

SNS を使った学生とのコミュニケーション

吉 野 知 義
(神田外語大学附属図書館)

1 はじめに

図書館を含む大学の活動において、学生とのコミュニケーションは欠かせないものである。多くのコミュニケーションは窓口やカウンターで学生の顔を見て直接の会話によって行われるものである。一方でインターネットの発達やスマートフォンに代表されるモバイル端末の普及により、直接の会話以外のコミュニケーション手段も生まれ、これまでの電子メールに加えてソーシャル・ネットワークワーキング・サービス (Social Network Service: SNS) が登場してきた。SNS は学生の生活にも溶けこんでおり、学生同士のコミュニケーションや情報交換も盛んに行われている現状がある。

そこで本学図書館では、代表的な SNS のひとつである twitter を使って情報発信や学生とのコミュニケーションを試みた。本稿では、平成 26 年 9 月 11 日に開催された今年度の全国研修会での基調講演に基づき、開始からの経緯と具体的な事例、および得られた効果などを報告するものとする。

2 神田外語大学について

本学は昭和 62 年に設立された外国語学部だけの単科大学であり、千葉県千葉市 (幕張) にキャンパスを置いている。学部の学生数は約 3,800 人で、英米語学科、アジア言語学科、イベロアメリカ言語学科、国際コミュニケーション学科に分かれている。その中で、コミュニケーションは外国語教育の根幹をなす重要なものとして位置づけられ、大学のビジョンやミッションにも「言葉を通じたコミュニケーション」を掲げている。

また、図書館は平成 20 年に現在の図書館が 7 号館の 1 階部分として新しく建築された。蔵書数は 180,485 冊、年間貸出冊数は 26,263 冊、年間入館者数は 163,934 人となっている (いずれも平成 25 年度)。

3 SNS の運用開始にあたって

はじめてのツイート (つぶやき) をし、図書館として twitter の運用を開始したのは平成 24 年 7 月 4 日である。

当時、新図書館オープンから 4 年が経過し、さらなる学生への図書館利用機会の増加への取り組みが「活性化」というキーワードで求められていた。そこで、まず学生を知ること、生活の中で図書館や大学、学習などに対してどのような行動や話題、感覚を持っているのかを垣間見てみることを考えた。そこで得られた学生の感覚と図書館の業務を照らしあわせ、停滞気味であった入館者数を増加させることを目標とした。

その手段として、図書館からの情報発信とともに効果的に行えるのではないかと狙いも含めて、多くの学生が利用している SNS を活用することとした。



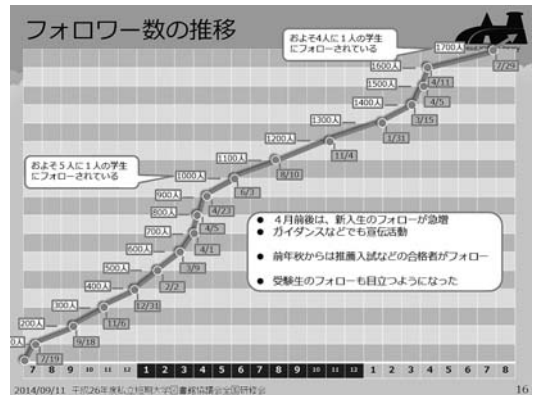


次にどの SNS を利用するかを検討した。利用者の多い SNS として、LINE、twitter、facebook、mixi などが挙げられる。LINE は学生同士の情報交換に使われることが多く図書館として運営するには費用面の課題もある。facebook は就職活動を目的に学生の利用も多いが、実名登録が原則となっており図書館と学生の関係が形成できるかどうかの心配があった。これらの課題が比較的少なく、他大学図書館での運用実績も多い twitter を利用することとした。

4 運用開始からフォロワーの増加へ

twitter でのツイートはインターネット上で誰でもが見ることができるが、相手（アカウント）を特定して登録（フォロー）することで自分の twitter の画面に自動的にその相手のツイートが表示されるようになる。フォローしてくれる人をフォロワーと呼ぶが、その数が多いほど自身のツイートを読んでくれる機会が増える仕組みである。

