

大学 Web サイトリニューアルに向けた課題整理と体制構築

元木 環¹⁾, 岩倉 正司¹⁾, 河地 裕介²⁾, 小野 英理¹⁾, 喜多 一¹⁾

1) 京都大学 情報環境機構

2) 京都大学 企画・情報部

motoki.tamaki.3c@kyoto-u.ac.jp

Issues and Framework Building for Renewal of University Website

Tamaki Motoki¹⁾, Eiri Ono¹⁾, Masajii Iwakura¹⁾, Yusuke Kawachi²⁾, Hajime Kita¹⁾

1) Institute for Information Management and Communication, Kyoto University

2) Planning and Information Management Department, Kyoto University

概要

現在、大学にとって Web サイトは、国内外へ情報発信を行うために不可欠なメディアとなっている。しかしながら大学の Web サイトは多様なステークホルダーに対して多様なコンテンツの提供が求められる一方で、他方、Web 技術の急速な変動への対応も求められ、その構築・運用は全体としてコーディネートが難しく、様々な課題を抱えている。本発表では京都大学での Web サイトリニューアルに向けた取り組みと、課題の分類を考慮した体制構築を紹介する。

1 はじめに

現在、大学にとって Web による情報発信は、国内のみならず海外の多様なステークホルダーに対して情報発信を行う不可欠なメディアである。

筆者らの所属する京都大学では、現在の大学 Web サイト（以下、「現 HP」と呼ぶ）で使用している Web 技術、Content Management System（以下、CMS と呼ぶ）が陳腐化してきている状況であり、全面的なリニューアルが必要な時期にさしかかっている。また、本学は多数の部局を擁しており、学内各組織は自助努力で、それぞれ自弁の Web サイト による情報発信を行っており、その改善等に取り組んでいる（例えば[1]）。しかし、大学全体としてのコーディネート、連携のためのコミュニケーションの困難さもあり、Web サイトの適切な制作、維持管理支援が得られていないなか、各組織の Web 担当者にも負荷がかかっている実状がある。

また、大規模災害時などでの情報発信や、構成員の安否確認との連携など、優先順位が高く即応性を求められる対応も考慮しなければならない[2]。

本学の現 HP は、広報課によって、維持管理、運営されているが、情報システムを含めた次期

リニューアルにあたっては、専門的な Web 技術の知見を持つ人材を必要とすることはもちろん、Web サイトが、大学のあらゆる活動の情報発信や、構成員、ステークホルダーとのコミュニケーションツールとなっている現状、リニューアルに参画する体制も、複数の学内組織からなる構成と、意見が収集できる仕組みが必要である。

2 Web 戦略室の実施体制と活動概要

京都大学ではこのような課題に対して、平成 29 年度から 4 カ年度の計画として全学経費（2019 年度以降は予定）の措置を受けて「Web 戦略室」を設け、2020 年度に現 HP のリニューアルを見据えた事業に取り組むこととなった。

Web 戦略室は、情報担当理事のもとに置かれ、

- 1) 情報環境機構教員
- 2) 担当理事が指名する企画・情報部職員
- 3) 総務部広報課職員
- 4) その他担当理事が必要と認める者

により構成され、教員、技術職員、事務職員が一体となり業務を進めることとなった。4) としては、国際戦略本部や学術研究支援室(URA)などの教職員が指名されている。

Web 戦略室では、現 HP での情報発信の現状

点検、他大学の実践状況の調査を行うとともに、リニューアルのための活動骨子の設計、仕様策定、関係部署と連携した現 HP の喫緊の課題の解消のための情報整理とサイト更新などに取り組んでいる。

3 課題の抽出と分類

3.1 Web 戦略室設立時に提示された課題

Web 戦略室が、活動骨子の設計、仕様策定から、実際のリニューアル、およびその後の維持管理などの計画立案を実施するにあたっては、本学の Web での情報発信についての課題をふまえ、あるべき姿を描いた上で、限られた人員・経費の中で優先的事項を定め、情報発信体制の再整備とともに進める必要がある。

