

オンライン学会設立の方法と実践

小松香爾

1 はじめに

本論文では、完全無料の学会を設立するための手法が示される。本論文の内容は単なるプランではなく、既に実在する日本情報教育学会の設立に関するものである。日本情報教育学会は、2017年3月後半から学会設立が準備され、2017年5月1日を設立日として、グループウェア上に設立された。発起人は会長と副会長の2人である。著者は副会長と広報担当理事(臨時)および編集担当理事(論文誌の編集委員長)を務めている。定款や規程および入会用サイト作成やチラシ作成も著者が行った。日本情報教育学会(以下、本学会と略記)では、入会金、年会費、論文投稿料および論文査読料といった、通常の学会で設定されている料金をすべて無料に設定している。無料学会が可能であるかどうかは学会の定義にも依存する。しかし、査読付きの論文誌を発行する学会で完全無料の学会は稀である。学会の定義は第5節で述べる。ただし、本学会では、論文誌の紙媒体での公開を想定していない。論文誌は、科学技術振興機構のJ-STAGEで、電子版としてのみ公開される。

学会が提供する商品は、財ではなくサービスである。オンライン学会はインターネット上で運営される。変動費のうち、原材料費はほぼ0である。外注は行わず、すべての仕事を役員が行うので、変動費は0に近い。事務員を雇用せず役員が仕事をする。役員報酬は完全に0であるので固定費も0に近い。ただし、経済学的には役員の場合費用がかかることは避けられない。オンライン学会とはいえ、特に立ち上げ期には仕事は多い。しかし、長く運営すれば単位時間あたりの固定費は減る。これも学会の定義によるが、「学会としての最低限の機能を維持」するための変動費は、ほとんどかからない。本学会の場合、変動費としてかかる役員の場合費用は、論文誌を編集して公開する労働時間である。この変動費は、会員数が1人増えてもほとんど変わらない。会員数の増加に関するサービスの限界費用は0に近い。限界費用が0に近いならば、他のインターネット上のサービスと同様に、基本無料で大規模なサービスを提供することが可能である。

大学教員の本分は研究と教育である。無料学会サービスの提供によって、本分が疎かになってはいけない。機会費用の発生をできるだけ避け、最大限の社会的余剰を生じさせることを意識してきた。その過程で得た知見を大学や社会に還元することが、本論文の目的の1つである。学会の設立は大学教員以外には困難である。研究者自らが運営する組織でなければ、日本学術会議の協力学術研究団体の指定も受けられない。無料にしても需要があるとは限らないが、無料学会自体

に希少性がある。無料学会の設立や運営に関する知見にも希少価値があることになる。

本学会と同じ年会費無料の学会としては、自然再生学会(旧日本ビオトープ学会)が存在する。学会のWebサイトが無料WebサービスのJimdoで作成、公開されているなど、本学会との共通点もある。しかし、自然再生学会は学会設立後7年以上経過しているにもかかわらず、日本学術会議の協力学術研究団体には指定されていない。また、現在のままでは、協力学術研究団体になることはない。自然再生学会は学会誌を発行しているが全国大会の予稿集にすぎない。日本学術会議が定めた基準では、全国大会や研究会の予稿集は学会誌とはみなされず、1年に1回以上学会誌を発行する組織には該当しないからである。ただし、自然再生学会では、全国大会の参加費は、予稿集込みで1500円と非常に安価に設定されている。実費どころか赤字になりかねない価格設定である。また、研究分野の性質上、フィールドワークが中心の学会である。全国大会でも2日目はフィールドワークが実施されており、個性の強い学会である。このような学会を何年も維持するためには、役員の大莫大なエネルギーと情熱が必要なはずである。自然再生学会の役員に敬意を表しつつ本稿を綴る。

2 学会サービスの無料化

市場で取引される財・サービス、すなわち商品には必ず価格がある。逆もまた成立し、価格があるものは商品である。商品であることと価格があることは同値である。マネタリーベースをもとに、銀行の信用創造機能によってマネーストックは創造される。同様に、価格は価値をもとに、ビジネスモデルによって創造される。ただし、使用価値があることは、商品になることの必要条件でしかない。使用価値があるだけでは価格は創造できない。わかりやすい例を挙げると空気である。空気の使用価値は極めて高い。空気がなければ人類は存在できないからである。その使用価値の高さにも関わらず、空気には価格はつかない。空気には希少性がないからである。空気は人類全体が必要とする量以上に存在する。供給が需要を常に上回っている。したがって、空気に市場があると仮定しても、需要と供給の均衡は存在しない。需要を上回る量が自然によって供給されているからである。空気には使用価値はあるが、余剰な資源であるため希少価値はない。使用価値がありかつ希少価値があるならば、価格は創造できる。使用価値と希少価値の存在は、商品であることの十分条件である。使用価値は価格創造の必要条件であるから、使用価値と希少価値の存在は商品であることの必要十分条件である。

本学会の2017年8月27日における会員数は123名である。本学会に入会するにあたり目に見える費用、すなわち会計的な費用は0である。しかし、入会申請の手間という機会費用が掛かる。学会サービスの使用価値と希少価値が会員に与える効用が、会員の機会費用を上回らない限り会員は増えない。

本学会が提供する学会サービスの市場は寡占状態にある。情報教育を扱う学会としては、少なくとも、情報処理学会、電子情報通信学会、日本教育工学会、日本教育情報学会、日本科学

教育学会、情報コミュニケーション学会、日本情報科教育学会、コンテンツ教育学会が存在する。これら8つの学会が射程に収める研究分野は微妙に異なる。情報教育の研究に明確な定義はないが、大きく2種類に分類できる。「情報に関する教育を、何についてどう行うか?」と「教育において、コンピュータやそれに類するデバイスをどう活用するか?」である。日本情報科教育学会とコンテンツ教育学会が取り扱う内容は前者である。それ以外の学会が取り扱うのは、後者寄りの研究である。しかし、前者の内容を取り扱わないわけではない。後者の6つの学会ごとの明確な差別化は存在しない。そのような市場に新規参入して、ある程度の会員を獲得するためには、会計的な費用を0にせざるを得なかったともいえる。2017年1月に、コンテンツ教育学会が発足したが年会費は10000円である。しかし、これまでコンテンツ分野を扱う学会は少なかった。教育分野と組み合わせることで、十分な差別化ができる。会員数が100名以上でないと、日本学術会議の協力学術研究団体にはなれない。現存するほとんどの学会は日本学術会議の協力学術研究団体に指定されている。

価格がない、すなわち0円のサービスの付加価値は0である。たとえ使用価値や希少価値があっても付加価値は0である。付加価値が0ならば、利益は出ないのは当然として、労働賃金を払うことすらできない。学会の開設と運用にかかる機会費用が、役員負担になるのは必然である。ただし、年会費無料であるならば、学会の口座管理および予算作成、収支報告書作成にかかる機会費用も0円である。少額の年会費を会員から徴収するのは、機会費用が年会費の収入を上回る可能性が高い。年会費を1000円未満に設定している学会は見かけない。年会費無料であるため、本学会の入退会処理、Webサイト、コミュニティ管理、通信、論文誌の公開などはすべてインターネット上の無料サービスを使用している。

