

『慶應マーケティング論究』
第3巻 (Spring, 2005)

巻頭言

慶應義塾大学 商学部 小野晃典研究会
第3期ゼミ長 高木 研太郎

小野晃典研究会に入会してからマーケティング研究に必死に打ち込んできたが、気がつけば入会から2年の月日が流れ、早くも卒業の春を迎えるときが来てしまった。ゼミ活動に打ち込んだ日々は入会前とは比べ物にならないほど濃密であったため、1日1日はとても長く感じられたのだが、いざ卒業を目前に控えて振り返ってみると、あっという間の2年間であったように思う。

我々が入会する前の2年生のとき、小野晃典研究会はまだ設立されて2年しか経っていない若いゼミであったにもかかわらず、すでに大学内では有名な「エグゼミ」であった。それは、単に活動時間が長くて忙しいというのではなく、ゼミ生が自発的に濃密な研究活動を展開して自分の能力を高めようとしており、しかも、高められた1人1人の能力をもって皆で一丸となって学内外の研究発表に挑戦しているということの意味していた。我々は、ゼミ生が自主的にゼミ活動を運営していく気風とマーケティング研究に意欲的に取り組むことのできる環境に強く魅かれて、そして、その若さにさえ魅かれて、入会を希望したのである。

3年生になって入会すると、忙しくなるであろうと覚悟はしていたものの、実際の忙しさは想像をはるかに超えるものであった。入ゼミ試験に合格したその日より、ケース・メソッド準備のグループワークと、基礎文献レポートの個人ワークが始まり、それ以降、原典講読の予習や多変量解析の実習レポートなどの多様な課題も追加されて、息をつく間もなく次々とやるべきことが増えていった。我々は苦しみながらもこれらを乗り越えていき、忙しい毎日に慣れて軌道に乗りはじめてきた頃、関東十ゼミ討論会の準備が始まった。

十ゼミ討論会は2期生の計らいによってホストゼミを務めることになっており、我々3期生にとって最も重要な共同研究プロジェクトであった。そのため、論文を投稿する数も例年の1つから3つに増え、また、もちろん討論会の運営も行わなければならない、例年とは異なり小野晃典研究会の活動において大きなウエイトを占めるものとなっていた。

我々は十ゼミ討論会をより意義のある討論会にするために、テーマ決めの段階から積極的に他ゼミに働きかけた。過去に掲げられてきた「21世紀のマーケティング」や「これからのマーケティング」などといった形骸化した冠テーマの様式を「ブランド」という学界のホットトピックへと大きく変更し、各参加ゼミが共通の研究を行えるようにしたことや、従来は「外食産業」や「アパレル」などといった業界別に分

けられていたサブテーマに、「流通」や「消費者行動」といった学問領域別のサブテーマ群を加えたことや、発表当日に実務家のコメンテータだけではなく大学院生も招き、大学院生からもコメントをいただくことにより、学術、実務の両面からアドバイスをしていただくことなど、学術的な意義を高めるために数々の改革を敢行した。他ゼミにその趣旨を理解させることはかなり困難なことで、議論はとて難航したものの、最終的には他ゼミの理解を得ることができ、討論会を学術的な意義の高いものへと改革することができた。そして、数々の改革作業を行った後は自分達の論文執筆に注力し、広告・新製品・流通の3班とも幾度となく壁にぶつかりながらも素晴らしい論文を書き上げることができた。そして、討論会当日も院生の方やマーケティング協会の方の協力もあって大成功に終わり、十ゼミ討論会を無事に終えることができた。

また、小野研究会の伝統となりつつある電通論文への投稿も忘れてはならない。2期生がグループの部で第2位を受賞していたこともあり、3期生の電論班には大いに期待がかかっていた。彼らはみんなの期待を一身に背負い、提出直前まで悩みぬいて推敲を重ねて論文を提出し、その結果、グループの部で第1位という快挙を成し遂げてくれた。同時期に2期生が商学会賞を受賞したことや、十ゼミ討論会の少し前に招待された早稲田祭でのディベート大会において、小野研究会の有志が大会最優秀チームに選ばれたことなどもあり、2004年度末は明るい話題が尽きなかった。

2005年度に入ると、自主ゼミという特殊な形で、4期生が入会してくることとなった。小野先生が今年度末より留学なさるため、正式にゼミ生を募集することはできなかったのだが、マーケティングを志す生徒に門戸を広げてあげたい、そして、自分達の更なる成長を求めたいと考え、先生に多大なるご迷惑をおかけしながら集めた後輩達である。4期生が入会した後は、通常のゼミの運営や活動は4期生が中心となって行うようになり、3期生はゼミ活動の中心を卒業論文の執筆に置くようになった。しかし、卒業論文の執筆をしつつも、4期生と共に早稲田祭ディベートにおいて2年連続の勝利を収めたことや、三田祭においてディベート大会を開き、相手ゼミに勝利したことなど、3年時と同様数々の成果を残すことができた。

今回、我々が執筆した『慶應マーケティング論究』第3巻は、2年間のゼミ活動において行ったグループでの論文執筆や、ケース・メソッドやディベート、文献講読等を通して培った知識を駆使し、テーマ構想から完成に至るまで何度も中間発表を行い、長い期間をかけて3期生一人一人が一生懸命書き上げたものである。本卒論は、2年間熱心にゼミ活動に取り組み、数々の成果を残してきた3期生が、小野研究会における活動の集大成としてそれぞれのマーケティングに関する疑問を解明しようと試みた論文であり、それゆえにどの論文も中身の濃い、個性あふれるものとなった。

小野晃典研究会第3期生は、卒業論文の完成をもって2年間に及ぶゼミ生活を終え、これからは厳しい社会へと足を踏み出すことになる。先行きの見えない現代社会においては、いつ何が自分の身に起こるかは、全く予想がつかない。そのような時勢の中、我々は何が起きても揺るがない確固たる自分を築かなければ

れば、困難な状況に置かれた時に力を発揮することはできないであろう。その厳しい社会へ向けて、小野晃典研究会での活動は、確固たる自分を築く大きな土台を与えてくれた。我々は、たとえどんな困難に直面しようとも、この研究会での経験を思い出し、何をすべきかという自分自身に対する問いに対して的確に答えを導き出せるという自信を得ることができた。これからは厳しい競争下に置かれることになるであろうが、小野晃典研究会で過ごした2年間における経験を活かし、これからも頑張り続けていきたいと思う。

末筆ながら、未熟な我々を支えて下さった小野晃典先生に心から深く感謝の意を述べたい。先生が今年度末から留学なさるにもかかわらず、自主ゼミという形でもよいから後輩を取りたいという無理な願いをした時、数々の問題があることを承知で先生は嫌な顔1つせず助力して下さったし、グループ論文や卒論の指導をととても細かく、親身にして下さったことや、事あるごとにご自宅を開放して下さるなど、本当にお世話になった。そして、我々が進むべき方向を見失ってしまったとき、間違った方向に進みそうになったとき、常に優しく、丁寧に助言をくださったのは先生であった。我々が2年間この研究会で大いに学ぶことができたのは、誠に先生のおかげであった。そのご厚意に感謝し、また、それに報いることができるよう、これからも精進していきたい。

2005年1月吉日