

# 専修大学ホームページアンケート調査の 基本理念と分析

望 月 宏 (専修大学経済学部)

## Basic Concept and Structure of a Questionnaire Survey on Senshu University Home Page and its Analysis

Hiroshi MOCHIZUKI (School of Economics, Senshu University)

This paper evaluates a result of a questionnaire survey on the Senshu University home page conducted in 2010. This survey is based on the assumption of the role of university home page as an information infrastructure to promote the reengineering process of the university through inter departmental communication as well as a tool to provide society with information on the achievements of education, and research conducted by the university. I define the three components of a university's home page as design, accessibility, and its contents. These three components are definitive factors to affect two roles that I mentioned above. Revision of Senshu University's home page will be based on the evaluation of the result of this survey.

キーワード：大学ホームページ，アンケート調査

**Key words** : university home page, questionnaire survey

1. 専修大学ホームページの沿革 .....	(42)
2. 大学ホームページの役割，現在の課題とアンケート調査の目的 .....	(43)
3. 三段階の分析 .....	(44)
3.1 第一段階：アンケート集計結果 .....	(44)
3.1.1 「デザイン性」.....	(44)
- 3.1.1.1 「フラッシュ技術を使った情報提供の有効性について」.....	(45)
3.1.2 「情報へのアクセスの容易性」.....	(46)
- 3.1.2.1 「情報へのアクセスの容易性」と階層数，クリック数との関係 .....	(48)
3.1.3 「提供情報の充実度（内容）」.....	(49)
3.1.4 「情報発信を通じた社会へのアピール」.....	(51)
3.1.5 「大学の教育，研究，管理事務活動の活性化」.....	(53)
3.1.6 「社会知性の開発」の認知度 .....	(54)
3.2 第二段階：回帰分析・相関分析 .....	(56)
3.2.1 大学のホームページの二つの役割 .....	(56)
3.2.2 ホームページの三つの要素 .....	(56)
3.2.3 回帰分析：全体について.....	(57)
- 3.2.3.1 「情報発信を通じた社会へのアピールの項目（平均）」を 三つの要素で回帰 .....	(57)
- 3.2.3.2 「大学の教育，研究，管理事務活動の活性化の項目（平均）」を 三つの要素で回帰 .....	(57)
3.2.4 回帰分析：女性のケース .....	(58)
- 3.2.4.1 女性のケース「情報発信を通じた社会へのアピールの項目（平均）」を	

三つの要素で回帰 .....	(58)
- 3.2.4.2 女性のケース「大学の教育, 研究, 管理事務活動の活性化の項目 (平均)」を三つの要素で回帰 .....	(59)
3.2.5 「情報発信を通じた社会へのアピール」(個別)と三つの要素の相関分析 .....	(60)
- 3.2.5.1 デザイン性との相関関係の分析 .....	(60)
- 3.2.5.2 アクセス性との相関関係の分析 .....	(61)
- 3.2.5.3 内容充実度との相関関係の分析 .....	(62)
3.2.6 「大学の教育, 研究, 管理事務活動の活性化」(個別)との相関分析 .....	(63)
- 3.2.6.1 デザイン性との相関関係の分析 .....	(63)
- 3.2.6.2 アクセス性との相関関係の分析 .....	(63)
- 3.2.6.3 内容充実度との相関関係の分析 .....	(64)
3.3. 第三段階: 他大学のホームページとの比較分析 .....	(64)
3.3.1 デザイン性の比較 .....	(65)
3.3.2 アクセス性の比較 .....	(69)
3.3.3 内容の比較 .....	(71)
3.3.4 アピール度の比較 .....	(73)
3.3.5 調査大学一覧 .....	(75)
4. 関連分析 .....	(76)
4.1 「大学に関する必要な情報をどのように得ているか」についての分析 .....	(76)
4.2 「高校生に対してどの項目がアピールしているか」についての分析 .....	(78)
5. まとめ, 課題と提言 .....	(79)

## 1. 専修大学ホームページの沿革

ホームページの前提となるインターネット環境の整備は、専修大学においては他大学に比してかなり早い段階で行われた。インターネットの将来性を一早く察知し、当時希少な IP アドレスのクラス B (65,536 のグローバル IP アドレスを持つ。通常はクラス C で 256 に限定される。) 取得を情報科学センターが申請したのは 1992 年であった。また、1994 年 7 月頃には WWW サーバー立ち上げ実験を開始しているが、これは他大学に比べかなり早いものである。

1995 年には専修大学ホームページを仮公開し、独自にホームページを立ち上げた情報科学研究所及び心理学実験室にリンクを張る。ホームページの正式公開は翌年の 1996 年 3 月 31 日とされる。同年入学課が早くも導入し、1998 年ごろには各学部が出揃うことになった。

その後、ホームページは広報の役割を果たすべきであるとする答申に基づき、ホームページ運営委員会が設立され、事務所管は広報課とされた。第 1 回の専修大学ホームページ運営委員会の議長であった望月が目指したことは、「本学のホームページは大学のリエンジニアリング(業務のプロセスの抜本的見直し)に深く関わっており、教育、研究上、および事務処理能力の向上など大学全体の活性化を図ろうとするものである。」そしてその結果として、「大学の成果を社会に提供する。」ことであった。具体的には、ともすると縦割りになりがちな学部、大学院、研究所間、あるいは事務部門と教育部門との連携を強めることであるとともに、一体化した形で専修大学の教育、研究成果を世に知らしめることであるが、この考えは現在でも生きており、これまでこの方向を基本軸としてきたつもりである。

果たして、こうした当初の意図は達成されているのであろうか？

これに答える前に、当時と現在の情報処理環境を比べてみると、インターネットの環境、コンピューターの技術レベルが飛躍的に改善され、それにつれ大学のホームページの役割が非常に大きくなってきたことを痛感する。大学のホームページは今や大学の顔となっており、在籍中の学生にとって自分の所属する大学に対するプライド形成に大きく影響するものであり、入学志願者にとっても志望大学

決定の際の大事な判断材料となっている。また、一般社会に対しても、大学の社会貢献の一つとして、いかに大学がその研究成果を社会に対して情報発信しているかを問われるが、その際の重要な資料でもある。言い換えれば大学冬の時代に入り、ホームページが大学間の競争力を左右する重要な手段となってきたことは確かである。

このように大学のホームページの役割が大きくなったため、自ずと学内の組織間においても互いに連携を行おうとする気風が以前にまして増えてきたことはうれしいことである。情報開示、情報提供のやり方などにおいても常にネット上において大学が評価されていることを意識せざるを得なくなってきたのである。また、学部、大学院、研究所間の横断的な成果の発表の場である「専修大学からの知の発信」コーナーも設定された。

しかし今後とも更なる改善が必要なことは言を待たないが、そのためには閲覧者からの指摘が必要である。この点については、これまでホームページの評価を外部に託すモニター制度の意見の活用や、適切な情報提供に関するガイドラインを時代に即して見直しホームページの足腰を強めることをしてきた。しかし、さらに客観的なデータを収集するために、今回アンケート調査を実施することとした。

## 2. 大学ホームページの役割、現在の課題とアンケート調査の目的

ホームページは、情報化が急速に進む現在の社会の中で重要性を増している。特に大学のホームページは、大学の教育、研究など大学の資源、成果を積極的に広く社会に向けて情報発信するという責務を負う。実際、中央教育審議会答申「我が国の高等教育の将来像」において、「例えばホームページ等を活用して、自らが選択する機能や、果たすべき社会的使命、…自己点検・評価の結果等の基本的な情報を開示することが求められる」と提言されている。<sup>1</sup> また財務情報の開示も必要とされている。それとともに大学全体として情報共有を行い、横断的な連携を図ることによって学内の授業、研究活動、事務管理の効率的な運用を促進するための情報インフラの役割を果たしている。

現行のホームページは2007年10月に改定後、4年を経ており、技術環境の変化の中で他大学に比べ競争優位性を保つ意味から、刷新を行うことが必要となってきた。<sup>2</sup>

今回の課題としては、①大学の持つ資源と研究、教育の成果をより効果的に社会にアピールすること、②大学の戦略的なインフラとしてホームページを位置づけ、縦割りの学部、事務組織間の横の連携を促進し、大学の活性化を図り、大学のリエンジニアリングに貢献すること、③前回時に比べホームページのボリュームが倍以上となっており、情報量の爆発的な増大の中にあっても、的確に必要な情報にアクセス可能とさせること、④洗練された見やすいデザインの採用、⑤提供される情報の質の向上である。

このため、専修大学のホームページに関するアンケートを学生、教職員から広く募り、現状を評価、分析し、次期改定版に向けて改善すべき点を探り出すことを目的としたホームページアンケートを実施した。

また、専修大学の21世紀ビジョンである「社会知性」の認知度など関連する事項についても意見を問うた。併せて、国内外の大学のホームページとの比較分析も行った。

<sup>1</sup> これを受けて、「学位授与」、「教育課程編成・実施」そして「入学者受け入れ」に関する3つの方針のホームページ上での開示が求められている。

<sup>2</sup> 前回の主な改定は、トップページの横幅を32%拡張、最大レベルのフラッシュ画像の採用、目的別、対象者別メニューの採用、情報の提供をより効率的に行うためのCMS（コンテンツマネジメントシステム）の採用、文字サイズを3段階に変更可能としたこと、サーバーの外部設置などであった。

表1 アンケート集計表

回答者数		学生	教員	職員	計
合計		1,365	129	242	1,736
対象者数		20,534	418	355	21,307
回答割合		6.65%	30.86%	68.17%	8.15%

大学全体を対象としたアンケート調査としては、長期間にわたる大規模なものとなり、全回答者数は1,736人、回答率は8.15%となった。なお、データ収集に際しては望月ゼミ生一同、データ整理に関しては広報課職員によるところが大きく、ここに感謝の念を表したい。

・回答期間：2010年10月27日より12月2日まで

原則としてポータルサイトでアンケートを回収したが、一部質問用紙による。

### 3. 三段階の分析

第一段階、質問に対しては1から5までの5段階の評点（3が平均）が与えられ、これをもとに、利用者の評価を集計する。その上で第二段階としてホームページの3つの構成要素と、大学のホームページの持つべき2つの役割との関係性を分析する。第三段階として、国内外の大学のホームページを専修大学と比較して分析する。

#### 3.1 第一段階：アンケート集計結果

アンケートの質問に対しては最高評価が5、最低評価が1、中庸評価が3で評価されている。したがって、3より大きく下回るものがあれば、その項目は問題があることになり、3より大きく上回るものは、評価の高いものと考えられる。

##### 3.1.1 「デザイン性」

各項目は概ね中庸程度以上の評価を受けている。

表2 デザイン性の評価

区分	人数	①	②	③	④	⑤	⑥
		や親 すし さみ	明 る さ	見 や す さ	先 進 性	簡 潔 性	統 一 性
学生	1,365	3.13	3.35	3.26	2.87	3.10	3.44
教員	129	3.24	3.28	3.26	2.75	3.08	3.27
職員	242	3.17	3.14	3.04	2.66	2.98	3.22
計	1,736	3.14	3.32	3.23	2.83	3.08	3.40
男	1,035	3.2	3.4	3.3	2.82	3.1	3.41
女	694	3.06	3.2	3.12	2.84	3.06	3.37

最も高く評価された点は統一性である(3.40)。当委員会ではホームページ作成ガイドンスを制定し、これに沿った画面配置を要請しているが、このことが統一感を与えているものと考えられる。次に明るさ(3.32)については、専修大学のスクールカラーが緑と寒色系であるため、全体にややおとなしく、堅めに見えるようである。その他、見やすさ(3.23)、親しみやすさ(3.14)と続く。先進性(2.83)がやや低いが、フラッシュ以外にさらに先進的な技術を使ったデザインが求められている。全体として評価すれば、記述回答にもあるように、ある程度の評価は得ているものの、画像などのビジュアル面での今一步の工夫が必要である。

#### 記述回答の例

- 見やすいが、文字の項目の大きさにもう少しメリハリがあってもいいかなと思う
- 単調な文字色と同一の文字の大きさでは、重要な点がわかり辛いです。
- 色づかいはシンプルなので、他大学よりは見やすい。文字の大きさがすべて同じため、強調する部分を大きくしてもよいと思う。
- 画像などが比較的少ない。学部、学校生活の雰囲気がイメージしづらい感じがある。
- 文字情報が中心で写真などビジュアル的要素が少ないため、直感的につかめない。

#### 3.1.1.1 「フラッシュ技術を使った情報提供の有効性について」

フラッシュ技術を使用している部分とは、トップページの上部を広く大きく横断する部分である。3年前から始まる現行のホームページから採用したものであり、当初は他大学に先行して導入したものであったが、現在は多くの大学が本学のような体裁となってきた。これまで専修大学の特徴や新学部紹介などタイムリーな情報の提供を行ってきており、全体としては3.29と、一定の評価を得ているものと考ええる。

