

# 「営業」は日本固有の概念か

## — 営業概念に関する歴史的研究 —

流通科学大学 人間社会学部 特任准教授

### 脇 穂積

#### 要約

これまで日本の営業研究では、「営業」概念そのものの検討はほとんど行われてこなかった。本稿では、歴史資料を用いて「営業」概念の登場、意味、その変遷等を明らかにしている。日本における明治期以前の「営業」概念は、家を基本単位とした「生計を立てるための営み」という意味を持っていた。その後、明治政府関係者によって、国家を基本単位とした「西洋文明進歩の機動力となる国民の総生産力」という新しい意味に転換された。この新しい意味を、国民は大蔵省が導入した新税「営業税」を介して認識させられることになった。現在は、営業担当者や営業部など具体的機能を指す言葉として一般的に使用されているが、「営業部」の原初形態について企業での生成過程を確認すると、「販売機能」とは全く関係ない「事業あるいは業務」そのものを表現していることも明らかとなった。

このように「営業」概念の、言語的変遷、機能的変遷、概念から実体への投影、といった歴史プロセスの検討という分析視座は、「営業概念とは何か」「営業活動とは何か」について一定の回答を与えることが可能であり、今後の営業研究に大いに貢献できるはずである。

#### キーワード

営業研究、概念の操作的定義、イエムラ論

## 1. 日本の営業研究の抱えてきた誤謬

我が国の営業研究は、研究対象である「営業」が何であるかについて、これまでほとんど検討してこなかった極めて特殊な研究領域である。細井（1996）は、「われわれにとってまず必要なのは、営業と呼ばれる活動が何であるのかを考えることであろう。この問題に関して、現時点で明らかなのは、販売活動が営業活動の一部であるということ、これだけである」と述べている。この問いが提示されてから約30年の時間が経過しているが、未だ明確な回答は寄せられていない。本稿はこの問いに応答するために取り組んだ論文である。

これまでの営業研究は一体何を研究してきたのだろうか。言葉を選ばず言えば、個別企業がそれぞれ勝手な基準で命名した「営業担当者／営業部門」の活動結果を収集し、売上に繋がる効果的な行動パターンや特性を研究してきた。営業研究の中心を担った石井・嶋口（1996）、田村（1999）、高嶋（2002）らの調査研究も、いずれも対象者は

「営業担当者／部門」であった。

私は、営業研究で当然のように扱って「営業担当者／部門」という対象の妥当性に関する誤謬を克服しない限り、当該研究領域の発展はないものと考えている。

「社会科学は原則として厳密な定義から出発する。基本的な用語をあいまいなまま放置しておく、その上に構築される理論自体が不安定なものになる」と鳥越（2008）が指摘する通り、用語をあいまいなまま放置したままでは、学問の発展は望めない。しかし、「営業担当者／部門」なる存在は、絶対的な基準によって定められたものではなく、個別企業がそれぞれの基準によって勝手に命名した、枠組みを全く持たない一職域の名称に過ぎず、これが如何にあいまいで不安定な対象であるかは明白である。

この対象に依存している限り、営業研究の進展は見込めないと考えているのである。

そこで、この対象に依存しない研究方法を考えた。それが、今回採用した営業概念に関する歴史的研究である。

「営業」概念が歴史資料にいつ登場したのか。その用

法・意味は歴史的にどのように変遷してきたのか。自然言語としての記号から、機能や組織名称として固有の対象を持つ記号に変化してきた過程を明らかにすることで、「営業」概念のモデルを構築し、そこから作業仮説を導出し、検証しようとするものである。

