

〈資 料〉

本学学生の Web ページの利用

能 塚 正 義

私の演習Ⅱでは、昨年10月、本学学生のパソコン（以下、PCと表記）利用状況やインターネットのどのような内容の Web ページをよく閲覧しているか、既存の Web ページについてどのような不満を感じているか、そしてどのような Web ページを望んでいるか、などについてのアンケート調査を行った。本資料は、その結果を紹介するものである。この種の実態把握は、これまで行われたことがないので、本学の情報教育の改善と学生向け Web ページのコンテンツの検討の際に、少しは参考になると思われる。

要 旨

- 昨年10月演習Ⅰで、本学学生を対象に、PCの所有の有無や、PC利用年数、インターネットの利用状況などについてのアンケート調査を行った。演習Ⅰでこの調査を実施したのは、演習の課題として設定した「学生に役立つ Web ページ」作成と運用の参考にするためである。
- 調査は、ゼミ生それぞれが友人を中心に回答を依頼するという方法で実施された。その結果182名の回答が寄せられた。ゼミ生が経済学部2年生であったことにより、学年別では、2年生が約半数を占め、学部別では経済学部が約8割を占めた。この調査は、本学学生の全体を表すものではない。
- 回答者182人のうち、約半数が自宅ないし下宿にPCを持っており、学生の間でのPCの普及が進んでいると考えられる。
- 大学入学以前から、PCを利用していた者は約2割で、この比率は特に1年

- 生で高く (31%)、大学入学以前のPC利用が進んできていると考えられる。
- 52人 (28.6%) がISP (インターネット・サービス・プロバイダ) と契約しており、学生の間でのインターネットの普及が進んでいると考えられる。
 - Web ページの利用頻度を見ると、6割の回答者が、「ほとんど毎日」あるいは「週に2、3日」Web ページを利用している。しかし他の回答者は「ほとんど利用していない」。すべての学生が Web ページをよく利用しているわけではない。
 - よく見ている Web ページのコンテンツとしては、全体では、「音楽」が最も多く (80人)、次いで「ゲーム」(47人)、「芸能人」(42人) などとなっている。学年別では、4年生の「就職」の Web ページの利用が多いこと、また男女別では「ゲーム」や「旅行」、「グルメ」などで利用に差があることが特徴である。
 - Web ページ利用上の不満な点では、みたいと思う Web ページの検索に時間がかかること、そして通信回線の影響を受けて、コンテンツのブラウザ上での表示に時間がかかること、が多い。
 - Web ページに関する要望では、心理テストができるページや日本経済といった具体的コンテンツの要望のほか、「軽くてマルチメディアが多量に組み込まれたテレビのような感覚で見れるページがあればいい」といった要望も見られた。
 - 音楽やゲーム、芸能人といった趣味ないし娯楽関連の Web ページが、よく利用されていると考えられる。今後は、学修活動における Web ページの活用を推進すべく、工夫された Web ページのコンテンツ作りが大学・教員側の課題である。この点では『インターネットで日本経済入門』(日本評論社)などの研究成果が大いに参考になる。

目 次

- 1 アンケート調査の概要と回答者のプロフィール
 - 1)アンケート調査の概要
 - 2)回答者のプロフィール
- 2 回答者のPC関連属性
 - 1)PC所有状況
 - 2)PC利用歴
 - 3)PCの主な利用場所
- 3 回答者のインターネット関連属性
 - 1)インターネット利用の有無とISPとの契約の有無
 - 2)インターネット利用歴
 - 3)インターネット利用頻度
- 4 どのようなWebページをよく見ているか
 - 1)全体
 - 2)学年別人気度
 - 3)男女別人気度
- 5 Webページ利用の際の問題点とWebページに対するニーズ
 - 1)不満な点
 - 2)あればよいWebページ
- 6 大学におけるWebページ活用の方向

1 アンケート調査の概要と回答者のプロフィール

1) アンケート調査の概要

はじめにこの調査の概要を記す。ゼミでは、1999年10月始めに、「学生に役立つWebページ」作りを課題として設定した。このため、まずWebページ利用に関する実態調査を行うことになり、アンケート項目の検討をゼミで行い、次のような調査票を作成した。そして10月下旬(19日～26日)、ゼミ生の友人を中心に調査を行うこととした。その結果182名から回答を得た。

