

# 高齢者が情報発信しやすいWebインターフェイスの構築

廣田 有里

メディアコミュニケーション学部

神山 祥子

江戸川大学 2013 年度卒業生  
(メディアコミュニケーション学部)

## 要 旨

本研究では、地域SNSを新たに作成するのではなく、情報共有ツールとして既存のソーシャルメディアを利用し、つながりを作る基盤とすることを考えた。対象とする「NPO流山ゴーヤカーテン普及促進協議会」は、流山市の美田自治区の活動より生まれた。美田自治区は、活発な地域活動により数々の賞を受賞し、地域のコミュニティの見本となっている地域である。

流山市民活動推進センターに依頼して更新を行っていたホームページを、協議会独自の高齢者でも更新しやすいホームページに刷新した方法と過程を報告する。ソーシャルメディアの導入により、Facebookの管理者になった「NPO流山ゴーヤカーテン普及促進協議会」のメンバーは、少なくとも週1回の情報発信を行うようになり、新たなつながりを構築することができた。

**キーワード：**地域SNS, 地域コミュニティ, 地域プラットフォーム, 情報共有ツール

## 1. はじめに

日本では少子高齢化が進み、平成25年10月1日調べ(平成26年度版高齢社会白書)では、65歳以上の高齢者人口の総人口に占める割合(高齢化率)は25.1%と過去最高を記録している。高齢者人口増加の中、高齢者の社会活動への参加も活発で、自主的なグループ活動への参加は、10年前に比べて6.2%の増加がみられる。その一方で、少子高齢化に伴い、高齢者層と若者層の日常的な交流機会が減り、地域コミュニティが弱体化していく傾向もみられている。

また、デジタルメディア普及の影響で、自治体からの防災情報でさえもスマートフォンに送られるようになってきている。便利な反面、そうしたツールを利用する人とならない人の間の情報格差を埋めることは、社会的急務といえる。

総務省が「ICT地域活性化の総合的な支援体制の整備(地方再生への構造改革に向けて)」として、ICTによる地域活性化に取り組む地域に対して支援体制の整備を始めた平成19年から、様々な地域で活性化ツールとしてのSNSの取り組みや整備がなされた(森藤 義雄・堀 幸雄・今井 慈郎 2009)。情報環境が変化し、情報共有ツールが数多く存在する現在、個別の地域SNSでの取り組みは利用者にとっては敷居が高く、成功点を踏まえたうえで再考されるべきである。

そこで本研究では、地域SNSを新たに作成するのではなく、情報共有ツールとして既存のソーシャルメディアを利用し、つながりを作る基盤とすることを考えた。

本研究で対象とする「NPO流山ゴーヤカーテン普及促進協議会」は、流山市の美田自治区の活動より生まれた。美田自治区は、活発な地域活動により数々の賞を受賞し、地域のコミュニティの見本となっている。中でもゴーヤによるグリーンカーテンでエアコンの使用を抑える運動は、温暖化防止に貢献したとして流山市の「グリーンカーテン写真コンテスト」で金賞を受賞し、千葉県「CO2CO2(コソコソ)ダイエット選考会」で最優秀賞となり、「ストップ温暖化『一村一品』大作戦全国大会」で優秀賞を受賞している。

美田自治区のグリーンカーテン運動から、さらに流山市全体にグリーンカーテンを普及させる運動を行う「NPO流山ゴーヤカーテン普及促進協議会」が生まれ、美田自治区のメンバーを中心に活動を行っている。

活動が盛んな美田自治区も、平成26年度4月1日調べでは、高齢化率が40.9%と非常に高い(流山市ホームページより算出)。地域で活躍している世代は、70代が中心となっており、次世代のコミュニティの担い手が育っていないという懸念がある(廣田有里 2014)。

本研究では流山市民活動推進センターに依頼して更新を行っていたホームページを、協議会独自の高齢者でも更新しやすいホームページに刷新した方法と過程を報告する。ソーシャルメディアでのつながりを作る基盤として、Twitter及びFacebookのアカウントを作成し、ホームページへの埋め込みを行った。Facebookの更新を担当する広報メンバーに対して、Facebook講習会を行った。Facebookでの情報発信を始めたことにより、今までとは別の繋がりができた喜びの報告を広報メンバーから受けている。

