

教育サービスの情報発信戦略と ウェブユーザビリティの有用性

加藤 鉦三

人文学部

内線 3141 kinoene@gipac.shinshu-u.ac.jp

林 倫太郎

人文学部文化コミュニケーション学科2年生

要 旨

大学が教育サービスの発信を効果的に行うためには、ウェブページの戦略的に活用し、同時にウェブサービス受益者の視点に立ったユーザビリティを重視した情報発信を心掛ける必要がある。大学の重要なユーザーである受験生に対する情報発信について、ユーザビリティテストを行ってみると、かなり問題が多いことが分かる。

地域連携、社会貢献といった観点から大学の教育サービスが求められているが、教育・研究成果の還元については、出前講座や市民公開講座、受験生に対する全学授業公開など、一部での実施に留まっている。

受験生に情報発信し、また社会に大学の活動をよりよく知ってもらうために、ウェブページの活用は有用である。だが、情報を享受する者を半ば無視した形での情報の発信が見受けられる。自らが主体的に運営することができるウェブページの重要性を認識し、戦略的に活用すべきである。

キーワード

教育サービス、情報発信、ウェブページ、サービス受益者、ウェブユーザビリティ

1. はじめに

予測では2009年であるが、2006年にも早くも大学全入時代が到来し、少子化の影響が大学にも出ると言われている。また、2004年4月からの国立大学の国立大学法人への移行に伴って大学側に運営が委ねられる。大学が教育をサービスの一つとして捉えるならば、教育サービスを今まで以上に発信していく必要があるし、より戦略的になるべきである。さらには、学生募集の面からだけでなく、社会貢献や地域連携の面からも、大学情報発信の必要性が増してきていることから、広報媒体・情報発信という側面からウェブページの情報発信への戦略的利用と、利用者側の利便性を考慮できるウェブユーザビリティの有用性について考察していく。

2. 現状と問題点

現在、全国の大学組織と同様に、信州大学（以下、本学）にもウェブページが整備されている。しかし、全学部共通のフォーマットでウェブページがデザインされていない。本来、ウェブページは統合的に整備されるべきものであり、北海道大学や筑波大学では統合的に整備・運営を行っている。本学の場合、松本、長野、上田、伊那に分散したキャンパス構成を持っているため、分散的な管理を余儀なくされている。これによって現状では各学部で情報公開される内容が異なるといった状況が発生している。各学部で整備状況が違うという事は、情報入手性の差異につながるため、情報を享受する者に対して不利益すら与えかねない。また、信州大学規定の「公式ホームページの企画制作及び管理運用について」の項にも統一的なガイドラインは存在していないことから、信州大学という全体的な枠組みで、ウェブページの整備が早急に望まれる。

3. 広報媒体・情報発信としてのウェブ戦略

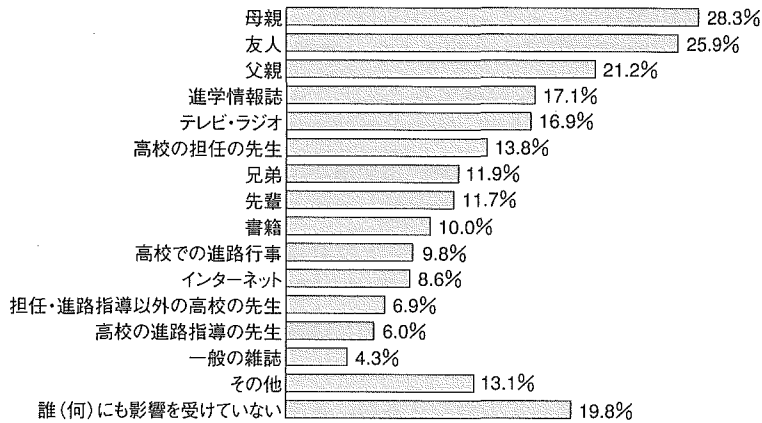
まず、広報媒体・情報発信としてのウェブページについて考察していく。1996年9月に行われた「スクールの経営課題に関するアンケート調査」（カレッジマネジメント81, pp.17-20, 1997）によれば、学生の募集に関しての質問に対してスクール関係者の3割以上が回答しているものに、「対費用効果が悪い（49.2%）」、「広報予算が不足（44.0%）」、「有効な広報媒体が見つからない（36.4%）」がある。これは中小規模スクールの知名度不足の問題を含む。しかし、同時に大学が開催する市民開放講座などの公開講座と、教育サービスとして競合しうるスクールで顕在化している広報上の問題でもある。学生募集や、費用対効果という点については、コトラー（2002）が、インターネットは比較的安価かつ「ティーンエイジャーに到達するのに最も効果的な媒体の一つである」（Kotler 2002, p.352）、と指摘している。社会貢献・地域貢献の面では、インターネットは、財政的、地理的制約や負担が少ない情報入手手段である。また、総務省の「日本国内のインターネット人口」によると、平成14年末に6942万人、人口普及率では54.5%に達している。さらに2003年4月から全国の高校で「情報」の授業が必修科目になり、学年進行で実施されている。これらのことから、ウェブページの整備は重要かつ戦略的課題である。また、インターネット普及の早期から、ウェブページの開設を大学機関が行っていることから、資源の有効活用といった点でも重要であると言える。

