

みんなの「知りたい」を「見やすく」発信！～ホームページリニューアルに向けて～

県央家畜保健衛生所

岡 京子 森本 真弓

藤澤 知枝 島村 剛

小嶋 信雄

### はじめに

2020年、新型コロナウイルス感染症の流行によって生産者や獣医事等の情報提供の機会である巡回指導や講習会、勉強会等の中止が相次ぎ、非接触型の情報提供の充実が必要となった。また、全国的な豚熱の発生拡大に呼応するように当所のホームページの閲覧数は増加傾向にある(図1)。そこで今回はこのホームページに着目し、情報提供の充実化を目指し、リニューアルに取り組んだので、その概要を報告する。



図1 県央家保ホームページの閲覧者数推移

## リニューアルに向けたアンケートの実施

リニューアルを行うにあたり、家畜保健衛生所(以下、家保)が発信したい情報へのニーズと、閲覧者の「知りたい」情報を把握するためアンケートを実施した。

### 1 アンケート概要

アンケートは令和2年8月13日～8月31日神奈川県電子申請システム e-kanagawa と紙媒体で行い、対象者は生産者、獣医師、消費者、公務員獣医師を志す可能性のある学生とした。アンケートの内容は、当所ホームページ閲覧経験の有無やホームページで知りたいこと、掲載・充実させてほしい内容などとした。

### 2 アンケート結果

アンケートの結果、156人から回答があり、このうち、当所ホームページの閲覧経験ありは44%、無しが56%であった。また、「閲覧経験無し」のうち約6割はホームページの存在を知らなかった。

ホームページ上で家保が発信したい情報の内、閲覧者が掲載・充実させてほしい内容は、表1のとおりであった。回答者のうち、半数近くは家保の主要業務である伝染病の発生状況やその症状・原因などに関する内容の充実を求めている。次いで、回答者の約3割は、家保の業務内容、衛生対策・環境対策、畜産の法律の充実を、また神奈川県の畜産ブランドについての充実も希望していた。また、全体の4分の1はこれまで掲載していなかった採用試験や実習といった就職情報の掲載を希望しており、今後就職先として公務員獣医師を考えている人がホームページで情報を得たいと感じていることが分かった。その他、飼養衛生管理基準やイベント、飼育動物診療施設の届出については約2割、畜産関係補助事業についても約1割が掲載、充実させてほしい内容として回答があった。

自由記述欄には、消費者目線でのトピックや内容を載せてはどうか、閲覧者毎に内容を分けてはどうか、他県の発生情報も発信してほしい、県央家保の特色が分かるようにしてほしい、という意見があった。生産者からは、家保が食の安全を守っていることをPRしてほしい、という意見もあった。

またデザインについて、文字や文章が多い、文章が行政的がかたい、地味・イラストや写真がほしい、スマートフォンで見にくいなどの意見があった。

表1 ホームページ上で掲載・充実させてほしい内容

内容	件数(※)
伝染病の発生状況について	81(52%)
伝染病の内容(症状・原因など)について	73(47%)
家保の業務内容	49(31%)
畜産衛生対策・環境対策について	44(28%)
畜産に係る法律について	41(26%)
神奈川県畜産ブランドについて	41(26%)
採用試験・実習について	37(24%)
飼養衛生管理基準・管理者について	32(20%)
イベントについて	31(20%)
飼育動物診療施設の届出や関連法について	28(18%)
畜産関係補助事業について	15(10%)
その他(未回答含む)	8(5%)

※( )は回答者156人を母数にした際の割合

※複数回答

## リニューアルの内容

### 1 リニューアル前

リニューアル前のホームページを図2に示した。ホームページが作成された当初はスマートフォンが普及しておらず、パソコンで閲覧することが想定されていたため、スマートフォンで閲覧すると情報を得るためにスクロール数が多く必要であった。



図2 リニューアル前のスマートフォン画面

## 2 リニューアル後

### (1) 閲覧者の属性にあわせたページ作成

閲覧者が情報を探しやすいよう、生産者、獣医師・飼育動物診療施設関係者、消費者、学生・就職希望者の4つの属性に分類し、その属性ごとに知りたい情報を集めたページを作成し、ホーム画面にボタンを作成した(図3)。

ボタンの上にはアンケートで一番要望のあった、伝染病の発生状況が一目でわかるように「緊急情報」を設置した。加えて、これまでバラバラに掲載していた伝染病情報を一つのページに集め、上段には疾病の目次をつくり、知りたい疾病の情報を見やすくなるよう整理した(図4)。このページは生産者と消費者のページから入れるようにした。

消費者のページには畜産物の風評被害を防止する「おしらせ」欄も作成し、畜産の安心安全をアピールできるようにした(図5)。そして、消費者により親しみを感じてもらえるよう、ホームページ全体を通して文字や文章を少なくし、イラストや写真も掲載した。

