

Title	マーケティング研究の行為論的基礎と制度
Sub Title	A theory of action and institution in marketing
Author	堀越, 比呂志(Horikoshi, Hiroshi)
Publisher	慶應義塾大学出版会
Publication year	2008
Jtitle	三田商学研究 (Mita business review). Vol.51, No.4 (2008. 10) ,p.291- 308
JaLC DOI	
Abstract	1980年代以降のマーケティング研究において特筆すべき新動向としては、 1) 解釈学的研究の出現、2) 歴史的研究の新たな高まり、 3) 新制度派を中心とした経済学的研究の復活、4) 関係性マーケティング研究の 出現、の4つが挙げられ、そこには歴史的個別性への関心と関係性あるいは制度へ の関心という2つの関心が芽生えている。この2つの関心の芽生えから今後のマ ーケティング研究の動向はどのような方向を目指すべきであろうか。本論文では、 同様の問題状況であった19世紀のドイツの社会科学の研究状況におけるWeberの 方法論的提言を吟味し、それをPopperの方法論的提言と対比したうえで、そのマ ーケティング研究への含意が示される。
Notes	櫻原正勝教授退官記念号 論文
Genre	Journal Article
URL	https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=AN00234698-20081000-0291

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

マーケティング研究の行為論的基礎と制度

堀 越 比呂志

〈要 約〉

1980年代以降のマーケティング研究において特筆すべき新動向としては、1) 解釈学的研究の出現、2) 歴史的研究の新たな高まり、3) 新制度派を中心とした経済学的研究の復活、4) 関係性マーケティング研究の出現、の4つが挙げられ、そこには歴史的個性への関心と関係性あるいは制度への関心という2つの関心が芽生えている。この2つの関心の芽生えから今後のマーケティング研究の動向はどのような方向を目指すべきであろうか。本論文では、同様の問題状況であった19世紀のドイツの社会科学の研究状況における Weber の方法論的提言を吟味し、それを Popper の方法論的提言と対比したうえで、そのマーケティング研究への含意が示される。

〈キーワード〉

解釈学的研究、歴史的研究、新制度派経済学、ウェーバー、ポパー、心理学主義、方法論的個体主義、感情移入、状況の論理、世界3

I. 序——本論文の問題状況（マーケティング研究における4つの新動向と2つの関心）——

1980年代は、マーケティング研究において様々な研究潮流が出現した年代であり、大きな転換点を示している。そこでは、戦後50年代、60年代を通しての方法としての行動科学的研究プログラムの定着、70年代の概念拡張論争の結果としての研究対象の拡大、というこれまでの2つの大きな潮流の出現以上に、方法及び対象の双方において新たな研究方向を指し示すいくつかの新動向が同時に出現してきたといえる。

1980年代以降のマーケティング研究において特筆すべき新動向としては、1) 解釈学的研究の出現、2) 歴史的研究の新たな高まり、3) 新制度派を中心とした経済学的研究の復活、4) 関係性マーケティング研究の出現、の4つが挙げられるだろう。

第1に、マーケティング研究における解釈学的研究の潮流は、Holbrook [1980] での萌芽的なアイデアの表明に始まり、Holbrook and Hirschman [1982] および Hirschman and Holbrook

〔1982〕における消費経験論あるいは快楽的消費研究という新たな研究領域の指摘から始まった。消費経験あるいは快楽的消費とは、製品やサービスの使用経験に焦点を当てた研究であり、これまでの消費者行動研究がもっぱら製品やサービスの選択行動に焦点を当ててきたことを指摘し、消費者行動研究における新たな研究領域として消費経験という領域を指し示しその研究の必要性を主張したのであり、消費者における消費の主観的意味の解明が探求された。そして、こうした新しい研究領域に対しては、これまでのマーケティング研究の主流であった実証的方法とは異なった方法が主張されている。Mick〔1986〕における記号論的（semiotics）方法、Hirschman〔1986〕における人文主義的（humanistic）方法、Belk, Sherry, Jr. and Wallendorf〔1988〕における、ありのままの記述という意味での自然主義的（naturalistic）方法、¹⁾というように様々な名称の方法が提唱された。

第2に、マーケティング研究における歴史的研究は1950年代から1960年代にかけて高まりを見せたが、1970年代には停滞し、Savitt〔1980〕によるマーケティング研究における歴史的研究の重要性の指摘に始まって、1980年代以降に再び高まりを見せた。この動向の中心にあるのが、S. C. Hollanderを中心に組織された「マーケティング史学会」(Conference on Historical Research in Marketing and Marketing Thought)であり、1983年に創設されて以来、ミシガン州立大学に事務局を置いて、隔年の5月に全米規模の研究大会が開催され続けており、そのプロシーディングスが発刊されてきている。そこでは、主流の行動科学的な一般化よりもより具体的な事実の観察が強調され、主流の研究方法に対する相違が主張される。

第3に、新制度派を中心とした経済学的研究の復活は、主としてチャネル研究の領域において生じてきている。1970年代を通して、チャネル論はパワー・コンフリクト論を中心に展開されてきたが、次第に、その行動的統制の結果としての経済的チャネル成果やその配分に関しては明確に論じられていない点が指摘されるようになる。パワー・コンフリクト論の推進者であったStern自身もこの点に気がつき、Stern and Reve〔1980〕では、パワー・コンフリクト論の行動論的成果とチャネル成果や成果配分の経済的研究の結合を目指して、政治経済的アプローチが提唱される。Arndt〔1983〕もこの主張に賛同し、チャネル研究の焦点は、パワー・コンフリクト論に欠落していた経済学的分析へとシフトすることになった。そしてこのシフトの背景にこそ、経済学における新制度派経済学の台頭による理論的革新の動きがあり、中でもノーベル経済学賞を受賞したRonald Coaseを始まりとしてOliver Williamsonによって新たな展開がなされた取引費用分析が経済学を超えて広く注目されだした時期であった。特に、マーケティング研究においては、Erin AndersonやJan Heideらを中心として取引費用分析が広範なマーケティング研究に取り入れられ、その枠組みを基に多数の実証研究が生み出されることになる。新制度派経済学は、主流の新古典派経済学の枠組みを継承しつつも、そこでは想定されていなかった制度の存在を組み入れより現実に近い仮定のもとに理論的修正を試みており、その観点を採用しながら、より具体的なマーケティングの事例を分析するという研究動向が定着してきている。

