

研究論文

キャンパス SNS (Social Networking Service) 「さとあい」 における学生行動の分析と学生支援の可能性

嵯峨山和美¹⁾, 金西計英²⁾, 松浦健二²⁾, 久米健司¹⁾, 光原弘幸¹⁾, 矢野米雄¹⁾
徳島大学大学院ソシオテクノサイエンス研究部¹⁾, 徳島大学高度情報化基盤センター²⁾

要約: 現在, 新しいコミュニケーションの形として様々な SNS (Social Networking Service) が生まれ, 大学においても SNS の教育的活用が試行されている. 我々はこうした動きに先駆け, 新たな学生支援のツールとして 2007 年 1 月から徳島大学工学部を中心に「キャンパス SNS」の運用を開始した. 本研究では, 学生の視点に立った学生支援の在り方を探求するため本 SNS のログデータから学生行動を分析した. その結果, 学生は不特定多数の参加者との交流を好まず自分への関心に終始しがちな傾向が見られたが, 面識のない学生や世代の異なる参加者同士がコンテンツを通じて触れ合い現実の世界へと繋がった事例もあった. これらをさらに発展させるため我々は学生を取り巻く教職員, 卒業生, サポータと連携し, 多様な人材が会えるコミュニティの活動を支援した. このような大学版 SNS の特徴を活かせば有効な学生支援が可能である.

(キーワード: SNS, 学生支援, ログデータ解析, ネットワーク上の学生行動, バーチャルリアリティ)

Possibility for Supporting Students and Student Behavior on Campus SNS

Kazumi Sagayama¹⁾, Kazuhide Kanenishi²⁾, Kenji Matsuura²⁾,
Kenji Kume¹⁾, Hiroyuki Mitsuhashi¹⁾ and Yoneo Yano¹⁾
Institute of Technology and Science¹⁾, Center for Advanced Information Technology²⁾
The University of Tokushima, Japan

Abstract: Recently, various Social Networking Services (SNSs) have been created as a new communication form. Educational utilization of SNS has also been attempted at universities. We started a Campus SNS as a new tool for supporting students begun by the Department of Engineering of the University of Tokushima in January 2007. For supporting university students by elucidating the students' perspective, this paper describes results of analyses of the students' online behavior by extracting log data on Campus SNS. Results indicated that the students do not like communications with strangers on this SNS. They are strongly interested in issues relating to themselves. However, in some cases, they developed new actions through contents in the real world and took opportunities to meet unacquainted users of different generations. We cooperated with staff, graduates, and supporters associated with the students. We supported their community activities for building new human relations at universities. The advantages of university SNSs underscore that they are effective as new tools for supporting students.

(Keywords: SNS, student support, analysis log data, online behavior of students, virtual reality)

1. はじめに

徳島大学工学部の u-Campus 構想 (Ubiquitas の略: いつでもどこでも利用者が意識することなく, コンピュータやネットワークなどを利用できる状態) は, キャンパスのデジタル化, 効果的な教育実践, 新しい教育の提案・開発を 3 つの柱とし, 情報の利便性を活用できるキャンパスの実現を目指している (図 1). 核となる u-Learning システムは, 平成 16 年度「現代的教育ニーズ取組支援プログラム」徳島大学工学部現代 GP 成果報告書を参照していただき⁽¹⁾, ここでは, キャンパス SNS を用いて, 人と人との繋がりを促進・支援す

ることを主目的としたコミュニティ型の会員制サービスの取組から得られた知見を報告する.

現在, 大学全入時代を迎え, 学生を取り巻く社会的状況は変化した. キャリア志向や資格志向が進行している一方で, 学生は個人志向が強くなり個人で悩む傾向にある. 若者のひきこもりや意欲喪失, そしてコミュニケーション能力の低下が社会的問題となっている. また, これらは大学生の勉学に対するモチベーションが低いことや中途退学に至るケースが増加していることなど教育的問題と繋がっている. 文部科学省平成 19, 20 年度「新たな社会的ニーズに対応した学生支援プログラム」

では、大学生のコミュニケーション不足等を補うために様々なICTを活用した学生の視点に立った取組がいくつか選定されている⁽²⁾。本学のラーニングライフ (2008) においては、卒業後の職業に直結した免許・資格を取得できる医学部、歯学部、薬学部の学生と比較し、総合科学部・工学部の学生は将来の実現に不安を持っている学生が多いと報告されている⁽³⁾。一方、社会のニーズはICTの発展と普及とにより、ICTサービスの提供が拡充し、学生はPCや携帯電話にみられるようなICTの利用が日常化している (図2)。

ところで、総務省では学生になじみの深いSNSを「新たな友人関係を広げることを目的に、参加者が互いに友人を紹介し合い、友人の関係、個人の趣味・嗜好等を登録してゆくコミュニティ型のウェブサイト」としている⁽⁴⁾。我々のグループは、ICTを教育の手助けをする手段として応用し、人間の感情や能力をサポートすることで教育の改善を目指しているが、これまで大学におけるICTの導入は知育中心の学習支援であった。そこで、本学の中期目標における教育の情報化に沿い、人との繋がりを意識させ、新たな人間関係を構築し、コミュニケーションを円滑にする手段や場の提供として、徳島大学工学部知能情報工学科を中心に平成19年1月23日より大学版SNSとなる「キャンパスSNS」の運用を開始した。本SNSは、参加資格を四国の大学生、教職員、卒業生、地域や企業の学生支援者であるサポータに限定した安心・安全な「会員制」サービスである。学生だけではなく大学に関わる多様な人材の出会いによりコミュニケーションの質に変化を持たせ、また、趣味・嗜好が合った様々な世代の仲間が自発的にコミュニティを形成するよう支援を行っている。時間的・地理的に制約のないコミュニティから、学生を現実の世界へと導き、個々の学生が魅力を感じる修学や進取の気風にあふれた学生生活を送るための支援を目標としている。

本研究では、本SNSのログデータを抽出し、最近の学生の行動を分析した。このことは、キャンパス内の社会的な問題や今後顕在化しそうな問題を事前に把握し、迅速な対処を行うことにも繋がる。さらに、本稿ではこれらの分析結果を活かし

