



Title	ネットワーク型組織をいかに表現するか? : CSCDウェブサイトのリ・デザインから
Author(s)	平井, 啓; 清水, 良介
Citation	Communication-Design. 2010, 3, p. 304-317
Version Type	VoR
URL	<a href="https://hdl.handle.net/11094/6325">https://hdl.handle.net/11094/6325</a>
rights	
Note	

*The University of Osaka Institutional Knowledge Archive : OUKA*

<https://ir.library.osaka-u.ac.jp/>

The University of Osaka

# ネットワーク型組織をいかに表現するか？

## — CSCDウェブサイトのリ・デザインから

平井啓 清水良介

平井啓 | Kei Hirai  
大阪大学コミュニケーションデザイン・センター /  
大阪大学大学院人間科学研究科 /  
大阪大学大学院医学系研究科 助教

専門は、サイコオンコロジー、医療心理学、健康心理学、行動医学、緩和医療学。医療現場における心理的問題の解明、心理的援助方法の開発について研究と実践活動を行っている。現在、現場の臨床家と大学の研究者を結んだ協働的研究チームの構築に取り組んでいる。

清水良介 | Ryosuke Shimizu  
大阪大学コミュニケーションデザイン・センター 特任助教

専門は情報デザイン・グラフィックデザイン。情報を基軸に具体的なモノ、プロジェクトを支える仕組みのデザイン等、様々なデザインの実践を行っている。CSCDでは本書のデザインをはじめ、各種アイテムのデザインを担当。VI設計を通してデザインコミュニケーションを実践的に研究している。

# 1

## 「異質なものの集合体」とはいうものの…

2005年4月にCSCDが開設され、10月には最初のバージョンのウェブサイトが作成された。このウェブサイトでは、「センターについて」「教育プログラム」「活動情報」「プロジェクト」などの見出し(グローバルメニュー)によって構造化されていた[図1]。このセンターでは「プロジェクト」単位での活動が想定され、センターのスタッフの所属もこのプロジェクト(科学技術・減災・臨床・アート・支援・横断)に従い記述されていた。しかしながら、実際にセンターのスタッフが多彩な活動を始めると従って、このプロジェクトによるくくりでセンター全体の活動を理解、表現することが難しくなった。例えば、異なる「プロジェクト」に所属するメンバーがチームを作り、カフェを開催するなどの活動が自由に展開されるようになった。その結果、所属するスタッフでもセ



[図1] 最初のバージョンのウェブサイト

ンター全体の活動や構造が分からない、さらに外部からはまったく分からないという状態となってしまった。そこで、このセンターの活動形態の実態にあった表現を模索することになり、その一環としてウェブサイトのリニューアルが企画された。

CSCDの組織の特徴は、従来の階層的な組織形態にとらわれない自由なチーム編成による多彩な活動である。おそらくセンターの構想の時点では、従来の大学の講座制を代表とする階層的な組織からの脱却を意図して、ミッション・オリエンテッドでプロジェクト型組織として計画されたのではないと思われる。それが当初の「プロジェクト」に基づく組織構造の表現につながっていると思われる。プロジェクト型組織というのは、明確なミッションと時限によって規定される組織形態である。しかしセンターには、この狭い意味での「プロジェクト」に基づくプロジェクトだけでなく、自由な発想による活動を行うチームや個人、ネットワークも同時に抱えていた。また、活動の進展により、当初の目的が発展的に変わっていくプロジェクトなど、当初想定された組織とその活動から自立的に発展してきた。その結果、従来の大学的な階層的組織構造、さらにはプロジェクト型の組織構造すらも超えた、自律分散型のネットワーク型の新たな組織形態となっていたのではないと思われる。

