

タイトル	献辞(黒田重雄教授退職記念号)
著者	福永, 厚; 早川, 豊
引用	北海学園大学経営論集, 7(4): i-ii
発行日	2010-03-25

献 辞

経営学会長 福 永 厚
経営学部長
経営学研究科長 早 川 豊

本学経営学部黒田重雄教授には、平成22年3月31日をもって退職されることになりました。先生のご退職にあたりまして、経営学部・経営学研究科ならびに経営学会は、これまでに先生より賜りましたご指導とご厚誼に深甚の誠意を表するために、退職記念論文集の刊行を企画いたしました。ここに謹んで本書を先生に献呈いたします。

黒田先生が乞われて北海学園大学に大学院経営学研究科教授として赴任されたのは、2002年(平成14年)4月、経営学研究科博士(後期)課程の開設にあわせてのことでした。北海道大学経済学部及び経済学研究科に31年10ヶ月勤務され、定年となる一年前に本学にご赴任いただきましたのは、経営学研究科及び後に誕生する経営学部にとってはまさしく天恵ともいえる人事でございました。

当時の北海学園大学は、翌2003年に経済学部経営学科を改組転換して経営学部として独立させることが予定されておりました。北海道において経営学を専門とする学部の創設は我々の長年の悲願であり、その実現に向けてまず大学院経営学研究科を先行することで研究面での教員組織を充実し、学部としての教育・研究の方向付けを確立することが喫緊の課題となっておりました。しかしながら、博士(後期)課程の設置には、文部科学省の厳しい教員審査を通らねばならず、研究科の柱であるマーケティング分野において中心となる教員が必要とされておりました。北海道大学経済学部においてマーケティング分野の重鎮であられる黒田先生に研究科への赴任をお願いしたところ、定年1年前にもかかわらず快くお引き受けいただき、本学に赴任していただきました。おかげをもちまして、2002年に博士(後期)課程の開設に至りました。翌2003年には、マーケット系の中心メンバーとして経営学部の設置にもご尽力いただきました。

黒田先生は、経営学研究科において、多くの修士、博士の院生を育てられました。研究科の公開説明会に来たマーケティング志望の方々を快くお引き受けくださり、入学後は熱心で丁寧なご指導をしていただき、誰一人脱落することなく修士及び博士の学位を授けられました。先生は、博士の指導にあたって院生に学会誌への掲載を課して、質の高い博士論文を書かせました。先生が育てられた院生は、大学の教員や大手企業に勤めるなど社会で活躍しています。この中には、2007年に博士号を授与された中国煙台大学副学長・教授の王吉法氏も含まれております。先生が院生を指導する姿は、私共にとって良き模範とさせていただきます。

新設された経営学部では、数百人にも及ぶ履修者のマーケティングリサーチをはじめ、演習Ⅰ、演習Ⅱをご担当され、経営学部の教育にご尽力いただきました。

また、先生には就職委員や図書委員など学内業務にもご尽力いただきました。特に、2005年から始まったニトリ寄附講座では、中心的な運営委員として当初から深く関与され、講座を軌道に乗せるためにご尽力されました。似鳥社長はもちろんのこと、講義に訪れる道内外の経営者を迎え、第一線の経営者の方々と北海道における流通の現状と未来について、大いに話に花を咲かせられました。この寄附講座の立ち上げに際し、黒田先生のお力で、マーケティング

分野の権威である当時の学習院院長田島義博氏や東大名誉教授林周二氏などを講師として招聘することもできました。

黒田先生は、長年、統計学やマーケティングの分野で研究を続けておられています。先生のこれまでの研究業績は膨大ですが、ご経歴と研究について簡単にご紹介させていただきます。黒田重雄先生は、一橋大学大学院修了後の1970年に北海道大学経済学部へ赴任しました。まだ、学生紛争がやっと収まりつつある時でした。当時の教養部で専任講師として、一般経済学と統計学の講義を開始し、その後、経済学部のマーケティング担当の教授となりました。ご研究は、消費理論や家計調査データを基にした実証的な研究から始まり、消費者行動の理論的・実証的研究へと進められました。大型店の出店が全国的な社会問題になっていたおり、1982年には、著書『消費者行動と商業環境』を著し、地域的な消費者意識の差異を学問的に論証した重要な基礎研究として評価されました。

