

研究指導 中澤真 准教授

在学生と卒業生をつなぐSNSの構築

白瀬絵里

安藤友香

1 はじめに

平成21年度12月時点での大学等卒業予定者の就職内定率は73%、短期大学は47.4%であり、1996年の調査開始以来過去最低を記録した。この数値からは依然として就職状況の厳しさが浮き彫りとなっている[1]。厳しい就職状況の中で内定をとることだけを目標として就職活動をしたり、企業研究をする上で企業のブランドばかりを重視して業務内容の把握を怠ると、入社前に思い描いていた仕事のイメージとの差が生じ、仕事に対しての意欲が薄れてしまう可能性がある。このようなミスマッチを起こさないために、企業概要だけでなく具体的な仕事内容を把握したり、入社してからのキャリアプランを考えたりと事前に調査することが重要である。そのためには、志望する企業や職種に就いている大学のOG・OBから、自身の入社後に得た知識や体験、仕事についての考え方を聞き、そこで働く自分を具体的にイメージする必要がある。こうすることで、入社前に思い描いていたイメージと入社後の現実とのミスマッチが生じる可能性を低減することができる。このようにすでに就職している大学の先輩を尋ね、その企業の実際の情報を得る手段は「OG・OB訪問」と呼ばれている。しかし、働いているOG・OBとの適切な連絡手段が少ないことや、希望にあったOG・OBを探すことに手間がかかるなど学生がこの手段を活用しにくいことも指摘されている[2]。そこで近年、在学生とOG・OBの橋渡しをする手段として、SNS¹を活用している大学が増えている。これらのSNSは各大学がそれぞれ立ち上げたものである。参加者は学生、卒業生、教員など大学関係者に限定され、大学コミュニティの活性化や、在学生とOG・OB間のコミュニケーション支援を目的として運営されているものが多い。例えば、帝京大学が構築したSNS²もそのひとつであり、OG・OB同士、在学生同士、OG・OBと学生間のコミュニケーションの場として利用

されている。このような大学SNSは、在学生が就職活動や仕事に関する情報をOG・OBから得ることを可能にするだけでなく、ゼミやサークルの活動報告や意見交換、予定の共有の場として利用されていたり、学生同士が就職活動の体験談や情報を交換したり、今まで交流のなかった学生同士がSNSを通じて交流する場としても利用されている[3]。この他にも大学のSNS構築についての取り組み事例がいくつか報告されている[4][5][6][7]。

しかし、大学全体の人数と比べて参加人数が少ない上に、ユーザの書き込み数が少なく「有用性が高い」とはいい難いことなどの問題が指摘されている[4]。これは大手SNSの機能との差別化ができておらず、ユーザである大学関係者が大学SNSの必要性をあまり感じられないことや、ユーザにとって利便性を感じる機能が少ないことが原因だと考えられる。この原因を解消するには、在学生が大学生活をする上で利便性のある機能やOG・OBに就職活動や仕事についての話が聞きやすい環境、さらに、OG・OBが同級生を探し出すことができ、卒業後の同級生同士の交流をサポートできるような機能を提供して、在学生とOG・OBが継続的に利用し、大学関係者がつながりを持てるSNSを開発する必要がある。

そこで本研究では、在学生がOG・OBと連絡をとれる手段や、OG・OB同士が卒業してからも交流できる場を提供することで、SNSの参加者を増やし、多くの大学関係者がインターネット上でつながりを持つことのできるSNSを開発する。まず、在学生が自分の興味を持つ職種や経験をしているOG・OBとの連絡を取りやすい環境づくりに取り組む。次に、多くの在学生やOG・OBが利便性を感じる新機能についても検討する。他にも様々な工夫を施し、学生とOG・OB間だけの情報共有のみにとどまらず、学科を越えた学生同士、卒業生同士の交流の場となるようなSNSの構築を目指す。

