

大学図書館におけるソーシャルメディアの利用に関する実態調査

筑波大学
図書館情報メディア研究科
2014年3月
石過 桃子

目次

1.	はじめに	1
1.1.	研究背景	1
1.2.	先行研究	1
1.2.1.	ソーシャルメディアの利用状況に関する調査	1
1.2.2.	ソーシャルメディアの投稿内容に関する調査	2
1.2.3.	ソーシャルメディアの業務における位置づけに関する調査	2
1.2.4.	欧米の図書館全体のソーシャルメディアの利用傾向	3
1.2.5.	日本における調査事例	3
1.3.	研究目的	4
2.	研究方法	4
2.1.	調査対象のソーシャルメディア	4
2.2.	調査対象館	4
2.3.	調査方法	5
2.4.	質問紙作成のためのインタビュー調査	5
2.4.1.	インタビュー方法	5
2.4.2.	インタビューの成果	7
2.4.3.	インタビュー調査結果	8
2.4.4.	インタビュー結果まとめ	14
2.5.	アンケート調査	15
2.5.5.	調査方法	15
2.5.6.	質問紙	16
3.	調査結果	16
3.1.	「回答対象となる Twitter アカウントに関する質問」	19
3.2.	「Twitter アカウントに関する質問」	21
3.3.	「Facebook ページに関する質問」	34
3.4.	「ウェブサービスに関する質問」	43
4.	結論	44
	引用文献	45

参考文献	46
付録	47

図表目次

表 1 ソーシャルメディアの利用状況	5
表 2 インタビュー対象館.....	6
表 3 回答館の公式 Twitter アカウント	16
表 4 現在運用中のアカウント数.....	20
表 5 閉鎖したアカウント数.....	20
表 6 Twitter の利用目的.....	22
表 7 Twitter アカウント開設のきっかけ	23
表 8 現在の担当係(者)	24
表 9 Twitter 担当者数	25
表 10 担当者が複数いる場合のツイート内容の分担	27
表 11 非公式/試行運用期間の有無.....	27
表 12 非公式/試行運用期間の日数.....	27
表 13 非公式/試行運用期間の前後の変化.....	28
表 14 Twitter の運用規程の有無.....	28
表 15 運用規程の公開範囲.....	29
表 16 運用規程の内容.....	30
表 17 ツイート内容のチェック体制.....	30
表 18 Twitter の効果測定指標	31
表 19 Twitter の効果測定.....	31
表 20 フォロワーを増やすための工夫	32
表 21 Twitter の効果.....	33
表 22 Twitter アカウント開設時の課題.....	33
表 23 Twitter 運用の際の課題	34
表 24 Facebook ページの有無.....	34
表 25 Facebook の利用目的	35
表 26 Facebook ページ開設のきっかけ	35
表 27 現在の Facebook の担当係(者)	36
表 28 Facebook の担当職員数.....	36
表 29 担当者が複数いる場合の投稿内容の分担.....	38
表 30 Facebook の運用規程の有無	39
表 31 Facebook の運用規程の公開範囲	39
表 32 投稿時間.....	39
表 33 Facebook の投稿内容のチェック体制.....	40

表 34 「Facebook ページインサイト」の利用	40
表 35 Facebook の効果測定指標	41
表 36 ファンを増やす工夫.....	41
表 37 Facebook の効果.....	42
表 38 Facebook ページ開設時の課題.....	42
表 39 Facebook 運用の課題	43
表 40 現在利用しているウェブサービス	44
表 41 利用を検討しているウェブサービス	44
図 1 インタビューの質問項目	7
図 2 運用中のアカウント数ごとの回答館数	20
図 3 閉鎖したアカウント数ごとの回答館数	21
図 5 Twitter 開設年別の利用目的	22
図 4 Twitter 上でのレファレンス例	22
図 6 Twitter 開設年別の開設のきっかけ	24
図 7 Twitter 開設年別の担当係(者).....	25
図 8 Twitter の担当者数別図書館数	26
図 10 Twitter でツイートしている人数別図書館数	26
図 9 Twitter アカウントのパスワードを知っている人数別図書館数	26
図 11 Facebook の担当者数別図書館数	37
図 12 Facebook ページの管理人数別図書館数	37
図 13 Facebook の投稿者数別図書館数	38

1. はじめに

1.1. 研究背景

近年、インターネット上の情報発信手段として、SNS やブログ、マイクロブログなどのソーシャルメディアが注目されている。ソーシャルメディアとはユーザ間の双方向のコミュニケーションを促進するメディアであり、「1 対 1」だけではなく「多対多」による双方向コミュニケーションも含まれる。そのため、個人による情報発信手段としてだけではなく、各種企業による広報手段としても多く用いられている。また、公共機関においても、報道機関や政府機関はニュース速報や広報のために利用しており、さらに、東日本大震災をきっかけに国や地方自治体での利用も広がった¹⁾²⁾。公共機関のソーシャルメディアの利用に関しては、2011 年に経済産業省³⁾が「国、地方公共団体等公共機関における民間ソーシャルメディアを活用した情報発信についての指針」を発表し、ソーシャルメディアを利用する際の留意点について注意を促すとともにソーシャルメディアの活用を推進している。

大学図書館においても同様に、ソーシャルメディアによる情報発信の例が確認されている。大学図書館にとってのソーシャルメディアは、文字・画像・動画などの多種多様な情報を容易かつ素早く発信できる簡便性・速報性、ほとんどのメディアが無料で利用できるため低コストであるという通常の利点に加え、ソーシャルメディアの利用率が高いのは大学図書館のメイン利用者である 10～20 代であることから⁴⁾、高い費用対効果が期待できるメディアであるといえる。図書館におけるソーシャルメディアの利用事例は、図書館のお知らせやイベント情報、新着資料、図書館サービスの案内などの一方向的な情報発信が多くみられる。しかし、中には、簡易なデジタルレファレンスツール、イベント時の実況・質問受け付け窓口といった工夫を凝らした例もある。また、投稿者も図書館職員だけではなく、学生スタッフが主体となっているアカウントも存在するなど、ソーシャルメディアの利用方法は様々である。

1.2. 先行研究

図書館におけるソーシャルメディアの利用に関しては、欧米を中心にいくつかの実態調査が公表されている。

1.2.1. ソーシャルメディアの利用状況に関する調査

米国コロラド州立図書館の調査部門ライブラリー・リサーチ・サービス⁵⁾⁶⁾⁷⁾は、2008 年から 2 年ごとに米国の公共図書館ウェブサイトを対象にウェブ技術の活用状況を調査して

いる。この調査では、図書館のウェブサイトにおけるブログ、RSS、ソーシャルメディアなどの利用率がまとめられている。2012年の調査結果によると、米国の公共図書館全体で最も利用されているソーシャルメディアはFacebook(51%)であり、次いでTwitterが21%、Flickerが10%、YouTubeが10%となっている。2008年からの利用率の推移をみると、Facebookが「2%→32%→51%」、Twitterが「(項目なし)→11%→21%」、Flickerが「5%→13%→10%」、YouTubeが「(項目なし)→7%→10%」となっており、FacebookとTwitterの利用率が特に伸びていることが分かる。また、対象図書館をサービス対象人口別に分け、各ソーシャルメディアの利用率の比較も行っている。サービス対象人口が多いほど利用率は高くなり、2012年の調査では、サービス対象人口50万人以上の図書館でのFacebookの利用率は93%に上っている。

1.2.2. ソーシャルメディアの投稿内容に関する調査

Twitterのみに焦点を当てた調査として、2010年のAharony⁸⁾のものがある。彼は、アメリカの公共図書館と大学図書館、各15館のTwitterアカウントを対象に3ヶ月間のツイートを収集し、ツイート内容の分類を行った。なお、分類項目は公共図書館と大学図書館で異なっている。調査の結果、公共図書館では大学図書館よりも図書館の所蔵資料の紹介やイベントなどの図書館一般に関するツイートが多く、大学図書館では公共図書館よりもWeb2.0についてなどの技術に関するツイートが多いことが分かった。しかし、AharonyはRTや@に関する調査は行っていないため、図書館がTwitterをどの程度コミュニケーションツールとして利用しているかの調査は今後の課題としている。

また、2011年のKruse⁹⁾の調査では、アメリカの公共図書館、大学図書館、専門図書館合計150館のTwitterアカウントを対象に3日間のツイートを収集して内容の分類を行った。Aharonyとは異なり、館種で分けずに全てのツイートを同じ分類項目を用いて分類している。分類項目の中にはRTと@に関するものも含まれている。調査の結果、約8割が情報発信のためのツイート、約2割が他のユーザとのコミュニケーションのためのツイートであることが分かった。

1.2.3. ソーシャルメディアの業務における位置づけに関する調査

商業図書館協会(BLA)¹⁰⁾による調査では、2009年にメディアの管理者に関するアンケート調査を行っている。lis-businessのメーリングリストを介して214名のBLAメンバーにアンケートフォームを送信し、68名から回答を得た。アンケートの内容は、図書館で使用しているメディアの種類、回答者の年齢、経営責任の度合い、メディア管理への関与の有無や誰がメディアの使用を提案したのか等である。結果、最もよく使用されているメディ

アはブログ(75%)で、次いでマイクロブログ(47%)であった。また、メディアの使用を開始したのは誰かという質問では、回答者の 39%がメディアに関心を持つ一人の職員からであると回答し、上級管理グループからであると回答したのは 8%だった。また、運用上の問題点として管理運用時間の確保と、複数のメディアでのコンテンツの重複が挙げられている。

学術データベースなどを扱う EBSCO 社¹¹⁾は、2010 年に自社の欧州の顧客に対して、ブログや Facebook、Twitter などのソーシャルメディアが図書館でどのように運用されているかを調査している。回答のあった 1241 機関のうち大学は 47%であった。ソーシャルメディアの利用度合いについては、回答機関の 37%が使用中、48%が計画中という結果であった。使用しているメディアは、Facebook などのソーシャルネットワークサービスが 63%、ブログが 55%、Twitter が 46%、Flickr などの写真共有サービスが 29%であった。メディアの運用については、担当者が管理に費やす時間は自分の時間の 10%を使用しているという回答が最多で 56%あり、自分の時間の 20%を費やしているという回答も 23%あった。更新頻度は一週間に 5 回未満との回答が最多の 56%であった。また、運用上の困難な点では、「時間がかかる」という回答が最多の 41%であった。

1.2.4. 欧米の図書館全体のソーシャルメディアの利用傾向

以上のような調査から、欧米の図書館全体の傾向として、ソーシャルメディアの利用率はサービス対象人口が多いほど利用率が高く、投稿内容は図書館一般の情報を一方的に発信するものであり、運用実態はおそらく組織ごとに大きく異なるということが言える。

しかし、この利用傾向はあくまで図書館全体の利用傾向に過ぎず、アカウントごとの投稿内容の特徴や運用実態の違いによる利用パターン、図書館の規模などの図書館基本情報による利用パターンの傾向などの分析はなされていない。

1.2.5. 日本における調査事例

図書館における実態調査は少なく、ほとんどがTwitterを利用している図書館の事例紹介にとどまっている¹²⁾¹³⁾¹⁴⁾。

図書館を対象としたソーシャルメディアの利用実態調査は、2013年の栗山¹⁵⁾による調査がある。彼女は国立大学の附属図書館のTwitterアカウント45件を対象に、各100件ずつツイートを収集し、分類を行った。分類項目は独自に設定したものである。調査の結果、開館・開館時間や施設・設備の利用、図書館の行事・イベント、新着図書・雑誌紹介に関するツイートが多く、ソーシャルメディアとしての利点であるリアルタイム性や双方向の対話性を十分に活用できていないと述べている。また、今後の課題として公立・私立大学についての分析や、作成されている運用ポリシー・ガイドラインと利用実態との比較・検討

を上げている。

1.3. 研究目的

以上のように、図書館におけるソーシャルメディアの様々な利用実態については、米国を中心に既往調査が存在するものの、日本での調査は進んでいない。そこで、本研究では、日本の大学図書館におけるソーシャルメディアの網羅的な利用実態調査を行い、ソーシャルメディアの利用目的や運用形態による利用パターンを分析し、業務における位置づけを把握することで、どれだけの大学図書館がソーシャルメディアをどのように利用しているのか、新たなメディアがどのように大学図書館において受容されようとしているのかを明らかにすることを目的とする。

2. 研究方法

2.1. 調査対象のソーシャルメディア

ソーシャルメディアの定義は様々である。平成 23 年版の情報通信白書⁴⁾では、「SNS」「ブログ」「Twitter」「ネット上の掲示板」「地域 SNS」「ミニブログ」の 6 種類をソーシャルメディアとしている。このうち、大学図書館において相当数利用されているソーシャルメディアは「SNS」「ブログ」「Twitter」である。しかし、「SNS」に関してはそのサービスの中でも大学図書館において相当数利用されているものは「Facebook」のみであり、また、「ブログ」に関しては「新たなメディア」とは言い難く、研究目的とは合わない。

よって本研究で調査対象とするソーシャルメディアは「Twitter」と「Facebook」とする。

2.2. 調査対象館

日本の図書館 2012 に収録されている 4 年制の国立、公立、私立大学の附属図書館のうち、公式だと思われる Twitter アカウントを開設している図書館を対象とする。

