製菓学科への興味喚起を目的とした情報発信ツールの活用

―学科ブログ配信の取り組みについて―

On the Effective Use of the Information Transmission Tools for Arousing Student Interest in the Confectionery Department of a College

―An attempt to distribute information in the department blog―

平田　暁子
（Akiko HIRATA）

キーワード：Webサイト、ブログ、情報発信、広報戦略
Key Words：Website, blog, information transmission, public information strategy

Ⅰ．はじめに

本学短期大学部では、例年４月中旬頃に新入生全員を対象とした記名の入学者アンケート調査を実施している。平成26年度製菓学科入学者59名に実施したアンケートの結果、本学を知ったきっかけについて、全体の約４割にあたる26名がインターネット検索と回答し、その検索キーワードは「製菓・短大（大学）」「製菓学科」が全体の73.0％を占めた（表１）。このように志望校選択においてインターネット検索の重要性が増している現状は、高橋による受験生に対する大学Webサイト閲覧のアンケート調査[1]や、長谷川らによるオープンキャンパス参加者へのアンケート調査[2]、大学Webサイト閲覧者の動向に関する調査[3]からも明らかである。しかし、平成26年８月時点での本学科の情報発信は、オープンキャンパスや製菓体験実習、毎年10月に開催される目白大学学園祭『桐和祭』での菓子製造販売など来校・参加型のイベント開催が主流で、インターネット上での情報発信は短大ホームページ（以下、HP）での学科紹介と、トピック

表１

本学を知ったきっかけ	回答数	割合
インターネットで調べた	26	39.4%
高校や中学の先生	10	15.2%
高校の資料、ガイダンス	13	19.7%
親や親戚	12	18.2%
その他	5	7.6%

（回答者59名、複数回答可）

インターネット検索条件	回答数	割合
短大（大学）・製菓	14	53.8%
製菓学科	5	19.2%
その他	2	7.7%

（回答者26名、無回答５名）

ひらたあきこ：目白大学短期大学部製菓学科専任講師

ス欄に掲載している年間約20件のイベント告知や実施報告等の記事に限られていた。また、「製菓　専門学校　検索」のキーワードでインターネット検索をかけるとリストの１、２番目に表示される検索サイト、『リクナビ進学』[4] と『Knowledge Station（ナレッジステーション）』[5] の２サイトから検索可能な関東甲信越１都９県の製菓専門学校および製菓コースを擁する専門学校39校について、授業内容公開やイベント告知などのWebサイト更新頻度を調査した結果、82.0％にあたる32校が週１回以上の更新を行っており、本学のインターネット上における情報発信力は他校と比較しても十分とはいえない状況であった（表２）。

また、本学製菓学科は、日本で唯一の製菓専門学科であるが故、その研究や授業内容についての認知度が高いとは言えない。そこで、10代の若者を中心にスマートフォンやSNSが急速に普及した昨今の現状を鑑み、中学高校生を主ターゲットとして製菓専門学校との差別化、また学科の取り組みとその特徴を周知することを目的に、平成26年度９月に学科ブログ配信を新規事業として立ち上げた。その取り組み方法と結果について報告し、今後の課題について検討する。

表２

サンプル番号	専門学校種別	エリア	更新回数週１以上
A	観光	東京	○
B	調理	東京	×
C	調理・製菓	東京	×
D	製菓	神奈川	×
E	製菓	埼玉	○
F	製菓	埼玉	×
G	調理・製菓	埼玉	○
H	調理	千葉	×
I	製菓	千葉	○
J	製菓	東京	○
K	製菓	東京	○
L	調理	東京	○
M	製菓	東京	○
N	調理・製菓	東京	○
O	製菓	東京	○
P	製菓	東京	○
Q	調理・製菓	東京	○
R	調理・製菓	東京	○
S	調理・製菓	東京	○
T	調理・製菓・医薬	東京	×
U	製菓	東京	○
V	栄養	東京	○
W	調理・製菓	東京	○
X	製菓・ペット	東京	○
Y	製菓	東京	○
Z	製菓	東京	○
a	製菓	神奈川	○
b	調理・製菓	新潟	○
c	製菓	新潟	○
d	調理・製菓	新潟	○
e	調理	新潟	○
f	調理・製菓	長野	×
g	ビジネス	長野	○
h	栄養・看護	茨城	×
i	栄養・調理・製菓	茨城	○
j	製菓	栃木	○
k	製菓・福祉	栃木	○
l	調理	栃木	○
m	製菓	群馬	○

１．ブログ開設準備

製菓学科公式ブログは、平成26年９月に新規事業として立ち上げ、11月１日から運営開始、11月７日に配信スタートとなった。情報発信の強化方法として学科ブログ開設を選択したのは、記事作成から配信までのタイムラグがほとんど発生しないためダイレクトな情報発信が可能であり、ページデザイン等に

