

第1節 Facebook ページシステム分析

本節では、昨年度に構築したベトナム語版 Facebook ページの今年度の取り組みについて述べていく。

第1項は、投稿分析である。昨年度の実証期間終了後から今年度実証期間終了までに Facebook で投稿した内容について事例を踏まえて紹介している。今年度の実証期間の投稿については、2018年12月～2019年2月までのデータを月ごとの平均リーチ数などを踏まえて整理した。

第2項では、今年度の実証期間内で受信したメッセージについて整理している。メッセージの事例として本事業の連携企業の専門学校情報サイトをユーザーに紹介している場면을掲載した。

第3項は、利用者データとファンの増減である。ファンであるユーザーの男女比や年齢の違いを昨年度と比較しながら紹介している。また、昨年度実証期間終了から今年度開始までのほかに、今年度実証期間でのファンの増減についても表とともに記している。

第4項は、今年度実証期間における広告の結果である。合計5回の広告の結果を表とともに説明している。

第1項 投稿分析

本項では、本年度における Facebook ページの投稿内容と結果の分析について記していく。まず、事業期間外である2018年4月から12月9日までの約8か月間で合計212件の投稿を定期的に行った。各月平均25件以上投稿しており、ファンとの交流を維持するように展開してきた。事業期間外での投稿内容の内訳としては、専門学校関連13件、職業関連9件、日本文化が175件、留学関

連 4 件、その他 11 件となっている。以下は、事業期間外での投稿事例である。上段の左側が専門学校関連の事例として学校法人フジ学園専門学校 IT カレッジ 沖縄、右側は留学関連として、面接での質問についてである。下段の 2 つは、日本文化として、創作漢字や計算に関する日本語についての投稿である。

投稿の詳細

JES - Thông tin về trường dạy nghề Sanmon Gakko - 学校法人フジ学園専門学校 IT カレッジ 沖縄

【Cảng học tiếng Nhật và IT ở Okinawa!】
 Trường dạy nghề IT College Okinawa
 Học tập ngôn ngữ và văn hóa. Hỗ trợ học tập và tìm việc... Etc...
 画像を見る

投稿のパフォーマンス

256 リープした人数

7 いいね! コメント, シェア
 0 コメント
 1 シェア
 18 投稿クリック

5 投稿非表示
 0 スムーズして読む
 0 いいね! 取り消し

いいね! やコメント、シェアを赠やそう
 ¥3,000 の報酬を貰おう。最大2,700人にリーチしよう。

256 リープした人数 28 コメント数

投稿を非表示

投稿の詳細

JES - Thông tin về trường dạy nghề Sanmon Gakko - 学校法人フジ学園専門学校 IT カレッジ 沖縄

Những câu hỏi tuyển sinh đầu vào trường Sanmon tại NHK
 専門学校の入試面接のコツ! ~よく聞かれる質問

Thời gian này chắc cũng có nhiều bạn đã chuẩn bị cho việc tìm kiếm và học tập sanmon ra đúng không nào. Hãy cùng chúng mình tham khảo một số mẫu câu hỏi phỏng vấn đầu vào nhé!

画像を見る

投稿のパフォーマンス

428 リープした人数

19 リアクション, コメント, シェア
 7 いいね! 投稿
 2 いいね!
 2 コメント
 9 シェア
 86 投稿クリック

30 投稿非表示
 0 スムーズして読む
 0 いいね! 取り消し

いいね! やコメント、シェアを赠やそう
 ¥3,000 の報酬を貰おう。最大2,700人にリーチしよう。

428 リープした人数 105 コメント数

投稿を非表示

投稿の詳細

JES - Thông tin về trường dạy nghề Sanmon Gakko - 学校法人フジ学園専門学校 IT カレッジ 沖縄

Top 10 hàng Kịch nhân nhất thế giới
 Bạn nào viết thư rồi post lên thì tài tài nha.
 Chắc bạn nào thấy tài lắm mới nhớ hết máy chữ này

画像を見る

投稿のパフォーマンス

2,022 リープした人数

115 リアクション, コメント, シェア
 31 いいね!
 3 いいね!
 16 いいね!
 3 いいね!
 2 いいね!
 20 コメント
 20 シェア
 474 投稿クリック

238 投稿非表示
 0 スムーズして読む
 0 いいね! 取り消し

いいね! やコメント、シェアを赠やそう
 ¥3,000 の報酬を貰おう。最大2,700人にリーチしよう。

2,022 リープした人数 589 コメント数

投稿を非表示

投稿の詳細

JES - Thông tin về trường dạy nghề Sanmon Gakko - 学校法人フジ学園専門学校 IT カレッジ 沖縄

Từ vựng về toán học, bạn nào tìm EJU hoặc học cấp ba hoặc đi làm thêm thì công nên lưu về nhé!!!

画像を見る

たす	Cộng
たしざん	Phép cộng
ひく	Trừ
ひきざん	Phép trừ
かける	Nhân
かけざん	Phép nhân
わる	Chia
わりざん	Phép chia

投稿のパフォーマンス

556 リープした人数

14 リアクション, コメント, シェア
 5 いいね!
 1 いいね!
 0 コメント
 0 シェア
 49 投稿クリック

40 投稿非表示
 0 スムーズして読む
 0 いいね! 取り消し

いいね! やコメント、シェアを赠やそう
 ¥3,000 の報酬を貰おう。最大2,700人にリーチしよう。

556 リープした人数 63 コメント数

投稿を非表示

本年度の投稿分析は、2018年12月10日~2019年2月15日までの約3か月間分の投稿が対象である。期間中の総投稿数は35件であり、投稿の内訳とし

ては、以下の表の通りである。

	専門学校関連	就職関連	日本文化	その他	総合計
投稿数	6	3	16	10	35

投稿数では、「日本文化」に関する投稿が1番多い。この結果については、昨年度構築した本 Facebook ページに広告を経由して「いいね！」をしたファンとの交流促進を主な目的としたためである。

Facebook ページが行う投稿については、Facebook の規定により、毎回の投稿がファン全員に表示することは非常に困難となっている。Facebook ページが発信する投稿を1人でも多くのファンや一般のユーザーのタイムラインに表示させるためには、ファンとの交流が重要である。つまり、ファンがページの投稿に対する「アクション(「いいね！」や「シェア」等)」を積み重ねていくことで、Facebook 側がファンであるユーザーと Facebook ページの関係が強くなると判断し、投稿の表示頻度が増加することで情報が拡散されやすくなる。

そのため、今年度では、本 Facebook ページのファンとして大多数を占めるベトナムの若い世代(15~24歳)が関心を抱きそうな「日本文化」に関する投稿を多めに行い、投稿のリーチ数が上がってきたところで専門学校に関する情報を発信する方針とした。

また、大阪府専修学校各種学校連合会、広島県専門学校各種学校連盟の2団体と Facebook での連携を図り、2団体に関する情報を投稿及び当該団体の Facebook ページでの投稿のシェアを行った。前者については2018年11月に投稿で連携を行った。

①2018年12月

2018年の12月については、10日～27日までの17日間で13件の投稿を実施した。12月の1投稿あたりの平均リーチ数は約326リーチという結果であった。12日に投稿した「専門学校卒業後の選択について」という投稿では広告を活用したことにより、総リーチ数は1723リーチ（1月7日時点）であった。この広告の効果を抜いた場合、平均リーチ数は214リーチである。

投稿の内訳としては、専門学校関連4件、就職関連2件、日本文化5件、その他2件である。専門学校関連の投稿については、広島県専門学校各種学校連盟の投稿とシェアである。就職関連は、「専門学校卒業後の選択」「労働ビザ」についてである。前者においては、前述のように投稿の広告を行った。広告の結果については、広告分析にて記述している。日本文化は、職業に関する漢字や「今年の漢字」などの投稿を行った。漢字に関する投稿については、月の平均リーチ数を上回る結果となったことから、漢字への関心が高いことがうかがえる。2つの事例は、左側が広島県専門学校各種学校連盟の紹介であり、右側が「日本文化」として同音異義語を紹介した投稿である。



広島県専門学校各種学校連盟が構築している Facebook ページの投稿を「シ

シェア」で紹介を行ったが、平均リーチ数よりも大幅に少ない結果となった。これは、Facebook 側が Facebook ページ同士での「シェア」についてリーチ数が減少するように設定していることが要因とされる。今後、専門学校や団体と連携を図る際には、お互いのページの投稿を「シェア」をするのではなく、新規投稿の作成など異なる対応が求められる。

②2019年1月

1月の総投稿数は11件であり、内訳としては日本文化が5件、就職関連が1件、その他が5件である。平均リーチ数は約520リーチであった。1月では、本財団が今年度実装した「学習コンテンツ」を宣伝する投稿において広告を活用したことで、その投稿のリーチ数は2279リーチとなった。広告を除外した場合の平均リーチ数は353リーチである。12月の広告を含めた平均リーチ数と比較すると、約200リーチ増加する結果となった。この差については、広告の結果に加えて「着物」や「日本の偉人」などの日本文化に関する記事が関心を集めリーチ数が増加したことが要因と考えられる。



他にも、「日本語能力試験の結果確認の方法」という投稿では、「いいね！」や「コメント」、「シェア」すべてのアクションを集め、平均リーチ数を上回る投稿となった。日本語能力試験について関心があるユーザーが多いことがわかる。

③2019年2月

2月の投稿数は、専門学校関連が2件、日本文化5件、その他4件の合計11件である。専門学校関連では、学校法人深堀学園外語ビジネス専門学校と学校法人コンピューター学園東北電子専門学校を紹介した。それぞれのリーチ数は前者が213、後者が116であった。今後の課題として、専門学校情報でのリーチ数を伸ばしていくためには更なる工夫が必要である。その他の投稿としては、旧正月（テト）に関連する投稿やイベントの告知が含まれている。イベントの告知では広告を行い、2460リーチ獲得し、118のイベントサイトへのアクセスを得ることができた。

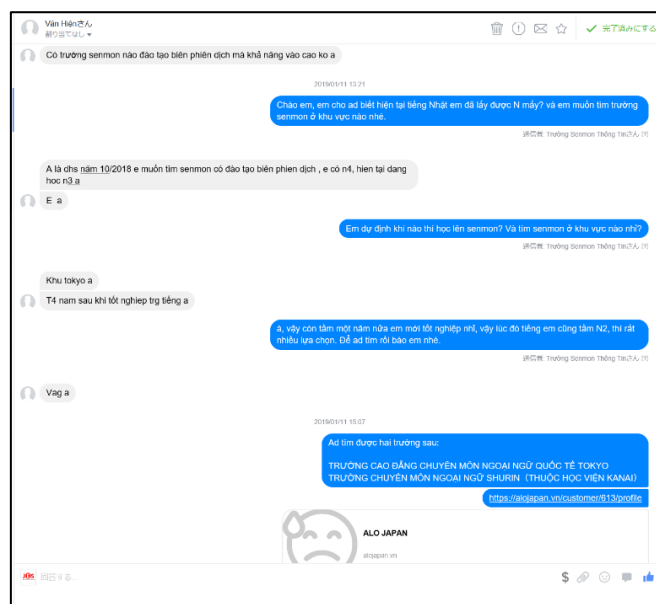
2月における平均リーチ数は約504リーチ、イベントの関する広告によるリーチを除外すると約463リーチであった。下の事例はイベントと学校法人深堀学園外語ビジネス専門学校を紹介する投稿である。



