

# 國學院大學学術情報リポジトリ

國學院大學学修支援センターにおけるリメディアル教育の取り組み：

Instagramを活用した情報発信とアカデミック・スキルズ講座の実践報告

|       |                                                                                                                                                                       |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| メタデータ | 言語: Japanese<br>出版者:<br>公開日: 2025-03-17<br>キーワード (Ja): リメディアル教育, ICT, SNS, 学修支援<br>キーワード (En): Remedial education, learning support<br>作成者: 内村, 慶士<br>メールアドレス:<br>所属: |
| URL   | <a href="https://doi.org/10.57529/0002001482">https://doi.org/10.57529/0002001482</a>                                                                                 |

# 國學院大學学修支援センターにおける リメディアル教育の取り組み

## —Instagramを活用した情報発信とアカデミック・スキルズ講座の実践報告—

内村 慶士

### 【要 旨】

近年、リメディアル教育の概念は、補修授業という意味合いを超え、様々な教育水準・意欲を持つ学生に対して、多様な学修機会を提供することに広がってきている。しかし、大学教育において、実際にどのような取り組みが有効かについて、未だ報告は寡少である。特に、学修に対し消極的な学生をどのようにリメディアル教育に巻き込んでいけるかが課題である。本稿は、そのような課題を乗り越えるために行った取り組みを報告するものである。國學院大學では、2024年度より、Instagramを活用した情報発信、および多様なテーマを設定したアカデミック・スキルズ講座の実践活動を開始した。アカデミック・スキルズ講座の事後アンケートによれば、講座に対する満足度が高いことが推察された。また、対象期間のInstagramの投稿の閲覧アカウント数は、平均318.79件 ( $SD = 128.69$ )、中央値273件であり、内容に関する満足度を反映すると考えられる保存率は、平均4.78% ( $SD = 2.01$ )、中央値4.4%となった。加えて、2024年度の個別相談の件数は、現時点で昨年度の件数、約20件を既に超える57件となった。今年度から始まった取り組みにより、学修支援センターの認知度が向上し、より多くの学生にリメディアル教育が届いたことが示唆された。

### 【キーワード】

リメディアル教育、ICT、SNS、学修支援

## 1. はじめに：実践の背景

國學院大学（以下、本学とする）では、教育開発推進機構という組織が、学部という区分を跨いだ本学学生の学力向上、および教育の質保障を担っている。教育開発推進機構は、活動の目的から、5つのセンターに分かれる。筆者が所属するのは、その内の学修支援センターである。その活動の目的は、「多様な個性をもつ本学学生の学修支援と、学生生活を通じた社会人基礎力の修得促進」となっている。より短い言葉で換言すると、「リメディアル教育」を提供することが、学修支援センターの最も大きな目的であるといえる。学修支援センターでは、リメディアル教育を提供するため、さまざまな活動を行ってきた。例えば、学生からの学修に関する困りごとに応じる個別学修相談や、レポートの書き方を教えるアカデミック・スキルズ講座（c.f., 内村, 2023）などである。しかし、初年次教育や共通教育カリキュラムが充実する中、レポートに関する講座の参加者は減少を続けていた。これは、望ましい変化である一方、学生のニーズや大学が提供するカリキュラムに合わせ、学修支援センターの新しい形を検討し直す局面に至っているともいえる。また、学修支援センターの認知度が低いことから、個別学修相談の件数は低迷を続けている。学修支援センターの活動を改めて定義し直し、学生に対して、どのように利用を促していけるかを検

討する必要がある。

本稿は、そうした中、今年度から始まった学修支援センターの新しい活動とその評価を行う実践報告である。それにより、来年度の学修支援センターの活動のみならず、大学におけるリメディアル教育の展開に貢献することを目標とする。

## 2. 問題と目的

### (1) リメディアル教育の現状と課題

大学への進学率が高まる中、大学に在籍する学生は、ますます多様になっていくことが想定されている(中央教育審議会, 2018)。そうした中、リメディアル教育の重要性は高まっていくものと考えられる。リメディアル教育とは元来、大学教育を受けるために必要な基礎学力を向上させるための補習的な教育活動を指す言葉であった(大学eラーニング協議会・日本リメディアル教育学会監, 2016)。大学進学率が高まり、学生の学力も多様化する中、そのような意味合いでのリメディアル教育は、大学教育への導入として、これからも高い意義を持ち続けるだろう。さらに、近年では、リメディアル教育をより広い概念として捉えようとする動きが広がってきている。リメディアル教育学会(2024)によれば、リメディアル教育は、単なる基礎学力の習得を超えて、さらに学力を伸ばそうとする学生に対する学修支援や、大学卒業後も活かすことができるスキルの習得を支援する教育を含むものと再定義されている。一方で、こうした概念の広がりに伴う実践は緒についたばかりとなっており、その実践報告は寡少となっている。

