世界の幸せをカタチにする。
Creating Peace & Happiness for the World
Musashino University
武蔵野大学 学術機関リポジトリ
Musashino University Academic Institutional Repository

副専攻AI活用エキスパートコースのコミュニケーション施策

メタデータ	言語: Japanese 出版者: 公開日: 2023-03-23 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 横山, 誠 メールアドレス: 所属:
URL	https://mu.repo.nii.ac.jp/records/2011

副専攻 AI 活用エキスパートコースの コミュニケーション施策

Communication measures for sub-major AI utilization expert course

横山　誠
武蔵野大学　MUSIC

概要

武蔵野大学の情報教育を推進する MUSIC(Musashino University Smart Intelligence Center)では，主専攻（所属する学部・学科で学ぶ専門）に加え副専攻としてデータサイエンスや人工知能(AI)を活用する専門知識とスキルを学ぶ「副専攻 AI 活用エキスパートコース（以下副専攻コース)」を運営している．2022 年度は副専攻コース開講 2 年目となり，進学先を検討している高校生や，受講を検討している 1 年生および受講中の 2 年生に向けてさまざまなコミュニケーション施策を実施したので報告する．

キーワード： 副専攻，広報，広告，コミュニケーション，Teams，Twitter

1. はじめに

「副専攻 AI 活用エキスパートコース」は，2021 年度以降に入学したデータサイエンス学科を除く全学科生が受講できる[1][2]．本コースでは AI に関する技術について深く学ぶよりも，AI の特性を理解し，広く利用できる AI 活用力の獲得を重視している．科目は 1 年次から 3 年次にかけて入門・基盤・専修の 3 つの科目群で構成されており，規定の単位を修得した学生を大学が認定し，修了証書を発行している[図 1]．

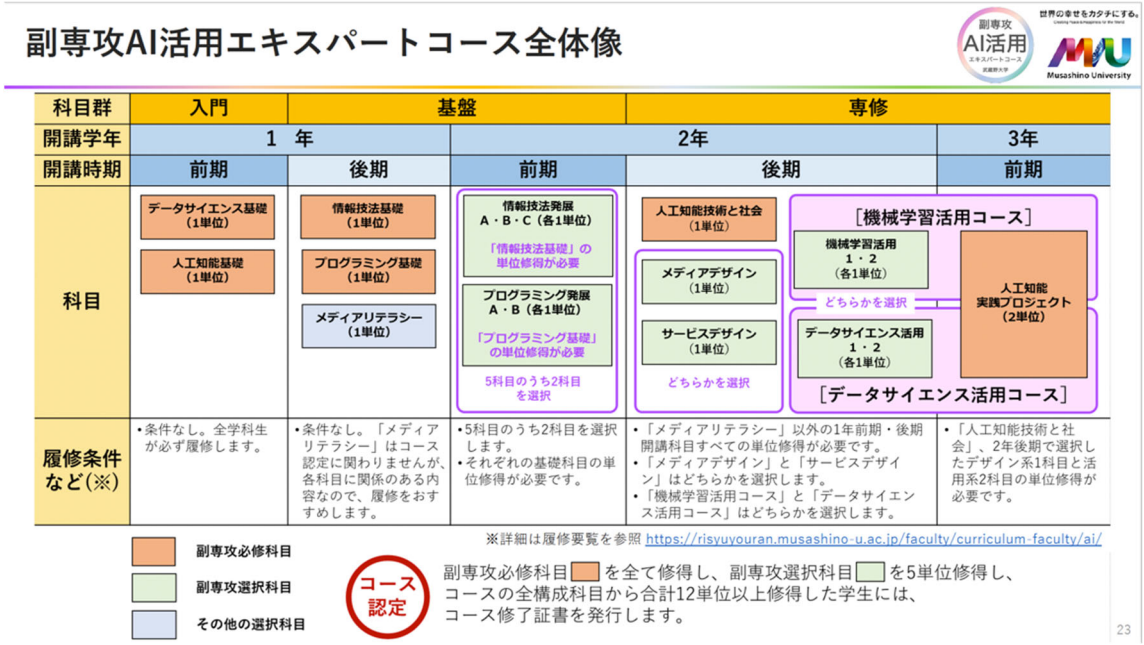

図 1　副専攻 AI 活用エキスパートコースの構成

Figure 1　Minor AI Utilization Expert Course Structure.