第2項 メッセージ分析

本年度の実証期間では、合計6件のメッセージを受信した。12月に3人、1月2人、2月1人である。内容は、専門学校紹介希望が3人、留学生別科紹介希望が1人、返信なしが2人である。

専門学校紹介希望の内訳としては、VISAの期限切れに伴う、日本への滞在延長を目的とした専門学校選択希望者が2人と、「通訳」を専門学校で学習希望の日本語学校の学生1人である。前者のユーザーに対しては、日本語能力試験のレベルが専門学校の入学基準に達していないため、ベトナム国内での学習継続や日本での専修学校の日本語別科で学習という選択肢を提示した。後者の日本語学校の学生については、卒業まで猶予があるため、本事業の連携企業であるALO JAPANが運用している専門学校情報サイトを提示した。メッセージの会話例を以下に提示する。



留学生別科希望者については、日本語能力向上の意向意図であったため、留学

生別科での学習意欲を確認後、留学生別科進学後の進路などの相談に応じた。

返信なしの 2 人については、返信がないため、本財団から追加のアプローチは行っていない。

第 3 項 利用者データ分析

本項では、本 Facebook ページにおける利用者である Facebook ページに「いいね！」または「フォロー」をしているファンのデータおよびその増減について分析していく。

①利用者データ

昨年度実証期間終了時の利用者の地域は以下の通りである。

ファンの総数は 4289 人、フォロワーは 4301 人となっていた。地域別では、ベトナムのハノイ市が一番多く、ホーチミン市が次ぐ結果となった。この 2 つの地域と 3 番目に多いタインホア省では大幅に人数の差があり、2 つの地域で全体の約 4 分の 1 程度占めていることがわかる。

	国			地域		
	ベトナム	日本	その他	ハノイ	ホーチミン	タインホア
ファン	4219	66	4	569	527	118
フォロワー	4229	68	4	571	527	118

※2018 年 2 月 28 日時点

以下の表は、今年度の実証期間（2018年12月10日～2月20日）におけるファンおよびフォロワーの地域である。データの数値は、各月の1週目と実証期間の終了日である2月20日（表では「終了時」と表記）時点のファン及びフォロワーの人数である。

		国			地域		
		ベトナム	日本	その他	ハノイ	ホーチミン	タインホア
ファン	12月	3773	329	45	429	572	94
	1月	3740	346	43	434	570	94
	2月	3706	350	45	416	552	91
	終了時	5182	354	42	496	659	132
フォロワー	12月	3785	333	46	429	572	94
	1月	3751	350	43	435	571	94
	2月	3717	353	45	418	553	91
	終了時	5196	356	42	498	662	132

昨年度の実証期間と今年度の実証期間では、ベトナム国内のファンが減少し、日本国内のファンが増えていることがわかる。今年度の実証開始時点でベトナムは446人減少したが、日本国内では263人増加している。日本国内で新しくファンになったユーザーもいるが、実証期間外である2018年3月から11月の

間にファンの一部が日本に留学していることも考えられる。実際にユーザーの推移として、日本国内の数値が7月には200人、9月には250人、11月には300人を超えており、新年度以降に増加している結果となった。

実証期間においては、2月8日からベトナム国内にターゲットを限定した広告を実施したことにより、2月～実証期間終了時の間にベトナムでファンが1476人、フォロワーが1479人増加している。地域では、ハノイ市とホーチミン市を合わせて約200人であり、様々な地域でファンが増加したとみられる。

今後の運用では、日本国内のファンが増加傾向のため、ベトナム国内のユーザーだけではなく、ファンである日本に留学してきた学生、主には専門学校に入学の可能性がある日本語学校の学生をターゲットとした投稿・コンテンツについても検討することが必要である。留学生のアクションを経由することにより、ベトナム国内の日本への留学または日本の文化に関心を持っているユーザーへの情報拡散がより効果的に行えるようになる。

次に、ファンの男女比である。本 Facebook ページにおけるファンの男女比について、昨年度実証期間終了時と今年度の実証期間の比較をしていく。

昨年度の男女比については以下の表の通りである。尚、35歳以上のファンの割合については、男女合計しても1%未満のため除外している。

	男			女		
	13-17才	18-24才	25-34才	13-17才	18-24才	25-34才
ファン	18%	17%	4%	30%	28%	4%

全体の男女比は39:61であり、男性よりも女性の方が多く状態となっていた。女性の「13-17才」と「18-24才」の2つの層で全体の約58%を占めていた。そのため、昨年度のイベントや投稿では、女性が関心を持ちやすい内容を中心に

実施した。

また、男性の同世代の割合も含めるとファンのうち約 93%が「13～24 才」のユーザーであることがわかる。(25 才以上を含めると 100%を超えるが、おそらく Facebook のインサイトの機能として統計の小数点が繰り上げられていることが原因である。)

今年度の実証開始時では、昨年度とは大きく年齢層が変化していることが以下の表でわかる。昨年度では男女ともに「13-17 才」が多かったが、今年度では、「18-24 才」が最も多い結果となった。2 月の時点で、女性の「18-24 才」の層で全体の 40%を占めるほどになった。昨年度から今年度までの期間で、ファンの入れ替わりが生じているの、男女ともに「17 才」のユーザーが多数存在したと推察する。

今年度の実証終了時では、2 月 8 日から 3 日間実施した広告により、割合が変化している。男女の比率はそれほど変化していないが、男女ともに「13-17 才」の層が 5%以上増加している。この変化から、広告が若い世代のファン獲得には効果的であったことがわかる。

		男			女		
		13-17	18-24	25-34	13-17	18-24	25-34
ファン	12 月	10%	23%	5%	17%	38%	6%
	1 月	9%	24%	5%	16%	39%	6%
	2 月	8%	24%	5%	15%	40%	6%
	終了時	13%	20%	5%	22%	33%	5%

②ファンの増減

Facebook のインサイトを活用することで、Facebook ページに「いいね！」をした場所や「いいね！」を取り消した場所を確認することができる。本項では、そのデータをもとに本 Facebook ページのファンの増減について分析していく。ここでは「合計いいね！」と「純いいね！」の2つについて述べていく。

(a) 「合計いいね！」の増減

まず、「合計いいね！」とはユーザーが Facebook ページに対して「いいね！」を行った総数である。つまり、本 Facebook ページが掲載した投稿や広告の活用などによって、ユーザーがページに「いいね！」をした数の合計となる。

昨年度実証期間終了時（2018年2月28日）における総数は、4241件であった。昨年度実証期間以降も Facebook ページによる投稿を続けて行ってきたが、今年度実証期間開始日（2018年12月10日）時点では4142件であり、約100件減少した状態での開始となった。

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
合計いいね！	4255	4291	4281	4248	4242	4223	4206	4175	4155	4149

「合計いいね！」を取り消したユーザーについては、正確な理由を把握することはできないが、昨年度実証期間時に実施したイベントやそれに付随する広告に関心を持ち「いいね！」を行ったユーザーが、イベントの終了に伴い、取り消した可能性もある。広告で追加されたファンについては、ページ自体への関心度が低く、自ら検索・発見して「いいね！」したユーザーと比較すると、ページとの関わりが少ないため「いいね！」を取り消してしまうことが多いとされる。

このようなファンたちに関心を持ち続けてもらうためには、定期的なイベン

トの開催や、普段の投稿に広告を付けることにより認知度を高め、Facebook ページとファンのエンゲージメントを向上させることが必要となる。

今年度の実証期間における「合計いいね！」数は、学習コンテンツおよびイベントを宣伝する広告の前段階では 4092 件と開始時に比べて 50 件減少していたが、実証期間終了時には 1491 件増加して、5583 件となった。

(b) 「純いいね！」の増減

「純いいね！」とは、Facebook ページに対して新しく「いいね！」をしたユーザーから「いいね！」の取り消しを行ったユーザーの数を引いた数字である。昨年度終了時から今年度開始日までの期間では「純いいね！」の数は 90 である。取り消しの数より新規の「いいね！」が多い結果となった。また、今年度の実証期間では 2 月の実施した広告の効果もあり 1431 となった。大幅に新規の「いいね！」が取り消しの数を上回る結果となった。

(c) 新しい「いいね！」の発生場所

インサイトでは、ユーザーが Facebook ページに対して「いいね！」を押した場所を管理者が閲覧できる。「いいね！」が押された場所については、「ページ」「ニュースフィード」「検索」「再開されたアカウントで復元された『いいね！』」「おすすめページ」「広告」「その他」の 7 項目ある。

- ・「ページ」：Facebook ページにアクセスした人による「いいね！」
- ・「ニュースフィード」：ユーザーが、ページが投稿したコンテンツやページに関するコンテンツをユーザー自身のニュースフィードで見た人からの「いいね！」
- ・「検索」：検索で Facebook ページまたは投稿を発見した人からの「いいね！」
- ・「再開されたアカウントで復元された『いいね！』」：Facebook プロフィール

ルを再開した人からの「いいね！」

- ・「おすすめページ」：おすすめページのリストから本 Facebook ページを発見した人からの「いいね！」
- ・「広告」：広告で本 Facebook ページまたは投稿を見た人からの「いいね！」
- ・「その他」：上記以外。Facebook による具体的な説明は無い。

(d)昨年度終了時から今年度の開始時までの「いいね！」発生場所

昨年度実証期間後から今年度の実証開始日までの期間および今年度の実証期間中の新しい「いいね！」の発生場所は以下の通りである。尚、表における 12 月の数値は、今年度の実証期間外である 12 月 1 日～9 日までの 9 日間である。

3 月では、昨年度実証期間で実施したイベントの効果もあり、1 か月で 93 件の新しい「いいね！」を獲得している。そのうち半数以上が「ページ」で行われている。50 人以上が本 Facebook ページにアクセスし、そのうえで「いいね！」をしたという結果になった。

また、10 月および 11 月には「検索」が 4 件ずつあり、本ページを Facebook 上で検索する人も出てきている。認知度が上がってきていることがうかがえる。広告については、実証期間外では実施していないため合計 0 件である。

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
ページ	53	14	5	3	5	4	6	9	12	2
ニュースフィード	25	3	5	7	1	5	8	9	4	3
検索	0	0	1	1	3	2	0	4	4	0
再開されたアカウントで復元された「いいね！」	1	0	2	0	0	0	3	0	1	1
おすすめページ	1	0	0	2	0	0	0	0	1	0
広告	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	13	6	2	2	2	1	0	0	1	0
合計	93	23	15	15	11	12	17	22	23	6

(e)今年度実証期間における「いいね！」の発生場所

今年度の実証期間である、2018年12月10日から2019年2月20日までの「いいね！」の発生場所において、特徴的なのは2月である。広告で1868件、「ページ」で51件の「いいね！」が発生している。イベントや学習コンテンツの実装により、ファンのページへの関心度の向上やアクションの増加に伴い、そのファンの友達である一般ユーザーへの拡散に繋がったことでこのような結果となったと考えられる。

	12月	1月	2月
ページ	4	14	51
ニュースフィード	0	3	1
検索	1	0	1
再開されたアカウントで復元された「いいね！」	2	0	2
おすすめページ	1	0	1
広告	0	0	1868
その他	1	6	2
合計	9	23	1926