た支援活動の試みから、本SNSを活用した学生支援の可能性について述べる。

2. 概要と方法

本SNSは、初期登録IDを大学発行のメールアドレスとし「招待制」を採用した。参加は強制ではなく自主的な参加とした。本SNSのシステムに関しては、株式会社富士通四国システムズ (香川県高松市) との共同研究として実施し、OpenPNE (2002-2008) をベースに⁽⁵⁾「タウンペディア」、 「フォトアルバム」、 「称号」といった独自機能を開発、実装した (図3)。「タウンペディア」は、梅田ら (2006) の地域に根ざした話題 (近所の店、通学路、公共施設など) を単位としたコミュニティを育成することを目指している⁽⁶⁾。県外からの新入生や教職員の生活支援がこの機能の目的の一つである。本SNSの名称は、公募により高度情報化基盤センター松浦健二助教の「さとあい (郷愛)」 (讃岐、土佐、阿波、伊予の頭文字) を採用し名付けた。キャラクターは、創成学習開発センターのデザインプロジェクトで活動している渋谷隼人さんが「さとあいちゃん」をデザインした。

本研究では、2007年1月から2008年12月までの2年間に登録した全参加者のログデータを学生、教職員、卒業生、サポータに分類したうえで、アクセス件数とアクセス人数とを求めた。同一参加者が、1日に1度以上アクセスした件数を1件、1ヶ月に1度以上アクセスした人数を1名とし集計した。当初1年間は学生8名 (学部1年-大学院2年)、教職員かつ卒業生2名、サポータかつ卒業生1名の計11名を順次モニタとして役割を与えた。自ら日記を書き込んだり、他の参加者の日記にコメントを追加したり、あるいは、積極的に「あしあと」 (自分のページの訪問履歴) を残すことで初期活性を推進した⁽⁷⁾。

日記の内容に関する調査では、運用初期の2007年1月から9月までに書き込まれた2,878件の日記について内容を属性ごとに11の話題 (日常の出来事、世間話、趣味、仕事、勉学、天気、紹介、街情報、SNS、健康、家族) に分類した。品詞の分類では、MeCab (日本語の形態素解析器) を用いて頻出単語を抽出

した。日本語では細分化されるため、大まかな意味を含有できるよう英語の分類とした。

3. 社会のニーズ

①地域のネット交流大学版（キャンパス SNS）として「学生支える共同体目指す」と、徳島新聞夕刊（2007年5月22日）に紹介された（図4）。

②2007年8月に株式会社ベネッセ・コーポレーション高校講座マイビジョンニュースの「耳よりニュース」として、受講している全国の高校生へ向け、「徳島大学の SNS は、学生や教職員が参加し、掲示板上で共通の話題について意見交換をしたり、学業や就職活動などの情報交換を行うなど、大学生活におけるひとつの交流の場となっている。」と、一斉配信された。

③Campus Scope（読売新聞の支援により首都圏の大学生が、学生向けに情報を発信しているフリーペーパー、1998年春の創刊、春と秋の年2回発行。学生新聞として日本最大規模の12万部を発行、配布協力校530校、110の公共施設に配布。）の2007年秋号に学生の視点に立った「SNS 変わる大学」として我々の取組が紹介された（図5）。

4. 利用状況

（1）参加者数の推移

運用を開始した2007-2008年の2年間の月別新規参加者数の推移（図6）と属性の内訳（図7）とを示した。本学工学部を中心に学生が68%を占めた。

初期登録IDを大学発行のメールアドレスに限定したため、学生は学内でしか招待状を受信できず、新規参加者獲得の弊害となった。新規参加者数は長期休暇期や試験期間に停滞した。新学期や大学祭を利用し、広報や登録のサポートを行った。

一般に、SNSは友人から友人へ招待状を発行することで参加者を増やすが、本 SNS はキャンパス SNS 「さとあい」事務局からの招待者数が375名（全参加者916名）で全体の約41%を占めた。学生から学生への招待は、特定の学生に限られ、141名（15%）だけであった。学生が単独で Web 上に招待状を依頼し参加する割合が非常に高いことから、友人から友人へと参加者を増やした株式会社ミクシィ⁽⁸⁾運営の mixi（2008年9月30日現在、

参加者数1,568万人を超える国内最大規模の SNS）とは異なる性質を有する SNS である。

（2）プロフィール（選択制）

参加者のプロフィールにおける実名率（公開は選択制）、性別、画像添付の有無、そして、本 SNS 内における平均友達人数について属性別にまとめた（表1）。実名率は平均84%（非公開も含）と高く、性別では男性が多いと思われた。学生の画像添付率は約31%と低く、平均友達人数は3名であった。2004年2月にアメリカのハーバード大学の学生が初めて開始した大学版 SNS 「Facebook」のプロフィールと比較すれば、参加学生の自己アピール度が極めて低いことが分かった⁽⁹⁾。

（3）機能別利用状況

2年間の総アクセス948,539件を機能別に算出した。ホームへのアクセス件数を除く、その他の機能についてアクセスの割合を調べた（図8）。「あしあと」（自分のページの訪問履歴）機能のアクセスが全機能の28%を占め最も高かった。これは自分に関心を抱いている他の参加者を気にしている参加者が圧倒的に多いことが示唆された。「最新日記」（不特定多数の参加者の全体公開された日記を新着順に表示）機能19%、「日記」（特定の参加者の日記を読む）機能11%と上位を占めた。アクセスをする利用者人数の割合では、「あしあと」機能14%、「メッセージ」（1対1のやり取り）機能12%、「日記」機能10%であった（図9）。

川浦ら（2005）の mixi ユーザに対するアンケート調査では、コミュニケーションを目的に「日記」機能を利用するユーザが80%を占めると報告している⁽¹⁰⁾。本 SNS は、「あしあと」を確認したり、1対1での「メッセージ」機能を利用したりする参加者の割合が高く、mixi ユーザの結果とは異なる特徴を示した。しかし、「日記」関連の機能が上位を占めることから、mixi 同様、日記を書き込んだり、読んだりすることが一種のコミュニケーションの場として存在していることが分かった。

