

京都大学理学研究科 WEB サイトリニューアルと コンテンツ充実に向けた取り組み

山口 倉平¹⁾

1) 京都大学 企画・情報部情報基盤課情報支援掛
(兼)理学研究科情報技術室

Yamaguchi.souhei.7v@kyoto-u.ac.jp

Website Renewal and Contents Enrichment for Kyoto U Graduate School of Science Souhei Yamaguchi¹⁾

1) Planning and Information Management Department, Kyoto University

概要

京都大学理学研究科では、これまでも WEB サイトを利用した情報発信をおこなっていたが、いくつかの問題があり十分に機能しているとはいえない状態であった。2016年2月に行ったサイトリニューアルを通して、WEB サイトの機能改善だけでなく、サイトコンテンツの充実に向けて行った活動内容について述べる。

1 はじめに

近年、京都大学理学研究科(以下、本研究科)に限らず、情報・広報活動として、WEB サイト(以下、サイト)を始めとしたコンテンツを発信することは、社会からの認知、基金の獲得、そして優秀な学生を獲得する上で、非常に重要である。しかし本研究科の現在の情報・広報委員会(以下、広報委員会)組織のもとで行われている情報・広報活動は、十分に機能しているとはいえない。本稿では、2016年2月に実施した公式サイト[1]のリニューアルについて紹介した後、広報活動の改善事例について報告する。

2 サイトリニューアル

2.1 リニューアルの背景と目的

既存のサイト(図 1)は、デザインも古く、ハードの老朽化も進んでおり、また京都大学サイエンス倶楽部の設立を機に、サイトのリニューアル行うこととなった。既存サイトの問題点を洗い出すため、アクセスログの解析を行ったところ、既存サイトでは、海外からのアクセスが全体の 12%程度あるにもかかわらず(図 1)、多言語対応が充実しておらず、またスマートフォンやタブレット端末での閲覧が 32%を占めているが(図 2)、専用サイトやレスポンシブデザインといった対策が、特にとら

れていない状態であることがわかった。またコンテンツ自体も頻繁に更新が行われておらず、積極的な情報発信が十分にできていない状態であった。

そのため、今回のリニューアルでは、サイトのデザイン、機能の見直しだけでなく、コンテンツの選定、発信する体制も見直すことで、受験生・留学生・在学生・卒業生・企業・一般の方などの多くの方から、京都大学理学研究科 WEB サイトが情報を発信する場として認識されることを目的とした。



図 1 リニューアル前のサイト(トップページ)

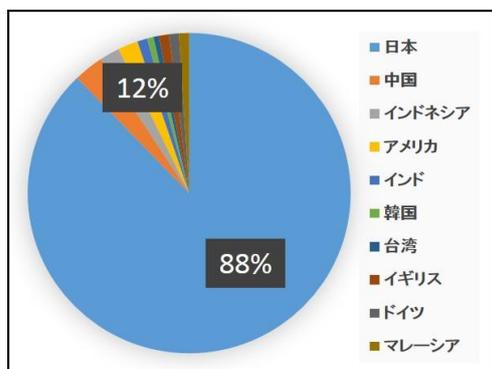


図2 ユーザ層(国別)

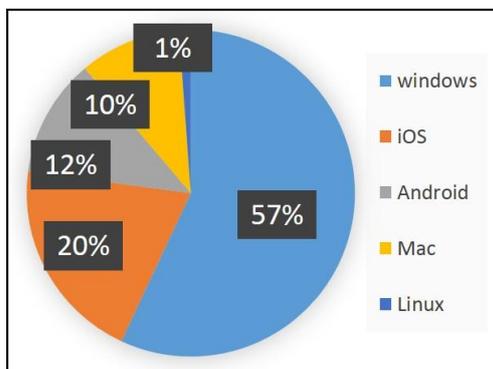


図3 閲覧デバイス

2.2 現状分析

既存のサイトの現状について、Gomez 大学サイトランキング[2]の評価指標を参考に分析を行った。はじめに機能性・使いやすさという点においては、メニューは存在するが深い階層に入ると迷子になる可能性があることや、検索機能が無いこと、京都大学の公式サイト[3]とのデザインの統一性がないため改善が必要と判断した。

