

「YA!YA!YA!べんりやん図書館」ホームページのリニューアル及び、  
「大阪府立中央図書館 YA チーム公式 Instagram」について

YA利用活性化チーム

1. はじめに

「YA!YA!YA!べんりやん図書館」ホームページは2008（平成20）年に開設され、YA（ヤングアダルト）世代向けのページとして長年にわたり機能してきた。しかし、WEB技術やデバイスの急速な進化発展、SNSの普及等ホームページを取り巻く環境は大きく変化し、YA世代向けの広報ツールとしてそぐわなくなってきた。

新型コロナウイルス感染拡大防止のための臨時休館が度々生じると、ますます非来館による利用に向けた広報窓口の重要性が認識されるようになった。

そこで2021（令和3）年度、ホームページのリニューアル及び、チーム独自のSNSを立ち上げ、非来館でのYA世代向け広報窓口を拡大するよう試みた。

2. ホームページのリニューアルについて



「YA!YA!YA!べんりやん図書館」旧サイト

## Instagram

Follow us! フォローはこちらから



## 新着情報

- 職員の日記帳（2022年11月）を更新しました（2022年11月15日更新）

## 面白い本探そう！

## 職員の日記帳



大阪府立図書館で働く職員の日記帳

## 蔵書検索



大阪府立図書館にある本が検索できます。

[調べ方ガイドを見る](#)

## 横断検索



大阪府内の図書館にある本を一気に検索できます。

[調べ方ガイドを見る](#)

## 利用者のページ



借りている本の種別や延長、レファレンスなどが利用できます。

[他のページを見る](#)

## about

### 図書館紹介

図書館とは？  
大阪府立図書館  
大阪府立中央図書館を利用する  
近くの図書館で大阪府立図書館の本を取り寄せる  
10代向けのイベント紹介

### 本の紹介

ヤングアダルトYAI YAI YAI  
文字装束作品  
ノーベル文学賞  
読書感想文全国コンクール課題図書  
過去に紹介した新着図書

### 調べ方案内

図書館の本の種類  
分館記号と図書館の本の調べ方  
お役立ちサイト集

### 交流・情報発信

職員の日記帳  
Q&A  
問い合わせ窓口  
Instagram



## 旧サイト/新サイト及び Instagram の比較

旧サイト	新サイト及び Instagram
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 図書館を使いこなす               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 図書館ってこんなところ 図書館やレファレンスについての説明を掲載したページ群</li> <li>➢ 読みたい本、さ・が・そ！ 当館発行 YA 向けリーフレットの web 版や文学賞受賞作品を紹介するページ群</li> </ul> </li> <li>○ みんなで楽しむ               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ YA!YA!YA!みんなの広場 BBS や blog など交流を目的としたページ群</li> </ul> </li> <li>○ 調べものをする               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 情報検索の基礎 資料検索の仕方などを教えるページ群</li> </ul> </li> <li>○ べんりやんサイト集 リンク集</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ About YA 自体、当館の YA サービスについての説明を掲載</li> <li>○ 図書館紹介 図書館自体、大阪府立図書館についての説明を掲載したページ群</li> <li>○ 本の紹介 旧ページの「読みたい本、さ・が・そ！」</li> <li>○ 調べ案内 本の探し方などレファレンスに特化した説明を掲載したページ群</li> <li>○ 交流・情報発信 旧ページの「みんなで楽しむ」               <ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Instagram BBS 機能と展示・イベントや新着図書を紹介等、鮮度が大切な情報の掲載を担う</li> </ul> </li> </ul>

### 2.1 ホームページリニューアルの経緯

リニューアルの検討を始めたのは 2018（平成 30）年度末であった。

2000 年代の WEB 環境はホームページを作成し、アクセスしてもらうことが中心であった。しかし 2010 年代になると、SNS が普及し、より多くの人々が Twitter や Facebook などのプラットフォーム上にアカウントを作成し、情報発信・交流をするようになった。旧ホームページ上に情報発信・交流機能を全て盛り込んだ形は 2010 年代以降の WEB 環境にそぐわなくなってしまっていた。

