大学

学生集め ネットから

大学の認知度アップにいまや、ホームページ（HP）は必須の道具になった。各校が出来栄えを競って、内容を充実させている。在学生への情報提供はもちろんだが、高校生に訴えて志願者増を狙ったり学生のブログをつくったりと、学内外へのPRに懸命だ。

（原田朱美）

「ヒーロー」がPRブログ

パソコン画面いっぱいに、不敵な笑みを浮かべた男が現れた。黄色いマフラーに、黒いライダースーツ。赤いサングラスが怪しく光っている。

岐阜経済大学（岐阜県大垣市）のホームページには、同大の略称「ぎけい」をもじったヒーロー「広報人間ギケイダー」のブログがある。ヒロイン「ビケイダー」と、日々の大学生活をつづっている。

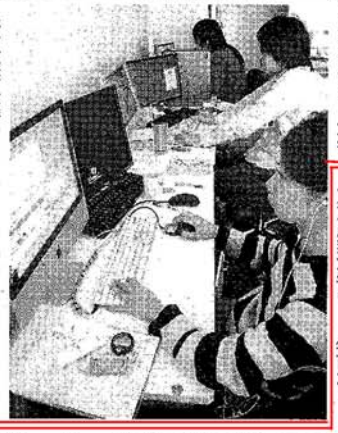
ギケイダーの正体は、入試広報課職員と男子学生。ビケイダーは女子学生だ。04年4月に前身の「ギフレンジャー」を誕生させると、HPへのアクセスが2カ月で13万件を超え、資料請求数は前年の3倍になった。

開始当時、学内には「幼稚だ」という批判もあった。渡辺正典・入試広報課長は「ウェブは、大学に興味を持ってもらうための仕掛け」と語る。資料請求してきた受験生に送る大学案内は、教育、研究内容を紹介し、一転してアカデミックな内容に。ネットと紙媒体を使い分けている。

各大学が、サイト作りに力を入れる契機になった一つに、日経BPコンサルティング社が04年から、毎年実施している「全国大学サイト・ユーザビリティ調査」がある。判定基準は、サイトの内容ではなく「使いやすさ」。トップページから必要な情報を探しやすいことなど、同社が設けた約60項目の基準で判定し、点数を付ける。国公立大100校と、私立大100校を対象にしている。

同社によると、数年前から、順位を気にする大学が増えたという。一企業の調査だが、評価が低いと、イメージ悪化につながると心配しているようだ。

07、08年度と2年連続で1位になったのは徳島大学。同大は「順位が落ちたらどうしようって思いますね」と苦笑する。06年度の調査で、同大は国立大75校中55位と低迷。学内で「なんとかならないか」と声が上がり、07年秋に全面リニューアルした。改善では、同社の調査項目を意識したという。



▲岐阜経済大学のHPにある「ギケイダー」ブログのトップページ

▶「ハーティン・マーティン」で大学サイトをつくるスタッフ

1カ月100万アクセスも

個性的なサイトも出てきた。東京農業大学は、4年前から、職員が試行錯誤をして手を加えてきた。売りは、ブログなどのコミュニティーサイト。学生が書くブログは30ほどある。相撲部のサイトは、部員の豪快な食事風景の写真がつき、一番人気だ。双方向性を重視し、登録すれば学生も受験生も自由に意見を書き込める。受験生が入試問題の感想を書き込み、在学生が応えるコーナーや、「ムササビを見に行きませんか」というイベント案内も。

サイトを改良した入試センター職員の芳野公一さんは「うちのブログは、実験や実習などの現場が多く、農大ならではの面白さがある。他大はまねできないでしょう」と、胸を張る。

同大HPへのアクセスは、多い時は1カ月100万件に届く。大学発のニュースは多くないが、学生や受験生の書き込みなら、毎日ある。頻繁に更新されることで関覧者を引きつけていると、同大はみている。学生や受験生が書き込む仕組みを作るだけなので、職員は手間も金もかからない。

サイトの登録者の6割が受験生だったことから、目線を常に高校生に合わせている。もちろん携帯電話で見られる。芳野さんは「自分の大学がどういう期待で社会から見られているのかを考えることが重要」と話す。

ウェブ制作会社「ハーティン・マーティン」（東京都渋谷区）は、多くの大学のサイトの改訂を手がけている。

高橋真洋社長は「企業に比べ、大学のIT化は遅れている」。大学広報は、担当者が入試と広報の仕事を兼ねていたり、IT機器に詳しくない職員だったりという課題がある。「大学の情報がほしいのは、受験生、保護者、企業と幅広い。情報の整理が大事だ」と高橋社長は指摘する。