オリジナリティを出しやすいため、また短大HPの学科紹介ページと相互リンクを張ることで双方のアクセス数増加が期待されることも理由の一つに挙げられる。ブログを学科で運営するにあたり、管理運営が簡単な既存のブログ運営会社を利用した配信方法、広告掲載がされないこと、アフィリエイト広告等によるコメント欄の荒らし対策、運営会社の信頼度などを条件として検討した結果、本学保健医療学部作業療法学科で利用実績のあるGMOインターネットグループ運営のブログサイト『JUGEM』の有料サービスを利用することとなった。

ブログタイトルについては、メインターゲットとなる女子中高生が馴染みやすいネーミングにする必要があり、また在学生の学科ブログ配信に対する認知度を高める目的から、本学科在学生からアイディアを募ることにした。４～５人一組の実習班ごとにブログタイトルのアイディアを１案ずつ募集し、提出された全24案を学科専任教員５名で選考、製菓学科をイメージしやすく記憶に残りやすいシンプルな名前として「メジスイーツblog」「LOVE&SWEETS」「スイーツの森」の３案に絞り本学科在学生111名による投票を実施した結果、過半数を超える72票を獲得した『メジスイーツblog』に決定した。ブログの管理運営については、前職でブログ開設・配信経験のあった平田が管理者を務め、アカウント作成やブログページのデザインといった開設準備から記事執筆まですべてを担当していたが、配信開始から1か月が経過した平成26年12月より学科助手４名を記事執筆担当として育成、複数名での執筆体制を稼働するにあたりブログの配信フローを作成した（図１）。管理者を中心として毎月末に翌月の掲載記事内容と執筆担当者のスケジュールを組み、そのスケジュールに従って担当者は記事を執筆する。執筆後は下書き保存し管理者に報告、報告を受けた管理者が内容を確認し校正して承認、公開するという体制で、平成27年１月より助手による記事執筆がスタート、平成28年においては全体の約70％の記事執筆を助手が担当している。

製菓学科ブログ配信フロー

図１

２．記事配信上の規定

ブログの情報発信効果を高め、またブログの記事執筆を複数名で担当する上で記事に一貫性を持たせるために、記事執筆にあたっては４点の規定を定めた。

①定期的な記事の更新。これは特にブログ開始時において記事の更新頻度が少ないと定期的な読者が増えにくい傾向にあるため[6]で、配信開始時から１年間は学期中週３回、夏休み等長期休暇中週２回の頻度で更新を行った。ブログ開設２年目の現在は、他業務との兼ね合いや記事のネタ集めの都合上、更新頻度は通年で週２回、お盆期間や年末年始などには更新を行っ

ていない。

②情報発信元を一元化するため、記事冒頭の挨拶文をテンプレート化する。記事は必ず自己紹介の挨拶文「こんばんは（こんにちは）。目白大学短期大学部　製菓学科です。」から始まり、また発信者を執筆者個人ではなく学科としている。これによって情報発信元を一元化するとともに、最初のアクセスが年間100本を超えるどの記事であっても情報発信元が明確になり、記事に興味を持った読者を学科HPへのリンクやブログ内他記事へ誘導しやすくなっている。

③記事は簡潔な文章で、必ず写真を入れる。平成24年から総務省が実施している『情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査』にも示されているとおり、40代未満における機器別インターネット利用時間は、モバイルネットがPCネットを圧倒しており、さらに平成25年以降はスマートフォンの利用がフィーチャーフォンを上回っている[7)]。このことから、ブログ記事はPC画面ではなくスマートフォン画面で閲覧されることを意識して、１行辺りの文字数を20文字程度に抑えることで改行による視覚的な読みづらさを軽減するほか、文字の色や大きさを変えていくつかの単語だけを拾っても記事の概要が理解できるようなレイアウトを目指し[8)]、また内藤らが示している相手により多くの情報を伝えることができる映像表現を用いた広報の魅力と有効性を鑑みて[9)]、文章による説明中心ではなく写真からの視覚的情報に重点を置いた記事作りを意識している。

④メインターゲットである女子中高生に合わせた表現にする。大学発信のHPは閲覧者が多岐にわたるため、HPの設計や表現方法がどうしても堅苦しくなってしまうが、『メジスイーツblog』は学科公式ブログとはいえメインターゲットが将来製菓業界への進学を考えている中学高校生であり、また情報発信ツールとしてのブログの役割が興味喚起とHPへの誘導であることから、ターゲットが興味を持ちやすい表現方法を用いることで配信効果が高まると考えた。このため、文中に顔文字やスタンプを使用したり、話し言葉に近い文章で柔らかい印象の表現にしたり、耳慣れない専門用語には簡単な説明を入れるなど、ターゲットに近い目線で情報を発信している。

以上４点の規定に基づいて執筆、配信された記事は、ブログ運営会社JUGEMにより自動的にパソコン版（図２）、スマートフォン版（図３）の２種類の書式で公開される仕組みになっている。