¹ Social Network Service の略。

インターネット上で人と人とのコミュニケーションを円滑にしたり情報を共有できる場を提供したりするサービス。

² <http://noah.ics.teikyo-u.ac.jp/sns/>

2 就職活動にあたっての情報収集の手段

就職活動は、自分が気になる職種や企業の情報を収集し、将来のキャリアプランを具体的に考え、働くことの意味を自分なりに見出しながら取り組むことが重要となってくる。このようなことを疎かにしてしまうと、入社してから自分が想像していた仕事のイメージとのギャップを感じてしまい、働く意欲を失ってしまう場合があるからである。これを避けるために、学生は企業に関する情報を事前に把握することが不可欠である。このような情報を得る場としては、企業説明会や就職支援サイト、OG・OB訪問などが挙げられる。これらの機会を利用することで、学生は企業の実態や仕事内容を把握することが可能となり、企業の取捨選択をする上での貴重な判断材料を手に入れることができる。以下では主な情報収集の手段とそこで得られる情報について論じる。

2.1 企業説明会や就職支援サイトで得られる情報

企業説明会や就職支援サイトでは、企業の概要や活動内容はもちろんのこと採用や企業セミナーに関する情報も得られる。特に就職支援サイトは情報量が豊富であり、更新も頻繁であるため、企業の最新の情報をいつでも手に入れることができる。そのため、学生はセミナーの予約や企業へのエントリーなどの手続きを効率的に行うことができる。さらに最近の就職支援サイトや企業説明会では、新入社員のインタビュー記事を掲載したり、新入社員に質疑応答ができる時間を設けたりと、社員個人の話を聞くことのできる機会も提供されている。しかし、就職支援サイトでは新入社員に個人的に質問をすることができず、説明会では時間が限られているため、OG・OB訪問に比べて、社員個人が感じる企業の雰囲気や人間関係、仕事でつらかったことなど、個人的な意見が求められる情報を得ることは難しい。このように企業説明会や就職支援サイトは、多くの企業を知るきっかけとなるが、それだけでは具体的な仕事のイメージや将来の展望を明確にする材料にはならない。前節で述べた入社前に思い描いていたイメージと入社後の現実とのミスマッチを低減するためには、企業規模の情報だけでなく、仕事に関する価値観や、考え方などの社員個人の情報も必要となってくる。

2.2 OG・OB訪問で得られる情報

OG・OB訪問では、直接その企業で働いている先輩の話を聞くことができ、企業説明会に比べてOG・OBに対して質問できる時間にも余裕があるため、企業の雰囲気や人間関係、仕事でつらかったこと、企業に対する本音など、人事担当者及び会社説明会では聞きにくい情報を豊富に手に入れることができる。企業に関する詳しい情報はもちろん、就職活動のアドバイスや試験対策についても聞くことができるため、OG・OB訪問は企業の情報収集手段として、非常に役立つと考えられる。しかし、就職支援サイト「マイナビ³」の調査によると、2009年にOG・OB訪問を行っている学生は、回答者の1,141人のうち25%に過ぎないことが報告されており、OG・OB訪問を積極的に活用している学生が少ないことが明らかになっている[2]。その原因を探るため、マイナビではOG・OB訪問をしていないと回答した学生にその理由を尋ねている。そのデータによると(図1)、申し込み方法や手順がわからない、申し込みが面倒などという回答が高い割合を占めていた。このデータから、OG・OB訪問をしたいと思っても、連絡手段に不便さを感じていることや、なかなかOG・OBに出会える機会が少ないという問題があることが浮き彫りとなっている。