Web ページに関するアンケート

演習 I 能塚ゼミ

1. 学年 ① 1 学年 ② 2 学年 ③ 3 学年 ④ 4 学年
2. 性別 ① 男 ② 女
3. 学部 ① 経済学部 ② 法学部
4. 現住所 帰省先
5. 自宅にコンピュータを持っていますか? ① はい ② いいえ
6. 主にどこでコンピュータを利用していますか?
① 自宅 ② 学内 ③ 両方 ④ その他 ()
7. コンピュータをお持ちの方にお聞きします。ISP (インターネットサービスプロバイダ) と契約をしていますか。 ① はい ② いいえ
8. コンピュータを使い始めてどれぐらいになりますか?
① 1 年未満 ② 2 年未満 ③ 3 年未満 ④ 4 年未満 ⑤ 4 年以上
9. インターネットを利用したことがありますか? ① はい ② いいえ
10. インターネットを利用し始めてどれぐらいになりますか?
① 1 年未満 ② 2 年未満 ③ 3 年未満 ④ 4 年未満 ⑤ 4 年以上
11. インターネットを主にどこで利用していますか?
① 自宅 ② 学内 ③ 両方 ④ その他 ()
12. インターネットを週にどれぐらい利用していますか?
① ほとんど毎日 ② 週 2、3 日 ③ ほとんど利用していない
13. どのような Web ページをよく利用していますか (3 つ)
アルバイト 地図検索 グルメ 天気 雑誌 TV 番組
映画 音楽 芸能人 健康と医学 ビジネスと経済 就職
地域情報 旅行 ゲーム 美術 歴史 文学
コンピュータ ニュース 環境問題 オンラインショッピング
14. Web ページについての不満な点
15. どのような Web ページがあればいいと思いますか?

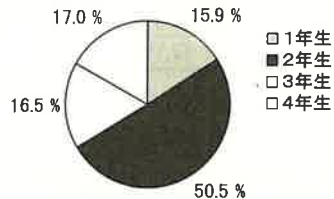
2) 回答者のプロフィール

調査対象の分布を、学年別、男女別、学部別で見るとそれぞれ以下のようなものである。学年別に見ると、2 年生が全体の約半分、92 人 (50.5%) を占めている。その他の学年は、3 年生の 30 人 (16.5%)、4 年生の 31 人 (17%)、1 年生の 29 人 (15.9%) と続き、ほぼ同じ比率である。男女別で見ると、男性が 140 人、女性が 42 人で、男性が 76.9% を占めている。

本学学生のWebページの利用

第1表 回答者の学年別・性別人数

	1年生	2年生	3年生	4年生	計	比率
男子	26	67	25	22	140	76.9%
女子	3	25	5	9	42	23.1%
計	29	92	30	31	182	100.0%
比率	15.9%	50.5%	16.5%	17.0%	100.0%	



第1図 回答者の学年別比率

学部別では経済学部が138名、法学部が41名（残りの3名は記入なし）で、全体の77%を経済学部が占める結果となった。回答者の性別、学年別、学部別分布は、2年生、経済学部に集中している。従って、本調査結果は、本学学生の全体像を示しているものではないことに注意が必要である。

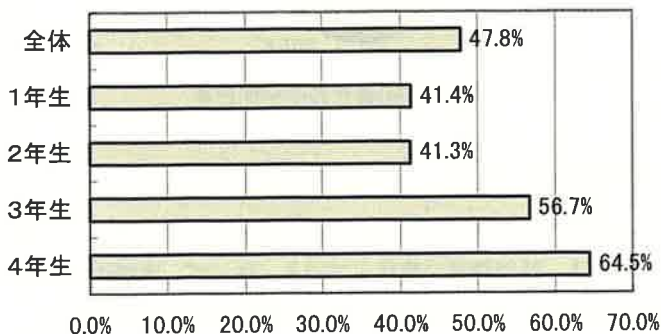
2 回答者のPC関連属性

1) PC所有状況

アンケートでは、学生のPC所有状況を調べた。その結果は第2表のとおりである。全体では約半数の者、87人（47.8%）がPCを持っている。学年別では、3年生と4年生の所有率が平均を超えている。経済企画庁調べの、日本におけるPC世帯普及率は、「1997年3月に20%を超え、99年3月には30%に迫る勢い」とされている（『日経流通新聞』1999年4月6日）。これからみて、回答者のPC所有率は日本の平均値より高いと考えられる。ちなみにアメリカでは、すでに1998年に50%を突破している（同上）。

第2表 PC所有状況

	PCを持つ者		PCを持たない者 人数	計
	人数	比率		
全体	87	47.8%	95	182
1年生	12	41.4%	17	29
2年生	38	41.3%	54	92
3年生	17	56.7%	13	30
4年生	20	64.5%	11	31
男子	63	45.0%	77	140
女子	24	57.1%	18	42



第2図 回答者のPC所有率

2) PC利用歴

回答者のPC利用歴は、第3表のとおりである。回答者に占める2年生の比率の高さを反映して、「1年以上2年未満」の者が約4割（72人）を占めている。また、傾向として、学年が上がると、PC利用歴も長くなる。これは多くの回答者が、本学入学以降PCを使用するようになり、学年が高くなるにつれて、PC利用歴も長くなるからであろう。本学の情報教育の効果が現れている。

もちろん一定部分の学生は、大学入学以前にすでに高校や自宅などでPCを利用している。回答者においては39人がこれに該当する（第4表）。この比率は1年生で最も高い（31%）。今後、家庭や高等学校へのPCの普及がいつそ