1) 詳しくは、松尾〔2005〕を参照のこと。

第4に、関係性マーケティング研究の登場は、産業財マーケティングとサービスマーケティングという2つの特殊分野における研究から生じた。産業財マーケティングでは、長期的かつ包括的取引関係という消費財マーケティングとは違った点が認識されだし、この点に関する研究が1980年代頃から登場し始め、特にスウェーデンのH. Håkanssonを中心として北欧諸国を中心に研究が展開した。90年代に入ると、このHåkanssonがアメリカのチャネル研究者と共同研究を行うようになり、企業間関係における協調的關係にチャネル研究の焦点がシフトしていく。すなわち、90年代以降、産業財マーケティングにおける売り手と買い手の間における協調的關係性の構築の重要性という関心は、チャネルメンバー間の関係性においても同様に取り上げられるようになっていき、前述の第3の潮流に結びついていくのである。他方サービス・マーケティング研究の展開において、関係性マーケティング（relationship marketing）という用語をはじめて使ったのはBerry〔1983〕であり、これは1982年にAMAの開催したサービス・マーケティングの会議での報告論文であった。この会議の影響は大きく、Cristian Grönroosを中心とする北欧の研究者たち、Adrian Payneを中心とするイギリスの研究者たちに多大な影響を与え、この2つの地域がその後のサービスにおける関係性マーケティング研究の中心となるが、特に北欧の研究者たちにおいて80年代の終わりになるまでは関係性マーケティング（relational marketing）という用語は特に用いられなかった。サービス・マーケティング研究の展開の詳細なレビュー論文であるFisk, et al.〔1993〕によれば、サービス・マーケティング研究は1980年より前の「這い這い（crawling out）の時代」、1980年—1985年の「よちよち歩き（Scurrying about）の時代」、1986年以後の「直立歩行（walking erect）の時代」の3期に分けられているが、関係性マーケティングという用語の下での研究の高まりは第3期であったといえるだろう。サービスは、その提供者と顧客の直接的な接触による相互作用のプロセスで形成されるのであり、提供者と顧客の関係、さらにはそれに関わる人々との関係がサービスの内容に大きく影響することを考えれば、サービス・マーケティング研究の中心問題として関係性の分析が進展していくのはごく自然なことであったといえる。以上のような展開の中で、いよいよマーケティング研究の本拠地アメリカにおいて関係性マーケティングの関心は高まり、ShethとParvatiyarによって、関係性マーケティングの会議が開催され、その結果はSheth and Parvatiyar (eds.)〔2000〕にまとめられた。そして、この動向は、2004年のAMAの定義改訂という事態を生み出すことになり、2000年代に入って、関係性マーケティング研究は独立した研究分野として確立されたといえる。

さて、以上の4つの新動向に共通な関心が、歴史的個別性への関心という点である。この点についてはすでに詳しく論じたが（堀越〔2007〕）、第1の動向では、より具体的な消費者の主観的意味やフィールド研究が強調され、第2の動向では、具体的な歴史的事実の記述が志向されている。第3の動向でも、最近の革新的な企業行為の事例に関心を示し、第4の動向でも、B to BおよびB to Cの両方における具体的な事例に関心が注がれ個別の対応が志向されている。そして、この関心とともに、第1及び第2の動向においては、歴史的個別性を把握するための特殊な方法論や手法が主張され、自然科学的方法や手法との違いが強調される。そこでは、主流の行動科学的な研究方法を批判し、過激な方法論的二元論が主張されているのであり、1)自然科学と社会

科学（あるいは人間科学）における、対象上の性質の違い、2）そこから生じる自然科学的方法の不可能性、3）社会科学独自の方法の提唱、という3つの主張がなされているのが確認できるのである。

さらに、第3及び第4の動向に共通な関心は、関係性あるいは制度への関心という点である。この関係性あるいは制度という研究対象は、企業や消費者の行為というミクロレベルの対象や、それらのミクロレベルの諸行為が遂行された結果として出現する流通というマクロ的行為集合とは異なったレベルの対象である。関係性や制度とは、行為の結果生み出されたものであるが、諸行為をまとめあげより上位の行為集合を生み出す、マーケティング研究で取り扱われてきたミクロとマクロの対象の中間的なレベルの存在であるといえる。

このマーケティング研究において現われてきた2つの関心、すなわち、歴史的個別性への関心と関係性あるいは制度への関心が芽生えた状況において、今後のマーケティング研究をどのような方向に進めていくべきなのであろうか。これが本論文の問題である。

そこで本論文では、まず、歴史的個別性という同じ問題状況の出現を19世紀のドイツに確認し、その問題に直面し自らの方法論を提示した Max Weber の見解を参考に、1）歴史と理論の関係、2）社会学理論の行為論的基礎、という2つの方法論的問題を考察したうえで、この Weber の見解を現代版的主張としてより洗練化した、科学哲学者 K. R. Popper の社会科学方法論を Weber と比較検討しながら、さらに3）行為論とマクロ的事象の関係、という3つめの方法論的問題を考察することによって制度の問題を考える。そして最後に、これらの方法論的考察が、現在の4つの新しい研究動向及び主流の研究動向に与える含意を考察していきたいと思う。

II. 「歴史的個別性への関心」と Weber

前述の4つのマーケティング研究における潮流のうち、解釈学的研究と歴史的研究の潮流の出現とともに、主流派の行動科学的研究プログラムへの方法論的批判が相次いだ。この論争は90年代まで続くのであり、私は、これを「マーケティング方法論論争」と呼んでいる。それは、この論争がかつての同じ方法論争であったマーケティング・サイエンス論争とは違って、科学方法論をベースにした本格的論争であったからである（堀越〔2005〕）。この論争において、主流派の行動科学的研究方法への批判の根拠として、T. Kuhn や P. K. Feyerabend といった科学論者による、ポスト経験論的科学観が採用され、自然科学的な方法での方法一元論的科学観にゆさぶりがかけられるとともに、解釈学的方法や歴史的方法の独自性が叫ばれた。

しかし、以上のような論争の状況は、まるでデジャビュである。実際、同じような状況は確かに過去にあったのであり、19世紀末から20世紀初頭におけるドイツにおける状況がまさにそれであった。

19世紀には、17-18世紀のイギリスとフランスに登場した啓蒙思想のもとで、「新たな自然学」としての社会科学が誕生しようとしていた。具体的には、A. Comte が主唱し E. Durkheim が Comte を批判しつつも推し進めた実証科学としての社会学、A. Smith にはじまりその後 J. S. Mill

による方法論的明示化がなされていく経済学などの登場である。しかし、こうした自然科学的社会科学の流れに対抗する新たな流れが、18世紀末から19世紀にかけて、ドイツに登場する。ドイツ歴史学派がそれであり、これは、G. W. F. Hegel 死後のドイツアカデミズムにおいてベルリン大学を拠点に歴史学、法学、経済学などにおいて登場した研究上の潮流である。この2つの流れの対立において、W. Dilthey が歴史学派の立場に立ち、F. E. D. Schleiermacher により体系化された一般解釈学を精神科学一般の共通の方法として基礎づけることによって、西欧における解釈学の知的伝統がその論争に加わることとなる。さらに、当時、Hegel や F. W. Schelling の思弁哲学から抜け出し「カントに帰れ」を旗印に科学的認識の方法的特徴を考察する哲学的潮流として新カント派が登場し、特にそのうちでも歴史科学 (W. Windelband) あるいは文化科学 (H. Rickert) 独自の方法論を主張したドイツ西南学派 (バーデン学派) が、歴史学派に多大な影響を与えることとなり、人間科学独自の方法論が主張されることになった。

このように、歴史の重視、解釈学の方法の定式化、人間科学の方法論の自然科学とは違った独自性、といった主張が一気に噴き出てきたのがこの19世紀末のドイツだったのであり、この状況は前述のマーケティング研究における状況と瓜二つだといえる。

こうした「自然科学的社会科学」に対する「歴史学派」という2つの流れの間の論争の中でも、特に有名なのが、経済学における、C. Menger と G. Schmoller の論争である。オーストリー学派の指導者であった Menger は、歴史学派の総帥 Schmoller に対し方法論上の批判を試み、その歴史への偏向や実用主義や倫理主義を批判した。この Menger の諸論に対し Schmoller は黙殺の態度をとったが、これを契機に両者とその弟子の間で約20年間にわたる論争が続くことになる。歴史学派の門弟を自認する Weber は、この論争を引き受け、歴史学派の自己批判を通じてその伝統を維持しながらも、Menger の主張を大幅に取り入れ、この2つの立場の関係を的確に調停し、独自の方法論を提示したのであり、その主張は現在のマーケティング研究の方法論の状態にもきわめて示唆的である。

