

Title	行動を促すサイトデザイン考察
Sub Title	Consideration of web design that encourage user activity
Author	越島, 悠介(Koshijima, Yusuke) 岸, 博幸(Kishi, Hiroyuki)
Publisher	慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科
Publication year	2010
Jtitle	
JaLC DOI	
Abstract	
Notes	修士学位論文. 2010年度メディアデザイン学 第57号
Genre	Thesis or Dissertation
URL	<a href="https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002010-0057">https://koara.lib.keio.ac.jp/xoonips/modules/xoonips/detail.php?koara_id=KO40001001-00002010-0057</a>

慶應義塾大学学術情報リポジトリ(KOARA)に掲載されているコンテンツの著作権は、それぞれの著作者、学会または出版社/発行者に帰属し、その権利は著作権法によって保護されています。引用にあたっては、著作権法を遵守してご利用ください。

The copyrights of content available on the KeiO Associated Repository of Academic resources (KOARA) belong to the respective authors, academic societies, or publishers/issuers, and these rights are protected by the Japanese Copyright Act. When quoting the content, please follow the Japanese copyright act.

修士論文2010 年度(平成22 年度)

# 行動を促すサイトデザイン考察

指導教員：岸 博幸、砂原 秀樹、大川 恵子

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科

越島 悠介

# 修士論文要旨2010年度(平成22年度)

## 行動を促すサイトデザイン考察

本論文では、現代において社会的問題とされている若者の政治離れを問題意識として持ち、彼らが親しみにくい政治・経済・政策といった話題に対し身近な問題であるという認識を改めた上で政策議論を行えるという、今までと異なる経験を与える新しいソーシャルメディア「policywatch」のデザインについて論じる。

本研究では、イベントを開催することで現実世界における接点を生み、それにより形成されたコミュニティをウェブサイト内で補完、そして他メディアと連携することにより、より多くこのウェブサイトが認知される機会を作り、そこで少しでも興味を持った人たちをコミュニティに定着させるといった仕組みで構築を行った。さらに、これら3要素それぞれが独立しているものではなく、3要素はあくまでも要素で、それぞれがお互いを補完し合うことで1つのソーシャルメディアになる。このように、イベント・ウェブサイト・他メディアという3要素が連携することで成り立つ「policywatch」というソーシャルメディアの構築を行った。その結果、ソーシャルメディアとして確立されるには更に2つの特性が必要であることがわかった。

構築をするにあたり、3つのプロトタイプを作り、それぞれのフィードバックを踏まえ再デザインを重ね、検証を行った。

キーワード: ソーシャルメディア、政策議論、経験デザイン、コミュニティ形成、コミュニケーション、政治、政策、メディアデザイン、ウェブデザイン

慶應義塾大学大学院 メディアデザイン研究科  
越島 悠介

Abstract of Master's Thesis  
Academic Year 2009

## Consideration of Web Design that encourage user activity

This thesis takes into consideration the current social problem of youth losing interest in politics and economics examines the design of “policywatch,” which is a new social media that aims to give youth a new type of experience that will allow them to engage in and enjoy political debate.

This research project held events in order to encourage real-world action that in turn led to the creation of a community that acted as a complement for the policywatch website. In addition to the event and website components, this project formed connections with other media, which led to increased opportunities for recognition, thereby creating a framework that would allow for the establishment of a community of people who have even the slightest interest in politics. Furthermore, these three components are not meant to be implemented individually, but rather complement each other to create a single social media. Thus, this research project used the three elements of events, website, and connections with other media to establish the social media “policywatch.” After all, this project led to a conclusion that two other features are necessary to be established as a social media.

In creating the architecture for policywatch, prototypes were created and redesigned three times upon receiving feedback from testing and implementation.

Keyword: Social Media, Policy Discussion, Experimental Design, Community Formulation, Communication, Politics, Policy, Media design, Web Design

Keio University Graduate School of Media Design  
Yusuke Koshijima

# 目次

第1章：序論.....	1
1.1 研究目的.....	3
1.2 ポリシーウォッチ.....	4
第2章：先行研究・事例の検証と文献検証.....	6
2.1 差別化.....	6
2.2 リアルとの連携.....	8
2.3 他メディアとの連携.....	10
2.4 デザイン.....	11
第3章：デザインコンセプト.....	14
3.1 「policywatch」の仕組み.....	14
3.1.1 イベント.....	15
3.1.2 ウェブサイト.....	16
3.1.3 他のメディアとの連携.....	17
3.2 プロトタイプ1.....	18
3.2.1 テーマ.....	19
3.2.2 デベロップメント.....	19
3.2.3 フィードバック.....	20
3.3 プロトタイプ2.....	23
3.3.1 テーマ.....	23
3.3.2 デベロップメント.....	23
3.3.3 フィードバック.....	25
3.4 プロトタイプ3.....	27
3.4.1 テーマ.....	27
3.4.2 デベロップメント.....	28
3.4.3 フィードバック.....	33
第4章：検証.....	38
4.1 ウェブサイトへのアクセス.....	38
4.2 デザイン.....	43
4.3 政策議論.....	44

4.4 コミュニティ形成.....	45
第5章：結論.....	49
5.1 研究成果のまとめ.....	49
5.2 今後の課題.....	50
引用文献.....	52
謝辞.....	54

## 目次

図1.1 第44回衆議院議員選挙における年齢別投票率.....	1
図1.2 世代別インターネット普及率.....	2
図1.3 policywatchのイベントの様子.....	4
図1.4 policywatchのネット上での展開.....	5
図1.5 ダイヤモンドオンラインとの連携の様子.....	5
図2.1 民主党HP.....	6
図2.2 磯崎の手がけた建築物.....	9
図2.3 視線の領域別注視トラッキング.....	12
図2.4 Webデザインの変更による注視の変化.....	13
図3.1 policywatch 3要素連携と2特性の図.....	15
図3.2 ニコニコ動画生放送時のプレスリリース.....	17
図3.3 MSN産経ニュースで掲載された記事.....	18
図3.4 プロトタイプ1.....	22
図3.5 プロトタイプ2.....	26
図3.6 動画クオリティーの変更.....	27
図3.7 階層構造の単純化.....	28
図3.8 サイト内視覚的要素.....	29
図3.9 ドロップダウン式メニューバー.....	30
図3.10 注視の優先領域.....	30
図3.11 デザイン時の視線の流れの意図.....	31
図3.12 サイト内コメント状況.....	31
図3.13 NielsenによるWebの上からの注視時間表.....	32
図3.14 イベント時のTwitterによるコメント.....	34
図3.15 ニコニコ動画生放送時のサイト内告知.....	35
図3.16 イベント時のニコ動生放送とコメントの様子.....	36
図3.17 プロトタイプ3.....	37
図4.1 サイト登録ユーザー年齢別分布図.....	38
図4.2 プロトタイプ2、3の登録ユーザー数比較.....	39
図4.3 曜日別ウェブサイト滞在時間の推移.....	40
図4.4 プロトタイプ2と3の利用状況比較.....	41
図4.5 トラフィックサマリー.....	41
図4.6 参照サイト内訳.....	42

図4.7 アクセス解析参照サイト上位11サイト .....	43
図4.8.1 クリック率データ .....	44
図4.8.2 注視率の濃淡表示 .....	44
図4.9 イベント参加者のサイト閲覧状況 .....	46
図4.10 政治・政策に対する考えの発信手段 .....	47
図4.11 政治・政策に関する情報入手時に活用する情報源 .....	48
図4.12 情報源の信頼度 .....	48



# 第1章：序論

私は、「policywatch」に親しみを与え、真面目な話題に対しても様々なユーザーがアクセスし楽しめるデザインを行った。ソーシャルメディア「policywatch」は、「イベント」、「ウェブサイト」、「他のメディアとの連携」を通して、若者が親しみにくい政治・経済・政策といった真面目な話題に対して今までと異なる経験を与える新しいソーシャルメディアである。その中で、私はインターネットを用いることで、若者に対して門戸を広げるだけでなく、利便性とエンターテインメント性をサイトに持たせることに注力しデザインを行った。

選挙時の投票率を見ても一目瞭然だが、若者の政治離れは現代における大きな問題となっている。

年齢 階層別	有権者数(人)			投票者数(人)			投票率(%)		
	男	女	計	男	女	計	男	女	計
20~24歳	10,576	9,732	20,308	4,351	4,438	8,789	41.14	45.60	43.28
25~29歳	11,694	10,865	22,559	5,366	5,649	11,015	45.89	51.99	48.83
30~34歳	13,565	13,121	26,686	7,310	7,824	15,134	53.89	59.63	56.71
35~39歳	12,166	11,752	23,918	7,340	7,782	15,122	60.33	66.22	63.22
40~44歳	11,190	10,730	21,920	7,573	7,826	15,399	67.68	72.94	70.25
45~49歳	10,613	10,431	21,044	7,698	7,810	15,508	72.53	74.87	73.69
50~54歳	12,149	12,232	24,381	8,980	9,575	18,555	73.92	78.28	76.10
55~59歳	13,859	14,153	28,012	10,826	11,411	22,237	78.12	80.63	79.38
60~64歳	11,265	11,907	23,172	9,323	9,805	19,128	82.76	82.35	82.55
65~69歳	9,610	10,674	20,284	8,111	8,865	16,976	84.40	83.05	83.69
70~74歳	8,457	10,118	18,575	7,059	7,982	15,041	83.47	78.89	80.97
75~79歳	6,236	8,551	14,787	4,995	6,176	11,171	80.10	72.23	75.55
80歳以上	5,711	12,341	18,052	3,774	5,738	9,512	66.08	46.50	52.69
計	137,091	146,607	283,698	92,706	100,881	193,587	67.62	68.81	68.24

図1.1 第44回衆議院議員選挙における年齢別投票率

メディア白書を見てもニュースを見ない、新聞を読まない、政治や経済を他人事に感じている若者が多数いることが容易に理解できる。(出典：メディア白書) また政治・政策・経済において自発的に関わろうにも関わり方がわからない、マスメディアによるバイアスの掛かった報道に疑心暗鬼になるなど、様々な情報に触れ自分な

りの解釈しようにもできないのが現状である。それらの問題を解決するために、20代の若い世代を中心として広い世代に普及しているインターネット上にソーシャルメディア「policywatch」の構築を行った。

属性別のインターネット利用率（個人）

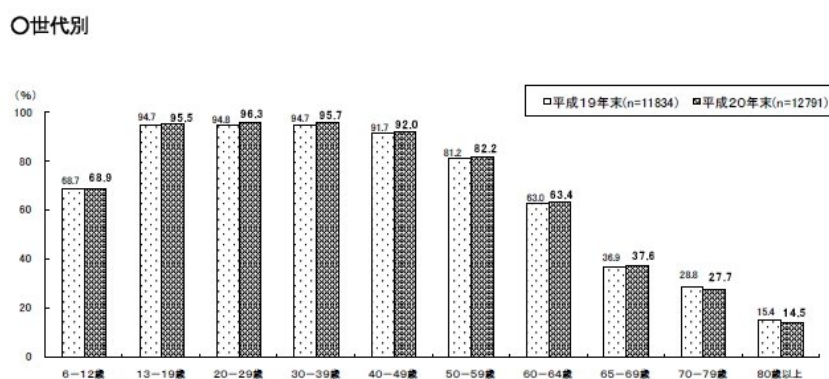


図1.2 世代別インターネット普及率

「policywatch」では定期的にイベントを催し、選挙におけるマニフェストの比較方法や今後の日本経済を考えるきっかけを持てる機会を設けている。ウェブサイトでは、政策や経済、政治情勢における事実を伝えるだけでなく、それらの問題点をわかりやすく解説し、現状の日本に対する提言、話題となっている政策問題への捉え方、法案の課題点などをユーザーに伝え、今日本の置かれている現状に触れる機会を数多く作り出している。さらにそれらに触れる機会を少しでも増やすために、ダイヤモンドオンラインやニコニコ動画など様々なメディアと連携し、幅広いユーザーにリーチする仕組みを構築している。自分から進んで政治・経済・政策に触れない現状、また触れる機会があってもそれらに触れようとしない現状をデザイン力、ソーシャルメディアの力によってリデザインし新しい社会を作る上での礎となるメディアとなる。

本論文では、ソーシャルメディア「policywatch」のコンセプト、プロトタイプング、ユーザーのフィードバックを踏まえた検証を主題とする。

第1章では、「policywatch」の研究背景や概要について論ずる。

## 1.1 研究目的

本研究は、若者にとって親しみのない政治・経済・政策といった真面目なテーマに対し、イベント、ウェブサイト、他のメディアとの連携を通して今までとは異なり親しみを持ちながら接することができる仕組みを作ること、そしてそこに利便性とエンターテインメント性を持たせることが目的である。