本学学生のWebページの利用

う進んで行くことが考えられる。大学入学以前における情報教育とPC利用の進展を踏まえて、本学の情報教育を見なおす必要性に近い将来に生まれるだろう。¹⁾

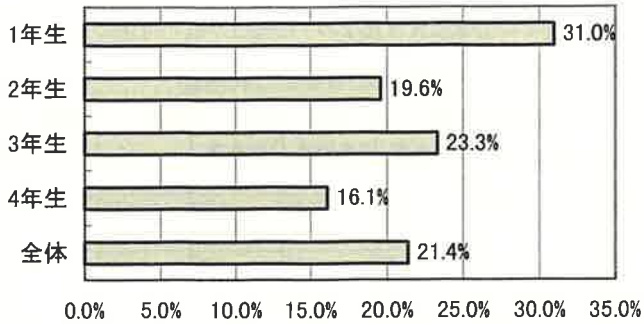
第3表 回答者のPC利用歴

		1年未満	1年以上 2年未満	2年以上 3年未満	3年以上 4年未満	4年以上	無回答	計
		1年生	人数 20	3	5	1	0	0
	比率	69.0%	10.3%	17.2%	3.4%	0.0%	100.0%	
2年生	人数	15	55	7	7	4	92	
	比率	16.3%	59.8%	7.6%	7.6%	4.3%	100.0%	
3年生	人数	4	9	10	3	4	30	
	比率	13.3%	30.0%	33.3%	10.0%	13.3%	100.0%	
4年生	人数	9	5	8	4	5	31	
	比率	29.0%	16.1%	25.8%	12.9%	16.1%	100.0%	
全体	人数	48	72	30	15	13	182	
	比率	26.4%	39.6%	16.5%	8.2%	7.1%	100.0%	

第4表 大学入学以前からPC利用経験を持つ者

	大学入学以前からPC 利用経験を持つ者		回答者総 数
	人数	比率	
1年生	9	31.0%	29
2年生	18	19.6%	92
3年生	7	23.3%	30
4年生	5	16.1%	31
全体	39	21.4%	182

1) 『国民生活白書（平成11年版）』は小中高における情報教育環境について次のように述べている。「文部省『学校における情報教育の実態等に関する調査結果』（1998年度）によると、インターネットに接続している日本の公立の小・中・高等学校及び特殊教育諸学校の割合は36%となっている。また、これまでに情報教育の研修を受けた教員の割合は全体の5割程度、コンピュータを操作できる教員の割合は全体の5～6割、コンピュータを用いて指導できる教員は教員全体の2～3割にとどまっております。情報通信機器を活用できる教員の養成が急務となっている。他方、アメリカでは公立の小・中学校及び高等学校の接続割合は89%（全米教育統計センター“Internet Access in Public Schools”（1998年））となっている。また、1996教育年度において、アメリカの教員の77%がコンピュータを含む情報教育機器の活用に関する研修に参加しており、さらに学校で教育施設としてコンピュータを使用できる環境にいる教員も84%に達している（アメリカ教育協会“Status of American of the American Public School Teacher, 1995-1996”（1997年）。）」（<http://www.epa.go.jp/99/c/19991210wp-seikatsu/19991210wp-seikatsu.html> より）



第3図 入学以前からPC利用経験を持つ者の比率

3) PCの主な利用場所

PCの主な利用場所として、「学内」をあげた者が109人(59.9%)、自宅と学内の両方とした者が32人(17.6%)で、回答者の多くが学内のPCを利用している(第5表)。しかし2割弱の者は、自宅のPCを主な利用場所としている。

第5表 PCの主な利用場所

PCの主な利用場所	人数	比率
自宅	33	18.1%
学内	109	59.9%
両方	32	17.6%
その他(「利用していない」、など)	8	4.4%
合計	182	100.0%

3 回答者のインターネット関連属性

次に回答者のインターネット関連属性について述べる。

本学学生のWebページの利用

1) インターネット利用の有無とISPとの契約の有無

第6表に見るとおり、回答者の大部分がインターネットを利用しているが、インターネットを利用していない者もごく少数ではあるが存在している。

次に回答者のISP契約状況（自宅から、大学のNIC Eを経由せずに、インターネットにアクセスしようとする場合、ISP；インターネット・サービス・プロバイダとの契約が必要になる）を見ると、第7表のとおりで、52人(28.6%)が契約している。最近の推計によれば、インターネットの世帯普及率は19.1%で、学生の間でのインターネット普及が進んでいると考えられる。

第6表 インターネット利用の有無

	人数	比率
インターネットを利用	173	95.1%
インターネットを利用していない	5	2.7%
無回答	4	2.2%
計	182	100.0%

第7表 ISP契約状況

	総数	PCを持つ者	ISP契約者	総数に占める比率	PCを持つ者に占める比率
全体	182	87	52	28.6%	59.8%
1年生	29	12	5	17.2%	41.7%
2年生	92	38	19	20.7%	50.0%
3年生	30	17	15	50.0%	88.2%
4年生	31	20	13	41.9%	65.0%

ちなみに、日本におけるインターネット利用人口やその普及率などについて、『通信白書（平成12年版）』は次のように述べている。

「11年末における我が国の15～69歳までのインターネット利用者数は2706万人(対前年比59.7%増)と推計される^(注1)。この「インターネット利用者」には、パソコンのほか、携帯電話端末、携帯情報端末、家庭用ゲーム機、インターネット接続機器を設置したテレビ受像機のうち少なくともいずれかを用いて、インターネット上のウェブコンテンツへのアクセス、または電子メールの送受信を行っている人が含まれる。