3 インターネット上のビジネスモデル

インターネットは電話と同じ通信である。電話は、回線交換方式であるので通話中が生じる。通話中は他のユーザーは通話中のユーザーと通信が全くできない。つまり、競合性が極めて強い。インターネットはパケット交換方式である。同一回線上に、1対1のセッションをいくつでも張れる。電話と比べると競合性は弱く、公共財に近い。ただし、帯域の細い回線に多数のセッションが張られると通信速度は落ちる。インターネットはあくまでも通信である。放送のように全く競合性がないわけではない。

現在のインターネット回線の帯域は、テキストデータを送受信する目的に限定するならば十分に広いといえる。経路の全てが有線回線ならば、動画データの送受信もスムーズに実現できる。ただし、動画がどの程度快適に閲覧できるかは、途中の回線の太さ、画質、排除性の有無、サーバーの多重化や負荷分散の状況など多数の要因に依存する。

Googleが提供するYouTubeは高画質かつ読み込み再生速度も早い。Googleは、YouTubeのアクセスの分散やサーバーの負荷分散に莫大な費用をかけている。広告収入が得られるからであ

る。YouTubeでは、動画が始まる前に広告動画が流される。近年では動画再生中にも広告動画が流されることもある。YouTubeにも、広告が表示されない有料コンテンツは存在する。しかし、有料でしか見られない動画の割合は極わずかである。YouTubeは、無料であることと、高画質化および高速化でユーザーを囲い込んできた。YouTubeに似た動画配信サービスは多数あるが、ユーザーによって投稿される動画数はYouTubeが圧倒的である。ユーザーチャンネルを開設して、動画内の広告収入だけで生活するYouTuberも誕生した。YouTubeは広告モデルの成功例である。広告モデルのインターネットビジネスは、FacebookやTwitterなどが挙げられる。

ニコニコ動画はYouTubeと同類の動画投稿サイトである。YouTubeと同様の基本無料サービスである。しかし、ニコニコ動画はYouTubeとはビジネスモデルが異なる。ニコニコ動画にも広告は表示されるが、広告収入より有料会員の月会費からの収入の方が多い。ニコニコ動画の有料会員は、割合にして全ユーザーの数%である。ニコニコ動画の有料会員がログインすると、高画質で高速なサーバーに接続される。アクセス制御により、動画配信サービスに排他性を付与している。ニコニコ動画はフリーミアムモデルの成功例である。フリーミアムモデルのインターネットビジネスは、食べログ、クックパッド、Spotify、Jimdo、WIXなどが挙げられる。ただし、フリーミアムモデルは広告モデルを併用することが多い。割合として、有料会員と広告のどちらからの収入が多いかの違いである。

他にインターネットの代表的なビジネスモデルとしては、課金モデルと仲介モデルがある。課金モデルとしては、ほとんどのソーシャルゲーム、仲介モデルとしては、ヤフオクやメルカリなどのオークション、リクナビやマイナビなどの就活サイト、楽天などのインターネットモールが挙げられる。課金モデルはユーザーからの課金、仲介モデルはユーザーからの手数料が収入源である。本学会が利用するサービスは、広告モデルとフリーミアムモデルのサービスである。

4 学会運営のための無料サービス

インターネット上のビジネスは、モノではなく情報サービスが商品となることが多い。情報サービスは、通常の財・サービスとは異なる性質を持つ。情報自体には、競合性も排他性もないことである。ただし、情報を扱うメディアによって、競合性や排他性が生じる場合ことはある。インターネット普及以前は、雑誌や新聞などの印刷媒体とラジオやテレビなどの放送が主なメディアだった。印刷媒体は競合性が強く、フリーペーパーを除けば排他性がある。放送には競合性がなく、有料放送を除けば排他性もない。ただし、放送の場合、広告主から収入を得るために、広告の情報が入れられる。

アイデアやデザインなどの情報が、トレードオフなく真似できるとしたら、価値のある情報が社会に出現しにくくなる。アイデアやデザインの発案者に、金銭的なインセンティブがないからである。そのような状態では、社会的余剰は減少する。したがって、現代社会では、知的

財産権が保証されている。知的財産権は情報ではある。しかし、商品そのものではない。情報を保護する情報であり、社会システムの中で意味を持つメタ情報である。知的財産権は、情報に排他性を付与する社会的なしくみといえる。

あらゆる学会の第一義的な目的は、当該分野における学術の振興である。会員は、論文投稿や学会発表などの手段で研究成果の情報を学会に委ねる。学会が保有する情報は、共有されるために作成されたものがほとんどである。ただし、学会によっては企業会員も多い。企業が研究成果を公開する場合は、特許を取って知的財産権を確保してからである。真に先進的な研究成果がでた場合は、製品化されるまで公開されない場合もある。情報漏えいを防ぐため、特許申請すら行わない場合すらある。逆に、技術力を宣伝する目的で、積極的に公開する場合もある。いずれにせよ、学会の目的がビジネスでなければ、情報に対して競合性や排除性を付加する理由はない。ただし、すべての情報を会員以外にも公開すると、学会の付加価値が下がりやすい。付加価値の低下を未然に防止するため、学会によっては、会員と非会員への情報公開の度合いを差別化することがある。オンラインでの論文の公開時期を、会員と非会員で変えるのは常套手段である。オンラインであれば、容易にアクセス制御ができる。また、紙ベースの学会誌や論文誌に対して、非常に高価な定価をつける学会もある。ほとんどの学会の学会誌や論文誌は、会員に対しては無料で送付される。

インターネットにおけるビジネスでは、基本無料のサービスが、消費者に提供されることが多い。Google、Facebook、Twitter、ニコニコ動画、食べログ、クックパッド、Line、パズドラ、モンスターストライクなど、具体例は枚挙に暇がない。これらのビジネスモデルはフリーミアムか課金あるいは広告モデルである。一部の消費者や広告主から得られる収入があるからこそ、ビジネスとして成立する。

本学会では、入会処理はGoogleフォーム、入会用ホームページはJimdo、コミュニティ管理と通信はサイボウズLiveを使用する。通信は、原則としてサイボウズライブのチャット機能を使って行う。放送のように1対多の情報伝達を行いたい場合は、ファイル共有機能や掲示板機能を使用する。サイボウズLiveは、グループのメンバー数が300名までは無料で利用できる。現在の会員数は123名であり、まだ余裕がある。サイボウズLiveの規約では、グループはいくつでも作れる。300名を超えた場合は「日本情報学会別館」などのグループを作れば問題ない。問題があるとすれば、サービスが停止されることである。サービス停止のリスクに関しては、GoogleフォームやJimdoについても存在する。Google社が破たんする可能性は0に近い。しかし、Googleフォームのサービスが停止される可能性は十分にある。Googleは過去いくつものWebサービスを停止させてきたからである。Jimdo GmbH社は、Googleとは異なり、サービスはホームページ公開およびホームページ作成ツールのWebサービスとしての提供のみである。現在、Jimdoの無料サービスの利用期間の制限はない。Jimdo GmbH社の破たんや買収に際して、無料サービスが廃止される可能性はある。サイボウズ社もグループウェアのみを提供する企業である。サイボウズLiveの無料版は、サイボウズのグループウェアの試用版の位置づけである。

