

2019年度
中間報告

はたらくふくおか 中間報告書

はたらくふくおか実行委員会

(NPO法人九州コミュニティ研究所、株式会社ジェイコム九州、福岡市 産学連携課)

(1) 共働のきっかけ・必要性

はたらくふくおか実行委員会は、NPO法人九州コミュニティ研究所(以下、CRIK)、株式会社ジェイコム九州(以下、ジェイコム)、福岡市経済観光文化局 産学連携課(以下、産学連携課)の3者共働で運営しています。民間組織が持つ企画力・デザイン力・コンテンツ制作等の専門スキルと、福岡市が持つネットワークおよび情報リソースをかけ合わせることで、福岡の学生に向け、浸透度の高い情報提供を効果的に実施できると考えました。



事業を提案した理由(CRIKとジェイコム)

事業提案にあたっては、大きく2つの理由があり、1つは新卒社員のネガティブな理由による離職の抑制、もう1つは地元企業の適切なPRを行うことによる採用・就職活動の選択肢を増やすことです。CRIK、ジェイコムともに、さまざまな地元企業やNPOなどへの取材などを通して、福岡市内に多様な職種・就職環境があることを感じているものの、学生には大手企業以外の情報はなかなか伝わっていないのではという感触がありました。もし、学生が就職活動を始める前に、いろんな価値観の企業があることを伝えられたら、「自分の考え方に合いそうな企業」について考えるきっかけが生まれ、「入ってみたい理想していた姿と違う」といったネガティブな理由での離職を減らせるかもしれないと考え、提案に至りました。

創業・大学連携課がこの事業に取り組む理由

当課では、「大学ネットワークふくおか」という、福岡都市圏19大学、福岡商工会議所、福岡市で構成される組織の事務局を担っています。大学生の活動支援が課の目的であるため、当事業は親和性が高く、取り組む意義があると感じています。成果物については、大学ネットワークふくおかの加盟大学を通じ、広範囲の大学生に広報することが可能です。また、福岡商工会議所も会員であるため地元企業の意見も反映したコンテンツ作成を期待できると考えています。

(2) 事業の目的

福岡の大学で学ぶ大学生=大切な人材に向けて、「福岡に定着(就職)したくなる情報」を届けることを目的とします。福岡の地元企業の「はたらく現場」をリアルに感じられる情報提供を行い、未来の自分像を想像してもらう機会をつくり、福岡での就職に前向きになることを目指します。

福岡で活躍されている中小企業にスポットを当てた情報収集・発信に力を入れることで、大手企業がクローズアップされやすい就職のシーンに、福岡ならではの企業や職種の存在をPRすることで、多様な選択肢がある就職環境の創出、市内大学生等の福岡への定着促進を図ります。

就職関係の情報の伝わり方(現状)