## 2. ホームページ刷新

筆者は2年前から「NPO流山ゴーヤカーテン普及促進協議会」に運営委員として参加し、協議会のIT化に取り組んでいる。流山市民活動推進センターに依頼して更新を行っていたホームページを、協議会独自の使いやすい、見やすいホームページにしたいと協議会会長より依頼され、ホームページの刷新を行うことになった。ホームページ刷新の手順は、以下の通りである。

1. ホームページへの要望の確認
  2. 他NPOホームページの調査
  3. 既存ページのコンテンツの整理
  4. 新ページのコンテンツの決定
  5. デザインの決定
  6. SNSサイトのアカウント作成と埋め込み
  7. リリース
  8. 運用
- 手順に従って説明していく。

### 2-1 ホームページへの要望の確認

NPO流山ゴーヤカーテン普及促進協議会のホームページは、流山市民活動推進センターに依頼して作成していた。流山市民活動推進センターとは、流山市の公益市民団体が会議を行い、情報収集や発信、交流等に利用する施設である。ホームページを独自で作成するスキルのない団体に対して、10,000円/1年で、全団体が共通のフォーマットのホームページの提供と更新を行っている。

当協議会も共通のフォーマットのホームページを利用しており、**図1**に示すように画面レイアウトは2分割T字型で、上から下に見ていくような配置になってい

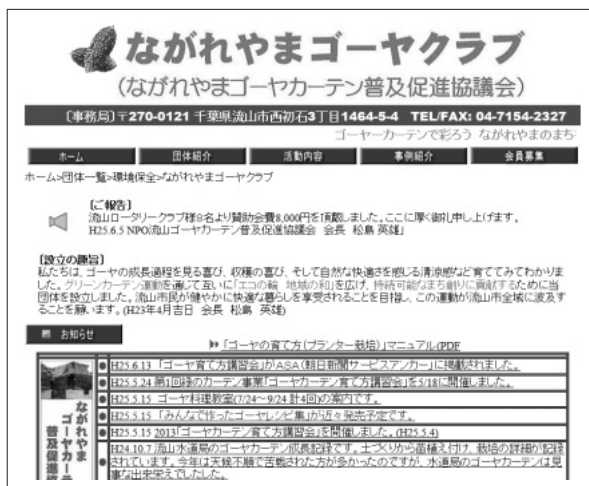


図1 流山市民活動推進センター提供のページ

る。配色は緑で統一されている。全体的に文字が多く、「お知らせ」一覧のテーブル内もマージンが少なく、ぎっしり文字が詰まっているように見える。また、ハイパーリンクのリンク色を指定していないためデフォルトの青のまま、緑との調和が取れていない。リンクが切れているハイパーリンクもある。

更新依頼を行うと、**図1**下部の「お知らせ」コーナーにリンクが作成され、送付したWordファイルやPdfファイルがそのままダウンロード、表示される仕組みになっている。HTMLで作成された画面に遷移するのではないので使い勝手が悪く、「お知らせ」の一覧しか更新されないのが、更新性に乏しい。また、他の市民団体も同じフォーマットを使用しているため、独自性も出しにくい。

そこで、協議会の運営委員会で、流山市民活動推進センターに委託しているホームページを取りやめ、独自ホームページを持つことを提案し、新ホームページに対する要望を運営委員会に参加している全員に紙に書いて提出してもらった。

**表1**に要望を内容ごとに集約した結果を示す。

「更新頻度の向上を重視」が最も多く、市民活動推進センターの提供するホームページの更新性の低さが問題になっている。また、「サイトリニューアルを希望」とは、サイトのデザインを現代風のユーザビリティの高い見やすいページにして欲しいとのことで、例として流山市の美田自治会のリニューアルしたばかりのホームページを参考にして欲しいとの要望が上

表1 新ホームページへの要望

要望の内容	件数
アクセス件数が気になる	4
コミュニケーションツールを取り付けたい	3
維持費用削減	2
サイトリニューアルを希望	4
更新頻度の向上を重視	5



図2 美田自治会ホームページ

がった。美田自治会のホームページを図2に示す。

「コミュニケーションツールを取り付けたい」という意見が上がったことは協議会がユーザーとコミュニケーションをとりたいという気持ちを示しており、協議会のホームページにより市民との交流を進めようという、ホームページへの期待の高さがうかがえる。