しかし、記述回答例のように情報提供の仕方に難があるとの指摘もあり、より効果的な利用に向けての今後の検討課題は多いと考える。

#### 記述回答の例

- フラッシュはもっとよく活用すべきである。フラッシュだけにとどまらず、動画を多く発信したほうがいい。
- HPを開いた際、たまに見とれてしまう。素晴らしいと思う。
- 定期的に(季節に応じてなど)フラッシュを変更すれば、より多くのアピールができるのではないかと思います。
- 必要な情報を早く見たいため、フラッシュの部分にはあまり目がいかない。

表3 フラッシュ技術を使った情報提供の有効性についての評価

区分	人数	フラッシュのアピール度
学生	1,365	3.29
教員	129	3.17
職員	242	3.36
計	1,736	3.29
男	1,035	3.27
女	694	3.33

- その情報を読みたいと認識し、アクセス方法（クリックすべき箇所など）を把握し、実際にアクセスするには、やや画面の切り替わりが早すぎて時間が足りない。
- アンケートを書くためにじっくりと見ましたが、トップページをそれほど長く閲覧しているといことはあまりないのではないのでしょうか。つまり、最初のフラッシュ（10のポイントのうちの1つ目）しか見ていない可能性が大きいのでは？
- （フラッシュで表現された）専修大学の歴史・建学概念を知ると、非常に驚く内容があります。大学設立者4人の偉大な人生・経歴を知ると、今後の生活方針がより堅実化すると感じます。

### 3.1.2 「情報へのアクセスの容易性」

比較的高い評価を得た項目は、「ポータルサイト」(3.69)、「専修大学関連ニュース」(3.58)、「大学概要、大学の取り組み」(3.39)、「情報科学センター」(3.31)、「図書館」(3.26)、「入学案内」(3.23)、「各学部、大学院の授業などの教務関連情報」(3.20)などである。一方、学生生活に関わる項目(2.93～2.81)、「外国語サイト」(2.80)、「教員」(2.82)、「研究活動」(2.74)、「研究所」(2.65)、「卒業生」(2.61)は評価が低い。

記述回答例にみられるように、対象者別、利用目的別に沿った形で、アクセスの容易性を高める仕組みを取り入れることが必要である。

#### 記述回答の例

- トップページから RENANDI、WEB マールなど比較的使用頻度の高いものへすぐに行けるようにしてほしいです。
- いくつかページを進んでからというの少し面倒だと思います。
- 上のメニューと左のメニューの住み分けが曖昧。どちらからたどるのか分からないことが多い。
- レナディもトップページにあると便利だと思う。
- ホームページの階層が深すぎるのではないかと思います。学部のトップページ、シラバスへ1クリックでいけるようにしてもらいたい。
- まずはトップページから在学生が必要な情報にすぐにリンクした方がよい。ポータルのみではなく、RENANDI やメールにもすぐリンクをする方がよい。
- トップページ上で、検索したい情報画面（コーナーなど）の名称・部署名等を音順に検索表示されると、利用者の方にわかりやすいと思う。
- 探しにくい上に必要な情報が少ない。とくに大学院入試情報。
- TOEIC の日程表にも辿り着きにくいです。
- 実際使わないものが多く評価できないが、試験時の日程など、いつも探すのに苦労する。そういう重要な情報はわかりやすくしてほしい。
- カリキュラム、シラバスなどへのアクセスしやすさは改善の余地がある。各学部学科のカリキュラム情報が乏しく、開講科目名を知らなければ講義情報（シラバス）が読めないのはもったいない。
- ゼミについて考えるとき、そのゼミのHPへのアクセスなどに少し手間がかかった。
- 外部の人に学科のホームページを参照してもらおうとした際に、専修大学のホームページからでは行き方がわからなかったと言われた。
- 知りたい情報がどこに載っているかわからない。特に学生生活全般に関すること
- 総合的に見つけにくいです。鳳祭等のイベントは、受験生もチェックするので1頁目に出した方がよいと思います。

表4 情報へのアクセスの容易性

区分		人数	① 専修大学関連 ニュース	② 大学概要、 取り組み、 キャンパス案内	③ 各学部、 大学院の 授業などの 教務関連 情報	④ 学生生活 (サークル・ イベント)	⑤ 学生生活 (奨学金)	⑥ その他の 学生生活 全般に関 すること	⑦ スポーツ (体育会)
学生		1,365	3.55	3.39	3.21	2.80	2.79	2.93	2.91
教員		129	3.73	3.50	3.13	2.82	2.78	2.91	3.01
職員		242	3.65	3.39	3.18	2.98	2.95	2.90	3.07
計		1,736	3.58	3.39	3.20	2.82	2.81	2.93	2.94
男		1,035	3.61	3.42	3.20	2.81	2.78	2.91	2.93
女		694	3.53	3.36	3.20	2.85	2.86	2.95	2.96
区分		人数	⑧ 国際交流・ 留学	⑨ 就職	⑩ 図書館	⑪ 情報科学セン ター (RENANDI含 む)	⑫ 入学案内 (受験生サ ポートサイ ト含む)	⑬ 公開講座・ イベント	⑭ 資格試験
学生		1,365	2.98	3.08	3.24	3.36	3.20	3.02	2.85
教員		129	2.98	2.85	3.46	3.28	3.43	3.06	2.82
職員		242	3.17	3.23	3.24	3.03	3.35	3.03	2.97
計		1,736	3.01	3.09	3.26	3.31	3.23	3.03	2.87
男		1,035	2.96	3.08	3.25	3.30	3.23	3.03	2.84
女		694	3.08	3.10	3.28	3.33	3.24	3.02	2.91
区分		人数	⑮ 教員	⑯ 研究活動	⑰ 研究所	⑱ 卒業生	⑲ ポータル サイト	⑳ 外国語サイ ト (英語、中 国語、韓 国語)	
学生		1,365	2.78	2.71	2.63	2.61	3.77	2.80	
教員		129	3.16	2.97	2.71	2.28	3.43	2.56	
職員		242	2.89	2.76	2.73	2.78	3.34	2.96	
計		1,736	2.82	2.74	2.65	2.61	3.69	2.80	
男		1,035	2.83	2.73	2.63	2.56	3.66	2.76	
女		694	2.81	2.75	2.69	2.69	3.73	2.87	

### 3.1.2.1 「情報へのアクセスの容易性」と階層数, クリック数との関係

ここでは、アクセスの容易性の評価点が、トップページからの階層の深さとトップページからのクリックの回数と、どのような関係があるかを分析する。

例えば評価の高かった専修大学関連ニュース (3.58) はトップページからの階層の深さは (4) と深い、トップページからのクリック数は (1) と最短である。逆に教員 (2.82), 研究活動 (2.74) は、評価は低い、これは階層数が深く (5), クリック数も多い (3)。このように、アクセスの容易性にはクリック数の影響のほうが強いということがわかる。

表5 「情報へのアクセスの容易性」と階層数, クリック数との関係

項目	階層	トップからのクリック数	知りたい情報へのアクセスの容易さ
① 専修大学関連ニュース	4	1	3.58
② 大学概要, 大学の取り組み, キャンパス案内	3	2	3.39
③ 各学部, 大学院の授業などの教務関連情報	3	2	3.20
④ 学生生活 (サークル・イベント)	4	2	2.82
⑤ 学生生活 (奨学金)	5	2	2.81
⑥ その他の学生生活全般に関すること	5	2	2.93
⑦ スポーツ (体育会)	5	2	2.94
⑧ 国際交流・留学	4	2	3.01
⑨ 就職	4	2	3.09
⑩ 図書館	4	2	3.26
⑪ 情報科学センター (RENANDI 含む)	4	2	3.31
⑫ 入学案内 (受験生サポートサイト含む)	3	2	3.23
⑬ 公開講座・イベント	5	2	3.03
⑭ 資格試験	5	3	2.87
⑮ 教員	5	3	2.82
⑯ 研究活動	5	3	2.74
⑰ 研究所	3	2	2.65
⑱ 卒業生	4	3	2.61
⑲ ポータルサイト	2	1	3.69
⑳ 外国語サイト (英語, 中国語, 韓国語)	3	2	2.80

表6 トップからのクリック数と容易さの評価の相関

	階層	トップからのクリック数	知りたい情報へのアクセスの容易さ
階層	1.00	0.52	-0.48
トップからのクリック数	0.52	1.00	-0.73
知りたい情報へのアクセスの容易さ	-0.48	-0.73	1.00

実際、以下のように相関分析を行うと、トップからのクリック数と容易さ評価との逆相関（ $-0.73$ ）が、階層と容易さ評価との逆相関（ $-0.48$ ）より高いことがはっきり示されている。

### 3.1.3 「提供情報の充実度（内容）」

高い評価を得た項目と低い評価を得た項目は、「情報へのアクセスの容易性」とほぼ同じ傾向を示す結果となった。

すなわち比較的高い評価を得た項目は、「ポータルサイト」（3.47）、専修大学関連ニュース」（3.40）、「大学概要、大学の取り組み」（3.27）、「情報科学センター」（3.29）、「図書館」（3.21）、「入学案内」（3.24）、「各学部、大学院の授業などの教務関連情報」（3.10）などである。一方、学生生活に関わる項目（2.93-2.82）、「外国語サイト」（2.84）、「教員」（2.86）、「研究活動」（2.80）、「研究所」（2.73）、「卒業生」（2.71）は評価が低い。

全体として見れば、記述回答の例のように内容の充実を望む声が多い。特に教員、研究、学生生活に関する情報が足りないとする意見が多い。

動画による情報提供、ここも対象者別、利用目的別に沿った形で、必要な内容を吟味することが必要である。

#### 記述回答の例

- 教授の情報をもっと充実させる必要がある。経歴などの内容がないひともし中にはいると履修登録のときに思った。
- どんな教員なのか、写真・コメントなどがあるとさらに関心が高まると思う。
- もっと教員の功績や研究をわかりやすく世間に伝えることが重要だと思う。この教員の下で勉強したいという意欲を促すような姿勢を感じない。
- 一般教養や外国語においてどのような教育をしているか見えてこない。LL 教室が○○研究所と同レベルにあるのは若干違和感がある。
- 大学院の進学に関する紹介をもっと充実してほしい
- 兼任講師がこの大学は多いので、ある程度兼任講師の情報も検索できると、学生としては便利でありがたいです。
- 提案として学生の興味のあるサークル紹介に力を入れる。またゼミ紹介にも力を入れてほしい。入学当初の学生に大学への関心を寄せることができると思う。何をやっていて何が学べるのかが不透明であるためにゼミへの関心が持てない人も多いと思う。
- 大学内で繋がりをもち積極的にものごとへ関われる場は意外と少ないので、ゼミ・サークルの紹介に力を入れることで学生の大学への関わり方、意識が高まると思う。
- 奨学金のお知らせをして欲しい
- 掲示板にしか載っていない情報をホームページでも確認できたら、良いなあって友だちの間でも、いつも言っているのだから、奨学金の情報などもホームページからも確認できるようにしてください～
- 学部ごとの内容が薄い。講義やゼミに関する最新情報をもっと掲載すべき。
- ゼミの説明会の情報などを載せてほしい
- たとえばエクステンションセンターの開いている時間など各窓口の開いている時間など学生生活に必要な情報が他大学に比べ不十分
- 二部の生徒ですが、今年は家庭の事情で休学しています。ホームページを開く事で離れている大学とつながりが持てるようで、平日はほとんど毎日1度は開いています。もちろん、私のポータルのスケジュールは空欄でなんの変化もありませんが、それでもそれを眺め、「二部からのお知

表7 提供情報の充実度 (内容)

区分		人数	① 専修大学 ニュース 関連	② 大学概要、 取り組み、 キャンパス 案内	③ 各学部、大学院授 業など教務関連情 報	④ 学生生活 (サークル・イベン ト)	⑤ 学生生活 (奨学金)	⑥ その他の学生生活 全般に関すること	⑦ スポーツ (体育会)
学生		1,365	3.39	3.26	3.10	2.80	2.85	2.93	2.97
教員		129	3.41	3.31	3.13	2.79	2.83	2.84	2.91
職員		242	3.45	3.31	3.12	2.93	2.97	2.95	2.99
計		1,736	3.40	3.27	3.10	2.82	2.86	2.93	2.97
男		1,035	3.38	3.27	3.10	2.83	2.89	2.91	2.96
女		694	3.42	3.28	3.10	2.81	2.83	2.95	2.98
区分		人数	⑧ 国際交流・留学	⑨ 就職	⑩ 図書館	⑪ 情報科学センター (RENANDI含む)	⑫ 入学案内 (受験生サ ポートサイト含む)	⑬ 公開講座・イベント	⑭ 資格試験
学生		1,365	2.99	3.07	3.21	3.32	3.18	3.00	2.90
教員		129	2.95	2.95	3.32	3.22	3.41	3.03	2.78
職員		242	3.18	3.24	3.18	3.09	3.44	3.11	3.03
計		1,736	3.02	3.09	3.21	3.29	3.24	3.02	2.92
男		1,035	3.00	3.08	3.20	3.24	3.24	3.02	2.92
女		694	3.04	3.10	3.24	3.35	3.23	3.02	2.91
区分		人数	⑮ 教員	⑯ 研究活動	⑰ 研究所	⑱ 卒業生	⑲ ポータルサイト	⑳ 外国語サイト (英語中国語 韓国 語)	
学生		1,365	2.83	2.79	2.74	2.74	3.53	2.86	
教員		129	3.05	2.86	2.55	2.35	3.25	2.44	
職員		242	2.92	2.85	2.80	2.75	3.20	2.88	
計		1,736	2.86	2.80	2.73	2.71	3.47	2.84	
男		1,035	2.87	2.81	2.71	2.69	3.42	2.80	
女		694	2.85	2.80	2.78	2.76	3.54	2.90	