序論でも触れたが、今日日本では政治・政策・経済という真面目で難しいテーマに対して日本の根幹を担うべき若者の反応が極めて低い。新聞は購買されず、インターネットにおいても大半の時間をエンターテインメント情報に費やしているのが現状である。選挙において様々な手法で投票率を上げようという試みが行われてきたが、どれも成果がでていないと考える。昨今の選挙ではマニフェストという形で各党の選挙公約が毎回話題になってはいるものの、これらも若者に対して浸透しているとは言い難い。近年の選挙でもっとも投票率が高かった選挙は2005年9月11日に執行された第44回衆議院議員選挙で、68.24%という高い数字を残している。

(<http://www.akaruisenkyo.or.jp/070various/s44.html>) この選挙は、通称「郵政選挙」と呼ばれるもので、当時の内閣総理大臣であった小泉純一郎氏が郵政民営化の是非を国民に委ねたものである。この選挙において投票率が高かった理由は明確で、投票における判断がYESもしくはNOの2択に絞られたが故である。通常、投票に際して様々な観点から経済対策や政策について考えなければならないが、郵政選挙の場合には郵政民営化に賛成か、反対かだけで投票することができたと考える。つまりこれらの事実からわかることは、若者に限らず多くの人にとって政治・経済・政策は、他人事の難しい問題であるという認識をもっている、ということである。

このような認識をなくし、もっと気軽に親しみやすく政治・政策・経済といった問題と触れ合う機会を設け関心をたかめるために「policywatch」を考え、デザインを行った。

## 1.2 ポリシーウォッチ

「policywatch」は、真面目な話題に対して親しみを覚え、興味を持つような仕組みを考えデザインされたソーシャルメディアである。中でも「イベント」、「ウェブサイト」、「他のメディアとの連携」という3つの軸が大きな軸となっている。

イベントでは、インターネットだけでなく実際にユーザーたちが触れあえ、意見交換できる場を提供することが大きな目的である。選挙前などに開催日を合わせ、各党のマニフェスト比較や、今現在の経済情勢の解説などを分かりやすく伝える。参加者はそれらパネルディスカッションを踏まえ、イベントの最後に質疑応答で出演者の方々に感じた疑問、将来の展望など様々な意見交換を行うことができる。また、実際に理解しやすい政策議論を間近で見ること、参加者たちの政治・経済・政策に対する意識を高める効果も発揮している。



図1.3 policywatchのイベントの様子

ウェブサイトでは、他人事と思っているユーザーの意識を変えさせ、政策がいかに関係する日常的問題であるかを示し、ユーザーの日常に深く関わってくることを肌で感じてもらう。その際に、ただただ真面目な話題をテキストと写真といったどこにでもあるような見せ方で見せるのではなく、利便性やエンターテインメント性を考えてデザインを行った。詳しくは3章で述べるが、利便性やエンターテインメ

ント性を追求することでユーザーのリアクションも変わることがわかった。



図1.4 policywatch \*2 のネット上での展開

他メディアとの連携では、イベント、ウェブサイトを通し潤滑に回る仕組みを構築した。これによりユーザーはソーシャルメディアという大きな枠組みの中で、様々な方法で「policywatch」にアプローチすることが可能となった。



図1.5 ダイヤモンドオンライン \*4 との連携の様子

## 第 2 章：先行研究・事例の検証と文献検証

第2章では、第1章で明示したサイト：「policywatch」のあり方をより理論的に実装するため、先行研究および事例、文献検証を行っていく。具体的には、サイトにおいてデザインで人々の行動を規制する時、どのような理論的整理の下、その行動を規制する、または誘導することが可能であるのか、というように、サイトの目的を実現する為の理論的整理を行っていく。

### 2.1 差別化

まず、例えば既存の政治・政策系サイトとこのprojectを理論的にいかに差別化することができるであろうか。



図2.1 民主党HP

その際、参考となる理論として、Gilles Deleuzeのいう"環境管理型権力"と"規律訓練型権力"についての理論をまずは参照したいと思う

(『記号と事件 1972-1990』)。まずここでDeleuzeがその両者をいかにとらえているのだが、"規律訓練型権力"とは、Michel FoucaultがPanopticonの比喩を用いた概念で説明した通り(『監獄の誕生』 田村俣訳、新潮社、1977年、ISBN 4105067036)、主体が他者の視点を意識的に内在化することで自身を"鍛え直して"いく過程に発生する権力のことだ。ここで私がこの例を持ち出した理由は、もちろん既存の政治・政策系サイトが規律訓練型権力的に、実存を主体の力で制御する/制御できる、という視点からつくられたものであると考えているからである。既存のサイトにおけるデザインでは、サイト側はユーザーに対し、「○○という事実がありますよ、それをあなたは引き受け、人間として成熟した、合理的判断をすべきです。」と話しかけている。

一方、"環境管理型権力"とは、主体の意識、リテラシーの有無を度外視した権力のことだ。その権力が作動する有名な例として、椅子がかたく、空調が効きすぎているほどに設定されているカフェなどがあげられる。そこを訪れた客は、店員から促されることなく、座り心地や気温によって早々に席を立っていく。またはある人がgoogle \*1 で検索を行う時、そもそもgoogleのデータベースに存在しないデータにはアクセスできないが、例えその検索対象が現実に存在していたとしても"google"という環境上ではその対象が存在する世界など存在しない。故にユーザーはgoogleに管理された社会内でそんなことを意識もせず日々を送っている。このような主体が意識する/しないに関わらず、人々を誘導する権力を、環境管理型権力と呼んでいる。

ここで今日の主体のあり方と、はたしてどちらの権力が相性が良いかを考えてみる必要がある。

言うまでもなく、今日の社会は多様性を前提とした社会である。例え政治や国家に関わる問題・テーマであったとしても、個人の価値観は最大限尊重されるべきで、原理主義的に主張が収束していく現象は受け入れられない。都市生活などにおける多様性包摂の重要性や、多様な主張やイデオロギーの混在した中から新しい人間の可能性を模索する議論はRichard Florida (例えば、『クリエイティブ・クラスの世紀』など)らの議論からも明らかであるが世界的に共有

された問題である。さらにインターネットなど技術的要因も重なり、私たちは私たちが単一の価値観から成る存在ではないことを知っている。このような状況下では、規律訓練型権力が人々にWeb上で政策議論を展開してもらうことは極めて困難であると考えられる。人々は多様な存在であるからだ。そして多様な人々の行動を誘導する方法として、環境管理型権力が存在するのであれば、今後人々の行動を規制、または誘導する際に必要となってくるデザインとは環境管理型権力を意識したものにならざるを得ない。

このことから、既存の政治・政策系サイトの大半は、規律訓練型権力によって人々を行動に向かわせようとしているが、その不可能性故に、政治・政策的なものの根本的価値観すら揺らがせてしまっており、それを再収束させる方法論としてはもはや環境管理型権力を用いるしかないと考えられる。

さらにこの環境管理型権力と同じ概念はThalerとSunsteinがNudge Improving Decisions About Health, Wealth, and Healthの中でもNudgeという言葉を用いて説明している。(Thaler and Sunstein 2009) 人々が選択の自由を持つべきであるという大前提のもと、ソーシャルメディアのような選択アーキテクトは決して行動を強制したり先導すべきではなく、選択者が自分自身の判断で効用を高められるよう、選択に影響を与えることが大切と説いている。

このように、多様な人々が多様なまま共存できるこれからの時代に必須の方法論として、環境管理型権力、もしくは選択アーキテクトとしての積極的設計が重要となってくる。

## 2.2 リアルとの連携

次に、サイトと現実社会、もしくはリアルな場との連携について考察していく。

これまで検証してきたように、サイト内において人々の行動を規制・誘導する方法論として、環境管理型権力や選択アーキテクトとしての視点を取り入れた方法論が有効であると言ったが、それだけ



では十分とは思えない。なぜなら、政治・政策的決定を個人が行う際には、いかに多様性を意識したとしても、なにかしらの決断/切断を行わねばならないからだ。例えば選挙の際、あらゆる主張・イデオロギーを認めたとしても、個人として支持できるのは一人もしくはひとつの政党のみであり、その行動(=ここでは投票)を行う為には選択という決断をしなければならない。

だが、決断とはインターネット上のみで行うべきことではないと考える。その根拠として、建築家・磯崎新の発言(『プロセス・プランニングについて(建築計画における時間的要因)』)が参考になる。磯崎は、建築家とは、いくらでも他の方法、他の設計が可能であるメタな視点から、現実に設計を行う、という行為に至るに際し、メタからの切断、行為の決断を行わなければならないことを強調している。言い換えれば、メタフィジックスをフィジックスの領域に引きずり下ろす作業こそが建築家の作業だ、と言っている。



図2.2 磯崎の手がけた建築物 (Archi. Map. <http://space.geocities.jp/>)

そして、今回webサイトをデザインするにあたり、まったく同じ問題がある。よく言われるように、Web上では空間は理論上では無限に存在する。多様な意見もそのまま存在する。つまり磯崎のいうところのメタな領域がここでいうところのWeb上になるのだ。それに対して、選挙で投票する、ある特定の政策を支持する、という行為は代替のきかない一回きりの行為、つまり切斷的行為なのである。

であるならば、web上において決断を行うことは非常に困難であり、またユーザーに決断をさせるには、リアル・現実社会とWebが連携したものとして全体の仕組み・デザインを考えなければならない。既存の政治・政策的サイトにおいては、リアルでの行動は本人のア

ウトプットであり、その行為を行う主体のあり方をWeb上にて鍛える、という方向性が大半の傾向であった。だが、これまでの検証から、そもそもWebデザインの段階において、リアル・現実社会との連携を考え、決断させていくことが重要であることがわかってきた。つまり、メタに拡散するWeb上の思考・主張に対して、自分はこうである、という決断を迫られる場であるリアルの領域を接続しておくことで、絶えずユーザーはメタを意識させられながらも、決断の契機を提示されていることになる。

以上の点から、実際にデザインを行った際、リアルの場で意見をしなければならないイベントや、実際の選挙と紐付いたイベントを行い、それらとサイトのサービスが連携しているようなデザインを行った。その詳細は次章で説明する。

## 2.3 他メディアとの連携

また、サイトと他メディアとの連携についても理論的に整理する。

今回サイトをデザインするにあたり、サイト内にユーザーからのコメントだけではなく、twitter \*3 との連携を取り入れることにより、サイトを訪問したユーザーが高頻度で更新されていると感じる、またはトピックを他のユーザーと共有していると感じる感覚を与えることを狙った。ここで参照したのは、濱野智史による"疑似同期メディア"という概念である(wired vision blog-article/HamanoSatoshi)。濱野はニコニコ動画を例にあげ、コメントの更新の共有による各ユーザーのタイムラインの疑似同期を、人々に共有体験を抱かせる方法論として高く評価している(<http://wiredvision.jp/blog/hamano/200708/200708090300.html>)しかし、それは本サイトにもあてはまるものであるといえる。

これはtwitterの性質とも関連することだが、例えばサイトを訪れたユーザーが、自身が興味を持ったテーマ・トピックの動画を見た時、それに関連するコメント・tweetがあれば、ニコニコ動画と同じくユーザーはその動画をユーザー間で共有している感覚に陥る。そのことで、個人にとっての問題に還元されやすい昨今の政治・政策

的トピックスを、より人々が共有している感覚として提供するのはどうか、と考えている。

また、前述のイベントとの連動についても、ユーザー間をあらかじめ疑似同期させておくことで、よりリアルな場においても問題を共有している感覚を提供することができると思う。

さらにここで触れておきたい事例が森ガールという、日本で確立されたファッション・ジャンルである。ファッション分野は元来、情報発信をマスメディアに頼りきるといって、政治・政策分野と共通した部分があるが、この森ガールというジャンルはソーシャルメディア内で誕生、発展したものである。mixiのコミュニティの1つに、森にいそうな女の子の格好というテーマで、ユーザーがそれに準ずる洋服や小物、雑貨などを投稿を収束することを目的としたコミュニティが存在する。このコミュニティでは管理者がコミュニティの投稿チェックをし、森ガールの定義を随時更新することで、森ガールのイメージ確立を行った。現在では40,000人以上が参加するコミュニティになっている。(mixi, Inc. 2006) mixi内の1コミュニティでしかない森ガールがmixi内で大きな影響力を持ったことで雑誌に特集を組まれた。(角川グループパブリッシング2009) これまではマスメディアで意図的な情報発信を行うことで文化を形成していたファッション分野において、ソーシャルメディア内でユーザーが文化を作ることでマスメディアに扱われるという逆の構図である。そして、このジャンルは雑誌に掲載されたことで、一部の女性の間でしか知られていなかった文化が多くの人に知られた結果、森ガールというファッションジャンル確立に至った。この事例から見てもいかに他メディアとの連携が重要であるかがうかがえる。