11年2月から携帯電話端末単体で直接インターネット上の携帯電話専用のウェブコンテンツにアクセスが可能になるサービスの提供が開始され、携帯電話端末単体でウェブまたは電子メールを利用している人は、11年末現在571万人と推計される^(注2)。11年のインターネット利用者数が大幅に増加したのは、このようなサービスが開始され、利用者が増加したことが原因である。インターネット利用者数の今後の動向については、17(2005)年には7670万人に達するものと推計される^(注3)。

また、「通信利用動向調査」によれば、インターネット普及率は、世帯が19.1%、事業所が31.8%、企業が88.6%となっており、様々な場所におけるインターネットの利用が拡大を続けている。

(注1)「インターネット利用者数(2,706万人)」について

$2706\text{万人} = 9365\text{万人} \times 28.9\%$ (インターネット個人利用率)

データは、15～69歳人口については「日本の将来推計人口(平成9年1月推計)」（社会保障・人口問題研究所）に、インターネット個人利用率については「生活の情報化調査」による。

(注2)「携帯電話端末単体でウェブ又は電子メールを利用している人(571万人)」について

$571\text{万人} = 9,365\text{万人} \times 6.1\%$ (携帯電話端末単体からのインターネット個人利用率)

データは、15～69歳人口については「日本の将来推計人口(平成9年1月推計)」（社会保障・人口問題研究所）に、携帯電話端末単体からのインターネット個人利用率については「生活の情報化調査」による。

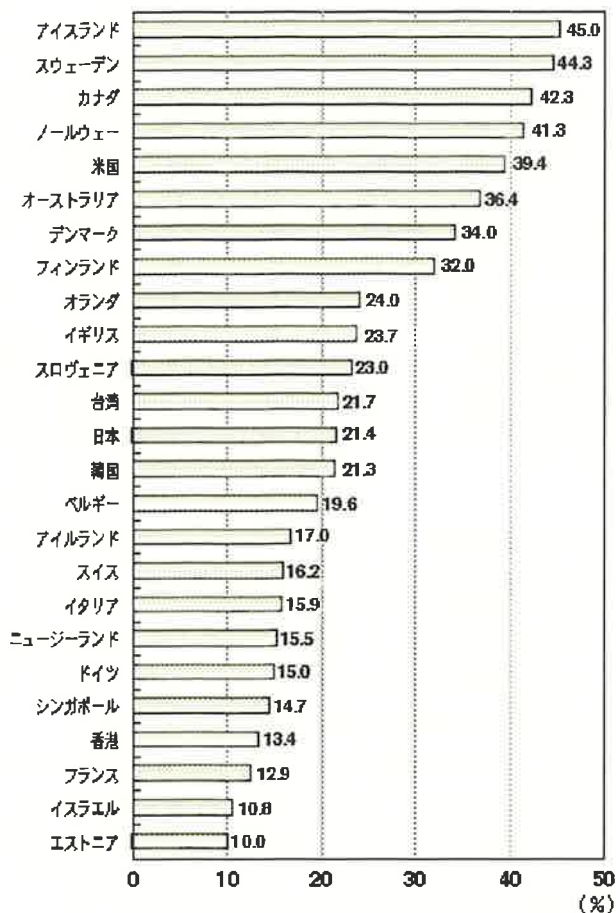
(注3)「インターネット利用者数の今後の動向」について

$7670\text{万人} = 9175\text{万人} \times 83.6\%$ (インターネット個人利用率将来推計値)

データは、15～69歳人口については「日本の将来推計人口(平成9年1月推計)」（社会保障・人口問題研究所）に、インターネット個人利用率将来推計値については「生活の情報化調査」による。

さらに、世界におけるインターネットの普及状況を見ると(第4図)、2000年2月現在のインターネット利用者数は約2億7550万人(前年同期比79.5%増)に達している。国別の利用人口については、米国が1億630万人(1999年7月の推計値)、ついで日本の2706万人(1999年末の推計値)となっている。しかし普及率では、日本は台湾の次ぎの13位で、欧米の情報化先進諸国と比べて大きく遅れている(『通信白書(平成12年版)』より)

本学学生のWebページの利用



第4図 世界のインターネット普及率

2) インターネット利用歴

第8表は回答者のインターネット利用歴を示している。「1年以上2年未満」が39%を占め、ほぼPC利用歴と同じ傾向を示している。

第8表 インターネット利用歴

		1年未満	1年以上 2年未満	2年以上 3年未満	3年以上 4年未満	4年以上	NA	計
		1年生	人数	20	3	5	1	0
	比率	69.0%	10.3%	17.2%	3.4%	0.0%	0.0%	100.0%
2年生	人数	16	57	7	6	5	1	92
	比率	17.4%	62.0%	7.6%	6.5%	5.4%	1.1%	100.0%
3年生	人数	4	8	10	3	5	0	30
	比率	13.3%	26.7%	33.3%	10.0%	16.7%	0.0%	100.0%
4年生	人数	8	3	7	4	5	4	31
	比率	25.8%	9.7%	22.6%	12.9%	16.1%	12.9%	100.0%
全体	人数	48	71	29	14	15	5	182
	比率	26.4%	39.0%	15.9%	7.7%	8.2%	2.7%	100.0%