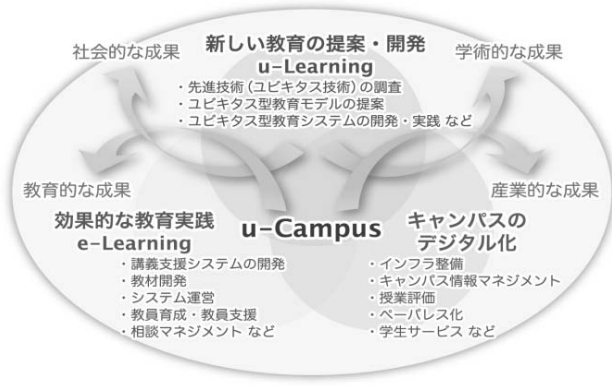


図1. 工学部における u-Campus 構想



図2. ICT を活用した学生支援の背景



図4. 社会の視点
(徳島新聞夕刊 2007年5月22日)



図3. キャンパス SNS「さとあい」



図5. 学生の視点
(Campus Scope 2007年10月1日号)

(4) 属性別利用状況

各機能のアクセス件数について属性別に割合を調べた(図10)。学生は「あしあと」や「マイページ確認」機能へアクセスする件数の割合が他の属性の参加者に比べて高く、特に自分への関心が強いことが分かった。教職員は「最新日記」機能へのアクセス割合が27%あり、本SNSの全体像を観察している様子が推測された。卒業生は「日記」機能のアクセス割合が高く、仲間同士の閉じたコミュニケーションで盛り上がっていると思われた。

次に、各機能の利用者人数について属性別に割合を調べた(図11)。学生は「あしあと」、「メッセージ」、「マイページ確認」、「プロフィール」機能を利用する人数の割合が他の属性に比べて高く、「最新日記」や「メンバー検索」機能を利用する人数の割合が低かった。学生は、特定の参加者との1対1のコミュニケーションを好み、他の参加者には興味を示さない傾向が見受けられた。

5. 日記

(1) 内容

運用初期である2007年1月から9月までに本SNSに書き込まれた2,878件の日記の内容について属性ごとに11の話題に分類した(表2)。前述のモニタは、別途属性を設けた。日記の内容は、日常の出来事、世間話、趣味に関する書き込みが全体の65%を占めた。学生のみ勉学に関する書き込みが12%あった。また、趣味の話題に対しては、25%に画像が添付され、日記に対するコメントでは、6,625件のうち日常の出来事に関する話題に47%のコメントが追加された。軽い話題で参加者同士が交流する様子が伺えた。村田(2003)は、Web日記のコミュニケーションのもたらす心理的効用として、自分に向けられるものが多いと述べている⁽¹¹⁾。「日記」機能は、参加学生にとって自己の感情や問題を整理する自己開示の場となっていると考えられる。

次に、MeCab(日本語の形態素解析器)を用いて頻出単語を抽出した。日本語では、細分化されるため、大まかな意味を含有できるよう英語のランキングを名詞、形容詞、形容動詞、副詞別に示した(表3)。抽出された38,183の動詞のうち、上位10位までの約31%が日常会話の基本動詞であった。形容動詞では

「Good」が「Bad」の約8倍頻出した。日記には、明るい話題が多く、日常の活動や感情がオープンに書かれており、参加者の憩いの場として活用されていることが確認できた。

(2) 積極性

運用開始から2年間の「日記」作成と日記に対する「コメント」の追加の平均件数を属性別に算出した(図12)。学生利用者1人当たりの月平均書き込み件数は「日記」1.5件、「コメント」3.3件と他の属性の2分の1以下であった。しかし、ログイン数や「あしあと」機能の利用状況は高いことから考えれば、他の属性に比べ学生は、「文章を記述する」、あるいは、「自分の考えを公開する」という行為に対して消極的であることが推測された。

(3) 最新日記

図11において、特に、学生が他の属性と比べ、利用者の割合が少なかった「最新日記」機能について詳しく調べた(図13)。学生の「最新日記」を確認する参加者の割合が期間を通して顕著に低かった。「最新日記」機能とは、不特定多数の参加者の全体公開された日記を新着順に表示している。つまり、この結果は、学生が不特定多数の参加者には関心が低く、不特定多数の参加者との交流を好まない傾向があることを示唆している。

我々は、予想外に教職員、卒業生、サポータの安定的・積極的な利用が確認されたことより、学生を取り巻く他の属性の参加者と連携を取りながら、運用側が学生に対して積極的に働きかけることが有効であると考えた⁽¹²⁾。そこで、具体的には大学に関わる多様な人材が会おうコミュニティ、学習や学生生活、地域に関する情報提供をする情報発信コミュニティ、また就職関連のコミュニティ等を開設した。特に、学生の興味のある情報として就職活動を取り上げ、本SNS内でキャリア教育を重点的に展開することとした。

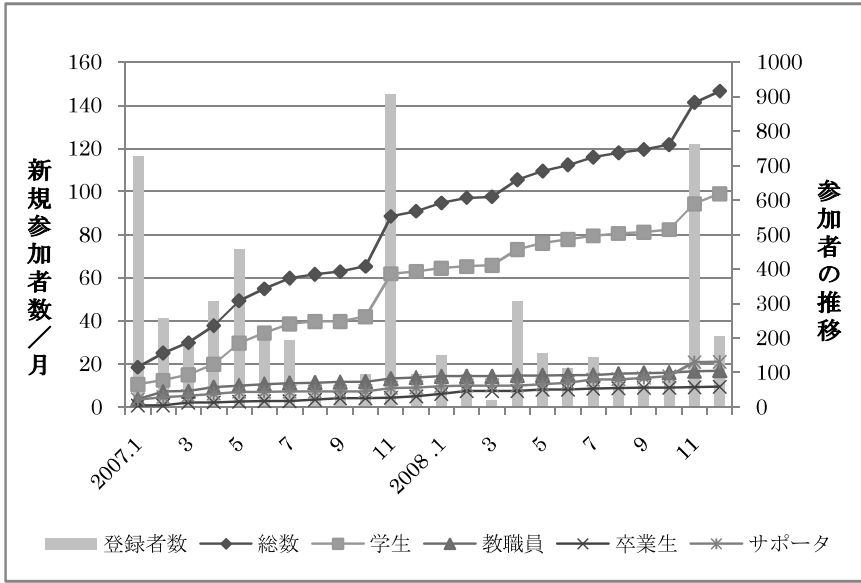


図 6. 参加者の推移 (2007年1月-2008年12月)

