

2022年4月29日

- 研修期間：2021年4月1日～2022年2月17日（帰国日：2022年3月7日）
  
- 研修場所：エストニア共和国
  
- 研修中の所属機関：  
タルトゥ大学経済経営学部  
(University of Tartu, School of Economics and Business Administration)  
受入責任者：Kadri Ukrainski学部長（当時）
  
- 研修目的：  
インターネット時代におけるオンラインコミュニティの形成と顧客との共創による新たな関係性マーケティングについて研究することを目的として訪問。
  
- 研修内容：  
インターネット時代においてICTの進化が急速に進む中、日本における消費者と企業の関係が大きく変化してきており、企業とコミュニティの“共創関係の強化”においてソーシャル・キャピタルがマーケティング戦略において重要な役割を果たすという視点で研究をしています。  
日本においてエストニアは「IT先進国」というイメージが定着していますが、実際にはその他にも観光客誘致のための「独自の自然と文化」、EUを中心とした世界中からの留学生の確保のための「教育・学術レベルの高さ」、そして起業のしやすさなどスタートアップ誘致に向けた「ビジネスエコシステム」など多面的に訴求しています。その結果、北欧諸国のみならずバルト三国のリトアニアやラトビアとも異なったブランドイメージの構築・差別化に成功していると考えられます。このブランディングの成功要因をコミュニティのソーシャル・キャピタル視点と関係性マーケティングから検討しております。
  
- 研修中の活動内容（4月～8月）：  
エストニアは2021年1月以降新型コロナ（Covid-19）の急速な感染拡大が続き、3月時点で10万人当たりの感染者数が世界最悪レベルに拡大しました。そのため全国でロックダウン（市中での薬局、ペットショップ、スーパーマーケット以外の店舗の営業停止）が行われ、不要不急の外出禁止と商業施設及び公共交通機関でのマスクの着用が義務付けられていました。到着時の4月、タルトゥ大学では全ての授業をオンラインで行っており、教職員は交代及び時短勤務となり、可能な限り在宅での勤務が推奨されていました。また、教職員以外では博士課程の研究者及び許可された学生しか校舎に入

ることができない状況でした。私は訪問研究員という立場であったため学部校舎内に入ることができましたが大学内での教員や研究者との接点は非常に限られる状況でした。マーケティング部門の研究者も基本的に全員不在でした。マーケティング部門長のAndres Kuusik准教授（当時）とは対面での挨拶後、オンラインでコンタクトを取り、マーケティング部門が取組んでいる研究（アイトラッキングシステムを活用したチラシ広告や店舗デザインに関する研究）及びメンバーの研究内容や、関係性マーケティングに関する情報を頂いていました。

また同室の経済学専攻博士過程の研究者（当時）の指導のために不定期で出勤されていた指導教授（Peter Friedrich教授）よりソーシャル・キャピタルに関する経済学的アプローチについて情報を頂いていました。

5月に日本語講師の宮野恵理先生の「日本語初級クラス」のオンライン授業にゲスト参加し、履修生たちと日本のトピックスについて話し合いをしました。この授業がきっかけで一部の学生とはその後も交流が続きました。

ワクチン接種による感染者数の減少に伴い活動制限が徐々に緩和され、6月上旬にようやくロックダウンが解除されました。大学も通常通り登校、出勤が可能になり、図書館、学部図書室もオープンしましたが、同時期に春学期（Spring Semester）が終了し、9月まで夏季休暇となりました。

#### 「4月～8月に参加したカンファレンスやセミナーイベントなど」

- ・5月6日：Startup Lab /SandBoxなどのオンラインカンファレンス（オンライン）  
内容：スタートアップの資金調達のためのピッチングトレーニングや新規ビジネス検討のためのセミナー。
- ・5月13日：日本語講座へのゲスト参加（宮野恵理先生のオンライン授業）  
内容：日本語初級クラスの履修生たちと日本のトピックスなどを話し合う。
- ・6月7日 - 8日：3rd Baltic Economic Conference（学部内）  
内容：バルト地域を中心とした経済学、経済政策、計量経済学のカンファレンス。
- ・6月11日：Delta Studies Research Innovation（学部内）  
内容：タルトゥ大学経済経営学部主催の学部生向けインナーカンファレンス。
- ・7月1日：Estonia Marketing Association Annual Event（タリン市内）  
内容：エストニアマーケティング協会が主催する広告コミュニケーションの年次総会イベント。
- ・8月25～27日：sTARTUp Day 2021（タルトゥ市内）  
内容：タルトゥ大学の学生が主体で運営するバルト地域で最大のスタートアップイベント。