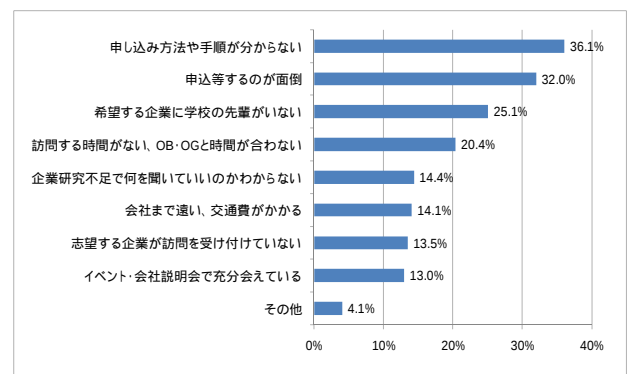


図1 OG・OB訪問をしない理由

一般的なOG・OB訪問をする際の手段としては、ゼミやサークルなどの個人的なつながりや、大学の就職課から連絡先を入手する方法がある。最近では、SNSを在学生と卒業生をつなぐメディアとして活用している大学も増えている。このSNSを利用することにより、学生は検索機能を利用して志望する職種に就いているOG・OBを探し出し、OG・OB訪問のアポイント

³ <http://www.mycom.co.jp/>

をとるきっかけにしたり、簡単な質問をSNS上ですることができ、次節では、既存の大学SNSが大学でどのように利用されているかを調査し、SNSが就職支援ツールとして果たす役割や、ユーザにとっての利便性について論じる。

3 既存SNSの調査

調査対象となる大学SNSは、在学生向けのSNS、入学者向けのSNS、在学生と卒業生を対象とするSNSとした。また、SNSを運営しているだけでなく、就職支援の機能を兼ね備えているSNSや大学関係者に利便性のある機能を設けているSNSを中心に、どのような機能をユーザに提供しているのかを調査し、その結果についてここでは報告する。

3.1 就職活動を支援することを目的とした機能

3.1.1 就職活動の情報交換ができるコミュニティ機能

コミュニティ機能は、SNSの参加者同士が互いの趣味や関心事を話し合うことができる、簡易掲示板のような役割を持ったものである。このコミュニティ機能を就職活動に関する情報共有の場として利用しているものとして帝京大学の事例が挙げられる[3]。具体的には学生同士が就職活動に関する話題について意見や情報交換をしている。学生が就職活動を通してどのような体験をしたかという情報を就職活動関連のコミュニティ内に書き込み、学科を越えて就職活動に関する情報を共有している。この機能を利用すれば、学生同士はもちろん、そこにOG・OBも参加することで、学生とOG・OB間のつながりも生まれ、学生は就職活動や仕事に関する多くの情報を手に入れやすくなると考える。

3.1.2 お題日記機能

電気通信大学では、お題日記機能を活用している[4]。お題日記機能とは、ランダムにその日のお題が提供され、そのテーマに沿った日記を書く機能であり、ブログパーツ⁴として利用されているものである。これは、ユーザが日記のテーマが思い浮かばないときなどにテーマとなるお題を提示して、ユーザが日記を書く手助けをする機能である。電気通信大学はこの機能を利用して、毎日の仕事内容、今後のキャリアプラン、入社を志望した理由など学生の就職活動に役立てられるような日記のお題をOG・OBに対して提示し、そのお題に沿ってOG・OBに日記を書いてもらってい

る。テーマはいずれも就職活動や仕事についてのお題で、12項目のお題がランダムに表示される。在学生はこのお題日記の内容を閲覧することで、就職活動や自分の将来を考える上で参考になる情報を手に入れられる。

3.2 各ユーザに利便性のある機能

コミュニティ機能やお題日記機能は、在学生の就職活動やOG・OBとの縦のつながりを目的とした機能であるが、在学生同士あるいはOG・OB同士の横のつながりを支援する機能を持つSNSも提案されている。ここでは、この機能について詳述する。

3.2.1 課題提出やゼミ管理ができるコミュニティ機能

帝京大学ではPNEBIZ⁵を利用し、研究室ごとのコミュニティを設置し、活動報告や意見交換、教員による指導、予定の共有などが活発に行われている[3]。また、大学の入学予定者を対象とした文教大学のSNSでは、コミュニティ機能を入学前課題の出題及び提出に利用したり、在学生による大学生活についての情報提供や助言などを入学予定者向けに実施し、入学に対する不安を解消するといった取り組みがなされている[7]。このような事例から、コミュニティ機能はグループ単位での活動や意見交換をする場として有用であり、在学生同士あるいはOG・OB同士の連携を強化するのに重要な役割を果たす可能性がある。