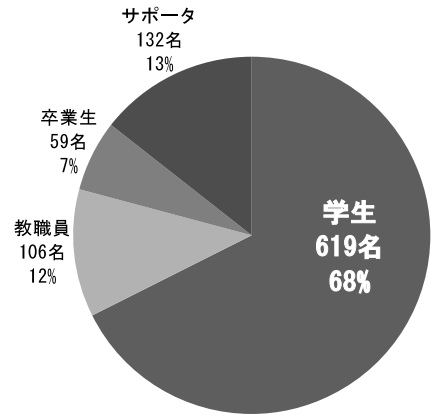


図 7. 参加者の属性

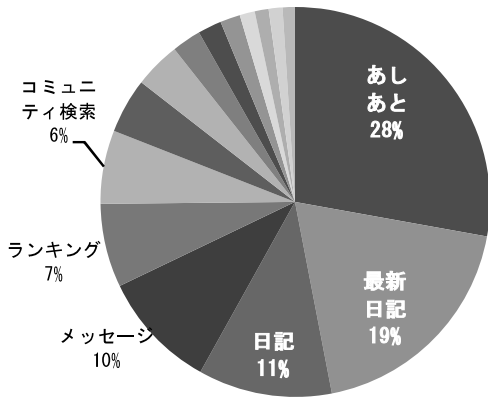


図 8. 機能別アクセス件数の割合

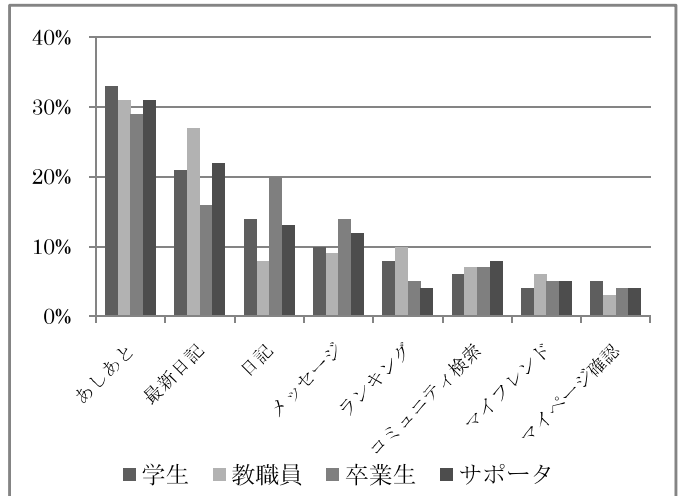


図 10. 属性別アクセス件数の割合

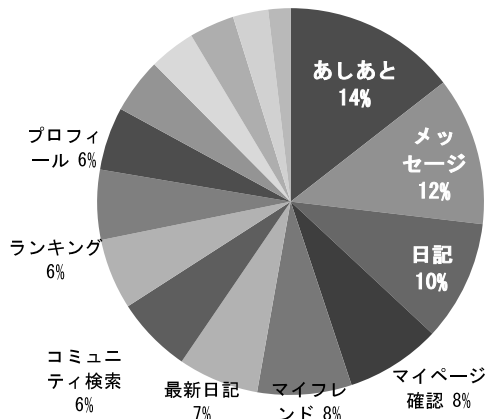


図 9. 機能別利用者の割合

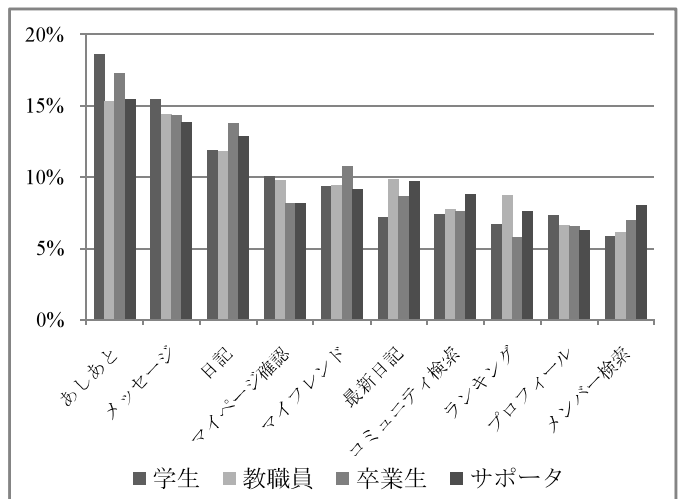


図 11. 属性別利用者の割合

表1 参加者 916 名のプロフィール (公開は選択制) (%)

属性	実名	実名一部	匿名	男性	女性	不明	画像有	友達*
学生	81.6	11.5	6.9	46.5	17.9	35.6	30.5	3.0
教職員	93.4	5.7	0.9	58.5	16.0	25.5	40.6	7.8
卒業生	88.1	5.1	6.8	66.1	11.9	22.0	37.3	4.7
サポータ	84.8	12.1	3.1	28.6	18.0	53.4	31.6	5.3
平均	83.8	10.5	5.7	46.6	17.3	36.1	32.3	4.0