このCSCD的ネットワーク型組織の特徴は、異質なものの集合体であり、自律した各スタッフが、コンピューターネットワークに例えるならばネットワークの中心となるサーバのような働きをし、別のスタッフがそのクライアントとなって一緒にタスクをこなすというパターンにあると思われる。またタスクの終了が次のタスクを生成し、さらにそのタスクをこなすために新しいメンバーが加わるといった動的な展開が起こる。組織形態自体が流動的・ダイナミックである。このため従来の組織形態を理解する枠組みではその活動を理解したり、表現したりすることが難しい、つまり内からも外からも「分かりにくく」なっているのではないと思われる。

そこで、CSCDでは企画担当（後の企画委員会）を組織し、まずセンターにおけるあらゆる活動状況の把握を行い、「プロジェクト」などのセンターの活動の再検討と再定義を行った。それを元にウェブサイトのリニューアルを行うことになった。

# 2

## CSCD ウェブサイトのコンセプトを考える

CSCDの活動形態の分かりにくさは、ダイナミックでネットワーク型の組織構造を従来の組織を語る方法で記述しようとしていることに起因しているのではないかと述べた。それを明らかにするために、まず企画委員会では、「プロジェクト」の再検討と再定義を行った。企画委員会での議論の結果、CSCDにおける公認プロジェクトの定義は、(1) 予算が確保されている、(2) センターの複数のメンバーが関わっている、(3) CSCDのミッションに関係するものであるの3つを満たすものとされた。また、センターのスタッフが取り組むプロジェクト以外の活動は「研究・活動」となった。このほかの活動としては、従来からCSCDで進められてきた各種授業をはじめとする「教育プログラム」、「研究会」、「ワークショップ」、「カフェプログラム」の4つがあげられ、「プロジェクト」、「研究・活動」に、これらを加えた6つを〈活動の機能〉として分類することになった。一方で従来「プロジェクト」として記載されていた「科学技術」「減災」「臨床」「アート」の4つは、活動の形・機能による種別ではなく、内容による種別であるため、〈領域〉として表すこととした（また活動実態にあわせて「デザイン」が追加され〈領域〉を5つとした）。さらに、CSCDのスタッフ個々人も、それぞれ独創的な取り組みを行っており、それぞれの個人が持つ、大変ユニークで貴重な財産をCSCDというブランドの中で効果的に見せていく必要がある。そこで、〈個人〉についても外から見えやすくなるように位置づけられることになった。

これらの整理の結果、CSCDの活動情報は、(1) 領域、(2) 活動の機能、(3) 個人の3つカテゴリーの掛け合わせと、各カテゴリーに含まれる要素、すなわちパラメータで表現されることになった。またCSCDで行われている活動は、複数のメンバーによってなされていたり、複数の領域にまたがっていたりすることが多い。つまり、活動の連携

性や横断性を表現しなければCSCDらしさというのは伝わらないということである。そこで、一つの活動情報に対して、それぞれのカテゴリ毎に複数のパラメータを割り当てることができるようにした。これはタグ付け（タギング：Tagging）と呼ばれる方法である。これまでの方法は、例えばPCでは、複数の情報（ファイル）はフォルダという概念でまとめることで階層的に整理・分類していた。それに対してタグ付けとは、単純な階層に分類できない情報を、その情報の所在場所や特徴を記した情報（メタデータ：情報の情報）をつけて整理する方法である。

このように、(1) 領域、(2) 活動の機能、(3) 個人の3つカテゴリとその中のパラメータによるタグ付けを行うことにより、多様で、横断的、連携によって行われる混沌としたCSCDの活動情報はタグから検索という形で動的に表現することが可能になった。例えば、〇〇カフェという活動情報は、「プロジェクト」としては位置づけられてはいないが、「科学技術」と「臨床」の領域にまたがった内容で、Aさん・Bさん・CさんのCSCDメンバーで行われているとなると、(1) 領域：科学技術、臨床、(2) 活動の機能：カフェプログラム、(3) 個人：Aさん、Bさん、Cさん、とタグ付けされる。タグ付けされて格納された情報は、この例の場合、〈領域〉のタグである「科学技術」で検索した結果の中に含まれ、〈活動の機能〉のタグである「カフェプログラム」で検索した結果の中に含まれ、〈個人〉のタグである「Aさん」という名前で検索した結果の中に含まれるようになるのである。次章以降では、この仕組みをデザインとしてどのように実現したのかについて述べる。