「はたらくふくおか」が目指すもの



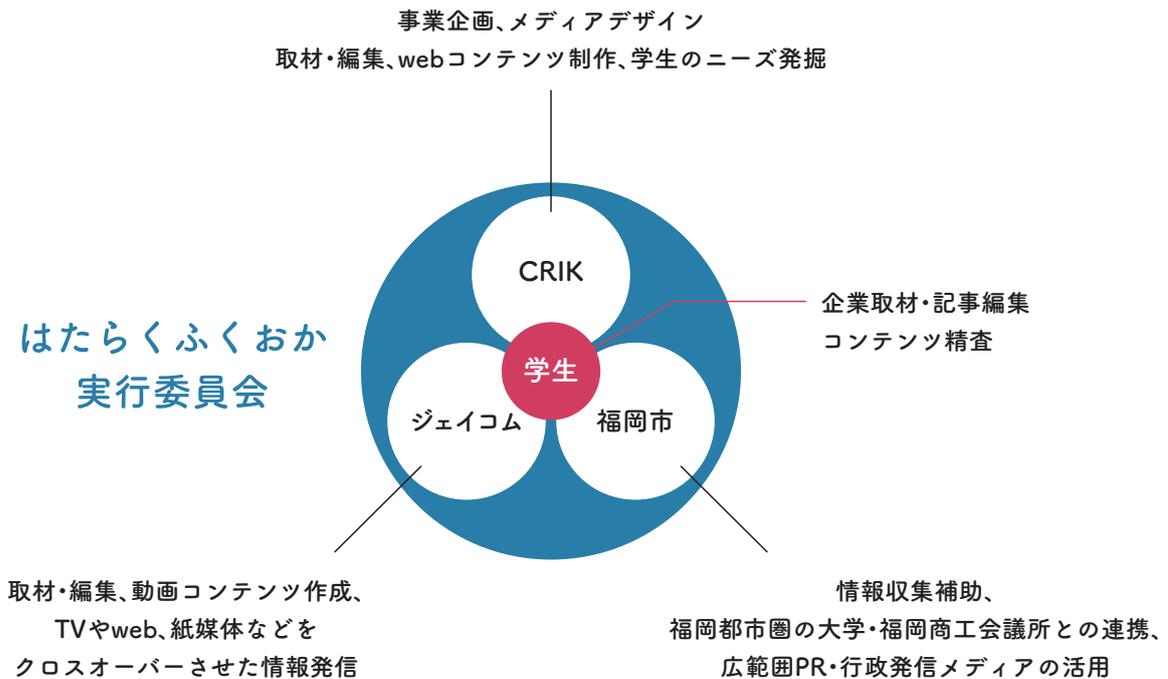
(3) 事業目標

さまざまな仕事に興味を持ったり、身近な福岡の企業について知るきっかけをつくり、就活が始まる“前”に、「この仕事に挑戦してみたい！」と思える仕事に出会える若者を増やすことを目指します。また、福岡の学生に興味を持ってもらいたい企業にとっても、制作したコンテンツを活用いただくことで、これまでと異なる視点で自社をPRすることができ、新しいマッチングの可能性が生まれると考えています。

成果の把握については、主にアンケートとヒアリングにて行いました。制作したコンテンツの主な対象者である大学生から直接意見をもらい、「福岡の企業に興味が出たかどうか」「職業観に変化があったか」等を把握します。地元の特化した企業情報の発信を目的としているため、福岡の大学生からの意見を重要視した成果把握としました。

成果指標	手法・対象	目標数値
webサイトの閲覧ユーザー数やページビュー	Webサイト内にアクセスカウンターを設置	ユーザー：6,000人／年
福岡の企業への就職に対する意識向上者の割合 (大学生アンケート対象者)	事業に関わってくれた大学生に、事業内容と自身の職業観への変化についてアンケートを実施	意識向上者 70%以上
取材企業向けにヒアリング等を行いコンテンツの満足度(魅力をPRできたかどうか)を調査	取材先企業に、掲載内容の満足度についてヒアリング等を実施	満足度 70%以上

(4) 役割分担



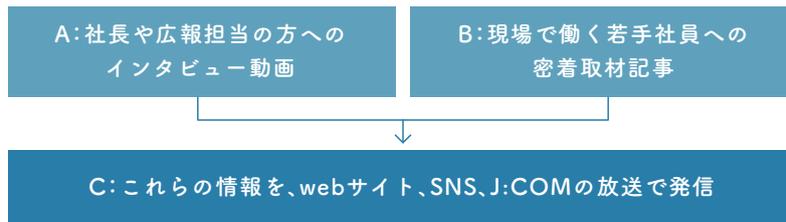
(5) 事業概要

当事業の制作物:はたらく喜びや多様な職業観を“学生目線”で伝えるwebサイト(コンテンツ)

福岡の企業で働く現役の方々の声を、webサイト上の動画や記事コンテンツで発信し、仕事への興味の入り口をつくります。また、動画コンテンツは、webサイトだけでなく、J:COMのコミュニティチャンネル(視聴無料)での放送を行います。

コンテンツの制作には、メインターゲットでもある大学生に**編集部メンバー(以下、大学生編集部)**として関わっていただきました。大学生に「**情報を受け取る**」だけでなく、「**情報を集めて発信する**」側になってもらうことで、**より多くの学生に共感してもらえる内容**になると考えました。大学生編集部メンバーの募集は、福岡市HPでの公募や、大学ネットワークふくおかを通じて行いました。

サイトコンテンツ概要



A: 会社の理念を伝えられる方へのインタビュー動画

大学生とともに、企業を訪問し、仕事(職業)について、一問一答形式のインタビューを実施し、動画で撮影します。ここで話していただくのは、企業の代表者や責任者、広報担当など、会社の歴史や理念などを十分に伝えられる方としています。