Ⅱ．方法

１．ブログのアクセス解析

平成27年１月から平成27年５月までの５か月間について、WEBページが閲覧された回数を表すページビュー（以下、PV）、同一の訪問者による一連のページ閲覧を１つとして数える訪問数（以下、visit）、検索キーワード、記事テーマ別PVについて、ブログ運営会社から自動更新で提供されるアクセスログを解析し分析を行った。アクセスログは、運営会社JUGEMが毎

メジスイーツ blog
目白大学短期大学部　製菓学科のブログ
10/22(土)23(日)は桐和祭でした★
2016.10.26 Wednesday 19:34
こんばんは。
目白大学短期大学部　製菓学科です。
1か月以上かけて準備してきた桐和祭。
当日は1年生、2年生どちらも大忙し
たくさんのお客様でにぎわいました
1年生は接客に緊張している学生もいましたが
お客様の笑顔を見て楽しい２日間になったようです
calendar
S M T W T F S
1 2 3 4 5
6 7 8 9 10 11 12
13 14 15 16 17 18 19
20 21 22 23 24 25 26
27 28 29 30
<< November 2016 >>
selected entries
10/22(土)23(日)は桐和祭でした★ (10/26)
categories
お知らせ (22)
イベント (49)
学校行事 (12)
学生生活 (17)
雑記 (9)
産学連携 (13)
施設紹介 (1)
製菓ゼミ (15)
製菓以外の授業 (12)
製菓製パン実習 (99)
archives
November 2016 (5)
October 2016 (7)
September 2016 (9)
August 2016 (8)
July 2016 (8)
June 2016 (9)
May 2016 (7)
April 2016 (10)
March 2016 (8)

図２

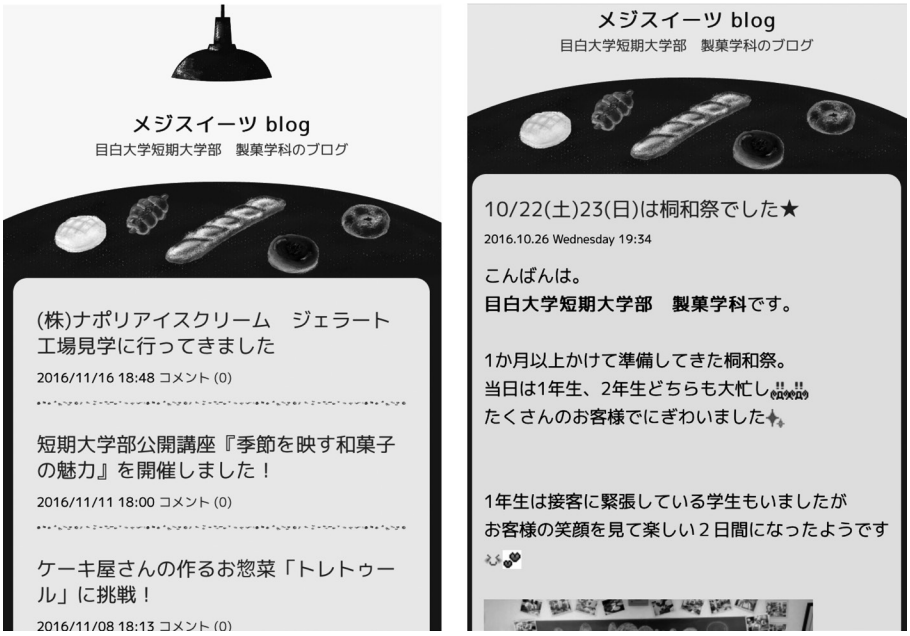

メジスイーツ blog
目白大学短期大学部　製菓学科のブログ
(株)ナポリアイスクリーム　ジェラート工場見学に行ってきました
2016/11/16 18:48 コメント (0)
短期大学部公開講座『季節を映す和菓子の魅力』を開催しました！
2016/11/11 18:00 コメント (0)
ケーキ屋さんの作るお惣菜「トレトゥール」に挑戦！
2016/11/08 18:13 コメント (0)
メジスイーツ blog
目白大学短期大学部　製菓学科のブログ
10/22(土)23(日)は桐和祭でした★
2016.10.26 Wednesday 19:34
こんばんは。
目白大学短期大学部　製菓学科です。
1か月以上かけて準備してきた桐和祭。
当日は1年生、2年生どちらも大忙し
たくさんのお客様でにぎわいました
1年生は接客に緊張している学生もいましたが
お客様の笑顔を見て楽しい２日間になったようです

図３

時１時間前の集計を行い、「日付・時間帯別のPV・visit数」「使用端末別PV・visit数」「リンク元URL」「検索文字列の分析」「記事別PV数」について当月を含む過去３か月間のログを管理者が確認できるシステムで、過去３か月を超えた分については運営会社によって削除され遡っての閲覧はできない。

