

「三方よし」の類型化

－ 新聞記事データを基にした内容分析 －

Classification of “SAMPO-YOSHI”

－ Content analysis based on newspaper article data －

法政大学大学院 政策創造研究科 研究生 三木田 尚美

Hosei University Graduate School of Regional Policy Design, Researcher, Hisami Mikita

キーワード

三方よし、近江商人、CSR、分類、モラロジー

1 はじめに

近年、社会のグローバル化、超高齢化など、人々を取り巻く環境は大きく変化している。地球環境問題や消費者問題、様々な社会課題を抱える現代社会において、持続可能な社会を実現するためには、消費者政策は行政だけのものとして企業に求められ、企業はCSRを単に義務的に果たすだけでなく、積極的かつ戦略的に活用することが求められている。

CSRの概念を議論する時、企業の経営者や管理者層の発言の中に「日本企業には、昔から『三方よし』の精神が根付いている」といった表現が含まれることが多い¹。「三方よし」とは「売り手よし・買い手よし・世間よし」で表されるもので、商取引において、売り手と買い手の2者だけでなく、社会全体をも益するものでなければならないという現代のCSRにも通じる理念である。これまで一般的に「近江商人の経営理念」として知られてきた一面があるが、「三方よし」という表現は、実は、近江商人たちの家訓として実際に使われていたわけでは

ないことがわかっている²。近年、近江商人研究者などの間では、史実や史料引用が誤ったまま流布していることについては危惧感も存在し³、「三方よし」の言葉の使用実態における問題意識は先行研究の中で指摘されながらも、これまで手付かずのままであった。実際には「三方よし」は一般的に広く用いられており、その使用場面も多様でありながらその実態はこれまで検証されることはなかった。

本論文の目的は、現代の「三方よし」の表現の使用について新聞のデータを基に類型化を試みることによって、今日の「三方よし」の理解を深め、今後のCSRの研究および実践に活かそうとするものである。

2 先行研究レビュー

「近江商人の経営理念」として一般に流布した「三方よし」の表現の疑義について、「売り手よし、買い手よし、世間よし」の「三方よし」が小倉榮一郎による造語である可能性を初めて指摘したのは末永（1999、55頁）である。さらに、末永（1999、2004、2014）は「三方よし」の言葉が近江商人と関連づけて使用され

¹足達、村上、橋爪（2018）、141頁。

²末永（2014）、26頁。

³宇佐美（2015）、31頁。

たのは1988年の小倉の著書『近江商人の経営』が最初であり、その典拠は不明であることを明らかにした。また、有馬(2010)の中には、「近江商人研究で実は最も分からないのが『三方よし』という言葉だった。」という宇佐美の発言および「確かに『三方よし』が独り歩きした感はある」という三方よし研究所の岩根順子の発言が残されている。

「三方よし」という表現は、小倉以前にも昭和6年頃から使用されていたことが大野(2012)によって明らかにされている。麗沢大学の創始者で法学博士であり、モラロジー(道徳科学)の提唱者でもある廣池千九郎が、「自分よし、相手よし、第三者よし」の「三方よし」を使用していた。モラロジーに基づき全国的に展開した社会教育活動の中で説明され、近江商人との関連性はない。大野の指摘によって「三方よし」は、小倉による「売り手よし、買い手よし、世間よし」の「三方よし」とは別に、モラロジーを源流とする流れが存在することが示された。末永(2014)は、廣池が「三方よし」の最初の表現者だと言ってよいと述べている。企業理念としての「三方よし」の使用については、大野(2012)と宇佐美(2015)が昭和の初期にはモラロジーを学ぶ企業経営者が経営理念として使用していたことに言及した。足立(1978)は、モラロジーに多大な共感を示しており、「三方よしの経営」として京都老舗の家訓と廣池の道経一体の経営の教えとの共通点について詳細に論じた。

なお、本論文ではモラロジーに基づく「自分よし、相手よし、第三者よし」で表されるものを「廣池の『三方よし』」、近江商人に関連づけて「売り手よし、買い手よし、世間よし」で表されるものを「小倉の『三方よし』」と呼ぶ。

1997年、当時小倉の「三方よし」の原典と考えられていた中村治兵衛宗岸の「宗次郎幼主書置」の原書が発見された。末永(1998,1999)の精細な考証により、江戸時代に「三方よし」が語られた史実はないものの、近江商人の商法そのものに由来する教えがその言葉に集約されたとし、「近江商人の到達した普遍的な経営理念をごく簡略に示すためのシンボリック的標語」と位置付けられた(末永,2004)。また、現代の企業の社会的責任(CSR)の視点から、末永(2004)は、「三方よし」は「日本の歴史と伝統の中で培われてきた日本生え抜きのCSR思想そのもの⁴。」とし、有馬(2010)は「CSRの先駆けといって良い」として「三方よし」を評価している⁵。

