

## CA1823 大学図書館における Facebook を利用した広報戦略

伊藤仁浩\*

### 1. はじめに

私たち大学図書館職員は、日頃から利用者の声に耳を傾け、より良いサービスを提供できるよう努力している。しかし、私たちが日々悩み、そして生まれたサービスも、広報の仕方が不十分だと、メインターゲットである大学生へも満足に伝えることができない恐れがある。ポスターで知る学生、ホームページで知る学生、情報入手の仕方は様々なため、一つの媒体で多くの学生に伝えるのは非常に難しい。

見渡せば、あちらこちらでスマートフォンを手にした人があふれる現代。図書館でも Twitter や Facebook といったソーシャルネットワークワーキングサービス (SNS) を利用すれば、より多くの利用者へ早く手軽に情報を伝えることができるだろう。

### 2. 新たな広報手段の導入

北海道大学附属図書館では 2012 年 4 月に広報ワーキンググループ<sup>(1)</sup>を設置し、図書館広報全体を見直した。その結果、ターゲットが定まっておらず、在庫を多数抱えた広報誌があり、また、広報手段も十分とはいえない状態であることがわかった。そこで、毎月発行していた図書館報速報版「楡蔭レター」を廃止し、代わりに、より速報性の高い SNS の導入を決め、Facebook を採用した。写真をメインに掲載する Facebook は、図書館のサービスを一番わかりやすく伝えることができるツールと考えたためである。他にもユーザー数の多さや口コミ力の強さといった特徴を踏まえ、2012 年 10 月、本学の学生をターゲットとした北海道大学附属図書館公式 Facebook の運用を開始した。

近年、他の大学図書館でも Facebook の導入が進み、2012 年 7 月に調査した時点で利用が確認できた図書館は 11 館のみであったが、2014 年 5 月では 49 館に増えている。

### 3. 北海道大学附属図書館 Facebook のコンセプト

本学図書館 Facebook のコンセプトは、「顔が見える図書館」である。図書館には多くの人が入り出し、様々なスタイルで過ごす人がいる。そして、それを支える人がいる。真剣な顔や悩んでいる顔、笑っている顔等、実に様々な表情が見られる。従来の広報の掲示

板では伝えることができないその姿を伝えたいと考えた。いつも図書館を利用する学生、たまにしか利用しない学生、何らかの事情で利用できない学生、どのようなタイプの学生でも今の図書館の表情を知ってもらい、その場にいるような感覚になってほしい、そんな思いを込め、人物を多く登場させた方法で現場の様子を伝えている。

### 4. 運用方針

組織で Facebook の運用を検討する際、初めに決まなくてはならない課題の一つが、どのように管理し維持するかである。担当者が一人の場合、発信のスピードが速い、投稿の統一感を出しやすいというメリットがある反面、不在時に投稿や対応ができない恐れがある。また、広報のノウハウが組織内で共有されづらい点も問題である。担当者が複数の場合は、確認作業が増え、投稿までの時間を要するが、完成度の高い内容が投稿できることや担当者の負担が分散されるというメリットがある。本学ではこれを考え合わせ後者の体制で管理する方法が最適と判断した。

Facebook には管理人機能があり、登録された担当者は投稿、コメントの返信や削除、ページ編集等が可能となる。2014 年 5 月時点で、本学図書館 Facebook に管理人として登録されている担当者は 25 名である。内訳は広報委員が 8 名、学生協働ワーキンググループ等の委員が 3 名、図書館の各業務担当が 14 名である。

他には、ターゲット設定 (誰に向けて発信するか) や投稿ルール (何を投稿するのか、いつ投稿するのか等) について、方針を決定した。また、管理人及び職員間の共同認識を形成するため、Facebook の基本情報や操作方法及び投稿ルールについてまとめた資料を作成し、説明会を開催した。

### 5. 具体的な運用

#### ・何を投稿するのか

では、Facebook に何を投稿するのか。まずは、これまで掲示板やホームページ等で通知していた内容を、少し口調を柔らかくした言葉に変え、それに合わせた写真を用意する。写真に悩むということであれば、実際にポスター等を掲示している様子を撮影、またはポスターそのものを掲載する。文字数はあまり多く載せず、詳細な情報はウェブサイトへ誘導する。図書館には利用者へ伝えたいサービスが豊富にあり、話題が尽きるといことはないと思うが、より個性的な Facebook に成長するためには、新しいタイプの内容にも挑戦する。例えば、わざわざ通知するまでもないと考えていたことを投稿するのも良い。素晴らしい設備が整っているといった図書館自慢、職員の仕事紹介、