3.2.2 検索機能

検索機能は、他の参加者が入力したプロフィール項目群から、自分と同じ出身地や同年代の人を検索するために用いられる機能である。プロフィール項目をより詳しく設定することで、特定の人物を効率的に検索することも可能である。このため、連絡が疎遠となってしまったOG・OB同士が同級生との再会を果たすことや、学生が自分の興味のある職種や勤務地のOG・OBを検索するのに有効である。しかし、既存の大学SNSでは、このような条件でOG・OBを検索できるような機能を実装しているものはないため、検索機能を改善する必要がある。

3.2.3 その他の機能

他にも帝京大学では、3日以内にログインしたSNS参加者のページにランダムでアクセスすることができランダムリンク機能を設けていた[3]。このようなユーザ同士をつなぐ機能は、学科や年代を問わず、大学

⁴ ブログのサイドバーなどに掲載できる小さなコンテンツ。

⁵ グループ単位のスケジュール管理や施設予約などのグループウェア機能を利用し、業務の効率化を図るビジネス向けのSNS。

関係者のつながりを広げることができる。

3.3 既存SNSにおける問題点

既存の大学SNSの利用人数について電話インタビューによる調査を実施したところ、関西大学のSNS⁶は利用対象者数30,000人に対してSNSの参加者は2,200人であり、千葉大学のSNS⁷では大学全体の人数17,000人に対してSNSの参加者は2,000人という結果が得られた。このデータは、大学SNSの利用率が非常に低い傾向にあることを示している。その原因としては、SNSの標準的な機能しか備わっていない大学SNSが多く、誰でも参加可能なSNSであるmixi⁸などの差別化ができていないため、大学SNSの必要性を感じられないことが挙げられる。このことからユーザの利用率が上がるような利便性のある機能や独自性のある機能を設け、大学SNSを活性化させることが必要である。

もうひとつの問題点として、OG・OB向けの機能が少ないことが挙げられる。在学生にとっては、ゼミやサークルごとにコミュニティ機能やスケジュール管理機能を利用できたりOG・OBからの情報を得られるといったメリットがあるが、OG・OBにとっては検索機能やコミュニティ機能を利用しても、同級生を探しにくく、また実用性が低いため、利用するメリットは少ないのである。

このままでは、OG・OBのモチベーションを上げることができず、利用率が低くなり、在学生もOG・OBからの有用な情報を得られなくなるといった問題も生じてしまう。このような問題を防ぐために、疎遠になってしまった同級生と連絡をとれることはもちろん、同級生同士の集会やイベントなどの連絡や打ち合わせをSNS上でスムーズにできる機能などをOG・OBに提供することが求められる。

4 在学生と卒業生をつなぐSNSの構築

ここでは前節で述べたユーザの利用率が低い、OG・OBが利用するメリットが少ないといった問題点を改善し、多くのユーザを獲得できるように、在学生とOG・OBが利便性を感じる機能を追加した大学SNSの構築について述べる。今回は会津大学短期大学部(以下、会津短大)を事例として開発を進める。

4.1 概要

会津短大のSNSとして提案する「あつまっせ(図2)」は、在学生の就職支援から卒業生同士の交流できる機能を設け、多くの大学関係者がつながりを持つことを目的としている。また、SNSの一般的な機能であるプロフィール作成、日記、メール機能、コミュニティ機能、マイフレンド機能⁹、検索機能、アクセス履歴¹⁰に加え、在学生とOG・OBが利便性や魅力を感じる機能を開発し、ユーザのSNSの利用率向上も図っている。



