

沖縄県公文書館ホームページリニューアルの概要とその効果

津覇 美那子[†]

はじめに

- 1 リニューアル概要
 - 1-1 リニューアルの目的と詳細
 - 1-2 新更新システムの導入
- 2 リニューアルによる影響
 - 2-1 リニューアルによるプラス現象
 - 2-2 リニューアルによるマイナス現象
 - 2-3 マイナス現象への対策
 - 2-4 対策後の効果

おわりに

はじめに

沖縄県公文書館（以下、「当館」とする。）ホームページは、2017年（平成29）2月に大幅なりニューアルをした。利用者がより分かりやすく使いやすいホームページを目指し、デザインだけでなくコンテンツの再編成などを実施した。さらに、ホームページの更新システムにブログソフトウェアのWordPressを導入したことにより、記事の更新が容易になった。

ホームページリニューアル後の1年間は、アクセス数が減少する事態が起こったが、SEO対策などを経て、現在はリニューアル前と比較してもアクセス数が増加している。

本稿では、新ホームページのリニューアル概要を示し、リニューアル直後のアクセス数減少に関する検証を行い、その対策を述べる。さらに、リニューアル前後のアクセス数、ページビュー数等の分析を行い、リニューアルがホームページ利用にどのように影響しているのか明らかにしたい。

1 リニューアル概要

当館ホームページは、1998年（平成10）7月1日の開設以降、2006年（平成18）、2008年（平成20）に2度のリニューアルを経て、2017年（平成29）2月に3度目の大幅なりニューアルを実施した。

沖縄は島嶼県であるため離島や遠隔地からの来館が容易ではない。そのため、ホームページの充実、利用者サービスのひとつとして重要な役割を果たしている。当館ホームページは、多数のコンテンツを有する。特にデジタル・アーカイブズでの資料閲覧は、利用者が来館することなく所蔵資料にアクセスする機会を増やしている（表1）。遠隔地サービスというだけでなく、当館への関心を高める効果もあると思われる。

表1の「階層」とは、ホームページ内でクリックしてページ遷移していく深さのことである。第1階層であるトップページ（トップメニュー）を基準に、そこから1クリックして入るコンテンツを第2階層、2クリックして入るコンテンツを第3階層と考える。「第3階層：所蔵資料検索」は、2000

[†] つば みなこ 公益財団法人沖縄県文化振興会公文書管理課 公文書専門員

年度（平成12）に当館ホームページに登載した「公文書館資料目録検索システム ARCHAS21」にデジタル画像を閲覧するシステムを加えて性能向上をはかったコンテンツである。これは、当館の指定管理者である（公財）沖縄県文化振興会が「琉球政府文書デジタル・アーカイブズインターネット公開業務」を沖縄県から受注し、実施した。琉球政府文書デジタル・アーカイブズを所蔵資料検索システムに統合することで、目録検索からデジタル画像の閲覧までできるシステムを開発し、2017年（平成29）2月に運用を開始した¹。この所蔵資料検索システムの改良と同時に実施したのが、当館ホームページ開設以降3回目的大幅リニューアルとなる。

表1 所蔵資料を閲覧できるコンテンツ一覧

第1階層	第2階層	第3階層	概要
資料検索	所蔵資料目録	所蔵資料検索	目録登載資料のうち、琉球政府文書34,300件（2020年3月6日現在）は資料画像まで閲覧できる。
		米国収集文書	米国収集資料の沖縄統治に関する文書をPDFで一部公開
	写真	写真が語る沖縄	米国収集写真および琉球政府、沖縄県撮影の写真資料を公開。67,304件（2020年3月6日現在）
		空から見た沖縄	米国収集資料のアイスバーグ作戦地図及び空中写真をGoogleMapに重ねて閲覧可能
	映像	戦中	米国収集資料から戦中、戦後の映像をダイジェストで紹介。戦中130件、戦後102件。
		戦後	
	公報	沖縄県公報	沖縄県公報（73,004件：2020年3月6日現在）、琉球政府広報（32,395件）をPDFで公開
		琉球政府広報	
	参考ツール	行政記録	1945年から1985年の行政記録のテキストデータを登載。
		戦後初期会議録	沖縄諮詢会、沖縄民政府、沖縄群島議会、琉球臨時中央政府立法院など琉球政府設立以前の民政機構会議録のテキストデータを登載。
琉球立法院会議録		本会議の会議録をPDFで公開。第1回議会1952年4月1日開会から第49回議会1972年5月14日閉会までを登載。	
資料紹介	琉球政府文書		主に各資料群にある代表的なシリーズを紹介するコンテンツ。特に琉球政府文書は、部局ごとに所蔵資料を解説、所蔵資料検索の資料画像のリンクを貼るなどし、資料へのアクセスを促している。
	沖縄県文書		
	米国収集資料		
	沖縄関係資料		
	あの日の沖縄		沖縄に関する特定日の出来事を取り上げ、関連する所蔵資料を紹介。
行事案内	過去の展示会を見る		移動展、所蔵資料展の内容を紹介。展示資料リストや資料画像を閲覧できる。

1-1 リニューアルの目的と詳細

今回のリニューアルは、表2の内容を主軸にし、操作性向上や階層の再構成などを実施した。本論では、2017年（平成29）2月から現在のホームページを「新ホームページ」、それ以前のホームページを「旧ホームページ」とする。

¹ コンテンツ登載の変遷は、吉嶺昭「ホームページを活用した普及活動についての一考察」『沖縄県公文書館研究紀要 第11号』（沖縄県文化振興会 2009）p.48、仲宗根良江「沖縄県公文書館ホームページのアクセス解析」『沖縄県公文書館研究紀要 第18号』（沖縄県文化振興会 2016）p.54を参照のこと。

表2 リニューアルの要領

①デザイン	<ul style="list-style-type: none"> ・シンプルかつ見やすく分かりやすくする。 ・トップページ以下の階層もすべて統一したデザインにする。
②操作性	<ul style="list-style-type: none"> ・トップページから目的のページを探しやすく、スムーズなアクセスを可能とする。 ・閲覧者がどのページからも容易にトップページに戻れるようにリンクを設置。
③スマートデバイス対応	<ul style="list-style-type: none"> ・スマートデバイス（スマートフォン、タブレット端末）用サイトを有する。 ・管理画面からウェブサイト、スマートデバイス双方の更新ができる。
④その他	<ul style="list-style-type: none"> ・一般的に利用されているブラウザで支障なく閲覧可能にすること。 ・不正アクセス等に対するセキュリティ対策を施すこと。 ・ホームページのトップページのURLは現行のものを用いること。 ・ブログ記事の移行も実施すること。

見やすく分かりやすいことが [①デザイン] における重要課題であった。例えば、旧ホームページでは、資料検索などはトップページ上部の「デジタルアーカイブ」、または、右側の「目録検索」「写真を見る」「映像を見る」からアクセスできるようになっていた（図1-1）。しかし、「デジタルアーカイブ」という用語が分かりにくいこと、右側のボタンに気付かないなどのデメリットがあった。そのため、新ホームページでは、「デジタルアーカイブ」を「資料検索」と名称変更し、トップページ中央にはワンクリックで目的の資料検索コンテンツに移動ができるように、イラストもつけた大きなボタンを設けて一目で分かるようなデザインにした（図1-2）。