広報体制見直し契機に

HPの見直しをきっかけに、大学の広報体制全体を見直した例もある。

中央大学は、05年にサイトを全面改定。日経BPコンサルティング社のランキングで05、06年と1位になり、先進的な例として注目を集めた。

当時、実務を担った職員の渡辺純一さんは「サイトを作る以前に、広報部署に情報が集まる仕組みを目指した」。

大学は、何事につけ、「学部自治」のスタイルをとりがちだ。各大学の広報担当者は、サイトを充実させる前に「そもそもニュースが集まらない」と頭を悩ませる。

中大も同じで、改善前トップページの項目をクリックすると、各学部が作る別ページに飛ぶ仕組みだった。更新は学部ごとで、広報部署は関与していなかった。

渡辺さんはまず、全学共通のシステムを作った。各部署の広報担当者が更新したいニュースを書き込むと、自動的に広報部署にも届く。

入力画面に「トップページに掲載希望」「プレスリリース希望」などの項目を設けておき、広報部署は、それを見てトップページの更新や、マスコミ発表を承認するという手順だ。

渡辺さんには、全国の大学から相談や講演依頼が相次いでいる。ただ、「サイト作りの議論は、あくまで表現方法の向上であって、広報そのものの充実ではない」。各大学が、サイトランキング上位校のデザインを参考にしたため、似たものが増えてきているのも現実だ。渡辺さんは「どういうサイトにするかは、広報というより、大学自体に個性があるかが問われていると思う」と指摘している。

【教育】

究める

名古屋大「クイズ研究会」

裏読む力が正解への道

「アルジェリアの首都は……」。その瞬間、ボタン早押し機へ手が一斉に動いた。機械のライトが光り、音が鳴ると「ナイジェリアの首都アブジャ」と即答する学生。正解だった。

なぜ、アルジェリアの首都を尋ねる文脈だったのに、ナイジェリアの首都を答えるのか。会長の2年柴田将哉さん(21)と、前会長で同大3年河合智史さん(21)は「クイズには知識だけでなく、推察力や瞬発力、経験も必要なのです」と解説した。単純に答えず、裏を読んで何が正解なのかを考えるのが「クイズ力」なのだという。

そのため、持ち回りで出題者となり、クイズ大会を開く。各分野から200問以上を考える。中には裏の裏を考えて引っかけ問題も紛れ込ませる。問題作りにはセンスが問われる。

先輩たちは、テレビクイズ番組のタイムショックで2回、アタック25で15回優勝などの実績を残してきた。ただ、芸能人参加の番組は多いのに、「視聴者参加型が少ない」ことと、会員が9人と少ないのが悩みだ。もうすぐ新入生を迎える季節。勧誘に向けて気合を入れている。

（木村浩之）

学生の手元にはボタン早押し機。雑学の知識だけでは「クイズ王」への道は険しい＝名古屋市

84年設立。毎年11月に大学クイズ界の強豪・立命館大と対抗戦を開いている。過去の戦績は7勝12敗。「早くタイに持ち込みたい」。一般向けには、毎年6月の「名大祭」でクイズ大会を開いている。

留学生増で予算増

文科省 交付金に新ルール

留学生を増やせば、使える予算も増えます――。文部科学省は、国立大学が私費留学生を増やした人数に応じて国の運営費交付金を多くもらえる仕組みを作り、各大学に通知した。09年度から実施する。条件を良くすることで福田前首相が提唱した「留学生30万人計画」の実現につなげたいと考えた。

交付金のうち、各大学の意欲的な取り組みに応じて算定される「特別教育研究経費」の一つに、「留学生受け入れ促進等経費」を設けた。国が奨学金を出す国費留学生は、従来も受け入れ人数をもとに交付金を出していたが、私費留学生についても交付金措置によって教育面などの支援を促すようにした。

文科省の担当者は「私費については、これまで各大学の努力でやってもらっていた。支援は、留学生の受け入れを増やすインセンティブと考えている」と話す。

09年度の場合、07年度の留学生数や過去の平均増加率を基に、これだけ増えるだろうという「想定値」を文科省が各大学に提示。あらかじめ想定値分の交付金を措置しておき、達成できないと頭数に応じて返納してもらう。例えば東京大は、学部や大学院への私費留学生が07年度の1345人より、138人増えると想定。学部正規生は4万2千円、大学院博士課程正規生は16万8千円といった単価で計算し、約1600万円を措置する。

30万人計画は、大学院化などを進めるため田前首相が昨年1月唱。昨年5月1日現行