本来は2021年1月実施予定であったが感染拡大により8月に延期され開催。

● 研修中の活動内容（9月～12月：秋学期）：

6月以降、活動制限もなく、感染が落ち着いていたため授業は対面中心で行われました。（授業によってはオンライン授業やハイブリッド授業が実施されていました）

タルトゥ大学での授業の進め方などを参考にするためマーケティング部門の教員の授業（Marketing Management、Relationship Marketingなど）を聴講しました。この授業での説明を通してエストニアのマーケティングの状況を理解することができました。また、毎週月曜日13時からのマーケティング部門の定例ミーティングが行われていましたが、全員エストニア人で、基本的にエストニア語で行われていたため不定期での参加に留まりました。

この学期は、日常的なエストニア語の会話表現、食材、日用品などの名前などを知ることで、現地でエストニア語での交流を目的にエストニア語初級クラスを受講しました。

そして10月のタルトゥ大学アジアセンター主催の「エストニア-日本友好100周年記念カンファレンス」に参加し、本学科赤岡学科長、和泉准教授との共同研究で、日本フードサービス学会の優秀賞を頂いた論文内容について発表しました。

前期に続き11月に宮野恵里講師の「日本文化クラス」に日本人ゲストとして参加し、「日本の女子大学」というテーマを話しました。

《9月～12月に参加したカンファレンスやセミナーイベントなど》

・9月30日：Delta Trends Day（学部内）

内容：タルトゥ大学創設400周年に向け、今後10年間の経済経営学部としての研究・教育における取組みに関するカンファレンス

・10月14日～15日：

Multidisciplinary conference on the economic relations and embedded cultural perspectives between the EU and Japan（学内）

内容：エストニア-日本友好100周年記念カンファレンス

・10月～11月：Research Seminar in Delta（学部内）

内容：学部内経済学分野の教員による研究情報共有のセミナー

・11月22日：日本語文化クラス（対面授業）

内容：日本人4人をゲストに迎え、それぞれのテーマで日本のことを学生に紹介し、議論。

● 研修中の活動内容（2022年1月～2月）：

2022年1月にはヘルシンキ（フィンランド）に約1カ月間研究拠点を移して研究を継続しました。その際、在エストニア日本大使館のご支援より在フィンランド日本大使館の経済部門担当者をご紹介頂いたことでフィンランドの基本情報の取得や現地のキーパーソンの紹介などをして頂くことができました。

ここでは行政や教育現場でのデジタル化、国家事業として行われているスマートシティプロジェクト（6 AIKA：フィンランドの6大都市のスマートシティ化）の取り組み、そしてスタートアップエコシステムなどに関する情報収集を行いました。またその過程で現地のヘルシンキ大学、アールト大学の研究者たちとのネットワークを新たに築くことができました。

現地で興味深い取り組みをしていると感じた研究機関としてアールト大学のAalto Design Factory（ADF）があります。ここは文理融合の産学連携の研究所としてさまざまな取り組みを行う施設として2008年に設立されました。タルトゥ大学でも同様の産学連携施設がありましたが、国内外の企業との協業においてADFはより実践に即しているという印象でした。本学科の学部化と将来の取り組みへの参考になる施設だと感じております。

この滞在期間に直接訪問しお話を伺った研究者は下記となります。

- ・ヘルシンキ大学社会科学部障害学：勝井久代准教授
- ・アールト大学 Aalto Design Factory：  
Kalevi Ekman教授（所長）  
Klaus Castrén氏（ADFコーディネーター）