図2 「あつまっせ」 トップ画面

まず在学生向けの機能として、SNSに参加しているOG・OBの中から自分が希望する職種や勤務地のOG・OBを見つけやすくするために、あらかじめ入力するプロフィールの項目を増やし、より詳しいプロフィール情報から、特定のOG・OBを検索しやすくなる機能を設けた。この機能を利用することで、OG・OBを探す手間を省くことができる。さらに、在学生がOG・OBの仕事に関する日記を閲覧することで就職活動に有益な情報を入手できるお題日記機能も設けた。この機能は、在学生に対しても面接やエントリーシートで出題されそうなお題も用意してあるため、在学生の就職試験対策としても有用である。

OG・OB向けの機能としては、先に述べた検索機能を、OG・OBが疎遠となってしまった同級生を探す場合にも利用できるように改善した。さらに、卒業後のつながりをサポートするものとして、同級生同士の連絡や集会の参加の有無を容易にするような同級生

⁶ <https://sns.itc.kansai-u.ac.jp/top.php>

⁷ <https://sns.chibacurio.jp/>

⁸ <http://mixi.jp/>

ユーザ数は2009年12月時点で1,858万人を突破した。

⁹ 自分のページと相手のページをリンクすることで、知人や友人とのつながりを図る機能。

¹⁰ 自分のページにいつ誰が来たのかを把握できる機能。

同士のつながりを支援する機能を考案した。これにより、告知や返事が効率よく手軽にできるため、ユーザの利用率を高めることができる。

以下ではこれらの機能の詳細について述べる。

4.2 在学生在特定のOG・OBを検索できる機能

まず、就職活動のひとつであるOG・OB訪問の支援機能として、検索機能を強化した。これは、在学生在が志望する職種や勤務地のOG・OBを探しやすくすることを目的としており、基本的なプロフィール項目に「現住所」「職種」の項目を設けることで、在学生の希望に合ったOG・OBを探し出すことができる。これらを含めた検索条件を用いると、産業情報学科を卒業し、営業・企画系の仕事を福島県でしているOG・OB、というように特定したOG・OBを探し出すことができる。

現住所と職種のどちらの項目もセレクトボックスを利用し、OG・OBがプロフィールを入力する際に、自分の職業に近いものを選べるようにした。セレクトボックスにした理由としては、仮に、フリーワードをユーザに入力させた場合、同じ職業が必ずしも同一の表現になっている保証がなく、検索漏れが発生する可能性が高くなってしまうためである。職業をセレクトボックスによって選択式にすることで、ユーザは志望する職種に近い企業に勤めているOG・OBを効率よく検索することが可能になる。職業の分類は図3のように、大学の各学科の専門領域を考慮して、その特性に沿った進路先に絞ってある。

もう一つのプロフィール項目である現住所については、都道府県をセレクトボックスで選択する仕様とした。項目を都道府県別にした理由は、OG・OBのプライバシーを考え、住んでいる場所が特定されることを避けるためである。現住所を選択することで、在学生は自分の働きたい勤務地にOG・OBがいるかどうかを知ることができる。その他に、卒業した学科も検索条件として指定することを可能にし、在学生は同じ学科を卒業したOG・OBがどのような企業に就職したのかということも参考にできる。

このような機能を実装することで、在学生はOG・OBを探すことに時間をかけずに、訪問のアポイントがとれる。さらに、働くことに関しての簡単な質問であれば直接訪問したり電話をしなくとも、SNS上で手軽に行える。そして、就職支援サイトや会社説明会では聞くことのできない社員個人の仕事に対する本音や考え方を知ること、入社後のギャップを低減すること

ができるようになる。

図 3 職業一覧

4.3 OG・OBが学生時代の同級生を探せる検索機能

前節の在学生在が特定のOG・OBを検索できる機能に加え、OG・OBが同級生を効率的に探し出すことができるように、プロフィール情報の入力項目に「卒業年度」と「学科」を設けた。学科フィールドの選択肢には、改組により現存していない商科・デザイン科・家政科も追加した。この機能を利用することで、ユーザはなくなってしまった学科に所属していたOG・OBも学生時代の友人や同級生を探し出すことができる。このように、幅広い年代の卒業生を対象とすることで、多くのユーザの参加も期待できる。

