

近江商人の知恵と理念を現代に生かす情報紙

AKINDO 委員会

さんぽう

三方よし

第17・18合併号

2001/3

CONTENTS

全国AKINDOフォーラム2000

新世紀の企業理念を求めて 2
 シンポジウム1 AKINDOの伝統とこれからの社会 3
 シンポジウム2 ITをいかすAKINDOの技術 5
 シリーズ 現代に息づく近江商人魂 その⑥ 8~10

シリーズ 近江商人と文化・芸術

蒲生氏郷と会津漆器 11
 厳寒の東北に近江商人の縁を求めて 12~13
 寄稿 古くて新しい近江商人 14
 日野高校ホームページ グランプリ受賞 15
 出版案内/催し案内/てんびん棒 16



写真：いずれも会津若松市内
商店街でのスナップ

三方よし「三方よし」は近江商人共通の経営理念。「元手よし 買い手よし、そして世間よし」の精神で地域社会に大きく貢献した。本紙は近江商人を代表する理念を表題としている。

全国AKINDOフォーラム2000

『新世紀の企業理念を求めて』

日時/2000年11月10日

場所/滋賀県近江八幡市ホテルニューオウミ



平成3年、近江商人の理念をまちづくりや地域の産業振興にいかそうと、国際AKINDOフォーラムを開催。その成果を受けて、翌年AKINDO委員会が発足し、以後、近江商人をキーワードにさまざまな活動を展開してきた。

そして現在、バブル経済の崩壊後の経済情勢は歯止めがかかるとなく混沌としている。さらにインターネットの急速な普及は、既存の商業基盤が大きく変わるのではないかと危惧される状況となっ

当日は、「変革の時代にAKINDOの知恵をいかす」というオープニングトークを受けて、第一のシンポジウムでは、近江、松阪、博多から企業人として活躍されている西川産業(株)会長の西川甚五郎氏、(株)柳屋善社長の岡久司氏、(株)石村萬盛堂社長の石村信悟氏のご参加をいただき、「商いの伝統とこれからの時代に対する見方と意見」を求めた。その後、これらの地域の商人を研究されている同志社大学教授の末永國紀氏、あいの会「松坂」世話人の田畑美穂氏、兵庫大学教授の武野要子氏からは「歴史的商人の背景と現代をどのように感じ、行動するか」を伺った。

第二部では、千葉商科大学政経情報学部学部長の井関利明氏がコーディネーターとなって、「21世紀に求められるAKINDO」について、ITをいかした事業を展開している地元の(株)たねや社長の山本徳次氏、オンライン書店「bki」サイトコーディネーターの安藤哲也氏の実践体験を伺い、儒教研究家の石原和昌氏から「Eコマースの可能性と問題点」を指摘いただいた。井関先生の卓越した情報量と巧みな進行で難解なテーマにも関わらず、会場の熱気は高揚していった。

シンポジウム後には、「二十一世紀・日本新生に向けて」というテーマでアサヒビール(株)名誉会長の樋口廣太郎氏の講演が行われ、さらに引き続き、滋賀県知事國松善次氏と「二十一世紀の地域経済」について対談が行われた。

本紙では、このシンポジウムの内容の一部をご紹介します。なお滋賀県・AKINDO委員会では、本シンポジウムを発展させて、今求められるビジネスの姿を探る「国際AKINDO会議(2001)」の開催を計画しています。次号では会議の詳細のご案内ができると思います。

てきた。

積み上げてきた商人の歴史的な伝統が、まさに崩壊するかもしれない危機的状況の今、あらためて、商業者がまちづくりに果たしてきた歴史を見直し、新たなまちづくりに何が必要かを問うべきシンポジウムを開催した。

国内の代表的商人の発祥地の実務者と研究者、さらには新しい情報技術を戦略として実践している企業人を交えた討論が行われた。

シンポジウム①

商いの伝統とこれからの時代について

本シンポジウムは、「商人の伝統に何を学ぶことができるのか」、「歴史的商人がこの時代に生きていたら、何を考えるだろうか」ということから討議が始まり、伊勢・松坂、近江、博多。商人文化伝統をもつ三地域で活躍されている商業者と研究者の討議がはじまった。

松坂商人の「ロマンと算盤のバランス感覚」

(株)柳屋奉善 代表取締役社長 岡 久司 氏

松坂商人は、その源を近江商人にしているが、今日、松坂商人の特徴は、連続と続く来歴よりは、それぞれの時代に、それぞれが、文化のパトロンとしてよりは、プレーヤーとして取り組んだ態度である。当家の庭からも、本格的な陶器づくりの窯の跡が発掘された。当主自身が陶工たらんとしたのである。

為政者・行政に依存しない気質。この自主自立の根性を持って、行政と「相乗り」する。ロマンとそらぼんのバランス感覚が、松坂商人の特徴といえるだろう。

*松坂

一五八四年松ヶ島城に入った蒲生氏郷は、新たに城を築いて城下町を開き、松坂と名付け、日野から商人を呼び、楽市による繁栄を図った。(現在は、松阪と表記する)

江戸時代、紀州藩の経済困窮の折に、本居宣長(松坂在住)の「源氏物語講義」が開かれ、「経済の乱れを鎮めるには、まず人心の乱れを鎮めることから」という趣旨があった。

松坂商人の特徴は、人生を楽しむこと、文化を自身で実践することがあげられ、文化というトータルなものの方方は、商いの内容にも表れている。商品は何にするかという商人の個人の判断が、倫理や社会性というものを実質的に担うことになる、といえよう。

もうひとつの特徴は、自分たちの社会づくり、



(左)西川甚五郎氏、(右)石村借悟氏

時代に最良、最善を求めてきたのが商人の姿

西川産業(株) 代表取締役会長 西川甚五郎氏

「歴史的な商人に、未来のことを学ぶ」ということがこじつけにならないようにしなくてはならないと考える。

それぞれの商人の時代には、それぞれの社会の固有な問題を抱えているから、当時は「良し」とされたものが、今の時代に必ずしも通じるものではない。近江商人という、地域の捉え方も、昔と今とは大きく変わり、歴史的な流れから未来を予測する

という判断は難しいが、常にとの時代の商人も、社会や時代の状況に応じて、最善・最良のものを築こうとしていた。今の時代は、情報技術だけでなく、テクノロジーの登場と発展で、二十一世紀をはっきりと予測、予言できないが、自分たちが大きな変化状況の中にあることをはつきりと認識しなければならぬであろう。

多面的な指標が必要とされる時代となった

(株)石村萬盛堂 代表取締役社長 石村 借悟氏

博多商人は博多というまちづくりと、深い関係にあると思う。我々の菓子づくりでも、菓子というものが、ただの菓子ではなく、心のふるさととなることを目指した取り組みを大切にして

で、多面的な指標が必要となる。かつてのように商売の余剰金を使って社会奉仕するというものではなく、企業のあり方が、社会でプラスの価値を作り出していくと考えるべきであろう。