正規の授業以外での教育サービスについて述べる。本学の「全学テーマ別評価自己評価書『教育サービス面における社会貢献』（平成12年度着手分）によると、学部横断的に網羅した教育・研究成果のマスメディアを媒介とした提供を課題とし、テレビ・ラジオの利用について言及している。確かに、速報性・広範囲への伝達といった側面から言えば、テレビ・ラジオは有効であると言える。しかし、テレビ・ラジオ等のメディアは一過性のメディアである。大学当局の整備によって、より恒常的かつ主体的に情報提供しうるウェブページによる情報発信は社会貢献においても有用であると言える。

4. 高校生、保護者等の受験関連層への影響力

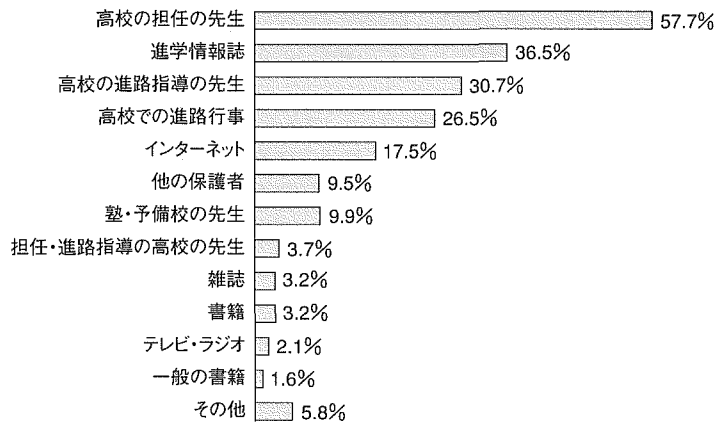
次に、学生募集をされる側である高校生とその保護者の視点から考察をしてみたい。下の表1、表2はリクルートにより2003年に実施された「高校生と保護者の進路に関する意識調査」(キャリアガイダンス No.3, 2003, pp.19-20)の結果の中から抜粋したものである。

表1 生徒は進路選択について誰(何)から影響を受けているか(複数回答)



(キャリアガイダンス No.3より抜粋)

表2 保護者は進路情報をどんな方法で入手しているか(進学希望者/複数回答)



(キャリアガイダンス No.3より抜粋)

表1をみると、高校生は進路情報についてインターネットからの影響が少なく、全体で11番目である8.6%とあまり影響されていないことがわかる。しかし、表2に目を向けると、保護者の進路情報入手方法について、インターネットは全体で4番目、メディアの中では2番目である17.5%と大きい。そして、高校生が本調査では母親(28.3%)、父親(21.2%)から影響されると答えている。また、前項で述べた、高校で「情報」科目の授業が始まった事やインターネット普及率の増加を併せて考えると、進路情報源としてインターネットの重

