


よりよい 科学館Webサイトをつくる

～Web運用経験から～

浜松科学館
事業企画グループ
パブリックリレーションズチーム
加藤 香名子





1.Webについて

Webサイト・SNS



1-1. 現在のWebコンテンツ運用

運用しているツール

Webサイト



SNS

Twitter : <https://twitter.com/hsmmiraira>

Instagram : https://www.instagram.com/hamamatsu_science_museum/

Facebook : <https://www.facebook.com/hsmmiraira/>

1-2. 運用を行ってみて

実運用から感じた科学館Webサイト4つの特徴

利用目的が多様

当館の場合：

- A.明日（本日）行くので情報が知りたい...利用案内、スケジュール、混雑状況、アクセス
- B.来るかは未定だが情報収集...浜松科学館とは、プラネタリウム、イベント
- C.イベントを知りたい、申し込みたい...イベント
- D.団体や貸館の予約...団体予約、貸館について
- E.ファンとしての利用...マイページ、ブログ

※これらが独立しているわけではなく複合している場合もある



Web上におけるゴールが立てにくい

お問い合わせ数など、Web上で計測できる具体的な数字
の目標が立てづらい

「プラネタリウム」への興味が大きい

閲覧数も多く、問い合わせでプラネタリウムについて尋ねられることが多い（特に投映スケジュール）

「楽しさ」を求める人が多い

レジャー施設として訪れている人が大半の印象。学びに加え「楽しさ」を伝えてゆく必要性

1-3. Google Analyticsで見る

Webサイトがどのように見られているか

Google Analytics

Googleが無料で提供するWebページのアクセス解析サービス



モバイル・ランディングページ・行動フロー

何で見ているか



オーディエンス→モバイル
→概要

どこを見ているか

ランディングページ	セッション	新規セッション率	新規ユーザー
1. /	124,576 (67.67%)	63.34%	78,904
2. /guide/	13,158 (7.15%)	51.61%	6,791
3. /confusion/	7,595 (4.13%)	22.17%	1,684
4. /planetarium/	6,812 (3.70%)	51.57%	3,513
5. /access/	3,853 (2.09%)	27.36%	1,054
6. /event/	2,883 (1.57%)	31.04%	895
7. /schedule/	2,813 (1.53%)	30.50%	858
8. /event/2023/	1,534 (0.83%)	35.46%	544
9. /about/compass/	1,437 (0.78%)	40.85%	587
10. /floorguide/	1,352 (0.73%)	31.66%	428

行動→サイトコンテンツ→
ランディングページ

どのように見ているか



行動→行動フロー

1-4.サイトを改善する

運用経験と計測結果をうけて

気が付いた点から、改善策を見つけてゆく

◇多様な利用目的

→最短距離で目的にたどりつける構成

◇数字の目標が出しづらい

→サイトの「使いやすさ」や「見やすさ」をより重視

◇プラネタリウムへの興味

→プラネタリウムの特徴を大きく紹介、スケジュールを載せる

◇楽しさ

→Webコンテンツ（SNS含む）で魅力ある発信を行っていく

形に落としし込む

ワイヤーフレームの作成・Adobe XDを使用

<https://xd.adobe.com/view/d69a3728-9fc4-4a07-55a1-8e13e0c362be-a0ab/>

<https://xd.adobe.com/view/2b8621d3-f896-44c2-7bb2-df90a29dcf36-5db7/>



1-5. 効果を測定する

修正結果をチェックする

効果測定の指標

◇最短距離

→滞在時間の増加 + 「ページ/セッション」の減少

◇使いやすさ・見やすさ

→電話でのお問い合わせ数の減少、ユーザーテスト

◇プラネタリウムへの興味

→観覧者の増加、電話でのお問い合わせ数の減少


◇楽しさ

→閲覧数増加、SNS等でのシェア増加



2. よりよい科学館Webサイトとは

経験から感じたこと



使いやすい+面白い

使いやすい

- ・わかりやすい動線
- ・ターゲットユーザーを想定した設計
- ・見やすいデザイン

面白い

- ・新しい発見がある
- ・文章や写真に引き込まれる
- ・トレンドの話題
- ・共感できる
- ・意外性がある

使いやすい

◇わかりやすい動線

- どこに何があるかすぐに把握でき、求める次の行動に移動しやすい
- 目的ページにたどり着きやすい構成

◇ターゲットユーザーを想定した設計

- 誰が見るかを把握し、適切な形とする

◇見やすいデザイン

- 配色、文字の大きさ、位置

面白い

	Twitter	Instagram	Facebook	ブログ
新しい発見がある	○	△	◎	◎
文章や写真に引き込まれる	○	◎	○	◎
トレンドの話題	◎	○	○	△
共感できる	◎	○	◎	○
意外性がある	◎	○	○	○