らせ」にも目を通しています。二部の情報は、今年度は7件だけです。しかも、一部に比べて情報のスピードが遅いです。ささいなことでも載せていただけると、変化が感じられてうれしいです。

- サークルや部活、ゼミなどの活動内容を詳しくのせて頂けると学生生活が理解できると思います。
- 体育会の情報（特に試合結果等）を公開してほしいです。野球や駅伝の情報は充実しているが、それ以外のスポーツの情報が掲載されると関係者もよく見ると考える。
- 体育会各部のホームページが他大学と比べても充実しているとは言い難く、特に野球・ラグビーはもっと充実するべきと思う。  
また、試合予定なども掲載、ポータル等を利用して教職員、学生に知ってもらえると体育会の学生自身も励みになると考えます。
- 図書館が充実しており、すばらしいと思うので、新着図書や展示してある本をホームページにアップすれば、大学生にもっと訴えられると思います。刺激になると思います。
- 就職に関する情報をより多く盛り込んでほしい。
- 留学生への情報がないと思うので、留学生奨学金の情報などをもっと充実してほしい。留学生に役立つ情報（奨学金、就職関連）がもっとも足りていないと思う。
- 「留学」で、参考とする費用面の記載がない。
- できれば外国語ページもニュースが更新されるといいと思います。
- 多くの情報の中から、とくに興味関心ある情報は、大学設立者の経歴・人生を知るところではないでしょうか。海外留学し、海外の新しい制度を日本に取り入れた功績は、誉れ高いと感じます。明治期の人には、驚かされる人生が満載です。学部関係なしに、当時の偉人の人生を知ることが、現在の衆愚政治を立て直すヒントにもなりうると思っています。
- もっと大学の歴史を紹介してほしい。沿革では情報が足りていない。当時の世相とのかかわり。当時の他大学とのかかわり。
- 記事内容のほとんどに「詳しくは事務課へ」とだけ書いてある事が多いです。二部学生は就業している人がほとんどで事務課に問い合わせる時間がなかなか持てません。そのまま詳細を確認できる URL、もしくは問い合わせアドレスを掲載すべきだと思います。
- 大学 HP やポータルサイトがあるにも関わらず、これを有効に利用しているとは決して思えません。二部の場合など仕事を持っている生徒も多く、地下掲示板にのみ張り出される掲示や、電話、メールなどの問い合わせを受け付けない事務課など、そのためだけにスケジュールを作らなければならないこともしばしばでした。性質上仕方のないものもあるでしょうが、この点は改善を求めます。また連絡事項なども、もっと容易に必要な情報に辿り着くようにしてほしい。
- 大学が休校日なのかどうか、一目でわかるカレンダーがウェブ上にあると便利だと思います。
- 学生が一人暮らしをするにあたり必要となる不動産情報など、どこに掲載されているかが分かりにくい。

### 3.1.4 「情報発信を通じた社会へのアピール」

専修大学ホームページがどの程度社会にアピールしているかについては、「在校生に対して」(3.28)、「高校、受験生に対して」(3.26) が評価を得られたが、中庸程度は「在学生の保護者に対して」(2.96)、「他大学のホームページと比べて」(2.92)、「卒業生に対して」(2.79) である。はっきりとした低評価は「海外に対して」(2.44) であった。

在学生、高校生に対するアピールが一定の評価を得られたが、全体としてはアピールがまだまだ十

表8 情報発信を通じた社会へのアピール

区分	人数	① 在校生に対して	② 在学生の保護者に対して	③ 卒業生に対して	④ 高校、受験生に対して	⑤ 社会に対して	⑥ 海外に対して	⑦ 他大学のホームページと比べて
学生	1,365	3.31	2.95	2.81	3.29	2.89	2.48	2.94
教員	129	3.17	2.93	2.54	2.88	2.93	1.99	2.88
職員	242	3.21	3.00	2.78	3.29	2.86	2.48	2.86
計	1,736	3.28	2.96	2.79	3.26	2.89	2.44	2.92
男	1,035	3.30	2.93	2.74	3.19	2.89	2.43	2.92
女	694	3.26	2.99	2.86	3.36	2.89	2.47	2.92

分ではない。特に弱かったグローバル化が進む中での海外に対するアピールは、今後さらに進めてゆべきものである。

なお、他大学との比較についてはこのアンケートとは別に行っており、詳細はそこで分析されている。

#### 記述回答の例

- 高校生が専修大学進学した後の生活が想像できるページが少ないと思います。講義内容や歴史については沢山書かれていますが、大学の校風、雰囲気が分かるページがあってもよいかと思います。
- 他大学は大学のキャラクターやイメージキャラクターをアピールしているのに対して、専修大学はキャラクターのアピールがないので、受験時に印象に残りづらかった。(例えば、東洋大学のムーミンとか)
- 在学生の部活に関しての功績の取り上げ方が簡易すぎる。この賞がどれだけすごいのか。ここまでたどり着くのにどれだけの努力をしたのかなどが取り上げられていない。結果、すごさがわからないし体育会系の人にしか伝わっていない。これでは、選手のモチベーションが下がると思います。もっと大学全体で盛りあげたり、バックアップをする必要性を感じる。環境や施設以外のサポートは監督、コーチ問わず大学全体でしていくものだ。
- 毎日楽しみに見るページがない。たとえば日替わりで教員、学生個人でもグループでもいいので学生生活を語るコメント、受験生への応援コメントなどをのせることで毎日新しいものを掲載できるのではないかな。
- 卒業生、在校生の保護者はどれだけホームページにアクセスしているのでしょうか。ホームページアクセスを啓蒙するとよい。中学生、高校生がアクセスし易いように、グーグルのヒットが掛かり易いよう工夫したり、様々な所からリンクを張る事ができるようにするとよいと思う。
- RSS 配信があるとよいと思います
- 近年、各企業が企業説明会の際に自社PVを15分ほど流しているのを見て思ったのですが、せっかくよいHPなので、学生生活・学業・サークル編などに分けた紹介PVをネットで閲覧できるとよいと思います。

- 良い施設があるので、それらを上手くアピールできると良いのでは
- 高校生ほど携帯でネットをすることが多いと思うので、携帯版のホームページを充実させても良いのではないかと思う。
- 資格取得のための講座が充実しているので、そこをもっとアピールした方がいいのでは

### 3.1.5 「大学の教育，研究，管理事務活動の活性化」

大学のホームページが、教育，研究，管理事務活動を活性化させているかどうかについては、「自分の属している学部，大学院，所属組織（職員）のことがよくわかるようになった」（3.07）、「授業，学生生活，職務の遂行（職員）がより効率的に行われるようになった」（3.05）と、一定の評価が見てとれる。「専修大学の特徴がよくわかるようになった」（2.98）との効果もある程度あると言えよう。

これまで紙ベースで情報を提供されていた時代に比べて、ホームページ上でデジタル化した情報を提供することは、容易に情報にアクセスできるため、個々人の必要な情報に対する需要に素早く応えることを可能とするばかりでなく、全学の情報共有という観点からみれば一歩前進である。縦割り組織に横断的な視点も加わることで、教育，研究，管理事務活動の活性化を促すものと考えられる。そうした成果はこの結果からも見て取れる。

ただし、記述回答例の中には、一般的に効率性を高めると考えられる一方で、紙ベースの時代よりも情報を丁寧に読み込む学生が激減したとする事例もある。この点はホームページ独自の問題だけではないが、安易な学習態度を促すような情報化の持つ問題点として注意しておくことが必要である。

#### 記述回答の例

- 学部ごとの紹介ページ（各学部の学部内の独自のホームページではなく、専修大学全体のホームページ内での各学部の特徴やカリキュラムなどのページ）の書き方や内容が統一されていた方が他の学部との比較がしやすくいいと思う。
- 提案として学生の興味のあるサークル紹介に力を入れる。またゼミ紹介にも力を入れてほしい。入学当初の学生に大学への関心を寄せることができると思う。何をやっていて何が学べるのかが不透明であるためにゼミへの関心が持てない人も多いと思う。

表9 大学の教育，研究，管理事務活動の活性化

区分	人数	① 自分の属している学部、 大学院、所属組織（職員） のことがよくわかるよう になった。	② 自分が所属していない学 部、大学院、業務（職員） について知ることがで き、関心が高まった。	③ 専修大学の特徴がよくわ かるようになった。	④ 授業、学生生活、職務の 遂行（職員）がより効率 的に行われるようになった。
学生	1,365	3.08	2.68	2.96	3.04
教員	129	3.05	2.90	2.97	3.05
職員	242	3.06	3.04	3.09	3.06
計	1,736	3.07	2.75	2.98	3.05
男	1,035	3.08	2.76	3.00	2.99
女	694	3.06	2.73	2.94	3.12

大学内で繋がりを持ち積極的にものごとへ関われる場は意外と少ないので、ゼミ・サークルの紹介に力を入れることで学生の大学への関わり方、意識が高まると思う。

- RENANDIのおかげで先生からの指示が確認しやすくなった。
- RENANDIを使うことにより、授業効率が上がります。
- 講義要項・講義計画をインターネットでコピーする方式にしたのは大失敗である。講義要項・講義計画が冊子であった頃は、8割方の学生が講義要項を読んできたが、インターネットでコピーする方式になってからは、打ち出して持ってくる学生は1~5%位。全く読んでいない学生も数割あり（講義時の挙手による回答）、参考書や受講時の注意事項を記載しても全くと言ってよいほど読まれていないか頭に残っておらず、4月の講義開始時に参考書の説明をしようとしても、学生達がコピーをしてきていないため、不可能となっている。少なくとも私の話した学生達（その多くは司法試験合格を目指しているまじめな学生である）の間では、講義要項が冊子でなくなったことについて、きわめて多くの不満が出ていた。ちょうどその頃から学生の学力も下がっているが、多少とも因果関係があるように思える。
- ウェブシラバスがあまり好きではないし、見にくい気がします。
- ポータルサイトで連絡できるのは、とても便利だと思います。
- 主にRENANDIや大学メールを利用した、大学生活管理的な部分に利用価値を見出している。

### 3.1.6 「社会知性の開発」の認知度

専修大学の21世紀ビジョンである「社会知性の開発」という概念がどの程度学内で認知されているかについては、職員（4.12）、教員（3.48）にはかなりの程度浸透しているものの、学生（2.56）へは十分には浸透していないという結果となった。ホームページ上でのアピール（2.63）も弱いと評価された。

記述回答例にあげられた種々の意見にどのように答えていくべきなのか、今後の課題としたい。

表 10 「社会知性の開発」の認知度

区分	人数	① 専修大学の21世紀ビジョン にある「社会知性の開発」を知っ ていますか	② 「社会知性の開発」は、ホ ムページおよび学内広報を通 してアピールをしていると思 いますか
学生	1,365	2.56	2.52
教員	129	3.48	2.72
職員	242	4.12	3.09
計	1,736	2.86	2.63
男	1,035	2.93	2.61
女	694	2.75	2.65

