

# 中島洋研究室 “SFC CLIP”

## 2001 年度春学期最終報告書

中島研究室 “SFC CLIP” プロジェクト (clip@wem.sfc.keio.ac.jp)



総合政策学部 4 年	工藤 博司
環境情報学部 3 年	千原 啓
環境情報学部 4 年	山下 徹
環境情報学部 4 年	原 悟
環境情報学部 3 年	藤田 延也
環境情報学部 4 年	和智純一郎

SFC Communication & Life Provider

### 1. “SFC CLIP”の目的

---

- 1-1 研究プロジェクトとしての目的
- 1-2 キャンパスメディアとしての目的

### 2. プロジェクト開始から創刊まで

---

- 2-1 きっかけ
- 2-2 コンセプトの転換、「SFC CLIP」へ
- 2-3 準備作業

### 3. 創刊からの経緯

---

- 3-1 コンテンツ
- 3-2 購読者数の推移
- 3-3 協力団体と協力内容
- 3-4 取材・編集・配信・WEB アップ
- 3-5 いろいろな出来事

### 4. 今後の展開

---

- 4-1 システム
- 4-2 コンテンツ案
- 4-3 広報・提携

### 5. まとめ

---

## 1. “SFC CLIP” の目的

---

SFC CLIP では、「研究プロジェクト員」としての立場と「メールマガジンスタッフ」としての立場を分けて捉え、以下の通り、「研究プロジェクトとしての目的」と「キャンパスメディアとしての目的」をそれぞれ設定した。

### 1-1. 研究プロジェクトとしての目的

#### a. 身近な情報を取材・編集する技術の習得

中島洋研究プロジェクト 2 は、「情報社会におけるジャーナリズム」というテーマで、ジャーナリズムの実践という側面に主眼をおいて活動している。本プロジェクトにおいては、メールマガジンの発行を通して、取材・編集のプロセスを実践的に習得することを目的とした。

取材対象としては、日常の問題意識からテーマを設定しやすい SFC 内の情報を扱うことにした。SFC という特定のコミュニティ内であるがゆえに取材網も確保しやすく、取材活動も迅速で充実したものにできると考えたからでもある。

#### b. 周期的に情報発信するノウハウの習得

情報発信の仕組みとしても、メールマガジンには特徴がある。WEB コンテンツの更新は継続的に可能であり、自由に加筆・修正が行えるが、メールでは一度配信してしまったものに修正を加えることは出来ない。また、週一回というサイクルを設けることで、情報発信の拘束性も生まれる。これらのことが、記事作成の緊張感を高め、読者に対する意識を醸成する。この環境は、「情報発信を行う機会が定期的に保障される」という点で、ジャーナリズムの実践という研究プロジェクトの趣旨に合致する。

#### c. 中島研究室で進行している研究が、自己完結しないためのアウトプット

中島研究室の活動内容・研究報告は、WEB や報告書を介して発表されるが、必ずしも SFC の多くの人が目にするわけでない。そこで、中島研究室での研究・議論がアウトプットされる仕組みとして、キャンパス内メールマガジンをうい、大学内での研究発表の場の一つと位置付けた。

### 1-2. キャンパスメディアとしての目的

#### a. プッシュ型メディアによる、キャンパス情報流通の円滑化

SFC において、デジタルキャンパスでありながらも、情報が拡散してしまい、必要な情報を見落としがちになるという状況がある。その一方で、SFC-MODE の普及や SFC オフィシャル WEB サイトの充実により、この状況は大きく改善したとも言える。SFC CLIP は、こういった情報メディアと共存する形で、キャンパス内メールマガジンというプッシュ型メディアを介し、編集価値が付加された形でのキャンパス情報を提供することを目的とする。キャンパス内掲示板や学生イベントや学内ニュースなど、まとまった形で蓄積されている情報に流れをつくり、SFC 内の情報環境を円滑化することを行う。

### **b.学際キャンパスにおける、新たなコラボレーションの場の創出**

SFC は学際キャンパスでありながら、個別の学問分野が完結しており、キャンパスが掲げる理念である「異分野のコラボレーション」には至っていないケースが多くある。研究プロジェクトレベル以外にも、個人のレベルにおいてもこのことは当てはまるだろう。多様な興味関心を持った人がいるにも関わらず、コミュニティとして分割されていて、異なるジャンルには関心が向かない傾向にもある。こういった状況を打開するため、SFC CLIP では、キャンパス内での様々な研究プロジェクトや学生団体の活動をふんだんに盛り込む。異分野間のコラボレーションの促進と新たなキャンパス内での可能性を生み出すきっかけを提供する。