要望を受け、サイトのコンテンツとデザインに反映することとした。

## 2-2 他NPOホームページの調査

### 2-2-1 エコキャップ推進協会

「NPO法人エコキャップ推進協会 (ECOCAP)」は、ペットボトルのキャップが大切なリサイクル資源であるという認識を広めるための団体である。

ウェブサイトのレイアウトは逆L字型を採用し、緑、青、白を中心とした配色で、「地球」や「エコロジー」をイメージさせるようなシンプルなトップページとなっている(図3)。活動内容が多く、細かく分類されているため、ローカルメニューが長い。

英語バージョンのページも用意されていて、グローバルな活動を行っていることがうかがえる。

### 2-2-2 育て上げネット

「NPO法人育て上げネット」は、ひきこもり、ニートの支援や相談を行っている団体である。対象の悩める若者たちを「大人になりきれない、若い大人達」として理解し経験の穴を埋めていける場づくりと支援を行っている。

ウェブサイトのレイアウトはT字型を採用し、無駄を排したビジネスライクなページでありながら、丸みを帯びたフォントや淡い色調で暖かさを表現している。

また、このサイトは、FacebookやTwitterの埋め込みを早くから行っている(図4)。

いずれの団体も、活動内容や団体のイメージにあったデザインや配色を採用し、「最新情報をトップページに置く」または「SNSの埋め込み」で高い更新性を維持している。

## 2-3 既存のコンテンツの整理

既存のコンテンツの構成を以下にまとめる。

- ホーム
  - » ご報告
  - » 設立趣旨
  - » お知らせ
- 団体紹介
  - » 会長挨拶
  - » 団体紹介
- 活動内容
  - » 流山市の請負事業
  - » 自主事業
- 事例紹介
  - » 平成24年度の事業内容
- 会員募集
  - » 入会の案内
  - » 賛助会員一覧

## 2-4 新ページのコンテンツの決定

既存のコンテンツを整理し、更新が停滞しないホームページ、ユーザーの欲しい情報が探せるホームページにするため、以下のようなコンテンツに変更した。

### グローバルナビゲーション

- トップページ
  - » 団体趣旨
  - » NHKサキどり放送の動画



図3 エコキャップ推進協会のホームページ



図4 育て上げネットのSNSの埋め込み



- 団体紹介
  - » 代表挨拶
  - » 団体紹介
  - » PR媒体
  - » 活動内容
  - » 団体の主な活動
  - » 地域環境運動について
- 活動日誌
  - » 年度別活動紹介
- 会員募集
  - » 募集案内
  - » お問い合わせお申込み先
  - » 会員の種類
  - » 賛助会員一覧

#### ローカルナビゲーション他

- ご利用者の方へ
  - » 会長挨拶
  - » ゴーヤの育て方
  - » ゴーヤを食べよう
  - » ゴーヤちゃんとは
  - » よくある質問
- 事務局
- 関連リンク
  - » 他団体のリンク
- Twitter
- Facebook

トップページにNHKサキどりの動画を配置し、目を引くようにした。「お知らせ」は、ホームページの更新をこまめに行うことができないため排除し、代わりにTwitterを埋め込むことにより、いち早く「お知らせ」をツイートできるようにした。

全体的に事務的な内容が多いため、「ご利用の方へ」のローカルメニューを作成し、一般ユーザーが興味を持つ内容を集約した。

活動日誌は、年度別の更新となるため、Facebookの埋め込みで、日ごろの活動の報告を行うことにした。

#### 2-5 デザインの決定

「容易な情報発信、迷子にならない配置」をコンセプトに、デザインを決定した。高齢者にも見やすいように、ボタンや文字は大きめにした。

配色は、緑、黄緑、黄色とし、ゴーヤをイメージした配色にし、以前の堅苦しさを一掃して明るい雰囲気にした。

要件定義にあった「アクセス数が知りたい」という声については、カウンターは取り付けず、アクセス解析を取り付けることで対処した。

特に力を入れたのは、ローカルナビゲーションの追加で、ゴーヤクラブを知らない人にもゴーヤクラブの活動や知識をアピールできるように工夫した。

#### 2-6 SNSサイトのアカウント作成と埋め込み

より多くの人に見てもらおうための新たな試みとして、SNSの代表格であるTwitterとFacebookの両方を埋め込んだ(図5)。

実装のきっかけは、要件定義にあった「サイト閲覧者とコミュニケーションがとれるようにしたい」というものからである。主に、このコミュニケーションの役割はFacebookで行い、また、ブログの側面も担う。Twitterは、ホームページの更新性を保つためのお知らせ機能として使用する。ゴーヤのキャラクターを使用し、親しみやすい情報発信を狙っている。

