

消 息

武井 寿先生を偲んで

かねてより療養のため休職されていた武井寿先生が、2022 年 12 月 9 日にご逝去されました。いつも穏やかで、やさしい先生でした。私たちマーケティング領域の教員だけでなく、商学部の教職員だから信頼される存在でした。武井先生とそっくりのお声のご子息から電話で訃報をうかがったときには、言葉がありませんでした。

2020 年、日本を襲った新型コロナウイルスが大学にも大きな影響を与えたことは皆さんご存じのとおりです。これまで経験したことのないオンラインでの講義に、ほとんどの教員は初めて挑戦することになりました。2011 年の東日本大震災の後、春学期の授業開始が1か月遅れ、少なくなった授業期間でいかに対応するかに苦勞したこともありましたが、コロナ禍での授業運営と比べれば、その苦勞はたいしたことはなかったとも言えます。

直接顔を合わせることもできず、一人一人の教員が慣れないオンライン講義やオンデマンド講義などで授業をせざるを得ないことになりました。大学の会議もすべて ZOOM によるリモート開催となり、同じ研究分野の教員同士であっても、情報交換する機会は圧倒的に少なくなってしまいました。私はときどき電話で武井先生とお話していましたが、オンラインの講義はなかなか大変だと苦笑されていました。当時のことを思い出すと、いつまで続くかわからないコロナ禍に、私たち大学教員は孤独な戦いを強いられていたかのように感じたと思います。

2020 年をなんとか終え、2021 年になりましたが、コロナ禍は一向に収まりませんでした。それでも若い学生たちは、新しい授業形態に少しずつ慣れていったのではないのでしょうか。少人数の授業やゼミなどは対面開講もできるようになってきましたが、大人数クラスの講義は依然としてオンラインのままでした。武井先生がお怪我をされ、しばらく休職するという話を伺ったのは6月のことでした。その頃は、教員全員にオンライン疲れがたまっていた時期でもあり、しばらく休職されるのは武井先生にとっていいこ

とだろうと周りにいる私たちは考えておりました。

2021 年が終わり、2022 年になりました。私たちは武井先生の復帰を強く願っていましたが、残念ながら先生の体調は元に戻らず、ついに 12 月、帰らぬ人となってしまいました。コロナ禍で、お見舞いに伺うことすらできなかったのが本当に心残りです。

神奈川県立横須賀高等学校出身の武井先生は、1972 年に早稲田大学商学部に入學されました。商学部を卒業した 1976 年に大学院商学研究科博士前期課程（現在の修士課程）、1978 年に博士後期課程に進まれました。当時、高校から大学院博士後期課程まで浪人生活を一度も経験せずに進む学生は本当に数少なく、武井先生がいかにエリートだったかがわかります。

1981 年 4 月に大分大学経済学部専任講師として着任され、1983 年に助教授に昇任、1989 年 3 月まで同大学に勤務されました。その後、1989 年 4 月に神奈川大学経営学部助教授として移られ、1992 年には教授に昇任されています。そして 1993 年 4 月に商学部の助教授として古巣に戻り、1995 年に教授に昇任されました。

商学部では 1996 年から 1998 年、椿弘次学部長のもと教務担当教務副主任を務め、商学研究科では 2008 年から 2010 年に嶋村紘輝商学研究科長のもとで教務主任を務められました。また、2010 年から 2012 年には産業経営研究所所長を務められました。武井先生の仕事ぶりはいつも堅実で、周囲から信頼を集めるものでした。

研究の面では、『解釈的マーケティング研究——マーケティングにおける「意味」の基礎理論的研究』で 1996 年に博士（商学）学位を取得されていることでもわかるように、マーケティングにおける意味解釈に焦点をあてていらっしゃいました。マーケティングは実務との関わりが強く、現実の社会、経済で展開されているマーケティングの事象に目を奪われがちところがありますが、武井先生の研究は、消費行動の意味や人間にとっての生きがいなどを深く掘り下げる哲学的な研究が中心であったということが出来ます。

大学院で武井先生の指導を受けたハッ橋治郎先生（神奈川大学）によると、武井先生は、共感できる企業姿勢に強く心を動かされるとのことで、大分県の三和酒類(株)の文化活動としての『季刊 iichiko』や、姫路の回転焼きメーカー(株)御座候の活動などを高く評価して、よく話題にしていたそうです。そういえば、傷跡ややけど跡などをメイクできれいにカバーして、人の心のケアを目指すというかぶきれいのリハビリメイク

について、武井先生が熱く語っていたことを私も覚えています。意味や生きがいを研究の中心に置いていた先生らしいと思います。

また、『早稲田商学』や産業経営研究所の『産研シリーズ』『産業経営』に数多くの論文を寄稿されていたことも特筆すべき点です。おかげで早稲田大学リポジトリで武井先生の多くの論文をすぐに読むことができます。