### **c.SFC 内に留まらないコミュニティの形成**

SFC に関連した情報に絞ってメールマガジンコンテンツを制作するが、配信先は必ずしも SFC 内には限らない。メールマガジンという参加容易なシステムを用いることで、SFC の OB や SFC に興味のある、企業人や受験生もターゲットとしている。「SFC の今」を伝えるメディアとしての発展も視野に入れている。また、OB/OG などが参加できるコンテンツを独自に用意して、SFC の外部からの視点も取り入れてのコンテンツ制作を考える。

## **2. プロジェクト開始から創刊まで**

---

### **2-1. きっかけ**

2001 年 1 月、「2001 年度春学期中島研究プロジェクトシラバス作成会議」において、山下徹が「中島研メルマガ」を提案したことが、本プロジェクトのきっかけとなっている。その後、山下徹、千原啓、藤田延也のメンバーで、「中島研メールマガジン発行プロジェクト運営部」を結成し、春合宿（2001 年 2 月 11 日、伊豆）プレゼンテーション用の資料として、「メールマガジン発行プロジェクト企画書」を作成した。当初は、「中島研究室の研究のアウトプット」に主眼をおいたコンセプトで、メールマガジンの発行を考えており、コンテンツも「リサーチ報告」や「中島研で日々議論されている話題」などを企画していた。メールマガジン配信の仕組みも、「まぐまぐ」や「melma!」など大手メールマガジンスタンドからを考えており、SFC 内でのコミュニティメルマガは想定していなかった。

### **2-2. コンセプトの転換、「SFC CLIP」へ**

しかし、春合宿のプレゼンテーションやキックオフミーティング等において、「SFC 内でのメールマガジンを発行してみても？」という声が高まった。これは、読者にとっての継続的に魅力という点において、ローカルな情報を扱ったメディアが現実的であり、有意義であるとの理由からである。こうして、「中島研メールマガジン」は、SFC 内部向けメールマガジン「SFC CLIP」として創刊されることになった、

### **2-3. 創刊までの準備作業**

掲載コンテンツについては、企画会議を 3 月 9、15、28 日に行い、配信コンテンツの企

画を行った。ブレインストーミングの段階では、購読登録内容に応じてコンテンツにバリエーションをつけて配信することも検討された。

体系的な整備は3月中に完了させた。WEBサイトは、3月中旬に作成しておいた、モデルサイト(<http://compress.sfc.keio.ac.jp/clip/>)をそのまま利用し、購読希望者はメールアドレスを入力するだけで登録できる仕組みにした。また、問い合わせ用アドレスについては、3月中旬、提携団体との連絡用として、clip@wem.sfc.keio.ac.jp を、読者からの問い合わせ受け用として、clip-info@wem.sfc.keio.ac.jp を作成した。

協力団体への呼びかけとしては、3月より、「SFC-MODE」「AV コンサルタント」「CNS コンサルタント」「DB コンサルタント」「Student Counselors」「塾生新聞会」「SFC Review」「湘南リージョン・エームサービス」などに対し、メールなどで提携の打診を行った。SFC-MODE からのリンクについては、3月28日の段階でコンセンサスをとることができた。

広報活動については、4月9日より、学内でのポスター掲示（事務室掲示板・学生食堂・各研究棟掲示板など）と SFC-MODE からのリンクを開始し、購読登録 WEB サイトを一般公開する形となった。そして、4月13日の創刊に至った。

### 3. 創刊からの経緯

---

#### 3-1. コンテンツ

SFC CLIP は「『これをみんなに知らせたい』そんな気持ちにこたえます」をキーワードに、創刊当時から“NEWS/ニュース”“MESSAGE/お知らせ”“SERIES/連載”の3本立ての構成になっている。

##### a.NEWS/ニュース

“NEWS/ニュース”では、「孫正義氏がインターネット概論で特別講義」(7月13日付)などでニュース性の高い記事から、「夏休み中の施設利用について」(7月27日付)など、学生生活に関わる身近な記事まで、幅広く取り扱う。

特に、「村井純教授、所得申告修正問題で SFC CLIP にコメント」(7月27日付)など、マスコミ報道では補いきれない内容を SFC CLIP 独自の視点と切り口で取材し、中島研究室としてのジャーナリズム精神も発揮してきた。

