

令和2・3年度

静岡県図書館協会調査研究委員会報告書

図書館における効果的な広報

令和4年4月

静岡県図書館協会調査研究委員会

目 次

はじめに.....	2
本報告書の構成及び調査方法並びに成果物.....	3
1 県内市町立図書館アンケート.....	4
(1) 調査結果（抜粋）.....	4
(2) 考察.....	5
2 県内大学・専門図書館アンケート.....	6
(1) 調査結果（抜粋）.....	6
(2) 考察.....	7
3 県外県立図書館アンケート.....	8
(1) 調査結果（抜粋）.....	8
(2) 考察.....	9
4 利用者向けアンケート集計結果.....	10
(1) 調査結果（抜粋）.....	10
(2) 考察.....	15
5 図書館における SNS の追加アンケート.....	16
(1) 調査結果（抜粋）.....	16
(2) 考察.....	17
6 アンケート結果のまとめとこれからの効果的な広報.....	19
(1) まとめ.....	19
(2) これからの図書館における効果的な広報.....	20
7 ホームページチェックリスト及び各図書館のホームページ調査.....	21
(1) チェックリストの作成.....	21
(2) 各図書館のホームページ調査結果及び考察並びに事例.....	24
8 SNS の導入.....	44
(1) 図書館独自で運用する SNS の開設.....	44
(2) SNS 活用・工夫事例.....	50
おわりに.....	54
参考資料	
(1) 各種アンケート 集計結果及び調査票.....	55
(2) saveMLAK 調査「公共図書館での SNS 活用状況の調査」.....	88
(3) 令和 2・3 年度 調査研究委員会.....	98
(4) 令和 2・3 年度 調査研究委員会活動記録.....	99

はじめに

図書館は国籍、年齢、性別等を問わず、不特定多数が利用する施設である。多様な人々を利用対象としている図書館は様々な企画や展示を催し、その広報を日々行っている。

新型コロナウイルス感染症の流行により、図書館に限らず様々なイベントや企画が中止や延期を余儀なくされた。他方、これらイベントはWeb会議システムを活用したオンライン開催への切替えが急速に進んでおり、それに伴いWebで完結する広報も増えてきた。図書館への来館や長期滞在が難しい昨今の情勢の中、図書館も時代に合わせて変わっていく必要が生じている。従来のちらしやポスターといった紙媒体の広報に加え、ホームページ、Social Networking Service（ソーシャル・ネットワーキング・サービス。以下、SNS。）などの新しい広報手法の活用も求められている。

スマートフォンやSNSの登場、発展に伴い、誰もが気軽に情報を発信し、受信できる時代となった。「令和2年通信利用動向調査」¹によれば、世帯におけるスマートフォンの保有割合が8割を超え、スマートフォンによるインターネット利用率も6割を超えている。SNSの利用率も全体では7割を超えており、他の年齢階層と比較して利用率が低いと思われる60歳以上も、5割近くが利用している。また、6割以上がSNSの利用目的に“知りたいことについて情報を探すため”を挙げており、情報を受発信するツールとして活用していることが読み取れる。

以上の情勢、現状を鑑みて、静岡県図書館協会調査研究委員会では、図書館における効果的な広報について、調査研究を行うことが必要と考えた。県内外図書館及び利用者へアンケートを行い、その集計結果から今後の図書館広報の一助となる事例集やチェックリスト、SNS開設までの流れを作成し、その成果をここにまとめた。

なお、本調査研究に当たっては、静岡県内の公立、大学、専門図書館（室）のほか、埼玉、千葉、神奈川、山梨、長野、岐阜、愛知、三重の各県立図書館にアンケートの御協力を頂いた。ここに深謝の意を表す。

¹ 「令和2年通信利用動向調査」（総務省 令和3年6月18日公表）

本報告書の構成及び調査方法並びに成果物

静岡県図書館協会調査研究委員会では、同協会加盟館から業務上の課題として挙げられたものの中から、図書館における効果的な広報について調査研究を行うこととした。特に今後の SNS の利活用を視野に含めた研究とした。

調査方法にはアンケートを採用した。各種アンケートの概要は以下のとおりである。

- ・ 県内外の公共図書館及び県内の大学、専門図書館を対象に、広報対象や内容、広報で工夫している点や広報手法などの状況を把握するためのアンケート実施。
- ・ 県内の公共図書館及び大学、専門図書館の利用者に対する、図書館の広報・図書館に関する情報収集方法等についてのアンケート実施。
- ・ 県内外の公共図書館及び県内の大学、専門図書館に対し、SNS の利用状況等に関するアンケート実施。

これらアンケートの結果を踏まえ、主に既存利用者を対象としたホームページの改善による広報の充実と、新規利用者の増加を目的とした SNS の活用について検討を行った。なお、本報告書の本文中においては調査結果の一部を抜粋し掲載している。アンケートとその回答の詳細は巻末の参考資料を御覧いただきたい。なお、割合（％）の端数処理はしていないため、合計が 100%にならないことがある。

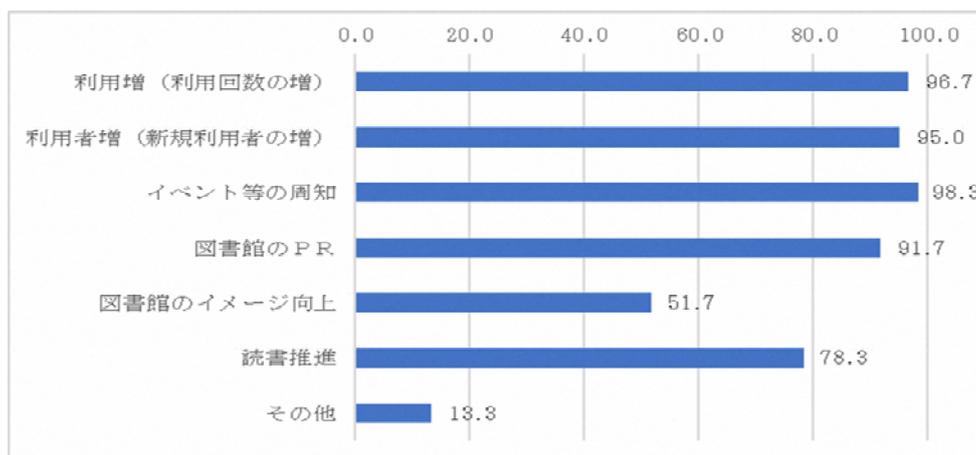
ホームページに関する検討では、より利用者に情報が訴求できるよう、ホームページを改善するためのチェックリストと、より効果的な広報を行うための事例集をそれぞれ作成し、利便性の向上を目指した。

SNS 導入に関しては、SNS 開設までの流れと、導入の障壁となっている運用ポリシー等作成の参考となるひな形と、SNS を効果的に活用した広報の事例を作成した。

1 県内市町立図書館アンケート

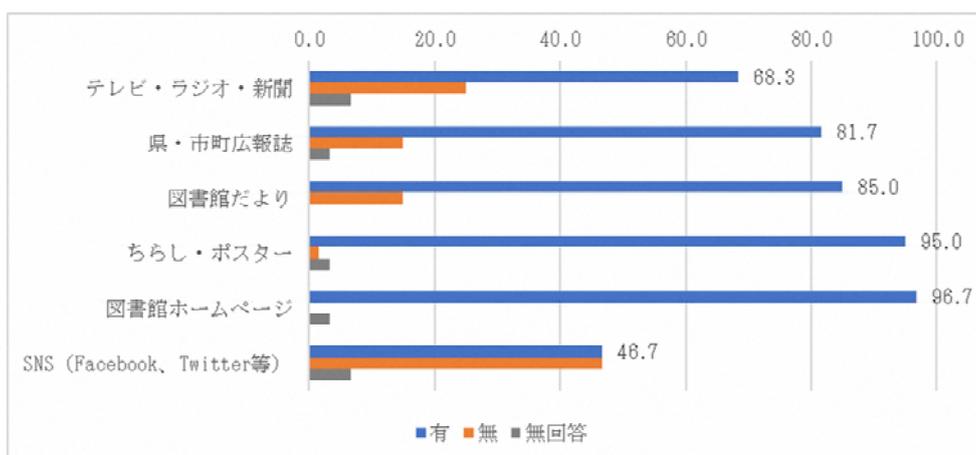
(1) 調査結果（抜粋）※回答館：静岡県内市町立図書館 60 館

広報を行う目的を複数回答有りで調査したところ、第1位は「イベント等の周知」で98.3%、第2位は「利用増（利用回数の増）」で96.7%、以下、「利用者増（新規利用者の増）」95.0%、「図書館のPR」91.7%と続いた（第1図）。



第1図 広報を行う目的（県内市町立図書館）

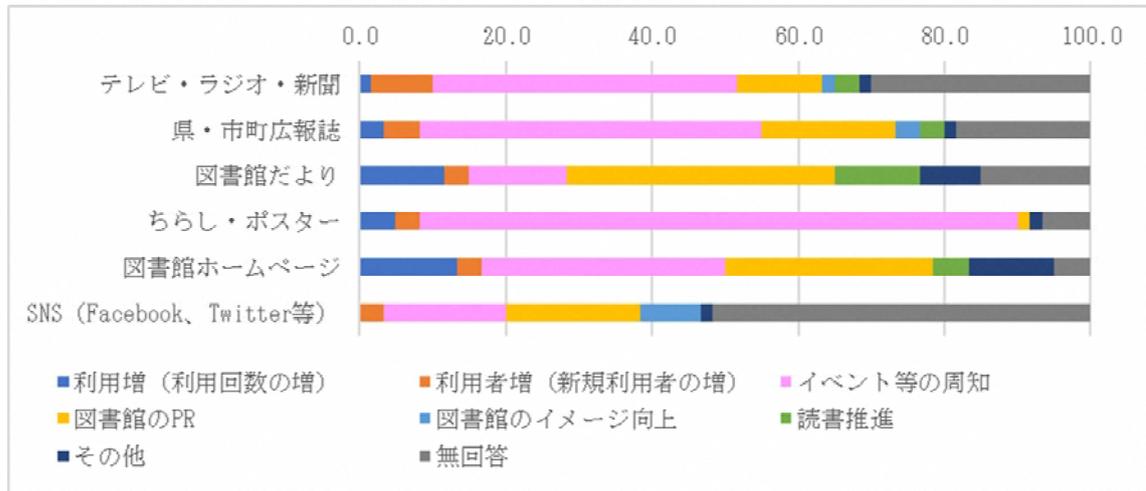
広報手法（方法）として何を採用しているかを調査した。多くの図書館で採用している手法は「図書館ホームページ」で96.7%、「ちらし・ポスター」で95.0%、「図書館だより」が85.0%だった。一方、「SNS」は46.7%と全体と比較し低い傾向にあった（第2図）。



第2図 広報の手法（県内市町立図書館）

先の広報手法に基づき、その手法別の主な目的を調査した。多くの手法で「イ

「イベント等の周知」が1位となっており、次いで「図書館のPR」となっている。「図書館だより」による広報のみ、「図書館のPR」が主な目的となっている。「図書館ホームページ」は様々な目的で使われているが、SNSは無回答が多いことから広報手法として定着していないと言える（第3図）。



第3図 広報手法別の主な目的 (県内市町立図書館)

(2) 考察

広報を行う目的は、新規利用者の増加が95%を占めている。他方、広報手法別の主な目的では、新規利用者の増加は10%未満であった。そのため、新規利用者の増加を主な目的とした広報は効果的に行われていないのが現状と考えられる。

それぞれの広報手法は3つに分けてメリット、デメリットを特徴づけられる。

図書館だより、ちらし・ポスター、図書館ホームページは、来館者を対象とした広報に優れ、個別に広報を作成できる面でメリットがある。一方、届く範囲に限界があり、興味がある人のみが対象となってしまうことがデメリットである。

テレビ・ラジオ・新聞及び県・市町広報誌は、情報の信頼性が高く、非利用者に対して情報を届けることができるメリットがある。しかし、図書館以外の情報が多く、埋没する可能性がある。

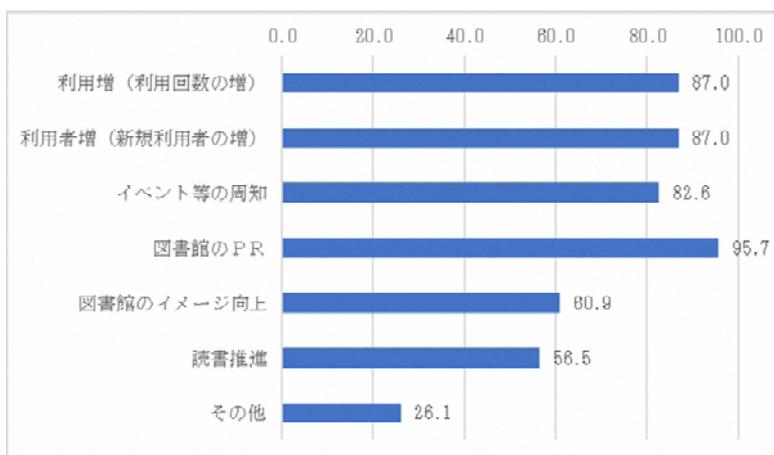
SNSのメリットは即時性と情報の拡散性であるが、デメリットは一度投稿すると修正が難しい点、情報の伝達範囲が分かりにくい点、情報機器に詳しい職員がいないと導入や運用が難しい点などが挙げられる。

各図書館は様々な手法で広報を行っているが、SNSでの広報実施率は約半数である。広報の目的に無回答が多いことから、SNSをどのように活用するか、どの広報目的に適したものなのか分かっておらず、県内図書館では広報手法として確立されていないことが伺える。今後、運用担当が置かれる等、環境が整えばSNSを利用する図書館が増える可能性がある。

2 県内大学・専門図書館アンケート

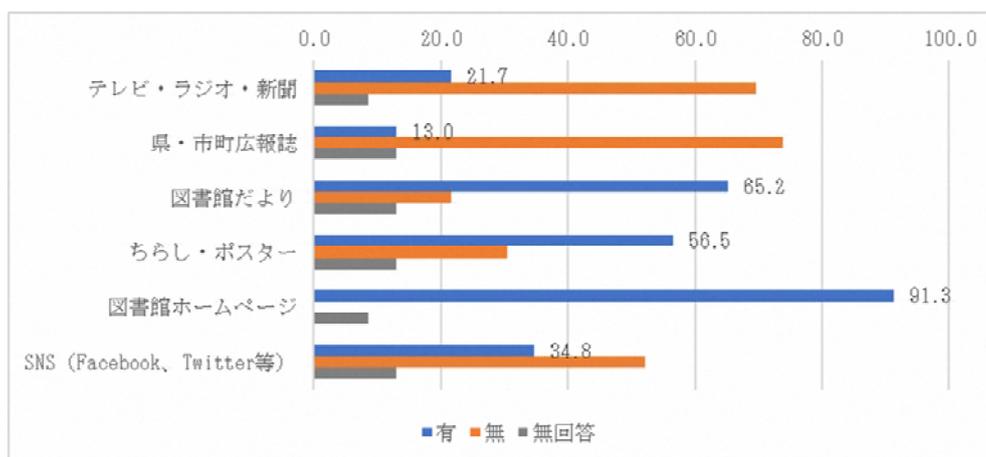
(1) 調査結果（抜粋）※回答館：静岡県内大学・専門図書館 23 館

広報を行う目的を複数回答有りで調査したところ、目的の第1位は「図書館のPR」で95.7%、第2位は「利用増（利用回数の増）」で87.0%、同「利用者増（新規利用者の増）」で87.0%、第4位「イベント等の周知」82.6%と続く（第4図）。



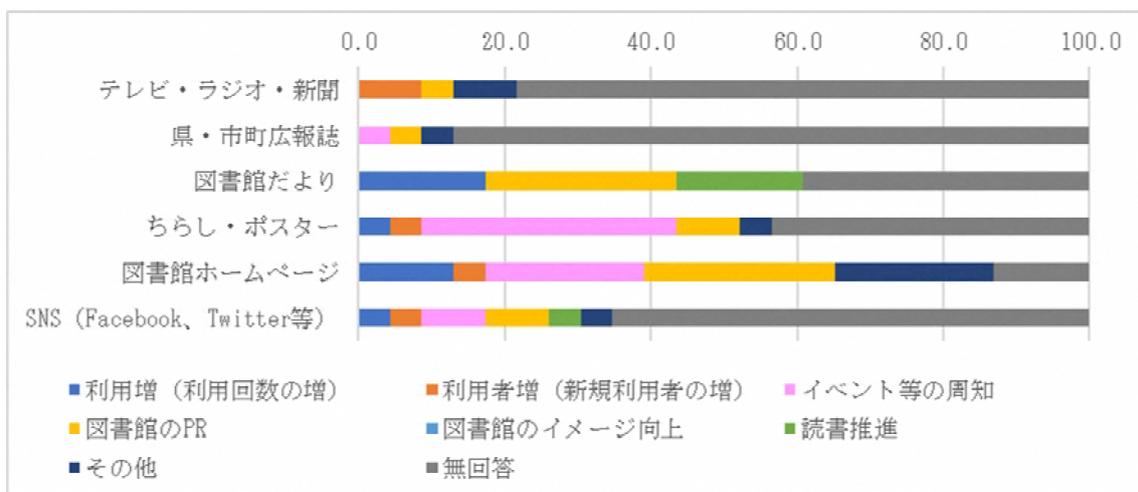
第4図 広報を行う目的（大学・専門図書館）

広報手法（方法）として何を採用しているかを調査した。第1位は「図書館ホームページ」で91.3%、「図書館だより」65.2%、「ちらし・ポスター」56.5%と続く（第5図）。



第5図 広報の手法（大学・専門図書館）

先の広報手法に基づき、その手法別の主な目的を調査した。多くの手法でイベントの周知が主たる目的となっていることが分かる（第6図）。



第6図 広報手法別の主な目的 (大学・専門図書館)

(2) 考察

広報手法として図書館ホームページが最も多く使用されている。これは、広報対象である学生の多くがスマートフォンやパソコン、タブレットを所有しており、インターネット利用に障壁がないことが要因として考えられる。

広報手法別の目的では、イベント等の周知は、ちらし・ポスターの活用も多い。これは新入生を含めた学内教員・学生への案内や図書館の存在をPRするためと考えられる。

大学、専門図書館は、公共図書館と異なり、主な利用者は学内の教員や学生などの特定多数であり、学内への広報が目的である。そのため、広報手法もちらし・ポスターといった限られた範囲で有効な広報となる手法を採用していると思われる。不特定多数に訴求するSNSや広報誌などの利用が少ないことから、同様のことが言える。

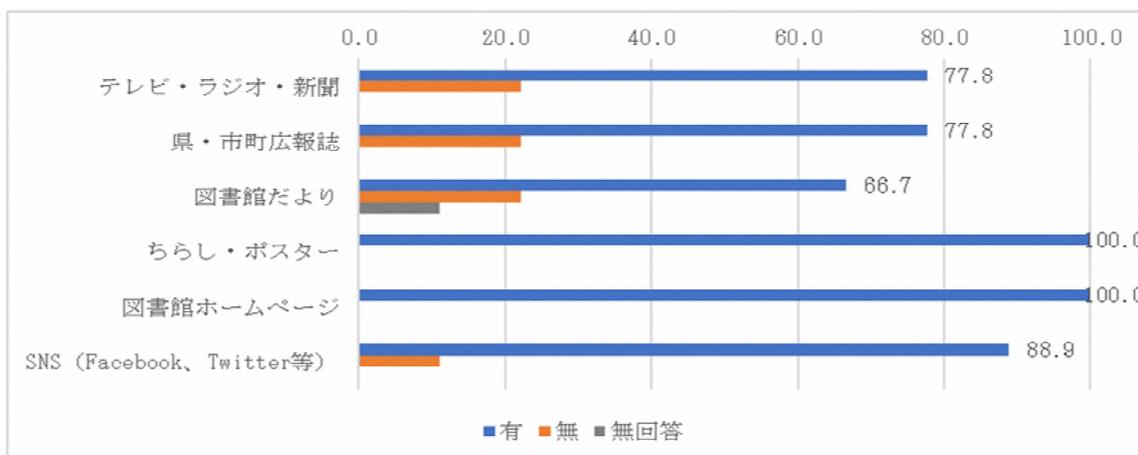
また、ホームページを利用して広報を行っている図書館は多いが、SNSを利用している図書館は少ない。今後運用担当が置かれ、環境が整えば、SNSを利用する図書館が増える可能性がある。

3 県外県立図書館アンケート

(1) 調査結果（抜粋）※回答館：近隣県立図書館 8 県 9 館

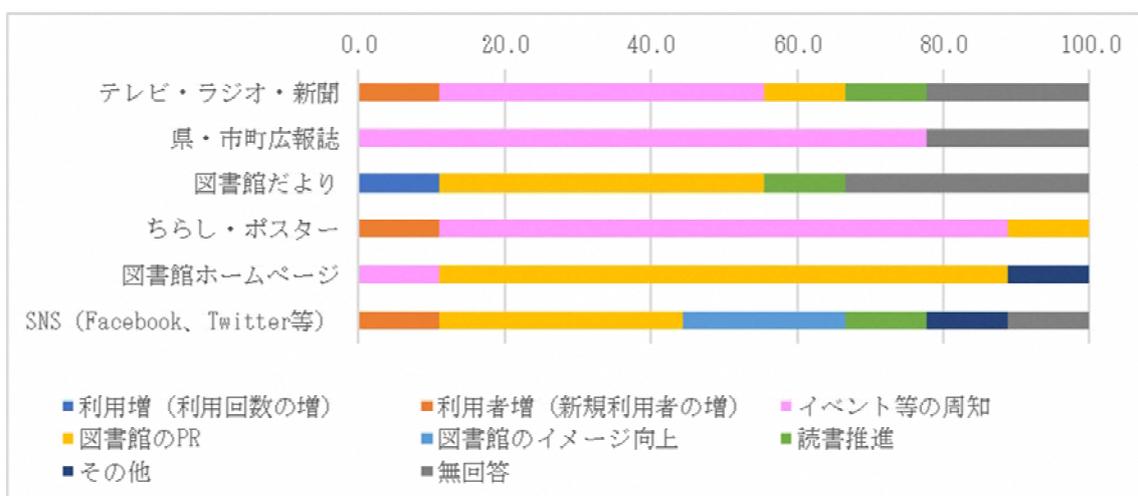
広報を行う目的を複数回答有りで調査したところ、「利用者増（新規利用者の増）」、「イベント等の周知」、「図書館のPR」、「図書館のイメージ向上」が100.0%で同率1位となり、「利用増（利用回数の増加）」88.9%、「読書推進」77.8%と続いた。

採用している広報手法（方法）の調査では「ちらし・ポスター」と「図書館ホームページ」が100.0%、第3位が「SNS」で88.9%であった（第7図）。



第7図 広報の手法（県外県立図書館）

広報手法別の目的では、多くの場合「イベント等の周知」が目的となっている。「図書館だより」、「図書館ホームページ」、「SNS」では、「図書館のPR」が目的であり、使われる手法によって目的が明確である（第8図）。



第8図 広報手法別の主な目的（県外県立図書館）

(2) 考察

広報の目的は、利用回数や新規利用者の増、イベント等の周知、図書館のPRと幅広い。各県立図書館では、広報の目的によって複数の手法を用いていると回答している。

県内市町立図書館と比べ SNS の利用率が高いのは、担当する県域が広く、対象者も不特定多数の県民であることなどが関係していると考えられる。

多様な広報の目的を実現させるため、従来の手法と SNS を併用した広報が行われている。

4 利用者向けアンケート集計結果

(1) 調査結果（抜粋）

利用者向けアンケートは、静岡県図書館協会加盟館 126 館にポスター及びちらし（Web 回答用の二次元コードを添付）を配布し依頼した。

加えて調査研究委員の所属する図書館にはアンケート用紙を配布し、紙での調査も実施した。

回答件数は 595 件で、その内訳は Web 回答 257 件、紙回答 338 件であった。回答者は 40～60 代が多く、合計で全体の 60%程度を占め、実際の利用者層とおおむね一致する結果となった（第 1 表）。職業は、会社員と無職が多く、全体の 50%程度を占めた（第 2 表）。なお、インターネットが利用できる環境にある回答者は全体の 89.2%を占めていることから、回答方法の属性により、回答に差異が生じることはないと考えられる。

第 1 表 回答者の年代

年代	人数	割合
10 代以下	23	3.9
20 代	60	10.1
30 代	77	12.9
40 代	111	18.7
50 代	117	19.7
60 代	114	19.2
70 歳以上	93	15.6
合計	595	100.0

第 2 表 回答者の職業種別

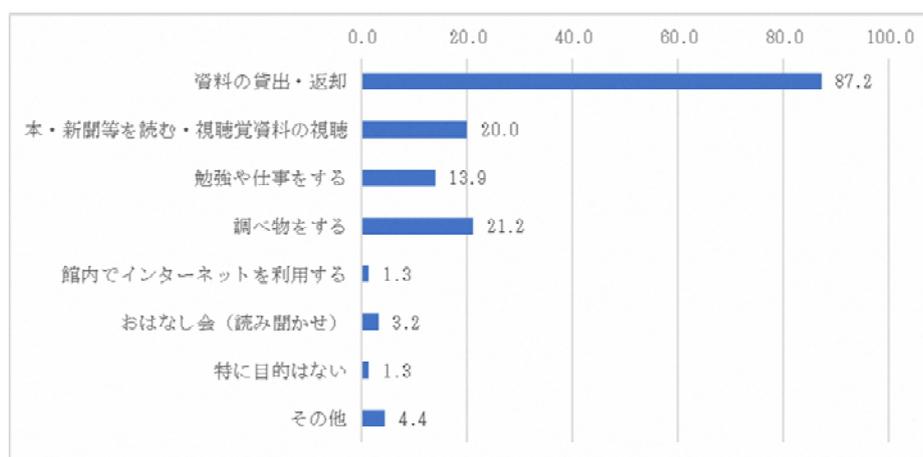
職種	人数	割合
会社員	139	23.4
公務員	79	13.3
自営業	33	5.5
パート・アルバイト	95	16.0
学生	57	9.6
無職	162	27.2
その他	27	4.5
無回答	3	0.5
合計	595	100

図書館への来館目的の第 1 位は「資料の貸出・返却」で 87.2%、第 2 位「調べ物をする」21.2%、第 3 位「本・新聞を読む、視聴覚資料の視聴」20.0%と続く（第 9 図）。

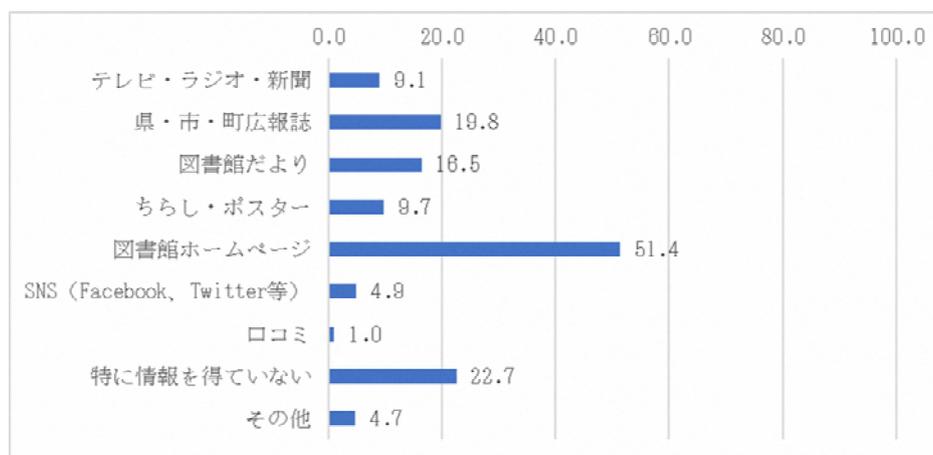
情報の入手手段は、「図書館ホームページ」が最も多く、次いで「県・市・町広報誌」、「図書館だより」が利用されている（第 10 図）。情報を入手しやすい方法としては、Web の 38.8%が紙の 23.9%よりも多いものの、両方と回答した人も 36.6%

となっている（第11図）。

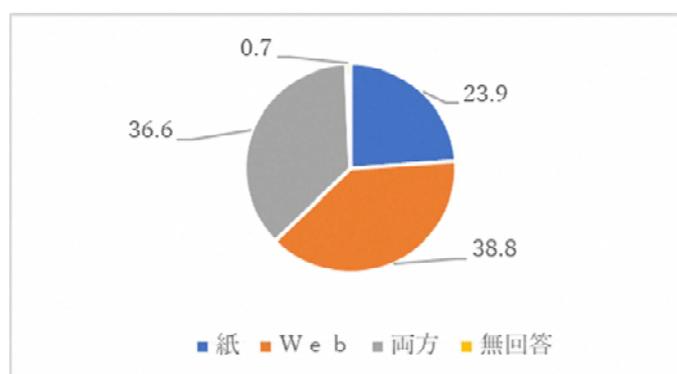
利用者が求める情報は、「新着図書・雑誌紹介」、「図書館おすすめ本の紹介」が多く、来館目的が資料の貸出・返却となっていることと一致している（第12図）。図書館の発信している情報量は、「十分である」及び「おおむね十分」が約75%であった（第13図）。