B: 先輩から話を聞いているようなインタビュー記事

若手社員の方にもインタビューを実施します。先輩の話を聞いているような雰囲気や、代表者や責任者と異なった視点、より学生目線に近いところで、会社や仕事の魅力を伝えていきます。メインインタビュアーは、大学生編集部です。ポイントとしては、「仕事のツライところ」などのリアルな声も合わせて聞くようにしています。その上で「それを踏まえてでも今の会社にいる理由や、何にも代えがたい喜び」を聞くことが、就職後にギャップを感じ離職してしまうことの抑制につながると考えているためです。このコンテンツは、文章や写真をベースとしたwebの記事として公開します。

(6) 実施内容

準備段階 2019年 4月～6月

スタッフ ● 実行委員会 総会の開催

スタッフ & 企業 ● 取材希望企業の募集

福岡市ホームページ内に、特設ページを開設し、取材を受け入れていただく企業を募集しました。また、福岡商工会議所のメルマガや会報誌にも、企業募集の旨を掲載していただき、地元企業への周知をはかりました。今年度は6社の紹介を行います。

【取材決定企業】 * 50音順

- 株式会社アカツキ福岡
- 株式会社エスティ環境設計研究所
- 株式会社エルテックス・ヨシダ
- 株式会社キシヤ
- 株式会社ベガコーポレーション
- LINE Fukuoka株式会社



▲ 出演企業募集ページ

(6) 実施内容

大学生募集

2019年5~6月

スタッフ & 大学生

大学生編集部向け事業説明会の開催

プロジェクト参加を検討する学生向けに、事業概要および、制作内容、期待することを伝えるための説明会を開催しました。合同説明会を3回、個別日程での説明会を4回実施し、合計30名の大学生が編集部への参加を希望してくれました。

1年目、2年目から引き続き参加してくれている大学生もいます。

第1回交流会実施

2019年6月27日

スタッフ & 大学生 & 企業

取材企業×大学生 交流会の開催

昨年度も好評であった、取材企業と大学生の「出会いと学び」をテーマとした交流会を開催しました。昨年度は、大学生にとって、取材に何う企業しか接点がありませんでしたが、この交流会を実施することで、それ以外の企業についても、その仕事や働き方を知ることができました。

また、企業の目線から見ても、昨年度に比較し、多くの学生との接点が生まれたことで、企業PRや今後の取材でのポイントなどを伝えていただく機会となりました。

交流会には、合計21名の大学生と、6社の企業(8名)にご参加いただきました。また、当日の様子は、J:COMのコミュニティチャンネルのニュース内で取り上げていただきました。

交流会の詳細情報

【会場】福岡商工会議所 2階 第2研修室

【内容】

- (1) 会社概要 紹介ショートプレゼン(3分×6社)
- (2) 各テーブルに分かれて、会社紹介の続き&学生からの質問(1チーム3,4名で15分×6回)

交流会の様子



▲会場全体の様子



▲はじめに企業からの3分間の自社紹介



▲その後、各企業のテーブルを回り交流を深める



▲参加学年は1~4年生、大学院生と幅広い

▲大学生編集部募集チラシ

(6) 実施内容

取材・記事制作

2019年7月～10月

スタッフ
&企業

取材企業との日程・内容調整

取材させていただく企業とは、必ず事前調整を行います。企業の特徴的な部分やPRポイントについては、スタッフが事前にアンケートやヒアリングを行い、学生が質問を考える際にその情報を提供しました。

スタッフ
&大学生

大学生編集部メンバーとの事前調整

大学生編集部の参加は、1社あたり1～2名としており、企業との日程調整のうえ、希望者を募りました。取材に行くことが決まった大学生とは、取材前に打ち合わせを行い、質問内容の準備やシュミレーション、名刺交換の練習などを行いました。

スタッフ
&大学生
&企業

取材の実施

取材当日は、共働3者のスタッフと、大学生編集部で企業を訪問しました。取材の細かなスケジュールや流れは、受入企業によって異なりますが、「社長(広報担当)へのインタビュー」と「若手社員への密着取材」は同日に行ないました。