広告宣伝の要素が大きい。サイボウズ社が安泰なうちは、サイボウズLive無料版のサービスが停止されることは考えにくい。無料版の1グループにつき、保存できるファイル容量は1GBと小さめである。

企業ごと、Webサービスごとに不安定な因子は存在する。しかし、対価を払って使うWebサービスにも同じような不安定因子は存在する。インターネット業界の変化スピードは早い。大規模な設備投資は必要ないので、参入障壁が低い。競合サービスが出現したり、新しいサービスに取って代わられたりするスピードが早い。運営企業が破たんしたり、破たんしなくてもサービス提供を停止したりする可能性も大きい。

本学会では、無料サービスを利用できなくなっても、代替となる無料サービスを使用する予定である。ただし、現状では、サイボウズLiveの完全な代替として使えるサービスはない。サイボウズLiveが無料で使用できなくなると、学会が提供するサービスのレベルは落ちる。今後、代替となる無料のグループウェアが登場したとしても、役員にかかる機会費用としてのスイッチングコストは相当なものであることが予想される。会長は授業運営、副会長はゼミ運営で、サイボウズLiveを長らく使ってきたからである。

通常、学会は入会金や年会費などの費用負担を会員に対して課す。学会誌の編集、通信費や事務処理などを行うために職員を雇用するためである。直接雇用ではなくても、外部委託すれば費用が発生する。本学会では、年会費無料を実現するために、機会費用を含む運営コストを極限まで減らす必要がある。そのためには、クラウド化されている無料グループウェアを使う以外の選択肢はない。

5 学会の定義

「広告なしの完全無料の学会は可能か否か」という命題には、ほとんど意味はない。命題の真偽は学会の定義に依存するからである。総会を開かなくて良いならば、完全無料化のハードルは高くはない。通常、学会の総会は全国大会で行われることが多い。定款の変更や役員の選出などの重要事項の決定、予算案および収支報告書などのカネ関係の承認が行われるからである。リアルワールドでの総会を、学会であることの必要条件とすると、完全無料の学会は不可能に近い。ただし、任意団体であるならば、定款を作成する必要はなく、総会を開催する義務もない。一般社団法人化あるいは財団法人化されている学会も増加傾向にあるが、比較的大規模な学会でも任意団体のままにしている場合もある。本学会は、任意団体として定款を作成した。

学会の明確な定義や学会を名乗ることができる条件などは存在しない。学会は、会長あるいは発起人によって設けられた場である。どのような場であっても、学会を自称することはできる。場を作り、維持するためには、機会費用は必要である。直接的な費用も必要な場合が多い。しかし、場を維持するために、入会金や年会費を徴収しなければならないということはなく、学会が法人である必要もない。極論すれば、会長1人がブログを開設するだけで、学会を名乗

ることができる。そのような場の便益は、会長の力量、熱意、置かれた状態などに大きく依存する。会長が親切であれば、ブログに投稿された意見に対して、会長からのフィードバックを得られる可能性は高い。会長が有能であれば、会長によって投稿されたブログ記事が、閲覧者の役に立つ可能性は高い。

学術的な内容で、大量のアクセスを得られる可能性は低い。近年、インターネットの広告収入のみで正社員の収入を超えるような収入を得る個人が誕生した。しかし、学術的なコンテンツで生活費を稼ぐ個人は存在しない。趣味として学術的なコンテンツを発信している個人は存在しないわけではない。しかし、収入の期待値は低い。継続的な運営は期待できない。複数年またがり、学術的なコンテンツがアップロードされている場合は、インターネットにおいて稀である。承認欲求を満たそうにもアクセス数は少なく、いくら精緻な内容でも研究業績として認められることはない。インターネットのコンテンツとして公開するのは、インセンティブが低すぎるのである。無料オンライン学会の設立は、そのような観点からも意義がある。

本論文では学会を以下の3つの条件を満たす組織と定義する。

- (1) 査読付きの論文誌を発行する
- (2) 会員間のコミュニケーションの場が存在する
- (3) 日本学術会議の協力学術研究団体である

学術の振興のためには、会員からのアウトカムの公表が重要である。学会誌は必要不可欠である。アウトカムの質を保証するため査読付き論文を含むことが望ましいが、印刷メディアである必要はない。本学会では科学技術振興機構のJ-STAGEを利用して、論文誌を電子ジャーナルとして発行する。J-STAGEの利用には審査があり、申請書や書類を提出する必要がある。本学会が提出した書類は、投稿規程と投稿の手引き、査読規程と査読者一覧および査読報告書である。後者3つは査読付きの論文誌の場合のみ要求される。査読者は会長が集めた。書類は副会長である著者が1人ですべて作成したが、1人で作るメリットは大きい。複数人で分担して作成するより、短時間で無矛盾性が保証された書類が作成できる。またコミュニケーションを取るための機会費用も省ける。

会員間のコミュニケーションは、通常の学会では研究会や全国大会で実現される。本学会はオンライン学会であるため、グループウェア上で実現される。サイボウズLiveにはチャット機能と掲示板機能があり、副会長はゼミ運営で4年以上利用してきた。グループは学年ごとに作成した。経験上、コミュニティが活性化されるかどうかは、グループのメンバーに大きく依存する。本学会のグループも、コミュニケーションが活発とはいえない。ただし、それは掲示板で可視化されている部分だけである。会員間のチャットは、役員には可視化されない。また、可視化されるべきではない。

6人の人を介せば世界中のすべての人と繋がるというスモール・ワールド現象という仮説が

ある。研究者に限定すれば、6人も必要ではなく、研究分野まで限定すれば、1人も介さないで繋がることも現実的である。本学会のサイボウズLiveのグループは、情報教育分野の研究者を繋げるという目的がある。学会には、スケールフリーネットワークのハブとしての役割がある。掲示板で活発な議論が行われなくても、チャットで繋がっている研究者がいれば目的の半分は達成される。掲示板での議論は、論文誌に公開された論文の内容に関する著者と質問者の質疑応答が中心になることを想定している。学会発表は、リアルタイムの質疑応答がなされる。時間が限られた状況における発表者の返答の内容によって、発表者の実力は可視化されやすい。しかし、質問の返答に対するさらなる質問は、暗黙の了解で行われないことが多い。質疑応答が盛り上がりつつも、時間切れあるいは議長によってストップさせられることもある。掲示板なら、議論は非同期で行われるのでじっくり考えられる。また、質問内容や回答の履歴が残る。リアルタイムの質疑応答に比較してメリットもある。

