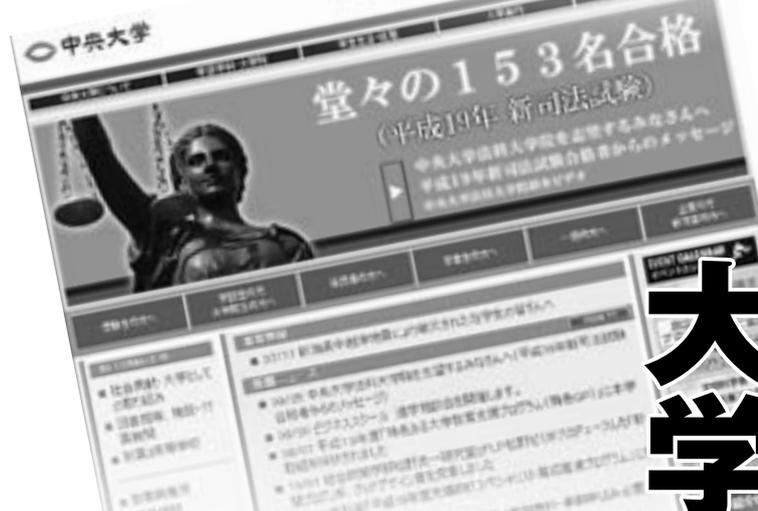


## 「大学NO.1」の中央大学ウェブ

「大学全入時代を迎えて」

第②回

魅するウェブで  
大学“見せる”

大学を「見せる」有効な手段としてウェブサイトの重要性は高まる「途で、全国の大学は「魅する」サイトにするかを競い合っている。そのなかで中央大学は8月、「大学サイトランキング」(ゴメス・コンサルティング株式会社主催)で1位を獲得。「昨年、昨年と2年連続で「全国大学サイト・ユーザビリティ調査(日経BPPコンサルティング主催)」総合スコアで1位に輝いたのに続く、「快挙」だ。その裏には常にユーザーを意識したウェブづくりの中断ない改革へのチャレンジがある。

学生記者 滝沢孝祐(総合政策学部4年)

「生き残り戦略」の一環  
いかに魅力を高めるか

受験生が大学の情報を入手する手段として最も活用しているのは、いうまでもなく大学のウェブサイトだ。大学全入時代を迎えて大学サイトのさらなる充実を図ることは、大学にとって「生き残り戦略」の一環でもある。

同時にインターネットは、動画投稿サイト『Youtube』、ソーシャルネットワークワーキングサービス『mixi』、バーチャルコミュニティ空間の『セカンドライフ』など、数年前ならば考えられなかった技術が実用化され、人間のライフスタイルを大きく変えている。昨年は「ウェブ2・0」が大きなキーワードであったが、時代は「ウェブ3・0」の世界へ向けて突き進んでいるのかもしれない。

こうした時代の流れを受けて大学のウェブサイトは、魅力を高めるために常に改革を迫られている。

大学ランキングで1位獲得  
情報公開度などで高い評価

今年8月、ゴメス・コンサルティングが全国約450大学を対象に行った「大学サイトランキング」調査は、トップページが使いやすいか、受験生などが必要な情報を探しやすいか、視覚障害者

でもアクセスが容易かなどの観点から実施したもので、本学が1位を獲得したのは、「ウェブサイトの使いやすさ」

「情報公開度・先進性」で高い評価を得たからだ。

使いやすいさを考えてレイアウトデザインが統一されて設計されていることや、在学生や教授がブログ

でもアクセスが容易かなどの観点から実施したもので、本学が1位を獲得したのは、「ウェブサイトの使いやすさ」

## 大学サイトランキング 上位10大学

(ゴメス・コンサルティング調べ)

- 1位：中央大学
- 2位：広島経済大学
- 3位：同志社大学
- 4位：京都女子大学
- 5位：明治大学
- 6位：杏林大学
- 7位：中部大学
- 8位：立命館大学
- 9位：神奈川大学
- 10位：早稲田大学

中央大学トップページと同じデザインのページが開く。法学部に限らずほかの学部、図書館などのページも同様だ。

この仕組みこそが、オフィシャルホームページのリニューアルで最も重視された「拡大トップページ」と呼ばれる考え方を反映したものだ。

拡大トップページと

## 拡大トップページで統一デザイン 使いやすいと飛躍的に向上

中央大学のウェブサイトをしてみると、まず目に飛び込むのは中央の大きな写真だ。正月には箱根駅伝、去年5月に学員の御手洗富士夫氏が日本経済団体連合会会長に就任したときは、御手洗氏