スタッフ
&大学生

大学生編集部との記事制作

若手社員への密着取材記事については、記事の制作も、大学生編集部とともにを行います。実際に取材に行った学生とともに、印象に残ったセリフなどをピックアップし、大学生目線で興味を湧く内容に仕上げていきます。

スタッフ

動画コンテンツの編集・公開

撮影した社長へのインタビュー動画は、イントロとなる会社紹介を含め、計5分に編集。当日インタビューした内容の中でも、社風や特徴が伝わってくる質問をピックアップし、紹介しています。動画は、WEBサイトをはじめ、J:COMチャンネルでの放送、YouTubeでの閲覧も可能です。

スタッフ

WEBサイトへのアップロード

大学生編集部とともに作成した記事および、インタビュー動画は、編集後に取材企業への内容確認を取り、はたらくふくおかのWEBサイトへアップロードしました。

スタッフ

企業・編集部向けアンケート実施

今後は、取材内容についてのアンケートを実施します。記事の満足度や、実際に内容を見て福岡の企業に興味を沸かしたかなど、今後の記事更新に向けての参考意見をいただく予定です。



▲質問内容を考える編集部の大学生



▲取材当日の様子、社内のいろんな場所で取材



▲インタビュー風景(株式会社キシヤ)



▲インタビュー風景(株式会社ベガコーポレーション)



▲全文起こしから印象に残った箇所を記事にまとめる

第2回交流会実施

2019年12月13日

スタッフ
&大学生
&企業

取材企業×大学生 交流会の開催

今年度は計2回の交流会を行います。第1回の参加企業に加え、過去に取材した企業等にも声掛けを行い参加企業を増やし、参加学生60名を目標として実施します。

交流会は、企業で働く方と直接対面で話せる機会であり、記事で読んだ内容やその企業の雰囲気をもより深く実感することにつながります。

(6) 実施内容

はたらくふくおか WEBサイトデザイン



「はたらく」って、なんだろう。
 これは、「福岡の大学生」が福岡の企業」を目指し、インタビューしてあるプロジェクトです。
 企業の代表者も若手社員、経営者までインタビューして記事を書いた若手社員、立場の異なる若手社員が活躍している。その内容を記事にしました。
 福岡にはどんな企業があるのか、どんな働き方なのか、就職先が違ってなんなのか、そんな思いを持つ方にとってのヒントが詰まっています。

- NEWS ニュース
- 2019.03.08 【更新】株式会社モトシヤ
 - 2019.03.08 【更新】株式会社エルテックス・ヨシダ
 - 2019.03.08 【更新】LINE Fukuoka株式会社
 - 2019.03.08 【更新】株式会社ベガコーポレーション
 - 2019.03.08 【更新】アトム株式会社
 - 2019.03.08 【更新】株式会社DSタカハン

INTERVIEWS インタビュー

- FILE 18 株式会社キシャ

【この人に聞きました】
 ●上野 云母 アンディーズ「社会から企業とされる本物の企業を目指す」
 ●藤原 真実さん「経営者が何を求めているのかを常に考え、先読みして準備する」
 ●藤原 真実さん「経営者が何を求めているのかを常に考え、先読みして準備する」
- FILE 17 株式会社エルテックス・ヨシダ

【この人に聞きました】
 ●田中 大輔 代表取締役社長「かつては船渠工場の敷地があり、それが今も引き継がれている」
 ●山田 浩志さん「経営者が何を求めているのかを常に考え、先読みして準備する」
 ●山田 浩志さん「経営者が何を求めているのかを常に考え、先読みして準備する」
- FILE 16 LINE Fukuoka株式会社

【この人に聞きました】
 ●鈴木 義典 取締役COO「LINEの国内第二拠点があることが大きな強み」
 ●山田 浩志さん「経営者が何を求めているのかを常に考え、先読みして準備する」
 ●山田 浩志さん「経営者が何を求めているのかを常に考え、先読みして準備する」
- FILE 15 株式会社ベガコーポレーション

【この人に聞きました】
 ●山田 浩志さん「経営者が何を求めているのかを常に考え、先読みして準備する」
 ●山田 浩志さん「経営者が何を求めているのかを常に考え、先読みして準備する」
 ●山田 浩志さん「経営者が何を求めているのかを常に考え、先読みして準備する」
- FILE 14 アトム株式会社

