

学生萌芽研究会

森本千佳子（もりもと ちかこ）
東京理科大学

1. 研究会の立ち上げ経緯

近年、世の中が学会に求めるものとして、学術知だけでなく実践知への応用がますます期待されている。研究とは一朝一夕に生まれるものではなく、さまざまな角度から検討や調査、実験等、試行と思考を重ねて行われるものである。その発端となる研究の“萌芽”を大切に、育てていく活動は研究の重要プロセスと言える。

萌芽研究を育む土壌の一つとして、学生会員の研究がある。しかし、実態として、学生会員は研究の入り口に立ったものの、卒業をきっかけに学会を退会するケースが多く、萌芽研究発展の観点からも、学会活動活性化の観点からも非常にもったいない状況にある。ここに手を打ちたいという背景から2021年、本研究部会設立の議論が始まった。

2. 研究会の活動モデル

前述の背景から当時の会長、副会長、有識者の方々との議論が始まった。その結果、学生会員の社

会関係資本の増加による会員経験価値（Membership Experience Value）の向上を通して萌芽研究を生み出すことを目的として、2022年2月に特設研究部会として、“学生の交流を促進する萌芽研究会（略称：学生萌芽研究会）”がスタートした。本来ならば学生による主体的な研究活動として立ち上がるのが望ましいが、異なる大学間での学生だけの交流状況を生み出すのが難しく、活動を軌道に乗せるため、レベニューモデル（図1）を参照し研究会の立ち上げを設計した。レベニューモデルはマーケティング分野で知られたモデルで、企業の営業活動を表現している。本研究会では、学会における学生会員の定着を「リード（学生会員）獲得」から「リード（学生会員）育成」と読み替え、彼らがファンとなり積極的なコミュニティ活動を自主的に行うところを目指した。将来的に口コミ紹介の「リサイクル（再現性）」を確保するため、会長主導の特設研究部会として設置し、非会員（学生）についても参加機会を提供する場として機能させることにした。さらに、卒業後も学会活動に参加してもらおう狙いから、参加対象者を「原則」として学生とし、大学・大学

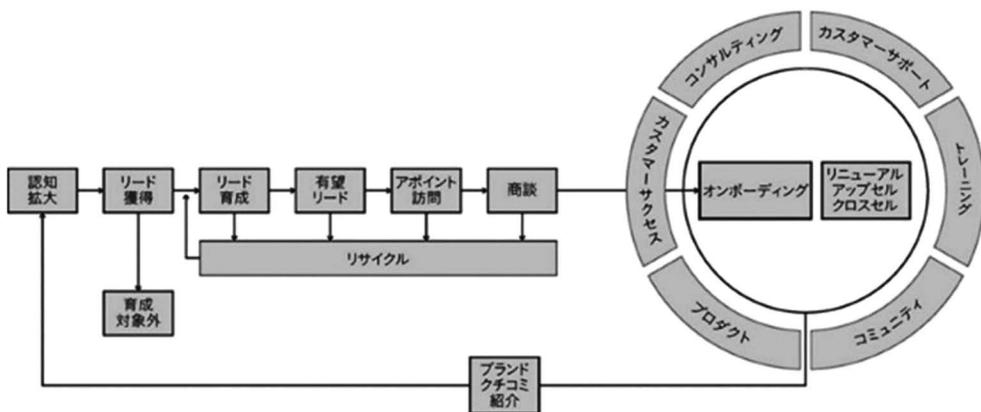


図1 レベニューモデル（福田（2019）[1] , p. 72）

院を卒業したばかりの若手会員の研究会への参加も認めている。なお、若手の明確な定義はなく、卒業後2～3年を目途としている。

3. これまでの活動

立ち上げ初年度は、リード会員になると期待できる大会発表経験学生を会員として勧誘を開始した。まずは、2021年度の全国研究発表大会で発表した学生を中心に勧誘をはじめ、4校から13名の学生が活動に参加した。研究会会長には東京理科大学の修士1年生が就任した。

初回の活動は、2022年7月に東京理科大学の大江研究室が仮想研究室として使用しているoVice（オンライン仮想オフィスツール）の一角を借りて開催した。各自の研究上の関心事や取り組んでいる卒論や修論のテーマを紹介し、お互いに非常によい刺激を受けあったようである。

2回目以降はメールとZoomベースの活動に移行した。夏休みに入ったこともあり活動のペースはゆっくりであったが、それぞれの卒論・修論研究が進むにつれ、励ましあう姿が見られた。

3月の卒業・修了生がいたため、2023年度の研究部会員は10名となった。活動2年目は学会のWebサイトに研究部会のページが作成された

(図2)。また、学会の年次大会運営に協力し、大会参加者のoVice操作サポートを行った。各自の研究を紹介したパネル発表も行き、新規メンバーの勧誘も実施した。

7月にはキックオフイベントとして「大企業とスタートアップが輝き続けるためには？アテンション・ダイナミクスが生むパートナーシップ戦略」というタイトルのセミナーを開催した。このセミナーは経営戦略や国際経営、アントレプレナーシップに関する国際的に著名な研究者であるAnoop氏の来日に合わせたもので、招へい母体である「TUS経営戦略研究セミナー」との共催であった。

9月には企業交流講座を実施した。株式会社ホンダアクセスでデザイナーとして活躍しておられる古川順一朗様をお招きし、パワーポイントの実践的なスキルを教えていただいた。全国研究発表大会での発表を控えた学生にとって非常に実践的な内容だと好評であった。このイベント参加者を対象に交流のプラットフォームをLINEオープンチャットに移行した。これは研究部会参加の敷居を下げるため、日ごろ使い慣れたツールで交流することを狙ったものであり、現在も活動のベースとしてLINEオープンチャットを活用している。

2024年度の活動としては、2023年に引き続き、年次大会の運営に協力した。年次大会での運営協力は学生会員が活動していることをアピールする場と



図2 学生の交流を促進する萌芽研究会 Web ページ [2]

して有益だと考えている。

4. 活動上の課題

2023年3月には立ち上げ時のメンバーの多くが卒業・修了し、現在のアクティブな研究部会メンバーが2名になっており、研究部会員の勧誘が大きな課題となっている。メンバーが増加しない理由の一つとして、学生会員は所属研究室での研究活動が最優先となっており、他研究室に目を向ける余裕がないことが挙げられる。当初の狙いとした“共同研究の萌芽”にはまだまだ遠いという状況である。ただし、他の大学での研究活動プロセスに興味があるという意見もあり、研究の視野を広げるためにも積極的な勧誘を実施したいと考えている。

5. 今後の活動

全国研究発表大会が対面中心に開催されるなど、

学会活動がオンラインから対面に戻りつつある。正会員同士も現場での交流が復活し、活発な意見交換が増えている。世の中の動きからも、今後ますます学際的な研究は広がると考えられ研究室同士の交流のきっかけも増えよう。そこから学生同士の繋がりが生まれると期待している。この研究会活動がより学会活動に貢献するためにも、お近くに経営情報学に関心のある学生がおられたら、ぜひ、当研究会をご紹介いただきたい。

参考文献

- [1] 福田康隆『THE MODEL マーケティング・インサイドセールス・営業・カスタマーサクセスの共業プロセス』翔泳社, 2019.
- [2] 学生の交流を促進する萌芽研究会, <https://www.jasmin.jp/activities/research/houga/>, 2024-10-31 参照.