２．在学生対象アンケート調査

ブログ開設５か月後の入学者である平成27年度新入生（以下、９期生）76名に対して、入学前平成27年３月27日と入学後約１か月が経過した平成27年５月15日にアンケート調査を行い、75名から回答を得た。このアンケートは、ブログの認知度と知ったきっかけ、ブログによってもたらされた製菓学科のイメージ、入学前のイメージと実際の学生生活との相違点について調査することを目的としている。さらに、２年に進級した同９期生70名について平成28年10月28日に追跡調査を実施し、在学期間とブログ閲覧頻度の関係性について検討した。また、オープンキャンパス時から積極的にブログの告知を行った平成28年度新入生（以下、10期生）69名に対しても、平成28年７月20日に同様のアンケート調査を実施し、前年度との比較をもとに成果と改善点について検討した。

Ⅲ．結果

１．ブログのアクセス解析

（１）ブログ閲覧数の推移

平成27年１月から平成27年５月までの５か月間について、ブログ運営会社から提供されたアクセスログの解析を行った結果、『メジスイーツblog』は毎月のべ1,000人前後のvisit、3,000前後のPV規模のブログであることがわかった。

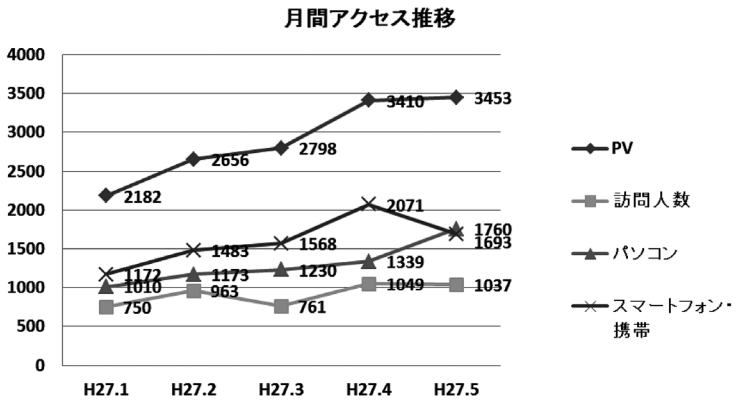


図４

月間PV数、visit数はともに毎月微増傾向にあり、アクセスにおける使用機器はPCが平均44.9％、スマートフォン・携帯電話が平均55.1％と、携帯端末の割合が２割ほど上回った（図４）。検索キーワードでは、図５のとおり「目白」「短大（大学）」「製菓（製パン、スイーツも含む）」のうち２つ以上を含む検索が14.4％、ブログ名「メジスイーツ（もしくはmejisweets）」を含む検索が28.0％あり、またリンク元URLの解析結果では、本学の大学・短大HPからのアクセ

ス数が全体の約10％を占めた。

また、ブログ開設当初から平成27年５月末日までに掲載された記事は79件で、記事テーマ別に分類してその割合を比較すると、最も多いのが「製菓実習」53.2％、「学校行事や学科主催イベント」17.7％、「産学連携」7.6％、続いて「在学生の学生生活」6.3％であった。これは、方法２における９期生アンケートの「興味のある記事内容」の結果とほぼ一致している。また、記事テーマ別のPV数を比較すると、上位３位は「製菓実習」51.1％、「学校行事や学科主催イベント」17.3％、「産学連携」10.1％、「在学生の学生生活」7.8％であり、こちらも上位３位が方法２における９期生アンケートの「興味のある記事内容」結果と一致した（表３）。

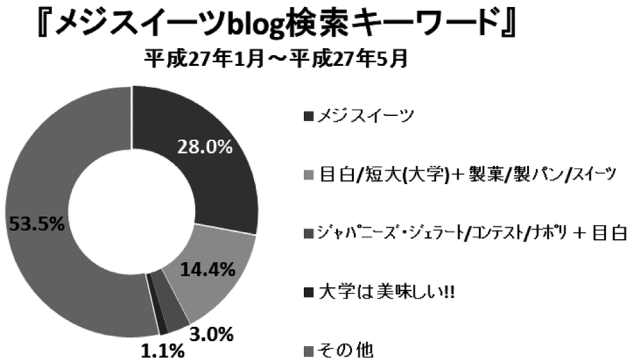


図５

表３

『メジスイーツBlog』テーマ別記事数

記事テーマ	記事数	比率
製菓実習	42	53.2%
学校行事・イベント	14	17.7%
産学連携	6	7.6%
学生生活	5	6.3%
お知らせ	4	5.1%
製菓実習以外の授業	3	3.8%
その他（雑記等）	5	6.3%
合計	79	100.0%