エリア・マーケティング研究を進めていく中で、1996年には、国際間の地域差異を基とした市場細分化の研究を著書『比較マーケティング』として著し、翌年北大から博士号を授与されています。1998年には論文『比較マーケティングの研究方向に関する一考察』が、マーケティングにおいて最も権威のある学会誌『流通研究』創刊号に掲載されました。また、近年はマーケティング体系化のため、商学とマーケティングの関係や、マーケティング現象を統合的に把握するためロー・オルダースンの著作の研究を進められています。先生の旺盛な研究意欲は衰えることを知らないようであります。また、日本商業学会北海道部会長や日本商店街学会会長として、マーケティング・流通分野のリーダーとして学会に貢献されてきました。

黒田先生のご活躍は大学内にとどまらず、学外で各種の委員や委員長・会長を務められました。北海道庁関係では北海道大規模小売店舗審議会や北海道大規模小売店舗立地審議会会長などを務められ、また、札幌市関係では札幌市中小企業振興審議会会長や札幌市土地利用審査会会長などを務められ、地域の経済活動に貢献されてきました。NPO法人北海道インパクト推進協議会理事として、高齢化社会に向かつての事業活動の実践にも関わって来ました。これらのご経験を踏まえて、2007年には、『北海道をマーケティングする』を北海道新聞社から出版され、これからの北海道の進むべき方向を示され、各界からの反響を呼びました。

黒田先生は誰からも慕われるお人柄で、勉学を志す者には、誰にでも門戸を開き、快く受け入れ指導し励まされてきました。また、学内での研究のまとめ役となっただき、先生のおかげで、北海学園大学経営学部のマーケット系教員一同による2冊の共著も出版する事ができました。先生への感謝の気持ちを一言では言い表すことは到底できませんが、経営学部及び経営学研究科に賜りましたご貢献に対して、教職員一同、あらためて御礼申し上げます。ご退職後も非常勤講師としてご協力を賜りますが、くれぐれもお体をご自愛いただきまして、今後とも、我々の模範としてお導きいただきますようお願い申し上げます。

なお、本書の刊行にあたりましては、学外にあって、ゆかりの方々にご寄稿をお願いいたしましたところご快諾を賜り、珠玉の御論文を掲載することができました。これもひとえに黒田先生のお人柄によるものでありますが、ここに厚く御礼申し上げます。ありがとうございます。最後に、本書の編集に際しては、下村直樹准教授、菅原浩信准教授が論集委員としてその任にあたり、おかげさまで本日の刊行となりました。また、刊行にあたりましては、佐藤芳彰先生はじめ多くの方々にご協力いただきました。この場を借りましてお礼申し上げます。黒田重雄教授退職記念号献呈のご挨拶の結びといたします。

黒田重雄教授 略歴・研究業績

学 歴

- 1965(昭和40)年3月 小樽商科大学商学部卒業
1967(昭和42)年3月 一橋大学大学院経済学研究科修士課程卒業
1970(昭和45)年3月 一橋大学大学院経済学研究科博士課程修了

学 位 等

- 1965(昭和40)年3月 商学士(小樽商科大学)
1967(昭和42)年3月 経済学修士(一橋大学)
1997(平成9)年9月 経営学博士(北海道大学)
2002(平成14)年4月 北海道大学名誉教授

職 歴

- 1970(昭和45)年6月 北海道大学経済学部専任講師(昭和47年3月まで)
1972(昭和47)年4月 北海道大学経済学部助教授(昭和57年3月まで)
1982(昭和57)年4月 北海道大学経済学部教授(平成12年3月まで)
2000(平成12)年4月 北海道大学大学院経済学研究科教授(平成14年3月まで)
2002(平成14)年4月 北海学園大学大学院経営学研究科教授
2003(平成15)年4月 北海学園大学経営学部経営学科教授
2010(平成22)年3月 北海学園大学経営学部経営学科定年退職

