

大学専用アプリによる情報の発信

スマートフォンの普及とともにSNSの利用も増加しており、昨今は個人の利用だけでなく、企業が情報を発信する手段としても多く活用されている。総務省「通信利用動向調査(令和元年5月31日公表)」によると、10〜20代のインターネット利用機器の状況(個人)において、スマートフォンがパソコンを大きく上回っており、高校生や大学生の多くがスマートフォンを利用していることから、大学が独自の専用アプリを提供しているケースも多く見られる。

大学が用いる在学生への情報伝達手段としては、掲示板をはじめ、ホームページやメール配信等を利用することが一般的だが、情報が学生へ届きづらいというデメリットがある。しかし、アプリでは、プッシュ通知機能等の利用により情

報の到着がわかりやすくなる。アプリを活用している大学においては、大学ニュースや授業情報のほか、バス時刻表やキャンパスの天気、学生の活躍を知らせる機能等を搭載することで、利便性の高いサービスを在学生に提供している。

また、在学生だけでなく受験生向けの専用アプリとして、オープンキャンパス情報や出願情報の提供、過去の入試問題の閲覧を可能としている大学や、卒業生をはじめとする学外関係者向けの大学ニュース配信アプリなどもあり、アプリの活用事例はさまざまである。

本企画では、大学専用アプリを運用している各大学の事例を紹介し、加盟大学における今後の情報提供サービスの在り方を考える契機としたい。



CONTENTS

学生支援部署におけるアプリ活用の取組

中尾 匠吾

青山学院大学学生生活部学生生活課

兼 ボランティアセンター ボランティアコーディネーター

学生が創る大学公認アプリ「KSU」

田中 康一郎

九州産業大学理工学部情報科学科教授

卒業生との「つながり」を再び

— キラーコンテンツによる寄附拡大の可能性 —

藤元 健史

筑波大学事業開発推進室主幹

目から鱗が落ちる活用法

— アサーティブアプリの可能性から —

志村 知美

追手門学院大学教務部アサーティブ課課長

学生支援部署における

アプリ活用の取組

中尾 匠吾

青山学院大学 学生生活部 学生生活課
兼 ボランティアセンター
ボランティアコーディネーター

はじめに

学生生活部では、公認サークル・部活動・ボランティア活動等の課外活動や保険などの福利厚生、スポーツ振興、奨学金、健康管理など、在籍する約1万9000名の学生に対する幅広い支援を担っている。その中で、学生へ必要な情報を伝達し、学生生活の満足度向上に貢献することも役割のひとつである。

本稿では、この役割において一部署として行うアプリ活用の取組について共有させていただく。

1 アプリ導入の背景と目的

昭和の中頃から、学生生活部では大学の基本情報を掲載した「らいふいんあおやま」という学生向け手引き冊子（以下、手引き冊子）と学生手帳を毎年作成、配布していた。

手引き冊子には手続き案内などの情報を載せていたが学生にあまり見られておらず、質問に来た学生に対して職員が手引き冊子を片手に説明するといった状態であった。また、学生手帳に至ってはある調査で利用率が10%という結果もあった。そのため、単純な質問対応に多くの時間を取られていた。

それに加えて、手引き冊子は年間6000部、学生手帳は年間1万1000部も印刷しており、数百万円ものコストが毎年かかっていた。

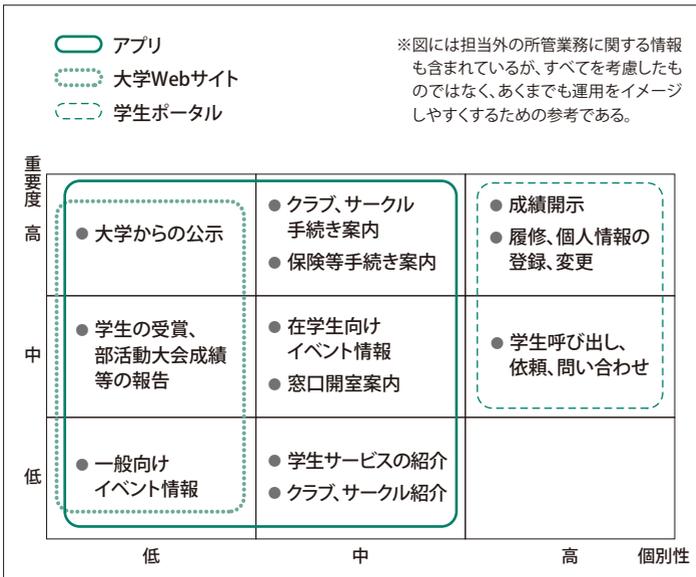
また、本学では学生向けのポータルサイト（以下、学生ポータル）を運用しているが、各部署からメッセージを配信しているため情報量が多く、学生からはメッセージが多すぎて見逃してしまうとの声も届いていた。そのためせっかく有益な情報を配信しても開封数が数百程度と少なく、情報伝達がうまくできていない状況であった。