図1-1 旧ホームページのトップページ
右端の矢印で示しているアイコンが資料検索等の入り口となっていた。



図1-2 新ホームページのトップページ
「デジタルアーカイブ」を「資料検索」に改称。資料検索関連のアイコンは大きくトップページの中央に配置した。

このほかにも、トップページのトップメニューは、数を減らして、コンテンツの名称はその内容が容易に判断できるように変更した。例えば、「展示会・講座等」は「行事案内」に、「目録検索」は「所蔵資料目録」になどである。

関連して、階層構造の見直しも実施した（図2-1、図2-2）。旧ホームページは、トップページ以降の階層が最も多くて第4階層までであり、下層ほどアクセスしにくく、さらにテキストが多いために見辛い印象があったので、第2階層以下も再編した。その一例が、「利用案内」である。旧ホームページでは、閲覧室の利用方法、遠隔地からの利用方法、複写物の使用許可（出版物等掲載許可）などを「利用の手引き」にまとめていた。そのため利用者は、〈トップページ→利用案内→資料利用の手引き→目的の内容〉という流れになり、目的の内容にたどり着くまでに時間を要していた。ホームページ内で迷子になってしまうため、閲覧室への問い合わせも多かった。そこで、新ホームページは、利用目

的別に再編し、「来館案内」「来館して利用する」「来館せずに利用する（遠隔地利用のことである。）」「出版物等掲載許可申請」「沖縄県職員のみなさまへ」「館内見学」とした。その結果と思われるが、閲覧室へのホームページの利用方法に関する問い合わせは減少している。また、第2階層以降もピクトグラムやアイキャッチ画像などを用いて、テキストだけではなくアクセス性の高いデザインとした。

これらのデザイン変更やコンテンツの再編は、[②操作性]の向上にもつながっている。また、「行事案内」内の「過去の講演・講座を見る」は、旧ホームページ「オンデマンド講座」を移行したコンテンツであるが、2017年（平成29）2月以降に登載した動画再生ソフトはYoutubeを利用している。限定公開とし、当館ホームページからのみ閲覧できるように設定をしている。旧ホームページの動画データは、ナローバンド回線向け²とブロードバンド回線向け³の動画ファイルをダウンロードする形式であった。さらに容量の関係で講座を分割して登載していたため不便であった。Youtubeを活用することで、場所を選ばずデスクトップ以外の

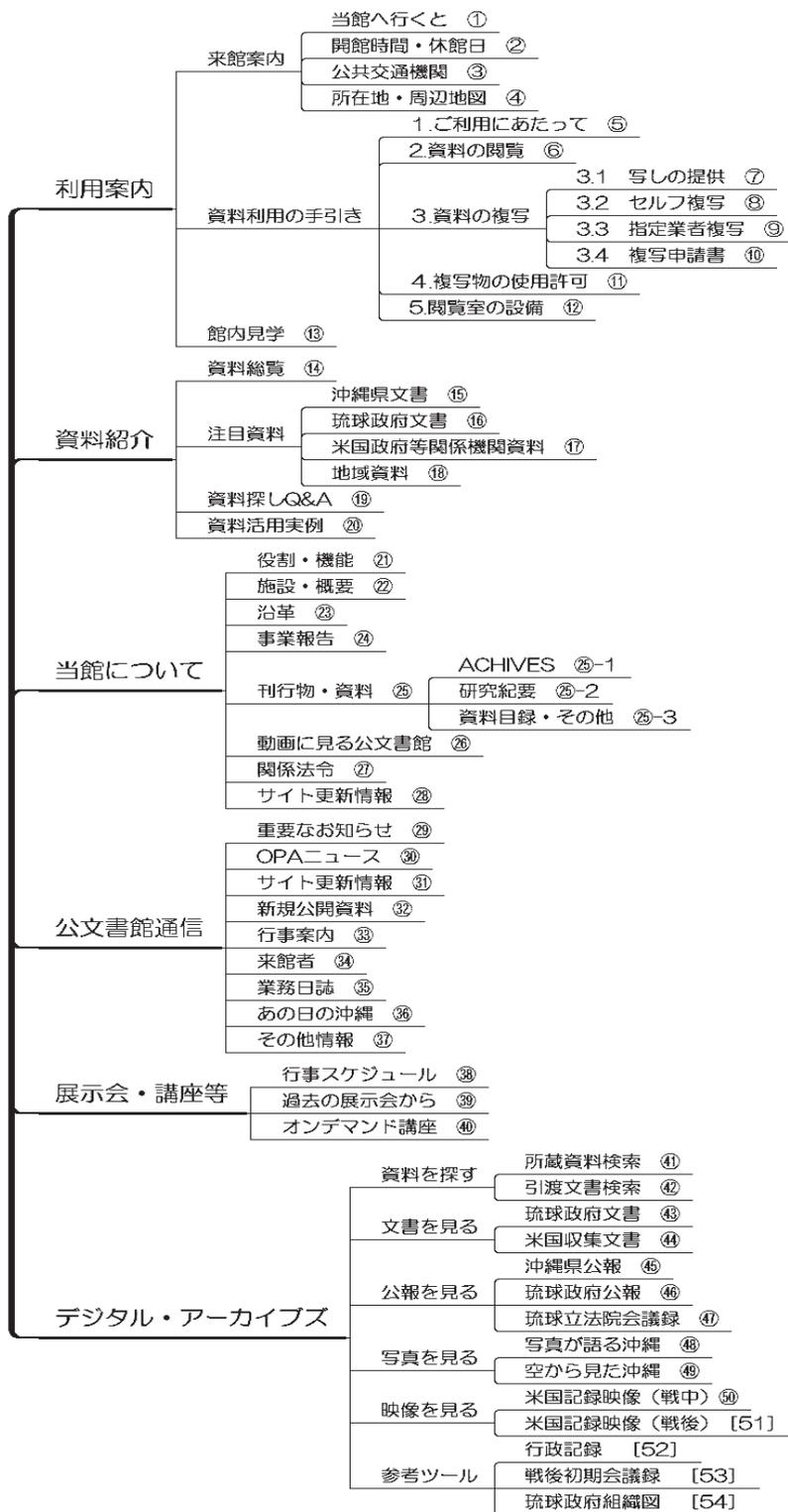


図2-1 階層構造 (旧ホームページ)

² 電話回線を通じたインターネット接続のことを指し、128kps以下の低速な通信回線である。IT用語辞典e- Words 「ナローバンド」 (http://ewords.jp/w/%E3%83%96%E3%83%AD%E3%83%BC%E3%83%89%E3%83%90%E3%83%B3%E3%83%89.html#Section_%E3%83%8A%E3%83%AD%E3%83%BC%E3%83%90%E3%83%B3%E3%83%89 2019.12.20) -

³ 広帯域という意味で、送受信できるデータ量が多い接続サービスなどを指す。512Kbps以上の高速な回線のこと。@IT ネットワーク用語事典「ブロードバンド」 (<https://www.atmarkit.co.jp/aig/06network/broad.html> 2019.12.20)