(f) 「いいね！」 取り消し発生場所

インサイトの機能として、新規ファンの発生場所だけでなく、ファンであるユーザーが Facebook ページのファンをやめた理由についても確認することが可能である。理由として挙げられている項目は以下の 4 項目である。

- ・「不審なアカウントの削除」：Facebook 側が不審なユーザーのアカウントを削除
- ・「ページ、投稿、ニュースフィードでの「いいね！」 取り消し」：ユーザーが Facebook ページ、ページを行う投稿、ユーザーに出現するコンテンツを見て取り消す
- ・「停止されたアカウントまたは追悼アカウントの削除」：Facebook 側により停止されたアカウントまたは追悼アカウントの削除
- ・「その他」：上記以外

(g) 昨年度終了時から今年度の開始時までの「いいね！」 取り消し発生場所

昨年度実証期間後から今年度の実証開始日までの期間および今年度の実証期間中の「いいね！」の取り消し発生場所は以下の通りである。尚、前述のように 12 月の数値は、今年度の実証期間外である 12 月 1 日～9 日までの 9 日間である。取り消しの 4 月～11 月までの期間 10～20 件を推移しており、毎月 10 人以上は取り消していることが読み取れる。3 月については 32 件あるが、そのうちの 28 件が「不審なアカウントの削除」である。また、28 件うち 20 件が 3 月 15 日までに行われている。昨年度実証期間で行ったイベントへの関心から複数のアカウントを所有しているユーザーが Facebook の運営によって、アカウントを削除されたものと推察する。

	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
不審なアカウントの削除	28	7	5	3	4	1	3	3	2	0
ページ、投稿、ニュース フィードでの「いいね！」 取り消し	2	1	9	4	8	6	7	5	2	3
停止されたアカウントまた は追悼アカウントの削除	2	6	6	1	2	3	4	6	7	1
その他	0	0	0	3	0	0	0	0	1	0
合計	32	14	20	11	14	10	14	14	12	4

(h)今年度実証期間における「いいね！」の取り消し発生場所

新しい「いいね！」の発生場所と同じように、2月の広告期間で取り消しが多くなっている。その中でも「不審なアカウントの削除」が際立っている。2月の「不審なアカウントの削除」490件のうち、485件が広告期間中である。広告では新しいファンは多く獲得できるが、その中には、不審なアカウントが紛れていることがわかる。

	12月	1月	2月
不審なアカウントの削除	1	2	490
ページ、投稿、ニュース フィードでの「いいね！」 取り消し	0	7	19
停止されたアカウントまた は追悼アカウントの削除	2	4	2
その他	0	0	0
合計	3	13	511

第4項 広告分析

今年度の実証期間において、合計5件の広告を実施した。内訳としては、投稿に関するもの1回、学習コンテンツの告知1回、ページ自体の広告1回、イベント告知2回である。

投稿に関する広告の内容は、専門学校を卒業した際の進路についてである。専門学校への入学までは様々な情報はあつたものの、その後の就職を含めた進路については情報が不足しているため、投稿を作成し、ページのファンをターゲットとした。

学習コンテンツの宣伝については、学習コンテンツを実装後、サイトを宣伝する投稿に広告をつける方法でページのファンに対して実施した。5日間の期間で2157リーチ、130の「いいね!」、97のリンクのクリック数を獲得した。

ページの広告については、イベントの実施直前の2月8日～11日までの期間でベトナム全域の「日本語能力試験、日本料理、Japan Study 日本留学、日本の歴史または日本」に興味・関心がある一般ユーザーに対して実施した。結果として、31584のリーチと1964の「いいね!」を得ることができた。昨年度実証期間のページ広告では合計2回、10日間で46725のリーチと3759の「いいね!」獲得であったため、今年度の広告の方が効果的であった。また、より若い世代のファン増加を目的として、対象の年齢を15才以上に広げて実施した。その結果、「13-17才」の層が広告前と比較して男女ともに5%以上増加し、若い世代のファン獲得に成功した。

イベントの告知は、イベントの開始日である2月12日から17日まで、イベント終了直前の19日～20日までの合計2回実施した。合計128の「リンクのクリック」を獲得している。つまり、128ユーザーがイベントページにアクセスしているということになる。

本年度の広告では、ページ広告以外の 4 つの広告においてターゲットを「ページのファン」に設定した。ターゲットを「ページのファン」の設定した理由としては、普段の投稿ではエンゲージメントが低く、あまり投稿が表示されない層のユーザーにも情報が届くようにし、エンゲージメントを高めることでその後の投稿のリーチが伸びるようにするためである。広告後のリーチ数については、広告④「イベントの告知」の次の投稿で 600 を超えるリーチ数が出たが、内容がベトナムの旧正月（テト）に関するものであったため、広告の効果でリーチ数が伸びたかは明確ではない。その他の広告後の投稿ではリーチ数にそれほど変化がなかった。

また、広告を実施している期間中の投稿については、実施していない時期に比べて少々リーチ数が減少していた。来年度以降検証していくことが必要である。

・ 広告一覧表

	広告①	広告②	広告③	広告④	広告⑤
内容	卒業後の選択について	教育コンテンツの宣伝	ページ広告	イベント告知	イベント告知
日程	2018/12/13～2/15	2019/1/29～2/3	2/8～2/11	2/12～2/17	2/19～2/20
日数	2日間	5日間	3日間	5日間	1日間
場所／年齢	ベトナム／18～65+	ベトナム・日本／18～65+	ベトナム／15～65+	ベトナム／18～65+	ベトナム／18～65+
ターゲット	ページのファン	ページのファン	趣味・関心： 日本語能力試験、日本料理、Japan Study 日本留学、日本の歴史または日本	ページのファン	ページのファン
リーチ数	1471	2157	31584	2213	2007
いいね数／ エンゲージメント	88 (いいね数)	97 (リンクのクリック)	1964 (いいね数)	109 (リンクのクリック)	19 (リンクのクリック)
比率 (男：女)	38.6 : 61.4	36.9 : 63.1	43.8 : 56.2	39.4 : 60.6	39.8 : 60.2

第2節 情報の拡充

本節では、昨年度構築した Facebook ページ「JES - Thông tin về trường dạy nghề Senmon Gakko -」に対して行った拡充について述べる。

昨年度の構築においては、Facebook ページ上での基本的なプラットフォームの整備や投稿及びファン獲得のためのイベントに重点を置いた。今年度はさらに専修学校への留学を喚起するための情報を発信することを念頭に置いた結果、昨年度より多くの専門学校情報を提供するための取り組みを行った。また、専門学校への留学及びその後の日本での就職を検討している Facebook ページのファンのために、日本での職業キャリアや日本の歴史、日本文化について学習することができるコンテンツも構築した。本節の第1項では専門学校情報に関する取り組みに関して、第2項ではコンテンツに関して説明する。

第1項 専門学校情報の拡充

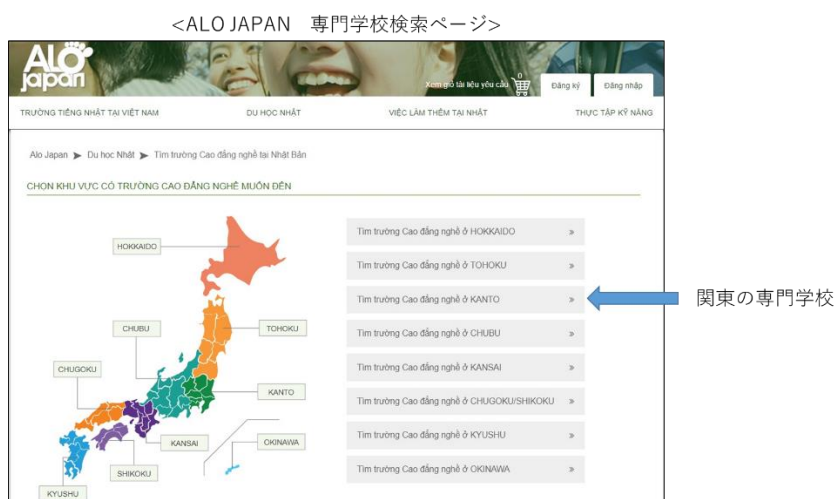
昨年度の取り組みにおいては、本事業の委員を務める専門学校及び本事業の趣旨に賛同していただいた一部の学校のみをベトナム語化して提供していた。しかし、専門学校への留学を検討しているベトナム人学生の希望の地域や分野にマッチした学校の情報を提供するためには、より多くの学校情報を提供する必要があった。したがって、本年度は専門学校情報の充実を図るための取り組みを行うこととした。

学校情報を得る際、最も有用なのは学校の WEB サイトであるが、多くの学校の WEB サイトはまだ日本語以外の言語に対応していない。外国語版の WEB サイトがあったとしても英語や中国語程度であり、ベトナム語で情報を発信している学校は限られている。さらに、学校 WEB サイトの日本語は基本的に日本人

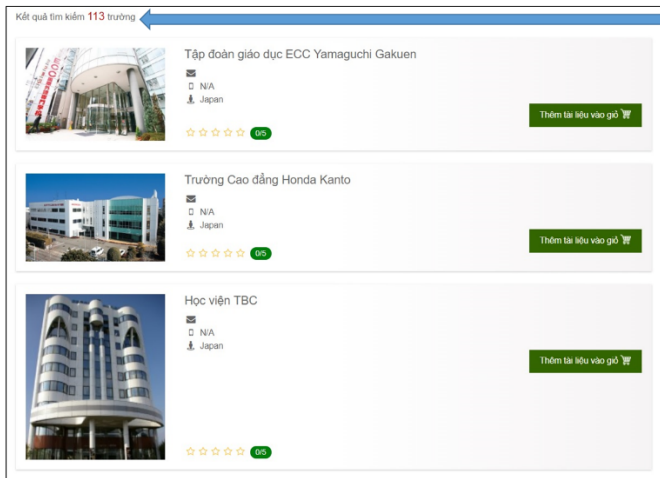
向けに書かれているため、まだ日本語能力がそれほど高くない外国人にとっては非常に難解であることが予想される。したがって、専門学校のWEBサイトへのリンクを貼るだけでは、本 Facebook ページのファンには不十分である可能性が高い。

以上の理由から、本年度は日本留学情報を発信している在ベトナム企業である ALO JAPAN (<https://alojapan.vn/>) と連携し、そのWEBサイト上で公開されているベトナム語の専門学校の情報を利用することとした。連携方法としては、本 Facebook ページにおいて ALO JAPAN と WEB サイトを紹介する記事を投稿することでファンに認知してもらうという方法を採用した。さらに、その投稿をタイムライン上部に固定することで本ページにアクセスすればいつでも ALO JAPAN の WEB サイトへのリンクが確認でき、専門学校情報を検索することが可能になっている。

ALO JAPAN の WEB サイトでの専門学校情報を検索するには、まず地域を定める。その後、選んだ地域にある専門学校の一覧が表示されるため、それらの中から興味をひく学校をクリックすると学校の情報を見ることができる。