このような背景から情報伝達手段が時代に合わなくなってきたと感じ、コスト削減と学生の利便性・情報伝達の確実性の向上を目的として、紙媒体を廃止して学生にとってなじみやすいツールであるアプリを導入するに至った。

2 アプリの概要



アプリは手引き冊子の伝統を受け継ぎ「らいふいんあおやま」という名称で2018年3月にリリースした。大学公認キャラクター「イーゴ」と非公認キャラクター「ぎんにゃん」を起用し、主に課外活動や学生生活を送る上で有益な情報を写真やイラストを多用したゆるいテイスト



[図1] 学生生活に関わる情報区分

で発信している。このあたりはアプリならではの特性と部署独自のツールという自由度の高さが生きている。このようにことから学生の個人情報との紐づけはしておらず、図1のとおり既存のツールとのすみ分けを図っている。

コンテンツ例	
通知履歴	プッシュ通知(スマホ画面へお知らせをポップアップ表示する機能)の履歴。プッシュ通知は更新情報や重要度の高い情報を配信する際に利用している。
学生ポータル	TOPページに学生ポータルにログインするアイコンを設け、アプリ経由でログインができる。
営業時間info	事務室や各種学生サービス窓口の開室時間、コンビニ、学食などの営業時間を集約している。
News&info	大学、官公庁、民間団体から寄せられたお知らせ、イベント情報などを掲載している。
学生掲示板	課外活動に関するお知らせの他、学生からの部活・サークルのイベント告知、メンバー募集記事を掲載できる。
お得情報	福利厚生の一環として青学生向けの招待券・クーポン券などの情報を掲載している。
本棚	各部署で発行した学生向け冊子を電子書籍化し、一覧化している。
手続き	各種証明書の発行方法や手続き等に関する案内を掲載している。
各種リンク	独立した項目ではないが、ボランティアセンターやフィットネスセンターなどの所管する各種オリジナルサイトのリンクをアプリへ集約している。

[表1] アプリの主なコンテンツ例

アプリの主なコンテンツは(表1)のとおりである。ご関
心があれば最終ページのQRコードからダウンロード(以
下、DL)してご覧いただきたい。

3 アプリ運用状況と導入による効果と課題

● アプリ運用状況

運用を開始して2年以上が経過し、累計ユーザー数は1
万9000名を超えた。基本的には新入生へ広報を行って

おり、入学手続者へ配布する新入生案内冊子へQRコード
を掲載しているほか、フライヤーを配布している。ユーザー
数・プッシュ通知開封数・閲覧数などの運用データは
Google Analyticsを用いた週次レポートで把握したもの
をまとめ、定期的に学生部委員会にて報告している。個別
ページの閲覧状況については(表2)をご覧いただきたい。

スクリーン名	閲覧数
1 通知履歴(プッシュ通知)	74,315
2 今日は何の日?(TOPページ)	51,764
3 ポータルリンク>ポータル内記事A	37,547
4 ポータルリンク>ポータル内記事B	29,003
5 LINK>コロナ関連特設ページ(大学Webサイト)	25,353
6 ポータルリンク>ポータル内記事C	18,782
7 News&Info	18,600
8 LINK>新入生案内(大学Webサイト)	17,482
9 学生掲示板	17,243
10 営業時間info	13,612
11 キャンパスライフ	13,197
12 お得情報!	11,376

※対象期間:2020/3/1-3/31(月間閲覧総数は590,754)
※ポータルリンク>:TOPページに貼付したリンク先を経由した
学生ポータルログイン画面の閲覧
※LINK>:通知履歴(プッシュ通知)や個別記事に貼付したリン
ク先を経由したWebサイト閲覧

[表2] 個別ページの閲覧状況

● アプリ導入の効果

導入当初の目的としていたコスト削減については、アプ

り関連費用が手引き冊子・学生手帳の印刷費用を大幅に下回り、百万円単位のコスト削減に成功した。毎年冊子を印刷していたことを考えると、長期的にはかなりの節約ができたことになる。教育事業は投資に対して何倍ものリターンが生まれる性質ではないので、経常コストの削減には意義がある。また、削減分の一部で留学生向けの生活支援ハンドブックを作成するなど、より細かなニーズに応える施策にも充当できた。