《9月～12月に参加したカンファレンスやセミナーイベントなど》

- ・1月22-29日：Tampere Smart City Week（タンペレ市・中止）  
内容：6 AIKAプロジェクトのひとつのタンペレ市でのスマートシティに関するカンファレンス。新型コロナウイルスの感染拡大により6月に延期。そのため現地視察のみ実施。
- ・2月2日：EdTech from HEL: Pedagogical Impact of EdTech Solutions  
内容：ヘルシンキ大学での教育におけるテクノロジー活用の効果についてのオンラインセミナー

#### ● 研修所感

今回の研修休暇の取得に際しては本学内のみならず多くの方々からご支援を頂きました。また、研修中、多くの人との交流を通じて多くのことを学ばせて頂きました。この場を借りてお礼申し上げます。

受け入れ責任者となって下さったタルトゥ大学経済経営学部のKadri Ukrainski教授（学部長：当時）とUrmas Varblane教授のお二人には滞在期間中、多くのご支援と助言を頂きました。両教授共に経済学分野がご専門であるため、マーケティング領域の私の研究に関して直接アドバイスを頂く機会はありませんでしたが、学部内でのプロジェクトやリサーチセミナーなどでの発言や発表者へのアドバイスなどから多くの学びを得ることができました。

9月からはマーケティング関連の英語で行われる授業を聴講させて頂きました。履修生はERUSMUS（European Community Action Scheme for the Mobility of University Students）というEU加盟国内の大学間交流協定を利用した留学生たちに加え、トルコ、アゼルバイジャンやウクライナ、

ジョージアなどEU加盟国以外の近隣旧中欧・東欧諸国やロシアからの留学生が多くいました。国際色豊かであり、質問や意見を述べるなど授業への積極的な参加態度が印象的でした。

タルトゥ大学では履修する授業の課題提示と提出期限、試験の時期等は事前に授業ポータル内（E-Learningシステム「Moocs」）で明示されており、学生は他の授業への取り組み含めて計画的に予習・復習やレポート作成ができる仕組みとなっていました。現地で知り合った日本人留学生（慶應義塾大学3年生、学習院大学3年生）にヒヤリングしたところ「ミニテストや提出された課題に対するフィードバックはすぐに行われ、自分がどのような評価がされているのかを学期中いつでも知ることができる。その後のレポートや最終試験でどの程度の努力をしなければならないのかわかるため学習時間の配分を行いやすいし、頑張ろうと思える」という意見でした。私が履修していたエストニア語初級クラスでも、担当教員がMoocsでのミニテストの結果や提出された課題を基にそれぞれの学生に授業内でアドバイスしていました。このようなやり方ができれば教育効果が高まると感じております。（ただし履修者数の違いがあるので全てを同じように行うのは難しいと感じています）

研究活動に関しては、他大学や企業、そして政府機関においても新型コロナ対策による活動制限が取られているために直接のコンタクトを取ることが難しい状況でした。そのため周りの研究者と話をする他は大学内外のデータベースや国立図書館などで研究テーマに関連するソーシャル・キャピタル、関係性マーケティングに関する情報、エストニアエンタープライズ（EAS）からは関係人口を拡大するための取り組みやブランディングを支援する仕組みなど、多くの知見を得ることができたと思っています。

10月にタルトゥ大学アジアセンター主催のエストニア-日本友好100周年記念に参加させて頂くという良い経験ができました。しかしながらカンファレンスで英語でのプレゼンテーションやディスカッションをするだけの英語力が不足していたことが課題だと感じました。今後研究の蓄積を増やすこと、同様のカンファレンスに参加するためにも英語力をブラッシュアップすることが必要であると考えております。

最後に、今回多くの貴重な経験をさせて頂きましたことをあらためてお礼申し上げます。新型コロナの感染による帰国の遅れなど関係各所にご心配やご迷惑をおかけしましたことを深くお詫び申し上げます。

今後、この経験を自身の研究と共に、本学学生たちへ教育の場で還元していく所存です。また本学の留学生たちの支援も行いたいと考えております。今後ともご支援のほどよろしくお願い申し上げます。

生活環境学部  
情報メディア学科  
井上重信（准教授）  
職員番号：12437