## 記述回答の例

- 社会知性の意味がわからないので、トップページに説明をつけたほうが良いと思います。もしも、あるとしたら、気付かないので改善したほうが良いです。
- 大学の理念を浸透させる理念が薄い。「社会知性の開発」をさらに詳しくわかりやすく読みやすくしてほしい。
- フラッシュでわかりやすくまとまっているとおもうから、知の発信がトップにあって良い。また、内容が多すぎ。ポイントを絞って伝えた方が効果的。
- 学長先生の講演録を拝読いたしました。とても勉強になりました。レポートの参考資料にも使わせていただきました。
- ホームページを開いたらまず専修大学 21 世紀ビジョンをフラッシュで表示されるようにするなどの工夫をしたらどうか。
- Socio-intelligence という英訳に異議あり。社会内情報組織（諜報機関）のようである。再考を求む。
- 「社会知性の開発」のイメージはむしろ学問軽視に思え、大学というものの重みがそがれてしまうように感じる。アピールする点はほかにあるのではないのでしょうか。
- 「社会知性の開発」というキャッチフレーズは、多義的であり、悪く言えば曖昧である。「アピールする」という言葉がなにを意味するのかよく分からない。
- 「社会知性の開発」というワードはよく目にしており、専大の代名詞と感じているが、中身を知る機会が少ない。知ろうと調べれば知ることができるが、「社会知性の開発」のように自然と入ってこない。
- 「社会知性の開発」という言葉に魅力を感じるけれど、それによる学生生活の具体的なビジョンが見えてこないのので、想像しやすくするために説明書きや体験記などとともにアピールすると良いと思います。
- 言葉として良く知ってはいるが、それが実際にどのように大学に活かされているかが良く伝わっていないと思う。また、内容については受験生など外部の方にはもう少し噛み砕き、共感できるアピールが必要だと思う。
- いろいろな情報がありすぎて、どの部分が社会知性の開発に寄与しているのかというのが分かりづらい。寄与していること自体は、いろいろなところを書いてあるので、わかる。
- それが何を指すのか。開発すると日本はどうなるのか。の発信が不足している。
- 何をしようとしているのか分からない。専門知識の追求ではなく、教養を備えることを目標としているようにきこえる。
- もし、より強くアピールしたいなら、具体的な事例や説明を示すべき。  
結局「社会知性」が何を指しているのかわからない。またそれが「社会力」とどう違うのか。「社会知性」という人的資本が何に運用される際に優位になるのか。
- 結局のところ、社会知性という言葉自体が一見して非常に分かりにくく、またそれによって具体的に何がしたいのか分からない。また講義状況を見るとビジョンとかかけ離れすぎており困惑する部分もある。
- 在学生が具体的に「社会知性の開発」について知る機会をさらに増やしたほうが良い
- 社会知性の開発に当てはまる活動を多く行っていると感じるが、それが広範囲過ぎて、社会知性の開発と自然とは結び付かないことが多いだろう。
- 大きなスローガンはわかるが、具体的な方法が各学部で表示されていない。だから何をするのか？

- 様々な場所で「社会知性の開発」という言葉をアピールしているが、実際にはその本質を知っている人は少数だと思う。私もその意味を何度も考えたことがあるが、よく分からないため、授業等を通じて具体化して、多くの人に知ってもらいたいと思う。
- 「社会知性」は受験生や社会に理解しにくいと思います。教職員自身がよく説明できない。正直に言って、教職員の何%がこの言葉を良いと思っているのでしょうか。たとえ理解しにくい言葉であっても、何か雰囲気や伝わる言葉であればよいのですが、そういう言葉でもありません。「社会知性の開発」を今さら下ろすことができないとしても、もっとピンと来るような、説明しなくても伝わるような、別の標語をもうひとつ考えてはどうでしょうか。
- アピールはしている。しかし、伝わっているとは思わない。これはサイト運営の範囲を超える問題。
- 基本的に、情報を受け取る側の人間（特に在学生）はこちらが情報を出したらすぐ受け取ってくれる。とは考えない方がいい。手とり足とり教えないと分からない馬鹿な存在に教えるつもりで動いた方がいい。
- 教育方針やビジョンは学生にとって興味を持ちにくい分野。大学生にもアピールしたいのであれば図表を用いて見易く改善した方が良いと感じる。
- 他大学と違う社会知性の開発を目的とした授業をやりたい
- 「社会知性の開発」にひもづく事業・取り組みを整理してみると、志願者、卒業生、企業の方への訴求力が高まるのではないかと思います。
- 「社会知性の開発」は素晴らしいことですが、やや企画が上から目線のものが多く、親しみやすいものもあってもよいかなと思います。

### 3.2 第二段階：回帰分析・相関分析

大学ホームページの持つ役割を、(1)「情報発信を通じた社会へのアピール」と(2)「大学の教育、研究、管理事務活動の活性化」の二つであるとした場合、ホームページの三つの要素である、(1)「デザイン性」、(2)「情報へのアクセスの容易性」、(3)「提供情報の充実度」との関係进行分析する。

#### 3.2.1 大学のホームページの二つの役割

##### 3.2.1.1 「情報発信を通じた社会へのアピール」

大学のホームページは学内の教育、研究活動の成果を広く社会に情報発信することで社会に対してアピールするという点については一般的に認識されている。インターネットの利用が進む中で、ホームページを通して大学の活動内容が広く知られるようになり、ホームページが大学の顔の役割を果たしている。

##### 3.2.1.2 「大学の教育、研究、管理事務活動の活性化」

学内の教育、研究、管理事務活動を活性化させるという機能についても併せ持つものとする。学内の情報が開示されることにより、学部、研究科間、研究所間、所轄事務部門間の縦割りの組織内にとどまった情報が広く利用され、大学内の情報の共有化が進む。これによって現在の大学の姿、大学の方針がより明らかになり、日々の学内の活動を活性化させる役割も大きいものとする。

#### 3.2.2 ホームページの三つの要素

この分析では(1)「デザイン性」、(2)「情報へのアクセスの容易性」、(3)「提供情報の充実度」をホームページの3つの構成要素とした。

### 3.2.3 回帰分析：全体について

#### 3.2.3.1 「情報発信を通じた社会へのアピールの項目（平均）」を三つの要素で回帰

社会へのアピールに関する項目（平均）は、情報の中身の項目（平均）、デザインの項目（平均）、アクセスの項目（平均）の順に影響を受けるといった結果が出た。提供する情報を充実させることの重要性が示されている。

モデル集計

モデル	R	R2 乗	調整済み R2 乗	推定値の標準誤差
1	.727 <sup>a</sup>	.528	.527	.4810146

a. 予測値：(定数), 中身平均, デザイン平均, アクセス平均。

分散分析<sup>b</sup>

モデル	平方和 (分散成分)	自由度	平均平方	F 値	有意確率
1 回帰	423.212	3	141.071	609.706	.000 <sup>a</sup>
残差(分散分析)	378.298	1,635	.231		
合計(ピボットテーブル)	801.510	1,638			

a. 予測値：(定数), 中身平均, デザイン平均, アクセス平均。

b. 従属変数アピール平均

係数<sup>a</sup>

モデル	標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
	B	標準誤差	ベータ		
1 (定数)	.165	.067		2.479	.013
デザイン平均	.315	.022	.305	14.206	.000
アクセス平均	.216	.031	.197	7.007	.000
中身平均	.373	.032	.330	11.603	.000

a. 従属変数アピール平均

#### 3.2.3.2 「大学の教育、研究、管理事務活動の活性化の項目（平均）」を三つの要素で回帰

大学の教育、研究、管理事務活動の活性化の項目（平均）についても、社会へのアピールに関する項目（平均）と同様に、情報の中身の項目（平均）、デザインの項目（平均）、アクセスの項目（平均）の順に影響を受けるとの結果が出た。

モデル集計

モデル	R	R2 乗	調整済み R2 乗	推定値の標準誤差
1	.673 <sup>a</sup>	.453	.452	.6045611

a. 予測値：(定数), 中身平均, デザイン平均, アクセス平均。

分散分析<sup>b</sup>

モデル	平方和 (分散成分)	自由度	平均平方	F 値	有意確率
1 回帰	487.406	3	162.469	444.518	.000 <sup>a</sup>
残差 (分散分析)	589.542	1,613	.365		
合計 (ピボットテーブル)	1,076.948	1,616			

a. 予測値：(定数), 中身平均, デザイン平均, アクセス平均。

b. 従属変数活性化平均

係数<sup>a</sup>

モデル	標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
	B	標準誤差	ベータ		
1 (定数)	-.062	.084		-.736	.462
デザイン平均	.330	.028	.272	11.748	.000
アクセス平均	.258	.039	.201	6.597	.000
中身平均	.391	.041	.297	9.641	.000

a. 従属変数活性化平均

## 3.2.4 回帰分析：女性のケース

3.2.4.1 女性のケース「情報発信を通じた社会へのアピールの項目 (平均)」を三つの要素で回帰一方で、男女別にみた場合、女性に特徴的な結果が現れた。社会へのアピールに関する項目 (女性平均) は、デザインの項目 (女性平均)、情報の中身の項目 (女性平均)、アクセスの項目 (女性平均) の順に影響を受ける。デザイン性が一番の要因であることが女性の特徴である。女性にアピールするには従ってデザイン性に特に気を使うことが必要であることがわかる。

## モデル集計

モデル	R	R <sup>2</sup> 乗	調整済み R <sup>2</sup> 乗	推定値の 標準誤差
1	.678 <sup>a</sup>	.460	.458	.4795124

a. 予測値：(定数), 中身平均, デザイン平均, アクセス平均。

分散分析<sup>b</sup>

モデル	平方和 (分散成分)	自由度	平均平方	F 値	有意確率
1 回帰	131.329	3	43.776	190.388	.000 <sup>a</sup>
残差 (分散分析)	154.055	670	.230		
合計 (ピボットテーブル)	285.383	673			

a. 予測値：(定数), 中身平均, デザイン平均, アクセス平均。

b. 従属変数アピール平均

係数<sup>a</sup>

モデル	標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
	B	標準誤差	ベータ		
1 (定数)	.404	.110		3.664	.000
デザイン平均	.344	.036	.340	9.622	.000
アクセス平均	.206	.047	.198	4.341	.000
中身平均	.285	.053	.246	5.343	.000

a. 従属変数アピール平均

### 3.2.4.2 女性のケース「大学の教育，研究，管理事務活動の活性化の項目（平均）」を三つの要素で回帰

男女別にみた場合，このケースでも女性に特徴的な結果が現れた。大学の活性化に関する項目（女性平均）は，デザインの項目（女性平均），情報の中身の項目（女性平均），アクセスの項目（女性平均）の順に影響を受ける。ここでもデザイン性が特に重要であるという結果が出た。

モデル集計

モデル	R	R2 乗	調整済み R2 乗	推定値の標準誤差
1	.690 <sup>a</sup>	.476	.474	.5699312

a. 予測値：（定数），中身平均，デザイン平均，アクセス平均。

分散分析<sup>b</sup>

モデル	平方和 (分散成分)	自由度	平均平方	F 値	有意確率
1 回帰	194.775	3	64.925	199.879	.000 <sup>a</sup>
残差 (分散分析)	214.057	659	.325		
合計 (ピボットテーブル)	408.832	662			

a. 予測値：（定数），中身平均，デザイン平均，アクセス平均。

b. 従属変数活性化平均

係数<sup>a</sup>

モデル	標準化されていない係数		標準化係数	t 値	有意確率
	B	標準誤差	ベータ		
1 (定数)	-.191	.132		-1.455	.146
デザイン平均	.383	.043	.312	8.838	.000
アクセス平均	.286	.057	.228	5.020	.000
中身平均	.354	.064	.256	5.572	.000

a. 従属変数活性化平均

### 3.2.5 「情報発信を通じた社会へのアピール」(個別) と三つの要素の相関分析

#### 3.2.5.1 デザイン性との相関関係の分析

より具体的な分析のために、個別項目同士で相関係数を計算した。

在校生に対しては、「親しみやすさ」、「見やすさ」が上位に来るものの、「他大学のホームページと比べて」を筆頭に、すべての対象カテゴリーにおいて「先進性」が最上位となった。このことから、ホームページが競争的であるためには、「親しみやすさ」などに加えて、先進的な技術とイメージ、新しい発想の価値のある項目を提供することが大事である。

表 11 デザイン性と「情報発信を通じた社会へのアピール」との相関(個別)

① 在校生に対して		② 在学生の保護者に対して		③ 卒業生に対して		④ 高校、受験生に対して	
親しみやすさ	.442**	先進性	.408**	先進性	.449**	先進性	.383**
見やすさ	.414**	簡潔性	.375**	簡潔性	.398**	明るさ	.373**
先進性	.402**	親しみやすさ	.362**	親しみやすさ	.357**	親しみやすさ	.348**
明るさ	.394**	見やすさ	.360**	見やすさ	.338**	見やすさ	.345**
簡潔性	.393**	明るさ	.335**	明るさ	.328**	統一性	.339**
統一性	.333**	統一性	.316**	統一性	.293**	簡潔性	.330**
⑤ 社会に対して		⑥ 海外に対して		⑦ 他大学のHPと比べて			
先進性	.403**	先進性	.417**	先進性	.521**		
簡潔性	.364**	親しみやすさ	.322**	親しみやすさ	.457**		
明るさ	.345**	簡潔性	.298**	明るさ	.433**		
見やすさ	.342**	明るさ	.295**	見やすさ	.429**		
親しみやすさ	.333**	見やすさ	.280**	簡潔性	.385**		
統一性	.307**	統一性	.249**	統一性	.368**		