Weber はまず、歴史学派の Roscher や Knies さらに解釈学の Dilthey の主張にも見られる「客観主義的方法論」というべき主張を批判する (Schelting [1922])。「客観主義的方法論」とは、自然—精神という認識客体の素材自体の違いを主張し、精神的現象の、非合理性、自由、偶然性、創造的合成といった特有の性質から自然科学的な法則的認識は不可能であると主張する立場である。これに対し、Weber はそういった素材における違いをきっぱり否定する。すなわち、計算可能ではないという意味での非合理性であれば、自然科学においても、天気予報や、岩の塊が飛び散る際のその個々の破片の方向や位置、といった具体的な自然現象においても同様のことが言えるのであり、同様に非合理であり両者に差異はない (Weber [1903-1906], 訳 (1), pp.132-137)。また自由であるから非合理であるという論理も否定する。すなわち「行為者の『決意』が『ヨリ自由に』なるにつれて、すなわち『外的な』強制とか抑えることのできない『激情』とかに曇らされない『自己の』『考量』に基づいてなされることがしだいに多くなるにつれて、動機付けは、他の条件がひとしい場合には、ますます徹底的に『目的』と『手段』との範疇の中へはめこまれ、したがってその合理的分析、および場合によっては合理的な行為のシェーマへそれを

あてはめるということが、ますます完全におこなわれる」(同訳(2), p.128)のであり、むしろ自由であればあるほど合理的であると考えられると主張する。またそうした合理的行為が認識されて初めてそこに働いた偶然性も認識できるのであり、自然科学と同様合理的認識なくしてはそこに働いた偶然性も理解できないとする。最後に創造的合成とは、心理的、歴史的事象の因果関係は自然科学的な因果関係とは違って、質的に全く新しい創造的合成の産物であるという考えであるが、「たとえば石炭層あるいはダイヤモンドを形成するにいたる物理学的化学的諸事象は、一人の預言者の直観によって新しい宗教を形成するに至るような動機〔づけ〕の連鎖などと、形式的には完全に同じ——〔それは〕指導的価値観点の相違によって内容的に異なる規定を受けるにすぎない——意味において、『創造的合成』である」(同訳(1), p.106)とし、創造的合成のように見える現象でもそれを因果的に理解することのほうが重要であり、因果ということを考える以上そのような複雑な思考ができるはずもなく、精神的現象においても自然科学と同様の因果的認識が可能であると考ええる。

このように、客観主義的方法論者の主張する、認識の客体における自然科学と精神科学の相違を否定したうえで、Weberはむしろ認識する主観の側における認識の型の違いを主張し、「主観主義的方法論」を主張するのである。しかし、素材の違いから精神科学に特有の方法であるのが直観であるとする「直観主義的方法論」も批判する。認識の心理学的発生において直観が果たす役割は、自然科学も精神科学も同様であるし、その直観によってその認識が妥当であるとすることはできないという点でも相違はない。

それでは、Weberは認識の型のどのような点に自然科学と精神科学の相違を見るのだろうか。彼は、Mengerの主張する「観点」、西南ドイツ学派における、Windelbandの「認識目標」、Rickertの「関心の方向」という認識主体側における個別と普遍の区別という構想を受け継ぎ、Mengerとは異なり、そしてRickertに多大な影響を受けつつ、個別的関心のもとにおける認識の形式的性質の分析に向かった。そして、その際、『『抽象的』—理論的方法是、経験的一歴史的な研究と、仲介者なしに、そしてちょっとみると、橋渡しもできぬぐらいにするどく、対立している」(Weber [1904], 訳, p.88)という状態を調停しようとする。その彼の解答とは、個別的関心のもとで研究を進める際にも普遍的理論は手段として用いざるを得ないというものであり、Mengerをはじめとする新古典派的経済理論の有効性を認め、歴史認識においても理論的認識の不可欠性を指摘し、それゆえ人間行為を扱う精神科学(あるいは社会科学)でも因果認識に基づく法則定立が可能であると考えたのである。彼は、この概念的構成物を「理念型」と呼び、歴史認識も、この理念型を用いざるを得ないと主張する。「我々の見解が、歴史学派——われわれ自身もたしかにこの学派の門弟である——の多くの、またすぐれた代表者たちの見解と、おそらくときにはことなる一つの点で、わかっただけよう」(Weber [1904], 訳, p.107)とWeber自身が述べているように、歴史研究を捨てるわけではないが、歴史学派の主張はことごとく批判し、

2) しかし、Rickertにおいては、時間と場所を超える不変に妥当する価値が追究されたのに対し、Weberにおいてそれは追究されず、文化価値の多様性が考えられており、相違がみられる(Schelling [1922], 訳, p.89)。

そこから巢立っていったのが Weber であったと言えるであろう。

こうして、Weber の関心は Menger に接近し、社会科学における因果的法則認識の可能性とそれをもとにした歴史的個性認識の方法を論じることになる。個別と普遍の関心の違いがあれども双方ともに普遍的な理論を用いざるを得ないのであるが、その用い方が異なるのであり、この点に個別的関心のもとにおける認識の形式的独自性を認めるのである。次にこの点に関する彼の見解を見てみよう。

Ⅲ. 社会学理論における行為論的基礎と歴史的個性認識

Weber は、すべての社会現象の基礎に人間行為を考え、その理解こそが社会学の目的であるとする。「……集団は、諸個人の営む特殊な行為の過程及び関連にほかならない。なぜなら、私たちににとっては、諸個人だけが意味ある方向を含む行為の理解可能な主体であるから」、「もともと、社会学にとっては、行為の主体としての集団的人格なるものは存在しないのである」(Weber [1922], 訳, p.23) と考えるのであり、集団を人間行為と異なる実体であるとは考えない。しかし、それは「……現実の人間行為の過程に対して、大変に強力な、時として全く支配的な原因としての意義を持っている」観念であり、この「……観念に自分たちの行為を従わせているお陰で、人間の特殊な共同行為のコンプレックス」として「国家」というような集団が存在していると主張する(同訳, p.24)。そして、全体から部分的行為の機能を説明する有機的 sociology の説明は、諸個人の行為の解釈をおこなうための「予備作業」(同訳, p.30) にすぎないとする。まさに、ここでは、方法論的個体主義が表明されているのである。

さて、それでは、社会現象の基礎である人間行為はどのように認識されるのであろうか。まず、Weber は無限に多様な現象を前にしてそれをどう理解するのかを考え、現象を丸ごと認識できない以上、一定の現実の特定の側面がその個性として認識されるのであり、特定の価値との関係においてそれがなされうとする。「科学的な表象群のうちで、現実—多様なものを思想的に加工することを、Rickert や Weber は、目的論的(すなわち先導価値に関係づける)概念構成並びに個性化的概念構成と呼ぶ」(Schelting [1922], 訳, p.84) のであり、こうして価値関係的に目的論的構成が行われ、それによって個性化的認識がなされる出発点が築かれることになる。個性化的認識はさらに、理解という段階に進まねばならないが、それは、すでに否定した直観的体験に基づくものではなく、合理的明確性をもった法則的知識を前提とした適応的因果関係に帰属させることによって客観的理解が達成されると主張する。

Weber は、理解を行為者の動機理解と考え、それを「主観的に考えられた意味の理解」と表現する。動機あるいは、主観的に考えられた意味とは、まさに行為者の内側の世界にあることであり、それを他者が理解する場合は、合理的明確性をもった理解と感情移入的明確性をもった理解の2つがあるとする。すなわち、「行為の領域で合理的に明確なのは、何と言っても、行為の主観的意味連関の知的理解が完全且つ明晰に行われる部分である。行為のうち感情移入的に明確なのは、行為の体験的感情連関が完全に追体験される部分である」(Weber [1922], 訳, p.10)

