

調査報告・要約版

大学のTwitter（ツイッター）利用に関する実態と意向

全国1128大学／大学人（教員・職員）を対象とした調査による

『高等教育界とTwitter（ツイッター）の現在と明日』

企画協力：大学通信

調査主体：地域科学研究会 高等教育情報センター

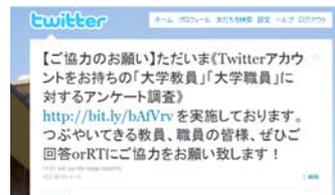
この度、大学におけるTwitter利用の現状把握、また大学人にとってのTwitterの有用性を検証することを目的に「大学に向けて」「大学教員・大学職員 個人に向けて」のふたつの調査を行い、高等教育業界におけるTwitterの利用状況とその目的、期待・効果の実際について検証するとともに、明日への若干の提言をいたしました。

大学に対する調査

実施期間	2010年5月28日～2010年6月14日
調査対象	全国の国・公・私立の大学・短大・大学校 1128校
調査方法	質問紙の送付 / FAX、Eメール添付、郵送による回収 ※本調査の対象選定、調査方法選定、調査実施におきましては (株) 大学通信の企画協力をいただきました。
有効回答数	483件
回収率	42.8%

大学教員・大学職員に対する調査

実施期間	2010年6月4日～2010年6月10日
調査対象	「Twitterアカウントを既に持っている」大学教員・大学職員
調査告知方法	1) 小会メールニュースによる、高等教育業界キーパーソンへのご協力依頼 2) Twitter上での「つぶやき」による宣伝、告知



回答回収方法	小会サイト内に設置したアンケートフォームへの入力による
有効回答数	156件 うち職員69 教員87

※標記について

本報告所内における“大学”は、「4年制大学」「短期大学」及び「4年制大学校」の総称とする。

調査結果報告 1 「大学のTwitter（ツイッター）利用に関する調査」

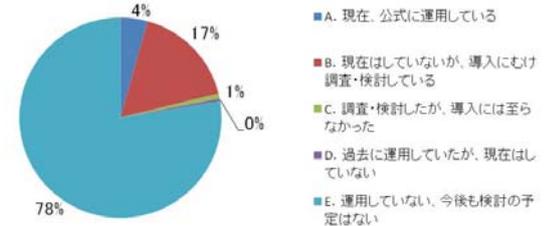
(1) Twitterアカウントの利用の実態

1) Twitterアカウントを設置・運営する大学は21大学、さらに現在80の大学が導入検討中

有効回答数438件中、大学として公式にアカウントを設置・運用しているのは21件。「運用に向け検討中」とした大学・短大は81校、全体の2割近くあり、Twitterというメディアの利用に興味を示す大学は決して少なくない。さらに補足として、選択肢の[E. 運用していない、今後も検討の予定はない]を選択した大学の中にも「今後、検討の余地はある」という補足を10件以上いただいた。この点については、小会における選択肢の設定が限定的であったためにご指摘をいただく事となってしまったが、今後の状況次第ではその利用を検討してもよい、と考えている大学は潜在的にまだまだ存在するのではないかと。

【質問1】大学として公的にTwitterアカウントを運用していますか

	総数	割合
A. 現在、公式に運用している	21	4%
B. 現在はないが、導入に向け調査・検討している	81	17%
C. 調査・検討したが、導入には至らなかった	4	1%
D. 過去に運用していたが、現在はしていない	2	0%
E. 運用していない、今後も検討の予定はない	375	78%



2) 「中の人」は主に広報担当職員、1～10人まで様々

多くの場合、つぶやきを投稿するのは広報担当部署の職員である(別紙【資料1】参照)。なかには学長室、アドミッションオフィス職員、アカウントを設置するセンターの職員等による運用事例もみられた。アカウント担当人数については各アカウントに1～2名が主流であるが、中には広報課6名でのチーム対応、また10名程度の学生プロジェクトによるつぶやき運用という事例もある。

