

2024 年度 個人研究実績・成果報告書

2025 年 2 月 28 日

所属	商経学部	職名	教授	氏 名	長谷川 博
研究課題	後期現代における日本とマーケティングの事（上）―近代化的経験の正当化根拠以後にある諸転回の様相を踏まえ―（仮題）：2024 年度個人研究計画書のテーマに変更あり				
研究キーワード	情報論的転回、価値論的転回		当年度計画に対する達成度	4.当初の計画どおり研究が進まなかった	
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

共著出版への執筆や、中小企業経営研究所における新規の定常的研究プロジェクト等への、準備となる記事執筆や共同執筆の編著者としての執筆（成果としては未発表）を優先したために、2024 年度個人研究計画書のテーマ（異同性についてのマーケティング（仮題）―応答としての説明 2―）を改変するに至る下記からの内容を認め始めたに過ぎなかった。

存在と認識におけるミクロとマクロのリンクが、宇宙である。「価値の価値化や没価値化」についてかなり自由な情報の橋渡しを可能にする「専門（恒星）- 総合（星座）」には、つぎの融合がある。①整合（諸条件を加味し整合的に多角形化し果ては円環化する神哲論界限での弁証法）。ここでは但し、矛盾を孕む「正」が矛盾を孕む「反」の原因となるが、よって生じる「合」により終止符が打たれるか否かの歴史観があった。②調和（仏哲論界限での弁証、ここに近づく楕円錐化の弁証法）がある。ここでは、①において終止符が打たれないとはいっても、〈合〉の捉え方が違うのである。その両者を「つなぎ／こえて／動く」ことになった後期現代における融合（壁の歴史や新たな壁を乗り越えようとする精神的自由）にとっては、次が上記①②のそれぞれに対応するとは言っても、それはゲートウェイに過ぎない。①ある秩序の「善と様相（偶然、必然、可能、不可能）」や「満足-最適化」を問う研究。たとえば、社会実験のデジタル・ツインもしかり、「選択と集中の指数関数的拡大域でのジレンマ」をも短時間に超える研究がある。②ある秩序の「創造的破壊」を問う研究。ここでは、自己組織化（民主化された無秩序も含み、ホメオスタティックな秩序がないことによる無秩序の秩序化）を問う社会的責任が、「輿論／世論／メディア（原情報・言語、派生的情報・表現メッセージや表現機関）」に対する創造的破壊として、尚更と生じる。

そこで、これらを通観しつつ情報論的転回や価値論的転回を考える筆者の動機となったことから、後期現代の「日本（他国）の事（言）」と「マーケティングの事（言）」へを引き寄せる。むろん、地表世界は「事実／現象／言葉にし辛い純粹経験」の「坩堝／サラダ」であっても、情報実存によって繋げて言いうることがあれば、捨象されることもある。各々がミクロ（マクロ）を追求していけばマクロ（ミクロ）のために成るということの 2 次化論（コ包被論）法によって、「見えざる手」を捉え直そうとしてきた其々は、その経験と体験から、つまりはこういうことだ。

この（上）である本稿は、この（下）である次稿は、社会と合理にあるグレート・パラドクス、つぎには文化と文明にあるグレート・ナラティブを、なお、つぎの①と②が、筆者の研究上で「内的-外的関係」₂への配慮の必要として生じた。①拙稿に関する指摘への応答。②実用を睨みもする共著に関する指摘への応答。これらの指摘は、「コンセプト（論理かつ原理かつ道理）- 理論枠組 - 実践仕組」が整合、調和する範囲（scope）にある「先進を含んだ標準基礎や標準応用」を敷衍しようとしながらも余儀なくされた割愛に起因するのか。ゆえに本稿は、「応答としての説明Ⅱ」の面も含む。

それもこれも、マーケティングの実践仕組と分断しない理論枠組のコンフィギュレーション（「認識論寄りの構成／存在論寄りの構築性」）を異にする論者ごとの星座（学問が不自由にならないための諸学言説の布置連座配置）の

範囲にも、「本質的緊張」(nowhere, somewhere, everywhere)や弛緩があるとはいえ、実学や実践現場の様相はパラドクスとコンフリクトで溢れかえっているからである。しかも、世界観や文脈絡を分析しようとする程において、そのベールを次の諸言説が剥ぎ取ることへの眼を見張る反論が、本稿執筆時点までにはない。①Descartes に対する Vico と Spinoza 以後—ここは今後とも言うまでもないと思っているが—、②Freud に対する Jung 派以後、③Dilthey と Heidegger からの Gadamer 以後、④Saussure に対する Chomsky 以後の経済論、そして⑤場の古典／量子論や圏論。ゆえに、これらからも、「言語（記号）へ、行動へ、解釈へ、行為へ」という4転回以後として、本稿と予定稿を挟むが、社会（世界）やマーケティングの進歩（発達／発展）論と進化論を剥き出すように影響する範囲の骨幹から、文化社会現象と自然現象の不非乖離をも追究しつつ、「社会の社会論」以後の構成を構想している。

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）】

なし

【著書・論文（査読なし）】

長谷川博ほか共著、2024年5月20日、『クリティカル・マーケティング』創成社

長谷川博「中小企業支援の実学」中小企業経営研究所の新規定常的研究プロジェクトとして申請予定である共著の一篇としての執筆。他の共著者の執筆に先行してまとめておく必要があったからであるが、成果としては未発表

【学会発表等】

長谷川博、2024年、研究所特集「中小企業研究所という場（field）の未来への視座（perspective）」『CUC View & Vision』No.58, 65～69頁

3. 主な経費

文献

4. その他の特筆すべき事項（表彰、研究資金の受入状況等）

本学の2024年度学術助成研究費

2024年度日本経営診断学会 研究奨励賞 受賞(前掲共著『クリティカル・マーケティング』により)

(本文は2ページ以内にまとめること)