〈研究・調査報告〉

学部 Web サイト更新履歴とアクセス傾向の分析

家富誠敏

【要旨】

本稿では、学部 Web サイトの更新履歴とアクセス傾向をふり返る。更新されたコンテンツ 毎の閲覧アクセス数を分析することで、有用なコンテンツに共通する特徴を抽出することが 狙いである。また分析結果をもとに、Web 広報の特徴を活かす工夫や留意点についても考察 を行う。未だ Web 広報の効果的なあり方については、各大学で試行錯誤の途上と考えられる が、実際の運用データから得られた知見を示すことで、今後の発展への一助としたい。

キーワード: 学部 Web サイト、更新履歴、アクセス傾向、広報効果、環境社会学部

1. はじめに

1.1 環境社会学部 Web サイトの運用に携わって

本稿筆者は、城西国際大学環境社会学部において、開学部当初より学部 Web サイトの運用に継続して携わってきた一員である。とはいえ、文章や写真などコンテンツを構成する素材は学部教員および学生全員が協力して収集してきたため、筆者が主に担当していたのはアップロード作業(成形やリンク更新含む)であった。専従する形であったため、ほぼ全てのコンテンツのアップロード作業に携わったが、その中で強く印象に残っていることが2つある。

1つ目は、環境社会学部 Web サイトで公開された情報量である。最頻時には年間約 100 本、平均すると 3 日毎に 1 本のペースで News 記事がアップロードされたという更新回数も然ることながら、教育、研究成果、各種イベント情報、研修レポート、在学生の声など、学部 Web サイトを介して多種多様な情報が発信された。そのラインナップを見ると、それだけで学部全容を把握できるのではないかと見紛うほどである。

2つ目は、情報発信の速さである。環境社会学部は2010年開設から年度進行に応じて新たな学部の取組を充実させてきたが、その様子は逐次空かさず学部Webサイトで発信されてきた。特に学部開設から4年間、第1期生の学年が上がる度に当該年度の新規講義や演習、実習などの成果が次々に学部Webサイトに掲載されていく様を見返すと、学部が発展していく成長記録のように感じられるほどである。

これら2点を見るだけでも、環境社会学部が如何に Web 広報に力を注いでいたかがよく表

1.2 学部 Web サイトの更新履歴をふり返る意義

本稿執筆の動機は、充実したコンテンツを誇る環境社会学部 Web サイトの運用に携わったことで、その歩みを記録として留めておきたいと感じたことが発端であった。また運用の記録を残すことで、今後の Web 広報を検討する材料になるのではないかという考えもあった。具体的には、以下の活用が考えられるだろう。

- ① 大学 Web サイト運用に際して、Web 広報の特徴を活かす参考例として利用できる。本学部 Web サイトで実践された工夫を参照することで、パンフレットなど印刷物とは異なる Web 広報ならではのコンテンツ作成サンプルとして活用することが考えられる。
- ② 大学などでの Web サイト活用に際して、如何なるコンテンツを発信すれば有効かを検 討する事例に利用できる。各コンテンツの広報効果から、大学や学部の新たな取組とし て、何を Web 発信すればよいかの判断材料に活用することが考えられる。

先行研究では、上記①に類する Web サイトを大学広報に活用する手法の研究 ^{1) 2) 3) 4) 5)} や、上記②に類するコンテンツ更新状況を分析する研究 ^{6) 7) 8) 9)} などが既に報告されているが、本稿も同様の位置づけにおける事例報告の 1 つとなる。

本稿の構成だが、まず2章では、環境社会学部 Web サイトで公開されたコンテンツについての特徴をまとめ、各広報効果について考察する。年度毎の更新記録の中から、閲覧アクセス数が多いコンテンツをピックアップして概要を示すともに、公開後に担った役割についても分析していきたい。また3章では、分析結果を整理するともに、運用に携わった知見から、実践の中で気付いた Web 広報の特徴を活かすための留意点について述べたい。4章ではまとめとして、未だ最終結論までは至らないが学部 Web サイトにおける運用と広報効果に関する一考察を示す。

2. 環境社会学部 Web サイトの更新動向

本章では、これまで環境社会学部 Web サイトで行われてきた情報発信の更新動向を示す。 学部 Web サイトの更新履歴をみると、年度毎にそれぞれ特徴が見られる。学部発展に伴い、 Web 広報にどのような変化があったのかをふり返りたい。本稿では特に、学部の黎明期である学部開設から完成年度までに着目し、学部 Web サイトの遍歴を見ていく。第1期生の学年進行に併せて、学部教育が拡大する様が顕著に見える時期であり、学部発展と学部 Web サイトの動向を考察する上で、この年代に着目した。

2.1 2009 年度 Web サイトの動向 (学部開設前)

環境社会学部は 2010 年度に開設されたが、その際、先行して 2009 年より「JIU の環境教育」と題した Web ページが公開された。当時の画面を図1に示す。



図1 「JIUの環境教育」の画面

主なコンテンツは「開設予定の学部概要」「大学全体の環境活動紹介」「環境知識の解説」などであり、学部広報と同時に、環境知識の啓蒙や環境活動に高い意識を持つ大学の姿を打ち出す役割を担ったと考えられる。以下、当時の特徴的なコンテンツを紹介する。

(1) 「環境ワード解説コラム」 【年間 200 アクセス】

「JIU の環境教育」の特徴的なコンテンツの1つが「環境ワード解説コラム」である。当時の画面を図2に示す。ここでは以下の環境用語が取り上げられ、その解説が掲載された。