の大きな顔写真がページを飾った。その下には、受験生、保護者、学生と対象ごとに分類されたタブが並ぶ。

学生や教授がブログで受験生に情報発信するなどの先進的な試みも認められた。

は、大学のトップページだけではなく各学部や部署などのトップページまでを「大学の顔」であるトップページとみなそうとする考え方だ。

どのページを開いても、統一感のあるレイアウトで情報が配置されているため、どこにどのような情報があるのかが一目瞭然だ。そのため、ユーザビリティ（使いやすさ）とアクセシビリティ（障害者の利用にも易しい）も飛躍的に向上したという。

これこそが「大学No.1サイト」と評価されるポイントでもあり、日経BPコンサルティングによると「メインコンテンツへのアクセスが容易で、誰にでも探しやすい」と評されている。

## ウェブ管理人の渡辺純一担当課長に聞く

一連のウェブ改革が評価されたわけだが、実は2004年に行われた同調査では108位だった。どのようにしてこうした改革がなされたのか、中央大学ホームページのウェブマスター（管理人）である入学センターの渡辺純一担当課長に話を聞いた。

## 2004年は108位 学長指令で改革はじまる

2004年の108位から、一気に1位に



渡辺純一担当課長

なりましたね。

**渡辺** 2004年の108位が負目になって、学長から『ホームページをなんとかせよ』という指令が出ました。それまでも懸念のひとつとして考えてはいたのですが、このトップダウンの指令がきっかけでウェブ改革が大きく動き出しました。従来のウェブサイトは、各部署がバラバラにページを作成し、管理していたため全体を見ていなかったのです。そもそも広報課（現・入学企画



学生イベントカレンダー

課）には、広報課が担当するページにしか管理権限が無かったです。

△各学部でバラバラだった管理を広報課で一元化することで、情報の整理に留まらず、サーバーなどの運用コストも大幅に削減できたという。サイトマトリクスをつくり、各部署と打ち合わせを幾度となく行ったというのが、何よりも「調整が大変だった」と打ち明ける▽

——学部ごとの縦割り組織に、「大学広報」という横軸を通すのは大変だった？

**渡辺** はい。大学には学部自治という風土があります。広報という意識を持つてもらうことからはじめたので、作業に時間がかかりました。

△以前はそれぞれが更新を管理していたためサイトに安定感がなく、情報発信の頻度にも波があったという。今回の改革では、こうした保守管理の手間を一元化することで、本来の情報提供に意識を注ぐことができるような体制を整えたという▽

## 学生からも発信！ 「学生イベントカレンダー」開設

体育会や公認サークルが、試合やコンサートなどのイベントを告知できる「学生イベントカレンダー」が10月11日から中央大学ウェブサイトに公開された。

一定の研修を受けた学生が情報を入力し、更新もできることが大きな特長で、他の大学では類を見ない仕組みだ。情報内容は大学の担当部署が確認するが、試合結果なども逐次掲載されるため、ウェブを通してOB・OGとの交流が深まることが期待される。

「中大サイト」がいくつも出現してきました。ちょうどウィンドウズ95が発売された時期も重なり、ホームページという言葉が認識された頃でした。

そうした中で大学としても対応が必要だということになり、学内から「オフィシャルサイトを構築すべきだ」という意見が出てきました。ただ、ホームページ

ウェブサイトは96年に開始  
04年からは合格発表も

——中央大学のホームページはいつ頃はじまったのですか。

**渡辺** 93年ごろからワールドワイドウェブ（WWW）、いわゆるインターネットが広まり始めました。そうした中で、趣味でネットを楽しんでいた学生たちがつくった

ジをはじめにあたって、学内の電子計算機センター（現ITセンター）が担当するのか、広報課が対応するのかという問題に直面しました。結果

として、広報課が業務の一環として担当することになりましたが、ホームページ関連の業務に対しては当初『厄介なものがきた』という認識が多数でした。(笑)