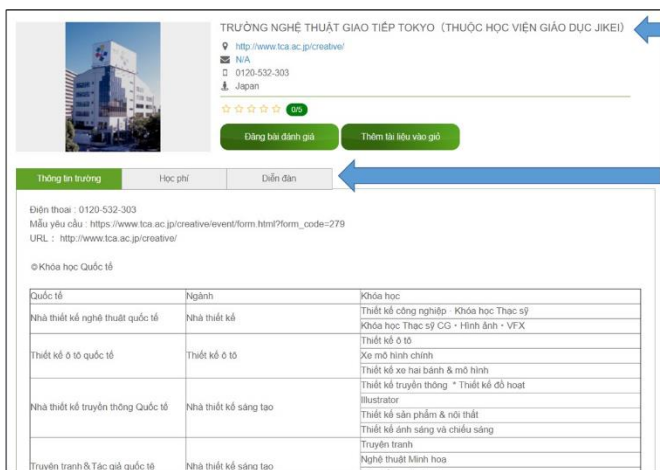
<ALO JAPAN 専門学校検索結果ページ>



検索結果113校

専門学校

<ALO JAPAN 専門学校情報ページ>



東京コミュニケーション
アート専門学校
(滋慶学園グループ)

学校情報/学費/フォーラム

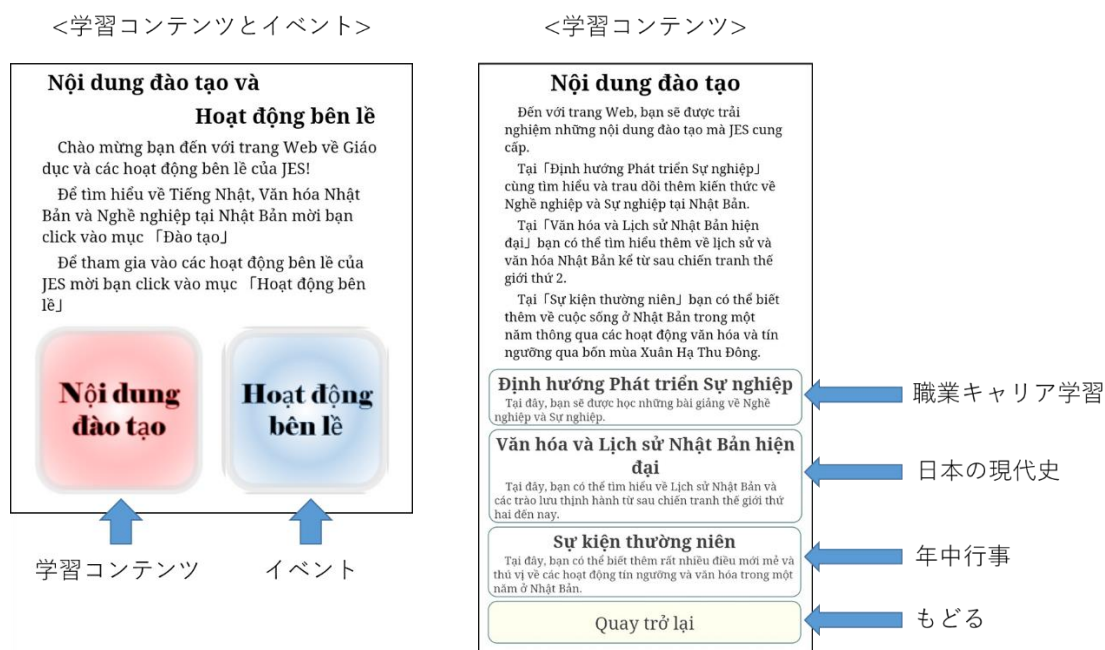
学科・コース等情報

第2項 学習コンテンツの実装

本 Facebook ページは専門学校情報を発信することを主な目的としているが、併せて日本文化に関わる情報も継続的に投稿しており好評を得ている。また、専門学校での学習内容は職業に密接に関わっていることから、日本の職業やキャリアに関する情報も適宜投稿してきた。このような内容のコンテンツを提供することで、実際にはまだ専門学校を含めた日本留学に関してそれほど強い意欲を持っていない層のファンに対しても日本や日本での仕事・キャリアに関して

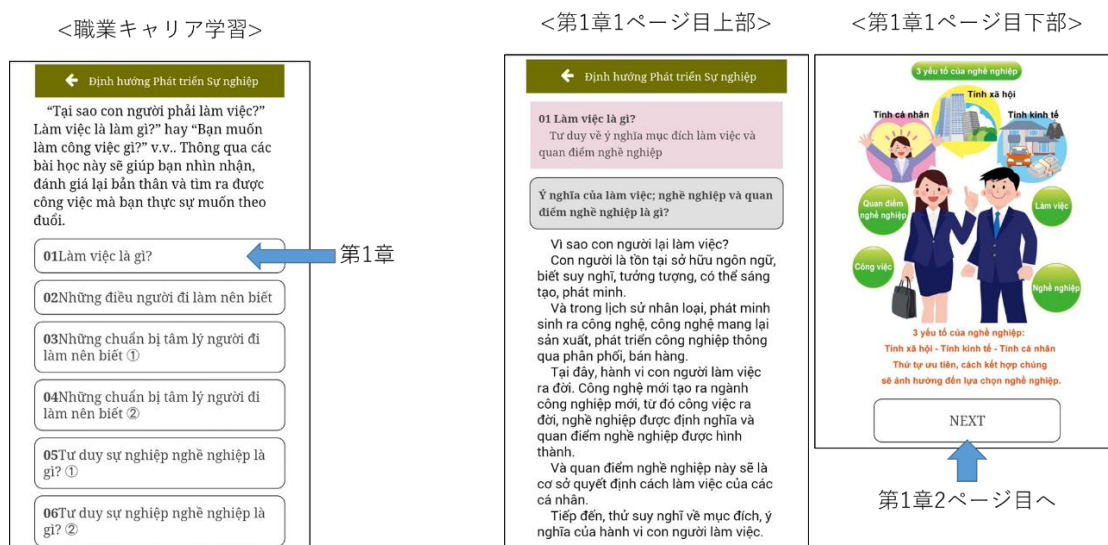
知り、関心を深めてもらうことを意図し今年度の取り組みとして学習コンテンツを構築、実装した。

学習コンテンツ（Nội dung đào tạo）は「職業キャリア学習（Định hướng Phát triển Sự nghiệp）」、「日本の現代史（Văn hóa và Lịch sử Nhật Bản hiện đại）」、「年中行事（Sự kiện thường niên）」の3つからなる。左下の図は特設WEBサイト「学習コンテンツとイベント」（www.jei.ne.jp/gkaigo/）である。ページの左側のアイコンを選択することで右下図の「学習コンテンツ」のページに行くことができ、右側のアイコンは後述する「イベント」のページへと誘導する。



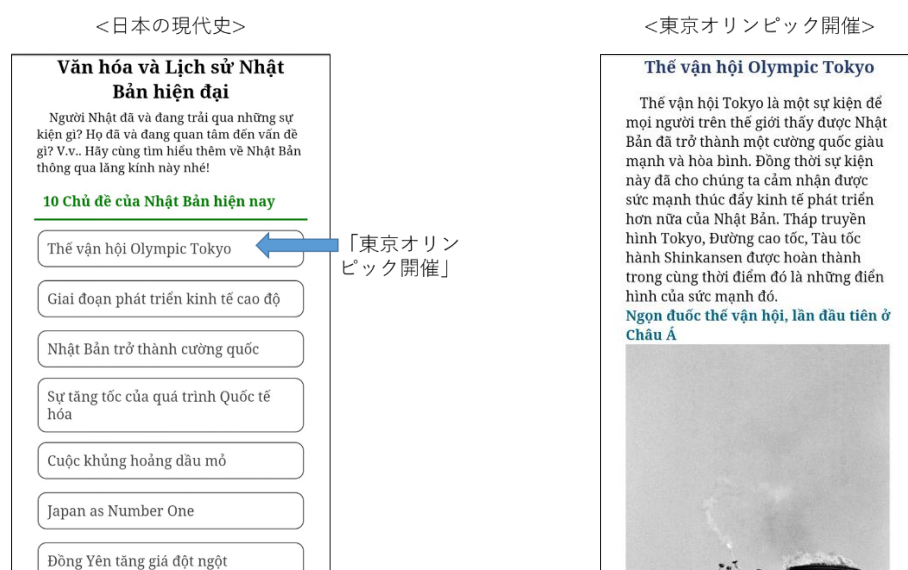
学習コンテンツのホームではアイコンが4つあり、上からそれぞれ「職業キャリア学習」、「日本の現代史」、「年中行事」、「もどる」となっている。それぞれクリックすることで、上3つはその学習コンテンツのページへ行くことになり、一番下の「もどる」をクリックすると「学習コンテンツとイベント」ページへもどることとなる。

「職業キャリア学習」では、日本における就職とキャリア形成について学習する内容を提供している。「なぜ働くのか?」、「どんな仕事をしたいか?」、「働くとはどういうことなのか?」などについて考えることによって働くということ自体への意識を高めるとともに、仕事・職業と直結した日本の専門学校への興味を喚起することを目的としている。この教材は、本事業において連携している一般社団法人大阪府専修学校各種学校連合会にご協力いただき、『高等学校キャリア教育支援プログラム 職業キャリア学習』にアレンジを加えベトナム語訳したものである。全部で10章から構成されており、章のテーマに関する内容が3ページにわたって述べられている。



次に、「日本の現代史」は第二次世界大戦後から現在までの日本の歴史と流行を勉強することができるコンテンツとなっている。現代の日本人がどのような社会変化や歴史的な事件を経験し、どのようなことに興味を持ってきたのかを知ることによって、より日本に関する知識を深めてもらうことが本コンテンツの目的である。このコンテンツは本事業の趣旨にご賛同いただいた学校法人宮崎総合学院の教材『外国人介護福祉士候補者向け日本の高齢者を知る教育プロ

グラム「現代日本のトピック 10」「団塊世代のライフスタイル 10」』をベトナム語へと翻訳したものである。内容は日本の歴史的な事柄について述べられた 10 章と日本のブームや生活スタイルの変化について記されたものが 10 章の計 20 章から構成されている。



そして、「年中行事」は日本の一年間の行事や祝祭日について学習することができるコンテンツである。留学や就職をして日本で生活する際に知っている役に立つ日本の年中行事とその背景にある文化について解説することで、ベトナムとの相違点と類似点を知り、より日本についての知見を広げてもらうことが本コンテンツを実装した理由である。このコンテンツについては、連携機関である学校法人新井学園赤門会日本語学校による外国人日本語学習者の介護分野への就業を促進する教育プログラム用教材『日本文化「日本の年中行事」』をベトナム語訳することで作成した。全部で 20 講から構成されており、1 つの講につき 1 つの行事や祝祭日がテーマとして扱われている。1 つのテーマに対してそれぞれ 3 つのサブテーマが用意されており、それを読むことによって深く日本

の年中行事について知ることができる。なお、本コンテンツはベトナム語と日本語を切り替えることができるようになっており、日本語学習者は振り仮名付きの原文を読むことができる。

<年中行事>

Sự kiện thường niên

Từ đó nhận ra các điểm giống và khác nhau về văn hóa giữa hai nước. Thật thú vị phải không các bạn?