## II. 生計を立てるための営みとしての「営業」

「営業」という単語は日本の歴史上、いつ、どのような意味で登場したのか。

大槻文彦（1881-1891）によって編纂された日本初の近代国語辞典『言海』に、「えいげふ（名）営業」の記述が確認できる。明治中頃、近代用語のひとつとして「営業」という語が使用されていたことが確認出来るのである。辞典では言葉の意味を、「スギハヒ、ナリハヒ」と和語と呼ばれる日本固有の語で説明している。現代語訳は「世渡りの手段。生計を立てるための営み」である。「スギハヒ」という語を調べると<sup>1)</sup>、室町中期に成立した『文明本節用集』や『史記抄』、1603-1604年発刊日葡辞書にも登場している。これらの事実から、「営業」という単語は明治中頃、「生計を立てるための営み」という意味で使われていた和語「スギハヒ、ナリハヒ」に代わり、新たに登場した語だと言えるのである。

しかし、新たに登場した「営業」という語が、どこの地域の、どういった言語を語源にしたのだろうか。「営業」が漢字であることを糸口にして、江戸後期から明治初期にかけての漢語辞典を調べると、1869年出版の『漢語字類』に「ナリハヒ」という和語に対して「営業」という漢語が充てられていた。他にも、『布令字弁増補』<sup>2)</sup> 1874年、『新編漢語辞林』<sup>3)</sup> 1904年に「ナリハヒ（ナリワヒ）」という和語に対して「営業」の語が充てられていた。

このことから、「営業」の語源は「漢語」であることが明らかとなった。

では、「漢語」をもたらした中国で、「営業」という語は、いつ、どのような意味合いをもって登場したのだろうか。現代汉语词典（現代漢語辞典）<sup>4)</sup>で「営業」の語を調べると、「星

期日照常營業（日曜日でも平常どおり営業する）」「擴大營業（營業を拡大する）」「營業稅（營業稅）」「營業員（營業員、店員、従業員）」等の説明を確認出来る（中国語には簡体字と繁体字の2種類があり、「營業」は簡体字で、繁体字では「營業」と表記される）。

つまり現代中国語では、現代日本と同じく「利益を得る目的で継続的に事業を営むこと」といった意味で用いられていたのである。

しかし、ここで明らかにすべきは現代中国語ではなく、明治期に日本にもたらされた「漢語」での「営業」の意味である。そこで、中国の古典をいくつか探索してみたところ、二つの古典内にて「營業（營業）」の語を確認することが出来た。どちらの古典も、「生計を立てるための営み」という意味で用いられていた。

- ・『三國志卷五十七・呉志・賈統伝』<sup>5)</sup>（220-265）百姓虚竭、嗷然愁扰、愁扰则不營業、不營業则致穷困
- ・『金史・完顔仲徳伝』<sup>6)</sup>（1330）近侍左右久困睢阳、幸即汝阳之安、皆娶妻營業、不愿迁徙

この他、日本の昌平饗<sup>7)</sup>（昌平坂学問所）で使用されていた漢詩『南郭先生文集』にも「營業」の語を発見できた。ここでも中国古典の語用と同じだった（南郭先生文集・二編<sup>8)</sup>『人道閉戸先生廬 先生懶惰營業疎』）。

つまり、中国の古典、日本の「漢詩」、和語、のいずれにおいても、「営業」という単語は「生計を立てるための営み」として用いられていたのである。

## III. 新しい事象に使用された「営業」

前節で明らかになった通り「営業」という語は、中国古典の漢語を源流に日本にもたらされたことが明らかになったが、そもそも和語（日本語）として「なりわい、すぎわひ」が存在していたのだから、わざわざ漢語（中国語）を一般化する必要など無いはずである。それにもかかわらず、何故私たちは「営業」という漢語を日常的に使用するに至ったのだろうか。またどうしてこの語の意味が、「利益を得る目的で継続的に事業を営むこと」というニュアンスに変化したのだ

ろうか。

結論を先取りすれば、それまでの和語では言い表せない「事象」が登場し、それを表現するために「営業」の漢語を充てたことがその大きな理由である。そしてその背景には、明治以前の人々の「生計を立てるための営み」が、「家」を中心とした集団的営みから、明治期以降、「国家」を中心とした個人的営みに変化したことがあった。