今日、時代や社会の変化で、商人の役割も変わろうとしているが、商人、あるいは企業の役割を考えるうえで、従来の利益を上げる、という単純な尺度だけでは、足りなくなってきたであろう。

伝統的な博多商人に学ぶことは、社会との関係における企業像であり、全国化や国際化という企業活動の拡張や展開においても、まちづくりや社会との関係ということが、いっそう重要なこととなると思う。

企業市民という言葉もあるが、企業のあり方を考えるうえ

地域文化に育まれる、商いの伝統と I T時代への可能性について

松坂商人は、I T時代のシステム開発の先達

あいの会「松阪」世話人 田畑 美穂氏

伊勢・松坂商人の始まりは、平安時代末期、伊勢神宮が後ろ盾を失って衰退する時期が起点であろう。政権が変化した時代の流動期に、伊勢神宮は新しいサポートシステムの開発を必要としていた。中世の社寺には、

御師おんしという、参詣者を導き祈

裳・宿泊などを取り計らう者がいたが、伊勢御師は、全国に檀家のネットワークを形成するこ

とに取り組んだ。中世末期に外宮だけでも一四五家。近世には一層発達し正徳



年間(一七一一年間(一七一一一六)には、外宮で五〇〇家、内宮で二四〇家にも達した。このネットワークの特徴は、

「おふだ」というメディアを介し、参詣者を実際の神宮へ導くという、リアリティを持つていた。最初は扇、帯、茶、伊勢白粉。後に木綿という、人々にとって関心・価値のあるメディア

また、家訓として制度化された「押込隠居」は、法人というアイデンティティをはっきりと持ち、社会全体の見方から、個人の活動を判断していた。自己利益中心の企業の不祥事の露呈が相次いだことは、根本にあるものを忘れたことによるといえよう。

さらに、近江商人が、他国に商売を広げていく過程で信用を積み上げていったやり方は、電

ネットワークを築いて、それに乗るようにして商品流通の開発を行うことは、今日のI T時代のシステム開発の先達であるといえよう。

I T時代のヒントを持った近江商人

同志社大学経済学部教授 末永 國紀氏

近江商人の商家の家訓から導き出された「三方よし」は、売り手と買い手さらに世間にとっても「よい」ことが、商いの基本であるという考えで、社会という広い関係で事業を捉えることが重要であることを示している。

また、家訓として制度化された「押込隠居」は、法人というアイデンティティをはっきりと持ち、社会全体の見方から、個人の活動を判断していた。自己利益中心の企業の不祥事の露呈が相次いだことは、根本にあるものを忘れたことによるといえよう。

「*押し込め隠居 番頭たちが、良くない主人を排斥した行動をいう。

「*近江商人の、他国での商いの過程 他国で商いを始めようとすると きには、最初は紹介状を添え、仮に腰を落ち着けて周囲の経済状況を

商人と芸術・文化との関わり

兵庫大学教授・福岡大学名誉教授 武野 要子氏

海外との交易でダイナミックに活躍したことが博多商人の通説となっているが、芸術との関わり方に特徴がある。商人の仲間に入るために、芸を学び、身につける必要があったので、旦那衆は、長唄や小唄を熱心に学

現在も博多には、おしゃれな女性が多いが、商人にとっては、消費者のライフスタイルを、自分たちが関わる文化やまちづくりとして、つくり上げてきたことが重要である。

情報の時代は文化の時代であるから、これからの商人は、社会づくりに深く関わり、芸事のひとつも身につける必要があり、一方、グローバル化する時代の地方の経営にとって、中央の動向に敏感であることは重要となる。

「*博多山笠

山笠とは、祭りの山車の別名。人形や花などの風流を凝らした屋台が、街を練りあるる車に転じたと考えられる。山の製作には博多人形師が携わり、その風流振りを競うことから、工芸職人の技術の向上にも大きな影響を与えてきたと考えられる。

シンポジウム②

ITをいかすAKINDOの技術



会場の様子



ホームページ

「IT」はインフォメーション・テクノロジーという言葉だが、技術という言葉は必要なく、今日のテーマも「人間の心と夢をいかすAKINDOの技術(わざ)」と読んで欲しい。

各地の商人は、全国に散らばり、全国にネットワークを張ってきた。商いの願いは、地域を越え、全国に広がり、あるいは世界に広がろうとする、心と願いがインターネットを通じて実現した。

インターネットは技術ではなくて、人間の心と願いのネットワークである。

昔の商人たちの願望が、まさに一つの新しいインフラとして、ビジネスの地盤として形成され、これを活かし、かつての商人(あきんど)たちの願いやあるいは夢がまったく新しい形で実現しようとしている。

「FROM PLACE TO SPACE」プレイスからスペースへという言い方があるが、これが21世紀型のビジネスと20世紀型とを分ける一つのキーワードになろう。

二十一世紀型の書店…リアルからバーチャルへ

bk1.com サイトコディネーター 安藤 哲也氏

「bk1.com」は、三六五日二四時間、全世界に向けて営業をしており、検索サイト以上に書店としての情報発信性を大事にしている。

本好きが影響して、出版社に勤務し、九年間で約一五〇〇軒の書店を歩いてきたが、書店では売るための本の組み合わせができていないことへのフラストレーションがあり、その後自ら書店に勤務して、自分の考える書棚づくりをしてきた。

本来、本の売り場には「本籍」と「現住所」があり、本籍は本の分類や、図書館の十進分類法であるが、本のテーマやコンセプト、主張を考えた本の現住所を重視した売場づくりが必要である。つまり、書店の棚は管理ではなく、編集するものなので

ある。書店も一つの空間メディアと考えれば、情報発信法にまつわる有意義な情報を毎日発信している。出版社から書店に移り、リアルに本屋から毎日情報発信してきたが、小さい店の限界を感じ、バーチャルに転向した。

実際、「bk1.com」のサイトでは、従来のカテゴリーにとられない棚づくりをし、地上店で得たお客様からの不満をひとつずつ解消していくことを、ウェブ書店、オンライン書店の考え方とした。七年間レジから見た風景、つまりリアル書店での情景が目には焼き付いているので、ここで解決できなかった問題の消去をインターネットという武器を通じて、今後もやっていきたいと思う。

情報技術を入づくりに活用

㈱たねや代表取締役社長 山本 徳次氏

近江商人の教えを商いの原点としており、商いの一番大切な心は、近江商人の教えにあると確信している。そして、深く実践することを念頭に今日まで歩んできたが、今後も変えないで

あろう。

従来の商売の基本と、インターネット、あるいはIT化との接点を探した結果、人間の手にしかできない部分と、徹底的に合理化を進める分野の棲み分け

であることに到達した。

余計な人手は省きつつも人の能力を発揮するべき方向を検討し、大切なお客さまに対して、居心地のいい空間づくりや、感動を与えられるための方策をみつけていくことに、人間のすべての力を注ぎ込んでいこうとスタートした。