3.2.5.2 アクセス性との相関関係の分析

以下の個別項目同士の間での分析は、対象者別に見ると、それぞれにとって必要と思われる項目が上位に入ってくるものであるため、対象者別の情報提供の際の参考となろう。(なお、以下の表は上位の項目のみに限定して表示)

表 12 アクセス性と「情報発信を通じた社会へのアピール」との間の相関（個別）

① 在校生に対して		② 在学生の保護者に対して		③ 卒業生に対して		④ 高校、受験生に対して	
各学部、大学院の授業などの教務関連情報	.440**	公開講座・イベント	.420**	卒業生	.494**	入学案内（受験生サポートサイト含む）	.436**
ポータルサイト	.404**	学生生活（奨学金）	.412**	研究所	.431**	公開講座・イベント	.348**
公開講座・イベント	.396**	その他の学生生活全般に関すること	.406**	研究活動	.421**	資格試験	.346**
その他の学生生活全般に関すること	.386**	各学部、大学院の授業など教務関連情報	.404**	学生生活（奨学金）	.419**	各学部、大学院の授業など教務関連情報	.343**
大学概要、大学の取組み、キャンパス案内	.384**	資格試験	.389**	その他の学生生活全般に関すること	.406**	大学概要、大学の取組み、キャンパス案内	.343**
専修大学関連ニュース	.382**	研究活動	.388**	資格試験	.406**	学生生活（サークル・イベント）	.342**
学生生活（奨学金）	.379**	教員	.382**	国際交流・留学	.404**	就職	.337**
就職	.375**	卒業生	.379**	教員	.401**	国際交流・留学	.336**
⑤ 社会に対して		⑥ 海外に対して		⑦ 他大学のホームページと比べて			
卒業生	.402**	卒業生	.509**	公開講座・イベント	.421**		
その他の学生生活全般に関すること	.390**	研究所	.461**	その他の学生生活全般に関すること	.399**		
学生生活（奨学金）	.386**	外国語サイト（英語、中国語、韓国語）	.448**	入学案内（受験生サポートサイト含む）	.395**		
研究活動	.376**	研究活動	.443**	各学部、大学院の授業などの教務関連情報	.392**		
各学部、大学院の授業などの教務関連情報	.375**	資格試験	.440**	教員	.391**		
学生生活（サークル・イベント）	.373**	学生生活（奨学金）	.424**	学生生活（奨学金）	.390**		
教員	.370**	教員	.412**	研究活動	.385**		
外国語サイト（英語、中国語、韓国語）	.368**	公開講座・イベント	.398**	卒業生	.384**		

### 3.2.5.3 内容充実度との相関関係の分析（なお、以下の表は上位の項目のみに限定して表示）

上位に位置する内容は、それぞれの対象者別の特性に沿ったものであり、今後も対象者別のメニューを検討する際の、検討材料としたい。

表 13 「内容充実度」と「情報発信を通じた社会へのアピール」との間の相関（個別）

① 在校生に対して		③ 在学生の保護者に対して		③ 卒業生に対して		④ 高校、受験生に対して	
大学概要, 大学の取り組み, キャンパス案内	.453**	スポーツ（体育会）	.441**	卒業生	.506**	入学案内（受験生サポートサイト含む）	.484**
専修大学関連ニュース	.446**	各学部, 大学院の授業などの教務関連情報	.437**	研究所	.497**	大学概要, 大学の取り組み, キャンパス案内	.441**
各学部, 大学院の授業などの教務関連情報	.443**	資格試験	.434**	資格試験	.479**	専修大学関連ニュース	.399**
その他の学生生活全般に関すること	.442**	その他の学生生活全般に関すること	.432**	研究活動	.465**	公開講座・イベント	.378**
ポータルサイト	.432**	公開講座・イベント	.414**	学生生活（サークル・イベント）	.458**	資格試験	.376**
資格試験	.423**	学生生活（サークル・イベント）	.412**	その他の学生生活全般に関すること	.458**	情報科学センター（RENANDI含む）	.371**
情報科学センター（RENANDI含む）	.413**	学生生活（奨学金）	.410**	教員	.451**	国際交流・留学	.369**
公開講座・イベント	.412**	教員	.379**	スポーツ（体育会）	.451**	ポータルサイト	.369**

  

⑤ 社会に対して		⑥ 海外に対して		⑦ 他大学のホームページと比べて	
国際交流・留学	.457**	卒業生	.523**	教員	.444**
スポーツ（体育会）	.443**	研究所	.509**	公開講座・イベント	.434**
資格試験	.439**	外国語サイト（英語, 中国語, 韓国語）	.488**	大学概要, 大学の取り組み, キャンパス案内	.426**
研究所	.437**	学生生活（奨学金）	.470**	就職	.425**
研究活動	.422**	研究活動	.467**	国際交流・留学	.421**
教員	.422**	資格試験	.465**	研究活動	.417**
公開講座・イベント	.419**	その他の学生生活全般に関すること	.465**	資格試験	.413**
大学概要, 大学の取り組み, キャンパス案内	.419**	学生生活（サークル・イベント）	.439**	各学部, 大学院の授業などの教務関連情報	.411**

### 3.2.6 「大学の教育, 研究, 管理事務活動の活性化」(個別) との相関分析

#### 3.2.6.1 デザイン性との相関関係の分析

4つのすべての項目で、「親しみやすさ」, 「先進性」が上位を占めており、「大学の教育, 管理事務活動の活性化」にとって注力すべき視点であることが分かる。

表 14 デザイン性と「大学の教育, 研究, 管理事務活動の活性化」との相関 (個別)

① 自分の属している学部, 大学院, 所属組織(職員)のことがよくわかるようになった。		② 自分が所属していない学部, 大学院, 業務(職員)について知ることができ, 関心が高まった。		③ 専修大学の特徴がよくわかるようになった。		④ 授業, 学生生活, 職務の遂行(職員)がより効率的に行われるようになった。	
親しみやすさ	.395**	親しみやすさ	.402**	先進性	.447**	親しみやすさ	.383**
先進性	.386**	先進性	.391**	親しみやすさ	.435**	先進性	.368**
明るさ	.363**	簡潔性	.343**	見やすさ	.381**	簡潔性	.344**
簡潔性	.341**	明るさ	.322**	簡潔性	.378**	明るさ	.332**
見やすさ	.332**	見やすさ	.318**	明るさ	.356**	見やすさ	.330**
統一性	.261**	統一性	.230**	統一性	.327**	統一性	.276**

#### 3.2.6.2 アクセス性との相関関係の分析

当然ではあるが, 4つの項目を通して, 教員, 研究活動へのアクセスが上位に出てきており, 教務情報, 学生生活, 公開講座と並び大学活性化の中心的な情報であることが分かる。

表 15 アクセス性と「大学の教育, 研究, 管理事務活動の活性化」との相関 (個別)

① 自分の属する学部, 大学院, 所属組織(職員)のことがよくわかるようになった。		② 自分が所属しない学部, 大学院, 業務(職員)について知ることができ, 関心が高まった。		③ 専修大学の特徴がよくわかるようになった。		④ 授業, 学生生活, 職務の遂行(職員)がより効率的に行われるようになった。	
教員	.409**	教員	.437**	研究活動	.411**	教員	.378**
各学部, 大学院の授業などの教務関連情報	.374**	研究活動	.406**	資格試験	.410**	公開講座・イベント	.371**
研究活動	.371**	卒業生	.392**	公開講座・イベント	.402**	入学案内(受験生サポートサイト含む)	.361**
学生生活(サークル・イベント)	.367**	研究所	.388**	教員	.400**	資格試験	.355**
卒業生	.360**	資格試験	.379**	大学概要, 大学の取組み, キャンパス案内	.393**	その他の学生生活全般に関すること	.354**
就職	.355**	学生生活(奨学金)	.363**	学生生活(奨学金)	.385**	研究活動	.353**
入学案内(受験生サポートサイト含む)	.352**	外国語サイト(英語, 中国語, 韓国語)	.353**	卒業生	.382**	各学部, 大学院の授業などの教務関連情報	.349**
図書館	.348**	学生生活(サークル・イベント)	.350**	各学部, 大学院の授業などの教務関連情報	.380**	外国語サイト(英語, 中国語, 韓国語)	.339**

### 3.2.6.3 内容充実度との相関関係の分析

教員, 研究活動, 研究所に加え, 大学の概要の情報がコアの情報であることが分かる。

表 16 「内容充実度」と「大学の教育, 研究, 管理事務活動の活性化」との相関 (個別)

① 自分の属している学部, 大学院, 所属組織 (職員) のことがよくわかるようになった。		② 自分が所属していない学部, 大学院, 業務 (職員) について知ることができ, 関心が高まった。		③ 専修大学の特徴がよくわかるようになった。		④ 授業, 学生生活, 職務の遂行 (職員) がより効率的に行われるようになった。	
教員	.440**	教員	.475**	研究活動	.462**	研究活動	.425**
研究活動	.424**	研究活動	.462**	教員	.459**	大学概要, 大学の取組み, キャンパス案内	.425**
研究所	.416**	研究所	.442**	資格試験	.452**	公開講座・イベント	.423**
各学部, 大学院の授業などの教務関連情報	.413**	卒業生	.422**	大学概要, 大学の取組み, キャンパス案内	.451**	資格試験	.419**
大学概要, 大学の取組み, キャンパス案内	.404**	資格試験	.422**	学生生活 (サークル・イベント)	.446**	各学部, 大学院の授業などの教務関連情報	.416**
その他の学生生活全般に関すること	.393**	公開講座・イベント	.417**	研究所	.444**	教員	.407**
国際交流・留学	.374**	学生生活 (サークル・イベント)	.411**	各学部, 大学院の授業などの教務関連情報	.443**	学生生活 (奨学金)	.398**
学生生活 (奨学金)	.367**	外国語サイト (英語, 中国語, 韓国語)	.407**	その他の学生生活全般に関すること	.441**	その他の学生生活全般に関すること	.397**

### 3.3 第三段階: 他大学のホームページとの比較分析

専修大学は他大学のホームページと比較してどのような競争優位性があるのかを分析する。対象大学は国内 200 校, 国外 37 校で, 国公立, 私立, 大規模, 小規模, 共学, 女子, 総合系, 単科系と様々な特徴を持つ大学を選択した。

各項目は専修大学を 3.0 とした評価点で構成されるため, 3.0 以上の場合は専修大学より良い評価であり, 3.0 以下の場合には逆に専修大学に優位性がある。

デザイン性 (平均), アクセス性 (平均), 内容充実度 (平均) とアピール (平均) を使い全体像を分析すると, 専修大学は国内の大学と比較した場合, デザイン性が拮抗している以外, アクセス性, 内容充実度, アピールは優れており, 全体としては優位に立っていると評価できる。しかし, 海外の大学と比べてみると各項目で劣位に立たされている。国内の大学の特性別に注目すると, 学生数が同規模の大学 (10,000 人以上) ではほぼ拮抗しているが, アピール平均が弱く, この点に課題が残る。

### 3.3.1 デザイン性の比較

国内大学に対しては優位の項目が多く、同規模大学では遜色がない。しかし国外の大学との比較では、全般に劣位に立っている。ここで一つ注目すべき点は、女子大学は、「明るさ」(3.5)、「見やすさ」(3.3)、「親しみやすさ」(3.2)の面で、際立って評価が高いことである。

以下の記述回答では、利用者に好印象を与えているケースは、フラッシュ、動画、写真が効果的に利用されている場合や、色調、見やすさ、統一性などが優れていると判断されている場合であることが読み取れる。国外のケースではユーチューブを使った動画の採用も見られる。

#### 記述回答の例

##### ○早稲田大

エンジの早稲田カラーがとても決まっていて、かつアクセントになり見やすくなっています。見やすいフォントで、ページの統一感もあり、大学カラーをうまく閲覧者にアピールしている。

動画を多用している点、(入試、就職など)、見やすいフォントで、ページの統一感もあり、大学カラーをうまく閲覧者にアピールしている。

##### ○慶應義塾

落ち着いてまとまっていると思う。

視覚的情報が少ないが、社会や一般へのアピールやアクセスのし易さを重要視している印象を受けた

##### ○青山学院大

グランドデザインについても詳細かつ分かりやすく掲載されている。

##### ○東洋大

ホームページに使われている写真の画質はとても綺麗で良いと思う。

ホームページの色彩感覚とキャラクターの併用は受験生に好評

##### ○学習院大

トップページのFLASHに使われているフォントデザインが、大学のイメージにとっても合っている。またバーの縁取り(ライン)の使い方などから立体感を意識した作りとなっているため、未来性を感じることができる。フォントサイズも適切で、バクター画像を使うことで荒れも少ない。更新頻度があまり高くないという点以外は、総合的に評価できるだろう。