山口（2006）が、「明治期に怒涛の如く押し寄せた西欧の文物に対して、日本人はそれまでにない事物や概念を受け入れるため、たくさんの漢語を造って対処した」と説明するとおり、和語では表現できない事物や概念が、明治期に入って日本に数多く流れ込んできた。

明治期以前、あるいは明治初期まで、日本における「生計を立てるための営み」とは、「家」を基本単位として集団的営みとして考えられてきた。鳥越（2008）によれば、「家は家の財産としての家産を持ち、この家産に基づいて家業を営んでいる一つの経営体である。この特徴は、農家や漁家・商家を想像すれば容易に首肯できるだろう。そして家は世代を超えて直系的に存続し、繁栄することを重視する。つまり私たちは、家の永続性を好む民族である」。

日本人は、このように「家」を重視する考え方を持っていた。「生計を立てるための営み」とは、「家」を存続し、繁栄すること、という思想のもと成立していたと言っても良い。

この時点では、「利益を得る目的で継続的に事業を営む」という発想を当時の日本人の多くは持っていなかった。勿論、この発想（事象）が日本にとって必要でなければ、新しい言葉も創造されることはなかったはずである。明治期においてこの発想が必要になったのである。そして、それを表現するための言葉を充てた人物が久米邦武なのである。

久米は、明治4（1871）年12月から6（1873）年9月にかけて、岩倉具視を特命全権大使とする政府高官が多数参加（木戸孝允・大久保利通・伊藤博文等100名以上）した使節団に随行すると同時に、公式報告書『特命全権大使米欧回覧実記（以下、『実記』とする）』を執筆した人物である。

『実記』のなかに、「営業力」「営業」という記述がたびたび登場する。

- ① 英国の富は、元来礦利に基せり、国中に鉄と石炭と産出高の莫大なること、世界第一なり、国民此兩利により、汽機、汽船、鉄道を發明し、火熱により蒸気を駆り、以て営業力を倍蓰し、紡織と航海との利権を占有して、世界に雄視横行する国とはなりたり、故に全国に鑛冶の業の盛なること、我一行の目を驚かせし所たり（（二）29）
- ② 己に米国を評するに、欧州の開拓地を以てし、英国を世界の貿易場とし、仏国を欧州の大市場とせり、此三大国は、地広く民多く、其営業の力は、常に満地球に管係を及ぼす雄国なること、其記実をみても、益著明なるへし（（三）165）
- ③ 此兩國は其地の広さと、其民の衆きとを語れば、我筑紫一島に較すへし、其土は瘠薄の湿野なり、然れども能く大国の間に介し、自主の権利を全くし、其営業の力は、反て大国の上に超越して、自ら欧州に管係を有するのみならず、世界貿易に於ても影響をなすは、其人民の勉励和協によるにあらざるはなし、其我に感触をあたふること、反て三大国より切なるものあるへし（（三）165）

『実記』内で記述されたこれら「営業」の語の意味について、歴史学者の田中彰<sup>9)</sup>は次のように解説している。「「営業力」は使節団が米欧回覧のいずれの国においても着目した指標である。それは西洋文明進歩の起動力となる各国民の総生産力といってもよいだろうが、イギリスの「営業力」は、この国が大工業国であり、大貿易国家であることによって支えられていることを使節団は目のあたりにした。」

久米は恐らく「営業」という漢語を充てることで、それまでの和語が持っていた「家」を基本単位とした「生計を立てるための営み」ではなく、「国家」を基本単位とした「全体が（強い意志を持って）生存（成長拡大）する営み」を表現しようとしたのではないだろうか。

特に③の文書では、小国ベルギーとオランダを取り上げ、彼らが独立した国民国家として、隣接する大国に臆することなく、強い意志を持って生存しようとする営みについて述べており、「営業」という語に込めた意味が強く伝わってくる。

勿論、『実記』に記述された語意が、それまでの語用と異なるという理由だけで、久米が「営業」の語に意味の転換をもたらした人物だと断定しているわけではない。しかし、彼の存在が意味の転換に大きく寄与したことは想像に難くない。