学生にとっての武井先生は、とにかくやさしい先生でした。穏やかな口調で丁寧に講義をされ、学生の名前は昔から全員「さん付け」で呼び、大勢いるゼミ生の名前を間違えることもなかったそうです。多くの学生から慕われていらっしゃいました。

個人的な思い出を書かせていただくと、私が1年間の会社勤めを経て、大学院商学研究科に入学したとき、武井先生は博士後期課程の2年生でした。私も神奈川県の高校出身で、自宅の方向も同じだったため、武井先生は親しみをもってくださったようです。当時の商学研究科学生ラウンジで、武井先生や他の院生たちと雑談をすると、とても真面目なお顔でユーモアのある発言をされるのには驚きました。温かみのあるやさしい先輩でした。また、私は幸運なことに武井先生と同じ1993年に商学部の専任講師として採用されており、その意味では同期でもあります。同じ大学院で勉強し、商学部の教員として同じ年月を過ごしてきた尊敬する武井先生がもういらっしゃらないというのは、本当に悲しいことです。武井先生のご冥福を心からお祈りします。

早稲田大学商学部教授

嶋村 和恵

武井 寿先生 経歴・業績

学歴

- 1976年3月 早稲田大学商学部卒業
1978年3月 早稲田大学大学院商学研究科博士前期課程修了
1981年3月 早稲田大学大学院博士後期課程退学
1996年2月 博士（商学）（早稲田大学）

職歴

- 1981年4月～1983年3月 大分大学経済学部専任講師
1983年4月～1989年3月 同 助教授
1989年4月～1992年3月 神奈川大学経営学部助教授
1992年4月～1993年3月 同 教授
1993年4月～1995年3月 早稲田大学商学部助教授
1995年4月～2022年12月 早稲田大学商学部教授（改組により2004年9月より商学
学術院教授）
2023年4月 早稲田大学名誉教授

学内役職

- 1996年9月～1998年9月 商学部教務担当教務副主任
2008年9月～2010年9月 商学研究科教務主任
2010年9月～2012年9月 産業経営研究所所長
2014年7月～2022年6月 評議員

学外兼職

- 2012年4月～2014年3月 日本商品学会会長
2018年10月～2022年10月 厚生労働省厚生科学審議会委員
2019年6月～2022年12月 公益財団法人電通育英会評議員

所属学会

組織学会

日本商品学会

日本商業学会

主要著書

1988年6月 『現代マーケティング・コミュニケーション——基礎理論的研究』 白桃書房

1997年4月 『解釈的マーケティング研究——マーケティングにおける「意味」の基礎理論的研究』 白桃書房

2004年4月 （共著）『流通新論』 八千代出版

2006年4月 （共著）『専門基礎ライブラリー 現代マーケティング論』 実教出版

2015年1月 『意味解釈のマーケティング—人間の学としての探究』 白桃書房

2015年1月 （共著）『広告と販売促進』 実教出版

主要論文

1993年12月 「マーケティングにおける「意味」研究の方法論的考察」『日経広告研究所報』

1994年2月 「マーケティングへのクリニカル・アプローチ」『早稲田商学』

1994年12月 「マーケティングにおけるプロセス・コンサルテーション」『産業経営』

1995年1月 「マーケティングにおける認識創造の新次元——解釈的マーケティング研究」『早稲田商学』

1996年10月 「「生きがい」支援のマーケティング」『日経広告研究所報』

1997年3月 「マーケティングにおける「意味」の創造——象徴消費の研究系譜」『早稲田大学産業経営研究所産研シリーズ』

1999年3月 「生活文化研究の方法的課題——マーケティング・アプローチ」『早稲田大学産業経営研究所産研シリーズ』

1999年6月 「「生きがい」づくりのマーケティング——「存在」のマーケティングの探究」『マーケティング・ジャーナル』

2000年3月 「マーケティングにおける「意味」研究の理論と技法」『早稲田商学』

- 2000年8月 「「存在」のマーケティングにおける価値と認識の探究」『日経広告研究所報』
- 2002年3月 「生活文化における「意味」の理解と方法」『早稲田大学産業経営研究所産研シリーズ』
- 2003年3月 「マーケティングにおけるポストモダニズムの潮流」『早稲田商学』
- 2004年6月 「マーケティング・コミュニケーションによる価値づくり」『日経広告研究所報』
- 2005年9月 「マーケティングにおけるリフレクション研究の意義」『早稲田商学』
- 2006年8月 「ケアのマーケティング——「生」を支える企業コミュニケーション」『日経広告研究所報』
- 2007年12月 「マーケティングとメタファー」『早稲田商学』
- 2013年6月 「マーケティングにおける意味解釈の理論的基盤と技法」『早稲田商学』
- 2016年9月 「マーケティングにおける意味解釈研究の方法論的課題」『早稲田商学』