宇佐美(2015)は、史実を正確に踏まえずに「三方よし」がCSRの源流として引用されている実態に危惧を訴え、小倉の「三方よし」の初出から数々の著書における使用まで、表記や典拠が都度変容していく過程を詳細に検証した。その中で、近江商人研究の見解とは異なる「三方よし」の安直な使用方法があるとして、例えば『三方よし』から『六方よし』の企業倫理へ」といった表現、つまり「三方」が「四方」「五方」「六方」と数が増す使われ方が存在すると指摘した⁶。宇佐美(2015)は、大野による廣池の「三方よし」は近江商人の「三方よし」とほぼ同じという主張に対して、廣池の「三方よし」は「第三者」を対象としており範囲があくまでも人間が対象であることを挙げ、「世間」つまり社会まで広い範囲を対象とする小倉の「三方よし」とは相違する⁷と批判した。一方、三方よし研究所(2012)は、その設立10年の歩みを纏めた年表の中で、2004年頃から「三方よし」の使用が氾濫状態にあった⁸と記して

⁴ 末永(2004)、21頁

⁵ 有馬(2010)、148頁。

⁶ 宇佐美(2015)、39頁。

⁷ 宇佐美(2015)、37頁。

⁸ 三方よし研究所(2012)、7頁。

いる。

上記の通り、「三方よし」は小倉の「売り手よし、買い手よし、世間よし」以前に廣池のモラロジーによるものが存在し、近江商人の精神を表すもののほか、現代のCSR的な用いられ方や当事者が増えるにつれ数が増えるものなど、様々な用例が存在し、近江商人研究家の中にもそれらに対する危惧感や氾濫状態への懸念も示されていた。先行研究の中に散逸していた問題意識に基づき今日の「三方よし」について整理し理解を深めることには意義があると考え。これらを踏まえ、「現代の『三方よし』の使用のされ方は、先行研究に見られるとおり、少なくとも4つの類型に分けられるのではないか」と問いをたて、「三方よし」の類型化を試みた。

3 データと方法

本論文では、現代の「三方よし」の使用の実態を明らかにするために質的分析と量的分析の両方を用いた内容分析を試みる。内容分析は、メディア・メッセージを統計調査に基づいて科学的に研究するために用いられる、マス・コミュニケーション研究における代表的な実証的方法の1つである（日吉、2004）。

まず、「三方よし」の言葉の実態について把握するためには、マスメディアにおいて「三方よし」がどう取り上げられたのかを調査する必要があると考え、新聞記事をデータ収集の対象として選定した。調査対象を新聞記事とした理由は、長年にわたる文字による蓄積があり、明治時代からの過去に遡って収集が可能であること、データベース化されており映像や音声と比べてはるかにデータ分析が容易であること、

テレビ、新聞、雑誌、インターネットの4つのメディアの中で、新聞が年代を問わず最も信頼度が高いと考えられている⁹ことの3点である。近江商人の経営理念という通念が存在することから、一般紙ではなく経済紙である日経各紙をデータ化している日経テレコン21を選定した。

内容分析は、次の2つの方法で行う。

① 先行研究の概念に沿った類型化（質的分析）
筆者が新聞記事データを通読し、先行研究に基づいて設定した概念にしたがって、「三方よし」の使用について判断し、分類する。

② 計量テキスト分析¹⁰（量的分析）

①で行なった分類結果を客観的に検証するため、計量テキスト分析ツールであるKH Coderを用いて、①と同じデータから階層的クラスタ分析を行う。KH Coderは、2018年12月現在2,000件を超える研究事例をもつ¹¹計量テキスト分析のためのフリーソフトウェアである。なお、本論文が意図する質的分析と量的分析を循環的に用いて相乗的な分析を目指すという考え方は樋口（2014、93頁）の論に準じている。