【この人に聞きました】
 ●山田 浩志さん「経営者が何を求めているのかを常に考え、先読みして準備する」
 ●山田 浩志さん「経営者が何を求めているのかを常に考え、先読みして準備する」
- FILE 13 株式会社DSタカハン

【この人に聞きました】
 ●山田 浩志さん「経営者が何を求めているのかを常に考え、先読みして準備する」
 ●山田 浩志さん「経営者が何を求めているのかを常に考え、先読みして準備する」

▲TOPページ イメージ

Hataraku Fukuoka はたらくふくおか NEWS INTERVIEWS MEMBERS

INTERVIEWS FILE 16 LINE Fukuoka株式会社 福岡市博多区博多駅中央街8-1JPF博多ビル12F

更新日: 2019年9月1日 SHARE ツイート いいね! LINEで見る

大学生編集部が私に聞きました!

うえの プログラミングを学び中の文系学生。そろそろLINE 初も活用したいと思っている。

なかもと パソコンは簡単なワード、エクセルくらいしか扱えない。無類の胃袋を持つ。

この記事の目次

- 鈴木取締役COOに聞いたLINE Fukuokaのこと
- LINE Fukuoka株式会社取材!
- 自分で考えて、主体的に動ける会社
- つながらち「福岡」
- マーケティングコミュニケーション室とは?
- 目まぐるしく変化する日々
- Enjoy the Challenges
- 入社してからの自分の変化
- 「作業と仕事は違う!」
- 自分の考えを素直に伝えること

鈴木取締役COOに聞いたLINE Fukuokaのこと

LINE Fukuoka株式会社 サービスについて

Life on LINE

【LINE Fukuokaにインタビューしてみた感想】

うえの 「福岡を良くする」その思いを胸に人材の受け入れや、行政や企業と手を組んだ活動も行うLINE Fukuoka。どんな困難もEnjoy the Challengesの勢いで乗り越えていく鈴木取締役COOをはじめとした社員の方々はとてもパッションがありました。福岡の未来をつくるLINE Fukuokaは、チャレンジとワクワクで溢れていました。

なかもと 社員の皆さんが、すごく前向きに働いている姿が印象的でした。LINEの国内第二拠点がなぜ福岡だったのか疑問に思っていたのですが、福岡ならではの立地や環境を活かし、行政とも連携した取り組みがあることがわかり、納得しました!

LINE Fukuoka株式会社取材!

LINE FRIENDSがお出迎え

幅広い世代に利用されている、おなじみのコミュニケーションアプリ「LINE」。今回はそんなLINEに関わるサービスの開発や運営を行う、LINE Fukuoka株式会社へやってきました。2013年、LINEの国内第二拠点として福岡に設立されたLINE Fukuokaで、LINEとユーザー・社会とのコミ

WEBサイトURL
<https://hataraku-f.jp>

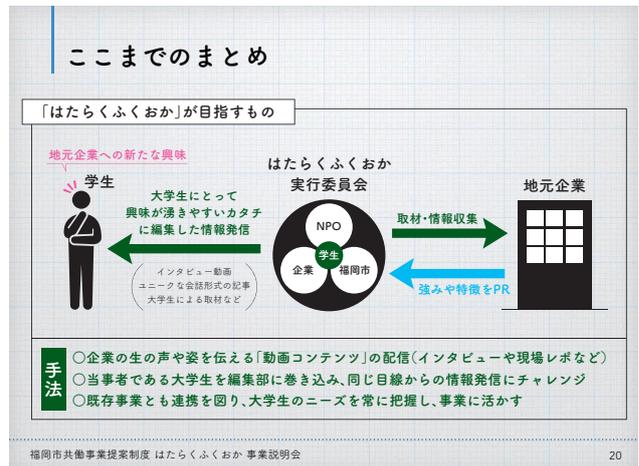


(6) 実施内容

その他の制作物



▲大学生編集部用の名刺(実寸サイズ)



▲はたらくふくおか 説明資料(スライドデータ)

(7) 事業の成果

webサイトに関して

●「はたらくふくおかwebサイト」の訪問ユーザー数およびPV(ページビュー)