とされ、理解の度合いは感情移入的明確性のほうが劣るとされる。合理的明確性をもった理解が可能な行為とは、その行為と結果の法則的關係を知っており、その上で目的—手段の關係からその行為を行っている場合である。この場合、その行為は純粹目的合理的な動機を持ち、意味適合的であると同時に因果適合的であり、より客觀的法則的關係に基づいた理解が實現している。ここでは、合理的明確性ととも感情移入的明確性が同時に存在しているといえる。

しかし、法則的關係に基づいた理解といっても、それは理解を心理学的な法則に帰属させるというわけではない。「我々は、特定の状況に直面した人間のとり、ある点で同じような反応の様式が当の状況によって大いに『助成』される、という一般的に妥当する判断をきわめてしばしばとすることができるのである」(Weber [1906], 訳, p.204) と述べ、状況と反応の合理的關係に注目する。そして「人間の心理的な性質の分析から出発して、社会制度の分析にまですすむことなどはできない相談であって、むしろ逆に、社会制度の心理的な前提と結果とを明らかにしようと思うならば、社会制度を正確に知っており、社会制度の諸連関の科学的な分析をまえもっておこなっていなければならない」(Weber [1904], 訳, p.89) とし、むしろ心理学的合法則性は社会学的法則性による理解の達成を妨げると主張する。ここで、Weber にとって心理学とは、状況に対する反射的な反応といった刺激—反応型の心理学や、Wundt が主張したような究極的心理状態としての本能と行為の關係を論ずるような生理学的とでもいえる心理学が想定されており、それらは主觀的に考えられた意味が存在していない行為説明であり、理解の彼岸にあるとされる。このように、Weber においては、反心理学主義の立場が明示されており、社会学的説明の自律性が主張されているのである。

だが、Weber が主張する意味の理解とは、目的にかなない、目的と手段の關係から理解できる合理的行為だけを対象にしているのではない。Weber は、行為の4類型として、目的合理的行為、価値合理的行為、感情的行為、伝統的行為、を挙げており、これらは合理性の高いものから低いものへと配列されており、感情的行為と伝統的行為の2つは非合理的であるとされる。目的合理的行為は、前述のように、行為の結果も意識しているが、価値合理的行為と感情的行為においてはそれが意識されていない。すなわち、「行為の感情的方向と価値合理的な方向とは、後者では行為の究極的目標が意識的に明確化され、終始、それを計画的に目指していることで区別される」のであるが、「それを別にすると、両者何れにとっても、行為の意味が、行為の彼方にある結果ではなく、特定の行為そのものにあるという点は共通である」(Weber [1922], p.40) とされる。³⁾ 価値合理的行為においては、行為の結果は無視されてその点で合理性の度合いは目的合理的行為よりも劣るが、ある価値に向かってなされる目的志向的行為として理解可能であり、その価値を感情移入的明確性を持って理解したうえで、それとの關係における合理性として行為を知的に解釈する余地がある。これに対し、感情の発散として行われる感情的行為はそこに目的もなく、その手段としての非合理性を感情移入的明確性を持って理解するしかない。しかし、この感情的行

3) たとえば、「窓を開ける」という行為によって「部屋の換気」ということが結果するのを知っていて窓を開ける場合と、怒りをぶつけるために感情的に「窓を開ける」場合はその意味が異なる。後者の場合行為の意味は行為そのものとなっている。これについてより詳しくは、丸山 [1985], pp.112-118を参照のこと。

為もそれを意識的発散として行う場合は、価値合理的あるいは目的合理的行為が始まったことになるとされる。最後に、伝統的行為とは、「……純粹反射的模倣と同様に、意味方向を有する行為と呼び得るものの正に限界にあり、限界の彼方にあることも多い」が、「習慣の固執が、さまざまな程度および意味において、意識的に維持されることがある」(Weber [1922], 訳, p.39) のであり、その場合は、感情的行為に近くなるとされる。しかし、その伝統にそった行為の合理的帰結を意識してその行為がなされれば、それは価値合理的行為に近づく場合も考えられる。

このように、Weber においては、目的合理的行為だけではなく、4 類型すべての行為の理解の可能性が考えられているのであり、それゆえこの点にこそ具体的現実の個性的認識の鍵がある。すなわち、具体的な現実的行為は、以上の4 類型の複合として存在するのであり、その複雑な歴史的存在の多様な側面を個性的に理解する場合、「行動の非合理的感情的な意味連関が行為に影響を及ぼす場合、すべてこういう意味連関は、先ず、行為の純粹目的合理的過程を觀念的に構成したうえで、それからの偏向として研究し叙述すると非常に明瞭になる」(Weber [1922], 訳, pp.11-12) とされる。すなわち、Weber において歴史的個別性の認識方法とは、目的合理的行為の理念型を形成することによって、その因果適合的な側面を理解するとともに、それからの偏向を感情移入的明確性を持って理解するということなのである。

IV. 社会科学方法論における Weber と Popper

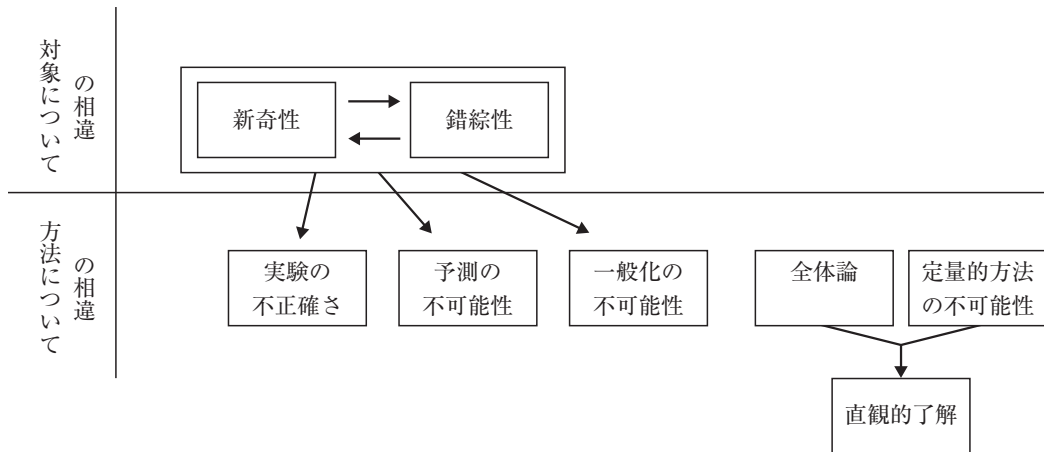
さて、以上のような Weber の社会科学方法論をほぼそのまま受け取り、より現代的に洗練させたのが科学哲学者 K. R. Popper である。

まず、前述の客観主義的方法論と直観主義的方法論に対する Weber の批判は、Popper が『歴史法則主義の貧困』の中で展開した反自然主義的な主張の批判にほぼ対応する。Popper が定式化した反自然主義的主張とは、物理学的方法の社会諸科学への適用に反対する立場であり、その主張の構造は〈図表-1〉のように示せる。

反自然主義的主張は、社会科学の対象における新奇性と錯綜性という特徴から、自然科学の方法である実験が不正確になり、予測も一般化も不可能であるという構造を基本に、それとは別の社会科学に特有の方法としての、全体論的認識、定性的方法そしてそれらを一挙に可能にする直観的理解を指摘するという展開になっている。この反自然主義的主張の定式化を Weber と対応させてみれば、新奇性は創造者の合成に、錯綜性は偶然性に、実験の不正確さや予測の不可能性の議論は非合理性や自由の議論に対応しているといえる。