元来の意味でのリメディアル教育に目を戻すと、近年、情報通信技術(以下、ICTとする)を応用した学修支援の普及が目指されている(大学eラーニング協議会・日本リメディアル教育学会監, 2016)。ICTは、アクセシビリティの高さを特徴としており、広く多様な学生に対して、学修支援を行うことができると期待されている。現在、リメディアル教育におけるICT利用として、授業のオンライン化やオンデマンド教材の充実に焦点が当てられることが多い(大学eラーニング協議会・日本リメディアル教育学会監, 2016)。一方で、学修意欲が低い学生や、卒業後に活かせるスキルも含めた学修情報の収集に積極的でない学生に対しては、オンデマンド教材等を準備し、アクセスを促すだけでは情報が届きづらいことも示唆されている(e.g., 森・松下, 2021)。そうした学生に対して、どのように学修情報を届けていくことができるか検討することが必要である。

本稿では、その方法の一つとして、Social Networking Service(以下、SNSとする)の活用に着目した。近年、SNSを用いて、大学生を対象にした学修情報の発信を行う事例が増えている。例えば、筑波大学DACセンターでは、発達障害のある学生に向けて、SNSを用いた啓発活動を継続的に行い、多くの学生に学修支援情報の提供を行い、代表的な成功事例となっている(筑波大学DACセンター監, 2022)。SNSの中でも、Instagramを活用した事例は多い。Instagramとは、Meta社が提供するSocial Networking Service(以下、

SNSとする)アプリケーションであり、SNSの中でも画像や動画の投稿に特化したものとなっている。サイバーエージェント次世代生活研究所(2023)によれば、高校生から大学生世代の間でのInstagramの使用率は75.6%であり、最も使用率の高いSNSの一つであることが示されている。使用率が高いということで、Instagramを用いて、学修支援情報を発信することを通じて、当該大学施設の知名度および利用率向上に活用する事例が増えてきている。例えば、東北大学附属図書館においては、SNSを活用した一連の周知広報活動のプロジェクトを行い、視覚性の高いInstagramを、より親しみやすいイメージを普及する目的で使用している(永澤, 2022)。また、同志社大学のラーニング・コモンズにおいては、Instagramを活動紹介の中心に据え、講座のライブ配信や運営担当者の自己紹介やカバンの中身紹介などの企画を通じて、施設の利用のハードルを下げるための実践活動を行っている(藤田・大谷, 2023)。このように、Instagramを含むSNSは、学生に対する情報発信手段および学生との心理的距離を埋める手段として有用であると考えられる。

しかし、リメディアル教育に着目し、広く学生に対して、学修支援情報の発信を行った事例は、未だ奔放では報告されていないのが現状である。先ほど、挙げた中では、筑波大学DACセンターの取り組みは、発達障害のある学生およびそのグレーゾーンに該当する学生を対象にした投稿に限定されている。加えて、永澤(2022)や藤田・大谷(2023)の取り組みは、施設紹介に重きがあるため、先述した広義のリメディアル教育という観点からは、投稿があまりないものとなっている。そのため、リメディアル教育をより多くの学生に届ける方法として、SNS特に、学生の使用頻度の高いInstagramが有効に機能しうなのか、実践的な検討が必要であると考えられる。

上記から、本稿が考えるリメディアル教育の課題をまとめると、一つには、新たなスキルの習得を含む、学力を伸ばそうとする学生に対する学修機会を提供する実践活動が相対的に不足していることが指摘される。加えて、ICTを用いたリメディアル教育全般において、より広く学生にアクセスを促すための工夫が必要である一方、具体的な解決策の提案には至っていないことが挙げられる。これについて、本稿では、Instagramの活用がその端緒を拓くものと推測されるが、実践例がなく、検討が不十分となっている。

## (2) 本稿の目的

学修支援センターでは、上記の課題、および大学としての教育機会を充実させるため、リメディアル教育に関する新しい取り組みを2つ行った。一つは、多様なテーマを設定した単発の講座、すなわちアカデミック・スキルズ講座の提供である。もう一つは、学修支援情報の発信および学生との双方向的なやり取りを行うInstagramの運用である。

本稿では、これらの学修支援センターが行ったリメディアル教育の新しい取り組みの内容を報告および考察することを通じ、リメディアル教育に関する研究および実践の発展に寄与することを目的とする。

### 3. 実践内容の報告

#### (1) 個別学修相談（アカデミック・アドバイジング）

個別学修相談は、学修支援センターの開設当初から続いている活動である。学生からの予約に応じ、30分～1時間程度の面談を行っている。面談は、教員が担当している。レポートやリアクションペーパーの書き方、試験勉強の仕方、プレゼンテーションの準備の仕方などの授業上の学修に関するものから、卒論のテーマの設定方法や書き方、資格の勉強方法、スケジュール管理の仕方まで学修に関することであれば広く相談を受け付けている。他大学においては、ライティングサポートを主務とした機関が設置されていることが多いが、本学の学修支援センターは、その機能を広く学修全般に拡張したものと捉えられる。現在、個別学修相談を受ける教員は、筆者1名となっている。なお、筆者は、公認心理師および臨床心理士の資格を保持しており、多様な発達特性および認知特性に配慮した相談活動を行っている。

#### (2) アカデミック・スキルズ講座

アカデミック・スキルズ講座は、学修に関する知識の習得を目的とした1コマ単発の講座である。昨年度までは、前期の中旬～下旬（6月～7月）、後期の中旬～下旬（11月～12月）に一度ずつレポートに関する講座を開催することが通例であった。例えば、昨年度は、自己調整学習（Zimmerman & Schunk, 2011 塚野・伊藤監訳, 2014）を促すことを目的とした論証型レポートのループリックを活用した講座を2回実施した。他にも、コロナ禍においては、レポートの書き方をまとめた一連の講座をオンデマンドで配信する活動も行われていた。

