

大橋照枝先生への謝辞

経済学部教授

花枝美恵子

大橋先生のご退任に当たり謝辞を『麗澤経済研究』に寄稿する——光栄ではあるが、何とも寂しい限りである。さまざまなことが走馬灯のように頭を去来する……。

先生に初めてお目にかかったのは麗澤大学の貴賓館で催されたパーティであった。国際経済学部創設の際に職に就く教員が顔合わせをした席であった。少し距離を置いて拝察した先生は周囲の人と元気滲刺とした自然体で談笑し、独特のオーラを放っていた。それからしばらくして、研究棟の同じ階で研究室を持つことになり、出講日に廊下で幾度となくお目にかかる生活が始まった。早朝、薄暗い廊下に、先生のニコツとした笑顔と共に「おはようございます」と透明感のある元気なお声が響き渡ると、私は背中から喝を入れられたように感じ、教室へと向かう足取りも何やら軽やかになったのを思い出す。その後、麗澤大学は、小規模ながら、独特の存在感のある大学として飛躍の時を迎えることになる。こうした大学の発展と共に先生の活躍の場も研究領域も拡大していった。

先生の研究姿勢は現場主義で一貫している。実際に自分の足で現地へ赴き取材し、理論構築する姿勢は今日まで崩されていない。日本中の、あるいは海外の多くの土地へ頻繁に研究調査の足を運ばれ、渡航先は北欧からブータンへと地理的広がりをみせていった。こうした現場重視の姿勢は研究活動に限ったことではない。学生への教育においても大いに発揮された。学外の第一線の講師を招いて最先端の知識に学生が触れる機会を提供しようと大変尽力されていたのを思い出す。

先生は継続的に研究成果を発表される方でもあった。また、読みやすい平易な文章でさまざまな啓蒙活動を積極的に手掛けるなど早い段階から大学の地域貢献を実践されていた。

浅草に居を構えられ、地域の元気な御婦人の活動ぶりを折に触れ紹介されていた。浅草といえば都内でも美味しいものが食べられる土地柄であるが、甘いものの代表菓子として人気があるのが人形焼きである。この「人形焼き」にまつわる一つの体験も大橋先生の思い出話としてここに触れておこう。「ピンポーン」とある日拙宅の玄関の呼び鈴が鳴った。宅急便で何やら届いたのだった。送り主は大橋先生。宅急便の中身は「人形焼き」であった。私はその日、濃い茶で一服し、書きかけの論文作成に取り組み直した

次第であった。麗澤大学では必要な時に、必要なだけ、甘いものが届くということであろうか。浅草という地の利を活かされた大橋先生らしい御配慮であった。

以上、先生の御活動を集約すると改めて、衰えない研究意欲に驚かされる。これはどこから来るのだろうか。先生が京大時代に文学部哲学科で学ばれたということと関係があるのではないかと想像している。物事の本質的な部分を探究するセンスを学生時代に身につけ、それをその後の人生の中で育み、研究に活かしてきたのではないだろうか。

また、私なりの独断と偏見でこのあたりを更に推察すると次のような答えに落ち着く。すなわち、「日本を自立した個人からなる、民度の高い社会にすること」、「人生を美的に生きることが重要であるとの問題提起をすること」に尽力するとの確固たる使命感が旺盛な研究活動の根底にあるのではないか。前者は環境マーケティング研究に、後者は国民総幸福・人間満足度の研究に見事に結実していった。

麗澤大学に一つの華を添えて下さった先生とお別れするのは寂しい限りであるが、今後とも活発な研究活動を継続されることと推察している。「生涯現役」という言葉が巷に流布しているが、この言葉に最も近いのが大橋先生ではないだろうか。折に触れ私たちに喝を入れ、励ましていただけたらと切に心から願う次第である。

