別添資料１

ポータルサイトの設計書

平成 27 年 6 月

総務省

目次

1.　設計のポイント..... 3
1.1.　受講生等が簡単にアクセスできること 3
1.2.　相互交流や情報・共有の機会が継続的、安定的に提供できること 3
1.3.　連携等が望まれるや団体とその保有する教材コンテンツ等を収集すること 3
1.4.　ポータ ルサイト等の開設や運用段階での負担軽減に有効な手法 3
2.　ポータルサイトの設計..... 4
2.1.　ポータルサイトのイメージ 4
2.2.　ポータルサイトの機能 5
2.3.　ポータルサイトの利用フロー 6

1.　設計のポイント

ポータルサイトの機能としては、検索エンジン、ウェブディレクトリ、ニュース、オンライン辞書、オークション、メールサービスなどのサービスを提供し、利用者の便宜を図っているが、本設計書は「地域における高度 ICT 人材を継続的に育成、活躍」させるために必要な機能に限定する。特に以下のことに注意する事。

1.1.　受講生等が簡単にアクセスできること

ICT の高度化と社会への浸透が進む中、誰もがインターネットに接続するためのデバイスを所持している時代と言える。言い換えれば、我々の生活スタイルに溶け込んでいるともいえる。それらの媒体とメジャーなコミュニティーサイトを使うことにより、初めて利用するユーザーの「使いやすさ感」を提供することが継続的な利用には欠かせないと考えられる。

1.2.　相互交流や情報・共有の機会が継続的、安定的に提供できること

利用者同士の情報交換・情報共有が継続的に行われるためには、利用者の身元や情報発信元が確認または、追跡できる仕組みを構築し、セキュリティ面に配慮しなければならない。また、運用に当たっては 365 日 24 時間、運用できる体制が望ましい。

1.3.　連携等が望まれるや団体とその保有する教材コンテンツ等を収集すること

高度 ICT 人材の継続的な育成、さらに育成された人材の活躍できる機会等を提供するためには、単なる情報共有だけではなく電子教材（コンテンツ）を収集・紹介出来ることが望ましい。

1.4.　ポータルサイト等の開設や運用段階での負担軽減に有効な手法

開設や運用段階における負担軽減の有効な手段として、SNS サービスがある。Facebook や Twitter など ICT 社会におけるデファクトな SNS を利用することで、負担軽減のみならず様々な効果が期待できる。

2.　ポータルサイトの設計

2.1.　ポータルサイトのイメージ

高度 ICT 人材の継続的な育成、さらに育成された人材の活躍できる機会等の提供に資する情報交流・共有の環境としてポータルサイトを設計した。ポータルサイトは、人材育成のハブが、受講者等に提供するサービスを支援するように機能するため、ポータルサイトの要件は人材育成のハブの役割から定義した。

また、受講者等が簡単にアクセスでき、相互交流の機会が継続的、安定的に提供できる環境づくりに留意したため、情報の拡散性に優れた SNS を組み込むこととした。

図 1　ポータルサイトのイメージ

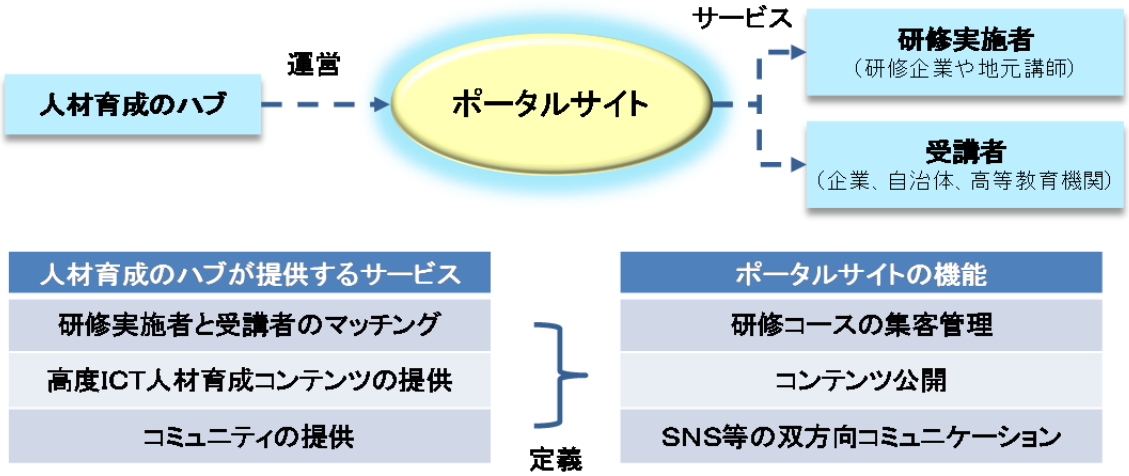


図 2　SNS 活用のイメージ

2.2.　ポータルサイトの機能

ポータルサイトのトップページ

Facebook を利用し、ポータルサイトのトップページを構成する。画面のレイアウトは既定のフレームが用意されており、そこで設定を行う。基本的な機能として、情報発信、情報共有、データの保存が可能。

アンケート、申込、メルマガ等の配信

「Google Apps for Work」の機能を使い、ユーザー管理、メール、アンケート、申込フォーム、メルマガ等の配信が行える。また、データの保存や共有も可能。

