

2023 年度 個人研究実績・成果報告書

2024 年 3 月 29 日

所属	商経学部	職名	教授	氏 名	長谷川 博
研究課題	スコープ オブ マーケティング				
研究キーワード	記述、共鳴、展開、応答	当年度計画に対する達成度	3.概ね順調に研究が進展し、一定の成果を達成したが、一部に遅れ等が発生した		
関連するSDGs項目	4. 質の高い教育をみんなに	8. 働きがいも経済成長も	9. 産業と技術革新の基盤をつくろう	17. パートナリーシップで目標を達成しよう	
1. 研究成果の概要 理解から説明へ、そこから次の理解へ、そしてその次の説明へ、といった線形的な連鎖を想定する推論は、実は健全ではない。この論証は、そもそもいかにしてすべてが始まったのかという懸念を動機としているのであろう。もし其々（われわれ）が、いかなる説明にも基礎づけられてはおらず、かつ、いかなる説明も不可能な理解をもち合わせていないとしたならば、其々（われわれ）はそもそもいかにして当初の説明を理解することができるのか。これに対する答えは、われわれは、不完全な理解と完全には理解されていない説明から、より完全な理解とより完全に理解された説明へと、同時に前進するのだというものである。説明を介してのみ理解を得られるのだということはない。最初にもたらされるものは何かという問いは、最初に来るものはおそらく何もないという事実を無視したために、誤って設定されたものである。以上を踏まえて、自然と文化（社会）を貫く、逆には自然と文化（社会）に貫かれるマーケティングを作動（稼働）させる実践仕組や理論枠組のバージョンをみずからに摂り込んでいくマーケティングの教育や研学の方法、そしてしぶとくメタ概念である科学論の考察を積み重ねてきた。こうして論理や原理や道理に関して浮かぶところの言説ないし思潮が及ぶマーケティングのスコープ（存在論と認識論の二重性がある範囲）を、応答としての説明とした。 2. 著書・論文・学会発表等 （できるだけご記入ください。査読の有無及び海外研究機関等の研究者との国際共著論文がある場合は必ず記載） 【論文（査読あり）】 【著書・論文（査読なし）】 単著、2023 年、「スコープ オブ マーケティング—応答としての説明—」『千葉商大論叢』 【学会発表等】 3. 主な経費 文献購入 4. その他の特筆すべき事項（表彰、研究資金の受入状況等） （本文は2ページ以内にまとめること）					