当然ながら開始当初はフォロワーも少ないため、開館情報や本に関連した情報発信に終始するだけでなく、それに対する反応もなく空回りしている感覚であった。そこで、当時企画していた短い書評を募集するコンテスト形式のイベント「読書レビューコンテスト」では、文字数を twitter 規定の 140 文字とし twitter のダイレクトメールでも応募可能とした。twitter では相互にフォローしていないとダイレクトメールは送れない仕組みになっているので、応募するには図書館をフォローすることになる。さらにコンテストでは twitter



特別賞も設け、twitter での応募を促すようにした。

このような企画やポスターなどによる周知活動に加え、大学側からの初めての twitter 利用であったこともあったのかフォロワー数は順調に増え、1年後の平成 25 年 6 月には 1,000 人に達することができた。その時には、千にちなんでお菓子のミルフィーユを先着でプレゼントし、その進行状況も twitter でリアルタイムに報じるなど楽しい催しとなった。

その後も年度初めの時期を中心にフォロワー数は増え続け、現在では 1,700 人を超えて、おおよそその数字ではあるが学生の 4 人に 1 人がフォロワーとなっている状況である。

5 情報発信からコミュニケーションへ

フォローしてくれたアカウントに対してはこちらからもフォローをしている。いわゆるフォローバックである。twitter のアカウント名の登録は本名である必要はなく、自分自身でニックネームのように自由に設定することができる。そのため、アカウント名だけでは本学の学生かどうかは判断できないが、学生の場合には大学名、学科名、部活などの所属団体、出身高校などプロフィール項目に入力していることが多く本学の学生かどうかをおおよそ判断することができる。

このようにフォロワーの数が増えて互いにフォローする関係ができることで、当初はさまざまな情報を発信はするものの一方であったツイートが学生とのやりとりも発生するようになってき

た。すなわち twitter ユーザーの間では「絡む」と呼ばれるツイートをすることで、図書館と学生とのコミュニケーションツールへと変化してきたと言える。

きっかけは図書館に対する質問に答えることだったと記憶している。初めての質問にしては実は答えに窮する内容であったが、きちんと答えを返すことで図書館の twitter が信頼されてひいては図書館を身近に感じてもらえるのではないかと考えてツイートを返した。具体的にはこのようなやりとりであった。

※以下、ツイートの事例は twitter に投稿されたままだと記載している。

事例 1:

学生「図書館の席について、照明はあの明るさで適切ですか？少し暗いと思うのですが…！」
図書館「はい、少し暗いのは認識していますが、すぐには難しいです。改善するように検討していきます。他にも気づいたことがあればぜひお知らせください。

学生「ありがとうございます。図書館は学校で好きな場所のひとつなので、ぜひお願いします(*^^*)」

その後、図書館に来ていた様子のツイートを発見し、お礼を兼ねてこちらからツイートを返してみた。

事例 2:

学生「図書館ってなんでこんなに落ち着くんだろう（´`*）本の匂いかな？ 無駄にきれいだし静かだし。決めた、週一で来る！」

図書館「ありがとう。本の匂いって、多分 何かあるんだと思います。週一と言わず、どんどん落ち着きにきてくださいね～」

学生「わー（*^^）無駄に綺麗とか言ってすみません（。_。）これからは課題ここでやらせてもらいます☆★」

このような事例からも分かるように、学生の日常には図書館という言葉に（あるいは図書館という場所）が溶け込んでいて、それを意識せずにツイートしてしまっているようである。つまり、フォローしている学生のツイートから「図書館」とい

うキーワードを抽出すれば、当初期待していた学生生活の中での図書館に関する話題や感覚を知ることができるということである。

6 学生からのコミュニケーションも活発に

twitter の特徴としてツイートは基本的に公開されており、前述のようなやりとりも誰も見ることができるという点がある。特に図書館のアカウントをフォローしている人には自動的にそれらのやりとりが目に入ることになる。また各自のフォロワーにも容易に転送できる仕組み（リツイート）がある。つまり、ひとりの学生の質問に対する回答は広く知られることになるのである。この点は電子メールでの一対一の関係とは異なる SNS ならではの利点とも言える。ここでは学生から問い合わせという形のコミュニケーションの事例を紹介する。

事例 3:

学生「14 日（祝）は図書館やっていますか？」
図書館「1/14 は、成人の日で大学がお休みなので、図書館もお休みです。」

学生「お返事ありがとうございます（^_^）レポートやろうと思ってたのでちょっと残念です(>_<) 平日通います（^_^）」

事例 4:

