第 15 期英語論文チーム国際学会 参加報告

GMC 出場報告

第 15 期生　穂苅 華子

◆GMC とは…？

GMC は，“Global Marketing Conference”を正式名称とする国際学会であり，理論と実践の進歩は，世界中の消費者やビジネスに影響を及ぼすグローバルなマーケティングとマネジメントの重要な側面であり続ける，という使命の元で運営されています。2018 年は，“Bridging Asia and the World: Searching for Academic Excellence and Best Practice in Marketing and Management”をテーマに，東京にて開催されました。

◆発表の概要

本論文のタイトルは，“Three Kinds of Anthropomorphized Brands and Consumer Preferences: Mediating Effects of Instrumental and Terminal Materialism”です。物質主義者と擬人化ブランドの関係に関する既存研究によると，物質主義者は，「パートナー型ブランド」より「しもべ型ブランド」に対して好意的な反応を示すといいます。しかし，既存研究には，「あるじ型ブランド」の存在を考慮していない点，および，手段的物質主義者のみ言及し，目的的物質主義者に言及していない点に問題がありました。そこで本論は，3 種類の擬人化ブランドに対する 2 種類の物質主義者の選好について実証分析を行いました。

◆発表後記

15 期生の合場・穂苅・市川・竹田の 4 人で構成される英論チームは，念願の，国際学会に参加しました。（“国際学会”とはいっても，東京・ホテルニューオータニで開催されたため，「国際学会に参加した」と申し上げるよりも「日本で，海外のマーケティングの研究者に対して，英語で研究発表を行った」と申し上げる方がわかりやすいかもしれません。ですから，ここでは，歴代の先輩方がご経験されたような旅行の模様は，一切語られないことをお許しください。）

学会発表の様子
（左から合場，竹田，著者，市川）

発表当日（7 月 27 日）の朝，英論チームの 4 人は，1 年と 1 か月の論文活動の集大成を発揮すべく，三田キャンパスのグループ学習室に集まり，満足のいくまで練習し，発表に臨みました。発表を行う会場には，沢山の研究者がお越しくださり，満席に近い状態でした。たくさん

のオーディエンスを前に，緊張でガクガク震えながらも，発表本番を迎えました。

発表の前半を担った合場，竹田は，途中噛みつつも既存研究や仮説をわかりやすく説明しました。 後半を担った著者と市川は，実験や論文の含意の説明を淡々とこなしました。質疑応答では，オーディエンスの鋭いコメントに対して，普段のゼミでは表立って発言しない著者が率先して返すことで，事なきを得ました。ホテルのフロントで，多くの海外の観光客の対応をしていた著者のアルバイトの経験が生かされてよかったです。発表後も，オークランド工科大学の Roger 教授と，私たちの研究についてディスカッションし，さらには「とても興味深い研究だ」というお褒めの言葉を頂戴しました。

学会ディナーの様子
（左から王さん，清水さん，合場，小野先生）

その後は, 小野先生, 石井さん（第 10 期 OB），清水さん（第 13 期 OB），王さん（第 16 期大学院生）も交えてホテルニューオータニでディナーへ。皆でワイワイ楽しみました。

英論チームの発表を終えた次の日も，清水さん，合場，著者の 3 人で学会に参加し，高橋郁夫先生と，清水聰先生の発表を聴講いたしました。普段伺えないような貴重な最新研究を聴講でき，大変勉強になりました。その後，小野先生，石井さんも交えて，ランチを共にし，国際学会は終了いたしました。

国際学会を通して，学生の枠を外れて，海外の研究者の方々からコメントを頂戴し，また，様々なマーケティング研究に触れるという経験をしました。このような貴重な経験ができたことは，懇切丁寧にご指導いただき，また，国際学会に参加することを後押ししてくださった小野先生のおかげです。心より感謝申し上げます。この経験を糧に，社会人として活躍できるよう精進してまいります。そして，本論の執筆に携わってくださった，大学院生の皆様，第 14 期の先輩方，そして同期の皆にも改めて感謝申し上げます。

学会会場であるホテルニューオータニにて
（上段の左から王さん，石井さん，小野先生，清水さん
下段の左から竹田，市川，合場，著者）