\*北海道大学附属図書館

天候や季節の話題などを本学では掲載した。何れにしても楽しく運営し、感情を込めて投稿することが、より多くのファン獲得につながる。これまで、本学で閲覧者数が多かった投稿は、国立国会図書館デジタル化資料送信サービスの導入といった新たな利用法や図書館報発行の告知であった。

#### ・写真撮影

数多くの Facebook ページの中から、ユーザーに記事を読んでもらうためには、いかに写真に目を留ませるかがポイントとなる。そのためには、文章を読まなくても写真のみで内容を伝える構図を意識するといった、写真の表現力が求められる。撮影は主に撮影技術を持つ管理人が行っているが、担当者自身でも良い写真を撮影できるよう勉強会を行った。

人物を配置しての撮影は、肖像権のトラブルが起きないように、撮影前に内容を説明し、承諾を得たもののみ投稿している。

#### ・投稿内容の承認

投稿内容について、どこまで承認を得るのか。本学では担当者自身の判断で投稿することとした。速報性を重視したツールであることが1番の理由であるが、投稿内容の大半がすでに図書館として承認済みの情報が多く、改めて Facebook 記事用としての再承認を得ないこととした。ただし、業務担当内やワーキンググループ内での意志疎通は図るようにしている。

#### ・投稿のタイミング

文と写真が完成すれば、すぐに投稿すればいいというわけではない。投稿日時のタイミングによっては、どんなに良い記事でも、全く閲覧者数が伸びない場合があるからだ。初めに確認することは、他の担当者と投稿日時が重なっていないかである。短時間で連続して投稿した場合、一つ前の記事の閲覧者数が少なくなることが多いからだ。それを防ぐため、オンラインのスケジュール表を作成した。担当者はあらかじめ投稿したい日にチェックを入れることで、担当者全員がスケジュールを把握することができる。

本学図書館 Facebook の投稿を見るユーザーは、正午の時間帯が比較的多い。そのため、正午より少し前に投稿することで、閲覧者数が増えることがわかった。これらのデータは「インサイト」と呼ばれるページ解析機能から情報を得ることができる。また、1日の投稿数は最大2つまでとし、週に2～3日程度の投稿を維持している。長期間投稿しないとユーザー離れにつながるため、投稿し続けることが大切である。

#### ・「いいね！」数の伸ばし方

当然、Facebook をただ維持するだけでは、「いいね！」数は増えていかない。Facebook の存在を伝える何らかのアクションが必要である。ポスター、デジタルサイネージ、垂幕といった掲示物。しおり、ティッシュペーパー、付箋をプレゼントする方法等で Facebook を告知する。本学では2014年4月の入学式で新入生全員へ図書館報を配布し、Facebook の存在をアピールした。効果的と思われる方法として、費用が必要とはなるが、Facebook 内に広告を掲載<sup>(2)</sup>することも考えられる。これは、図書館のページに「いいね！」をしていないユーザーであっても、図書館が投稿した内容が表示されるため、存在を知らせることができる。この方法は本学でもぜひ試してみたいところである。

## 6. 導入効果

Facebook 開設後、利用者の行動にはどのような変化が起きたのか。学生から投稿されたコメントには「講習会の存在を今まで知らなかった。Facebook で紹介されているのでとても便利」、「自動化書庫なるものがあるなんて、知らなかった！本が好きといいながらも、こんなにある蔵書を活かしていないなど」等があった。他にも、シェアされた記事が学生の間で盛り上がりつつある場面も見られた。そういった反応から、図書館 Facebook の存在を知り、「いいね！」、コメントの投稿、シェアの機能を使い、情報が確実に広まり、図書館へ足を運ぶきっかけになることがわかった。また、学生に直接聞いて印象的だった感想が、「いつも Facebook で職員さんの顔を見るので、以前よりも話しかけやすくなった」であった。図書館では、何かを相談したくても話しかけづらい雰囲気があったのかもしれない。Facebook はそれを解消できる方法でもあった。

図書館職員にも変化があった。それは情報共有という面である。大きな組織になるほど周りの動きが見えづらくなり、隣の課や係が今何に向けて業務を行っているかわからないことが多い。しかし、運用を開始したことによって、多くの職員も本学図書館 Facebook を閲覧するようになり、図書館全体の動きが見えるようになった。

## 7. まとめ

Facebook はアカウントを作成し、プロフィール写真を用意すれば、すぐにでも公開できる簡単な広報手段である。組織で行う場合はそれに加えて、誰が管理し、投稿するか運用方針を決めれば、開始できる。図書館 Facebook の理想的な運営方法は、職員全員が