大学図書館が開設しているアカウントが公式か否かの確認手順は次のとおりである。

1. 調査対象の図書館サイトのトップページを目視で確認
2. サイト内検索がある場合はソーシャルメディア名を検索語として入力して確認
3. サイト内検索がなく、過去の「お知らせ」が確認できる場合は過去の「お知らせ」を表示し、ブラウザの検索機能でソーシャルメディア名を検索語として入力して確認

4. ソーシャルメディアサイトのユーザ検索機能で「大学 図書館」を検索語として入力し、漏れがないかを確認

本館と複数の分館が共通のアカウントを利用している場合は本館のみを調査対象とした。また、学生アルバイトが主体となって利用しているアカウントも、図書館ウェブサイトからのリンクが存在する場合は調査対象に含めた。

2011年5月25日から2013年10月31日までに上記の方法で収集した国立大学図書館39館、公立大学図書館5館、私立大学図書館44館の合計88館を調査対象とする(表1)。

表1 ソーシャルメディアの利用状況

	Twitterのみ	TwitterとFacebook両方	合計
国立	29 (9.9%)	10 (3.4%)	39 (13.3%)
公立	5 (4.1%)	0 (0.0%)	5 (4.1%)
私立	32 (3.2%)	12 (1.2%)	44 (4.4%)
合計	66 (4.7%)	22 (1.6%)	88 (6.3%)

2.3. 調査方法

ソーシャルメディアの業務における位置づけを把握するため、調査対象館88館に郵送によるアンケート調査を行った。

質問紙の作成にあたり、大学図書館内の組織やTwitterの運用形態などによる運用方法の多様性を具体的に把握するためにインタビュー調査を行った。

2.4. 質問紙作成のためのインタビュー調査

2.4.1. インタビュー方法

Twitterの利用目的、Facebookの利用の有無、開設時期等を考慮し選定した5館(表2)のTwitter担当者にインタビュー調査を行った。

Twitterの運用方法の多様性と詳細を把握するための調査であるため、インタビュー形式は、事前に設定した質問項目(図1)に沿って詳細を尋ねる半構造化インタビューを採用した。質問項目を依頼状と共に2013年6月14日に郵送し、2013年6月21日～7月4日の期間にインタビューを実施した。

インタビューは各館のTwitter担当者1～3名に対して対面で実施した。インタビューの

平均時間は約 1 時間であった。

表 2 インタビュー対象館

図書館	種別	主な利用目的	Facebook の利用 (インタビュー時)	Twitter 利用開始年
A 大学図書館	国立	全体の広報	×	2011
B 大学図書館	国立	特定の企画の広報	○	2013
C 大学図書館	国立	全体の広報	×	2012
D 大学図書館	国立	全体の広報 イベントの広報	○	2010
E 大学図書館	私立	全体の広報	○	2012

1. 使用しているメディアについて
 - 1.1 現在使用しているソーシャルメディアの種類
 - 1.2 利用目的
 - 1.3 アカウント開設の経緯
誰が提案したのか、始めたきっかけは何か、提案からアカウント開設までの期間、どのような話し合いがあったか など
- 2 各アカウントの運用体制について
 - 2.1 担当者の人数
 - 2.2 担当者の所属や業務内容
 - 2.3 役割分担
 - 2.4 担当者の交代や増加などの変遷
 - 2.5 アカウントの管理方法
- 3 実際の運用について
 - 3.1 投稿内容
投稿内容のきまり、投稿者の違いによるバラつき、内容のチェック体制 など
 - 3.2 投稿時間
業務時間内か業務時間外か、投稿のタイミング など
 - 3.3 運用上の問題点と解決方法
 - 3.4 管理・運用について工夫している点
 - 3.5 メディアの効果
 - 3.6 運用規定など
運用規定などの有無、作成の経緯、その内容 など
- 4 メディア上での他のユーザとの交流について
 - 4.1 他のユーザの投稿のチェック
 - 4.2 メディア上での他のユーザとのやりとりで気を付けていること
- 5 今後のメディア利用について
 - 5.1 利用を検討しているメディア
 - 5.2 現在利用しているメディアのアカウントを増やしたりする予定

図 1 インタビューの質問項目

2.4.3. インタビュー調査結果

1. 使用しているソーシャルメディアについて

1.1 現在使用しているソーシャルメディアの種類

- A 大学：Twitter。
- B 大学：Twitter と Facebook と Ustream と Youtube。
- C 大学：Twitter。
- D 大学：Twitter と Facebook。Twitter アカウントは二つ。
- E 大学：Twitter と Facebook。

1.2 利用目的

- A 大学：開設当初は災害時の情報発信(収集)手段。今は学生をメインターゲットとした日常の広報手段
- B 大学：ある企画の内容や進捗状況、イベント等の広報。
- C 大学：図書館の広報。
- D 大学：図書館全体の広報とガイダンスの広報。
- E 大学：図書館の広報。

1.3 アカウント開設の経緯

- A 大学：きっかけは東日本大震災。震災直後の週末に Twitter 上で、「Twitter 公式アカウントを作ろう」との職員同士でのやりとりがあった。
決裁を採っているひまがなく、上には口頭で許可をとりアカウントを開設。
- B 大学：ある企画のワーキンググループが企画の広報のために開設。
- C 大学：震災時に図書館で Twitter による広報が広がり、かつ、効果的であったという事例が報告されているため、利用したらどうかと考えるようになった。
その後、大学図書館 Twitter の動向を見て、2011 年 6 月に一度目の提案。しかし、上から「具体性に欠ける」との趣旨の指摘があり、許可が得られなかった。
そこで、提案書に投稿内容の文例を書き加え 2012 年 3 月に再度提案し、許可を得た。提案書の内容は、文例を書き加えた以外ほぼ一度目の提案書と同じ。
提案書には Twitter の利用目的・内容、期待される効果、運用体制、アカウント情報、ツイートの文例が記載されている。
- D 大学：全体の広報用アカウント(以下、広報用)はレファレンス担当の職員の一人が開設。
はじめはガイダンスの広報用に試行運用していた。2011 年にコンテンツ係が広報担当になり、Twitter アカウントの管理もコンテンツ係に移った。2013 年に大学の公式 Twitter アカウントが開設されたのをきっかけに試行運用から公式

運用に切り替えた。

ガイダンスの広報用アカウント(以下、ガイダンス用)は、広報用とは別にもっとゆるいガイダンス用が欲しいということで、ガイダンスワーキンググループ内で提案された。

Facebook はサービス課の前任の課長が大学の公式 Facebook ページ開設を受けて開設。

E 大学:以前に運用していた学生スタッフ主体の図書館ブログに替わる広報手段を考えていたところ、大学が Facebook ページを開設したため、大学の情報部門に許可をもらい図書館も Facebook ページを開設した。その後、Facebook とは別の、以前のブログのような学生主体の情報発信手段として Twitter アカウントを開設。

2 各アカウントの運用体制について

2.1 担当者の人数

A 大学: 2 名だが、実質そのうちの一人だけで運用している。

B 大学: 広報はグループ全員(7 名)でということになっているが、広報用 Twitter と Facebook の担当者はグループの Web サイト担当者(1 名)。

C 大学: 利用者サービス係と情報サービス係の 2 系の常勤職員が管理・運用を担当している。ただし、実質は上記 2 系の 2 名。

D 大学: 広報用、ガイダンス用、Facebook 全て 2 名。

E 大学: Twitter は職員 2 名と学生スタッフだが、ツイートしているのは学生スタッフ。Facebook は 3 名だが主に投稿しているのはそのうち 2 名。

2.2 担当者の所属や業務内容

A 大学: 企画渉外担当。

B 大学: 上記参照。グループ内での担当は立候補制。グループメンバー自体も附属図書館全体からの立候補制。

C 大学: 上記参照。

D 大学: 広報用と Facebook はコンテンツ係、ガイダンス用はガイダンスワーキンググループの広報担当。

E 大学: Twitter は閲覧・レファレンス担当と雑誌・学生スタッフ担当。

Facebook は閲覧・レファレンス担当。

2.3 役割分担

A 大学: 分担なし。

B 大学: ツイートは基本的に担当者が手動で行っているが、企画によってはほかのメンバ

ーがツイートすることもある(イベントの実況など)。

C 大学：担当者 2 人のうち、利用者サービス係では開館情報などを、情報サービス係ではデータベースの利用情報などをツイートしている。

D 大学：広報用と Facebook は分担なし。ガイダンス用は、ガイダンスの時期以外は担当者によって異なるテーマのツイートをする予定。

E 大学：分担なし。

2.4 担当者の交代や増加などの変遷

A 大学：今後、広報ワーキンググループ内の Twitter 担当のチームに移行。

B 大学：なし。

C 大学：情報サービス係の担当者は前任者からの引き継ぎ。

D 大学：広報用はレファレンス係からコンテンツ係に移行。

E 大学：なし。

2.5 アカウントの管理方法

A 大学：特になし。

B 大学：特になし。

C 大学：特になし。

D 大学：広報用のパスワードを知っているのは現在約 7 名。ツイートする人も曖昧で、ときどきコンテンツ係以外の職員のツイートがある。今後、管理は完全にコンテンツ係に移る予定。

ガイダンス用のパスワードはグループのメンバー全員が知っている。

E 大学：特になし。

3 実際の運用について

3.1 投稿内容

A 大学：図書館の利用案内やイベント情報などの他に大学の公式のお知らせなど学生に関係がありそうな情報。

原稿などはないが、誤解を生むような表現を避けたり、140 字以内に収まるようにしたりするために下書きをすることはある。

明確なチェック体制はない。

リプライやリツイートへの対応は、Twitter から届くメールを見たり「A 大学図書館」などのキーワードで検索をかけたりにして目についたものの中から Twitter 上で簡単に返事が出来るものであれば Twitter 上で回答したりしかるべき窓口へ誘導したりしている。

- B 大学：グループのメーリングリストに流れてくるイベント情報や企画の進捗情報の中から担当者が選んでツイートしている。Facebook などに投稿する画像もグループ内で共有しているものの中から選んでいる。
担当者の専門外や担当外の内容をツイートするときは、その都度適任者がツイート案を作り、担当者がそれを受け取ってツイートする。ツイートはノーチェック。
- C 大学：開館情報、講習会情報、その他サービス案内、新聞・雑誌等掲載情報など。開館情報はほぼ bot。bot を使うか担当者がその都度手入力するかは内容によって使い分けている。チェック体制は特にない。
具体的なツイート文章は過去のツイートなどを見てまねしている。
- D 大学：広報用は図書館からのお知らせやリポジトリ、レファレンスブログの新着コンテンツ。基本的に bot によるツイートなのでツイート内容をチェックすることはほぼないが、手動でツイートする場合は、あらかじめ内容をメーリングリストで知らせることはある。
自動投稿で Facebook に広報用と同じ内容のものを投稿している。
ガイダンス用は、事前にいつどんな内容をツイートするか予定表を作り、グループのメーリングリストで全員に知らせている。ガイダンスとガイダンスの間の空白期間はグループのメンバーでローテーションを組んでツイートする予定。内容は基本的にリテラシー関係の内容にする予定。
- E 大学：Twitter は図書館からのお知らせや図書館の利用状況、資料情報等。
Facebook は学部に関係することや新着図書、図書館展示、イベントについてで、たがいに気づいたときに投稿している。写真も投稿者が投稿の際にそれぞれ撮っている。
投稿内容のチェックは特にしていない。

3.2 投稿時間

- A 大学：基本的に勤務時間内にツイートしているが、開設直後は速報性を重視して勤務時間後の深夜などに自宅からツイートしたこともある。
- B 大学：業務時間内で、気づいたときにツイートしている。
- C 大学：基本的に勤務時間内で、気づいた時にツイートしている。
- D 大学：業務時間内で、気づいたときにツイートしている。
- E 大学：業務時間内で、気づいたときにツイート、投稿している。

3.3 運用上の問題点と解決方法

- A 大学：困ったリプライ(図書館に対する不満など)は無視する。そのためにプロフィール

に「返事をしない場合がある」などの注意書きと図書館ウェブページの「お問い合わせ」ページへの案内を明記。

これまでは、図書館に対して不満があるユーザは存在するが炎上したことはなかったため炎上対策などは特に考えていなかった。

B 大学：メーリングリストも画像の共有もリアルタイムではないため、グループ内で情報が流れてから投稿するまでのタイムラグが気になっている。

また、企画の進捗状況などをツイートする際には、情報の公開範囲が問題になることもあり、公開範囲について担当者が迷ったら他のメンバーと相談することがある。

C 大学：特になし。

D 大学：特になし。

E 大学：Twitter は、学生によってツイート頻度に差がある。

Facebook は、内容や投稿頻度などは担当者の裁量によっているので担当者が替わればクオリティも変わる可能性がある。

3.4 管理・運用について工夫している点

A 大学：学生が Twitter を見ている時間帯を狙ってツイートをしている。

B 大学：特になし。

C 大学：ガイダンスの際にハッシュタグを作り使用してみたが効果はいま一つだった。

D 大学：特になし。

E 大学：特になし。

3.5 メディアの効果

A 大学：学生のより「生」の声が聞ける。他に Twitter を利用している学内組織と連携がとれる。実際に他の学内組織の Twitter 担当者と会ったことはないが、Twitter 上で互いのツイートをリツイートしあう事で連携がとれている。