第一に、『実記』が、政府関係者や国民<sup>10)</sup>に対して、それまで日本国民が、見たことも、聞いたこともないような「事象」を、彼の莫大な漢語と漢籍の蓄えを基礎にした自在な表現によって、新しい「知識」を景観と感情を伴って伝えられた点が極めて重要だった（漢語・漢詩を用いた記述の意義については芳賀（2019）を参照）。

第二に、二年余りの旅程を共にした岩倉使節団メンバーにとっても、日々それまで見たことも聞いたこともない「事象」に触れ、話し合い、正確に記録しようとするたび、どういった表現あるいは言葉を用いるべきか苦心惨憺したはずである。

彼を含む岩倉使節団メンバーは、新たに触れた「事象」に対して、新しい「ことば」とその「意味」を、旅程の中で共に創造し、共有し、定着させていったのではないだろうか。

第三に、久米が、新政府で財政・税制制度整備を担った大隈重信と、佐賀藩弘道館時代からの学友で、終生深い交誼を持っていたことである。

明治新政府は、設置当初（明治元年）から公用文の中で、「営業」の語を使用している<sup>11)</sup>。その意味は、「生計を立てるための営み」であった。しかし岩倉使節団帰国後、特に大蔵省において、次々と久米が表現した意味を持つ「営業」語が使用されるようになったのである。

明治8年、酒造事業に課された新税に「酒造営業税」、煙草売買に課された税に「煙草営業税」という名称がつけられた。煙草税則を確認すると、「煙草売買営業ノ者は其管轄へ申出営業鑑札を受け通税納致すへき事但煙草耕作人にして自作之煙草を煙草売買営業人へ売渡す而已にて煙草を請売せざる者は此限に非ず」とあり、「事業」を専業で行う者の行為を「営業」と特定していることが明らかである。

明治11（1878）年には、「会社、卸売商、仲買商、小売商、雑商」に対して「営業税」を導入。明治15（1882）年には

工業も追加し、「営業」という語を、公に、商・工業者の行う「事業」そのものと結びつけたのである。

この新税への命名こそ、我々が現在、「商・工業者の行う事業」を総称して「営業」と認識するようになった原点である。つまり明治新政府は、税という仕組みを介して、新しい概念を、国民全体に認識させたのである。

ちなみにこの「営業税」は、久米邦武と親交篤かった大隈重信が大蔵卿を務めていた時期に導入された。岩倉使節団で共になった大久保利通も伊藤博文も、使節団出発時（明治4年）はそれぞれ大蔵卿、大蔵少輔を務めていた。これらの事実は単なる状況証拠に過ぎず、彼らが直接「営業税」の命名に関与したかどうかは定かではない。しかし、久米邦武と岩倉使節団、大蔵省人脈との関係の深さが、「営業」という語に大きな意味変化をもたらしたことは想像に難くない。

#### IV. 概念から実体に投影された「営業」

前節まで、「営業」という概念の源流、意味変化について検討してきた。

明治新政府が導入した「営業税」によって、「営業」の語が、商・工業業者の行っている事業そのものと結びつけられ、我々の一般概念として広く定着することになった。

しかしこの時点における「営業」という語は、利益を得る目的で継続的に事業を営む「事象」を指しているだけで、特定部門や職種の名称を指しているわけではなかった。では、いつから、どういった経緯で、特定部門・職種の呼称として用いられることになったのだろうか。

1889（明治22）年の朝日新聞記事に「日本銀行営業部<sup>12)</sup>」の記述を確認できたため、具体的に、日本銀行の組織形態の変遷を追ってみることにした<sup>13)</sup>。

日本銀行は、明治15年設立時、5局13課（文書局、金庫局、割引局、計算局、株式局）だったが、明治23年に組織改正し、新たに「営業局」を設置した。営業局の業務内容については、割引局の事務のほか、金庫局・国庫局の一部事務も引き継ぎ、割引・貸付、内外為替、預金、地金銀・