##### b.MESSAGE/お知らせ

“MESSAGE/お知らせ”では、[学食・ラウンジ情報]や[七夕祭情報]、[慶應義塾生活協同組合から]など、大多数の SFC 生の生活に根ざした記事を中心に掲載してきた。その他、いままでこの欄に参加した団体は、「サイクル K」、「メディア寺子屋」、「SFC FOOD」、「湘南藤沢学会」、「SFC YEARBOOK 委員会」、「Dance Unit W+I&S」、「慶應義塾大学アインクラインスオーケストラ」、「Transmission-K」、「Sports PI@tform」、「学習環境研究会」、「こうさ展」などがある。

##### c.SERIES /連載

“ SERIES/連載 ” では、プロジェクトを紹介する[Project CLIP]、知っているよ  
うで知らない情報社会用語を分かりやすく解説する [日進月歩-情報社会用語解  
説]、SFC 卒業生によるエッセイ[未来からの留学生の“今”]、SFC CLIP 編集部  
による[エディターコラム]など、読み応えのある質の高い記事を毎号連載し、読者  
のリピート率を高めてきている。

特に、研究室やそのなかのプロジェクトを紹介するコーナー[Project CLIP]は、  
新たなコラボレーションの創出という目的の達成において、重要なコンテンツで  
ある。このコーナーでは、知識やスキルを身につけた学生同士が、専門性の垣根  
を越えてコラボレーションするきっかけを支援するのが目的である。

SFC CLIP の記者が研究室やプロジェクトの責任者に取材し、それを記事にま  
とめて掲載する。メールマガジン本体にはタイトルと要約のみを載せ、記事全文  
を読むためにはリンクしてある URL から WEB に飛ぶ仕組みになっている。

6 月 15 日付第 9 号から“ SERIES/連載 ”で始まり、取材先は中島研( @street、  
AVEC)・奥出研・竹中研など、7 月 6 日付第 12 号からは、学生アート展開催「こ  
うさ展」のように、教員が関与しないプロジェクトも取り扱うようになってきた。

基本的な取材項目は以下の通りで、記事はインタビュー形式で構成される。

<取材項目>

目的

研究方法

ビジョン

(研究室の場合、そのなかで) 進行しているプロジェクト

研究発表の場/メディア

コラボレーション(対他研究室・企業)の過去/現在/将来

欲しい知識/スキル/人材

提供できる知識/スキル/人材

気になる研究室

不満に思っていること・足りないもの

研究室のトレンド

最新キーワード

How To アクセス

実績

ひとこと PR

なお、研究プロジェクトの活動内容を公開するサイトには、各研究室のホー  
ムページのほか、研究プロジェクトシラバス(<http://vu.sfc.keio.ac.jp/seminar/>)や、  
福利厚生団体スチューデントカウンセラーズによる研究会選考補助資料  
(<http://www.sfc.keio.ac.jp/~s00179ao/sc/>)などが既にある。

しかし、これらが、学生がこれから入ろうとする研究室の登録や選択に使われ  
るのに対して、[Project CLIP]は、欲しい知識/スキル/人材を読者から募集したり、  
他プロジェクトとのコラボレーションをはたらきかけたりする点で、その目的が  
異なる。