B 大学：特になし。

C 大学：リツイートやお気に入り登録件数、自館に対するツイートなどは個人的な興味として気づいたときに見ている。

休館情報は RT されやすい。

本来図書館に入館できない人が図書館に入り写真をとっていることが発覚したこともある。

D 大学：ガイダンス用は、フォロワーは 1 年生を中心に増えているが、春のガイダンス時のアンケートの「何でガイダンスを知ったか」という質問で Twitter という答えが少なかったため Twitter の効果はあまり実感できていない。

E 大学：特になし。

3.6 運用規定など

A 大学：運用方針が存在しない。最近、運用方針の作成に本格的に着手したが、他の広報手段との棲み分けを説明するのに苦労している。

B 大学：簡単な運用ポリシーはあるが、引き継ぎのためのマニュアルなどは必要ではないかと考えている。

C 大学：提案書の記載を運用規程のような位置づけで扱っている。

D 大学：それぞれのアカウントについてゆるい規定はある(提案書程度のもの)。各メディアやアカウントの棲み分けに関する規定や、人事異動による引き継ぎも見据えた規定を検討中。

E 大学：ブログをやっていたとき、大学側と投稿内容の NG ラインに食い違いがありうまく連携が取れなかったため、大学側が詳細な運用規定を作成したらそれにそって図書館側も運用規定を作成する予定。

4 メディア上での他のユーザとの交流について

4.1 他のユーザの投稿のチェック

A 大学：個人的な興味でチェックしている。目についた附属図書館関係の話題はできるだけ「お気に入り」にしている。

B 大学：定期的にチェックしている。

C 大学：時々、個人的な興味でチェックしている。

D 大学：時々、個人的な興味でチェックしている。

E 大学：時々、個人的な興味でチェックしている。

4.2 メディア上での他のユーザとのやりとりで気を付けていること

A 大学：リプライの際には、相手の所属などを確認してからでないとの的外れなリプライをしてしまう事もある。

B 大学：リプライやコメントへの対応は必要に応じてするという事になっているが、今のところリプライやコメントはあまりない。一度コメントへの対応をメーリングリストで話し合ったことがある。

C 大学：リプライなどをしていないため特になし。

D 大学：特になし。

E 大学：特になし。

5 今後のメディア利用について

5.1 利用を検討しているメディア

A 大学：Facebook。

B 大学：LINE や Google+。

C 大学：なし。

D 大学：SlideShare。

E 大学：なし。

5.2 現在利用しているメディアのアカウントを増やしたりする予定

A 大学：なし。

B 大学：なし。

C 大学：ガイダンス用の Twitter アカウントの開設を検討中。

D 大学：なし。

E 大学：なし。

2.4.4. インタビュー結果まとめ

1) 開設経緯

Twitter の開設経緯は、その開設時期によって提案者や開設過程に違いがみられた。大学図書館では東日本大震災をきっかけにアカウントを開設した図書館や開設の検討を始めた図書館が多くあるため、震災の時期を基準に開設経緯を比較する。利用している Twitter アカウントが複数ある場合は開設時期が一番古いものを取りあげる。

震災前と震災直後に開設されたアカウントはどちらも職員の一人が提案し、開設されたものであるが、開設理由・利用目的が異なる。震災前に開設されたアカウントは当初はガイダンスの広報用として開設され、しばらく試行運用が続いていた。その後、提案者が担当している係以外の係が広報担当となり、アカウントの運用担当が広報担当の係に移り、さらに後に利用目的が全体の広報に変化した。一方、震災直後に開設されたアカウントは震災でダウンした自館サーバに代わる情報発信手段としてしばらく利用が続いた。担当係は決まっていたが、実質、提案者一人で運用しており、そのまま利用目的が震災にかかわる情報発信から図書館全体の広報に変化した。最後に、震災のしばらく後に開設されたアカウントは、特定の係もしくはワーキンググループ、もしくは係長クラスの職員によって利用が提案されており、利用目的や運用形態も開設当初から変化はない。

以上から、Twitter の開設経緯に関する設問は、開設時期によって開設理由と提案者の双方が連動して変化する可能性も考慮に入れて設計すべきだろう。

2) 運用形態

ソーシャルメディアの運用形態は次の4種類に分類できると考えられる。

1. 広報全体の担当係による運用
2. ソーシャルメディア担当係による運用
3. 広報・ソーシャルメディア担当以外の特定の係による運用
4. 一部の特定の職員による運用

しかし、1) 開設経緯でも触れたとおり、新しいメディアであり、かつ、容易に利用できる Twitter は、その受容過程において運用形態の変遷がある。特に、開設当初は特定の職員が試行的に運用していたものなどはその可能性が高くなると考えられる。本研究では新たなメディアの受容過程の把握も目的としているため、アンケートの設計は運用形態の変遷も考慮する必要がある。

3) 実際の運用

Twitter の実際の運用については、全体的に担当者の自由度が高い。

投稿内容はある程度は決まっているが、投稿のタイミングは担当者が思いついたときであるため、別の職員による内容のチェックなどはほとんどの場合なされていない。また、自館のアカウントへの返信やコメントの確認といった、ソーシャルメディアの効果の確認などはほぼ完全に担当者の個人的な興味から行われている。

また、ソーシャルメディアの運用に費やす時間は基本的に他の業務の合間で担当者が思いついたときなどであり、業務内での優先順位は低い。

運用に関する規定も、成文化されたものがあっても項目少なく、厳格なものではない。

以上のように、実際の運用に関しては曖昧な部分が非常に多く、特に Twitter を利用する際の工夫や効果の測定・実感に関する設問は詳細な選択肢を設定する必要がある。

2.5. アンケート調査

2.5.5. 調査方法

インタビュー調査の成果を基に作成した質問紙を、調査対象である 88 館の国立・公立・私立大学の附属図書館に郵送した。

調査期間は 2013 年 11 月 1 日から 12 月 8 日までである。

2.5.6. 質問紙

質問紙は「回答対象となる Twitter アカウントに関する質問」「Twitter アカウントに関する質問」「Facebook ページに関する質問」「ウェブサービスに関する質問」から成っている。実際の質問紙は付録参照。

「回答対象となる Twitter アカウントに関する質問」は、こちらが把握しきれていないアカウントの把握と、複数のアカウントを開設している館に対して「Twitter アカウントに関する質問」で回答対象となるメインアカウントの選択を目的としている。

「Twitter アカウントに関する質問」ではメインアカウントの、「Facebook ページに関する質問」では Facebook ページを開設している場合はそのページの、開設経緯や運用形態、実際の運用に関して問うた。

「ウェブサービスに関する質問」では、ソーシャルメディアに限らず、現在利用しているウェブサービスと今後利用を考えているウェブサービスの種類について問うた。

3. 調査結果

75 館から回答があった。回答率は 85.2%である。

回答館の図書館名、公式アカウントのうちメインで使用しているアカウントの ID、フォロワー数、フォロワー数、ツイート数、アカウント開設日を表 3 に示す。データは 2014 年 1 月 21 日時点のものである。「公式メインアカウント ID」欄の「-」は、調査対象館の選定時に確認した公式アカウントが当該図書館内では公式として扱われていないものであったことを示す。

表 3 回答館の公式 Twitter アカウント

図書館名	公式メイン アカウント ID	フォロー	フォロワー	ツイート 数	開設日
愛知教育大学附属図書館	AUE_Lib	490	392	776	2012/6/5
秋田大学附属図書館	-	-	-	-	-
杏林人文・社会科学 図書館	Kyorinsflib	44	2	188	2012/9/25
愛媛大学図書館	Ehime_Univ_Lib	427	16	811	2011/11/28
大阪大学附属図書館	OsakaUnivLib	2094	0	930	2010/7/27
大手前大学・ 大手前短期大学図書館	LibraryOtemae	12	0	10	2013/6/4
岡山大学附属図書館	okayamaUnivLib	851	3	1147	2011/9/22

お茶の水大学附属図書館	ochalisa_lib	163	22	304	2012/10/12
嘉悦大学情報 メディアセンター	liss_kaetsu	503	601	13670	2010/2/7
香川大学図書館 医学部分館	KagawaUnivLM	109	0	184	2011/7/19
鹿児島大学附属図書館	KUL_kagoshima	642	262	5215	2011/3/15
神田外国語大学図書館	KUIS_Lib	1290	1196	644	2012/6/21
岐阜女子大学図書館	GifuWomnUnivLib	189	10	215	2011/11/28
九州大学附属図書館	Qlib_info	1333	677	1354	2011/5/17
京都工芸繊維大学 附属図書館	KIT_Library	641	18	1783	2011/10/3
京都大学地域研究 統合情報センター	CIAS_library	23	5	88	2012/2/20
京都大学人間・環境学 研究科総合人間学部 図書館	jinkansoujinlib	1520	1537	2392	2012/8/28
京都大学文学研究科 図書館	kyodai_letlib	240	0	374	2010/4/13
京都大学理学部 中央図書室	kuscilib	450	497	475	2012/10/31
近畿大学中央図書館	Kindai_Clib	450	39	406	2013/9/5
熊本学園大学附属図書館	hinoto_kgulib	149	138	323	2012/12/7
熊本大学附属図書館	kumadai_Lib	390	0	616	2011/9/26
群馬大学総合情報 メディアセンター 中央図書館	Clib_Gunma_Univ	309	307	712	2013/4/17
慶應義塾大学湘南藤沢 メディアセンター	sfc_mediacenter	2494	11	3891	2010/7/6
慶應義塾大学日吉 メディアセンター	—	—	—	—	—
健康科学大学図書館	hsu_library223	161	1	265	2012/2/22
神戸芸術工科大学図書館	kdu_library	195	0	205	2013/6/28
郡山女子大学図書館	LibKGC	714	356	19500	2009/6/11
国際基督教大学図書館	ICU_Lib	1118	0	907	2011/3/24
佐賀大学附属図書館	SagaUnivLibrary	393	43	583	2011/12/9

札幌医科大学附属 総合情報センター	scc_sapmed	26	1	58	2011/3/22
静岡大学附属図書館	shizuokaUnivLib	919	887	597	2011/6/1
島根大学附属図書館	Shimadai_Lib	492	124	1291	2012/4/24
上越教育大学附属図書館	juen_lib	121	142	309	2013/9/13
城西大学水田記念図書館	lib_josai	670	590	927	2010/12/15
白百合女子大学図書館	shirayuri_lib	496	162	354	2011/2/17
信州大学附属図書館	ShinshuUnivLib	352	0	1112	2013/2/8
聖学院大学附属図書館	view_kun	260	95	897	2010/9/29
清泉女子大学附属図書館	seisen_lib	161	9	216	2012/11/27
多摩美術大学図書館	tamabi_library	1585	0	742	2011/3/22
千葉科学大学図書館	cislibrary	301	6	1108	2010/9/21
千葉大学附属図書館	ALC_Chiba_Univ	751	1	765	2011/7/10
筑波大学附属図書館	tsukubauniv_lib	3824	3173	6539	2011/3/14
デジタルハリウッド大学 メディアライブラリー	DHU_library	137	190	742	2011/10/3
天使大学図書館	TenshiLibrary	204	1	64	2010/2/4
東京基督教大学図書館	—	—	—	—	—
東京大学駒場図書館	Todai_komabaLib	2706	4	1128	2012/3/12
東京大学大学院 数理科学研究科 図書室	utms_library	891	248	3453	2010/6/9
東京大学農学 生命科学図書館	Todai_AgLib	712	138	1529	2010/6/11
東京大学附属図書館	TodaiNewLibrary	52	723	992	2013/3/28
桐朋学園大学音楽部 附属図書館	lib_toho	274	4	102	2013/1/23
東邦大学習志野 メディアセンター	NMC_newbook	174	148	1398	2010/3/12
東北大学附属図書館	hagi_no_suke	3748	2741	4803	2011/1/28
東洋学園大学図書館	media_lib	236	1	1172	2010/4/19
富山大学中央図書館	lilika_toyama	1006	1475	2098	2012/1/5
新潟医療福祉大学	nuhw_lib	304	34	1177	2011/6/30

新潟青陵大学図書館	lib_seiryo	244	14	230	2009/11/14
日本大学歯学部図書館	dent_lib	29	13	634	2012/12/26
一橋大学附属図書館	hito_lib,hitolib_lit	1177	9	2065	2010/3/17
広島市立大学附属図書館	—	—	—	—	—
広島大学図書館	HiroshimaU_Lib	638	0	473	2012/5/25
福岡大学図書館	fu_lib	1102	0	738	2012/2/23
福島県立医科大学附属 学術情報センター	FksmaMedUnivLiv	367	0	208	2012/12/7
文教大学越谷図書館	bunkyo_klib	1206	0	829	2011/2/4
文教大学湘南図書館	bunkyo_slib	103	0	118	2012/7/3
法政大学市ヶ谷図書館	hosei_iLib	1163	20	1859	2013/3/19
宮崎大学附属図書館	uom_lib	37	9	1244	2013/1/25
武蔵野大学図書館	mu_lib	359	0	5	2009/7/17
武蔵野美術大学美術館・ 図書館	mau_m_l	2475	14	745	2010/8/21
室蘭工業大学附属図書館	MuroranIT_lib	359	43	647	2011/5/17
明治大学図書館	meiji_lib	841	0	602	2013/3/13
横浜商科大学図書館	ycclib	156	0	1072	2011/2/1
横浜市立大学 学術情報センター	—	—	—	—	—