日本学術会議は、1948年に日本学術会議法によって設立された。文部科学省内に設置されていないので、中央教育審議会とは異なり、政府機関ではない。しかし、内閣総理大臣が所轄する機関であり、ほとんどの学会が協力学術研究団体として指定されている。日本学術会議から協力学術研究団体へはニュースメールが配信される。日本学術会議が開催するシンポジウムや国際会議などの情報がニュースメールに掲載されている。また、学会が開催する会議は日本学術会議と共同開催されることがあり、日本学術会議によって後援されることもある。協力学術研究団体には、日本学術会議の委員会の審議に求めに応じて協力する義務が生じる。

日本学術会議の協力学術研究団体に指定されるためには、審査を受けることが必要である。審査を受けるためには、以下の条件を満たしているのが前提である⁽²⁾。

- (1)学術研究の向上発達を主たる目的として、その達成のための学術研究活動を行っている
- (2)研究者の自主的な集まりで、研究者自身の運営によるものである
- (3)個人会員が100人以上であり、かつ研究者の割合が半数以上である
- (4)学術研究を掲載する機関誌を年1回継続して発行している

(1)の学術研究活動に関して、以下のような組織は除外されることが「日本学術会議協力学術研究団体の指定に係る必要な要件及び手続」に明記されている。

- ①一定の思想、主義、主張の普及又は宣伝を主たる目的とするもの
- ②趣味を目的とする同好者の集まりと認められるもの
- ③学術の研究が当該団体又は当該業種の事業目的の従たる目的に過ぎないと認められるもの
- ④営利を目的とすると認められた団体及びその附属機関

④の条件により営利法人は指定を受けられない。②と③の条件により非営利法人や任意団体

でも、学術の研究を主な目的としている必要がある。

(2)と(3)における「研究者」は、日本学術会議と協力・連携することが前提とされている。日本学術会議のWebサイトで、「研究者」は以下のように定義される。

- ①大学、高等専門学校、大学共同利用機関等において研究に従事する者
- ②国立試験研究機関、特殊法人、独立行政法人等において研究に従事する者
- ③地方公共団体の試験研究機関等において研究に従事する者
- ④公益財団法人、公益社団法人、一般財団法人、一般社団法人等において研究に従事する者
- ⑤民間企業において研究に従事する者
- ⑥その他、高度の専門性を有し、職務として研究に従事する者、又は、当該研究分野に関し、優れた業績を有する者

①で該当するのは助教以上である。学部学生や大学院生は含まれない。また、①から⑥の全てで、職務として研究に従事することが条件である。「研究で収入を得ている者」が半数以上含まれていなければ、指定を受けられない。

(4)の「機関誌」に関しては以下のように定義されている。

- ①人文科学、社会科学又は自然科学に関する学術の研究発表及び議論を主たる目的とするもの
- ②発行の終期を予定し得ないもの
- ③学術に関する団体自身が発行するものとしての形態を具備しているもの
- ④広告の掲載量が全紙面の3分の1を超えないもの

①の条件を満たしているとしても、予稿集、講演要旨集、会議用資料は機関誌に含まれない。全国大会や研究会の予稿集のみを発行するのでは、協力学術研究団体には指定されないことになる。また、文献紹介、図書目録、時事を報道論議することを主たる目的とするものも機関誌には含まれない。論文誌あるいは学術的な記事が掲載されている学会誌の発行が、指定を受けるための必要条件になる。日本学術会議のWebサイトには、「学術の研究発表及び議論を主たる目的とする、主に査読付きの投稿論文等を掲載した論文誌であること」と明記されている。実質的には、査読付き論文誌を発行しない限り申請は通らないことになる。本学会は、年1回以上、査読付きの論文誌「情報教育ジャーナル」を発行する予定である。したがって、この条件はクリアされる予定である。ただし、協力学術研究団体の申請時には、3刊の機関誌を提出することになっている。年4回のペースで発行するとしても、学会発足から少なくとも1年近く経過していないと申請できないことになる。本学会は5月1日に設立された学会であり、満たされていない条件は(4)のみである。J-STAGEで査読付き論文誌を公開するための審査には通っている。今後、よほどのトラブルがない限り(4)も満たされ、日本学術会議の協力学術研

究団体に指定されることになる。

「完全無料の学会」という発想は独創的ではない。日本に存在しなかったのは、機会費用を含む費用の発生が避けられないこと、発起人になろうとする研究者の数が少ないことおよび機関誌発行リスクが高いことが挙げられる。機関誌については、学会誌や論文誌に価格をつけて、一般販売しているケースも多い。ところが、学会誌や論文誌が会員以外に売れることはほとんどない。機関誌は商業ベースには乗らず、機関誌の発行は学会からすると純粋な費用になる。また、印刷メディアでの発行は、機関誌の部数が少ないほど、1冊あたりの出版費用は高くなる。機関誌のページ数が同じという仮定を置くと、規模の小さい学会は不利である。規模の小さい学会は会員数が少ないので、機関誌一冊あたりの費用は高くなるからである。新規に設立する学会の規模は小さいため、新規に無料の学会が設立されないのは必然である。

規模が大きくなれば、機関誌1冊あたりの費用は下がる。年会費を値下げすることは可能である。しかし、一度設定された年会費の額の変更は不可能に近く、印刷メディアで機関誌を発行する場合、会計的な費用を0にすることも不可能である。本学会では、論文誌を電子出版することで、会計的な費用を0にしている。ただし、電子出版でも編集者の機会費用は避けられない。外注すると会計的な費用になり、会員から年会費を徴収せざるをえないからである。本学会では、副会長が編集担当理事を兼ねて論文誌を編集する。

6 広報活動

日本学術会議は協力学術研究団体指定の条件の1つとして、100人の個人会員を有することを挙げている。協力学術研究団体に指定されていない学会の論文誌に掲載された論文は、たとえ査読付きであっても低く評価される。最低100人の会員を集めることが、本学会の直近の目標であった。

本学会はオンライン学会である。リアルワールドには実体がない。会員がコミュニケーションするためのグループウェアは、インターネット上にはある。しかし、会員になった後でしかグループウェアにはアクセスできない。学会のWebサイトは、学会の実在を証明するために必須である。またJ-STAGEの利用申請書にも、学会サイトのURLを記入する欄がある。

本学会のWebサイトは入会用サイトと公式サイトに分かれている。入会用サイトは副会長である著者が作成し、公式サイトは会長が大学内のLinuxサーバーに作成した。入会用サイトは、掲載情報を絞りこむことでページの読み込みを軽くしている。また、PC、タブレット、スマートフォンのすべてに対応させるため、マルチデバイス対応で定評があるJimdoでサイトを作成、公開した。

JimdoはフリーミアムモデルのWebサービスである。Jimdoでは、無料サービスは有料サービスと差別化されている。無料サービスでは機能に制限がある。独自ドメインを取得することができない、アクセス解析ができないなどの制限である。無料サービスのドメイン名は、ファー

ストレベル・ドメイン名はcom、セカンドレベル・ドメイン名はjimdoになる。サードレベル・ドメイン名は自由に設定できるため「jsce」とした。したがって、学会サイトのURLは図1で示される通り「jsce.jimdo.com」である。