獣医師のページには動物病院開設にあたっての届出関係や獣医師法第22条の届出の様式集のほか、よく問い合わせのある広告のガイドライン等を掲載した(図5)。

学生・就職希望者向けには、アンケート結果で求められていた家保の業務内容や採用情報、インタ

ーンシップといった情報のリンクを集めた(図5)。

(2) 見やすさを意識したレイアウトの改善

今回のリニューアルではスマートフォンでの閲覧も意識し、ページを作成した。伝染病の緊急情報と閲覧者の属性ごとのページのボタンを上部に配置したことで、リニューアル後のスマートフォン表示画面では、スクロール数を少なく情報にアクセスできるようにした(図6)。



図3 ホーム画面



図4 伝染病のページ



図5 閲覧者の属性ごとののページ



図6 リニューアル後のスマートフォン画面

### リニューアル後の閲覧者からの感想

リニューアル後、神奈川県電子申請システム e-kanagawa を用いて閲覧者に改めてリニューアル後の感想などについてアンケートを実施した。リニューアル前のホームページの閲覧経験があった 31 人のうち 27 人の感想は表 2 のとおりであった。また、自由記述欄ではイラストで、役所特有のカタさが和らいでいて見やすい、畜産に日常生活では馴染みがないが、関心が持てる気がした、などの感想があった。そして、改めて「もっと食の安全、環境保全を通して県民の生活を守ることに家保が大きく寄与していることを広く PR して欲しい。」という生産者からの意見もあった。

表2 リニューアル後の感想

内容	件数
イラストが増え、親しみやすくなった	17
最新の情報が分かりやすくなった	16
スマートフォンで見やすくなった	14
欲しい情報を検索しやすくなった	7

※複数回答

### ホームページの周知

リニューアル後にいただいた「広くPRして欲しい」との意見を踏まえ、多くの方に家保のホームページを閲覧していただけるよう県央家保が発行する家畜保健衛生だよりや、FAX、飼育動物診療施設に係る開設届の受理のお知らせなどに当所ホームページの二次元バーコードを添付し、普段から家保と関わりのある方達へホームページの周知を始めた(図7)。

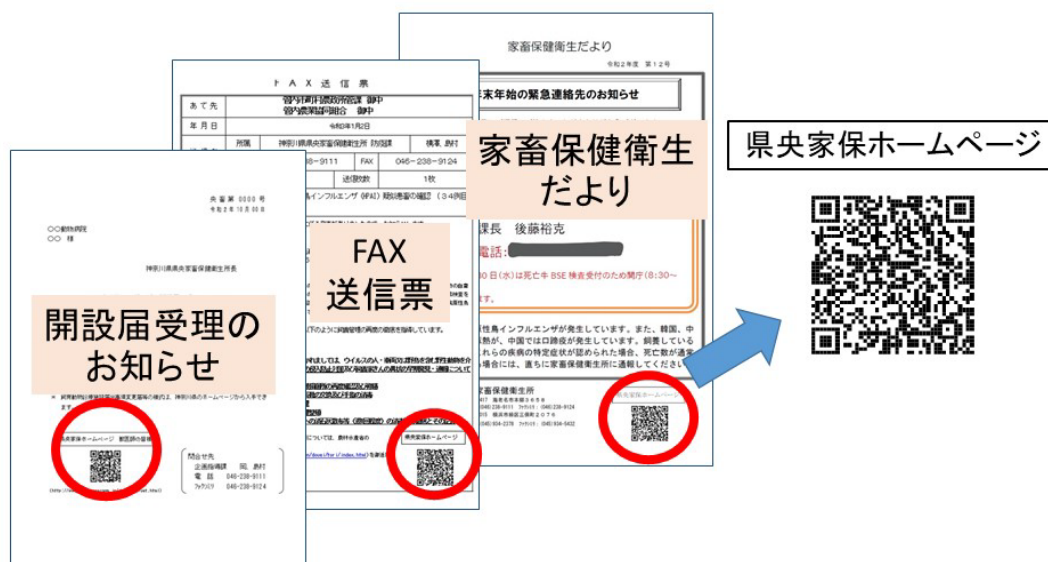


図7 ホームページ二次元バーコードと県央家保発行物

## まとめ

今回、新型コロナウイルス感染症の流行により、非接触型の情報提供ツールの充実が必要となり、有事の際には閲覧数が増加するホームページに着目しリニューアルを行った。

リニューアルにあたっては閲覧者にアンケートを実施し、家保が伝えたい情報に加えて、閲覧者がホームページに求めていることを把握した。

その結果を踏まえ、閲覧者の属性ごとのページや伝染病ページの新設、スマートフォン閲覧を配慮したレイアウト改善を行うなど、知りたい情報が見やすくなったと感想をいただけるホームページとなった。

今後はより一層みんなの「知りたい」を「見やすく」発信できるように、動画や画像を用いた情報発信や指導コンテンツの充実を図っていく。