3-1 質的分析による類型化

【目的】「三方よし」の言葉の使われ方について、新聞記事で使用された実例から特徴を捉え、整理・分類を試みる。

【対象】日本経済新聞社データベース（日経テレコン21）に掲載されている日経各紙の新聞記事。

【抽出方法と検索結果】

新聞データベース：日経テレコン21

日経各紙の「三方よし」の言葉の記載があ

⁹ 総務省情報通信政策研究所（2018年11月15日閲覧）

¹⁰ 計量テキスト分析とは、計量的分析手法を用いてテキスト型データを整理または分析し、内容分析

（content analysis）を行う方法である（樋口、2014）。

¹¹ 「KH Coderを用いた研究事例のリスト」
<http://khcoder.net/>（2018年12月3日閲覧）

る記事全てを抽出。

検索語：「三方よし」「三方よし」「三方善」
をOR検索、任意一致

検索期間：全期間（1876（明治9）年12月
2日から2018年10月2日）

ヒット数：260件（1987年6月16日～
2018年10月2日）

【分類方法】

先行研究からの指摘を基にして4つの項目を立てた。まず、小倉の「三方よし」以前からモラロジーに基づいた廣池の「三方よし」の広まりがあったこと、およびモラロジーに共感し「三方よしの経営」について論じた足立（1978）の文献が、小倉の「三方よし」より10年も前に出版されていたことから、モラロジーの流れを汲むものを1つ目の分類項目とした。次に、小倉の「三方よし」に見られる通り近江商人の理念と関連づけて語られるもの、3つ目は末永および有馬が評価する通り、CSRと関連づけて捉えられるもの、最後に、宇佐美が指摘した通り三方が商売の当事者だけを示すものや、数が増えるにつれ「四方」「五方」と表現が変わっていくものである。この用法は、大野が引用したモラロジーの文献の中にも「四方」という表現で存在していた¹²。以上4つをそれぞれ「モラロジー型¹³」、「近江商人型」、「CSR型」、「当事者型」と呼ぶ。分析単位は1記事とし、各記事を筆者が通読し、記事中の「三方よし」の使用の特徴から、ひとつずつ各項目に振り分ける。項目にあてはまらないものや内容が不明なものは「その他」として区別する。260件分の記事の記録は、日付、記事見出し、記事の「三方よし」部分の抜粋、分類種別、キーワード・コメント等を1件ごとにエクセルに記録する。な

¹² 「最高道徳は（中略）自分と仕入先とお得意と社会と四方を益することを目的とせしむるのであります。」大野（2014）、247頁。

¹³ 本研究は小倉による「三方よし」を起点としているため、このような項目とした。廣池の「三方よし」に

お、分類作業を進めるうちに先行研究からの4つの分類型とは別に、特徴のある独立した用途型の存在が2つ認められたため、それぞれ「語呂合わせ型」と「商品名・ブランド型」と名付けて追加した（表1）。

<分類型と名称および詳細>

【モラロジー型】

特徴・分類基準：廣池千九郎の教えに基づいていると判断されるもの。1988年より前に「三方よし」の言葉およびその名のつく理念の存在、伝承、定着の事実があるものは、モラロジーに由来するものと判断した。モラロジー型と思われる記事の中には近江商人に関連する内容の記載はない。

中心概念：最高道徳の実現、商人道徳

キーワード：「自分・相手・第三者」、「三方善」、「理念は先代から継いだ」など

記事例：滋賀県の石田衡器製作所の経営方針である「自分・相手・第三者に対して三方よし」を実地で学ぶ¹⁴。

【近江商人型】

特徴・分類基準：近江商人の倫理観への回帰、近江商人の家訓や商法を語り継ぐもの。

中心概念：近江商人の精神

キーワード：家訓、陰徳、信仰心、原点、原典、語り部、伝道者など

記事例：扇四呉服店は今年で創業二百七十三年になる老舗。（中略）売り手よし、買い手よし、世間よしの“三方よし”を強調する。（中略）おごりなどを禁じた家訓を読み上げるという伝統的な近江商人だ¹⁵。

【CSR型】

特徴・分類基準：「世間」にあたるものが社会を

よる、モラロジーを起点とした研究も行われるべきである。

¹⁴ 『日経産業新聞』、1987年6月16日。

¹⁵ 『日本経済新聞』、1992年11月19日。

表1 「三方よし」分類表

ヒット件数:260件

新聞記事から三方よしの使われ方の分類を試みる 一日経テレコン21-

		三方よし		260		
カテゴリ	モラロジー型 (M:Morality)	CSR型 (C:「CSR」, Contemporary)	103	ビジネスモデル型 (B:Business model)	商品名・ブランド型 (P:Product)	語呂合わせ型 (R:Rhyming)
基礎	6 廣池千九郎の教えに基づいてい る 1988年以前の存在・伝承が認め られる	45 近江商人・信仰型 (O:Ohmi marchant)	「世間」にあたるものが「社会」「地域」「環境」を示す CSR、CSVになぞらえて提示される	ビジネスの当事者だけを示す 利害関係者の数に応じて増える。 「四方よし」等 (但、利害関係者4以上でも「四方」等 とせず三方のままかつ社会等を示す 場合はC型に入れた。)	ブランド 商品名 名産・名物	三拍子揃ったという意味 良いものが3つ 語呂合わせ
Main Idea	「最高道徳の実現」「商人道徳」 「自分・相手・第三者」 「三方善」 「理念は先代から継いだ」 (近江商人との関連は触れられて いない)	「近江商人の精神」 「三方よしの精神」 家訓 陰徳・人知れず 利真於勤 利は余沢 押し込め隠居 矢尾百貨店・株父事件 勤勉 信仰心 薄利 原点 商業倫理 語り部・伝導者	「世間≒社会」(49) 「世間≒地域」(34) 「世間≒環境」(20) 社会が喜ぶ仕事 社会貢献 長期的発展 無気慮入れの投資・経費 Win-Win グローバル 地域ぐるみ 地域密着 地域よし 地元密着 活性化 まちゼミ 循環型社会 環境対策 CO2削減 地球よし 低炭素 エシカル消費	「仕組み・ビジネスモデル」 システム 構図 達成 サーベス 「カタチ」 ソリューション 「サンボウヨシオベレーション」	「地元近江・滋賀のもの」 「近江うどん三方よし」 近江商人といえは三方よし、「滋 賀県最大のブランド」 無形資産としての三方よし 滋賀らしいキーワード「三方よし」 同県産小麦「ぶくさやか」100%の うどん「三方よし」	「優れている」 「街並みよし、水郷よし、風景 よし」 「歩いてよし、迎えてよし、交 流してよし」 「みばえ、香り、感触」
記事内の事例<キーワード			「四方よし」、「五方よし」、「n方よし」 (ステークホルダーの数により呼び方が変わる、社会や環境を含むこともある)	狭義的 広義的		