デバイスでも容易に見ることができ、フル再生できるようになった。

次に、[③スマートデバイス対応]について述べる。

インターネット接続機器は、「自宅のPC」が年々下降する傾向にあり、一方で「スマートフォン」の利用が最も増加傾向にある(図3)。また、「自宅以外のPC」や「タブレット型端末」の利用も微増している。ガラパゴス携帯が主流だった時代は、その役割の違いからパソコンとの2台持ちの家庭が多かったと思われるが、スマートフォンの普及がその流れを変えつつある。スマートフォンや通信回線の技術向上による影響ともいえるかもしれないが、所得格差の拡大に伴い、インターネット接続端末が変化しているとも考えられる。総務省の調査報告によると、世代別のインターネット接続端末は、13歳から49歳までと、60代以上ではその種類が異なっており、10代から40代では各年代とも80%程度またはそれ以上がスマートフォンをインターネット接続端末として利用している⁴。次に利用割合が高いのはパソコンであるが、その割合はスマートフォンよりも20%程度低い結果となっている。一方、60歳以上では、パソコンからインターネットに接続する割合が最も高い。

また、スマートフォンの利用方法は、「ソーシャルメディア・メール送受信のため、パソコンの代わり」(75.7%)及び「インターネットの検索機能・ニュース視聴など、テレビ、新聞、パソコンの代わり」

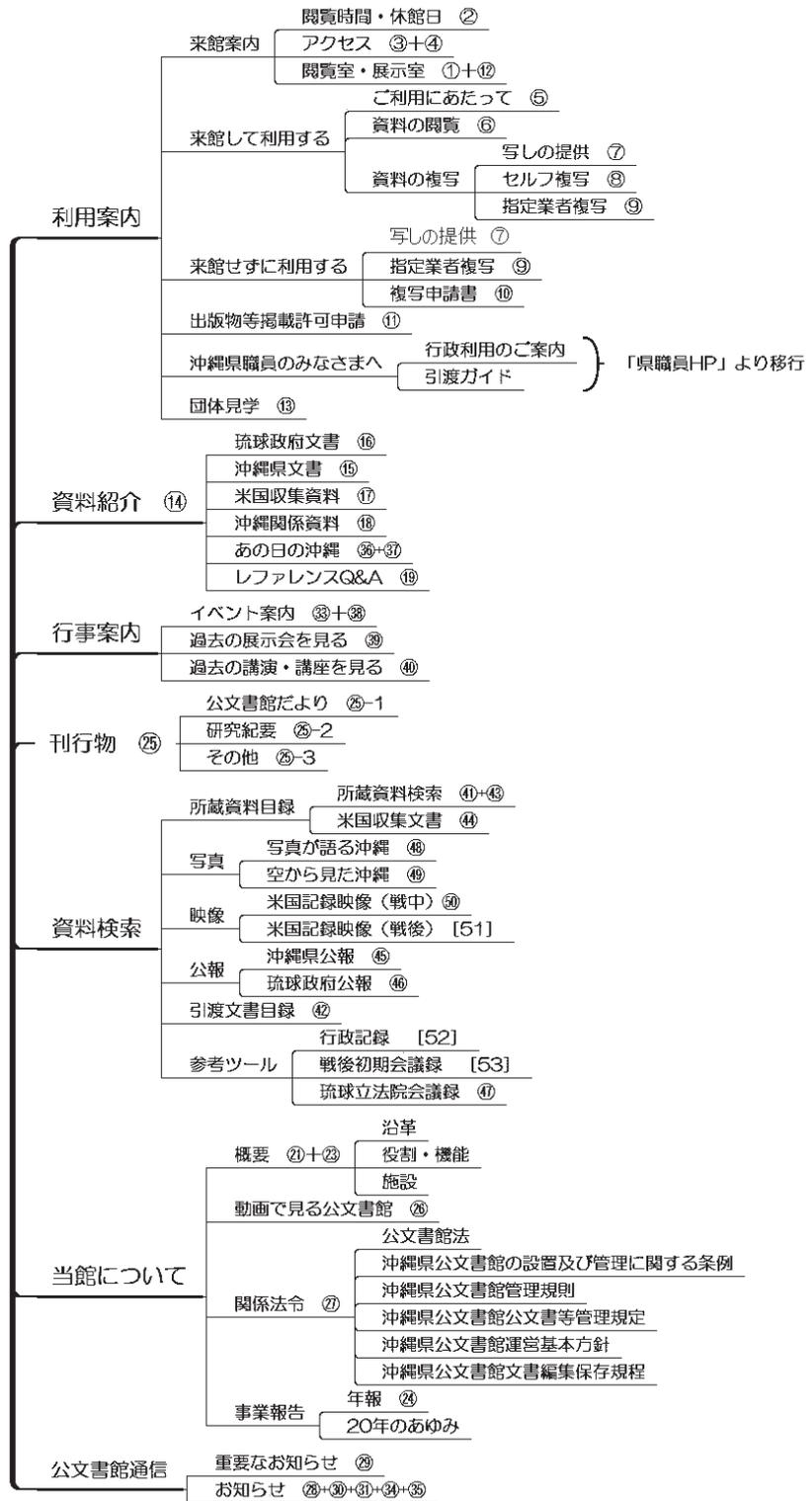


図2-2 階層構造 (新ホームページ)

⁴ 総務省HP「インターネット利用の広がり」(http://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h30/html/nd142110.html 2019.12.20)

(74.7%) の2つが高くなっている(図4)。利用目的は異なるが、パソコンの代わりにスマートフォンを利用していることが分かる。関連して、2013年(平成25)は、パソコンの保有率が81.7%と最も高かったが、その割合は徐々に下がり、2017年(平成29)にスマートフォンの保有率が75.1%となり、パソコンの保有率を上回っていた⁵。