また、スマートフォンの普及がきっかけで、WEB ページを PC・スマートフォン画面のいずれでも快適に見ることができるよう対応することが必要となった。

### 2.2 リニューアルの流れ

当館には YA サービス専任の担当者がいないため、各課から参加する YA 利用活性化チーム（以下「YA チーム」という）員で分担して作業し、リニューアルまでは約 3 年かかった。

一年目の 2019（令和元）年度は、新ホームページの構想案を作成した。利用者にあまり見られていないと思われるコンテンツ、新しく付け加えたいコンテンツの案をチーム員から出し、まとめた。この時に毎週の本の紹介や、所蔵があるドラマやアニメ作品の原作の紹介を行いたいという、頻繁に更新が必要なコンテンツの追加希望があり、のちの Instagram の活用に繋がっていった。

2020（令和2）年度は、コンテンツ内容を作成した。旧ホームページでも図書館サービスに関する紹介等を掲載していたが、より分かりやすくなるよう文章を再構成し、図などを追加した。

2021（令和3）年度は、実際のホームページ制作及び新規 SNS（Instagram）の立ち上げを行った。2019（令和元）年度の構想の中で、更新が頻繁なコンテンツと BBS や問い合わせなどの交流機能は SNS、それ以外をホームページと切り分け、新規 SNS 立ち上げの傍ら、ホームページ自体の実際のリニューアル作業を行った。

### 2.3 改装時に気を付けた点

1点目は、モバイルフレンドリー（スマートフォンで見やすい）画面の作成である。YA 世代のサイト利用のメインであるスマートフォンやタブレットで見やすいデザインとなるよう、閲覧する画面サイズによってサイトの表示を変更するレスポンスデザインを採用した。



スマートフォンで表示される画面

2点目は、図・写真を増やすこと（ビジュアル化）である。YA 世代は画像や動画で情報を理解することに慣れており、文章ばかりだと読まれないため、出来るだけ画像を使用するよう心掛けた。

3点目は、過去の蓄積を活かすことである。旧サイトには、文学賞受賞作品の掲載ページや、YA 向けリーフレットの WEB 版など、運営を続ける間に積み重なった情報があった。これらについては新サイトに移行し、バックナンバーも見るようにしている。

### YAとは？



YAとは、ヤングアダルト (Young Adult) の略で、子どもから大人への転換期にある16歳から19歳くらいの子供の読者層を主な読者として使っています。

### 図書館のYAサービスって？

ヤングアダルト世代の皆さんへ向け図書館サービスです。

児童向けの本は平気でしたが、一冊の本はすごく面白い！...  
自分で選んで読んで、どんな本を読んでいいかわからない...  
そんな方に役立つサービスも提供しています。

学校や家族、友達、友達、教師、バイト、進路指導のこと。  
YA世代の皆さんは、楽しいこともたくさんあるけれど、なんとなくやりがちなことや、誰にも話さない悩み、思い悩んでいる悩みや、もしかしたら本を読むことで解決することがあるかもしれません！

大塚市立中央図書館のYAコーナーはなんとおなじ様に立ちまわらな、さまざまなジャンルの本（小説、歴史、社会、芸術、スポーツ、早期読書についてなど）をご用意しています。1階のゲートを入ってすぐ左手の入り口付近の場所にあります。ちょっと立ち寄っていませんか？