今後は、研究プロジェクトのコラボレーションを促進するポータルサイト S-POSS と、コンテンツの部分を提供しつつ、さらに提携を強化していく予定である。

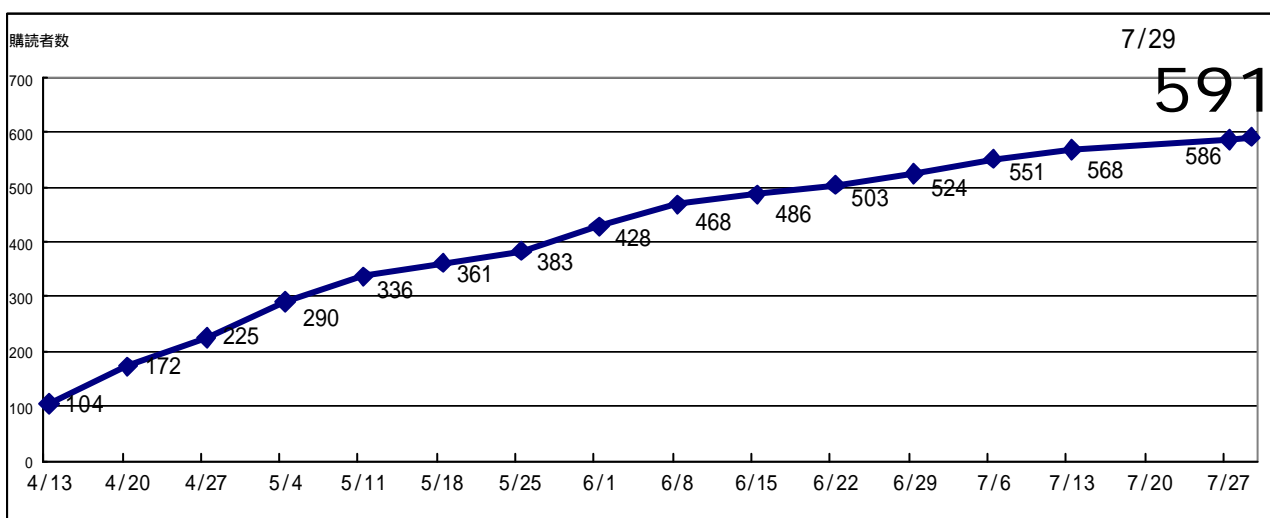
**c.EXTRA EDITION/号外**

これまで発行した号外は、「華の慶早戦-塾野球部、惜敗-」(6月2日、3日付)、「両学部長および政策・メディア研究科委員長選挙の結果が判明」(6月7日付)、「スズカン、参議院議員に当選へ -民主党、東京都選挙区から-」(7月29日付)の4本である。これらの大きなニュースについては、速報性をさらに充実させ、結果判明後、1時間以内には号外を配信できるような体制も整えている。

**3-2.購読者数の推移**

購読者の推移は、図1の通りである。劇的な増加はないが、着々と購読者を増やしている。当初、購読者数目標を立てていたわけではないが、3ヶ月で600人近い購読者を得た数値的な意味合いにおいては、プロジェクトとしての成功を示しているといえるだろう。

図1：SFC CLIP 購読者数



また、登録メールアドレスの内訳は、表1の通りである。内訳をみると、2,3年生の購読が多いことがわかる。また、SFC内部の人が併用しているアドレスであるケースが大部分であると思われるが、SFCドメイン外の登録アドレスも100を越えており、キャンパス外からの購読者も多数いることがうかがえる。なお、SFCドメインの「その他」には、看護医療学部生のアド

表1：登録メールアドレスの内訳（7月29日現在）

SFCドメイン	s01	36	475
	t01	37	
	s00	62	
	t00	58	
	s99	57	
	t99	75	
	s98	54	
	t98	50	
	その他	46	
SFC外			116
計			591

レス「i01～」が 4 つ含まれる。

### **3-3.協力団体と協力内容**

創刊時に SFC 内のいくつかの団体と記事の執筆や、情報の提供などで協力をお願いした。創刊時には、SFC-MODE、AV コンサルタント、SFC 体育担当、SFC イヤーブック委員会、SFC Review の各団体であったが、創刊後、SPA(Shonandai Producing Activity)と Student Counselors、慶應義塾生協と新たに提携を行った。提携関係の各団体とはバナーを用いた相互リンクを行っている。ただし、こちらがバナーを貼っても提携相手先が web を全く更新しないなど、相互リンクの利点が必ずしもうまく生かされていないケースもある。いまのところ、体育担当と、Student Counselors、慶應義塾生協では SFC CLIP のバナーを貼っていただけていない。今後、購読者増加の観点から、相互リンクの制度を確立し、SFC CLIP ホームページへの訪問者を確保する必要があるため、改めて関係各団体にはたらきかけていく。

<協力内容>

SFC-MODE :

SFC-MODE トップページにある SFC-Event の情報を転載している。

AV コンサルタント :

連載記事[That's AV-C]を執筆してもらうことで、AV コンサルタント、メディアセンター職員双方の許可を頂き半期契約を交わした。4 月 20 日号から隔週契約をお願いしていたのだが、5 月 25 日号を最後に、記事が編集部には届かなくなった。再度にわたる催促のメールにもかかわらず返答がないので、5 月 25 日号をもって[That's AV-C]は終了せざるを得なくなった。

SFC 体育担当 :