【環境ワード解説コラムで取り上げられた用語(計12語)】

• Think Globally, Act Locally

• 環境倫理学

・持続可能な社会

・CSR:企業の社会的責任

• 地產地消

• 自然エネルギー

• 循環型社会

・エコロジカルフェミニズム

・共生

・環境という言葉の語源

・エディブル・スクールヤード

・アレロパシー

上記解説の掲載は一括ではなく、月毎に1つずつ用語解説が追加される形で、2009 年6月 ~翌 2010 年11 月まで連載が続いた。本コラムの目的は、環境知識を社会に広めることに加えて、環境分野への興味関心を高めることにあったと考えられるが、副次的な効果として、掲載された環境ワードの一覧から、学部教員の得意分野を高校関係者や受験生に伝える役割も担ったのではないかと考えられる。実際、コラム作成は環境社会学部に着任予定の教員で分担執筆したため、結果的に各教員の専門分野がラインナップから類推できる形となってい



図2 「環境ワード解説コラム」の画面

た。平易な表現ながらも専門性を損なわない解説内容が、執筆陣および学部教育の質の高さ を匂わせる効果を生んだのではないかと考えられる。

(2)「環境人材育成宣言」【年間 150 アクセス】

もう一つの特徴的なコンテンツが「環境人財育成宣言」である。当時の画面を図3に示す。 Webページに掲載されていた宣言(抜粋)を以下に示す。

【環境人材育成官言の内容】

人類は、その長い歩みの中で、生存に係わる大きな環境変化をいく度か乗り越えてきました。今日また、「地球の温暖化」や「食の安全」など、深刻な問題に直面しています。 (中略)

環境社会学部は「エコで健康なライフスタイル」の普及と、持続可能な社会の構築にリーダーシップを発揮して貢献できる環境人材を育成します。

学部の教育理念、いわゆるディプロマポリシーを宣言する内容であるが、興味深いのは同じ文言が「日本語」「英語」「中国語」「韓国語」の4ヶ国語で掲載されていたことである。多言語での記載は、国際大学として海外留学生の受け入れを考慮していたのは勿論のこと、同一ページに多言語の宣言を混在させたことで、例えば日本語の宣言を見た人が自然と他言語での表記も目にして、学部の特徴であるグローバルな視点で環境問題に取り組む姿勢をアピールする効果を生んだのではないかと考えられる。

ちなみに現在では、教育理念に関するコンテンツは、全学 Web サイトにて統合管理され、言語毎の TOP ページから全学部の教育理念が参照できるようになっている。当時の多言語が混ざる Web ページは PC 環境によって文字化けが生じる問題があり、限られた種類のブラウザ利用者が大多数を占めていた一昔前に比べて、スマートフォンやフリーウェア製など多種多様なブラウザが乱立する現在では PC 環境に依らず多言語を同時表示することは技術的に非常に困難であると考えられる。当時だからこそ可能であった表現形態を活用した例といえるかもしれない。

環境人材育成宣言 Oごあいまつじわたしにできること Oエコキャンバスの推進

人類は、その長い歩みの中で、生存に係わる大きな環境変化をいく度か乗り越えてきました。今日また、「地球の温暖化」や「食の安全」など、深刻な問題に直面しています。

グローバル化時代にあっては、環境に係わる問題は一層複雑化し、多角的な視点と対応力が求められます。併せてローカルな活動 を通して、確かな実践力と問題解決力を養い成果を出していくことも必要です。今日の様々な環境問題は、ある意味で企業にとっては 新たなビジネスチャンスであり、自治体にとっては地域を見直し活性化につなげていく好機とも言えます。時代は、今日的なニーズと 将来を見据えて活躍できる新しい人材を求めています。

城西国際大学は、地域密着型の国際大学、総合大学を志向しています。40を超える海外姉妹大学との連携による多彩な国際教育プログラム、房総の豊かな自然を活かした農業・園芸による実践教育プログラム、そして企業・自治体・地域社会などとの連携による各種プロジェクトを通して、環境社会学額は、「エコで健康なライフスタイル」の普及と、持続可能な社会の構築にリーダーシップを発揮して貢献できる環境人材を育成します。

In our long history, the human race has often been faced with problems as a result of the earth's changing environment. Today, we are facing the most serious of challenges, for example, global warming and the security of our food supply. Globalization has brought about an increase in the different ways we see these problems making it more difficult to find solutions.

In addition to thinking globally, we must also look for solutions at a local level. Already the search for 'green' solutions is presenting business apportunities for local companies. Similarly, local governments are using these problems as a call to action to improve local communities. The challenges that face this generation require individuals who can look beyond today's headlines in order to take action to secure our future.

As an international university that has firm roots in the community and a broad-based academic focus, Josai International University has over the years developed a rich network of international programs with more than 40 sister institutions abroad. In addition it has taken advantage of its unique location in the Boso Area to develop highly practical agriculture and horticulture programs, and it has developed effective training programs in coordination with local government and businesses. It is through these and other programs that the Faculty of Environmental and Social Studies will help the young people of today develop into the leaders of tomorrow, able to make significant contributions toward building a sustainable society and committed to promoting a "healthy, eco-friendly lifestyle" that will berefit all people in the world.

