

【巻頭言】久留米大学教職課程年報 2019, 第3号, 1-2.

多様な皆様との相互飛躍の場としての年報を目指して

加藤 淳一

(久留米大学 商学部)

教職課程年報が創刊されて、早三年の月日が流れました。創刊号の巻頭言を振り返れば、久留米大学教職課程年報は「教職課程の多様な活動を記録し、省察し、新たな飛躍の糧とする。この目的を達成するために、自らの実践や研究を投稿できる冊子を発刊することにした。」との目的を定めてスタートを切りました。

すなわち本年報は、教育学に関連した学理の研究のみならず、現場で実践的な活動をなさっていらっしゃる皆様を含めて、多様な立場の皆様の活動の記録と省察を通して、相互に飛躍する場として創刊されました。こうした創刊の背景を考慮に入れて、改めて三年間の掲載論文を拝見しますと、実に多様な方々からのご投稿をいただきました。これも、ご投稿いただいた著者の皆様を始め、関わってくださった皆様のおかげと感謝いたしております。

さて、ここで少しばかり、私自身について申し述べることをお許しいただければと思います。それと申しますのも、私自身が教育学の専門家ではなく、正に多様な立場をなす一人だからです。私の所属は商学部ですし、専門はマーケティングとなります。しかし、この教育学とは縁もゆかりもないように思われがちな異分野の知見の中にも、教育現場の皆様と共有できることもあります。

私が大学院で教えを受けた石井淳蔵先生は、著書『マーケティングの神話1』の中で、マーケティングは、異文化の間にブリッジ（橋）を架けつつ、不断に異文化（自社の商品・サービスの独自性）をつくりだすような活動である²と解かれています。つまり、私なりに解釈すれば、異なる考えの人々の間を相互につながながら、しかし他方では自身の考えを常に問い直しきちんとつ。それは阿るのでもなく、反目するのでもない。そうした関係性を示しておられるのだと思うのです。

こうした相互の関係性は、マーケティングだけに閉じたものではないと思います。大学という教育の現場で勤務するようになり、そのことは消費者（学生）との向き合い方においても示唆を与えてくれると思われま。学生と教員の関係は、近ければ良いのでもなく、反対に遠ければ良いのでもありません。近ければ近いほど、よく見えなくなることもあります。遠ければ遠いほど、よく見えなくなることもあります。マーケティングの消費者と企業との関係での価値の創造に関連した記述が、教育における学生と教員との関係にある一定の示唆を与えてくれているように思えます。

こうして、私のような教育学と異なる分野の研究者を受け入れてきたことこそが、多様な活動を記録し、省察し、相互の飛躍の場としての本年報の独自性の一つと呼べるのではない

でしょうか。しかし、本年報は、多様性へ開くという創刊以来の伝統を引き継ぐだけではなく、次の発展への準備も進めねばなりません。その一つとして、本年報は本年度より論文を紙媒体から PDF ファイルでの提供へと変更いたしました。本年報が、多様な立場の皆様の記録を掲載するだけでなく、多様な皆様のお手元に届き、議論の契機となることを期してです。

今後、本年報は、インターネットを介して、どなたでも閲覧していただけるようになります。教育に関心をお持ちの研究者の皆様は固より、学校教育の現場で実践的な活動をされている皆様にも、是非とも本年報に掲載された論文をご覧頂き、相互の飛躍の契機としていただければ幸甚です。

最後になりましたが、本年報は決して編集長一人の力で作られたものではありません。本年報の論文を心待ちにしてくださっている読者の皆様、論文をご投稿頂いた著者の皆様、年報編集委員の諸先生方、教職課程委員の諸先生方、そして事務職員の皆様のご協力の賜です。皆様へ心中からのお礼を申し上げますと共に、来年度以降の久留米大学教職年報への変わらぬご協力を賜れますようお願い申し上げます。

¹ 石井淳蔵(1993), 『マーケティングの神話』, 日本経済新聞社。

² 石井(1993, 248 頁)は、「価値や収益の源泉は異文化にブリッジを架けるところにあり、そしてマーケティングはその異文化を媒介する活動である。しかし、それだけでは、異文化の消滅とともに利益機会も消滅し、経済活動は必然的に停滞することになる。異文化性がマーケティング活動を通じて消滅しつつある一方で、企業や経済が全体として成長することがあるというのは、不断に異文化がつけられている結果にほかならない。」と述べています