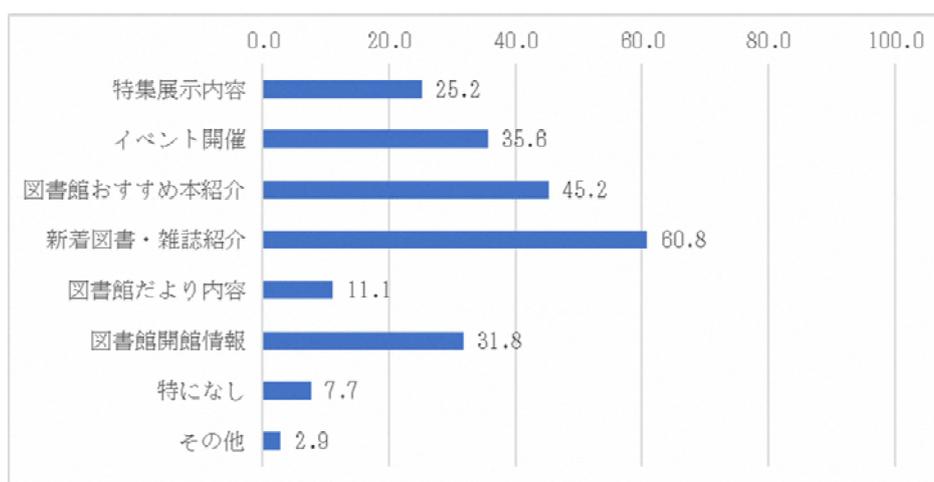
第9図 図書館の来館目的



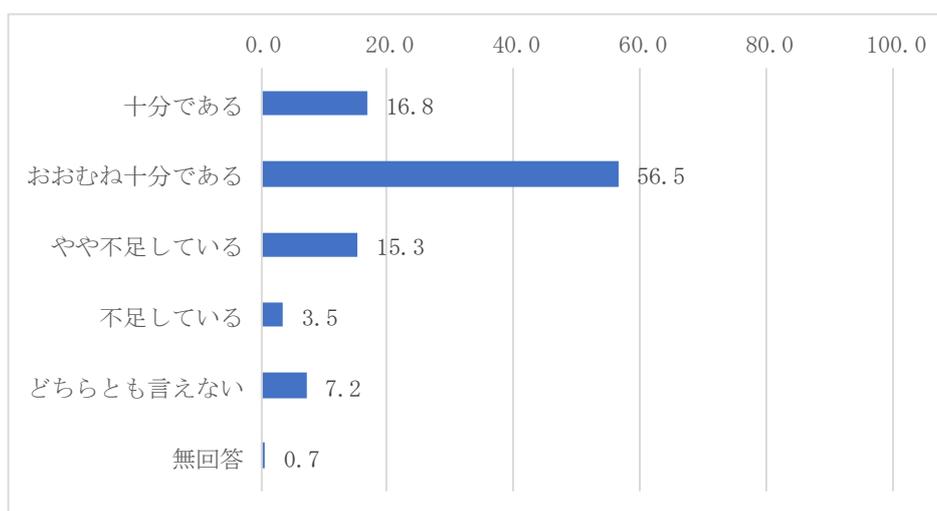
第10図 図書館の情報の入手手段



第11図 図書館が発信する情報を受け取りやすい手法

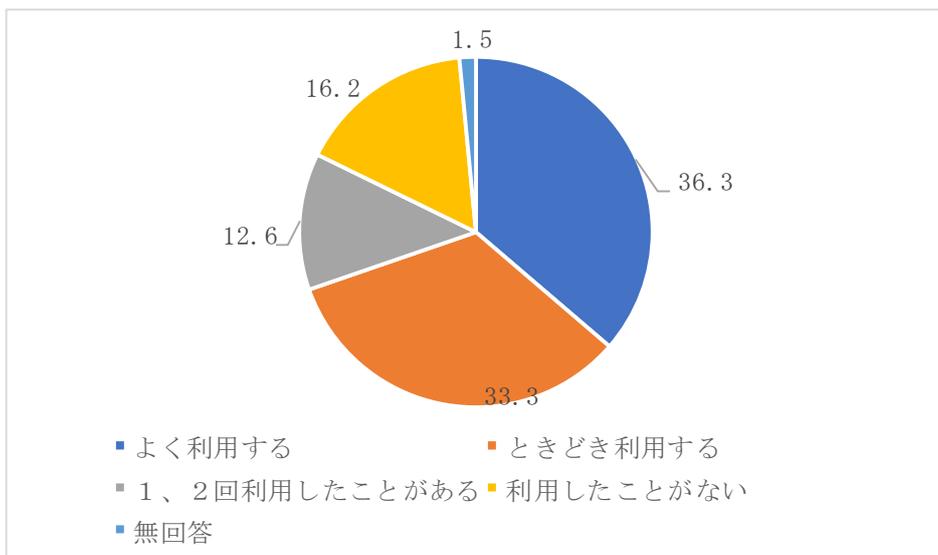


第 12 図 図書館の発信する情報で求めるもの

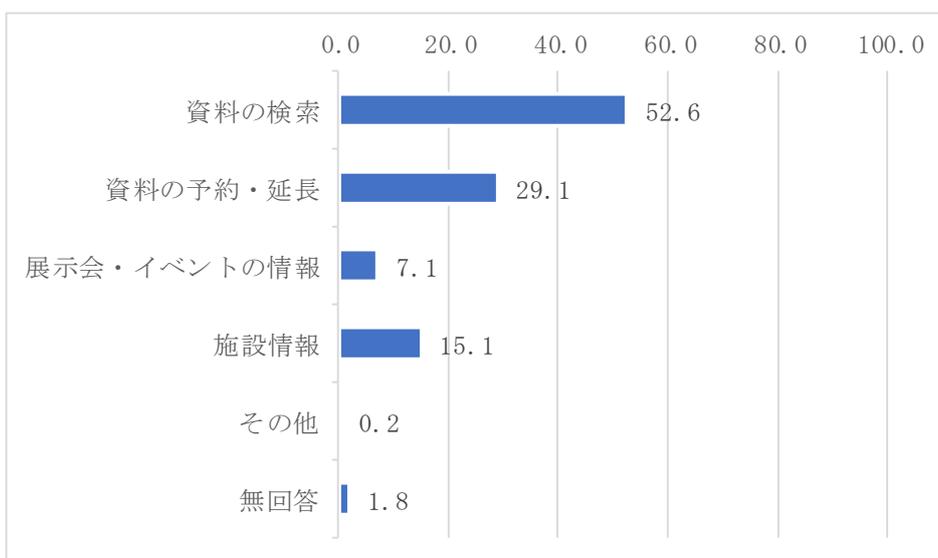


第 13 図 図書館が発信する情報量

インターネットを使用できる環境の人に、図書館ホームページの利用の有無を尋ねたところ、80%強の人が利用したことがあった。インターネットを使用できない環境にある人を含めても、回答者全体の 75%程度が利用したことがあると読み取ることができ、情報収集の手段として図書館ホームページが最も多い点と一致している（第 14 図）。図書館ホームページの利用目的は、「資料の検索」と「資料の予約・延長」の合計が 80%強であり、来館目的で資料の貸出・返却が最も多い点と一致している（第 15 図）。

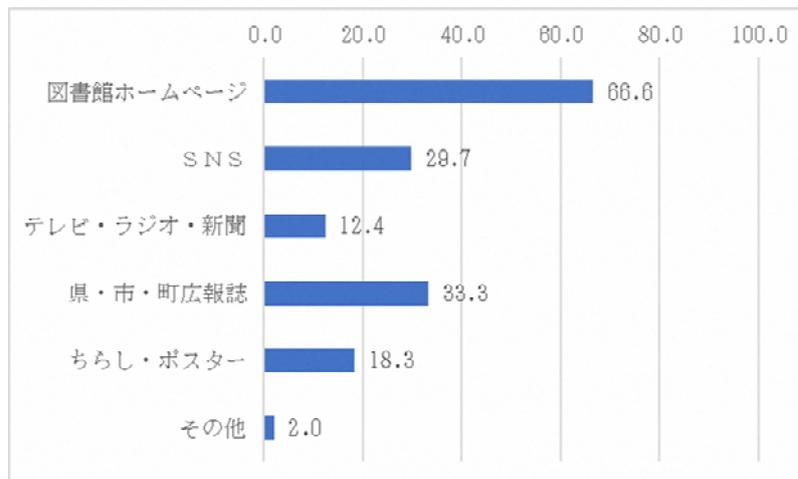


第14図 図書館ホームページの利用頻度



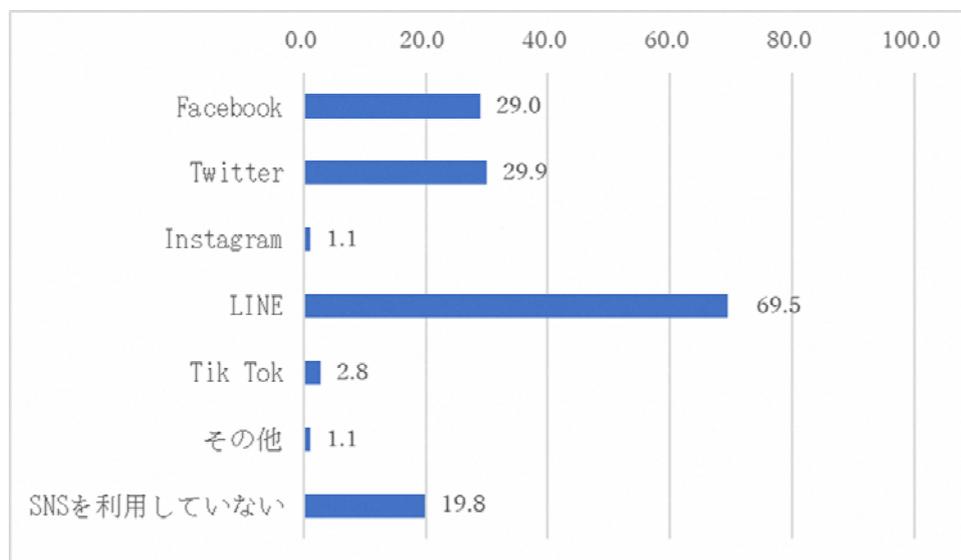
第15図 図書館ホームページの主な利用目的

図書館の広報を一層充実するために必要な手法としては、図書館ホームページの充実を望む声が多く、図書館ホームページを利用して情報入手する方が多い点と一致している。また、「県・市・町広報誌」、「SNS」の充実を望む声もそれぞれ30%程度あった（第16図）。



第16図 図書館広報を充実するために必要な手法

インターネットを使用できる環境の人に、利用している SNS を尋ねたところ、LINE が一番多かった。LINE はメッセージ等の連絡に限って使用している利用者が多いと思われるため、実際の情報収集手段としては、Twitter や Facebook も含め利用されていると考えられる（第17図）。



第17図 使用している SNS

また、自由記述では、おすすめ本の紹介（職員・来館者）や書評の紹介、閉架資料の紹介など、所蔵資料に関する図書館からの積極的な情報提供を要望する回答が多くあった。そのほか、イベントの開催情報や設備の紹介、サービスの紹介などの情報発信を期待しているといった回答が見受けられた。

(2) 考察

利用者が図書館に関する情報を入手する際、受け取りやすい方法は、紙よりも Web の方がわずかに多いが、紙と Web を併用している利用者も多い。また SNS での広報を望む利用者も多いように、求められているものは多岐にわたる。

図書館の情報を入手するための手段として、最も多いのが図書館ホームページで、回答者の約 50% が利用している。ちらし・ポスター、図書館だよりや広報誌などの各種紙媒体での広報と比較しても 2 倍以上の利用がある。ふだん図書館を利用している人にとって、図書館ホームページは、最も効果的な広報手法と考えられる。

他方、インターネット環境がなく、SNS やホームページなどを利用できない人がいることも事実である。自由記述では、図書館だよりや回覧板でのお知らせを希望する声もあるため、紙媒体による広報も継続する必要があると言える。

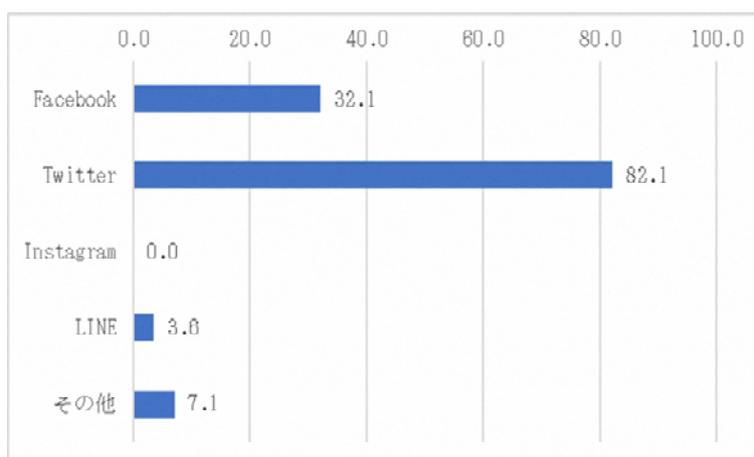
利用者が知りたい情報や充実してほしい情報としては、おすすめ本の紹介、新着図書や雑誌紹介が多く、来館目的が資料の貸出となっていることと一致している。これらは迅速な情報発信が必要なものであり、図書館だより、ホームページ、SNS といった 1 か月程度で情報が発信できる広報手法の利用が不可欠である。更に迅速な情報発信が必要であれば、今後 SNS の必要性は大きくなっていくと考えられる。

図書館の発信している情報量については、20% 弱の人が不足している、やや不足していると回答しており、図書館からの広報・情報発信の改善が必要と言える。

5 図書館における SNS の追加アンケート

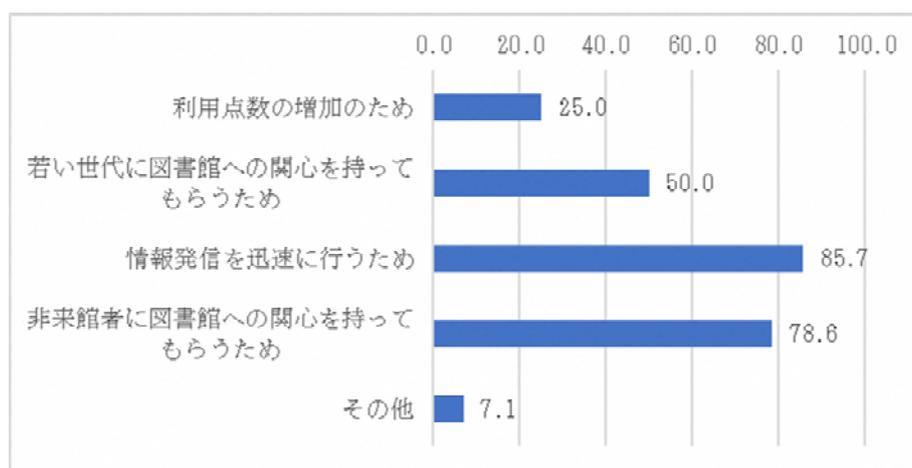
- (1) 調査結果（抜粋）※回答館：静岡県内市町立図書館 43 館
静岡県内大学、専門図書館 6 館
近隣県立図書館 6 館 計 55 館

SNS 利活用に関する追加アンケートを行った。SNS による情報発信を行っているのは 28 館で、そのうち Twitter を使用している館は 23 館であり、最も利用されていた（第 18 図）。



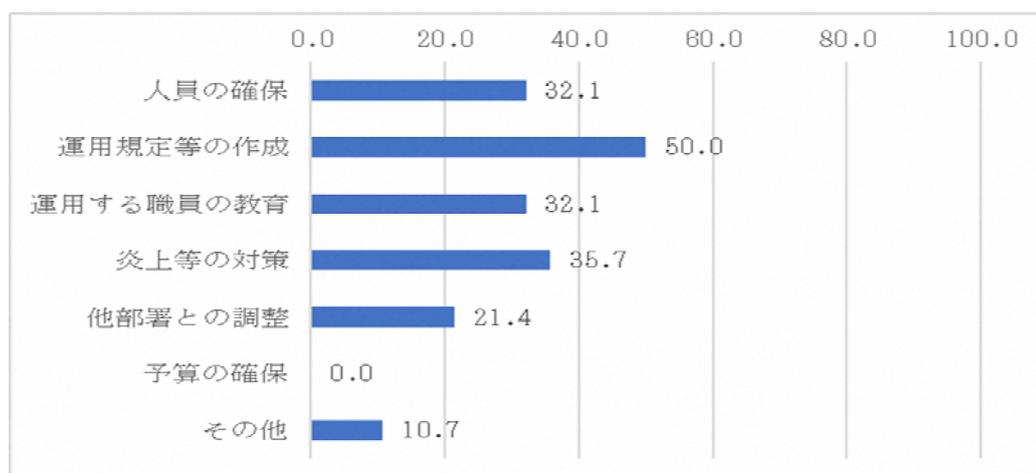
第 18 図 広報で使用している SNS

SNS による情報発信している図書館に対し、開設の理由について調査した。最も多い理由は、「情報発信を迅速に行うため」（85.7%）であった（第 19 図）。



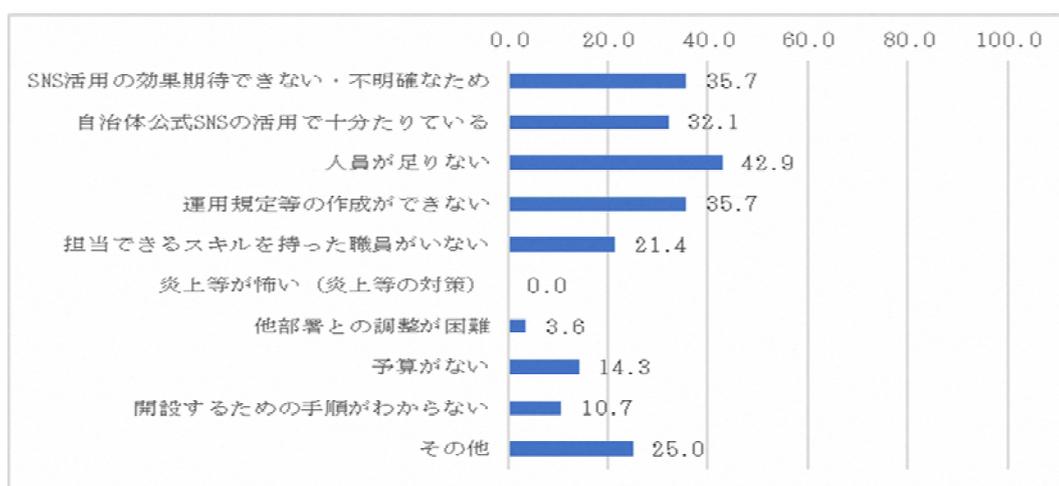
第 19 図 SNS の運用を開始した理由

SNS による情報発信を行っている図書館に対し、SNS による情報発信を開始するに当たり苦勞したことを調査した。結果は「運用規定等の作成」、「炎上等の対策」、「人員の確保」及び「運用する職員の教育」の順に多かった（第 20 図）。



第20図 SNS導入に当たり障害となったもの

SNSによる広報を実施していない図書館に対し、その理由を調査した。最も多い理由は、「人員が足りない」ことであり、広報効果が不明確であることや運用規定作成が困難であることも、実施しない理由として挙げられた(第21図)。



第21図 SNSを開設しない(できない)理由

(2) 考察

SNSによる情報発信を始めた理由として、情報発信を迅速に行うため、非来館者に図書館への関心を持ってもらうため、若い世代に図書館への関心を持ってもらうためが上位であった。このことから若い世代の利用が多く、即時性、拡散性のあるTwitterが多く選ばれていることが推察できる。

図書館独自のSNSを運用していない館が、SNSを開設しない(できない)理由は、SNS活用の効果が期待できない・不明確なため、自治体公式SNSの活用で十分足り

ているといった独自の SNS による広報そのものを必要としていないというものと、人員が足りない、運用規定等の作成ができない、担当できるスキルを持った職員がいないといった SNS による広報の必要性を感じながらも開設できないという 2 つに分けることができる。

SNS を運用していない館からは、業務上の負担になる、開設の手順や運営方法（運用規定の作成、炎上対策、効果的な広報での活用方法など）が分からないといった声が多く、それらが導入への障壁となっている可能性が高いと言える。

6 アンケート結果のまとめとこれからの効果的な広報

(1) まとめ

県内外の公共図書館及び県内図書館の利用者を対象として、図書館における広報についてのアンケートを行い、その結果を以下のとおりまとめた。

図書館のPRや既存利用者の利用増、イベント等の周知といった図書館の広報目的は、図書館ホームページを含めた既存の広報手法で対応できていると言える。他方、一部利用者はより詳細かつ積極的な図書館からの情報発信を望んでおり、図書館広報の充実は必要不可欠である。

利用者向けアンケートの結果から、既存の図書館利用者に最も有効な広報手法は図書館ホームページと考えられるが、図書館側はホームページを十分に活用できているとは言えない。ホームページの更なる充実や情報の整理、構成の見直しなどの改善が必要である。また、全回答者の72%がSNSを利用していることを考慮すれば、図書館側からの情報発信の手段として、SNSの利用は有効な広報手法となり得る。

また、「令和2年通信利用動向調査」では、SNSを“従来からの知人とのコミュニケーションのため”(89.2%)、“知りたいことについて情報を探すため”(62.1%)に使用していると回答している。利用者アンケートでは、利用しているSNSはLINEが69.5%、Twitterが29.9%となっており、コミュニケーションツールとしてSNSが浸透していることが分かる。なお、情報収集のためのSNSとしては、以下、2種類あると考えられる。

- ①利用者が自らの興味関心に基づき、登録されたページを検索し、情報を能動的に収集するもの。(例：Facebookや一部のLINEなど)
- ②利用者が自らの興味関心に基づかずとも、自分がフォローしている人の興味ある分野の情報を受動的に得ることができるもの。(例：Twitterや一部のFacebookなど)

Facebook等を活用した広報は、図書館に対して興味を持っている特定多数への広報に向いていること及び利用者による能動的な情報収集手法であることから、従来の広報手法である図書館ホームページに近いものであると考えられる。対してTwitter等は、興味のある分野や人物を調べる等能動的な使われ方をされるとともに、その関連する情報も受動的に収集されるため、テレビやラジオ、広報誌に近いSNSと考えられる。ゆえに、不特定多数にも広報がしやすく、図書館に興味がない人にも届き得るものであると言え、各館において課題となっている新規利用者の獲得といった面では、Twitterが広報手法として適していると考えられる。

令和2年春からの新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、公共図書館において

Webによるレファレンスやイベント開催などが広まりつつある。また、従来学内の広報が重要であった大学・専門図書館においても、オンライン授業が増加しており、通学機会の減少と比例し、学内で広報を受け取る機会が減少している。このことから、館外への広報、特にホームページやSNSを活用した広報が今後ますます重要となる可能性が高い。

(2) これからの図書館における効果的な広報

これらアンケート結果を基に、これからの図書館における効果的な広報の方法について、以下2つの観点から検討した。

1点目は、利用者が図書館の情報を最も多く得ているのは図書館ホームページであるが、アンケートでは内容・情報の充実の要望も多くあったため、自館のホームページを改善・再確認するためのチェックリストの作成と、図書館ホームページによる効果的な広報事例の紹介を行うこととした。

2点目は、広報の目的の一つである新規利用者の獲得のための手法としてSNSが期待される中、不特定多数に拡散できるTwitterによる広報が効果的であると考えた。

SNSを導入する上での障壁として挙がっていた運用規定等について、新規に導入する図書館の参考となり得るひな形の作成と、既に導入している図書館におけるTwitterの効果的な投稿事例の紹介を行うこととした。

7 ホームページチェックリスト及び各図書館のホームページ調査

(1) チェックリストの作成

アンケートの結果を受け、効果的な広報の実現のために、図書館ホームページに何が必要かを改めて検討した。各図書館のホームページを確認したところ、一部の館では利用者にとって必要な情報が未掲載の図書館もあった。また、情報を掲載しているものの、階層構造が複雑になってしまい、必要な情報に到達しにくいホームページもあることが判明した。

これらの結果から、現在の図書館ホームページを改善し、情報の伝達性を高めることが重要と考え、現況を確認するためのチェックリストを作成し、それに基づき、各図書館の状況を確認、改善点の洗い出しを行った。

チェックリストは、以下の参考資料を基に項目を作成した。そのチェックポイントを次ページにまとめた。

参考資料

- 田中 均(2011).「図書館 Web の評価 : ウェブコンテンツ JIS X8341-3 2010 改正を受けて」『学苑』853 巻, pp. 49-59
- 情報科学技術協会(2001).『実践!図書館・情報部門のホームページ作成 なぁ〜んだ簡単作成講座と WWW サイト構築事例』. 情報科学技術協会
- 澤田 有美(2019).「ビジョンに基づくリニューアルの実例 : 地域で最も身近な情報拠点となるために (特集 図書館のウェブデザイン)」『図書館雑誌』113 巻, 6 号, pp. 370-372.
- 山田 稔(2008).「ワーキング B ユーザビリティを主眼に置いた図書館ウェブサイトの評価と改善 (ワーキング概要と事前活動) (2008(平成 20)年度[私立大学図書館協会 西地区部会]東海地区協議会図書館実務担当者研修会記録)」『館灯』47 巻, pp. 134-147
- 全国学校図書館協議会(2005).「全国学校図書館協議会ホームページ評価基準」. <https://www.j-sla.or.jp/pdfs/material/hyoka.pdf>, (参照 2022-04-08)
- ウェブアクセシビリティ基盤委員会.「JIS X 8341-3:2016 解説」「JIS X 8341-3:2016 対応発注ガイドライン」JIS X 8341-3:2016 達成基準 早見表 (レベル A & AA)」. <https://waic.jp/docs/jis2016/understanding/201604/>, (参照 2022-04-08)

図書館ホームページチェックリスト

No.	項目	チェックポイント
1	定期的な更新	月に1回内容を確認し、更新している (又は、確認・更新する日を決めている)
2	リンク切れ、画像不表示がない	No.1と同様、定期的に確認をしている
3	最低限必要なコンテンツが用意されている	
3-1	外国語対応ページ	外国語対応ページ、又は簡単な外国語の利用案内を用意している
3-2	サイトマップ (クローラビリティへの配慮)	サイトマップがある
3-3	新着情報	新着情報が分かるようになっている (色が違う、「NEW」と付いている、など)
3-4	お知らせ	図書館からのお知らせがある
3-5	サイト内検索エンジン	サイト内検索エンジンがあるのが望ましいが、サイトマップがあれば可
3-6	リンク集	リンク集がある
3-7	蔵書検索	蔵書検索がある
4	アイコンの説明	アイコンの上にカーソルを合わせると内容説明が表示される
5	資料検索結果	資料検索をしたときに、一覧で資料名・著者名が分かり、本の詳細がクリックで表示される
6	トップへ戻るボタンがある (検索結果一覧に戻ることができる)	<ul style="list-style-type: none"> 資料検索をしたときにすぐにトップへ戻る ことができるボタンがある 資料検索後、詳細画面を開いた後に、一つ 前の検索結果一覧に戻ることができる
7	トップページからのリンクで その図書館が提供しているサ ービスの概要を把握できる、又 はたどり着きやすい	トップページからのリンクでその図書館が提 供しているサービスの概要を把握できる、又 はたどり着きやすい
8	所在地・電話番号	トップページに所在地・電話番号が掲載され ている
9	新着情報	トップページの新着情報がすぐ目に付く

No.	項目	チェックポイント
10	トップページからのリンクで利用案内が見つかりやすい位置に掲載されている	
10-1	交通案内	トップページに交通案内が掲載されている
10-2	館内レイアウト	館内レイアウトが掲載されている
10-3	開館日	開館日が掲載されている
10-4	開館時間	開館時間が掲載されている
10-5	各館の案内	各館の案内が掲載されている
10-6	資料の貸出	資料の貸出について掲載されている
10-7	館内設備の利用方法	館内設備の利用方法が掲載されている
11	図書館紹介	
11-1	図書館概要	図書館概要が掲載されている
11-2	利用統計	利用統計が掲載されている
12	図書館サービス紹介	
12-1	レファレンスサービス	レファレンスサービスについて掲載されている
12-2	リクエストサービス	リクエストサービスについて掲載されている
12-3	相互貸借申込方法	相互貸借申込方法について掲載されている
12-4	データベース利用方法	データベース利用方法が掲載されている
12-5	コピーサービス	コピーサービスについて掲載されている
13	トップページに蔵書検索窓を配置し、アクセス後すぐに検索できる	トップページに蔵書検索 (OPAC) 窓を配置し、アクセス後すぐに検索できる
14	資料に関するメニューを一か所にまとめている	資料に関するメニューを一か所にまとめている
15	問合せ先	問合せ先が掲載されている
16	Q&A	Q&A のページがある
17	当日の開館状況	当日の開館状況が表示されている
18	図書館の (目指す) 雰囲気が表示、デザインが統一されている	<ul style="list-style-type: none"> ・ ホームページに図書館の目指す雰囲気が表示、色やキャラクター等が統一されている ・ ページ構成が分かりやすい
19	「JIS X 8341-3 : 2016」適合レベル AA 準拠しているか	「JIS X 8341-3:2016 達成基準早見表 (レベル A&AA)」【URL: https://waic.jp/files/cheatsheet/waic_jis-x-8341-3_cheatsheet_2018_12.pdf 】のリストを基に確認する
20	著作権への配慮	著作権について明記している

(2) 各図書館のホームページ調査結果及び考察並びに事例

チェックリストに基づき、各図書館のホームページの状況を確認した。その中から一部事例を紹介する。

基準（県内図書館） 達成：10割 ほぼ達成：7割～9割
過半数達成：5割～6割 未達成：0～4割

※調査対象館数は、県内35市町立図書館及び静岡県立中央図書館の計36館、県外は県立9館である。なお、調査時期は令和3年6月～9月のため、現在の各館ホームページ状況とは異なる場合がある。

※実際は達成していても、調査時点で確認できなかった場合は未達成としている。

No.1 定期的な更新

<ほぼ達成>

更新されず、放置されているホームページの情報は利用者に不信感や不安を与え、図書館に対してのイメージ悪化につながる。そのため、定期的な更新はホームページ運営の中で特に重要視される。

県内外の図書館の9割が定期的に更新をしていた。

No.2 リンク切れ、画像不表示がない

<ほぼ達成>

クリックしたらリンク先のWebページが表示されないリンク切れや、表示されるべき画像が表示されない画像不表示がないように、管理者はリンクを定期的を確認する必要がある。

県内図書館の2割にリンク切れがあり、県外図書館は全てリンク切れがなかった。対策としては無料のリンク切れチェックツールを使用すること、ホームページ作成を委託した会社があれば、チェックを依頼することなどが挙げられる。

【事例紹介】リンク切れの場合に表示される画面の一例



No.3 最低限必要なコンテンツが用意されている (No. -1~7)
--

No.3-1 外国語対応ページ

<未達成>

多様な利用者に図書館サービスを行うためには、外国語への対応も不可欠となる。

外国語対応ページや外国語の利用案内を掲載している図書館は、県内図書館で4割に満たなかったが、県外図書館では8割が掲載していた。

外国語対応ページのある図書館が少なかった背景は、各図書館が契約しているシステム会社の仕様によるところが大きいと思われる。予算的な理由から対応できない場合はGoogle 翻訳機能等の機械翻訳を利用し、外国語ページを作成することができる。ただし、機械翻訳の場合は直訳されるため、文法・文化的なニュアンスまで翻訳することが難しく、確認する必要がある。

世界に数多くある言語全てに対応し情報を伝えることが理想であるが、現実的には不可能である。そのため、近年では「やさしい日本語」を用いた情報発信が広がっている。「やさしい日本語」とは、ふだん使われている言葉を、子どもや日本語に不慣れな外国人にも分かるように配慮した簡単な日本語のことである。機械翻訳においても、いったん分かりやすい日本語に直してから外国語に訳した方が意味の通る訳文になるため、「やさしい日本語」は、そのような場合にも有用である。

また、2019年6月「視覚障害者等の読書環境の整備の推進に関する法律」（令和元年法律第四十九号、通称：読書バリアフリー法）が施行され、2020年7月に「視覚障害者等の読書環境の整備の推進に関する基本的な計画」（文部科学省・厚生労働省）が公表された。計画には「聴覚障害者、知的障害者、高齢者、外国人等、様々な状況により読書や図書館の利用に困難を伴う者への配慮も認識して取り組むことが必要である。」とあり、図書館は誰にとっても利用しやすい読書環境を整備していくことが求められている。

【事例紹介】外国語対応ページ 静岡県立中央図書館

URL <https://www.tosyokan.pref.shizuoka.jp/>

トップページの「Foreign Language」をクリックすると、多言語の利用案内ページが表示される。また、資料検索画面でも表示言語を選択することができる。

The screenshot shows the homepage of the Shizuoka Prefectural Central Library. At the top, there is a navigation bar with the library's name in Japanese and English, and a search bar. A red circle highlights the 'Foreign Language' menu item. Below the navigation bar, there is a banner with a landscape image and a date display for November 26th (Friday). The main content area features a search interface with options for 'Easy Search' and 'Advanced Search'. The 'Advanced Search' section is expanded, showing search conditions for materials classification, search keywords, and call numbers. The 'Foreign Language' menu item is circled in red.

