

特集

# ソーシャルメディア 大学のコミュニ

消費者自らが情報を発信しながら商品を比較するようになって、  
企業はビジネスの方法を根本的に見直さざるを得なくなった。  
ソーシャルメディアがもたらしたこの変化に、大学も無縁でいられるはずがない。  
大学に対する評価がウェブ上に漂い、拡散する現状を味方につけ、  
広報やマーケティングに生かすには、どんな一歩を踏み出すべきか。  
ソーシャルメディアを活用したコミュニケーションのあり方について、考える。

## 今どきの高校生の大学選び

高校生にとって、ブログやQ&Aサイトなどのソーシャルメディアで他者とつながり、情報を得ることは、特別なことではなくなっている。

志望校選びにソーシャルメディアを気軽に活用する生徒も多いようだ。3ページで紹介しているのは、あるQ&Aサイトでの実際のやりとり。複数の大学の間で迷っている質問者が、大学案内や公式ウェブサイトからは入手できない生の情報を求めて投稿し、そのニーズに応える多くの回答が寄せられた。カジュアルなが

らも真面目なやりとりがなされている。

「Yahoo! 知恵袋」、匿名掲示板の「2ちゃんねる」、SNSの「ミクシィ」「モバゲー」など、多くのサイトに大学受験関連のコミュニティがあり、こうした相談や情報交換が行われている。

家電製品やレストランを選ぶ際に口コミサイトでリサーチするのと同様、大学もソーシャルメディアの情報を参考にしながら選ぶ時代になっている。大学にとって、もはや無関心ではいられない現状といえよう。

m

e

d

i

a



# エリアが変える ケースション

## 大学選びにかかわる情報交換 ~あるQ&Aサイトでのやり取りから

高校生と思われる投稿者は、同じエリア内にある5大学を挙げ、「いずれかに通う現役学生の方」に、「大学の特色や校風(一般的に言われていることではなく、回答者様の感じたまま)」について、質問した。

A大学に通う4年生は、「学業、学生生活(サークル、ゼミなど)、学食などどれを取っても平均以上にそろっていたり」「明るくモラルある学生が多いのでとっても充実しています」と回答。一方で、キャンパスが2つに分かれていることを欠点として挙げた。

B大学に通う学生は、「地味」「真面目」「純粹に遊びたいだけの人には向かない」「勉強の環境は整っている」と回答。さらに、「交通は不便」「サークルに入

るなどをしないと単調な生活を送ってしまう」と、アドバイスを交えてコメントしている。

ほかの大学についても、それぞれ現役学生ならではのリアリティあるコメントが並ぶ。また、「在生ではないが、A大学とC大学のサークルに入っていた」「数年前までB大学に通っていた」と名乗る回答者も。さらに、同じエリア内のほかの大学に通う学生も、自学についてのコメントを寄せている。「自分の大学(よく知っている大学)について語りたい」という情報発信に対する積極的な姿勢が、連鎖的に盛り上がっていく雰囲気が伝わってくる。

質問者は、「各々の大学の特色など参考になりました!」と書き込んだ。