

商学会賞受賞報告

第15期生 合場 将貴

◆商学会賞とは？

商学会賞とは、「慶應義塾商学会賞」を正式名称とし、慶應義塾大学商学会が年1回発行する『三田商学研究学生論文集』に掲載を許可された論文に与えられる称号のことです。商学部にも所属する学部生なら誰でも投稿することができますが、すべての投稿論文が掲載されるわけではなく、商学部教授陣の審査を経て高い評価を得た論文だけが、その学術的価値を評され、「慶應義塾商学会賞」受賞論文として称えられつつ、掲載許可を得ることができます。

◆投稿論文の概要

投稿論文のタイトルは、「消費者による新製品採用に対する自己観の影響」です。既存研究は、相互独立的自己観を持つ消費者は新製品を好む一方、相互依存的自己観を持つ消費者は既存製品を好むと主張したり、前者は急進的新製品を好む一方、後者は漸進的新製品を好むと主張したりしていました。しかしながら、この主張は、あたかも、前者は他者からの逸脱を指向し、後者は他者との同化を指向するかのよう想定している点で、問題を抱えています。そこで本論は、この問題を解消して、新たな新製品採用モデルの構築・実証を試みました。

◆商学会賞受賞への軌跡

「ゼミ史上、君たちの卒論は過去最悪の進捗度です。」私は、小野先生からのメールに改めて危機感を覚ええました。「これはなんとかしなアカン。」そう思った私は、まず初めに、自分がゼミ長として同期全体の先頭に立って、卒業論文の執筆を進め、皆が私に追い付け追い越せの勢いで進めてくれることを願いました。ですから、この商学会賞の受賞を通して、嬉しかったことは、私が賞金を獲得できたことではなく、同期の竹田くんが商学会賞への投稿を目指し、ともに切磋琢磨しながら論文を執筆したこと、そして、彼が受賞できたことです。（余談ですが、少し悲しかったのは、手束くんが、第2章の執筆に難航したため、商学会賞への投稿を諦めてしまったことです。）私は、竹田くんという同期がいなければ、受賞まで一人で論文執筆をやり遂げることはできなかったでしょう。そして、言うまでもなく、小野先生のお力なしには、この受賞はなかったです。自分の力不足故、凡ミスを繰り返してしまい、何度も先生を呆れさせてしまいました。それでも見捨てることなく、最後までご指導してくださり本当にありがとうございました。後輩の皆さんが、一人でも多く、商学会賞を目指して同期と切磋琢磨してくれることを切に願っています。