(2) Twitterアカウントに対する「期待」の理想と現実

1) “導入を検討中の大学”は「募集・入試広報」への期待が7割近くと多くを占めるが、“既にアカウントを運用している大学”になると募集・入試広報を目的に掲げるものは4割弱と少なくなる

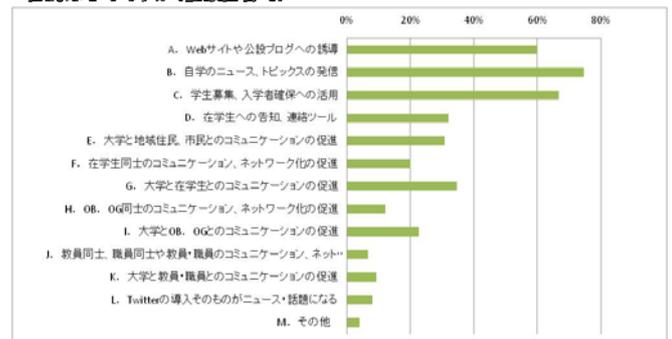
上のグラフは「既にアカウントを運用している大学」が、その設置目的について回答したものである。対して下のグラフは、現在「設置にむけ調査・検討している大学」が、Twitterアカウント設置の目的、効果への期待を質問したものである。比較すると、「C. 学生募集、入学者確保への活用」の割合に大きな差があった。導入検討中の大学は7割近くが学生募集への活用を期待するのに対し、既に運用中の大学では、入学者に対するアプローチを目的に掲げるのは全体の4割に満たない。検討段階では募集広報の武器としたい、と意気込んだものの、熟考の結果、入試広報にはさほど有効でないという結論に達してしまうのだろうか。

※【質問1】で [A. 現在、公式に運用している] と回答した大学にのみ質問
【質問2】導入のねらい、目的はなんですか(複数回答可)



※【質問1】で [B. 現在はないが、導入に向け調査・検討している] と回答した大学にのみ質問

【質問3】導入を検討しているねらい、目的はなんですか(複数回答可)



しかし本当に「Twitterは募集・入試広報には無力である」のか否か、をここで判断するのは時期尚早であるように思える。ソーシャルネットワークの普及度、モバイル端末市場の動向等にアンテナを張りつつ、今後の展開と運用方策を見定める必要がある。

「I. 大学とOB,OGとのコミュニケーション」を目的に掲げる大学も多くあった。卒業生とのネットワークハブとしてアカウントの存在意義を見いだすのも興味深い。

(3) 自学内の「Twitterを活用する部局、教員・職員、授業」を大学広報は把握しているか

今回の調査では、大学としてアカウントを設置しているか否かを調査すると同時に、自学の中に「大学全体として」以外に、研究室やゼミ、部局単位、また教員・職員らがTwitterアカウントを活用している事例があることを把握しているか、という質問も設定した。

結果としては、所属機関や教員、職員に対するTwitter利用把握の可否に関しては、ほとんどが「活用事例はない」「把握できていない、わからない」という回答であった。(別紙【資料1】参照)。またツイッターをはじめ、ブログ等も含むソーシャルメディアに対する参加に対し、規則やガイドラインを設定している大学もほぼ見られなかった。

危惧されるのは“Twitterを活用している教員の取り組みを大学側が知らない”現実だ。後述の教員を対象としたアンケートでは23人の教員が「既に講義に導入している」としたのに対し、大学側の回答で「講義等で活用事例がある」としたのは15校である。本調査の集計方法では大学と教員の相関性が特定できない為断言は出来ないが、大学側に「見逃し」はないだろうか、という不安を覚えた。

(4) 大学向け調査 総評 ～ 今後の「伸びしろ」を感じる結果に /参考となる個別事例も

現状では公式アカウントを設置・運用する大学は割合で見れば少数であるが、運用に向けて検討中と回答した大学が81件、また検討の余地があるとした大学の存在も考慮すれば、今後、Twitterアカウントの有効利用事例はまだ増えるのではないかと。