体育担当の情報は SFC 生にとって重要であり、広報チャンネルを増やすという意味でも、意義があると考え、提携を行った。体育担当からのお知らせが有り次第、環境情報学部の佐々木教授経由で記事を送ってもらうことになっている。いまのところ、体育担当から記事が掲載されたのは 4 月 27 日号のみである。来学期は体育担当にはたらきかけ、もう少し情報を送ってもらうように依頼する。

SPA(Shonandai Producing Activity) :

SPA は湘南台地域を活性化する目的で設立された団体である。SPA との提携内容は SPA が発行している SPA クーポン (湘南台周辺地域の割引チケットとお得な情報が携帯電話で簡単に表示できるクーポン券) の情報をメールマガジン上でも告知するというものである。

慶應義塾生協 :

毎週生協のお買い得商品の情報、生協のサービスなどを紹介している。

### **3-4.取材・編集・配信・WEB アップ**

#### **a.対面での取材**

SFC CLIP では、メーリングリスト (ymmp@egroups.co.jp) 上で活発なやり取りが行われており、投稿された内容をもとにして取材を始めることが多い。例えば、6 月 29 日号の「館前で昼食の出張販売」との記事は、ML にその事実が報告され、関心を持った者が取材に行き記事にした。

また、講演に関しては、SFC CLIP 編集部 (clip@wem.sfc.keio.ac.jp) 宛てに開催のアナウンスがあったり、掲示板に掲示があったものなどに関して、関心を持った者が聴きに行き、記事にする例が多かった。

#### **b.メールによる取材**

SFC CLIP では、対面での取材を基本としながらも、相手によっては、メールでの取材を申し込むなど柔軟に対応してきた。柔軟な取材方法が功を奏し、7月27日号では、村井純教授から所得申告修正問題に関するコメントを取ることが出来た。

なお、同教授が取材に応じたのは、SFC CLIP の「ストックオプション問題では、日米の税制の違いなど、元インテルの西岡会長、元マイクロソフトの成毛社長ほか、係争中の案件もありますので、この付近への先生からの主張も、SFC の学生としても関心の深いところですよ」との文面に、「くう、最後の一行が私の弱いところなのでこの件の取材はあまり受けていませんが、これにはこたえましょう！」と応えたという背景がある。

#### **c.編集**

SFC CLIP は、メールマガジンであり、レイアウトは比較的単純である。また「ニュース」「お知らせ」「連載」の枠組みは決まっており、(狭い意味での)編集としては、「ニュース」内のニュースバリューを判断するのが主な役割である。

編集というよりは、校正といったほうが適切かもしれないが、SFC CLIP を作り出す中で、いろいろや約束事が生まれてきた。この機会にそれらを確認するため、明記しておく。

- ・ 数字・アルファベットは、半角文字
- ・ 数字は、3桁ごとにカンマを入れる (例) 1,000
- ・ 記事は、1行全角 34文字。最初を全角 1文字分空ける。
- ・ 段落の最初は、さらに全角 1文字分空ける。

#### **d.配信**

配信システムは、Perlにより作成した CGI を使用している。フリーウェアを改良したものである。何度か送信できないというトラブルに陥っているが、原因は不明。なお、このところは、安定して稼働している。

配信システムは、エラーにより同じ人に何通も届いてしまうといったトラブルに陥らないような工夫がされている。また、トラブルに陥った場合も、どこまで配信したかの記録が残っているため、二重に配信してしまうといったことは避けられるようになっている。

なお、配信システムについては、別の章で詳しく紹介する。

#### **e.WEB のアップデート**

Web アップデートについては、情報の共有が遅れており、Web 担当の千原のみが知る暗黙知と言ってよい。Web 作成用のソフトウェア“DreamWeaver”を使用して作成している。また、これらの作業を自動化しようという試みも行われたが、いまのところ実現には至っていない。

### **3-5.いろいろな出来事**



このセクションでは、SFC CLIP を発行するにあたっての、ちょっとした「裏話」を掲載する。

#### **a.慶早戦号外**

6月2日と3日に神宮球場で行われた慶早戦の結果を、号外として速報した。例年散見される「試合結果が分からないので、月曜日が休講になるか分からない」という声に心えるのが狙い。6月1日の通常号に「試合終了後1時間以内に配信」と予告を行ったが、実際には試合終了後30分程度で配信を行うことが出来た。

1日目(6月2日)は、中島情報文化研究所溝の口オフィスで、NHK-ETVの中継を見ながら記事を作成し、配信を行った。

2日目は(6月3日)は、テレビ・ラジオともに中継が行われなかったため、東京6大学野球連盟のホームページ(<http://www.big6.gr.jp/>)上の速報を参考にしながら、記事を作成した。