## 2.4 デザイン

最後に、実際のサイトデザインにおいて参照とした定義を検討する。

Nielsenによれば、インターフェースのユーザビリティとは、5つのユーザビリティ特性からなる多角的な構成要素を持つとしている

(『ユーザビリティエンジニアリング原論』)。その要素とは、学習しやすさ(Learnability)、効率性(Efficiency)、記憶しやすさ(Memorability)、エラー(Errors (as in low error rate))、主観的満足度(Satisfaction)である。今回サイトをデザインするにあたり、他の理論からサイトデザインを考えた際、結果としてインターフェースユーザビリティがどのような形になったのか、そしてそれは正しい有効な方向であったのか、をこの要素から考察を行った。実際の検討は次章で行っている。その結果、Nielsenが提唱する要素以外に必要な要素も見えてきた。

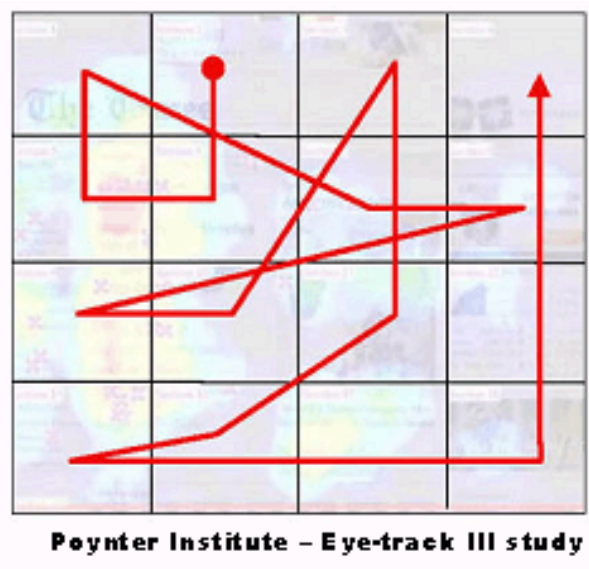


図2.3 視線の領域別注視トラッキング  
(Richard F. May. [www.jmrlsi.co.jp](http://www.jmrlsi.co.jp))



**BEFORE**

**AFTER**

図2.4 Webデザインの変更による注視の変化  
(Outing and Ruel. [www.poynterextra.org](http://www.poynterextra.org))

## 第3章：デザインコンセプト

第3章では「policywatch」の過去のプロトタイプを踏まえた上で、もっとも深く関与した現行のプロトタイプのデザインコンセプトについて説明する。「policywatch」とは、ソーシャルメディアを構築する際の経験デザインとはいかなるものかということ踏まえた上で、リアルでのコミュニティを形成するためのイベント開催、ウェブサイト上でのコミュニティ補完、他のメディアとの連携による問題意識の広い共有といった仕組みになっている。そして、そのソーシャルメディアの中核であり、このプロジェクトの全体像の中でもっとも重要な役割を担うwww.policywatch.jpをプロトタイプの軸として、これまでにあった2つのプロトタイプとデザインした3つ目のプロトタイプを機能から始まり、役割、そしてデザイン考察、もしくはデザイン方法といった流れで説明する。

### 3.1 「policywatch」の仕組み

「policywatch」というソーシャルメディアは、イベント・ウェブサイト・他メディアという3要素が連携することから成っている。これはつまり、イベントを開催することで現実世界における接点を生み、それにより形成されたコミュニティをウェブサイト内で補完、そして他メディアと連携することにより、より多くこのウェブサイトが認知される機会を作り、そこで少しでも興味を持った人たちをコミュニティに定着させるといった仕組みである。ここで特筆しておきたいのが、「policywatch」は3要素それぞれが独立しているものではないということ。3要素はあくまでも要素で、それぞれがお互いを補完し合うことで1つのソーシャルメディアになるのである。そして、この基盤である3要素に2つの特性、利便性とエンターテイメント性を加える事で、ソーシャルメディアとして確立されると考えデザイン、構築を行った。

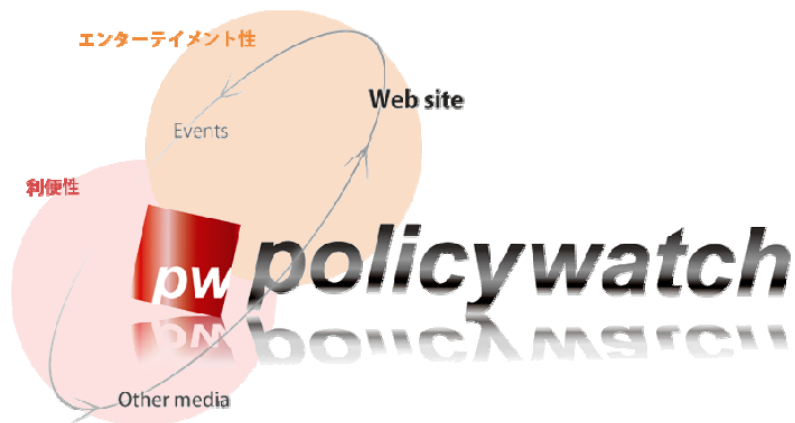


図3.1 policywatch 3要素連携と2特性の図

### 3.1.1 イベント

イベントを開催することの最大の目的は、現実的な接点を世間、ユーザーとの間に作り出すことである。

「policywatch」が開催するイベント内では、現在の政治動向や日本が抱える課題を提示した上でpolicywatch member同士が（イベントによってはゲストと共に）パネルディスカッション形式で意見交換をしてもらう。参加者は、イベント後半部分にある質疑応答の時間に来場前から持っていた疑問、もしくは前半部分を聞いた末の自分の意見や疑問をpolicywatch memberに投げかけてもらう。参加者の中にはすでに政治・政策に高い知識や関心を持った人から、あまり政治・政策に触れる機会がなかったが小さな興味から参加する人まで様々である。しかし、皆イベントに参加すること-で、来場前よりも高い問題意識や更なる関心を持つことができる。また、これらのイベントの際にはウェブサイト上で、事前にイベントに関わるテーマの質問や議題を公募し、イベント内で議論する仕組みを設けている。

これらのイベントは、ニコニコ動画\*7で生中継されるため、イベントに参加できなかったユーザーもニコニコ動画から閲覧することができる。またニコニコ動画上に寄せられるコメントに対してpolicywatch memberの中から一名、壇上にあがらずに返答するのに

徹する仕組みになっている。さらに、ここ数回のイベントでは Twitter を用いて、壇上のスピーカーがリアルタイムでイベントの内容のレポートを行っている。これらのアクションはすべてサイト上で閲覧することが可能で、当日イベント会場に来られなかったユーザーの方々も、実際にイベントに参加したかのように感じられるようになっている。

### 3.1.2 ウェブサイト

ウェブサイト [policywatch.jp](http://policywatch.jp) は **policywatch member** による情報発信の場とユーザー間のコミュニケーションの場ということ以外に、このプロジェクト全体のハブとしての役割をになっている。よって、このウェブサイト上では、**policywatch member** の、加藤寛氏、竹中平蔵氏、岸博幸教授、木村剛氏、富山和彦氏、野村修也氏、松原聡氏、ロバートフェルドマン氏、宮脇淳氏らが解説動画やテキストを通して政策の解説を行っている。彼らの中に混ざって時折、堀江貴文氏や野中ともよ氏らがゲストとしてウェブサイト上に登場し、政策・経済において日本が抱える課題とその解説や、ユーザー、ならびに社会に向けたメッセージなどを配信している。広く普及し活用されるようになったインターネット上に、このウェブサイトが存在し1年8ヶ月の活動で三百に近いコンテンツを掲載してきたことで、今まで身近に接しづらかった政策・経済問題に気軽に触れることができる新しい情報メディアとして機能している。また、新聞やTVのように、ただ情報を得るだけのメディアではなく、**policywatch member** からの解説動画やテキストに自分の意見を投稿したり、ユーザー同士がコメントをし合うことで、政策・経済問題に対する問題意識を高め合えるメディアとしても機能している。

また、本プロジェクトにおいて特筆すべきウェブサイトの最大の強みは、ユーザーのニーズ、政治の動向の変化、イベントと、他のメディアとの連携のハブの役割を果たすため、柔軟に対応する必要があり、それができるということである。これは、1チームが企画、運営、設営、ウェブサイトのデザイン、プログラミングの全てを行っているからで、これにより、どんな状況にも柔軟かつ迅速な対応や処置をとることができる。



## ニコニコ生放送で、竹中平蔵氏率いる チーム・ポリシーウォッチ、アカデミーヒルズ主催 衆院選マニフェストを斬る～政権担当能力を問う～を生中継

株式会社ニコニコ（本社：東京都中央区、代表取締役：杉本誠司）が運営する、WEBサイトで再生される動画にリアルタイムでコメントを付けられる「ニコニコ動画（β版）」（<http://www.nicovideo.jp/>）の「ニコニコ生放送」で8月12日（水）、竹中平蔵氏率いるチーム・ポリシーウォッチがアカデミーヒルズにて行うイベント「衆院選マニフェストを斬る～政権担当能力を問う～」の様相を生中継します。



竹中 平蔵氏  
※複数転載を禁止します。

先ごろ総選挙に向けて発表された自民党、民主党のマニフェスト（政権公約）。チーム・ポリシーウォッチが「衆院選マニフェストを斬る～政権担当能力を問う～」をテーマに、経済政策の専門家、エコノミストの視点で、自民、民主それぞれのマニフェストの内容を分析・評価し、政権担当能力という点からどちらが国の舵取り役にふさわしいかを明らかにします。また、自民党、民主党の代表者を招いての公開討論も予定しています。100年に一度の危機的状況といわれる中、日本の行く末を左右する国政選挙にあたり、国民は「何に注目し、何を考えるべきなのか」。チーム・ポリシーウォッチメンバーがゲストを迎えて討論します。

※配信環境の都合上、放送の中断等たともな場合があります

■ 2009年8月12日（水）18：30～20：30（放送予定）

■ 講師紹介（要予約）

○総合司会

竹中 平蔵：アカデミーヒルズ理事長、慶應義塾大学教授、グローバルセキュリティ研究所所長

○特別ゲスト

田村 耕太郎：自由民主党所属 参議院議員

尾立 憲幸：民主党所属 参議院議員

○スピーカー（チーム・ポリシーウォッチ：5名定員）

駒田 直道：慶応大学准教授

加藤 寛：慶応大学学長

岸 博幸：慶應義塾大学大学院メディアデザイン研究科教授

木村 剛：株式会社フィナンシャル代表取締役社長

富山 和彦：株式会社経済共創基盤代表取締役社長

野村 勝彦：中央大学法科大学院教授

ロバート・フェルドマン：モルガンスタンレー証券経済調査部長

松原 聡：東洋大学経済学部教授



図3.2 ニコニコ動画生放送時のプレスリリース

### 3.1.3 他のメディアとの連携

本プロジェクトの活動において他メディアとの連携も重要な要素のひとつである。これには、問題意識の広い共有、ウェブサイトの認知度の向上と更なるユーザーの導引といった大きな目的がある。また、他メディアとの連携にあたり、それらが扱いやすい情報をこちらが用意することもとても重要で、これを行ったことによりダイヤモンドオンライン、MSN 産経ニュース \*5、Yahoo ニュース \*6 といったようなメディアとの連携が実現した。また、これらの情報はもっともタイムリーかつ旬な政策・経済・政治の話題に常にアンテナをはり、それをpolicywatch memberが的確な解説や意見を述べるといったものでなくてはならない。こういった情報を用意することで、「policywatch」が様々なメディアの情報のソース元となるのが可能となり、ソーシャルメディアとして確立することができた。



図3.3 MSN産経ニュースで掲載された記事

### 3.2 プロトタイプ1

第一弾のプロトタイプとして、2008年10月にウェブサイトを作成し、イベントを開催した。WordPressを用い、policywatch memberによる政策提言ビデオだけをコンテンツとして公開するビデオ情報サイトとなっている。発案当初のデザインとしてはBigthink との連携なども視野に入れていたが、検討の結果、独自メディアとしての展開をしていくことを決め開発を始めた。それと平行して、試行錯誤しながらイベントとの連携、他のメディアとの連携を行っていった。

### 3.2.1 テーマ

この最初のプロトタイプは、どのようなコンテンツがユーザーには求められているのか、どれぐらいの需要があり、どれぐらいの数のユーザーがウェブサイトに来うのか、そしてポリシーウォッチにおけるユーザーの属性を得るために作成した。ウェブサイトにおけるユーザービリティの確認として、まずカテゴリーを検討。日本でもっとも慣れ親しまれているブログのユーザービリティを参考に、政策、経済、政治、イベントレポートの4つにカテゴリー別けをすることに決定した。