その他<上記以外の例>

書籍タイトル・イベント名・講演テーマ、三方よし研究所

示す意味が不明確なため、仕分け不能なもの

人物紹介などで、その人物の理念として一言触れるだけで終わってしまうなどの理由から、「三方よし」が示す内容が不明なもの

(出典：筆者作成)

示すと判断されるもの。社会的責任 (SR) に通じる考えや CSV になぞらえて提示されるもの。この型はさらに「社会」「地域」「環境」と三つの小項目に分類できる。

中心概念：「世間⇄社会」「世間⇄地域」「世間⇄環境」

キーワード① 世間⇄社会：社会貢献、グローバルなど。

記事例：「売り手」の利益を確保し、「買い手」の利益に貢献し、「社会」の発展にも貢献する。「三方よし」の考え方を土台とし、商社ビジネスを通じて社会・経済の発展に貢献していく¹⁶。

キーワード② 世間⇄地域：地元密着、地域ぐるみ、まちゼミなど。

記事例：「会員・お客様、地域社会、信金がともに発展する『三方よしの好循環経営』に引き続きまい進したい」と訴えた¹⁷。

キーワード③ 世間⇄環境：循環型社会、環境対策、地球よし、CO2削減等。

記事例：環境にも良く、農業の振興にもつながり、消費者、生産者、環境に良いという「三方よし農業」を打ち出している¹⁸。

備考：滋賀 CSR モデルや ESG に関連するものは、地域と環境の両方に寄与することを考慮していることから、分類小項目の地域と環境の両方に含めた。

【当事者・ビジネスモデル型】

特徴・分類基準：三方がビジネスの当事者または対象だけを示すもの。当事者・対象数によって「四方よし」「五方よし」などに表現が変わるもの。但し、当事者を4つ以上示していても「三方よし」の表現のままで、「社会」「地域」などを当事者にカウントしているものは CSR 型とした。なお、当初は「当事者型」として始

めた分類であったが、作業を進めるうち「ビジネスモデル」という概念が多く現れ始めたことから、以降は「当事者・ビジネスモデル型」と呼び名を変更することとした。

中心概念：社会や地域といった包括的な全体ではなく、あるビジネスの当事者だけを示し、当事者数に応じて「四方よし」「六方よし」などに表現も変わっていく。

キーワード：利害関係者、ビジネスモデル、仕組み、システム、構図など。

記事例 A：「資金繰り、貸借対照表、収益の改善につながる」と“三方よし”を強調する¹⁹。

記事例 B：在庫・返品負担の軽減による製・配・販の「三方よし」を模索する3分の1ルール見直し。これを機に、より多くの無駄の排除や鮮度のあり方について、消費者を交えた「四方よし」への議論を深める時かもしれない²⁰。

【語呂合わせ型】

特徴・分類基準：三拍子揃っていて申し分ないことを表す語呂合わせ的なもの。

中心概念：優れている。三拍子揃っている。語呂合わせ。

キーワード(事例)：「街並みよし、水郷よし、風景よし」「歩いてよし、迎えてよし、交流してよし」「みばえ、香り、感触の三方よし」

記事例 A：近江八幡に住んで12年。近江商人の家訓「三方よし」ではないが、街並みよし、水郷よし、風景よし。この街は落ち着きがあり、緑もたっぷり残っていて気に入っている²¹。

記事例 B：滋賀産メロンでパンとスイーツ、セブンイレブン、商品開発、県内で数量限定販売。(中略) 試食した知事は「みばえ、香り、感触の三方よし」と PR した²²。