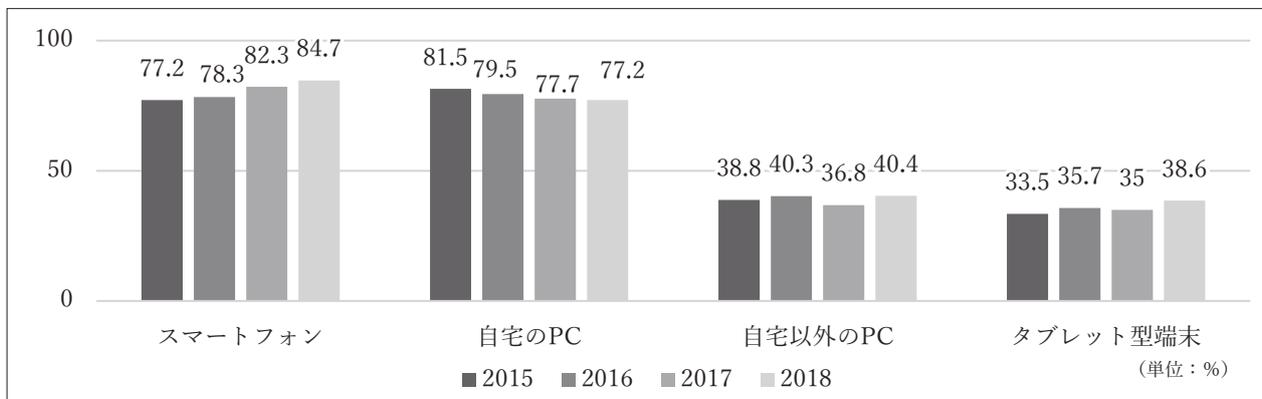


図3 年度別インターネット接続機器

参考:総務省『平成30年通信利用動向調査報告書(世帯編)』『平成29年通信利用動向調査報告書(世帯編)』をもとに作成。

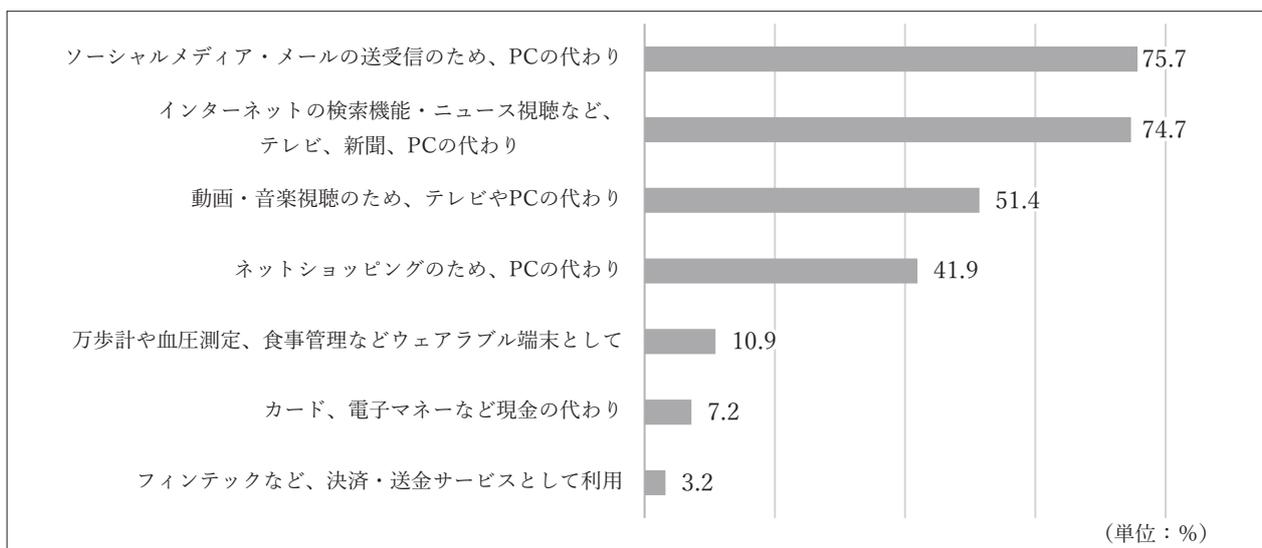


図4 スマートフォンの利用方法(2018年度調査)

参考:総務省『平成29年通信利用動向調査報告書(世帯編)』をもとに作成。

このような社会背景からも分かるように、パソコンだけでなく、スマートフォンなどスマートデバイス対応も視野に入れる必要があった。

当館の旧ホームページの場合、スマートデバイス表示はパソコンと同様の表示方法だったため、画面が小さいスマートフォンになると操作性や解読性が異なった(図5-①)。また、Wi-Fiのない環境での使用時にはデータ容量の重い画像などは表示速度も大幅に低下する。これらのストレスを軽減するとともに、各種端末の特性を最大限に活用できるようにマルチデバイス最適化を図った(図5-②)。スマートフォンなど端末によって当館ホームページの表示サイズが自動的に変更されるようになり、フォントや画像等が端末に適したサイズで表示されるようになった。

⁵ 総務省『平成30年通信利用動向調査報告書(世帯編)』(https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/pdf/HR201800_001.pdf 2019.12.20)



図5 スマートフォンでの表示

1-2 新更新システムの導入

リニューアルに伴い、ホームページの更新システムも変更することとした。旧ホームページのシステムはMovableTypeを使用していた。HTML様式であったために、タグといわれる文字列を使う必要があり、記事を作成する際のハードルが高く職員の誰もが更新できる状況ではなかった。また、コンテンツが多いゆえに記事数も多くなるのだが、HTML様式の場合、更新のたびに再構築をおこなう必要があり、記事が多ければ多いほど、再構築時間が長くなるといったデメリットもあった。そこで、新ホームページは、ブログソフトのWordPressを導入することとなった。ブログとしての機能やページ更新のための仕組みがあり、テンプレートになっているため記事の作成、更新が容易となる。記事の構成が統一されているような場合、テンプレート機能によりデザイン性も保たれる。文字の入力や色付けなどのデザインも操作ボタンが編集画面にあるためHTMLのようなタグを書き込む必要がなく、ワードなどで文書を作成するような感覚での記事の作成が可能となった。

2 リニューアルによる影響

新ホームページの運用開始に伴って、アクセス数減少やページビュー数増加などの動向が見られた。本章ではその要因と対策、その後の効果を検証する。

なお、この章ではGoogle Analyticsを使用したアクセス解析をもとに分析する。一般的なアクセス解析の手法は、大きく分けて3つある。サーバ側で計測する「サーバログ型」、パケット8を取得しデータ解析する「パケット⁶キャプチャ型」、サイトの各ページにJavaScriptの計測タグを埋め込み、

⁶ パケットとは、ネットワーク経由でやり取りされるデータのかたまりのことである。データを複数のパケットに分割して転送する際に、パケットの順番やあて先IPアドレス、送信元IPアドレスなどの情報を記載したヘッダが付与される。@IT ネットワーク用語事典「パケット」(https://www.atmarkit.co.jp/aig/06network/packet.html 2019.12.20)

閲覧・環境情報等データを取得、解析する「webビーコン型」である。当館ホームページのアクセス解析は、「webビーコン型」にあたるGoogle Analyticsを2008年（平成20）6月から使用している。

2-1 リニューアルによるプラス現象

リニューアルが好影響をもたらし、ページビュー数⁷、ページビュー／セッション⁸、平均セッション時間⁹は、2016年（平成28）同時期と比較して大幅な増加があり、直帰率も減少した（表3）。

表3 リニューアル前後月別比較1

	平成28年度	平成29年度	増減
ページビュー数	408,746	503,676	+94,930
ページビュー／セッション	3.87	6.56	+2.69
平均セッション時間	3分15秒	5分9秒	+1分54秒
直帰率（%）	55.21	46.53	△8.68

リニューアル後の2017年度（平成29）は、1セッションあたりのページビュー数が6.56となっており、一度、当館ホームページに訪問すると6ページ以上の記事が閲覧されていることを示している。その結果、滞在時間が長くなり、平均セッション時間は5分9秒となっている。また、直帰率が前年同時期より減少しているということは、当館ホームページを訪問後2ページ以上閲覧する利用者が増加していることがうかがえる。これらは、リニューアルによって階層構造などが整理された効果であるといえる。

2-2 リニューアルによるマイナス現象

前述したプラス現象の反面、一時的な弊害も発生した。リニューアル前年同時期と比較すると、2017年度（平成29）はセッション数¹⁰と新規セッション率が減少した（表4、図6）。その要因は、トップページ以外のURLが変更になったことにより、今まで他サイトに貼り付けられていたURLのリンク切れ等が発生したこと、トップページ以外のページが検索エンジンの上位に出現しにくくなったこと、などが考えられる。新規にアクセスする利用者の多くが他サイトのリンクから訪れていることは過去の解析で判明しており、リニューアルによるトップページ以外の記事のURL変更が全体のセッション数減少に影響している可能性が高い。

