

木村立夫教授退任記念号の発刊に寄せて

はじめに木村立夫先生のご経歴をご紹介する前に、本号の趣旨についてご説明したいと思います。本号は木村先生のご退職を記念する号となりますが、先生の強いご希望により、いわば流通マーケティング学科創設10周年記念論集のような体裁となりました。流通マーケティング学科は2008年に創設10周年を迎えております。それを記念して、流通マーケティング学科所属の教員によって開講されている「流通マーケティング入門」のテキスト『流通・マーケティングの基礎』が出版されています。しかし、専門分野に寄与するような記念研究論集の発行が企画されましたが、実現されなかったと聞いております。そのことが先生にとっては非常に心残りとなっていたようです。今回、通例のような退任記念号を発行しようとした際、記念号を「流通マーケティング特集」そして「流通マーケティング学科創設10周年記念論集」に代わるようなものとして発行してほしいという先生の強いご希望により、このような形で完成しました。先生のご研究仲間と流通マーケティング学科所属の教員とが賛同して完成した紀要であります。

木村立夫教授は、2011年3月に本学をめてたく定年退職なされました。先生は、1977年4月に本学の助教授としてご着任になられて以来34年の長きにわたって、本学において教育、研究、校内運営に大いに携わってこられました。そのご功績に対して、経営学部は2011年4月に名誉教授の称号を贈らせていただきました。さらに、ここに先生のご退任を記念して、本記念号（東京経大会誌（経営学）第274号）を先生に捧げて感謝の意を表したいと思っております。

先生は、1940年に神奈川県にお生まれになり、1963年に慶應義塾大学商学部をご卒業され、さらに1967年3月に慶應義塾大学大学院商学研究科商学専攻修士課程を修了されました。1968年4月より、弘前大学人文学部助手として任官され、その後、1970年4月には、同大学人文学部講師（商業経営論担当）、1973年4月に同大学人文学部助教授（商業経営論、マーケティング論担当）としてご昇任されました。本学には1977年4月にマーケティング論担当の助教授としてご着任され、1981年4月に経営学部教授にご昇任されています。

先生の主たるご研究テーマは、マーケティングとそれに関連する、広告、情報、消費者、小売業、公共政策などに介在する問題や、韓国や台湾でのマーケティング、流通、広告についても研究してこられました。さらに、マーケティング手法を用いた地域振興政策についてもご関心を持たれ、環境と齟齬を起こさない地域振興のマーケティングを追究すべく、北海道や伊豆の「まち興し」などで実践なされています。このように、先生の主な研究領域はマーケティングを中心にそれに関連する分野、さらに、公共政策にマーケティングを適用しようと試みられ

木村立夫教授退任記念号の発刊に寄せて

たり、地方の老舗商店の調査や地方都市の商店街の現状調査にも取り組まれておられます。先生のご研究は多くの著書や論文等に著されています。

教育面でも、ご着任以降、学部においては、マーケティング論、商学総論、ケースメソッドならびに演習（ゼミ）、研究論文を担当し講義、指導なされてきました。また、現在流通マーケティング学科に開講されている授業科目の「ファッションとマーケティング」という実務家を講師に迎えて行うユニークな授業の開設の中心的推進者でもありました。大学院では、留学生を含め多くの大学院生の修士・博士論文指導をなされてきました。先生は、講義はもとよりゼミナールに特にご尽力なされ、他大学とのゼミナール交流や学部での合同ゼミ研究発表会などの中心となって、学部のゼミ活動の発展・活発化を推進なされ、ゼミ学生を熱心にご指導なされてきました。その姿勢は後輩の教員にも広がり、流通マーケティング学科のゼミ活動の活発さに表れていると思われまます。その結果として、木村ゼミを巢立って、現在社会の各界で活躍しているゼミOBは多数おられます。また、OB会誌を発行するほど、OB会活動も活発に行われています。

先生が常々、研究・教育で心掛け、学生に伝えていたことは、次のように伺っております。

『①楽しく学問しよう ②理論と現実との幸福な結婚 ③とんぼの目をもとう。』

『マーケティングは、消費者にいいものを提供してきたのか、騙したり必要以上のモノを買わせてきたのか。広告は、商品選択の適切な情報を提供しているのか、あるいは消費者心理を操作しているのか。マーケティングは善なのか、悪なのか、いつも複眼で見よう。「マーケティングと消費者問題はコインの裏表」である。企業・消費者・政府のどの立場にいても、賢明な市民になるには、マーケティングは知らなくてはならない。だから真剣に学ぼう。』

マーケティング（という名称や学問）が登場したのは、19世紀末から20世紀初頭ということになっているが、マーケティングと呼んでいいものももっと前からあったし、本質部分は変わっていない。どこが変わって、どこが変わらないのか、本質を理解しよう。』

このように、先生は学生達に、学問とは何か、マーケティングとは何かを熱心に伝えてこられてきました。

さらに、以上のようなご研究・教育活動に加え、学内運営に関しても、本学経営学部長とし学部運営にご尽力され、本学経営学研究科博士課程開設に際しては準備委員会のメンバーとして、それ以降も、大学院研究科委員長や大学院研究科運営委員として大学院の改革・運営に務められてきました。また、経営学部流通マーケティング学科創設では中心的な役割を果たされ、その後マーケティング論等の担当教授として、流通マーケティング学科の教育研究を先導なされ、流通マーケティング学科の教育・研究の礎を築かれてきました。また、本学経営学部に限らず、本学のマーケティング教育、人材育成に多大なご貢献をなされてきました。一方、体育会少林寺拳法部の部長として22年間公私にわたる学生指導をなされ、少林寺拳法部の発展にも寄与されてきました。

このような学内でのご貢献に加え、学外でも、日本商業学会、日本地域学会、日本広告学会、経営情報学会等の学会でご活躍なされ、幹事も歴任されました。また、消費生活アドバイザー技能試験委員およびインテリアコーディネーター試験委員としても務められ、ご専門分野での知識を生かして、社会的貢献をなされてきました。

現在、本学OBの元伊勢丹の島田茂氏と共に、現代産業特論「ファッションのマーケティング」の補助教材『ファッションのマーケティング資料集』の編集、また、本学の社会人博士課程で初めて博士号を取得なされた山浦暉夫氏と共にマーケティング論の嚆矢といわれるバトラーの『Marketing Methods and Salesmanship: Modern Business (1914)』の500ページにも及ぶ大著の翻訳に取り組んでおられます。ご退職なされても益々盛んにご研究に励まれておられます。

このように、先生のご活躍は多岐にわたり、長年の学究によって培われた見識を遺憾なく発揮され、本学経営学部の発展に大いに寄与されたことを、改めて感謝いたします。

最後になりますが、今後とも後進へのご指導を賜りたくお願いすると共に、先生の一層のご健勝とご活躍を祈念して先生のご紹介とさせていただきます。

2011年12月

経営学部長 若尾 良男