事業の目的遂行のために近江商人の教えの中から多くを教わっているが、これらの実現のための経費を捻出するためのIT

化であった。

合理化でゆとりができた部分は、お客さまに対して目が向けられるようになり、工房の開設や原材料の吟味などに重点を置くことができた。

さらに、原材料へのこだわりや、供給者への思いから、農業法人永源寺農園を設立し、元氣な農業への協力体制づくりを始めた。和菓子をつうじて、自社でできる文化発信こそが使命であると思う。

Eコマースの可能性と問題点

儒教研究家 石原 利昌氏

った。

戦後の日本の商業史には三回の流通革命があった。第一期の流通革命は一九五〇年代、大量生産・大量消費に即応したスーパーマーケットの出現であり、第二期は一九七〇年代のコンビニエンスストアの登場。そして一九九〇年代、IT技術を使ったEコマースという商業のスタイルが出てきた。

三回の流通革命で、豊かな商品を安く手に入れることができ、また身の回り品は、二四時間いつでもどこでも手に入られる時代になり、今では、自宅にいながらメール一本で好きな商品が手に入る便利な時代にな

スーパーマーケットやコンビニ

二では、買う人と売る人との会話はあまり見られず、商品に込められた経営者の思い入れなどはあまり伝わらない。コンビニの「売れ筋商品」に集約するシステムは、多数決の原理と同様に、異質なものを排除し標準化して画一化する文化があり、多数の人に指示されるようなものが見え

夢を実現できるインターネット

千葉商科大学政策情報学部学部長 井関 利明氏

安藤さんは既に地面の上での本屋で、二十一世紀型のビジネスを始めていたので、この考え方がインターネットに乗りやすかった。

インターネットは、気がついてたら我々の願い以上のものを意図し、目的としている以上を生み出す。ツールや手段は、特定の目的を効率よく達成するためのものだが、その目的自身を変えてしまうのがインターネット

である。ツールや手段や技術を越えて、実は人間に新しい可能性をもたらす不思議なパートナーになるという可能性を持っている。

もはやインターネットにつながるための唯一のチャネルがキ

る。

比較して、Eコマースは、コンビニで排除された商品もどんなEメールを通して、消費者の手にお渡しできる非常に優れたものをもっていると思う。しかし、この場合も実物や生身の人間に触れることから得られる感動などは、かなり失われるであろうと危惧している。

夢を実現できるインターネット

井関 利明氏

インターネットは、『たねや』さんのようにお客さんや地域の農園との関係を広げることになり、さらに人づくりにまで関わるのだという話は、まさにインターネットが、ビジネスマンの願いや、夢を実現し、しかも新しい問題を新しい形で解決してくれるような大変なものになり

ような気がする。



井関 石原さんからの問題提起から、地上店の長所に気が付くと、インターネットはもつと可能性がある。リアルとバーチャルの間の違いとお互いの持つ長所と短所が見えてくると思う。地上店とインターネットと相乗効果を持つような

限界について、例えば本屋での立ち読みで安藤さんに聞きたい。安藤 本の内容を確認する立ち読みはいいが、本はモノであると同時に情報を提供しているの、情報を盗まれるのは困る。多くの書店では利幅が薄いので商品を保護するが、このことは、次第に新しい作者とのふれあいの機会を喪失する。読者が買わない理由は、読みたい本がないと片づけられているが、情報が届かず、自分にとって必要な情報を知らない、情報の取り方を知らないことが大きな要因である。

b k ーでは、読者の必要とする情報をワン・トゥ・ワンで対応している。リアル店で店長が好み

に際してお薦めしていた行動と同じことをインターネットでやっている。

これからの書店員は「本のソムリエ」となるべきであり、ニーズに対応するのは、リアルでもバーチャルでもまったく同じである。情報発信方法やスピード性、あるいは合理性という部分でインターネットというのは非常に今おもしろい。

インターネットは世界を歩く行商人

井関 企業データの多くが、生産データが販売データに過ぎず、本当のお客さんとの「コミュニケーションがとれない。ソムリエなどという言葉は感激したが、インターネットであるから多くの個人データが集まる利点がある。アメリカのAmazon.comでは、世界中で二千万から二千五百万の個人データがあるといわれ、インターネットは、世界中を歩く行商人といえよう。

安藤 書評やコメントを書くブックナビゲーターを組織し、各層の読後の感想を瞬時に伝達できるシステムも作っている。

井関 昔は口コミと言ったが、お互いがお互いの「コミュニティを作り、インターネット上でのコミュニティ効

果、「レファールマーケット」つまり、お互いが参照し、参考にしながら、影響し合う市場が新しくでき、暗黙のうちにそれが販売促進の役割を果たし、ビジネスを支える。

山本 全国の支店間が情報を共有することで透明度が高くなり、顧客からの提案が得られる利点が生まれた。また繁忙期には各支店間を調整することで早くお届けできるようになり、商売の優位の鉄則ということがインターネットで可能となった。日常茶飯事に、お客さまの要望がダイレクトに発注できることを計画している。

井関 インターネットで、行われている新しい展開の中に、失われてしまったと思われていた心構えやある種の精神や、原理がもう一度戻ろうとしているようだ。古いと考えられた商いの心がインターネットという最先端の新しいインフラの中でいきいきと動き始めたのだという感じがする。

商人にとって大切な思いやりの気持

石原 ものと人とのふれあい、人と人とのふれあいが次第になくなるのではと懸念したが、ショッピングサイト上に、感想文が寄せられたり、読者同士がそのサイトを

通して交流を図るとか、あるいは経営者の経営理念なり、人生観、あるいは世界観なりをサイトを通して、消費者のみなさんに出し、消費者のみなさんが答えるようなサイトができれば、人と人とのふれあいが戻り、賑わいが戻ってくるだろう。

元西武百貨店社長の水野さんが、架空取引問題の責任をとって退任した時、「横丁のご隠居さんはカツオのたたきが大好きだった。今日は活きのいいカツオが入ったので、是非一つご隠居さんにお薦めしよう」という商売の原点を忘れていた」と話された。本のソムリ

二十一世紀のAKINDOO像(総括と提言)

井関 地面の上のフェース・トゥ・フェースだけが、人と人との唯一のコミュニケーションではないことがお解り頂けたと思う。

要点をまとめると、まず第一番目に三人が強調され、いろいろな地域の商人のすべてに共通するところが顧客中心であり、顧客主導であり、貢献度の高い客を的確に知り、全員が共有できることが大切である。お客と対面し、対話し、インターネットで購買歴までとってはじめてお客を知ったということになる。

次に、アウトソーシングではな

工と、通じるものがあり、商売はこの精神や心がまえが大切だ。ショッピングサイトを作る時、「お客さん第一」、「求めているものは何か」という、流れる思想やサービスは、普遍であらう。