もう一つの目的である学生の利便性・情報伝達の確実性の向上については、(表2)で示した閲覧数のとおり、以前より部署からの情報が届くようになったと感じている。

最新の事例としては、新型コロナウイルス関連が挙げられる。TOPページに大学Webサイト公式情報(閲覧数5位)へのリンクを貼ったバナーを設け、日々変わる情報をタイムリーにプッシュ通知することでアプリが動線の一つとして機能した。新入生案内(同8位)も新型コロナウイルス関連での変更事項を多く掲載しており、まだ大学の各種サービスやコミュニティからうまく情報収集できない新入生に対するアウトリーチとしても有効であった。

また、質という点では、物理的な制約で掲示板に貼付でき

なかつた外部イベントやコンテストをアプリ上で一部記事化したところ、あるプログラミング大会の情報を見た学生が参加し、入賞を果たして大学から表彰されたことがある。日々大量に届いてうんざりする外部からの郵送物の中にも、実は学生にとってキッカケやチャンスになりうる情報があることに気付かされた。

加えて、美術館の招待券や飲食店などの割引情報を掲載したお得情報も好評である。これまで一部の学生しか知り得なかつたが、アプリで通知することでより多くの学生に有益な情報が届くようになった。既存の制度との相性も良い。公認団体がイベントを開催する際、チケットを大学が買い取って一般学生へ提供する制度があるが、今まではチケット情報を学生ポータルで掲載しても一枚も提供できないこともあった。イベント告知をアプリ上で行うことで学生に認知してもらいやすくなり、お得情報としても掲載することでチケットがより学生の手に渡りやすくなった。あるアカペラサークルのチケットは例年2〜3枚しか提供できなかったのに、買い取った10枚が数日で提供できたのは驚きであった。

● 運用上の課題

様々な効果を感じる一方で、いくつか課題もある。結局、どんなツールでも利用しない学生は一定数存在するもので、窓口での質問対応が飛躍的に減ったという実感はない。アプリに限らず、時流に乗ったツールを導入するだけでは不十分であり、見ることを習慣に落とし込むためにはもう一段の工夫が必要である。

運用の継続性に関しても課題がある。情報伝達の確実性を維持するには、定期的な情報更新や学生が見たいと思う仕掛けが必要である。企画段階から携わった職員が在籍するうちはモチベーションも高くコンテンツの質を維持できるが、人事異動によって人員が変わってしまうと、途端に更新頻度やクオリティが下がってしまうという事例を聞く。元々は紙媒体の代替であることから必然的な流れであり、見方によっては課題ではない。しかし、学生の利便性・情報伝達の確実性の向上を具体化する上では継続性を担保する仕組みが必要である。

また、大学全体としての情報伝達という点でも課題がある。学生生活部としては課外を中心とした情報を掲載するというスタンスを取っているが、それ以外の情報はア

プリで発信されることは少ない。学生からはもっと多様な情報を掲載してほしいとの声もある。既存のツールも含めて適切なあり方を検討していく必要がある。

4 今後の展望

展望というほどではないが、運営側がゆるく楽しく続けていくことで、学生も楽しくアプリを使ってくれるのではないかと思っている。

前述の継続性という課題に触れるとすれば、部署の業務フローの中にアプリをもっと位置付けていくことが有効になると考えている。例えば本学の課外活動では、部会（部）が毎年提出する活動報告書などの各種書類が一部形骸化しているという状況があるが、活動報告書の作成段階からデータ化してその情報をアプリ上で記事化し、新入生勧誘や部活動への援助金配分の材料として利用することを考えている。これにより、学生にとっても作業の結果をイメージしやすくなり、より効率化・実質化されると考えている。これは本部組織の学生と運用に向けて協議中である。

青山学院大学 公式アプリ

らいいんあおやま

便利でお得な青学生専用アプリ

Download on the App Store

GET IT ON Google Play

各アプリケーションストアから検索してダウンロード！

青山学院大学 検索

二次元バーコードを読み取ってダウンロード！

他にも、学生の活躍した情報を収集し、学内で周知することを目的とした「青学生をお祝いしたい！企画」なるものを企画している。これは学内のコンビニとコラボして、活躍した青学生（自薦・他薦OK、活躍の内容はなんでもOK）が選んだ商品のセールを企画し、活躍した情報と共にアプリや店頭で広報するというものである。すでに学内の表彰制度との接続も図っており、体育会表彰では受賞者へのお祝いとして体育会の学生が好むサラダチキンをセール価格で販売することが決定している。