No.3-2 サイトマップ（クローラビリティへの配慮）

＜過半数達成＞

サイトマップとは、ホームページ全体の構成を一覧で表示するページのことである。Google を始めとした検索エンジンは、常日頃クローラーというプログラムでインターネット上の情報を収集している。「クローラビリティへの配慮」とは、クローラーが巡回しやすいようにすることである。つまり、サイトマップを用意することで、クローラーの巡回が容易となり、検索エンジンから図書館のホームページを探しやすくなる。

利用者の多くは、検索エンジンを使い、「〇〇図書館 読み聞かせ」と検索することが多い。サイトマップがあれば検索上位へと表示されやすくなり、図書館のホームページに到達しやすくなる。またサイトマップを意識することは分かりやすいサイト構成にもつながり、障がい者サービスの観点からも重要である。

県内図書館の5割、県外図書館の9割にサイトマップが掲載されていた。

【事例紹介】 サイトマップ 静岡県立中央図書館

URL <https://www.tosyokan.pref.shizuoka.jp/sitemap.html>



No.3-3 新着情報 <ほぼ達成>

県内外図書館の8割が掲載している。

No.3-4 お知らせ <ほぼ達成>

県内外図書館の9割が掲載している。

No.3-5 サイト内検索エンジン <未達成>

サイト内検索エンジンとは、あるサイトの特定のコンテンツを見つけるために、文脈や単語をフォームに入力して検索する機能のことである。

サイト内検索エンジンがある図書館は、県内図書館は3割に満たなかったが、県外図書館では7割を超えていた。

県内図書館にサイト内検索エンジンを設置していない図書館が多い背景は、各図書館が契約しているシステム会社の仕様によるところが大きいと思われる。予算的な理由から対応できない場合は、Google等が提供している無料のサイト内検索エンジンを利用することもできる。無料のサイト内検索エンジンはコストがかからないだけでなく、システム管理等も不要というメリットがある。しかし、サイト内検索エンジンを提供している会社の意向に沿った検索結果の表示や、更新情報の反映スピードが遅い等といったデメリットがあることを事前に理解しておく必要がある。

サイト内検索エンジンは利用者の求める情報を速やかに提示できるため、知りたい情報のページやコンテンツまでの最短ルートを確認することが可能となる。知りたい情報までの導線が明確になることで、ホームページのユーザビリティ向上につながる。

【事例紹介】 サイト内検索エンジン 三島市立図書館

URL <https://tosyokan.city.mishima.shizuoka.jp>



No.3-6 リンク集 <過半数達成>

リンク集とは、あるテーマに基づき、他のウェブサイトへのリンクを羅列したウェブコンテンツである。図書館の関連機関や各種情報源へのリンク集は、利用者にとって有効な情報と考えられる。

県内図書館の6割、県外図書館の9割にリンク集があった。

No.3-7 蔵書検索 <達成>

県内外図書館全てに蔵書検索があった。

No.4 アイコンの説明 <過半数達成>

利用者が図書館で本を予約する方法を知りたいとき、図書館のトップページに「利用案内」「サービス案内」というアイコンがある場合、どちらをクリックすれば載っているのかすぐに分からず、混乱を生じさせることが想定される。その場合、アイコンの上にカーソルを合わせると内容説明が表示されると使いやすい。

県内図書館の5割、県外図書館の7割にアイコンの説明があった。

【事例紹介】 アイコンの説明 函南町立図書館

URL <https://www.lics-saas.nexs.jp/tosyokan.town.kannami/>



No.5 資料検索結果 **<ほぼ達成>**

資料検索をした際、一覧で資料名・著者名が分かり、本の詳細がクリックで表示されるかどうかを調査した。

県内図書館は9割、県外図書館は全てが該当していた。

No.6 トップへ戻るボタンがある（検索結果一覧に戻ることができる） **<ほぼ達成>**

資料検索をした際、すぐに資料検索画面のトップページに戻ることができるボタンがあるかを調査した。また、資料検索後、詳細画面を開いた後に、一つ前の検索結果一覧に戻ることができるかを調査した。

県内図書館は7割、県外図書館は8割が該当していた。

No.7 トップページからのリンクでその図書館が提供しているサービスの概要を把握できる、又はたどり着きやすい **<ほぼ達成>**

県内図書館は9割、県外図書館は全ての館で該当していた。

No.8 所在地・電話番号 **<ほぼ達成>**

県内図書館は9割、県外図書館は全ての館で掲載していた。

No.9 新着情報 **<ほぼ達成>**

利用者に行ったアンケートでは、知りたい情報や充実してほしい情報として「新着図書・雑誌紹介」が多かった。このため、新着情報があるだけでなく、分かりやすい場所に掲載されているかが重要になる。

県内外図書館の7割が掲載していた。

No.10 トップページからのリンクで利用案内がを見つけやすい位置に掲載されている (No.10-1~7)

トップページに利用案内が掲載されていれば、利用者が図書館のホームページを見る際、一目で求めているサービスを発見することができる。利用案内は、蔵書の貸出や閲覧といった根幹業務に関わる重要なコンテンツである。簡潔な文章を意識し、要点を押さえ、絵や写真があるとなお分かりやすい。また、図書館をPRし、個性を発揮できるページでもある。

No.10-1 交通案内

<ほぼ達成>

県内図書館は7割、県外図書館は9割が掲載していた。

【事例紹介】交通案内 三島市立図書館

URL <https://tosyokan.city.mishima.shizuoka.jp/contents?l&pid=10>

▼ 本館所在地・地図

市立図書館は、三島市民生涯学習センター（いきいきホール）1階・2階にあります。



- 〒411-0035 三島市大宮町1-8-38
- Tel : 055-983-0880
- Fax : 055-983-0876
- 交通 : JR三島駅南口より徒歩8分
- バス停 : 菟池、楽寿園前、三島駅

No.10-2 館内レイアウト

<未達成>

県内図書館は3割、県外図書館は9割が掲載していた。

館内レイアウトを掲載していない県内図書館が多い理由としては、書架を移動した際にその都度修正する必要があり、それが職員の負担になるためと考えられる。

また、恐らくほとんどの図書館が館内レイアウトを入り口付近に掲示している。そのためホームページに載せなくても、利用者が図書館に来たときに分かればそれで良いと考えているのではないだろうか。

しかし、多様な目的を持って訪れる利用者がいる中で、事前に館内レイアウトが必要となることは十分に考えられる。例えば、学習を目的に訪れる場合、事前に学習室の有無を確認したい人もいるだろう。

他に館内レイアウトが有用であるという事例がある。利用者から図書館に「社会科学の棚はどのくらいあるのか、物量を視覚的にイメージしたい」という問合せがあり、ホ

ホームページ上の館内レイアウトにより説明したところ、満足してもらえたというケースがある。

このように多くの人ニーズに合わせて、図書館の情報を載せる必要がある。館内レイアウトを新たに作成することが難しいのであれば、掲示してある館内レイアウトを撮影し、その写真データを掲載するだけでも効果があると考えられる。

【事例紹介】館内レイアウト 三島市立図書館

URL <https://tosyokan.city.mishima.shizuoka.jp/contents?4&pid=155>

▼ 各コーナー案内・配置図



※画像クリックで拡大します。

一般図書コーナー

一般向け図書・ヤングアダルト向け図書・外国語の図書・大活字本などがあります。

新聞・雑誌コーナー

新聞・雑誌があります。雑誌の最新号は館内閲覧のみですが、バックナンバーは借りることができます。

レファレンスコーナー

調査・研究のための参考資料、及び三島市・静岡県等に関する地域資料があります。

児童図書コーナー

よみもの・絵本・紙芝居などの児童図書があります。おはなしコーナーでは、子どもたちに本に親しんでもらうため、「おはなし会」を開きます。

視聴覚コーナー

CD・DVD・ビデオがあります。CD・DVD・ビデオは借りることができます。館内視聴でAVブースを利用するときには、カウンター職員に申し込んでください。[くわしくはこちら](#)

学習室

どなたでも利用できます。他の人の迷惑にならないように、静かに利用しましょう。

No.10-3 開館日

<ほぼ達成>

県内図書館は全て、県外図書館は9割が掲載していた。

No.10-4 開館時間 <ほぼ達成>

県内外図書館の9割が掲載していた。

No.10-5 各館の案内 <達成>

県内外図書館の全てが掲載していた。

No.10-6 資料の貸出 <ほぼ達成>

県内図書館は9割、県外図書館は全て掲載していた。

No.10-7 館内設備の利用方法 <ほぼ達成>

県内外図書館の8割が掲載していた。

【事例紹介】館内設備の利用方法1 静岡県立中央図書館

URL https://www.tosyokan.pref.shizuoka.jp/contents/institution/guide_room.html

[↑ ホーム](#) > [ご利用案内](#) > [会議室利用のご案内](#)

会議室利用のご案内

研修・会議・文化教養の場として、お気軽にご利用ください。

新型コロナウイルス感染防止対策のために、御希望どおりに御利用できない可能性もあります。

詳細については、お電話で御連絡ください。



会議室利用風景

1. 申込・利用方法

(1) 受付期間

使用日の3ヶ月前から前日まで受け付けます。
(ただし、5月1日以降の使用申込は4月1日からとする。)

(2) 受付時間

毎日午前8時30分～午後5時（国民の祝日、年末年始等の休館日を除く）

(3) 申込手続き

空き状況の確認や予約については電話で受け付けております。

会議室利用の可否、減免の可否について、事前に確認する必要がありますので、附表に必要事項を記入して、持参、郵送、FAX等によりお送り下さい。（年度の初めに申し込む時のみ提出が必要です。その年度の2回目以降の申込時には、附表の提出は不要です。また、必要に応じて、団体の約款や講習会の開催要項を提出していただく場合があります。）

提出された附表を基に、会議室利用の可否、減免の可否について当館で協議し、結果を御連絡します。会議室利用可と判断されたら、申込書に必要事項を記入して、持参、郵送、FAX等によりお送りください。

使用料金については、原則として使用の前日(休館日、土曜日、日曜日及び休日を除く日の午前9時～午後5時)までに、当館まで持参いただきますが、遠方にお住まいの方などはご相談ください。減免可と判断されたら、申込書と併せて減免申請書を提出していただければ、使用料金が全額又は2分の1免除となります。

1. 附表ダウンロード
[huyou.doc \(27kbyte\)](#) 
2. 申込書ダウンロード
[moushikomisyu.pdf \(52Kbyte\)](#) 
[moushikomisyu.doc \(42Kbyte\)](#) 
3. 減免申請書ダウンロード
[genmen.doc \(26.5Kbyte\)](#) 

(4) 利用定員、利用時間区分及び使用料金 (減免制度あり)

※新型コロナウイルス感染防止対策のため、定員を下記表の半数とさせていただきます。
 (講堂は50名) その他、利用について制限もありますので、詳細は電話でお問い合わせください。

室名	定員	9時～12時	12時～17時	9時～17時
講堂	276人	2,900円	4,900円	7,800円
会議室	120人	1,750円	2,950円	4,700円
中集会室	50人	900円	1,600円	2,500円
小集会室A	30人	550円	1,000円	1,550円
小集会室B	20人	300円	550円	850円

※使用料金は、令和元年10月1日現在のものです。

【事例紹介】館内設備の利用方法2 御前崎市立図書館

URL <https://library.maotv.ne.jp/contents?l2&pid=10>

図書館の施設を利用するには

営利を目的としない作品展等の会場としてギャラリーや会議室を利用できます。

図書館資料を利用して行う読書会活動などの会場としても利用できます。

使用希望日の6カ月前の月初めから、申し込みを受け付けています。

詳細はお問い合わせください。

- [利用条件についてはこちら](#) 
- [使用状況\(予定\)についてはこちら \(PDF:300KB\)](#) 

【事例紹介】館内設備の利用方法3 混雑状況 静岡県立中央図書館
 URL <https://www.tosyokan.pref.shizuoka.jp/konzatsujoukyou.html>
 (2021年8～9月 緊急事態宣言中の土日祝日のみ掲載)

閲覧室混雑状況試験配信(土日祝のみ)

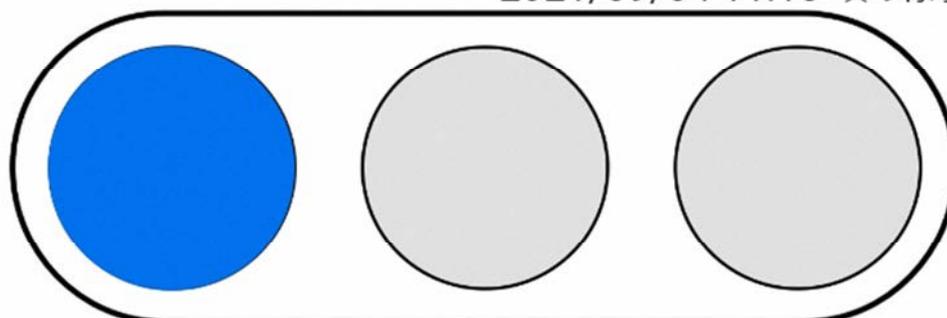
新型コロナウイルス感染症対策として、閲覧室の混雑状況を試験的に配信します。(土日祝のみ)
 リアルタイムでの反映とはなっておりません。(最大で15分程度反映まで時間がかかります。)

混雑状況の目安

閲覧席の利用状況

混雑状況の表示	閲覧席の利用状況
空いています。(青)	～60%
混み合っています。(黄)	60%～80%
満席です。(赤)	80%～
情報なしです。(無色・点灯無)	最終更新から1時間以上経過

2021/09/04 11:18 頃の様子



現在の閲覧室の状況は、 **すいています。**

読める・集える・解決する
 静岡県立中央図書館
 Shizuoka Prefectural Central Library

No.11 図書館紹介 (No.11-1～2)

図書館概要と利用統計は、どちらも掲載している県内図書館が少なかった。理由は、図書館が例年作成している図書館概要・利用統計が、紙媒体での公開にとどまっているからと考えられる。若しくは、ホームページ内の分かりにくい場所に掲載され、他の情報に埋もれている可能性が考えられる。図書館概要、利用統計を作成した際のデータを、ホームページ内の分かりやすい箇所に適当なファイル形式で掲載するだけで容易に改善できる。

No.11-1 図書館概要 **<未達成>**

図書館概要とは、図書館の施設規模や蔵書冊数・事業計画などのデータをまとめたものを指す。図書館概要は、ホームページにおける自己紹介（図書館案内）を目的としている。

県内図書館の4割、県外図書館の9割が掲載していた。

No.11-2 利用統計 **<未達成>**

県内図書館の3割、県外図書館の7割が掲載していた。

No.12 図書館サービス紹介 (No.12-1~5)

No.12-1 レファレンスサービス **<ほぼ達成>**

県内図書館は9割、県外図書館は全てが掲載していた。

No.12-2 リクエストサービス **<ほぼ達成>**

県内外図書館の7割が掲載していた。

No.12-3 相互貸借申込方法 **<未達成>**

県内図書館の4割、県外図書館の7割が掲載していた。

掲載している県内図書館が少なかった理由は、相互貸借サービスが独立したサービスではないため、個々の図書館の中で重視されているサービスではないことが考えられる。今後、どの自治体でも財政規模の縮小に伴う資料費削減が予想される。利用者のニーズに十分応えていくためにも、相互貸借の利活用は重要であり、そのサービスをホームページに掲載することが必要である。

なお、本件に限らず、図書館が提供しているサービスは全てホームページで紹介されるべきである。

No.12-4 データベース利用方法 **<不明>**

データベースは、図書館が有料で契約し、新聞記事などが検索できるサービスである。

県内図書館の4割、県外図書館の8割が掲載していた。

※データベースサービスを提供していない図書館も含まれるため、正しい数値は不明である。

No.12-5 コピーサービス **<ほぼ達成>**

県内図書館は9割、県外図書館は全てが掲載していた。

No.13 トップページに蔵書検索の窓を配置し、アクセス後すぐに検索できる <ほぼ達成>

ホームページ利用者の多くが蔵書検索を利用するため、トップページに配置することですぐに検索でき、利用者の利便性が向上する。

県内外図書館の9割がトップページで検索できた。

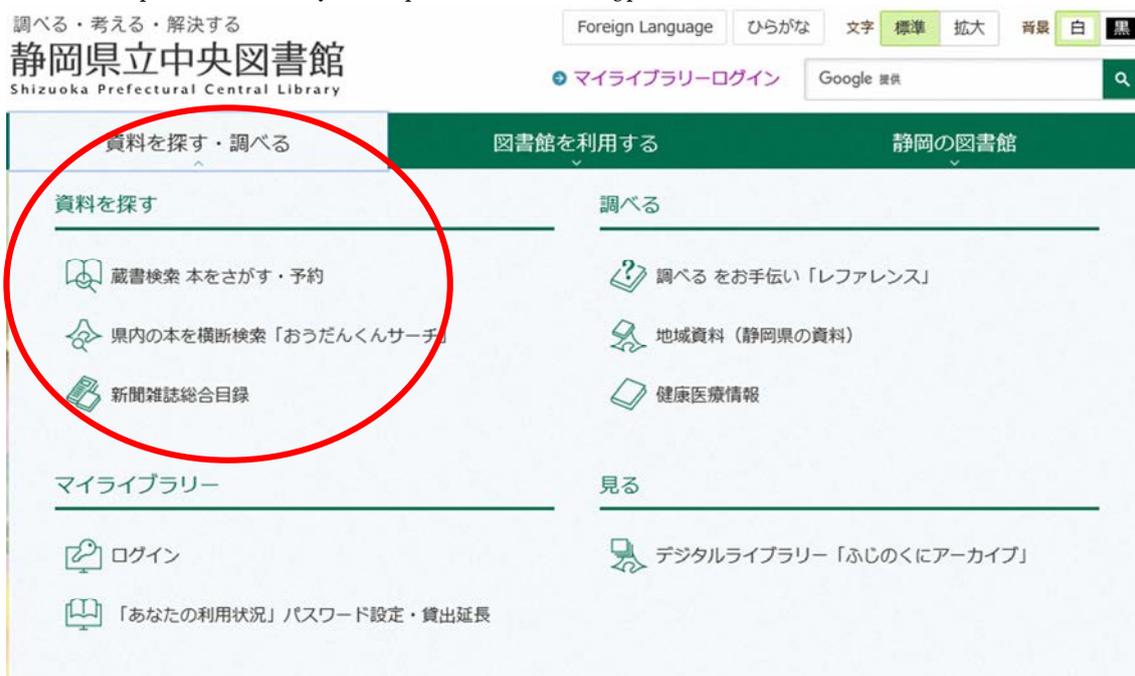
No.14 資料に関するメニューを一か所にまとめている <ほぼ達成>

No. 13と同様、ホームページ利用者の多くが資料に関する情報を検索することが想定できる。新着図書や資料の予約などのメニューを一か所にまとめることで、利用者の利便性が向上する。

県内図書館は9割、県外図書館は7割が該当した。

【事例紹介】資料に関するメニュー1 静岡県立中央図書館

URL <https://www.tosyokan.pref.shizuoka.jp/>



【事例紹介】資料に関するメニュー2 三島市立図書館

URL <https://tosyokan.city.mishima.shizuoka.jp/menucontents?1&pid=49>



No.15 問合せ先

<過半数達成>

ホームページに問合せ先が明記されていれば、利用者が他の検索をすることが不要になるため、利用者にとって使いやすいホームページになる。

県内図書館は6割、県外図書館は8割が掲載していた。

【事例紹介】問合せ先1 静岡市立図書館

URL <https://www.toshokan.city.shizuoka.jp>



【事例紹介】問合せ先2 御前崎市立図書館

URL <https://library.maotv.ne.jp/index.shtml?3>



No.16 Q&A

<未達成>

県内図書館は4割に満たなかったが、県外図書館は7割が掲載していた。

Q&Aのページがあれば、利用者はホームページ上で図書館によくある質問の回答を確認することができ、電話や来館して職員に尋ねる必要がなくなる。同時に図書館職員の負担も減らすことになり、双方にとってメリットとなる。

No.17 当日の開館状況

<過半数達成>

ホームページに当日の開館状況を表示することにより、利用者が図書館へ問合せをする手間がなくなり、同時に図書館職員の負担を減らすことになる。

県内図書館は6割、県外図書館は8割が掲載していた。

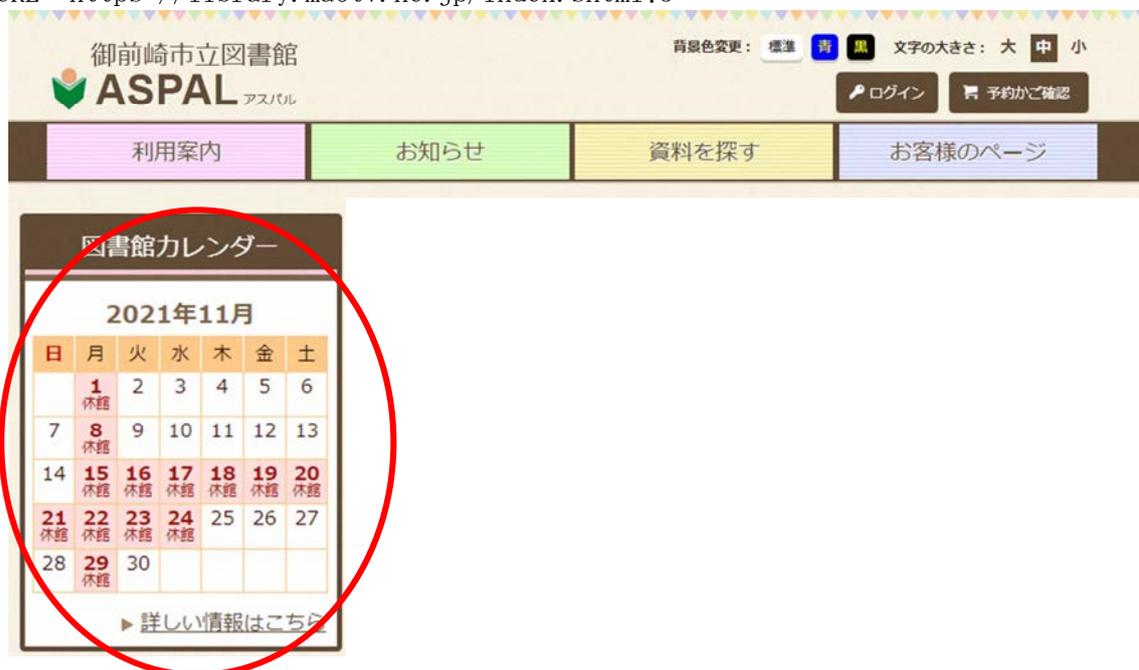
【事例紹介】当日の開館状況1 静岡県立中央図書館

URL <https://www.tosyokan.pref.shizuoka.jp/>



【事例紹介】当日の開館状況 2 御前崎市立図書館

URL <https://library.maotv.ne.jp/index.shtml?3>



No.18 図書館の（目指す）雰囲気が表示され、デザインが統一されている <ほぼ達成>

ホームページはその図書館の雰囲気がにじみ出る玄関のような役割がある。そのため、ホームページを作成する際、図書館の目指す雰囲気に基づいたデザインを意識する必要がある。また、トップページや各ページのデザインが統一されているとナビゲーションが効果的になり、利用者が分かりやすい。逆に統一感がないホームページは、情報をうまくまとめられていないため、利用者はホームページを読むことを諦めてしまう可能性がある。

同じグループ内の複数の要素に同じデザインを適用させるだけで規則性が生まれ、統一感やまとまりのあるホームページデザインになる。同じデザインとは、主に写真のサイズ、文字のサイズ、書体の種類、配色、配置の仕方、キャラクターである。

利用者は複数要素に規則性があることを認識すると、情報を容易に把握することが可能になる。そのため、同じグループの要素であるにもかかわらず、違うデザイン要素があると、情報を理解するのに少し時間がかかる。利用者が情報を容易に把握できるようにするため、上記6点のデザインの統一を意識したホームページデザインが求められる。

県内図書館の8割、県外図書館の9割が該当していた。

【事例紹介】雰囲気やデザインの統一 1 磐田市立図書館

URL <https://www.lib-iwata-shizuoka.jp/>

- ・全体の色合いが青で統一されているため、スタイリッシュな印象を与える。
- ・市の公式キャラクターを用いて、親しみやすさを感じる。
- ・見出し等の文字サイズやフォントが統一されている。
- ・「こどものページ」「YA ティーンズ！」がトップページの分かりやすい箇所にあるため、利用者がすぐに対象のページへたどり着くことができる。
- ・分館案内の画像や全体の空欄が統一されており、分館ごとに見出しの色を変えているため、分かりやすい。



【事例紹介】雰囲気やデザインの統一 2 三島市立図書館

URL <http://tosyokan.city.mishima.shizuoka.jp>

- ・全体の色合いは主に暖色を用いてカラフルなため、ポップでかわいい印象を与える。
- ・市の公式キャラクターを用いて、親しみやすさを感じる。
- ・模様や文字サイズ、フォントが統一されている。
- ・トップページ上部の見出しが利用項目別に色分けされており、分かりやすい。
- ・トップページ以外も同じ色調に統一され、上下のロゴ・キャラクターのレイアウトが固定されている。

緊急のお知らせ

緊急事態宣言中の一部サービスの変更について
 新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、
8月20日(金)から9月12日(日)まで、

① 2階学習室・2階パソコン席の利用を休止します。
 ② おはなし会を中止します。

ご理解・ご協力をお願いします。

図書館からののお知らせ

行事 [おはなし会の中止について](#) 2021年8月24日更新

お知らせ [【8/20~9/12】2階学習室・2階パソコン持込席の休止について](#) 2021年8月24日更新

話題のキーワード

那須正幹 | LGBT | オリピック | もっと見る

話題の本

携帯版サイトはこちらから
<https://tosyokan.city.mishima.shizuoka.jp/>

2021年8月							2021年8月						
日	月	火	水	木	金	土	日	月	火	水	木	金	土
1	2 休館	3	4	5	6	7	1	2 休館	3	4	5	6	7
8	9	10 休館	11	12	13	14	8	9	10 休館	11	12	13	14
15	16 休館	17	18	19	20	21	15	16 休館	17	18	19	20	21
22	23 休館	24	25	26	27	28	22	23 休館	24	25	26	27	28
29	30 休館	31 休館					29	30 休館	31 休館				

開館時間・2ヶ月分のカレンダー [はこちら](#)

開館時間・2ヶ月分のカレンダー [はこちら](#)

リンク集

電子図書館「青空文庫」

① 図書館ホームページの利用に関する注意

三島市立図書館 〒411-0035 静岡県三島市大宮町1-8-38 電話055-983-0880

© 2017 Mishima City in Shizuoka.

No.19 「JIS X 8341-3:2016」 適合レベル AA 準拠しているか **＜ほぼ達成＞**

JIS X 8341-3 とは、高齢者、障がい者を含む全ての利用者が、使用している端末、ウェブブラウザ、支援技術などに関係なく、ウェブコンテンツを利用できることを目的に制定された基準である。ウェブコンテンツが満たすべきアクセシビリティを 61 項目に細分化し、レベル A、レベル AA、レベル AAA という 3 段階のレベルが設定されている。

Web サイトの運営者は目標とするレベルを A、AA、AAA から選択し、それぞれの達成基準を実現していくことになる。

JIS は任意標準であるが、産業標準化法（昭和二十四年法律第百八十五号）において、公的機関は JIS への対応を強く求められているため、公共図書館を含む政府や自治体が Web サイトを外注する場合には、JIS への準拠が必須となる。

また、「適合レベル AA 準拠」という表記については、ウェブアクセシビリティ基盤委員会のホームページにある「JIS X 8341-3:2016 対応発注ガイドライン」に良い例として掲載されている。

「JIS X 8341-3:2016」の内容については、ウェブアクセシビリティ基盤委員会が作成している「JIS X 8341-3:2016 達成基準 早見表（レベル A & AA）」に詳細が掲載されている。

県内図書館の 8 割、県外図書館の 9 割が準拠していた。

No.20 著作権への配慮 **＜過半数が達成＞**

著作権の明記は、ホームページの著作権が図書館にあることを示し、著作権者の権利を守るために必要である。著作権を明記する場所に特に決まりはない。ただし、分かりにくい場所に掲載すると、「著作権の明記がない」と利用者に判断されてしまうため、以下①～④のいずれかに明記することが望ましい。

- ① サイトのトップページ
- ② 各ページの一番下
- ③ お問い合わせのページ
- ④ 「当サイトの著作権について」のページを設ける。

なお、上記以外の方法であっても、利用者が確認しやすい位置に明記しているのであれば、十分に効果があると考えられる。

県内図書館の 6 割、県外図書館の 9 割が明記していた。

【事例紹介】著作権への配慮 1 静岡県立中央図書館

URL <https://www.tosyokan.pref.shizuoka.jp/contents/help/copyright.html>

著作権・リンク等について

著作権について

- 静岡県立中央図書館ウェブサイトに掲載されている情報（文章、写真、イラスト、画像など）は、著作権の対象となっています。また、静岡県立中央図書館ウェブサイト全体も編集著作物として著作権の対象となっており、ともに日本国著作権法及び国際条約により保護されています。
- 「私的使用のための複製」や「引用」など著作権法上認められた場合を除き、無断で複製・転用することはできません。複製のうえ、掲載や放映をされる場合は、事前に申請をして許可を受ける必要があります。
- 当サイトの内容の全部又は一部について、静岡県立中央図書館に無断で改変を行うことはできません。

【事例紹介】著作権への配慮 2 静岡市立図書館

URL https://www.toshokan.city.shizuoka.jp/?page_id=255

[トップページ](#) > [このサイトについて](#) > 著作権とリンクについて

著作権とリンクについて

- 「静岡市立図書館ウェブサイト」に掲載されている文章、写真、イラスト、画像等の著作権は、静岡市またはコンテンツ提供者の方にあります。これらの情報は、「私的使用のための複製」や「引用」などの著作権法上認められた場合を除き、無断で転用・引用することはできません。利用許諾については静岡市立図書館までお問い合わせください。
- リンクはフリーです。ただし、リンク元の内容及び団体等について静岡市立図書館はいかなる責任も負わないものとしします。またサイトの内容はそのサイトの管理者などに帰属し、静岡市立図書館とは関係ないものとしします。

8 SNS の導入

(1) 図書館独自で運用する SNS の開設

図書館における効果的な広報を展開するに当たり、財政的に厳しく、広報に費用や人手が割けない昨今では、導入や活用にコストがかからない SNS の利活用が必要となってくる。

しかし、図書館の広報に SNS を導入する上で幾つかの課題があり、利活用できていないのが現状である。

令和 2 年度及び令和 3 年度に行ったアンケートの結果に基づき、図書館における SNS による広報の現状をまとめると、以下のとおりである。

- ・ 県内市町立図書館では、SNS を広報で活用している割合は、46.7%とまだ低い。また、SNS を利用しているが十分発信できていないなどの回答もある。
- ・ SNS の開始に当たり苦勞したこととして、運用規定等の作成が上位であった。
- ・ SNS を開設しない理由として、(SNS を開始する) 人員が足りない、SNS 活用の効果が期待できない・不明確、運用規定等の作成ができないが上位となっていた。

SNS、特に Twitter による広報を始める上で、運用規定等の作成が課題となっていることが判明した。また、定期的な広報を続ける上でも、運用規定を定めておくことは重要であることから、SNS 開設までの流れと運用ポリシー等のひな形を作成した。

なお、作成に当たっては「図書館における効果的な広報 (SNS) 追加アンケート」の際、静岡県立中央図書館を始め県内各市町立図書館、県外県立図書館から提供していただいた「運用規定」等を参考にした。

