

中央省庁もすなる YouTube といふものを、琉球大学附属図書館 もしてみむとてするなり

The University of the Ryukyus Library tries to start a new challenge by using
YouTube as Central Government Ministries and Agencies do.

前田 勇 樹¹, 川 畑 宗 太²
Yuki MAEDA¹, Sota KAWABATA²

抄録：琉球大学附属図書館では、2021年度から YouTube による情報発信を行っている。所蔵する貴重資料やデジタルアーカイブに関するコンテンツを中心にこれまでに100本以上の動画を公開した。本稿では、琉球大学附属図書館の YouTube を活用した広報事業について、その経緯やコンセプトおよび実施中の事業を詳述し、現段階での外部からの評価をもとに課題を提示した。

キーワード：YouTube, SNS, 広報, 地域連携, 大学図書館, 琉球大学

1. はじめに

農林水産省の YouTube チャンネル「BUZZMAFF ばずまふ (農林水産省)」¹⁾をご存じだろうか。仕事のあるあるをはじめ、同省職員のスキルや個性を活かして農林水産資源の魅力を発信する人気中央省庁 YouTube チャンネルである (2023年11月現在, チャンネル登録者17.4万人)。日常の業務の可視化 (見える化) を通してその仕事を広く社会にアピールし, さらには同省への就職を希望する就活生の裾野を広げる取り組みとなっている。新型コロナウイルスのパンデミック以降, 大学や官公庁, 行政での広報戦略の一環として YouTube の活用が急速に広がる中, 農林水産省の取り組みはその先例としても特筆すべき事例といえよう。

同省に感化されたわけではないが, 琉球大学附属図書館 (以下, 琉大図書館) では, 2020年度から本格的に YouTube チャンネルの運用を開始し, 2021年度からは SNS と組み合わせる形で所蔵する貴重資料などの文化資源に関する情報発信を行っている。

大学図書館や公共図書館での SNS 活用事例については、『情報の科学と技術』の特集「SNS 時代の情報発信を考える」²⁾をはじめ, 2000年代半ばから多様な成果が報告されている。個別の事例報告としては, 東北大学附属図書館の SNS 活用事例をプラットフォームごとに紹介したもの³⁾, 慶應義塾大学湘南藤沢メディアセンターの ICT および SNS 活用事例⁴⁾, 九州大学附属図書館の Instagram 活用に関する

報告などが挙げられる⁵⁾。この他にも SNS ごと (Twitter⁶⁾, Facebook, Instagram など) ないしは前掲の東北大学の事例のように複数の SNS を用途に合わせて活用した事例などがみられる。また, YouTube に絞ってその活用事例報告をみると, 公共図書館での YouTube 活用事例を総論的にまとめた論稿をはじめ⁷⁾, 福山市立大学での YouTube を活用した学生選書ツアーに関するもの⁸⁾, 国際基督教大学図書館での YouTube 導入の経緯や編集方法をまとめた論稿⁹⁾などが挙げられる。

ただ, YouTube を主とする活用事例については, 他のプラットフォーム (Twitter, Facebook など) に比べると, 事例報告や論稿に関してもまだまだ僅少といえる。また, 後述するように大学図書館での YouTube 活用状況を鑑みると, そのほとんどが図書館の利用案内である一方, 本稿で紹介するような各館の個性や強みに特化したコンテンツ作成については, 途上の段階といえる。

本稿では, 琉大図書館の情報発信や地域貢献活動の前史を踏まえつつ, YouTube を活用した大学図書館の広報としての魅力発信や業務の可視化について琉大図書館の事例を紹介し, さらに, 目下の課題として取り組んでいるオンライン (動画・SNS) とオフライン (対面の現場) の連動についても, その現状と課題を詳らかにする。本稿での事例報告を通して, 今後の大学図書館における YouTube 活用の一助となれば幸甚である。なお, 琉大図書館の動画コンテンツ作成の裏側については, すでに公式

YouTube チャンネル上に「【担当者、激白!!】琉球●大学附属図書館「きじむん TV」の裏側。。。」を公開している¹⁰⁾。本稿の補足としてこの動画の視聴をお勧めしたい。

2. 前史としての地域貢献活動

琉球大学はここ数年「地域とともに豊かな未来社会をデザインする大学(地域貢献型大学)」をビジョンに掲げ、各種教育活動や地域連携に取り組んでいる。ただ、琉球大学の「地域貢献」の歴史は長く、沖縄が日本へ「復帰」する以前のアメリカ統治時代まで遡る。1950年に開学した琉球大学は、創立当初から「Land Grant University(大学用地の提供を受けた見返りとして地域社会に貢献する大学)」の理念のもと、ミシガン州立大学の協力を得ながら大学運営と地域貢献活動が行われてきた。