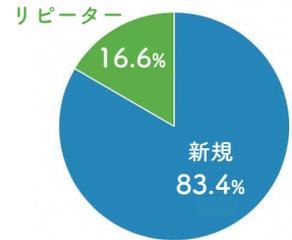
<計測期間> 2019/04/01~2019/09/30

<年間累計ユーザー数> **5,856**

<累計PV(ページビュー)数> **10,088**

<来訪者の属性>

2019年度年間目標数値である「6,000ユーザー」の97.6%

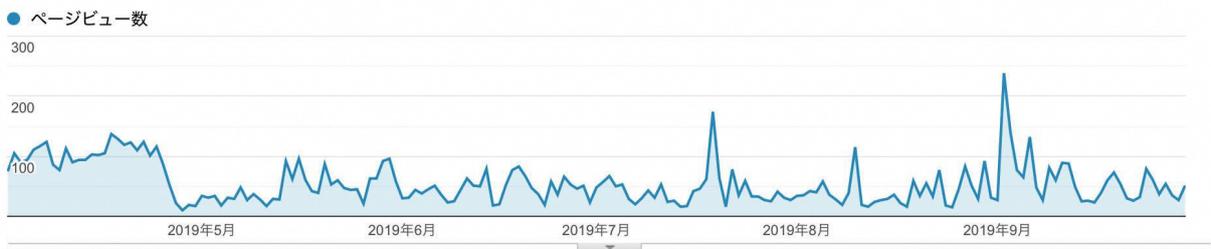


参考	<昨年度の実績(1年間)> 2018/04/01~2019/03/31
	<年間累計ユーザー数> 4,452 <累計PV(ページビュー)数> 9,352

<ユーザー数の遷移>



<ページビュー数の遷移>



SNSに関して

●「はたらくふくおかfacebookページ」の成果

<計測期間> 2019/04/01~2019/09/30

<facebookページへのいいね!数> **121**

<投稿件数> **10**

<上半期投稿記事へのいいね!数> **80**



▲facebook投稿イメージ

(7) 事業の成果

動画・放送に関して

●J:COMコミュニティチャンネルでの放送

【放送時間】2017年11月～(月～金)①19:55～20:00、②21:55～22:00

【放送回数】週10回、月20回 ※毎月1回更新でリピート放送

【視聴可能世帯数(コミュニティチャンネルが視聴できる世帯数)】約635,000世帯



youtubeに関して

●「はたらくふくおかyoutubeチャンネル」の成果(2017、2018年度、2019年度上半期累計)

<累計再生回数> **5,832** 動画本数:累計19本

File18 株式会社キシア 17 回視聴・2 週間前	File17.株式会社エルテックス・ヨシダ 20 回視聴・3 週間前	File15.株式会社ベガコーポレーション 25 回視聴・3 週間前	File16.LINEFukuoka株式会社 57 回視聴・1 か月前	File14.アトム株式会社 106 回視聴・6 か月前
File13 株式会社GSタカハシ 158 回視聴・7 か月前	File12.株式会社ヤマップ 102 回視聴・7 か月前	File10.鳥越製粉株式会社 203 回視聴・9 か月前	File11.株式会社カンサイホールディングス 376 回視聴・9 か月前	File9.社会福祉法人明日へ向かって 413 回視聴・9 か月前
File.8 株式会社ラップ 114 回視聴・9 か月前	File 7 株式会社喜多村石油店 220 回視聴・1 年前	File.6 株式会社アドコムソフト 143 回視聴・1 年前	福岡大同青果「せり」の様子 1249 回視聴・1 年前	File.5 株式会社 三立鑑定 436 回視聴・1 年前
File.4 福岡大同青果株式会社 1385 回視聴・1 年前	File.3 株式会社秀電社 266 回視聴・1 年前	File.1 株式会社マルタイ 274 回視聴・2 年前	File.2 BLUE ZOO有限公司(パンダタクシー) 268 回視聴・2 年前	