人类在其漫长的发展过程中,曾经历过若干次直接关系人类生死存亡的重大环境危机。直到今日,人类仍面临着"全球变暖","食品安全"等严峻问题。

当今全球化不断加快,环境问题也感加复杂,需要我们从多元角度进行思考和应对,同时要求我们通过符合地方特色的各种活动,培养一批具有实践能力和解决问题能力的专业人材。今天我们所面对的各种环境问题,从某种意义上来说,对企业是良好的商机,对地方政府和社团则是发挥地方特色、增强地方活力的良机。我们这个时代需要既符合当今社会需求又能顺应未来发展的新型人材。

城西国际大学致力于成为与地方紧密结合的综合性大学。现在城西国际大学已与40多所海外的大学建立了友好交流关系,形成了具有国际特色的专业课程设置,并借助房总半岛优越的自然条件,开设了有关农业、园艺等实践性较强的课程。城西国际大学还通过与企业、地方政府和社会团体的联合与协作,开展了多项研究项目。环境社会系在这些教学与科研的基础上,将从注重东亚地区整体性的认识出发,培养环境科学方面的专业人材,为普及"环保而健康的生活方式"和建立一个环保并注重未来的社会而做出应有的贡献。

인류는 유구한 역사 속에서 생존을 걸고 중대한 환경변화를 몇 번이고 국복해 왔습니다.오늘날 또한 지구온난화, 식품안전 등의 심각한 문제에 직면하게 되었습니다.

글로벌시대에는 환경에 관련된 문제가 한층 복잡해지고, 다각적인 시점과 대응하는 능력이 요구됩니다. 아울러 지역활동을 통해 확실한 설전력과 문제해결능력을 걸러 성과를 거둘 필요가 있습니다.오늘날의 여러 환경문제는 한편으로는 기업에 새로운비지니스 기회를 제공하고, 지자체에 있어서는 지역을 재평가하고 활성화 시키는 좋은 기회라고도 말할 수 있습니다.지금 시대적 요구와 장래를 내다보고 활약할 수 있는 인재가 필요합니다. 조사이국제대학은 지역 밀작형 국제대학, 종합대학을 지향하고

있습니다.40개를 넘는 해외 재매대학과 연계한 다양한 국제교육 프로그램, 보소(房総)반도의 풍요로운 자연을 활용하여 농업과 원예를 실전하는 교육 프로그램, 그리고 기업, 지자체, 지역사회와 연계한 각종 프로젝트를 통해, 환경사회학부는 동아시아 전체를 아우러는 관점에서, '진환경적이고 건강한 라이프 스타일'의 보급과 지속이 가능한 사회를 구축하는데 리더십을 발휘하고 공헌할 수 있는 환경인재를 육성합니다.

図3 「環境人材教育官言」の画面

2.2 2010 年度 Web サイトの動向 (開学部1年目)

2010年に環境社会学部が発足し、大学案内やパンフレットと併行して、環境社会学部 Web サイトも学部広報の一翼を担った。主なコンテンツは「学部説明」「活動報告」「イベント案 内」「連載コラム」などであった。当時の画面を図 4 に示す。以下、当時を振り返って特徴的なコンテンツを紹介する。



図4 環境社会学部 Web サイト (2010 年版) の画面

(1) オープンキャンパス案内 【年間 150~350 アクセス (記事毎)】

オープンキャンパス自体は、2010年度の入学生募集時から随時開催されていたが、学部発足後は、学部 Web サイトにおいてオープンキャンパスイベント情報およびイベント風景を紹介する記事が随時掲載された。当時の画面を図 5 に示す。イベントとしては、環境社会学部の学びを体験できる「アロマテラピー体験」「寄せ植えづくり」「環境問題クイズ」に加えて、「学部紹介」「施設見学(ガーデン、ビオトープほか)」「個別相談」などが実施され、その様子が次回開催日時とともに学部 Web サイトに掲載されていた。

このオープンキャンパス情報の掲載であるが、閲覧者に対して次の効果をもたらしたと考えられる。1 つは、イベント内容を見てもらうことで興味を喚起し、オープンキャンパスへの参加を誘引する役割である。環境社会学ではイベント体験の内容が、植物関連の素材を使った作品製作ということもあり、完成した作品の写真を掲載することで「自分も作ってみたい」と興味を抱かせる効果が大きかったのではないだろう。もう1つは、イベントに参加しなかった人に対して、学部を知ってもらう効果である。日時や場所などの都合から参加できなかった人でも、参加者の制作風景などを見てもらうことで体験内容を知ってもらうことができたのではないかと考えられる。

城西国際大学

□オーブンキャンパス参加方法はこちら □オーブンキャンパス申し込みはこちら

オープンキャンパスでは毎回、次のようなイベントを実施しています。

① 環境社会学部の授業を体験



π授業システムでインタラクティブな授業を体験

② アロマテラビーを体験



nの植物が持っている香りの癒し効果を学ぶ



③ 園芸療法を体験



図5 オープンキャンパス「体験授業」の紹介記事

また参加者に対する効果以外にも、オープンキャンパス体験という形で、上位学年の授業 風景イメージを打ち出す効果もあっただろう。2010年に開設された直後であり、未だ1年次 の基礎教育を学部で実施する中、実際の授業ではないものの、2年次以降の授業に関連した 体験内容(写真など含む)を紹介することが可能であった。特に、アロマ体験や園芸療法体 験は、高学年次に学部で取得できる資格に関連しており、大学での資格取得に社会の注目が 集まっていた世情が鑑みられる。

