



ホームページ作りの極意

登場人物

薬学部の大学生:舞  大学の先輩:大輔  薬局の主人:修一郎  料理店の親父:通称“仙人” 

【前回までのあらすじ】

デジカメの使い方をマスターした修一郎は、ホームページ作りに取りかかってみたが・・・

修一郎、頭を抱える

「舞ちゃん、家電量販店に行ったら安いデジカメがあったから買って来たよ」

修一郎の机に、新品のデジカメが置いてあった。

「私のに比べて薄いですね。デジカメって、すぐに古くなっちゃう。あれっ、浮かない顔をして、どうしたんですか？」

「ホームページ作りを始めたいんだが、どんなものを作ったら良いか決まらないんだよ。日記みたいなものを載せるだけではつまらないし、山田と同じフォト俳句をやっても芸が無い・・・」

修一郎は、パソコンの前で頭を抱えていた。



「ホームページを作るのに何か極意みたいなものがあるのだろうか」

ホームページの極意？

舞は今まで、そんなこと考えたこともなかった。

困った時の仙人頼み。お腹も空いてきたことだし、魚心に行って、その極意なるものを聞いてみることにした。

仙人流 ホームページの極意

「こんにちは」

「舞ちゃんか。ホームページ作りの方はどうだい？」

「それが、壁にぶつかってるようなんです」

「何だね。その壁って言うのは」

「どんなホームページを作るかで、おじさんが悩んでいるんです」

「それは産みの苦しみてやつだよ」

「人ごとみたいに言わないで下さいよ」

「世の中には何が言いたいのか、さっぱり分からないホームページがたくさんあるからねえ。良く考えて作ってもらいたいな。そのためには、コツがあるんだよ」

「その極意をぜひ、伝授してください」

「極意という程のものではないが、私の持論で良ければ話してみようか」

「お願いしま〜す」

一．ホームページを運用していく心構えを持つ

「最初に聞きたいのだが、おじさんは、ホームページを運用していく心構えができているのかな」

「ずいぶん、大げさな話ですね」

「ホームページを開くということは、放送局や新聞社を始めることと同じなんだよ。色々な考えを持った人たちに、情報を提供していくのだからね」

「どんな心構えですか？」

「気が短くて、すぐに見かえりを求めるような人はホームページ作りには向いていないよ」

「えっ、それってどんな意味ですか？」

「ホームページを開いていると色々な問い合わせが入って来るんだ。それに丁寧に答えてあげても、お礼のメールが来なかったり、誹謗中傷のメールが送られてくる、なんて事は日常茶飯事なんだ。そんなことで、腹を立てちゃいけないんだよ」

「ボランティアの精神が必要ということですね」

二．ホームページの目的を明確にする

「次に何のためにホームページを開設するかを良く考えることだね」

「発信したい情報を載せれば、それで良いんじゃないのですか？」

「情報をたれ流すだけのホームページは、無視されるだけで、ゴミと同じだよ」

「ずいぶん手きびしいですね。どんな風に考えれば良いんですか？」

「ホームページを作る前に、目的と方針をしっかりと考えてから始めることだね。それが決まれば、後は、意外にスムーズに行くものだよ。薬局のおじさんの悩みは、まさに、この部分ではないのかね」