全体的なバランスが良く、微かな色彩のコントラストが何とも上品である。

##### ○立教大

フラッシュを多用し、トップページの作りは専修大学と同じように感じられました。また、ページの幅も専修大学のものより広く作られており、とても見やすく開放感のあるホームページになりました。さらに、学部の専用のページが設けられておりそこでもフラッシュが使用されていました。印象として専修大学の上位互換という感じでした。

ビジュアル的に卒業生には懐かしさを、受験生には憧れを抱かせるようなページ。

##### ○東海大

学部紹介のページにもフラッシュが多用されており、非常に楽しみながら学部のことを知ることができました。また、フラッシュの中で必要最低限の情報を提示してくれるのでわかりやすくもありました。キャンパス紹介時にも、地図の上にマウスを持っていくと写真が表示されたり先進性が非常に高かったです。

表 17 他大学のホームページとの比較

種別	大学数	デザイン平均	アクセス平均	内容平均	アピール平均
国内	200	3.0	2.8	2.8	2.8
国外	38	3.3	3.4	3.4	3.4
国公立	81	2.9	2.8	2.8	2.7
私立	119	3.0	2.9	2.9	2.9
規模 (10,000 人以上)	36	3.1	3.0	3.1	3.2
規模 (5,000 人以上)	49	3.0	2.9	2.9	2.8
規模 (5,000 人未満)	115	2.9	2.8	2.8	2.7
共学	189	2.9	2.8	2.9	2.8
女子校	11	3.1	2.7	2.7	2.7
5 学部以上	77	3.0	2.9	3.0	2.9
2~4 学部	79	3.0	2.9	2.9	2.8
1 学部	44	2.9	2.8	2.9	2.8

[2011 年 2 月実施]

※調査者：望月ゼミ生：11 名 (国内・海外大学 237 校)

専修大学ホームページモニター・広報課員：36 名 (国内大学 29 校)

表 18 デザイン性の比較

種別	大学数	親しみやすさ	明るさ	見やすさ	先進性	簡潔さ	サイトの統一感	フラッシュのアピール
国内	200	2.9	3.1	2.9	2.7	3.0	3.1	2.9
国外	38	3.3	3.4	3.3	3.0	3.5	3.4	3.3
国公立	81	2.8	2.9	2.9	2.6	3.0	3.1	2.8
私立	119	3.0	3.2	2.9	2.8	2.9	3.1	3.0
規模 (10,000 人以上)	36	3.0	3.0	3.0	3.0	3.1	3.1	3.0
規模 (5,000 人以上)	49	2.9	3.1	3.0	2.8	3.1	3.1	2.9
規模 (5,000 人未満)	115	2.9	3.1	2.8	2.6	2.9	3.0	2.9
共学	189	2.9	3.1	2.9	2.7	3.0	3.1	2.9
女子校	11	3.2	3.5	3.3	2.7	3.0	3.1	3.2
5 学部以上	77	2.9	3.1	3.0	2.8	3.1	3.1	2.9
2~4 学部	79	2.9	3.1	3.0	2.8	3.1	3.1	2.9
1 学部	44	2.9	3.1	2.9	2.7	3.0	3.1	2.9

## ○立正大

緑の中に、ピンクがアクセントとして入っているため、訪問者別メニューに意識が行きやすい。

## ○ICU（国際基督教大学）

HPを開いたときのフラッシュが印象的。壁紙が大学の雰囲気を上手く表現している。

## ○弘前大

非常に簡潔なホームページで統一感はかなりのものであったと感じました。また、各学部で専用ページを持っておりそこではフラッシュが用いられ、トップページ以上に親しみやすいページになっていました。

## ○秋田大

先進的な技術はあまり使用されていませんでした。ですが、各学部で専用のページを持っており、そこではフラッシュが使用されていました。更に、随所で動画（YouTube）を使用しており、内容の理解に一役買っていました。

## ○会津大

コンピューター系の大学ということもあり、トップページにフラッシュを使用し学内案内には3D系の技術を用いるなど先進性の高いホームページでした。

## ○岩手大

トップページではフラッシュが流れないものの随所で動画を使用したコンテンツが多くありました。更にストリートビューのように3Dを使用したコンテンツもあり先進性は非常に高く感じました。

## ○静岡大

フラッシュの部分が大きくてとても見やすかった。しかもすごくわかりやすく印象が良かった。

## ○富山大

クリックして最初に思ったことは、すごく簡素！だけどほかの大学とは違い統一された印象を受けるような作りになっている。ごちゃごちゃしていない。いい。

## ○京都外国語大

全体的に写真が少なく学生生活の様子がイメージしづらいという印象を受けた

## ○京都女子大

統一感があり内容も簡潔で見易かったという印象。女子大らしく色合いも明るくさわやかで良かった

## ○同志社大

全体的に見やすくスクールカラーで統一された色調も落ち着きがあり好感が持てました。その分やや躍動感に欠ける印象もありました。

## ○同志社女子大

女子大らしく明るくさわやかな印象。特設HPも豊富でみていて楽しい。

## ○関西国際大

レイアウト、ボタンのデザインなどがきれいであり、落ち着いた印象を抱いた。あまり凝りすぎてしまうのも良くないが、やはりある程度の作り込みは読み手に好印象を与えると感じた。

## ○奈良女子大

オートFLASHと読みやすい文章で大学紹介を行っており、画像も洗練されたものが選んであるため好印象であった。

## ○奈良県立大

トップ画面のFLASH画像は充実していた。FLASH画像はとても凝った作りであり、メッセージ性が強かった。

○奈良大

FLASHはすべて大学のアピールに使用されており、またオートムービーではなく、手動のため最後まで読むことが出来た。レイアウトにこだわったHPであった。白と青を基調としたHPで、画像の選抜にもこだわりを感じた。統一感に優れたHPであり、専修大学も統一感を出すにあたってコンセプトのようなものを作成すると印象に残るHPを作成することが出来ると思った。

○兵庫県立大

トップのFLASH画像にて神戸の風景を取り入れているのが印象的であった。専修大学も神田などの近くの風景を取り入れてみても面白いと思う。

○神戸市外語大

トップページのFLASHがデザイン性のあるもので先進的であった。

○鈴鹿医療科学大

ほぼすべての文字にデザインが施されているHPであった。文字が見やすくきれいで使いやすいHPであった。

○和歌山大

FLASH上の文章がまるで本のタイトルのようにインパクトがあった。「あなたの一生を応援します」と言ったインパクトのある文章で国立大学のHPとは思えない特徴的なHPであった。

○岡山県立大

作りがキレイで見やすかった。学部情報の紹介なども画像などを使って見やすくまとめられていたと思う。全体的にレイアウトに統一性があった。

○広島大

全体的に明るい作りと、シンプルながら画像を細かく、うまく取り入れた構成が見やすく親しみやすかった。

○長崎大

スタンダードなHPであった。それゆえにやはりアピール感に欠け、インパクトも薄かった。FLASHでの広告と画像を使った視覚的な情報伝達がインパクトを与える点で重要だと思った。

○琉球大

FLASHにて直近の話題を網羅して見ていて楽しむことが出来た。また随所にキャッチーな言葉を使ってHPを盛り上げていた。

○New York University

専修と同じくトップページにスライド形式の動画が流れている。

○University College London

大学の情報や学生の活動が、ユーチューブ・ツイッターを通じて（大学HPに直接サイトが繋がっている）流れており、おもしろい試みであると感じる。日本の大学では、あまり見られないと感じる。

○University of North Carolina at Chapel Hill

トップページに学校紹介をYouTubeで挙げていた。

○University of Minnesota

授業風景や、研究活動の写真を多用している。また、本大学がなぜ必要なのか・学問とは何かを、スライド形式で表示されており、大学自身の自信がよく伝わる。

### 3.3.2 アクセス性の比較

国内大学と比べると優位に立つ項目が多い。同規模校と比べると、ニュース・イベント、大学概要、大学の取り組み、キャンパス案内、研究活動・教員関連が劣位であるが、スポーツ情報は優位に立つ。国外校との比較では全般に劣位に立つ。

表 19 アクセス性の比較

種別	大学数	ニュース・イベントなど	大学概要、大学の取り組み、キャンパス案内など	各学部、大学院の授業などの教務関連情報	学生生活（サークル・イベントほか）	奨学金関連	スポーツ情報	国際交流、留学	就職・キャリア関連	図書館・学習関連	入学案内関連	研究活動・教員関連	他国語のサイト
国内	200	3.1	3.0	2.9	2.7	2.7	2.3	2.6	3.0	2.8	3.1	3.0	2.9
国外	38	3.5	3.6	3.6	3.5	3.3	3.4	3.4	3.3	3.5	3.3	3.4	3.2
国公立	81	3.1	3.0	3.0	2.5	2.7	1.9	2.6	2.9	2.7	3.0	3.1	2.9
私立	119	3.1	2.9	2.9	2.9	2.8	2.7	2.7	3.1	2.9	3.1	2.9	2.9
規模（10,000人以上）	36	3.2	3.2	3.0	2.9	2.9	2.6	2.9	3.1	2.9	3.1	3.2	3.1
規模（5,000人以上）	49	3.2	3.0	3.0	2.7	2.8	2.3	2.7	3.1	2.8	3.1	3.0	3.0
規模（5,000人未満）	115	3.0	2.9	2.8	2.7	2.7	2.3	2.5	3.0	2.8	3.0	2.9	2.7
共学	189	3.1	3.0	2.9	2.7	2.7	2.4	2.6	3.0	2.8	3.0	3.0	2.9
女子校	11	3.3	3.0	2.9	2.5	2.4	1.9	2.5	2.7	2.7	3.2	2.8	3.0
5学部以上	77	3.2	3.0	3.0	2.9	2.8	2.4	2.8	3.1	2.9	3.1	3.1	3.1
2～4学部	79	3.2	3.0	3.0	2.7	2.8	2.3	2.7	3.1	2.8	3.1	3.0	3.0
1学部	44	3.1	3.0	2.9	2.7	2.7	2.4	2.6	3.0	2.8	3.0	3.0	2.9

#### 記述回答の例

##### ○早稲田大

閲覧者別のインデックスが見やすく、情報を入手しやすい。

スクロールの必要を最小限にする配慮がなされていた点でとても見易かった

##### ○青山学院大

トップページに対象者メニューがあって分かり易く、ページの表示も他に比べて速い気がした。

##### ○明治大

RSS 機能がある。ニュースと講演会・イベントが分かれて書かれているので見やすい。

## ○中央大

ページの大きさでは専修大学のものより小さいものの必要な情報がすぐに提示されるので分かりやすい印象を受けました。

サイト内の検索ができるので良いと思ったが文字が小さくて見づらい気もした。

## ○法政大

全体に簡潔で項目ごとにしっかり分けられていてアクセスしやすいです。まとめ方などは、専修と似たような感じと思いました。トップページに動きがないのが残念。

各ページは簡素な作りとなっており、逆に迷うことなく目的のページまで誘導されたという印象でした。また、随所に渡り写真や図を用いて視覚的に分かりやすく作られていました。

## ○立教大

各所管の紹介ページの右側にニュースが掲載されており、一度に情報を得ることができる。

## ○学習院大

見出しは大きくはっきりと区別がつき、スマートで検索しやすい。今回対象の私立大学については対象校全大学を閲覧したが、私の一押しは学習院だった。

## ○武蔵大

「訪問者別メニュー」を開くと、その人が必要であろうと思われるサイトが網羅されており、目的に到達しやすいつくりとなっている。

## ○東京農大

【メディア】というバナーがあり、教員の出演情報が分かりやすい。ブログを多用しており、情報が新鮮であるが、初めて見る人はどれを見ていいのか、分かりづらい。教員情報は研究分野別に検索しやすくなっている。

## ○お茶の水女子大

全般にわたる Q&A あり。

## ○南山大

トップ画面での言語選択や、利用者に合わせてのメニュー設定など他大学にはみられない先進性がある。

## ○奈良女子大

トップページの情報量がすごく多く、その文字は小さくなってしまっているのだが、アクセスは容易となっていた。

## ○大阪大

文字が多く、また情報が細分化されすぎており知りたい情報が見つけづらいという印象を受けた

## ○神戸大

HP のレイアウトはシンプルなものであったが、ボタンの構成が必要かつ十分なものを選択して並べてあり、探しやすかった。ボタンは探しやすい方が良く、かつ選び抜かれていた方がより使いやすい HP が出来ると感じた。

## ○島根大

トップページにボタンが数多くあり、2クリックで望む情報へ届く作りが印象的であった。アクセスのしやすさの点で参考にするべきだと思う。

## ○大阪電気通信大

全体的に内容はたまかだが、トップページ以外のページにも写真が豊富に使用されており、知りた

い情報が視覚的にも見つけやすく、とても見易かったという印象

○ University of Southampton

HP の文章が簡潔であり、非常に見やすい構造である。また、各項目へのアクセスも容易である。

3.3.3 内容の比較

国内大学で見るとスポーツ情報、多言語サイトなどを中心に、全体的に優位に立っている。同規模大学比で見ればスポーツ情報は優位に立っているが、ニュース・イベント、各学部、大学院などの教務関連情報、研究活動・教員関連が劣位である。国外の大学と比べると、学部、大学院の授業などの教務関連情報、学生生活、研究活動、教育関連を中心に劣位に立っている。