どちらのSNSも開発者ページにアクセスし、ウェブページに掲載する用のタグを自動で発行することができる。

#### 2-7 リリース

レンタルサーバーのサイトをいくつか検討し、ネットオウル株式会社が運営する大容量レンタルサーバーサービス「mini bird」を利用することにした。このサイトを選択した主な理由は、各種ウェブアプリケーションを動作させることが可能で、今後利用を検討している「WORD PRESS」というアプリケーションをサポートしている点である。また、月額250円(税抜)である点も、魅力の一つである。

mini birdにて「<http://ngrym58.official.jp/>」という



図5 SNSサイトの埋め込み

URLを取得し、ファイルの転送を行った。

「WORD PRESS」というアプリケーションは、ブログの埋め込み機能を有している。今回、日々の活動記録をFacebookで行うという方針でSNSの埋め込みを行ったが、本来なら、日々の活動記録をホームページで発信し、蓄積していきたい。このため、将来的には初心者でも新しいページを追加しやすいインターフェイスを持つWORD PRESSの導入を検討している。

### 2-8 運用

NPO ゴーヤカーテン普及促進協議会の中に広報部を置き、運用していく体制を作った。Facebookの管理者として3名を登録し、最低1週間に1度の情報発信を目指してFacebookを開始した。

Twitterは、筆者が引き受け、行事の際にツイートを行うこととした。

### 3. おわりに

新ホームページの感想をNPO ゴーヤカーテン普及促進協議会の運営委員会で求めたところ、以下のような感想を得られた。

- 従来ものものと比べて見やすくなった
- コンテンツのボリュームが増した
- デザインが大幅に良くなった
- 利用者との距離が近くなったことがうれしい

さらに運用していく中で、Facebookへの投稿内容、投稿タイミング等を広報部の方たちが検討・研究している姿がうかがえる点が、ホームページ刷新で得られた功績の一つであるように思う。Facebookの管理者になった協議会のメンバーは、少なくとも週1回の情報発信を行うようになり(表2)、リーチ数や記事の質について言及するように変化した。

表2 Facebook 投稿数とリーチ数

期 間	投稿数	リーチ数
平成26年4月1日 ～平成27年3月31日	82件	4106人
平成26年4月	6件	87人
平成27年4月	6件	417人

以下に、協議会のFacebookの管理者がまとめた「Facebookを導入してよかったこと」を記述する。

- 日ごろの活動の自主的な広報の場となり、当団体へ興味を持っていただき、活動の活性化がはかれた
- 記事毎の閲覧数と時間の関係がわかり、記事入れ替えのタイミングがわかり大変よい
- 会員のホームページに関する関心が高まり、よりよいホームページを目指すためにホームページ委員会を作った

今後は旧広報部を含む多人数の組織体制のホームページ委員会を設立により、ホームページとSNSの両面から検討していくことになっている。ホームページ刷新により、①利用者が情報を見つけやすくなったばかりでなく、②協議会メンバーの情報発信への興味関心が高まり、③利用者との間に新たな関係を構築できるようになったことが大きな効果といえる。

### 参考文献

- 1) 内閣府,「平成26年年度版高齢社会白書(概要版)」, <http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2014/gaiyou/index.html>(平成26年10月1日アクセス)
- 2) 森藤 義雄・堀 幸雄・今井 慈郎:「まちづくり」を目指す地域プラットフォームの設計と課題, 情報処理学会研究報, Vol.2009-IS-108 No.3,2009
- 3) 廣田有里:地域コミュニティの形成過程と高齢化～流山市美田地区を事例に～, 江戸川大学紀要, No.25, 301-305, 2015.
- 4) 流山市,「流山市ホームページ」, <http://www.city.nagareyama.chiba.jp/>(平成26年10月1日アクセス)
- 5) 美田自治会,「美田コミュニティ HP」, <http://www.mita-jichikai.org/>(平成26年10月1日アクセス)
- 6) NPO法人エコキャップ推進協会,「[NPO法人エコキャップ推進協会(ECOCAP)ホームページ」], <http://ecocap.or.jp/>(平成26年10月1日アクセス)
- 7) NPO法人育て上げネット,「NPO法人育て上げネットホームページ」, <http://www.sodateage.net/>(平成26年10月1日アクセス)