副専攻コースの受講は必須ではないが，主専攻と副専攻を合わせて学ぶことで将来の活躍の幅を広げられる．一方で，受講が任意であるため，受講者の獲得においては学内外のステークホルダーに情報発信やコミュニケーションを続けていくことが重要となる．そこで，2022 年度に実施したコミュニケーション施策について報告する．

2.　学内者向けに実施したコミュニケーション施策

2.1.　基本方針

2022 年度，副専攻コースの学生は，2021 年度に受講を申し込んだ 1 期生を中心に，7 月に 2 期生が加わった．副専攻コースの本格的な履修は，2 年次後期の専修科目から始まるため，まずは学内者の中でも 1 期生にとって重要な情報を連絡するための環境や体制の構築を目指した．

2.2.　副専攻コース受講生用のオンラインコミュニティ立ち上げ

既存のコミュニケーション手段には，学内者向けポータルサイト「MUSCAT」のお知らせ機能を通じた連絡と，学生の Gmail アカウントへのメール送信がある．しかし，これらのサービスは情報を掲示して閲覧されるのを待つ，一方向型のコミュニケーションに特化している．特に MUSCAT は学生間の交流や教員への相談といった，相互に緊密なコミュニケーションを取ることは想定されておらず，情報の閲覧情報を分類して利用しやすくすることも考慮されていない[3]．そこで，オンライン上に Microsoft Teams を利用してコミュニ

ティを立ち上げ，副専攻生への連絡や，関係者間でのコミュニケーションを促した[4][図 2]．本学では Teams を入学前教育や情報科目を中心に LMS として利用しており，副専攻コースでは，主に受講生向け説明会やセミナーといったイベント案内や，授業履修に関わる重要なお知らせの発信などに利用している．チームと呼ばれる大きなグループの中に学生と教員を登録し，チャネルと呼ばれる小グループを作り話題を分けることで，情報が自然と分類される仕組みとなっている．副専攻コースでは一般チャネルに全体向けのお知らせを投稿し，その他のチャネルでは投稿の内容や対象者別に情報を発信している．投稿に対するリアクションもワンクリックで手軽に行える．チームの管理者が参加者の Teams 上での活動状況を把握できる機能も備えている[5]．