3) インターネット利用頻度

第9表は回答者の利用頻度を示している。「ほとんど毎日」が28人(16.3%)、「週2、3日」が77人(44.8%)で、合わせて105人がよくインターネットを利用している。しかし、残りの67人は「ほとんど利用していない」。大多数の学生がインターネットをよく利用している状態だとはいえない。

勉強や日常生活、そして卒業後のビジネスなどで Web ページが有効な情報収集手段であることを考えれば、さらにきめ細かな情報教育を行い、大多数の学生がインターネットに対する親近感と利用のためのノウハウを持つようにすることが必要である。

第9表 インターネット利用頻度

	ほとんど毎日		週2、3日		ほとんど利用しない		計
	人数	比率	人数	比率	人数	比率	
1学年	2	6.9%	21	72.4%	6	20.7%	29
2学年	8	8.8%	36	39.6%	47	51.6%	91
3学年	13	46.4%	10	35.7%	5	17.9%	28
4学年	5	20.8%	10	41.7%	9	37.5%	24
計	28	16.3%	77	44.8%	67	39.0%	172

4 どのような Web ページをよく見ているか

今回の調査では、アンケート用紙からわかるように、「アルバイト」や「グルメ」、「音楽」など、あわせて22のカテゴリーから、それぞれ良く見るものを3つ選んでもらった。このカテゴリーは、YAHOO! JAPANのそれを参考にして作成したものである。

全体で、448の回答があった。182人の回答状況を見ると、無記入のもの19人、1つだけ回答した者15人、2つ回答した者23人、指定どおり3つ回答した者119人、4つ回答した者4人、6つ回答した者1人、8つ回答した者1人である。以下において、調査結果に表われた、学生の Web ページに対する選好の傾向を紹介する（もとなる調査結果は第10表）。

1) 全体

全体の回答数をグラフに示したものが、第5図である。これから分かるとおり、「音楽」を回答した者が80人で、最も多く、ついで、「ゲーム」47人、「芸能人」42人、「映画」37人と続いている。インターネットの Web ページには、それこそいろいろな情報があふれているが、学生は、音楽やゲーム、芸能人などの娯楽情報を入手する、あるいは楽しむ手段として、Web ページを活用している様子が見えがえる。

たとえば「音楽」では、これまでお気に入りのアーティストの情報は、音楽系の雑誌を購入して入手していたが、インターネットの普及を背景に、アーティスト自ら（ないしは所属の音楽事務所）が、そうした情報を Web ページ上に発信するようになった。しかも Web ページ上の情報は、より豊富で、新曲発売やライブ情報などの最新情報が頻繁に更新されている。また電子掲示板がある場合には、インターネットの双方向性も活用されていて、全体として、アーティストとそのファンの親近性が高められている。多くの学生は新しい情報流通手段であるインターネットを、こうした趣味・娯楽関係の領域で活用しているのである。

第10表 回答者のよく見る Web ページのカテゴリ

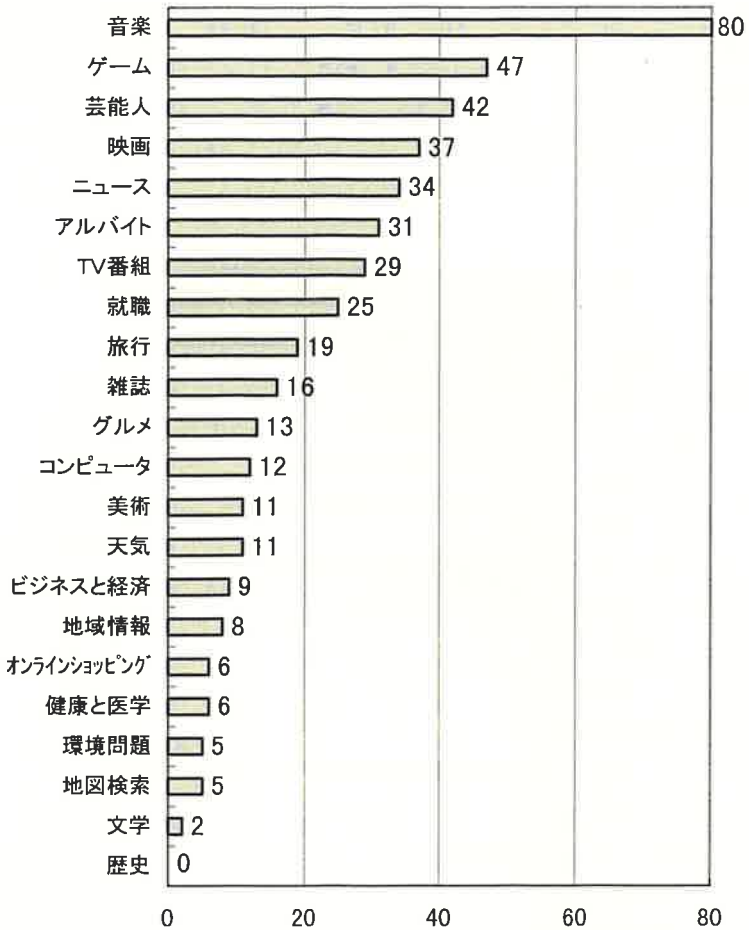
	人数	アルバイト	地図検索	グルメ	天気	雑誌	TV番組	映画	音楽	芸能人	健康と医学
全体	182	31	5	13	11	16	29	37	80	42	6
男	140	24	4	5	6	10	21	26	60	38	2
女	42	7	1	8	5	6	8	11	20	4	4
男の中での人気度		6.9%	1.2%	1.4%	1.7%	2.9%	6.1%	7.5%	17.3%	11.0%	0.6%
女の中での人気度		6.9%	1.0%	7.8%	4.9%	5.9%	7.8%	10.8%	19.6%	3.9%	3.9%
1学年	29	9	0	2	2	1	10	6	13	7	0
2学年	92	17	4	10	6	13	15	22	49	23	3
3学年	30	2	0	0	2	0	2	6	13	6	3
4学年	31	3	1	1	1	2	2	3	5	6	0
1学年の中での人気度		12.3%	0.0%	2.7%	2.7%	1.4%	13.7%	8.2%	17.8%	9.6%	0.0%
2学年の中での人気度		7.1%	1.7%	4.1%	2.5%	5.4%	6.2%	9.1%	20.3%	9.5%	1.2%
3学年の中での人気度		2.8%	0.0%	0.0%	2.8%	0.0%	2.8%	8.3%	18.1%	8.3%	4.2%
4学年の中での人気度		4.8%	1.6%	1.6%	1.6%	3.2%	3.2%	4.8%	8.1%	9.7%	0.0%