¹⁶ 『日本経済新聞』、2014年11月13日。

¹⁷ 『日経金融新聞』、2006年7月19日。

¹⁸ 『日本経済新聞』、2002年11月2日。

¹⁹ 『日本経済新聞』、2010年9月8日。

²⁰ 『日経MJ (流通新聞)』、2012年11月9日。

²¹ 『日本経済新聞』、1991年9月19日。

²² 『日本経済新聞』、2009年7月9日。

【商品名・ブランド型】

特徴・分類基準：「三方よし」を滋賀の名産・名物として商品名に据えたもの。滋賀のブランドとして「三方よし」を用いているもの。

中心概念：地元 近江・滋賀のもの

キーワード(事例)：近江うどん「三方よし」、近江商人といえば「三方よし」、滋賀最大のブランド、滋賀らしい

記事例 A：粘り、こし、つやが良いうどんを「近江うどん三方よし」としてブランド化した²³。

記事例 B：それが今では近江商人といえば三方よし、三方よしといえば近江商人というイメージになった。私たちは『滋賀県最大のブランドになった』と言っています²⁴。

<質的分析の結果>

上記の基準に従って新聞記事 260 件を振り分けた結果を表 2 に示す。対象記事全 260 件中、モラロジー型は 6 件 (2%)、近江商人型は 45 件 (17%)、CSR 型は 103 件 (40%)、ビジ

表 2 新聞記事の振り分け結果

類型名	件数	割合
モラロジー型	6 件	2%
近江商人型	45 件	17%
CSR 型	103 件	40%
	社会 (49)	-
	地域 (35)	-
環境 (21)	-	
ビジネスモデル型	61 件	23%
語呂合わせ型	5 件	2%
商品名型	6 件	2%
その他	34 件	13%
	イベント・書籍名 (13)	-
	内容不明 (21)	-
計	260 件	100%

(出典：筆者作成)

ネスモデル型 61 件 (23%) 語呂合わせ型は 5 件 (2%)、商品名・ブランド型は 6 件 (2%) であった。その他として除外したものは、セミナー案内や講演会名、書籍名などで出現したものが 13 件、内容不明のものが 21 件 (8%) であった。

3-2 量的分析からの検証

<量的分析の目的・手法・手順等>

【目的】①筆者が行った手作業で実施した分類の妥当性について確認する。②再現性を持たせ、比較検証が可能な方法を取ることで、内容分析の信頼性を高める。③質的分析に加え量的分析を用いて検討することにより新たな洞察もたらされることを期待する。

【対象】質的分析で使用した 260 件の新聞記事データ。

【使用するソフトウェア】KH Coder

【手法】階層的クラスター分析

【仮説】質的分析の分類のうち該当件数が多かった、近江商人型、CSR 型、当事者・ビジネスモデル型の 3 つについて、各型の特徴に合理性を見出せるような語のまとまりが出現する。但し、計量テキスト分析ツールである KH Coder の特性から、特定語による判別がつかないモラロジー型や元々記事の該当件数が少ない語呂合わせ型、商品名・ブランド型は量的にまとまらないため分析結果に現れない可能性が高い。

【手順】対象の 260 件の記事データをテキスト化し、半角スペースの除去などデータクリーニングを施した後、「三方良し」「三方善」「売り手良し、買い手良し、世間良し」など複数ある「良し・善」の表記をすべて「よし」に、統一した。時代区分、掲載年、掲載月、記事タイトルに HTML マーキングを行い、見出しを付与した。

²³ 『日本経済新聞』、2011年6月25日。

²⁴ 『日本経済新聞』、2013年2月5日。

表3 複合語リスト

複合語	出現数	複合語	出現数	複合語	出現数	複合語	出現数
近江商人	333	可能性	27	競争力	16	ものづくり	14
三方	264	参加者	26	持続可能	16	京都市	13
図・写真	109	江戸時代	22	経営哲学	16	……	13
滋賀県	78	ビジネスモデル	22	新興国	16	金融機関	13
経営者	76	地域社会	22	観光客	16	金融庁	13
三方よし	68	人たち	21	具体的	15	ステークホルダー	13
日本企業	67	活性化	21	創業者	15	東京・千代田	12
消費者	55	中小企業	21	持続的	15	起業家	12
商店街	46	こん包材	20	企業経営	15	お客さん	12
社会貢献	42	企業統治	20	大阪市	15	関係者	12
従業員	41	編集委員	20	近江八幡市	15	長期的	12
飲食店	41	売上高	20	再利用	15	新規事業	12
投資家	38	社会問題	18	価値観	15	=敬称略	12
経営理念	38	高齢化	17	NPO法人	15	加盟店	12
社会的責任	38	利用者	17	一人	15	三方よし研究所	12
取引先	35	重要性	17	資本主義	14		
まちゼミ	29	担当者	17	駐車場	14		
積極的	28	利害関係者	17	賞味期限	14		

(出典：筆者作成)