通常の日本の組織であれば、トップレベルドメインはjpであり、第2レベルドメインはcoあるいはorである。営利法人ならばcoで、非営利法人や非営利団体はorである。たとえば、情報処理学会のアドレスは「www.ipsj.or.jp」である。Jimdoの無料サービスでは、ドメイン名は「〇〇.jimdo.com」になる。Jimdoの宣伝も兼ねるからである。このような事情は、同様のサービスであるWIXでも同じである。Jimdoを選択した理由は、WIXのサーバーで公開されたサイトは、Jimdoのサーバーで公開されたサイトより、平均的に重いからである。

ページ情報			
URL	https://jsce.jimdo.com/		
title	日本情報教育学会 (JAIE: Japan Association for Informatics Education) - 入会用ページ		
description	日本情報教育学会の入会用ページです。日本情報教育学会は、恐らく日本初の、入会金無料、年会費無料の学会です。論文の投稿料、掲載料も無料です。投稿論文はJ-STAGEに掲載されます。		
keywords			
h1	学会の概要		
発リンク数	外部リンク:8 内部リンク:16 全ての発リンクを見る		
最終更新日時	- HTTPヘッダを見る		
ファイルサイズ	56.6KB	ページ読み時間	2.336秒

図1 学会入会用サイトのトップページの情報

図1に示されるように、本学会の欧文名は「Japan Association for Informatics Education」で、略称はJAIEである。学会欧文名の略称はURLのJSCEと異なる。これは、当初、学会の欧文名が「Japan Society for Computer Education」であったためである。本来、学会名称が決まった時点で、URLの変更が望ましかった。変更されなかった理由はいくつか存在する。

著者はHTMLとCSSおよびJavaScriptとDreamWeaverに関する授業「Webプログラミング」は数年間担当したことがある。しかし、実際にWebサイトをテスト目的以外で公開したことはなくSEO(Search Engine Optimization)に詳しくなかった。著者が行ったSEOは、「検索ワードとして予想される単語をトップページに多く含ませること」のみである。単語の出現回数ランキングを図2に示す。サイトの解析は「SEOちえき！」を使用する⁽¹⁾。「SEOちえき！」は無料のWebサービス

総単語数:780

ワード	回数	比率
情報	22	2.82%
教育	21	2.69%
会員	17	2.18%
学会	15	1.92%
この	14	1.79%
任意	14	1.79%
団体	14	1.79%
行為	14	1.79%
第	13	1.67%
日本	11	1.41%
グループ	10	1.28%
事業	10	1.28%
入会	10	1.28%
利用	10	1.28%
条	10	1.28%

図2
トップページの単語出現回数ランキング

で、ビジネスモデルは広告モデルである。

定款の一部がトップページに掲載されているので、規程に含まれるような単語が多く含まれている。著者は、入会にあたり、最低限の事項が含まれるサイトを作成した。図3に示される入会用サイトを兼ねるサンプルサイトである。

入会の条件に、正会員の推薦が必要な学会がある。本学会では推薦は必要なく、入会資格審査もない。会長によって作成された入会フォームに記入されたデータは、庶務担当理事が処理する。庶務担当理事は、サイボウズLiveの招待メールを入会希望者に送る。原則として、入会希望者は全員入会させる。ただし、論文誌への論文の掲載はある程度のハードルを設ける。査読付きの論文ではない「研究資料」として投稿された場合でも、一定レベルを満たしていないと判断された場合は掲載しない。採否の判断を下すのは編集委員会である。



図3 マルチデバイスに対応したサンプルサイトのトップページ

当初、本学会の広告担当理事と広告担当委員が、図3のサンプルサイトを参照しながら公式サイトを作成する予定だった。ところが、様々な紆余曲折があり、広告担当によるサイトは作成されなかった。その後、会長による公式サイトが開設されたので、サンプルサイトは必要なくなった。しかし、その間に、サンプルサイトの「情報教育学会」での検索順位が6位になっていたため、入会専用サイトとして残すことが得策と判断された。2017年7月1日には、図4に示されるように、検索順位は3位まで上がった。

一般に、予想される検索キーワードで、検索順位が2ページ目以降になると、そのサイトは存在しないに等しいといわれている。また1ページ目でも順位が4位以下では、クリック率は急激に落ちるとされている。「情報教育」という検索ワードでは、図5に示されるように順位は7ページ目になるので、存在しないに等しい。「学会」という検索ワードが重要であることは間違いない。しかし、Jimdoの無料サービス版では、アクセス解析機能が使用できない。検索順位が上がる理由も明確ではない。



図4 「情報教育 学会」での検索結果



図5 「情報教育」での検索結果

図6や図7に示されるように、トップページには定款の抜粋とサイボウズLiveの日本情報教育学会グループの利用規約が掲載される。堅い単語が並ぶことになるので、サイトの信頼性が増すとはいえる。

<p>【日本情報教育学会定款の抜粋】</p> <p>第1章 総則</p> <p>(名称)</p> <p>第1条 この任意団体は、日本情報教育学会と名称する。 2 この任意団体の欧文名は、Japan Association for Informatics Education（略称JAIE）とする。</p> <p>(事務所)</p> <p>第2条 この任意団体は、主たる事務所を山形県山形市小白川町1丁目4番12号山形大学学術研究院加納研究室に置く。</p> <p>第2章 目的及び活動</p> <p>(目的)</p> <p>第3条 この任意団体は、情報教育およびその関連分野の進歩普及をはかるとともに、産業界、学会、行政などの内外関係機関と協調して、人類の福祉に貢献することを目的とする。</p> <p>(活動の種類)</p> <p>第4条 この任意団体は、第3条の目的を達成するため、次に掲げる活動を行う。</p> <ol style="list-style-type: none">(1) 論文誌及び学術図書の刊行(2) 研究会及びポスター発表会の開催(3) 学術講演会及びシンポジウムの開催(4) 関連学術団体との連絡及び協力(5) 国際的な研究協力(6) その他この任意団体の目的を達成するための活動 <p>2 項の論文誌発行に関する投稿規程及び編集規程は別途定める</p> <p>(事業)</p> <p>第5条 この任意団体は、第3条の目的を達成するため、次に掲げる事業を行う。</p> <ol style="list-style-type: none">(1) ICTを用いた教育の情報化の推進事業(2) ICTやロボットの活用にもなう社会の変化に関する調査研究事業(3) AIの普及にもなう様々な齟齬やトラブルの軽減に資する調査研究事業(4) 情報モラル教育を推進、ネット上のトラブルの軽減に関する事業(5) プログラミング教室や情報モラル教育講座など情報教育の推進と普及・啓発を図る事業(6) 情報の科学的理解のための啓発事業(7) その他この任意団体の目的を達成するための事業 <p>第3章 会員</p> <p>(種別)</p> <p>第6条 この任意団体の会員は、次の4種とする。</p> <ol style="list-style-type: none">(1) 正会員 情報教育の研究者及びこの任意団体の目的に賛同して入会した者(2) 賛助会員 この任意団体の目的に賛同し、事業を賛助するため入会した個人または団体(3) 名誉会員 情報教育の研究に多大な貢献のあった正会員のうち、理事長が推薦した者(4) 顧問 会長又は副会長を退任した会員 <p>(入会)</p> <p>第7条 正会員として入会しようとするものは、理事長が別に定める登録用Webページより、理事長に申し込むものとし、理事長は正当な理由がない限り入会を認める。 2 賛助会員として入会しようとするものは、理事長に申し込みをすることによって、会員となることができる。</p> <p>(経費の負担)</p> <p>第8条 入会金及び年会費は無料とする。 2 研究会及び懇親会で実費が発生する場合には、参加者した会員が費用を分担する義務を負う。</p>

