

薄井和夫先生の定年退職にあたって

経済学部長 柳澤哲哉

薄井和夫先生は1982年4月に本学部に助手として赴任されてから、36年の長きにわたりマーケティング論の研究、教育に取り組まれた。また学部運営にも大きな功績を残された。いずれの領域でも、先生を語るのには「グローバル化」という言葉が最もふさわしいであろう。文字どおり公私にわたりグローバル化を実践された人であった。初めてお目にかかったころ、御家族がエディンバラにおられたので、「僕は日本に単身赴任しているのです」と笑いながら語っていたのを思い出す。エディンバラ大学客員教授でもある先生にとって、エディンバラは研究や生活の拠点でもあった。

先生は研究において常に国際化を意識されていた。「海外の研究者は日本のことを知りたがっているから、日本をテーマにしている研究者こそ研究成果を英語で発表してもらいたい」というのが口癖であった。自然科学とは異なる社会科学系の研究者として、研究の国際化を使命のように感じていたのだと思う。代表作である *Marketing and Consumption in Modern Japan* (2014) は、先生の研究姿勢をよく伝える力作である。系列店が日常生活や文化様式にもたらした変容を明らかにするなど、マーケティングが日本の近代化に与えた影響を解明しようとするもので、第18回日本流通学会賞を受賞した。

先生は多くの修士課程、博士課程の院生を指導されただけでなく、学部教育にも熱心に取り組まれた。早くからパワーポイントを活用したマーケティング論は常に盛況で、薄井ゼミは多くの学生を引きつける人気ゼミであった。企業とタイアップした商品開発セミナーを始めたのも薄井ゼミである。この商品開発という提案型の取り組みは、文理融合教育や地域活性化の手法としても着目され、現在では全国規模の大会へと発展し、本学部からも複数のゼミが参加するようになっている。

教育の国際化については、何よりも経済学部長在任に行った改組と新プログラムの導入をあげなければならない。経済学部は3学科から4メジャー制へと移行したが、その目玉は「国際ビジネスと社会発展」メジャーの設置であった。改組にあたっては、全メジャーで必修の英語専門講義を導入するとともに、外国人教員4名の採用を行った。また、長期留学を必須とするグローバル・タレント・プログラムや、国立大学では最初とも言われている学部におけるダブルディグリー・プログラムの導入、大学院におけるMEconプログラムの導入など数々の国際化を進められた。こうした改革の企画から細部にわたる立案、さらに種々の文書作成まで先生が尽力されたのであった。驚異的な行動力というほかない。

最終講義を聴講させていただいたが、多くの学生を引きつけるエネルギーあふれる講義であった。これまでの薄井先生のご貢献に対して厚く御礼を申し上げるとともに、これからもお元気で活躍され続けることを祈念してやまない。