また、自学の教員・職員及び部局のソーシャルメディア参画に対し、規程やガイドラインを制定しようと検討中である大学も複数あることが分かった(報告書本文、及び資料1を参照のこと)。これもTwitterをはじめとしたソーシャルメディアへの参画に、何かしらの興味関心を示している証である。

本調査結果においては、メディアの特性でもある「コミュニケーションツール」としての利用はそれほど普及しているとはいえない。運用事例を見ても比較的マス/ローカルに向けた“発信メディア”としてTwitterを捉えている大学が多かった。

しかし複数のアカウントを使い分けるもの、ターゲットに対して戦略的にコミュニケーション構築を狙う大学など、興味深い事例もいくつか収集できた。特色のあるものについては、報告書本文中で個別に紹介しているので、是非ご参照いただきたい。

調査結果報告 2 大学人(教員・職員)個人に対する調査

(1) 教員・職員のTwitter利用の現状

1) Twitterにおけるパーソナリティの露出度 ～ 教員の3分の2、職員の3分の1が本名を公開

教員の場合は実に3分の2が「本名」を公開し、責任ある一個人として自身の活動について社会への発信を行っている。対して職員は本名露出割合が低い。

教員のほうがセルフブランディングの必要性が高く、広く社会に自身の存在をアピールする必要があるためであると考えられる。「名前を売る」必要性の高さからして、この結果は必然といえる。職員についても3分の1が本名を公開している。大学職員の専門職化が進む昨今、セルフブランディングの必要性が職員にも及んでいるのだろうか。

なお、「勤務する大学名」「自身の職業、専門領域」の露出度についても下にまとめている。大学名の露出については教員の84%が公開しているという結果が得られた。

【質問2】Twitter上のプロフィールで「勤務する大学名」を具体的に公開していますか

教員	総数	割合
A: 公開している	38	44%
B: 公開していない	49	56%

職員	総数	割合
A: 公開している	11	16%
B: 公開していない	58	84%

【質問4】Twitter上のプロフィールで「本名」を公開していますか

職員	総数	割合
A: 公開している	23	33%
B: 公開していない	46	67%

教員	総数	割合
A: 公開している	63	72%
B: 公開していない	24	28%

【質問3】Twitter上のプロフィールで「専門分野」「担当科目」などについて具体的に公開していますか

教員	総数	割合
A: 公開している	45	52%
B: 公開していない	42	48%

【質問3】Twitter上のプロフィールで「所属部所」や「職務内容」など、自身の職業について公開していますか

職員	総数	割合
A: 公開している	29	42%
B: 公開していない	40	58%

2) 教員のTwitter活用 ～ 授業への活用は半数近くが前向き

Twitterの授業への活用については、「すでに活用している」「活用してみたい」を合わせると5割以上にのぼった。中でも「すでに活用している」教員が23名と多かったことに驚いた。生徒とのコミュニケーションや質疑応答、補足情報の配信等に用いているという。具体的な活用事例は自由記述欄に多彩な事例をお寄せいただいたので、別紙【資料2-2】をぜひ参照いただきたい。また「検討中」とした教員の期待も、ほぼ同じ方向性が見てとれた。本報告を参考に、利用に踏み切ってみてはどうか。同時に教員に対して「自身の研究・教育活動に役立っているか」を質問したところ、3分の2以上が「役立っている」と回答している。授業での活用以外にも、自身の研究活動を広めること、専門情報を得るためのチャンネルとして等、多くの活用事例をいただいた。

【質問5】あなたは講義や授業でTwitterを活用していますか、また活用できると思いますか

	総数	割合
A: すでに活用している	23	26%
B: 実施していないが活用してみたい、検討中である	26	30%
C: 活用は考えていない/検討したが活用に至らなかった	38	44%