(2) プロジェクト研究 ~ジャンボかぼちゃ成長リポート~ *【年間 100 アクセス (記事毎)】* 2010 年当時、長編シリーズとして連載されたのが「ジャンボかぼちゃ成長リポート」である。当時の画面を図 6 に示す。

「プロジェクト研究」は大学で学んだ知識をプロジェクト形式で研究実践する活動であるが、各種プロジェクトのうち、初期に全 11 編がシリーズ掲載されたのが「ジャンボかぼちゃプロジェクト」であった。植物栽培の実践として試みられたプロジェクトで、度々苦戦もあり、学生達が試行錯誤しながら少しでも大きなかぼちゃが収穫できるように育成に力を注ぎ、手塩にかけたかぼちゃが大きく成長する様子がリポートされていた。

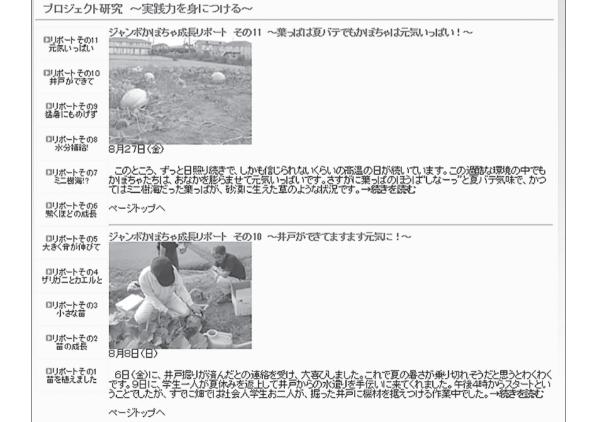


図6 「ジャンボかぼちゃ成長リポート」の画面

本連載シリーズは翌年度も継続され、その際、学生達が育てたジャンボかぼちゃがテレビ 朝日「やじうまテレビ!」(2011/9/27 放送分)で中継されたことは、深く印象に残っている。

ジャンボかぼちゃプロジェクトのシリーズ連載および関連 News 記事は、マスメディアで取り上げられたことから大きな話題と広報効果を生んだが、加えて在学生の学習意欲を大いに喚起する効果を齎したとも考えられる。学んだ知識を活かして育成手法を検討し、その結果が成長したかぼちゃのサイズという目に見える形で提示されたこと、また学内からも評価を得られたことが、研究方法を模索する原動力となったのではないだろうか。各種プロジェクト研究の活動報告は、現在でも学部 Web サイトの主力コンテンツであり、その先駆けとなったシリーズであったといえるだろう。

2.3 2011 年度 Web サイトの動向 (開学部 2 年目)

2011 年度には学部 Web サイトのデザインが大きくリニューアルされた。当時の画面を図7に示す。「学部説明」「活動紹介」「イベント情報」など、コンテンツのラインナップに大きな変更がないが、各種バナー画像が設置され、メニューが完備されたのが特徴である。

Web ページ上部には「在校生の皆様へ」「受験生の皆様へ」「保護者の皆様へ」など利用者



図 7 環境社会学部 Web サイト (2011、2012 年度版)

毎のメニューが設けられ、TOP 画像下には「農業」「みどりを活かす」「食」「アロマ」など卒業後の進路イメージから、関連する学生プロジェクト紹介などにアクセスできるようにデザイン変更されている。このデザインは2012年まで、そのまま踏襲されることになる。以下、更新履歴をふり返って特徴的なコンテンツを紹介する。

(1) 学びの成果に関する News 記事 【年間 100~350 アクセス (記事毎)】

環境社会学部が開設されて2年目となった2011年度には、在学生達の活躍を紹介するNews 記事が目立つようになった。同年に公開された主なNews 記事題目を以下に示す。

- ・2011/07/13「未来講座の研究発表会が行われました」(環境社会学部チームが優秀賞を受賞)
- ・2011/09/21「バルセロナ留学レポート」
- ・2011/10/12 「国内研修について全国紙に記事が掲載されました」(毎日新聞 2011/9/24 掲載)
- ・2012/02/06「アロマコーディネーター資格試験 合格体験記」(2年生5名が資格に合格)
- ・2012/02/16 「eco 検定に 13 人の学部学生が合格しました」

これら記事では活躍している学生達の体験談などが紹介され、学内外に対して学部教育の成果をアピールするとともに、在学生達のモチベーション向上にも効果を生んだ。学生の活躍を積極的に取り上げて学部が高く評価する姿勢を示したことは、各種活動を後押しする原動力になったのではないかと考えられる。また Web サイトに掲載された News 記事は、学生が自らの学びをふり返る際にも大いに活用された。第1期生が卒業する際には、当時の Webページ記事を見返して、昔を懐かしんだり、自らの成長を感じたりした学生も見られたものである。学習成果の発信は Web 広報の即応性を活かした有用コンテンツであるだろう。

(2) シリーズ「環境を仕事に」【年間 250 アクセス】

2011 年度にも、新たなシリーズが Web サイトに掲載された。「環境を仕事に」は環境ビジネス分野で活躍する企業人の講話を紹介するシリーズであった。当時の画面を図 8 に示す。

この年度はオープンキャンパス日程にあわせて各種環境ビジネス企業に講師を依頼し、企業の業務内容や特色について講演していただいた。事前に Web ページや各種パンフレットなどで講演案内を高校や地域にお知らせし、集まった参加者および在学生が企業の方からのお話を聴講するとともに、その講演録を学部 Web サイトでシリーズ掲載したのである。