儒学で最も重んじられている道徳の「仁」は、二人の人間が道徳を持ったときの礼儀、道徳を言いが、思いやりのことであり、商人にとっても思いやりが大事である。売る人は買う人に対して思いやりを持ち、買う人も売る人に対して思いやりを持つと、そこから商売が始まるのである。

人像を考えたい。

新しい時代の商人像の第一は、井関先生の話でできたものづくりメーカーの代理人ではなく、まさしく生活者の代理人であること。つまり生活者の要望をうまく伝えて生産者に展開していくことである。

第二には、近江商人が情報をダイナミックに使ったように、情報を全体として回転し、中核に商業者がいるという図式が考えられる。つまり二十一世紀の商業者は情報のサーキュレーター(循環者)である。

第三には、やはり商店街を復活する必要がある。ネットでは得られない感動が地面のストアにはあり、黒壁はその成功例である。つまり地域のリノベーター、復活者であると考える。

そして第四には、二十一世紀コミュニティのクリエーター(創造者)として、さまざまなコミュニティを組織的に統合し、新しい社会の原型をつくりだしていくことであるということ。今日は強く感じた。

一丁の進歩によって中抜きという話があったが、商業者は二十一世紀の重要な中核的な役割を果たす。伊勢商人は口マンと算盤というが、今日は大きな希望と夢を手にした思いがした。

連載

現代に息づく近江商人魂

【その⑤】

きもの業界の元気印

攻めの経営姿勢と堅実経営

塚喜商事株式会社 代表取締役社長 塚本喜左衛門氏

日本人の生活様式の変化によるきもの離れや、複雑な商慣習によって、和装業界の近年の低迷は、業界大手の倒産などで象徴される。そんなきもの業界にあって、数少ない元気な企業が、京都に本社を置く塚喜商事グループである。現金問屋としての厚い財務体質を背景に積極的な攻めの経営姿勢が目立つ。この塚喜グループを牽引している塚本喜左衛門氏の経営の本質には、近江商人の商売理念が踏襲されている。



塚本喜左衛門氏

昭和23年滋賀県生まれ。大阪市立大学経済学部卒。ニチイ（現 マイカル）での2年の勤務の後、塚喜商事に入社。昭和50年、毛皮・貴金属へと展開したツカキを設立。同59年代表取締役社長就任。近江商人の誇りを守り続ける6代目。

塚喜株式会社

慶応3年（1867）、呉服専門問屋として創業。大正3年有銘商品黒紋付「鷹の羽印」で宮内庁御用達となる。昭和24年、塚喜商事(株)設立。東京、福岡各地に支店を開設する。呉服をはじめ、毛皮、アパレル、宝石など柔軟に事業を展開し、全国へと市場を広げる。常に女性を対象とした京都ならではの特選品を提案し続けている。
〒600-8412 下京区烏丸通仏光寺上 TEL075-341-1101

分社化で 自立した商人集団を

昨年十二月に和服卸商社の荒庄鳴河が百五十億円の負債を抱えて倒産し、業界への影響は大きかった。

呉服卸商社が林立し、きもの集散地である東京堀留における卸業者の倒産は、業界全体の失速感につながり、さらに販売の力のある小売店への供給が滞る恐れが生じることを懸念した塚喜グループが、この荒庄鳴河の優れた社員を中心に本年一月にきもの専門卸の「㈱アン・ツカキ」を設立した。

かねてから、分社化で自立した商人集団を作ることの基本姿勢としていた塚本社長は、マンパワーが強い両社の統合で、さらに塚喜グループの経営力と、旧荒庄鳴河の人材をハイブリッドして新しいタイプの「アン・ツカキ」を目指している。

さらに、新会社設立には、きもの産業における人材の流出にも歯止めをかける意図もあった。

倒産によって打撃をうけた小売店への商品供給については、

すべて京都でおこなうことも検討されたが、小売店の多くが関東や東日本に集中している状況から、堀留卸としての役割や力を発揮するべきとして東京を拠点とした。年末には設立に向けて、仕入先などへの説明会が開催されたが、予想を上回る参加者があり、安心できる供給先への渴望が強いことが立証された。

新会社の設立について塚本社長は「自動車にたとえると、エンジンとタイヤなどの足回りは荒庄流、ハンドルなどの神経系統は塚喜流といえます。関連企業の倒産が続く中、このまま放っておけば、若い人材は他産業に流出してしまいます。二十代、三十代の世代をしっかりとつなぎ止めないと、さらに業界から流失する危機意識があります。さらに、きものビジネスにとって重要であるかを再認識し、新会社の役割や責任を痛感しています。」と言葉の中には強い決意が感じられる。

ビジネスと使命感

市場が縮小されている中で、
 えて新しい投資を行ったこと
 ついて、「業界市場の崩壊を防
 ぐとともに、商品供給力で小売
 店やメーカーにも貢献でき、一
 方で旧荒庄鳴河の人脈やノウハ
 ウ・商品在庫をビジネス資産と
 して活用しながら、使命感を果
 たす方策を考えようとしていま
 す。」と説明される。つまり、
 あえて投資した背景には、使命

感とビジネスの二つがあった。
 塚本社長の経営思想の根底に
 は常に近江商人の発想がある。
 分社経営も近江商人の発想その
 ものである。「分社は商人（あ
 きんど）の道をあらゆる経験や
 修行を積んでいくことなので、
 まさに近江商人なのです。自立
 した商人集団が基本で、それぞ
 れの会社が自立した財務基盤を
 つくり、グループ内で決して、

もたれ合いをせずによりかりし
 た取引関係を基に経営をおこな
 う」というように、かつて近江
 商人がさまざまな商売を行いな
 がらもそれぞれが単独の決算処
 理をしてきたと同様の経営戦略
 を行っている。しかし、一方で
 は、東京での統合を進めつつ、
 人脈資産を強化している。
 このような積極的な経営の背
 景には、グループ全体の自己資
 本比率が九十%、売上が前年同
 月比二桁の伸びを確保する財務
 の自立がある。

塚本家とその家訓

塚本家は五個荘町で代々農業
 と近江麻織物の商いを行い、江
 戸時代の後半三代目喜左衛門
 が、十二歳で持ち下りの行商を
 始め、慶応三年（一八六七）に
 独立して、呉服問屋「塚本喜左
 衛門商店」を創業。明治二十八
 年には現在本社所在地に店舗を
 新築して本拠地とした。

創業以来、黒紋付きに主力を
 おき、大正三年には「鷹の羽印」
 の黒紋付きということでご宮内庁
 ご用達となった。昭和の始めに
 は金融恐慌などの影響で、従業
 員も減ったが、戦後、襲名した
 五代目は呉服の現金問屋として
 再出発し、昭和二十四年には法
 人設立、昭和三十八年には東京
 八王子に支店を設け、昭和五十
 年には毛皮、宝飾を扱う株式会
 社ツカキを設立、全国ネットの
 現金問屋としての業容ができて
 いった。