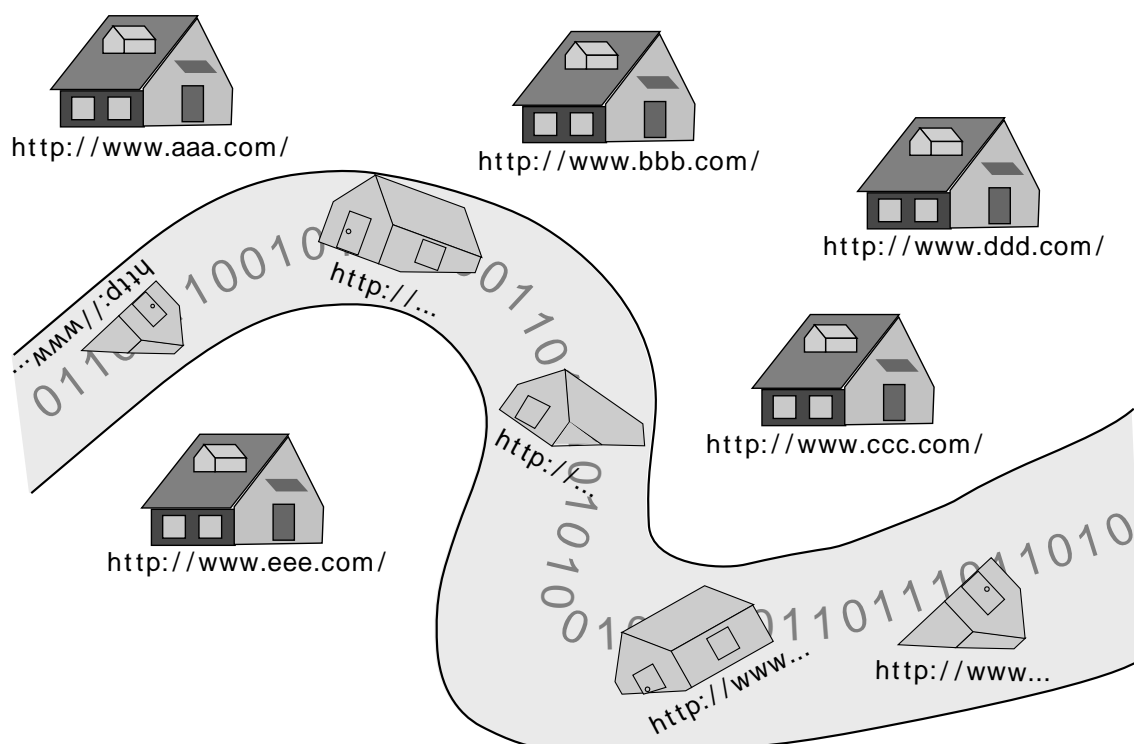
「そうかもしれません」

「そのためには、目的を決めたら、それ以外の雑多な情報を詰め込むことは、避けなければならないよ」

「ぱっと見て、どんなホームページか分かることが重要なんですね」

三．役に立つ情報を掲載する

「舞ちゃんは、どんなホームページだったら見たいと思うかな」



「ひと味違った、斬新な面白いホームページですかね」

「そう、その面白いと言うのがキーなんだ。面白いには、FunnyとInterestの2種類の意味があるのは知っているね」

「ばかげたおかしさと興味深さと言うのかしら」

「そうだね。Interestには、重要とか役に立つとかいう意味があるんだ。ホームページには、読む人の役に立つ情報が載っている必要があるんだ」

「ふんふん」

「よく、ネタに困って自己紹介や子どもの写真を載せたホームページを作る人がいるが、そのような情報はホームページを作った人以外には、ほとんど価値がないね」

「では、どんな情報を載せたら良いのでしょうか？」

「それは、自分で考えるしかないよ。人それぞれ、興味の対象も様々で、生活習慣も考えていることも違うんだからね。ホームページ作りと言うのはアイデンティティの発掘と言えるのかもしれないね。そこを考えるのが、醍醐味とも言えるんだ」

四．更新頻度だけにとらわれない

「もう一つ、ホームページには鮮度が重要だよ」

「情報は、新しい方が良いですね」

「でも、本屋さんに行くと、新刊本もあれば、古典もあるよね。古典でも、昔から読まれている本はたくさんあるよ」

「長い間、鮮度が落ちないので古典になったんですね」

「新しさだけに目を奪われて、毎日更新することだけを義務にしてしまうと、それがプレッシャーになって、中身が薄くなって、長続きしないことになるよ。古典のように、長く鮮度を保って、じっくり読んでもらうホームページがあっても良いんじゃないかな」