アプリを活用したバーチャルなコミュニケーションとリア

青山学院大学 Aoyama Gakuin University

学生生活アプリ「らいいんあおやま」xセブンイレブン 青学生を応援したい！企画

祝

青学生をお祝いしたい！

頑張った青学生のお祝い企画を募集しています。
 ・大会で優勝した、入賞した！
 ・とある活動で表彰された！
 ・本を出版した！CD発売した！等お祝いセールを致します。
 アメリカンドリンクやドリンク・おにぎり・お菓子など、店内様様のお好きなアイテムをセール対象にできますよ！
 （案件によってできない場合がございます）

自薦他薦も歓迎！もちろん負担額などもありません！
 お祝い奉書の送付になるものを待って送員までご相談ください。
 また下記QRコードよりメールでご連絡も可能です。
 （大学生生活部経由）

※セールの際には氏名や写真など利用させていただく場合がございます。

青学セブンは青学生の応援団です。

頑張った青学生のお祝い企画を募集しています。
 ・大会で優勝した、入賞した！
 ・とある活動で表彰された！

ルな取組を介して、学内にポジティブな輪が広がって欲しいと願っている。

学生が創る

大学公認アプリ「KSU」

田中康一郎

九州産業大学

理工学部情報科学科教授

1 大学公認アプリの開発

2012年、九州産業大学では大学公認のiPhone向けアプリの提供を検討。当時の情報科学部（現・理工学部情報科学科）の教員と学生で大学公認アプリの開発に挑戦することにした。

2013年9月17日、大学公認アプリ「KSU」がApp Storeで初めてリリースされた。一方、「KSU」Android版は、2014年6月18日に最初のバージョンをリリースした。

2 現在の「KSU」の標準機能

「KSU」には、iPhone版とAndroid版があるが、本稿では、実装機能が多いiPhone版を紹介する。

本アプリは、起動時、トップ画面の下部に5つのタブが表示され、機能が大別されている。左のタブから、

- (1) 大学のホームページの内容が知りたい
- (2) 教室がどの建物の何階にあるか知りたい
- (3) ホームページの新着情報を簡単に確認したい
- (4) 学生証を使ったサービスの情報や各部所の開館情報が知りたい
- (5) 大学までの交通機関や時刻が知りたい

などのリクエストに対応するための機能を実装している。次に、その詳細を示す。

【左端のタブ】（ホームページタブ）は、ホームページ画面を表示する機能を実装。公式ホームページ、入試情報、学生教育支援・事務情報システム「K'sLife」、シラバ

スなどを表示している。

【左から2つ目のタブ】(教室検索タブ)は、マップ機能を実装。選択した主要な建物や施設の場所を写真で表示するとともに、教室名の一部を入力するだけで建物の場所を検索し案内する。



【中央のタブ】(お知らせタブ)は、大学の各部署が管轄しているホームページの最新情報をまとめて表示している。更新された新着情報は、ユーザーにプッシュ通知で知らせる。なお、未読の新着情報の数は、アイコン右上のバッジに表示される。

【右から2つ目のタブ】(情報タブ)は、さまざまな情報

を収集するための機能を実装。IC学生証を利用し、学内の「カフェ・デ・ボザール」のポイント数や、今年度から学生に配布された楽天Edyなどの電子マネーの残高を確認できる。また、主要施設の開館カレンダーなども表示している。



【右端のタブ】(その他タブ)は、乗換案内などのアプリやカーナビゲーションアプリを紹介しているほか、本アプリに関する情報を表示する。

「KSD」はApple Watchにも対応しており、お知らせタブのタイトルを表示できる。

3 「KSU」のオープンキャンパス機能

「KSU」には、これらの標準機能に加えて、期間限定で動作するオープンキャンパス機能を搭載。

この機能には、2つの役割が実装されている。1つ目が参加者個々のQRコード情報を読み込み、その端末のロケーション情報と共に管理サーバにアップロードする役割で、2つ目が管理サーバに収集された人数情報をロケーション別で表示する役割である。この機能は2018年度のオープンキャンパスから利用されており、イベントやスポットごとに参加者を集計できるため、オープンキャンパスにおけるより良いコンテンツ作りに役立っている。

4 「KSU」の獨創性

「KSU」の開発は本学学生が行っているため、アプリ開発者を介していない。そのため、開発費などを考慮せずに自由に必要な機能を実装することができる。また、バグなどの問題が発生した場合にも迅速に改善する