図6 トップページに掲載された定款の抜粋

【サイボウズLive日本情報教育学会グループ利用規約】	
1. 利用規約の範囲	任意団体日本情報教育学会（以下「本学会」という。）の会員は、グループウェア「サイボウズLive」の日本情報教育学会グループ（以下「本グループ」という。）の利用に関して適用される、以下の利用規約を承認するものとします。 研究活動における留意事項は、日本情報教育学会倫理規程で別に定めます。
2. 禁止行為	(1) 法令に反する行為 (2) 違法行為を助長する行為 (3) 他人の名誉や信用を毀損する行為 (4) 他人のプライバシー権、パブリシティ権、著作権を侵害する行為 (5) 他の会員に対する誹謗中傷、脅迫、いやがらせなどの精神的な損害を与える行為 (6) 日本情報教育学会とは無関係の商業用の広告や宣伝を投稿する行為 (7) アフィリエイトリンクを投稿する行為 (8) チェーンメール、MLM、リードメールなど他人を勧誘する内容を投稿する行為 (9) その他公序良俗、一般常識に反する行為
3. 処置	(1) 禁止行為が確認された場合、本学会は会員の除名や投稿内容の削除などしかるべき処置をとります。 (2) 除名や投稿内容の削除に関する本学会への質問や苦情は、受け付けておりません。
4. 免責事項	(1) 本学会は、本グループにおける会員同士の活動に関与しません。禁止行為と判断される場合を除き、会員間のトラブルは当事者同士で解決するものとし、本学会は責任を負わないものとします。 (2) 会員は、本グループでの自らの行為において責任を負います。この利用規約に従わない場合には、会員が有する権利、主張、法的措置、訴訟、訴訟手続きの全てから本学会を免除します。 (3) 本学会は、本グループの運営を任意の理由で中断することができます。また、本グループの利用または本グループを利用できないことによる損害について、責任を負いません。
5. 会員の同意	(1) 会員は、本グループを利用することにより、この利用規約の内容に同意されたものとみなされます。 (2) この利用規約は本学会の判断で任意に変更されます。

図7 トップページに掲載されたサイボウズLiveグループ利用規約

図8には、2017年7月1日までに獲得したフェイスブックの「いいね」数が示される。会員数100名強の学会ということ考虑すれば、会員の約30%が「いいね」を押したことになる。サイボウズLiveの掲示板では、「いいね」を押すように会員にお願いしたことはない。検索順位の上昇にも影響があるので、SEO的には、会員に押しってもらう方が良い。



図8 フェイスブックの「いいね」数

検索順位が短時間で上位に上がった理由として、Jimdoのテンプレートがレスポンシブデザインを採用していることも考えられる。レスポンシブデザインとは、マルチデバイス対応技術の一種であり、ブラウザの横幅のサイズに合わせてCSSを切り替える手法である。CSSの切り替えは、HTMLに埋め込まれているJavaScriptのプログラムで行われる。レスポンシブWebデザインの技術を用いない場合、PCからのアクセスとスマートフォンからのアクセスで、異なるHTMLをWebサーバーが返す。この場合、HTMLの振り分けはサーバーサイドのプログラムで行われる。Googleがレスポンシブデザインを推奨する理由は、1つのページにつき、1つのHTMLファイルしか存在しないからである。1つのページに複数のHTMLファイルが存在すると、Googleのクローラの資源を消費することになる。また、レスポンシブデザインはWebサイトの訪問者にとっても利点がある。HTMLファイルが1つならば、リンクをシェアしやすくなり、デバイスに応じてリダイレクトされる待ち時間もなくなる。レスポンシブデザイン採用サイトのランキングを上げることを2015年4月にGoogleは表明した。

SEOにおけるGoogle社の影響力は大きい。SSL(Secure Socket Layer)は、暗号化通信が行われるため、セキュリティは高いが通信速度が遅くなる。以前は、パスワードや個人情報を送信するページにしか採用されていなかった。2014年にGoogleはSSL化されたサイトのランキングを上げていく宣言をした。それ以降、すべてのページでSSLを使用するサイトが急増した。Jimdoで作成したサイトは、自動的にすべてのページがSSL対応になる。本学会の入会用サイトもSSL化されている。ページランキングの上昇に影響したはずである。

Webサイトを開設し、ランキングを上げることは学会の信頼性を高めるためにも重要である。ただし、新規会員を獲得するためには、それだけでは不十分である。オーガニックサーチの件数自体が少ないからである。学会関係の情報は、各種メーリングリストに流されることが多い。本学会は、入会案内と論文誌への投稿募集の公告を2つのメーリングリストに流した。京都大学高等教育研究開発推進センターと人工知能学会のメーリングリストである。他の関連学会のメーリングリストにも投稿や掲載を打診してみた。しかし、メーリングリストの趣旨に沿わないとされたり、公告として掲載料が必要とされたりした。

紙媒体の公告もあったほうが良いという判断で、著者はチラシも作成した。図9のチラシをパワーポイントで作成し、サイボウズLiveの掲示板にアップロードした。チラシ作成は、学会のポスター発表のポスター作成の技術をそのまま使用すれば、難しいことはない。アップロードにあたり、すべての著作権の放棄を宣言した。会員は、チラシをダウンロードして、リアルワールドの掲示板に貼ったり、組織内の研究会などで配布したりできる。しかし、サイボウズLiveではダウンロードの状況がわからない。チラシの効果は全くの不明である。

Informatics Education Society of
Japan

日本情報教育学会

新規会員 募集中



入会金：無料
年会費：無料
採録費：無料

査読付き学会論文誌
情報教育ジャーナル

- J-STAGEに掲載
- 掲載費はもちろん無料
- 年1回12月発行
- 「原著論文」は査読あり
- 「総説・展望」は査読あり
- 「研究資料」は査読なし

お問い合わせ
jsce@pbd.kj.yamagata-u.ac.jp

図9 学会宣伝用チラシ

7 グループウェアの利用

日本情報教育学会はオンライン学会である。グループウェアに、会員から構成されるグループを作成する。グループウェアはサイボウズLiveを使用する。サイボウズLiveは「サイボウズOffice」で定評のあるサイボウズ社が展開する小規模グループ向けのWebサービスである。同様の無料サービスのグループウェアとしてYahoo!グループが存在した。しかし、Yahoo!グループは設備の老朽化を理由に2014年5月にサービス終了になった。Yahoo! メッセンジャーも利用者減を理由に2014年3月にサービス終了になった。Google同様、Yahoo! Japanは、多種多様なサービスを展開している。サイボウズ社のビジネス領域はグループウェアのみであり、サービス終了の可能性は低い。