令和6年度では、多様な学生の学修機会を保証するため、学修に関わる様々な講座を開催した（Table1）。國學院大學には、文学部、神道文化学部、法学部、経済学部がある「洪

Table1 令和6年度実施のアカデミック・スキルズ講座

| 回   | テーマ                                 | 対象     | 回数・場所                             | 参加上限     |
|-----|-------------------------------------|--------|-----------------------------------|----------|
| 第1回 | 大学での学び方（学修支援センターガイダンス）              | 主に、新入生 | 3日程分<br>渋谷キャンパスのみ                 | なし（予約不要） |
| 第2回 | オンラインワークスペース<br>Notionを用いた授業管理      | 主に、新入生 | 3日程分<br>渋谷キャンパスのみ                 | 1日程8名まで  |
| 第3回 | ループリックを用いたレポートの<br>評価練習             | 全学年の学生 | 4日程分<br>両キャンパスで実施                 | 1日程30名まで |
| 第4回 | PowerPointを用いたスライド<br>デザイン（基礎編・実践編） | 全学年の学生 | 基礎編：4日程分<br>実践編：4日程分<br>両キャンパスで実施 | 1日程8名まで  |
| 第5回 | アサーションを身につけるグ<br>ループワーク練習会（予定）      | 全学年の学生 | 3日程分<br>両キャンパスで実施                 | 1日程12名まで |

谷キャンパス」と、人間開発学部、観光まちづくり学部がある「たまプラーザキャンパス」の2つのキャンパスがある。学修支援センターが渋谷にあることから、一部の講座は、渋谷キャンパスのみで実施している。

第1回のアカデミック・スキルズ講座は、主に新入生を対象にしたものであり、「大学での学び方」をテーマとしたものであった（Figure1）。大学生の学修時間に関する統計情報を引用しながら、学修に臨む意識を伝え、授業資料の管理方法やテスト勉強の方法を紹介するものであった。



Figure1 第1回講座「大学での学び方」使用資料

第2回の講座も、主に新入生を対象にしたものであり、「Notionによる授業管理」をテーマとしたものであった（Figure2）。Notionとは、Notion Labs Inc.が提供するオンラインワークスペースアプリケーションである。メモを取る、資料を保存する、スケジュールを管理するなど、作業や学修を行うのに必要な様々な機能を、自分の使いやすいようにカスタマイズすることができる。資料に様々なタグをつけながら保管をすることができるため、授業のみならず、研究用途として文献管理にも応用することができる。この講座では、授業資料の管理を例として、Notionの紹介および使用方法の解説を実際に手を動かしながら行うものであった。



Figure2 第2回講座「Notionを使った授業管理」使用資料

第3回の講座は、昨年度実施した「論証型レポートのループリックを活用した自己評価練習」(内村, 2023) をテーマとしたものであった。この講座では、評価をよりしやすくするため、評価練習に先立って、対象となるレポートの論理構造の解説を行うワークを加えた (Figure3)。内容は、初年次教育や共通教育カリキュラムと重複しないように、基礎がある程度身につけていることを前提にした高めの難易度とした。