本シリーズの特徴は、何といっても現場で活躍する企業人からの声を掲載したことであろう。発足当初の学部においては卒業生実績が出るまで4年間の経過が必要となるが、それに先駆けて卒業後の就業イメージを対外的および内部的にも啓蒙する効果があったと考えられる。

また講演内容のシリーズ展開は、全講演完了後に編集作業を行い、印刷物を出版する方式ではタイムラグが生じるのに対して、Web サイトならば各講演内容を随時公開して、メニューや索引などを更新していくことはそれほど困難ではない。適宜修正可能という Web 情報発信の特徴を活かした方法といえるだろう。



図8 シリーズ「環境を仕事に」の画面

2.4 2012 年度 Web サイトの動向 (開学部 3 年目)

2012 年度はデザインなどの変更はなく、学部の新たな取組みに応じて、各種コンテンツを拡大していく形であった。環境社会学部の開設から 3 年目当時を振り返って、特徴的なコンテンツを取り上げていく。

(1) 連携プロジェクトの拡大 【年間 50~150 アクセス (記事毎)】

学んだ知識をプロジェクト形式で実践するプロジェクト研究は、2012 年度には特に大きく Web サイトで取り上げられた。当時の画面を図 9 に示す。また当時に Web ページで紹介されていた主なプロジェクトを以下に記す。

研究目的	プロジェクト名	
地域医療との連携によるアロマテラピー・園芸療法活用	【アロマ Project】【園芸療法 Project】	
小規模農業のメリットを生かした新たな「農」の展開	【なのはな Project】【稲作 Project】	
植物工場による安全・安定な蔬菜の提供	【植物工場 Project】	
里山の活用と保全を通じた環境教育の展開	【里山 Project】【食虫植物調査 Project】	
低炭素社会における都市緑化の方向性と可能性	【グリーンカーテン Project】 【屋上緑化 Project】	
地域活性化を実現する循環型ビジネスのモデル	【レアメタル回収 Project】	



図9 「連携プロジェクト」の画面

プロジェクトのラインナップは学部発展に応じて順次追加され、その活動成果が学部 Web サイトに掲載されていった。プロジェクト研究成果のアピールは、千葉県という自然豊かなフィールドにキャンパスがあり、学んだ知識を地域の環境活動で実践的に体得するという環境社会学部の特色を情報発信する役割を担ったと考えられる。

研究成果の随時公開が可能であること、また適宜変更が容易であることなど、Web 広報の特徴が活かされたコンテンツであった。例えば、大学単体ではなく、企業や地域団体と協力して実施された連携プロジェクトでは、新たな協力団体の追加などが生じることもあったが、そういったケースでも作成した広報素材を無駄にせず、協賛先などを追記して情報刷新を迅速に行うことができたのは Web 広報ならではの特徴といえよう。

(2) 社会人向けオープンキャンパス【年間 50~100 アクセス (記事毎)】

これまでの高校生対象オープンキャンパスに加えて、2012 年度より新たに実施されたのが 社会人対象オープンキャンパスであった。この社会人オープンキャンパスにおいても学部 Web サイトが広報の一翼を担った。当時の画面を図 10 に示す。





図 10 社会人オープンキャンパス (左:案内広報、右:イベント報告)

通常の高校生対象オープンキャンパス同様、イベント風景の掲載による参加者誘導に加えて、各種問い合わせ、案内、申込みにも学部 Web サイトを活用した。大学全体が入試広報センターで共通して参加申込を受付する通常オープンキャンパスに対して、社会人オープンキャンパスは学部独自でのイベント開催であったため、学部で申し込み受付を設ける必要があった。具体的には、申し込み用の電話や Fax 番号、E-Mail アドレスなどを準備するのにあわせて、入力フォームを用いた申し込み用 Web ページを作成し、Web 上からも申し込みができる工夫を行っていた。

実際の申し込みでは電話や Fax を利用する方が多かったが、開催回毎に数名 Web 経由で参加申し込みされる方もおり、これら工夫も多少は役立った模様である。参加案内からリンクする形で、過去のイベント風景の写真紹介、交通アクセス案内、参加申し込み専用フォームを設けたことで、情報閲覧から参加申し込みまでを統合的にアクセス可能としたことは、学部 Web サイトならではの活用例であったと考えられる。

(3) インターンシップレポート【年間 50~150 アクセス (記事毎)】

第1期生が3年次となった2012年度には、夏季休業を利用してインターンシップ企業研修 が実施され、そのレポートがWebサイトに掲載された。当時の画面を図11に示す。

インターンシップレポートでは、インターンシップ参加学生による各研修先の業務紹介、 研修内容や研修で学んだことなどが掲載された。

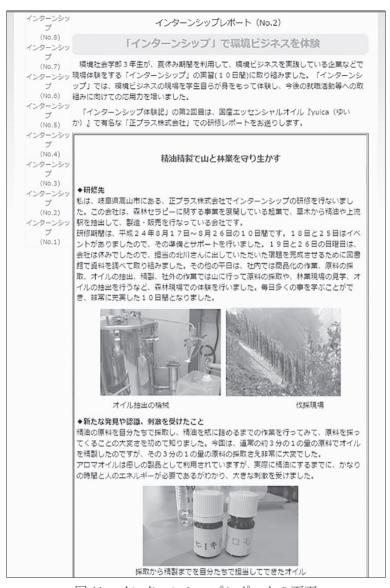


図 11 インターンシップレポートの画面

他活動のレポートと同様、即時に情報発信することで、未だ卒業生がいない学部において将来の就業イメージを広げる役目を担ったわけだが、インターンシップレポートの場合、コンテンツのブラッシュアップに Web サイトが活かされるという副次的効果が見られた。具体的には、本レポートを見た教員や学生または研修先企業より意見が寄せられることで、それらをフィードバックした完成度の高いレポートに執筆者が随時修正し、Web サイトが更新されるというケースが見られたのである。インターンシップレポートは最終的に印刷物としても発行されたが、当初より印刷物であったならば、ここまで広い範囲から意見をもらい、質的向上を図ることができたかであろうか。Web サイトを通じて多くの人が連携することにより、優良コンテンツを築き上げるに至った例といえよう。