ビジネスと経済	就職	地域情報	旅行	ゲーム	美術	歴史	文学	PC	ニュース	環境問題	オンラインショッピング	回答数計
9	25	8	19	47	11	0	2	12	34	5	6	448
8	19	7	9	45	9	0	1	11	31	5	5	346
1	6	1	10	2	2	0	1	1	3	0	1	102
2.3%	5.5%	2.0%	2.6%	13.0%	2.6%	0.0%	0.3%	3.2%	9.0%	1.4%	1.4%	100%
1.0%	5.9%	1.0%	9.8%	2.0%	2.0%	0.0%	1.0%	1.0%	2.9%	0.0%	1.0%	100%
0	0	0	1	13	1	0	0	2	6	0	0	73
2	6	6	11	26	8	0	0	4	12	3	1	241
6	7	1	1	3	1	0	1	4	9	1	4	72
1	12	1	6	5	1	0	1	2	7	1	1	62
0.0%	0.0%	0.0%	1.4%	17.8%	1.4%	0.0%	0.0%	2.7%	8.2%	0.0%	0.0%	100%
0.8%	2.5%	2.5%	4.6%	10.8%	3.3%	0.0%	0.0%	1.7%	5.0%	1.2%	0.4%	100%
8.3%	9.7%	1.4%	1.4%	4.2%	1.4%	0.0%	1.4%	5.6%	12.5%	1.4%	5.6%	100%
1.6%	19.4%	1.6%	9.7%	8.1%	1.6%	0.0%	1.6%	3.2%	11.3%	1.6%	1.6%	100%

(注；人気度は、「回答数計」で、当該の回答数を除したもの)

そのほか、「ニュース」や「TV情報」、「天気」など、新聞代わりに Web ページを利用している事例も多い。また「アルバイト」も比較的によく利用されており、さらに3学年から4学年にかけて切実な問題となる「就職」でも利用されている。これらに対し、「ビジネスと経済」や「環境問題」といった、いわば学生にとって「かたい」情報の利用は少ない。

