

～ 抄 録 ～

〔論 説〕

商業政策における振興・調整政策の展開

—小振法と大店法の運用にみる調整の時代における商業政策の評価（その①）—

番 場 博 之

本研究は、わが国商業政策の流れのなかで調整の時代とよばれる1974年から2000年間の政策体系を評価することを目的としている。本研究は2編からなるが、そのうちの前半にあたる本稿は次稿で政策の評価をする前段階として、わが国の振興政策、調整政策それぞれの展開過程を整理しその特徴を抽出することを直接的な目的としている。

わが国の振興政策の基本的なスタンスは中小零細小売業の独自性を育成するのではなく、中小零細小売業を大規模小売業と同じ競争の土俵にのせるべく意欲的な事業者を結集してスケールメリットを発揮できるようにしようというものであった。そして、振興政策の中心となってきた小振法の特徴は、その主な支援の受け皿が商店街などの組合組織であったことと流通近代化理念のもと相対的に比較的規模の大きな事業者のみが支援の実質的な対象であった点にあると考えられる。

一方、わが国の調整政策は大規模小売店舗の事業活動の抑制というかたちで進められていた。そして、その政策の中心となってきたのが大店法であった。大店法の特徴は、形式的には建物の規模に応じた面積規制であったが実際には資本規制というかたちで運用されてきたこと、行政の裁量に強く依拠した通達運用が重視されてきたこと、基本的に既出店の店舗に対する規制ではなく新規出店に際しての規制であること、歪んだ地元主義のものに運用されてきたことなどであったと考えられる。

振興政策の中心法である小振法と調整政策の中心法である大店法はつねにセットで機能するように意図されてきたことから、次稿では両者の関係を理念・運用の両側面から検証し、当時代の商業政策の評価ならびにその手法であった商業調整の意味について検討する。

公正な社会の責任 (obligation) と義務 (duty)

——NOBLESSE OBLIGE の根拠をめぐって——

藤川吉美

日本語の「責任」と「義務」の概念は、意味が曖昧であり、かつその根拠が漠然としている。そこで本稿では、上記タイトルの下に「責任」(obligation)と「義務」(duty)の概念を明確に区別するとともに、あわせて「公正な社会」(fair society)の安定的な維持にとって不可欠な西欧古来の noblesse oblige の新しい解釈とその意義について論じたいと思う。

論文の構成は全6節からなっており、1. 最初に本稿の趣旨について述べ、2. において「公正原理」と「責任概念」を定義し、両者が不可分の関係にあることを指摘した。

3. においては、伝統的な noblesse oblige の定義を与え、J. ロールズによって試みられたその新しい解釈を紹介するとともに、それが公正な社会的協力・分業において奏するところの効果について哲学的な検討を加えた。

4. 以降は、自然的な6つの「義務の原理」とそれに由来する6大義務(正義の義務、相互尊重の義務、相互扶助の義務、礼讓の義務、フェアプレイの義務、そして、他者に対し損害や危害や不条理な苦痛を与えない義務、または遵法の義務)およびその意義について論述し、5. 以降で順次、次のような6大義務の詳細な説明を与えている。

5. 正義の義務
6. 相互尊重の義務
7. 相互扶助の義務
8. 礼讓の義務
9. フェアプレイの義務
10. 他に損害・危害・不条理な苦痛を与えない義務(遵法の義務)

以上である。

ただし、5～9を積極的な義務、また、10を消極的な義務と称している。

こうした「義務」の概念は、人間理性の求める「自然的な義務」の概念とされ、すでに述べた「責任」の概念と違って、公正な社会を前提としないし、そこから利益を得ているという条件も、与えられる機会を自分の利得に活用するという条件も充たす必要のない概念であるということに特徴がある点を指摘し、その理由についても考察を加えた。

こうした責任と義務の定義によって、公正な社会における個人の責任と義務がはっきりと理解され、より正しい社会の確立と維持に寄与するに違いないと考える。

起業活動の現状と大学生の起業意識 —アンケート調査結果の分析を中心として—

中山 健

本稿では、起業活動の現状を概観するとともに、起業家予備軍を将来形成するであろう大学生を対象としたアンケート調査結果を分析することにより、起業意識の実態を明らかにしようとした。

日本の開業率は経年的に低下傾向にあるだけでなく、海外との比較においてもその低調さが顕著である。経済成長への寄与や個人の満足度の向上といった諸点から起業の意義は高いものの、大学生のほとんどは卒業後に一般企業に就職する。しかし、就職後の勤務経験を経てからある程度の資金獲得後に起業を考えるようになる学生は多い。そうした意味では、創業希望者自体は多数存在しており、むしろそうした予備軍が創業を実現できるような環境整備が必要であることを指摘した。