2.5 2013 年度 Web サイトの動向 (開学部 4 年目)

2013 年度は、第1期生が卒業年次となって全学年が揃い、科目や各種活動も一応の完成に至った年である。当時を振り返って、学部 Web サイトで情報発信された特徴的なコンテンツを取り上げていきたい。

(1) 就職ストーリー【年間 150~400 アクセス (記事毎)】

就職ストーリーは、2013 年度から始まり、現在までに合計 25 本の記事が掲載されている 長期連載記事である。その内容は、就職活動の体験をもとに、内定を獲得した学生による企 業紹介、志望理由、就職活動の様子、今後の抱負などが書かれている。

就職ストーリーは、学部 Web サイト掲載とともに冊子化され、在学生や環境分野に興味を持つ高校生に環境分野での就業イメージを伝える役割を担ったが、Web での情報発信のよって特に速報性が高まったことは間違いないだろう。学生による記事推敲、企業方の掲載許諾での若干タイムラグは生じるものの、内定報告が順次 Web サイトに掲載されることで、4年生達が就職活動に取り組む様子が臨場感豊かに伝わる効果があったと考えられる。学内への波及効果もあり、就職活動を共に行う4年生同士が情報を共有したり、下級生がこれから就職活動を行う際のイメージを掴んだりする役にも立った。就職活動の場合、業種や分野に応じて、就職活動スケジュールに違いが生じるが、就職ストーリーが掲載された月日や活動内容の記載から、業種に応じた就職活動スケジュールを実体験で伝える効果があったのではないかと考えられる。当時を思い出すと、就職ストーリーの第1号が掲載された際、内定情報を知った他の4年生が、自分も頑張ろうと意欲を高めたり、もっと力を注がなければとプレッシャーを感じたりしていた風景が脳裏に浮かぶ。外部に向けた広報効果に加えて、学生達の行動を後押しする効果があったのだろう。

(2) 環境博覧会、公共イベントへの参加 【年間 150~300 アクセス (記事毎)】

2013 年度に Web サイトに掲載された News 記事の中では、各種環境イベントへの参加報告が目立っていた。学部の研究および教育活動の充実に伴い、その成果を学外イベントに参加して発表するケースが増えたためと考えられる。2013 年に学部 Web サイトで掲載されたイベント参加報告は以下の通りである。図 12 に当時の画面を示す。

2013.08.28「あさひ砂の彫刻展」(学生ボランティアが参加)

2013.10.14「エコメッセ 2013in ちば」(ブースを出展)

2013.10.25「環境ウォーク in ときがね湖 2013」(体験イベントを実施)

2013.11.08「パルシステムフェア for 復興あさひ」(体験イベントを実施)

2013.12.26「エコプロダクツ 2013」(ブースを出展)

2013.03.26「は一とふるメッセ実りの集い」(学生ボランティアが参加)



学部の環境ブロジェクトを「エコメッセ2013 in ちば」に出展!!

環状社会学部は、9月90日(土)に、基地メンセで「展得事等が「内間度された」(エリックせつのからは月1年等で積縮し にも環境オロジェルでもポンターに走め、出版日より、この値には、環境について実施力を対象でき、不ど もから大人まで味やな人とが出会ら「環境への気づきの地」に基本よりとサンセラとさる干減発表との環境活動見まます。 利用外の環境活動所長四様や、企業、子位、行法が出展し、万人を超える多くの発展の方が未場で会大規模なイベ ントです。 ・毎回の出版では、環境社会学等での環境の学どの基本メラーとや、持続可能社会の実現に向けて学生たちが取り 組みている主な環境プロジェル・研究の成果をポスターで発表しています。本学部では、現実社会とのつながりの中 で、このよび機能を通じて、学習の学びの成果が持めになくが出ていくともに、学生たちの企画のサンセジテ





図 12 環境博覧会やイベントへの参加報告記事

これら学外イベントへの参加に際して、学部 Web サイトでは、イベントの様子(展示や体験ブースの概要)や学生の活躍風景を掲載してアピールしたが、Web 広報という特色が活かされたのはイベント Web サイトとのリンクであろう。学部 Web サイトの記事より、イベント運営団体が開設している Web サイトにリンクを繋ぐことで、またイベント Web サイト側から学部 Web サイトへリンクを繋いでもらうことで、閲覧者が相互の Web サイトにアクセスしやすくなり、開催イベントおよび学部の双方から情報を広げる相乗効果を生んだと考えられる。地域の環境団体や教育機関が多数参加する博覧会などに、本学部の名を列ねたことは、大いに知名度アップに貢献したものと考えられる。