本学学生のWebページの利用

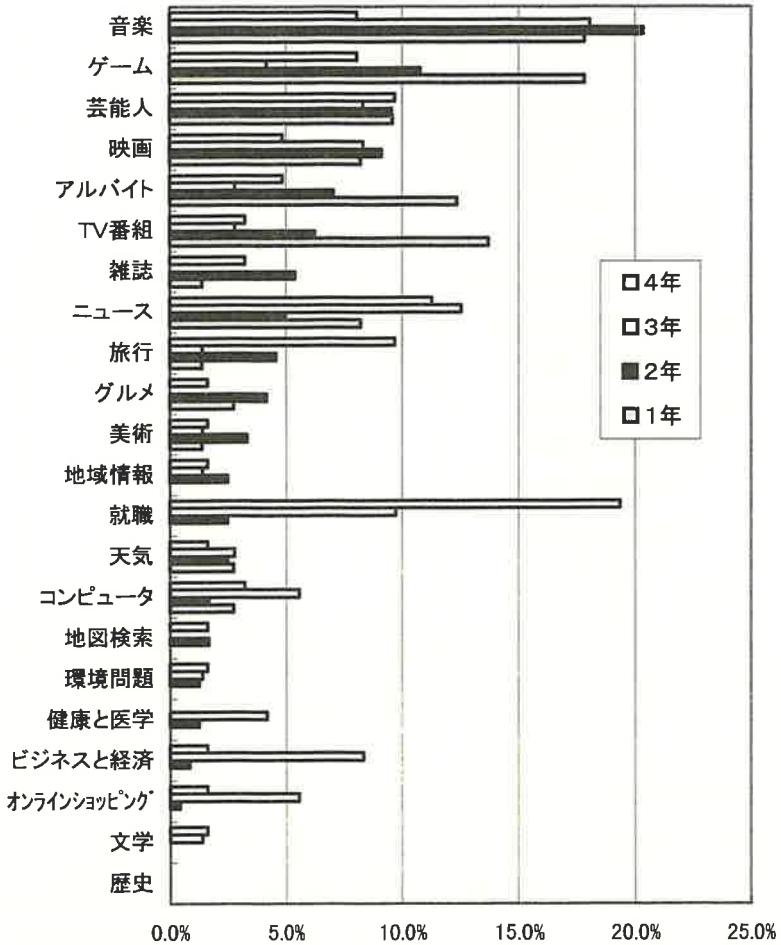


第5図 よく見る Web ページ

2) 学年別人気度

第6図は学年別にどのような Web ページをよく見ているかを示している(回答者が学年によって大きく異なるので、「回答数計」で当該の回答数を除した数値を「人気度」として用いている。第6図では、2年生の人気度の高いカテゴリを上から順に示している)。

第6図に見られるように、4年生においては「就職」が最も人気が高く、1年生では、「ゲーム」の人気度が高く、学年によって人気度に差があるカテゴリがある。

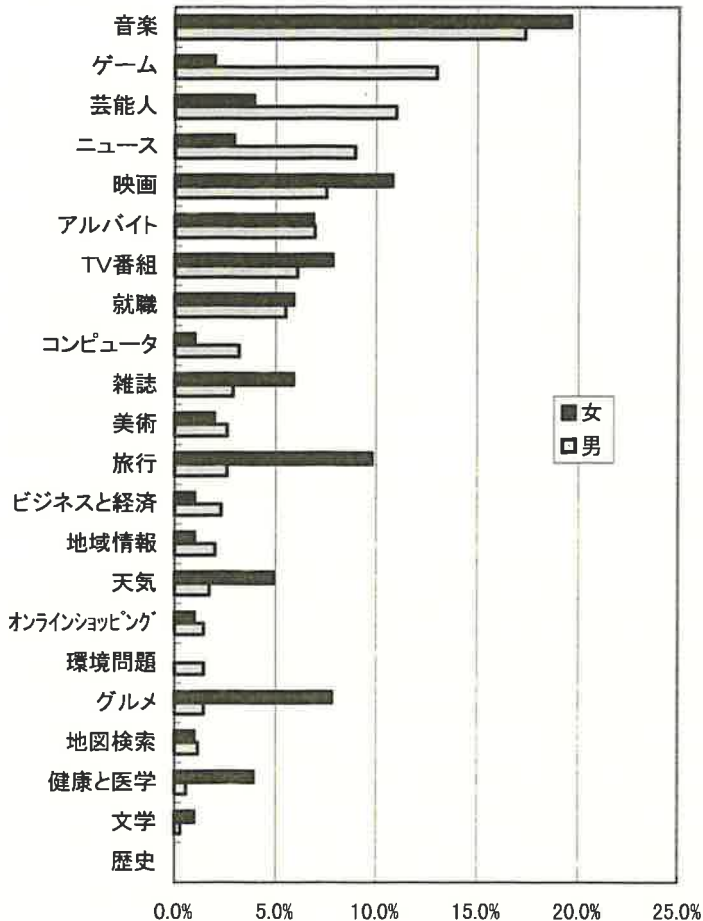


第6図 学年別よく見る Web ページ

本学学生のWebページの利用

3) 男女別人気度

調査結果には、男女別の特徴がよく表われている（第7図、男子の人気度の高いカテゴリを上から順に示している）。「音楽」や「映画」、「アルバイト」、「TV番組」では、大きな違いが無い。しかし、「ゲーム」、「芸能人」、「ニュース」では、男の人気度が高く、逆に「旅行」、「雑誌」、「グルメ」では、女子の人気度が高い。



第7図 男女別よく見る Web ページ

5 Web ページ利用の際の問題点と Web ページに対するニーズ

1) 不満な点

Web ページを利用する場合、通常、①見ようとする Web ページのアドレスの入手、②そのアドレスのブラウザへの入力、③その Web ページの情報の PC への取得 (ダウンロード)、④ Web ページの閲覧、という4つのプロセスを経る。

見たいと思う Web ページのアドレスがわかっている場合、あるいはブラウザの「お気に入り」に登録している場合、①は容易である。しかし、ある事柄に関する情報を入手しようとして、検索エンジンを利用する場合、いつも目的の Web ページをすぐに見つけることができるとは限らない。検索エンジンは、関連する Web ページを検索してくれるが、そのなかには、必要でないものも多く含まれることがあり、またリンク先の Web ページが既に消滅していたりしているからである。インターネット上には、情報があふれており、そのなかから必要な情報を見つけることは難しい。この問題点が、上の調査には表われている。この点の緩和策としては、YAHOO! や INFOSEEK など、検索エンジンの特徴を把握し、効率的な検索の方法を、経験を積むことによって会得することである。