ことができる。なお、最終的なアプリのリリース作業は、学生ではなく本学教員が行っている。

5 「KSU」のインストール・サイト

「KSU」はiPhone版とAndroid版でリリースしている。iPhone版は「Apple App Store (<https://apps.apple.com/jp/app/ksu-九州産業大学/id702774515>)」からダウンロードできる。ただしiPhone版は、最新バージョンのiOSのみ対応していることに注意していただきたい。一方Android版は「Google Play Store (<https://play.google.com/store/apps/details?id=jp.ac.kyusanu.ksu>)」からダウンロード可能。Android版は、最新バージョンのみではなく、Android 7.0以降の利用可能。

【iPhone版】



【Android版】



6 今後リリース予定のコンテンツ

理工学部情報科学科では、スマートフォンやスマートウォッチの機能を活用し、研究開発を行っている。例えば、GPS、Beacon、各種センサー、心拍計などである。現在、これらを活用した機能の実装を検討している。

7 最後に

本アプリは学生主導で開発を行っているため、学生のプログラミング技術の向上に非常に役立っている。特に、本アプリは継続して利用され続けるため、学生に自信と責任感が培われる。情報系の学部や学科を有する大学は、学生と共に大学公認アプリを開発してはどうかだろうか。

卒業生との

「つながり」を再び

—キラーコンテンツによる

寄附拡大の可能性—

藤元 健史

筑波大学事業開発推進室主幹

1 背景

1872年、明治政府によって我が国初の高等教育機関として創立された師範学校を創基として、東京教育大
学に至る歴史を経て、1973年に「新構想大学」として
誕生したのが、現在の筑波大学である。

本学をはじめ全国の国立大学法人においては、2004
年の法人化以降、厳しい財政状況下での運営を余儀なく
されており、多様な財源確保が求められてきた。このよう
な中、本学では2009年に「筑波大学基金」を創設し、
学内外に教育研究活動等への理解と支援を呼びかけてき

たところである。

本学は2023年に創基151年開学50周年を迎えるが、その記念事業を成功させることはもとより、今後さらなる本学の発展のためにも基金獲得は不可欠なものとして捉えている。しかしながら、やみくもに寄附のお願いをして回るのでは非効率この上ないと言わざるを得ない。どのような層に向けてどのような戦略を展開するのかをまず考える必要があった。



2 卒業生との関係性

検討の末、やはり大学に最も理解を示していただけるのは、実際に我が校で学生生活を送った卒業生であるという結論に至り、卒業生をメインに基金事業を推進することとした。ただ、これまで大学から卒業生に対しての情報発信を積極的に行ってこなかったこともあり、大学と卒業生とのつながりは希薄になってしまっているのが現状だ。もちろん、在学中は愛校心あふれる者も多くいたであろうが、卒業して社会に出れば、新しい環境に順応することに必死になり、大学への関心が薄らぐことは容易に想像できる。それに加えて大学からのアプローチが一切届かなければ、大学への帰属意識が途切れてしまうのは至極当然のことであるといえよう。

3 卒業生との関係を再構築

しかし一方で、関心が薄らいではいるものの、記事や人づてに母校の活躍を報じるニュースに触れると、それはそれで嬉しく思ってしまうのが卒業生の心理でもある。卒業生と大学の関係を再び密にしていくには、このように大学が上

げた大きな成果を積極的に広報していくことが一つのきっかけになると考えた。

では、いざ大学の成果が大々的に広報されるとなった場合、どのような媒体によつて周知されるのか。今考えられる主な手段としては、大学の基幹ホームページ上で広報することであろう。大学のホームページでは、大学の最新のニュースやイベントなど、全国ニュースになることはなくとも、卒業生が見たいと思うような大小様々な記事が至る所に掲載されている。しかし、そうした情報は、Webページの特性上ユーザー側が見ようと思つてアクセスしなければそのユーザーの目に留まることはない。言い換えれば、ユーザー側の自発的な情報取得に頼らず、不特定多数の目に留まるよう情報発信を行う仕組みを考えなければならないということである。

この需要に応えたのが、スマートフォンアプリであった。スマートフォンの普及率が国民の8割を超える昨今、Webの閲覧や各種手続きなどは、パソコンに頼らずとも手元のスマートフォンでほぼ完結できる時代に入りつつある。そうした環境の大きな変化に着目し、寄附募集についても、スマートフォンを活用すれば人々の目に留まりやすく、手軽なシステムを構築すれば寄附件数が大幅に伸びるのではないかと考えた。



4 アプリの機能

本学のアプリは、大きく二つの機能を備えている。一つは、本学で取り組まれているユニークな研究事例や、スポーツの分野では国立大学でありながら国内トップレベルの部を有する体育会の活躍、芸術の分野で活躍する教員および学生（卒業生含む）の個展や企画展の情報、著名な先生方による講義の動画配信、学生たちが日々取材を重ねる学生目線の話題が豊富な大学新聞などの各種メディアの記事を配信する機能である。