3.1. 「回答対象となる Twitter アカウントに関する質問」

問 1) 現在運用している Twitter アカウントについて。

公式・非公式・外部アカウントはそれぞれ以下のように定義した。

公式アカウント：業務上、決められた担当係（者）が運用

非公式アカウント：業務上の担当係（者）が決まっておらず、職員が個人的に運用

外部アカウント：図書館の職員以外（利用者、学生アルバイトなど）が運用

有効回答数は 75。

アンケートを郵送した 88 館には、2.2.の確認手順で開設されている Twitter アカウントは公式であると判断していたが、表 4 および図 2 をみると、公式アカウントがない図書館が 5 館存在した。つまり、図書館のウェブサイトに Twitter アカウントに関する記述やアカウントのリンクが存在し、外部がそのアカウントを公式だと判断しても、図書館内部では公式として扱われていない場合もある。

表 4 現在運用中のアカウント数

	アカウント数	図書館数
公式アカウント	76	70
非公式アカウント	3	3
外部アカウント	7	5

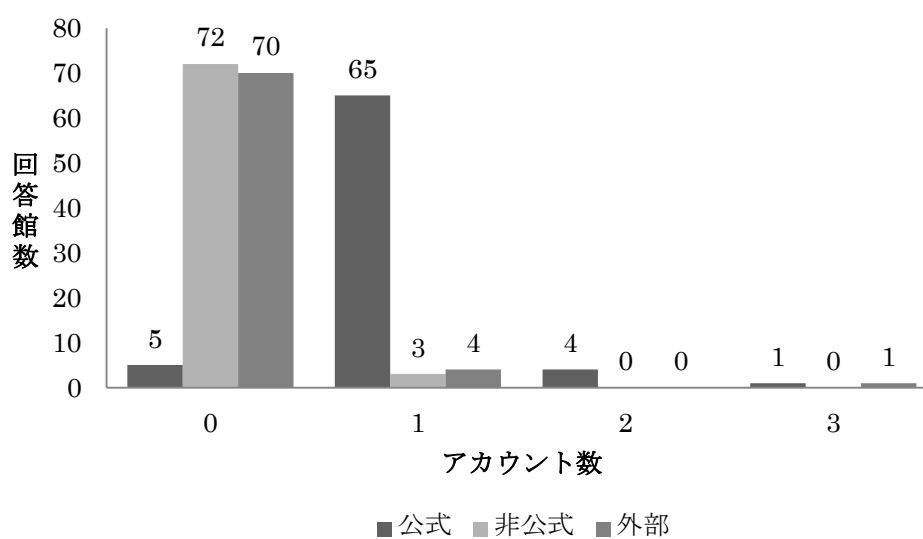


図 2 運用中のアカウント数ごとの回答館数

問 2) 過去に開設し、現在は閉鎖しているアカウントについて。

有効回答数は 74。

以前に開設し、現在は閉鎖しているアカウントは公式アカウントと外部アカウントが一つずつ存在した。

表 5 閉鎖したアカウント数

	アカウント数	図書館数
公式アカウント	1	1
非公式アカウント	0	0
外部アカウント	1	1

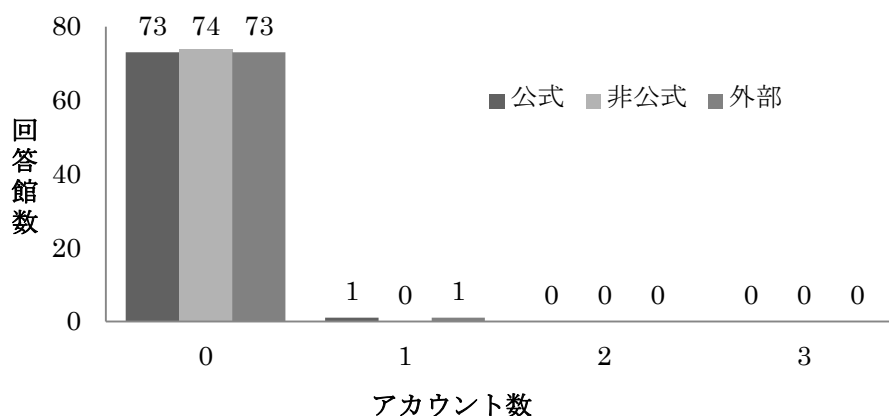


図 3 閉鎖したアカウント数ごとの回答館数

3.2. 「Twitter アカウントに関する質問」

この節の設問は、問 1 において「公式アカウント」であると回答したアカウントについてのみ回答してもらった(公式アカウントが複数ある場合はメインアカウントについて回答)。

問 3) 現在の利用目的について。

有効回答数 70。複数回答可。

利用目的は「図書館全体の広報」「図書館の展示やイベントの広報」がともに 92.9%で最多。次いで「新着情報や資料の紹介」が 70%であった。「レファレンスサービス」を目的とした利用も 7.1%存在している。「レファレンスサービス」と回答した 5 館のツイートの一部を図 4 に示す。図 4 の例から、Twitter を利用したレファレンスサービスは「図書館で受けたレファレンス内容の紹介」と「Twitter 上での会話によるレファレンス」の 2 通りの方法が確認できた。

「その他」には「緊急時の情報発信」「” なりすまし” の防止」「併設施設の広報」「学生生活動の広報」等があげられていた。

また、Twitter アカウントの開設年別に利用目的を見ると、2010 年以降から「利用者ニーズの把握」や「利用者とのコミュニケーション」といった情報発信以外を利用目的とするアカウントが現れ、2012 年以降にはさらに「情報収集」「レファレンスサービス」といった利用目的が存在する等、Twitter の利用目的は多様化している。

表 6 Twitter の利用目的

	回答数	割合
1. 図書館全体の広報	65	92.9%
2. 図書館の展示やイベントの広報	65	92.9%
3. 新着情報や資料の紹介	49	70.0%
4. レファレンスサービス	5	7.1%
5. 利用者とのコミュニケーション	18	25.7%
6. 大学に関する情報の発信	23	32.9%
7. 利用者ニーズの把握	19	27.1%
8. 情報収集	12	17.1%
9. その他	11	15.7%

・【こんな質問うけたよ☆就活応援☆】 就活情報の調べ方が知りたい→「シューカツ情報の調べ方ー就活 超入門編」

・@*** 新聞記事検索できましたか？まだだったら、こちらからどうぞ。(URL)

図 4 Twitter 上でのレファレンス例

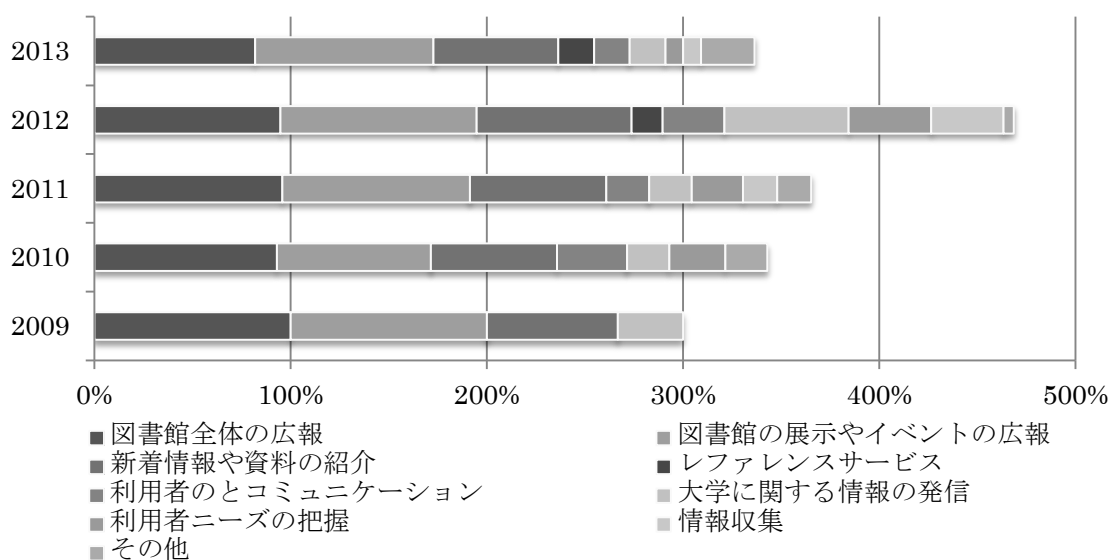


図 5 Twitter 開設年別の利用目的

問 4) アカウント開設のきっかけについて。

有効回答数 68。複数回答可。

アカウント開設のきっかけは「図書館内部からの要望があったから」が最多の 52.9%であった。次いで多い回答が「開設する図書館が増えてきたから」の 36.8%である。「その他」には、「広報手段の不足」や「広報の見直し」など Twitter を有用な広報の一手段として捉えて開設したという回答もあるが、「一職員の興味」からという回答もみられた。

また、Twitter アカウントの開設年別に開設のきっかけを見ると、利用者からの要望によって開設した Twitter アカウントが登場するのは 2012 年以降である。それ以前は、「開設する図書館が増えてきたから」という外的要因が存在してはいるが、ほぼすべてのアカウントは内的要因によって開設されている。

表 7 Twitter アカウント開設のきっかけ

	回答数	割合
1. 震災などの緊急時の情報発信手段	17	25.0%
2. 開設する図書館が増えてきたから	25	36.8%
3. 大学のアカウントが開設されたから	2	2.9%
4. 利用者からの要望があったから	3	4.4%
5. 図書館内部からの要望があったから	36	52.9%
6. その他	23	33.8%

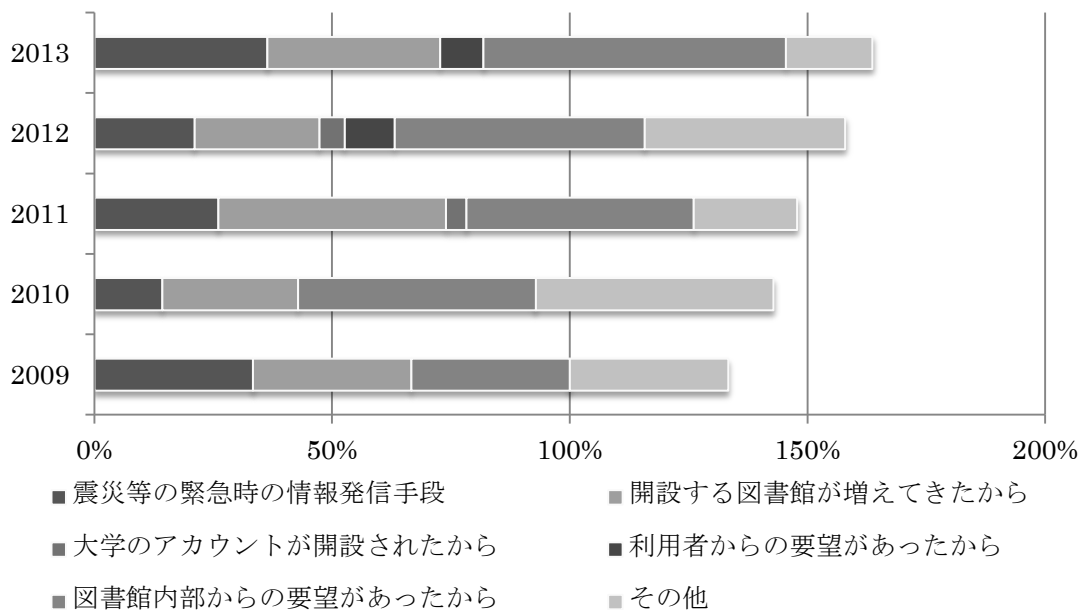


図 6 Twitter 開設年別の開設のきっかけ

問 5) Twitter の現在の担当係(者)について。

有効回答数 69。複数選択可。

ソーシャルメディアを担当する係もしくは職員が置かれている図書館が 14.5%存在している。「その他」では「職員全員」と明確に回答した館が 8 館あり、「特に担当は決めていない」とした館が 6 館あった。

Twitter アカウントの開設年別に担当係(者)を見ると、2011 年以降から「ソーシャルメディア担当係(者)」による運用が見られ、大学図書館においてソーシャルメディアの運用が業務の一つとして位置づけられつつあることが分かる。

表 8 現在の担当係(者)

	回答数	割合
1. 広報全体の担当係 (者)	22	31.9%
2. ソーシャルメディア担当係 (者)	10	14.5%
3. 1. と 2. 以外の特定の係 (者)	14	20.3%
4. ワーキンググループ	11	15.9%
5. その他	22	31.9%