現社長は、昭和五十九年、三
 十六歳で喜左衛門を襲名し、代
 表取締役就任した。

五個荘町金堂の本家には、三
 人の人生が描かれた「三代の図」
 といわれる掛け軸があり、家人
 ににらみを利かせている。掛け
 軸に描かれた一番下には創業者
 が描かれ、中央には初代の余沢
 で遊興にうつつを抜かす二代目
 が遊び人の風体で描かれている。
 そして、一番上には乞食にな
 って犬にほえられている三代
 目となり、創業者の精神を忘れ
 ないことを戒めている。



塚喜商事(株)本社（上）と五個荘町の本宅

塚本家の家訓は「恭儉己を持す」と「積善の家に必ず余慶あり」であるが、現塚喜グループには以下の「三つの使命」が定められている。

① 永遠に発展し続ける。あらゆる危機に備え困難を乗り越越える

停滞を打破する。
 ② 塚喜はお客様とともに明日を拓くコンセプトリーダーを目指す。
 ③ ツカキイズムの浸透したツカキマンを育てる。

近江商人を自認する六代目

きもの業界で注目を集める事業展開を行う塚本社長は、大学卒業後にニチイ（現 マイカル）の勤務を経て、塚喜商事に入社。昭和五十九年に代表取締役社長に就任し、社長就任と同時に代々の喜左衛門を襲名した。

先代がご存命中での襲名は、現在の法律では大変な作業が伴うが、「姓でなくその家の名前と呼ばれ、代々の名前を名乗り続けることが、地元でのなじみとなり、信用の証となっている。近江商人は、こうした意味で、商いにおいても老舗の『のれん』と店名とがセットとなった当主の名を代々重宝してきました。したがって私も父が七十六歳、私が三十六歳の時、社長

を譲るといわれた時に襲名することを当然と考えたのです」かつては主人の座が委譲されると同時に襲名してきた近江商人の商家であるが、現在も襲名を続けている企業はまれである。しかし、襲名することは塚本社長にとって事業継承のために不可欠と判断されたのであった。

穏やかなはなしぶり、柔和な物腰に比して、果敢なビジネス展開をみせる塚本社長は、自ら近江商人を自認され、AKINDO委員会の各事業にも積極的にご参加いただき、大変お世話になってい。さらに近江商人関係の講演会などでは講師を務め、ご自身の体験などを話し

ていただくこともある。厳しい経営環境のきもの業界にあって、最も注目を集める近江商人といえよう。

塚喜商事株式会社の概要 安定した屈指の優良企業

無借金、支払い手形なしの現金決済。

ツカキの優れた企画力はプロジェクト単位による運営方法で、チームごとにリーダーを決定してチーム一体となって、立案から完成までを担当し年間三〇のプロジェクトを消化している。思いは声に（営業）、声はカタチに（MD）、カタチは満足に（お客様）、満足は信頼へ（ツカキの基本）の四つの基本で原点を見直し、さらなる発展をめざしている。

創業 慶応三年（一八六七）
 設立 昭和二十四年
 資本金 一億五千万円
 代表者 塚本喜左衛門
 従業員数 二一三名
 平均年齢 三三・二歳
 売上高 八十七億円
 本社 塚喜商事株式会社
 京都市下京区烏丸通
 仏光寺上ル二帖半敷町六六一
 TEL〇七五三三四一〇一
 FAX〇七五三三四三一五〇

深く驚き申すまじく

近江商人の金言名句⑦

「天災事変これあり、計らざる損失これあり候とも、深く驚き申すまじく、後日の心得次第にて、また幸の儀これあるべく、尚又計らざる吉事あるとも強いて喜ぶべからず、人間万事塞翁が馬、自然後日あるべき事を兼ねて思案いたすべし」

外村与左衛門家「外与」「家訓心得書」

人生には思わぬ天才や災害が待ち受けている。それは商売においても同じである。そうした災難は避けることができない以上、災難や不測事態に遭遇しても、「深く驚き申すまじく」と諭す一方、予期しない吉事にもあまり喜ぶものではない。人間の吉凶は塞翁が馬と同様、簡単には定めがたい。このため肝心なことは、日頃から災難、不測の事態に遭遇した場合、恐れたり嘆くよりも、この世につきまものと心得ておく平常心が大事というのである。

今日、企業を取り巻くリスクは多種多様化しており、現代企業では危機管理が経営上の最重要課題のひとつとなっている。しかし、業界を代表する企業においても、生理的現象として発生した一次的災害の対応を誤り、病的現象である二次災害（不祥事）を誘発し、経営責任を問われる企業は後を絶たない。

「深くは驚き申すまじく」といった平常心は、有事に際しての万全の備えがなければ保てない。危機管理とは、不運にも何らかの災難、不測の事態が発生した場合、その対処方法の如何により決定的なダメージをうけるか、あるいは、さらに信用を高めることになるということを認識すること、一次的災害を二次的災害に発展させない仕組みづくりを構築すること、そして、有事の際、その機能を適切に発揮させることである。



五個荘町金堂の「外与」本宅

近江商人と文化・芸術

蒲生氏郷と会津漆器

日野椀の技術が会津に伝わる

戦国武将として名高い蒲生氏郷は、商工業の振興を盛んにしたことでも大きな評価があり、転封ごとに各地の殖産振興に果たした役割は大きく、会津漆器の誕生の背景には、氏郷の影響があった。

日野城下町の賑わいの布石は、すでに氏郷の祖父定秀の時代より始まり、定秀は、中野城（後の日野城）の建築後に新しい町づくりを始め、工人や商人集団を半ば強制的にここに移住さ

せた。こうしてできた新しい町のひとつである双六町には、古来より塗師が多く住み、日野椀を生産していたことから塗師町と言われ、百軒ほどの塗り師が住んでいた。



定秀が基盤を作った日野城下は、氏郷の楽市楽座の掟の発布によって、信長の安土の城下町と並ぶ賑わいのある城下町へと発展したが、信長の死後、氏郷が、松坂、そして福島県の黒川（現在の合津若松）へと領地を変えられると、その賑わいはすっかりなくなつた。氏郷の転封が江戸時代中期の日野商人の発祥の大きな要因とされるが、氏郷の移動とともに、追隨した日野の商工業者も少なくはなかつた。

黒川に入った氏郷は、文禄元年（一五九二）から築城と町づくりに着手し、黒川の地名を若松と変え、日野からやってきた商工業者を日野町（のちに甲賀町）に屋敷を与えられた。日野の工人のほかにも京都や奈良から石工、大工、建築関係の職人、武器武器職人、鋳物師、そして漆器職人が会津にやってきて会津の城下の基盤づくりが進められた。



