

世界にインパクトを与える研究とは？

2018 Global Marketing Conferenceに参加して

河塚 悠 (慶應義塾大学大学院後期博士課程)

はじめに

2018 Global Marketing Conference (以下、GMC) が、2018年7月26日から29日まで、東京 (慶應義塾大学およびホテルニューオータニ)において開催された。

GMCは韓国のマーケティングの学会の一つである Korean Scholar of Marketing Science (KSMS)が主催し、2年に1度、アジアの主要都市で開催されているマーケティングの国際カンファレンスである。東京開催は2010年以來2度目である。発表数は年々増加しており、今回はおよそ500件の発表が行われ、日本からの発表は約30件であった。アジア圏からの参加者が多いが、最近では欧米からも増えている。

スポンサーとなる学協会は、アメリカマーケティング協会、欧州マーケティング学会、オーストラリア&ニュージーランドマーケティング学会、そして日本商業学会である。

本稿では、GMCを通して、日本人研究者の活躍と国際学会に参加する意義について触れ、グローバルにインパクトを与えるような研究を行うための心構えについて紹介する。

GMCにおける研究報告と日本人研究者の活躍

学会初日(7月26日)は、「アドミュージアム東京」の見学ツアーと、慶應義塾大学三田キャンパスで Doctoral Colloquium が開催された。

学会2日目と3日目は、デジタルやソーシャル・メディアのマーケティング、リレーションシップ・マーケティングやニューロ・マーケティング、観光マーケティング、広告やブランディング、新製品開発などといった幅広いジャンルの研究報告が行われた。各セッション会場では白熱した議論が行われていた。近年、GMCでの研究報告は、価格戦略や新製品開発、戦略論などが減少傾向にあり、広告などコミュニケーションに関するものが増加傾向にある。

最終日には、授賞式が行われた。Best Conference Paper Awardには、慶應義塾大学・清水聰先生と横浜国立大学・寺本高先生、さらには東京大学・田頭拓己先生らのグループが受賞。日本の研究を世界に向けて発信しようという高い意識を持って活躍している研究者が、世界的に高く評価されているのではないかと、印象を持った。

授賞式後、多くの外国の研究者の方が受賞された先生方と話されており、世界の研究者の日本のマーケティング研究に対する関心の高さが感じられた。

国際学会に参加する意義

昨年、アメリカ・サンディエゴで開催された Association for Consumer Research Conference (ACR)という国際学会に参



2018年 GMC のパンフレット

加した際、“国際学会に参加する意義”や“国際学会で起こすべきアクション”などを教えていただく機会があった。

まずは、“互いに高め合える良い研究者仲間が見つかること”である。もちろん、参加してさえいれば仲間ができるわけではなく、自分でアクションを起こさねばならない。そこで、隣の人に自己紹介をし、互いに研究テーマなどを共有し、さらに参加したセッションの発表者全員にどんな内容でもいいから声をかけ、話をするという、アクションを起こすことの大切さを学んだ。セッション会場で隣に座る人は、自分と同じ研究テーマに関心を持っている可能性が非常に高い。話題が共有でき、そこから多くの面白い視点や発想に巡り合えるかもしれない。また、参加したセッションの発表者全員に質問あるいはコメントを行うことで、自分と同じ研究テーマに関心を持つ発表者から、研究に関する興味深い情報を引き出し、時間をかけて議論する機会を持つことにつながる。コーヒープレークの時間を使って議論した結果、意気投合して共同研究に至った例もある。

今回のGMCで、“互いに研究を高め合える仲間が見つかる”という点で印象的だったセッションは、Doctoral Colloquiumであった。GMCのDoctoral Colloquiumは、経験豊富な数名の研究者がオーガナイザーとして議論をリードする、大学院生のためのセッションである。研究報告、質疑応答、議論を通じて、研究全体の質を向上させ、最終的に論文としてまとめることを意図したものであった。そこには、10人以上の若手研究者が集まり、3人の日本人参加者が、研究報告をしていた。トピックは、価格戦略やチャネル戦略、著名人の広告効果やラグジュアリーブランドのマーケティング戦略、病院や介護施設などのホスピタリティ産業におけるマーケティング戦略など、多岐にわたっていた。