学会活動等

- 日本商業学会(本部常任理事・北海道部会長, 本部理事歴任)
日本商店街学会(会長)
日本経済学会(旧理論計量経済学会)
日本マーケティング協会(北海道マーケティング協会, 運営副委員長)
日本統計学会
生活経済学会(北海道部会運営委員歴任)
統計研究会

社会活動等

- 文部省学術審議会専門委員
文部省教科用図書検定調査審議会調査員
労働省北海道職業安定審議会委員(副会長)
北海道道民所得(旧道民経済計算)調査委員会委員
北海道道産品販路拡大推進体制検討委員会委員
北海道国際貿易・技術交流促進懇話会委員(会長)

北海道国際貿易・技術交流促進機構基本構想検討委員会委員（会長）
北海道固定資産評価審議会委員（会長）
北海道サービス業振興協議会委員（会長）
北海道東アジア事務所検討委員会委員（会長）
北海道灯油・プロパンガス問題協議会委員（会長）
北海道FAZワーキンググループ委員会委員（座長）
北海道科学・産業技術振興財団ホクサイテック財団研究開発支援事業審査委員会専門委員
北海道大規模小売店舗審議会委員（会長）
北海道大規模小売店立地審議会委員（会長）
札幌市中央卸売市場開設運営協議会委員
札幌市中小企業振興委員会委員（会長）
札幌市土地利用審査会委員（会長）
札幌市札幌スタイル・デザイン委員会委員
札幌市乗合いバス路線維持審査委員会委員
㈱北海道経済同友会 特別会員
㈱北海道生産性本部 理事
㈱北海道まちづくり促進協議会顧問
北海道活性化協議会顧問
（NPO法人）北海道インパクト推進協議会理事
札幌市立信濃小学校評議員
㈱似鳥国際奨学財団理事
総合的な街づくりとコミュニティ再生に向けた懇談会委員（札幌商工会議所主催）

研究業績

【単著書】

1. 『消費者行動と商業環境』, 307（北海道大学図書刊行会, 北海道）, 1982.2.
2. 『比較マーケティング』, 217（千倉書房, 東京）, 1996.10.1.
3. 『北海道をマーケティングする』, 北海道新聞編集局, 2007.9.19.

【共著書】

1. 『経済統計講義』（伊大知良太郎編, 第3章1・2節担当）, 青林書院新社, 1971.4.
2. 『近代経済学の基礎知識』（編集代表, 新開陽一他・項目「1-7, 8, 9, 10, 11, 12, 13」担当）, 有斐閣, 1971.11.
3. 『例解・近代経済学講義(1)ーマクロ経済学ー』（保坂直達, 安井修二編・第8章「国民所得の変動と成長」担当）, 有斐閣双書, 1976.11.
4. 『マーケティング・コミュニケーション』（三浦収, 横田澄司編・第7章「購買者行動とマーケティング・コミュニケーション」担当）, 新評論, 1978.4.
5. 『現代経済学の政策論』（小林好宏, 三浦収編・第1章「消費者行動論とマーケティングー理論経済学の応用に関する一考察ー」担当）, 新評論, 1980.3.
6. 『成長都市ーその特性分析ー』（北海道大学ミックス研究会編・第6章「札幌市商業の特性分析」担当）, 明文書房, 1982.9.

7. 『先端技術と地場産業』（野口祐編，第6章「北海道にみる地場産業と先端技術」（小華和洋・斐富吉との共論文）），日本経済評論社，1986.2。
8. 『情報化社会に生きる一経済とくらし』（北海道大学放送教育委員会編・第6章「流通と情報—ムダをはぶく—」担当），北海道大学，1986.9.30。
9. 『北海道経済の地平をさぐる』（北海道大学放送教育委員会編・第7章「生活の知恵の北海道らしさは？—生活と結びついた開発—」担当），北海道大学，1988.8.31。
10. 『北海道・明日への挑戦』（北海道大学ミックス研究会編・第5章「消費者行動の特性と豊かさ」担当），pp.106-126，楽游書房，1991.4。
11. 『現代マーケティングと流通のフロンティア』，131（佐藤芳彰，李 性熙と共著で第I部「マーケティング環境の変化と流通」担当），pp.6-43，発達疫学研究所・出版部（茨城），1994.4。
12. 『現代商学原論』（佐藤芳彰，坂本英樹と），236（千倉書房，東京），2000.4.10。
13. 『現代マーケティングの基礎』（菊地 均，佐藤芳彰，坂本英樹と），282（千倉書房，東京），2001.4.10。
14. 『市場対応の経営』（伊藤友章，世良耕一，赤石篤紀，青野正道と），第1章，第4章，第6章担当，333（千倉書房，東京），2004.5.1。
15. 『市場志向の経営』（伊藤友章，赤石篤紀，森永泰史，下村直樹，佐藤芳彰と），第1章，第6章担当，383（千倉書房，東京），2007.4.20。
16. 『現代マーケティングの理論と応用』（佐藤耕紀，遠藤雄一，五十嵐元一，田中史人と），第1章担当，220（同文館，東京），2009.3.25。