環境再生事業の市場の創成に向けての提言 —あらたな環境測定の単位 kikyō を利用して—

吉田 寛

主権者の財である環境は、希少性のない自由財とされてきた。しかし、環境破壊により希少性が観察されつつある。環境は他の財と異なり世代間で継承されていく。現代は次世代に損うことなく環境という財を継承していかなければならない。

会計報告は、自己の行なった行動の正当性を説明する。環境会計において説明しなければならないのは、現代が次世代に対して環境を損うことなく継承したか否かである。環境会計の提供する情報が有用であるためには、報告主体が環境に与えた影響をわかりやすく伝える測定単位が必要となる。

本稿では、生態系ピラミッドの高さを表章する単位として kikyō を提言した。かつて長さや重さの単位が地域によって異なったのと同様に、この単位が表章する生態系も地域によって異なる。単位の有用性は、測定の結果をしめすという機能にあり、地域間の比較可能性はその次に求められる機能である。地域の生態系を維持し次世代に継承するために kikyō は、環境の状態を測定するための有用な単位である。

環境破壊が問題になっても、環境に与えた影響を測定する単位がなかったためにその程度は測定すらされなかった。環境を破壊する者には、どれだけ次世代への責任を放棄しているかも測定できなかった。環境に与えた影響を測定する単位を規定することで、環境を再生する人々の成果には評価の基準が提供される。また、環境を破壊する者にもその破壊の程度を評価する基準が提供される。将来世代への責任を果たすために、両者

は再生された環境を取引する市場で需給を調整するようになる。環境に悪い影響を与えた主体は需要者として、環境再生を行なう者は供給者として環境再生の市場で機能することになる。

商店街活性化と逸品プロジェクト

工藤 剛 治

わが国の商店街は、高度成長が終焉して以降、長期の低迷状態にあり、様々な再活性化の議論と実践が行われてきた。しかし、いずれの策も効果を出すに至らず、今日に至っている。

本論は、今日の商店街の現状を踏まえ、かつ従来の商店街活性化に関する議論をレビューするプロセスを通して、商店街活性化に関する一つの仮説を提出するものである。その仮説とは、最近流行している「街づくり」から商店街活性化を理解するのではなく、それを基本的に流通小売業の革新として理解して、そのためには量販店では扱わない独自性のある商品、すなわち逸品開発に着目する必要があるというものである。

本論では、その仮説に至る論理的・歴史的プロセスをたどり、逸品プロジェクトの先行例を紹介する。また仮説の検証もいくつかのケースを取りあげながら行う。

最後にいくつかの実践的示唆を与える。

非営利組織と規模の戦略

—公共図書館の経営プロセス解体—

加藤 久 明

日本の「図書館」という施設とそれを支える構成員に関する分析の規模は、非営利組織としての図書館が誇ってきた歴史の規模と、必ずしも比例しているとは言えない。一般に、非営利組織としての図書館には、図書館情報学（図書館学）に付随した「図書館経営論」という分野が存在しており、経営管理に関する様々な議論が展開されてきた。しかし、「経験」を重んじるこの分野においては、実務の経験が過度に重要視される一方で、経験から得られた成果が、先進する営利組織の経営論と連動されることが少なかった。

本稿は、非営利組織の1つである公共図書館を対象として、(1)従来の「規模の戦略」の無効性、(2)経営プロセスの解体（Unbundling）、に関する考察を行ったものである。これにより、非営利組織の経営においてまずもって求められるべきことは、外部環境に対するマネジメントを駆使させて経営資源を獲得することではなく、内部環境を整備する

ためのマネジメントにあることを主張している。

〔研究ノート〕

「市民電子会議室」による直接民主制の可能性と政党機能
—マーケティング・パラダイムの視点から—

木村公勅

We are living in the information age now. In this age, public sectors are required the sense of the management. That is called “New public management.”

But that is not the all.

We are living in the society that each of the stakeholder supports. In this age, we must investigate the new system that will support public welfare. That system will be supported by information technology and digital network. At the digital network, we can communicate at once, and except the three dimensions. With this advantage, we must argue about the new system that will support public welfare. In recent years, we argue only about the sense of “mass-marketing”. But now, we have to give this problem more careful consideration with the sense of social marketing, and relationship marketing. By this marketing sense, the society will be supported from now on. The system of “electrical meeting”, the chat in the web page, is hoped.

It is important that we will make spaces that we can gather on, and discuss about local problem in, and put to practical use. Political party are required the function that can have an effect to the policy making process, and can be of use for the citizens.