琉大図書館も戦後ゼロからのスタートとなった沖縄関係史料の収集や研究環境の整備を担い、「沖縄学の父」と呼ばれた伊波普猷(いは ふゆう)の蔵書群(伊波普猷文庫)や近世八重山行政に関する宮良殿内文庫(みやらどうんちぶんこ)など多様な貴重資料を所蔵している。1994年度からは貴重資料を用いた企画展を開催しており、2002年度以降は図書館の外に出て、地域の公共図書館・博物館と連携した「学外企画展」を開催している。収集した地域文化資源を広く地域社会へと還元するため、開催地も沖縄本島に限らず宮古島、石垣島、奄美大島など琉球列島の各地で企画展を行ってきた。近年では、琉球大学博物館(風樹館)との合同で企画展を開催しており、博物資料も交えることで子供から大人まで楽しめる魅力ある展示となっている。

また、企画展とともに琉大図書館のアウトリーチ活動として欠かせないのが、デジタルアーカイブ事業である。1997年度にデジタル公開した宮良殿内文庫を皮切りに四半世紀にわたってデジタルアーカイブ事業を実施し、現在までに約2,000点の貴重資料をデジタル公開している¹¹⁾。当初から専門職員や学内教員による翻刻、解説、英文解説、現代語訳などのメタデータの充実を図り、研究者に限らず広く一般の利用者に向けたサービスの充実を図ってきたことも特筆すべき点である。さらに、2013年度から2019年度まで「きじむんのどうーちゅいむにー」¹²⁾という職員コラムを連載し、バックナンバーはすべて琉大図書館ウェブサイトで公開している。年度ごとに「古文書入門」や「琉大キャンパス内の史跡」などのテーマを設定し、さらに日本語だけではなく英語版も同時に公開することで、海外の利用者を含めた幅広い層を対象に貴重資料やデジタルアーカイ

ブの世界を宣伝した。

このように、琉大図書館では琉球沖縄関連の貴重資料の収集からはじまり、企画展やデジタルアーカイブでの公開、さらには職員コラムを通して所蔵する貴重資料を地域社会へと還元する取り組みを長年行ってきた。本稿の主眼である YouTube を用いた情報発信は、このような地域貢献活動の延長線上に位置づけられる。情報発信の手段をアップデートし、今まで以上に「いつでも」「どこからでも」琉大図書館の貴重資料にアクセスできる環境を整えるうえで、YouTube に白羽の矢を立てたのである。

3. 動画コンテンツの公開と事前調査

多くの先行事例と同様に、琉大図書館も新型コロナウイルスの影響が YouTube 導入のきっかけとなった。2020年度に宜野湾市立博物館で開催予定であった学外企画展は中止となり、翌年へと延期された。2021年度もコロナパンデミックが続く中で、非常事態宣言などの影響により開催できない際の代替措置として、YouTube での展示解説動画の公開を検討した。結果的には、企画展会場にも動画リンクの QR コードを設置し、展示解説の補足としてリアルでも活用できるような形を取った。

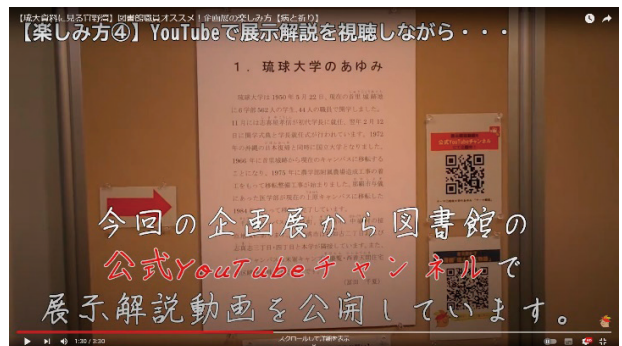


写真1 動画「【琉大資料に見る宜野湾】図書館職員オススメ! 企画展の楽しみ方【病と祈り】」より展示解説動画の活用方法を解説するシーン

また、デジタルアーカイブの利用促進を目的に、企画展関連以外の動画コンテンツの公開がスタートしたのも2021年度のことである。琉大図書館の YouTube チャンネル内に「きじむん TV」と称する再生リストを設定し、「誰でも気軽に使えて、学べる沖縄の貴重資料を!」をそのコンセプトとした。YouTube での動画投稿において、コンセプトやブランディングは非常に重要な作業である。このチャンネルはどのような視聴者層を想定し、どのようなコンテンツを提供する媒体であるのか、動画投稿を開始する前に担当職員で検討した。一般的な大学図書館のコンテンツであれば、学生や教員が視聴