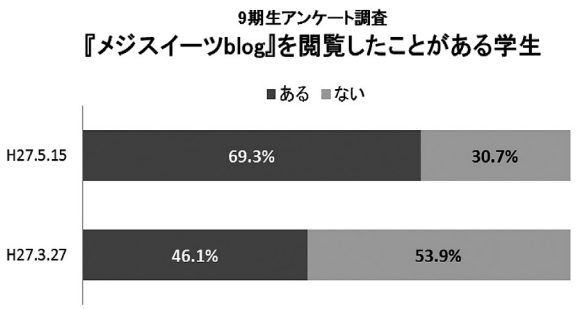
『メジスイーツBlog』テーマ別PV数

記事テーマ	PV数	比率
製菓実習	3200	51.1%
学校行事・イベント	1082	17.3%
産学連携	635	10.1%
学生生活	486	7.8%
お知らせ	272	4.3%
製菓実習以外の授業	242	3.9%
その他（雑記等）	342	5.5%
合計	6259	100.0%

２．在学生対象アンケート調査

（１）平成27年度新入生（９期生）アンケート調査

９期生に対する平成27年３月27日実施の入学前アンケートでは、ブログを閲覧したことのある学生は全体の46.1％、『メジスイーツblog』を知っている学生は全体の61.8％であった。ブログを閲覧したことのある学生の割合は全体の半数に届かなかったが、『メジスイーツblog』を知っている学生に限ってみると閲覧者の割合は74.4％と高く、５月15日実施の追跡調査では、ブログを閲覧したことのある学生が全体の69.3％と大きく増加した。また、ブログ閲覧頻度については約４割の学生が１か月に１回以上閲覧しているが、１週間に１回以上閲覧する学生は5.8％にとどまった（図６）。



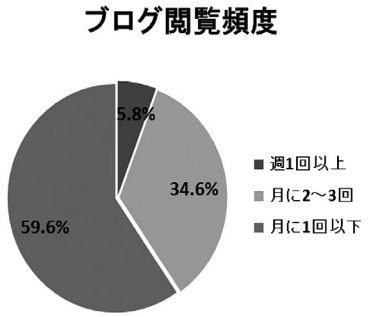


図６

興味度の高い記事テーマは図７のとおり入学時と入学１か月後に共通して「製菓実習の授業内容」「産学連携」「学校行事」で、方法１における記事テーマ別アクセスの分析結果とも一致している。また、５月15日調査時に実施したテーマ別掲載内容についての５点満点評価では、最も興味度の高かった「製菓実習」「産学連携（企業コラボ）」「学校行事（イベント等）」において、「学科に対する理解が深まった」4.1以上、「実際の学校生活とブログイメージは一致している」4.0以上、「ブログ内容は充実している」4.2以上といずれも高い評価を得、方法１におけるテーマ別の記事掲載数の結果とも一致した。比較的低評価だった記事テーマは「実習以外の授業」「在学生の学生生活」「学科の教員」で、特に「在学生の学生生活」については、「学科に対する理解が深まった」「実際の学校生活とブログイメージは一致している」「ブログ内容は充実している」の３点すべてにおいて評価が4.0に届かなかった（表４）。

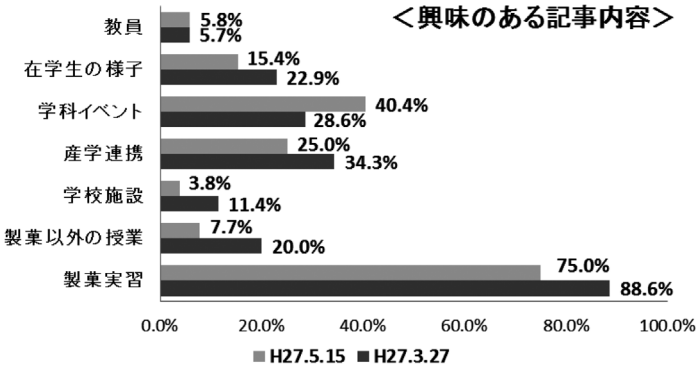


図７

表４　ブログ記事に対する評価

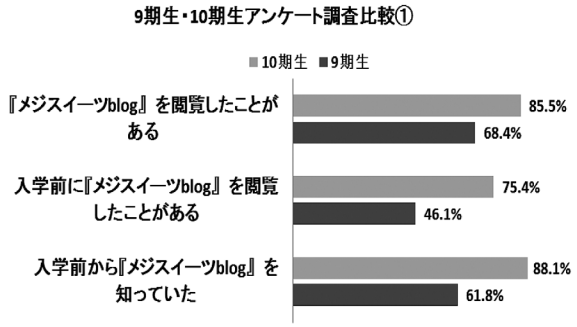
（9期生、H27.5.15）

	製菓実習	製菓実習以外の授業	学校施設	学校行事イベント	産学連携企業コラボ	在学生学生生活	製菓学科教員
学科に対する理解が深まった	4.439	3.707	3.976	4.195	4.220	3.683	3.805
ブログのイメージと実際の授業や学生生活は一致している	4.488	4.146	4.220	4.098	4.146	3.878	4.000
ブログ内容は充実している	4.439	3.951	4.024	4.317	4.244	3.902	4.098