* 友達の平均人数を示す。

表2 日記の内容による分類

カテゴリ	日記の件数					日記合計		画像添付		コメント	
	学生	教職員	卒業生	サポータ	モニタ	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)	件数	割合 (%)
日常出来事	440	208	82	56	177	963	33.5	69	20.5	3,100	46.8
世間話	116	226	24	38	60	464	16.1	31	9.2	778	11.7
趣味	204	47	25	49	94	419	14.6	83	24.7	822	12.4
仕事	0	177	27	34	27	265	9.2	16	4.8	354	5.3
勉学	138	3	4	1	21	167	5.8	28	8.3	370	5.6
天気	54	50	15	12	23	154	5.3	14	4.2	269	4.1
紹介	54	23	12	6	31	126	4.4	22	6.5	244	3.7
街情報	13	11	2	70	10	106	3.7	61	18.2	209	3.2
SNS	47	35	12	1	6	101	3.5	4	1.2	235	3.5
健康	29	18	2	7	12	68	2.4	4	1.2	136	2.1
家族	12	7	1	0	25	45	1.5	4	1.2	108	1.6
合計	1,107	805	206	274	486	2,878	100	336	100	6,625	100

表3 品詞別頻出単語

ランキング	名詞	頻出単語数	動詞	頻出単語数	形容詞	頻出単語数	形容動詞	頻出単語数
1	today	1,374	think	1,929	good	1,400	a little, (few)	632
2	day	1,133	come	1,638	many	392	immediately	606
3	Mr., Ms.	978	go	1,998	early	213	very	535
4	time	824	say	1,552	pleasant	190	always	434
5	hour	774	look	1,829	bad	172	how	425
6	study	617	give	849	expensive	162	also	401
7	student	615	write	832	difficult	156	already	389
8	university	593	eat	533	very much	149	so	305
9	diary	575	use	435	long	145	yet	262
10	month	526	buy	416	funny	130	variously	179
合計		137,134 (5.0%)		38,183 (31.4%)		7,778 (40.0%)		12,754 (32.7%)

6. イベントの実施

(1) サポーターの協賛

①毎日コミュニケーションズ株式会社の協力により、2007年11月12日から12月12日まで自己PRコンテストと2008年1月25日から2月29日までエントリーシート添削会とを実施した。コミュニティ内で専門講師による指導を公開と非公開とで実施し、優秀者の自己PR文を発表した(図14)。学生には好評であったが、未応募の理由は、200文字という規定のハードルが高いという意見があった。ここでも、学生が物事を考えるという行為から避ける傾向があることが推測された。

②株式会社NTTドコモ四国の協力により、2007年8月と2008年3月とにフォトコンテストを実施した。学生の長期休暇の思い出を「俳句つき写真」で募集し、和やかな話題を提供する場に努めた。

(2) ミステリーツアー in とくしま

キャリア教育の一環として、「移動社長室」や「社長室へのパスポート」等の地域企業への就職支援活動を推進してきた実績と県内企業への人的なネットワークを有している徳島商工会議所と連携することを試みた。平成18年の徳島労働局の調べで学生の県外流出は54.7%を占めている。2035年には徳島県の人口は62万2千人となり、3人に1人が65歳の高齢者となることが予測されている。県内企業の良さを発見してもらうことで、学生が地域に目を向けることを目的とし、我々は平成20年度徳島県就活ルネッサンス!アイランド「とくしま」企業クルージングプロジェクトとして、徳島商工会議所のミステリーツアーを支援した。本SNSや本学就職支援室、本学の学生グループの協力を得て参加者を募った。本SNS内にはミステリーツアーの参加者向けコミュニティを開設し、情報交換を行った。第1回は2008年8月18日に実施し、計29名の学生が県内の元気企業4社をバスで巡回した(図15-17)。参加学生からは、「名前も知らない県内企業にも素晴らしい商品を開発している企業があることを知った。」等の意見が寄せられた。一方では、参加学生のアンケートには「今回の見学先は理系企業に偏っていた。文系企業も見学先に加えて欲しい。」との感想があった。我々

は、企業には事務職や営業職等の他部署が存在し、様々な学生を求めていることまで学生の考えが及んでいないことに気付いた。同時に、学生が卒業の時点で既に文系・理系という枠組みの中で物事を考えていることの問題点に分かり、主催者側の説明不足を反省した。2009年1月7, 8, 9, 13日のミステリーツアーでは、十分な主催者側の説明をする予定である(図18)。

(3) 掲示板

我々は、徳島県や四国経済産業局等が実施している事業等の就職関連に関する情報を入手し、本SNSのトップページに「Information」として掲示した。学生グループ主催の就職イベントの告知も行った。イベント参加者の中には、本掲示板で情報を得て参加した学生も確認された(図19)。特定の学生グループだけではなく、様々な学生から寄せられる活動の情報をできる限り発信するよう努めている。また、「何でも相談 SNS」というページを設け、学生がニックネームで気軽に1対1で相談できる窓口を開設している。

7. 有効性

(1) コミュニティ

現在、152件のコミュニティが存在している。主なコミュニティは、大学関連(学部・学科6件、講義9件、ゼミ10件、サークル15件、就職活動9件、その他24件)、趣味(スポーツ8件、音楽鑑賞1件、料理・グルメ・お酒8件、アウトドア・ドライブ・旅行4件、読書4件、テレビ・ゲーム・コンピュータ関係18件、イベント6件)である。特に、「とくしまマラソンを走ろう」では県内や近隣のマラソン・駅伝大会の情報が計22回更新されている。2007と2008年12月23日の大麻ジングルベルマラソンには、コミュニティの学生、留学生、教職員、卒業生の約40名の参加があり、SNS内のコミュニティだけではなく、現実の交流に繋がっている(図20)。本コミュニティの管理者である学生からは、「スポーツ仲間が大幅に増え、団体イベントにも参加しやすくなりました。何より、サポーターが増えたことで、一層気合いが入ります。そして、応援してくれた人と感動を共有できたこ

とが一番うれしく、趣味の違う人とでも、地域の身近な関心事を通じて、お互いに自由にアクセスできたおかげです。」と感想を寄せている。

コミュニティの紹介では、株式会社あわわの協力により、2007年11月号から2009年2月号までメンバー募集を連載中である。

(2) 事例紹介

本 SNS 内の日記やコミュニティを通して、学生と学生、学生と教職員、学生と卒業生、学生と地域のサポータとがふれあう事例や現実の世界への交流に発展した事例が幾つかあった(表4)。また、対面での会話が不得意な学生が、本 SNS 内の日記には日頃の出来事を細かく公開している事例もあり、新たな側面を知るきっかけともなった。このような大学版 SNS の良い事例が自然と動き出し始めているところである。