者として想定されるが、「きじむんTV」の場合、これまでの地域連携と同様に沖縄の歴史や文化に関心のある一般の利用者や関心をもったばかりの初学者を主なターゲットとしている。コンテンツの難易度も大学1年生レベル(概論レベル)を想定し、高校3年生が進路学習も兼ねて少し背伸びをして視聴できる難易度に設定した。昨今、世間は過度に「分かりやすさ」と「タイパ(タイムパフォーマンス)」を求める傾向にあるが、この難易度設定であれば、初学者を含む多様な視聴者の関心に答えられ、そもそもの目的であるデジタルアーカイブ利用者の裾野を広げることにつながると考えた。

また、コンセプトを決めるうえで徹底した先行事例のリサーチを行った。「大学図書館」「大学」「図書館」「大学図書館」などのワードで既存のYouTube動画を徹底的に検索した。図書館職員が自作したと思われる動画から映像のプロが作った動画、さらには学生が制作したものまで多様であったが、コンテンツのほとんど8割から9割が図書館のPV(Promotion Video)や利用案内に関する内容であった。これを踏まえて、自館の特色や強みを活かしたコンテンツ作成に可能性がある、他館との差別化を図ることができるかと分析し、前述したコンセプトを設定したのである。



写真2 沖縄タイムスとのコラボ動画のサムネイル

2021年度は企画展「琉球大学資料にみる宜野湾～病と祈り～」関連動画を22本作成し、この他にも担当係のオンライン講義動画や沖縄県内紙「沖縄タイムス」の子ども新聞「ワラビー」とのコラボ企画動画など1年間で計34本の動画を投稿した。2022年度には、前年の反省を踏まえて、比較的短めの動画を定期的に公開することを目標とし、貴重資料の内容を1～3分程度にまとめた「〇分でわかる! デジタルアーカイブの世界」シリーズの動画を月1本ペースで投稿した。これにより前年30人ほどであったチャンネル登録者も約300人まで増加し、それに伴って再生回数も伸びていった。定期的に動画が投

稿されることで、視聴者が定着し、登録者が増えていくというサイクルはYouTubeの基本ともいえる。有名YouTuberのように毎日決まった時間に動画を投稿することは、業務の都合上不可能であるが、可能な限り動画投稿に定期性をもたせるように意識した。

4. 動画編集の体制と「おでかけ貴重書、〇〇へ行く!」事業

まず、琉大図書館の動画編集体制について触れておく。もともと琉大図書館では、企画展のポスター、パンフレット作成用としてAdobe Creative Cloudを契約しており、すでに動画編集ソフトAdobe Premiere ProとAdobe After Effectsが使用可能な状況であった。また、オンライン会議用のZoomとWEBカメラも購入済みであったため、定点での録画や音声収録はこれを利用し、寄りの映像や外の映像が必要な際は職員個人のスマートフォンやビデオカメラを使用していた。

動画編集は主に2人の職員で担当しているが、他の職員向けに動画編集の基礎を解説する動画(一般には非公開)を作成し、簡易なショート動画作成の機会をつくるなど編集を担当できる人材育成を徐々に進めている。「きじむんTV」や企画展関連のコンテンツは、基本的に沖縄資料を担当している情報サービス課保存公開係が台本を作成し、係内チェックと館内全体でのチェックを経たうえで公開している。

2022年度には、学内競争資金「戦略的地域連携推進経費」へ申請し、「附属図書館学外企画展～リアルとオンラインの二刀流へ向けて～」(単年)が採択された。この予算を活用して撮影機材一式(ビデオカメラ、ワイヤレスマイクなど)、持ち運び可能な展示ケース、展示用の機材(ドライボックス、ハレパネなど)を購入、さらにこれらの機材を活かして「おでかけ貴重書、〇〇へ行く!」事業を立ち上げた。「誰でも・いつでも・どこからでも」アクセス可能な学修機会の創出を目標に掲げ、従来の学外企画展より小規模で機動性のあるミニ展示や出前授業の実施を計画している。2023年度から実施する予定であったが、試行的に2022年度中にも久米島博物館にてミニ出張展示「おでかけ貴重書、久米島へ行く!」を開催した。

この事業の特徴は、リアルとオンラインを織り交ぜたコンテンツを提供するところにある。社会全体でDXが急速に推進され、オンライン上で容易にさまざまな情報を得られる状況であるからこそ、貴重資料の実物を実際に目にし、担当者顔と顔を合わせて