※教員に対する設問

【質問6】Twitterはあなたの教育・研究活動に役立っていますか

	総数	割合
A: 役立っている	60	69%
B: 教育・研究活動に役立っているとは言えない	27	31%

3) 大学職員にとっては「他大学のひとと繋がる」ための架け橋

職員に対する「自身の仕事に役立っているか」という質問には、その半数以上が「役立っている」と回答した。

自由記述欄(別紙【資料2-2】参照)には、たいへん興味深い特色が見られた。多数の職員が「他大学の情報をいち早く入手」「他の大学の職員の人との交流があった」

など“他大学”というキーワードを用いていた事である。通常業務の中では出会うことのできない、他大学の人との出会い、交流、情報交換を、Twitterを活用することで実現している。

勿論、大学の垣根を越えた研修やシンポジウム等によって他大学に人脈を持つことは不可能ではないが、より越境的に、かつリアルタイムな情報交換が可能なソーシャルメディアを用いることで、大学職員は自身の職業的成長、専門性の深化に対するアクションをより効率的に行っているといえる。

※職員に対する設問

【質問6】Twitterは大学職員としての仕事に役立っていますか

	総数	割合
A: 役立っている	43	62%
B: 仕事に役立っているとは言えない	26	38%

(2) 自然発生的な「広報部隊」としてのTwitterユーザー

～ 教員で8割、職員で6割が「自身の業務に係わること」のつぶやき経験あり～

自身の職務に係わるつぶやきをするか、という質問に対しては、教員の8割以上、職員の6割程度が「積極的にする」「意識はしていないが発信している」と回答し、大学内のイベントや出来事に関する発信についても、実に教員の7割近く、職員6割近くが「したことがある」と回答している。

本名や所属大学を公開しているか否かによって、それが自学広報にどれ程連結するかは異なるが、全体の4割が所属大学を公開、7割が本名を公開している(別紙【資料2-1】参照)教員については、その「つぶやき」は大学の広告塔としてある程度効果を期待できるだろう。

学内のTwitterユーザーは、自然発生的な広報部隊として既にある程度の機能をもっているのである。個人単位の発信であっても、それが大学に係わる魅力的なつぶやきであれば、大学の魅力をネットワーク上に広めることは実際に可能なのである。現実には、大学がそれを戦略的に仕掛けることなく、少なくとも本調査に回答したうちの117人は「大学広報に一役買ったことのある」存在となっている。この「自然発生的な個人単位の広報部隊」を大学がどのように認識するかも「大学におけるTwitter利用戦略」の重要課題である。

【質問7】所属する大学のイベントや情報、大学での出来事などをTwitterでつぶやいていますか

教員	総数	割合
A: イベントやニュースを積極的に発信し、宣伝している	16	18%
B: 意識していないが、大学のニュースやイベントを話題にした事はある	43	49%
C: 大学に係わることには触れない	28	32%

職員	総数	割合
A: イベントやニュースを積極的に発信し、宣伝している	7	10%
B: 意識していないが、大学のニュースやイベントを話題にした事はある	34	49%
C: 大学に係わることには触れない	28	41%

【質問8】自身の大学での教育・研究活動等についてTwitterでつぶやいていますか

教員	総数	割合
A: 積極的に発信している	28	32%
B: 意識していないが、教育・研究活動等について話題にした事がある	48	55%
C: 業務、研究活動に係わることには触れない	11	13%

職員	総数	割合
A: 積極的に発信している	7	10%
B: 意識していないが、教育・研究活動等について話題にした事がある	34	49%
C: 業務、研究活動に係わることには触れない	28	41%

(3) 公式アカウントについての考え方 ～半数は賛成、否定的な意見には「運用形態」に対する危惧が～

公式アカウントについての見解は大きく分かれる。批判的な意見こそ少ないが「C:どちらともいえない」が全体の半数を占めた。この質問については自由記述として、「なぜそう思うか」を自由に回答していただいた(別紙「資料2-2」参照)。