Tiếng Việt

Tết Nhật Bản

← 「正月」

Lễ Thành nhân

Lễ Tiết Phân

Ngày quốc khánh Nhật Bản

Lễ hội búp bê

Ngày Xuân phân

Ngày Showa

Ngày Kỷ niệm Hiến pháp

Ngày Tết búp bê

< 「正月」 ベトナム語 >

Tết Nhật Bản

Tháng Tết - Shogatsu (tháng 1), là tháng chúc mừng sự khởi đầu của một năm mới. Ngày đầu tháng này - ngày 1/1 gọi là **Ganjitsu** và được coi là **ngày nghỉ lễ quốc gia**. Từ Ganjitsu đến ngày 3/1, nhiều người có thói quen đi lễ đền, chùa để tạ ơn Thần Phật và cầu may mắn. Tập quán này gọi là **Hatsumode** (Đi lễ đầu năm). Vào ngày Tết, trẻ con háo hức chờ nhận **tiền mừng tuổi** từ ông bà, cha mẹ và thích các **trò chơi Tết** như **thả diều, đánh cầu lông truyền thống** hay **quay gũ**... Từ ngày 1 đến ngày 3/1 gọi là **Sanganichi** (3 ngày Tết), tại nhiều gia đình tổ chức ăn cỗ **Osechi Ryori** (món ăn ngày Tết), thời gian này họ được nghỉ làm



< 「正月」 日本語 >

Tết Nhật Bản

しょうがつ かつ
正月 (1月)
あたら とし けし
は、新しい年の始
まりを祝う月で
す。そして、この
つま さいよ ひ
月の最初の日であ
る 1月1日を元日
がつひだち ほんじつ
と言ひ、元日は
い かんじつ
こくおん、しよくひつ
国民の祝日です。
かんじつ いちがつ
この元日から1月
あひだ おお
3日までの間、多
くの人が神社や寺に行き、神仏に感謝し
たり幸運を祈願したりします。これを
はつもうで
初詣と言ひます。また、子供は、親や
おふく など おじおば なら
祖父母等からお年玉を貰うことを楽しみ
たの
にし、**風揚げ・羽根突き・独楽回し**等の
しょうがつあそび
正月遊びに興じたりします。この1～
あひだ おん こと い おお かけい
3日を**三が日**と言ひ、多くの家庭では、



第3節 イベント

本節では、今年度 Facebook ページ上で行ったイベントについて述べる。第1項では今年度のイベントの概要について記す。第2項では「日本語能力診断」、第3項では「SPI 体験」という今年度のイベントのコンテンツについての説明を行う。

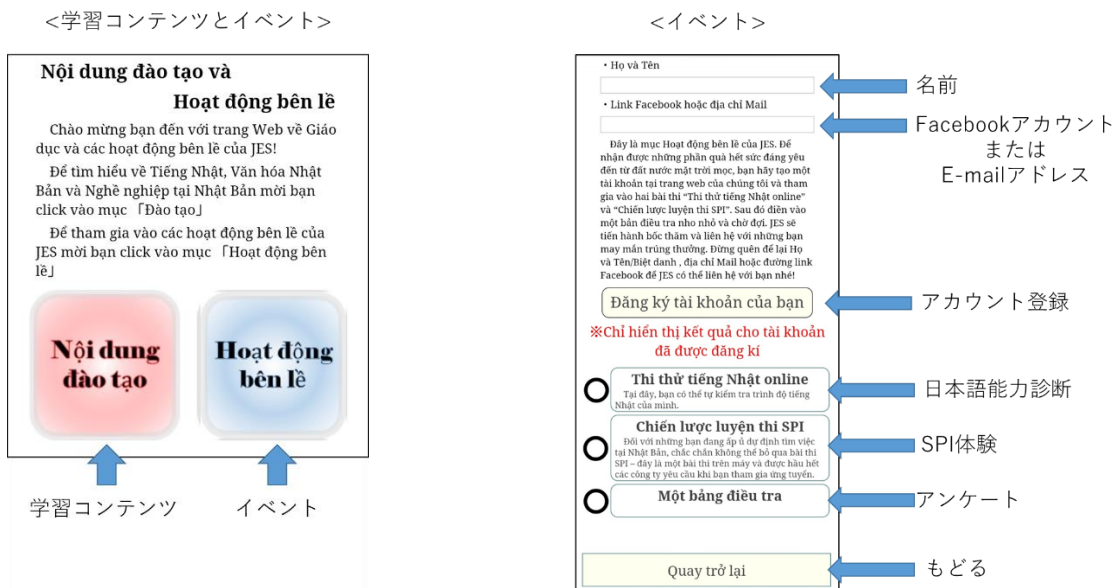
第1項 イベント概要

昨年度においては、ファン参加型の投票及び投稿イベントを実施した。そこでは非常に多くの参加者を集め、結果としてさらに多くのファンを獲得することにつながった。これは、日本食や景色といった文化的側面を前面に出すことによって、それほど日本留学や日本での就職に強い関心を抱いていない層にも波及させるという狙いが成功したためである。そこで今年度は趣向を変え、日本語を既に学び始めており、日本での就職を多少なりとも意識しているファンをメインターゲットとした問題体験型のイベントを、平成31年2月12日から2月20日までの短期間で試験的に実施することとした。今年度のイベントはターゲットを絞ったテストとしての位置づけであるため、ファン獲得のための大規模なイベントではない。したがって、イベント期間中 Facebook ページでは投稿で告知を2日間行っただけであり、幅広い Facebook ユーザーに拡散されるようなイベントに関する広告は使用していない。

ただし、日本への留学を真剣に検討しているファン層を増やすために、既存の Facebook ページのファン以外にもアプローチは行うこととした。昨年度の協力校は主に在ベトナムの大学であったが、今年度はより専門学校留学を検討している学生が多いと思われる在ベトナムの日本語学校に協力をいただき、学生へ

の宣伝をお願いした。併せて、イベントの開催前に本 Facebook ページを宣伝する広告を展開し、新規ファンを募った。

イベントへの参加方法であるが、本章第2節で紹介した「学習コンテンツとイベント」ページにアクセスし、右下にある「イベント」アイコンをクリックするとイベントページへ移動できる。そこで、ファンは自身の名前（本名である必要はなし）と Facebook アカウントまたは e-mail アドレスを入力しアカウントを作成する。イベントページには3種類のクイズ形式の問題と1つのアンケートが用意されており、そのすべてに回答することで本イベントに参加したこととなる。クイズ形式の問題は「日本語能力診断」と「SPI 体験」であり、それらの内容についてはそれぞれ本節第2項及び第3項にて詳細に説明する。なお、アンケートについては、次節において結果と共に記述する。



第2項 日本語能力診断

1つ目のクイズ形式の問題として「日本語能力診断」を作成した。この問題は

15 問の多肢選択式日本語問題から構成されており、正解した数によって回答者の日本語能力の目安を測定することができるようになっている。入門レベルからビジネスレベルまでの問題が用意しており、問題を進めるごとに難易度が上がっていく。

表示された問題を読み 4 択の中から回答すると正答が表示され、その後次の問題に進むという流れをとる。15 問全ての問題を終わると結果画面が表示されるので、自身の日本語能力がどのくらいのレベルにあるのかを画面上にある目安表と比較して把握することが可能になっている。診断される回答者のレベルは、日本語能力試験のレベルをもとにした「N5 未満」、「N5」、「N4」、「N3」、「N2」とそれ以上となる「ビジネスレベル」となっている。

15 点満点中イベント参加者結果は、平均 7.83 点、中央値 9.5 点、最高 15 点、最低 0 点であった。

<日本語問題>

Thi thử tiếng Nhật online

Và nhớ dùng tra từ điển hoặc sử dụng tài liệu để kết quả có thể được đánh giá một cách chính xác nhất nhé!

(2/15)

彼女は 日本語が じょうずです。 ← 問題

Hãy chọn 1 đáp án đúng nhất trong số các đáp án dưới đây.

a	上手
b	下手
c	手上
d	手下

} 選択肢



第 3 項 SPI 体験

2 つ目のクイズ形式の問題として「SPI 体験」を用意した。留学生が日本で就職活動を行う際、日本人と同じプロセスを経ての採用を目指す場合には、リクルートマネジメントソリューションズが提供する適性検査である SPI 総合検査を受けることが想定される。そこで、日本での就職を検討している本 Facebook ページのファンが、簡単に SPI の体験版を試すことができるように、この「SPI 体験」を提供した。問題は全部で 10 問から構成されており、日本語初心者でも理解し挑戦できるよう問題文、回答選択肢、解答解説のすべてがベトナム語で書か

れている。また、SPIの問題は通常「言語系」と「非言語系」の問題に分けられるが、「言語系」の問題は日本語のネイティブとしての知識を前提としているため、「非言語系」の問題のみを用意している。

問題は実際のSPIと同様に4択または5択の多肢選択式であり、回答者が1つの選択肢を選んでクリックすると、解答解説画面へと移る。10問全てを終えると、結果画面が表示される。このクイズ形式問題は、ベトナム語で書かれた「非言語系」問題に限定されていることから分かる通りあくまでも「体験版」である。したがって、正解数を目安とした合格・不合格の判定やレベル判定などは行わない。

10点満点中イベント参加者の結果は、平均4.25点、中央値5点、最高10点、最低0点であった。

<SPI問題>

Chiến lược luyện thi SPI
Kể cả những bạn không có ý định tìm việc tại Nhật Bản cũng nên dành chút thời gian để kiểm tra học lực của mình thông qua những câu hỏi thử vị của JES.

(5/10)

Có 10g muối, để pha dung dịch nước muối ăn nồng độ 5% thì cần bao nhiêu g nước?

A	50g
B	90g
C	100g
D	190g
E	200g
F	210g

← 問題

} 選択肢

<正解した画面>

Chiến lược luyện thi SPI
 Kể cả những bạn không có ý định tìm việc tại Nhật Bản cũng nên dành chút thời gian để kiến tạo học tập của mình thông qua những câu hỏi thú vị của JES.

(5/10)

Có 10g muối, để pha dung dịch nước muối ăn nồng độ 5% thì cần bao nhiêu g nước?

[Đáp án]D. 190g
 Nồng độ dung dịch nước muối ăn là tỷ lệ muối hòa tan trong tổng khối lượng dung dịch nước muối, thể hiện bằng tỷ lệ phần trăm. Nồng độ này được tính bằng công thức sau:
 $Nồng\ độ(\%) = \frac{Lượng\ muối\ (mg)}{Lượng\ dung\ dịch\ nước\ muối\ (mg)} \times 100$
 Cần nghĩ xem khi 10g muối ăn trở thành 5% của toàn bộ dung dịch nước muối ăn thì lúc đó khối lượng dung dịch nước muối ăn sẽ là bao nhiêu g. Gọi khối lượng dung dịch nước muối ăn là S(g), vì nồng độ là 5% nên suy ra:
 $5 = 10 : S \times 100$
 Từ đó tính ra $S = 10 : 5 \times 100 = 200(g)$
 Tuy nhiên, khối lượng này có chứa 10g muối ăn, nên khối lượng nước sẽ là $200 - 10 = 190(g)$.

Chọn : D
 190g

Chính xác

Chính xác : D
 190g

NEXT

解答解説

→ 選んだ選択肢
 → 正解
 → 正しい選択肢

<不正解だった画面>

Chiến lược luyện thi SPI
 Kể cả những bạn không có ý định tìm việc tại Nhật Bản cũng nên dành chút thời gian để kiến tạo học tập của mình thông qua những câu hỏi thú vị của JES.

(5/10)

Có 10g muối, để pha dung dịch nước muối ăn nồng độ 5% thì cần bao nhiêu g nước?