コミュニケーションを取りながら新たな発見や知見を得られる機会の価値が高まっている（体験価値の提供）。何より展示を通して図書館職員と地域のステークホルダーとのコミュニケーションの場を創ることは、地域社会に根を下ろした地域連携の実現に向けた第一歩であると考えられる。久米島博物館で実施した際にも、参加者から「私は高校生ですが、島の子供たちにとってもこのような機会は本当に貴重です!」、「また来てほしい」といった感想が寄せられた。



写真3 「おでかけ貴重書、久米島へ行く!」の出張報告代わりに作成したVlog動画のサムネイル

他方、イベントのアーカイブ動画や展示解説動画をYouTube上に公開することで、諸般の事情で当日の参加がかなわない利用者やアーカイブとして見直したい（学び直したい）利用者に対して、いつでも何度でもアクセスできる環境を整えることが可能となる。このように、一過性のイベントで終わらない工夫や地域社会との関係性の構築が、より緊密な地域連携を実現するうえで重要と思われる。2022年度から琉大図書館では、琉球列島の各地で「おでかけ貴重書」を実施すべく、各地の博物館、図書館や教育機関に連携事業の提案を行っているところである。

5. SNS との連動

琉大図書館では、YouTubeだけでなく他の公式SNS（Twitter, Instagram）での情報発信も重要な広報戦略と位置づけている。定期性をもった投稿により公式SNSの拡散力を高めつつ、YouTubeでの情報発信と連動させることで、より多くの利用者へリーチできると考えた。

沖縄文化関連のSNS投稿は、主に保存公開係が担当している。これまでに実施してきたSNS企画は、前述した「〇分でわかる! デジタルアーカイブの世界」(YouTube)だけでなく、毎週金曜日の夜10時に貴重資料を紹介する「金曜深夜のデジタル

アーカイブ」、毎週火曜日に戦前の写真資料を紹介する「あの頃の沖縄」、さらに沖縄でのプロ野球キャンプシーズン（2月）に各球団のマスコットや本拠地にちなんだ古文書を紹介する「プロ野球沖縄キャンプにちなんだ資料たち」などがある。

YouTube動画の広報をSNSに投稿する際にも、サムネイルとYouTubeのURLだけでなく、紹介した貴重資料のデジタルアーカイブのリンクを貼るなど、動画を紹介するだけでは終わらない工夫をしている。

また最近では、沖縄文化関連以外の情報についても企画・広報を担当するサービス企画係、学修・教育支援を担当する情報リテラシー係がSNS投稿を行っている。サービス企画係は図書館が実施する学内企画展や図書館が関わったイベントなどについて、情報リテラシー係は大学院生がTA（ティーチング・アシスタント）として学修相談にあたる「ラーニング・サポートデスク」に関する内容や、そのTAによる学内セミナーの開催情報などについて投稿している。

さらに、図書館全体でSNS投稿に取り組んだ企画として、4月から5月にかけて開催する新入生向けの企画展「新入生歓迎企画展」がある。この新入生歓迎企画展では、琉球大学へ入学してくる新1年生を対象に、大学生活に関する図書を紹介し、大学図書館の基本的な機能や利用方法を分かりやすく紹介している。新入生の目線に沿った企画展とするため、2022年度から企画メンバーは館内の若手係員を中心に構成された。2022年度の新入生歓迎企画展では、初の試みとしてショート動画による図書館利用動画を公開した。あえてショート動画とすることで、図書館の利用法を通学や通勤のスキマ時間で簡単に知ることができ、YouTubeチャンネルの存在そのものをまずは知ってもらうことを意識した。

若手職員による取り組みが2年目となった2023年度の新入生歓迎企画展では、メイン動画「はじめての琉大図書館～皆さまの学生生活のために～」や館内各フロアの場所や使い方を紹介するショート動画を8本作成した。また、新入生向けの利用案内をより多くの学生に見てもらうため、大学入試期間中の1月からハッシュタグ「#春から琉大」を付けた受験生向けの投稿を開始した。自分の受験する大学の情報収集を行ううえで、SNSは重要なツールであり、早い時期から琉大図書館のSNSを身近な存在として見てもらうことを意図した。



写真4 新入生向け動画のサムネイル

YouTube での動画投稿を含む SNS 投稿のチェック体制については、Microsoft のグループウェア「Microsoft Teams」のチーム内で、館内向けに以下のような内容の共有を行ったうえで、投稿している。

- ・投稿日時
- ・投稿先 SNS
- ・投稿する文
- ・投稿する画像や動画

このチェック体制は保存公開係が SNS 投稿を行う際に行っていたもので、2022年から継続的に実施している。現在はこのやり方を他係も取り入れており、館内全体で実施されている。