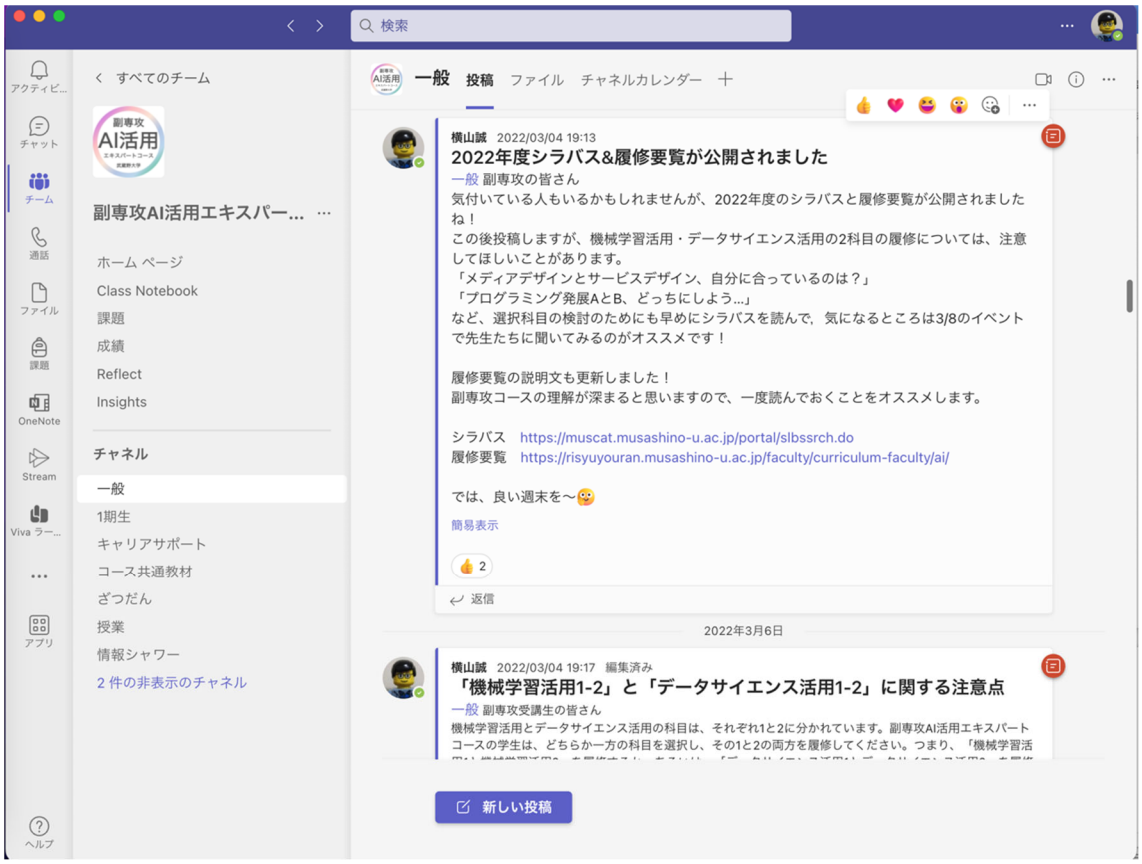

図 2　Microsoft Teams 上に設けた副専攻コース受講生のオンラインコミュニティ

Figure 2　An online community for minor course students on Microsoft Teams.

2.3.　バーチャルオフィス「oVice」の活用

受講生向けに開催する各種説明会の会場には，Teams のビデオ会議機能を利用していたが，参加者同士のグループワークをより行いやすくするため，バーチャルオフィスサービス oVice も利用した[6][図 3]．oVice はウェブ上のスペースを自由に動き他者に近づいてコミ

ュニケーションが取れる Web サービスで，現実世界での会話に近い体験が可能となっている．受講生同士のコミュニケーションや教員への相談といった交流をより一層促すため，oVice を副専攻コースの説明会や一部の科目において取り入れた．なお，武蔵野大学と oVice 株式会社は教育におけるメタバース活用に向けて包括連携協定を結んでいる[7]．

図 3　oVice

Figure 3　oVice.

2.4.　受講生向け説明会および就活支援イベントの開催

副専攻コースの修了認定の付与には，特に 2 年次後半から始まる専修科目群の履修が重要となる．そこで， 3 学期および 4 学期の開講科目の履修に関する説明会を，2022 年 7 月に Teams で開催した．開催の告知には前述の Teams コミュニティを活用した．

2023 年 1 月には，3 年次の開講科目「人工知能実践プロジェクト」で取り組むテーマの説明会を oVice で開催した．当日はスペースを自由に移動できる oVice の特徴を活かし，教員が oVice 上のテーブルに分かれて配置し，学生が教員のもとに訪ねて質問や相談を行った．同月，各学生の取り組むテーマおよび担当教員を公開し，メンバーと担当教員間での交流会を oVice で開催した．交流会の後半では，学内で内定を獲得した学部 3 年生に体験談を話してもらい，副専攻受講生が就活に向けて情報を得る機会とした．

説明会やイベントは録画して資料とともに配布し，欠席した学生のフォローに活用した．oVice は録画機能を有していないため，Teams のビデオ会議機能を使用し，oVice の画面を

画面共有することで録画した．

2.5.　Microsoft Power Automate を活用した学生への連絡効率化

筆者は副専攻コース科目「人工知能技術と社会」の授業運営を補助していた中で，課題の提出が確認できない学生がおり，連絡を取りたい状況が多く生じた．このような場合，学生全員へ一律にお知らせするより該当者に個別にお知らせする方が，提出につながりやすいと考えるが，一人一人に送信する必要がある．そこで，Microsoft Power Automate を用いて自動化した[8] [図 4]．今回は授業の LMS に Teams を使っていたためチームの「成績」から学生の課題提出状況を xlsx 形式して，これに記録されているメールアドレスや課題提出の有無を表す値を利用した．取得した Excel にテーブル形式で保存して Power Automate に読み込ませると，メールアドレスに対応する Microsoft アカウントを取得して Teams のチャットと Gmail にメールを自動的に送信する．実際に課題未提出のある学生に利用し，提出へと繋げられた．