なお、目的①に基づいて自動に抽出されたデータの様子を探るため、本分析では、できる限り恣意的な操作を避け、コーディングは行わないこととした。

データを KH Coder に取り込み、内蔵辞書「茶釜」を使用し複合語リスト（表3）の上位50（出現回数15回以上）の単語およびそれ以外でも関連する資本主義、付加価値などの複合語を強制抽出語として採用した。階層的クラスタ分析ではあまりに多くの語を用いると結果の確認が難しくなることから抽出語を取捨選択する必要がある。そのため「売り手」、「買い手」、「世間」、「三方」の各語は「三方よし」と同義語と判断して抽出語から除外し、記事内容と関連のない語（例：図・写真、編集委員など）も除外した。なお、単語の強制抽出には、テキストファイルで強制抽出ファイルと使用しない語ファイルを作成しそれぞれ参照させた。

<階層的クラスタ分析>

KH Coder では、多次元尺度構成法、階層的クラスタ分析、共起ネットワーク分析、自己

組織化マップなどによって同じ文書中に出現する語はどんな語が多かったかを探ることができる。その中で、共起ネットワークが語の並び方の強さを示すのに対し、階層的クラスタ分析では、出現パターンが似ている語がグルーピングされる。本論文では階層的クラスタ分析を選択した。分析結果として、デンドログラム（樹状図）が作成され、分析の対象となる語がまとめられていく様子が表される。クラスタの分割の結果はデンドログラムの色分けによって示され、隣接する語の組み合わせほど出現パターンが似通っていることを示す（樋口、2014）。

設定は、文を集計単位とし、最小出現数は50、分析のオプション方法は Ward 法、距離は Jaccard を選択し、クラスタ数は併合水準の値の変化と数が多くなりすぎないことを総合的に判断し15とした。

まず、クラスタ毎に自動的に色分けされ出力されたデンドログラムの結果を概観する。デンドログラムの15のクラスタのうち、「三方よし」が含まれたクラスタ群は、5つの分割からなり、他の10個のクラスタから構成さ

れる結合から独立していた。紙面に15群全てを掲載することができないため、図1には当該「三方よし」を含んだクラスター群のみを切り出して示す。色分け毎に筆者が破線と番号を付した。

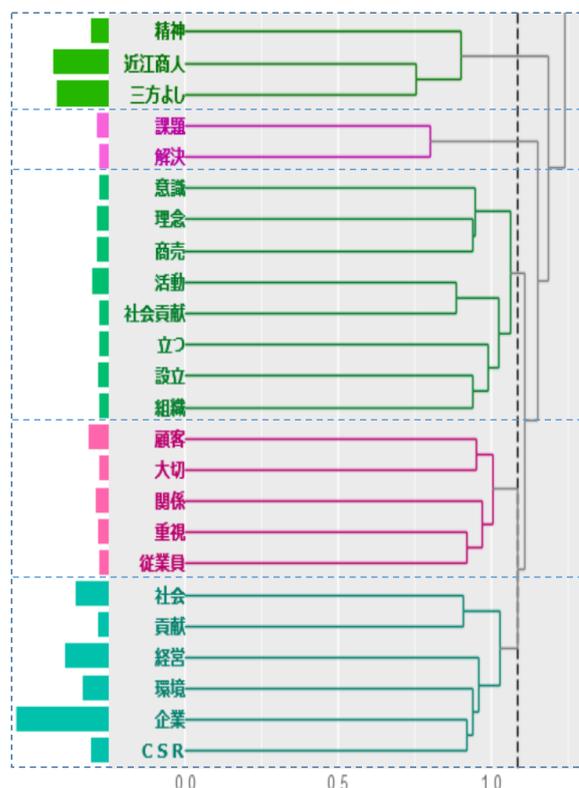


図1 階層的クラスター分析（出典：筆者作成）

<階層的クラスター分析の結果>

「精神」「近江商人」「三方よし」の語がクラスター1を形成しており、「三方よし」と「近江商人」は強い結びつきを有していることが見て取れる。ここでは「三方よし」が近江商人の精神を表すという関連性を示していると考えられる。クラスター2は「課題」と「解決」の2語で形成されている。「三方よし」のクラスターに隣接し、且つクラスター3～5に関わるものとして出現している。この2語は、ビジネス