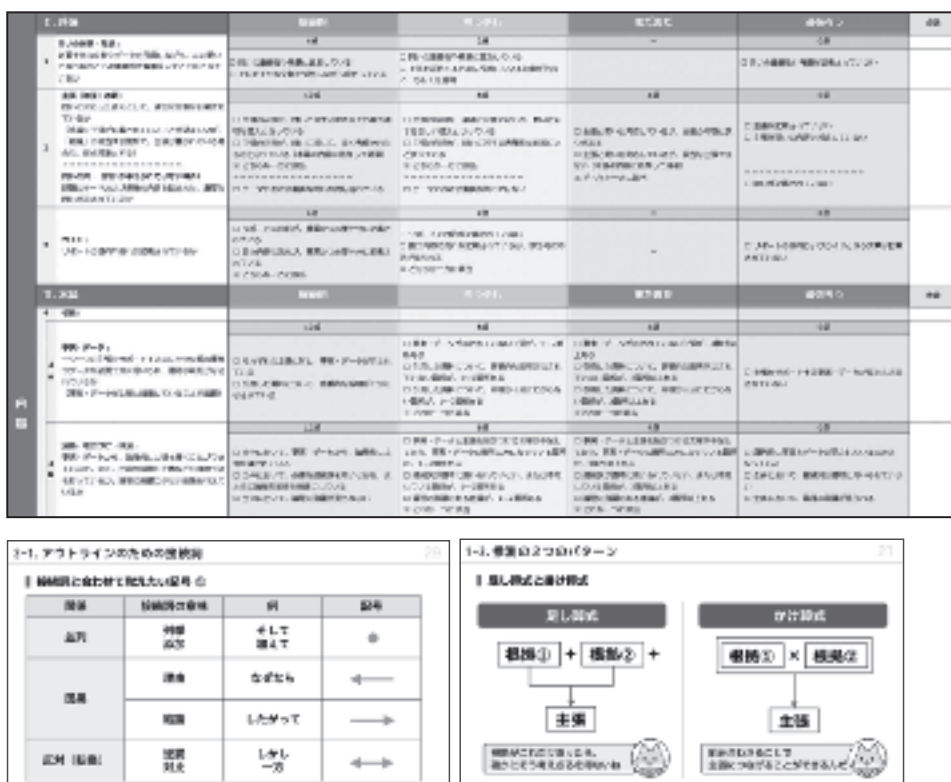


Figure3 第3回講座「ループリック活用した自己評価練習」使用資料

第4回の講座は、2024年10月21日執筆現在、実施中のものである。Microsoft社が提供するPowerPointというスライド作成アプリの使い方および授業や発表で使用するスライドのデザイン方法を学ぶ一連の講座を開催予定である（Figure4）。講座は、PowerPointの基本的な使い方や図解のバリエーションを学ぶ基礎編と、スライドのレイアウトデザインを学ぶ実践編に分かれている。第2弾のNotionに関する講座同様、参加者は実際に手を動かしながら学ぶ形式であった。

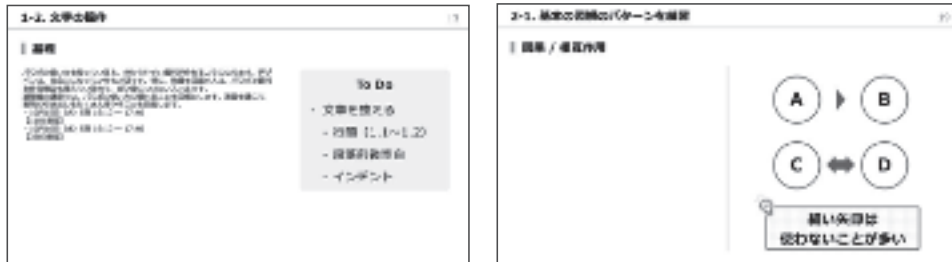


Figure4 第4回講座「PowerPointによるスライドデザイン」使用資料（基礎編）

第5回の講座は、2024年11月下旬に行う予定の講座であり、グループワークをテーマとしたものである。自己主張をしながら、相手の主張も尊重するアサーション（平木, 2021）の態度・技法を身につけることを目的としたものであり、対象学生は、1年生～4年生まで参加可能とする予定である。なお、第4回講座および第5回講座は、未実施あるいは未実施の回を含むことから、後述の評価の対象からは除外する。

### （3）Instagramによる情報発信

学修支援情報を、学修意欲が低い学生や自分から情報を収集することに消極的な学生にも届けることを目的として、Instagramによる情報発信を行った。Instagramのアカウントは、2024年4月より運用を開始した。アカウントの周知活動として、アカデミック・スキルズ講座の第1回にて告知を行った。第1回のアカデミック・スキルズ講座は、渋谷キャンパスのみでの実施であったため、たまプラーザキャンパスにある人間開発学部および観光まちづくり学部の1年生に対しては、入学手続き書類にQRコードを付したチラシを同封した。加えて、両キャンパスともに、ポスターの掲示を継続的に行った。

Instagramの投稿内容は、全て筆者が作成した。学修情報に関する投稿は、図解およびイラスト等を積極的に用いることで、学生の興味関心を惹くことに加え、理解のための認知的負荷を下げることを意図したものとなっている。投稿は、10枚分の画像を一つにまとめて投稿することができる「フィード投稿」という形式で行った。10枚の画像は、インストラクショナルデザインの理論に基づいた流れになるよう作成した。インストラクショナルデザインでは、「注意」、「関連性」、「自信」、「満足感」の順番で、習得の体験がなされ

るよう設計することが有効であるとされている (Keller, 2009 鈴木監訳, 2010))。今回の Instagram の投稿では、閲覧者となる学生の注意を惹くものになるようキーワードやレイアウトの工夫を行った。加えて、導入部分となる画像では、キャラクターを用いた失敗談やよくある悩みをまとめることで、学生が自分ごととして捉えられるような内容とした。続く数枚の画像では、先述の通り、図解およびイラスト等を用いることで、学生の理解を助け、学修に生かしやすくなるよう工夫した。なお、パソコンの操作を行なっているなど、動画で示す方がわかりやすいと考えられたものに関しては、動画を埋め込んだ投稿とした。最後の画像では、「いいね」や「保存」などのリアクションボタンの使用を促すものとした (Figure5)。



Figure5 Instagram を用いた学修支援情報のフィード投稿例

加えて、Instagram に搭載されている「ストーリー」の機能も活用した。ストーリーズを用いた投稿は、24時間後に閲覧できなくなる投稿であるが、閲覧者との双方向的なやり取りが可能になるボタンを配置することができるものである。例えば、上記の学修情報に関する投稿を行った際に、クイズ形式のストーリーズを合わせて投稿することで、より学生の注意を引き出すことが可能になると考えられる。さらに、投稿を行う前に、ストーリーズのアンケート機能を用いて、アンケートを行い、その内容を投稿に盛り込むことで、より自身との関連性を高める工夫を行うことも可能である。また、個別相談の利用を促す方策として、ストーリーズを通じて、学生から質問を募集し、それに対してストーリーズを通じて答えるという活動を行うことで、学修支援センターが相談できる場所でもあることを周知することに有効であると考えられるため、これを活用した (Figure6)。