図10は、サイボウズLiveに開設された日本情報教育学会のグループである。他のグループとして論文誌である「情報教育ジャーナル」の編集用と査読用グループがそれぞれ存在する。



図10 サイボウズLiveの「日本情報教育学会」グループ

図10の「メンバー名簿」には、グループに所属する全メンバーの氏名、所属、メールアドレスなどの情報が確認できる。ただし、メンバー自身が他のメンバーに公開する情報をコントロールすることができる。公開必須な情報は、氏名の情報のみである。

図10の「共有フォルダ」には、図11で示されるように、定款や規程などがアップロードされる。共有フォルダ内のファイルは、すべての会員がダウンロードできる。無料サービスでは、共有フォルダに保存できるファイル容量は1GB以内である。ただし、メンバーが掲示板にファイルを添付して書き込みした場合のファイル容量も1GBに含まれる。



図11 グループの共有フォルダ内

「共有フォルダ」には、作成中の規程類もアップロードすることにした。図11でも定款はver.32となっており完成していない。作成途中の書類をアップロードする理由は、役員の作成した書類にミスが含まれる可能性があるからである。ミスがないための機会費用をかけるぐらいならば、会員から指摘を受けて修正した方が機会費用は安くなる。組織を安定的に設立、維持するために重要なのは、役員のプライドではない。役員の機会費用を低く抑えることである。情報を開示しなければ、情報の非対称性が生じる。情報の流れをせき止めることで対人関係を制御できる側面はある。しかし、組織の縦割り、役員の独裁、一般会員の無関心につながる。役員報酬がなければ役員は辞任しやすい。役員に辞任に備える意味でも、一般の会員との情報共有を促進すべきである。

共有フォルダにはトップページのメニューからリンクを貼ることができる。図12の「リンク集」の「規程や手引」は、共有フォルダにリンクされている。リンク集から掲示板の書き込みにリンクを貼ることもできる。図12の「論文投稿」は、「情報教育ジャーナル」に論文を投稿する際に読むべき掲示板の投稿記事へのリンクである。

サイボウズLiveには、掲示板の投稿でアンケートを作成する機能がある。図12の「投票受付中のアンケート」の下に、作成されたアンケートへのリンクが自動的に張られる。

管理者権限があるメンバーは、図12の「メンバーへのお知らせ」の欄に、公告を記入することができる。掲示板にトピックを立てて、トピックに投稿することで公告を記入することも可能である。ただし、その場合は、図13の「共同編集」のチェックを外すべきである。チェックを外さないと、全てのメンバーが編集できることになる。サイボウズLiveでは、グループワークを出来るようにするためか、デフォルトで「共同編集」のチェックが入っている。なお、図13の「書き込む」ボタンの右側の「この更新を通知する」のチェックを外さなければ、書き込みがあったことを通知するメールが全メンバーに送信される。緊急連絡にチェックを入れると、掲示板の更新情報は直ちにメール通知される。



図12 メンバーへのお知らせ、投票受付中のアンケート、リンク集および参加メンバー

トピックの作成

タイトル [必須]

カテゴリ
★お知らせ

本文

編集モード: テキスト 書式編集

詳細設定

共同編集 (登録者以外に、本文の変更を許可する) 共同編集とは?

緊急連絡 (本文・コメントの書き込みと同時にメールで通知する)

この更新を通知する 更新を通知するとは?

図13 掲示板におけるトピックの作成

ただし、掲示板の書き込みがメール通知されるかどうかは、ユーザーが自らアカウント設定でコントロールできる。図14の「新着メール通知」で、定期メール通知の可否や、定期メールの通知の送信間隔や、定期メール通知の停止時間帯の設定ができる。

cybozu Live

グループ マイカレンダー チャット アカウント

ホーム > アカウント情報

個人設定

アカウント情報

言語

Twitter連携

Facebook連携

プロフィール

プライバシー

参加グループ

表示

新着メール通知

予定メール通知

予定公開

お知らせ

連携アプリケーション

メールアドレス kkomatsu@bgu.ac.jp

パスワード *****

※氏名などのプロフィール情報は、プロフィール情報で変更できます。

図14 アカウントの個人設定

図15は定期メールの通知設定である。サイボウズLiveは、ビジネス用途が想定したグループウェアであり、メール通知に関して細かい設定が可能である。こだわりがなければデフォルトの設定でも問題は生じない。設定の細かさと使いやすさのバランスに優れているといえる。

新着メール通知の設定変更

定期メール通知 [必須]

通知しない

通知する

kkomatsu@bgu.ac.jp

no-reply@cybozulive.comからのメールが届かない場合は、迷惑メールの設定を確認してください。

通知停止時間

1:00 ▼ ~ 6:00 ▼

※緊急連絡が設定されたトピックの到着は通知されます。

通知間隔 [必須]

1 時間 ▼

緊急メール通知 [必須]

kkomatsu@bgu.ac.jp

no-reply@cybozulive.comからのメールが届かない場合は、迷惑メールの設定を確認してください。

変更する
キャンセルする

図15 定期メールの通知設定

入退会処理もサイボウズLiveのみで行える。入会処理は、管理者権限を持つメンバーが、入会希望者に招待メールを送る。図12の「参加メンバー」の右にある「追加」リンクから、招待メールを送ることができる。退会処理は、管理者権限を持つメンバーの操作は必要ない。各メンバーが図14の個人設定ページの「退会する」をクリックするだけである。

1グループに参加できる上限は300人である。300人を超える場合は、新しいグループを作成するか、有料サービスのサイボウズOfficeへ移行することになる。サイボウズLiveはフリーミアムモデルを採用している。メンバー追加とファイル保存容量追加の有料オプションは提供予定である。2017年9月1日現在では提供されていない。

有料サービスのサイボウズOfficeは、サイボウズLiveの上位互換ではない。図10の「チャット」では、300人以内のメンバー全員との1対1のチャットが可能である。また、グループチャットも可能で、最大300人が同時にチャットできる。サイボウズOfficeでは、チャット機能自体が存在しない。図12のアンケート機能もサイボウズOfficeには存在しない。

8 無料学会の経営戦略

構想をいくら練ってもわからないことは多い。実現させてこそ構想は生きる。論理的には正しくても、現実での妥当性がなければ実現されない。ただし、「当たって砕ける」では良くない。

十分に準備をした上でなら良いのかもしれないが、それも程度による。程度が80%ならば、機会費用はそれほどかからない。しかし、そこからさらに程度を上げようとするれば機会費用は莫大である。しかも100%の準備などはない。ある程度準備するのは当然で、当たって砕けた後の対策が必要である。最終的には役員が自腹を切る覚悟が必要である。ただし、市場原理がこれだけ浸透していても、学会サービスのすべてを代替してくれる業者は存在しない。需要はそれほどないからである。