発表者は、研究内容を参加者と共有し、今後の課題や方向性について議論を行っていた。そこでは、研究対象の国や地域に関するトピックやデータに対して、世界各国からのオーディエンスが、他国のケースに当てはめるといふ、グローバルな視点での解釈や、内容の掘り下げが行われていた。



大会では幅広いジャンルの研究報告がなされた

特定の国ではよく見られる現象であっても、その他の国ではあまり見られないということは、しばしば起きる。そのような現象に注目して研究を行う場合、バックグラウンドの説明を十分に行い、他国のケースとの共通点と相違点を整理し、議論することによって、世界各国から集まった研究者からリアルな情報を引き出し、研究トピックに関してより深く議論することができる。グローバルな広い視野での議論を繰り返ることができるのは国際学会の魅力だろう。さまざまな視点の議論を経て、発表者はもちろんのこと、オーディエンスも他国の実状を知るきっかけになり、研究の視野を広げる良い機会となっていた。

発表者の一人に、参加した感想を尋ねたところ、研究過程で自分一人では気付くことのできなかつた問題点などに気付く良い機会になったと答えた。また、自分とは異なる研究トピックから刺激を受けただけでなく、さまざまな国の研究者と情報交換ができたので、多くの研究者と議論を深め合えるインパクトのある研究をしたい、と語っていた。今回のGMCを通して、互いに高め合える仲間が見つかっただけにとどまらず、研究に向き合う姿勢も変わったのではないだろうか。

インパクトのある研究をするための心構え

今回のGMCを通して、日本の研究が世界的にインパクトを与えていること、また、学問領域と現業での課題を解決するために、それらに直面している方々と議論を深め合えるようなインパクトのある研究の重要性を感じた。

どうすればインパクトのある研究を行えるのか。そして、インパクトを与える研究者になれるのか。ヒントとなるセッションが、「Special Session: Tips for Publishing Impactful Research

in Marketing」であった。これは、今回注目していたセッションであり、海外のトップジャーナルの編集長や編集委員の先生方が、近年の動向や研究の心構えなどを教授してくださる非常に興味深いものである。このセッションに参加することは、自分の研究に対する向き合い方の不十分なところを知り反省することができる。同時に、今後自分が研究に対して取るべき姿勢や行動の指針を示してもらえる良い機会だと考えていた。その中で最も印象に残ったインパクトのある内容を紹介したい。

セッションタイトルにもある“インパクト”とは一体何だろうか。インパクトのある研究とはどんな研究だろうか。Harvard Business SchoolのGerald Zaltman教授によると、“インパクト”とは、“どれだけ多くの人の考え方や行動を、自分のアイデアで変えられるか”である。インパクトのある研究とは、注目度の高いジャーナルに投稿し、掲載された研究ではなく、フォロワーが多く存在する研究であると主張されていた。そのため、インパクトのある研究は、その論文の引用数や、研究トピックのフォロワー数が多く、研究の中で与えた示唆や示した提言に共感するマーケティングの専門家や政策考案者、社会的なステークホルダーが数多く存在することである。自分のアイデアを論文という形で投稿し、掲載することをゴールにするのではなく、自分のアイデアで多くの人の考えや行動を変えるような研究をすることを目指す必要がある。

これは、研究者が目標とすることとして当然のもので、何ら新しい視点ではないかもしれないが、研究を行う上で忘れがちな心構えである。私たちは、学問領域と現業の課題を解決し、それらに直面している人の考えや行動の指針になるような“インパクトのある研究”ができていないだろうか。自分自身の今までの研究に対する姿勢を振り返り、襟を正す必要があるかもしれない。

おわりに

本稿は、GMCにおける日本人研究者の活躍や国際学会に参加する意義に触れ、GMCの中で語られたグローバルにインパクトを与えるような研究をするための心構えを紹介した。

GMCでの発表数は増加傾向にあり、限られた時間の中で多くの発表者が報告を行うため、発表時間は十分ではなかったが、質問の時間やセッション間の休憩、ランチ、ディナーを通して、さまざまな国で活躍する多くの研究者が互いに濃密な情報・意見交換を行っていた。“自分のアイデアでより多くの人の考え方や行動を変える”ため、また“互いに高め合える良い研究者仲間を見つける”ためにも、積極的に世界中から研究者が集まる国際学会に参加することをお勧めする。



大学院生のためのセッション「Doctoral Colloquium」での発表の様子



「Doctoral Colloquium」オーガナイザーの先生方と発表者の皆さん