表4 リニューアル前後の年度比較

	平成28年度	平成29年度	増減
セッション数	105,507	76,799	△28,708
新規セッション率（%）	61.09	54.38	△6.71

⁷ あるページやサイトが表示された回数のこと。前掲、小川（2012年）p.37

⁸ 1回のセッションで閲覧したページ数のこと。

⁹ 1回のセッションでのホームページ内の滞在時間のこと。

¹⁰ セッション数とは、ある一定期間に利用者がホームページに来訪した回数のこと。ホームページに来訪してから離脱するまでを1回とカウントする。ページ間の遷移が30分を超えるとセッションが切れ、新たに訪問回数1としてカウントしなおす仕組み。小川卓『入門ウェブ分析論』（ソフトバンククリエイティブ株式会社 2012年）p.37

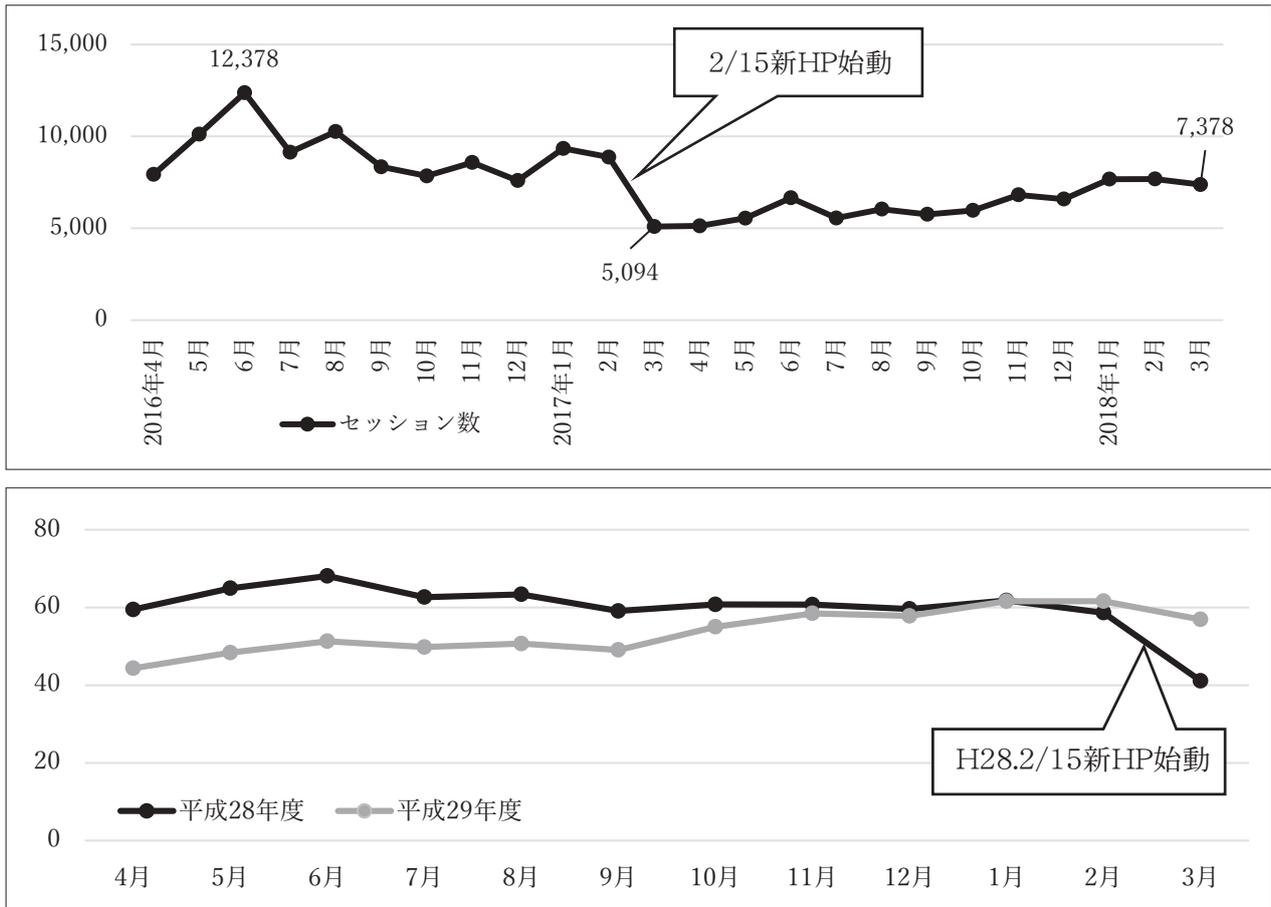


図6 リニューアル前後月別比較2
上：セッション数 下：新規セッション率 (%)

2-3 マイナス現象への対策

ホームページ利用におけるマイナスの動向に関してホームページ運用の支援業者とともに主に次の4つの対策を実行した。

(1) シェアボタンの設置

シェアボタンは、利用者がSNSやメールなどにリンクを容易に貼ることができ、新たな口コミを期待できるツールである。当館ホームページは、2017年（平成29）4月26日にシェアボタンを設置し、

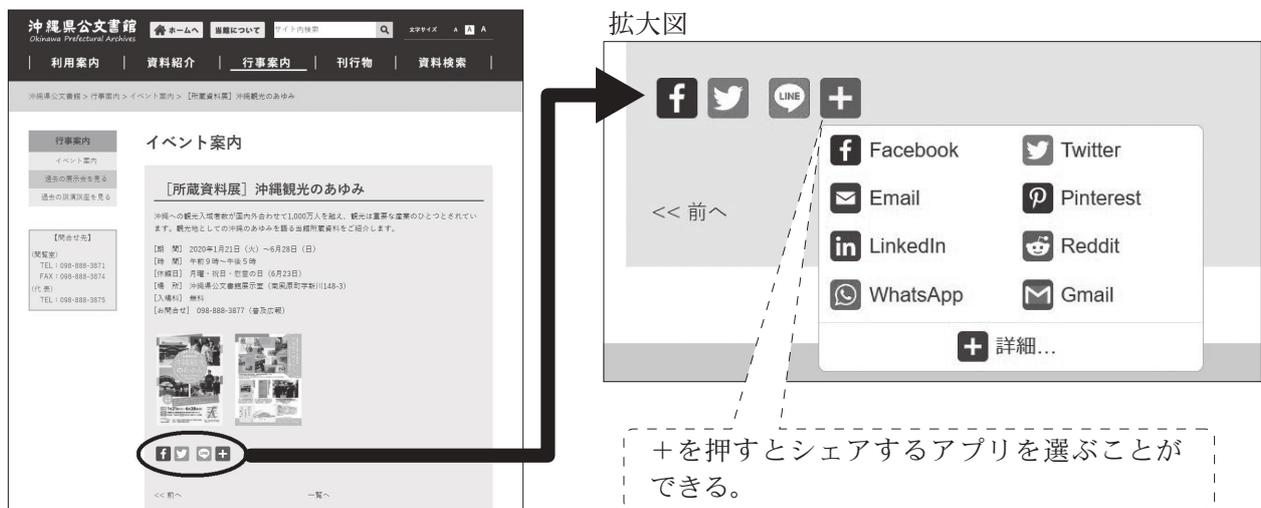


図7 当館ホームページ内のシェアボタン

以降、Facebookなどでイベント情報のリンクが貼られ、URLが共有されている状況がみられる。実際、それらの情報をもとに来場する参加者もいる。旧ホームページにはFacebookの「いいね！」をクリックできるボタンを設置していたが、Facebook以外で共有したい場合は、自身でURLをコピーして共有したいSNS等に貼り付ける作業が必要であった。今回、シェアボタンを設置することで、SNSだけでなくメールなどでの共有が手軽にできるようになった。