「失敗は成功のもと」ともいわれる。しかし、自分が失敗することによって、多数の人々が巻き込まれるような失敗は極力避けるべきである。有料ならば当然として、無料でも失敗してはならない。自分は成長するかもしれないが、多数の人々の「時間」という資源が浪費されかねないからである。無料学会の設立は前例に乏しい。万人に対して価値のあるカネでしか人は動かないという前提で、頭の中でシミュレーションを行い、失敗を未然に防ぐ努力をすべきである。

インターネットの技術は、通信技術とコンピュータ技術を組み合わせた、破壊的イノベーションである。ビジネスでの活動も社会的な活動も、インターネットで十分なものは、インターネット上で行われるようになった。目に見える費用や機会費用が安いからである。学会活動も、インターネット上をメインにしても大きな問題は生じないはずである。クラウド化されている無料のWebサービスを使用するオンライン学会ならば、無料学会設立の可能性は大きく開ける。サーバーやソフトウェアなどの調達やシステム構築、運用管理などの手間がかからないからである。通常の学会でも、会員が1人増えた時の限界費用は低い。しかし、会員がいてもいなくても発生する固定費用は、通常の学会ではそれなりに掛かる。本学会では、目に見える固定費用は0円である。

任意団体の場合、社団法人や財団法人としての登記の申請費用も掛からない。たとえば、日本社会学会は90年を超える歴史があり、会員数約3600人の比較的大規模な学会である。年会費も一般会員は14500円と高額である。しかし、法人格を取得していない任意団体である。日本社会学会の場合、定款は存在しないが理事会と会則は存在する。会則で総会を最高機関として定めているが、任意団体では総会の開催も任意である。総会を開催しないならば、目に見える費用も機会費用も大幅に削減できる。

経営戦略を「同じ業界の競争相手と比べてどれだけ異なっているか」と定義すれば、本学会の戦略は明確である。年会費を0円にすることである。本論文の定義でも、日本学術会議の見解でも、営利法人は学会ではない。営利法人でないにも関わらず、既存の学会は、サービスに対して比較的高額な年会費を徴収している。学会は広告収入には期待できない。学会の安定的な運営や、部数の少ない学会誌や論文誌を発刊するために、年会費の存在は致し方ないといえる。年会費無料の学会は極めて稀である。

需要の価格弾力性が大きい市場ほど、価格は低く設定されやすい。多くの学会で、学生の年会費と社会人の年会費は価格差別化されている。需要の価格弾力性が学生の需要曲線の方が大きいからである。本学会は価格が0円である。学生会員の機会費用は低いこともあり、学生会

員の割合が、比較的高くなるはずである。しかし、2017年9月1日現在、学生の会員は1名しかいない。本学会は、これまで学生向けに宣伝してこなかったからである。本学会の当面の目標は、日本学術会議の協力学術研究団体として指定されることである。そのための条件の1つが、助教以上の研究者の割合が50%以上であることである。協力学受験級団体として指定された後には、適格認定調査の類はない。学生会員はいくらでも増やせる。

一般的に財・サービスの価格を下げれば、需要曲線に沿って、価格の低下とともに需要量は増加する。しかし、本学会の価格は0円である。これ以上、価格を下げることによって、需要を増やすことはできない。需要を増やすためには、需要曲線を右シフトさせるしかない。需要曲線の右シフトには宣伝広告が確実ではある。しかし、かけられる費用が0円では手段は限られる。査読付きの論文誌をJ-STAGEで毎年1冊発行することが、もっとも効果の高い広告であると推測される。

経営戦略を「なにを選択しないか」と定義しても、本学会の戦略は明確である。最低限の広報、J-STAGEを用いた論文誌の発行およびグループウェアを用いた研究者間のコミュニケーションの促進。それ以外のことは、やらないか会員の自発的な活動に委ねる。

9 まとめ

どこか1つ同じような学会に入っていれば、論文誌を発行するだけの新しい学会に、追加的に入会する際の限界効用はほとんどない。しかし、本学会の入会費、年会費、論文誌の採録費はすべて無料であり、入会者にかかる会計的な費用は0円である。経済学にかかる費用も、入会手続きにかかる時間に相当する機会費用のみである。学会に入会することの限界効用が、機会費用を上回ると予想されれば、合理的には人は入会し、消費者余剰は増えることになる。

著者が学生時代に所属していた研究室では「4年生は全員がA学会へ入ること」という指導が行われていた。卒業論文を全国大会で発表させるためである。A学会の学会費は高めで、学生会員でも5000円かかった。著者の4年生当時は、卒業研究や卒業論文を書く以外の時間が全くなく、アルバイトをしていなかった。バブルが崩壊した直後ですでに株価は下がっていたが、物価は依然として高かった。昼ごはんは、よく70円のライスに50円の生卵をかけて卵かけご飯にしていた。190円の素ラーメンに無料のネギをたっぷり入れていた記憶もある。5000円の出費は生活を圧迫した。

2013年の学位規則の一部を改正する文科省の省令により、博士論文のインターネットの利用による公開が義務付けられた。各大学は機関リポジトリで博士論文を一般に公開している。修士論文や卒業論文をリポジトリで公開している大学はほとんどない。公開の義務がないからである。しかし、優れた論文が公開されることによって社会的余剰は増える。本学会には、学生の卒業論文や修士論文の発表の場を無料で提供するという社会的な役割もある。OECD諸国の中で、日本のみ論文数が減少している。国立大学の運営費交付金削減が、減少の最大の理由

とされている⁽³⁾。しかし、情報分野では、他の理系の分野と比較して、研究に比較的可ネが掛からない。意欲や経験や習慣次第で論文数を増やすことができる。学生時代から論文を無料で公表できるような環境作りは、日本の論文数の増加に貢献することになる。

今後、研究、教育の現場にAIが浸透していくことは間違いない。AIが浸透すれば創造だけが人類の特権になる。学会を創造する経験は誰にでもできるものではない。学会を設立、運営した経験には希少価値があり、今後の研究にも生かせる。大学教員はどんな環境でどんな状態であっても、まず研究者としての矜持を失ってはならない。研究者としての矜持を保ちつつ研究内容を授業に還元することも意識すべきである。高等教育には、初等中等教育課程に存在する学習指導要領が存在しないからである。研究や実践の過程で得たものを、学生が飲み込みやすい言葉に砕くことで、授業内容を創造する。それこそが、高等教育機関の教員としての存在意義である。存在意義は人類が存在する限り消滅しない。授業内容を創造できる教員は、AIが教員を勤めるようになったとしても、代替されることはないからである。

参考文献

- (1) <http://seochekei.net> (2017.7.1アクセス)
- (2) <http://www.scj.go.jp/ja/group/dantai> (2017.8.31アクセス)
- (3) 豊田長康, “運営費交付金削減による国立大学への影響・評価に関する研究”, 国立大学協会政策研究所, 2015.

(2017.9.5 受理)