チェックの際には、当館で作成しているソーシャルメディア運用ポリシー（内規）を踏まえて、投稿内容が公序良俗に反していないか、不適切な内容ではないか、館内の複数人の目でチェックすることでトラブルを防いでいる。

6. 現状分析：利用者の評価

ここまでは琉大図書館の YouTube を活用した取り組みや編集体制、さらには他の SNS との連動について主観的に詳述した。ここからは、客観的なデータや評価を基に琉大図書館の YouTube 活用の現状を分析し、最後の課題と展望につなげる。

6.1 YouTube アナリティクスのデータより

YouTube アナリティクスのデータをすべて公開することはできないが、ここではいくつかの統計データを掻い摘んで紹介する。

表1 「年別投稿数」と「チャンネル登録者」

| | 投稿数 | 登録者 | 視聴回数 |
|--------------|-----|------|--------|
| 2021年（1～12月） | 36 | +41 | 2,347 |
| 2022年（1～12月） | 26 | +288 | 22,861 |
| 2023年（1～12月） | 53 | +402 | 38,957 |

前述したように、SNS の定期投稿と動画コンテンツの短縮化を行った2022年度以降、じわじわと登録者数が増加している。動画投稿のタイミングや内容の工夫だけでなく、企画展の会場や講義など対面の機会でもチャンネル登録を呼びかけた効果が表れているものと思われる。また、登録者の増加に伴い視聴回数の平均も自然と増加した。

表2 視聴回数トップ10（2023年12月27日現在）

| 動画タイトル | 投稿年月日 | 動画の長さ | 視聴回数 |
|---|------------|-------|--------|
| 【今年の自由研究はこれで決まり！】戦前の沖縄を探しに行こう！ | 2021/7/16 | 8:57 | 17,182 |
| 【今年の自由研究はこれで決まり！】戦前の沖縄を探しに行こう！～答え合わせ編～ | 2021/11/12 | 9:02 | 9,257 |
| 【3分でわかる！デジタルアーカイブの世界】末吉宮について | 2022/7/20 | 3:30 | 2,550 |
| 【3分でわかる！デジタルアーカイブの世界】開得大君加那志様御新下日記 | 2022/6/29 | 1:35 | 1,649 |
| 生体展示中のボウフラをただ眺めるだけの動画【琉大企画展オンライン解説動画】 | 2021/10/29 | 2:31 | 1,558 |
| 【2分でわかる!?!】「鳥島移住始末」 硫黄鳥島から久米島への移住の記録【おでかけ貴重書、久米島へ行く！関連動画】 | 2023/3/20 | 2:13 | 1,407 |
| 【1分でわかる！デジタルアーカイブの世界】戦前の沖縄の「路面電車」を写した古写真「坂元商店絵葉書アルバム」 | 2022/5/25 | 1:12 | 1,373 |
| 異本毛氏由来記～護佐丸と子孫の記録～【5分でわかる！デジタルアーカイブの世界】 | 2023/5/30 | 4:15 | 1,307 |
| はじめての琉大図書館～皆さまの学生生活のために～ | 2023/3/31 | 5:16 | 978 |
| 近世八重山役人の日記を読み解く！【琉球沖縄関係デジタルアーカイブの世界 #1】 | 2022/6/1 | 25:20 | 875 |

表2からわかるように、10分以内の比較的短めの動画は伸びやすい傾向がみられた。また、視聴回数について補足すると、公開後すぐに多くの視聴回数を得るコンテンツは比較的少なく、時間をかけてじわじわと伸びていくコンテンツが多い。視聴回数1位の「【今年の自由研究はこれで決まり！】戦前の沖縄を探しに行こう！」も「夏休み・自由研究」などの検索ワードが増える夏場を中心に公開翌年と翌々年にも継続的な視聴がみられた。ただ、思いもよらないタイミングで視聴回数が伸びることも間々あり、どのようなコンテンツが伸びるのかは、視聴者の関心やGoogleのアルゴリズム次第である。翻って、凝りに凝った1本を出すよりは、定期的に投稿していくことが拡散力を高めるうえでは重要と考える。

6.2 学生の評価：講義課題より

次に学生の講義アンケートを通して考察を加える。2023年度前期において琉大図書館保存公開係は、同大国際地域創造学部が提供する「地域文化資源と博物館」の講義2回分を担当した。そのうち1回は「琉球大学附属図書館の文化資源の活用」(2023年6月13日実施)と題し、琉大図書館の学外企画展をはじめSNSやYouTubeを活用した情報発信について紹介する内容であった。講義後には、「『おかけ貴重書、久米島へ行く！』関連の再生リストを開き、自分の関心のある動画を1本視聴したうえで、考えたことやわかったこと、もしくは博物館や図書館での動画コンテンツの活用について考えたことを自由に述べよ。」という課題を受講者に課し、計64件の回答が得られた。