4.4 仕事に関する情報を得られるお題日記機能

次に、在学生在がOG・OBの日記を閲覧することで就職活動に役立つ情報を入手できたり、お題に沿った日記を書くことで就職試験の対策ができるようにお題日記機能を設けた(図4)。先に述べたように電気通信大学では、お題日記機能によって在学生在が就職活動に役立つ情報を得られる仕組みを開発したが、OG・OBに対してのお題が仕事に関するものだけであったため、情報を提供しなくてはならないという負担感がつのり、次第に投稿意欲が下がってしまう可能性があった。そこで、この研究ではお題そのものを見直し、仕事に関わるお題はもちろん、気軽に利用できるお題も用意した。これは旧友と昔の思い出話を共有できるようなOG・OBが書きやすいお題を設けることで、ユーザの投稿意欲の向上を図っている。また、仕事に関するお題については、OG・OBの日記を閲

覧する在学生が就職支援サイトや説明会では聞きにくいお題を設け、これからの活動や企業選択をする上で役立つようなものにした(表1)。さらに、就職試験の対策となるように、在学生を対象としたお題の内容についても検討した。在学生向けのお題は就職活動をする上で、面接やエントリーシートで記入するような内容とした(表2)。在学生は、このようなお題に沿った日記を書くことで、早い段階から自己分析ができ、面接の対策やエントリーシートを書く練習になると考えられる。その他にも、OG・OB向けのお題と同様に、学校生活や娯楽についてなど気軽に利用できるお題も用意し、ユーザの利用率の向上を図った。

図 4 お題日記 表示例

表 1 OG・OB お題一覧

一日の仕事内容	学生時代のゼミ活動
今日の仕事の愚痴	学生時代の行事の思い出
将来のキャリアプラン	会津短大○○学科の思い出
働くとは何か	学生時代にやっておけばよかったこと
仕事でうれしかったこと	あの人は今…
仕事でつらかったこと	恥ずかしかった思い出
仕事の人間関係	おすすめの本
就職活動の思い出	おすすめの映画
入社時の思い出	へこんだ話
入社を決めた理由	笑える話
在学生に向けて一言	休日の過ごし方
オフィスの環境・雰囲気	近所のオススメスポット
仕事の醍醐味	マイブーム

表 2 在学生 お題一覧

自分の長所・短所	今日の講義の感想
私の強み	オススメの本
自分の一番のアピールポイント	オススメの映画
趣味・特技	へこんだ話
最近気になっているニュース	笑える話
得意科目・不得意科目	休日の過ごし方
働くとは何か	近所のオススメスポット
今がんばっていること	マイブーム
将来の夢	一人暮らしの節約術
これからの就職活動予定	今日のおひるごはん
持ってる資格・取りたい資格	サークル活動について
アルバイトについて	好きな芸能人
ゼミ活動について	思い出の曲

4.5 卒業生同士が集まることを支援する機能

卒業生同士が集まる場合は、主催者がその内容を知らせるために、はがきの郵送や電子メールで送られることが一般的である。そのため、卒業生の住所やアドレスが変更された場合の名簿管理作業や、はがきやメールの送付作業など、主催者側にとっての負担が多い。この負担を軽減するために、主催者であるユーザが企画した卒業生同士のイベントや集会などの告知を、対象となるユーザのトップページに表示させ、卒業生側もSNS上でこれに対する参加の返事ができる機能を考案した。

この機能は、イベントや集会を企画する主催者が運営者に情報の掲載を申請して運営者からの承諾を得ると、イベントの対象者のトップページにのみ、その情報がリスト表示されるようになっている(図5)。さらにそのタイトルのリンクから、お知らせの詳細情報を表示させる仕様としている(図6)。ユーザが参加を希望する場合は、詳細情報の右下にある参加ボタンをクリックすることで、主催者側に参加意志を伝えられる。またこの情報について問い合わせをしたい場合は、主催者のニックネームのリンクから、主催者の個人ページへ移動してメッセージ機能を利用することになる。このように、トップ画面にお知らせが表示されることによって、コミュニティなどで参加を募集するよりも情報の周知が徹底され、同時に参加率の向上も期待できる。