(7) 事業の成果

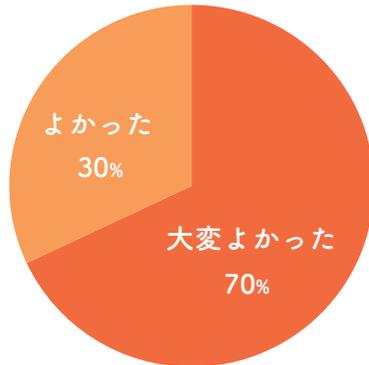
アンケート①

企業×大学生交流会について

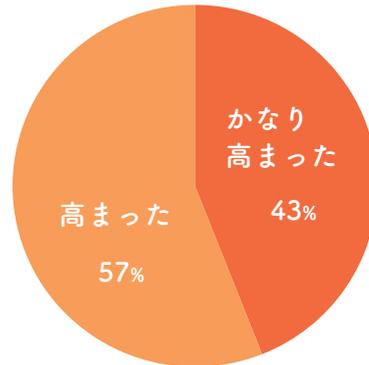
アンケート回収率 100%
(21名参加/21件の回答)

●交流会参加【大学生】へのアンケート結果

交流会に参加してどうでしたか？



福岡の地元企業への興味・関心が高まりましたか？



●交流に参加していかがでしたか？(一部抜粋)

- 福岡の企業について深く知れたので、とても良かったです。知らない企業ばかりだったり、興味のない分野の仕事からも、これからの人生を生きていく上で、勉強になったことがたくさんありました。
- 就活について深く考えたことがなかったし、企業について何も知らなかったのも、それぞれの企業の魅力を知ることができて良かったです。大学に入学して3ヶ月ほどたった今、大学生だからこそできることってなんだろうとも考えていたので、企業の方が大学生に対して求めていることも知れたので良かったです。世間では働き方改革とも言われているが、本当に変化しているのかという疑問を持っていましたが、今日お話をきいて、自分の働きたい時間に合わせて働けるということを知り、少し実感がわきました。
- 実際に話をすると表情が見れて会社の雰囲気が伝わりました。顔が輝いている楽しい会社が福岡にたくさんあるのだ！と知れてとてもおもしろかったです。会社のホームページだけだと、よく分からないから興味が湧かないという事がたくさんありますが、話すうちに惹かれる企業がたくさんありました！
- 6社の貴重なお話が聞いて良かったです。友達に誘われて「やりたいことも分からないし、せっかくだから行ってみよう」という気持ちで来ましたが、来て良かったなと思いました。興味を持ったところもあったので、またいろいろと調べてみたいと思います。私はもともと福岡で就職したいなあと思っていたので、とても良い機会でした。誘ってくれた友達にも感謝です。
- 今まで自分の興味のある業界を調べる際に、より大きな仕事をしていたり、大手を探したりすることが多かったのですが、今日で考えが180度確実に変わりました。大きな実績など、もちろん大事だと思うのですが、自分がどう働きたいかを重視したいか選択肢がとても広がったと思います。
- 東京の企業にばかり目を向けがちですが、このプロジェクトを機に福岡の企業の魅力が伝わりました。
- パンフレットやインターネットに載っていないようなコアな話まで聴けたから。また、どんな些細なことでも明るく丁寧に答えて下さって、大人になる、社会に出るといっても悪くないなと前向きな気持ちになりました。語学を生かしたいなら絶対外国で働かなきゃ！と思っていたけれど、福岡にいながら外国語を生かせるところもあることを知り視野が広がりました。

(7) 事業の成果

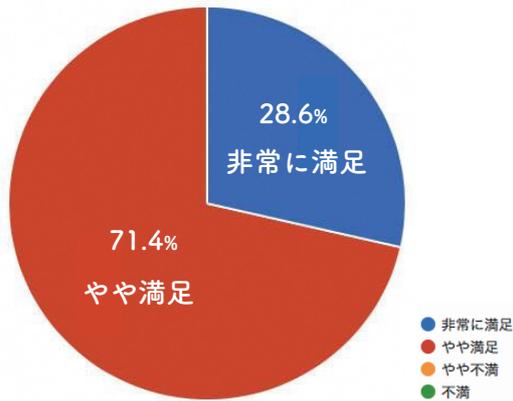
アンケート②

企業×大学生交流会について

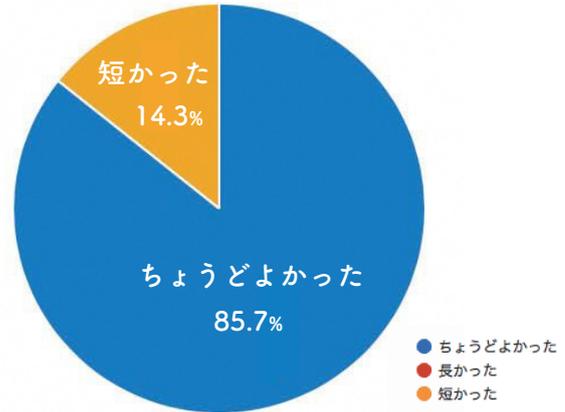
アンケート回収率 100%
(6社参加/6件の回答)