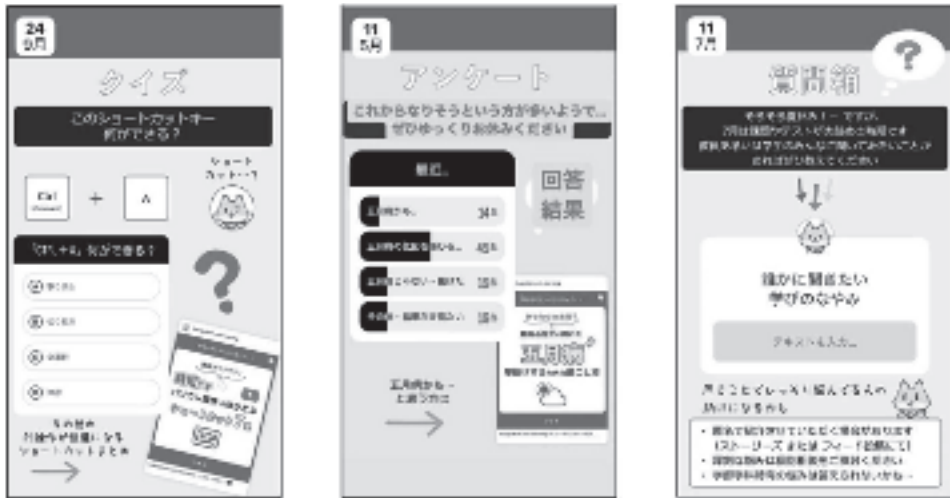


Figure6 Instagramを用いた双方向的なストーリーズ投稿の例

#### 4. 実践内容の評価

2024年度における個別学修相談の相談件数は、2024年10月20日執筆現在において、57件となっており、2023年度の年間相談件数である約20件を、既に超える件数となっている。一方、利用経路の聴取を行っていないため、本年度から開始したアカデミック・スキルズ講座およびInstagramが直接的な効果を及ぼしたかについては、同定することが難しくなっている。以下では、内容的な観点から、2つの取り組みについて評価を行う。

##### (1) アカデミック・スキルズ講座の評価

ここでは、主に講座終了後に実施した簡易的なアンケートの結果および参加人数等から、アカデミック・スキルズ講座の内容を評価する。なお、講座の参加者の募集は、國學院大學の学習管理システム「K-SMAPY II」を通じて行った。講座の告知にあたっては、「K-SMAPY II」の掲示機能およびInstagramの投稿、学内掲示のポスターを使用した。

第1回の「大学での学び方」をテーマとしたアカデミック・スキルズ講座の参加者数は、予約不要の形式であったため、正確な数値を示すことはできないが、教室サイズからの概算でおよそ1000人超であった。そのうち、375名からアンケートの回答が得られた。学年の内訳は、1年生が366名(97.6%)、2年生が1名(0.3%)、3年生が8名(2.1%)、4年生が0名であり、ほとんどが1年生の参加者であった。アンケートとして、講座の満足度を尋ねる質問、すなわち「本日のガイダンスの内容について」という教示に、「満足、やや満足、やや不満足、不満足」の4件法で回答する質問、および、講座の有用性を尋ねる質問、すなわち「本日のガイダンスの内容は役に立ちましたか」という教示に、「役に立った(役に立ちそう)、やや役に立った(やや役に立ちそう)、あまり役に立たなかった(あ

まり役に立たなそう)、役に立たなかった(役に立たなそう)」の4件方で回答する質問に回答を求めた。その結果、満足度について、「満足」と回答した人は305名(81.3%)、「やや満足」は68名(18.1%)、「やや不満足」は1名(0.3%)、「不満足」は1名(0.3%)となった。また、有用性については、「役に立った(役に立ちそう)」と回答した人は337名(89.9%)、「やや役に立った(やや役に立ちそう)」は38名(10.1%)、以下0名であった。以上から、参加した学生が概ね満足感および有用性を感じた内容となったことが示唆された。

第2回の「Notionによる授業管理」をテーマとした講座の参加者数は、事前の予約が各日8名で満枠だったものの、当日キャンセルがあり、3日程で合計16名となった。そのうち、14名からアンケートの回答が得られた。アンケートとして、第1回の講座と同じ満足度を尋ねる質問に加え、「易しかった、ちょうどよかった、難しかった」の3件法で難易度を尋ねる質問に回答を求めた。その結果、満足度について、「満足」と回答した人は13名(92.9%)、「やや満足」は1名(7.1%)、以下0名であった。また、難易度については、「易しかった」と回答した人は1名(7.1%)、「ちょうどよかった」は7名(50.0%)、「難しかった」は6名(42.9%)であった。

第3回の「ルーブリックを用いたレポートの評価練習」をテーマとした講座の参加者数は、予約の時点では53名だったものの、当日キャンセルがあり、4日程で合計37名であった。第1回の講座と同じ満足度を尋ねる質問、および第2回の講座と同じ難易度を尋ねる質問に加え、有用性を尋ねる質問として、「勉強になったか」という教示に対して、「勉強になった、やや勉強になった、どちらでもない、あまり勉強にならない、勉強にならなかった」の5件法で回答を求めた。その結果、満足度について、「満足」と回答した人は21名(70.0%)、「やや満足」は8名(26.7%)、「どちらでもない」は1名(3.3%)、以下0名であった。また、難易度については、「易しかった」と回答した人は1名(3.3%)、「ちょうどよかった」は18名(60.0%)、「難しかった」は11名(36.7%)であった。最後に、有用性については、「勉強になった」と回答した人は24名(80.0%)、「やや勉強になった」は5名(16.7%)、「どちらでもない」は1名(3.3%)であった。