表4 現実の世界へと発展した事例

学部 学年・性別	内 容
工学 2年・女性	「運動不足なので体を動かそう」と呼び掛けたところ、異なる学科の面識のない学部1年からM2の学生が集まり、青少年センターを借りてスポーツ大会を3回開催した。
工学 3年・女性	職業について質問してみたい女性教職員を検索し、実際に訪問してきた。
工学 M1・男性	就職活動の様子を日記に書込んだところ、面識のない卒業生が自分の経験をコメントに追加し、交流が始まった。
総合科学 1年・女性	県外出身の学生が「映画を観たいけれど交通手段がない。」と書きこんだところ、ちょうど行く予定の女子職員が名乗りでた。
工学 3年・男性	公務員試験の勉強法について書き込んだところ、工学部の技術職員がアドバイスし、コミュニティが開設された。
総合科学 4年・男性	自分たちの活動を紹介したところ、サポータとして参加していた地元の新聞記者から取材の依頼があり、記事が掲載された。

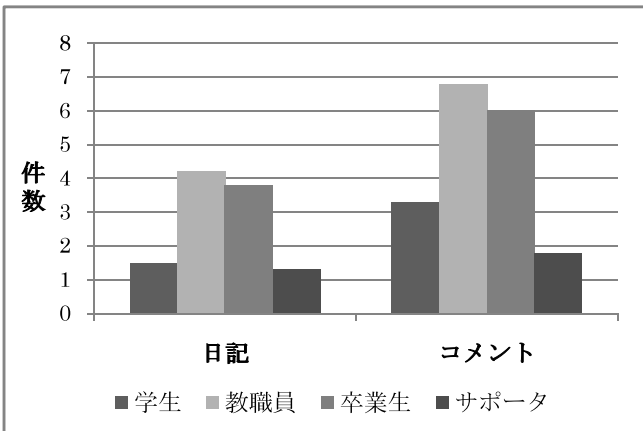


図12. 平均書き込み件数/月

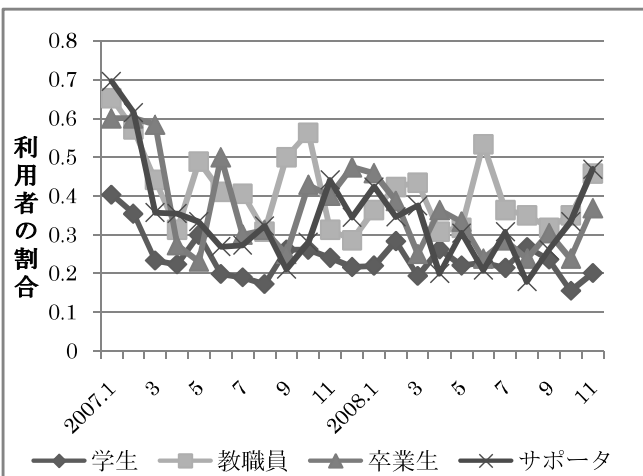


図13. 「最新日記」

【自己PRの達人】トピック

結果発表！！(自己PRコンテスト)

小田

皆様お疲れ様です。小田です。
自己PRコンテストの結果発表をいたします！！

最終日の皆様からの駆け込み投稿でなんとか持ち直したこの企画。残念ながら「金賞:ウィー」を出せる自己PRは無かったものの(ゴメンなさい！今回の結果を受けて次回再度違う形でコンテストを組みたいと思っております。)

銀賞1名、銅賞1名、特別賞1名の計3名が決定いたしましたので受賞理由、足りない点を添えて発表させていただきます。

【銀賞】 ゆうや さん

私のアピールポイントは忍耐力と勝負強さです。4年生になって、学生生活でやり過ぎたものがないことに気付きました。そこで、先輩から誘われた100kmマラソンに挑戦しました。エントリーから4ヶ月という短期間の中、毎日10kmから20kmを走るという練習方法を考案し、食事管理などの調整を全て行いました。その結果、14時間という制限時間内に完走できました。今では自信に変わり、どんな困難も乗り越えられます。

<小田's EYE>
200文字という文字制限の中でまとまりのある文章を展開してくれました。今後の補強ポイントを言うなら2点。
●アピールポイントを「忍耐力」か「勝負強さ」のどちらか1点に絞る
●絞ったなら自分にしかない「具体例」を展開する
今回は「忍耐力」と「勝負強さ」の2点を押したことで内容がぼやけてしまっていることと、ゆうやさんに「忍耐力」がいった具体例が欠けており、今ひとつゆうやさんのイメージが出なかったことがマイナスポイントです。もう一息です！！

図14. 自己PRコンテスト (2007年12月)



図 15. 県内企業訪問 (2008年8月18日)

学生に企業理念を話す経営者の「徳島市東部州のマスター」

就職控えた29人
県内4社を見学
徳島商議所ミステリーツアー

徳島商工会議所は18日、訪問する企業名を事前に明かさず「バスツアー」ミステリーツアー「イン徳島」を学生に県内の中小企業の良いところを知らせてもらうのが狙いで、興のオンリーワン事業助成を受け初めて就職活動を受ける県内外の二十

九人が参加。冷凍海産物卸・水産加工品製造販売のマスター(徳島市)では、職員の手でマクロの冷凍保存庫や加工場を見学。担後二社長から新商品開発の苦労や衛生管理について話を聞いた。日亜化学工業(岡南市)、藤崎電機(岡)、阿波シンドル(吉野川市)の3社も巡った。

「わが社の良さを学生たちにアピールしたい」。徳島県内の中小企業経営者のこんな声に応じ、徳島商工会議所が徳島大学と連携して初めて行った企業見学バスツアー。参加した学生たちは大きな刺激を受けたようだ。