国債売買, 手形取立て, 国債の発行・償還・利払い, 預金局預金取り扱い等の取り扱いである。

日本銀行創立時の定款(明治15年10月)には, 日本銀行の「営業」が何であるかについて, 「第三章銀行営業の事」として具体的に規定していたが, 当時, 営業局は設けられていなかった。明治23年に新たに設置された営業局の業務内容を見ると, 「売買」という表記が多数みられるが, 実際のところ銀行業務全般の説明に過ぎない。つまり「銀行営業の事」とは銀行の「業務」を指しているのである。これは明治17年の定款改訂で明確となる。設立当時「銀行営業の事」と記述されていた内容が, 「業務及其の執行」と変更された。つまりこの時期, 「営業」と「業務」はほぼ同じ意味で用いられていたのである。

「日本銀行営業部」は官営企業だったが, 民間企業の「営業部」はどうだろう。

東京海上保険株式会社<sup>14)</sup>(以下, 東京海上)の組織変容を参考に, 「営業部」の形成過程を観察してみたい。社史が整備され, 特に組織図の変遷を確認できる点で, 有効な資料研究が可能だったこと。現時点で組織体制が確認できている中で, 最も古く「営業部」が設置(1891)されたことが事例に選んだ理由である。

東京海上は, 創業時, 経営層8名, 実務担当10名程度の陣容でスタートした。具体的な経営メンバーは, 頭取蜂須賀茂韶, 取締役伊勢宗城, 二橋元長, 柏村信, 寺西成器, 相談役洪沢栄一, 岩崎弥太郎(一名未確認)。実務担当は, 支配人益田克徳, 書記方・簿記方・検査方・計算方・雑務方, そして2,3人の小使, 給仕という構成だった。創立要旨には, 実務担当者としての支配人が「営業」上の全権を担っていたと書かれている。東京海上は, 支配人が事業の総責任を有し, その責任範囲全域を「営業」と認識していたようである。

明治29(1891)年職務規則が改訂され, 会社を「計算部」「営業部」に分割した。この時初めて「営業部」が登場している。職務規則には, 次のように業務範囲が細かく規定されている。

第一条 会社の事務を分ツテ二部トス 第一 営業部  
第二 計算部

営業部は, 保険の申込を取捨し保険状を発行し再保険をなし保険料及び割戻の割合又は保険金額の制限を定め船舶の検査及危険損失に関する諸般の事務を処理し代理店結約及解約をなし訴訟に関する事務金銭の運用株式の登記書信往復等都て営業に関する諸般のことを司る

計算部は, 簿記記入及統計に関する一切のことを処理し支店出張所及代理店よりの保険報告并に月表決算票精算表及諸勘定書を調査整理し毎週表に作り割戻勘定をなし主務省へ毎季諸計算表を提出し支店出張代理店其他と計算に関する書信の往復を為し金銭出納諸用度の事務等都て計算に関する諸般のことを司る

第二条 会社の業務を処理する為め左の役員を置く  
但し不在若くは欠員の場合には代理又は兼務をナサシムルモノトス

総支配人—支配人—副支配人

営業部, 書記方, 検査方

計算部, 計算方, 用度方(第三条以下省略)

職務規程をみると, 「営業部」は, 保険契約に関する全ての行為に責任を持つ事業運営のためのライン機能であり, 「計算部」は, 金銭出納, 簿記及び統計, 決算に責任を持つ会社運営のためのスタッフ機能といえる。

つまり, 営業概念が実体を有した当初, 「営業部」は販売を担う限定的な機能ではなく, 「事業運営そのものを担う組織」として認識されていたのである。当時, 東京海上では「販売」機能は全て代理店が担っており, 郵便汽船三菱会社や三井物産両社の支店, 出張所, 主要港湾都市の有力な問屋などが代理店業務を務めていた。東京海上「営業部」は, 保険商品を生成, 契約の取捨選択, 保険料決定を主業務とし, 販売機能は保持していなかったのだ。