[Đáp án]D. 190g
 Nồng độ dung dịch nước muối ăn là tỷ lệ muối hòa tan trong tổng khối lượng dung dịch nước muối, thể hiện bằng tỷ lệ phần trăm. Nồng độ này được tính bằng công thức sau:
 $Nồng\ độ(\%) = \frac{Lượng\ muối\ (mg)}{Lượng\ dung\ dịch\ nước\ muối\ (mg)} \times 100$
 Cần nghĩ xem khi 10g muối ăn trở thành 5% của toàn bộ dung dịch nước muối ăn thì lúc đó khối lượng dung dịch nước muối ăn sẽ là bao nhiêu g. Gọi khối lượng dung dịch nước muối ăn là S(g), vì nồng độ là 5% nên suy ra:
 $5 = 10 : S \times 100$
 Từ đó tính ra $S = 10 : 5 \times 100 = 200(g)$
 Tuy nhiên, khối lượng này có chứa 10g muối ăn, nên khối lượng nước sẽ là $200 - 10 = 190(g)$.

Chọn : A
 50g

Không chính xác

Chính xác : D
 190g

NEXT

解答解説

→ 選んだ選択肢
 → 不正解
 → 正しい選択肢

<結果画面>

Chiến lược luyện thi SPI
 Chúc mừng bạn đã hoàn thành bài thi !!
 Số điểm của bạn là...

6 / 10

Quay trở lại

← 結果

← もどる

第4節 Facebook ページのファンと協力校からのフィードバック

本節では、本 Facebook ページに対するフィードバックについて整理し提示する。このフィードバックは、その結果から継続すべきいい点と改善すべき点及び課題点を割り出し、来年度の運用における指針の参考とするために行われたものである。第1項では本 Facebook ページのファンに対して行ったアンケートの結果を提示する。第2項では本事業の趣旨に賛同しご協力をいただいた在ベトナム日本語学校からいただいたフィードバックについてまとめを行なっている。

第1項 Facebook ページのファンへのアンケートと結果

本 Facebook ページは昨年度の構築以来、1年以上継続的な運用を続けてきた。その中では専門学校情報、日本文化情報、日本留学に関する情報、日本での職業やキャリアに関する情報、日本語に関わる情報などをニュースフィードに投稿してきた。さらには、学習コンテンツの提供、イベントの開催、メッセージやコメントへの対応を通して、日本に一定の興味があるベトナムの方々に対して日本留学と日本語学習への興味を喚起できるよう努めてきた。そこで、運用2年目となり一定の実績を残してきた本 Facebook ページに対して、ファンがどのような意見を持っているのかについてフィードバックを得ることで、来年度の運用方針の参考とするためアンケートを行った。

アンケート実施方法は、前章で述べた通り Facebook ページを利用したイベントである。イベントページの「アンケート」のアイコンをクリックすることでアンケート画面に移動することができる。

<イベント>

• Họ và Tên

• Link Facebook hoặc địa chỉ Mail

Đây là mục Hoạt động bên lề của JES. Để nhận được những phần quà hết sức đáng yêu đến từ đất nước mặt trời mọc, bạn hãy tạo một tài khoản tại trang web của chúng tôi và tham gia vào hai bài thi "Thi thử tiếng Nhật online" và "Chiến lược luyện thi SPI". Sau đó điền vào một bản điều tra nhỏ nhỏ và chờ đợi. JES sẽ tiến hành bốc thăm và liên hệ với những bạn may mắn trúng thưởng. Đừng quên để lại Họ và Tên/Biệt danh, địa chỉ Mail hoặc đường link Facebook để JES có thể liên hệ với bạn nhé!

Đăng ký tài khoản của bạn

***Chỉ hiển thị kết quả cho tài khoản đã được đăng kí**

Thi thử tiếng Nhật online
Tại đây, bạn có thể tự kiểm tra trình độ tiếng Nhật của mình.

Chiến lược luyện thi SPI
Đâu với những bài đăng áp ú để định tâm việc tại Nhật Bản, chắc chắn không thể bỏ qua bài thi SPI - đây là một bài thi trên máy và được hầu hết các công ty yêu cầu khi bạn tham gia ứng tuyển.

Một bảng điều tra

Quay trở lại

<アンケート画面>

Một bảng điều tra

Đây là mục Hoạt động bên lề của JES. Để nhận được những phần quà hết sức đáng yêu đến từ đất nước mặt trời mọc, bạn hãy tạo một tài khoản tại trang web của chúng tôi và tham gia vào hai bài thi "Thi thử tiếng Nhật online" và "Chiến lược luyện thi SPI". Sau đó điền vào một bản điều tra nhỏ nhỏ và chờ đợi. JES sẽ tiến hành bốc thăm và liên hệ với những bạn may mắn trúng thưởng. Đừng quên để lại Họ và Tên/Biệt danh, địa chỉ Mail hoặc đường link Facebook để JES có thể liên hệ với bạn nhé!

Bảng khảo sát Fan của JES

1. Bạn biết đến trang Facebook của JES thông qua phương tiện nào? Vui lòng điền thông tin chi tiết nếu bạn chọn "E. Khác ()"

A. Tự tìm kiếm

B. Thông qua bài chia sẻ của bạn bè/ người quen

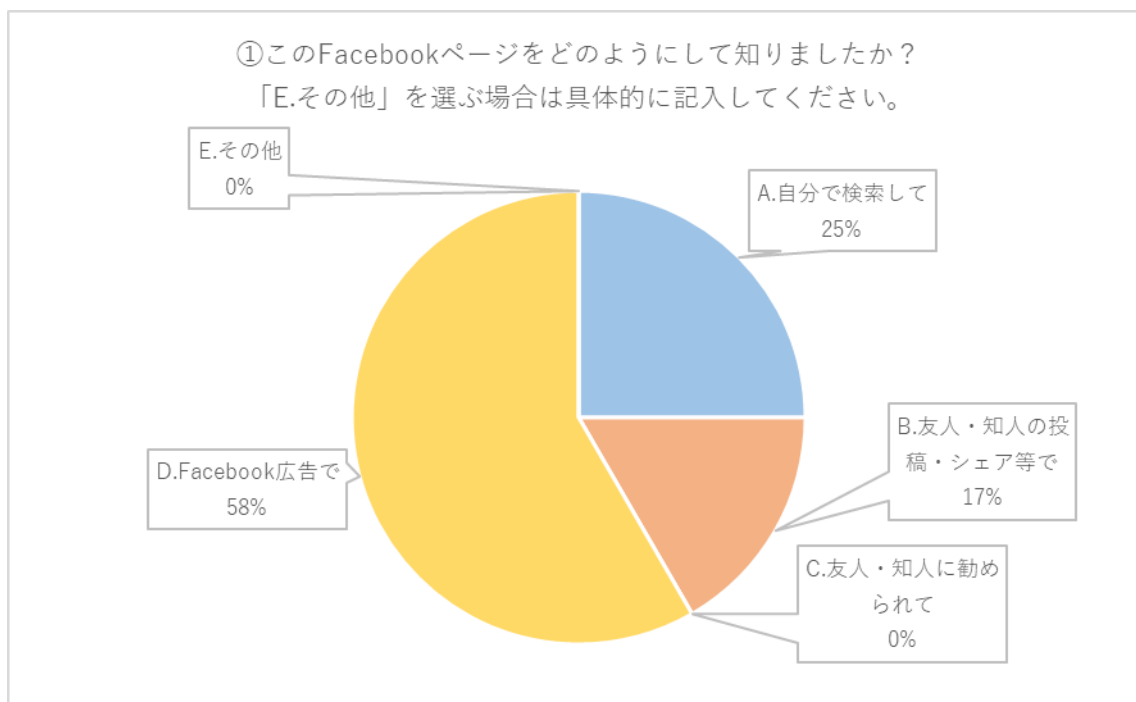
C. Được bạn bè/ người quen giới thiệu

D. Quảng cáo

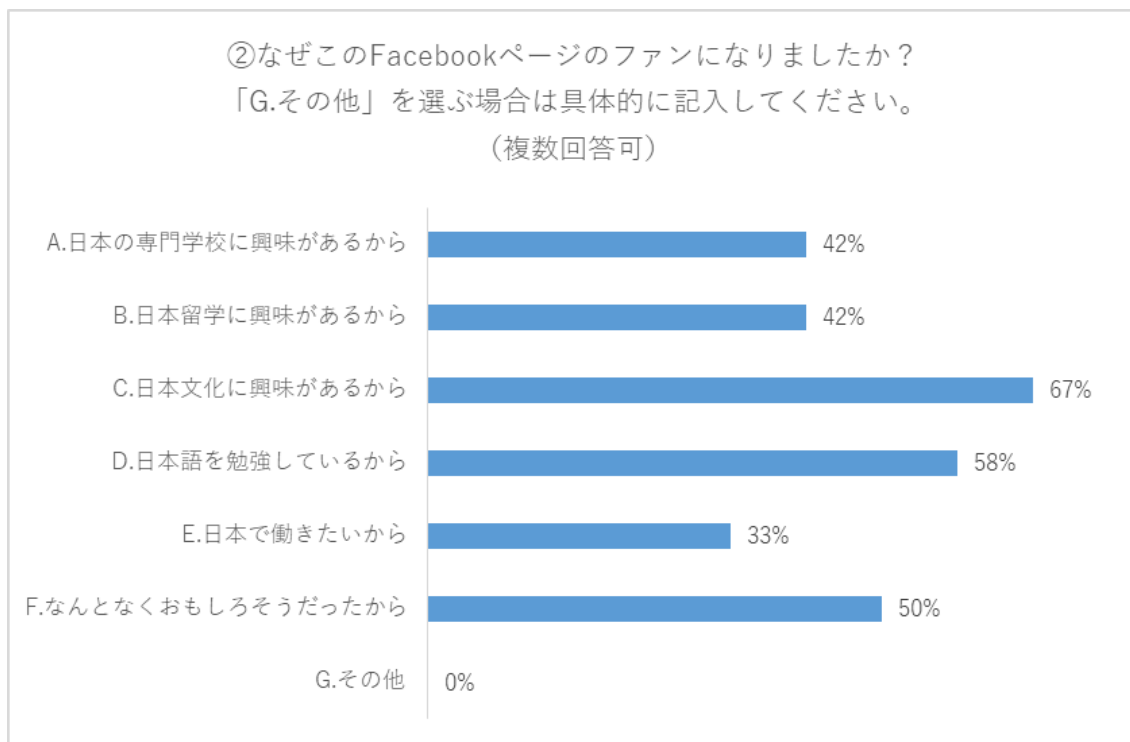
E. Khác

アンケートは全5問から構成されており、「本 Facebook ページをどのように知ったか」、「本 Facebook ページのファンになった理由」、「本 Facebook ページの満足点」、「本 Facebook ページへの不満」、「その他の意見の自由記入」というテーマをファンに対して質問している。以下にその結果を提示する。

まず、本 Facebook ページをどのように知ったかという質問に対して、半数以上が「Facebook 広告で」と答えている。残りは「自分で検索して」か「友人・知人の投稿・シェア等で」と答えている。本ページのファンは広告で集めた層がかなりの割合を占めていることが予想されるが、アンケートや投稿へのリアクションといった行動を起こしてくれるのはオーガニックなファンが中心となりやすい。このような、自分で日本に関係する Facebook ページを検索して本ページに「いいね」を押したか、友人・知人のニュースフィードを見て本ページを知り「いいね」を押したようなオーガニックなファンを増やすことが、Facebook ページの運営では重要なことである。