訪問したのは、中小の、県内企業に就職する企業を中心とする4つの団体。近年は社、従業員が働く現場 徳島で企業説明会を開く訪れ、社長から商品 徳島で企業説明会を開く開発のやりがいを聞き、卒業生の県外流出た参加者は一様に「次に拍車がかかるという。回もぜひ参加したい」という。

「徳島にも素晴らしい 学生の大企業志向の企業がある」と分かった。背景には、中小企業に関する情報不足がある。元気な中小企業を知る機会を増やすことで、学生の意識も変わる。3500人が県内の大学を卒業しているもの (芝原 好恵)

図 16. ミステリーツアーの記事 (徳島新聞 2008年8月19日)

記者席

訪問したのは、中小の、県内企業に就職する企業を中心とする4つの団体。近年は社、従業員が働く現場 徳島で企業説明会を開く訪れ、社長から商品 徳島で企業説明会を開く開発のやりがいを聞き、卒業生の県外流出た参加者は一様に「次に拍車がかかるという。回もぜひ参加したい」という。

「徳島にも素晴らしい 学生の大企業志向の企業がある」と分かった。背景には、中小企業に関する情報不足がある。元気な中小企業を知る機会を増やすことで、学生の意識も変わる。3500人が県内の大学を卒業しているもの (芝原 好恵)

大学生に県内企業紹介を

参加した学生たちは大きな刺激を受けたようだ。

図 17. ミステリーツアー同行記者のコラム (徳島新聞 2008年8月20日)

平成20年度 就職ルネッサンス! アイランド「とくしま」企業クルージングプロジェクト
徳島県で就職をしたいけれど、どんな企業があるんだろう...と思っている学生さん、朗報です!!!

徳島県 元気はつらつ企業見学会
「ミステリーツアー」in徳島
参加者募集 県内外 大学生対象

徳島県内外の大学等に通っている、平成22年3月以降に卒業予定の学生さんを対象として、クルージングバスで企業へ訪問いたします。徳島で就職をしたいけれど、どんな企業があるんだろう!!!と思っている学生さん、朗報です。是非このチャンスをお見逃しなく!

このチャンスをお見逃しなく!

学生の皆さん 県内企業をよく知ろう!

企業見学の後、学生同士の交流会も予定しているよ!

実施日時/平成21年1月7日(水)・8日(木)・9日(金)・13日(火)
10時集合(集合場所/阿波おどり会館前)

図 18. 第2弾 県内企業訪問募集 (2009年1月)

四国の大学生を応援するコミュニティサイト
「さとあい.jp」の徳島4大学コミュ
「阿波ガクねっと」を紹介!!

図 19. 学生グループ主催の就職イベント (あわわ 2008年2月号)

徳島大学キャンパスSNSコミュニティ
『とくしまマラソンを走ろう』

男女はもちろん学生・教職員・留学生わけ隔てなく仲良く参加しているコミュニティです。みんな徳島が好きで、「第一回とくしまマラソン」にどんな形でもいいからどーしても参加したい人たちがかりです(もちろん大会ボランティア志望の方も)! 徳島大学以外の大学生の参加も大歓迎です。

▲ハルルからリスさん(赤い服)。彼曰く「走るのはトッテモたのしー!! みんなでカンゾー!」らしいです。

■活動日時:10月28日(日)阿波吉野川マラソン、12月2日(日) 神山町マラソン、12月23日(日)大塚ジングルベルマラソン
■参加方法:「キャンパスSNS」入会はこちらのメールアドレスへ(ask@sns.ait230.tokushima-u.ac.jp)。入会後に、コミュニティ「とくしまマラソンを走ろう」に参加してください。
※「キャンパスSNS」とは、四国の大学関係者のためのSNS。現在四国の大学に在籍している大学生、卒業生、教職員で、大学発行のメールアドレスを取得している人のみ利用可能。

図 20. コミュニティのメンバー募集 (あわわ 2007年11月号)

8. まとめ

- 1) 「キャンパスSNS」は初期登録を大学発行のメールアドレスと限定した実名率（選択制）が84%と高い安心・安全なSNSである。
- 2) 本SNSは、学生から学生への広がりや数は少なく、一般的なSNSとは異なる性質を有する。単独で参加した学生の割合が高く、平均友達数も3名と少ない。内気な学生が参加しているものと推測される。
- 3) アクセス件数が最も多いのは「あしあと」機能で、全機能の28%を占めた。特に学生は、自分への関心が高い傾向が見受けられた。
- 4) ログインしている参加学生の「日記」作成は平均1.5件/月、日記に対する「コメント」追加は平均3.3件/月であった。これは、教職員、卒業生に比べて低く、本SNS内でも学生は「文章を記載する」あるいは、「自分の考えを公開する」という行為に対し消極的であった。
- 5) 日記の内容では、世間話、日常の出来事、趣味の話題が65%を占めた。趣味に関する話題には25%が画像添付されていた。コメントの追加では、日常の出来事に対して47%が書き込まれ、利用者との交流の様子が伺われた。日常生活の「憩いの場」として役割を果たしていると思われる。
- 6) 学生の「最新日記」機能の利用者割合は、2-3割と低かった。学生は不特定多数の参加者に対し関心が低く、不特定多数の参加者との交流を好まない傾向があることが示唆された。
- 7) 教職員と卒業生との活用が安定的に認められたことより、学生を取り巻く他の参加者と連携を取りながら、運用側が学生に対して、積極的に働きかけることが有効であると思われた。連携してコミュニティを開設、各種イベントを開催し、いずれも参加者からは好評を得た。

大向（2006）はSNSにおいて個人間の関係の明示化とコミュニケーションは極めて親和性が高く、参加者にとって受け入れやすいものであると述べている⁽¹³⁾。一方、梅田ら（2007）は、SNSでは日記の更新頻度や継続に対する意識がBlogに比べて低いとしながらも、大学生のSNS利用は実際の友