### 3.2.2 デベロップメント

ウェブサイトでは、アプリケーションサーバーとデータベースサーバーの2つを用意し、アプリケーションにはWordPressのBlogシステムを応用し、データベースにはMysql 5を利用した。動画の再生プレイヤーには、Adobe FlashのAction Script 3.0を用いた。.flv形式で書き出した映像と.jpeg形式で書き出した動画のスチルフレームをセットで用意しサイト上に埋め込むと言った仕組みにした。サイトの構成としては、親しみあるブログと同じ構成にし、1つの動画コンテンツは、必ず1人のスピーカー(policywatch member)と1つのカテゴリーに属する。1つの動画コンテンツに対して、コメントは無限に付くが、一般ユーザーのコメント履歴などは参照できない。また、ウェブサイトの画面左側にあるメニューバーには、スピーカー、カテゴリー、こちらが設定したテーマからの3方向からアクセスをできるように項目を用意した。このため、1つの動画には複数のタグを埋め込むことができるようにした。トップページには、注目の動画をウェブサイト上段に表示し、中段にはイベント告知バナーやお知らせバナーを配置し、下段には最新の動画を左に、注目のテーマを右に配置し、ユーザーが様々な角度から動画コンテンツにアクセスできるデザインを行った。

動画の撮影にはハンディカムのビデオカメラを使用し、付属マイクではなく、ガンマイクを使用して音を撮っていたが、数ヶ月の運営後、音声が聞き取りにくいとの声がユーザーから届き、ピンマイクを付けてのインタビュー撮影に変更した。撮影、編集、タイトル付け・概要テキスト作り、ウェブサイトへの公開という流れでウ

ウェブサイト運営を行い2009年7月まで運営した。

### 3.2.3 フィードバック

2008年10月から2009年7月までの10ヶ月間、本ウェブサイトを経営するhttp://policywatch.jp/にて公開、運営を行った。この間のウェブサイト運営の中で新たに発見したことや、わかったことをフィードバックとして参考にプロトタイプ2の開発を行った。

この期間に、657人がウェブサイト登録し政策議論に参加した。そして、このプロトタイプ1を運営したことで新たに発見したのが、本ウェブサイト上にて政策・政治・経済といったテーマに特化したビデオ解説を行った結果、このようなコンテンツに対してかなりの需要があるということである。マスメディアというフィルターを通らない、policywatch memberからの生の声という種類の情報が、今日の日本の政策・政治に対して事のほか大きな不安を持っていたユーザーから必要とされていた。このため、ユーザーからの様々な要望がよせられ、その中でも、動画配信だけではなく、テキストでの政策・政治・経済についての解説も行って欲しいという要望が多々見受けられた。映像での解説情報配信とはつまり、音での解説を聞くということになるので、ユーザーの環境によっては、ビデオ視聴できる場所が限られてしまうため、ウェブサイトを開覧する際に概要に目を通すことしかできないということだった。この、ユーザーのウェブサイトを開覧できる環境を制限してしまう、というのはせっかくの情報配信の場としては一つの弱点になっていると捉えプロトタイプ2をデザインする際の検討事項とした。

さらに、ユーザーからのコメントの傾向を見てみると、それらは大きく分けて2タイプに分けられることがわかった。まず、同意意見や反対意見など、感想を述べているコメントと、動画解説を開覧した上でのユーザーなりの意見を述べているコメントの二傾向である。ライトユーザーは感想だけをコメントすることが多く、ヘビーユーザーはわりとまとまった分量で自分の意見をコメントすることが多かった。

次にウェブサイト登録ユーザーを年代別に見ていきたい。登録ユ

ユーザーの中でもっとも多くなっているのが30代ユーザー。しかし、これは多少多いといった感じで他の20代、40代、50代のユーザー数との大差があるわけではない。しかし、ここでの特筆すべき点は20代の登録ユーザーの数が他の年代の登録ユーザー数とほとんど変わらないということ。インターネットがやはり若い層に親しみ深いということであろう。

また、このプロトタイプ1のデザインについて考察したいと思う。3.2.1で述べたような背景からプロトタイプ1のデザインは発案されたが、Nielsenのユーザビリティの5つの定義と照らし合わせて見てみると成功例とは言い切れない。まず言える事は、1つのコンテンツに多方向からアクセスしやすい仕組みを実現するために、スピーカー、カテゴリ、テーマという階層を設けたが、これにより、階層構造が深くなった。しかし、それとは相反してマウスの操作距離や操作時間間隔は長いデザインになってしまっている。また、どのコンテンツにユーザーの関心が多く集まっているかが一見してわかる作りではなく、運営者側が何を見せたいかという場所しか設けられていない。

このプロトタイプを運営して得た経験と、これらのフィードバックを踏まえプロトタイプ2をデザインするに至る。

policywatch 政策のない日はない

こんにちは admin さん | ヘルプ | ログアウト

Search

**ポリシーウォッチについて**  
動画で有識者が世の中の問題を解説します。>>詳しく

**カテゴリ**

- 政策
- 経済
- 政治
- イベントレポート
- ゲストトーク

**スピーカー**

- 加藤 寛
- 竹中 平蔵
- 岸 博幸
- 木村 聡
- 眞山 和徳
- 野村 修也
- 松尾 聡
- ロバート・フェルドマン

**ゲストスピーカー**

- 野村 ともよ
- 堀江 真文
- ビル エモット

**注目テーマ**

- 郵政民営化
- 日本経済
- 世界経済
- オバマ政権
- 金融
- 改革

**注目の動画**

### 鳩山前総務大臣の今後で判る郵政騒動の真意

スロークローム 2009年7月13日 13:47 | カテゴリ: 政治トピックス



郵政の決断は運命に失した感があるが当然の判断である。今回の騒動において前総務大臣は権力闘争という別の意図を持って動いていたのではないかと今後の彼の動きを見れば、その意図が見えてくると思われる。[関連動画：騒動による郵政への干渉を許してはならない](#)  
[理め込み](#)  
 subject width="400" height="330">+pe

コメント: 15件

[この動画へ](#)

**特集のお知らせ**



かんぽの借問題を探る  
郵政民営化問題のゆくえ

【お知らせ】  
YouTubeチャンネル、以下の期間で4ヶ月連続配信いたします。  
2009年7月28日(水) 9:30~11日(土) 18:00  
※17日(日)は配信休止となります。



**サイトリニューアルのお知らせ**  
詳しくはこちらをご覧ください

**最新の動画**

 <p>債権バブルに誘われれば乗気は回復するか？ 北澤 隆 カテゴリ: 経済 コメント: 12件</p>	 <p>米国の金融政策は成功しているのか？ ロバート・フェルドマン カテゴリ: 経済 コメント: 12件</p>
 <p>"今の選挙に勝つ為"の選挙競争で良いのか？ 北澤 隆 カテゴリ: 政治 コメント: 12件</p>	 <p>海外投資家へ日本の改革を希望せよ ロバート・フェルドマン カテゴリ: 経済 コメント: 12件</p>
 <p>回復過程のミニバブルに陥らず"乗気"を目指せ 眞山 和徳 カテゴリ: 経済 コメント: 12件</p>	 <p>郵政問題：国内の改革は不変と世論のプレ 北澤 隆 カテゴリ: 政治 コメント: 12件</p>

**テーマ > 経済報道**

- 鳩山前総務大臣の今後で判る郵政騒動の真意  
北澤 隆 コメント: 15件 [この動画へ](#)
- 日本経済を"助けるだけ"の補正予算  
北澤 隆 コメント: 11件 [この動画へ](#)
- 政治による郵政への干渉を許してはならない  
北澤 隆 コメント: 12件 [この動画へ](#)
- 日本郵政への買収介入に政治的意図は在るのか？  
北澤 隆 コメント: 11件 [この動画へ](#)
- "かんぽの借問題"の不可思議な点と小原貞吉の真意  
北澤 隆 コメント: 11件 [この動画へ](#)

**テーマ > オバマ政権**

- ガイナープランで米国の金融は復活するか？  
北澤 隆 コメント: 11件 [この動画へ](#)
- オバマ政権の日本への影響は  
ロバート・フェルドマン コメント: 12件 [この動画へ](#)
- オバマ政権が与える経済への影響とは  
眞山 和徳 コメント: 11件 [この動画へ](#)
- 日本はアメリカに対抗してゆく力をつけよ  
加藤 寛 コメント: 12件 [この動画へ](#)
- オバマ政権はネット上でのアメリカ帝国主義を強化してゆく  
北澤 隆 コメント: 12件 [この動画へ](#)

Copyright The Policy Watch Japan Company. All Rights Reserved. 記事、写真、動画の複製・転載を禁じます。  
 ポリシーウォッチについて | 運営会社について | 個人情報を扱うポリシー | 著作権 | お問い合わせ

図3.4 プロトタイプ 1

## 3.3 プロトタイプ2

プロトタイプ1の開発・運営した結果得たフィードバックから、ユーザーの意見が2タイプに別れるということに着目し、プロトタイプ2ではユーザーのコメントを上記で述べたような傾向に分類したサイト構成を立案した。今までのようにサイト登録ユーザーはコンテンツに対してコメントを残すことができ、**policywatch member**と同じテーマ、同じレイヤーで意見することもできるようになっている。さらに、いままで行っていた動画コンテンツは引き続きアップしつつ、ユーザーからの要望があったテキストでの情報発信も加えた。また機能開発の自由化を図るためにプロトタイプ1で使っていたWordPressの使用を廃止し、プロトタイプ2からRuby onRailsを用いての開発を行った。さらにイベントでは、初めての試みとなるニコニコ生放送と連携を実施し、イベントをライブストリーミングで会場に来られなかったユーザーのためにも配信した。

### 3.3.1 テーマ

プロトタイプ2を作成した目的としてはユーザーが二傾向に別けてコメントすることを意図的に行うかどうかということを確認するというものだった。さらに、盛り上がりなどが視覚的にわかりやすいデザインに大幅変更し、そのデザインがユーザーに定着して受け入れられるかの確認も行った。ウェブサイトの階層構造としてはウェブサイト構成の変更に伴い、脱官僚、行政改革、国民生活、経済財政、地域主権、日々の雑感、イベント、○○○な話しという8つのカテゴリ別けをすることにした。また実験的にアジェンダという階層を設けることとした。

### 3.3.2 デベロップメント

今回のプロトタイプ2のデザインにおける大きな変更点としては、ウェブサイト構成の変更と言える。今回から、1つの動画コンテンツ、もしくはテキストコンテンツ(ウェブサイト上の表記では意見)は、必ず1人のスピーカー、1つのアジェンダに所属することとなる。また、このアジェンダは1つのカテゴリに属す。すなわち、

カテゴリーには複数のアジェンダが所属でき、アジェンダには複数の意見が所属できるということである。そして、コメントはコンテンツ(意見)に対して無限に投稿していくことができる。また、今まではpolicywatch memberのみだけしかユーザーコメントや意見を閲覧することができなかったが、今回のこのプロトタイプ2からは全てのユーザーの発言履歴が誰からも閲覧可能にした。そして、前回同様、トップに注目コンテンツを出す場所を設けたが、これは前回とは一転、テキストでの表示というデザインにした。さらに、その下に最新のアジェンダが表示されるようにしたが、これもまたテキスト表示とした。

またトップページでは、前回まで使用していたブログ型のコンテンツ配置方法を廃止した上で、公開された意見に対してどれだけのユーザー、そして彼らのコメントが結びついたのかということを見覚的に見せるために、コメントの数だけユーザーのアイコンが意見の下に表示されるというデザインにした。コメントの良し悪し、適切/不適切は運営側が判断するのではなく、ユーザー同士がGOOD・BAD という投票をすることで、総意で判断できるという仕組みにした。もしウェブサイト内に不適切なコメントがされた場合、多くのユーザーが同じように感じれば、そのコメントには大量のBAD投票が入れるとといった具合である。そして、このように多くのBAD投票を受けたユーザーのコメントは、透明度が増すため見えづらくなり、あまりにも多くBAD投票を受けると最終的にはコメント自体が薄くなりすぎて見えなくなってしまう。

そしてさらに、今回からpolicywatch memberとユーザーのサイト内での立ち位置の見せ方の変更を行った。前回までのプロトタイプでは、policywatch memberが主役のようになり、登録ユーザーたちはあくまでも視聴者という立場になっていたが、今回のプロトタイプからは、policywatch memberも登録ユーザーも同等の立場で意見交換やコミュニケーションを図っているかのように見えるようデザインした。また、この立ち位置の見せたかの変更にともない、ユーザーインターフェースも変更を行なった。ユーザーアイコンを多用することで主役がユーザーであるかのように見せるデザインに変更した。