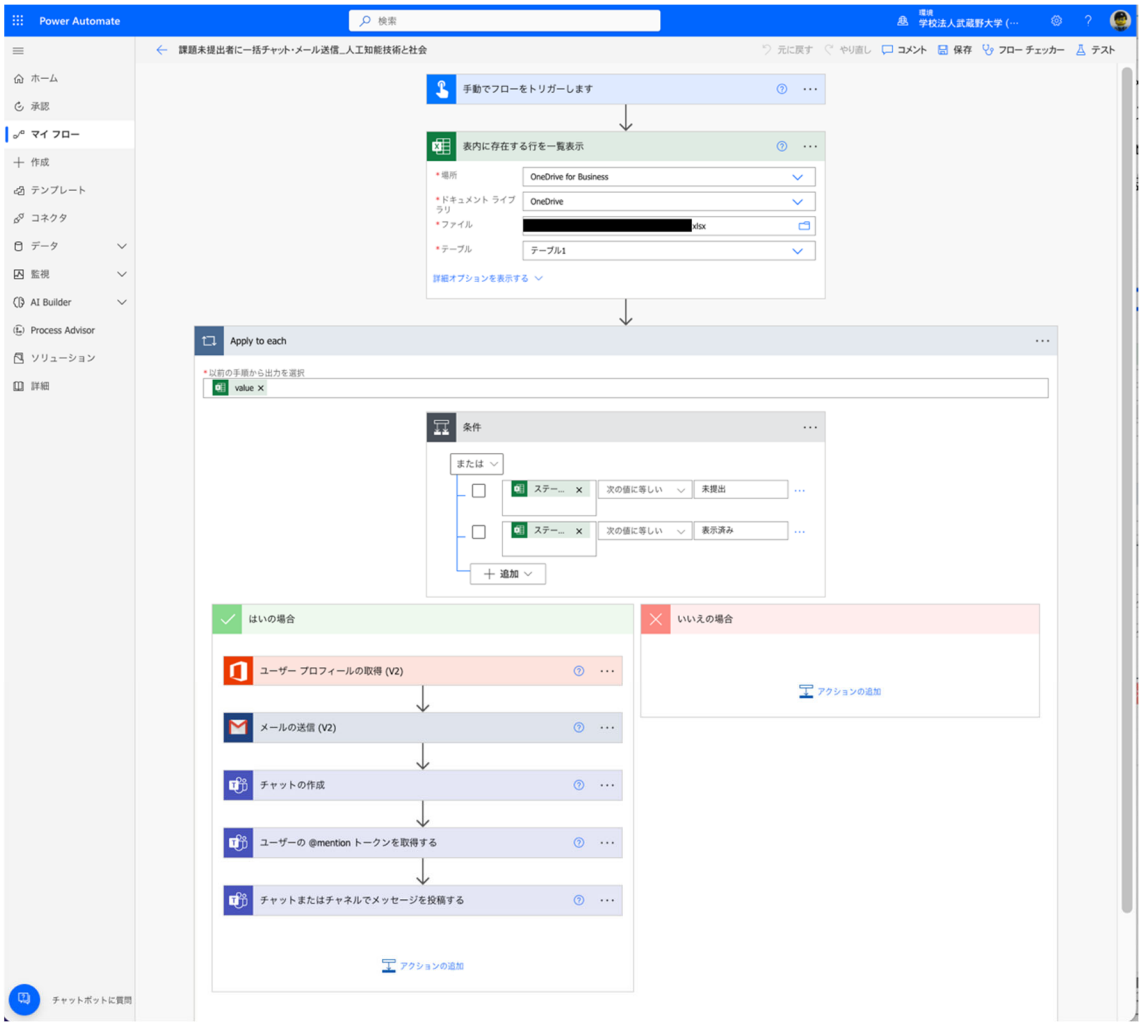

図 4　Microsoft Power Automate

Figure 4　Microsoft Power Automate.

2.6.　学内者向けコミュニケーション施策の課題

Teams や oVice を活用したオンラインコミュニティの開設によって，副専攻コースの受講生に重要な情報を伝え，蓄積し，活動できる環境を整えられた．しかし実際の投稿状況は教員による投稿が中心であり，受講生による投稿や受講生同士の交流を活性化させていく必要がある．

3.　学外者向けに実施したコミュニケーション施策

3.1.　基本方針

2021 年度は主に「Twitter で情報を拡散し，Web サイトへ誘導して詳細を説明する」という，各媒体の長所を活かした，広報の基本体制を構築した[9]．これを踏まえて 2022 年度に実施したコミュニケーション施策について述べる．対象者は前年度同様，広報の主な対象は大学への進学を検討中の高校１・2 年生とし，その保護者や教員なども広く対象とした．

3.2.　PR チラシの作成・配布

オープンキャンパスの来場者に配布する PR チラシを作成した[図 5]．デジタル版を副専攻コースの Web サイトに掲載したほか，印刷してオープンキャンパスの来場者に配布した．

図 5　副専攻 AI 活用エキスパートコースの紹介チラシ

Figure 5　Leaflet introducing the sub-major AI utilization expert course.