表 20 内容の比較

種別	大学数	ニュース・イベントなど	大学概要、大学の取り組み、キャンパス案内など	各学部、大学院の授業などの教務関連情報	学生生活（サークル・イベントほか）	奨学金関連	スポーツ情報	国際交流、留学	就職・キャリア関連	図書館・学習関連	入学案内関連	研究活動・教員関連	他言語のサイト
国内	200	3.0	3.1	3.0	2.7	2.8	2.2	2.8	2.9	2.9	3.1	3.0	2.6
国外	38	3.4	3.4	3.5	3.5	3.2	3.4	3.4	3.3	3.3	3.3	3.4	3.2
国公立	81	3.0	3.0	3.1	2.5	2.9	1.7	2.8	2.9	3.0	3.1	3.1	2.7
私立	119	3.0	3.2	2.9	2.9	2.8	2.5	2.8	2.9	2.9	3.1	2.9	2.6
規模（10,000人以上）	36	3.3	3.1	3.2	3.0	3.0	2.6	3.1	3.1	3.1	3.2	3.3	2.9
規模（5,000人以上）	49	3.0	3.2	3.0	2.7	2.8	2.1	3.0	2.9	3.0	3.1	3.2	2.8
規模（5,000人未満）	115	2.9	3.1	2.9	2.7	2.8	2.1	2.7	2.9	2.9	3.0	2.8	2.5
共学	189	3.0	3.1	3.0	2.7	2.8	2.2	2.8	2.9	3.0	3.1	3.0	2.6
女子校	11	2.8	3.0	2.9	2.6	2.7	1.7	2.5	2.9	2.6	3.4	2.6	2.5
5学部以上	77	3.1	3.2	3.1	2.9	2.8	2.3	3.0	3.0	3.0	3.1	3.2	2.8
2~4学部	79	3.0	3.2	3.0	2.7	2.8	2.1	3.0	2.9	3.0	3.1	3.2	2.8
1学部	44	3.0	3.1	3.0	2.7	2.8	2.2	2.8	2.9	3.0	3.1	3.0	2.6

記述回答の例

○中央大

社会人に向けた発信（講座紹介等）が際立って充実している。

○法政大

法政大学は、専修大学程の先進的な技術は使用していないものの必要な情報を必要な分だけといった印象を受けました。

○武蔵大

学生生活関連では、学生たちが届け出た行事・結果報告などが掲載されており、学生の動きがよく分かる。

○立正大

トップページに重要なお知らせとして、災害救助法適用地域の案内や、口蹄疫、インフルエンザ、ダイレクトメールの注意喚起など、保護者が見たときに良いサポートがあると感じ、プラスの印象を持ちやすいかもしれない。

○会津大

各サークルがきちんとホームページを持っており、かなり充実している印象を受けました。また、高い就職率を売りにしていることから就職関連の情報が充実していました。

○国際教養大

社会に対しても高く質の良い就職状況や留学に関する情報など、有益な情報が分かりやすく載せられていました。今、最も注目すべきホームページの一つではないかと思います。

○大阪国際大

大学の活動よりも学生の活動が豊富に掲載されており学生主体で大学が運営されていることがとてもよく伝わってきた。またOB・OGもHPを構成する重要な要素となっており、受験生・在学生・卒業生のネットワークがしっかり構築されている。

○奈良県立医科大

トピックス欄が充実していた。専修大学も相当充実しているHPであると思うが、やはりニュースやイベントなどが充実している大学は魅力的に見える。

○京都外国語大

全体的に写真が少なく学生生活の様子がイメージしづらいという印象を受けた

○徳島大

情報の中身が濃い。外部へのアピールが強い。学生向け情報はコンパクトにまとまっている。トップページの印象は本学に似ているが、お知らせ・イベントが分かれているので見やすい。トップページに「学長」のバナーがあり、役員情報なども載っている。見る側にとって、ほしい情報が得やすいつくりになっている。

○鳥取大

インフォメーション欄での情報開示が特徴的であった。トピックス欄の充実がとても印象が良く目に映った。その内容も関心を引くようなタイトルで記入されており、見ている側をひきつける情報開示が望ましいと感じた。

○九州大

ビジョン、構成、内容全てにおいてレイアウトも整っていて、かつ情報量が豊富であり充実していたと思う。

○Princeton University

学生生活に関するビデオが紹介されている。所属学生で活躍している人や留学生の紹介文が詳細に提示されている。

○The University of Texas at Austin

在学生の意見が掲載されており、学生の生の活動を知ることができる。

### 3.3.4 アピール度の比較

国内大学と比べると、優位に立つ項目が多い。しかし同規模の大学群の中では、高校生向け、社会向けのアピール、海外向けが弱い結果となった。国外の大学との比較では社会一般に対して、大学のビジョンのアピールなどを中心にしてアピールが不足している結果となった。

表 21 アピール度の比較

種別	大学数	在校生に対して	在学生の保護者に対して	卒業生に対して	高校・受験生に対して	社会一般に対して	海外に向けて	大学のビジョンのアピール
国内	200	2.8	2.7	2.8	3.1	3.1	2.5	2.9
国外	38	3.4	3.4	3.3	3.4	3.6	3.5	3.6
国公立	81	2.7	2.5	2.6	3.1	3.2	2.4	2.8
私立	119	2.8	2.8	2.9	3.2	3.1	2.5	3.0
規模（10,000人以上）	36	3.0	3.0	3.0	3.4	3.4	3.2	3.1
規模（5,000人以上）	49	2.6	2.6	2.7	3.2	3.2	2.5	2.9
規模（5,000人未満）	115	2.8	2.7	2.8	3.0	3.0	2.2	2.8
共学	189	2.8	2.7	2.8	3.1	3.1	2.5	2.9
女子校	11	2.6	2.6	2.7	3.1	2.8	2.2	2.9
5学部以上	77	2.8	2.8	2.9	3.3	3.3	2.7	3.0
2～4学部	79	2.6	2.6	2.7	3.2	3.2	2.5	2.9
1学部	44	2.8	2.7	2.8	3.1	3.1	2.5	2.9

#### 記述回答の例

##### ○早稲田大

「WASEDA Next125」ビジョンもよく理解できる内容となっています。

##### ○青山学院大

大学トップの座談会が掲載されており、大学の動きをアピールしようとしていることが分かる。

##### ○法政大

専修大学の社会知性というものが曖昧なため、もう少し具体的に示して頂けるとよかったです。対して法政大学側は、理念・目的がはっきりと示されており分かりやすかったです。

##### ○武蔵大

「ゼミの武蔵」とうたっているだけあって、ゼミ情報が詳しい。「ゼミブログ」は教員が短い文章ながら魅力を紹介しており、在学生だけでなく受験生へのアピール材料となる。

##### ○東洋大

受験生に対して、キャラクターを使うなど、アピールが強い。在校生、卒業生に対しては、アピールよりも分かりやすさが重視されている。

○立正大

「モラリスト×エキスパート」という大学ビジョンを実践するプログラムを紹介している。教育ビジョン→研究ビジョン→ブランドイメージをチャートで紹介しており、目指す方向が分かりやすい。

○東北大

社会や企業に対するアピール度が高く、先進技術の発明・研究が盛んに行われていることがよくわかりました。全体として日本を代表する大学のホームページとしての風格を備えていると感じました。

○一橋大

情報公開が徹底している。トップページがゴチャゴチャした印象があるが、情報が多いせいかな。外部に向けてのアピールが強い。企業や卒業生に向けて作っている感がある。全体としては、大学のイメージにマッチしたつくり。在学生向け情報はまとまっていて、見やすい。

○富山大

地域・産学官連携というトピックがとても印象的だった。

○国際教養大

今、日本で注目の大学ということもあり非常に親しみやすく大学に興味のない人間でも思わず見入ってしまうようなホームページでした。特に大学の“主役は学生だ”という印象を受けました。各項目でも、学生が活き活きしているということが伝わってきました

○秋田大

社会に対する情報発信が主になっていると感じました。研究活動や地域貢献に関する情報を特に発信していると感じました。更に、随所で動画（YouTube）を使用しており、内容の理解に一役買っていました。

○三重大

キャッチフレーズやメッセージ性のある文章が少なく、大学をアピールしている印象が薄く感じられた。

○関西大

社会的アピールよりも受験生への情報開示の面が強い印象を受けた

○関西国際大

トップ画面ではそれほどビジョンのアピールは行っていないが、「関西国際大学について」のタブでは非常によくアピールを行っていたため、やはりトップでの押しの強さが重要であると感じた。

○滋賀医科大

大学紹介欄が充実しており、ビジョンのアピールに力が入っていた。

○神戸市外語大

学長だよりや特色、ポリシーなど大学のカラーをふんだんに紹介していた。

○広島大

トップページの情報量が豊富。その中で大学ビジョンや理念・精神について触れられるのでひきつける部分があった。

○University of Pennsylvania

歴史やグローバルな活動・美しい都市キャンパス・アートパフォーマンスなど、大学独自の特徴が簡潔に述べられている。

### 3.3.5 調査大学一覧

#### 海外の大学：38校

Carnegie Mellon University, California Institute of Technology, Columbia University in the City of New York, Cornell University, Duke University, Georgia Institute of Technology, Harvard University, Johns Hopkins University, Massachusetts Institute of Technology, Michigan State University, New York University, North Carolina State University, Pennsylvania State University, Princeton University, Purdue University, Rutgers University, Stanford University, Texas A&M University, University College London, University of British Columbia, University of California, Berkeley, University of California, Los Angeles, University of Cambridge, University of Chicago, University of Florida, University of Maryland, University of Minnesota, University of North Carolina at Chapel Hill, University of Pittsburgh, University of Southampton, University of Texas at Austin, University of Utah, University of Virginia, University of Washington, University of Wisconsin-Madison, Virginia Polytechnic Institute and State University, 国立台湾大

#### 日本の大学：200校

以下、各大学名に続くカッコ内は、学部数の規模を表す。(1) = 1学部, (2) = 2~4学部, (5) = 5学部以上となる。

#### 大規模校 (=在学生数 10,000人以上)：36校

青山学院大 (5), 大阪大 (5), 岡山大 (5), 神奈川大 (5), 関西外国語大 (2), 関西大 (5), 九州大 (5), 京都産業大 (5), 京都大 (5), 慶應義塾大 (5), 神戸大 (5), 國學院大 (5), 国士舘大 (5), 駒澤大 (5), 上智大 (5), 大東文化大 (5), 拓殖大 (5), 千葉大 (5), 中央大 (5), 帝京大 (5), 東海大 (5), 東京大 (5), 東京農業大 (5), 同志社大 (5), 東北学院大 (5), 東北大 (5), 東洋大 (5), 広島大 (5), 法政大 (5), 北海道大 (5), 明治学院大 (5), 明治大 (5), 立教大 (5), 立正大 (5), 立命館大 (5), 早稲田大 (5)

#### 中規模校 (=在学生数 5,000人以上~10,000人未満)：49校

愛知淑徳大 (5), 亜細亜大 (2), 茨城大 (5), 岩手大 (2), 大阪市立大 (5), 大阪学院大 (5), 大阪経済大 (2), 大阪工業大 (2), 大阪電気通信大 (5), 大阪府立大 (5), 沖縄国際大 (5), 香川大 (5), 学習院大 (2), 鹿児島大 (5), 北里大 (5), 岐阜大 (5), 京都女子大 (2), 金城学院大 (5), 熊本大 (5), 工学院大 (2), 甲南大 (5), 佐賀大 (5), 静岡大 (5), 芝浦工業大 (2), 島根大 (5), 創価大 (5), 玉川大 (5), 千葉商科大 (2), 中部大 (5), 帝京平成大 (5), 東京経済大 (2), 同志社女子大 (5), 徳島大 (5), 獨協大 (2), 鳥取大 (2), 富山大 (5), 長崎大 (5), 名古屋学院大 (5), 南山大 (5), 日本女子大 (2), 兵庫県立大 (5), 弘前大 (5), 北海道教育大 (1), 三重大 (5), 武蔵野大 (5), 山形大 (5), 山口大 (5), 琉球大 (5), 流通経済大 (5)