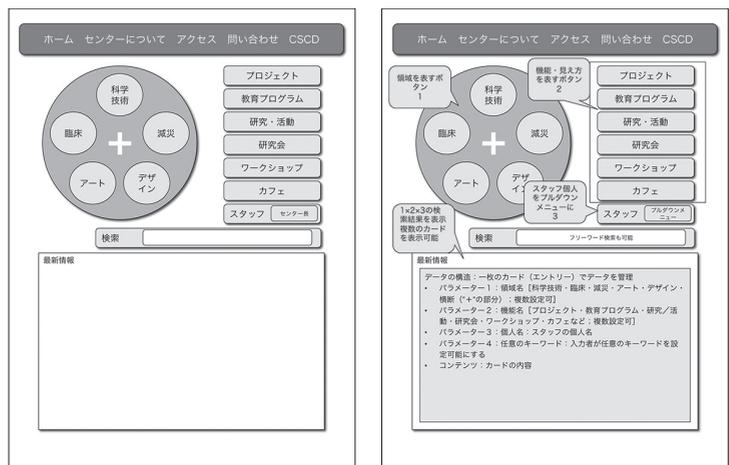
# 3

## 具体的なデザインを考える

### 3.1 サイト全体の構成を整理する

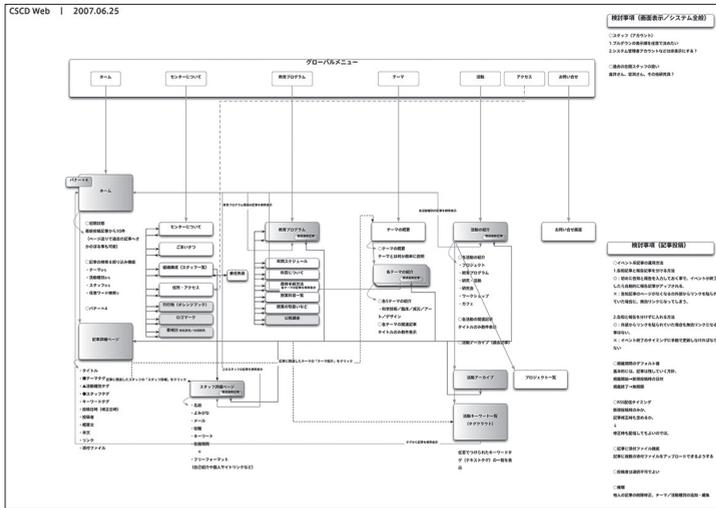
ここまでCSCDのウェブサイトのリニューアルするために、企画委員会にて現状の活動形態にそった情報の分類が議論・検討されてきたが、このプロセスを経たあとに、共著者であるデザイナーの清水がウェブワーキンググループへ加わり、具体的なグラフィックやインタフェースのデザインを考えていくことになった。ここで、企画委員会で議論された内容はひとつの「イメージシート [図2]」として作られていたため、それをベースにデザインの検討を始めた。