このプロトタイプは2009年8月から2009年11月までプロトタイ



プとして、公開され運営されていた。

### 3.3.3 フィードバック

総じて、今回のプロトタイプは失敗だった。前回のプロトタイプでも触れたようにNielsenの説くユーザビリティの5つの定義に沿って考えてみても、まず学びやすさ(learnability)、効率のよさ(efficiency)、記憶しやすさ(memorability)の3点の方向性と真逆のサイトデザインになってしまっている。ウェブサイトの盛り上がりを視覚的に見えるようにするためにユーザーアイコンを多用する仕組みをデザインしたが、これにより、ユーザーはどこがクリック可能で、何をしてよいのかわかりづらいということになってしまった。その結果、新しいコンテンツしかアクセスされなくなってしまった。ウェブサイトの階層構造の複雑化と過去のコンテンツへの様々なアクセス方法を用意したことが全て裏目に出た形になったといえる。また、意見とコメントの違いや扱い方がユーザーに理解されず、ユーザー毎に違った解釈で意見やコメントを配信しはじめたことで、サイト全体が混乱することとなった。そして、その結果、Nielsenのいう5つ目の主観的な満足度(satisfaction)が欠落することとなり、ウェブサイトへのアクセス数、ウェブサイト滞在時間が減少してしまった。

しかしイベント時のニコニコ生放送との連携では、総視聴者13,266人、総コメント数91,189個という反響を得ることができた。またイベント時に行なったアンケートでは、解説動画コンテンツを求める声が多く、改めて動画コンテンツの需要と、インターネットにおける政策・政治に関する関心の高さを再認識させられた。今回のプロトタイプを経て改めて学んだことは、階層構造の複雑化や、コメントの細分化を図ることよりも、単純で簡潔な構造のものにコンテンツを公開しコメントを結びつけるということが重要だということだった。

# policywatch

ポリシーウォッチについて  
 最新の各党のマニフェストを調査し、意味とよむ議題をまとめております。**無料!**

各党のマニフェストを詳しく  
**ユーザー体験にも注力!**

カテゴリ

最新記事 (7)

政治経済 (9)

経済財政 (3)

地域経済 (1)

今日の話題 (1)

イベント (0)

---検索 (1)

掲載マニフェストを調べる  
 各党のマニフェストを調べる

最新記事  
 ポリシーウォッチメンバーによる  
 最新記事はこちらからご覧いただけます。**無料!**

スピーカー

高橋 洋

中西 宇雄

河野 泰三

末次 信

高木 信太郎

野村 貴志

佐藤 英彦

山口 実隆

コバト フュルシマン

菅原 洋

現在のコンテンツ

## 日本のアジェンダ

各党のマニフェストはどれも同じような内容のインプットですが、同じ方向性のものもあれば違う方向性のものも出てくるので、正しい評価のメルクマールとなるよう、ポリシーウォッチのメンバー全員で「マニフェスト評価リスト」を作成しました。  
 これをベースに各党のマニフェストを批判的に見ていきます。

## 財政再建のシミュレーション

単純なみの財政再建、行革と単純化だけの財政再建はうまく行きません。正しい財政再建は、成長による増収、行革による削減効果、増収の3者がないとよく実現していきません。  
 この試算はそれを見事にしています。

掲載のコンテンツ

## 日本郵政見直し

竹中 晋蔵さんの意見 | 2009.12.21 18:38

**郵政で明らかになった鳩山政権の正体**

今回の日本郵政を語る動きを見て、人事の中身が、社名委員会が作る公明党に対して強硬な行動のトップ人事を決めるという強硬な行動に感じました。人事の中身についても、閣議決定で決まる。

このアジェンダに対して意見したユーザー (1)

このアジェンダに対してコメントしたユーザー (0)

## 新政権で「真の教育費」を実現するには?

竹中 晋蔵さんの意見 | 2009.08.15 22:38

**教育費に依存した「教育費」で十分なのだろうか?**

立法府ですべての仕事を立法府が行ってやる教育費を認める場合は、国家を立法府一党所掌とする必要があり、その意味では教育費を認べるという国家の「教育費」政策は右派政権でしかありません。

このアジェンダに対して意見したユーザー (0)

このアジェンダに対してコメントしたユーザー (0)

## 郵 政民営化の行く末

菅原 洋さんの意見 | 2009.05.14 20:00

**郵政は日本郵政を縮小しようというのか?**

民主主義は日本郵政への改革で明らかになりました。しかし日本の国政は、形式上民主的な手続に用いるのみならず、結果的に日本郵政を縮小する国家主義とするのか、という点で方向性が異なる。

このアジェンダに対して意見したユーザー (0)

このアジェンダに対してコメントしたユーザー (0)

## 民主政権で日本経済はどうなる?

竹中 晋蔵さんの意見 | 2009.06.11 20:50

**「最低賃金」へ突き進む郵政への進むこと**

いよいよ民主主義が実現する。だが民主主義のマニフェストにおいては最低賃金への増徴が掲げられている。民主主義にも労働者に近い。このままでは最低賃金へと増徴することになるのか、今後、閣議決定。

このアジェンダに対して意見したユーザー (0)

このアジェンダに対してコメントしたユーザー (0)

## 衆 院選マニフェストを振り返る ~イベント動向~

竹中 晋蔵さんの意見 | 2009.08.31 15:49

**選挙でどうなる? 日本の未来**

チーム・ポリシーウォッチが、各党のマニフェストを調査し、ユーザーの意見をまとめたマニフェストを振り返る。各党のマニフェストを調査し、ユーザーの意見をまとめたマニフェスト。

このアジェンダに対して意見したユーザー (0)

このアジェンダに対してコメントしたユーザー (0)

12月20日 (日) 18:00~17:00  
 国会前野党マニフェスト対決大会



高橋 洋  
 マニフェスト調査と一歩前進の出版  
 予約 (2009.11.28 18:15)  
 シンポジウム開催のお知らせ | 12月20日 (日) (2009.11.28 18:00)  
 ポリシーウォッチについて  
 News (2009.11.28 14:30)

最新の意見

- 2009.12.18 09:00 郵政民営化の行く末について
- 2009.12.18 09:00 郵政民営化の行く末について
- 2009.12.18 09:00 郵政民営化の行く末について
- 2009.12.18 09:00 郵政民営化の行く末について
- 2009.12.18 09:00 郵政民営化の行く末について

最新のコメント

- 2009.12.18 09:00 郵政民営化の行く末について
- 2009.12.18 09:00 郵政民営化の行く末について
- 2009.12.18 09:00 郵政民営化の行く末について
- 2009.12.18 09:00 郵政民営化の行く末について
- 2009.12.18 09:00 郵政民営化の行く末について

図3.5 プロトタイプ 2

### 3.4 プロトタイプ3

過去の二つのプロトタイプから学んだものを軸に、単純でわかりやすい構造のものにより多くのコメントを集めるということを目指し、プロトタイプ3の開発を行なった。前回実験的に取り入れた要素の一つであるGOOD/BAD投票機能などをユーザーインターフェースから排除し、もともと本プロジェクトで使用していたpolicywatchのTwitterアカウントに相当数のフォロワーがついたことに着目し、新しい機能としてTwitterとの連動を組み込んだ。そしてこれを機に、イベント内でpolicywatch member自らが壇上からイベントの様子をtweetする試みを行った。さらに、今回から外部の動画提供サービスVimeo \*8 を活用してHD動画コンテンツの配信を開始した。このHD動画コンテンツの撮影方法を従来の撮影方法から一新し、コンポジションやライティング、音のクオリティからテロップデザインまでこだわって作成することで、視覚的好奇心を引き付けるコンテンツになるよう追求した。



図3.6 動画クオリティーの変更

#### 3.4.1 テーマ

今回のプロトタイプを開発するにあたり、いくつかの目的を掲げた。まずは、ウェブサイトのコメント機能をウェブサイト内からTwitterからの2本立てにすることで、より多く、より活発な意見交

換やコミュニケーションを生むことと、Nielsenの説くユーザビリティの5つの定義をいかに満たすことができるかということ。さらに、前述したように、視覚的な要素からどれだけウェブサイト内でのユーザーの行動をこちら側の目的に沿うように促すことができるデザインをするかということも必要である。また前回のプロトタイプで複雑化しすぎてしまった階層構造の単純化も求められている。よってカテゴリー、アジェンダという枠組みをテーマという一括りにし、マクロ政策、財政再建、公務員改革、地域主権、社会保障、雑感というテーマ別けを行なった。

### 3.4.2 デベロップメント

今回から上記したように、階層構造の単純化のためにトピック (policywatch memberからのコンテンツ)は、1人のスピーカーと1つのテーマを持ち、コメントはトピックに対して無限につけることができるというものにした。サイト登録ユーザーはコメントすることしかできないが、今までどのようなコメントをしたかコメント履歴を閲覧できるようになった。

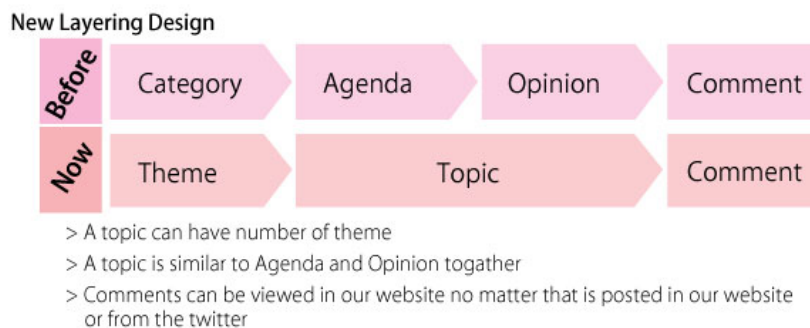


図3.7 階層構造の単純化

ウェブサイトのデザインは大幅に変更した。まず一見して判別のつきづらいテキスト表記を極限まで減らし、全ページにふんだんに視覚的要素を取り込んだ。



図3.8 サイト内視覚的要素

そして、マウスオーバーすることで内容がドロップダウン式で表示されるメニューバーをトップページ上段に配置し、どこのページからでもすべての要素にアクセスできるデザインにした。



図3.9 ドロップダウン式メニューバー

さらにトップページは目が着目する優先順位を元にデザインを行なった。左上のpolicywatchのロゴから、右下にある、こちらが選んだ注目トピック4つが順次表示される場所に流れ、そこから過去のプロトタイプでクリック数の多かったpolicywatch memberのアイコンを大きく並べることで、右から左に目を戻し、新着情報のテーブルを通った末に、Twitterの新着情報を見て、最下段にあるコメント状況を円の大きさによって表す仕組みのところに辿り着くようにした。



図3.10 注視の優先領域  
(Richard F. May. www.jmrlsi.co.jp)



図3.11 デザイン時の視線の流れの意図

この最下段にあるコメント状況を円で表したものは、前回試みて失敗に終わった、どこにユーザーの関心が集中しているか、どこが今一番盛り上がっているのかということを視覚的に伝えるためのものである。これはより多くコメントが投稿されることで、そのコメントされたトピックがより大きい円で表示されるというものだ。

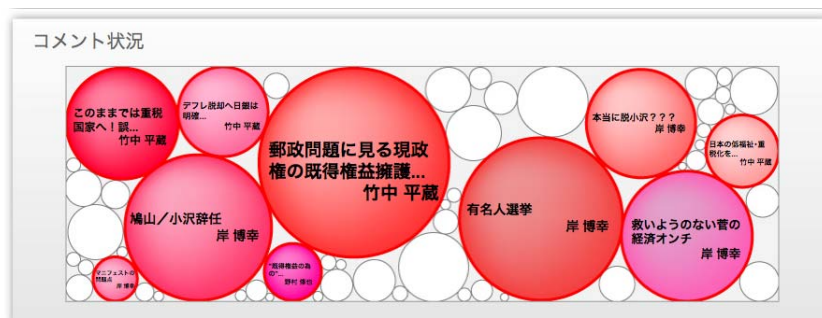


図3.12 サイト内コメント状況



さらに上記の図をサイトTopの最下部に持ってくることで、これもまたNielsenの説く現代のユーザーにとってスクローリングは苦になる作業ではなくなったが、スクロール無しに見える境界線、ページ・フォールドと呼ばれる線より上にあるものに注目が集中してしまうというものの解決策となっている。(Nielsen, [www.useit.com](http://www.useit.com)) ページ下部をデッド・スペースにするのではなく、ユーザーの注目を引く視覚的要素を置くことで、上下に行きつ戻りつするスクローリングという行動を促せると考えた。