3.3.　オープンキャンパスでの説明会開催

オープンキャンパス[10]にて説明会を開催した[図 6]. 開催した日程とキャンパスおよび来場者数を以下に記す.

・6 月 26 日（日）: 武蔵野キャンパス 約 30 名

・7 月 3 日（日）: 有明キャンパス 30 名

・8 月 20 日（土）: 武蔵野キャンパス 30 名

・8 月 27 日(土) : 有明キャンパス 60 名

・11 月 13 日（日）: Web 開催

図 6　オープンキャンパスで開催した説明会の様子

Figure 6　Briefing session held at the open campus.

説明は副専攻コース長の教授が担当し，筆者は説明会に隣接する通路で説明会への誘導や質問に対応した．来場者を増やすため，制作したチラシを印刷してオープンキャンパスの受付に設置し来場者に配布した．会場前の通路には副専攻コースの内容を説明するポスターを設置し，興味を持った方が気軽に入室できるようにした．大学全体の説明会や各学科の説明会の中でも，副専攻コースについて短く紹介してもらい，興味を持った学生や保護者が来場できるようにした．

2023 年度は，教員だけでなく学生も来場者への説明や質問対応を担当してもらい，来場者が副専攻コースでの学びをよりイメージできる説明会としたい．

3.4.　SNS での発信

オープンキャンパス説明会の前日や当日には，MUSIC が運営する Twitter[11]と Instagram[12]に状況を投稿して，来場できなかった学生にも情報を発信した[図 7][図 8]．

図 7　MUSIC Twitter

Figure 7　MUSIC Twitter.

図 8　MUSIC Instagram

Figure 8　MUSIC Instagram.

説明会の様子は録画し，11 月に開催したオープンキャンパス説明会のコンテンツとして利用した．また，動画の尺を長尺と短尺 2 種類の動画コンテンツに分け，長尺版は MUSIC の YouTube[13]に投稿して副専攻 Web サイトに掲載し，短尺版は MUSIC Twitter に投稿して広告配信時に注目を集めるように利用した．

平常時も副専攻コース科目の内容や，AI 活用に関する最新事例を定期的にツイートした．ツイートは MUSIC の教員が協力して用意した．

3.5.　Twitter・YouTube での広告配信

Twitter および YouTube の広告配信機能を用いて，広告を配信した．Twitter 広告[14]は過去の投稿を広告として配信できる機能を利用し，4 月，5 月の連休期間，9 月，11 月，12 月と 2023 年 1 月の年末年始に配信した．配信の際はターゲティング機能を用いて，高校生の年齢が含まれるように設定し，地域は関東圏に限定した．ツイートには副専攻コースを短く紹介する動画を添付した．Twitter は動画が添付されているとタイムライン上で自動再生されるので，認知されやすくなるように添付した．

結果，毎回 1000 インプレッションあたり 100 円から 300 円程度の費用で広告が配信されたが，特に 12 月に配信した広告を詳しく紹介する．広告は 12/26~12/31 の間配信しインプレッションは約 20 万を記録した．添付した動画の視聴回数は約 1 万回で，うち動画を最後まで視聴した割合は 3%であった．副専攻コースの存在を広められ，300 人程度には副専攻コースの関心を持ってもらえたと考える．プロフィールのクリック数も約 80 回記録されていた．ツイート内のリンクから副専攻コースの Web サイトの訪問に繋げたかったが，リンクのクリックはほぼ生じなかった．

YouTube 広告[15]は 12 月に配信した．高校生の年齢を含むようにターゲティング設定ができなかったため，保護者を想定して広告を配信した．配信には，YouTube にアップロードした副専攻コースの紹介動画を使用した．以降の配信は行わなかった．

3.6.　授業体験談の掲載

副専攻コースを検討している高校生および在校生に関心を持ってもらうため，副専攻コースの科目を受講した学生にインタビューし，回答を記事としてまとめて副専攻コースの Web サイトに掲載した[図 9]．現在までに 10 科目・17 名の記事を公開した．3 年次科目の「人工知能実践プロジェクト」も終了次第掲載を予定している．

図 9　授業を受けた学生の体験談を掲載

Figure 9　Posting testimonials from students who took classes.