図書館独自で運用する SNS 開設までの流れ

～ 思ったより大変ではなかった！ ～

1. 図書館内で検討をし、方向性を決定しましょう

職員皆で取り組んでいくためには必要な第1歩です。

分かっていることも共通理解をして決定しましょう。

- ・ SNS の理解
- ・ SNS のメリット、デメリット
- ・ 必要性
- ・ 運用後のイメージ、効果 などなど・・・



《決定》図書館独自で SNS の運用をしよう！

2. 市町の情報政策担当課・広報担当課との協議 ⇒ とても大事！

(1)市町の「ソーシャルメディア利用に関するガイドライン」等確認

(2)開始手続に必要なものの確認

①アカウントの取得

②アカウント運用ポリシーの策定 ※規定（明示）すべき事項等あり

③アカウントの明示等（成りすましの防止）

「ソーシャルメディア利用届出書」の提出 等

(3)廃止手続の確認

3. 2を踏まえた事務処理

(1)アカウントの取得

情報政策担当課・広報担当課等の合議を含む決裁後取得

(2)アカウント運用ポリシー等の策定

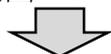
同時に策定すると良い

・ 運用に関する内規

・ 投稿担当者向けの指針

(3)「ソーシャルメディア利用届出書」の提出

情報政策担当課へ提出 ⇒ 市町ホームページに掲載



図書館独自運用の SNS スタートです！ 楽しみ♪

図書館のことをいっぱい知ってもらいましょう！

〇〇〇図書館 Twitter 運用ポリシー

1 運用基本方針

本 Twitter は、〇〇〇図書館が運用します。

(1) 利用するソーシャルメディアの種類

Twitter

(2) アカウント名、URL、担当所属名

アカウント名 _____

U R L _____

担当所属名 _____

(3) 情報発信を行う目的

- ・図書館に関する情報を若い世代を中心とした幅広い世代の市民に届ける。
- ・図書館利用者を始め、図書館を利用していない方にも図書館の活動を認知してもらうことで、図書館利用の促進及び図書館行政に対する理解を深めてもらう。
- ・図書館を市民にとって身近な存在にする。

(4) 情報発信の内容

- ・図書館の各種事業（イベント・講座・展示等）の情報
- ・所蔵資料に関する情報
- ・図書館の周辺情報
- ・その他、災害発生時等を含む図書館に関する情報

(5) 運用時間等

上記(4)に掲げる内容を不定期に発信し、投稿は原則として開館時間内に行います。

(6) 意見や質問への対応について

- ・本アカウントは情報発信を目的としているため、フォロー返し、閲覧者のコメント（リプライ・ダイレクトメッセージ）に対する返信は原則として対応いたしません。
- ・また、〇〇〇図書館を含む行政施設への御意見・御要望などについて、本アカウントでは受付をいたしかねますので御了承ください。
- ・〇〇〇図書館への御意見・お問合せは〇〇〇図書館ホームページの「お問合せ」又は電話（ _____ ）をお気軽に御利用ください。

2 知的財産権

本アカウントに掲載している全ての情報（テキスト、画像等）に関する知的財産権は、〇〇〇図書館又は原作者に帰属します。

また、内容について「私的使用のための複製」や「引用」など著作権法上認められた場合を除き、無断で複製・転用することはできません。

3 禁止事項

本アカウントを利用いただく際には、以下の事項が含まれる投稿は御遠慮ください。下記事項が含まれると思われるコメントの投稿があった場合は、コメントの投稿者に断りなく、コメントの削除及びアカウントをブロックする場合があります。

- (1) 本人の同意なく個人情報を掲載するなどプライバシーを害するもの
- (2) 法令等に違反し、又は違反するおそれのあるもの
- (3) 他者を侮辱又は非難するもの
- (4) 人種、信条、性別等について差別し、又は差別を助長させるもの
- (5) 他者に成りすますなど虚偽や事実誤認の内容を含むもの
- (6) 有害なプログラムを使用若しくは提供するもの又はそのおそれのあるもの
- (7) ○○○市町又は第三者が保有する著作権、商標権、肖像権及びその他の知的所有権を侵害するもの
- (8) 掲載記事と無関係のもの
- (9) 営業活動、政治的活動、宗教的活動及びその他営利を目的としたもの
- (10) その他公序良俗に反するもの及び○○○市町が不適切と判断したもの
- (11) (1)～(10)の内容を含むページへのリンク

4 免責事項

- (1) ○○○図書館は、利用者により投稿されたコンテンツやコメントについて、一切の責任を負いません
- (2) ○○○図書館は、利用者間又は利用者と第三者間のトラブルによって、利用者又は第三者が被った損害について、一切の責任を負いません
- (3) ○○○図書館は、利用者が本 Twitter にアクセスしたために被った損害について、一切の責任を負いません

5 運用ポリシーの変更について

○○○図書館は、当運用ポリシーを予告なく変更する場合があります。また、本アカウントの運営は予告なく終了する場合があります。

〇〇〇図書館公式 Twitter の運用

(内規で規定すると良い項目)

	項目	考えられる規定内容
1	管理体制	責任者・必要に応じ責任者補佐・管理人
2	投稿	投稿間隔・投稿時間・投稿の当番（順番）等 ※担当が異動しても継続できるルールが必要
3	作業端末	
4	決裁	決裁の有無、決裁方法
5	投稿時の注意事項	投稿後のツイートの修正はできない
		投稿内容のダブルチェック
		ハッシュタグ（#）を有効に活用
6	著作権	投稿内容に書影を用いることは推奨
		用いることができる書影は所蔵資料かつ装備完了資料に限る
7	職員のプライバシー	職員が映り込んだ投稿について、当該職員は異動後に投稿の削除の要請可能
8	投稿内容の保存	いつ、誰が、どのように、どこへ
9	各機能の使用について	下記についての使用方針、誰が行うか <ul style="list-style-type: none"> ・フォロー ・いいね ・リツイート ・リプライ、コメント ・メッセージ
10	その他	

投稿のガイドライン = 実際に投稿をする担当者向けの指針 =

	項目	項目例
1	投稿端末の操作方法	操作方法の説明 (1) Twitter 投稿操作 (2) 投稿操作の注意点 投稿した内容は修正できない ダブルチェックは必ず実施 (3) 下書き保存をする ダブルチェックができないとき 内容に不安があるとき
2	投稿について	投稿文の統一、ルール付け (1) 投稿文の表記 (例) 文末「です・ます」調で統一 等 (2) 絵文字の使用 (例) 基本的には文末で使用する (3) ハッシュタグの有効活用
3	画像について	(1) 書影 (例) 当館所蔵であることが分かるように撮影 (2) 利用者が映り込んだ写真を投稿する場合 (例) 事前に許可を得る (3) 書影・利用者の加工
4	実績の把握	投稿数、フォロワー数、いいねの数 等
5	その他	

(2) SNS 活用・工夫事例

「図書館における効果的な広報（SNS）追加アンケート」において、SNS の開始に当たり苦勞したこととして炎上等の対策が挙げられ、SNS を開設しない理由として SNS 活用の効果が期待できない、不明確が上位となっていた。

これら課題は、運用ポリシーやガイドライン等で、どのような内容を掲載するか事前に定めておくことで、そのリスクを避けることができる。SNS による情報発信を実施している図書館の Twitter の投稿事例を紹介する。

ア イベントの告知

図書館ホームページや広報紙でもイベントの告知は可能であるが、Twitter であればリツイートによる拡散で、潜在利用者にも伝わり、新規利用者獲得につながることも期待できる。

イベントの告知に当たって、詳細情報は図書館ホームページへのリンクで誘導するとともに、申込先フォームなども併せて案内すると、利用者が申込みまでスムーズに行うことができるため参加者の増加が期待できる。

イ サービスの紹介

新サービス開始時には、そのサービスについて知ってもらい、利用してもらうことが重要である。これまでの広報手法に加え、Twitter 等 SNS を使った広報を行うことで、迅速に広く知らせることができる。

図書館を利用したことがない人に向けて、新サービスだけでなく、従来のサービスについて定期的に情報発信を行うことも、新規利用者の獲得に当たっては重要である。

ウ 休館情報

休館情報は、様々な手法により、一人でも多くの人に伝えることが重要である。特に自然災害等により急きょ休館になった場合には、利用者の安全確保のためにも、早期周知の必要がある。Twitter であれば簡単にツイートでき、かつ通知機能等で登録（フォロー）している人に迅速に伝えることができる。また、リツイートによる拡散で、より広範囲に情報が伝わることも期待できる。

エ 展示の紹介

Twitter は写真や画像も掲載できるため、展示内容を視覚的に伝えることが可能である。また、ふだん図書館を利用していないが、展示テーマに興味を持つ人にも伝わるため、新たな利用につながることも期待できる。

オ 図書館周辺情報の紹介

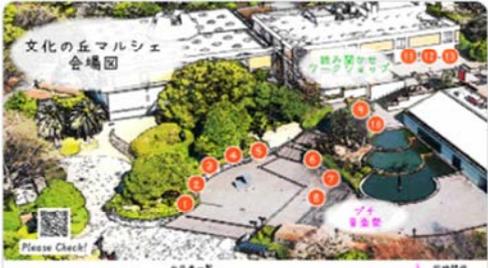
図書館周辺の自然や近くの施設で行われるイベント等を紹介することで、それに興味を持った人の図書館利用が期待できる。さらに、紹介した施設と互いに投稿し合うことで、双方の利用促進につながることを期待される。

ア イベントの告知

【公式】静岡県立中央図書館 @shizuokaken_lib

#文化の丘フェスタで実施する、マルシェの会場図です！
たくさんの方の来場お待ちしております！

詳細
■10/31(日) 10:00~16:00
■静岡県立中央図書館屋外
詳しくは、リンク先にいろいろ書いてあります！
notion.so/26c6c4ada0a740...



文化の丘マルシェ会場図

Please Check!

出展者一覧			同時開催	
1. game. パーゲー	5. 音楽書籍販売	9. もくべり	11. メロミニノキボク	14. 読書カフェ
2. bag coffee	6. ミヤマパン	10. GALLERY view	12. フラワーピトルズホリデー	15. ワンダッシュ
3. ワイク	7. 8店	16. 和菓子屋	13. 花リボン書店	16. 和菓子屋
4. kaeform	8. アレゾのアッサイ			

午後6:49 · 2021年10月20日 · Twitter Web App

静岡市立図書館【利用制限付きで開館中】 @shizu_tosho

★申込受付終了のお知らせ★
御幸町図書館で10月24日(日)に開催予定の『PICTUREBOOK READING BY NATIVE SPEAKERS』外国人ボランティアさんによる絵本の読み聞かせは定員に達したため、受付を終了したぞ！

📅 静岡市立図書館【利用制限付きで開館中】 @shizu_tosho · 9月23日
【イベント情報(御幸町)】
10月24日(日)に外国人ボランティアさんによる絵本の読み聞かせ『PICTURE BOOK READING BY NATIVE SPEAKERS』を開催するぞ！
ハロウィンの衣装をしてみんなで外国語絵本の世界を楽しもう🍁事前申込みが必須なので申し込みはお早めによ
詳しくは👉をチェック！



PICTURE BOOK READING BY NATIVE SPEAKERS
ネイティブスピーカーによる
絵本の読み聞かせ

外国人ボランティアが母国語で行う、絵本の読み聞かせです。
外国語の響きとリズムで、絵本の世界を感じてもらいませんか？
ハロウィンの絵本も読みます。衣装も大歓迎です！

★日時 令和3年10月24日(日) ①午後2時~2時40分 ②午後2時40分~3時20分 ※どちらも内容は同じです。	★Date & Time Oct 24th, Sunday ①2:00~2:40 p.m. ②2:40~3:20 p.m. Both have the same content.
★場所 御幸町図書館5階 ビジネス活動コーナー 電子図書館コーナー隣スペース	★Place Miyuki-cho Library, 5th Floor Business/Magazines Corner, The space in front of the Internet Corner
★募集人数 各時間帯 先着10名 (計20名)	★Capacity 10 persons per each time zone (Total 20 persons) ※First-come-first-served basis.
★申込 令和3年10月4日(月) 午前9時30分から お電話受付(4~5階カウンター)又は 電話にて受付	★Application Start at 9:30 a.m. Oct 4th, Monday At Miyuki-cho Library 4th - 5th Floor Counter, or by telephone
静岡市立御幸町図書館 〒424-8501 静岡県静岡市葵区御幸町3番地の21 ペガサートビル4・5階 TEL:054-251-1868	Shizuoka City Miyuki-cho Library 4th - 5th floor, Pegasus Bldg., Miyuki-cho 3-21, Aoi ku, Shizuoka City TEL:054-251-1868

午前9:51 · 2021年10月6日 · Twitter Web App

イ サービスの紹介

【公式】静岡県立中央図書館 @shizuokaken_lib

【図書館DX実証実験に関するお知らせ】

ご好評いただいている「貸出カードのスマホ表示」についてです。

皆さまの声をを受けて、本日から、バーコードが表示されるボタンを追加しました。

カードの表示がより簡便になりましたので、今後ともご利用ください！



9:11 | an.pref.shizuoka.jp

静岡県立中央図書館 蔵書検索・予約

マイ本棚 3 貸出中 5 ログアウト

カートを見る

予約状況確認

電子図書館

マイ本棚

利用者情報設定

利用者バーコード表示

利用開始申請

利用者有効期限: 2023/03/25

検索 クリア

Copyright © Shizuoka

【公式】静岡県立中央図書館 @shizuokaken_lib - 9月1日

事前にお知らせしていた、図書館DX実証実験が今日から始まります！

貸出カードを取り出す手間がなくなります！

ぜひ、ご利用ください。

tosyokan.pref.shizuoka.jp/contents/info/...



午前9:16 - 2021年11月11日 - Twitter Web App

【公式】静岡県立中央図書館 @shizuokaken_lib

静岡県立中央図書館の電子図書館実証実験がスタートしました!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

図書館DX実証実験：第3弾電子図書館 | 静岡県立中央図書館 tosyokan.pref.shizuoka.jp/contents/info/... #静岡県立中央図書館

tosyokan.pref.shizuoka.jp
図書館DX実証実験：第3弾電子図書館
10月29日からスマートフォンでも利用可能になりました。令和3年10月1日(金曜日)から、図書館DX実証実験第3弾電子図...

午前11:43 - 2021年10月1日 - Twitter Web App

ウ 休館情報

静岡市立図書館【利用制限付きで開館中】
@shizu_tosho

☆インターネット・サービスの停止について☆
中央図書館電気工事のため、下記日時においてインターネット・サービスの利用を一時停止します。
ご迷惑おかけ致しますが、ご了承の程よろしくお願ひします。

日時：令和3年5月17日(月)および21日(金)
両日とも20時頃から23時頃まで（予定）

午後0:24 · 2021年5月17日 · Twitter Web App

静岡市立図書館【利用制限付きで開館中】
@shizu_tosho

☆移動図書館(BM) 午後の巡回中止のお知らせ☆
本日8月18日(水)、大雨警報が発令されている為、午後の巡回も中止とさせていただきます。
7月14日(水)に古庄公民館、軍神社で借りられた方は、次回の巡回日9月1日(水)まで貸出延長を行うことができます。希望される方は中央図書館まで連絡をお願い致します。

午後0:52 · 2021年8月18日 · Twitter Web App

エ 展示の紹介

【公式】静岡県立中央図書館
@shizuokaken_lib

11月の貴重書展示のテーマは「紅葉を愛でる」です。
今回は浮世絵を展示しています。古来より日本人に親しまれた紅葉をお楽しみください。図書館周辺も見頃です。(調)

tosyokan.pref.shizuoka.jp/contents/libra...



午後5:31 · 2021年11月11日 · Twitter for iPad

静岡市立図書館【利用制限付きで開館中】
@shizu_tosho

【中央】
明日11月1日は #お茶の日 🍵
「お茶のまち静岡」と題して特集コーナーを設置中。
通常の関連本のほかに、今回は特別に調査資料室の本も展示しているぞ！

お茶のまち静岡、ここにあり 🍵🌟🌟



午後0:00 · 2021年10月31日 · Twitter Web App

オ 周辺情報の紹介

【公式】静岡県立中央図書館
@shizuokaken_lib

知る人ぞ知る（ほとんど知らない？）当館近くの「青の竜舌蘭」。日本では30年～50年に1度開花し、開花すると枯れてしまうそうです。
図書館が移転する前に花は咲かせてくれるのでしょうか。
2枚目写真をヒントに探してみてください。(調)
#アオノリュウゼツラン #竜舌蘭 #静岡県立中央図書館



午後2:16 · 2021年10月21日 · Twitter for iPad

静岡市立図書館【利用制限付きで開館中】
@shizu_tosho

中央図書館のとなりにある城北公園の #なんじゃもんじゃ。もう咲いているぞ-----！
今年にはやーい 🍷

#富士山 も見えるし、いまが見頃みたいだぞ。
このこと、みんなに届け-----！！

#なんじゃもんじゃ開花情報



午後1:39 · 2021年4月19日 · Twitter Web App

おわりに

利用者を対象としたアンケートから、利用者は図書館ホームページを情報収集の手段として使っており、有効な広報手法として確立されていることが判明した。他方、図書館からの積極的な情報発信を希望する声もあった。

また、SNS が情報収集のための手段として広く浸透しており、Twitter を始めとした SNS による広報も有効と考えられるが、導入には幾つかの課題があることも判明した。

そこで、これらの課題を解決するため、各図書館のホームページの状況をチェックし、改善していく際の参考となるチェックリストの作成及び事例の紹介を行った。また、新しい広報手法として、利活用が見込める SNS、特に Twitter を導入していく上で参考となる運用ポリシー等のひな形の作成及び広報事例の紹介を行った。

近年、SNS を始めとした様々な Web サービスが開発されており、その技術的な進歩が著しい。民間や先進的な自治体では、Twitter だけでなく、note など新しい SNS を広報に活用している²。

今回紹介した Twitter の投稿事例は、飽くまでも基本的な投稿事例であり、従来の広報内容に近いものと言える。しかし、愛知県田原市図書館では、Twitter の相互フォローや返信、業務外の投稿も行うなど、ファンベース（ファンが喜ぶ施策を打ちながら中長期的な広がりを目指すこと）で SNS を活用した広報を行っている。今後はこのような弾力的な運用も考えられる。

SNS などを活用した広報は、飽くまで手法であり、それを使うことが目的となつてはならない。新たな広報手法を必要に応じて取り入れながら、既存の利用者だけでなく、潜在利用者へ訴求することが重要である。そのために、従来の広報手法である広報紙やちらし、ホームページなどの充実や改善を優先すべき図書館もあるだろう。

今後、ますます各図書館の個性や魅力を効果的に広報することが求められるようになると思われる。その際、本報告書がその一助となれば幸いである。

² (2021). 「クローズアップ SNS 活用最前線」『広報』通巻 827 号, pp. 4-6.

参考資料 (1) 各種アンケート 集計結果及び調査票

1 『図書館における効果的な広報』 図書館向けアンケート（県内市町立図書館）集計結果

調査方法	配布した紙アンケート回収
調査期間	令和2年11月10日（火）～11月30日（月）
調査対象館	96館（地域館・分館を含む）
回答館	60館

自由記述欄において、館が特定できないよう一部内容を変更し、同内容をまとめた。
また、割合の端数処理はしていないため、合計が100%にならないことがある。

- 貴館の館名をお書きください。
省略
- 現在の図書館に関する広報について、すべての図書館にお聞きます。

(1) 広報の目的をどのように考えていますか。（複数回答可）

目的	回答数	割合
ア 利用増（利用回数が増）	58	96.7%
イ 利用者増（新規利用者の増）	57	95.0%
ウ イベント等の周知	59	98.3%
エ 図書館のPR	55	91.7%
オ 図書館のイメージ向上	31	51.7%
カ 読書推進	47	78.3%
キ その他	8	13.3%
計	315	—

その他の目的

- ・ 図書館に關係することを周知
- ・ 情報発信
- ・ 公共図書館の本来の設置意義に合致した活用方法の周知
- ・ 上記ア～カの目的を含む総合的な情報提供(4)
- ・ 臨時閉館、再開日など図書館の運営スケジュールのお知らせ
- ・ 地域コミュニティづくり、利用者の教育、新刊案内など、図書館を含む社会教育全般を広めること

(2) 広報の手法別に、実施の有無と、主な目的を上記ア～キ、広報内容を下記の①～⑤で記載してください。

広報手法別の実施有無

広報手法	有		無		無回答		計	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
テレビ・ラジオ・新聞	41	68.3%	15	25.0%	4	6.7%	60	100%
県・市町広報誌	49	81.7%	9	15.0%	2	3.3%	60	100%
図書館だより	51	85.0%	9	15.0%	0	0.0%	60	100%
ちらし・ポスター	57	95.0%	1	1.7%	2	3.3%	60	100%
図書館ホームページ	58	96.7%	0	0.0%	2	3.3%	60	100%
SNS (Facebook、Twitter等)	28	46.7%	28	46.7%	4	6.7%	60	100%

その他実施している手法

- ・ 動画配信
- ・ メール配信(4)
- ・ ブログ
- ・ アプリ(3)
- ・ 同報無線
- ・ 町内回覧版
- ・ 近隣自治会の回覧
- ・ 施設めぐり、図書館見学等

広報手法別の主な目的

広報手法	ア		イ		ウ		エ		オ		カ		キ		無回答		計	
	利用増（利用回数が増）	割合	利用者増（新規利用者の増）	割合	イベント等の周知	割合	図書館のPR	割合	図書館のイメージ向上	割合	読書推進	割合	その他	割合	無回答	割合	回答数	割合
テレビ・ラジオ・新聞	1	1.7%	5	8.3%	25	41.7%	7	11.7%	1	1.7%	2	3.3%	1	1.7%	18	30.0%	60	100%
県・市町広報誌	2	3.3%	3	5.0%	28	46.7%	11	18.3%	2	3.3%	2	3.3%	1	1.7%	11	18.3%	60	100%
図書館だより	7	11.7%	2	3.3%	8	13.3%	22	36.7%	0	0.0%	7	11.7%	5	8.3%	9	15.0%	60	100%
ちらし・ポスター	3	5.0%	2	3.3%	49	81.7%	1	1.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	1.7%	4	6.7%	60	100%
図書館ホームページ	8	13.3%	2	3.3%	20	33.3%	17	28.3%	0	0.0%	3	5.0%	7	11.7%	3	5.0%	60	100%
SNS (Facebook、Twitter等)	0	0.0%	2	3.3%	10	16.7%	11	18.3%	5	8.3%	0	0.0%	1	1.7%	31	51.7%	60	100%

その他の主な目的は2(1)のとおり

広報手法別の広報内容（複数回答可）

※割合は各広報の手法を実施していると回答した館数を分母としている。

広報手法	①		②		③		④		⑤		計	
	行事・企画・イベントの周知	割合	本の紹介	割合	図書館のあれこれ・つぶやき	割合	図書館の実態報告	割合	その他	割合	回答数	割合
テレビ・ラジオ・新聞	41	100%	16	39.0%	5	12.2%	1	2.4%	2	4.9%	64	—
県・市町広報誌	46	93.9%	25	51.0%	7	14.3%	2	4.1%	5	10.2%	83	—
図書館だより	46	90.2%	43	84.3%	22	43.1%	8	15.7%	4	7.8%	115	—
ちらし・ポスター	54	94.7%	9	15.8%	5	8.8%	1	1.8%	4	7.0%	72	—
図書館ホームページ	55	94.8%	29	50.0%	14	24.1%	25	43.1%	9	15.5%	107	—
SNS	25	89.3%	11	39.3%	19	67.9%	1	3.6%	2	7.1%	57	—

その他の広報内容

- ・ 図書館の開館状況等(2)
- ・ 運営情報
- ・ 図書館サービスの紹介(2)
- ・ 利用案内(2)
- ・ 図書館ホームページの利用方法など
- ・ 館内の特集展示のPR
- ・ 図書館に関することの周知
- ・ 学習室の利用時間等のお知らせ
- ・ 図書館だより

- 広報の手法別に、主な対象者、発信頻度、メリット・デメリットを教えてください。
※主な対象者については、来館者または非来館者(図書館をあまり利用しない人)で回答してください。
※SNSについては3(5)でお答えください。

広報の手法別の主な対象者

広報手法	来館者	非来館者	両方	無回答
テレビ・ラジオ・新聞	1	41	1	17
県・市町広報誌	8	39	1	12
図書館だより	43	8	1	8
ちらし・ポスター	49	5	1	5
図書館ホームページ	40	15	1	4

広報の手法別の発信頻度

(回答館数：23館)

	週1回以上	月1回以上	不定期・随時 ・年数回	無回答
広報手法	回答数	回答数	回答数	回答数
テレビ・ラジオ・新聞	5	10	27	18
県・市町広報誌	0	32	17	11
図書館だより	0	28	22	10
ちらし・ポスター	0	48	8	4
図書館ホームページ	2	19	36	3

広報の手法別のメリット・デメリット

	メリット	デメリット
テレビ・ラジオ・新聞	<ul style="list-style-type: none"> ・不特定多数への情報発信ができる(26) ・潜在利用者へのPRができる(12) ・図書館のイメージ向上につながる(2) 	<ul style="list-style-type: none"> ・広報機会が少ない、メディア側の都合による(16) ・視聴者が限られる(6) ・正確に伝えることが難しい(3) ・費用が高額(3)
県・市町広報誌	<ul style="list-style-type: none"> ・自治体の多数の方に情報の一斉発信ができる(36) ・潜在利用者へのPRが可能(11) 	<ul style="list-style-type: none"> ・原稿の締切が早い(12) ・掲載字数に制限がある(10) ・読まない人には情報が届かない(5) ・他の情報に紛れてしまう(4)
図書館だより	<ul style="list-style-type: none"> ・図書館が伝えたい情報を時期や文字数にとらわれず自由に発信できる(24) ・自治体内の多数の方に情報発信ができる(13) ・リピーターへの広報手法として効果的(5) 	<ul style="list-style-type: none"> ・来館者にしか伝わらない、非来館者には周知があまりできない(24) ・配布場所が限られる(5)
ちらし・ポスター	<ul style="list-style-type: none"> ・図書館が伝えたい情報を時期や文字数にとらわれず自由に発信できる(17) ・来館者に直接PRできる(13) ・イベントの周知に効果的(8) ・注目を集めやすい(7) 	<ul style="list-style-type: none"> ・来館者にしか伝わらない、非来館者には周知があまりできない(19) ・特定の人にはしか見てもらえない(10) ・配布、掲示場所が限られる(7) ・効果を把握しにくい(4)
図書館ホームページ	<ul style="list-style-type: none"> ・最新の情報を発信することができる(16) ・来館しなくても情報を得られる(13) ・詳しい情報を掲載できる(10) ・不特定多数に情報発信できる(9) ・リピーターへの広報手法として効果的(4) 	<ul style="list-style-type: none"> ・インターネットを利用できない人に発信できない(17) ・図書館に興味を持つ人しか閲覧しない(17) ・高齢者はあまり閲覧しない、できない(5)

その他

	主な対象者	発信頻度	メリット	デメリット
動画配信	来館者	不定期	画面で見られるのでわかりやすい	ネットを使わない層には届かない
市役所施設めぐり	来館者	年1回	普段利用しない人にもPRができる	人員配置が必要(当日)
ブログ	来館者	月2回	必要な時すぐに情報を掲載できる	特定の人にはしか見てもらえない
近隣自治会の回覧	非来館者	たまに	近隣住民に広く周知を行える	特になし
メール配信	来館者	毎週	必要な情報をピンポイントで届けることができる	登録者が少ない
市のメール送信、アプリ	非来館者	不定期	普段図書館に関心がない層にも広報出来る	登録している人しか広報できない
町の広報アプリ	非来館者	月1回	図書館に興味のない人にも届けられる。	閲覧する人が限られる。
町の広報アプリ	非来館者	随時	来館しない人にも情報を伝えられる	反応がつかめない

(4) 貴館で実施している広報手法における課題をどのようにお考えですか。

- ・市全体で言われていることであるが、紙媒体とメールが主の広報手法では様々な世代(特に若い世代など)に伝わらないため、SNSなど新たな広報手法を積極的に開始する必要性を感じている。
- ・広報紙等のデザインなどを担当できる職員がいない。SNSを利用したいが、ハードの未整備及び担当職員がいない。
- ・対象者が限られてしまうものが多く、周知が十分にできない。
- ・非来館者に図書館の行事等の情報を広報誌やホームページに掲載してもなかなか伝わらない。新聞で取り上げてもらうことが一番効果的に周知できると思う。
- ・図書館を普段利用しない人々への効果的な広報
- ・多様な人に来館いただき、読書推進を図れるようにしたいが、公共の広報は、特に若い世代に届きにくい。
- ・図書館に興味がない、利用しない人への訴求力。
- ・非来館者や若い世代への広報手段として図書館ホームページやSNSを使用しているが、十分な発信ができていない。
- ・必要な情報を必要としている人に確実に届けるための効果的な方法について
- ・非来館者にいかに情報を届けるか市民への図書館利用喚起
- ・図書館や施設と同様の手法になり、埋もれてしまう。
- ・コロナウイルスのため、図書館だよりの地域回覧ができなくなったり、図書館利用を呼びかけづらい
- ・チラシや図書館だよりをいかに多くの人に手に取ってもらい、読んでもらうか。
- ・非来館者にどう情報を届けるかが課題。また、反応がわからないため、住民が求めている情報が確実に届いているのか不明。
- ・広報手法の定型化・映像や動画等の広報機器の取扱方法が不得手であり機器自体も所有していない
- ・SNSによる広報手法を取り入れる場合、注意を要する何かしらの法的規制や規程があるのかかわかっていない。
- ・非来館者への広報の出し方に課題があります。コロナウイルスの感染拡大以前から、来館者の減少に課題がありました。イベントや特別なキャンペーンの周知には、市民への広報誌に載せることができますが、日常的に、誰もが見る場所への広報を検討しています。
- ・ホームページを用いての広報に1番力を入れているが、市民の皆さま、主にお年寄りの方々はインターネットを使用しない方が多い。
- ・今後はホームページやSNSでの広報に力を入れていくことが主流になっていくと思うが、それでは本市の広報手法に問題が生じていくこと。
- ・周知したい情報をすぐに出せるという点から、広報の手法としてホームページやチラシ・ポスターなどを主としています。そのため普段、図書館に来ない人に対して、情報がいきにくくなっているかもしれません。
- ・高齢者やインターネットを利用しない方には、ホームページでの情報発信が届きにくい。
- ・館外でチラシの配架やポスターを掲示できる場所が少ない。
- ・図書館に関心がない層を呼び込むためにどのような手段が有効になるか。
- ・図書館ホームページや図書館だより中心の広報は、幅広い情報を網羅し、総合的な広報が可能であるものの、図書館に興味を持って自分で情報を取りに行っていたが必要があり、これまであまり図書館を利用して来なかった初心者やライトユーザーへの訴求が課題。
- ・主に来館者向けの広報に偏りがちなため、非来館者に図書館を利用してもらえるような広報の仕方を検討していきたい。
- ・どの媒体を使っても、ある人には届き、ある人には届かないということが起こる。
(伝えたい情報によって、なるべく効果的な方法を選択するようにはしているが、完全とはいえない)
- ・非来館者に向けた広報が弱い
- ・非来館者への周知があまりできていないことが課題です。
- ・図書館をよく利用される方への、広報になりがちである。具体的な対応策は今のところない。