上村松園、小倉遊亀、片岡球子といった女性画家を日本は輩出したが、彼女たちは皆独自の画風を確立し、今日の私たちの生活を豊かにしてくれている。大橋先生はマーケティングという学問に独自の切り口で接近し、創造的な味付けをして大橋節を確立し、私たちに豊かな生活への処方箋を提供してくれた。元気な先輩がいるとこちらも大いに励まされるものである。退任後も私たち学部との縁と絆を大事にしていただけたらと願うのは私一人ではないだろう。どうぞいつまでもお元気で、少し高音のよく通るお声でまた研究成果を私たちに語っていただけたらと願う次第である。

最後に、Nicht was wir erleben, sondern wie wir empfinden, was wir erleben, macht unser Schicksal aus. (Maria von Ebner-Eschenbach) (「何を経験したか」ではなく「経験したことをどのように捉えるか」が人生には重要といった意味) というドイツ語の言葉で私の大橋先生への感謝の言葉を締めくくらせていただく。先生は数々の論文、著書、講演を通して、研究者には現場主義と、より良い社会を構築する目線が重要との基本姿勢を私たちに教示しているように思うからである。



大橋照枝教授 略歴等一覧

専門分野

社会学（日本の消費社会の変遷）、環境マーケティング、広告および情報社会論、NPO/NGO論、ジェンダー論、持続可能な社会厚生指標の研究と開発

学 歴

1963年3月 京都大学文学部哲学科（社会学専攻）卒業

学位・称号

1963年3月 文学士（京都大学）
2001年11月 博士（学術）（昭和女子大学）

所属学会

日本社会学会、経済社会学会、環境経済・政策学会、情報文化学会（現在評議員）、
日本NPO学会、日本環境教育学会、日本広告学会（現在評議員）

主要経歴

1963年4月～1990年2月 株式会社大広 勤務（東京本部マーケティング局ディレクター等を歴任）
1990年4月～1992年3月 國學院大學栃木短期大学 助教授
1992年4月～2011年3月 麗澤大学国際経済学部国際経営学科 教授（2008年4月より学
部名が経済学部）
1996年4月～2011年3月 麗澤大学大学院国際経済研究科 教授

受賞歴

- 1984年11月 週刊東洋経済第1回高橋亀吉賞 入選
- 1988年10月 日経産業新聞創刊15周年記念懸賞論文 入選
- 1988年10月 日本経済新聞 NEW Being の会懸賞論文 優秀賞
- 1988年11月 住友商事株式会社「住商ニュース」100号記念懸賞論文 入選
- 1992年3月 第7回電気通信普及財団賞 奨励賞
- 1999年7月 論文「21世紀と日本」社会人部門2位入賞（日本経済新聞社）

学内業務

- 1997年、1998年、2001年、2002年、2003年、2004年 特別教育活動委員会委員
- 2001年 自己評価等検討委員会委員
- 1999年、2003年 麗澤経済研究編集委員会委員
- 2003年～2009年 国際経済研究科人事委員会委員
- 2008年～2009年 国際経済研究科FD検討委員会委員

主要学外活動

- 1993～1994年 労働省「勤労者福祉研究会」委員、東京電力（株）「生活と電化研究会」委員
- 1994年 東京都渋谷区基本構想審議会委員
〃 東京都墨田区産業振興会議特別委員
- 1994年～現在 環境管理規格審議委員会第2分科会環境ラベル小委員会委員（ISO/TC207/SC3（ISO14020シリーズ）対応国内委員会委員）
- 1995年 環境庁「生活環境に着目した大気質に関する調査検討委員会」委員
- 1997年 東京都地球環境保全アクションプラン検討委員会委員
〃 東京ごみ会議幹事
- 1998年 経済企画庁「生活ビジョン研究会」委員
〃 科学技術庁「物質利用と環境負荷問題に関する検討会」委員
- 1999年 日本経済新聞社懸賞論文「21世紀と日本」社会人部門2位入賞
- 2001年 農林水産省「農山村振興研究会」委員
- 2003年 財地球産業文化研究所「第4回我が国エコビジネスのグローバル戦略研究委員会」委員
- 2004年 都市と農山漁村の共生・対流推進会議 グリーン・ツーリズム専門部会専門委員（財都市農山漁村交流活性化機構）
- 2004年～現在 台東区特別職員報酬及び給料審議会会長
- 2006年～現在 財自転車駐車場整備センター評議員