そして、もう一つは、特別なニュースや話題を、アプリ起動時にポップアップ画面でお知らせができる機能である。例えば

ば、本学の学生や卒業生が大会等で活躍した時には、そのニュースを流すと同時に、本学の体育関係を応援するための寄附をお願いするポップメッセージを掲出し、その場で寄附ができるような仕組みとなっている。



5 カラーコンテンツ

とはいえ、アプリで大学や学生のニュースを流すことで本当に寄附が集まるのか、議論を重ねても誰もが納得する答えを得ることはできなかった。そんな不安を抱えながら開発を進めていた矢先、我々の取組を肯定するといっても過言ではない出来事があった。

それは、昨年10月、本学陸上競技部駅伝チームが、箱根駅伝予選を突破し、26年ぶりとなる本戦出場を決めたことである。テレビ中継で順位が読み上げられた直後から、本学の寄附金口座への振り込みが相次ぎ、クラウドファンディングによる支援も相まって、大々的な広報を実施していないにもかかわらず、約2千万円の支援が寄せられた。そして、年が明け、箱根駅伝当日には沿道に多くの卒業生が集まり、大声を張り上げ後輩たちを必死に応援する姿が至る所で見られた。この光景を目の当たりにし、まさに大学と卒業生がつながったことを強く実感した。

我々は、「箱根駅伝」というコンテンツの絶大な影響力を思い知らされるとともに、これに類するキラークンテンツを、適切かつ迅速に周知することができれば、多くの人の心を動かし、さらなる寄附の獲得につなげることができると確信した。

6 課題と今後の展望

2020年1月に「筑波大学アプリ」をリリースし、現在は、多くの卒業生にこのアプリを入れてもらうことに力注いでおり、本学卒業の起業家やスポーツ関係者等の著名人か

らSNSを通じて拡散してもらうように計画を進めている。また、在学時から多くの方にアプリを利用してもらうために、在学生が欲しい新たなコンテンツの導入を議論しているところである。

具体的に導入を考えている機能の一つとしては、地図機能の追加である。本学は南北に約4km、東京ドーム約56個分の広さがあるため、学内に不慣れた新入生、普段利用しない教室に向かう在学生等がそれを利用しながら学内を移動できるような機能を追加することで、多くの需要が見込めると考える。

また、本学の学生たちの中には、自分たちでアプリを製作し、広く在学生に利用してもらおうと活動している学生たちもおり、そういった学生たちから生の意見を取り入れ、利便性向上に努めていきたい。

最後に、本学は、全国的に見ても珍しい体育・芸術・医学分野を同一キャンパス内に有する総合大学であり、その学際性の高さから、分野横断的な最先端の研究が数多くなされている。さらに、本学は先述のとおり体育の学部を有しており、多くのオリンピック・パラリンピアンを輩出しているので、今後どんなキラークンテンツが生み出されるか期待が膨らむ。

目から鱗が落ちる活用法

―アサーティブアプリの

可能性から―

志村 知美

追手門学院大学

教務部アサーティブ課課長

はじめに

2014年度に入試改革としてスタートした「アサーティブプログラム・アサーティブ入試」は、高校生の学ぶ意欲・姿勢を育むことをコンセプトとした。そして、この取り組みの目的は「本学第一志望の入学者を増やすこと」である。

当時、入試のどこを具体的に改革するのを見極めるため、大学進学と大学生活に対する学生の本音を調査すべく、学生の輪に飛び込んだ。驚いたのは、「不本意入学」だと話す学生の多さであった。学生自身に「不本意入学」だと言わせないため、高校生を大学が求める受験生像・入



1 アサーティブアプリ導入背景

学生像に育成するため、入試前教育と向き合わなければならぬと考えた。この取り組みを進めた結果、2011年度の調査では、本学第一志望の学生の割合は12.7%であったが、2019年度の調査では、52.5%までに上昇した。アサーティブの取り組みは第一志望の学生を入学させることに大きく貢献したと言える。

これからご紹介する「アサーティブアプリ」は、前例のないアサーティブの取り組みを発展させていく試行錯誤のなかで実現した取り組みである。

アサーティブアプリの導入を決めた当時、3つの問題を抱えていた。

①入学後のアサーティブ生の成績(アサーティブ入試の目的は、大学で学ぶ意欲と学力の確認であったものの、成績優秀者が集まると期待されす

ぎていた)

- ②板書を書き写す高校時代と板書をしない授業などでノートの取り方に悪戦苦闘(高校と大学のギャップ)
- ③アサーティブスタッフの活躍の場が少ない(悩める高生のために何かしたいと誕生したアサーティブスタッフだが、活動機会がアサーティブガイダンスのみであった)