この歴史法則主義の反自然主義的な主張を Popper は批判するのであるが、その際の強調点は次の2点である。すなわち、1) 具体的なナマの現実についていえば、自然科学も社会科学も同様にユニークで錯綜したものでありカオスであり、その点において両者に相違はない、2) 自然科学が相手にしているのが人為的に隔離された実験上の現象である点が見過がされており、それゆえ自然科学における自然科学的方法の適用状況と社会科学における自然科学的方法の適用状況は同様である、という点の指摘である。この点も Weber と同様に、実験の不正確さや予測の不

図表－１ 反自然主義的な主張



可能性に関して同じような例を持って論じており、社会科学の科学化への努力が簡単に否定されることを牽制している。

さらに、社会科学特有の方法という主張に関しても、新奇な性質を含む丸ごとの全体を直観によって正しく認識するということの不可能性を指摘し、とくに直観的方法に関しては、発見の文脈と妥当性の文脈の混同という点を指摘する点で Weber と一致している。

こうして、反自然主義が主張する社会科学特有の方法を否定しても、社会科学と自然科学の方法がまるで同じというわけではない。社会科学特有の方法として、「状況の論理」と「ゼロ方法」が推奨される。「状況の論理」あるいは「状況的分析」とは、Popper によれば次のようなものである。「状況的分析と私がいうのは、行為者のおかれている状況に訴えるところの、ある人間行動についてのある種の暫定的または推測的説明である。それは歴史的説明かもしれない。われわれはおそらく諸概念のある種の構造が、いかにして、またなぜ生み出されたかを説明しようとするかもしれない。たしかに、いかなる創造的行為も決して完全に説明することはできない。それにもかかわらず、われわれは推測的に、その行為者のおかれた問題状況の理想的な再構成を与え、その程度までその行為を『理解可能』（または『合理的に理解可能』）に、つまり彼の見たがままの状況にふさわしいものにしようと試みることができる。この状況分析法は、合理性原理の応用といえる。」(Popper [1972], 訳, pp.202～203) 次に「ゼロ方法」であるが、これは状況の論理によって構築された合理的なモデルを使って具体的な事実を評価する方法のことである。すなわち「『ゼロ方法』というのは、介在する諸個人が、すべてまったき合理性をもつという仮定（そしておそらく十全な情報をもつという仮定）の上にモデルを構築して、人々の現実の行動がそのモデルの行動とどれほど偏差するかを、一種のゼロ座標として後者を用いながら評価する方法のことを意味している。」(Popper [1957], 訳, pp.212～213) この Popper の主張は、前述の Weber の反心理学主義的発言および、目的合理的行為の理念型からの偏向としての理解という主張ときわめて酷似している。しかし、社会科学独自の方法として提案されたこの方法においては、Weber と

Popper の間に若干の相違が生じていると思われる。

Weber において、状況と反応の間の因果的関係が示され意味適合的かつ因果適合的に理解できる行為は目的合理的行為だけであった。価値合理的行為においては、その目標である価値の理解が意味適合的に感情移入的明確性を持って理解されるのみとされた。例えば、Schweitzer 博士の「生命への畏敬」という価値を理解し、それに基づいた未開地での医療行為ということの関連を必然的なものとして理解することはできなくとも、自分の身近な人々への感謝とその人々への奉仕という行為への感情移入は可能であり、それとの類似性においてのみ理解できるであろう。また、感情的行為においては、基本的に意味的方向を持たないで感情の発散としての行為を感情移入的に理解できる。すなわち、「不安、憤怒、野心、嫉妬、猜疑、愛情、観劇、自負、復讐心、信頼、検診、種々の欲望、そういう直接の感情や、そこから生ずる——合理的な目的行為から見て——非合理的な反応は、私たち自身が身に覚えがあればあるほど、明確にエモーションに迫体験することができし、また、その感情や反応の強さが私たち自身の可能性をはるかに越えるような場合でも、私たちは、その意味を感情移入によって理解することができる」(Weber [1922], 訳, p.11) とされる。そして、こうした、価値や感情は、純粹目的合理的行為からの偏向を生み出した偶然的因果関係 (Weber [1906], 訳, p.207) として認識されるのであった。しかし、Weber のこの対応は、価値や感情を内的な心理状態の指摘だけで終わらせ、その客観的な因果適合的理解への道を閉ざしているように思える。Weber の中には、法則的因果性に基づいた客観的理解を目指す部分と、その主観的理解にとどまざるを得ないと思われた部分が併存しており、Weber 自身は前者の部分への関心を増大させ「個別的個体の認識論」から「社会学的法則の定立」へと研究の重心が移動していったにもかかわらず (Weber [1903-1906], 訳, 解説, pp.157-163)、後者の部分は、主観的解釈学の潮流につながっていったと考えられる (下田直春 [1980], pp.13-14)。

これに対し、Popper は、価値あるいは感情といった心理的な成分をも徹底的に状況に置き換えて客観化を追求するのであり、その際に、「世界 3」あるいは「第 3 世界」という考えを重要視する。Popper は次のように述べる。「他の人びととの活動の共感的理解または感情移入または再演 (迫体験) といった主観的手続き (コリングウッド)、あるいは他人の目的や問題をわがものとすることによって他人の状態にわが身をおく企てなしには、理解をすることはできない、ということが一般に信じられている。この見解とは反対に、私はこう主張する。最終的に達せられた理解の主観的状态とまったく同様に、それに至る心理的過程はそれが根をおろしている第三世界の対象の用語によって分析されねばならない。」(Popper [1972], 訳, p.186) 「私は再演の心理学的過程を非本質的なものとみなす。時としてそれが歴史家にとって一つの助け、彼の状況的分析の成功の一種の直観的チェックとして役立つことを私は認めるけれども。」(同訳, p.212) そして、「……われわれの状況分析ではわれわれは具体的な心理的経験を「目的」もしくは「知識」といった抽象的でタイプの状況要素に置き換えるのである」(Popper [1967], 訳, p.215) と述べ、身体外的に存在し、行為者に影響を与えたと思われる知識状況に注目する。すなわち、「世界 3」あるいは「第 3 世界」とは、物理的対象あるいは物理的状态の世界である「世界 1」や、心的状

態、または行動性向の状態である「世界2」とは区別される、人間の知的産物、特に科学及び芸術作品の客観的内容の世界をさしており、人間行為をこの世界3から理解することが強調されているのである。例えば、前述の Schweitzer 博士の「生命への畏敬」という価値を理解する場合であれば、感情移入による共感だけに終わらずに、博士自身の書いた自伝を読めば、その中に書かれている「生命への畏敬」という概念をめぐる哲学的問題状況が、いかに未開地での医療行為に向かわせたのかという点がより深く理解できる。そこでは、「生命への畏敬」を中心に、「生命への意志」との関係、西欧哲学あるいは仏教の難点、キリスト教との関連、あるべき倫理の探求という博士の知識の状況とその論理的な過程が語られている。これは、人間行為をその行為者の心的状態である世界2から解釈する感情移入だけでは達成されない解釈であり、博士のクリスチャンとしての立場、生い立ちなど、より広い歴史的分析を含んでいる。そしてこの分析は、さらなる資料を求めてより深い解釈に向かわせる契機を持つ。また、分析者の感情移入的結果よりも、こうした資料の分析は批判的議論やテストがしやすい。この点について、Popper は次のように述べる。「……わたくしはよき方法論的政策と実践とは、われわれの理論の不成功の責任を合理性の原理に負わせないことであると考えている。すなわち、われわれは合理性の原理でなく状況モデルを検討することによってさらに多くのことを学ぶことができるであろう。こういった方法を支持する第1の論拠は、われわれのモデルはわれわれの行動の適合論理よりもより興味深く、より情報量に富み、はるかにテストしやすいということである。……そういった方法を支持する第2の論拠として、合理性の原理は偽であるにもかかわらず、一般に十分に真実に近いことがあげられる。……第3の論拠とは、合理性の原理を別のものと置きかえようとする試みがいずれも、モデルを作る際に恣意的なものになるように思われるということである。」(同訳, p.218)