（２）平成28年度新入生（10期生）アンケート調査

高校３年進級時に既に『メジスイーツblog』が開設されており、オープンキャンパスや体験実習において積極的にブログ告知を行った最初の学年にあたる10期生についても、平成28年７月20日に同様のアンケート調査を実施した。

ブログを閲覧したことがあると回答した学生は全体の85.5％で、前年の９期生と比較して17.1％高く、入学前から『メジスイーツblog』を知っていた学生は前年比＋26.3％の88.1％、入学前に『メジスイーツblog』を閲覧したことのある学生は前年比＋29.3％の75.4％といずれも高い数値を示し、オープンキャンパスや体験実習において実施した積極的なブログ告知の効果がうかがえる。また、ブログ閲覧頻度についても、１か月に１回以下と閲覧頻度の低い学生は前年比で8.8％減少、一方で１週間に１回以上閲覧する学生が＋11.1％の16.9％と増加傾向にあり、前年度に比べて読者を獲得できていることがわかった（図８）。



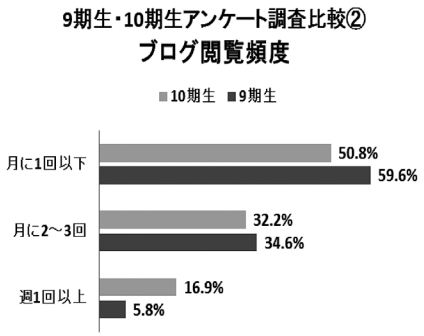


図８

また、高校時代に進路を考えた際、進学先の大学・短大・専門学校の情報を調べた方法（複数回答可）は表５のとおりで、学生の９割以上が進路検討にインターネット検索を利用しており、その検索機器としてパソコンを利用した学生が55.6％、スマートフォンを利用した学生が

表５

進路検討時の情報収集方法	回答数	割合
インターネット検索を利用した	63	91.3%
高校の進路指導資料を利用	15	21.7%
興味のある学校の入学案内を郵送で取り寄せた	31	44.9%
その他	5	7.2%

（回答者69名、複数回答可）

インターネット検索機器	回答数	割合
パソコン	35	55.6%
スマートフォン	43	68.3%

（回答者インターネット検索者63名、複数回答可）

68.3％と、スマートフォンの利用がパソコンを10％以上上回った。高校の進路指導資料を利用したり興味のある学校の入学案内を郵送で取り寄せた学生も半数以上いたが、そのうちインターネット検索を全く利用しなかった学生は16.2％にとどまり、進路検討の情報収集方法が圧倒的にインターネット検索に依存している結果となった。その検索内容は「製菓実習の授業内容」84.0％、「学生の雰囲気や学校生活」「オープンキャンパス等イベント日程」63.7％で、９期生のアンケートで興味度の高いブログ記事として挙げられた「企業コラボ」「学校行事」は40％未満であったことから、入学決定後に高い興味度を示す情報と入学検討者が必要としている情報には相違する点があることがわかる。

記事内容に対する５点満点の評価では、最も検索率の高かった「製菓実習」「在学生の雰囲気や学校生活」「オープンキャンパス等イベント日程」３点のうち、「製菓実習」については「学科に対する理解が深まった」「ブログ内容は充実している」「実際の学校生活とブログイメージは一致している」のすべてにおいて4.3以上と高い評価を得た一方で、「在学生の雰囲気や学校生活」については「ブログ内容は充実している」「実際の学校生活とブログイメージは一致している」において3.7～3.8にとどまった。９期生に評価の高かった「製菓実習」「企業コラボ情報」「学校行事」についての評価は概ね一致しており、比較的低評価の記事テーマも９期生同様「実習以外の授業」「学科の教員」「学校の施設」であったが、昨年すべての評価が4.0に達しなかったため課題となっていた「在学生の学生生活」は、「学科に対する理解が深まった」において4.0を超え、「実際の学校生活とブログイメージは一致している」についても上昇傾向が見られた。また、「学科に対する理解が深まった」の評価は全体的に上昇傾向にあるが、すべての項目について「ブログ内容は充実している」の評価が前年を下回る結果となった（表６）。

表６　ブログ記事に対する評価

（10期生、H28.7.20）

	製菓実習	製菓実習以外の授業	学校施設	学校行事イベント	産学連携企業コラボ	在学生学生生活	製菓学科教員
学科に対する理解が深まった	4.695	4.712	3.373	4.339	4.339	4.102	3.593
９期生比較	↑0.256	↑1.005	↓0.603	↑0.144	↑0.119	↑0.419	↓0.212
ブログのイメージと実際の授業や学生生活は一致している	4.492	3.559	3.356	4.186	4.136	3.898	3.542
９期生比較	↑0.004	↓0.587	↓0.864	↑0.089	↓0.011	↑0.020	↓0.458
ブログ内容は充実している	4.322	3.695	3.746	3.966	4.136	3.780	3.763
９期生比較	↓0.117	↓0.256	↓0.279	↓0.351	↓0.108	↓0.123	↓0.335