会津に伝わった日野椀の技法により会津漆器の基盤が整い、さらにその後、歴代領主の奨励策が加わって、全国有数の漆器産地に成長する条件が整えられた。氏郷が会津に入る以前にも、当地には木地師や塗り師がいたが、日野の職人によって漆器を第一の産業として振興させる氏郷の施策があったらしい。会津にわたった日野椀の技法は漆下地の赤・黒漆椀であったと考えるのが妥当であるらしいが（会津市史より）、江戸時代には箱絵椀が製造されるようになり、会津漆器には日野椀の他に南部椀の影響も多く受けている。

氏郷は日野の漆器職人を招いて技術導入をおこなうと同時に、南部へ出兵したときに、金箔を置き朱漆で文様を施した秀衡椀を持ち帰ったか、職人を連れ帰ったともみられている。会津漆器は江戸時代末期には、会津絵と呼ばれる松竹梅漆器椀が誕生する。

この会津絵も明治になると、武家社会の終焉とともに姿を消したが、会津復古会のメンバーである鈴木屋利兵衛によって復元され、さらにオリジナル漆器の開発も進められている。

***会津復古会** 大型店に進出に対応して誕生した会津若松市を中心とする三三の会員による町並み再生活動。全国表彰も受ける。

近江商人ゆかりの会津若松

厳寒の東北に近江商人の縁を求めて

会津若松、盛岡の旅

近江から全国に商圏を求めた近江商人の足跡は全国に残る。とりわけ盛岡では現在も近江商人の末裔の人々が近江との交流を続けている。一方、蒲生氏郷が領主となった会津若松にも近江商人の足跡があるうとの推測はあったが、その実態は不明であった。最近ふとたきつけで、会津との交流が生まれ、厳寒の中、会津若松から盛岡へと近江商人ゆかりを訪れる交流ツアーを行った。



蒲生氏郷による 城下町の繁栄

松坂城主から九十二万石の会津の領主となった蒲生氏郷は、当時黒川といわれたこの地に城を造り、城を中心とした町割りを実施し、自由経済都市の実現を目指した。

現在の中心市街地は当時と大きく変わっていないことから、そのすぐれたまちづくりは高く評価される。氏郷は産業振興政策を重点に、伝統産業の育成を試み、「十楽」という一種の楽市楽座の仕組みをつくった。現在の七日町付近には六斎市と呼ばれる市が立ち、たいそ



雪に埋もれた氏郷の五輪塔

う賑わった。

今も会津の人々は、氏郷を、まちを築いた名将として尊敬している。一方キリシタンであったこと、利休七哲のひとりの茶人であったことも現在の会津の文化に大きな影響を及ぼしている。何年かぶりに降雪量が多かったという会津の町にはかなり多くの雪が残り、氏郷を弔う五輪塔も半分近くが雪に埋もれていた。

日野商人が住んだ 甲賀町

氏郷の城下町建設は、武士の屋敷や職人、商人の家が混在し

ていた町を整備し、日野からつれてきた日野商人は、城郭北口から一直線に伸びる通りに面した所に屋敷が与えられた。この一帯は日野町と名付けられたが、後に日野は「火」を連想するとの理由で甲賀町と変えられ、甲賀町口には門跡を記す石碑が建つ。

日野町の西には、地元の商人らが配置され、大町四つ角の東南角と北東角には藩と町方との連絡の役目を持った検団(けんだん)の家と倉田家の大きな屋敷があった。

倉田家は永禄五年(一五六二)に近江から会津に来て、氏郷の町割りに貢献したことから屋敷が与えられた。



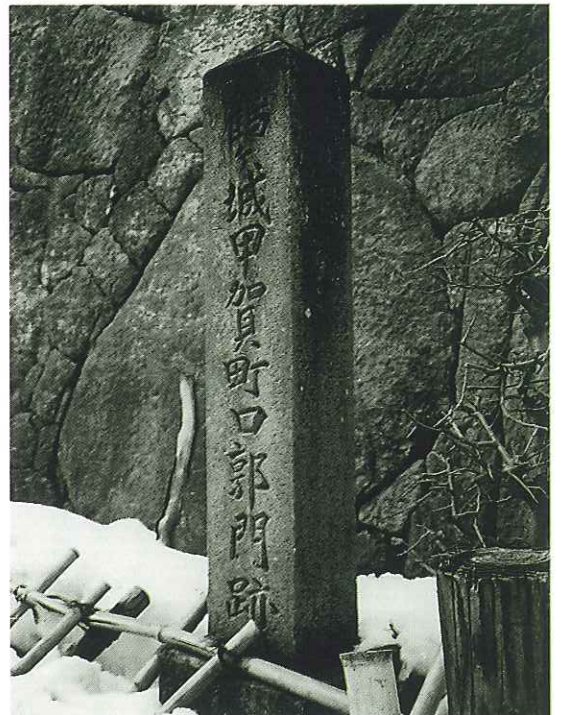
近江商人安藤家の中合百貨店



大正ロマンが感じられる七日町通り

現代版会津楽市

氏郷が日野から連れてきた職人によって基盤ができた会津漆器は、現在も当地の特産物として市内中心部には漆器を扱う商店が大きな間口を誇り、大正時代に建設された三階建て洋館の会津漆器の老舗「白木屋」には数々の名品が並ぶ。この白木屋の周辺は、藩政時代にはまちの中心地であり、日光、越後、米沢の三つの街道が通り、昭和の初めまでは、旅籠や商店が軒を連ねて、会津一の賑わいを見せていた。そして今再び、大町札



甲賀町口跡を示す石碑

の辻から七日町駅までの通りでは、昔ながらの店構えを生かしつつ、「会津浪漫調七日町通り」という名称で、新しい町並みを作り、現代版会津楽市として活況を呈している。

「会津復古会」を 提唱した 近江ゆかりの商人

大町四つ角から少し東に進んだところに、堂々たる黒漆喰の「鈴木屋利兵衛」商店がある。店内には、会津の郷土物産が一同に集められている。店主は会津漆器の技術から後に誕生した

会津絵の復興に尽力した人である。会津復古会のメンバーであり、鈴木家は近江商人ゆかりがあると聞いた。

会津復古会は、会津を中心に喜多方など周辺の町の商店・企業が市外からの大型店の勢力に対抗するべく、土地の伝統と歴史を重視した町並み保存と商店街活性化に向けて昭和四十六年に結成された。この会の提唱者が、代々城下で二文字屋三郎左衛門を名乗る御用茶商であった五十嵐家の九代当主の五十嵐大裕氏である。

市内を案内いただいたガイドの井上さんは、「今日は近江商人ゆかりの場所を重点的に紹介します」との言葉のとおり、五十嵐家ご三家である本家の笹屋、佐島屋、二丸屋をはじめ、鈴木屋利兵衛（鈴木家）、白木屋（高瀬家）、会津中合（安藤家）を案内いただいた。中心地大通りの中合百貨店は福島の近江商人安藤呉服店が、昭和三十八年に会津に出店し、中村合名会社と称したことから中合と言われている。それぞれの商家が、城内近くの甲賀町から、賑わいをみせる七日町通りに店舗を構え、歴史と文化を今に伝えていた。