Web 戦略室の活動開始時に、室長である情報担当理事からは、活動を推進する上で必要と考えられる事項が示されていた。つまり、業務全体、ウェブ技術、ユーザーインターフェースあるいはビジュアル面への配慮、国際的な施策との連動、人材の育成と確保、作業環境の確保などである。同時に海外大学のユニバーシティ・アイデンティティ（以下、UI と呼ぶ）の参考資料などが付されていた。本学ではロゴ等の使用規則の詳細は定めず使用者の自由に任せていたが、とくに海外など体外的な活動において本学のまとまりを示すために必要十分なガイドラインを定めるべきとの考えであった。

また、副室長である情報環境機構長からは、Web 戦略の基本骨子を次の考えに基づいて策定する必要があると示された。具体的に現 HP の課題は、開設運用、運用方針、運用体制、診断技術、構成技術など多岐に渡ることが考えられ

（図 1）、現状は、Web サイトというプロダクトそのものだけに課題があるわけではなく、業務体制（プロセス）に課題があるため Web サイト（プロダクト）の劣化に対応できていないこと、オーソドックスであるが、SWOT の自覚や PDCA サイクルを意識することの必要性などが提起された。

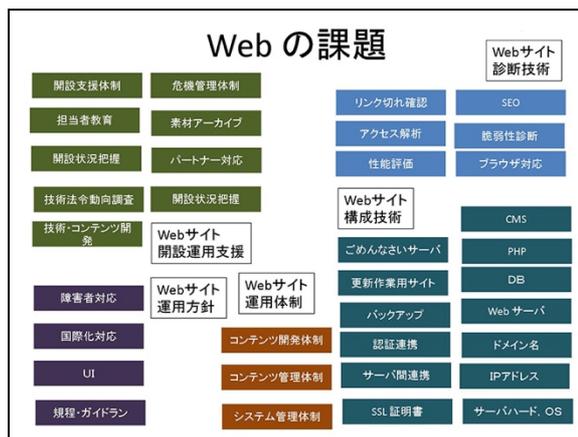


図 1 京都大学現 HP で考えうる課題例

3.2 ブレインストーミング実施と検討課題の集約

多岐にわたる課題は、所属部署や専門領域が異なれば室員ごとに把握範囲が異なり、全体で共有することが必要と考えられた。そこで室員を中心に関係者 4、5 名で構成する 3 グループに分かれ、現 HP に対して AS IS（現状認識、課題）と TO BE（将来の大学 Web サイトへの希望）についてブレインストーミング（以下、BS と呼ぶ）を実施した。

BS の前半では、グループごとに各個人の個別意見を付箋に記述した。後半に、グループでのディスカッションの経過を報告しながら、個別意見をホワイトボードに配置した（図 2）。配置にあたり、同時に検討すべき意見（付箋）でまとまりがつけられた、まとまりは、【広報戦術】【ターゲット】【発注に関する課題】【特設サイト】【広報戦略】【使い勝手が良くない（中の人目線）】【コンテンツの問題点】【ないコンテンツもある、共用できていない】【コンテンツが多い】【そもそも（なぜリニューアルが必要なのか）、体制、あり方】【誰に見てもらいたいのか】【システム・メンテナンスの問題点】【情報を分類する】【その他】などが作られ、検討課題として集約した。



図 2 BS 後半のディスカッション経過報告風景

3.3 検討課題の分類と課題別検討チームの設置

Web 戦略室では、リニューアルに向けて実際に動ける体制を構築する必要があり、BS 時に出された 166 個の意見を、室員の各属性代表(副室長、プロジェクトマネージャー、広報課、情報およびコンテンツ分野教員)で再度俯瞰し、体制構築のための課題分類を行った。

