

2年間の財産

第2期 OG 福田 恭子

エッセイ執筆依頼を受けた時、正直困ったことになったと思った。卒業して3年半経ち、学生時代の思い出があいまいになりつつある上に、筆不精なのに、と頼まれたことを少々嘆きつつ、とりあえず（かなり）久々に卒論を手にとってみる。改めて読んでみると、よく書けたと思う。もちろん小野先生のアドバイスがなければ書けなかったものだが、独りで論文を書き上げたことに我ながら少し感動してしまった。

ゼミを選択する大学2年生の終わり頃は、サークルの役員を終えた後で、今後の大学生活の送り方を考えている時だった。1、2年生の頃はサークル活動に没頭していたが、大学入学当初から三田に行ったら勉強をがんばろうという思いがあったため、ゼミを検討するとき、サークルと同じように没頭できるゼミを探していた。そんな中で、入ゼミ説明会で、小野ゼミと出会い、勢いのある1期生の方々に魅力的に感じ、どうしても入りたいと思った。

その後、入ゼミ試験になんとか合格して、晴れて小野ゼミ生となり、予想通りの課題の嵐をこなし、ケースやディベートを行うと同時に、十ゼミ論文がスタートした。論文を書くのは初めての経験で、最初は先輩方が執筆されたようなものが書けるとは到底思えなかった。小野先生にアドバイスをいただきながら、あれこれ悩みながら、論文に向かったのを今でも覚えている。しかし、担当していたクチコミというテーマはもともと興味があったものだし、何より十ゼミのメンバーは、集まるといつも騒がしくも、楽しく、最後まで頑張ることができた。そうして論文が形になった時、今から思えばまだまだ未熟なものかもしれないが、立派な作品のように思えた。

4年生になると、十ゼミの論文を SPSS Open House 研究奨励賞用に加筆修正することとなった。しかしゼミに2年間を捧げるつもりだった私だが、所属しているサークルも最後の年ということで、下級生のためにも、結局練習も多く出なければならず、サークルとゼミの両立に苦勞した。一緒に論文を執筆した佐伯には頼りっぱなしで、SPSS 賞優秀賞を取れたのは佐伯のおかげだし、とても感謝している。発表の日は緊張しまくりの嘔みまくりでどうしようもないものだったが、今となってはいい思い出である。

そして SPSS 賞の執筆と同時に行っていたのが、卒論である。卒論では、以前から疑問に思っていた、消費者は病院をどのような心理メカニズムで選択にいたるのかを研究することにした。この漠然とした疑問をテーマとして形にすることから試行錯誤し、最後まで



佐伯さんと著者

本当に書き上げられるのか、不安を抱えながら、卒論をスタートさせた。しかし小野先生からのダメだしは、意外と（？）少なく、随所でアドバイスをいただいたので、順調に執筆が進んだように思う。もしかしたら、嫌な思い出は忘れてしまっただけかもしれない。ともあれ、なんとか卒論は完成し、無事卒業を迎えることが出来た。

文才がないので書ききれないが、こうして振り返ってみると、小野ゼミの2年間で自分にとって大きな価値のあるものと改めて気づかされる。それは、小野ゼミでの勉強が、その場限りで終わらず、今でも財産として、自分の中に残っているからである。冒頭で、エッセイを頼まれたことを嘆いていたが、感謝しなければいけないのかもしれない。

現在私は、法人営業を経て、8月より、個人向け VoIP サービスの事業計画や海外の市場調査、今後の戦略を立案する仕事をしている。隣の部署に行けば、クチコミを、ネットを使ってマーケティングに活かすサービスを企画している。論文であれだけ向き合っていたテーマが目の前で実践されているのを目の当たりにして、刺激的な毎日である。

ユーザの特性や様々な傾向を分析する仕事では、小野ゼミで学んだことが毎日のように思い出される。マーケティングの一部分を実践でやっているのだが、学生時代と違うのは、学生時代は分析して考察を得るまでで終わったが、実践の場では、その考察を今後のサービス改善や新サービスの企画に活かしていかなければならないことである。いい加減な考察では、今後のサービスの方向性を見誤らせる可能性があるし、かといって、学者になりすぎてもいけないので、日々難しさを感じている。しかしゼミでみっちり勉強したおかげで、何も基礎がない人よりも、スムーズに業務に溶け込んでいると思う。小野先生に改めて教えてもらいたいと思うこともあるが、この先は自分で切り開かなければならないのかもしれない。

最後に、現役の方々には、勢いで書いたので、あまり役立つエッセイでなくすいません。将来どんな職業につこうとも、小野ゼミで学ぶ2年間は必ず財産となります。それは卒業して改めて感じる事が出来ると思います。ぜひ頑張ってください。それと、私が扱っている、インターネットや IP 電話サービスは、消費財に比べ、広告で消費者に訴えにくく、アプローチが難しいので、いい案があれば教えて下さい。いつでも受け付けます。以上！