●交流会参加【企業】へのアンケート結果

交流会の満足度を教えてください。



交流会の時間はいかがでしたか？



●交流会について

- 大学生が当社に対してどのような疑問を持っているのかや、就職に対してどのような考えでいるのかということに触れることができた。
- しっかりと学生と話せてよかったのですが、15分×6グループになると、学生も企業側の少し疲れ始めているようでした。
- 形式ばったイベントとは違いラフな雰囲気で行われたので、学生の皆さんが抱えている不安など素直な気持ちをおうかがいでき、ざっくばらんにお話できた点がとても良かったです。イベント後にいただいたアンケート内容でも、「違う視点を持てた」と回答されている学生の方が多く、選択肢を増やすことができたのであれば、良かったなと思います。
- ほとんどの学生様に興味持って話をきいていただき、BtoBの企業としては業界認知のとてもいい機会になりました。ありがとうございます。
- 学生さんたちが企業に期待する事、興味のある点などを知ることができましたし、私自身も自分の会社や働き方について考える良い機会となったため。
- 会社紹介3分、座談会15分と十分なお時間を設けていただいておりますが、もう少しお時間があれば更に会社のことを知っていただけののかと思った次第です。
- 学生から質問がない場合、同じことを何度も繰り返し話をしたところ。(は大変でした)

(8) 課題と今後

2019年度の改善方針

下記の3点は昨年度末に事業の反省点としてピックアップしたものです。

①取材スケジュールについて

企業および編集部大学生の日程調整については、申し込みの段階で取材(参加)可能な日をできる限り提出いただきます。場当たりの調整にならないよう配慮し、学生が忙しいテスト時期などは避けるようにします。

②直接コミュニケーションの機会増加

企業からも学生からも好評であった交流会を1回から2回に増やします。直接コミュニケーションの機会は、地元企業の魅力が伝わる機会となり、大学生が福岡での就職につながるきっかけを増やします。

③取材記事について

webサイトへのアンケート結果を踏まえ、記事内容のブラッシュアップをはかります。大きく2つあり、1つは企業の業務内容をしっかり伝えること。もう1つは読みやすいボリューム・テンポであることです。

1つ目については、これまで大学生主導の取材だったやり方を改善し、まず企業側からもしっかりと業務の説明をいただき、それを記事に盛り込みます。2つ目については、アンケートへの意見を踏まえ、取材の中でも重要な点を絞りあげ、読んで欲しい部分を明確にし、読みやすい文字量でまとめます。

2019年度上半期の成果

①取材スケジュールについて > 事前確認を行い、スムーズに取材完了

大学生には、あらかじめ編集部に登録いただく際に都合が付きやすい曜日や時期などを確認しておいたこともあり、今年度はスムーズに日程調整が進み、取材そのものは9月中に完了しました。

②直接コミュニケーションの機会増加 > 交流会の回数増加

交流会は昨年度1回だったところ、2回に増やしました。取材がスタートする前、6月に第1回を開催、第2回は12月に実施の予定です。

③取材記事について > ボリュームと記事スタイルのブラッシュアップ

昨年度のwebサイトへのアンケート結果を踏まえ、記事内容および記事のデザインについて、ブラッシュアップをはかりました。具体的には、全体の文字量を約2/3程度に減らしています。取材時間はほぼ同様ですが、より密度の濃い内容とするため、余分な箇所をさらに詰めました。また、書体や文字サイズ、行間の変更、重要な箇所にマーカーを引くなど、見やすさの向上につながる工夫を実装しました。今年度更新している記事については、閲覧者の滞在時間が伸びていることから、変更の効果があったと感じています。