

本開催報告は、共催団体である愛知大学アシタシアが作成した記事を、許諾を得て PDF 化し掲載しています。

原文掲載元:愛知大学アシタシア公式サイト

第 16 回アシタシアサロン・愛知大学グローバルシンポジウムを開催しました

REPORT 2026-07-15

2026 年 7 月 4 日(土)、愛知大学名古屋キャンパス グローバルコンベンションホールにて、第 16 回アシタシアサロン・愛知大学グローバルシンポジウム「国境を越えるブランド:マーケティングに何ができるか」を本学国際問題研究所との共催で、本学創立 80 周年記念事業の一環として開催しました。当日は本学の学生、教職員、卒業生をはじめ、名古屋市内の企業関係者や一般の方など約 250 名が参加しました。

第 1 部では、SNS で「バズる大使」として大きな話題を呼んでいる、在日ジョージア大使館特命全権大使のティムラズ・レジャバ閣下をお招きしました。はじめに、レジャバ閣下と親交の深い本学法学部の岡田健太郎教授より、温かいエピソードを交えた閣下の紹介が行われました。続く基調講演では、レジャバ閣下が「国境を越えるブランド」と題して登壇され、ジョージアの紹介をはじめ、ご自身の豊富な国際経験、そして日本におけるジョージアの認知度向上に向けた取り組みについてお話しいただきました。閣下は、SNS での投稿を通じてジョージアのファンを増やし、それが様々な形でジョージアを支えてくれる日本人の輪を広げることにつながってほしいと、熱意を込めて語られました。また、会場からの「SNS の炎上で気をつけていることは？」という質問については、「人を傷つけなければ何を投稿してもよいと考えている。ただし、ジョージアの外交に関わる投稿については事前に入念なチェックを行っている」と答えられました。

第 2 部では、「国境を越えるブランド:マーケティングに何ができるか」をテーマにパネルディスカッションが行われました。

パネリストにはレジャバ閣下のほか、愛知学院大学経営学部の藤原一肇准教授、本学経営学部の土屋仁志准教授を迎え、コーディネーターは太田幸治ささしま地域連携研究センター長が務めました。藤原准教授は、キックマン在籍時のレジャバ閣下との思い出を交えつつ、醤油文化のない国で自社製品をマーケティングする際の苦労や工夫について報告されました。また、土屋准教授は「グローバル・マーケティングは理論的にはミッション・インポッシブル(大いなる難問)と言われるほど難易度が高い。その中でレジャバ閣下の日本での取り組みは、秀逸な成功事例である」との見解を示されました。コーディネーターの太田センター長は、「想いを形にし、それを伝えることが不得手な日本企業にとって、レジャバ閣下の「想いを魅力的な言葉で伝えるマーケティング」は多くの示唆を与えてくれるものである」と総括しました。地域産業のブランド戦略や市場創造にもつながる議論が展開され、参加者にとって実践的な学びの機会となりました。

最後に、佐藤元彦国際問題研究所長が「グローバル・マーケティングのキーワードは「市場化」と「共感」であると再認識できた」と締めくくり、シンポジウムは盛況のうちに閉会となりました。

質疑応答の時間には参加者から多くの質問が寄せられ、レジャバ閣下から質問者へジョージア大使館の記念品が贈呈される一幕もありました。閉会後も、閣下は学生たちと気さくに交流され、その様子を X(旧 Twitter)に投稿されるなど、マーケティングの本質である「つながり」を肌で感じる貴重な機会となりました。

参加者アンケートには、「海外での市場創造や地元産業の発展を考えるうえで大変参考になった」「大変満足した」といった声が多数寄せられました。本シンポジウムは、国内外の視点からグローバル・マーケティングについて考える知的交流の場となるとともに、名古屋から国際的な議論を発信し、学術・産業の両面に新たな示唆をもたらす有意義な機会となりました。

ディディ・マドロバ(ジョージア語で「誠にありがとうございました」)。

なお、本シンポジウムは、名古屋市「ふるさと納税を活用した名古屋市大学等連携補助金」および公益財団法人愛知大学教育研究支援財団「学術講演会等助成金」「知のミーティング助成金」の助成を受けて実施しました。

(URL:[第 16 回アシタシアサロン・愛知大学グローバルシンポジウムを開催しました - TOPICS - 愛知大学 ささしま地域連携教育研究 アシタシア](#))