はじめに、企画委員会で検討されたウェブサイトのコンセプトやイメージシートをもとに、トップページの機能やサイト全体の構成を整理

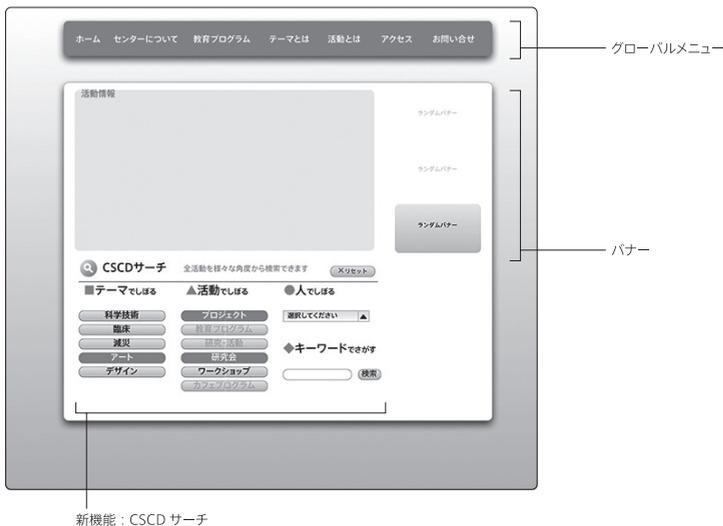


[図2] 企画委員会で議論された内容をもとに作られた「イメージシート」

することとした。これはリニューアル前のサイトの構成との整合性をとり、サイト訪問者が迷うことなくスムーズにサイトを閲覧し巡ることができるようにするためである。そうしてこのようなサイト構成図としてまとめた [図3]。



[図3] サイト構成図



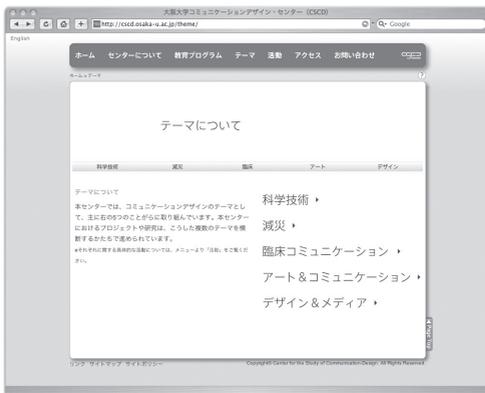
新機能：CSDサーチ

[図4] トップページ機能を3つにグループ分けしてデザインを検討

### 3.2 トップページからのサイト全体への流れを考える

今回のリニューアルの大きな目的は、CSCDの活動情報を実態に即したかたちで表現し、サイト訪問者（ユーザ）に提供することであり、トップページにその機能や表現を出すことによって、ダイナミックに変化するCSCDの活動情報へ最短距離でアクセスできるようにすることであった。そこでトップページに表示される要素を大きく次の3つにグループ化し、それぞれを検討していくことにした。1つ目はサイト全体に共通する要素の「グローバルメニュー（画面上部）」、2つ目は活動情報を多角的に表示検索できる新機能（のちに「CSCDサーチ」と命名）、3つ目は特別にアピールしたい情報を画像で表示しリンクさせる「バナー」機能である【図4】。

「グローバルメニュー」では以前あった「プロジェクト」というメニューを廃止にしたかわりに、新しくつくられた“くくり方”を加えることにした。このとき組織外の人にも分かりやすくするために、企画委員会で検討されていた3つのカテゴリー名「領域」「活動の機能」「個人」を、それぞれ「テーマ」「活動」「人」という名称に変更した。そして「テーマ」と「活動」というメニューを「グローバルメニュー」に加えることで、CSCDでの「テーマ」や「活動」とは何かを理解するページへダイレクトにアクセスできるようにした【図5】【図6】。



【図5】 テーマのトップ画面



【図6】 活動のトップ画面

### 3.3 トップページがCSCDの最新の活動断面となる

トップページの新機能や表示情報はイメージシートによってほぼ出来上がっていたが、サイト訪問者（ユーザ）が初めて見る画面であることを考慮して、ここで何ができるのかを直感的に分かるようにする必要があった。そこでまず、イメージシートでは画面上半分にあった「テーマ」や「活動」、「スタッフ」、「検索キーワード入力欄」などのユーザが操作する表示部分を一つにまとめ、「CSCDサーチ」という名前を付け見出しとした。さらにその見出しの横には「全活動が様々な角度から検索できます」というショートメッセージをつけることによって、「CSCDサーチ」という表示名だけでは伝わらない具体的な機能を訪問者に伝える工夫をした【図7】。

