

陸 正さんのこと

— 一徹な調査職人が 今日も まちに行く —

井 関 利 明

陸 正（くが まさし）さんは、2000年4月、政策情報学部の開設とともに教授として着任された。そして5年後、2005年3月に定年退職されたことになる。だが、今でもキャンパスで、とくに7号館の2階で頻繁にお目にかかる。とりわけ最後の2年間は、新設学部の1・2期生たちの卒業制作と就職を心配されて、1週7日間、7号館にまるで住みついておられた。学生名簿を手に、一人一人の動向に本当に気を配っておられたのである。腕白学生をたしなめ、怠け学生を叱責し、不出来な学生を激励しつつ、「くがちゃん」と親しまれ、ときに怖がられてもいた。しばしば愚痴っぽいのは、定年男の老婆心だったのだろうか。

陸さんは、1957年京都大学経済学部を卒業された後、一時東邦レーヨンKKに勤務されたことがある。66年には、花王（当時花王石鹼KK）に転じられ、人事部および調査部の中核になられた頃から、「花王に くが あり」と世に知られる存在となられた。60年代後半から70年代（記憶はあまり定かではないが）、マーケティング協会、マーケティング・リサーチ協会、統計数理研究所などのセミナーやシンポジウムや研究部会で、しばしばお会いすることになった。折から高度成長期、消費水準は確実に上昇し、マーケティング調査の結果はきわめて有効であり、予測はよく的中したものだ。われわれは、この時期に、日本のビジネス界に修正型マーケティング・リサーチを定着させた第一世代に当たる、いわば陸さんとは同士であった。この頃、陸さんは、とくに生産性が高く、数多くの調査報告書、論文、著作類を公刊されている。マーケティング・リサーチのオーソリティとして名を高めた陸さんは、遠目にも、まじめ一徹な調査職人が胸をはってまちを歩く、といった風勢

であった。

80年代に入ると、リサーチの結果は急速に精度を落とし、予測は的中しなくなった。消費が多様化し、流動するようになったからである。飽きっぽい私は、いち早く調査作業から早退してしまっただが、陸さんは、その後も今日まで、一徹に調査畑をくまなく耕しておられる。長年にわたる調査データが、頭脳の記憶装置に検索可能な形でインプットされているらしく、ちょっとした事柄にもデータに裏づけられた見識を披露されることが多い。データを忘れて自由に語ればもっと嬉しいのに、などと思いつい思うのだが、いつのまにか妙に説得されてしまうのである。

地域社会への定着・浸透ぶりも、またまた尋常ではない。昨年、政策情報学部が、文科省から現代GP（「地域課題の調査・分析にもとづく政策実践教育」）の助成金を受けることになったのも、陸さんの日頃の熱意と努力によるところが大きい。定年退職後は、大門通りの裏側にささやかな研究庵を結ばれ、学生たち、卒業生たち、まちの人たちなど訪う人が絶えない様子だ。その庵を拠点にして、数年来のマーケティング調査、とくに地域住民の店舗利用実態調査の結果を踏まえ、学生たちを督励して、「商店街のボランティア型宅配サービス」の実験を昨年から進めておられる。参加する学生たちは、商店街の実状を知り、住民の生活と意識を理解し、調査の何たるかを体験し、かつビジネスのABCを学ぶようになる。まさに総合学習なのである。

今日もまた、まちを歩けば、行き交う人たちから、「あら、くが センセ」と親しげに声がかかる。われらが敬愛する陸さんは、こうして地域交流の、いわば見事なモデルを見せてくださっているのである。