人との交流を目的としたWeb日記によるコミュニケーションがあることを示唆している⁽¹⁴⁾。本SNSでは、積極的に書き込む参加学生の割合が少ないといった問題や個々の記事に気づきにくい等の問題があった。しかし、学生は定期的にログインをしており、受け身的ではあるが記事を読んでいた。本SNS内から現実の世界の交流へと発展した事例も幾つかあった。大学版SNSの特徴を活かせば、本SNSを活用した学生支援の有用性は高いと思われる⁽¹⁵⁾。

現在、Web上でのコンピュータ媒介型コミュニケーション(CMC)に関する研究は急速に増え、肯定的な成果と否定的な結果で論じられている。川浦ら（2007）はWeb内での行動をそれぞれアンケート調査からその行動に至った要因や背景あるいは心理的効用について研究しており⁽¹⁶⁾、A.N.ジョインソン（2004）はWeb上での行動を理解し、適切な道具や状況を設定することによって肯定的な行動が促進されうると述べている⁽¹⁷⁾。実際、対面状況よりもCMCシステムを用いた場合に自己開示が有意に多いとされている。我々は、書き手の自己開示は読み手を意識することで一層増加し、読み手は他者の視点を知ることで、自己に対して問題意識を持ち、意識を高める場ともなりうると考えている。Web上でのコミュニケーションも人間関係における信頼や親密性の発展と密接に関係しており、多様な個性を有する学生支援の一つのツールとして有効であると思われる。

今後も松浦ら（2007）の気づきを支援するためのきっかけとなるメッセージ機能の開発や画像付き日記記事を活用するなど技術的サービスの提供⁽¹⁸⁾と並行しながら、学生の視点に立った真の学生支援の展開と有用性について研究する⁽¹⁹⁾。これらの研究や実践を通して、Webから現実世界へ向けさせる手法を探求し、教育工学と人間社会学との領域を含んだ新しい分野においてその知見を紹介する予定である。

本SNSを活用して、四国の大学、地域、企業等、様々な組織と連携することは、徳島大学工学部、ならびに、本学の発展に寄与するものである。

謝辞

本取組は、平成19-20年度徳島大学パイロット事業支援プログラム(教育改革支援事業)、平成19-20年度徳島大学先端工学研究プロジェクトとして援助を受けて行ったものである。本取組にご理解、ご協力をいただいた本学工学部を中心とした多数の教職員、卒業生、学生、地域・企業のサポーターの方々に心より深く感謝する。

参考文献

- (1) 徳島大学eラーニングセンター, 平成16年度「現代的教育ニーズ取組支援プログラム」徳島大学工学部現代GP成果報告書(一ユビキタス技術による新しい学習環境の創生), 2007
- (2) 文部科学省, 平成19, 20年度「新たな社会的ニーズに対応した学生支援プログラム」
http://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/kaikaku/gakusei.htm, 2007-2008
- (3) 徳島大学, ラーニングライフ, 第1回学生の学習に関する実態調査報告書(平成20年3月)
- (4) 総務省, ブログ・SNS(ソーシャルネットワークワーキングサイト)の現状分析及び将来予測,
http://www.soumu.go.jp/s-news/2005/050517_3.html, 2005
- (5) OpenPNEサイト, <http://www.openpne.jp>, 2002-2008
- (6) 梅田空大, 富澤眞樹, 地域指向型SNSの提案, 情報システムと社会環境研究会, **27**: 69-76, 2006
- (7) Kazumi Sagayama, Kenji Kume, Kazuhide Kanenishi, Kenji Matsuura, Yasuo Miyoshi, Junko Minato and Yoneo Yano: Characteristics and Method for Initial Activity on Campus SNS, Proceedings of ED-MEDIA2008, pp.936-945, Vienna, June 2008
- (8) 株式会社ミクシィ, <http://mixi.co.jp/>, 1999-2008
- (9) Gross, R. & Acquisti A., Information Revelation and Privacy in Online Social Networks (The Facebook case), *Proc. of WPES'05* (pp.71-80). Alexandria, VA: Association of Computing Machinery, 2005
- (10) 川浦康至, 坂田正樹, 松田光恵, ソーシャルネットワークワーキング・サービスの利用に関する調査, *コミュニケーション科学*, **18**: 91-110, 2005
- (11) 村田佳世子, Web日記コミュニケーションのもたらす心理的効用に関する研究, 大阪大学人間科学部卒業論文, 2003
- (12) Kazumi Sagayama, Kazuhide Kanenishi, Kenji Matsuura, Kenji Kume, Yasuo Miyoshi, Junko Minato and Yoneo Yano: Application of Campus SNS for Supporting Students and Their Behavior, Proceedings of ICCE2008, pp.581-586, Taipei, Oct. 2008
- (13) 大向一輝, SNSの現在と展望ーコミュニケーションツールから情報流通の基盤へ, 情報処理学会誌, **47**: 993-1000, 2006
- (14) 梅田恭子, 内藤祐美子, 野崎浩成, 江島徹, 大学生を対象としたSNSのWeb日記によるコミュニケーションの検討. 日本教育工学会論文誌, **31**: 69-72, 2007
- (15) 嵯峨山和美, 金西計英, 松浦健二, 久米健司, 矢野米雄: キャンパスSNSにおける学生行動の分析と支援活動, 日本教育工学会第24回全国大会講演論文集, 801-802頁, 2008
- (16) 川浦康至, 川村善郎, 柴内康文, 北山聡, 多メディア社会における社会的現実の形成過程, 科研費報告書, 2007
- (17) A.N.ジョインソン著, 三浦麻子, 畦地真太郎, 田中敦訳, インターネットにおける行動と心理, pp.1-215, 榊北大路書房, 京都, 2004
- (18) Kenji Matsuura, Kazuhide Kanenishi, Yasuo Miyoshi, Kazumi Sagayama and Yoneo Yano: Promoting Physical Skill Development in a Video-Based Weblog Community Environment, Proceedings of ED-MEDIA2008, pp.1089-1096, Vienna, June 2008
- (19) 嵯峨山和美, 久米健司, 金西計英, 松浦健二, 三好康夫, 松本純子, 矢野米雄: 学生支援キャンパスSNSと学生の動向, 日本教育工学会論文誌, **32**: 53-56, 2008