興味深かったのは、批判的な意見、どちらともいえない意見の中に「公式アカウントにしたらTwitterのおもしろさ、特徴が失われてしまうから。やるなら個人レベルでうまく展開すべき」という意見が多数見られたことである。

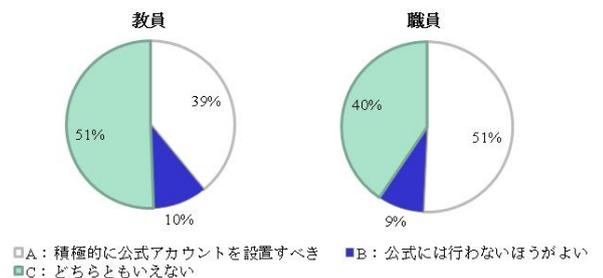
Twitterによる情報発信、コミュニケーションが大学にとって不向き、不利益だという見解でなく、「組織単位で運営することに向かない」という理由から、設問における[B][C]を選択している。前述したように、Twitterユーザーの大学教員・大学職員は、すでに広報部隊としての役割をある程度発揮している。その有用性、大学にとってのバリューを感じているからこそ、公式アカウントという「運用形態」でよいのか否かを危惧しているのではない。

逆説的には、運用形態においてTwitterの魅力、強みを失わないスキームさえあれば、公式アカウントも効果を発揮することを、彼らの回答は暗示しているともいえよう。

【質問11】大学として公式にTwitterアカウントを開設、運用する事をどう思いますか

教員	総数	割合
A: 積極的に公式アカウントを設置すべき	34	39%
B: 公式には行わないほうがよい	9	10%
C: どちらともいえない	44	51%

職員	総数	割合
A: 積極的に公式アカウントを設置すべき	35	51%
B: 公式には行わないほうがよい	6	9%



(4) 個人向け調査の総評 ～「潜在的広報部隊」の視点からみた「公式アカウント」の是非

本調査結果を読み解く上で、その母集団形成の手法からくる性質に留意する必要がある。ひとつは調査対象を「Twitterアカウントを既に持っている大学教員・大学職員」と設定したこと、もうひとつは本調査の宣伝・告知をTwitter上で行った事にある。結果として母集団は「Twitterの利用に少なくとも能動的であり」、「Twitter上で何かしらの大学・高等教育に関する情報を探している」ユーザーに絞られることになる。だが、実際にTwitterを活用して、メディアとしての特性、活用方法をある程度理解した教員・職員でなければ、「Twitterが大学教員・大学職員としての活動に役立つか」「大学としてのTwitter利用に関する意見や考察」等の設問を的確に回答できないと考えたため、本調査においてはこの調査対象へのアプローチには正当性があったと考えている。

教員、職員ともに、大学に関する話題をつぶやいた経験のあるユーザーは多数存在する。彼らは結果として大学広報に一役買った存在である。学内の個人が盛んに日々の出来事をつぶやくことで、大学の知名度や社会的評価の向上にじゅうぶんな要素となりうるとしたら、大学側としては彼らに対しどのような態度をとるべきか。企画担当、広報担当はこのような視座をもっては如何なものか。

「公式アカウントを設置すべきか」については、その是非こそ分かれたが、Twitterそのものの利用に対する批判だけでなく「公式アカウントとしての」運用面を指摘、批判する声も目立った。これはより効率よくTwitterを大学界で利用するための提言として捉えることもできる。

また職員において「他大学の職員との交流」を求めている傾向が見られたのはたいへん興味深い。自由記述等から、Twitterを活用できる大学職員は総じて自己成長欲求、職業的達成欲求が強いようにも見える。そう考えれば、人材育成の一環として、Twitterのようなメディアへの参画を推進することも面白いのではないかと。

ふたつの調査の結果を受けて：大学・大学人とTwitterに対する考察

調査を実施した2010年6月時点においては、公式にTwitterを利用しているとする大学は21校と、割合としては少数にとどまっていた。しかし導入を検討中の大学が81校あるという事実を鑑みれば、全体の風潮としては、今後も新しくTwitterに参入してゆく大学は出てくるであろう。