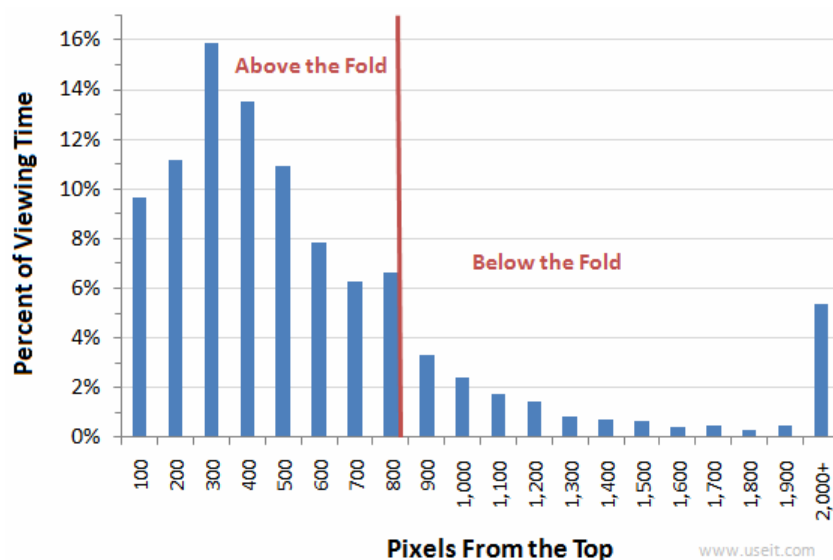


図3.13 NielsenによるWebの上からの注視時間表

今回のプロトタイプ3皮切りと同時に今までになかったイベントの有料化を試みた。この試みは現在までに2度行なわれ、ウェブサイト内でのバナーによる告知、Twitterによる配信と、その配信をpolicywatch memberがRetweetするといったことを行い、どちらも満席という結果になった。

最後にTwitterとの連動に関しては、Twitter APIを用い、こちらが設定したハッシュタグを検索・表示する仕組みになっている。APIを活用する上でリクエスト回数などのリミテーションがあったが、パ



ブリックタイムラインからの検索を利用することで問題なくサイト上に随時更新・表示されることが可能となった。そして、イベント時にもイベント用のハッシュタグを設けコメントを募った。

このプロトタイプ3は、2009年12月から現在に至るまで公開されている。

### 3.4.3 フィードバック

今回のプロトタイプからわかったことは、まず、Twitterとの連動はとても効果的であることだ。ウェブサイト登録者以外の閲覧者もTwitterを用いて予想以上にコメントすることがわかった。そして、多くの人がTwitterのRetweet機能を活用することで、その人らのフォロワーがpolicywatchを認知するきっかけとなり、Twitterを通じてより多くのコメントを得られるようになった。さらにイベントでは、イベント用に設けたハッシュタグ内で松原氏がTwitterのmatsubarasアカウント\*9を利用してイベントレポートのTweetを行なった。これをやったことで、ユーザーからのコメントも多く集まり、イベントと現実世界の場と、ネット上の両面で盛り上がりを見せることとなった。



図3.14 イベント時のTwitterによるコメント

この結果、ここでも同じように、policywatchを今まで直接知らなかった松原氏のフォロワーが松原氏のTweetを通してpolicywatchを知るといったバイラル的な効果が得られた。さらに、イベント時にはニコニコ生放送を実施。この時は告知期間が1週間にも満たなかったのにも関わらず、3,121人の視聴者と、8,725のコメントが集まった。

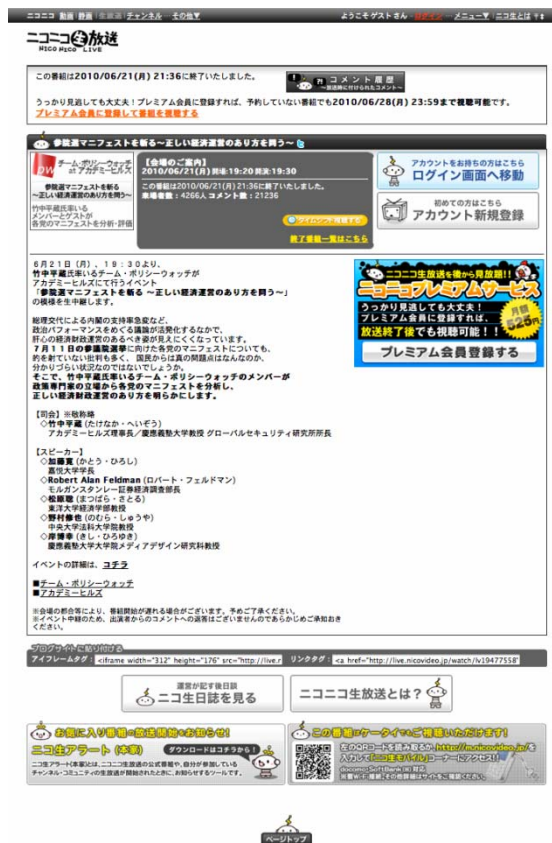


図3.15 ニコニコ動画生放送時のサイト内告知

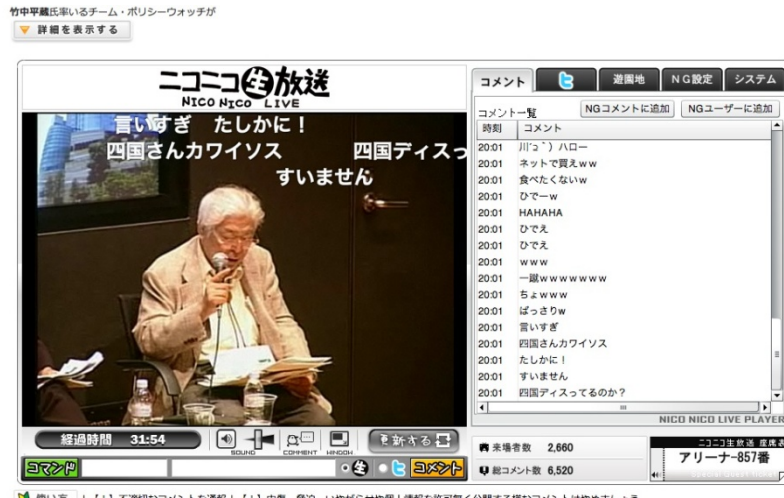


図3.16 イベント時のニコ動生放送とコメントの様子

また、階層構造の単純化と視覚的にわかりやすいデザインへと一新したことで、ユーザーが得たい情報、辿り着きたいコンテンツへのアクセスが高まり、アクセス回数の増加とサイト滞在時間の削減につながった。このことと、Twitterとの連動を開始したことで、多くのコメントがウェブサイトが集まるようになった。しかし一方で、Twitterでのコメントが主流となってしまうウェブサイトからのコメントが減少してしまった。これはこれからの大きな課題と言える。

# pw policywatch

- ホーム
- テーマ
- チーム policywatch
- 動画
- イベント
- policywatchについて

## 注目トピック

このまシンポジウムへ！  
**参院選マニフェストを斬る**  
 ～正しい経済運営のあり方を問う～

2010.06.16 17:58 **告知写真**

総理交代による内閣の支持率急落など、政治バリエーションをめぐり議論が活発化するなかで、野心の経済財政運営のあるべき姿が広く知られていまい。本誌「参院選」のおがま出している点も懸念されます。そのために7月11日の参議院選挙に向けた各党の政策を大々的な...



**緊急イベント開催決定!!**  
 2010年6月21日(月) 19時30分～21時30分

- 1
- 2
- 3
- 4

会員登録は  
 こちらから **pw**

## News

コメントの入力を250字以内に限定しました。  
 (2009.12.30 22:00)

12/20(日)15:00～シンポジウム開催!!  
 (2009.12.01 00:00)

サイトのデザインを更新しました。  
 (2009.12.01 00:00)

Twitter活動開始!! PWのURLはこちら  
 (2009.12.01 00:00)

## チーム policywatch



## 新着アクション

### トピック

- このままでは重税国家へ！読...  
2010.06.30 09:51
- マニフェストの問題点  
2010.06.20 23:52
- 民主党の苦戦は必至。参院選...  
2010.06.08 17:03
- 本当に読小沢???  
2010.06.04 15:10

### コメント

- >このままでは重税国家へ！読...  
2010.07.05 11:05
- >このままでは重税国家へ！読...  
2010.07.02 00:25
- >このままでは重税国家へ！読...  
2010.07.02 00:02
- >このままでは重税国家へ！読...  
2010.07.01 13:35

## ご案内



## policywatchに関するtwitterメッセージ

- kgbtkyo :2010.07.04 22:54 菅民主党政権は重税国家への道by竹中 このままでは重税国家へ！読った消費税増税議論を斬る！  
<http://policywatch.jp/topics/94>
- orz\_gsuakc :2010.07.02 14:36 @2bkm policywatch | ポリシーウォッチ - このままでは重税国家へ！読った消費税増税議論を斬る！  
[#souqofollow](http://bit.ly/d8hhe2)
- networkingforum :2010.07.02 08:37 Cisco Routing and Switching - Re: routing certain source IPs to a different gateway; Do this; debug ip policyW...
- ki\_investment :2010.07.01 18:09 RT @policywatch: ポリシーウォッチ - このままでは重税国家へ！読った消費税増税議論を斬る！  
<http://pwjp94> <http://policywatch.jp/topics/94>

## コメント状況



図3.17 プロトタイプ 3

## 第4章：検証

この章では、今まで運営してきた3つのプロトタイプやイベントを通じて得た結果をアクセス解析やコメント数、アンケート結果などの資料をもとに検証していく。これにより、今の日本の若者、もしくは今まであまり政治・政策に関心がなかった人々が政策に興味を持つきっかけとなり、そういう人たちとともに政策議論を盛り上げられるソーシャルメディアとして機能することができたのかを検証する。

### 4.1 ウェブサイトへのアクセス

現在、1年8ヶ月のサイト運営を経てユーザー登録は1,075人に上り、そのウェブサイト登録ユーザーにおける年齢別分布は以下のようになっている。

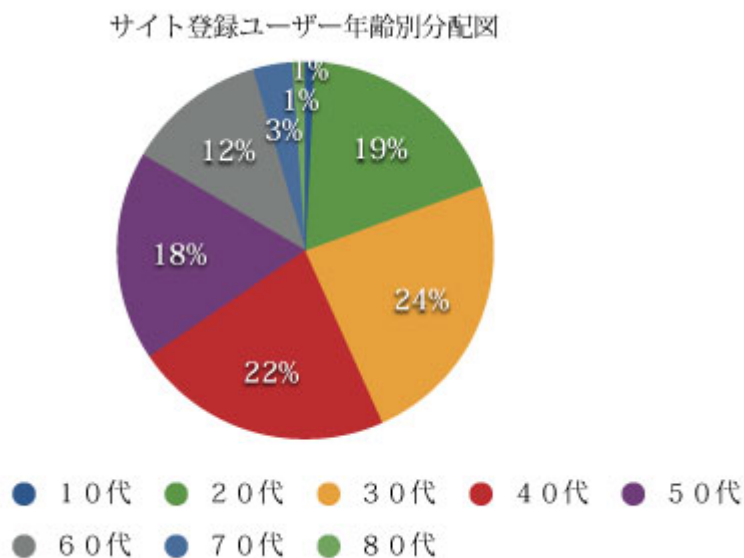


図4.1 サイト登録ユーザー年齢別分布図

更にこの現在の年齢分布をプロトタイプ2と比較してみると、20代を中心に30代、40代という順序で登録ユーザーが増加したことがわかる。

計1075人	年代	0代	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
	ユーザー登録数	5人	8人	194人	248人	231人	187人	125人	35人	12人
				↑114人	↑78人	↑64人	↑38人	↑10人	↑2人	
計769人	年代	0代	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上
ユーザー登録数	5人	8人	80人	170人	167人	149人	115人	33人	12人	

図4.2 プロトタイプ2、3  
の登録ユーザー数比較

この数字から、プロトタイプ3からの変更点であるウェブサイトのデザイン変更と他メディアとの連携（この場合Twitter）が20代、30代と言った若い層の更なる獲得に貢献したことがわかる。さらに、プロトタイプ2終了時の年齢分配は図1.1の年齢分配に近いが、それが現在では図1.2のインターネット普及率の年齢分配に近づいてきているのがわかる。若者に門戸を広げるためにインターネットを用いたことは正解だったといえる。ウェブサイトへの総ユニークユーザー数は延べ235,085人で、総アクセス数は1,388,409アクセスとなった。

さらに、曜日別の滞在時間の推移を見ると、祝日や休日にウェブサイト滞在時間が増えていることが如実に表れている。これは、動画を含む情報発信サイトという特性上、会社や出先よりも自宅などの音が出せる環境で、数分という時間のゆとりがある状況での閲覧機会が多いことがわかる。