## (2) Instagramによる情報発信の評価

学修支援センターのInstagramアカウントは、2024年4月より運用開始した。2024年10月20日、本稿執筆時点でのフォロワー数は245件となっている。以下では、フォロワー数が安定し、投稿のフォーマットを統一した2024年5月10日以降の「フィード投稿」の内容から評価を行う。評価にあたっては、何人が投稿を閲覧したかを表す「閲覧アカウント数」、投稿に対する肯定的な評価を表す「いいね数」、後から読み返せるように「保存」という動作が行われたアカウントの数を表す「保存数」、および「閲覧アカウント数」に対する「保存数」の比率を「保存率」として、評価の指標として用いた。なお、これらの指標に関して、目安となる基準値は、研究上明らかにされていないが、Instagramをマーケティング手法として用いた場合の実務的な基準においては、「保存率」が3%を超えることが、閲

覧者に対する質の高い情報提供を行えていることの一つの証左として用いられている（石川, 2022; 遠藤, 2023）。本稿でも、暫定的に上記の基準を参照することとした。

2024年5月10日から、2024年10月20日までの投稿数は、19投稿となった（Table2）。夏

Table2 Instagramによるフィード投稿のテーマごとの集計

| 投稿日    | 題名                                       | 種別    | 閲覧<br>アカウント数 | いいね数 | 保存数<br>(率) |
|--------|------------------------------------------|-------|--------------|------|------------|
| 5月10日  | 臨床心理士に聞いた 五月病の<br>早抜けするための過ごし方           | 画像    | 263          | 22   | 9(3.4%)    |
| 5月14日  | 大学のレポートははじめの一步                           | 画像    | 275          | 22   | 25(9.1%)   |
| 5月16日  | 型ごとに解説 レポートすらす<br>ら効率良く書ける進め方            | 画像    | 369          | 13   | 23(6.2%)   |
| 5月21日  | 印象がグッと良くなる Word 見<br>栄えの整え方              | 画像と動画 | 714          | 19   | 38(5.3%)   |
| 5月30日  | 大学カバン トート？リュッ<br>ク？どっちがおすすめ？             | 画像    | 293          | 6    | 5(1.7%)    |
| 6月4日   | 最短効率で仕上げる レジュメ<br>正しい作り方                 | 画像    | 385          | 23   | 23(6.0%)   |
| 6月14日  | 文献引用法 本や資料のスマー<br>トな使い方5選                | 画像    | 249          | 13   | 16(6.4%)   |
| 6月25日  | スマホの誘惑に負けない 集中<br>力を高める心理学的な方法           | 画像    | 459          | 18   | 9(2.0%)    |
| 7月1日   | 最短効率で書ける 論証型レポー<br>トテンプレート解説             | 画像    | 264          | 12   | 22(8.3%)   |
| 7月4日   | 締切ギリギリの徹夜を回避 タ<br>スク管理をマスターする5つの<br>ステップ | 画像    | 255          | 14   | 11(4.3%)   |
| 7月10日  | 大学生から気をつけたいメール<br>NG例7選                  | 画像    | 258          | 19   | 15(5.8%)   |
| 7月13日  | 大学の授業どう勉強する？出題<br>形式別テスト対策               | 画像    | 273          | 17   | 10(3.7%)   |
| 7月17日  | レポートの完成度UP 生成AI<br>の正しい使い方               | 画像と動画 | 525          | 17   | 20(3.8%)   |
| 9月16日  | 「頑張りたいのに続かない…」<br>やる気を維持する習慣化のコツ         | 画像    | 252          | 19   | 11(4.4%)   |
| 9月18日  | 習慣化の強い味方 Notionで始<br>めるデジタル日記            | 動画    | 314          | 7    | 7(2.2%)    |
| 9月24日  | 時短テク パソコン操作がはか<br>どるショートカット7選            | 画像と動画 | 319          | 15   | 15(4.7%)   |
| 10月7日  | 大学生から覚えたいパワポ基本<br>操作7選                   | 画像と動画 | 205          | 9    | 13(6.3%)   |
| 10月11日 | ゲーム感覚で上達するタイピン<br>グ練習サイト4選               | 画像と動画 | 197          | 7    | 6(3.0%)    |
| 10月18日 | みんながついやりがち スライ<br>ド作成NG集7選               | 画像    | 188          | 10   | 8(4.3%)    |