【単著論文】

1. （研究報告書）「消費理論におけるライフサイクル的視点」（一橋大学経済研究所数量経済研究シリーズ No.19），1967.10。
2. （研究報告書）「わが国貯蓄（消費）関数分析の文献目録」（一橋大学経済研究所数量経済研究シリーズ No.42），1968.10。
3. （研究報告書）「ライフ・サイクルの家計コーホート分析—わが国家計調査資料による実証化—」（昭和43年度一般研究 I—(1)），国民生活研究所，1969.3。
4. （研究報告書）「ライフサイクルと生活設計」（昭和44年度一般研究 III—(2)，第II部担当），国民生活研究所，1970.3。
5. A Theory of Household Consumption Behavior, Hokudai Economic Papers, Vol.2, 1970-71.
6. A Cohort Analysis of Household Consumption Behavior on Lifecycle in Japan, Hokudai Economic Papers, Vol.3, 1972-73.
7. 「わが国世帯消費行動に関するコーホート分析の若干の補足」『経済学研究』（北海道大学）第23巻，第2号，1973.8。
8. 「消費関数論の展望と資産理論—T. Mayerの“標準所得理論”を中心として—」『経済学研究』（北海道大学）第24巻，第1号，1974.3。
9. 「購買者行動と確率過程モデル—マルコフ過程モデルを中心として—」『経済学研究』（北海道大学）第25巻，第2号，1975.6。
10. 「銘柄占有率と購買者行動—確率過程論的理論形成—」『経済学研究』（北海道大学）第29巻，第1号，1979.3。
11. Problems on Trade-Offs among Characteristics of a Product in Marketing: An Economic Theoretical Approach, Hokudai Economic Papers, Vol.9, 1979-80.
12. （研究報告書）「大型小売店の発展動向調査」（小林好宏，実方謙二，松本源太郎氏と）（公正取引委員会経済部調査課・昭和55年度委託調査報告書），1981.2。

