

報道関係各位

テンプル大学ジャパンキャンパス、ウェブサイトを更新、米国本校とブランド統一、さらなるデジタルマーケティングの強化を目指す



新ウェブサイト 写真撮影：Dana Stribling

テンプル大学ジャパンキャンパス(東京都世田谷区/学長：マシュー・ウィルソン、以下TUJ)は、11月11日に、刷新したウェブサイトを公開しました。新しいウェブサイトは、米国フィラデルフィアの本校ウェブサイトと基盤連携させ利便性の向上やブランド統一などを目的とします。本プロジェクトは2年前に開始され、今回のリニューアルにより、TUJはコンテンツ発信の効率化を図り、必要な情報に簡単にアクセスできるようになります。

<本件取材に関するお問い合わせ> TUJ 広報・マーケティングサポート部
電話：03-5441-9800 メール：tujpr@tuj.temple.edu

このリニューアルプロジェクトを率いた、テンプル大学ジャパンキャンパス広報・マーケティングサポート部 部長の諸星綾子は、「この新しいウェブサイトは、TUJ や世界の利用者にテンプル大学のブランドを幅広く認知してもらうための重要な役割を担います」と述べました。

「コンテンツ・マネジメント・システムを導入したことで、より速く、より安全に、そして更新作業がより効率化されます。テンプル大学本校で使用しているシステムに日本語機能を初めて追加開発し、そのボリュームは 3,800 ページ以上に及び、日・英両言語で制作されています。新機能を構築することはもちろん、日本語サイトについては、米国チームと目線をそろえていくプロセスもお互い労力が必要でした。まさに、TUJ と米国本校両チームの何ヶ月にもわたる長い作業の集大成です」と話します。

「新しいサイトによって、デジタルマーケティング活動を強化することが可能になりました。入学希望者が TUJ の魅力を分かりやすく把握し、選択肢の一つとして加えるために必要な情報を発信していきたい」と意気込みを語りました。新サイトでは、TUJ の様子を伝えられるように、写真や動画も多く取り入れていきます。

TUJ 上級副学長兼エンrollmentマネジメント担当副学長の加藤智恵は、「TUJ は米国テンプル大学の重要な国際拠点として位置づけられ、過去 10 年間で学生数は 2 倍に成長しました。その一方で、ウェブサイトのリニューアルは長い間の課題でした」と語ります。「今回のリニューアルで、本校のウェブサイトと統一された構成とデザインを採用し、テンプル大学のブランドをより強く発信することができるようになり、大変嬉しく思っています。学部課程の学生の約 6 割は海外から集まっています。ですからウェブサイトは国内のみならず、世界中のユーザーにとっても魅力的なものでなければなりません。そして、急速に変化するグローバルな環境のニーズに応えるために、柔軟でタイムリーなものであることが重要なのです」とコメントしました。

テンプル大学ジャパンキャンパス (TUJ) <http://www.tuj.ac.jp/>

米国ペンシルベニア州フィラデルフィアにあるテンプル大学の日本校で、1982年に東京で開校しました。外国大学の分校として日本で最も長い歴史と最大の規模を誇り、2005年には文部科学省から初の外国大学の日本校として指定を受けました。米国式カリキュラムに基づき、大学学部課程、大学院教育学研究科、ロースクール、マネジメント修士、アカデミック・イングリッシュ・プログラム、生涯教育プログラム、企業内教育プログラムの7つのプログラムで、世界約60カ国から多様なバックグラウンドの学生が学んでいます。