これらの解決策を模索していた時、情報メディア課の職員から、アプリ企画を紹介された。アプリをダウンロードするのも躊躇するアナログ筆者は、内心「活用できるのだろうか」と消極的であった。アサーティブスタッフに導入の相談をしたところ、「絶対に高校生は、ネットでアクセスするより、アプリの方が使いやすい。予算的に問題なければ作るべきだ」と即答されたのである。具体的な説明を受けると、アプリの準備も費用も驚くほど良心的であり、こんなに簡単にアプリが作れるのかとアナログ筆者には目から鱗が落ちた瞬間であった。

こうした背景から、アサーティブスタッフをご意見番に、前出の問題解決の対策を含めたアサーティブアプリの活用方法について検討を始めたのである。

2 アプリの機能とその目的



まずは、中身より外見を優先させた。全体的なデザインはアサーティブスタッフの意見を参考にし、メニュー上段にあるスライドは、

- ①多くの高校生は、自分の進むべき道を決められず迷っているだろうが、進路としっかり向き合うためには考えることが大切であるというメッセージとしてコンパスのデザインを採用

- ②大学名に地名がついていないため、大阪を連想するデザインを詰め込んだ



メニューについては、本学キャラクターの「おうてもん」を使用し、前出の3つの問題の課題として、

①学力向上は、本学が独自に開発したMANABOSS(マナボス)システムの利用を促進できること

②スマホの普及により文字を書くより、写真や動画で事が足りる場合が多くなっているため、記入式のアサーティブノートを制作したが、その活用率を向上させること

③アサーティブプログラム・アサーティブ入試の体験談

や効果、学生生活などの情報発信ができることにより、アサーティブスタッフ活動のモチベーションを向上する

少なくとも、上記3つの内容を解決できるような対策支援ツールとしても検討した。その結果、メニューには広報ツールと教育ツールを混在した構成となってしまうのだが、これも目から鱗が落ちたのである。

● 広報ツール

アサーティブの知名度だけでなく、認知度向上を目的とした広報的な情報発信としての役割である。プッシュ通知機能を使い、アサーティブガイダンスやオープンキャンパスなどイベントを告知。また、アサーティブスタッフの活動写真やアサーティブ課職員を似顔絵(無料ソフトで作成)付きで紹介。もちろん、大学HPへのリンクなども掲載している。

● 教育ツール

大学生になる準備学習として、基礎学力向上とノートの取り方を身につけることを支援する教育的な役割である。アプリ内から学習支援システムMANABOSSへ接続ができることにより、アクセスが便利となった。アプリだけの効果とは言えないが、MANABOSSの利用は、年々向

上している。また、メニューの「ムービー」では、学生生活やキャンパス風景などの動画を掲載しているが、導入最大の目的は、オンデマンドの活用である。

アプリ導入後から、アサートイブガイダンスではレジユメの配布を止め、同時にアサートイブノートに「ガイダンスメモ」というページを追加した。アサートイブガイダンスでは、資料に頼るのではなく、聴く姿勢を養い、要点を書き留めることを意識してもらうこととした。聞き取れなかった部分やノートを見直す時には、アプリ内の「ムービー」でガイダンスの動画を見直すことができる。ガイダンスの始めに、先輩学生が大学でのノートの取り方に苦労した事例を紹介し、大学生になる準備の一つとして、ノートを取るためにメモを取る練習をしてほしいと説明をしている。これらは、高校生にも大学生にも教育的なツールとなっている。