そもそも図書館のこういった取り組みを知らなかったのが意外といった感想から、中身の濃さに比して尺のコンパクトさ(動画1本あたりの長さ)を評価する意見など、YouTubeの活用に対して肯定的な感想が多くみられた。一方、学生からの忌憚なき意見の多くは、琉大図書館の取り組みの課題を浮き彫りにするものでもあった。とくに課題(改善点)として多く挙げられたのが、サムネイルとショート動画の活用に関する意見である。

動画のサムネイルについては、検索にヒットしそうなワードを入れること、動画の趣旨ごとにデザインを統一すること、そもそもサムネイルに漢字が多いといった意見がみられた。多くの有名YouTuber達が心血を注ぎ、視聴者の第一印象を決める動画の顔ともいえるサムネイルであるが、琉大図書館ではサムネイル作成に関して試行錯誤が続いている。

Microsoft PowerPointで容易に作ることができるため、サムネイルの作成についてはより多くの職員で分担しているが、個人のセンスやYouTubeへの馴染み具合などパーソナルな部分に依るところが大きい。また、貴重資料を紹介する際に資料名を入れると必然的に漢字が多くなってしまったため、サムネイルですべてを説明しない、文字数を極力減らすなど要点を絞る工夫が今後の課題となっている。

また、ショート動画については、すでに2023年度から試験的に取り組んでいる。「〇分でわかる! デジタルアーカイブの世界」シリーズの動画を1分のダイジェストにまとめ、ショート動画や他のSNSで投稿している。通常の動画以上にYouTubeのアルゴリズムで偶発的にオススメ動画として表示されるため、新たな視聴者の獲得につながるものと思われる。他にもショート動画に関連して、動画コンテンツは多くの人に見てもらわなければ意味がない、興味をもたせる工夫に注力すべきではないかといった意見もあり、琉大図書館のコンテンツに対する認知度を高めるうえでも、チャンネル登録者の増加を意識した取り組みが必要と思われる。

この他にも、現在クローズになっている「コメント欄」の開放や相互フォローを増やすことで情報拡散力の向上を図るなどの意見が寄せられた。これは他のSNS運用に関する先行事例でも課題となっている事案でもあるが、大学図書館の公式アカウントがどの程度まで登録者やフォロワーとコミュニケーションを取るべきか、その判断は難しい。学生からの意見には、動画の感想や意見を共有できる場が欲しいとの意見もあり、琉大図書館のコンテンツの場合、沖縄の歴史や文化に関心のある視聴者同士のコミュニケーションの場作りや、フィードバックの場としてコメント欄を開放するメリットはあると考えられる。参考までに、YouTubeは動画ごとに次の4段階でコメント欄の設定を行うことができる。他のSNSとは異なりコメント(コメント欄)をある程度コントロールできることは、特徴のひとつである。

- ・コメントをすべて許可する
- ・不適切な可能性があるコメントを保留して確認する¹³⁾
- ・すべてのコメントを保留して確認する
- ・コメントを無効にする

現在、琉大図書館ではすべての動画を「コメントを無効にする」設定にしているが、今後はそのメリットとデメリットを慎重に精査しながら、コンテンツの性質に応じて一部コメント欄を開放できるか検討したい。

6.3 大学の外からの評価

最後に大学の外からの評価にも触れておきたい。

YouTubeでの解説動画を組み合わせた学外での企画展は、2021年度から2022年度にかけて計4回実施している¹⁴⁾。この4回の企画展において、計233件のアンケートを回収したが、このうち動画コンテンツについて言及されたものは1件のみであり、YouTubeでいつでも見返すことができるのは素晴らしい取り組みだと好意的に評価する内容であった(令和3年度宜野湾企画展アンケートより)。

たしかに、地域の歴史や文化に関する動画は時宜に合わせて度々SNSで広報しており、企画展が終わった後も継続的な動画の視聴が見受けられる。ただし、展示解説動画について1件の回答しか得られなかったことを鑑みると、来場者の認知度についてはやはり課題と言わざるを得ない。当初は展示キャプションの補足ないしは音声ガイドの代わりとして、展示会場内に動画リンクのQRコードを設置していたが、管見の限りその利用は疎らであった。QRコードのデザインも当初はタイトルとQRコードだけのシンプルなものであったが、サムネイルの画像を入れるなど現在も試行錯誤が続いている。他方、再生回数は期間中を通して順調に伸びている傾向がみられるため、現地で企画展を見学した後にアーカイブとして視聴するケースや、単純に新着動画として視聴するケースが想定される。

