

田口冬樹先生のご退職にあたって

石崎 徹
経営学部教授

2019年3月、田口冬樹先生が定年退職されます。古希をお迎えになり心よりお祝い申し上げたいのですが、大学の規定とはいえ教壇を去られることへの寂しさもあります。ここに田口先生との思い出の一端を語り、贈る言葉としたいと思います。

田口先生との出会いは、1997年5月に大阪市立大学で開催された日本商業学会全国大会の折でした。私は大学院博士後期課程の3年生で、商業学会に初めて参加しました。天気のいい昼休みだったと思います。中庭で談笑していると、学部時代のゼミナール指導教授より、専修大学の出牛先生と田口先生に紹介するので、上着を着てきなさいと言われ、会場の教室でお会いしました。何を話したのかは記憶が定かでないのですが、こちらが大学院の大先輩である出牛先生と、流通論で有名な田口先生なのだととても感動しました。

田口先生のお名前を知ったのはもっと前で、大学院の修士課程か博士後期課程の受験浪人中の頃です。大学院の指導教授が出牛先生の1級下の方でした。マーケティングを研究するには商業学と流通論をしっかり勉強しなければならないと常に言われていました。私はマーケティング研究とはいえっても広告論が専門のため、流通論は門外漢。私の出身の学部と大学院にはなぜか流通論の科目がありませんでした。そのため、流通論を専攻している先輩に勉強するにはどのテキストがいいか聞いたところ、即座に専修大学の田口先生の『流通論』（のちに『体系流通論』としてまさに体系化され、学会賞受賞、博士論文にもなったご著書）を薦められました。早速入手し、拝読しました。

今でこそ「マーケティング入門」の授業で、マーケティングの中心は流通である、マーケティングを勉強したい人は流通論をしっかり勉強きなさいとか言っていますが、その知識の原点は、田口先生のご著書にあったのです。

さてご縁があり、1997年に「広告論」の公募に応募し、最終面接に呼ばれ、その席で再度出牛先生と田口先生にお会いすることとなりました。出牛先生からは研究内容を深く突っ込まれ、7月のとても暑い日でしたが、冷や汗をかきながらの面接でした。田口先生からは、今でも覚えているのは因子分析の部分について質問をいただいたことです。あとは頭が空白でとほとほと坂を下りて行ったことぐらいしか記憶にありません。

後日、採用通知をいただき、出牛先生と田口先生へご挨拶に伺いました。8号館の田口研究室でご挨拶もそこそこに、遊園北口のバス通りにあったマグロ系の居酒屋さんで一献。ここから今日に至るまでの長いお付き合いが始まりました。

1998年4月、出牛先生、奥田先生、田口先生、村本先生の4人体制だった経営学部マーケティング・スタッフの5人目として迎えていただきました。授業初日の1限に向かう遊園北口で、ちょうど出牛先生がマイクロバスに乗ったところで満員となり、次のバスを待つ羽目に。出牛先生に手を振られたのもいい思い出です。こんな右も左もわからないときにいろいろ教えていただいたのが田口先生でした。ほどなく出牛先生が学長となり、田口先生が出牛先生の「マーケティング総論（当時）」を合併授業で持ってくださいました。新任1年目の私では荷が重すぎましたので。その後もいろいろな仕事を積極的にこなされ、本当に助けていただきました。

入職2～3年目の1999年から2000年頃が結構大変でした。おそらく後にも先にも経営学部のマーケティングの一大危機だったと思います。村本先生が突然退職し、奥田先生が定年退職間近、出牛先生は学長ということで、5名いたマーケティング・スタッフが事実上、田口先生と私と2人になってしまいました。当時、1号館受付の奥で田口先生とよく昼食をご一緒し、決まってタンメンの出前を取っていました。2人で会うと自然と「マーケティング系列会」になっていました。系列に割り振られる委員も2人でこなしました。あの頃の田口先生と私の委員数は驚異的でした。その後、補充人事でスタッフが元通りになり、多少は緩和されましたが。

マーケティング・スタッフは入れ替えが結構ありました。今の体制に落ち着くまで、非常勤の手当てが急遽必要となることもあり、田口先生に人選で奔走いただいたことも多々ありました。マーケティング系の教員として、出牛先生を中心としたマーケティング・スタッフの体制やこの21年間のマーケティング系列の激動？を知っているのは田口先生と私だけになっています。しかし、田口先生は、さらにそれ以前の20年以上にわたり、出牛先生とともに経営学部におけるマーケティング教育の礎を築かれた生き字引のような方でもあります。

田口先生とは泊りがけでの水戸入試や学部の宿泊忘年会など、私の車でご一緒しました。また、マーケティング・スタッフや大学院生とともに中国や韓国へ研究調査へも赴きました。そうした折にお食事をご一緒したのですが、スマートなお体に似合わず、「ガッツリ」食べられるのですね。水戸のときは守谷のSAでうな重を食されました。伊香保へ行った学部の忘年会の帰り道では、千歳烏山のジョナサンでステーキを注文されました。中国、韓国でも注文されたものはどどん食べておられました。あの食事で研究、教育へのパワーを培われていたのだと今更ながらに思います。

よく一緒に飲みにも行きました。生意気な話にもお付き合いいただきました。何よりも印象に残っているのが、昨年（2018年）の11月20日、大学院生の博士論文口頭試問後の懇親会です。主査の金先生、副査の商学部の奥瀬先生と私でご一緒したとき、マーケティング方法論の話になり、A.W. Show, W.Alderson, E.J.Kelly, J.C.Narver and R.Savittらの話になって、その理論展開を逆のように話されました。ともすれば技術論、実務面への応用ばかりに偏りがちなマーケティング研究に対する警鐘と、われわれに対する叱咤激励のように聞こえました。われわれは今一度マーケティング研究の原点に戻り、理論的基盤をしっかりと見直すことが必要なのだと痛感しました。

数え上げればエピソードには事欠かないのですが、このあたりで筆を置きたいと思います。田口先生は定年退職されますが、先生の念願であったマーケティング教育も重視しているビジネスデザイン学科が開設される今、マーケティング・スタッフも経営学部もご指導いただかねばならないこ

田口冬樹先生のご退職にあたって

とがいっぱいあります。これまでの学恩に感謝申し上げるとともに、これからも何卒よろしく
お願い申し上げます。