もちろん、大塚市立中央図書館のパソコンや図書館は、それ以外の利用も歓迎！  
ヤングアダルトだけでなく、すべての人が図書館が本来楽しめるところになっています。

## YA サービスについての紹介

### このライトノベルがすごい！ 歴代1位シリーズ

2017年より、従来の「存続部門」が、「単行本・ノベルズ部門」と「文庫部門」の2部門に変わりました。

受賞年	書名	著者	出版社	出版年	読者総数
2017年 (単行本・ノベルズ部門)	オーバーロード	丸山くがね	KADOKAWA	2012年	
2017年 (文庫部門)	ワロウあつちのあつちのこと	白鳥士郎	SBクリエイティブ	2015年	L913.64883494シラ YA
2016年	『やはり俺の青春ラブコメはまちがっている。』シリーズ	渡航	小学館	2011年	L913.64441594ワタ YA
2015年	『やはり俺の青春ラブコメはまちがっている。』シリーズ	渡航	小学館	2011年	L913.64441594ワタ YA
2014年	『やはり俺の青春ラブコメはまちがっている。』シリーズ	渡航	小学館	2011年	L913.64441594ワタ YA
2013年	『ソードアート・オンライン』シリーズ	川原礫	アスキーメディアワークス	2009年	L913.64010004カワ YA
2012年	『ソードアート・オンライン』シリーズ	川原礫	アスキーメディアワークス	2009年	L913.64010004カワ YA
2011年	『とある魔術の禁書目録』シリーズ	川原礫	アスキーメディアワークス	2009年	L913.64010004カワ YA
2010年	『かくとすとと召喚獣』シリーズ	岸上龍二	エンターブレイン	2007年	L913.64823794ニ YA
2009年	『女帝少女』シリーズ	野村美月	エンターブレイン	2006年	L913.64822194ノム YA
2008年	『フルメタル・パニック!』シリーズ	賀東招二	富士見書房	2000年	非売品数なし
2007年	『狼と香辛料』シリーズ	文倉栄弥	メディアワークス	2006年	L913.63187494ニ YA
2006年	『創聖』シリーズ	西尾維新	講談社	2002年	L913.63259994ニ YA
2005年	『涼宮ハルヒ』シリーズ	緑川流	角川書店	2003年	L913.62285794ニ YA

## 過去の文学賞受賞作のページ

### 3. YA チーム独自の SNS「大阪府立中央図書館 YA チーム公式 Instagram」について

#### 3.1 新規 SNS 立ち上げの経緯

2.1 で述べた WEB 環境の変化から、特に YA 世代向けの情報発信を行う場合 SNS 活用の必要性が強まっていた。大阪府立図書館では中央・中之島図書館の両館で 1 つの Twitter アカウントを利用している。様々な課からこのアカウントを通じ情報発信が行われるため、その中では YA チームの投稿が埋もれがちであった。

2020（令和 2）年度の新型コロナウイルス感染拡大防止のための長期臨時休館を何度か経験する中で、インターネットを通じて YA 世代に様々なことを発信していこうと試みた。具体的な発信内容は、ホームページで自宅から無料で楽しめるコンテンツを集めたリンク集の作成や、ブログ及び図書館本体の Twitter での資料紹介等である。ところが、ホームページでは更新に手間がかかり、即時性に欠けることが欠点であった。

以上の状況が浮かび上がり、ホームページだけではなく Twitter 以外の独自 SNS をチームで使用する必要性を感じ、他の SNS アカウントの作成を検討することにした。

#### 3.2 専用 Instagram アカウント作成までの流れ

ホームページリニューアルに合わせて 2021（令和 3）年度での本格実施を目指し、情報収集し、複数の SNS を比較検討した。そのうえで使用する SNS を選定した結果が Instagram である。

Instagram を選定した理由は、以下の 3 点である。

- ・若年人口の利用が多いが、図書館で採用している館が少なく競合しない。（選定当時）
- ・ビジュアルメインの SNS のため良い装丁・デザインの本があれば、人を惹きつけることが可能。
- ・デジタルネイティブである YA 世代は写真や動画文化に親しんできているので、文字をじっくり読むよりは直感的に良し悪しが分かるメディアに対し親和性が高い。SNS はホームページまで来てもらえない層にアプローチしやすい。

【令和3年度】主なソーシャルメディア系サービス／アプリ等の利用率

	全年代(N=1,500)	10代(N=141)	20代(N=215)	30代(N=247)	40代(N=324)	50代(N=297)	60代(N=276)	70代(N=290)
LINE	92.5%	92.2%	93.1%	96.0%	96.6%	90.2%	82.6%	60.0%
Twitter	46.2%	47.4%	73.6%	57.9%	44.8%	34.3%	14.1%	5.9%
Facebook	32.6%	13.5%	35.3%	45.7%	41.4%	31.0%	19.9%	8.3%
Instagram	48.5%	77.3%	73.6%	57.1%	50.3%	38.7%	13.4%	5.2%
mixi	2.1%	1.4%	3.3%	3.6%	1.9%	2.4%	0.4%	0.0%
GREE	0.8%	0.7%	1.9%	1.6%	0.6%	0.3%	0.0%	0.0%
Mobage	2.7%	4.3%	5.1%	2.8%	3.7%	0.7%	0.7%	0.7%
Snapchat	2.2%	4.3%	5.1%	1.6%	1.9%	1.7%	0.4%	0.0%
TikTok	25.1%	32.4%	46.5%	23.5%	18.8%	15.2%	8.7%	3.8%
YouTube	87.9%	97.2%	97.7%	96.8%	93.2%	82.5%	67.0%	33.8%
ニコニコ動画	15.3%	19.1%	28.8%	19.0%	12.7%	10.4%	7.6%	4.8%