学生「明日は何時から何時まで開いていますか？」
図書館「明日（1/13）は日曜日なので、お休みなんです。」

学生「あ！そうですね。ありがとうございます！」

開館スケジュールは図書館内で配布もしており、当然ホームページにも掲載しているにも関わらず問い合わせが一番多い事例である。しかし、これまでに電話や電子メールでの問い合わせがあったことはなく、twitter ならば問い合わせが来るのである。つまり、ちょっとした質問であっても twitter ならば聞けるということであり、これまでになかったコミュニケーションを作り出していることになる。

事例 5:

学生 1「james 半分終わった（^O^）でも、oldfash-

ion words がみつかなーい。図書館の本にあるかなー、探そ (・ω・)」

学生2「神田外語の図書館は万能だから何でもあるよ☆ ㊦_、㊦ フ…」

図書館「いや～それほどでも～f(^_^;) が、どういうものを探しているんでしょう？」

学生1「英語の古い言葉が載ってる本を探しているんですが、ありますか？」

図書館「英語の本だとこんなのがあります。どちらも 830.2 という分類の棚にあって、他にも”古英語”、”old English”がキーワードです」

学生1「ありがとうございます、今度借りたいと思います！」

これはレファレンス的なコミュニケーションを含んだ事例である。学生が友達とツイートをしている中で本学の図書館を紹介され、それに対して図書館から関連すると思われる図書の分類とキーワードを紹介した。これには該当する書架と図書の写真も添付したため、より理解されやすかったものと思われる。



7 学生が気になる話題

ここまでは比較的図書館らしい話題のコミュニケーションの事例を紹介した。それ以外にも、図書館を身近に感じてもらうと大学全体の情報や豆知識的な情報をツイートした際に非常に人気の出るケースがあるのでそれらも紹介しておく。

事例6:

図書館「TLでも目立つ、今日は『キスの日』。1946年の”はたちの青春”からの『キスの日』、1998

年の”ラブ・レター”からの『恋文の日』と映画に由来する恋愛関係の記念日が今日に集中しています。が、世界的には『世界カメの日』です。」

図書館からのこのツイートは先に紹介したtwitterの機能であるリツイートの回数が154回、お気に入りに登録された回数が41回とこれまでの最多を記録した。恋愛の話題が学生に人気があるのか、あるいは動物・いきものが好まれたのかは定かではない。このようにリツイートやお気に入りの回数が多い話題は以下の順位となっている。

1位 休講情報：台風などの気象状況により休講が判断された大学からの情報を転送するツイートは当然ながら人気が高い。

2位 テレビ放映情報：本学キャンパスで撮影されたテレビ番組やCMの情報も好まれる。

3位 天気情報：キャンパス周辺の雨などの情報は役立つと人気。

番外 いきもの系：図書館周辺の動植物を写真付きでツイートすると意外な人気となる。

さらに学生たちが気にしているのは図書館のtwitterは誰がやっているのかということのようである。以下はそれぞれ別々の時期のツイートであるが、誰がやっているのかが気になることに加えて、「面白い」「かわいい」「頑張って」との評価もあり非常にうれしく感じている。図書館のスタッフへの関心や質問など、おそらく顔を合わせた場面では聞かれることはないのではないだろうか。

事例7:

学生A「大学の図書館のTwitterのアカウントって誰がツイートしてるんだろう。たまに面白いよね(笑)」

学生B「図書館の中の人が気になって仕方ない。」

学生C「うちの大学の図書館のTwitterは誰が更新してるんだろう。かわいい。」

学生D「地味に図書館ツイート面白くて好きです。頑張ってください。」

8 印象的なコミュニケーション

このように図書館のツイートが評価される事例だけでなく図書館の運営自体を評価され、スタッ

フー同で感激した事例を紹介する。

事例 8:

学生「本日も図書館終了 10 分前。。。23 時終了だったらいいのになあ。。。実現可能な時刻は 21 時かな。21 時ぐらいなら開いてていいと思う。。。難しい問題だなあ。図書館過ごしやすいのは装飾のおかげだし、それを経費削減で無くしたら来なくなるだろうし。。。難しい」