13. 「消費者行動と商業環境—地域性問題を中心とした消費者意識の都市間比較実態調査—」『経済学研究』（北海道大学）第30巻，第4号，1981.3。
14. 「商業者意識と行動にみる地域性—都市間比較実態調査—」『経済学研究』（北海道大学）第31巻，第2号，1981.8。
15. 「大型小売店進出の現状と問題点」『公正取引』No.371，1981.9。
16. 「消費者意識調査における質問項目の感度分析」『経済学研究』（北海道大学）第35巻，第4号，p.80-98，1986.3。
17. 「消費者意識調査への数量化分析—質問項目の感度分析を中心として—」『研究年報・経済学』（東北大学）第48巻，第5号，pp.77-88，1987.1。
18. (研究報告書)「米国中南部のどこをみてきたか(他)」(北海道・米国リーダーシップ・プログラム(HULP)2年次報告書)，(株)札幌青年会議所，1988.11.7。
19. 「エリア・マーケティングにおける一視点—所得，消費支出格差の地域間比較—」『経済学研究』（北海道大学）第39巻，第2号，1989.9。
20. 「日本の余暇を考える—日本とフランスの消費統計比較から—」『都市問題調査報』（札幌市企画調整局企画部），No.15，pp.16-27，1990.3。
21. 「フランスの消費者行動と商業環境」『経済学研究』（北海道大学）第40巻，第1号，pp.116-147，1990.6。
22. 「オーストラリアの消費者行動と商業環境」『経済学研究』（北海道大学），第42巻，第4号，pp.64-85，1993.3。
23. A View of Regional Marketing on the Comparison of Income and Expenditure in Japan, Economic Journal of Hokkaido University, Vol.22, pp.147-158, 1993.
24. Sensitivity Analysis of the Questionnaire about Japanese Consumers, Economic Journal of Hokkaido University, Vol.23, pp.29-45, 1994.7.
25. 「比較マーケティング—研究内容とその展望—」『経済学研究（北海道大学）』第44巻，第3号，pp.67-78，1994.12。
26. 「中国の消費者行動と商業環境」『経済学研究（北海道大学）』第45巻，第1号，pp.108-116，1995.5。
27. 「比較マーケティングと国際市場細分化」『経済学研究（北海道大学）』，第45巻，第2号，pp.94-108，1995.6。
28. 「最近の北海道の市場特性」『シンフォニック・スペース（日本商店街学会会報）』第10号，pp.1-11，1996.11。
29. 「比較マーケティングの研究方向に関する一考察」『経済学研究（北海道大学）』，第47巻，第2号，pp.84-90，1997.9。
30. 「現代マーケティングの研究課題序説」『経済学研究（北海道大学）』第47巻，第4号，pp.1-7，1998.3。
31. 「比較マーケティングの研究方向に関する一考察」『流通研究』（日本商業学会誌），第1巻・第1号（創刊号），pp.19-32，1998.3。
32. 「日本の商店街をどう生かしていくか—これからの日本商店街学会の研究テーマを考える—」『商店街研究』（日本商店街学会会報），No.12，pp.17-26，1998.6。
33. 「商店街活性化に関する一考察—最近の競争戦略論から商店街の存在意義を考える—」，『商店街研究』（日本商店街学会会報），No.13，pp.43-49，1999.6。
34. 「現代消費者考」『商店街研究』（日本商店街学会会報），No.15，pp.3-20，2001.10.25。
35. 「ダイレクト・マーケティング」『観光産業のサービス化に向けた新ビジネスモデルとIT基盤の調査研究・成果報告書』（平成13年度・ノーステック財団研究開発事業・社会科学的研究補助金），