- ・基本的に図書館への来館者を対象としており、非来館者へのアプローチが弱い。
- ・広報しても届いている実感がない
- ・非来館者へ伝える広報が課題。
- ・主な利用者が高齢者のため、それ以外の集客を目的としたSNS発信も今後考えたい
- ・図書館に関心がある方へはPRできるが、来館したことがない方へのアピールが弱い
- ・当館ではSNSの発信をしていないため、最新情報はお伝え出来ない状況にあることが課題である。
- ・高齢の利用者が多いため、インターネットを利用以外の効果的な広報手段の検討が必要である
- ・今後、ホームページよりも拡散力の高いSNSを活用していきたいと思っているが、機材が整っていない。
- ・非来館者に向けてイベントを周知するために、図書館以外の配布場所を検討している。信用金庫やスーパーなど。
- ・SNSでの発信がまだできていないが、来年度よりTwitter発信を検討（ただし、中央図書館の指針に基づく発信なので返信は無し）。
- ・非来館者への広報手段が薄いため、積極的に新聞やテレビ等メディアへの働きかけを検討中。
- ・今後はSNSやホームページなどインターネット関連での広報が、よりいっそう有効な手段となってくると思われるが、スマホやパソコンに馴染みのない高齢者などの利用者もいぜん多く存在し、その方たちにとっては不平等な情報発信となってしまふ。
- ・最低限の告知にとどまっている。
- ・ラジオでの広報は定期的に行っているが、テレビ、新聞、広報誌に取り上げられる機会が少ない。メディアに対してのPR方法を知りたい。
- ・中高生向けに発信できるような広報手法を行った方が良いのかと思う。
- ・図書館だより内で、図書館利用者に他の利用者に対しておすすめの本を紹介してもらっているが、書き手が少ない。町民全体が気軽に、多くの人々が見る広報媒体がないので、宣伝対象者が限られる。
- ・新規利用者又は非来館者に対してどのようにして分かりやすい情報を発信するか。
- ・普段から、読書しない人、図書館を利用しない人は、広報記事を読み飛ばしてしまうので、本来届けたい層への告知が非常に難しい。何か目新しい方法での広報が必要なのではないかと考えています。
- ・利用者、潜在的利用者が必要としている情報（パスファインダー、有用なサイトリンクなど）を先んじて発信するまでに至っていない。
- ・町広報紙に「図書館特集」を掲載して新規利用者の掘り起こしをしたり、各種イベント等の告知にあらゆる媒体を活用しているが、若者世代を中心にさらなるPRの必要性を感じている。今後はTwitterなどSNSを活用した情報発信も検討していきたい。
- ・高齢者率が高い自治体ということもあり、ホームページやSNSよりも新聞折込や広報紙などの紙媒体が主な広報手段となっている。宣伝効果は高いが準備に印刷時間や費用がかかってしまうことと締切等の期限が設けられていることもあり急な情報発信が難しい。

3 2でSNSを広報の手法に取り入れている館にお尋ねします。

(1) 活用しているSNSについてお聞きます。(複数回答可)

	回答数	割合
ア 図書館独自のアカウントを取得	16	57.1%
イ その他	11	39.3%
無回答	1	3.6%
計	28	100%

※割合は2(2)でSNSを実施していると回答した館数を分母としている

その他の内訳

- ・自治体のアカウント (9)、複合施設のアカウント (1)
- ・無回答 (1)

(2) 活用しているSNSは何ですか。(複数回答可)

SNS	回答数	割合
ア Facebook	12	42.9%
イ Twitter	22	78.6%
ウ Instagram	5	17.9%
エ LINE	3	10.7%
オ Tik Tok	0	0.0%
カ その他	1	3.6%
無回答	1	3.6%
計	44	—

※割合は2(2)でSNSを実施していると回答した館数を分母としている

その他の内訳

- ・YouTube、ZOOM

(3) SNSを活用した広報を始めた時期はいつ頃ですか。

開始時期	館数
2013年	1
2014年	1
2016年	5
2017年	3
2018年	3
2019年	4
2020年	5
不明	1
無回答	5
計	28

(4) SNS活用の主な理由・経緯を教えてください。

理由

- ・中高生の利用促進
- ・即時更新でき、非来館者にもPRできる。写真なども使える。
- ・図書館イベント情報の発信
- ・開館情報・企画展や講座の案内・図書館のPR
- ・ツイッターを利用している人が大勢いること、発信が簡単なこと、経費がかからないこと
- ・中央図書館開館30周年イベントの告知と集客のため
- ・若い世代に効果的に発信するツールとして活用したいとYA担当から発案
- ・コロナ禍で来館者が激減する中、図書館の特集展示等の情報を広く提供するため。
- ・当市は「教育日本一」を目指しており、図書館についても新たな手法で利用者にアピールすることを求められていた。同時に、当市を全国に売り込んでいくというシティプロモーションの観点から検討し、SNSを利用した企画を考案した。
- ・日常的な図書館員のつぶやきを気軽に発信し、図書館に親しみを持っていただくため
- ・SNSの特性を生かし、即時性のある情報を随時発信するため。
- ・タイムリーな情報発信が可能
- ・若者への情報を伝えるため
- ・図書館資料に関する情報やイベント情報を発信し、図書館をより身近に感じてもらうとともに、利用者の拡大を図るため
- ・広報媒体を増やし、利用層を広げるため
- ・紙媒体の広報では情報発信が行き届かなかったエリアへの情報発信。
- ・イベントや企画展示などの情報を発信し、非来館者にも図書館に親しみをもってもらえるよう始めた
- ・図書館ユーザー以外へのPR

- ・町でツイッターを始めたので。
- ・SNSを活用し、町の魅力や旬な情報、緊急情報、暮らしの情報、イベント情報などホームページや広報誌で伝えきれない情報を発信していくため。
- ・①若年層がホームページを見ない時代となった。②新型コロナの影響
- ・主に町外の方に向けたイベント告知と参加者の募集のため

経緯

- ・図書館のPR及び中高生向けコンテンツとしてアカウントを開設
- ・展示やイベントの情報などをより多くの人知ってもらおうと思ったため
- ・市公式SNSを通じて、普段図書館に接点のない人へ周知するため
- ・若い世代及び子育て世代への発信が不足していたため
- ・市役所内で広報を担当している課に相談し、決裁方法等を決定し開始した
- ・記念講演会等のイベントを広く周知しなかったため、市公式のSNS担当と連携して実施。
- ・ICT課に相談のうえ開設
- ・図書館のこけい休館明け頃から始めたところ、Twitterを見たと言って親子連れの来館者が少しづつ増えて、現在に至る。
- ・開始当時はFacebookが一番一般的なSNSだった。以後、様々なSNSが出始めたが、職員の業務が増えてしまうため、開始に至っていない。
- ・広報誌やホームページだけでは伝えきれない細かな情報や最新情報を発信するための手段が必要と考えていた。
- ・市のシティブロモーションの一環として図書館のイベント等が取り上げられた
- ・図書館ホームページ更新時にあわせて行った
- ・図書館の利用が少ない10代後半～20代にも情報を届ける手段のひとつとして発案した。
- ・市役所をはじめ、各施設での取り組みが進められてきたため
- ・市の図書館のホームページは情報量が多いため、当館独自の情報ツールが必要だと考えたため。
- ・それまでの発信が紙媒体か図書館ホームページのみであったため、より小回りのきく発信媒体としてSNSを選んだ
- ・イベント開催中に投稿を行い、参加者の気分を味わっていただく
- ・元々、直営時代からTwitterを使用しており、指定管理者に変更後もそのまま引き継ぎました。
- ・町からのなげかけ。
- ・①図書館のイベントが若い母親世代に伝わっていなかった。②オンラインおはなし会の開催を検討
- ・併設施設でFacebookを開始したので、図書館の情報掲載もお願いしました

- (5) SNS発信の主な内容・発信頻度・想定している主な対象者を教えてください。
※主な対象者については、来館者または非来館者(図書館をあまり利用しない人)で回答してください。

	主な内容	発信頻度	対象者
Facebook	特集展示(3) 図書館のPR イベント・行事関連(6)	随時(6) 月に数回 不定期 イベントごと(2)	非来館者(7)
Twitter	イベント・行事関連(17) 本の紹介・特集展示関連(10) 開館時間・休館のお知らせ(5) 日常のつぶやき(2) 業務紹介(3) 図書館より発行のお知らせ	随時(6) 毎日(2) 週1～2回(2) 週2～3回(2) 月に10～15回 月に3回以上	非来館者(12) 来館者(5)
Instagram	イベント開催のお知らせ、報告	イベントごと	非来館者
LINE	休館情報やサービス制限など イベント情報(2)	不定期 都度 随時	非来館者(2) 両方
YOUTUBE、ZOOM	おはなし会など	随時	非来館者

- (6) SNSを活用しての広報のメリットとデメリットを教えてください。

メリット

- ・即時性
- ・即座に非来館者も含め広く広報できる(特に若い人)
- ・簡単に情報が手に入る
- ・お知らせしたい情報を迅速に発信できる
- ・SNS利用者であれば場所と時間に限らず図書館の情報を受信できること
- ・リツイート・ロコミ等で広く拡散できる
- ・費用がかからない。広報したくなった時にすぐに発信できる。
- ・若い世代の人にも見てもらえる。手軽に広報できる。
- ・リツイートがきっかけで非来館者の目に留まる可能性があること。
- ・更新が容易なため、即時性を発揮できる。
- ・普段あまり図書館に関心のない方も目に触れる機会となり、利用増につながる。
- ・編集に時間のかかるホームページと比べて即時性が高く、気軽に情報発信ができる。
- ・市の広報のSNSから発信することで、普段図書館に興味のない方へ広くPRが可能
- ・非来館者や本を借りない人へも伝えられる。
- ・イベント情報や報告を即時的に発信できる。
- ・起案から公開までの期間(時間)が短い
- ・非来館者への情報発信。
- ・非来館者を含め、多くの方の目に留まる可能性がある
- ・即時性、広範
- ・若い世代に向けて発信できる。広域で発信できる。
- ・図書館に興味のない人にも情報を届けられる。
- ・若年層に広く知れ渡る。情報伝達が早い。
- ・図書館だけでなく、イベントに興味がある人にも閲覧してもらえること

デメリット

- ・アカウントの知名度が低い情報発信力が低い
- ・使っていない人には届かない
- ・SNSを使わない、使えない人への訴求力
- ・詳細な説明をすることが難しい
- ・対象がSNS利用者に限られる
- ・一度発信した内容を取り消したり修正することが難しい。
- ・利用している人にしか伝わらない。フォロワー増えない。
- ・拡散力が強く、誤情報や不適切な内容(表現)をしてしまった場合も広く素早く拡散するため、投稿内容には十分注意が必要
- ・投稿内容によっては炎上の可能性がある。ターゲットである市民・利用者以外からの反応の方が大きい場合がある。
- ・図書館独自でなく市の広報のSNSのため、情報掲載の可否は広報部門の判断による
- ・Twitterは手軽に投稿できるが修正できない。誤った情報を投稿しないよう注意が必要。
- ・フォロー・リブライへの返信は行っていないため、一方通行の情報発信になってしまう。
- ・図書館利用者の多数を占める年配の方は、他の世代に比べてSNSを利用している人が少ないこと
- ・インターネット上の情報に埋もれてしまい、ちゃんと届いたかどうか心配もとない
- ・ネット環境に不慣れな高齢者世代への周知が難しい。
- ・閲覧する人が限られる。
- ・個人情報など情報の漏えいの危険、著作権、操作方法など
- ・興味がある人(検索した人)しか情報が得られないこと
- ・どれだけの人に情報が届いているのかわかりにくい。
- ・ネット環境に不慣れな高齢者世代への周知が難しい。
- ・タイムリーな話題でない、途端に魅力のない情報に感じられてしまう

(7) 反響が大きかった例を教えてください。

- ・ 中高生向け図書紹介・感染予防イラストの発表
- ・ 展示や講座のPR
- ・ 図書館で主催する映画会のお知らせ
- ・ 企画展の案内
- ・ 著名な作家を招いた文学講演会の告知、画像を伴う行事報告等
- ・ 図書館の資料がホッチキスで傷つけられていたことへの注意喚起
- ・ 図書館所蔵資料（江戸時代の魔除けのおふだ）の紹介
- ・ 講演会のツイートを講師が話題に上げることで県外在住者からの反響があったこと。
- ・ 当市の歴史を発信した際、「ためになる。続けて欲しい。」という声が多かった。
- ・ 芸能人による読み聞かせ動画を紹介したところ、そのファンの方からの反応が大きかった。
- ・ 図書館内に毎年発生するカニの写真をアップしたら普段より多くの「いいね！」がついた。
- ・ 館内展示企画（田畑政治展）の紹介 ※大河ドラマ「いだてん」最終回後すぐにツイートしたため
- ・ あるイベントの情報をテレビやラジオ、共同通信社の方に見て頂き、取材を受けた。
- ・ 歴史講演会の告知をしたところ、北九州市、鎌倉市在住の方から申込があった。
- ・ オンラインおはなし会
- ・ ビブリオバトル（2015）でご協力して下さったアーティスト関連の閲覧数が伸びました
- ・ 図書館の特集に伴い「ぬり絵」を作成し、利用者の完成品をカウンター前に張出展示したところ、多くの利用者が来館した。
- ・ ツバメの巣の観察日記
- ・ イベント・お知らせ
- ・ 図書館開館30周年記念イベント
- ・ 新型コロナウイルス関連情報（開館日や混雑情報等）
- ・ 本市出身者の文学賞受賞のお知らせ
- ・ 図書館から見える自然や風景写真
- ・ コロナ禍における電子図書館の活用、図書消毒機の使い方紹介

(8) SNSを活用しての広報実施について、効果と課題をどのようにお考えですか。

効果

- ・ 紙媒体を手にしない世代への情報発信
- ・ 普段SNSを活用している人には、非来館者も含めPRできる
- ・ 図書館と接点のない人への周知ができる
- ・ 非来館者や市外在住者など、普段当館を利用しない人にもお知らせできる
- ・ 時間と地域に限らず広く情報発信ができること
- ・ これまでの広報手段よりも広い周知が可能
- ・ フォロワーになっていただくことで、図書館からの情報発信を密に行える。
- ・ 普段、利用の少なかった図書の貸出につながる。
- ・ 図書館の発信する情報が個人のつぶやきやリツイートを通して拡散されることで、人と人のつながりの中に情報が広まっていること。
- ・ 図書館の内側をオープンにすることは図書館を身近に感じてもらう効果があると考えます。
- ・ たまたま目に留めた（検索ワードで引っかかった）人にも、図書館利用のきっかけとして捉えてもらえる。
- ・ ふだん館内で接している利用者とはまた別の層へのアプローチが可能になっている
- ・ 普段あまり図書館に関心のない方も目に触れる機会となる。
- ・ 写真を使って、視覚的に情報を伝えられる。
- ・ 若年層に広く知れ渡る。情報伝達が早い。
- ・ 図書館自体に興味なくても、図書館の活動を知ってもらえる
- ・ 拡散力が強く、閲覧者とコミュニケーションがとれる
- ・ SNSに関心のある若い世代を中心に図書館の情報を幅広く発信できる。
- ・ SNSを活用することで、図書館に興味のない方へも広くPRが可能
- ・ 図書館へ来ない人への周知ができた。来館のきっかけになった。

課題

- ・ 正確な情報を素早くUPできるよう、複数名で記事の内容を確認するべき
- ・ 目立つための工夫（悪目立ちとのバランス）
- ・ フォロワー数や「いいね」
- ・ SNSの特性を生かした効果的な情報発信
- ・ 全ての職員が投稿できる・するようにしたい。
- ・ SNSを利用しない人へは全く伝わらない。
- ・ 同じ様な内容の情報発信が多くなると閲覧されなくなってしまう。
- ・ 図書館イベントのこれまでの参加対象（40代以上が多数）とSNS利用者との世代の違い
- ・ 支持される投稿記事の作成。担当職員への業務過多。一歩間違えると炎上してしまう怖さ。
- ・ いかにして利用者に興味を持たせる内容のものを投稿するかを常に検討・活用する上での法的規制の制限の有無が知識的に曖昧
- ・ 公共のアカウントであるため、リツイートやダイレクトメッセージの利用に制限があること。
- ・ SNSの効果は認めつつも、図書館単独のアカウント取得に向けては体制づくりや環境整備等検討が必要。
- ・ フォロワーの増加方法。本の表紙の映った写真を投稿していかかわからない。
- ・ 頻繁に発信してこそ効果のあるツールだと思うが、職員に時間的余裕がないため難しい
- ・ 公的機関の公式Twitterとして節度を保ちながらTwitterならではのものをどう表現するか（例えば、どの程度くだけた言い回しを使うか、個人的な見解を挟んでよいか等）が難しい。
- ・ 「情報発信したつもり」に陥らず、周知すべき情報を確実に届けられるようにすること
- ・ 「リツイート」を増やすこと
- ・ 町のSNS自体があまり浸透していない。（フォロワーが少ない。）
- ・ 個人情報など情報の漏えいの危険、著作権、操作方法など
- ・ 一定数までにはしか達しない（周知が難しい）
- ・ 炎上させないこと
- ・ 広報によってどれだけ来館者の増加につながったのか見えにくい。
- ・ 定期的な情報発信

4 SNSの運用規程等についてお聞きします。

(1) 運用規定等がありますか。

	回答数	割合
ア あり	22	78.6%
イ なし	5	17.9%
無回答	1	3.6%
計	28	100%

規定名は省略

(2) 運用規定等「あり」の場合、図書館独自の規定等ですか。

	回答数	割合
ア 独自のもの	9	40.9%
イ 独自のものではない	13	59.1%
計	22	100%

(3) 運用担当者は何人ですか。

人数	回答数	割合
1人	5	17.9%
2人	6	21.4%
3人	4	14.3%
4人	2	7.1%
5人	1	3.6%
その他	3	10.7%
無回答	7	25.0%
計	28	100%

その他の内訳

- ・ 決まっていない
- ・ 主には2～3人
- ・ 不明

(4) 決裁者と決裁方法を教えてください。

決裁者	回答数
館長又は図書館責任者	17
自治体担当部署	2
担当者相互チェック	2
無回答	7
計	28

決裁方法	回答数
目視・口頭	13
プリントアウト、電子決裁	6
自治体担当部署	2
無回答	7
計	28

(5) 投稿案を作成し、実際に投稿を公開するまでの時間は概ねどれくらいですか。

公開するまでの期間	回答数
1日以内	13
1～3日程度	4
3日～一週間	1
その他	5
無回答	5
計	28

その他の内訳

- ・ 市役所担当者に一任
- ・ 記事内容による（当日作成→公開までのものも、予約投稿もあり）
- ・ 内容による。20～30分の時もあれば、2～3日の場合もある。
- ・ 告知や募集に関しては数日かかることもあるし、結果報告などは即日のこともあります。

(6) SNSの広報効果の評価をどのように行っていますか。（複数回答可）

評価方法	回答数	割合
ア 利用者アンケート	4	14.8%
イ SNS分析ツール	3	11.1%
ウ 「いいね」と「リツイート」の件数	19	70.4%
エ その他	4	14.8%
無回答	5	17.9%
計	34	—

その他の内訳

- ・ 図書館ではしていない
- ・ フォロワーの数
- ・ インプレッションの件数
- ・ 評価をしていない

5 SNSを活用している大学等図書館へお聞きします。

非該当

6 広報発信手法でSNSを活用していない図書館にお聞きします。

(1) 今後活用することを予定・検討していますか。

活用予定の有無	回答数	割合
ア 今年度中の活用が決定している。	0	0.0%
イ 来年度(R3)からの活用を検討している。	4	12.5%
ウ 令和4年度以降の活用を検討している。	4	12.5%
エ 検討していない	22	68.8%
無回答	2	6.2%
計	32	100%

(2) 現在活用していない理由を教えてください。

- ・ 人員の不足（8）
- ・ 全く検討していません。今回の調査の結果を参考にしたいと思います。
- ・ 人的、技術的体制が整っていない。
- ・ 今のところ活用を考えていないため。
- ・ 現在の当館の体制では、即時性の高い情報を継続的に発信するのは難しいと思うため。
- ・ 近隣住民の高齢化が進み、インターネット接続環境のない世帯が多いため
- ・ 自主事業としての準備中
- ・ 活用できる要員、予算、知識がない
- ・ 高齢者が多いため、活用することへのメリットが感じられない
- ・ 機材が整っていない。
- ・ 指定管理館のため、中央館と協議が必要となる。
- ・ 中央図書館への起案決裁に時間を要すること、開始時期を当館と同じ指定管理館である他館と時期を同じくするため。
- ・ SNS活用の効果が不明確で導入に至らなかった。
- ・ 地区館には発信手段がないため。
- ・ 安全性に不安がある。対応できる職員が限定されている
- ・ 対応したパソコンを使用していない。SNSの運営者がいない。
- ・ 自治体公式のSNSを活用して発信することが可能であるため、図書館単独のSNS発信を行うことを検討していない。
- ・ 即時性のある更新が必要となり対応が難しいため。
- ・ SNS特有の問題点（誹謗中傷や荒らし）に対するセキュリティポリシー等の整備が出来ていないため。
- ・ 運用ルールが未設定。効果があまり期待できない。

7 全ての図書館にお聞きします

(1) 情報収集に使ったことのあるSNSは何ですか。（複数回答可）

使用したことのあるSNS	回答数	割合
ア Facebook	28	35.0%
イ Twitter	37	46.3%
ウ Instagram	10	12.5%
エ LINE	2	2.5%
オ Tik Tok	0	0.0%
カ その他	3	3.8%
計	80	—

その他の内訳

- ・ なし(3)

(2) 図書館の業務上参考となるアカウントがあったら教えてください。

- ・ 田原市図書館Twitter
- ・ 地元住民が発信しているSNS
- ・ 静岡新聞アットエスのLINEアカウント
- ・ レファレンス協同データベースのTwitterアカウント

2 『図書館における効果的な広報』 図書館向けアンケート（県内大学・専門図書館）集計結果

調査方法	配布した紙アンケート回収
調査期間	令和2年11月10日（火）～11月30日（月）
調査対象館	31館
回答館	23館

自由記述欄において、館が特定できないよう一部内容を変更し、同内容をまとめた。
また、割合の端数処理はしていないため、合計が100%にならないことがある。

- 1 貴館の館名をお書きください。 省略
- 2 現在の図書館に関する広報について、すべての図書館にお聞きます。

(1) 広報の目的をどのように考えていますか。（複数回答可）

目的	回答数	割合
ア 利用増（利用回数増）	20	87.0%
イ 利用者増（新規利用者の増）	20	87.0%
ウ イベント等の周知	19	82.6%
エ 図書館のPR	22	95.7%
オ 図書館のイメージ向上	14	60.9%
カ 読書推進	13	56.5%
キ その他	6	26.1%
計	114	—

その他の目的

- ・ 図書館の利用方法の周知
- ・ 図書室の存在周知
- ・ 図書館からの情報発信（臨時休館や開館時間変更など）
- ・ “ウ”のイベントは利用ガイダンス、“キ”その他は学内向けには啓発とリモート利用の促進、通常時はオープンキャンパス、中・高生への図書館解放
- ・ 利用方法の周知
- ・ 障害の理解・啓発
- ・ アクティブラーニングに利用するため

(2) 広報の手法別に、実施の有無と、主な目的を上記ア～キ、広報内容を下記の①～⑤で記載してください。

広報手法別の実施有無

広報手法	有		無		無回答		計	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
テレビ・ラジオ・新聞	5	21.7%	16	69.6%	2	8.7%	23	100%
県・市町広報誌	3	13.0%	17	73.9%	3	13.0%	23	100%
図書館だより	15	65.2%	5	21.7%	3	13.0%	23	100%
ちらし・ポスター	13	56.5%	7	30.4%	3	13.0%	23	100%
図書館ホームページ	21	91.3%	0	0.0%	2	8.7%	23	100%
SNS (Facebook, Twitter等)	8	34.8%	12	52.2%	3	13.0%	23	100%

その他実施している手法

- ・ 大学ポータルサイト
- ・ 展示
- ・ 学内のeLearningシステム (Moodle)
- ・ 所属ホームページ
- ・ メーリングリスト
- ・ 年報

広報手法別の主な目的

広報手法	ア		イ		ウ		エ		オ		カ		キ		無回答		計	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
テレビ・ラジオ・新聞	0	0.0%	2	8.7%	0	0.0%	1	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	2	8.7%	18	78.3%	23	100%
県・市町広報誌	0	0.0%	0	0.0%	1	4.3%	1	4.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.3%	20	87.0%	23	100%
図書館だより	4	17.4%	0	0.0%	0	0.0%	6	26.1%	0	0.0%	4	17.4%	0	0.0%	9	39.1%	23	100%
ちらし・ポスター	1	4.3%	1	4.3%	8	34.8%	2	8.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	4.3%	10	43.5%	23	100%
図書館ホームページ	3	13.0%	1	4.3%	5	21.7%	6	26.1%	0	0.0%	0	0.0%	5	21.7%	3	13.0%	23	100%
SNS (Facebook, Twitter等)	1	4.3%	1	4.3%	2	8.7%	2	8.7%	0	0.0%	1	4.3%	1	4.3%	15	65.2%	23	100%

その他の主な目的は2(1)のとおり

広報手法別の広報内容（複数回答可）

※割合は2(1)で各広報の手法を実施していると回答した館数を分母としている。

広報手法	①		②		③		④		⑤		計	
	回答数	割合	回答数	割合								
テレビ・ラジオ・新聞	2	40.0%	1	20.0%	0	0.0%	1	20.0%	3	60.0%	6	—
県・市町広報誌	2	66.7%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	3	—
図書館だより	9	60.0%	11	73.3%	8	53.3%	7	46.7%	4	26.7%	32	—
ちらし・ポスター	12	92.3%	1	7.7%	1	7.7%	2	15.4%	2	15.4%	16	—
図書館ホームページ	16	76.2%	8	38.1%	5	23.8%	8	38.1%	10	47.6%	39	—
SNS	8	100%	5	62.5%	5	62.5%	1	12.5%	2	25.0%	20	—

その他の広報内容

- ・ 図書館の開館日・活用方法等の周知
- ・ 情報発信（臨時休館や開館時間変更など）
- ・ 利用方法変更のお知らせ等
- ・ 学内向け啓発、学外むけPR
- ・ 利用案内（開館日等）
- ・ 契約EJ・DB等の紹介
- ・ 図書館だより…サービスの紹介、学生の活動の報告
- ・ 図書館ホームページ…利用案内、サービスの紹介、データベースや電子ジャーナルへのリンク等
- ・ SNS…サービスの紹介、学生の活動の紹介、注意喚起、学内のeLearningシステム…学生・教職員のみ周知したい内容（マイライブラリへのログイン方法、電子資料への学外からのアクセス方法等）
- ・ 学生へのメッセージ
- ・ 開館日、蔵書等検索サイト
- ・ 図書室のPR
- ・ 図書室の紹介、利用方法など
- ・ ボランティアの募集
- ・ オンラインコンテンツアクセス方法

(3) 広報の手法別に、主な対象者、発信頻度、メリット・デメリットを教えてください。
※主な対象者については、来館者または非来館者（図書館をあまり利用しない人）で回答してください。
※SNSについては3(5)でお答えください。

広報の手法別の主な対象者

広報手法	来館者		非来館者		両方		無回答	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
テレビ・ラジオ・新聞	1	—	4	—	0	—	18	—
県・市町広報誌	1	—	2	—	0	—	20	—
図書館だより	11	—	2	—	0	—	10	—
ちらし・ポスター	9	—	3	—	1	—	10	—
図書館ホームページ	12	—	5	—	1	—	5	—

広報の手法別の発信頻度

	週1回以上	月1回以上	不定期・随時 ・年数回	無回答
広報手法	回答数	回答数	回答数	回答数
テレビ・ラジオ・新聞	0	0	5	18
県・市町広報誌	0	0	3	20
図書館だより	0	1	14	8
ちらし・ポスター	0	2	10	11
図書館ホームページ	1	2	16	4

広報の手法別のメリット・デメリット

	メリット	デメリット
テレビ・ラジオ・新聞	<ul style="list-style-type: none"> 一般県民に広く広報が可能(4) 非来館者への広報が可能(1) 	<ul style="list-style-type: none"> 広報機会が少ない(1) 不定期(1) イベント情報は掲載してもらえないこともある(1)
県・市町広報誌	<ul style="list-style-type: none"> 一般県民に広く広報が可能(3) 地域に伝わる(1) 	<ul style="list-style-type: none"> 確認するか否かは相手次第(1)
図書館だより	<ul style="list-style-type: none"> 図書館のサービスを周知できる(6) 教員が薦める図書を紹介するので学生に興味を持ってもらえる。(1) 	<ul style="list-style-type: none"> 時差がある、発信に時間がかかかかる(3) 利用者の目に留まりにくい(2) 学生全員に配布することは、物理的に難しい(1)
ちらし・ポスター	<ul style="list-style-type: none"> 来館者に直接PRできる(3) 広く広報できる(2) 地域住民への広報ができる(2) 	<ul style="list-style-type: none"> 来館者にしか伝わらない、非来館者には周知があまりできない(3) 興味がないと読まない(3) 掲示物が多すぎると、利用者の目に留まりにくい(1)
図書館ホームページ	<ul style="list-style-type: none"> 最新の情報を発信することができる(7) 来館しなくても情報を得られる(3) より多くの人へ情報発信できる(3) Webサイトへのリンク等ができる(2) 	<ul style="list-style-type: none"> 図書館ホームページを見ない人には情報が伝わらない(7) インターネットを利用できない人に発信できない(2)

その他

	主な対象者	発信頻度	メリット	デメリット
学内のeLearningシステム (Moodle)	両方	随時	情報量が多い、Webサイトへのリンクなどができる	サイトのデザイン面に制限がある。
大学ポータルサイト	来館者	随時	迅速な情報更新	ポータルサイトにアクセスしないと情報が伝わらない
所属ホームページ	非来館者	年数回	非来館者への広報が可能	ページ自体があまり知られていない
メーリングリスト	来館者	随時	即時的情報提供	
年報	非来館者	年刊	アーカイブ	閲覧しないと無効

(4) 貴館で実施している広報手法における課題をどのようにお考えですか。

- 図書館に対して興味のない学生、教員へのアプローチ
- 図書館利用者や関心を持っている人以外へのアピールができていないか疑問
- 多くの利用者（学生・教職員等）に確実に情報を伝える方法
- ホームページ・インスタグラムともに、対象が、アクセスし閲覧した人に限られるため、いかに新規閲覧者を増やすかが課題である。
- 【ホームページに関して】電子ブック、電子ジャーナルや電子データベースのリモート利用の更なる促進、利便性を図ることが可能な機能の充実が必要と考え、今年度改善したが、更なる改善を模索している。
- 今の学生にとってどの広報手法が一番リーチしやすいのか分からない。時代によって変化と思うので（特にSNS）柔軟に対応したいと思う。
- 図書館だより、ホームページも、図書館で用意しても利用者の目に触れなければ伝わらないので、工夫が必要な課題です。
- 学生・教職員すべてに対し、まんべんなく周知することが難しい。
- 内容の充実
- 必要な情報が必要な人に届いているのか、一方的な発信になっていないか気にしているが、受け手側の反応を把握しにくい
- 図書館報、ホームページとも利用者全員が必ず見るものではないため、図書館からの発信をどのようにしたらより多くの利用者に周知できるか検討が必要と思われる。
- 利用をいかに促進させるかが課題である。
- イベントであれば「新聞を見て」など、対象者へ情報が届いていることがわかるが、その他の手法が効果があるのか、わかりにくい。
- 利用者の情報アクセスの方法は様々で、お一人お一人が受け取りやすい方法で対応しているが、まだまだ情報を受け取れていない方々が多くいる。その隙間の部分は人のつながりによって解決するしかないかと考えているが、その具体的手段についてはこれからの課題である。
- 個人情報保護、更新頻度、一般県民への周知度

3 2でSNSを広報の手法に取り入れている館にお尋ねします。

(1) 活用しているSNSについてお聞きします。（複数回答可） ※割合は2(2)でSNSを実施していると回答した館数を分母としている

	回答数	割合
ア 図書館独自のアカウントを取得	3	37.5%
イ その他	5	62.5%
計	8	100%

その他の内訳

- 所属のアカウント (2)、担当者のアカウント (1)
- 担当者のアカウント (1)、NPO法人のアカウント (1)

(2) 活用しているSNSは何ですか。（複数回答可）

※割合は2(2)でSNSを実施していると回答した館数を分母としている

SNS	回答数	割合
ア Facebook	4	50.0%
イ Twitter	4	50.0%
ウ Instagram	1	12.5%
エ LINE	0	0.0%
オ Tik Tok	0	0.0%
カ その他	0	0.0%
計	9	—