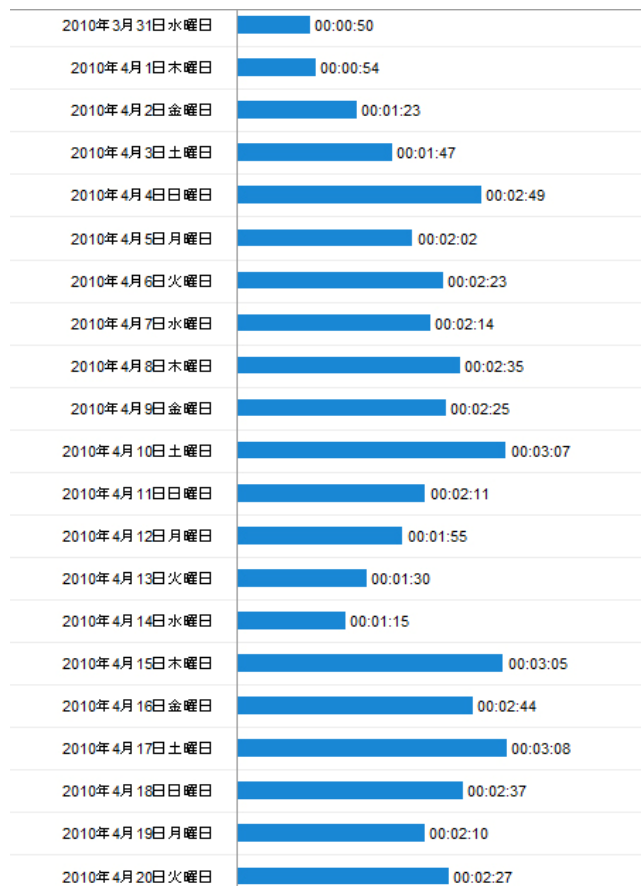


図4.3曜日別ウェブサイト滞在時間の推移

また、今までプロトタイプの実験期間で滞在時間の長さの平均を見ると、2分44秒滞在しているということがわかるが、プロトタイプ3の平均滞在時間を見ると2分09秒と減少している。しかし、それとは反比例してアクセス数とページビューが前回のプロトタイプと比べると格段に増している。前回のプロトタイプのアクセス数が64,586で、ページビューが203,224だったのに対し、現行のプロトタイプはアクセス数が99,857、ページビューが285,524となっている。これは、サイトの使いやすさ、利便性が上がったことで、情報が得やすくなり再利用されているのであると推察される。





図4.4 プロトタイプ2と3の利用状況比較

次にトラフィックサマリーから検証してみる。これを見ると直接ウェブサイトを訪問してくるユーザーが19.88%なのに対し、参照サイトからの訪問が68.24%と大きな差が生まれている。これはインターネット上に存在する他のメディアを経由して来ていることがわかる。

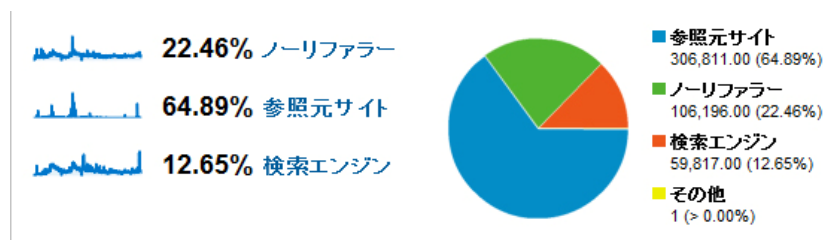


図4.5 トラフィックサマリー

これはpolicywatchの3要素の一つでもある"他メディアとの連携"を行って来たが故の成果だと言えるのではないかと。

さらに参照サイトの内訳を見てみるとYahoo系列経由からのアクセスがTop10内に入っているサイトからの合計で132,069アクセスがあり、これはTop10のアクセス合計のうちの48.2%を占めている。次に多いのが、Blog系列経由からのアクセスで、計100,786アクセスで、Top10のアクセス合計のうちの36.8%を占めている。この数値からYahooというのが、現在の日本のインターネットユーザーにとって、

どれだけ情報収集の軸としての役割を果たしているかと、  
 policywatchで公開されているコンテンツや情報が様々な情報発信の  
 場でも情報のソース元となっているということを窺うことができる。

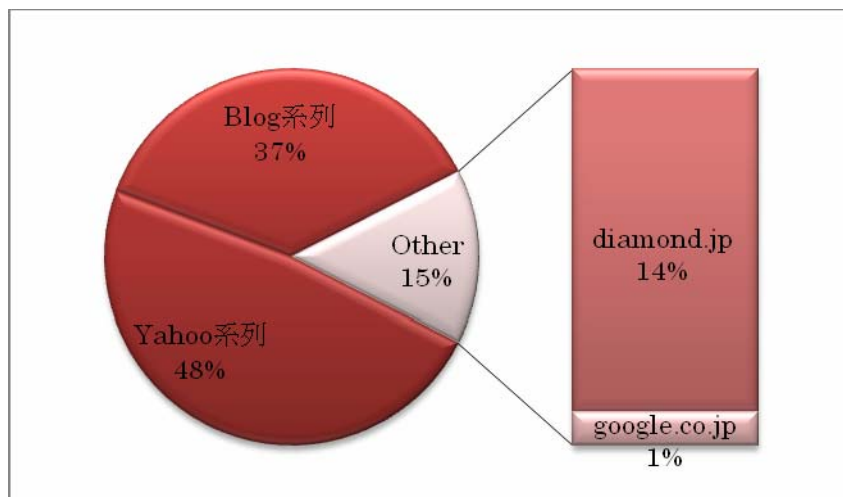


図4.6 参照サイト内訳

Twitter が参照元となっている数は11位とそれほど多くないのは、  
 Twitter の利用に多くのユーザーがクライアントソフトを用いているか  
 らではないかと推察される。

	ソース	なし	セッション ↓
1.	<a href="http://dailynews.yahoo.co.jp">dailynews.yahoo.co.jp</a>		124,157
2.	<a href="http://takenakaheizo.cocolog-nifty.com">takenakaheizo.cocolog-nifty.com</a>		68,929
3.	<a href="http://diamond.jp">diamond.jp</a>		37,351
4.	<a href="http://blog.livedoor.jp">blog.livedoor.jp</a>		12,355
5.	<a href="http://ameblo.jp">ameblo.jp</a>		12,299
6.	<a href="http://seiji.yahoo.co.jp">seiji.yahoo.co.jp</a>		4,255
7.	<a href="http://blog.goo.ne.jp">blog.goo.ne.jp</a>		3,698
8.	<a href="http://google.co.jp">google.co.jp</a>		3,681
9.	<a href="http://backnumber.dailynews.yahoo.co.jp">backnumber.dailynews.yahoo.co.jp</a>		3,657
10.	<a href="http://uekusak.cocolog-nifty.com">uekusak.cocolog-nifty.com</a>		3,503
11.	<a href="http://twitter.com">twitter.com</a>		2,598

図4.7 アクセス解析参照サイト上位11サイト

## 4.2 デザイン

デザインに関しては、3.4.2でも述べたように目が着目する優先順位を元にデザインを行なった結果、理想の結果を得ることができた。図4.8.1にあるように、サイト上のデータ表示を活用するとどのリンクをどれくらいの割合でクリックされたのかがわかる。このクリック率とリンク面積を元に数値が高い場所を色の濃淡によって表示したものが、図4.8.2である。これを元に検証するとユーザーの関心、もしくは注視の流れが見て取れる。これを前掲している図と比べると、こちら側が意図した目の流れを実現できていることがわかる。またこの現行のプロトタイプをデザインする際に仮定した通り、ユーザーの視線というものはテキストで表示されている部分ではなく、視覚的な要素が多いところに注視しやすいということがわかった。



図4.8.1 クリック率データ 図4.8.2 注視率の濃淡表示



図3.11 デザイン時の視線の流れの意図

さらにもう一つこの結果から、デザイン時に考慮していた、ユーザーのスクローリングをするという行動を促すためのデザインが成功したと考えられる。

### 4.3 政策議論

ウェブサイトに寄せられるコメントは日に日に量を増している。これはTwitterと連動したことにも大きな要因があるが、それだけではなく、Twitter特有のコメントの文字制限をサイト内にも反映したことで、単にコメント数だけではなく、コメントに参加するユーザー数も増えた。今までは、コアユーザーのみによるコメントでのコミュニケーションが行なわれ、中には1000字を超えるコメントも投稿されることがあったりと、他のユーザーがコメントすることを萎縮してしまうような状況があった。しかし、全体的に文字制限がかかったことで、簡単な質問や感想レベルの意見も寄せられるようになったことは良い傾向だ。

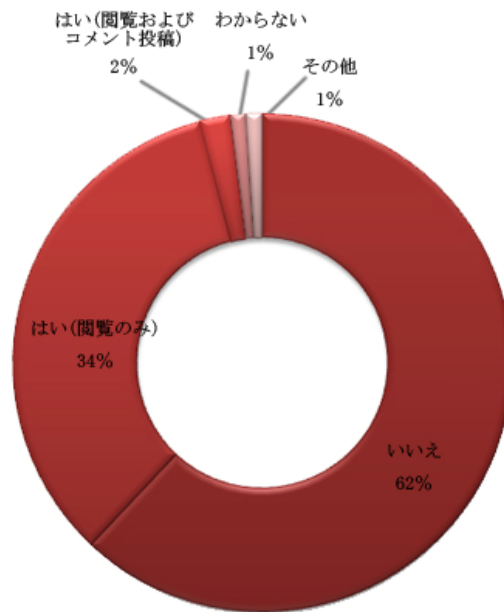
このようにコメントの投稿される状況は変わったが、決して議論の質が下がったわけではなく、世間の関心にはまり、サイト最下段で大きな円で表示された動画コンテンツなどでは200を超えるコメントがつくものもあり、政策議論が活発に行なわれたことは明らかに見て取れる。数人のハードユーザーが議論のきっかけを作り、それに対して他のユーザーが補完し合いながら議論が進む様子が多くみられた。

さらに、サイト下部の円での見せ方を導入したことで、まずTwitterから気軽に多くのコメントが集まることで大きい円で表示されるようになり、するとサイト上での注目を集め、そこにサイト内からコメントがより多く集まるようになるという流れが見られた。このことから、利便性、エンターテインメント性の向上を図って行ったデザインが政策議論の活性化に一役かったのではないかと考えられる。

#### 4.4 コミュニティ形成

イベントはコミュニティ形成を目的として催していたため、その成果を検証するためイベント毎にアンケート集計を行った。ここでは、もっとも多くデータ収集することができたイベントでのアンケート集計を元に検証する。アンケートに答えてくれた来場者数253名（内男性150名、女性90名、不明13名）でイベント参加者の年齢分布は20代16%、30代36%、40代19%、50代12%、60代6%、70代1%、記載なし10%を元とする。

このアンケートを行なった結果でもっと着目せざるおえなかったのが、[www.policywatch.jp](http://www.policywatch.jp)の認知度の低さである。「policywatch」が主催するイベントにも関わらず本ウェブサイトを開覧したことがあるイベント参加者は全体の36%にしか満たなかった。また、この内、コメントを投稿したことのある参加者はわずか2%だった。イベントに参加される方々のコミュニティとウェブサイトで政策議論を繰り返し広げているコミュニティとが全く別々に形成されていることがこのアンケートからわかった。



policywatch.jpをご覧になったことがありますか？

図4.9 イベント参加者のサイト閲覧状況

次に着目した結果としては、政治・政策に対する考えを発信する手段の項目である。意見の発信手段として「選挙での投票」が最も多くかった。ただ、この結果はすなわち、政治・政策に関する議論を重ね理解を深めた上での投票ではないということがわかる。この結果から「policywatch」が担う社会的意義をいうものを再認識させられることとなった。次に多く回答があったのは「発信をしない」というものである。つまり、政策に関心があるが故に理解を深めるというのではなく、政策をなんとなく理解する、もしくは理解せずに投票する有権者が多いということである。

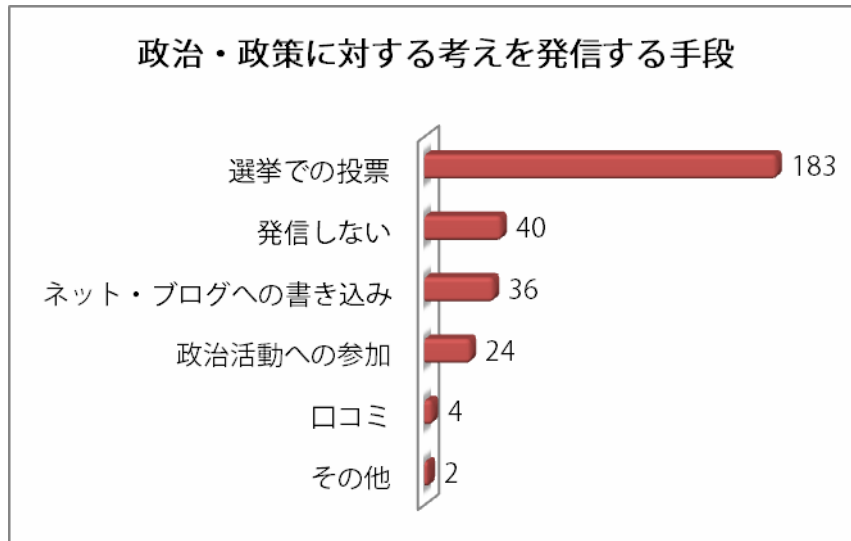


図4.10 政治・政策に対する考えの発信手段

最後に、「政治・政策に関する情報の入手方法」では、最も活用するメディアを「ネット」と答えた人が全体の41%であった。そういった状況なのにも関わらず、信頼するメディアには、新聞がもっとも多く、半数を占めることとなったが、ネットは22%という結果になっている。簡単で便利なネットを利用して情報を得てはいるが、その情報の信憑性には信頼をおかず、慣れ親しんだメディアである新聞からの情報に重きをおいていた。インターネット上の情報に安心しきっていないというのは良い風潮だと言えるが、それと同時に、インターネット上に信頼のおけるメディアが存在していないと思われるということを再確認しなくてはならない。