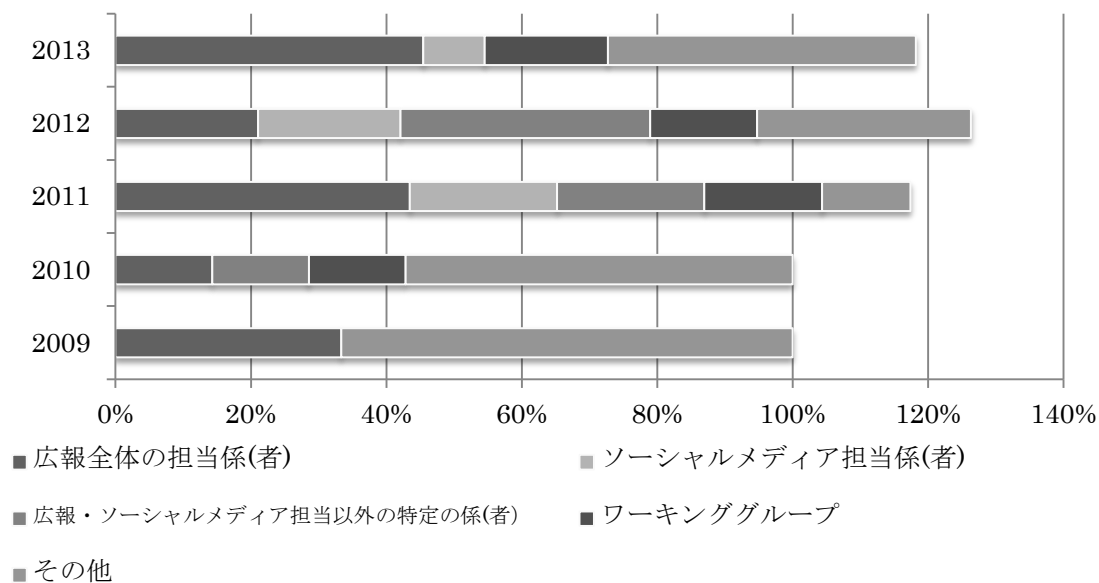


図 7 Twitter 開設年別の担当係(者)

問 6) 担当者数について。

有効回答数 68。

Twitter の担当者は、常勤もしくは非常勤職員が 1 人で担当している場合が最も多い。パスワードを知っている職員数は担当者数よりわずかに多く、実際にツイートしている職員数は担当者数よりわずかに少なかった。

表 9 Twitter 担当者数

	担当者		個人アカウント あり		パスワードを 知っている		ツイート している	
	常勤	非常勤	常勤	非常勤	常勤	非常勤	常勤	非常勤
最少値	0	0	0	0	1	0	0	0
平均値	3.6	2.2	1.9	1.1	4.9	2.7	3.2	2.0
中央値	2	1	1	0	3	1.5	2	1
最大値	18	20	13	10	20	20	18	20

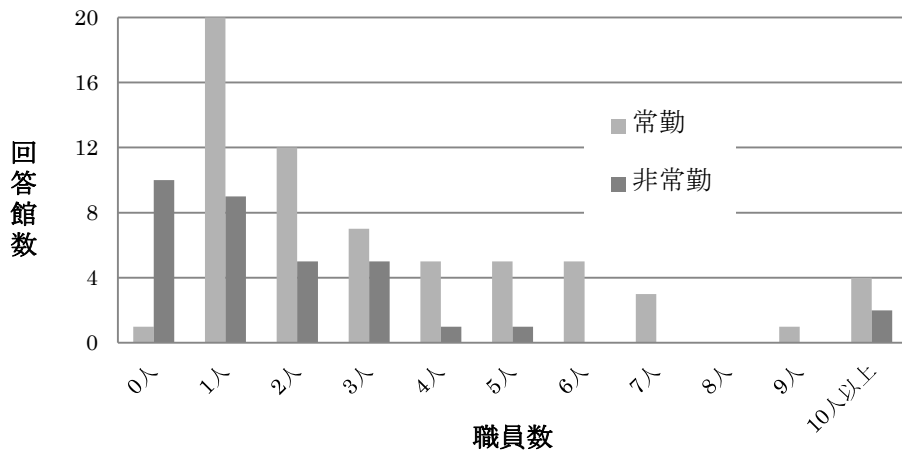


図 8 Twitter の担当者数別図書館数

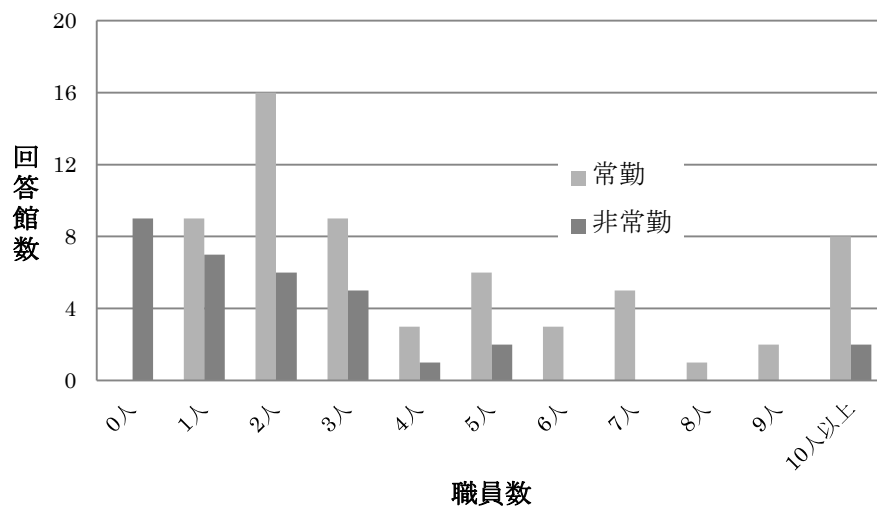


図 9 Twitter アカウントのパスワードを知っている人数別図書館数

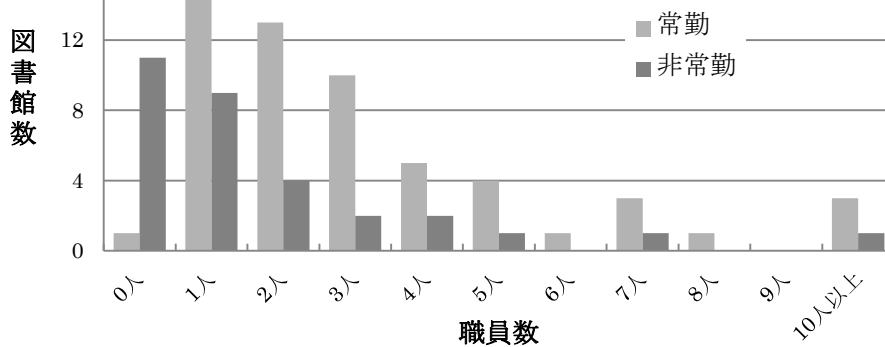


図 10 Twitter でツイートしている人数別図書館数

問 7) ツイート内容の分担について。

有効回答数 44。

前問において、実際にツイートしている職員が複数いる場合、ツイート内容に分担はなく、個人の裁量によって様々な内容を投稿している場合が 54.5%であった。しかし「その他」の中にはツイート内容を担当者全員で予め作成しておくという回答もみられた。

表 10 担当者が複数いる場合のツイート内容の分担

	回答数	割合
1. 担当者によって分担がある	13	29.5%
2. 分担はなく、担当者の裁量で様々な内容を投稿する	24	54.5%
3. その他	7	15.9%

問 8) Twitter の非公式運用期間もしくは試行運用期間について。

有効回答数 69。

非公式運用および試行運用を以下のように定義した。

非公式運用：業務上の担当係（者）が決まっておらず、職員が個人的に運用

試行運用：業務上の担当係（者）が決まっているが、「試行」又は「非公式」と明記して運用

39.1%の図書館で非公式/試行運用期間が設けられている。非公式/試行運用期間は、現在も非公式/試行運用中のアカウントを除けば、平均は約 9.8 カ月、最短で 4 日、最長で約 2 年 10 カ月であった。

表 11 非公式/試行運用期間の有無

	回答数	割合
1. 非公式/試行運用期間があった	27	39.1%
2. どちらもなかった	42	60.9%

表 12 非公式/試行運用期間の日数

平均	9.8
最短	4.0
最長	1030.0

問 9) 非公式/試行運用期間終了の前後の変化について。

有効回答数 25。複数回答可。

48.0%の図書館において、非公式/試行運用から公式運用に変わっても運用に変化はな

かったと回答した。「その他」の7館中4館は現在も非公式/試行運用中である。

表 13 非公式/試行運用期間の前後の変化

	回答数	割合
1. 担当係（者）が変わった	2	8.0%
2. 利用目的が変わった	1	4.0%
3. ツイート内容が変わった	3	12.0%
4. ツイート頻度が変わった	3	12.0%
5. 運用規程が変わった	2	8.0%
6. 運用規程が出来た	5	20.0%
7. なにも変わらなかった	12	48.0%
8. その他	7	28.0%

問 10) Twitter の運用規程の有無について。

有効回答数 68。

「運用規程」は以下のように定義した。

運用規程：利用目的、担当者、投稿内容などの運用の際の規程。ガイドライン。

Twitter に関してのみ定めたものでなくとも、Twitter の運用の際に従っているならば、他のメディアも含めたメディア全体の運用規程も含む。

半数以上の 61.8%の図書館で成文化された運用規程は設けておらず、担当者間での合意によって運用されている。

表 14 Twitter の運用規程の有無

	回答数	割合
1. 図書館独自の成文化された運用規程がある	18	26.5%
2. 図書館独自のものは無いが、大学に成文化された運用規程があり、それに従っている	4	5.9%
3. 図書館にも大学にも成文化された運用規程はないが、担当者間である程度の合意がある	42	61.8%
4. その他	4	5.9%

問 11) 運用規程の内容について。

有効回答数 22。

前問で「成文化された運用規程がある」と回答した図書館の内、運用規程の公開範囲について、以下の選択肢の内、59.1%が運用規程は公開していないと回答した。

表 15 運用規程の公開範囲

	回答数	割合
1. 全ての運用規程を一般に公開している	9	40.9%
2. 一部のみ一般に公開している	0	0.0%
3. 一般には公開していない	13	59.1%

問 12) 運用規程の内容について。

有効回答数 22。複数選択可。

「担当係(者)」「利用目的」「ツイート内容」「リプライへの対応」については半数以上の図書館において運用規程に記載がある。最も記載が少なかったのは「問合せ先」の 27.3%であった。

表 16 運用規程の内容

	回答数	割合
1. 担当係（者）	13	59.1%
2. 問合せ先	6	27.3%
3. 利用目的	20	90.9%
4. ツイートする内容について	19	86.4%
5. フォローの基準について	10	45.5%
6. トラブル対策について	9	40.9%
7. 公式/非公式リツイート（※1,2）について	10	45.5%
8. リプライ（※3）への対応について	12	54.5%
9. その他	8	36.4%

※1 公式リツイート：Twitter のリツイート機能（RT）

※2 非公式リツイート：コメント付きリツイート（QT）

※3 リプライ：Twitter の返信機能（@）

問 13) ツイート内容のチェック体制について。

有効回答数 68。複数回答可。

投稿者以外の職員がツイート内容をツイート前にチェックしているのは 25.0%で、47.1%がツイート後にチェックしている。ツイートをチェックしていないという回答も 32.4%存在した。

表 17 ツイート内容のチェック体制

	回答数	割合
1. ツイート前に常にチェックする	12	17.6%
2. ツイート前に時々チェックする	5	7.4%
3. ツイート後に常にチェックする	10	14.7%
4. ツイート後に時々チェックする	22	32.4%
5. チェックしない	22	32.4%
6. その他	4	5.9%

問 14) Twitter の効果測定指標について。

有効回答数 69。複数回答可。

72.5%の図書館がフォロワー数によって Twitter の効果を測定している。次いで多い指標が自館のツイートのリツイート数であった。「特にチェックしている指標はない」という回答は 26.1%と 3 番目に多い結果となった。

表 18 Twitter の効果測定指標

	回答数	割合
1. フォロワー数	50	72.5%
2. 自館のツイートのリツイート数	27	39.1%
3. 自館へのリプライ数	6	8.7%
4. 自館に関する他ユーザのツイート内容	11	15.9%
5. 特にチェックしている指標はない	18	26.1%
6. チェックのための指標を検討中	3	4.3%
7. その他	4	5.8%

問 15) Twitter の効果測定の実施について。

有効回答数 65。複数回答可。

前問に示した指標による効果測定を業務として行っているのは 24.6%であり、業務ではないが、個人的な興味などにによって行っているのが 43.1%であった。効果測定を行っていないという回答は 33.8%であった。

表 19 Twitter の効果測定

	回答数	割合
1. 業務として定期的に行っている	11	16.9%
2. 業務ではあるが不定期に行っている	5	7.7%
3. 業務ではないが定期的に行っている	7	10.8%
4. 業務ではないが不定期に行っている	21	32.3%
5. 現在、効果測定は行っていない	22	33.8%
6. その他	1	1.5%

問 16) フォロワーを増やす工夫について。

有効回答数 69。複数回答可。

フォロワーを増やす工夫は、「親しみやすい文体にしている(52.2%)」「リアルタイム情報をツイートしている(49.3%)」「画像付きでツイートしている(46.4%)」が多い。

表 20 フォロワーを増やすための工夫

	回答数	割合
1. 図書館キャラクターがツイートしている	17	24.6%
2. リアルタイムの情報をツイートしている	34	49.3%
3. 大学に関する情報をツイートしている	21	30.4%
4. 親しみやすい文体にしている	36	52.2%
5. 積極的に他ユーザと交流している	3	4.3%
6. 閲覧者の多い時間帯にツイートしている	12	17.4%
7. 画像付きでツイートしている	32	46.4%
8. Twitter と連動したイベントの開催	7	10.1%
9. 要望への即時対応	6	8.7%
10. 特になにもしていない	13	18.8%
11. その他	12	17.4%