(3) SNSを活用した広報を始めた時期はいつ頃ですか。

開始時期	館数
2011年	1
2012年	1
2016年	1
2017年	2
2018年	1
2019年	1
計	7

(4) SNS活用の主な理由・経緯を教えてください。

理由

- ・ 当館をより身近に感じていただき、利用促進につなげるため
- ・ 来館者数を増やすための工夫の一つとして。
- ・ 大学全体の広報
- ・ 学生に向けて図書館の情報を発信するため
- ・ 図書館に来ない学生にアプローチするため。Twitterは学生の利用者が多いため。
- ・ 広報のため

経緯

- ・ SNSが学生に身近なツールになっていると感じたため
- ・ 学生が馴染みやすいSNSを活用し、図書館情報をより身近に感じてもらえるようインスタグラムを開設した。
- ・ 高校生の利用頻度が高いメディアであったため
- ・ 休館日や開館時間について周知されていないと感じることが多かった
- ・ 図書館に来ない学生へのアプローチとして、図書館外へのポスター掲示、ホームページでお知らせ等していたが効果が薄かったため、SNSの利用を検討した。委員会でSNS運用ポリシーを策定し、2017年4月にTwitterを開設した。
- ・ 複合施設のアカウントができたため、図書室でも発信することとした。

(5) SNS発信の主な内容・発信頻度・想定している主な対象者を教えてください。

※主な対象者については、来館者または非来館者(図書館をあまり利用しない人)で回答してください。

	主な内容	発信頻度	対象者
Facebook	行事・イベント	不定期	非来館者
	図書フェア	開催時	来館者
	ホームページに掲載している内容を発信(イベント情報、新着・展示の入替えなど)	随時	非来館者
	展示、開催講座案内、図書室に関するお知らせなど	年数回～15回程度	非来館者
Twitter	当館のサービス内容	週2～3回	来館者
	開館カレンダーや館内企画のお知らせ、豆知識など	月1～2回	来館者
	イベントの告知、利用案内、新刊・展示のお知らせ、開館状況、よくある質問、等	随時	両方
	ホームページに掲載している内容を発信(イベント情報、新着・展示の入替えなど)	随時	非来館者
Instagram	新着図書の紹介・現在の図書館の様子、電子資料の利用促進等	週1回を目安	来館者

(6) SNSを活用しての広報のメリットとデメリットを教えてください。

メリット

- ・ 当館に関心のなかった方にも情報が伝わる
- ・ 無料で広く図書館からのお知らせや行われるイベントを、いち早く伝えることができる。
- ・ 「いいね」やリツイートで反応があると、ちゃんと届いていることが分かって嬉しい
- ・ ホームページよりも気軽に高頻度で情報発信ができる
- ・ 来館していない人へも簡易な情報発信ができる。
- ・ 非来館者への広報が可能

デメリット

- ・ 発信内容に最新の注意が必要
- ・ 図書館の情報をフォロワー以外に伝えることができない。
- ・ 意図せず炎上してしまったときが怖い
- ・ 文字数制限、Twitterはタイムラインにツイートが流れていってしまうため、発信する時間を考える必要がある。(主に昼休み、休み時間等に発信) 垢バレしたくないという心理があり、学生のフォロワーが増えにくい。
- ・ 効果がわかりにくい。
- ・ 使用しているアカウント自体の広報が必要

(7) 反響が大きかった例を教えてください。

- ・ 図書に付箋を貼ることのデメリットを画像とともに伝えたこと
- ・ 国連・EU関連の展示、時事問題に関する図書の紹介
- ・ 台風の影響で午前中休講になるという情報を大学公式ホームページのリンクとともにツイートしたとき。
- ・ 「科学道100冊」の展示、臨時休館のお知らせ、教員の著作紹介
- ・ 公式アカウントからのリツイートや、一般に興味を持たれやすいキーワードが入っていると反響を得やすいが、ターゲットに届いているかは疑問。
- ・ 開催講座報告、展示・コレクション紹介、学校図書館情報

(8) SNSを活用しての広報実施について、効果と課題をどのようにお考えですか。

効果

- ・ 手軽に情報を確認してもらうことが安易になった
- ・ 在学生を主たる対象とした広報ではあるが、あわせて卒業生や受験生にも関心を持ってもらえること。
- ・ 非来館者へ図書館の情報を伝えることができる
- ・ 引用リツイートで反応を見られる、誰がフォロー・リツイート・いいねしたか、反応した人数がわかる
- ・ (6)の回答と同様に、来館していない人へも簡易な情報発信ができる。

課題

- ・ 利用者の関心が離れていかないための工夫
- ・ 発信者側が、利用者のニーズを追求すること、学生にSNSの存在を知ってもらうことが課題である。
- ・ 利用者(学生)が図書館からどんな情報を発信して欲しいと思っているか把握すること
- ・ サービス利用の増加につながったかどうかの指標がない
- ・ ターゲットの在学生というより、図書館関係者・他大学の図書館サークルなどにフォローされている。
- ・ (6)の回答と同様に、効果がわかりにくい。

4 SNSの運用規程等についてお聞きします。

(1) 運用規定等がありますか。

	回答数	割合
ア あり	4	50.0%
イ なし	3	37.5%
無回答	1	12.5%
計	8	100%

規定名は省略

(2) 運用規定等「あり」の場合、図書館独自の規定等ですか。

	回答数	割合
ア 独自のもの	2	50.0%
イ 独自のものではない	2	50.0%
計	4	100%

(3) 運用担当者は何人ですか。

人数	回答数	割合
1人	2	25.0%
2人	1	12.5%
3人	2	25.0%
4人	1	12.5%
5人	1	12.5%
無回答	1	12.5%
計	8	100%

(4) 決裁者と決裁方法を教えてください。

決裁者

決裁者	回答数
館長	2
図書館事務課長	1
所属長	2
なし	2
無回答	1
計	8

決裁方法

決裁方法	回答数
目視・口頭	2
文書決裁	2
図書館運営会議	1
なし	2
無回答	1
計	8

(5) 投稿案を作成し、実際に投稿を公開するまでの時間は概ねどれくらいですか。

公開するまでの期間	回答数
1日以内	4
1～3日程度	0
3日～一週間	1
その他	2
無回答	1
計	7

その他の内訳

- ・ 現場裁量の範囲内であれば即日、決裁の場合は1週間程度
- ・ 投稿内容による

(6) SNSの広報効果の評価をどのように行っていますか。(複数回答可)

評価方法	回答数	割合
ア 利用者アンケート	0	0.0%
イ SNS分析ツール	2	25.0%
ウ 「いいね」と「リツイート」の件数	5	62.5%
エ その他	2	25.0%
無回答	1	12.5%
計	10	—

その他の内訳

- ・ Twitterアナリティクス
- ・ 特に行っていない

5 SNSを活用している大学等図書館へお聞きします。

(1) 投稿者はだれですか。

※割合は2(2)でSNSを実施していると回答した大学図書館数を分母としている

	回答数	割合
ア 学生	0	0.0%
イ 教職員	5	83.3%
ウ 学生と教職員	1	16.7%
計	6	100%

(2) 学生の発信は、事前にチェックしていますか。

	回答数	割合
ア している	0	0.0%
イ していない	1	100%

(3) 特徴的な企画の内容を教えてください。

- ・ 国連やEUが関連する様々な展示 (国連デー、日・EUフレンドシップウィーク)
- ・ 「SNSを使った特徴的な企画」ということでしょうか?…ブログ連携機能を使った本の紹介 (学生サポーターのアカウント)

6 広報発信手法でSNSを活用していない図書館にお聞きします。

(1) 今後活用することを予定・検討していますか。

活用予定の有無	回答数	割合
ア 今年度中の活用が決定している。	0	0.0%
イ 来年度(R3)からの活用を検討している。	1	7.7%
ウ 令和4年度以降の活用を検討している。	0	0.0%
エ 検討していない	12	92.3%
計	13	100%

(2) 現在活用していない理由を教えてください。

- ・ 公的アカウントとして大学が運用できる体制・準備ができていない。
- ・ 必要があれば学内メールにより、教職員や学生への発信が可能であるため。
- ・ 大学ポータルサイト、公式Webサイト等を活用しているため。
- ・ 人数が少ないので、手が回らない。
- ・ 環境整備が充分でない。定期的な発信や、コメントへの回答が現状では不可能。
- ・ 有効だと考えますが、取り入れる件についてのコンセンサスができていない。
- ・ 現状業務で手一杯であり、新規に活用する余裕が無い。
- ・ 運用規定等が定まっていないため。
- ・ 利用対象に限られているため。
- ・ 利用者における普及率及び導入効果がどれくらいか調査ができていない
- ・ 個人情報保護

7 全ての図書館にお聞きします

(1) 情報収集に使ったことのあるSNSは何ですか。(複数回答可)

	使用したことのあるSNS	回答数	割合
ア	Facebook	8	33.3%
イ	Twitter	9	37.5%
ウ	Instagram	3	12.5%
エ	LINE	1	4.2%
オ	Tik Tok	0	0.0%
カ	その他	3	12.5%
	計	24	-

その他の内訳
使用していない (2)

(2) 図書館の業務上参考となるアカウントがあったら教えてください。

- ・ 近隣の公共団体、学内他組織、他大学図書館
- ・ @ca_tweet 国立国会図書館「カレントアウェアネス・ポータル」公式
- ・ 国立国会図書館レファ協公式 (@crd_tweet)、国立情報学研究所(NII) (@jouhouken)、図書館総合展 (@libraryfair)、やわとしょ (@yawatosho)、各大学の図書館・学生サポーターのアカウント、本学の学生・サークルのアカウント (学生の現状や出されている課題などの情報収集)
- ・ <https://www.facebook.com/groups/patient.lib/>

『図書館における効果的な広報』 図書館向けアンケート

1 貴館の館名をお書きください。

--

2 現在の図書館に関する広報について、すべての図書館にお聞きします。

(1) 広報の目的をどのように考えていますか。（複数回答可）

- ア 利用増（利用回数の増） イ 利用者増（新規利用者の増） ウ イベント等の周知
エ 図書館のPR オ 図書館のイメージ向上 カ 読書推進
キ その他

--

※その他の場合は上の口の中に御記入ください。

回答

--	--	--	--	--	--	--

(2) 広報の手法別に、実施の有無と、主な目的を上記ア～キ、広報内容を下記の①～⑤で記載してください。

広報手法	実施の有無	主な目的(2(1)ア～キから選択)	広報内容 ※ (①～⑤複数回答可)
テレビ・ラジオ・新聞			
県・市町広報誌			
図書館だより			
ちらし・ポスター			
図書館ホームページ			
SNS (Facebook、Twitter等)			
その他 ()			

※広報内容

- ① 行事・企画・イベントの周知 ② 本の紹介 ③ 図書館のあれこれ・つぶやき
④ 図書館の実態報告（図書館の年報・統計等） ⑤ その他 (

)
※その他の場合は口内に御記入ください。

(3) 広報の手法別に、主な対象者、発信頻度、メリット・デメリットを教えてください。
※主な対象者については、来館者または非来館者(図書館をあまり利用しない人)で回答してください。
※SNSについては3(5)でお答えください。

広報手法	主な対象者	発信頻度	メリット	デメリット
テレビ・ラジオ・新聞				
県・市町広報誌				
図書館だより				
ちらし・ポスター				
図書館ホームページ				
その他 ()				

(4) 貴館で実施している広報手法における課題をどのようにお考えですか。

--

3 2でSNSを広報の手法に取り入れている館にお尋ねします。（SNSを利用していない図書館は6へ）

(1) 活用しているSNSについてお聞きします。（複数回答可）

- ア 図書館独自のアカウントで取得し活用 イ その他
- ※その他の場合は上記口内に御入力ください。

回答

(2) 活用しているSNSは何ですか。（複数回答可）

- ア Facebook（フェイスブック） イ Twitter（ツイッター）
- ウ Instagram（インスタグラム） エ LINE（ライン）
- オ Tik Tok（ティックトック） カ その他

回答

(3) SNSを活用した広報を始めた時期はいつ頃ですか。 年 月頃

(4) SNS活用の主な理由・経緯を教えてください。

理由

経緯

(5) SNS発信の主な内容・発信頻度・想定している主な対象者を教えてください。
※主な対象者については、来館者または非来館者(図書館をあまり利用しない人)で回答してください。

	主な内容	発信頻度	主な対象者
Facebook	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Twitter	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Instagram	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
LINE	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Tik Tok	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
その他	(<input type="text"/>)	<input type="text"/>	<input type="text"/>

※その他に利用しているSNSがありましたら、()内にご記入ください。

(6) SNSを活用しての広報のメリットとデメリットを教えてください。

メリット

デメリット

(7) 反響が大きかった例を教えてください。

(8) SNSを活用しての広報実施について、効果と課題をどのようにお考えですか。

効果

課題

4 SNSの運用規程等についてお聞きします。

(1) 運用規定等がありますか。

- ア あり（規定等名：)
- イ なし

回答

(2) 運用規定等「あり」の場合、図書館独自の規定等ですか。

- ア 図書館独自のもの イ 図書館独自のものではない

回答

(3) 運用担当者は何人ですか。 (人)

(4) 決裁者と決裁方法を教えてください。

決裁者

決裁方法

(5) 投稿案を作成し、実際に投稿を公開するまでの時間は概ねどれくらいですか。

(6) SNSの広報効果の評価をどのように行っていますか。（複数回答可）

ア 利用者アンケート

イ SNS分析ツール

ウ 「いいね」と「リツイート」の件数

エ その他 ()

回答

5 SNSを活用している大学等図書館へお聞きします。

(1) 投稿者はだれですか。

ア 学生

イ 教職員

ウ 学生と教職員

回答

(2) 学生の発信は、事前にチェックしていますか。

ア している

イ していない

回答

(3) 特徴的な企画の内容を教えてください。

6 広報発信手法でSNSを活用していない図書館にお聞きします。

(1) 今後活用することを予定・検討していますか。

ア 今年度中の活用が決定している。

イ 来年度(R3)からの活用を検討している。

ウ 令和4年度以降の活用を検討している。

エ 検討していない

回答

(2) 現在活用していない理由を教えてください。

7 すべての図書館にお聞きします。

(1) 情報収集に使ったことのあるSNSは何ですか。

ア Facebook（フェイスブック）

イ Twitter（ツイッター）

ウ Instagram（インスタグラム）

エ LINE（ライン）

オ Tik Tok（ティックトック）

カ その他

回答

(2) 図書館の業務上参考となるアカウントがあったら教えてください。

3 『図書館における効果的な広報』 図書館向けアンケート（県外県立図書館）集計結果

調査方法	配布した紙アンケート回収
調査期間	令和2年11月10日（火）～11月30日（月）
調査対象	近隣8県
回答館	9館（8県）

自由記述欄において、館が特定できないよう一部内容を変更し、同内容をまとめた。
また、割合の端数処理はしていないため、合計が100%にならないことがある。

- 1 貴館の館名をお書きください。
省略
- 2 現在の図書館に関する広報について、すべての図書館にお聞きます。

(1) 広報の目的をどのように考えていますか。（複数回答可）

目的	回答数	割合
ア 利用増（利用回数の増）	8	88.9%
イ 利用者増（新規利用者の増）	9	100%
ウ イベント等の周知	9	100%
エ 図書館のPR	9	100%
オ 図書館のイメージ向上	9	100%
カ 読書推進	7	77.8%
キ その他	2	22.2%
計	53	—

その他の目的
 ・ 特殊コレクションの紹介
 ・ 図書館利用者の利便性向上、利用案内、利用者教育

(2) 広報の手法別に、実施の有無と、主な目的を上記ア～キ、広報内容を下記の①～⑤で記載してください。

広報手法別の実施有無

広報手法	有		無		無回答		計	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
テレビ・ラジオ・新聞	7	77.8%	2	22.2%	0	0.0%	9	100%
県・市町広報誌	7	77.8%	2	22.2%	0	0.0%	9	100%
図書館だより	6	66.7%	2	22.2%	1	11.1%	9	100%
ちらし・ポスター	9	100%	0	0.0%	0	0.0%	9	100%
図書館ホームページ	9	100%	0	0.0%	0	0.0%	9	100%
SNS (Facebook、Twitter等)	8	88.9%	1	11.1%	0	0.0%	9	100%

その他実施している手法

- ・ ブログ
- ・ デジタル情報スタンド、デジタルサイネージ
- ・ 県プレスリリース
- ・ 県文化施設の情報誌

広報手法別の主な目的

広報手法	ア 利用増（利用回数の増）		イ 利用者増（新規利用者の増）		ウ イベント等の周知		エ 図書館のPR		オ 図書館のイメージ向上		カ 読書推進		キ その他		無回答		計	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
テレビ・ラジオ・新聞	0	0.0%	1	11.1%	4	44.4%	1	11.1%	0	0.0%	1	11.1%	0	0.0%	2	22.2%	9	100%
県・市町広報誌	0	0.0%	0	0.0%	7	77.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	22.2%	9	100%
図書館だより	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	4	44.4%	0	0.0%	1	11.1%	0	0.0%	3	33.3%	9	100%
ちらし・ポスター	0	0.0%	1	11.1%	7	77.8%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	9	100%
図書館ホームページ	0	0.0%	0	0.0%	1	11.1%	7	77.8%	0	0.0%	0	0.0%	1	11.1%	0	0.0%	9	100%
SNS (Facebook、Twitter等)	0	0.0%	1	11.1%	0	0.0%	3	33.3%	2	22.2%	1	11.1%	1	11.1%	1	11.1%	9	100%

その他の主な目的は2(1)のとおり

広報手法別の広報内容（複数回答可）

※パーセンテージは2(1)で各公報の手法を実施していると回答した館数を分母としている

広報手法	① 行事・企画・イベントの周知		② 本の紹介		③ 図書館のあれこれ・つぶやき		④ 図書館の実態報告		⑤ その他		計	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
テレビ・ラジオ・新聞	7	100%	2	28.6%	0	0.0%	1	14.3%	0	0.0%	9	—
県・市町広報誌	7	100%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	7	—
図書館だより	4	66.7%	6	100%	3	50.0%	1	16.7%	0	0.0%	13	—
ちらし・ポスター	9	100%	1	11.1%	0	0.0%	0	0.0%	3	33.3%	13	—
図書館ホームページ	9	100%	8	88.9%	3	33.3%	9	100%	4	44.4%	24	—
SNS	8	100%	6	75.0%	8	100%	1	12.5%	3	37.5%	25	—

その他の広報内容

- ・ 図書館サービスの周知
- ・ 利用案内、ホームページの更新状況、緊急トラブル
- ・ 利用案内、調べ方案内

- (3) 広報の手法別に、主な対象者、発信頻度、メリット・デメリットを教えてください。
 ※主な対象者については、来館者または非来館者（図書館をあまり利用しない人）で回答してください。
 ※SNSについては3(5)でお答えください。

広報の手法別の主な対象者

広報手法	来館者	非来館者	両方	無回答
	回答数	回答数	回答数	回答数
テレビ・ラジオ・新聞	1	6	0	2
県・市町広報誌	1	6	0	2
図書館だより	3	0	0	3
ちらし・ポスター	7	2	0	0
図書館ホームページ	4	5	0	0

広報の手法別の発信頻度

広報手法	週1回以上	月1回以上	不定期・随時・年数回	無回答
	回答数	回答数	回答数	回答数
テレビ・ラジオ・新聞	0	1	6	2
県・市町広報誌	0	1	6	2
図書館だより	0	1	5	3
ちらし・ポスター	0	1	8	0
図書館ホームページ	0	2	7	0

広報の手法別のメリット・デメリット

	メリット	デメリット
テレビ・ラジオ・新聞	・来館者・非来館者問わず広報できる(6)	・広報機会が少ない、メディア側の都合による(4) ・取り上げてもらえる機会が少ない(2)
県・市町広報誌	・来館者・非来館者問わず広報できる(5)	・掲載字数に制限がある(3)
図書館だより	・図書館が伝えたい情報を時期や文字数にとらわれず自由に発信できる(4)	・読者が限定的(1) ・印刷費が高い(1)
ちらし・ポスター	・インターネットを利用しない人にも届けられる(2) ・来館者・非来館者問わず広報できる(2) ・来館者に直接PRできる(2)	・印刷費用や郵送料などが必要(4)
図書館ホームページ	・最新の情報を発信することができる(3) ・多彩な情報を適宜、掲載できる(2) ・来館者・非来館者問わず広報できる(2)	・インターネットを利用できない人に発信できない(2) ・管理運営に手間がかかる(1)

その他

	主な対象者	発信頻度	メリット	デメリット
ブログ	非来館者	月2回	情報の蓄積ができる	拡散させる工夫が必要
デジタル情報スタンド	来館者	随時	チラシ情報を電子で提供できるため、かさばらず手軽である	
デジタルサイネージ	来館者	随時	画像や動画をシステムから一括で操作し、ディスプレイの設置場所に合わせたコンテンツを放映できる	全てのコンテンツを確認しようとする場合など、待たなくてはならない
県文化施設の情報誌	非来館者	年3～4回	来館者・非来館者を問わず、多くの方の目に触れる	

- (4) 貴館で実施している広報手法における課題をどのようにお考えですか。
- ・複数手段の広報媒体を、企画担当やサービス担当がそれぞれ発信するため、発信内容や方法にばらつきがみられ、図書館としての統一感をとることが難しい面がある。
 - ・潜在的利用者に見つけてもらいWebサイトや図書館自体へアクセスしてもらいたいが、図書館員にマーケティングの知識が無く、既存の手法から抜け出せない。
 - ・県民に興味・関心を持ってもらえる発信内容の充実
 - ・新たな利用者層を掘り起こすことを意識した情報の発信
 - ・新聞でのイベント掲載数を増やすなど、広報に各メディアをもっと活用させられると良い。
 - ・担当者に委ねられており、対応できる職員が少ない
 - ・できるだけ多くの県民に図書館のサービスを知っていただくきっかけとして、さまざまなイベントを企画し、取材に来たマスコミ関係者にも情報提供しているが、イベントそのものが目的化し、サービスの紹介になかなかつなげられない。
 - ・ホームページ、SNSの内容について改善する必要がある。
 - ・ホームページ、SNSの管理（更新頻度等）に問題がある。
 - ・非来館者への効果的な広報ができていない。
 - ・休館情報など、情報の鮮度が求められ、かつ重要な情報を全利用者層に安定して確実に届けられる手段がない。

3 2でSNSを広報の手法に取り入れている館にお尋ねします。

- (1) 活用しているSNSについてお聞きします。（複数回答可） ※割合は2(2)でSNSを実施していると回答した館数を分母としている

	回答数	割合
ア 図書館独自のアカウントを取得	8	100%
イ その他	0	0.0%
計	8	—

- (2) 活用しているSNSは何ですか。（複数回答可） ※割合は2(2)でSNSを実施していると回答した館数を分母としている

SNS	回答数	割合
ア Facebook	3	25.0%
イ Twitter	7	58.3%
ウ Instagram	0	0.0%
エ LINE	0	0.0%
オ Tik Tok	0	0.0%
カ その他	2	16.7%
計	12	—

その他のSNS
・ YouTube (2)

- (3) SNSを活用した広報を始めた時期はいつ頃ですか。

開始時期	館数
2011年	1
2012年	1
2013年	2
2015年	1
2016年	2
2018年	1
計	8

- (4) SNS活用の主な理由・経緯を教えてください。

理由

- ・幅広い方に情報を届けるよう活用を開始
- ・既存の広報媒体と組み合わせて活用し、広く県民に向けて図書館が提供するサービス等の情報を発信し、広報の効果を高める
- ・図書館活動の広報手法として、情報を広く早く届けるため。
- ・タイムリーな情報の提供、館の取り組みの紹介、利便性の向上、社史コレクションについての効果的な広報
- ・SNSの、情報の拡散が容易かつ双方向性があるという特性を活かして図書館の情報を発信することで、図書館利用者の利便性を高め、県民の読書活動の推進を図る。
- ・県内公共図書館の訪問・情報発信
- ・若年層への広報手段として。
- ・広く情報発信をするため。また、当館ホームページなどのWebサイト・サービスとの関連付けをすることにより、効率的に情報を発信するため。

経緯

- ・重点取組に対する行動計画に「SNSによる新たな媒体による広報」をあげ、計画にそって開始した。
- ・当時の中央図書館館長から、図書館の情報発信能力の向上の一環として取り組むよう話があったことがきっかけ。
- ・書影や施設など多様な画像を掲載するためのツールとして開設した。

- ・ SNSの世間的な普及
- ・ 2016年1月SNSの活用について館内で検討 2016年3月県の広聴広報課、情報政策課と協議 2016年7月具体的な運用について検討 2016年11月運用方針の決定、情報セキュリティ実施手順書の作成、HPバナーリンクの設置、運用開始
- ・ 当時の担当者移動につき、詳細は不明
- ・ 開館20周年に向け、館内の広報を担当した委員会の提案

- (5) SNS発信の主な内容・発信頻度・想定している主な対象者を教えてください。
※主な対象者については、来館者または非来館者(図書館をあまり利用しない人)で回答してください。

	主な内容	発信頻度	対象者
Facebook	施設・利用案内、展示・イベント情報、ホームページの更新状況、緊急トラブル等	週1回以上	来館者
	イベント告知・報告	イベント毎	非来館者
	行事・企画・イベントの周知。図書館のあれこれ・つぶやき。	月数回	非来館者
Twitter	イベント、サービスの広報などPRにつながれば特に制限なし	火～金の一泊2回	非来館者
	開館・休館情報、イベント・展示案内、刊行物発行、HPの更新、新刊・コレクション紹介、研修事業、市町村図書館の活動を支援するもの	適宜	来館者
	2-(2)のとおり	随時	来館者
	(図書館用) 所蔵資料、展示、イベント及び業務内容等 (社史専用) 社史フェア、社史資料及び社史関連業務その他即時的な発信が必要な社史関連情報	随時	非来館者
	今日は何の日、施設・利用案内、展示・イベント情報、ホームページの更新状況、緊急トラブル等	ほぼ毎日	来館者
	行事・企画・イベントの周知。本の紹介	原則週1回以上	非来館者
YouTube	今日は何の日の発信、イベント・展示・休館情報	毎開館日	非来館者
	主催イベントのアーカイブ映像	イベント毎	非来館者
	本の紹介、読み聞かせのヒントなど	年数件	非来館者

- (6) SNSを活用しての広報のメリットとデメリットを教えてください。

メリット

- ・ 図書館を知らない方にも情報を届けられる
- ・ 最新情報をリアルタイムで発信できる
- ・ 速報性
- ・ 情報が拡散するため、関心のある方の目に留まる。
- ・ 情報が拡散しやすく、多くの人への広報が可能。利用者にとって親しみやすく、身近な情報提供ができる。また、SNSをよく利用する層には、ただホームページを公開しておくよりも効果的に広報できる。
- ・ 告知が広がりやすい(シェアされる)
- ・ 幅広い利用者層に広報できる。
- ・ タイムリーな情報を素早く発信でき、拡散してもらいやすい。

デメリット

- ・ 炎上の危険、SNSを使わない方には情報が届かない
- ・ 特になし(2)
- ・ 情報を受け取る対象がSNSを利用できる人に限定されること。
- ・ 県の「ソーシャルメディア利用基準」に沿った形での運用しかできない。
- ・ 元々当館に興味のある人にしか認識されない
- ・ 継続した投稿や管理が大変

- (7) 反響が大きかった例を教えてください。

- ・ コロナ対応で本を消毒せず、手洗いをするよう掲示したポスターのツイート
- ・ 郷土資料のミニ展示、児童資料のカウンター展示、司書のおすすめ
- ・ 「図書館恐怖の写真(心霊番組風)」 https://twitter.com/kanagawa_lib/status/100963456466112832
- ・ 令和2年度は、展示の紹介(Orihimeというロボット関係)をした際、通常より反響が大きかった。
- ・ 展示情報「県立図書館司書が選ぶ こんな時、この一冊」、イベント情報(「矢部太郎おもひでスケッチ原画展」、「ねじめ正一&金田一館長とのトークショー」)
- ・ 主催イベントの報告、災害時の情報提供
- ・ Facebook: 2020年度は「「司書」募集!」の投稿。(リーチ数791、いいね・コメント・シェア数43)、Twitter: 2020年度7~10月は「【7/11新着!!】『アーティストックススポーツ研究序説 フィギュアスケートを基軸とした創造と享受の文化論』町田 樹/著」の投稿。(インプレッション11,725、エンゲージメント総数807) 11月15日現在。
- ・ アイドルグループの主要メンバーが出演していた映画・ドラマに関連したキーワードを入れツイートした時

- (8) SNSを活用しての広報実施について、効果と課題をどのようにお考えですか。

効果

- ・ 一定程度ある
- ・ 幅広い世代へのPRとして、ある程度の効果はあると考える。
- ・ インフルエンサーにより拡散されることで通常の利用者層以外にも情報が届けられる。
- ・ 複数の課にSNS更新の担当がいるため、偏りなくあらゆる情報が提供できていること。
- ・ 図書館を知らなかった人にも情報が伝わる
- ・ 年間計画を立て、定期的な発信やリツイートを活用する等した結果、フォロワー数が増加した。
- ・ いいねやリツイートの数で、反響が数字で確認することができる。
- ・ メリットと同様

課題

- ・ 拡散させる工夫
- ・ 当館の利用に結びついていないか見えにくい
- ・ 図書館の活動をより広く、正確に知ってもらえるような内容づくり。
- ・ フォロワーが少なく、当初の目的としていた利用者層に情報が届いていない。
- ・ フォロワー数の増加を図ること。しかし、フォロワー数が増えても、「いいね」等の反応が少なく、効果を実感しにくい。
- ・ ツイッターの運用に関する細かな取り決めを作成していないため、ツイートが一部の職員に偏っている。ツイートが非来館者の来館動機につながっているのかわからない。
- ・ デメリットと同様
- ・ 投稿内容や管理方法に課題がある。

4 SNSの運用規程等についてお聞きします。

- (1) 運用規定等がありますか。

	回答数	割合
ア あり	7	87.5%
イ なし	1	12.5%
計	8	100%

規定名は省略

- (2) 運用規定等「あり」の場合、図書館独自の規定等ですか。

	回答数	割合
ア 独自のもの	7	100%
イ 独自のものではない	0	0.0%
計	7	100%

(3) 運用担当者は何人ですか。

人数	回答数
3人	1
5人	1
6人	1
7人	1
8人	1
その他	3
計	8

その他の内訳

職員全員
管理者が指名する職員（全職員対象）
複数（Facebookは1つのグループで投稿、Twitterは各グループで投稿のため人数は流動的）

(4) 決裁者と決裁方法を教えてください。

決裁者	回答数
館長	2
グループリーダー	1
各課の班長または、投稿者以外の職員	1
管理者	1
原則として部長または課長	1
部長	1
副館長	1

決裁方法	回答数
目視・口頭	1
文書決裁	7

(5) 投稿案を作成し、実際に投稿を公開するまでの時間は概ねどれくらいですか。

公開するまでの期間	回答数
1日以内	2
1～3日程度	3
その他	3
計	8

その他の内訳

・あまり時間はかからない。また、ホームページにすでに掲載されているもの等、あらかじめ決裁者の承認を得たうえで、決裁行為を省略できるものもある。
・数分から数日程度
・決裁完了後、随時。報道発表等と連動する場合は、間を置くこともある。

(6) SNSの広報効果の評価をどのように行っていますか。（複数回答可）

評価方法	回答数	割合
ア利用者アンケート	3	37.5%
イSNS分析ツール	3	37.5%
ウ「いいね」と「リツイート」の件数	6	75.0%
エその他	4	50.0%
計	16	-