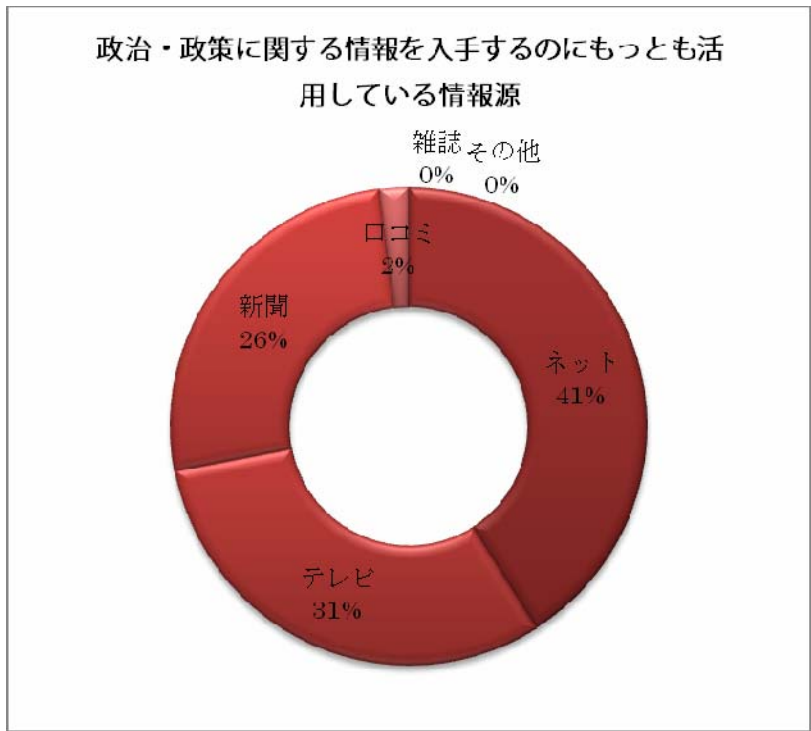


図4.11 政治・政策に関する情報入手時に活用する情報源

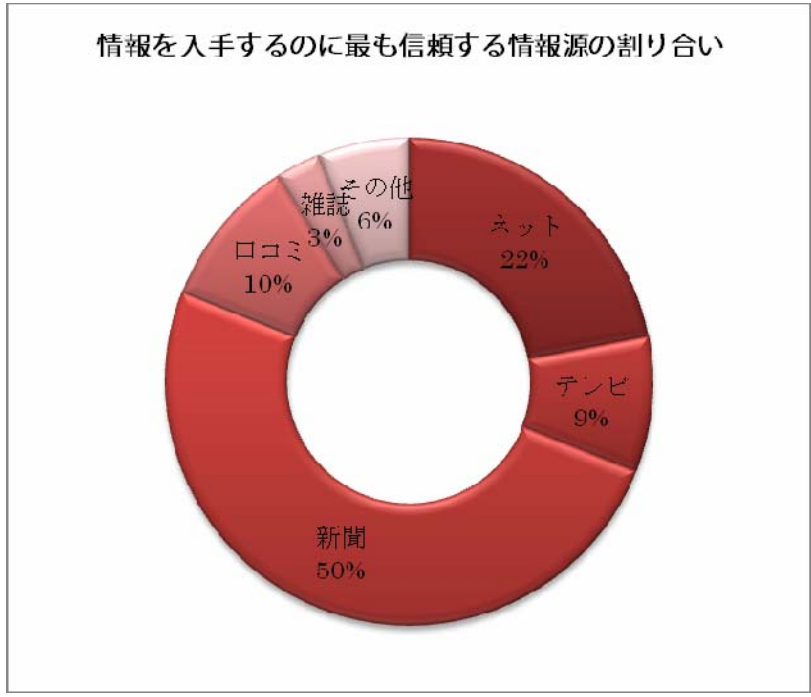


図4.12 情報源の信頼度



## 第5章：結論

### 5.1 研究成果のまとめ

本研究は、「イベント」、「ウェブサイト」、「他のメディアとの連携」を通して、若者が親しみにくい政治・経済・政策といった真面目な話題に対して今までと異なる経験を与える新しいソーシャルメディアの構築を目的としている。

イベントを開催することで現実世界における接点を生み、それにより形成されたコミュニティをウェブサイト内で補完、そして他メディアと連携することにより、より多くこのウェブサイトが認知される機会を作り、そこで少しでも興味を持った人たちをコミュニティに定着させるといった3要素からなる構造で、これら3要素がそれぞれお互いを補完し合うことで成るといった仕組みのソーシャルメディア構築を行った。ここで、各々の連携を見てみると、イベントとウェブサイトの連携、ウェブサイトの他のメディアとの連携、イベントと他のメディアとの連携のどれにおいても、補完し合う仕組みを構築できたと言える。

まず、イベントとウェブサイトの連携から見て行きたいと思う。これはTwitter連動をサイト内に取り入れ、イベント時にはハッシュタグを活用したイベント専用ページをサイト内に設け、policywatch memberのTwitterによる事前告知と、イベント中に壇上に上がっているpolicywatch memberからのtweetにより、ユーザーのコミュニケーションが盛んになるきっかけと、イベント参加者が初めてサイトに訪れるきっかけを作ることができた。このことから、ネットとリアルとの連携の大切さを再認識させられた。

次にウェブサイトと他メディアとの連携についてまとめたいと思う。新たに構築するメディアで、今の日本におけるマスメディアに打ち勝つものを作るのは容易なことではない。しかし、この新しいメディアに価値ある情報を大量に所有することで、マスメディアの情報のソースとなり、マスメディアをパートナーとすることで、自らではとても実現できないほどの幅広い情報発信をすることが可能となる。本ウェブサイトには1日平均2,500アクセス前後のページビューがあったが、Yahoo!ニュース\*10に取り上げられた際のページビューが2日で71,196アクセスにまで上り詰めた。この数字からもわかるように、マスメディアをパートナーとして持つこと、様々

なメディアとの連携がいかに重要かが見て取れる。

3つ目の要素であるイベントと他メディアとの連携についても触れておく。本研究ではイベント時に連携する他メディアとして、ニコニコ生放送を活用した。この時に集まった視聴者延べ13,266人、コメント延べ91,189個だったことを振り返ると、20代、30代がマジョリティーであるネットユーザーの政治・経済・政策に対する関心の高さと、インターネット上でのこれらのコンテンツの需要の大きさを確認することができた。

これらのことから、このプロジェクトで構築した3要素による構造はソーシャルメディアとして上手に機能したといえる。しかし、ソーシャルメディアはこの3要素だけで成功したわけではない。

現行の「policywatch」のウェブサイトをデザインするにあたり、Nielsenの5つのユーザビリティ特性からなる多角的な構成要素を元に—この新しいソーシャルメディアをより親しみやすく、より活用しやすいものにするためのデザインに注力した。現行のウェブサイト・デザインには前出の2つのプロトタイプにはなかった利便性とエンターテインメント性を加えることで、利用率が向上するということが確認された。しかし、これは、ただ単にこれら2つの特性を持たせればよいということではなく、価値のある情報発信サイトという基盤があり、そこにTwitterを取り入れることや、階層をしっかりと整えるといった構造のデザインによる利便性の向上と、親しみやすく目を惹くデザインによるエンターテインメント性の向上という2つの特性が加わったことで実現したのである。

よって、ソーシャルメディアは本プロジェクトで構築した3要素による構造と、デザインによって生み出される2つの特性を持たせることで確立される。

## 5.2 今後の課題

3つのプロトタイプの構築と、1年8ヶ月の運営でいくつかの課題が見えた。

まず、最初の懸念点として、今の日本において、インターネットの持つ影響力はそれほど大きくないということ。イベント時に行ったアンケート調査の集計結果からわかるように、情報収集ツールとしてインターネットを用いるが、そこで得た情報に関してユーザーの信頼度はけっして高くない。ネットという世界が現実世界にイン

ターネットという枠を超えて社会と密接に関わっていない。よって、インターネットという世界で発信される情報のユーザーの生活、行動に対する影響力は現状ではあまり望めないということが考えられる。しかし、こういった大きな課題を持つインターネット上に、「policywatch」という既存のメディアとは異なる手法で情報発信する場を構築したこと、そしてそれを続けていくことはとても重要であり、そうすることでソーシャルメディアとして確立することができるのである。

次に本研究における課題としてあげられるのが、コミュニティ形成だといえる。イベント時に行ったアンケート調査から、policywatch.jpを閲覧したことのあるユーザーがイベントの参加者の中で半数にも満たなかったからである。本来の狙いとしては、ウェブサイト上で議論を盛り上げ、それよりもさらに深い議論をイベント時に経験してもらいサイト上での議論に活かすというサイクルだったが、「policywatch」の認知を高めることと、政策・経済・政治における問題意識を植え付けることのみしかできなかつた。今後の展開として、この先にあるコミュニティ形成を成すことが重要である。

最後の課題としては、イベント時には成功しているが、サイト内では構築しきれていない、policywatch memberとユーザーとの質疑応答のコミュニケーションである。ユーザー間のコミュニケーションも大事であるが、ユーザーの関心を高めるため、問題意識を共有できている感覚を作るため、そしてNielsenの説く学びやすさ(learnability)の向上のためにも、この仕組みは大切だといえる。これをサイト内に構築するのか、他メディアを活用するのかは不明だが今後の展開としては非常に重要な検討事項である。

## 引用文献

1. 電通総研(2010, 1) 『情報メディア白書 2010』ダイヤモンド社
2. Gilles Deleuze (1996, 1) 「記号と事件」 『1972 - 1990年の対話』 (河出・現代の名著). 河出書房新社
3. Michel Foucault (1977, 9) 「監獄の誕生」 『監視と処罰』 新潮社
4. Richard Florida (2007, 4) 『クリエイティブ・クラスの世紀』ダイヤモンド社
5. Jakob Nielsen (1993, 7) 『Usability Engineering』 Academic Press Inc.
6. 濱野智史(2007, 8) 「情報環境研究ノート」 CondeNet Inc.  
< <http://wiredvision.jp/blog/hamano/200708/200708090300.html> >
7. Thaler, R. H. and C. R. Sunstein (2009, 2). 『Nudge: Improving Decisions About Health, Wealth, and Happiness (Updated ed.)』 Penguin (Non-Classics).
8. mixi. Inc. (2006, 8). [mixi] \* 森ガール\*. [http://mixi.jp/view\\_community.pl?id=1240155](http://mixi.jp/view_community.pl?id=1240155).
9. 角川グループパブリッシング(2009, 2). 別冊 *spoon.* (スプーン) 2009年03月号[雑誌] (隔月刊 ed.). 角川グループパブリッシング.
10. 明るい選挙推進委員会 「第44回衆議院議員総選挙における年齢別投票率」 < <http://www.akaruisenkyo.or.jp/070various/s44.html> >  
< 2010/05/02 アクセス >
11. Steve Outing and Laura Ruel. 「The Best of Eyetrack III: What We Saw When We Looked Through Their Eyes」  
< <http://www.poynterextra.org/eyetrack2004/main.htm> >  
< 2010/05/14 アクセス >

12. Richard F. May. 「見えないニーズを捉える方法」  
< <http://www.jmrlsi.co.jp/concept/report/consumption/nv2005-05.html> >  
< 2010/05/14 アクセス >
  
13. Jakob Nielsen. “Scrolling and Attention”  
< <http://www.useit.com/alertbox/scrolling-attention.html> >  
< 2010/05/24 アクセス >
  
14. Architectural Map. “旧大分県立中央図書館”  
< <http://space.geocities.jp/atrium0510/archi/oita/02pre/index.html> >  
< 2010/06/12 アクセス >

## 後註

- \*1 — <http://www.google.com/>
- \*2 — <http://policywatch.jp/>
- \*3 — <http://www.twitter.com/>
- \*4 — <http://www.diamond.jp/>
- \*5 — <http://sankei.jp.msn.com/top.htm>
- \*6 — <http://headlines.yahoo.co.jp/hl>
- \*7 — <http://live.nicovideo.jp/>
- \*8 — <http://vimeo.com/>
- \*9 — [http://twitter.com/matsubara\\_s](http://twitter.com/matsubara_s)
- \*10 — <http://dailynews.yahoo.co.jp/fc/>

## 謝辞