△96年4月にウェブサイトがスタート。当時はまだホームページを広報手段として活用する概念が薄かった時代だった。

こうした経緯からスタートしたホームページは、インターネット利用者が年々増加することに伴い、



魅力あるウェブをつくるのは3人のチーム

受験生に対する大学案内を充実させ、2004年からはホームページでの合格発表をスタートするなど、いまや重要な広報手段となっている▽

藪を一本の木へ、そして：

コンテンツの充実が課題

——膨大な情報量を整理するのは難しいですね。

渡辺 できるところから始めて、コンテンツを充実させていきました。そうした中で、オフィシャルページの中でコンテンツが乱立してきたのです。10年を経て、情報という藪をどのように整理するのか。いま流行りの言葉で言えば、全体最適化(注\*)が求められるようになってきました。全体最適化を考えながら、如何にコンテンツを充実させていくかがこれからの課題です。

△ホームページには鮮度のある情報が命だといわれている。受験生に対する「旬な」情報として、昨年から現役中大生や教授陣による「オフィシャルブログ」も始まった。大学の生の声を、受験生に届ける試みとして他大学からも大いに注目されている▽

△注\*「全体最適化」とは「ひとつの基幹となるシステムに、追加的に新たな機能やシステムを追加していくことで、全体では結果として非効率なシステムとなることが多い。そうした非効

率性を解消して、全体をひとつの大きなシステムとして捉えて、効率性やユーザーの利便性を追求することをいう▽

ウェブが変えたもの、変わらないもの

目覚める「大学広報」の意識

△改革度は実行する者の熱意と比例するといわれている。ウェブマスターとして改革を先導している渡辺さんは、米イリノイ大学に留学してネットワーク利用技術を学んだこともある「技術者」だ。こうした渡辺さんの熱意と経験が、一連の改革に結実したといえる。ウェブ改革は教職員の広



膨大な情報受けての更新作業

報意識を改革するうえでも、大きな効果を発揮しているという。▽

—— 広報に対する意識は変わってきましたか。

**渡辺** まだまだ十分ではありませんが、職員の『広報』に対する意識はだんだんと変わりつつあります。ウェブが世界をグローバル化したことと同様の現象が、いま学内で起きているのではないのでしょうか。情報を『発信することが大切』という認識が広まってきました。

—— ユーザーである受験生、または保護者は、大学にとっては「お客さま」だと思いますが、その点の認識は。



ユーザーのために入念な打ち合わせ

**渡辺** ユーザビリティを考えることは、顧客視点で物事を考えるきっかけになります。今までの情報発信については、残念ながら、自分たちの思い込みが中心でした。

ただ、ウェブが万能というわけではありません。情報を集約するのがネットであり、あくまでも知識と人間のインターフェイスの役割ではないと思います。

### グーグルが大学にも進出 知的資産を守るため改革推進

△いま全国の大学では新たな動きも起こっている。今年からN大学が学生に対して、グーグル上で動く『docs』『スプレッドシート』といった文書や表計算のアプリケーションが使える仕組みを取り入れた。これを利用することは、管理コストが大幅に削減できる一方で、利用者の情報を機械的に分析して広告を送る機能を付加することもできるため、個人情報保護の観点から疑問がもたれている。そして、個人情報だけでなくさらに重大な問題が隠されているという▽

—— グーグルの大学への進出は「脅威」？

**渡辺** グーグルの究極の目的は『世界中の知識を集め、整理して提供すること』と言われていきます。そのため、膨大なコンテンツを持つ大学と連携が始まったことで、大学の持つコンテンツ（知

的資産など）が、グーグルに集められることは避けられない事実です。

—— 大学が持つ知的資産を今後どう守るかは、グーグルとのつきあい方ひとつで大きく変わるのではないのでしょうか。

**渡辺** 江戸時代に例えるならば、ウェブとは「時代の流れ」で、グーグルとはいわばその流れに乗ってやってきた『黒船』。否応無くグローバルスタンダードが突きつけられるのです。こうした時代の中で、大学は旧態依然とした「幕藩体制」のままでいいのか。『黒船来航』をきっかけにさらなる改革を進めていく必要があると思います。

\* \* \*

大学全人時代だからこそ、大学広報 (University Public Relation) が問われている。受験生に対するだけではなく、在学生、父母、OB・OGなどのステークホルダー (利害関係者) に対しても、大学を応援してもらえよう積極的な情報発信が必要だ。

**渡辺**さんが語るように、ウェブ改革はあくまでもきっかけに過ぎない。間断ないウェブ改革で外部に「魅力ある中央大学」を常時発信し、内部に対しては「大学広報」に関する教職員の意識を高め、それをもとに在学生、父母、卒業生らが中央大学に誇りを持つ。ウェブが担う領域と責任は壮大で重い。