【参考】「令和 3 年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」（総務省）

Instagram は一般向けの情報発信と区別するため、YA チームの専用アカウントとした。チーム内で発信するコンテンツについて検討し、規則や運営方針を整備した。2020（令和 2）年度末の 3 月、1 か月を

試用期間とし、2021（令和3）年度から本格的に運用を開始した。この時点でYAチームの新ホームページの構想の中にSNSの活用が取り込まれ、それを受けて改装の実作業に取り掛かることとなった。

#### 4. ホームページ及びInstagramの運営と課題

##### 4.1 運営

先にも述べたが、専任のYAサービス担当者がおらずチーム制をとっており、ともすれば事務局に負担が集中しがちになる。そこで、ホームページ・SNSともチーム員の所属課・所属室ごとに管理するコンテンツを振り分け、担当制とした。

年度初の会議時に役割を確認し、前年度の運営に問題が無かったかを確認した上で、必要があれば再振り分けを行っている。

単純な情報発信機能はInstagramが基本的に役割を担う。Instagramは気軽な図書館への窓口と感じてもらえるよう心掛けており、図書館からのSNSへの投稿は硬い文章になることが多いが、YA世代向けにややライトな語り口を目指し、顔文字・絵文字も使用して親しみやすさを感じられるようにしている。文章は短めにし、もっと情報がほしいという人はホームページ等へ誘導するようにして、機能を分けている。

また、新着図書関連の記事のアーカイブをホームページに作るなど、ホームページにはYA関連の情報のストックとしての側面もある。

##### ・ホームページの運営

SNSほどは頻繁ではないが、ブログにあたる「職員の日記帳」等、比較的更新が多いコンテンツは月ごとに担当を決めるなど、チーム員で手分けして維持している。その他、図書館についてのページ等、頻繁に更新しないページについては1年に1、2度確認し、鮮度を保っている。