その他の内訳

・投稿数
・SNS内のアナリティクス、図書館協議会の評価
・フォロワー数
・特になし

5 広報発信手法でSNSを活用していない図書館にお聞きます。

(1) 今後活用することを予定・検討していますか。

活用予定の有無	回答数	割合
ア今年度中の活用が決定している。	0	0.0%
イ来年度(R3)からの活用を検討している。	0	0.0%
ウ令和4年度以降の活用を検討している。	0	0.0%
エ検討していない	1	100%
計	1	100%

(2) 現在活用していない理由を教えてください。

・過去にTwitterを運用していたが、担当者の負担が大きかったため中止した。

6 全ての図書館にお聞きます

(1) 情報収集に使ったことのあるSNSは何ですか。（複数回答可）

使用したことのあるSNS	回答数	割合
アFacebook	5	55.6%
イTwitter	8	88.9%
ウInstagram	3	33.3%
エLINE	0	0.0%
オTik Tok	0	0.0%
カその他	2	22.2%
計	18	-

その他の内訳

・YouTube、Pinterest、微博
・特になし

(2) 図書館の業務上参考となるアカウントがあったら教えてください。

・近隣の公共団体、学内他組織、他大学図書館
・@ca_tweet 国立国会図書館「カレントアウェアネス・ポータル」公式
・国立国会図書館レファ協公式 (@crd_tweet)、国立情報学研究所(NII) (@jouhouken)、図書館総合展 (@libraryfair)、やわとしよ (@yawatosho)、各大学の図書館・学生サポーターのアカウント、本学の学生・サークルのアカウント（学生の現状や出されている課題などの情報収集）
・<https://www.facebook.com/groups/patient.lib/>

(3) 県内で先進的な取り組みをしている市町村立図書館を教えてください。

・特別な取り組みは、特になし。一般的なSNSを複数利用している館(千葉市)や更新頻度の高い図書館(山武市)は有り。
・鎌倉市図書館（動画の投稿、デジタルアーカイブの活用等）
・川崎市立中原図書館（駅直結の立地のよい場所にあり、自動書庫車やICタグを用いた予約本の受取サービスなどを導入している）
・富士吉田市立図書館(Youtubeによる広報)
・塩尻市立図書館
・特になし（ツイッターやインスタグラムのアカウントを運用している図書館は複数あり）
・豊橋（LINE）、清須（LINE）、豊川（Instagram）名古屋、岡崎、田原（Twitterをティーンズと一般でアカウント分け等の工夫）

3 2でSNSを広報の手法に取り入れている館にお尋ねします。

(SNSを利用していない図書館は6へ)

(1) 活用しているSNSについてお聞きします。(複数回答可)

ア 図書館独自のアカウントで取得し活用

イ その他

※その他の場合は上記口内に御入力ください。

回答

(2) 活用しているSNSは何ですか。(複数回答可)

ア Facebook (フェイスブック)

イ Twitter (ツイッター)

ウ Instagram (インスタグラム)

エ LINE (ライン)

オ Tik Tok (ティックトック)

カ その他

回答

(3) SNSを活用した広報を始めた時期はいつ頃ですか。

年

月頃

(4) SNS活用の主な理由・経緯を教えてください。

理由	
----	--

経緯	
----	--

(5) SNS発信の主な内容・発信頻度・想定している主な対象者を教えてください。

※主な対象者については、来館者または非来館者(図書館をあまり利用しない人)で回答してください。

	主な内容	発信頻度	主な対象者
Facebook			
Twitter			
Instagram			
LINE			
Tik Tok			
その他 ()			

※その他に利用しているSNSがありましたら、()内にご記入ください。

(6) SNSを活用しての広報のメリットとデメリットを教えてください。

メリット	
------	--

デメリット	
-------	--

(7) 反響が大きかった例を教えてください。

(8) SNSを活用しての広報実施について、効果と課題をどのようにお考えですか。

効果	
----	--

課題	
----	--

4 SNSの運用規程等についてお聞きします。

(1) 運用規定等がありますか。

ア あり (規定等名 :)

イ なし

回答

4 利用者向けアンケート集計結果

調査方法	Googleフォーム及び配布した紙アンケート回収
調査期間	令和2年11月1日(日)～11月30日(月) ※紙アンケートは実施した図書館が期間中の2週間を設定
回答件数	595件 (紙:338件、Web257件)

割合の端数処理はしていないため、合計が100%にならないことがある。

問1 あなた自身についてお聞きます。

ア 性別	回答数	割合
男性	270	45.4%
女性	324	54.5%
自由記載	1	0.2%
計	595	100%

イ 年代	回答数	割合
10代以下	23	3.9%
20代	60	10.1%
30代	77	12.9%
40代	111	18.7%
50代	117	19.7%
60代	114	19.2%
70歳以上	93	15.6%
計	595	100%

ウ 職業	回答数	割合
会社員	139	23.4%
公務員	79	13.3%
自営業	33	5.5%
パート・アルバイト	95	16.0%
学生	57	9.6%
無職	162	27.2%
その他	27	4.5%
無回答	3	0.5%
計	595	100%

「その他」の記載内容
 ・主婦
 ・神職
 ・団体職員
 ・フリーランス
 ・定年退職者
 ・教員
 ・派遣
 ・ビルクリーニング

問2 主に利用する図書館はどこですか。(省略)

問3 図書館に来館の目的は何ですか。(複数回答可)

	回答数	割合
資料の貸出・返却	519	87.2%
本・新聞等を読む・視聴覚資料の視聴	119	20.0%
勉強や仕事をする	83	13.9%
調べ物をする	126	21.2%
館内でインターネットを利用する	8	1.3%
おはなし会(読み聞かせ)	19	3.2%
特に目的はない	8	1.3%
その他	26	4.4%
計	908	-

「その他」の記載内容

・イベント参加
 ・ボランティア
 ・会合・研修会
 ・展示見学
 ・読書会
 ・職場
 ・居るだけで嬉しくなる。

・子供を遊ばせる
 ・自分の息抜き
 ・施設見学
 ・図書館サークル活動

問4 あなたは図書館の情報を主にどのような手段で入手していますか。(複数回答可)

	回答数	割合
テレビ・ラジオ・新聞	54	9.1%
県・市・町広報誌	118	19.8%
図書館だより	98	16.5%
ちらし・ポスター	58	9.7%
図書館ホームページ	306	51.4%
SNS (Facebook, Twitter等)	29	4.9%
口コミ	6	1.0%
特に情報を得ていない	135	22.7%
その他	28	4.7%
計	832	-

「その他」の記載内容

・保健師さんから
 ・図書館入場時に館内の掲示物等で
 ・市からのメール
 ・カーリル、回覧板

問5 あなたは図書館の情報をどちらの方が入手しやすいですか。

	回答数	割合
紙	142	23.9%
Web	231	38.8%
両方	218	36.6%
無回答	4	0.7%
計	595	100%

問6 あなたは図書館が発信する情報で、知りたい情報や充実してほしい情報は何ですか。(複数回答可)

	回答数	割合
特集展示内容	150	25.2%
イベント開催	212	35.6%
図書館おすすめ本紹介	269	45.2%
新着図書・雑誌紹介	362	60.8%
図書館だより内容	66	11.1%
図書館開館情報	189	31.8%
特になし	46	7.7%
その他	17	2.9%
計	1,311	-

「その他」の記載内容

・借りられる漫画を検索したい
 ・館内で置いていない本リスト
 ・古資料のデジタル化
 ・利用案内情報
 ・おすすめ本

問7 あなたが得ている情報は、図書館の知りたい情報を知る上で十分なものはありますか。

	回答数	割合
十分である	100	16.8%
おおむね十分である	336	56.5%
やや不足している	91	15.3%
不足している	21	3.5%
どちらとも言えない	43	7.2%
無回答	4	0.7%
計	595	100%

問8 図書館の広報を一層充実させるために必要だと思う広報の形は何か。(複数回答可)

	回答数	割合
図書館ホームページ	396	66.6%
SNS	177	29.7%
テレビ・ラジオ・新聞	74	12.4%
県・市・町広報誌	198	33.3%
ちらし・ポスター	109	18.3%
その他	12	2.0%
計	966	-

- 「その他」の記載内容
- ・コミュニティーFMの活用
 - ・特に出入り口などでの掲示
 - ・町内会の回覧板での案内
 - ・学校向け案内

問9 あなたはインターネットを利用できる環境にありますか。

	回答数	割合
はい	531	89.2%
いいえ	47	7.9%
無回答	17	2.9%
計	595	100%

問10 <【問9】で1と答えた方にお聞きします。>

(1) あなたはSNSを利用していますか。利用している場合は、どのようなSNSを利用していますか。(複数回答可)

(※ここでの「利用」とは、そのSNSのアカウントを取得し、他の人とフォローや登録などで繋がっていることを指します。)

	回答数	割合
Facebook	154	29.0%
Twitter	159	29.9%
Instagram	6	1.1%
LINE	369	69.5%
Tik Tok	15	2.8%
その他	6	1.1%
SNSを利用していない	105	19.8%
計	814	-

※割合は問9でインターネットを利用できる環境にあると回答した人数を分母としている

- 「その他」の記載内容
- ・mixi
 - ・YouTube
 - ・reddit

(2) 図書館ホームページを利用したことがありますか。

	回答数	割合
よく利用する	193	36.3%
ときどき利用する	177	33.3%
1、2回利用したことがある	67	12.6%
利用したことがない	86	16.2%
無回答	8	1.5%
計	531	100%

※割合は問9でインターネットを利用できる環境にあると回答した人数を分母としている

問11 <【問10(2)】で1~3と答えた方にお聞きします。>

図書館ホームページを利用する際の主な利用目的は何ですか。 ※紙アンケートで複数選択の回答あり

	回答数	割合
資料の検索	230	52.6%
資料の予約・延長	127	29.1%
展示会・イベントの情報	31	7.1%
施設情報	66	15.1%
その他	1	0.2%
無回答	8	1.8%
計	463	-

※割合は問10で図書館のホームページを利用したことがあると回答した人数(437人)を分母としている

- 「その他」の記載内容
- ・おうだんくんの利用

問12 図書館の広報について御意見や御要望がありましたら御記入ください。(※集計の際、事務局で項目をまとめています)

所蔵する資料の情報を発信(おすすめの本の紹介 等)

- ・おすすめ本の紹介 (10代以下 学生 女性/20代 学生 男性/30代 会社員 女性/40代 パートアルバイト 女性/50代 パートアルバイト 女性/60代 無職 女性)
- ・新しい本の紹介や人気のある本の紹介 (40代 無職 女性/50代 会社員 女性/50代 公務員 女性/60代 自営業 男性)
- ・書評を集めて紹介してほしい。(60代 公務員 男性)
- ・工作や手芸の本の紹介があれば嬉しいです。(30代 会社員 女性)
- ・賞を取った作品を紹介してほしい。(60代 無職 女性)
- ・来館者によるお薦めコーナーを設け、図書についての情報交換などをPR。(40代 パートアルバイト 女性)
- ・保育者向けの紹介をSNSでやって欲しい。学生たちが自ら発信する図書館の利用状況や本の紹介 (20代 会社員 女性)
- ・今話題のキーワードをテーマにした展示やHPでの紹介 ex コロナ、大統領選 (50代 男性 自営業)
- ・専門的、学術的な本をもっと広く一般に紹介して欲しい(できればこれらの本を増やして欲しい) (10代以下 学生 男性)
- ・閉架図書に入ってしまった本の紹介 (30代 無職 女性)
- ・毎月とか四半期とか、テーマを決めながら、そのテーマに関連する幅広い情報を発信してほしい、WebでもSNSでも良いと思いますが、視野を広げてもらえたらうれしいです。(60代 会社員 男性)

情報の発信方法について

- ・広報でも図書館の情報は入手出来ませんが、SNSを利用出来るともっと利用者の幅が増えると思います。(40代 無職 女性)
- ・おすすめ本のSNSでの紹介 (30代 パートアルバイト 女性)
- ・年齢別おすすめ本をLINEですて欲しい (50代 公務員 女性)
- ・図書館の状況がわかるSNSを。(40代 パートアルバイト 女性)
- ・地域の子供達やお年寄りの結びつけを実現させるには、隣組で回る回覧板に紙ベースで図書館のお知らせを掲載する事ではないかと思ます!(50代 専業主婦 女性)
- ・インスタやfbにカッコいい写真と一緒に載せたら、いつもと違う図書館に行きたくなる人がいるかも。(50代 パートアルバイト 女性)
- ・新着情報はSNSで発信いただければありがたいです (30代 会社員 男性)
- ・SNSやってないので紙面や展示で・本という形のあるモノ、その存在を大事にして欲しい。ネットの情報とは違う知性を尊重して欲しい。(50代 会社員 男性)
- ・SNSは解らないですし、又インターネットもやらないため他の方法でお願いします。(70歳以上 無職 男性)
- ・紙の方がじっくり読みやすいですが、紙だと読んですぐ廃棄してしまうこともありもったいない。(40代 無職 女性)
- ・自治体の回覧板が一番見る人が多いと思います。(60代 パートアルバイト 男性)
- ・小中高校への広報活動を工夫してほしいです。(50代 パートアルバイト 女性)
- ・webやSNSを利用できない、しづらい人向けに広報を考えていただきたいです。(30代 公務員 女性)
- ・Facebookがあると、ホームページに行くことなく情報が得られ、ホームページとは異なる情報が載っていると楽しいと思います。(60代 無職 女性)

イベントの開催情報の発信

- ・講演会の開催（作家等）（60代 自営業 女性）
- ・英字講読のイベントがまたあれば宣伝いただきたいです。（20代 学生 男性）

発信する内容について

- ・本や図書館の紹介だけではみていてつまらない（40代 パートアルバイト 女性）
- ・例えば、本の除菌装置が設置されていますが、HP上でもそういった情報や使い方など紹介されているといいです。（60代 無職 女性）
- ・図書の検索や予約、延長など良いところをさらに広報したら利用者が増えて更に役割が果たせると思います。（70歳以上 団体職員 男性）
- ・ホームページにその日の出来事など司書さんが自由に書くスペースがほしい。（10代以下 学生 女性）

その他

- ・いろんな図書館のツイートをよく見ますが、気になるツイートがたまにあります。本の表紙をカラーコピー(多分原寸大)して展示してある写真をみるのですが、それは許可がないとできないと司書の講座でききましたが、毎回許可をとっているのでしょうか？ツイートするときにそのあたりのことを書いたほうがいいのでは、と思います。（20代 学生 女性）
- ・FAQがHPにあるとよい。（30代 会社員 女性）
- ・読書通帳があるので100冊、300冊、・・・達成した人を承諾を得て広報などで紹介することで読書意欲がわくと思う。（30代 公務員 女性）
- ・子どもの読むスペースを拡充して、それを載せてほしい。（30代 公務員 女性）

図書館利用者アンケート

問1 あなた自身についてお聞きします。あてはまる数字に1つ○をつけてください。

ア 性別

- 1 男性 2 女性 3 自由記載 ()

イ 年代

- 1 10代以下 2 20代 3 30代 4 40代 5 50代 6 60代 7 70歳以上

ウ 職業

- 1 会社員 2 公務員 3 自営業 4 パート・アルバイト 5 学生
6 無職 7 その他 ()

問2 主に利用する図書館はどこですか。

()

問3 図書館に来館の目的は何ですか。(複数回答可)

- 1 資料の貸出・返却 2 本・新聞等を読む、視聴覚資料の視聴
3 勉強や仕事をする 4 調べ物をする
5 館内でインターネットを利用する 6 おはなし会(読み聞かせ)
7 特に目的はない 8 その他 ()

問4 あなたは図書館の情報を主にどのような手段で入手していますか。(複数回答可)

- 1 テレビ・ラジオ・新聞 2 県・市・町広報誌 3 図書館だより
4 ちらし・ポスター 5 図書館ホームページ 6 SNS (Facebook、Twitter 等)
7 口コミ 8 特に情報を得ていない
9 その他 ()

問5 あなたは図書館の情報をどちらの方が入手しやすいですか。

- 1 紙 2 Web 3 両方

問6 あなたは図書館が発信する情報で、知りたい情報や充実してほしい情報は何ですか。(複数回答可)

- 1 特集展示内容 2 イベント開催 3 図書館おすすめ本紹介
4 新着図書・雑誌紹介 5 図書館だより内容 6 図書館開館情報
7 特になし 8 その他 ()

問7 あなたが得ている情報は、図書館の知りたい情報を知る上で十分なものですか。

- 1 十分である 2 おおむね十分である 3 やや不足している 4 不足している
5 どちらともいえない

【裏面に続く】

問8 図書館の広報を一層充実させるために必要だと思う広報の形は何ですか。(複数回答可)

- 1 図書館ホームページ 2 SNS (Facebook、Twitter 等) 3 テレビ・ラジオ・新聞
4 県・市・町広報誌 5 ちらし・ポスター 6 その他 ()

《SNSについて》

SNSとはソーシャル・ネットワーキング・サービスの略です。インターネットを介して人間関係を構築できるWEBサービスの総称で、代表的なものとしてはFacebook (フェイスブック)、Twitter (ツイッター)、Instagram (インスタグラム)、LINE (ライン) などがあります。

問9 あなたはインターネットを利用できる環境にありますか。

- 1 はい 2 いいえ [→ 問12にお進みください]

問10 <【問9】で1と答えた方にお聞きします。>

(1) あなたはSNSを利用していますか。利用している場合は、どのようなSNSを利用していますか。(※ここでの「利用」とは、そのSNSのアカウントを取得し、他の人とフォローや登録などで繋がっていることを指します。)(複数回答可)

- 1 Facebook (フェイスブック) 2 Twitter (ツイッター)
3 Instagram (インスタグラム) 4 LINE (ライン)
5 Tik Tok (ティックトック) 6 その他 ()
7 SNSを利用していない

(2) 図書館ホームページを利用したことがありますか。

- 1 よく利用する 2 ときどき利用する
3 1、2回は利用したことがある 4 利用したことがない [→ 問12にお進みください]

問11 <【問10(2)】で1～3と答えた方にお聞きします。>

図書館ホームページを利用する際の主な利用目的は何ですか。

- 1 資料の検索 2 資料の予約・延長 3 展示会・イベントの情報
4 施設情報 5 その他 ()

問12 図書館の広報について御意見や御要望がありましたら御記入ください。

【例：若いお母さん世代に向けたおすすめ本の紹介をSNSでやってほしい。】

アンケート Web 版 URL : <https://forms.gle/bgktNvGhHp66PrWP7>

※QR コードは(株)デンソーウェブの登録商標です。

【アンケートに御回答いただき、ありがとうございました。】



5 図書館における効果的な広報（SNS）追加アンケート 集計結果

調査方法	Googleフォーム及び配布した紙アンケートの回収	
調査期間	令和3年5月27日（木）～6月15日（火）	
調査対象	県内公立図書館	96館（地域館・分館を含む）
	県内大学専門図書館	31館（分館含む）
	近隣県立図書館	12館（分館含む）

自由記述欄において、館が特定できないよう一部内容を変更した。
また、割合の端数処理はしていないため、合計が100%にならないことがある。

問1 貴館の館名をお答えください。（館名省略）

館種	館数
県立	7
市立	30
町立	12
大学	3
専門	3
計	55

問2 貴図書館ではSNSの情報発信を定期的に行っていますか。

	回答数	割合
はい	28	50.9%
いいえ	27	49.1%
計	55	100%

【問3から問15までは問2で「はい」と回答した館に回答を依頼】

問3 情報発信は図書館独自のSNSを使って行っていますか。（複数回答可）

	回答数	割合
ア 図書館独自のSNSを使用	25	89.3%
イ 所属する公共団体のSNSを使用	3	10.7%
ウ その他	0	0.0%
計	28	-

問4 情報発信に使用しているSNSは何ですか。（複数回答可）

	回答数	割合
ア Facebook	9	32.1%
イ Twitter	23	82.1%
ウ Instagram	0	0.0%
エ LINE	1	3.6%
オ その他	2	7.1%
計	35	-

その他内訳
・Youtube(2)

問5 どのようなアカウントを使用していますか。（複数回答可）

	回答数	割合
ア 図書館独自のアカウント	9	32.1%
イ 所属する公共団体のアカウント	23	82.1%
ウ 職員個人のアカウント	0	0.0%
エ その他	1	3.6%
計	33	-

その他内訳
・県図書館協会事業用アカウント

問6 SNSによる情報発信を始めた理由は何ですか（複数回答可）

	回答数	割合
ア 利用点数の増加のため	7	25.0%
イ 若い世代に図書館への関心を持ってもらうため	14	50.0%
ウ 情報発信を迅速に行うため	24	85.7%
エ 非来館者に図書館への関心を持ってもらうため	22	78.6%
オ その他	2	7.1%
計	69	-

その他内訳
・イベント集客のため
・所属する公共団体のアカウントができたため

問7 SNSでの情報発信を開始した時期はいつですか

SNS開始時期	館数
2011年3月	1
2012年6月	1
2013年3月	1
2013年6月	1
2014年9月	1
2016年6月	2
2016年8月	2
2016年9月	1
2016年10月	2
2016年11月	3
2016年12月	1
2017年6月	1
2017年7月	1
2018年7月	1
2018年9月	1
2019年4月	2
2019年12月	2
2020年3月	1
2020年7月	1
2020年11月	1
2021年4月	2
計	29

問8 SNSでの情報発信を計画してから開始までどれくらいの期間がかかりましたか。

所要準備期間	館数
1ヵ月	6
2ヵ月	2
3ヵ月	2
4ヵ月	3
5ヵ月	1
6ヵ月	3
9ヵ月	1
11ヵ月	1
12ヵ月	2
その他	2
不明	5
計	28

平均値	3.168242
中央値	4

問9 SNSによる情報発信を開始するにあたり苦労したことは何ですか。(複数回答可)

	回答数	割合
ア 人員の確保	9	32.1%
イ 運用規定等の作成	14	50.0%
ウ 運用する職員の教育	9	32.1%
エ 炎上等の対策	10	35.7%
オ 他部署との調整	6	21.4%
カ 予算の確保	0	0.0%
キ その他	3	10.7%
計	51	-

その他内訳
 ・内部調整
 ・特になし(2)

問10 図書館内でSNSを管理している人数(書き込み及び担当として内容確認している人数等)は何人ですか。

人数	館数
1人	3
2人	8
3人	6
4人	2
5人	4
8人	1
10人	1
複数人	1
職員全員	2

平均	1.876543
中央値	3

問11 SNSの管理業務量に対して担当している人数は十分ですか

	回答数	割合
ア 余裕がある	0	0.0%
イ ちょうどよい	21	75.0%
ウ 不足している	7	25.0%
計	28	100%

問12 SNSによる情報発信を始めて変わったと感じるところはありますか。(複数回答可)

	回答数	割合
ア 利用点数の増加	0	0.0%
イ 若い世代の関心が増えた	2	7.1%
ウ 情報発信が迅速に行われるようになった	23	82.1%
エ 非来館者が図書館に関心をもってくれるようになった	7	25.0%
オ 図書館への問い合わせが多くなった	2	7.1%
カ 図書館への問い合わせが少なくなった	0	0.0%
キ 変化は感じられない	3	10.7%
ク その他	3	10.7%
計	40	-

その他内訳
 ・変化は感じられないことが多い
 ・図書館主催のイベント参加者が増えた
 ・県外者からフォローされた

問13 SNSによる情報発信を行う上で活動・効果を数値化するために使用している項目があれば項目名、目標値、実数値をお答えください。(複数ある場合は複数お答えください。)

- ・(Twitter) 2-3日に1度は必ず発信を行う
- ・目標値はフォロワー数前年度比5%増で設定している。2020年度はフォロワー数、前年度比11.2%増(2019年度末フォロワー数1,894人、2020年度末フォロワー数2,123人)
- ・事業情報の発信について
 - ・令和元年度は目標400件に対して520件掲載。130% 参照「図書館活動の数値目標と活動評価(令和元年度)」
 - ・令和2年度の目標 500件(結果集計中) 参照「図書館活動の数値目標と活動評価(令和2年度)」
- ※この数値はツイッターを含むホームページ、SNS、定期刊行物等各種広報媒体の目標件数です。
- ・令和2年度当初 Twitter投稿日程(計画:368件 実績:413件)
- ・Twitterのフォロワー数等の目標値はないが、増加傾向にある。2021年5月現在910フォロワー。
- ・FacebookとTwitterのフォロワー合計数の令和2年度目標値、1,320人に対し、令和2年度実績値1,590人
- ※元々は、平成29年度実績(439人)から3年間でフォロワー数を2倍以上にすることを目標としていた。
- ・担当レベルの数値目標として、各年度ごと、フォロワー数100人程度の増加を目標としている。また、効果測定の指標として、Twitterのアナリティクス機能を用いて、インプレッション数、エンゲージメント率を各月収集し、年度末にその推移を分析し、これを蓄積したものを、経時的に分析していく予定。
- ・Facebookのフォロワー数(2館)
- ・目標値等はないが、投稿したツイートアクティビティを確認し、こういったツイートにフォロワーが反応しているか、反応しているのはどんなフォロワーかをチェックしている。
- ・1:項目名(Twitterのフォロワー数) 目標値(3,000) 実数値(2021年6月現在2,203)
- ・2:項目名(イベント情報以外のツイート数) 目標値(年間180以上) 実数値(2020年度 381)
- ・特になし(計17館)

問14 SNSの運用規定等がありますか。

	回答数	割合
ア 図書館独自のものがある	20	71.4%
イ 市町村等の規定を使い、運用している	2	7.1%
ウ ない	6	21.4%
計	28	100%

問15 運用規程以外にSNSを運用するにあたり決めていることがありますか。

- ・ (Facebook・Twitter) 運用方針を定めている (Facebook) 課内決裁を取ってから掲載している (Twitter) 毎日1ツイート以上つぶやく
- ・ 投稿内容は必ず2者チェックをした上で発信する
- ・ いつ、どのような内容を発信したかを別途管理し、定期的なイベント等の投稿が漏れないようにしている
- ・ 書き込みの統一性を持たせるために、記事の題名を【】で囲んで記入し、本文をそのあとにつけるようにしている。また、記事を作成した職員の名前を、ニックネームで最後に記入している。
- ・ まだ運用を始めたばかりなので、今後の運用の中で定めていきたい
- ・ 館内担当者用の「広報間にある」のひとつに「SNSでの情報発信について」がある。
- ・ 県が運用しているソーシャルメディア公式アカウントのため、県の規約に準拠し、「ソーシャルメディア利用規約」を定めている。また、館の広報委員会で、「ツイッターに関する指針」「投稿日程」を定め、全職員に周知し、共通ルールに基づいて運用している。
- ・ 広報マニュアルにて、原稿の様式や、投稿内容を事前に確認する決裁ルートを定めている。また、投稿内容に関する必須事項を定め統一性を持たせている。
- ・ 発信内容は全職員が提案できるが、実際にツイートできる職員を固定している。
- ・ 必ずグループ長（または、その日出勤している責任者）の日視確認を行ってから投稿する。担当者独自の判断のみで投稿しない。
- ・ 講座の様子など、利用者を撮影する際は、事前に了承を得る。
- ・ 書影については、著作権・公衆送信権に留意する（展示の様子など、景色として書影が映りこむのは可としている）。
- ・ 複数の職員で記事を確認してから投稿している。
- ・ 運用方針を基に運用している。
- ・ 書き込みの統一性を持たせるため、担当者を決めて運用
- ・ 図書室内においては、月担当や事業担当が書き込む内容を作成後、担当以外のものが内容確認をしてから発信している。
- ・ 図書室の書き込みをその他と区別するため、【図書室】と冒頭につける。
- ・ WEBサイトのリンクをつける。
- ・ 情報発信の手順としては、担当者は「SNS投稿内容申請書」という様式で起案し、決裁を受けてから記事の投稿を行っている。ただし、緊急時などは、口頭で承認を受けて発信することができる。また、図書館ホームページと同じ内容の情報を発信する場合には、決裁行為を省略することができる。
- ・ 活動の取り決めとして火曜日から金曜日、必ず投稿する。
- ・ 複数の職員で記事を確認してから投稿している。
- ・ 市の情報セキュリティポリシーを参考にしている
- ・ 分館を含む3館で同じアカウントを使用しているため、どこの館のツイートか判別できるよう、館ごとのハッシュタグをつけている。
- ・ 運用マニュアルを作成し、手順に沿って投稿している。投稿する際は、見直しや他の人に内容の確認をしてもらい投稿している。原則、他ユーザーのツイートにリプライ、リツイートはしない。
- ・ 誤った情報の発信を防ぐため、投稿前に必ずダブルチェックを行っている。
- ・ 図書館として情報発信をおこなうため、内容は図書館に関するものとし、文体は、あまりくだけたものにならないようにしている。
- ・ 特になし（6館）

【問16、17は定期的にSNSによる情報発信を行っていない館に回答を依頼】

問16 図書館独自で運用するSNSを開設する予定がありますか。

回答	館数	割合
ある	2	7.4%
ない	25	92.6%
計	27	100%

「ある」の詳細

- ・ 2021年12月
- ・ 時期は未定

問17 図書館独自で運用するSNSを開設しない理由は何ですか。または開設準備で苦勞していることは何ですか。（複数回答可）

	回答数	割合
ア SNS活用の効果期待できない・不明確なため	10	35.7%
イ 自治体公式SNSの活用で十分たりている	9	32.1%
ウ 人員が足りない	12	42.9%
エ 運用規定等の作成ができない	10	35.7%
オ 担当できるスキルを持った職員がいない	6	21.4%
カ 炎上等が怖い（炎上等の対策）	0	0.0%
キ 他部署との調整が困難	1	3.6%
ク 予算がない	4	14.3%
ケ 開設するための手順がわからない	3	10.7%
コ その他	7	25.0%
計	62	-

その他内訳

- ・ 独自アカウントで即時性の高い情報を継続して発信するのを感じないため。たまにあるイベント告知等は市役所のSNSで事足りる
- ・ SNS活用による情報発信効果は高いと感じており、今年度中に図書館独自のTwitter公式アカウントを開設する予定
- ・ 業務委託先で検討中のため
- ・ 過去にTwitterを運用していたが、担当者の負担が大きかったため中止した。
- ・ 必要な広報は自治体公式SNSや図書館ホームページを通じて行っているため。
- ・ 即時性のある更新が必要となり対応が難しいため。
- ・ 個人情報・プライバシーを守るため

図書館における効果的な広報（SNS） 追加アンケート

※令和2年11月に実施した図書館における効果的な広報の追加アンケートです。

※一部前回のアンケートと重複する内容の質問がありますが、集計・分析に必要ですので再度回答をお願いします。

※前回アンケート時は依頼せずに、今回のアンケートから依頼した図書館もあります。

問1 貴館の館名をお答えください。

館名（ ）

問2 貴図書館では SNS の情報発信を定期的に行っていますか。

ア はい → 問3 へ

イ いいえ → 問16 へ

※独自アカウント以外（所属する公共団体のアカウント等）で年に数回程度の情報発信のみをしている場合は「いいえ」を選択してください。以下 問3～問15についても定期的に発信している SNS についてお答えください。

問3 情報発信は図書館独自の SNS を使って行っていますか。（複数回答可）

ア 図書館独自の SNS を使用

イ 所属する公共団体の SNS を使用

ウ その他（ ）

問4 情報発信に使用している SNS は何ですか。（複数回答可）

ア Facebook

イ Twitter

ウ Instagram

エ LINE

オ その他（ ）

問5 どのようなアカウントを使用していますか。(複数回答可)

※組織ページを運用するために使用しているアカウントも含めて回答してください。

例) Facebook の図書館独自ページを運用するために職員個人のアカウントを使用している場合は、「図書館独自のアカウント」と「職員個人のアカウント」の2つ回答

- ア 図書館独自のアカウント
- イ 所属する公共団体のアカウント
- ウ 職員個人のアカウント
- エ その他 ()