要度は今後より増してくると思われる。一般的にインターネット上の情報には不確かな情報が多いと言われ、メディアリテラシーの問題を孕んでいる。しかし、大学が作成した公式ウェブサイトの場合、大学という公的機関の持つ知名度、信頼性によって他のウェブサイトよりも優位であると言え、情報発信の手段としてとして有効であると言えるのではないか。

5. ウェブユーザビリティの有用性

ウェブの広報媒体・情報発信の重要性については前項で述べた。しかし、情報をウェブページに掲載しただけでは、戦略的な情報発信とは言えない。情報を受け取る側が使いやすいシステムを提供する必要がある。そのためにはウェブユーザビリティテストと呼ばれる試行テストが必要になってくる。従来では、時間・費用・専門性の問題から見送られる機会が多かった。しかし、簡易的なテストで多く問題を洗い出す事が出来るとされているので、簡易的なテストを本学のウェブページに対して試行する。このテストについて、Nielsen, Jakob & Landauer, Tomによると「5人の被験者をテストすれば、たいていの場合、サイト内にあるユーザビリティの85パーセントが明らかにされる」(Krug, p.159, 2001)と述べており、さらにKrug, Steveは「ほとんどの場合、理想的な被験者の数は<中略>3人かせいぜい4人」(Krug, p.159, 2001)で実施できるとある。

そこで、今回は被験者にタスクを与え正しく実行できるか、またどれくらいのプロセスがかかるかを主目的に試行を三名の被験者に行った。使用する設問には表3「高校生と保護者の進路に関する意識調査」(キャリアガイダンス No.3, 2003, pp.19-20)で高校生の56.6%が必要としている「学部・学科の内容」を使用し、「信州大学人文学部分かコミュニケーション学科の内容を知る」をタスクとして、実際にテストを試行した。

表3 生徒は進学に際してどんな情報を必要としているか
(進学希望者/5つまで回答)

	全体	男子	女子
学部・学科の内容	56.6%	58.9%	56.7%
現在の入試制度の仕組み	44.7%	53.5%	38.2%
進学費用(学費・生活費など)	43.1%	41.9%	44.6%
入試の内容	41.4%	45.0%	39.5%

(「キャリアガイダンス No.3」より抜粋)

テストを試行した結果、「題名の重複による混同」、「ウェブでの掲載の有無が不明である情報」、「対等関係にあるファイル名の一方がイラスト化されているための混同」などが見られた。被験者の一人の結果を例1として掲載したので、参照されたい。高校生(受験生)の56.6%が必要としている「学部・学科の内容」について最短経路を通じてアクセスできたのは三人中、一人しかいなかった。また、同様のテストを「現在の入試制度の仕組み」、「進学費用(学費・生活費)」、「入試内容」についても試行してみたが、いくつかの問題点が露見

している（表4）。ウェブページ制作者が利用のしやすさをチェックした場合に入ってしまうバイアスを排除し、利用者側の視点で利用のしやすさを向上させるために有用であるだろう。また、少人数でテストが出来るために対費用効果や即時性の面からも有効だといえる。

例1) ウェブユーザビリティテスト

対象：信州大学ウェブページ

タスク：学部・学科の内容（人文学部文化コミュニケーション学科を想定）

プロセス	ウェブ階層	ウェブへのアクション	被験者コメント
1	信州大学トップページ		シラバスを見たのがいいのかな？
2		トップページの「教育・研究」にある「大学・大学院案内」のプルダウンメニューから「人文学部・人文科学研究科」を選択	
3	人文学部トップページ	「シラバス&授業時間割」を選択	シラバスだから、これかな？
4	シラバス&授業時間割	「月曜日」を選択	とりあえず、曜日をみたらわかるかな。 (一方のイラスト化による混同)
5	月曜日時間割	「戻る」で人文学部トップページへ	ドイツ語やフランス語が出来る感じなのか。でも、ここじゃないみたい。
6	人文学部トップページ	「履修に関するFAQ」を選択	
7	履修に関するFAQ	「戻る」で人文学部トップページへ	留学についてとかで違うね。 便覧見てくださって書いてあるけど、便覧はWebに載ってみたいだね。 (ウェブ掲載の有無が不明の情報)
8	人文学部トップページ	「受験生のための松本案内」を選択	
9	受験生のための松本案内	「戻る」で人文学部トップページへ	地図とかしか載っていない
10	人文学部トップページ	「戻る」で信州大学トップページへ	もしかして、ここには載っていないのかも
11	信州大学トップページ	「キャンパス情報システム」を選択	
12	キャンパス情報システム	「戻る」でトップページへ戻った後、人文学部トップページへ先程と同じ手順で行く	学籍番号っていうから、違うようだ
13	人文学部トップページ	「学生募集要項」を選択	
14	学生募集要項	「学生募集要項」(大学院)を選択	