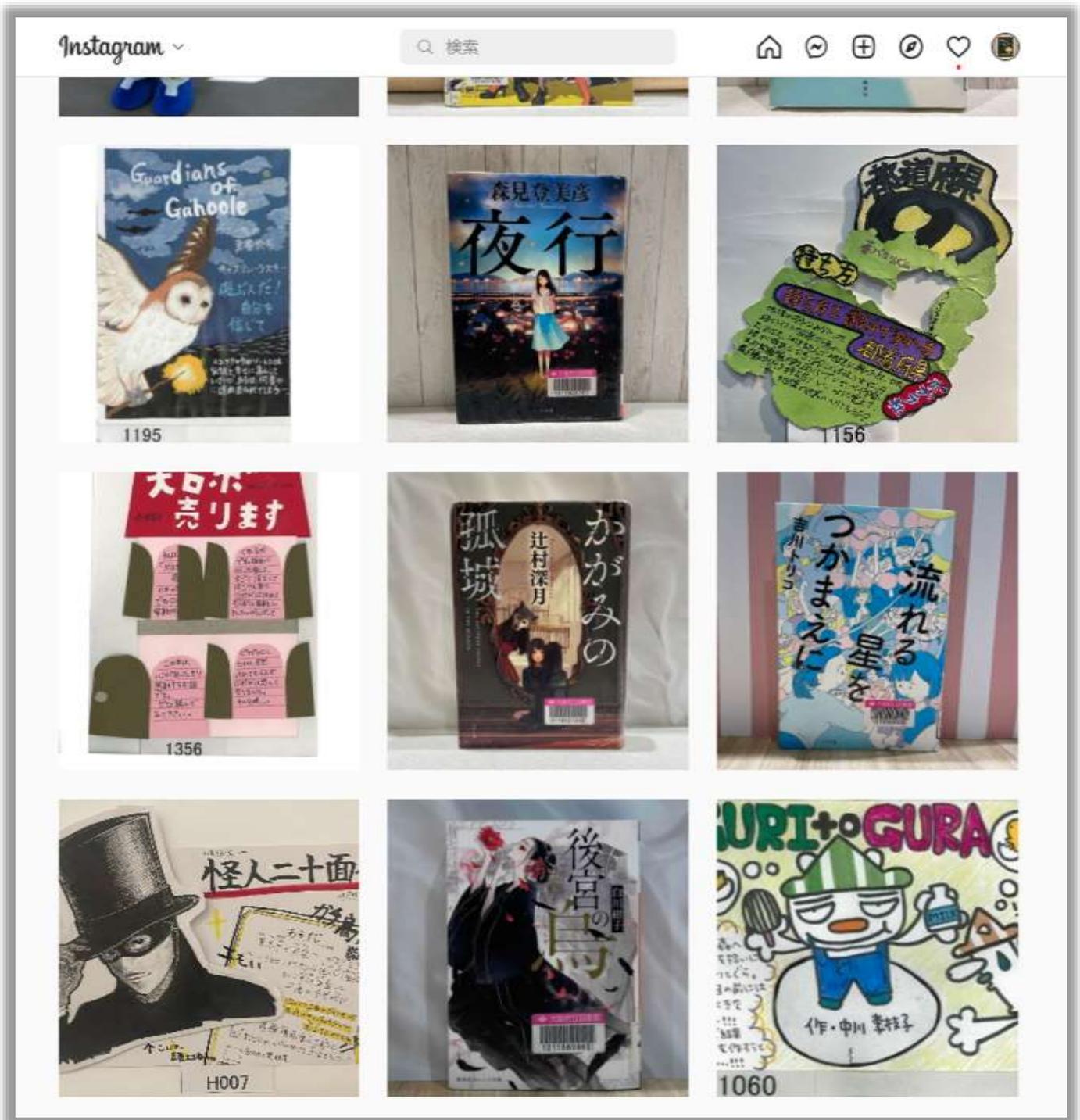
##### ・Instagramの運営

投稿記事作成の担当者を決め、記事を作成している。定期的に投稿があり、動いているアカウントと思われることが大切なので、週に1回以上は何らかの投稿があるようにしている。

写真を撮影する際は装幀に合わせた背景を使用するなど、少しでも目を引くよう工夫している。図書の表紙を写真に撮り投稿する際、出版者への許諾が必要な場合は都度許諾を得ている。

また、特定の話題に関心を持つ人に見てもらいやすいようにハッシュタグを使用している。大阪府立図書館オリジナルのハッシュタグ（例＝「#大阪府立中央図書館YAチーム」）も作成し、興味を持った人により多くの投稿を見てもらえるようにしている。

フォロワー数は現在460（2023（令和5）年3月3日現在）である。フォロワーの分析を見ると大阪府民が多いが、ごくわずかに諸外国からのフォローもある。年齢層としては30代40代が多い。学校図書館等のアカウントも散見され、選書等の参考にフォローしていただいていることもあるかと考えている。



実際の投稿写真

#### 4.2 今後の課題

2021 (令和3) 年4月より YA 世代向けの Instagram を開設し、徐々にフォロワーも増えてきているが、YA 世代はあまり多くない。そのため、一番の課題は若年層のフォロワーを増やすことである。

フォロワーを増やすためには、積極的な広報が求められる。アカウントを知ってもらう必要があるため、各学校や若年層が集まるイベント等で積極的にアピールしていく。実際に研修で学校図書館等に関わる方々が来館された際に、広報用のカードや POP を配布し、Instagram の認知・フォローに繋がったこと

もある。

また、SNS 自体や機能へのより深い理解と活用が必要である。ショート動画の投稿機能や、ストーリー機能などまだまだ活用できていない機能も多い。

最後に、当事者である若者を巻き込んでいくことである。当館で中高生対象に毎年実施している「あなたのおすすめ本のPOP 広場」のように、自分や友人、教員など周囲の人々の作成したものや書いたものは関心を集めやすい。同様のイベントの情報や学校現場の図書委員制作物などを投稿する等、YA 世代当事者を巻きこむ手段を増やしていきたい。

### Instagram 広報用のカードや POP