同様の考えのもと、「テーマでしぼる」、「活動でしぼる」、「人でしぼる」、「キーワードでさがす」といった見出しをつけ、5つのテーマボタン、6つの活動ボタン、プルダウンメニュー、検索キーワード入力欄をグループ化することにした。これによって複数ある表示や操作を階層的にまとめることで見た目と使いやすさを高めることを目指した【図8】。また、このCSCDサーチでは「テーマ」や「活動」、「人」の3つのパラメーター（絞り込み条件）を組み合わせることで条件にあった活動情報を絞り込む仕様であり、その条件を素早く指定できるようにするために、各ボタンをクリックするごとに絞り込みのOn/Offを切り替えられるようにした。さらにここでの動作は、ボタンのクリック（On/Off）に応じて、ブラウザの画面が切り替わることなく活動情報の表示が切り替わるようになっているため、さまざまな条件を試しながら情報を絞り込むことが可能になっている【図9】。

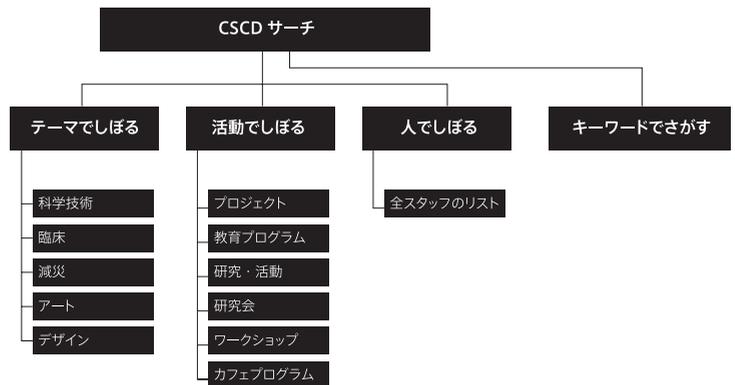
### 3.4 より活動情報へ触れる機会をふやす工夫

今回のリニューアルでは活動情報に3つのタグ（メタデータ）を付けて、さまざまな条件で絞り込みができる仕様にしたため、トップページ以外のページでもその機能を効果的に使うことが可能になった。例えば、スタッフの詳細プロフィールは、「センターについて」内の「組織構成」から見るができるが、各スタッフのページに、そのスタッ

【図7】 トップページ画面



【図8】  
CSCD 検索の機能階層構造



1. 「テーマ (アート)」を選んでしぼる

2. さらに「活動 (ワークショップ)」を選んでしぼる

【図9】 CSCD 検索の動作の様子

フに関連する最新情報を表示・リンクさせている [図10]。他にも新設した各5つのテーマを紹介するページにも、そのテーマに関連した最新情報を表示リンクさせている [図11]。このようにして、サイト内の各ページに関連した活動情報を組み込むことで、静的なページ（コンテンツ）からも活動情報へ導くルートができ、より訪問者をダイナミックなCSCDの活動情報へ促すことが可能になった。

その他、このリニューアルでは以前から使っていたシステムに機能を追加することで、次の細かな点も改良された。

- 活動情報のRSS配信：RSSリーダーを使うことでウェブサイトに訪問することなく活動情報が追加されたことが分かる
- トップページにバナーを追加：「Website Manager（システム管理プログラム）」から簡単に追加・更新など設定ができる
- 活動キーワード一覧のページを新規追加：活動情報ごとに付けられたキーワードを一覧表示し、キーワードから活動の傾向を表現する実験的な試み
- 「Website Manager」で、各スタッフが自分のプロフィールを更新できるようにした