15	学生募集要項 (大学院)	「戻る」で学生募集要項へ	大体、何をやっているか分かったが、詳しくは分からない。あ、大学院。普通のない。 (題名の混同)
16	学生募集要項	「文化コミュニケーション学科」を選択	
17	文化コミュニケーション学科	「こちらをご覧ください」を選択 (アドミッションポリシーへリンク)	試験問題は公開しているけど、学科の内容と関係ない
18	アドミッションポリシー		教育内容で何をやっているのか分かった

表4)「現在の入試制度の仕組み」,「進学費用(学費・生活費)」,「入試内容」での主な問題点及び、
被験者の指摘

- ・文字情報が多すぎて、どこにあるかわからない
- ・階層が深すぎてよくわからない
- ・タイトル名がよくわからない
- ・分からない場合にはGoogleで「信大 学費」のように検索する
- ・サイト内検索があれば、すぐ探せた

6. まとめ

大学が教育サービスの発信を行うために、ウェブページの戦略的活用と、ウェブサービス受益者の視点に立ったユーザビリティの有用性について述べてきた。教育サービスの発信を意識するならば、インターネットの存在はもはや無視できないものとなってきている。大学の教育サービスにおいて地域連携、社会貢献について声高に語られることは多く、大学の役割を考えると当然である。しかしながら、教育サービスの広報活動という点だけでなく、教育成果の社会還元・地域還元といったものを大学が主体的に行ってきたか、と言えはそれには疑問が残る。出前講座や市民公開講座、受験生に対する全学授業公開など、一部での実施に留まっている。大学の活動をよりよく知ってもらうためにウェブページの活用は有用であると言えるだろう。だが、情報の発信を意識するあまり、多くの公的機関のウェブページでは、情報を享受する者を半ば無視した形での情報の発信が見受けられる。大学機関の多くもそうであり、本学も例外ではない。高等教育機関として教育サービスを始めとした、様々な情報発信を行っていくなれば、自らが主体的に運営することができるウェブページの重要性を認識し、戦略的に活用するべきである。

注

- 1 ここでのスクールとは、語学・資格スクールやカルチャースクールをさす
- 2 必要な情報を入手しやすいかという点において

参考文献

- Kotler, Philip『コトラーのマーケティングマネジメント 基本編』(2002) ピアソン・エデュケーション p.352
- Krug, Steve『ユーザビリティの法則 ストレスを感じさせないナビゲーション作法とは』(2001) ソフトバンクパブリッシング
- 佐藤東洋士「今後の人口動態の変化予測と大学個性化の可能性」大学教育学会誌, 第22巻, 第2号, pp.18-26, 2000
- 「カレッジマネジメント 81」(1997) リクルート pp.17-20
- 「キャリアガイダンス No.3」(2003) リクルート pp.10-20
- 「週刊ダイヤモンド10月25日特大号」(2003) ダイヤモンド pp.34-37
- Why You Only Need to Test with 5 Users
<http://www.useit.com/alertbox/20000319.html> (2004.1.21)
- インターネット利用人口の推移
http://www.johotsusintoeki.soumu.go.jp/field/tsuushin01_1.html (2003.12.22)
- 信州大学が受けた第三者評価及び関連資料
<http://hyouka.shinshu-u.ac.jp/file.html> (2004.1.7)
- 信州大学規定集
<http://www.shinshu-u.ac.jp/html/kitei/reiki.html> (2004.1.20)
- 高校で始まる「情報」の授業—情報教育の遅れは取り戻せる(2)
<http://pcweb.mycom.co.jp/news/2003/02/28/16.html> (2004.1.23)