Weber においては、Popper の「世界3」といった発想がなかったために、従来の二元論の中での主観主義的発想が残ったのだといえるだろう。行為者の心理を、分析者の同様な心理に置き換えることによって満足するのではなく、行為者自身の知的産物や行為者に影響を与えたと思われる知的産物群を丹念に探索し、その論理的関係を調べるということこそが解釈の主たる活動になるべきだといえるのであり、「世界3」という考え方は、この点を明確にさせるといえる。⁴⁾

さらに、人間行為を知的産物から理解するという「状況の論理」において重要な点は、同じような知的産物に対面する状況であれば、すなわち、同じ世界3的状况にあれば、行為における規則性が考えられ、それゆえ、因果適合的理解が可能になるということである。このことは、集合的行為現象の説明につながるものであり、個々人の主体的な行為がなぜ集合的な社会現象になるのかの説明の方法にかんして、Weber とは異なった観点を示しているといえる。すなわち、「行為論的基礎によるマクロ的現象の説明」という方法論の問題に対する Weber と Popper の対応の違いである。

4) 社会学者 Parsons は、こうした合理化の方向を「極端実証主義」と呼んでおり、Popper の状況の論理は、その下位類型として挙げられている「合理主義的な形態」及び「反主知主義的な形態」のうちの前者に近いが、世界3という発想がその背後にあるため同一ではなく、より広い内容を持っていると思われる。Parsons の見解については、富永〔1995〕, pp.59-63を参照のこと。

Weber において、集合的な社会現象の規則性は、「意味内容が相互に相手を目指し、それによって方向を与えられた多数者の行動」（同訳、p.42）としての社会的関係にあつて、その関係が永続的な場合が想定されている。この永続的な関係は秩序を生み出すが、この秩序の安定性は内的に保証された効力と外的に保証された効力という点から考察される。「効力」とは、秩序が行為に及ぼす影響であり、「実際に支配される可能性」（同訳、p.50）であり、それを自ら認める場合が内的に保証された効力であり、違反に対するメンバーからの非難がある場合や遵守の強制や違反の処罰が履行される場合が外的に保証された効力である。内的に認められた効力としては、すでに述べられた行為の4類型の、伝統、感情、価値が考えられ、外的に保証された効力としては慣例と法が想定される（同訳、p.54およびp.59）。こうした秩序の形成とは別に、効力は存在しないが、結果的に秩序を生み出している場合が、目的合理的動機のみで行為した場合であり、ここでは、その目的を達成するための手段の必然性、すなわち因果適合性が想定されているために結果として秩序が生み出されているのである（同訳、p.48）。こうして、Weber において、集合的行為における秩序は、1）目的合理的行為の追求、2）伝統、感情、価値という意味における一致、3）外的効力による強制、の3つによって説明されているといえるのであるが、これは、行為的規則性を生み出すルール、すなわち制度を行為者が受け入れる意味による説明であるといえる。しかしこの説明のうち、伝統、感情、価値という意味における一致によって説明するということにおいては、個人的行為の解釈におけるのと同様な不徹底さ、内的な心理状態の指摘だけで終わらせその客観的な因果適合的理解への道を閉ざしているという点が指摘できるのである。そして、この点の打開において、Popper の状況の論理が果たす役割はもはや明らかであろう。秩序的行為に追いやった心的状態を指摘するだけにとどまらずに、そのような心的状態に追いやった客観的知識状況の分析は可能であり、それを追求することによってより因果適合的説明に近づくことができるのである。その際、価値的意味の一致によって生じたと思われる集合的行為が目的合理的に、すなわち因果適合的に理解できる場合や、状況との関連における感情的行為における規則性の発見、さらには制度の外的効力の合理性といったことに関する理論の探求の道が開けるといえる。

V. 今後のマーケティング研究への含意

さて、以上のような方法論的問題状況に対する、Weber および Popper の対応は、同様の問題状況を共有していると思われる現在のマーケティング研究に対してどのような含意を持つであろうか。マーケティング研究の現状において出現してきた2つの関心と4つの動向、そして主流派の行動科学的研究動向のそれぞれに対するその含意を紙面の制約から簡潔にまとめておきたい。⁵⁾

5) 歴史的個性への関心と、解釈学的研究の潮流及び歴史的研究の潮流、主流派の行動科学的研究プログラムに関しては別稿ですでに詳しく論じたので（堀越〔2006〕、堀越〔2007〕）、次の1から4の主張の詳細はそちらを参照されたい。

第1に、解釈学的研究や歴史的研究において主張される過激な方法論的二元論の主張は、マーケティング研究におけるこれまでの研究蓄積との会話を途絶えさせ、新しい研究潮流の実りある貢献を阻害するだろう。歴史的個別性への関心に導かれた研究であってもそこでは必ず理論的成果を使用しているのであり、研究対象の差異を強調し自然科学的方法の不可能性を主張する必要はない。

第2に、こうした歴史科学と理論科学の関係を考えれば、マーケティングの定義をひたすら拡大して拡散的な事例研究を生み出している現在のアメリカにおけるマーケティング史研究の動向は、理論科学的研究との分断を推し進めるだけだろう。むしろマーケティングにおける理論的成果を共有し、その適用範囲を見定めるためのケース分析といった歴史的研究が精力的に推し進められるべきだといえる。このようなケース研究は、理論科学的成果の反証テストとしての役割を果たしえる可能性があるものであり、理論的な帰結と歴史的個性的な現実とを比較し、その差を生み出した初期条件を明らかにすることによって、新たな理論化の方向性が示唆されるのであり、歴史的個別性への関心に導かれた研究と理論的関心に導かれた研究が相互に関連性を持って進展しうるといえる。

第3に、解釈学的研究に顕著に見られる、直観主義的な方法論の推奨は、決して社会科学に独特のものではないばかりか、それによって提出された解釈の妥当性を保証するものではなく、神秘主義的な意味合いを生み出すだけである。解釈学的研究において、その解釈を個人的心理の感情的側面や、フロイトの無意識や集合無意識、あるいは時代的先入見といった心理学的事実に帰属させることにより理解を達成しようとするいくつかの動向が確認出来るが、前述の直観主義的方法の主張とともに、感情移入の方法によってその解釈の妥当性が独断的に主張されやすく、解釈の妥当性において問題が生じやすい。これは、Weberにおいても見られた説明の不徹底さである。方法論の実り豊かさとしては、Popperの状況の論理における世界3という考え方が重要であり、知的産物からの行為者の知的状況の再構成によって、心理的要因をできるだけ状況に置き換えていく方向に研究の重点が転換されるべきである。