次に、大学・教育情報の充実度という点では、やはりコンテンツが不足しており、必要なコンテンツの洗い出しを行い充実していくことが必要と判断した。

最後に情報発信の積極性・先進性という点では、本研究科では、各専攻や各研究室で独自で運用しているサイト上での情報発信に留まっているケースが見られる。リニューアル後は本研究科サイトにも情報掲載することで、より幅広く理学研究科の活動を発信していくことが必要であると判断した。

2.3 意見収集

既存サイトの問題点や改善要望について、在学生に意見収集を行った。良い点としては、対談ページについて、教員の高校時代の様子など、普段

と異なる一面が見られて面白いといった意見があった。また悪い点としては、文字が多く写真が少なく見てみる気にならないといった意見や、専攻へのリンクが見つげにくいといった意見があった。収集した意見を踏まえ、教員紹介のページを充実させることで、学生と教員、一般の方と教員との距離をそれぞれ縮めるようなコンテンツを提供し、また研究科サイトが各専攻のサイトへの窓口となることを目標とした。

2.4 リニューアル

2.2の分析内容および、2.3の意見収集結果を踏まえ、広報委員会でリニューアルのコンセプトを打ち出し、2016年2月にリニューアルを行った。(図3)

- ・ 理学研究科の「ファンを作る」
- ・ 理学研究科の内部、外部の「距離を縮める」
- ・ 理学研究科の「本来の魅力を伝える」



図3 リニューアル後のサイト

2.4.1 各専攻、各施設ページへの窓口

既存のサイトでは、各専攻へのリンクが分かりにくいという問題があったため、トップページにそれぞれリンクを配置した。図4は、1年間(2016年7月~2017年6月)の各専攻ページへの誘導回数を示したものであり、リニューアルしたサイトが、窓口の役割を果たしていることがわかった。

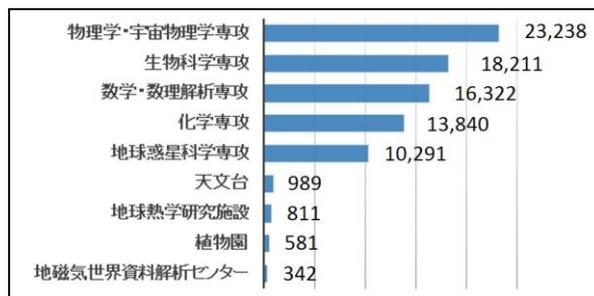


図4 各専攻、各施設 HP への誘導回数

2.4.2 タグ機能による回遊性の向上

既存のサイトでは、目的のページを見た後すぐに離脱する傾向があった。リニューアル後のサイトでは、各ページにタグ機能を設けることで、タグ情報に紐づいた関連ページを参照することが可能となっており、より多くのコンテンツが閲覧されることを想定している(図5)。なお、タグの内容としては、教員名、専攻名、研究分野といったものを表示しており、例えば同じ教員の研究成果を容易に探すことが可能である(図6)。

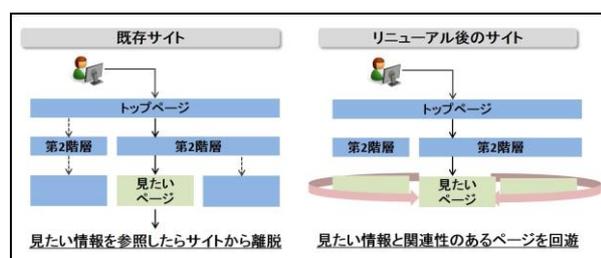


図5 タグ機能による回遊性の向上



図6 タグ機能(イメージ)

2.5 リニューアル後の課題

リニューアル前後でサイトへのアクセス数(ユーザ数)を比較したところ、大きな変化は見られなかった。リニューアルに伴いシステム、デザインは変更されたが、掲載しているコンテンツは既存のサイトと同じ内容であることが理由ではないかと思われるため、コンテンツの充実に向けた広報活動の強化が必要だと考えた。

3 コンテンツ充実に向けた広報活動

本研究科内に散在している情報の集約を目指し、その後情報の流れを整理することで、コンテンツの充実のみでなく、教職員の広報業務に関する効

率化を目標とした。

学生への広報活動を行っている教務担当者や留学生や海外の研究者などの国際業務のサポートを行っている担当者に対して、広報活動の実態、現在の課題についてヒアリングを行った。

3.1 紙媒体のコンテンツの見直し

本研究科の広報活動における主な媒体は、電子媒体であるサイトと、紙媒体の刊行物によるものである。今まで紙媒体でしか発信していなかった情報をサイト上でも掲載を行い、紙媒体で発信する必要がないものについては、電子媒体で発信する方向に見直しを行った。