問 17) Twitter の効果について。

有効回答数 67。複数回答可。

Twitter の効果を実際にどのように実感しているのかを尋ねたところ、「利用者ニーズの把握が容易になった(28.4%)」「企画・イベントの参加人数の増加(20.9%)」という回答が多かったが、「特に効果があったという実感はない」という回答も同程度の 23.9%であった。「その他」の回答では、情報の伝達範囲の拡大や伝達速度の向上といった回答が見られた。

表 21 Twitter の効果

	回答数	割合
1. Web サイトへのアクセス数の増加	8	11.9%
2. 機関リポジトリへのアクセス数の増加	0	0.0%
3. Web サイトやメールでの問い合わせ増加	2	3.0%
4. 企画・イベントの参加人数の増加	14	20.9%
5. レファレンス件数の増加	1	1.5%
6. Twitter で紹介した資料の貸出件数の増加	8	11.9%
7. 苦情・クレームの減少	0	0.0%
8. 迷惑行為等の早期発見	1	1.5%
9. 利用者ニーズの把握が容易になった	19	28.4%
10. 情報収集が容易になった	5	7.5%
11. 要望への即時対応	3	4.5%
12. 特に効果があったという実感はない	16	23.9%
13. Twitter アカウントを開設して間もないので分からない	7	10.4%
14. その他	18	26.9%

問 18) Twitter アカウントの開設時の課題について。

有効回答数 67。複数回答可。

アカウント開設時の課題は「組織内での合意」が 64.2%、次いで「アカウントの運用ノウハウの習得」 56.7%であった。

表 22 Twitter アカウント開設時の課題

	回答数	割合
1. 組織内での合意	43	64.2%
2. 運用規程の作成	21	31.3%
3. アカウントの運用ノウハウの習得	38	56.7%
4. 担当者の確保	11	16.4%
5. その他	11	16.4%

問 19) Twitter 運用の際の課題について。

有効回答数 70。複数回答可。

運用の際の課題では、「ツイートのネタの確保(44.3%)」「効果の測定方法がわからない(34.3%)」という回答が多かった。

表 23 Twitter 運用の際の課題

	回答数	割合
1. 人材の確保	20	28.6%
2. 時間の確保	18	25.7%
3. 他ユーザとの交流が難しい	11	15.7%
4. ツイートのネタの確保	31	44.3%
5. フォロワーを増やす方法がわからない	13	18.6%
6. 効果の測定方法がわからない	24	34.3%
7. 他メディアとの棲み分けが難しい	9	12.9%
8. 特にない	7	10.0%
9. その他	12	17.1%

3.3. 「Facebook ページに関する質問」

問 20) Facebook ページの有無について。

有効回答数 66。

回答館の 28.8%の図書館で Facebook ページを開設している。

表 24 Facebook ページの有無

	回答数	割合
1. ある	19	28.8%
2. ない	47	71.2%

問 21) Facebook の利用目的について。

有効回答数 19。複数回答可。

利用目的は「図書館の展示やイベントの広報」が 100.0%で、次いで「図書館全体の広報」が 89.5%であった。「レファレンスサービス」を目的とした利用も 1 館存在している。

表 25 Facebook の利用目的

	回答数	割合
1. 図書館全体の広報	17	89.5%
2. 図書館の展示やイベントの広報	19	100.0%
3. 新着情報や資料の紹介	11	57.9%
4. レファレンスサービス	1	5.3%
5. 利用者とのコミュニケーション	8	42.1%
6. 大学に関する情報の発信	6	31.6%
7. その他	2	10.5%

問 22) Facebook ページ開設のきっかけについて。

有効回答数 19。複数回答可。

アカウント開設のきっかけは「図書館内部からの要望があったから」が最多の 63.2%であった。次いで多い回答が「開設する図書館が増えてきたから」の 26.3%である。

表 26 Facebook ページ開設のきっかけ

	回答数	割合
1. 震災などの緊急時の情報発信手段	2	10.5%
2. 開設する図書館が増えてきたから	5	26.3%
3. 大学のページが開設されたから	3	15.8%
4. 利用者からの要望があったから	3	15.8%
5. 図書館内部からの要望があったから	12	63.2%
6. その他	3	15.8%

問 23) Facebook の担当係(者)について。

有効回答数 19。複数回答可。

Facebook の担当係は、Twitter 担当係と同じである図書館が 78.9%であった。

表 27 現在の Facebook の担当係(者)

	回答数	割合
1. Twitter の担当係 (者) と同じ	13	68.4%
2. 担当係は Twitter と同じだが担当者は違う	2	10.5%
3. Twitter とは別の担当係 (者)	1	5.3%
4. その他	4	21.1%

問 24) Facebook の担当者数について。

有効回答数 19。

Facebook の担当者は、常勤もしくは非常勤職員が 1 人で担当している場合が最も多い。Facebook ページの管理人数は担当者数よりわずかに多く、実際に投稿している職員数は担当者数よりわずかに少なかった。

表 28 Facebook の担当職員数

	担当者		個人アカウント あり		ページの管理人		投稿している	
	常勤	非常勤	常勤	非常勤	常勤	非常勤	常勤	非常勤
最少値	1	0	0	0	1	0	0	0
平均値	4.0	1.1	2.4	1.0	4.8	3.5	2.8	1.6
中央値	2	1	1	0	2	0.5	2	1
最大値	18	3	13	3	20	17	13	4

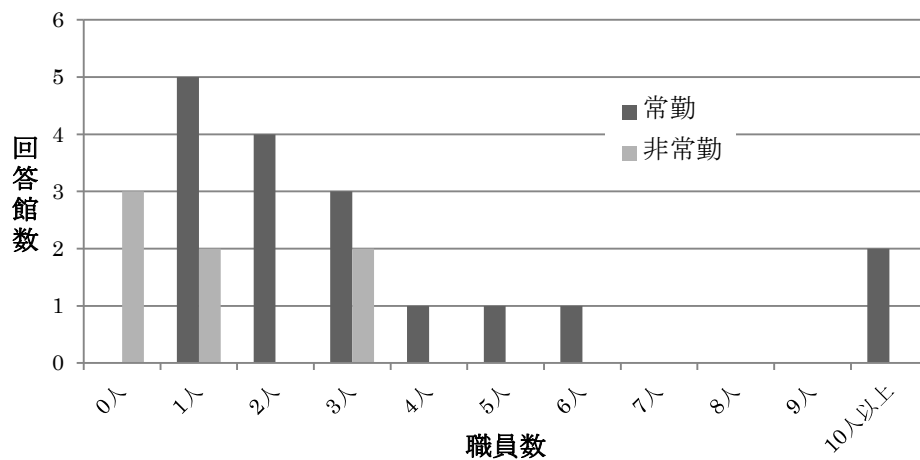


図 11 Facebook の担当者数別図書館数

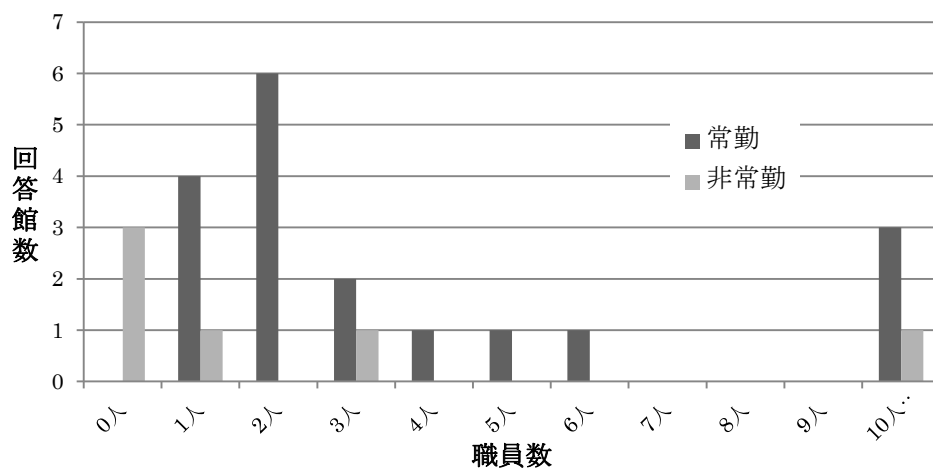


図 12 Facebook ページの管理人数別図書館数

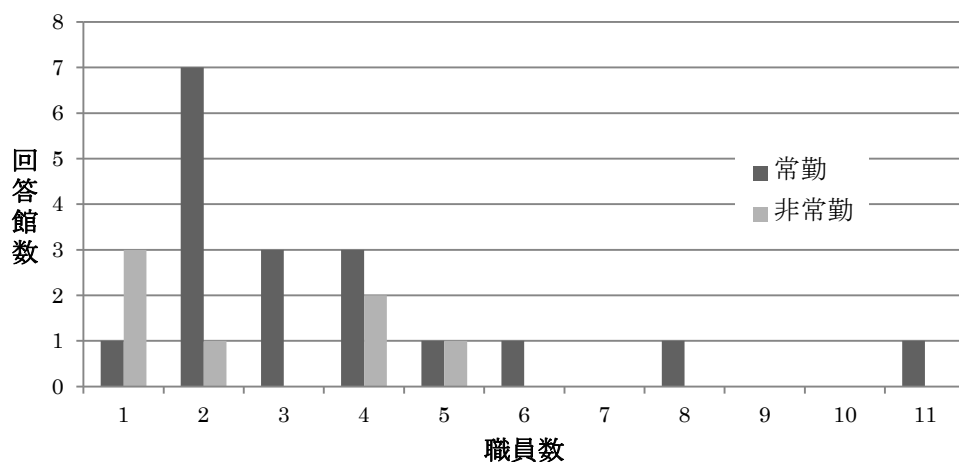


図 13 Facebook の投稿者数別図書館数

問 25) 担当者が複数いる場合の投稿内容の分担について。

有効回答数 9。

前問において、実際に投稿している職員が複数いる場合、投稿内容に分担はなく、個人の裁量によって様々な内容を投稿している場合が 88.9%であった。

表 29 担当者が複数いる場合の投稿内容の分担

	回答数	割合
1. 担当者によって分担がある	1	11.1%
2. 分担はなく、担当者の裁量で様々な内容を投稿する	8	88.9%
3. その他	0	0.0%

問 26) Facebook の運用規程の有無について。

有効回答数 19。

「Facebook の運用規程」を以下のように定義した。

運用規程：利用目的、担当者、投稿内容などの運用の際の規程。ガイドライン Facebook に関してのみ定めたものでなくとも、Facebook の運用の際に従っているならば、他のメディアも含めたメディア全体の運用規程も含む。

成文化された運用規程がある図書館は 31.6%で、成文化されていないが、担当者間である程度の合意がある図書館は 47.4%であった。

表 30 Facebook の運用規程の有無

	回答数	割合
1. Twitter の運用規程とは別に、Facebook の成文化された運用規程がある	4	21.1%
2. Twitter の成文化された運用規程と共通	2	10.5%
3. 成文化された運用規程はないが、担当者間である程度の合意がある	9	47.4%
4. その他	4	21.1%

問 27) Facebook の運用規程の公開範囲について。

有効回答数 4。

成文化された運用規程がある図書館のうち、半数が運用規程を一般に公開している。

表 31 Facebook の運用規程の公開範囲

	回答数	割合
1. 全ての運用規程を一般に公開している	2	50.0%
2. 一部のみ一般に公開している	0	0.0%
3. 一般には公開していない	2	50.0%

問 28) Facebook の投稿時間について。

有効回答数 19。複数回答可。

Facebook ページへの投稿は、緊急の時は業務時間外でも行っている図書館が 52.6%であった。

表 32 投稿時間

	回答数	割合
1. 業務時間内にしかしない	8	42.1%
2. 主に業務時間内だが緊急の時などは業務時間外にもする	10	52.6%
3. その他	0	0.0%

問 29) Facebook の投稿内容のチェック体制について。

有効回答数 18。複数回答可。

投稿者以外の職員が投稿内容を投稿前にチェックしているのは 38.9%で、66.7%が投稿

後にチェックしている。投稿をチェックしていないという回答も 22.2%存在した。

表 33 Facebook の投稿内容のチェック体制

	回答数	割合
1. 投稿前に常にチェックする	2	11.1%
2. 投稿前に時々チェックする	5	27.8%
3. 投稿後に常にチェックする	2	11.1%
4. 投稿後に時々チェックする	10	55.6%
5. チェックしない	4	22.2%
6. その他	2	11.1%

問 30) 「Facebook インサイト」の利用について。

有効回答数 19。複数回答可。

Facebook インサイト：Facebook ページのユーザアクティビティに関する
集計データを提供するサービス

Facebook ページのファン数の推移など、効果測定に用いられている「Facebook インサイト」を「利用している」と回答したのは 42.1%であり、同数が「サービスの存在は知っているが利用していない」と回答した。

表 34 「Facebook ページインサイト」の利用

	回答数	割合
1. 利用している	8	42.1%
2. サービスの存在は知っているが利用していない	8	42.1%
3. サービスの存在を知らなかった	3	15.8%

問 31) Facebook の効果測定指標について。

有効回答数 19。複数回答可。

63.2%が「各投稿の”いいね！”数」によって Facebook の効果を測定している。次いで多い指標が「ファン数(57.9%)」であった。

表 35 Facebook の効果測定指標

	回答数	割合
1. ファン (※1) 数	11	57.9%
2. リーチユーザ (※2) 数	9	47.4%
3. 各投稿の「いいね！」数	12	63.2%
4. 各投稿のコメント数	4	21.1%
5. 各投稿のシェア数	7	36.8%
6. 特にチェックしている指標はない	3	15.8%
7. チェックのための指標を検討中	2	10.5%
8. その他	1	5.3%