さらに、上述の機能で参加を表明したユーザに対して、主催者が一括してメールを送信できる機能も考案した。これにより、企画の詳細などを参加希望者全員に、運営者側の承諾を得ることなしに送信することが可能になるため、主催者側がメールの送付作業などを効率よく進められる。

これらのシステムによって、主催者側の管理負担を軽減することはもちろん、卒業生も参加の返事をSNS上で手軽にできるため、同級生同士の連絡の橋渡しとなったり、集会の計画をスムーズに立てることが可能となる。加えて、このような集まりが頻繁に開催されるようになれば、卒業生同士の連携を強める効果も期待できる。



図 5 お知らせの一覧表示

タイトル	新年会のお知らせ
主催者	障子
対象者	卒業年度 2008年度卒 学科・コース 産業情報学科 経営情報コース サークル ゼミ
開催日時	2010年1月8日(土)
場所	会津若松市
詳細	こんにちは！障子です。 今回の新年会は会津若松の駅前周辺のお店で 開催したいと考えております。 参加人数がわかり次第お店を決定します。 なのでみんな参加してね(^v)♪♪
参加締め切り	2010年1月3日(月)
参加する場合は参加ボタンを押してください。 参加	

図 6 お知らせの詳細表示例

4.6 利用率を考慮したアカウント発行

先ほどまでは、機能面からみたユーザの利用率を高める方法について論じてきたが、この節ではアカウントの発行・管理方法による、利用率の向上の取り組みについて述べる。

大学SNSを多くの在学生とOG・OBに利用してもらうために、在学生にはあらかじめ運営者側でアカウントを発行する。そうすることで、在学生全体が入学時点でSNSのユーザとなり、卒業してからもそのアカウントを利用し続けることができるため、高い利用率が期待できる。また、既に卒業してしまっているOG・OBの参加については、SNSログインページに申し込みフォームを設置し、運営者側で本人確認をしてからアカウントを発行する形をとる。就職支援ツールとしてSNSを使う場合には、OG・OBの利用率の向上が不可欠であるため、すでに卒業してしまったOG・OBも大学SNSへの登録を可能にした。

このようなアカウントの発行・管理体制を取り、さらなる利用率向上を目指した。

5 システム構成概要

最後にSNS「あつまっせ」のシステム構成概要について述べる。

5.1 システム概要

本システムはフリーのエンタープライズLinuxディストリビューションであるCentOS¹¹を使用している。その上にWebサーバとしてApache、データベースとしてMySQLを使用し、システムの土台を構成した。サーバ、データベース共に、CentOSと同じくオープンソースのソフトウェアを使用しているため、導入コストを抑えることができている。また、ソースコードが公開されているため、目的に応じてソースコードの自由なカスタマイズを容易に行うことができるという利点もある[8]。

使用したソフトウェアとバージョンの一覧を表3に示す。

表 3 開発環境

	ソフトウェア名	バージョン
OS	CentOS	5.4
Web	Apache	2.2.3
DB	MySQL	5.0.45
言語	PHP	5.1.6
CMS	OpenPNE	2.14.1.1

5.2 SNS「あつまっせ」の基盤

SNSを構築するにあたって、CMS¹²としてOpenPNE¹³を導入した。OpenPNEは多様な環境・組織にも柔軟に対応することができるオープンソースのSNSソフトウェアであり、30,000以上の組織での利用実績がある信頼性の高いシステムである[9]。OpenPNEを利用することで得られる利点は、先に述べたように、オープンソースであることからSNSを廉価で構築できることである。また多くの開発者が参加しているため、開発スピードが速く、システムの性能も向上する。加えて、SNSサイトとしての運営事例が多く、それらはサイトを構築する際の参考になる。このような