図書館「いっぱい使ってくれてありがとう。そして、いっぱい考えてくれてありがとう。やっぱり、需要と供給の関係が微妙なんですよ。」

学生「図書館のスタッフさん達が生徒が足を運び勉学に励むよう努力してらっしゃる姿は伝わります！これからもより良い図書館を目指してがんばってください（*o*）！私も図書館を沢山利用して勉学がんばります！！」

その他、学生事務窓口が開いている時間帯や成績発表の時期など、図書館以外の部署に関する問い合わせが届くことがある。その場合には、当該部署に確認した上で間違いのない情報をきちんと回答している。多少複雑な思いもあるが、これも学生にとって図書館が気軽に問い合わせできる身近な存在となっている証拠だと捉えている。

9 得られた効果

このような形で twitter 開始から 2 年が経過したが、当初の目的であった入館者数の増加は予想以上の数値となって現れた。

twitter の運用開始以前の平成 23 年度（2011 年度）の入館者数は 124,228 人であったが、その



後、twitter を開始した平成 24 年度（2012 年度）は 149,633 人（運用は後半の 6 ヶ月のみ）、平成 25 年度（2013 年度）は 163,934 人（12 ヶ月通して運用）となった。運用以前の平成 23 年度と比較すると約 30% 増加したことになる。

もちろん twitter だけが直接的に影響したとは言えないが、紹介したようなコミュニケーションにより学生が図書館に対して持っていたイメージが変わり、より身近に感じるようになり、図書館の活動も twitter を通して目にする機会が増えた結果ではないかと思う。

また、twitter でのやりとりは図書館のスタッフも日々確認しており、学生からのツイートや評価を共有できるようになったことで働き方にもよい影響があったと感じられる。それは実際の来館時に学生に伝わるという好循環も期待できる。

さらには、図書館の twitter をフォローしている教員や他部署のスタッフもおり、図書館の業務や活動に関心を持たれるようにもなった。目に見えるところ、眼に見えないところで様々な効果が得られたことは当初の予想を超えていたと言える。

10 運用ポリシー

運用に際して気をつけていることは、情報発信という当初の利用方法ではなく「情報交流」というコミュニケーションを意識するという点である。一方的ではなく、学生の質問や希望に素直に応えることだけでこれを実現できることはご理解いただけると思う。

その他、以下を運用ポリシーとしている。

- ・誹謗中傷はしない
- ・個人情報には触れない
- ・苦情にも答える勇気を持つ
- ・毎日、何回もツイートしようとししない
- ・こちらから先にフォローはしない

特に毎日必ず 1 回はツイートしなければならないという必要はなく、あくまでもその場に応じてできる範囲でツイートすれば十分であると考えている。

11 まとめ

運用開始から 2 年半でここまでの人数の学生にフォローされ、さまざまな話題でのコミュニケーションが実現できると予想していなかった。しかし、twitter などの SNS は今どきの学生には生活の一部となるほど浸透しており、そこで図書館とのコミュニケーションが発生しても自然なものと感じられる。図書館としてもこの状況をうまく利用し、学生の共感を得られれば入館者数の増加に見られるような効果を得ることができると考えられる。

実際の運用に際しては、各大学の状況によって取り組み方が異なるかもしれない。しかし、情報発信だけだとしても、開館情報はもちろん学内の情報や地域の情報、そして豆知識でも図書館から発信することには違和感はない。図書館は学生に向けてあらゆる情報を発信し、それをもとにコミュニケーションを行える組織ではないだろうか。

参考文献

- (1) NHK_PR1 号. 中の人などいない：@NHK 広報のツイートはなぜユルい？. 新潮社, 2012, 978-4103329510
- (2) 白石昌則. 生協の白石さん. 講談社, 2005, 978-4062131674
- (3) 京井良彦. つなげる広告：共感、ソーシャル、ゲームで築く顧客との新しい関係性. アスキー・メディアワークス, 2012, 978-4048866033
- (4) 和知剛. 図書館はメッセージである：図書館とソーシャルメディアのつながりを考える. 現代の図書館. 2012, 50(2), 84-90
- (5) 伊藤仁浩. 大学図書館における Facebook を利用した広報戦略. カレントアウェアネス. 2014, No.320, 8-10