※1 ファン：Facebook ページに「いいね！」しているユーザ

※2 リーチユーザ：Facebook ページに関連する全てのコンテンツを表示したユーザ

問 32) ファンを増やす工夫について。

有効回答数 19。複数回答可。

ファンを増やす工夫は、「画像付きで投稿している(89.5%)」「親しみやすい文体にしている(73.7%)」が多い。

表 36 ファンを増やす工夫

	回答数	割合
1. 親しみやすい文体にしている	14	73.7%
2. 積極的に他ユーザと交流している	4	21.1%
3. 閲覧者の多い時間帯に投稿している	3	15.8%
4. 画像付きで投稿している	17	89.5%
5. Facebook と連動したイベントの開催	2	10.5%
7. 特になにもしていない	1	5.3%
8. その他	3	15.8%

問 33) Facebook の効果について。

有効回答数 19。複数回答可。

Facebook の効果を実際にどのように実感しているのかを尋ねたところ、「企画・イベ

ントの参加人数の増加(31.6%)」という回答が最も多かったが、「特に効果があったという実感はない」という回答が 26.3%と 2 番目に多かった。

表 37 Facebook の効果

	回答数	割合
1. Web サイトへのアクセス数の増加	3	15.8%
2. 機関リポジトリへのアクセス数の増加	0	0.0%
3. Web サイトやメールでの問い合わせ増加	0	0.0%
4. 企画・イベントの参加人数の増加	6	31.6%
5. レファレンス件数の増加	0	0.0%
6. Facebook で紹介した資料の貸出件数の増加	1	5.3%
7. 苦情・クレームの減少	0	0.0%
8. 特に効果があったという実感はない	5	26.3%
9. Facebook ページを開設して間もないので分からない	4	21.1%
10. その他	3	15.8%

問 34) Facebook ページ開設時の課題について。

有効回答数 19。複数回答可。

Facebook ページ開設時の課題は「Facebook の運用ノウハウの習得」61.1%、次いで「組織内での合意」が 50.0%であった。

表 38 Facebook ページ開設時の課題

	回答数	割合
1. 組織内の合意	9	50.0%
2. 運用規程の作成	6	33.3%
3. Facebook の運用ノウハウの習得	11	61.1%
4. 担当者の確保	7	38.9%
5. その他	3	16.7%

問 35) Facebook の運用の際の課題について。

有効回答数 19。複数回答可。

Facebook ページの運用の際の課題は、「投稿ネタの確保」が 73.7%、次いで「人材の確保」 36.8%であった。

表 39 Facebook 運用の課題

	回答数	割合
1. 人材の確保	7	36.8%
2. 時間の確保	5	26.3%
3. 他ユーザとの交流が難しい	4	21.1%
4. 投稿のネタの確保	14	73.7%
5. ファンを増やす方法がわからない	1	5.3%
6. 効果の測定方法がわからない	4	21.1%
7. 他メディアとの棲み分けが難しい	6	31.6%
8. 特にない	0	0.0%
9. その他	0	0.0%

3.4. 「ウェブサービスに関する質問」

問 36) 現在 Twitter と Facebook 以外で利用しているウェブサービスについて。

有効回答数 55。複数回答可。

「ブックログ」の利用が 61.8%と最も多く、「ブログ」「RSS」が 36.4%と 34.5%と多かった。

表 40 現在利用しているウェブサービス

	回答数	割合
1. ブログ	20	36.4%
2. RSS	19	34.5%
3. ブクログ	34	61.8%
4. YouTube	10	18.2%
5. USTREAM	5	9.1%
6. その他	4	7.3%

問 37) 今後利用を検討しているウェブサービスについて。

有効回答数 32。複数回答可。

今後のウェブサービスの利用については「Facebook」の利用を検討していると回答した館が 40.6%と最も多かった。「その他」には「SlideShare」や「LibGuides」といったコンテンツの共有サービスが挙げられていた。

表 41 利用を検討しているウェブサービス

	回答数	割合
1. ブログ	3	9.4%
2. RSS	3	9.4%
3. ブクログ	0	0.0%
4. Facebook	13	40.6%
5. USTREAM	2	6.3%
6. YouTube	2	6.3%
7. LINE	2	6.3%
8. その他	9	28.1%

4. 結論

調査時点で公式の Twitter アカウントを開設していた大学図書館は 88 館、全体のわずか 6.3%と少なかった。しかし、質問紙の問 4 において、アカウント開設のきっかけとして「開

設する図書館が増えてきたから」を選択した図書館や「広報手段の不足」や「広報の見直し」と回答した図書館があることから、今後、図書館における Twitter の活用事例が広まれば、アカウントを開設する図書館は増加するだろう。

利用目的をみても、やはり、先行研究の結果と同様に、「図書館全体の広報」や「新着情報や資料の紹介」などの一方通行な情報発信ツールとしての利用に偏っている。

実際の運用では、1割以上の図書館でソーシャルメディア担当の係もしくは職員が置かれており、新たなメディアを積極的に取り込んでいこうとしていることがうかがえる。しかし、ソーシャルメディアは従来のメディアよりも利用者に近く、容易にコミュニケーションが取れる反面、炎上などのリスクも大きい。そのようなメディアを取り入れようとしているにもかかわらず、成文化された運用規程を用意している図書館は3割しかない。さらに、その運用規程も6割の図書館が一般に公開しておらず、リスク対策は今後の課題であると言える。

運用規程の策定、リスク対策の他に問題となっているのは効果測定である。フォロワー数やリツイート数を測定指標としている図書館が多いが、効果の測定は個人の裁量で行われている場合が多く、測定結果をフィードバックできる環境が整っていない。また、実際に現実でどのような効果を感じたかという問いに対して、「特に何も感じない」や「利用者ニーズの把握が容易になった」といった回答が多く、利用目的として最も多かった「広報」に対する効果が表れていない。

以上から、大学図書館において、ソーシャルメディアへの関心は高いが、それは「情報発信手段」のとしての意味合いが濃く、コミュニケーションツールとしての関心はあるが活用方法が分からないといった戸惑いがあると考えられる。また、情報発信ツール、コミュニケーションツールどちらの目的で利用するとしても、その対象であるフォロワーをどう増やすか、その工夫の成果をどう現実に反映させるかが大きな課題であると言える。

謝辞

本研究に際して、長期にわたって多大なご助言や御指導いただいた筑波大学大学院図書館情報メディア研究科の池内淳准教授に心から感謝申し上げます。

また、インタビュー調査にご協力くださった筑波大学附属図書館、東京大学総合図書館、東京大学駒場図書館、一橋大学附属図書館、清泉女子大学附属図書館の皆さまにも深くお礼申し上げます。

引用文献

- 1) “米国を中心に” Twitter” を活用する図書館増加中”. カレントアウェアネス・ポータル, <http://current.ndl.go.jp/e888>, (参照 2014-01-15).
- 2) インターネット白書 2011. インプレスジャパン, 2011, 240p.

- 3) 経済産業省. 国、地方公共団体等公共機関における民間ソーシャルメディアを活用した情報発信についで の 指 針 .
<http://www.meti.go.jp/press/2011/04/20110405005/20110405005-2.pdf>, (参照 2014-01-15).
- 4) 総務省. 平成 23 年版情報通信白書.
- 5) Lietzau, Zeth. U.S. public libraries and the use of web technologies, 2008. Library Research Service. 2009.
- 6) Lietzau, Zeth; Helgren, Jamie. U.S. public libraries and the use of web technologies, 2010. Library Research Service. 2011.
- 7) Wanucha, Meghan; Hofschire, Linda. U.S. public libraries and the use of web technologies, 2012. Library Research Service. 2013.
- 8) Aharony, Noa. Twitter use in libraries: an exploratory analysis. Journal of Web Librarianship. 2010, no. 4, vol. 4, p. 333-350.
- 9) Kruse, Adam. How libraries use twitter. Participatory Service and Emerging Technologies. 2011, LIS 768.
- 10) Cragg, Emma. Use of social media in the memver libraries of the Business Librarians Association. SCOUNL Focus. 2010, Vol.49 . pp. 12-14.
- 11) 欧州の図書館におけるソーシャルメディアの活用度合いの調査. カレントアウェアネス -E, 2010, no.178, E1091.
- 12) 原聡子. 図書館による Twitter 活用の可能性. カレントアウェアネス・ポータル, <http://current.ndl.go.jp/ca1716>, (参照 2014-01-16).
- 13) 関戸麻衣. 特集, 大学図書館ツイッター担当者オープン会議--第 20 回大図研オープンカレッジ: 図書館公式 Twitter へのお誘い--第 20 回大図研オープンカレッジ「大学図書館ツイッター担当者オープン会議」に参加して. 大学の図書館. 2011, vol. 30, no. 9, p.158-160.
- 14) 甲田さと美, 斉藤智子. 特集, 大学図書館ツイッター担当者オープン会議--第 20 回大図研オープンカレッジ: 第 20 回大図研オープンカレッジ城西大学記念図書館の Twitter 活用事例. 大学の図書館. 2011, vol. 30, no. 9, p.160-163.
- 15) 栗山和子. 大学図書館の Twitter 利用. 情報処理学会研究報告.情報学基礎研究会報告, 2013, no.2013-IFAT-112, vol.3, pp.1-8.

参考文献

- 1) 私立大学図書館協会東地区部会研究部企画広報研究分科会編. 図書館広報実践ハンドブック. 日本図書館協会, 2002, 303p.
- 2) 加藤好郎. 大学図書館経営論. 勁草書房, 2011, 202p.
- 3) 田中均. 図書館を変える広報力:Web サイトを活用した情報発信実践マニュアル. 日外アソシエーツ. 2012, 192p.
- 4) 福田浩至. 企業のためのソーシャルメディア 安全運用とリスクマネジメント. 翔泳社. 2012, 232p.

付録

回答対象となる Twitter アカウントに関する質問

問1. 貴図書館において、**現在、運用している** Twitter アカウントがございましたら、そのアカウント ID を以下の空欄に全てご記入ください。

また、公式運用している Twitter アカウントが複数ある場合、**最も主要だと思われるアカウント ID** を○で囲んでください。

※ **公式アカウント**：業務上、決められた担当係（者）が運用

非公式アカウント：業務上の担当係（者）が決まっておらず、職員が個人的に運用

外部アカウント：図書館の職員以外（利用者、学生アルバイトなど）が運用

公式アカウント（例：@abc_lib）

非公式アカウント

外部アカウント

問2. 貴図書館において、**過去に開設していたが、現在は閉鎖している** Twitter アカウントがございましたら、そのアカウント ID を以下の空欄に全てご記入ください。

公式アカウント

非公式アカウント

外部アカウント

Twitter アカウントに関する質問

※ 以下の質問では、<問 1>で「公式アカウント」の欄に記入した Twitter アカウント（複数ある場合は、最も主要だと思われるアカウント）についてうかがいます。

問3. Twitter の**現在の利用目的**について、以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。（複数選択可）

- | | |
|-------------------|-------------------|
| 1. 図書館全体の広報 | 2. 図書館の展示やイベントの広報 |
| 3. 新着情報や資料の紹介 | 4. レファレンスサービス |
| 5. 利用者とのコミュニケーション | 6. 大学に関する情報の発信 |
| 7. 利用者ニーズの把握 | 8. 情報収集 |
| 9. その他（具体的に： | ） |

問4. Twitter アカウントの**開設のきっかけ**について、以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。（複数選択可）

- | | |
|---------------------|--------------------|
| 1. 震災などの緊急時の情報発信手段 | 2. 開設する図書館が増えてきたから |
| 3. 大学のアカウントが開設されたから | 4. 利用者からの要望があったから |
| 5. 図書館内部からの要望があったから | |
| 6. その他（具体的に： | ） |

問5. Twitter の**現在の担当係（者）**をご回答ください。

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。（複数選択可）

また、差し支えなければ具体的な係名をご記入ください。

- | | |
|-------------------------------|---|
| 1. 広報全体の担当係（者）
（係名： | ） |
| 2. ソーシャルメディア担当係（者）
（係名： | ） |
| 3. 1. と 2. 以外の特定の係（者）
（係名： | ） |
| 4. ワーキンググループ（グループ名： | ） |
| 5. その他（ | ） |

問6. Twitterの運用に関わっている**現在の職員数**をご回答ください。

1. 担当者数	(常勤	人 / 非常勤	人)
うち、個人でプライベートのTwitterアカウントを持っている人数	(常勤	人 / 非常勤	人)
2. アカウントのパスワードを知っている人数	(常勤	人 / 非常勤	人)
3. 実際にツイートしている人数	(常勤	人 / 非常勤	人)

問7. 担当者が複数いる場合、担当者によって投稿内容に分担はありますか？

以下の選択肢の内、最も当てはまるものに○を付けてください。

1. 担当者によって分担がある	2. 分担はなく、担当者の裁量で様々な内容を投稿する
3. その他 ()

問8. Twitterの**非公式運用期間**もしくは**試行運用期間**はありましたか？

以下の選択肢の内、最も当てはまるものに○を付けてください。

また、差し支えなければ非公式運用期間もしくは試行運用期間がどのくらいあったかもご記入ください。

※ **非公式運用**：業務上の担当係（者）が決まっておらず、職員が個人的に運用

試行運用：業務上の担当係（者）が決まっているが、「試行」又は「非公式」と明記して運用

1. 非公式/試行運用期間があった (期間：) (→問9へ)
2. どちらもなかった (→問10へ)

