

『慶應マーケティング論究』  
第5巻 (Spring, 2009)

## 増補版刊行に際して

慶應義塾大学 商学部 小野晃典研究会  
第5期 千葉貴宏

本版は、2009年春に発刊された『慶應マーケティング論究』第5巻の増補版である。

小野ゼミ第5期生が義塾を卒業し、進学ないしは就職をしてから早1年となる。2007年の春、マーケティングに対して「初心者」であることを脱することを志した20人の第5期生たちは、2年間のゼミ活動の集大成である『慶應マーケティング論究』第5巻の発刊によって見事にその本意を遂げることに成功した。同時にそのゼミ活動は、理論的知識や方法論的知識の蓄積のみならず、自分を信じ、仲間を信じ、自分たち自身の未来を「信じる力」の獲得につながっていると感じている。

そして今、大学院進学準備のために在学期間を1年延長することを決断した池谷真剛君を除く第5期生19名は、実務における成長を志す者たちと、著者を含む研究における成長を志す者たちとに二分され、各々の場所でその力を発揮していることと思う。その一方で、活躍する場所が異なっているとしても、小野晃典研究会という唯一無二の学究の場を経た者であるならば、研究に携わるにせよ実務に携わるにせよ、豊富な知識とその「信じる力」に裏打ちされた強固な土台のもとにその成長の途をたどっていけると確信している。

さて、この増補版は初版と同じく、小野晃典研究会の第5期生による卒業論文集、3年次の4大論文プロジェクトによる三田祭研究論文集、有志による投稿論文、およびケースメソッド資料によって構成されている。本増補版では、池谷真剛君の慶應商学会賞受賞論文である「ラグジュアリーブランドにおけるブランド拡張成功要因」、および Keio Academic Writing Contest 投稿論文である “What Determines Successful Brand Extension? —A Meta Analysis—” の2つの論文が新たに加えられている。著者とともにマーケティング研究の道を志すことを決断し、その決断を現実のものとするべく1年長いゼミ活動を選択した池谷君の研究者への道の出発点と位置付けられるようなこの2つの論文を加え、ここに新たな『慶應マーケティング論究』第5巻を出版することができたのである。

第5期生たちがそれぞれの道を歩きはじめた現在であっても、恩師である小野晃典先生への感謝の念が尽きることはない。小野先生は我々に直接知識を教授することなく、我々に知識の獲得方法を暗示してくださった。そうした小野先生のご指導によってこそ、我々は「信じる力」の獲得に至ったのだらうと信じている。ここで今一度その親身なご指導に深謝したい。

2010年2月吉日