会津の繁栄にはとりわけ、会津復古会の活動に目を見張るも

のがあり、町の発展の牽引者としての存在が強く感じられた。五十嵐氏の卓越したアイデアが次々ヒットし、会津の伝統である朱子学を商いの道に取り入れ「真・善・美」を唱え、これに独特の美学を加味して、それぞれの加盟店が繁盛してきた。五十嵐氏は会津のみならず全国町並み保存連盟の会長としても活躍されている。

四百年前に作られた町割りの中で、今を意識した営業が続いていることに深い感銘を覚えると同時に、氏郷のなみはずれた手腕に改めて、歴史に「もし」はないというものの割り切れなさも感じられた。



錫が城横の蔵づくりの「会津楽本店」隣接したシルクロード文明館が建つ。

寄稿

古くて新しい近江商人

湧き出る泉は美酒をさずける

鳴雄しぎ (天津市在住、会社員)

人の動きをみて自分をかえよう

仕事で「どんな動き方をしたらよいかを知っているか」とある人に聞いたら、「昔の上司から人の動きをよく見ておいて動く」のがよいと言われた」と話してくれた。

日本は四季折々、長雨が続きたり、日照りで乾燥したり、雪になつたり、放っておくと雑草がどンドン伸びるといふ、多様で目まぐるしく変化する自然がある。この多様な「約変」に、例えば着る物の衣替え、などという「まめ」な対応の習性・能力を日本人はつけてきた。「人の動きを見て動く」ことは、この習性と同じく、「自然の約変」には「自分が約変」して対応するのがよいのであろう。

的というわけにはいかないし、予期しないことも起きるので、人の動きを真似するだけでは全ての状況にうまく対応できるわけではない。ましてや、「時代の先をいく、名を残すよい仕事」はできない。自分にも、相手にも、世間にとつても、現場によい対応をしている」と判断した仕事をしているという気持ちで正々堂々と、毅然と生きたいものである。

先人の教えを学ぶ

近江日野の中井源左衛門家初代の良祐氏は金持商人一枚起請文で「長寿・始末・勤儉」を述べている。そしてトヨタ中興の祖といわれる第三代社長石田退三氏もトヨタ再建に貢献した競争特需に関して、「運がよかった、悪かった」と安易に片づけ

てはいない(トヨタ50年史)。一九五〇年社長に就任され、国内市場が年間五万台である時期にも拘わらず、年産六万台の乗用車専門の元町工場建設に踏み切る(始末)、ムダ金は決して使わず(儉約)、仕事での創意工夫を徹底しようという精神を重視(社是ともいふべき)「よい品、よい考え」の定着、「豊田綱領」の遵守、大切な企業の意思決定の際の衆議統一を重視(公の立場での仕事、三方よし)。

石田氏は近江商人の精神を受け継ぎ、その場の立場で立派な業績を遺し、多くの現場で創意工夫されたと伺っている。近江商人は、鎌倉時代に興り、

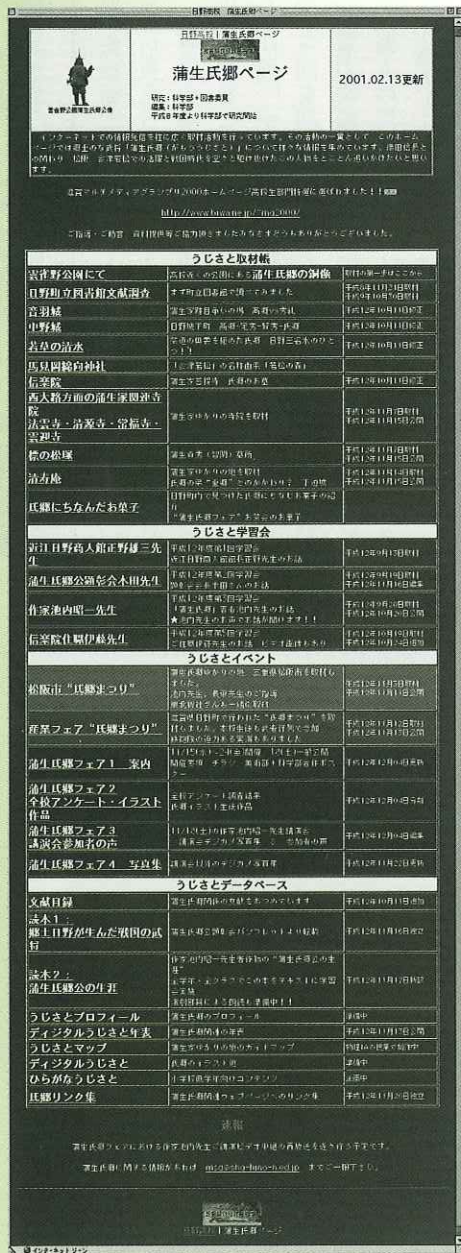
石田退三

「トヨタの大番頭」「トヨタ中興の祖」といわれる石田退三は、一八八八年に愛知県に生まれ、東洋綿花(のちのトイメン)を創業した児玉一造にひかれて滋賀県立第一中学(現在の彦根東高校)に学んだ。中学卒業後は、京都の家具店や東京での勤めを経て、名古屋の繊維問屋服部商店に勤務し、ここでトヨタ紡織の商品を輸出しているときに豊田佐吉と知り合い、一九二七年に豊田紡織に移った。一九四一年には豊田自動織機常務、戦後には専務になり一九四八年に社長に就任。当時、ドッジライン(超緊縮財政政策)で資金繰りが悪化したトヨタ自動車工業は、銀行から販売分離とともに人員整理の条件をたたきつけられ、労働争議も巻き込まれ、豊田喜一郎社長は辞任に追い込まれた。この処理を行うべく、石田は自動車の社長を兼務することとなった。そして、この時の株主総会で「不肖石田退三、粉骨砕身して会社再建の実をあげました時には、再び豊田喜一郎氏に復帰していただくことを、ここにお願ひ申し上げます」と挨拶し、生涯番頭を自認したが、喜一郎氏は病の為、復帰は実現しなかった。自工の社長就任後、朝鮮戦争の特需景気で業績は回復したが、石田は「無駄金は使わない」「生き金はナンボでも使う」ことを徹底し、ケチに徹する一方で積極的な増資を行い、「トヨタ銀行」といわれる今日の無借金会社を築いた。カネを使わずチエを出せという「創意工夫」運動もこの一環であった。世界有数のトヨタの危機意識は、現在も引き継がれている。一九六一年には会長に退き、一九七九年七十九歳で生涯を閉じた。プレジデント誌の「一流企業トップが選んだ戦後、名経営者」では十位にランクされている。

人脈は今なお健在である。名をなす商人が、九百年間、近江のほんの数カ所の地で繰り返して繰り返して現われるのは、極めて稀れな現象である。常に本物志向(不易流行)で「本物を生むメカニズム・システム」を継続して創意工夫し続けてきたことによると思う。この「近江商人」は、もつと「広く・深く科学される対象」となっており、「温故知新」の対象にふさわしいと思える。