大橋照枝教授 主要業績一覧

著 書 (単著のみ)

ウーマンズマーケット TODAY	商業界	1983年
消費社会のネクストフロンティア	日本能率協会	1986年
世代差ビジネス論	東洋経済新報社	1988年
生活文化大革命	学習研究社	1988年
新快適マーケット	日本経済新聞社	1989年
リゾート立国——モナコにみる開発戦略	NTT 出版	1990年
パーソナル消費時代のマーケティング戦略情報システム	TBS ブリタニカ	1991年
ニュー・シングルズ・パワー	東急エージェンシー	1992年
未婚化の社会学	NHK ブックス	1993年
環境マーケティング戦略	東洋経済新報社	1994年
女性のためのパソコン活用術	岩波ブックレット	1996年
デジタル時代のパーソナル・マーケティング	NTT 出版	1996年
静脈系社会の設計	有斐閣	2000年
環境マーケティング大全——エコ・エコノミーの実践のために	麗澤大学出版会	2002年
心はつかめる！「幸福の法則」マーケティング	宝島社新書	2003年
「満足社会」をデザインする第3のモノサシ	ダイヤモンド社	2005年
ヨーロッパ環境都市のヒューマンウェア	学芸出版社	2007年
幸福立国ブータン——小さな国際国家の大きな挑戦	白水社	2010年

主要論文

- 北欧諸国の女性の政治参加「麗澤経済研究」Vol.1、No.2、1993年9月、麗澤大学経済学会、pp.55-68
- デモクラシーを支える多様なNPO——日米環境NPO比較「世界」1998年5月号、岩波書店、pp.211-223
- The Change in the Japanese Consumption Society and Issues for the 21st century 「麗澤経済研究」Vol.6、No.2、1998年9月、麗澤大学経済学会、pp.97-115
- アメリカ政治の知恵袋、NPO シンクタンクのパワー「論座」1999年7月号、朝日新聞社、pp.46-55
- アメリカのNPO政策から何を学ぶか——日本社会の構造改革のために、政策メッセ99論文集、政策分析ネットワーク第1回年次研究大会報告論文集、2000年、政策分析ネットワーク、pp.32-39
- How Japan Can Contribute to the Global Economy in the 21st Century—Through Activation of Women's Marketing Ability and Structural Reform of Japanese Society 「麗澤経済研究」Vol.8、No.2、2000年9月、麗澤大学経済学会、pp.23-35
- 日本の学校にも生きた「環境教育」を——デンマークの「グリーン・アプローチ」に学ぶ「論