3.7.　学外者向けコミュニケーション施策の課題

副専攻コースの運営側で実施可能なコミュニケーション施策は，継続して実施でき，高校生や在校生が副専攻の受講を検討するために必要な情報も充実してきたが，継続して実施できているがゆえに変化が乏しい．そこで，発信する内容や発信方法を変え，より高校生や

保護者に響くコミュニケーションへ改善する必要がある．例えば，コンテンツの制作や発信を教員だけでなく受講生も担うことで，より訴求力が高まり，これまでのコンテンツが響かなかった学生にもアプローチできるのではないか．副専攻受講生のオンラインコミュニティも，活動の目的が生じ，活性化につながると考える．

4.　おわりに

本稿では，武蔵野大学の副専攻 AI 活用エキスパートコースにおいて，2022 年度に学内外に向けて実施したコミュニケーション施策について紹介した．2022 年度副専攻コースに申し込んだ学生の志望理由に「この副専攻コースがあるから武蔵野大学に入学した」という学生が数名いた．日々のコミュニケーション施策の効果は見えにくいものだが，その成果と重要性が確認できた貴重な瞬間であった．学内外に向けてコミュニケーションを行うための基本的な体制や環境の整備は終了したため，今後は教員中心ではなく副専攻生も巻き込むなど，これまでの施策を見直し魅力を高めていく段階にある．

謝辞　MUSIC 上林憲行センター長，MUSIC 林浩一 教授，MUSIC 事務課兼情報システム企画管理課長 菅原様に感謝申し上げます．授業体験談の制作にご協力いただいた学生および教員の皆様に感謝いたします．

参考文献

[1]副専攻(AI 活用エキスパートコース) Musashino University Smart Intelligence Center（MUSIC）｜武蔵野大学［MUSASHINO UNIVERSITY］https://www.musashino-u.ac.jp/guide/facility/MUSIC_center/submajor_aiexpert.html (参照 2023-2-19)

[2]副専攻コース(AI 活用エキスパートコース) – 武蔵野大学履修要覧公式サイト https://risyuyouran.musashino-u.ac.jp/faculty/curriculum-faculty/ai/ (参照 2023-2-19)

[3]横山誠(2021):”武蔵野大学ポータルサイト「MUSCAT」の現状調査” , Musashino University Smart Intelligence Center 紀要 Vol1,pp120-132

[4]Microsoft Teams https://www.microsoft.com/ja-jp/microsoft-teams/group-chat-software (参照 2023-2-19)

[5]Microsoft Teams の Insights に関する教師向けガイド - Microsoft サポート https://support.microsoft.com/ja-jp/topic/microsoft-teams-%E3%81%AE-insights-%E3%81%AB%E9%96%A2%E3%81%99%E3%82%8B%E6%95%99%E5%B8%AB%E5%90%91%E3%81%91%E3%82%AC%E3%82%A4%E3%83%89-27b56255-90c0-47aa-bac3-1c9f50157181 (参照 2023-2-19)

[6]oVice https://www.ovice.com/ja (参照 2023-2-19)

[7]oVice と武蔵野大学が教育におけるメタバース活用に向けて包括連携協定を締結｜oVice 株式会社のプレスリリース https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000135.000058507.html (参照

2023-2-19)
[8]Microsoft PowerAutomate https://powerautomate.microsoft.com/ja-jp/ (参照 2023-2-19)
[9]横山誠(2022):"副専攻 AI 活用エキスパートコースの広報", Musashino University Smart Intelligence Center 紀要 Vol3,pp87-95
[10]OPEN CAMPUS｜武蔵野大学　https://www.musashino-u.ac.jp/admission/faculty/event/oc/ (参照 2023-2-19)
[11]武蔵野大学 MUSIC Twitter https://twitter.com/mu_smart_ic (参照 2023-2-19)
[12]武蔵野大学 MUSIC Instagram https://www.instagram.com/mu_smart_ic/ (参照 2023-2-19)
[13]武蔵野大学 MUSIC YouTube https://www.youtube.com/channel/UCXXP6XTMMxQ5bifStarPmmw (参照 2023-2-19)
[14]Twitter 広告　https://business.twitter.com/ja/advertising.html (参照 2023-2-19)
[15]オンライン動画広告キャンペーン - YouTube 広告 https://www.youtube.com/intl/ALL_jp/ads/ (参照 2023-2-19)