#### **b.学部長選挙号外**

SFC CLIP 編集部では、6月6日に SFC 学部長選挙が行われる予定であるという情報を5月ごろから得ていたが、選挙結果を得るためのチャンネルを持っていなかった。それにもかかわらず、6日夕方、複数の独立したソース(情報源)から選挙結果に関する情報を得ることができた。7日午前中、事務室の職員に事実関係を確認の上、号外を発行した。

#### **c.塾新ホームページに SFC CLIP と酷似記事**

6月7日正午頃、SFC CLIP 号外に掲載の記事と酷似した記事が、慶應塾生新聞のホームページ(<http://www.jukushin.com/>)に掲載されていることがわかった。8日未明、偶然の一致ではこのようなことは起こり得ないとして、「塾生新聞ホームページにおける慶早戦および SFC 学部長選速報に対する申し入れ」と題したメールを Webmaster に送付し、事実関係を質した。9日午前1時40分、塾生新聞会から謝罪を含む回答文がメールで寄せられた。

一連の出来事は、6月8日号のニュース記事と15日号の「エディターコラム」で、SFC CLIP 紙面に掲載した。

#### **d.相次ぐ申告漏れ報道に、村井教授がコメント**

7月25日付け読売新聞夕刊で、松本孝利政策・メディア研究科教授が、ストックオプションで約100億円の申告漏れを申告された旨、報道された。これを受けて、松本教授にメールで取材を行う準備を行っていたところ、26日付け日本経済新聞朝刊で、村井純環境情報学部教授に対しても税務申告漏れが指摘された旨の報道がなされていることが分かり、急遽、村井教授にも取材を行うことになった。松本教授には26日10時13分に、村井教授には、同14時25分に、それぞれ取材のメールを送信した。その結果、メール送信から約2時間後の16時29分、村井教授からコメントが寄せられた。

村井教授のコメント全文を含む一連の出来事は、6月27日号のトップ記事として掲載した。

#### **e.ズズカン、参議院議員に当選**

1月末に、鈴木寛環境情報学部助教授(当時)が、民主党から7月29日に行われる参議院選挙に出馬することが判明した。SFCの教員が選挙に出馬することは、きわめてニュースバリューが高いため、結果の如何に関わらず、号外を発行することに決定した。

7月29日の選挙当日は、あらかじめ作成してある予定稿に、現場で取材した情報を加え、送信するという形をとった。

記事作成担当者は、29日、表参道にある鈴木事務所で取材を行った。21時40分ごろのNHKによる「当確」の報の後に、新聞・テレビ(テレビはNHKによる代表取材)のインタビューに答える鈴木氏のコメントと、独自取材による元鈴木研究室所属の事務所スタッフのコメントを記事化した。

記事作成担当者は、事務所で取材した内容を、携帯電話でSFCにいる送信担当者に伝え、送信担当者が予定稿と取材内容を組み合わせて紙面を作成するという手法をとった。

この号外は、29日23時30分ごろに配信することができた。

## **4. 今後の展開**

---

### **4-1. システム**

現在のSFC CLIPサイトには、以下の問題点がある。

1. サイト更新が手動で行われているため、更新作業の担当者に負担がかかる
2. メールマガジンの発行に対してWEBサイトが完全に分離しているため、二度手間
3. メールマガジン発行の際に、発行作業は全て手で行われていて、点や丸の訂正も同じく手動で行われている。

それを解決するため、以下のようにシステム改善を目指す。

1. 携帯WEBサイトを利用して、またPCからも同様に記事を書き込み、その記事に対して確認を求めると同時に、編集長にメールでの連絡が行く。
2. 編集長は文章チェックを行うと同時に、自動文章構成システムの結果を確認する。
3. 1.と2.を繰り返して文章が完成すると、記事に日程が割り振られ、発行までデータベースで待つ。
4. 発行の際、発行可能な記事とそれが書かれた日付を確認し、発行ボタンを押すと記事の一部になる。
5. 記事発行と同時にWEBサイトも自動更新される。

### **4-2. コンテンツ案**

これまでのSFC CLIPは、大多数の学生に幅広く受け入れられるコンテンツづくりを目

指し、ひととおりの成功を得てきた。システムの、今後メールマガジンのカスタマイズができるようになれば、よりパーソナルでより密度の濃い記事を配信していくことも可能になる。

