

KSMS 国際学会報告

第 13 期 西森 康斗

◆KSMS 国際学会とは…？

KSMS 国際学会は、正式名称を“Korean Scholars of Marketing Science International Conference”といい、日本商業学会も加盟する GAMMA という国際学会連合を組織化した KSMS という学会組織が開催する学会の 1 つです。2015 年は、「持続可能な未来に向けたマーケティングおよびマネジメント」をテーマに、韓国の延世大学にて開催されました。慶應義塾大学からは、小野ゼミに加えて高橋郁夫ゼミ、清水聰ゼミ、鄭潤澈ゼミ、および高田英亮ゼミの合計 5 ゼミが参加し、著名な先生方と共に発表を行いました。

◆発表概要

今年度の KSMS 国際学会での発表は、第 12 期の先輩方が昨年度のマーケティングゼミ合同研究報告会において発表した論文、「消費者制作型広告の広告効果」を英訳して行うことになりました。その内容は、「消費者が制作した広告に露出した一般消費者の広告評価およびブランド評価は、企業が制作した通常の広告に比して高いのだろうか？」という疑問に解答するために、広告制作者と一般消費者の関係性に着目しつつ、広告制作者の属する準拠集団および認知リソースの制約という 2 つの観点から、消費者制作型広告の広告効果に関して、実証分析を試みる、というものです。

◆韓国での学会発表

発表には、第 12 期マケ論チームの羽佐田さんと松山さん、第 13 期英論チームの私で計 3 人、第 12 期・第 13 期混成メンバーで臨みました。学会の開催日程が三田祭直前であり、第 13 期はその準備に追われていたため、多くの面で第 12 期の先輩方に助けていただきました。特に英論チームは、切羽詰まった状況が続いたため、先輩方と時間を合わせて、メンバー全員で通し練習を行うこともなかなかできない状態でした。韓国出発直前に行われたサブゼミでも我々の発表の出来は完成に程遠く、発表に不安を抱えたままでの韓国への旅立ちとなりました。



先生の部屋で原稿を確認する発表メンバー
(左から著者、松山さん、羽佐田さん)

私たちは、発表に備えて十分に休めるように、現地には前日入りしました。しかし、夜遅くまで先生に原稿の不安な箇所を相談させていただき、メンバー同士での確認を行った後、さらに個人練習を行ったため、眠りについたらのはかなり遅くなってからでした。

翌朝には、前日遅くまで練習したおかげで、発表できるレベルにはかなり近付いていたものの、メンバー一同眠い様子であり、目を擦りつつ朝食に向かいました。発表当日にもかかわらずシャキッとしないメンバーでしたが、本場キムチの圧倒的な辛さが効いたのか、朝食後にはしっかりと気合が注入されていました。

その後、会場入りをして手続きを済ませた私たちは、発表までの時間を学内のカフェテリアで練習を重ねて過ごすことにしました。さらに、発表直前には、先生に最終チェックをしていただいた上に、激励のお言葉を頂戴し、気合十分で発表を迎えました。その甲斐あって、本番では皆全力を出し切り、聴衆を引き込むような、今までで1番の発表ができました。会場からも一際大きな拍手をもらい、それまでの努力の成果を実感できたように思います。海外での学会発表という貴重な機会を得ることができて、本当に良い経験になりました。夜遅くまで指導してくださった小野先生、サブゼミ等で意見をくださった大学院生の皆様、そして、資料作成など様々な面で大いに助けていただいた第12期の先輩方に心から感謝したいと思います。本当にありがとうございました。



延世大学でプレゼンを行う著者



発表後の記念写真（著者は、前から2列目、右端）