また、沖縄県内の情報誌『モト』においてもデジタルアーカイブと合わせてYouTubeでの取り組みが紹介された。特集「沖縄とデジタルアーカイブ」は、沖縄県内の各機関が提供するデジタルアーカイブの紹介を中心に、その利活用についても多くの紙幅を割くなど、沖縄でのデジタルアーカイブの今がわかる特集となっている¹⁵⁾。そのなかで、琉大図書館の「琉球・沖縄関係貴重資料デジタルアーカイブ」についても基礎的な使い方から細かい工夫点まで詳しく紹介され、YouTubeでの情報発信についても次のように評されている。

YouTubeチャンネルでは職員による所蔵資料のショート解説や、琉球史の専門家による深掘り講義といったデジタルアーカイブ内に掲載されている資料と連動した発信、あるいは学外の専門家との連携事業とその発信などが行われている。貴重資料のデジタルアーカイブを公開するだけでなく、さまざまな手段で情報を発信することで、学生や一般の歴史ファンにも資料の背景にある世界の面白さを伝え、より立体的に沖縄固有の文化や歴史への理解を深める意欲的な取り組みだ。¹⁶⁾

SNSなどオルタナティブメディアが全盛と言われる昨今であっても、やはりマスメディアの影響はまだまだ大きい。琉大図書館単独(自前)での広報だけでなく、多様なメディア、広告媒体、機関との「コラボ」を通して認知度を高めていくことが今後の課題である。

7. 課題と展望

以上みてきたように、琉大図書館では試行錯誤を続けながら着実に動画コンテンツと登録者を増やし、広報媒体としての拡散力を高めている。SNS利用にあたっては、「炎上するのではないか」などリスク面が気になるものと思われるが、内規(ソーシャルメディア運用ポリシー)を整え、公開するまでのチェック体制を整備することで、最低限のリスク管理はできるものと思われる。また、動画担当者は冒頭で紹介した農林水産省の「BUZZMAFF ばずまふ」を参考にしながら、「農林水産省さんがここまでやっているの、うちのコンテンツではこのぐらいまでやっても大丈夫ではないか」と考え、企画を練っている。他方、自館の文化資源を然るべき形で発信し、利用を高めていくうえでは、一発大きくバズる必要はない。コツコツとコンテンツを重ね、必要とされたときにいつでもアクセス可能な環境を整えることが大学図書館の動画コンテンツには求められているのではなからうか。

最後に、本稿の読者諸氏には、琉球大学附属図書館YouTubeチャンネルのチャンネル登録をお願いし、本稿の結びとする。

注・引用文献

- 1) 農林水産省. “農林水産省 SNS 発信プロジェクト BUZZ MAFF”. YouTube. <https://www.youtube.com/@BUZZMAFF>, (参照 2023-12-06).
- 2) SNS時代の情報発信を考える. 情報の科学と技術. 2018, 68 (4), 151-179. なお本特集では、岡嶋裕史「WebからSNSへ:情報発信構造の変遷」、小野寺翼「ソーシャルメディア時代の広報」からはじまり、個別の事例報告として北村智仁「東京都立図書館におけるSNSの活用:Facebookを中心として」、岩崎崇宏他「Instagramを活用した新図書館・移転関連情報の発信」、菊池隆「鎌倉市図書館におけるツイッターでの情報発信」、小林光代他「Challenge! 鹿角市立図書館発→LINEスタンプ」、高橋由里子「VR制作現場の舞台裏:連携と協働が生み出す奮闘ストーリー」が収録されている。
- 3) 永澤恵美. 東北大学附属図書館におけるSNS活性化

プロジェクトと現状. 大学図書館研究. 2022, 121, 2137 (1)-2137 (11).

- 4) 森嶋桃子. 気がつけばバーチャル図書館員?!: 大学図書館における ICT (チャット, LINE, Zoom) 及び SNS (Twitter, Facebook, Instagram) の活用. 大学図書館研究. 2022, 121, 2041 (1) -2041 (12).
- 5) 岩崎崇宏, 梶原瑠衣, 木下博貴, 竹内嘉与子, 平野かおる. Instagram を活用した新図書館・移転関連情報の発信. 情報の科学と技術. 2018, 68 (4), 165-168.

その他の主な先行事例については, 以下の論稿が挙げられる。

岡本真. Web2.0時代の図書館: Blog, RSS, SNS, CGM. 情報の科学と技術. 2006, 56 (11), 502-508.