3 導入から4年目を迎えて

アサートイブプログラムの検証のため、アサートイブ入試で入学した新入生のヒアリングを毎年4月末から6月中旬頃まで実施している。アプリ内の似顔絵は、似ている

似ていないと会話を始めるきっかけと緊張をほぐすことに役立つこともある。

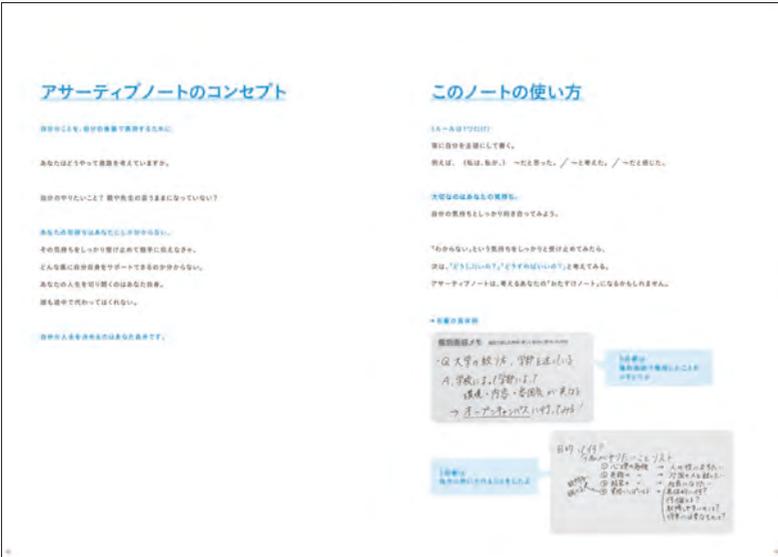
レジユメの廃止と、ノートの活用については、概ね好評である。メモを取るのには簡単だと思っていたが、大学でのノートには創意工夫が求められることを考えたら、高校の授業でノートのまとめ方を意識するようになったなど嬉しい体験談を話してくれる。言うなれば、高校時代に取り組んだことが入学後に役に立つかどうかは、評価の大きなポイントなのである。

ノートの仕様についても意見をもらうことがある。メモを書くために罫線のページを増量したが、罫線はかりではなく方眼やドット入りのページもあると使いやすいやわかれた時も目から鱗が落ちた。確かに近年、ノートを美しく書くなどのドット入り罫線ノートや自由に書ける方眼ノートが人気であり、ルーズリーフ愛用者も罫線ではなく方眼を好む傾向のようである。罫線ノート世代の筆者も、今では方眼ノートも愛用している。

このあたりのご意見番学生がアサートイブスタッフとなり、現在のアサートイブノートの制作者たちである。

反省点としては、メニューにある「チケット」の活用であ

る。飲食店などのアプリでは「クーポン」の部分になるものだ。これの活用方法が未だに見いだせないのである。受験



料の割引や赤本の引き換えに使うのは難しいだろう。そもそもアサーティブアプリの趣旨から外れてしまう。

まだ、未知なる可能性を持つメニューのアイデアを引き出せておらず、いつまでたっても「準備中」の看板のままである。

4 アプリを活用して

2019年4月、アサーティブ課は新キャンパスへ移転した。1年生全員が新キャンパスで学ぶため、高校から大学への接続を支えるための移転であった。新しい事務室は、事務機能を真ん中に、教室スペースと学生の溜まり場スペースを左右に配置した。コンセプトは、目配り・気配り・心配りの学生支援である。学生たちが集まり(アサーティブ生以外も)、各々に過ごしている。

こうした環境の中、アサーティブスタッフの活動内容について議論する風景も日常となってきた。ある時、アサーティブスタッフの1年生4人とPBL(Project Based Learning: 問題解決型学習。以下「PBL」という)が話題となり、アサーティブ課版PBL(正課外)として「アサーティブアプリの活用」を持ちかけた。しか

し、あまりPBLのイメージがつかめていない様子であったので、手始めに他大学のPBL成果報告会に参加することにした。これが想像以上、期待以上に彼らの「やる気スイッチ」だった。各ポスター発表に耳を傾け、メモをとり、発表者を質問攻めにした。終了後も、情報共有・意見交換・アサーティブアプリの活用と、議論が尽きない帰路となったほどである。とりわけ学生たちは、動画への興味関心を高く示した。すかさずアプリ内のムービー制作から着手することを提案した。その後の彼らのチームワークは素晴らしいものであった。仲間を増やし、動画編集ソフトの講習会を開催し、コンテンツについて検討を始めた。筆者の出番は、動画編集の講師を情報メディア課に依頼した程度である。

学びの場におけるアプリの活用は、広報的な情報発信だけではなく、アサーティブスタッフの学びのきっかけになり得ることがわかった。これからのような動画配信ができるのか「わくわく」してしまふ。彼らの限らない可能性から、目から鱗が落ちるアイデアを引き出し、さりげなく原石を磨かせ、価値のあるものへとしていくことがアプリ導入を決めた筆者の責任である。

アサーティブ課版PBLを通じて、高校時代の自分が欲しかった情報を後輩に伝えるため、彼らは自身を振り返り、相手の立場で物事を考えることができるようになるであろう。そして、その思いをこれから始める動画制作を通じて、相手に伝える表現方法を見いだしていくことであろう。アサーティブアプリは、PBL教材としても成立したのである。

学生の声を真正面から受け止めることにより、目から鱗が落ちる教育効果のある広報ツールに出会えるかもしれない。これからもアプリだけでなく、教育的な目配り・気配り・心配りで筆者にできる学生の成長支援を続けていきたいと願う。