



## 第23回 FCCサロン

# 誰にでもできる情報発信を学ぼう

- 今こそ必要なWEBによる土木分野の情報発信 -

日時：平成20年7月18日(金) 18:30~20:10

会場：アプローズタワー 13階 会議室14

参加費：13名(講演者を含む)

講演者：NPO法人 コミュニティリンク 代表理事 細谷 崇

コーディネータ：兵庫県阪神南県民局西宮土木事務所 本田 豊 (FCC副代表幹事)

私たちの情報入手・情報発信の手段として、今まで主力だったマスメディア媒体(新聞・雑誌・ラジオ・テレビ)のシェアが減少している一方で、インターネット市場はダントツで成長しています。広告費の数字を見ればわかるように、ネット市場は今後も益々成長していくでしょう。

新聞	9,986億円	3.8%減
雑誌	3,887億円	1.5%減
ラジオ	1,744億円	1.9%減
テレビ	2兆 161億円	1.2%減
インターネット	3,630億円	29.3%増

(株)電通「2006年広告費調査」より

しかし...、情報発信でインターネット(WEB)を使えば有効だということはわかっているけど、いざWEBで情報発信といわれても、自分ではとても無理...という人が多いのではないのでしょうか。

WEBを使った情報発信って、いったいどうしたらいいの？自分には難しいのでは...

第23回FCCサロンでは、WEBによる情報発信の種類(ホームページ・ブログ・SNS など)と、それぞれの違い、情報発信の方法などを理解していただき、ご自分にあった情報発信を効果的に実践していただくための参考にしていただければと思います。

今回は、WEBによる情報発信を数多く手がけるNPOとしてご活躍のパソコン活用隊・細谷崇理事長を講師にお迎えして、WEBによる情報発信の基礎から応用まで具体的なお話をいただき、皆さんからの質疑応答も交えながら、楽しく学んでいただきたいと思います。

細谷理事長は、私たちFCCのホームページやFCCブログも作成していただいています。

WEBによる情報発信をしてみたいと思っている方をはじめ、少しでも興味をお持ちの方なら、どなたでもご参加いただけます。全く経験がなくても大丈夫ですので、どうぞ奮ってご参加下さい。

### 講師のご経歴

細谷 崇(ほそや・たかし)

1979年生まれ。2003年近畿大学商経学部経営学科卒業、2004年東京コンピュータサービス入社、クレジットカードシステム開発に携わる。2006年8月末に退社し、2007年1月パソコン活用隊を発足。同年10月にひょうごボランティアプラザチャレンジ事業助成金採択される。

2008年5月現在、NPO法人コミュニティリンク申請中(9月認証予定)。

## 0 . プログラム

第 23 回 F C C サロンでは、下記のような流れでお話をいただきました。

- ( 1 ) 情報発信の種類とその違い
- ( 2 ) 情報発信の主流 Movable Type と具体的事例
- ( 3 ) 情報発信にも PDCA サイクル
- ( 4 ) 情報発信に便利なツール

### 1 . 情報発信の種類とその違い

現在、インターネット上では主に

ホームページを使った情報発信

ブログを使った情報発信

S N S を使った情報発信

が行われている。このほか、最近ではポッドキャストやネットラジオといったツールもある。

これらの情報発信には、それぞれ違いがあり、メリット・デメリットがある。

ホームページは、企業の顔として正式な情報発信媒体として使われている。利点はデザインやレイアウトで自由度があること、欠点は専門知識が必要で専用ソフトも必要。最初はプロに外注することが多い。

ブログは、団体の活動・情報の発信の場として使われている。時事問題や専門的な話題も発信されている。ホームページに比べて、個人の情報発信のイメージが強い。欠点はデザインやデザインが決まってしまうので自由度はないが、利点は専門知識が必要ないために利用度が爆発的に増えた。また、初期構築費もかからないし、更新作業が簡単なため外注する必要がない。