モデルに関わる言葉と考えられ、記事には、まちコンなど地域に密着した新しいスタイルのビジネスの紹介や、ソーシャルビジネスを伝えるものも多く含まれていた。例えば、「刻まぬ介護食、三方よし²⁵⁾」などである。クラスター3では「意識」「理念」「商売」と「活動」「社会貢献」、「立つ」「設立」「組織」の組み合わせが結合している。伝統的に「三方よし」の理念を語り継いでいる会社の紹介や、組織が設立した当時の思いなど、理念としての「三方よし」を紹介した記事が該当すると考えられる。例えば、「壇上に立ったのは塚本喜左衛門氏。(中略)塚本氏は家業を経営するかたわら、「三方よし」の伝道者としての顔も持つ²⁶⁾。」といったものである。クラスター4は「顧客」「大切」「関係」「重視」「従業員」の語で形成され、「従業員」と「重視」がまず先につながっている。ビジネスの当事者であり、重要な利害関係者として顧客や従業員が語られていると解釈した。記事には「三方よし」を通じて、従業員重視や顧客を大切にする姿勢が取り上げられたと考えられる。CSRを含む隣のクラスターと結合していることから、利害関係者とCSRが密接に結びついている様子が見て取れる。「顧客、従業員、仕入れ先など企業にかかわる人間をまず大切にし、社会に貢献して敵をつくらないことだ」という。近江商人から生まれた「三方よし」の精神に通じる面もある²⁷⁾。」という伊那食品株式会社の記事が該当する。クラスター5には「社会」「貢献」「経営」「環境」「企業」「CSR」など、CSRに関連した語が集まった。記事例として、自然や地球環境に関わる問題に取り組む滋賀CSRモデルについて報じられた「滋賀銀行頭取高田紘一氏、地域ぐるみ「CSR」モデル推進(いまを語る)²⁸⁾」が挙げられる。

分析の仮説通り、モラロジー型、商品名・ブ

²⁵⁾ 『日経MJ (流通新聞)』、2017年4月7日。

²⁶⁾ 『日本経済新聞』、2014年9月11日。

²⁷⁾ 『日経産業新聞』、2000年4月7日。

²⁸⁾ 『日本経済新聞』、2004年7月5日。

ランド型、語呂合わせ型に相当するように解釈できるクラスターはデンドログラムに出現しなかった。これらの型は使用される語が多様であり特定の語で判定することが難しいためと考えられる。

4 考察

本論文では、先行研究に散見された問題意識のもと、現代の『三方よし』の類型化を試み、質的分析と量的分析から検証した。

まず質的分析として、日経テレコン 21 内に収められている過去の全ての記事データから、「三方よし」の言葉が用いられた 260 件の新聞記事を抽出、通読し、その使用について先行研究の指摘に基づき 4 つの分類項目それぞれの中心概念、基準を定め分類した。4 つの分類項目とは、モラロジー型、近江商人型、CSR 型、当事者・ビジネスモデル型である。さらに、通読振り分け作業過程で先行研究とは独立した 2 種を発見したため、語呂合わせ型、商品名・ブランド型を新たに加えるに至った。その結果、分類型は合計 6 項目となった。「三方よし」という言葉が、記事の中で自由さを保持しながらも一定の秩序を保っている様子がうかがえた。「三方よし」の語は、「仕組み」、「ビジネスモデル」、「システム」という語とともに用いられるケースが多く見られたことから、当初近江商人の理念として位置付けられていた「三方よし」が、次第に「ビジネスの仕組み」、「儲けるシステム」として認識され使用されてきているのではないかと考えられる。また、「三方」という表現によって、利害関係者を明確にしているものが多く見られたことから、「三方よし」には、ステークホルダーが誰なのかを明確にする効果があると考えられる。

量的分析として、KH Coder の階層的クラスター分析を行い、先と同じデータから 4 分類の妥当性の確認を試みた。分析結果として出現し

たのは、ビジネスモデルや利害関係者といったビジネスの当事者に関連するクラスター、近江商人の理念とされる「三方よし」の紹介や伝統的な家訓を語り継ぐクラスター、CSR に関連するクラスターであり、手作業で分類したカテゴリーの特徴と一致すると解釈した。注目すべきは「顧客」「大切」「関係」「重視」「従業員」の語で形成されたクラスター 4 であった。隣接する CSR のクラスター 5 とまずつながり、その後伝統的理念のクラスター 3 とつながっていた。従業員重視の経営が日本の CSR と親和性があることを示唆していると考えられる。さらに「三方よし」の言葉と共に CSR を通じて課題解決につなげようとしている企業の姿勢を表している可能性があるとして解釈した。以上のように階層的クラスター分析で出現したクラスター群は、近江商人型、CSR 型、当事者・ビジネスモデル型と矛盾せず、先行研究 4 分類のうちの 3 分類を確認した。なお、モラロジー型が出現しなかったのは、特定語で判定できる性質のものではないことから量的にまともならず、クラスターを形成するに至らなかったと言う理由が考えられ、この型の存在自体を否定するものではない。したがって 4 分類は否定されるものではないと判断した。さらに、事例数が少ない語呂合わせ型および商品名・ブランド型についてもモラロジー型と同様に質的分析に戻り、存在の確実性を確認し、新たな 2 類型として加えることが妥当と判断した。テキストデータの中に存在する、量的に現れてこないものを見落とさないために、1 記事ずつ確認し区分けした地道な質的検討が重要であったと言えるであろう。