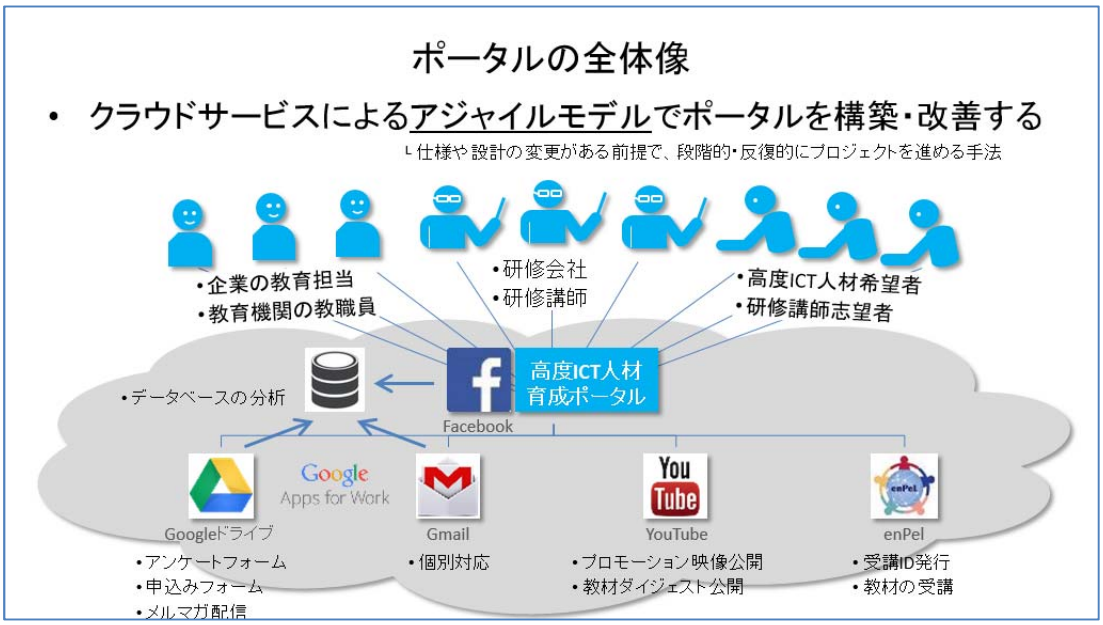
プロモーション、ビデオ教材の管理

YouTube、Facebook、Google+などを使い映像コンテンツを管理、配信可能。

講師、受講者の管理

enPel を使い、教育コンテンツの配布（e-ラーニング）が可能。
Facebook、Google+によるユーザー管理も可能。

図 3　ポータルサイト全体像

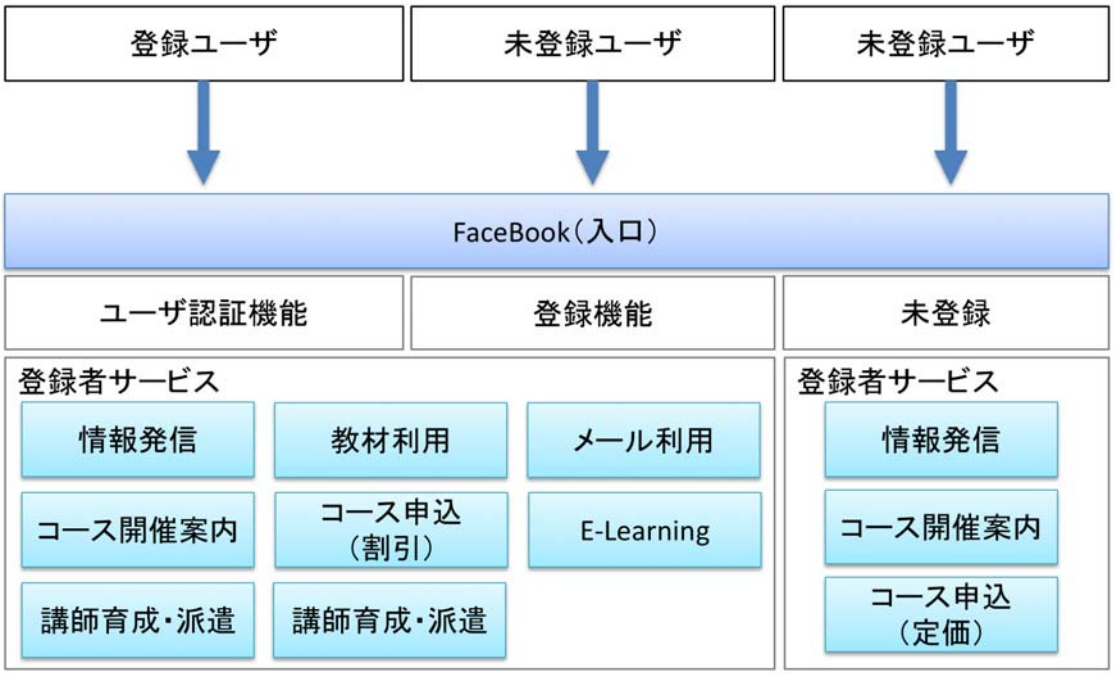


2.3.　ポータルサイトの利用フロー

ユーザーが、ポータルサイトへ最初にアクセスする際のインターフェースにはFacebook[1]を想定している。

Facebook の利用ルールの一つとして、完全実名制での登録があり、匿名性を確保したいユーザーにリーチできないという懸念があるが、ここでは、ユーザーの最大公約数にリーチするという観点から国内最大規模の SNS である Facebook を選定した。

図 4　ポータルサイトの利用フロー



[1] 日本国内の Facebook ユーザー数は、2013 年 8 月に 2,100 万人に達した。
引用：「フェイスブック、国内利用者 2100 万人に スマホ広告強化へ」，2013 年 8 月 14 日，日本経済新聞 電子版，http://www.nikkei.com/article/DGXNASDD130C2_T10C13A8TJ0000/