第4に、マーケティング研究の主流における行動科学的研究プログラムにおいても、心理学主義的傾向が確認できる。心理学主義的な消費者行動理論においては、「行動したいと思ったから行動した」というトートロジー的当たり前の仮説が生まれやすく、消費者行動モデルにおける理論的停滞の原因の1つはこの点にあると思われる。そうした心理に至った状況の検討こそが解釈や理論の妥当性の根拠となるのであり、経験的テストにも服しやすく実り多い議論が展開されやすいという点で、研究の重点は圧倒的に状況側にあるといえるだろう。しかし、それが心理的要因を極力排除し、外的状況と結果としての行為を重視するからといって、行動主義的な主張をしているわけではないということである。刺激-反応の人間を想定して、行為の周りにある刺激要因を列挙し、その刺激による受動的反射として行動を説明するのではない。あくまで、人間の行為を主体的な問題解決行為として捉え、行為を生み出した問題の再構成として外的状況を捉えるのである。いわゆるブラック・ボックス・モデルによって人間の主体的な選択を無視して、単に刺激と反応の相関を追究するのではない。この点で状況の論理は情報処理モデルにおける能動的

人間観を共通して持つが、その主体的心理状態を外的状況に移し変えるという点では情報処理モデルとも異なっている。しかし、この情報処理パラダイムにおいても、研究の中心が消費者の知識の研究にシフトしてきているようであり、世界3的分析への研究の移行が期待できる。そこでは、目的合理的な行為、価値合理的な行為、感情的行為、そして伝統的な行為という Weber の行為の4種類の理論的成果間の関係が探求されることになるだろう。

第5に、心理学主義の傾向から抜け出て、状況分析的な解釈や理論構成を目指すアプローチとして、80年代以降に復活した、新制度派を中心とした経済学的アプローチは実り多い研究成果が期待できる。そこでは、Popper 的な状況の論理に従った様々な研究方向が確認できるのである。この点については少し詳しく論じておこう。

新制度派経済学アプローチと総称される研究の中身は、一般に、取引コスト理論、エージェンシー理論、所有権理論を中心として、進化経済学、行動経済学、法の経済学、ゲームの理論といった様々なアプローチが含まれている（菊澤〔2006〕）。ゲームの理論を除いて、他のアプローチに共通なことは、限定合理性を仮定し、新古典派経済学で想定された完全合理性下の行動理論と現実との乖離を、できるだけ合理的に埋めていく手段としての行為や制度が論じられるのである。取引コスト理論においては、取引コストの発生という状況下において、そのコストを削減するための統治構造として組織等の様々な制度が考えられており、エージェンシー理論においては、プリンシパルとエージェントの関係における情報の非対称性という状況下で発生する非効率的な行動を規制する統治構造として、さまざまな報酬制度や保障制度といった取引契約が制度として存在すると考える。所有権理論においては、同じく限定合理性が仮定され、所有権の不明確さから生じる非効率性を削減するために、所有権の配分の仕方がどのような状況の下で非効率になったり効率的になったりするのかが探求される。進化経済学においては、完全合理的な判断のもとで行為がなされるわけではなく、ルーティンによる行為が基本的であると考えられており、その環境との適合性が考察される。これは、Weber における、伝統的行為の状況適合性を考察するという研究方向であると解釈できる。行動経済学では、その中心にプロスペクト理論があり、そこでは、レファレンス・ポイントとよばれる点を境に、満足と不満足を比較するという状況が与えられ、その比較における心理的に合理的な選択行動が説明される。このプロスペクト理論の重要な点は、利益が増加することによる満足の度合いよりも、損失を生み出すことによる不満足の度合いのほうが大きいという、価値関数曲線を見出した点にある。ここでは、利益と損失を正確に認識できる完全合理性に対する心理的偏向効果の規則性が明らかにされているのであり、Weber における感情的行為と目的合理的行為の関係の規則性を明らかにしていると解釈でき、その意味で Weber 的な非合理的の意味解釈にとどまらずに、Popper 的合理性の追求が試みられているといえるだろう。しかし、そこではある状況におかれたときにおける感情的行為の因果適応的規則性が提言されているのであり、心理学的規則性、すなわち心理学的合理性が主張されているといえる。それゆえ、経済学理論というよりは心理学理論といったほうがいいかもしれないのであり、こうした研究方向は、主流派の行動科学的研究プログラムのあるべき方向を指し示しているように思われる。法の経済学においては、限定合理性下での不完備契約において、賠償責任制度の在

り方によってその契約遵守にどのような影響を与えるかが考えられている。これは、Weberにおける、法の外的効力の効果に関する理論的研究とみなせる。ここでもその効力の絶対性が仮定されるのではなく、Popper的な意味での合理性が働く、より具体的な条件が探求されているといえる。最後に、ゲームの理論においては、完全合理性下において、囚人のジレンマから抜け出す可能性として、無限に繰り返される取引という状況が発見された。これは、Weberにおける価値合理的行為でありかつ目的合理的行為でもある場合の条件を明らかにしているという点で、Popperの状況の論理的研究方向での成果といえるだろう。以上のように、新制度派経済学においては、新古典派経済学と現実との間のギャップを合理的に埋める研究方向が次々と生まれてきているのであり、これは、まさに、WeberをこえたPopperの状況の論理的方法論の指し示した研究方向であるといえる。

第6に、人間行動を生み出す重要な状況要因である制度の分析への関心は、マーケティング研究における関係性という新たな研究対象の注目によってさらに重要性を増すのであり、マーケティング研究におけるミクロ的事象の説明とマクロ的事象の説明をリンクさせる突破口になるものと予想される。それゆえ、関係性マーケティング研究における個別の顧客の理解や、具体的組織間関係の考察といった歴史的個別性を追求する研究とともに、それを超えてその具体的事象から様々な制度が生み出されて集合的な社会現象を生み出していくプロセスの理論的探求が推進されるべきである。そして、そうした制度研究の方向性は、前述の新制度派経済学において展開されているといえる。Agassi〔1960〕が述べるように、全体論—個人主義という軸とは別の種類の制度主義—心理学主義という軸がそこにおいて暗黙のうちに同一の軸として重ね合わされているという混乱を整理し、心理学主義的個人主義でも制度主義的全体主義でもなく、それとは別の制度主義的個人主義という研究方向を指し示したのがPopperだったのであり、その研究方向での実り豊かさを示しているのが新制度派経済学における研究方向であるといえるだろう。

VI. 結

以上から、本論文で明らかにしようとしたことは以下のことである。

- ① 1980年代以降のマーケティング研究の新動向としては、1) 解釈学的研究の出現、2) 歴史的研究の新たな高まり、3) 新制度派を中心とした経済学的研究の復活、4) 関係性マーケティング研究の出現、の4つが挙げられ、そこには歴史的個別性への関心と関係性あるいは制度への関心という2つの関心が芽生えている。
- ② 歴史的個別性への関心にかかわる状況は、19世紀のドイツにおける社会科学の状況とそっくりであり、そこにおいて、1) 歴史と理論の関係、2) 社会学理論の行為論的基礎、3) 行為論とマクロ的事象の関係という3つの方法論的問題を考察したWeberの見解は、現在のマーケティング研究の方法論の状態にもきわめて示唆的である。
- ③ Weberは、歴史的個別性の認識においても理論は不可欠であるとし、その理論は、方法論的個体主義的かつ反心理学主義的に探求されるべきであると主張し、この点に関しては

Popper の社会科学方法論における主張も同一である。

- ④ しかし、Weber においては意味適合性が強調され感情移入的明確性のみの説明が残存しているのに対し、Popper は世界 3 という考えに基づいて心理的状態の指摘でとどまらず、そうした世界 2 的な要素を世界 3 的知識に置き換え合理性を保持した形での説明を探求する方法として、状況の論理という提言をした。
- ⑤ この Popper の方法論的構想の方向での実り多い研究成果が出現しているのが、新制度経済学と呼ばれる研究方向であり、マーケティング研究における解釈学的研究や歴史的研究とともに主流の行動科学的研究プログラムの研究動向はこの方向への修正が必要である。
- ⑥ マーケティング研究における関係性への関心は制度への関心の芽生えであり、行為論的研究をマクロ的現象に結びつける要となりうるものであり、その実り多い研究成果も新制度派経済学的研究方向においてこそ実現できるものと思われる。