季休暇の期間を除き、およそ1週間に平均1投稿の頻度で投稿を行った。対象期間のInstagramの投稿の「閲覧アカウント数」は、平均318.79件 ( $SD = 128.69$ )、中央値273件であった。「閲覧アカウント数」が多かった投稿の上位3つは、順に「印象がグッと良くなる Word 見栄えの整え方 (画像と動画)」で714件、「レポートの完成度UP生成AIの正しい使い方 (画像と動画)」で525件、「スマホの誘惑に負けない 集中力を高める心理学的な方法 (画像のみ)」で459件となった。そして、内容に関する満足度を反映すると考えられる「保存率」は、平均4.78% ( $SD = 2.01$ )、中央値4.4%となった。また、「保存率」が高かった投稿の上位3つは、「大学のレポートははじめの一步 (画像)」で9.1%、「最短効率で書ける論証型レポートテンプレート解説 (画像)」で8.3%、「文献引用法 本や資料のスマートな使い方5選 (画像)」で6.4%となった。

## 5. 考察

2024年度より開始した國學院大學学修支援センターのリメディアル教育に関する取り組みを評価した結果、まず、テーマを拡大したアカデミック・スキルズ講座については、概ね学生のニーズに応える内容となっていることが示唆された。一方で、第2回「Notionによる授業管理」および第3回「ループリックを用いたレポートの評価練習」においては、難易度を「難しかった」と回答する学生の割合が高くなった。國學院大學に所属する全ての学生を対象に参加学生を募集したことから、習熟度に応じた内容の提供ができなかったものと想定される。このような全学生を対象にした講座においては、第4回「PowerPointを用いたスライドデザイン」のように、「基礎編」と「実践編」に分けるなどして、習熟度を考慮した講座構成にすることが望ましいと考えられる。

さらに、Instagramを通じた学修情報の発信についても、肯定的な結果が得られたと捉えられる。執筆時点でのフォロワー数は245件であるが、一つの投稿あたりの閲覧アカウント数は、平均318.79件 ( $SD = 128.69$ )、中央値273件となった。これは、Instagram内のアルゴリズムにより、滞在時間が長いことや保存率が高いなどの特徴から、閲覧者にとって良質な情報を提供していると判断された結果、フォロワーと似た属性のアカウントに対しておすすめ表示されたことを示唆している (Meta, 2024)。フォロワー数の少なさから、その影響力は限られているものの、継続的な運用を通じ、フォロワー数を増やしていくことで、より多くの学生に学修支援情報を届けることができるものと考えられる。加えて、投稿の質の直接的な指標として、「保存率」を見ると、平均4.78% ( $SD = 2.01$ )、中央値4.4%という数値が得られた。実証的な数値ではないものの、実務的な基準により、質の高い投稿であると判定される3%を上回る数値であることから、学生にとって、有益な情報発信ができているものと推察される。個別の投稿を見ていくと、「閲覧アカウント数」が多かった投稿の上位3つのうち、1番目と2番目の投稿は画像に加えて動画を使用したものであった。動画を使用した発信は、より学生の目に留まりやすいものと想定される。また、「保

存率」が高かった投稿の上位3つは、全てアカデミックな文章の書き方に関する投稿であった。これらの投稿は、実際のレポート作成の際に、参照できるように保存したいと考える学生が多かったのではないかと考えられる。上記より、リメディアル教育を学生に広く届ける手段として、Instagramを活用した実践は一定の効果があったものと想定される。

また、本稿においては、直接的な因果関係を示すことはできないが、本年度の個別学習相談の件数が57件となり、既に昨年度の年間相談件数を大きく上回っていることは特筆すべきものであると考えられる。講座の実施自体、あるいはその開催情報が、学修管理システムやポスターを通じ、学生の目に触れる機会が多くなったことで、相談件数が増加したものとも考えられる。また、その他にも、Instagramの「フィード投稿」や「ストーリーズ」を用いた双方向的な情報発信を通じて、学修支援センターの認知度が高まったためとも考えられる。いずれにしても、学生との接点を増やすことによって、より多くの学生が個別学修相談に繋がりがやすくなったのではないかと推察される。しかしながら、より正確な把握のためには、利用のきっかけを尋ねるなど、データ収集の工夫を行うことが必要である。

## 6. おわりに

リメディアル教育は、基礎学力の習得のみならず、学力をさらに伸長したいと考える学生への機会提供や社会人として求められるスキルの習得促進を含むものとして再定義された（リメディアル教育学会, 2024）。一方で、その具体的な実践に関する報告は寡少であった。そうした中、本研究は、アカデミック・スキルズ講座の実践報告を通じて、広義のリメディアル教育の取り組みを紹介したものと位置付けられる。加えて、本研究では、リメディアル教育を広く学生に届けるため、大学生の使用頻度が最も高いSNSの一つであるInstagramを活用した学修情報の発信を行い、その評価を行った。これまで、特定の対象に焦点を当てた取り組みは報告されていたものの（e.g., 筑波大学DACセンター監, 2022）、広くすべての学生を対象にした取り組みは、報告されてこなかった。加えて、Instagramを用いて、情報発信および双方向的なコミュニケーションを行った取り組みは、いくつか行われてきたものの（e.g., 永澤, 2022; 藤田・大谷, 2023）、リメディアル教育を扱ったものはなかった。そうした中、本研究はリメディアル教育をテーマとして、Instagramを活用した学生との新しい接点の形を提案した数少ない取り組みの一つとして位置付けることができる。一方、今後の研究においては、講座参加者およびInstagramのフォロワーの分析を行うことで、どのような学生にアプローチすることができているのかを検討していくことが必要だろう。