次に本ページのファンになった理由について複数選択可の質問をした。最も多い回答は「日本文化に興味があるから」であり、実に3分の2の回答者が選択している。本ページは日本文化に関わる内容の投稿も多く行っているため、このような層のファンに対して有用なページであると言える。また、半数以上が「日本語を勉強しているから」と答えている。さらに半数近くが「日本の専門学校に興味があるから」、「日本に留学したいから」と回答している。興味深いことに、半数が「なんとなく面白そうだから」を選んでおり、本ページが面白い情報を提供してくれることを期待してファンになったものも多いことが想定される。

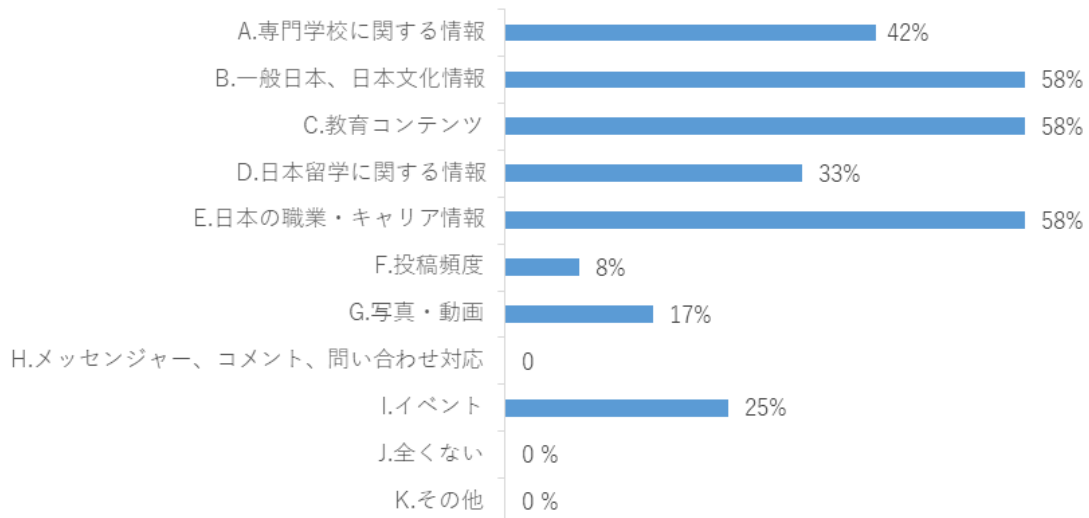


つづいて本ページについて満足している点と不満な点について質問した。半数以上が「一般日本、日本文化情報」、「日本の職業・キャリア情報」に満足であると回答しており、本ページが継続的に投稿している内容に満足しているファンが少なくないことが予想される。また、「教育コンテンツ」についても満足していると答えた割合が半数を超えた。「専門学校に関する情報」に満足であると答えた割合は半数を切っており、不満だという意見は少ないが少し改善をするべき点だと考えられる。そして、半分以上の回答者が不満な点が「全くない」と答えており、本ページに対してはかなり好意的な印象を持っているファンが多いであろうことを示唆している。

③このFacebookページの満足できる点は何だと思えますか。

「K.その他」を選ぶ場合は具体的に記入してください。

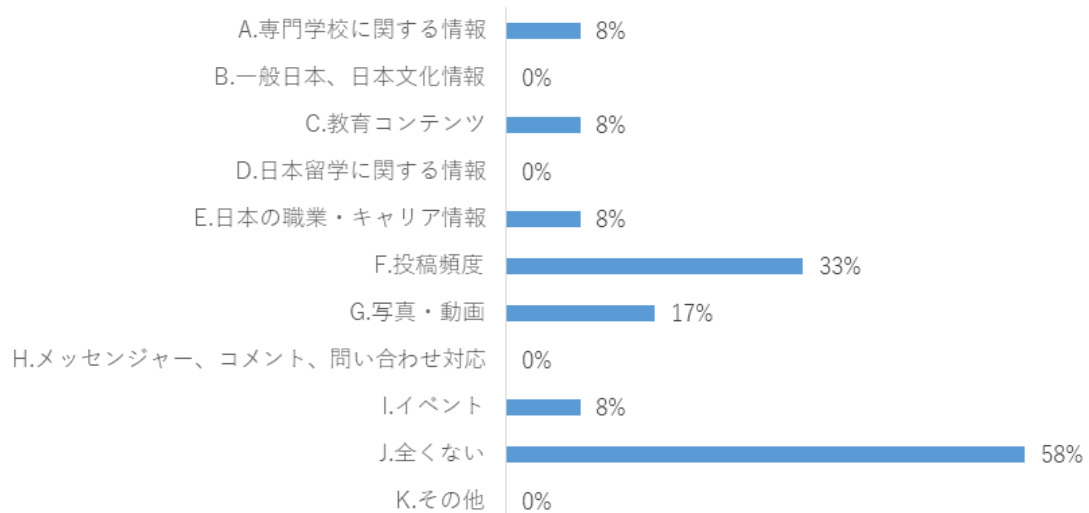
(複数回答可)



④このFacebookページの不満な点は何だと思えますか。

「K.その他」を選ぶ場合は具体的に記入してください。

(複数回答可)

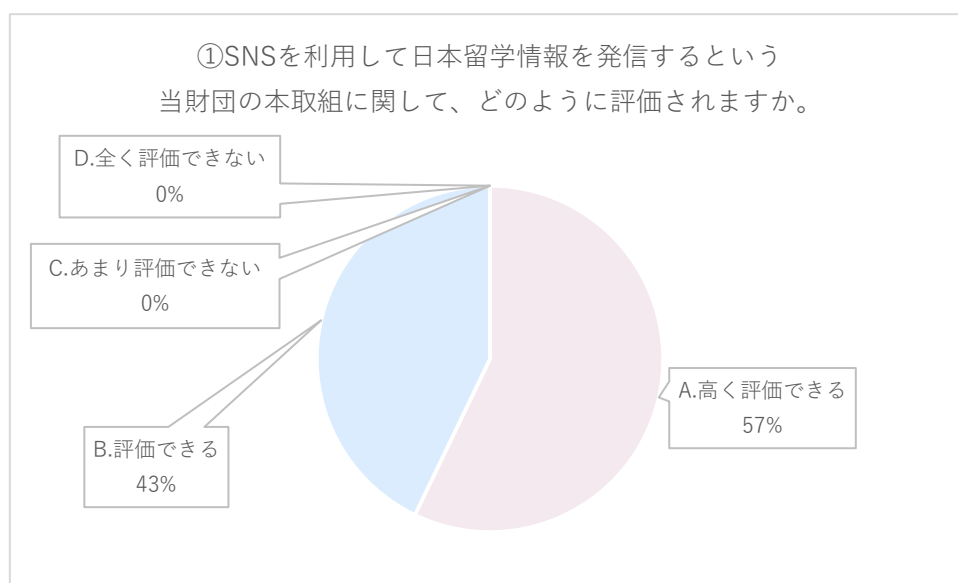


その他に述べたい意見等があれば書いてほしいという自由記入欄には、特に回答はなかった。

第2項 協力校へのアンケート

本 Facebook ページについて、ファンだけではなく、今回本事業に賛同していただいた在ベトナム日本語学校の教師 7 名にも別のアンケートを用意しご回答いただいた。これにより、ベトナム人留学生を日本に送る立場から見た本 Facebook ページへの評価が明らかになった。本項ではその結果を整理し、提示する。

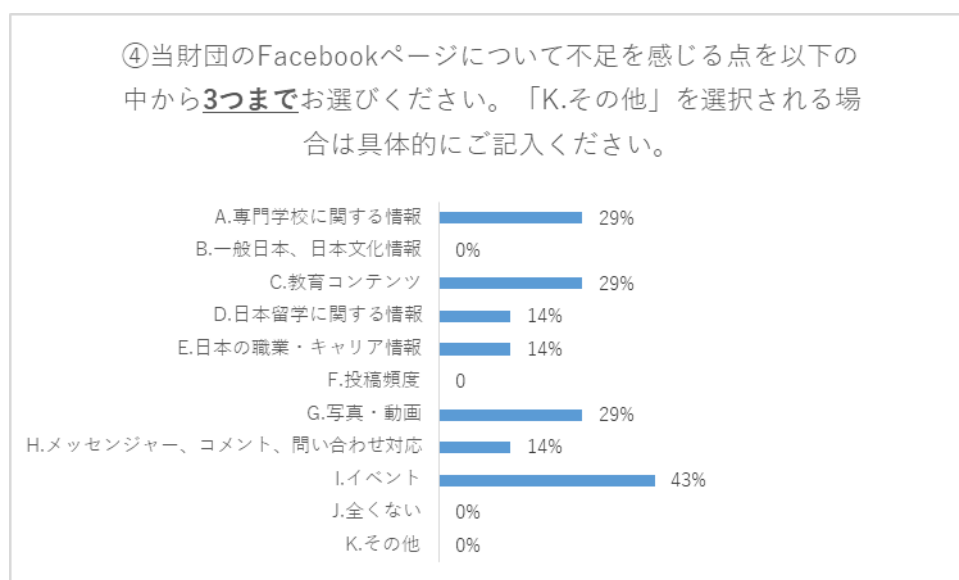
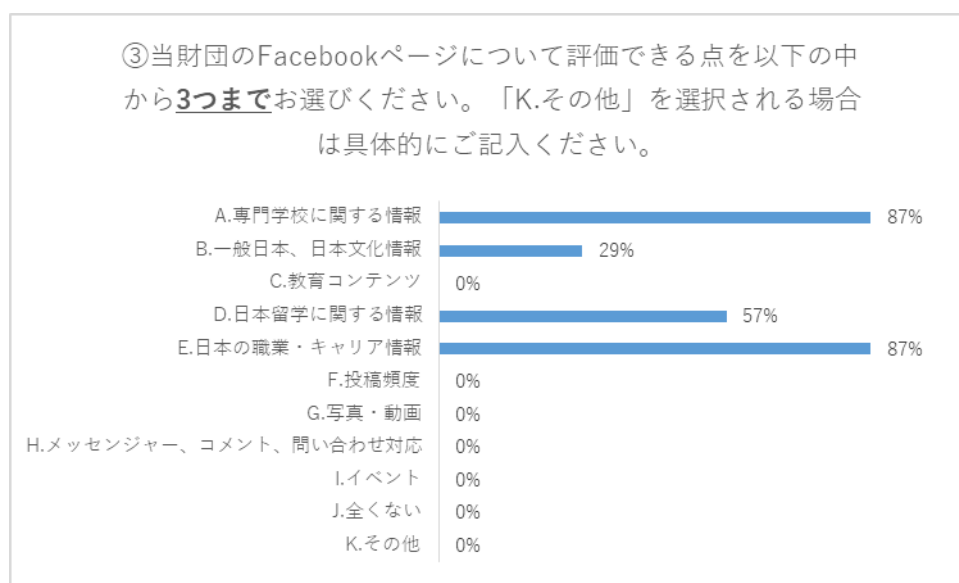
本アンケートは 10 項目から構成されている。まず、SNS で日本留学情報を発信するという取り組みに関して評価していただいた結果が以下である。



