道』, 学陽書房。
- (72) 井上勝生 (2009)『開国と幕末変革』(日本の歴史 18), 講談社学術文庫, pp.268-270。
- (73) 関秀志・桑原真人・大庭幸生・高橋昭夫 (2006)『新版・北海道の歴史下』, 北海道新聞社, p.115。
- (74) 中西聡 (1998)『近世・近代日本の市場構造 —— “松前鯨” 肥料取引の研究 ——』, 東京大学出版会, pp.247-273。
- (75) 関秀志・桑原真人・大庭幸生・高橋昭夫 (2006), 前出書, pp.116-117。
- (76) 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。
- (77) 笹本正治 (2002)「めぐり歩く商人 —— 利益を求めての旅 ——」『異郷を結ぶ商人と職人』, 中央公論新社, pp.87-125。
- (78) 阿部謹也 (2004)『日本人の歴史意識 —— 「世間」という視点から ——』, p.76。
- (79) 井原西鶴 (1692)「奈良の庭竈」『世間胸算用』, (前田金五郎訳注, 角川ソフィア文庫, 2000年刊)。
- (80)『北海道新聞』(夕), 2006.2.1。

号外までで逮捕劇の後は、あれほど持て囃されたホリエモンとライブドアに対して、マスコミや識者も手のひらを返したように叩いている。もちろん、なかには「ライブドア事件が語るもの」として、ビジネスの在り方や日本に巣くう病巣などとの関連性を追求するような冷静な評論を載せているものはある。例えば、新聞記事の見出しに、「広がる失望と戸惑い」, 「ホリエモンと寝た日本社会」, 「ライブドア事件・受け止め方に温度差 —— 捻れた感情を抱く若年層 ——」, 「小泉改革への反応と酷似」などとなってあらわれている。

筆者は、大学で「マーケティング」を担当し、その基本的な知識や理論とともに「ビジネス・モデル」構築の重要性も講義している。今回の問題をマーケティングでは、どう捉え、学生にどう伝えればよいのであろうか。経営学部の学生の中には、ホリエモン等の華やかさに憧れ、その延長線上でIT関連企業への就職を考えているものが少なからずいたことは確かだからである。

会社を興してもあんなビジネス・モデル (儲ける仕組み) を構築してはいけない、株を買っても騙されてはいけない、損しても自己責任だよ、なのか。しかし、そのような個々の場面でのアドバイスだけであってはいけないような気がする。

われわれが生きている体制から解き明かす必要があるのではないか。つまり、現行体制は何をやってもいい社会ではない。ルールあつてのビジネス社会である。ルールが守らねばとくに日本社会は崩壊しているはずだと。

もともと日本のみならず市場経済によって経済運営する国々には、常に危うさがつきまとうことが指摘されている。ホリエモン事件は、その市場経済方式がもつ危うさの部分がもろに表面化したものであり、したがって、ルールを守ることの大切さを教える事例なのであると。

さらに、マーケティングを実践するための原理原則を説く必要もあるかもしれない。すなわち、資本主義市場経済体制は、どうしても政府が介入しなければならない体制（システム）であるということである。市場経済に任せていては、お金など持てるものはさらに持ち、持たざるものは一層持てなくなる結果も想定できることから、政府を作って権限を持たせ、所得の偏在を防ぐため徴税して再分配を図ったり、市場を経由しての取引になじまないと考えられる警察、義務教育、防衛などに責任を持つようにしている。言い換えれば、そうすることのためにルールや規制は必須なのである。

- (81) 梅棹忠夫（1990）「北海道独立論」『梅棹忠夫著作集 第7巻』，中央公論社，pp.107-172。
- (82) 読売新聞北海道支社編（1975）『世界の中の 北海道を考える（上）（下）』，株式会社太陽。
- (83) 北海道未来総合研究所編（1980）『自立経済への挑戦——北海道開発の新視点——』，日本経済新聞社。
- (84) 小林好宏（2003）『公共事業と環境問題』，中央経済社。