3.2 サポート体制や各種手続きの周知

今回のヒアリングの結果、必要なサポート体制があるにもかかわらず、外部ユーザはもとより、内部の教職員ですら周知が行き届いていないため、無駄なやり取りが発生しているケースがあることがわかった。例えば、留学生の留学に関する手続きの相談が、問い合わせ先が不明のため、留学希望者から直接教員に連絡が届くことがあることが分かった。教員には少しでも研究に専念していただくことが重要であると考え、手続きや問い合わせ窓口を取り纏めたページを準備した。

3.3 教員紹介ページの写真公開

リニューアル当初は、教員紹介ページにおける写真の公開は任意としていたが、学生から教員との距離を感じるとの意見があり、各教員に写真の提供を依頼した。顔写真の掲載に関しては、ネガティブな意見もあり、掲載する写真については、研究内容や趣味に関するもの、ペットの写真などでも構わないとした(図7)(図8)。



図7 写真掲載前の教員一覧ページ



図 8 写真掲載後の教員一覧ページ

3.4 研究紹介の充実

図 9 は、2016 年度のサイトのセッション状況である。通常の一日あたりのセッション数は 1,000 件程度であるが、2017 年 2 月 14 日において 25,356 件ものセッションがあった。状況を確認したところ、宇宙物理学の研究成果の発表記事にセッションが集中していたことが分かった。また記事を開覧したユーザの動きを確認したところ、同じ研究者の他記事や、同じ専攻、分野の記事を開覧していることが分かり(図 10)、リニューアル時に想定した情報の誘導が実現できていることが分かった。

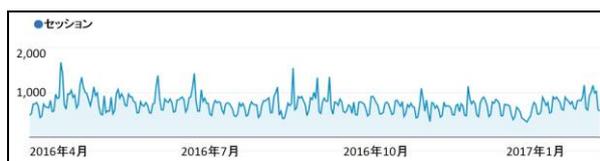


図 9 2016 年度のセッション状況

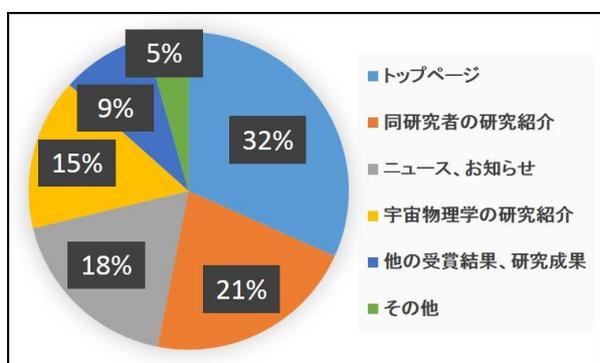


図 10 次のページ遷移状況

上記のことからも、研究紹介を充実させることは、非常に重要であると判断した。本研究科では現在、各専攻および、各附属施設において研究・教育活動を展開しているが、それぞれの業績の一覧は刊行物にも、サイトにもないため、研究科内、同一専攻内でも構成員の成果を知る術がない状況

である。なお、本研究科サイトでの研究成果の発信は、基本的に教員の自発的な情報提供をもとに発信していたため、広報活動に消極的な教員の研究はサイトでの発信ができないという問題があった。改善策として、既存の広報委員会を改編し、各専攻からの委員は、各々の専攻の情報を吸い上げる役割を果たし、委員会内に新たに設けた広報責任者が集まってきた情報(コンテンツ)を取捨選択し、サイトから発信する際のハブ的役割を担うような体制を新たに構築した。

4 まとめ

サイトリニューアルといった広報媒体の改善を機に、広報活動を見直し、改善を進めることができた。魅力あるコンテンツを充実させるためには、受け手の関心があることを把握しつつ、送り手として伝えたいことをいかに発信していくかが重要である。今後も広報活動をさらに強化し、リニューアル時のコンセプトである、「京都大学理学研究科の魅力」を発信していきたい。

参考文献

- [1] 京都大学理学研究科サイト：
<http://www.sci.kyoto-u.ac.jp>
- [2] Gomez サイト 大学サイトランキング：
<http://www.gomez.co.jp/ranking/university/method.html>
- [3] 京都大学サイト：<http://www.kyoto-u.ac.jp>