(2) Search Engine Optimization (SEO) 対策

Search Engine Optimization (SEO) とは、「検索エンジン最適化」ともいう。GoogleやYahooなどの検索エンジンからの流入数最大化のために、特定のキーワードで検索した際に当館ホームページ記事が上位に表示されるようホームページのSEOを実施した。具体的には、「沖縄県公文書館」に関するキーワードの埋め込みを運用支援業者に依頼した(表5)。キーワードの選定は、閲覧室への問い合わせが多い内容や過去のアクセス数で上位になった記事を調査し、反映させた。このキーワードは、今後も引き続き検討していき、追加していく必要がある。また、これらのキーワードを参考に記事を作成し、キーワードを用いたタイトルを付けていくことで検索エンジンの上位に関連記事が表示されることにもなる。

表5 SEO対策で埋め込んだキーワード例

<ul style="list-style-type: none"> ・一筆地調査図 ・土地所有申請書 ・一筆限調査書 ・沖縄戦 ・移民 ・兵籍簿 	<ul style="list-style-type: none"> ・立法院 ・空中写真 ・復帰 ・米軍基地 ・アイスバーグ作戦 ・軍雇用員カード 	<ul style="list-style-type: none"> ・琉球政府 ・米国国立公文書館 ・沖縄県文書 ・USCAR ・公文書 ・軍歴 	<ul style="list-style-type: none"> ・行政 ・通貨切替 ・交通変更 ・米軍 ・土地
---	--	---	---

(3) 当館ホームページ記事のリンクの貼り直し

Wikipediaやまとめサイトなどからのアクセスも一定数あることから、これら他サイトにリンクの貼り直し依頼を適宜行っている。そのサイトの管理人が分かる場合は、メールで新URLを知らせて対応を依頼している。ただし、リンクが貼られている他サイトを探すことは容易ではない。そのため、職員間で通報制度を設け、リンク切れを発見した際は当館ホームページ管理担当者に連絡し対応させることとした。

(4) 記事の更新頻度を高める

リニューアル前から人気のあった「あの日の沖縄」「資料紹介」を中心に記事の更新頻度を高め、検索エンジン¹¹の上位に表示される効果をねらった。更新回数は、2016年度(平成28)は83回、2017年度(平成29)は108回であった。また、旧サイトで掲載していた記事内容も見直し、登載資料を増やすなどさらなる充実を図った。

2-4 対策後の効果

本項では、前述した対策による効果を検証する。検証には、Google Analyticsの2009年度(平成

¹¹ 別称「サーチ・エンジン (search engine)」。インターネット上に公開された膨大なWebページから、ユーザーが目的とするページを検索できるようにするサービスを提供するWebサイトのこと。@IT ネットワーク用語事典「検索エンジン」(<https://www.atmarkit.co.jp/icd/root/74/5783974.html> 2019.12.20)

21) から2018年度（平成30）のデータを使用する。ただしセッション数とページビュー数、アクセスデバイスのみ2019年度（平成31）の途中経過（4月～11月）から推計値を算出した。

(1) セッション数とページビュー数

ページビュー数はセッション数に比例して推移する傾向にあるが、2017年（平成29）2月の3回目のリニューアルでは、前述したとおりセッション数が低下し、ページビュー数が増加する現象となった（図8）。その後のSEO対策の効果は半年ほどで効果が出始め、セッション数は右肩上がりとなり、2019年度（平成31）推計では新記録を達成する可能性が高い。

リニューアル直後に増加していた1セッションあたりのページビュー数は、2019年度（平成31）は3.71と減少している（2019年12月22日現在）。しかし、ページビュー数は微増の傾向にあることから、セッション数の増加が顕著であることが分かる。

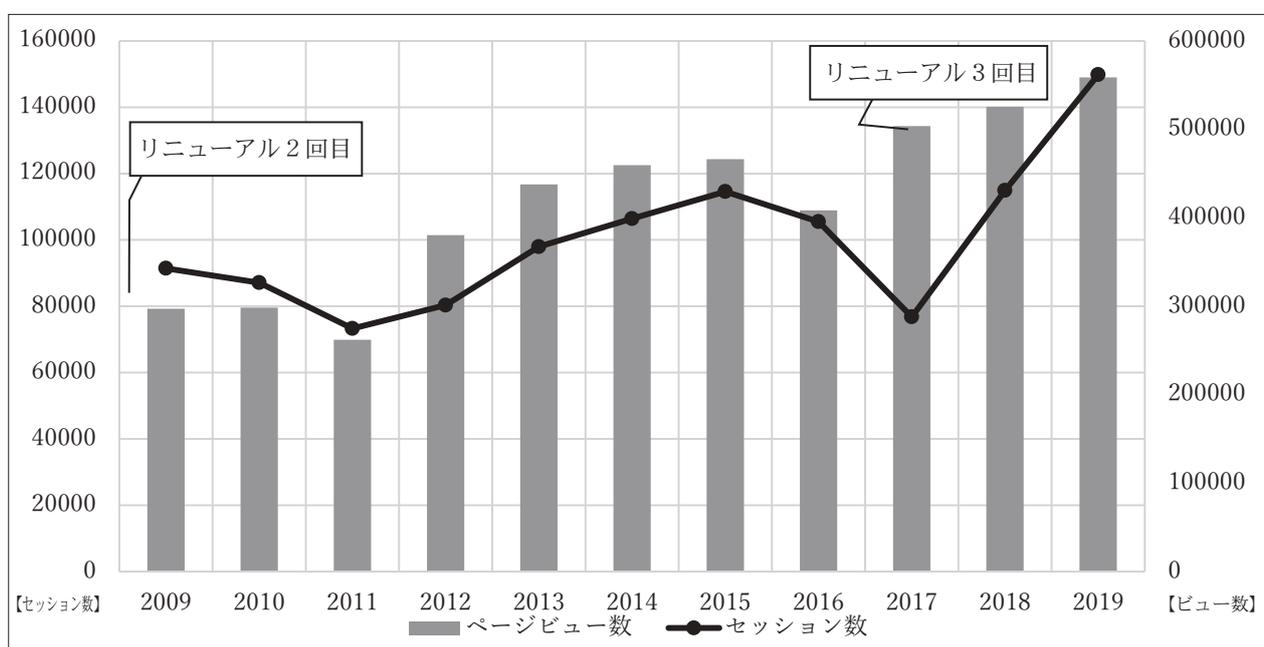


図8 セッション数とページビュー数（年度別）

(2) 1セッションあたりのページビュー数と平均セッション時間

次に、1セッションあたりのページビュー数と平均セッション時間を比較する（図9）。旧ホームページは比較的横ばいであったが、新ホームページ運用直後は1セッションあたりのページビュー数が増加し、それとともに平均セッション時間も伸びている。これは、閲覧ページが増えたことにより当館ホームページ内に滞在する時間が増えていることを示している。しかし、2018年度（平成30）は1セッションあたり4.57ページと例年通りの数値にもどっている。これは後述するアクセス方法によっても、変化しやすい数値だと考えられる。モバイル¹²から流入してきた利用者は、目的の記事を閲覧すると退出する傾向が強い。そのため、モバイルやタブレットからの利用者が増加するほど、1セッションあたりのページビュー数と平均セッション時間が減少することとなる。