※複数の SNS を使用している場合は「その他」を選択しそれぞれの SNS についてお答えください。 例 : Facebook アウ、Twitter イ 等

問6 SNS による情報発信を始めた理由は何ですか。(複数回答可)

- ア 利用点数の増加のため
- イ 若い世代に図書館への関心を持ってもらうため
- ウ 情報発信を迅速に行うため
- エ 非来館者に図書館への関心を持ってもらうため (利用者数の増加)
- オ その他 ()

問7 SNS での情報発信を開始した時期はいつですか。

() 年 () 月

問8 SNS での情報発信を計画してから開始までどれくらいの期間がかかりましたか。

() 年 () カ月

問9 SNS による情報発信を開始するにあたり苦労したことは何ですか。(複数回答可)

- ア 人員の確保
- イ 運用規定等の作成
- ウ 運用する職員の教育
- エ 炎上等の対策
- オ 他部署との調整
- カ 予算の確保
- キ その他 ()

問10 図書館内で SNS を管理している人数(書き込み及び担当として内容確認している人数 等)は何人ですか。

() 人

問 11 SNS の管理業務量に対して担当している人数は十分ですか。

- ア 余裕がある
- イ ちょうどいい
- ウ 少ない

問 12 SNS による情報発信を始めて変わったと感じるところはありますか。

(複数回答可)

- ア 利用点数の増加
- イ 若い世代の関心が増えた
- ウ 情報発信が迅速に行われるようになった
- エ 非来館者が図書館に関心を持ってくれるようになった (利用者数の増加)
- オ 図書館への問い合わせが多くなった
- カ 図書館への問い合わせが少なくなった
- キ 変化は感じられない
- ク その他 ()

問 13 SNS による情報発信を行う上で活動・効果を数値化するために使用している項目があれば目標値、実績値をお答えください。(複数ある場合は複数お答えください。)

- 例 1 Facebook のフォロワー数の目標値 1,000 人に対し、2021 年 3 月現在 600 人
- 例 2 利用者アンケート満足度の目標値 75%以上に対し、2020 年 7 月に実施したアンケートで満足度 88%
- 例 3 Twitter の年間ツイート数 180 ツイートに対し、2020 年度のツイート数 200

問 14 SNS の運用規定等がありますか。

- ア 図書館独自のものがある
- イ 自治体等の規定を使い運用している
- ウ ない

公共図書館でのSNS活用状況の調査 (Twitter編)

< saveMLAK:プレス

【Twitterで情報発信している図書館は197館発見されました】

saveMLAKではCOVID-19の影響による図書館動向調査を重ねてきました。2021年4月9日（金）から11日（日）に実施した第17回の調査では、付帯調査としてTwitterアカウントを運用している図書館を調査しました。非来館サービスとしてどのくらいSNSを活用しているか可視化するためです。

調査はCOVID-19の調査と同様ウェブサイトを目視する形で行いました。結果、調査対象の1723館中、197館でアカウントを運用していることがわかりました。これは調査対象に対して11%の図書館がアカウントを運用していることとなります。なお、このアカウントには図書館名ではなく、図書館のウェブサイトにリンクされている自治体名でのアカウントも含まれます。

調査シートに各館のアカウントのURLをまとめています。次回はFacebookアカウントの運用状況を調査する予定です。

なお、saveMLAKもTwitterアカウント (<https://twitter.com/saveMLAK>)を運用して情報発信していますのでフォローをお願いします。

目次

調査の概要

運用状況

運用事例

発信内容

各館のアカウント

次回調査予定

調査データの公開

調査の概要

調査日時

2021年4月9日（金） 10時～2021年4月11日（日） 24時 62時間

調査方法

ウェブサイトの公開情報を集約（目視）

調査対象 全国の公共図書館・公民館図書館等、1723館

調査主体 saveMLAK COVID-19libdataチーム 調査参加者11人（有志）

<https://savemiak.jp/wiki/saveMLAK:プレス/20210411SNS>

1/21

(2) saveMLAK調査「公共図書館でのSNS活用状況の調査」

- 全国地方公共団体コード（令和元年5月1日現在）を使用しました
- 調査中にも随時新しい発表があるため、情報は確認時点のものです
- この調査では便宜上、図書館の数を設置主体の自治体（基礎自治体と都道府県）ごとに1としていきます
- 調査データはプレスリリースの末尾にCC0で公開していますので、詳しく分析されたい方はデータを参照してください
- 今後適宜SNSアカウントの運用状況を調査する予定です

運用状況

- 197館でTwitterでの情報発信をしてみました。
- 都道府県別で実施館数が多いのは、愛知県（17館）、千葉県（16館）、神奈川県（13館）でした。
- 都道府県別で実施している割合が高いのは神奈川県（38%）、愛知県（31%）、千葉県（29%）でした。



Twitter実施館数 (2021年4月11日時点)

<https://savemiak.jp/wiki/saveMLAK:プレス/20210411SNS>

2/21

市町村コード	都道府県	Twitter実施館	調査対象館数	%
440001	大分県	1	19	5%
250007	滋賀県	1	20	5%
170003	石川県	1	20	5%
310000	鳥取県	1	20	5%
380008	愛媛県	1	21	5%
360007	徳島県	1	22	5%
50008	秋田県	1	26	4%
150002	新潟県	1	31	3%
430005	熊本県	1	41	2%
460001	鹿児島県	1	44	2%
370002	香川県	2	18	11%
320005	島根県	2	19	11%
260002	京都府	2	23	9%
300004	和歌山県	2	30	7%
280003	兵庫県	2	42	5%
160008	富山県	3	16	19%
180009	福井県	3	18	17%
410004	佐賀県	3	21	14%
450006	宮崎県	3	27	11%
100005	群馬県	3	36	8%
20001	青森県	3	38	8%
200000	長野県	3	72	4%
420000	長崎県	4	22	18%
340006	広島県	4	24	17%
290009	奈良県	4	25	16%
240001	三重県	4	29	14%
390003	高知県	4	30	13%
470007	沖縄県	4	32	13%
40002	宮城県	4	36	11%
80004	茨城県	4	45	9%
70009	福島県	4	58	7%
90000	栃木県	5	26	19%
330001	岡山県	5	27	19%

市町村コード	都道府県	Twitter実施館	調査対象館数	%
190004	山梨県	6	24	25%
210005	岐阜県	7	43	16%
270008	大阪府	7	44	16%
110001	埼玉県	7	64	11%
400009	福岡県	8	60	13%
10006	北海道	9	180	5%
220001	静岡県	10	36	28%
130001	東京都	10	61	16%
140007	神奈川県	13	34	38%
120006	千葉県	16	55	29%
230006	愛知県	17	55	31%
30007	岩手県	0	34	0%
60003	山形県	0	36	0%
350001	山口県	0	19	0%
	総計	197	1723	1.1%

運用事例

- 港区立図書館 (東京都) [1] (<https://archive.ph/Zhuz8>)では港区教育委員会教育推進部でアカウントを開設して、港区の生涯学習事業・スポーツ事業・図書文化事業に関する情報を発信しています。
- 江東区立図書館 (東京都) [2] (<https://archive.ph/Fq9TR>)では、江東区全部の図書館に個別のTwitterアカウントがあります。
- 江戸川区立図書館 (東京都) [3] (<https://archive.ph/xSY8Z>)では、江戸川区全部の図書館に個別のTwitterアカウントがあります。
- 生坂村図書室 (長野県) [4] (<https://archive.ph/K5FP>)では、児童館と図書室が一緒にTwitterアカウントを運用しています。
- 田原市図書館 (愛知県) [5] (https://twitter.com/tahara_lib)では、情報をツイートするだけでなく、フォローへのリプライなども行っています。
- 福井市立図書館 (福井県) [6] (<https://archive.ph/yurH>)では、市立図書館・市立みどり図書館・市立桜木図書館の5館中3館がTwitterアカウントを運用しています。
- 嬉野市塩田図書館&歴史民俗資料館 (佐賀県) [7] (<https://archive.ph/FL8Gh>)では図書館と資料館でTwitterアカウントを共同で運用しています。

発信内容

- 八戸市図書館情報センター (青森県) [8] (<https://web.archive.org/web/20201123094206/http://www.lib.hachinohe.aomori.jp/archives/4347>)では、本の分類法NDCを擬人化したオ리지ナルキャラクター『分類男子。』たちによる新着図書の見聞や展示のお知らせなどをつぶやいています。
- 大館市立図書館 (秋田県) [9] (<https://archive.ph/FgUC8>)では、主に新着図書と予約の多い本の情報を発信しているようです。
- 半田市図書館 (愛知県) [10] (<https://twitter.com/Handalibrary>)では、定期的に館内の混雑状況を発信しています。
- 名古屋市図書館 (愛知県) [11] (https://www.library.city.nagoya.jp/oshirase/topics_sonota/entries/20200426_01.html)では、動画を活用して情報発信を行っています。
- 三重県立図書館[12] (https://twitter.com/mie_pref_lib)では、【ティーンズコーナー#今日は何の日?】というタイトルとハッシュタグで、手書きのイラスト画像を添えて情報を発信しています。

公共図書館でのSNS活用状況の調査 (Facebook編)

< saveMLAK:プレス

【Facebookで情報発信している図書館は200館発見されました】

saveMLAKではCOVID-19の影響による図書館動向調査を重ねてきました。2021年5月7日(金)から9日(日)に実施した第18回の調査では、付帯調査としてFacebookアカウントを運用している図書館を調査しました。非来館サービスとしてどのくらいSNSを活用しているかを可視化するために、調査はCOVID-19の調査と同様ウェブサイトが目視する形で行いました。結果、調査対象の1728館中、200館でアカウントを運用していることがわかりました。なお、このアカウントも含まれるには図書館名ではなく、図書館のウェブサイトとリンクされている自治体名でのアカウントも含まれます。調査シートに各館のアカウントのURLをまとめています。なお、saveMLAKもFacebookアカウント (<https://facebook.com/saveMLAK>) を運用して情報発信していますのでフォローをお願いします。

目次

調査の概要

運用状況

運用事例

各館のアカウント

次回調査予定

調査データの公開

調査の概要

調査日時

2021年5月7日(金) 10時~2021年5月9日(日) 24時 62時間

調査方法

ウェブサイトの公開情報を集約(目視)

調査対象 全国の公共図書館・公民館図書室等、1728館

調査主体 saveMLAK COVID-19libdataチーム 調査参加者17人 (有志)

- 全国地方公共団体コード(令和元年5月1日現在)を使用しました
- 調査中にも随時新しい発表があるため、情報は確認時点のものです
- この調査では便宜上、図書館の数を設置主体の自治体(基礎自治体と都道府県)ごとに1として

- 調査データはプレスリリースの末尾にCC0 で公開していますので、詳しく分析されたい方はデータを参照してください
- 今後適宜SNSアカウントの運用状況を調査する予定です

運用状況

- 200館でFacebookでの情報発信をしてみました。
- 都道府県別で実施館数が多いのは、愛知県 (16館)、北海道 (14館)、岡山県 (12館) でした。
- 都道府県別で実施している割合が高いのは岡山県 (42.9%)、長崎県 (31.8%)、愛知県 (29.1%) でした。



都道府県別アカウント運用率(2021年5月9日時点)

自治体コード	都道府県	Facebookアカウント	調査対象館数	%
230006	愛知県	16	55	29.1%
380008	愛媛県	1	21	4.8%
080004	茨城県		45	0.0%
330001	岡山県	12	28	42.9%
470007	沖縄県	4	42	9.5%
030007	岩手県	8	34	23.5%
210005	岐阜県	9	43	20.9%
450006	宮城県	5	27	18.5%
040002	宮城県	6	36	16.7%
260002	京都府	3	27	11.1%
430005	熊本県	5	46	10.9%
100005	群馬県	1	36	2.8%
340006	広島県	6	24	25.0%
370002	香川県	1	18	5.6%
390003	高知県	2	35	5.7%
410004	佐賀県	2	21	9.5%
110001	埼玉県	3	64	4.7%
240001	三重県	4	30	13.3%
060003	山形県	5	36	13.9%
350001	山口県	2	20	10.0%
190004	山梨県	7	28	25.0%
250007	滋賀県	2	20	10.0%
460001	鹿児島県	7	44	15.9%
050008	秋田県	4	26	15.4%
150002	新潟県	2	31	6.5%
140007	神奈川県	1	34	2.9%
020001	青森県	3	41	7.3%
220001	静岡県	3	36	8.3%
170003	石川県	2	20	10.0%
120006	千葉県	4	55	7.3%
270008	大阪府	5	44	11.4%
440001	大分県	4	19	21.1%

自治体コード	都道府県	Facebookアカウント	調査対象館数	%
420000	長崎県	7	22	31.8%
200000	長野県	8	78	10.3%
310000	鳥取県	1	20	5.0%
320005	島根県	2	20	10.0%
130001	東京都	2	63	3.2%
360007	徳島県	1	25	4.0%
090000	栃木県	1	26	3.8%
290009	奈良県	1	40	2.5%
160008	富山県	3	16	18.8%
180009	福井県	2	18	11.1%
400009	福岡県	9	61	14.8%
070009	福島県	2	60	3.3%
280003	兵庫県	4	42	9.5%
010006	北海道	14	180	7.8%
300004	和歌山県	4	31	12.9%
	総計	200	1788	11.2%

運用事例

展示、新着図書案内、蔵書点検の様子のご発信、新型コロナウイルス感染症関連の運営情報などを発信している館が見られました。特徴的な運用をしているアカウントをいくつか紹介します。

- 青森県立図書館 [1] (<https://www.facebook.com/aomori.lib.info/posts/88314039892538>)
3)では、【オンライン会議システムZoom接続確認実施中！】など、図書館の活動を紹介します。また、県内市町村のFacebookの投稿をシェアしています。
- 横浜市内図書館 (神奈川県) [2] (<https://www.facebook.com/%E6%A8%AA%E6%B5%9C%E5%B8%82%E5%B1%B1%E5%86%85%E5%9B%B3%E6%9B%B8%E9%A4%A8-1726588160931734/?fref=nf>)では、指定管理者がアカウントを運用しています。
- 松川村図書館「すずの音ホール 松川村多目的交流センター」(長野県) [3] (<http://archive.today/2021.05.07-131857/https://ja-jp.facebook.com/Suzunonohall>)は、図書館が入居する文化交流複合施設で、蔵書点検やおすめ本などの記事を投稿しています。
- 高森町立図書館 (長野県)「たかもり読書クラブ「ほんとも」」[4] (<https://archive.ph/Exzo>)では、高森町図書館部会のおの会による子どもたちのための活動を紹介しています。
- 八幡浜市立図書館 (愛媛県)八ちゃんねる【八幡浜市役所】[5] (<https://www.facebook.com/yawatahamakouhou/>)では、八幡浜市のFacebookに図書館の情報を掲載しています。

- 松山市立図書館 (愛媛県)「休館中の図書館を探しよう」[6] (<https://archive.is/2021.05.08-022711/http://www.city.matsuyama.ehime.jp/shisetsu/bunka/library/matsutosyo01.html>)では、松山市のFacebookに図書館の情報を掲載しています。

公共図書館でのSNS活用状況の調査 (YouTube編)

< saveMLAK:プレス

【YouTubeで情報発信している図書館は72館発見されました】

saveMLAKではCOVID-19の影響による図書館動向調査を重ねてきました。2021年6月25日（金）から28日（月）に実施した第20回の調査では、付帯調査としてYouTubeチャンネルを運用している図書館を調査しました。非来館サービスとしてどのくらいSNSを活用しているかを可視化するためです。調査はCOVID-19の調査と同様ウェブサポサイトを目標とする形で行いました。結果、調査対象の1729館中、72館でYouTubeチャンネルを運用していることがわかりました。なお、このチャンネルは図書館名ではなく、図書館のウェブサイトにリンクされている自治体名でのチャンネルも含まれます。調査シートに各館のYouTubeチャンネルURLをまとめています。

目次

調査の概要

運用状況

運用事例

チャンネルの運用

配信する動画の内容

図書館のイベントをYouTubeを使って行う

図書館の利用案内

図書館の業務を紹介する

広報

図書館の紹介

オリジナルコンテンツ

各館のチャンネル

次回調査予定

調査データの公開

調査の概要

調査日時

2021年6月25日（金）10時～2021年6月28日（月）22時

調査方法

ウェブサイトの公開情報を集約（目視）

調査対象 全国の公共図書館・公民館図書室等、1729館

<https://savemiak.jp/wiki/saveMLAK:プレス/20210721SNS>

1/10

調査主体 saveMLAK COVID-19libdataチーム 調査参加者15人（有志）

- 全国地方公共団体コード（令和元年5月1日現在）を使用しました
- 調査中にも随時新しい発表があるため、情報は確認時点のものです
- この調査では便宜上、図書館の数を設置主体の自治体（基礎自治体と都道府県）ごとに1としていません
- 調査データはプレスリリースの末尾にCC0で公開していますので、詳しく分析されたい方はデータを参照してください
- 今後適宜SNSアカウントの運用状況を調査する予定です

運用状況

- 72館でYouTubeチャンネルでの情報発信をしていました。
- 都道府県別で実施館数が多いのは、神奈川県（9館）、愛知県（6館）、山梨県（5館）でした。
- 都道府県別で実施している割合が高いのは神奈川県（26.5%）、山梨県（20.0%）、大分県（15.8%）でした。



都道府県別チャンネル運用率(2021年6月28日時点)

<https://savemiak.jp/wiki/saveMLAK:プレス/20210721SNS>

2/10

市町村コード	都道府	YouTubeチャンネル実施館	調査対象館数	%
140007	神奈川県	9	34	26.5%
190004	山梨県	5	25	20.0%
440001	大分県	3	19	15.8%
370002	香川県	2	18	11.1%
220001	静岡県	4	36	11.1%
230006	愛知県	6	55	10.9%
130001	東京都	5	61	8.2%
090000	栃木県	2	26	7.7%
210005	岐阜県	3	43	7.0%
240001	三重県	2	29	6.9%
270008	大阪府	3	44	6.8%
110001	埼玉県	4	64	6.3%
040002	宮城県	2	36	5.6%
060003	山形県	2	36	5.6%
170003	石川県	1	20	5.0%
410004	佐賀県	1	21	4.8%
360007	徳島県	1	22	4.5%
290009	奈良県	1	25	4.0%
050008	秋田県	1	26	3.8%
330001	岡山県	1	27	3.7%
450006	宮崎県	1	27	3.7%
120006	千葉県	2	55	3.6%
390003	高知県	1	30	3.3%
400009	福岡県	2	60	3.3%
150002	新潟県	1	31	3.2%
470007	沖縄県	1	32	3.1%
280003	兵庫県	1	42	2.4%
080004	茨城県	1	45	2.2%
010006	北海道	3	180	1.7%
200000	長野県	1	72	1.4%
380008	愛媛県	0	21	0.0%
030007	岩手県	0	34	0.0%

市町村コード	都道府	YouTubeチャンネル実施館	調査対象館数	%
260002	京都府	0	27	0.0%
430005	熊本県	0	41	0.0%
100005	群馬県	0	36	0.0%
340006	広島県	0	24	0.0%
350001	山口県	0	19	0.0%
250007	滋賀県	0	20	0.0%
460001	鹿児島県	0	44	0.0%
020001	青森県	0	39	0.0%
420000	長崎県	0	22	0.0%
310000	鳥取県	0	20	0.0%
320005	島根県	0	19	0.0%
160008	富山県	0	16	0.0%
180009	福井県	0	18	0.0%
070009	福島県	0	58	0.0%
300004	和歌山県	0	30	0.0%

運用事例

特徴的な運用をしているアカウンタをいくつか紹介します。

チャンネルの運用

図書館のYouTubeチャンネルを開設しているところと、自治体のYouTubeチャンネルで図書館関連の動画を配信している図書館があります。

- 可児市立図書館（岐阜県）は、可児市公式のかにチャンネル[1] (<https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=jN92FRQ9cyQ&list=PL71gYcfvYoggNcVac1RvSFu5z4sdSyk1>)で「図書館かにつタイム」というコーナーを持ち、昔話の動画などを配信しています。

配信する動画の内容

図書館のイベントをYouTubeを使って行う

- 富士吉田市立図書館（山梨県）では、ヨガの講座[2] (<https://www.youtube.com/watch?v=3Zf8LNTvpm>)を配信しています。この講座は地域おこし協力隊とのコラボレーションです。

図書館の利用案内

- 帯広市立図書館では、「電子図書館のある暮らし」[3] (https://www.youtube.com/watch?v=1KYD_W37Zw0)という動画を配信しています。ミニドラマ仕立てで、オピトさんとヒロエさんが電子図書館を使い始めるまでがわかりやすく紹介されています。
- 幸田町立図書館 (愛知県) では、マナーアップ動画[4] (<https://www.youtube.com/watch?v=zgYL3RkKdQ>)を配信しています。悪の軍団フルダークの戦闘員がマナー違反をしているところにコウタレンジャーが登場します。
- 鳥取県立図書館では、「ホントに役立つ 鳥取県立図書館活用術」(全編) [5] (<https://www.youtube.com/watch?v=no3rfBq2K9w>)という利用案内を配信しています。手話・字幕付きになっています。

図書館の業務を紹介する

- 都城市立図書館 (宮崎県) では、「移動図書館車くれよん号の一日 <小学校にGO! >」[6] (<https://www.youtube.com/watch?v=bJgAahkGI8Y>)といった、図書館業務を紹介する動画を配信しています。
- オーテピア高知図書館では、【図書館資料の選定 (入門) 2020年版】[7] (https://www.youtube.com/watch?v=gIw8ivk_zs)が4回シリーズで公開されています。

広報

事業の広報をYoutubeチャンネルで行うケースも見られます。

- 鶴ヶ島市立図書館 (埼玉県) では、「市制施行30周年記念 心で繋ぐ鶴ヶ島シヨートシヨート フィルムフェス」[8] (<https://www.youtube.com/watch?v=d8QkTswrcFE>)の作品募集を行っています。
- 高石市立図書館 (大阪府) では、「高石市立図書館ラジオ」[9] (<https://www.youtube.com/watch?v=CdEXcv0hDes>)というラジオ形式の動画を配信しています。2ヶ月に一度配信する図書館だよりのような動画です。
- 沖縄県立図書館では、「平和への道しるべ ～慰霊の日 関連本紹介～」[10] (<https://www.youtube.com/watch?v=npfbA0IG8-0>)という動画で本の紹介を行っています。

オリジナルコンテンツ

- 加須市立図書館 (埼玉県) では、「世界とつながる、かぞちゃんねる」[11] (https://www.youtube.com/watch?v=R_UvdHU0m08)で図書館の中の人々が作ったオリジナル紙芝居動画を配信しています。

公共図書館でのSNS活用状況の調査 (Instagram編)

< saveMLAK: プレス

【Instagramで情報発信している図書館は56館発見されました】

saveMLAKではCOVID-19の影響による図書館動向調査を重ねてきました。2021年8月20日(金)から24日(火)に実施した第22回の調査では、付帯調査としてInstagramアカウントを運用している図書館を調査しました。非来館サービスとしてどのくらいSNSを活用しているか可視化するためです。調査はCOVID-19の調査と同様ウェブサイトを活用していることを行いました。なお、調査対象の1737館中、56館でInstagramアカウントを運用していることがわかりました。なお、このアカウントは図書館名ではなく、図書館のウェブサイトに関連させている自治体名でのアカウントも含まれます。調査シートに各館のInstagramアカウントのURLをまとめています。

目次

調査の概要

運用状況

運用事例

アカウントの運用

投稿内容

利用案内

館内の様子を紹介

広報

図書の紹介

各館のアカウント

次回調査予定

調査データの公開

調査の概要

調査日時

2021年8月20日 (金) 10時～2021年8月24日 (火) 21時

調査方法

ウェブサイトの公開情報を集約 (目視)

調査対象 全国の公共図書館・公民館図書室等、1737館

調査主体 saveMLAK COVID-19libdataチーム 調査参加者15人 (有志)

- 全国地方公共団体コード (令和元年5月1日現在) を使用しました
- 調査中にも随時新しい発表があるため、情報は確認時点のものです
- この調査では便宜上、図書館の数を設置主体の自治体 (基礎自治体と都道府県) ごとに1として
います
- 調査データはプレスリリースの末尾にCC0で公開していますので、詳しく分析されたい方はデータを参照してください

運用状況

- 56館でInstagramによる情報発信をしていました。
- 都道府県別で実施館数が多いのは、北海道 (10館)、大阪府 (5館)、岡山県 (4館)、岩手県 (4館)、岐阜県 (4館)、茨城県 (4館) でした。
- 都道府県別で実施している割合が高いのは岡山県 (14.8%)、岩手県 (11.8%)、大阪府 (11.4%) でした。



都道府県別Instagramアカウント運用率(2021年8月24日時点)

自治体コード	都道府県名	Instagramアカウント数	調査対象館数	%
010006	北海道	10	180	5.6%
020001	青森県	0	39	0.0%
030007	岩手県	4	34	11.8%
040002	宮城県	1	36	2.8%
050008	秋田県	0	26	0.0%
060003	山形県	1	36	2.8%
070009	福島県	1	58	1.7%
080004	茨城県	4	45	8.9%
090000	栃木県	1	26	3.8%
100005	群馬県	0	36	0.0%
110001	埼玉県	1	64	1.6%
120006	千葉県	0	55	0.0%
130001	東京都	1	61	1.6%
140007	神奈川県	2	34	5.9%
150002	新潟県	0	31	0.0%
160008	富山県	0	16	0.0%
170003	石川県	0	20	0.0%
180009	福井県	0	18	0.0%
190004	山梨県	1	25	4.0%
200000	長野県	0	72	0.0%
210005	岐阜県	4	43	9.3%
220001	静岡県	0	36	0.0%
230006	愛知県	0	55	0.0%
240001	三重県	1	29	3.4%
250007	滋賀県	1	20	5.0%
260002	京都府	0	27	0.0%
270008	大阪府	5	44	11.4%
280003	兵庫県	2	42	4.8%
290009	奈良県	1	33	3.0%
300004	和歌山県	0	30	0.0%
310000	鳥取県	0	20	0.0%
320005	島根県	0	19	0.0%

自治体コード	都道府県名	Instagramアカウント数	調査対象館数	%
330001	岡山県	4	27	14.8%
340006	広島県	0	24	0.0%
350001	山口県	1	19	5.3%
360007	徳島県	0	22	0.0%
370002	香川県	0	18	0.0%
380008	愛媛県	0	21	0.0%
390003	高知県	1	30	3.3%
400009	福岡県	2	60	3.3%
410004	佐賀県	2	21	9.5%
420000	長崎県	1	22	4.5%
430005	熊本県	0	41	0.0%
440001	大分県	0	19	0.0%
450006	宮崎県	2	27	7.4%
460001	鹿児島県	2	44	4.5%
470007	沖縄県	0	32	0.0%
	総計	56	1737	3.2%

運用事例

特徴的な運用をしているアカウントをいくつか紹介します。

アカウントの運用

- 知内町図書館[1] (<https://www.instagram.com/p/CRFjabO7rh6/>) (北海道) は公民館図書室のため、公民館のイベントに関する投稿も行っています。
- 東根市まなびあテラス[2] (https://www.instagram.com/manabia_terrace/) (山形県) は図書館、美術館/市民ギャラリー、市民活動支援センターの機能を持つ複合施設で、施設で1つのInstagramアカウントを運用しています。図書館以外の情報も発信されています。
- 高山市立図書館 (岐阜県) [3] (https://archive.ph/2021.09.01-121947/https://www.librar.y.takayama.gifu.jp/?page_id=174)は、ソーシャルメディア運用方針により、Instagramアカウントを運用しています。

投稿内容

- 紫波町立図書館[4] (<https://www.instagram.com/stories/highlights/1789256741316507/>) (岩手県) では、写真だけでなく短い動画で利用案内やイベントの紹介などを行っています。

利用案内

- 釧路市立図書館[5] (<https://www.instagram.com/p/CTQv0MmDLkw/>) (北海道) では、図書館のカレンダーを投稿して、イベントの案内をしています。
- 真庭市立図書館[6] (<https://www.instagram.com/p/CL-YbHFJ8xI/>) (岡山県) では、イベントの告知を投稿しています。2021年3月6・7日に行った「簡単ふるしき教室」では開催前に作成するものや資料・チラシも込みで写真を投稿しています。
- 佐賀市立図書館[7] (<https://www.instagram.com/p/CSIWOsiJjbg/>) (佐賀県) では、臨時休館のお知らせも投稿しています。臨時休館のお知らせは他の図書館でもしばしば見られます。
- 延岡市立図書館[8] (<https://www.instagram.com/p/CRx83oqgwHf/>) (宮崎県) では、イベントの案内を行うとともに、開催後の報告も行っています。

館内の様子を紹介

- 札幌市図書館情報館[9] (<https://www.instagram.com/p/CR6D0ZGJrez/>) (北海道) では、図書館内の照明を写真で紹介しています。

広報

- 紫波町立図書館[10] (<https://www.instagram.com/p/CR5elXTh7CG/>) (岩手県) では、スタッフの紹介をInstagramでしています。
- 大東市立図書館[11] (https://www.instagram.com/p/CK_HfygjBs9/) (大阪府) では、蔵書点検の様子を投稿しています。

図書を紹介

図書の紹介をする図書館は多数見られました。

- 鹿児島県立奄美図書館[12] (<https://www.instagram.com/p/CTQLuXsBe3T/>)では防災の日など、その日にちなんだ図書の展示を紹介しています。
- 和泊町立図書館[13] (<https://www.instagram.com/p/CTD7XWNhZpv/>) (沖縄県) では今週の新书推荐を紹介しています。

(3) 令和2・3年度 調査研究委員会

委員

役 職	氏 名	所 属
委員長	鈴木 都実世	磐田市立中央図書館
委員	中島 多美子	三島市立図書館
委員	池田 明久	静岡市立中央図書館
委員	森田 彩子	御前崎市立図書館
委員	岩崎 紀子	静岡県立中央図書館

事務局

氏 名	所 属
森川 景尚 (R2~R3)	静岡県立中央図書館企画振興課
八木 麻美 (R2~R3)	静岡県立中央図書館企画振興課
山田 直美 (R2)	静岡県立中央図書館企画振興課
渡邊 潤 (R2)	静岡県立中央図書館企画振興課
太田 夏子 (R3)	静岡県立中央図書館企画振興課
木村 雄二 (R3)	静岡県立中央図書館企画振興課

(4) 令和2・3年度 調査研究委員会活動記録

令和2年度

第1回	2.7.14	県立中央図書館	調査・研究内容の検討
第2回	2.10.6	県立中央図書館	SNS導入・運営事例の視察 アンケート案の検討及び修正
第3回	3.1.26	Web会議	アンケート集計結果の報告

令和3年度

第1回	3.6.24	県立中央図書館	追加アンケートの集計結果 HP班・SNS班の作業進捗報告 成果物の検討
第2回	3.10.26	県立中央図書館	HP班・SNS班の作業進捗報告・修正 成果物の検討・作成・修正
第3回	3.12.15	県立中央図書館	成果物の検討・作成・修正
第4回	4.3.3	県立中央図書館	成果物の最終確認 来期委員会へ引き継ぐ課題

**令和2・3年度静岡県図書館協会調査研究委員会報告書
図書館における効果的な広報**

発行日 令和4年4月発行
編集 静岡県図書館協会調査研究委員会
発行 静岡県図書館協会
お問合せ 〒422-8002 静岡県静岡市駿河区谷田 53-1
静岡県図書館協会事務局（静岡県立中央図書館内）
TEL 054-262-1246 FAX 054-264-4268
URL <https://www.tosyokan.pref.shizuoka.jp>