#### 小規模校 (=在学生数 5,000人未満)：115校

国際基督教大 (1), 愛国学園大 (1), 愛知医科大 (2), 愛知学泉大 (2), 愛知教育大 (1), 愛知県立大 (5), 愛知工科大 (1), 会津大 (1), 青森公立大 (1), 青森大 (2), 秋田県立大 (2), 秋田大 (2), 至学館大 (2), 茨城県立医療大 (1), いわき明星大 (2), 岩手県立大 (2), 上野学園大 (1), 江戸川大 (2), 大分大 (2), 大阪大谷大 (2), 大阪国際大 (2), 大阪成蹊大 (2), 岡山県立大 (2), 小樽商

科大 (1), お茶の水女子大 (2), 帯広畜産大 (1), 嘉悦大 (1), 関西国際大 (2), 神田外語大 (1), 北見工業大 (1), 京都外国語大 (1), 京都教育大 (1), 京都工芸繊維大 (1), 京都橘大 (2), 京都府立大 (2), 杏林大 (2), 釧路公立大 (1), 敬愛大 (2), 県立広島大 (2), 高知県立大 (2), 高知大 (5), 神戸市外国語大 (1), 神戸市看護大 (1), 高野山大 (1), 国際教養大 (1), 札幌学院大 (5), 札幌大 (5), 滋賀医科大 (1), 滋賀県立大 (2), 滋賀大 (2), 静岡英和学院大 (1), 静岡文化芸術大 (2), 静岡県立大 (5), 静岡産業大 (2), 四天王寺大 (2), 鳥根県立大 (1), 種智院大 (1), 順天堂大 (2), 尚絅学院大 (1), 城西国際大 (5), 常磐大 (2), 昭和大 (2), 鈴鹿医療科学大 (2), 大同大 (2), 高崎経済大 (2), 多摩大 (2), 千葉科学大 (2), 千葉経済大 (1), 中央学院大 (2), 筑波技術大 (2), 天使大 (1), 東京外国語大 (1), 東京海洋大 (2), 東京基督教大 (1), 東京工業大 (2), 東京情報大 (1), 東京女子大 (1), 東京農工大 (2), 道都大 (2), 常葉学園大 (2), 名古屋芸術大 (2), 名古屋文理大 (2), 奈良県立医科大 (1), 奈良県立大 (1), 奈良女子大 (2), 奈良大 (2), 日本橋学館大 (1), ノースアジア大学 (1), 函館大 (1), 八洲学園大 (1), 東大阪大 (1), 東日本国際大 (2), 一橋大 (2), 広島市立大 (2), 福島大 (2), 藤女子大 (2), 藤田保健衛生大 (2), 北翔大 (2), 北海商科大 (1), 北海道医療大 (2), 北海道工業大 (5), 北海道情報大 (2), 北海道文教大 (2), 三重県立看護大 (1), 宮城大 (2), 宮崎大 (2), 武蔵大 (2), 盛岡大 (2), 山形県立保健医療大 (1), 山口県立大 (2), 酪農学園大 (2), 和歌山県立医科大 (2), 和歌山大 (2), 和光大 (2), 稚内北星学園大 (1)

#### 女子大学：11校

京都女子大, 金城学院大, 同志社女子大, 日本女子大, 愛国学園大, お茶の水女子大, 嘉悦大, 高知県立大, 東京女子大, 奈良女子大, 藤女子大

## 4. 関連分析

### 4.1 「大学に関する必要な情報をどのように得ているか」についての分析

全体として「ポータルサイト」(4.23)が最大であり、次に「ホームページ」(3.58), 「友人との会話」(3.28)の順となっている。いわゆる「口コミ」も大事な通信手段であることがわかる。

属性ごとに分ければ、学生は、「ポータルサイト」の一番に続き、2番目は「ホームページ」と「友人との対話」が同順である。職員は「ポータルサイト」, 「ホームページ」, 「教職員との会話」, 「PCメール」の順であり、教員は「PCメール」がトップであり、続いて「ホームページ」, 「ポータルサイト」となっている。また、男女間で見ればはっきりと差が出たのが、「友人との会話」(男3.16, 女3.46), および「携帯メール」(男2.08, 女2.39)である。

このように。情報の収集の仕方には、属性によってかなり特徴が異なることがわかった。

いずれにしても、「ホームページ(ポータルを含めれば)」が情報収集の主力をなすことは間違いがない。そして、「ホームページ」を閲覧する頻度は、職員が最も高く、続いて教員、学生の順であり、男女別では男子の方が高い。

逆に、全体では「携帯版ホームページ」, 「掲示板」, 「電話」などは利用が少ない。しかし、学生に焦点を当てれば、はっきりと少ないと言えるものは、「電話」と「教職員との会話」である。教員と職員の場合は、利用が少ないものは「携帯版ホームページ」, 「携帯メール」であり、むしろ、「教職員との会話」, 「電話」は比較的良く利用されており、これらの場合でも属性の差は明らかである。

従って、今後大学側から情報を提供する手段については、属性ごとに効果的な方法を考えることも

表 22 大学に関する必要な情報をどのように得ているか

		① ホームページ	② ポータルサイト	③ 掲示板	④ 携帯版ホームページ	⑤ PCメール	⑥ 携帯メール	⑦ 電話	⑧ 教職員との会話	⑨ 友人との会話	大学のホームページを 閲覧する頻度について お尋ねします
学生	1,365	3.53	4.22	2.03	2.23	2.40	2.35	1.83	1.99	3.53	3.78
教員	129	3.84	3.65	1.86	1.09	4.08	1.55	2.44	3.21	2.29	3.84
職員	242	3.78	4.56	2.24	1.18	3.53	1.68	2.85	3.58	2.34	4.10
計	1,736	3.58	4.23	2.04	2.00	2.68	2.20	2.02	2.29	3.28	3.83
男	1,035	3.64	4.23	2.06	1.90	2.65	2.08	2.02	2.28	3.16	3.92
女	694	3.50	4.23	2.02	2.16	2.71	2.39	2.01	2.31	3.46	3.71

必要である。

また、ホームページの利用頻度と「アピール」、「活性化度」、「社会知性の開発の認知度」との関係を示す以下の3表から見て取れるように、ほとんどの場合、ホームページを見る頻度が高くなるに従い、それぞれの効果が高くなっている。このことから、ホームページにより頻繁にアクセスし、そこからより多くの情報を得ることが重要であり、ホームページが大学教育、事務、研究を支える情報インフラとして、大きな役割を果たしていると評価したい。

表 23 ホームページを見る頻度と「アピール」との関係

	総合的に見て効果的な情報発信やアピールを行っているでしょうか						
	① 在校生に対して	② 在学生の保護者 に対して	③ 卒業生に対して	④ 高校、受験生に 対して	⑤ 社会に対して	⑥ 海外に対して	⑦ 他大学のホーム ページと比べて
5 毎日	3.43	3.08	2.90	3.36	2.97	2.49	3.03
4 週に数日	3.36	2.97	2.80	3.26	2.90	2.46	2.93
3 週に一回程度	3.11	2.86	2.67	3.18	2.81	2.40	2.84
2 月に数回程度	2.93	2.78	2.58	3.19	2.77	2.33	2.85
1 ほとんどしない	2.68	2.50	2.43	2.86	2.58	2.07	2.50

表 24 ホームページを見る頻度と「活性化度」との関係

ホームページを見る頻度の回答	ホームページを利用することで、どのような効果が生まれましたか			
	① 自分の属している学部、大学院、所属組織（職員）のことがよくわかるようになった。	② 自分が所属していない学部、大学院、業務（職員）について知ることができ、関心が高まった。	③ 専修大学の特徴がよくわかるようになった。	④ 授業、学生生活、職務の遂行（職員）がより効率的に行われるようになった。
5 毎日	3.17	2.91	3.08	3.19
4 週に数日	3.14	2.79	3.02	3.10
3 週に一回程度	2.93	2.58	2.88	2.90
2 月に数回程度	2.83	2.47	2.81	2.72
1 ほとんどしない	2.51	2.19	2.16	2.41

表 25 ホームページを見る頻度と「社会知性の開発の認知度」との関係

ホームページを見る頻度の回答	「社会知性の開発」	
	① 専修大学の「21世紀ビジョン」である「社会知性の開発」を知っていますか	② 「社会知性の開発」は、ホームページおよび学内広報を通してアビマスか
5 毎日	3.22	2.77
4 週に数日	2.80	2.64
3 週に一回程度	2.63	2.45
2 月に数回程度	2.64	2.59
1 ほとんどしない	2.63	2.13

#### 4.2 「高校生に対してどの項目がアピールしているか」についての分析（質問：在学生に対し、自分が高校のとき専修大学を選択したときに参考とした項目は何か）

高校生にとって「大学概要、大学の取り組み、キャンパス案内」(2.95)が最も影響力があり、続いて「入学案内」(2.89)、「各学部、大学院の授業などの教務関連情報」(2.86)、「就職」(2.66)、「資格試験」(2.45)、「学生生活」(2.41)の順で影響力がある。これらの分野において、高校生にとってよりわかりやすい効果的な情報提供を行うべきである。

表 26 高校生に対してどの項目がアピールしているか

		① 専修大学 関連 ニュース	② 大学概要、 取り組み、 パス案内、 キャン	③ 各学部、 大学院の 授業など の教務関 連情報	④ 学生生活 (サーク ル・イベ ント)	⑤ 学生生活 (奨学金)	⑥ その他の 学生生活 全般に関 すること	⑦ スポーツ (体育会)	⑧ 国際交流 ・留学	⑨ 就職	⑩ 図書館	⑪ 情報科学 センター (RENANDI 舎)
学生	1,365	2.33	2.95	2.86	2.41	2.25	2.41	2.08	2.19	2.66	2.33	2.14
男	801	2.31	2.84	2.72	2.34	2.22	2.35	2.14	2.10	2.60	2.27	2.14
女	564	2.36	3.09	3.06	2.52	2.28	2.49	1.99	2.30	2.73	2.41	2.14

		⑫ 入学案内 (受験生 む) サポート サイト含	⑬ 公開講座 ・イベ ン	⑭ 資格試験	⑮ 教員	⑯ 研究活動	⑰ 研究所	⑱ 卒業生	⑲ 外国語 サイト
学生	1,365	2.89	2.33	2.45	2.12	2.04	1.94	2.05	1.79
男	801	2.76	2.31	2.40	2.12	2.06	1.96	2.06	1.79
女	564	3.08	2.36	2.52	2.11	2.01	1.90	2.03	1.78

## 5. まとめ、課題と提言

今回のアンケート分析を通して、大学の情報インフラとしてのホームページの役割は、すでに大きなものであり、今後はこれをさらに有効活用することが重要であることが判明した。以下は、これまでの分析結果から見えてきた課題をもととした、次期改訂バージョンへの提言である。

### デザイン性

- ①専修大学のスクールカラーの緑が持つ特性を生かしつつも、親しみやすさ、明るさを増すとともに、ホームページに先進的な技術、試みを取り入れる。
- ②フラッシュについてはより効果の高いものを目指し、ブラッシュアップしたものとする。技術動向を見てHTML 5.0の採用も視野に入れる。
- ③学生が勉学に励みながら、生き生きとキャンパスライフを謳歌する姿を伝えるようなビジュアル情報を増やし、YouTubeのような動画媒体も検討する。
- ④女性の特性を考慮し、デザイン性を全体に高める。
- ⑤コンピューターのモニターは、WXGA（横幅1,280ドット）が一般的になってきたことを鑑み、提供すべき情報量の増大に対処するために、ホームページの横幅も1,200ドットと2割程度拡張する。

### アクセス性

- ①学生生活、教員、研究活動など弱いとされる項目へのアクセスを良くする工夫をする。その際、単にトップページからの階層数だけでなく、クリック数が結果的に少なくする工夫を行う。

- ②検索のシステムを強化し，多方面からの検索を可能とする。具体的には，Q&A（質疑応答）の大学独自のデータベースを構築し，個別の検索ニーズに対し細かに対応可能な新たな検索システムを構築する。
- ③組織別になりがちであった目的別メニューを，本来の趣旨に立ち返ったものに正す。
- ④大学に関する情報の収集方法の実態を考慮した情報提供媒体について再考する。

#### 内容充実度

- ①学生生活，教員，研究活動など弱いとされる項目について，提供される情報の質と量を関連諸機関との連携のもとに高める必要がある。
- ②対象者別メニュー，目的別メニューを見直し，それぞれ必要とされる情報を再検討すべきである。
- ③専修大学に内在する資源を利用し，少ないとされる海外への情報発信を増やしてゆくべきである。
- ④カレンダーを新たに設置し，適時な情報を提供する。

なお，社会へのアピールは，やや弱いという結果が出ているため，上に挙げた3つの要素をより良いものにしてゆくことが必要である。それに加えて，専修大学の21世紀ビジョンである，「社会知性の開発」のコンセプトを学内外に認知を進めることで，社会へのアピールにつながることを期待する。

#### 参考文献

- M. ハマー & チャンピー，野中郁次郎監修，『リエンジニアリング革命』，日本経済新聞社，1993年。