この原初的な「営業部」の形成過程が示しているのは, 「営業」機能と呼ばれるものが, 事業運営機能から経営管理機能を取り除いた全ての業務を担っていたという事実である。もちろん, これはあくまで東京海上の事例で, どの企業にも該当する普遍的な発見ではない。

そこで、同三菱グループである三菱合資会社<sup>15)</sup>（以下、三菱合資）の「営業部」も確認し、原初的な「営業部」の形成過程に何らかの共通点があるかどうか検討してみることにした。

三菱合資は、明治32(1894)年「営業部」を設置している。初代営業部長は瓜生震。彼も岩倉使節団に参加している。ここにも「営業」概念と岩倉使節団とのつながりがあった。

瓜生は営業部長就任前、本社支配人を務めていた。当時三菱合資には瓜生を含め四名の本社支配人がおり、彼らはそれぞれ「営業部」長、「鉱山部」長、「銀行部」長、「庶務部」長に就任している。この時「庶務部」を除き、「営業部」は商事事業、「銀行部」は銀行事業、「鉱山部」は炭鉱事業と、いずれも独立事業を有していた。

「営業部」は当初、鉱物の流通部門を生産部門と切り離し「売炭部」として設立され、三菱合資内で生産する社内炭だけを扱っていた。その後、社外炭も扱うようになり「営業部」に改称された。三菱合資内の各事業部門が拡大されるとともに取扱商品<sup>16)</sup>も増えていき、あらゆる商品をあらゆる地域と取引する総合商社に転換していった（後に三菱商事として独立）。

三菱合資が、東京海上の「営業部」と異なっていたのは「販売」機能を中心に事業がスタートした点である。しかし東京海上同様、事業運営機能として「営業部」が存立しており、会社経営機能は「庶務部」が担っていた点は見逃せない。三菱合資の場合、「商事」事業のみ「営業」の名称を冠していることから、製造機能を持つ企業にとっては、商事と製造、つまり商業部門と工業部門を区別するために「営業」の語を使用した可能性もある。

## V. 結論と今後の営業研究の課題

以上、本稿では、「営業とは何か」という根本的な問いに答えるため、「営業」概念が歴史資料にいつ登場したのか。その用法・意味は歴史的にどのように変遷してきたのか。自然言語としての記号から機能や組織名称として固有の

対象を持つ記号に変化してきた過程を明らかにしてきた。

その結果、漢語を源流に、江戸末期から明治初期にかけてもたらされたこと。日本人の「家」を基本単位にして、その存続と繁栄を図るため「生計を立てる営み」を表す語として認識されていたこと。そうした日本文化を背景とした認識を、明治維新を境に、「国家」を基本単位とした「国民の総生産」的認識に転換する必要があった。そしてこの認識を、新しい税の名称を介して国民に公にし、新たな概念を定着させた事実等も明らかにされた。

こうして広く一般化された「概念」が、企業内の特定部署名として「実体」として立ち上がってくる経過については、社史分析によって明らかに出来、「営業部」の原初形態においては「販売機能」とは全く関係ない「事業あるいは業務」そのものを表現していたことも発見されたのである。

はじめに述べた通り、これまでの営業研究は、研究当初より「営業担当者／部門」という研究対象そのものをクリティカルに検討することなくここまで来てしまっている。

本稿での発見は、「営業」が単なる「営業担当者／部門」を超えた会社の「事業」全体を包括する概念だったという事実である。

このように「営業」概念の、言語的変遷、機能的変遷、概念から実体への投影、といった歴史プロセスの検討という分析視座は、「営業概念とは何か」「営業活動とは何か」について一定の回答を与えることが可能であり、今後の営業研究に大いに貢献できる方法であることが確認できた点で、非常に有効だと言えよう。