- 座」2000年12月号、朝日新聞社、pp.298-307
- 国の環境政策の基盤としてのデンマーク、ドイツの環境教育「産業と環境」2000年12月号、産業と環境、pp.26-31
- ドイツの環境教育「環境会議」2001年1月号、宣伝会議、pp.54-57
- 環境広告 日本の生活者にどう評価されているか——ドイツの環境広告と日本の環境広告を比較して「広告科学 44集」2003年8月号、日本広告学会、pp.161-177
- 「静止型・心の満足型社会」の構築に向けて——GDP から GPI、HSM パラダイムへ「日本経済研究センター会報」2004年5月号、日本経済研究センター、pp.44-47
- 『環境広告と環境税』——ドイツで環境広告が減った理由を環境税制改革実施の側面から検証し、合わせて日本の温暖化対策税制を検討する「JAA」2004年6月号、日本広告主協会、pp.12-21
- IT を活用した環境マーケティングでの国際貢献『わが国エコビジネスのグローバル戦略研究委員会』報告書、(財)地球産業文化研究所、2004年
- 温室効果ガス3.5%を削減したスウェーデンの環境対策——生活者の高い環境価値観が政策を後押し「グローバルネット」2004年10月号、(財)地球・人間環境フォーラム、pp.10-11
- 「静脈系社会」への転換はいかに可能か——ジレンマに直面するスウェーデンに学ぶ「世界」2005年2月号、岩波書店、pp.141-150
- Is the Triple Bottom Line in Japan Safe?, 2006, The Stockholm Journal of East Asian Studies Vol.16, pp.75-84
- 持続可能な人間満足度尺度 (HSM = Human Satisfaction Measure) Vol.3 (DtT<基準値比較>法導入) への道程と、その活用「麗澤経済研究」Vol.14、No.2、2006年9月、麗澤大学経済学会、pp.1-17
- 持続可能な社会厚生指標「HSM = Human Satisfaction Measure : 人間満足度尺度」の展開「麗澤経済研究」Vol.15、No.2、2007年9月、麗澤大学経済学会、pp.19-34
- Human satisfaction measure version4 and its policy implications, 2007, The Stockholm Journal of East Asian Studies Vol.17, pp.121-131
- 持続可能な社会厚生指標「人間満足度尺度 (HSM = Human Satisfaction Measure)」の6カテゴリーの AHP 法にもとづく重みづけ調査の結果と分析「麗澤経済研究」Vol.16、No.1、2008年3月、麗澤大学経済学会、pp.77-100
- インターネットの CGM の急拡大は商品購入への“ブランド”意識をどう変えるか「広告科学 49集」2008年8月号、日本広告学会、pp.150-172
- 持続可能な社会厚生指標 HSM (Human Satisfaction Measure : 人間満足度尺度) の6カテゴリーのスウェーデンでの重みづけ調査の結果と日本およびブータンとの比較「麗澤経済研究」Vol.16、No.2、2008年9月、麗澤大学経済学会、pp.75-101
- 消費社会論の視点から持続可能な地球社会の構成員として“生活者”のあり方を展望する「麗澤学際ジャーナル」Vol.16、No.2、2008年秋、pp.23-34
- これからの企業に欠かせない環境マーケティング「ベストコントロール」2008年10月号、pp.51-54
- 「生活者」主役の社会の古くて新しい課題「書斎の窓」2008年10月号、有斐閣、pp.50-55
- 「Bhutan」行き詰まる先進国にブータンの GNH の実践は光明を与えると思わせるものがある——第4回 GNH 国際会議に出席して「マーケティングホライズン」Vol.2、2009年、pp.28-29

GDP から GNH へ——幸福をめざす<ブータン流>「世界」2009年8月号、岩波書店、pp.252-258

The Analysis of Results of Research into “The Ideal Society” in Japan, Sweden and Bhutan—Using the indicator of Human Satisfaction Measure (HSM), 2009, Gross National Happiness: Practice and Measurement. The Centre for Bhutan Studies, pp.49-86

持続可能性指標としての民主主義——スウェーデンと日本での「理想の社会調査 Part II」より「麗澤経済研究」Vol.17、No.2、2009年9月、麗澤大学経済学会、pp.19-49

Democracy as the Indicator of Sustainability——From the research of “Questionnaire on Ideal Society Part II” in Japan and Sweden 「麗澤経済研究」Vol.18、No.1、2010年3月、麗澤大学経済学会、pp.9-33

『第3回 OECD 国際会議。“統計・知識・政策”——進歩を描きビジョンを立て、生活を改善する』が韓国釜山市のコンベンションセンター BEXCO で09年10月27日～30日開催「マーケティングホライズン」2009年12月号、pp.26-27

ブータンのGNH（Gross National Happiness：国民総幸福）の算出手法とHSM（Human Satisfaction Measure：人間満足度尺度）のVer.6の開発「麗澤経済研究」Vol.18、No.2、2010年9月、麗澤大学経済学会、pp.17-43

訳 書

ビクター・フュックス 新しい女性たちの経済学（江見康一監、大橋照枝・由井真人共訳）、春秋社、1989年