その成果として、2013 年には、環境社会学部の環境活動が各種表彰され、その結果も Web サイトで広報された。

2014.03.07「eco 検定アワード 2013」エコユニット部門で優秀賞

2013.11.25 "JIU Festival" でエコステーションの活動が「地域貢献賞」を受賞

学外や地域から活動表彰を受けたことは、学生達の励みになるとともに、学部教育や研究 成果をアピールする上で、確かな証となったであろうと考えられる。

3. Web サイトの変遷から見える特徴

2013 年度以降も、環境社会学部 Web サイトでは、コンテンツの拡大や時にデザイン変更などが随時行われ、学部広報の一角を担ってきたが、以降の Web サイト更新動向については本

稿では割愛させていただき、学部開設から完成年度までの Web サイトの変遷に着目して、その広報効果を考察していきたい。

3.1 各種コンテンツと広報効果のまとめ

環境社会学部では開設当初から、学部の発展に応じて Web サイトを活用した情報発信に力を注いできた。刊行時期やペースに限りがある印刷物広報に対して、学部の新たな取組をリアルタイムに近い形式で情報発信できる Web 広報を積極的に活用したことは、環境社会学部の広報活動の特色であるだろう。以下、前章であげた各コンテンツ広報効果のまとめを示す。

コンテンツ種別	年間アクセス数	コンテンツ特徴および広報効果
コラム	200	シリーズ掲載、オムニバス ⇒ 専門領域の周知
教育理念	150	多言語表現 ⇒ グローバルな教育姿勢の表明
イベント案内	150~350	特徴的な体験授業 ⇒ 参加勧誘、教育特色紹介
活動成果報告	100~350	資格取得、研修成果の速報 ⇒ 学習意欲の喚起
講演会	250	環境系企業の講演録 ⇒ 就業像確立、業界理解
プロジェクト成果	50~150	研究活動の記録 ⇒ 研究内容および成果の共有
インターンシップ	50~150	実習体験記 ⇒ 学習プログラムのイメージ周知
就職体験記	150~400	就職活動記録 ⇒ イメージ確率、実績アピール

上記は、各年度でアクセス数が多かった記事を取り上げたものであるが、2 つの特徴が見受けられる。1 つ目は「シリーズ記事」が多いことである。シリーズ記事の場合、最新記事を閲覧した人が、同シリーズの過去記事を見ることが期待できるため、他記事に対して閲覧アクセス数が多くなったものと考えられる。2 つ目は「就職」に関連した記事のアクセス数の多さである。就職体験記は1記事で年間150~400のアクセスがあり、シリーズ合計で年間3,000アクセスを超える人気記事であった。インターンシップや講演会の記事とあわせて、環境業界や仕事に対して興味を持つ人が多かったためと想定される。

3.2 Web 広報の実践で生じた留意点

さて上記の広報効果がメリットとして期待できる Web 広報であるが、実際の学部 Web サイト運営では、いくつかの留意点もあった。

(1) 修正前コンテンツの残留 ~速報でも質が重要~

低コストで速報が可能、かつ適宜修正が容易であることは Web 広報の特徴であるが、実際

の運用では、コンテンツ修正した際、PC 環境によって修正前のデータが表示されてしまう問題が生じた。例えば、News 一覧に新たな記事を追加したにも関わらず、追加前のデータが表示され続けるという具合である。

この原因は「キャッシュ(Cache)機能」^{10) 11)} によるものであった。Web サイトでは、コンテンツを閲覧した際、再度のアクセスを高速化するため、PC 上のローカルディスクなどに一度アクセスしたデータを残しておき、再アクセス時には残しておいたデータをそのまま表示するキャッシュ機能が用いられている。このキャッシュ機能は、利用している PC 上だけでなく、Web アクセスに経由するサーバ(プロキシサーバなど)や、情報検索に用いる検索サイトでも利用されており、修正前データが PC、通信経路上のサーバ、検索サイトに残留し、これが表示される可能性がある。サイズが大きい画像データは、キャッシュ機能が利用される傾向が高く、修正した画像が古いまま表示され、不具合報告を受けるケースも多かった。

上記では意図しない修正前コンテンツの表示問題を取り上げたが、実は、閲覧者が修正前コンテンツを見たいと考えて、意図的にキャッシュなどを参照することも可能である。いわゆる Web アーカイブ ^{12) 13) 14)} と呼称されるいくつかのサイトでは、過去数年に渡って世界中の Web サイトコンテンツを蓄積し、任意の年月日における Web ページを表示させることが可能である。

さて、実際に学部 Web サイト運用に際してキャッシュ機能などを原因とした問題に直面すると、Web 広報は速報がしやすく修正容易な特徴を持つものの、新規コンテンツ追加はともかく、後から修正するケースは極力少ない方が思わぬトラブルを防止できて安心であると感じる。意図しない修正前データ閲覧も問題であるが、興味を持った閲覧者が恣意的に修正前データを覗くケースも考えると、一度発信した情報は後から修正前を閲覧される可能性があることを意識して、注意深く情報発信する必要があるといえるだろう。

(2) 表現の揺らぎ、整合性について ~記事数が多すぎるのも善し悪し~

キャッシュや Web アーカイブの存在と並んで、Web サイト運用上で留意されたのが、情報の整合性である。同じ語句に関する説明がコンテンツ毎に異なるようでは、閲覧者はどちらが正確なのか迷うだろうし、文言に対するチェックが足りないと情報発信者に対して不信感を抱くかもしれない。シリーズ記事は、定期的な更新が容易な Web サイトに向いたコンテンツであるが、整合性を保つ上では厄介である。期間を隔てて掲載される各回の間で整合性が保たれているか、また複数のライターがオムニバス形式で連載する場合、異なるライター間で記載に齟齬が生じていないか確認が必要とされる。勿論、シリーズ内だけでなく、他コンテンツ間とも表現の揺らぎが生じる可能性もあるだろう。