（３）平成27年度新入生への２年次追跡調査

２年に進級した９期生70名について平成28年10月28日に実施した追跡調査では65名から回答を得た。ブログを閲覧したことがある学生は69.2％と変化は見られず、うち40.0％が１年

次より閲覧頻度が減少したと回答する一方、閲覧頻度が増加した学生も15.6％いた。閲覧頻度が減少した理由は、「知りたい・見たい情報がない」学生は22.2％にとどまり、８割近くの学生に確たる理由は見受けられなかった（図９）。また、卒業後もブログを閲覧すると回答した学生は全体の１割に満たなかったが、「現在ブログを閲覧したことがないが卒業後は閲覧する」学生が２名おり、見たい記事内容として「授業風景」「教員や助手の近況」「学科イベント情報」などが挙げられた。

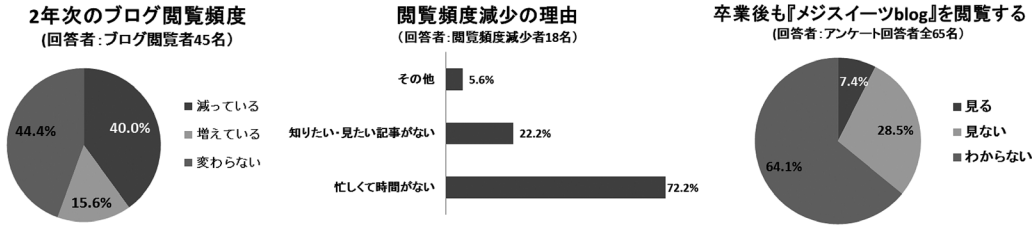


図９

Ⅳ．考察と課題

１．考察

ブログ運営会社から提供されたアクセスログの解析を行った結果、『メジスイーツblog』は毎月のべ1,000人前後のvisit、3,000前後のPVを維持していることから、一定数の読者を確保できていると言えよう。そして、検索キーワードに「目白」「短大（大学）」「製菓」のうち２つ以上を含む検索が14.4％、ブログ名「メジスイーツ（mejisweets）」を含む検索が27.9％あったほか、本学の大学・短大HPからのリンクによるアクセス数が全体の約10％を占めていることから、本学科に対する興味をきっかけとしてブログにアクセスする閲覧者が多いことが明らかになった。また、９期生と10期生に対するアンケート調査の結果比較から、高校時代の進路検討の際、進学先の大学・短大・専門学校の情報を調べる方法としてはインターネット検索（特にスマートフォンによる検索）が主流で、高校の進路指導資料や興味のある学校の入学案内を取り寄せた場合もかなりの割合でインターネット検索が並行して利用されており、進路検討の情報収集方法が圧倒的にインターネット検索に依存していることが裏付けられた。その中で、オープンキャンパスや体験実習において実施した積極的なブログ告知の効果と継続的な記事配信により、26年度に比べて27年度は入学検討者からのブログ認知度が非常に高く閲覧頻度もアップしており、読者数は増加傾向にあると言えるだろう。以上のことから、『メジスイーツblog』が入学検討者に対する本学科の情報発信ツールとして一翼を担っていることは明らかであり、学科ブログ開設の目的である中学高校生を主ターゲットとした製菓専門学校との差別化、また学科の取り組みとその特徴を周知することにおいて、一定の成果が得られていると考えられる。

また、ブログ開設当初から平成27年５月末日までに掲載された記事のテーマ別掲載数、記

事テーマ別のPV数の上位５位は９期生アンケートの「興味のある記事内容」の結果と一致しており、10期生アンケートの「進路検討時に検索した内容」ともほぼ一致している。このことから、『メジスイーツblog』の掲載内容は、主ターゲットとなる入学検討者および在学生が必要としている情報について重点的に情報発信を行っており、閲覧者のニーズに適っていると言えよう。そしてそれが前述の閲覧頻度のアップや定期的な読者獲得にもつながっていると考えられる。また、「学科に対する理解が深まった」「実際の学校生活とブログイメージは一致している」「ブログ内容は充実している」の３点において平均して９期生の評価が比較的低かった記事テーマ「実習以外の授業」「学校施設」「学科の教員」に対する10期生の評価は上昇しておらず、情報発信不足を解消するには至っていないが、９期生アンケートで３点すべてにおいて評価が4.0に届かなかった「在学生の学生生活」については上昇傾向が見られたことから、記事配信数を増やした成果が現れていると考えられる。一方で、「学科に対する理解が深まった」の評価は全体的に上昇傾向にあるにも関わらず、すべての項目について「ブログ内容は充実している」の評価が前年を下回る結果となった原因としては、更新頻度の減少、閲覧者増加によるニーズの拡大などが考えられるが、現在のところ裏付けはとれていない。