読者の鳴さんからの投稿を掲載しました。次号では「近江商人の危機管理」を企画しています。関連のご寄稿をお待ちしています。ご寄稿分は随時掲載致します。(「三方よし」編集局)

TOPICS



日野高校 ホームページ

「蒲生氏郷」が マルチメディアコンクールで 特賞

滋賀県高度情報化推進会議では、昨年に続きマルチメディアコンクールを開催。応募総数31点の中から日野高校のホームページが高校生部門で特賞を獲得した。

日野高校では、平成8年度より科学部が中心となりインターネットでの情報発信を柱に広く氏郷に関係する取材活動を展開し、その活動の一環としてホームページでは、郷土の誇る武将「蒲生氏郷」についてのさまざまな情報を収集している。

織田信長との関わり、松阪、会津若松での活躍と、戦国時代を堂々と駆けぬいた氏郷の人物像についてとことん追いかけている。

日野町は、蒲生家の城下町として発展し、天正10年に氏郷が日野市場を楽市楽座に定めると、商工業が盛んになった。そしてやがて全国各地を商圏として活躍した日野商人が誕生する。

日野城下町の繁栄に大きく寄与した氏郷は、その後、松阪、会津若松へと移るが、これらの町の商工業の発展にも手腕を発揮し文武両道の戦国武将として名高い。

日野高校では、蒲生氏郷の名前は知っているものの、生徒たちの氏郷とその経歴などに対する認知度が少ないことから、郷土の先人について取材し、研究することが始まった。地元の「近江日野商人館」館長の正野雄三氏や同じく日野在住の歴史小説家の池内昭一氏らを招いての学習会を重ね、ついには平成12年11月には「蒲生氏郷フェア」を開催した。

こうした氏郷に関連する情報をホームページで発信し、今回のコンテストでも、日常の積極的な活動と相まった情報発信が大きく評価された。

今後の計画として、小学生にも理解できる内容の「ひらがなうじさと」などのコンテンツの掲載も企画されており、広がり期待されている。

審査評

掲載されている内容が豊富であり、自分たちで調べたという取材力が評価できる。取材内容も非常に緻密で、調査の日時、出典等も明記しており、好印象である。学校においてインターネットを使う模範的なスタイルともいえるほどであり、他の学校の取り組みのモデルとなる。

<http://www.shg-hino-h.ed.jp/gamou/>

近江商人関連書籍紹介

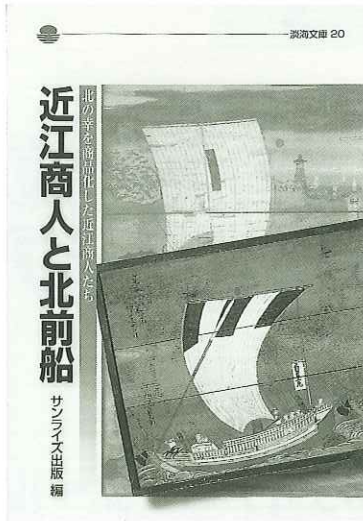
大近江展協賛企画

『近江商人と北前船』を発行

高島町出身の飯田新七が創業した高島屋百貨店東京日本橋店では、毎年、滋賀県の物産と観光を首都圏に発信することを目的とした「大近江展」が開催されている。第十三回を迎えた本年は、特に北海道の物産を全国に紹介した近江商人の活躍に焦点をあて、「近江商人と北前船」をテーマに、北海道道南の滋賀県人会や各物産協会の協力を得て、北海道の物産も紹介、販売した。

大近江展開催を報じたが、最も入場者が期待できる土・日に予想外の大雪に見舞われたことが影響して、成果は昨年と大きく変わることはなかった。しかしながら、以外と知られていない、近江商人と北海道との関係が広く周知されたことは、大きな前進であった。

大近江展の開催にあわせて、サンライズ出版から『近江商人と北前船』が発行され、北海道での近江商人の活躍を知る好書として会場では、強い関心が寄せられた。



B 6判184頁
定価本体1200円+税

淡海文庫 20
『近江商人と北前船』
好評発売中

*本書のお問い合わせ先

滋賀県彦根市鳥居本町655-1
電話0749-2210627
サンライズ出版

近江商人関係資料館行事予定

<近江日野商人館> TEL 0748-52-0007

◎5月1日(火)~5月31日(木)

特別展「日野曳山祭展」

日野祭の歴史・渡御行列の変遷、日野商人と日野祭、曳山のみどころなどを紹介。

同時特別展示「近江の郷土玩具展」

<滋賀大学経済学部附属史料館> TEL 0749-27-1046 土・日・祝日は休館

◎5月28日(月)~6月8日(金)

「琉球貿易図屏風」修復記念特別展

琉球貿易図屏風の修復が終了したことから、今回新たな発見資料なども併せた展示が開催される。

<近江商人郷土館> TEL 0749-45-0002

◎5月20日(日)~11月30日(金)

第14回特別展「大陸の近江商人」

<てんびんの里五個荘町> TEL 0748-48-7101

◎4月20日(金)~5月20日(日)

武者人形めぐり〔場所：近江商人屋敷(旧外村宇兵衛家・旧外村繁家)・あきんど大正館・歴史民俗資料館〕

◎5月20日(日)

てんびんの里ふれあいウォーク2001〔町内ウォーク〕

国際AKINDO会議開催決定

滋賀県・AKINDO委員会では、昨年開催された「全国AKINDOフォーラム2000」の成果を受けて、本年は滋賀県21世紀記念事業の一環として、「国際AKINDO会議」の開催を計画し、鋭意準備を進めておりますが、開催日時と場所を決定いたしました。詳しい内容については現在、調整中で、後日改めを予定

日時 2001年10月23~24日
場所 近江八幡市ホテルニューオウミを中心。

主な内容 基調講演・シンポジウム、ワークショップおよびビジネスプランコンペなど

10月25日には関連探訪ツアーを予定

てんびん棒

昨年の全国AKINDOフォーラムの内容を掲載したが、紙面で充分言い尽くせることはできなかった。過去の経験を新しい時代のために適合した姿勢が必要であるか、また商人として企業人としての社会に対する倫理観や消費者・顧客への視点の重要性が強調されたように思う。本年の会議では、真の商人、真の商売とはどんなものかということが中心となる。

厳寒の会津や盛岡で出会った人々から耳にしたことも、やはり同様であった。会津商人が朱子学を重んじた商いを主眼とし、盛岡の近江商人の末裔の方からは、「近江商人の業績をたどるだけでなく、真の行動規範について、再度確認することが大切である」ことを強調されていた。新しい世紀になって、未曾有のことが山積するとはいえ、人と人が介した行動の基本は、時代の変化に関係なく根底は同様であることを深く認識させられる。(I)