## 注

- 1) 日本大辞典刊行会編(2007).『日本国語大辞典』小学館
- 2) 荻田長三(編)(1874).『布令字弁増補』大野木市兵衛
- 3) 山田美妙著(1904).『新編漢語辞林』青木嵩山堂
- 4) 中国社会科学院語言研究所詞典編輯室編(2016).『現代漢語辞典第7版』商務印書館
- 5) 陳壽撰/(宋)裴松之注/陳乃乾校點(2015).『點校本二十四史修訂本 三國志』中華書局
- 6) 脱脱等撰/張政烺等校點(2022).『點校本二十四史修訂本 金史』中華書局

- 7) 昌平黉は、江戸幕府直轄の教学機関・施設。支配者層である武士に対して、儒学の知識と教養を身に付けさせるため、主に儒学を学ぶ際の基礎となる漢学を修めさせた。教科書として「論語」「大学」など四書五経を用いた。
- 8) 服部南郭(1737).『南郭先生文集』
- 9) 田中彰校が、久米邦武編(1978).『特命全権大使米欧回覧実記(二)』岩波文庫,pp427にて解説
- 10) この本は定価4円50銭(現在通貨換算約9万円)と高額ながら、初版五百部、二刷・三刷・四刷(各千部)が出版され、少なくとも三千五百部以上が流通している。
- 11) 明治政府編纂(1889).『復古記』,内閣官報局(1867-1883).『法令全書』など
- 12) 白銅五銭貨の流通高 去六月一日より発行せられたる五銭白銅貨は本月二十二日迄の調査によれば国庫より他の出納所へ出したる高六百十四万六千八百圓日本銀行営業部より支出せし高三千二百二十圓なりと
- 13) 日本銀行百年史編纂委員会編纂(1982).『日本銀行百年史第1巻』
- 14) 東京海上125年史 p5
- 15) 三菱社史20巻
- 16) 三島康雄「三菱商事一財閥型商社の形成」『経営史学』1973年8巻1号 p. 8-25  
 大阪精煉所の丹礬, 三菱製紙所とその子会社である華章造紙廠の紙の輸出, 三菱牧山骸炭製造所のピッチ, コールタール, タール油, クレオソート油, 粗製ナフタリン, ベンゾール, ソルベントナフサの輸出, 三菱兼二浦製鉄所や八幡製鉄所のタール製品の輸出, 社内鉱山・炭砒, 造船所用資材の委託買付けなど, 三菱合資の直営する諸事業のための輸出入へ業務を拡大していきます。また岩崎俊弥によって創設された旭硝子株式会社(以下, 旭硝子)の販売も引受けアジア市場に輸出を開始しました。旭硝子の製造する曹達灰(硝子, 石鹼, 苛性ソーダの原料)を取扱い, 原料用珪砂の輸入も手掛けます。岩崎家, 日本郵船, 明治屋の出資によって麒麟ビール株式会社が設立されると, ビールの植民地, マレー, 蘭印むけの輸出業務も担いました。このように三菱直系企業や旭硝子, 麒麟ビールなど準三菱系企業の製品輸出, 原料輸入によって, 三菱合資の「営業部」は多角化し, 三菱と全く関係のない商品の取扱いも開始するようになりました。

#### 引用文献

石井淳蔵・嶋口充輝(編)(1995).『営業の本質』有斐閣

大槻文彦(2004).『言海』筑摩書房

庄原謙吉(編)(1869).『漢語字類』青山清吉出版

高嶋克義(2002).『営業プロセス・イノベーション』有斐閣

田村正紀(1999).『機動営業力』日本経済新聞社

鳥越皓之(2008).『家と村の社会学』p.4, 世界思想社

芳賀徹(2019).「第一章 岩倉使節団は徳川文明の凱旋門である」  
米欧亜回覧の会・泉三郎(編)『岩倉使節団の群像』p.20, ミネルヴァ書房

細井謙一(1996).「販売管理論の新展開—営業研究への適用—」  
『広島経済大学経済研究論集』p.86, ミネルヴァ書房

山口仲美(2006).『日本語の歴史』p.187, 岩波新書