管理人として登録し、投稿ができる体制である。広報の業務は、広報担当者だけが行うものではなく、職員全員が広報マンになるべきであるためだ。業務上、何か伝えたいことが発生したとき、いつでも誰でも投稿ができれば、Facebook、そして図書館全体にさらに活気が生まれ、利用者へもその雰囲気は伝わるだろう。

また、Facebook は一方的に伝える広報ツールではなく、コミュニケーションツールであるので、ユーザーは投稿された記事に、共感、質問、意見等を自由にコメントできる。それに対し、運営者側がどのようにリアクションするのか、ページ内に運用方針を記載し、ユーザー側も理解してもらう必要がある。本学では「いただいたコメントはすべて読ませていただいておりますが、すべてのコメントに対して個別の回答をさせていただきます」<sup>(1)</sup>と、各投稿者が対応を行っている。ただ、本学図書館のページには、実際にはコメントを寄せられることが少ないのが現状で、もっとユーザーがコメントしやすい雰囲気作りが今後の課題である。

SNS を利用するユーザーには Facebook は使わず、Twitter 派や LINE 派が存在する。より多くのターゲットへ情報を届けるためには、広報ツールを併用する手段が効果的である。本学でも Twitter の導入を検討したが、管理が手薄になることが予想されたため、見送られた。今後世の中の情勢を見つつ、新たな SNS 導入を視野に入れたい。

消費者をターゲットにした世の中のあらゆる商品は、それを生み出すのと同じぐらい広報戦略に時間をかけている。図書館でも一つ一つのサービスについて、どのような広報手段が最適かを慎重に検討し、既存の媒体に加えて、時代に合わせた広報媒体も利用すれば、図書館のサービスを知らなかったと言う利用者を実に減らすことができるだろう。

- (1) 平成 25 年 4 月 1 日より、広報ワーキンググループとホームページ委員会が廃止となり、広報委員会が発足。
- (2) まだ図書館のページに「いいね！」をしていない個人ユーザーの画面に、強制的に投稿記事の掲載や、画面端の広告欄にプロフィール画像と紹介文を掲載することができる。どのようなユーザーに掲載するかは、細かくターゲット設定をすることができるため、図書館に関わりのあるユーザーへ確実に伝え、ファンの獲得や閲覧者数が増えることが期待できる。

[受理：2014-05-19]

Ito Kimihiro.  
PR Strategies for University Libraries Using Facebook.

## CA1824 ロンドンオリンピックの文化プログラム —博物館・図書館・文書館の取組み—

ふくい ちえ\*

### はじめに

2020 年オリンピック・パラリンピック競技大会（以下「五輪」とする。）の開催地は、2013 年の立候補プレゼンテーションにおいて、“Discover Tomorrow（未来をつかもう）” というスローガンを掲げた東京に決まった。東京の立候補ファイルには、競技大会の開催とともに「文化プログラム」を行うことが明記されている<sup>(1)</sup>。

この文化プログラムは、2012 年ロンドン五輪における同プログラムの成功事例を意識したものである。同プログラムの事例に学ぶべく、2014 年 2 月 13 日、観光庁文化庁及びブリティッシュ・カウンシルの共催で、文化プログラムの実施において中心的な役割を果たした実務者を招聘して、文化政策・観光関係者及び行政関係者向けに、ロンドン五輪の文化プログラムに関する情報提供が行われた。

英国では、ロンドン五輪に先立つ 2007 年、博物館・図書館・文書館国家協議会（当時。以下「MLA」<sup>(2)</sup>とする。）及び 9 つの地方機関から成る会議体「MLA パートナーシップ」が、“Setting the Pace（模範を示せ）”<sup>(3)</sup>を作成した（E824 参照）。これは、博物館・図書館・文書館が、文化オリンピックにどのように貢献するかについてのビジョンを示したものであり、五大プロジェクトの実施を掲げたものである。それによると、博物館が「国際展覧会プログラム」を、文書館が「人々の記録」及び「競技大会の記録」を、図書館が「文学及びストーリーテリング」並びに「情報ハブ」を、それぞれ担当することとされた。

ロンドン五輪の文化プログラム全体については、文化オリンピック委員会が委嘱したリバプール大学文化首都研究所<sup>(4)</sup>を始め、イングランド芸術評議会<sup>(5)</sup>、民間識者<sup>(6)</sup>が総括を行い、その成果物を公表している。しかし、同プログラムのうち、博物館・図書館・文書館業界（以下「MLA 業界」とする。）の活動については、MLA が 2012 年 3 月に解散したためか、まとまった総括がなされていない<sup>(7)</sup>。

そこで、以下、東京五輪の文化プログラムに資するよう、ロンドン五輪において MLA 業界に期待された五大プロジェクトの企画内容に焦点を当てて、その概要を紹介する。

\*利用者サービス部複写課