¹² Google Analyticsの場合、ノートパソコンを含むパソコンを「デスクトップ」、スマートフォンなどの携帯端末を「モバイル」、タブレット端末を「タブレット」と識別し、集計している。第2章では、Google Analyticsの表記のとおり、「モバイル」と記述する。

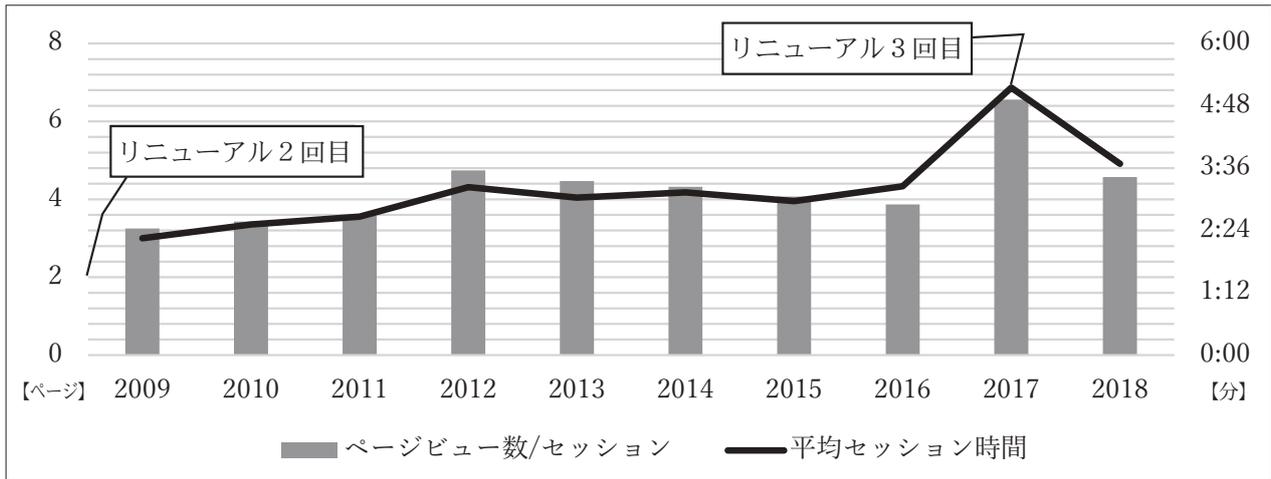


図9 1セッションあたりのページビュー数と平均セッション時間（年度別）

(3) アクセスデバイス比較

当館ホームページへの接続機器は2009年度（平成21）、全セッション数のうちデスクトップが99.91%であったが、2011年度（平成23）から徐々にモバイル、タブレットの割合が増加している。2012年度（平成24）はモバイル8.83%、タブレット1.54%と合わせて10.37%であったが、2014年度（平成26）にはモバイルだけで24.33%に増加している。以降、モバイルからのアクセスは20%台を維持している。2018年度（平成30）にはモバイルからのアクセスは38.15%となった。タブレットと合わせると44.39%となる。

この数値が示すようにデスクトップ以外からのアクセス増加は顕著であるが、年度の中で最もアクセス数の多い日に焦点を当てると、モバイルからのアクセスがデスクトップを上回ることも少なくない。例えば、直近の2018年度（平成30）の場合、もっともアクセス数の多かった日は2018年（平成30）10月17日（水）であった。この日は「沖縄そばの日」であり、コンテンツ「あの日の沖縄」の「1978年10月17日『沖縄そばの日』の由来」へのアクセスが多かった。2018年度（平成30）期の1日

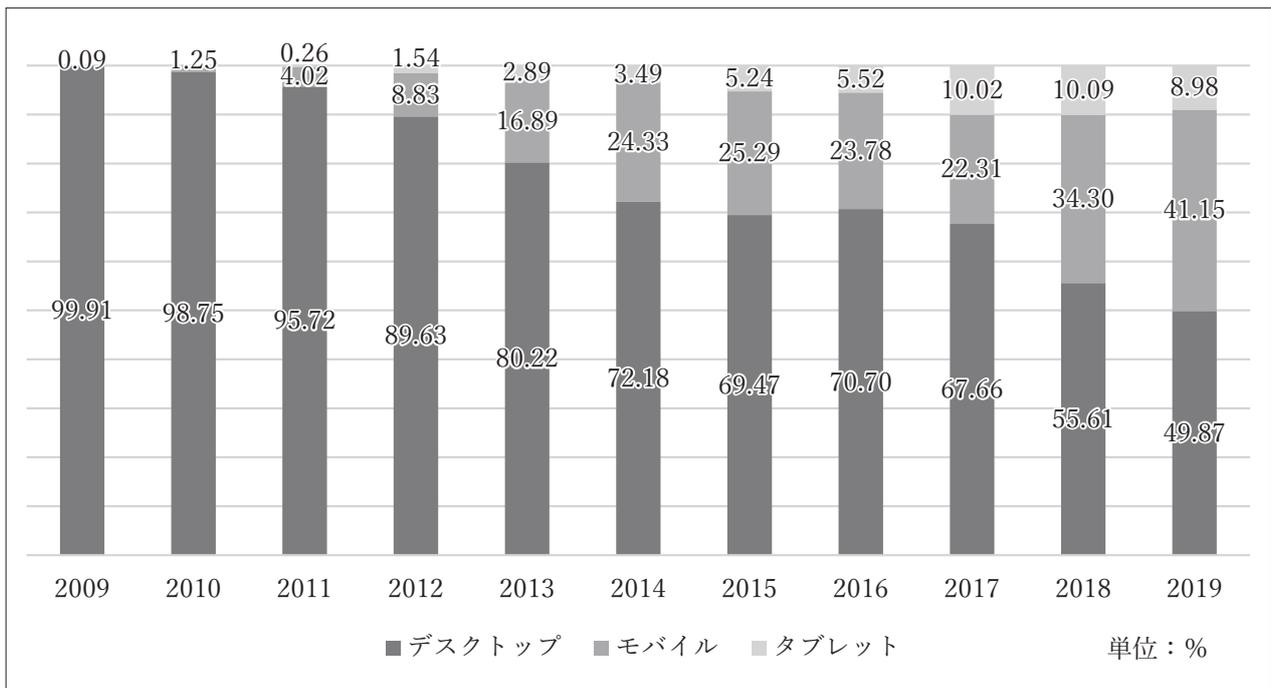


図10 アクセスデバイス（年度別）

あたりの平均アクセス数が約306に対して1,997と6倍以上のアクセスがあった。そのうちモバイルからのアクセスは、56.28%、タブレットからは6.26%と、合わせて62.54%であった。また、新規利用者は91.3%と高い。