その結果、「業務プロセス」「コンテンツ・デザイン」「技術」に既設の「UI」を加え 4 領域に分かれて課題を検討することが有効であると考へ、各検討チームを設置した(図 3)。業務プロセス検討チームでは、部局から広報課への記事掲載依頼を効率化する方法や、PDCA サイクルを実践するためにアクセス解析からのコンテンツ改善を検討する。コンテンツ・デザイン検討チームは、膨大なコンテンツの整理や多言語化対応、またデザイン面での検討を加える。技術検討チームでは大学規模の Web サイトに適した CMS の選定、また掲載記事管理のワークフローを CMS で一本化するための検討、セキュリティ対策やクラウドの利活用などについて検討する。UI 検討チームでは現代のメディア環境に即して本学のエンブレムやロゴタイプを刷新し、それらを用いた名刺やレターヘッドなどの基本的なアプリケーションを充実させるべく検討作業を進めている。各チームの会議は個別に行われるが、プロジェクトマネージャーが全てに参加することでチームごとの進捗の齟齬を減らすよう努めている。さらにメンバー間の連絡には Slack を活用し、迅速かつ効率的な情報共有体制を構築している。

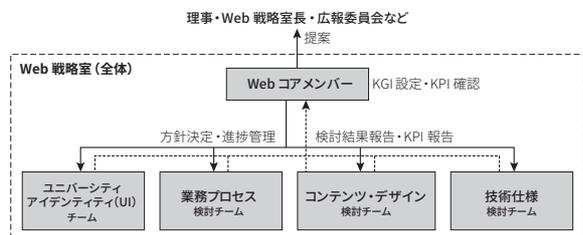


図 3 Web 戦略室における課題検討体制

4 展開と課題

Web 戦略室では発足前から取り組まれていた、現 HP における教学関連の情報提示の再構

成、英文ページの見直しなどを喫緊の課題として取り組むとともに、これを Web サイトのリニューアルに向けてのケーススタディとして知見を集積している。

Web サイトのリニューアルに向けては現在、各検討チームが担当の検討事項について、現状把握と課題の深化、および仕様書策定に向けた具体的課題解決の方策や要件定義を進めている。チームを超えた検討が必要な事項も多いため、ミーティングを通じて進捗報告や情報交換を行っているが、連動した検討の進め方についてさらに工夫が必要と認識している。また、リニューアル後の維持管理、見直し体制についても、検討チーム同様に、分野別の専門性に考慮された体制が必要となることが想定され、その構築も課題である。

他大学の実践についての調査も並行して行っており、その調査をもとにセミナーの開催なども実施し、知見の共有と関係者のネットワーキングにも取り組んでいる[1]。他大学の Web サイト関係者にヒアリングすると、大学における情報発信について類似の課題が聞かれる。したがって Web 戦略室で検討している課題群は、機関を超えて取り組むことが可能かつ重要であり、大学 ICT 推進協議会などの機会を捉えて意見交換をしたいと考えている。

また、大学の情報公開など別の文脈で展開されてきた研究者総覧(京都大学では教育研究活動データベース)についても、国際的な研究情報の流通やそのためのプラットフォーム整備などを踏まえて別途、取り組みを学内で始めており、それとの連携も進めてゆく予定である。

5. おわりに

さまざまな組織にとって Web サイトが重要な広報手段であることは言うまでもないが、多様な学術領域に渡って教育研究を展開し、国際化や産学連携などステークホルダーも多様化する大学の Web サイトが抱える課題は多い。営利企業と異なり、公的資金や学生からの納付金を主な財源として運用されている大学では、Web サイトにどの程度の経費を投入するかも重要な

視点である。今後、京都大学の Web サイトの更新とその後の運営に向けて活動を進めるとともに、他大学等との情報共有・連携などにも寄与してゆきたい。

参考文献等

- [1] 山口：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，大学 ICT 推進協議会 2017 年度年次大会（2017）
- [2] 宮部ほか：京都大学安否確認システムの開発と訓練結果，大学 ICT 推進協議会 2017 年度年次大会（2017）
- [3] 学術情報メディアセンターセミナー「大学の価値を可視化する：ユニバーシティ・アイデンティティと Web サイトのデザイン」，京都大学（2018.9.6）
http://www.media.kyoto-u.ac.jp/accms_web/event/1489.html