[図10] スタッフのページ画面例



[図11] テーマのページ画面

ここまでウェブサイトのリニューアルにあたって具体的なデザインがどのようにして検討・決定されてきたかを述べてきたが、さまざまな可能性がある中一つのデザイン決定を行うために留意したことは次のようなことであった。(1) 企画委員会で検討された仕様をふまえつつ、現状のサイトの課題を改善する統合的デザイン・設計を考える。(2) システムの改良を伴うため、予算にあうシステム設計(機能追加)にする。(3) どのセンタースタッフでも情報の入れ替えができるように配慮したシステム設計にする(複雑なシステムにしない)。これらをバランスよく総合的に判断することで今回のウェブサイトのリニューアルが具体的に行われたといえる。

# 4

## リニューアルからリ・デザインへ

当初は、単なるホームページのリニューアル作業としてスタートしたこのプロジェクトであるが、結果として、組織論、プロジェクト論に関する議論を徹底して行い、実現すべき機能のデザインについても多くの議論が必要となった。最も大変だったことは、何をやろうとしているのかを分かってもらうことであった。特に、ウェブサイトについては、技術的なことは知らなくても、どんなウェブサイトが存在するかは知っているものである。「簡単にできるのではないかと」思われたり、「よく分からないのでできない」と思われたりしがちである。そのため今回用いたウェブの技術とそれによって表現するものがどのようなものになるのが、まずイメージとしてつかみにくかったのではないかとと思われる。さらに、その新しい技術(当時)で表現しようとしたものが、本文にも記したように一般的な階層構造ではなく、動的な組織構造であったことから、CSCD内部のメンバーからの理解を得るのにもかなりの説明と時間が必要であった。しかしながら、十分に時間をかけて説明し、議論したおかげで最終的に理解を得ることができたのではないかとと思われる。

もう一つ重要であったことは、このウェブサイトという表現を受け取る側のことである。具体的にどんな人がこのウェブを見るのが特定できれば、それに対して、どのような表現をすればいいかを考えることは比較的容易である。しかしながら、センターのウェブサイトというほとんど対象者を特定することができない、しかもセンターを構成するスタッフもさまざまなバックグラウンドを持っており、それに関連する人だけでも非常に多彩である。その中で、情報を受け取る人のことをどこまで理解し、その人がこのページを見たときに感じる要求を想定することは非常に困難な作業であった。

まとめると、表現する側の要求をまとめ、表現を受け取る側が感じる要求をあらかじめ理解し、両者の要求をどのように具現化するかを検討する過程があり、さらに、それを実際の表現としてどのように実現していくかを、それ以外の現実の問題、例えば予算の問題や工期の問題との兼ね合いの中で進めていくかというバランスがとても重要な作業ではなかったかと思われる。

リニューアルしたCSCDウェブサイトには現在、235件の活動情報が蓄積されている(2009/07/12現在)。また現在平均すると、53,600のユニークユーザがあり、1日あたり約140セッション/5.1ページビューの閲覧がある。掲載されている情報の内容も多彩で、数多くのプログラムの告知にも利用されている。ウェブサイトへアクセスしてくるユーザの約半分は検索サイトからで、「cscd」「大阪大学」「コミュニケーションデザイン・センター」といったキーワードで検索していることが多い。このことから多くの閲覧者は、CSCDを知るためにこのページにアクセスしてきていることが分かる。

CSCDにおいて、ウェブサイトが組織や活動を外部の人へ伝える重要なインタフェースメディアであるといえる。今後は今回構築したシステムをどのように活用していくか、さらに外部の人はどのような目的でウェブサイトを訪れ、何を必要としているかをみることで、CSCDの組織表現と対外的なコミュニケーションを充実していくことができるのではないだろうか。

## 参照情報

一大阪大学コミュニケーションデザイン・センター ウェブサイト  
<http://www.cscd.osaka-u.ac.jp>