〔付記〕

榎原先生を初めて知ったのは、卒論作成のために Alderson に関する先生の論文を読んだ時であった。その後大学院に進み、方法論の研究会で初めてお会いした時、論文を読んだ時の印象と同じ明確な批判的思考と学問への情熱を再確認したのを今でも覚えている。それとともに、その討論の激しさにもかかわらず、常に相手のことをやさしく慮るお人柄は特に印象深く、以後今日までそのお人柄に接し、助けられ、学び、感化されていくうちに、いつからか自らの教育実践における明確なイメージになっていった。そして、そのイメージは、私のキリスト教へのイメージでもある。私は特に宗教に帰依しているわけではないが、学生との交わりにおいてこうした宗教的利他主義の重要性を痛感しつつ自己嫌悪に陥る毎日なのであり、その時にはいつも榎原先生のニコニコとした笑顔が頭に浮かぶのである。榎原先生には、今後とも末永く学生を指導していただきたいと思うし、私自身もその後に続けたいと思っている。

参 考 文 献

- Agassi, J. [1960], "Methodological Individualism", *British Journal of Sociology*, Vol.XI, 3, p.246.
- Belk, R. W., J.F.Sherry, Jr., and M. Wallendorf [1988], "Naturalistic Inquiry into Buyer and Seller Behavior at a Swap Meet", *Journal of Consumer Research*, vol.14 (March), pp.449-470.
- Berry, L. L. [1983], "Relationship Marketing", in Berry, L. L., G. L. Shostack, and G. D. Upan [eds.], *Emerging Perspectives on Services Marketing*, A. M. A., pp.25-28.
- Fisk, R. P., S. W. Brown, and M. J. Bitner [1993], "Tracking the Evolution of the Services Marketing Literature", *Journal of Retailing*, Vol.69 (Spring), pp.61-103.
- Hirschman, E. C. [1986], "Humanistic Inquiry in Marketing Research: Philosophy, Method, and Criteria", *Journal of Marketing Research*, vol.23 (August), pp.237-249.
- and M. B. Holbrook [1982], "Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions", *Journal of Marketing*, vol.46 (Summer), pp.92-102.
- Holbrook, M. B [1980], "Some Preliminary Notes on Consumer Esthetics", *Advances in Consumer Research*, vol.7, pp.104-108.
- and E. C. Hirschman [1982], "Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feeling and Fun", *Journal of Consumer Research*, vol.9 (September), pp.132-140.

- 堀越比呂志 [2005], 『マーケティング・メタリサーチ——マーケティング研究の対象・方法・構造——』 千倉書房。
- [2006], 「消費者行動研究の展開と方法論的諸問題——行動科学的研究プログラムの帰結——」『三田商学研究』(慶應義塾大学商学会) 第49巻第4号, pp.231-248。
- [2007], 「マーケティング研究における歴史的個性への関心」『三田商学研究』(慶應義塾大学商学会) 第50巻第2号, pp.91-108。
- 菊澤研宗 [2006], 『組織の経済学入門——新精度派経済学アプローチ——』 有斐閣。
- Kumcu, E. [1987], "Historical Method: Toward a Relevant Analysis of Marketing Systems", in A. F. Firat, N. Dholakia, and R. P. Bagossi (eds.), op. cit., pp.117-133.
- 松尾洋治 [2005], 「マーケティング研究における解釈的アプローチの方法論的背景」『三田商学研究』(慶應義塾大学商学会) 第48巻第2号, pp.129-155。
- 丸山高司 [1985], 『人間科学の方法論争』 勁草書房。
- Mick, D. G. [1986], "Consumer Research and Semiotics: Exploring the Morphology of Signs, Symbols, and Significance", *Journal of Consumer Research*, vol.13 (September), pp.196-213.
- 南知恵子 [2005], 『リレーションシップ・マーケティング』 千倉書房。
- Monieson, D. D. [1988], "Intellectualization in Macromarketing: A World Disenchanted", *Journal of Macromarketing*, (Fall), pp.4-10.
- Popper, K. R. [1934], *Logick der Forschung*, Julius Springer Verlag. (森博訳『科学的発見の論理』 恒星社厚生閣, 1971)
- [1945], *The Open Society and its Enemies*, Routledge & Kegan Paul. (内田詔夫・小河原誠訳『開かれた社会とその敵: 第一部・第二部』 未来社, 1980)
- [1957] "The Poverty of Historicism, Routledge & Kegan Paul. (久野収・市井三郎訳『歴史主義の貧困』 中央公論社, 1961)
- [1963], *Conjectures and Refutations: The Growth of Scientific Knowledge*, Routledge & Kegan Paul. (藤本隆志・石垣壽郎・森博訳『推測と反駁——科学的知識の発展——』 法政大学出版局, 1980)
- [1967], "La Rationalité et le Statut du Principe de Pationalité", dans E. M. Claassen (éd.) *Les Fondements Philosophiques des Systèmes Economiques*, Paris. (水野博志訳「合理性と合理性の原理の規約」『福岡大学商学論叢』 第30巻第1号, 1985, pp.213-223)
- [1972], *Objective Knowledge: An Evolutionary Approach*. (森博訳『客観的知識——進化論的アプローチ』 本鐸社, 1974)
- Savitt, R. [1980], "Historical Research in Marketing", *Journal of Marketing*, vol.44 (fall), pp.52-58.
- Schelling, A. v. [1922], Theorie der histrischen Kulturwissenschaft von Max Weber und im besonderen sein Begriff des Idealtypus, *Archiv für Sozialwissenschaft und Sozialpolitik*, Bd. 49,S,622-752. (石坂巖訳『ウェーバー社会科学の方法論——理念型を中心に——』 れんが書房新社, 1977)
- Sheth, J. N. and A. Parvatiyar (eds.) [2000], *Handbook of Relationship Marketing*, Sage Publications, Inc..
- 下田直春 [1980], 「方法論的主観主義と客観主義」『科学哲学13: 社会科学と哲学の間』 早稲田大学出版部, pp.7-21。
- 富永健一 [1995], 『行為と社会システムの理論』 東京大学出版会。
- Weber, M. [1903-1906], "Roscher und Knies und die logischen Probleme der histrischen Nationalökonomie", *Gesamelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, 2Aufl., 1951. (松井秀親訳『ロッシェとクニース』 2冊, 未来社, 1955-1956)
- [1904], "Die" Objektivität "sozialwissennschaftlicher und sozialpolitischer Erkenntnis", *Gesamelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, 3, Aufl, 1968. (出口勇蔵訳「社会科学及び社会政策の認識の〈客観性〉」『世界の大思想 3 ウェーバー政治・社会論集』 川出書房新社, 1973)
- [1906], "Kritische Studien auf dem Gebiet der kulturwissenschaftlichen Logik", *Gesamelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, 2 Aufl, 1951. (森岡弘通訳『歴史は科学か』 みすず書房, 1965)
- [1922], "Soziologische Grundbegriffe", *Wirtschaft und Gesellschaft: Grundriß der verstehen Soziologieden*, 5. Aufl, besorgt v. Winckelmann, J. J. C. B. Mohr, 1972. (清水幾太郎訳『社会学の根本概念』 岩波文庫, 1962)