S N S は会員向けの情報発信の場であるが、今や Mixi など会員数が多くなりすぎてしまった。紹介制、会員制のために、全く知らない人との情報共有は発生しない。

そのほか、ポッドキャストやネットラジオ等のインターネット経由の配信システムツールが存在する。

### 2 . 情報発信の主流 Movable Type と具体的事例

現在の情報発信の主流は、ホームページ + ブログによる組合せ。ホームページで公式な発表、会社概要、事業内容、地図などが発信され、ブログで日々の活動内容、現場の状況、人の顔が見える情報発信が行われている。ブログの活用によって、社長と社員の距離、社員と学生の距離が近くなる。

近年は、デザインやレイアウトの自由度が高いホームページと更新が簡単なブログの利点をそれぞれうまく組み合わせた「Movable Type」というツールが出てきた。スピード、作業効率、コミュニケーションなどを重視する企業が「Movable Type」を活用して情報発信するようになってきている。ベネトン・ジャパンはスピードを重視する企業の事例で、「Movable Type」を導入後はショッピングサイトの更新が劇的に速くなった。劇団四季は作業効率を重視する企業の事例で、「Movable Type」を導入後は複数のページの更新がブログ感覚で一度に行えるようになった。ソニー損保はコミュニケーションを重視する企業の事例で、「Movable Type」を導入後は最新のお客様の声がより速く社内に届くようになり、双方向のコミュニケーションツールとして役立っている。

「Movable Type」はインターネットさえあれば、自宅でも簡単に作業することができる。

特に中小企業では、ホームページの立ち上げの予算は確保されても、更新の費用が確保されていないことが多く、そういった場合に「Movable Type」は非常に有効となる。

### 3．情報発信にもP D C Aサイクル

情報発信にもP D C Aサイクルは必須であり、例えばアクセス数の目標をたてることも大切となる。

ホームページは作ったら終わりというのではなく、育てていくことが大切。アクセス解析によって評価を行い、問題点があれば改善していく流れが大切。

### 4．情報発信に便利なツール

例えば、「Yahoo! JAPAN 関連検索ワードサーチ」は検索されるキーワードがわかるサイトであるが、今何が多く知ろうとされているのかが探れる。検索エンジンの最適化を図るためのSEO対策にも力を入れることが大切。

ホームページは、検索したときに1ページ目に挙がってくることが大切で、2ページ目以降はなかなか見てもらえないことが多い。また、情報の多さがアクセス数につながってくる。アクセス数の多いサイトは、外部からリンクが張られていることが多い。

ブログでは、トラックバック機能を使うと、アクセス数が増えていく。

## 会場の様子



# 「WEBで土木情報発信」学ぶ 土木学会関西・FCCサロン

土木学会関西支部(小河保之支部長)の第23回FCCサロン「誰にでもできる情報発信を学ぼう」今こそ必要なWEBによる土木分野の情報発信」が18日、大阪市内で開催された。

NPO法人コミュニテイ



細谷氏

細谷氏を解説。公式な発表、会社概要などを盛り込んだHPに、日々の活動内容や現場の状況などを取り入れ、プログラを組み合わせた情報の発信が、現在の主流に

類としてHP(ホームページ)、プログラ、SNSの利用事例や利点と欠点、それぞれの特

なっている一などと説明した。特に、デザイン・レイアウトの自由度が高い利点を持つHPと、更新が簡単なプログラを組み合わせた「Movable Type」の情報発信を行っている劇団四季、ベネトンジャパン、ソニー損保の事例を挙げ、双方向のコミュニケーションツールとして利用している実態や作業の効率性を指摘した。

また「情報発信にもPDCAサイクルが必須だ」とした上で、内部の更新体制やプロセスの自動化のほかに、サーバーにかかりやすくするSEO対策について述べ、あくまで「育てていく情報発信」について強調。HPで情報発信するための便利なツールとしてYahoo! JAPAN関連検索ワードサーチなど2点を紹介した。