五．誰に見てもらおうのかを考える

「何をホームページに載せるか内容が決まったら、次は誰を対象にするかを考える必要がある。大学の

講義などでも、人気のある先生は、学生のレベルによって話す内容を変えちゃうからね」

「確かに。先生によって分りやすさがかなり違いますね」

「野球を考えてごらん。ピッチャーが投げたボールをキャッチャーが受けとらないと野球にならないよね。情報も発信するだけじゃダメなんだ。受け手が理解して、初めて情報として価値がでるんだ。見る人が初心者なのか、ある程度知識のある人なのかによって内容がかなり違って来るからね」

「本にも、入門書と専門書があるのと同じですね」

「全く知らない人を対象にするのなら、わかりやすく相手の興味をそそるような内容にしなければならぬし、ある程度、知識を持った人が対象ならば、もう1歩踏み込んだ高度な内容にしないと満足してもらえない」

「だいぶ、イメージが湧いてきました」

六．インパクトのある名前を考える

「作る内容が決まったら、ホームページの名前を決めることだね。子どもの名前をつけるのと同じで、どんなホームページに育って欲しいかを考えて名付けると良いよ」

「私には、まだ、ピンと来ませんが・・・」

「難しい名前や平凡だとクリックしてくれないから、シンプルで中身がイメージできるユニークな名前が良いんだ」

「う～ん、難しそうですね」

七．5W1Hを考慮する

「形が決まったら、コンテンツを作って行く事になる。それは、新聞記事を参考にすると良いんだ。記事の書き方の定石の“5W1H”というのは知っているかな？」

「昔、どこかで聞いたことがあります。いつ(When)どこで(Where)だれが(Who)なにを(What)なぜ(Why)どんなふうに(How)でしょうか」

「その通り。新聞のニュースには、この情報が書かれているから斜め読みしても理解できるんだ。ホームページのコンテンツを書く時も同じだよ」

「なっとく」

「それに加えて、他にも同じようなテーマを扱ったホームページもあるよ、とか、これをヒントにしてこのホームページを作ったよ、とかを書いておくと読んだ人の理解が深まるんだ。これを実現するには、リンクの機能を使えば良いんだ」

「なるほど」

八．自分の意見を入れる

「それから、もう一つ心がけたいのが“起承転結”を考えるとことだよ」

「これも、論文などの書き方に出てきますね」

「特に、最後の結論の部分が重要だよ。自分はこの思うという味付けの部分がないと、単なる情報をコピーしただけのホームページになってしまうんだよ」

「自分の考えを入れるということですね」

九．ホームページの存在を広く知らせる

「自分のホームページが完成したら、存在を出来るだけ多くの人に知らせるとことだね。どんなに素晴らしいホームページを作っても、誰も知らないんじゃ何の意味もないからね」

「検索エンジンとかをうまく使うということですね」

「検索エンジンだけでなく、メールの署名にURLを付けるとか、年賀状や暑中見舞いのはがきに書くとか、出来るだけ人の目に触れるようにすると良いよ」

「最近、アクセスを増やすためのノウハウが書かれた本が出ているが、アクセス数を闇雲に増やすことがホームページを作る目的ではないんだよ。面白いと思わせるホームページは、自ずとアクセスも増えていくものだよ」

「だいぶ、すっきりしてきました。これでおじさんの悩みも大分解消されるような気がしてきました」

ホームページ作りの極意

- 一、ホームページを運用していく心構えを持つ
- 二、ホームページの目的を明確にする
- 三、役に立つ情報を掲載する
- 四、更新頻度だけにとらわれない
- 五、誰に見てもらおうのかを考える
- 六、インパクトのある名前を考える
- 七、5W1Hを考慮する
- 八、自分の意見を入れる
- 九、ホームページの存在を広く知らせる