第11表 Web ページ利用の際の不満な点

①	有力な情報をすばやく検索できない。検索サイトへ行っても自分の求めるものにたどり着くまで時間がかかる。
②	探している Web ページがなかなか出てこないことがある。
③	開くのに時間がかかりすぎ。
④	よく混乱する。
⑤	アドレスをうつのが長くて面倒。
⑥	ページの開きが遅い。
⑦	検索のカテゴリー化の不满。スピードが遅い。
⑧	幅広すぎてかなり細かい検索が必要なとき。
⑨	広告がありすぎて何の Web ページかわからない。
⑩	一定の時間帯に回線がビジーになり、接続の速度が遅い
⑪	使い方に、難しい点がある。

本学学生のWebページの利用

目的の Web ページにたどりつけたとして、実際に情報を取得し、ブラウザ上で閲覧するまでに一定の時間がかかる。これは、ダイヤルアップの場合、P CとモデムないしはT Aなどのブラウザ側のハードの能力、電話回線の状況、インターネット通信網の込み具合に依存する。日本の場合、通信インフラの整備は遅れており、この問題の解決にはなお時間を要するものと思われる。

2) あればよい Web ページ

本調査の最後の項目として、「あればよい Web ページ」をたずねた。これは演習で課題とした「学生に役立つ Web ページ」の設計のヒントにするためであった。回答は次のようであった（第12表）。

第12表 あればよい Web ページ

①	レポート論文を無料で見せてくれるようなHP。参考にしたい
②	世界中で起こった事件をすぐ知ることのできる Web ページ。
③	細かい地域のニュースなど
④	絵を上手に描くことが教えてもらえるページ。
⑤	心理テストのようなものがやりたい。
⑥	一つの Web ページで全体的な情報が入る Web ページ
⑦	懸賞の Web ページの増加
⑧	Web ページはすべてフリーであるべき
⑨	絶対に成功するダイエット方法。
⑩	軽くてマルチメディアが多量に組み込まれたテレビのような感覚で見れるページがあればいいと思う。
⑪	日本経済。首相、天皇とはなしのできる Web ページ。
⑫	雑誌の内容を詳しく乗せてくれるもの。
⑬	見やすく内容がわかりやすいもの。
⑭	速度重視で豊富な内容を持ち、機能的にもデザイン的にもセンスのあるページ。
⑮	毎日の出来事についての意見板。
⑯	哲学。
⑰	ファッション

「哲学」や「心理テスト」、「細かい地域のニュース」、「絶対に成功するダイエット方法」など、具体的な内容（コンテンツ）の回答が見られた。そのほか、「速度重視で豊富な内容」や「一つの Web ページで全体的な情報が入る」など、

先の、Web ページの不満な点と関わって、Web ページの機能的な側面について言及したのもあった。

6 大学における Web ページ活用の方向

アンケートの結果を踏まえて、大学における Web ページ活用について検討して、本資料を結ぶ。本学の情報ネットワーク N I C E が稼働してまる 3 年が経過しようとしている。N I C E は、本学の研究・教育環境を情報化の面で大きく前進させた。

インターネットは、教員にとって必要不可欠な研究手段となりつつある。教員は、たんなる情報の受信者としてだけではなく、教育・研究の両面において情報の発信者にならなければならないだろう。しかし本学の現状を見ると必ずしもその段階に到達しているとは言えない。教員の間でこの面での研究の前進が期待される。経済研究所内の共同研究会「経済学 C A I (コンピュータ援用教育) 研究会」は、主として教育面における Web ページ活用について研究を進めている。今年度秋学期には、学内イントラネット上に学修支援と演習交流のための Web ページを本格的に構築する予定である。²⁾

次に学生による Web ページ利用の現状を見ると、新しい情報収集手段としてのインターネットを主に娯楽・趣味関係の手段として利用しているようであり、勉学への活用という点では、まだ十分でないように見える。インターネット上には、経済、法律関係など、さまざまな有益な情報があふれている。この点では、大学や教員が、勉学に役立つ Web ページを構築すること、また Web ページの活用が有効な講義や演習で、教育手段の一つとして Web ページを組み込んでいくことが求められる。³⁾ この点では『インターネットで日本経済入門』⁴⁾ などの研究成果が大いに参考になる。

2) 「経済学 C A I 研究会」の Web ページのアドレスは <http://stweb.osaka.keiho-u.ac.jp/~cai/index.html>。このページへは学内からのみ、アクセスできます。

-
- 3) 大学教育における Web ページを組み込んだ教育モデルなどについては拙稿「大学教育とIT」(大阪経済法科大学『経済研究年報 第18号』1999年12月)を参照。
 - 4) 新田俊三・渋澤健太郎著、日本評論社2000年4月。この書物の「はじめに」において次のような記述がある。「課題の設定、データベースの検索、論文の完成、会話と討論、これらをすべて可能にするのがインターネットである。インターネットは、学生諸君を教わる立場から自己学修の立場に変えた。大学教育における個性と自主性の尊重が、文字どおり実現することとなった。本書は日本経済論の学習を題材として、このような新しい教育システムを具体化するためのテキストとして書かれた。各課題につけられた例解は、すべてインターネットから取り出されたものである。インターネットによるデータベースの検索のしかた、論文の作成のしかた、図表の作り方、翻訳ソフトの使い方、eメールによる討論のやり方、チャットによる国際会議の方法なども、日本経済論勉強の一貫として修得できるように工夫してみた。」(同書iiページ)