「現在検討中」とする大学が「募集広報」への活用に比較的期待を寄せる中、「運用中」の大学にはそれほど募集広報を目的とするものが少なかったことも興味深い。このギャップは今後も継続してゆく

のか、それともソーシャルメディアの普及、進化とともに溝が埋まってゆくのか、今後の展開を是非追いかけてゆきたいトピックスである。

個人に対する調査では、大学教員、大学職員がTwitterを活用し、自身の業務に役立てている事例を多く見ることが出来た。即時性の高いメディアであること、また他大学の仲間、専門を同じくする集団との人脈形成ツールとして、教員、職員ともに有効利用しているケースは、今後Twitterの導入を検討している教員、職員にもぜひ参考にしていきたい。また教員・職員ともに、自由記述欄にほんとうに多くの意見を頂いたことに心より感謝している。母集団形成の段階で「Twitterに対してポジティブな存在」が集合していたにもかかわらず、公式アカウントの導入に関しては「どちらともいえない」層が半数にのぼった事も、それだけTwitterというメディアを理解し、大学において有効利用するうえでのスタンス、方法論について真摯に検討、回答していただいた証だと考えている。

さらに着眼すべきは、教員、職員が個人レベルでも、「大学の広報に結果として一役買っている」状況を垣間見たことであろう。Twitterに限ったことではないが、現代社会においては個人でも比較的容易にオープンネットワークに向けて情報発信ができる。学内の教員・職員、講義や部局単位でも、ブログを開設したりTwitterアカウントを取得することは軽微な作業である。各々が自己責任の下で自由に情報を発信していくのが現代のICTのひとつの特徴でもある。この「自然発生的な個別の広報部隊」をどう認識するか、ここに「大学におけるソーシャルメディア戦略」の鍵があるとも考えられる。

全ての大学がそうであるとは言えないが、大学は、自学の教職員や学生、また部局において、ソーシャルメディアを通して社会に自分たちをアピールしているという事象に対して「興味が薄い」のではないか。全ての情報を閲覧すべきとは思わないが、発信に際してのガイドラインの設置や、部局や講義などの大学に依拠する単位からの情報発信について一定以上把握することは、広報戦略上、またコンプライアンス上、必要なことではないだろうか。あくまで組織運営上の責任問題として、既に存在してしまっている情報発信のダイナミズムを決して無視してはならない。現代社会において、もし本当に大学という知的集合体がここに鈍感であるとすれば、恥ずべき事態であろう。

大学名やキャッチフレーズがなるべく多くの相手に届けばいい、という一方向的な発信の時代は既に終わりつつあるのかもしれない。相互交流的な「繋がり感覚」のなかで、偏差値表や大学ランキングにはない、身近でリアルな存在としての「こんな大学がある」「こんな人が頑張っている」、という実感を伴う、「大学の風」をメディアに乗せて発信してゆかねばならない。地域の方々、もしくは高校の先生や高校生たちと相互フォローになり、学園のこと、入試のこと、場合によっては他愛もない会話などでコミュニケーションをとる事も、広報戦略として大きな意味をもちうる。

実際にTwitterアカウントを用いて地域との交流ネットワークをある程度実践できている事例もある。追って小会よりレポートしてゆければと考えている。

最後に、483校の大学の担当者各位、156名の大学人各位という、たいへん多くの方々にご協力をいただいたことに心より感謝している。本報告が今後の大学の戦略的広報の助けとなること、ひいては日本の高等教育界に少しでも貢献し、社会の発展に資す事が出来ればと心より願う。

☆ 本調査に関するお問い合わせ ☆
— メール・FAXにてお気軽にどうぞ —

地域科学研究会 高等教育情報センター

担当 : 山本

E-mail : kkj@chiikikagaku-k.co.jp
URL : <http://www.chiikikagaku-k.co.jp>
FAX : 03-3234-4993