さらに、在学２年目の９期生に対する追跡調査の結果、２割以上の読者の閲覧頻度が１年次に比べて減少したこと、卒業後もブログを閲覧すると回答した学生は全体の１割に満たなかったことから、読者の長期的な確保が難しいことが明らかになった。一方で、閲覧頻度が増加した学生が15％以上、「現在ブログを閲覧したことがないが卒業後は閲覧する」と回答した学生も数名もおり、卒業後にブログで見たい記事内容として「授業風景」「教員や助手の近況」「学科イベント情報」などが挙げられたことから、ブログで配信している桐和祭や企業コラボの日程、実習授業や教員の近況などが卒業生同士で連絡を取り合ったり来校したりするきっかけとなりえることが裏付けられた。

２．課題

掲載記事の充実度として、「製菓実習授業」「企業コラボ」「学校行事」については高い評価が得られている一方で、「製菓実習以外の授業」「学内の敷地や設備」「在学生の学生生活」などは情報供給量が少なく、充実度が低いという評価につながった。記事執筆にあたっては、話題性や写真の華やかさがあり、主執筆者である学科助手が取材しやすい授業、つまりは製菓実習授業にどうしても偏りがちになるが、ブログの主ターゲットである入学検討者にとっては「製菓実習以外の授業」「学内の敷地や設備」「在学生の学生生活」なども同様に重要な検討事項であり、情報公開を望まれていることは明らかである。今後は、講義科目の授業の様子やキャンパス風景、在学生のサークル活動など、特に専門学校との差別化に効果の高い記事配信を増やしていく必要があると考えられる。

また、ブログのPVやvisitの増加のためには知名度アップのため露出の拡大と宣伝が必要不可欠である。主ターゲットである入学検討者に効果の高い宣伝効果として、在学生やその保護

者による口コミが考えられるため、在学生のブログに対する関心を深めることで口コミの宣伝効果を得ることを目的として、学生による記事執筆を検討した。しかし、短期大学部は在学期間が短く学生を育成しても長期的に関わることが出来ないため、大学のゼミのように学生主導で運営することは難しく断念せざるを得なかった。現在、在学生とブログ配信の関わりとしては、授業写真の撮影を手伝ったり、サークル活動の紹介等で記事のネタとして写真やコメントで協力することなどが挙げられるが、直接ブログ配信に関わっているという意識は薄いため、ブログに対する思い入れを強める効果があるとは考えにくい。また、学生のブログ閲覧頻度は在学期間が長くなるにつれて減少傾向にあり、卒業後もブログを閲覧すると回答した学生は全体の１割に満たなかったことからも、在学生の閲覧者を長期的に確保し口コミの宣伝効果を狙うことは現状では難しいと言える。

Ⅴ．おわりに

課題として挙げたブログのPVやvisitの増加のための方策としてブログ読者層の拡大も検討したが、読者層を拡大すれば必然的にターゲットは分散してしまうため、『メジスイーツblog』は入学者のブログ認知度と閲覧者の増加を意識し、ブログイメージと実際の学校生活との齟齬を無くしていくことを目標として配信を続けてきた。開設から約2年が経過した現在、学科ブログ開設の目的である中学高校生を主ターゲットとした製菓専門学校との差別化、また学科の取り組みとその特徴を周知すること、加えて卒業生との繋がりを維持強化していく手段としても一定の効果が得られており、今後も継続して取り組んでいく必要があると考えている。

【参考文献】

1）高橋延昌「東北地区における国公立系大学及び短大のWebサイトに関する実態調査―2005年版―」会津大学短期大学部研究年報第63号、pp.1-12（2006）

2）長谷川旭他「名古屋文理大学におけるWebサイトの役割～オープンキャンパスアンケートとアクセス数に関する一考察～」名古屋文理大学紀要第8号、2008

3）長谷川旭他「名古屋文理大学におけるWebサイト閲覧者の動向―入学以前のWebサイト訪問状況と利用目的について―」名古屋文理大学紀要第10号、2010

4）「リクナビ進学」
http://shingakunet.com/rnet/campaign/shiryou/index.html?vos= evzpadw3023x0026385

5）「Knowledge Station　ナレッジステーション」
http://www.gakkou.net/sen/src/?srcmode= gkm&gkm=401003

6）上原佳彦「Webライティング成功の法則60」翔泳社、2007

7）総務省情報通信政策研究所「平成26年情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」、2015

8）菅家伸「ゼロから学べる ブログ運営×集客×マネタイズ」ソーテック社、2016

9）内藤旭惠他「大学の広報戦略への魅力的な映像の活用法―2012年～ 2013年の静岡産業大学情報学部での取り組みを中心として―」静岡産業大学情報学部研究紀要16、pp.273-313（2014）