- 第3章担当 (pp.25-36), 平成14年6月, 2002.6。
36. 「道産品のマーケティングー‘試される大地・北海道’を試すー」『学園論集』(北海学園大学), 第113号, pp.123-143, 2002.9。
 37. 「商店街の機能に関する一考察ーふれあい広場の導入ー」『商店街研究』(日本商店街学会会報), No.16, pp.1-10, 2002.10。
 38. 「農業企業化と株式会社ーその課題と対応を考えるー」(財北海道雇用経済研究機構編『平成14年度自主研究・北海道が担う食料安全保障とはーそのIIー』, 第2章所収, pp.16-35, 2003.5。
 39. 「比較マーケティング研究とグローバル・マーケティング」『経営論集』(北海学園大学), 第1巻・第1号(創刊号), pp.69-89, 2003.6。
 40. 「現代フランスの消費者行動と商業活動」『経営論集』(北海学園大学), 第1巻第3号, pp.29-54, 2004.2.27。
 41. 「商店街におけるパラダイム変革の必要性ーこれまでの商店街活性化計画に欠けているものー」『商店街研究』(日本商店街学会学会誌), 第17号, pp.1-10, 2004.3。
 42. 「現代フランスの消費者行動と商業活動(後編)」『経営論集』(北海学園大学), 第2巻・第1号, 通巻第5号, pp.97-134, 2004.6.30。
 43. 「北海道経済活性化の戦略的要素を考えるーその1. 北海道では卸の弱さが活性化の阻害要因であることー」『学園論集』(北海学園大学), 第121号, pp.107-134, 2004.9。
 44. 「地域の国際マーケティングに関する一考察ー北海道における貿易活性化の必要性をめぐってー」『経営論集』(北海学園大学), 第2巻第3号(通巻第7号), pp.55-73, 2004.12。
 45. 「北海道経済活性化の戦略的要素を考えるーその2. 道産品とは何か・その市場はどこかー」『学園論集』(北海学園大学), 第123号, pp.25-68, 2005.3。
 46. 「国際市場細分化を中心とする実証化ー1991年時点と2000年時点の比較分析ー」『経営論集』(北海学園大学), 第2巻第4号, pp.141-159, 2005.3。
 47. (研究報告書)「比較マーケティング研究における一展開ー国際市場細分化を中心とする実証化ー」, 平成15~16年度科学研究費補助金(基盤研究(C)(2))研究成果報告書, 平成17年3月, 2005.3。
 48. 「北海道経済活性化の戦略的要素を考えるーその3. 道産品をどのようにして遠くへ運ぶかー」『学園論集』(北海学園大学), 第124号, pp.87-115, 2005.6。
 49. 「比較マーケティングにおける国際市場細分化分析のビジュアル化」『経営論集』(北海学園大学), 第3巻第1号, pp.1-38, 2005.6。
 50. 「北海道経済活性化の戦略的要素を考えるーその4. 産学官連携による経済活性化のための組織をどうつくるかー」『学園論集』(北海学園大学), 第125号, pp.17-42, 2005.9。
 51. 「北海道経済活性化の戦略的要素を考えるーその5. 経済分析方法に関する一考察ー」『学園論集』(北海学園大学), 第126号, pp.23-30, 2005.12。
 52. 「北海道経済活性化の戦略的要素を考えるーその6. 連載に一区切りをつけるに当たってー」『学園論集』(北海学園大学), 第126号, pp.31-39, 2005.12。
 53. 「マーケティングにおける推測統計学活用に関する覚え書きー有意水準5%の出自を中心にー」『経営論集』(北海学園大学), 第4巻第2号, pp.101-111, 2006.9。
 54. 「NPO法人の今ー北海道インパクト推進協議会の活動を中心にー」『経営論集』(北海学園大学), 第4巻第3号, pp.127-159, 2006.12。
 55. 「北海道の市場特性ー所得・消費格差を中心にー」『経営論集』(北海学園大学), 第4巻第4号, pp.159-175, 2007.3。
 56. 「マーケティング研究における最近の一つの論争ーAMAによる2004年定義をめぐってー」『経営論集』, 第5巻第2号, pp.37-58, 2007.9。

57. 「北海道をマーケティングする―道産品を海外に売り込む‘北海道株式会社’の設立を―」『国際的魅力のある〈創造的コミュニティ・北海道〉への方策』（dec 技術資料, Vol.0025, 2007.12.1）第2章所収, pp.26-47, 2007.12.1。
58. 「マーケティングの体系化に関する若干の覚え書き―オルダースン思想を中心として―」『経営論集』（北海学園大学）, 第6巻第3号, pp.101-120, 2008.12。
59. 「商学とマーケティングの講義ノート(1)」『経営論集』（北海学園大学）, 第6巻第4号, pp.163-184, 2009.3。
60. 「北海道をマーケティングする」『北海道発流通・サービスの未来』（北海学園大学経営学部(株)ニトリ寄附講座記録）, 中西出版, 2009.3.31。
61. 「商学とマーケティングの講義ノート(2)」『経営論集』（北海学園大学）, 第7巻第1号, pp.123-142, 2009.6。
62. 「道産品を海外に売り込む“北海道株式会社”の設立を」『北海道の再生シナリオⅢ』（社団法人・北海道雇用経済研究機構）, 2009.7.1。
63. 「商とビジネスと資本主義」『商店街研究』, No.21, pp.1-7, 2009.10。
64. 「商学とマーケティングの講義ノート(3)」『経営論集』（北海学園大学）, 第7巻第2号, pp.113-131。
65. 「マーケティング体系化への一里塚―商人や企業の消えた経済学を超えて―」『経営論集』（北海学園大学）, 第7巻第3号, pp.87-104。
66. 「マーケティングの体系化に関する一試論―オルダースンの Transvection へのダイナミック・プログラミング（DP）手法の適用を中心として―」『経営論集』（北海学園大学）, 第7巻第4号, pp.1-18。