井上創造, 堀優子, 池田大輔. SNS (Social Networking Service) における信頼と図書館における応用. 情報処理学会研究報告 =IPSI SIG technical reports. 2007, 2007 (109), 31-42.

長坂和茂. 映像という新兵器の特徴と使い方 (Youtube, Ustream を例に). 大学の図書館. 2011, 30 (3), 34-36.

久松薫子. 図書館における SNS の活用について 大図書館ツイッター導入の背景. 図書の譜: 明治大学図書館紀要. 2014, 18, 221-226.

佐藤恵, 澁田勝. 図書館員のコミュニティツールとしての SNS の可能性: Twitter, Facebook, LINE の試用. 私立大学図書館協会会報. 2014, (142), 103-109.

寺島久美子. 情報リテラシー教育広報活動としての SNS: 平成27年度冬学期ガイダンスの Facebook 投稿を事例に. 一橋大学附属図書館研究開発室年報. 2016, 4, 107-129.

曾野正士, 飯泉慎也, 加藤庸介, 藤岡梨紗. 大学図書館の SNS 活用の調査: SNS による広報の現在と未来. 私立大学図書館協会会報. 2016, (146), 102-108.

千葉浩之. 大学図書館における SNS 活用の実際: 室蘭工業大学附属図書館における Facebook および Twitter 運用の試行錯誤. 図書館雑誌. 2017, 111 (4), 230-231.

塚原一秋. 国立大学図書館協会地区協会助成事業 (東京地区) における Facebook を用いた広報の現状分析と今後のあり方の提案. 2018, 109, 2004 (1) -2004 (6).

吉見昌弘. 大学図書館における子育て支援に関する研究: 学生による絵本の読み聞かせと SNS 等による情報発信を通して. 名古屋短期大学研究紀要. 2018, (56), 97-111.

並川努. 国立大学の広報におけるソーシャルメディアの利用状況. 大学入試研究ジャーナル. 2022, 32, 236-243.

6) 現 X。ただし, 本稿では現状においても認知度がより高いと思われる「Twitter」を用いる。

7) 水沼友宏. 公共図書館による YouTube を用いた動画の公開. カレントアウェアネス. 2022, (352), 13-18.

8) 辻水衣. YouTube による図書紹介とオンライン学生選書ツアー: 福山市立大学の取り組み. 図書館雑誌. 2020, 114 (11), 620-622.

9) 長濱峻平. YouTube をはじめよう: 国際基督教大学図書館の場合. 大学の図書館. 2021, 40 (5), 66-69.

10) 琉球大学附属図書館. “【担当者, 激白!!】 琉●大学附属図書館「きじむん TV」の裏側。。。”. 琉球大学附属図書館 YouTube チャンネル. 2023年2月16日. <https://youtu.be/CXBvv6PPuZw>, (参照2023-12-06).

11) 琉大図書館のデジタルアーカイブ事業については, 次の論稿を参照のこと. 大谷周平, 富田千夏. 琉球大学附属図書館のデジタルアーカイブ事業. 沖縄県図書館協会誌. 2019, (22), 31-34.

12) 「きじむん」とは, 沖縄の妖怪「きじむなー」をモチーフにした琉大図書館のオリジナルキャラクターのこと. 体長1cmで, 魚の目が好物。「どうーちゅいむにー」とは, 沖縄の言葉で「独り言」の意。

13) YouTube のヘルプには「スパム, 自己宣伝, 意味不明な内容, その他不適切な可能性があるコメントは, 確認のために YouTube Studio で自動的に保留され, 承認した場合にのみ公開されます。チャンネルに高いレベルの保護が必要な場合は, [厳しい基準を適用する] を選択してください。これを選択すると, 確認のために保留されるコメントの数が増えます。」とある。

14) 令和3年度学外企画展「琉球大学資料にみる宜野湾～病と祈り～」(開催期間: 2021年10月23日～11月21日), 学内企画展「つながる! 復帰50年と琉球大学」(開催期間: 2022年5月10日～6月30日), 令和4年度学外企画展「琉球大学資料にみる南風原～自然と歴史～」(開催期間: 2022年9月10日～10月2日), 「おでかけ貴重書, 久米島へ行く!」(開催日: 2023年2月19日)

15) 沖縄とデジタルアーカイブ. モモト. 2023, 52, 2-57.

16) デジアカもデータベースも学外の歴史ファンにも親切な琉球大学附属図書館. モモト. 2023, 52, 28.

<2024.1.10受理>

1 まえだ ゆうき 琉球大学附属図書館情報サービス課保存公開係

2 かわばた そうた 琉球大学附属図書館情報サービス課サービス企画係