¹¹ The Community ENTerprise Operating System. の略。
http://www.centos.org/

¹² Community Management System の略。

Web コンテンツを構成するテキストや画像、レイアウト情報などを一元的に保存・管理し、サイトの構築や編集をするソフトウェア。

¹³ http://www.openpne.jp/

理由からOpenPNEを導入し、これがSNS「あつまっせ」の基盤となっている。

6 むすび

本研究では会津短大を事例としてSNSを構築し、在学生の就職支援から卒業生同士が交流できる機能を設け、多くのユーザ数を獲得できるようなSNSを構築した。

まず就職支援のために、検索機能の強化やお題日記機能におけるお題テーマの選定により、OG・OBへの効率的な連絡手段の提供や就職に関する情報量の充実を図った。さらに、卒業生同士の交流支援となる機能として、同級生同士の集会やイベントを企画した主催者が、参加希望者ユーザに一括連絡をできる機能を考案した。その他に、利用率を考慮したアカウント作成方法も考案した。

しかし、在学生がOG・OBへ気軽に連絡ができる仕組みは、在学生にとってメリットが大きいが、OG・OBにとっては不必要に負担が大きくなる可能性があるという問題もある。特に人気職種などに勤めている一人のOG・OBに対して、多くの在学生から集中して質問が送られてしまうという恐れもある。今回構築した「あつまっせ」の場合は、学生数の少ない小規模な短大を事例としたため、卒業生への問い合わせも問題となるほど数が大きくなる心配はないが、学生規模の大きな大学がSNSを運用する場合は、OG・OBに負担がかからない対策を検討していく必要がある。

謝辞

本研究を進める過程において、多くの協力をして頂いた会津大学短期大学部の1年生諸子には、深く感謝致します。

参考文献

- [1] 平成21年度大学等卒業予定者の就職内定状況調査(平成21年12月1日現在)について、厚生労働省、
<http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/2r98520000003qgu.html>
- [2] 学生の就職活動アンケート 2月の動き、マイコミ採用サポネット、
http://job.mynavi.jp/conts/saponet/enq/2009/vol_5/ata4.html
- [3] 渡辺博芳, “大学におけるSNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)の利用例”, 情報処理学会研究報告, EIP, 40, pp. 39-43, 2008
- [4] 高崎咲江, 長谷川忍, 柏原昭博, “就職活動に有用な経験情報の共有によるパーソナルコネクションの構築を目的としたSNS”, 電子情報通信学会, ET, 99, pp. 35-40, 2008
- [5] 嵯峨山和美, 久米健司, 金西計英, 松浦健二, 三好康夫, 松本純子, 矢野米雄, “学生支援キャンパスSNSと学生の動向”, 日本教育工学会論文誌, 32, pp. 53-56, 2008
- [6] 大塚成男, 桧垣泰彦, 桜井貴文, 市川智一, 吉野貴之, “千葉大学校友会SNS「curio」の構築”, 電子情報通信学会総合大会, p. 143, 2009
- [7] 佐久間拓也, 池辺正典, 石井信明, 川合康夫, 釈氏孝浩, 宮川裕之, “入学予定者を対象としたSNSの構築について”, 情報処理学会研究報告, CE, 95, pp. 45-48, 2008
- [8] ITpro, オープンソースの意味とメリット,
<http://itpro.nikkeibp.co.jp/article/COLUMN/20060303/231691/>
- [9] OpenPNE, <http://www.openpne.jp/>
- [10] 福島直樹, 松下佐知子, 渡邊剛, 就職活動こまったときのなるほどブック, 高橋書店, 2007/9/10
- [11] リクルート, リクナビ リクルートの就職・転職・派遣の情報サイト, <http://www.rikunabi.com/>
- [12] 毎日コミュニケーションズ, マイナビ 学生のための職業情報サイト, <http://job.mynavi.jp/>
- [13] 高内優向, 就活探検隊, 内定がほしい, 講談社, 2007/12/20