全回答者がこの取り組みに関して「高く評価できる」または「評価できる」を選択しており、留学生を送り出す立場から見ても意義のある事業であることが確認された。つづいて、この問①の回答への理由として、「②上記のご評価をいただいた理由をご記入ください。」という自由記入の質問項目を立てたところ、

「日本に留学するベトナム人が増えている中で、専門学校の情報を探めている人がいる」、「役に立つ」、「便利だ」といったような回答を得ることができた。

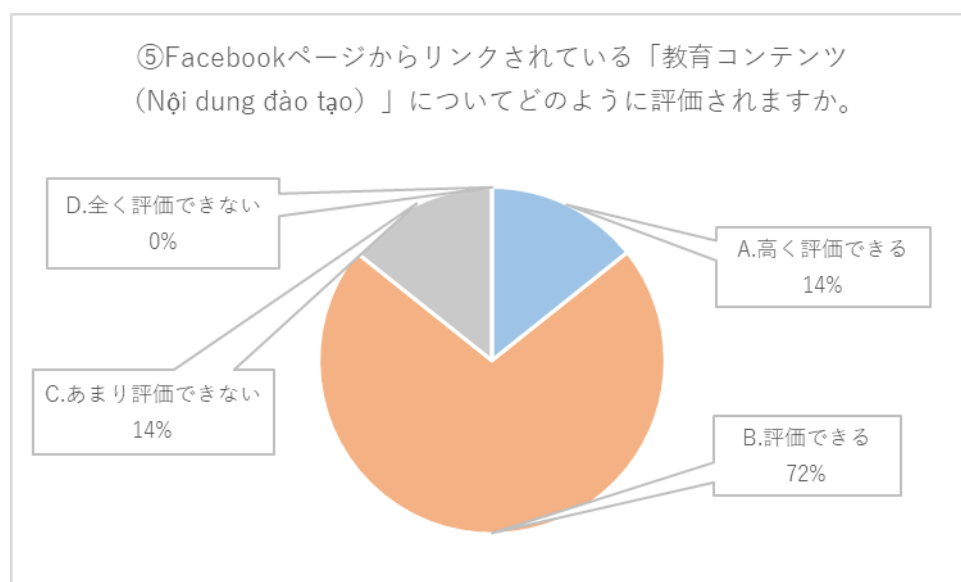
次に、本 Facebook ページの評価できる点と不足を感じる点について回答を求めた。その結果は以下のようになった。



大半の教師陣が「専門学校に関する情報」と「日本の職業・キャリアに関する

情報」に関して評価している。また、半数以上が「日本留学に関する情報」も評価できると半出している。前項に掲載した本ページのファンの結果と異なり「一般日本、日本文化情報」への回答はあまり伸びていないが、不足を感じるという判断がされているわけではないため、現状が文化に関する発信は「可もなく不可もなく」といった判断がなされたのかもしれない。大半の回答者によって不足だと感じられている選択肢はなかったが、半数近くは「イベント」に関して改善の余地があると感じている。また、高く評価された「専門学校に関する情報」に対して 3 割近くが不足も感じており、情報発信に関して評価はしていても、同時により多くの情報が必要であると感じていることが分かる。

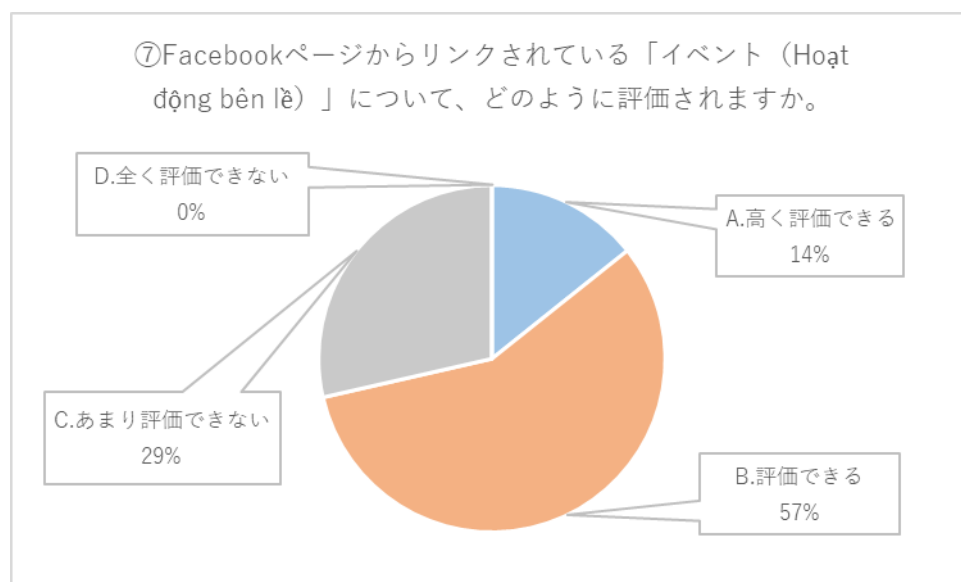
次は、今年度から実装した「教育コンテンツ」について質問した。「教育コンテンツ」とは、本章第 2 節第 2 項で紹介した「学習コンテンツ」のことであるが、教師側から見れば学生に日本の職業・キャリアや歴史、文化について教える際に使用できることから、ここでは「教育コンテンツ」と記すこととした。



問③では評価している点として選択されなかったが、おそらく「3つまで」と

いう条件のためであり、コンテンツ自体への評価は概ね肯定的である。つづく問を「⑥上記のご評価をいただいた理由をご記入ください。」として評価の理由を求めたところ、肯定的な意見としては「内容が豊富」、「就職に関する言葉や漢字を学べる」、肯定的ではないものとしては「専門学校で学ぶ内容に関わる用語が少ない」、「役に立つ情報が少ない」などが挙げられた。

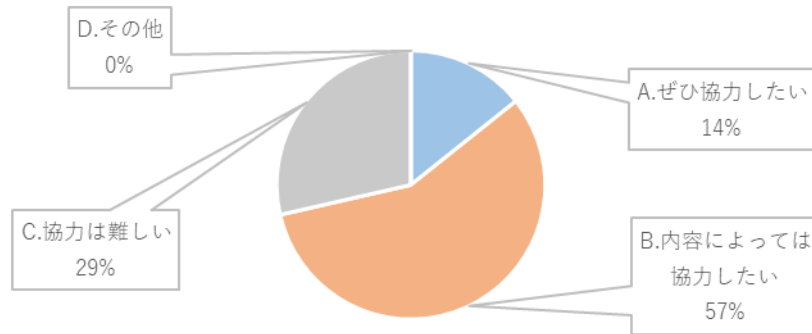
つづいて今年度の Facebook ページを利用した「イベント」についての質問を行った。この「イベント」の内容については、本章第 3 節にて詳述している。



問④では不足を感じると選択した割合が高かったが、上記の結果を見ると取り組みそのものは 7 割程度の回答者に評価されていることが分かる。次の問として「⑧上記のご評価をいただいた理由をご記入ください。」と尋ねたところ、肯定的な意見としては「参加したら楽しそう」、肯定的ではないものとしては「イベントが少ない」といった回答を得ることができた。

次に、今後の本事業への協力可能性について尋ねた。その結果が以下のグラフである。

⑨今後も当財団はベトナムにおける調査及び教育事業を継続的に進めていく予定です。当財団のこのような取り組みにご支援・ご協力いただくことは可能でしょうか。「D. その他」を選択される場合は具体的にご記入ください。



以上のように概ね協力の可能性を感じられる回答を得られた。最後に自由記入の形で「⑩その他、当財団及び本事業に関しましてご意見・ご感想、ご要望等がございましたら、ご自由にご記入ください。」という項目を設定したが、特に回答はなかった。

第5節 まとめ

第1節は、今年度実証期間におけるベトナム語版 Facebook ページのシステム分析である。投稿、メッセージ、利用者データ、広告の4項目についてそれぞれ事例などを踏まえながら紹介した。

今年度の実証期間におけるイベントや学習コンテンツ、日本文化に関連する投稿が主にリーチを伸ばしていることから、ファンであるユーザーが関心を持ちやすく楽しむことができる要素を今後も検討していくことが必要となる。

また、専門学校関連の投稿については、協力する学校または関係団体との連携を深め、動画などの視覚的効果を活用するなどファンが関心を持てる投稿内容に改善していくことが必要となる。

メッセージでは、昨年度と同様に、専門学校進学を希望するユーザーから数件問い合わせがあった。しかし、専門学校進学が目的ではなく、VISAの延長のための進学というユーザーから2件あった。日本での滞在延長が目的となり、その手段として専門学校を候補としている留学生がいるようである。

利用者データ分析では、まず本 Facebook ページであるファンのデータを見た。昨年度との相違点は、ベトナム国内のユーザーが減少し、日本国内のファンが増えていることである。昨年度実証期間ではベトナム国内であったが、今年度の実証期間までの間に留学などによって日本に移ったユーザーが多く存在している。今後の投稿では、そのような日本に来ているファンにも有用な情報を提供することによって、留学を準備しているユーザーへの認知度を高めていくことが求められる。

次に、ファンの増減についてである。新しい「いいね！」の発生場所としては、ページやニュースフィードが多く、「いいね！」の取り消し場所としては、「ページ、投稿、ニュースフィードでの「いいね！」取り消し」が増えてきている。一

一つの投稿において、より有益な情報をファンに拡散し、「いいね！」などのリアクションを得て、ファンの友達であるユーザーへの認知度を高め、新規のファンを獲得していくことを今後も継続することが重要である。

広告期間における「純いいね！」として、1868の「いいね！」は獲得できたものの、約4分の1である485の取り消しが「不審なアカウントの削除」であった。広告では多くの「いいね！」を獲得できるものの、獲得した「いいね！」にはFacebookが「不審なアカウント」と判断するようなユーザーも含まれることが判明した。広告については、今後も実施しながらデータを分析していくことが必要である。

第2節では、本Facebookページに今年度追加した情報やコンテンツについて解説した。まず、ベトナム語で多くの専門学校情報を提供するために、日本留学情報を発信する在ベトナム企業ALO JAPANと連携した。本FacebookページのファンはALO JAPANのWEBサイト上の専門学校検索システムを使用することで、地域ごとの専門学校リストを閲覧することができ、学科・コースや学費等の情報もベトナム語で得ることができるようになった。また、ベトナム語の日本に関する学習コンテンツを特設WEBサイト上で公開し、本Facebookページのファンが利用できるようにした。現在公開しているのは、「職業・キャリア学習」、「日本の現代史」、「年中行事」の3種類である。

第3節では、2019年2月12日から20日まで行ったFacebookページを利用したイベントについて説明した。今年度は昨年度の誰でも参加可能なエンターテインメント性の高いものから趣向を変え、日本語を学習し、日本での就職を意識している層をターゲットとした試験的なイベントを開催した。イベント内容は、当財団が作成した「日本語能力診断」と「SPI体験」の2種類のクイズに挑戦し、さらに本Facebookページに関するアンケートに答えるというものであった。

第4節では、本 Facebook ページに対するフィードバックをグラフに整理して提示した。第3節で詳述したイベントで行ったアンケートを利用し本 Facebook ページのファンから意見を集めると同時に、本事業にご協力いただいた在ベトナム日本語学校の教師陣から本ページに対する評価をいただいた。そして、このフィードバックを今後の運用の参考とすることとした。