しかし整合性を追求する際、一字一句の表記を完全統一することが有用であるか否かは難 しい問題である。勿論、明らかな誤記が混在するのは良くないが、各ライターが個性を発揮 することで興味関心の対象領域を広げられる可能性を考慮すれば、統一性と多義性のバラン スをとることが重要であるかもしれない。閲覧者毎にそれぞれ興味関心を別にすることを考えれば、単一指向に絞るより、多数の指向を共存させる形で情報発信する方が有用である可能性があるからである。

ちなみに環境社会学部 Web サイトにおいては、教員が個性を前面に打ち出して作成したコンテンツには、ライターとして教員名が付されている。多少の表記揺らぎに関しては、ライターによる差異として閲覧者にお目こぼしいただき、幅広い興味関心に応じた個性的な記事を揃える工夫といえるかもしれない。

4. まとめ

本稿では、環境社会学部 Web サイトの更新履歴を題材として、年度毎に如何なるコンテンツが情報発信されてきたか、その特徴と広報効果として考えられるポイントを考察した。

ふり返ってみると、連報性を活かすことは、一般社会に情報を周知する効果だけでなく、活動参加した学生などに「目に見える形で」「活動時の記憶が鮮明なうちに」成果を提示できる効果があるため、印刷物による広報に比して連帯感や一体感を広げていく効果が大きかったように感じる。学外研修や公共イベント、企業とコラボなどがある場合には、学外にも和が広がる効果があった。また、適宜更新可能という Web 広報の特徴は、シリーズ記事の編成に効果的であり、前述の速報性を保ちつつ、体系的な情報発信が可能な Web サイトならではの手法であったと感じる。バラエティー豊かなラインナップにより、各記事で閲覧者の多様な嗜好をとらえ、幅広い閲覧者に興味を持ってもらうことが出来たのではないかと期待される。

しかし速報性や適宜更新可能な特徴があるからといって、チェックが不十分な状態での情報発信や安易な修正を多用することは、キャッシュや Web アーカイブで修正前原稿を閲覧できる可能性もあることを考えると、広報的に逆効果を生む危険性があるだろう。とはいえ、厳重にチェックしすぎることは、多様な閲覧者が存在する状況で、限られた指向の閲覧者のみにターゲットを絞ってしまう可能性もあり難しい。コンテンツ数が増えるほど、チェック作業も負担が増大するため、一概にコンテンツ数を増やせば良いとも限らないだろう。

多様さと正確さがトレードオフの関係となってしまうため、具体的な方策としては、広報効果を高めたいターゲットにあわせて、最も適当なバランスを取ることが求められる。ターゲットを分析して望まれるコンテンツを模索していくことが、Web 広報の特徴を活かす上でも大変重要なのではないかと考えられる次第である。

【引用文献】

- 正木 卓 (2010), ウェブサイトで大学の戦略を語れるか (小特集 ウェブサイトをどう生かすか), 大学時報 59 (333), 64-69
- 2) 渡邉 純一(2010),次世代「大学ウェブサイト」へ向けて(小特集 ウェブサイトをどう生かすか), 大学時報 59 (333),70-75
- 3) 関西大学広報委員会 (2010), 魅力あるウェブサイトの構築を目指して (小特集 ウェブサイトをどう生かすか), 大学時報 59 (333), 76-81
- 4) 石塚 丈晴・堀田 龍也 (2005), 誰でも簡単にできる学校 Web サイト活用法―学校の情報公開 地域・保護者との連携のために、高陵社書店
- 5) 市川 尚・鈴木 克明 (1999), 日本における小・中・高など学校WWWホームページの調査研究~ 黎明期における実態の把握と発信内容の分析~,日本教育工学会誌,22(3),153-165
- 6) 内田 並子・遠山 和大 (2009), 富山大学ウェブサイトの変遷について, 富山大学総合情報基盤センター広報 6,31-34
- 7) 森田 健宏・堀田 博史・松河 秀哉・松山 由美子・村上 涼・吉崎 弘一 (2012), 幼稚園 web サイトの運用状況とコンテンツ分析および今後の活用可能性について, 日本教育工学会論文誌 35 (4), 423-431
- 8) 森下 孟・東原 義訓 (2008), 管理職が CMS による学校 Web サイトから発信した情報の特徴, 日本教育工学会論文誌 31,181-184
- 9) 西村 昭治・野嶋 栄一郎・中山 顕子 (1996), 高校など教育機関における WWW ホームページの 日米比較,『ヒューマンサイエンス』Vol9.No.1, 早稲田大学研究センターpp.105-125
- 10) Google ヘルプ 検索結果でキャッシュされているウェブページの表示 https://support.google.com/websearch/answer/1687222
- 11) 持丸 浩二郎, 蒲生 睦男『Yahoo!JAPAN 絶妙な検索の秘伝書:とっておきの秘技』, C&R Institute Inc., 2006
- 12) インターネットアーカイブ (Internet Archive) http://archive.org/
- 13) 国立国会図書館 インターネット資料収集保存事業 http://warp.da.ndl.go.jp/
- 14) International Internet Preservation Consortium (IIPC) http://netpreserve.org/