これからのコンテンツ案として、SFC-MODE の SFC Community で行なわれる議論を編集し SFC 生の声を伝える[CLIP Community]のほか、毎年春と秋の履修登録時に役立てる[履修のススメ]、就職活動を始める 3~4 年生のための[就職体験記]などのコンテンツを考えている。

また実験的にはあるが、学生アートプロジェクト【こうさ展】のように、記事を外部へ依頼し、SFC CLIP をそのまま広報の場として活用してもらうなど、より開かれたメディアへの試みも始めている。

#### **4-3 広報・提携**

##### **a.提携活動**

既に提携している団体とは今後も提携関係を継続していく。今後提携団体を増やしていくかは、編集部内で慎重な議論を行う。あまりにも提携団体が多すぎるとは、SFC CLIP が告知板になってしまう可能性がある。そのようなことをさけるためには無駄に提携団体を増やすべきではない。今後どの団体と提携する場合も編集部で慎重に提携の際の双方にとってのメリットは何かを見極めていく必要があると思われる。新たな提携先として、bootleg stereo がある。これは SFC 内に限定したローカルインターネットラジオ局であるが、ここでの対談番組を SFC CLIP にも掲載し、コンテンツ面で提携していこうという動きが現在進行中である。秋学期からこの対談企画が実施に移される予定である。

##### **b.広報活動**

広報活動は、ポスター、CNS へ接続された特別教室の UNIX マシンのログイン画面に表示される壁紙、オープンキャンパスで SFC を訪れる高校生へのピラ、提携各団体のホームページ上のリンクなどを中心に行ってきた。今後は中島研究室で立ち上がる新たなプロジェクト S-POSS 上でプロジェクトクリップを通じて SFC CLIP の広報活動を展開していく予定である。また、Yahoo! Japan への登録などで対外的な広報も序々に行っている。今後は SFC の読者だけを対象にした広報では限界があるため、SPA と連携して湘南台の住民の方々に大学を知って頂くという意味も込めて、広報活動を展開していくことも視野にいれている。

現在 SFC-MODE のトップページに掲載されている SFC CLIP のバナーは、今後も継続される。SFC-MODE 側は、バナーの更新をリアルタイムで行う機能を近いうちに実装するという。この機能が実装されると、SFC CLIP のバナーはリアルタイムで更新が可能になり、柔軟な広報活動が期待できる。加えて、SFC-MODE のトップページのスペースに SFC CLIP 提供のニュースを掲載する予定である。これにより、SFC CLIP がより多くの SFC 生に認知されることになると思われる。また、外部への広報活動としては、Open Research Forum(ORF)やオープンキャンパスなどのイベントの機会を利用し、企業や受験生に対して、PR を積極的に行っていく予定である。

## 5. まとめ

---

SFC CLIP では、前述の通り、「新たなコラボレーションの場の創出」を目的のひとつに掲げているが、プロジェクトの運営においても、SFC-MODE はじめ、多くの団体とコラボレーションしてきた。数々のプロジェクトがひしめくSFC において、自らの人的資源 情報資源を頑なに固持するのではなく、リソースを共有しシナジーを生み出すことこそ、SFC CLIP の核心があるのだと感じる。

今学期の活動を振り返ると、メールマガジンというメディアの特性上、情報の「流通」に主眼をおいたプロジェクトであった。今後は、メールマガジンという枠にとらわれずに、情報の「蓄積」にも焦点を当てていきたい。個人個人が、必要に応じてアーカイブとして情報を利用できる機能を付加していく予定である。

また、読者個人からの直接的な情報発信の場を設け、それを編集部がまとめ上げ、コンテンツとして発信する、といったインタラクティブな編集作業を実践していきたいとも考えている。

そして、これまで、「SFC 内に留まらないコミュニティの形成」といったを目的と掲げていたものの、外部に対する情報発信が欠けていた、という現状を改善していこうと考える。SFC からの情報発信として、外部に対してもメッセージ性の高いコンテンツを制作できるよう心がけるとともに、広報活動の具体的な方法を模索していきたい。

このように、SFC CLIP は、今学期の活動を踏まえ、情報収集のツールとして、情報発信の場として、SFC 外部への掛け橋として、様々な方向に展開していく。その過程において、キャンパス内ジャーナリズム、キャンパス内コミュニケーションが確立されていくことを目指していきたい。