5 おわりに

本論文では、「三方よし」の言葉に安直な使用実態があるとの指摘が近江商人研究者らの中で存在することを受け、「現代の『三方よし』

の使用のされ方は、先行研究に見られるとおりに、少なくとも4つの類型に分けられるのではないかと問いのもと「三方よし」の分類を試みた。抽出された記事を通読して行った質的分析によって、新たに見出された商品名・ブランド型、語呂合わせ型の2つを加えた合計6項目からなる分類項目に類型化され、「三方よし」の言葉の使用実態は、氾濫状態というよりは一定の秩序をもっていることが明らかになった。さらに、同データを用いて階層的クラスタ分析を実施した結果、出現したクラスタは近江商人型、CSR型、当事者・ビジネスモデル型3つの分類と矛盾しなかった。特定語によって特徴づけにくいモラロジー型は、量的分析には出現しないものの存在を否定されるものではないことから4つの分類を認め、商品名・ブランド型、語呂合わせ型の2つを加えた6つを現代の「三方よし」の類型とできることを確認した。階層的クラスタ分析から、「三方よし」は従業員重視の経営との深い関わりや我が国のCSRと親和性がある可能性、「三方よし」の言葉と共に課題解決に取り組む企業の姿が浮かんできた。

残された課題について、まず本論文は小倉の「三方よし」を議論の起点として論じているものであることを明示しておかなければならない。廣池の「三方よし」を起点とするならば、また別の結果となることもあり得るであろう。また、本分析における類型化は日経テレコン21のデータベースにおける一傾向を示したにすぎない。語呂合わせ型、商品名・ブランド型の存在が明らかになったことは新たな発見であったが、今後、他媒体におけるデータ、あるいは他のアプローチからの検証もなされるべきであろう。例えば「三方よし」を使用している企業および人物へのインタビューやアンケート調査からの検討、時代背景による変化や使用している企業の規模や業種等による多様な

視点からの分析も必要であろう。

しかしながら、「三方よし」の使用実態における内容分析は初めての試みであり、今日における「三方よし」の在りようが一旦整理され、理解を深められたことに本論文の意義があると考えている。今後の消費者政策およびCSRの研究に「三方よし」がさらに活用されることを期待したい。

謝辞

本論文の作成過程においては樋口一清先生のご指導および石山恒貴先生のご助言、審査過程においては2名の匿名レフェリーの先生から貴重なコメントをいただいた。ここに記して感謝の意を表したい。なお、本論文の誤り・不備の責任は筆者に帰すものである。

参考文献

- 足達英一郎、村上芽、橋爪麻紀子(2018)『ビジネスパーソンのためのSDGsの教科書』、日経BP社。
- 足立政男(1978)『老舗の経営法とモラロジー』、広池学園出版部。
- 有馬敏則(2010)『「近江商人」についての一考察—朝日新聞・滋賀大学パートナーズシンポジウムとの関連において—』、『成瀬龍夫博士退職記念論文集』第382号、139-156頁。
- 宇佐美英機(2015)「近江商人研究と『三方よし』論」、『滋賀大学経済学部附属資料館研究紀要』第48号、31-45頁。
- 大野正英(2012)『「三方よし」の由来とその現代的意味』、『日本経営倫理学会誌』第19号、241-253頁。
- 小倉榮一郎(1988)『近江商人の経営』、サンブライ出版。
- 三方よし研究所(2012)「三方よし」、第19巻第37号、7頁。
- 末永國紀(1998)『「三方よし」の原典、近江商人

- 中村治兵衛宗岸の『書置』と『家訓』-宗岸の遺言状『書置』こそ『三方よし』の原典である」、『三方よし』第9号、4-11頁。
- 末永國紀（1999）「近江商人中村治兵衛宗岸の『書置』と『家訓』について-『三方よし』の原典考証」、『同志社商学』第50巻第5・6号、25-56頁。
- 末永國紀（2004）『近江商人学入門-CSRの源流「三方よし」』、サンライズ出版。
- 末永國紀（2014）『近江商人と三方よし-現代ビジネスに生きる知恵』、モラロジー研究所。
- 総務省情報通信政策研究所「平成28年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」、
(http://www.soumu.go.jp/main_content/00492877.pdf、閲覧日2018年11月15日)。
- 東三河地域研究センター(2014)「東三河地域問題セミナー第1回公開講座-湖国に広がる近江商人の理念『三方よし』」、「東三河地域研究」、通巻126号。
- 樋口耕一（2014）『社会調査のための計量テキスト分析-内容分析の継承と発展を目指して』、ナカニシヤ出版。
- 樋口耕一（2018）『KH Coder 3 リファレンス・マニュアル（2018年10月21日）』、
(<http://kncoder.net/dl3.html>、閲覧日2018年11月2日)。
- 日吉昭彦（2004）「内容分析研究の展開」、『マス・コミュニケーション研究』、通号64号、5-24頁。

受理日：2019年7月6日