問9. <問8>で「1. 非公式/試行運用期間があった」と回答した方だけに質問です。

非公式もしくは試行運用期間終了の前後で何か変化はありましたか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

1. 担当係（者）が変わった	2. 利用目的が変わった
3. ツイート内容が変わった	4. ツイート頻度が変わった
5. 運用規程が変わった	6. 運用規程が出来た
7. なにも変わらなかった	
8. その他 (具体的に：))

問10. 現在、Twitter の運用規定はありますか？

以下の選択肢の内、最も当てはまるものに○を付けてください。

※ **運用規程**：利用目的、担当者、投稿内容などの運用の際の規程。ガイドライン。

Twitter に関してのみ定めたものでなくとも、Twitter の運用の際に従っているならば、他のメディアも含めたメディア全体の運用規程も含む。

- | |
|---|
| 1. 図書館独自の成文化された運用規程がある (→問 11 へ) |
| 2. 図書館独自のものはないが、大学に成文化された運用規程があり、それに従っている
(→問 11 へ) |
| 3. 図書館にも大学にも成文化された運用規程はないが、担当者間である程度の合意がある
(→問 13 へ) |
| 4. その他 ()
(→問 13 へ) |

問11. <問 10>で「1. 図書館独自の成文化された運用規程がある」もしくは「2. 図書館独自のものはないが、大学に成文化された運用規程があり、それに従っている」と回答した方
のみに質問です。

運用規程の公開範囲について、以下の選択肢の内、最も当てはまるものに○を付けてください。

- | | |
|----------------------|------------------|
| 1. 全ての運用規程を一般に公開している | 2. 一部のみ一般に公開している |
| 3. 一般には公開していない | |

問12. <問 10>で「1. 図書館独自の成文化された運用規程がある」もしくは「2. 図書館独自のものはないが、大学に成文化された運用規程があり、それに従っている」と回答した方
のみに質問です。

運用規程の内容はどのようなものですか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

※1 公式リツイート：Twitter のリツイート機能 (RT)

※2 非公式リツイート：コメント付きリツイート (QT)

※3 リプライ：Twitter の返信機能 (@)

- | | |
|----------------------------|-----------------------|
| 1. 担当係 (者) | 2. 問合せ先 |
| 3. 利用目的 | 4. ツイートする内容について |
| 5. フォロワーの基準について | 6. トラブル対策について |
| 7. 公式/非公式リツイート (※1,2) について | 8. リプライ (※3) への対応について |
| 9. その他 (具体的に：) | |

問13. 投稿者以外の職員による、ツイート内容のチェックを行っていますか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|-------------------|-------------------|
| 1. ツイート前に常にチェックする | 2. ツイート前に時々チェックする |
| 3. ツイート後に常にチェックする | 4. ツイート後に時々チェックする |
| 5. チェックしない | |
| 6. その他 () | |

問14. Twitter の効果を測定する指標としてチェックしているものはありますか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|--------------------|----------------------|
| 1. フォロワー数 | 2. 自館のツイートのリツイート数 |
| 3. 自館へのリプライ数 | 4. 自館に関する他ユーザのツイート内容 |
| 5. 特にチェックしている指標はない | 6. チェックのための指標を検討中 |
| 7. その他 (具体的に : |) |

問15. <問 14> で示した指標による効果測定は運用業務として行っているものですか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|---------------------|---------------------|
| 1. 業務として定期的に行っている | 2. 業務ではあるが不定期に行っている |
| 3. 業務ではないが定期的に行っている | 4. 業務ではないが不定期に行っている |
| 5. 現在、効果測定は行っていない | |
| 6. その他 () | |

問16. Twitter アカウントのフォロワーを増やすためにどのような工夫をしていますか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|-----------------------|-------------------------|
| 1. 図書館キャラクターがツイートしている | 2. リアルタイムの情報をツイートしている |
| 3. 大学に関する情報をツイートしている | 4. 親しみやすい文体にしている |
| 5. 積極的に他ユーザと交流している | 6. 閲覧者の多い時間帯にツイートしている |
| 7. 画像付きでツイートしている | 8. Twitter と連動したイベントの開催 |
| 9. 要望への即時対応 | 10. 特になにもしていない |
| 11. その他 (具体的に : |) |

問17. Twitter アカウントを開設・運用することによってどのような効果がありましたか？
以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------|
| 1. Web サイトへのアクセス数の増加 | 2. 機関リポジトリへのアクセス数の増加 |
| 3. Web サイトやメールでの問い合わせ増加 | 4. 企画・イベントの参加人数の増加 |
| 5. レファレンス件数の増加 | 6. Twitter で紹介した資料の貸出件数の増加 |
| 7. 苦情・クレームの減少 | 8. 迷惑行為等の早期発見 |
| 9. 利用者ニーズの把握が容易になった | 10. 情報収集が容易になった |
| 11. 要望への即時対応 | 12. 特に効果があったという実感はない |
| 13. Twitter アカウントを開設して間もないので分からない | |
| 14. その他 (具体的に : |) |

問18. Twitter アカウントを開設する際、どのような課題がありましたか？
以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|--------------------|------------|
| 1. 組織内での合意 | 2. 運用規定の作成 |
| 3. アカウントの運用ノウハウの習得 | 4. 担当者の確保 |
| 5. その他 (具体的に : |) |

問19. Twitter の運用の際、どのような課題がありますか？
以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|----------------------|------------------|
| 1. 人材の確保 | 2. 時間の確保 |
| 3. 他ユーザとの交流が難しい | 4. ツイートのネタの確保 |
| 5. フォロワーを増やす方法がわからない | 6. 効果の測定方法がわからない |
| 7. 他メディアとの棲み分けが難しい | 8. 特にない |
| 9. その他 (具体的に : |) |

Facebook ページに関する質問

問20. 貴図書館において、**現在、運用している** Facebook ページがございましたら、そのアドレスを以下の欄にご記入ください。

※ Facebook ページのアドレス : 「https://www.facebook.com/**/」の「*******」部分

- | |
|---------------------|
| 1. ある () (→問 21 へ) |
| 2. ない (→問 36 へ) |

※以下の<問 21>～<問 35>の設問には、<問 20>で「1. ある」と回答した方のみお答えください。

問21. Facebook の**現在の利用目的**について、以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|-------------------|-------------------|
| 1. 図書館全体の広報 | 2. 図書館の展示やイベントの広報 |
| 3. 新着情報や資料の紹介 | 4. レファレンスサービス |
| 5. 利用者とのコミュニケーション | 6. 大学に関する情報の発信 |
| 7. その他 (具体的に : |) |

問22. Facebook ページの**開設のきっかけ**について、以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|---------------------|--------------------|
| 1. 震災などの緊急時の情報発信手段 | 2. 開設する図書館が増えてきたから |
| 3. 大学のページが開設されたから | 4. 利用者からの要望があったから |
| 5. 図書館内部からの要望があったから | |
| 6. その他 (具体的に : |) |

問23. Facebook の**現在の担当係 (者)** をご回答ください。

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

※この場合の担当係にはワーキンググループも含む

- | | |
|-------------------------|-----------------------------|
| 1. Twitter の担当係 (者) と同じ | 2. 担当係は Twitter と同じだが担当者は違う |
| 3. Twitter とは別の担当係 (者) | |
| 4. その他 (|) |

問24. Facebook の運用に関わっている**現在の職員数**をご回答ください。

1. 担当者数	(常勤	人 / 非常勤	人)
うち、個人でプライベートの Facebook アカウントを持っている人数	(常勤	人 / 非常勤	人)
2. Facebook ページの管理人の人数	(常勤	人 / 非常勤	人)
3. 実際に投稿している人数	(常勤	人 / 非常勤	人)

問25. 担当者が複数いる場合、担当者によって投稿内容に分担はありますか？

以下の選択肢の内、最も当てはまるものに○を付けてください。

1. 担当者によって分担がある	2. 分担はなく、担当者の裁量で様々な内容を投稿する
3. その他 ()	

問26. 現在、Facebook の運用規定はありますか？

以下の選択肢の内、最も当てはまるものに○を付けてください。

※ 運用規程：利用目的、担当者、投稿内容などの運用の際の規程。ガイドライン

Facebook に関してのみ定めたものでなくとも、Facebook の運用の際に従っているならば、他のメディアも含めたメディア全体の運用規程も含む。

1. Twitter の運用規程とは別に、Facebook の成文化された運用規程がある (→問 27 へ)
2. Twitter の成文化された運用規程と共通 (→問 28 へ)
3. 成文化された運用規程はないが、担当者間である程度の合意がある (→問 28 へ)
4. その他 () (→問 28 へ)

問27. <問 26> で「1. Twitter の運用規程とは別に Facebook の成文化された運用規程がある」と回答した方のみ質問です。

運用規程の公開範囲について、以下の選択肢の内、最も当てはまるものに○を付けてください。

1. 全ての運用規程を一般に公開している	2. 一部のみ一般に公開している
3. 一般には公開していない	

問28. 投稿はどのような時間帯にしますか？

以下の選択肢の内、最も当てはまるものに○を付けてください。

- | | |
|------------------------------|--|
| 1. 業務時間内にしかしない | |
| 2. 主に業務時間内だが緊急の時などは業務時間外にもする | |
| 3. その他 () | |

問29. 投稿者以外の職員による、ツイート内容のチェックを行っていますか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|-----------------|-----------------|
| 1. 投稿前に常にチェックする | 2. 投稿前に時々チェックする |
| 3. 投稿後に常にチェックする | 4. 投稿後に時々チェックする |
| 5. チェックしない | |
| 6. その他 () | |

問30. Facebook では、Facebook ページのユーザアクティビティに関する集計データを提供する

「Facebook ページインサイト」という無料サービスがありますが、利用していますか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 1. 利用している | 2. サービスの存在は知っているが利用していない |
| 3. サービスの存在を知らなかった | |

問31. Facebook の効果を測定する指標としてチェックしているものはありますか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

※1 ファン：Facebook ページに「いいね！」しているユーザ

※2 リーチユーザ：Facebook ページに関連する全てのコンテンツを表示したユーザ

- | | |
|-------------------|--------------------|
| 1. ファン (※1) 数 | 2. リーチユーザ (※2) 数 |
| 3. 各投稿の「いいね！」数 | 4. 各投稿のコメント数 |
| 5. 各投稿のシェア数 | 6. 特にチェックしている指標はない |
| 7. チェックのための指標を検討中 | |
| 8. その他 (具体的に：) | |

問32. Facebook ページのファンを増やすためにどのような工夫をしていますか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| 1. 親しみやすい文体にしている | 2. 積極的に他ユーザと交流している |
| 3. 閲覧者の多い時間帯に投稿している | 4. 画像付きで投稿している |
| 5. Facebook と連動したイベントの開催 | 7. 特になにもしていない |
| 8. その他 (具体的に : |) |

問33. Facebook ページを開設・運用することによってどのような効果がありましたか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|---------------------------------|-----------------------------|
| 1. Web サイトへのアクセス数の増加 | 2. 機関リポジトリへのアクセス数の増加 |
| 3. Web サイトやメールでの問い合わせ増加 | 4. 企画・イベントの参加人数の増加 |
| 5. レファレンス件数の増加 | 6. Facebook で紹介した資料の貸出件数の増加 |
| 7. 苦情・クレームの減少 | 8. 特に効果があったという実感はない |
| 9. Facebook ページを開設して間もないので分からない | |
| 10. その他 (具体的に : |) |

問34. Facebook ページを開設する際、どのような課題がありましたか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|------------------------|------------|
| 1. 組織内の合意 | 2. 運用規定の作成 |
| 3. Facebook の運用ノウハウの習得 | 4. 担当者の確保 |
| 5. その他 (具体的に : |) |

問35. Facebook の運用の際、どのような課題がありますか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|--------------------|------------------|
| 1. 人材の確保 | 2. 時間の確保 |
| 3. 他ユーザとの交流が難しい | 4. 投稿のネタの確保 |
| 5. ファンを増やす方法がわからない | 6. 効果の測定方法がわからない |
| 7. 他メディアとの棲み分けが難しい | 8. 特にない |
| 9. その他 (具体的に : |) |

ウェブサービスに関する質問

問36. 貴図書館において、Twitter と Facebook 以外で利用しているウェブサービスはありますか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|----------------|------------|
| 1. ブログ | 2. RSS |
| 3. ブクログ | 4. YouTube |
| 5. USTREAM | |
| 6. その他 (具体的に : |) |

問37. 貴図書館において、今後利用を検討しているウェブサービスはありますか？

以下の選択肢の内、当てはまるもの全てに○を付けてください。(複数選択可)

- | | |
|----------------|-------------|
| 1. ブログ | 2. RSS |
| 3. ブクログ | 4. Facebook |
| 5. USTREAM | 6. YouTube |
| 7. LINE | |
| 8. その他 (具体的に : |) |

以上で質問は終了です。アンケートへのご協力誠にありがとうございました。

Twitter および Facebook の運用規程に関してのお願い

差し支えなければ、運用規程を印刷したものをアンケートに同封してご返送いただくか、公開している URL を以下にご記入ください。

URL :