このようにモバイル、タブレットによるアクセスがデスクトップより多い日もある。タイムリーなキーワードはモバイルによる検索が行われやすいことが分かる。また、新規利用者が多いことから、SEO対策ともつながるが、検索エンジンでより上位に表示されるようにすることで、潜在的利用者を引き込める可能性をもつ。

(4) ページビュー数のコンテンツ別比率

ある時期のページビュー数を抽出し、各コンテンツの割合を算出した。比較する期間は、2015年（平成27）4月から2017年（平成29）2月14日までの旧ホームページ（図11左）と2017年（平成29）2月15日から2019年（平成31）3月末までの新ホームページ（図11右）である。もっともページビュー数の多いコンテンツは、新旧ともに写真を閲覧できるコンテンツ「DA：写真を見る／資料検索：写真」であった。なお、この期間の1日あたりの平均ページビュー数は、旧ホームページ1,135、新ホームページ1,430となり、295の増加がみられる。

新ホームページは、全ページビューのうち41.0%が「写真」となっており、利用者の多くが写真を検索していることが分かる。トップページの割合は下がっていることから、検索エンジンからダイレクトにそれぞれのコンテンツにアクセスしていることが考えられる。

全ページビュー数に対する割合は、多少変化があるがその順位が変化していることに着目する。「あ

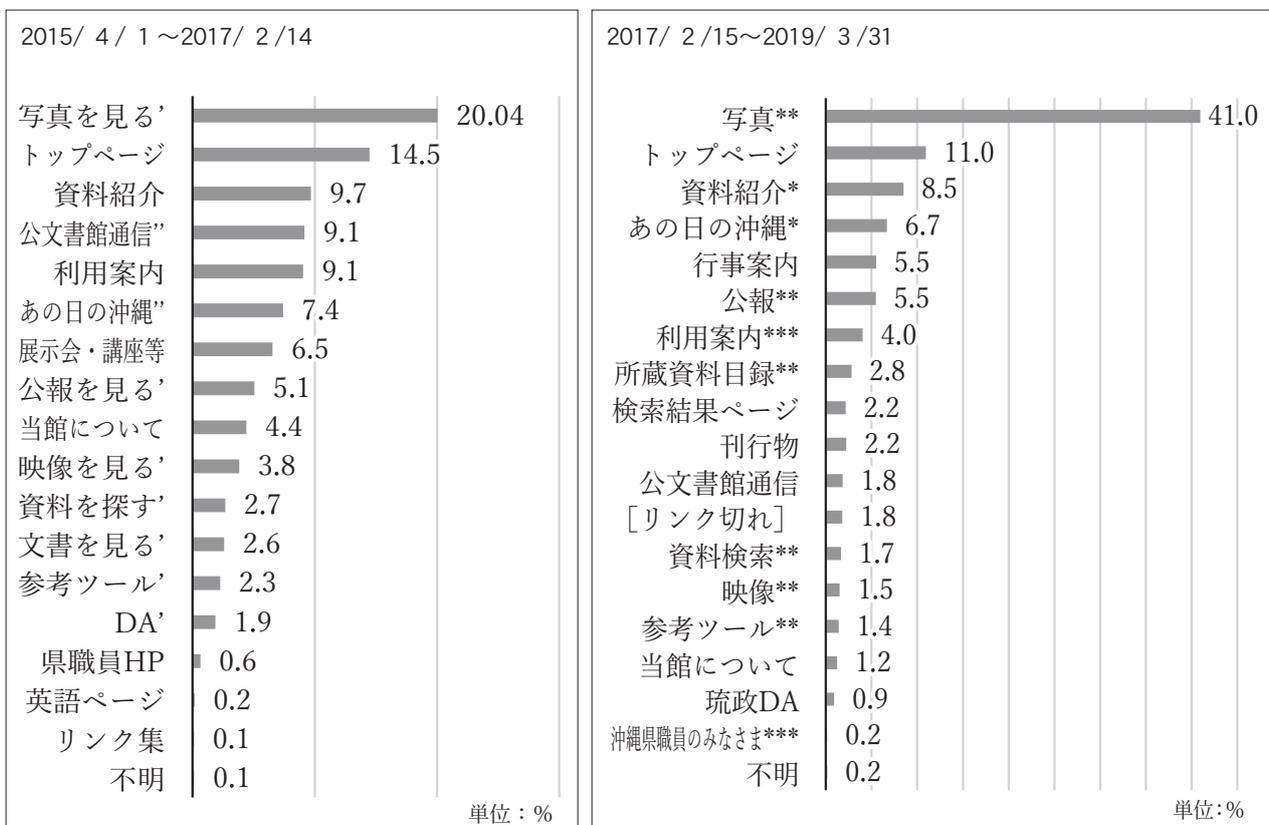


図11 コンテンツ別ページビューの割合

- ・数値比較のために第3階層以下のコンテンツも単独でページビュー数を抽出し、分析している。関連コンテンツは左図では「'」、右図では「*」で示している。
- ・「DA」とは、デジタル・アーカイブズのことである。

の日の沖縄」は6位から4位に、「行事案内(旧:展示会・講座等)」は7位から5位と上昇している。これらは、新ホームページのバナーによる効果が出ていると思われる。旧ホームページの場合、バナーのように画像を1つトップページの上部に配置することができたが、内部リンクを貼ることなどはできなかつたため利用者をそのページまで誘導することができなかつた。そこで新ホームページは、動くバナーを導入し、複数のバナーの配置を可能にした。内部リンクを貼ることもできるので、その情報のページまで誘導することができる。展示や講演会等イベントだけでなく、「あの日の沖縄」からその月に関連する記事をバナーで紹介することとしている。

おわりに

今回のリニューアルは、当館に行ってみたい、もっと所蔵資料を見てみたいと思えるホームページづくりを意識して取り組んだ。階層の再構成などは、旧ホームページに慣れ親しんだ利用者にとっては多少の困惑があつたかと思うが、新規セッション率が高いことも当館ホームページの特徴だったので、初めて利用した際に迷わないような明確な名称を各コンテンツに使用するようにした。

トップページ以外のURL変更による影響をある程度予測していたものの、思いのほかアクセス数が減少してしまつた。しかし、SEO対策の効果もあり、今まで以上に新規セッション率が増える結果となり、利用者開拓の機会となつたと考える。近年、モバイル、タブレットがパソコンの代わりとなっていることや、当館ホームページのアクセスデバイスの傾向から、検索エンジンの上位に出現する確率をあげるほどアクセス数上昇に直結する。その反面、直帰率の増加につながることは否めない。当館ホームページの記事は読み切りのものが多いため、目的の記事にダイレクトにアクセスできると利用者は目的を達成してしまい、退出してしまう。

今後の課題として、これらの利用者が目的の記事から2ページ目以降を開く工夫がより必要となる。関連記事や所蔵資料の内部リンクなどを記事の中に入れ込むことなどが有効かと思われる。近年、琉球政府文書デジタル・アーカイブズに登載の簿冊画像にリンクを貼れるようになり、効果的な内部リンクを作成することができる。「資料紹介」や「あの日の沖縄」といった人気コンテンツと結び付けていき、公文書がいかに関連したものか気づくことができるコンテンツにしていきたい。今後も定期的にアクセス解析を実施し、当館ホームページ利用者の傾向分析のもと、コンテンツをより充実させていきたいと考えている。