その他にも、本稿はあくまで実践報告の形式をとっているため、正確な効果を実証できるものではないという研究上の限界がある。アカデミック・スキルズ講座の効果を詳細に明らかにするためには、講座受講後のフォローアップ調査を行い、非参加者に比べたレポートの点数の比較やツールの継続使用率などを測定する必要があるだろう。また、

Instagramの効果の測定においても、アカウントをフォローしている学生と、フォローしていない学生との違いを検討していく他、質的研究の手法を用いて、反応の良い投稿の精査を行なっていくことも有効だろう。以上のように、本稿は、実証的な研究としては、数多くの限界を含むものであるが、リメディアル教育の新しい形を拓くものとして、今後の研究の発展に資することが期待される。

## 引用文献

- 大学eラーニング協議会・日本リメディアル教育学会（監修）（2016）『大学におけるeラーニング活用実践集：大学における学習支援への挑戦2』ナカニシヤ出版
- 遠藤優（2023）『インスタマーケティング：ファンが増えるアカウントの黄金法則』Gakken
- 藤田萌々子・大谷紗也加（2023）「新たなつながりの構築へ：今出川校地良心館ラーニングコモンズでの広報活動とインスタグラム運用」『同志社大学学習支援・教育開発センター年報』（14）、pp.86-96.
- 平木典子（2021）『三訂版 アサーション・トレーニング：さわやかな〈自己表現〉のために』日本・精神技術研究所
- 石川侑輝（2022）『プロ目線のインスタ運用法（Instagramマーケティング）』クロスメディア・パブリッシング（インプレス）
- Keller, M. J. (2009). *Motivational Design for Learning and Performance: The ARCS Model Approach*. Springer US
- （ケラー, M. J. 鈴木克明監訳（2010）『学習意欲をデザインする：ARCSモデルによるインストラクショナルデザイン』北大路書房）
- Meta（2024）「Instagramのアルゴリズムの仕組み」Retrieved October 20, 2024 from [https://creators.instagram.com/grow/algorithms-and-ranking?locale=ja\\_JP](https://creators.instagram.com/grow/algorithms-and-ranking?locale=ja_JP)
- 文部科学省（2022）『全国学生調査（第3回試行実施）』Retrieved October 20, 2024 from [https://www.mext.go.jp/a\\_menu/koutou/chousa/1421136.htm](https://www.mext.go.jp/a_menu/koutou/chousa/1421136.htm)
- 森裕生・松下侑輝（2021）「初年次教育科目におけるオンデマンド授業動画の視聴状況に関する研究」『日本教育工学会論文誌』（45）、pp.177-180.
- 永澤恵美（2022）「東北大学附属図書館におけるSNS活性化プロジェクトと現状」『大学図書館研究』（121）、2137.
- リメディアル教育学会（2024）『「リメディアル教育」の定義』Retrieved October 20, 2024 from <http://www.jade-web.org/guidance/definition.html>
- 筑波大学DACセンター（監修）（2022）『ヒトはそれを「発達障害」と名づけました』金子書房
- サイバーエージェント次世代生活研究所（2023）「2023年Z世代SNS利用率調査」Retrieved October 20, 2024 from <https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id=29609>
- 中央教育審議会（2018）「2040年に向けた高等教育のグランドデザイン（答申）」Retrieved October 20, 2024 from [https://www.mext.go.jp/content/20200312-mxt\\_koutou01-100006282\\_1.pdf](https://www.mext.go.jp/content/20200312-mxt_koutou01-100006282_1.pdf)
- 内村慶士（2023）『論証型レポートの包括的ループリックを用いた評価練習の実践報告——アカデミック・スキルズ講座を通じて——』國學院大學教育開発推進機構紀要（15）、pp.1-13.
- Zimmerman, B. J., & Schunk, D. H. (Eds.) (2011). *Self-regulated learning and academic achievement: Theoretical perspectives*. Lawrence Erlbaum Associates.
- （ジマーマン, B. J.・シャンク, D. H.（編） 塚野州一・伊藤崇達（監訳）（2014）『自己調整学習ハンドブック』北大路書房。）

# Remedial Education at Kokugakuin University's Academic Support Center:

## A Practical Report on the Use of Instagram for Education and Academic Skills Seminar

Yasushi UCHIMURA

### Abstract

In recent years, the concept of remedial education has expanded to provide diverse learning opportunities for students with various educational levels and motivations. However, there are still few reports on the effectiveness of such remedial education. In particular, the question is how to encourage students who are reluctant to study to become involved in remedial education. This study reports on efforts to overcome such challenges. Kokugakuin University began to use Instagram to distribute information and to hold academic skills seminars on a variety of themes in the fiscal year of 2024. According to the post-questionnaire of the academic skills seminar, it is suggested that there is a high level of satisfaction with the seminar. The average number of accounts viewing Instagram posts is 318.79 ( $SD = 128.69$ ) with a median of 273, and the average retention rate, which is considered to reflect satisfaction with the content, is 4.78% ( $SD = 2.01$ ) with a median of 4.4%. In addition, the number of individual academic supports in the fiscal year 2024 has already exceeded the number of the previous fiscal year, approximately 20, at this point, with 57 cases. It is suggested that the efforts started this year have improved the recognition of the Academic Support Center and that remedial education has reached a larger number of students.

**Keywords :** *remedial education, ICT, SNS, learning support*